

52週の
MD研究

夏バテに関するアンケート 2011

日本マーケティング研究所グループ
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
URL: <http://www.mcto.co.jp>
Email: support@mcto.co.jp

「52週のMD研究」では主要なイベントの際に、ショッパー（店頭での購買者）は何をどんな理由で買ったのか、また、店頭ではどんなMDで訴求したのかをまとめています。今回は「夏バテ」です。皆さんは夏バテ防止に、どんなメニューを選んだのでしょうか？ 2011年のトレンドを探りました。

調査結果のポイント

Point.1
何を食べるのか

さっぱり系メニューで夏バテ防止！割合は **48.8%**
女性の**スタミナ系**の割合が**増加傾向**

全体では**スタミナ系**が減り**さっぱり系**が増加

Point.2
いつから食べるのか

「**7月から**」食べ始める人が **37.6%**
男性よりも**女性**が食べ始める**時期を意識している**

Point.3
何で紹介されたものか

「**雑誌・テレビで紹介されたもの**」が
男女ともに多い。
特に**女性**では **21.6%**と男性に比べて多い

調査概要

調査対象：
弊社管理オピネット会員
「オピネット URL:<http://www.opi-net.com>」

調査期間：2011年8月30日～9月6日
調査方法：インターネット調査

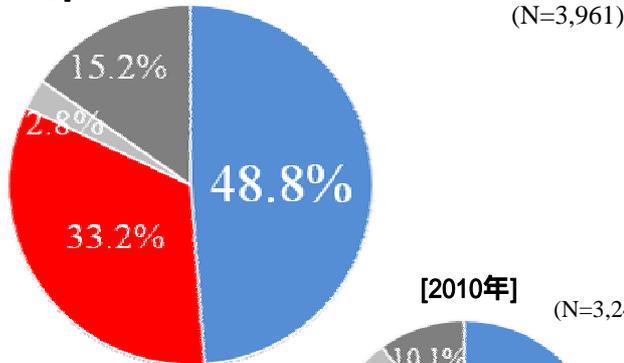
夏バテに関するアンケート	
回収数	3,961名
調査内容	夏バテ防止に何を食べるか？ 夏バテ防止を意識して食べるメニュー いつから夏バテ防止メニューを食べるか？ 夏バテ防止の効果はあったのか？

アンケート編

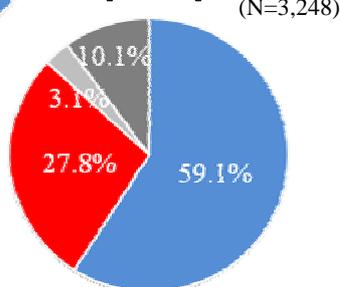
夏バテ防止に何を食べますか？[単数回答]

■ さっぱり系 ■ スタミナ系 ■ その他 (食べないなど) ■ 夏バテしない

[2011年]



[2010年]



