

報道関係者各位
プレスリリース

2021年4月27日
ソフトブレン・フィールド株式会社

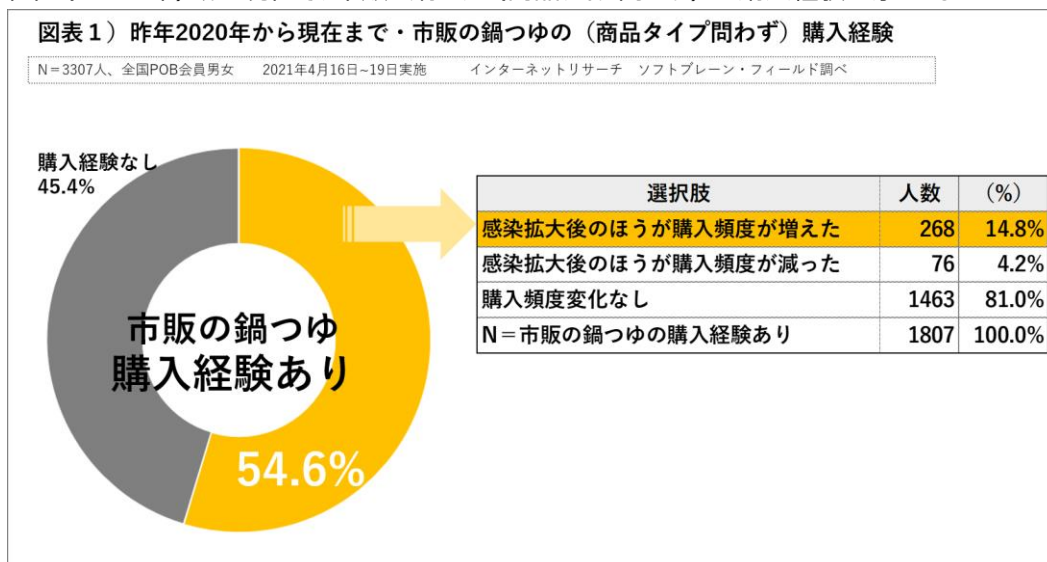
市販の鍋つゆ好調。理由は、簡便・栄養バランスのよさ コロナ禍で高まる自炊の悩み・食生活への意識が後押し 市販の鍋つゆに関するアンケート調査

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するソフトブレン・フィールド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：木名瀬博）は、全国のアンケートモニター（以下、POB会員）から独自に収集する、日本初のレシートによる購買証明付き・購買理由データベース「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®（以下、POBデータ）」を有し、リアル消費者購買理由データベースとしては国内最大規模の月間300万枚のレシートを収集しています（提携サイト含める）。

コロナ禍の巣ごもり需要で市販の鍋つゆの売れ行きが好調だといえます。寒さも収まり鍋シーズンは終了していますが、感染拡大の影響により、これから迎えるゴールデンウィークなど、自炊機会が増える中で、手軽で栄養バランスのとれた食事として、鍋料理が食卓に並ぶ家庭も増えるのではないのでしょうか。

