



報道関係者 各位

2010年05月27日

～マルハニチロホールディングス、「魚料理に関する意識調査」～

**ママの感覚、秋刀魚は『安い』7割強、鮪は『高い』6割強
鰯の調理は未経験のママ 15.6%**

**魚料理で参考にするのは「ケータイのレシピサイト」5割強
24歳以下のママでは「ニンテンドーDS」7.4%、「電子書籍」5.6%**

**魚から摂取したい成分 1位「DHA」8割強、「コラーゲン」は西高東低
「ウギャル」認知率 3割、ママが期待する美容の効能「美肌づくり」**

株式会社マルハニチロホールディングス (<http://www.maruha-nichiro.co.jp/>) (所在地：東京都千代田区大手町 1-1-2、代表取締役社長 久代 敏男) は、2010年4月30日～5月12日の13日間で市場調査を実施し、16歳～34歳の女性で、小学生以下の子供がおり“自分が主に食事を用意し、週に3日以上魚が食卓に上がる”と回答した方に対し、「魚料理に関する意識調査」をインターネットリサーチ（モバイルリサーチ）で実施し、1,000名の有効回答サンプルを集計しました。

魚が「週3日以上」食卓に上がる割合
◆食卓に“魚”が登場「週3日以上」4割半

魚が「週3日以上」食卓に上がる割合（料理、惣菜、加工品は問わない）は、事前調査で確認したところ、全体では45.5%（16歳～34歳で、小学生以下の子供がおり、自分が主に食事を用意する女性3,462名のうち1,574名が「週3日以上」と回答）、年代別においては、16-24歳49.9%、25-29歳46.4%、30-34歳41.7%、また有職主婦では50.1%、専業主婦では41.2%、地域別では北海道・東北51.3%、関東46.4%、中部44.3%、近畿45.1%、中国・四国・九州39.0%という結果となりました。

「魚料理に関する意識調査」 調査結果
◆ママの感覚、秋刀魚は『安い』7割強、鮪は『高い』6割強

全回答者（1,000名）に、魚《鯖（サバ）・鮭（サケ）・鰯（アジ）・鰯（イワシ）・鮪（マグロ）・鰹（カツオ）・鰈（カレイ）・鰯（ブリ）・秋刀魚（サンマ）》を購入する際の金額に対する意識を聞きましたところ、『安い』（「安い」と「やや安い」の合計）の割合は、秋刀魚73.3%、鮭65.6%、鰯51.5%、鯖51.4%、鰯45.7%、鰈21.9%、鰹20.8%、鰯15.1%、鮪10.1%と、秋刀魚が7割強で最も多いという結果となりました。また、『高い』（「高い」と「やや高い」の合計）の割合が最も多かったのは鮪で、唯一過半数を超え63.2%という結果となりました。

◆鰯の調理は未経験のママ 15.6%

同じく全回答者（1,000名）に、最も行う魚《鯖（サバ）・鮭（サケ）・鰯（アジ）・鰯（イワシ）・鮪（マグロ）・鰹（カツオ）・鰈（カレイ）・鰯（ブリ）・秋刀魚（サンマ）》の調理方法について聞きましたところ、秋刀魚、鮭では「焼いて（グリルやフライパン、オーブンで）」が他に比べ高く、秋刀魚89.6%、鮭84.0%。また、鮪、鰹では「生で（刺身やカルパッチョ、マリネなど、たたきも含む）」が他に比べ高く鮪91.9%、鰹87.7%。そして、鰈、鯖では「煮魚として（生

姜煮、味噌煮、塩煮など)が他に比べ高く鰯 65.4%、鯖 37.5%。さらに、鰯では「あら煮など煮ものとして」が他に比べ高く 12.2%、鰻では「フライにして」が他に比べ高く 13.1%となりました。

また、鰯では「切り身に梅をつぶしたものを塗り、海苔かシソをのせ、巻いて揚げる」、秋刀魚では「三枚おろしにし、茄子を拍子切りにしたものを中心に鳴門巻のようにして串を打ち焼く」などオリジナルレシピで調理しているとの回答もありました。

全回答者で「調理したことがない」の割合が最も高かったのは鰯で 15.6%となりました。1%を切ったのは鮭のみで僅か 0.2%という結果となり、鮭が群を抜いて食卓で愛されていることを示す結果となりました。「調理したことがない」割合を地域別でみると、鰯の場合、北海道・東北が 19.1%と高く、近畿が 10.3%と低い結果となりました。その他、北海道・東北において鰻と鰯がそれぞれ 11.2%、12.9%、関東において鰯が 10.2%という比較的高い結果となりました。

◆ 魚料理で参考にするのは「ケータイのレシピサイト」5割強

◆ 24歳以下のママでは「ニンテンドーDS」7.4%、「電子書籍」5.6%

現在、多くの料理本が出版され、またインターネットでもレシピサイトが多く存在していますが、魚を料理する上で参考にしているレシピを聞きましたところ、「レシピ本」が最も多く 60.5%、次いで「親から教わったレシピ」52.7%、「ケータイのインターネットのレシピサイト」51.1%が半数以上で続くという結果となりました。24歳以下(16-24歳)のママが参考にしている割合が30歳以上(30-34歳)の世代の2倍以上に達したのは、「ニンテンドーDS」や「電子書籍」で、それぞれ24歳以下のママでは7.4%、5.6%という結果となりました。

また、「思いつきや自己流で作る」、「外食しておいしかったものを真似る」、「グルメマンガ」などの回答もありました。

◆ 鯖には「脳や神経組織の発達・機能維持」、鰯には「骨粗しょう症の予防」を期待

◆ 魚から摂取したい成分 1位「DHA(ドコサヘキサエン酸)」8割強

◆ 摂取したい成分「アスタキサンチン」北海道・東北で1割、「コラーゲン」は西高東低

次に、魚《鯖(サバ)・鮭(サケ)・鰻(アジ)・鰯(イワシ)・鯖(マグロ)・鰹(カツオ)・鰯(カレイ)・鰯(ブリ)・秋刀魚(サンマ)》に期待する効能を聞きましたところ、期待する効能が挙げられた割合は、鯖 48.4%、鰯 48.2%と半数弱、秋刀魚 40.3%、鯖 40.1%、鰻 39.2%が4割前後となりました。期待する効能として「脳や神経組織の発達・機能維持」を挙げた割合が多かったのは、鯖 19.8%、鰯 15.9%という結果となりました。さらに、鰯では「骨粗しょう症の予防」も 13.2%と高い結果となりました。

また、魚から摂取したいと思う成分を聞きましたところ、「DHA(ドコサヘキサエン酸)」81.6%が最も多く8割強、次いで「カルシウム」60.2%と6割、「コラーゲン」36.4%、「鉄」36.3%、「EPA(エイコサペンタエン酸)」25.4%が続きました。地域別で特徴的だったのは、「アスタキサンチン」で、北海道・東北が 10.1%と他地域に比べ高く、中国・四国・九州が僅か 0.7%と非常に低い結果となりました。尚、「コラーゲン」では西高東低で、中国・四国・九州が 41.2%と高く、北海道・東北が 29.2%と低い結果となりました。

◆ 子どもの給食に「旬の魚を出して欲しい」半数以上

◆ 魚料理に子どもを思う「母心」あり

お子様が保育園や幼稚園、小学校で給食を食べている576名に、給食に出る魚料理について感じていることを聞きましたところ、「旬の魚を出して欲しい」51.7%が最も多く、「魚料理の種類を増やして欲しい」35.4%、「骨付きの魚を出して食べ方を教えて欲しい」31.1%、「栄養についての説明をしてほしい」30.9%が続くという結果となりました。また、食卓に魚を用意することに

ついで意識において、「子どもの発育・発達を考えると」では『あてはまる』（「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計）は 89.0%、「子どもの健康を考えると」では『あてはまる』は 92.9%と 9 割前後に上り、子どもを思う母心が魚料理には詰まっている様子が窺い知れる結果となりました。

◆「ウギャル」認知率 3割

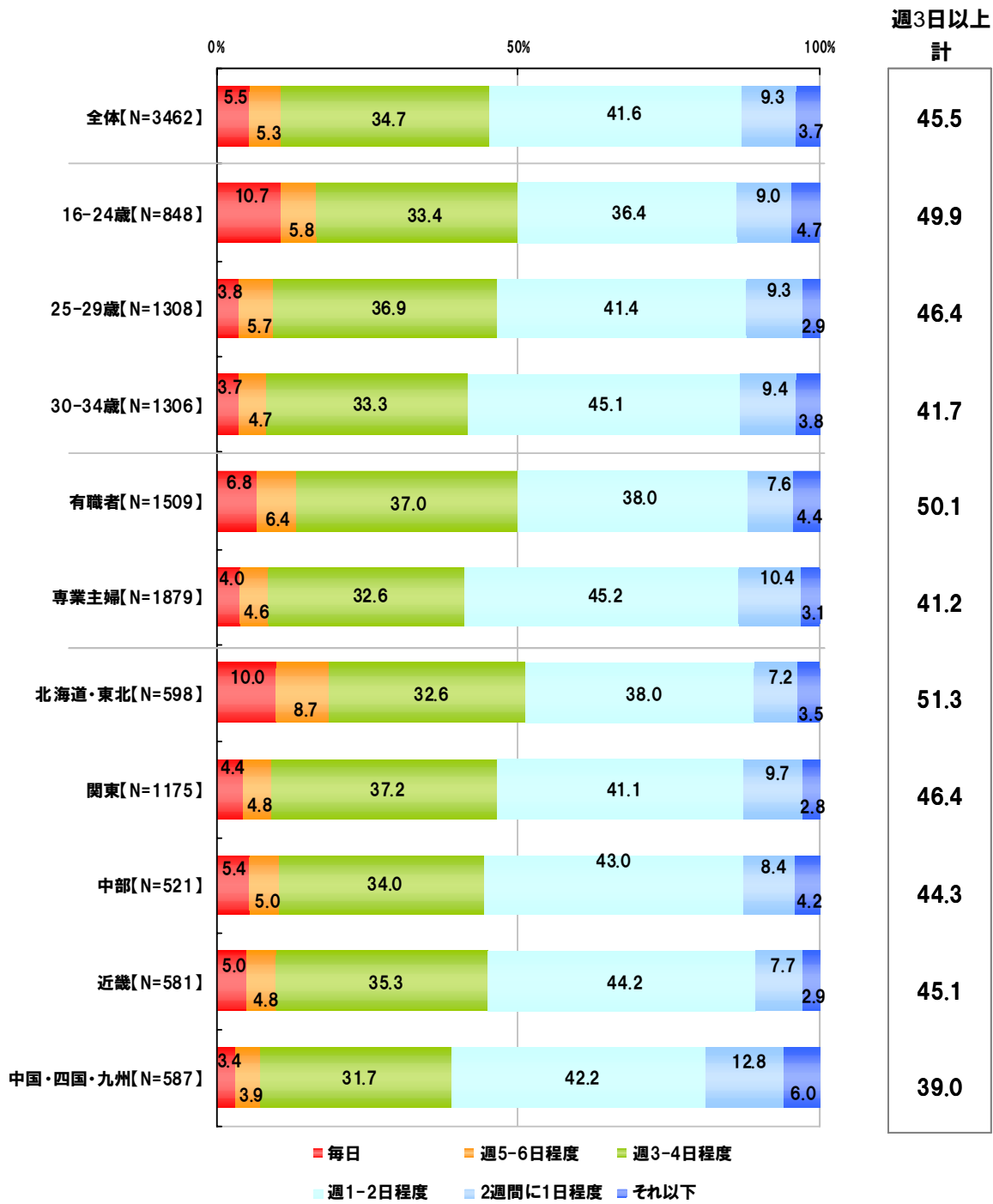
◆期待する美容の効能は「美肌づくり」

最近、ギャル雑誌で活躍するモデルやギャルで農業に参加する「ノギャル」や、若者たちにもっと魚を食べてもらおうと活動している「ウギャル」が話題になっていますが、その「ノギャル」と「ウギャル」を知っているかを聞きましたところ、「ノギャル」では『知っている』（「活動内容まで知っている」と「聞いたことがある程度」の合計）割合は、72.0%と 7 割強、一方「ウギャル」では『知っている』割合は 30.5%と 3 割という結果となりました。