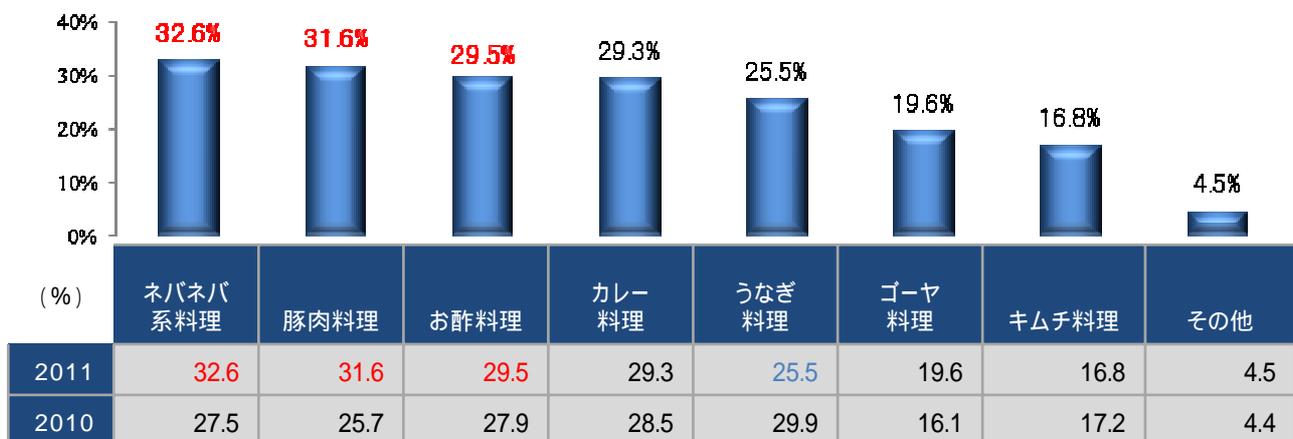
【男女別割合】

(%)		さっぱり系	スタミナ系	その他 (食べないなど)	夏バテしない
2011年	全体	48.8	33.2	2.8	15.2
	男性	43.9	36.4	2.8	16.9
	女性	53.7	30.1	2.7	13.4
2010年	全体	59.1	27.8	3.1	10.1
	男性	53.4	33.7	2.4	10.5
	女性	64.8	21.8	3.7	9.7

- ・夏バテ防止に食べるものは、**スタミナ系の料理**が増加。特に女性では2010年に比べて8%増加しています
- ・2010年に比べて夏バテしないという人も増えています。
- ・男女別でみると、**男性はスタミナ系が36%**で全体より高く、**女性はスタミナ系が増えているものの、さっぱり系が54%**と全体に比べて高くなっています。

夏バテ防止を意識して食べるメニューは？[複数回答]

N=3,961



- ・「**ネバネバ系料理**」が最も多く、**33%**の人が食べています。
- ・2010年に比べると、ネバネバ系料理、豚肉料理、お酢料理が増加していますが、うなぎ料理は減少しています。

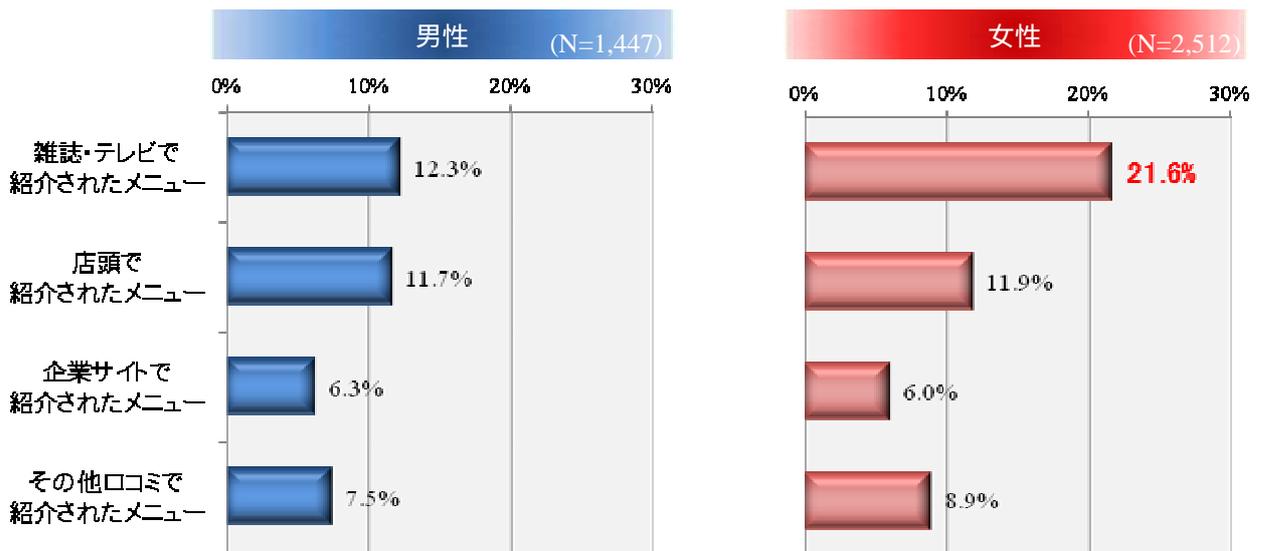
いつから夏バテメニューを食べますか？[単数回答]

(N=2,962)



- ・「7月から」夏バテ防止メニューを食べる人が最も多く、38%です。
- ・「特に決まった時期がない」人も多く、37%が時期を意識していないようです。
- ・男女別で見ると、「特に決まった時期がない」が41%と全体に比べて多く、男性は時期を意識しておらず、女性の方が時期を意識しているようです。

夏バテを意識して実際に試したことがあるメニューは何で紹介されたもの？[単数回答]



- ・男性、女性ともに最も多いのは「雑誌・テレビで紹介」で、次いで「店頭で紹介」「企業サイトで紹介」の順になっています。
- ・男女別で見ると、女性は「雑誌・テレビで紹介されたメニュー」の割合が男性に比べて高く、「雑誌・テレビ」が有効なきっかけになっているようです。また、男性は総じて女性に比べて低く、試さない人が多いようです。

