

【セグメンテーション分析】

「NRC食クラスター」のご紹介

◆セグメンテーション分析とクラスター分析

マーケティングリサーチの分析手法の一つに、「セグメンテーション分析」がありますが、これには「**クラスター分析**」がよく利用されています。

クラスター分析とは、マーケティングに関係する多変量のデータから、類似性の高い人を集めてグループ（クラスター）を作る手法です。人をセグメンテーションすることで、効率的なマーケティング活動をすることが可能になります。

このクラスター分析を使ったセグメンテーションの事例として、弊社で作成した「**NRC食クラスター**」をご紹介します。

これは、生活の最も基本的なテーマである「食」に注目し、その嗜好性や意識の違いによって生活者をセグメントしたものです。

全国の15～79歳男女に対して、食生活や食意識に関する質問を行い、クラスター分析の結果から7つの食クラスターを作成しました。

◆NRC食クラスター 作成手順

全国の15～79歳男女2,350人のデータを対象に、次の4ステップから作成しました。

【分析対象】

2015年4月と5月に、
調査員を使った訪問留置法で、
食に関する調査を実施。



全国の15～79歳男女
2,350人の食意識データ

Step1) 因子分析

食生活に関する質問15項目について因子分析を行い、次の5因子を抽出。

因子1：安全性志向

因子2：食探究志向

因子3：食に低関与

因子4：ファストフード利用

因子5：栄養バランス意識

Step2) クラスタ分析

5因子を用いてクラスタ分析を行い、次の7つのクラスタを作成。

「アクティブ食マイスター」

「外食グルメチャレンジャー」

「健康第一おふくろの味」

「個食のアンチグルメ」

「内食コンサバティブ」

「自由奔放お手軽食」

「平均的日本人」

Step3) クラスタプロフィール

7クラスタについて各プロフィールを分析し、次の3つのマップを作成。

食クラスタマップ① 【ポジショニング】

食クラスタマップ② 【属性との関係】

食クラスタマップ③ 【食のキーワード】

Step4) クラスタ判定式

食質問10項目で、7つの食クラスタを判定できる式を作成。

“あなたはどの食クラスタに該当するか？”

◆NRC食クラスターの特長

<データについて>

- ・分析に利用したデータは、**全国15～79歳男女2,350名**を対象に、**訪問留置**で取得しました。
(インターネットのモニター調査ではなく、調査員が訪問してアンケートを依頼する訪問留置法で実施していますので、ふだんインターネットを利用していない人も調査対象者に含まれています)
- ・調査は、**日本の性別・年齢別、エリア・都市規模別人口構成比に基づく割当回収**を行っており、**全体の結果は、日本人の食意識・食実態を代表している**と言えます。

<分析・作成方法について>

- ・分析手順は、一般的によく行われている、**因子分析→クラスター分析**にて実施。
- ・7クラスターの特長を俯瞰的に把握するため、**因子スコアでMDS分析**を行い、さらにそれを概念的なマップに加工しました。
(⇒**マップ①ポジショニング**)
因子スコア以外の食プロフィールについては、特徴的な傾向をキーワードとして整理。(⇒**マップ③食のキーワード**)
- ・「食」とは、そもそも男女や年齢による違いが顕著であり、こうしたデモグラフィック（属性）データとの関係を見るために、**食クラスターと基本属性マップ**を作成。(⇒**マップ②属性との関係**)
- ・一方で、男性と女性では、「料理や調理」に関する態度や意識が大きく違うため、料理に関する項目は今回の分析対象から除外しています。
- ・**クラスター判定式を作成し**、簡単なアンケートに答えるだけで、この「食クラスター」の判定ができるようにしました。

◆NRC食クラスター 7つのクラスター俯瞰

【食クラスターマップ① ポジショニング】

7つのクラスターの概要は以下の通りでした。

「**アクティブ食マイスター**」は、食にお金と手間をかけてもよいと考えている、食に対してこだわりの強いクラスターです。

「**個食のアンチグルメ**」は、お腹がいっぱいになればよしと考えるような、食に無頓着なクラスターです。

この2つのクラスターは、食へのこだわり度（食コミットメント）が大きく違っており、マップ上では対極に布置されました。

「**外食グルメチャレンジャー**」は、新しい食の情報やお店に関心が高く、新しいものを受容する意識が高いクラスターです。

「**内食コンサバティブ**」は、新しい食や外食には興味が薄く、むしろ食べ慣れないものや変わったものを嫌う保守的クラスターです。

この2クラスターは、新しい食への興味関心が高いか、低いかで分かれています。

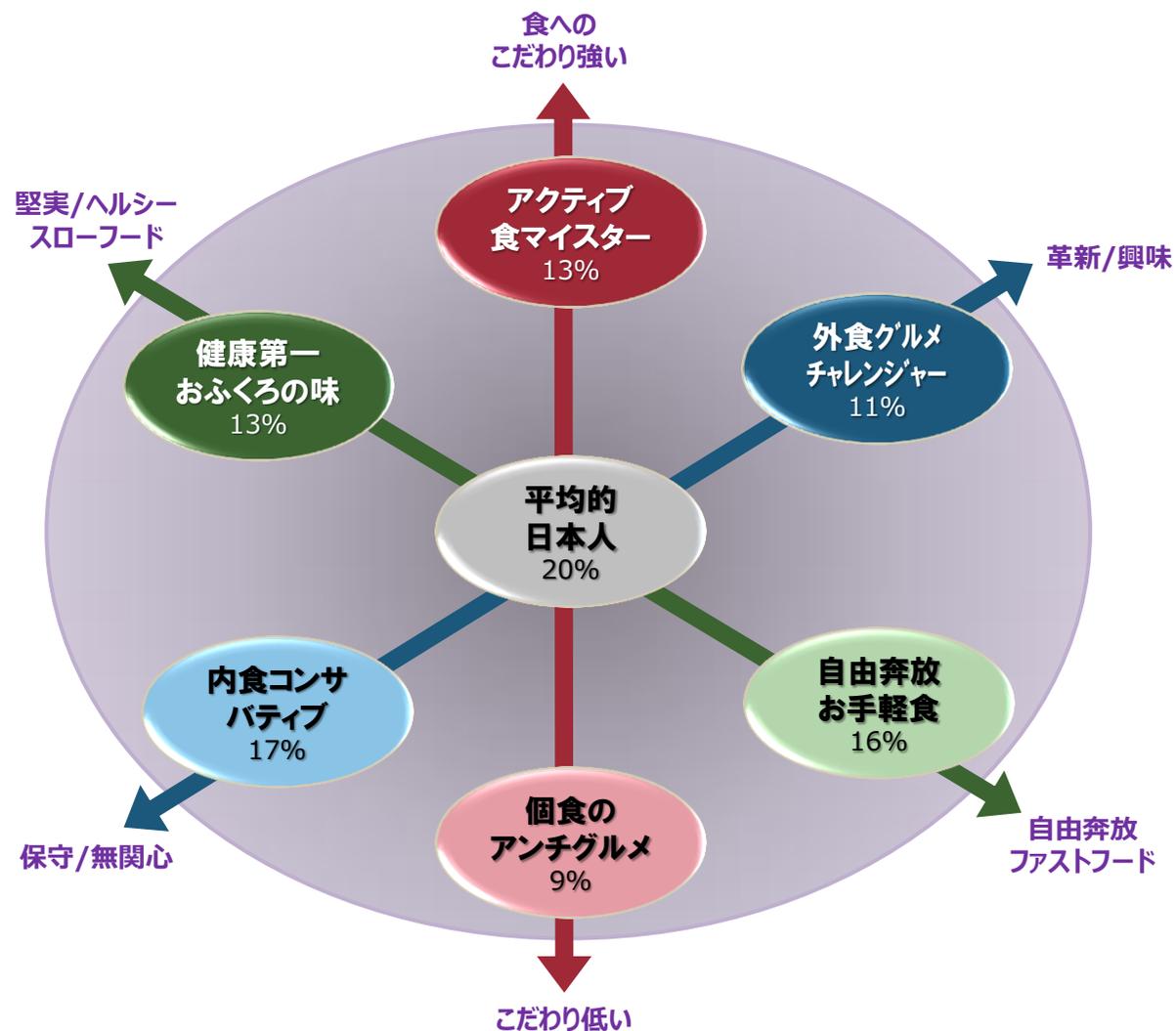
「**健康第一おふくろの味**」は、食の安全性を気にしつつ、栄養バランスの良い食生活を心がけているヘルシーなスローフード志向派です。一方で、

