

'12キッチンにおける『油』の存在 ～家族形態別の比較～

調査背景

近年、少子高齢化の進展や未婚率の上昇などに伴い、標準世帯といわれる“夫婦と子”から成る世帯が減少する一方、“夫婦のみ”や“一人暮らし”世帯が増加しており、2010年では“一人暮らし”が“夫婦と子”世帯より多くなっています（図1）。さらに、平均世帯人数も年々減少しており、2010年には2.4人ですが、2030年には2.2人となり、さらに“一人暮らし”世帯は4割程度になると見込まれています。また、共働き世帯の増加（図2）や、中食市場の拡大などによって、調理の時短や簡便化傾向も強まっており、家庭における食スタイルは、今後さらに変化していくと予測されます。

そこで今回は、食用油の購入、食用油を使った調理、揚げ物惣菜などに関する調査を家族形態別に実施し、“一人暮らし”、“夫婦のみ”、“夫婦と子”世帯で比較しました。

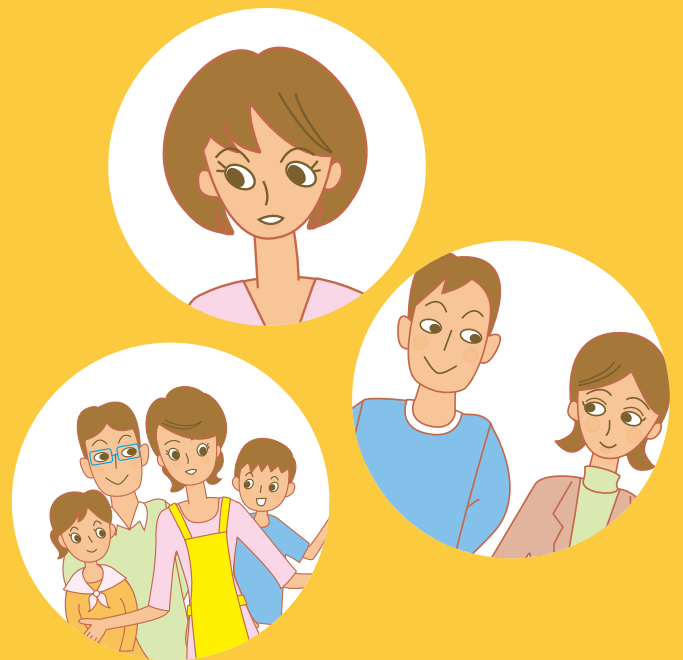
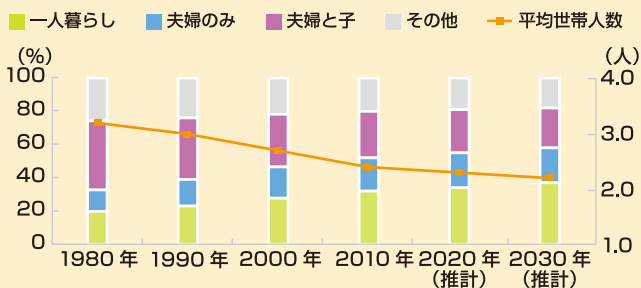
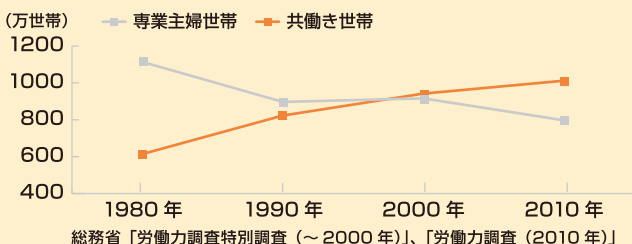


図1 家族形態別世帯数の割合及び平均世帯人数の変化



国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（全国推計）」、厚生労働省「国勢調査」より改編

図2 専業主婦世帯および共働き世帯数の推移



総務省「労働力調査特別調査（～2000年）」、「労働力調査（2010年）」

※専業主婦世帯：男性雇用者と無業の妻からなる世帯
共働き世帯：夫婦ともに非農林業雇用者の世帯

目次

調査背景・調査概要	1
食用油の購入	2～3
調理スタイル	4～6
揚げ物惣菜の購入	7
家族形態による違い／考察	8

調査概要

調査方法 インターネット
調査実施日 2012年11月9日～12日
調査地域 全国
調査対象 20～69歳の女性1151人
サンプル数(人)

