報道関係者各位

2015 年 6 月 30 日

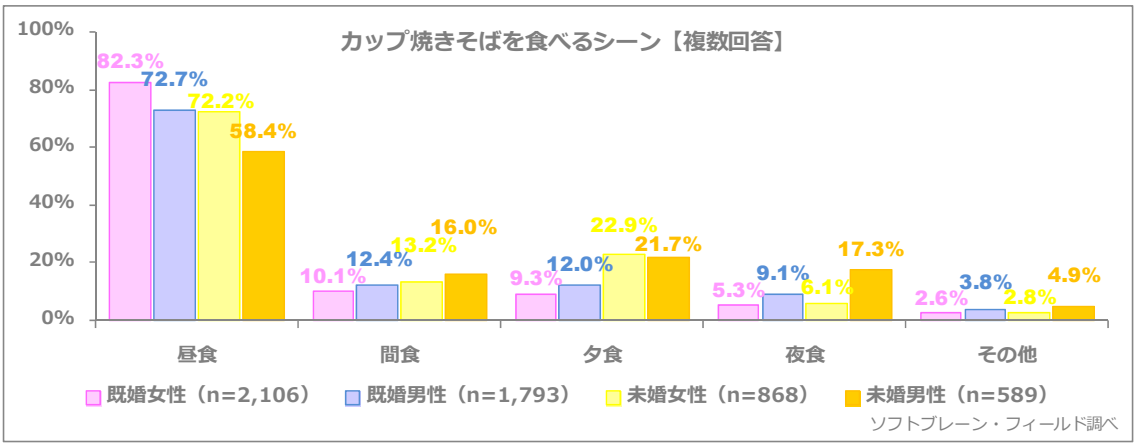
ソフトブレーン・フィールド株式会社

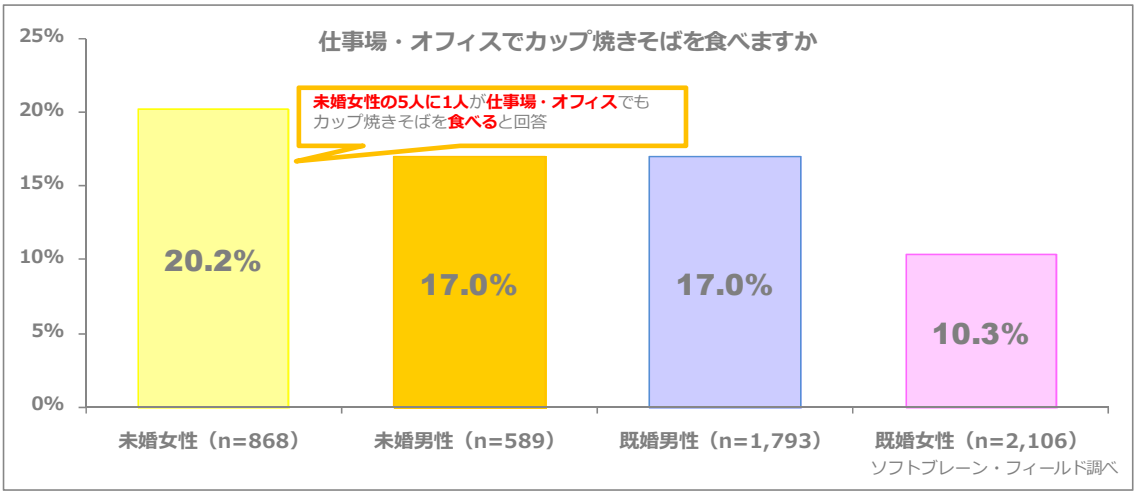
好きなカップ焼きそば１位は東日本「ペヤング」、西日本「U.F.O.」と中部を境に傾向がはっきり！一方、北海道では「やきそば弁当」がダントツ！