「**自由奔放お手軽食**」は、安全性や栄養バランスはあまり気にせず、食べたいものを自由に食べているファストフードOKのクラスターです。

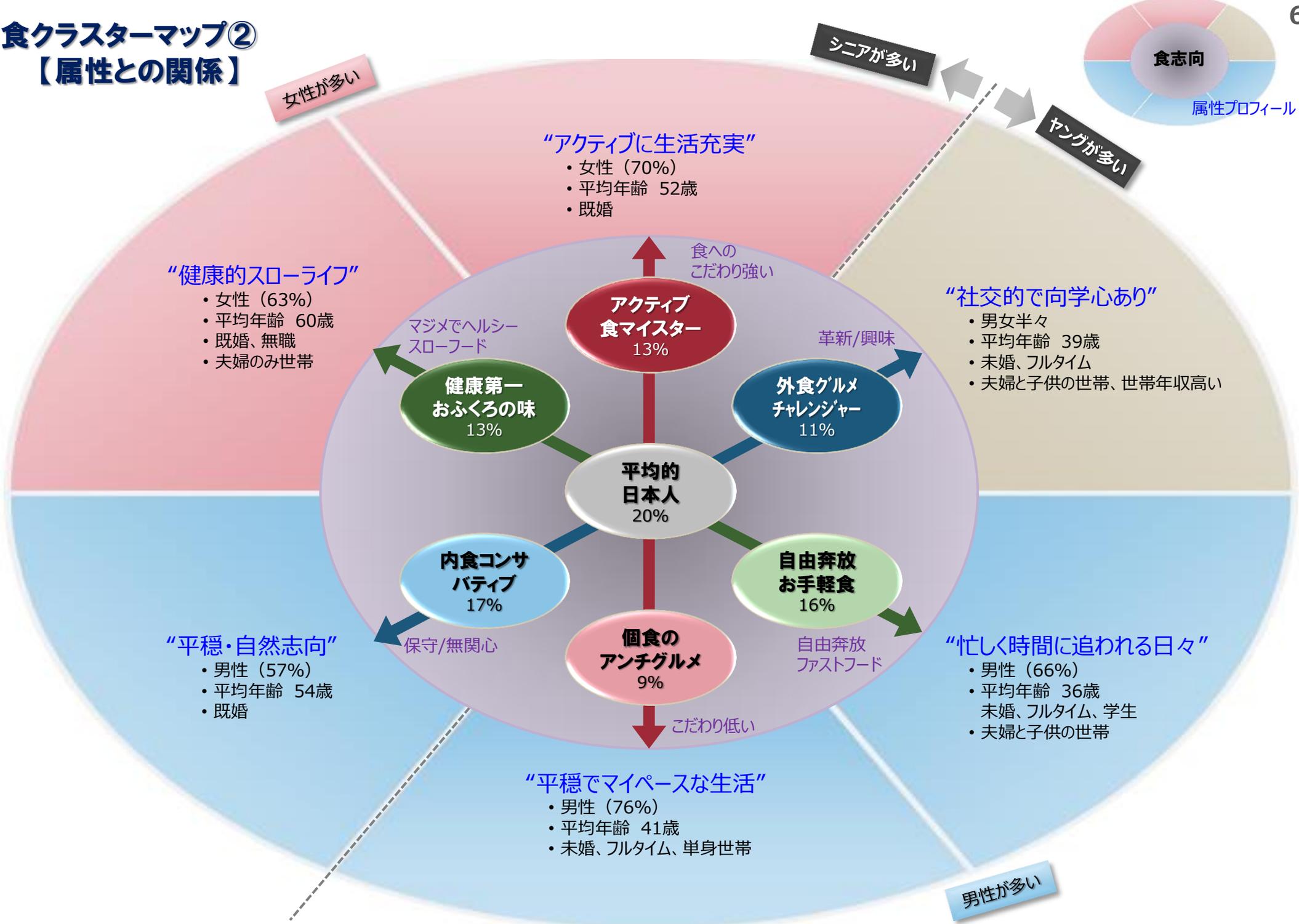
この2クラスターは、堅実でヘルシーなスローフードか、自由奔放にファストフード利用かで、志向性が違います。

