

# ホームユーステスト結果

—— レジューメーション ——

## 実施概要

### 調査目的

- 新商品（ピラフ+ソース）発売に際し、新商品の開発コンセプトに適するターゲット像を明確にする。さらに、食用場面からの広がりを把握する。
- 新商品のメニュー選定をターゲットの立場から検証する。特に、ボリューム缶、味の嗜好を重点チェックポイントとし、食用の広がりを受容性を把握する。

### 調査対象者

- 冷凍食品ピラフ・グラタンなどの常用者 / 6G × 6名 = 36名

A. 20~30代	单身男性	6名
B. 20~30代	单身女性	6名
C. 20~30代	DINKS主婦	6名
D. 20~40代	小学生以下の子有主婦	6名
E. 30~50代	中高生子有主婦	6名
F. 40~50代	大学生以上の子供と同居主婦	6名

### 調査内容

1. 食用状況（各テスト商品をいつ、どこで、どのようにして食べたのか）
2. 調理の簡便性について
3. 商品内容について  
メニュー、素材、調味、ボリューム感など満足度と要望の抽出
4. 商品バリエーションに対する要望

### 調査時期

- 1990年代初頃

### 調査方法

- 調査対象となる商品（4種）

- |                   |
|-------------------|
| A. 冷凍ピラフ&ホワイトソース  |
| B. 冷凍ピラフ&トマトソース   |
| C. 冷凍ピラフ&ドライカレー   |
| D. 冷凍ピラフ&ジャーマンポテト |

- 調査は、試食商品及びアンケート用紙留置方法をとった。  
・各商品を一週間以内に試食し、率直な乾燥をアンケート用紙に記入する。

## I コンセプト評価

N = 36

コンセプト	A 単身男性	B 単身女性	C DINKS主婦	D 小学生以下の 子有主婦	E 中高生 子有主婦	F 小学生以上の 子供と同居主婦	合計
1. ピラフ&ソースorジャーマンポテトといった新しいタイプのメニューです	2	1	4	3	2	1	13
2. ひとりでも食べることでできるリッチメニューです	1	2	1			2	6
3. 食事として食べて満足できるメニューです	1	1			1	1	4
4. ボイリング(沸騰したお湯に数分入れる)という簡単な調理方法です	1	2	1	2	3	2	11
5. 高級感を出したグレードの高い商品です	1			1			2

N = 36

コンセプト	O
① ピラフ&ソースorジャーマンポテトといった新しいタイプのメニューです	13
② ひとりでも食べることでできるリッチメニューです	6
③ 食事として食べて満足できるメニューです	4
④ ボイリング(沸騰したお湯に数分入れる)という簡単な調理方法です	11
⑤ 高級感を出したグレードの高い商品です	2

- コンセプトとして最も評価されているのが①、④。  
①は、特に20～30代の主婦に評価されているが、この年代層が情報に敏感で、新しいもの好きであると思われる。  
④は、特に30代～ベテラン主婦に評価されているが、子供の成長に伴う、家事の忙しさに追われるこの年代層には“簡便性”という点が響く。
- ③、⑤があまり評価されていないことから、消費者が冷凍食品とは“高級感”“満足感”を満たすものではなく、“簡便性”“新しさ”を求めるものと位置づけているのが想定できる。

## II 試食に関する個別評価

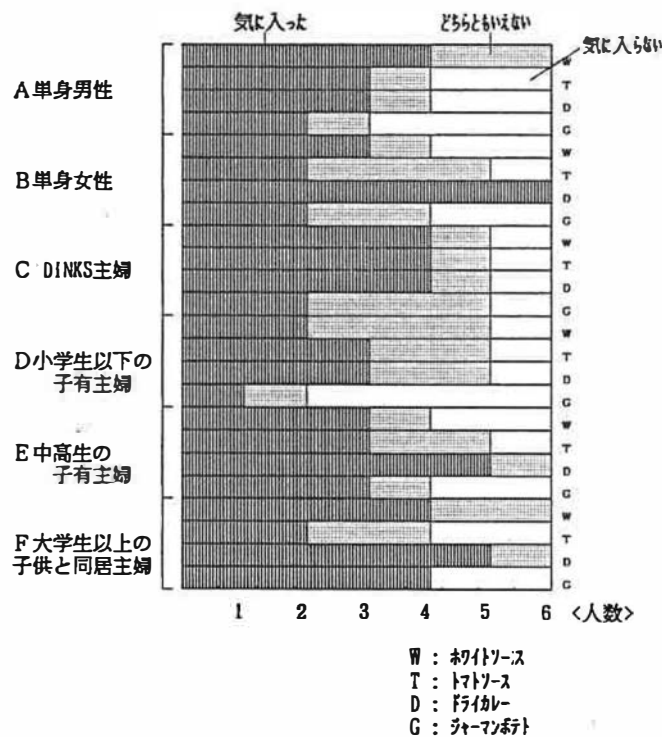
### 総合評価

＜全体評価－4商品比較＞

	気に入った	どちらともいえない	気に入らない
ホワイトソース	20	10	6
トマトソース	17	11	8
ドライカレー	26	5	5
ジャーマンポテト	14	8	14

