

鶏の唐揚げレポート

内食・中食・外食ごとの食べられ方をサマリーにて紹介

少子高齢化が進み、ついに人口減少時代に突入した日本。年々減っていく胃袋争奪戦の熾烈化は確実。特に今後加速しそうなのが、業態間の垣根の融解。内食・中食・外食において、食を提供する側のサービスと、利用する側のニーズが多様化する事によって、売り方、食べられ方が複雑化。時代の波に乗り遅れると、今までは考えられなかったようなライバル他社や他業態に、お客様を奪われる弱肉強食の時代に突入。そんな厳しい時代を勝ち抜く為に今回、外食データに強いエヌピーディー・ジャパンのCRESTと、食卓データに強いインテージのキッチンダイアリーが手を組み、共同レポートを発売。定番メニューやトレンドメニューなど毎回テーマを絞り、様々な切り口から分析。内食・中食・外食別にどのような食べられ方をされているのかを当レポートでは紹介。

今回のテーマ「鶏の唐揚げ」とは

こんな強みを持つメニュー

- ・おかず界のスーパーstar（食卓出現No.1の揚げ物）。老若男女に愛される（全性年代で出現率トップ）、
- ・おつまみとしても代表格（アルコール同時出現メニューでNo.1の揚げ物）。
- ・冷めても美味しく弁当、惣菜向き。安価。鶏肉インバウンド需要狙いハラルへの対応も可能

その一方で・・・

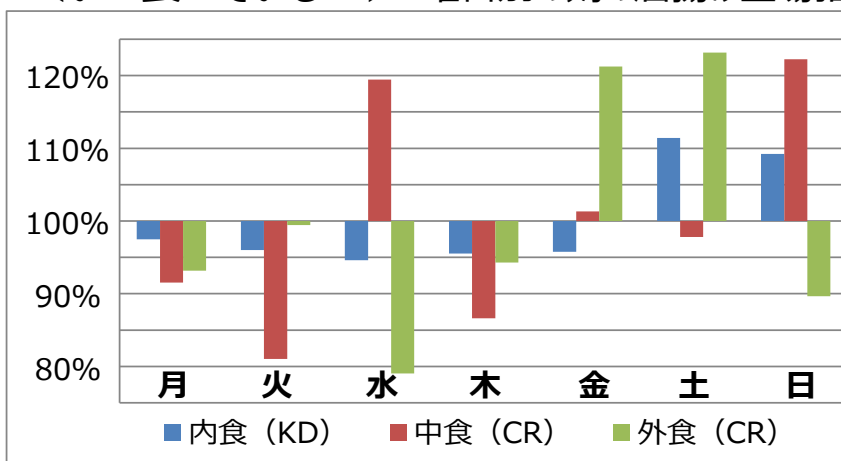
- ・大衆的すぎて差別化ポイントが難しい・・・。こだわり材料って何？食べ合わせの多い食べ物？
- ・業態、チェーンでの競合はどこだろう？外食では？スーパーでは？
- ・健康軸でアピールしたいのだが、揚げ物だけに難しい・・・。家庭での調理のこだわりは？

CREST・キッチンダイアリーデータ

食区分	データソース	対象
内食	キッチンダイアリー (KD)	家庭での喫食（素材から、冷食利用、市販惣菜アレンジ等）
中食	CREST (CR)	スーパー・コンビニ・弁当店等からの持ち帰り
外食	CREST (CR)	飲食店、イートイン等での喫食

<いつ食べている？> 曜日別の鶏の唐揚げ登場指数

※各食区分の1週間のTI値※平均を100としたときの曜日別指数
 ※Table Index：1000食当りの登場頻度。単位は%。



【ポイント】

- ・食区分問わず週末型の傾向。とくに外食については金曜・土曜の出現が突出している。
- ・平日では火曜と水曜の傾向が特徴的。週の真ん中は外食を控え家で食べる機会が多いことがうかがえる。
- ・自店での唐揚げの曜日別売上と乖離がある場合、機会ロス、競合流出など可能性あり。

