

52週の
MD研究

2013.春野菜 アンケート



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」では旬のものに対し、何をどんな理由で選んだのかという、「実際の行動＝事実」をまとめています。
今回は、今年の「春野菜」のトレンドを探りました。

調査結果のポイント

人気の 春野菜は

- イメージが強いのは、
「春キャベツ」「菜の花」「筍」
- 食べた人が多いのは、
「春キャベツ」「新タマネギ」。

春野菜の 食べ方

- 筍を除き、「生・温野菜」が多い。
- それ以外のメニューのバリエーションが多いのは、「春キャベツ」「菜の花」「アスパラ」。

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： 2013年4月18日～4月20日
調査方法： インターネット調査

対象	回収人数1981人 地域 全国
調査内容	①春野菜で思いうかぶもの ②今年の春に食べた春野菜 ③筍の購入方法 ④春野菜の食べ方・メニュー ⑤春野菜の定番メニュー ⑥春野菜を使ったおすすめメニュー

春野菜と聞いて思い浮かぶものは？[自由回答]

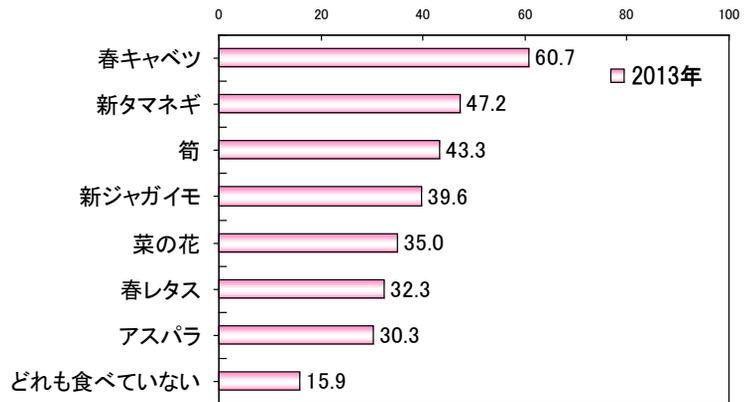
- ・純粹想起で多くなったものは、「キャベツ」。半数以上の人があげた。
- ・次に多くなったのが、「筍」「菜の花」。

キャベツ	52.3%	(1036人)
筍	14.5%	(287人)
菜の花	13.7%	(271人)
新タマネギ	8.1%	(161人)
アスパラガス	5.1%	(102人)
うど	2.5%	(49人)
エンドウ	2.3%	(45人)
新じゃがいも	2.2%	(44人)
春菊	1.9%	(37人)
ふきのとう	1.8%	(35人)
たらの芽	1.6%	(32人)
つくし	1.3%	(26人)
レタス	1.3%	(25人)
そらまめ	1.2%	(24人)
せり	1.0%	(20人)

1%以上のものを表示

今年食べた春野菜は？[複数回答]

- ・最も多かったものは、純粹想起と同様に、「春キャベツ」。
- ・次は、純粹想起ではあまり高くなかった「新タマネギ」を食べた人が多くなった。
- ・純粹想起では3番目に多かった「菜の花」は、食べた人では5番目となった。

