

## 即席めんの消費者動向の経年変化に関する分析

一般社団法人日本即席食品工業協会

2004～2019年に実施した消費者動向調査、及び2018年の消費者心理調査の結果を踏まえて、消費者動向の経年変化に関する分析を行った。

即席めんの需要は発売以来増加傾向にあるものの、即席めんを取り巻く環境の変化によって、袋めんの需要は減少傾向にあり、対してカップめんは増加傾向である。しかし、その摂取行動を分析すると、袋めん、カップめん共に直近1ヶ月で食べた個数が「0個」と回答した割合が増加するとともに、月平均摂取個数も袋めん(3.5→3.0個/月)、カップめん(3.8→3.3個/月)ともに減少傾向にあった。

袋めんの需要減少は、摂取者数、摂取個数が減少していることから示されており、他の食品に代替されていることが調査結果からも明らかとなった。

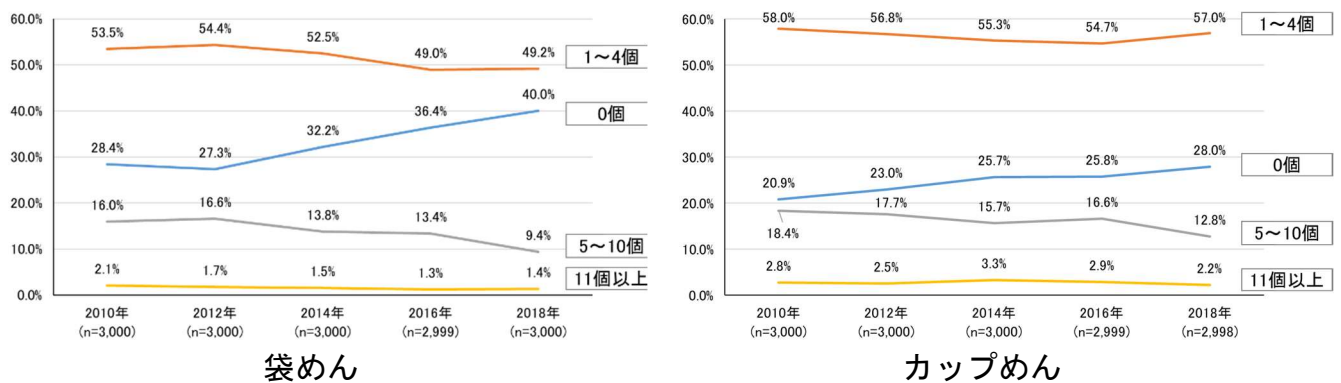


図1 直近1ヶ月で即席めんを何個食べたか

表1 「袋めん」月平均摂取個数の増減(ワースト10)

No	性別	年代	居住地	2010年度	2018年度	増減
1	女性	20代	中国・四国	4.18	1.38	-2.80
2	男性	60代以上	九州・沖縄	5.21	2.97	-2.24
3	女性	20代	九州・沖縄	4.47	2.43	-2.05
4	女性	30代	九州・沖縄	3.84	1.94	-1.90
5	男性	60代以上	北海道・東北	4.87	3.09	-1.78
6	女性	50代	近畿	3.70	2.00	-1.70
7	男性	20代	九州・沖縄	4.20	2.53	-1.67
8	女性	10代	中国・四国	4.00	2.40	-1.60
9	女性	20代	中部・北陸	3.11	1.55	-1.56
9	男性	40代	北海道・東北	3.84	2.28	-1.56

特に摂取しない人の特徴を詳細に分析すると、袋めんでは、「女性」では「60代以上の未婚」で「関東・甲信越」、「近畿」、「中国・四国」、加えて「20代の関東・甲信越の既婚」、「50代の九州・沖縄の既婚」がワースト10にランクインした。一方、「男性」は「関東・甲信越の20代及び60代以上」、「中部・北陸の30代及び50代」という結果となった。

表2 「カップめん」月平均摂取個数の増減(ワースト10)

(個)

No	性別	年代	居住地	2010年度	2018年度	増減
1	女性	30代	北海道・東北	5.38	2.48	-2.91
2	男性	20代	中部・北陸	6.62	3.89	-2.73
3	女性	10代	中国・四国	4.00	1.57	-2.43
4	女性	20代	中部・北陸	4.27	1.92	-2.35
5	男性	30代	北海道・東北	6.14	3.95	-2.18
6	男性	40代	近畿	5.37	3.50	-1.87
7	男性	40代	北海道・東北	6.63	4.68	-1.95
8	男性	30代	九州・沖縄	5.07	3.25	-1.82
9	男性	10代	中国・四国	4.17	2.50	-1.67
10	男性	20代	中国・四国	4.83	3.20	-1.63