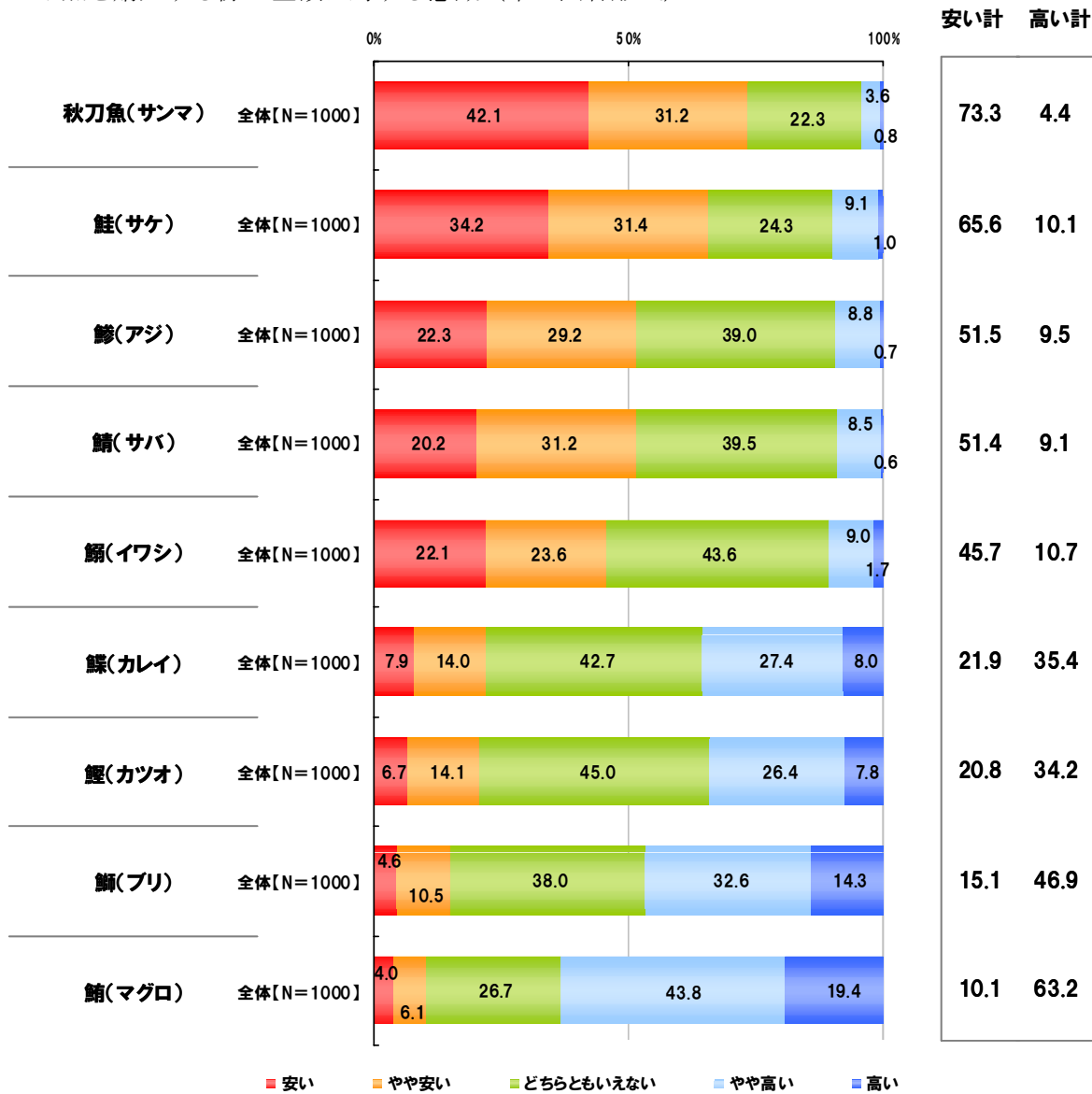
また、「ノギャル」と「ウギャル」が今後、盛り上がるか聞きましたところ、「ノギャル」では『盛り上がると思う』（「盛り上がると思う」と「やや盛り上がると思う」の合計）割合は 51.7%、「ウギャル」では『盛り上がると思う』割合は 38.6%と 4 割弱という結果となりました。

人気のギャルモデルが旗振り役になって、美容への効果なども PR されています。食卓に魚を用意することについての意識において、「自分の美容を考えると」で『あてはまる』（「非常にあてはまる」と「ややあてはまる」の合計）を選択した回答者（569 名）に、最も期待する美容の効能を聞いたところ、「美肌づくり」40.6%、「メタボ防止」26.0%、「疲労回復」17.2%、「乾燥肌の保護」5.8%の順となりました。

