

生活科学情報

キッチンにおける『油』の存在'97~'09 12年間の変化と最近のトレンド



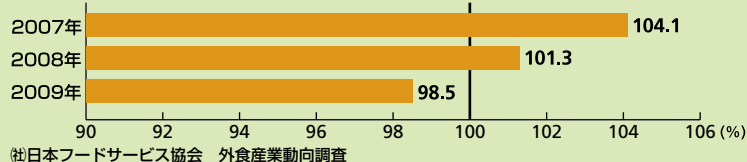
調査背景

日清オイリオグループでは、「キッチンにおける『油』の存在」調査として、食用油の購入・使用・片付けなど食用油に関する事項を包括的に盛り込んだ調査を継続的に行ってきました。

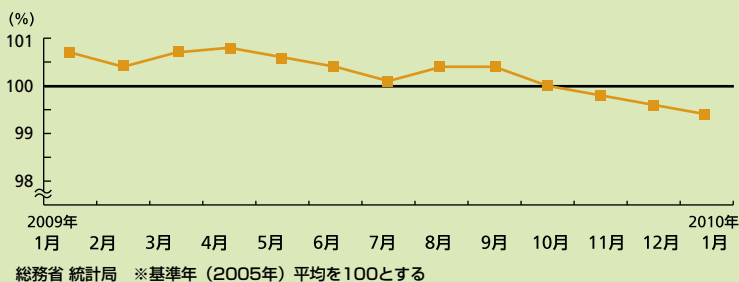
最近では、節約志向からの外食控え（図1）による家での食事の機会の増加、物価の下落（図2）などを背景として、生活必需品である食用油の使用状況も変化していることが予測されます。

2005年にもショートレポートNo.7にて、1995年からの変化について解析を行いました。その後の推移と現状を把握することを目的として調査を行いました。

(図1) 外食産業売上金額前年比



(図2) 消費者物価指数



目次

調査背景	1	揚げ物惣菜について	6
食用油の選択スタイル	2	食用油使用後の処理	8
食用油の購入重視点/ 食用油のブランド/今後の使用意向		揚げ油の使用回数/ 食用油の捨て方	
調理スタイル	4	おいしい揚げ物は？	10
炒め物調理/揚げ物調理		まとめ	

食用油の選択スタイル

食用油の購入重視点

「ブランド」「日付」を重視する人が増加

食用油を購入する際に最も高い割合で重視されているポイントは、一般食用油では「価格が安い」こと（図2-1）、健康オイルでは「健康をうたっている」こと（図2-2）、オリーブオイルでは「容量が適当」であること（図2-3）とそれぞれ異なる項目があげられました。なかでも、一般食用油の「価格が安い」ことは若年層で高い（図2-4）、健康オイルの「健康をうたっている」ことは20代で低い（図2-5）、オリーブオイルの「容量が適当」であることは単身世帯で高い（図2-6）のように年代や家族形態によって特徴がみられました。

06年からの変化をみると、全ての種類の食用油で「ブランド名（メーカー名）」と「日付（賞味期限）」が増加しており、ブランドや鮮度を重視している様子がみられました。また、オリーブオイルでは「産地」「香り」等の項目が増加しており、選択する際のこだわりがみられました（図2-3）。



