

【報道関係各位】

即席カップ麺に関する調査

- 即席カップ麺の食用頻度、週に1回以上食べる人は約4割。
- カップ麺を食べるタイミングは、「昼食時」が68%で最多。
専業主婦では、81%が「昼食時」に食用。
- カップ麺の値上げに関して、64%の人が認知。
「値上げの前にいくつか(数個)は買っておく」人は31%。

2007年10月31日
株式会社マクロミル
(証券コード:東証一部3730)

インターネット調査会社の株式会社マクロミル(本社:東京都港区、社長:辻本秀幸)は、全国20~59才の男女に、「即席カップ麺に関するアンケート」を実施いたしました。

調査手法はインターネットリサーチ。調査期間2007年10月10日(水)~10月11日(木)。有効回答数は516名から得られました。

【調査結果概要】

【1】 即席カップ麺の食用頻度、週に1回以上食べる人は約4割。

20~59才の男女に、即席カップ麺を食べる頻度について尋ねたところ、「月に2~3回」が26%、「週に1回程度」が24%、「月に1回程度」が22%となりました。また、「週に6回以上」は1%、「週に4~5回程度」は2%、「週に2~3回程度」は16%で、合わせて週に1回以上食べる人は約4割を占めています。

【2】 カップ麺を食べるタイミングは、「昼食時」が68%で最多。

専業主婦では、81%が「昼食時」に食用。

カップ麺を食べるタイミングについて尋ねたところ、「昼食時」が68%で最も多く、次いで「夜食時」19%、「夕食時」13%となりました。

また、男性は女性に比べ「夜食時」が、女性は男性に比べ「昼食時」が高くなっています。特に「昼食時」のカップ麺食用は、専業主婦が81%を占める高い割合となりました。

【3】 カップ麺の値上げに関して、64%の人が認知。

「値上げの前にいくつか(数個)は買っておく」人は31%。

原材料の値上がりから大手食品メーカーが2007年9月に発表した、2008年1月出荷分からのカップ麺の値上げ実施に関して尋ねたところ、「いくら値上げするのかなど、詳細も知っている」は7%、「詳細は不明だが、値上がりすることは知っている」は57%となっており、合わせて64%の人がカップ麺の値上げを認知しています。

また、カップ麺の値上げに対して、何らかの行動をとるかという問いに関しては、「値上げの前にいくつか(数個)は買っておく」が31%、「値上げの前に大量に買いだめをする」が8%となり、値上げ前にカップ麺の買いだめをする人は39%となりました。一方、「値上げの後に、買う量を控える」と回答した人は19%、値上げに対して「特に何もしない」人は45%となりました。

「即席カップ麺に関する調査」

【調査結果詳細】

■ 調査概要

調査方法:	インターネットリサーチ					
調査地域:	全国					
調査対象:	20～59 歳の男女 (マクロミルモニタ会員)					
有効回答数:	合計 516 サンプル		20代	30代	40代	50代
		男性	64s	65s	65s	64s
		女性	64s	65s	65s	64s
調査日時:	2007年10月10日(水)～10月11日(木)					
調査機関:	株式会社マクロミル					

■ 好きな即席カップ麺は、「ラーメン (乾燥麺タイプ)」が82%でトップ。次いで「やきそば」が58%、「ラーメン (生麺タイプ)」「うどん (乾燥麺タイプ)」がそれぞれ46%。

