

52週の
MD研究

クリスマスに関するアンケート ～メニュー編～ 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「クリスマス」です。皆さんは何を意識して、どんなメニューを選んだのでしょうか？今年のトレンドを探りました。

調査結果のポイント

Point.1

メニューを意識した割合

メニューにクリスマスを意識した人の割合は **61.2%**

既婚者の **67.8%** 未婚者でも **47.6%** の人がクリスマスを意識

Point.2

メニューの組合せ

「**チキン系**（ローストチキン、フライドチキン）」を軸とし、
「**シチュー・スープ**」「**サラダ**」、
そして「**ケーキ**」を組み合わせるパターンが多い

Point.3

クリスマスらしいメニュー

クリスマスらしいメニューの鍵は・・・

「**ほっこりする**」「**ごちそう**」の2要素

調査概要

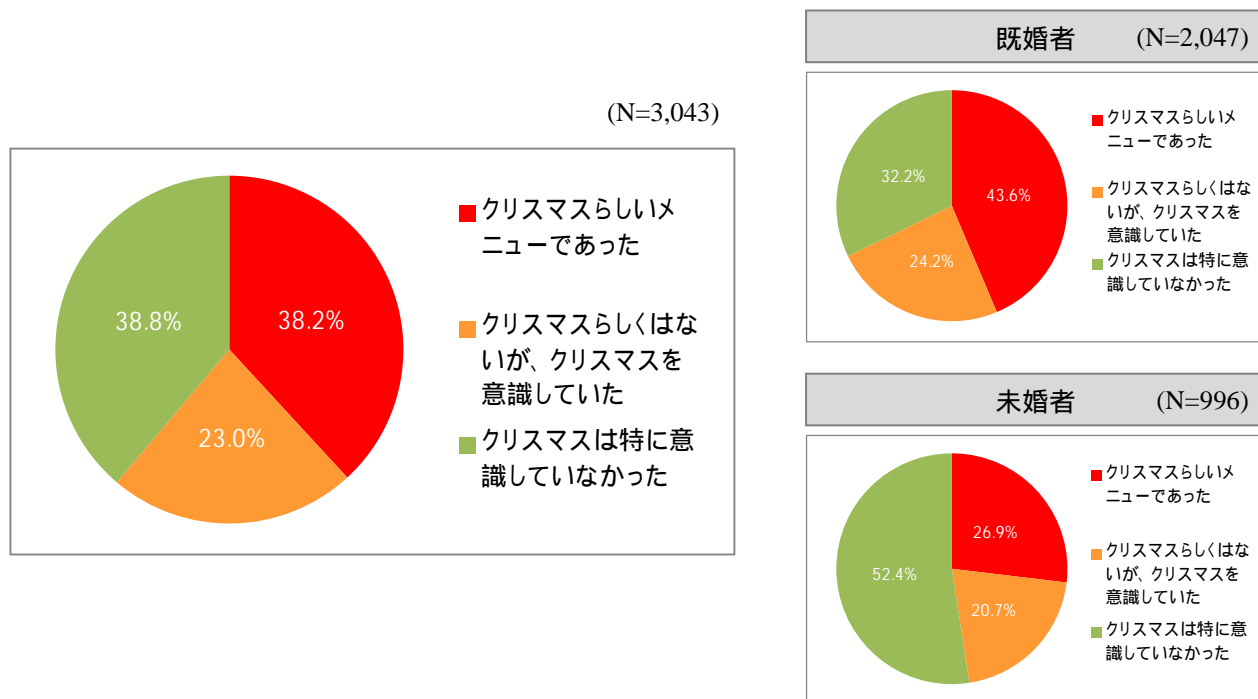
調査対象：
弊社管理オピネット会員
「オピネット URL:<http://www.opi-net.com>」

調査期間：2011年12月27日～28日
調査方法：インターネット調査

回収数	3,043名
調査内容	クリスマスを意識したメニューを食べたか 何を食べたか、どこで食べたか クリスマスらしいメニューのイメージは 実際に食べたものは に一致していたか