～カップ焼きそばに関する 5,300 人アンケート～

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレーン・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、株式会社クレディセゾンとの共同事業である「Point of Buy（R）購買理由データ」のアンケートモニターのうち、カップ焼きそばを買って食べる 5,356 名（女性 2,974 名、男性 2,382 名、20 代～80 代）に「カップ焼きそば」に関するアンケートを 2015 年 6 月 15 日に実施しましたので、その結果を報告します。

■カップ焼きそばを食べるシーンは「昼食」が多数





（上）図表 1:カップ焼きそばを食べるシーン【複数回答】(n=5,356)、

（下）図表 2:仕事場・オフィスでカップ焼きそばを食べますか（n=5,356）

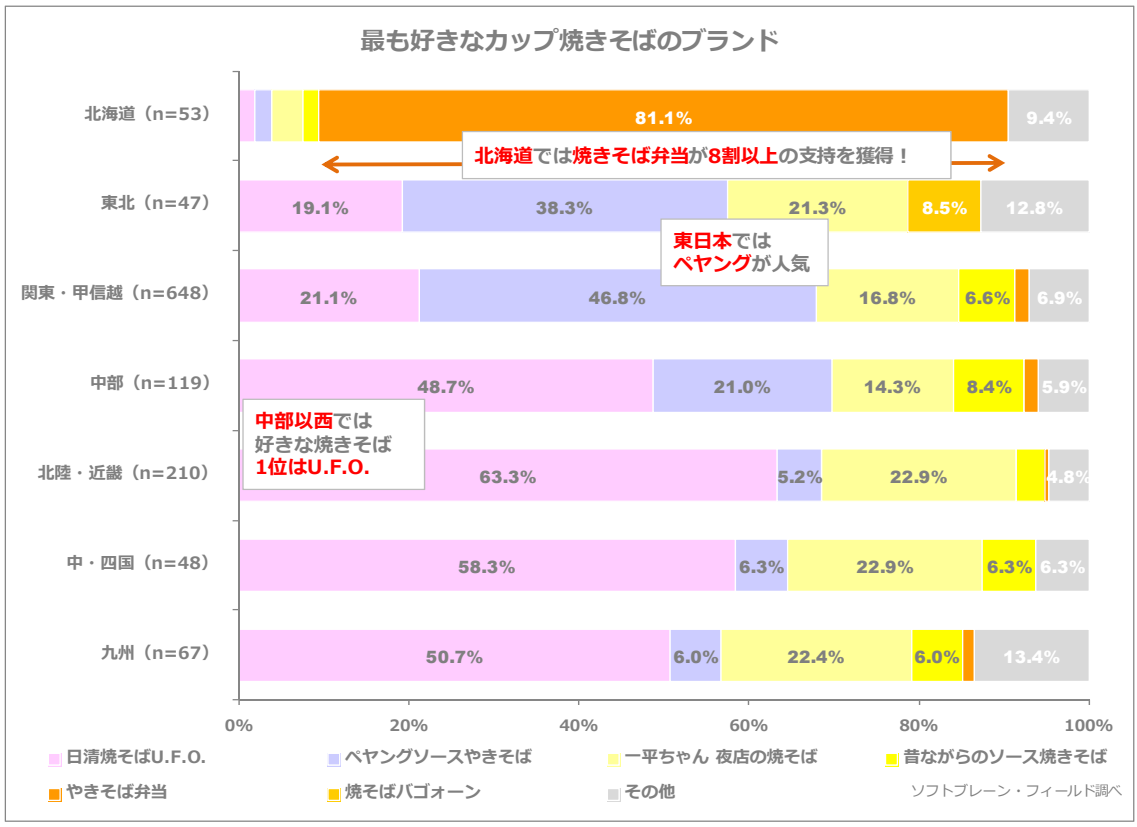
アンケートではまず、カップ焼きそばを食べるシーンを聞きました。その結果、昼食

が最も多く、既婚女性の 82.3%、既婚男性の 72.7%、未婚女性の 72.2%、未婚男性の 58.4%が「昼食」時と回答しました。

また、仕事場・オフィスでカップ焼きそばを食べるかを聞いたところ、未婚女性の 20.2%、未婚男性の 17.0%、既婚男性の 17.0%、既婚女性の 10.3%が食べていることがわかりました。

