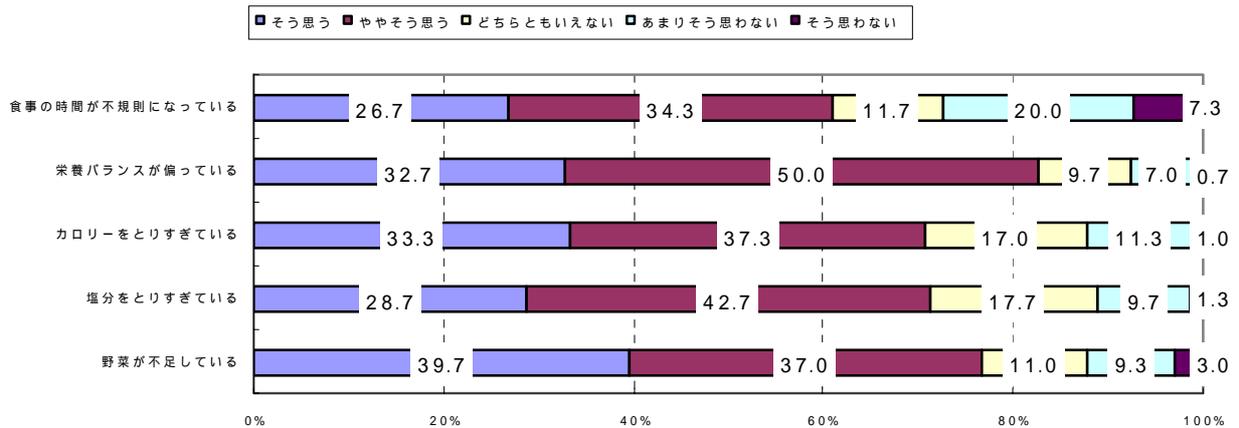
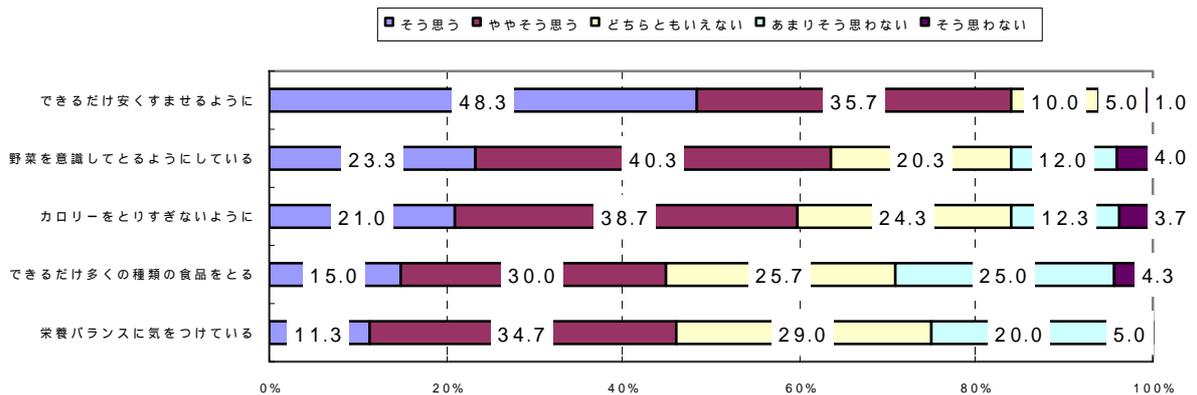