「**平均的日本人**」は、ほとんどの傾向が平均的で、これといった特長がみられないクラスターです。

全体の20%と、ボリュームが一番多くありました。



食クラスターマップ② 【属性との関係】

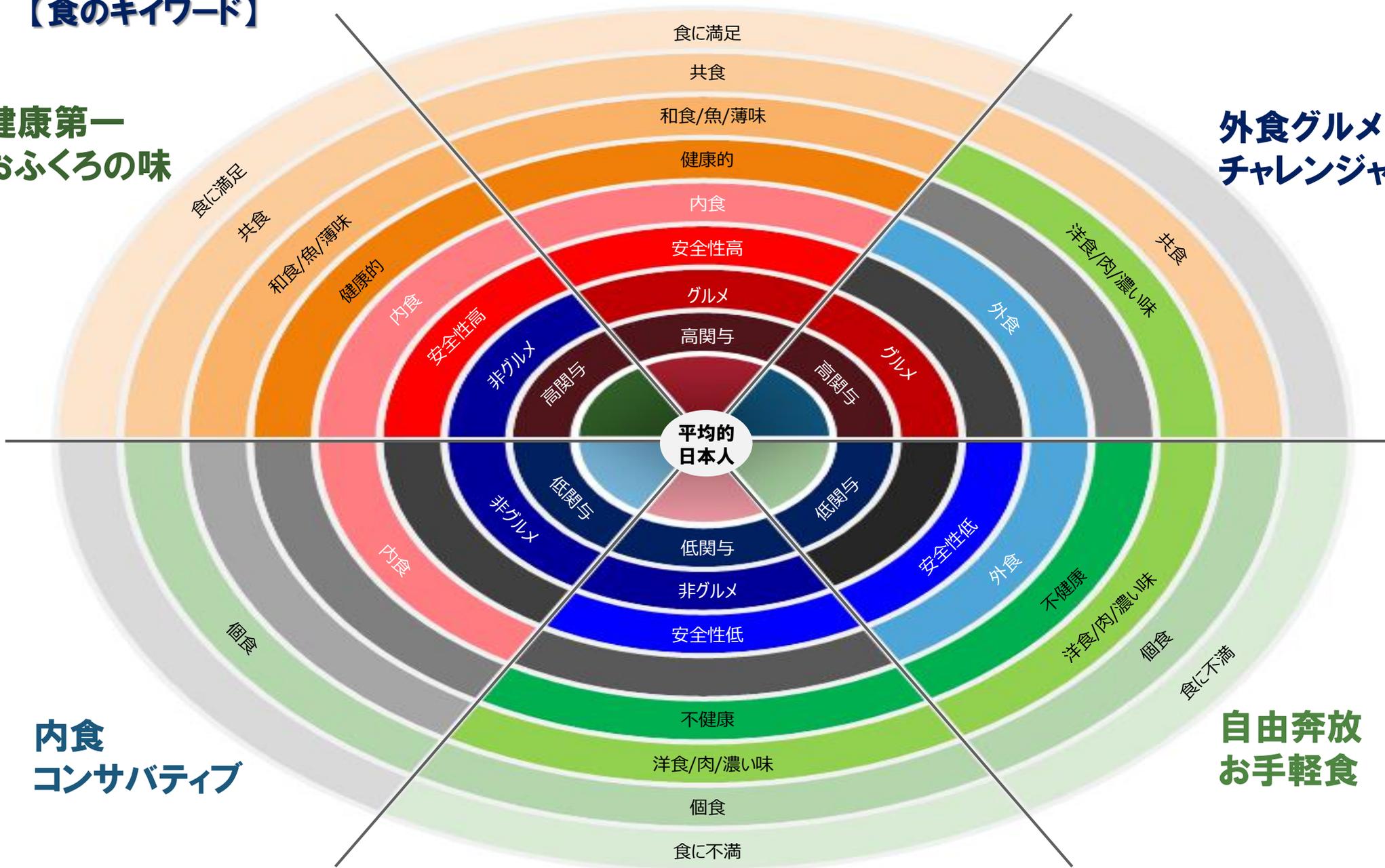


食クラスターマップ③ 【食のキーワード】

アクティブ食マイスター

健康第一
おふくろの味

外食グルメ
チャレンジャー



内食
コンサバティブ

自由奔放
お手軽食

個食のアンチグルメ

【7つの食クラスター 詳細プロフィール】

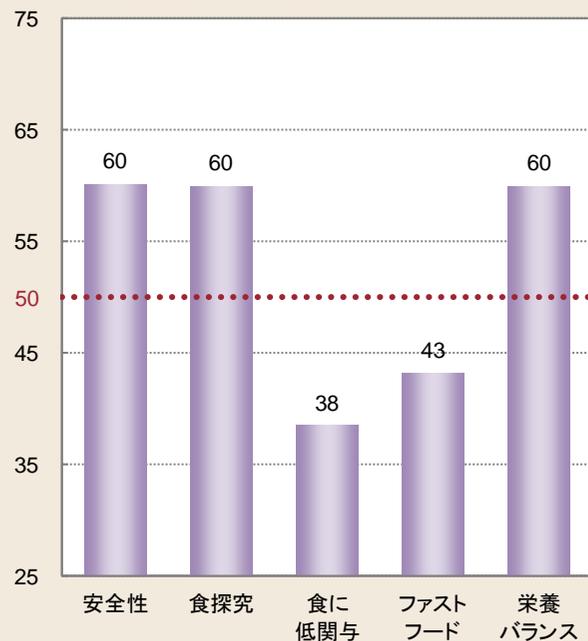
アクティブ食マイスター

食にお金と手間をかけてもよいと考えており、食に対してこだわりの強いクラスター。
食生活のバラエティが豊富で、外食グルメも家で料理をすることも好き。健康を意識し、安全性にも気を付けている。
ホームパーティや大勢で食事をするなど食を通じたコミュニケーションも活発。

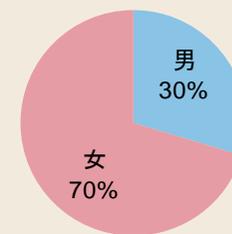
構成比 13% (推計1,360万人)



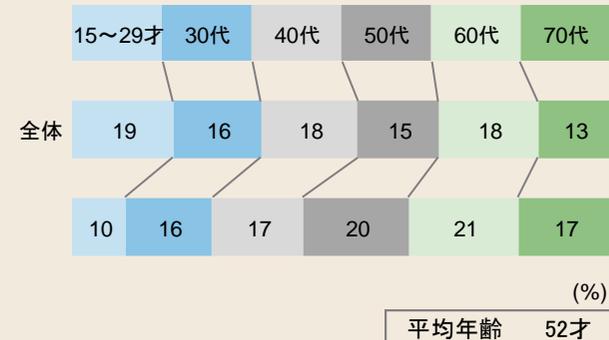
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



◆ 食生活

- 安全性、食探究、栄養バランス因子のスコアが高く、ファストフード利用、食に低関与因子のスコアが低い（**食に高関与のクラスター**）。
- 家で手作り料理を食べている一方、高級レストランなど外食への関心も高く、家族いっしょの食事の他、ホームパーティや大勢で食事をする事も多い。また、食についてTVや雑誌を見るのが好きで、食について人とよく話をする。
- 和食メニューが多く、薄味派で、三食規則正しく食べるなど健康への配慮が高い。食品の賞味期限や、無農薬や有機栽培など安全性も気にしている。安すぎる食品は買わない、おいしいものにお金をかけてもよいなど、総じて食へのこだわりが強く、今の食生活に満足している。
- 魚料理や乳製品、果物を食べる事が多い。食品のコンビニ利用が少ない。

◆ 基本属性

- 女性が多い。
- 50代以上が57%と多い。
- 既婚が多い。
- 夫婦だけの世帯が他のクラスターに比べて多い。

◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 健康で規則正しい生活をしている。
- 定期的に運動し、外出が多く、熱中する趣味があるなど総じてアクティブ。
- 知識や教養を身につけるよう努力しており、社交的で人との付き合いが苦にならない。おしゃれで流行にも敏感。
- 値段が高くても品質の良いものや環境にやさしい商品を買うようにしている。情報はテレビからが多い。

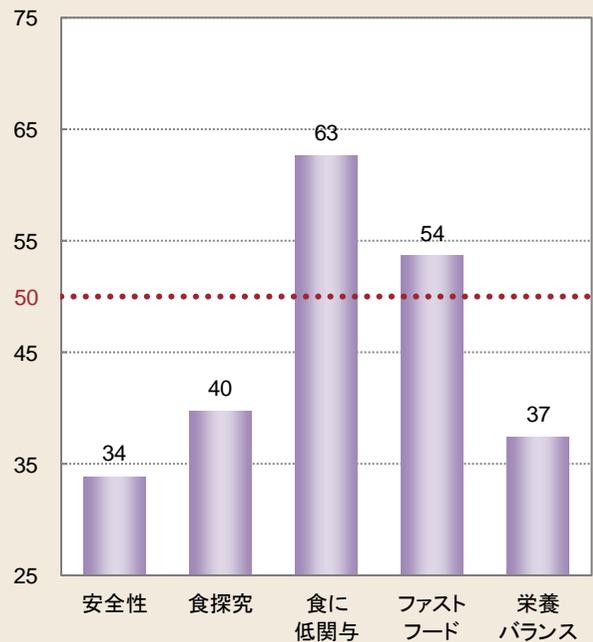
個食のアンチグルメ

お腹がいっぱいになればよしと考えるような、食に無頓着なクラスター。
 食へのこだわりが低く、食事に時間やお金をかけることがイヤ。濃い味や肉が好きで、健康意識は低い。
 食べ慣れていないものを敬遠し、食を通じたコミュニケーションも希薄など、自由でマイペースな食生活である。