12      24      36 <人数>

＜属性別評価－4商品比較＞



### ＜評価の理由＞

	気に入った理由	どちらともいえない理由	気に入らない理由
ホワイトソース	<ul style="list-style-type: none"> <li>ピラフとソースの組み合わせが良い(トッピング、新しさ、おもしろさ)(A B C D E F)</li> <li>女の子向けの味、量(E)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>味(薄い)、コク、量(ソース、具)が物足りない(A C D F)</li> <li>ソースが水っぽい(B C)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>具、味、コクが物足りない(B E)</li> </ul>
トマトソース	<ul style="list-style-type: none"> <li>ピラフとソースの組み合わせが良い(B D E F)</li> <li>ソースが本格的(A E)</li> <li>ソースが良い(あっさり、酸味、軽い)(D F)</li> <li>見た目がよい(C)</li> <li>子供に好まれる味(D)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>味が薄い、はっきりしない</li> <li>ソース、あるいはソースとピラフの組み合わせが今ひとつである</li> <li>パスタの方がソースに合う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ソースが薄味、コクがない、水っぽい(A B E F)</li> <li>ソースの具が足りない(E)</li> <li>ピラフの味がない(C F)</li> </ul>
ドライカレー	<ul style="list-style-type: none"> <li>カレーがおいしい・味付けがよい(B C D E F)</li> <li>カレーの具がよい(肉、野菜がたっぷり)(A B C D F)</li> <li>色合いがよい(E)</li> <li>オンチャレで新鮮である(D)</li> <li>パスタにもマッチする(E)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>味気ない(A)</li> <li>ミートソースの味がする(F)</li> <li>ピラフがおいしくない(C)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>辛いだけである(A)</li> <li>カレーとピラフが合わない(C)</li> <li>ピラフが甘い(C)</li> <li>ソースがベタベタしている(E)</li> </ul>
ジャーマンポテト	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポテトがおいしい(食材の味)(C D E)</li> <li>食事として成り立つ(B F)</li> <li>アイデアが若い人にうける(F)</li> <li>大人感覚の味である 即ち広範囲に利用できる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ピラフでは組合せがよくない、残る(B C E)</li> <li>ピラフとポテトでは味が物足りない(A B)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポテトとピラフは合わない(A C D E F)</li> <li>ポテトはおかずとしては物足りない(A)</li> </ul>

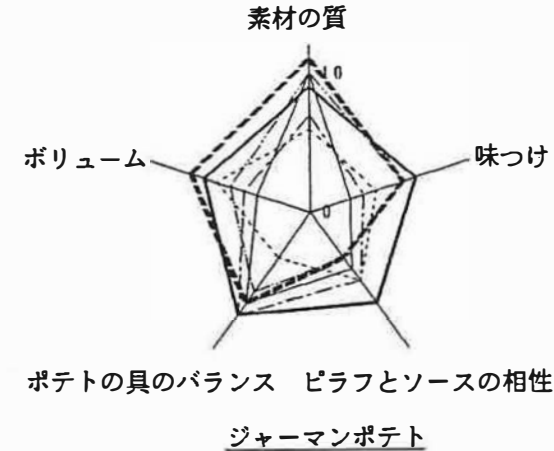
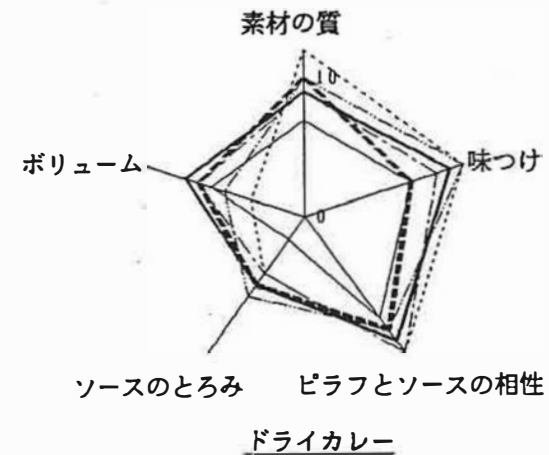
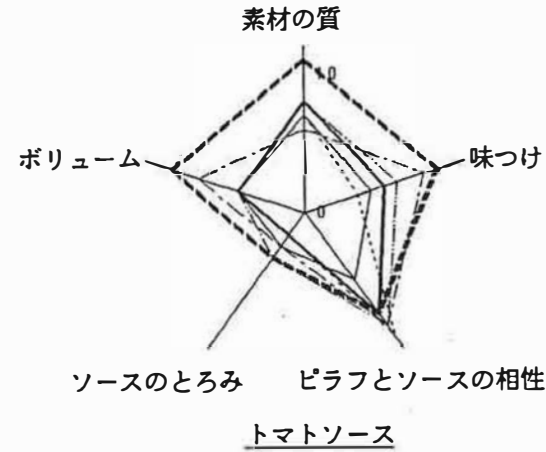
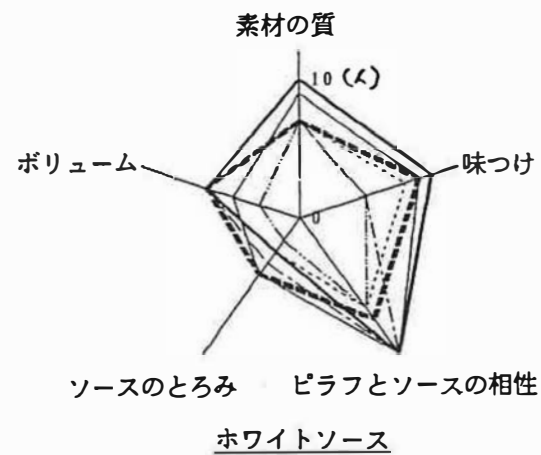
A : 単身男性  
B : 単身女性  
C : DINKS主婦  
D : 小学生以下の子ども主婦  
E : 中高生の子ども主婦  
F : 大学生以上の子どもと同居主婦

