

国内における食品購買に関する実態調査  
— 新型コロナ禍で伸長するレトルトカレー市場の動向を中心として —  
【調査報告書】

2020年10月1日



×

MACROMILL  
a Macromill Group company



## 目次

■ 本調査報告書について	p. 2
■ 調査結果の要約	p. 3
■ 調査概要および集計データについて	p. 8
■ 調査結果の詳細	p.12
1. レトルトカレーの購入・喫食の基礎実態	p.13
2. レトルトカレー商品購入過程	p.18
3. レトルトカレー喫食シーン	p.35
4. レトルトカレーの評価	p.40
5. ライフスタイル／食ライフスタイル	p.54
附. レトルト食品等の購入・喫食状況 (スクリーニングデータより市場全体の概観)	p.62

### 報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載

※「\*」は非聴取項目

# 本調査報告書について

本報告書は、株式会社マクロミルと二松学舎大学の産学連携による講座「経営実践B」（国際政治経済学部国際経営学科）の中で実施した調査研究の分析結果である。

2020年度春 Semester（5月～7月）に実施された今回の講座では、ハウス食品グループ本社株式会社の協力を得て、国内におけるレトルトカレー市場と企業の課題について、オンライン形態によるPBL（Project-Based Learning、プロジェクト学習）授業を実施した。

その一環として、レトルトカレーに対する消費者の購買行動や喫食の状況、商品に対する評価や要望などについてマクロミルモニタを対象にWeb定量調査を調査し、今後の市場や企業の方向性などを検討する実証的な材料として、調査データを活用した。

折しも、新型コロナウイルスによる感染症（COVID-19）の世界的な拡大により、生活者の行動・意識は大きな変容を余儀なくされている。食品の購買行動にも変化が現れ、以前より伸長傾向であったレトルトカレーへの需要がさらに伸びたことなども報じられている（注）。

こうした背景もあり、当調査では瞬間的な変化というよりは、現在の日本市場で消費者はどのようにレトルトカレーを位置づけ、購入し消費しているのか、また今後どのような市場伸長の方向性が考えられるかなど、市場と企業のあり方を包括的に考える材料とするための消費者調査を実施し、分析を行った。

本報告書が、新型コロナ禍における消費者行動や食品市場を考える上での一助となれば幸いである。また、マクロミルと二松学舎大学では、当調査をもとに、今後もさらに分析・研究を進めていく予定である。

2020年10月

二松学舎大学・小具龍史（国際政治経済学部国際経営学科准教授）

株式会社マクロミル・熊谷信司（グローバルリサーチ本部シニアリサーチャー）

（注） 参照記事

・日本食糧新聞「カレー特集：新型コロナの影響 レトルト需要急拡大 新たな変化へ対応進む」（2020年7月1日付）

<https://news.nissyoku.co.jp/news/takagiy20200623093657928>

・DIAMOND Chain Store「カテゴリーフォーカス：カレー、ルウカレー、レトルトカレーともに新型コロナウイルス影響下で需要拡大」（2020年8月12日付）

<https://diamond-rm.net/sales-promotion/61177/>

# 調査結果の要約


※1～4章および附章について掲載。5章（ライフスタイル／食ライフスタイル）については詳細ページ参照（p.54～）。

## 0. レトルト食品等の購入・喫食状況（スクリーニング調査から）

 附章 (p.62~)


- ✓ **レトルト食品等の<購入>状況（過去1年間）**：「レトルトカレー」は全体値で56%。関連する商品カテゴリーでは、「レトルトシチュー」14%、「レトルトスープ・ポタージュ」24%、「レトルトご飯（ライス）・おかゆ」29%、「レトルトハンバーグ・ミートボール」34%、「レトルトハヤシ」16%、「カレールー」63%であった。
- ✓ **レトルト食品等の<喫食>状況（過去1年間）**：「レトルトカレー」は全体値で65%。関連する商品カテゴリーでは、「レトルトシチュー」19%、「レトルトスープ・ポタージュ」31%、「レトルトご飯（ライス）・おかゆ」35%、「レトルトハンバーグ・ミートボール」42%、「レトルトハヤシ」21%、「カレールー」75%であった。

## 1. レトルトカレーの購入・喫食の基礎実態

 Ch.1 (p.13~)


- ✓ **購入チャネル**：いずれの年代や地域でも「スーパー」が大多数のほか、若年代では「コンビニエンスストア」、また30~40代を中心に「ドラッグストア」なども利用の多い購入チャネル。
- ✓ **購入頻度**：全体では「2~3ヶ月に1回程度」「月に1回程度」がそれぞれ約3割ほど。いずれの年代においても、女性より男性のほうが購入頻度が高い傾向。
- ✓ **喫食頻度**：全体では「週に1~2食程度」「月に2~3食程度」「月に1食程度」がそれぞれ25%ずつ程度で拮抗。男性のほうが喫食頻度が高く、各年代とも「月2~3食程度」以上が半数近くを占める。
- ✓ **製品カテゴリーイメージ**：「簡単・手軽に作れる」が最も高く、次いで「手に入れやすい」「安い」「おいしい」が続く。ネガティブイメージは低い。その中では「具が少ない」が2割ほどで最も高い。購入頻度が高い層は、特に「おいしい」「飽きが来ない」「具がたくさん」などでスコアが高まる傾向。

## 2. レトルトカレー商品購入過程

 Ch.2 (p.18~)

- ✓ **過去1年以内<購入>メーカー（複数回答）**：「ハウス食品」が最多、次いで「大塚食品」「明治」「江崎グリコ」「アスビー食品」が続く。小さな子ども用に購入する家庭では「永谷園」「丸美屋」も高い。
- ✓ **過去1年以内<喫食>メーカー（複数回答）**：購入メーカーとほぼ同傾向で、「ハウス食品」が最多、次いで「大塚食品」「明治」「江崎グリコ」「アスビー食品」が続く。
- ✓ **1回あたりの購入商品点数**：「2個」が35%と最多。他方、3個以上の購入も半数近く。「自分のみ」の喫食者は約6割が1～2個なのに対し、他の家族等が喫食する場合は過半数が3個以上。
- ✓ **複数商品購入時の組み合わせパターン**：1度の購買で複数個を買う回答者の6割弱が「同じ商品をまとめて」買うことが多く、3割強が「2種類以上の商品を組み合わせる」ことが多い。購入頻度が「月2～3回」以上の層は、「2種類以上」を買う割合が若干高い。
- ✓ **購入重視点**：全体では「価格」「自分好みの味」「辛さ」が上位3要素で特に高く、次いで「内容量（全体）」「メーカー」「具材の量」。女性30～40代など、小さな子どもが食べる家庭では「子どもの好みの味」「子どもが好きなパッケージ／キャラクター」なども高い。
- ✓ **許容上限価格**：中央値で「300～349円」。回答は分散しており、25パーセンタイルでの価格は「200～249円」、75パーセンタイルでの価格は「400～499円」。
- ✓ **商品情報源**：「お店の商品棚」以外に、「テレビCM・ラジオCM」「お店のチラシ・広告」「家族・友人からの話」などが上位。購入頻度の高い層では、Web媒体（「インターネット通販サイト」「メーカーのウェブサイト」「口コミ・ブログ・まとめサイト等」など）の活用割合もやや高い。

## 3. レトルトカレー喫食シーン

 Ch.3 (p.35~)

- ✓ **自分以外の喫食者**：購入した商品を「自分のみ」が喫食するのは3割弱（男性で高い割合）。他の喫食者は、「配偶者」のほか、若年代では「親」や、未就学児ないし小学生の「子ども」、40～50代以上になるとそれ以上の年齢の「子ども」の割合が上がる。
- ✓ **喫食時間**：【平日】～「夜」「昼」が4割前後で拮抗。男性では50代までは「昼」は低く、男女とも60代以上になると「昼」も高い。  
【休日】～「昼」が6割近くと高く、次いで「夜」が35%。平日に比べると、年代や職業による差は小さい。
- ✓ **喫食シーン・シチュエーション**：全体では「簡単な食事で済ませたい時」「料理するのが面倒くさい時」「家でカレーをすぐに食べたいと思った時」「忙しい時」「1人の時、家族が不在の時」などが上位。高喫食頻度層では、「元気が出るものを食べたい時」「体が温まるものを食べたい時」などの機能面も一定のスコア。
- ✓ **食べ方**：添えるものとしては、「サラダ」が約4割、「副菜」が約3割。また、「麺類」や「ナン」と食べる割合もそれぞれ15%前後。カレーに追加やトッピングするものとしては、「他の具材」（16%）、「チーズやバター」（11%）など。喫食頻度の高い層ほど、全般にスコアが高く、自分なりの食べ方をカスタマイズする割合が高い様子。

## 4. レトルトカレーの評価

- ✓ **要素別満足度**：最多喫食商品についての要素別満足度は下記の通り。
  - ① **味** 「非常に満足」28%、「非常に満足+ある程度満足」89%
  - ② **価格** 「非常に満足」26%、「非常に満足+ある程度満足」83%
  - ③ **全体の量** 「非常に満足」21%、「非常に満足+ある程度満足」80%
  - ④ **具材の量** 「非常に満足」11%、「非常に満足+ある程度満足」62%
  - ⑤ **パッケージデザイン** 「非常に満足」18%、「非常に満足+ある程度満足」69%
  - ⑥ **調理しやすさ** 「非常に満足」40%、「非常に満足+ある程度満足」93%
- ✓ **総合満足度**：全体で「非常に満足」が24%、「非常に満足+ある程度満足」では91%。最多喫食メーカー別では、「良品計画」「大塚食品」が「非常に満足」で30%を超えた。
- ✓ **現在の最多喫食商品の継続意向**：「とてもそう思う」（＝継続的に食べたい）が44%、「ややそう思う」との合計値で92%。レトルトカレー喫食頻度が高い層ほど、「とてもそう思う」の割合が高くなっている。
- ✓ **今後の期待点・改善要望点**：「価格」のほか、「内容量の増加」「素材のより一層のこだわり」「辛さのバリエーションの増加」「具材の量の増加」が上位。
- ✓ **「より使いやすいパッケージ」の具体的内容**：「袋を開封しやすい」が最多で、以下「カレーが残らず最後までお皿に移しやすい素材の袋」「お皿にカレーを注ぎやすい形の袋」「電子レンジで温める際に、より楽に温められる」などが続いた。



# 調査概要および集計データについて

# 調査概要

◆ **調査対象**：マクロミルモニタ 18～79歳の男女より、スクリーニング設問から下記条件を全て満たす回答者を抽出。

✓ この1年間にレトルトカレーを自分で購入

✓ この1年間にレトルトカレーを自分で喫食

✓ 以下の業種の職業に従事していないこと

→製造業(食品・飲料)、卸売・小売業(食品・飲料)、飲食店、マスコミ・出版関連業、調査業・広告代理業

◆ **調査地域**：日本全国

◆ **調査方法**：インターネットリサーチ

◆ **調査時期**：2020年7月2日（木）～7月4日（土）

◆ **回収割付と有効回収数**：3,708人（下表のように、性別×年齢別で均等に割り付けて回収）

	男性						女性						合計
	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	
グループ1	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
グループ2	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
グループ3	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
合計	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	<b>3,708</b>

\* グループ1～3は基本的に同一調査票を用いて調査しているが、本報告書5章「ライフスタイル／食ライフスタイル」に用いた設問のみ、グループ別で聴取法が異なっている。詳細は5章参照。

\* 本報告書に掲載した集計データは、調査対象者の出現率をもとにウェイト集計を行っている。詳細は次ページ以降を参照。

◆ **調査実施機関**：株式会社マクロミル

# 本調査の集計方法について

- ✓ 本アンケート調査は、前頁記載のように対象者条件合致者を「性別×年代別」による均等割付で回収しており（下表(G)）、そのままでは全体値が市場構成を必ずしも反映していない。そのため、本報告書では、それぞれの「性別×年代別」における1年以内のレトルトカレー購入かつ喫食者の割合（下表(C)）をもとに、その市場人口と構成割合を算出し（下表(E)および(F)）、アンケート回答者数とその構成に合うよう重み（ウェイト、下表(I)）をつけて集計した。
- ✓ 報告書内の集計表で「W後n=」と記載されている列が、**下表(H)の「ウェイト後回答者数」**を示す。

	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)	(F)	(G)	(H)	(I)
	1年以内 レトルトカレー 購入率	1年以内 レトルトカレー 喫食率	1年以内 レトルトカレー 購入かつ喫食率 [(A)&(B)]	人口 (千人)	推計市場人口 (千人) [(D)×(C)]	推計市場人口 構成比	本調査回収数 (人)	ウェイト後 回答者数 (人) [3,708×(F)]	ウェイト係数 [(H)/(G)]
全体 (合計)				96010	50540	100%	3708	<b>3708</b>	
男性 18~29歳	45.2%	59.8%	<b>42.2%</b>	7717	3253	6.4%	309	<b>239</b>	0.772
男性 30~39歳	50.9%	63.3%	<b>47.1%</b>	7219	3399	6.7%	309	<b>249</b>	0.807
男性 40~49歳	50.9%	65.1%	<b>49.5%</b>	9325	4613	9.1%	309	<b>338</b>	1.095
男性 50~59歳	60.8%	71.7%	<b>59.2%</b>	8202	4853	9.6%	309	<b>356</b>	1.152
男性 60~69歳	59.7%	66.8%	<b>57.2%</b>	7808	4468	8.8%	309	<b>328</b>	1.061
男性 70~79歳	51.5%	62.6%	<b>48.9%</b>	7415	3629	7.2%	309	<b>266</b>	0.862
女性 18~29歳	48.3%	60.8%	<b>44.4%</b>	7251	3219	6.4%	309	<b>236</b>	0.764
女性 30~39歳	66.6%	71.3%	<b>61.1%</b>	6966	4258	8.4%	309	<b>312</b>	1.011
女性 40~49歳	61.3%	66.6%	<b>57.3%</b>	9101	5214	10.3%	309	<b>383</b>	1.238
女性 50~59歳	62.1%	65.9%	<b>57.4%</b>	8155	4680	9.3%	309	<b>343</b>	1.111
女性 60~69歳	63.0%	63.4%	<b>57.7%</b>	8170	4712	9.3%	309	<b>346</b>	1.119
女性 70~79歳	53.4%	56.3%	<b>48.9%</b>	8681	4243	8.4%	309	<b>311</b>	1.007

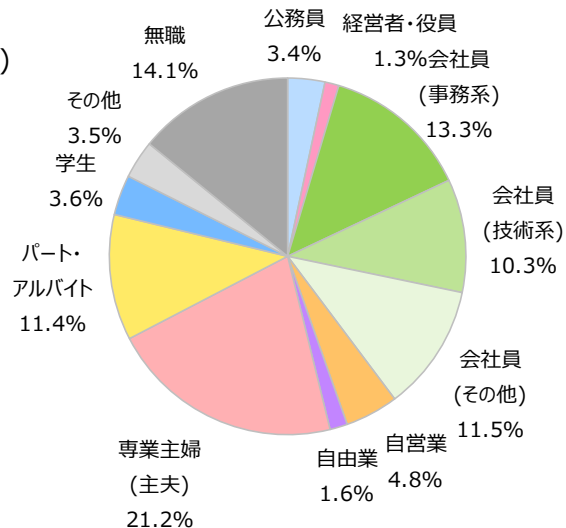
・「1年以内レトルトカレー購入率」（表中(A)）および「1年以内レトルトカレー喫食率」（表中(B)）は、当アンケートスクリーニング質問データより算出。

・「人口」（表中(D)）は、総務省「人口推計の結果の概要 I. 各月1日現在人口「令和2年2月確定値」」のデータベース（<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/file-download?statInfId=000031963355&fileKind=0>）をもとに加工。

# 本調査回答者属性

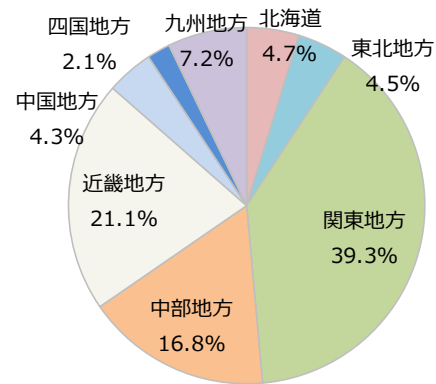
## 【職業】

(n=3,708)



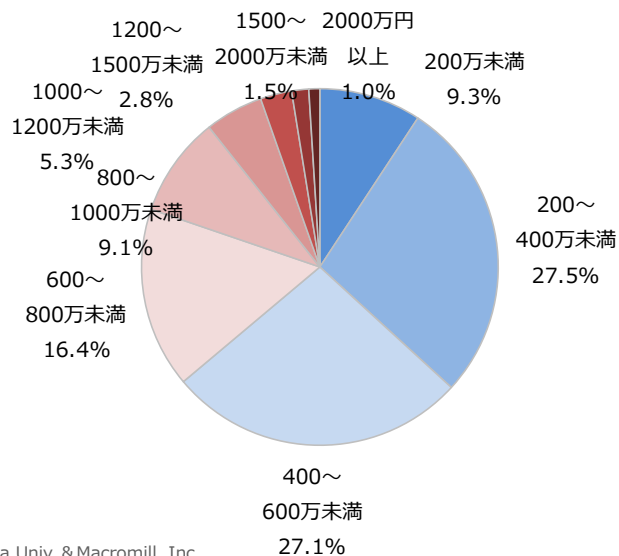
## 【居住地域】

(n=3,708)



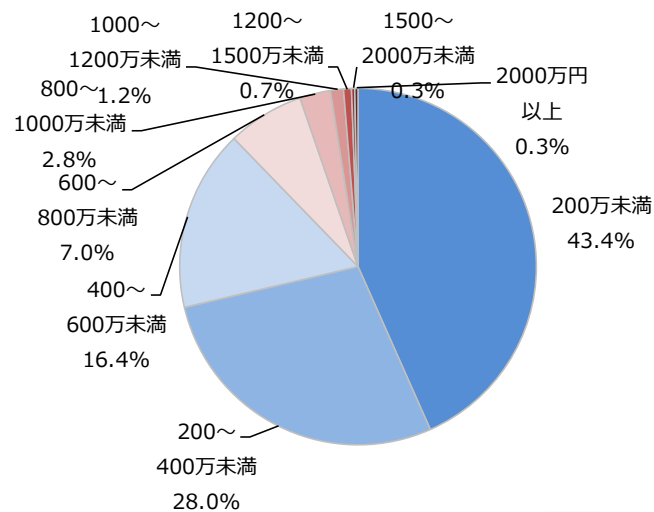
## 【世帯年収】

※有回答者ベース (n=2,915)



## 【個人年収】

※有回答者ベース (n=3,072)



# 調査結果の詳細

※図表内における「P1Y最多購入商品メーカー」「P1Y最多喫食商品メーカー」は、それぞれ「過去1年間の最多購入商品のメーカー」「過去1年間の最多喫食商品のメーカー」を表す。

# 1. レトルトカレーの購入・喫食の基礎実態

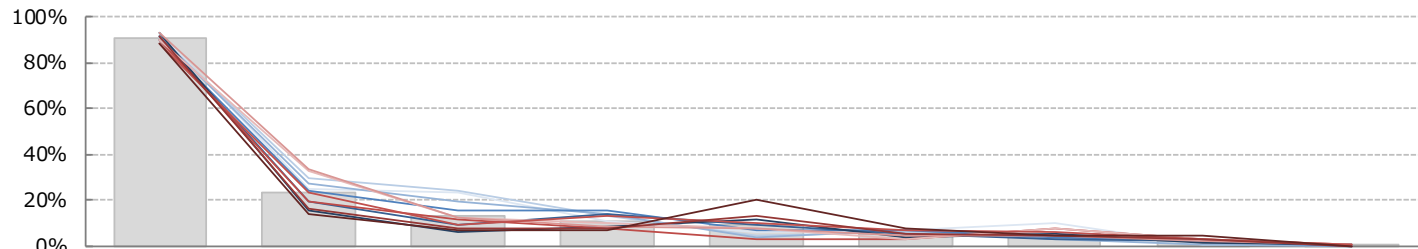
# 1-1 レトルトカレー購入チャネル

✓ いずれの年代や地域でも「スーパー」が大多数のほか、若年代では「コンビニエンスストア」、また30～40代を中心に「ドラッグストア」なども利用の多い購入チャネル。

Q7 この1年間に、あなたは「レトルトカレー」をどこで買いましたか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 全体
- 男性18～29歳
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代
- 男性60代
- 男性70代
- 女性18～29歳
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代
- 女性60代
- 女性70代



		W前n=	W後n=	スーパー	ドラッグストア	コンビニエンスストア	ディスカウントストア/ 100円ショップ	生協	オンライン 通販サイト	ホームセンター/ 生活雑貨店 (無印良品 など)	その他	覚えていない
全体		(3,708)	(3,708)	91.1	23.6	12.8	10.8	8.8	5.4	5.3	2.3	0.3
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	93.5	24.6	23.6	11.0	5.8	6.5	9.7	0.6	0.6
	男性30代	(309)	(249)	91.3	29.8	23.9	13.3	4.9	5.8	5.5	2.3	0.6
	男性40代	(309)	(338)	91.3	27.5	19.7	13.9	3.9	6.8	2.9	0.6	-
	男性50代	(309)	(356)	90.3	23.9	15.9	15.9	6.5	6.8	3.9	1.9	-
	男性60代	(309)	(328)	91.9	19.4	9.1	13.6	9.4	5.2	3.2	2.3	0.3
	男性70代	(309)	(266)	93.5	15.2	6.1	8.1	11.7	3.9	5.2	1.6	0.3
	女性18～29歳	(309)	(236)	90.3	19.7	11.3	7.8	3.2	2.6	7.4	2.6	0.6
	女性30代	(309)	(312)	90.0	33.0	12.0	9.7	7.8	2.6	7.4	2.9	0.3
	女性40代	(309)	(383)	92.9	33.3	12.6	8.1	7.8	4.2	4.2	1.9	0.3
	女性50代	(309)	(343)	88.3	23.6	9.4	12.9	9.7	7.1	6.1	2.9	0.3
女性60代	(309)	(346)	91.9	16.5	7.4	7.4	12.9	5.5	4.9	3.2	-	
女性70代	(309)	(311)	88.3	14.2	6.5	6.8	20.4	7.4	4.9	4.2	-	
居住 地域	北海道	(176)	(182)	90.6	28.1	15.5	5.7	18.9	4.0	6.0	2.3	-
	東北地方	(167)	(169)	91.6	35.1	9.9	7.2	9.3	2.9	3.3	0.9	-
	関東地方	(1,458)	(1,454)	92.7	18.5	15.2	11.2	7.7	5.5	5.1	2.4	0.2
	中部地方	(624)	(614)	90.6	31.0	10.1	6.9	4.1	4.9	5.6	2.8	0.5
	近畿地方	(781)	(785)	91.8	17.7	12.6	10.1	12.5	6.3	5.1	1.8	0.3
	中国地方	(158)	(159)	89.5	29.9	7.9	16.5	6.7	7.0	3.9	1.2	0.5
	四国地方	(78)	(79)	86.3	38.5	12.6	16.2	15.4	6.2	7.0	6.0	-
九州地方	(266)	(267)	83.5	33.2	10.0	20.2	7.3	5.3	6.8	2.1	0.3	

※「全体」スコアで降順ソート

## 1-2 レトルトカレー購入頻度

- ✓ 全体では「2～3ヶ月に1回程度」「月に1回程度」がそれぞれ約3割ほど。
- ✓ いずれの年代においても、女性より男性のほうが購入頻度が高い傾向。

Q8 あなたは「レトルトカレー」をどのくらいの頻度で買っていますか。この1年間の平均的なご様子をお答えください。  
※1度に買う個数に関わらず、レトルトカレーを買う「回数」としてお答えください。

SA

■ 週に1回以上 ■ 月に2～3回程度 ■ 月に1回程度 ■ 2～3ヶ月に1回程度 ■ 年に1～2回程度

		W前n=	W後n=	0%	25%	50%	75%	100%
全体		(3,708)	(3,708)	3.8	17.8	29.3	32.7	16.3
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	10.0	26.9	27.5	22.3	13.3
	男性30代	(309)	(249)	6.5	23.0	30.7	27.5	12.3
	男性40代	(309)	(338)	6.5	22.0	30.7	29.4	11.3
	男性50代	(309)	(356)	6.1	24.3	33.0	26.9	9.7
	男性60代	(309)	(328)	3.6	20.4	32.7	32.0	11.3
	男性70代	(309)	(266)	3.6	23.0	37.5	25.2	10.7
	女性18～29歳	(309)	(236)	1.6	11.7	25.2	39.2	22.3
	女性30代	(309)	(312)	1.9	14.6	27.8	37.2	18.4
	女性40代	(309)	(383)	1.9	12.3	25.9	38.5	21.4
	女性50代	(309)	(343)	2.3	13.9	22.7	42.1	19.1
	女性60代	(309)	(346)	1.6	12.6	25.6	34.0	26.2
	女性70代	(309)	(311)	1.9	12.6	33.7	34.3	17.5
職業	公務員	(125)	(119)	6.2	16.1	33.3	27.4	17.0
	会社員・経営者・役員	(1,349)	(1,325)	5.7	21.0	29.4	29.4	14.5
	自営・自由業	(238)	(245)	2.5	17.7	30.0	33.1	16.7
	専業主婦(主夫)	(786)	(832)	1.7	11.5	28.1	39.7	19.0
	パート・アルバイト	(423)	(449)	2.3	17.0	28.0	36.1	16.6
	学生	(135)	(105)	9.1	21.3	25.0	28.9	15.7
	その他	(128)	(127)	3.9	20.2	31.9	27.7	16.4
	無職	(524)	(507)	2.7	19.9	31.3	30.4	15.7



# 1-3 レトルトカレー喫食頻度

- ✓ 全体では「週に1～2食程度」「月に2～3食程度」「月に1食程度」がそれぞれ25%ずつ程度で拮抗。
- ✓ 男性のほうが喫食頻度が高く、各年代とも「月2～3食程度」以上が半数近くを占める。

Q9 では、あなたは「レトルトカレー」をどのくらい食べていますか。この1年間の平均的なご様子をお答えください。※ご自身で買ったものでなくても構いません。

SA

■ 週に3食以上 ■ 週に1～2食程度 ■ 月に2～3食程度 ■ 月に1食程度 ■ 2～3ヶ月に1食程度 ■ 年に1～2食程度

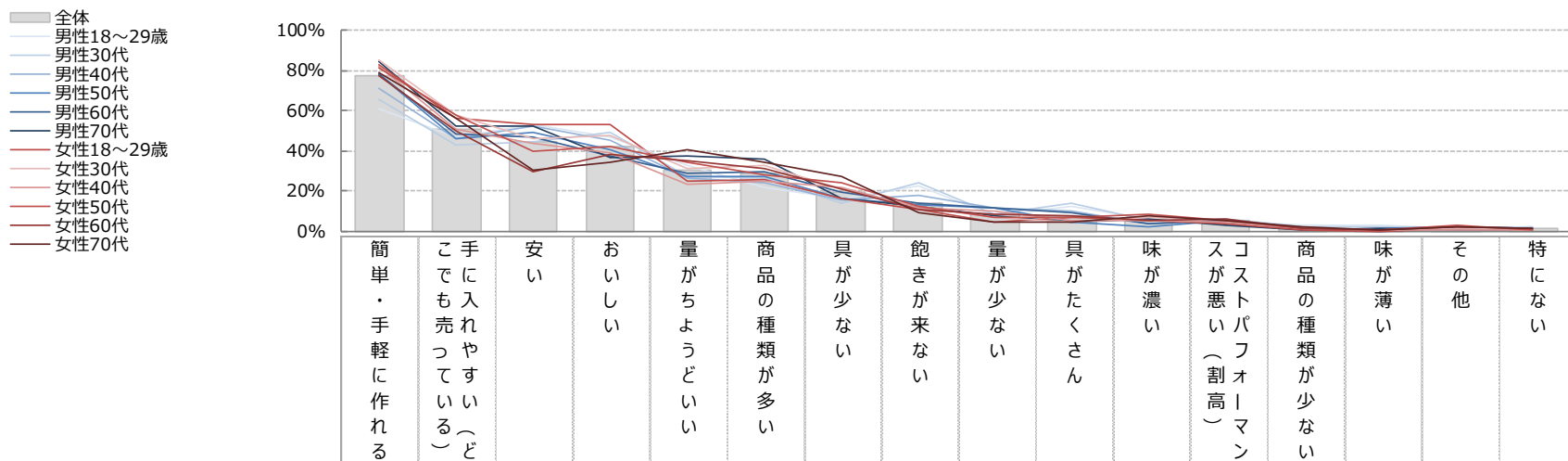
		W前n=	W後n=	0%	25%	50%	75%	100%	
全体		(3,708)	(3,708)	1.0	7.3	25.2	27.2	25.7	13.6
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	4.2	16.2	29.4	21.0	21.0	8.1
	男性30代	(309)	(249)	1.6	12.0	29.4	26.9	20.4	9.7
	男性40代	(309)	(338)	2.3	11.7	32.7	26.5	19.4	7.4
	男性50代	(309)	(356)	1.6	12.3	31.1	28.2	20.4	6.5
	男性60代	(309)	(328)	1.0	5.5	36.6	26.5	22.7	7.8
	男性70代	(309)	(266)	0.3	8.7	39.5	28.2	15.9	7.4
	女性18～29歳	(309)	(236)	1.0	3.6	19.4	23.3	33.3	19.4
	女性30代	(309)	(312)	0.3	4.9	20.4	26.5	30.7	17.2
	女性40代	(309)	(383)	0.3	3.9	14.6	29.4	31.7	20.1
	女性50代	(309)	(343)	0.3	4.9	16.2	28.2	31.1	19.4
	女性60代	(309)	(346)	2.9	16.5	27.5	31.1	22.0	
	女性70代	(309)	(311)	0.3	3.6	21.7	31.1	27.5	15.9
職業	公務員	(125)	(119)	0.9	9.3	21.5	34.6	21.7	12.0
	会社員・経営者・役員	(1,349)	(1,325)	1.5	10.6	27.6	25.6	23.0	11.7
	自営・自由業	(238)	(245)	0.9	4.1	31.7	26.3	25.2	11.7
	専業主婦(主夫)	(786)	(832)	0.1	2.3	17.3	29.7	32.9	17.6
	パート・アルバイト	(423)	(449)	0.9	6.8	20.7	27.8	26.6	17.2
	学生	(135)	(105)	3.7	10.6	24.3	22.0	29.6	9.9
	その他	(128)	(127)	7.3		32.8	30.9	15.7	13.3
	無職	(524)	(507)	1.2	7.5	32.1	25.6	22.8	10.9