図2-1 一般食用油購入時の重視点

【一般食用油購入者】

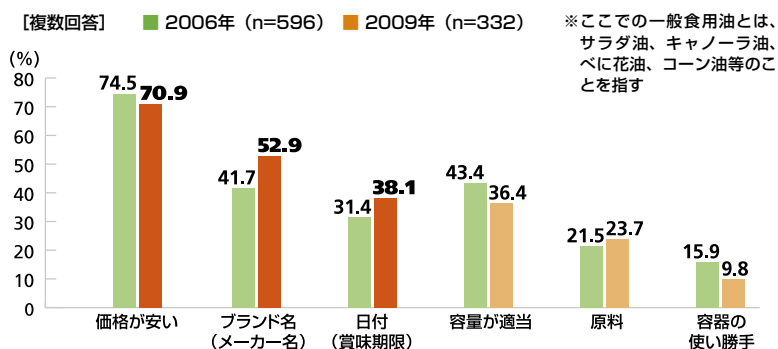


図2-4 「価格が安い」ことを重視

【2009年 年代別】

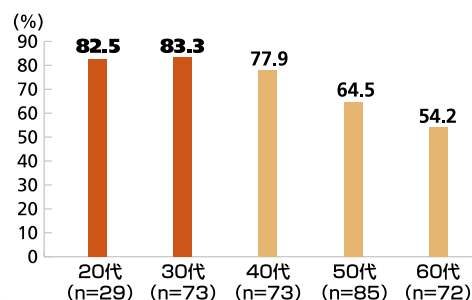


図2-2 健康オイル購入時重視点

【健康オイル購入者】

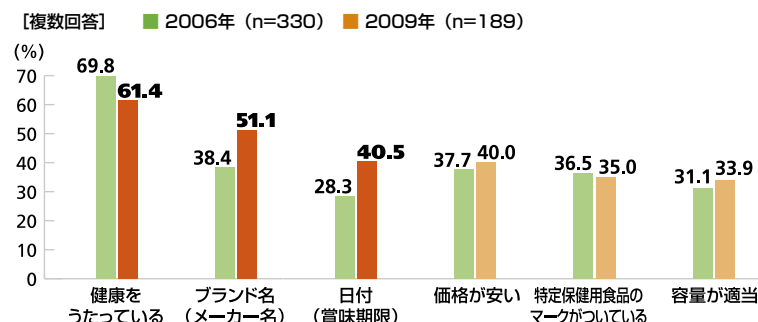


図2-5 「健康をうたっている」ことを重視

【2009年 年代別】

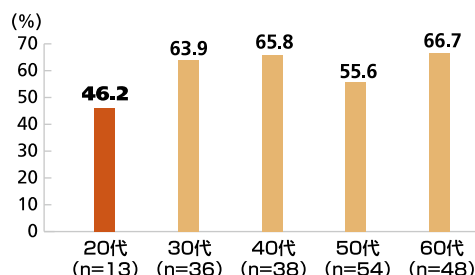


図2-3 オリーブオイル購入時重視点

【オリーブオイル購入者】

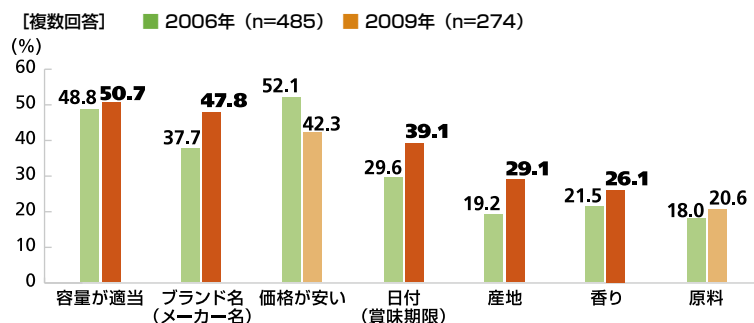
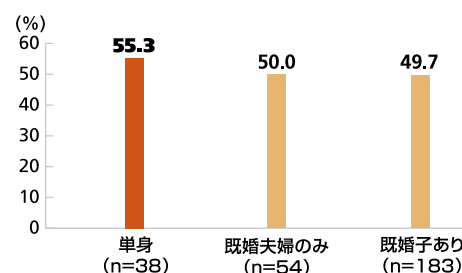


図2-6 「容量が適当」であることを重視

【2009年 家族形態別】



食用油のブランド

「大手メーカー」であることを重視 「日清オイリオ」が最も人気

05年と09年の購入時のブランド選択ポイントを見ると、最も重視されていたのは「安心・信頼がおける」こと、次いで「品質が良い」ことでした。05年からの変化を見てみると「大手メーカーである」ことが増加し、「昔から使っている」ことが減少していました（図3-1）。

この中で好きな食用油のブランドとして、05年、09年ともに「日清オイリオ」が最も多く選択されました（図3-2）。

図3-1 購入時のブランド選択ポイント

[2005年 食用油購入者、食用油購入時の重視点に「ブランド」選択者]
[2009年 食用油購入者、食用油購入時ブランド重視者]

[複数回答] ■ 2005年 (n=264) ■ 2009年 (n=250)

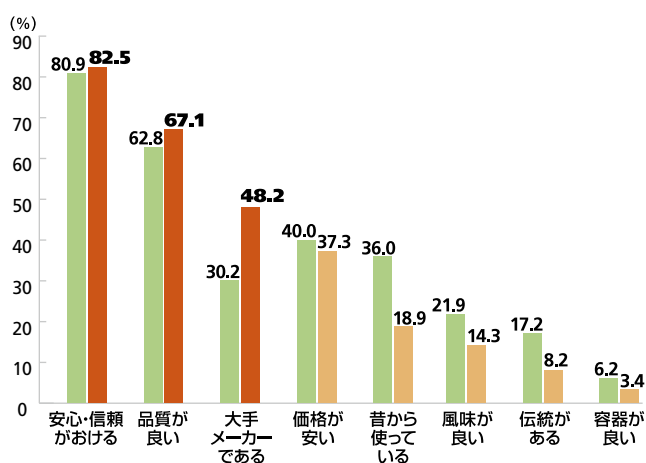
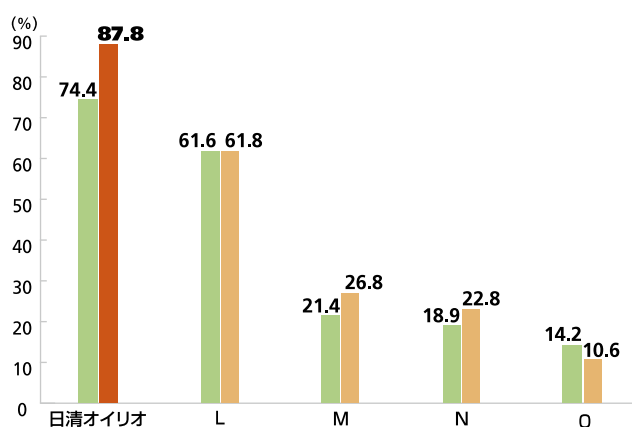


図3-2 好きな食用油のブランド（メーカー）

[2005年 食用油購入者、食用油購入時の重視点に「ブランド」選択者]
[2009年 食用油購入者、食用油購入時ブランド重視者]

■ 2005年 (n=265) ■ 2009年 (n=246)



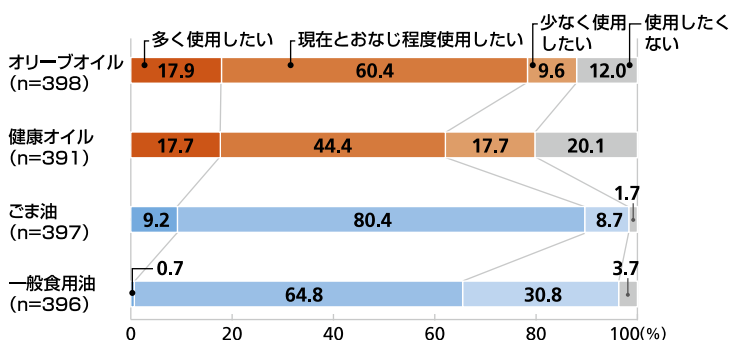
今後の使用意向

多く使用したいのは「オリーブオイル」「健康オイル」

各種食用油の今後の使用意向をみると、「多く使用したい」と思っている割合は、「一般食用油」は1%未満となっていました。 「オリーブオイル」「健康オイル」では18%、「ごま油」では9%と、一般食用油に比べて「多く使用したい」という意向がみられました（図3-3）。

