



年明けうどん 2010

取り組み状況調査報告書

平成22年4月2日

全国製麺協同組合連合会 年明けうどん普及委員会
さぬきうどん振興協議会

調査概要

1. 調査の目的

正月の新しい食習慣として提唱された「年明けうどん」の普及について、企業・店舗・団体がどのように取り組んでいるか調査し、今後の普及活動の資料とする。

「年明けうどん」に取り組んだ企業・店舗・団体の商品・価格・流通・販促の状況を調査し、今後「年明けうどん」に取り組む各社のマーケティング活動を行う参考情報として提供する。

2. 調査の方法

調査方法

インターネット及び郵送・FAXにて調査票を配布し回収

配布対象者

- ・全国製麺協同組合連合会 所属組合
 - ・さぬきうどん振興協議会 所属団体・企業
- ⇒ FAX、郵送、手持ち等により配布
- ・「年明けうどん」ロゴ・商標使用申請を行った登録者 ⇒ 年明けうどんホームページによる案内
(申請時にアンケート協力を同意した年明けうどんの製造販売にかかわる事業者のみ)

アンケート配布数

FAX、郵送、手持ち等によるアンケート用紙の配布 . . . 約200件
「年明けうどんホームページ」による案内 . . . 222件

合 計 . . . 約400件

3. アンケート回答数

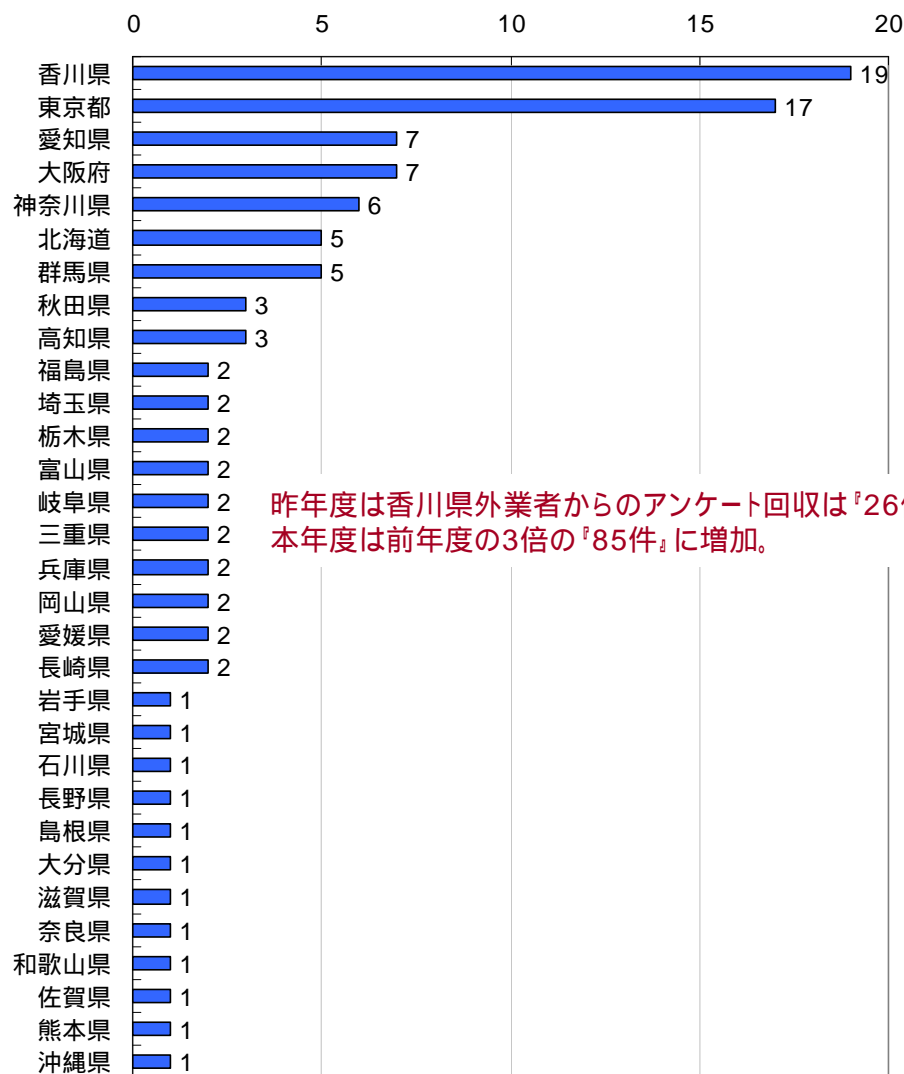
アンケート用紙による回収 . . . 35
「年明けうどんホームページ」より回答 . . . 77

合 計 . . . 112件

アンケート回答属性(本社所在地(都道府県) / 業種別)

本社所在地(都道府県)