# 1-4 レトルトカレーの製品カテゴリーイメージ

- ✓「簡単・手軽に作れる」が最も高く、次いで「手に入れやすい」「安い」「おいしい」が続く。
- ✓ネガティブイメージは低いが、その中では「具が少ない」が2割ほどで最も高い。
- ✓購入頻度が高い層は、特に「おいしい」「飽きが来ない」「具がたくさん」などでスコアが高まる傾向。

Q10 「レトルトカレー」について、あなたのイメージやお気持ちに合うものは以下のどちらですか。あてはまるものを全てお選びください。

MA



		W前n=	W後n=	簡単・ 手軽に 作れる	こでも 入れ やすい (ど)	安い	おい しい	量 が ち よ う ど い い	商 品 の 種 類 が 多 い	具 が 少 な い	飽 き が 来 な い	量 が 少 な い	具 が た く さ ん	味 が 濃 い	ス が 悪 い ( 割 高 )	コ ス ト パ フ ォ ー マ ン	商 品 の 種 類 が 少 な い	味 が 薄 い	そ の 他	特 に な い
全体		(3,708)	(3,708)	77.7	51.2	44.6	42.2	30.7	28.6	19.3	13.9	8.5	7.3	5.4	5.0	1.3	0.7	1.5	1.0	
性別 × 年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	61.2	47.2	53.4	46.6	32.7	22.0	16.2	22.3	7.8	12.6	5.8	5.2	2.6	2.9	1.3	1.6	
	男性30代	(309)	(249)	65.4	42.7	44.7	49.5	27.2	26.5	13.6	24.3	8.4	13.6	5.2	5.8	1.9	2.3	1.0	2.3	
	男性40代	(309)	(338)	71.2	46.3	52.1	45.6	26.9	24.3	15.2	17.8	11.7	10.4	3.9	5.5	1.0	0.3	0.6	1.0	
	男性50代	(309)	(356)	78.6	46.3	49.2	40.8	27.2	27.5	16.2	13.3	11.7	4.5	2.3	5.5	0.6	1.0	2.3	1.0	
	男性60代	(309)	(328)	78.3	48.5	46.9	37.5	29.1	29.8	19.4	14.2	11.7	9.1	3.6	5.2	1.0	-	1.9	1.6	
	男性70代	(309)	(266)	84.8	52.8	52.1	36.9	37.2	35.9	16.5	12.6	7.4	4.9	5.8	2.9	0.3	1.3	0.3	0.3	
	女性18～29歳	(309)	(236)	82.8	56.3	53.1	53.4	24.6	25.9	16.2	10.7	4.2	6.5	5.2	3.6	0.6	-	1.6	0.3	
	女性30代	(309)	(312)	85.1	57.9	46.3	47.9	31.4	33.0	20.7	12.0	7.1	4.5	7.1	5.2	1.0	0.3	1.0	0.6	
	女性40代	(309)	(383)	81.9	50.5	43.7	39.2	23.3	24.6	21.7	11.3	10.4	5.2	5.2	4.5	1.0	0.6	0.6	0.3	
	女性50代	(309)	(343)	81.6	58.3	39.5	42.4	34.0	28.2	24.3	12.3	7.1	7.1	8.7	5.5	1.6	0.3	2.9	0.3	
女性60代	(309)	(346)	77.3	50.2	29.4	37.9	35.3	31.4	20.7	11.0	8.1	7.4	5.2	5.8	1.6	0.3	2.3	1.3		
女性70代	(309)	(311)	79.3	56.6	30.7	34.3	40.8	34.0	27.2	9.1	4.5	4.2	7.8	5.2	2.3	0.3	1.9	1.3		
レトルト カレー 購入頻度	週に1回以上	(147)	(142)	72.1	54.0	46.2	64.0	39.9	35.8	9.1	44.0	6.2	20.7	3.5	4.3	2.2	1.6	0.8	-	
	月に1～3回程度	(671)	(661)	74.3	55.0	50.9	53.2	41.6	33.8	15.5	23.5	9.0	13.7	7.0	4.7	1.3	0.8	0.9	0.6	
	月に1回程度	(1,091)	(1,088)	77.5	49.4	46.8	45.1	32.3	30.8	18.0	14.1	7.0	6.9	4.7	3.9	1.6	0.9	1.2	1.1	
	2～3ヶ月に1回程度	(1,201)	(1,214)	80.3	51.8	44.6	38.6	26.6	26.4	21.4	9.4	9.0	4.6	5.0	4.6	1.0	0.7	1.8	0.9	
年に1～2回程度	(598)	(603)	78.1	48.2	33.2	27.1	22.1	22.0	23.8	5.2	10.6	3.3	6.2	8.4	0.9	0.3	2.3	1.5		

※「全体」スコアで降順ソート

## 2. レトルトカレー商品購入過程

## 2-1 レトルトカレー購入商品（過去1年間、商品別）

- ✓ 過去1年以内の購入商品（複数回答）は、「咖喱屋カレー」（ハウス食品）が48%と最多、次いで「銀座カリー」（明治）、「ボンカレーゴールド」（大塚食品）が続いている。

Q11 あなたがこの1年間に買った「レトルトカレー」の商品はどちらですか。あてはまるものを全てお選びください。ご自身で食べていないものも含めてください。  
 選択肢は、メーカーの50音順に並んでいます。※画像は一例です。味や辛さなどによってパッケージが異なる場合もあります。

MA

全体値（ウェイト後 n=3,708）

メーカー	商品	(%)
イオントップバリュ	ビーフカレーシリーズ	13.8
	その他のイオントップバリュ	2.0
いなば食品	いなば食品の商品（バターチキンカレー、チキンとタイカレーなど）	3.3
江崎グリコ	カレー職人	17.7
	ビーフカレー L E E	15.0
	その他の江崎グリコ	0.3
エスビー食品	おいしいカレー	8.0
	カレー曜日	9.2
	ホテル・シェフ仕様特製ビーフカレー	11.4
	濃厚好きのごちそう	3.2
	神田カレーグランプリ	4.6
	その他のエスビー食品	0.9
大塚食品	ボンカレーゴールド	28.0
	マイサイズ シリーズ	5.5
	その他の大塚食品	0.6
セブン&アイホールディングス	セブン&アイホールディングスの商品（セブンプレミアムシリーズなど）	5.3
永谷園	アンパンマンミニパックカレー	6.4
	その他の永谷園	0.1
日本ハム	レストラン仕様カレー	16.5
	その他の日本ハム	0.1

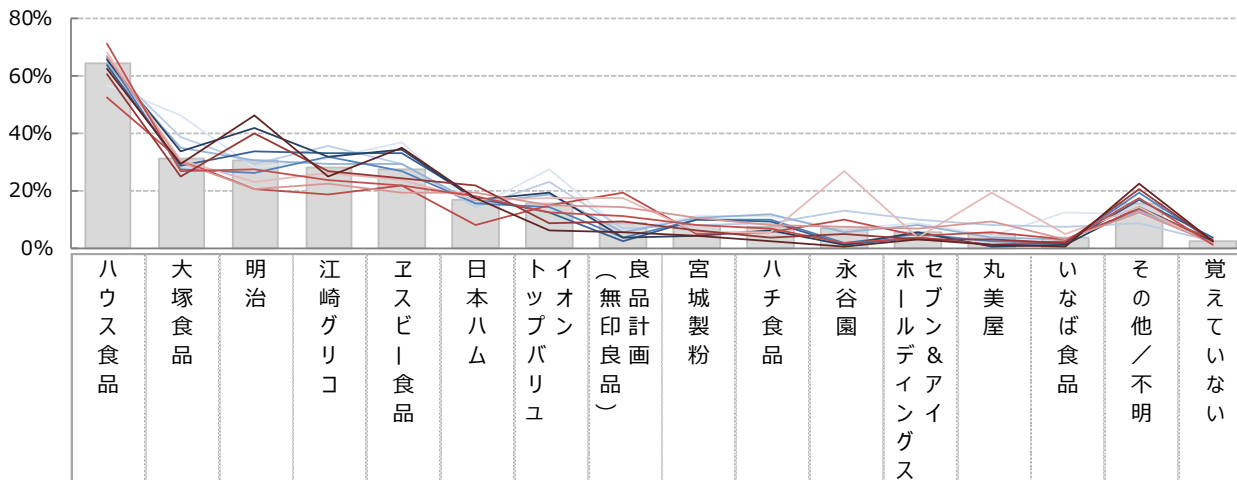
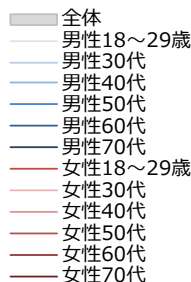
メーカー	商品	(%)
ハウス食品	咖喱（カリー）屋カレー	47.9
	プロ クオリティ ビーフカレー	16.5
	ククレカレー	7.9
	カレーマルシェ	9.5
	ザ・ホテル・カレー	7.7
	選ばれし人気店	3.4
	その他のハウス食品	0.8
ハチ食品	メガ盛りカレー	6.6
	その他のハチ食品	1.0
丸美屋	プリキュアカレー	2.6
	ポケモンカレー	2.4
	ドラえもんカレー	2.0
	すみっコぐらしカレー	1.6
	その他の丸美屋	0.2
		その他の丸美屋
宮城製粉	おとなの大盛カレー	7.0
	野菜と果物が溶け込んだカレー	2.3
	その他の宮城製粉	0.1
明治	銀座カリー	29.3
	まるごと野菜カレー	3.1
	その他の明治	0.2
良品計画（無印良品）	良品計画（無印良品）の商品	8.7
その他／不明	その他のメーカーの商品／メーカー名不明の商品	15.7
	覚えていない	2.3

## 2-2 レトルトカレー購入商品（過去1年間、メーカー別集計）

- ✓ 前頁で見た結果をメーカー別に集計すると、「ハウス食品」が64%と最多、次いで「大塚食品」「明治」「江崎グリコ」「アスビー食品」が30%前後で続く。
- ✓ 小さな子ども用に購入する家庭では「永谷園」「丸美屋」も高い。

Q11 あなたがこの1年間に買った「レトルトカレー」の商品はどちらですか。あてはまるものを全てお選びください。ご自身で食べていないものも含めてください。  
 選択肢は、メーカーの50音順に並んでいます。※画像は一例です。味や辛さなどによってパッケージが異なる場合があります。

MA



		W前n=	W後n=																
性別 ×年代別	全体	(3,708)	(3,708)	64.2	31.2	30.7	27.8	27.6	16.5	15.3	8.7	7.8	7.2	6.4	5.3	4.9	3.3	15.7	2.3
	男性18~29歳	(309)	(239)	57.3	46.3	28.2	31.4	36.6	14.2	27.5	5.8	11.3	11.0	6.8	8.7	4.2	12.3	12.0	3.9
	男性30代	(309)	(249)	64.1	38.5	29.4	35.6	29.4	14.6	23.0	6.5	7.8	8.4	12.9	9.7	8.1	7.1	8.7	2.3
	男性40代	(309)	(338)	64.4	35.0	30.7	29.1	29.4	15.5	18.4	5.2	10.4	11.7	5.5	8.1	3.6	2.9	12.9	1.9
	男性50代	(309)	(356)	66.3	27.2	26.2	31.7	26.9	15.5	14.6	3.9	10.0	9.7	1.6	4.9	2.3	1.6	19.1	2.6
	男性60代	(309)	(328)	63.8	28.8	34.0	33.0	33.0	17.5	12.6	2.3	9.7	9.1	1.0	3.6	1.0	1.9	16.8	3.6
	男性70代	(309)	(266)	66.0	34.0	41.7	31.7	34.3	16.8	19.4	3.9	4.5	5.8	1.0	5.2	0.3	1.0	14.6	2.6
	女性18~29歳	(309)	(236)	52.8	30.7	20.7	18.8	22.0	8.1	15.2	19.1	4.9	5.2	9.7	4.2	5.2	3.2	13.6	2.9
	女性30代	(309)	(312)	68.3	30.7	23.0	26.2	23.6	16.5	17.5	17.2	5.5	5.2	26.5	3.9	19.4	4.9	14.6	1.0
	女性40代	(309)	(383)	67.3	29.8	20.7	22.7	19.4	19.1	14.9	14.6	10.4	7.8	7.4	6.5	9.4	2.9	12.3	1.9
	女性50代	(309)	(343)	71.5	26.9	27.5	23.6	21.7	17.8	12.3	11.3	8.1	6.5	1.9	3.9	1.0	2.3	17.5	1.3
	女性60代	(309)	(346)	60.8	24.9	39.8	26.5	24.3	21.7	8.7	9.1	5.8	3.9	4.9	3.2	3.2	1.9	20.4	2.3
女性70代	(309)	(311)	62.5	29.1	46.6	25.2	35.0	17.2	5.8	5.5	4.2	2.6	0.6	2.9	1.0	0.6	22.3	2.3	
他の 喫食者	自分のみ	(1,079)	(1,053)	59.0	28.3	26.4	25.7	25.9	13.7	14.8	7.0	6.1	7.8	1.1	5.2	0.5	2.6	19.2	2.7
	子ども（未就学児～小学生）	(483)	(484)	67.7	36.0	23.9	32.7	28.6	16.5	20.6	10.9	11.0	8.5	36.1	6.1	28.7	5.4	10.5	1.8
	それ以外の人	(2,570)	(2,594)	66.4	32.3	32.8	28.7	28.7	17.9	15.5	9.3	8.6	7.0	7.9	5.4	5.8	3.6	14.3	2.2

※「全体」スコアで降順ソート

## 2-3 レトルトカレー喫食商品（過去1年間、商品別）

✓過去1年以内の喫食商品（複数回答）は、「咖喱屋カレー」（ハウス食品）が43%と最多、次いで「ボンカレーゴールド」（大塚食品）、「銀座カリー」（明治）が続いている。

Q12 それでは、あなたがこの1年間に食べた「レトルトカレー」の商品はどちらですか。あてはまるものを全てお選びください。ご自身で買ったものでなくても構いません。選択肢は、前の質問と同じで、メーカーの50音順に並んでいます。※画像は一例です。味や辛さなどによってパッケージが異なる場合もあります。

MA

全体値（ウェイト後 n=3,708）

メーカー	商品	(%)
イオントップバリュ	ビーフカレーシリーズ	14.2
	その他のイオントップバリュ	1.8
いなば食品	いなば食品の商品（バターチキンカレー、チキンとタイカレーなど）	3.4
江崎グリコ	カレー職人	13.9
	ビーフカレー L E E	11.4
	その他の江崎グリコ	0.3
エスビー食品	おいしいカレー	5.7
	カレー曜日	7.5
	ホテル・シェフ仕様特製ビーフカレー	9.5
	濃厚好きのごちそう	3.0
	神田カレーグランプリ	4.0
	その他のエスビー食品	0.8
大塚食品	ボンカレーゴールド	23.8
	マイサイズ シリーズ	4.6
	その他の大塚食品	0.6
セブン&アイホールディングス	セブン&アイホールディングスの商品（セブンプレミアムシリーズなど）	4.8
永谷園	アンパンマンミニパックカレー	1.5
	その他の永谷園	0.0
日本ハム	レストラン仕様カレー	13.7
	その他の日本ハム	0.1

メーカー	商品	(%)	
ハウス食品	咖喱（カレー）屋カレー	42.5	
	プロ クオリティ ビーフカレー	14.8	
	ククレカレー	5.8	
	カレーマルシェ	7.1	
	ザ・ホテル・カレー	6.1	
	選ばれし人気店	2.9	
	その他のハウス食品	0.6	
ハチ食品	メガ盛りカレー	5.4	
	その他のハチ食品	0.9	
丸美屋	プリキュアカレー	0.5	
	ポケモンカレー	0.6	
	ドラえもんカレー	0.4	
	すみっぐらしかレー	0.4	
		その他の丸美屋	0.1
	宮城製粉	おとなの大盛カレー	5.9
	野菜と果物が溶け込んだカレー	2.0	
	その他の宮城製粉	0.1	
明治	銀座カリー	22.9	
	まるごと野菜カレー	2.6	
	その他の明治	0.3	
良品計画（無印良品）	良品計画（無印良品）の商品	8.5	
その他／不明	その他のメーカーの商品／メーカー名不明の商品	15.8	
	覚えていない	3.0	

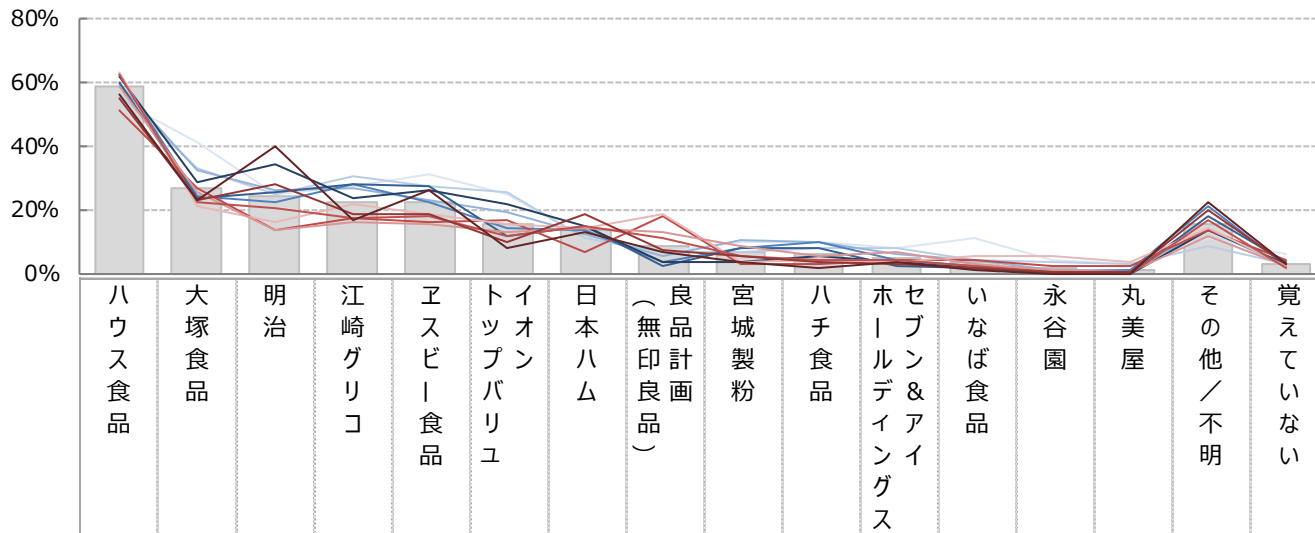
## 2-4 レトルトカレー喫食商品（過去1年間、メーカー別集計）

✓ 前頁で見た結果をメーカー別に集計すると、「ハウス食品」が59%と最多、次いで「大塚食品」「明治」「大塚食品」「明治」「江崎グリコ」「アスビー食品」が20%台で続く。

Q12 それでは、あなたがこの1年間に食べた「レトルトカレー」の商品はどちらですか。あてはまるものを全てお選びください。ご自身で買ったものでなくても構いません。選択肢は、前の質問と同じで、メーカーの50音順に並んでいます。※画像は一例です。味や辛さなどによってパッケージが異なる場合もあります。

MA

■ 全体  
 ■ 男性18～29歳  
 ■ 男性30代  
 ■ 男性40代  
 ■ 男性50代  
 ■ 男性60代  
 ■ 男性70代  
 ■ 女性18～29歳  
 ■ 女性30代  
 ■ 女性40代  
 ■ 女性50代  
 ■ 女性60代  
 ■ 女性70代



		W前n=	W後n=	ハウス食品	大塚食品	明治	江崎グリコ	アスビー食品	トップパリュ	イオン	日本ハム	(無印良品)	良品計画	宮城製粉	八手食品	ホールディングス	セブン&アイ	いなば食品	永谷園	丸美屋	その他/不明	覚えていない
全体		(3,708)	(3,708)	58.8	26.7	24.2	22.5	22.2	15.5	13.8	8.5	6.5	6.1	4.8	3.4	1.5	1.1	15.8	3.0			
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	54.7	41.4	24.9	27.5	31.4	24.9	11.3	6.5	10.0	9.7	7.8	11.0	4.2	2.9	11.0	5.8			
	男性30代	(309)	(249)	56.3	33.3	25.2	30.7	27.5	25.6	11.3	6.5	6.5	7.8	8.1	4.5	3.6	2.9	8.7	3.2			
	男性40代	(309)	(338)	59.2	32.4	26.2	26.5	23.0	19.4	12.6	5.5	10.4	10.0	5.8	4.5	1.0	1.0	13.6	2.6			
	男性50代	(309)	(356)	62.5	24.6	22.7	28.2	22.3	14.2	13.9	3.6	8.1	9.7	4.5	2.3	0.3	1.0	21.4	2.6			
	男性60代	(309)	(328)	59.9	23.9	25.6	27.8	27.5	11.7	14.9	2.3	8.1	7.8	2.6	1.6	-	-	18.1	3.9			
	男性70代	(309)	(266)	62.1	28.5	34.3	23.9	26.2	21.7	14.9	3.6	3.9	5.2	3.6	1.6	0.3	-	13.6	3.2			
	女性18～29歳	(309)	(236)	51.5	26.9	13.9	17.2	15.9	16.8	6.8	17.8	3.2	2.9	4.2	4.5	2.6	2.3	13.9	4.2			
	女性30代	(309)	(312)	63.4	21.4	16.2	22.0	18.8	15.5	14.2	18.8	3.9	4.2	3.9	5.2	5.2	3.9	14.6	2.3			
	女性40代	(309)	(383)	58.9	25.6	13.9	16.2	15.5	13.3	14.6	13.3	8.7	5.5	6.8	3.2	1.3	0.6	12.0	2.3			
	女性50代	(309)	(343)	62.5	22.3	20.7	17.5	17.8	11.7	15.2	11.3	5.5	4.5	4.2	2.3	0.3	-	16.8	1.9			
	女性60代	(309)	(346)	55.0	23.0	28.2	18.4	18.8	10.0	18.8	7.4	5.2	3.9	2.9	1.6	0.6	0.3	19.7	2.9			
	女性70代	(309)	(311)	56.6	23.0	40.1	16.8	25.9	7.8	13.3	6.5	3.6	1.6	3.6	1.3	-	-	22.3	2.9			

※「全体」スコアで降順ソート

## 2-5 レトルトカレー最多購入商品（過去1年間、商品別）

- ✓ 過去1年以内の最多購入商品（単一回答。Q11で購入商品を「覚えていない」の回答者を除く）は、「咖喱屋カレー」（ハウス食品）が22%と最多、次いで「ボンカレーゴールド」（大塚食品）、「銀座カリー」（明治）、「プロクオリティビーフカレー」（ハウス食品）などが続いている。

Q13S1 では、この1年間にあなたが買った「レトルトカレー」のうち、(1)最も多く買った商品はどれでしたか。(2)また、あなたご自身が最も多く食べたものはどれでしたか。  
※同じくらい多く買った（または食べた）商品がある場合は、その中であなたが最も好きな商品をお選びください。【最も多く買った商品】

SA

※Q11で購入銘柄を覚えている人

全体値（ウェイト後 n=3,622）

メーカー	商品	(%)
イオントップバリュ	ビーフカレーシリーズ	5.7
	その他のイオントップバリュ	0.9
いなば食品	いなば食品の商品（バターチキンカレー、チキンとタイカレーなど）	0.7
江崎グリコ	カレー職人	3.9
	ビーフカレー L E E	2.9
	その他の江崎グリコ	0.1
エスビー食品	おいしいカレー	1.2
	カレー曜日	1.4
	ホテル・シェフ仕様特製ビーフカレー	2.4
	濃厚好きのごちそう	0.5
	神田カレーグランプリ	0.9
	その他のエスビー食品	0.4
大塚食品	ボンカレーゴールド	9.1
	マイサイズ シリーズ	0.8
	その他の大塚食品	0.2
セブン&アイホールディングス	セブン&アイホールディングスの商品（セブンプレミアムシリーズなど）	0.9
永谷園	アンパンマンミニパックカレー	1.4
	その他の永谷園	0.0
日本ハム	レストラン仕様カレー	5.6
	その他の日本ハム	0.0

メーカー	商品	(%)
ハウス食品	咖喱（カリー）屋カレー	21.6
	プロクオリティビーフカレー	6.8
	ククレカレー	1.1
	カレーマルシェ	2.1
	ザ・ホテル・カレー	1.1
	選ばれし人気店	0.5
	その他のハウス食品	0.2
ハチ食品	メガ盛りカレー	1.6
	その他のハチ食品	0.5
丸美屋	プリキユアカレー	0.3
	ポケモンカレー	0.3
	ドラえもんカレー	0.1
	すみっコぐらしカレー	0.0
	その他の丸美屋	0.0
	宮城製粉	おとなの大盛カレー
	野菜と果物が溶け込んだカレー	0.2
	その他の宮城製粉	0.0
明治	銀座カリー	7.2
	まるごと野菜カレー	0.4
	その他の明治	0.0
良品計画（無印良品）	良品計画（無印良品）の商品	4.1
その他／不明	その他のメーカーの商品／メーカー名不明の商品	10.2



## 2-6 レトルトカレー最多購入商品（過去1年間、メーカー別集計）

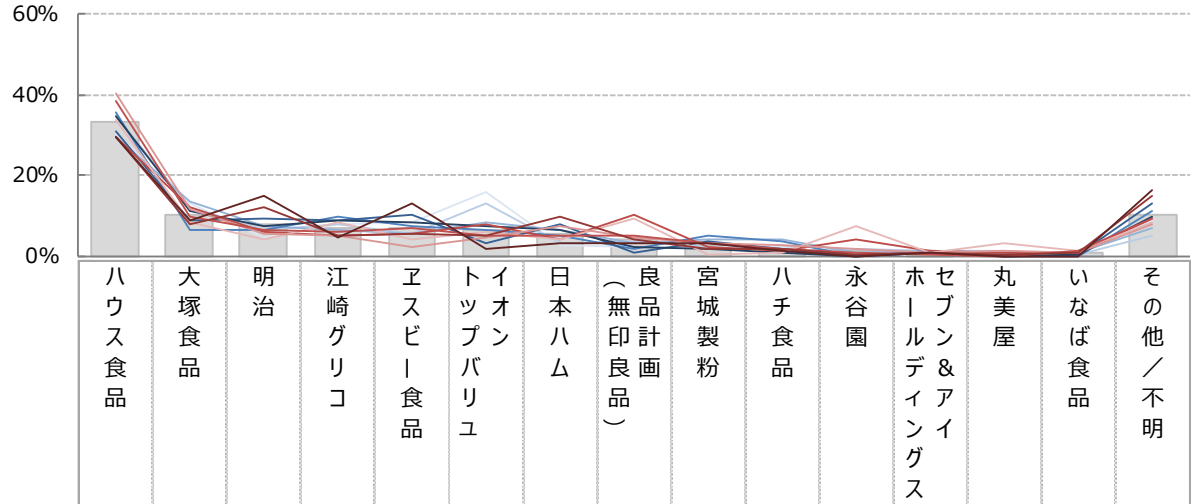
✓ 前頁で見た結果をメーカー別に集計すると、「ハウス食品」が33%と最多、次いで「大塚食品」「明治」「江崎グリコ」「アスビー食品」「イオントップバリュ」等が続く。

