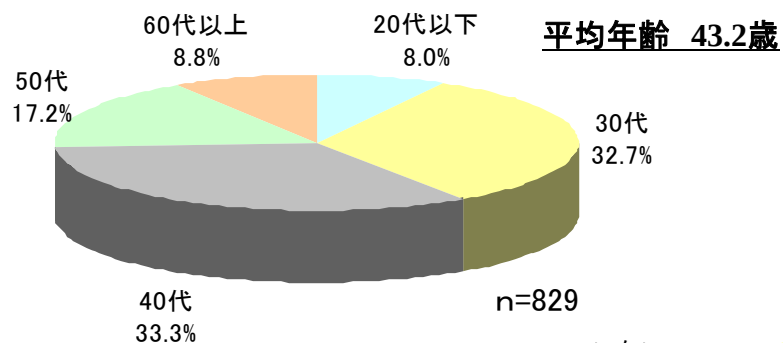


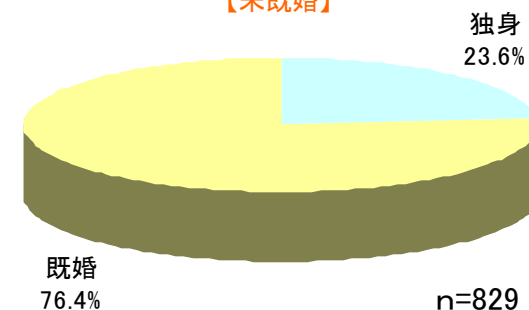


「最近流行の食品についてのアンケート」基本プロフィール①

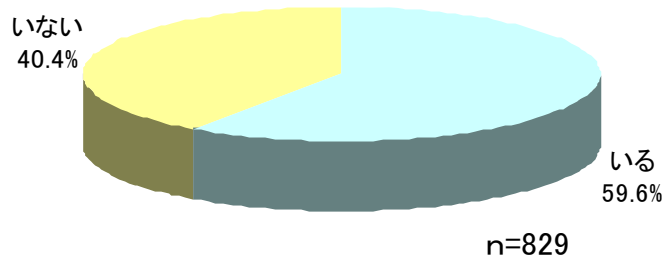
【年齢】



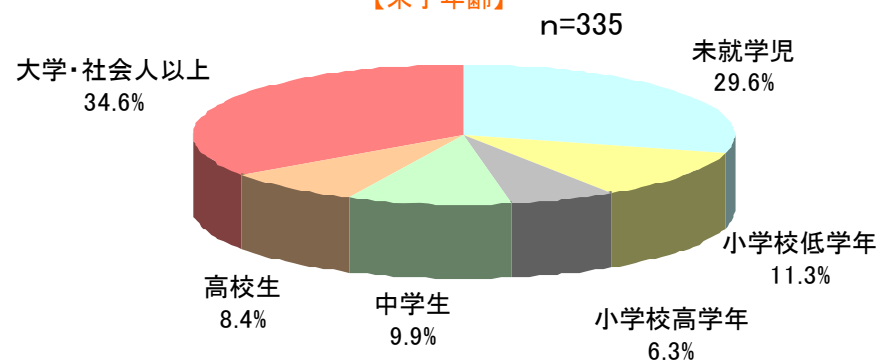
【未既婚】



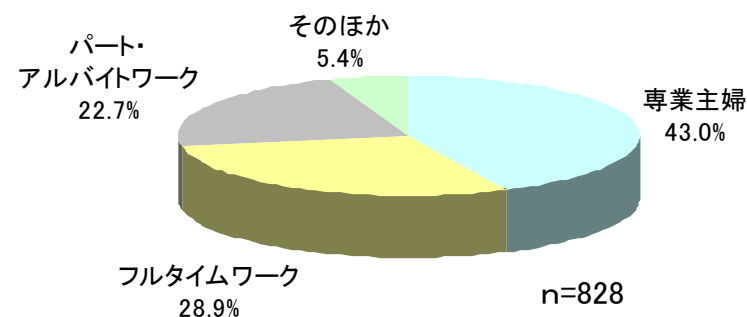
【子どもの有無】



【末子年齢】



【働き方】





「最近流行の食品についてのアンケート」基本プロフィール②

【居住地】

No.	カテゴリー名	n	%	No.	カテゴリー名	n	%	No.	カテゴリー名	n	%	No.	カテゴリー名	n	%
1	北海道	14	1.7	11	東京都	174	21.0	21	愛知県	34	4.1	31	広島県	7	0.8
2	宮城県	8	1.0	12	神奈川県	103	12.4	22	三重県	3	0.4	32	山口県	2	0.2
3	秋田県	2	0.2	13	新潟県	1	0.1	23	滋賀県	10	1.2	33	徳島県	2	0.2
4	山形県	1	0.1	14	富山県	1	0.1	24	京都府	36	4.3	34	香川県	5	0.6
5	福島県	6	0.7	15	石川県	6	0.7	25	大阪府	135	16.3	35	愛媛県	6	0.7
6	茨城県	3	0.4	16	福井県	1	0.1	26	兵庫県	100	12.1	36	福岡県	17	2.1
7	栃木県	6	0.7	17	山梨県	1	0.1	27	奈良県	5	0.6	37	佐賀県	2	0.2
8	群馬県	2	0.2	18	長野県	1	0.1	28	和歌山県	4	0.5	38	熊本県	5	0.6
9	埼玉県	49	5.9	19	岐阜県	1	0.1	29	鳥取県	1	0.1	39	鹿児島県	4	0.5
10	千葉県	55	6.6	20	静岡県	8	1.0	30	岡山県	7	0.8	40	沖縄県	1	0.1
													全体	829	100.0



トレンド食品、どの程度使っている? ~ 流行に乗っておきたいし、ネタになるから!?

SNSの普及でクチコミに乗って流行する食品が増えている。塩麹をはじめとする麹ブームや「えのき氷」「たまねぎ氷」などレシピ本も登場するほど。そこで実際にどの程度普及しているのか、SNS等で名前の出てくるトレンドの食品を挙げて調べた。

実際に買った(やった)ことがあるベスト20は右の通り。塩麹が全年代でダントツトップで、知らない人はわずか5%だった。醤油麹や糀ジャムをよく知らない人は、まだ4割近くいるので、塩麹の普及具合は抜群だ。

次いで多かったグラノーラで47.6%と半数未満。SNSで便秘改善やダイエット効果が話題になったり、専門ショップが登場したりで、20代と40代に買った人が多い。3位のパンケーキミックスもやはりリブームだからと20~30代が動いている。

トレンド食品の多くがダイエットか健康にいいもの、または手軽に味を変えられるもので、それが定着するかどうかは、手間・味・価格の3拍子が揃うかどうかにかかるといえる。塩麹が今も話題になるのはアレンジがいろいろできるから。パスタに入れるなど新しいレシピを教えあい、ブログやfacebookで写真をつけて情報交換しやすいのだ。

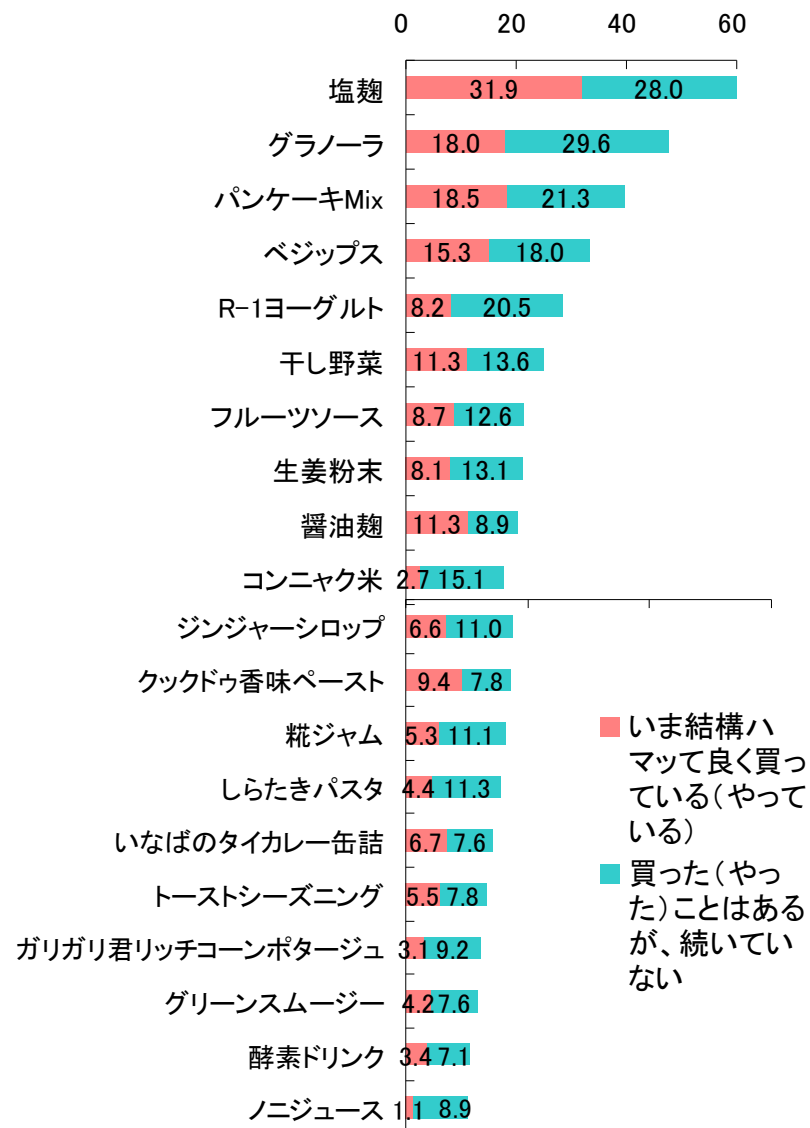
今回挙げた食品の中にいくつか固有名詞があるが、これらもSNSでネタになるのがポイント。「ガリガリ君」は賛否両論あり食べたというだけでネタになる。「いなばのタイカレー缶詰」は安いのに本格的な味ということに加え、品薄状態のために噂が噂をよんでいる。ネタにしやすさ、見せやすさも重要なのだ。

リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問合せ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

【よく買っている(やっている)/買った(やった)ことのあるトレンド食品 ベスト20】





健康にいいトレンド食品、年代別の普及具合は？～ サイトでの情報が多いと、若い世代に広がる

SNSでもリアルクチコミでも主婦の話題は健康に関するものが多い。当たり障りがないし、重要な情報交換にもなるからだろう。最近は健康バラエティ番組も多く、便秘にオリーブオイルがいいとか、血流改善に生姜や玉ねぎといった情報が、SNSを通じてあっという間に広まる。トレンド食品の中で健康やダイエットにいいものが、主婦のあいだにどの程度広まっているか年代別に確認してみた。

免疫力が上がる「R-1ヨーグルト」は実際に買ってみた人が全年代で多い。特に50代が多いのは、ガン予防という効果と値段が高いせいか。「酵素ドリンク」は、様々なタレントが利用しているとSNSで流れるためか、若い世代ほど、今後利用したいと思っている人が多い。「グリーンスムージー」も同様で、やはりサイトでの情報提供が多いからか若い世代で今後広がりそうだ。

「しらたきパスタ」は実践した人が意外に多く、年代の差はあまりない。同じくダイエットものでは「グラノーラ」も20～40代で実践している人が多いが、「コンニャク米」は40～50代での実践が多く、どうやら夫のメタボ対策が主目的のようだ。

全体に、手軽に安くできるものは若い世代、干し野菜のように一手間かかるものや高いものは50代に実践派が増える。また、ダイエットにいいものは20代以下と50代に、血流や免疫などが目的になると40～50代が本気になる。

健康にいいと聞けば主婦はとにかく試すが、定着させるには、手間や味を変えられる情報を提供するのも重要だ。

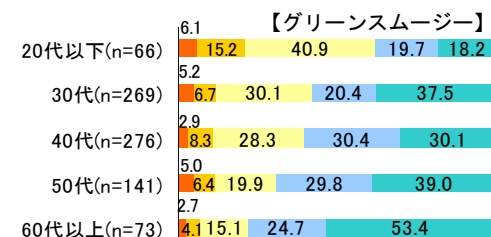
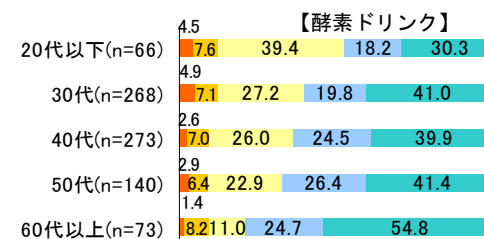
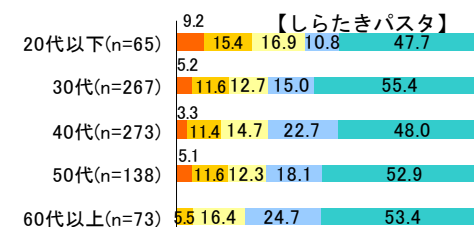
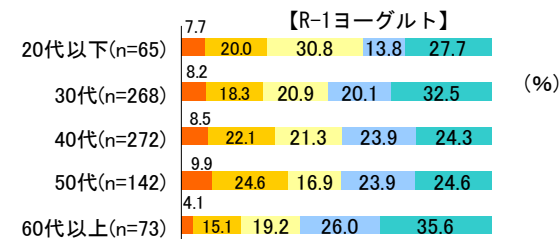
リビングくらしHOW研究所 女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。

ウェブサイト <http://www.kurashihow.co.jp>

問合せ TEL03-5216-9420 FAX03-5216-9430

- いま結構ハマって良く買っている(やっている)
- 買った(やった)ことはあるが、続いていない
- 知っているし、今度買って(やって)みたいと思っている
- 知っているが、あまり興味がない
- よく知らない

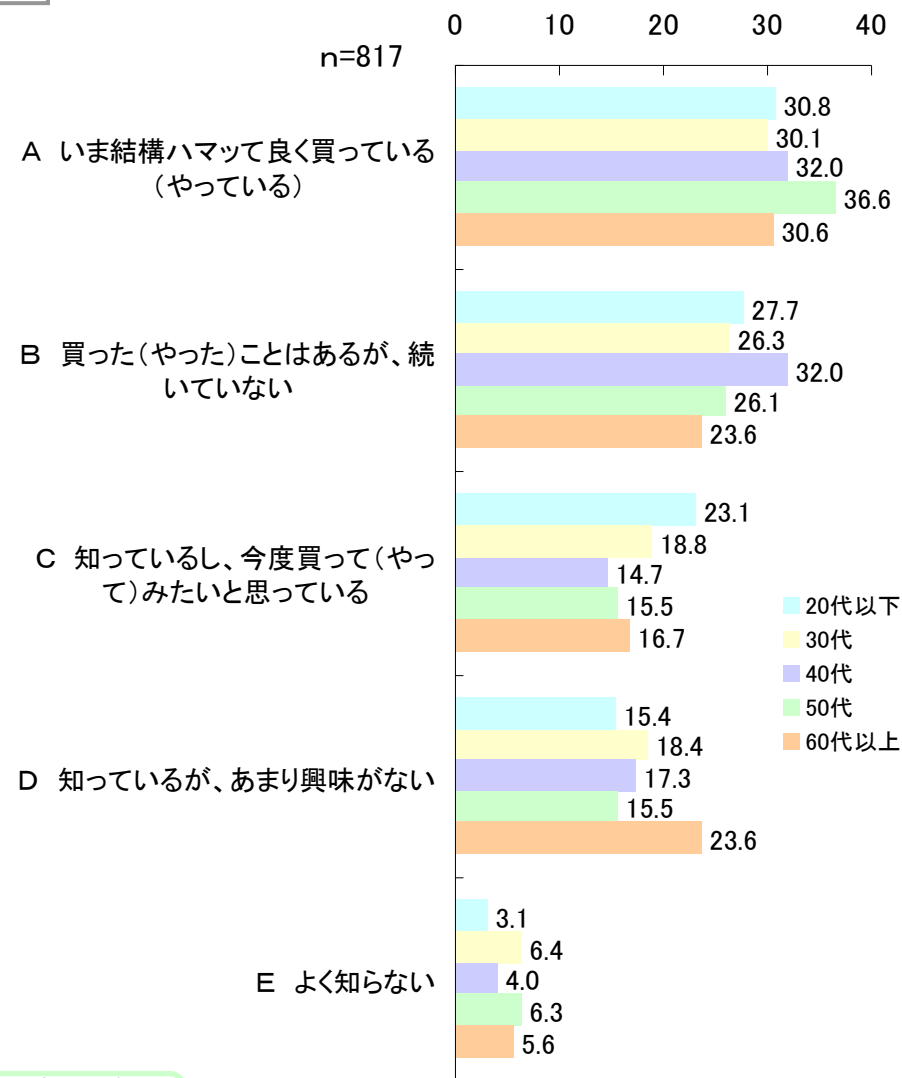
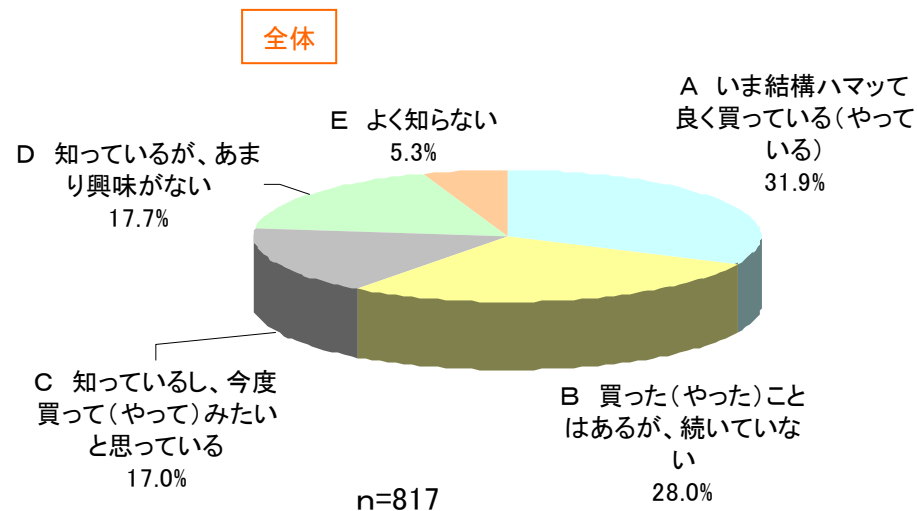
【健康やダイエットにいい話題の食品 年代別の普及具合】