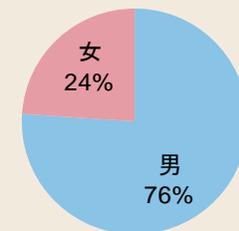
構成比 9% (推計914万人)



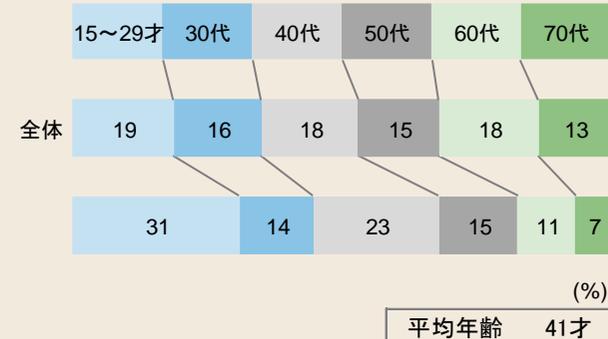
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



◆ 食生活

- 食に低関与、ファストフード利用因子のスコアが高く、安全性、食探究、栄養バランス因子のスコアが低い（**食に低関与なクラスター**）。「アクティブ食マイスター」の対極にあり、食へのこだわりが低い。
- 大勢で食事をしたり、家族と一緒に食事をすることが少ない。健康のために積極的に食べているものや制限しているものがない。また、脂っこい、こってりしたものや濃い味が好きで、インスタント食品をよく利用している。一方で、好き嫌いが多く、食べ慣れないものや変わったものを嫌う。おいしいものを食べることにお金をかけず、食品の賞味期限や安全性を気にしていないなど、自由でマイペースな食生活と言える。
- 夕食の主菜は肉料理、お菓子は洋菓子が好み。魚料理や乳製品、果物を食べるのが少ない。コンビニで食べ物を買うことが多い。

◆ 基本属性

- 男性が多い。
- 20代以下と40代が多い。
- 未婚、単身世帯が他のクラスターに比べて多い。
- 有職、特にフルタイムが多い。

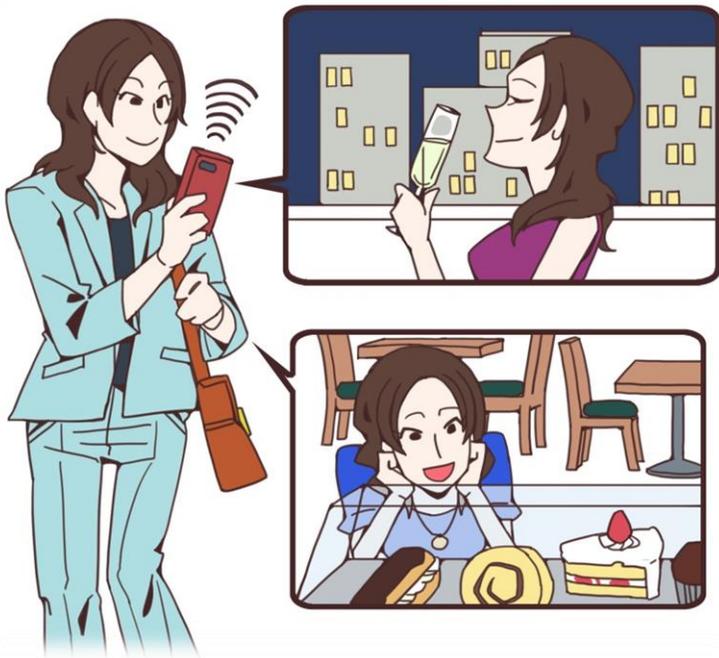
◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 健康的な生活や規則正しい生活を心がけているとは言えず、定期的に運動やスポーツも行っていない。
- 外出することが少なく、グループ内のリーダー役はやりたくないなど、人との付き合いが苦手。
- 流行を追うよりも、変化のない穏やかな生活を望んでいる。

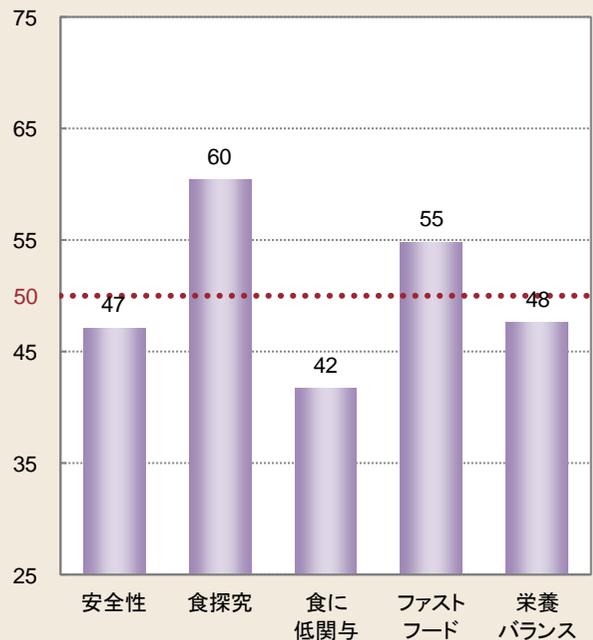
外食グルメチャレンジャー

食情報やお店への関心が高く、新しいものを受容する意識が高いクラスター。
新しい食や店について情報のアンテナを張っている外食派。食べ慣れないものに受容性がある。
安全性や栄養バランスへの態度は平均的。

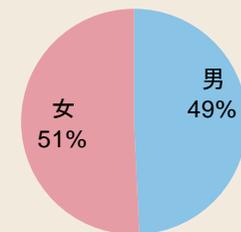
構成比 11% (推計1,141万人)



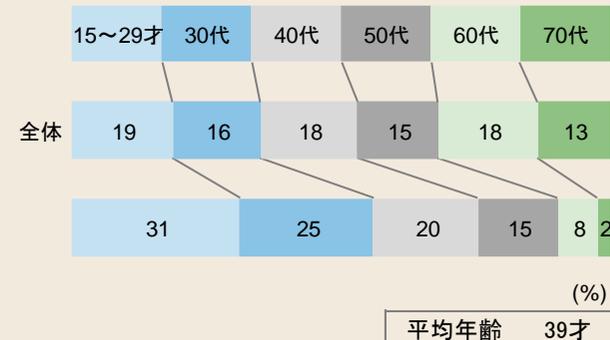
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



◆ 食生活

- 食探究、ファストフード利用因子のスコアが高く、食に低関与因子のスコアが低い (**食に高関与なクラスター**)。
- 外食が多く、たまには高級レストランやプチ贅沢な食事をしたいなど、外食についての反応がアクティブ。パン屋、ベーカリーもよく利用している。
- 食べ慣れないものや変わったものにも受容性があり、新しい食を開拓できるチャレンジャー。食に関してTVや雑誌を見るのが好きで、食べ物について人とよく話をしている。
- ランチは洋食、お菓子は洋菓子、ステーキはレアが好み。友人知人と外食が多い、コンビニで食べ物を買うことが多い。