図3-3 各種食用油の今後の使用意向

[2009年]



炒め物調理

最も良く作る料理は「煮物」から「炒め物」に

最もよく作る料理の1位は、05年の「煮物」から09年は「炒め物」となり（図4-1）、その傾向は20代で特に顕著にみられ、05年の42%から09年の64%に増加していました（図4-2）。最もよく炒め物を作る理由をみてみると、「調理が簡単だから」が1位、「ありあわせの材料で作れるから」が2位となっており、調理における簡便志向や節約志向が表れていました（図4-3）。

また、炒め物に使用する食用油の量が「大さじ1杯未満」である割合は、05年の39%から09年は50%となっており、使用する食用油の量に減少がみられました（図4-4）。食用油のイメージについて、「太る・中性脂肪がつくから嫌だ」と思う人が増えたことの影響も考えられます（図4-5）。

図4-1 最もよく作る料理

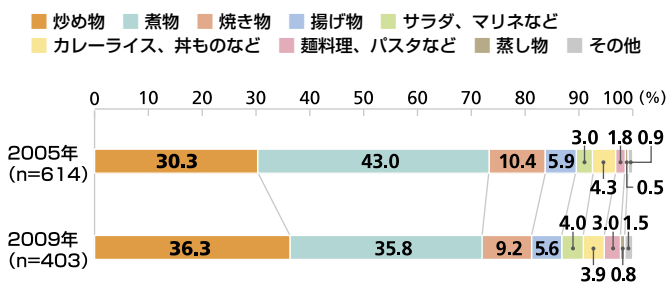


図4-2 最もよく作る料理

[20代]

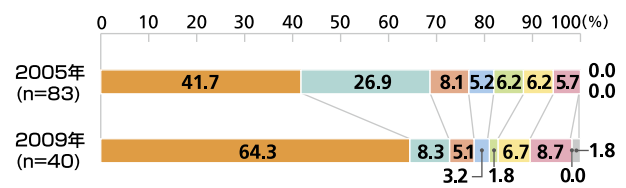


図4-3 最もよく炒め物を作る理由

[[炒め物] を最もよく作る人]

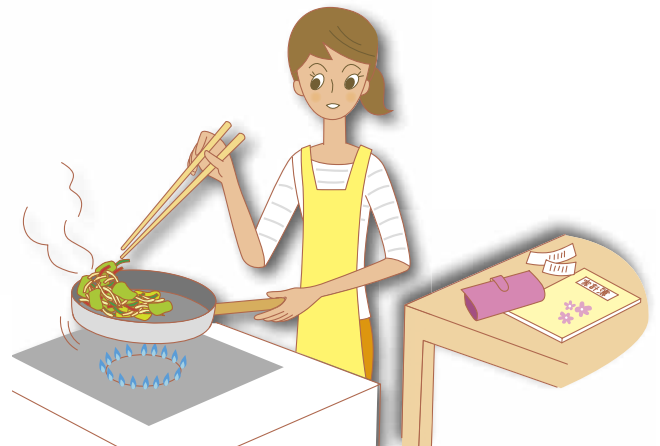
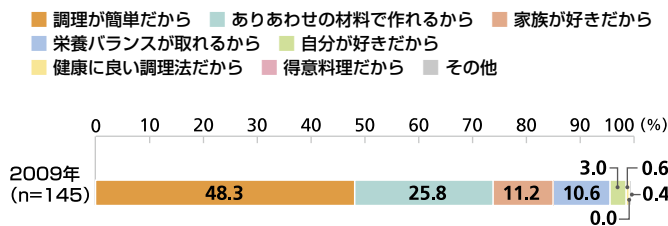


図4-4 炒め物に使用する食用油の量

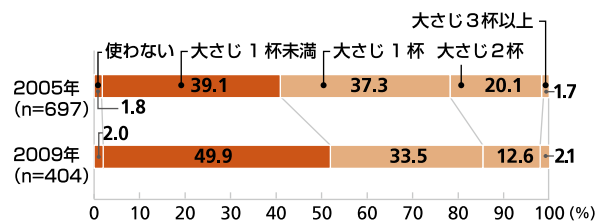
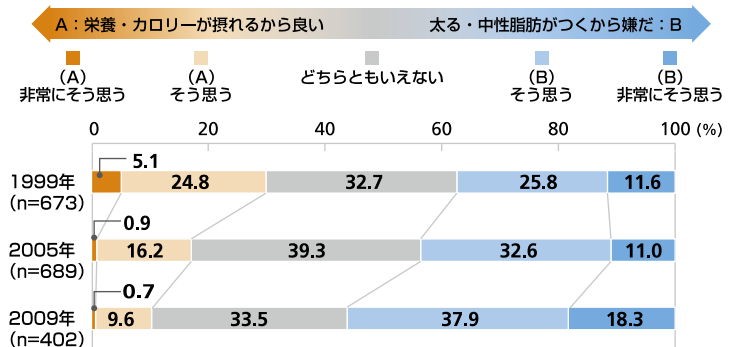


図4-5 食用油のイメージ



揚げ物調理

揚げ物は調理後の「油処理・片付けが大変」だけど、「ボリュームが出る」し、「家族が喜ぶ」

夕食での揚げ物調理を「ほとんどしない」人は、97年の6%から09年は30%に増加し、揚げ物の調理頻度は減少傾向にあります（図5-1）。しかし、揚げ物調理が好きな人は30%程度と、01年から大きくは変わっていませんでした（図5-2）。

そこで、揚げ物調理が好きな人の揚げ物調理に対して感じることをみると、「食卓にボリュームが出る」が最も多く81%、次いで「家族が喜んでくれる」が66%でした。一方、揚げ物調理が好きではない人では、「使用済み油の処理が大変」が72%、「調理器具の片付けが面倒」が71%と揚げ物調理に対する負担感が多くがあげられました（図5-3）。