Q13S1 では、この1年間にあなたが買った「レトルトカレー」のうち、(1)最も多く買った商品はどれでしたか。(2)また、あなたご自身が最も多く食べたものはどれでしたか。  
※同じくらい多く買った（または食べた）商品がある場合は、その中であなたが最も好きな商品をお選びください。【最も多く買った商品】

SA

※Q11で購入銘柄を覚えている人

- 全体
- 男性18～29歳
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代
- 男性60代
- 男性70代
- 女性18～29歳
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代
- 女性60代
- 女性70代



		W前n=	W後n=	ハウス食品	大塚食品	明治	江崎グリコ	アスビー食品	イオントップバリュ	日本ハム	(無印良品)	良品計画	宮城製粉	ハチ食品	永谷園	ホール＆イングス	セブン＆アイ	丸美屋	いなば食品	その他/不明
全体		(3,620)	(3,622)	33.4	10.1	7.7	6.9	6.8	6.6	5.6	4.1	2.8	2.1	1.4	0.9	0.7	0.7	10.2		
性別 ×年代別	男性18～29歳	(297)	(229)	30.6	13.1	4.7	7.7	8.4	15.8	2.7	2.0	2.0	2.0	-	0.7	-	1.3	8.8		
	男性30代	(302)	(244)	34.8	11.9	6.6	7.9	5.3	12.9	3.3	3.6	2.3	1.3	2.0	1.3	1.3	0.3	5.0		
	男性40代	(303)	(332)	29.7	13.5	7.3	6.6	5.6	8.6	6.3	3.3	4.0	4.3	1.0	1.3	1.0	0.7	6.9		
	男性50代	(301)	(347)	35.9	6.3	6.6	9.6	7.6	6.3	5.0	1.7	5.0	3.7	-	1.0	-	-	11.3		
	男性60代	(298)	(316)	30.9	8.7	9.1	8.7	10.4	3.4	7.7	1.0	3.7	1.7	-	1.3	-	0.3	13.1		
	男性70代	(301)	(259)	34.9	11.0	7.6	8.6	8.3	7.3	6.6	2.0	1.7	1.0	-	0.7	-	0.3	10.0		
	女性18～29歳	(300)	(229)	29.3	12.3	6.0	5.0	5.3	7.7	4.0	10.3	2.3	1.3	4.0	1.3	1.0	0.7	9.3		
	女性30代	(306)	(309)	34.0	8.5	3.9	8.2	4.2	5.9	3.9	9.2	0.3	1.0	7.2	0.7	3.3	1.3	8.5		
	女性40代	(303)	(375)	40.3	11.6	5.6	5.0	2.3	4.6	7.6	4.6	3.3	2.6	2.0	0.7	1.3	0.7	7.9		
	女性50代	(305)	(339)	38.7	9.8	6.6	5.9	6.9	4.9	5.2	4.9	3.3	2.0	0.7	0.3	-	1.3	9.5		
女性60代	(302)	(338)	29.5	7.9	12.3	5.0	5.6	5.0	9.6	4.0	2.0	1.7	0.3	1.0	0.3	1.0	14.9			
女性70代	(302)	(304)	29.5	8.6	14.9	4.6	12.9	2.0	3.3	3.0	3.0	1.3	-	0.7	-	-	16.2			
他の喫食者	自分のみ	(1,049)	(1,025)	30.9	8.8	7.0	8.1	7.1	8.0	4.7	4.3	2.9	2.4	0.1	1.1	-	0.6	14.1		
	子ども（未就学児～小学生）	(474)	(475)	33.7	11.9	4.1	6.1	3.8	8.0	3.0	3.4	2.1	2.5	9.9	0.3	4.9	0.9	5.5		
	それ以外の人	(2,513)	(2,538)	34.4	10.6	8.1	6.3	6.9	6.1	6.2	4.0	2.8	1.9	1.6	0.9	0.7	0.7	8.8		

※「全体」スコアを降順ソート

## 2-7 レトルトカレー最多喫食商品（過去1年間、商品別）

- ✓ 過去1年以内の最多喫食商品（単一回答。Q12で喫食商品を「覚えていない」の回答者を除く）は、「咖喱屋カレー」（ハウス食品）が22%と最多、次いで「ボンカレーゴールド」（大塚食品）、「銀座カリー」（明治）、「プロクオリティビーフカレー」（ハウス食品）などが続いている。

Q13S2 では、この1年間にあなたが買った「レトルトカレー」のうち、(1)最も多く買った商品はどれでしたか。(2)また、あなたご自身が最も多く食べたものはどれでしたか。

※同じくらい多く買った（または食べた）商品がある場合は、その中であなたが最も好きな商品をお選びください。【自分が最も多く食べた商品】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

全体値（ウェイト後 n=3,595）

メーカー	商品	(%)
イオントップバリュ	ビーフカレーシリーズ	5.7
	その他のイオントップバリュ	0.9
いなば食品	いなば食品の商品（バターチキンカレー、チキンとタイカレーなど）	0.8
江崎グリコ	カレー職人	3.7
	ビーフカレー L E E	2.9
	その他の江崎グリコ	0.1
アスビー食品	おいしいカレー	1.1
	カレー曜日	1.6
	ホテル・シェフ仕様特製ビーフカレー	2.6
	濃厚好きのごちそう	0.5
	神田カレーグランプリ	0.9
	その他のアスビー食品	0.4
大塚食品	ボンカレーゴールド	8.9
	マイサイズ シリーズ	0.7
	その他の大塚食品	0.2
セブン&アイホールディングス	セブン&アイホールディングスの商品（セブンプレミアムシリーズなど）	1.0
永谷園	アンパンマンミニパックカレー	0.3
	その他の永谷園	0.0
日本ハム	レストラン仕様カレー	5.6
	その他の日本ハム	0.0

メーカー	商品	(%)
ハウス食品	咖喱（カリー）屋カレー	22.1
	プロクオリティビーフカレー	6.8
	ククレカレー	1.0
	カレーマルシェ	2.1
	ザ・ホテル・カレー	1.2
	選ばれし人気店	0.5
	その他のハウス食品	0.3
ハチ食品	メガ盛りカレー	1.6
	その他のハチ食品	0.5
丸美屋	プリキユアカレー	0.0
	ポケモンカレー	0.0
	ドラえもんカレー	0.0
	すみっコぐらしカレー	0.0
	その他の丸美屋	0.0
	その他の丸美屋	0.0
宮城製粉	おとなの大盛カレー	2.6
	野菜と果物が溶け込んだカレー	0.3
	その他の宮城製粉	0.0
明治	銀座カリー	7.4
	まるごと野菜カレー	0.4
	その他の明治	0.0
良品計画（無印良品）	良品計画（無印良品）の商品	4.8
その他／不明	その他のメーカーの商品／メーカー名不明の商品	10.6

## 2-8 レトルトカレー最多喫食商品（過去1年間、メーカー別集計）

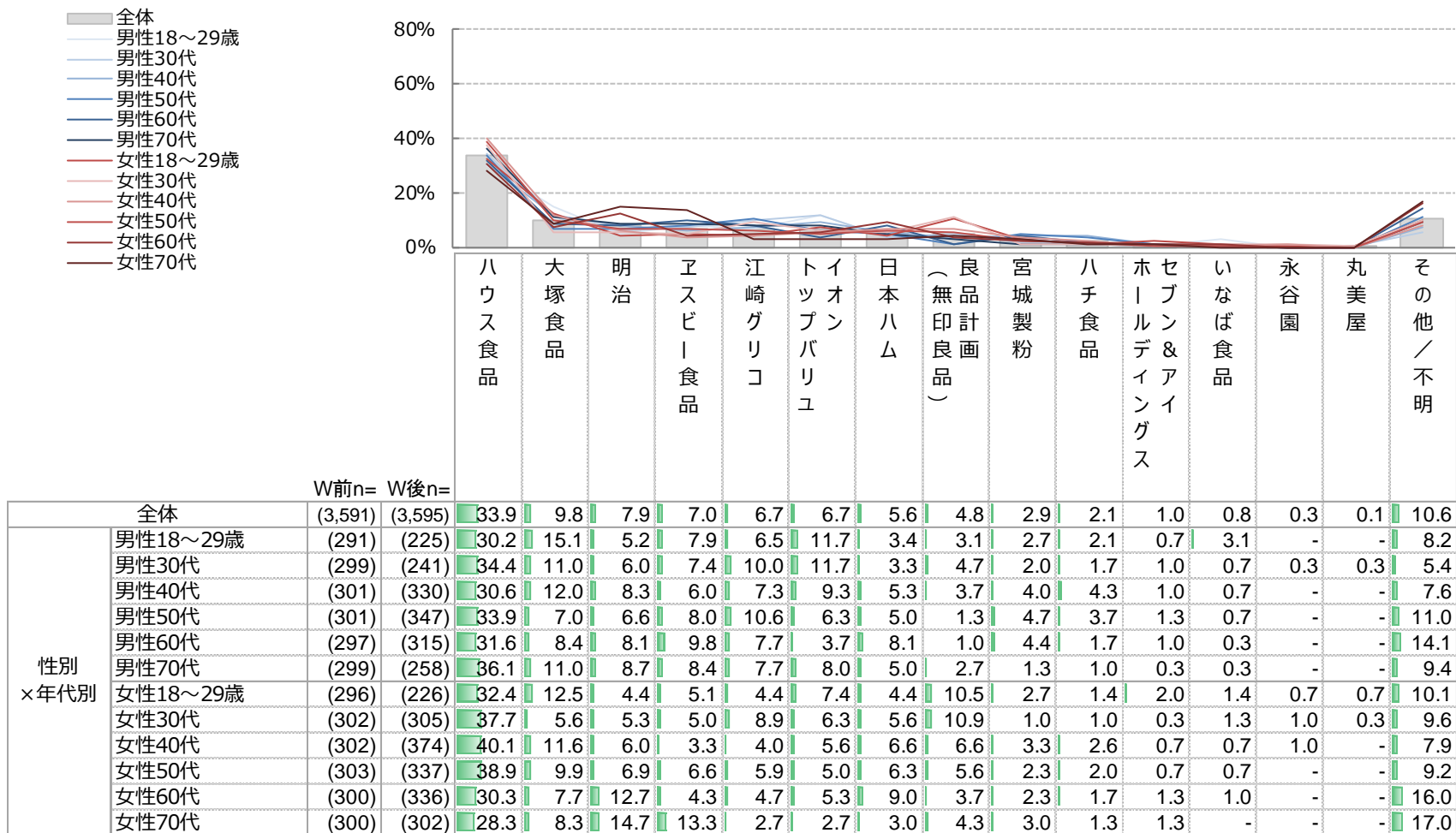
✓ 前頁で見た結果をメーカー別に集計すると、「ハウス食品」が34%と最多、次いで「大塚食品」「明治」「アスビー食品」「江崎グリコ」「イオントップバリュ」等が続く。

Q13S2 では、この1年間にあなたが買った「レトルトカレー」のうち、(1)最も多く買った商品はどれでしたか。(2)また、あなたご自身が最も多く食べたものはどれでしたか。

※同じくらい多く買った（または食べた）商品がある場合は、その中であなたが最も好きな商品をお選びください。【自分が最も多く食べた商品】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人



※「全体」スコアで降順ソート



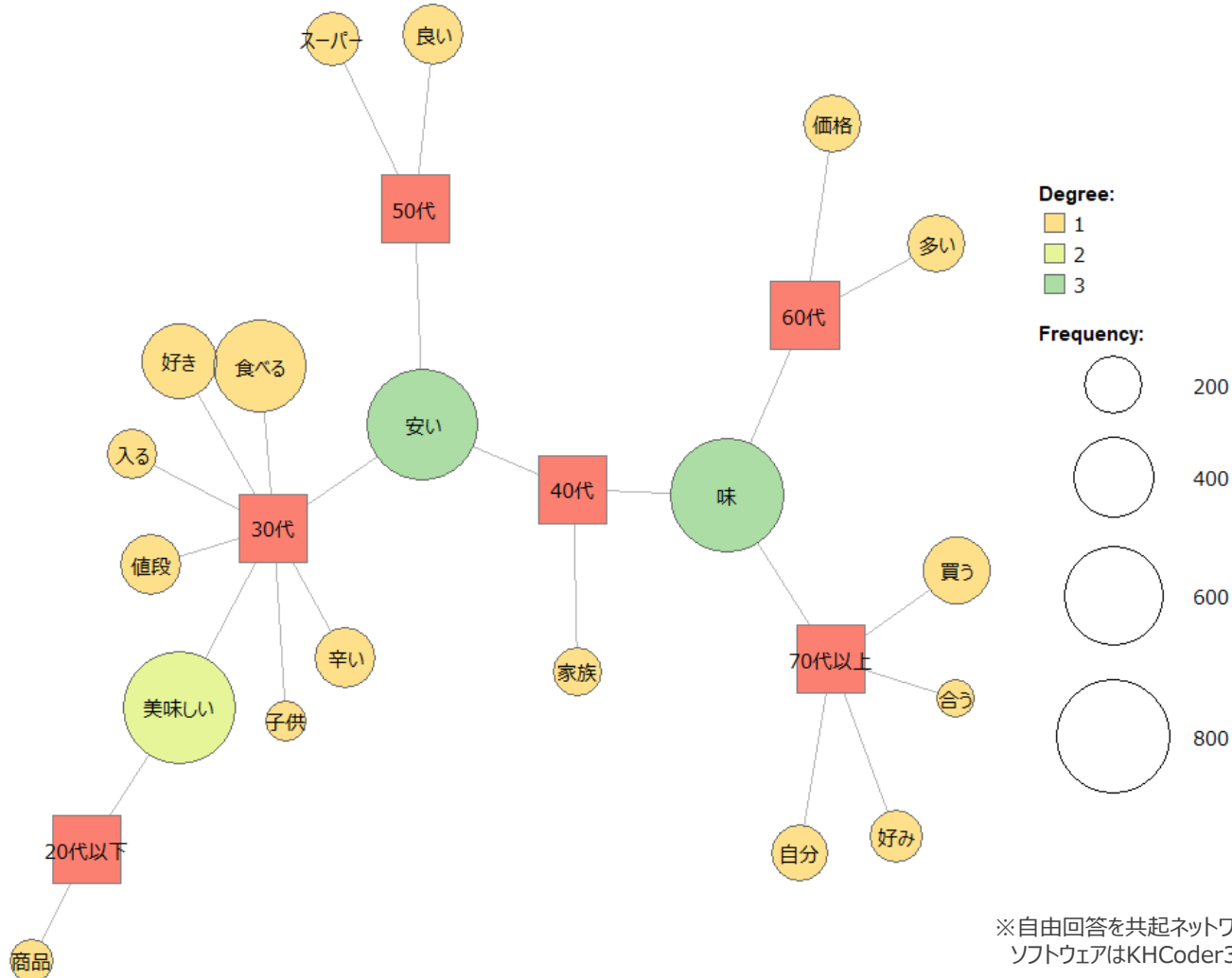
## 2-10 最多購入商品の購入理由(2) 年代別

- ✓ 20～30代の若年層では「おいしさ」中心で、30～50代になると「安い」など「コスト」性も重視する傾向が強まる。60台以上では自分の好みに合った「味」や量を求める傾向。

Q14 あなたが【【Q13S1の選択内容】】を最もよくお買いになるのはなぜですか。下欄に具体的にお聞かせください。

※ご家族の方が好きだからなどの理由の場合は、なぜご家族の方がこの商品がお好きなのかなど、おわかりになる範囲でできるだけ詳しくお聞かせください。

OA



※自由回答を共起ネットワーク分析した結果である。  
ソフトウェアはKHCoder3.Alpha.17jを使用した。

## 2-11 購入1回あたりの商品数

- ✓ 1回あたりの購入商品点数は「2個」が35%と最多。他方、3個以上の購入も半数近く。
- ✓ 「自分のみ」の喫食者は約6割が1～2個なのに対し、他の家族等が喫食する場合は過半数が3個以上。

Q15 あなたが「レトルトカレー」を買うときは、1度にいくつのレトルトカレー商品を買うことが最も多いですか。

※例：「Aカレー」を2個、「Bカレー」を1個買う場合は、【3個】となります。※1商品で4個入りパックの場合は、【4個】とします。

SA

		W前n= W後n=		0% 25% 50% 75% 100%							
				1個	2個	3個	4～5個	6個以上			
全体		(3,708)	(3,708)	17.0	34.8	20.8	23.9	3.5			
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	30.1		36.6		18.4	12.3	2.6	
	男性30代	(309)	(249)	22.0	36.2		17.2	21.7		2.9	
	男性40代	(309)	(338)	19.1	33.0		16.5	25.2		6.1	
	男性50代	(309)	(356)	21.7	27.2		21.7	27.5		1.9	
	男性60代	(309)	(328)	12.3	33.3		20.4	31.4		2.6	
	男性70代	(309)	(266)	12.6	38.5		19.4	24.9		4.5	
	女性18～29歳	(309)	(236)	25.2		36.9		19.7	14.9		3.2
	女性30代	(309)	(312)	19.4	36.6		22.7		19.7		1.6
	女性40代	(309)	(383)	14.2	31.4		24.9	26.9		2.6	
	女性50代	(309)	(343)	14.2	33.3		23.0	24.9		4.5	
	女性60代	(309)	(346)	9.4	40.5		20.7	24.6		4.9	
	女性70代	(309)	(311)	10.4	37.9		22.3	25.6		3.9	
レトルト カレー 購入頻度	週に1回以上	(147)	(142)	9.4	31.9		25.3	27.2		6.2	
	月に2～3回程度	(671)	(661)	13.2	36.6		22.5	22.9		4.8	
	月に1回程度	(1,091)	(1,088)	13.7	35.1		21.2	27.1		2.9	
	2～3ヶ月に1回程度	(1,201)	(1,214)	17.8	34.6		21.4	23.3		2.9	
	年に1～2回程度	(598)	(603)	27.3		33.6		16.0	19.6		3.5
他の 喫食者	自分のみ	(1,079)	(1,053)	29.9		31.2		17.7	18.8		2.4
	子ども（未就学児～小学生）	(483)	(484)	13.5	32.4		20.2	29.3		4.6	
	それ以外の人	(2,570)	(2,594)	11.7	35.8		22.3	26.3		3.9	

## 2-12 複数商品購入時の組み合わせパターン

- ✓ 1度の購買で複数個を買う回答者では、6割弱が「同じ商品をまとめて」買うことが多く、3割強が「2種類以上の商品を組み合わせで」買うことが多い。
- ✓ 購入頻度が「月2～3回」以上の層は、「2種類以上」を買う割合が約40%と若干高い。

Q16 前の質問で、「レトルトカレー」を買う時は2個以上買うことが多いとお答えの方にお尋ねします。  
2個以上のレトルトカレーをお買いになる商品は、どのような組み合わせが最も多いですか。

SA

※1度の購買で2個以上買うことが多い人

■ 同じ（1種類の）商品を  
まとめて買うことが多い ■ 別々の（2種類以上の）商品を  
組み合わせで買うことが多い ■ 1種類の商品だけ買う時と、  
2種類以上の商品を買う時が半々くらい

		W前n=	W後n=	0%	25%	50%	75%	100%
全体		(3,057)	(3,077)		57.1		33.7	9.2
性別 ×年代別	男性18～29歳	(216)	(167)		55.1		37.5	7.4
	男性30代	(241)	(194)		51.9		41.5	6.6
	男性40代	(250)	(274)		56.0		38.8	5.2
	男性50代	(242)	(279)		62.8		31.4	5.8
	男性60代	(271)	(287)		64.2		29.9	5.9
	男性70代	(270)	(233)		55.9		30.7	13.3
	女性18～29歳	(231)	(177)		50.2		40.3	9.5
	女性30代	(249)	(252)		47.4		41.4	11.2
	女性40代	(265)	(328)		61.1		30.9	7.9
	女性50代	(265)	(294)		55.5		33.2	11.3
	女性60代	(280)	(313)		57.5		30.4	12.1
	女性70代	(277)	(279)		60.6		26.0	13.4
レトルト カレー 購入頻度	週に1回以上	(132)	(128)		52.8		40.5	6.7
	月に2～3回程度	(580)	(574)		51.8		40.2	8.0
	月に1回程度	(936)	(938)		57.4		33.0	9.6
	2～3ヶ月に1回程度	(982)	(998)		60.0		30.6	9.4
	年に1～2回程度	(427)	(439)		58.1		31.7	10.2
他の 喫食者	自分のみ	(753)	(738)		57.5		33.9	8.6
	子ども（未就学児～小学生）	(415)	(419)		52.8		41.2	6.0
	それ以外の人	(2,257)	(2,291)		57.0		33.5	9.5

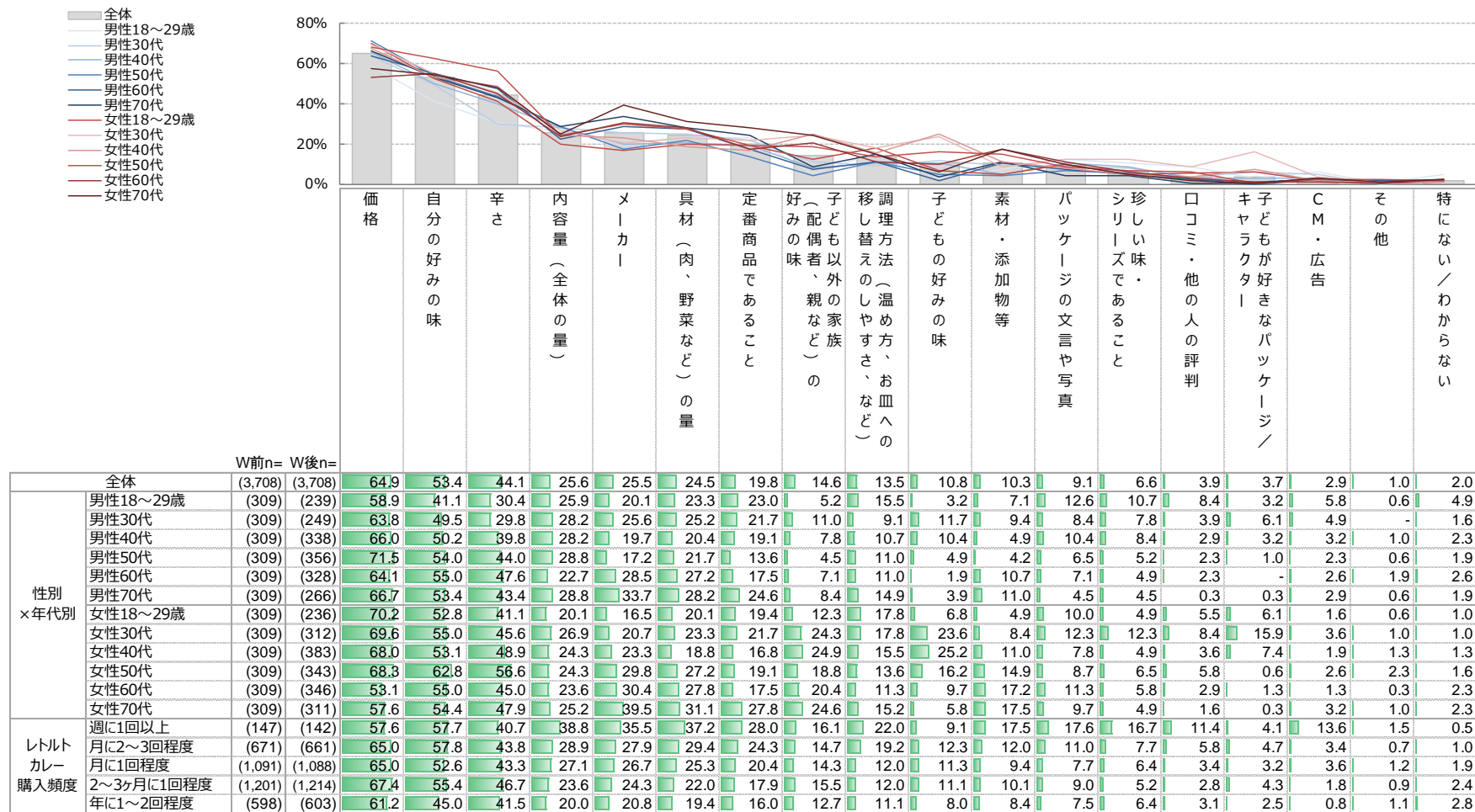
## 2-13 レトルトカレー購入重視点①

- ✓ 全体では「価格」「自分好みの味」「辛さ」が上位3要素。次いで、「内容量（全体）」「メーカー」「具材の量」。
- ✓ 女性30～40代など、小さな子どもが食べる家庭では「子どもの好みの味」「子どもが好きなパッケージ／キャラクター」なども高い。

(次頁に続く)

Q17 あなたが「レトルトカレー」を買う際に、特に気にする点や重視する点はどのようなことですか。あてはまるものを全てお選びください。

MA



※「全体」スコアで降順ソート



## 2-14 レトルトカレー購入重視点②

✓ 最多購入メーカー別では、キャラクター商品の多い「永谷園」「丸美屋」購入者では子ども関連の要素が、大盛り商品が主力の「宮城製粉」購入者は「内容量」が、「良品計画」購入者は「珍しい味・シリーズであること」が他メーカー購入者より高いなど、主力商品ラインナップに応じた特徴が見られる。

Q17 あなたが「レトルトカレー」を買う際に、特に気にする点や重視する点はどのようなことですか。あてはまるものを全てお選びください。

MA



		W前n=	W後n=	価格	自分の好みの味	辛さ	内容量（全体の量）	メーカー	具材（肉、野菜など）の量	定番商品であること	好みの味（配偶者、親など）の	子ども以外の家族	移し替えのしやすさ、お皿への	調理方法（温め方、お皿への	子どもの好みの味	素材・添加物等	パッケージの文言や写真	珍しい味・シリーズであること	口コミ・他の人の評判	子どもが好きなパッケージ／キャラクター	C M ・ 広告	その他	特にない／わからない
全体		(3,708)	(3,708)	64.9	53.4	44.1	25.6	25.5	24.5	19.8	14.6	13.5	10.8	10.3	9.1	6.6	3.9	3.7	2.9	1.0	2.0		
他の喫食者	自分のみ	(1,079)	(1,053)	66.3	52.8	42.1	23.9	20.5	19.7	16.7	0.4	12.8	0.4	5.5	7.5	5.4	1.4	0.1	1.8	1.2	2.4		
	子ども（未就学児～小学生）	(483)	(484)	64.6	49.2	37.8	26.4	17.4	19.2	19.4	25.9	13.1	44.7	11.4	9.0	8.2	6.0	24.1	4.6	0.3	0.8		
	それ以外の人	(2,570)	(2,594)	64.3	54.0	45.4	26.4	27.9	26.8	21.1	20.6	13.9	14.4	12.4	9.8	7.2	5.0	4.6	3.3	0.9	1.9		
P1Y最多購入商品メーカー	イオントップバリュ	(254)	(240)	66.7	32.6	36.0	27.4	22.0	23.5	22.4	10.5	11.9	7.8	7.4	7.7	6.6	5.7	4.4	4.4	0.5	2.4		
	いなば食品	(24)	(24)	66.1	71.7	54.7	49.1	34.3	46.6	16.9	34.8	16.9	22.7	21.0	12.5	19.8	21.8	10.4	8.8	-	-		
	江崎グリコ	(250)	(249)	66.2	52.2	55.1	23.8	21.8	22.9	15.4	12.3	21.7	12.3	9.8	8.8	7.3	3.9	3.0	4.2	0.4	1.3		
	エスピー食品	(250)	(247)	56.0	56.9	44.5	24.1	32.0	35.7	17.6	17.4	17.2	8.8	15.8	16.8	9.0	3.5	3.0	3.6	0.4	0.9		
	大塚食品	(372)	(366)	58.2	58.3	37.5	25.2	30.9	26.2	29.8	14.3	22.8	11.7	10.2	7.3	2.8	3.9	3.7	3.7	1.8	1.3		
	セブン&アイホールディングス	(33)	(33)	50.7	61.8	27.8	20.8	20.2	39.9	22.7	7.5	15.4	9.3	5.5	12.5	12.9	5.6	-	3.3	-	3.3		
	永谷園	(52)	(50)	60.4	36.0	30.2	15.1	11.7	9.6	17.6	17.2	8.0	63.3	13.9	9.8	2.2	2.5	66.6	4.5	-	-		
	日本ハム	(197)	(204)	76.2	52.8	50.7	29.8	24.4	20.0	15.7	16.6	11.9	11.3	6.8	8.1	3.9	2.6	1.1	1.8	1.6	1.1		
	ハウス食品	(1,201)	(1,210)	72.3	54.1	47.1	22.7	28.7	21.7	23.8	14.6	12.1	10.6	8.4	8.3	4.3	3.5	2.9	2.9	0.7	1.7		
	ハチ食品	(72)	(75)	75.1	41.7	44.6	61.7	14.1	27.4	6.7	14.6	8.5	11.8	8.5	3.1	4.5	2.8	-	1.4	-	1.5		
	丸美屋	(25)	(25)	43.9	37.3	9.0	16.3	8.2	3.1	12.1	19.5	12.1	71.5	5.0	-	4.4	4.4	79.2	4.4	-	-		
	宮城製粉	(99)	(102)	77.6	46.6	41.5	50.3	14.2	15.7	10.2	10.9	5.0	7.3	6.2	6.7	2.6	1.1	2.0	1.1	-	1.0		
	明治	(275)	(278)	56.9	61.0	43.3	28.0	30.2	30.1	24.6	14.9	11.5	5.5	14.8	17.0	8.8	4.0	0.4	4.9	1.4	2.5		
良品計画（無印良品）	(150)	(147)	49.7	75.6	49.5	33.8	25.6	33.8	16.6	18.4	14.5	8.6	16.3	6.9	24.3	10.6	1.3	-	-	-			
その他／不明	(366)	(371)	58.6	54.4	42.6	18.7	19.0	25.6	9.2	15.8	9.4	6.8	12.3	7.2	10.2	2.5	0.3	0.2	2.9	4.4			