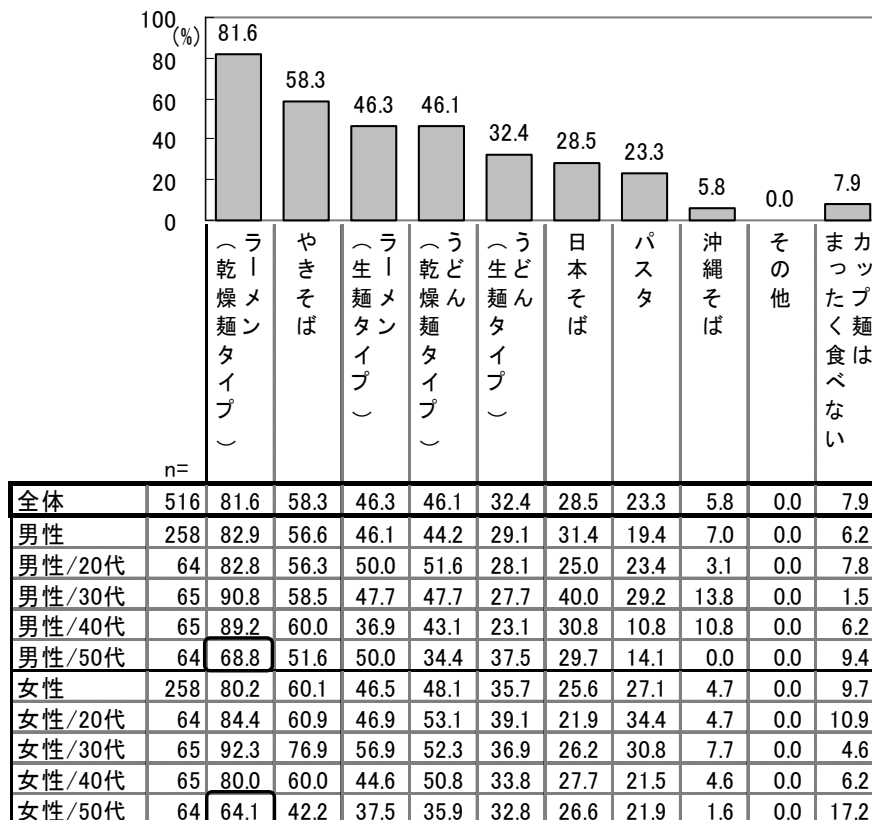
20～59歳の男女に、即席カップ麺を食べることがあるか尋ねたところ、「カップ麺はまったく食べない」と回答したのは8%でした。

カップ麺を食べることのある人(92%)に、どのようなタイプのカップ麺が好きなのか尋ねたところ、「ラーメン (乾燥麺タイプ)」が82%で最も高く、次いで「やきそば」が58%、「ラーメン (生麺タイプ)」「うどん (乾燥麺タイプ)」がそれぞれ46%となりました。

性・年代別にみると「ラーメン (乾燥麺タイプ)」は50代男性が69%、女性が64%と、他の年代に比べると10ポイント以上低くなっています。(図1)

【図1】食べるカップ麺のタイプ(n=516)

Q.あなたは、カップ麺を食べることがありますか。
食べる方はどのタイプのカップ麺が好きですか。
あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

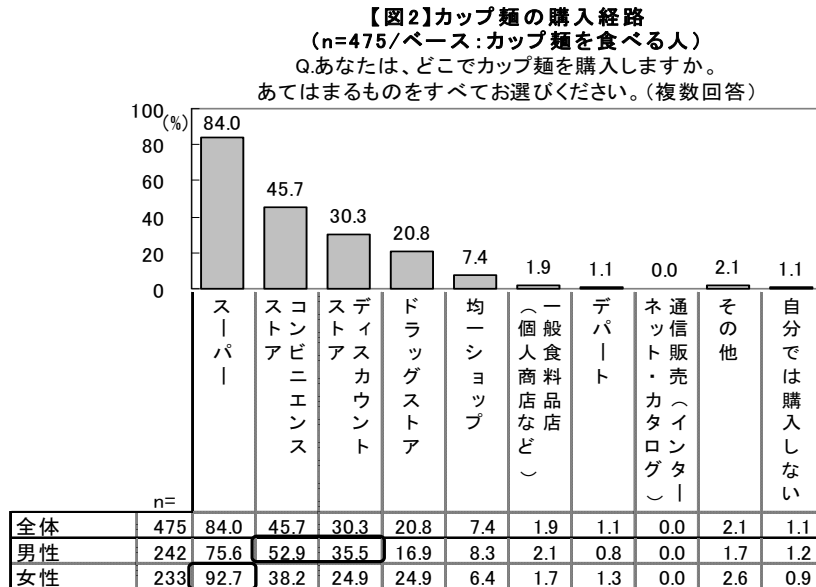


■ カップ麺の購入場所は「スーパー」が84%でトップ。

次いで「コンビニエンスストア」が46%、「ディスカウントストア」が30%。

カップ麺を食べる人にカップ麺を購入する場所について尋ねたところ、「スーパー」が84%、次いで「コンビニエンスストア」が46%、「ディスカウントストア」が30%となりました。

