【レポート販売】「食卓メニュートレンド・データブック」を販売開始

報道関係者各位

平成２３年９月２９日
株式会社クロス・マーケティング
（東証マザーズ 3629）

「食卓メニュートレンド・データブック」を販売開始

～食卓メニューの長期トレンド（１９７８～最新）を明らかにする！
「わが国初のデータブック」 ～

■■ 要約 ■■

マーケティングリサーチを行う株式会社クロス・マーケティング（代表取締役社長 五十嵐 幹 ）は、ビジネス情報およびマーケティング情報を提供する株式会社日本能率協会総合研究所（代表取締役社長 榮 武男 東京都港区）が提供する「食卓メニュートレンド・データブック」を販売開始しました。

詳細URL： http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=666

■■ 資料概要 ■■

30年の調査結果から、561メニューに関する膨大なデータを公開！
本書は、日本の食卓メニュー調査の先魁である株式会社マーケティング・リサーチ・サービスが、30年以上にわたって継続的におこなってきた食卓メニュー調査「ＭＲＳメニューセンサス」より、基本的なデータを抜き出し発刊したデータブックです。ビジネスや生活者研究に広くお役立て頂ければ幸いです。

■■ 本資料の特徴 ■■

食卓メニューの長期トレンド（１９７８～最新）を明らかにする！
わが国初のデータブック!!

1978年から継続的に食卓メニュー調査を行ってきたのは「ＭＲＳメニューセンサス」だけです。
本書では、1978年から最新までの長期トレンドを下記３ポイントについて公開いたします。

【特徴１】「５６１種類のメニュー出現回数」の長期トレンドがわかる
主婦の年代別に、メニューの登場回数がわかります。メニューの人気の変遷や流れを見て取る事ができます。２週間の間に、何回食卓に登場したか実数で示します。

【特徴２】「５６１種類のメニューの登場場面」の長期トレンドがわかる
朝食・昼食・夕食・弁当・間食、どの場面で登場したのか。朝食に多いメニューや夕食に多いメニューなど、メニュー登場場面の変遷がわかります。
登場場面の構成比を時系列で示します。

【特徴３】「５６１種類のメニューの調理形態」の長期トレンドがわかる
手作り、半手作り、びん缶詰、インスタント、レトルト、冷凍、残り物、貰い物、出前、出来合い。それぞれのメニューは、どのように作られたのか、手作りが今も多いのか、インスタントが主流となっているのか、冷凍が拡大しているのかなど、こちらもメニューごとの変遷がわかります。調理形態別構成比を時系列で示します。

『MRS メニューセンサス』とは、
◎1978 年から30 年以上、日本人の献立・メニューを定期的に調査
◎メニュートレンドを長期的に把握できる『わが国唯一の調査データ』
◎団塊世代も、本調査が始まった70 年代には20 代でした。コーホート的視点で嗜好の変化を見る事も興味深いヒントとなります。

■■ 調査概要 ■■

※出典データとなる『ＭＲＳメニューセンサス』の調査概要は下記の通りです。

■ 基本設計
1. 調査地区 首都圏地区 30km 圏
2. 対象世帯 夫婦二人以上の普通世帯（主婦の対象年齢は20 ～ 69 才）
3. 調査期間と回数 1978-79 年～ 2009-10 年（計13 回実施）
4. 調査実施季節 夏・秋・冬・春の4 季節―2 年間で4 季節をカバーする
5. 調査期間 1 世帯あたり、1 季節14 日間 （1 季節あたり、延べ35 日間）

■ その他設計
「1978-79 年調査」～「2006-07 年調査」まで：
(1) 抽出方法 該当地域から無作為抽出法によって設定
（シーズンごとに全てフレッシュサンプル）
(2) 抽出数 1 シーズン240 世帯、年間960 世帯
(3) 調査方法 留め置き自記入方式 （調査員の訪問面接によって依頼、中間チェック及び回収作業を行う）
「2009-10 調査」から：
(1) 抽出方法 （株）マーケティング・リサーチ・サービスが保有するモニターから無作為抽出法によって設定

（シーズンごとに全てフレッシュサンプル）
(2) 抽出数 1 シーズン250 世帯、年間1,000 世帯
(3) 調査方法 郵送調査

■「メニュー日記」の記入内容
1. 家庭内で喫食したすべての食べ物、飲み物のメニュー名（出来合いの総菜やもらい物、家庭内で調理して外に持ち出したお弁当、も含む）
2. 上記食べ物、飲み物の材料、調味料
3. 実際にそのメニューを喫食した家族
4. 喫食時間帯（機会）は、「朝食」、「昼食／弁当」、「夕食」、「間食」

■「付帯調査」の項目
1. 家族構成員や世帯の特徴（性別・年齢、職業、生活習慣病等の有無、子供の塾や習い事有無、世帯年収、外食頻度、夕食の個食度）
2. 主婦の健康や食生活に関する態度（食生活で気をつけていること、食の安全・安心意識、料理得意度、新メニューチャレンジ度、こだわり度等）
3. 調味料・香辛料、調理器具・台所用品の所有・使用状況
4. 子供の喜ぶ料理、主人の喜ぶ料理、料理についての不満や悩み等（自由回答）

本書は、上記調査より＜食卓への出現頻度／朝・昼・夜・弁当・間食別出現構成比／調理形態別の構成比＞の３つのポイントについて、全５５９メニュー／30 年間の調査結果から抜粋したデータブックです。

■■ 掲載内容 ■■

詳細ページ: http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=666

■■ 資料概要 ■■

資 料 名：食卓メニュートレンド・データブック
発 刊 日：2011年08月
著 者：【データ提供】株式会社マーケティング・リサーチ・サービス
編 集：株式会社日本能率協会総合研究所
発 行：株式会社日本能率協会総合研究所
販 売：株式会社クロス・マーケティング
判 型：A4版 / 663頁
頒 価：47,250円（本体 45,000円、消費税 2,250円）

※別途送料500円

詳細ページ: http://www.cross-shop.jp/products/detail.php?product_id=666

【お申し込み方法】

TEL・FAX・e-mailのいずれかにて住所・お名前・e-mail・電話番号・会社名を明記の上お申し込みください。
また、上記URLよりお申し込みページへリンクしておりますので、そちらのフォームでのお申し込みも可能となっております。

■■ 株式会社クロス・マーケティングについて ■■

株式会社クロス・マーケティングは、国内130万人超の大規模モニターを軸に、生活者の「生」の声を、主にインターネットを活用して収集するマーケティングリサーチ会社です。
生活者の嗜好の多様化や、商品サイクルの短期化に対応するため、ネットリサーチの優位性である「スピード」「コスト」に加え、「品質」を最大限に重視したリサーチサービスを展開しています。
調査企画から設計、実査、集計・分析レポートまで、マーケティングリサーチに関するあらゆるサービスをトータルにサポートいたします。

■■ 株式会社クロス・マーケティング 会社概要 ■■

名称：株式会社クロス・マーケティング
本社所在地：東京都中央区銀座8丁目15番2号 銀座COMビル6Ｆ
代表者：代表取締役社長 五十嵐 幹
設立：2003年4月
URL：http://www.cross-m.co.jp/

■■ 本件に関するお問い合わせ先 ■■

株式会社クロス・マーケティング
Cross Shop 販売窓口担当

Tel：03-3549-1319
Fax：03-5565-5848
Mail：cs-info@cross-m.co.jp
facebook：http://www.facebook.com/pages/Cross-Shop/164004066984033
twitter：http://twitter.com/cross_CS

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com