有効回答数:104

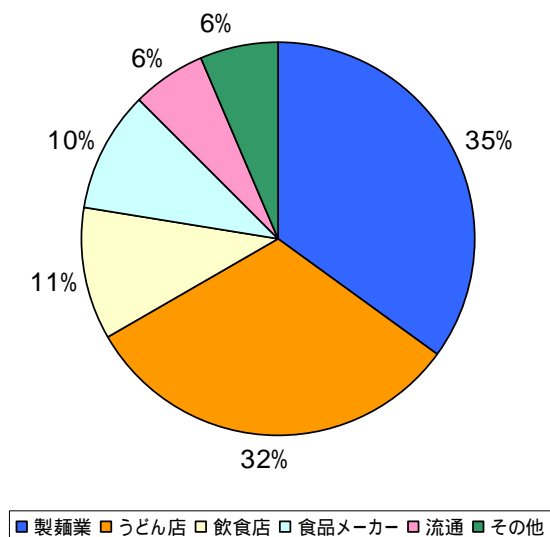


昨年度は香川県外業者からのアンケート回収は『26件』。
本年度は前年度の3倍の『85件』に増加。

業種別

| 業種 | 回答数 |
|--------|-----|
| 製麺業 | 39 |
| うどん店 | 35 |
| 飲食店 | 12 |
| 食品メーカー | 11 |
| 流通 | 7 |
| その他 | 7 |
| 合計 | 111 |

未回答=1



製麺業、うどん店のみならず、
本年度は、飲食店、食品メーカー、流通業等幅広い業種にて展開された。

調査結果項目

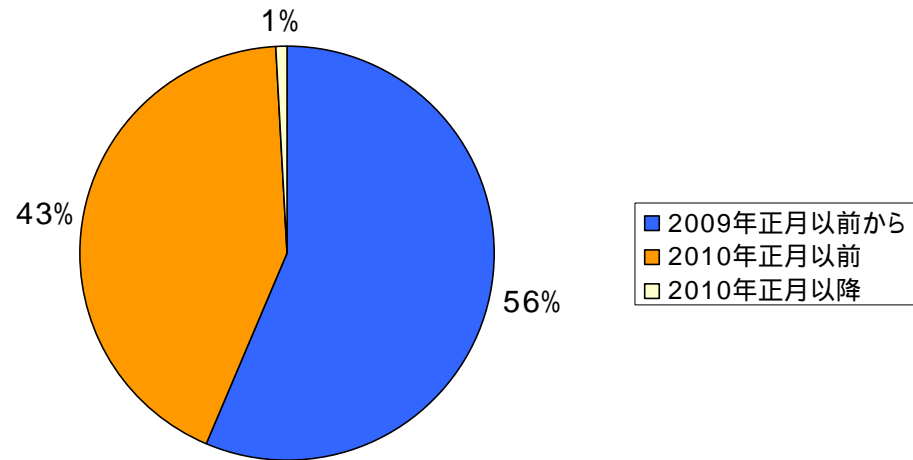
1. 「年明けうどん」の取り組みについて
2. 「年明けうどん」の製品・メニューについて
3. 「年明けうどん」の販売・流通について
4. 「年明けうどん」商品の広告宣伝 / 販売促進活動について
5. 「年明けうどん」に取り組んだ成果について
6. 「年明けうどん」に対するご意見について

1. 「年明けうどん」の取り組みについて

「年明けうどん」は知ったのはいつからでしょうか。

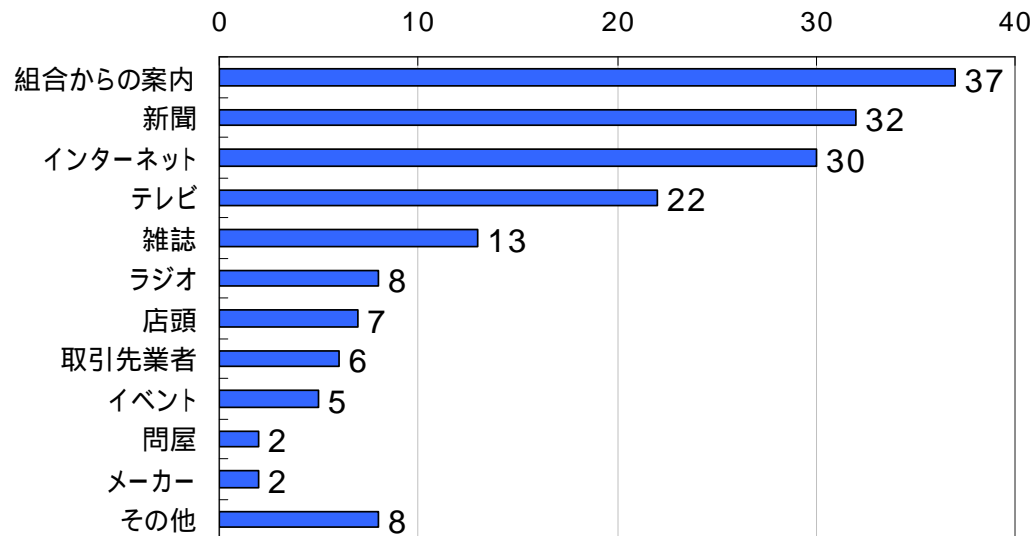
| | 回答数 |
|-------------|-----|
| 2009年正月以前から | 61 |
| 2010年正月以前 | 46 |
| 2010年正月以降 | 1 |
| 合計 | 108 |

未回答=4



全体の56%が、年明けうどん実施初年度から認知していた。

「年明けうどん」をどちらで知りましたか。(複数回答可)