塩麴

年代別

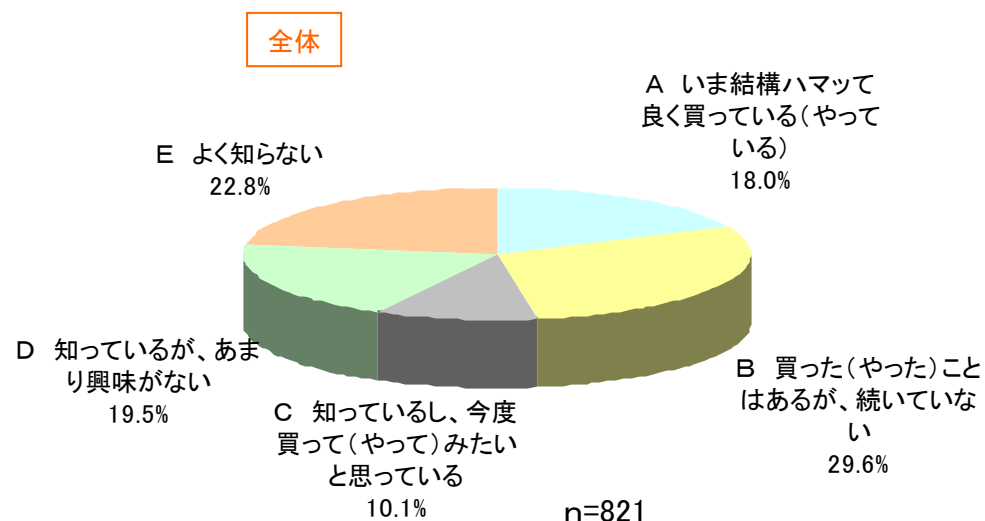




グラノーラ

年代別

0 10 20 30 40 50 60



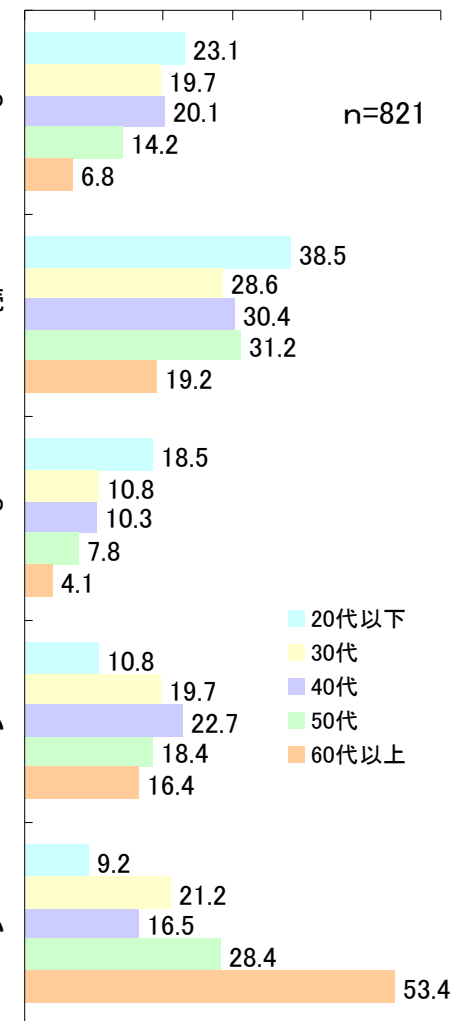
A いま結構ハマッて良く買っている(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続いている

C 知っているし、今度買って(やって)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

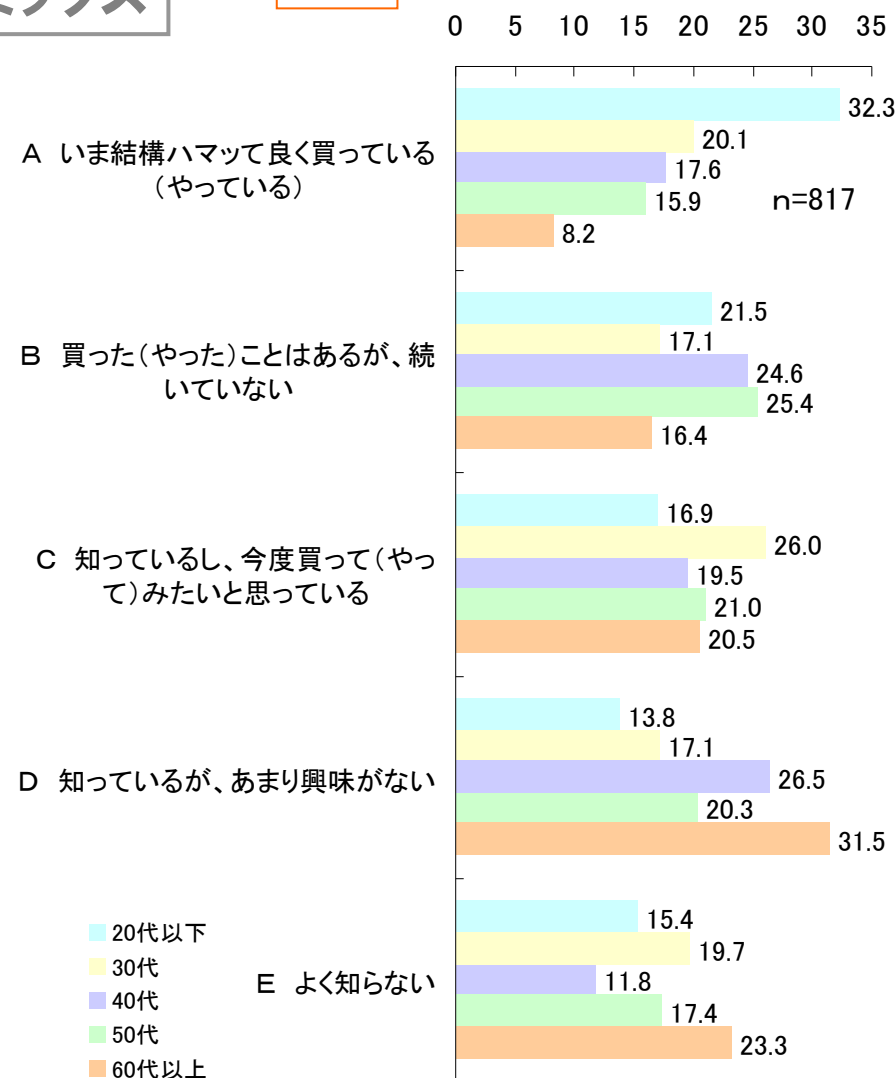
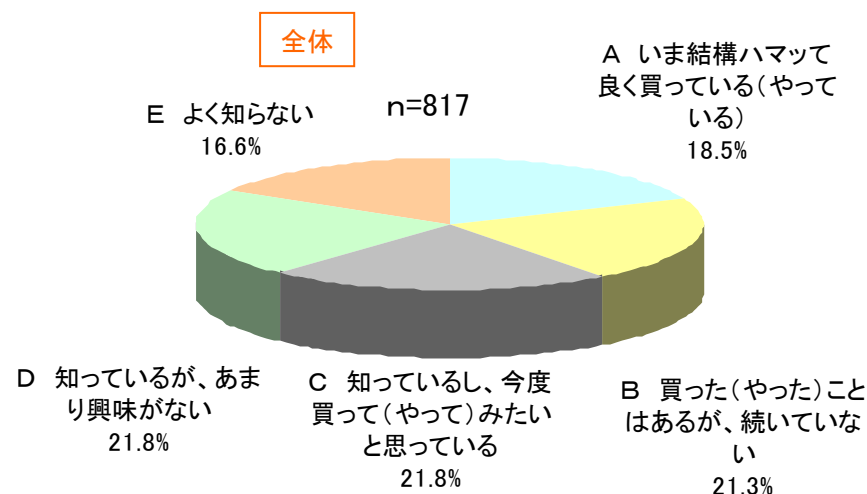
E よく知らない





パンケーキミックス

年代別

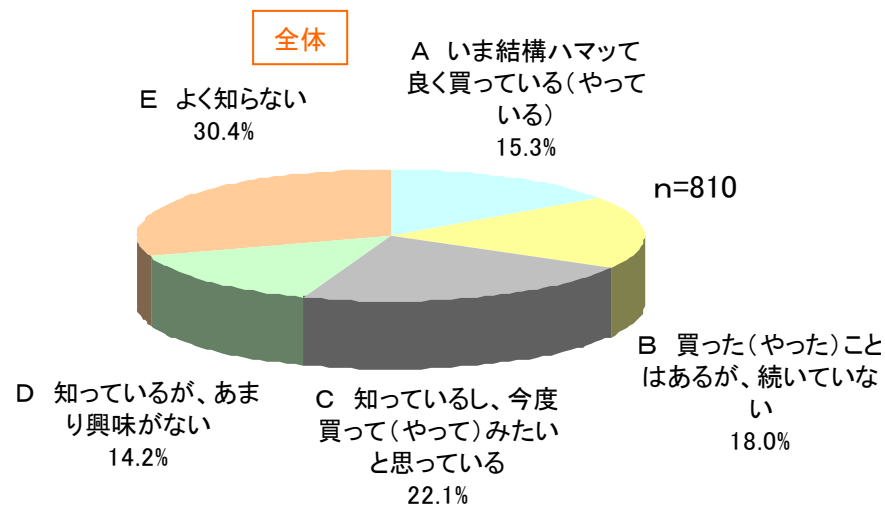




カルビーのベジッパス

年代別

0 10 20 30 40 50 60 70



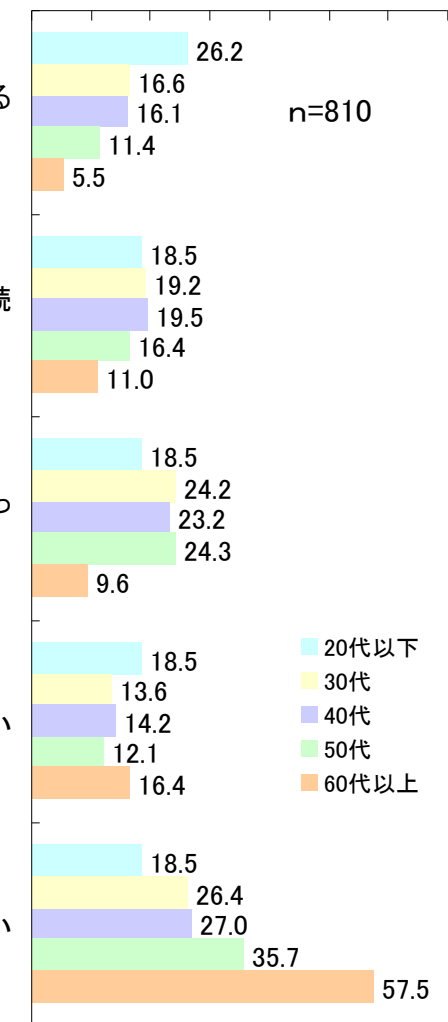
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない



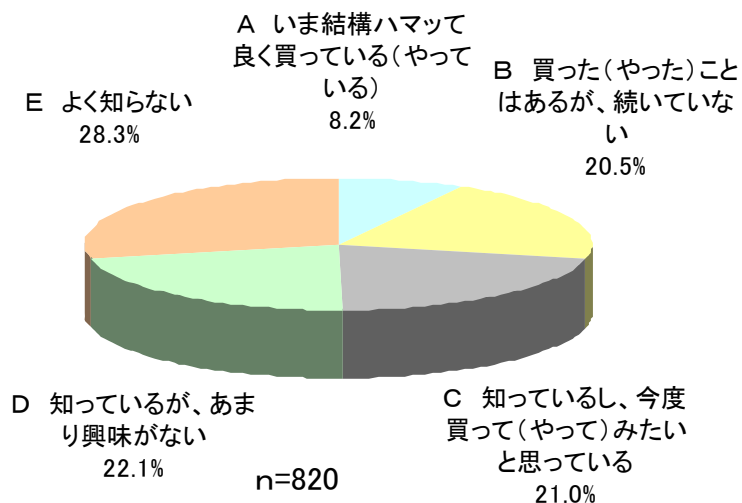


R-1ヨーグルト

年代別

0 10 20 30 40

全体



A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

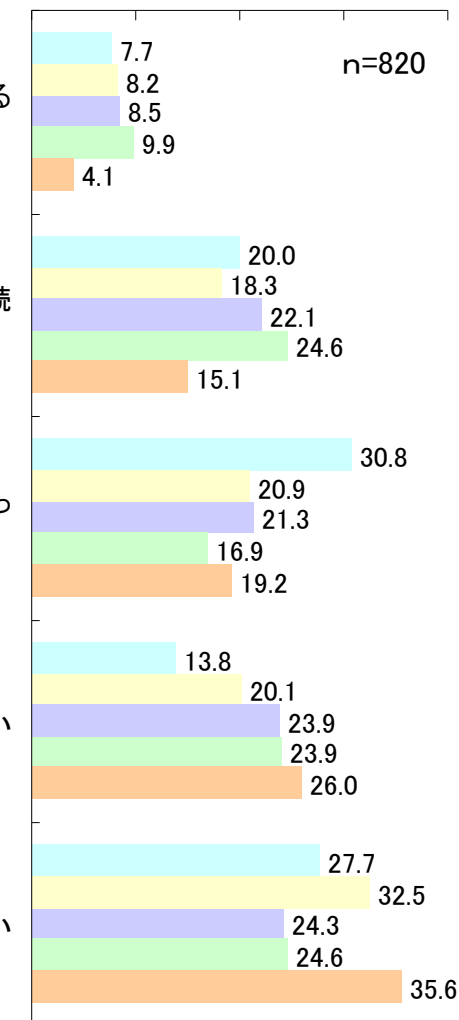
B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

20代以下
30代
40代
50代
60代以上

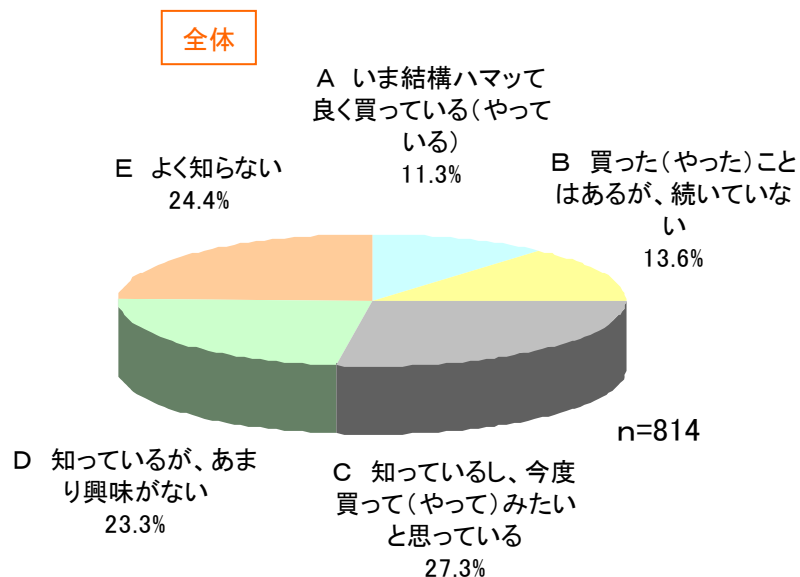




干し野菜

年代別

0 10 20 30 40



A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

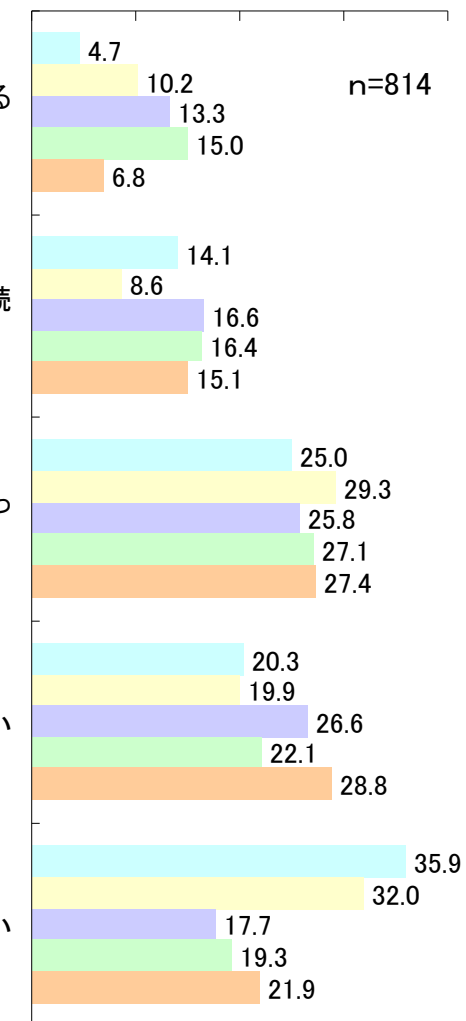
B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

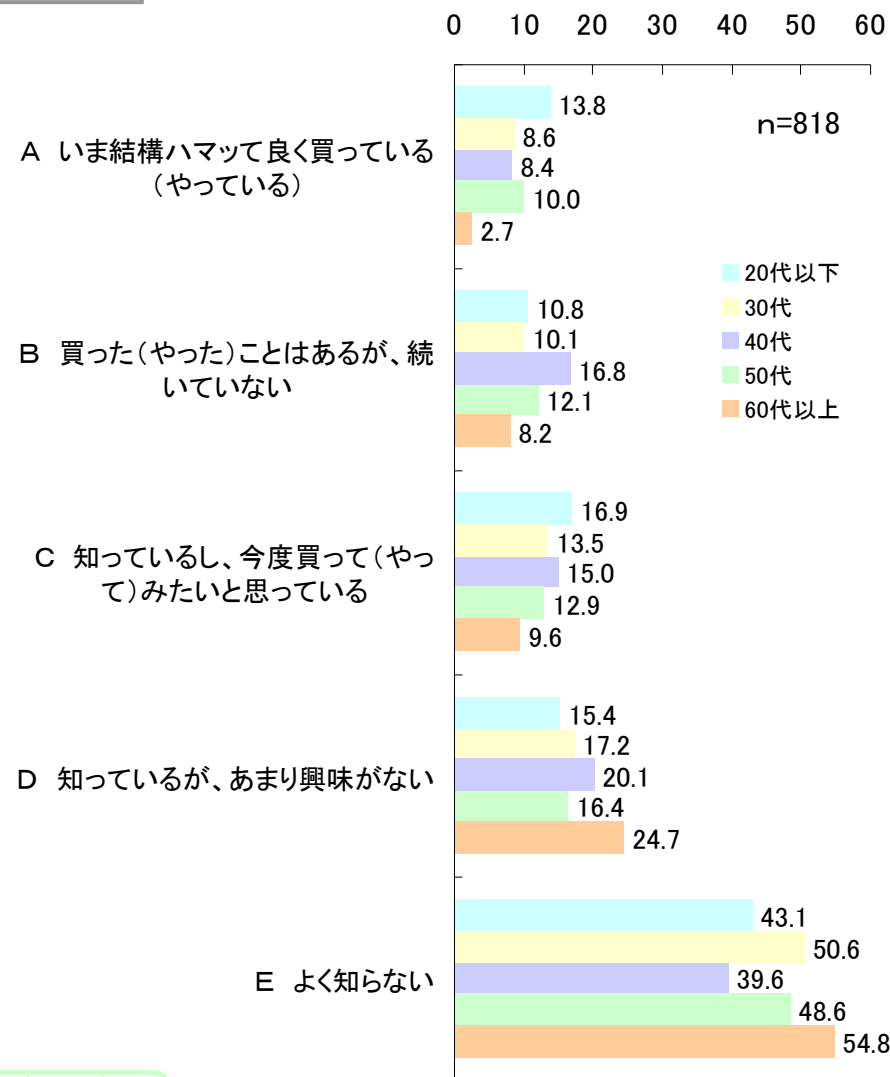
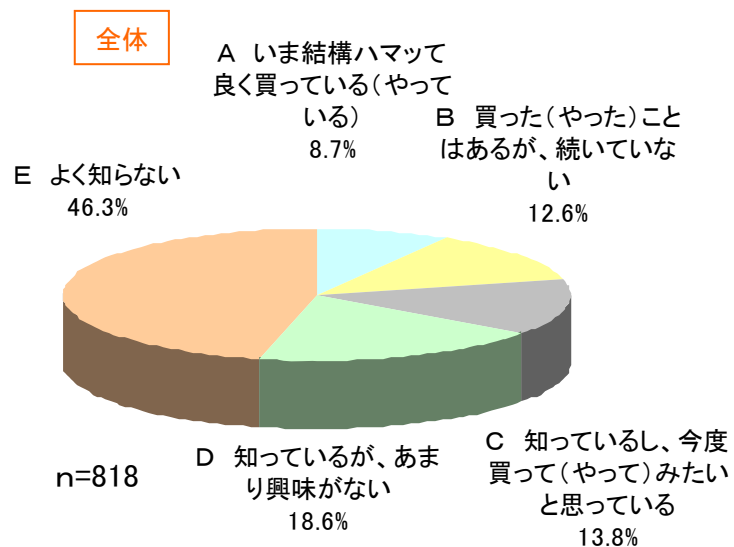
20代以下
30代
40代
50代
60代以上