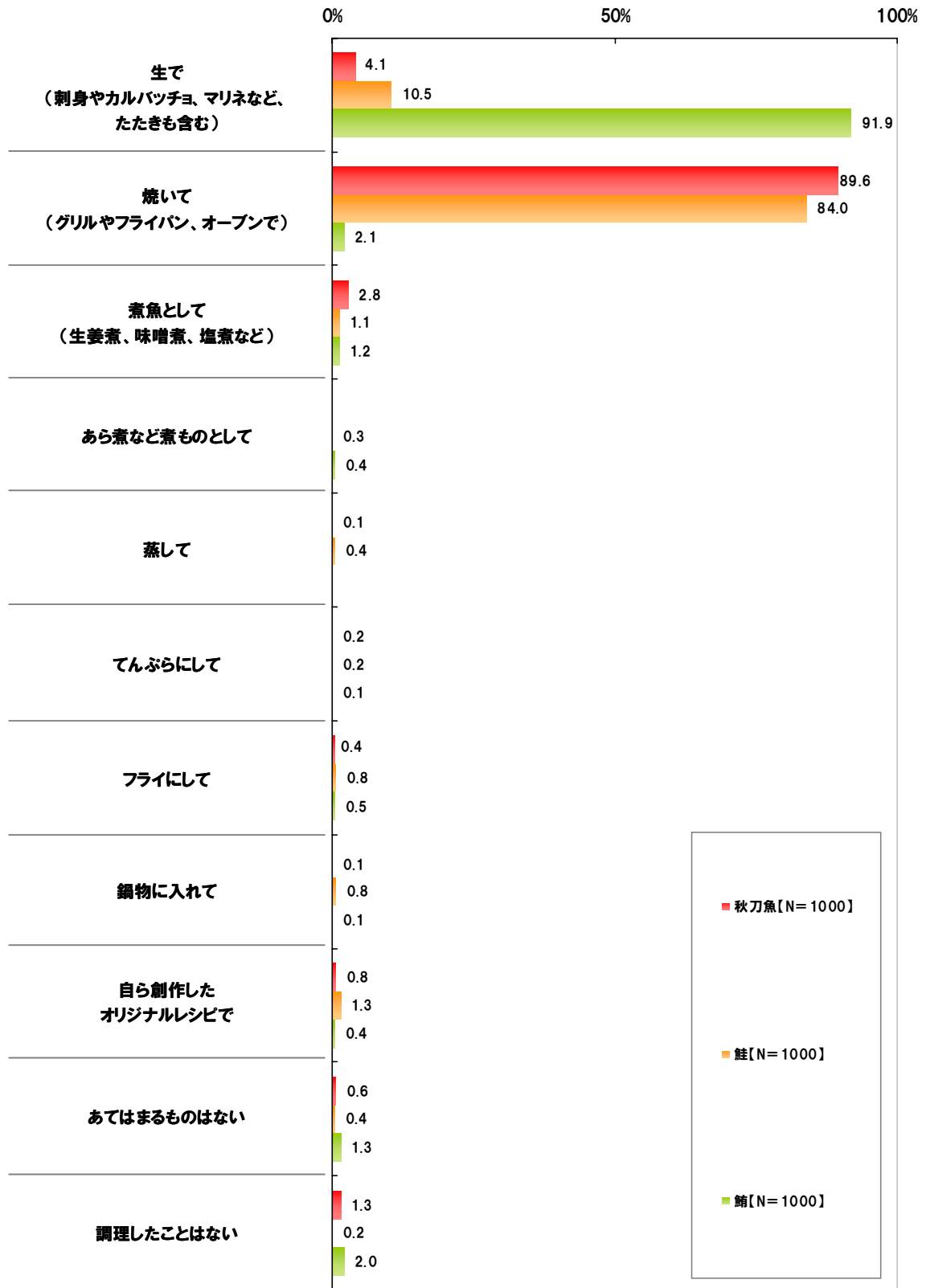
◆魚が食卓に上がる回数（単一回答形式）



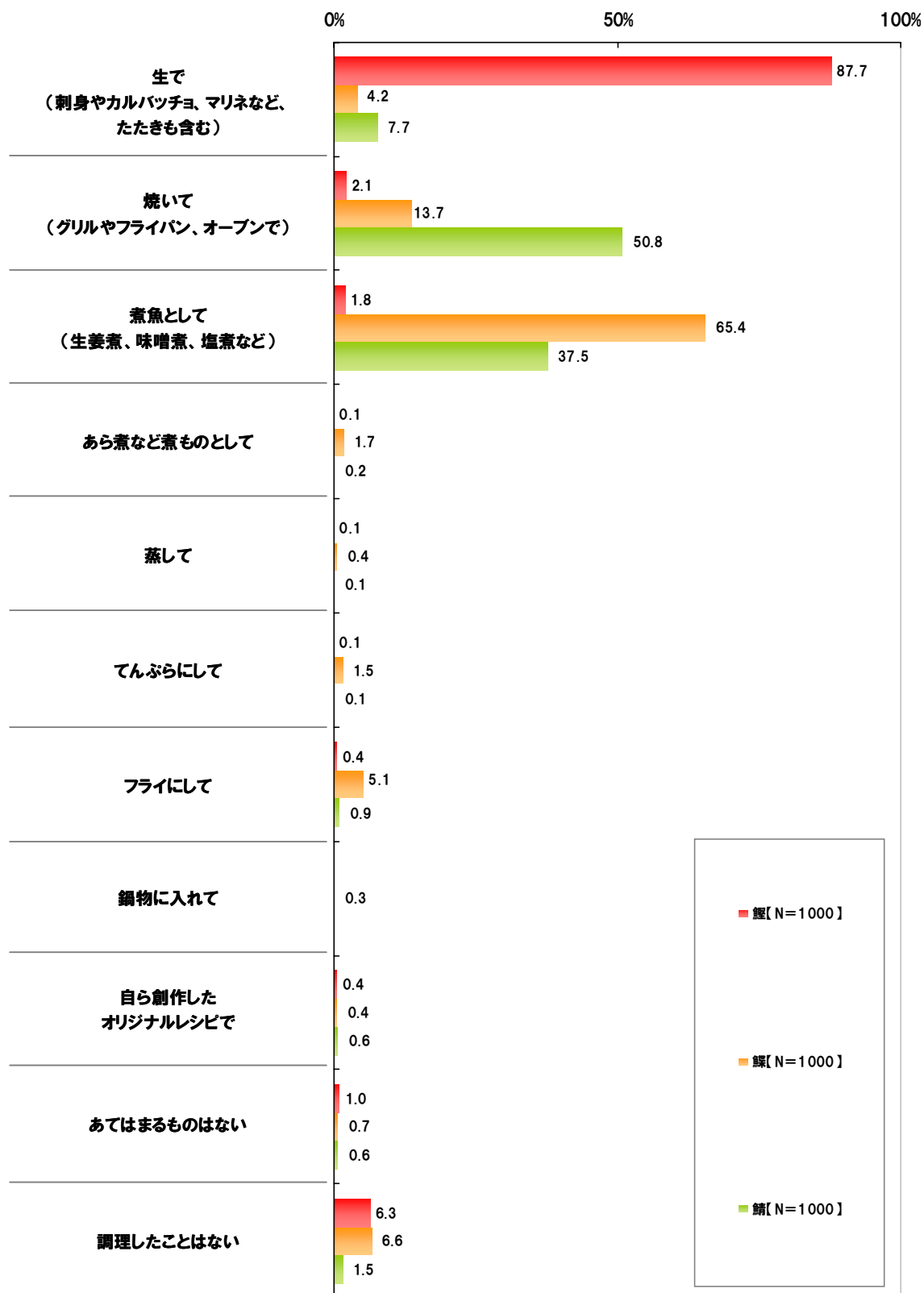
◆魚を購入する際の金額に対する意識（単一回答形式）



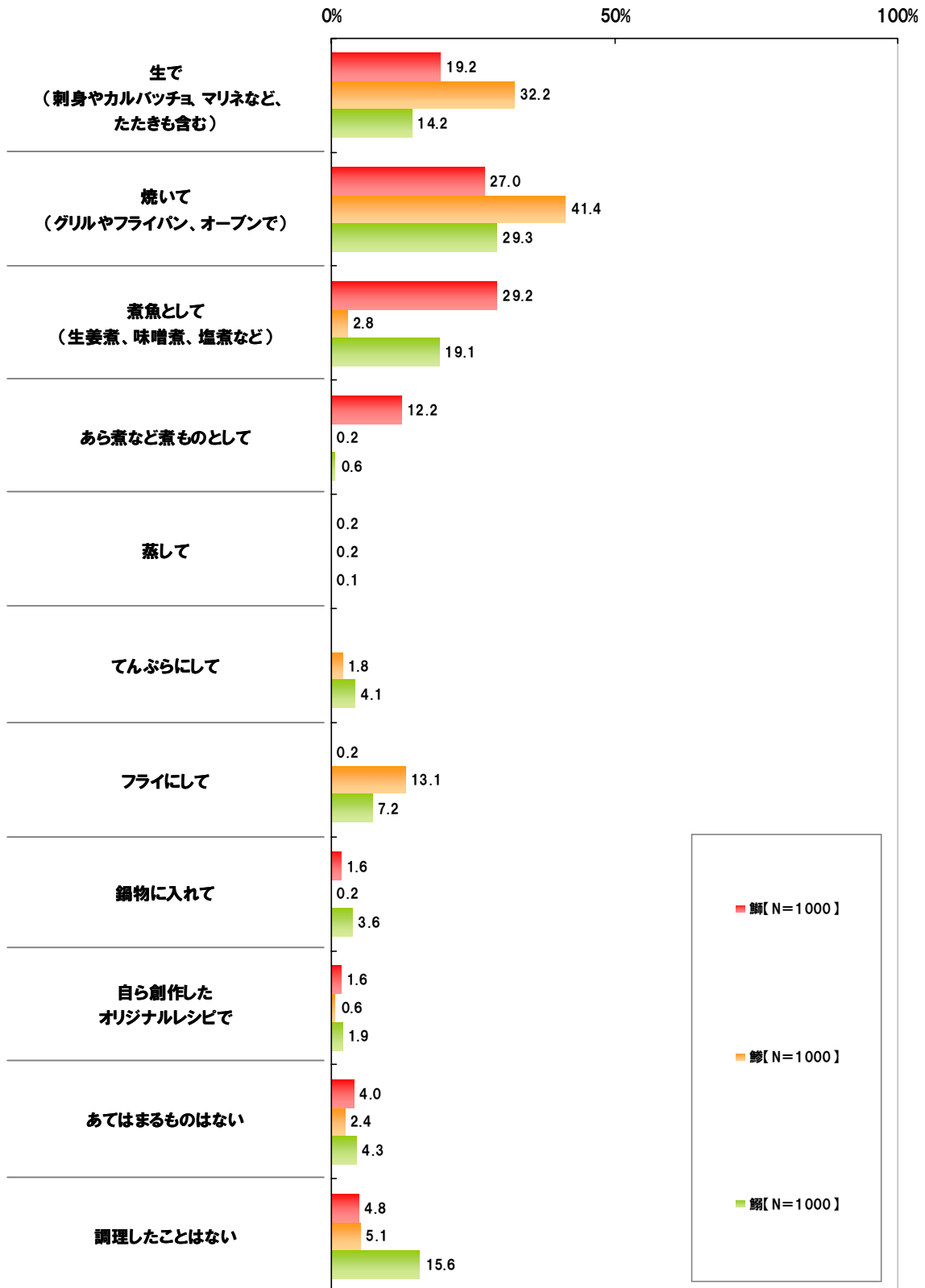
◆最も行う魚の調理方法【秋刀魚・鮭・鯖】(単一回答形式)



◆最も行う魚の調理方法【鯉・鰈・鯖】(単一回答形式)



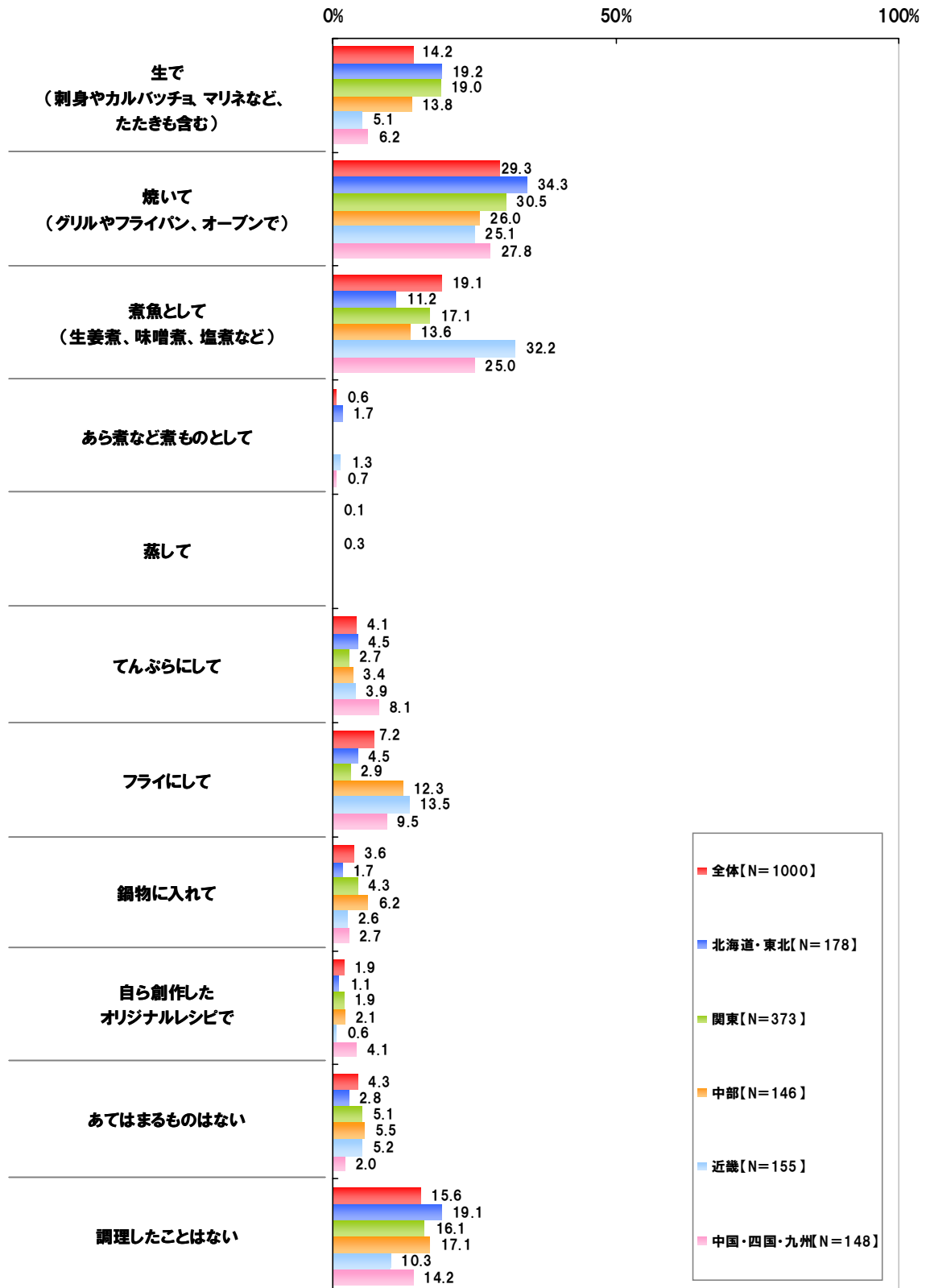
◆最も行う魚の調理方法【鰯・鯆・鰯】(単一回答形式)