図5-1 夕食での揚げ物頻度

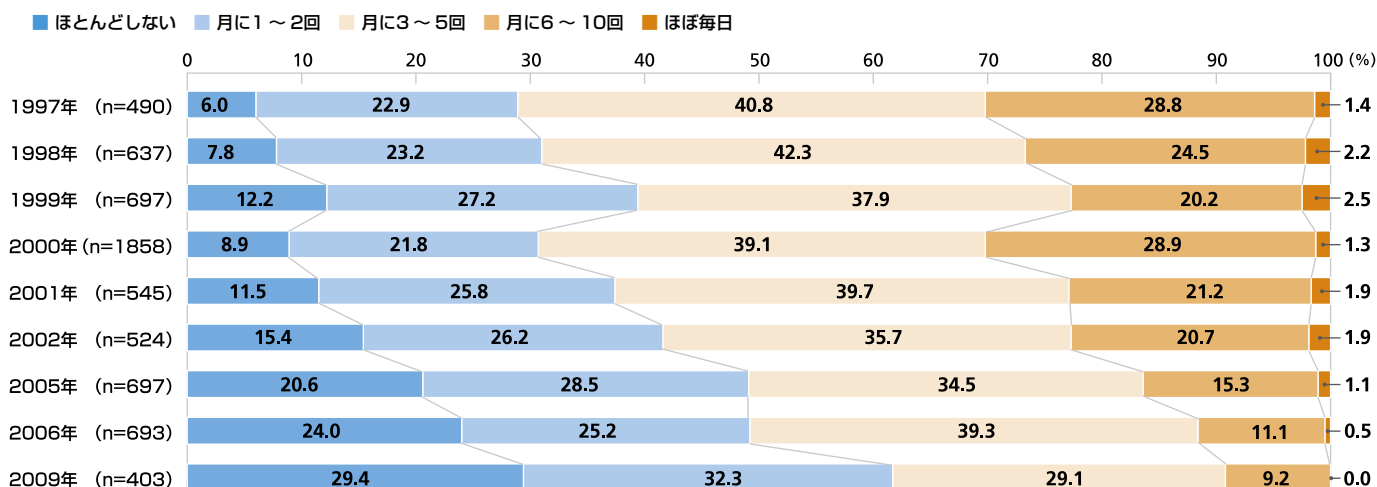


図5-2 揚げ物調理の好意度

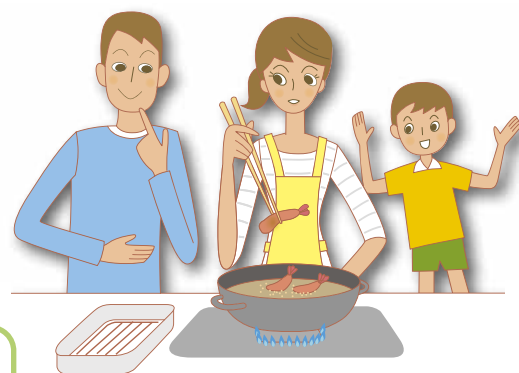
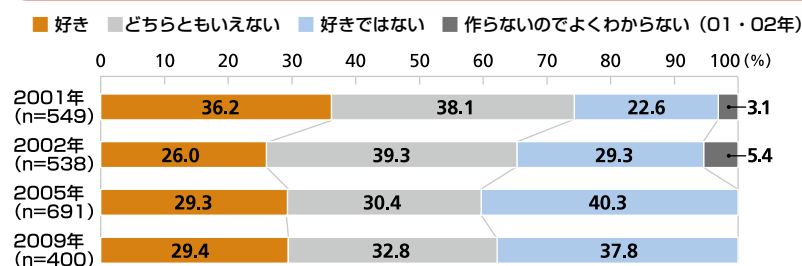


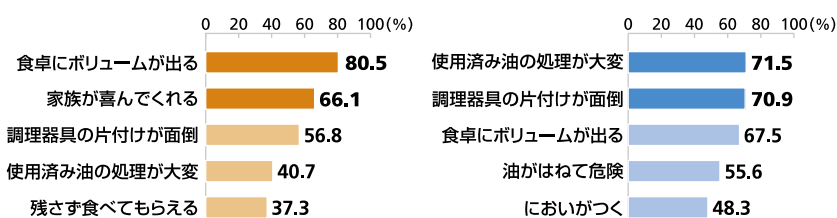
図5-3 揚げ物調理に感じる事

[2009年]

[複数回答]

揚げ物調理が好きな人 (n=118)

揚げ物調理が好きではない人 (n=151)



揚げ物惣菜について

揚げ物は7割の人が好き 揚げ物惣菜購入者が増加

夕食での揚げ物調理頻度は減っていましたが、揚げ物を食べるのが好きな人は00年から変わらず70%程度いました（図6-1）。そして、揚げ物惣菜購入頻度は増加しており、「月に1回以上」が97年は55%でしたが、09年では67%となっていました（図6-2）。

また、「月に1回以上」揚げ物惣菜を購入する割合は、夕食での揚げ物調理頻度が「月に3回以上」の人では60%程度であるのに対して、「月に2回以下」の人では70%程度で、揚げ物調理をあまりしない人でも惣菜として購入している様子がみられました（図6-3）。