具体的なコメントを見ると、「職場で誰かが食べた後は、ソースのいい匂いにつられて、もの凄く食べたくなります。」（40 代女性）、「仕事柄あまりお昼に時間が取れないので手軽でいいです。朝もお弁当を作るのですが、時間がない時には助かっています。」（20 代女性）といったように、時間がないときの昼食や、香ばしいソースの匂いにつられてついつい食べたくなるといった意見が見られました。

■エリアごとに好きなブランドが明確に分かれる



図表 3:最も好きなカップ焼きそばのブランド（n=1,192）

アンケートの回答者のうち、カップ焼きそばを購入する際に「ブランド」で選ぶと回答した方 1,192 名を対象に好きなカップ焼きそばのブランドを聞いたところ、エリア毎に結果が分かれました。

まず、北海道在住の方の回答では「やきそば弁当」が 81.1%と、8 割を占める結果となりました。

一方、東北在住の方では「ペヤングソースやきそば」が最も多く 38.3%でした。特徴的なのが「焼きそばバゴォーン」で、東北地方でのみ 8.5%の方が最も好きなブランドとして挙げました。

関東・甲信越在住の方も東北地方同様「ペヤングソース焼きそば」が1位でしたが、回答者の比率が48.7%と、東北地方より10.4ポイント高く、約半数を占めました。

一方、中部エリア以西在住の方では「日清焼そばU.F.O.」が1番人気でした。それぞれ「日清焼そばU.F.O.」を支持した方の比率を見ると、中部では48.7%、北陸・近畿では63.3%、中・四国では58.3%、九州では50.7%と各エリアで約半数、北陸・近畿では6割を超える人が「日清焼そばU.F.O.」が1番好きと回答しました。

■ペヤングソースやきそば好きは「ソースの濃さ」重視

好きなブランド別カップ焼きそばの購入時に重視すること【複数回答】

日清焼そばU.F.O.（n=400）		ペヤングソースやきそば（n=365）		一平ちゃん 夜店の焼そば（n=212）		昔ながらのソース焼きそば（n=68）		やきそば弁当（n=58）	
1位 味	71.3%	1位 味	70.1%	1位 味	77.8%	1位 味	82.4%	1位 味	75.9%
2位 価格	63.8%	2位 価格	58.6%	2位 価格	68.9%	2位 価格	80.9%	2位 価格	56.9%
3位 容量	25.3%	3位 容量	31.8%	3位 容量	33.0%	3位 容量	42.6%	3位 作りやすさ	19.0%
4位 作りやすさ	17.3%	4位 ソースの濃さ	19.5%	4位 付属品	19.3%	4位 作りやすさ	20.6%	4位 容量	15.5%
5位 ソースの濃さ	16.5%	5位 作りやすさ	16.2%	5位 作りやすさ	13.7%	5位 ソースの濃さ	14.7%	5位 ソースの濃さ	15.5%
6位 スパイス	9.0%	6位 スパイス	14.8%	6位 ソースの濃さ	12.7%	6位 スパイス	13.2%	5位 付属品	15.5%
7位 デザイン	8.5%	7位 辛さ	8.8%	7位 新商品	9.4%	7位 容器	10.3%	7位 新商品	10.3%
8位 辛さ	7.0%	8位 デザイン	7.9%	8位 スパイス	9.0%	8位 デザイン	8.8%	8位 宣伝	8.6%
9位 宣伝	6.5%	9位 付属品	6.8%	8位 デザイン	9.0%	8位 辛さ	8.8%	9位 辛さ	6.9%
10位 容器	6.3%	10位 宣伝	6.6%	10位 宣伝	8.0%	10位 付属品	7.4%	9位 珍しさ	6.9%

