

平成23年度 水産物消費嗜好動向調査

子育て世代の消費動向 ～子育て世代の食選択の背景～

平成24年3月

社団法人 大日本水産会

はじめに

平成22年度水産白書「水産の動向」では、若い世代ほど家庭における魚介類の購入量が少ない、と報告されております。30代は60歳以上世代の約1/3、40代は30代よりは若干多いものの、それほどの差はありません。30-40代は子育て世代であり、親の食材の選択、献立が、幼児期、成長期にある子どもの食習慣の形成に大きな影響を与えるものと考えられます。

このような前提において、30-40代の子育て世代の魚介類購入の実態、食に対する考え方を探り、併せて今後の水産物消費拡大に向けた販売方法、加工形態、調理方法を、開発の参考となるデータ調査として行いました。

調査タイトルは「子育て世代の消費動向---子育て世代の食選択の背景---」として、9つの大都市圏に居住する対象者を選択し、アンケート調査を実施致しました。アンケート調査の内容は、調査実施前に5名の方々を無作為に選択、グループ討議をして頂き、決定しております。

また、討議記録も掲載させて頂いておりますが、アンケート調査に加え、子育て世代家庭の実情が垣間見えます。水産関係者各位、また消費者の方々にも今後の魚食普及のご参考にして頂ければ幸いです。

社団法人 大日本水産会
会 長 白 須 敏 朗

総合分析

I. 調査概要	9
II. グループインタビューによる魚介類購入頻度の低い人の傾向	11
III. 回答者属性	13
IV. 子育て世代の食の傾向	15
V. 魚介類の購入動向	25
VI. 認証・資格制度の認知度	29
VII. 今後の課題	32

調査結果

I. 調査概要	39
II. 調査結果	40
1. 回答者属性	40
2. 子育て世代の食の傾向	47
3. 魚介類の購入動向	83
4. 認証・資格制度の認知度	105
III. グループインタビュー議事録	117
1. 自己紹介	117
2. 食生活について	125
3. 魚の摂取状況	136
4. 魚に対する潜在意識・子どもの食育について	148

資料: アンケート調査票

総合分析

目次

I. 調査概要	9
1.調査の背景 目的 概要	9
2.対象抽出と分析軸の作成	10
II. グループインタビューによる魚介類購入頻度の低い人の傾向	11
1.グループインタビューサマリー	11
III. 回答者属性	13
1.回答者全体のプロフィール	13
IV. 子育て世代の食の傾向	15
1.魚介 肉類の嗜好とイメージ	15
2.魚介類の消費傾向	18
3.肉類の消費傾向	23
V. 魚介類の購入動向	25
1.魚介類の購入動向	25
VI. 認証 資格制度の認知度	29
1.サステナビリティに対する意識	29
2.認証制度に対する意識	30
3.資格制度に対する意識	31
VII. 今後の課題	32
1.魚介類消費の阻害要因の解決方法	32
2.ターゲット別の傾向と対策	35

I. 調査概要

1.調査の背景・目的・概要

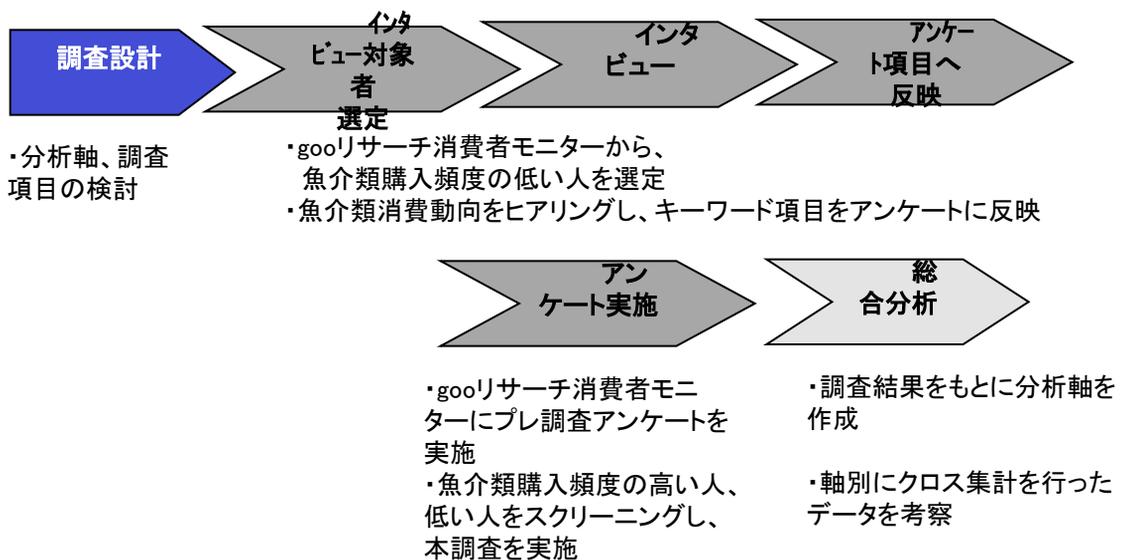
調査背景

- 平成22年度水産白書によると、家庭での生鮮魚介類の購入数量は、年齢層が若くなるに従い少なくなっており、30代の生鮮魚介類購入数量は、60歳以上の世代の約3分の1にとどまる。また、50歳以上の世代は加齢とともに嗜好の変化などにより魚介類の購入数量が増える傾向がみられるものの、40代以下の世代では増大傾向はみられず、生鮮魚介類の消費低迷状況は継続の状況にある。
- しかしながら、日本国民1人あたりの年間食用魚介類供給量は、人口100万人以上の国の中では最大であり、日本人の平均寿命の長さには魚食が大きな影響を与えているとされている。

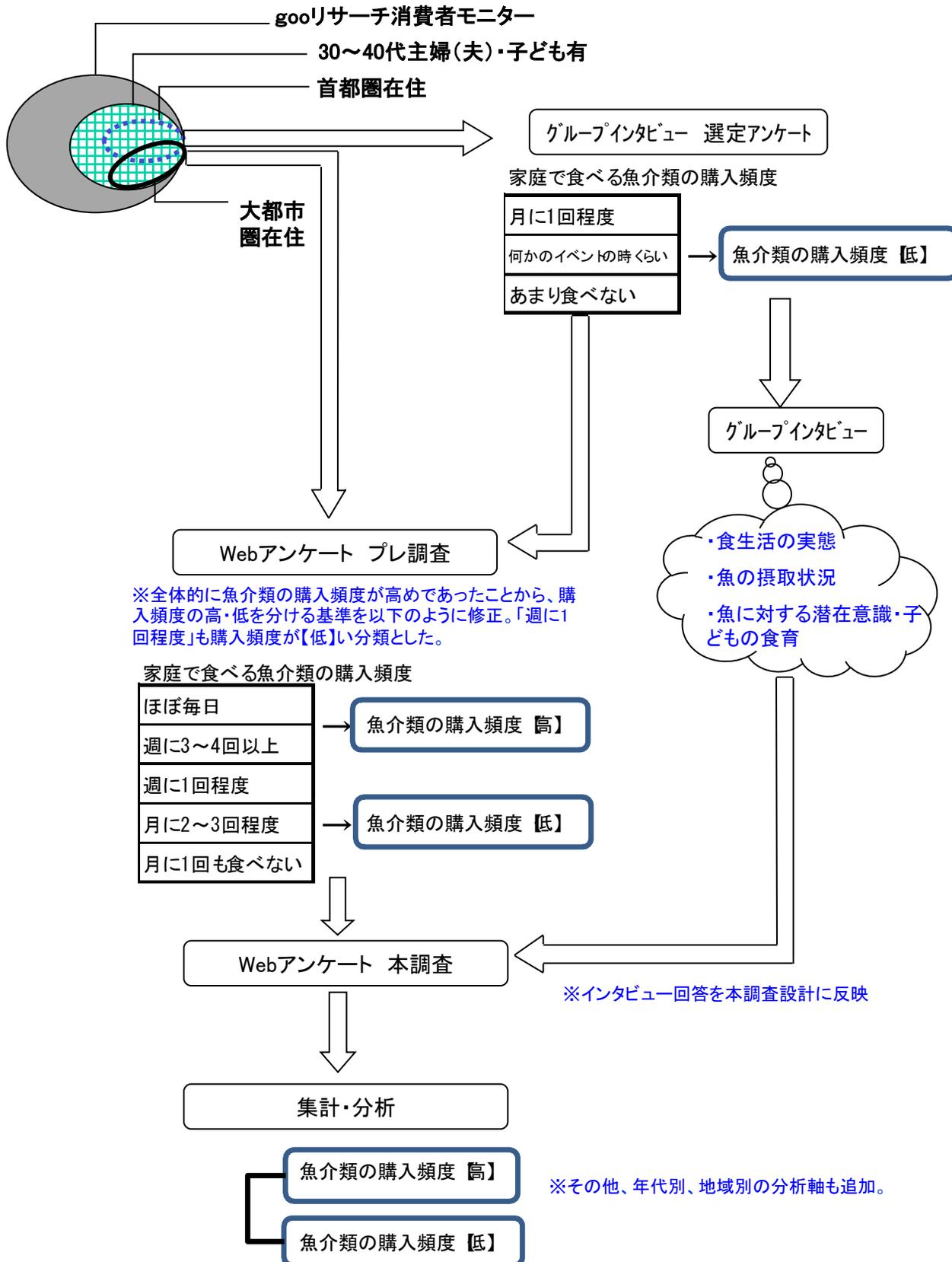
調査目的

- ターゲットを食の習慣が育まれる成長期の子ども達を持つ、子育て世代30～40代の主婦(夫)とし、日常の食における魚介類消費動向を把握、魚食普及推進の参考とする。
- また、マリン・エコラベルなどの認証制度や、おさかなマイスターなどの資格制度の認知度も併せて調査し、魚介類購入における消費者の関心度を探った。
- 今回の調査では、魚介類の購入頻度の高い人、低い人に分け魚介類に対するイメージ、購入や調理の状況を分析、消費者の食の選択に対応する魚介類の消費拡大を探った。

調査概要



2.対象抽出と分析軸の作成



Ⅱ. グループインタビューによる魚介類購入頻度の低い人の傾向

1. グループインタビューサマリー(1)

■ 食生活全般にわたり、加工食品を利用した簡便、短時間の調理傾向がみられた。

■ 家族それぞれの生活スタイルや嗜好を優先して、各自の食事時間や食材・メニューを選択している様子がうかがえた。

◇インタビュー 選定アンケート結果より、対象者5人の属性を抜粋

	A	B	C	D	F
性 年齢	女 44歳	女 40歳	女 46歳	女 48歳	女 36歳
職業	パート兼	専業主婦	専業主婦	パート兼	専業主婦
子ども	高3	高1 幼稚園	小4	大学2年 双生児)	小1 小4
世帯年収	600～799万円	800～999万円	600～799万円	800～999万円	1000万円以上
魚介類の購入頻度	あまり食べない	何かのイベントの時くらい	月に1回程度	月に1回程度	月に1回程度

◇インタビュー議事録より主な発言を抜粋（詳細はP117～149参照）

食生活の実態	子どもの弁当には、生協で売られている甘醤油やごまをまぶしたイワシの冷凍食品などを焼いて入れることが多い。
	子どもの弁当は、恥ずかしいくらい冷凍食品満載。白身魚やパスタをチンして入れるだけ。
	肉料理の方が下ごしらえもなくパーツと焼くだけでいい。ステーキもボンと焼くだけ。トンカツも衣付きのものを買って揚げるだけ。
	おにぎりの具は、ご飯に混ぜるタイプのシリーズをいろいろ揃えている。
	下ごしらえをしたりするのが面倒だと思うと、惣菜を買ったりする。 朝も昼もずっと手抜き。夕食はしっかり作ると思う
	野菜を敷いた上に炒めた肉をバーンと載せるだけで、見た目の満足感があるのかも。 夕食の準備時間は30～40分。
	平均的な調理の時間が少なく、煮込む時間がないので、根菜類の摂取が少ない。 料理のレシピは、市販の調味料のパッケージ裏などを参考に。 メニューを考えるのが面倒なので、家族に食べたいものを聞く。
家族の生活スタイルと嗜好	朝食は、主人が先に食べ、あとは子どもたちの学校の始まる時間によって（時間が）異なる。私が（仕事に）出る時に（子どもが）起きていないこともあるので、そういう時はパンだけ置いて出ちゃうこともある。
	主人は夜の帰りが2～3時で、朝は6時くらいに出るので、朝は食べない。私が起きるより先に出ていて、何も食べたものがないから、たぶん食べていないと思う。
	幼稚園の子はハンバーグが大好き。（弁当を）全部食べきると、金色のシールをもらえるらしく、（弁当には）好きなものだけ入れる。他の（おかず）では、そのシールがもらえない。
	息子は中高とラグビー部。肉じゃないと力が出ないと言われたようだ。魚を食べないわけじゃないが、魚があっても肉が欲しいと言われるので、それが面倒で肉にしている。元々主人も肉派。すごい（食べる）量だから、どうしても調理は肉の方が簡単。
	主人の母は（家事を）ちゃんとする人。でも、私はできないと言った。結婚した当時も動いていたし、双子ができて大変だったし、（最近）また働き始めたので、「できません」という感じ。
	3人家族なのに、主人と娘が全然好みが違うし、私も違う。それぞれ別のメニューを作ることもある。外食でも好みが3人3様で揉めるので、結局バイキング形式が多い。
	娘は魚の食べ方が下手で、魚を出しても6割くらいしか食べない。食べられるところも避けて残してしまうので、こっちは出さなくなっちゃう。
	週末は家族3人が、それぞれ台所に立って（好きなものを作って）いる。
	娘はお腹が空くと夕食を作っている最中から違うものを食べたがる。レトルトカレーを食べちゃうことなんかある。
	上の子は硬い肉が嫌いで、挽き肉がメイン。何が良い?と聞けばハンバーグや麻婆豆腐。主人は魚が嫌いではないが、余計な手を入れてくれるなという感じ。塩焼きが一番らしい。サバの味噌煮は息子だけが食べる。だから、1人前用が欲しい。 くら寿司は好きなだけ選べるし、食べた分だけお金を払えばいいので、私には丁度良い。

1.グループインタビューサマリー(2)

■魚介類の摂取についても、さばき方やレシピに積極的に取り組むというよりは、提供者側に、下処理や加工の工夫を求める意識がみられた。

平成18年度実施「小・中学生の子どもをもつ母親に対するアンケート」では、「魚介料理を調理する習慣があまりない層」には、「調理くずや食べカス、におい取り対策は重要度が低い」という結論が出ており、今回の調査でも魚介類の購入頻度の低い層には、下処理の手助けとなるグッズや方法を紹介し、魚介類を積極的にさばくことを促すよりは、予め提供者側で下処理を行った状態のものを提供した方が好まれる傾向が高い。

■子どもが好き嫌いなく、色々な食材を食べるようにしたいという気持ちはあるものの、食育については、学校にて実施して欲しいという希望がある。

◇インタビュー議事録より主な発言を抜粋（詳細はP117～149参照）

魚食状況・意識	両面焼き機能付いたグリルでも、焼けているかどうか確認するのがイヤ。後片付けもイヤ。
	普段は味つきの魚を焼くのが専門。最大に頑張ると、カレイの煮つけ。
	作って、ブリの照り焼き。カレイの煮つけを結婚当初頑張ったが、10何年やっていない。
	魚の煮つけなんてやったことがないし、やり方も分からないくらい。
	魚の煮つけは2年前くらいにやったかな。
	普段はサケの塩焼きをやったら、おめでとう！。カレイの煮つけを、子どもが小さい時にすごく頑張ったが、半生の出来だったので、その後作らなくなった。
	オーブトースターで小さいめざしを焼いて、家族みんなで食べて、(魚)食べた気になっている。
	今、何の魚が旬がよく分からない。旬自体が、ピンとこない。
	旬はあまり意識していない。
	サケやブリなど決まったものしか買わないので、売り場ではそれしか見ない。
	この魚はこういう調理に合っているなど、表示がないと分からない。
	魚の調理のイメージが湧かない。
	今さらまた魚をさばこうと思わない。丸一匹をどうしたらいいか分からない。
	さばこうと思って魚を買うことはないので、さばいたことがないかも。
	ニオイがないから、味つけの魚を買う。
別に魚をさばけなくても、店でやってくれるので不自由しない。	
肉は薄切りや細切りなど、バリエーションが豊富。魚も揚げやすいカットがあればいいかも。	
魚の切り身は高いので、加工してあるものを少量で売っていたら買うかも。	
加工してある魚が増えるといい。フライやフリッター用に、粉までついていいものが良い。	
焼き魚に大根おろしを添えるのが面倒。焼いた上に、さらに大根おろしをするなんて。	
焼き魚は、単品でボンと切り身だけで皿に盛る。	
子どもの食育	子どもが小さいうちから魚を食べるようにしなくてはと思う。自分だけならデパートで買っても良い。
	子どもが大きくなって、魚の食べ方を知らないということがあったらかわいそう。
	給食はラクで良い。
	食育は、学校で教えて欲しい。
	うちの子の世代は食育がなく、レタスとキャベツの区別もつかなかった。
給食の献立は、家で真似できそうなものしか覚えていない。	

参考：平成18年度調査
総合分析(P36)より

<<魚介料理を作る習慣がない家庭に有効と思われる対策>>

○衣つきや下味つきなど調理が途中まで施された商品や加熱するだけで食べられる商品の充実

⇒日ごろ魚介料理をあまり作らない家庭では、水産物の下処理に関するニーズより、調理がほぼ完成された状態で提供される商品に関心が強い。

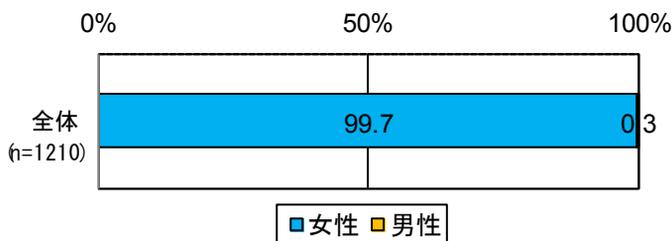
⇒魚介料理を調理する習慣があまりないため、調理くずや食べカス、におい取り対策はこの層には受容度が低い。

Ⅲ. 回答者属性

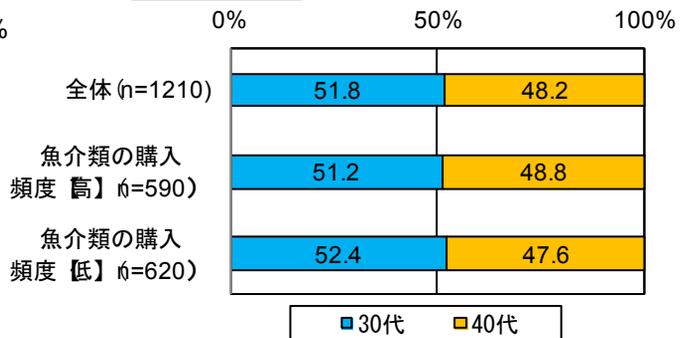
1.回答者全体のプロフィール(1)

- 有効回答数:1,210。男女比率は女性99.7%、男性0.3%と女性が圧倒的に多い。
- 年代は30代51.8%、40代48.2%と約半数ずつ。魚介類の購入頻度別でも年代比率に、差はほとんどみられない。
- 居住地では、東京23区19.9%、横浜市・川崎市19.5%、大阪市12.7%がそれぞれ多い。
- 職業は、専業主婦(夫)が最多の80.6%。仕事を持つ人の中ではパート・アルバイトが17.9%。
- 配偶者と子ども(一人以上)の世帯(核家族世帯)は96.0%、残り4.0%が三世帯世帯。

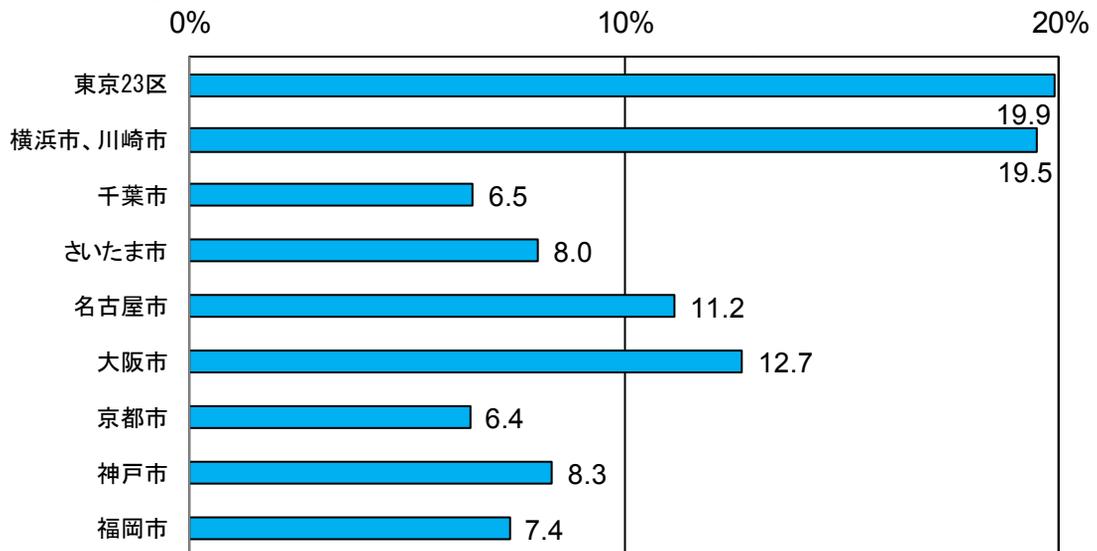
プレF1.性別



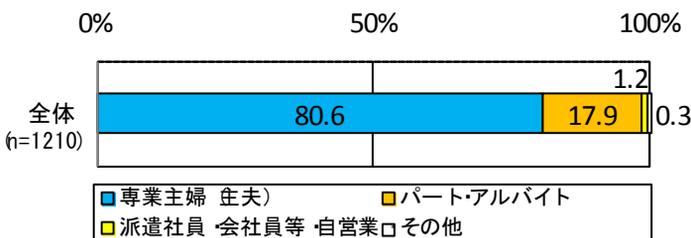
プレF2.年代



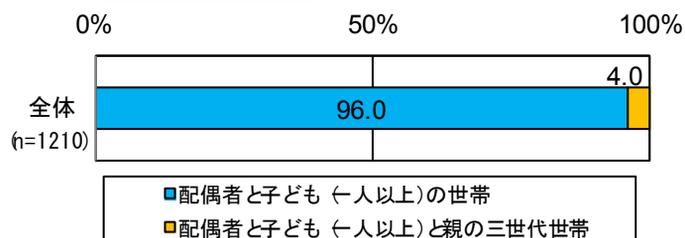
プレF3.居住地域



プレF4.職業



プレF5.家族形態



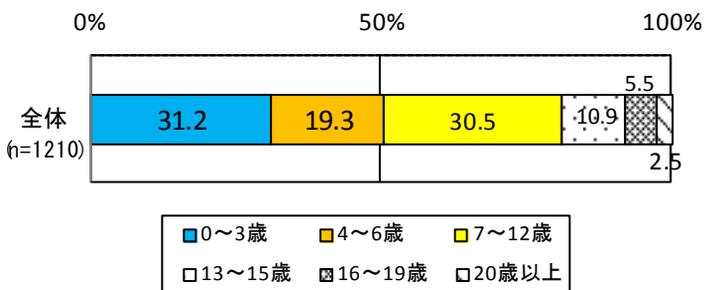
1.回答者全体のプロフィール(2)

- 回答者自身も含めた、同居家族の人数は平均3.8人。
- 最年少の子ども年齢は、「0～3歳」が31.2%と最多。続いて「7～12歳」の小学生30.5%。
- 世帯年収は、全体では「401～600万円未満」の層が最多(33.1%)。600万円を区切りにすると、600万円未満51.2%、601万円以上48.9%とほぼ半分ずつに分かれる。
- 魚介類の購入頻度別に、600万円を区切りにみると、購入頻度の高い人は、半数よりやや多い52.9%が世帯年収601万円以上であるのに対し、購入頻度の低い人は、55.0%が世帯年収が600万円未満となっている。
- 年代別に、600万円を区切りにみると、30代の63.2%が世帯年収が600万円未満であるのに対し、40代では、ほぼ同じくらいの61.7%が世帯年収601万円以上となっている。

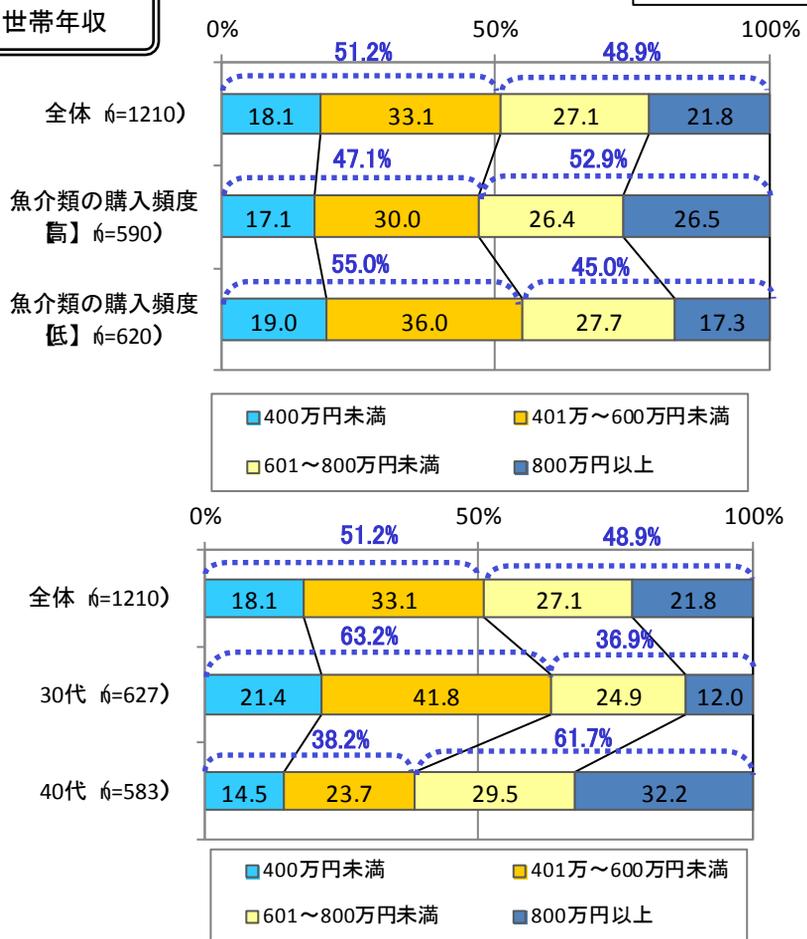
プレF6.同居家族の人数

	最小値	平均	最大値
全体 (n=1210)	3.0人	3.8人	7.0人
30代 (n=627)	3.1人	3.7人	7.0人
40代 (n=583)	3.2人	3.8人	7.0人

プレF7.最年少の子ども年齢



プレF8.世帯年収



IV. 子育て世代の食の傾向

1. 魚介・肉類の嗜好とイメージ(1)

【全体】

■全体で、家族が肉類が「好きなほう」と回答した人は93.4%、魚介類が「好きなほう」と回答した人は77.9%と、肉類が「好きなほう」と回答した人の方が、15ポイント以上高い。

■魚料理のイメージ:上位5位は、「健康」、「栄養価」など、体に良いイメージが高く、回答者自身やその子どもが、「もっと食べるようにしたい」という割合も高い。

■肉料理のイメージ:上位5位は、「スタミナ」や「満足感」など、満腹感を表すイメージが高く、「メニューの豊富さ」「コストが手ごろ」といった項目の割合も高い。

■【魚介類の購入頻度別】

■魚介類:購入頻度が高い人の約9割が「好きなほう」と回答。購入頻度が低い人は「好きなほう」が66.9%と、両者で20ポイント以上の差がみられた。

■購入頻度が低い人は、「嫌いなほう」と回答したのは6.8%と、1割未満で、「どちらともいえない」が26.3%と、好きでもないが、嫌いでもないという割合が高い。

■肉類:購入頻度の低い人の方が、「好きなほう」と回答した割合(95.5%)が、購入頻度の高い人より4.3ポイント高く、魚料理より肉料理の方が「美味しい」とイメージした割合(76.8%)も、購入頻度の高い人(57.5%)より19.3ポイント高かった。

プレ問1、プレ問2、問10. 魚介・肉類の好き・嫌いと各料理のイメージ(魚介類の購入頻度別)

(詳細はP47～50、P78～80参照)

	魚料理			肉料理		
	魚介類の購入頻度 高] n=590)	魚介類の購入頻度 低] n=620)	全体 (n=1210)	魚介類の購入頻度 高] n=590)	魚介類の購入頻度 低] n=620)	全体 (n=1210)
(%)	プレ問2家族は魚介類が好きか			プレ問1家族は肉類が好きか		
好きなほう	89.5 >	66.9	77.9	91.2 <	95.5	93.4
どちらともいえない	9.8	26.3	18.3	8.1	4.4	6.2
嫌いなほう	0.7	6.8	3.8	0.7	0.2	0.4
	本問10.魚料理と肉料理のイメージ					
健康によい	[1] 96.8	[3] 93.9	[1] 95.3	[13] 3.2	[1] 6.1	[12] 4.7
自分自身ももっと食べるようにしたい	[2] 94.4	[1] 96.1	[1] 95.3	[12] 5.6	[13] 3.9	[12] 4.7
子どもにもっと食べさせたい	[3] 93.4	[2] 94.5	[2] 94.0	[11] 6.6	[12] 5.5	[11] 6.0
栄養価が高い	[4] 69.0	[4] 68.9	[3] 68.9	[10] 31.0	[10] 31.1	[10] 31.1
食べ飽きない	[5] 50.3	[7] 25.3	[4] 37.5	[9] 49.7	[7] 74.7	[9] 62.5
スタミナが付く	[13] 0.8	[13] 1.5	[13] 1.2	[1] 99.2	[1] 98.5	[1] 98.8
満足感がある	[12] 5.1	[12] 2.3	[12] 3.6	[2] 94.9	[2] 97.7	[2] 96.4
メニューが豊富	[11] 5.4	[11] 2.4	[11] 3.9	[3] 94.6	[3] 97.6	[3] 96.1
調理コストが手ごろ	[10] 23.7	[10] 15.0	[10] 19.3	[4] 76.3	[4] 85.0	[4] 80.7
料理の香りがいい	[9] 31.0	[5] 30.0	[9] 30.5	[5] 69.0	[9] 70.0	[5] 69.5
調理が簡単	[8] 36.8	[9] 24.7	[8] 30.6	[6] 63.2	[6] 75.3	[6] 69.4
短時間で調理できる	[7] 40.5	[6] 29.2	[6] 34.7	[7] 59.5	[8] 70.8	[8] 65.3
美味しい	[6] 42.5	[8] 23.2	[7] 32.6	[8] 57.5 <	[5] 76.8	[7] 67.4

1. 魚介・肉類の嗜好とイメージ(2)

【年代別】

■魚介類:30代の方が「好きなほう」と回答した割合(80.1%)が、40代(75.6%)より4.5ポイント高い。「嫌いなほう」と回答した割合は、30代が4.1%、40代が3.4%とほとんど差がなく、年代別で魚介類を好まない傾向は、みられない。

■肉類:40代の方が「好きなほう」と回答した割合(95.2%)が、30代(91.7%)より3.5ポイントとやや高い。

■魚料理のイメージ:4位の「栄養価が高い」では、年代別の順位は同じであったが、30代は76.1%、40代は61.2%と、30代の方が約15ポイントも高く、魚料理の「栄養価が高い」というイメージは、30代の方が高いとみられる。

:5位のイメージは、年代別で異なった。30代は「短時間で調理できる」。40代は「食べ飽きない」。

■肉料理のイメージ:全体では5位「香りがいい」に対し、40代は「調理が簡単な点」の方がイメージが高かった。

プレ問1、プレ問2、問10. 魚介・肉類の好き・嫌いと各料理のイメージ(年代別)

(詳細はP47~50、P78~80参照)

	魚料理			肉料理		
	30代 (n=627)	40代 (n=583)	全体 (n=1210)	30代 (n=627)	40代 (n=583)	全体 (n=1210)
(%)	プレ問2家族は魚介類が好きか			プレ問1家族は肉類が好きか		
好きなほう	80.1	75.6	77.9	91.7	95.2	93.4
どちらともいえない	15.8	20.9	18.3	7.7	4.6	6.2
嫌いなほう	4.1	3.4	3.8	0.6	0.2	0.4
	本問10.魚料理と肉料理のイメージ					
健康によい	[2]	[1]	[1]	[2]	[3]	[2]
自分自身ももっと食べるようにしたい	[1]	[2]	[1]	[3]	[2]	[2]
子どもにもっと食べさせたい	[3]	[3]	[2]	[1]	[1]	[1]
栄養価が高い	[4]	[4]	[3]	[0]	[0]	[0]
食べ飽きない	[6]	[5]	[4]	[8]	[9]	[9]
スタミナが付く	[13]	[13]	[13]	[1]	[1]	[1]
満足感がある	[11]	[12]	[12]	[3]	[2]	[2]
メニューが豊富	[12]	[11]	[11]	[2]	[3]	[3]
調理コストが手ごろ	[10]	[10]	[10]	[4]	[4]	[4]
料理の香りがいい	[9]	[8]	[9]	[5]	[6]	[5]
調理が簡単	[7]	[9]	[8]	[7]	[5]	[6]
短時間で調理できる	[5]	[7]	[6]	[9]	[7]	[8]
美味しい	[8]	[6]	[7]	[6]	[8]	[7]

1.魚介・肉類の嗜好とイメージ(3)

【魚介類の購入頻度別】

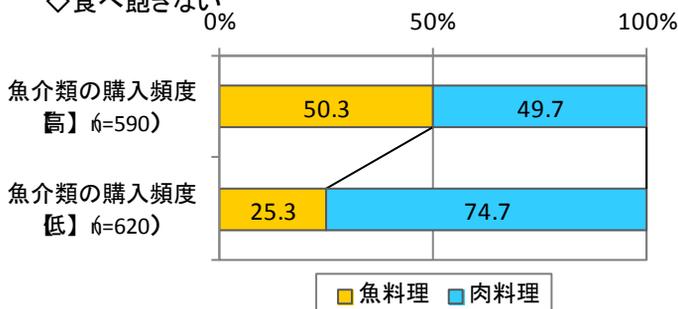
■肉料理に対し、「食べ飽きない」「美味しい」「調理が簡単」「短時間で調理できる」イメージは、購入頻度の低い人の方が高い。購入頻度の高い人よりも、10ポイント以上高く、いずれのイメージも、肉料理の割合が70%を越えている。

■「食べ飽きない」点では、購入頻度の高い人は、魚料理の方が50.3%と肉料理よりわずかに高い。

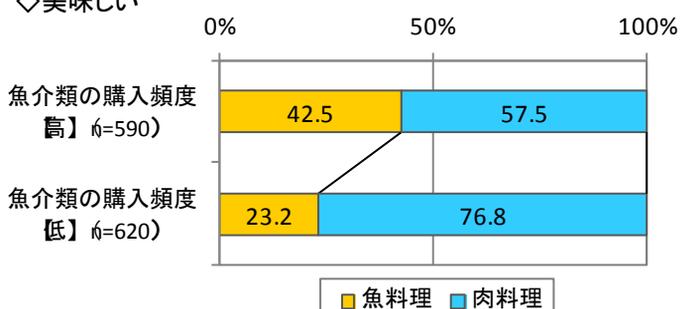
問10. 魚・肉料理のイメージ(魚介類の購入頻度別)

(詳細はP79参照)

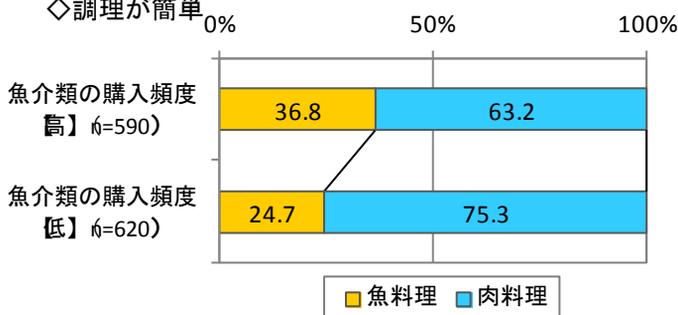
◇食べ飽きない



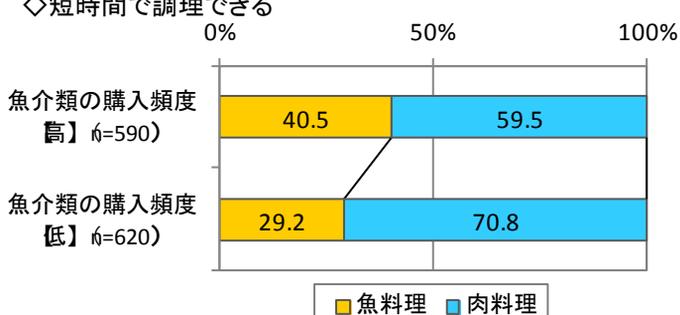
◇美味しい



◇調理が簡単



◇短時間で調理できる



【年代別】

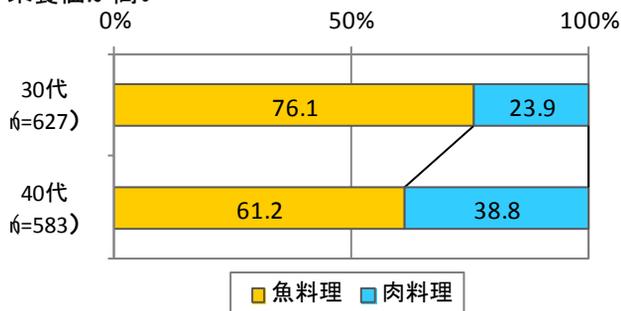
■「栄養価が高い」では、30代、40代ともに魚料理の方がそのイメージが高いが、30代の76.1%に対し、40代は61.2%と、約15ポイントも下がる。

■肉料理の方が「調理が簡単」とイメージしたのは、30代(66.0%)より40代(73.1%)の方が7.1ポイント高い。

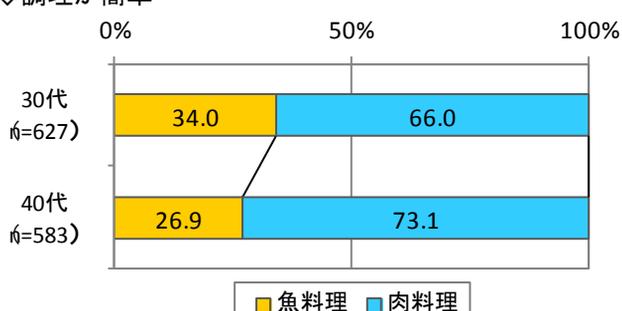
問10. 魚・肉料理のイメージ(年代別)

(詳細はP80参照)

◇栄養価が高い



◇調理が簡単



2.魚介類の消費傾向(1)

【全体】

■さけ(85.3%)が圧倒的によく食べられている。「切り身」96.0%の利用が群を抜いて高く、次いで刺身60%。

■1食あたりの鮮魚の数量は、67.9%が、家族「1人につき1切れ/1匹」といった単位で調理。一般的な魚の切り身が約60～100gとすると、1人あたりの1食の魚介類の数量は、肉の78.9～131.6g(P23)よりも少ない。

【魚介類の購入頻度別】

■2位以下のよく食べる魚種は、魚介類の購入頻度の高い人は、いずれも6割以上がよく食べているのに対し、低い人は40～50%以下。

■魚を「1匹まるごと」の形でよく購入する人は、魚介類の購入頻度の高い人でも31.7%。

■家庭で1食あたりの鮮魚の予算は、「501～800円」と「801円以上」の合計では、魚介類の購入頻度の高い人(29.1%)の方が、低い人(21.9%)より7.2ポイント高い。

プレ問3-2、本問5～8.魚介類の消費動向(魚介類の購入頻度別)

(詳細はP64～72参照)

(%)	魚料理					
	魚介類の購入頻度【高】 (n=590)		魚介類の購入頻度【低】 (n=620)		全体 (n=1210)	
	本問5.よく食べる魚介類の種類					
1位	さけ	89.5	さけ	81.3	さけ	85.3
2位	さんま	69.0	さんま	50.8	さんま	59.7
3位	白身の魚	66.6	さば	46.1	さば	55.1
4位	さば	64.6	ぶり	44.8	白身の魚	54.9
5位	ぶり	61.7	えび	44.2	ぶり	53.1
6位	あじ	60.7	白身の魚	43.7	あじ	50.5
	本問6.よく購入する魚介類の形態					
1位	切り身	96.3	切り身	95.8	切り身	96.0
2位	刺身	66.4	刺身	55.5	刺身	60.8
3位	1匹:下処理済み	46.8	1匹:下処理済み	37.6	1匹:下処理済み	42.1
4位	1匹:まるごと	31.7	1匹:まるごと	25.6	1匹:まるごと	28.6
	本問7.よく購入する魚介類加工食品					
1位	干物	73.7	練り物	62.4	干物	66.9
2位	練り物	63.1	干物	60.3	練り物	62.7
3位	魚肉ハム ツーセージ	45.4	魚肉ハム ツーセージ	43.4	魚肉ハム ツーセージ	44.4
4位	缶・瓶詰	39.5	冷凍	32.3	冷凍	35.3
	プレ問3-2.魚介類の購入頻度					
ほぼ毎日	100.0	4.9	0.0	0.0	48.8	2.4
週に3～4回以上		95.1		0.0		46.4
週に1回程度	0.0	0.0	100.0	83.9	51.3	43.0
月に2～3回程度		0.0		15.3		7.9
月に1回も食べない		0.0		0.8		0.4
	本問8-2.1食あたりの鮮魚の数量					
1人1切れ/匹/パック)		68.1		67.6		67.9
1人複数切れ/匹/パック)		25.8		26.0		25.9
1切れ/匹/パック)÷人数		6.1		6.5		6.3
	本問8-1.1食あたりの鮮魚の予算					
300円以下	70.8	30.0	78.0	32.4	74.5	31.2
301～500円		40.8		45.6		43.3
501～800円	29.1	21.5	21.9	17.1	25.5	19.3
801円以上		7.6		4.8		6.2

2.魚介類の消費傾向(2)

【年代別】

- 40代はよく食べる魚介類の4位にまぐろ(56.9%)があげられ、割合も30代(43.2%)より高い。(P65も参考)
- 「刺身」は40代の68.6%に対し、30代は53.6%と、全体(60.8%)よりも7.2ポイント低く、40代比では15ポイントも低い。
- 魚介類の購入頻度は、「週に1回」「月に2~3回」「月に1回も食べない」を合わせた合計が、30代51.8%、40代50.6%と、いずれも半数ほどが、購入頻度が低い部類に入る。
- 家庭で1食あたりの鮮魚の予算は、「501~800円」と「801円以上」の合計では、40代(34.0%)の方が、30代(17.6%)より16.4ポイント高い。

プレ問3-2、本問5~8.魚介類の消費動向(年代別)

(詳細はP64~72参照)

(%)	魚料理					
	30代 (n=627)		40代 (n=583)		全体 (n=1210)	
	本問5.よく食べる魚介類の種類					
1位	さけ	84.5	さけ	86.1	さけ	85.3
2位	さんま	60.0	さんま	59.3	さんま	59.7
3位	白身の魚	53.9	さば	58.0	さば	55.1
4位	さば	52.5	まぐろ	56.9	白身の魚	54.9
5位	ぶり	51.4	白身の魚	55.9	ぶり	53.1
6位	海藻類	48.0	ぶり	54.9	あじ	50.5
	本問6.よく購入する魚介類の形態					
1位	切り身	95.5	切り身	96.6	切り身	96.0
2位	刺身	53.6	刺身	68.6	刺身	60.8
3位	1匹:下処理済み	44.7	1匹:下処理済み	39.3	1匹:下処理済み	42.1
4位	1匹:まるごと	27.1	1匹:まるごと	30.2	1匹:まるごと	28.6
	本問7.よく購入する魚介類加工食品					
1位	干物	63.2	干物	70.8	干物	66.9
2位	練り物	59.3	練り物	66.4	練り物	62.7
3位	魚肉ハム ツーセイジ	44.7	魚肉ハム ツーセイジ	44.1	魚肉ハム ツーセイジ	44.4
4位	冷凍	34.4	缶・瓶詰	40.3	冷凍	35.3
	プレ問3-2.魚介類の購入頻度					
ほぼ毎日		1.6		3.3		2.4
週に3~4回以上	48.2	46.6	49.4	46.1	48.8	46.4
週に1回程度		41.8		44.3		43.0
月に2~3回程度	51.8	9.7	50.6	5.8	51.3	7.9
月に1回も食べない		0.3		0.5		0.4
	本問8-2.1食あたりの鮮魚の数量					
1人1切/匹/パック		67.8		67.9		67.9
1人複数切/匹/パック		24.7		27.1		25.9
1切/匹/パック÷人数		7.5		5.0		6.3
	本問8-1.1食あたりの鮮魚の予算					
300円以下		82.5		24.0		31.2
301~500円		44.5		42.0		43.3
501~800円	17.6	15.2	34.0	23.7	25.5	19.3
801円以上		2.4		10.3		6.2

2.魚介類の消費傾向(3)

よく食べる魚料理(共通)

■回答者自身(主婦または主夫)、夫・他の家族(以降、「夫」と表記)、子どものいずれも1位:「刺身・寿司」、2位:「焼き魚」の順位は同じ。夫と子どもは、3位:「揚げ物」も同じ。

よく食べる魚料理(夫)

■「刺身・寿司」(86.6%)、「焼き魚」(75.7%)、「照り焼き」(57.6%)、「煮付け」(55.0%)、「鍋物」(55.1%)の和食風メニューでは、半数以上がよく食べると回答。例外は、フライやフリッターなど洋食の可能性も多い、揚げ物(61.2%)。

■回答者自身と夫で10ポイント以上の開きがみられたのが、「照り焼き」「ムニエル」「ホイル焼き」と、焼き物が多い。

よく食べる魚料理(子ども)

■「ホイル焼き」(34.0%)、「煮付け」(44.6%)、「鍋物」(31.9%)といった、煮物などの淡白な料理の割合が、半数を切っている。

■回答者自身と比較すると、「揚げ物」を除く、すべての料理で子どものよく食べる割合は10ポイント以上低い。特に、「ホイル焼き」と「鍋物」では、20ポイント以上の差があった。

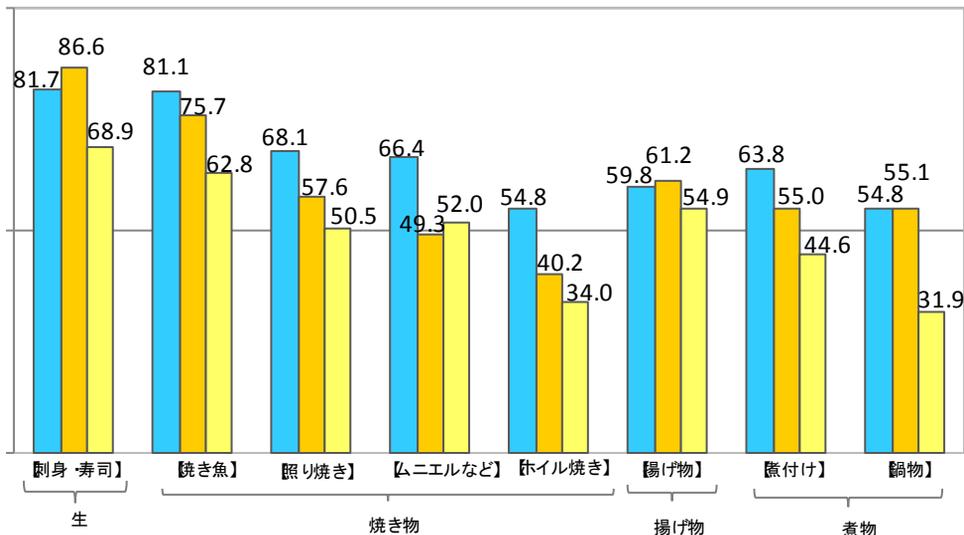
本問9.家庭でよく食べる魚料理(家族比)

(詳細はP73~77参照)

(n=1210)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	(%)
回答者自身	刺身・寿司 81.7	焼き魚 81.1	照り焼き 68.1	ムニエルなど 66.4	煮付け 63.8	揚げ物 59.8	ホイル焼き 54.8	鍋物 54.8	
夫・他の家族	刺身・寿司 86.6	焼き魚 75.7	揚げ物 61.2	照り焼き 57.6	鍋物 55.1	煮付け 55.0	ムニエルなど 49.3	ホイル焼き 40.2	
子ども	刺身・寿司 68.9	焼き魚 62.8	揚げ物 54.9	ムニエルなど 52.0	照り焼き 50.5	煮付け 44.6	ホイル焼き 34.0	鍋物 31.9	

■ 回答者自身 ■ 夫 他の家族 ■ 子ども



2.魚介類の消費傾向(4)

よく食べる魚料理(回答者自身)【魚介類の購入頻度別】

■とりわけ「煮付け」「鍋物」といった煮物では、魚介類の購入頻度の高い人の方が、10ポイント以上高く、よく食べている。

よく食べる魚料理(回答者自身)【年代別】

■特に大きな違いがみられる料理は、ない。

よく食べる魚料理(夫)【魚介類の購入頻度別】

■すべての料理において、購入頻度の高い人の夫の方が、よく食べる割合が高い。

■購入頻度の高い人の夫は、「ホイル焼き」(45.1%)を除くすべての料理で50%以上が、よく食べる。

よく食べる魚料理(夫)【年代別】

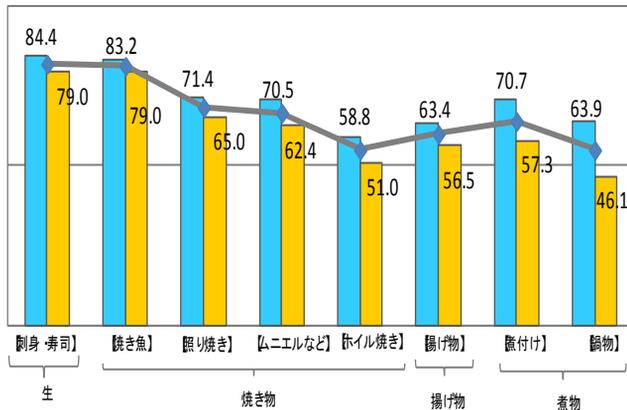
■すべての料理において、40代の人の方がよく食べる割合が高い。

■しかし、魚介類の購入頻度の低い人の夫では、半数未満の「鍋物」も、30代の夫でみると、54.7%と半数を超える。

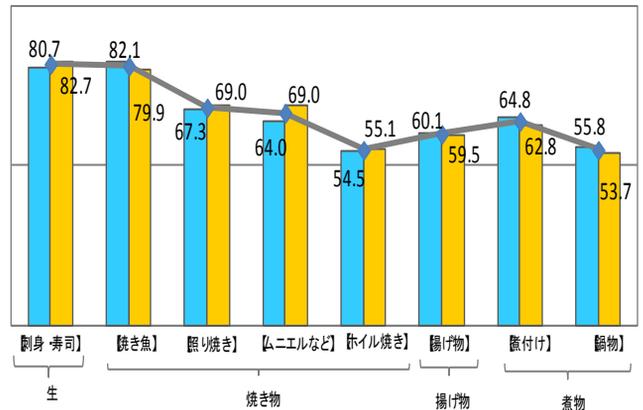
本問9.家庭でよく食べる魚料理(回答者自身)

(詳細はP73～77参照)

◇購入頻度別 ■ 高 ■ 低 ◆ 全体



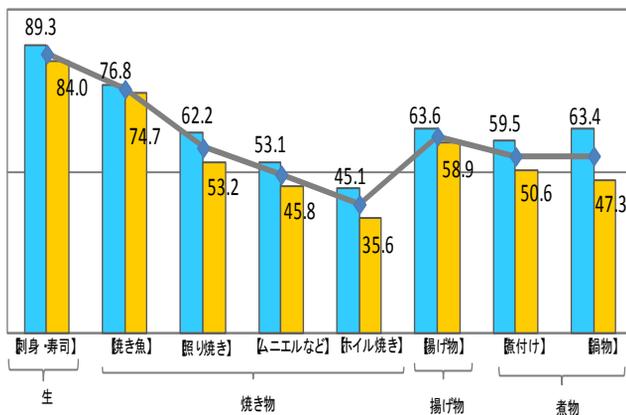
◇年代別 ■ 30代 ■ 40代 ◆ 全体



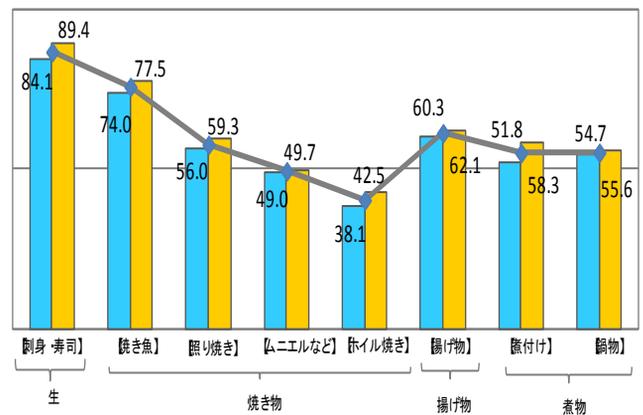
本問9.家庭でよく食べる魚料理(夫・他の家族)

(詳細はP73～77参照)

◇購入頻度別 ■ 高 ■ 低 ◆ 全体



◇年代別 ■ 30代 ■ 40代 ◆ 全体



2.魚介類の消費傾向(5)

よく食べる魚料理(子ども)【魚介類の購入頻度別】

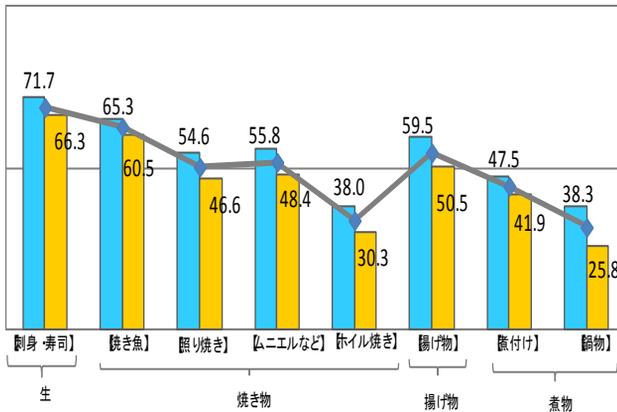
■すべての料理において、購入頻度の高い人の子どもの方が、よく食べる割合が高い。

■購入頻度の高い子どもは、「ホイル焼き」(38.0%)、「煮付け」(47.5%)、「鍋物」(38.3%)を除く5種類の料理で50%以上となっているのに対し、購入頻度の低い子どもで50%を越えているのは、「刺身・寿司」(66.3%)、「焼き魚」(60.5%)、「揚げ物」(50.5%)の3種類のみである。

本問9.家庭でよく食べる魚料理(子ども)

(詳細はP73~77参照)

◇購入頻度別 ■ 高 ■ 低 ◆ 全体



※子どもの年代比については、30代と40代の子どもの年齢層の差が大きい(P44)ため、割愛した。参考までに集計をとった結果は、P75に掲載。

2.魚介類の消費動向(6)

魚料理の改善点(自由記述回答をキーワードで分類) ※:問10(P15)で肉料理のイメージ項目が多い人

■1位:「レシピを工夫」。問9(P22)でも、「刺身・寿司」「焼き魚」など味付けが固定され、バリエーションがすくないメニューが上位に並ぶ。問10で肉料理のイメージが高い項目に対して、魚料理では改善した方が良く考えられている傾向がみられる。

魚料理のアピール点(自由記述回答をキーワードで分類) ※:問10(P15)で魚料理のイメージ項目が多い人

■1位:「ヘルシー」2位:「栄養価が高い」と、体に良いことを強調する意見が多く、問10でもこの2つの項目は、上位3位にのぼった。

本問11.魚料理の改善点

(詳細はP81参照)

(n=886)

1位	レシピを工夫	23.8%
2位	骨をなくす	13.0%
3位	下処理	12.4%
4位	匂い	11.7%
5位	価格	10.8%

本問12.魚料理のアピール点

(詳細はP82参照)

(n=324)

1位	ヘルシー	21.9%
2位	栄養価が高い	18.2%
3位	調理のしやすさ	14.8%
4位	簡単な調理方法 (を紹介)	9.6%
5位	バリエーション・レパートリー	8.3%

回答者自身	1位	2位	(%)
回答者自身	刺身・寿司	焼き魚	
	81.7	81.1	
夫・他の家族	刺身・寿司	焼き魚	
	86.6	75.7	
子ども	刺身・寿司	焼き魚	
	68.9	62.8	

肉料理 高評価イメージ 全体(n=1210) (%)

[3]	メニューが豊富	96.1
[4]	調理コストが手ごろ	80.7

魚料理 高評価イメージ 全体(n=1210) (%)

[1]	健康によい	95.3
[3]	栄養価が高い	68.9

3.肉類の消費傾向(1)

【全体】

■「豚肉」(95.5%)と「鶏肉」(85.0%)がよく食べられている。「ロースやバラなど(の薄切り)」(95.4%)、「ひき肉」(75.5%)といった、小分けしやすく、火の通りやすいものがよく利用されている。

■1食あたりの肉の数量は、全体で「300g未満」と「301～500g」を合わせた、500g以下が88.8%。300gと500gをそれぞれ家族の平均人数(3.8人(P14))で割ると、1人あたりの数量は78.9～131.6g程度となる。

【魚介類の購入頻度別】

■1食当たりの数量は変わらないが、魚介類の購入頻度の高い人の方が、1食当たりの肉の予算は、「501～800円」と「801円以上」の合計(39.3%)が、購入頻度の低い人(29.5%)より9.8ポイント高い。

■「ほぼ毎日」と「週に3～4回」を合計した購入頻度は、魚介類の購入頻度の高い人の方が、高い。

プレ問3-1、本問1～4.肉類の消費動向(魚介類の購入頻度別)

(詳細はP55～63参照)

(%)	肉料理					
	魚介類の購入頻度 高] n=590)		魚介類の購入頻度 低] n=620)		全体 n=1210)	
	本問1.よく食べる肉類の種類					
1位	豚肉	94.7	豚肉	96.3	豚肉	95.5
2位	鶏肉	85.8	鶏肉	84.4	鶏肉	85.0
3位	牛肉	49.7	牛肉	41.8	牛肉	45.6
	本問2.よく購入する肉類の形態					
1位	ロースやバラなど	95.6	ロースやバラなど	95.2	ロースやバラなど	95.4
2位	ひき肉	75.8	ひき肉	75.3	ひき肉	75.5
3位	ブロックなど	35.4	ブロックなど	31.6	ブロックなど	33.5
4位	角切りなど1口大	24.2	角切りなど1口大	18.7	角切りなど1口大	21.4
5位	骨付き状のもの	21.0	骨付き状のもの	13.7	骨付き状のもの	17.3
	本問3.よく購入する肉類加工食品					
1位	ハム・ソーセージ・ベーコン	96.3	ハム・ソーセージ・ベーコン	98.1	ハム・ソーセージ・ベーコン	97.2
2位	冷凍	34.2	冷凍	31.1	冷凍	32.6
3位	レトルト	19.0	レトルト	14.4	レトルト	16.6
4位	缶・瓶詰	13.6	缶・瓶詰	9.8	缶・瓶詰	11.7
	プレ問3-1.肉類の購入頻度					
ほぼ毎日	96.1	23.2	86.2	22.7	91.1	23.0
週に3～4回以上		72.9		63.5		68.1
週に1回程度	3.9	3.4	13.7	11.9	9.0	7.8
月に2～3回程度		0.3		1.8		1.1
月に1回も食べない		0.2		0.0		0.1
	本問4-2.1食あたりの肉の数量					
300g未満	89.0	51.7	88.6	51.3	88.8	51.5
301～500g		37.3		37.3		37.3
501～800g	11.0	9.5	11.5	10.8	11.3	10.2
801g以上		1.5		0.7		1.1
	本問4-1.1食あたりの肉の予算					
300円以下	60.7	23.4	70.5	26.0	65.7	24.7
301～500円		37.3		44.5		41.0
501～800円	39.3	22.9	29.5	19.8	34.3	21.3
801円以上		16.4		9.7		13.0

3.肉類の消費傾向(2)

【年代別】

- 40代の方がボリュームのある「角切り」を購入する割合(25.2%)が、30代(17.9%)よりも7.3ポイント高い。
- 肉類の購入頻度は、30代、40代ともに「ほぼ毎日」と「週に3~4回以上」を合わせた割合が9割前後と、大きく変わらない。
- 1食当たりの肉の予算も、30代、40代ともに「300円以下」と「301~500円」の合計が6割前後と大きな差はみられない。
- 1食当たりの肉の数量は、40代の方が「501~800g」と「800g以上」の合計が、14.9%と、30代の7.8%より7.1ポイント高い。家族の平均人数は0.1人しか差がないものの(P14)、30代の半数以上が1番下の子どもが「0~3歳」と回答していることから(P44)、子どもの年齢が低いことが、1食当たりの肉類の数量に影響していると考えられる。