食区分	月	火	水	木	金	土	日	最少	最大	曜日差
内食 (KD)	97%	96%	95%	96%	96%	111%	109%	水曜	土曜	1.2倍
中食 (CR)	92%	81%	119%	87%	101%	98%	122%	火曜	日曜	1.5倍
外食 (CR)	93%	99%	79%	94%	121%	123%	90%	水曜	土曜	1.7倍

深掘り！ 月次の推移や、喫食場所別を見れば、よりきめ細やかな対応が可能に！

※首都圏、京阪神エリアの20～60代対象。データ期間2015年1月～12月。調査概要・調査項目の詳細はP.4をご参照ください
 ※キッチンダイアリーでのメニュー区分は「から揚げ・竜田揚げ（肉）」となります（次頁以降同様）

<どこで買っている・食べている？> 鶏の唐揚げ業態別ランキング

順位	中食 (CR)	外食 (CR)
1	スーパー	和風居酒屋
2	コンビニエンスストア	学食・社員食堂
3	弁当・惣菜専門店	スナック・バー・ナイトクラブ
4		定食屋
5		ラーメン・ぎょうざ店
		洋風FR ※同率5位

【ポイント】

- ・中食と外食では利用業態が大幅に異なるが、幅広い業態で喫食されている事が浮き彫りに。
- ・外食でトップの和風居酒屋の影響でこの後紹介する、唐揚げとの食べ合わせメニューに傾向が如実に表れる。

深堀り! さらに個別チェーン名称までデータ提供可能
業態別、競合別の打ち手のベースデータとしてオススメ!

<誰と食べている？> 鶏の唐揚げ喫食者ランキング

順位	中食 (CR)	外食 (CR)
1	一人で	同僚と
2	配偶者/恋人と	友人と
3	14才以下の子供を含む	一人で
4	同僚と	配偶者/恋人と
5	友人と	14才以下の子供を含む
6	仕事の取引先と	仕事の取引先と

【ポイント】

- ・ひとり飯、デート、商談、家族団らんなど、あらゆる食事のシーンに登場する万能メニューである事が明らかに。

深堀り! さらに特別な食機会か（記念日、出張、合コン等）食シーンの分析も可能
客層や催事と連動したマーケティング戦略の立案に!

<何と食べている？> 鶏の唐揚げと同時出現率が高いメニュー

飲み物編

順位	内食 (KD)	中食 (CR)	外食 (CR)
1	麦茶	日本茶（緑茶、ほうじ茶など）	ビール
2	日本茶	無料のお茶	無料の水道水
3	発泡酒・ビール風味のお酒	麦茶	無料のお茶
4	ビール	コーヒー（ブラック、ミルク入り含む）	酎ハイ、サワー
5	コーヒー（ホット）	ビール	焼酎
6	ウーロン茶	中国茶（ウーロン茶、ジャスミン茶など）	中国茶（ウーロン茶、ジャスミン茶など）
7	牛乳	無料の水道水	コーヒー（ブラック、ミルク入り含む）
8	焼酎 乙類（芋、麦、米など）	焼酎	日本酒
9	チューハイ	発泡酒、第3のビール	カクテル
10	ワイン（赤）	その他のソフトドリンク	ウイスキー、ブランデー、ハイボール

【ポイント】 中食も内食同様に家庭での喫食が多く、麦茶が上位に。外食ではアルコール系が多い

食べ物編

順位	内食 (KD)	中食 (CR)	外食 (CR)
1	白飯	サラダ	サラダ
2	生野菜、野菜サラダ	おにぎり	焼き鳥、串焼き
3	味噌汁	寿司（にぎり、ちらし、手巻き、いなりなど）	ご飯
4	納豆	ご飯	魚介類の刺身
5	ヨーグルト	スープ、汁物	スープ、汁物
6	野菜の浅漬、塩漬	ぎょうざ	枝豆、そら豆
7	冷奴	魚介類の刺身	ぎょうざ
8	刺身・魚のたたき	焼き鳥、串焼き	和風漬物、おしんこ
9	ポテトサラダ	弁当	焼き魚
10	フライドポテト	コロッケ	串かつ、串揚げ

【ポイント】 外食では和風居酒屋業態がトップの為、おつまみメニューとの同時出現多い

深堀り! 朝・昼・晩・夜食別や、リフト指数の把握で効率的なクロスMDの参考に!