< その他の回答 >

- ・ さぬきうどん振興協議会
- ・ 香川県観光協会より
- ・ 全麺連
- ・ 会社からの新商品の案内
- ・ ポスター
- ・ 企画好きの知人
- ・ 高松からの旅行者

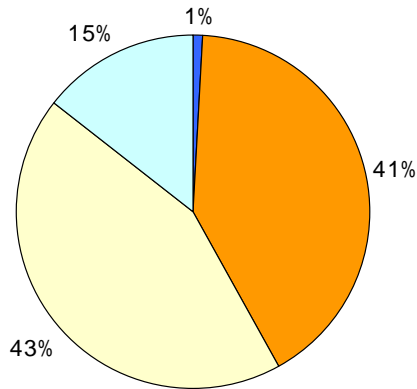
「年明けうどん」を知ったきっかけで多いのは「組合からの案内」であるが、全体の約40%は、新聞・テレビなどのマス媒体による報道で。

1. 「年明けうどん」の取り組みについて

いつから「年明けうどん」に取り組みましたか。

| | 回答数 |
|----------|-----|
| 2008年から | 1 |
| 2009年から | 45 |
| 2010年から | 48 |
| 取り組まなかった | 16 |
| 合計 | 110 |

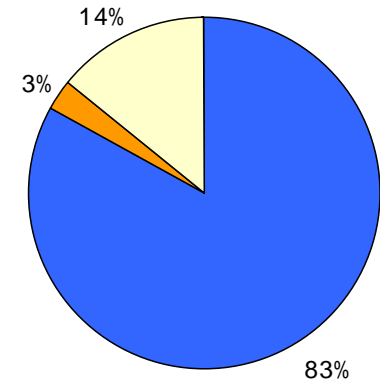
未回答=2



■ 2008年から ■ 2009年から □ 2010年から □ 取り組まなかった

来年は「年明けうどん」に取り組みますか。

| | 回答数 |
|--------|-----|
| 取り組む | 93 |
| 取り組まない | 3 |
| わからない | 16 |
| 合計 | 112 |



来年も取り組む割合は83%

■ 取り組む ■ 取り組まない □ わからない

| | 来年 | | | 総計 |
|----------|------|--------|-------|-----|
| | 取り組む | 取り組まない | わからない | |
| 2008年から | 1 | | | 1 |
| 2009年から | 41 | | 4 | 45 |
| 2010年から | 42 | | 6 | 48 |
| 取り組まなかった | 8 | 3 | 5 | 16 |
| 未回答 | 1 | | 1 | 2 |
| 総計 | 93 | 3 | 16 | 112 |