そこで今回は、POB 会員に「市販の鍋つゆに関するアンケート」を実施し、（N=3307人、2021年4月16日～19日実施）その結果を報告いたします。

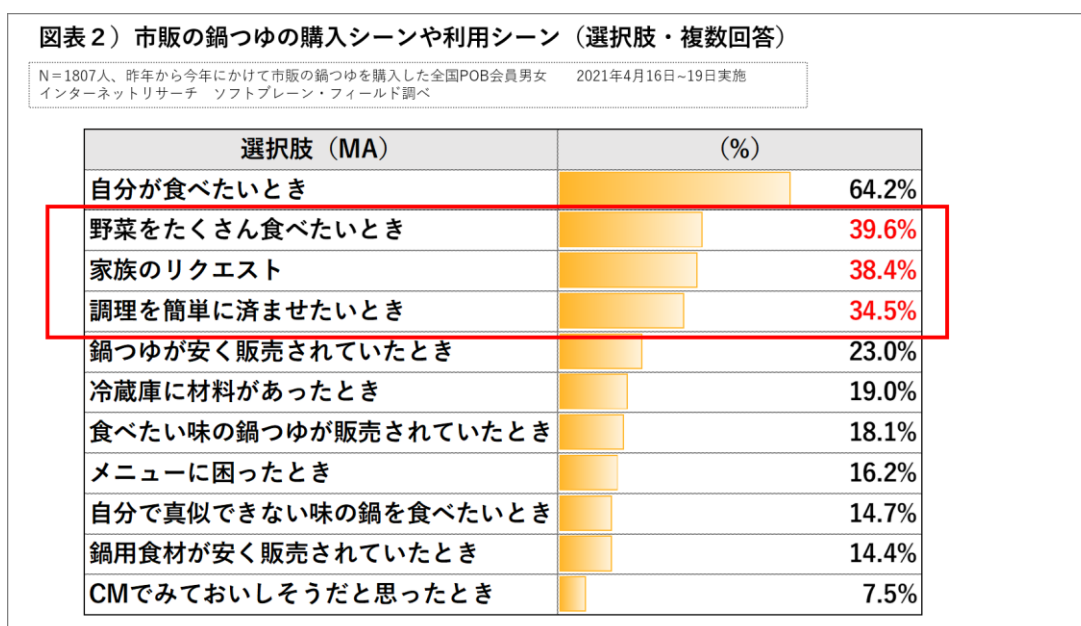
最初に、昨年（2020年）から現在まで、市販の鍋つゆ（商品タイプ問わず）の購入経験を尋ねました。



昨年から現在で、市販の鍋つゆの購入経験は、半数以上が「購入経験あり（54.6%）」と回答し、「購入経験なし（45.4%）」を9.2pt上回りました。

購入経験がある1807人を対象に、新型コロナ感染拡大前（2019年）と後（2020年～現在）で、購入頻度の変化を尋ねると、多くの人が「購入頻度に変化はない（81.0%）」と回答しましたが、「感染拡大後のほうが購入頻度が

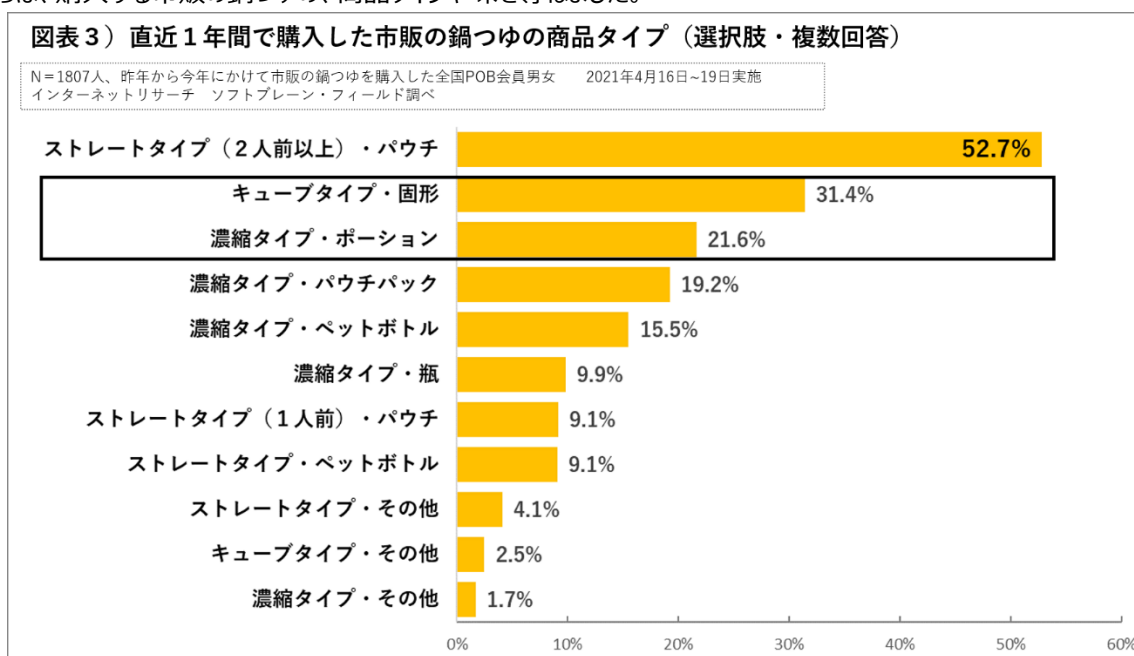
増えた（14.8%）」と回答し、購入頻度が増えた人のコメントをみると、「時短で野菜がたくさん食べられる料理を日々意識するようになり、鍋が増えた」、「栄養のバランスが整い、手軽に作ることができる」といった声がありました。