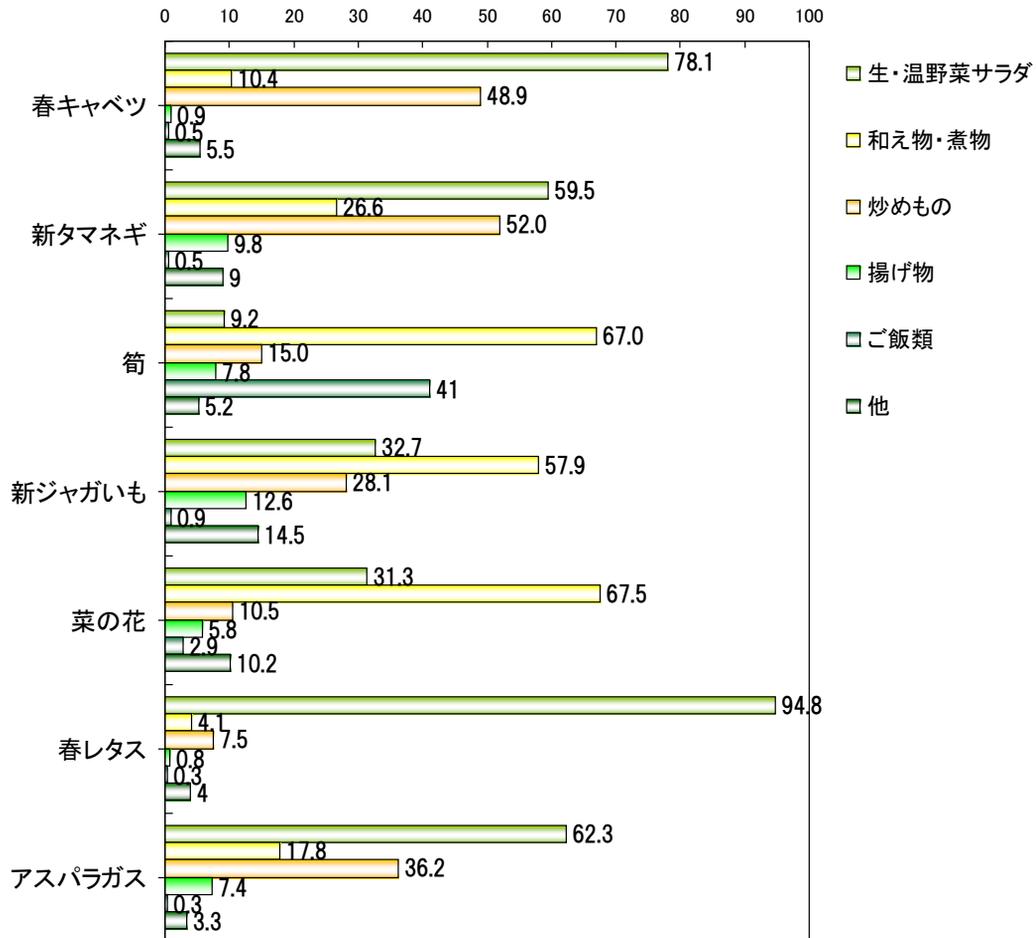


(N=1981)

	春キャベツ	新タマネギ	タケノコ	新ジャガイモ	菜の花	春レタス	アスパラ	どれも食べていない
30代以下・男性 (238人)	40.8	28.2	39.9	22.7	14.3	17.6	18.1	31.1
30代以下・女性 (374人)	57.2	46.5	38.8	41.7	25.1	27.0	31.3	15.0
40代以上・男性 (739人)	59.0	45.9	45.7	38.0	37.2	34.5	27.1	18.0
40代以上・女性 (630人)	72.4	56.5	44.3	46.7	46.2	38.3	38.1	8.1
1人暮らし (259人)	51.0	32.8	33.6	29.0	23.9	22.8	25.1	26.6
2人暮らし (530人)	60.2	50.9	41.3	39.6	41.7	36.0	32.5	15.8
3人暮らし (542人)	63.3	48.5	44.6	42.4	34.9	31.5	29.9	14.4
4人以上 (650人)	62.9	48.9	47.5	41.5	34.2	33.5	30.9	12.8

春野菜の食べ方は？[春野菜を食べた人:複数回答]

- ・筍以外のどの野菜でも多くあがったのが、「生・温野菜サラダ」。
- ・次に多かったのが、「春キャベツ」「新たまねぎ」は「炒めもの」、
「筍」「じゃがいも」「菜の花」は「和え物・煮物」。



- ・定番メニューとして、多くあがったのが、「筍」「キャベツ」。

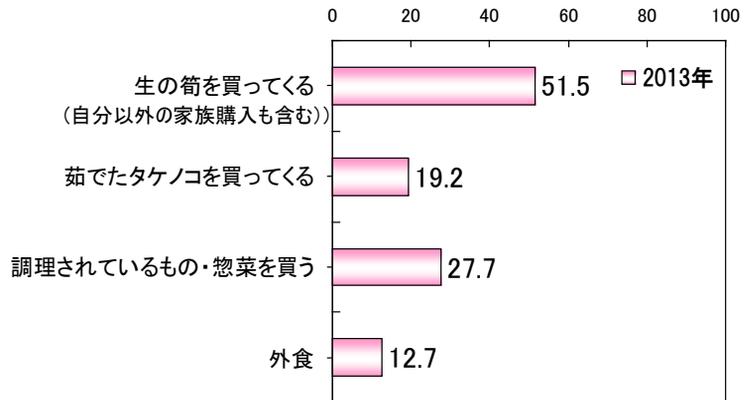
キャベツ	サラダ 茹キャベツ コールスロー ロールキャベツ 回鍋肉
新たまねぎ	オニオンサラダ
筍	筍ごはん 若たけ煮 筍の木の芽和え 天ぷら

じゃがいも	ポテトサラダ じゃがバター 肉じゃが ポテトフライ
菜の花	からし和え ごまあえ
レタス	サラダ
アスパラ	アスパラベーコン アスパラの豚肉巻き

竹の子はどのようにして調理をするか？[筍を食べる人:複数回答]

・「生の筍を買ってくる」が半数と多い。

・「茹でた筍」より、「調理されているもの・惣菜」の方が多くなった。



(N=11571)

