

結果報告□9月Web教えてモニター「マヨネーズ」

【テーマ・商品】

マヨネーズ

【モニター目的】

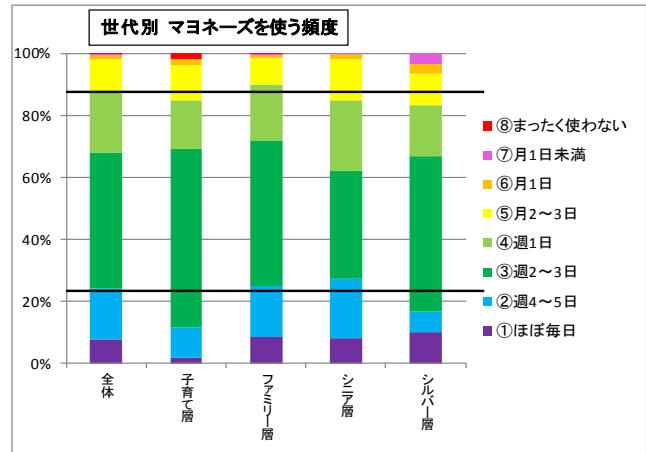
マヨネーズ利用者の嗜好などを調査し、今後の品揃えや企画、商品開発・改善に役立てる。

【回答期間】 10/3～10/12 【回答者数】 579名

■総評

(1) ※マヨネーズを購入している方に聞いているのでデータにはバイアスがかかっています。マヨネーズが「好き」は52.4%、「やや好き」32.3%、「どちらともいえない」12.2%、「あまり好きでない」2.6%でした。マヨネーズを使う頻度は「週2～3日」が43.7%で最も多く、「週1日」(19.5%)、「週4～5日」(16.2%)と続きます。世代別ではファミリー層、シニア層の頻度がやや高く、子育て層が最も低い頻度でした。ほぼ毎日使うという「ヘビユーザー」はファミリー～シルバーの3層では8～10%いるのに対し、子育て層ではわずか2%しかおらず、小さなお子さんのことを考えて使うのを控えている方が多いようです。開封後に使い切る期間は「1カ月」前後に集中していますが、ここでも子育て層が最も使い切るのが遅く、頻度の低さと合わせて使わない実態がうかがえます。

(2) 購入する頻度は「月1回」(34.6%)と「2カ月に1回」(30.2%)に集中しています。世代別ではファミリー層がやや頻度が高く、子育て層がやや頻度が低くなっています。よく利用する商品は、生協の宅配でマヨネーズを利用した方に聞いているので「COOPマヨネーズ 卵黄タイプ」が多く、「キューピーマヨネーズ」、「キューピーハーフ」、「ピュアセレクトマヨネーズ」と続きます。子育て層にはキューピー、ピュアセレクトの人気も高く、COOPと合わせた3品から価格の安いものをその都度、選んで使っているふしうかがえます。一方、「COOPハーフ マヨネーズタイプ 油ひかえめ」は全世代で「キューピーハーフ」に比べて人気が低く、利用に大きな差がついています。マヨネーズを購入する際に重視するのは「味」と「価格」で、「カロリー」や「ブランド」への執着は高くありません。若い世代は「価格」を、年配の方は「味」をより重視する傾向が見られます。



■組合員の声

- ・最後まできれいに使いきれる容器を開発して欲しいと思います。
- ・家族が少ない。高齢化すると200g～150gの少量のものが欲しい。
- ・弁当の卵焼きから和え物に少し入れたり、いろんな使い方をします。こくが出ておいしくなります。
- ・メーカーによってかなり味が違いましたので驚きました。
- ・家族にマヨラーがいるので、コレステロール・カロリーが非常に気になります。体にいいマヨネーズを販売してほしいです。
- ・出し口がもっと細かい数本状になった容器が欲しいです。
- ・マヨネーズの絞り出し口が2種類になってからは使いやすくなった。
- ・卵黄、オイルを使用しているのでどうしてもコレステロールとカロリーが気になり、それ対応のものを購入していますが、もう少し味が本来のものに近づけばと思っています。