プレ問3-1、本問1~4.肉類の消費動向(年代別)

(詳細はP55~63参照)

(%)	肉料理					
	30代 (n=627)		40代 (n=583)		全体 (n=1210)	
	本問1.よく食べる肉類の種類					
1位	豚肉	96.2	豚肉	94.9	豚肉	95.5
2位	鶏肉	85.0	鶏肉	85.1	鶏肉	85.0
3位	牛肉	41.8	牛肉	49.7	牛肉	45.6
	本問2.よく購入する肉類の形態					
1位	ロースやバラなど	94.9	ロースやバラなど	95.9	ロースやバラなど	95.4
2位	ひき肉	77.5	ひき肉	73.4	ひき肉	75.5
3位	ブロックなど	32.2	ブロックなど	34.8	ブロックなど	33.5
4位	角切りなど1口大	17.9	角切りなど1口大	25.2	角切りなど1口大	21.4
5位	骨付き状のもの	16.1	骨付き状のもの	18.5	骨付き状のもの	17.3
	本問3.よく購入する肉類加工食品					
1位	ハム・ソーセージ・ベーコン	97.0	ハム・ソーセージ・ベーコン	97.4	ハム・ソーセージ・ベーコン	97.2
2位	冷凍	30.8	冷凍	34.6	冷凍	32.6
3位	レトルト	14.5	レトルト	18.9	レトルト	16.6
4位	缶・瓶詰	10.0	缶・瓶詰	13.4	缶・瓶詰	11.7
	プレ問3-1.肉類の購入頻度					
ほぼ毎日	89.9	23.9	92.3	22.0	91.1	23.0
週に3~4回以上		66.0		70.3		68.1
週に1回程度		8.9		6.5		7.8
月に2~3回程度	10.1	1.0	7.7	1.2	9.0	1.1
月に1回も食べない		0.2		0.0		0.1
	本問4-2.1食あたりの肉の数量					
300g未満		58.5		43.9		51.5
301~500g	92.2	33.7	85.1	41.2	88.8	37.3
501~800g	7.8	7.3	14.9	13.2	11.3	10.2
801g以上		0.5		1.7		1.1
	本問4-1.1食あたりの肉の予算					
300円以下	60.7	31.6	57.6	17.3	65.7	24.7
301~500円		41.6		40.3		41.0
501~800円		17.9		25.0		21.3
801円以上	39.3	8.9	42.3	17.3	34.3	13.0

V. 魚介類の購入動向

1. 魚介類の購入動向(1)

【全体】

■魚介類の購入場所は、「食品中心のスーパー」77.2%、「大型スーパー」64.8%とスーパーが上位2位を占める。3位は「生協宅配」18.9%と、「生協」店頭よりも宅配利用の方が5ポイント高い。昔ながらの「魚屋」は8.7%と1割未満。また、「ネットスーパー」利用も3.9%と大都市圏でも、まだ魚介類の購入においては、利用度が低い。

■魚介類の購入場所の選択理由では、1位:「家から近い」、2位:「商品が安い」と、上位2位は立地の利便性と価格が重視されている。

■魚介類購入の際の優先事項は、1位:「価格」、2位:「新鮮さ」、3位:「調理の簡便さ」、4位:「品質」、5位:「栄養価」。特に1位と2位は、1.1ポイントの僅差となっている。

【魚介類の購入頻度別】【年代別】

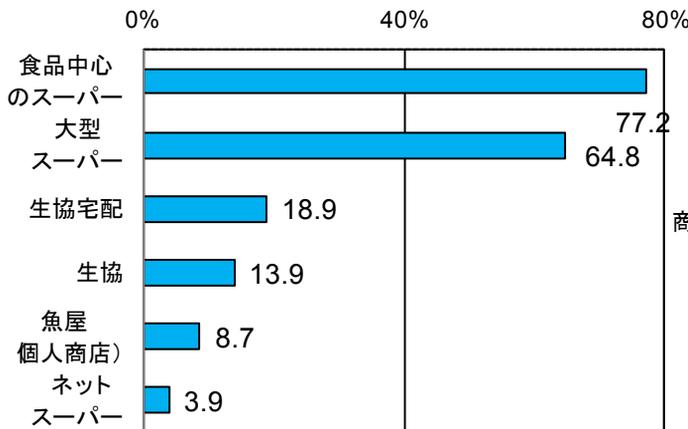
■購入頻度の低い人は、購入場所選択理由において、「家から近い」(55.1%)が購入頻度の高い人(44.6%)より10.5ポイント高い。「商品が安い」(45.4%)でも、購入頻度の高い人(40.2%)より5.2ポイント高い。

■購入頻度の高い人、40代は優先事項として、1位に「新鮮さ」があげられ、「価格」よりわずかに重視。

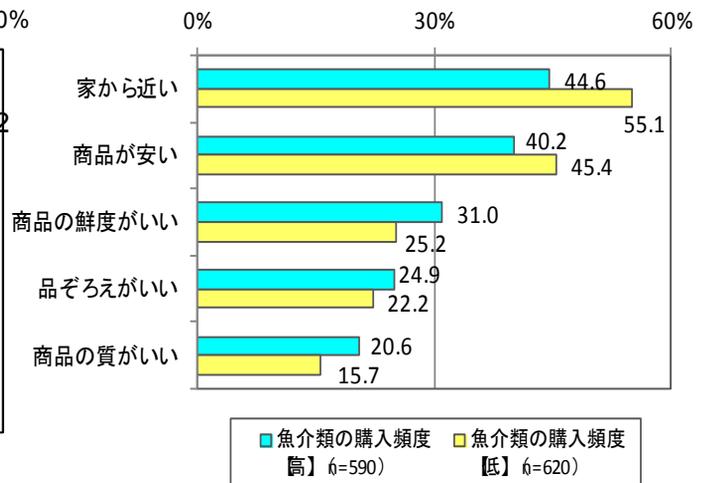
本問13~14. 魚介類の購入場所とその理由

(詳細はP83~86参照)

◇上位6位までの購入場所(n=1210)



◇上位5位までの理由(店頭利用者のみ)



本問18. 魚介類購入の際の優先順位

(詳細はP92~93参照)

	魚介類の購入頻度 高 (n=590)	魚介類の購入頻度 低 (n=620)	全体 (n=1210)
価格	[2] 24.3%	[1] 26.1%	[1] 25.2%
新鮮さ	[1] 24.8%	[2] 23.5%	[2] 24.1%
調理の簡便さ	[3] 19.2%	[3] 22.0%	[3] 20.6%
国産品など品質	[4] 16.6%	[4] 14.5%	[4] 15.6%
栄養価	[5] 15.1%	[5] 13.9%	[5] 14.5%

	30代 (n=627)	40代 (n=583)	全体 (n=1210)
価格	[1] 25.8%	[2] 24.6%	[1] 25.2%
新鮮さ	[2] 23.6%	[1] 24.7%	[2] 24.1%
調理の簡便さ	[3] 20.8%	[3] 20.4%	[3] 20.6%
国産品など品質	[4] 15.6%	[4] 15.6%	[4] 15.6%
栄養価	[5] 14.3%	[5] 14.7%	[5] 14.5%

1.魚介類の購入動向(2)

【全体】

■魚介類を食べる際に感じることは、「和食のメニューになりがち」74.4%が最多。次いで「味付けが同じになりやすい」56.1%、「白いご飯と合うように」46.8%と続く。

【魚介類の購入頻度別】

■ネガティブな意見の中では、魚介類の購入頻度が低い人は、特に、「組合せが難しい」(23.1%)が、購入頻度の高い人(15.4%)より7.7ポイント高かった。

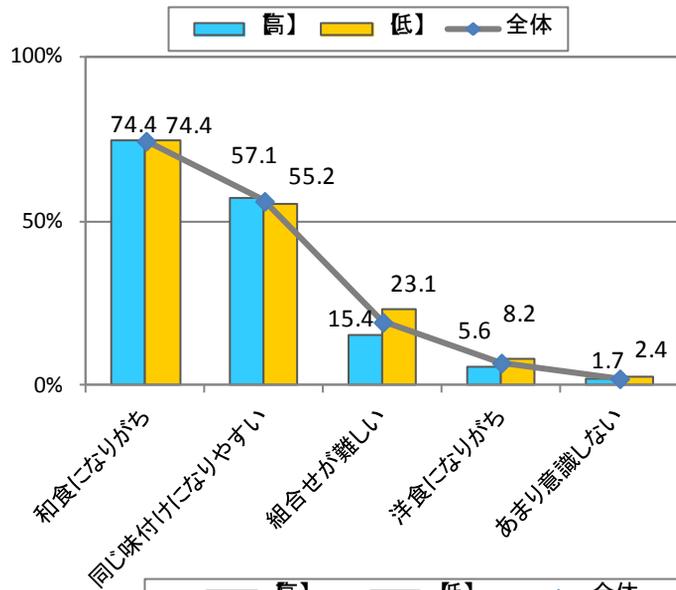
■ポジティブな意見では、すべての項目で、魚介類の購入頻度の高い人の方が、ポイントが高い。

本問19.魚介類を食べる際に感じること(魚介類の購入頻度別)

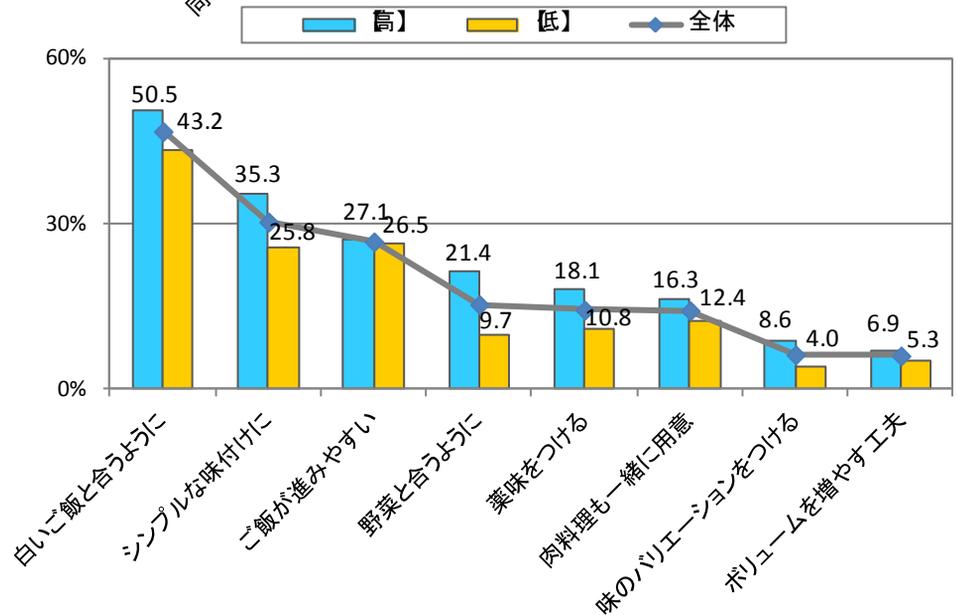
(詳細はP94~96参照)

全体 (n=1210)	1位	2位	3位	4位	5位	6位	(%)
	和食のメニューになりがち	74.4	56.1	46.8	30.4	26.8	
7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	
野菜と合うように	薬味をつける	肉料理も一緒に用意	洋食のメニューになりがち	味のバリエーションをつけるように	ボリュームを増やす工夫	あまり意識しない	
15.4	14.4	14.3	6.9	6.3	6.1	2.1	

◇ネガティブな意見
(魚介類の購入頻度別)



◇ポジティブな意見
(魚介類の購入頻度別)



1.魚介類の購入動向(3)

【全体】

- 「簡単な調理法」(58.9%)、「お勧めの調理法」(57.9%)と、調理方法に関する情報への要望が高い。
- 「商品パッケージ」(68.2%)、「店頭のポップ」(52.9%)と、購入場所で確認できる情報発信方法が強く求められている。
- 情報発信者では、「鮮魚販売員」が62.4%と圧倒的に多い。「料理家」(31.4%)、「魚の選び方に詳しいカリスマ主婦」(27.0%)、「栄養士」(27.0%)など、上位5位の中には、実際に鮮魚の調理を行う機会の多い人がよくみられる。
- 店頭に求めることは、「バイキング形式で少量ずつ」が36.9%と最多。

【魚介類の購入頻度別】

- 魚介類の購入頻度の高い人は、「お勧めの調理法」(60.3%)をもっとも求めるのに対し、購入頻度の低い人は、「簡単な調理法」(61.5%)をもっとも求めている。
- 鮮魚の取り扱いに関する情報でも、両者を比較すると、購入頻度の高い人の方が、「新鮮な魚の選び方」や「産地や生産者情報」をより求めており、購入頻度の低い人の方が、「保存方法」をより求めている傾向がみられた。
- 店頭に求めることの中で、特に、「下味付き」「加熱するだけの状態に」は、購入頻度の低い人の方が、7.6~8.7ポイント高く、調理工程を短縮するための加工を提供側に求める傾向が高くみられた。

本問20~23.魚介類購入の際の情報、店頭側に求める事(魚介類の購入頻度別)

(詳細はP97~104参照)

本問20.魚介類購入の際の参考情報						
(%)	順位	魚介類の購入頻度【高】 n=590		順位	魚介類の購入頻度【低】 n=620	全体 (n=1210)
簡単な調理法	[2]	56.3	<	[1]	61.5	[1] 58.9
魚に合ったお勧めの調理法	[1]	60.3	>	[2]	55.6	[2] 57.9
新鮮な魚の選び方	[3]	53.2	>	[3]	46.3	[3] 49.7
保存方法	[5]	36.4	<	[4]	42.4	[4] 39.5
産地や生産者情報	[4]	44.4	>	[5]	33.7	[5] 38.9
本問21.求める参考情報の発信方法						
商品パッケージ	[1]	68.8		[1]	67.6	[1] 68.2
店頭のポップ	[2]	54.2		[2]	51.6	[2] 52.9
レシピサイト	[3]	37.6		[3]	40.2	[3] 38.9
販売店のちらし	[4]	28.0		[4]	23.2	[4] 25.5
TVの料理番組や特番	[5]	26.4		[5]	21.6	[5] 24.0
本問22.求める参考情報の発信者						
鮮魚販売などの販売員	[1]	66.9		[1]	58.1	[1] 62.4
料理家	[2]	30.5		[2]	32.3	[2] 31.4
魚に関する資格のある人	[3]	33.9		[3]	27.4	[3] 30.6
魚の選び方など詳しいカリスマ主婦	[4]	28.6		[5]	25.5	[4] 27.0
栄養士	[5]	28.5		[4]	25.6	[4] 27.0
本問23.店頭に求めること						
バイキングで少量 いろんなものを購入	[1]	39.2	>	[1]	34.7	[1] 36.9
下味が付いたものを販売	[2]	25.3	<	[2]	34.0	[2] 29.8
惣菜の種類を増やす	[3]	24.6	<	[3]	27.9	[3] 26.3
匂いが目立たない包装	[5]	22.4	<	[4]	25.8	[4] 24.1
切り身(人数)の単位を小さく	[4]	23.4	<	[6]	23.9	[5] 23.6
冷凍食品など、加熱するだけの状態に	[6]	16.4	<	[5]	24.0	[6] 20.3

1.魚介類の購入動向(4)

【年代別】

- 40代は、「お勧めの調理法」(60.2%)をもっとも求めるのに対し、30代は、「簡単な調理法」(60.1%)をもっとも求めている。
- 「保存方法」では、30代(42.7%)の方が40代(36.0%)をよりも6.7ポイント高いが、「新鮮な魚の選び方」では、両者の差はほとんどない。
- 参考情報の発信方法は、30代、40代ともに購入場所で確認できる方法(「商品パッケージ」「店頭ポップ」)の割合が高いが、30代は、「商品パッケージ」が70.3%と、7割以上になる。
- 「レシピサイト」「ちらし」「TV」で見ると、「レシピサイト」は30代の方がわずかに割合が高く、「ちらし」「TV」といった旧来の媒体の割合は、わずかに40代の方が高い。
- 情報発信者として、2位～5位にあげられた店頭に立たない人たちへも情報を求める割合は、わずかに30代の方が高い。
- 「バイキング形式で少量ずつ」は、30代の39.4%に対し、40代は34.1%と、5ポイント以上、30代の方が高い。
- 30代は、店頭に求めること3位に「切り身の単位(入数)を小さく」をあげており、40代比で4.5ポイント高い。30代の半数以上が、1番下の子どもの年齢が0～3歳(P44)であることから、子どもの年齢に応じて、少量単位の販売を求める意向は高めとみられる。

本問20～23.魚介類購入の際の情報、店頭側に求める事(年代別)

(詳細はP97～104参照)

本問20.魚介類購入の際の参考情報							
(%)	順位	30代 (n=627)		順位	40代 (n=583)	順位	全体 (n=1210)
簡単な調理法	[1]	60.1	>	[2]	57.6	[1]	58.9
魚に合ったお勧めの調理法	[2]	55.8	<	[1]	60.2	[2]	57.9
新鮮な魚の選び方	[3]	49.9		[3]	49.4	[3]	49.7
保存方法	[5]	42.7	>	[5]	36.0	[4]	39.5
産地や生産者情報	[4]	40.0		[4]	37.7	[5]	38.9
本問21.求める参考情報の発信方法							
商品パッケージ	[1]	70.3		[1]	65.9	[1]	68.2
店頭のポップ	[2]	53.7		[2]	52.0	[2]	52.9
レシピサイト	[3]	40.0	>	[3]	37.7	[3]	38.9
販売店のちらし	[4]	25.0	<	[4]	26.1	[4]	25.5
TVの料理番組や特番	[5]	22.6	<	[5]	25.4	[5]	24.0
本問22.求める参考情報の発信者							
鮮魚販売などの販売員	[1]	60.3	<	[1]	64.7	[1]	62.4
料理家	[2]	33.7	>	[2]	29.0	[2]	31.4
魚に関する資格のある人	[3]	32.4	>	[3]	28.6	[3]	30.6
魚の選び方など詳しいカリス主婦	[4]	28.1	>	[5]	25.9	[4]	27.0
栄養士	[5]	27.3	>	[4]	26.8	[4]	27.0
本問23.店頭に求めること							
バイキングで少量 いろんなものを購入	[1]	39.4	>	[1]	34.1	[1]	36.9
下味が付いたものを販売	[2]	30.5		[2]	29.0	[2]	29.8
惣菜の種類を増やす	[4]	25.4		[3]	27.3	[3]	26.3
匂いが目立たない包装	[5]	23.4		[4]	24.9	[4]	24.1
切り身(入数)の単位を小さく	[3]	25.8	>	[5]	21.3	[5]	23.6
冷凍食品など、加熱するだけの状態に	[6]	21.4		[6]	19.2	[6]	20.3

VI. 認証・資格制度の認知度

1. サステナビリティに対する意識

【全体】

■生態系や環境に配慮した、『漁業』の必要性」と、『漁業支援』の必要性」は、いずれも「非常にそう思う」と「そう思う」の合計が9割を越えている。

■参考として、平成22年度実施の、「家計・ライフスタイルと水産物嗜好の相関に関する調査」では、店頭購入時の商品選択における、関心を持っている項目の中では、「サステナビリティ」は1.9%と、最下位であった。

■社会情勢を背景とした意識の遷移や、個々のテーマ別に取り上げた時の問題意識など、条件によって消費者意識は常に変化しており、定点的な観測が必要と考えられる。

本問24. サステナビリティに対する考え

(詳細はP105～106参照)

サステナビリティに対する意識 (%)				
全体 (n=1210)				
	生態系や環境に配慮した『漁業』の必要性		生態系や環境に配慮した『漁業支援』の必要性	
非常にそう思う	94.3	30.7	93.8	28.6
そう思う		63.6		65.2
あまりそう思わない	5.6	2.9	6.2	3.2
思ったこともなかった		2.7		3.0

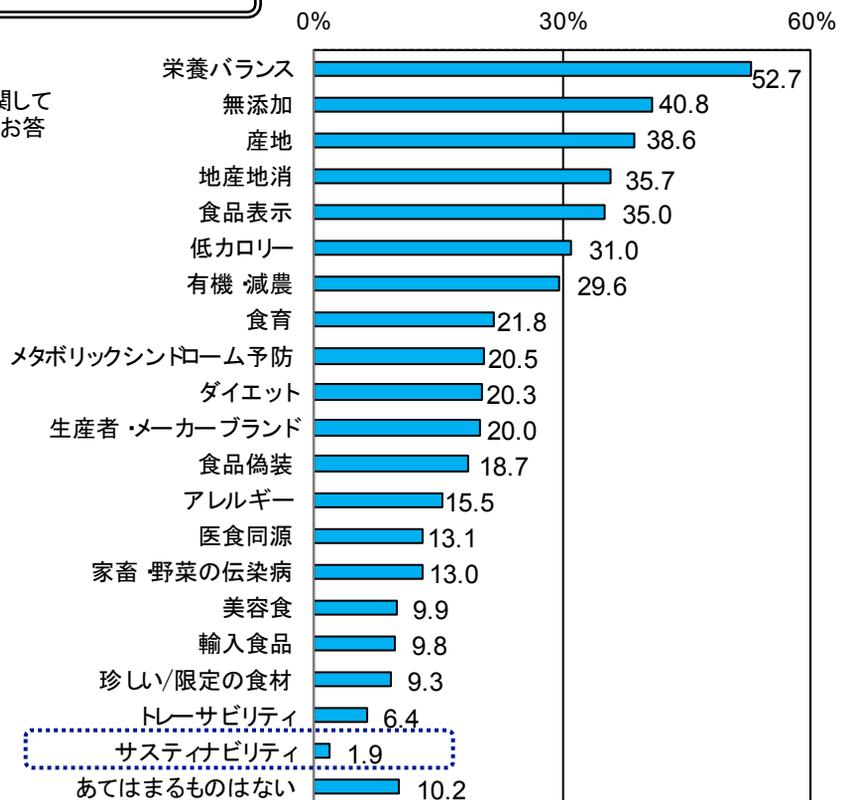
参考：平成22年度調査 総合分析(P13)をグラフ変換

(n=2053)

※問17. あなたが、食材や食品に関してこだわりや興味を持っているものをお答えください。(複数回答)

※都市は、今年度と同様。

20～60代の主婦(夫)対象。



2.認証制度に対する意識(1)

【全体】

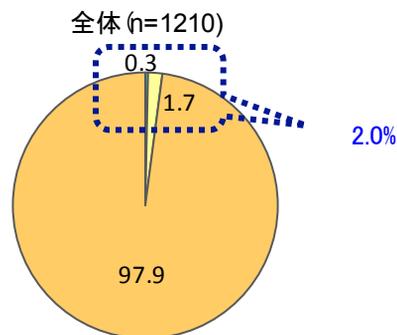
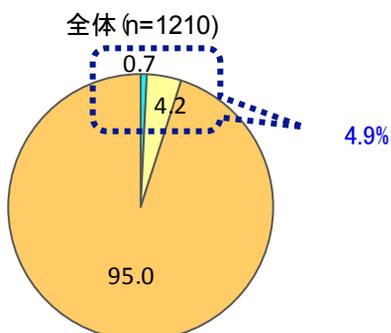
■ 認証制度の認知度は、「意味も含め知っている」と「名前だけは聞いたことがある」の合計でみると、MSCは4.9%、MELはその半分以下の2.0%とかなり低い。

本問25.認証制度の認知度

(詳細はP107~108参照)

◇MSC(Marine Stewardship Council、海洋管理協議会)

◇MEL(Marine Eco-Label Japan)



■ 意味も含めて知っている
 ■ 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
 ■ 今回、初めて知った

■ 意味も含めて知っている
 ■ 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
 ■ 今回、初めて知った

2.認証制度に対する意識(2)

【全体】

■ MSCやMELのマーク付きの魚介類を購入することで、安定した供給活動を支援したいと思うかを聞くと、「非常にそう思う」と「そう思う」と答えた人の合計は81.5%。多くの人に支援の意思がみられた。

■ 認証制度に従った漁業活動が小売価格に反映された場合、「1円でもだめ」な(価格反映してほしくない)人は25.4%。価格幅はあるが、残り74.6%に価格反映の受容性がみられる。

本問26.認証マーク付きの魚介類購入について

(詳細はP109参照)

	全体 (n=1210) (%)	
	認証マーク付きの魚介類購入で供給活動支援したいか	
非常にそう思う	81.5	7.5
そう思う		74.0
あまりそう思わない	18.5	17.5
思ったこともなかった		1.0

本問27.認証マークの魚介類への価格反映の受容性

(詳細はP110参照)

	全体 (n=1210) (%)	
	認証制度に従った漁業活動が価格反映された場合の受容性	
3%まで	74.6	46.4
5%まで		21.8
8%まで		2.4
10%まで		3.7
10%以上でも		0.3
1円でもだめ		25.4

3.資格制度に対する意識(1)

【全体】

■「意味も含め知っている」と「名前だけは聞いたことがある」の合計で見ると、おさかなマイスターは20.7%と、3つの中では認知度をもっとも高く、2割に達している。日本さかな検定は10.0%、シーフードマイスターは3.9%と、これら2つの認知度はかなり低い。

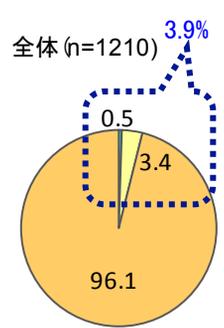
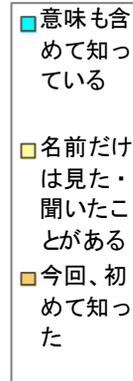
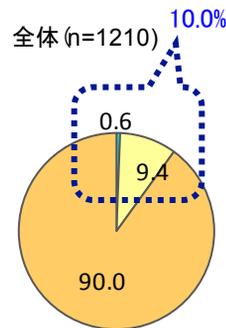
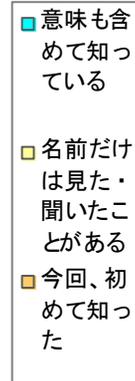
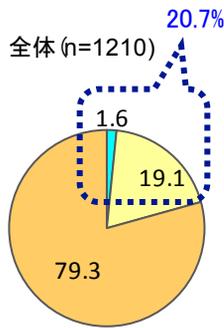
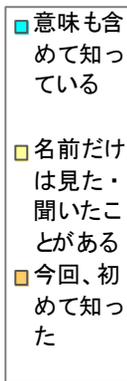
本問28.資格制度の認知度

(詳細はP111~113参照)

◇おさかなマイスター

◇日本さかな検定(ととけん)

◇シーフードマイスター



3.資格制度に対する意識(2)

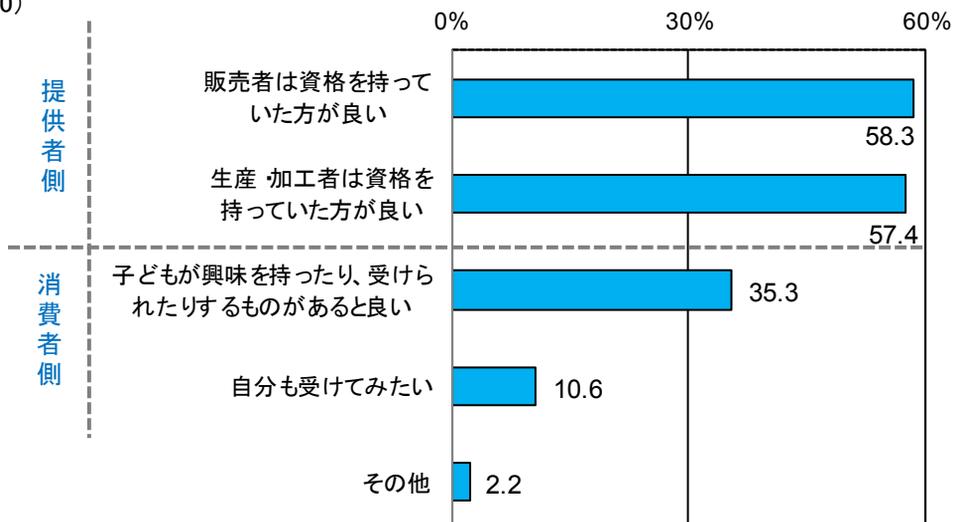
【全体】

■資格についてどのように思っているかでは、「販売者は資格を持っていた方が良い」58.3%が最多。次いで、「生産・加工者は持っていた方が良い」57.4%と、いずれも6割近い人が、自分自身や子どもが持つよりは、魚介類の提供者側が資格を持っていた方が良いと考えている。

本問29.資格に関する意識

(詳細はP114~115参照)

(n=1210)



VII. 今後の課題

1. 魚介類消費の阻害要因の解決方法(1)

参考:平成18年度調査 総合分析(P21)より

◇魚介料理消費の阻害要因

	平成16年度		平成17年度		平成18年度	
1位	肉より割高だから	価格	同居の家族が魚介類を好まないから	嗜好	家族が魚介類を好まないから	嗜好
2位	子どもが魚介類を好まないから	嗜好	肉より割高だから	価格	肉に比べ水産物は割高だから	価格
3位	調理が面倒だから	調理	魚介類は調理が面倒だから	調理	魚介料理の調理 献立の知識が少ないから	調理

■過去調査での魚介料理消費の阻害要因をみると、**嗜好、価格、調理**の問題点が上位にあがる傾向がみられる。

今回調査での検証

家族が好まない

【プレ問1・2】家族は肉類が好き:93.4% 家族は魚介類が好き:77.9%

⇒肉類が好きな人が多いが、魚介類が嫌いと回答した人は、6.8%と1割未満。

【本問9】よく食べる魚料理;1位:刺身・寿司 2位:焼き魚

【本問19】魚介類を食べる際に感じること;1位:和食になりがち 2位:同じ味付けになりやすい

【本問10】肉料理のイメージ;1位:スタミナが付く 2位:満足感がある 3位:メニューが豊富

⇒よく食べる魚料理の上位には、惣菜・デリバリーの利用のほか、店頭で売られているものをそのまま食卓に並べて食べられる「刺身・寿司」、グリルに入れるだけで作れる「焼き魚」など、比較的簡単に用意しやすいものがあるが、「和食になりがち」、「同じ味付けになりやすい」など、バラエティの乏しさを感じさせる印象にも結び付きかねない。

一方、肉料理のイメージでは、3位に「メニューが豊富」とあり、献立の多様性が感じられる。また、同イメージの1位、2位では満腹感を感じさせる項目が続く。

魚を受付けない感覚として、嫌いなのではなく、満腹感やバラエティの面でもの足りなさを感じるために敬遠されているのでは、と考えられる。グループインタビューの議事録や、問11の自由記述回答にみられるように、育ち盛りの子どもや、働き盛りの夫が満腹感を得られるレシピが求められている。

本問11 自由記述回答例:

- ▶「どうしても焼き魚や煮付けに偏ってしまう。肉はどんな野菜と合わせても、どんな味付けでも一品になる」
- ▶「魚は好きなのですが、メイン料理にするには食べ盛りの子供と主人にはボリュームが足りず、複数の料理を同時に出すのでコスト高になるので、もっとボリュームのある魚料理があればいい」
- ▶「魚料理は、肉料理より量的に少ないので、副菜をたくさん作らなければならないところが面倒」
- ▶「魚料理は一品では済まないで必ず副菜が必要になってくるので、一品でボリュームのある料理ができればいいと思う」
- ▶「魚料理も好きだけど、主人や子供は魚+肉料理がないとちょっと不満みたいです」

1.魚介類消費の阻害要因の解決方法(2)

今回調査での検証

肉より割高

【本問4】1食あたり肉の予算(500円以下):65.7%

1食あたり鮮魚の予算(500円以下):74.5%

⇒鮮魚の方が、500円以下の予算の割合が高い。

【本問10】肉料理のイメージ;4位:調理コストが手ごろ

【本問11】魚料理の改善点;5位 価格

【本問14】魚介類の購入店(店頭)選択の理由;2位:商品が安い

【本問18】魚介類購入の際の優先順位;1位:価格 2位:新鮮さ

⇒1食当たりの予算では、鮮魚の方が500円以下の割合が高いが、肉料理の方が「コストが手ごろ」というイメージが高く、魚料理の改善点や、購入の際の店舗選択、優先順位でも「価格」を重視する傾向が強い。

魚介類を食べたい、栄養バランスを考慮して食べなくては、と考えた時に、魚介類を購入するものの、食べたい量ではなく、予算感に合わせて購入していることも考えられる。予算に見合った購入はしたものの、量が足りていないと満足感は得られにくくなり、魚料理のイメージが下がる要因にもなる。

【本問23】店頭側に求める事;1位:バイキング形式で少量ずつ 5位:切り身の単位を小さく

⇒店頭に求める事としては、「少量ずつ販売」してほしいという意見がよくみられた。

子どもが小さいから、少量で足りるとする場合のほか、グループインタビューの意見にもあったように、揚げ物に活用しやすい大きさのカットを希望するなど、調理の幅を広げたり、調理時間を短縮したりするために、少量販売を求める人もいる。

【本問2】よく購入する肉類の形態;ロースやバラ:95.4% ひき肉:75.5%

【本問6】よく購入する魚介類の形態;切り身:96.0% 刺身:60.8%

⇒肉類は1パックを小分けしやすい形態が好まれている。魚介類でも、切り分けられた形態を購入する割合が高いが、肉と比べると、少量余った時に、冷凍して次回の調理に回す、サイドメニューの炒め物に混ぜる、といった応用はききにくい。

この点からも、家族構成や家族の年齢、献立内容に応じて必要な量だけ選べる販売形式の需要はあるとみられる。必要な時に、過不足のない量を購入することができれば、割高感も変わってくるのでは、と考えられる。

1.魚介類消費の阻害要因の解決方法(3)

今回調査での検証

調理が面倒・知識が少ない

【本問5】よく食べる魚;さけ:85.3% さんま:59.7%

【本問6】よく購入する魚介類の形態;切り身:96.0% 刺身:60.8%

⇒切り身での販売が多い「さけ」、下処理がほとんどいらず焼くだけで食べられる「さんま」がよく食べられている。よく購入する形態でも、大半が「切り身」、「刺身」を占め、下処理なしの1匹を購入する割合は、全体で3割未満であった。

グループインタビューの中でも、さばくことを前提として購入を考えない人も複数おり、魚のさばき方に困って購入を検討するというよりは、調理方法のアレンジの乏しさの方が、購入頻度の向上につながらないとみられる。

【本問9】よく食べる魚料理;1位:刺身・寿司 2位:焼き魚

【本問11】魚料理の改善点;1位:レシピを工夫

本問11 自由記述回答例:

- 「この魚はこの調理の仕方というのが何パターンがあって、それに飽きてきている」
- 「ただ焼くことが多いので、魚料理のレシピを知ることが出来たら、作ってみよう」
- 「塩焼きのみだと、野菜と合わせて調理する肉料理と比べて栄養面も良くないと思うし、飽きる」
- 「魚料理はレシピに乏しい、焼くか煮付け、それも魚の種類も決まってしまう」
- 「煮る焼くだけでなく肉の様な味付けだったり魚料理を感じさせない料理」
- 「定番の料理ばかりになってしまふ。焼き魚、煮魚、刺身だけでなく、もっといろんな種類の魚を、簡単に美味しく調理できたら」

【本問12】魚料理のアピール点;3位:調理のしやすさ 4位:簡単な調理方法

⇒検証項目:「家族が好まない」、のところであがったように、よく食べる魚料理の代表は「刺身・寿司」「焼き魚」と、味付けや見た目は同じになりがちのものが上位である。魚料理の改善点では、「骨」「下処理」「匂い」といった魚の特性の改善点よりも、「レシピの少なさ」が1位の改善点としてあげられた。

⇒魚料理のイメージの高い人は、魚料理が「調理をしやすい」と思っている一方、肉料理のイメージの方が高い人にとっては、「簡単な調理方法」の紹介が受け容れられやすい。

【本問20】魚介類購入の際の参考情報;1位:簡単な調理法 2位:お勧めの調理法

【本問21】情報の発信方法;1位:商品パッケージ 2位:店頭ポップ

⇒魚介類の購入段階においても、「新鮮な魚の選び方」や「産地等」の情報よりも、調理方法に関する情報の方が、高く求められており、手軽に作れて、定番とは違ったメニューを紹介することで、足りないと感じられている調理の知識を埋める手助けになると考えられる。

メニューの発信方法は、「商品パッケージ」「店頭ポップ」など、購入段階で商品に近い位置での発信が好まれる。

2.ターゲット別の傾向と対策(1)

傾向【魚介類の購入頻度別】

■魚介類が好きな割合が高いほど、購入頻度も高い傾向がみられた。

購入頻度の高い人：(魚介類が好き：89.5%) 購入頻度の低い人(魚介類が好き：66.9%)

■各種魚料理でも、回答者自身だけでなく、夫や子どもにおいても購入頻度の高い人の家族の方が、よく食べる割合が高い。購入頻度別で、よく食べる割合の差がもっとも低かったのは、「焼き魚」。子どもにおいては、「揚げ物」もよく食べる割合の差が、低かった。

■購入頻度に関わらず、魚介類を食べる際に、「和食になりがち」「同じ味付けになりやすい」傾向は高いが、購入頻度の高い人の方が、「ご飯や野菜と合うよう」にしたり、「薬味」や「味のバリエーション」をつけたりするなど、食べ飽きない工夫をしている人の割合が高い。

■購入頻度の高い人は、「お勧めの調理法」を、購入頻度の低い人は「簡単な調理法」を店頭に求める割合が高い。

傾向(参考)【魚料理のイメージの高低別】

■魚料理の改善点(肉料理のイメージの高い人)と魚料理のアピール点(魚料理のイメージの高い人)を比較すると、同じ調理の工程や料理方法に対しても、考え方に違いがみられた。

本問11 魚料理の改善点(肉料理のイメージの高い人)：

- ▶「もっと簡単に調理できれば。(グリルを使わなくても済むように)」
- ▶「簡単に料理できたらよい。内臓処理などが苦手」
- ▶「焼き魚以外は緊張した感じがするので、もっとお手軽に出来るものが増えるといい」

本問12 魚料理のアピール点(魚料理のイメージの高い人)：

- ▶「圧力鍋など使って簡単に料理できる」
- ▶「下ごしらえが楽。短時間で一品完了で体に健康的。」
- ▶「魚をさばくのが、意外と簡単！魚丸ごと買うとコストパフォーマンスも良い！」
- ▶「調理時間が掛からず、調理の技術もさほど必要としない。煮る／焼く／蒸す3種類ですむこと。」

対策【魚介類の購入頻度別】

■魚介類の購入頻度が高い人は、「魚に合ったお勧めの調理法」など、定番料理以外の調理方法の知識を増やしたいという意味がみられるため、新たなレシピの紹介とともに、それに合わせた、カットやスライスを施した切り身などの提供が考えられる。

■魚介類の購入頻度が低い人は、下処理はもとより、仕上げ段階直前までの加工まで、提供側に求める傾向がみられる。また、「焼き魚」や「揚げ物」は、購入頻度の低い人の夫や子どもでも、よく食べる割合が高かったことから、下味を付けて焼くだけの状態にしたものや、衣付きで揚げるだけの状態にしたものなどの、加工品が受け容れられやすいと考えられる。

対策(参考)【魚料理のイメージの高低別】

■同じ魚介類の調理方法でも、それぞれにハードルの高さが異なる様子がみられた。慣れている人には、扱いやすいと思われる提供形態や魚種でも、慣れていない人・苦手な人にとっては、どのように扱っていいのかわからないと思われることもある。同じ魚でも、提供形態を分ける、レシピを難易度別に複数用意するなど、主婦(夫)の調理レベルや知識に応じて、多様性を持たせた方が良いと考えられる。

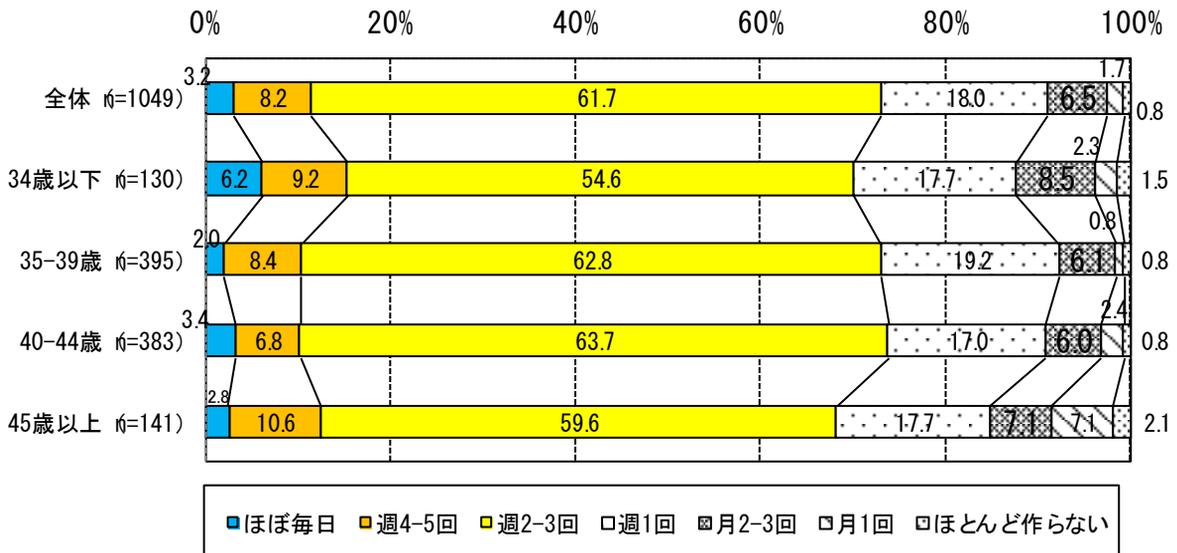
2.ターゲット別の傾向と対策(2)

傾向【年代別】

- 年代が若いほど、魚介類を敬遠する傾向はみられなかった。むしろ、30代は8割以上が魚介類が好きと回答し、「栄養価の高さ」や、「調理が簡単」といった項目のように、40代よりも割合が高いものもみられた。魚介類の購入頻度においても、40代との差はなく、「煮付け」「鍋物」など、調理時間が長くなる煮物料理でも、40代よりもよく食べる人が多い。
- 平成18年度「水産物嗜好動向調査」においても、母親の年齢が若いほど魚介料理を作らないという傾向は見られなかった。
- 1食当たりの予算は、30代の方が40代より、500円以下に抑えようとする割合がやや高かったが、肉料理においても同様であり、世帯年収の差の影響と考えられる。必ずしも若年層になるに従い、魚介類摂取の関心が減っているとは限らない。
- 40代は、30代よりも世帯年収に余裕があるためか、魚介類の購入においても価格重視でありながらも、わずかながらに「新鮮さ」を第一にしている。

参考：平成18年度調査 総合分析(P15)より

◇家庭における魚介料理の調理頻度(夕食)[年齢別]



対策【年代別】

- 年代が若いほど、子どもが小さい、世帯年収が低めといった傾向がみられ、その影響から、食品の購入数量も購入単価も低くなりがちと考えられる。店頭に求める事の上位項目にあがったように、「少量ずついろいろな種類の魚介類を購入」できるようにすれば、無駄なく1回の調理に使用でき、かつ魚介類の購入機会も低下しないのでは、と考えられる。
- また、若い年代に限らず、40代中心のグループインタビューでもみられたように、家庭内での生活スタイルや嗜好の多様化、個人の意思を尊重する傾向もみられた。家族向けの食材でも、食べたい人が食べたい時に利用できるような、少量販売の可能性はあるとみられる。

調査結果

— 目 次 —

I. 調査概要	39
II. 調査結果	40
1 回答者属性	40
1-1 年齢 性別 居住地域	40
1-2 職業	41
1-3 家族形態	42
1-4 世帯年収	45
2 子育て世代の食の傾向	47
2-1 肉類の嗜好	47
2-2 魚介類の嗜好	49
2-3 肉類の購入頻度	51
2-4 魚介類の購入頻度	53
2-5 肉の消費傾向	55
2-6 魚介類の消費傾向	64
2-7 肉料理と魚料理のイメージ	78
2-8 魚料理の改善点	81
2-9 魚料理のアピール点	82
3 魚介類の購入動向	83
3-1 魚介類の購入動向	83
4 認証 資格制度の認知度	105
4-1 サステナビリティに対する意識	105
4-2 認証制度の認知度	107
4-3 認証制度に対する意識	110
4-4 資格制度の認知度	111
4-5 資格制度に対する意識	114
III. グループインタビュー議事録	117
1 自己紹介	117
2 食生活について	125
3 魚の摂取状況	136
4 魚に対する潜在意識 子どもの食育について	148

I. 調査概要

- 調査対象者 大都市(東京23区、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、名古屋市、大阪市、京都市、神戸市、福岡市)に在住する30~40代の主婦(夫)
- 調査手法 ウェブアンケート
- Ogooリサーチ消費者モニターの中から、上記調査対象者として抽出し、まずプレ調査アンケートを依頼。魚介類の購入頻度の高低に応じてセグメント分けし、本調査アンケートを依頼。
- 調査時期 平成23年12月
- 調査内容:
1. 回答者属性
 2. 子育て世代の食の消費動向
 3. 認証・資格制度の認知度
 4. グループインタビュー結果
- 調査項目:巻末資料参照

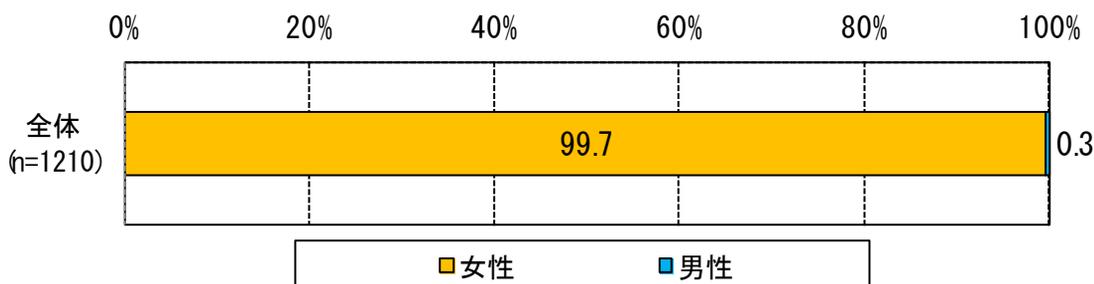
Ⅱ. 調査結果

1. 回答者属性

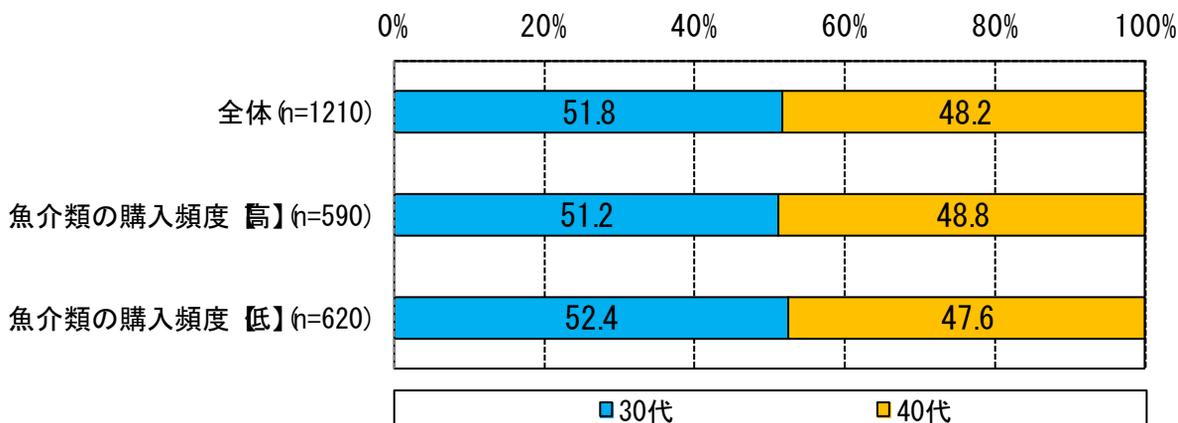
1-1. 年齢・性別・居住地域

- 男女比率は、「女性」99.7%、「男性」0.3%と女性が圧倒的に多い。
- 年代の全体比率は、「30代」51.8%、「40代」48.2%と約半分ずつ。魚介類の購入頻度の高い人の割合も、「30代」51.2%、「40代」48.2%と大きくは変わらない。
- 地域別でも、全体の割合に対し、魚介類の購入頻度の高い人・低い人の割合が大きい都市はみられなかった。

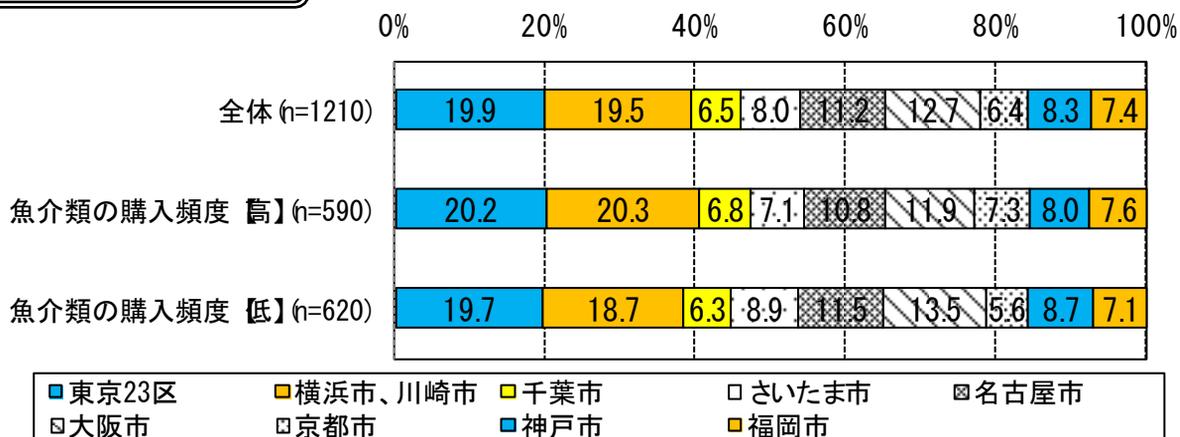
プレF1.性別



プレF2.年代



プレF3.居住地域

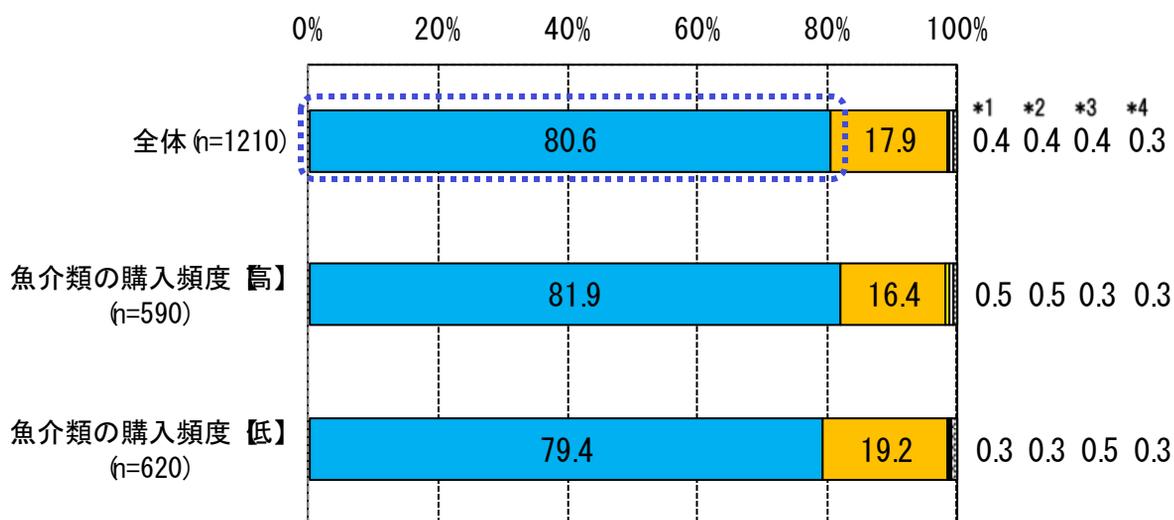


1-2. 職業

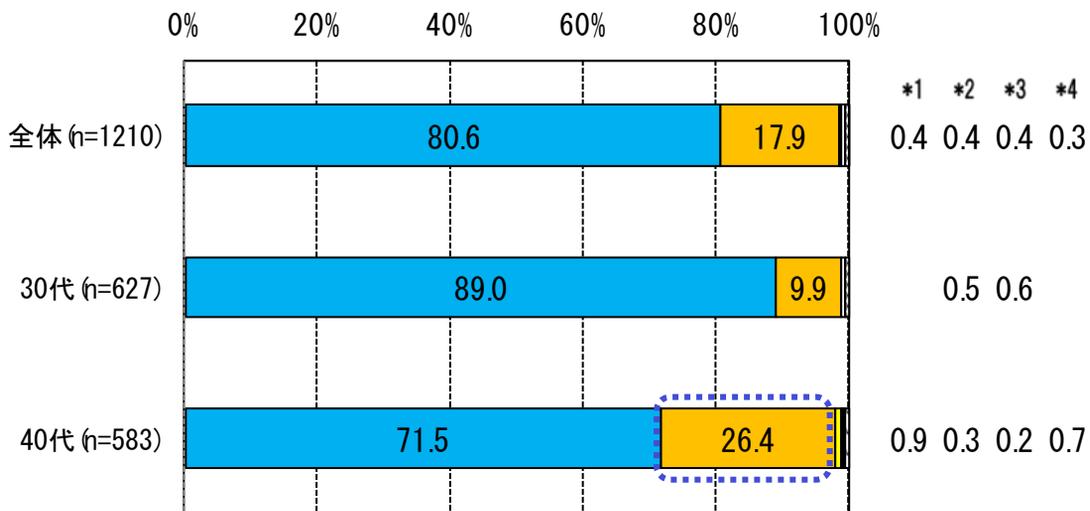
○「専業主婦(夫)」80.6%と、主婦業に専念している割合がかなり高い。魚介類の購入頻度の低い人に比べ、頻度の高い人の方が2.5ポイントほど、「専業主婦(夫)」の割合がやや高い。

○年代別にみると、30代89.0%、40代71.5%と30代の「専業主婦(夫)」の割合が高い。40代は「パート・アルバイト」が26.4%と3割に近づいている。

プレF4.職業



■ 専業主婦(夫) ■ パート・アルバイト
 *1 派遣社員 *2 会社員(契約社員含む)・公務員・団体職員
 *3 自営業 *4 その他

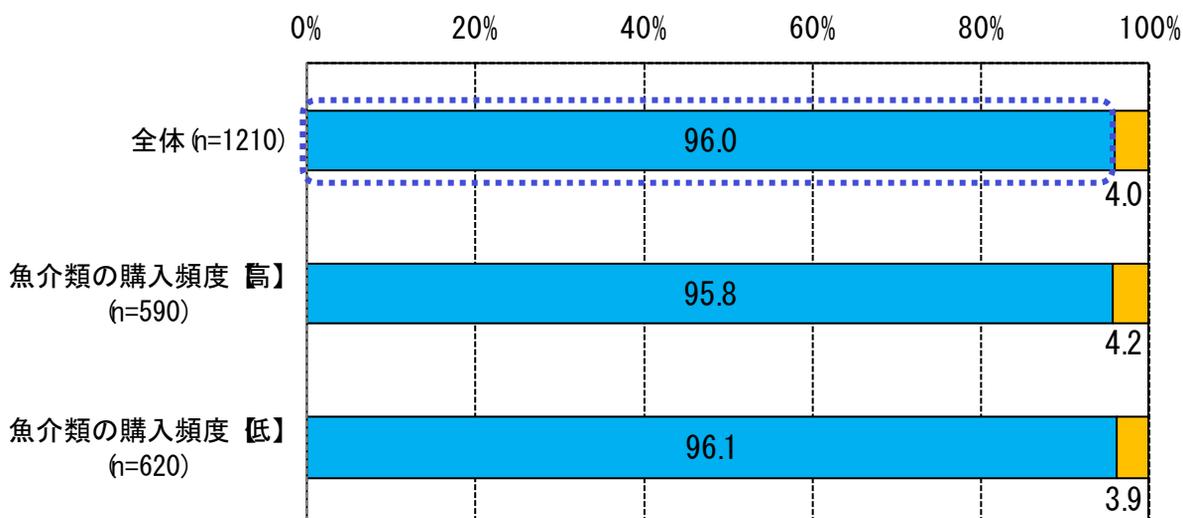


■ 専業主婦(夫) ■ パート・アルバイト
 *1 派遣社員 *2 会社員(契約社員含む)・公務員・団体職員
 *3 自営業 *4 その他

1-3. 家族形態(1)

- 全体で見ると、「配偶者と子ども(一人以上)の世帯」が96.0%と、核家族世帯が圧倒的に多い。
- 魚介類の購入頻度別では、「配偶者と子ども(一人以上)の世帯」と、親を含めた「三世帯世帯」の割合に大きな差はみられなかった。
- 年代別にみると、40代は「三世帯世帯」の割合(6.0%)が30代(2.2%)よりも3.8ポイントとわずかながら高い。

プレF5.家族形態



- 配偶者と子ども(一人以上)の世帯
- 配偶者と子ども(一人以上)と親の三世帯世帯



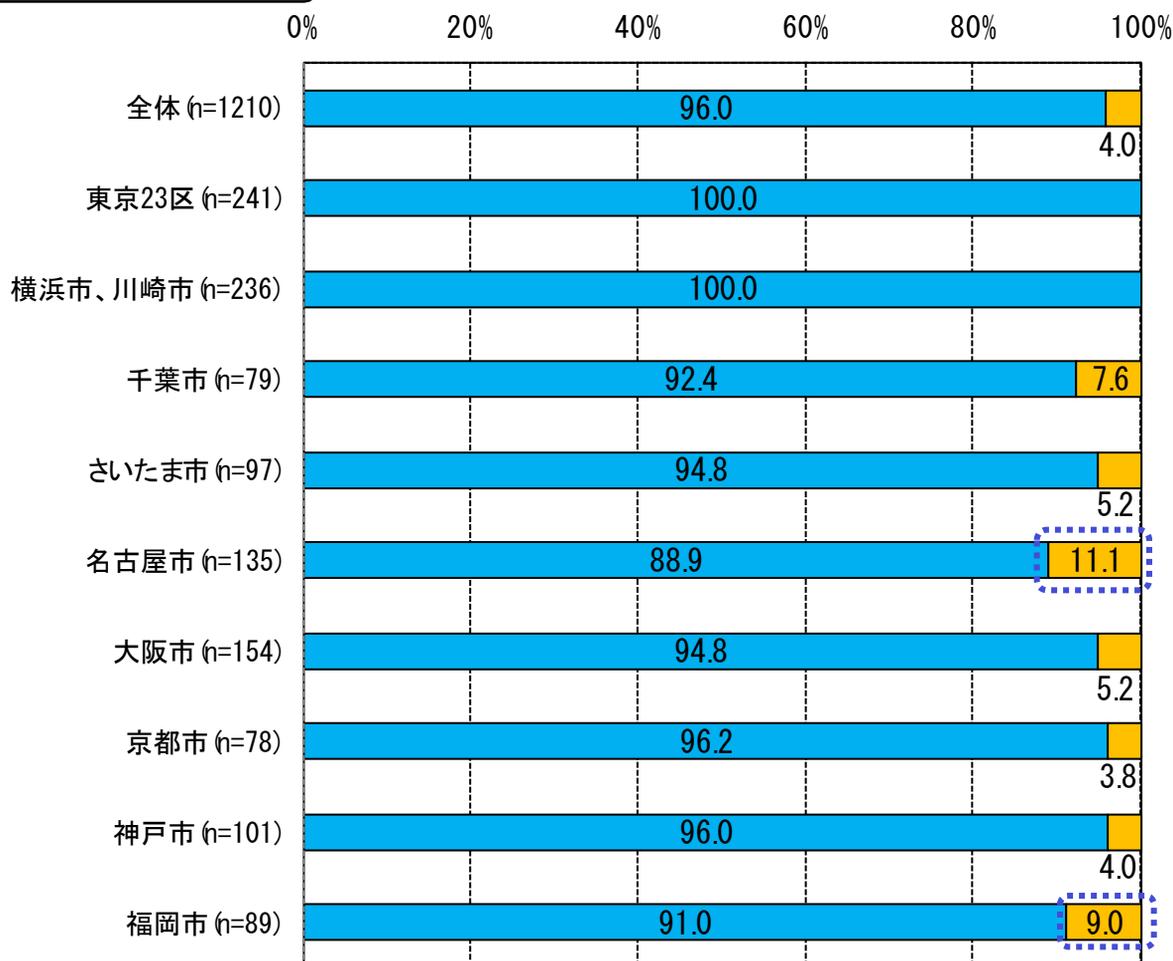
- 配偶者と子ども(一人以上)の世帯
- 配偶者と子ども(一人以上)と親の三世帯世帯

