

## ゆったり準備の若者と猛烈ダッシュのお母さん

### 事実

- ・ 4月は断トツ人の移動が多い、新しい場所で新しい生活デビューの季節
- ・ 初心者が料理の作り方を検索し始めるのは、余裕の5月頃から
- ・ 単身世帯の食品支出金額は外食ダウン、生鮮と調理食品が大きく伸長
- ・ お弁当の定番食材は新生活即対応、4月に支出金額がアップ

### 仮説

- ・ 新しい生活でストレスがたまりがちな4月は、自炊は少し後回しする
- ・ 生活に慣れた5月頃から、少しずつ自分で食事をつくる傾向にある
- ・ コロナ禍の外食自粛により、今後は特に男性の食の購買行動が鍵になる
- ・ お弁当作りは後回しにできず…4月から待ったなしでスタートする

#### 提案方法

ブレない仕掛けのタイミング

#### 注目商材

ビギナーへの簡単料理食材

#### 宣伝・販促

男性の自炊・弁当のサポート

ヨミトル  
職人から  
一言

マーケティングサポートを主目的に活動するNPOフューチャー：  
フォーラムと（株）マーケターズバーがコラボして「ヨミトル工房」  
を立ち上げました。官公庁発も含む一般データ、会社内の蓄積データ、  
新たな調査データなどから隠れた本質を読み取っていきます。  
例として身近なテーマをピックアップし、レポートしています。  
その一部を配信しますので、関心のある方はぜひ問い合わせ下さい。