	Total	20代	30代	40代	50代	60代
一人暮らし	380	75	69	73	83	80
夫婦のみ	377	79	75	75	71	77
夫婦と子	394	72	84	78	76	84

食用油の購入

購入する容量は少ないが、使い切り期間は長い“一人暮らし”

食用油の購入頻度は、“一人暮らし”、“夫婦のみ”が「3～5ヶ月に1回程度」、「夫婦と子」は「月1回程度」が最も多く、また未開封油の平均ストック本数は“一人暮らし”、“夫婦のみ”、“夫婦と子”の順に2.2本、3.3本、4.1本となり、世帯人数が増えるほど購入頻度、ストック本数ともに多くなりました。

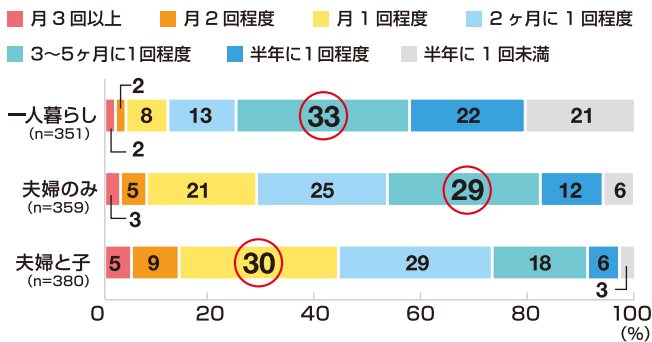
一般食用油*の容量は、“一人暮らし”が「500g未満」、夫婦のみ”、“夫婦と子”は「1000～1299g」、使い切り期間は“一人暮らし”、“夫婦のみ”が「3～5ヶ月程度」、夫婦と子”は「1ヶ月程度」が最も多くなり、“一人暮らし”は小容量でも、長期間使用している様子が伺えました。

※ここでの一般食用油とは、健康オイル（特定保健用食品）、ごま油、オリーブオイル以外のサラダ油やキャノーラ油などを指す

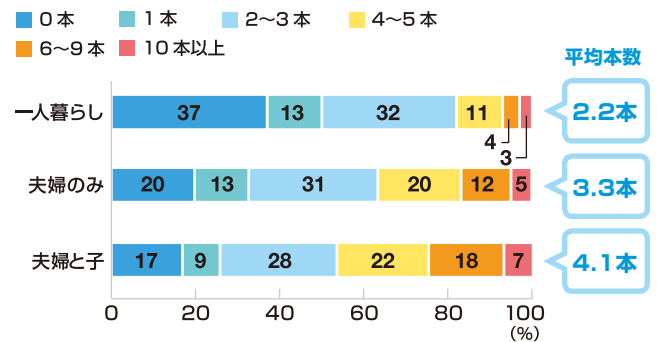


購入頻度

【食用油を購入する人のみ回答】

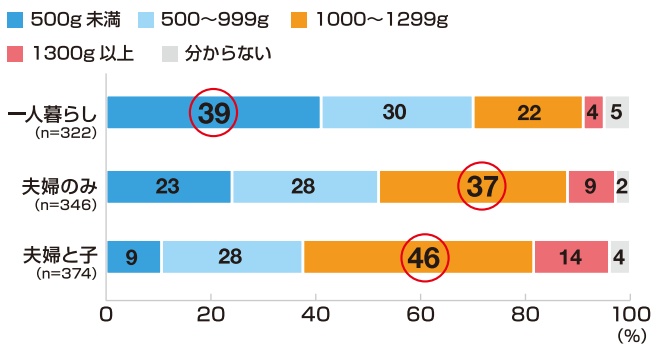


未開封油のストック本数



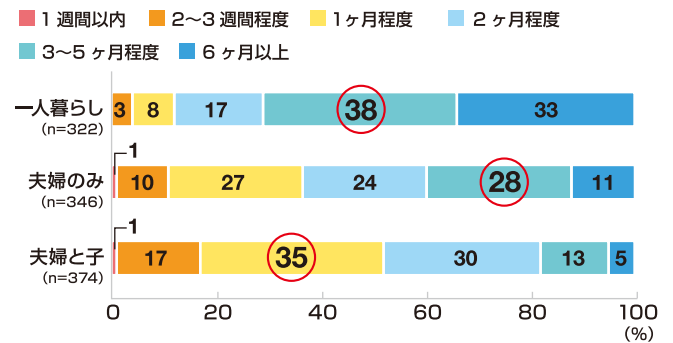
一般食用油の容量

【食用油を購入し、かつ一般食用油を使用する人のみ回答】



一般食用油の使い切り期間

【食用油を購入し、かつ一般食用油を使用する人のみ回答】



容量も重視する “一人暮らし”