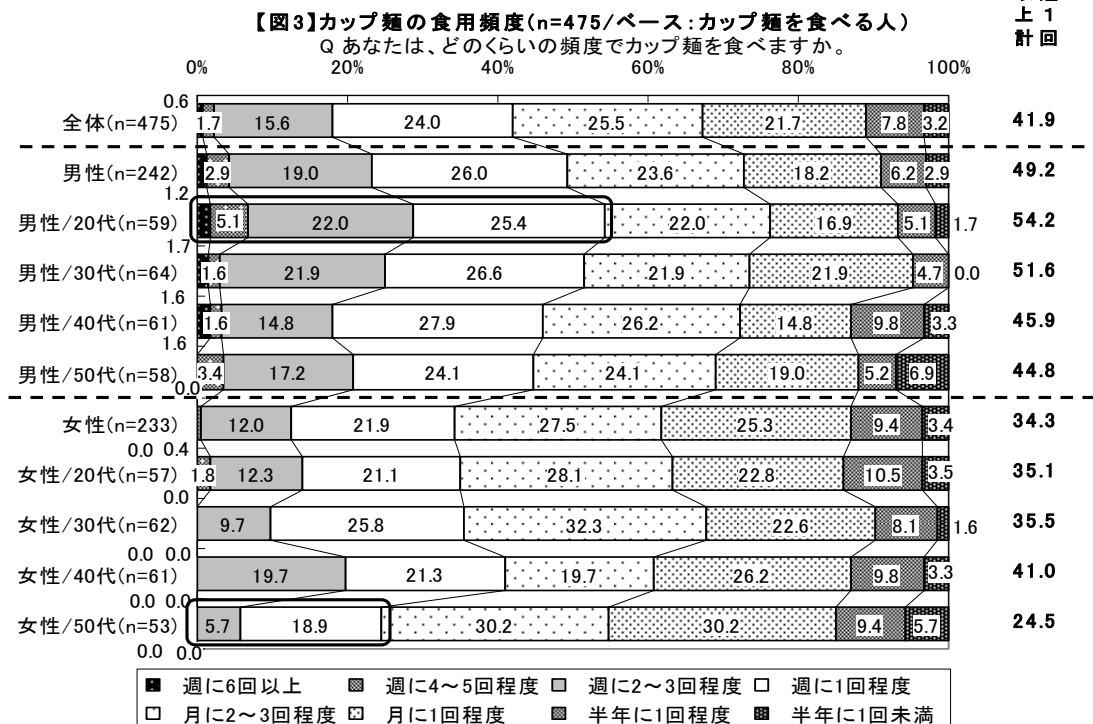
男女別に見ると、男性は女性に比べ「コンビニエンスストア」や「ディスカウントストア」が、女性は男性に比べ「スーパー」での購入が高くなっています。(図2)



■ 即席カップ麺の食用頻度、週に1回以上食べる人は約4割。

即席カップ麺を食べる頻度について尋ねたところ、「月に2~3回」が26%、「週に1回程度」が24%、「月に1回程度」が22%となりました。また、「週に6回以上」は1%、「週に4~5回程度」は2%、「週に2~3回程度」は16%で、合わせて週に1回以上食べる人は約4割を占めています。

週に1回以上食べる人をみると、男性では若年層ほど高く、男性20代では54%を占めています。一方、50代女性では週に1回以上食べる人は25%と極端に低くなっています。(図3)



