

「子供を持つ主婦を対象とした 食品会社の企業イメージ調査」

～今後のわが家の食生活を支えるパートナーとして期待できる企業は？～

< 調査レポート >

【抜粋版】



IX Knowledge Inc.

2005年2月

I. 調査概要

1. 調査目的

子を持つ主婦を対象に、任意の食品メーカー25社について、企業イメージを聴取する。
主な検証事項は、以下の通り:

(今回対象となった)食品メーカーは、家族(子供)を支える主婦にとって、

- (1) 「今後の我が家の食生活を支えるパートナー」としては、どの程度評価されているか。
- (2) 例えば、食品の安全性確保のような社会的責任や、メーカーそのものへの親近感などのイメージについては、各メーカー毎に、どの程度認識されているのか。
- (3) (1)で評価の高かった企業TOP10は、どのような傾向が見られるか。

2. 調査方法、及び調査対象とサンプルサイズ

WEB調査

ふだん、スーパーマーケットやコンビニエンスストアで週に1回以上買い物をする、
20～59歳の主婦:1000s (有効回収/10歳きざみで250sづつ割付)

- ～ 「主婦」の定義は、20～59歳の女性で、現在同居している未婚の子が1人以上いること。就業状況は特に問わない。
- ～ 対象となる食品メーカー25社の内、いずれか1社でも認知していること。
- ～ 同居家族に、広告代理店、マスコミ関係、調査会社、食品関連会社に従事している者は除く。

3. 調査内容

- 対象25企業の認知状況 <<いずれも複数回答>>
- (認知企業についてのみ)各企業イメージ項目にあてはまる企業 <<いずれも複数回答>>
- (認知企業についてのみ)各企業の今後の我が家の食生活を支えるパートナー期待度 <<5件法、単数回答>>
- 自宅で家族揃って夕食を食べる頻度(平日/土日祝)/最近家族が揃って夕食を食べる頻度の増減認識 <<いずれも単数回答>>
- 好きな食品会社CM/好きな理由 <<いずれも自由回答>>
- 主婦自身の食や料理に関する意識/性格認識 <<いずれも複数回答>>
- フェイス質問 (年齢/就業状況/家族・同居未婚の子人数/同居の子の世代)

4. 調査対象企業

本調査に先立ち実施したプレリサーチ(※注1)で、「今後も商品を購入し続けたい食品メーカー」の聴取結果をもとに、さらに一般的な知名度や取り扱う商材を考慮して、以下の25社を選定。(50音順)

味の素／石井食品／伊藤ハム／江崎グリコ／エスビー食品
／エバラ食品工業／カゴメ／キッコーマン／キューピー／グリコ乳業
／永谷園／ニチレイ／日清食品／ニッスイ／日本ハム
／ネスレ日本／ハウス食品／マルハ／丸美屋／ミツカン
／明治製菓／明治乳業／森永製菓／山崎製パン／ロッテ

5. 調査実施時期

2004年11月下旬 ～ 2004年12月上旬

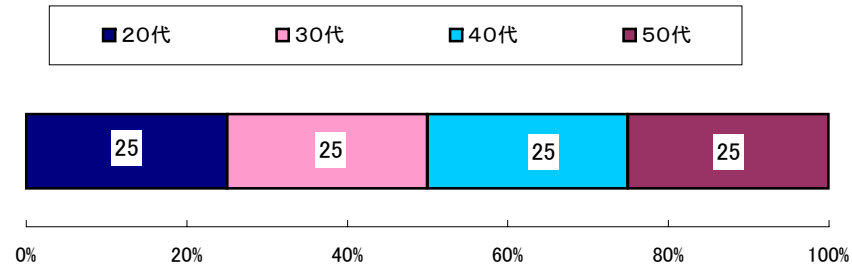
※注1) プレリサーチについて

本調査のより良い調査設計を目的に、アイエックス・ナレッジ(株)では11月上旬に、本調査と同条件の対象者に対しプレリサーチ(事前調査)を行った。
プレリサーチの主な項目は「食品メーカーのうち『今後も購入し続けたい』と思うメーカー名」、「購入しつづけたい理由」。(ともに自由回答)。有効回収1138s。
プレリサーチの結果は企業選定のほか、企業イメージ項目設定、データ分析時にも活用した。