- 4商品の中では、ドライカレーの人気が最も高い。属性別では、単身女性(6名)、中高生子ども主婦(5名)、大学生以上の子どもと同居主婦(5名)の支持率が高いのが目立つ。評価利用としては、カレーの味付け、素材のよさがあげられている。
- ホワイトソースはドライカレーと比較すると、支持のトーンは下がるものの、どちらともいえない派が多い。ピラフとソースの組合せのよさが全属性で評価されていることから食べ慣れている味であり、無難、万人向きタイプとして評価される。

- トマトソースもホワイトソースと同様の傾向であるが、ホワイトソースよりも支持が落ちる。ピラフ、ソースに対する評価はほぼ同様であるので、食べ慣れている点の差が影響しているとも考えられる。
- ジャーマンポテトは、ポテトとピラフの mismatch を指摘する意見が多く、支持率は最も低い。ただし、ポテト自体の味、素材、ボリュームについては、かなり評価を得ている。

## 商品別評価

## 〈商品別評価スコア〉



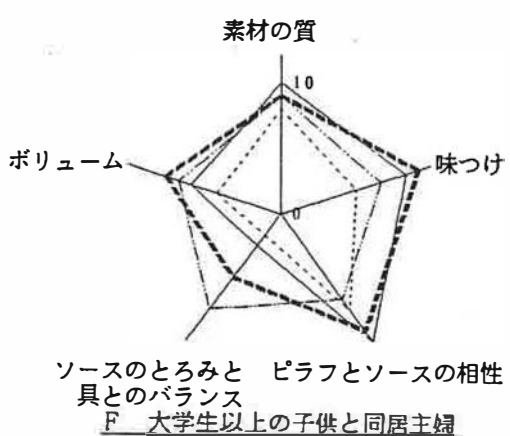
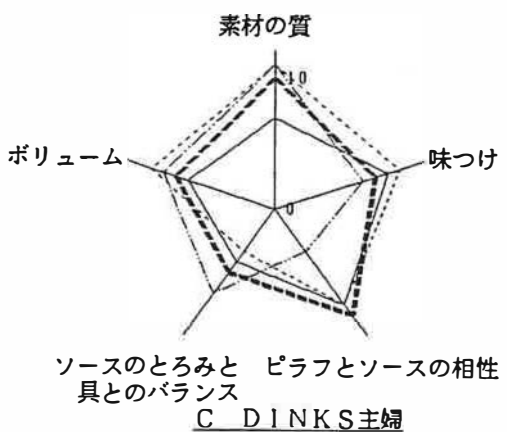
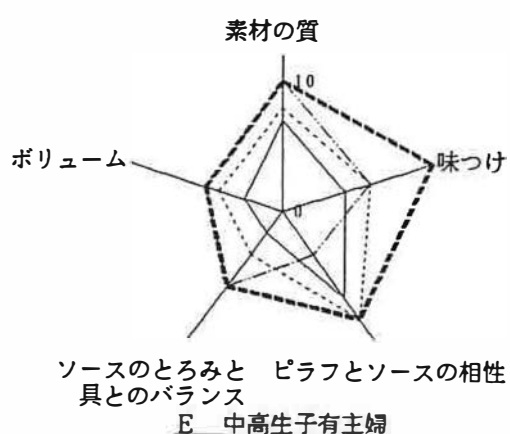
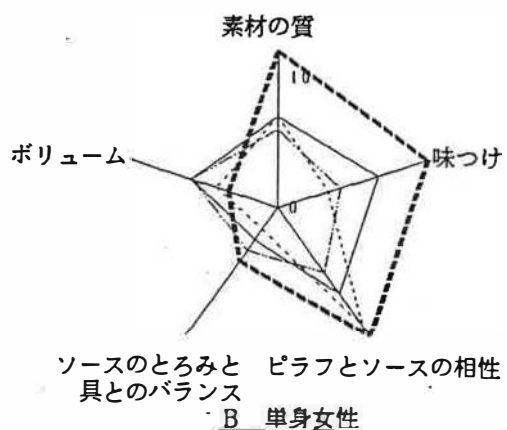
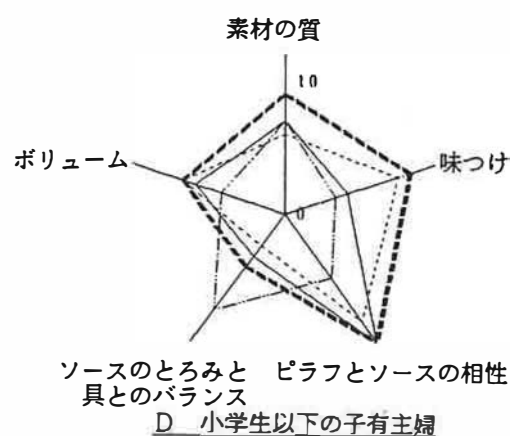
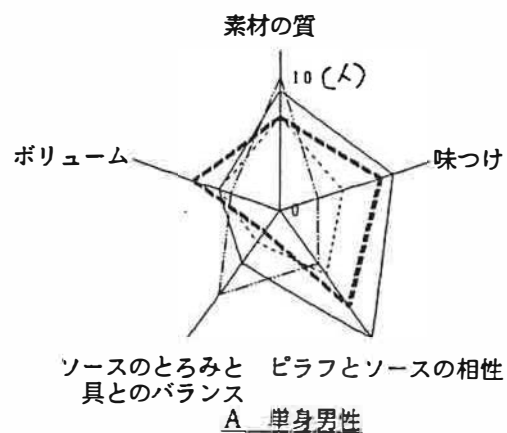
— : 単身男性  
 ..... : 単身女性  
 - - - : DINKS主婦  
 - · - · : 小学生以下の子有主婦  
 - - - - : 中高生の子有主婦  
 ——— : 大学生以上の子供と同居主婦