<何にこだわっている？> 鶏の唐揚げ購入・調理時のこだわりポイント頻出ワード

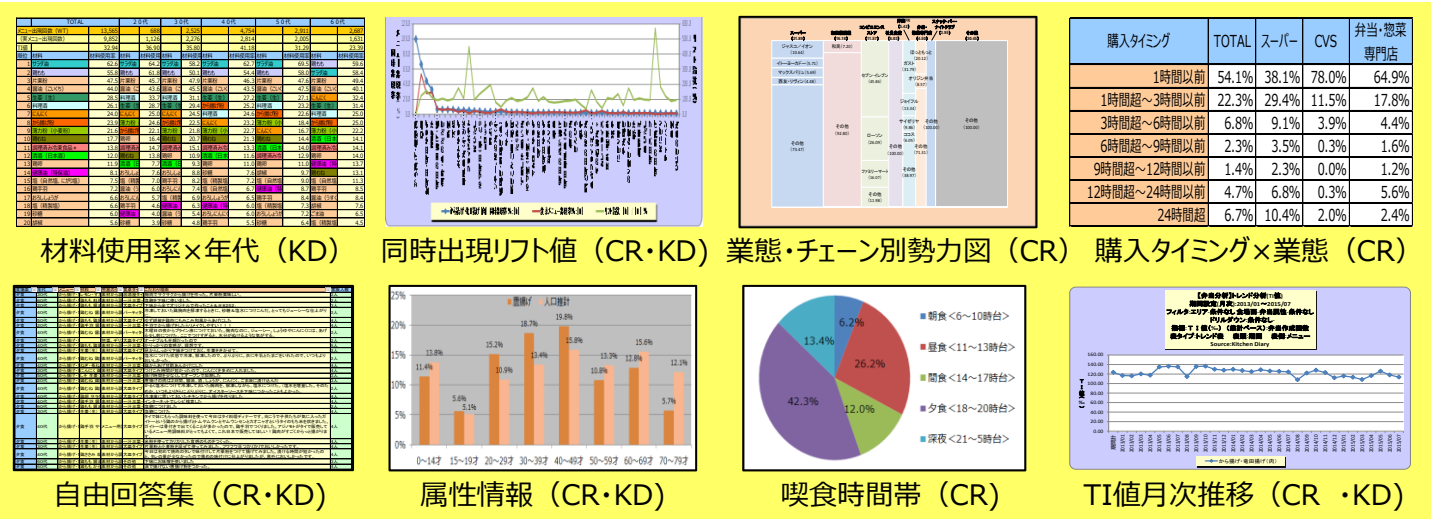
順位	キーワード	%	ランクインのポイント
1	ジューシー・ジュワっと	34.5%	他キーワードを引き離し断トツトップ。 ガブっと噛んだ時の肉のジュワっと感ほまさに唐揚げの醍醐味！
2	ボリューム・大きい	16.9%	がっつり食べたいメニューだけに、大きいサイズを一杯食べたい！
3	カラッと・サクサク	14.4%	衣も重要、1位のジューシーさとこれがあれば最強唐揚げの完成
4	安い・リーズナブル	13.0%	他の肉と比べても圧倒的に安い鶏肉は、家計の救世主！
番外編	木曜日	2.0%	何故木曜日？週末に唐揚げをよく作ると思われる方が、木曜から鶏肉を漬け込んで柔らかく仕上げるポイントとして何度か出現

※CREST・キッチンダイアリーで聴取の自由回答を集計し名寄せ。%は全体に対するシェア（自由回答・複数回答）

深堀り！ 任意ワードでのこだわりポイント抽出も可能。消費者マインドを知る手がかりに

その他こんな事もわかります

- 調理時にどのような材料を使って調理（鶏の部位、調味料、隠し味等） → キッチンダイアリーの材料使用率データ
- 中食での購入は食べる何時間前に購入した？ → CRESTの購入タイミングデータ
- 唐揚げ以外にも、こんなメニューがおすすめ？ → CRESTのおすすめメニューデータベース
- 次回以降のテーマメニュー（予定）：カレー、丼もの、寿司 ※ご要望のメニューございましたら承ります