1-3. 家族形態(2)

○地域別にみると、東京23区、横浜市、川崎市で、「配偶者と子ども(一人以上)の世帯」が100%。

○「三世帯世帯」の割合が1割を越えたのは、名古屋市11.1%。福岡市9.0%も1割に近づいている。続いて千葉市7.6%も、全体よりはわずかながら「三世帯世帯」の割合が高い。

プレF5.家族形態



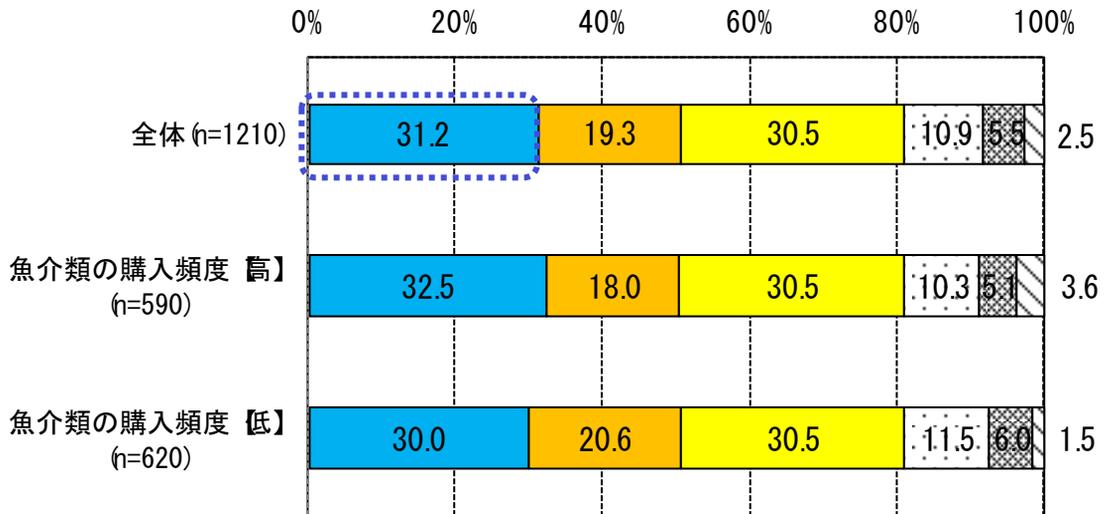
■ 配偶者と子ども(一人以上)の世帯

■ 配偶者と子ども(一人以上)と親の三世帯世帯

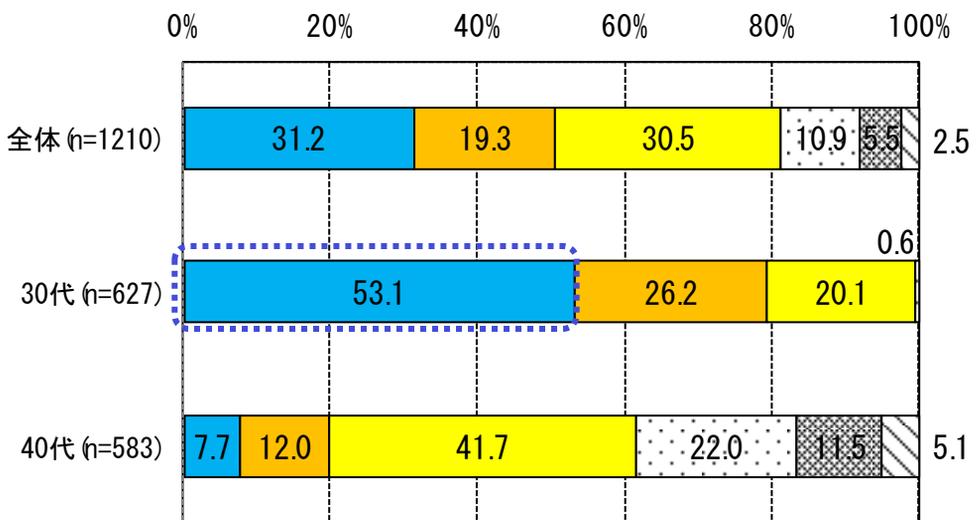
1-3. 家族形態(3)

- 全体では、1番下の子どもの年齢は、「0～3歳」が31.2%と最多。次いで「7～12歳」が30.5%と多い。「0～12歳」までの小学生以下の子どもを持つ人が81.0%を占める。
- 魚介類の購入頻度別では、1番下の子どもの年齢は全体と大きな差はみられなかった。
- 年代別でみると、30代は「0～3歳」の子どもを持つ割合が53.1%と半数を超えた。

プレF7.1番下の子どもの年齢



■0～3歳 ■4～6歳 ■7～12歳 □13～15歳 ▨16～19歳 ▩20歳以上

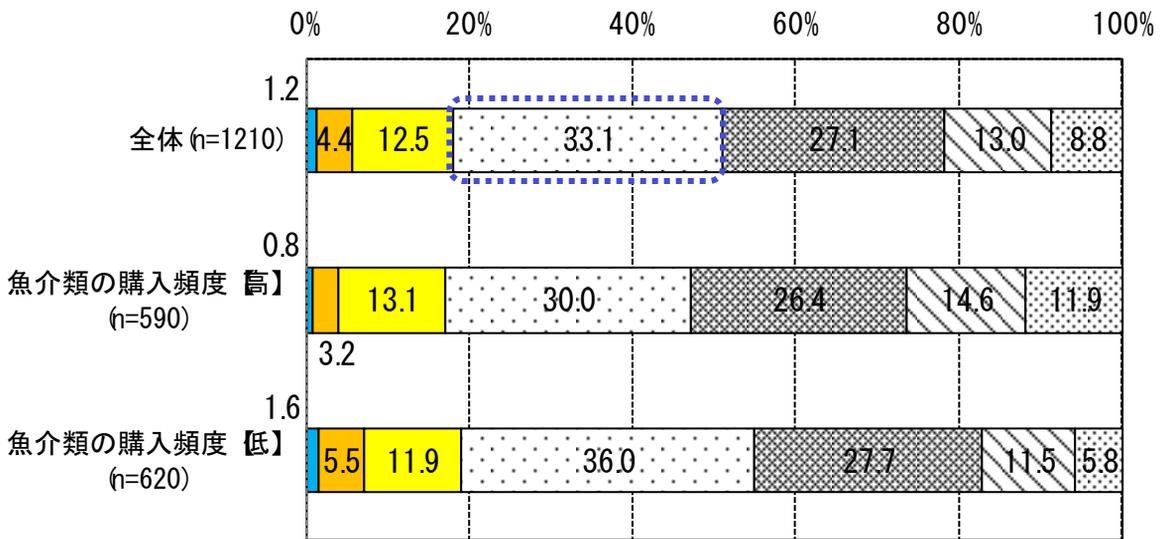


■0～3歳 ■4～6歳 ■7～12歳 □13～15歳 ▨16～19歳 ▩20歳以上

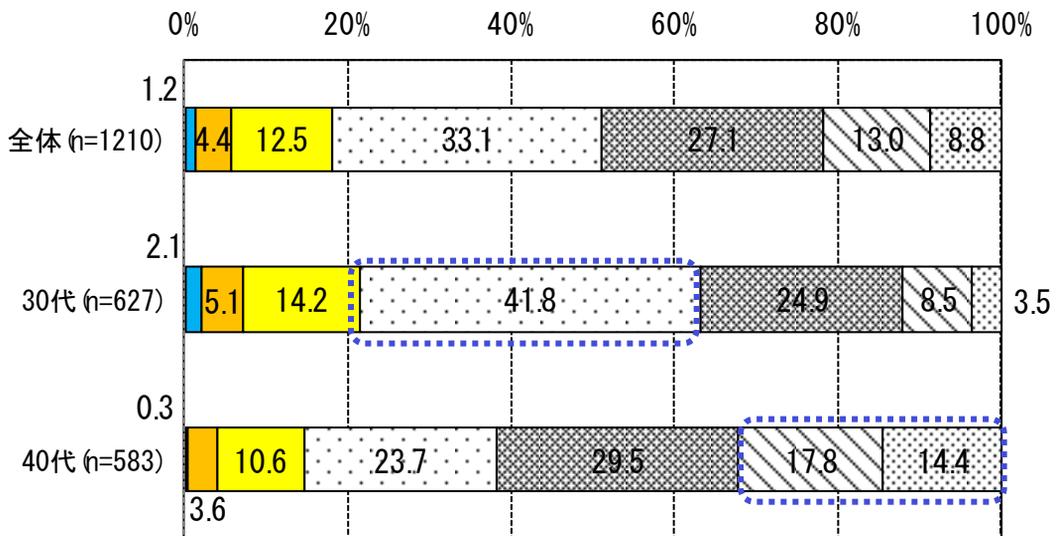
1-4. 世帯年収(1)

- 全体では、「400万円以上～600万円未満」が33.1%と最多。次いで「600万円以上～800万円未満」が27.1%と多い。
- 全体比でみると、魚介類の購入頻度の高い人は、「800万円以上～1000万円未満」が1.6ポイント、「1000万円以上」が3.1ポイントと高所得層がわずかながら高い。魚介類の購入頻度の低い人は、「400万円以上～600万円未満」が2.9ポイント高い。
- 同じく全体比では、40代は「800万円以上～1000万円未満」(17.8%)が4.8ポイント、「1000万円以上」(14.4%)が5.6ポイントと高所得層がやや高い。30代は、「400万円以上～600万円未満」(41.8%)が8.7ポイント高い。

プレF8.世帯年収



■ 200万円未満
■ 200万円以上～300万円未満
■ 300万円以上～400万円未満
■ 400万円以上～600万円未満
■ 600万円以上～800万円未満
■ 800万円以上～1,000万円未満
■ 1,000万円以上

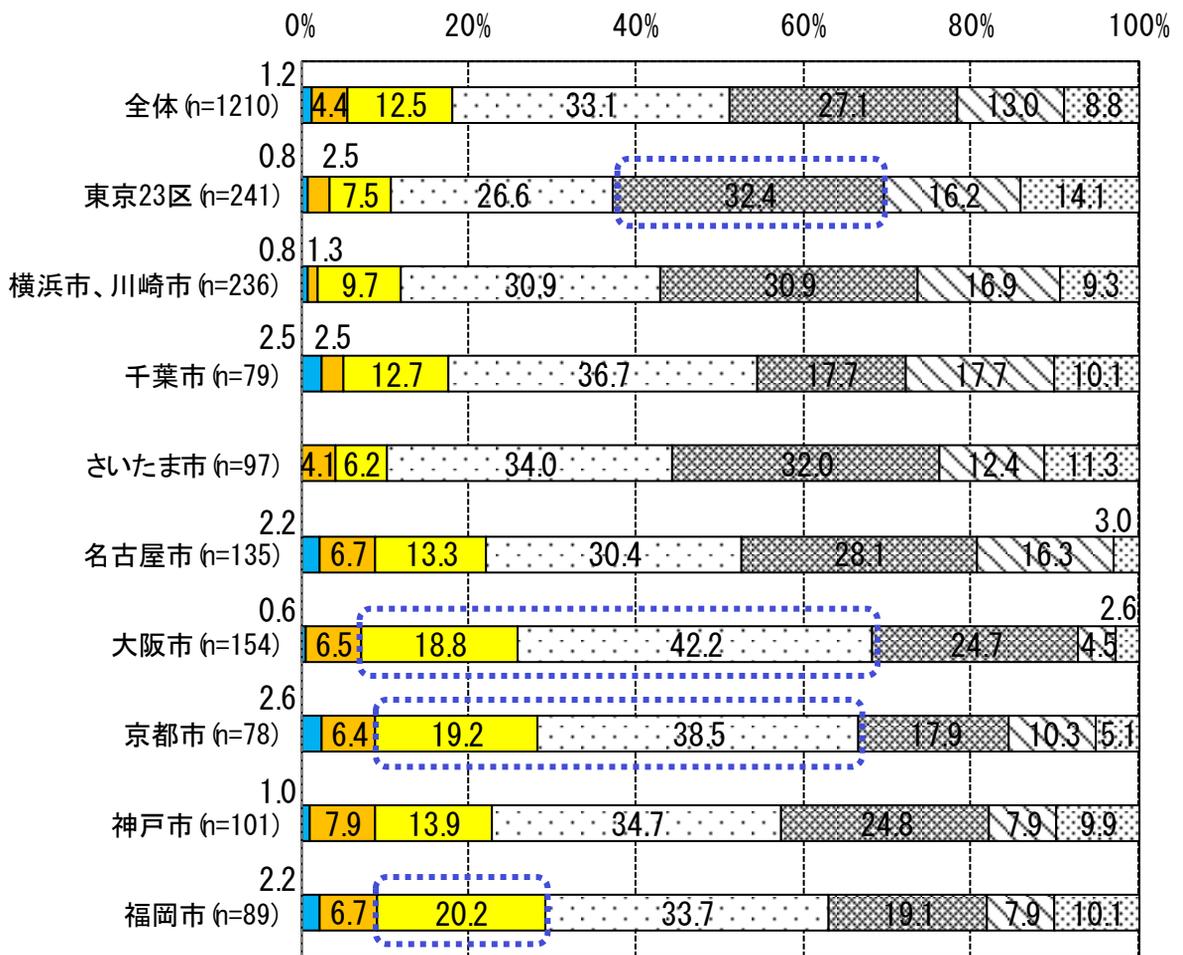


■ 200万円未満
■ 200万円以上～300万円未満
■ 300万円以上～400万円未満
■ 400万円以上～600万円未満
■ 600万円以上～800万円未満
■ 800万円以上～1,000万円未満
■ 1,000万円以上

1-4. 世帯年収(2)

- 全体比で5ポイント以上差がみられた都市をあげると、東京23区は「600万円以上～800万円未満」が5.3ポイント、「1000万円以上」が5.3ポイントと所得が高めの層の割合が高い。
- 大阪市は、「300万円以上～400万円未満」が6.3ポイント、「400万円以上～600万円未満」が9.1ポイントとやや低め～中間の所得層の割合が高い。京都市も同様に、「300万円以上～400万円未満」が6.7ポイント、「400万円以上～600万円未満」が5.4ポイント全体比で高い。
- 福岡市は、「300万円以上～400万円未満」のやや低めの層が、7.7ポイント高かった。

プレF8.世帯年収



- 200万円未満
- 200万円以上～300万円未満
- 300万円以上～400万円未満
- 400万円以上～600万円未満
- 600万円以上～800万円未満
- 800万円以上～1,000万円未満
- 1,000万円以上

2. 子育て世代の食の傾向

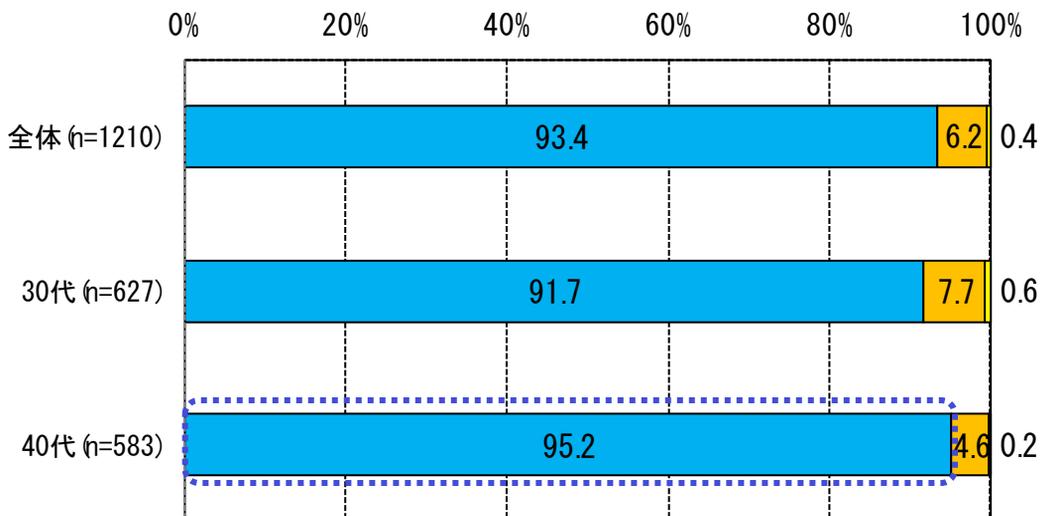
2-1. 肉類の嗜好(1)

- 全体の93.4%が、家族は肉類が「好きなほう」と回答。「嫌いなほう」と回答したのは0.4%と、肉類を好まない家庭はあまりみられない。
- 魚介類の購入頻度別でみると、購入頻度が低い人の方が、「好きなほう」と回答した割合が95.5%とわずかながら高い。
- 年代別では、40代の方が「好きなほう」と回答した割合が95.2%とわずかながら高い。

プレ問1.家族は肉類が好きか



■好きなほう ■どちらともいえない ■嫌いなほう

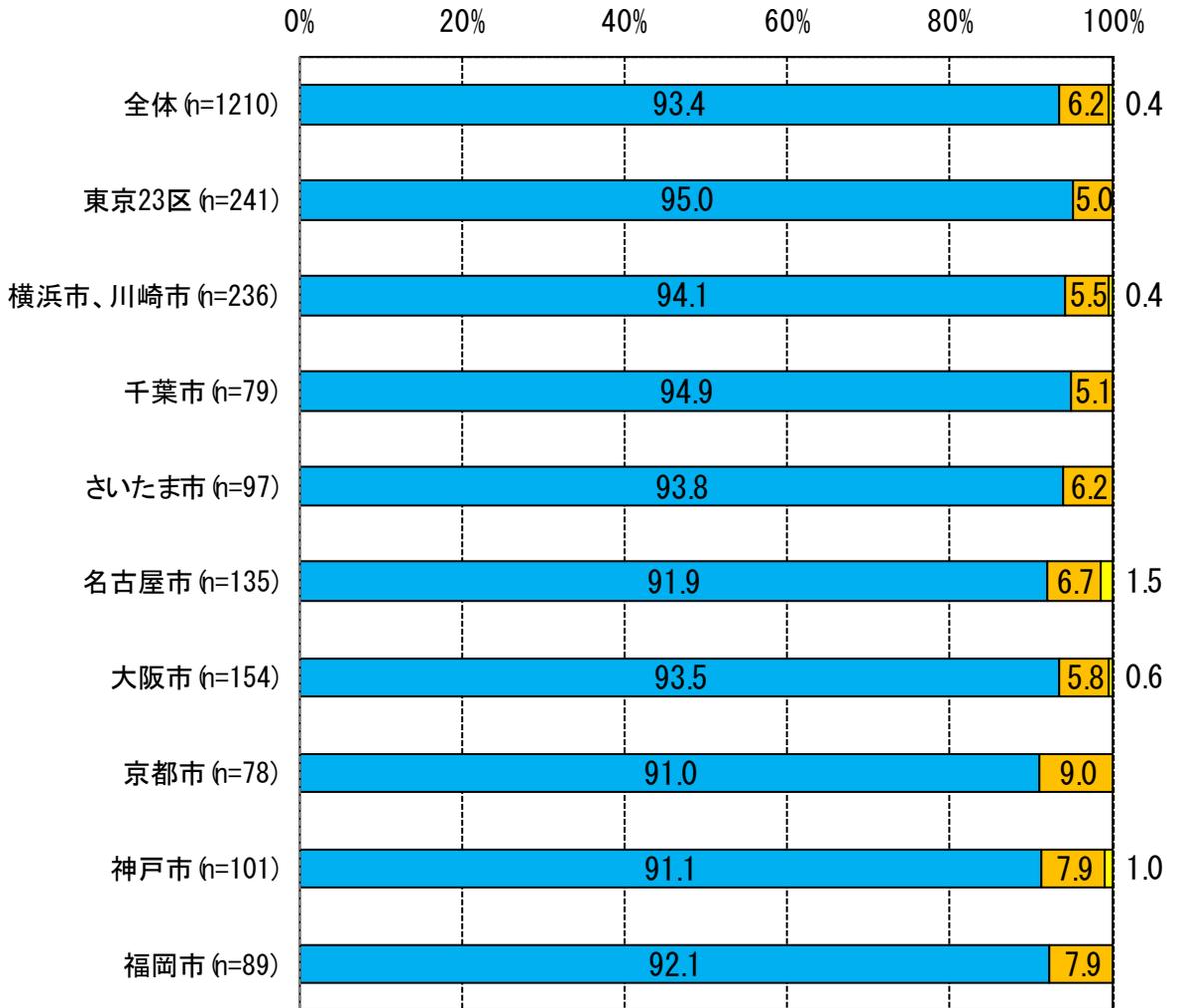


■好きなほう ■どちらともいえない ■嫌いなほう

2-1. 肉類の嗜好(2)

○地域別で見ると、京都市と神戸市は、家族は肉類が「好きなほう」と回答した割合が、それぞれ91.0%、91.1%と全体比で2.3~2.4ポイント低めであった。

プレ問1.家族は肉類が好きか



■好きなほう

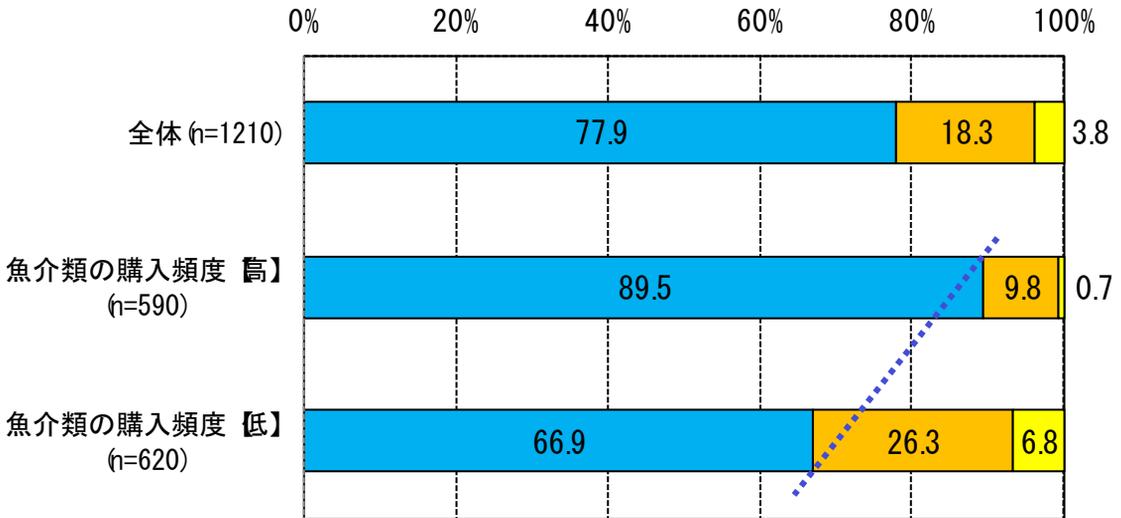
■どちらともいえない

■嫌いなほう

2-2. 魚介類の嗜好(1)

- 全体の77.9%が、家族は魚介類が「好きなほう」と回答。肉類を「好きなほう」と回答した93.4%と比べると、15.5ポイント下がる。しかしながら、「嫌いなほう」と回答した割合は、3.8%と5%にも満たず低い。
- 魚介類の購入頻度が高い人の方が、「好きなほう」と回答した割合が89.5%と、全体比で11.6ポイント、購入頻度の低い人と比べると22.6ポイントも高い。
- 年代別では、30代の方が「好きなほう」と回答した割合が80.1%と全体比では2.2ポイントとわずかながらではあるが高く、40代と比べると4.5ポイントとやや高い。

プレ問2. 家族は魚介類が好きか



■好きなほう ■どちらともいえない ■嫌いなほう

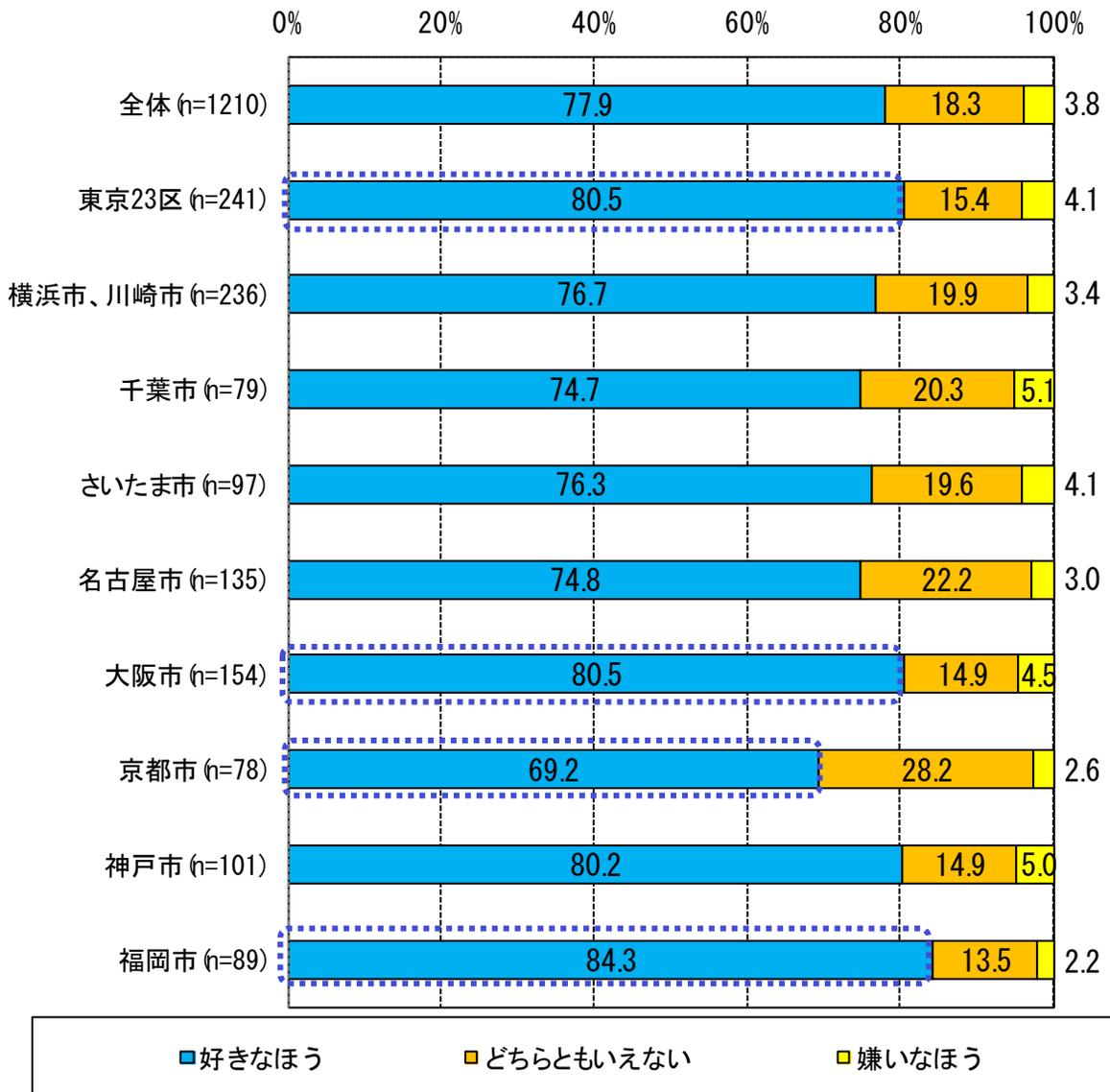


■好きなほう ■どちらともいえない ■嫌いなほう

2-2. 魚介類の嗜好(2)

- 全体比で5ポイント以上差がみられた地域をあげると、福岡市は、家族は魚介類が「好きなほう」と回答した割合が84.3%と6.4ポイント高く、各都市の中でも最多であった。
- 一方、京都市は家族は魚介類が「好きなほう」と回答した割合が69.2%と8.7ポイント低く、「どちらともいえない」が28.2%と1割近く高かった。京都市は肉類、魚介類ともに全体の中では「好きなほう」と回答した割合が低い。
- 福岡市のほか、家族は魚介類が「好きなほう」と回答した割合が8割を越えたのは、東京23区80.5%、大阪市80.5%、神戸市80.2%であった。

プレ問2.家族は魚介類が好きか

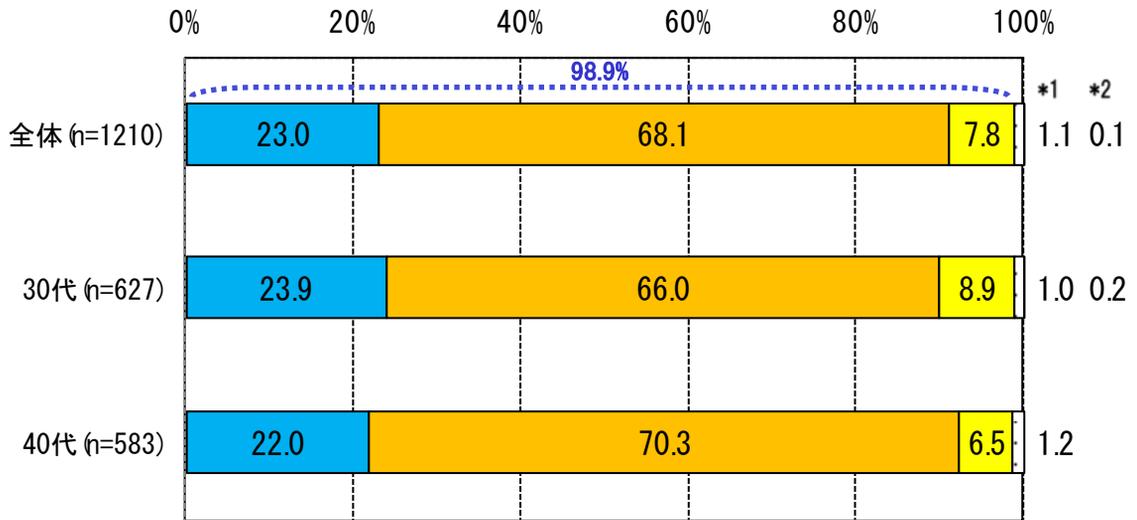


2-3. 肉類の購入頻度(1)

○家庭で食べる肉類の購入頻度は、「週に3～4回以上」が68.1%と最多。次いで「ほぼ毎日」が23.0%と多い。「ほぼ毎日」から「週に1回程度」までを合計すると、98.9%とほとんどの人が週に1回は肉類を購入しているとみられる。

○30代と40代を比較すると、30代の方が「ほぼ毎日」肉類を購入する割合が1.9ポイントとわずかながら高く、40代は「週に3～4回以上」購入する割合が4.3ポイント高い。

プレ問3項目1.家庭で食べる肉類の購入頻度



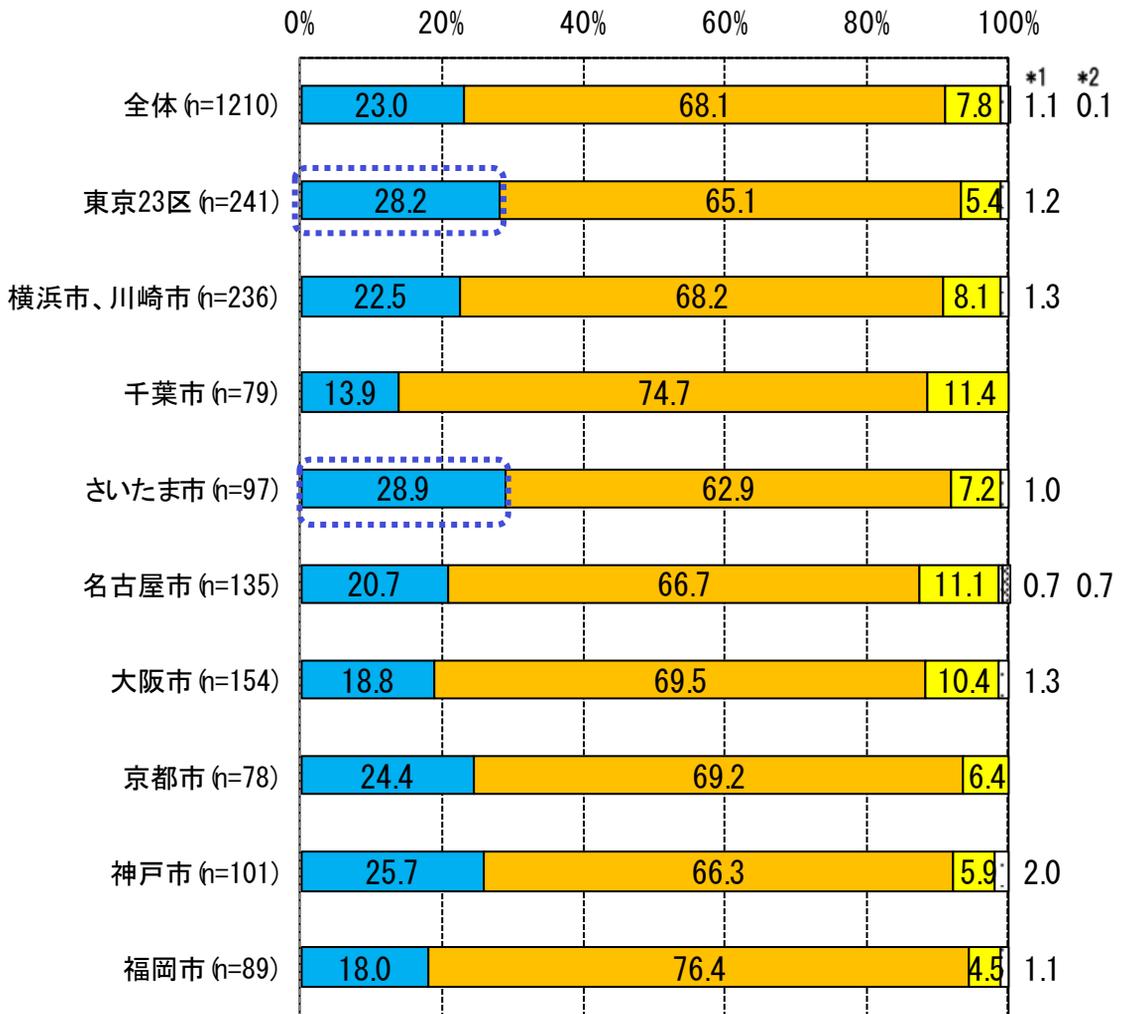
■ほぼ毎日 ■週に3～4回以上 ■週に1回程度 □月に2～3回程度 □月に1回も食べない

2-3. 肉類の購入頻度(2)

○いずれの都市も、「ほぼ毎日」「週に3~4回」「週に1回程度」を合計すると、少なくとも週に1回は肉類を購入している割合は100%に近い。週に1回は肉類を購入する割合がもっとも低かった神戸市でも97.9%であった。

○「ほぼ毎日」購入する割合がもっとも高かったのが、さいたま市28.9%、次いで東京23区28.2%と、全体よりも5ポイント以上高い。

プレ問3項目1. 家庭で食べる肉類の購入頻度



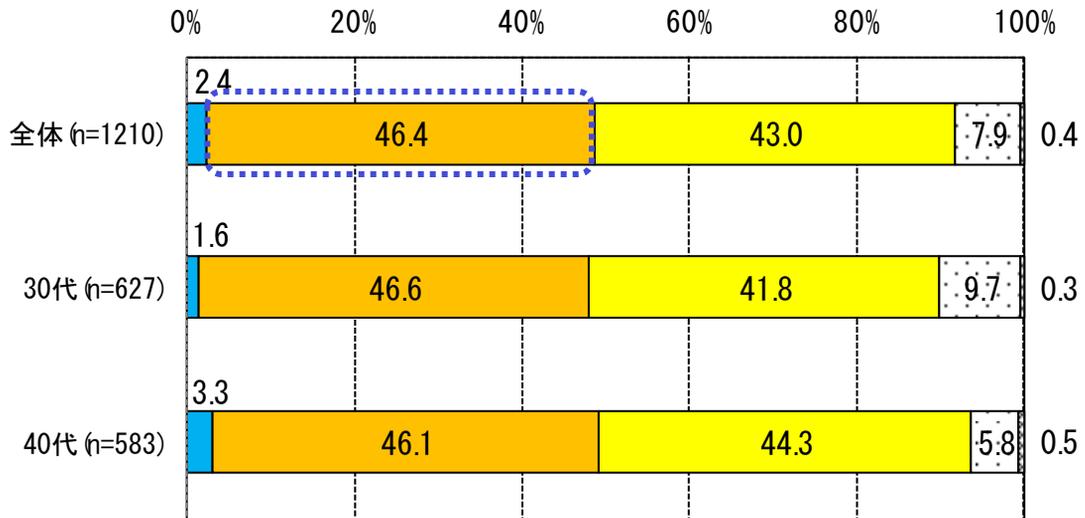
■ほぼ毎日 ■週に3~4回以上 ■週に1回程度 *1 □月に2~3回程度 *2 ▣月に1回も食べない

2-4. 魚介類の購入頻度(1)

○家庭で食べる魚介類の購入頻度は、「週に3～4回以上」が46.4%と最多。次いで「週に1回程度」が43.0%と多い。「ほぼ毎日」から「週に1回程度」までを合計すると、91.8%と9割以上の方が週に1回は魚介類を購入しているとみられる。

○30代と40代を比較すると、40代の方が「ほぼ毎日」魚介類を購入する割合が1.7ポイントとわずかながら高く、40代は「週に1回程度」購入する割合が2.5ポイントとわずかに高い。

プレ問3項目2.家庭で食べる魚介類の購入頻度



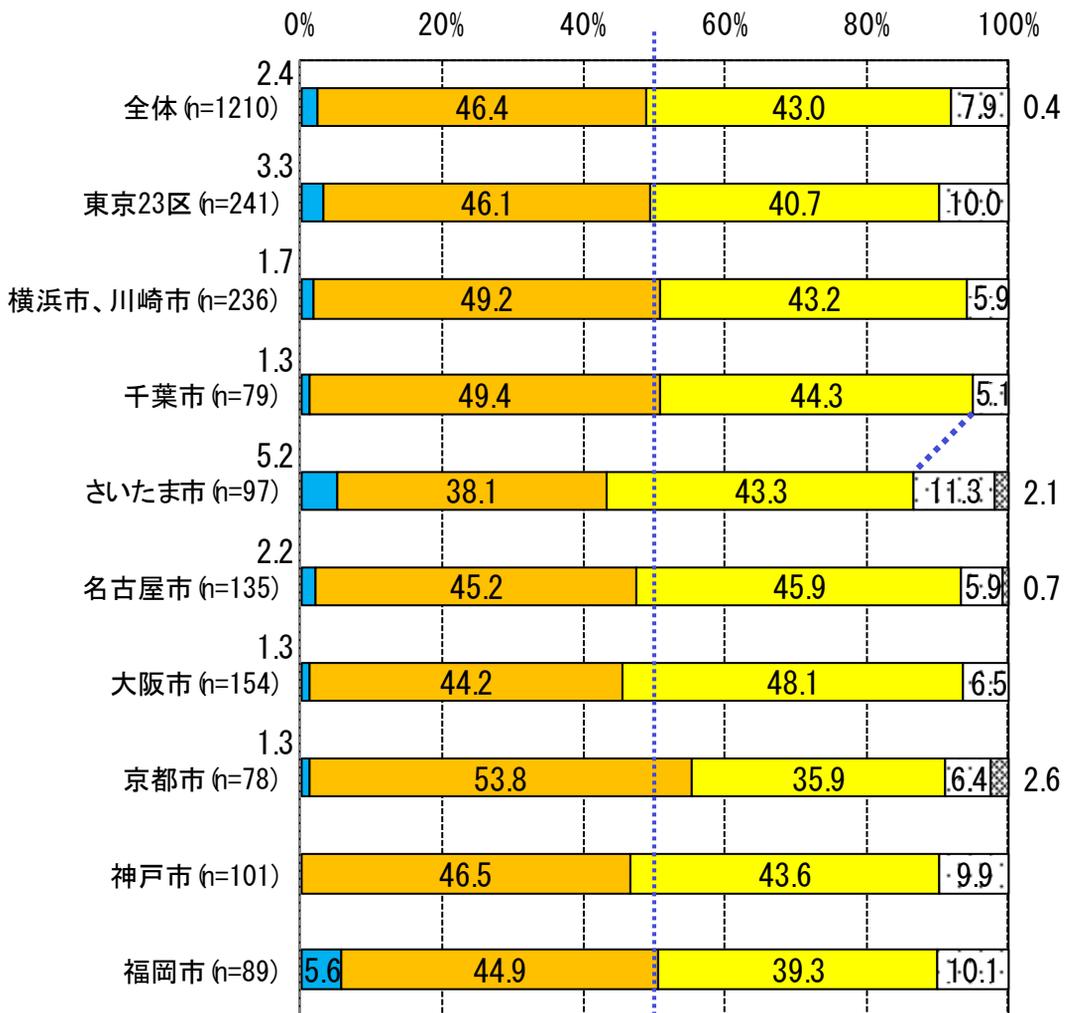
■ほぼ毎日 ■週に3～4回以上 ■週に1回程度 □月に2～3回程度 □月に1回も食べない

2-4. 魚介類の購入頻度(2)

○「ほぼ毎日」「週に3～4回」「週に1回程度」を合計すると、少なくとも週に1回は魚介類を購入している割合が、全体の91.8%より高かった都市は、千葉市95.0%、横浜市、川崎市94.1%、大阪市93.6%、名古屋市93.3%。もっとも低かったのは、さいたま市86.6%で、最高の千葉市と比べると8.4ポイントの差がみられた。

○「ほぼ毎日」「週に3～4回」を合計した値が半数を越えた都市は、横浜市、川崎市(50.9%)、千葉市(50.7%)、京都市(55.1%)、福岡市(50.5%)であった。

プレ問3項目2.家庭で食べる魚介類の購入頻度



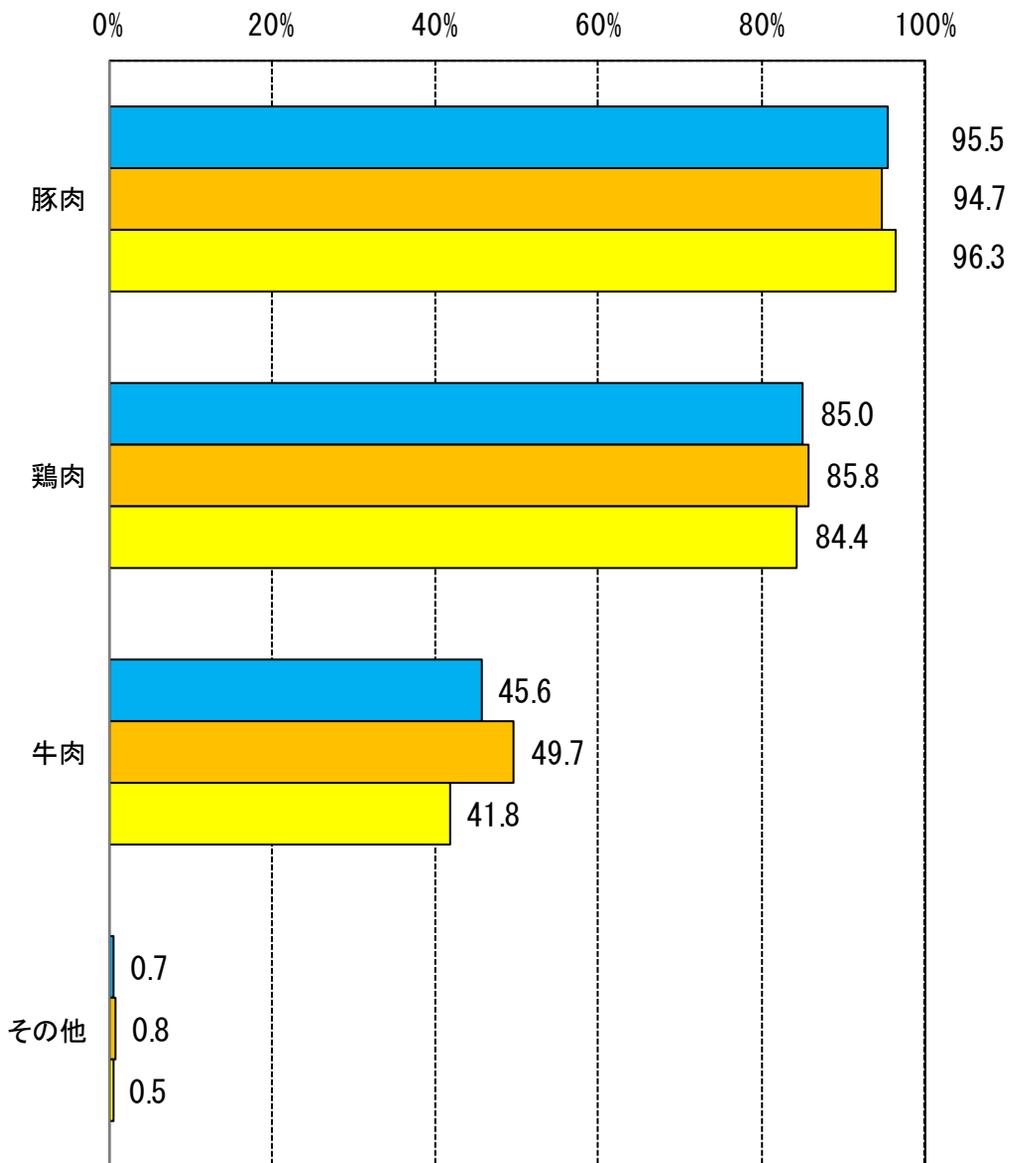
■ほぼ毎日 ■週に3～4回以上 ■週に1回程度 □月に2～3回程度 ▣月に1回も食べない

2-5. 肉の消費傾向(1)

○家庭でよく食べる肉類の中では、「豚肉」95.5%が最多。次いで「鶏肉」が85.0%と多い。

○魚介類の購入頻度の高い人は、「牛肉」をよく食べる割合が49.7%と、魚介類の購入頻度の低い人より7.9ポイント高かった。

本問1.家庭でよく食べる肉類の種類



■全体 (n=1210)

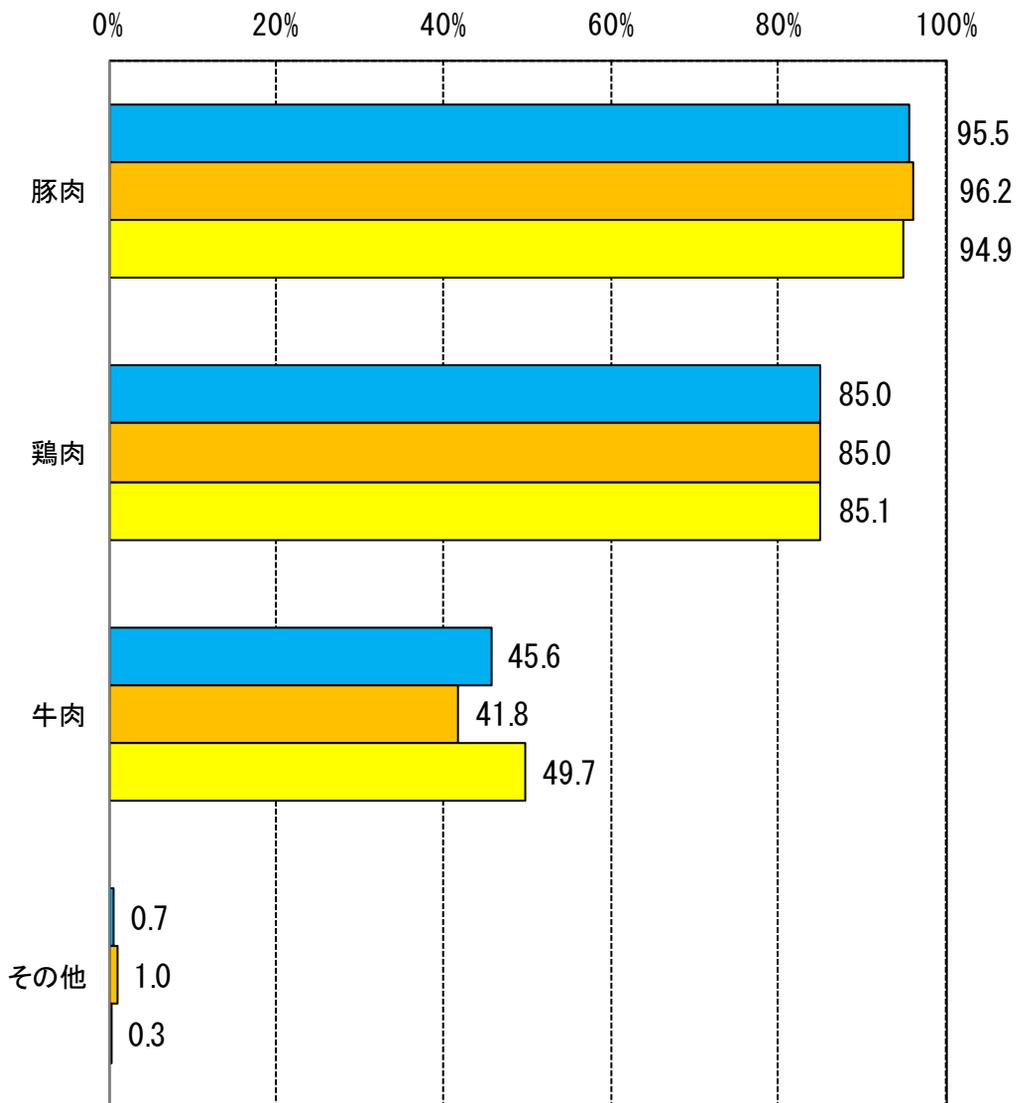
■魚介類の購入頻度 高 (n=590)

■魚介類の購入頻度 低 (n=620)

2-5. 肉の消費傾向(2)

○年代別にみると、40代は、「牛肉」をよく食べる割合が49.7%と、30代より7.9ポイント高かった。

本問1.家庭でよく食べる肉類の種類

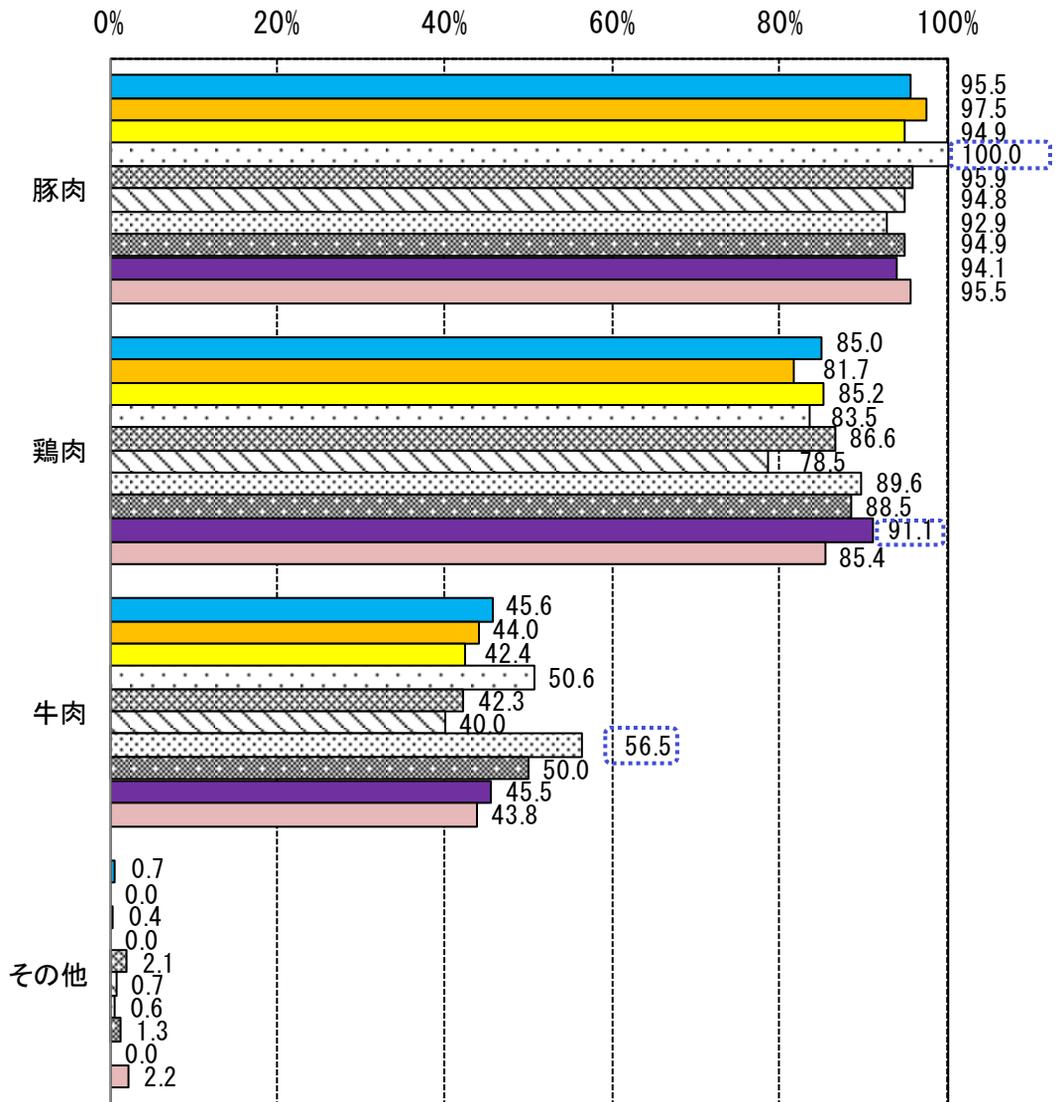


■全体 (n=1210) ■30代 (n=627) ■40代 (n=583)

2-5. 肉の消費傾向(3)

- いずれの都市も、「豚肉」、「鶏肉」、「牛肉」の順によく食べる点は同じであった。
- 「豚肉」はいずれの都市でも9割以上が家庭でよく食べると回答。特に千葉市では、全員がよく食べると回答。
- 全体比で5ポイント以上差がみられた都市をあげると、神戸市は「鶏肉」をよく食べる割合が91.1%と6.1ポイント高い。「牛肉」に関しては、千葉市50.6%と全体比で5ポイント高く、大阪市では56.5%と10.9ポイントも高かった。
- 一方、全体比で低くみられたのが名古屋市で、「鶏肉」をよく食べる割合は78.5%と6.5ポイントマイナス、「牛肉」をよく食べる割合は40.0%と5.6ポイントマイナスであった。

本問1.家庭でよく食べる肉類の種類

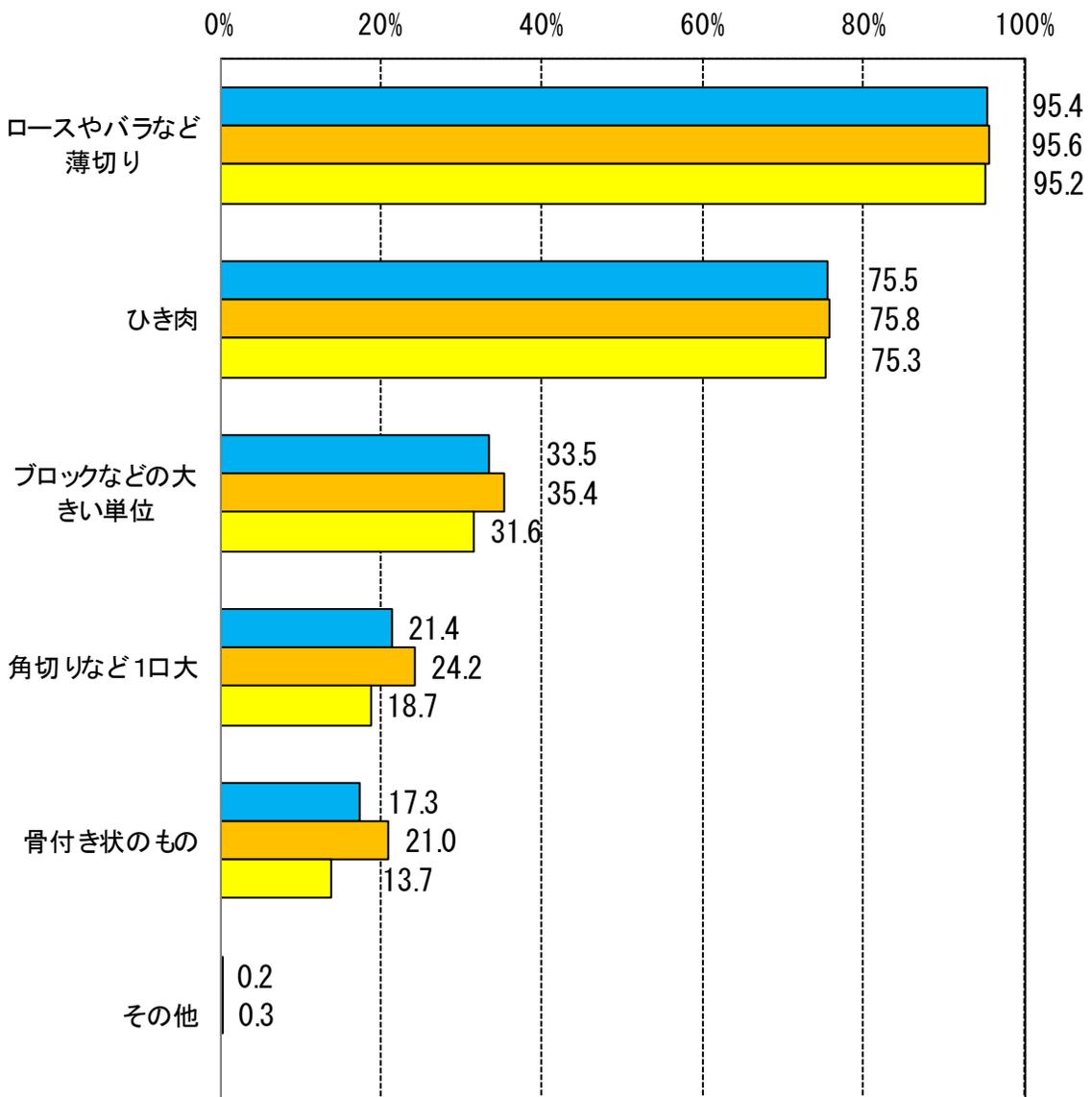


- 全体 (n=1210)
- 東京23区 (n=241)
- 横浜市、川崎市 (n=236)
- 千葉市 (n=79)
- ▣ さいたま市 (n=97)
- 名古屋市 (n=135)
- ▣ 大阪市 (n=154)
- ▣ 京都市 (n=78)
- 神戸市 (n=101)
- 福岡市 (n=89)

2-5. 肉の消費傾向(4)

- 家庭でよく購入する肉類の形態の中では、「ロースやバラなど薄切り」が95.4%と最多。次いで「ひき肉」が75.5%と多い。
- 「ブロックなどの大きい単位」は33.5%と3割強、「角切り」は21.4%と2割程度、「骨付き」は17.3%と2割を切っており、塊の形態のものは購入割合が低め。
- 塊の形態のものに関しては、魚介類の購入頻度が高い人の方が、低い人よりもよく購入する割合が高く、「ブロック」では3.8ポイント、「角切り」では5.5ポイント、「骨付き」では7.3ポイントの差がみられた。