■ カップ麺を食べるタイミングは、「昼食時」が68%で最多。

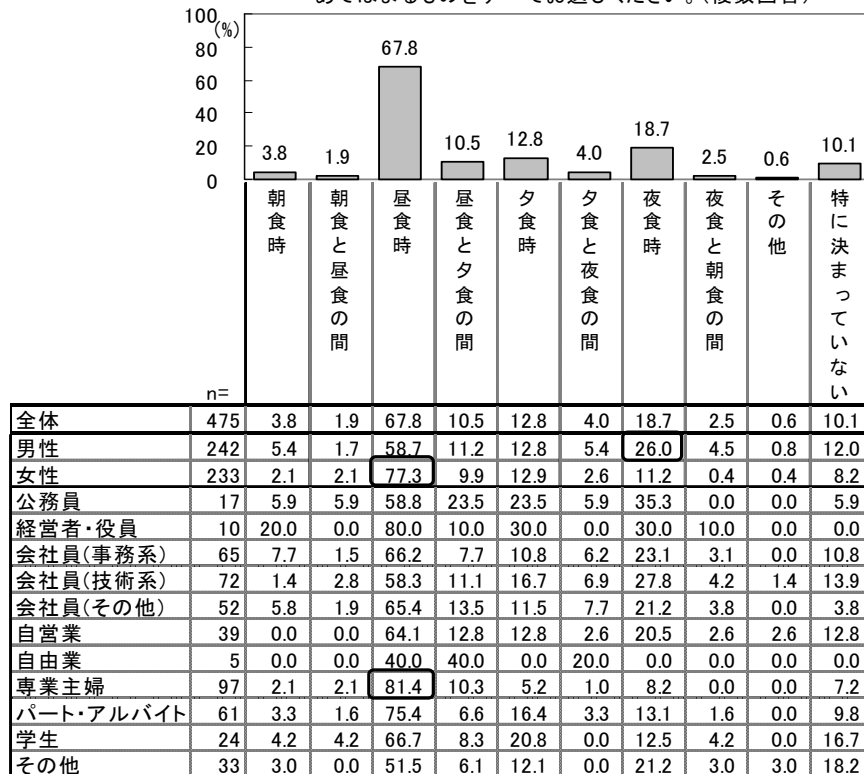
専業主婦では、81%が「昼食時」に食用。

カップ麺を食べるタイミングについて尋ねたところ、「昼食時」が68%で最も多く、次いで「夜食時」19%、「夕食時」13%となりました。

また、男性は女性に比べ「夜食時」が、女性は男性に比べ「昼食時」が高くなっています。特に「昼食時」のカップ麺食用は、専業主婦が81%を占める高い割合となりました。(図4)

【図4】カップ麺を食べるタイミング
(n=475/ベース:カップ麺を食べる人)

Qあなたは、いつカップ麺を食べますか。
あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



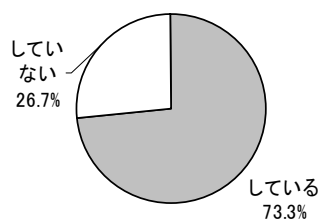
※n=30以下は、参考値としてご覧ください。

■ 自宅にカップ麺をストックしている人は73%、平均ストック個数4.4個、
学校・会社にストックしている人は16%、平均ストック個数3.4個。

カップ麺を食べる人にカップ麺のストックの有無について尋ねたところ、自宅にストックしている人は73%となりました。(図5-1) また、通勤・通学している人のうち、学校もしくは会社にストックしている人は16%でした。(図5-2) 自宅にストックしている人の平均ストック個数は4.4個、会社もしくは職場にストックしている人の平均ストック個数は3.4個となっています。

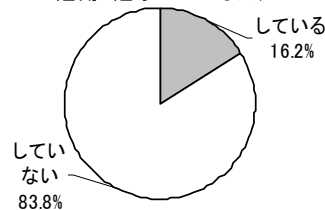
Qあなたは(ご自宅/学校・会社)にカップ麺をストックしていますか？
している場合は、具体的な個数をお知らせください。

【図5-1】カップ麺のストック
<自宅>(n=475/ベース:カップ麺を食べる人)



ストック個数1人あたり:平均4.4個

【図5-2】カップ麺のストック
<学校・会社>(n=365/ベース:カップ麺を食べる人かつ通勤・通学している人)