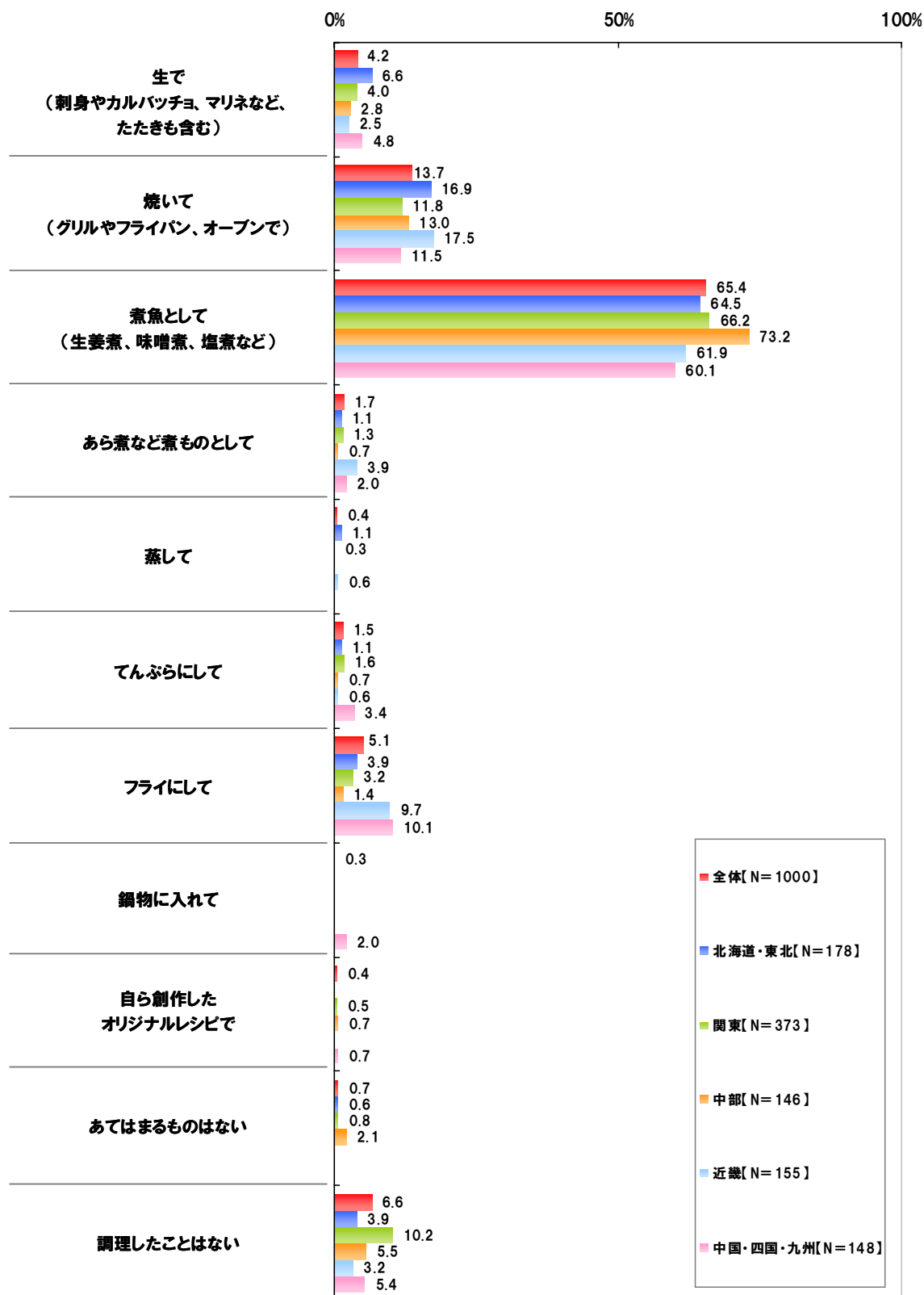
◆各魚種の「調理したことはない」の割合



◆最も行う魚の調理方法【鰯】_地域別（単一回答形式）



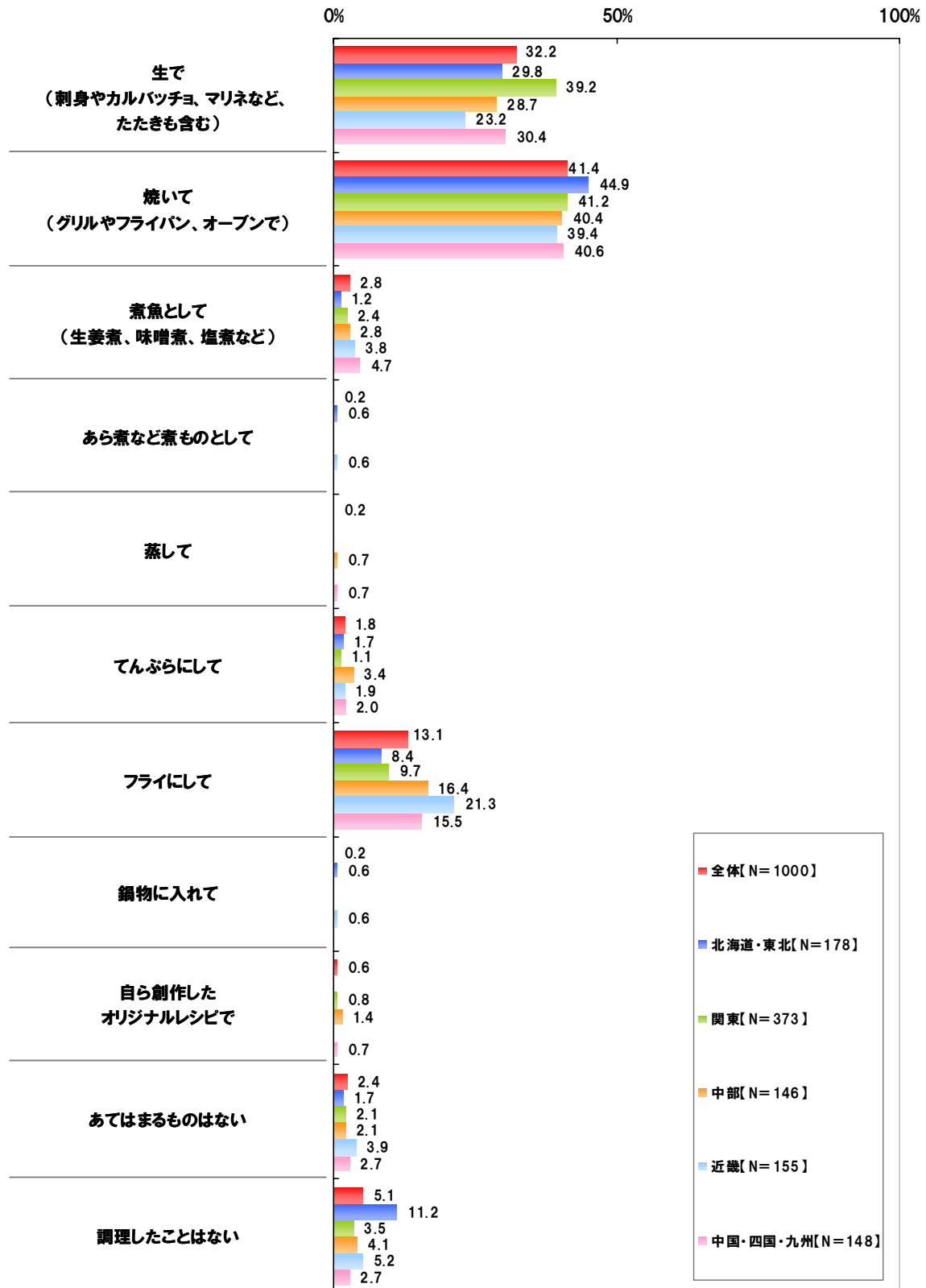
◆最も行う魚の調理方法【鰯】_地域別（単一回答形式）



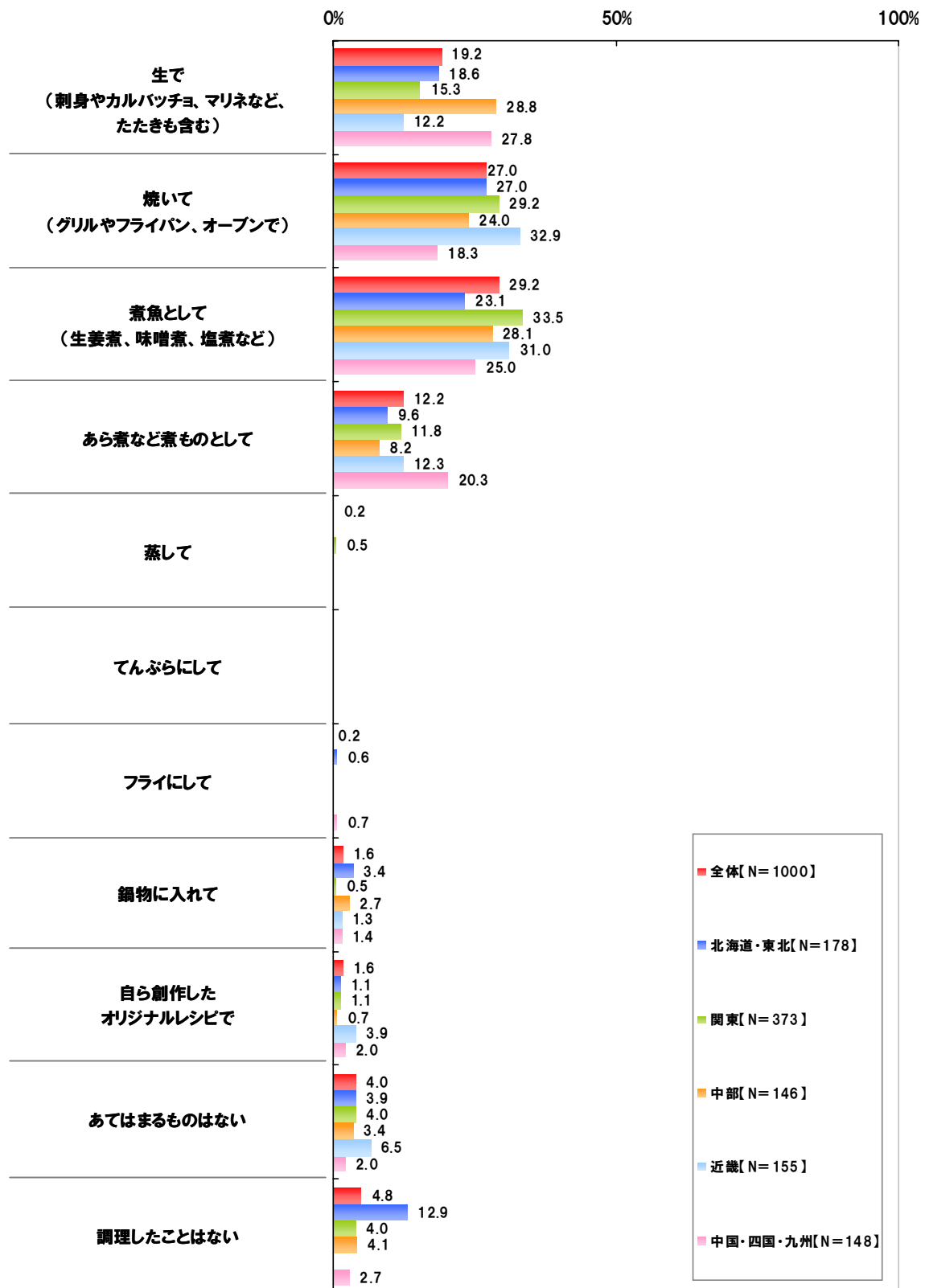
◆最も行う魚の調理方法【鯉】_地域別（単一回答形式）



