

報道関係各位

2022年5月18日
株式会社クロス・マーケティング

梅酒やぬか漬けの自家製経験は2割 かんたん自家製キットも後押し

－自家製する食べ物に関する調査（2022年）－

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20歳～69歳の男女を対象に「自家製する食べ物に関する調査（2022年）」を実施しました。コロナ禍でうち時間が増え、「自家製」をはじめた人も増えたのではないのでしょうか。今回は、ぬか漬け、梅酒などの果実酒、梅干し、味噌・麹、ヨーグルト・キムチなどの発酵食品について、自家製した経験や思うことについて聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220518homemade/>

■調査結果

✓「梅酒などの果実酒」や「ぬか漬け」の自家製経験率は2割。

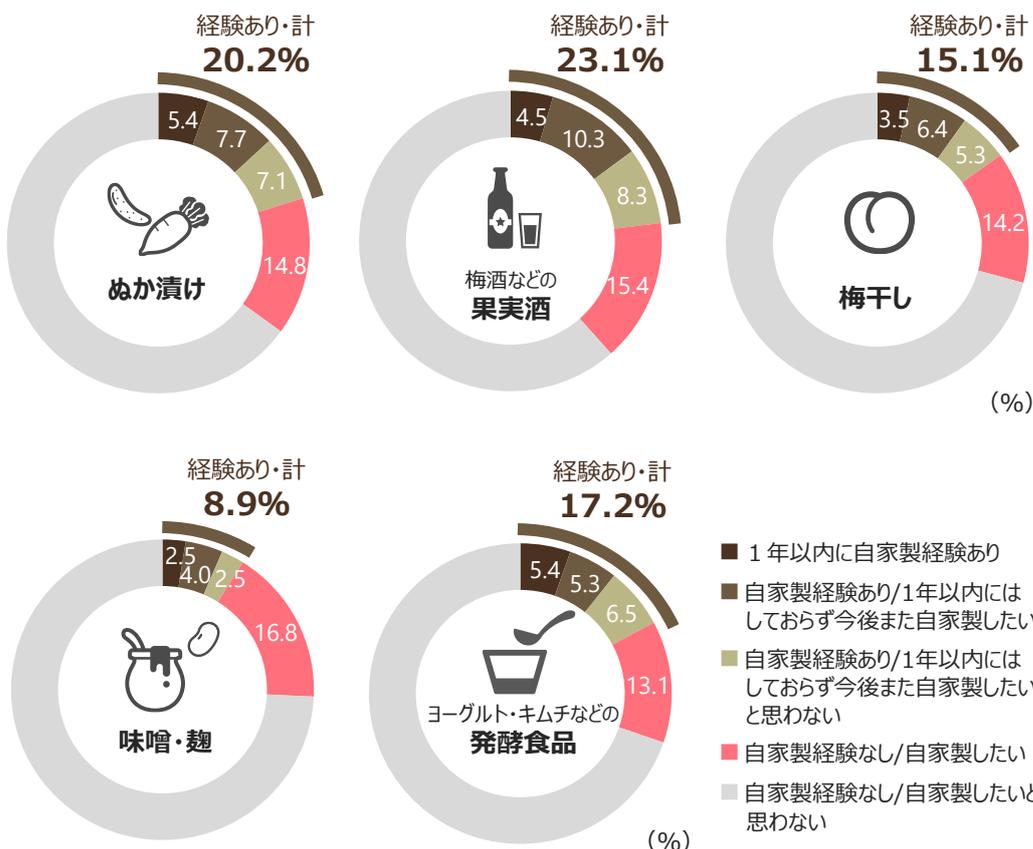
自家製経験はないものの今後作ってみたいのは、「味噌・麹」「梅酒などの果実酒」が上位。最近1年以内に自家製を行ったきっかけは、「簡単に自家製できるキットが販売されていた」が27.7%、「身近な人が自家製していた」が24.5%。〈図1〉