次に、市販の鍋つゆの購入シーンや利用シーンを尋ねると、6割が「自分が食べたいとき（64.2%）」と回答しました。

また、「野菜をたくさん食べたいとき（39.6%）」、「家族のリクエスト（38.4%）」、「調理を簡単に済ませたいとき（34.5%）」が、「鍋つゆが安く販売されていたとき（23.0%）」の購入理由を上回り、「野菜不足を感じたときは、鍋にする。低カロリーなところもよい」、「週末の家族が揃う時に鍋にする機会が多い」、「手抜きをしたい時には鍋、色々作らなくてもおかずが完成する」といった理由が挙がりました。

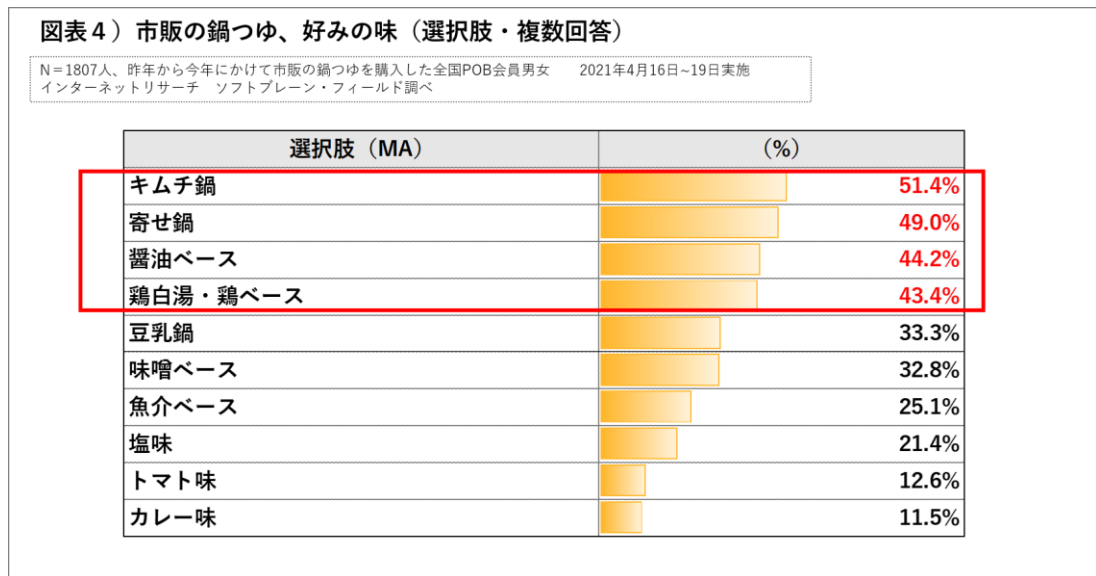
次からは、購入する市販の鍋つゆの、商品タイプや味を尋ねました。



直近 1 年間で購入した市販の鍋つゆの商品タイプは、水の計量をする必要がない手軽さで人気の「ストレートタイプ（2人前以上）・パウチ（52.7%）」が半数以上で最多回答となりましたが、個包装で人数に合わせて調節でき、ストックのしやすさで「キューブタイプ・固形（31.4%）」、「濃縮タイプ・ポーション（21.6%）」も選ばれ、「一つのパッケージに、寄せ鍋、白湯、キムチの3種など、複数の味が入っていると飽きなくてうれしい」といった、商品に対する要望が挙がりました。