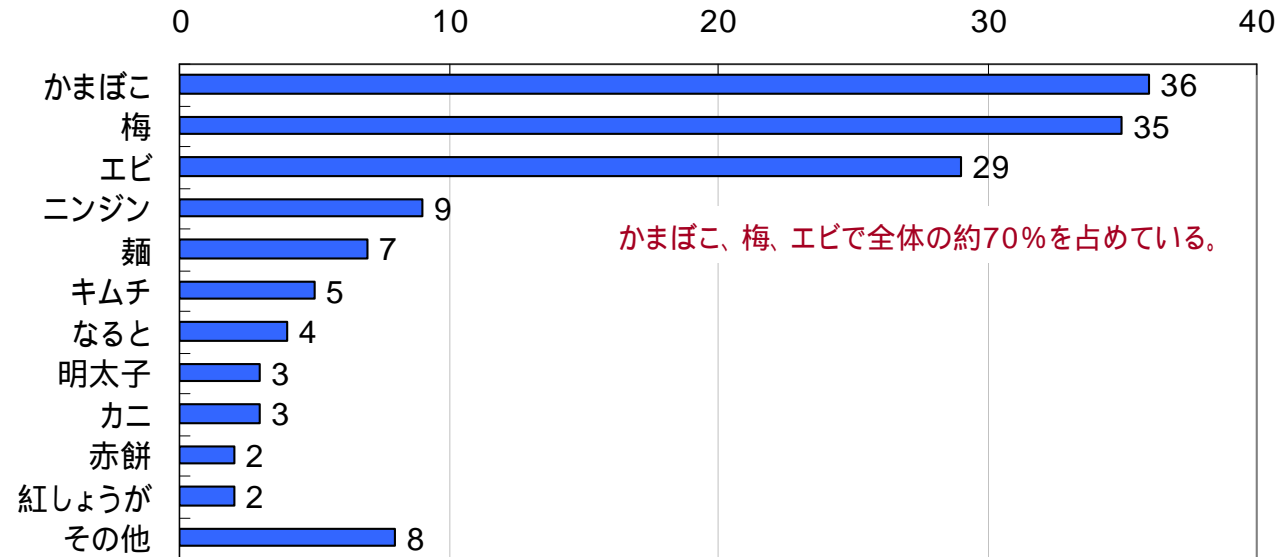
本年度「取り組まなかった(16)」回答のうち、半数が来年は取り組むと回答。

また、本年度「取り組んだ」回答のうち88%は来年も取り組むと回答。

しかし「わからない」という回答も12%と、今回の結果を受けて再検討するケースも見られる。

2. 「年明けうどん」の製品・メニューについて

「年明けうどん」に添えた「紅」には何をお使いになりましたか。



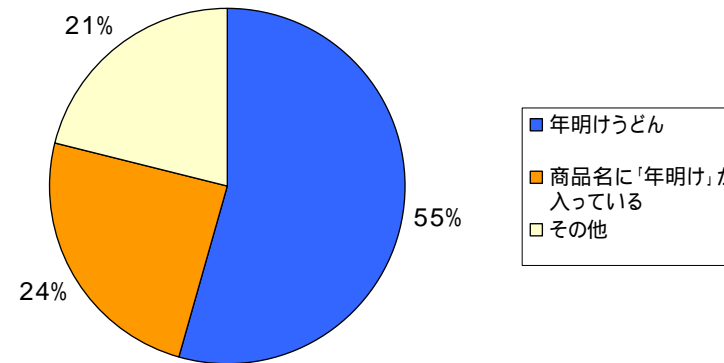
| 【かまぼこ】 | 【エビ】 | 【麺】 | 【その他】 |
|--|--|--|---|
| 赤削りかまぼこ 紅白かまぼこ 紅かまぼこ 赤すまき 花形紅かまぼこ 花型かまぼこ 干支かまぼこ 日の出のかまぼこ 寿かまぼこ | 車海老 桜海老 紅海老のかき揚げ 赤天 海老天 桜エビのかき揚げ 天ぷら(乾燥海老) 頭つきの大海老天 | 紅い麺 麺 トマト粉末を生地に練り込む 麺に梅肉を練り込み着色 色麺(ベニバナ赤色素) 梅風味のうどん | ちくわ もみじおろし ゆで卵 トマト 長いも 食品可の色粉 イクラ |
| 【梅】 | 【ニンジン】 | 【カニ】 | |
| 梅干 南高梅 梅肉 | 金時人参 金時人参のかき揚げ | ズワイガニ かにかまぼこ カニカマ天ぷら | |

2. 「年明けうどん」の製品・メニューについて

「年明けうどん」の商品名・メニュー名及び商品・メニューの内容を教えてください。

| 商品名 | 有効回答数 |
|-----------------|-------|
| 年明けうどん | 36 |
| 商品名に「年明け」が入っている | 16 |
| その他 | 14 |
| 合計 | 66 |

全体の55%が「年明けうどん」を商品名として販売。
「年明け」まで含めると全体の約79%。



< 主な商品名・メニュー名 >

【商品名に「年明け」が入っている】

特製年明けうどん、熱麺 年明けうどん、年明け 大坂のおうどん、年明けうどん麦の恵(めぐみ)、年明け五色うどん、年明け福袋うどん、うどんバカ店長福袋年明けバージョン、柳ヶ瀬年明けうどん、揖保の匠年明けうどん