カップめんの月平均摂取個数が減った層は、上位(ワースト1、3、4位)を女性が占めた。一方、男性ではメインターゲットと言われる10代~40代の関東・甲信越を除く幅広い居住地がワースト10にランクインしており、カップめん離れがデータとして表れている。これらのことから、総需要増加の要因として、摂取が特定のヘビーユーザーに集中していることが推察される。

即席めんに対する「好意」において、コンビニエンスストア等の台頭で、「菓子パン・総菜パン」、「冷凍食品」、「総菜」等の手軽に購入できる食品や食材が増えたことから、「即席めん」の特徴である「価格が手頃」、「保存がきく」、「手軽で便利」、「調理時間が短い」、「色々工夫して食べられる」等の優位性が薄れてきたものと考えられる。

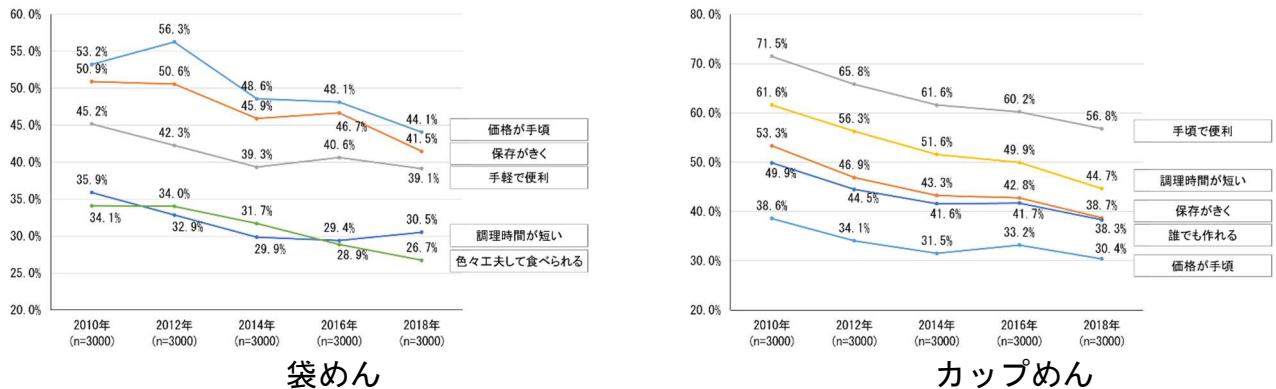


図2 「即席めん」の良いと感じるところ

即席めんに対する「不安」では、昨今の健康志向の高まりと共に、即席めんでの気になることのトップに常に位置している「塩分」に加え、「栄養バランス」への不安が著しく増加してきている。「即席めん」と「栄養バランス」をどのように結び付けて提案していくか、今後の即席めんの目指す方向を検討する必要がある。