※チャートは実際の画面と異なる場合がございます。TI値推移はKDでは週次・日次データも提供可能

CREST・キッチンダイアリー活用例



商品開発

家庭の唐揚げレシピ分析、未開拓調味料・副素材の模索、弁当の付け合せの最適化、隠し味や使用鶏部位の分析等



売場作り

クロス販売の最適アイテム選定、試食デモの差別化、取引先との取り組み強化のベースデータづくり



販売促進

シニア肉食化傾向の把握、属性に応じた最適なキャンペーン広告媒体の選定等



さらなる深堀り調査への展開

惣菜POSデータ（インテージSRI）で市場とのGAP分析、PB唐揚げ開発支援（パッケージ開発、試食調査）等

キューモットも大好き♡
鶏唐の全てがわかるキャ！



インテージ・キューモニター
公式キャラクター「キューモット」

問合せ先

エヌピーディー・ジャパン「CREST」 npdjapan.info@npd.com
インテージ「キッチンダイアリー」 retail-service@intage.co.jp

会社概要・調査詳細



エヌピーディー・ジャパン株式会社

世界23カ国でマーケティングリサーチを展開するエヌピーディーグループ（2013年のリサーチ会社世界売上高第10位）の日本法人。日本全国の一般消費者を対象に「昨日利用した外食・中食」について1年365日調査し、いつ、誰が、どこで、何を、誰と食べ、いくら払い、どれ程満足したか、などの情報をデータベース化した「CREST」を提供している。

【CREST調査概要】

対象地域： 47都道府県（10地域区分）

対象者： 15～79歳の男女個人（同伴した0～14歳の子供含む）

調査手法： インターネット調査（デリートラッキング。回答者の性別・年齢・地域を拡大推計）

サンプル数： 132,000サンプル/年間

調査項目：（基本属性） 職業、世帯年収、同居家族人数、家族構成、未既婚
（喫食状況） 曜日・平日・休日、外食・中食、業態・チェーン、購入タイミング、店舗立地場所等
喫食場所、飲食・購入前にいた場所、喫食グループ構成等
（喫食メニュー） アイテム詳細、ソフトドリンク・アルコールの杯数・温度・サイズ、サラダのドレッシング等
（意識・評価） 味に対する満足度、割引等のプロモーション、クーポンの種類等
店舗に対する満足度、店舗選択理由・再利用意向、特別な食機会だったか等
（データサイクル） 月次



株式会社インテージ

日本・アジアで最大手、世界9位の売上規模のマーケティングリサーチカンパニー。日本で唯一、消費と販売の両パネル調査網を保有。パネル調査以外にもカスタムリサーチ、グローバルリサーチ、医薬品開発支援などの分野でも強みを持ち、メーカー、流通、サービス業など幅広い分野のマーケティングをサポート。食卓データの「キッチンダイアリー」も各企業の商品開発や販売施策立案に活用されている。

【キッチンダイアリー調査概要】

対象地域： 首都圏、京阪神、東海（3地域区分）

対象者： 20～79歳、2人以上世帯、家事主担当者、女性

調査手法： インターネット調査（回答者の年齢、地域のウェイトバック集計）

サンプル数： 1,260世帯

調査項目：（基本属性） 年代、職業、家族構成、子供有無、末子年齢等
（喫食状況） 曜日、平日・休日、イベント日、食機会、調理方法、食卓タイプ等
（喫食メニュー） 主食、汁物、おかず、果物、デザート、菓子、飲み物
（食材） 果実、肉、魚、乳製品、乾物、穀類、加工食材、冷凍食品、惣菜、飲み物、調味料、残り物等
（意識・評価） メニューのこだわり理由等
（データサイクル） 月次・週次・日次

- 当レポート内で述べられているコメントについては、各種データに基づき作成されていますが、その全てが正確性、確実性を保証するものではありません。
- 当レポート内容の無断転載を禁じます。