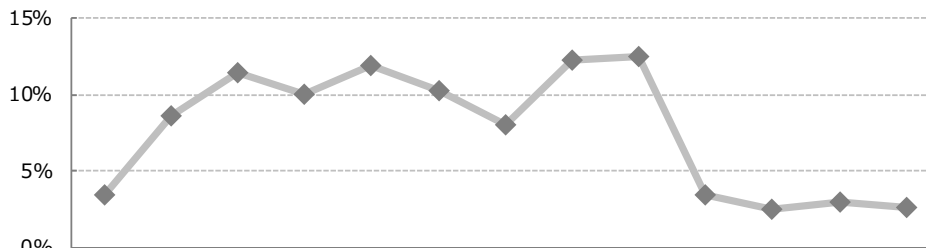
※「全体」スコアで降順ソート

## 2-15 レトルトカレー商品の許容上限価格

✓レトルトカレー商品を購入する際に許容できる上限価格は、中央値（50パーセントイル）で「300～349円」。回答は分散しており、25パーセントイルでの価格は「200～249円」、75パーセントイルでの価格は「400～499円」であった。

Q31 あなたが「レトルトカレー」を買う際、最も高級な商品の場合で、最高いくらまでなら支払ってもよいと思いますか。（1個あたりの価格、税込み）

SA



		900円	800円	700円	600円	500円	400円	350円	300円	250円	200円	150円	100円	50円	以上	25パーセントイル	50パーセントイル	75パーセントイル	
全体		(3,708)	(3,708)	3.4	8.6	11.4	10.1	11.9	10.3	8.1	12.3	12.5	3.4	2.5	3.0	2.7	200～249円	300～349円	400～499円
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	3.6	7.1	13.6	11.3	8.7	12.0	7.4	9.7	12.3	3.6	3.2	3.2	4.2	200～249円	300～349円	500～599円
	男性30代	(309)	(249)	2.3	7.4	13.6	12.6	10.7	10.7	7.1	12.0	12.6	3.6	1.9	1.9	3.6	200～249円	300～349円	400～499円
	男性40代	(309)	(338)	6.8	9.7	12.0	12.6	14.9	10.7	5.5	11.3	9.7	1.3	0.3	2.6	2.6	150～199円	250～299円	400～499円
	男性50代	(309)	(356)	4.9	7.8	12.3	11.7	15.5	8.4	9.1	10.4	9.1	2.9	1.6	2.9	3.6	200～249円	250～299円	400～499円
	男性60代	(309)	(328)	6.5	13.3	12.0	9.4	12.0	8.1	5.8	12.0	10.4	2.6	2.3	3.6	2.3	150～199円	250～299円	400～499円
	男性70代	(309)	(266)	3.2	8.1	9.4	11.7	14.2	10.0	6.5	13.9	10.4	3.6	3.6	2.6	2.9	200～249円	300～349円	400～499円
	女性18～29歳	(309)	(236)	1.9	9.7	8.4	10.4	11.3	9.4	9.4	12.0	12.6	4.5	4.2	3.9	2.3	200～249円	300～349円	500～599円
	女性30代	(309)	(312)	2.9	9.1	11.3	9.1	11.3	9.1	10.7	11.7	13.9	3.6	1.9	2.6	2.9	200～249円	300～349円	400～499円
	女性40代	(309)	(383)	2.9	10.0	12.3	11.7	10.4	11.0	8.7	11.0	14.9	2.6	1.9	1.6	1.0	150～199円	300～349円	400～499円
	女性50代	(309)	(343)	1.9	7.8	13.3	9.4	11.0	10.7	7.4	12.6	15.5	2.9	1.9	2.9	2.6	200～249円	300～349円	500～599円
女性60代	(309)	(346)	2.6	8.1	9.7	4.9	10.7	11.7	8.4	15.2	12.9	5.2	3.9	4.5	2.3	200～249円	350～399円	500～599円	
女性70代	(309)	(311)	1.0	4.9	8.4	7.1	10.7	12.0	10.4	15.5	15.2	5.2	3.9	3.2	2.6	250～299円	350～399円	500～599円	
レトルト カレー 購入頻度	週に1回以上	(147)	(142)	6.2	9.1	11.2	11.9	13.1	8.6	9.0	10.7	10.5	2.1	1.7	4.3	1.7	200～249円	250～299円	400～499円
	月に2～3回程度	(671)	(661)	2.6	8.9	12.2	11.8	11.2	11.2	9.1	11.8	10.2	3.1	2.3	2.6	2.9	200～249円	300～349円	400～499円
	月に1回程度	(1,091)	(1,088)	3.8	8.6	11.5	9.5	13.4	9.8	8.1	11.6	13.1	3.2	2.1	2.7	2.6	200～249円	300～349円	400～499円
	2～3ヶ月に1回程度	(1,201)	(1,214)	2.8	8.3	11.3	9.4	11.3	10.1	8.2	12.9	13.1	3.8	2.7	3.2	3.1	200～249円	300～349円	500～599円
年に1～2回程度	(598)	(603)	4.5	9.1	10.5	10.1	10.7	10.8	6.3	13.4	13.3	3.6	3.2	3.0	1.8	200～249円	300～349円	400～499円	

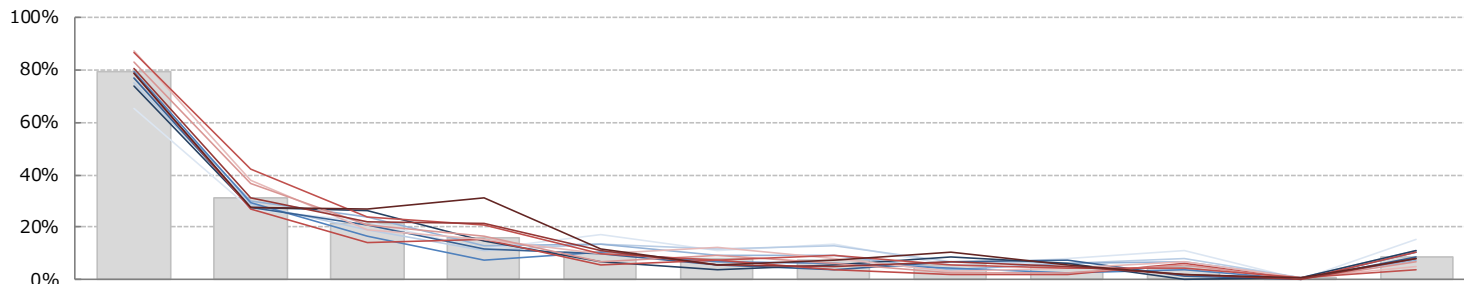
## 2-16 レトルトカレー商品の情報接点

- ✓「お店の商品棚」以外に、「テレビCM・ラジオCM」「お店のチラシ・広告」「家族・友人からの話」などが上位。
- ✓購入頻度の高い層では、Web媒体（「インターネット通販サイト」「メーカーのウェブサイト」「口コミ・ブログ・まとめサイト等」など）の活用割合もやや高い。

Q32 日ごろ、「レトルトカレー」の商品についての情報はどのようなところから見聞きますか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 全体
- 男性18～29歳
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代
- 男性60代
- 男性70代
- 女性18～29歳
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代
- 女性60代
- 女性70代



		W前n=	W後n=	お店の商品棚	テレビCM・ラジオCM	お店のチラシ・広告	家族・友人からの話	インターネット通販サイト (Amazon、楽天、メーカー直販サイトなど)	インターネット上の口コミ・ブログ・まとめサイト等	メーカーのウェブサイト (商品情報ページ)	新聞・雑誌広告	インターネット広告 (バナーなど)	メーカーのSNSアカウント (Twitter、Facebook、Instagram、LINEなど)	その他	特になし
全体		(3,708)	(3,708)	78.9	31.5	21.5	16.0	10.5	8.0	7.5	5.6	5.0	4.8	0.5	8.6
性別 ×年代別	男性18～29歳	(309)	(239)	65.0	27.2	22.3	12.0	17.2	11.0	13.6	5.8	8.1	11.0	-	15.2
	男性30代	(309)	(249)	74.8	28.8	19.1	11.3	13.6	11.7	12.9	7.1	6.5	8.4	1.0	11.0
	男性40代	(309)	(338)	77.0	29.8	23.6	12.9	13.6	9.4	9.1	3.9	6.1	6.8	0.6	7.8
	男性50代	(309)	(356)	79.0	29.1	16.5	7.8	10.7	7.1	6.5	4.2	2.6	3.9	0.3	10.7
	男性60代	(309)	(328)	77.0	27.8	21.0	11.7	10.0	5.5	3.9	6.8	7.8	1.6	0.3	8.7
	男性70代	(309)	(266)	73.8	27.5	26.5	14.6	7.1	3.9	5.5	8.7	6.5	0.3	1.0	11.3
	女性18～29歳	(309)	(236)	78.3	27.2	14.2	15.2	5.5	7.4	3.9	1.9	2.3	6.5	-	10.7
	女性30代	(309)	(312)	87.1	37.9	19.1	15.2	9.7	12.3	8.1	3.6	4.5	7.1	1.0	5.2
	女性40代	(309)	(383)	82.8	36.6	21.0	16.8	7.1	9.4	6.1	2.9	2.6	5.8	0.3	6.8
	女性50代	(309)	(343)	86.7	42.1	23.9	20.7	10.0	7.4	9.4	5.8	4.2	4.5	0.6	3.9
女性60代	(309)	(346)	80.6	31.4	22.3	21.4	11.0	5.8	5.2	6.8	4.9	1.9	0.3	8.1	
女性70代	(309)	(311)	78.3	27.8	26.9	31.1	11.7	5.5	7.8	10.4	5.8	2.3	1.0	8.1	
レトルトカレー 喫食頻度	週に1食以上	(319)	(307)	76.3	31.2	30.8	17.5	25.2	16.2	19.3	8.1	12.6	14.1	0.3	6.1
	月に2～3食程度	(950)	(935)	78.7	32.8	25.7	17.2	13.5	9.2	9.8	7.4	7.4	6.0	0.4	7.9
	月に1食程度	(999)	(1,008)	79.6	33.1	21.4	17.5	9.1	6.9	6.0	5.1	4.4	3.5	0.4	7.8
	2～3ヶ月に1食程度	(943)	(952)	80.0	29.5	16.8	14.6	7.0	6.4	5.3	4.3	2.3	2.9	0.4	9.8
	年に1～2食程度	(497)	(505)	77.6	29.8	16.7	12.9	5.5	5.7	3.3	4.3	2.5	3.4	1.3	11.1

※「全体」スコアで降順ソート

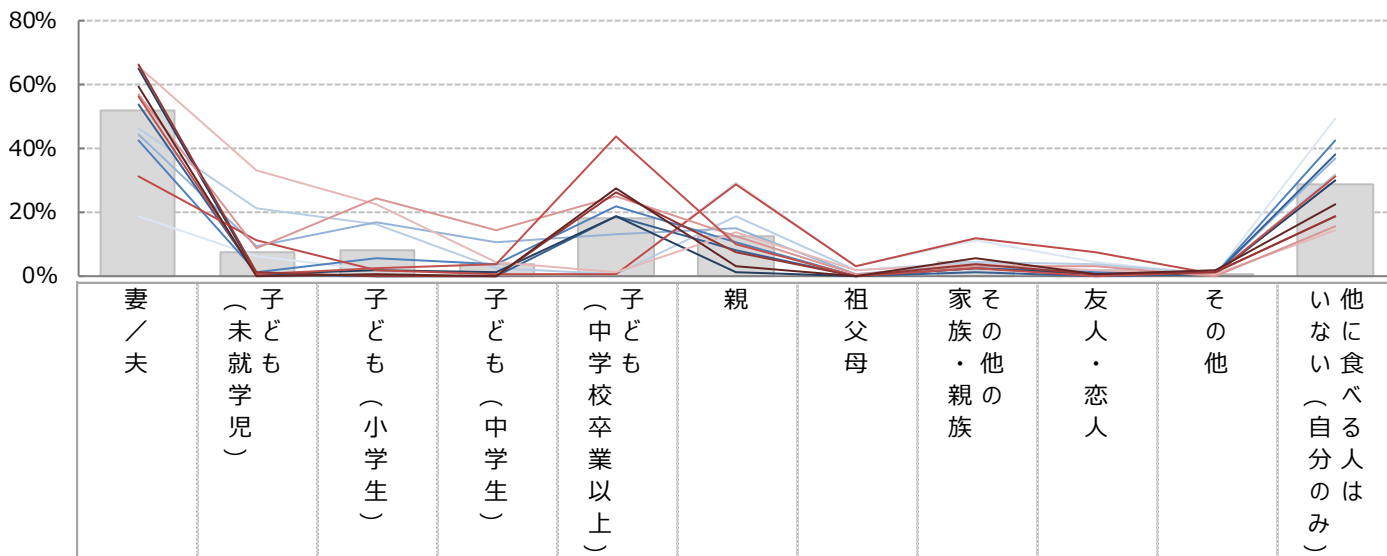
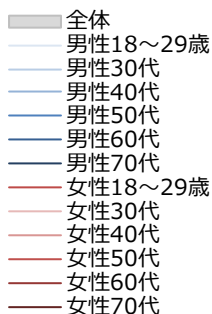
### 3. レトルトカレー喫食シーン

### 3-1 レトルトカレーの喫食者(自分以外)

- ✓ 購入した商品を「自分のみ」が喫食するのは3割弱（男性で高い割合）で、他は家族等も喫食している。
- ✓ 他の喫食者は、「配偶者」のほか、若年代では「親」や、未就学児ないし小学生の「子ども」、40～50代以上になるとそれ以上の年齢の「子ども」の割合が上がる。

Q18 あなたが買う「レトルトカレー」を、あなた以外の方が食べることはありますか。あてはまる方を全てお選びください。

MA



		W前n=	W後n=											
全体		(3,708)	(3,708)	51.8	7.3	8.1	3.7	17.8	12.4	0.7	4.3	1.8	0.6	28.4
性別 ×年代別	男性18~29歳	(309)	(239)	18.4	5.8	1.9	0.3	0.3	29.4	3.2	11.3	4.2	0.3	49.2
	男性30代	(309)	(249)	46.6	21.0	15.9	2.3	0.6	18.4	1.6	4.2	3.6	0.6	31.7
	男性40代	(309)	(338)	44.7	9.4	16.5	10.4	12.9	14.9	0.3	3.6	1.0	0.6	36.6
	男性50代	(309)	(356)	42.7	1.0	5.2	3.6	22.0	10.7	-	2.6	1.3	0.3	42.4
	男性60代	(309)	(328)	53.7	0.3	-	-	18.4	7.8	-	1.3	-	0.3	38.2
	男性70代	(309)	(266)	65.0	0.3	1.6	1.0	18.4	1.3	-	2.6	0.3	0.6	30.1
	女性18~29歳	(309)	(236)	31.1	11.0	1.6	0.3	0.6	28.8	3.2	11.7	7.4	0.3	31.4
	女性30代	(309)	(312)	65.7	33.3	22.3	4.5	1.0	13.9	1.6	3.9	1.9	0.3	14.2
	女性40代	(309)	(383)	57.0	8.4	24.6	14.2	25.2	12.3	0.3	2.9	2.9	-	15.5
	女性50代	(309)	(343)	56.6	0.6	2.6	3.6	44.0	10.0	-	2.3	-	1.0	18.8
	女性60代	(309)	(346)	66.7	1.0	-	-	26.2	7.4	-	3.9	0.3	1.3	18.8
	女性70代	(309)	(311)	59.5	-	0.6	-	27.2	2.9	-	5.5	0.6	1.6	22.3

## 3-2 レトルトカレー喫食時間帯

- ✓【平日】「夜」「昼」が4割前後で拮抗。男性では50代までは「昼」は低く、男女とも60代以上になると「昼」も高い。
- ✓【休日】「昼」が6割近くと高く、次いで「夜」が35%。平日に比べると、年代や職業による差は小さい。

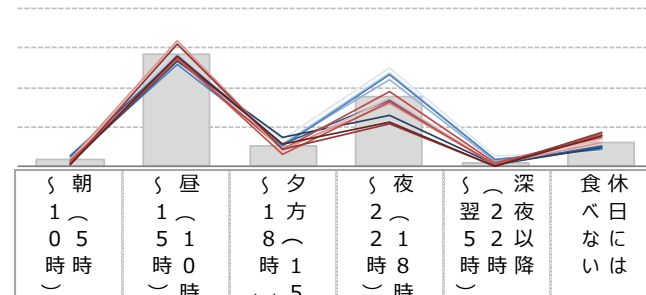
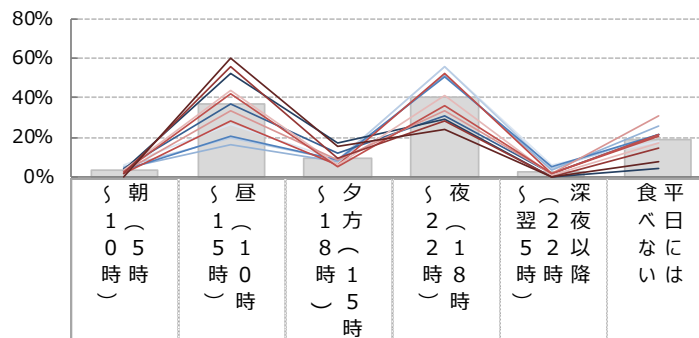
Q19 あなたは、「レトルトカレー」をいつ食べることが多いですか。以下のそれぞれの日について、あてはまるものを全てお選びください。

MA

【平日（またはお仕事・学校等のある日）】

【休日（またはお仕事・学校等のない日）】

- 全体
- 男性18~29歳
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代
- 男性60代
- 男性70代
- 女性18~29歳
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代
- 女性60代
- 女性70代



		W前n=	W後n=						
		(3,708)	(3,708)	朝	昼	夕方	夜	深夜	平日
				10時	15時	18時	21時	2時以降	には
性別 ×年代別	全体	(3,708)	(3,708)	3.0	36.6	9.2	40.0	2.0	18.9
	男性18~29歳	(309)	(239)	6.1	26.2	8.7	55.7	5.5	17.8
	男性30代	(309)	(249)	4.5	19.7	8.4	56.0	3.9	21.0
	男性40代	(309)	(338)	4.2	16.5	7.4	51.8	3.6	25.2
	男性50代	(309)	(356)	3.2	20.4	8.4	50.8	4.5	21.4
	男性60代	(309)	(328)	4.2	36.9	12.0	31.1	1.3	21.4
	男性70代	(309)	(266)	3.2	52.8	17.2	29.1	-	4.2
	女性18~29歳	(309)	(236)	1.6	27.8	6.1	52.1	1.6	20.4
	女性30代	(309)	(312)	3.2	43.7	5.5	40.8	1.0	16.8
	女性40代	(309)	(383)	2.3	33.3	8.1	33.7	1.3	30.4
	女性50代	(309)	(343)	2.6	42.4	4.9	35.9	1.6	21.4
	女性60代	(309)	(346)	1.6	55.7	9.4	28.2	-	14.6
女性70代	(309)	(311)	-	59.9	14.9	23.9	-	7.1	
職業	公務員	(125)	(119)	3.4	16.0	7.5	53.5	0.7	26.7
	会社員・経営者・役員	(1,349)	(1,325)	4.5	19.1	6.7	49.4	3.6	25.9
	自営・自由業	(238)	(245)	2.5	44.2	12.9	38.2	2.7	10.1
	専業主婦(主夫)	(786)	(832)	1.3	58.9	9.3	24.6	0.1	14.7
	パート・アルバイト	(423)	(449)	2.5	36.2	7.0	36.8	1.6	23.7
	学生	(135)	(105)	2.2	28.7	9.1	61.8	3.7	13.2
	その他	(128)	(127)	3.4	39.7	13.2	37.4	1.8	17.6
	無職	(524)	(507)	2.5	47.8	14.7	37.0	0.6	7.3

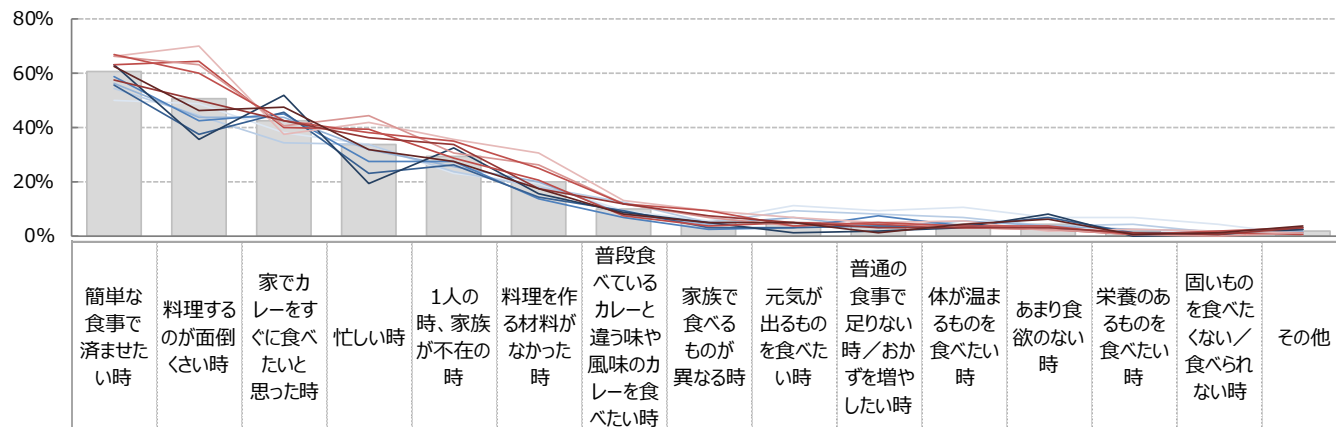
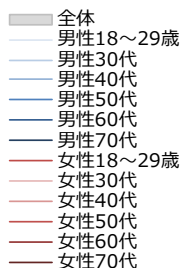
		朝	昼	夕方	夜	深夜	休日
		10時	15時	18時	21時	2時以降	には
		2.9	56.8	9.9	35.0	1.5	12.0
		6.1	51.8	13.9	50.2	5.2	7.8
		4.9	56.6	10.7	47.2	2.9	8.7
		4.5	55.7	11.3	43.7	2.6	9.4
		2.3	52.1	10.0	46.3	2.9	8.1
		4.9	55.0	11.0	33.7	1.0	10.0
		1.9	53.4	14.6	25.6	0.3	9.4
		1.6	54.4	8.7	37.9	1.3	14.9
		2.6	62.1	7.4	34.3	0.6	13.3
		3.2	63.4	8.4	31.4	1.0	12.3
		2.6	55.3	6.1	32.4	1.0	16.2
		1.0	62.5	8.1	21.0	-	16.8
		0.3	56.3	11.0	22.7	-	15.5
		1.6	56.2	8.6	42.3	0.6	12.5
		4.9	55.1	9.9	40.4	2.6	11.1
		2.0	52.7	12.4	35.0	2.7	13.4
		0.7	62.9	7.5	24.7	0.2	15.3
		2.8	60.2	7.5	34.5	0.6	10.7
		2.9	44.4	12.8	50.8	3.7	14.7
		3.4	57.7	13.1	32.2	1.8	11.3
		2.3	52.8	13.7	34.2	0.6	8.9

### 3-3 レトルトカレー喫食シーン

- ✓ 全体では「簡単な食事で済ませたい時」「料理するのが面倒くさい時」「家でカレーをすぐに食べたいと思った時」「忙しい時」「1人の時、家族が不在の時」などが上位。
- ✓ 高喫食頻度層では、「元気が出るものを食べたい時」「体が温まるものを食べたい時」などの機能面も一定のスコア。

Q20 では、あなたが「レトルトカレー」を食べるのは、どのような場面や状況の時が多いですか。あてはまるものを全てお選びください。

MA



		W前n=	W後n=	簡単な食事で済ませたい時	料理するのが面倒くさい時	家でカレーをすぐに食べたいと思った時	忙しい時	1人の時、家族が不在の時	料理を作る材料がなかった時	普段食べているカレーと違う味や風味のカレーを食べたい時	家族で食べるものが異なる時	元気が出るものを食べたい時	普通の食事で足りない時／おかずを増やしたい時	体が温まるものを食べたい時	あまり食欲のない時	栄養のあるものを食べたい時	固いものを食べたくない／食べられない時	その他
全体		(3,708)	(3,708)	60.6	50.8	42.6	33.6	29.4	19.9	9.9	5.6	5.0	4.5	4.4	4.1	1.7	1.2	1.8
性別 ×年代別	男性18~29歳	(309)	(239)	49.8	48.5	37.9	33.7	23.3	19.4	9.1	5.2	11.3	9.1	10.4	6.8	6.5	4.2	0.6
	男性30代	(309)	(249)	54.7	44.7	34.3	33.7	23.6	18.1	12.6	4.9	9.1	7.8	6.5	3.6	4.5	1.0	1.0
	男性40代	(309)	(338)	56.6	44.0	43.7	31.7	25.6	19.7	7.8	4.2	6.5	2.9	5.2	3.9	2.6	1.6	1.6
	男性50代	(309)	(356)	58.9	42.4	45.0	27.5	27.2	13.9	6.5	2.6	3.2	7.4	3.9	2.6	1.3	1.3	1.0
	男性60代	(309)	(328)	56.0	37.5	45.6	23.0	26.2	14.2	9.4	3.2	2.9	3.9	3.6	6.5	1.0	1.3	2.3
	男性70代	(309)	(266)	63.4	35.6	51.8	19.4	32.4	15.5	8.4	4.9	1.3	1.9	3.2	8.1	-	0.3	2.3
	女性18~29歳	(309)	(236)	63.4	64.7	39.8	39.5	28.8	20.7	7.4	3.9	4.9	4.2	2.9	2.3	0.6	1.0	0.3
	女性30代	(309)	(312)	66.3	70.2	37.2	42.1	35.9	30.7	13.3	9.1	6.5	4.9	5.2	1.9	2.3	1.6	1.3
	女性40代	(309)	(383)	66.7	63.4	40.5	44.7	30.7	25.9	12.0	6.8	3.9	4.9	2.9	2.6	0.6	-	1.0
	女性50代	(309)	(343)	67.0	60.2	42.7	38.2	35.0	25.2	12.0	9.4	3.6	4.9	3.9	3.9	0.6	1.6	3.2
女性60代	(309)	(346)	57.6	50.2	42.7	36.2	34.0	17.2	11.7	7.1	4.9	2.9	2.9	2.9	1.0	0.6	2.9	
女性70代	(309)	(311)	62.8	46.6	47.6	31.7	27.2	17.2	8.1	4.9	4.9	1.0	4.2	5.8	0.6	1.0	3.6	
レトルト カレー 喫食頻度	週に1食以上	(319)	(307)	58.0	45.3	49.7	35.1	26.5	24.2	14.1	10.9	16.6	13.1	13.2	10.4	6.2	5.1	1.9
	月に2~3食程度	(950)	(935)	62.6	49.0	49.1	33.7	28.4	22.0	10.2	5.9	6.3	5.2	5.9	5.6	1.9	1.7	2.1
	月に1食程度	(999)	(1,008)	61.9	51.8	44.6	36.5	27.6	21.5	9.4	4.4	4.2	3.0	3.4	3.8	1.6	1.1	1.7
	2~3ヶ月に1食程度	(943)	(952)	60.5	54.3	38.0	33.9	32.9	16.1	9.4	5.2	2.5	3.1	2.6	2.5	1.0	0.2	1.3
	年に1~2食程度	(497)	(505)	55.8	49.0	30.8	26.4	29.9	17.6	8.7	4.7	1.9	4.0	1.8	1.3	-	0.4	2.6
他の 喫食者	自分のみ	(1,079)	(1,053)	57.8	46.5	44.8	22.9	19.8	15.1	5.4	2.1	5.7	3.9	3.7	4.0	2.0	1.0	1.7
	子ども（未就学児~小学生）	(483)	(484)	59.1	56.0	33.7	46.3	30.3	27.2	11.7	9.4	5.1	7.3	4.3	2.9	2.8	2.3	0.8
	それ以外の人	(2,570)	(2,594)	62.1	52.6	42.1	37.9	33.4	22.0	11.8	7.0	4.8	4.8	4.7	4.3	1.5	1.3	1.9