本問2. 家庭でよく購入する肉類の形態



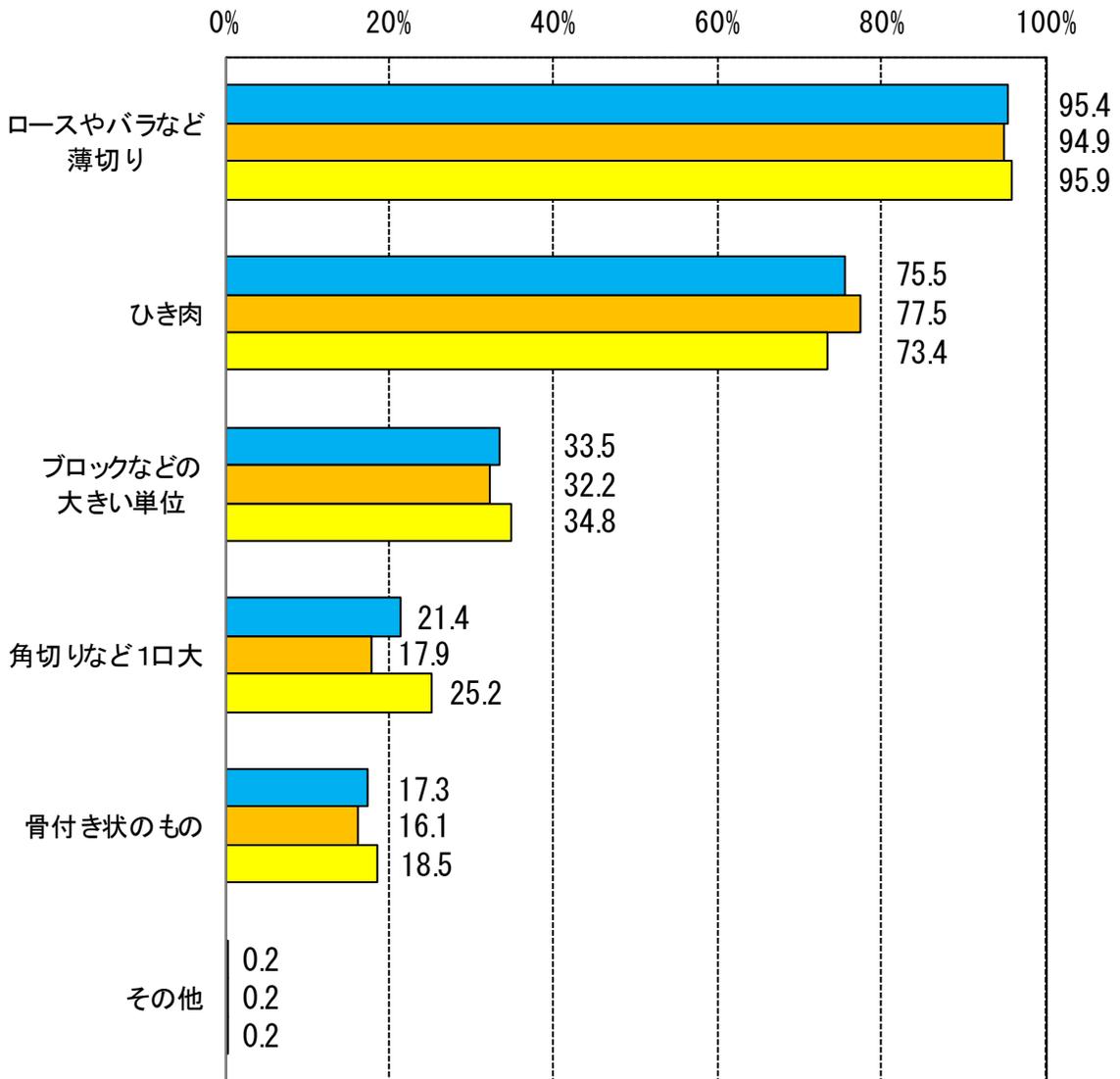
■全体 (n=1210) ■魚介類の購入頻度 高 (n=590) ■魚介類の購入頻度 低 (n=620)

2-5. 肉の消費傾向(5)

○年代別で比較すると、30代は「ひき肉」の購入割合が77.5%と40代よりも4.1ポイント高い。

○塊の形態のものを比較すると、いずれも40代の方が購入割合が高く、ブロックでは2.6ポイント、「骨付き」では2.4ポイント、「角切り」では7.3ポイントの差がみられた。

本問2 .家庭でよく購入する肉類の形態



■全体 (n=1210)

■30代 (n=627)

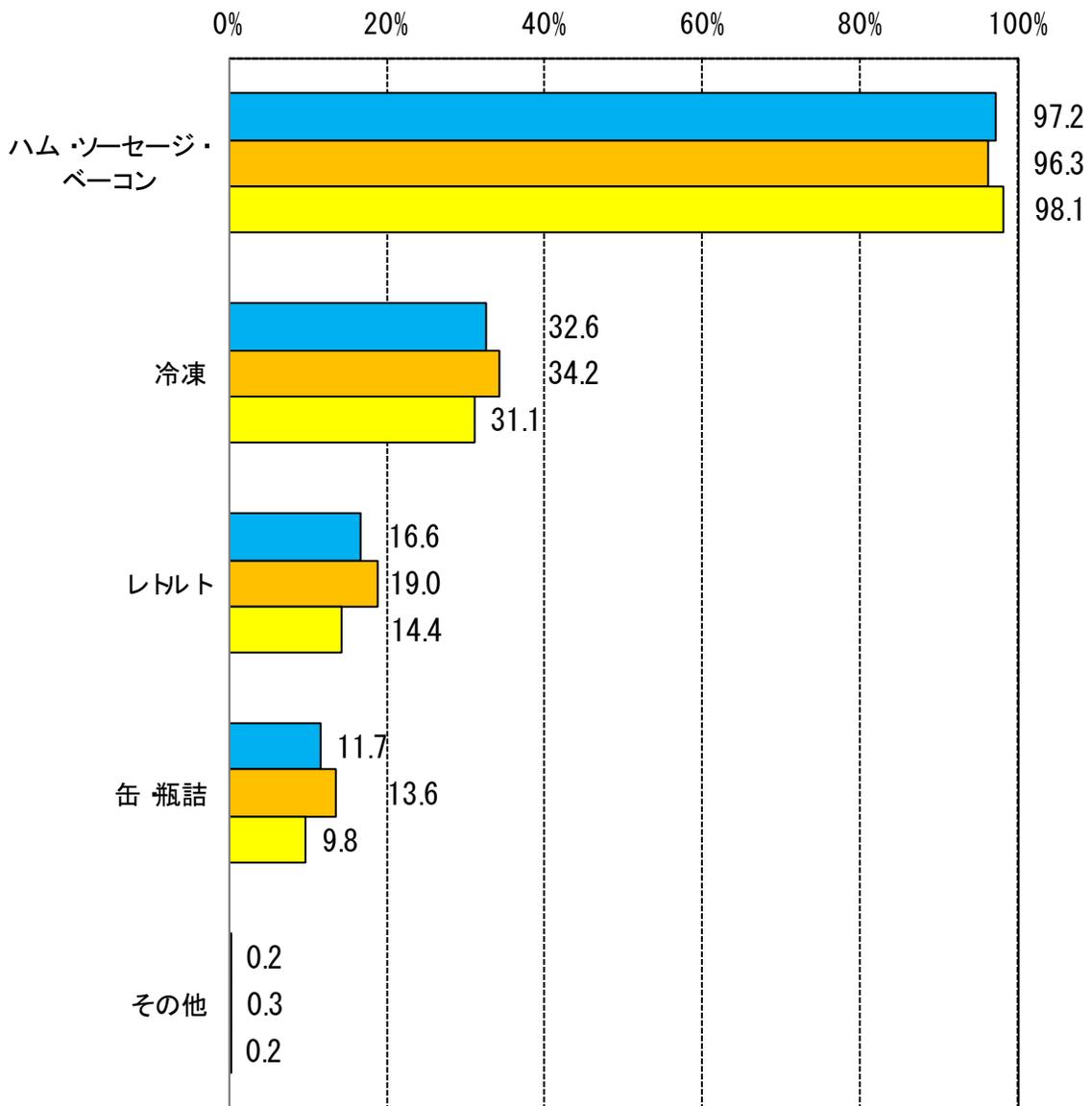
■40代 (n=583)

2-5. 肉の消費傾向(6)

○家庭でよく購入する肉類加工食品の中では、「ハム・ソーセージ・ベーコン」が97.2%と群を抜いて多い。次いで「冷凍」が32.6%と多い。

○魚介類の購入頻度別にみると、「ハム・ソーセージ・ベーコン」では大きな差はみられなかったが、「冷凍」「レトルト」「缶・瓶詰」ではやや違いがみられ、いずれも魚介類の購入頻度の高い人の方が3.1~4.6ポイント程、購入割合が高かった。

本問3.家庭でよく購入する肉類加工食品

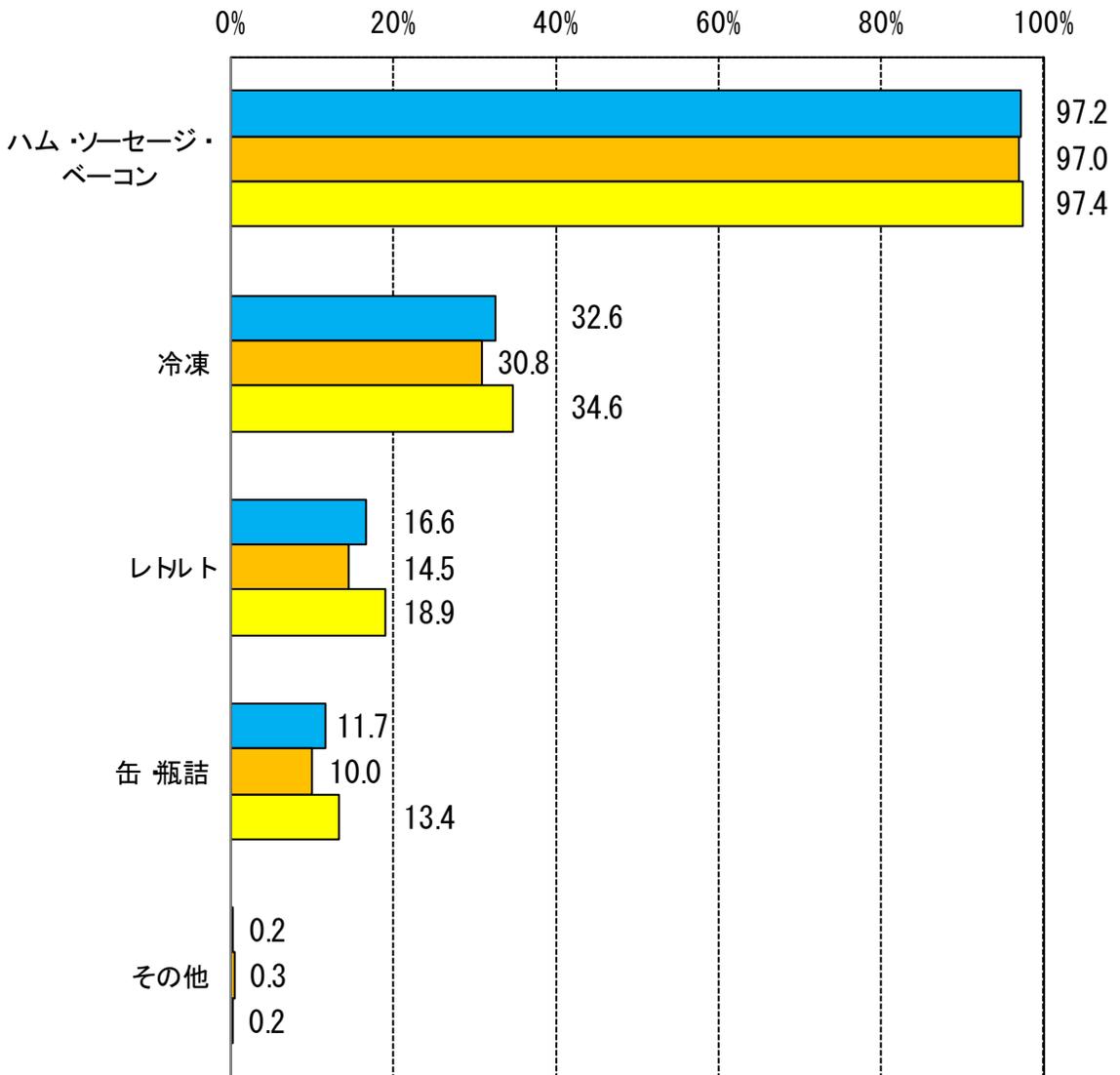


■全体 (n=1210) ■魚介類の購入頻度【高】 (n=590) ■魚介類の購入頻度【低】 (n=620)

2-5. 肉の消費傾向(7)

○年代別でも、「ハム・ソーセージ・ベーコン」では大きな差はみられなかったが、「冷凍」「レトルト」「缶・瓶詰」ではやや違いがみられ、いずれも40代の方が3.4~4.4ポイント程、購入割合が高かった。

本問3.家庭でよく購入する肉類加工食品



■ 全体 (n=1210)

■ 30代 (n=627)

■ 40代 (n=583)

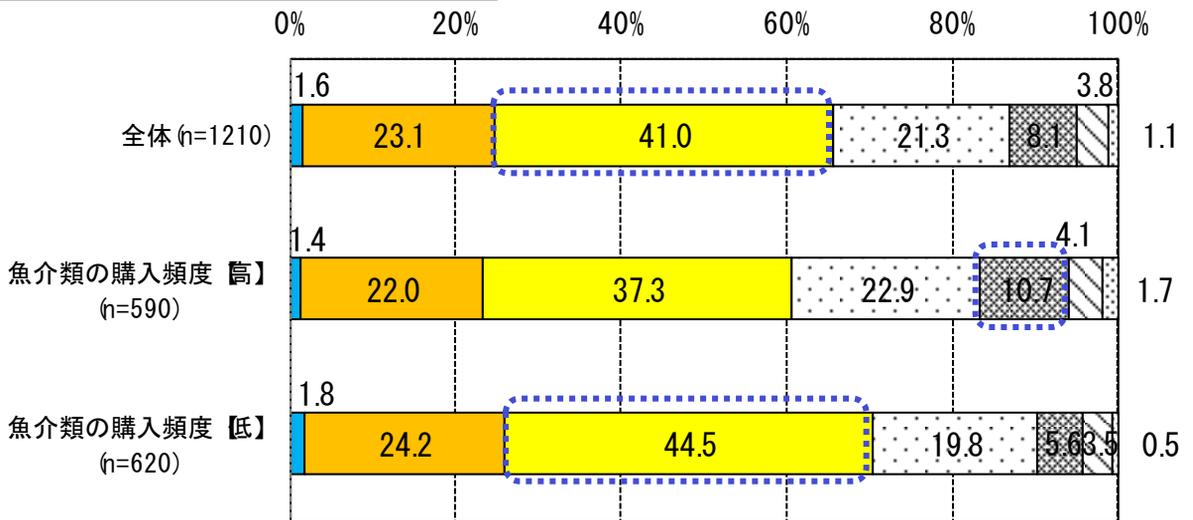
2-5. 肉の消費傾向(8)

○家庭での1食あたりの肉の予算は、「301～500円」が41.0%と最多。次いで「101～300円」が23.1%と多い。「100円未満」から「301～500円」までを合計すると、65.7%が500円以下の予算とみられる。

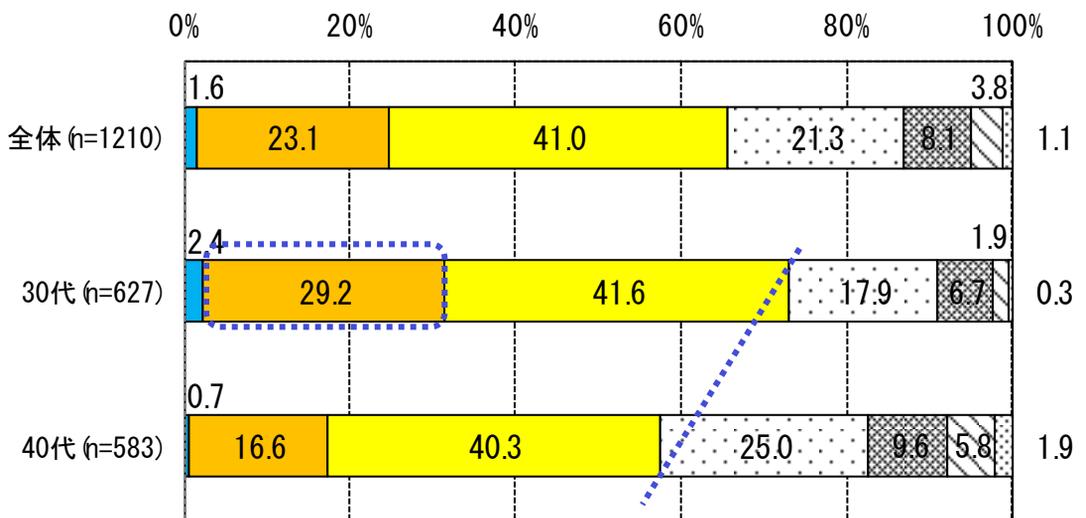
○魚介類の購入頻度別では、魚介類の購入頻度の高い人は、「801～1000円」が10.7%と1割を越えており、購入頻度の低い人よりも5.1ポイント高い。一方、魚介類の購入頻度の低い人は、「301～500円」が44.5%と購入頻度の高い人よりも7.2ポイント高い。500円以下の予算の人の合計と比較すると、魚介類の購入頻度の高い人は60.7%、購入頻度の低い人は70.5%と10ポイント近くの差がみられた。

○年代別では、30代は「101～300円」の割合が29.2%と全体比で6.1ポイント高く、40代比では12.6ポイントも高い。500円以下の予算比では、30代は73.2%、40代は57.6%と15ポイント以上の差がみられた。

本問4-1.家庭での1食あたりの肉の予算



■ 100円未満 ■ 101～300円 ■ 301～500円 □ 501～800円
 ■ 801～1000円 □ 1,001～1,300円 □ 1,301円以上

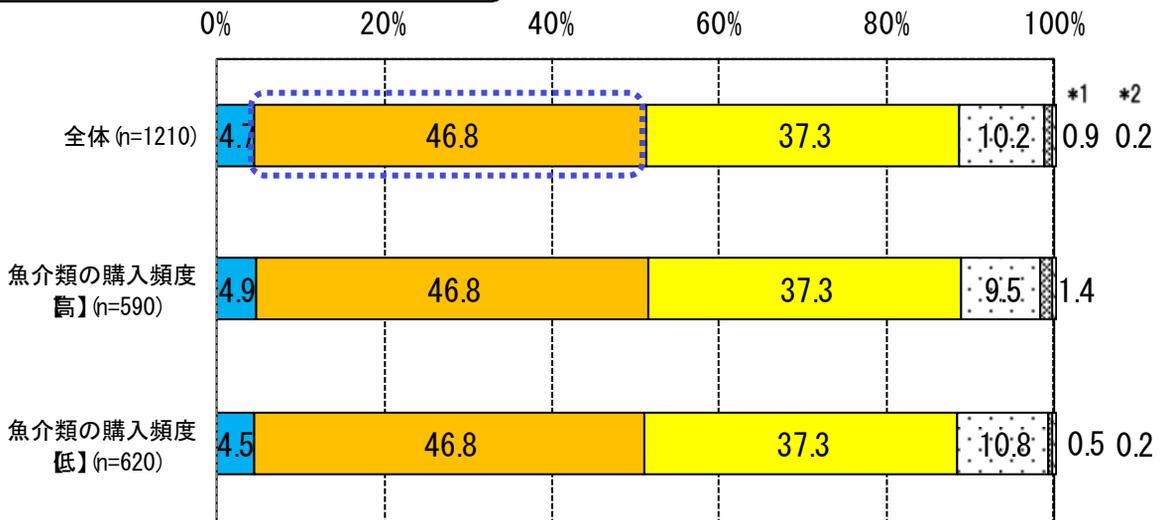


■ 100円未満 ■ 101～300円 ■ 301～500円 □ 501～800円
 ■ 801～1000円 □ 1,001～1,300円 □ 1,301円以上

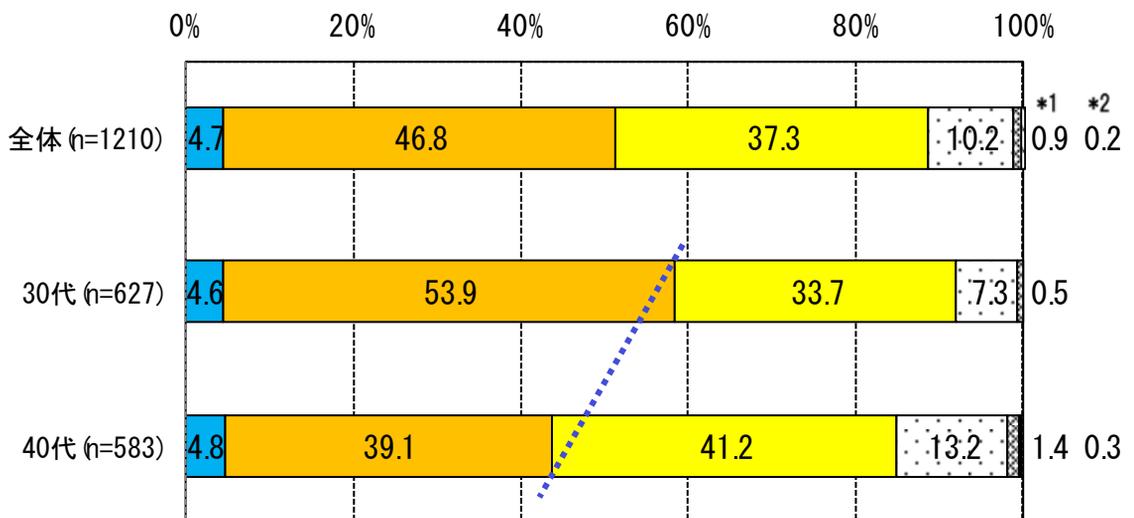
2-5. 肉の消費傾向(9)

- 家庭での1食あたりの肉の数量は、「101～300g」が46.8%と最多。次いで「301～500g」が37.3%と多い。300g以下の合計が51.5%と約半数を占め、500g以下の合計は88.8%と9割近くになる。
- 魚介類の購入頻度別では、1食当たりの肉の数量に大きな差はみられなかった。
- 年代別では、30代は「101～300g」の割合が53.9%と全体比で7.1ポイント高く、40代比では14.8ポイントも高い。300g以下の数量比では、30代は58.5%、40代は43.9%と14.6ポイントもの差がみられた。
- 30代の数量が少ないのは、0～3歳の子どもを持つ割合が半数以上であったことも影響していると考えられる。(P44)

本問4-2.家庭での1食あたりの肉の数量



■ 100g未満 ■ 101～300g ■ 301～500g □ 501～800g *1 ■ 801～1000g *2 □ 1,001g以上

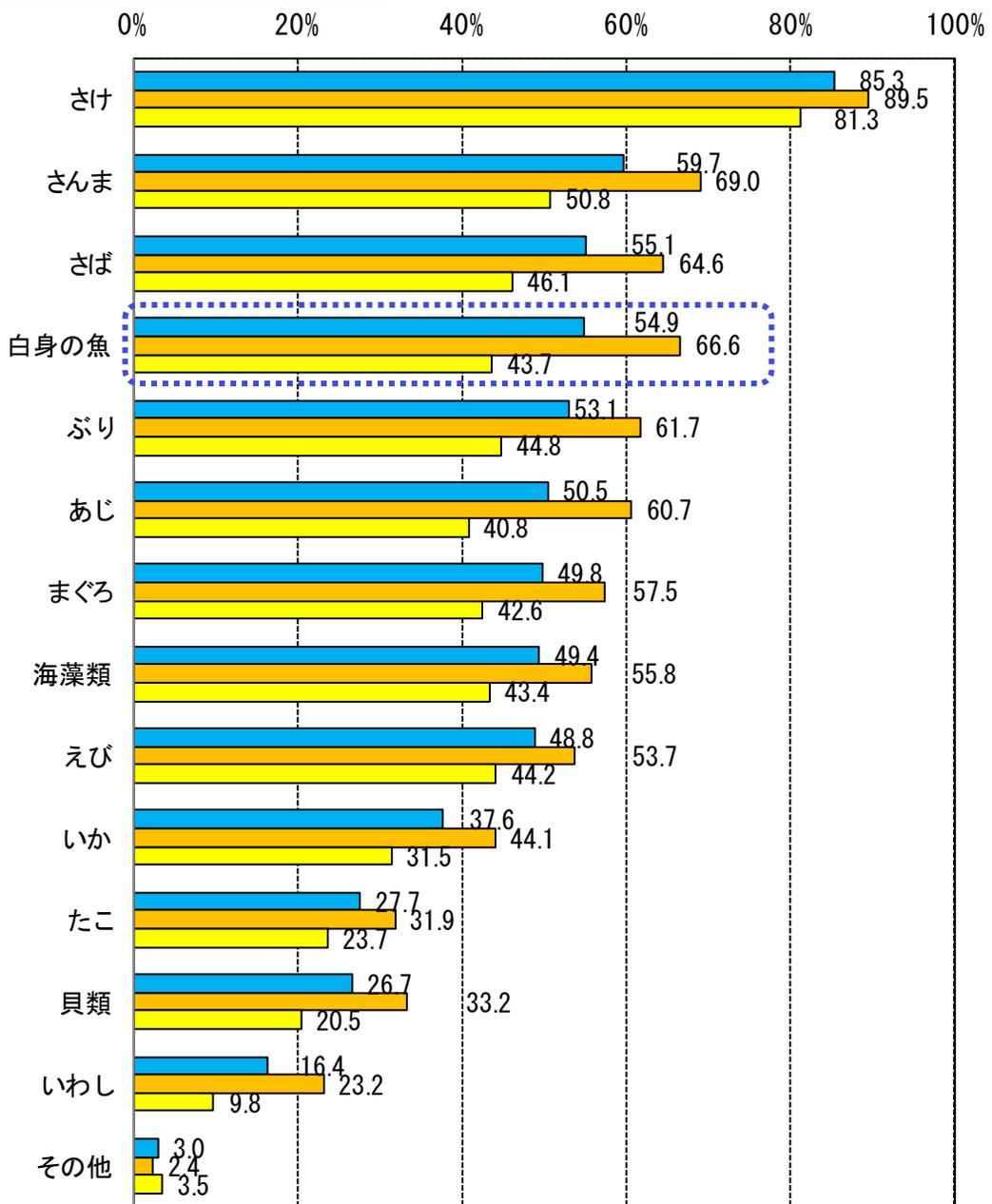


■ 100g未満 ■ 101～300g ■ 301～500g □ 501～800g *1 ■ 801～1000g *2 □ 1,001g以上

2-6. 魚介類の消費傾向(1)

- 家庭でよく食べる魚介類は、全体では、「さけ」85.3%が最多。次いで「さんま」59.7%、「さば」55.1%と続く。
- 魚介類の購入頻度の高い人は、上位3位は、「さけ」「さんま」「白身の魚」の順に多かった。その他を除く全種類において、全体よりも食べる割合が高く、特に「白身の魚」と「あじ」は10ポイント以上高かった。
- 魚介類の購入頻度別で比較すると、差が小さいもので8ポイント以上、最大のものでは、22ポイント以上（白身の魚）の開きがみられた。

本問5.家庭でよく食べる魚介類の種類



■ 全体 (n=1210) ■ 魚介類の購入頻度【高】 (n=590) ■ 魚介類の購入頻度【低】 (n=620)

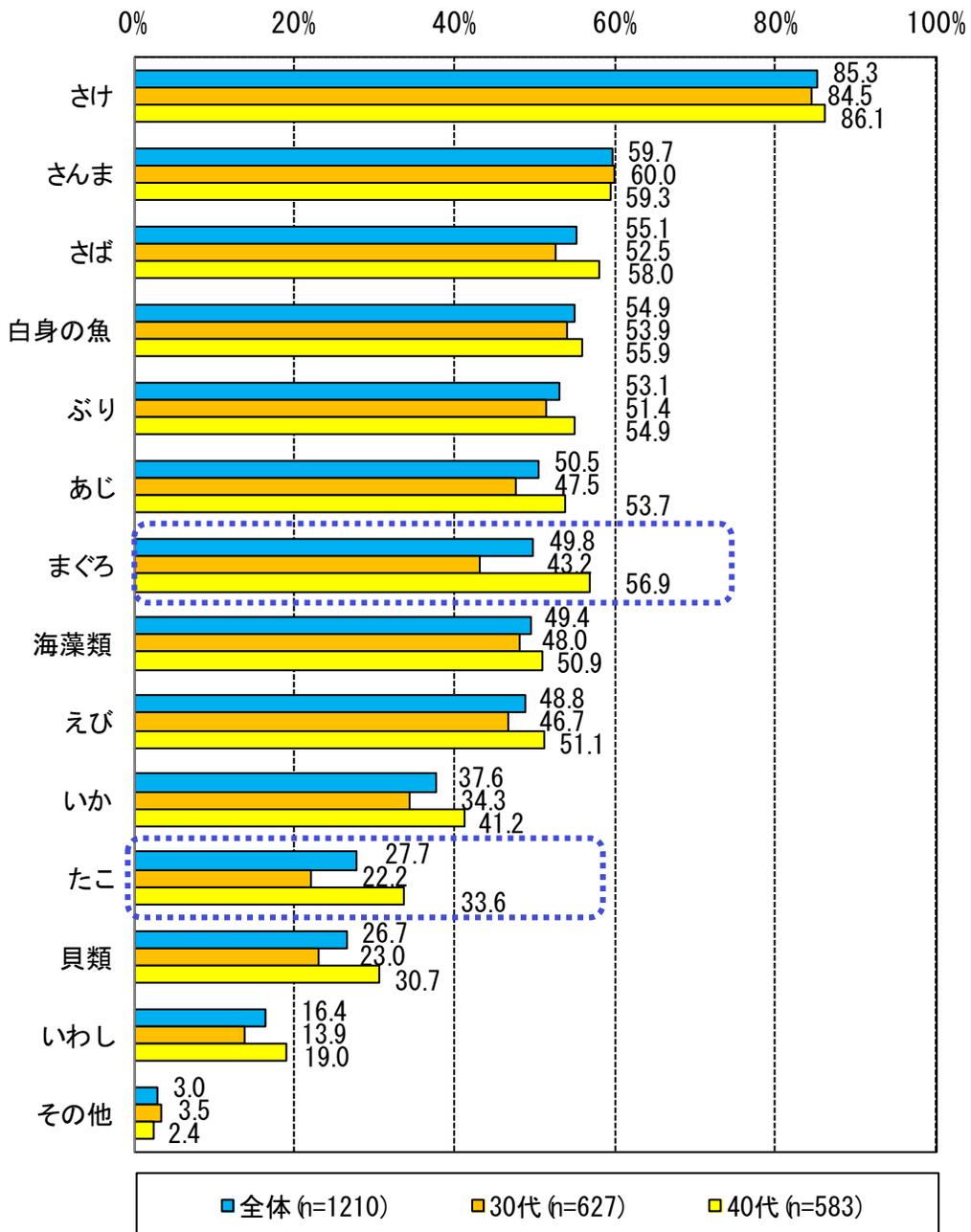
2-6. 魚介類の消費傾向(2)

○30代は、上位3位は、「さけ」「さんま」「白身の魚」の順に多かった。

○40代は、「その他」と「さんま」を除く魚では、全体よりも食べる割合が高めで、特に「まぐろ」は7.1ポイント、「たこ」は5.9ポイント高かった。

○年代別で比較して、10ポイント以上の開きが見られたのが、「まぐろ」13.7ポイント差、「たこ」11.4ポイント差であった。

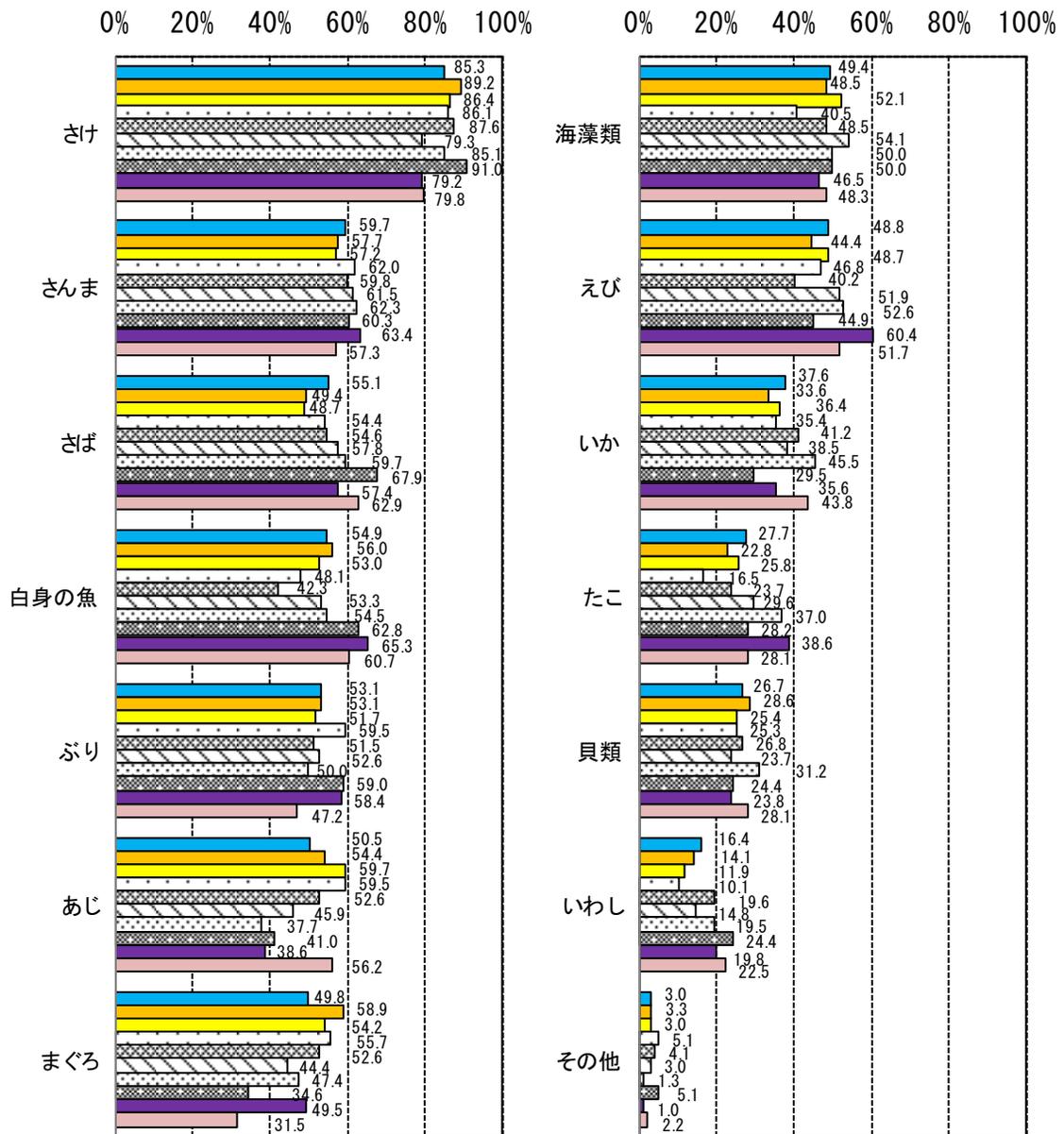
本問5.家庭でよく食べる魚介類の種類



2-6. 魚介類の消費傾向(3)

- 家族は魚介類が「好きなほう」と回答した割合が最多の福岡市が、全体比で5ポイント以上高い魚の数もっとも多かった(「さば」「白身の魚」「あじ」「いか」「いわし」)。
- 神戸市は全体比で10ポイント以上高い魚の種類が、3種類もあった。「白身の魚」(10.4ポイント差(以下同じ))、「えび」(11.6)、「たこ」(10.9)と、全体の割合より高い。
- 各都市で全体比9ポイント以上と、消費の高い傾向がみられたのが、東京23区の「まぐろ」(9.1ポイント高(以下同じ))、横浜市、川崎市の「あじ」(9.2)、千葉市の「あじ」(9.0)、大阪市の「たこ」(9.3)、京都市の「さば」(12.8)であった。

本問5.家庭でよく食べる魚介類の種類



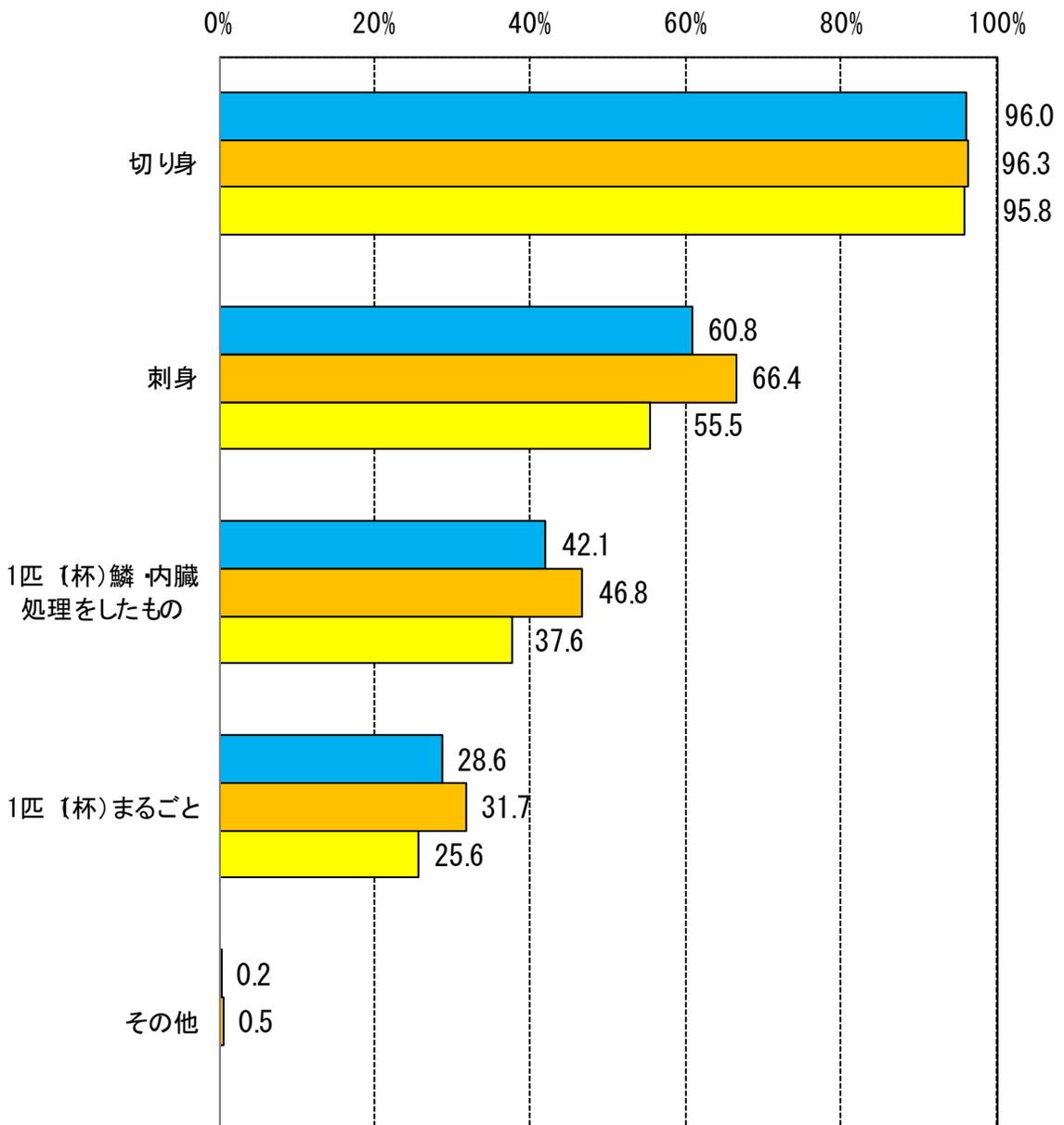
- 全体 (n=1210)
- 東京23区 (n=241)
- 横浜市、川崎市 (n=236)
- 千葉市 (n=79)
- さいたま市 (n=97)
- 名古屋市 (n=135)
- 大阪市 (n=154)
- 京都市 (n=78)
- 神戸市 (n=101)
- 福岡市 (n=89)

2-6. 魚介類の消費傾向(4)

○家庭でよく購入する魚介類の形態の中では、「切り身」が96.0%と最多。次いで「刺身」が60.8%と多い。

○魚介類の購入頻度別では、「切り身」で大きな差がみられなかったが、「刺身」では10.9ポイント、「1匹(内臓処理)」では9.2ポイント、「1匹(まるごと)」では6.1ポイントと、いずれも魚介類の購入頻度が高い人の方が購入割合が高くみられた。

本問6. 家庭でよく購入する魚介類の形態



■全体 (n=1210)

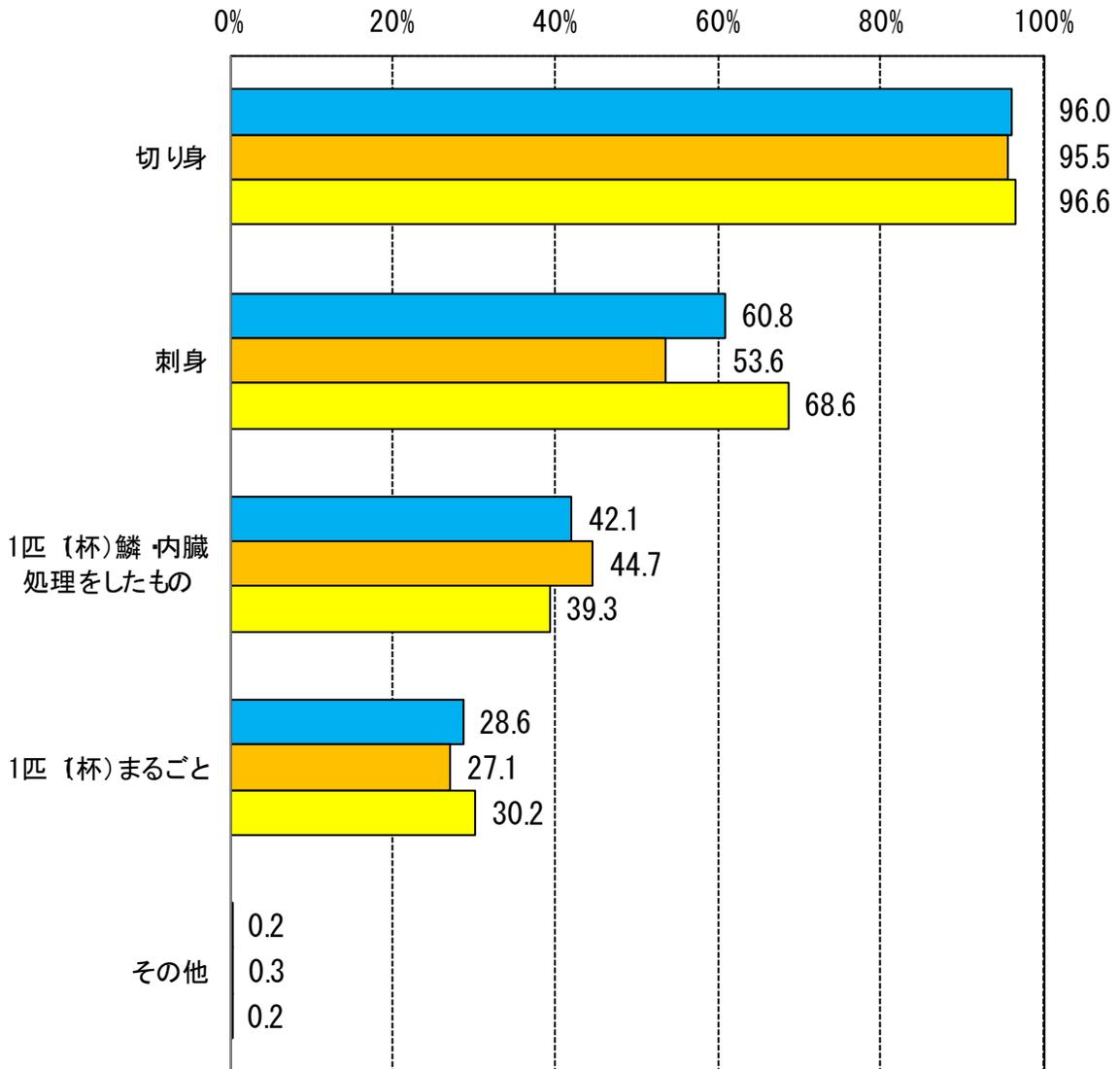
■魚介類の購入頻度 高 (n=590)

■魚介類の購入頻度 低 (n=620)

2-6. 魚介類の消費傾向(5)

- 年代別で比較すると、「切り身」の購入では大きな差はみられなかったが、「刺身」では15ポイント、「1匹(まるごと)」では3.1ポイント40代の方が高かった。
- 一方、「1匹(内臓処理)」をよく購入する割合は、30代の方が5.4ポイント高かった。

本問6.家庭でよく購入する魚介類の形態

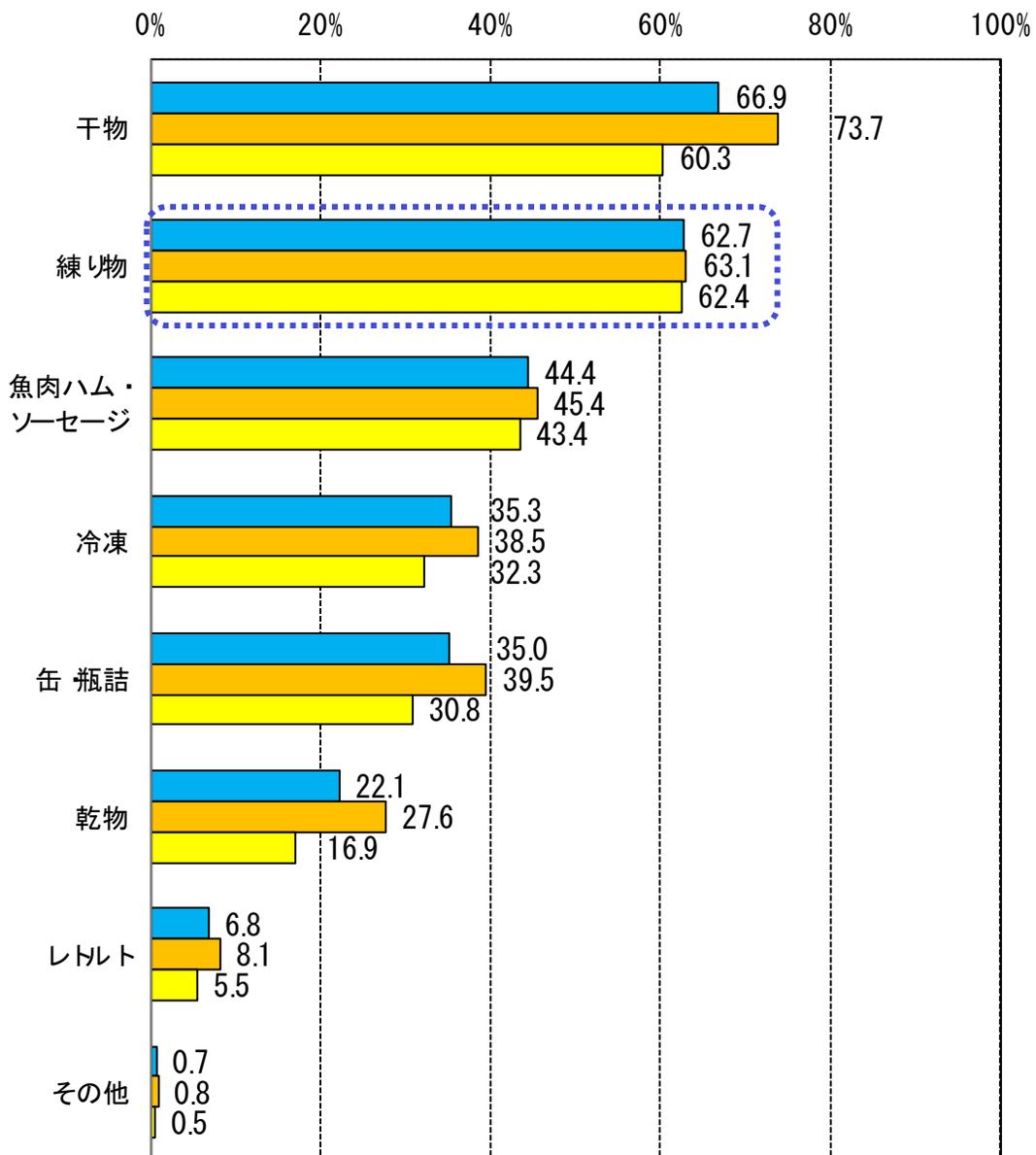


■全体 (n=1210) ■30代 (n=627) ■40代 (n=583)

2-6. 魚介類の消費傾向(6)

- いずれの加工食品においても、魚介類の購入頻度の高い人の方が、購入頻度の低い人よりも、購入割合が高かった。
- 特に5ポイント以上、両者の差が開いたものは、「干物」13.4ポイント、「冷凍食品」6.2ポイント、「缶・瓶詰」8.7ポイント、「乾物」10.7ポイントであった。
- 「ハム・ソーセージ」は肉類の加工食品においても、魚介類の購入頻度別で大きな差がみられなかった。また、魚介類の購入頻度別で、差分が1ポイント未満と、もっとも小さかったのが「練り物」であった。

本問7.家庭でよく購入する魚介類加工食品

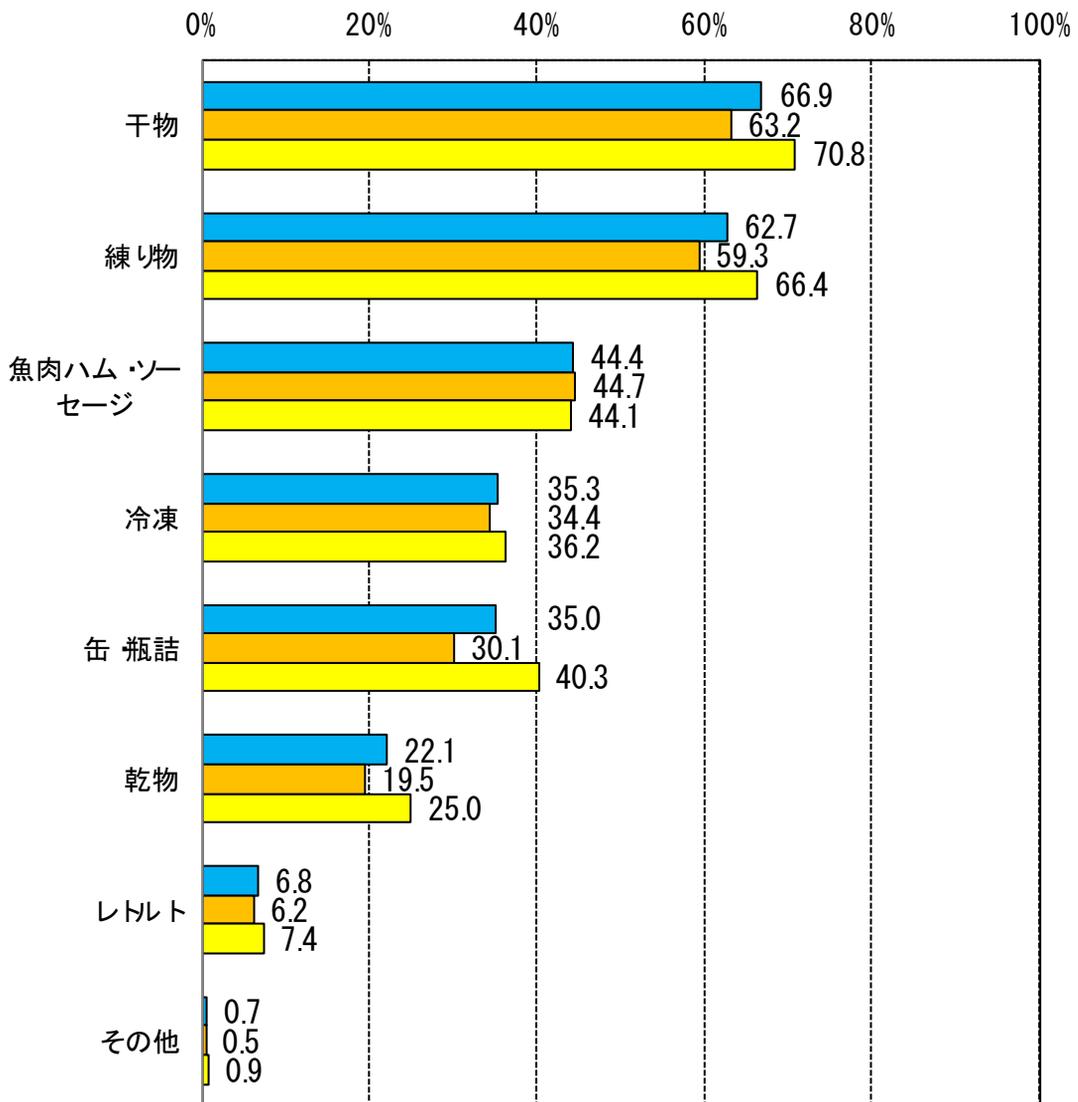


■ 全体 (n=1210) ■ 魚介類の購入頻度【高】 (n=590) ■ 魚介類の購入頻度【低】 (n=620)

2-6. 魚介類の消費傾向(7)

- 年代別で5ポイント以上、両者の差が開いたものは、「干物」7.6ポイント、「練り物」7.1ポイント、「缶・瓶詰」10.2ポイント、「乾物」5.5ポイントと、いずれも40代の購入割合の方が高い。
- 「魚肉ハム・ソーセージ」以外の加工食品は、40代の方が購入割合が高い。

本問7.家庭でよく購入する魚介類加工食品



■ 全体 (n=1210) ■ 30代 (n=627) ■ 40代 (n=583)

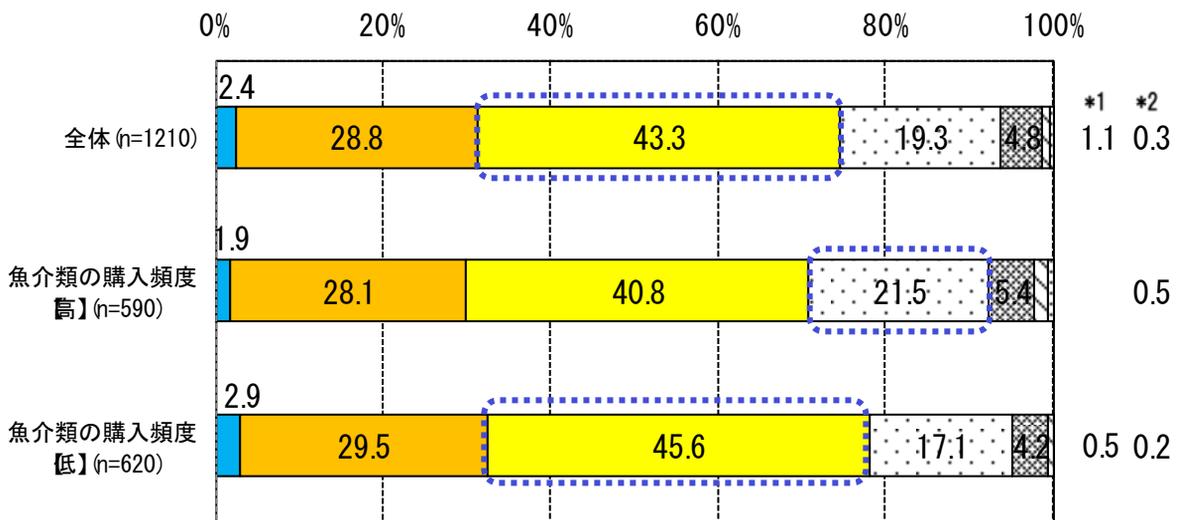
2-6. 魚介類の消費傾向(8)

○家庭での1食あたりの鮮魚の予算は、「301～500円」が43.3%と最多。次いで「101～300円」が28.8%と多い。「100円未満」から「301～500円」までを合計すると、74.5%が500円以下の予算とみられる。

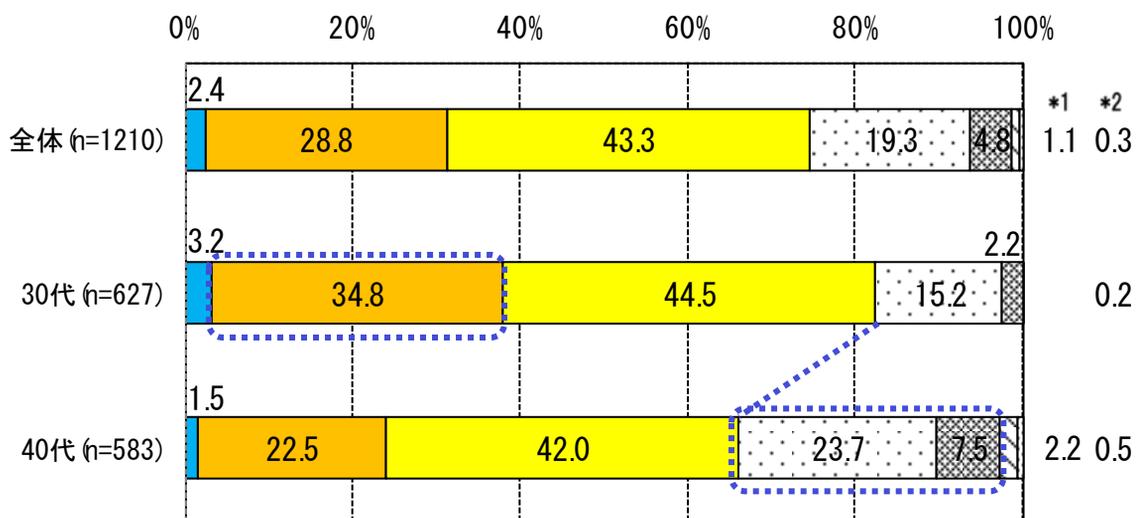
○魚介類の購入頻度別では、魚介類の購入頻度の低い人は、「301～500円」が45.6%と購入頻度の高い人より4.8ポイント高く、魚介類の購入頻度の高い人は、「501～800円」が21.5%と購入頻度の低い人より4.4ポイント高い。500円以下の予算の人の合計で比較すると、魚介類の購入頻度の高い人は70.8%、購入頻度の低い人は78.0%と7.2ポイントの差がみられた。

○年代別では、30代は「101～300円」の割合が34.8%と40代比で12.3ポイントも高く、40代は30代比でみると、「501～800円」(23.7%)が8.5ポイント高く、「801～1000円」(7.5%)が5.3ポイント高い。500円以下の予算比では、30代は82.5%、40代は66.0%と16.5ポイントもの差がみられた。

本問8-1. 家庭での1食あたりの鮮魚の予算



■ 100円未満 ■ 101～300円 ■ 301～500円 □ 501～800円
 ■ 801～1000円 *1 1,001～1,300円 *2 1,301円以上



■ 100円未満 ■ 101～300円 ■ 301～500円 □ 501～800円
 ■ 801～1000円 *1 1,001～1,300円 *2 1,301円以上

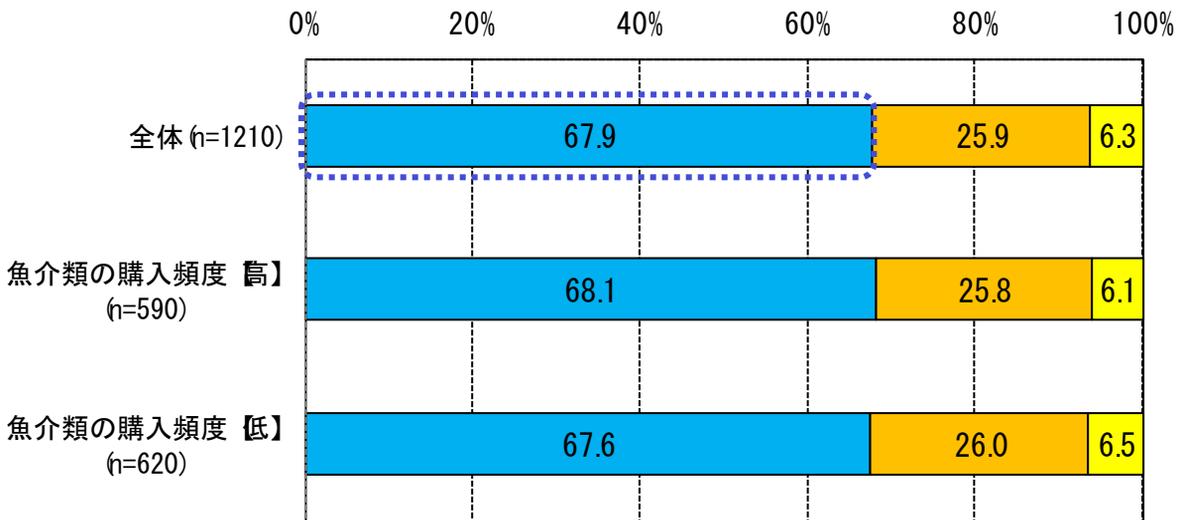
2-6. 魚介類の消費傾向(9)

○家庭での1食あたりの鮮魚の数量は、最多の「1人1(切れ/匹/パック)」が67.9%と7割近くになる。次いで「1人複数(切れ/匹/パック)」が25.9%と多い。「1切れや1匹を複数で分け合う」よりは、1人1切れや1匹以上で食べる人が多いとみられる。