< 参考資料 >

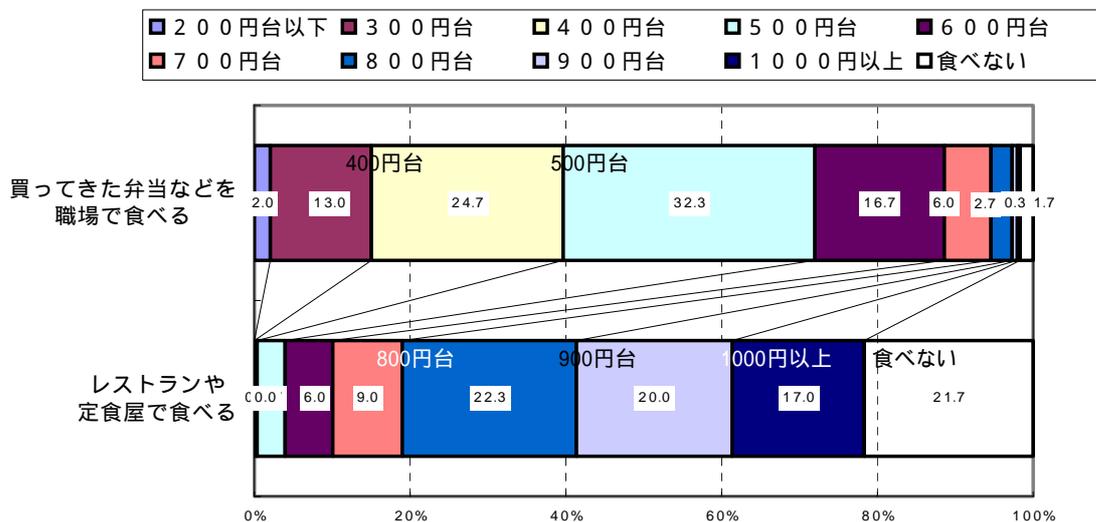
普段の食生活について気になること



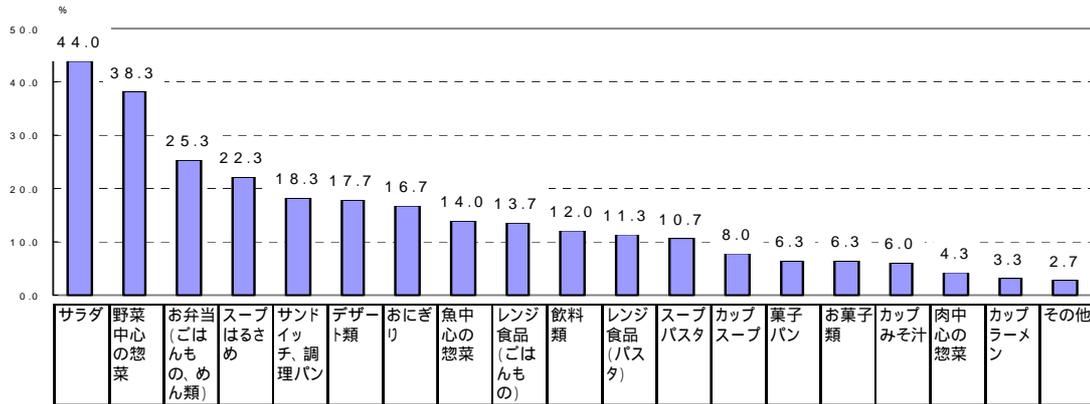
平日のランチについて重視すること



テイクアウトと外食の平均予算



平日ランチにコンビニエンスストアで利用を増やしたいメニュー



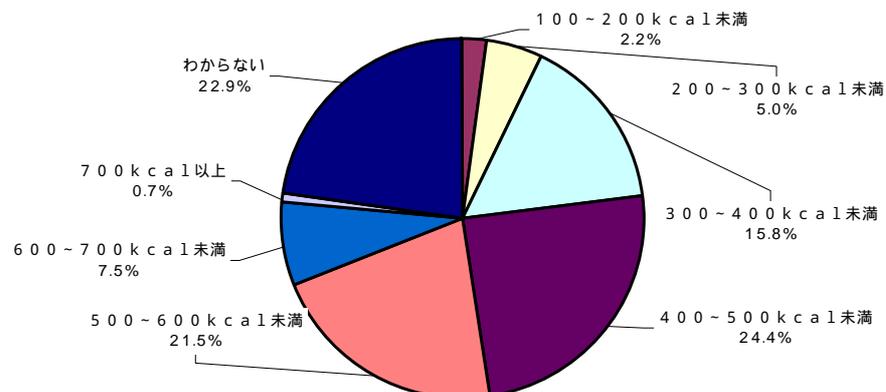
コンビニメニュー(サラダ)の魅力点

	価格が割安である	カロリーが低い	おいしい	味付けがちょうどよい	量がちょうどよい	いろいろな味が楽しめる	満腹感が得られる	栄養バランスがよい	添加物が少ない	豊富なメニューから選べる	他のメニューと組み合わせやすい	野菜がとれる	彩りがよい	特になし
サラダ	5.3	26.5	22	4.5	22	9.4	2	23.3	4.9	3.3	19.2	70.6	12.7	4.1