## 〈商品評価全体の考察〉

- 4商品の中で、比較的バランスよく評価されているのがドライカレーである。但し、ソースのとろみに関しては、多少の改良が必要とされる。
- 女性は全般的にドライカレー嗜好が強いのに対して、単身男性の評価の低さが目立つ。これは、カレーに対する意識の男女差にもよるものと思われる。
- ホワイトソースとトマトソースは、ほぼ同様のバランスで評価されているが、ホワイトソースの方がバランスよく評価されている。
- ホワイトソース、トマトソース、ドライカレーのソースをかけて食べるタイプのものは“ソースのとろみ”に対する課題を抱えており、ジャーマンポテトをおかずとして食べるタイプのものは、相性に対する課題と素材の組合せよる味に対する課題を抱えている。

## ■ 属性別評価 ■

## 〈属性別評価スコア〉



— : ホワイトソース  
 ..... : トマトソース  
 - - - - : ドライカレー  
 - · - · : ジャーマンポテト

## 〈属性別のこだわりのポイント〉

属性	素材	味付け	ピラフとソース、ポテトとの相性	ソースのとりもと、具のバランス	ボリューム
A. 単身男性	△	○	◎		
B. 単身女性	○	○	◎		
C. DINKS主婦		○	◎		△
D. 小学生以下子有主婦	○	◎	△		○
E. 中高生子有主婦		◎	△		◎
F・大学生以上の子供と同居主婦	△	◎			○

※総合評価への影響度……◎：かなりある、○：高い、△：まあ高い

- 20代～30代前半の層（単身男性、単身女性、DINKS主婦）は、ソース（ポテト）とピラフの相性に最もこだわり、次いで味付けがチェックポイントとなる。相性に対する評価の中で「食べ慣れた味」等の意見も見られ、これは、外食の機会が多い、食生活の洋風化、コンビニエンス食品の利用度が高い層ならではの考えられる。
- 子供を持つ主婦層（小学生以下の子有主婦、中高生子有主婦、大学生以上の子供と同居主婦）は、味付けに最もこだわり、次いでボリュームがチェックポイントとなる。料理のキャリアがつくほど味付けに対する意識が高くなること、自分以外の家族（特に子供）が食べさせる対象になり、ボリュームが必要となること等が関与している。特に、成長期である中高生を持つ主婦はボリュームにこだわる。また、DINKS主婦も他の同年代層（単身男性、単身女性）に比べ、ボリュームという点を押さえていることから、評価するにあたり“家族”の状況が判断のポイントになっている。

### Ⅲ 試食場面とオケージョンの広がり

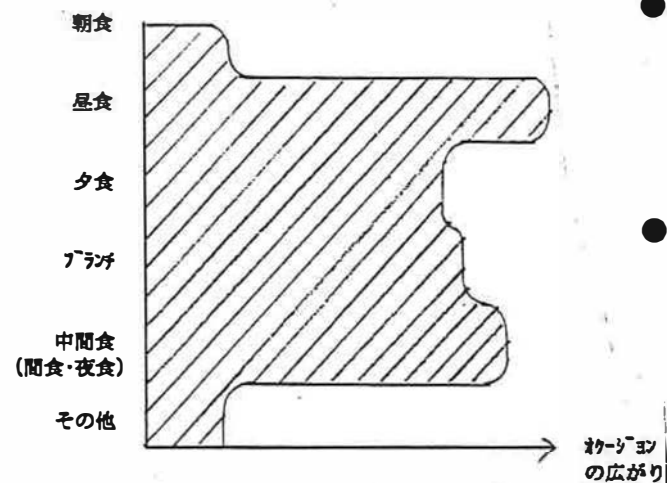
#### 〈試食時のサイドメニュー〉

	单身男性	单身女性	DINKS 主婦	小学生以下 の子有主婦	中高生子有 主婦	大学生以上 の子有主婦
ホワイト ソース	コーヒー/ ビール	パン/紅茶	サラダ/ スープと野菜 ソテー	—	—	—
トマト ソース	ビール	スープとサラダ /野菜炒め	野菜スティック/ スープ(2)/ほう れんそうのおひたし	サラダとみ そ汁/ コーヒー	—	—
ドライ カレー	ビール	サラダ/ サラダとスープ	スープとス 克蘭ブル エッグ	サラダとみ そ汁	—	—
ジャーマン ポテト	ビール	カレー/ビール/ ほうれんそ う玉子とじ	野菜スティック/ スープ/ほう れんそうの おひたし	サラダとみ そ汁	—	—