図6-1 揚げ物を食べることの好意度

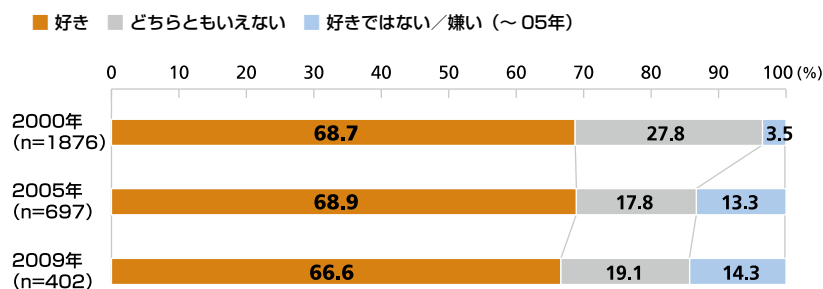


図6-2 揚げ物惣菜購入頻度

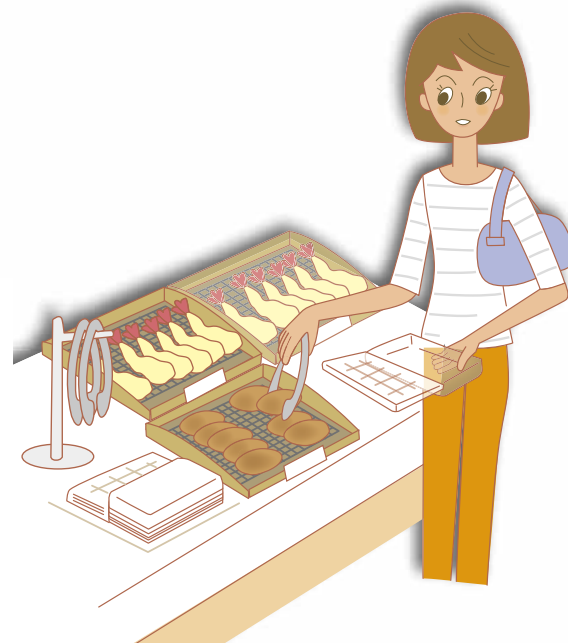
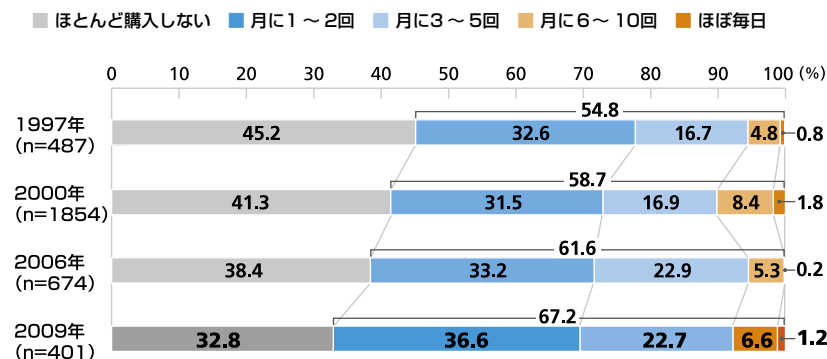
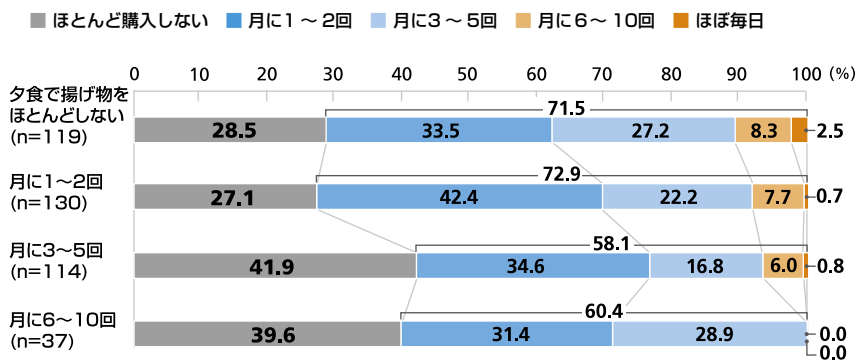


図6-3 揚げ物惣菜購入頻度

[2009年 夕食での揚げ物調理頻度別]



揚げ物惣菜は、「揚げたてである」ことがポイント

揚げ物惣菜の購入時の重視点として「月に1回以上」購入する人では、40%を超える人が、「揚げたてである」「大きさ・量が適当である」「価格が安い」をあげていました（図7-1）。一方で、揚げ物惣菜を「ほとんど購入しない」人は、その理由として50%を超える人が「油っぽい」、次いで「衣が多い」「揚げてから時間がたっていそう」等をあげました（図7-2）。揚げ物惣菜を購入する人、ほとんど購入しない人のどちらも、「揚げたてである」ことがポイントとなっていました。

また、揚げ物惣菜の利用用途は、「当日の夕食のメイン」、「当日の夕食の付け合わせ」がどちらも50%程度と多くみられましたが、「当日の昼食のメイン」や「翌日のお弁当」としても20%弱の人が利用していました。また、当日の夕食の場合、20・30代では「メイン」として利用していましたが、50・60代では「付け合わせ」として利用する割合が高くみられました（図7-3）。

図7-1 揚げ物惣菜購入時重視点

[2009年 揚げ物惣菜1回/月以上購入者]

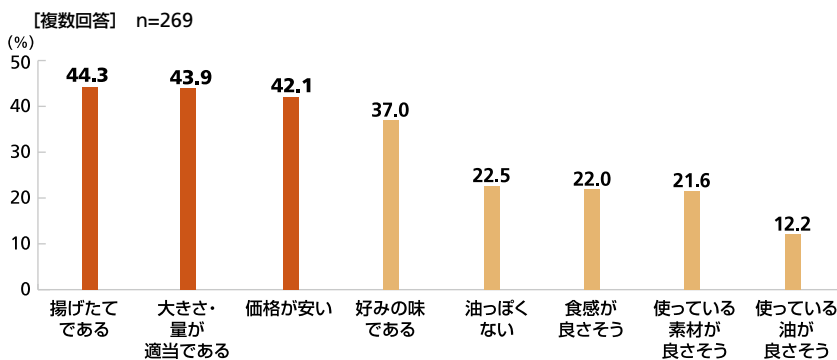


図7-2 揚げ物惣菜を利用しない理由

[2009年 揚げ物惣菜ほとんど購入しない人]