・「調理されているもの・惣菜を買う」人は、『1人暮らし』で6割と多く、「生」「茹でた筍」は少ない。

・「茹でた筍」を購入するのは、『40代以上・女性』。

→『40代以上・女性』は、「生の筍」が最も多いが、「茹でた筍」も他層に比べて多く購入。

	生の筍を買ってくる	茹でたタケノコを買ってくる	すでに調理されているもの・惣菜を買う	外食
30代以下・男性 (118人)	43.2	8.6	39.8	18.7
30代以下・女性 (190人)	45.8	19.5	26.3	13.1
40代以上・男性 (461人)	56.6	14.4	27.4	11.2
40代以上・女性 (371人)	50.7	28.3	25.1	12.2
1人暮らし (131人)	16.7	11.5	61.2	22.9
2人暮らし (310人)	53.1	19.7	25.8	13.5
3人暮らし (312人)	57.0	18.2	23.0	10.7
4人以上 (387人)	57.4	22.0	21.7	10.1

・「性別・年代」や「同居世帯人数」に違いはなく、「炊き込みごはん」「和え物・煮物」が多くなった。

	生・温野菜サラダ	和え物・煮物	炒めもの	揚げ物	炊き込みごはん	他
30代以下・男性	9.8	61.3	16.1	5.4	39.8	5.2
30代以下・女性	8.8	65.3	17.0	7.5	42.2	4.3
40代以上・男性	7.6	70.3	13.8	7.9	38.5	4.1
40代以上・女性	10.7	65.7	15.1	8.5	43.9	7.4
1人暮らし	8.0	71.7	16.8	6.2	41.6	3.3
2人暮らし	10.7	65.4	14.5	9.4	40.6	6.8
3人暮らし	10.7	64.5	13.7	7.3	41.9	4.3
4人以上	7.0	68.5	15.9	7.4	40.4	5.2

春野菜を使ったちょっと工夫のメニューは？[自由回答(抜粋)]

- ・「ちょっと工夫のメニュー」としては、「筍」「レタス」はバリエーションが少なく、逆に、「菜の花」「アスパラ」「キャベツ」は多くなった。
- ・「パスタメニュー」としていろいろあがっていたのが、「キャベツ」「菜の花」「アスパラ」。

キャベツ	鮭とキャベツとたまねぎのチーズ焼き
	キャベツの千切りに醤油に柚子胡椒を混ぜたものを出汁で薄めたものをかけて食べる。
	キャベツの千切りをたくさん炒めて、薄切りの焼いた豚肉と一緒にドレッシングをかけて食べる。
	キャベツの硬い部分を細かく刻んで、餃子に入れています。サクサクとして口当たりが良く、好評です。
	キャベツと塩昆布のサラダ
	キャベツと干しエビのオイスターソースの炒めもの
	新キャベツを千切りして旨みのあつ塩でよくもんでサラダにして食べるとおいしい。 春キャベツのしらすのパスタ
新たまねぎ	さらし玉ねぎとおかかをあえて、焼き肉のたれをまぜるだけ。
	新玉ねぎが出るとまるごと使ったスープを作ります。
	新玉ねぎ 薄くスライスしてサバの水煮缶の上へのせ、鰹節・醤油をかけて食べる
	皮をむいた新玉ねぎをレンジでそのままチンして、ポン酢をかけて食べる。
筍	ゆでた筍をたっぷりのバターでいためてお醤油で味付けする
菜の花	菜の花のカニカマあんかけ
	菜の花とホタルイカの酢味噌和え
	菜の花とゴマをミルで砕いたものに、みそ・みりん・砂糖・ミルク少々・をからめ、最後にゆずを擦った和えもの。
	菜の花とあさりのパスタ
	菜の花とにんにくの芽・生姜はみじん切りで炒め醤油・みりん・豆板醤等で炒めていただきます。
じゃがいも	新じゃがが素揚げで塩がおいしいです
	豚肉巻ポテトフライ...軽くゆでた棒状のポテトを薄切りの豚肉としその葉で巻いて、フライにしたもの。孫も好きで、たびたび食卓に並びます。
アスパラ	アスパラベーコン・新玉ねぎでスモークサーモンとクリームチーズのベークルスンド
	アスパラを軽く塩ゆでして、ベーコンと一緒にバター炒めすると子供から大人まで大喜び
	アスパラは煮るよりもトースターで焼いたほうがあまくておいしい。
	アスパラガスのクリームパスタ
	アスパラのグラタン
	厚揚げとアスパラの焼きポン酢
レタス	レタスチャーハン

プロモーション編

- ・飲食店でも、「春野菜」を使ったメニューは、季節のテーマの1つとなっています。

[鎌倉パスタ～春の厳選メニュー]



[ピエトロ～春野菜フェア]



[とんかつ浜勝]



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。

ショッパーリサーチ

- 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



ミステリーショッパー&店舗クリニック

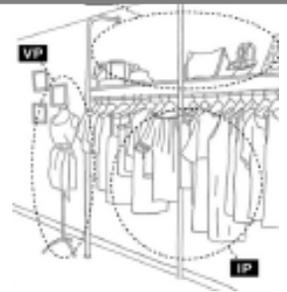
- ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【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】

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