◆ 基本属性

- 男女半々
- 若年層 (30代以下) が56%と半数以上。
- 未婚が他のクラスターに比べて多い。
- 有職、特にフルタイムが多く、世帯年収が高い。
- 夫婦と子供の世帯が半数以上と多い。

◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 外出をよくする。
- 知識や教養を身につけるよう努力しており、社交的で人との付き合いが苦ではない。
- 流行に敏感で、値段が高くても品質の良いものを買う。
- インターネットから情報を得ることが多い。

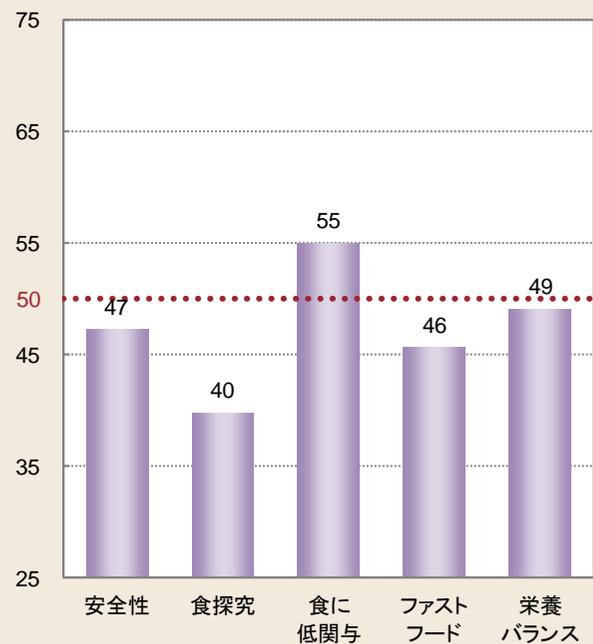
内食コンサバティブ

食に低関与で、食べ慣れないものや変わったものを嫌う保守的のクラスター。
新しい食や外食に興味は薄く、家で出されるごはんに満足している。
食べ慣れないものや変わったものを嫌い、食に対して保守的。

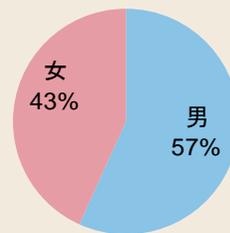
構成比 17% (推計1,677万人)



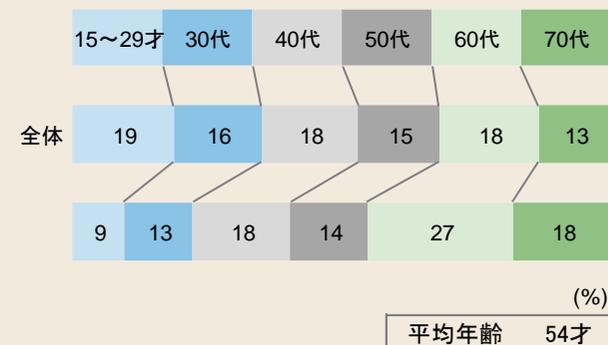
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



◆ 食生活

- 食に低関与因子のスコアが高く、食探究因子のスコアは低い（**食に低関与なクラスター**）。「外食グルメチャレンジャー」の対極にあり、食に関する反応が薄い。
- おいしいものにお金をかけたり、たまには高級レストランなど贅沢な食事をしたとは思っていない。また、外食やパン屋、ベーカリーの利用も少なく、食べ物について人と話をすることが少ない。
- 食べ慣れないものや変わったものは嫌っており、食について保守的な様子が見えがえる。
- 朝食は、パンよりごはん派。

◆ 基本属性

- 男性が多い。
- 若年が少なく、シニア層（特に60代）が多い。
- 既婚が多い。
- 無職、夫婦だけの世帯が他のクラスターに比べて多い。

◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 運動やスポーツはあまり行っておらず、外出も少ない。人との付き合いが積極的でない。
- 社会的な成功や出世には関心がなく、変化のない穏やかな生活や、都会よりも自然に囲まれた生活を望んでいる。
- 男女の性別役割分業を支持。
- ネットから情報を得ることは少ない。

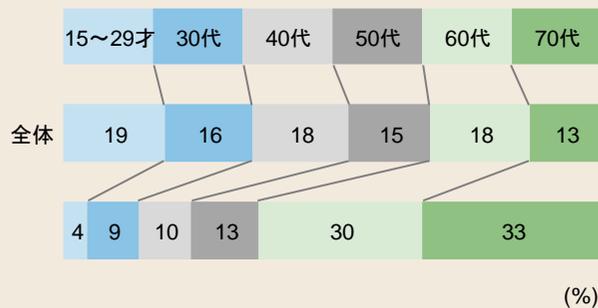
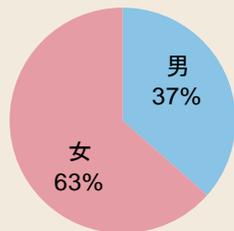
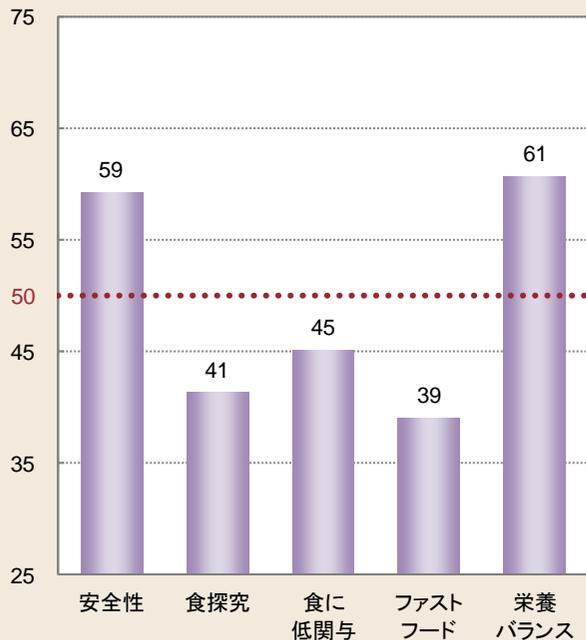
健康第一おふくろの味

食の安全性を気にしつつ栄養バランスの良い食生活を心がけているスローフード志向のクラスター。
安全性と栄養バランス重視で、和食・薄味・腹八分目、三食欠かさず規則的な食生活を送っている堅実派。
外食や中食はせず、ウチで手作り料理をしている。

■ 食因子プロフィール（偏差値）

■ 性別

■ 年代



平均年齢 60才

構成比 13% (推計1,339万人)



◆ 食生活

- 安全性、栄養バランス因子のスコアが高く、食探究、ファストフード利用、食に低関与因子のスコアが低い（**食に高関与なクラスター**）。
- 肉より魚、洋食より和食派である。甘いものやスナック菓子はあまり食べず、薄味、腹八分目、三食欠かさず規則的な食事をするなど、健康的な食生活をしている。外食、中食（市販の惣菜）、インスタント食品の利用が少なく、手作り料理が中心。食生活の満足度は高い。また、食の賞味期限を気にしており、無農薬や地元でとれたものを食べるようにしている。
- ランチは和食、夕食の主菜は魚料理、お菓子は和菓子が好み。魚料理、乳製品、果物を食べるが多い。家族や友人知人等との外食が少なく、コンビニで食べ物を買うことが少ない。