※「全体」スコアで降順ソート



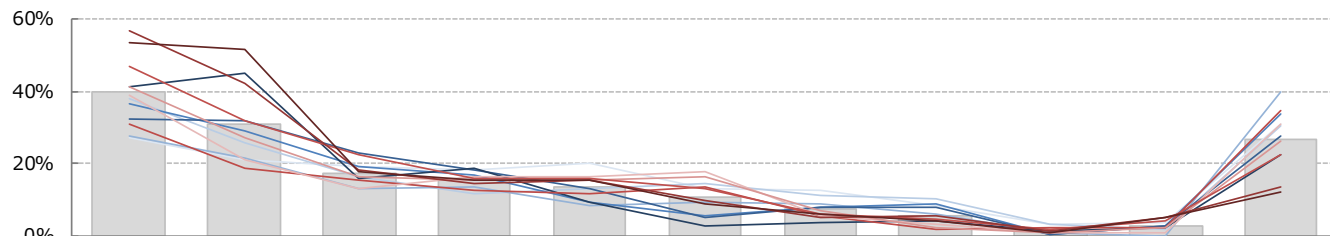
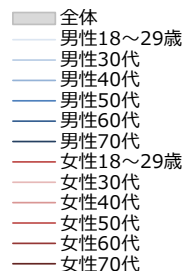
### 3-4 レトルトカレーの付け合わせ・食べ方の工夫

- ✓ 添えるものとしては、「サラダ」が約4割、「副菜」が約3割。また、「麺類」や「ナン」と食べる割合もそれぞれ15%前後。
- ✓ カレーに追加やトッピングするものとしては、「他の具材」（16%）、「チーズやバター」（11%）など。
- ✓ 喫食頻度の高い層ほど、全般にスコアが高く、自分なりの食べ方をカスタマイズする割合が高い様子がうかがえる。

Q21 あなたが「レトルトカレー」を食べる際に、以下のようなことをすることはありますか。あてはまるものを全てお選びください。

※ルーから調理するカレーを食べる場合や、外食のカレーのことなどは除いてください。

MA



		W前n=	W後n=	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
				39.8	30.9	17.5	15.7	13.5	10.7	7.2	5.5	1.4	2.7	26.9	
性別 ×年代別	全体	(3,708)	(3,708)	39.8	30.9	17.5	15.7	13.5	10.7	7.2	5.5	1.4	2.7	26.9	
	男性18~29歳	(309)	(239)	27.2	21.0	19.1	18.4	20.1	12.9	12.6	8.4	3.2	3.6	30.7	
	男性30代	(309)	(249)	37.9	25.6	16.2	11.7	13.3	14.2	11.3	10.0	3.2	1.9	30.4	
	男性40代	(309)	(338)	27.8	21.7	12.9	13.6	8.4	9.4	8.7	6.1	1.0	-	40.1	
	男性50代	(309)	(356)	36.6	29.1	19.1	16.8	9.4	5.5	8.1	8.7	0.3	2.6	34.0	
	男性60代	(309)	(328)	32.4	31.7	23.0	18.4	12.9	5.2	7.8	7.8	0.3	2.6	27.5	
	男性70代	(309)	(266)	41.4	45.0	15.9	18.8	9.4	2.6	3.6	4.2	1.3	2.3	22.3	
	女性18~29歳	(309)	(236)	31.1	18.8	15.2	12.6	11.7	13.6	5.5	1.6	2.3	2.3	34.6	
	女性30代	(309)	(312)	38.8	21.0	12.9	16.2	16.2	17.8	5.5	3.2	1.0	1.0	31.1	
	女性40代	(309)	(383)	41.1	27.2	16.2	15.5	15.2	16.5	6.8	2.3	1.0	2.3	26.2	
	女性50代	(309)	(343)	46.9	32.0	22.3	15.9	15.9	12.9	6.1	4.5	1.9	4.2	22.7	
	女性60代	(309)	(346)	56.6	42.4	18.1	14.6	15.5	9.7	5.2	5.5	1.3	4.9	13.6	
女性70代	(309)	(311)	53.4	51.8	17.8	15.2	15.2	8.7	6.1	4.2	1.0	5.2	12.0		
レトルト カレー 喫食頻度	週に1食以上	(319)	(307)	42.1	30.3	28.8	24.8	20.6	17.8	18.9	13.7	4.8	3.1	17.8	
	月に2~3食程度	(950)	(935)	43.5	35.5	18.9	20.3	14.3	13.0	10.1	6.5	1.5	2.7	21.7	
	月に1食程度	(999)	(1,008)	41.0	31.7	16.8	14.4	13.4	9.8	5.8	4.6	1.3	2.7	25.3	
	2~3ヶ月に1食程度	(943)	(952)	38.4	28.3	16.0	12.4	12.2	9.2	4.4	4.2	0.7	2.9	31.0	
	年に1~2食程度	(497)	(505)	31.5	26.3	12.0	10.2	10.7	6.9	2.6	2.7	0.4	2.2	37.4	
他の 喫食者	自分のみ	(1,079)	(1,053)	27.6	20.6	18.7	15.3	10.1	8.5	7.0	5.9	0.6	3.2	35.9	
	子ども（未就学児~小学生）	(483)	(484)	39.3	25.9	17.0	14.9	14.8	15.2	8.1	4.5	2.4	1.3	29.4	
	それ以外の人	(2,570)	(2,594)	45.1	35.6	17.3	15.9	15.0	11.7	7.4	5.4	1.7	2.5	22.8	

※「全体」スコアで降順ソート



## 4. レトルトカレーの評価

# 4-1 最多喫食商品の評価①味

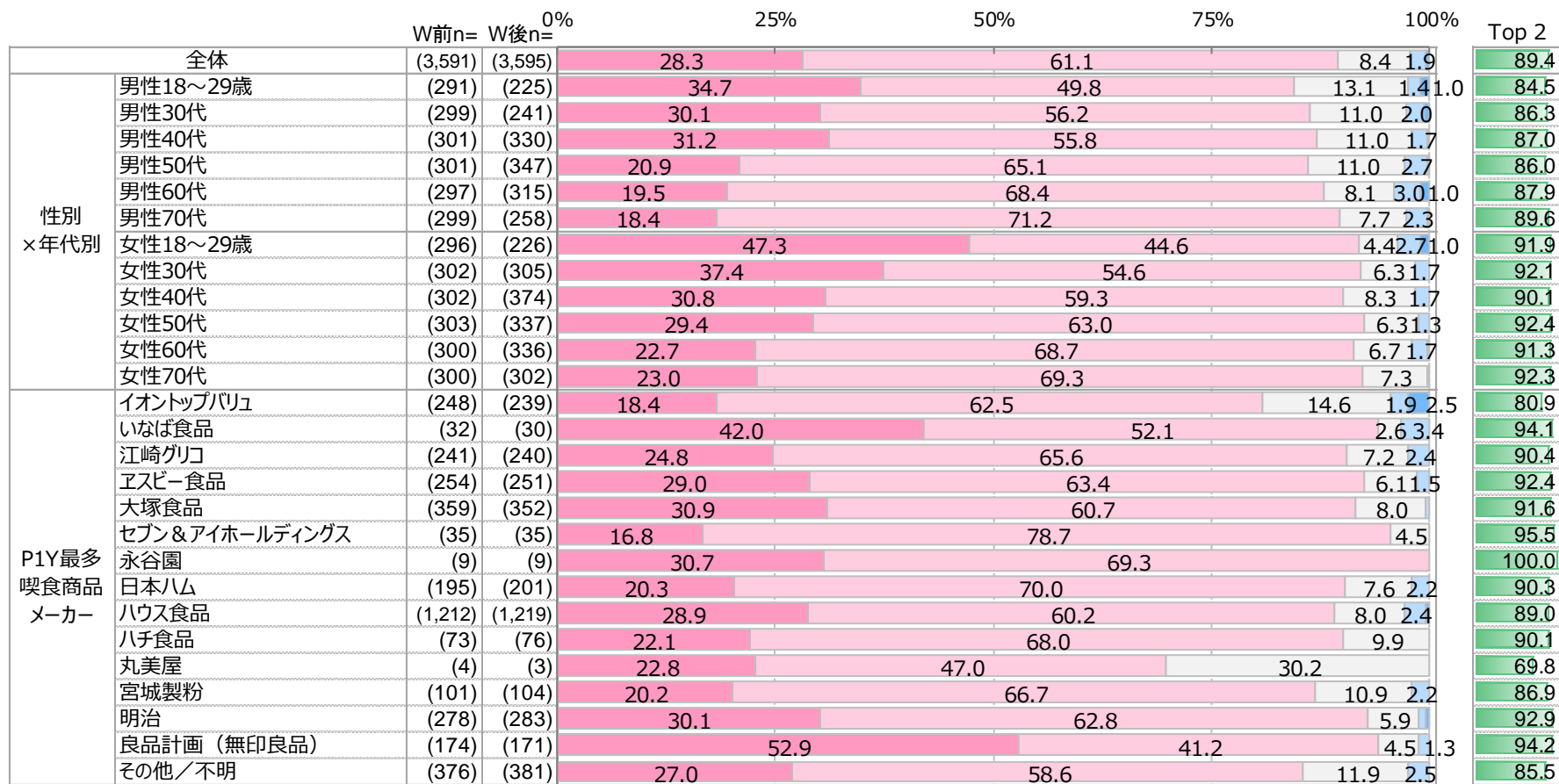
- ✓ 味に対する満足度は高く、全体では「非常に満足」が28%、「ある程度満足」との合計値（以下「Top 2」スコアと表記）で89%。「非常に満足」の割合は男女とも年代が若いほど高いが、Top 2スコアは年代問わず90%前後。
- ✓ 「良品計画」「いなば食品」の各メーカー最多喫食者は、特に味の満足度が高い。

Q22S1 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。【味】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えていない人

■ 非常に満足 ■ ある程度満足 □ どちらとも言えない ■ やや不満 ■ とても不満



※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2 : 「非常に満足」+「ある程度満足」

## 4-2 最多喫食商品の評価②価格

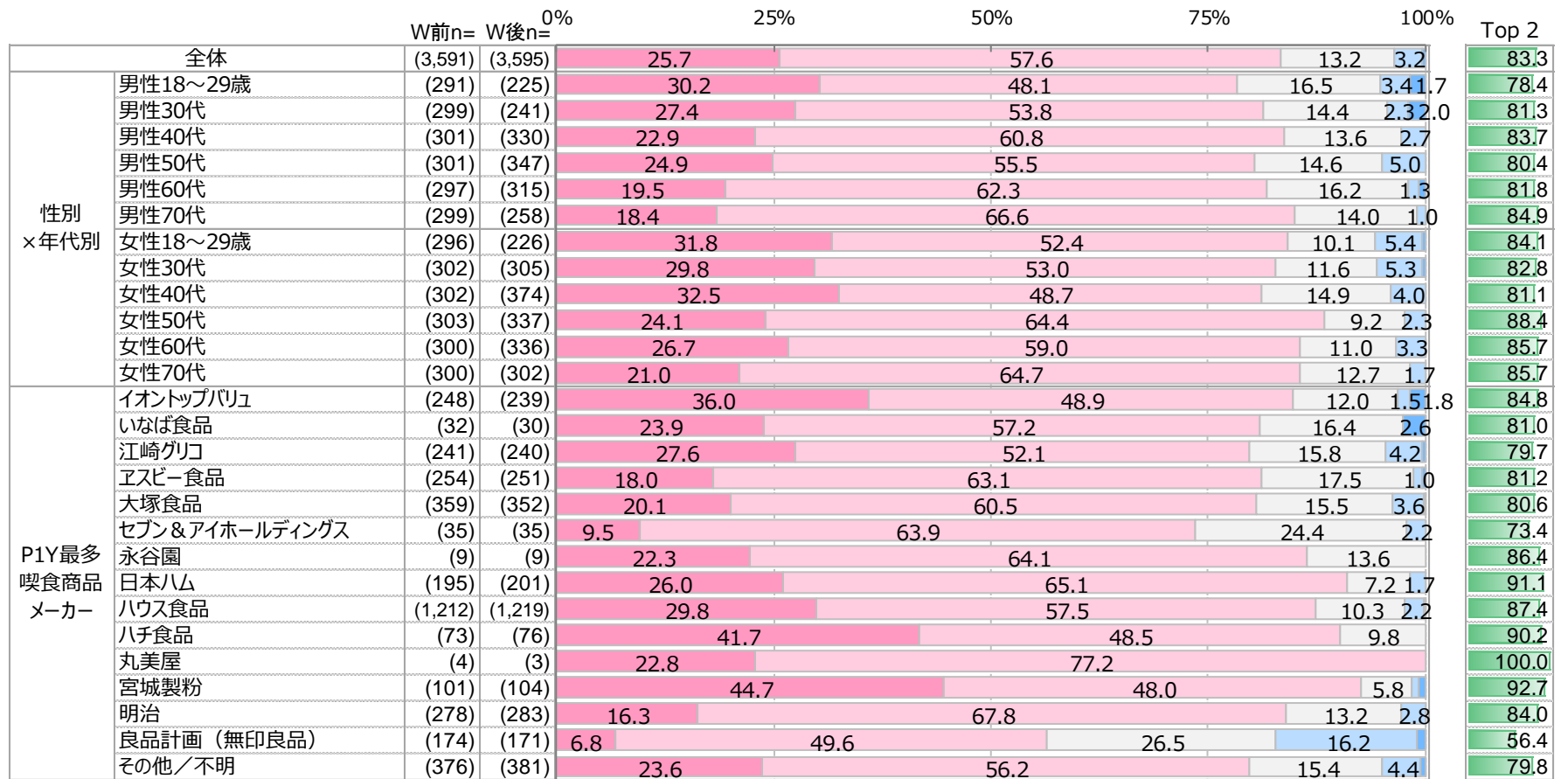
- ✓ 価格に対しては、「非常に満足」が26%、満足Top 2スコアでは83%。
- ✓ 「宮城製粉」「八チ食品」「イオントップバリュ」の各メーカー最多喫食者は、特に「非常に満足」が高い。

Q22S2 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。【価格】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■ 非常に満足 ■ ある程度満足 □ どちらとも言えない ■ やや不満 ■ とても不満



※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2: 「非常に満足」+「ある程度満足」

## 4-3 最多喫食商品の評価③全体の量

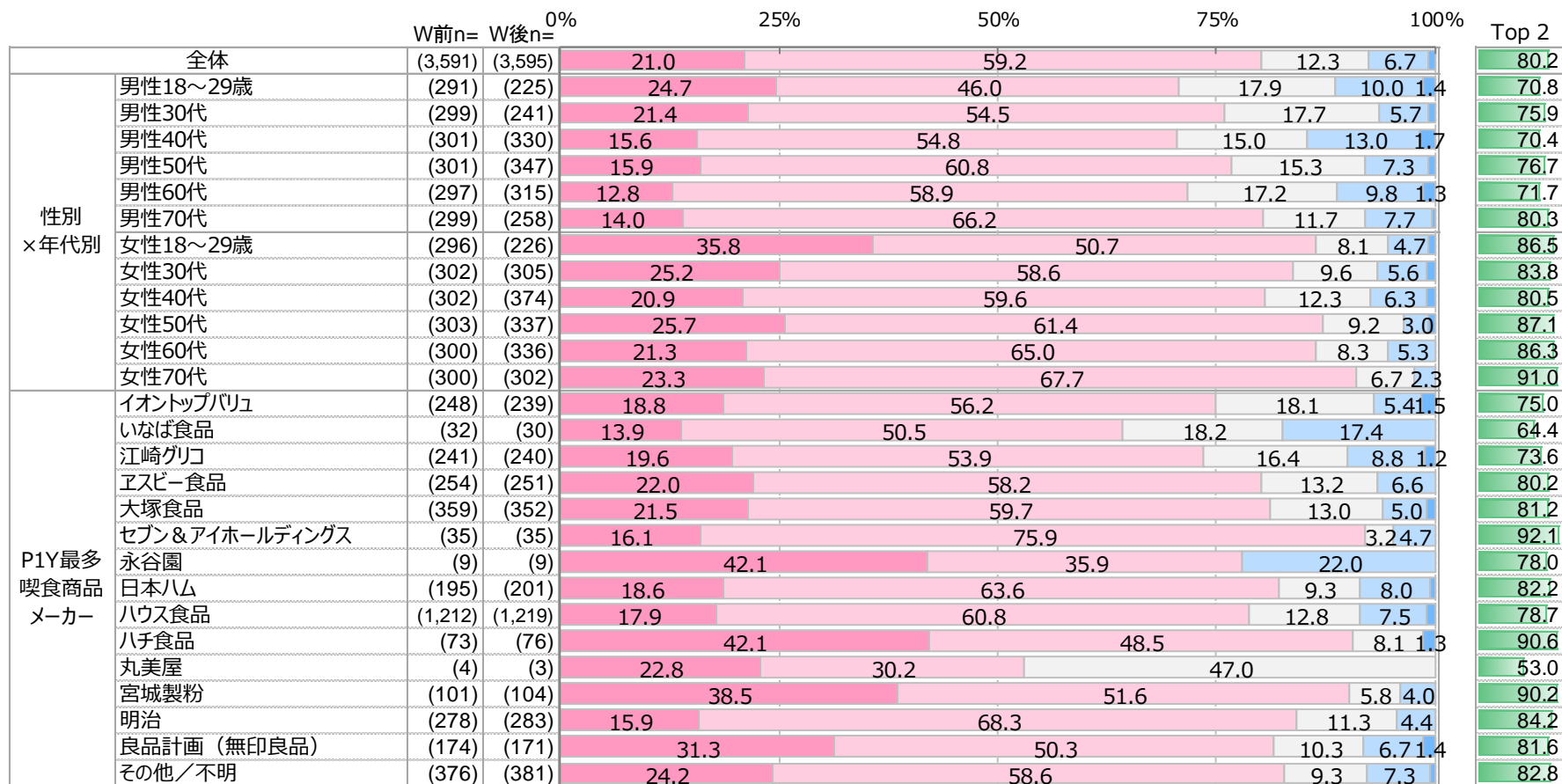
✓ 全体の量については、「非常に満足」が21%、満足Top 2スコアでは80%。味や価格に比べると、わずかにポジティブ回答者割合が下がり、若干ながら不満回答者も見られる。

Q22S3 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。【全体の量】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■ 非常に満足 ■ ある程度満足 □ どちらとも言えない ■ やや不満 ■ とても不満



※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2:「非常に満足」+「ある程度満足」

## 4-4 最多喫食商品の評価④具材の量

- ✓ 具材の量への満足度は、「非常に満足」が11%、満足Top 2スコアでも62%と、今回のQ22の一連の評価項目の中では最も低い。「やや不満」+「とても不満」も約15%。
- ✓ 最多喫食メーカー別でも、回答者の少ない「丸美屋」を除くと、「良品計画」のみが「非常に満足」が20%を超えた。

Q22S4 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。  
【具材の量（肉、野菜など）】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■ 非常に満足   ■ ある程度満足   □ どちらとも言えない   ■ やや不満   ■ とても不満

		W前n=	W後n=	0%	25%	50%	75%	100%	Top 2
全体		(3,591)	(3,595)	11.3	50.7	22.8	13.5	1.7	62.0
性別 ×年代別	男性18~29歳	(291)	(225)	17.9	42.3	21.3	15.8	2.7	60.1
	男性30代	(299)	(241)	12.0	49.2	24.4	12.4	2.0	61.2
	男性40代	(301)	(330)	9.0	49.2	23.9	16.3	1.7	58.1
	男性50代	(301)	(347)	8.3	50.5	23.6	15.3	2.3	58.8
	男性60代	(297)	(315)	7.7	51.2	23.2	15.2	2.7	58.9
	男性70代	(299)	(258)	5.4	55.9	24.7	13.7		61.2
	女性18~29歳	(296)	(226)	17.9	44.6	20.9	15.9		62.5
	女性30代	(302)	(305)	13.6	50.0	19.9	14.2	2.3	63.6
	女性40代	(302)	(374)	12.6	49.3	21.9	14.2	2.0	61.9
	女性50代	(303)	(337)	14.2	50.2	23.4	10.6	1.7	64.4
	女性60代	(300)	(336)	10.7	57.0	24.0	7.7		67.7
	女性70代	(300)	(302)	9.0	55.7	21.7	12.0	1.7	64.7
P1Y最多 喫食商品 メーカー	イオントップバリュ	(248)	(239)	11.2	46.3	23.9	15.3	3.3	57.6
	いなば食品	(32)	(30)	9.6	55.7	18.0	13.2	3.5	65.2
	江崎グリコ	(241)	(240)	9.8	48.6	26.5	13.1	2.0	58.4
	エスピー食品	(254)	(251)	14.5	49.2	25.2	10.4		63.7
	大塚食品	(359)	(352)	11.7	58.6	17.7	10.3	1.7	70.3
	セブン&アイホールディングス	(35)	(35)	5.4	74.0	14.8	5.8		79.4
	永谷園	(9)	(9)	11.1	55.7	33.2			66.8
	日本ハム	(195)	(201)	7.3	51.3	25.1	13.6	2.8	58.6
	ハウス食品	(1,212)	(1,219)	10.3	48.9	24.1	15.1	1.6	59.2
	八子食品	(73)	(76)	11.7	62.3	16.7	6.5	2.8	74.0
	丸美屋	(4)	(3)	22.8	30.2	47.0			58.0
	宮城製粉	(101)	(104)	8.2	35.4	35.2	18.0	3.2	43.6
	明治	(278)	(283)	10.5	55.7	22.6	10.8		66.2
	良品計画（無印良品）	(174)	(171)	23.6	51.6	15.3	8.9		75.2
その他/不明	(376)	(381)	11.4	49.1	20.1	17.1	2.3	60.5	

※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2：「非常に満足」+「ある程度満足」

## 4-5 最多喫食商品の評価⑤パッケージデザイン

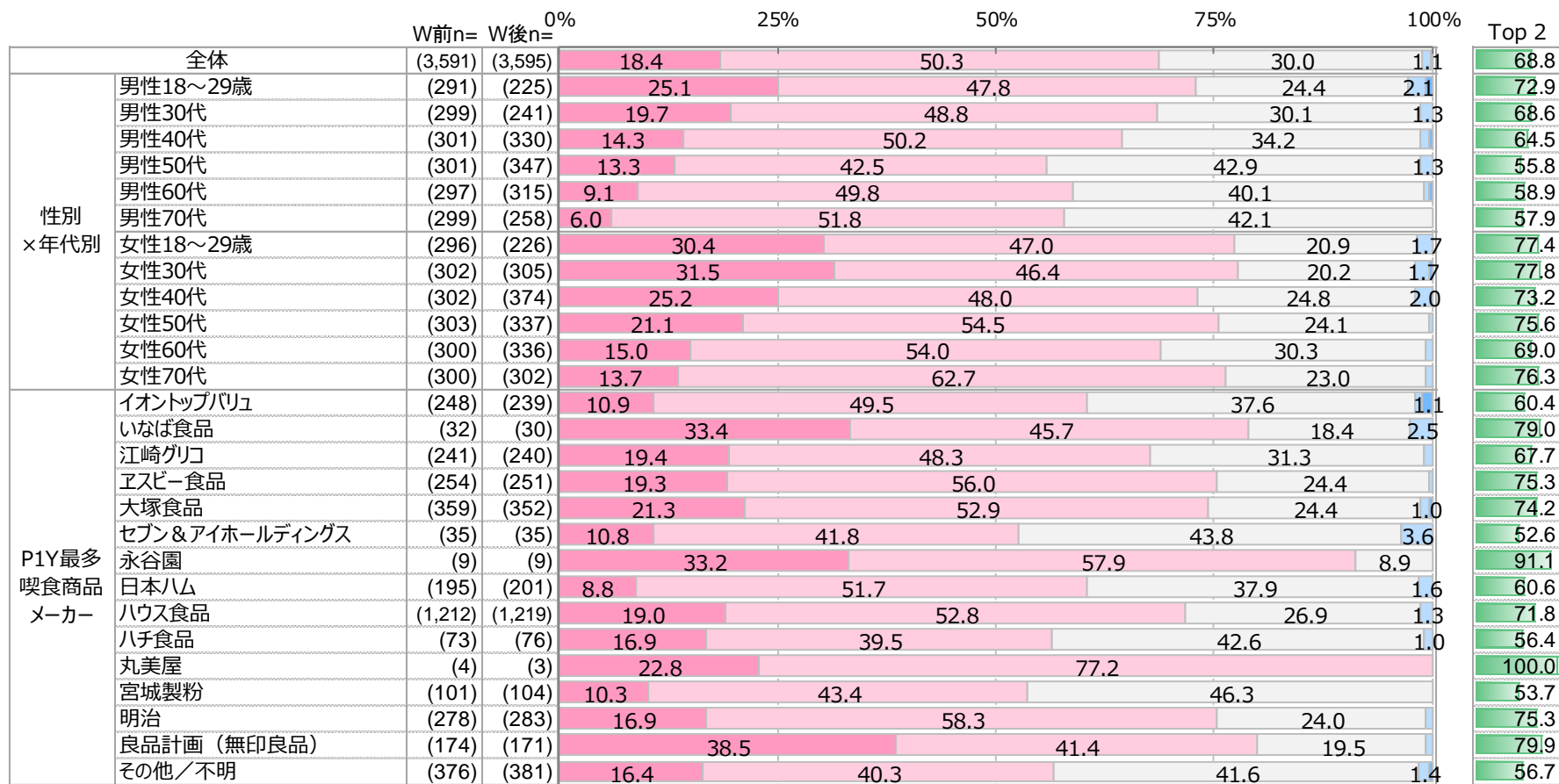
✓パッケージデザインについては、「非常に満足」が18%、満足Top 2スコアで69%。男女とも「非常に満足」の割合は、年代が上がると低くなる傾向。

Q22S5 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。【パッケージデザイン】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■非常に満足 ■ある程度満足 □どちらとも言えない ■やや不満 ■とても不満



※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2 : 「非常に満足」+「ある程度満足」

## 4-6 最多喫食商品の評価⑥調理しやすさ

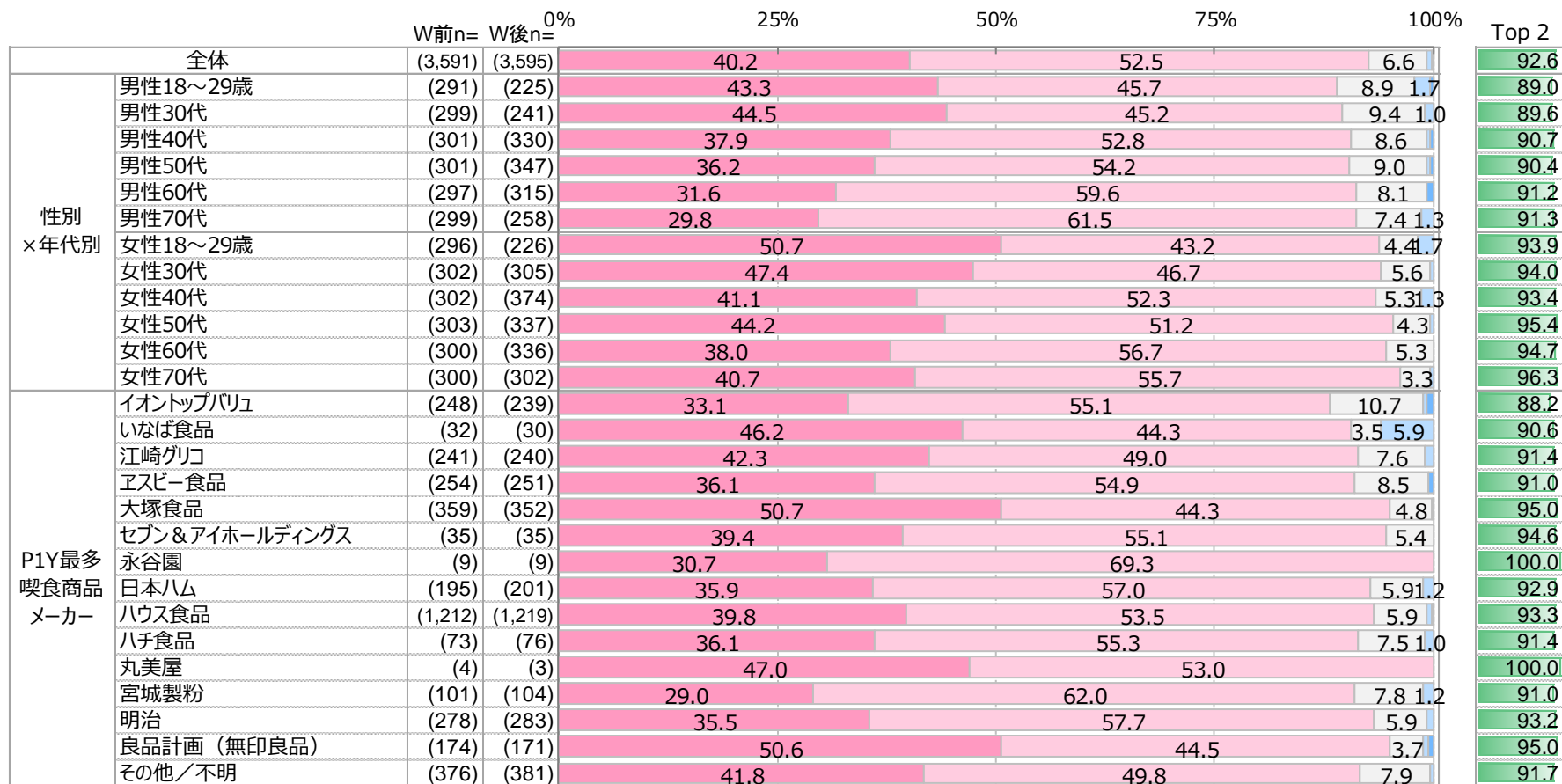
✓調理のしやすさへの満足度は、「非常に満足」が40%と高く、満足Top 2スコアでは93%。男女とも「非常に満足」は年代が上がると低くなる傾向があるが、Top 2スコアで見ると大差はない。