アンケート編

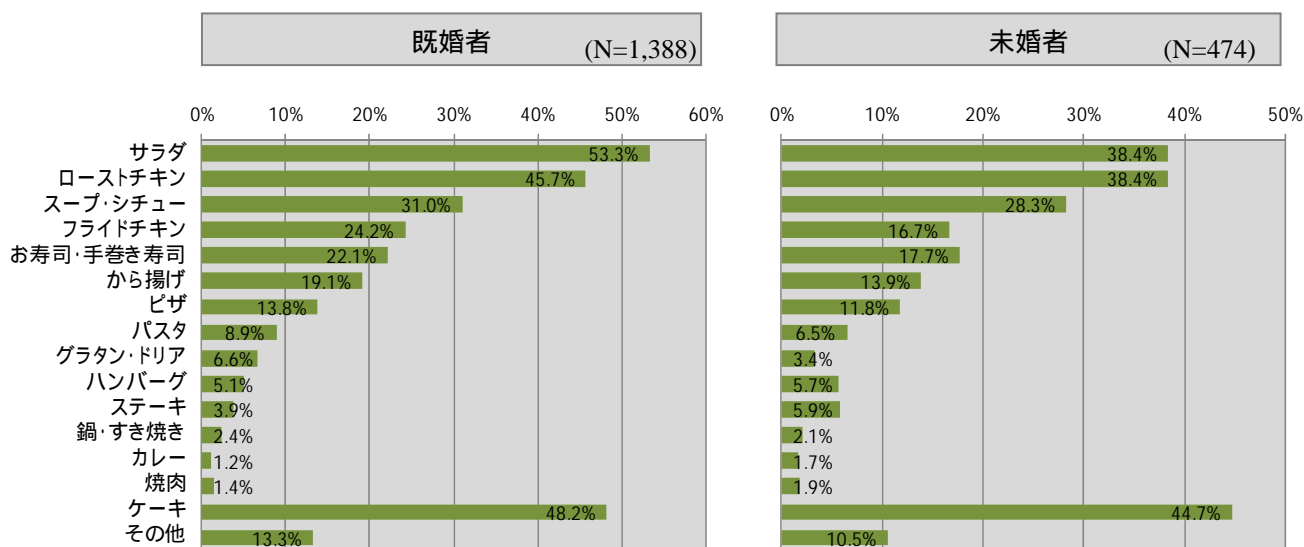
クリスマス(イブ)のメニューは、クリスマスを意識していましたか？[単数回答]



・クリスマス(イブ)のメニューに、**クリスマスを意識していた人は、61.2%**となりました。

・未既婚で見ると、**既婚者は67.8%**が意識しており、**未婚者は47.6%**が意識していました。既婚者の方がよりクリスマスを意識していたようですが、**未婚者でも半数弱**が意識をしています。

その時のメニューは？[複数回答]



・既婚者に最も多く選ばれているのは「サラダ」で、**53%の人がサラダ**を食べていました。

・「ローストチキン」、「フライドチキン」など、**チキンを食べた人が多い**ようです。

・また、「お寿司・手巻き寿司」が未婚者18%、既婚者22%と、5人に1人が食べていたようです。

・「**ケーキ**」は**既婚者の48%、未婚者の45%**の人が食べていました。

その時のメニューは？[複数回答]

	組み合わせ	出現度	(N=1,862)
1位	「サラダ」と「ケーキ」	25.6%	
2位	「サラダ」と「ローストチキン」	24.7%	
3位	「ケーキ」と「ローストチキン」	21.5%	
4位	「サラダ」と「スープ・シチュー」	17.4%	
5位	「サラダ」と「フライドチキン」	17.1%	
6位	「ケーキ」と「フライドチキン」	15.7%	
7位	「サラダ」と「ケーキ」と「ローストチキン」	12.5%	
8位	「スープ・シチュー」と「ローストチキン」	12.0%	
9位	「ケーキ」と「スープ・シチュー」	11.6%	
10位	「ケーキ」と「お寿司・手巻き寿司」	10.8%	