◆ 基本属性

- 女性が多い。
- シニア（60～70代）が64%と過半数。
- 既婚が多い。
- 夫婦だけの世帯が多い。
- 無職が多い。

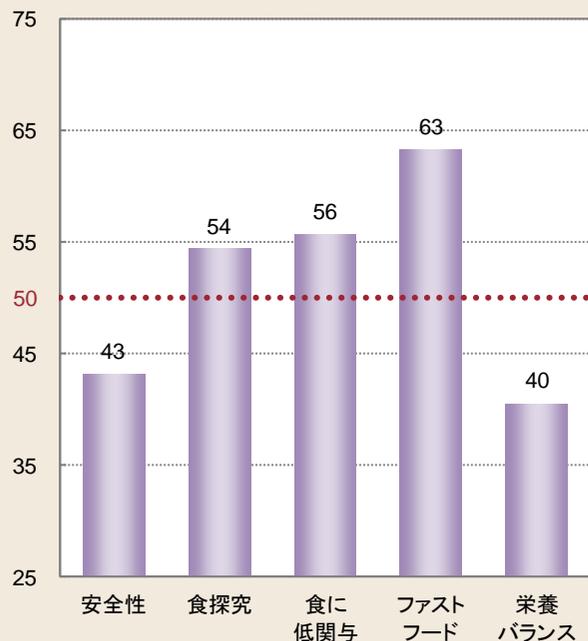
◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 健康的で規則正しい生活をしている。
- 社会的な成功や出世への関心が低い。忙しくて時間に追われることがなく、日々ストレスを感じる事が少ない。都会より自然に囲まれたスローライフ生活を望んでいる。
- 環境にやさしい商品を買うようにしている。
- ネットから情報を得ることは少ない。

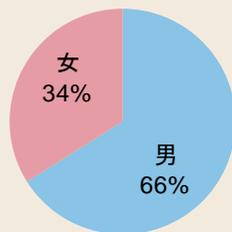
自由奔放お手軽食

安全性や栄養バランスをあまり気にせず、食べたいものを自由に食べているジャンクフードOKのクラスター。ファストフード店の利用が多い。栄養バランスを気にせず、脂っこいもの、甘いもの、スナック菓子など、食べたいものを食べたい時に自由に食べている。外食や中食が多く、手作り料理は少ない。

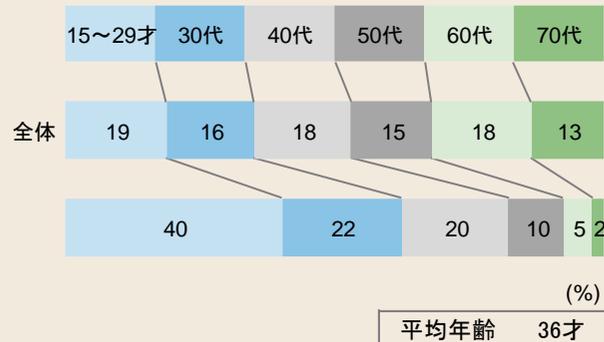
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



構成比 16% (推計1,656万人)



◆ 食生活

- 食に低関与、ファストフード利用因子のスコアが高く、安全性、栄養バランス因子のスコアが低い（**食に低関与なクラスター**）。「健康第一おふくろの味」の対極にあり、魚より肉、和食より洋食派である。
- 脂っこいものや濃い味が好きで、甘いものやスナック菓子をよく食べている。また、間食や夜食が多く、食事の時間帯が決まっていない。
- ウチで手作り料理を食べることが少なく、外食や中食、冷凍食品、インスタント食品の利用が多い。
- ランチは洋食、夕食の主菜は肉料理、お菓子は洋菓子が好み。魚料理や果物を食べる機会が少ない。家族と、友人知人と、1人でなど外食の機会が多い。コンビニで食べ物を買うことが多い。

◆ 基本属性

- 男性が多い。
- 若年層（30代以下）が62%と過半数。
- 未婚が他のクラスターに比べて多い。
- 夫婦と子供の世帯が約6割と多い。
- 有職、特にフルタイムが多く、学生も他より多い。

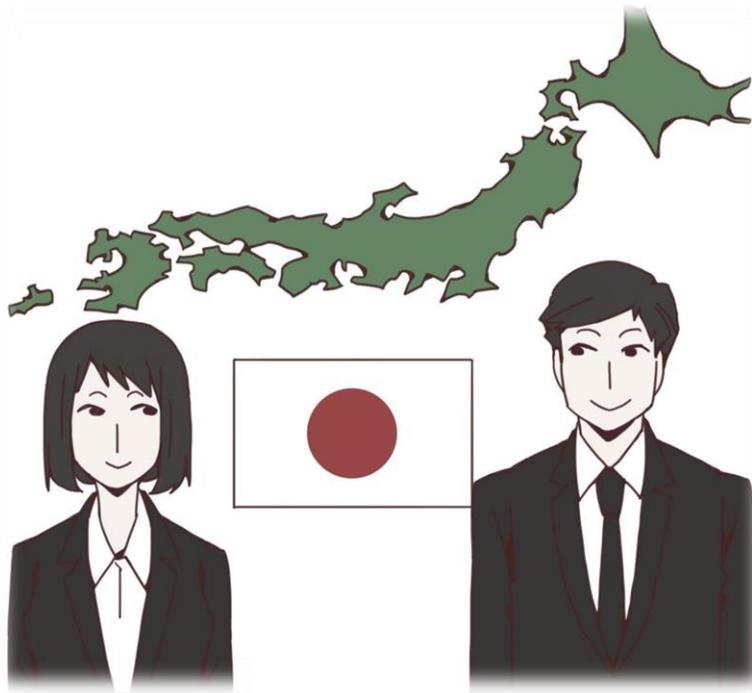
◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 健康的な生活や規則正しい生活とは言えず、忙しくて時間に追われる日々を送っている。
- 社会的な成功や出世をしたいという上昇志向がある。
- インターネットから情報を得ることが多い。

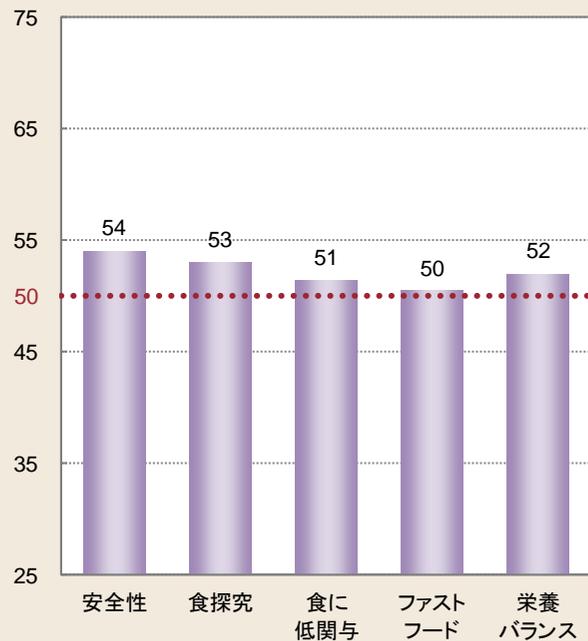
平均的日本人

ほとんどの傾向が平均的で、食生活や食志向について、これといった特長がみられないクラスター。
ボリュームとしては、全体の20%と最も大きい。

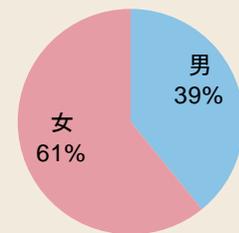
構成比 20% (推計1,995万人)



