

報道関係者各位
プレスリリース

2017年9月12日
ソフトブレイン・フィールド株式会社

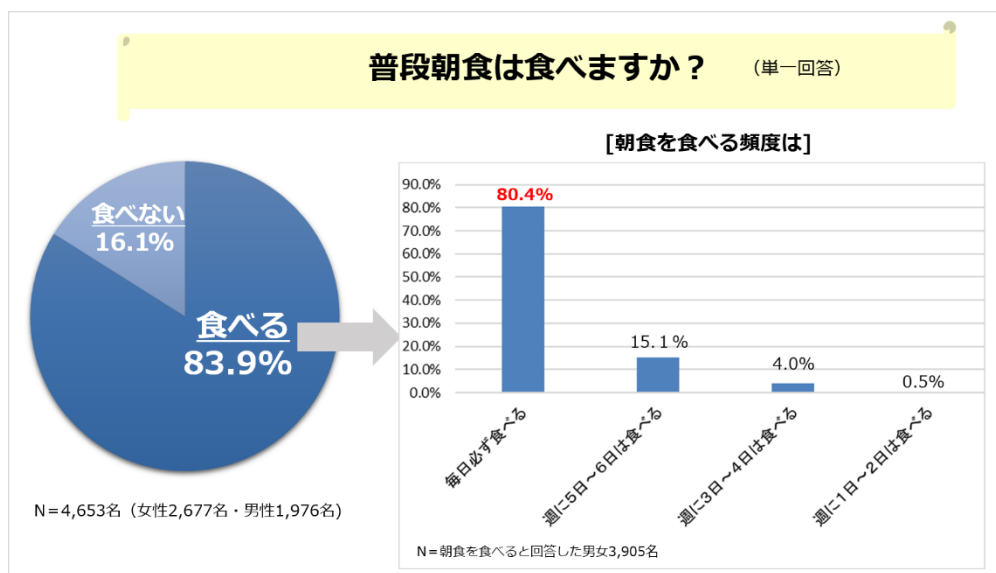
朝食で重視するポイントは「栄養バランス」より「調理時間の短さや手軽さ」

～「朝食に関するアンケート結果報告」～

一日のエネルギーの源でもある朝ごはん。みなさんはしっかり食べていますか？
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イン・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、「レシーポ」(<https://receipo.com/>) および、株式会社クレディセゾンと共同事業で運営する「レシートで貯める」(<https://aqfpob.com/>) の、「Point of Buy®購買理由データ」（以下 POB 会員）アンケートモニターを対象に、「朝食に関する調査」を2017年8月18日～20日にかけて実施しました。その結果をご報告いたします。

【調査概要】

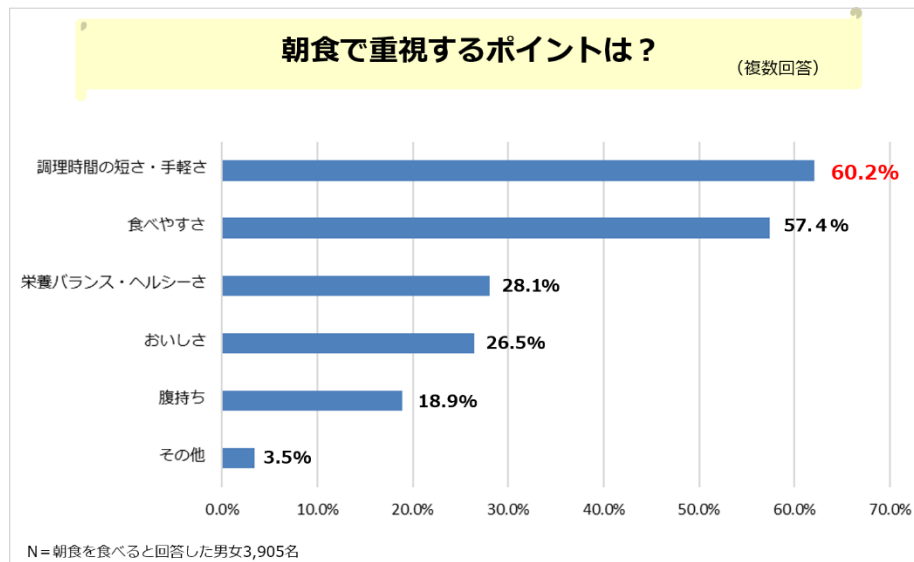
調査対象	POB会員「レシーポ」および「レシートで貯める」のアンケートモニター					
調査日	2017/8/18～8/20		調査地域	全国		
調査方法	インターネットを利用したアンケート調査					
年代	20代	30代	40代	50代	60代以上	総計
女性	90	541	1,026	721	299	2,677
男性	30	170	586	683	507	1,976
総計（N）	120	711	1,612	1,404	806	4,653