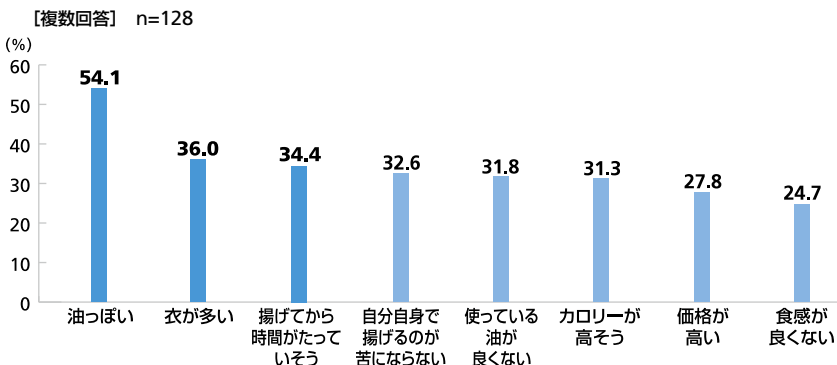
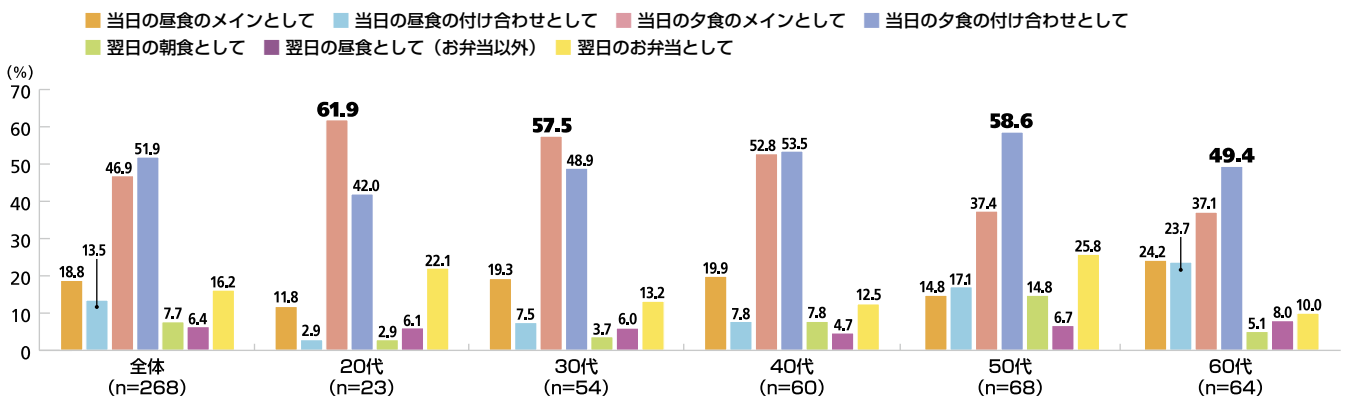


図7-3 揚げ物惣菜の利用用途

[2009年 揚げ物惣菜1回/月以上購入者]



食用油使用後の処理

揚げ油の使用回数

繰り返し使用する人が増加

月に1回以上揚げ物をする人の揚げ物で同じ油を使う回数は、97年以来「1回で捨てる」人が20%弱で推移し、00年以降「3回以上」の割合が増加しています（図8-1）。1回の使用で捨てる理由をみると、「健康に良くないと思うから」が最も多く、「保存が面倒だから」とともに増加傾向にありました。揚げ物の油を1回の使用で捨てる理由には、食における健康志向、簡便志向の影響が表れていました（図8-2）。

また、揚げ物の油を2回以上使用する人の油の保存方法は、「鍋に入れたまま」の人が増加し、「ろ紙を使って保存容器・こし器に入れる」人が減少傾向にありました（図8-3）。