Q22S6 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。  
 【調理しやすさ（温め方、お皿への移し替えなど）】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■非常に満足 ■ある程度満足 □どちらとも言えない ■やや不満 ■とても不満



※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2 : 「非常に満足」+「ある程度満足」



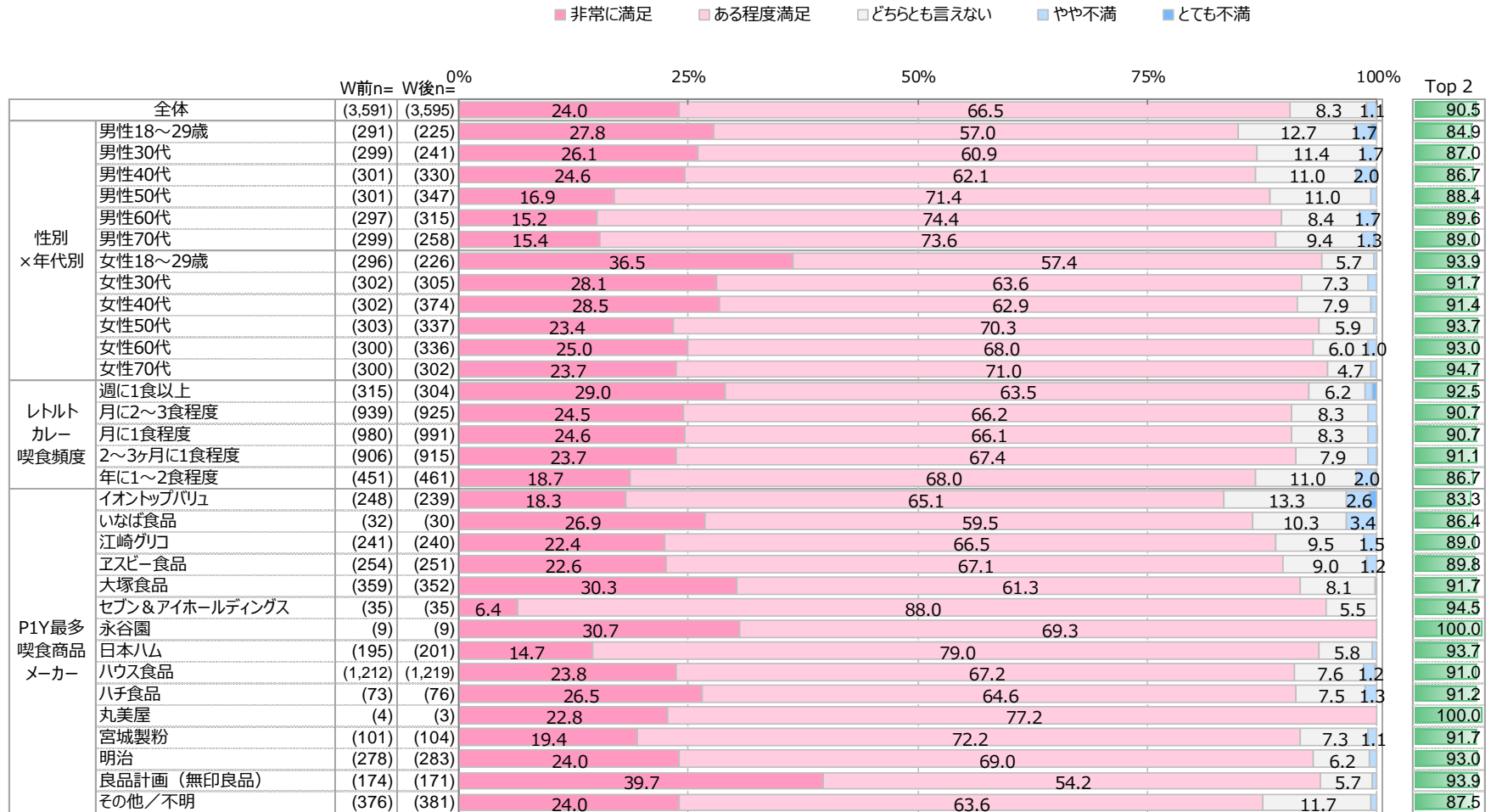
## 4-7 最多喫食商品の評価⑦総合評価

- ✓ 最多喫食商品への総合満足度は、全体で「非常に満足」が24%、満足Top 2スコアでは91%。
- ✓ 最多喫食メーカー別では、「良品計画」「大塚食品」が「非常に満足」で30%を超えた（回答者数の少ないメーカーを除く）。

Q22S7 あなたはこの1年間で最もよく食べた【Q13S2の選択内容】について、下記の点にどのくらい満足していますか。それぞれについてお答えください。  
【この商品を全般的に見て】

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人



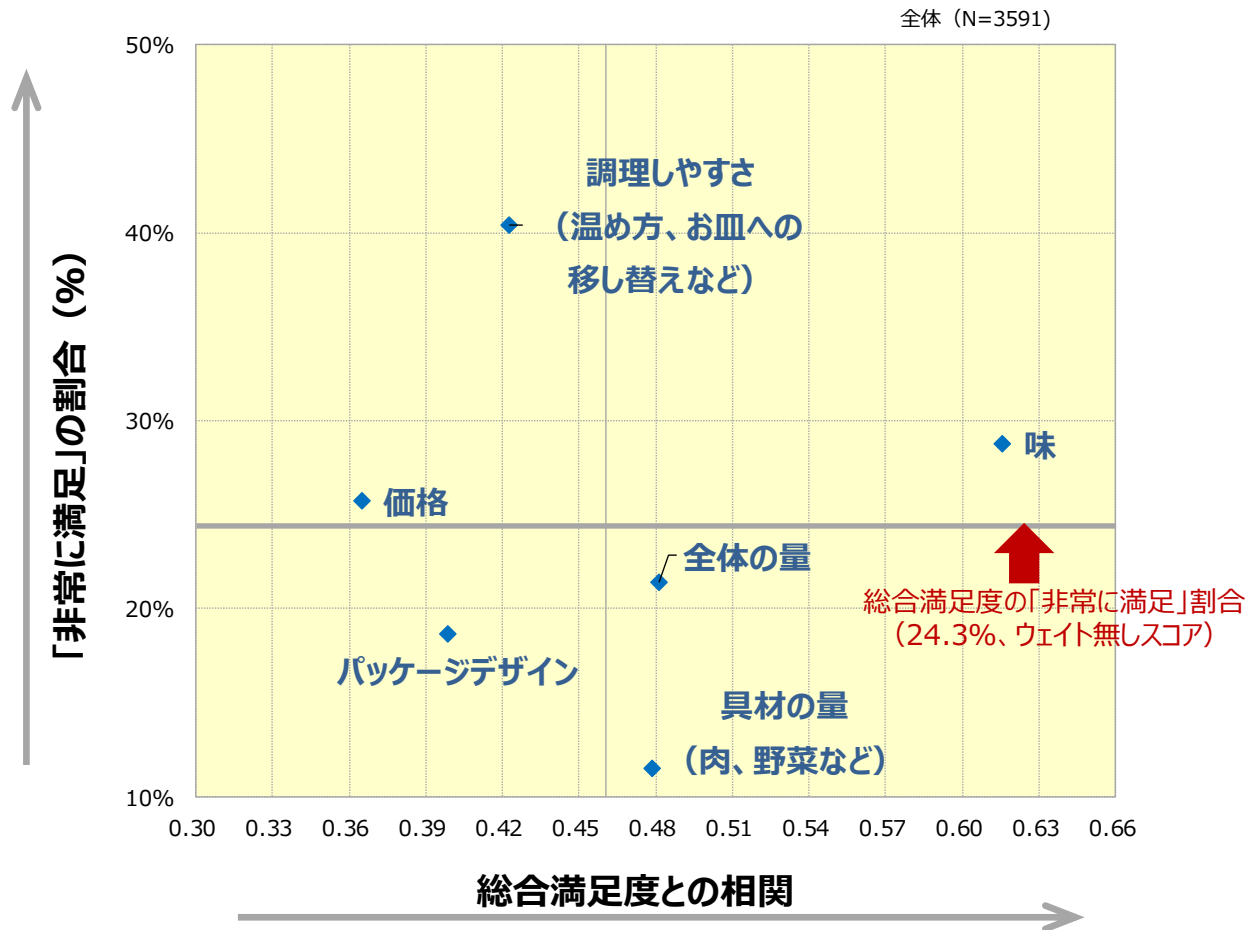
※1%未満のスコアラベルは非表示

※Top 2：「非常に満足」+「ある程度満足」



## 4-8 総合満足度と要素別満足度との関係

- ✓ 前頁までで見てきた要素満足度（Q22 S1～S6）と、総合満足度（S7）の相関関係を図示した。ここでは各変数とも「非常に満足」のスコアにて算出している（本頁のスコアはウェイト無し）。
- ✓ 総合満足度と最も相関が強いのは「味」で、現状は一定の満足度を得ている。次いで、「全体の量」「具材の量」が中程度の相関が見られるが、現状の満足度は高くなく、消費者の改善要望ニーズと捉えられる。「価格」は、購入時には多くの回答者が重視しているが、商品評価の要素として見ると相関は相対的に低い。



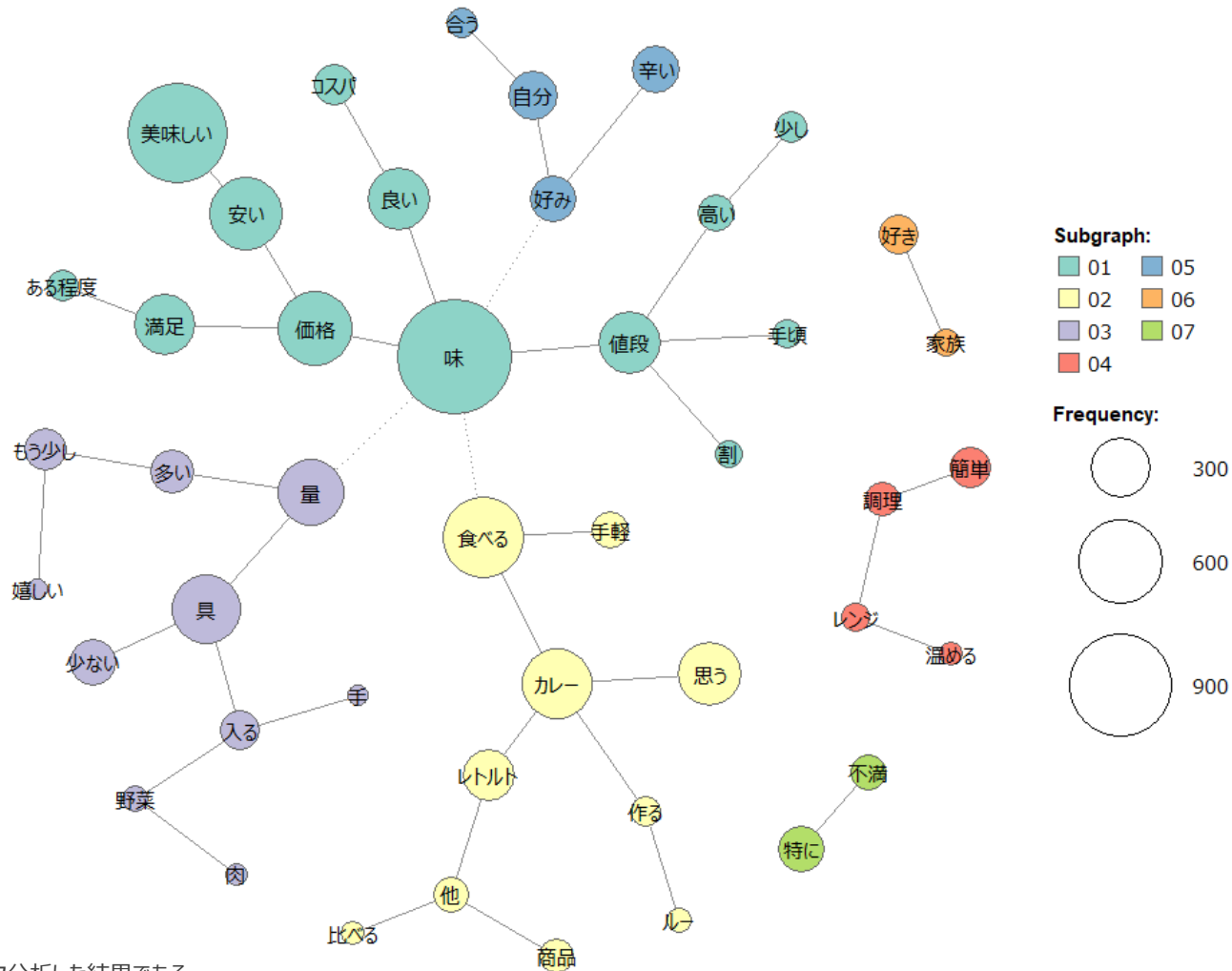
測定項目 (Q22)	
S1	味
S2	価格
S3	全体の量
S4	具材の量 (肉、野菜など)
S5	パッケージデザイン
S6	調理しやすさ (温め方、お皿への移し替えなど)
S7	総合満足度

## 4-9 総合満足度の理由 (1)全体

- ✓ 最多喫食食品の満足度の理由は、前頁で見たように“味”との関連の言及が多く、「美味しい」「良い」など味の評価が「安い」「価格」「値段」などの“コスト”の評価とも結びついている。

Q23 あなたは【【Q13S2の選択内容】】の全般的な満足度は【【Q22S7の選択内容】】とお答えになりましたが、その理由をできるだけ詳しくお聞かせください。

OA



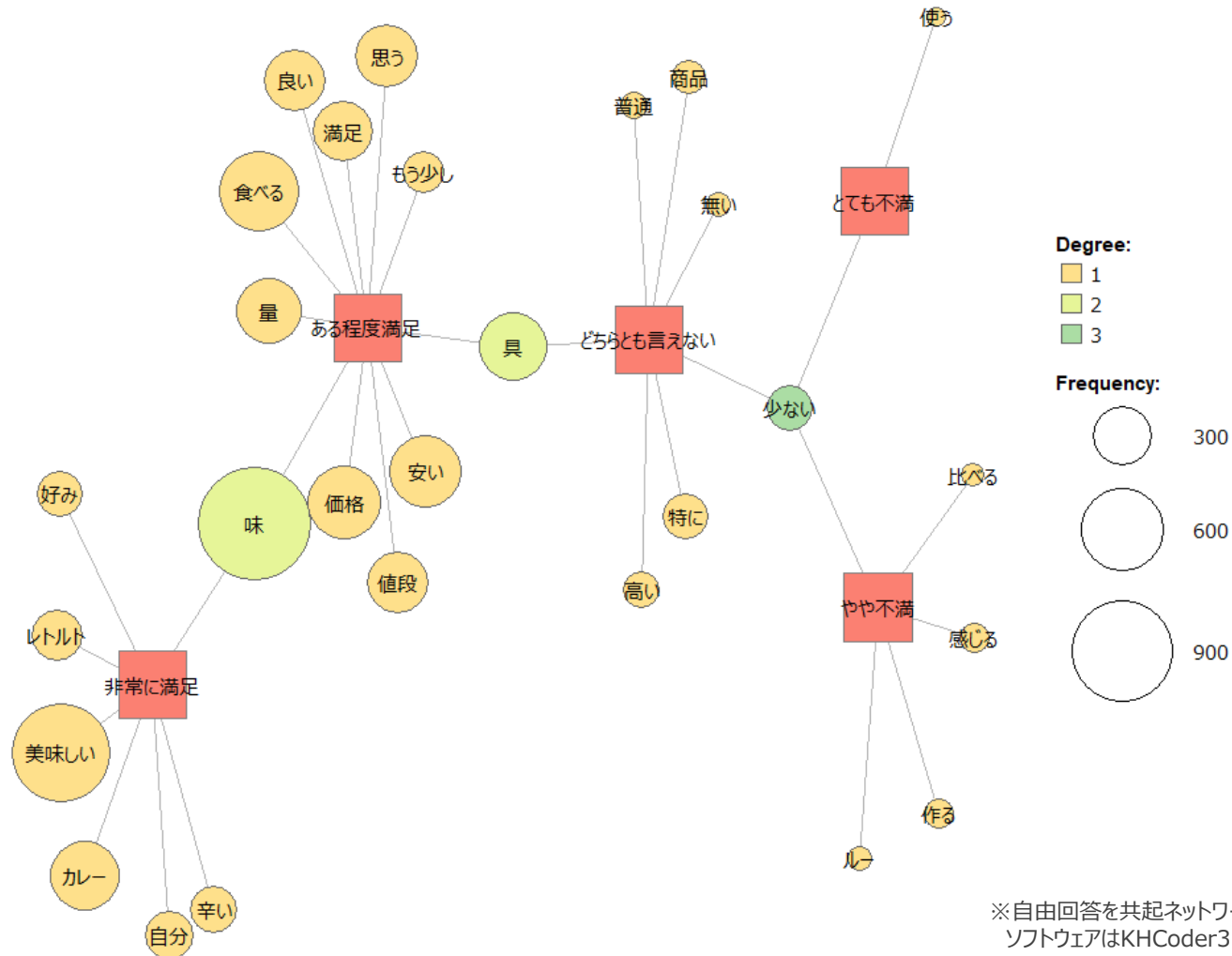
※自由回答を共起ネットワーク分析した結果である。  
ソフトウェアはKHCoder3.Alpha.17jを使用した。

## 4-10 総合満足度の理由 (2)満足度別

- ✓ 満足度の「非常に」高い層では「美味しい」などの“味”の評価が、「ある程度満足」では“コスト”や“量”についての関連が特徴として見られる。

Q23 あなたは【【Q13S2の選択内容】】の全般的な満足度は【【Q22S7の選択内容】】とお答えになりましたが、その理由をできるだけ詳しくお聞かせください。

OA



※自由回答を共起ネットワーク分析した結果である。  
ソフトウェアはKHCoder3.Alpha.17jを使用した。

# 4-11 最多喫食商品の継続意向

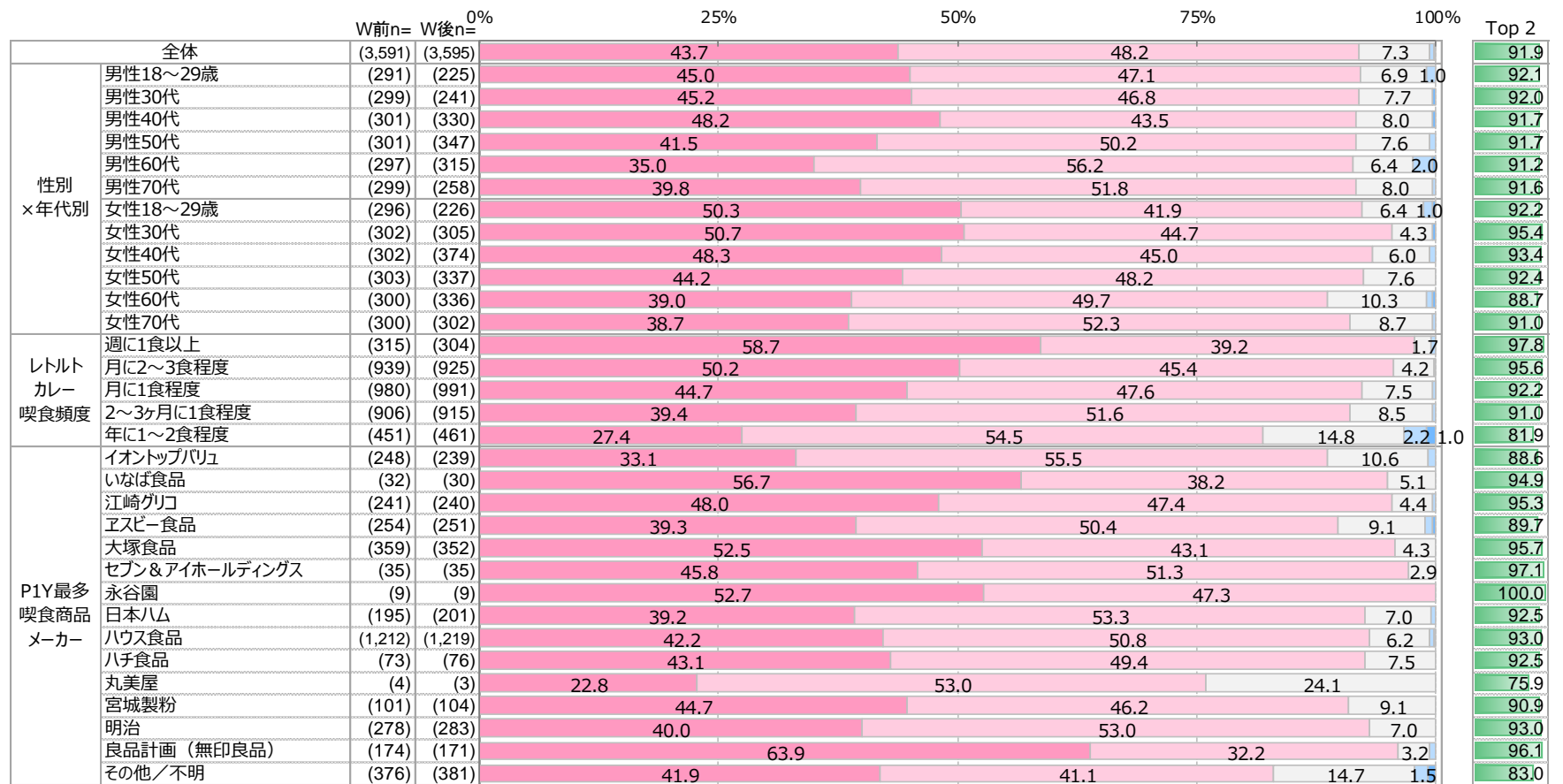
✓現在の最多喫食商品の継続意向は「とてもそう思う」（＝継続的に食べたい）が44%、「ややそう思う」との合計値で92%。レトルトカレー喫食頻度が高い層ほど、「とてもそう思う」の割合が高くなっている。

Q24 あなたは【Q13S2の選択内容】を今後も食べ続けたいと思いますか。

SA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人

■ とてもそう思う ■ ややそう思う □ どちらとも言えない ■ あまりそう思わない ■ 全くそう思わない



※1%未満のスコアは非表示

※Top 2: 「とてもそう思う」+「ややそう思う」

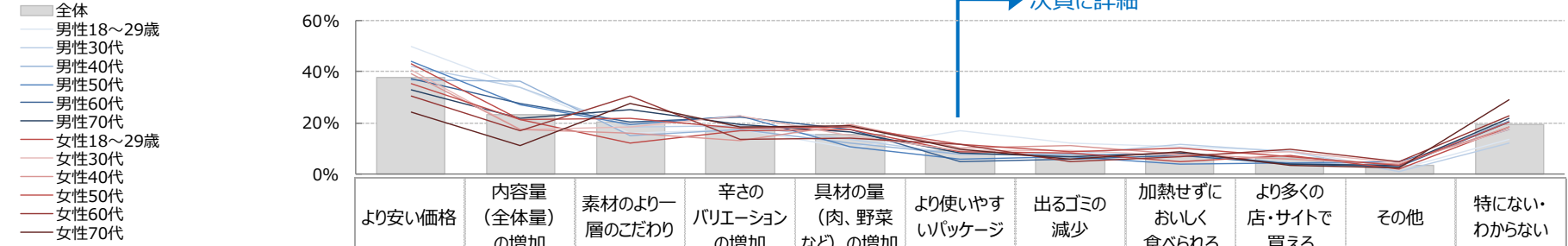
# 4-12 最多喫食商品の今後の期待点・改善要望点

✓ 今後の要望としては「価格」のほか、「内容量の増加」「素材のより一層のこだわり」「辛さのバリエーションの増加」「具材の量の増加」が上位に挙がった。

Q25 あなたは【Q13S2の選択内容】について、今後期待する点や改良してほしい点がありますか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

※Q12で喫食銘柄を覚えている人



		W前n=	W後n=	より安い価格	内容量 (全体量) の増加	素材のより 一層のこだわり	辛さの バリエーション の増加	具材の量 (肉、野菜 など)の増加	より使いやす いパッケージ	出るゴミの 減少	加熱せずに おいしく 食べられる	より多くの 店・サイトで 買える	その他	特にない・ わからない	
全体		(3,591)	(3,595)	37.6	23.4	20.2	18.3	15.4	9.2	7.9	7.8	6.3	3.3	19.5	
性別 x年代別	男性18~29歳	(291)	(225)	49.8	33.7	15.8	17.5	10.0	16.8	12.0	10.7	9.3	2.1	13.4	
	男性30代	(299)	(241)	42.1	33.8	18.4	18.7	13.4	7.7	7.7	11.4	8.7	1.0	12.0	
	男性40代	(301)	(330)	36.9	36.2	15.0	17.3	12.0	8.0	8.0	7.6	4.3	3.3	20.6	
	男性50代	(301)	(347)	44.2	26.9	19.6	22.6	10.6	5.6	6.6	4.0	4.3	5.0	17.6	
	男性60代	(297)	(315)	37.4	27.6	20.2	22.2	17.5	4.7	5.7	7.1	4.0	3.0	20.2	
	男性70代	(299)	(258)	32.8	21.7	25.1	19.4	16.4	8.4	6.7	8.0	4.0	3.3	21.7	
	女性18~29歳	(296)	(226)	43.2	21.3	12.2	16.9	17.2	8.8	8.1	4.7	7.4	1.7	18.2	
	女性30代	(302)	(305)	40.7	17.2	18.2	22.8	14.9	9.3	9.3	7.3	8.9	4.3	17.2	
	女性40代	(302)	(374)	39.1	17.2	15.9	13.2	19.5	9.9	11.3	7.9	5.6	3.6	18.2	
	女性50代	(303)	(337)	35.3	21.5	18.8	17.8	18.5	11.6	8.6	10.2	6.9	3.3	20.1	
	女性60代	(300)	(336)	30.7	17.0	30.7	13.7	14.0	11.7	5.0	7.0	9.7	4.7	22.7	
	女性70代	(300)	(302)	24.0	11.0	27.7	18.3	19.0	9.7	6.0	8.7	3.3	2.3	29.0	
	レトルト カレー 喫食頻度	週に1食以上	(315)	(304)	43.3	32.4	23.1	23.1	13.4	14.2	11.0	13.8	9.2	4.0	11.0
		月に2~3食程度	(939)	(925)	39.5	26.1	22.0	21.2	17.4	9.1	8.9	7.8	6.7	2.6	15.6
月に1食程度		(980)	(991)	34.3	19.7	20.9	16.7	14.8	9.9	6.7	7.7	6.4	3.1	20.6	
2~3ヶ月に1食程度		(906)	(915)	38.5	23.0	19.0	17.5	15.7	6.4	7.9	7.0	5.3	3.5	22.9	
年に1~2食程度		(451)	(461)	35.6	20.7	15.9	14.5	13.1	10.3	6.3	5.6	5.1	4.0	23.9	
P1Y最多 喫食商品 メーカー	イオントップバリュ	(248)	(239)	40.8	26.1	21.8	15.7	13.0	14.4	13.6	10.2	8.3	2.0	18.1	
	いなば食品	(32)	(30)	41.5	47.2	23.0	35.3	7.2	18.8	27.6	7.8	14.7	-	2.5	
	江崎グリコ	(241)	(240)	41.9	25.3	15.4	32.3	15.1	9.2	4.1	10.8	8.0	1.8	12.4	
	エスビー食品	(254)	(251)	32.6	19.8	26.0	19.3	15.4	10.5	7.9	6.9	6.3	3.8	23.3	
	大塚食品	(359)	(352)	43.1	23.9	15.1	11.8	11.8	9.9	8.1	11.3	6.0	2.8	21.6	
	セブン&アイホールディングス	(35)	(35)	51.0	17.3	20.9	23.0	8.7	5.9	11.7	6.1	2.2	6.4	12.2	
	永谷園	(9)	(9)	35.9	30.5	8.4	-	11.1	-	-	-	-	-	22.5	
	日本ハム	(195)	(201)	34.4	23.6	22.1	16.8	17.2	10.3	4.1	8.1	4.1	5.0	18.9	
	ハウス食品	(1,212)	(1,219)	35.2	26.6	20.4	17.5	17.0	8.6	9.6	8.3	3.0	3.4	18.5	
	ハチ食品	(73)	(76)	38.2	23.7	19.8	12.6	17.1	6.6	4.6	7.1	9.3	-	24.0	
	丸美屋	(4)	(3)	22.8	24.1	30.2	30.2	-	-	22.8	-	-	-	22.8	
	宮城製粉	(101)	(104)	37.8	6.8	12.1	22.4	20.3	12.9	6.9	10.2	5.5	1.2	18.7	
	明治	(278)	(283)	31.6	22.6	25.8	19.3	18.5	8.6	8.2	6.7	6.8	2.9	20.1	
	良品計画 (無印良品)	(174)	(171)	63.1	25.2	22.3	22.2	10.6	8.8	2.5	5.5	19.0	2.6	6.2	
その他/不明	(376)	(381)	32.2	14.6	18.8	16.0	13.7	6.0	4.2	1.8	9.0	5.5	30.7		