\* ( )は人数

- サイドメニューとして添えられているメニューは、野菜類、乳製品、スープ、みそ汁などの汁物類である。栄養のバランスと食感を考慮して組み合わせている。
- 单身男性の場合は、残業後の夜食やビールのおつまみとしての利用が目立つ。また、夕食が物足りたりなかったときの補助食として利用している。

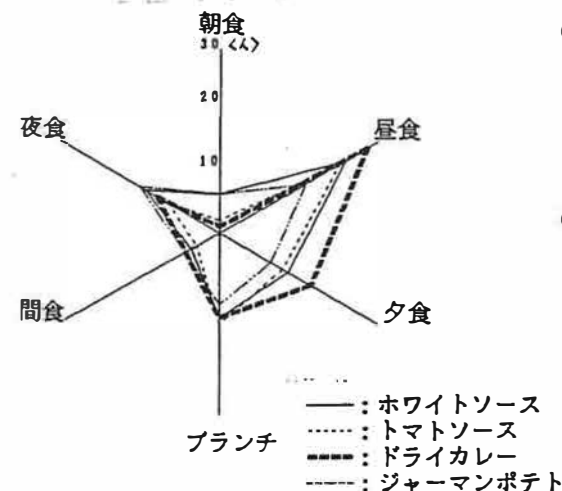
#### 〈利用オケージョンの傾向〉



- 利用オケージョンは、昼食、ブランチなどの日中食、間食、夜食などの中間食的な利用が目立つ。が、夕食等にもオケージョンの広がりを見せ、食事として利用される可能性も高い。
- 属性別の傾向を見ると、单身男性は夜食利用が最も多く、单身女性は昼食と夜食利用が多くなる。DINKS主婦となると昼食ブランチ利用が多くなる。3つの属性とも生活パターン及び家族(夫)が利用オケージョンに影響を及ぼしていると捉えることができる。

- 子供を持つ主婦層は、昼食利用が中心で、子供が小さい主婦はランチでの利用、中高生の子有主婦となると間食、夕食などでの利用と続く。この傾向は子供の成長に伴う家庭内事情(子供の塾通い、夕食の量的補充など)に関係していると考えられる。子供が大学生以上になると、想定される利用オケージョンがせばまり、昼食利用中心となる。

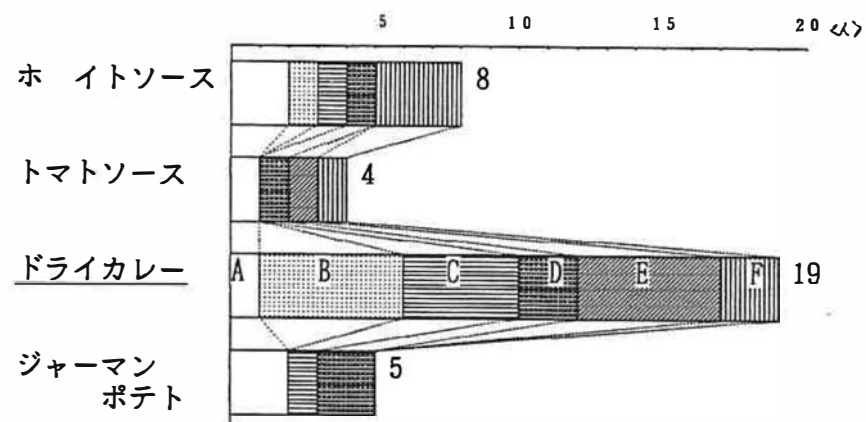
#### 〈メニュー別利用オケージョンの傾向〉



- メニュー毎の差は大きく見られないが、味の評価が高かったドライカレーが夕食、昼食等、食事として利用される傾向が見られる。
- 利用オケージョンの広さは、味に対する評価と比例しており、評価の高いメニューの広がり大きく、評価の低いメニューは広がらない。消費者は“味”に対する意識と感度が高いともいえる。

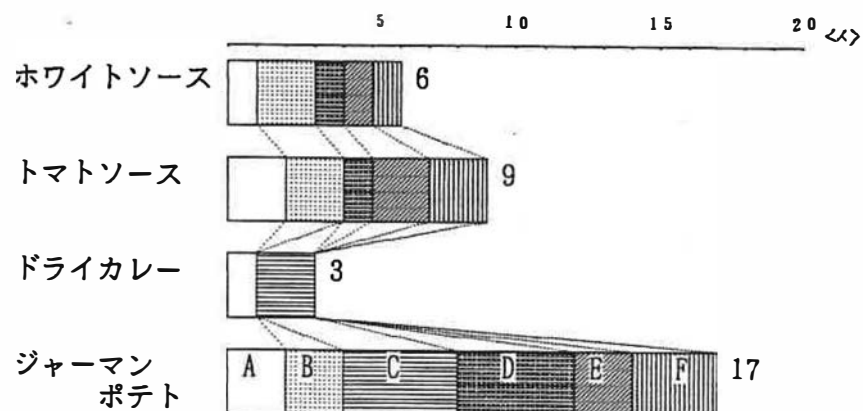
## IV 全体比較評価

## &lt;人気メニュー順位&gt;



- ドライカレーが断然に人気が高く、単身女性、DINKS主婦、中高生子有主婦の支持が高い。
- 選んだ理由としてあげられているものは、ソースタイプのものはソースとピラフの相性のよさが中心である。各々の味と組み合わせたときの相性が評価のチェックポイントとなる。