【その他】

紅白うどん、梅わかめうどん、「招福萬来」さぬきうどん、あさひ、お年玉うどん、たこあげうどん

< 主なメニュー内容 >

主に えび天、かまぼこ、梅干、カニ、紅もち、明太子 などをトッピング

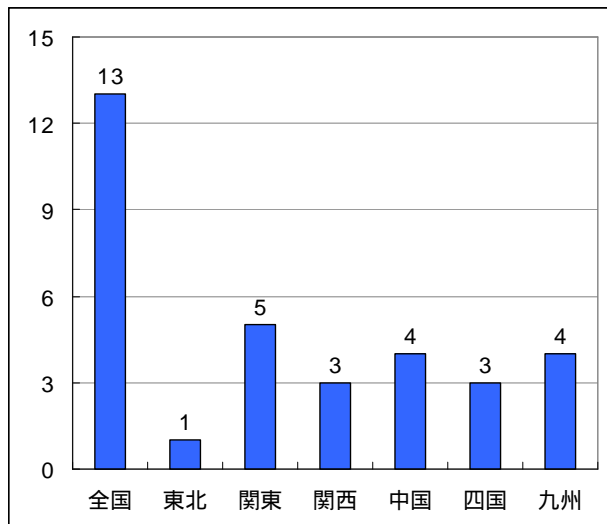
【その他特徴的なメニュー】

- ・特製年明けうどん=海老天うどん + かに蒲鉾の天ぷら + 金沢金箔
- ・たこあげうどん=揚げたたこ焼き、かまぼこ、おぼろこんぶなどをトッピング

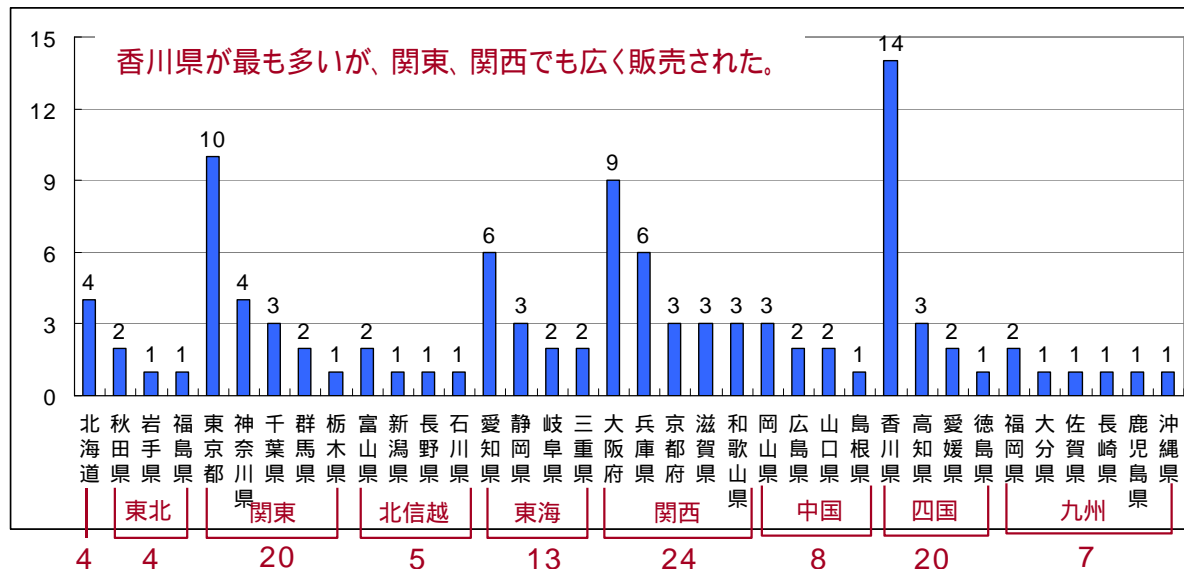
3. 「年明けうどん」の販売・流通について

「年明けうどん」を販売・提供した地域(都道府県)を教えてください。

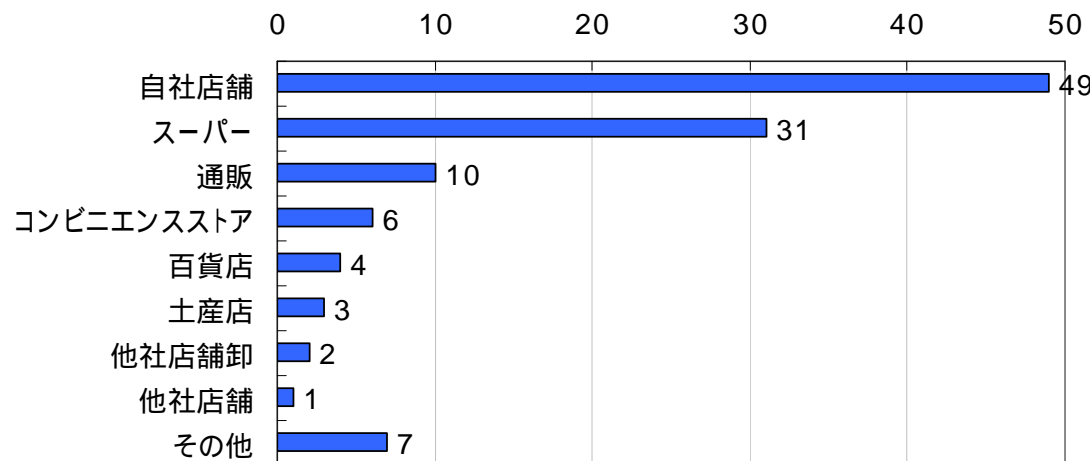
【地域による回答】 回答数: 33



【都道府県による回答】 回答数: 105



「年明けうどん」を販売・提供した場所を教えてください。



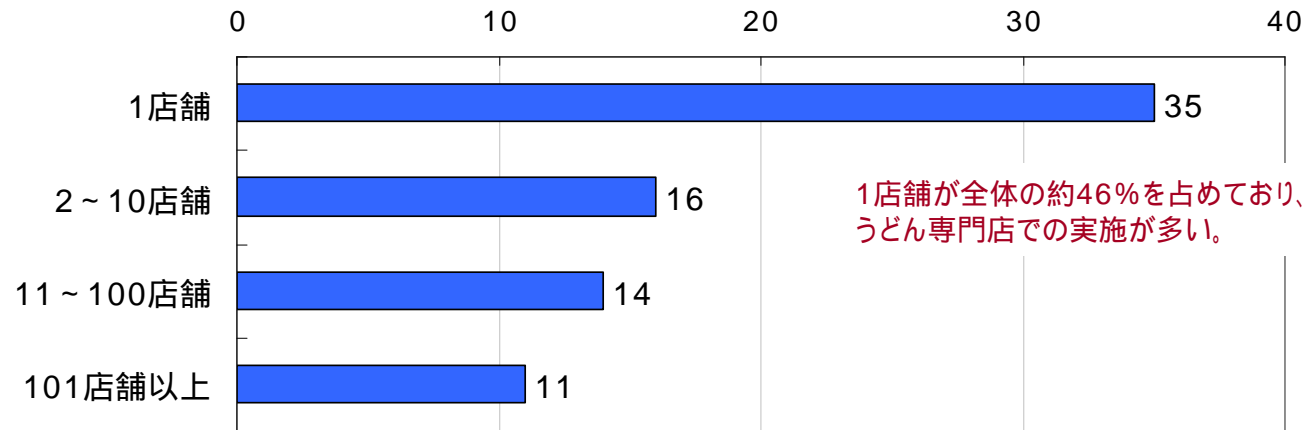
自社店舗での販売が最も多いが、スーパー、通販、コンビニエンスストアなども多く、全国へ販路が拡大している。