店頭で印象に残ったり、つい買ってしまった商品や食材はありますか？
また、その時の売り場の様子はいかがでしたか？ [自由回答]

(N=481)

1位	うなぎ	40.3%
2位	ゴーヤ	9.8%
3位	ネバネバ系(納豆、オクラ)	6.0%
4位	肉料理	5.0%
5位	にんにく	3.3%
6位	お酢	3.1%
6位	キムチ	2.3%
8位	塩飴	2.1%
9位	梅干し	1.2%
10位	ドリンク	1.2%
-	その他	8.1%

具体的には

・うなぎの蒲焼き
・うなぎ丼
・ひつまぶし



・豚肉
・レバー
・ホルモン



・スタミナドリンク
・水



自由回答抜粋

土用の丑の日にスーパーで実演販売していて美味しそうに香りに誘われて買ってしまった。(40代女性)

うなぎを夏バテの効果がある様にポスターが貼られ売られていた。(40代女性)

土用の丑の日に、うなぎの蒲焼きが「夏バテ防止に」というキャッチコピーをつけて売られていたので、つい買ってしまった。(30代女性)

うなぎのかば焼きを土用の丑の日のイベントで購入した(50代女性)

ゴーヤとゴーヤチャンブルの素がセットで販売されており、そのまま手にとってしまった。(40代女性)

ゴーヤ夏バテ防止にと宣伝が書いてあった(50代女性)

スーパーでゴーヤが山積みになっていて夏バテに！！と旗が付いていたのを見た。(30代女性)

ゴーヤが、節電の緑のカーテンも作れると言うキャッチフレーズと共に売られていた。(20代男性)

オクラ・普段の場所の前に箱を置いて出してあった。「ネバネバ効果で夏バテ…」のポップがあった(50代女性)

オクラ...実際にメニューが書いてあるポップがおいてあった。(30代女性)

レバー(焼き鳥)。付近に飾られていたポップに「夏バテに効果抜群！」と書いてあったのでつい。(20代男性)

レバカツにスタミナアップというポップがついていて購入した(30代女性)

穀物酢です。酢の和え物メニューの作り方をテレビでやっていて。(50代女性)

モロヘイヤ。「夏バテ防止にネバネバしたものが効果があります」と料理したものを試食できるようにスタッフさんが作っていた。(40代女性)

店頭のお兄さんが夏バテに！と言っていたので。(30代女性)

レジの前に売っていた物で、商品に「夏バテに！」「失った塩分を摂取」などデカデカと書かれていた。(20代女性)

含まれている栄養成分の説明や効果的なレシピが紹介されていて、レシピカードと一緒に置いてあった。(30代男性)

- ・最も多かったのは「うなぎ」で40%。次いで、ゴーヤが10%、ネバネバ系(納豆、オクラ)が6%。
- ・「うなぎ」は「土用の丑の日」でつい買ってしまったという回答が多く、日常的に夏バテを意識するのではなく、「土用の丑」での購入が多いようです。日常ではメニューで多かったネバネバ系料理が夏バテ防止として購入されているようです。
- ・店頭販促では、「夏バテ防止に」というキーワードでの「POP」や「接客」が最も印象に残りやすいようです。

マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



適切なモニターをご用意いたします

お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

トータルでのサポートをいたします

お店の強みと課題がわかりやすい、報告書をご提案いたします。
店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

ミステリーショッパー

徹底的にサポート致します

ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します

改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします

課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



店舗クリニック

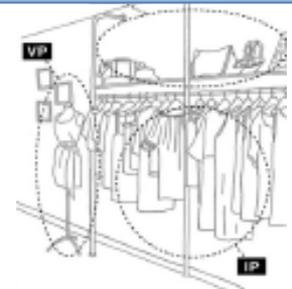
ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【お客様モニター】

覆盖面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

【専門家】

お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ & コンサルティング・サービス (RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

Relationship 生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”

Customize “個別課題”に合わせた“最適解”をご提案

Satisfaction 企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

Information

【会社概要】

商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
設立 1973年
ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

個人情報の取り扱いについて
株式会社マーケティング・コミュニケーションズは
プライバシーマークを取得しています。



【レポートのお問い合わせ】

発行年月日: 2012年7月7日
編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258
URL: <http://www.mcto.co.jp>
<http://www.opi-net.com>
Email: support@mcto.co.jp
編集担当: 52週のMDチーム (担当: 西浦)