一般食用油の購入重視点は、どの世帯も「価格が安い」がトップとなり、特に“夫婦と子”で71%と高くなりました。健康オイル（特保^{*}）の購入重視点は、どの世帯も「健康をうたっている」がトップとなり、“一人暮らし”は、他の世帯と比較して「容量が適当」が高くなるのも特徴的でした。ごま油の購入重視点は、“夫婦のみ”、“夫婦と子”が「価格が安い」、 “一人暮らし”は「価格が安い」とともに、「香り」もトップとなりました。オリーブオイル

の購入重視点は、“夫婦のみ”、“夫婦と子”が「価格が安い」、 “一人暮らし”は「容量が適当」がトップとなりました。ほとんどの食用油で、“一人暮らし”は「容量が適当」、「夫婦のみ」は「ブランド名（メーカー名）」、「夫婦と子」は「価格が安い」が他の世帯と比較して高くなっていることも特徴的でした。

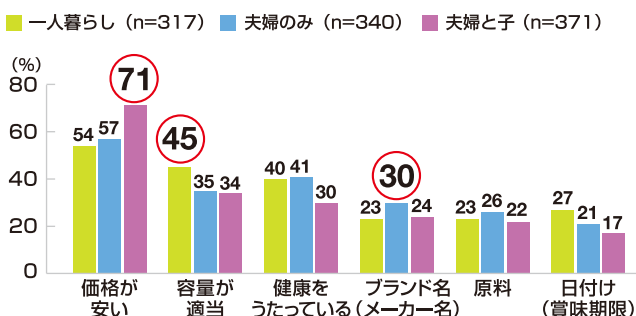
今後の使用意向は、どの世帯も「オリーブオイル」、「健康オイル（特保）」を多く使用したい割合が20%程度となりました。

^{*}特定保健用食品

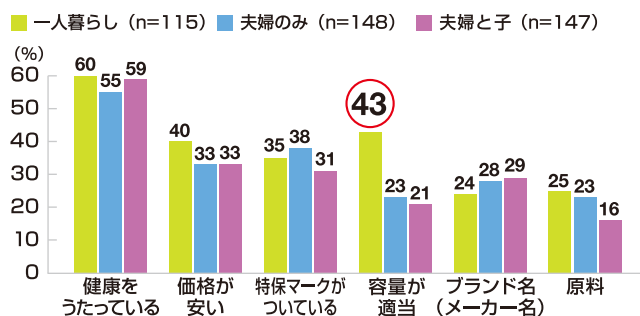
購入重視点（複数回答）

[各食用油を使用している人のみ回答]