**小暮 豊**  
大手スーパーや  
CVSで商品部の  
責任者など歴任。  
現在NPO理事、  
メーカー顧問等

4月の  
ヨミトル工房

# 「チルに行こう（移行）新生活」

デビューが多い4月、今回は若者とお母さんにクローズアップ！

スマホ  
デビュー  
▼  
中学生

コンタクト  
デビュー  
▼  
中高生

SNS  
デビュー  
▼  
高校生

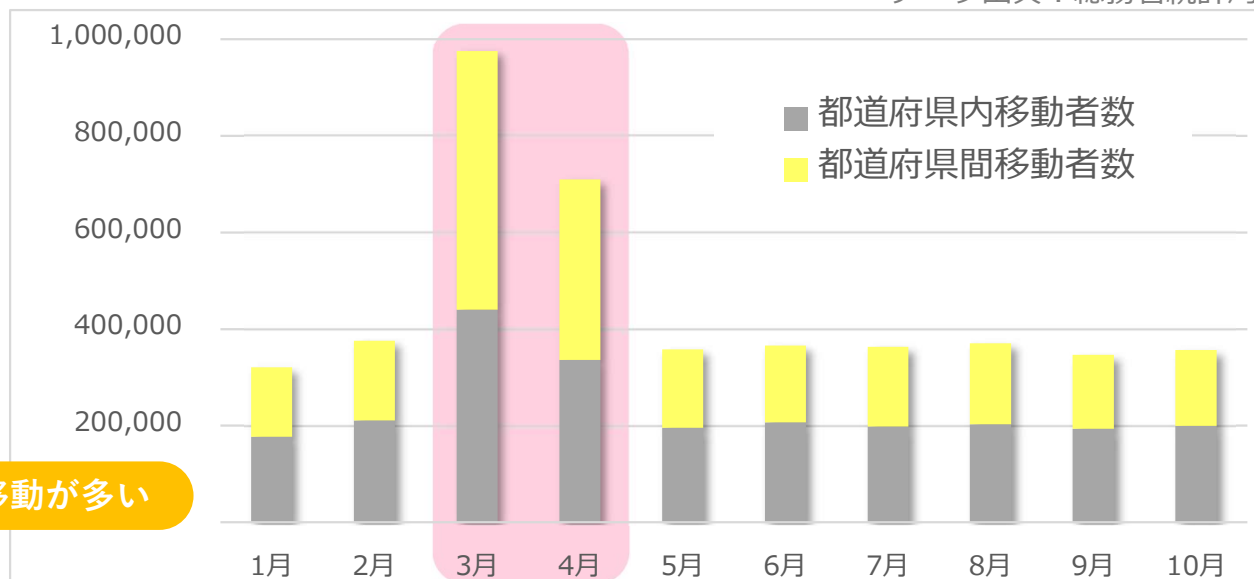
1人暮らし  
デビュー  
▼  
大学生  
新社会人

お弁当  
デビュー  
▼  
父親・母親

クローズ  
アップ

❖住民基本台帳人口移動数  
単位：人 2021年1月～10月

データ出典：総務省統計局

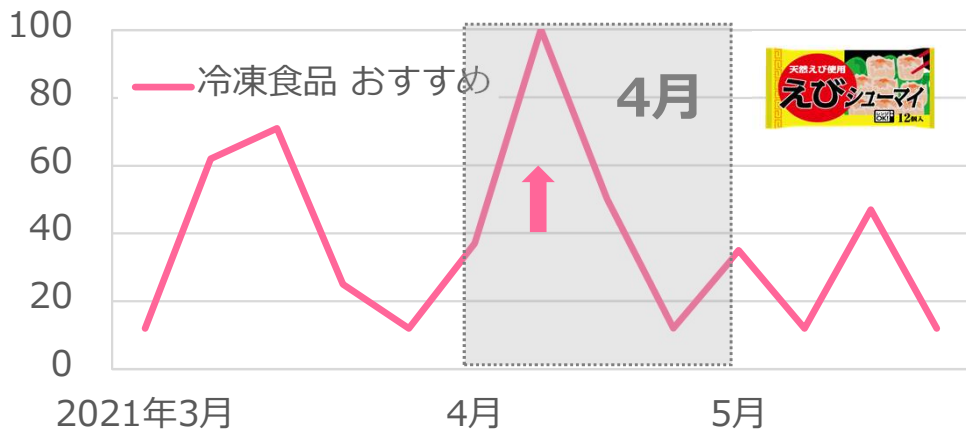


県内・県外を問わず、3月・4月は断トツで人の移動が多い

## 自炊は追々：1人暮らしはチルデビュー

出典：Googleトレンド検索数 2021年3月～5月

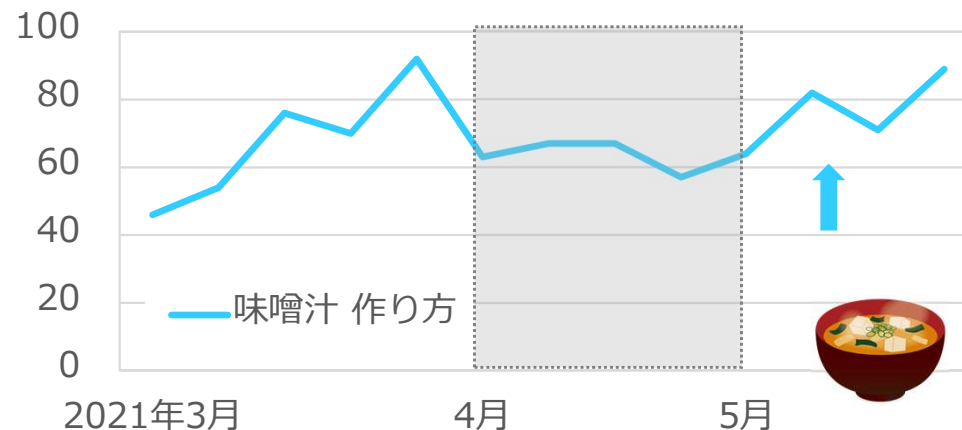
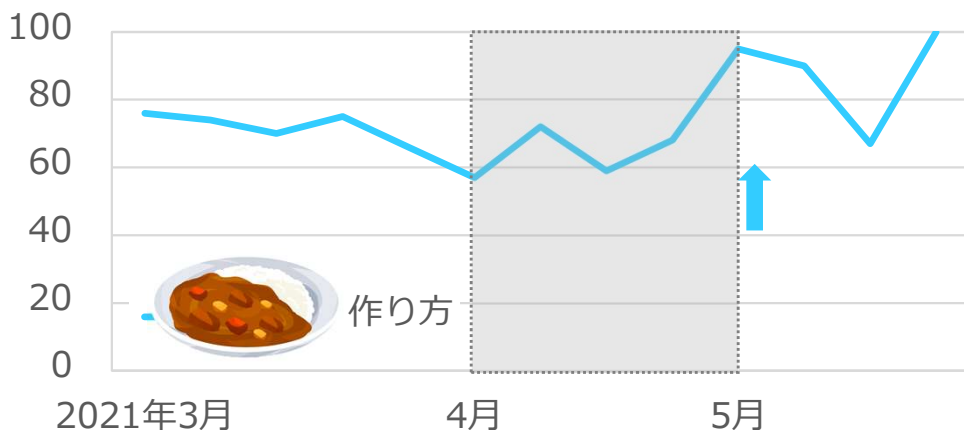
4月初旬は手軽に食べられる「おすすめ」を検索