<その他>

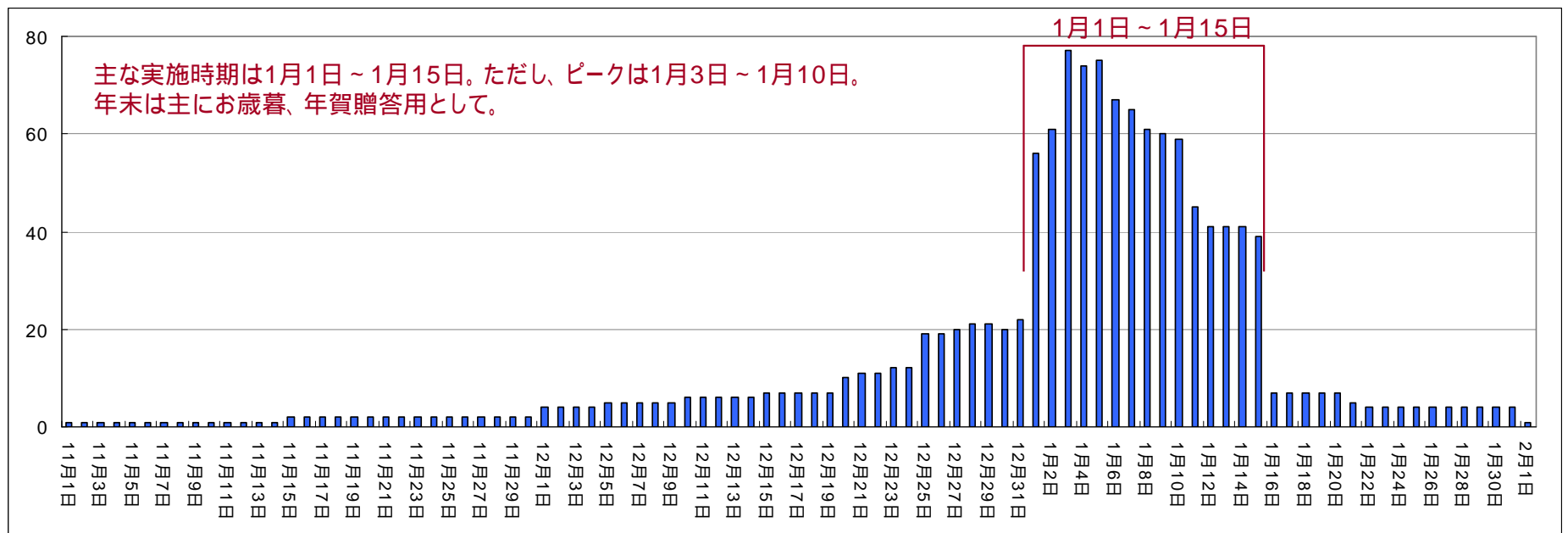
イベントスペース、うどん製造業者、企業向けノベルティ、ドラッグ、ホテル、レストラン、駅構内の飲食店(駅そば屋)、工場直品

3. 「年明けうどん」の販売・流通について

「年明けうどん」を販売・提供した(組合・団体)の事業所数・店舗数を教えてください。



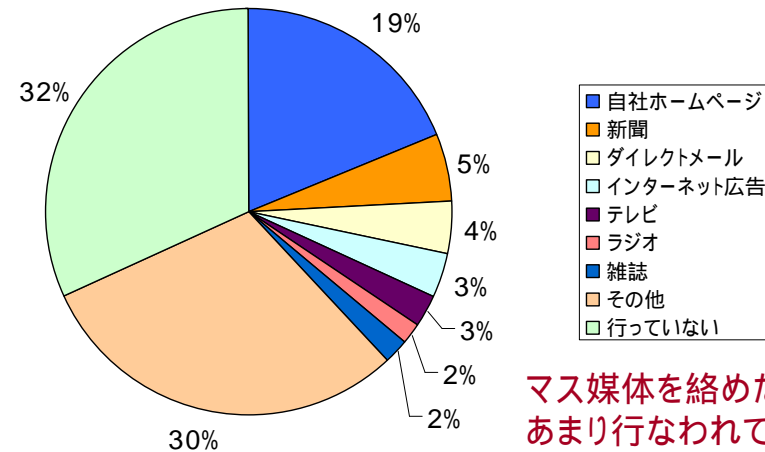
「年明けうどん」を販売・提供した期間を教えてください。



4. 「年明けうどん」商品の広告宣伝 / 販売促進活動について

「年明けうどん」商品についてどのような広告宣伝活動を行いましたか。(複数回答可)