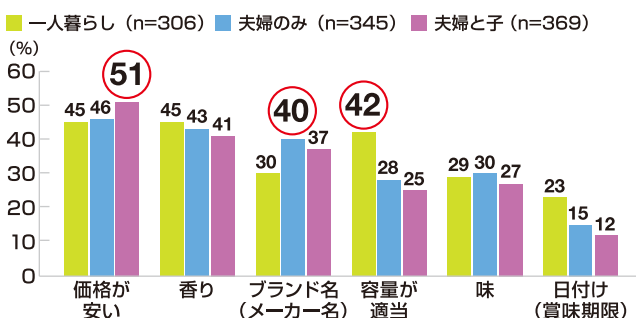
一般食用油



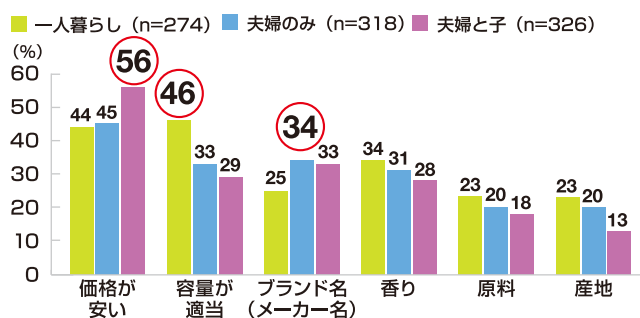
健康オイル（特保）



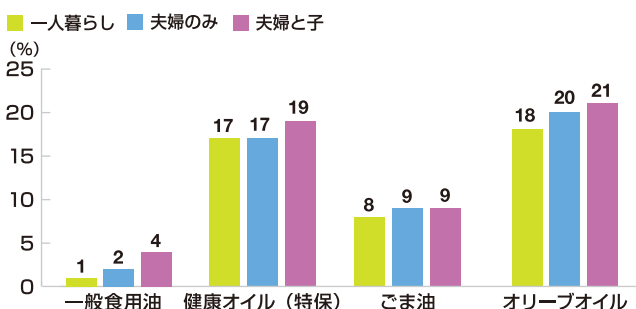
ごま油



オリーブオイル



今後の使用意向（多く使用したいと回答した人の割合）



調理スタイル：調理全般

家族の存在が調理時間を長く

朝食の平均調理時間は、「一人暮らし」、「夫婦のみ」、「夫婦と子」の順で、14.0分、17.2分、17.9分、昼食は13.5分、16.5分、17.7分となりました。夕食は33.9分、53.4分、53.8分となり、「一人暮らし」はその他の世帯と比較して、20分も短くなりました。また、どの食事の調理時間も、「一人暮らし」と比べて「夫婦のみ」と「夫婦と子」は長くなりましたが、「夫婦のみ」と「夫婦と子」ではほとんど差はないことから、家族の存在が調理時間に影響を及ぼしている様子が伺えました。

最もよく作る料理は、どの世帯も「炒め物」がトップとなりましたが、「夫婦と子」で47%と特に高くなりました。「麺料理、パスタなど」は「一人暮らし」で、「煮物」は「夫婦のみ」で高くなるのも特徴的でした。また、「炒め物」をよく作る理由としては、「調理が簡単」が61%で圧倒的に高くなりました。

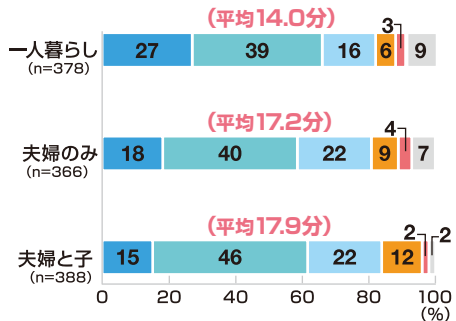


調理時間

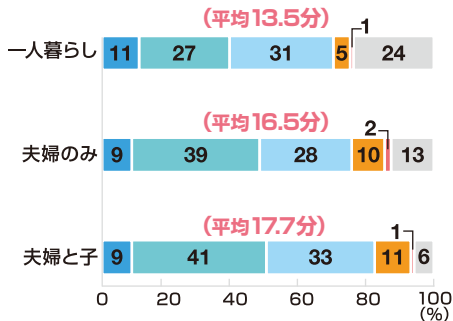
[食事を作る人のみ回答]

■ 5分未満 ■ 5～15分未満 ■ 15～30分未満 ■ 30～60分未満 ■ 60分以上 ■ 自分では調理しない

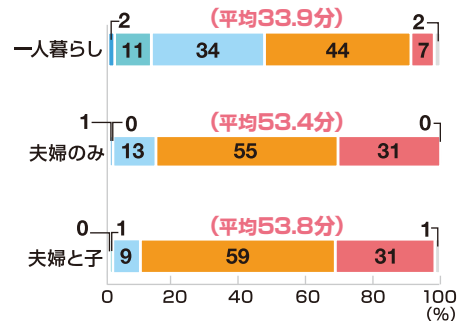
朝食



昼食



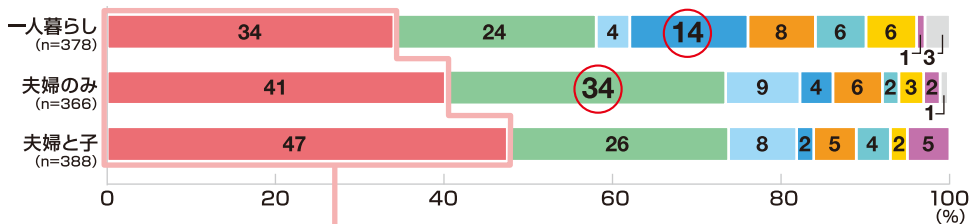
夕食



最もよく作る料理

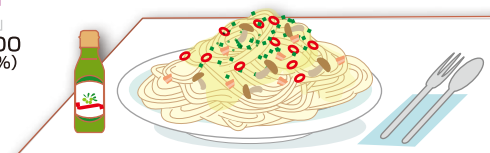
[食事を作る人のみ回答]