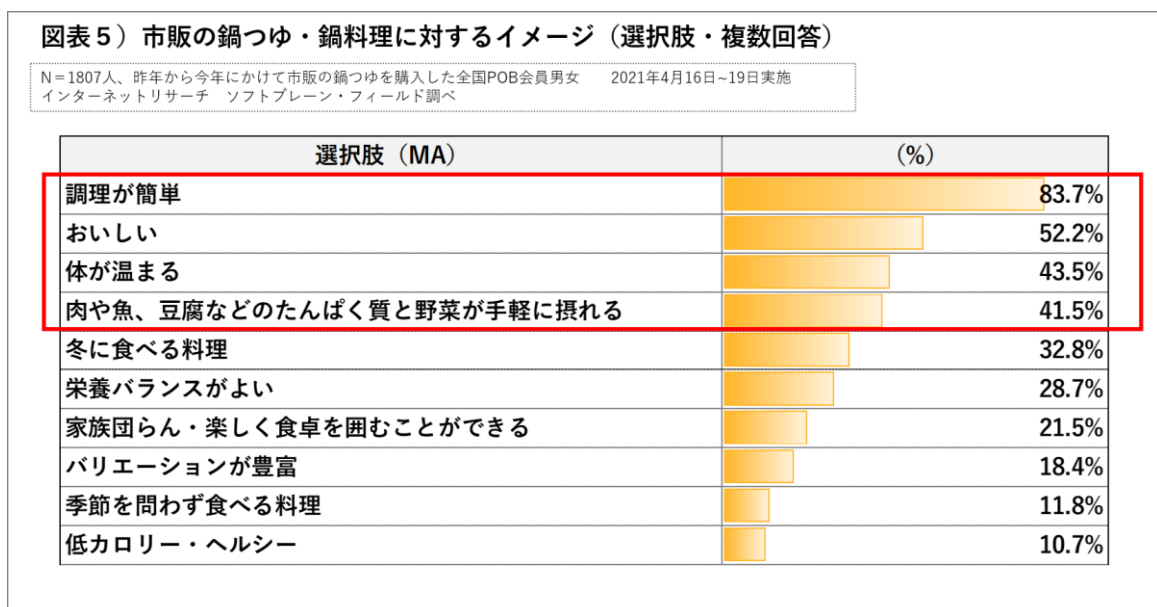
した。

他にも、「普段の具材ではなくメーカーとかで意外性のあるオススメの具材や食べ方などを裏面などに追加して欲しい」、「味が薄くなったときにどんな調味料を足せば良いか書いてほしい」といった声もありました。



次に、市販の鍋つゆの好みの味は、「キムチ鍋（51.4%）」が最多回答となり、「子どもでも食べられるキムチ鍋があればいい」、「辛さレベルの種類が多いと嬉しい」、「味わい深いキムチ鍋の素があったらよい」など、味に対する様々な声がありました。「寄せ鍋（49.0%）」、「醤油ベース（44.2%）」、「鶏白湯・鶏ベース（43.4%）」については、子どもから大人まで誰でも食べられる味であることや、どんな食材でも合うといった声がありました。

また、食材の準備方法を選択肢・複数回答で尋ねると、「鍋つゆのパッケージの表記をみて食材を準備する（29.7%）」よりも、「鍋つゆのパッケージに関わらず、食べたい食材を準備する（63.1%）」、「冷蔵庫のストックを組み合わせる（34.7%）」が上回り、好みや冷蔵庫のストック食材をうまく活用し、鍋を調理していることがわかりました。