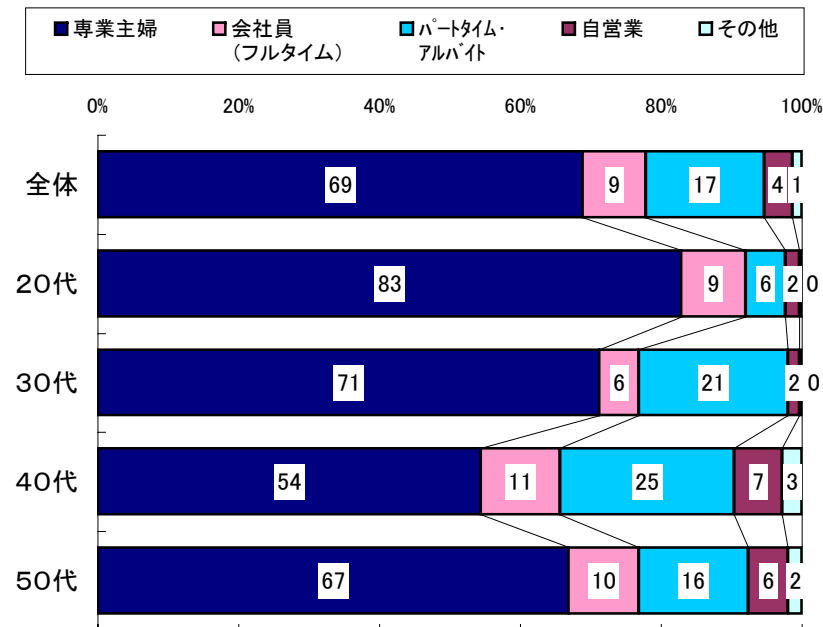
Ⅱ. 対象者特性

<対象者年代> n=1000

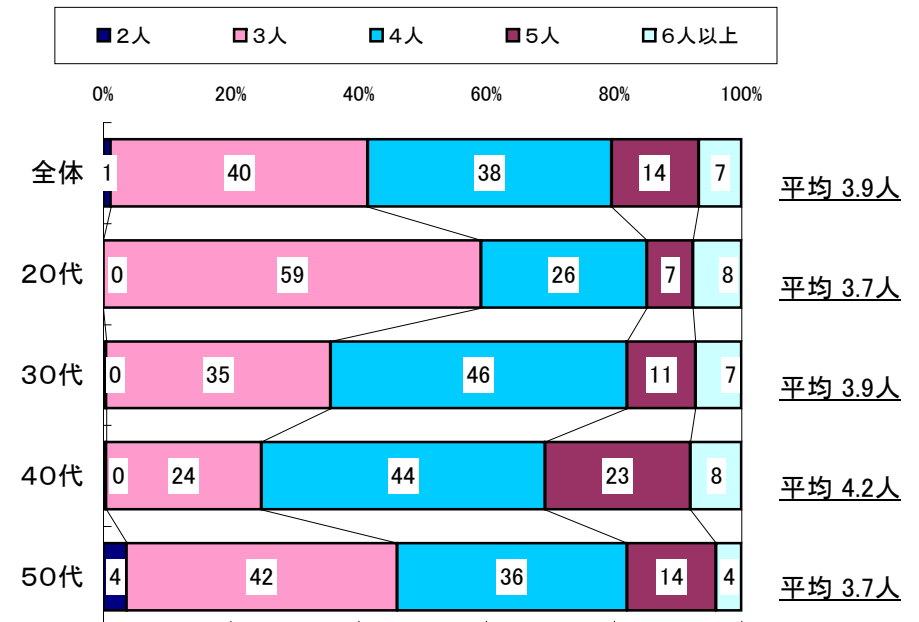
平均 39.4歳



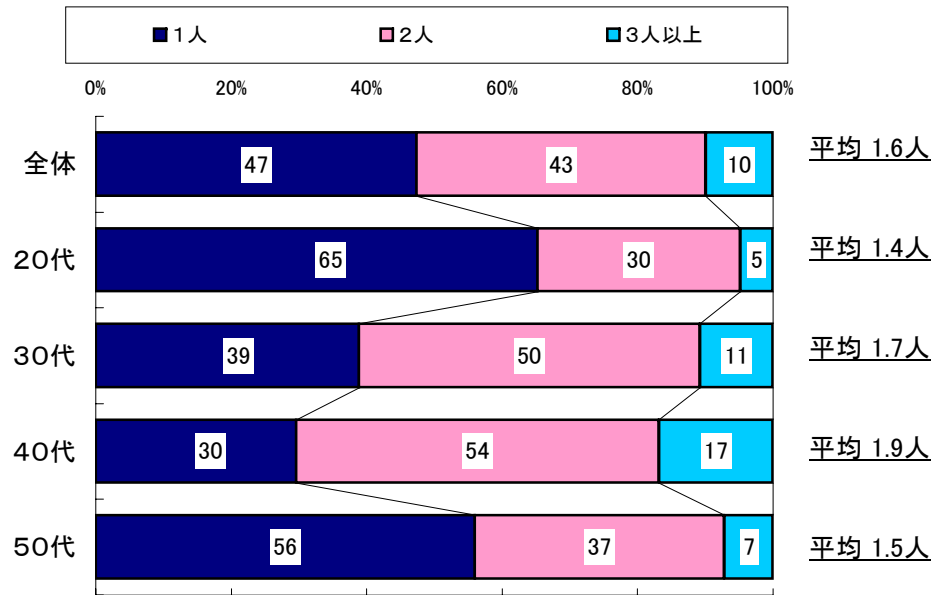
<就業状況> n=1000



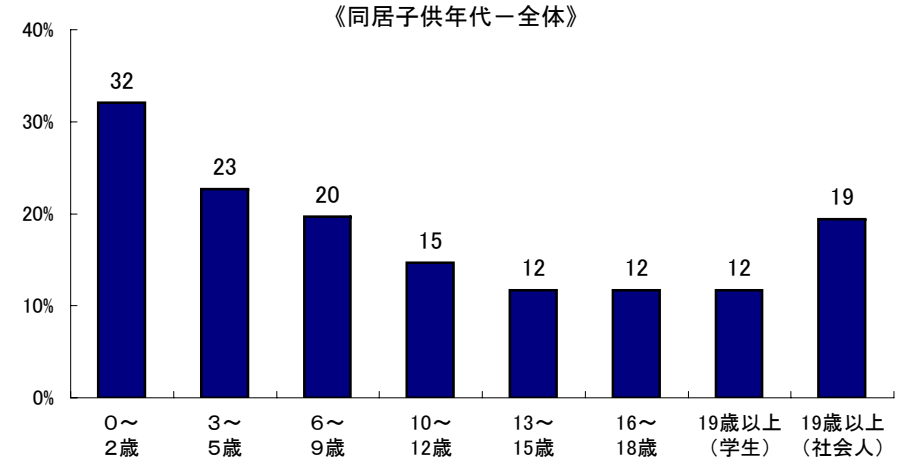
<同居家族人数> n=1000



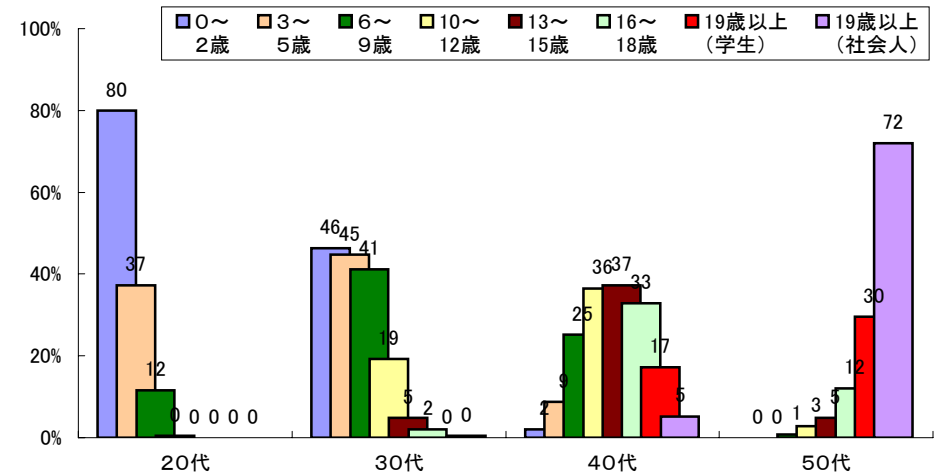
<同居する子の人数(未婚)> n=1000



<同居子供年代> n=1000



《同居子供年代—主婦年代別》



IV. 結果の分析

(1) パートナー期待度ランキング…わが家の今後の食生活を支えるパートナー、期待度1位は【キューピー】。

今回調査対象とした食品メーカー25社のうち、
「今後のわが家の食生活を支えるパートナー」としての
期待度が高かったのは、【キューピー】、【カゴメ】、【ハウス食品】、
【キッコーマン】、【味の素】の順。

(期待できる+まあ期待できるの合計値の順/メーカー認知者ベース)

上位10社には、他にも【ミツカン】(7位)、【エスビー食品】(8位)が
入っており、主として調味料を中心とした
総合食品メーカーが上位を占めている。

その一方で、即席麺中心の商品展開が特徴といえる
【日清食品】が6位、コーヒー中心の【ネスレ日本】が9位、
冷凍食品主体の【ニチレイ】が10位が入るなど、
総合食品メーカーのように幅広い分野を網羅する
企業だけでなく、“得意分野”を持つメーカーも
別の視点で支持されていることが窺える。