■ 炒め物 ■ 煮物 ■ 焼き物 ■ 麺料理、パスタなど ■ サラダ、マリネなど
■ カレーライス、丼ものなど ■ 蒸し物 ■ 揚げ物 ■ その他



炒め物をよく作る理由 (n=460)

- 1位 調理が簡単 61%
- 2位 自分が好き 11%
- 3位 ありあわせの材料で作れる 9%



調理スタイル：食用油を使用した調理

揚げ物は家で作らなくても、惣菜で食べる“一人暮らし”

夕食の炒め物頻度は、“一人暮らし”、“夫婦のみ”は「週に1～2回」、「夫婦と子」は「週に3～5回」が最も多くなりました。炒め物に使用する食用油は、「一般食用油」がトップで61%でしたが、「ごま油」、「オリーブオイル」も40%程度となりました。

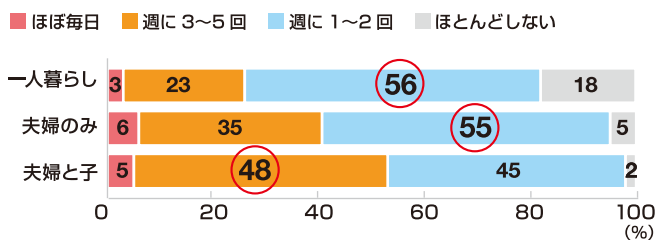
夕食の揚げ物頻度は、“一人暮らし”が「まったくしない」、「夫婦のみ」は「月に1～2回」、「夫婦と子」は「月に3～5回」が最も多くなりました。揚げ物に使用する食用油は、「一般食用油」が84%と圧倒的に高くなりました。“一人暮らし”では、家で揚げ物を「まったくしない」が50%でしたが、その中の71%は

「弁当・惣菜を買って食べる」となりました。

揚げ物に使用する調理器具は、“一人暮らし”が「フライパン」、「夫婦のみ」、「夫婦と子」は「天ぶら鍋」がトップとなりました。

揚げ物で同じ食用油を使う回数は、“一人暮らし”は「1回で捨てる」、「夫婦のみ」は「2回」、「夫婦と子」は「3～4回」が最も多くなりました。また、繰り返し使う場合の保存方法は、どの世帯も「ろ紙やフィルターなどを通して容器に入れる」がトップとなりましたが、「鍋に入れたまま」が「夫婦と子」で高くなるのも特徴的でした。