フルーツソース

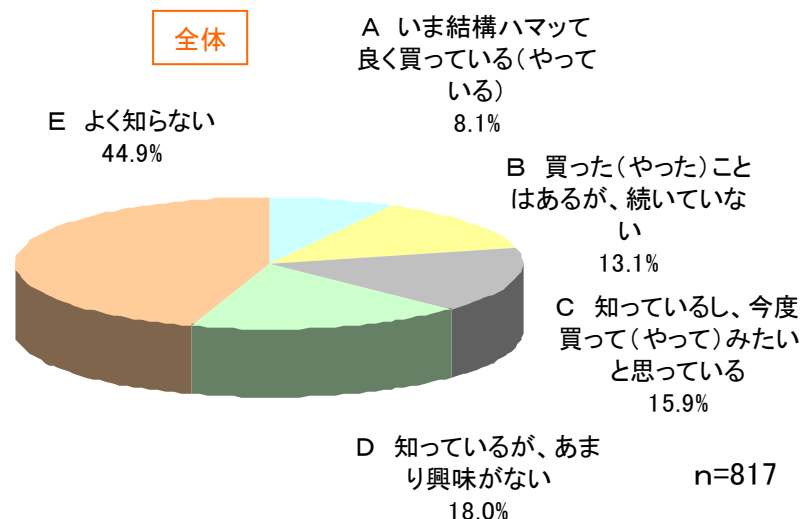
年代別





生姜粉末

年代別



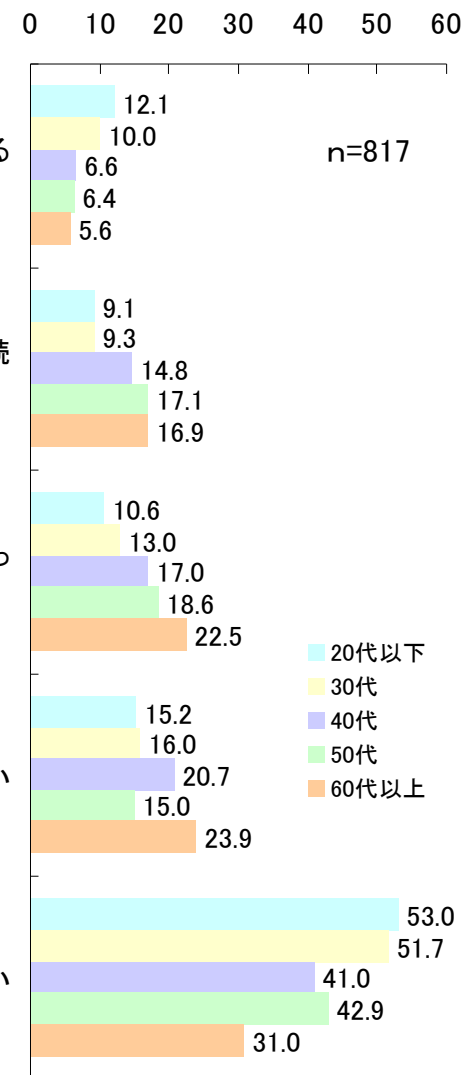
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

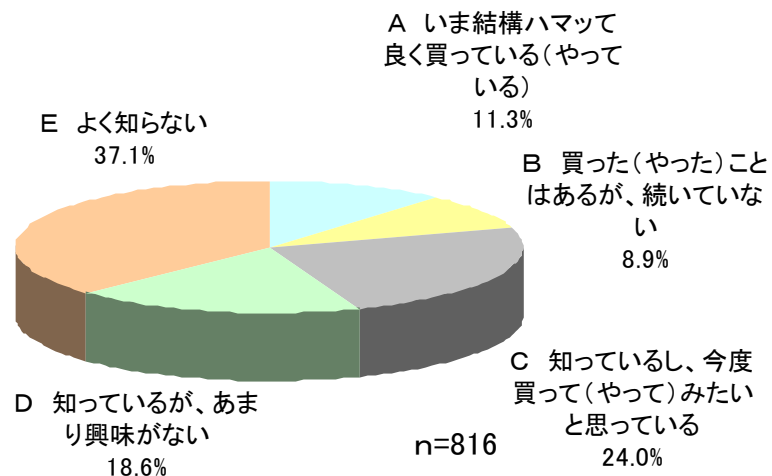




醤油麴

年代別

全体



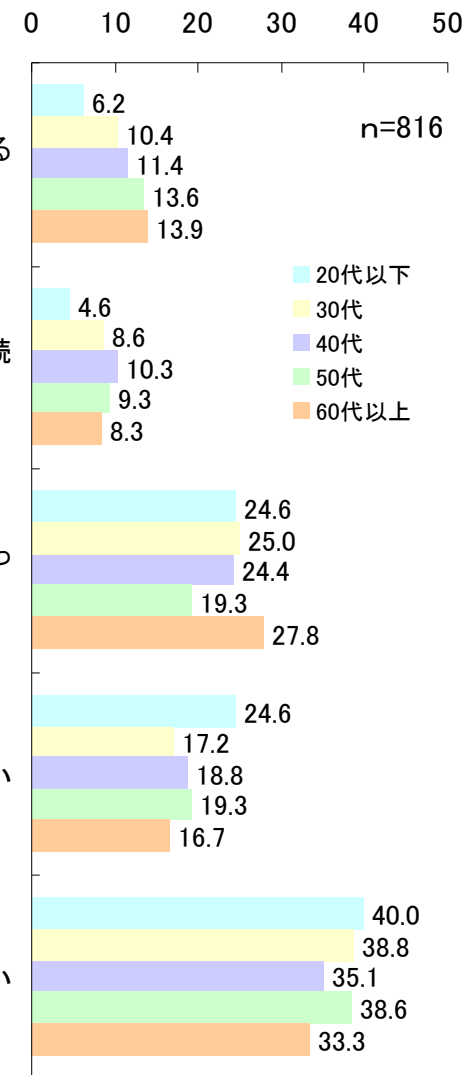
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

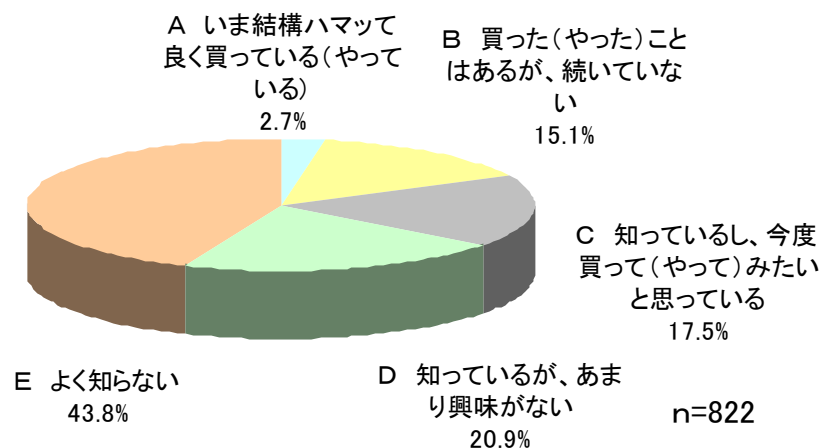




コンニャク米

年代別

全体



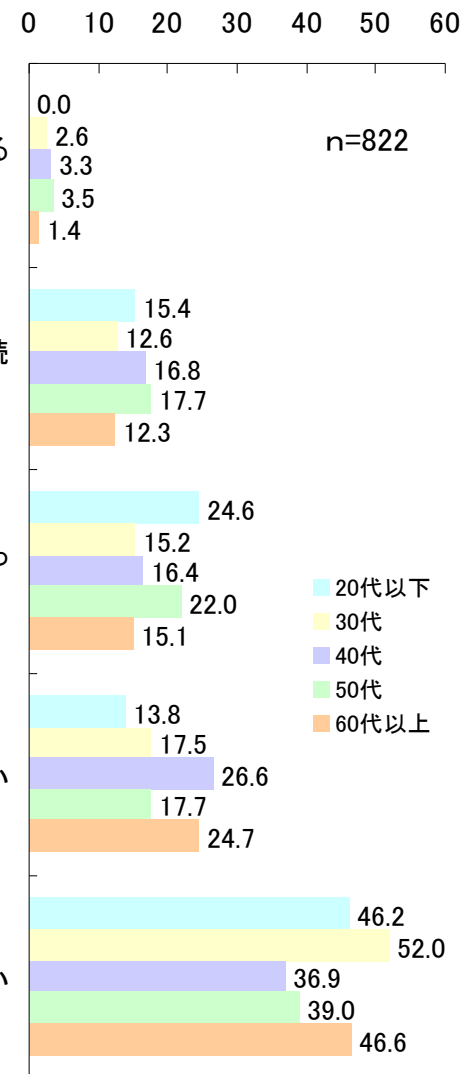
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない



