半数が週2回以上購入

冷食利用調査　3年間で11ポイント増加

フィールド・クラウドソーシング事業を展開するフリプレーン・フィールド㈱（東京）は全国のファンケルモニターを対象に「冷凍食品の利用状況」調査を実施した。

冷凍食品の利用頻度は「週2回以上」が49・8%と過半数に迫り、前回調査したコロナの影響がない18年10月の調査結果に比べ11・0㌽増加したことがわかった。

同社が「冷凍食品の日」にちなみ、全国のモニター会員に対し9月25～26日調査した。回答は普段冷凍食品を購入する2269人、回答者の平均年齢47歳。

同社は冷凍食品の購入レシートを基に購買データを集め、生活者の購買行動を分析して企業等に提供する事業を行っている。

「冷凍食品を購入する場所（複数回答）は「スーパーの94・1%が最多で前回から54・7%ポイント増えた。「コンビニ」が26・6%、伸び率は20・7㌽増えたと分析している。

冷凍食品の利用シーンは「外食行けないから、自炊を楽に」が24・9%、「コロナ前と現在の冷食利用頻度は「増えた」が24・9%、特に20～30代の増加が27・0%で若い人ほど冷食の利用が増えている。

コロナ前と現在の冷食利用頻度は「変わらない」に対し「増えた」が24・9%、特に20～30代の増加が27・0%で若い人ほど冷食の利用が増えている。

価格が安定33・4%、おいしさなったから31・1%、種類が豊富28・2%、節約のため25・0%、忙しくて食事を作る時間が減ったから16・5%。

冷凍食品の利用シーンは夕食6・6%（前回57・7%）、昼食48・1%（40・1%）、朝食10・7%（8・3%）、弁当39・9%（25・5%）だが、増加率は昼食7・7㌽、弁当の5・6㌽増えたことが注目される。

特に「テレワークのランチに」のコメントが多く挙がり、感染防止のため冷食中心の弁当を作るようになったという回答があった。

同社はモニターから毎月1100万枚のレシートを収集する、国内最大規模で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「マルチブルD－POS購買理由データPoint of Buy（POB）を用い、生活者の購買行動を分析、精度の高いデータを企業、メーカーに提供している。

コロナで増えた餃子、から揚げ

「レシートデータから購入状況や購入商品、冷凍食品に期待することや二重品質の分析と結果、次のような実態が浮き彫りとなった。

【コロナ前と現在、購入が増えたと感じる冷凍食品】対象は調理冷凍食品を購入する2269人。「購入する28・3%と3割もいる。①餃子61・4%②唐揚げ竜田揚げ52・0%③炒飯・ピラフ46・7%④パスタ43・5%⑤冷凍野菜42・3%⑥うどん39・6%⑦枝豆35・9%⑧焼売30・5%⑨コロッケ29・8%⑩ハンバーグ29・3%

餃子、鶏から揚げ類はメインにもつまみにもなる、「冷凍でもおいしくなった」、米飯とパスタは「テレワークのランチ」という声が多く挙がった。

料理用の冷凍素材を完売させるスーパーも増えており、野菜、肉、魚の購入が増えた。「買い物回数を減らすため、保ちがきく冷凍素材が増えた」「冷凍野菜は価格が安定し、下処理の必要がなく便利」、「間食や朝食などに冷凍フルーツを食べるようになった」のコメントがあった。

①餃子②唐揚げ竜田揚げ③炒飯④ピラフ⑤パスタ⑥ハンバーグ⑦ブリ刺身⑧ブロッコリー⑨ミックスベジタブル⑩ハンバーグ⑪ブリ照り焼⑫ハンバーグ⑬ミックスベジタブル⑭ブロッコリー⑮ニップンオーマイ⑯ニチレイ本格炒め飯⑰ニチレイ塩あじ枝豆⑱ニチレイ天ぷらとチーズのグラタン⑲ニップンオーマイ⑳味の素冷食ザ★シュウマイ㉑味の素冷食ザ★チャーハン。

ニチレイFが4品ある。ライフは①テーブルMさぬきうどん②ニップンオーマイ③味の素冷食ギョーザ④日清ドママー⑤ニチレイF塩あじ枝豆⑥インゾオ

利用者が増えている冷食売場（写真はイメージ）

1回の買物で冷食343円　7プレミアム突出

ソフトプレーン・フィールドが調査期間1～9月に17万9028枚、コンビニ3万3669枚、ドラッグ1万2627枚、レシート1枚当たりの冷凍食品の購入点数は1・3～1・5個程度。購入額はスーパー3・35円、ドラッグ32円で横並びでコンビニが25円と低い。平均で343円。

イオン、イトーヨーカドー、オーケー、ライフの冷凍食品のブランド別購入カテゴリー（レシート出現率）を見た。

イオンは①日清ドママーぬきさぎ②オリンピックスイス④TVM味校豆⑤ニチレイF本格炒め炒飯⑥味の素冷食キョーザ⑦イートン大阪王将③TV大盛り⑧テルーレイ4種の中華スープ～1・5個程度。購入額はスーパー3・35円、ドラッグ32円で横並びでコンビニが25円と低い。平均で343円。

イオン、イトーヨーカドー、オーケー、ライフの冷凍食品のブランド別購入カテゴリー（レシート出現率）を見た。

イオンは①日清ドママーぬきさぎ②オリンピックスイス④TVM味校豆⑤ニチレイF本格炒め炒飯⑥味の素冷食キョーザ⑦イートン大阪王将③TV大盛り⑧テルーレイ4種の和惣菜⑩ニップンオーマイ。

トップバリュの出現率が高く、ヨーカ堂「セブンプレミアム」（7P）が7・4%、「イオン」を含めBBが上位5品。

ライフは①セブンプレミアム（7P）さぬきうどん②7Pハンバーグステーキ③味の素冷食ギョーザ④日清ドママー⑤ニップンオーマイ⑥7Pお刺身⑦ニチレイF本格炒め飯⑧ニチレイ塩あじ枝豆⑨ニップンオーマイ⑩味の素冷食ザ★シュウマイ。ニチレイFが4品ある。

ライフは①テーブルMさぬきうどん②ニップンオーマイ③味の素冷食ギョーザ④日清ドママー⑤ニチレイF塩あじ枝豆⑥インゾオ

専門店の味求む

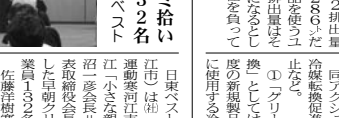
2台目冷凍庫ニーズも

最後に冷凍食品でこだわったキーワードに購買意欲がそそられるか聞いた。

20～30代はお育て中のファミリー層も多く「大容量」や「まとめ買いセール」などお得感や値頃感のある言葉に響き、40代以上になると「専門店の味」（40代以上で平均42・6%）など本格的な味に支持が高まる。どの年代でも「野菜たっぷり」（平均33・9%）や「カロリー」（平均33・2%）などに支持があり、中でも「糖質オフ」は20～30代の若年層の支持が高い。

ほかに「冷凍野菜や肉・魚など調理用の食材を」、「国産の冷凍野菜」などの要望があった。

中には「冷凍野菜を冷凍庫にたくさん入るように小さ


大沼会長が開会挨拶

寒河江ゴミ拾いに社員132名

日東ベスト

日東ベスト（山形県寒河江市）は㈱「いさな親切」運動実行委員会（通称寒河江「いさな親切」の会、大沼一彦会長＝日東ベスト代表取締役会長）が31日実施した早朝ゴミ作戦に従業員132名が参加した。

佐藤洋樹寒河江市長、岡崎茂隆寒河江支部