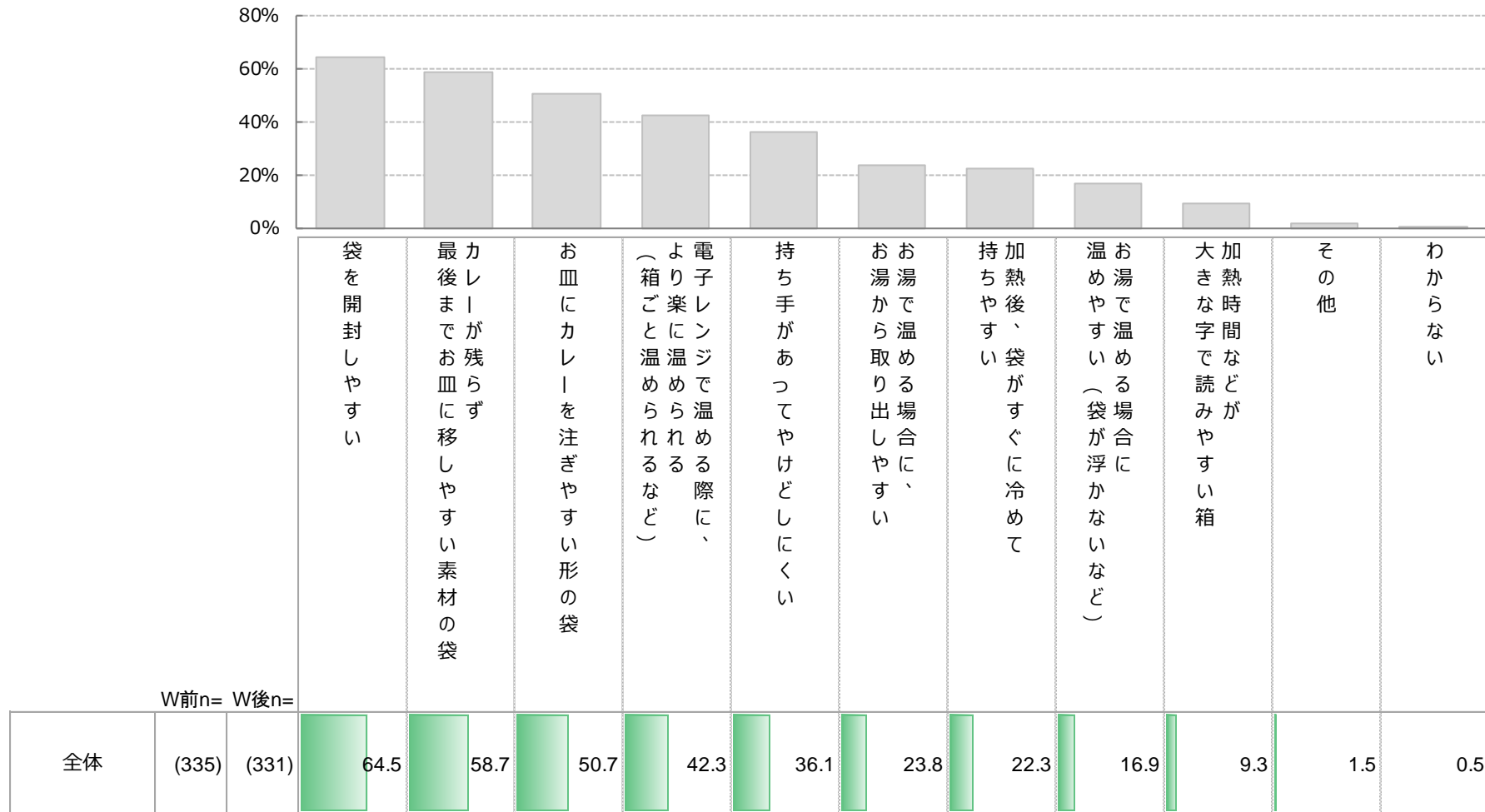
## 4-13 パッケージ改善について

- ✓ 前問にて改善要望に「より使いやすいパッケージ」を挙げた回答者に、その具体的な内容を尋ねたところ、「袋を開封しやすい」が最多で、以下「カレーが残らず最後までお皿に移しやすい素材の袋」「お皿にカレーを注ぎやすい形の袋」「電子レンジで温める際に、より楽に温められる」などが続いた。

Q26 前の質問で「より使いやすいパッケージ」とお答えの方にお尋ねします。具体的には、パッケージがどのようになると、より使いやすいと感じますか。あてはまるものを全てお選びください。

MA

※期待点・改善要望点として「より使いやすいパッケージ」と回答した人



※「全体」スコアで降順ソート

## 5. ライフスタイル／食ライフスタイル

## 5-1 本章の設問とデータについて

- ✓ 本章では、「ライフスタイル」（レトルトカレーや食に限定せず、生活全般に関する意識や価値観）設問と、「食ライフスタイル」（食事・食生活、料理・調理、食に関するサービスや情報接触などの様々な側面に対する実態・価値観）について聴取した結果を概観する。
- ✓ 「ライフスタイル」については、飽戸・松田編(1989)、豊田(2005)を参考に、一部項目を追加して構成している。
- ✓ 「食ライフスタイル」については、財団法人ハイライフ研究所(2003)を参考に構成している。
- ✓ なお、本章で使用する「ライフスタイル」（調査票Q1）、「食ライフスタイル」（調査票Q3～Q5）については、回答者グループを3つに分け、グループごとに選択肢（「とてもそう思う」など）の尺度数を変えて測定している。本章では、5件法リッカート尺度を用いて聴取したグループ2のデータを用いて結果を検討する（下表赤枠部分。総有効回答者数は1,236ケースとなり、p.10と同様の形式でウェイト集計を行っている）。

(人)

	男性						女性						合計
	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	18～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	
グループ1	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
グループ2	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
グループ3	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	103	1,236
合計	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	309	<b>3,708</b>

<参照>  
 飽戸弘・松田義幸(編)、1989、『「ゆとり」時代のライフスタイル』、日本経済新聞社。  
 豊田尚吾、2005、「自立した生活者を目指して」『ESTRELA』No.136、(財)統計情報研究開発センター。  
 財団法人ハイライフ研究所、2003、「食ライフスタイル変化のこれまでとこれから ～家族の変化がもたらす食ライフスタイルの変化～」(https://www.hilife.or.jp/pdf/20023.pdf)



## 5-2 ライフスタイル(全体値)

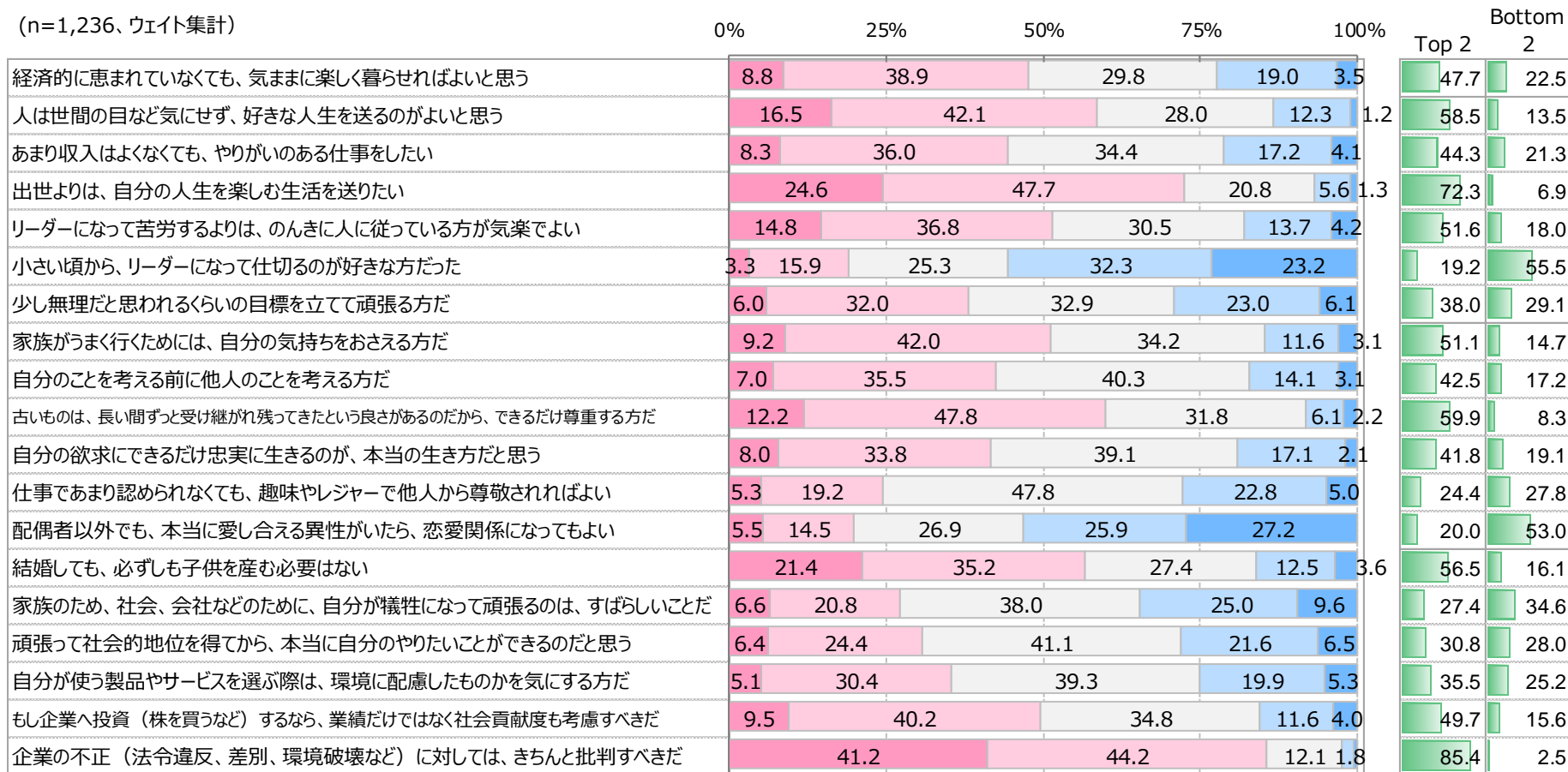
✓ライフスタイル・価値観に関する項目の全体結果一覧を示す。

Q1 あなたは、以下のことがらについて、どのように思われますか。それぞれについて、あてはまるものをお選びください。

SA

■ とてもそう思う ■ ややそう思う □ どちらとも言えない ■ あまりそう思わない ■ 全くそう思わない

(n=1,236、ウエイト集計)



※「Top 2」=「とてもそう思う」+「ややそう思う」、「Bottom 2」=「あまりそう思わない」+「まったくそう思わない」

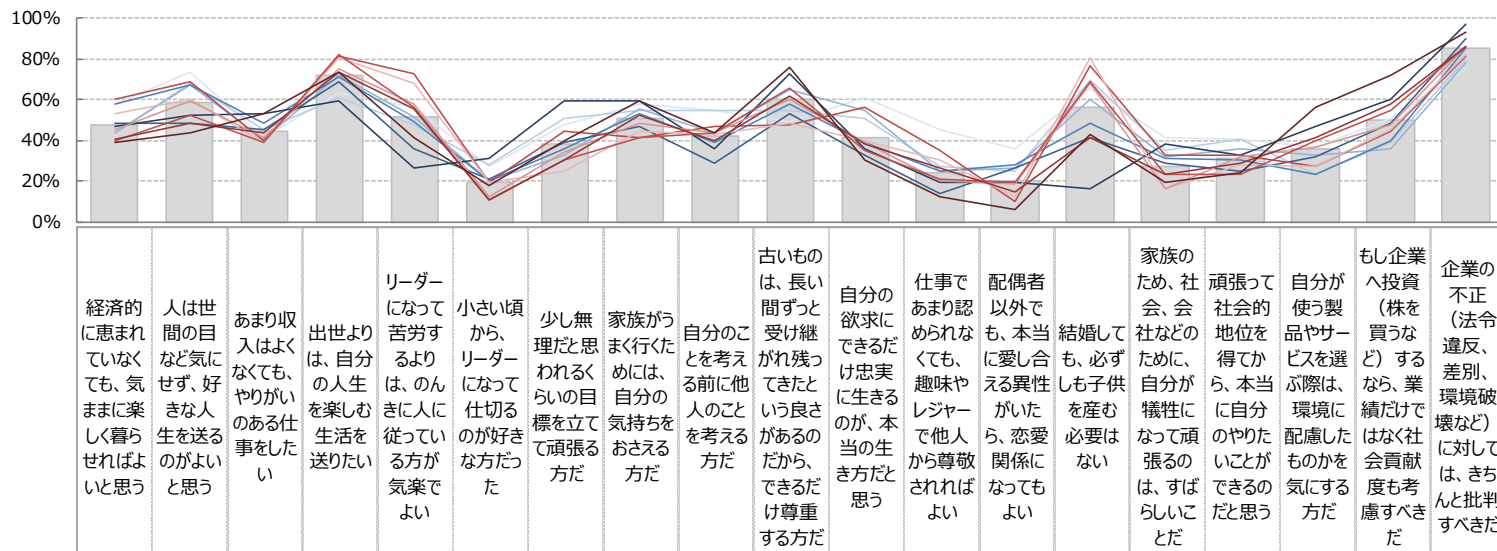
# 5-3 ライフスタイル(クロス集計)

- ✓「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」の合計スコア（以下、「Top 2スコア」）について、クロス集計を行った。
- ✓全体では、「企業の不正に対しては、きちんと批判すべきだ」「出世よりは、自分の人生を楽しむ生活を送りたい」「古いものは、長い間ずっと受け継がれ残ってきたという良さがあるのだから、できるだけ尊重する方だ」「人は世間の目など気にせず、好きな人生を送るのがよいと思う」「結婚しても、必ずしも子供を産む必要はない」が上位5項目だった。

Q1 あなたは、以下のことからについて、どのように思われますか。それぞれについて、あてはまるものをお選びください。

SA

- 全体
- 男性18~29歳
- 男性30代
- 男性40代
- 男性50代
- 男性60代
- 男性70代
- 女性18~29歳
- 女性30代
- 女性40代
- 女性50代
- 女性60代
- 女性70代



		W前n=	W後n=																				
	全体	(1,236)	(1,236)	47.7	58.5	44.3	72.3	51.6	19.2	38.0	51.1	42.5	59.9	41.8	24.4	20.0	56.5	27.4	30.8	35.5	49.7	85.4	
割付セル	男性18~29歳	(103)	(80)	58.3	73.8	41.7	63.1	56.3	27.2	47.6	58.3	54.4	49.5	61.2	45.6	35.9	66.0	41.7	40.8	36.9	50.5	74.8	
	男性30代	(103)	(83)	43.7	68.0	45.6	61.2	47.6	28.2	50.5	54.4	54.4	54.4	50.5	27.2	25.2	69.9	35.0	40.8	23.3	38.8	79.6	
	男性40代	(103)	(113)	43.7	67.0	40.8	71.8	51.5	20.4	33.0	55.3	43.7	65.0	54.4	25.2	26.2	60.2	32.0	35.9	33.0	35.9	78.6	
	男性50代	(103)	(119)	58.3	67.0	48.5	70.9	49.5	20.4	35.9	53.4	38.8	58.3	38.8	25.2	28.2	48.5	31.1	30.1	23.3	39.8	85.4	
	男性60代	(103)	(109)	48.5	48.5	45.6	68.9	35.9	21.4	38.8	46.6	29.1	53.4	33.0	13.6	26.2	41.7	29.1	25.2	32.0	48.5	90.3	
	男性70代	(103)	(89)	46.6	52.4	53.4	59.2	26.2	31.1	59.2	59.2	35.9	72.8	35.9	19.4	19.4	16.5	37.9	33.0	46.6	60.2	97.1	
	女性18~29歳	(103)	(79)	60.2	68.9	39.8	81.6	72.8	19.4	44.7	41.7	46.6	47.6	56.3	35.0	9.7	76.7	33.0	33.0	27.2	44.7	81.6	
	女性30代	(103)	(104)	53.4	60.2	38.8	80.6	68.0	19.4	25.2	44.7	42.7	48.5	39.8	30.1	12.6	80.6	16.5	28.2	27.2	45.6	82.5	
	女性40代	(103)	(128)	45.6	59.2	41.7	74.8	58.3	12.6	34.0	48.5	43.7	60.2	38.8	20.4	18.4	68.0	16.5	32.0	36.9	47.6	86.4	
	女性50代	(103)	(114)	39.8	52.4	38.8	82.5	56.3	10.7	30.1	41.7	43.7	66.0	35.0	21.4	19.4	68.9	23.3	23.3	39.8	54.4	86.4	
女性60代	(103)	(115)	40.8	48.5	43.7	73.8	55.3	10.7	30.1	52.4	39.8	62.1	37.9	26.2	14.6	41.7	23.3	29.1	41.7	58.3	86.4		
女性70代	(103)	(104)	38.8	43.7	53.4	73.8	41.7	17.5	39.8	59.2	43.7	75.7	30.1	12.6	5.8	42.7	19.4	24.3	56.3	71.8	93.2		
未既婚	未婚	(469)	(449)	54.5	65.3	42.9	72.7	52.9	18.8	37.8	47.1	40.7	57.2	43.3	27.4	23.2	63.5	26.0	31.5	30.9	44.1	82.6	
	既婚	(767)	(787)	43.8	54.7	45.1	72.0	50.8	19.4	38.1	53.4	43.6	61.5	40.9	22.7	18.2	52.5	28.2	30.4	38.2	52.8	87.0	
子供の有無	子供なし	(521)	(500)	53.7	68.1	42.1	75.2	56.0	17.9	35.7	40.7	39.2	55.1	45.4	29.6	20.6	69.3	24.8	31.0	31.5	47.6	84.6	
	子供あり	(715)	(736)	43.6	52.1	45.8	70.3	48.6	20.1	39.6	58.1	44.8	63.2	39.3	20.9	19.6	47.8	29.1	30.7	38.2	51.1	86.0	

※スコアは「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」

# 5-4 食ライフスタイル(全体値)

## ✓食ライフスタイルに関する項目の全体結果一覧を示す。

Q3-Q5 ここからは、あなたの「食」に関することを3問お尋ねします。同じ形式の質問がしばらく続き恐縮ですが、よく読んでお答えください。

Q3 まずは、「食事」について、あなたは以下のそれぞれについてどのくらいあてはまりますか。

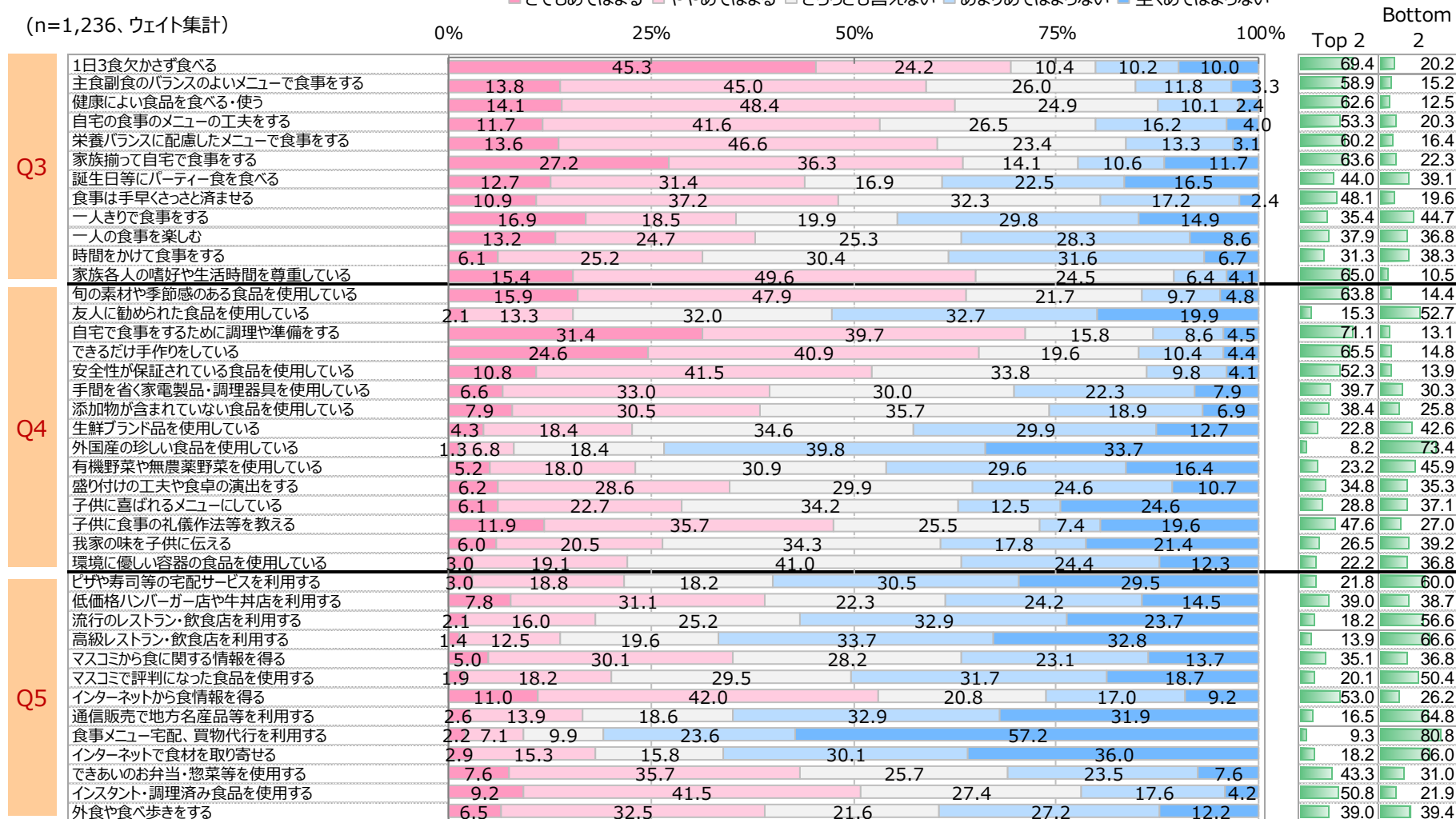
Q4 次に、「日ごろの料理・調理」についての様子やお考えについてお聞きします。以下のそれぞれについて、あなたご自身はどのくらいあてはまりますか。

Q5 次に、「食のサービスや情報」についての様子やお考えについてお聞きします。以下のそれぞれについて、あなたご自身はどのくらいあてはまりますか。

SA  
SA  
SA

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる □ どちらとも言えない ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない

(n=1,236、ウェイト集計)



※「Top 2」=「とてもそう思う」+「ややそう思う」、「Bottom 2」=「あまりそう思わない」+「まったくそう思わない」

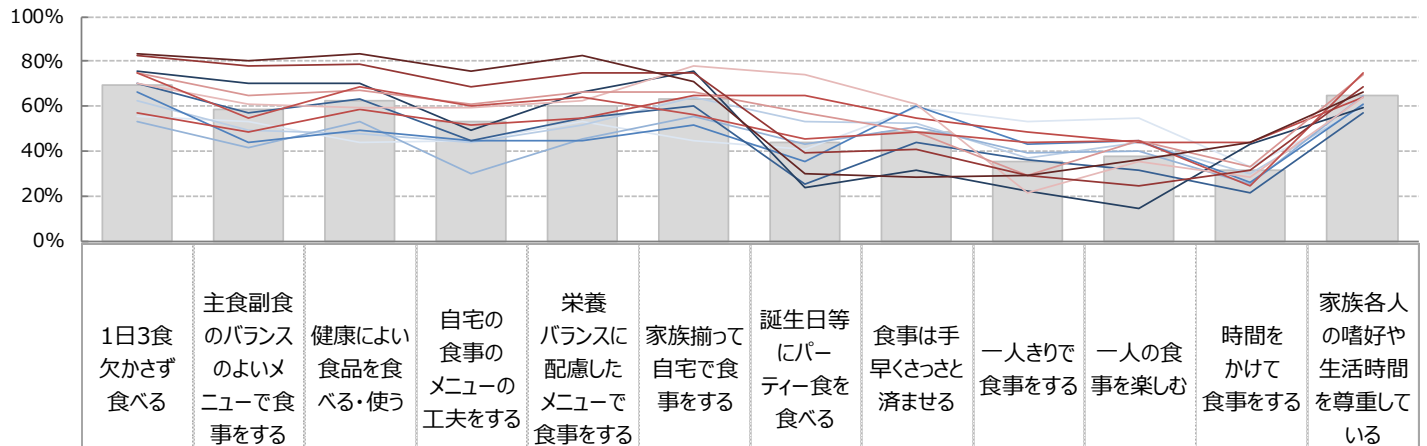
## 5-5 食ライフスタイル(クロス集計①食事)

- ✓ <食事>に関する設問のTop 2スコアについて、クロス集計を行った。
- ✓ 全体では、「1日3食欠かさず食べる」「家族各人の嗜好や生活時間を尊重している」「家族揃って自宅で食事をする」「健康によい食品を食べる・使う」「栄養バランスに配慮したメニューで食事をする」が60%を超えているが、年代や未既婚別などの状況によっても違いが見られる。

Q3 ここからは、あなたの「食」に関することを3問お尋ねします。同じ形式の質問がしばらく続き恐縮ですが、よく読んでお答えください。  
まずは、「食事」について、あなたは以下のそれぞれについてどのくらいあてはまりますか。

SA

■ 全体  
 ■ 男性18～29歳  
 ■ 男性30代  
 ■ 男性40代  
 ■ 男性50代  
 ■ 男性60代  
 ■ 男性70代  
 ■ 女性18～29歳  
 ■ 女性30代  
 ■ 女性40代  
 ■ 女性50代  
 ■ 女性60代  
 ■ 女性70代



		W前n=	W後n=	1日3食欠かさず食べる	主食副食のバランスのよいメニューで食事をする	健康によい食品を食べる・使う	自宅の食事のメニューの工夫をする	栄養バランスに配慮したメニューで食事をする	家族揃って自宅で食事をする	誕生日等にパーティー食を食べる	食事は手早くさっと済ませる	一人きりで食事をする	一人の食事を楽しむ	時間をかけて食事をする	家族各人の嗜好や生活時間を尊重している
全体		(1,236)	(1,236)	69.4	58.9	62.6	53.3	60.2	63.6	44.0	48.1	35.4	37.9	31.3	65.0
割付セル	男性18～29歳	(103)	(80)	55.3	53.4	43.7	44.7	53.4	44.7	40.8	59.2	53.4	54.4	33.0	59.2
	男性30代	(103)	(83)	62.1	49.5	47.6	43.7	51.5	64.1	53.4	52.4	36.9	43.7	30.1	60.2
	男性40代	(103)	(113)	53.4	41.7	53.4	30.1	45.6	55.3	42.7	50.5	38.8	39.8	25.2	65.0
	男性50代	(103)	(119)	66.0	43.7	49.5	44.7	44.7	51.5	35.0	60.2	42.7	44.7	26.2	61.2
	男性60代	(103)	(109)	69.9	57.3	63.1	44.7	54.4	60.2	25.2	43.7	35.9	31.1	21.4	57.3
	男性70代	(103)	(89)	75.7	69.9	69.9	49.5	66.0	75.7	23.3	31.1	22.3	14.6	42.7	59.2
	女性18～29歳	(103)	(79)	57.3	48.5	58.3	51.5	54.4	65.0	65.0	54.4	48.5	43.7	43.7	64.1
	女性30代	(103)	(104)	69.9	61.2	59.2	59.2	62.1	77.7	73.8	61.2	21.4	35.0	28.2	64.1
	女性40代	(103)	(128)	74.8	65.0	67.0	61.2	66.0	66.0	57.3	48.5	29.1	44.7	33.0	73.8
	女性50代	(103)	(114)	74.8	54.4	68.9	60.2	64.1	56.3	45.6	48.5	43.7	44.7	24.3	74.8
女性60代	(103)	(115)	82.5	77.7	78.6	68.9	74.8	74.8	38.8	40.8	29.1	24.3	31.1	68.9	
女性70代	(103)	(104)	83.5	80.6	83.5	75.7	82.5	70.9	30.1	28.2	29.1	35.9	43.7	66.0	
未既婚	未婚	(469)	(449)	56.9	43.7	49.1	40.9	46.3	36.3	30.0	59.0	64.2	58.5	26.9	48.6
	既婚	(767)	(787)	76.6	67.5	70.2	60.3	68.2	79.1	52.0	41.9	19.1	26.2	33.8	74.3
子供の有無	子供なし	(521)	(500)	58.3	49.4	54.1	44.1	52.5	48.8	36.3	54.7	53.1	53.9	30.4	58.3
	子供あり	(715)	(736)	77.0	65.3	68.3	59.5	65.5	73.6	49.3	43.6	23.5	27.0	31.9	69.5