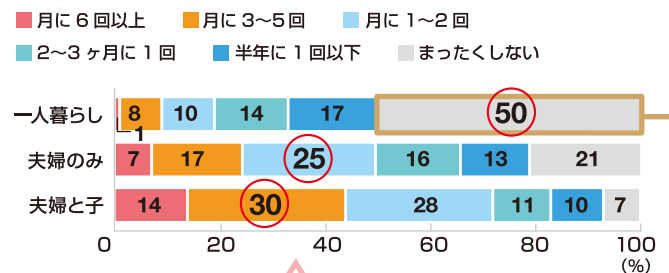
夕食の炒め物頻度



炒め物に使用する食用油（複数回答）（n=1114）

1位	一般食用油	61%
2位	ごま油	42%
3位	オリーブオイル	38%

夕食の揚げ物頻度

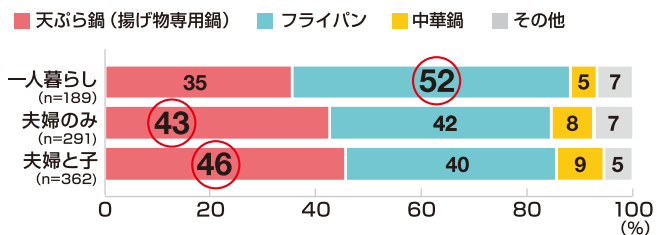


揚げ物に使用する食用油（複数回答）（n=854）

1位	一般食用油	84%
2位	健康オイル	13%
3位	オリーブオイル	6%

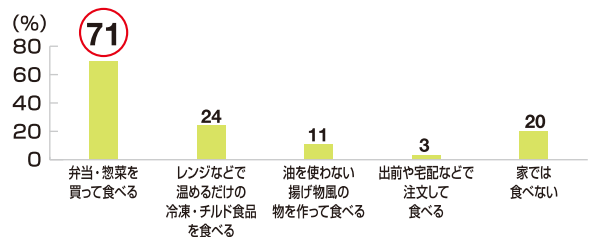
揚げ物に使用する調理器具

【食事を作り、かつ揚げ物を作る人のみ回答】



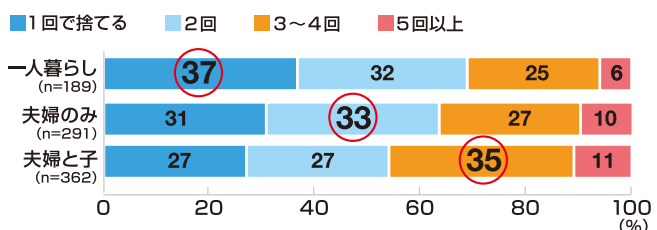
どうやって揚げ物を食べるの？（複数回答）

【“一人暮らし”で揚げ物をまったくしない人のみ回答】（n=190）



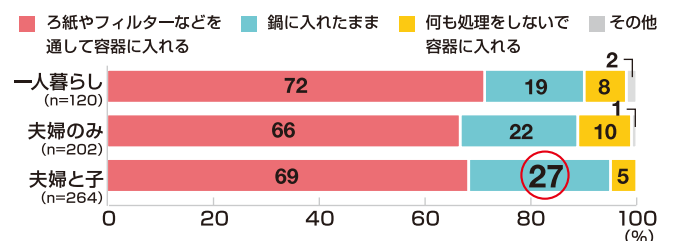
揚げ物で同じ食用油を使う回数

【食事を作り、かつ揚げ物を作る人のみ回答】



使用済み食用油の保存方法

【食用油を繰り返し使う人のみ回答】



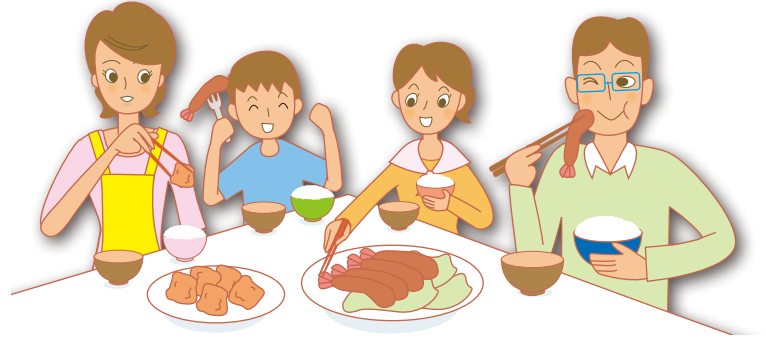
調理スタイル：食用油を使用した調理

どの世帯も揚げ物を食べることが好き

よく作る揚げ物メニューは、「夫婦のみ」、「夫婦と子」は「唐揚げ」、「一人暮らし」は「唐揚げ」とともに、「天ぷら」がトップとなりました。

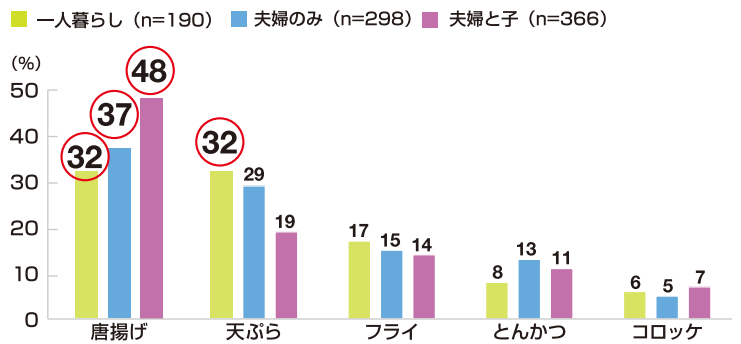
揚げ物調理が好きな人の割合（「とても好き+まあ好き」）は、世帯人数が多くなるほど高くなり、「一人暮らし」で21%、「夫婦と子」では38%となりました。一方、揚げ物を食べることが好きな人の割合（「とても好き+まあ好き」）は、どの世帯も大きな差はなく、70%程度と高くなりました。