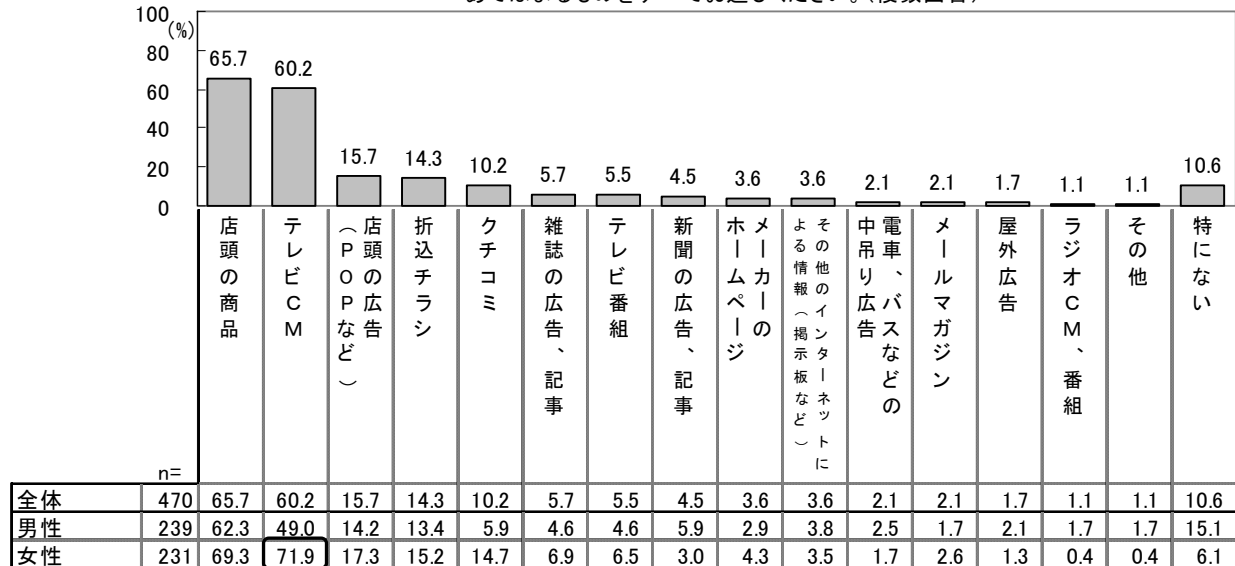
ストック個数1人あたり:平均3.4個

■ カップ麺の情報源は「店頭の商品」が66%、次いで「テレビCM」が60%。

カップ麺を自分で購入する人にカップ麺の情報源を尋ねたところ、「店頭の商品」が66%、次いで「テレビCM」が60%、「店頭の商品(POPなど)」が16%となりました。

男女別に見ると、「テレビCM」は女性が72%で、男性の49%に比べ高くなっています。(図6)

【図6】カップ麺の情報入手経路
(n=470/ベース:カップ麺を自分で購入する人)
Q.あなたは、何からカップ麺の情報を得ていますか。
あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