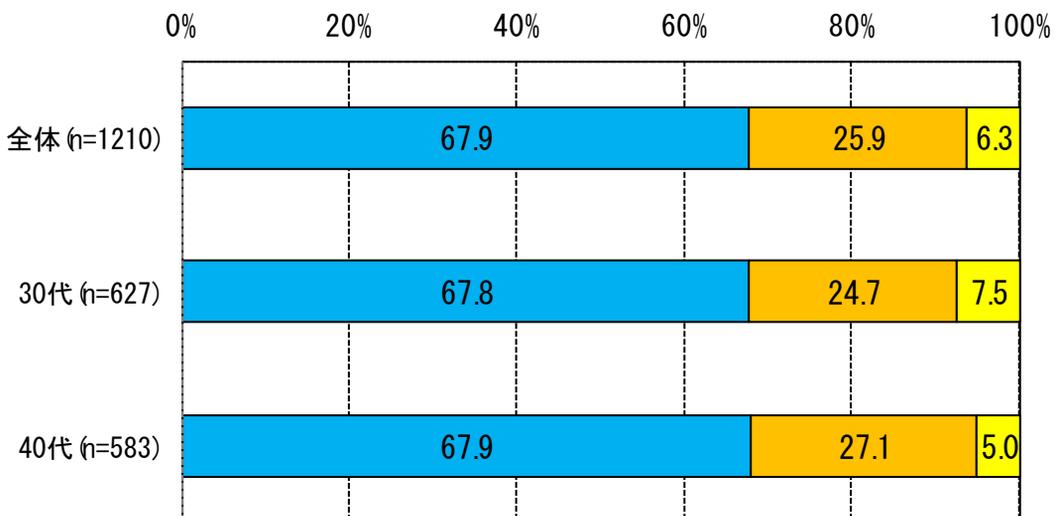
○魚介類の購入頻度別では、1食当たりの肉の数量に大きな差はみられなかった。

○年代別比では、30代は「1切れ/1匹を分ける」割合が2.5ポイント、40代は「1人複数(切れ/匹/パック)」の割合が2.4ポイント高かった。30代の数量が肉類と同様に少ないのは、0~3歳の子どもを持つ割合が半数以上であったことも影響していると考えられる。(P44)

本問8-2.家庭での1食あたりの鮮魚の数量



- 家族の人数に応じて、1人1切れ/1匹/1パック
- 家族の人数に応じて、1人複数切れ/複数匹/複数パック
- 1切れ/1匹/1パックを家族の人数で分ける
- その他



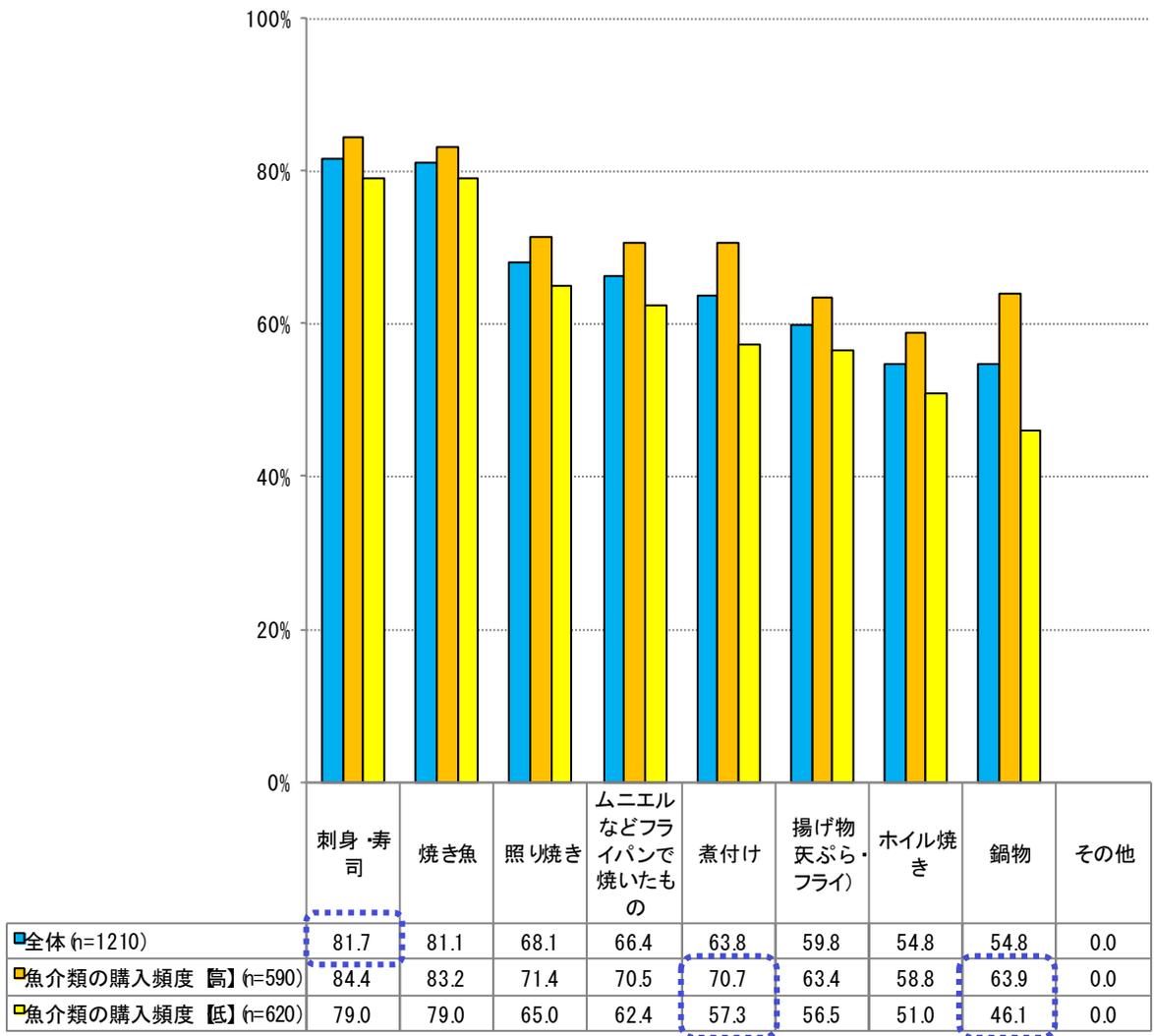
- 家族の人数に応じて、1人1切れ/1匹/1パック
- 家族の人数に応じて、1人複数切れ/複数匹/複数パック
- 1切れ/1匹/1パックを家族の人数で分ける
- その他

2-6. 魚介類の消費傾向(10)

○回答者自身が家庭でよく食べる魚料理は、「刺身・寿司」が最多の81.7%、次いで「焼き魚」81.1%、「照り焼き」68.1%と焼き物が続く。「刺身・寿司」と「焼き魚」は、全体の8割以上がよく食べると回答。他の料理でも半数以上がよく食べると答えている。

○魚介類の購入頻度別で比較すると、上位3位の差分がもっとも少なく、4.2~6.4ポイント。両者の開きがもっとも大きかったのが、「鍋物」で17.8ポイント差、次いで「煮付け」が13.4ポイント差と、煮物類の料理では、魚介類の購入頻度の高い人の方が、よく食べている。

本問9-1.家庭でよく食べる魚料理(回答者自身)



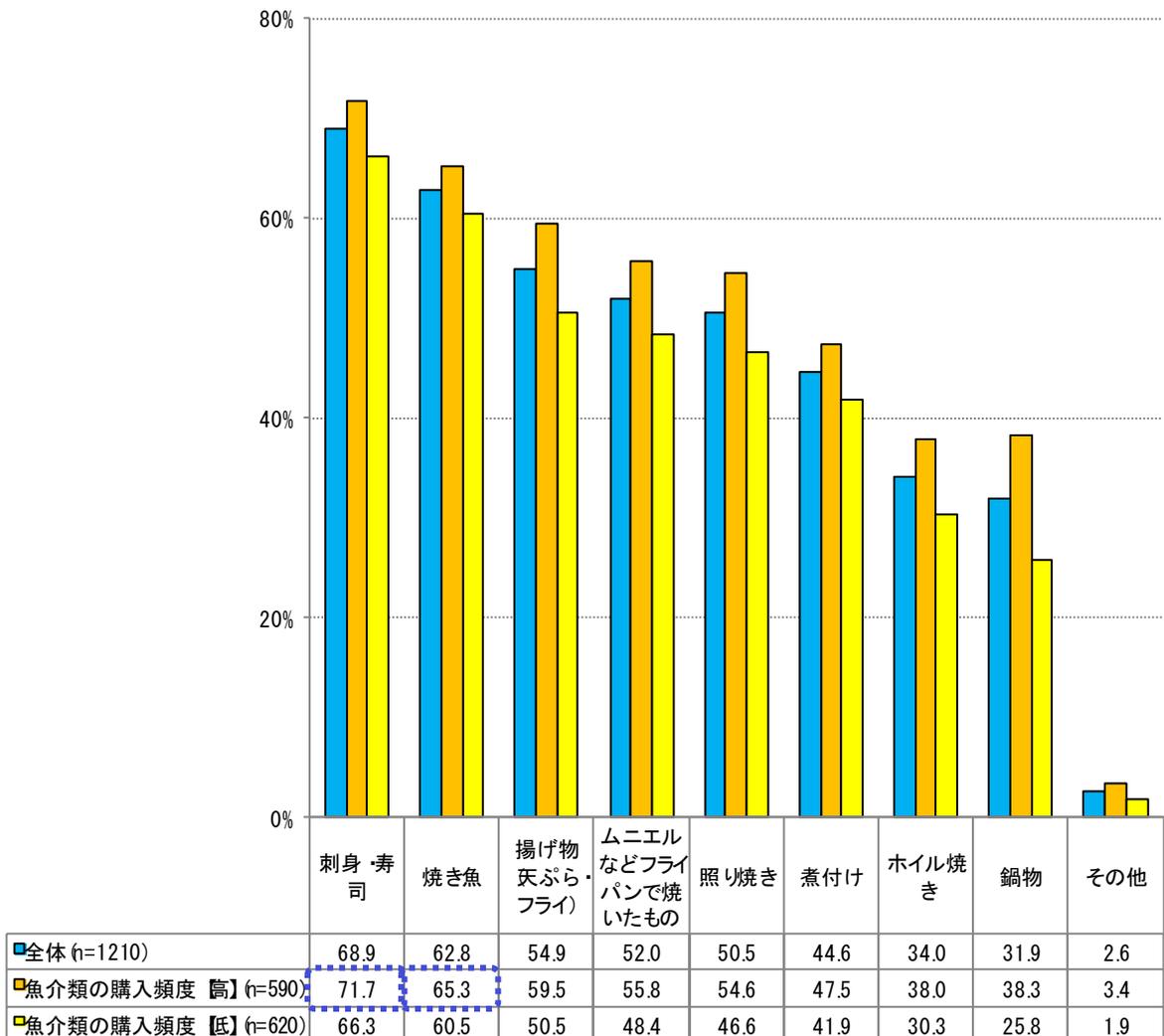
■全体 (n=1210) ■魚介類の購入頻度 高 (n=590) ■魚介類の購入頻度 低 (n=620)

2-6. 魚介類の消費傾向(12)

○子どもが家庭でよく食べる料理は、「刺身・寿司」が最多の68.9%、次いで「焼き魚」62.8%、「揚げ物」54.9%と続く。上位2つの「刺身・寿司」と「焼き魚」の順位は、回答者自身(主婦・主夫)と同じだが、割合で見ると回答者自身が8割以上食べているのに対し、子どもは6割台にとどまる。ただし、その他の回答にみられるように、各料理の割合の低さは、子どもがまだ親と同じ食事を摂れる年齢に達していない場合も影響しているとみれる。

○魚介類の購入頻度別で比較すると、「焼き魚」と「その他」を除く、すべての料理において、5ポイント以上の差を開けて、魚介類の購入頻度の高い人の子どもの方が、よく食べている。もっとも差が大きかったのが、「鍋物」の12.5ポイント差、次いで「揚げ物」の9ポイント差。「鍋物」は子どもの親(回答者自身)においても、魚介類の購入頻度によって食べる、食べないの差が大きい。

本問9-2.家庭でよく食べる魚料理(子ども)



■全体 (n=1210) ■魚介類の購入頻度【高】 (n=590) ■魚介類の購入頻度【低】 (n=620)

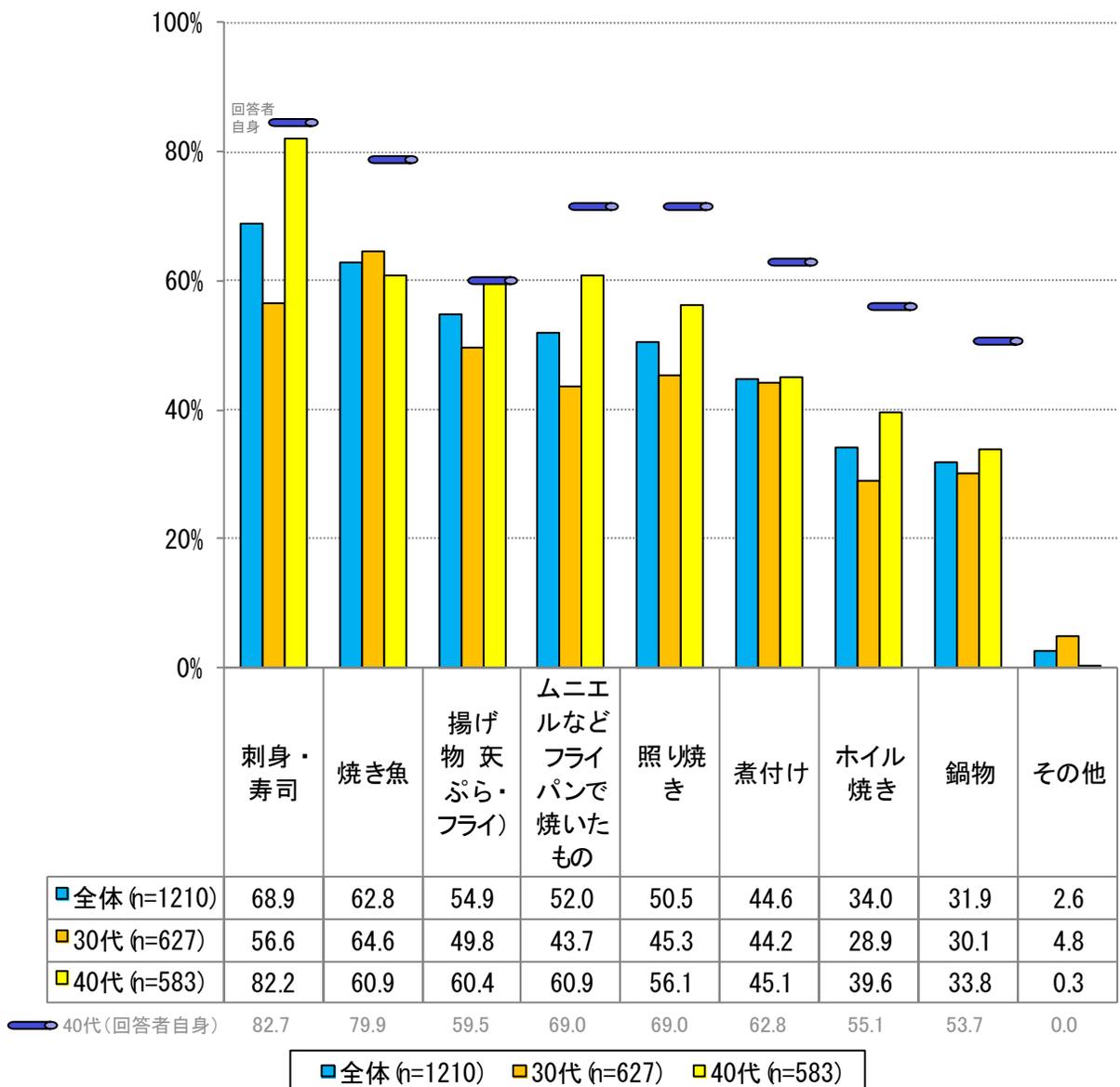
・乳児なので食べられません
・離乳食なので食べれない

2-6. 魚介類の消費傾向(13)

○「焼き魚」「煮付け」「鍋物」「その他」を除く料理では、30代と40代の子どもの中で10ポイント以上の開きがあった。プレF7:1番小さい子どもの年齢において、30代の53.1%が0~3歳と回答(40代は7.7%)していることから(P43)、子どもに食べさせていないというよりは、子どもがまだ魚料理を食べられる年齢に達していないことが要因と推測できる。

○8割以上が、1番小さい子どもの年齢が7歳以上と回答した40代の人について、親(回答者自身;グラフ中、横棒の部分)と子どものよく食べる料理の割合を比較すると、「刺身・寿司」と「揚げ物」では親子の、よく食べる割合の差がわずかであるのに対し、それ以外の料理では8ポイント以上の差をつけて、親の方がよく食べる割合が高い。よく食べる割合の親子の差がもっとも大きかったのが、「鍋物」(19.9ポイント差)、次いで「焼き魚」(19.0ポイント差)、「煮付け」(17.7ポイント差)と続く。

本問9-2.家庭でよく食べる魚料理(子ども)

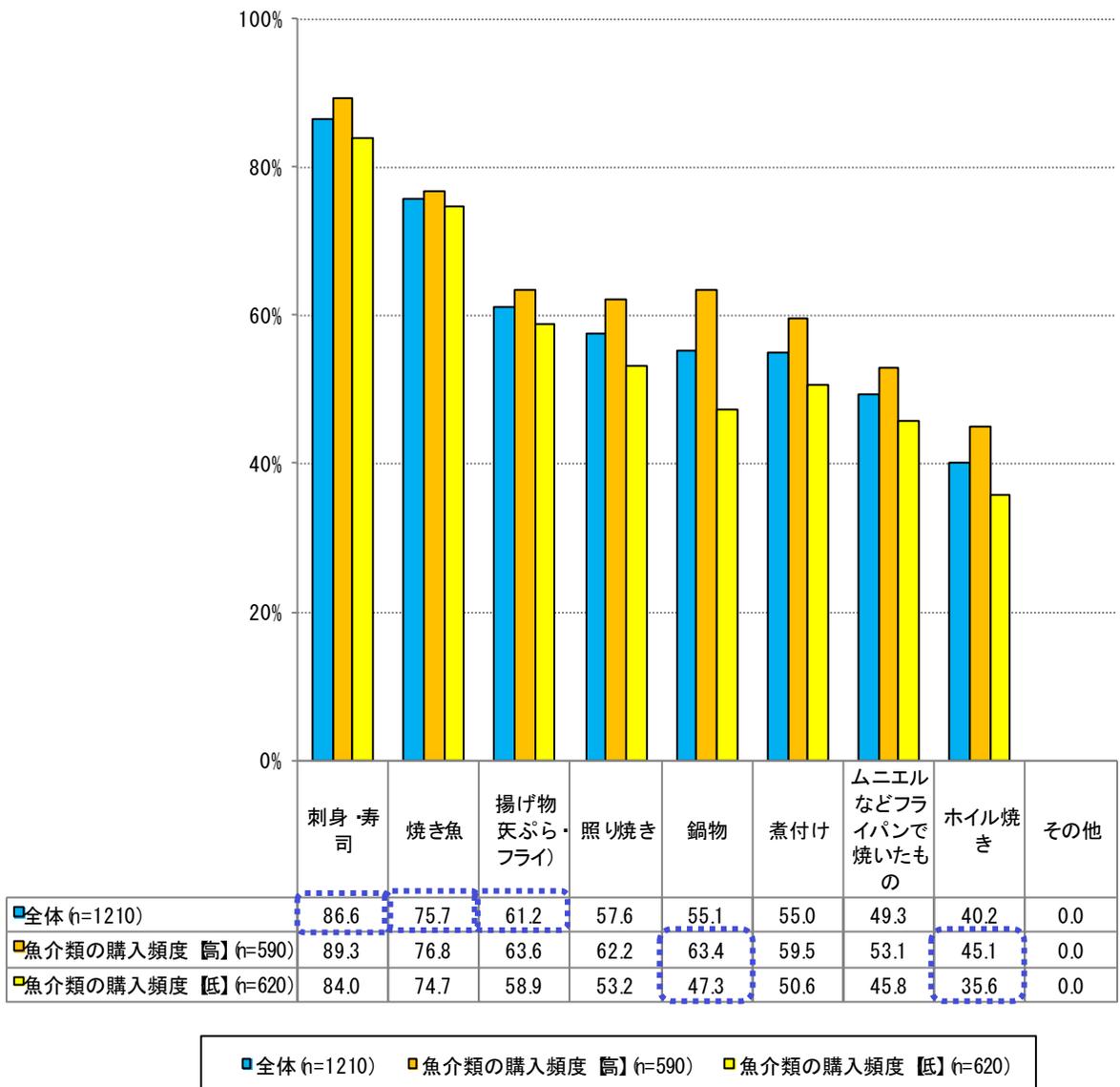


2-6. 魚介類の消費傾向(14)

○夫や他の家族が家庭でよく食べる料理は、「刺身・寿司」が最多の86.6%、次いで「焼き魚」75.7%、「揚げ物」61.2%と続く。上位2つの「刺身・寿司」と「焼き魚」の順位は、回答者自身(主婦・主夫)と同じ。「揚げ物」も含めた上位3つの順位は、子どもと同じ。回答者自身(主婦・主夫)とその子どもでは中間の順位であった「ムニエル」が、夫や他の家族では下位に位置している。

○魚介類の購入頻度別で比較すると、「焼き魚」「揚げ物」「その他」を除く、すべての料理において、5ポイント以上の差を開けて、魚介類の購入頻度の高い人の夫や、他の家族の方が、よく食べている。もっとも差が大きかったのが、「鍋物」の16.1ポイント差、次いで「ホイル焼き」の9.5ポイント差。「鍋物」は回答者自身、その子どもにおいても、魚介類の購入頻度によって食べる、食べないの差が大きい。

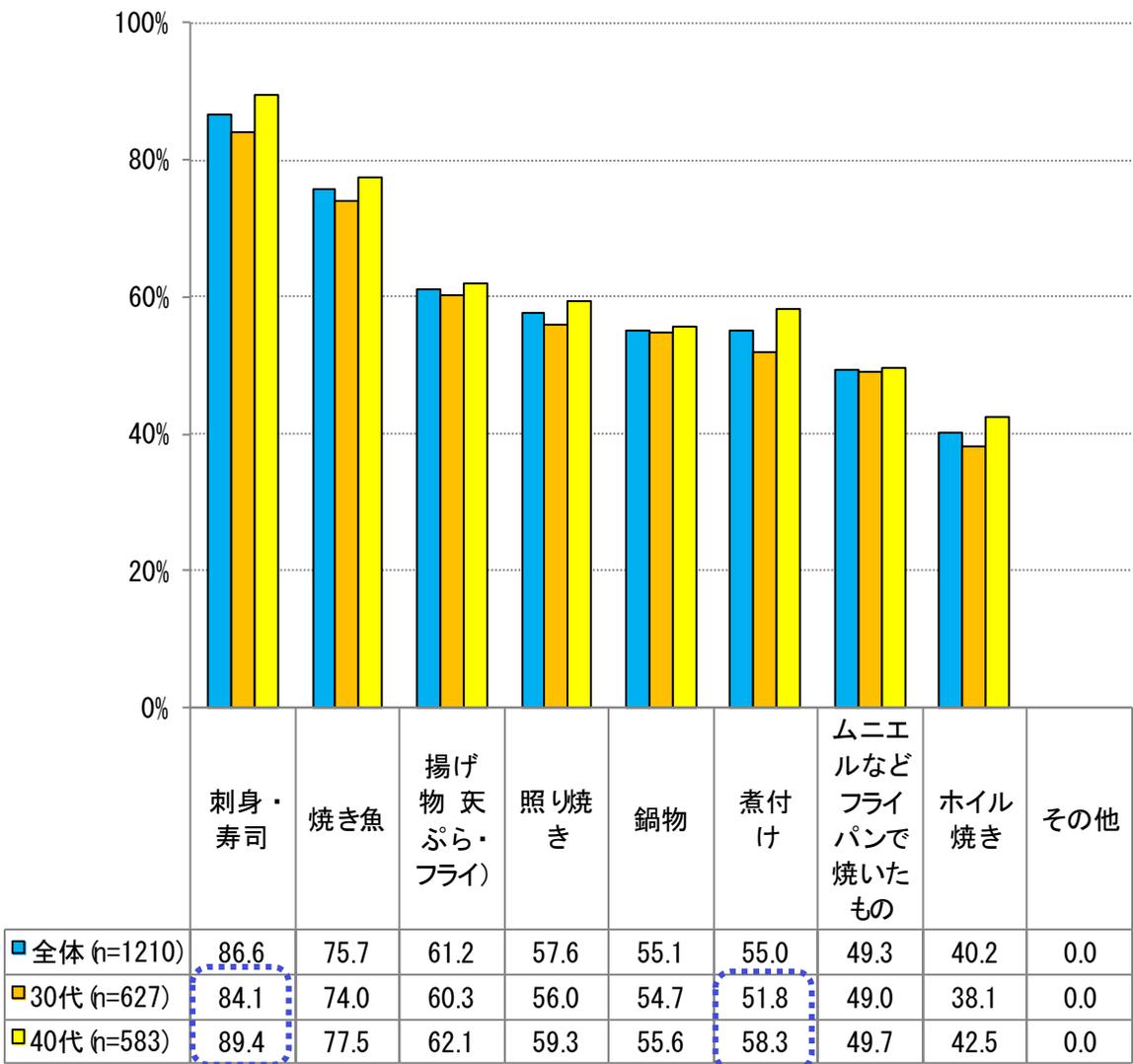
本問9-3.家庭でよく食べる魚料理(夫・他の家族)



2-6. 魚介類の消費傾向(15)

○すべての料理において、30代よりも、40代の夫や他の家族の方が、よく食べている割合が高い。両者の差がもっとも大きかったのが、「煮付け」6.5ポイント差、次いで「刺身・寿司」5.3ポイント差。

本問9-3.家庭でよく食べる魚料理(夫・他の家族)



■全体 (n=1210) ■30代 (n=627) ■40代 (n=583)

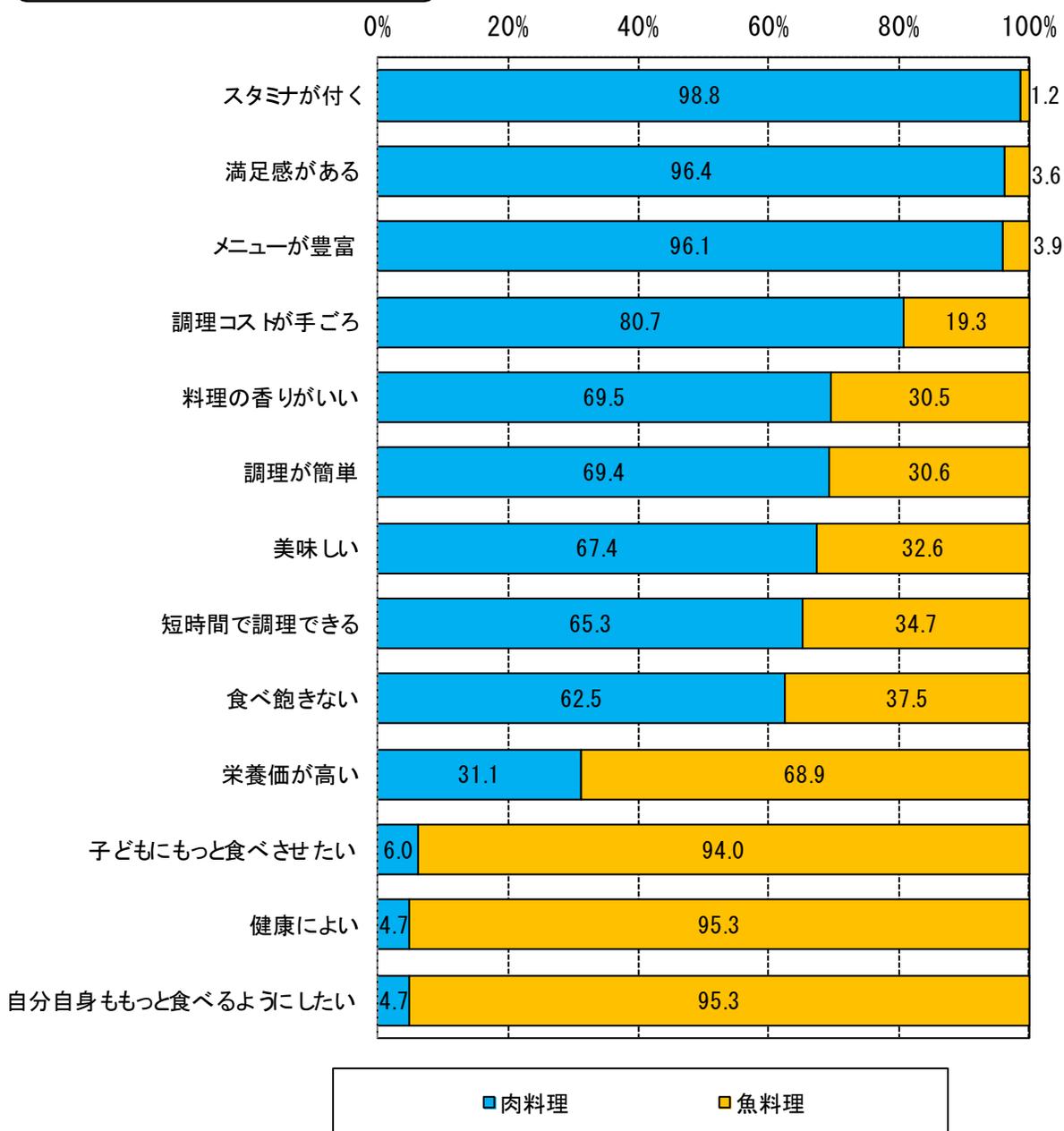
2-7. 肉料理と魚料理のイメージ(1)

○13のイメージ項目をあげ、肉料理と魚料理のいずれがあてはまるか、回答してもらった。半数を超えたのは、肉料理が9項目、魚料理が4項目であった。

○「スタミナが付く」98.8%、「満足感がある」96.4%など、満足感を思わせる項目をイメージするのは、肉料理と回答した人が大半であった。また、「調理が簡単」69.4%、「短時間で調理ができる」65.3%など、調理の簡便さについても、肉料理をあげた人が7割近くになった。

○魚料理は、「自分自身ももっと食べるようにしたい」95.3%、「子どもにもっと食べさせたい」94.0%、のように、摂取量を増やしたい意向が9割を越えている。また、「健康によい」95.3%、「栄養価が高い」68.9%など、体によいイメージが高い。

本問10.肉料理と魚料理のイメージ



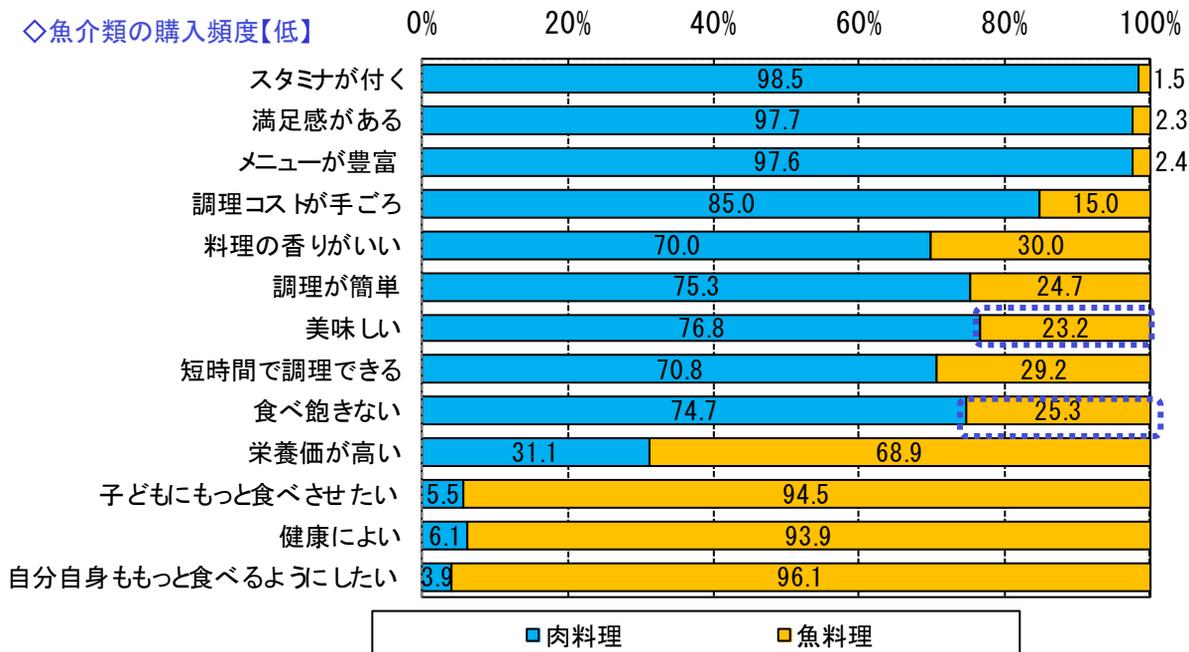
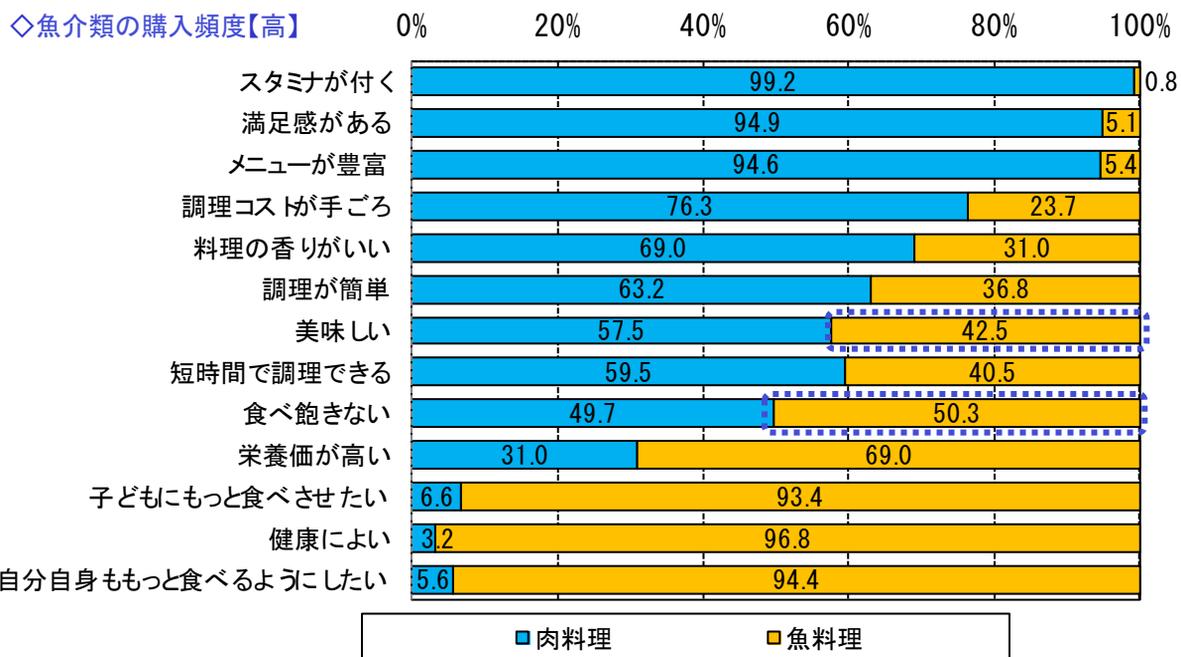
2-7. 肉料理と魚料理のイメージ(2)

○魚介類の購入頻度の高い人は、半数以上魚料理を支持した項目が1つ増え、「食べ飽きない」点についても魚料理の方が高い(50.3%)。魚介類の購入頻度が低い人で、魚料理を「食べ飽きない」とイメージした人25.3%と比較すると、25ポイントもの差があり、13項目中両者の差分がもっとも大きい。

○2番目に両者の差分が大きかったのが、「美味しい」という項目。購入頻度の高い人の42.5%が魚料理の方が「美味しい」とイメージしているのに対し、購入頻度の低い人は23.2%と19.3ポイントの開きがある。

○魚介類の購入頻度の低い人も、「子どもに食べさせたい」「健康によい」「自分も食べるようにしたい」の項目では9割が魚料理を支持。「栄養価が高い」でも7割近くが魚料理のイメージが高いが、これら以外の9項目ではすべて肉料理のイメージが高く、7割以上。

本問10.肉料理と魚料理のイメージ

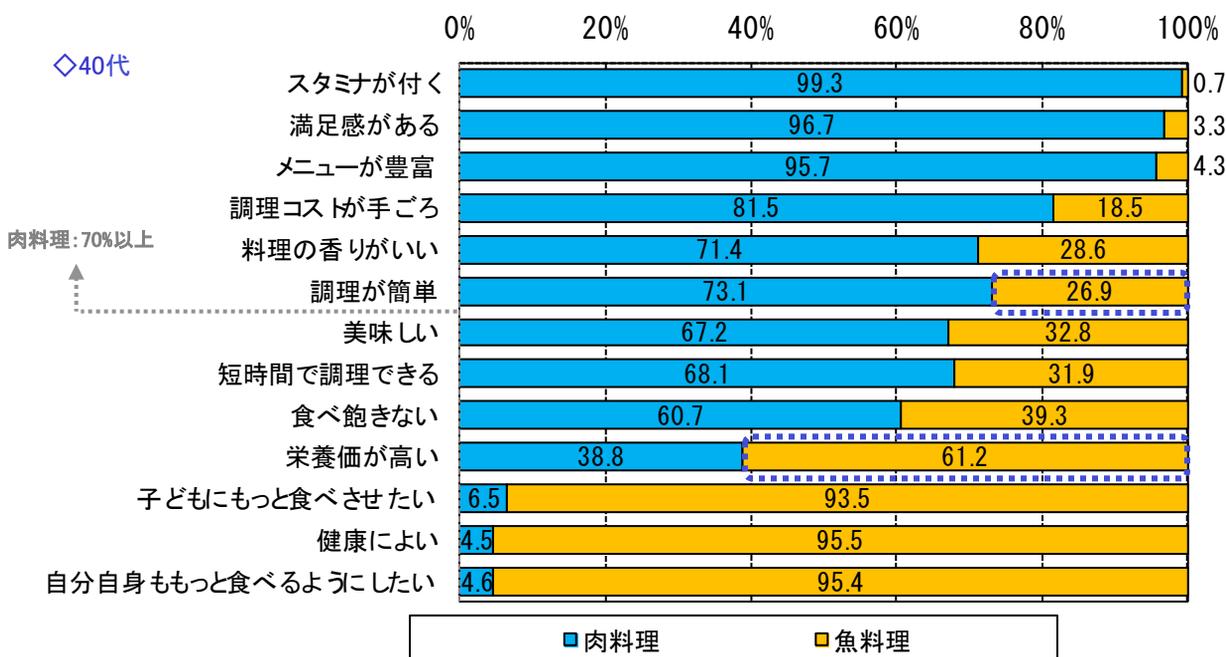
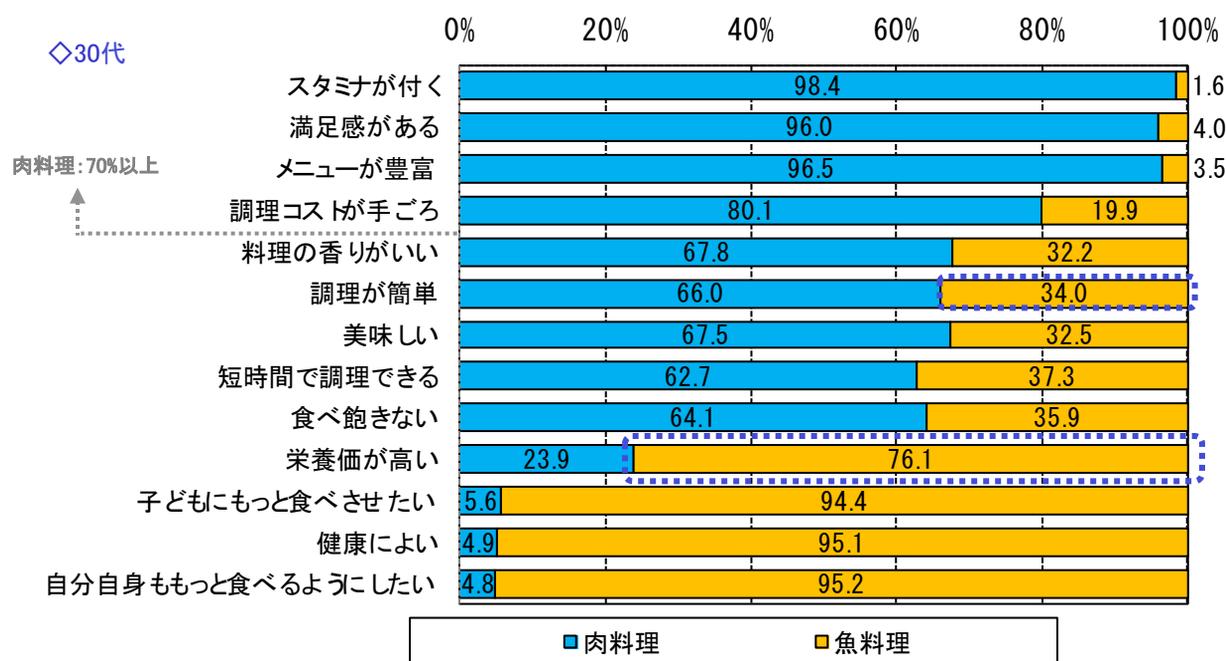


2-7. 肉料理と魚料理のイメージ(3)

○30代と40代を比較すると、7割以上が肉料理を支持した項目数では、30代の4項目に対し、40代が6項目と、40代の方が2項目多い。

○両者で著しく差がみられた項目は、魚介類の購入頻度別の場合よりは少なく、約10ポイント以上の差があったのは、「栄養価が高い」という項目であった。30代の76.1%が魚料理の「栄養価が高い」とイメージしているのに対し、40代は61.2%と約15ポイントの差があった。次いで差が大きかったのが、「調理が簡単」という点。魚料理の方が簡単とイメージした30代34.0%に対し、40代は7.1ポイント低く、26.9%であった。

本問10.肉料理と魚料理のイメージ



2-8. 魚料理の改善点

- 問10の10項目で、肉料理の評価が高かった人に魚料理の改善点を聞き、多く見られたキーワード別にまとめた。
- 上位回答では、1位:「レシピ(限りがあるので)を工夫」、2位:「骨」を除いた商品提供するなど、骨処理への要望、3位:さばいた状態での商品提供など、「下処理」を希望する意見が多くみられた。
- 2位、3位からは買ってすぐに調理できる状態になっており、4位、6位からは下味をつけて臭みをとったり、ある程度の下ごしらえまで済ませてある状態のものが望まれていることがうかがえる。また、1位と7位からは、典型的なメニュー以外で、満腹感を感じさせるものが期待される。

問11.魚料理の改善点(自由記述)

順位	キーワード	件数 (n=886)	%	代表意見 自由記述回答抜粋)
1位	レシピを工夫	211	23.8%	・あまりレパートリーを知らないのもっとレシピを知っていれば多少は何かかなと思う ・レシピのレパートリーの充実 ・献立が限られてくるので、もっといろんな料理の仕方を知りたい
2位	骨をなくす	115	13.0%	・骨の処理がされている商品が少ない ・骨や皮などの残りが出ないといいと思う ・小さな子どもがいると、骨が心配なのと、取るのが面倒なので、切り身などはなるべく骨が取り除かれていると嬉しい
3位	下処理	110	12.4%	・内臓処理 生ごみが増えるところ ・買ってきてそのまま調理できる状態だとよいです ・処理が簡単。ゴミが減らせるようにしたい
4位	匂い	104	11.7%	・魚の臭みがなくなれば良い ・におい ・調理した時に手が臭くなる
5位	価格	96	10.8%	・もっと価格が、安くなれば買いやすくなって、もっと買って食べると思う ・価格を肉並みに安くして欲しい ・一人分の単価が高くなるので、もう少し安ければいいと思う
6位	簡単に調理できる方法	83	9.4%	・簡単にできるメニューがもっと豊富だったらいいと思います ・手間がかからないようにしてくれること ・調理が簡単でバリエーションに富んだものが普及したら使用しやすい。煮るか焼くか刺身かしかできない。おろすのに手間がかかるので簡単に使えるように調理してほしい
7位	ボリューム	43	4.9%	・魚は好きなのですが、メイン料理にするには食べ盛りの子供と主人にはボリュームが足りず、複数の料理を同時に出すのでコスト高になるので、もっとボリュームのある魚料理があればいい ・肉料理ほどお腹にたまらないので、魚でも満腹感を得られるメニューを増やしたい
8位	その他	124	14.0%	・グリルがあまり汚れないような調理方法で食べられたらよいと思う ・子供でも食べやすい味付け ・焼き魚の後片付け ・味付けのパターンが決まっているので、創作料理みたいな感じのメニューをもっと広めてほしい

2-9. 魚料理のアピール点

○問10の10項目で、魚料理の評価が高かった人に魚料理のアピール点を聞き、多く見られたキーワード別にまとめた。

○上位回答では、1位:「ヘルシー」、2位:「高い栄養価」、3位:「調理のしやすさ」などが多くみられた。

○問11では、肉料理の方の評価が高い人にとっては、魚料理をもっと簡単に作れるようにといった要望があったが、魚料理の評価が高い人にとっては、3位にあがっているように、魚料理は「簡単」「短時間」ととらえられている。また、7位にあるように魚料理の評価が高い人の中には、魚料理はレシピが豊富と考えている人もみられた。

問12.魚料理のアピール点(自由記述)

順位	キーワード	件数 n=324)	%	代表意見 自由記述回答抜粋)
1位	ヘルシー	71	21.9%	・健康にいいところ ・身体に良い。太りづらい。頭が良くなる ・生活習慣病予防に効果的
2位	栄養価が高い	59	18.2%	・栄養価が高い ・栄養価をより詳しく説明すると興味を持ってもらえると思う ・栄養面EPAとDHA
3位	調理のしやすさ	48	14.8%	・意外に調理が簡単なこと ・調理の手間がかからない。火が通りやすくて時間の短縮 ・調理時間が掛からず、調理の技術もさほど必要としない。煮る/焼く/蒸す3種類ですむこと
4位	簡単な調理方法 (を紹介する)	31	9.6%	・簡単でおいしい調理方法をアピールするといいと思う ・簡単にできるレシピを公開するといいい
5位	バリエーション・レパートリー	27	8.3%	・料理のバリエーション ・煮魚など、身だけでなく、どこまで食べれるのかをアピールする。どんな風に料理すれば、食べやすくなるか、レシピなど
6位	おいしい	20	6.2%	・おいしさ ・魚は種類によって味がいろいろあり美味しい。フライとかもとっても美味しい
7位	調理方法がいろいろある	11	3.4%	・いろいろな食べ方がある ・調理方法の豊富さ
8位	その他	57	17.6%	・骨の上手なとり方や臭みの抜き方 ・骨を取る事の簡単さ ・低カロリー高タンパクなところ

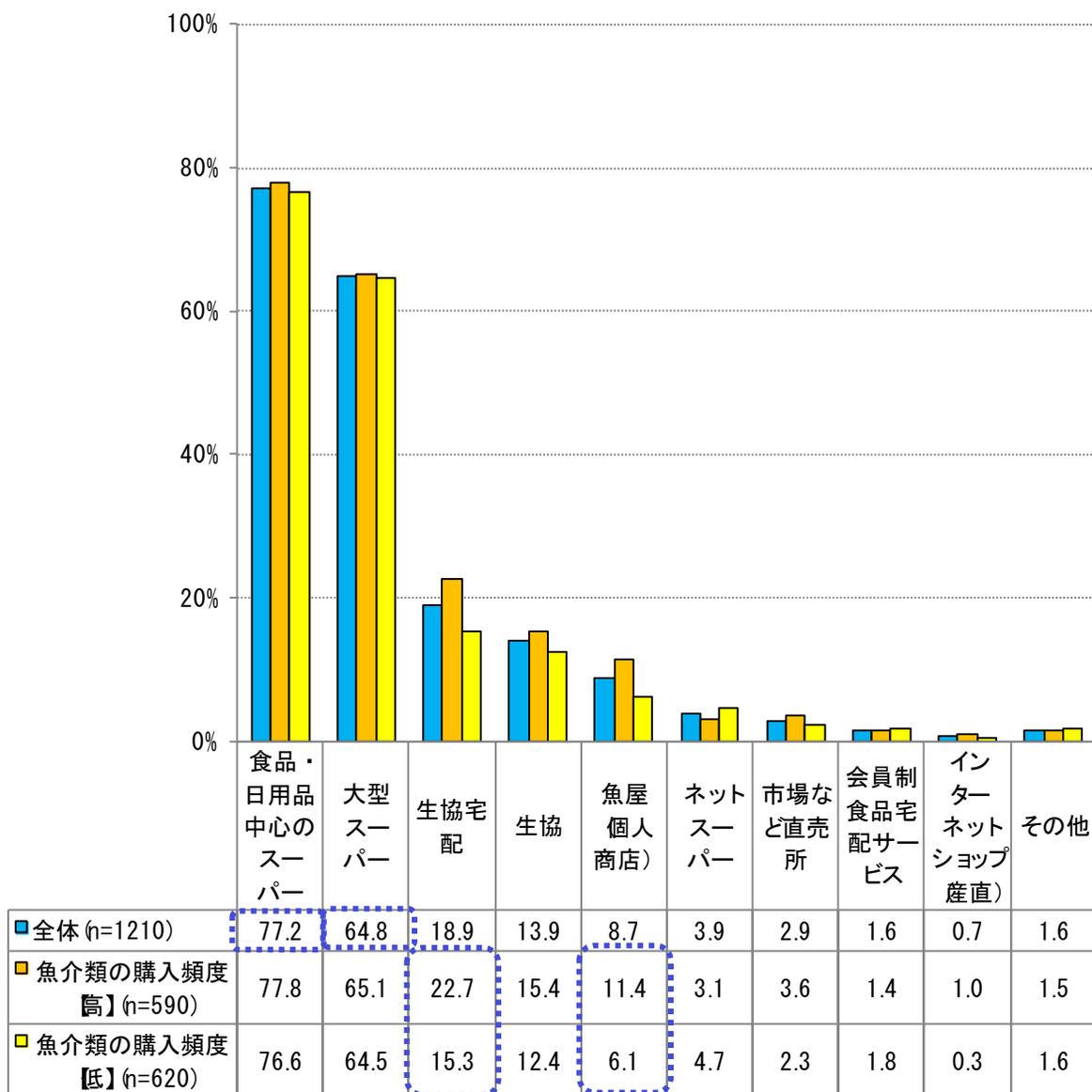
3. 魚介類の購入動向

3-1. 魚介類の購入動向(1)

○魚介類の購入場所でもっとも多かったのが、「食品・日用品中心のスーパー」77.2%。次いで「大型スーパー」64.8%とこの2つの利用が大半を占める。続いて多かったのが、「生協宅配」18.9%で、同じく「生協の店頭」(13.9%)よりも利用が高め。

○魚介類の購入頻度別で5ポイント以上の差がみられたのが、「生協宅配」(7.4ポイント差)と、「魚屋」(5.3ポイント差)。いずれも魚介類の購入頻度の高い人の方が、利用率が高く、生協宅配利用においては、2割を越えている。

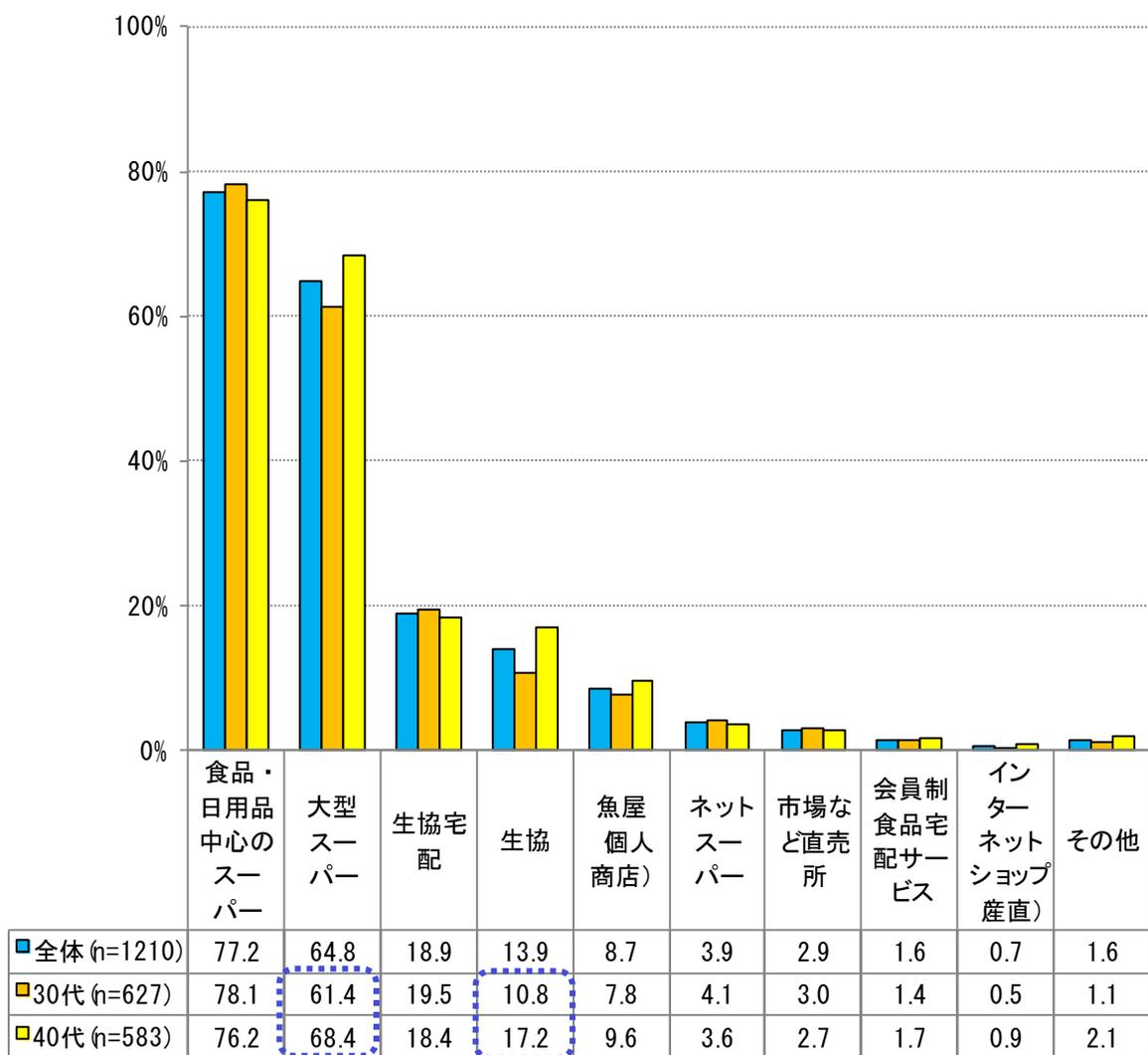
本問13.魚介類の購入場所(3つまで)



3-1. 魚介類の購入動向(2)

○年代別で5ポイント以上の差がみられたのが、「大型スーパー」(7.0ポイント差)と、「生協」(6.4ポイント差)。いずれも40代の方が、利用率が高い。

本問13 .魚介類の購入場所(3つまで)



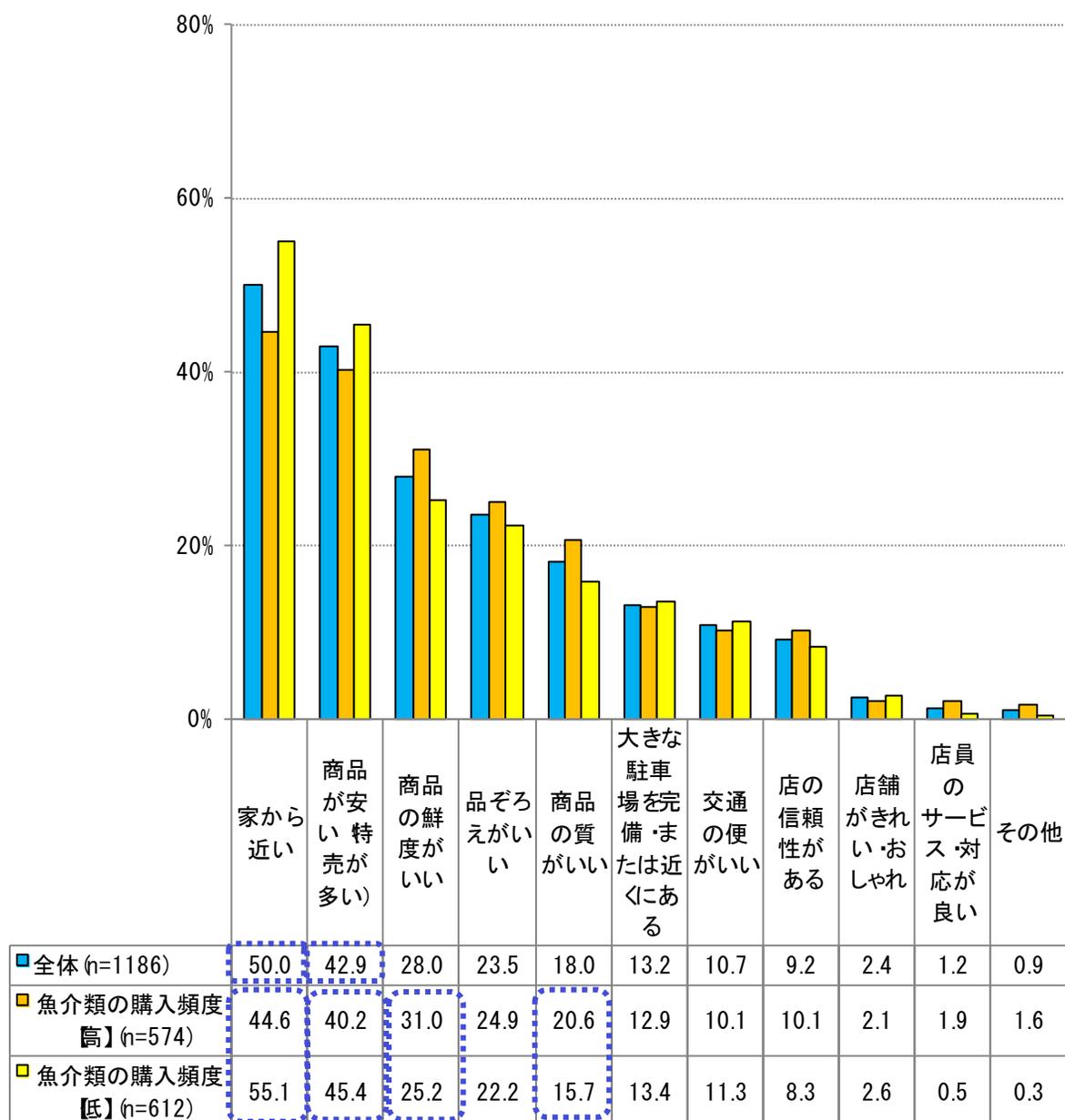
3-1. 魚介類の購入動向(3)

○「ネットスーパー、生協宅配、会員制食品宅配サービス、インターネットショップ」のみの利用者を除き、店頭で購入している人に対し、魚介類の購入場所を選ぶ理由を聞いた。最多は、「家から近い」50.0%、次いで「商品が安い」42.9%、「鮮度がいい」28.0%と続く。

○魚介類の購入頻度の低い人の方が、購入頻度の高い人よりも5ポイント以上高かった理由は、「家から近い」(10.5ポイント高)と、「商品が安い」(5.2ポイント高)。一方、購入頻度の高い人の方が5ポイント以上高かった理由は、「鮮度がいい」(5.8ポイント高)。

○「質がいい」という理由でも、魚介類の購入頻度の高い人の方が5ポイントに迫る4.9ポイント高く、購入頻度の低い人が立地・価格を主な理由としているのに対し、購入頻度の高い人は、その2点に加えて鮮度や質も考慮しているとみられる。