✓自家製することに対して、経験者は「出来上がりが楽しみ」が半数と、完成までの間も楽しんでいる。

続いて「安心して食べられる」「自分の好みの味つけにできる」「割高になることもある」が3割台。〈図2〉

✓経験者の成功談は「美味しくできた」「プレゼントして喜ばれた」など。失敗談の多くで「カビがはえた」「腐らせた」「おいしくない」の声がかかれた。〈図3〉

〈図1〉自家製した経験・意向（各単一回答：n=1,100）

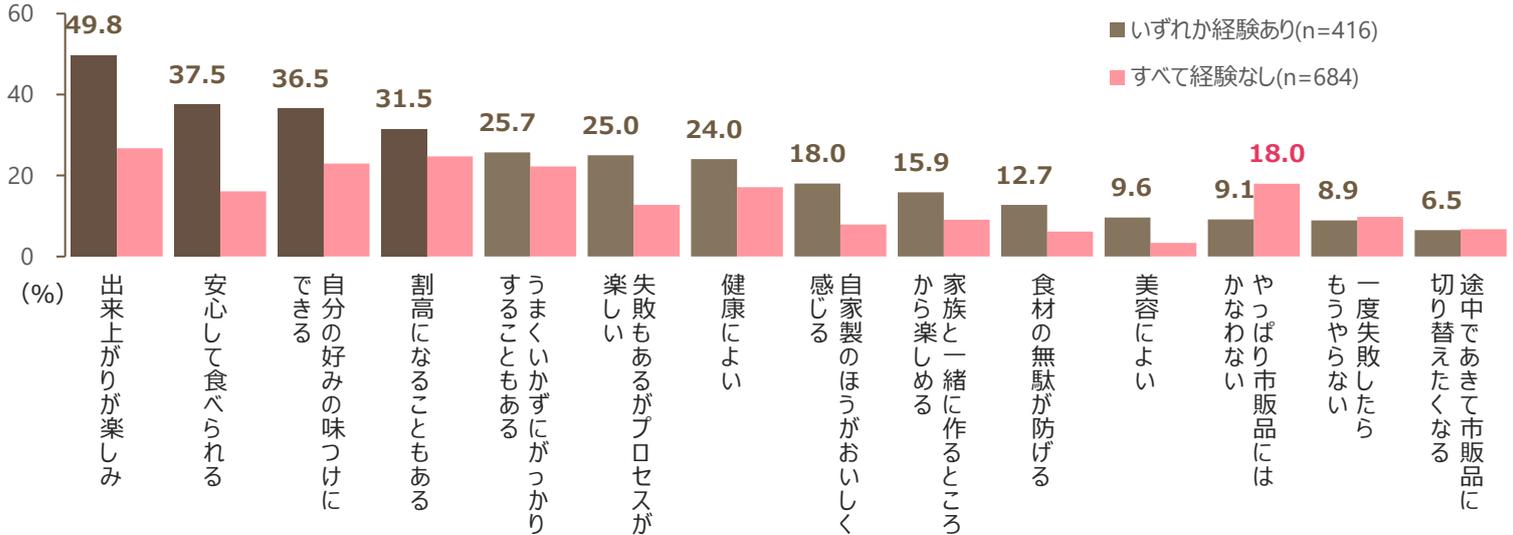


1年以内に自家製したきっかけ TOP5 (複数回答：n=155)

1位	簡単に自家製できるキットが販売されていたから	27.7
2位	身近な人が自家製していたから	24.5
3位	自家製されたものを口にする機会があったから	16.8
4位	自家製に関する番組や記事を見かけたから	16.8
5位	コロナ禍でうち時間が増えたから	15.5

(%)

<図2> 自家製することに対する意識・イメージ（複数回答）



<図3> 自家製の成功談/失敗談（自由回答一部抜粋）

成功談

- 多数** : 意外と美味しくできた。
- 果樹酒・梅干し** : プレゼントして喜ばれた。
- 味噌** : 手間はかかるが、大豆感がでて食感が良い。
- 発酵食品など** : 子どもと一緒に作り、手間がかかるものだと理解してくれた。

失敗談

- 多数** : カビが発生した/好みの味にならない。
- ぬか漬け・梅干し** : 塩加減が難しい。
- 発酵食品など** : 作りすぎて食べきれない/腐らせた。
- 梅干し** : 工程が多いと失敗するが、キットを使えば手軽に楽しめる。

■ 調査項目

- 属性設問
- 「自家製」した経験・意向（ぬか漬け / 梅酒などの果実酒 / 梅干し / 味噌・麹 / ヨーグルト・キムチなどの発酵食品）
- 最近1年以内に自家製したきっかけ
- 自家製することに対する意識・イメージ
- 自家製した際の失敗談・成功談

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20220518homemade/>

■ 調査概要

- 調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
- 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 : 2022年5月13日（金）～5月15日（日）
- 有効回答数 : 本調査1,100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 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
- E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「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・・・」