## &lt;ワーストメニュー順位&gt;



- 最も人気がないのはジャーマンポテト。ピラフとのミスマッチを理由にあげている者が多く、他にポテトのパサつきを訴える声もある。
- ホワイトソース、トマトソースの好きでない理由は「ソースの味について指摘（コクがない、味がない、うすい等）」が目立つ。

- A: 単身男性
- B: 単身女性
- C: DINKS主婦
- D: 小学生以下の子有主婦
- E: 中高生の子有主婦
- F: 大学生以上の子供と同居主婦



## V 調理方法について

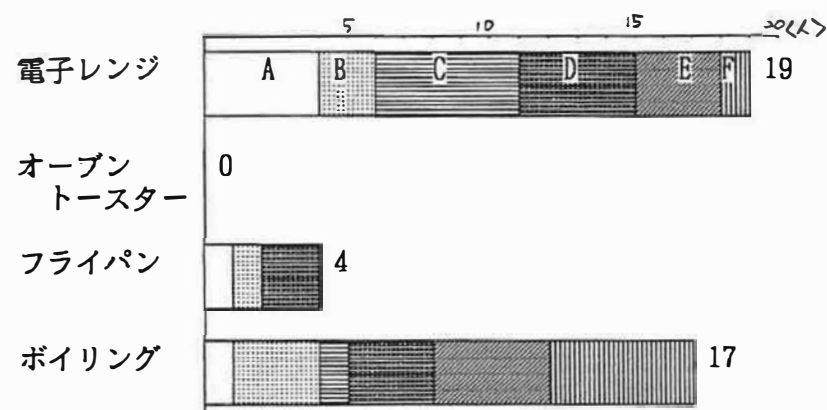
### <ボイリングの受容性>

《》

手 軽	問題なし	やや面倒	面 倒
22	9	5	0

- ボイリングの受容性はほぼ問題なし。属性別傾向は特に見られないが、キャリアの長い主婦層（中高生子有主婦、大学生以上の子供と同居主婦）ほど“手軽”だと感じる傾向がある。
- やや面倒と感じる理由としては、“調理時間が長すぎる(8分間)”を指摘する意見が目立つ。

### <調理方法に対する要望>

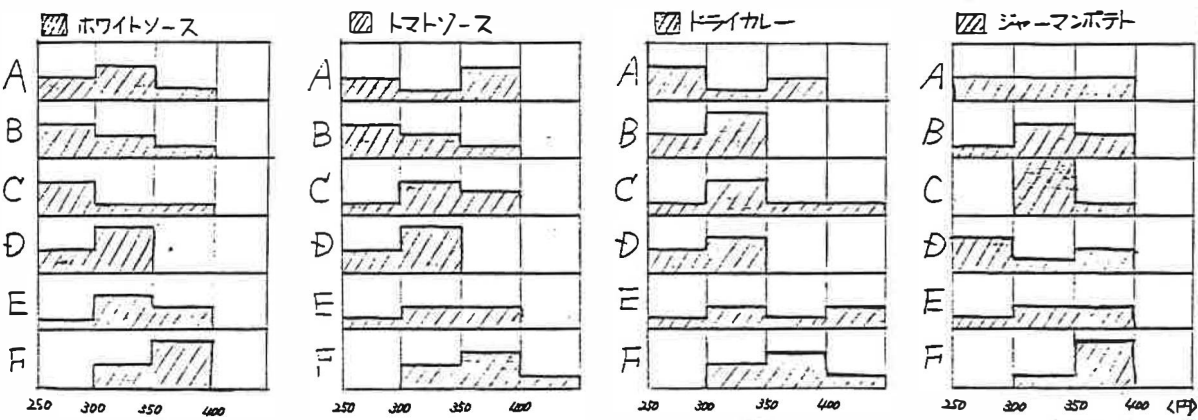


- 電子レンジ派とボイリング派の2派に分かれる。男性、若い主婦層中心に電子レンジ派。シニア～ベテラン主婦層を中心にボイリング派となる。単身女性は電子レンジの所有の有無によって2つに分かれる。
- 電子レンジ派は手軽さ、速さを理由としてあげている。レンジとボイリングと両用タイプを望む声も多い。
- ボイリング派は安心感、手軽さ、身近な道具でできるなど慣れに関する理由をあげている。電子レンジを所有していないという事情も多い。

A: 単身男性  
 B: 単身女性  
 C: DINKS主婦  
 D: 小学生以下の子有主婦  
 E: 中高生の子有主婦  
 F: 大学生以上の子供と同居主婦