本問14.問13の購入場所を選ぶ理由

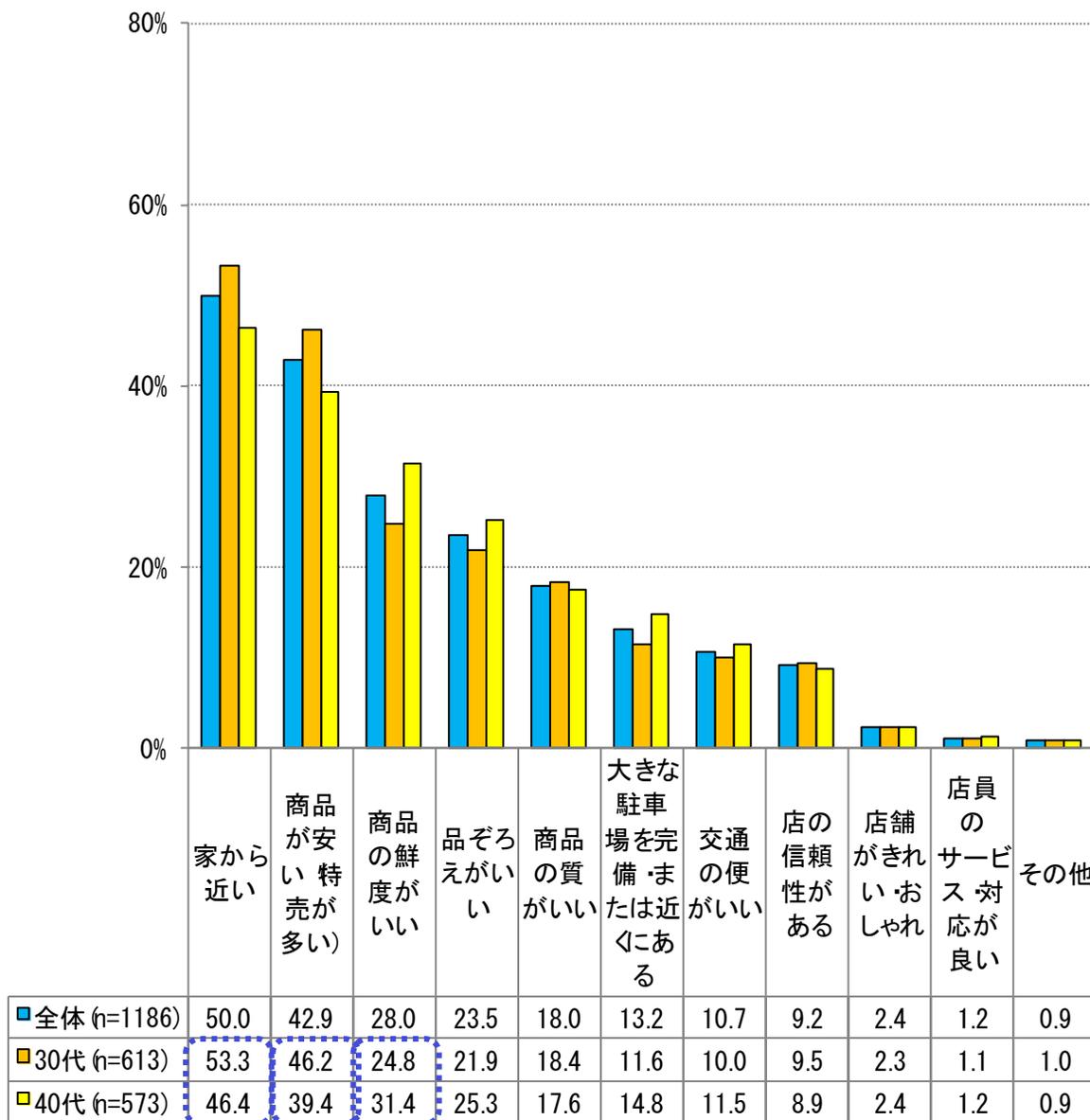


3-1. 魚介類の購入動向(4)

○年代別で5ポイント以上の差がみられたのが、「家から近い」(6.9ポイント差)と「商品が安い」(6.8ポイント差)は、30代の方が高かった。

○40代の方が高かったものは、「鮮度がいい」(6.6ポイント差)。

本問14.問13の購入場所を選ぶ理由



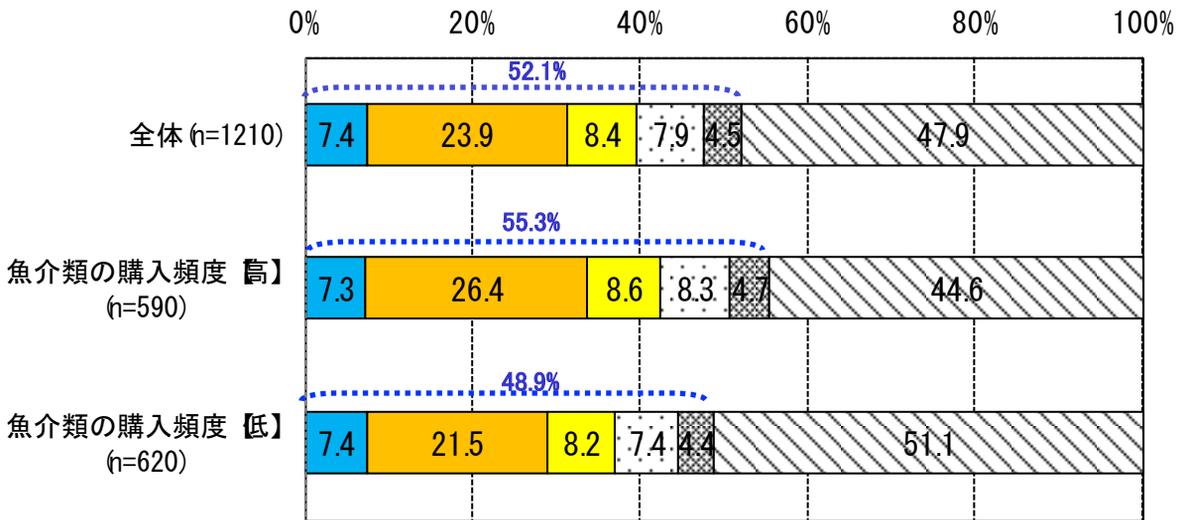
3-1. 魚介類の購入動向(5)～参考～

○魚介類に限定せず、ネットスーパーの利用動向をみてみると、全体の47.9%が利用経験なし。利用したことがある人は52.1%。そのうち、「お試し利用者」は7.4%。「週1回以上」と利用頻度の高い人は23.9%。

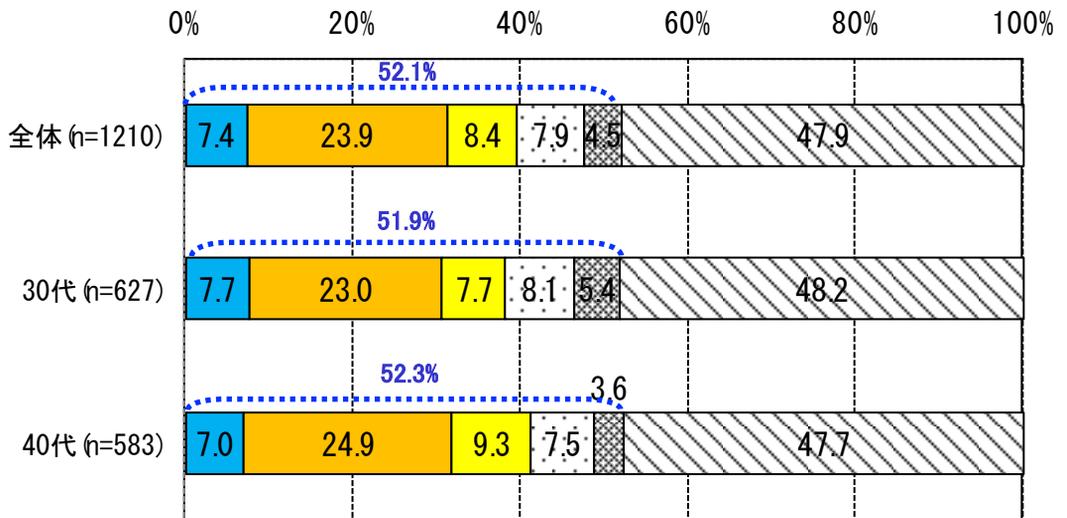
○魚介類の購入頻度別にみると、魚介類の購入頻度の高い人のネットスーパー利用経験者は55.3%、購入頻度の低い人は48.9%と、購入頻度の高い人の方が6.5ポイント高い。また、「週1回以上」の利用者も26.4%と、購入頻度の低い人より4.9ポイント高い。

○年代別では全体や、両者間で特に大きな違いはみられなかった。

本問15.ネットスーパー(宅配)の利用頻度



■ 1回またはお試し期間内の利用のみ ■ 週1回以上利用
 ■ 月1～2回程度利用 □ 数か月に1～2回程度利用
 ■ 半年に1回程度利用 □ 利用したことがない

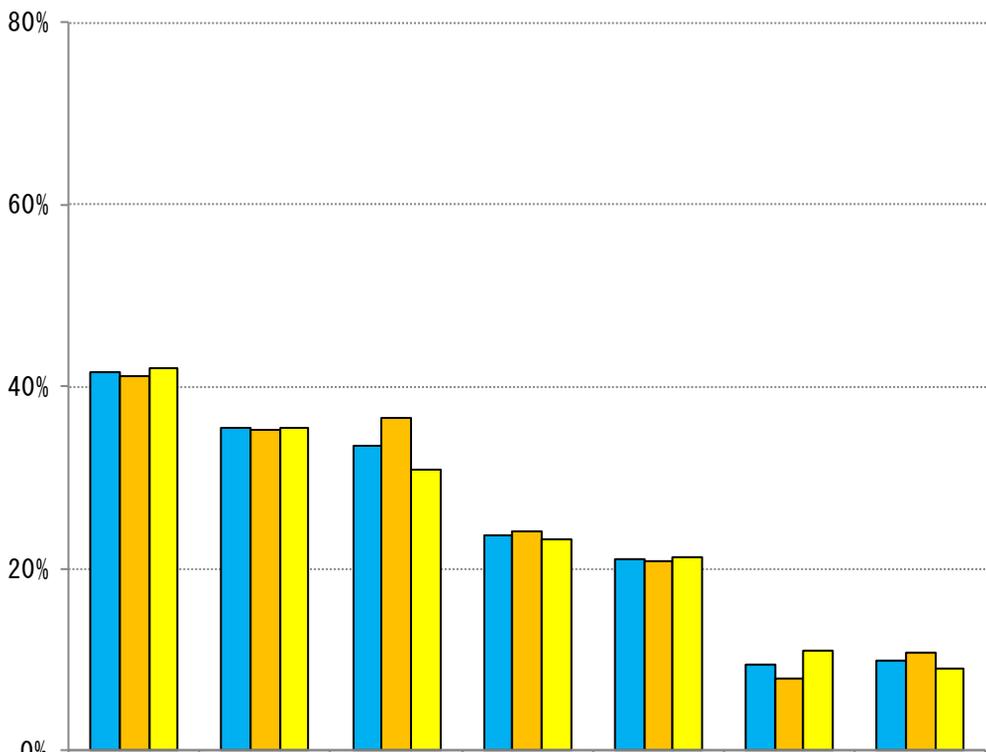


■ 1回またはお試し期間内の利用のみ ■ 週1回以上利用
 ■ 月1～2回程度利用 □ 数か月に1～2回程度利用
 ■ 半年に1回程度利用 □ 利用したことがない

3-1. 魚介類の購入動向(6)～参考～

- ネットスーパーを利用しない理由は、「送料が高く感じられた」が41.7%と最多。次いで、「商品の価格が高い」35.4%、「店頭の方が新鮮」33.5%と続き、上位2項目は費用面を理由としている。
- 魚介類の購入頻度別にみると、購入頻度の高い人は2番目に「店頭の方が新鮮」(36.6%)という理由をあげており、同項目で30.9%の購入頻度が低い人よりも5.7ポイント高い。
- 「店頭の方が新鮮」以外で両者にやや差がみられたのは、「希望の商品が少ない」で。両者の差は3.2ポイント。購入頻度が低い人は11.0%と、1割を越える。

本問16.ネットスーパー(宅配)を利用しない理由



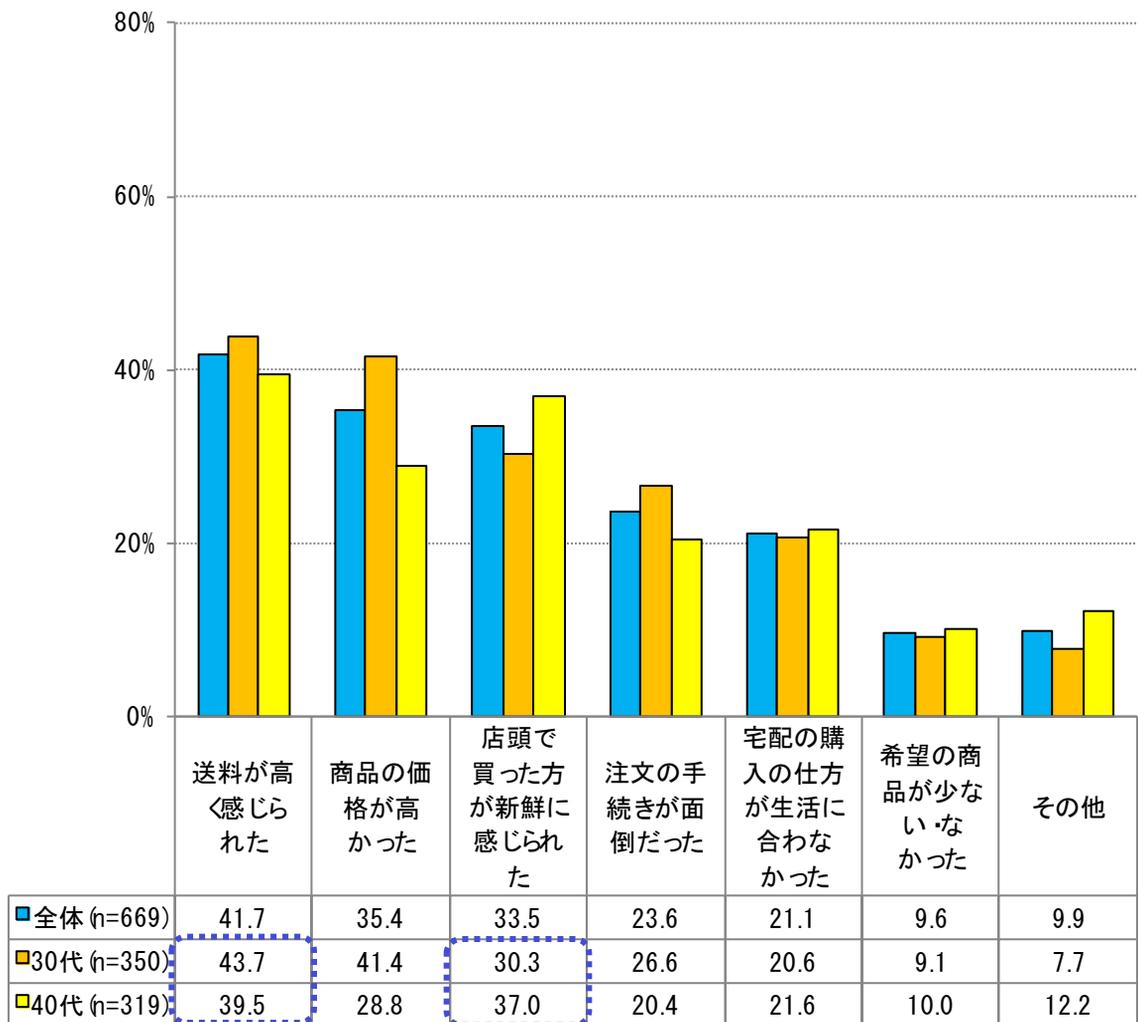
	送料が高く感じられた	商品の価格が高かった	店頭で買った方が新鮮に感じられた	注文の手続きが面倒だった	宅配の購入の仕方が生活に合わなかった	希望の商品が少ない・なかった	その他
■全体 (n=669)	41.7	35.4	33.5	23.6	21.1	9.6	9.9
■魚介類の購入頻度【高】 (n=306)	41.2	35.3	36.6	24.2	20.9	7.8	10.8
■魚介類の購入頻度【低】 (n=363)	42.1	35.5	30.9	23.1	21.2	11.0	9.1

3-1. 魚介類の購入動向(7)～参考～

○30代は40代と比べて、費用面を理由とする割合が高い。40代と比べ30代は、「送料」では4.2ポイント高く、「商品の価格」では12.6ポイント高い。また「手続きを面倒」とする点でも、30代の方が40代よりも6.2ポイント高い。

○40代は「店頭の方が新鮮」とする意見が30代よりも6.7ポイント高い。

本問16. ネットスーパー(宅配)を利用しない理由



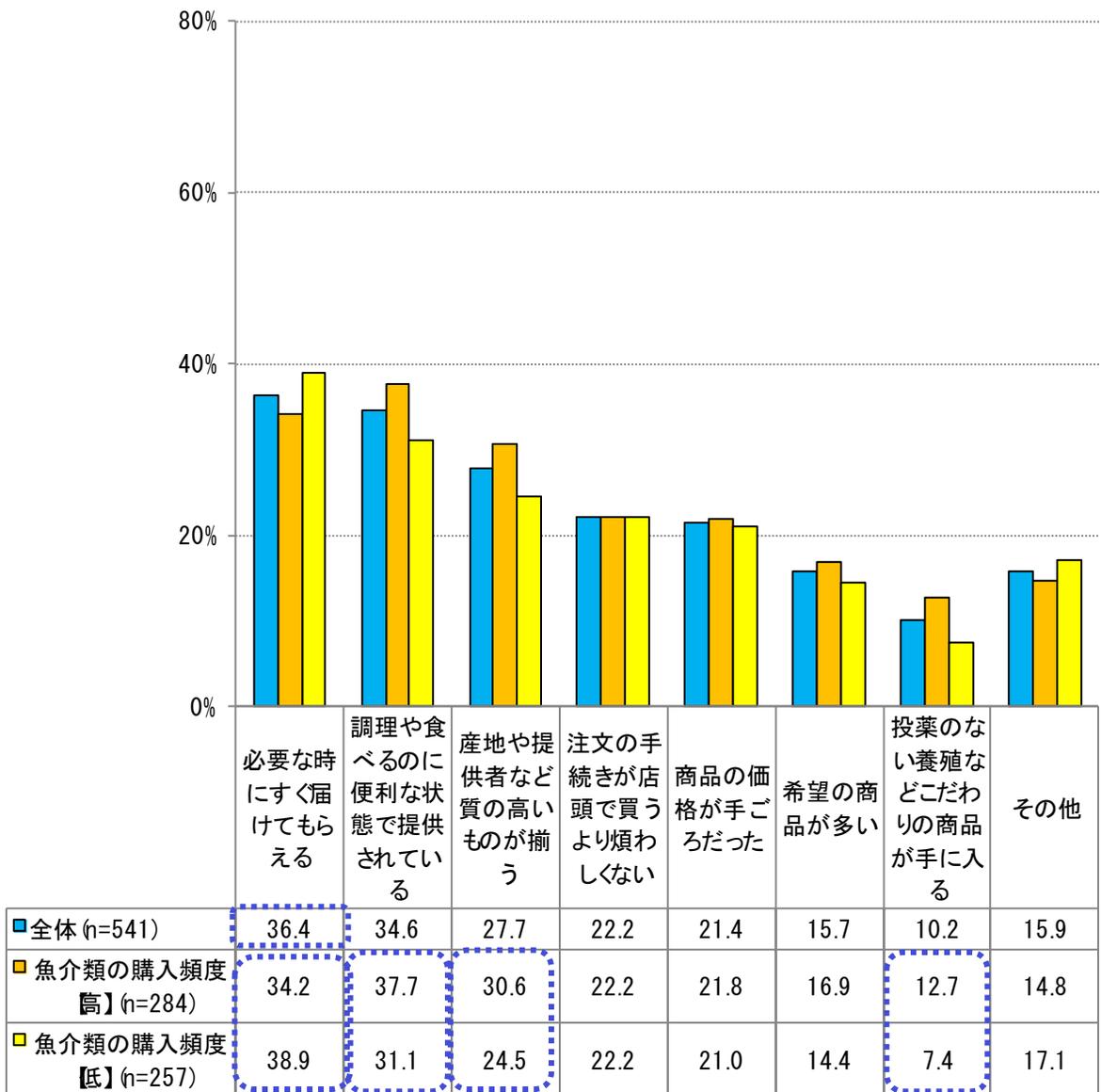
3-1. 魚介類の購入動向(8)～参考～

○ネットスーパーを利用する理由は、「必要な時にすぐ届く」が36.4%と最多。次いで、「調理に便利な状態で提供」が34.6%、「質の高い物が揃う」が27.7%と続く。1位にはネットスーパーの販売形態のメリットでもある宅配の点が支持されているが、2位、3位の理由をみると、商品に付加価値を付けている点が支持されている。

○「必要な時にすぐ届く」は、魚介類の購入頻度の低い人の方が、高い人よりも4.7ポイント高い。同じくネットスーパーのメリットである「手続きが煩わしくない」点は、購入頻度別で違いはみられなかった。

○「調理に便利な状態で提供」「質の高い物が揃う」「こだわりの商品が手に入る」という付加価値的な項目では、魚介類の購入頻度が高い人の方が約5～6ポイントほど、支持が高い。

本問17.ネットスーパー(宅配)を利用する理由

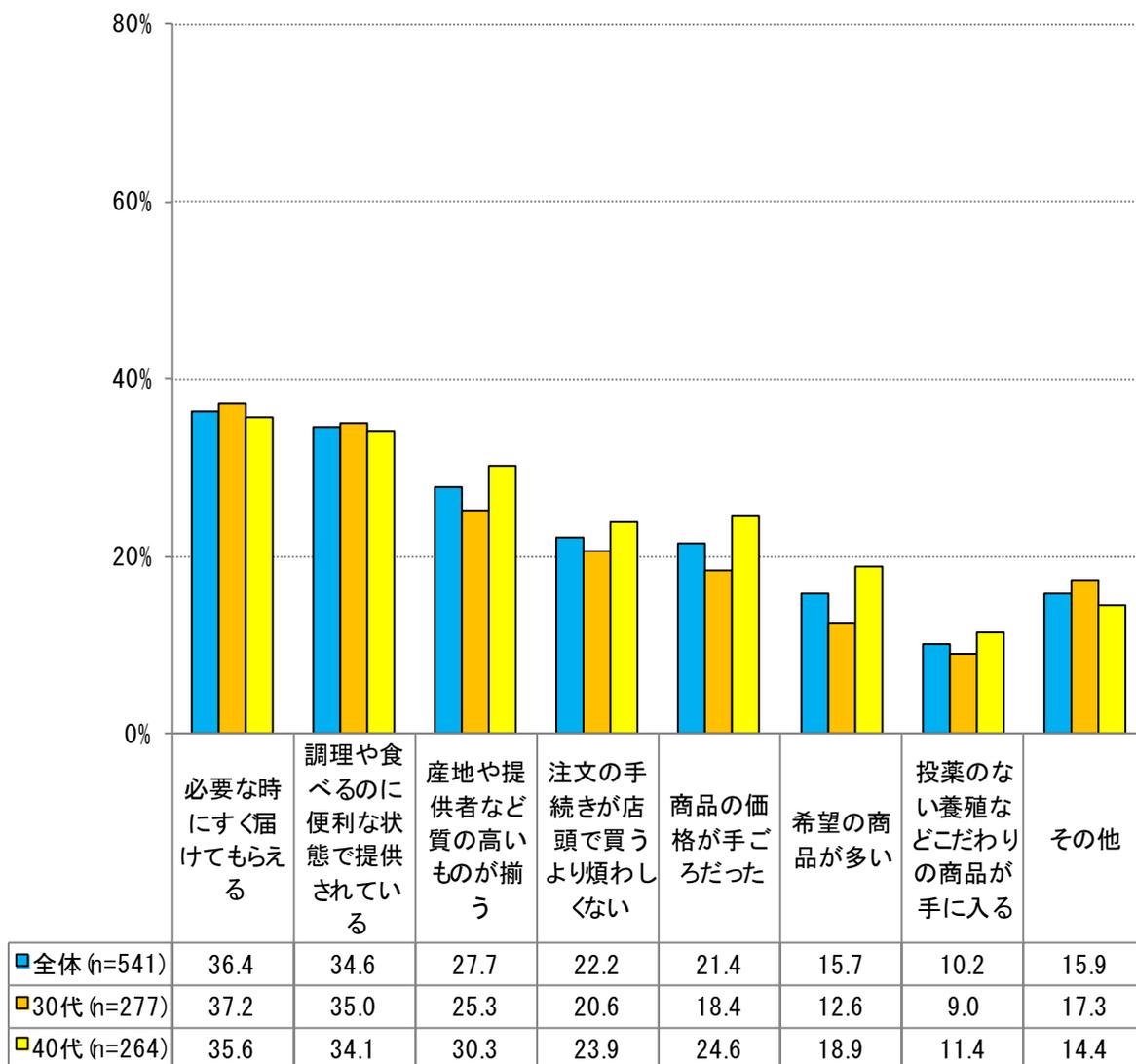


3-1. 魚介類の購入動向(9)～参考～

○年代別で5ポイント以上の差がみられたのは、「質の高い物が揃う」「商品価格が手ごろ」「希望の商品が多い」という点で、いずれも約5～6ポイント40代の方が30代よりも高い。

○「商品の質」「価格」「品揃え」については、30代よりも40代の方がやや評価が高い。

本問17.ネットスーパー(宅配)を利用する理由

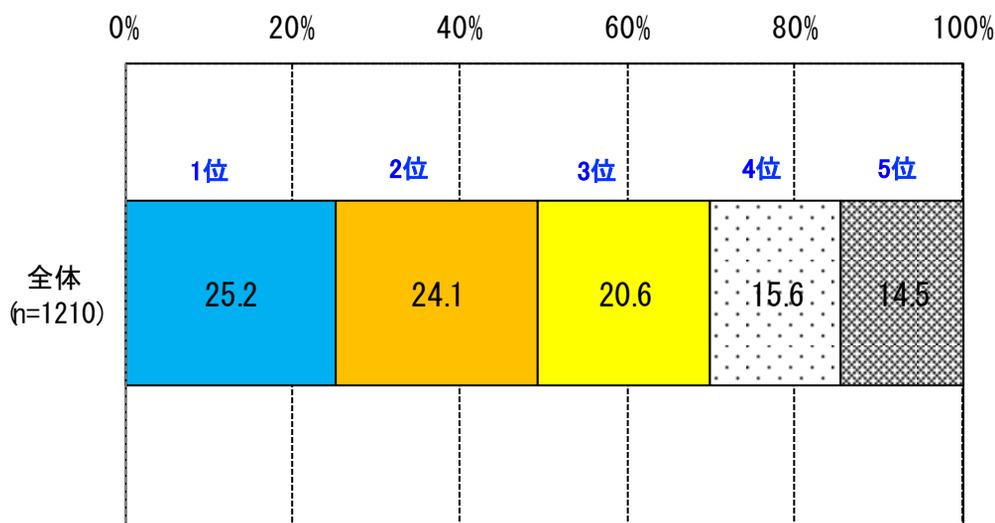


3-1. 魚介類の購入動向(10)

○魚介類を購入する際の優先順位は、全体で1位:「価格」25.2%、2位:「新鮮さ」24.1%、3位:「調理の簡便さ」20.6%、4位:「品質」15.6%、5位:「栄養価」14.5%となっている。

○「価格」と「新鮮さ」については、いずれもほぼ4分の1の割合となっており、3位には「品質」や「栄養価」よりも調理しやすい状態での提供が求められていると、うかがえる。

本問18.魚介類を購入する際の優先順位



■価格 ■新鮮さ ■調理の簡便さ □国産品など品質 ■栄養価

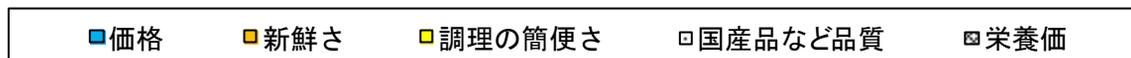
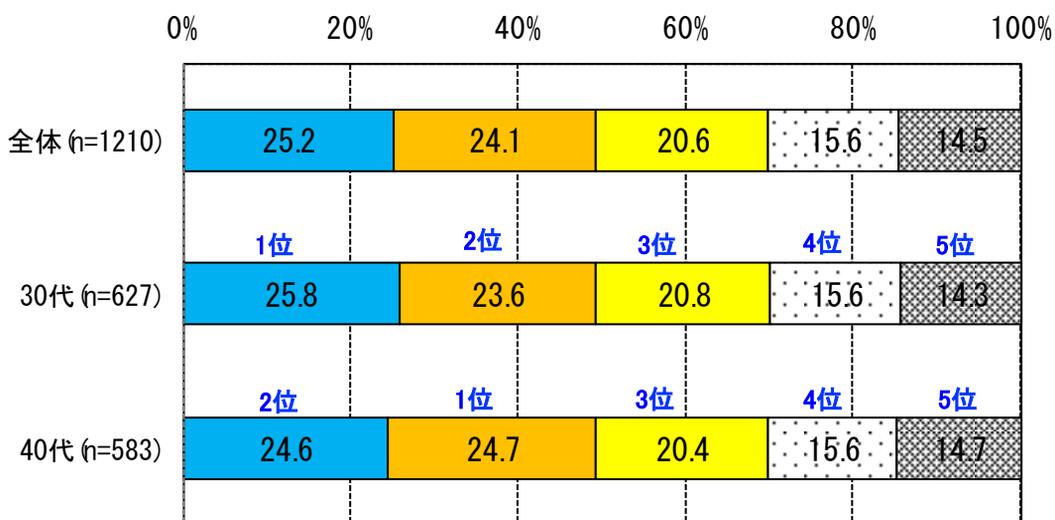
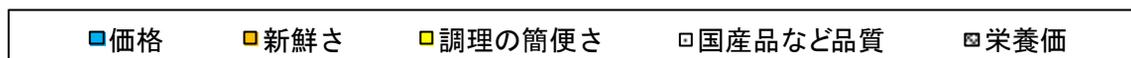
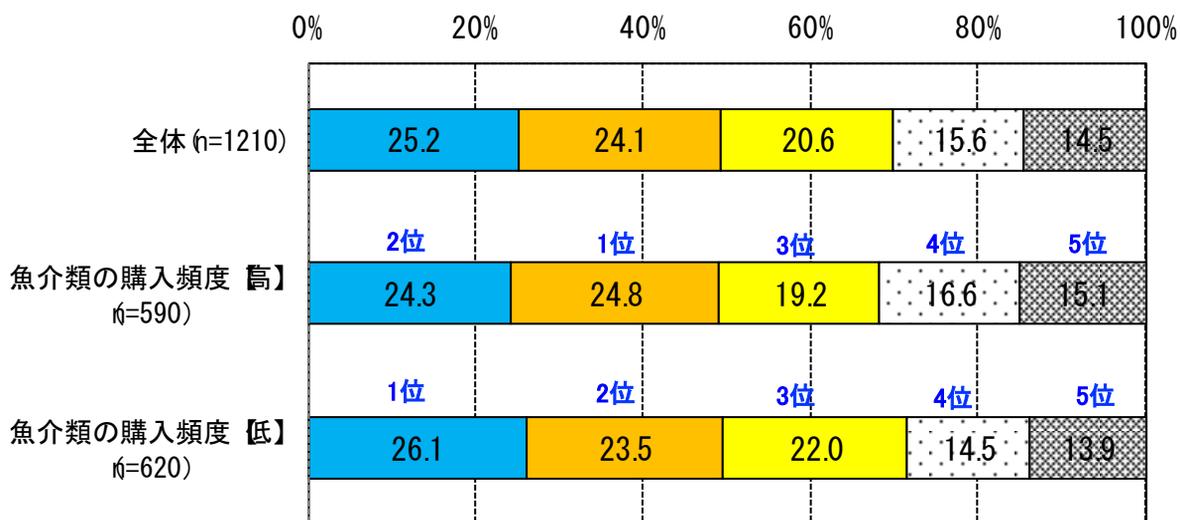
3-1. 魚介類の購入動向(11)

○魚介類の購入頻度の高い人は、1位と2位が逆転。「新鮮さ」24.8%、「価格」24.3%とほぼ同じ優先度を占める。

○40代も同様に、「新鮮さ」が1位に来る。「新鮮さ」24.7%、「価格」24.6%とほぼ同じ優先度。

○「調理の簡便さ」については、魚介類の購入頻度の低い人(22.0%)の方が、高い人(19.2%)より、2.8ポイントとわずかながら高い。

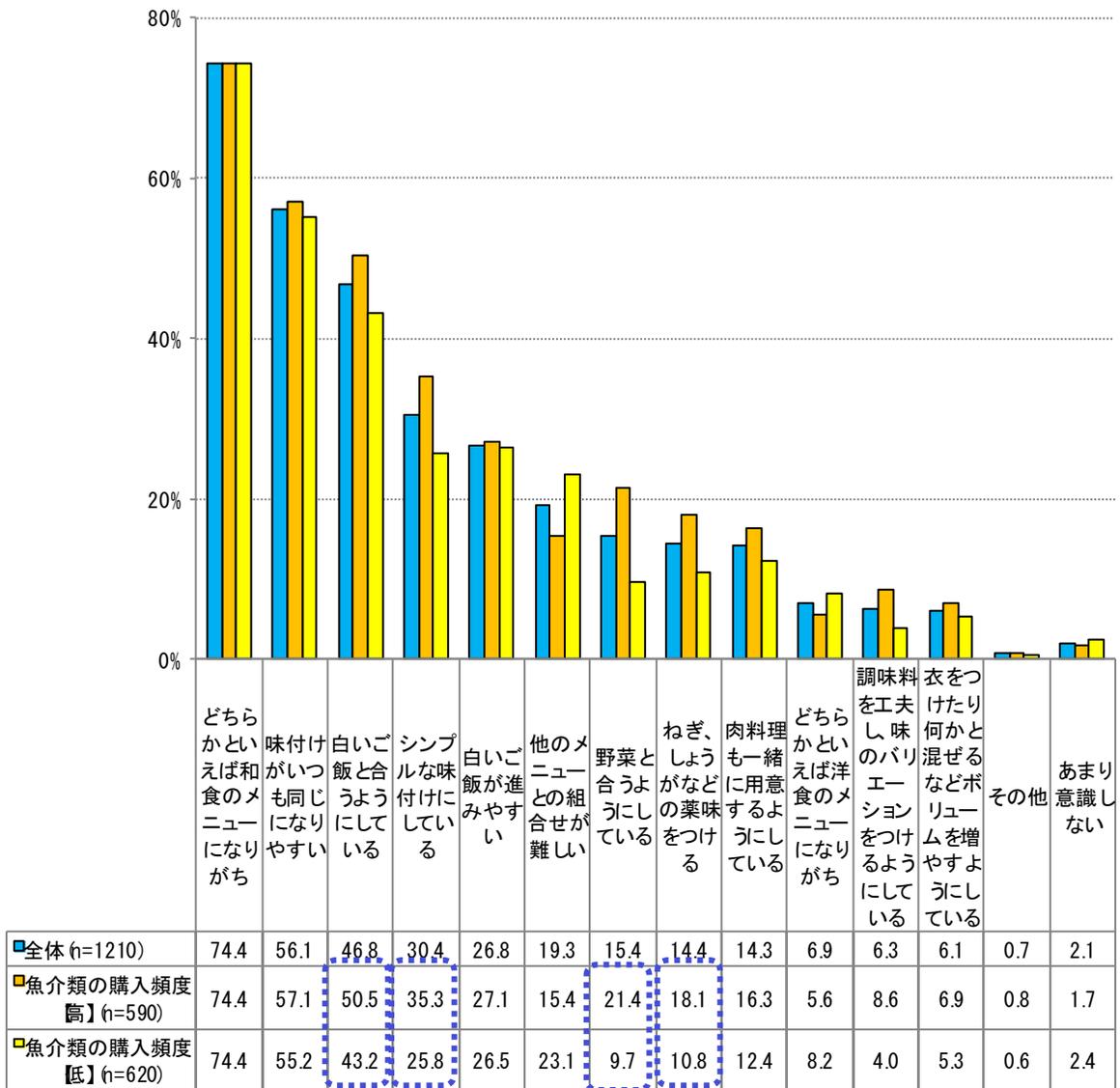
本問18.魚介類を購入する際の優先順位



3-1. 魚介類の購入動向(12)

- 魚介類を食べる際に感じることは、「和食になりがち」74.4%が圧倒的に多い。次いで、「味付けがいつも同じ」56.1%、「白いご飯と合うようにしている」が46.8%と続く。
- 魚介類の購入頻度別で5ポイント以上の差がみられたのが、「野菜と合うようにしている」(11.7ポイント差)、「シンプルな味付けに」(9.5ポイント差)、「白いご飯と合うようにしている」(7.3ポイント差)、「薬味をつける」(7.3ポイント差)と、いずれも魚介類の購入頻度の高い人の方が、割合が高い。「～になりがち」という項目ではなく、「～するようにしている」といった、少しの手間を加えるようにしている回答が多くみられる。
- 一方、魚介類の購入頻度の低い人の方が5ポイント以上高かったのが、「他のメニューとの組み合わせが難しい」(7.7ポイント差)であった。

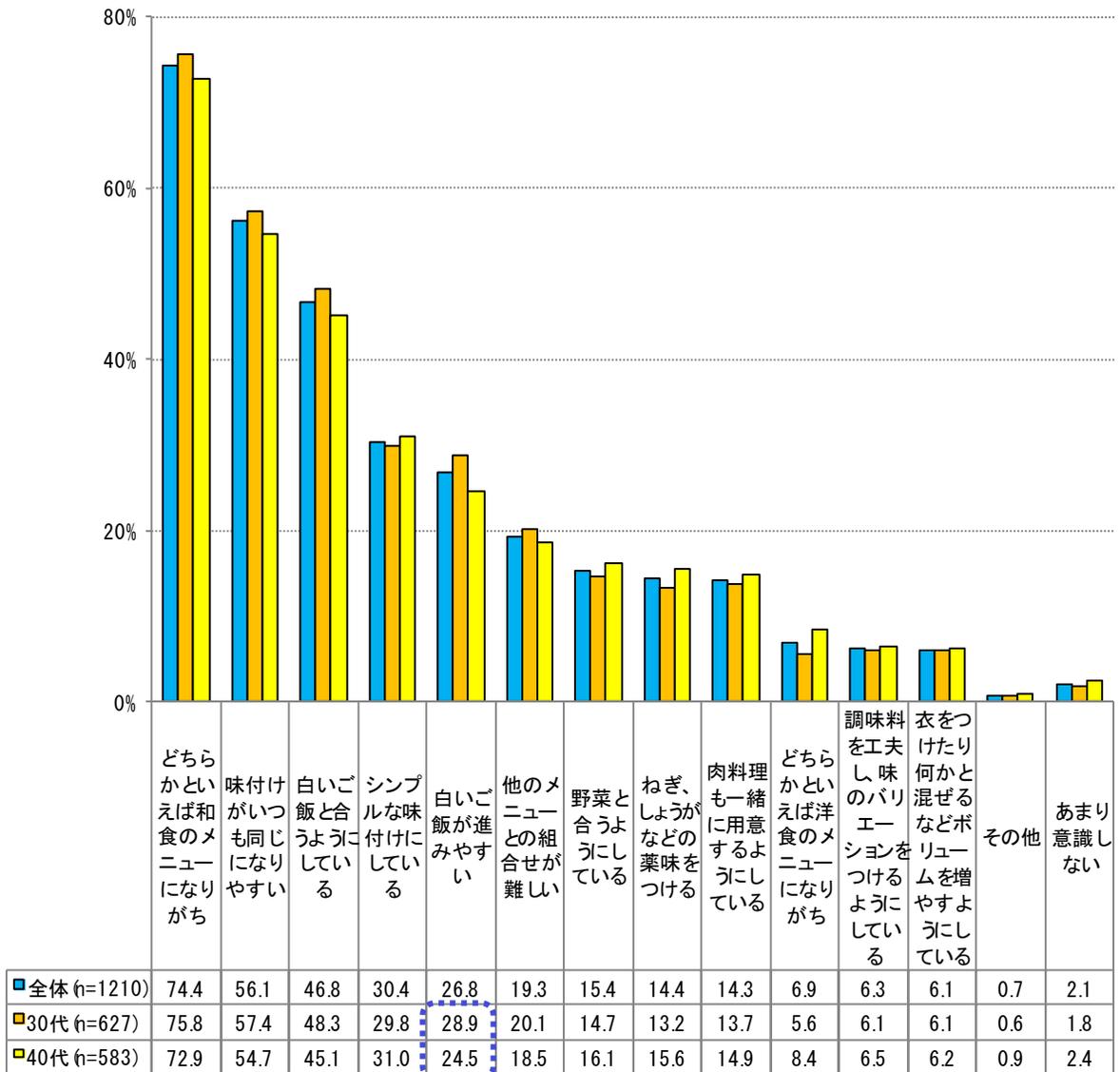
本問19.魚介類を食べる際に感じること



3-1. 魚介類の購入動向(13)

○年代別で大きな差はみられず、もっとも差が開いたものが、「白いご飯が進みやすい」、で(4.4ポイント差)で、30代の方が40代より4.4ポイント高かった。

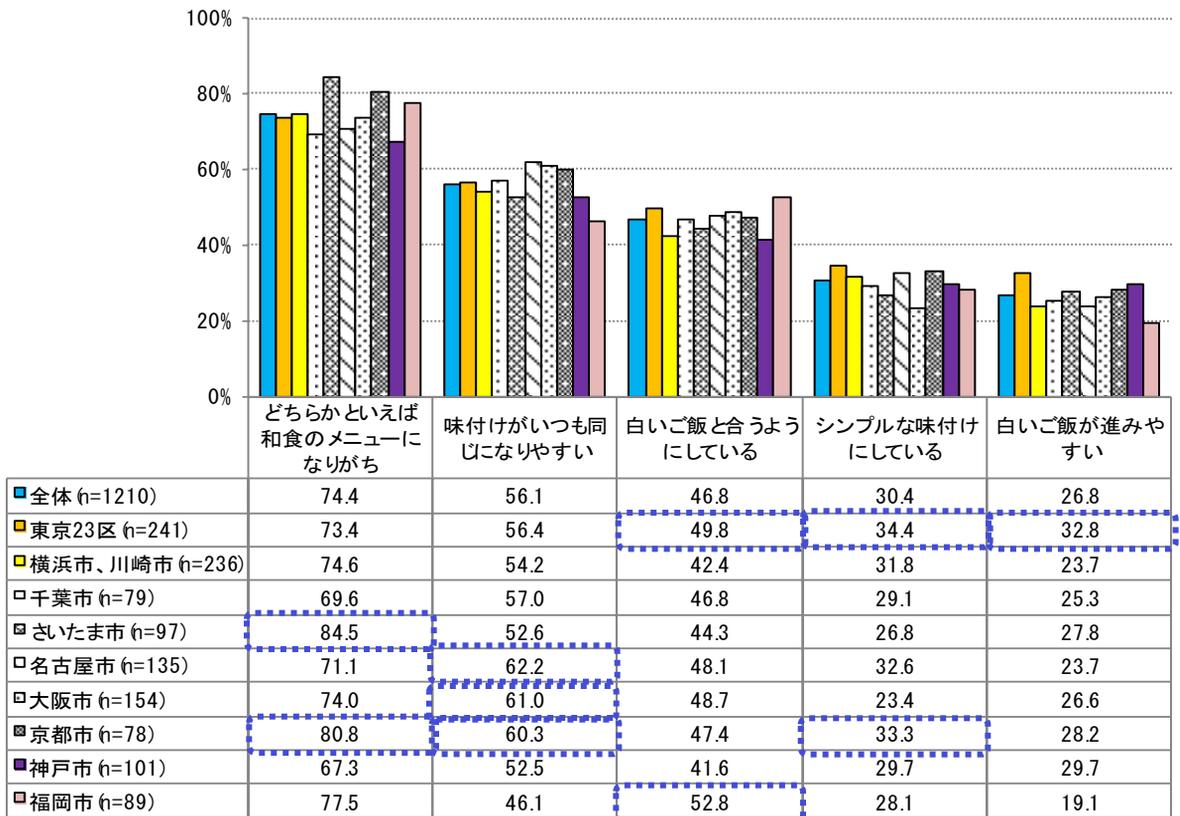
本問19.魚介類を食べる際に感じること



3-1. 魚介類の購入動向(14)

- 魚介類を食べる際に感じる上位5項目について都市別にみると、割合がもっとも高い都市と、もっとも低い都市とでは、10ポイント以上の開きがあった。
- 「和食になりがち」は、さいたま市84.5%、次いで京都市80.8%が高く、ともに8割を越える。特に低いのは、神戸市67.3%、千葉市69.6%。
- 「味付けがいつも同じ」は、名古屋市62.2%、大阪市61.0%、京都市60.3%が高く、それぞれ6割を越える。特に低いのは、福岡市46.1%と唯一、半数を切る。
- 「白いご飯と合うようにしている」は、福岡市52.8%が唯一半数を超える。5割にほぼ近かったのが東京23区の49.8%。特に低いのは、神戸市41.6%、次いで横浜市、川崎市42.4%と貿易港のある都市が並ぶ。
- 「シンプルな味付け」は、東京23区34.4%、京都市33.3%が高く、特に低いのは、大阪市23.4%、さいたま市26.8%。
- 「白いご飯が進みやすい」は、東京23区32.8%が唯一、3割を越える。続いて、「白いご飯と合うようにしている」割合が最下位であった神戸市が29.7%。特に低いのは、福岡市19.1%で唯一、2割を切る。
- 東京23区は、「シンプルな味付け」「白いご飯と合わせる」「白いご飯が進む」の項目で上位に位置しており、あっさりとした魚介類の食べ方をしているとみられる。

本問19.魚介類を食べる際に感じること

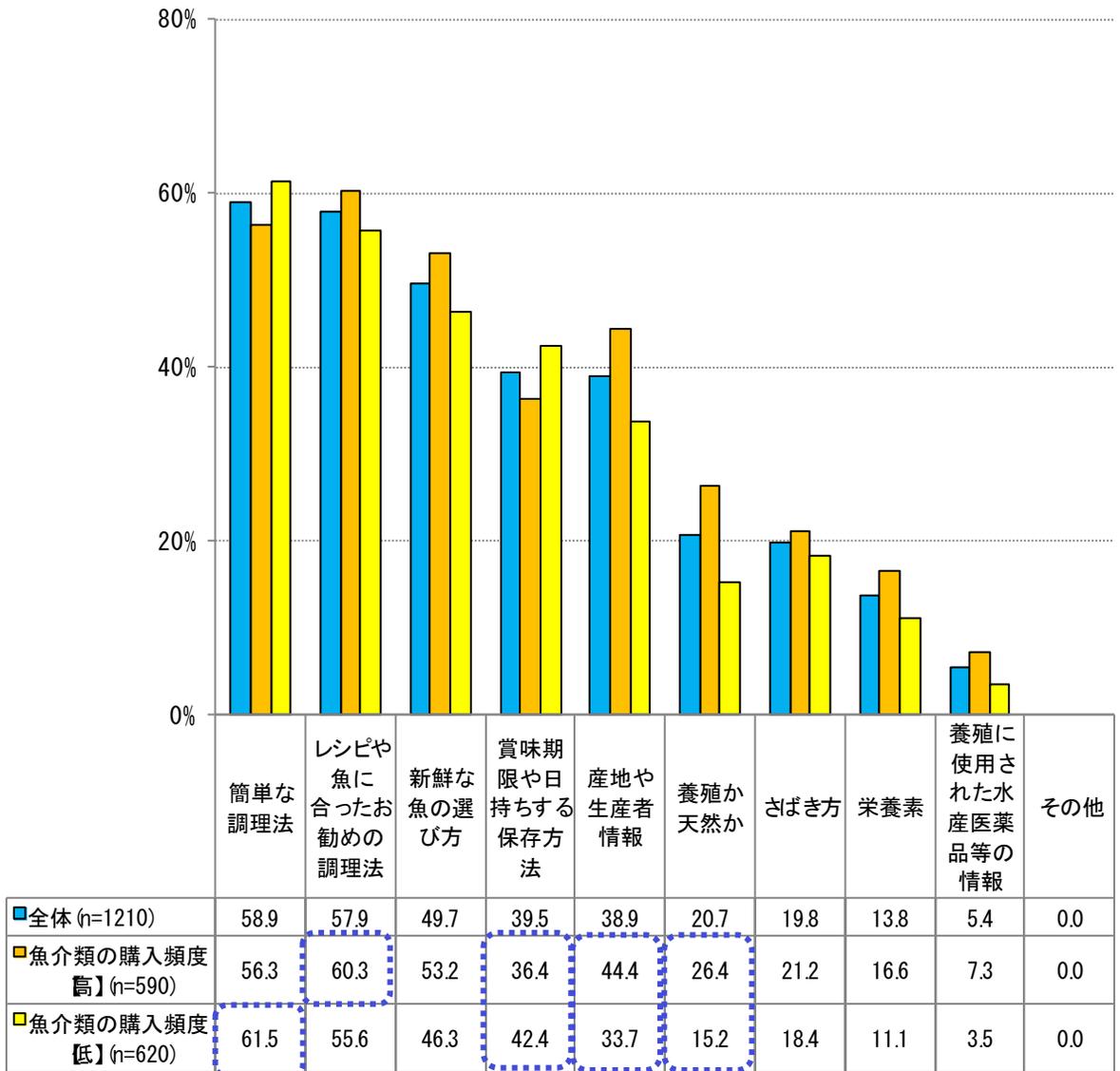


- 全体 (n=1210)
- 千葉市 (n=79)
- 大阪市 (n=154)
- 福岡市 (n=89)
- 東京23区 (n=241)
- さいたま市 (n=97)
- 京都市 (n=78)
- 横浜市、川崎市 (n=236)
- 名古屋市 (n=135)
- 神戸市 (n=101)

3-1. 魚介類の購入動向(15)

- 魚介類を購入する際の参考情報は、全体で「簡単な調理法」58.9%が最多、1ポイント差で「お勧めの調理法」57.9%と、調理方法に関する情報が上位にあがった。
- 上位項目のうち、魚介類の購入頻度の高い人は、「お勧めの調理法」60.3%が1位であるのに対し、購入頻度の低い人は、「簡単な調理法」61.5%が1位となっており、求める調理方法でも、おいしく食べるものか、手間を省くものか違いがみられた。
- 全体的に、魚介類の購入頻度の高い人の方が、購入頻度の低い人よりも割合が高い項目が多く、「養殖か天然か」、や「産地や生産者情報」では10ポイント以上の開きがある。
- 魚介類の購入頻度の低い人が、購入頻度の高い人よりも参考とする割合が高かったのは、「簡単な調理法」のほか、「保存方法」(42.4%)で、6ポイント高かった。

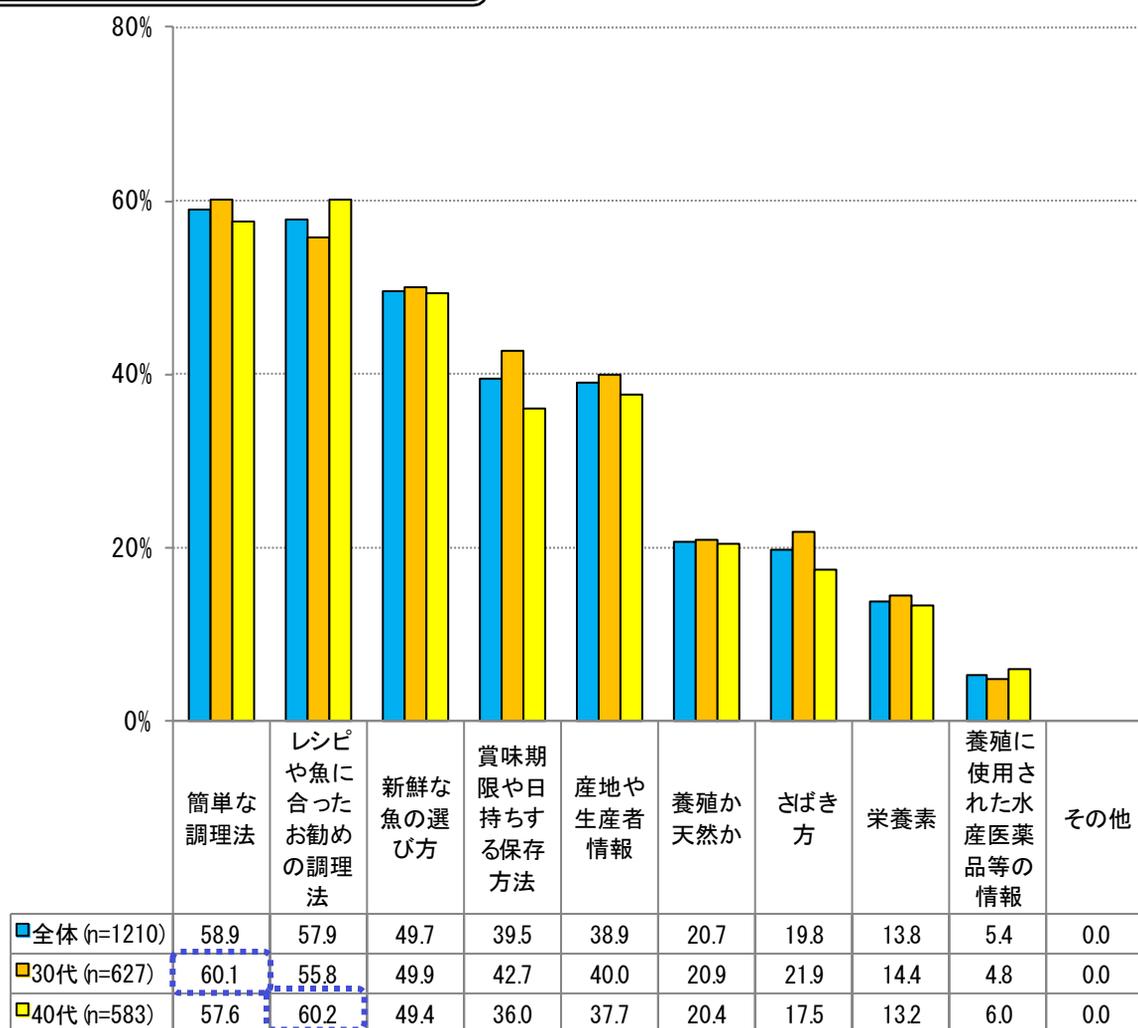
本問20 魚介類を購入する際の参考情報



3-1. 魚介類の購入動向(16)

- 年代別に上位項目をみると、30代は、「簡単な調理法」60.1%が1位であるのに対し、40代は「お勧めの調理法」60.2%が1位であった。
- 全体的に、30代の方が、40代よりも割合が高い項目が多く、中でも高めであったのが「保存方法」(6.7ポイント高)と、「さばき方」(4.4ポイント高)であった。
- 1位の「簡単な調理法」と合わせて、30代の方が「保存方法」や「さばき方」の情報を参考としていることから、商品の詳細情報よりも、基本的な扱い方を求めているとみられる。

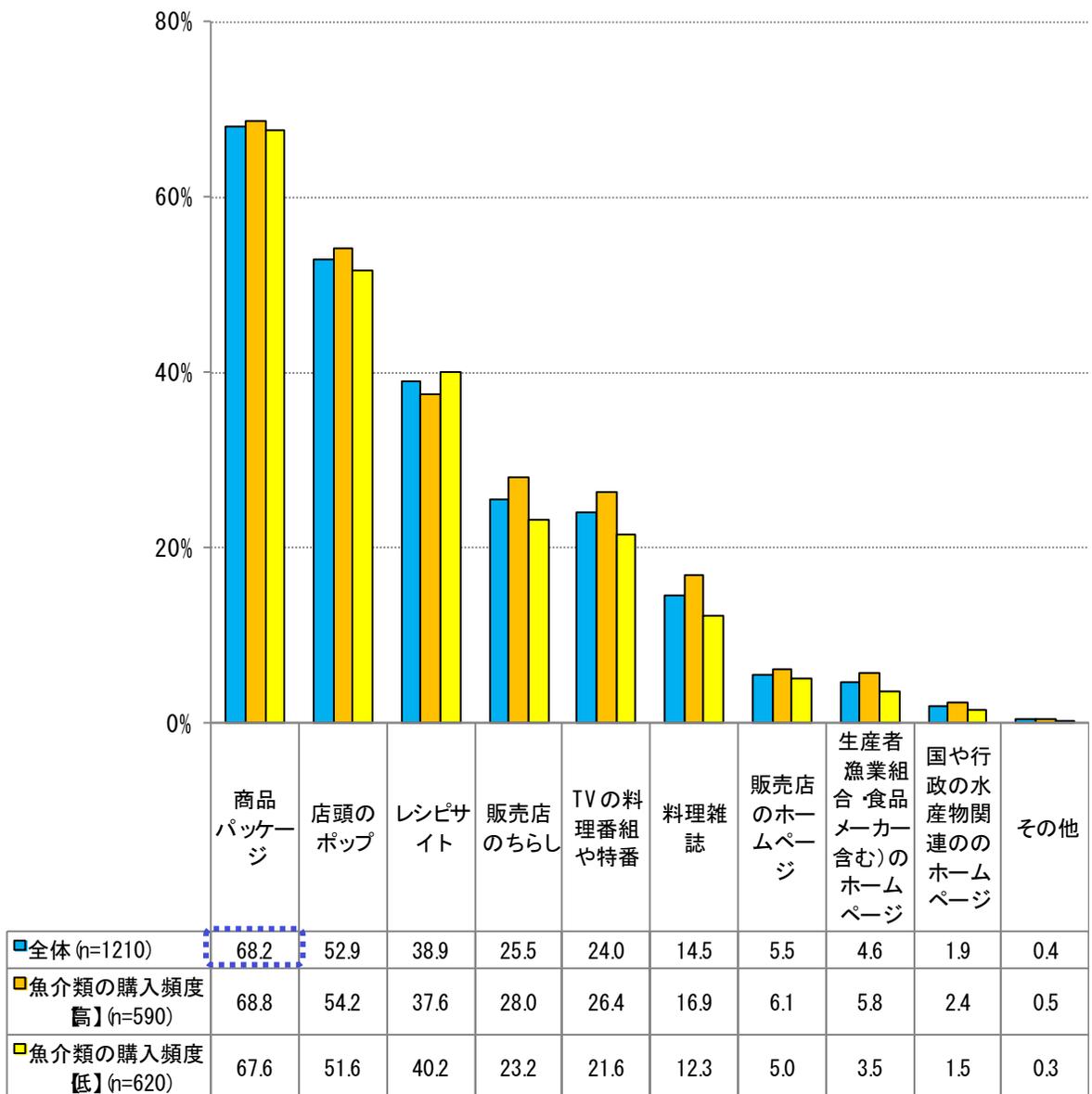
本問20. 魚介類を購入する際の参考情報



3-1. 魚介類の購入動向(17)

- 魚介類を購入する際の参考情報をどのように発信してほしいかは、全体で「商品パッケージ」68.2%が7割近くと最多。2位の「店頭ポップ」52.9%と15ポイント以上の差を開けて、パッケージへの表示が高く求められている。
- 50%を越える上位2項目（「商品パッケージ」「店頭ポップ」）はいずれも店頭で見ることのできる情報であり、購入段階で情報を確認したい意向が考えられる。
- インターネット上の情報では、「レシピサイト」38.9%が3位に位置している以外は、「販売店、生産者、行政のホームページ」を発信源として求める割合はいずれも1割未満と低い。
- 全体的に、魚介類の購入頻度の高い人の方が、購入頻度の低い人よりも参考情報を求める割合がやや高めとなっている。

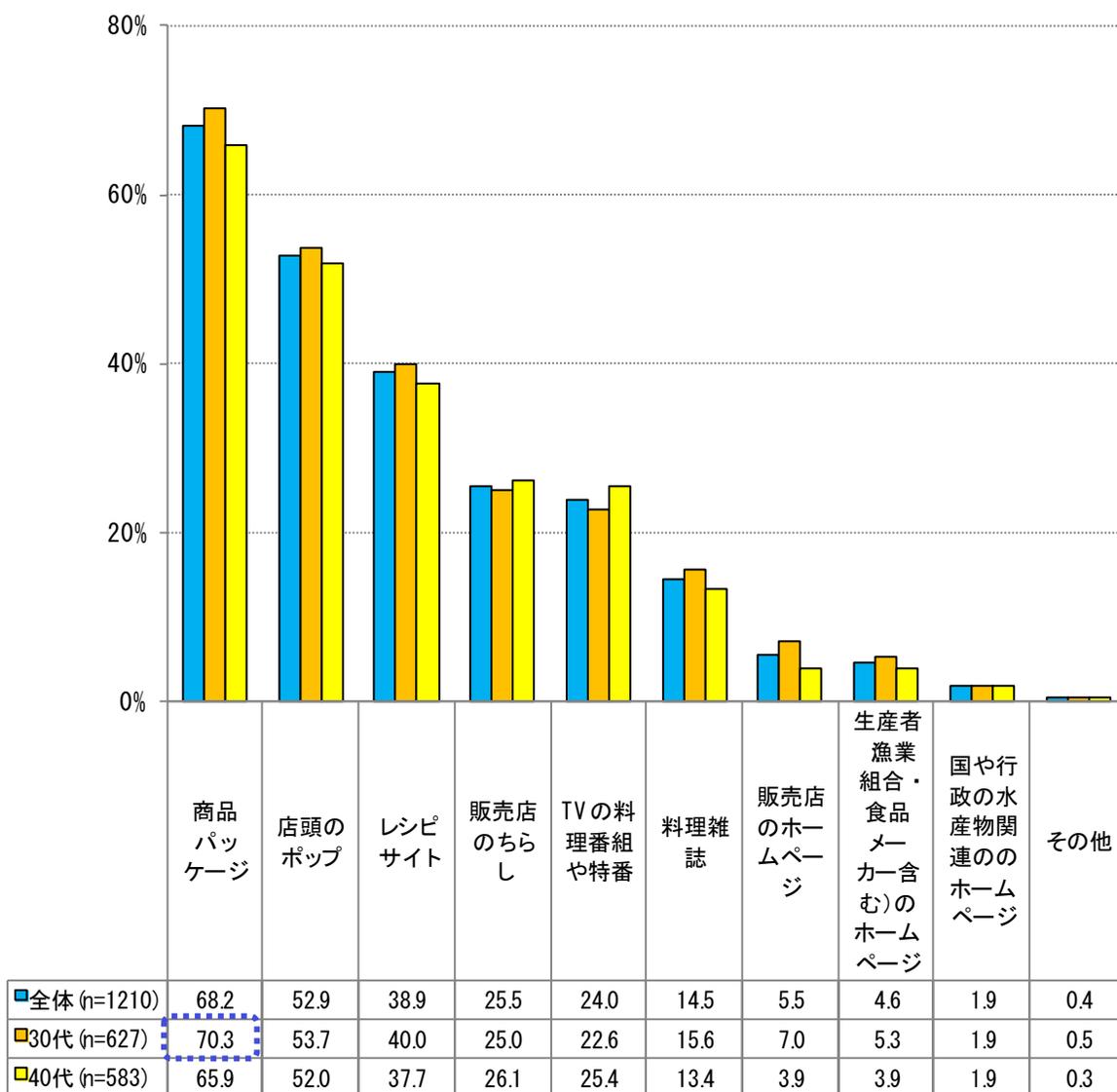
本問21. 求める参考情報の発信方法



3-1. 魚介類の購入動向(18)

