
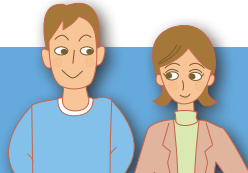


家族形態による違い

	一人暮らし 	夫婦のみ 	夫婦と子 
食用油の購入	<ul style="list-style-type: none"> ・購入する容量は少ないが、使い切り期間は長い ・容量重視 	<ul style="list-style-type: none"> ・“一人暮らし”と“夫婦と子”の中間に位置 ・ブランド重視 	<ul style="list-style-type: none"> ・未開封油のストック本数が多い ・購入する容量は多く、使い切り期間は短い ・価格重視
調理スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ・調理時間は短い ・麺料理も多い ・揚げ物調理はフライパンで ・唐揚げと同じくらい天ぷらも作る ・揚げ物をしない人は半数程度いるが、そのほとんどは惣菜で食べる 	<ul style="list-style-type: none"> ・調理時間は“夫婦と子”とほとんど変わらず ・煮物も多い 	<ul style="list-style-type: none"> ・簡単調理の炒め物が多い ・揚げ物頻度も多く、唐揚げを作る ・揚げ物で食用油を繰り返し使う ・使用済み食用油を鍋に入れたまま保存する人も多い ・揚げ物を作ることは食卓にボリュームが出るし、家族が喜んでくれるので好き
揚げ物惣菜の購入	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニでの購入も多い ・自分では揚げ物を作れないことも購入理由の一つ ・唐揚げを購入 	<ul style="list-style-type: none"> ・特になし 	<ul style="list-style-type: none"> ・自分・家族が好きだから購入理由の一つ ・コロッケを購入

考察

今回の調査において、食用油の購入や調理、惣菜の購入に関して家族形態別に比較した結果、“一人暮らし”は他の世帯と比較して大きな違いがあることが分かりました。例えば、小容量容器の使用割合の多さや購入重視度合いの高さ、調理時間の短さ、自宅における揚げ物頻度の少なさなどが顕著であり、今後の世帯変化を考慮すると、商品の小容量化や調理の簡便化の傾向はますます強くなっていくと思われます。

調理については、どの世帯でも「炒め物」が最もよく作られており、その理由として「調理が簡単」が非常に多いことから、今後も「炒め物」の頻度は増えると予想されます。また、自宅で揚げ物をしない場合でも、弁当・惣菜などでよく食べているという実態や、揚げ物を食べることへの好意度が大きいことなどを考慮すると、食用油に対する需要は依然として大きいと考えられます。さらに、オリーブオイ

ルに関しては、最も料理頻度の高い「炒め物」にも使用している人の割合が4割もあり、今後の使用意向の高さなどから、その使用はますます拡大することが予測されます。

食用油の購入重視点について、どの世帯も価格だけでなく、容量や健康性、香り、ブランドなどの項目も重視しており、商品の持つ付加価値への関心が高いことが伺えます。さらに、揚げ物調理における「後片付け」や「使用済み油の処理」、惣菜における「油っぽさ」などに対する不満を解消、軽減させる商品の開発や情報の提供をしていくことや、食用油が“おいしさ”や“健康”などに重要な役割を果たすといった価値を訴求していくことによって、食用油の新たな需要開拓にもつながっていくと思われます。

今後も、変化する価値観やライフスタイルを的確に把握していくなかで、特に“一人暮らし”の食スタイルに注視していくことが重要となるでしょう。

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いただけます。

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

■発行日 2013年3月1日

※本レポートの文章、データ、イラストを許可なく複製・複製・転載することを禁じます。



揮発性有機化合物を含まない植物油のNon-VOCインキを使用しています。