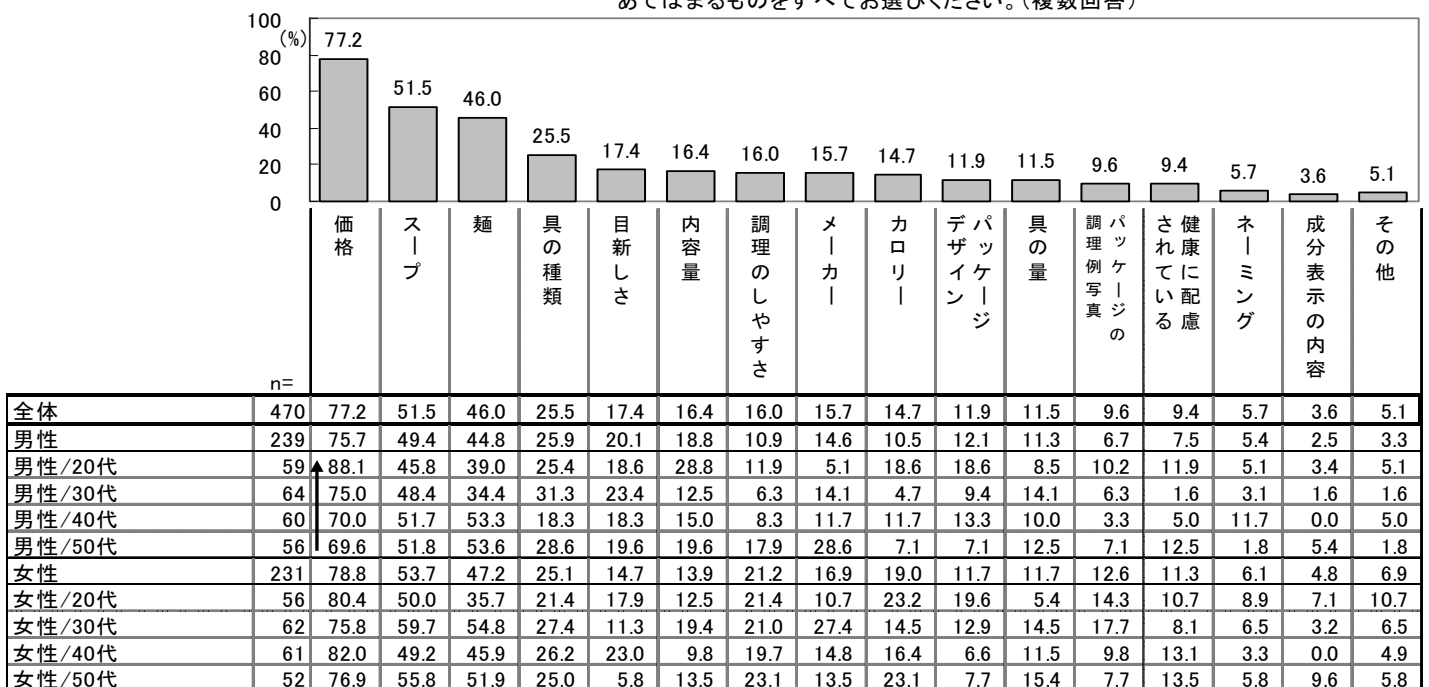
■ カップ麺購入時の重視ポイントは

1位「価格(77%)」、2位「スープ(52%)」、3位「麺(46%)」。

カップ麺を自分で購入する人にカップ麺を購入する際の重視ポイントについて尋ねたところ、「価格」が77%で最も高く、次いで「スープ」52%、「麺」46%となりました。

性・年代別にみると男性では若年層ほど「価格」を重視する割合が高くなっています。(図7)

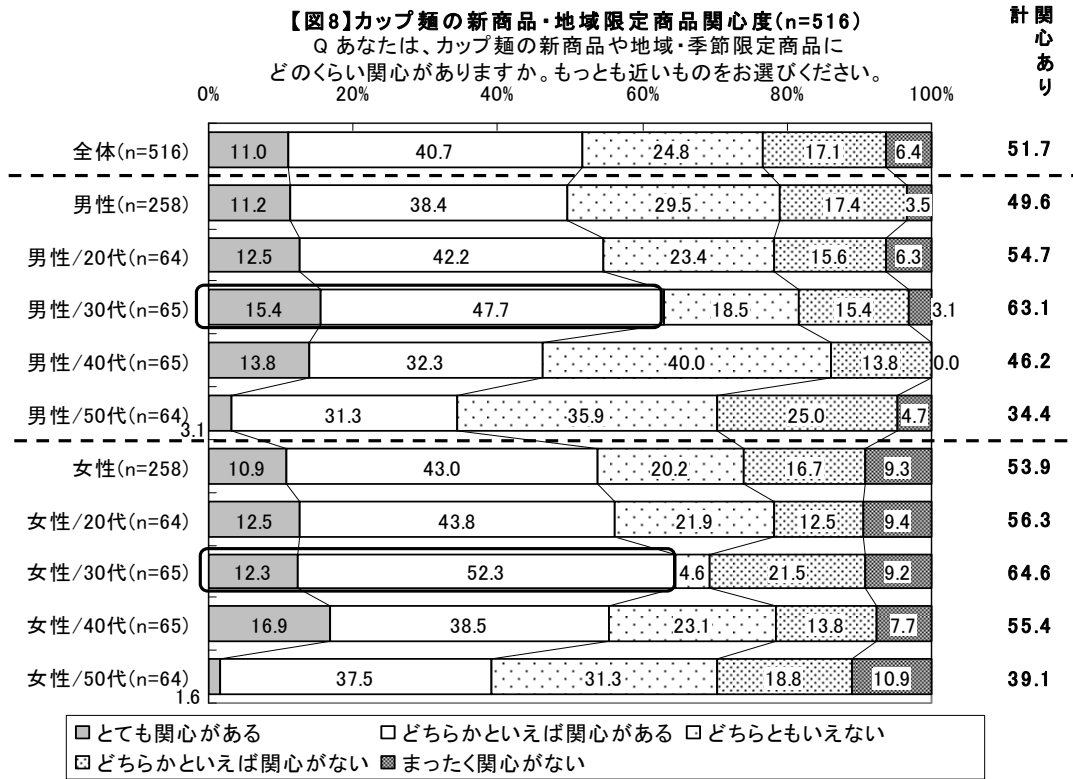
【図7】カップ麺の重視ポイント
(n=470/ベース:カップ麺を自分で購入する人)
Q.あなたは、カップ麺を購入する際、何を重視しますか。
あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



■ カップ麺の新商品や地域限定商品、52%の人が「関心がある」。

カップ麺の新商品や地域限定商品に対して、どの程度関心があるか尋ねたところ、52%の人が「関心がある（「とても関心がある(11%)」+「どちらかといえば関心がある(41%)」）」と回答しました。