■ 9割近くの方が、「朝食を食べる」と回答。「食べない」と回答した方は少数派

「朝食を食べる」と回答した方が、83.9%に対し、「食べない」と回答した方は、16.1%でした。「朝食を食べる」と回答した方のうち、「毎日必ず食べる」と回答した方は、80.4%となり、忙しい朝でもみなさんしっかり朝食を食べていることがわかりました。

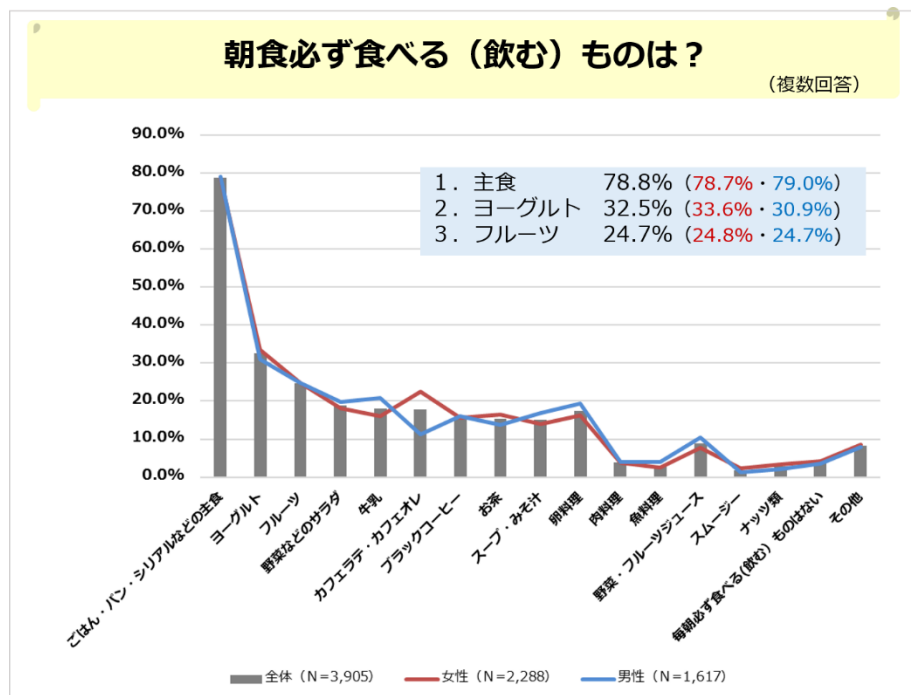
次に、朝食で重視するポイントについて聞いてみました。



■「調理時間の短さ・手軽さ・食べやすさ」を朝食では重視

朝食で重視するのは、「調理時間の短さ・手軽さ」と回答した方が、60.2%で最も多く、「食べやすさ」と回答した方が、57.4%であり、準備から食べ終わるまで、できるだけ短時間で済ませることができるかがポイントとなっているようです。そのほか、「栄養バランス・ヘルシーさ」と回答した方が、28.1%、「おいしさ」と回答した方が、26.5%、「腹持ち」と回答した方が、18.9%と続きました。

次に、朝食で必ず食べる（飲む）ものについて聞いてみました。



■ 8割近くの方が朝食で必ず主食を食べ、ヨーグルトやフルーツなど調理せず簡単に食べられるものが人気

朝食で必ず食べる（飲む）ものは、「ごはん・パン・シリアルなどの主食」と回答した方が、78.8%（女性 78.7%・男性 79.0%）で最も多く、「ヨーグルト」と回答した方が、32.5%（女性 33.6%・男性 30.9%）、「フルーツ」と回答した方が、24.8%（女性 24.8%・男性 24.7%）と続きました。

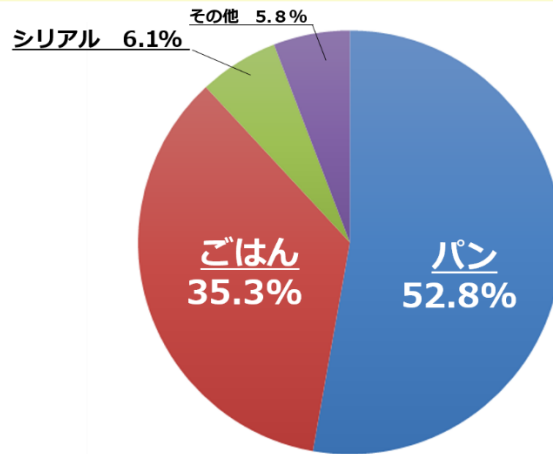
サイドメニューでは、「野菜などのサラダ」と回答した方が、19.8%（女性 18.1%・男性 18.8%）、「卵料理」と回答した方が、17.5%（女性 16.2%・男性 19.3%）で人気が高く、「肉料理」と回答した方は、3.8%（女性 3.7%・男性 3.9%）、「魚料理」と回答した方は、3.1%（女性 2.5%・男性 3.9%）となり、「野菜などのサラダ」や「卵料理」と比べると人気が低い傾向があることがわかりました。