製菓メーカー各社は、「パートナー期待度」の点で、
総合食品メーカー群よりも下位の結果となっている。

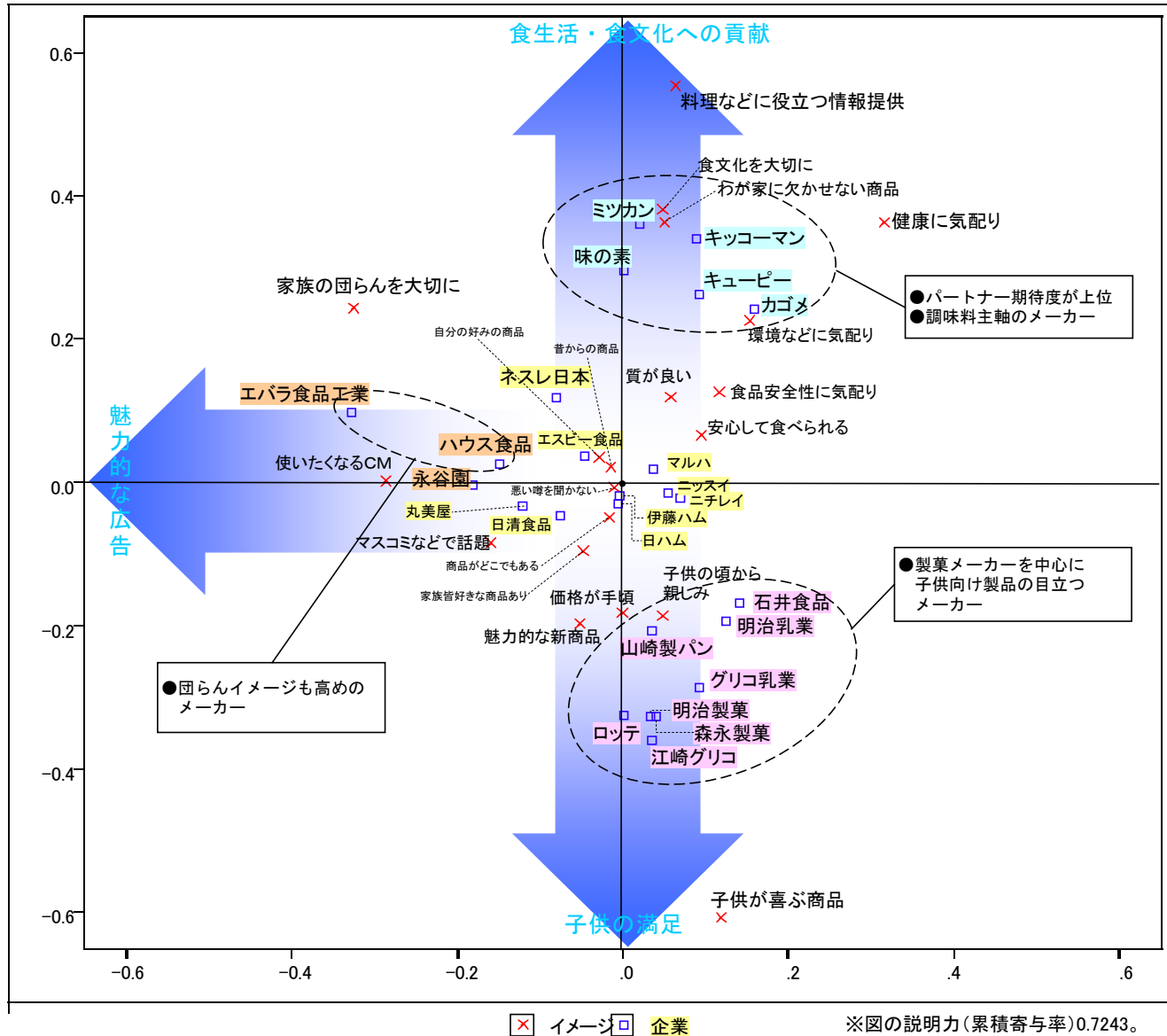
また畜肉および水産メーカーについては、パートナー期待度、
および他イメージ項目においても、他の対象企業と比較して、
スコアが相対的に低い結果となっている。

【今後の食生活パートナー期待度/ランキング表】

| 順位 | メーカー名 | メーカー 認知者 | 期待できる +まあ期待できる | 期待できる | (%) |
|----|---------|-------------|-------------------|-------|-----|
| 1 | キューピー | (997人) | 88.5 | 49.0 | |
| 2 | カゴメ | (994人) | 84.7 | 39.6 | |
| 3 | ハウス食品 | (987人) | 80.2 | 38.1 | |
| 4 | キッコーマン | (991人) | 79.3 | 37.7 | |
| 5 | 味の素 | (993人) | 77.0 | 37.7 | |
| 6 | 日清食品 | (987人) | 76.6 | 33.1 | |
| 7 | ミツカン | (988人) | 76.4 | 34.2 | |
| 8 | エスビー食品 | (973人) | 68.7 | 20.0 | |
| 9 | ネスレ日本 | (950人) | 68.2 | 30.9 | |
| 10 | ニチレイ | (971人) | 67.7 | 23.6 | |
| 11 | 永谷園 | (994人) | 67.3 | 22.6 | |
| 12 | 明治製菓 | (971人) | 66.8 | 23.8 | |
| 13 | 森永製菓 | (980人) | 65.9 | 23.4 | |
| 14 | 山崎製パン | (980人) | 65.8 | 25.5 | |
| 15 | エバラ食品工業 | (973人) | 65.2 | 20.2 | |
| 16 | 明治乳業 | (976人) | 64.3 | 21.7 | |
| 17 | ロッテ | (985人) | 63.2 | 23.4 | |
| 18 | 丸美屋 | (957人) | 61.8 | 20.5 | |
| 19 | 江崎グリコ | (980人) | 59.0 | 19.7 | |
| 20 | ニッスイ | (933人) | 57.6 | 18.5 | |
| 21 | グリコ乳業 | (959人) | 56.2 | 17.8 | |
| 22 | 日本ハム | (977人) | 55.4 | 18.8 | |
| 23 | 伊藤ハム | (978人) | 55.1 | 16.0 | |
| 24 | マルハ | (844人) | 45.5 | 12.9 | |
| 25 | 石井食品 | (536人) | 41.6 | 11.6 | |