揚げ物調理に対して感じることは、「一人暮らし」は「使用済み食用油の処理が大変」、「夫婦のみ」は「調理器具の片付けが面倒」がトップとなりました。一方、「夫婦と子」では「食卓にボリュームが出る」がトップとなり、「一人暮らし」、「夫婦のみ」でも2位となるなど、揚げ物調理に対してポジティブなイメージを持っている様子も伺えました。



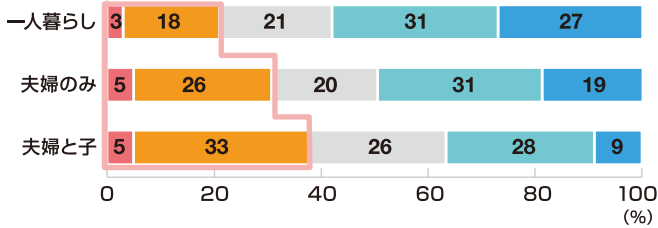
よく作る揚げ物メニュー（複数回答）

【揚げ物を作る人のみ回答】



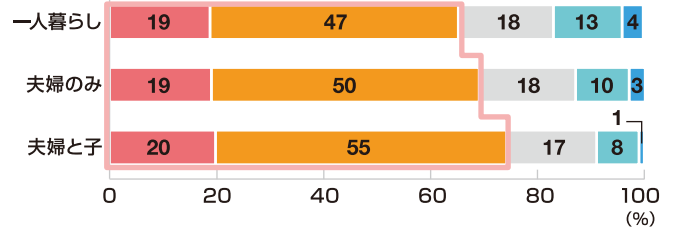
揚げ物調理への好意度

■ とても好き ■ まあ好き ■ どちらともいえない
■ あまり好きではない ■ 好きではない



揚げ物を食べることへの好意度

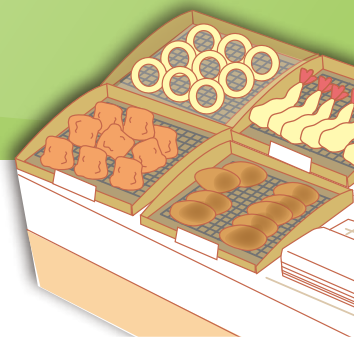
■ とても好き ■ まあ好き ■ どちらともいえない
■ あまり好きではない ■ 好きではない



揚げ物調理に対して感じること（複数回答）

	一人暮らし	夫婦のみ	夫婦と子
1位	使用済み食用油の処理が大変 68%	調理器具の片付けが面倒 67%	食卓にボリュームが出る 66%
2位	食卓にボリュームが出る 59%	食卓にボリュームが出る 64%	家族が喜んでくれる 63%
3位	調理器具の片付けが面倒 58%	使用済み食用油の処理が大変 63%	調理器具の片付けが面倒 62%
4位	油がはねて危険 52%	油がはねて危険 54%	使用済み食用油の処理が大変 57%
5位	においがつく 47%	家族が喜んでくれる 53%	油がはねて危険 49%

揚げ物惣菜の購入



世帯間で購入に大きな差はなし

揚げ物惣菜の購入頻度は、どの世帯も「月に1～2回」が最も多く、平均購入回数は「一人暮らし」、「夫婦のみ」、「夫婦と子」の順に月2.5回、2.3回、2.5回となり、世帯間で大きな差はありませんでした。購入場所は、どの世帯も「食品スーパー」が圧倒的に高くなりましたが、「一人暮らし」は他の世帯と比較して、「コンビニエンスストア」が高かったのも特徴的でした。最もよく購入する揚げ物惣菜は、「一人暮らし」は「唐揚げ」、「夫婦のみ」、「夫婦と子」は「コロッケ」がトップとなりました。

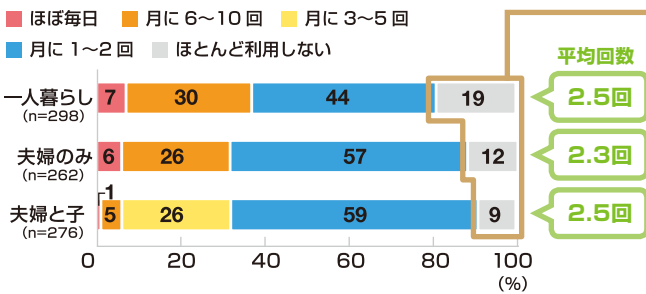
揚げ物惣菜の購入重視点は、どの世帯も「価格が安い」がトップとなり、上位項目に大きな差はありませんでした。揚げ物惣菜を購入する理由は、どの世帯も「料理をするのが面倒」がトッ