◆最も行う魚の調理方法【鮭】_地域別（単一回答形式）



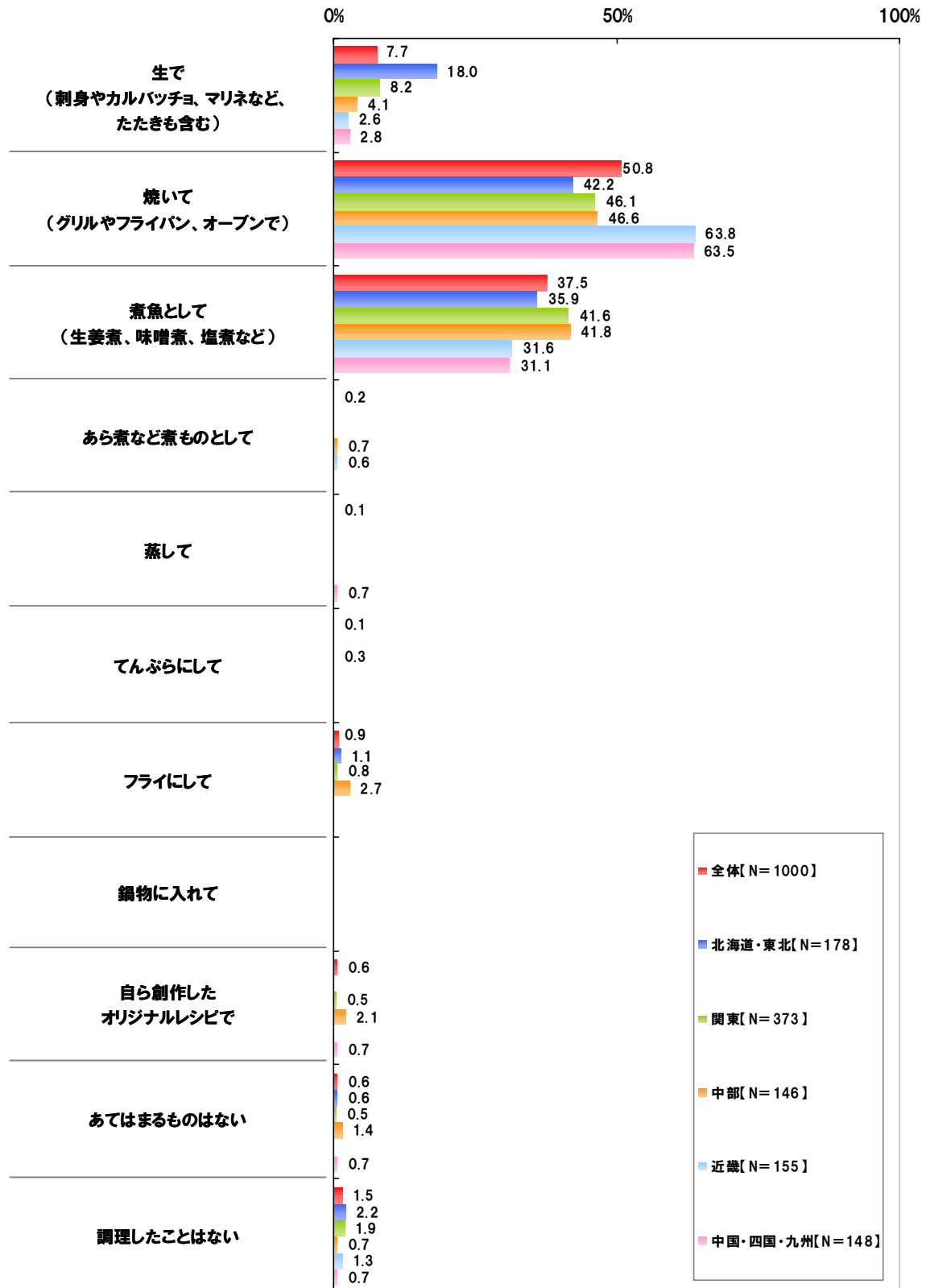
◆最も行う魚の調理方法【鰯】_地域別（単一回答形式）



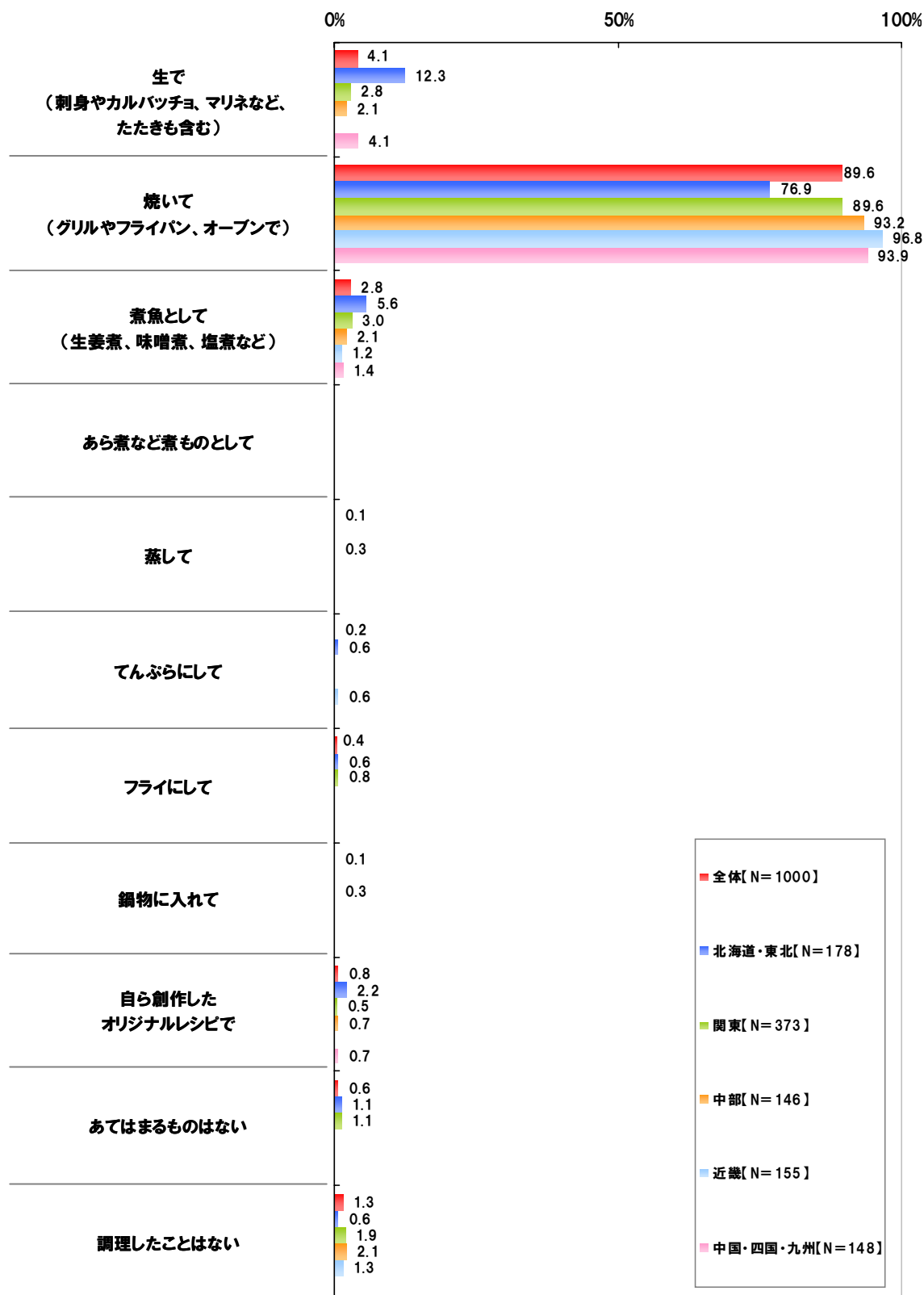
◆最も行う魚の調理方法【鮪】_地域別（単一回答形式）



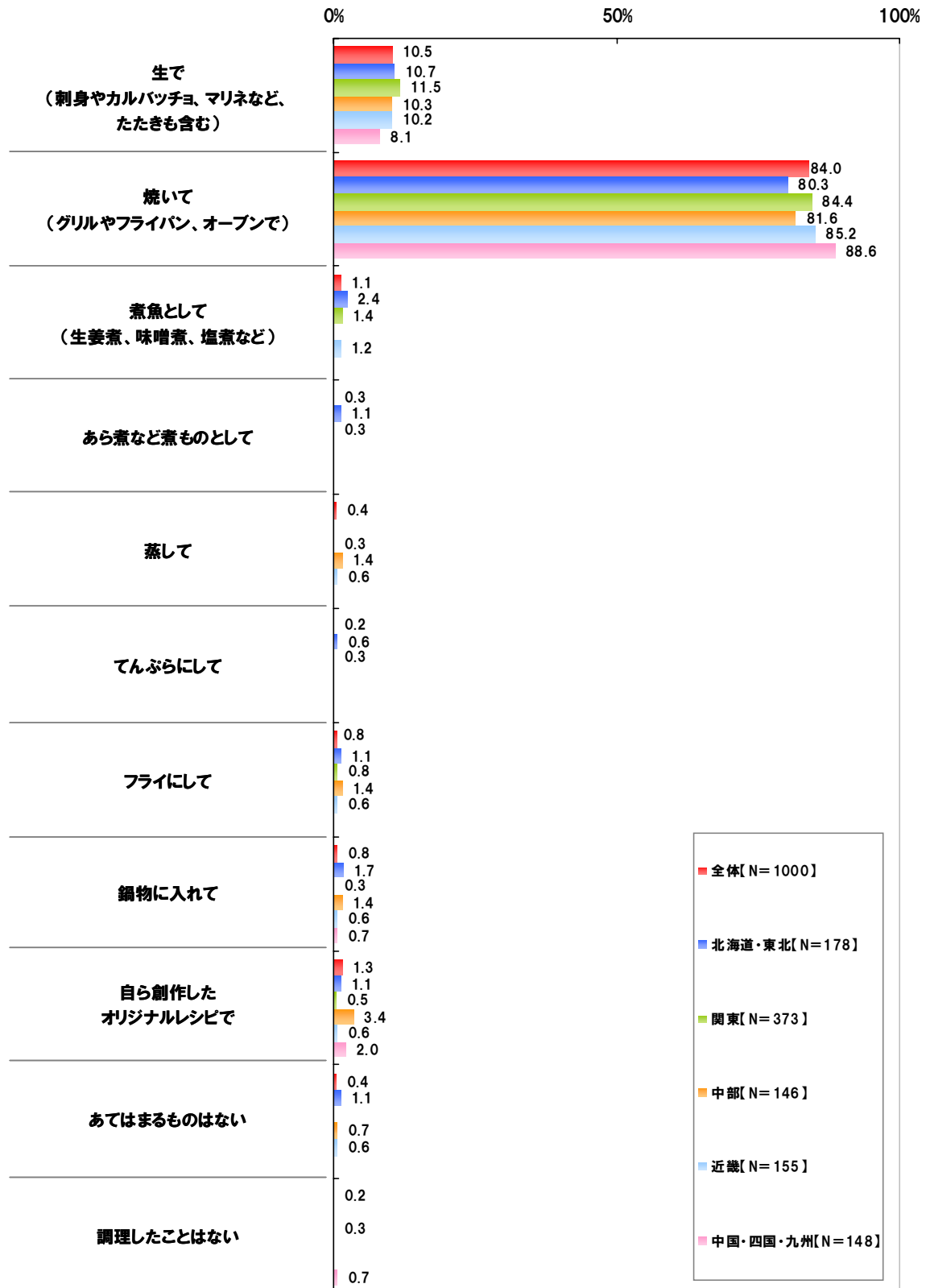
◆最も行う魚の調理方法【鯖】_地域別（単一回答形式）