飲み物では、「カフェラテ・カフェオレ」と回答した方が 17.8%（女性 22.5%・男性 11.2%）で、女性の割合が高く、「牛乳」と回答した方が、18.0%（女性 16.0%・男性 20.8%）で、男性の割合が高いことがわかりました。

次に、朝食でもっとも食べる頻度が高い主食について聞いてみました。

朝食に食べる主食でもっとも頻度が多いのは？

(単一回答)



N = 朝食を食べると回答した男女3,905名

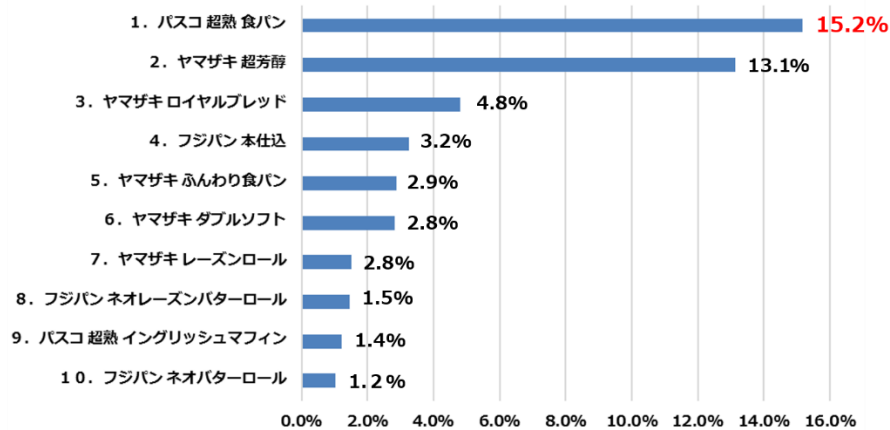
■ 朝食に食べる主食は、「パン」と回答した方が半数以上

朝食に食べる主食でもっとも頻度が多いのは、「パン」と回答した方が、52.8%となり、「ごはん」と回答した方が、35.3%、「シリアル」と回答した方が6.1%で、パン派が半数以上を占める結果となりました。

次に、もっともよく購入する市販のパンの銘柄について聞いてみました。

もっともよく購入する市販のパンは？

(単一回答)



N = 朝食に食べる主食で「パン」を食べる頻度が多いと回答した男女2,062名

■ 1位は、国産小麦を使用したもちり・しっとり食感のあの商品

1位に輝いたのは、「パスコ 超熟食パン（15.2%）」。原材料の小麦の一部に、国産小麦を使用し、パスコ独自の超熟製法により、小麦のもつ旨みや香りを最大限に引き出したおいしさを、毎日の朝食の中でみなさん実感されているようです。

2位～4位以下は、「ヤマザキ 超芳醇（13.1%）」・「ヤマザキ ロイヤルブレッド（4.8%）」・「フジパン 本仕込（2.9%）」で、生地が「もちり・しっとり食感」が特長の商品がランクインしました。また、5位の「ヤマザキ ふんわり食パン（2.9%）」、6位の「ヤマザキ ダブルソフト（2.8%）」など、生地だけではなく、パンの耳まで柔い食感が特長の商品が続き、全体の42%が食パンの購入頻度が高いことがわかりました。

食パン以外では、ロールパン、（7位「ヤマザキ レーズンロール（2.8%）」・8位「フジパン ネオレーズンバターロール（1.5%）」・10位「フジパン ネオバターロール（1.2%）」や、イングリッシュマフィン（9位「パスコ 超熟 イングリッシュマフィン（1.4%）」）など、食パン以外の購入頻度が高いと回答した方もいました。

■サービスのご紹介「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」概要



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のデータベースです。

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”を企業・メーカーに提供します。

集計対象は、消費財カテゴリ 64 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（2017 年 4 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「履歴書情報」のある当社登録会員「キャスト」で構成された約 20 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：

- ・「Point of Buy®購買理由データ提供サービス」 <https://www.sbfield.co.jp/multi-idpos>
- ・レシートで貯める <https://aqfpob.com/>
- ・レシーボ <https://receipo.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（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65,000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120,000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。

「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/>

【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 マーケティングソリューション部 山中（やまなか）/ 神谷（かみたに）

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>

【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 経営企画部 広報担当 坂本（さかもと）/ 石井（いしい）

TEL：03-6328-3630 FAX：03-6328-3631 MAIL：press@sbfield.com