3月に作り方を検索するも4月は「おすすめ」を検索  
5月に入り新生活が落ち着いてから「作り方」を確認し、自炊生活をスタート



4月下旬頃から「作り方」を検索し始める



「カレー レシピ」ではなく「カレー 作り方」と検索

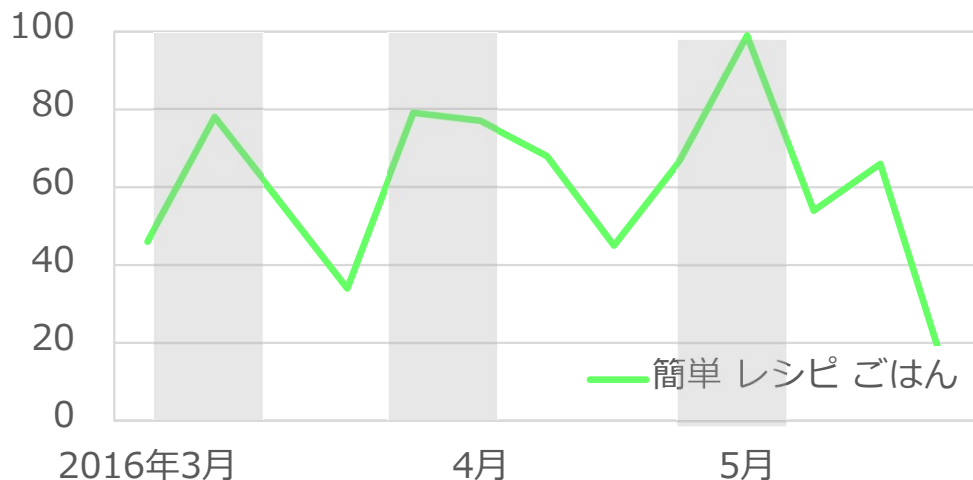
## チルじゃなかったぞ！5年前

出典：Googleトレンド検索数 2016年、2021年3月～5月

### 「簡単 レシピ ごはん」 検索数 推移比較

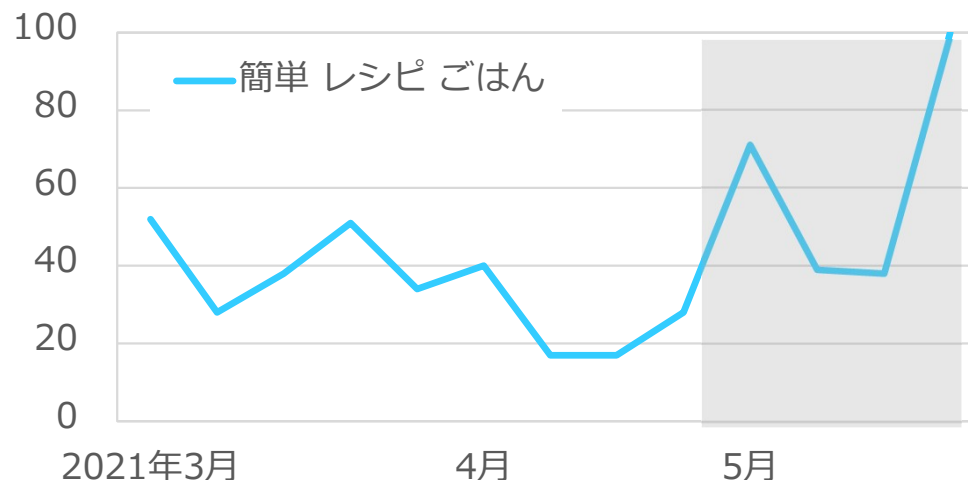
2016年

3月・4月・5月 毎月レシピ検索のヤマあり  
準備万端に早目に何度もチェック



2021年

3月・4月はあまりレシピ検索されず、  
4月下旬から検索数が増大



#### 5年前と比べて

- ・スーパーやコンビニで購入できる調理済み食品の品揃えが充実している
- ・コロナ禍後、デリバリーできる料理の幅が拡大した

→チルいスタートが可能に

4月上旬の売場は調理済み商品の充実、5月には簡単調理食材の提案を  
クローズアップすると効果大と思われる

4月の  
ヨミトル工房

# 「チルに行こう（移行）新生活」



もっと詳しく読みたい方はご連絡ください



## 発行元について

Marketer's Barは、様々な生活者の動向を調査・分析し、業界内外へ提供するマーケティング・リサーチ機関です。調査依頼などのご相談、お問い合わせはお気軽にご連絡ください。

Marketer's Barは、課題にあわせて、マーケティング支援のための設計を行い、それぞれの得意分野を持ったマーケターと協力しながら、リサーチからプロモーションまで一気通貫型のマーケティング支援を行います。

お問い合わせ先：info@marbar.jp  
担当：秋山