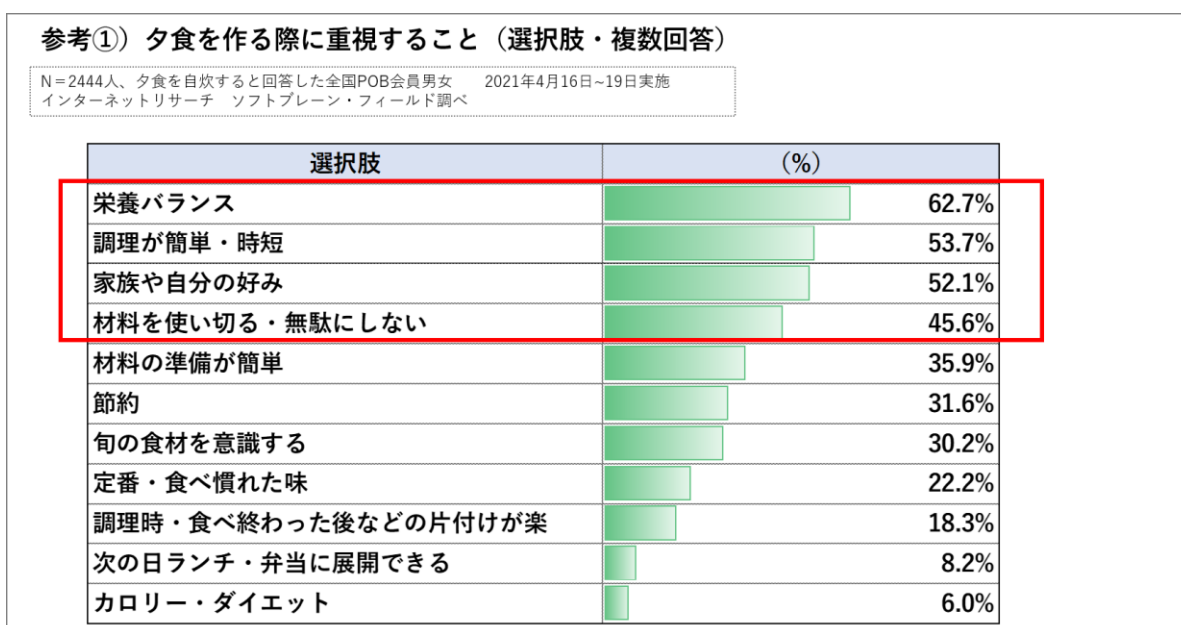


最後に、市販の鍋つゆ・鍋料理に対するイメージを尋ねると、多くの人が「調理が簡単（83.7%）」と回答し、食材の準備から、調理が手軽で洗い物が少ないこと、などが理由として挙がり、「おいしい（52.2%）」「体が温まる（43.5%）」が続きました。

他にも、「肉や魚、豆腐などのたんぱく質と野菜が手軽に摂れる（41.5%）」、「栄養バランスがよい（28.7%）」といった、1つの料理で様々な食材を組み合わせて調理をするため、栄養バランスが摂りやすいことも魅力として挙げられました。

またアンケートでは、夕食を作る際に重視することを尋ねており、「栄養バランス（62.7%）」、「調理が簡単・時短（53.7%）」、「家族や自分の好み（52.1%）」、「材料を使い切る・無駄にしない（45.6%）」が、上位回答として挙げられ（N=2444人、夕食を自炊すると回答した人）、鍋料理が、夕食を作る際に重視されるポイントを押さえた食事であるということがわかります。

そして、これからの時期に向けて「夏にも楽しめる鍋つゆがあると嬉しい」、「冬でも夏でも鍋を食べるので、夏にも鍋つゆを売って欲しい」といった、季節にあった味やバリエーションを望む声や、「調味料として利用している、計測がいらぬから時短につながる」などといった、アレンジメニューを展開する人もいるため、冬のシーズン以外にも、「市販の鍋つゆ」は家庭で利用シーンが増えることが予想されます。



[調査概要]

・POB アンケート N=3307人

性別	~30代	40代	50代	60代以上	計
女性	243	525	606	292	1666
男性	134	319	636	552	1641
合計	377	844	1242	844	3307
(%)	11.4%	25.5%	37.6%	25.5%	100.0%

調査対象：全国のPOB会員アンケートモニター

調査日時：2021年4月16日~19日

調査方法：インターネットリサーチ

調査機関：ソフトブレン・フィールド

※関連するPOBデータや、他カテゴリーなどのPOBデータ分析のご依頼などは、以下よりお問い合わせください。

関連) コロナ禍における生活意識・行動変化レポート一覧

<https://www.sbfield.co.jp/category/case-study/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 広報担当 石井（いしい） / 山室（やまむろ）