性・年代別にみると男女とも30代で「関心がある」人は60%以上となりました。(図8)



■ 普段主に購入するカップ麺の価格は、平均128円。

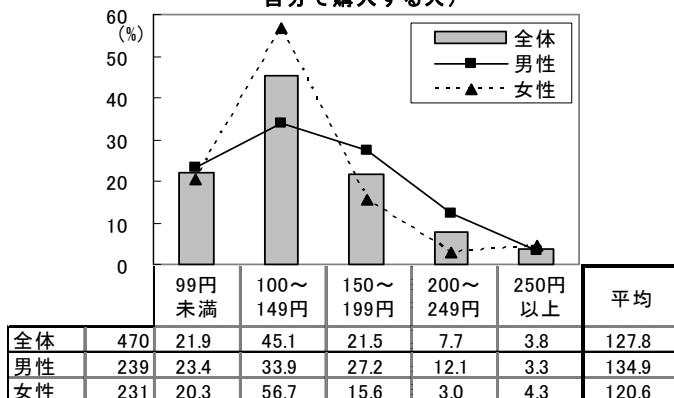
魅力を感じた商品を購入しようと思う上限価格は、平均206円。

カップ麺を自分で購入する人に、普段主に購入するカップ麺のおおよその価格について尋ねてみたところ、「100～149円」が最も高く45%となりました。平均金額は128円でした。

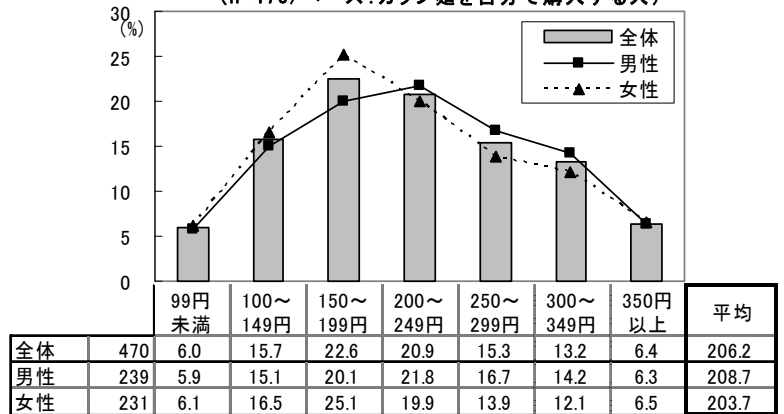
男女別にみると、男性の平均は135円、女性の平均は121円となっており、男性は女性に比べ14円高くなっています。(図9-1)

また、商品に魅力を感じた際に購入しようと思う上限価格について尋ねたところ、「150～199円」が23%、「200～249円」が21%で、平均は206円となりました。(図9-2)

【図9-1】普段、主に購入するカップ麺のおおよその価格
(n=470/ベース:カップ麺を自分で購入する人)

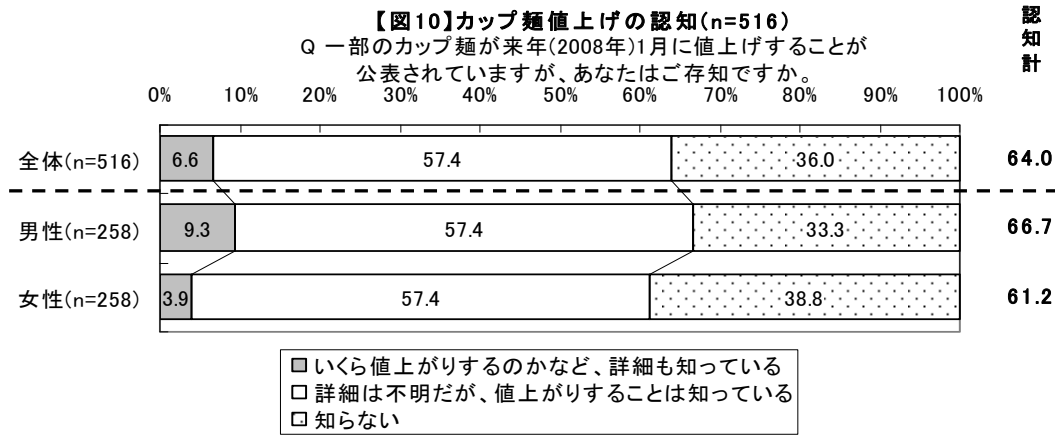


【図9-2】商品に魅力を感じた際に購入しようと思う上限価格
(n=470/ベース:カップ麺を自分で購入する人)