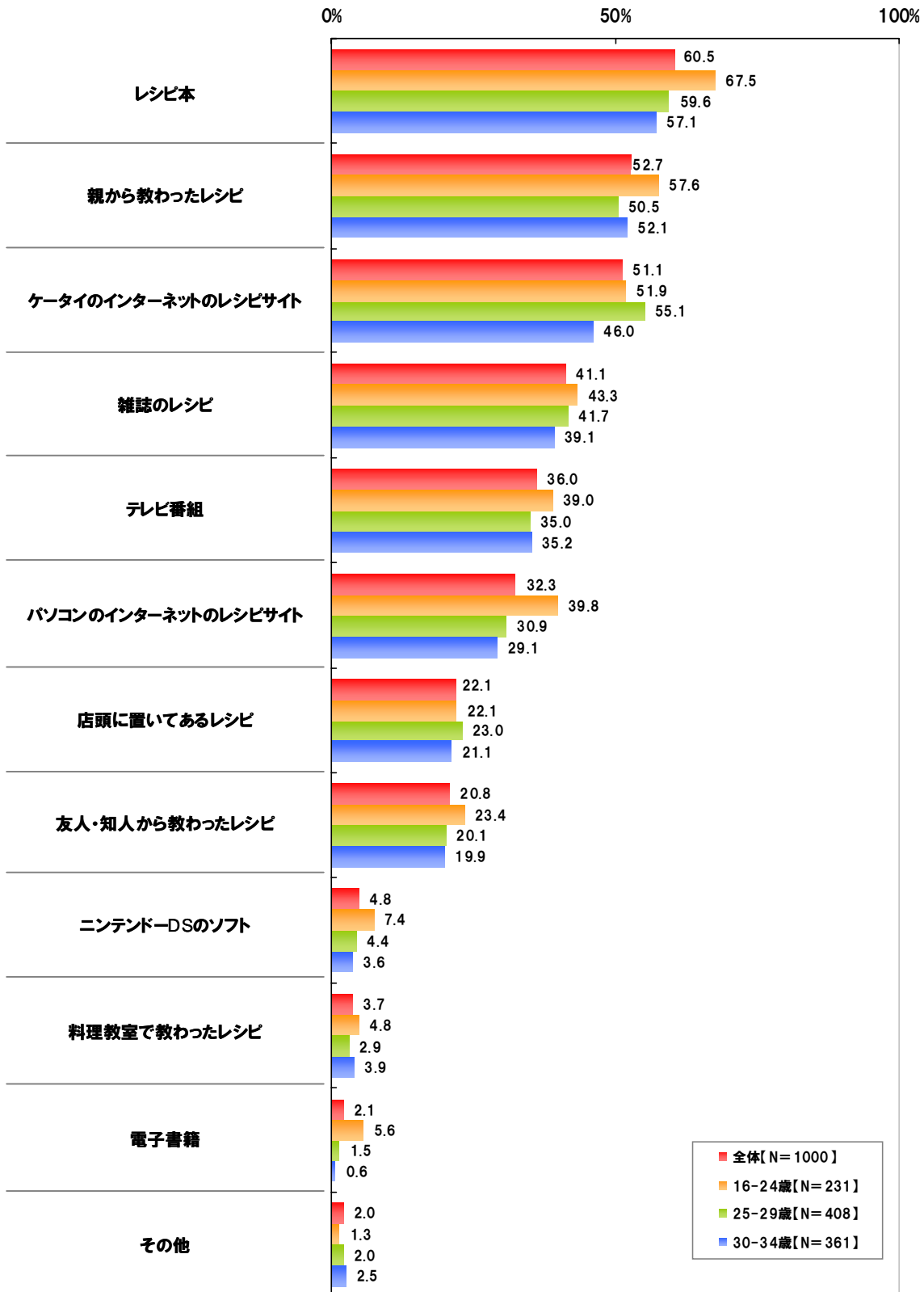
◆最も行う魚の調理方法【秋刀魚】_地域別（単一回答形式）



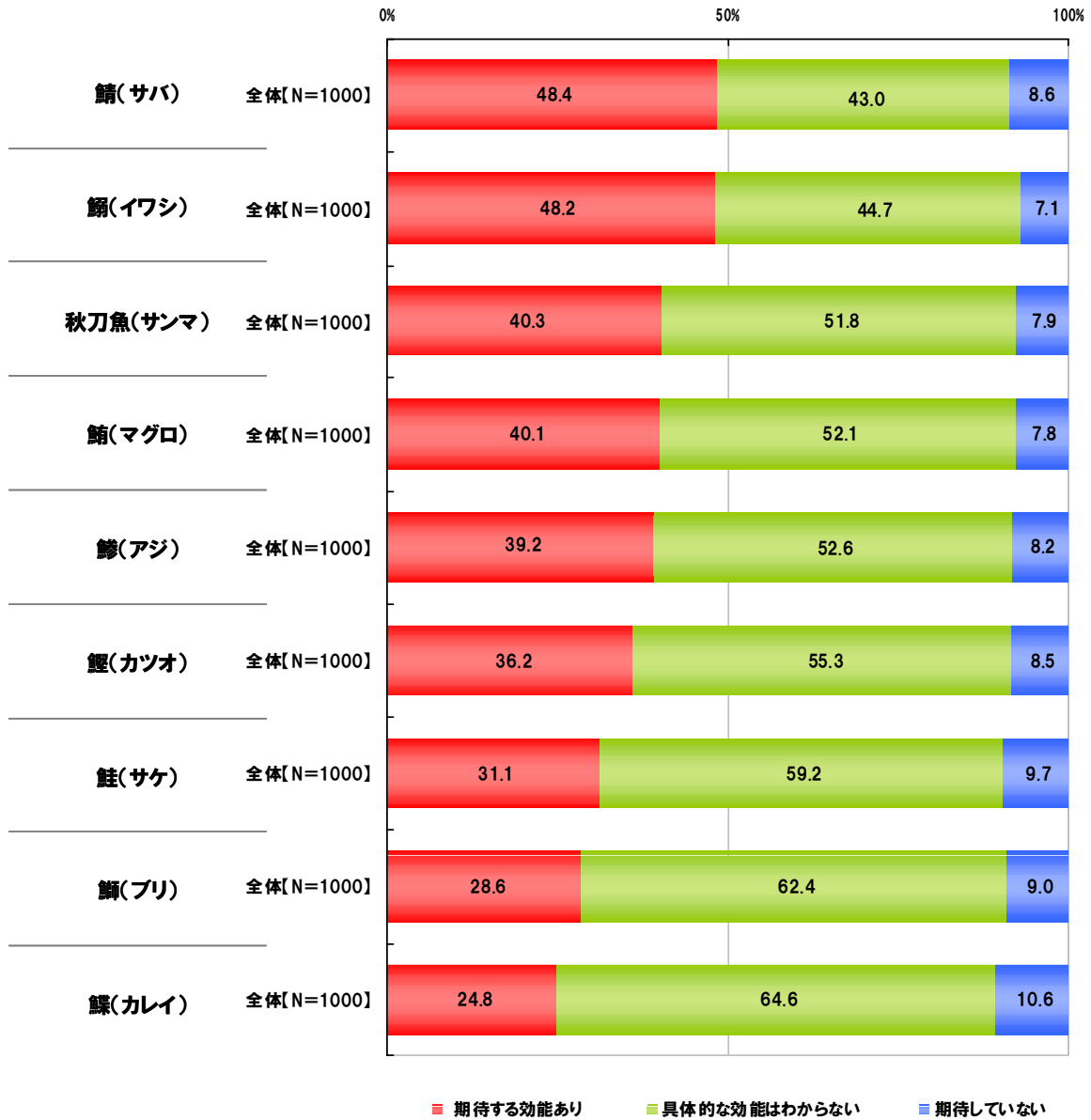
◆最も行う魚の調理方法【鮭】_地域別（単一回答形式）



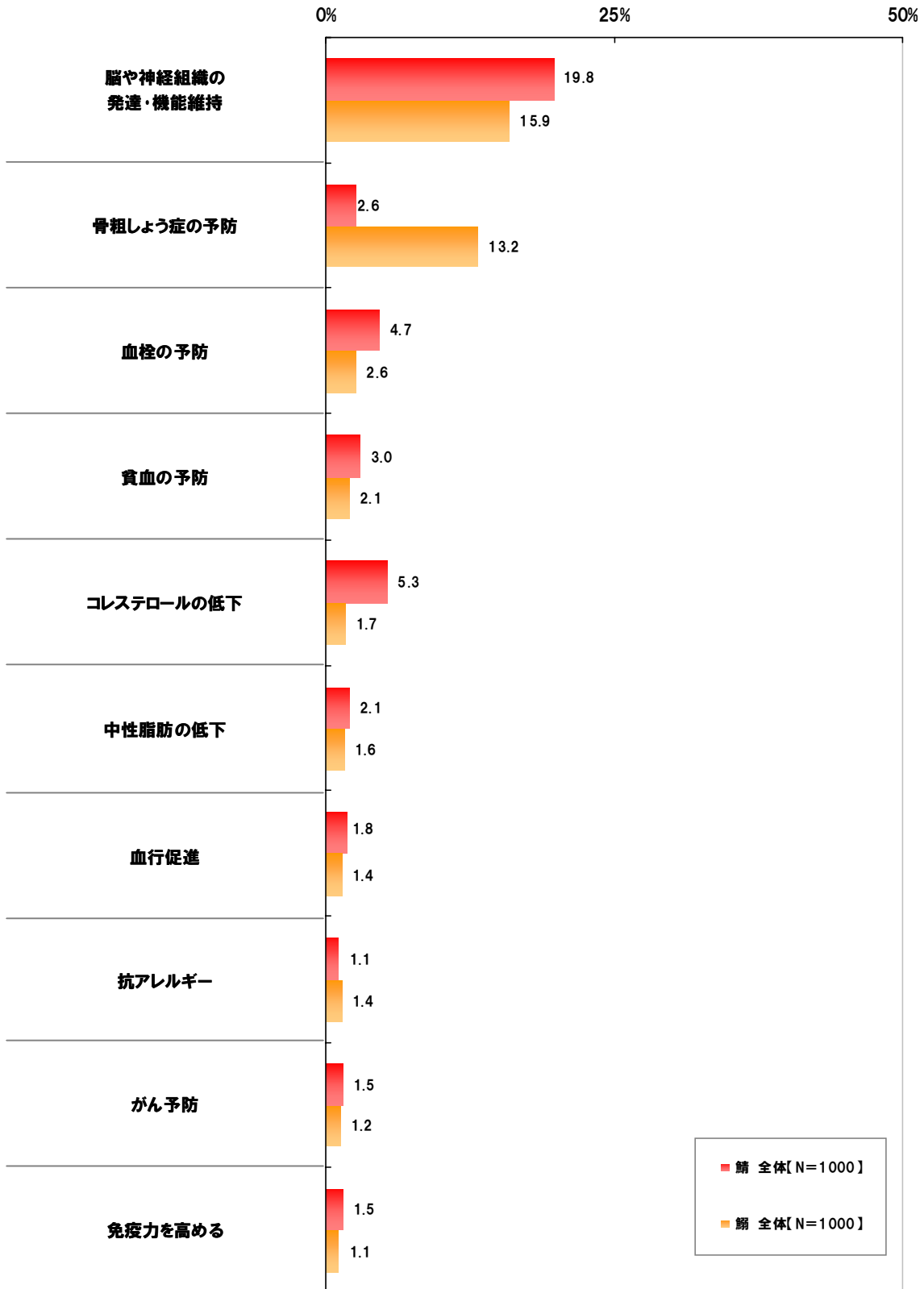
◆魚を料理する上で参考にするレシピ（複数回答形式）



