

報道関係各位

2017年12月6日
株式会社クロス・マーケティング

2018年 日本のお正月 手作りおせち派は年々減少だが、 個食より家族で同じものを食べたい意向多数

—2018年のおせちに関する調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、全国47都道府県に在住する20~69歳の男女を対象に「2018年のおせちに関する調査」を実施しました。

■調査背景・目的

日本の正月の伝統料理であるおせち。近年ではおせちを手作りするのではなく、店舗での販売や通販・宅配サービスの利用者も増えてきています。「個食」や「インスタ映え」など、現代的な食風景はおせち料理やお正月の過ごし方に対して影響があるのでしょうか。

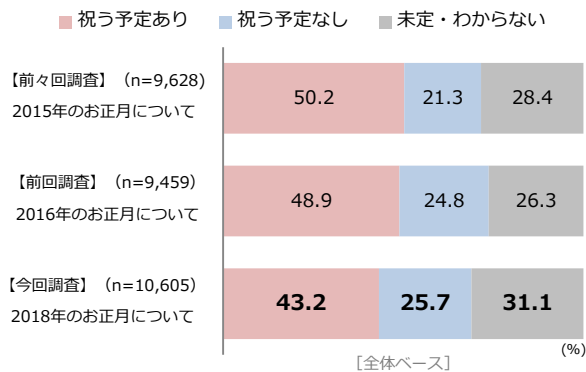
そこで今回の調査では、おせちがどのように手作り・購入され、また消費されているかを、地域、世帯状況や性年代ごとに確認をし、意識や実態の違いを捉え、かつ2014年・2015年の調査と比較を行うことを目的として調査を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/event/ose20171206/>

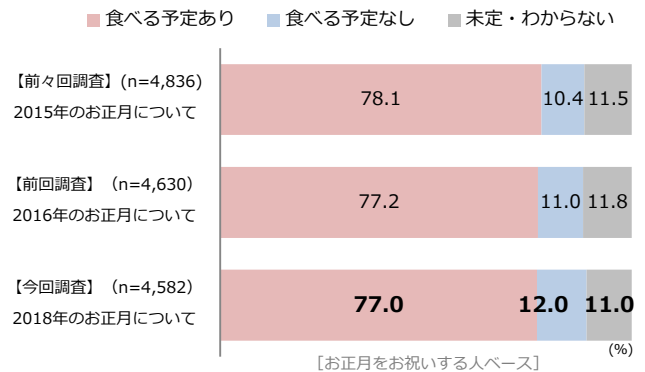
■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 来年のお正月を祝う予定のある人は全体の約4割。前回・前々回の調査と比較して、祝う予定がある人が減少していることが判明。おせちを食べる予定のある人は前回・前々回調査と比較して大きな変化はないものの、微減している。<図1-1,図1-2>
- ✓ おせちを用意する方法では、「全て外で購入」は2割弱で、前回の調査とほぼ同水準となった。購入おせち利用者(「全て外で購入」「半分以上購入」「一部購入」)は約8割を占め、おせちを手作りする人は減少傾向。おせちを購入する理由でも、手作りの手間を減らす・無くすといった理由が最多となった。<図2-1,図2-2>
- ✓ お正月やおせちに関する考え方では、過半数の項目で伝統的な志向より現代的な志向に近い人が多い。しかし、「家族や親戚で同じ重箱から料理を分け合って食べるのは楽しい」は、「他の人に気を遣わず個別の容器でおせち料理を楽しみたい」を上回り、おせち料理において「個食」を好む層は一部にとどまるとみられる。<図3>

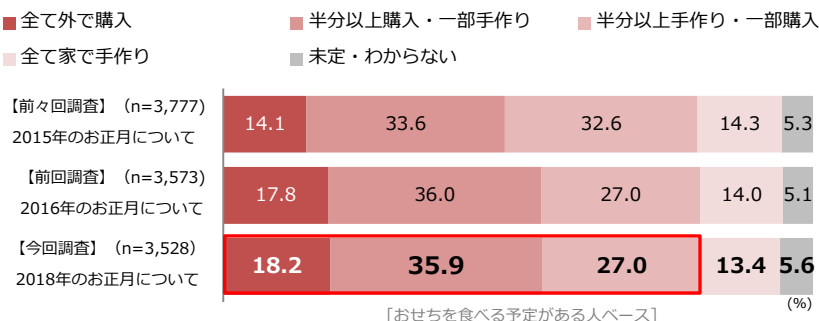
<図1-1> 来年のお正月を祝う予定の有無



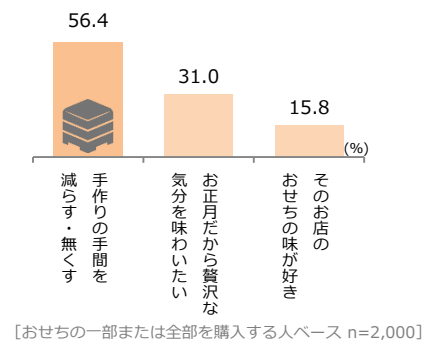
<図1-2> おせちを食べる予定の有無



<図2-1> おせちを用意する方法



<図2-2> おせちを購入する理由TOP3



＜図3＞お正月・おせちに対する考え方

現代的 【A】	Aに近い・計	どちらでもない	Bに近い・計	伝統的 【B】
大きな重箱入りのおせち料理は食べるには多すぎる	33.9	39.5	26.6	大きな重箱入りのおせち料理は食べ応えがある
お正月には、子どもには子どもが好む料理を食べさせた方が良い	26.4	43.7	30.0	子どもにも大人と同じおせち料理を食べさせた方が良い
お正月の過ごし方は、家族それぞれでバラバラだ	21.5	29.1	49.4	お正月の過ごし方は、基本的に家族と一緒に行動する
おせち料理は和・洋・中などいろいろな種類を食べ比べしたい	42.7	34.9	22.5	おせち料理は全体の味の統一感が大切だ
お正月の食卓では、それぞれの好みに合わせて好きな物を食べたい	12.9	29.8	57.4	お正月の食卓では、みんなが同じものを食べる方が良い
他の人に気を遣わず個別の容器でおせち料理を楽しみたい	10.3	27.8	61.9	家族や親戚で同じ重箱から料理を分け合って食べるのは楽しい
おせち料理は伝統にこだわらず、これまでにないタイプの料理に挑戦したい	14.6	30.6	54.8	おせち料理は伝統的な和風の料理が好きだ

【おせちの一部または全部を購入する人ベース n=2,000】

(%)

■全調査内容

- 属性設問(性別・年齢・地域・婚姻状況・同居子どもの有無・未婚者の家族との同居状況・職業)
- お正月の過ごし方・おせち料理の準備方法
- 誰とおせち料理を食べるか
- おせち料理を食べる人数
- おせち料理を買うようになったのはいつからか
- おせち料理を食べる理由
- おせち料理を購入する理由
- おせち料理の一部を手作りする理由
- 手作りするおせち料理の種類
- おせち料理の購入先
- おせち料理の注文方法
- 購入するおせち料理についての情報源
- おせち料理を購入する際に重視する点
- おせち料理の安全性や品質の判断基準
- おせち料理の不満点・悩み
- 購入するおせち料理の形態・種類数
- お正月・おせち料理に対する考え方
- おせち料理の由来認知
- お正月に食べるお雑煮の種類

◆全調査項目のレポートDLはこちらから ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/event/ose20171206/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2017年11月14日(火)～2017年11月16日(木)
 有効回答数 : SC/10,605サンプル、本調査/2,000サンプル
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

＜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・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

＜例＞「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」