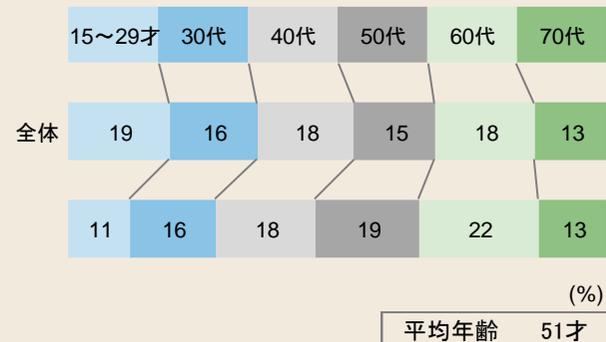
■ 食因子プロフィール (偏差値)



■ 性別



■ 年代



◆ 食生活

- 安全性、食探究、食に低関与、ファストフード利用、栄養バランスのいずれの因子もスコアは平均に近い。
- 食生活や食嗜好について目立った特長がみられない。

◆ 基本属性

- 女性が多い。
- 29才以下の若年層が少なく、50~60代が多い。
- 既婚が多い。

◆ ライフスタイル / パーソナリティ

- 相対的に見て目立った特長がみられない

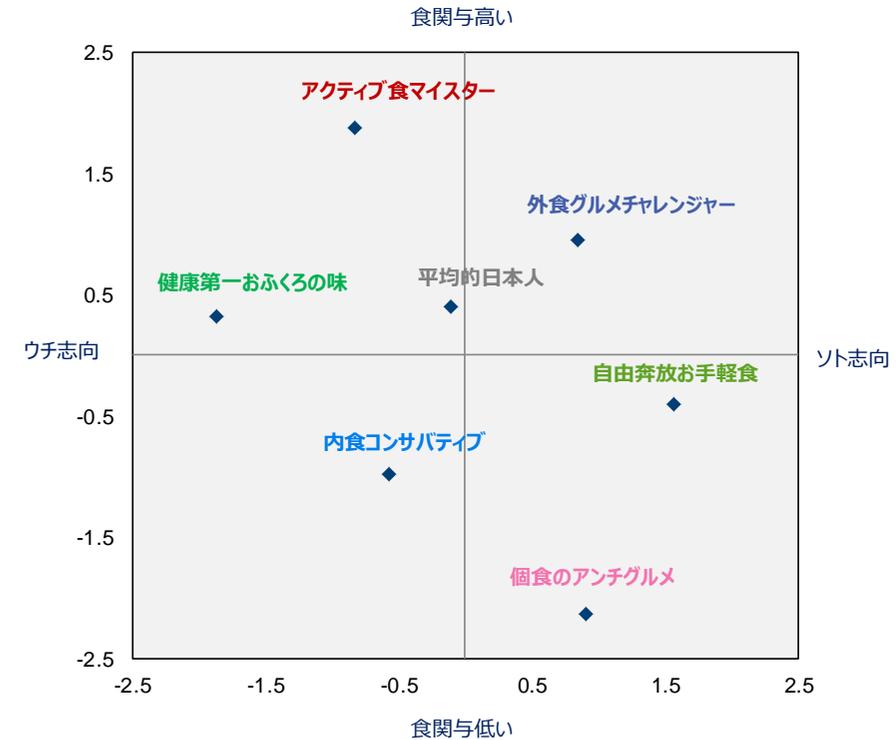
【参考:NRC食クラスター 分析結果詳細】

◆食意識項目の因子分析と食クラスター因子得点のMDS分析

◆因子分析の結果

	F1	F2	F3	F4	F5
	安全性志向	食探究志向	食に低関与	ドファ利用ストフー	意識栄養バランス
食品の安全性を気にしている	.882	.014	.016	.028	.013
添加物や化学調味料を気にしている	.870	-.011	.039	-.013	.005
野菜や肉、魚は、原産国を気にする	.730	-.011	-.086	-.024	-.081
おいしいものの食べ歩きをするのが好き	-.069	.949	-.013	-.035	-.023
有名なお店や評判のお店に行くことが好き	.036	.761	-.035	.043	.020
新しい食べ物に興味がある	.034	.679	.022	-.002	.026
食事に手間ひまや時間をかけたくない	.019	.029	.711	.037	-.060
食事にお金をかけたくない	.033	-.095	.692	-.041	.099
食事はお腹がいっぱいになればよい	-.098	.041	.691	.011	-.049
牛丼店などの和風のファストフード店をよく利用する	-.046	-.036	-.036	.830	.096
ハンバーガーなどのファストフード店をよく利用する	.032	.026	-.004	.698	-.052
市販の弁当をよく利用する	.012	.024	.061	.512	-.103
自分の今の食生活は栄養が偏っていると思う	.142	.073	.072	.003	-.707
野菜をよく食べる	.008	.073	.062	-.019	.659
栄養バランスのよい食事をこころがけている	.230	.048	.029	.008	.601

◆クラスター別因子得点のMDS分析の結果



◆食生活・食意識のプロフィール

(それぞれ「あてはまる」～「あてはまらない」の5段階で聴取。以下は「あてはまる」と「ややあてはまる」を合計した比率を示す)

	果物をよく食べる	ベト・チーズなどをよく食べる	肉より魚が好き	魚料理をよく食べる	脂っこい、こってりしたもの	味が濃い方が好き	うす味をこころがけている	お菓子や甘いものをよく食べる	スナック菓子をよく食べる	洋食よりも和食のメニューが多い	食べ物の好き嫌が多い	健康のために積極的に食べる	塩分や油分など健康のため	腹八分目をこころがけている	食品の賞味期限や消費期限を気にする方だ	無農薬や有機栽培のものを食べるようにしている	地元でとれた野菜や食材を	値段が安すぎる食品は買わない	外食をすることが多い	買ってきたおそうざいをよく食べる
全体	50.8	61.3	35.3	42.5	30.4	39.6	45.7	49.5	31.1	46.8	17.1	31.4	24.8	35.6	54.1	28.1	39.9	26.7	21.7	20.0
アクティブ食マイスター	75.1	78.9	49.2	59.6	24.3	27.1	66.9	48.9	17.4	62.5	9.5	55.5	43.5	54.3	72.2	60.9	74.1	49.8	18.9	12.3
外食グルメチャレンジャー	46.2	65.8	24.8	36.8	43.6	50.0	35.3	54.9	37.2	33.8	15.8	25.9	12.0	27.1	50.8	16.5	26.3	28.6	40.6	25.9
平均的日本人	59.1	66.5	35.7	42.4	23.4	31.2	53.5	48.8	27.5	46.7	12.9	33.3	26.0	38.7	63.4	34.4	46.5	29.2	17.2	17.4
健康第一おふくろの味	70.8	74.7	53.5	69.2	13.5	19.2	76.6	39.1	13.5	72.4	11.5	49.7	50.3	56.4	67.6	54.2	69.6	38.8	6.4	6.1
自由奔放お手軽食	28.0	50.3	17.6	21.8	49.2	58.3	16.8	59.8	55.4	22.3	24.4	17.9	7.5	14.0	45.1	6.7	13.2	12.4	39.6	32.6
内食コンサバティブ	44.5	52.4	38.1	41.2	21.7	39.6	44.2	41.9	27.1	55.0	19.4	23.8	23.0	36.3	42.5	15.6	33.8	18.2	11.0	19.2
個食のアンチグルメ	25.4	35.2	26.8	25.4	44.6	59.2	19.2	55.4	40.4	31.5	29.6	10.3	7.0	19.2	28.6	3.3	7.5	8.0	22.1	28.6

