

冷凍ピラフ&ソースに関する
消費者受容性調査結果報告書

—— レジューメーション ——

[株式会社ウィズプランニング](#)

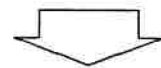
INDEX

| | |
|------------------------------------|-------|
| ■ INDEX | P. 1 |
| ■ 冷凍ピラフ&ソース受容性調査結果まとめ | P. 2 |
| ホームユーステスト結果 <レジュメーション> | P. 3 |
| ■ 実施概要 | P. 4 |
| ■ I. コンセプト評価 | P. 5 |
| ■ II. 試食に関する個別評価 | P. 6 |
| ・総合評価 | |
| ・商品別評価 | |
| ・属性別評価 | |
| ■ III. 試食場面とオケージョンの広がり | P. 9 |
| ■ IV. 全体比較評価 | P. 10 |
| ■ V. 調査方法について | P. 11 |
| ■ VI. 購入について | P. 12 |
| ■ VII. 商品に対する要望 | P. 14 |
| (ホームユーステスト, 消費者インタビューより) | |
| ■ VIII. 冷凍ピラフ・グラタンの食用状況 | P. 15 |
| グループインタビュー結果 <レジュメーション> | P. 16 |
| ■ 実施概要 | P. 17 |
| ■ コンセプト評価 | P. 18 |
| ■ テスト商品試食結果 | P. 19 |

冷凍ピラフ&ソースの受容性調査結果まとめ

1. ターゲット及び食用場面の広がり

| 既存ピラフ類について | 属性 | | 購買力 | |
|-------------------|-------------------|------------|---------------------------------|-----------|
| | 单身男性 | パーソナルユース | 平日の飲んだ後の空腹時 休日の食事 | △自分 |
| | 单身女性 | | 週末や休日の食事 | △自分 |
| | DINKS 主婦 | セミパーソナルユース | 自分一人時の食事 | ○自分 |
| | 小学生以下の 子有主婦 | ファミリーユース | 忙しい時の手軽な食事 | ◎家族 |
| | 中高生の 子有主婦 | | 子供と自分のための食事 防災品として手作りメニューに付加 | ◎家族 子供 |
| 大学生以上の子供 と同居主婦 | 自分と家族の昼食 子供の食事 | | ◎家族 子供 | |



| ピラフ&ソースについて | 属性 | 朝食 | 昼食 | 夕食 | ランチ | 間食 | 夜食 | その他 | 場面のイメージ |
|-------------|-------------------|----|----|----|-----|----|----|-----|----------------------------------|
| | 单身男性 | 2 | 4 | 6 | 4 | 5 | ⑭ | 0 | 飲んだ後 |
| | 单身女性 | ⑦ | 15 | 8 | 9 | 1 | ⑭ | 0 | キャンプ、旅行先の自炊 パーティ時のおつまみ |
| | DINKS 主婦 | 2 | 14 | 9 | ⑭ | 4 | 7 | 7 | パーティ時に大皿に 非常用のおかず |
| | 小学生以下の 子有主婦 | 0 | ⑫ | 8 | ⑮ | 3 | 4 | 2 | 多忙時 一人用(子供、自分) |
| | 中高生の 子有主婦 | 2 | 14 | ⑪ | 8 | 7 | 4 | 3 | 子供のお弁当 キャンプ、旅行先の自炊 非常用のおかず |
| | 大学生以上の子供 と同居主婦 | 2 | 15 | 6 | 2 | 1 | 4 | 0 | 自分が不在の時の 家族の食事 アウトドア |
| 合計 | 15 | 84 | 48 | 51 | 21 | 47 | 12 | | |

注) 数字は4商品合計の食事の回数。○印は他の属性に比べて突出した数字。

- 全体では昼食、ランチが主たる食用場面だが、ターゲット属性別の差も見逃せない

| | |
|------|--|
| 単身者層 | 夜食ユースが多い。女性の方が休日の昼食など食事としてとらえる。 |
| 主婦層 | 昼食、ランチ、夕食など食事としてとらえる。 ファミリーユースの子有主婦に対しては、購買力が期待できる。 |

2. コンセプト評価について

| コンセプト | 人数 | ディテール |
|------------------|----|---|
| 新しいメニュー(ピラフ&ソース) | 13 | 初めての食べ方として関心度あり。 特に外食や エスニック料理食用者は違和感なし。 |
| リッチな個食 | 6 | 単身者、DINKS は自分のため。 子有主婦は自分+家族・子供対応。 |
| 食事として満足 | 4 | 昼食、ランチユースが主流。 緊急食(急用、来客等)としてあらゆるシーンに。 |
| 調理方法が楽い | 11 | 簡便性指向で評価はよい。 電子レンジとの併用が最良。 |
| 高級感 | 2 | 高級感より簡便性のイメージが強い。 商品別には、トマトソース、ジャーマンポテトに比べ 初代ソースに廉価イメージあり。カレーは男性に廉価イメージ。 |

3. テスト商品の受容性

| 商品 | 課題 |
|----------|---------------------------------------|
| 初代ソース | ○ ピラフとの相性。 |
| トマトソース | ○ ピラフとの相性。*ピラフとの色合い。 |
| ドライカレー | ◎ 一般的に評価はよい。 味、素材は他商品との比較で特によい。 |
| ジャーマンポテト | △ ポテトの素材、味の評価がよい。 ユニークな商品として一部に評価。 |

全体的には、

- ・ソースの「うまみ」「とろみ」「コク」
- ・初代ソース、トマトソースのソースの量を少なく感じやすい

ピラフの味・カラー

* はGI発言による

- 評価のポイントは、ピラフとソースの相性
- ソース類の商品はソースの味(うまみ、コク)濃度(とろみ、ボリューム感)の影響が大きい
- ★ 購入意欲は受容性評価に比例