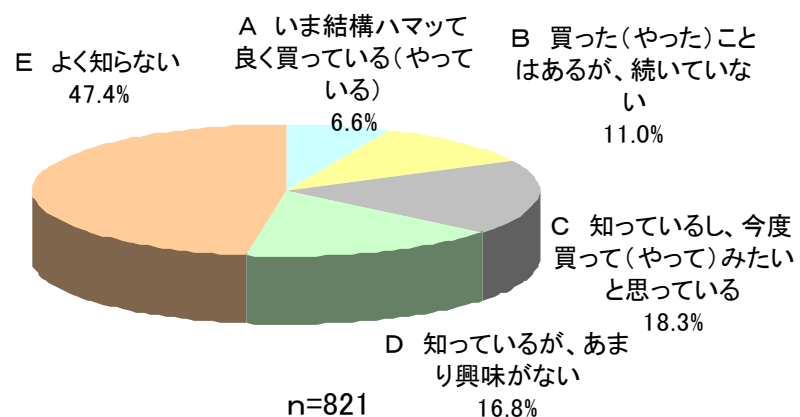


ジンジャーシロップ

年代別

0 10 20 30 40 50 60

全体



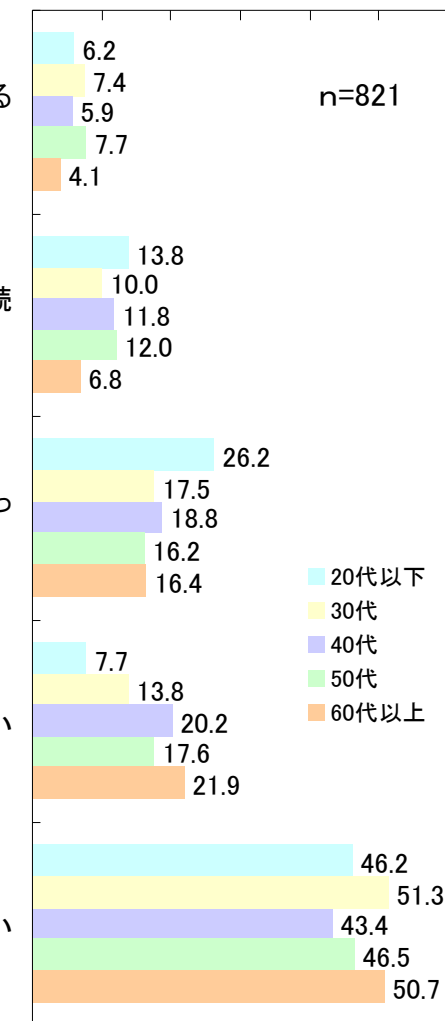
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

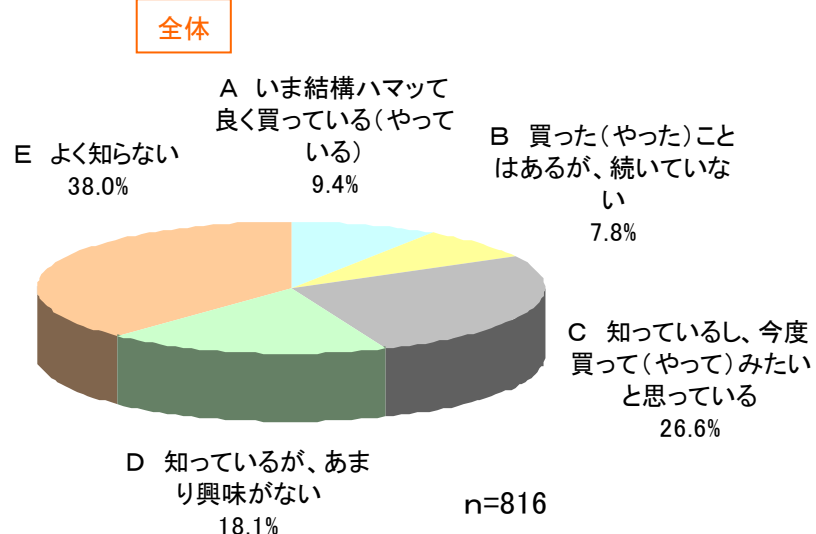




クックドゥ香味ペースト

年代別

0 10 20 30 40 50 60



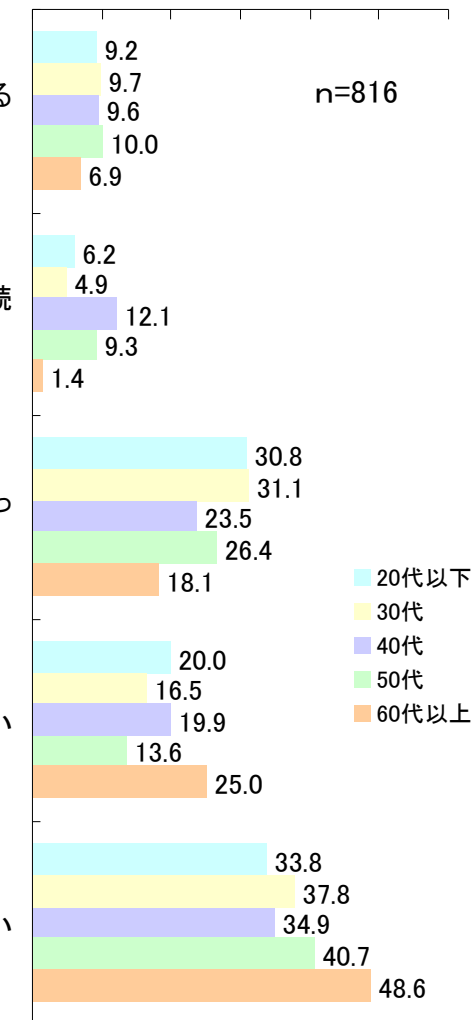
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

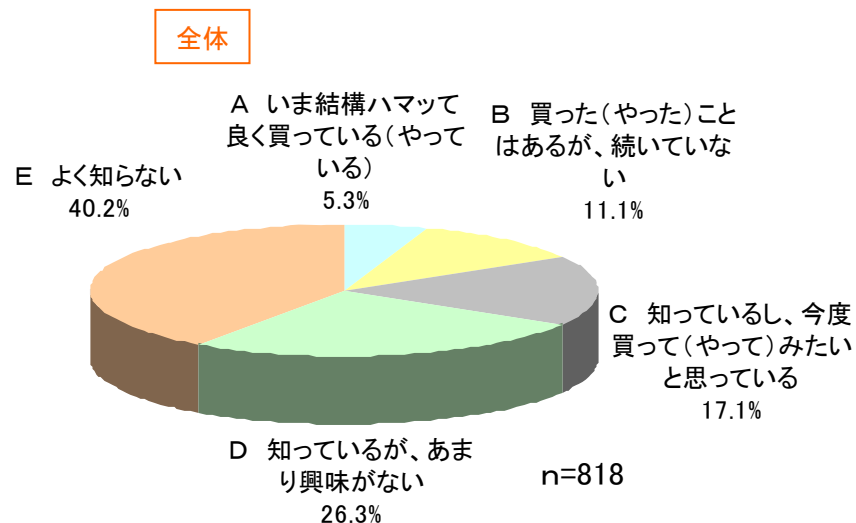
E よく知らない





花ジャム

年代別



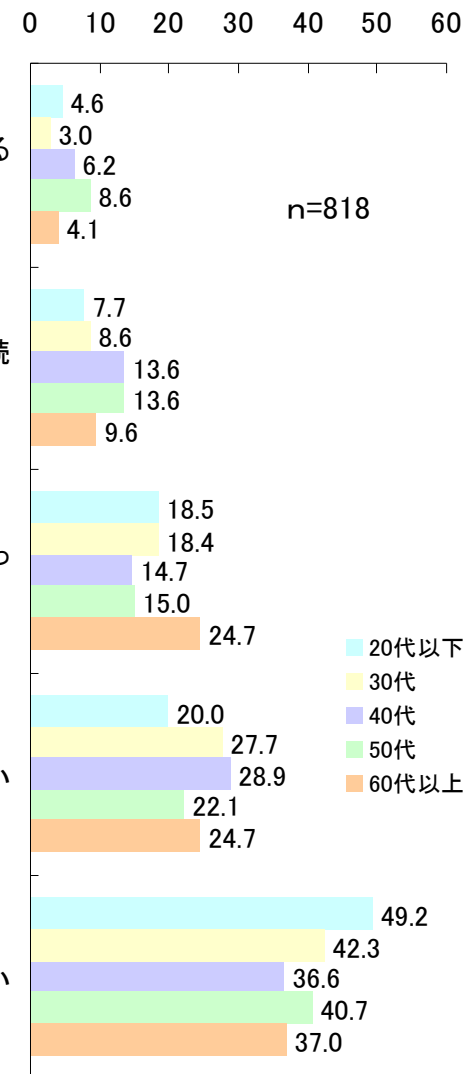
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない



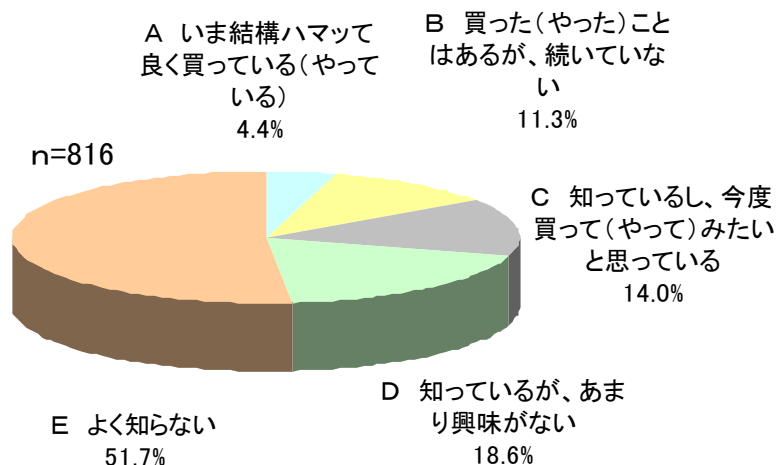


しらたきパスタ

年代別

0 10 20 30 40 50 60

全体



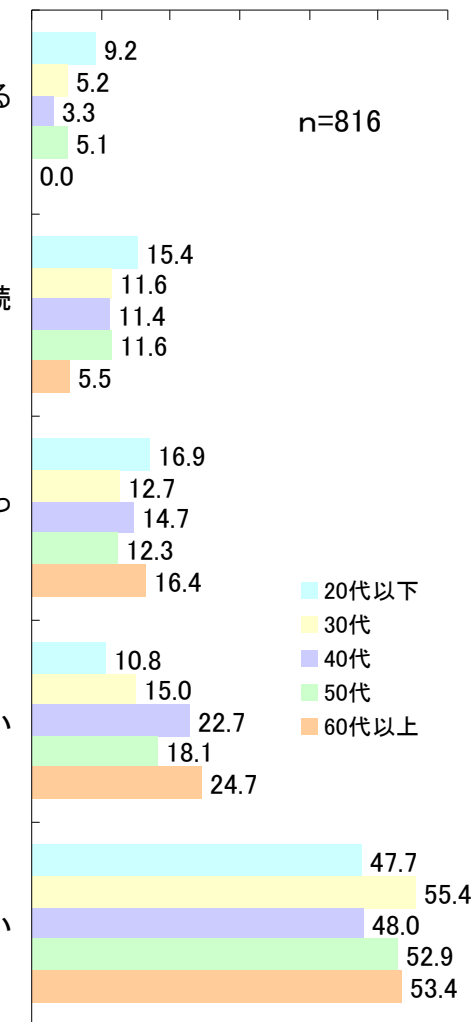
A いま結構ハマッて良く買っている(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続いている

C 知っているし、今度買って(やって)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

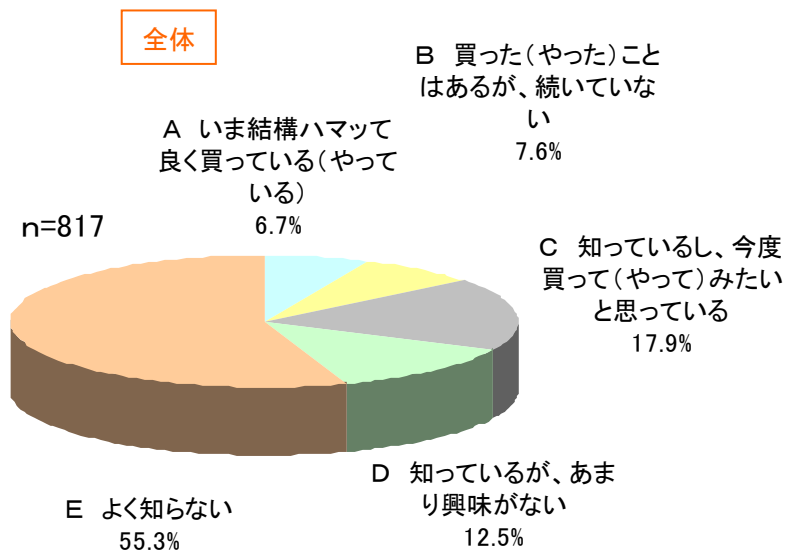
E よく知らない





いなばのタイカレー缶詰

年代別



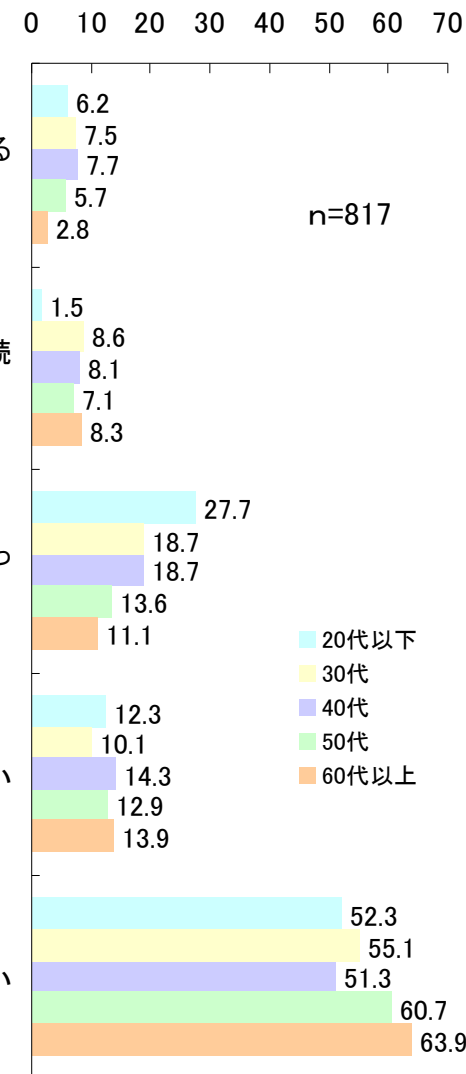
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

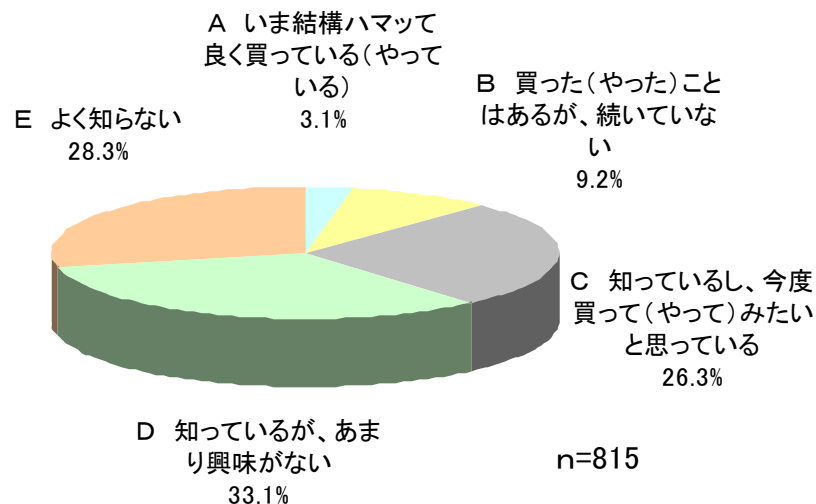
E よく知らない



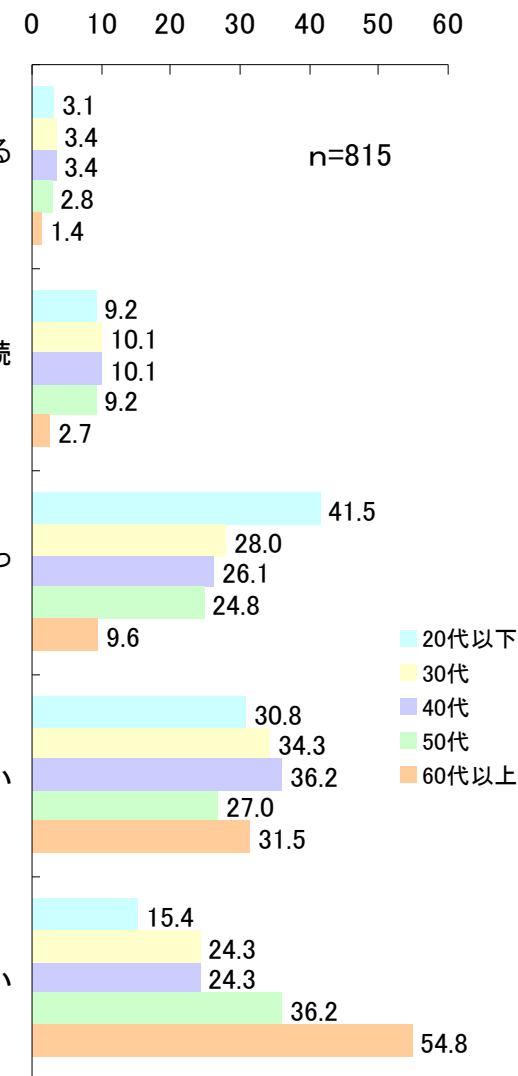


ガリガリ君リッチ コーンポタージュ

全体



年代別

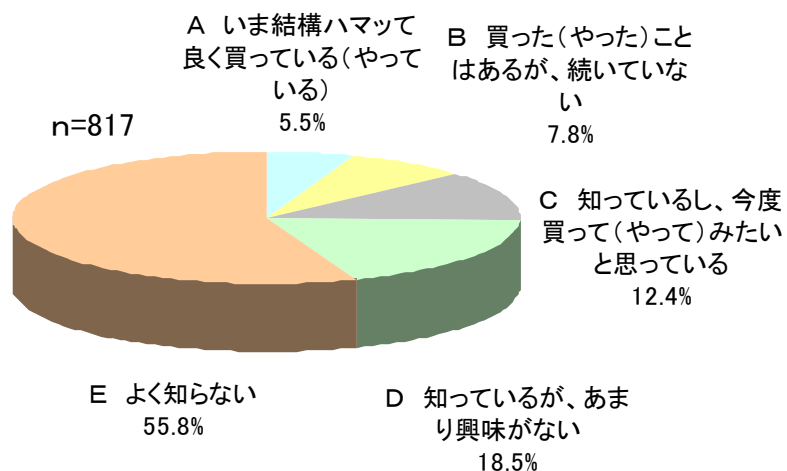




トーストシーズニング

年代別

全体



A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

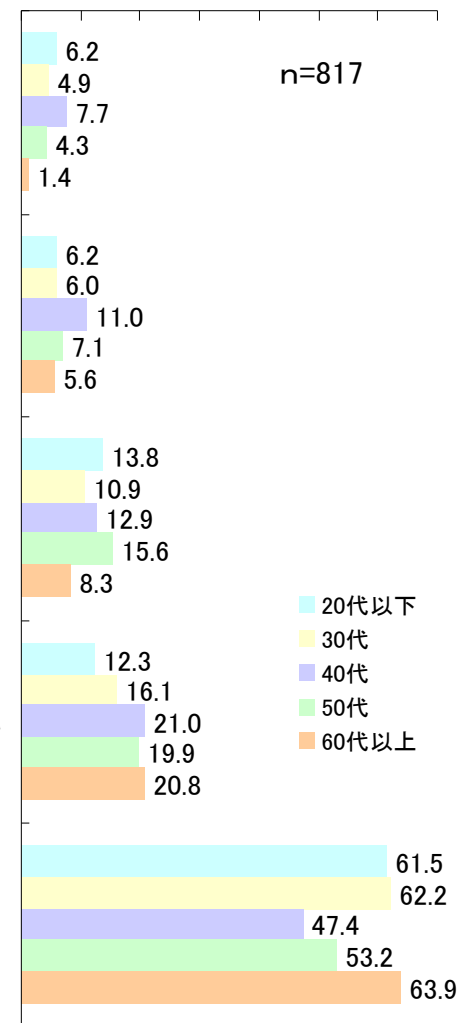
B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

