

パスタ及びパスタソースの消費構造の解明から今後の取り組みを明確にする活動

何を解明するのか

当該活動にあたり、打合せ内容(*)を整理し、着地点の共有化を図ります。

例えば
パスタ

- ♥乾麺の早ゆで（省タイム・付加価値商品）上市後も従来品の売り上げは落ちない。
その背景を知ることにより、両カテゴリーの成長に結びつく消費構造を捉えることができる → パスタ使用頻度活性化への道筋とは？
- ♥ショートパスタは、どんな位置づけで消費されているのか？ → サラダユース、スパゲティの代替又は特定パスタソースとの相性など、ショートパスタ活性化の道筋とは？

例えば
パスタソース

- ♥パスタメニューの種類選択だけでなく、アップグレードの商品をどう位置づけて選択しているのか、アップグレード品の購入決定要因のささやかな贅沢背景には何があるのか。
パスタソースだけではなく、食材や他食品にも同じマインドで選択する商品があるのか？
→メニューバリエーションや利便性の基本ニーズ以外のパスタソースに求められる新しい価値は？

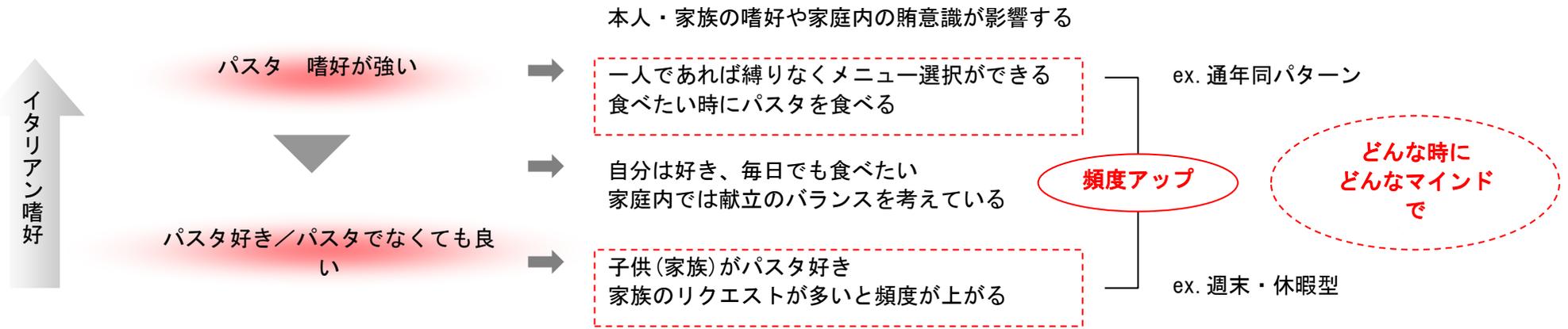
パスタ及びパスタソースの領域における消費構造を把握するための活動を考えます。

1. 消費現場の着目点

(1) パスタというメニュー選択について

- 1 3食の中で位置づけるのは難しい。パスタというメニュー（献立）決めの前に「家族内の食事環境」によって選択されている。
ex. 誰（一人）といつ食べる、シチュエーションと食事環境 → 〇〇を食べる ← ここで選択肢に上がる。
*パスタは優先順位が高い
- 2 パスタというメニューの中におけるタイプ選択、使い分けへとシフトする（調理関与度や習慣・嗜好などによる選択・定着がある）
ex. 冷食パスタ、ソースも手作りパスタ、ソースのみ市販品利用パスタ、その他（テイクアウト、etc）

(2) パスタの嗜好と家庭内における登場頻度



(3) 素材としてのパスタ

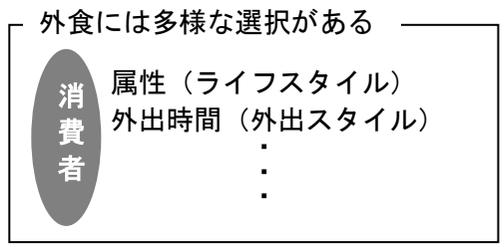
麺食ストックの1アイテムとしての乾麺

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| うどん
そば
そうめん
パスタ | 乾麺
冷凍麺
生(半生)麺
⋮ |
|--------------------------|--------------------------|

和麺・洋麺の隔たりは？
↑ ↑
どんな距離感なのか



(4) 外出・外食との関連性を考える



外食(学食、ファミレス、レストランテ、カフェ…
CVS・スーパーで多様なスイーツ
アイス、パンケーキ、クレープなど外食スイーツの定番
⋮

多様なテイクアウト・外食
ライフの影響があるのでは？
そういえば…

2. 活動内容／進行ステップ

STEP① 消費者の中に顕在する調理の時短ニーズをオープンデータから発見する活動

- (1) 食事環境
- (2) 家庭内消費（調理する人／食べる人の事情）
- (3) 麺食消費
- (4) 外食消費

◆ パスタ&パスタソース消費を取り巻く消費環境を俯瞰して見る活動。
前項をもとに進める物です。

STEP② パスタ&パスタソース試食による情報開発チームによる検証

電話によるヒアリングを行い、リアル消費の背景をケーススタディとして引き出す方法。

A. パスタ（麺）チーム … 3名

パスタ（麺類）の使い分けが活性している。

* 市販ソースの使用は一般的。（全く使用していないは不可）

B. パスタソースチーム … 3名

パスタソースを意識して購入、なおかつ、価格帯が異なるパスタソースを併用している。

◆ 消費者の実態を電話スクリーニング&郵送法にて収集。
収集情報をもとにフレームワーク（仮設+肉付け）を行う。

3. 予算案

STEP① 情報収集&レポーティング

- ・オープンデータの収集・既存資料の提供
- ・打合せ&ディスカッション
- ・レポーティング

予算案 **30万円**（税別）

STEP② 消費現場における検証活動

- ・商品ハンドリング・活動計画
- ・情報収集準備
- ・企画スタッフ評価活動
- ・モニター情報収集案
- ・検証結果に基づく方向性提案レポート

予算案 **50万円**（税別）

- ①はパスタ&パスタソースを中心に置きながら関連要素を広げる活動
- ②はパスタ&パスタソースの消費現場に寄り、共存共栄の具体的背景に迫る活動（ケーススタディワーク）

* ②を企画スタッフのみで進行して打合せやディスカッションを行い仮説を組み立てる活動（予算**30万円**）も可能です。