コンビニメニュー(サラダ)の不満点

	価格が高である	カロリーが高い	おいしくない	味付けが濃すぎる	量が少ない	量が多すぎる	味が単調である	満腹感が得られない	栄養バランスが悪い	添加物が多い	メニューがかぎられている	他のメニューと組み合わせにくい	野菜が足りない	彩りが悪い	特になし
サラダ	63.3	1.6	6.9	2.4	25.3	2.4	9	13.1	0.8	401	3.3	18.4	0.4	2.9	11

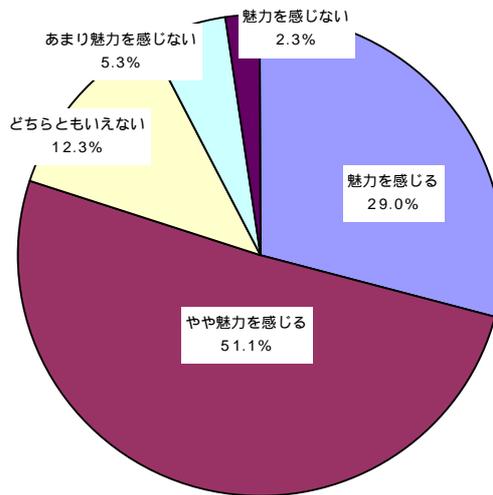
合計カロリーをどの程度に抑えたいと思っているか



サラダ代わりにするスープについての魅力度

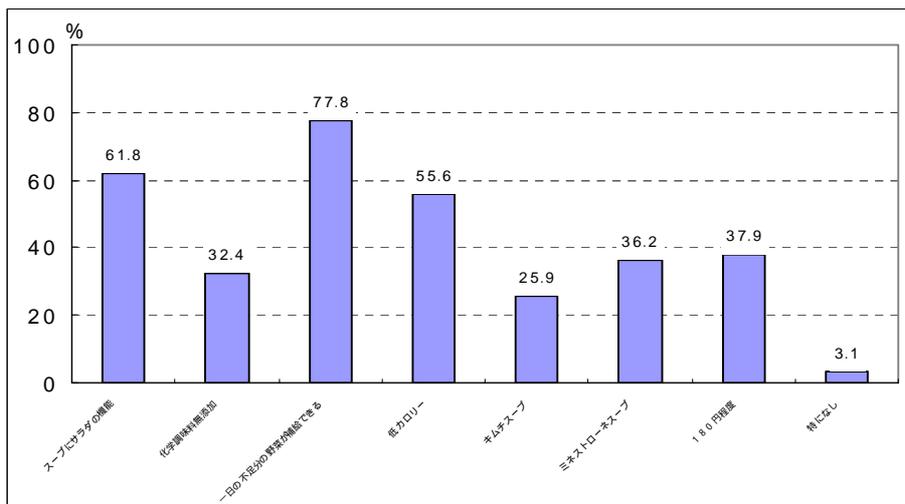
8割が魅力を感じる

・新商品「サラダの代わりにするスープ」(サラダスープ)について、概要を伝えた後に魅力の度合いを聞いたところ、80.1%が魅力を感じた。(魅力を感じる + やや魅力を感じる)



野菜の補給が魅力的

・新商品「サラダの代わりにするスープ」(サラダスープ)における魅力点は「一日の不足分の野菜が補給できる」が77.8%と最も高い。次いで「スープにサラダ機能」(61.8%)だが、これもサラダによる野菜補給ができる点



「有職女性のコンビニランチ事情」調査概要（カゴメ調査）

調査名称： コンビニエンスストア利用 OL のランチ事情調査
調査対象： 週 1 回以上、平日ランチ時にコンビニエンスストアを利用する有職女性(20～34 歳)
調査エリア： 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)
調査方法： Web を用いたアンケート調査
株式会社マーケティングセンター所有の調査モニター(約 7 万人)の中から、条件対象者を抽出し依頼
サンプルサイズ： 300 名
調査期間： 2005 年 6 月 17 日(金)～20 日(月)

対象者プロフィール