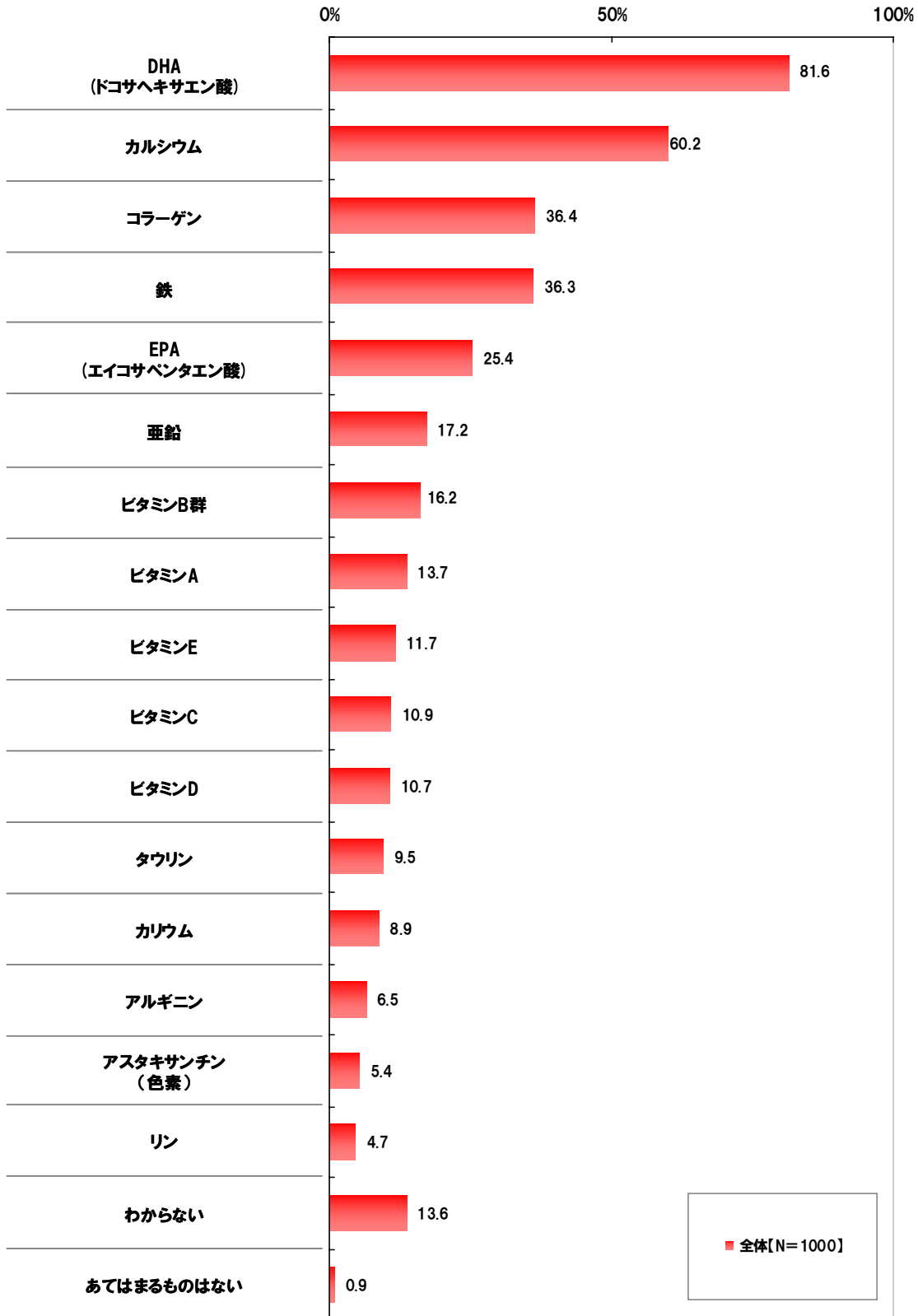
◆魚に期待する効能（単一回答形式）



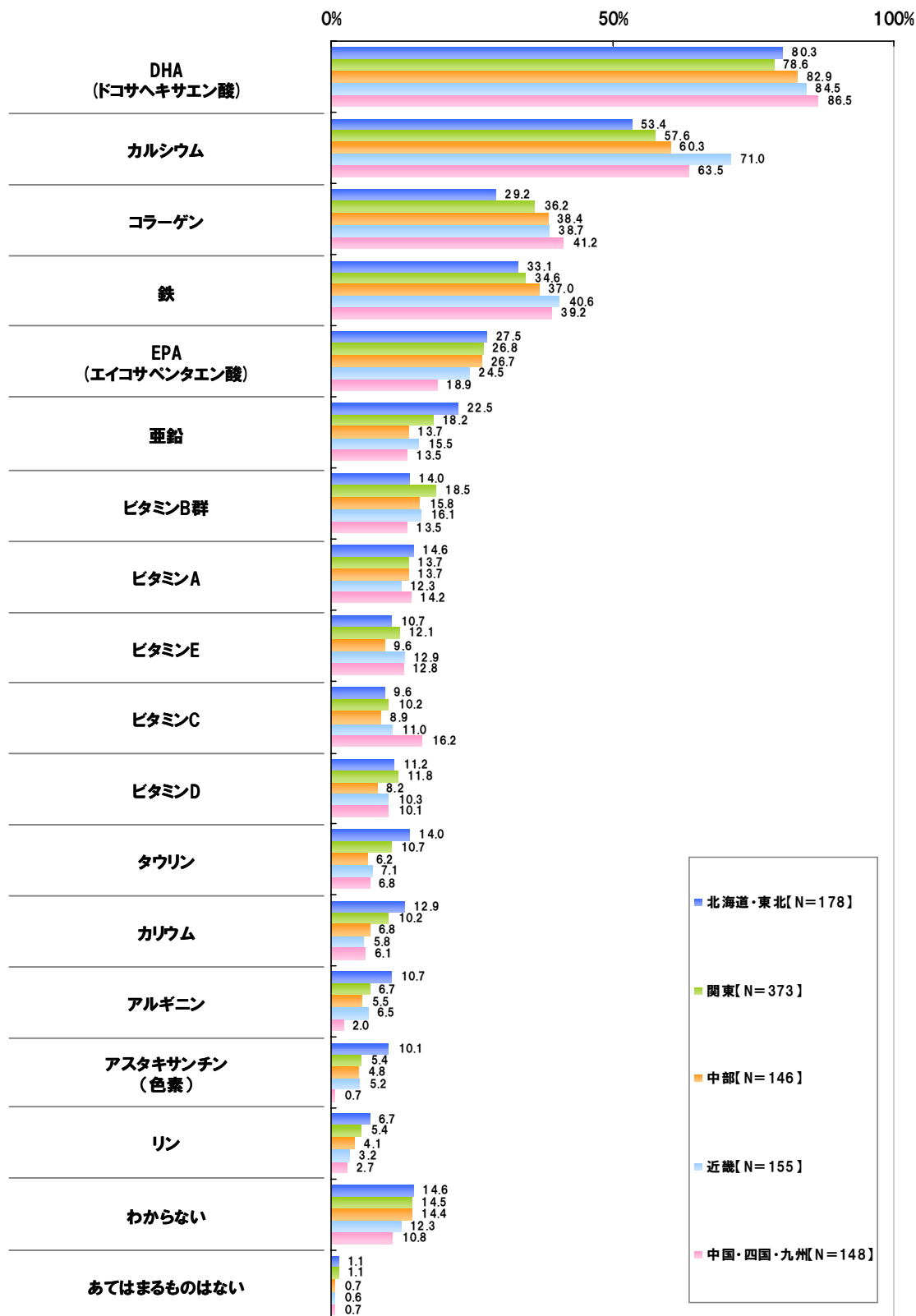
◆魚に期待する効能【鯖】【鰯】(単一回答形式) : 上位 10 項目を抜粋



◆魚から摂取したいと思う成分_全体 (複数回答形式)

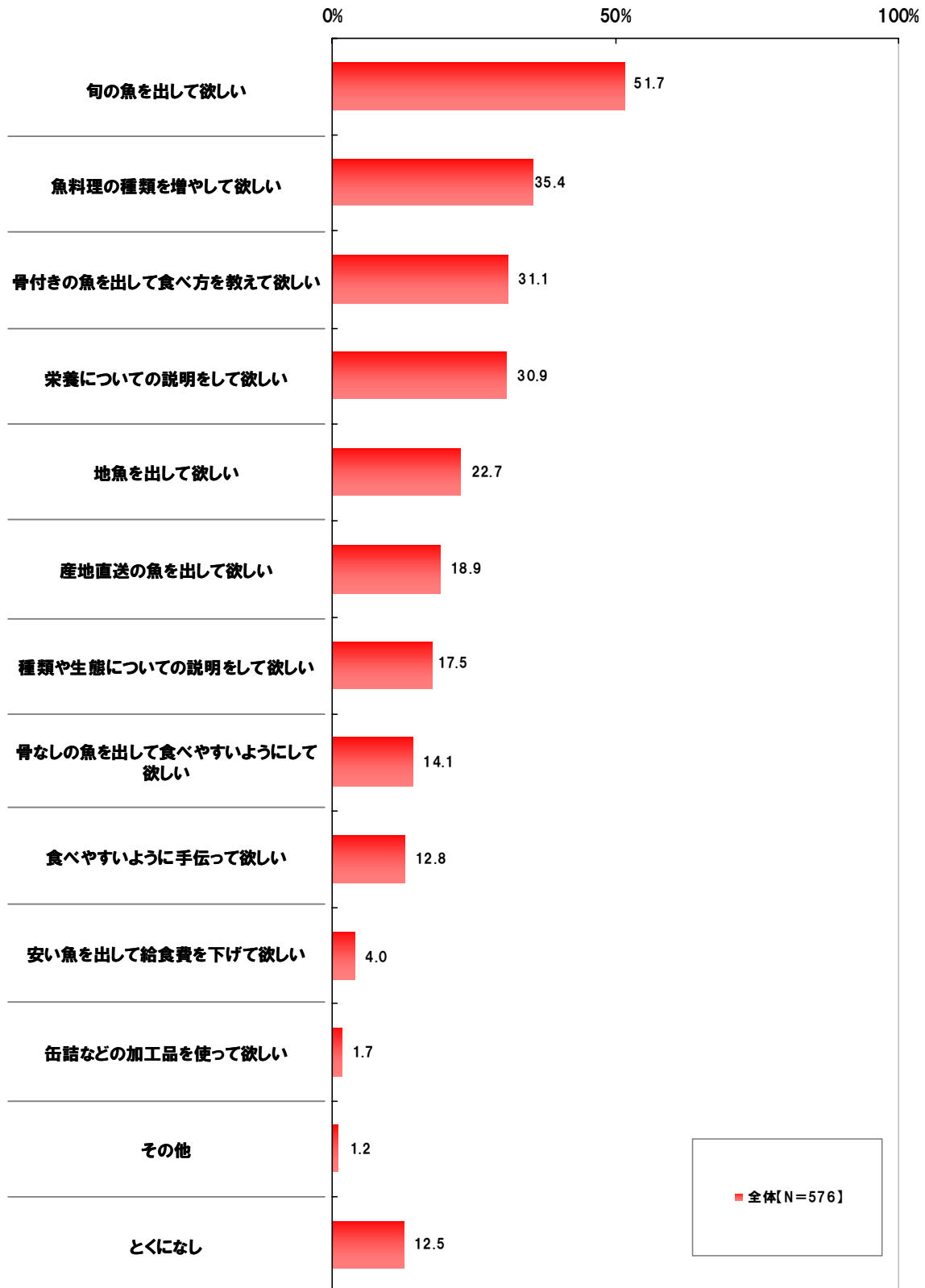


◆魚から摂取したいと思う成分_地域別 (複数回答形式)