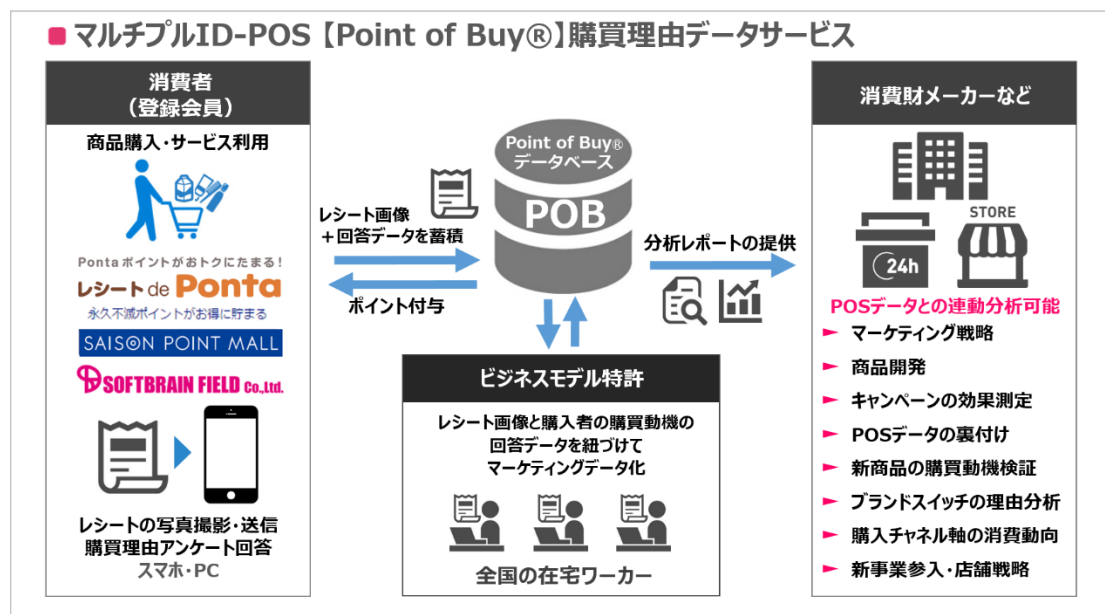
TEL：03-6328-3883 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.co.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレン・フィールド株式会社 POB推進部 太田（おおた）

TEL：03-6328-3883 FAX：03-5561-8599

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/contact/contact-corporation>



Point of Buy®データベースは、全国の消費者から実際に購入/利用したレシートを収集し、ブランドカテゴリや利用サービス、実際の飲食店利用者ごとのレシート（利用証明として）を通して集計したマルチプルリテール購買データです。

同一個人（シングルソース）から「消費行動」に関わる複数種類のデータを収集しており、ショッパーの行動結果からリアルなショッパーの実態に直接迫り、マーケティング戦略に不可欠なデータを、“より精度を高く” 企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ68種類 約6,000ブランド、飲食利用カテゴリ10種類約200チェーン（2018年1月現在）。全ての利用証明に購入/利用理由（フリーコメント）がデータ化されています。

■ 当事業の特長：

- 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
- 「セゾンポイントモール」会員と、「Ponta Web」会員、「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された334,187人のネットワークに基づく本人認証度の高いデータを提供
- 700企業以上のチェーン情報を公開
- ビジネスモデル特許による全チェーン共通オリジナルブランドマスター（※JICFS/IFDBベース）を生成
詳細はこちら <https://www.sbfield.co.jp/press/20170222-10722>
※JICFS/IFDB：JANコード統合商品データベース（一財）流通システム開発センター

■ サービス詳細参照ページ：

- ・「マルチプルID-POS購買理由データPoint of Buy®」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシート de Ponta <https://ponta-receipt.jp/>
- ・レシーポ <https://recepipo.com/>

【ソフトブレン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレン・フィールド株式会社は、ソフトブレン株式会社（本社：東京都中央区、設立年月日：1992年6月17日、代表取締役社長：豊田浩文）のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ96,611名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など222,828店舗以上をカバーし、営業支援（ラウンダー）や市場調査（ミステリーショッパー、店頭調査など）を実施しています。当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

「木名瀬 博のフィールド虎の巻」 URL：<https://www.sbfield.co.jp/toranomaki>

本社所在地：東京都港区赤坂3-5-2 サンヨー赤坂ビル5階

設立：2004年7月 / 資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博 URL：<https://www.sbfield.co.jp/>