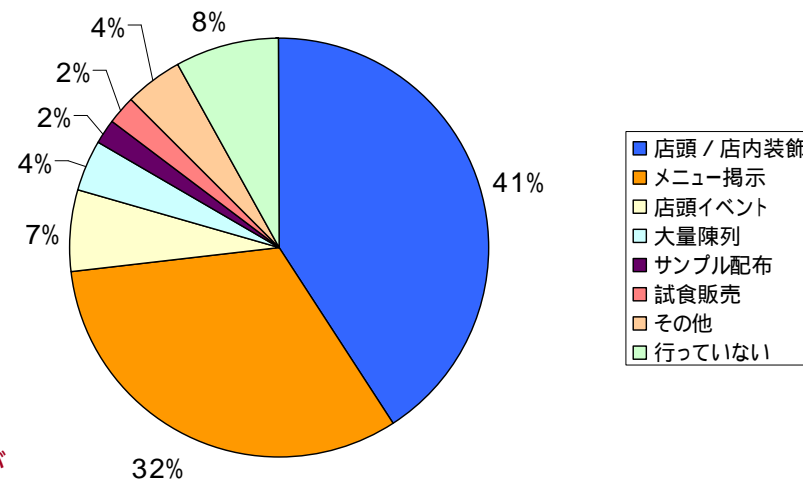
| 広告宣伝活動 | 回答数 |
|-----------|-----|
| 自社ホームページ | 22 |
| 新聞 | 6 |
| ダイレクトメール | 5 |
| インターネット広告 | 4 |
| テレビ | 3 |
| ラジオ | 2 |
| 雑誌 | 2 |
| その他 | 35 |
| 行っていない | 37 |



マス媒体を絡めた大々的な広告宣伝はあまり行なわれていない。

「年明けうどん」商品について店頭でどのような販売促進活動を行いましたか。

| 店頭での販売促進活動 | 回答数 |
|------------|-----|
| 店頭 / 店内装飾 | 56 |
| メニュー掲示 | 44 |
| 店頭イベント | 9 |
| 大量陳列 | 5 |
| サンプル配布 | 3 |
| 試食販売 | 3 |
| その他 | 6 |
| 行っていない | 11 |



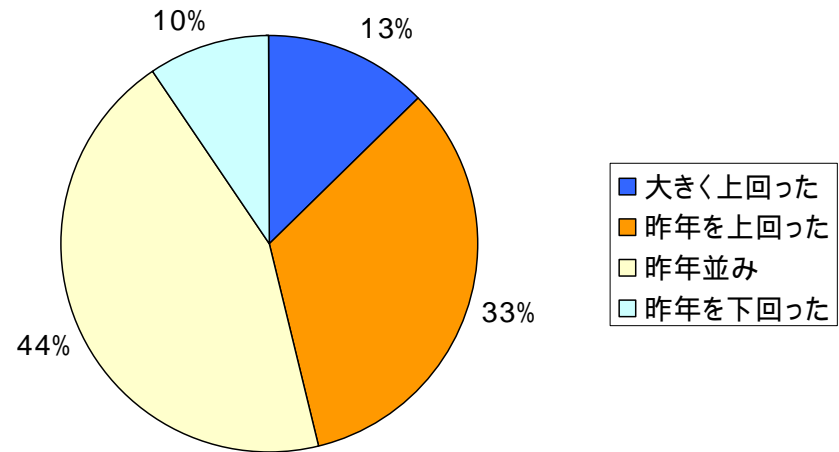
店頭販促に関しては、比較的積極的に行われているがそれでも8%は行っていないと回答

5. 「年明けうどん」に取り組んだ成果について

昨年同時期に対して成果はどうでしたか

| | 回答数 | 割合 |
|---------|-----|-----|
| 大きく上回った | 8 | 13% |
| 昨年を上回った | 21 | 33% |
| 昨年並み | 28 | 44% |
| 昨年を下回った | 6 | 10% |
| 合計 | 63 | |

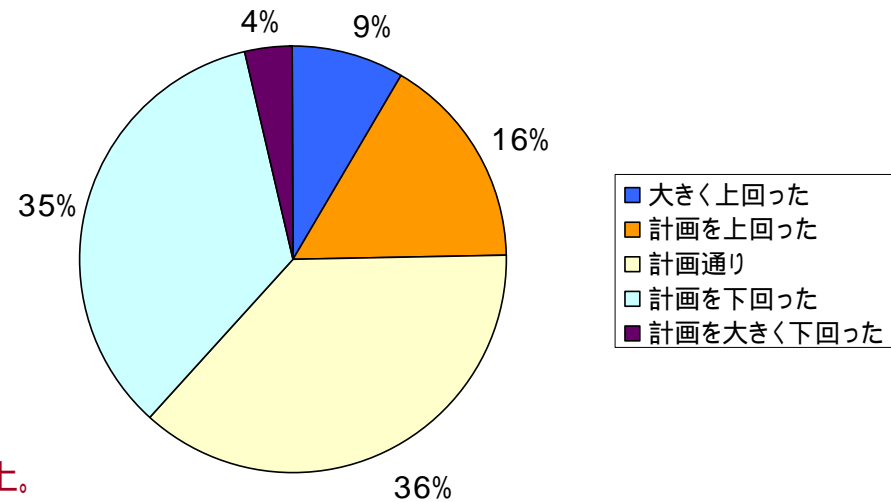
昨年を上回ったのは全体の46%。
成果があったと評価した回答が多かった。



計画に対して成果はどうでしたか

| | 回答数 | 割合 |
|------------|-----|-----|
| 大きく上回った | 7 | 9% |
| 計画を上回った | 13 | 16% |
| 計画通り | 30 | 36% |
| 計画を下回った | 28 | 35% |
| 計画を大きく下回った | 3 | 4% |
| 合計 | 81 | |