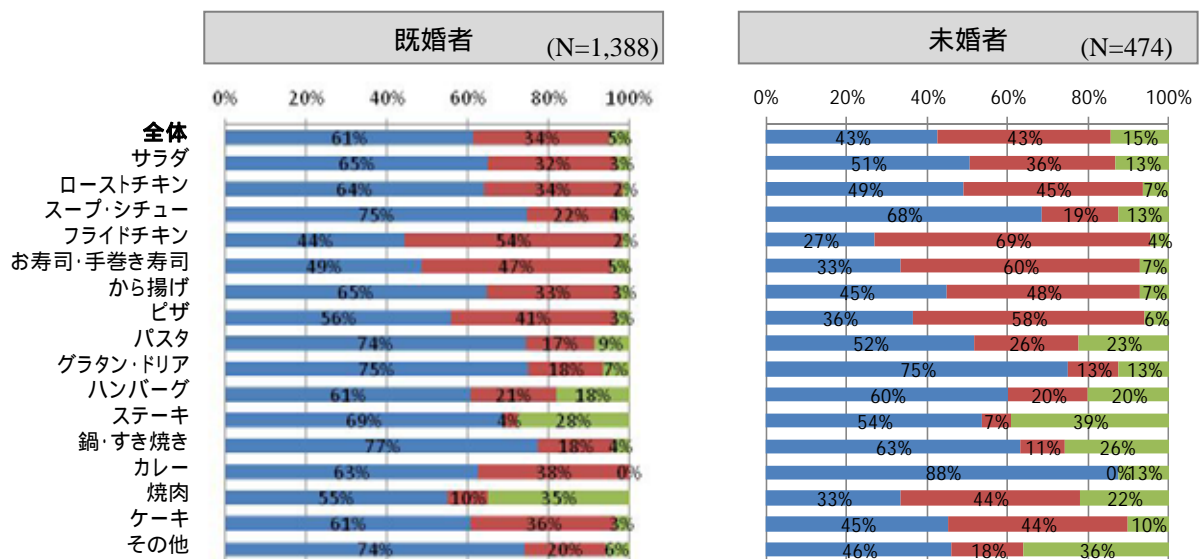
アソシエーション分析を用い、組合せの出現度を計測。全体の何%の人がそのメニューの組合せを取り入れていたかがわかります。

- ・「**サラダ**」と「**ケーキ**」は**25.6%**と、**4人に1人がこの組み合わせ**を食べていました。
- ・「**ローストチキン**」など、チキン系の料理をメインに、「**サラダ**」や「**スープ・シチュー**」を組み合わせる人が多いようです。特に「**スープ・シチュー**」を選んだ人の**76.4%**が「**サラダ**」を選んでいました。
- ・よく組み合わせられているメニューをセットにして店頭で提案すれば、**買い足し効果**が生まれそうです。

その時のメニューは？[複数回答]

どこで食べましたか？[単数回答]

：家で作って食べた ：外で買って来て家で食べた ：外で食べた



- ・**既婚者の61%、未婚者でも全体の43%**が家で作って食べていました。
- ・メニュー別で見ると、「**フライドチキン**」「**お寿司**」は外で買って来て家で食べられています。既婚者は「**焼肉**」「**ステーキ**」が外食されており、未婚者は「**ステーキ**」「**パスタ**」が外食されていることがわかります。

A.あなたが考えるクリスマスらしいメニューはどんなものですか？[5段階評価]

B.実際にあなたが食べたメニューは、以下にあてはまりますか？[5段階評価]

(各項目に対する評価の平均値を算出。A.イメージとB.実際の差は、Aの数値からBの数値を減算し算出。)

項目	A.イメージ	B.実際に食べたもの	A.イメージとB.実際の差
1. 豪華なもの	3.74	3.47	0.27
2. 普段は食べないもの	3.77	3.56	0.21
3. 家庭的なもの	3.28	3.38	-0.10
4. ほっとするもの	3.40	3.53	-0.13
5. 幸福感のあるもの	3.86	3.77	0.08
6. 温かいもの	3.99	3.85	0.14
7. 季節感があるもの	3.77	3.54	0.23
8. 伝統的なもの	3.37	3.26	0.10
9. わくわくするもの	3.81	3.61	0.19