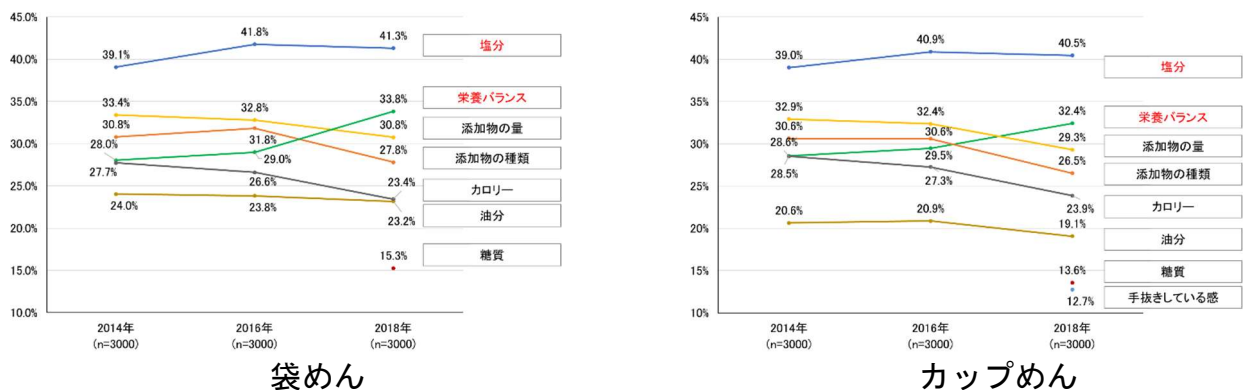


図3 「即席めん」で気になること

今後の調査においては、従来の消費者動向調査で分類した層の特徴を踏まえて、今後の展開を予測した調査項目の追加を検討していくことも必要であると考えられる。

	消費者タイプの特徴	月平均摂取個数が減った層 (詳細はII章)	食べた個数0個の割合が増えた層 (詳細はII章)	施策方針
A層 袋めん大好き層	性別:男性63.6%,女性:36.4% 年代:40代,50代,60代以上 居住地:北海道,近畿,中国,九州 婚姻:未婚49.2%,既婚50.8%	男性/60代以上/九州・沖縄 女性/50代/近畿	女性/50代/九州・沖縄/既婚 女性/60代以上/中国・四国/未婚 女性/60代以上/近畿/未婚	不安払しょく
B層 健康気にしつつ 袋めん食べたい層	性別:男性43.9%,女性:56.1% 年代:30代,40代,50代,60代以上 居住地:北海道,中部 婚姻:未婚43.7%,既婚56.3%	男性/40代/北海道・東北 男性/60代以上/北海道・東北	男性/50代/中部・北陸/未婚	
C層 本当はもっと 袋めん食べたい層	性別:男性42.0%,女性:58.0% 年代:30代,60代以上 居住地:関東,中部,近畿,中国 婚姻:未婚33.8%,既婚66.2%			
D層 時々袋めん 食べたくなる層	性別:男性49.7%,女性:50.3% 年代:40代,60代以上 居住地:中部,中国,九州 婚姻:未婚39.6%,既婚60.4%			好意醸成
E層 袋めん こだわりなし層	性別:男性57.7%,女性:42.3% 年代:10代,20代,30代 居住地:関東,中部,近畿,中国,九州 婚姻:未婚48.1%,既婚51.9%	女性/10代/中国・四国 女性/20代/中国・四国 男性・女性/20代/九州・沖縄 女性/30代/九州・沖縄	女性/20代/中国・四国/未婚 女性/20代/関東・甲信越/未婚 男性/20代/関東・甲信越/既婚	
F層 気分次第で袋めん 食べてもよい層	性別:男性60.9%,女性:39.1% 年代:10代,20代,30代,40代 居住地:北海道,中部,近畿 婚姻:未婚59.0%,既婚41.0%	女性/20代/中部・北陸	男性/30代/中部・北陸/既婚	
G層 袋めん あまり食べない層	性別:男性30.4%,女性:69.6% 年代:30代,50代,60代以上 居住地:北海道,関東 婚姻:未婚45.5%,既婚54.5%		女性/60代以上/関東・甲信越/未婚 男性/60代以上/関東・甲信越/未婚	

図4 「袋めん」の消費者タイプと摂食減少層の対応関係

	消費者タイプの特徴	月平均摂取個数が減った層 (詳細はII章)	食べた個数0個の割合が増えた層 (詳細はII章)	施策方針
A層 カップめん大好き層	性別:男性67.4%,女性:32.6% 年代:10代,20代,50代 居住地:北海道,関東,中部,近畿 婚姻:未婚55.4%,既婚44.6%			不安払しょく
B層 健康気にしつつ カップめん食べたい層	性別:男性48.0%,女性:52.0% 年代:50代,60代以上 居住地:北海道,近畿,中国 婚姻:未婚41.0%,既婚59.0%		男性/60代以上/近畿/未婚	
C層 本当はもっと カップめん食べたい層	性別:男性42.8%,女性:57.2% 年代:10代,20代,30代,40代 居住地:関東,中部,近畿 婚姻:未婚37.0%,既婚63.0%	男性/40代/近畿	男性/30代/中部・北陸/既婚 女性/40代/近畿/未婚	
D層 時々カップめん 食べたくなる層	性別:男性47.2%,女性:52.8% 年代:10代,40代,50代,60代以上 居住地:中部,中国,九州 婚姻:未婚42.1%,既婚57.9%		女性/60代以上/中部・北陸/未婚 女性/60代以上/九州・沖縄/既婚	好意醸成
E層 カップめん こだわりなし層	性別:男性59.4%,女性:40.6% 年代:10代,20代,30代 居住地:中部,近畿,中国,九州 婚姻:未婚48.9%,既婚51.1%	男性・女性/10代/中国・四国 男性・女性/20代/中部・北陸 男性/20代/中部・北陸	女性/20代/近畿/未婚 男性/20代/中国・四国/未婚 女性/20代/中部・北陸/未婚	
F層 気分次第でカップめん 食べてもよい層	性別:男性60.6%,女性:39.4% 年代:10代,20代,30代,50代 居住地:北海道,関東,九州 婚姻:未婚42.5%,既婚57.5%	女性/30代/北海道・東北 男性/30代/北海道・東北 男性/30代/九州・沖縄	女性/20代/関東・甲信越/既婚 女性/30代/九州・沖縄/既婚	
G層 カップめん あまり食べない層	性別:男性27.1%,女性:72.9% 年代:40代,60代以上 居住地:北海道,関東 婚姻:未婚40.9%,既婚59.1%	男性/40代/北海道		

図5 「カップめん」の消費者タイプと摂食減少層の対応関係