ソフトブレーン・フィールド調べ

図表4:好きなブランド別カップ焼きそばの購入時に重視すること【複数回答】(n=1,103)

さらに、カップ焼きそばを購入する時に重視するポイントを好きなブランド別に分析すると、どのブランドでも「味」が1位、「価格」が2位となりました。

傾向が分かれたのが「ソースの濃さ」で、「ペヤングソースやきそば」では19.5%、約5人に1人が「ソースの濃さ」を重視すると答えており、4位に入りました。

また、「一平ちゃん 夜店の焼きそば」では付属品が19.3%で4位にランクインしており、同商品付属の「からしマヨネーズ」が支持を得ていることがうかがえました。

「やきそば弁当」でも付属品を重視するとの回答が15.5%で5位に入っており、こちらは付属品の中華スープが人気の秘訣になっていると言えそうです。

カップ焼きそばに関する具体的なコメントを見ると、「北海道地域のみで販売されている『焼きそば弁当』の付属品のスープが美味しくて、小さいころから食べているソウルフードです。」（40代女性、北海道）、「関西で育ち、焼きそばといえば日清だと思っていた。今でも時々食べたくなる。」（30代女性、関東・甲信越）といったように、地域によってカップ焼きそばと言えば「コレ！」といった内容や、「バゴォーンが大好きで当たり前に買っていたのですが、東京に引っ越した息子からバゴォーンは東京で売ってないと言われて驚いた」（40代女性、東北）といったように他のブランドを知らなかったという声が寄せられました。

また、「職場の先輩から『焼きそばの湯切りをした後、少し蒸らすとより美味しくなる。』と伝授され、20年以上たった今も取り入れている。」（50代女性、関東甲信越）、「これまでに色々なブランドのインスタント焼きそばを食べていますが、キャベツの千切り・生卵を加え、鰹節フレーク・青のりをトッピングしていただいています。」（60代女性、関東・甲信越）というようにより美味しく味わうために工夫を凝らしている様子もうかがえました。

【調査実施概要】
対象：株式会社クレディセゾンの運営する「永久不滅.com」の「レシートで貯める」サービス登録会員約および SBF の登録会員
調査方法：「レシートで貯める」サービス及び「レシート de ポイント」サービスを活用したインターネットリサーチ
調査地域：全国
調査日：2015 年 6 月 15 日
有効回答者数：5,356 名
属性：［女性］20 代 2%、30 代 13%、40 代 23%、50 代 13%、60 代以上 4%
［男性］20 代 1%、30 代 4%、40 代 16%、50 代 15%、60 代以上 8%

【サービス概要】
■サービス名：Point of Buy（R）購買理由データ事業
■購買理由収集対象者：株式会社クレディセゾンの運営する「永久不滅.com」の「レシートで貯める」サービス登録会員および SBF の登録会員
■購買理由収集の方法：
- 指定カテゴリー（約60カテゴリー）の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告

■購買理由データの販売先：　消費財メーカー
■購買理由データの提供方法：　契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供
■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
- 「永久不滅.com」会員と「履歴書情報」のあるSBF登録会員「キャスト」で構成された約14万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。
- 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ

■サービス詳細参照ページ：　http://www.sbfield.co.jp/pob/
■Point of Buy（R）購買理由データ事業：

【ソフトブレーン・フィールド株式会社　会社概要】
ソフトブレーン・フィールド株式会社は、ソフトブレーン株式会社（市場名：東証1 部・4779、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約53,000 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115,000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。

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　：　http://www.sbfield.co.jp/

【サービスに関するお問い合わせ先】
ソーシャルデータソリューション部　中村（なかむら）/佐藤（さとう）/神谷（かみたに）
TEL：03-6328-3645 FAX：03-6328-3631
お問い合わせフォーム：　https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/

【報道関係お問い合わせ先】
広報室　柳原（やなぎはら）/具志堅（ぐしけん）
TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631
MAIL: solution@sbfield.com