図8-1 揚げ物で同じ油を使う回数

【1回/月以上夕食で揚げ物をする人】

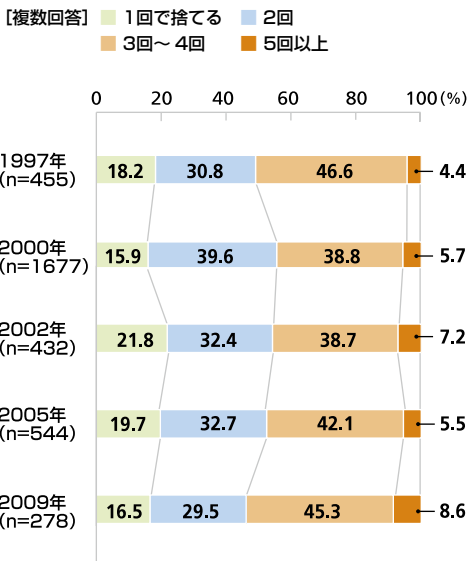


図8-2 揚げ物の油を1回の使用で捨てる理由

【1回/月以上夕食で揚げ物をする人、揚げ物の油を1回の使用で捨てる人】

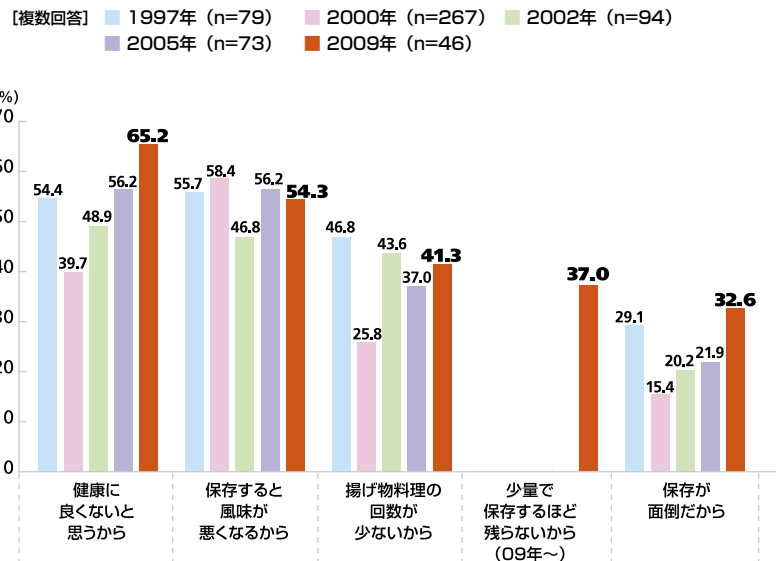
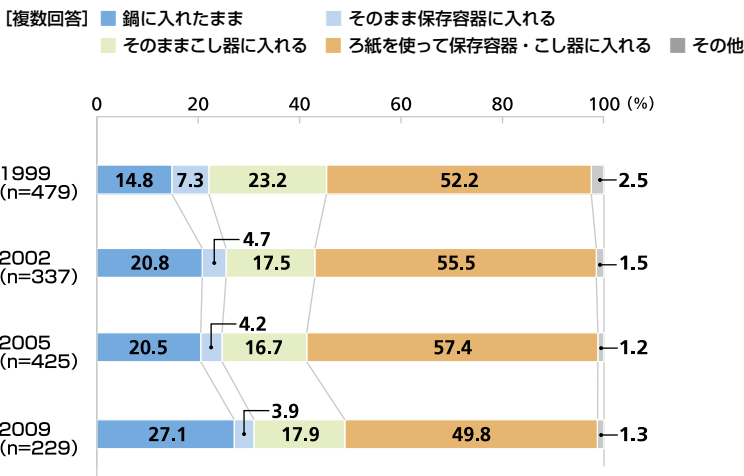


図8-3 揚げ物に使用した油の保存方法

【1回/月以上夕食で揚げ物をする人、揚げ物の油を2回以上使用する人】



食用油の捨て方

「捨て方」について知りたい人が増加

食用油について最も欲しい知識・情報は、01年以来「油の使い分け方」が最も多くなっていますが、06年から「捨て方」が増加していました（図9-1）。「揚げ物調理に感じること（図5-3）」でも「使用済み油の処理が大変」が上位にあげられており、捨て方について負担感がみられました。

使わなくなった油の処理方法は、09年は「捨てる」が74%で最も多く、97年から比較すると「使い切るので廃油は出ない」が11%から16%に増加していました（図9-2）。また、使わなくなった油を「捨てる」と答えた人の捨て方は97年、09年ともに「紙や布にしみこませて捨てる」が最も多く50%程度でしたが、97年から「固形剤で固めて捨てる」人は減少し、「吸油キットを使って捨てる」人が増加していました（図9-3）。

図9-1 食用油について最も欲しい知識・情報

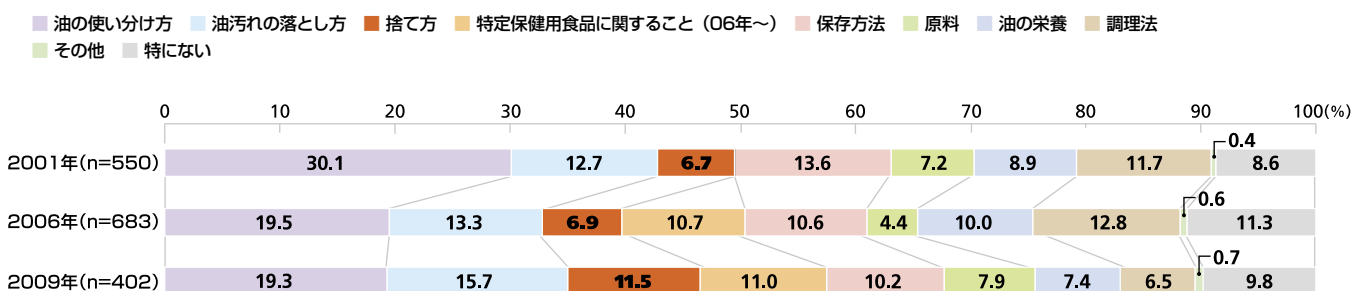


図9-2 使わなくなった油の処理方法

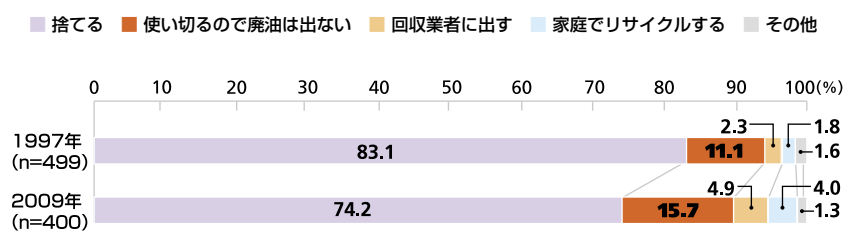
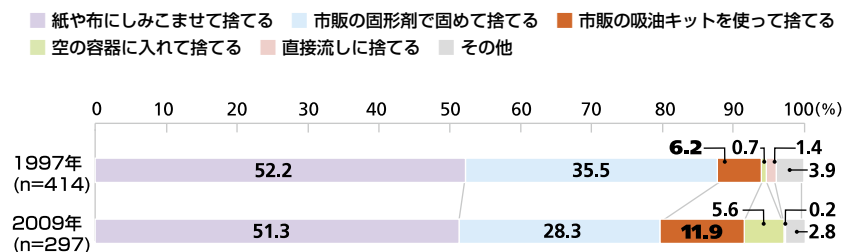