■ 来年実施されるカップ麺の値上げに関して、64%の人が認知。

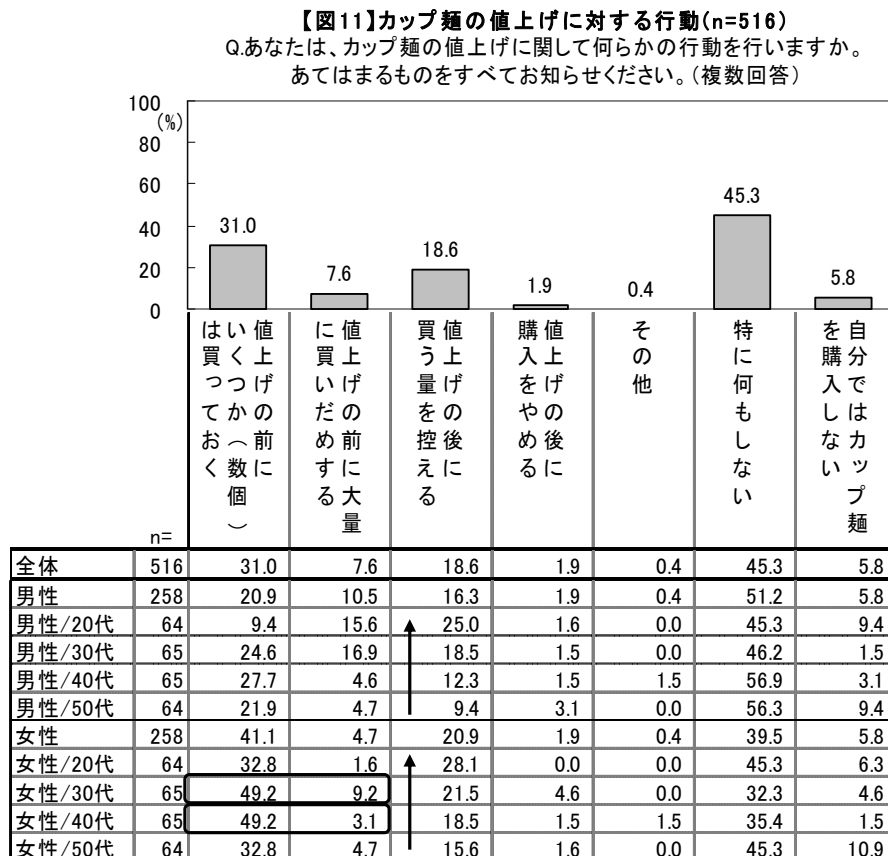
原材料の値上がりから大手食品メーカーが2007年9月に発表した、2008年1月出荷分からのカップ麺の値上げ実施に関して尋ねたところ、64%の人がカップ麺の値上げを認知(「いくら値上げするのかなど、詳細も知っている(7%)」+「詳細は不明だが、値上がりすることは知っている(57%)」)していました。(図10)



■ カップ麺の値上げに対して「値上げの前いくつか(数個)は買って置く」31%、「値上げの後に、買う量を控える」19%。

カップ麺の値上げに対して何らかの行動をとるか尋ねたところ、「値上げの前いくつか(数個)は買って置く」が31%、「値上げの前に大量に買いだめをする」が8%となり、値上げ前にカップ麺の買いだめをする人は39%となりました。一方、「値上げの後に、買う量を控える」と回答した人は19%、値上げに対して「特に何もしない」人は45%となりました。

性・年代別にみると、女性30~40代で値上げ前に買いだめをする人が50%以上となりました。また、男女とも若年層ほど「値上げの後に、買う量を控える」と回答する人が多くなっています。(図11)



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 56 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「QuickMill」のほか、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なネットリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075
URL ■www.macromill.com
設立 ■2000年1月31日
資本金 ■9億2,861万円 ※2007年6月末現在
上場取引所 ■東証一部（証券コード：3730）
代表者 ■代表取締役社長 辻本 秀幸
従業員数 ■205名 ※2007年10月末現在
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査（ネットリサーチ）

——— 本件に関するお問い合わせ先 ———

株式会社マクロミル 広報担当：関・西沢
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー5F 〒108-0075
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

〈例〉「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」