(%)

	パン屋やベーカリーをよく利用する	理髪店(うち)で手が作られた料	回転寿司店をよく利用する	冷凍食品をよく利用する	インスタント食品をよく利用	カップ麺やレトルトなど	今の食生活に満足している	おいしいものも食べること	おいしいものも食べること	食事のゆとりと時間をか	食べ慣れないものや変わった	「食」雑誌を見つけない番組	おいしいものやお店に関する	食を物についで、人とよく	大勢で食事をするのが好き	家族が多いしよに食事を	友人や親せき同士で、ホ	間食をよくする	夜食をとることが多い	朝昼夜の3食を欠かさず食	決まってる時間帯は、ほ
全体	35.5	79.8	18.8	25.6	24.5	54.5	50.3	37.1	56.0	33.4	44.9	14.0	29.6	43.7	69.6	11.4	37.1	14.8	69.5	69.8	
アクティブ食マイスター	44.2	94.3	15.1	17.0	11.0	71.6	83.6	63.4	83.6	22.7	76.3	35.3	62.1	64.4	87.1	23.0	38.8	8.2	80.4	86.4	
外食グルメチャレンジャー	45.9	75.9	30.8	30.5	26.7	56.4	81.2	37.6	85.3	21.4	58.3	27.8	53.0	59.0	70.7	16.5	42.9	18.4	62.8	63.5	
平均的日本人	38.1	84.3	20.2	23.4	19.1	49.9	54.0	35.3	66.5	30.1	49.0	12.0	25.2	42.4	72.0	9.5	38.3	12.0	74.6	73.8	
健康第一おふくろの味	28.5	95.2	10.6	17.9	9.6	74.7	39.4	57.7	36.2	36.2	49.7	5.4	27.9	41.7	75.3	9.3	28.5	3.8	87.8	91.0	
自由奔放お手軽食	39.9	57.3	30.8	37.8	49.2	39.9	49.0	21.0	56.0	32.4	31.3	13.5	24.4	39.1	54.9	10.1	45.3	28.8	51.0	45.1	
内食コンサバティブ	24.6	83.6	7.9	21.0	18.2	50.1	25.6	27.4	31.7	43.5	28.9	4.1	10.7	33.0	69.6	7.2	27.4	10.0	72.4	72.4	
個食のアンチグルメ	26.8	64.8	16.4	34.3	42.3	41.8	17.8	18.3	29.6	51.2	19.2	0.9	8.5	27.7	54.9	5.6	40.4	25.4	51.6	53.5	

(%)

(注) は全体より5p以上低い

 は10p以上低い

 は5p以上高い

 は10p以上高い

◆ライフスタイルと基本属性のプロフィール

(ライフスタイル項目は「あてはまる」～「あてはまらない」の4段階で聴取。以下は「あてはまる」と「ややあてはまる」を合計した比率を示す)

	現在の生活に満足している	健康的な生活をしていると	定期的に運動やスポーツをしている	熱中している趣味がある	毎日規則正しい生活が心がけられている	おしやれや身だしなみに気を付けている	外出をよくする	社会的な成功や出世をした	やりたくもないリーダー役は	グループ内のリーダー役は	知識や教養を身につけるよ	知的な努力を怠らない	苦にならない付き合いが	社会的で人との付き合いが	変化の激しいおだやかな生活を送りたい	都会よりも自然に囲まれた所で暮らしたい	守るべき外勤や女は家庭を	忙しい時間を追われる日が多い	日々ストレスを感じることに多い	流行には敏感な方である	値段が高くても品質のよいものを好む	環境にやさしい商品を買う	インターネットから情報を得ることが多い	テレビから情報を得ることが多い
全体	77.2	59.0	36.3	44.2	66.9	66.6	59.7	37.0	61.0	65.6	54.1	74.6	67.3	40.2	56.5	56.6	32.3	52.4	51.6	50.4	68.9			
アクティブ食マイスター	83.2	76.5	48.6	59.2	85.5	82.7	77.1	37.4	55.9	81.6	63.1	69.8	65.9	42.5	63.1	61.5	49.2	80.4	75.4	53.1	77.7			
外食グルメチャレンジャー	79.7	49.7	38.5	49.0	55.2	68.5	69.9	54.5	51.0	73.4	65.7	56.6	60.1	32.2	63.6	63.6	45.5	67.8	45.5	69.2	72.7			
平均的日本人	81.5	67.0	39.2	39.6	71.4	74.0	54.2	32.6	63.9	70.0	53.7	81.5	73.1	36.1	60.4	57.3	32.2	51.5	58.1	48.5	70.0			
健康第一おふくろの味	84.9	79.5	40.4	48.6	85.6	77.4	54.1	17.1	54.8	65.1	56.2	78.8	78.8	38.4	43.2	45.2	28.1	55.5	80.1	29.5	69.2			
自由奔放お手軽食	67.8	39.6	31.7	38.6	47.5	59.9	64.9	53.5	62.9	59.9	54.0	68.3	58.4	41.6	67.3	61.4	35.6	47.5	34.2	66.8	65.3			
内食コンサバティブ	74.2	57.2	28.4	38.7	70.6	53.1	47.9	24.2	68.6	52.6	42.3	83.5	73.2	50.0	44.3	50.0	16.5	33.5	41.2	32.5	64.4			
個食のアンチグルメ	65.5	32.2	21.8	35.6	41.4	37.9	44.8	42.5	70.1	51.7	40.2	83.9	55.2	36.8	44.8	56.3	10.3	19.5	11.5	56.3	59.8			

(注) は全体より5p以上低い は10p以上低い は5p以上高い は10p以上高い (%)

	未既婚		職業		家族形態					
	既婚計	未婚	有職計	無職計	単身世帯	夫婦だけの世帯	夫婦と親の世帯	夫婦と子供の世帯	親と夫婦と子供の世帯	その他
全体	79.4	20.5	63.7	36.1	8.1	19.2	2.9	49.1	12.3	8.1
アクティブ食マイスター	86.8	13.2	61.5	38.5	4.1	26.5	4.7	46.1	9.5	8.5
外食グルメチャレンジャー	68.4	31.6	76.3	23.7	7.5	11.3	2.6	55.6	14.3	8.3
平均的日本人	87.7	12.0	62.6	37.4	6.9	17.4	3.2	52.3	13.3	6.9
健康第一おふくろの味	91.7	8.3	43.9	56.1	8.0	35.9	4.2	35.6	8.0	8.3
自由奔放お手軽食	60.9	39.1	74.1	25.6	10.1	6.0	1.3	59.1	14.2	9.1
内食コンサバティブ	87.5	12.3	58.1	41.7	8.2	25.8	2.6	45.0	11.5	6.6
個食のアンチグルメ	64.8	35.2	74.6	24.9	13.6	9.9	1.9	48.4	15.5	10.3

(注) は全体より5p以上低い は5p以上高い (%)

(%)

引用・転載時のお願い

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 お問い合わせ専用Eメール：information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。

お問合せ窓口

「NRC食クラスター」およびセグメンテーション分析やクラスター分析についてのご質問やお問合せは、
以下までご連絡ください。

株式会社 日本リサーチセンター 広報室
お問い合わせ専用Eメール information@nrc.co.jp