※スコアは「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」



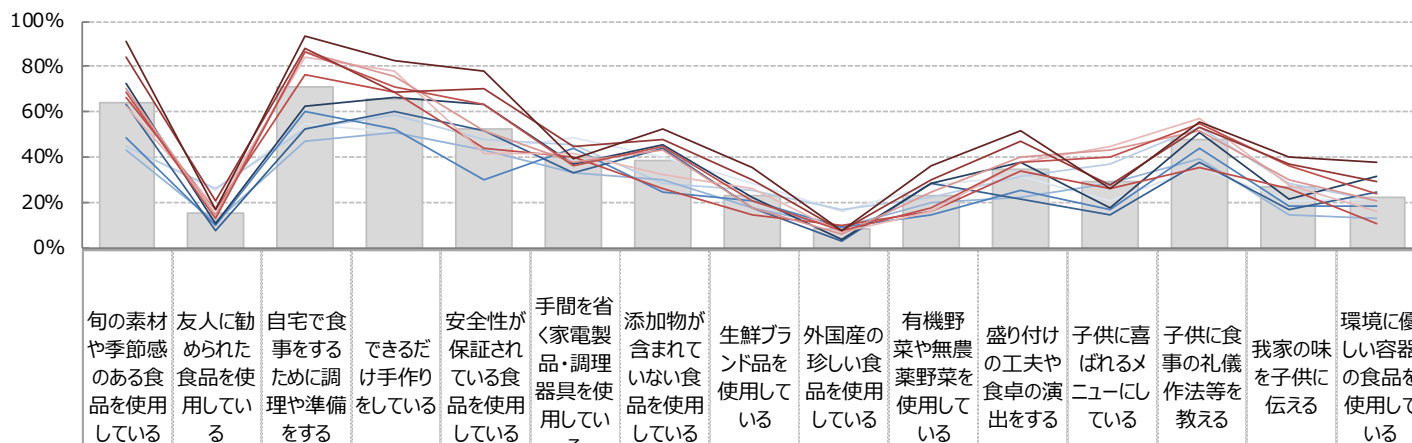
## 5-6 食ライフスタイル(クロス集計②日ごろの料理・調理)

- ✓ <日ごろの料理・調理>に関する設問のTop 2スコアについて、クロス集計を行った。
- ✓ 全体では、「自宅で食事をするために調理や準備をする」「できるだけ手作りをしている」が60～70%台と高い。次いで、「安全性が保証されている食品を使用している」「子供に食事の礼儀作法等を教える」が続いている。

Q4 次に、「日ごろの料理・調理」についての様子やお考えについてお聞きます。以下のそれぞれについて、あなたご自身はどのくらいあてはまりますか。

SA

■ 全体  
 ■ 男性18～29歳  
 ■ 男性30代  
 ■ 男性40代  
 ■ 男性50代  
 ■ 男性60代  
 ■ 男性70代  
 ■ 女性18～29歳  
 ■ 女性30代  
 ■ 女性40代  
 ■ 女性50代  
 ■ 女性60代  
 ■ 女性70代



		W前n=	W後n=	旬の素材や季節感のある食品を使用している	友人に勧められた食品を使用している	自宅で食事をするために調理や準備をする	できるだけ手作りをしている	安全性が保証されている食品を使用している	手間を省く家電製品・調理器具を使用している	添加物が含まれていない食品を使用している	生鮮ブランド品を使用している	外国産の珍しい食品を使用している	有機野菜や無農薬野菜を使用している	盛り付けの工夫や食卓の演出をする	子供に喜ばれるメニューにしている	子供に食事の礼儀作法等を教える	我家の味を子供に伝える	環境に優しい容器の食品を使用している	
割付セル	全体	(1,236)	(1,236)	63.8	15.3	71.1	65.5	52.3	39.7	38.4	22.8	8.2	23.2	34.8	28.8	47.6	26.5	22.2	
	男性18～29歳	(103)	(80)	44.7	25.2	54.4	50.5	42.7	48.5	39.8	28.2	15.5	27.2	31.1	20.4	35.0	20.4	21.4	
	男性30代	(103)	(83)	44.7	26.2	52.4	58.3	47.6	45.6	28.2	25.2	16.5	22.3	31.1	36.9	53.4	28.2	20.4	
	男性40代	(103)	(113)	42.7	11.7	46.6	50.5	42.7	33.0	30.1	17.5	8.7	19.4	22.3	28.2	38.8	14.6	12.6	
	男性50代	(103)	(119)	48.5	9.7	60.2	52.4	30.1	43.7	24.3	20.4	8.7	14.6	25.2	16.5	43.7	18.4	18.4	
	男性60代	(103)	(109)	63.1	7.8	52.4	60.2	51.5	33.0	43.7	17.5	2.9	28.2	21.4	14.6	37.9	16.5	24.3	
	男性70代	(103)	(89)	72.8	10.7	62.1	66.0	63.1	36.9	45.6	22.3	3.9	28.2	37.9	17.5	50.5	21.4	31.1	
	女性18～29歳	(103)	(79)	66.0	16.5	76.7	68.9	43.7	39.8	26.2	14.6	9.7	15.5	34.0	26.2	35.0	26.2	10.7	
	女性30代	(103)	(104)	62.1	17.5	84.5	77.7	41.7	41.7	32.0	26.2	6.8	15.5	37.9	44.7	57.3	27.2	15.5	
	女性40代	(103)	(128)	69.9	14.6	86.4	75.7	51.5	37.9	42.7	17.5	5.8	24.3	39.8	42.7	51.5	30.1	20.4	
未既婚	女性50代	(103)	(114)	68.9	12.6	86.4	70.9	63.1	35.9	44.7	20.4	7.8	17.5	37.9	39.8	54.4	35.9	23.3	
	女性60代	(103)	(115)	84.5	20.4	88.3	68.9	69.9	44.7	47.6	30.1	7.8	30.1	46.6	27.2	53.4	36.9	29.1	
	女性70代	(103)	(104)	91.3	16.5	93.2	82.5	77.7	38.8	52.4	35.0	7.8	35.9	51.5	26.2	55.3	39.8	37.9	
	未婚	(469)	(449)	49.5	11.5	63.7	52.6	39.3	37.1	29.2	15.9	7.7	18.6	25.1	13.3	24.3	15.1	16.0	
	既婚	(767)	(787)	72.0	17.5	75.4	72.9	59.7	41.2	43.7	26.7	8.4	25.8	40.3	37.6	60.9	32.9	25.7	
	子供の有無	子供なし	(521)	(500)	53.6	13.8	65.0	56.4	43.6	37.1	31.5	16.8	9.8	20.5	29.3	10.0	19.3	12.1	17.1
		子供あり	(715)	(736)	70.8	16.3	75.3	71.7	58.2	41.5	43.1	26.8	7.1	25.0	38.5	41.5	66.8	36.2	25.7

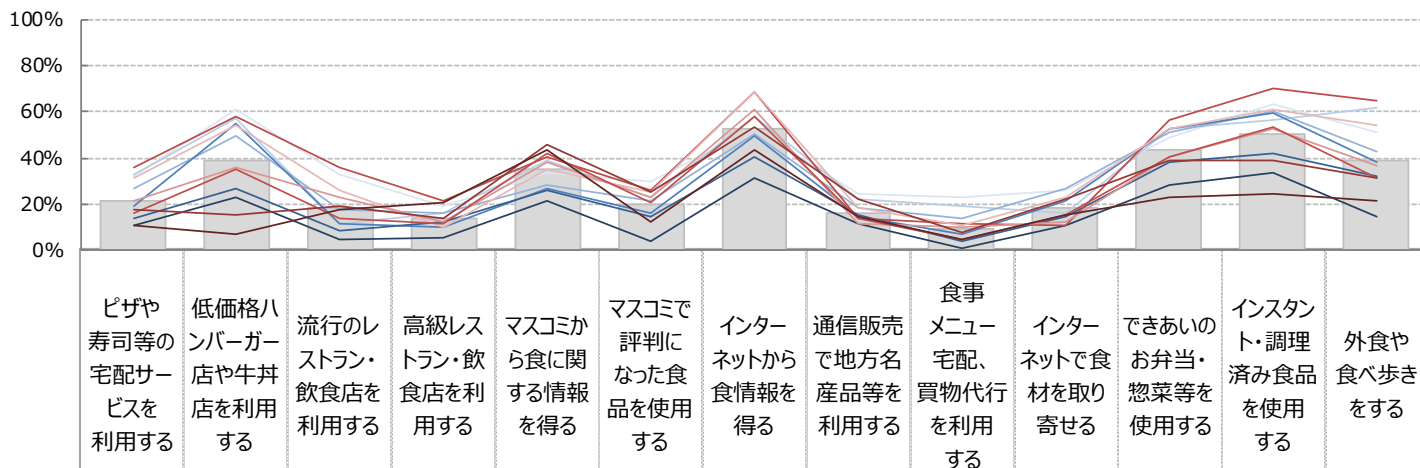
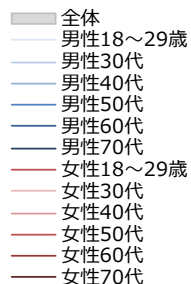
※スコアは「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」

## 5-7 食ライフスタイル(クロス集計③食のサービスや情報)

- ✓ <食のサービスや情報>に関する設問のTop 2スコアについて、クロス集計を行った。
- ✓ 全体では、「インターネットから食情報を得る」「インスタント・調理済み食品を使用する」が50%を超え、これらは年代が若いほどその割合が高い。次いで「できあいのお弁当・惣菜等を使用する」「低価格ハンバーガー店や牛丼店を利用する」「外食や食べ歩きをする」が40%前後で続く。

Q5 次に、「食のサービスや情報」についての様子やお考えについてお聞きます。以下のそれぞれについて、あなたご自身はどのくらいあてはまりますか。

SA



		W前n=	W後n=														
		(1,236)	(1,236)	21.8	39.0	18.2	13.9	35.1	20.1	53.0	16.5	9.3	18.2	43.3	50.8	39.0	
割付セル	全体	(1,236)	(1,236)	21.8	39.0	18.2	13.9	35.1	20.1	53.0	16.5	9.3	18.2	43.3	50.8	39.0	
	男性18~29歳	(103)	(80)	32.0	61.2	33.0	19.4	34.0	30.1	52.4	24.3	23.3	26.2	48.5	63.1	51.5	
	男性30代	(103)	(83)	33.0	57.3	11.7	16.5	38.8	23.3	58.3	22.3	19.4	16.5	52.4	56.3	62.1	
	男性40代	(103)	(113)	27.2	49.5	17.5	16.5	28.2	21.4	50.5	18.4	13.6	27.2	51.5	60.2	42.7	
	男性50代	(103)	(119)	19.4	55.3	11.7	9.7	27.2	16.5	49.5	14.6	6.8	21.4	52.4	59.2	37.9	
	男性60代	(103)	(109)	13.6	27.2	8.7	12.6	26.2	14.6	40.8	15.5	3.9	14.6	37.9	41.7	32.0	
	男性70代	(103)	(89)	10.7	23.3	4.9	5.8	21.4	3.9	31.1	11.7	1.0	10.7	28.2	34.0	14.6	
	女性18~29歳	(103)	(79)	35.9	58.3	35.9	21.4	40.8	26.2	68.9	13.6	11.7	10.7	56.3	69.9	65.0	
	女性30代	(103)	(104)	31.1	54.4	26.2	9.7	35.0	25.2	68.9	18.4	10.7	23.3	52.4	61.2	54.4	
	女性40代	(103)	(128)	21.4	35.9	23.3	12.6	37.9	23.3	61.2	11.7	9.7	12.6	40.8	52.4	36.9	
	女性50代	(103)	(114)	16.5	35.0	13.6	11.7	41.7	20.4	58.3	13.6	4.9	15.5	40.8	53.4	31.1	
女性60代	(103)	(115)	17.5	15.5	19.4	13.6	45.6	25.2	53.4	22.3	7.8	22.3	38.8	38.8	31.1		
女性70代	(103)	(104)	10.7	6.8	17.5	20.4	43.7	12.6	43.7	14.6	4.9	15.5	23.3	24.3	21.4		
未既婚	未婚	(469)	(449)	19.5	44.8	18.1	11.8	30.4	16.2	49.8	14.0	11.0	17.9	53.3	63.3	38.2	
	既婚	(767)	(787)	23.1	35.6	18.2	15.1	37.8	22.3	54.9	18.0	8.4	18.3	37.6	43.6	39.4	
子供の有無	子供なし	(521)	(500)	22.7	45.4	20.5	13.7	33.3	20.5	55.2	17.4	11.9	20.4	53.0	60.7	44.9	
	子供あり	(715)	(736)	21.1	34.6	16.6	14.0	36.3	19.9	51.6	16.0	7.6	16.6	36.7	44.0	35.0	

※スコアは「とてもあてはまる」+「ややあてはまる」

## 附 レトルト食品等の購入・喫食状況 (スクリーニングデータより市場全体の概観)

## 0-1 本章で用いるスクリーニング設問データと集計方法について

- ✓ 本章では、スクリーニング設問パートの回答結果から、レトルトカレーを含む各種レトルト食品やカレールー商品の購入や喫食状況を確認し、市場全体を俯瞰する。
- ✓ スクリーニングパートの回答者（下表(C)）も、そのままでは性別×年代別構成が実人口から若干のずれがあるため、本章のデータは日本の当該年齢人口構成にあわせて重み（ウェイト、下表(E)）をつけて集計した。
- ✓ 報告書内の集計表で「W後n=」と記載されている列が、**下表(D)の「ウェイト後回答者数」**を示す。

	(A)	(B)	(C)	(D)	(E)
	人口（千人）	人口（%）	スクリーニング 調査回収数（人）	ウェイト後 回答者数（人） [9,012×(B)]	ウェイト係数 [(D)/(C)]
<b>全体（合計）</b>	96010	100%	9012	<b>9012</b>	
<b>男性 18～29歳</b>	7717	8.0%	873	<b>724</b>	0.830
<b>男性 30～39歳</b>	7219	7.5%	788	<b>678</b>	0.860
<b>男性 40～49歳</b>	9325	9.7%	760	<b>875</b>	1.152
<b>男性 50～59歳</b>	8202	8.5%	676	<b>770</b>	1.139
<b>男性 60～69歳</b>	7808	8.1%	720	<b>733</b>	1.018
<b>男性 70～79歳</b>	7415	7.7%	850	<b>696</b>	0.819
<b>女性 18～29歳</b>	7251	7.6%	919	<b>681</b>	0.741
<b>女性 30～39歳</b>	6966	7.3%	589	<b>654</b>	1.110
<b>女性 40～49歳</b>	9101	9.5%	700	<b>854</b>	1.220
<b>女性 50～59歳</b>	8155	8.5%	704	<b>765</b>	1.087
<b>女性 60～69歳</b>	8170	8.5%	678	<b>767</b>	1.131
<b>女性 70～79歳</b>	8681	9.0%	755	<b>815</b>	1.079

・「人口」（表中(A)）は、総務省「人口推計の結果の概要 I. 各月1日現在人口「令和2年2月確定値」」のデータベース（<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/file-download?statInfId=000031963355&fileKind=0>）をもとに加工。



## 0-2 レトルト食品購入状況①

✓ 各種のレトルト食品の購入状況を尋ねた。全体値での1年以内での購入割合は、「レトルトシチュー」14%、「レトルトスープ・ポタージュ」24%、「レトルトご飯（ライス）・おかゆ」29%、「レトルトハンバーグ・ミートボール」34%であった。(次頁に続く)

SQ2 あなたは、スーパーやコンビニなどで、以下の食品を買ったことがありますか。それぞれについてお答えください。  
【レトルトシチュー／レトルトスープ・ポタージュ／レトルトご飯（ライス）・おかゆ／レトルトハンバーグ・ミートボール】

SA

### ①レトルトシチュー

### ②レトルトスープ・ポタージュ

### ③レトルトご飯（ライス）・おかゆ

### ④レトルトハンバーグ・ミートボール

■ この1年以内に入った

■ 買ったことがあるが、この1年より前

□ 買ったことがない／覚えていない

		0% 25% 50% 75% 100%			0% 25% 50% 75% 100%			0% 25% 50% 75% 100%			0% 25% 50% 75% 100%				
		W前n=	W後n=												
性別 ×年代別	全体	(9,012)	(9,012)	14.0	23.6	62.3	23.9	29.2	46.9	28.6	30.6	40.7	34.3	27.9	37.8
	男性18-29歳	(873)	(724)	19.8	22.1	58.1	27.5	22.5	50.1	28.1	24.1	47.9	31.2	22.5	46.4
	男性30-39歳	(788)	(678)	20.1	24.0	56.0	25.8	27.8	46.4	28.7	28.4	42.9	32.9	29.1	38.1
	男性40-49歳	(760)	(875)	11.1	25.1	63.8	20.1	30.1	49.7	26.1	31.8	42.1	31.6	30.1	38.3
	男性50-59歳	(676)	(770)	12.4	25.3	62.3	16.4	28.8	54.7	27.5	32.5	39.9	34.9	31.2	33.9
	男性60-69歳	(720)	(733)	10.0	27.2	62.8	12.5	29.4	58.1	25.7	33.9	40.4	27.9	29.2	42.9
	男性70-79歳	(850)	(696)	12.5	19.8	67.8	17.8	21.1	61.2	25.6	25.8	48.6	24.2	19.4	56.4
	女性18-29歳	(919)	(681)	15.9	21.0	63.1	34.9	26.1	39.0	28.2	27.9	44.0	34.3	24.7	41.0
	女性30-39歳	(589)	(654)	20.2	27.7	52.1	39.9	33.1	27.0	35.1	30.7	34.1	48.2	28.4	23.4
	女性40-49歳	(700)	(854)	15.9	22.4	61.7	32.1	33.1	34.7	29.7	34.6	35.7	47.7	26.3	26.0
	女性50-59歳	(704)	(765)	10.9	27.6	61.5	23.6	34.8	41.6	28.6	36.4	35.1	41.3	34.4	24.3
	女性60-69歳	(678)	(767)	11.8	22.3	65.9	20.4	33.6	46.0	29.8	32.2	38.1	34.2	29.8	36.0
	女性70-79歳	(755)	(815)	10.2	19.5	70.3	18.7	27.8	53.5	31.0	27.8	41.2	23.7	28.1	48.2
居住地域	北海道	(414)	(420)	11.0	21.8	67.2	19.2	30.5	50.3	28.2	32.0	39.8	33.5	30.6	35.9
	東北地方	(436)	(439)	10.8	24.6	64.6	21.8	30.0	48.2	20.8	34.8	44.3	34.5	30.8	34.6
	関東地方	(3,473)	(3,468)	14.8	24.5	60.7	25.0	29.0	46.0	31.4	30.2	38.4	34.7	25.6	39.7
	中部地方	(1,598)	(1,580)	13.0	23.5	63.5	23.8	27.8	48.4	26.8	32.2	41.1	33.3	29.9	36.8
	近畿地方	(1,792)	(1,801)	15.5	22.9	61.6	24.2	29.4	46.4	30.3	28.8	40.9	34.8	28.3	36.9
	中国地方	(446)	(447)	12.2	21.5	66.2	21.5	31.2	47.4	21.6	30.9	47.5	34.6	28.7	36.7
	四国地方	(186)	(186)	18.7	18.7	62.6	24.6	27.8	47.6	22.7	28.0	49.3	34.6	23.0	42.4
	九州地方	(667)	(671)	12.6	24.7	62.7	23.1	30.1	46.8	25.9	31.3	42.8	34.3	30.4	35.3

## 0-3 レトルト食品購入状況②

✓（前頁からの続き）全体値での1年以内での購入割合は、「レトルトハヤシ」16%、「レトルトカレー」56%、「カレールー」63%であった。

SQ2 あなたは、スーパーやコンビニなどで、以下の食品を買ったことがありますか。それぞれについてお答えください。  
【レトルトハヤシ／レトルトカレー／カレールー（家で調理するもの）】

SA

### ⑤レトルトハヤシ

### ⑥レトルトカレー

### ⑦カレールー (家で調理するもの)

■ この1年以内を買った    ■ 買ったことがあるが、この1年より前    □ 買ったことがない／覚えていない

		W前n=	W後n=	0%    25%    50%    75%    100%0%			25%    50%    75%    100%0%			25%    50%    75%    100%		
性別 ×年代別	全体	(9,012)	(9,012)	16.4	22.2	61.4	56.2	25.7	18.1	62.6	17.9	19.5
	男性18-29歳	(873)	(724)	21.5	21.9	56.6	45.2	21.2	33.6	47.0	18.2	34.8
	男性30-39歳	(788)	(678)	23.4	27.3	49.4	50.9	27.3	21.8	52.0	22.2	25.8
	男性40-49歳	(760)	(875)	18.0	23.8	58.2	50.9	29.7	19.3	48.0	23.3	28.7
	男性50-59歳	(676)	(770)	16.4	24.9	58.7	60.8	27.7	11.5	48.8	27.2	24.0
	男性60-69歳	(720)	(733)	12.2	21.8	66.0	59.7	23.8	16.5	48.7	21.8	29.4
	男性70-79歳	(850)	(696)	12.0	14.0	74.0	51.5	24.2	24.2	49.9	16.9	33.2
	女性18-29歳	(919)	(681)	18.2	22.6	59.2	48.3	21.9	29.8	63.7	14.8	21.5
	女性30-39歳	(589)	(654)	21.9	25.0	53.1	66.6	21.9	11.5	79.6	12.4	8.0
	女性40-49歳	(700)	(854)	19.7	24.6	55.7	61.3	24.9	13.9	78.9	13.0	8.1
	女性50-59歳	(704)	(765)	12.1	24.7	63.2	62.1	27.7	10.2	79.1	15.1	5.8
	女性60-69歳	(678)	(767)	11.9	20.5	67.6	63.0	26.3	10.8	78.6	13.1	8.3
	女性70-79歳	(755)	(815)	10.7	16.0	73.2	53.4	29.9	16.7	75.1	16.0	8.9
居住地域	北海道	(414)	(420)	13.0	26.1	60.9	57.5	26.5	16.0	66.1	16.9	17.0
	東北地方	(436)	(439)	14.1	16.8	69.1	49.8	32.5	17.7	62.6	17.8	19.6
	関東地方	(3,473)	(3,468)	18.0	22.3	59.7	56.9	24.4	18.7	61.6	18.9	19.6
	中部地方	(1,598)	(1,580)	16.7	22.8	60.4	55.5	25.9	18.6	62.9	15.9	21.3
	近畿地方	(1,792)	(1,801)	16.1	22.4	61.5	58.6	23.9	17.5	63.6	17.3	19.0
	中国地方	(446)	(447)	13.5	20.7	65.8	51.0	30.6	18.4	63.3	19.6	17.1
	四国地方	(186)	(186)	14.1	21.1	64.8	55.0	26.5	18.5	65.7	18.7	15.7
	九州地方	(667)	(671)	14.5	22.5	62.9	54.7	28.6	16.6	61.2	18.5	20.3

# 0-4 レトルト食品喫食状況①

✓次に、各種のレトルト食品の喫食状況を尋ねた。全体値での1年以内での喫食割合は、「レトルトシチュー」19%、「レトルトスープ・ポタージュ」31%、「レトルトご飯（ライス）・おかゆ」35%、「レトルトハンバーグ・ミートボール」42%であった。（次頁に続く）

SQ3 あなたは、以下の食品をご自身で食べたことがありますか。それぞれについてお答えください。  
【レトルトシチュー／レトルトスープ・ポタージュ／レトルトご飯（ライス）・おかゆ／レトルトハンバーグ・ミートボール】

SA

## ①レトルトシチュー

## ②レトルトスープ・ポタージュ

## ③レトルトご飯（ライス）・おかゆ

## ④レトルトハンバーグ・ミートボール

■この1年以内に食べた      ■食べたことがあるが、この1年より前      □食べたことがない／覚えていない

		0%    25%    50%    75%    100%			0%    25%    50%    75%    100%			0%    25%    50%    75%    100%			0%    25%    50%    75%    100%										
		W前n=	W後n=	0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%	0%	25%	50%	75%	100%			
全体		(9,012)	(9,012)	18.5	30.4	51.1			31.4	33.5	35.1			34.5	34.7	30.8			42.0	30.8	27.2
性別 ×年代別	男性18-29歳	(873)	(724)	26.3	31.7	41.9			35.6	29.6	34.8			36.0	30.9	33.1			41.8	28.5	29.7
	男性30-39歳	(788)	(678)	27.9	28.9	43.1			36.9	31.0	32.1			37.6	33.6	28.8			44.0	31.2	24.7
	男性40-49歳	(760)	(875)	18.7	31.6	49.7			29.6	33.8	36.6			35.9	37.6	26.4			44.2	33.4	22.4
	男性50-59歳	(676)	(770)	18.9	32.1	49.0			23.4	35.4	41.3			36.2	35.1	28.7			44.5	35.7	19.8
	男性60-69歳	(720)	(733)	14.7	34.7	50.6			17.9	35.4	46.7			31.8	33.8	34.4			36.5	30.3	33.2
	男性70-79歳	(850)	(696)	19.1	26.9	54.0			27.4	27.3	45.3			34.2	28.0	37.8			32.4	24.7	42.9
	女性18-29歳	(919)	(681)	22.5	30.7	46.8			46.5	29.9	23.6			36.7	33.9	29.4			48.9	27.5	23.6
	女性30-39歳	(589)	(654)	21.9	32.9	45.2			47.2	34.5	18.3			37.7	38.0	24.3			55.3	29.0	15.6
	女性40-49歳	(700)	(854)	17.0	27.0	56.0			38.3	35.9	25.9			32.7	38.0	29.3			50.7	31.9	17.4
	女性50-59歳	(704)	(765)	11.5	35.1	53.4			26.6	40.3	33.1			28.6	42.8	28.7			41.9	38.4	19.7
	女性60-69歳	(678)	(767)	14.3	28.3	57.4			26.7	34.8	38.5			32.7	34.8	32.4			36.9	29.9	33.2
	女性70-79歳	(755)	(815)	11.9	25.6	62.5			25.0	32.3	42.6			34.4	28.7	36.8			28.1	27.4	44.5
居住地域	北海道	(414)	(420)	15.7	30.3	54.0			25.5	37.5	37.0			35.3	37.6	27.2			41.3	29.4	29.3
	東北地方	(436)	(439)	16.9	27.9	55.3			27.0	34.4	38.6			27.3	40.6	32.0			44.6	30.0	25.4
	関東地方	(3,473)	(3,468)	19.9	31.5	48.7			32.2	33.0	34.8			37.0	33.3	29.7			42.0	29.6	28.4
	中部地方	(1,598)	(1,580)	16.2	30.9	52.9			31.5	34.4	34.1			33.0	35.8	31.2			41.6	32.0	26.4
	近畿地方	(1,792)	(1,801)	20.0	29.1	50.8			32.9	32.3	34.8			35.9	32.8	31.2			42.3	30.2	27.5
	中国地方	(446)	(447)	14.7	27.9	57.5			29.8	32.1	38.1			25.5	38.1	36.4			40.6	33.6	25.8
	四国地方	(186)	(186)	22.4	29.0	48.6			30.8	37.6	31.6			30.5	36.8	32.6			41.3	30.0	28.8
	九州地方	(667)	(671)	17.0	30.9	52.1			31.1	33.5	35.4			32.1	35.7	32.1			41.6	35.4	22.9

## 0-5 レトルト食品喫食状況②

- ✓（前頁からの続き）全体値での1年以内での喫食割合は、「レトルトハヤシ」21%、「レトルトカレー」65%、「カレールー」75%であった。

SQ3 あなたは、以下の食品をご自身で食べたことがありますか。それぞれについてお答えください。  
【レトルトハヤシ／レトルトカレー／カレールー（家で調理するもの）】

SA

### ⑤レトルトハヤシ

### ⑥レトルトカレー

### ⑦カレールー (家で調理するもの)

■ この1年以内に食べた    ■ 食べたことがあるが、この1年より前    □ 食べたことがない／覚えていない