図9-3 使わなくなった油の捨て方

【使わなくなった油を捨てる人】



おいしい揚げ物は？

からあげは「ジューシー」、とんかつは「サクッ」、えびの天ぷらは「ぷりぷり」、コロッケは「ほくほく」

メニューごとに、揚げ物のおいしさを表すのにふさわしい言葉を選んでいただきました。最も多くあげられた言葉は、からあげは「ジューシー」、とんかつは「サクッ」、えびの天ぷらは「ぷりぷり」、コロッケは「ほくほく」となりました。また、「とんかつ」では若年層の方が「サクッ」「ジューシー」を多くあげ、年輩層の方では「カラリ」を多くあげるなど、同じメニューでも年代によって異なる言葉が選ばれました(図10-1)。

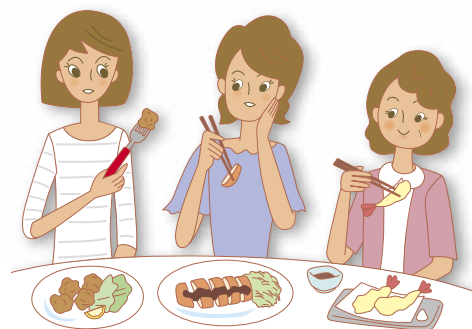
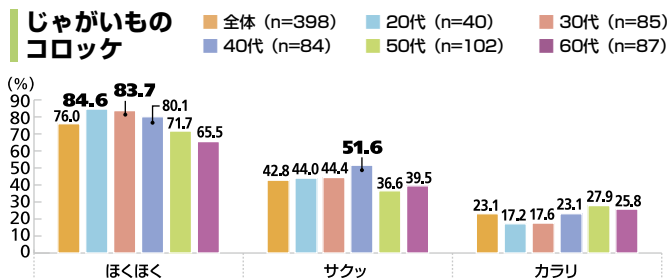
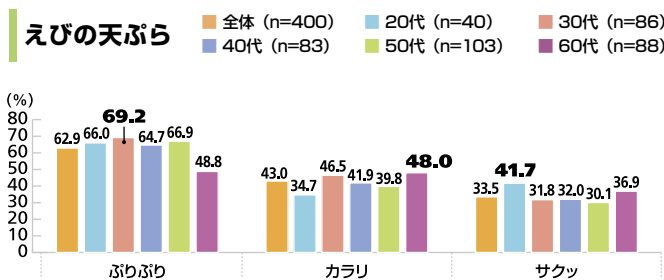
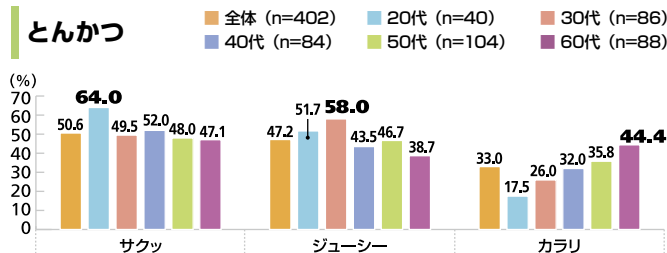
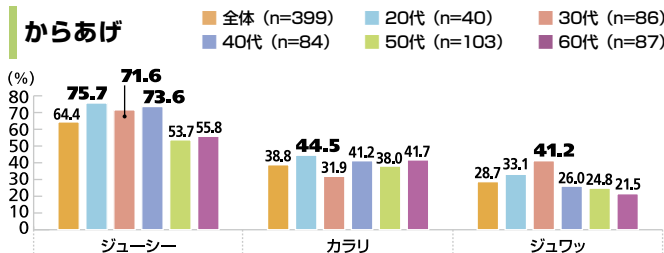


図10-1 揚げ物のおいしさを表す言葉
[2009年]

[複数回答]



まとめ

食用油の選択について、「ブランド」「日付」を重視する人が増加していたのが特徴的であり、食の安全・安心に対する意識の高まりが感じられました。ブランド選択時のポイントは、「大手メーカーである」ことが増加し、客観的にも認められたものを選びたい安定志向がうかがえました。また、選択時にこだわりのみられる「オリーブオイル」「健康オイル」は、「一般食用油」とは対照的に今後の使用意向が高まっていました。

調理スタイルや、使用後の処理については、簡単でありあわせの材料で作れる「炒め物」の増加、揚げ油を繰り返し使用する人の増加など、簡便志向、節約志向などの影響がみられました。揚げ物は、「家庭での調理」から「惣菜として購入」へと食卓にあがるまでの変化はありましたが、多くの人が食べるのが好きであることに変わりはありませんでした。

調査概要

年次	調査実施時期	対象者範囲	調査方法	回収数	回収率	使用データ
1997年	1997年10月	全国の20-60代の既婚女性	郵送調査	510s	77.7%	調査回答者の年代構成を、日本の実年代構成にあわせるために母集団拡大集計を実施。レポートに使用するデータは母集団拡大集計後のデータを使用。全年度、全問共通で、不明を除いて再計算したデータを掲載。
1998年	1998年6月	全国の20-60代の女性	郵送調査	653s	85.2%	
1999年	1999年7~8月	全国の20-60代の女性	郵送調査	711s	92.2%	
2000年	2000年10月	全国の20-60代の女性	郵送調査及び、Web調査	1879s	—	
2001年	2001年11~12月	全国の20-60代の女性	郵送調査	556s	72.9%	
2002年	2002年10月	全国の20-60代の女性	郵送調査	550s	88.6%	
2005年	2005年9月	全国の20-60代の女性	郵送調査	699s	88.1%	
2006年	2006年10月	全国の20-60代の女性	郵送調査	696s	87.0%	
2009年	2009年10~11月	全国の20-60代の女性	郵送調査	404s	90.4%	

日清オイリオグループ株式会社

■お問い合わせ先

生活科学研究室

<http://www.nisshin-oillio.com>

ホームページでは、バックナンバーをご覧ください。

〒104-8285 東京都中央区新川1-23-1 TEL.03-3206-5218

■発行日 2010年3月31日



揮発性有機化合物を含まない大豆油のNon-VOCインキを使用しています。