プとなり、「一人暮らし」は「自分では揚げ物を作れない」、「夫婦と子」は「自分・家族が好き」も上位にあがりました。

揚げ物惣菜をほとんど利用しない人のその理由は、どの世帯も「油っぽい」がトップとなり、「夫婦と子」は「価格が高い」も上位にあがりました。

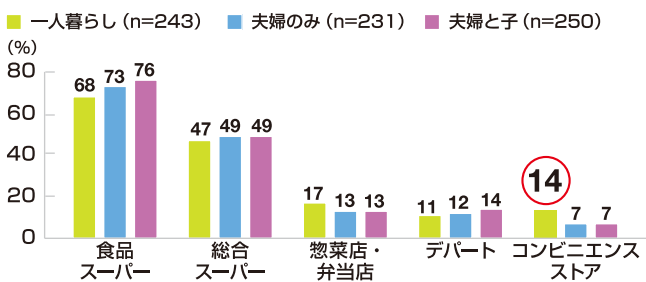
揚げ物惣菜購入頻度

[惣菜を利用する人のみ回答]



購入場所 (複数回答)

[揚げ物惣菜を利用する人のみ回答]



揚げ物惣菜の購入重視点 (複数回答)

[揚げ物惣菜を利用する人のみ回答]

	一人暮らし (n=243)	夫婦のみ (n=231)	夫婦と子 (n=250)
1位	価格が安い 53%	価格が安い 50%	価格が安い 51%
2位	大きさ・量が適当 52%	大きさ・量が適当 49%	大きさ・量が適当 44%
3位	好みの味 42%	好みの味 39%	好みの味 40%
4位	揚げたて 26%	揚げたて 26%	揚げたて 28%
5位	油っぽくない 21%	油っぽくない 17%	油っぽくない 22%

揚げ物惣菜を利用しない理由 [複数回答]

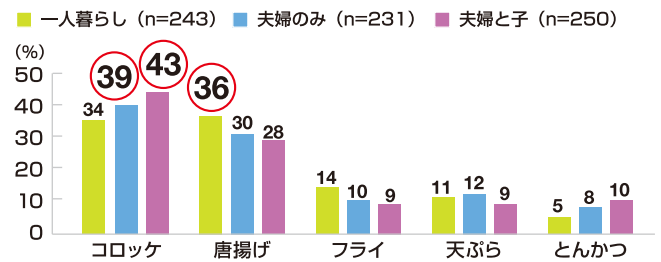
[揚げ物惣菜をほとんど利用しない人のみ回答]

	一人暮らし (n=137)	夫婦のみ (n=146)	夫婦と子 (n=144)
1位	油っぽい 50%	油っぽい 48%	油っぽい 44%
2位	衣が多い 31%	揚げてから時間がたつていそう 38%	揚げてから時間がたつていそう 41%
3位	カロリーが高そう/揚げてから時間がたつていそう 30%	カロリーが高そう 34%	価格が高い 37%
4位	使っている油が良くない・わからない 28%	使っている油が良くない・わからない 30%	衣が多い 31%
5位	使っている油が良くない・わからない 28%	衣が多い 30%	好みの味でない 28%

※小数点第1位を四捨五入

最もよく購入する揚げ物惣菜

[揚げ物惣菜を利用する人のみ回答]


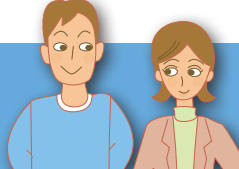



揚げ物惣菜を購入する理由 (複数回答)

[揚げ物惣菜を利用する人のみ回答]

	一人暮らし (n=243)	夫婦のみ (n=231)	夫婦と子 (n=250)
1位	料理をするのが面倒 58%	料理をするのが面倒 53%	料理をするのが面倒 50%
2位	少量でも買える 48%	少量でも買える 46%	すぐに手に入る 45%
3位	作るよりも安上がり 42%	すぐに手に入る 38%	少量でも買える 39%
4位	すぐに手に入る 41%	作るよりも安上がり 33%	時間がない 36%
5位	時間がない/自分では揚げ物を作れない 26%	時間がない 27%	作るよりも安上がり/自分・家族が好き 27%

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る。

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、オーリーブオイ

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る。

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写・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。