○求める発信方法は、年代別で大きな違いはみられないが、「商品パッケージ」については、30代が70.3%、40代が65.9%と30代は7割を越えており、40代よりも4.4ポイントとやや高い。

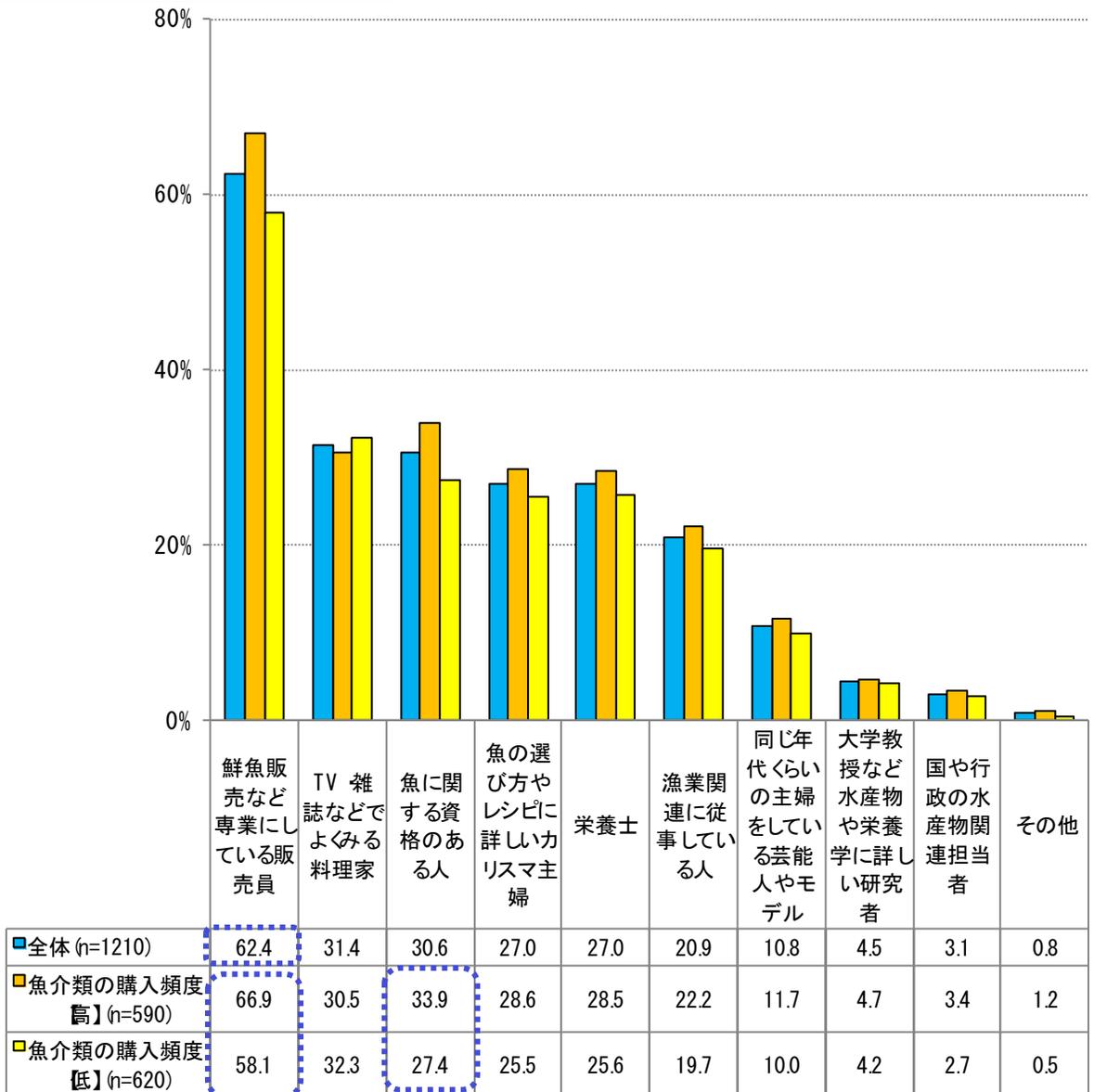
本問21. 求める参考情報の発信方法



3-1. 魚介類の購入動向(19)

- 魚介類を購入する際の参考情報の発信については、全体で「販売員」に求める割合が62.4%と最も高く、2位の「料理家」31.4%と30ポイント以上の差をあげている。情報発信方法は「商品パッケージ」や「店頭ポップ」の割合が高く、発信者は「販売員」の割合が高いことから、売り場で購入段階においての情報提供を求める傾向が高いとみられる。
- 「料理家」以外を除く全ての項目で、魚介類の購入頻度の高い人の方が、購入頻度の低い人よりも参考情報の発信者を求める割合が高く、「販売員」では8.8ポイント差、「資格者」では6.5ポイント差で高かった。
- 研究者や行政担当者は最下位に位置しており、割合で見ると「カリスマ主婦」は「栄養士」と同じ(27.0%)に位置づけされている。また、「資格者」よりも「料理家」の方がわずかながら高いことなどから、知識中心の人よりは実際に魚介類をさばいたり、調理したりする経験の豊富な人に情報発信を希望しているとみられる。

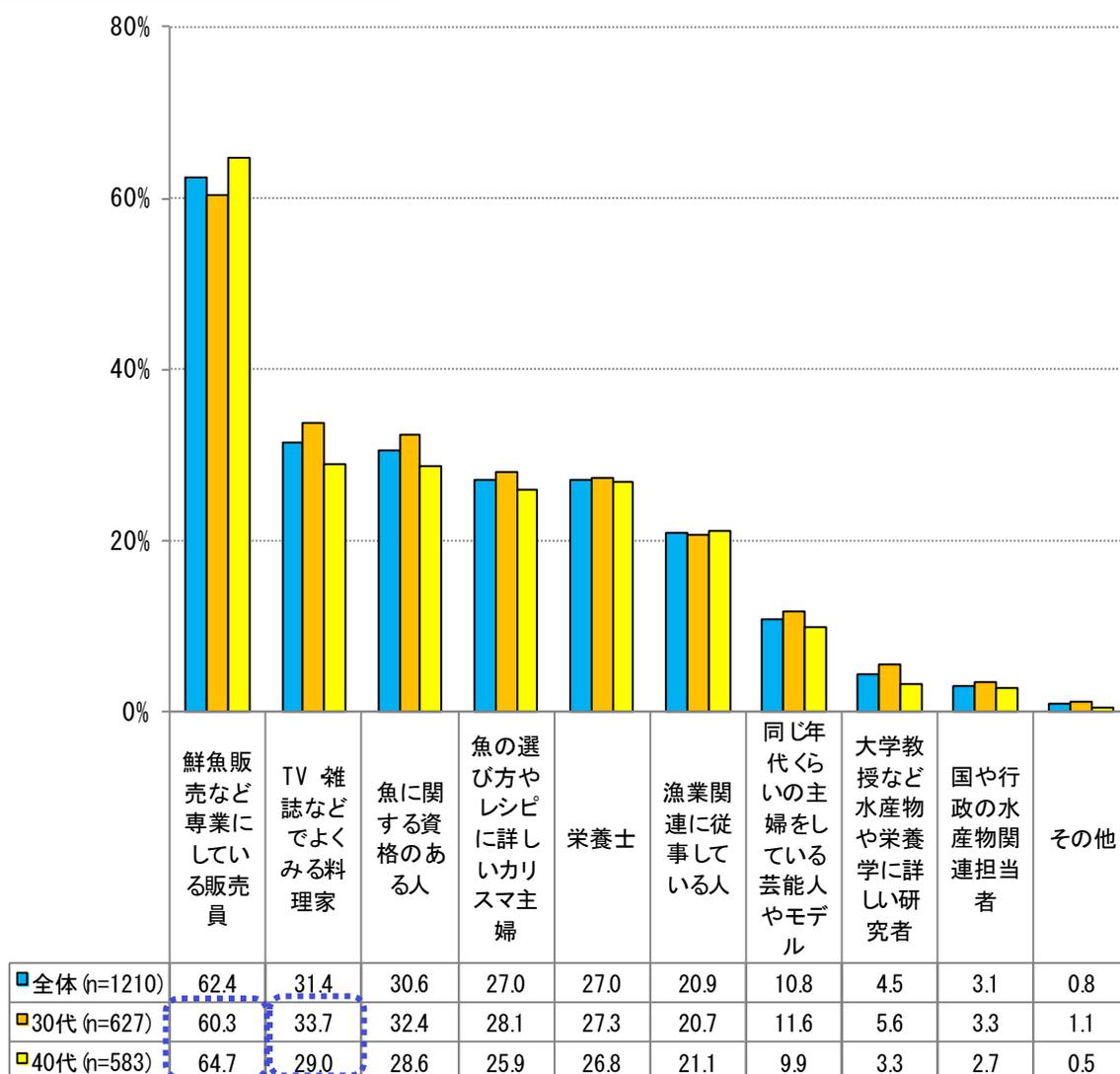
本問22. 求める参考情報の発信者



3-1. 魚介類の購入動向(20)

○年代別で大きな違いはみられないが、「販売員」の情報発信については、40代が64.7%、30代が60.3%と40代の方が4.4ポイント、「料理家」については、30代が33.7%、40代が29.0%と30代の方が4.7ポイントとやや高い。

本問22. 求める参考情報の発信者

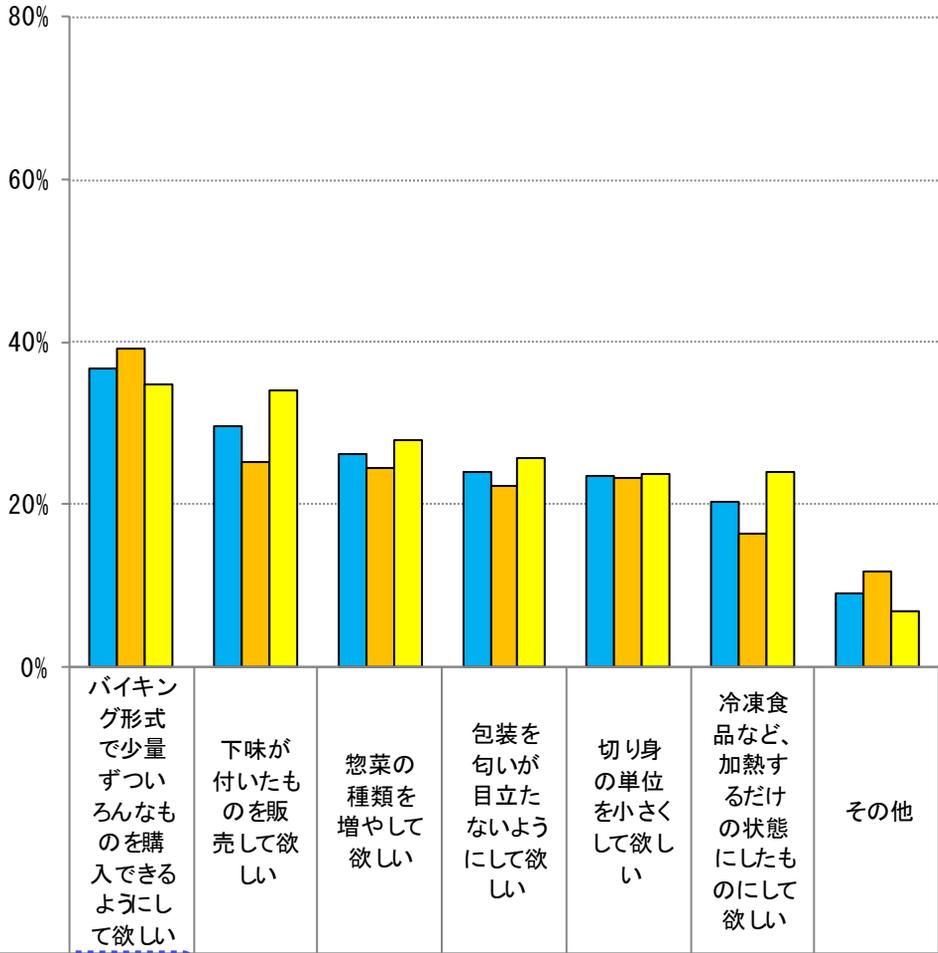


3-1. 魚介類の購入動向(21)

○魚介類購入の際、店頭側に求める事については、「少量ずついろんなものを」が36.9%と最多。次いで「下味がついたもの」29.8%、「惣菜の種類を増やす」26.3%と続く。

○「少量ずついろんなものを」「その他」の項目を除いては、魚介類の購入頻度の低い人の方が、購入頻度の高い人よりも割合が高く、特に「下味が付いたものを」は8.7ポイント、「加熱するだけの状態に」は7.6ポイント高く、調理工程の手間を省いた状態での提供を求める意見が高い。

本問23. 店頭側に求める事



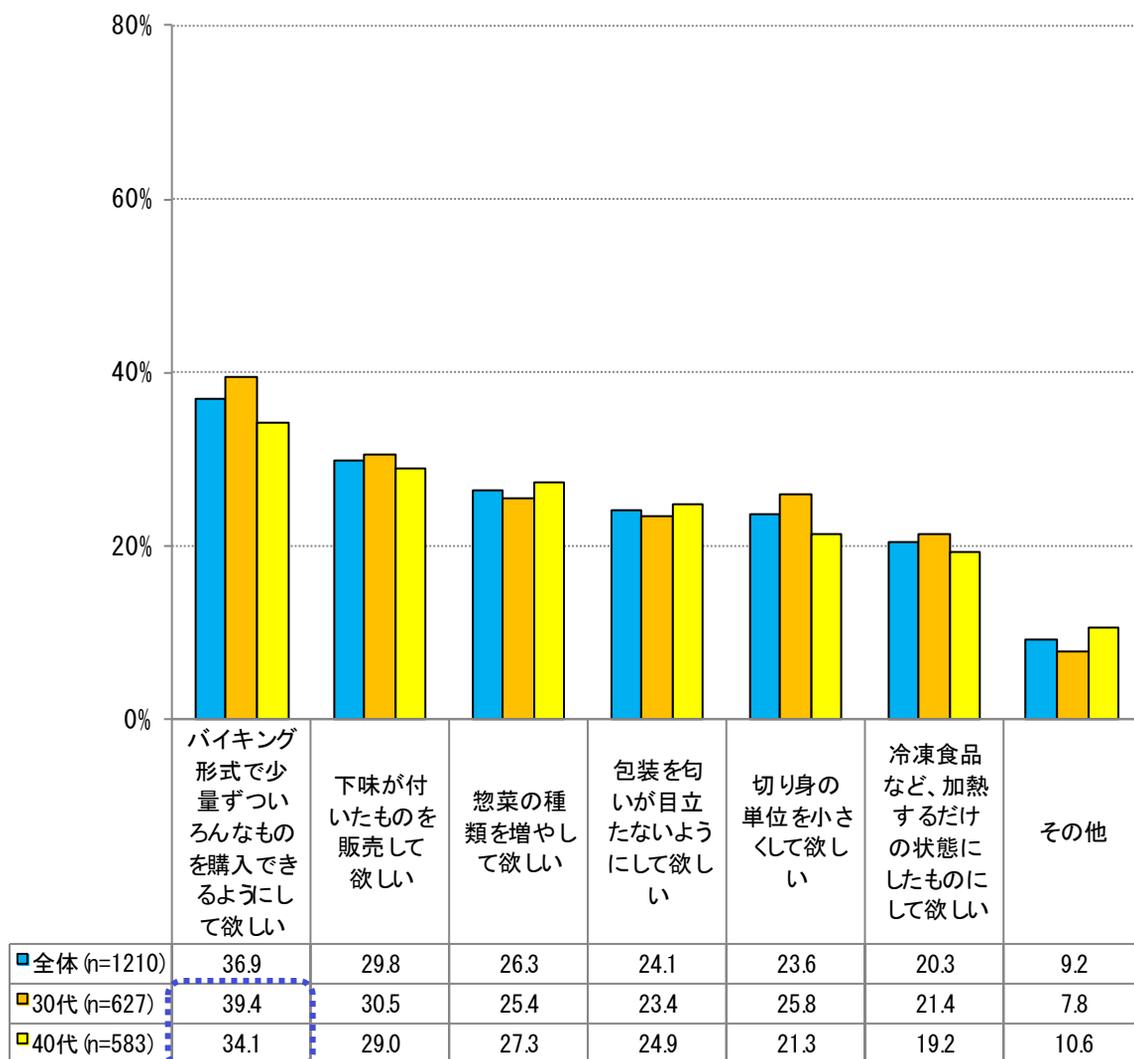
■全体 (n=1210)	36.9	29.8	26.3	24.1	23.6	20.3	9.2
■魚介類の購入頻度【高】 (n=590)	39.2	25.3	24.6	22.4	23.4	16.4	11.7
■魚介類の購入頻度【低】 (n=620)	34.7	34.0	27.9	25.8	23.9	24.0	6.8

3-1. 魚介類の購入動向(22)

○年代別にみると、上位2位の項目においては、30代は3割を越え、特に「少量ずついろんなものを」については40代よりも5.3ポイント高い。

○「惣菜の種類を増やす」「匂いが目立たないように」の2項目については、1.5~1.9ポイントとわずかながら、40代の方が高かった。

本問23. 店頭側に求める事

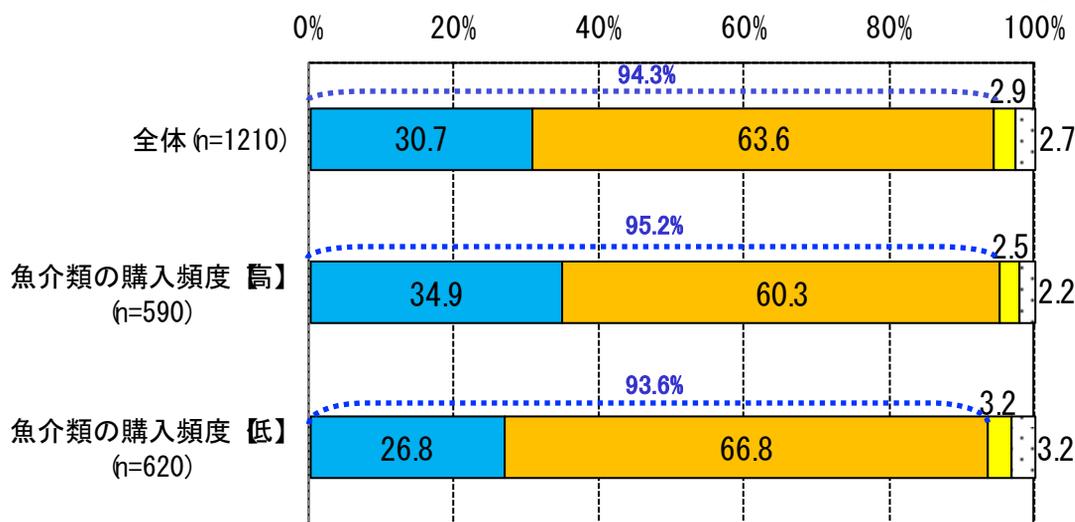


4. 認証・資格制度の認知度

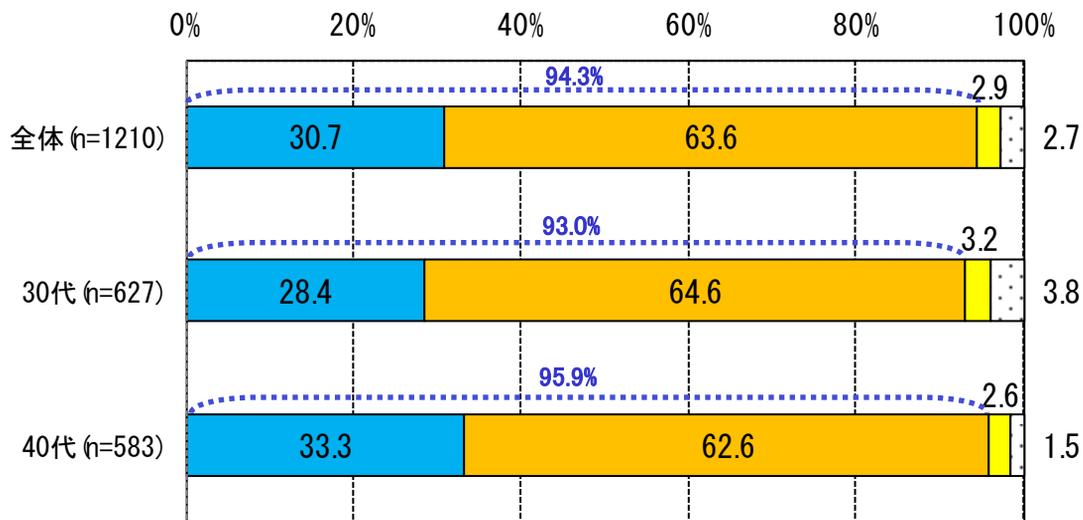
4-1. サステナビリティに対する意識 (1)

- 生態系や環境に配慮した漁業の必要性について聞くと、全体で「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた人の合計が94.3%と、9割以上が必要性を感じている。
- 魚介類の購入頻度の高い人は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が95.2%、購入頻度の低い人は93.6%と、1.6ポイントのわずかの差で、購入頻度の高い人の割合が高い。
- 30代は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が93.0%、40代は95.9%と、2.9ポイントのわずかの差で、40代の割合が高い。

本問24-1. 食のサステナビリティ～生態系や環境に配慮した漁業の必要性～



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □思ったこともなかった



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □思ったこともなかった

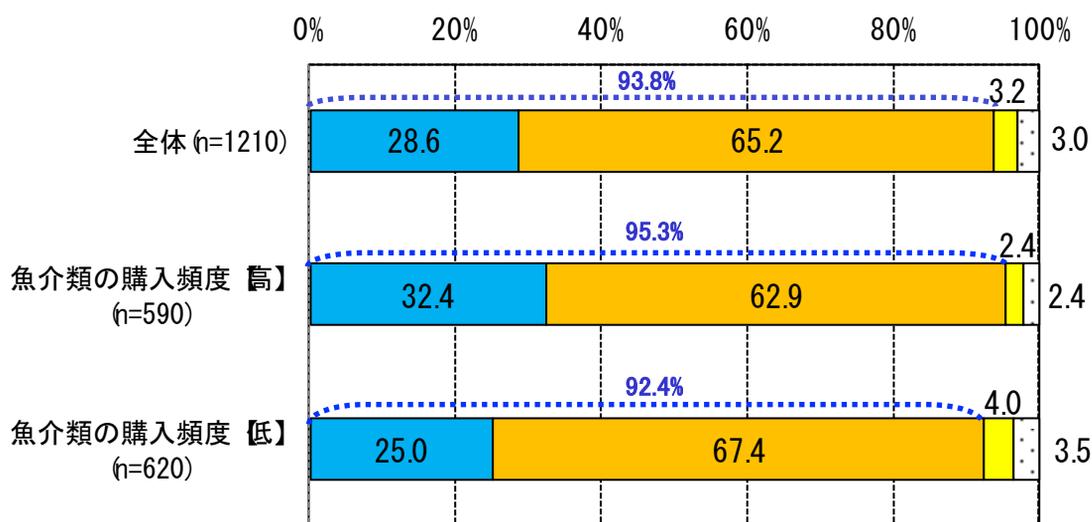
4-1. サステナビリティに対する意識 (2)

○生態系や環境に配慮した漁業支援の必要性について聞くと、全体で「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた人の合計が93.8%と、9割以上が必要性を感じている。

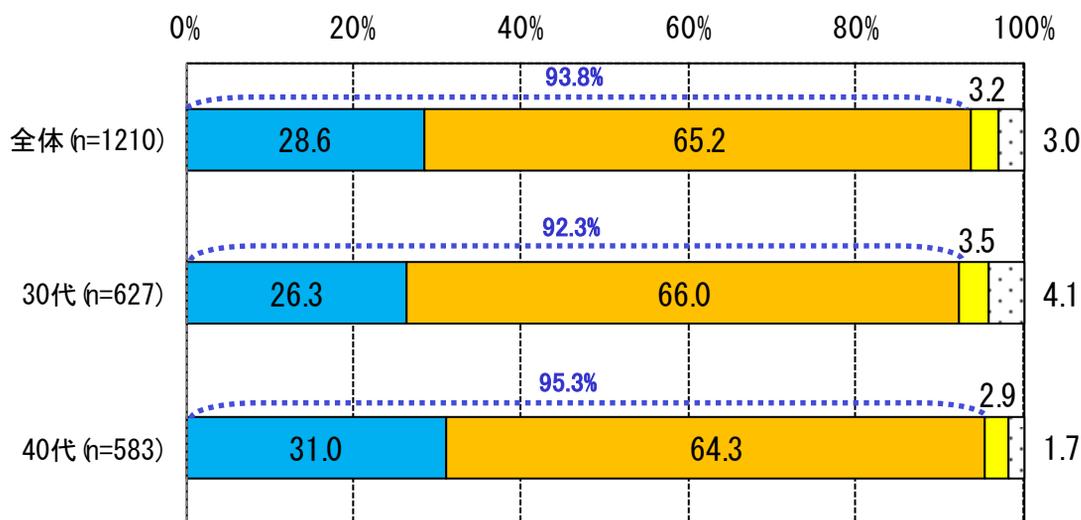
○魚介類の購入頻度の高い人は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が95.3%、購入頻度の低い人は92.4%と、2.9ポイントのわずかの差で、購入頻度の高い人の割合が高い。

○30代は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が92.3%、40代は95.3%と、3.0ポイントのわずかの差で、40代の割合が高い。

本問24-2. 食のサステナビリティ～生態系や環境に配慮した漁業支援の必要性～



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □思ったこともなかった



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □思ったこともなかった

4-2. 認証制度の認知度 (1)

OMSCの認知度は、「意味も含め知っている」人は、全体で0.7%。「名前やマークだけは知っている」人(4.2%)と合計しても4.9%と、1割にも満たない。

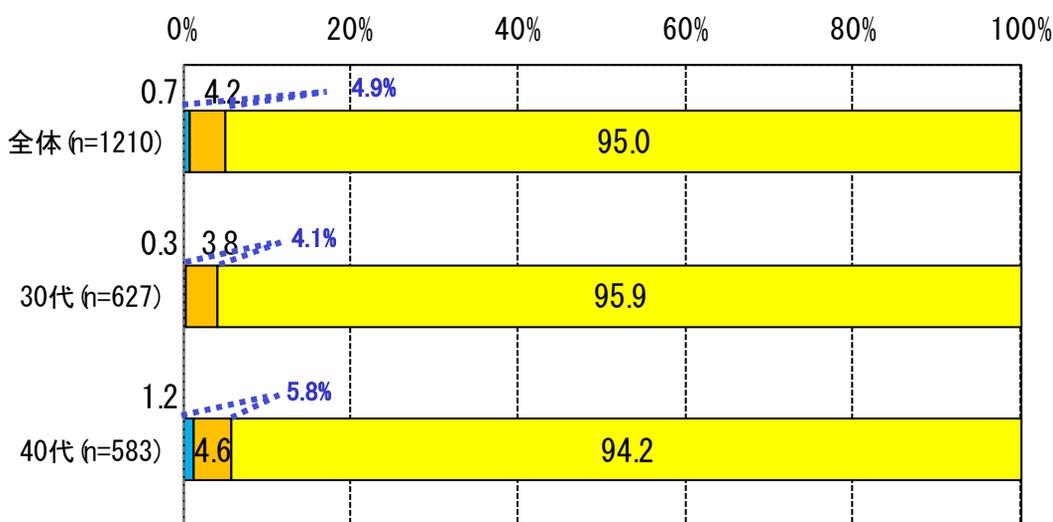
○魚介類の購入頻度の高い人でも、「意味も含め知っている」人と「名前やマークだけは知っている」人の合計が6.8%と低い。購入頻度の低い人になると3.2%と、購入頻度の高い人の半数未満となる。

○30代は、「意味も含め知っている」人と「名前やマークだけは知っている」人の合計が4.1%、40代は5.8%と、1.7ポイントのわずかの差で、40代の割合が高い。

本問25-1. MSCの認知度



- 意味も含めて知っている
- 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
- 今回、初めて知った



- 意味も含めて知っている
- 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
- 今回、初めて知った

4-2. 認証制度の認知度(2)

OMELの認知度は、「意味も含め知っている」人は、全体で0.3%。「名前やマークだけは知っている」人(1.7%)と合計しても2.0%と、MSCを知っている人(4.9%)の半数を下回る。

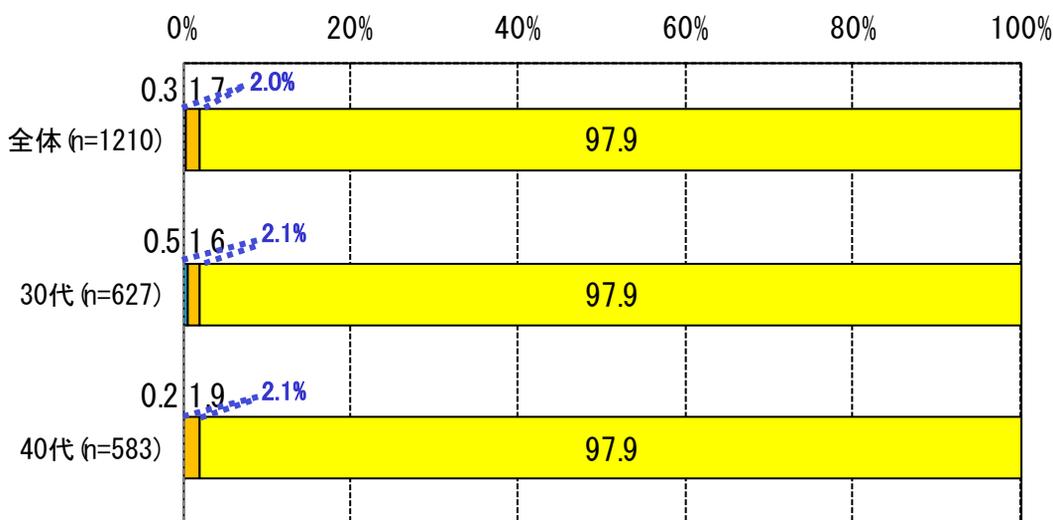
○魚介類の購入頻度の高い人でも、「意味も含め知っている」人と「名前やマークだけは知っている」人の合計が2.6%と非常に低い。購入頻度の低い人になると1.6%。

○30代は、「意味も含め知っている」人と「名前やマークだけは知っている」人の合計が2.1%、40代も2.1%。魚介類の購入頻度や年代別に関わらず、認知度はかなり低い。

本問25-2. MELの認知度



- 意味も含めて知っている
- 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
- 今回、初めて知った



- 意味も含めて知っている
- 名前や認証マークだけは見た 聞いたことがある
- 今回、初めて知った

4-2. 認証制度の認知度(3)

OMSCやMELのマーク付きの魚介類を購入することで、安定した供給活動を支援したいと思うか、については全体で、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた人の合計が81.5%と、8割以上がマーク付きの商品購入による支援をしたいと思っている。

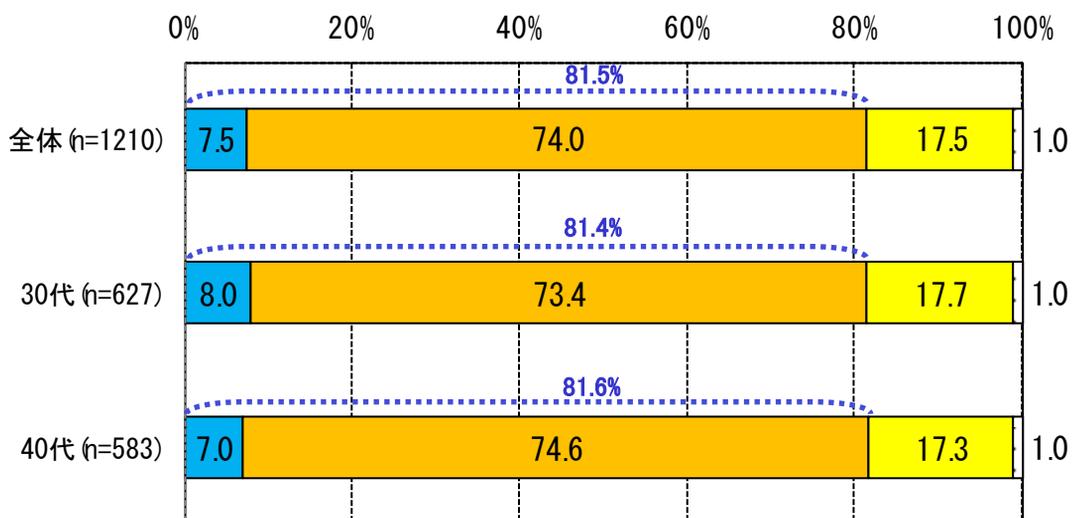
○魚介類の購入頻度の高い人は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が81.8%、購入頻度の低い人は81.2%と、ほとんど変わらない。

○30代は、「非常にそう思う」、「そう思う」と答えた合計が81.4%、40代は81.6%と、ほとんど差はなく、魚介類の購入頻度や年代別で、支援する意思の差はみられなかった。

本問26. MSCやMELのマーク付きの魚介類を購入することで、安定した供給活動を支援したいか



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □まったくそう思わない



■非常にそう思う ■そう思う ■あまりそう思わない □まったくそう思わない

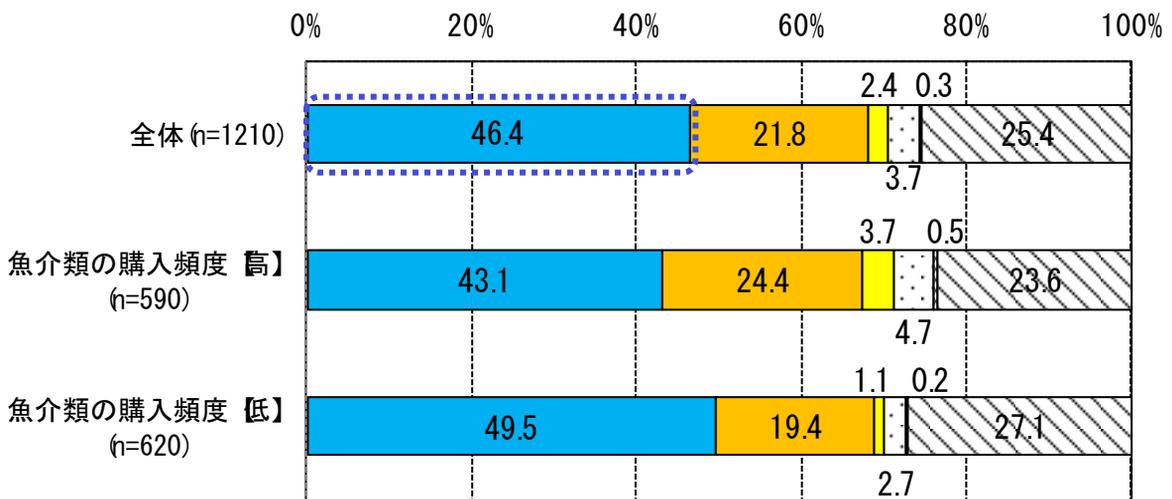
4-3. 認証制度に対する意識

○認証制度に従った漁業活動が小売価格に反映された場合の受容性では、全体で、「小売価格の3%までなら高くても買う」46.4%が最多。次いで「5%まで」が21.8%と多い。「1円でも小売価格に反映してほしくない」25.4%を除いた74.6%が、価格追加分の幅はありながらも、多少の価格反映に対する受容性があるとみられた。

○魚介類の購入頻度の高い人は、「1円でも小売価格に反映してほしくない」23.6%。購入頻度の低い人は27.1%と、3.5%とわずかに購入頻度の低い人の方が、価格反映への受容性が低い。

○30代は、「1円でも小売価格に反映してほしくない」26.8%。40代は23.8%と、3.0%とわずかに40代の方が、価格反映への受容性が低い。

本問27. 認証制度に従った漁業活動が小売価格に反映された場合の受容性



■小売価格の3%までなら高くても認証の商品を買う ■小売価格の5%までなら高くても認証の商品を買う
 ■小売価格の8%までなら高くても認証の商品を買う □小売価格の10%までなら高くても認証の商品を買う
 ■小売価格の10%以上でも認証の商品を買う □1円でも小売価格に反映してほしくない



■小売価格の3%までなら高くても認証の商品を買う ■小売価格の5%までなら高くても認証の商品を買う
 ■小売価格の8%までなら高くても認証の商品を買う □小売価格の10%までなら高くても認証の商品を買う
 ■小売価格の10%以上でも認証の商品を買う □1円でも小売価格に反映してほしくない

4-4. 資格制度の認知度(1)

○おさかなマイスターの認知度は、「意味も含め知っている」人は、全体で1.6%と非常に少ないが、「名前だけは知っている」人は、19.1%。両者の合計は20.7%と、2割の認知度であった。

○魚介類の購入頻度の高い人でも、「意味も含め知っている」人は2.0%と非常に少なく、「名前だけは知っている」人(21.0%)と合計すると、23.0%になる。同じく両者の合計で見ると、購入頻度の低い人では18.4%と2割を下回った。

○30代は、「意味も含め知っている」人と「名前だけは知っている」人の合計が19.2%と2割を切る。40代は22.3%と、2割を越えた。

本問28-1. おさかなマイスターの認知度



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た 聞いたことがある ■今回、初めて知った



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た 聞いたことがある ■今回、初めて知った

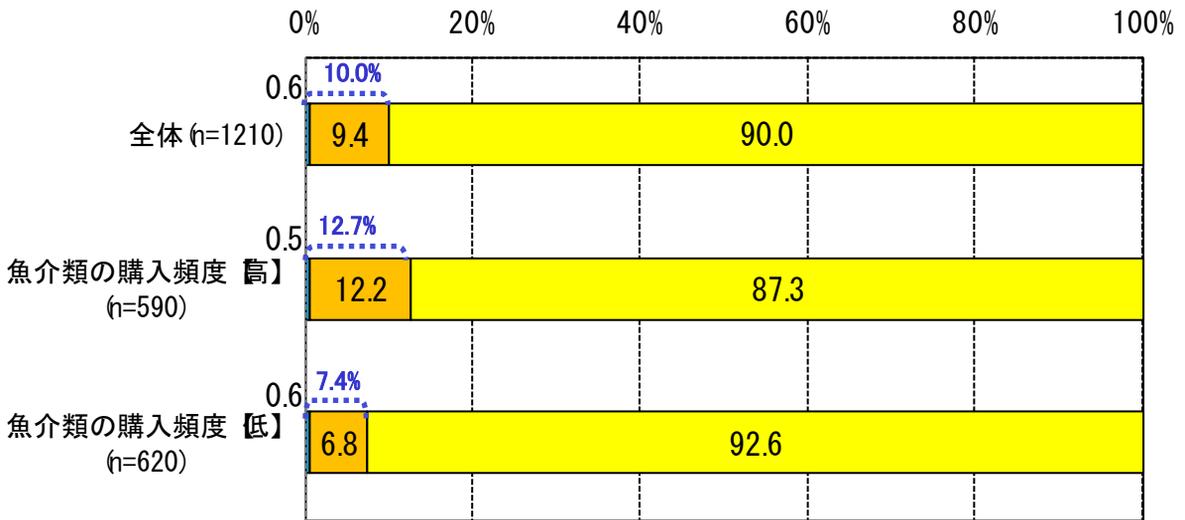
4-4. 資格制度の認知度(2)

○日本さかな検定(ととけん)の認知度は、「意味も含め知っている」人は、全体で0.6%と1%を切って少ない。「名前だけは知っている」人は、9.4%。両者を合計して10.0%と、1割に達する程度の認知度であった。

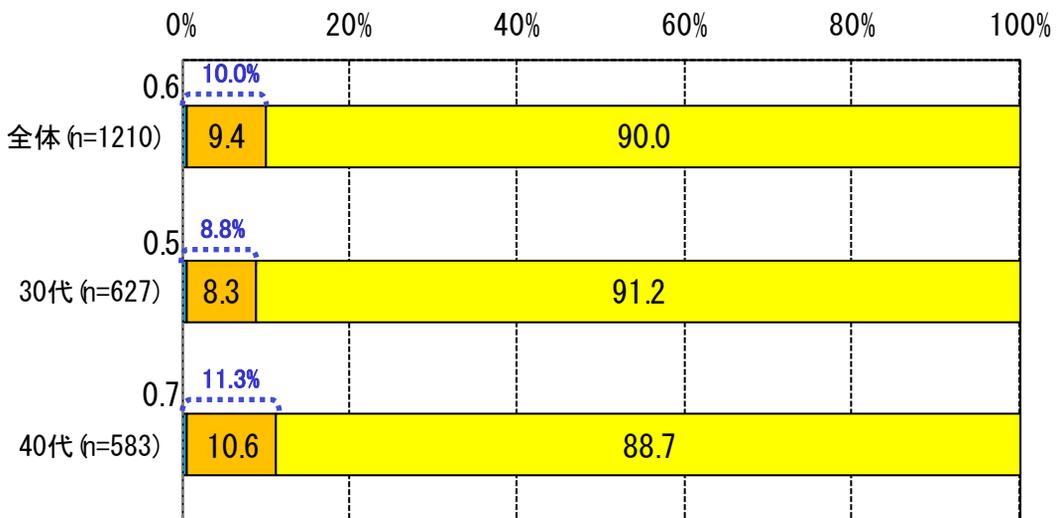
○魚介類の購入頻度の高い人でも、「意味も含め知っている」人は0.5%と非常に少なく、「名前だけは知っている」人(12.2%)と合計して1割を越える程度(12.7%)である。同じく両者の合計で見ると、購入頻度の低い人では7.4%と1割を下回り、購入頻度の高い人とは4.8ポイントの差がみられた。

○30代は、「意味も含め知っている」人と名前だけは知っている人の合計が8.8%。40代は11.3%と、1割を越えた。

本問28-2. 日本さかな検定(ととけん)の認知度



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た 聞いたことがある ■今回、初めて知った



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た 聞いたことがある ■今回、初めて知った

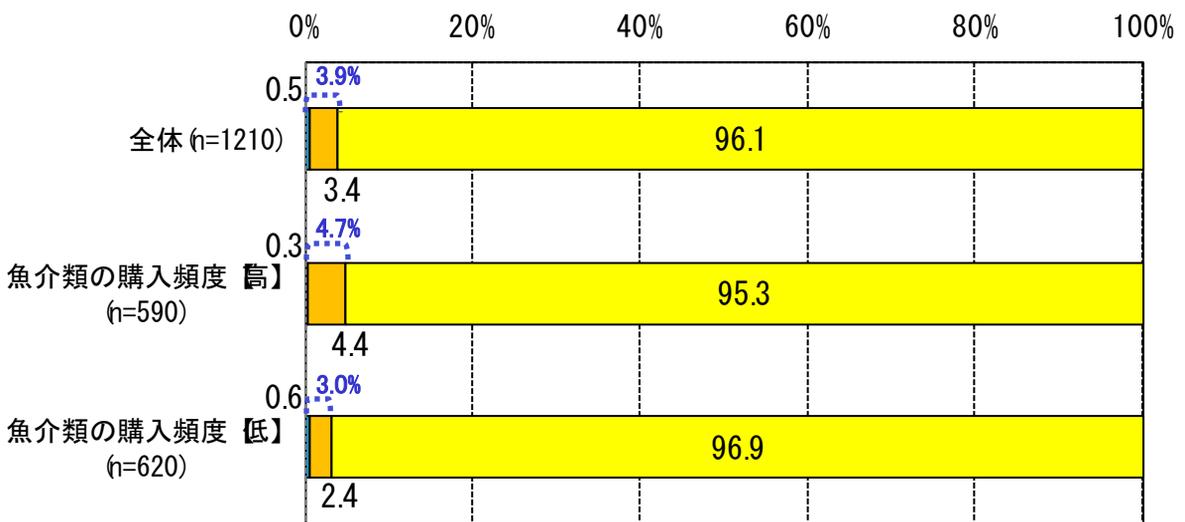
4-4. 資格制度の認知度(3)

○シーフードマイスターの認知度は、「意味も含め知っている」人は全体で0.5%と、日本さかな検定(0.6%; P112)とほぼ同じ程度。「名前だけは知っている」人は、3.4%と、日本さかな検定(9.4%; P112)の半分を下回り、両者の合計で3.9%と、5%に満たず、3つの資格の中では認知度がもっとも低かった。

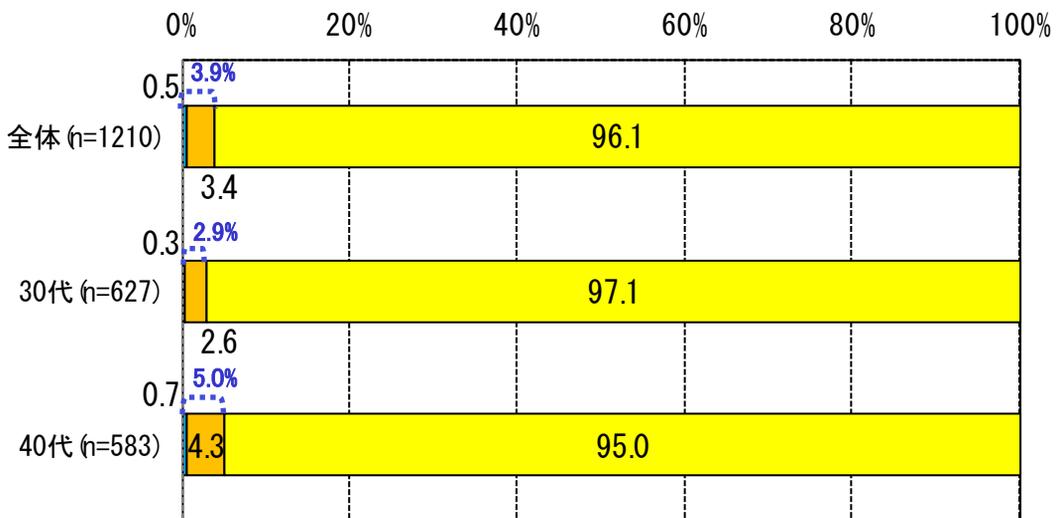
○魚介類の購入頻度の高い人でも、「意味も含め知っている」人は0.3%と非常に少なく、「名前だけは知っている」人(4.4%)と合計しても4.7%と5%を切る。同じく両者の合計で見ると、購入頻度の低い人では3.0%であった。

○30代は、「意味も含め知っている」人と「名前だけは知っている」人の合計が2.9%。40代は5.0%と、5%に達した。

本問28-3. シーフードマイスターの認知度



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た・聞いたことがある ■今回、初めて知った



■意味も含めて知っている ■名前だけは見た・聞いたことがある ■今回、初めて知った

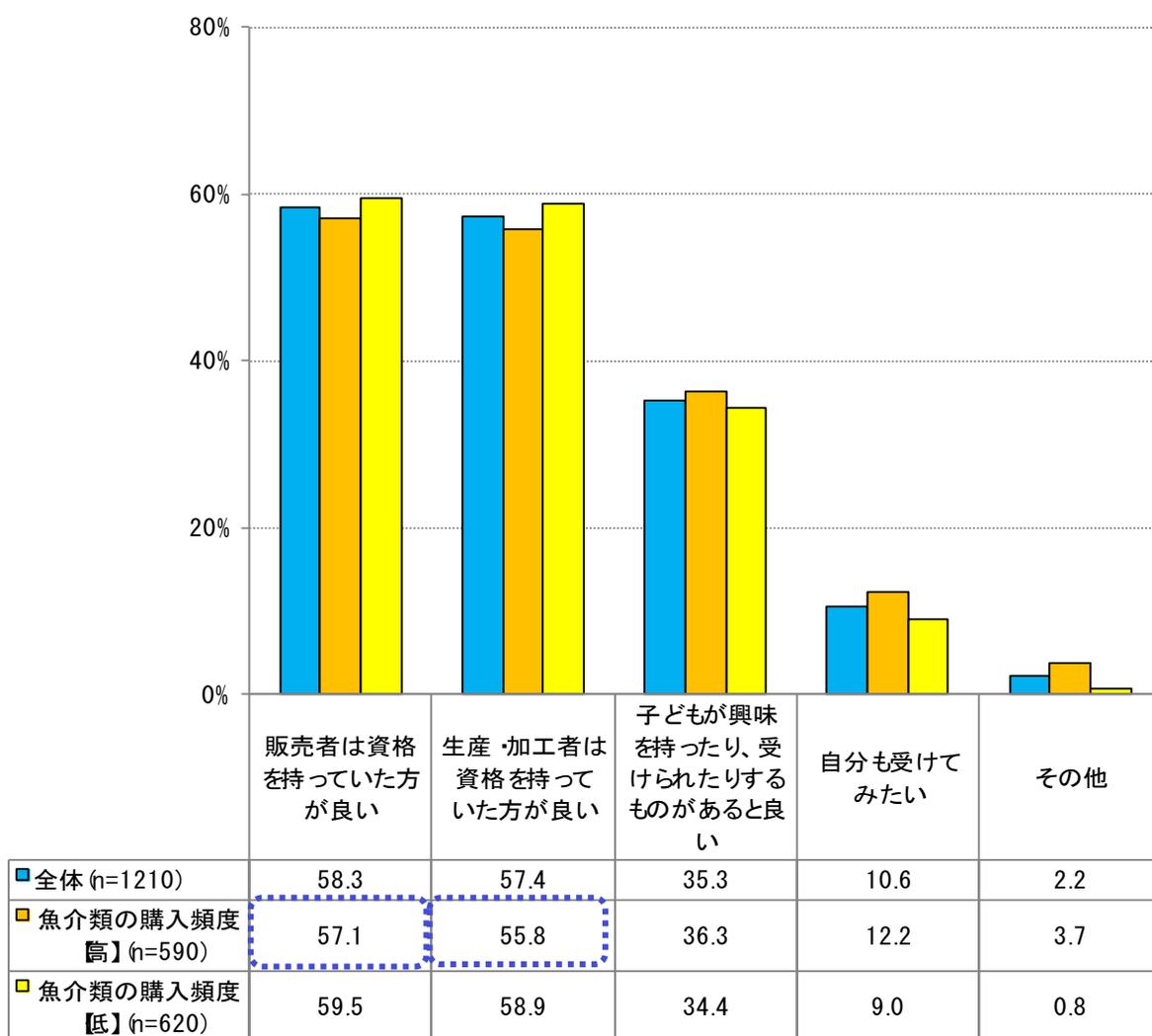
4-5. 資格制度に対する意識(1)

○おさかなマイスター、日本さかな検定、シーフードマイスターの資格についてどのように思っているかを聞くと、「販売者は資格を持っていると良い」58.3%が最多。次いで、「生産・加工者は持っているが良い」57.4%と、1位に僅差で迫る。魚介類の提供者側が資格を持っていた方が良いと考える人が多い。

○魚介類の購入頻度の低い人は、「販売者は持っているが良い」、が59.5%。購入頻度の高い人(57.1%)と比べると2.4ポイントわずかに高く、「生産・加工者は持っているが良い」では、低い人58.9%に対し、高い人は55.8%と3.1ポイント高い。

○一方、「子どもが興味を持つと良い」では、購入頻度の高い人36.3%に対し、低い人は34.4%と、1.9ポイントわずかに低く、「自分も受けてみたい」では、高い人12.2%に対し、低い人9.0%と、3.2ポイント低い。

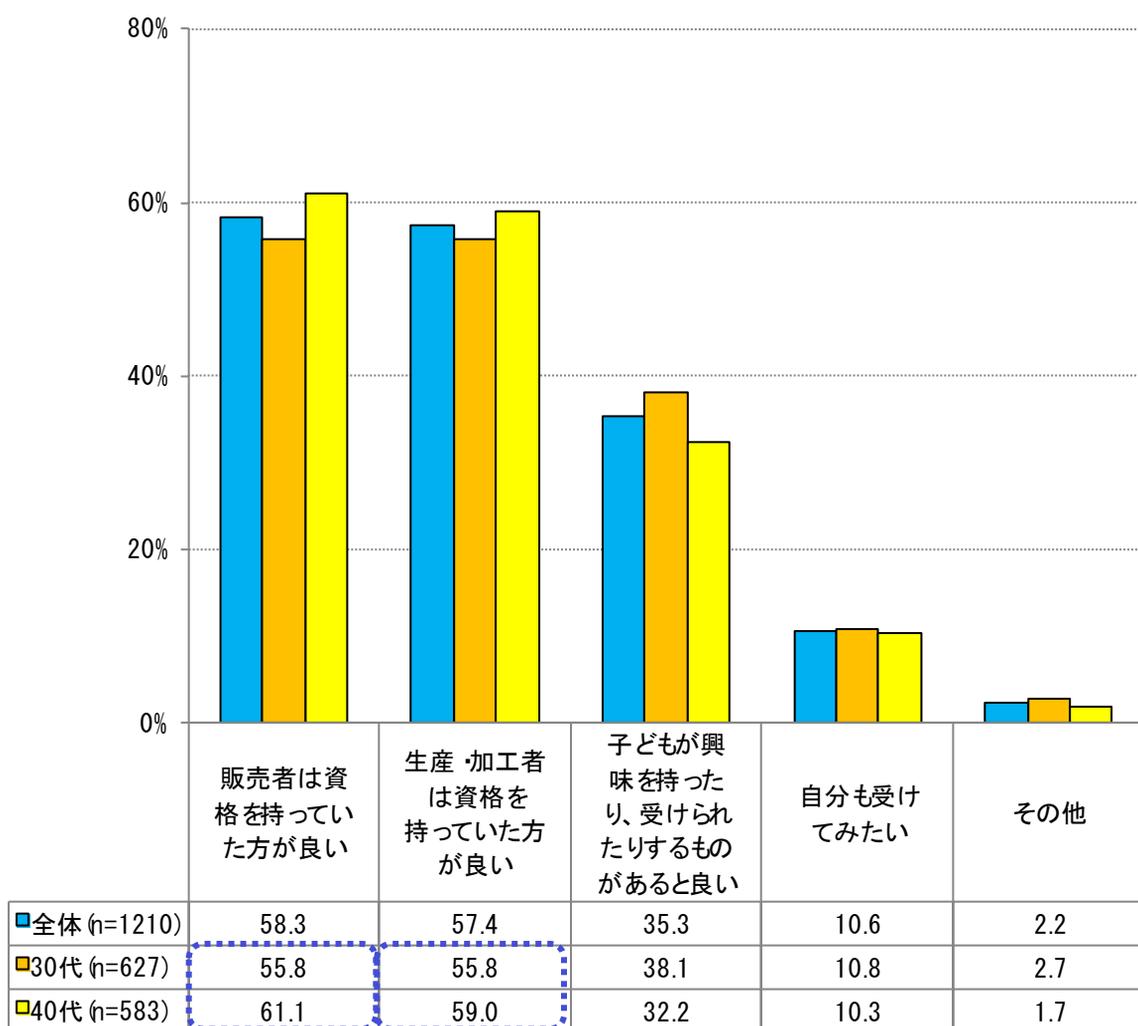
本問29.資格に関する意識



4-5. 資格制度に対する意識(2)

- 年代別にみると、「販売者」や「生産・加工者」などの提供者側が資格を持っていた方が良いとする意見は、40代の方がやや高め。
- 「販売者は持っているが良い」、は30代55.8%に対し、40代は61.1%と5.3ポイント高い。「生産・加工者は持っているが良い」は、30代55.8%に対し、40代は59.0%と3.2ポイント高い。
- 「子どもが興味を持つと良い」では、40代32.2%に対し、30代は38.1%と5.9ポイント高い関心がみられた。しかしながら、「自分も受けてみたい」では、30代10.8%、40代10.3%とほとんど変わらず、資格に対する自分自身の関心は年代別に限らず、低いとみられる。

本問29.資格に関する意識



Ⅲ. グループインタビュー議事録

1.自己紹介(1)

(1)自己紹介					
	A	B	C	D	E
性別/年齢	女性/44歳	女性/40歳	女性/46歳	女性/48歳	女性/36歳
居住地	横浜市。場所的にはシーパラダイスに近いところで、京浜東北線の奥の方に住んでいる。	戸田市。	大田区。ここまで電車一本なのに、迷ってしまった。	練馬区石神井公園。	横浜市。どちらかというと鎌倉に近い、横浜に見えない畑の多いところ。
家族構成	夫、高校3年の男の子。	夫、高1と幼稚園(年中)の男の子。	夫、小4の娘。	夫、大学2年の男女の双子。	夫、小4、小1の男の子。
職業	パート。短期単発の派遣を専門に働くことが多い。事務の仕事などをよくしている。これからのシーズンはお歳暮が始まるが、お歳暮の窓口ではなく、お客様を席に案内する係で、立ちっぱなしでイスを運んでという仕事をする予定。そうやって短期単発である時期頑張るような仕事を繰り返している。 良い感じで仕事をしている?) そう、今はお休みモードだが、これから始める予定。	専業主婦。	専業主婦。何かやらなきゃと思っていながら、何もやっていない。	パートで、信販会社の事務をやっている。	専業主婦。仕事はしていないが、子どもが2人小学生なので、PTAの役が回ってくる当たり年なので忙しい。
夫の年齢	50歳	41歳	45歳	50歳	45歳

1.自己紹介(2)

(1)自己紹介					
	A	B	C	D	E
今日の朝食	<p>コーヒーとヨーグルトが3人共通。私はパンで、あと昨日作ったコンビーフとピクルスの混ぜたものを食べた。</p> <p>息子と主人は、牛乳とコーンフレーク。食べるのはバラバラ。</p> <p>ヨーグルトはプレーンで、毎日食べている。それに冷凍のブルーベリーやジャムやはちみつをその日の気分で入れる。</p> <p>普段から何か入れて食べるが、プレーンのヨーグルトが習慣で他のものは食べられない。</p> <p>今日は喉の調子が少し悪いので、はちみつを入れて食べた。</p>	<p>主人と私はいつも同じ時間に大体同じものを一緒に食べる。ヨーグルトはいつも。主人は牛乳にティーバックを入れて紅茶を飲む。</p> <p>私は、マーガリンをつけた食パンを、主人はマーガリンの上にジャムをぬって食べる。</p> <p>高1の息子は先に起きて食べるのだが、寝坊したようで3連のヨーグルトを1個食べて、牛乳を飲んで出かけた。</p> <p>チビさんはカニパンを最後に起きて、食べていた。</p> <p>いつもヨーグルトを食べるのか)そう。結婚当初、主人は朝は食べられない派だったが、ヨーグルトは体に良さそうとか、花粉に効いたりすること、ブルーベリージャムを入れて食べ続けている。</p>	<p>私はカフェオレとトーストにクリームチーズとハムを載せたもの。野菜はゼロだった。娘はポケモンのパンを食べた。主人はいつも慌ただしく出ていくので、何も食べずに出かけた。</p> <p>娘さんとは一緒に食べたのか)今日は娘と微妙に時間がずれた。一緒に食べることが多いが、今日は娘が少し起きるのが遅くて、待ちきれなくて、私が先に食べた。</p> <p>(主人は食べない?)あと5分、10分早く起きて何かしら食べればいいのに、主人は独身の頃からの長年の習慣みたく、朝は食べない。</p>	<p>子どもたちが中学時代は弁当があったので早かったが、最近は6時半に起きれば良くなった。主人は前の晩に作ったおにぎりを勝手に食べている。</p> <p>子どもたちは今日は2限からということで家にいたので、ヨーグルトとバナナとカフェオレなどを娘は食べて、息子はそれにパンを半斤くらい食べずごく食べちゃう。</p> <p>私はカフェオレと菓子パンが残っていたのでそれを1個かじった程度。</p> <p>主人は先に食べるが、あとは子どもたちの学校の始まる時間によって、私が出る時に起きていないこともあるので、そういう時はパンだけ置いて出ちゃうこともある。</p>	<p>いつもはパンとハムやジュースなど。でも、子どもがいつもご飯にちりめんやふりかけなどをかけて食べていくのだが、今日はそれをたまたま残したので、私はその残りにご飯を足して済ませた。</p> <p>主人は夜の帰りが2~3時で、朝は6時くらいに出るので、朝は食べない。私が起きるより先に出ていて、何も食べたものがないから、たぶん食べていないと思う。</p> <p>まず最初に子どもたちが食べる?)そう。子どもが先に食べて、そのあと私が食べる。</p>