(注) 「順位」は、期待+まあ期待スコアの高い順。

(2) コレスポネンス分析による、食品メーカーと企業イメージとの関連性分析



対象企業25社、イメージ項目20項目の関連性をコレスポネンス分析によって見てみた。

◎イメージは、「食生活への情報提供」、「子供の満足」、「魅力的な広告」といった方向に大別される。

- ・パートナー期待度の高い調味料を主軸とするメーカーは、「食生活への情報提供」の方向へ固まっており、「我が家に欠かせない」や「食文化を大切にしている」といった項目と近い位置関係。
- ・「エバラ食品工業」「永谷園」「ハウス食品」といったメーカーは、「使いたくなるCM」や「家族の団らん」と関連性が強い様子。
- ・製菓メーカーを中心に子供向け製品の目立つメーカーは「子供の満足」の方向へ固まったほか、「価格が手頃」や「子供の頃から親しみがある」といった項目とも近い。

【今後の食生活のパートナー期待度RANK】

| RANK | メーカー | 期待度 | |
|------|-----------|-----|------|
| | | (人) | (%) |
| 1 | 【キューピー】 | 997 | 88.5 |
| 2 | 【カゴメ】 | 994 | 84.7 |
| 3 | 【ハウス食品】 | 987 | 80.2 |
| 4 | 【キッコーマン】 | 991 | 79.3 |
| 5 | 【味の素】 | 993 | 77.0 |
| 6 | 【日清食品】 | 987 | 76.6 |
| 7 | 【ミツカン】 | 988 | 76.4 |
| 8 | 【エスビー食品】 | 973 | 68.7 |
| 9 | 【ネスレ日本】 | 950 | 68.2 |
| 10 | 【ニチレイ】 | 971 | 67.7 |
| 11 | 【永谷園】 | 994 | 67.3 |
| 12 | 【明治製菓】 | 971 | 66.8 |
| 13 | 【森永製菓】 | 980 | 65.9 |
| 14 | 【山崎製パン】 | 980 | 65.8 |
| 15 | 【エバラ食品工業】 | 973 | 65.2 |
| 16 | 【明治乳業】 | 976 | 64.3 |
| 17 | 【ロッテ】 | 985 | 63.2 |
| 18 | 【丸美屋】 | 957 | 61.8 |
| 19 | 【江崎グリコ】 | 980 | 59.0 |
| 20 | 【ニッスイ】 | 933 | 57.6 |
| 21 | 【グリコ乳業】 | 959 | 56.2 |
| 22 | 【日本ハム】 | 977 | 55.4 |
| 23 | 【伊藤ハム】 | 978 | 55.1 |
| 24 | 【マルハ】 | 844 | 45.5 |
| 25 | 【石井食品】 | 536 | 41.6 |

報告プレゼンテーションも無料で実施いたします。

どうぞお気軽にお問い合わせください。

アイエックス・ナレッジ株式会社

特販事業部 マーケティングビジネスユニット営業担当

Tel. 03-6400-7016

Email. mbu@ikic.co.jp

<http://www.ikic.co.jp>

〒108-0022

東京都港区海岸3-22-23 MSCセンタービル

設立 1979年6月
資本金 11億8千万円
従業員数 1,287名(2008年4月1日現在)

加盟団体:
日本マーケティングリサーチ協会
消費者行動研究学会
行動計量学会(賛助会員)
情報サービス産業協会
日本情報処理開発協会


証券コード: 9753



IX Knowledge Inc.