# VI 購入について

## <購入価格>



## <購入量>

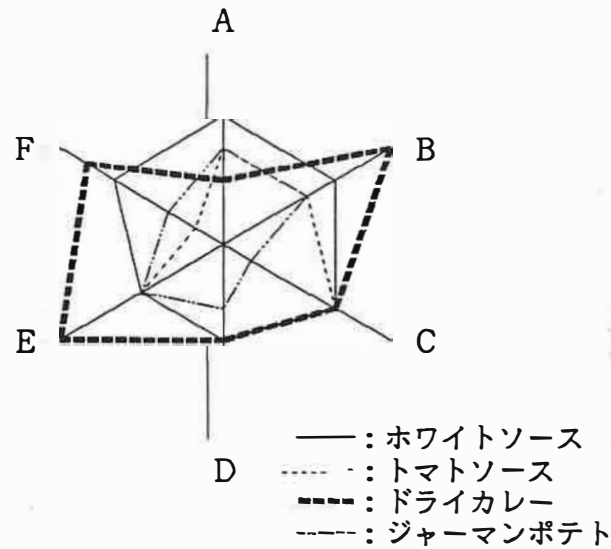
属性	1個	2個	3個	家族分	その他
A 単身男性	2	3	1	0	
B 単身女性	2	3	1	0	
C DINKS主婦	0	4	1	1	
D 小学生以下の 子有主婦	0	5	1	0	
E 中高生 子有主婦	0	0	3	2	・新製品として店頭では並んで全種類 を1個ずつ買う。
F 大学生以上の 子供と同居主婦	1	3	2	0	
合計	5	18	9	3	

- 全体の平均価格帯は、300~400円未満。300~350円が中心価格帯となる。
- 4商品を比較するとホワイトソース、トマトソースよりドライカレー、ジャーマンポテトの方が若干高めの設定となっている。
- 属性別傾向を見ると、女性全般がホワイトソース、トマトソースよりドライカレーを高めに設定しているのに対し、男性はドライカレーの方を低めに設定している。カレーに対する意識の男女格差が見られる。
- 大学生以上の子供と同居主婦を中心に、ベテラン主婦の設定価格は、高めであり、現状の市場価格をふまえていると読み取れる。特に評価の高いドライカレーは高い設定になっており、味の質と価格は比例するという意識が高いことがうかがえる。

- 単身男性、単身女性が最も少なく、2個平均である。
- 購入量が最も多いのが中高生子有主婦、次いでDINKS主婦、小学生以下の子有主婦。大学生以上の子供と同居主婦は購入量が若干ダウンする。家族（子供や夫）の年齢、状況によって、購入量は変化する傾向がある。
- ヘビーユーザーは、成長期の子供を持つ主婦を中心とした、主婦層と想定される。

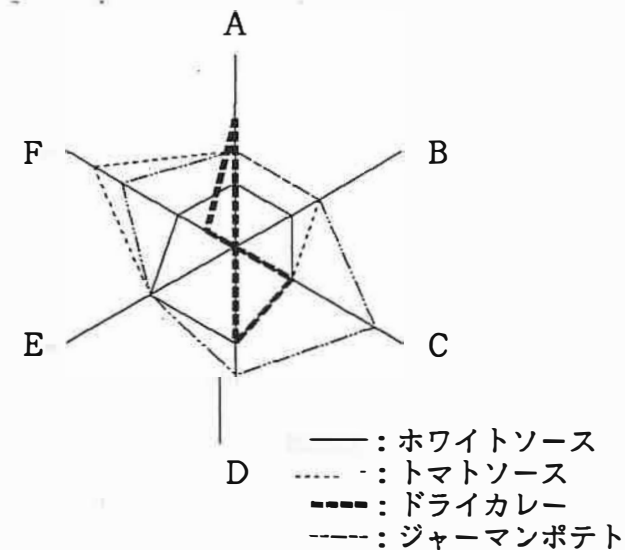
<購入意向>

◎購入意志あり



A 単身男性  
 B 単身女性  
 C DINKS主婦  
 D 小学生以下の子有主婦  
 E 中高生の子有主婦  
 F 大学生以上の子供と同居主婦

◎購入意志なし



- 購入したい商品順位.....①ドライカレー  
 ②ホワイトソース  
 ③トマトソース  
 ④ジャーマンポテト

● 想定される利用オケージョンの商品傾向  
 ホワイトソースは主に、忙しいときやイレギュラーに食事が必要となったときのために常備されると想定される。ドライカレー、トマトソース、ジャーマンポテトもホワイトソースと同様であるが、ドライカレー、トマトソースは昼食、夜食、間食として、またジャーマンポテトは、その他、ビールのおつまみとしても利用オケージョンが想定されている。

- 購入したくない商品順位.....①ジャーマンポテト  
 ②トマトソース  
 ③ホワイトソース  
 ④ドライカレー

- ジャーマンポテトを購入したくない理由の一番目に挙げられることは、ピラフとポテトの取り合わせが悪いというポイント。軽食としては重すぎる、食事としては片寄りがあるという指摘がある。
- トマトソースに関しては、ソースの味に対する批判が目立ち、ホワイトソースは、ソースの味の外、同類の味の食品を他で求めるという指摘がある。
- ドライカレーに関しては、女性に人気があるのに対し、男性には評価が低い。カレーは自分で作るという意見もある。

