

News Release

2023年5月29日 / マルコメ株式会社

大豆ミートの現在を調査しました。

リピーター層は「ストック・買い置き・お肉がない時」

トライアル層は「ダイエット・ヘルシー（な食事をした時）」



マルコメ株式会社（本社：長野市、代表取締役社長：青木時男）は、毎月29日「肉の日に大豆ミートプロジェクト」のモニター企画にダイズラボ「大豆のお肉」を提供しています。2年目となる今年、参加者にアンケート調査を実施したところリピーター層とトライアル層で使用シーンが違うなどの結果が判明しました。

「大豆のお肉」4種を500人にモニター提供

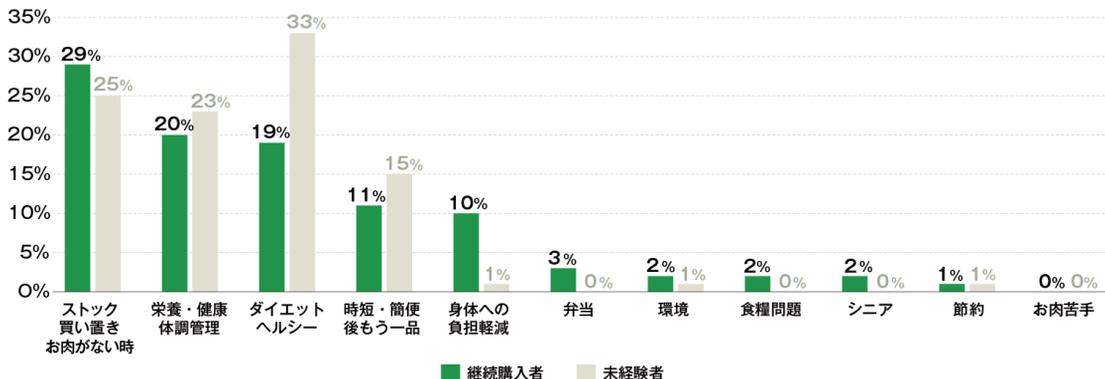
当社は料理SNS「SnapDish（スナップディッシュ）」を運営するスナップディッシュ株式会社（所在地：東京都武蔵野市、代表取締役：舟田善）と大豆ミート商品を展開するメーカー6社2団体が推進する「肉の日に大豆ミートプロジェクト」

（https://cms.snapdish.co/plant_based_meat）に参加しています。2023年3月は肉の日にダイズラボ「大豆のお肉」4種を500名のスナップディッシュユーザーにモニター提供、アンケート調査を実施しました。（有効回答数：357人）

継続購入者と未経験者の活用シーンに違いが

アンケート調査ではリピーター（継続購入者 n = 102、回答者全体の29%）と初めて使った人（未経験者 n = 89、回答者全体の25%）の「大豆のお肉」の活用シーンを比較しました。継続購入者は「ストック・買い置き・お肉がない時」（29%）が最多となり、未経験者は「ダイエット・ヘルシー（な食事をした時）」（33%）が最多となりました。継続購入者は「身体への負担を軽減したい時」（10%）が未経験者と比較して高く、使い慣れているからこそ気づくことができた活用シーンと言えます。スナップディッシュへの投稿は「お肉だと思って完食」「また食べたいとリクエスト」「子どもが大絶賛」「ご飯おかわり」など、家族からの好反応や、お肉を切らした時（保存）、買い物に行けない時、油污れが少ない（洗い物・掃除の手間なし）、加熱調理時間の短縮など、さまざまなシーンで「時短」「手間なし」といった利便性に多くの言及が見られました。

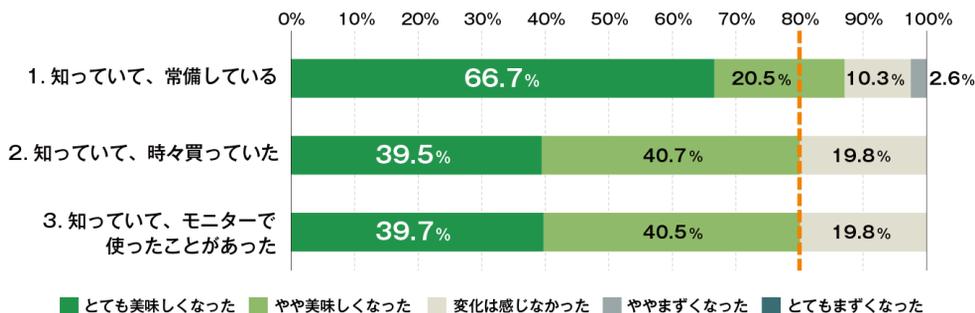
大豆のお肉活用シーン



リピーターから高評価の新商品「大豆のお肉 スライス」

大豆特有の香りを約70%カットして、こま切れ肉のような使いやすさが好評の新商品「大豆のお肉 スライス」について「大豆のお肉」シリーズの喫食経験がある人(n=236、回答者全体の67%)から「(従来品より)美味しくなった」の評価が80%超でした。さらに「大豆のお肉」を「知っていて、常備している」人の7割弱が「とても美味しくなった」との最高評価を選ぶ結果となりました。投稿やコメントからは、よりお肉に近づいた食感、やわらかさ、丸大豆素材の美味しさ、原材料のシンプルさなど、さまざまな評価が寄せられました。

新商品「大豆のお肉スライス」は、従来品と比較していかがでしたか？



知っていて、常備している n = 39 知っていて、時々買っていた n = 81、知っていて、モニターで使ったことがあった n = 106

今回のモニター企画で「マルコメ・大豆のお肉シリーズを家族や友人に勧めたいか」を尋ねた他者推奨意向 (NPS®) の値「19」は、「肉の日に大豆ミートプロジェクト」が2023年4月に行った調査「大豆ミート食卓白書」(<https://corp.snapdish.jp/pressrelease20230317/>) の「大豆ミートを家族や友人に勧めたいか」の結果「-25」を大きく上回り、より推奨意向が高い商品であることがわかりました。商品そのものの美味しさや利便性、使い方や楽しみ方を料理投稿でコミュニケーションすることで、気づきや成功体験につながったと考えられます。

調査概要

- ・調査方法：SnapDish登録ユーザー500名にメールとアプリ内通知で募集
- ・調査期間：2023年4月12日～4月19日
- ・回答人数：357名

※小数点以下を四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。

画像データは、マルコメ公式サイト>ニュース>ニュースリリース内の「画像のみダウンロード」ボタンから取得できます。

報道関係者様

マルコメ株式会社
マーケティング部
広報宣伝課 其田、多和
[お問い合わせフォーム](#)

個人のお客様

マルコメお客様相談室
0120-85-5420
月～金 9:00～17:00
(土・日・祝日・お盆・年末年始を除く)