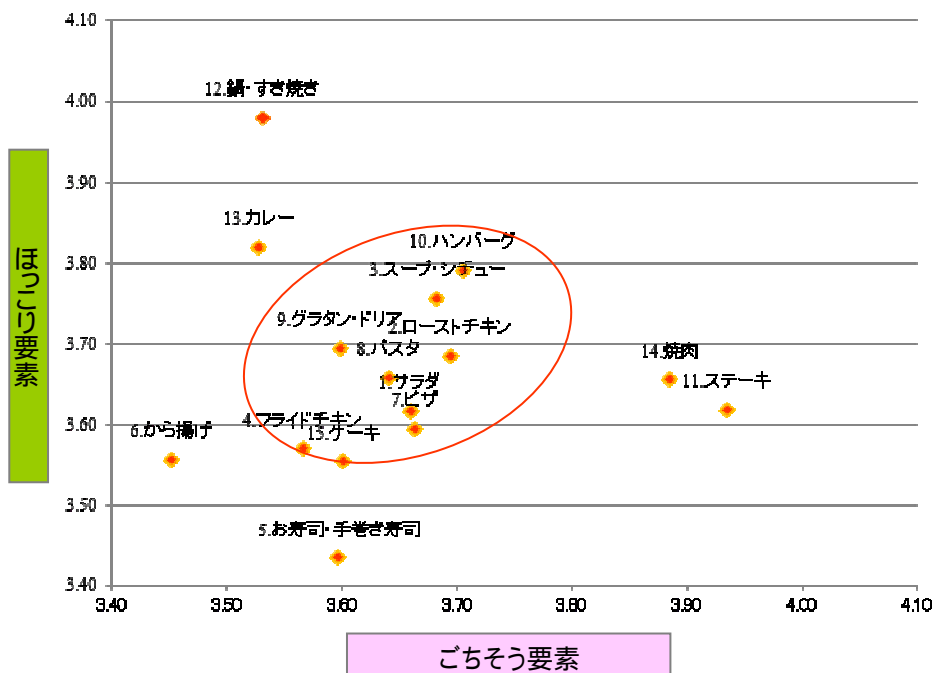
(N=1,862)

- ・「温かいもの」「幸福感のあるもの」がクリスマスらしいと考えられているようです。
- ・「家庭的なもの」「ほっとするもの」はクリスマスらしくはないが実際に食べたものはそうであったと答えた人が多く、「豪華なもの」「季節感があるもの」はクリスマスらしいが実際に食べた物はそうではなかったと答えた人が多いです。
- ・店頭での提案では、温かさや幸福感を演出するほか、豪華さや季節感を訴求すると良いでしょう。

その時のメニューは？[複数回答]

B.実際にあなたが食べたメニューは、以下にあてはまりますか？[5段階評価]

(N=1,862)



ほっこり要素	ごちそう要素
[評価項目]	[評価項目]
温かい	豪華
季節感がある	普段は食べない
伝統的	わくわくする

因子分析を行い2因子を抽出。
第1因子を「ほっこり要素」として、因子負荷量の大きな3項目「温かい」「季節感がある」「伝統的」の評価の平均値をメニューごとに算出し、縦軸にプロットした。

また第2因子を「ごちそう要素」として、因子負荷量の大きな3項目「豪華」「普段は食べない」「わくわくする」の評価の平均値をメニューごとに算出し、横軸にプロットした。

・「クリスマスらしい」メニューかどうかを判断する基準は、「ほっこり要素」と「ごちそう要素」の2つがあるようです。

・クリスマスによく食べられていた「サラダ」「ローストチキン」「フライドチキン」「ケーキ」「スープ・シチュー」は「ほっこり要素」「ごちそう要素」両方の評価が、偏りなく高い数値となっています。

・店頭販促でも、「ほっこり感」の訴求と、「ごちそう感」の訴求、両方を行うと効果的でしょう。

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

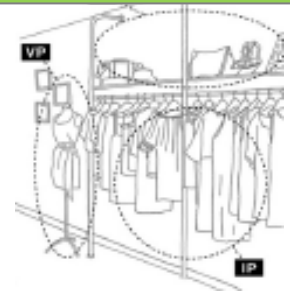
ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【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5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: 今中)