## VII 商品に対する要望 (ホームユーステスト・消費者インタビューより)

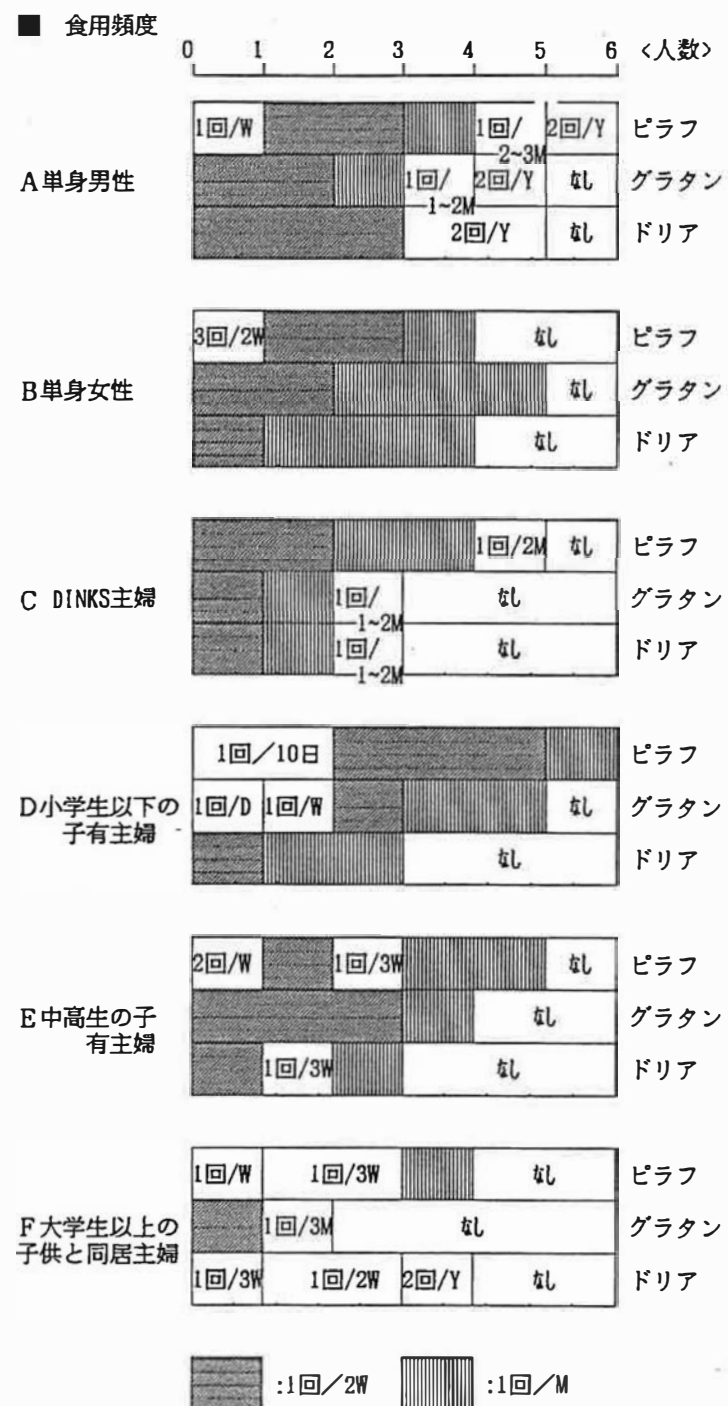
(1) 冷凍ピラフに対する要望・改良案

	ソース			おかず	つけ合せ (ピラフ&ソース&α)	ピラフ
	トマトソース	ホワイトソース	その他ソース&α			
和	—	・きのこ入りお伊 トソース	・たらこピラフ& 山菜ソース ・高菜ピラフ& 玉子ソース(トト)	・フライ ・カツ ・玉ねぎ と牛肉 のソテー ・焼きチキ ン(チリト ルティヤ/ ブロッコ)	・温野菜 (ほうれ んそう/ アスパラ/ インゲン/ コン ジツ) ・スープ	・シーフ ードピラフ ・バターラ イス
洋	・ミートソース ・ミートボール 入りトマトソース	・チーズ風味お伊 トソース ・ツナとコーン のクリームソース	・ピザソース ・カレールー風 (玉 子入りソース) ・ピラフ&トミガラソ ース(ミートボール、ミニ ンハーグ) ・ハッシュドビーフ風 ・ブイヤーズ風 ・ハヤシ風			
中	—	—	・八宝菜中華風 ソース ・中華風ピラフ+ 野菜細切りあ んかけソース			

(2) 冷凍食品に対する要望

	メニュー	内容物	コンセプト	その他
和	・煮物(里いも、 かぼちゃ、キノコ) ・鍋物 (水炊きなど) ・焼き魚 ・麺類用つゆと 具	栄養価の高い物  うどん&煮る、 揚げるでおリユ ム調整 ex.) きつねうどん、 玉子とじうどん +いなり寿司	・味の向上 ・見た目の美しさ、 見た目の向上 ・くせのない素朴 な味 ・飽きのこない味 ・个性的でない味 ・油っぽくない物 ・ダイエツメニュー	包装物、パッケ ージが容易で あること
洋	・ボーリングス パゲッティ ・バターライス&ビーフ トポフ ・ガーリックソース ・ベジタブルシチュー		・離乳食メニュー ・ファミリーレストランメニュー ・ファミリーレストランメニュー 風の組合せ (ファミリーレストランより 安価)	
中	・生ラーメン(た つぷり具入り) ・ボーリング肉まん (タイ料理風)		・幕の内弁当風多 品目メニュー	

## VIII 冷凍ピラフ・グラタン類の食用状況



● 冷凍ピラフ・グラタン類のヘビーユーザーは、成長期の子供を持つ主婦（小学生以下の子有主婦、中高生子有主婦）、次いで単身者（单身男性、单身女性）である。

● 冷凍ピラフ、冷凍グラタン、冷凍ドリアの中では、ピラフが最も普及している。