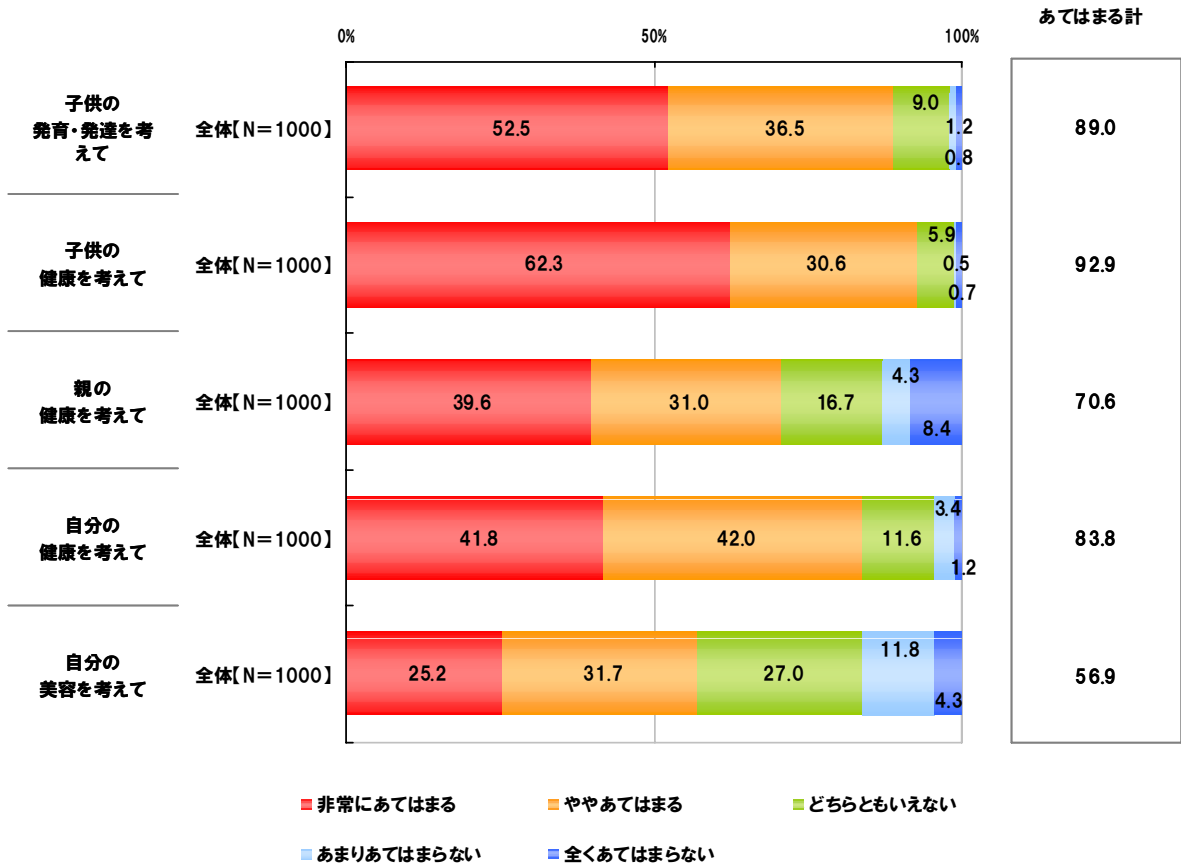


◆給食に出る魚料理について感じていること（複数回答形式）

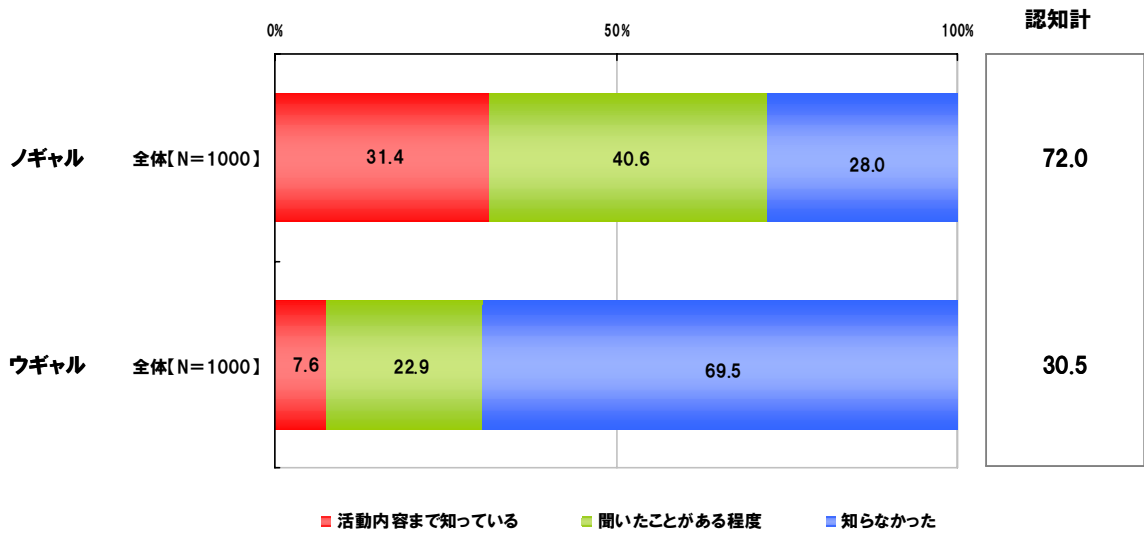
※お子様が保育園や幼稚園、小学校で給食を食べている回答者ベース



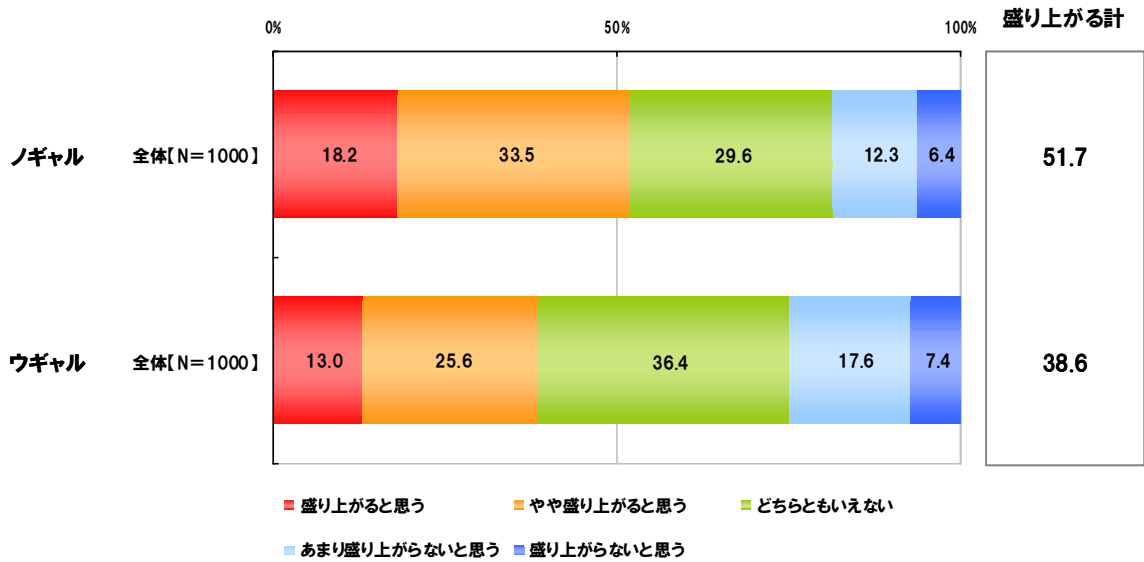
◆魚を食卓に用意する上での気持ち（単一回答形式）



◆ノギャル・ウギャルを知っているか (単一回答形式)

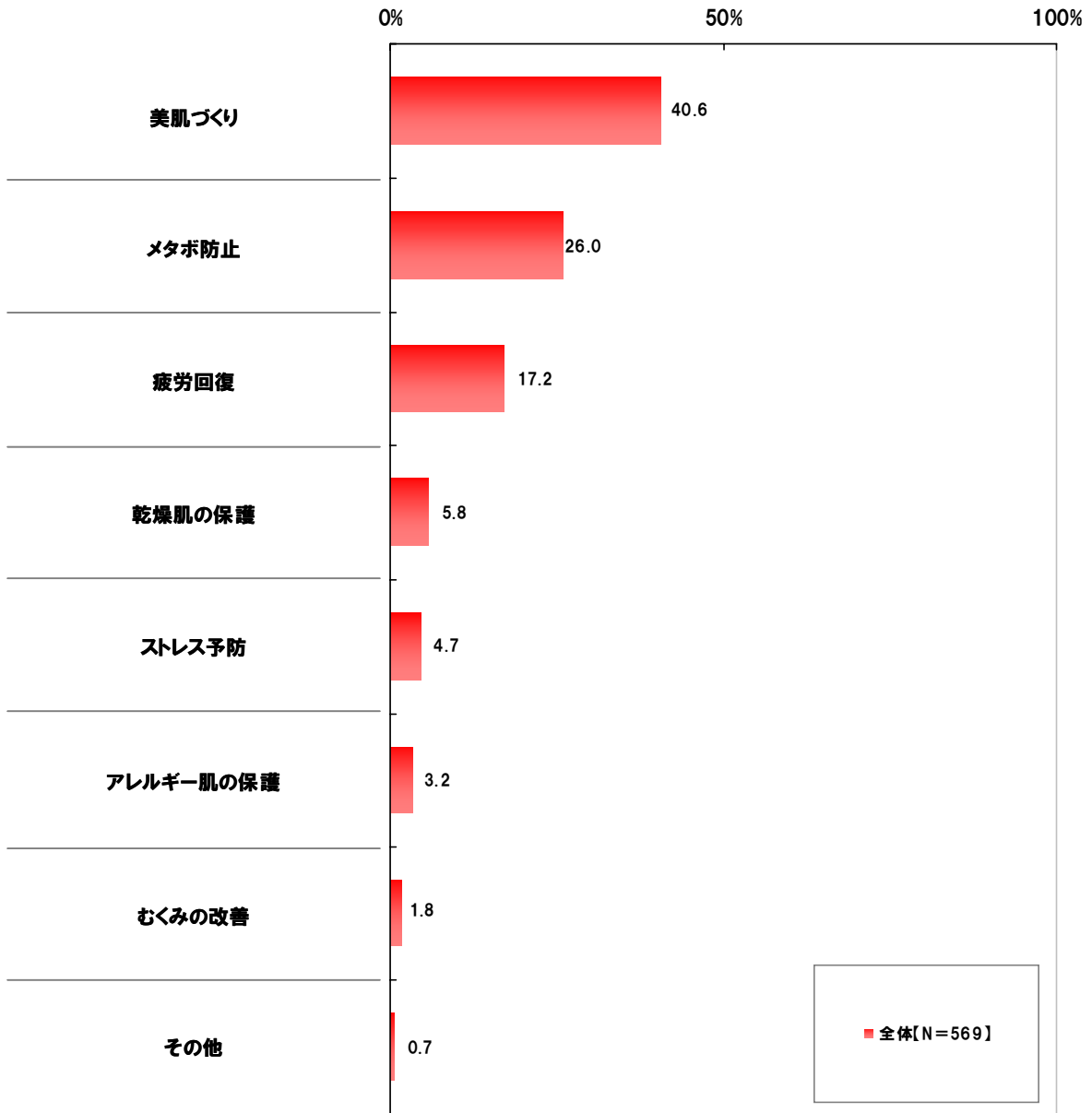


◆ノギャル・ウギャルは盛り上がるか (単一回答形式)



◆魚から得られる美容の効能で最も期待するもの（複数回答形式）

※食卓に魚を上げる際の意識で「自分の美容を考えて」で『あてはまる』との回答者ベース



(調査概要)

- ◆調査タイトル：魚料理に関する意識調査
 - ◆調査対象：ネットエイジアリサーチのインターネットモニター会員を母集団とする
16歳～34歳の女性で、小学生以下の子供がおり、“自分が主に食事を用意し、
週に3日以上魚が食卓に上がる”と回答した方
 - ◆調査対象者の内訳：

18～24歳	(231名)
25～29歳	(408名)
30～34歳	(361名)
 - ◆調査期間：2010年04月30日～05月12日
 - ◆調査方法：インターネット調査（モバイルリサーチ）
 - ◆調査地域：全国
 - ◆有効回答数：1,000サンプル（有効回答母数から1,000サンプルを抽出）
 - ◆実施機関：ネットエイジア株式会社
- 〈調査協力会社：ネットエイジア株式会社（担当：吉田）〉

■■報道関係の皆様へ■■

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、
「マルハニチロホールディングス調べ」と付記のうえ
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■■本調査に関するお問合せ窓口■■

株式会社マルハニチロホールディングス
TEL : 03-3216-0821
Eメール : koho@maruha-nichiro.co.jp
受付時間 : 9時00分～18時00分（月～金）

■■会社概要■■

代表者名 : 代表取締役社長 久代 敏男
設立 : 2004年4月
(2007年10月に、株式会社マルハグループ本社から
株式会社マルハニチロホールディングスに社名変更)
所在地 : 東京都千代田区大手町1-1-2
業務内容 : 水産事業、食品事業、畜産事業、保管・物流事業

会社および商品の詳細は <http://www.maruha-nichiro.co.jp/> をご覧ください。