計画を達成できたと回答があったのは半数以上。
うち、全体の25%は計画を上回ったとの回答。



6. 「年明けうどん」に対するご意見について

「年明けうどん」についてご意見をお聞きかせ下さい。(抜粋)

- ・「年越しそば」ように全国的に普及・定着して欲しい。
- ・3年4年5年と続けて全国民に定着させたい。
- ・うどんの需要拡大には、非常に良い企画と思います。消費者に定着するには、時間がかかると思います。
- ・うどんを盛り上げる、年越しそばのような定着したイベントになっていけば良いなと思います。
- ・年明けうどん販売の趣旨を全国的にもっと広げるべきだ。
- ・これから正月に提案するアイテムとして早く世間になじんでいけばと思います。スーパー側の評価はかなり高かったです。
- ・5年後10年後には年越しそばのように成長させて行きたい。
- ・新食習慣として大変面白いとおもいます。今後も継続して得意先様へ提案することで弊社としても年明けうどん普及に貢献できたらと考えております。
- ・今年は節分の日において、恵方巻きを提案する企業が多く普及率もかなり高まったように感じました。年明けうどんについては一般消費者からはまだまだ認知度が低いと思われしますので根気よく毎年提案し続ける事が必要だと思います。
- ・各スーパー、小売様での動きをみていると、関東地区では「年明けうどん」はまだまだ認知されておらず、売上貢献につながっていないと思います。より一層の宣伝活動をお願いいたします。
- ・まだあまり浸透していないので、「年明けうどん」と説明しても冗談だと思われることが多く「年越しそば」の様な爆発はまだ無いが、地道に活動していけば数年後には関東で恵方巻きが定着したように「年明けうどん」も定着するのではないかと思うし、期待もしたい。
- ・TVでも取り上げていただき、大変盛り上がりました。お客様にもご好評いただく事ができました。来年の取り組みにつなげていきたいと思っています。
- ・予想以上に反応がよく、今後正月の定番メニューにしていきたい。
- ・昨年以上の成果が出ました。年々増加する事を期待します。
- ・正月イベントで実施したが、反応は良かった。
- ・今年度に関しては更に「年明けうどん」が様々な業態で展開されており、来年度はいよいよブームが本格化する気配です。
- ・スーパー・量販店は、好んで販売をしているのではなく、少しでも高く売れるきっかけを商品に望んでいる。年明けうどんは、そういったニーズに合致するので、来年も大きく伸びると期待している。
- ・以前に比べ、お客様の認知度が上がってきたが、年越しそばほどではない。今後も露出アップを期待する。
- ・外食うどん店の取り組みが今以上に活発になれば浸透のスピードが上がると思います。
- ・12月からの取り組み次第で成果に大きく差がでます。各流通や飲食関係にも早期の取り組みでさらに需要が高まると考えられます。

6. 「年明けうどん」に対するご意見について

- ・赤のトッピングについてある程度限定したほうが良いのではないですか？期間については1/1～1/15でもいいと思いますが「年明けうどんの日」を決めてはどうでしょうか？
- ・1月15日までの販売期間が長すぎ、だれてしまうのと7日以降の販売数が激減した。売り上げは前年、計画を大きく上回ったが、年明けうどんがどこまで貢献したかは疑問。来年度は新聞、雑誌などの広告を取り組む予定。
- ・まだまだ大阪では定着していない。「太く長く」という考え、「紅い」ものが縁起が良いという考えは古いのでは？
- ・まだ認知度が無く、反応が薄い。事前よりもっとPRをすることが必要と思う。それと、縁起物というイメージが暗い。もっと明るく派手に。
- ・販売も予測を下回りまだまだ根付いていないとの印象があります。もう少し定義をしっかりと作る事で付加価値が付くのではとも思われます。
- ・普及も必要ですが、もっと地元の物を使っての赤い商品が必要な気がします
- ・取り組んではみたが生麺ではむずかしい所がある。
- ・メディアで取り上げられていたがその割に内容についてあまり理解されていなかった。
- ・商品内容や販促計画を再考すればまだまだ伸びる可能性を感じる。
- ・メニュー提案をもう少しすればよいと思います。
- ・今年は厳しかったです。

本資料の利用に関する事項

- ・本資料の提供にあたって、利用制限はございません。
- ・複写・転載については、出所出典を明示することを条件に、ご自由に活用ください。

明示例

「出所」「転載」「引用」等として

「年明けうどん2010取り組み調査報告書 年明けうどん普及委員会」「年明けうどん普及委員会」

または

「<http://www.toshiakeudon.jp>」「年明けうどんホームページ」

を併記。

- ・利用のための申請や登録及び料金は必要ございません。
- ・著作権そのものは放棄いたしません。
- ・利用者の責任において、データをご活用下さい。

本件に関するお問い合わせ

全国製麺協同組合連合会
年明けうどん普及委員会

事務局 TEL : 087 - 813 - 1139
Mail : contact@toshiakeudon.jp