0 10 20 30 40 50 60 70

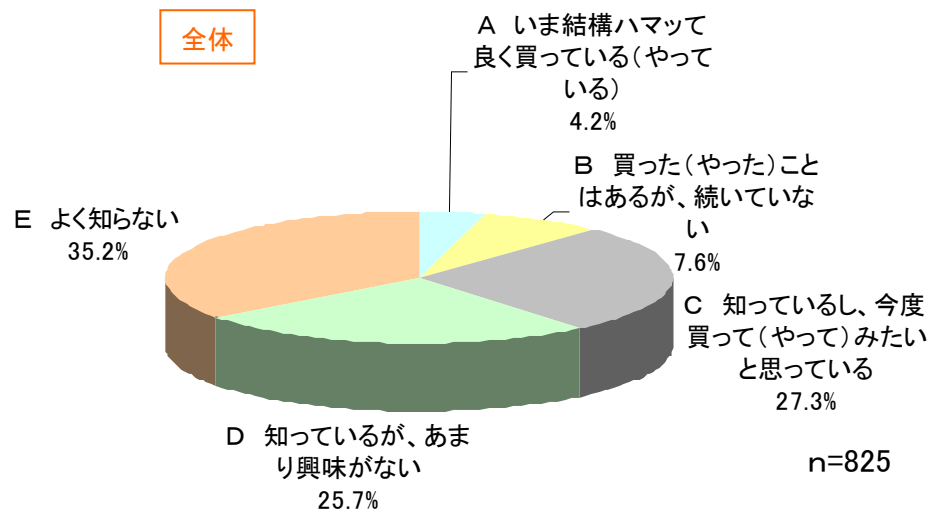




グリーンスムージー

年代別

0 10 20 30 40 50 60



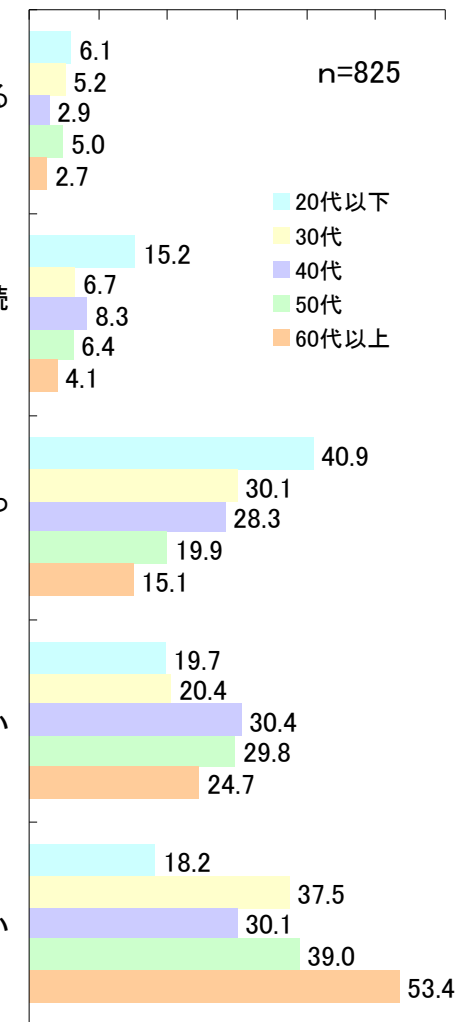
A いま結構ハマッて良く買っている(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続いている

C 知っているし、今度買って(やって)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない



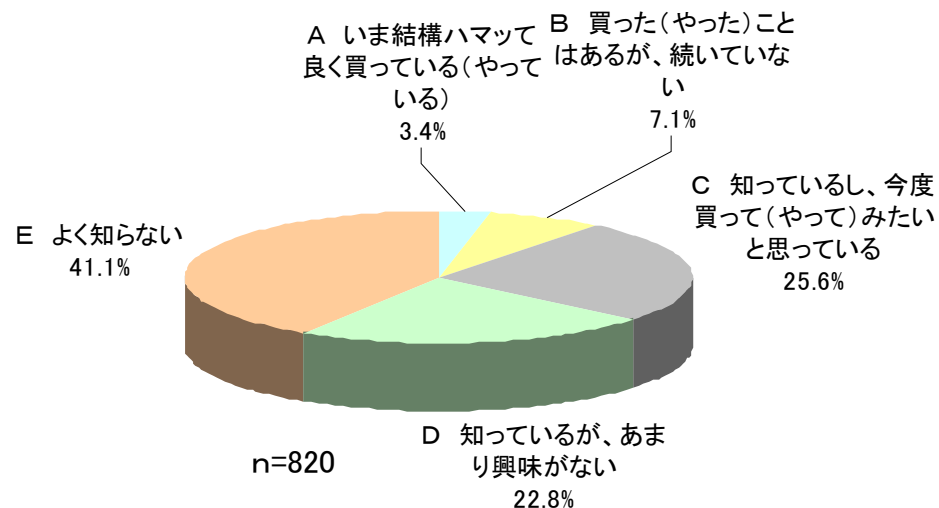


酵素ドリンク

年代別

0 10 20 30 40 50 60

全体



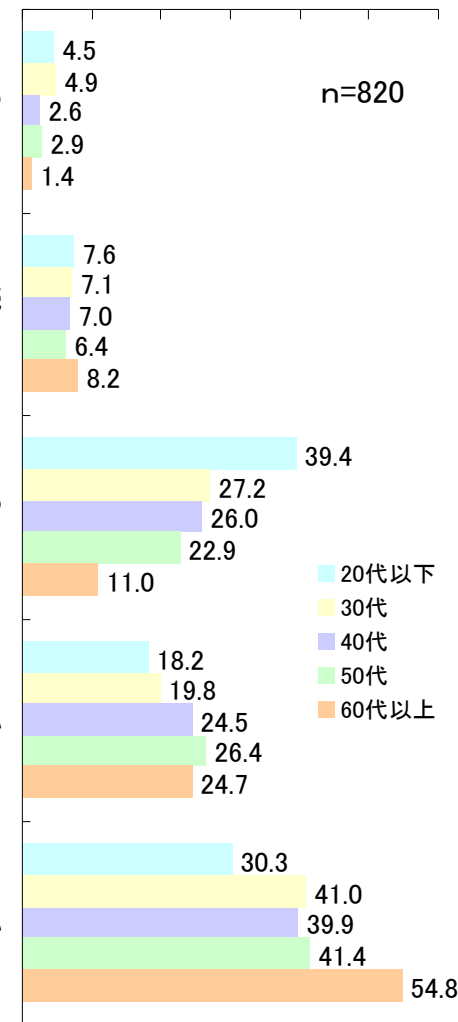
A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

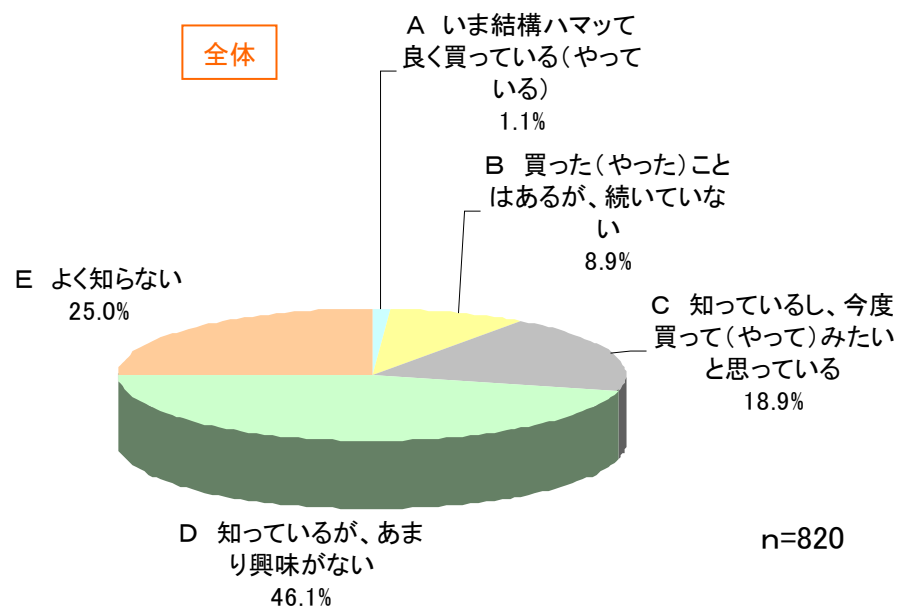
E よく知らない





ノニジュース

年代別



A いま結構ハマッて良く買っている
(やっている)

B 買った(やった)ことはあるが、続
いていない

C 知っているし、今度買って(やっ
て)みたいと思っている

D 知っているが、あまり興味がない

E よく知らない