1.自己紹介(3)

①自己紹介					
	A	B	C	D	E
朝食は洋食派か	<p>私自身、母が仕事を持っていたせい か、ずっとパン食 で育ったから。朝 はご飯を食べる習 慣がなかった。 でも、息子が小学 校の頃、一時期、 「朝は米にして」と 言われた。</p> <p>どうして朝はご飯 が良いと息子さん は言ったのか)な ぜなのか分からな いけど、そう言い 出した。</p> <p>E:うちも長男がそ う言う。朝にご飯 がない時があっ て、サトウのごは んを買ってある) でも最近、高校 生男子はダイエッ トも気になるの か、少しずつ朝は パン食になってい る。 ご飯の時のおか ずは?)おかずは 卵焼きとふりかけ を並べて出して いた。</p> <p>自分がパン食な ので、朝何を用意 すればいいのか 分からない。味噌 汁も前の日の残り ということもあっ た。</p>	<p>朝は、ご飯は炊か ない。</p>	<p>私もパン食で育っ ている。娘は、今 はポケモンパンに ハマっているの で食べているが、パ ンはモサモサする ので食べづらいら しくて、ご飯の方 が普段は良いらし い。ご飯はふりか けをかけて食べて いるが、もちろん おかずはない。</p>	<p>ご飯は弁当に使 う。息子は体育会 系なので、すごく 食べる。パンだと 1斤持っていけれ そうな勢い。お餅 ということもある が、おかずはな し。</p>	

1.自己紹介(4)

(1)自己紹介					
	A	B	C	D	E
子どもの頃から、朝食はパン派か	★E以外全員:子どもの頃から朝はパン食だった。				自分が子どもの頃は、朝はご飯だったのか)私のご飯とみそ汁だった。でも、結婚してからは、主人の帰りが遅く、待っていると、翌朝、私もなかなか起きられなくて、朝からご飯が入らない。主人はパン派だったし、普段は何も食べないことが多いが、ご飯かパンかと聞かれたら主人はパンが良いと言うので、それに合わせていてパンになった。それに、甘めのパンを朝に食べた方が、頭が動く気がして。
朝食の調理は、大変か	今は子どもに弁当が必要だが、中高6年間がもうすぐ終わる。弁当は5時起きに作るので、今はそちらにガツといっている感じ。 弁当は作ってから冷やさなきやいけないし、煮物や焼き物を入れると…。一時期、弁当の残りを朝ご飯のおかずにしていたが、朝昼一緒だよ」みたいに言われて、その手も使えなくなった。それで弁当の残りは私のお昼になっている。だから朝は違うものとして、パンなどになる。				

1.自己紹介(5)

①自己紹介					
	A	B	C	D	E
朝の弁当の支度 /弁当の中身	<p>★E以外全員弁当を作っている。</p> <p>主人と高校生の息子の弁当を作っているが、これが別メニュー。多数:えーっ)</p> <p>主人は肉派で、卵焼きとウインナーというお子様メニュー。息子は魚や何やら入っている方が嬉しい系の人。朝ご飯用に回るものは何もない感じ。</p> <p>息子さんの弁当は?)基本的に半分加工の冷凍食品系ものを焼いたりすることが多い。小さくカットしてある、弁当用の魚。それは生協で買っているのだが、産地加工の甘醬油的なものや、ごまをまぶしたイワシなど味がついている、8個入りの冷凍食品で、パルシステムのものだが、結構おいしい。自分で両面焼いて、弁当に入れる感じ。</p>	<p>高校生の息子の弁当。あと週1回、幼稚園の子の弁当も作る。</p> <p>幼稚園は、それ以外の日は給食がある。</p>	<p>どうして控えめに手を挙げたのか)主人は半年前まで弁当を持っていた。</p> <p>でも、お腹に浮き輪がつく程、太った。そのことを気にしだして、お昼はちゃんと食べた方が良くと思うのだが、控えめにと言い出して、今はおにぎりだけを持っていく。</p> <p>おにぎりを弁当と言っているのかな?と思ったのだが、おにぎりは作っている。</p>	<p>息子と娘の弁当を作っている。</p>	

1.自己紹介(6)

(1)自己紹介						
	A	B	C	D	E	
(つぎ) /弁当の中身		<p>お兄ちゃんの弁当は、恥ずかしいくらい冷凍食品満載。冷凍の白身魚や、パスタの入れ物に入ったものをチンする。</p> <p>（どんな白身魚？）白身魚は冷凍で、A:タルタルが入っている？）そう。あとは冷凍のコロッケ、メンチ、シュウマイとか。嫌いじゃなさそうなものを買っておいて、2日連続同じにならないように気をつけてチンしている。</p> <p>幼稚園の子はハンバーグが大好き。全部食べると金色のシールをもらえるらしいので、好きなものだけ入れる。あとはプチトマトとアンパンマンのポテトなど、毎週同じものばかり入れている。他のものでは完食できず、そのシールがもらえないから。</p>		<p>娘はおにぎり2個。息子はトカペンでご飯をいっぱい入れて、コロッケかカツなどを入れる。息子は基本肉系で、魚は殆んど食べない。</p> <p>（どうして魚を食べないのか）嫌いじゃないが、物足りないと言われる。だから焼いた肉をバンッと載せたりする。</p> <p>物足りないというのは？）中高とラグビーをやっている、すごく食べさせられていて、肉じゃないと力が出ないと言われたようだ。ラグビーをやる前は魚も食べていたのだが。今も食べないわけじゃないが、魚があっても肉が欲しいと言われるので、それが面倒で肉にしている。</p> <p>元々主人も肉派。すごい量だから、どうしても調理は肉の方が簡単。</p> <p>（どうして肉の方が簡単なのか）例えば、下ごしらえもなくバーツと焼いちゃえばいいし、ステーキもボンと焼けばいい。カツも衣がついたカツを買って揚げるだけだし。</p> <p>魚はどういう下ごしらえがあるのか）本人も魚は骨があって面倒だと言う。食べるなら刺身になるが、それでは足りなくて肉が欲しいと言われる。</p>		

1.自己紹介(7)

①自己紹介					
	A	B	C	D	E
〇づき) /弁当の中身				骨付きで面倒だ と言うのは、弁当 の時だけ?) 普段 も。魚をチミチミ食 べるのがイヤらし い。チミチミ食べる のは、面倒くさい ようだ。 B:きつとガツツリ 食べたいんだよ ね)ラグビーを始め て体育会系になっ てから、魚などを 食べなくなった。 その前はすごく瘦 せていたせいか、 魚ばかり食べてい たが、食が変わっ た。	
おにぎりの具	弁当には小さいお にぎりを2個にして いる。こんぶの佃 煮とかも使う。		本当にスタンダ ードなものか、ご飯 に混ぜるタイプの シリーズをいろい ろ揃えている。 A、D同意)		
夫からの朝食 の要望		特に新しいものは 出さなくていいと 言われる。 20年間、ずっと同 じものが続してい るから、このまま でいいらしい。		たぶん和食が食 べたいのだと思 う。 主人の母がちゃん とする人だったか ら。でも、私はでき ないと言ったの で。結婚した当時 も働いていたし、 双子ができて大変 だったし、4年生か らまた働いている ので「できません」 という感じ。	

1.自己紹介(8)

(1)自己紹介					
	A	B	C	D	E
朝食の習慣		<p>主人も子どももあまり朝は食べられない。</p> <p>起きてすぐは、胃がダメらしい。朝の6時や6時半は食べられないから、ヨーグルトとパンとかになる。</p>			<p>家で決めているわけではないが、ご飯をしっかり食べましょうと学校の食育で言われる。</p> <p>本人がご飯好きだからそれを膨らませて言っているのかもしれないが、そういう話を子どもからしてくる。</p> <p>お子さんは何と(言うのか)学校で勉強をした時に、炭水化物をしっかり摂りましょうということで、パンよりご飯の方が腹持ちが良いという感じで言われて、本人もそう思っている。</p> <p>元々長男はずっとご飯派だった。下の子は、幼稚園の時は簡単なのでパンだったが、別々も面倒なので、今は下の子もご飯派になった。</p>

2.食生活について(1)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
<p>自分で作る ことが多いか、 中食や外食も 含めながら用 意することが 多いか</p>	<p>全部自分で作る。 Aのみ)</p> <p>朝、弁当を作る と、昼も私用に残 す。夜も自分で作 る。お惣菜が家族 みんな、あまり好 きではない。主人 は肉派で、息子は お肉はあまり入れ て欲しくないタイ プ。冷えると肉の 脂がイヤらしい。 お肉の弁当は基 本的にNG。</p> <p>お肉と言えば自分 でたくさん作った つね団子を冷凍 して入れたり、さ みを入れたりする ぐらい。あとは自 分で作ったハン バーグを冷凍して おいて弁当用にす る。結局作ること が多いので、冷凍 庫はパンパン。</p>	<p>夜ご飯にカレーな どを多く作った時 に、その残りを、 昼に私が食べる。 あとはインスタ ントラーメンも食 べる。夜は家族が いれば大体は作 るが、疲れて手 を抜く時は惣菜 を買ったり、週 末は外食したり する。</p> <p>買って来る惣菜 というの(コロッ ケや下の子が好 きなメンチカツ など、駅の近く のスーパーで買 う。外食は、主 人は定食系が好 きなので、大戸 屋とか週末の 昼はガストで ランチとか。</p> <p>疲れちゃって 惣菜を買うのは、 どういふことが 面倒だから?) ご飯は炊いた けど、これから 下ごしらえをし たりするのが 面倒だと思 ってしまう。</p>	<p>昼は私1人なので 夕飯の残りや、納 豆などで食べち やう。</p> <p>夕飯は、全員揃 うので平日はな んとなく作って いる。</p> <p>作んなきゃとい う気持ちがある のか)朝も昼も ずっと手抜きな ので、夜ぐら いはそれぞれの 好きなものを作 ってあげたい。 それぞれ別のメ ニューを作ること もある。3人家 族なのに、主人 と娘が全然好み が違うし、私も 違う。</p> <p>夫はボリューム 系で揚げ物が好 き。娘は何が入 っているか分か るようなシンプ ルなものが好 き。シンプルと 言っても難しい のだが、例えば ファミレスのハ ンバーグとか分 かりやすいの が好き。いろ いろ混ぜたサラ ダや煮物は嫌 がる。</p> <p>お嬢さんは魚 と肉ではどちら が好きなのか)魚 は骨を取るの が面倒なよう で、骨がない とか少なめの、 サケの切り身は 食べる。それ は物心がつい た頃からだが、 食べ方が下手 だから、魚を出 しても6割ぐら いしか食べない 。食べられる ところも避け て残してしまう ので、こっちは 出さなくな っちゃう。</p>	<p>昼は私は仕事を しているの で、社食。社食 では、普通の 定食かおうどん か。定食はあま りおいしくな くて、何これ? という感じの ものが多い。 夜は息子が殆 ど合宿所だ ったがここ 何日かは家 から通うので、 息子がいると 毎日肉にな ったり。ハン バーグもす ごく好きなの で、冷凍なら 2個とか食べ るから大変。</p> <p>息子がいない と金曜日ま では主人も 食べないの で、娘と2人 か私1人で、 スープ春雨 だけという ことがある。 作るとガツ ツリ作る が、私1人 だとスープ 春雨とかに なってしまう。</p>	<p>昼は夕飯の残り。 主人の帰りが遅 くて夕飯が残 るので、それを 消費している 感じ。夜は朝、 昼作っていな いので作る。 作らないと、 学校で何か言 われそうだ から。ママ友 と喋るが、魚 だと物足りな くてもう一品 作るのだに なる。魚だけ だと満腹にな らないようだ。 肉はバーツと 食べられる ので良い。</p> <p>C:うちの 子も、魚だ と、ご飯が 進まない らしい)嫌 いじゃない から出せば 食べるん だけども、 もうちょっ ど何かない ?とわれ ちゃう。魚 とごはん で満腹にな らない。 D同意) E女の子 もそう)A 見た目の メニュー 的にもそう なっちゃう。 魚だと煮 物を別に作 ったりする が、肉は野 菜を敷いて、 その上に炒 めた肉を バーンと載 せると、見 た目もビ ジュアル的 にお腹がい っぱいにな るのかもしれない)</p>

2.食生活について(2)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
<p>(つぎ) 自分で作る ことが多いか、 中食や外食も 含めながら用 意することが 多いか</p>			<p>私は肉でも魚で も、どちらでも いい。</p> <p>平日の夜はなん とか作るが、休 日は出かけるこ とが多いので、 出先で外食を する。</p> <p>外食でも好み が3人3様で揉 めるので、結局 バイキング形 式が多い。</p>		

2.食生活について(3)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
物足りなさは量の問題かイメージの問題か	<p>息子は肉の脂が嫌い。 3人それぞれ自分の食べたいものを自分で作るというのが基本。週末は外食をしないで自分が食べたいものを作るので、それぞれ台所に立っている。気がつくと台所に3人並んでいる時があって、喋りながら作っていることもある。</p> <p>そうするようにご自身が仕向けたのか)そうではないが、結構最初から。幼稚園の時から台所が嫌いじゃない男の子にするため、卵焼きを自分で焼かせてお弁当に持たせたりした。そうすると、先生からほめられることもあって、続けたようだ。私が仕事から帰ってくると、フライパンの残骸があつたりするので、何を作ったの?と聞くことがある。</p> <p>息子は魚が好きだが、魚料理はあまり作らない。チャーハンとか卵料理が多いようだ。卵と魚は焼くのは同じだが、手間が違う。卵焼きの巻き方とか、チャーハンがパラパラにできたりすると達成感があるようだ。E:魚はグリルに入れるだけだから、達成感がないんじゃない?) 良い感じに焼けたというほど、魚料理までには達していない。</p>	魚はカロリーが低いと思う。		魚はカロリーが低いと思う。	<p>魚は切り身になっているので、何グラムという発想がない。</p> <p>肉はパーツと炒めたりするが、魚を2~3切れ食べるということはない。お肉はお腹いっぱいになるまで食べられる感じだから。</p>

2.食生活について(4)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
<p>魚料理と肉料理の達成感の違い</p>	<p>漬け込み系の魚は、キッチンペーパーを使ってフライパンで焼いている。その場合、達成感は崩れないことだけ。あとは、お皿にきれいに盛ることぐらいしかいかもしれない。</p> <p>どうしてグリルはイヤなのか)分解して…。</p> <p>E 洗っても網がきれいに洗いきれなくて、何か残っているみたい)</p> <p>前のグリルは魚をしばらく焼かなかつたら、使えなくなつたぐらい。今はグリルも新しくしたが、わたを取っているサンマを、グリルに入れたらそのままひっくり返さなくても両面焼けるのだが、焼けているかどうかを見るのがイヤだし、終わったあとの掃除もイヤ。</p> <p>電子レンジで焼き目がつくというのを買ったがあまりおいしくない。</p> <p>それにその電子レンジでできるものは1個が高いし。それなら肉の方が良いと思ってしまう。</p>	<p>魚は焼くばかりで手を抜いたかなと思ってしまう。</p> <p>肉は形として派手なものができるから、やったという感じがある。</p> <p>網だけ金タワシで洗って、あとは食洗機なので、だいぶラクになったのだけど、その作業はちょっと…。</p>	<p>魚料理が全然できなくて、グリルで焼くぐらいなので、魚は焦げずに焼けたというレベルしかない。</p> <p>肉はいろいろアレンジして、野菜と一緒に炒めるだけで、ジャン!!という感じでできる。</p>	<p>グリルを洗うのがイヤ。 (E以外全員同意)</p>	

2.食生活について(5)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
魚料理をする時の道具の工夫					<p>1か月前に電子レンジが壊れた。買い替えて選んだのは、最近魚をあまり食べていないので、網が付いているタイプのレンジもあったが、網は洗うのが面倒でやらないので、鉄板が波々になっていて魚を置いて焼けるというのがあったので、もしかしたらやるかもと思って買ったが、まだ魚は焼いていない。</p> <p>A 電子レンジで魚を焼くと、あとの電子レンジのニオイが気になりそう(チンするやつを使ってみたが、中にニオイがこもったのでイヤになってやめた。</p>
グリルで肉を焼くか	<p>鶏の皮を先にグリルで焼くことがある。塩だけで焼くとおいしい。</p> <p>グリルでお肉を焼く時と魚を焼く時では差はあるか)どちらもイヤ。</p> <p>グリルで肉を焼くのは、よほど気合が入っていないとやらない。でもフライパンで焼く方が良い。</p> <p>食べるのはおいしいけど、グリルは後始末を考えると手を出したくない。</p>		グリルでお肉は焼かない。		

2.食生活について(6)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
最大に頑張った時の魚料理	<p>普段は味つきの魚を焼く専門。最大に頑張ると、カレイの煮つけ。</p>	<p>できて、ブリの照り焼きぐらい。カレイの煮つけを結婚当初頑張ってたが、10何年やっていない。</p> <p>おいしいと思うけど、身が薄くて、食べた気がしない。</p> <p>普段は、焼くことはやっている。</p>	<p>魚は普段は焼くくらい。あとは白身の魚でカリカリにソテーみたいに焼いたりした。子どもが一時期それに凝っていたから。</p> <p>煮つけなんてやったことがないし、やり方も分からないくらい。</p> <p>お肉を煮たりすることは?) 角煮みたいなものということ? (マトソースで煮込んだりすることは?) あまりやらない。煮る系は、魚に限らずあまりやらない。</p>	<p>煮つけは2年前くらいにやったかな。</p> <p>子どもが魚釣りが好きでハマったのでやったこともあったけど、おいしくてそれだけでは足りないということをやめた。</p> <p>娘がダイエットしたいということで、サケのホイル焼きは最近やった。</p>	<p>普段はサケの塩焼きをやったら、おめでとうという感じ。</p> <p>ブリ照は作るが冬のメニューなので、年何回かしかやらない。ブリ照も頑張ってたという感じ。</p> <p>カレイの煮つけを、子どもが小さい時にすごく頑張ってやったら、中が半分生で失敗してやらなくなった。</p>
魚料理を奮い立つきっかけ				<p>テレビで魚のDHAがいいと聞くと、何年もやっていないからまずいかなと思って、やろかなと思うけど…。</p>	<p>基本的に私は魚が嫌い。骨がイヤ。骨を小学生の頃につめたので、食べるのもイヤ。</p> <p>子どもが小さいと魚料理を作ったら私がむしるので、それもイヤで遠ざかった感じ。</p> <p>私が嫌いで子どもが魚嫌いになっても困るなと思って、その(カレイの煮つけの)時は頑張ってみた。</p>

2.食生活について(7)

② 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
魚介類の加工品の利用	加工品は食べるが、息子と私だけ。主人はそういうものも嫌いなので、弁当にも入れない。			ツナ缶は使う。サラダに入れたりする。	子どもが、おでんが好きなので、9月になるとおでんものがよく店頭に出る。食材とセットになっていて、子どもが気に入ったメーカーがあるのでよく買う。 子どもは、ご飯を食べる時に、ちりめんじゃこやしらすをかけるのが好き。 あとは小さいめざしが家族みんなが好きなので、オーブントースターでチンして皿に入れておくと、おやつ代わりになる。それで食べた気になっている。
魚の骨付きの加工品について	子どもの頃はそういうものを食べた記憶があるが、自分で買って出したことはない。	食べない。	主人と娘が買い物に行くと、甘辛っぽい味の濃い魚料理を買っているが、私は味が濃すぎて食べない。	オイルサーディンなどは私は好きだが、子どもが食べない。	
スープ類で魚を使うか	マダラの鍋。	何年か前は、鍋にタラを入れたが、しょっぱくなるのでやめた。今は鍋も肉を入れる。			クラムチャウダーにシーフードミックスを入れて作ることがある。 具だくさんのスープが子どもは好きなので、よく作っている。

2.食生活について(8)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
夕食の準備と夕食を始めるタイミング	5時くらいから作り始めて、調理は40分くらいかけて、食べるのは7時くらいからになる。	ちゃんと作る時は、5時半くらいから始めて30分くらいかけて、食べ始めるのは6時半くらい。 上の子が部活で遅い時は、7時半や8時くらいまで、待つことがある。	うちは4～5時に作り始める。かける時間はピンキリだが、調理時間は40分くらいが多い。 娘はお腹が空くと作っている最中から違うものを食べたがる。レトレトカレーを食べちゃうことなんかある。 食事時間は、5時半か、6時。主人と食べるなら7時くらい。	7時半から作り始めて40分くらいかけて、食べ始めるのは9時半とか。 みんなで食べるなら待っている。	普段は、6時くらいから準備を始めて、40分くらい調理して、7時から食べる。 簡単なものなら6時半から作り始める。 子どもと私は揃って食べる。主人は帰りがすごく遅いから、待たない。
食生活のバランス / 食生活の要因	色目は気にする。 栄養バランスより色が多くなるようにと気をつけている。そうすれば必然的に栄養バランスが良いだろうと思っている。 足りないものは?)量を減らせと言われるから、作りすぎないように気をつけている。 主人は前の日の残りをタッパーに入れてそれが冷蔵庫に入っているのがイヤらしいので、その日のものはその日に作るように気をつけている。	野菜が足りない。 いつも買ってくる野菜が決まっているから。 ジャガイモ、ニンジン、タマネギ、キャベツ、ネギ、レタスくらいしか買わないので、野菜が足りないと思う。	個人個人で違う。食べるものが違うから。 子どもは緑黄色野菜があまり好きじゃないと思う。同じ野菜でも、煮たら食べても生は食べないとか、同じメニューしか食べないから食べる回数も少なくなる。 主人は食べ過ぎだが、強いて言えば魚の回数は明らかに少ない。 主人は魚が嫌いなわけじゃないが、子どもがあまり食べないので減ってしまう。 でも魚にしてとは言わない。やはり、物足りないからかな。	うちは野菜はなるべく多く出して、食べるようにしている。 ただ、調理の時間が少ないから、煮込めないので根菜類が少ない。 葉っぱ類は多いし、トマトやカボチャは子どもたちが好きなので出している。	子どもたちが具たくさんスープが好きだから、いろいろなものを入れるから、そんなに野菜不足はないと思う。 上の子は硬い肉が嫌いで、挽き肉がメインになる。菌にひっかかるのかのどに詰まるのか、硬い肉は食べにくいと言う。 何が良い?と聞けばハンバーグや麻婆豆腐になってしまう。 それに肉より豆腐の方が好きなようだ。大きくなって痩せているので、もうちょっと肉系を食べて欲しい。

2.食生活について(9)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
夕食のメニューの決め方	<p>生協を2社使っている、カタログを見てメモを取りながら決めている。</p> <p>何曜日は仕事があるかないか、弁当はあるかないかということメモしてあるので、弁当と夜のメニューを思い立った時に書いて、生協で買ったものと照らし合わせて、足りないものをスーパーで買うようにしている。</p> <p>朝5時の朦朧とした状況でも、そのメモを見て、決めたように動いて作っている。1~2週間は、そのメモを見てメニューを決めている。</p>	<p>買い物をしながら。</p> <p>グルッと見て、この肉は安いからこれにしようとかで決めている。</p>	<p>学校給食の予定を見てメニューを決める。</p> <p>前後当日、給食とぶつからないように作っている。</p> <p>あとはスーパーのセール品を見たり、温かいとか寒いという気候と気分で決めている。</p>	<p>帰りにスーパーに寄って決めたり、会社の人に「今日は何?」と聞いたりする。</p>	<p>大体スーパーに行く前に冷蔵庫を見て、残っているものと合わせて何にするか頭に描きつつ、スーパーに行って足りないものを買う。</p> <p>でも、スーパーに行って、安い肉があれば焼肉にとかに変更する。</p>
参考レシピ / 親からの教え	<p>クックパットを年中見ている。</p> <p>残った野菜などを検索して参考にす。それでおいしいと思ったら参考にすが、私ならこれをこう使うとか、アレンジして使う。</p>		<p>参考にするのは、材料を入れて、味つけできる 出来合いの)調味料のパッケージ裏などを参考にして、自分で作る。</p> <p>材料はこれとこれがあるから、参考にしようかなと思って見ている。</p> <p>あとは母親からの味で、何となく自分が食べてきたものを作っている感じ。</p>	Cさんと同じ感じ。	

2.食生活について(10)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
家族での食生活の実態 (全体)					
<p>どんな肉を食べるか / 肉は何を使って食べるか</p>	<p>私と息子は鶏肉、主人は牛肉が多い。</p> <p>鶏はだんごやささみを焼いてとろろ昆布を載せたり。</p> <p>最近は、鶏は焼いて、カイワレ大根と大葉を載せて、ポン酢でさっぱり食べることが多い。そういうメニューは箸で食べる。</p> <p>主人は豚肉も好きで、三枚バラが大好き。私は圧力鍋を使わないが、主人は自分で圧力鍋を使って作るので、圧力鍋は主人の鍋という感じ。私はグリルと一緒に、圧力鍋を洗うのもイヤだから。もちろん主人が作った料理は、私も分けてもらう。</p> <p>あと、私は)豚も食べる。豚は生姜焼きとか。それもお箸で食べている。</p>	<p>主人と子どもが鶏肉が好き。</p> <p>ムネじゃないモモを煮込んだり、唐揚げをしたりする。</p> <p>煮込む時は、切って圧力をかけるので、スプーンで食べたりする。</p> <p>唐揚げは、レモンをつけたりして、お箸で食べる。</p>	<p>肉なら何でも食べるが、私と娘が脂身が嫌いだから、食べるならささみが多い。</p> <p>煮たり焼いたり。</p> <p>フォークとナイフなんて食卓に挙がらないので、箸で食べている。</p>	<p>夏はしゃぶしゃぶはサラダに載せたり、冬は煮込んだりする。</p> <p>トマト缶を入れたりもする。</p> <p>基本お箸で食べる。</p>	<p>平日は主人の意見は入らないので、豚肉のバラしゃぶしゃぶ用をなんでも使う。</p> <p>豚バラは、焼いたり、ドシ汁に入れたりしている。</p> <p>お箸で食べる。</p>
<p>夫は家で酒を飲むか (酒のつまみは)</p>	<p>飲むけど、つまむのはお菓子。</p>				

2.食生活について(11)

Q) 食生活について					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
魚料理を作る頻度、メニュー		<p>月1回くらい。</p> <p>スーパーで魚が買いたい雰囲気ですんでいたりすると買う。</p> <p>買いたい雰囲気ですんでいるというの(サンマが秋で安かったりすると毎週食べるともあるが、今年はあまりサンマを食べていないなと気づいたら買う。</p>	<p>練り製品でちょっとは頻度が増えるが、切り身を焼くだけだとしても月1回とか。</p> <p>(それはどういう時なのか)しばらく食べてないなと思って、スーパーで良さそうなものを買うとか。</p> <p>(しばらく食べていないと思いつくのは?)給食のメニューで何度か魚があるのに、家では1回も食べていないと気づいたら。</p>	<p>夏は、魚は食べない。</p> <p>魚は、冬の方がおいしいイメージがあるから。</p> <p>冬に刺身をたまに食べるかな。</p> <p>それは、娘と2人とかで、刺身の鉄火丼で手軽に済ませたりする。</p>	<p>ここ何カ月はやっていない感じ。</p> <p>最近はおでんシーズンなので、おでんの練り製品で魚を食べた気になっている。</p> <p>魚料理は作るというより、刺身を買ってきて、魚を食べた気になっている。</p> <p>刺身も月1回買うか、買わないか。</p>
魚の旬の意識				サンマやブリぐらい。	
旬の魚の価格感			今、何が旬とかよく分からない。旬自体が、ピンとこない。	あまり意識していない。	今年のサンマはこうというTVのニュースを見るだけで、イコール買いに繋がらない。
サケ、マグロ、イクラなど年間通してある魚への意識	<p>サケは主人の実家が函館なので、主人の母からそろそろ送るからねと連絡が入ると旬の時期を感じる。主人の実家からは1匹を買って切り身にして送ってくるから、またグリルで焼くのかと思うぐらい。</p> <p>味つけの切り身ならフライパンで焼けば済むけど、サケの切り身ならグリルで焼くから、また洗わなきゃと思うだけ。</p> <p>生協のカatalogを見ると旬だから安いということも分かるが、それを買うかどうかは考えながら選んでいる。</p>				

3.魚の摂取状況(1)

B) 魚の摂食状況				
A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について				
<p>スーパーの魚売り場のイメージ /好きな売り場 /よく行く魚売り場</p>	<p>サケやブリなど決まったものしか買わないのでそれしか見ない。</p> <p>新しいものを見る気もしない。</p> <p>どうしてか)調理法も分からないから。</p> <p>週1回魚を食べようとお腹に赤ちゃんがいる時は思ったが、今は月1~2回しか魚を食べないので、じっと見ることはない。</p>	<p>この魚はこういう調理に合っていると書いてくれないと分からない。</p> <p>食べ方が分からないので、ちょっと書いてある方が良い。</p> <p>グリルに最適と書いてあったりすることもあるので、興味を持つものがある。</p> <p>(それは、レシピまできているか、焼き魚に最適という言葉がいいのか、出来上がりの見本などを置いて欲しいのか)過剰に親切なら、ビジュアルを載せて欲しい。</p> <p>写真で、出来上がりが分かるので良い。現状は)あまりそこまで載せてない。</p> <p>レシピを置いてあるところもあるが、そこまでなくてもいい。魚のところにビジュアルで出来上がりが出ていたらこうなるのねと思うので、それで良い。</p> <p>売り場はどこに行っているのか)放浪する方なので、どこになるかな。</p>	<p>何とかに最適というのを見るが、素通りしちゃう。</p> <p>イメージが湧かないから。</p> <p>今行っている売り場は?) ライフか西友だが、何も書いていないと思う。</p> <p>ライフや西友の魚売り場はどうか) どうも思わない。殆んど素通りするだけ。</p>	<p>私が行く売り場は、ちりめんじゃこやイワシが置いてあるところがあって、真ん中に切り身を置いて、左端に刺身がある。</p> <p>取り敢えず、ちりめんじゃこのところに行って、切り身を素通りして、刺身のところに行く。</p> <p>どうして切り身は素通りなのか)切り身はメインのおかずにならないという考えがあるから。</p> <p>切り身そのもののボリュームもあるし、さらに一品作らなきゃいけないなら、刺身に行く。</p> <p>ダイエーに行くことが多い。</p>

3.魚の摂取状況(2)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
<p>(つぎ) スーパーの魚 売り場のイ メージ /好きな売り 場 /よく行く魚売 り場</p>	<p>刺身は鈴木屋で 買っている。他の スーパーは刺身 がおいしそうに見 えない。たまに ヨーカドーでも見る が、ニオイなどもイ ヤで買わない。</p> <p>鈴木屋は、刺身の バイキングをよく やってくれる。刺 身の盛り合わせ がバーンとあるわ けではなく、単品 で小さいものを いっぱい売ってい る。好きなものを4 つで1,000円と言 われる方が、ボン と盛り合わせで 980円と言われる より良い。1品1品 4種類買えるのが 良い。鈴木屋には ふぐをさばける人 もいるので、安心 感もあるので。刺 身は鈴木屋で買 う。</p>				<p>よほど自分が目覚 めて、魚を買う気 にならないと、 スーパーでも素通 りしてしまう。</p>
<p>スーパーで、 骨や鱗を取っ てくれるサー ビスについて</p>	<p>大きな魚だと、こ の量をどうしよう? と思うので、買う のは切り身しか頭 にない。少子化だ し、度量がないか ら刺身や煮つけ、 焼くということが全 てできるわけじゃ ないから、1匹さば いてもらっても、い ろいろな用途に調 理できない。</p> <p>TVで、激安スー パーで魚の袋詰 め放題を放送して いたが、あんなに 買ってどうするん だろうと思った。</p>	<p>スーパーで試食が あったら良い。</p> <p>スーパーはいろい ろ行くが、ヨーカ ドーとかサミットが 多い。</p> <p>サミットでもさばい てくれるが頼まな い。</p> <p>そこまで頼んで買 おうとは思わな い。</p>			

3.魚の摂取状況(3)

B)魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
ネットのレシピ、料理本について		魚料理のメニューはあまり見ない。肉もあまり…。 パンを作るので、パンについては見るのが好きだが、料理系の本や情報はあまり見ない。すでに家にある本は見るけど。		たまに見る。 でも、魚料理はパラパラと見て、こんなものもあるんだなと思う程度。 それを見て作ることは殆んどない。	
魚料理教室や、グリルを使わない魚料理などのアイデアへの興味	★全員 興味がない。				
魚料理に前向きになれない理由	★全員 魚料理が苦手。		一品作れるようになって、覚えたかいない。 家族の反応として、冷ややかな感じが浮かぶから。 (大喜びしない)		主人は魚が嫌いではないが、余計な手を入れてくれるなという感じ。 塩焼きが一番いいらしい。 いじくったことをしないで、塩焼きなどシンプルが良いと言う。

3.魚の摂取状況(4)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
魚料理が苦手な理由				私もニオイがイヤ。一生懸命魚料理を作っていた時期、洗ってもシンクにニオイが残った。そうやって作っても、やったわりには子どもはちっとも喜ばない。 それに魚は値段が高いと思う。切り身を2切れで500~600円など、結構な金額になってしまう。そうすると肉の方が500、600円で結構な量があっていい。1品として魚をメインにするには高い。	自分が嫌いだし、頑張って作っても物足りないと言われちゃうし…。 魚が嫌い?魚料理が嫌いなのか) 全体的にイヤ。ちりめんじゃこやイワシ、おでんならニオイもなくていいが。魚が入ったパックとか、サランラップも、手もまな板もニオウ。 ニオイが残らなければ良いのか) 多少なら良いけどニオイはイヤ。
魚の価格感	1品あたり、出来るものかを考えると価格は高いと思う。 弁当用に魚も買っているのですが、夜はなかなか魚が出ない。	魚は高いと思う。 どうして魚が高いと思うのか) メインの1メニューなのに、高い。			あまり魚料理はやらないうが、ワンシーズンに1回はブリを食べようと思った時に見ると、それなりにおいしそうかなと思う。でも、見ると結構高くて、4切れ買うことを考えると、それに比べて安い肉でバーツと作った方が良いと思う。
魚をさばくこと/何がイヤなのか	ニオイが嫌い。味つけの魚を買うのはニオイがないから。 下ごしらえとか、後片付けまでニオイがあるから。 昔はさばけたが、今はやらないからできないと思う。 きっかけはないけど、やらなくなった。	さばこうと思う魚を買わないので、さばいたことがないかも。 どうして魚料理が苦手だと思っか) 魚料理は家族があまり食べようと言わないから。	焼いてニオイがするのはイヤ。 さばくのはイカくらい。あとは分からない。昔習ったが覚えていない。 それから何十年も経っていると思うが、今さらまたやろうと思わない。丸々来ちゃったら、どうしたらいいか分からない。	さばくのはできるが、まな板、手、排水溝などからニオイがするのはイヤ。	別にさばけなくても店でやっているのだから不自由しない。

3.魚の摂取状況(5)

B)魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
鮮魚にゴミ処理バックが付いている商品への関心			関心がない。全員同意)		
魚を提供する側への要望	<p>魚好きの息子に聞いたら、いつもは冷凍食品か刺身だが、やはりニオイだろうと言っていた。</p> <p>この時期、発泡スチロールの入れ物に、旬のサンマをバーンとそのまま入れてあってビニールに入れるのだが、魚のニオイで遠巻きに見てしまう。息子のように、魚好きでも抵抗があるようだ。</p>		売り場に試食があって、簡単に作れるなら、ちょっと食指が動く。		<p>骨が嫌い。骨がなくて安心して食べられるなら良い。</p> <p>そういうものもあると思うが(?) うーん、そうかもしれないけど…。</p>
魚のニオイ	★全員:そういう魚のニオイがする売り場はイヤ。				そのニオイに釣られて買っちゃうことは?) とんでもない。
(再度)魚を提供する側への要望	<p>揚げ魚に野菜を添えたらおいしい。でも、切り身だと、揚げるお魚用にどうやってカットすれば良いとか、そこまで気持ちが回らない。</p> <p>肉は薄切りや細切りなど、いろいろな切り方のバリエーションがある。魚も揚げやすいようなカットがあればいいかもしれない。</p> <p>〔切り身が小さくてフライパンにたくさん入れられるとか〕</p>			<p>私は「この魚でできた料理も売っている」とか、少しずつ買えるものがあつたら買うかも。</p> <p>素材でも出来上がりがでも売っている?) そう。結構切り身は高いし、加工してあるものとか、少ない量などでも売っていたら買うかも。</p> <p>ハードルを下げた欲しい。</p> <p>〔とりあえずそのステップからという感じ〕</p>	<p>魚料理は淡泊なので、それだけでは物足りないというイメージがある。</p> <p>1品でボリュームがあつて、肉に匹敵するくらいのボリュームがあるなら考える。</p>

3.魚の摂取状況(6)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
<p>(つぎ) 魚を提供する側への要望</p>	<p>生協で買う味っきの魚は週3回弁当に入れる。夜の食卓に上るのは2週間に1回。生協で買うのはサバの味噌煮などお湯でポイルするだけのものもあるので、晩ご飯にも使う。</p> <p>サバの味噌煮は息子だけが食べる。だから、1人前用が欲しい。数切れ買って自分で調理するよりも、1人分の調理済みがある方が良い。息子はきれいに骨も取る。息子はあら素敵という感じで魚を食べるから。</p>				
<p>子どもに魚の食べ方を教えたことがあるか</p>	<p>★全員:子どもに魚の食べ方を教えていない。</p> <p>うちの息子は食べたいが故の本能で分かったのだと思う。教えたことはないから。</p>	<p>サンマは骨をこすり取れば食べやすいということは教えた気はするけど。</p>	<p>見せたことはあるかもしれないが、子どもはできなかった。</p>		
<p>自分が魚をちゃんと食べることができるか</p>	<p>できない。</p>		<p>人並みだと思う。</p>		<p>できない。</p>

3.魚の摂取状況(7)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
海洋資源に恵まれている日本の環境を大事にしよう と習ったことがあるか	★全員習った記憶がない。				大事にしようということを知ったということ?
魚に限らず、日本の自給率について					ニュースでやっていたら「ふーん」と見るが、あまり意識はしない。
海産物の自給率は	10%を切るぐらい。	2～3割。	とても少ないと思う。	想像がつかない。	2割。
海産物の自給率6割について		海に囲まれているから。	「ふーん」という感じ。		何がそんなにあるのかな?という感じ。
輸入魚のイメージ		冷凍のイメージ。新鮮なうちに冷凍されたら、輸入品でも大丈夫だと思う。 でも、なんとなく、中国はイヤ。			輸入のお魚ということは、買い控えることもないし、国産と分け隔てない。
国産魚のイメージ		震災復興で買いたいと思う。		新鮮でおいしいのかなと思う。	震災の前までは意識しなかったが、震災後は農産物についていろいろと言われているので、魚は大丈夫かと気になる。
自分でもっと魚料理を作りたいか		多少。(A、C同意)			作るようになりたい。 取り敢えず食卓に増やしたい。手段は、レンジでもいいけど。

3.魚の摂取状況(8)

B)魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
魚を食べなければと思う理由	子どもが成長すると、私1人の食卓が増えるので、あえて増やさない。今のままで良い。	これから歳を取っていくと、段々肉が食べられなくなると思うので、魚を増やしたいと思う。	今はお肉野菜中心だからメニューを増やしたい。	成長と共に子どもと一緒に食べなくなるので。主人は魚が好きではないし、自分だけならデパートで買った方が良い。	私の魚嫌いはなおらないかもしれないが、子どもが大きくなって魚の食べ方を知らないということがあったらかわいそうだから。子どもが食べて欲しい。
魚料理が好きか	嫌いじゃない。		嫌いじゃない。	嫌いじゃない。 ただ、特に好きというわけじゃない。	
夫は魚料理が好きか	★全員:主人は魚料理が好きではない。				
夫は実は魚料理が好きなのに、言い出せないのでは	おでんも好きじゃないから、間違いなく魚は好きじゃない。				魚と肉なら、肉が良いと言う。
焼き魚を作るか	★全員:たまにする。 ★全員:自分で焼く。				
食卓の装飾		ムニエルなら、粉ふき芋とかぐらいはする。		大根おろしを添えるのが面倒。焼いて、さらに大根おろしをするなんて面倒。	魚は魚でボンと切り身だけ。
魚の骨を食べることについて	揚げれば良いと思う。			おつまみに揚げた骨は食べるけど、調理ではやらない。	それなら小さいイワシやシシャモの骨を食べたい。
魚料理に適した熱源	★全員:ガスを使っている。				前はHで今ガスだが、別に変わらないと思う。

3.魚の摂取状況(9)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
自宅で作る魚料理について					
未利用魚種」という言葉の認知度	★A以外全員知らない。 さかなクンがテレビで紹介していた。居酒屋で未利用の魚をつまみで出しているらしい。大田区らしい。まずは生でなく調理済を食べたい。				試食があれば興味を持つ。
魚料理の中食・外食について					
中食の魚		買いたいと思って探したが、デパ地下で魚の惣菜を見つけれなかった。		高いから…。	焼きまで終わっていると、硬そうでおいしくないと思う。
外食の魚			ある。 寿司もあるが、煮たものとかをファミレスでも食べる。自分でやらないから。		ある。 回転寿司。
回転寿司は行くか	★全員 回転寿司に行く。				
よく行く回転寿司店	びっくり寿司。	くら寿司。あとはスシローにも行く。	魚屋路。	鮎子丸。	くら寿司。主人が好きな店だから。
回転寿司の選択理由		おいしいのを食べたい時は、スシローに行く。			うちはスシローとくら寿司を食べ比べたが、主人はくら寿司の方が好きらしい。
オープンしたての回転寿司店舗への興味		新しいところは、行かない。 行くのは、おいしさというより、近所だから。			

3.魚の摂取状況(10)

B) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
魚料理の中食・外食について					
回転寿司の良さ	うちは殆ど行かない。	私はあまり生の魚を食べない。 主人と子どもは食べるけど、私はコーンとかを食べている。			私はあまり量を食べない。ファミレスの定食は、私にはご飯の量が多い。 くら寿司は好きなだけ選べるし、食べただけお金を払えばいいので、私には丁度良い。
回転寿司店に行くタイミング		いつもくら寿司は混むので、5時半くらいに行ける時に。	お腹が空いているから、すぐに食べたい時。	夕飯を作りたくない時に。 割引券付きのチラシが入っていたら行く。	土日に行く。夕飯を作りたくない時など、外食＝くら寿司みたいな感じ。
回転寿司店の情報チャンネル		TVCM。			
国産肉と輸入肉のどちらが好きか	何もない。野菜は気にするけど、肉はそんなに…。	狂牛病があったので、どうかな?とと思ってアメリカ産は買わない。			オーストラリア牛はニオイが気になったことがあったので、使っていない。
肉の産地、トレーサビリティへの関心	パルシステムはそういう情報を載せている。こだわりがある国産は高いので、ご褒美として買うことがある。 普段はアメリカとかオージービーフも買って冷凍庫に入っている。アメリカ牛はあまり出回っていないのか、最近はオージービーフが多い。国産は高い。				
肉の脂身・肉汁について/産地による脂身・肉汁の違い	昔ほど感じない。	今もおいしいかな…。		産地によって脂身や肉汁が違う(か)そこまでは、意識していない。	

3.魚の摂取状況(11)

G) 魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
魚料理の中食・外食について					
魚と肉の脂肪分の違い		<p>魚の方が、脂肪分が低いことは知っている。</p> <p>A、C、E知らないだから魚の方が体に良いということだが、あまり魚は好きじゃないから…。</p>		<p>栄養士だったから、そういう脂肪分の違いなどは知っている。</p> <p>面倒くさいから、魚はあまり食べないけど。</p>	

3.魚の摂取状況(12)

B)魚の摂食状況					
	A	B	C	D	E
スーパーでの食材の購入状況					
よく食料品を購入する店	★全員:スーパーで買う。 生協。				生協も使っている。
買い物の頻度	まとめ買い。	毎日買い物をする。	まとめ買い。	毎日買い物をする。	2~3日に1回買い物をする。
買い物は1人か	1人で行く。	1人で行く。	週末にまとめ買いをする時は、運転してもらうこともあって、全員で行く。平日に足りないものを買う時は1人。 家族が何が食べたいかというのは、買い物に反映するのか)メニューを考えるのが面倒で、私の方からリクエストを聞くので、結構反映している。	1人で行く。	1人で行く。
ネットスーパーの利用	★全員:利用なし。 ★全員:今後の利用意向なし。	見て買いたいし、スーパーで買い物するのが好きだから、利用したことはない。			

4.魚に対する潜在意識・子どもの食育について(1)

④ 魚に対する潜在意識・子どもの食育について					
	A	B	C	D	E
魚に対するイメージ					
簡単な魚料理のイメージ	焼くだけ。フライパンで焼くだけ。 グリルは簡単じゃない。	グリルを使ってもいいけど、焼くだけ。	めったに食べないから、グリルを使ってもいいけど。キッチンを新しく取り替えたなら、グリルも使いやすいのだが、月1回未満しかやっていない。	温めるだけ。	真空で、温めるだけ。
子どもの食育について					
給食を出してくれてラクで良いと思っ ている(いた)か	★全員 給食は、ラクで良い。 給食がきっかけでエビが食べられなくなった。 子どもも未だにあのスープでエビが食べられなくなったと言う。今も、エビアレルギーということにして、宿泊する時は食べなくていいようにしている。給食は良かったけど、あのエビの調理法は間違っただけじゃない?と思う。				
食育は自分で実施したいか、学校に任せたいか	横浜市は、ハマポークがある関係で給食を残して良いというスタイルがあった。 給食の残飯を豚に食べさせて、その豚が給食に上がるという壮大なことなのだが、自分たちが給食を残しても豚に行くからいいという意識があった。だから食育のポイントはどこなのか。そこはどう教えるかが難しいと思う。		うちは4年だから学校で習って欲しい。 学校で習うことは真に受けるから。 自分が言っても三角食べをしてくれなかったし、よく噛んでくれなかった。B、E同意)	うちの子の年代は食育がなかった。 レタスとキャベツの区別もつかなかった。 でも成長していけば自然と覚えるものだから、20歳になってから言ってもねというのはあるが、小学生当時に食育をやったかったと思う。 未だに、1つのものを食べ終わるまで次を食べないから、食育はやった方が良い。	専門的な理論は学校で教えて欲しい。 ただ、理論だけでは身につかないから、家で作る機会などは与えたい。

4.魚に対する潜在意識・子どもの食育について(2)

④ 魚に対する潜在意識・子どもの食育について					
	A	B	C	D	E
子どもの食育について					
給食の魚料理について		給食の話はあまりしなかった。	献立表では、うちで真似できそうなものしか覚えていない。 サケをゆず風味に焼くとか、そんなに難しそうではないから私も真似できそう。		今日は魚料理だったと子どもが教えてくれた。別においしいとも言わない。 メニューの事実を教えてくれるだけ。
給食の魚料理の頻度やメニューバランス			バランス良く出ていて、昼にバランスを取ってくれるので、安心している。		思ったより週に何回も魚があると思ったので、そのままいい。
給食の試食体験					給食の試食があり、試食したらおいしかった。メニューはマグロの煮込みみたいな感じ。 ブロック状のマグロをご飯の上に載せて食べる感じ。ご飯と丁度合っただけおいしかった。
給食担当の栄養士と接する機会				友達がやっている。給食は、結構まんべんなく出ていたから、不満はなかった。	
子どもの箸使い	上手に使う。	上手に使う。		上手に使う。	箸は使うが、魚の骨を外すのは手で取る。(C同意)
魚料理をもっと作るには/子どもが魚料理を好きになるには			全(E)さんに同感。(E 切り身だと焼くだけという発想しかないから)	ある程度加工してあるものが増えたらいい。フライとかフリッターとか、手間がもっと省けるように、粉もついていての方がいい。 A 生協はそうなっている) (E 味つけも醤油味だけではなく、トマト味とかいろいろあるといい) (A 同意) もっと加工したものと良い。	魚も切り身だけではなく、肉のようにいろいろな形態で売っていたら、レパートリーやできることが増えそう。

(参考)ご家庭の食事に関するアンケート 調査項目(プレ調査)

(SA)プレF1. あなたの性別をお答えください。

	選択肢
1	男性
2	女性

(SA)プレF2. あなたの年代をお答えください。

	選択肢
1	30代
2	40代
3	その他

(SA)プレF3. あなたのお住まいの地域をお答えください。

	選択肢
1	東京23区
2	横浜市
3	川崎市
4	千葉市
5	さいたま市
6	名古屋市
7	大阪市
8	京都市
9	神戸市
10	福岡市
11	その他

(SA)プレF4. あなたの職業をお答えください。

	選択肢
1	専業主婦(主夫)
2	パート・アルバイト
3	派遣社員
4	会社員(契約社員含む)・公務員・団体職員
5	自営業
6	その他

(SA)プレF5. あなたの家族構成をお答えください。

	選択肢
1	配偶者と二人暮らし
2	子ども(一人以上)または片親(一人)の世帯
3	配偶者と子ども(一人以上)の世帯
4	配偶者と子ども(一人以上)と親の三世帯世帯
5	その他

(NF)プレF6. 同居家族の人数をお答えください。

(SA)プレF7. 1番小さいお子さんの年齢をお答えください。

	選択肢
1	0～3歳
2	4～6歳
3	7～12歳
4	13～15歳
5	16～19歳
6	20歳以上

(SA)プレF8. あなたの家の世帯年収をお答えください。

	選択肢
1	200万円未満
2	200万円以上～300万円未満
3	300万円以上～400万円未満
4	400万円以上～600万円未満
5	600万円以上～800万円未満
6	800万円以上～1,000万円未満
7	1,000万円以上

(SA)プレ問1. ご家族の方は肉類は好きですか。

	選択肢
1	好きなほう
2	どちらともいえない
3	嫌いなほう
4	アレルギー等で食べられない家族がいる

(SA)プレ問2. ご家族の方は魚介類は好きですか。

	選択肢
1	好きなほう
2	どちらともいえない
3	嫌いなほう
4	アレルギー等で食べられない家族がいる

(SA)プレ問3. ご家庭で食べる肉類・魚介類の購入頻度をお答えください。

	項目	選択肢
1	肉類	ほぼ毎日
2	魚介類	週に3～4回以上
3		週に1回程度
4		月に2～3回程度
5		月に1回も食べない

(参考)ご家庭の食事に関するアンケート 調査項目(本調査)

(MA)問1. ご家庭でよく食べる肉類の種類をお答えください。

	選択肢
1	牛肉
2	豚肉
3	鶏肉
4	その他

(MA)問2. ご家庭でよく購入する肉類の形態をお答えください。

	選択肢
1	ブロックなどの大きい単位
2	角切りなど1口大
3	骨付き状のもの
4	ロースやバラなど薄切り
5	ひき肉
6	その他

(MA)問3. ご家庭でよく購入する肉類加工食品の形態をお答えください。

	選択肢
1	缶・瓶詰
2	レトルト
3	冷凍
4	ハム・ソーセージ・ベーコン
5	その他

(SA)問4-1. ご家庭でよく食べる肉の1食あたりの予算はいくらぐらいですか。

	選択肢
1	100円未満
2	101~300円
3	301~500円
4	501~800円
5	801~1000円
6	1,001~1,300円
7	1,301円以上

(SA)問4-2. ご家庭でよく食べる肉の1食あたりの数量 (g) はいくらぐらいですか。

	選択肢
1	100g未満
2	101~300g
3	301~500g
4	501~800g
5	801~1000g
6	1,001g以上

(MA)問5. ご家庭でよく食べる魚介類の種類をお答えください。

	選択肢
1	まぐろ
2	あじ
3	いわし
4	さけ
5	さば
6	さんま
7	ぶり
8	白身の魚
9	いか
10	たこ
11	えび
12	貝類
13	海藻類
14	その他

(MA)問6. ご家庭でよく購入する鮮魚の形態をお答えください。

	選択肢
1	1匹(1杯)まるごと
2	1匹(1杯)鱗・内臓処理をしたもの
3	切り身
4	刺身
5	その他

(MA)問7. ご家庭でよく購入する魚介類の加工食品の形態をお答えください。

	選択肢
1	缶・瓶詰
2	レトルト
3	冷凍
4	魚肉ハム・ソーセージ
5	練り物
6	干物
7	乾物
8	その他

(SA)問8-1. ご家庭でよく購入する時の、鮮魚の1食あたりの単価はいくらぐらいですか。

	選択肢
1	100円未満
2	101～300円
3	301～500円
4	501～800円
5	801～1000円
6	1,001～1,300円
7	1,301円以上

(SA)問8-2. ご家庭よく購入する時の、鮮魚の1食あたりの数量はどのくらいですか。

	選択肢
1	家族の人数に応じて、1人1切れ/1匹/1パック
2	家族の人数に応じて、1人複数切れ/複数匹/複数パック
3	1切れ/1匹/1パックを家族の人数で分ける
4	その他

(MA)問9. ご家庭で食べる好きな魚料理を、家族別にお答えください。

	項目	選択肢
1	自分（あなたご自身）	刺身・寿司
2	子ども	焼き魚
3	夫や他の家族	照り焼き
4		煮付け
5		ホイル焼き
6		ムニエルなどフライパンで焼いたもの
7		揚げ物（天ぷら・フライ）
8		鍋物
9		その他

(SA)問10. 以下の項目をイメージした際、肉料理と魚料理のうち、当てはまる方をお答えください

	項目	選択肢
1	調理コストが手ごろ	肉料理
2	調理が簡単	魚料理
3	短時間で調理できる	
4	メニューが豊富	
5	美味しい	
6	食べ飽きない	
7	満足感がある	
8	料理の香りがいい	
9	栄養価が高い	
10	健康によい	
11	スタミナが付く	
12	子どもにもっと食べさせたい	
13	自分自身ももっと食べるようにしたい	

(FA)問11. 魚料理のどこを改善すれば良いと思いますか。

(FA)問12. 魚料理のどこをアピールすると、もっと多くの方が食べると思いますか。

(MA)問13. ご家庭で食べる魚介類の購入場所はどちらですか。

利用頻度の多いものを最大3つまでお答えください。

	選択肢
1	大型スーパー
2	食品・日用品中心のスーパー
3	生協
4	魚屋（個人商店）
5	市場など直売所
6	ネットスーパー
7	生協宅配
8	会員制食品宅配サービス
9	インターネットショップ（産直）
10	その他

(MA)問14. そこで魚介類を購入してる理由として、大きなものを2つお選びください。

	選択肢
1	品ぞろえがいい
2	商品の鮮度がいい
3	商品の質がいい
4	商品が安い(特売が多い)
5	店の信頼性がある
6	店員のサービス・対応が良い
7	店舗がきれい・おしゃれ
8	家から近い
9	大きな駐車場を完備・または近くにある
10	交通の便がいい
11	その他

(SA)問15. ネットスーパー(宅配)等の利用頻度をお答えください。

	選択肢
1	1回またはお試し期間内の利用のみ
2	週1回以上利用
3	月1~2回程度利用
4	数か月に1~2回程度利用
5	半年に1回程度利用
6	利用したことがない

(MA)問16. ネットスーパー(宅配)等の継続利用をしない、または利用しない理由をお答えください

	選択肢
1	宅配の購入の仕方が生活に合わなかった
2	商品の価格が高かった
3	送料が高く感じられた
4	注文の手続きが面倒だった
5	店頭で買った方が新鮮に感じられた
6	希望の商品が少ない・なかった
7	その他

(MA)問17. ネットスーパー(宅配)等を利用して理由をお答えください。

	選択肢
1	必要な時にすぐ届けてもらえる
2	商品の価格が手ごろだった
3	注文の手続きが店頭で買うより煩わしくない
4	希望の商品が多い
5	産地や提供者など質の高いものが揃う
6	調理や食べるのに便利な状態で提供されている
7	投薬のない養殖などこだわりの商品が手に入る
8	その他

(SA)問18. ご家庭で食べる魚介類を購入する際の優先順位を以下の中からお答えください。

	項目	選択肢
1	1位	調理の簡便さ
2	2位	価格
3	3位	栄養価
4	4位	新鮮さ
5	5位	国産品など品質

(MA)問19. ご家庭で魚介類を食べる際に感じることをお答えください。

	選択肢
1	どちらかといえば和食のメニューになりがち
2	どちらかといえば洋食のメニューになりがち
3	白いご飯と合うようにしている
4	白いご飯が進みやすい
5	他のメニューとの組合せが難しい
6	野菜と合うようにしている
7	シンプルな味付けにしている
8	調味料を工夫し、味のバリエーションをつけるようにしている
9	味付けがいつも同じになりやすい
10	ねぎ、しょうがなどの薬味をつける
11	衣をつけたり何かと混ぜるなどボリュームを増やすようにしている
12	肉料理も一緒に用意するようにしている
13	その他
14	あまり意識しない

(MA)問20. ご家庭で食べる魚介類を購入する際に参考となる情報は何か。

	選択肢
1	新鮮な魚の選び方
2	産地や生産者情報
3	養殖か天然か
4	養殖に使用された水産医薬品等の情報
5	賞味期限や日持ちする保存方法
6	さばき方
7	レシピや魚に合ったお勧めの調理法
8	簡単な調理法
9	栄養素
10	その他

(MA)問21. ご家庭で食べる魚介類を購入する際に参考となる情報はどのように発信してほしいです

	選択肢
1	商品パッケージ
2	店頭のポップ
3	販売店のちらし
4	販売店のホームページ
5	生産者（漁業組合・食品メーカー含む）のホームページ
6	国や行政の水産物関連のホームページ
7	レシピサイト
8	TVの料理番組や特番
9	料理雑誌
10	その他

(MA)問22. ご家庭で食べる魚介類を購入する際に参考となる情報は誰に発信してもらおうと理解しやすいですか。

	選択肢
1	魚に関する資格のある人
2	鮮魚販売など専門にしている販売員
3	魚の選び方やレシピに詳しいカリスマ主婦
4	TV・雑誌などでよくみる料理家
5	同じ年代くらいの主婦をしている芸能人やモデル
6	栄養士
7	漁業関連に従事している人
8	国や行政の水産物関連担当者
9	大学教授など水産物や栄養学に詳しい研究者
10	その他

(MA)問23. 魚介類を購入する際に店頭側に求める事をお答えください。

	選択肢
1	惣菜の種類を増やして欲しい
2	バイキング形式で少量ずついろんなものを購入できるようにして欲しい
3	包装を匂いが目立たないようにして欲しい
4	切り身の単位を小さくして欲しい
5	下味が付いたものを販売して欲しい
6	冷凍食品など、加熱するだけの状態にしたものにして欲しい
7	その他

(SA)問24. 以下の食に関するサステナビリティ(※)について、ご自身の考えに当てはまるものをお答えください。

	項目	選択肢
1	魚介類の安定した供給のため、生態系や環境に配慮した漁業活動自体が必要だと思う	非常にそう思う
2	生態系や環境に配慮した漁業活動を支援することが必要だと思う	そう思う
3		あまりそう思わない
4		思ったこともなかった

(SA)問25. 次の認証制度を知っていますか。

	項目	選択肢
1	MSC	意味も含めて知っている
2	MEL	名前や認証マークだけは見た・聞いたことがある
3		今回、初めて知った

(SA)問26. MSCやMELの認証マークのついた魚介類を購入することで、魚介類の安定した供給活動を支援したいと思いますか。

	選択肢
1	非常にそう思う
2	そう思う
3	あまりそう思わない
4	まったくそう思わない

(SA)問27. 認証制度に従った漁業活動の結果が、
小売価格に反映された場合、あなたはどこまで受け容れられますか。

	選択肢
1	小売価格の3%までなら高くても認証の商品を買う
2	小売価格の5%までなら高くても認証の商品を買う
3	小売価格の8%までなら高くても認証の商品を買う
4	小売価格の10%までなら高くても認証の商品を買う
5	小売価格の10%以上でも認証の商品を買う
6	1円でも小売価格に反映してほしくない

(SA)問28. あなたは次の資格を知っていますか。

	項目	選択肢
1	おさかなマイスター	意味も含めて知っている
2	日本さかな検定(ととけん)	名前だけは見た・聞いたことがある
3	シーフードマイスター	今回、初めて知った

(MA)問29. おさかなマイスター、日本さかな検定、
シーフードマイスターのような資格についてどのように思いますか。

	選択肢
1	自分も受けてみたい
2	子どもが興味を持ったり、受けられたりするものがあると良い
3	販売者は資格を持っていた方が良い
4	生産・加工者は資格を持っていた方が良い
5	その他

「子育て世代の消費動向 ～子育て世代の食選択の背景～」

平成24年3月発行

発行 社団法人大日本水産会
魚食普及推進センター

連絡先

〒107-0052 東京都港区赤坂1丁目9番13号
三会堂ビル8階

電話 (03)3585-6684