

平成18年度 水産庁補助事業
水産物消費改善事業
(水産物消費嗜好動向調査)

水産物を中心とした消費に関する調査

～水産物消費拡大方法の検討～

平成19年3月

社団法人 大日本水産会

(社)大日本水産会
おさかな普及協議会
TEL 03 (585) 6684

平成18年度 水産庁補助事業
水産物消費改善事業
(水産物消費嗜好動向調査)

水産物を中心とした消費に関する調査 ～水産物消費拡大方法の検討～

大日本水産会 会長 中須勇雄

平成19年3月

社団法人 大日本水産会

はじめに

人々の生活の中で、もっとも重要なものの一つである食生活において、水産物の果たすべき役割は大きいですが、昨今のファーストフードに代表される食の簡便さを求める風潮が逆風になって、水産物の消費は減少傾向にあることが懸念されます。

どうすれば、消費者の皆様に、もっと水産物を美味しく沢山食べて戴けるのか、水産業界に携わるものは、より一層の努力が求められています。一体、何をどうすれば消費者の水産物に対する購買意欲を刺激する事が出来るのでしょうか。

本調査は、インターネットを使い、小中学生を持つ母親を対象に、もっと水産物を利用して頂く為には、具体的に何が求められているのかを調査しました。

手前味噌になりますが、結果は、なかなか含蓄とヒントに富んだものとなっていると信じます。皆様方のビジネスやマーケティングの資料として、お役立て戴けることを期待します。

大日本水産会 会長 中須勇雄

目次

総合分析

I 調査概要	9
II 調査結果概要	15
1. 魚介料理の調理・消費の実態	15
2. 魚介料理の消費実態に対する意識と阻害要因	20
3. 阻害要因に対する解決策への受容度	23
III 今後の水産物消費拡大に向けて	35

ウェブアンケート調査結果

I ウェブアンケート調査概要	39
II ウェブアンケート調査結果	40
1. 回答者プロフィール	40
1-1 年齢	40
1-2 居住地域	41
1-3 職業	42
1-4 世帯形態・家族数	44
1-5 末子の年齢	46
1-6 世帯年収	47
2. 魚介料理の調理・消費の実態と意識	48
2-1 内食(家庭で調理する食事)における魚介料理の調理実態	48
(1)家庭での調理頻度	48
(2)家庭での魚介料理の調理頻度	56
(3)家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先	64
2-2 中食・外食における魚介料理の消費実態	88
(1)中食(惣菜、弁当、出前等)における魚介料理の購入頻度	88
(2)外食における魚介料理の消費頻度	90
2-3 魚介料理の消費状況に対する意識と阻害要因	92
(1)魚介料理の消費状況に対する意識	92
(2)魚介料理消費の阻害要因	95
3. 水産物の消費向上につながる条件	107
3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件	107
3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件	128
3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件	142
III アンケート調査票	158

総合分析

— 目 次 —

I 調査概要	9
II 調査結果概要	15
1. 魚介料理の調理・消費の実態	15
2. 魚介料理の消費実態に対する意識と阻害要因	20
3. 阻害要因に対する解決策への受容度	23
III 今後の水産物消費拡大に向けて	35

I 調査概要

■調査の背景と目的■

日本は世界有数の水産物生産国であり、過去40年間で生鮮魚介(冷凍を含む)の1人当たりの年間供給量は総じて増加しているが、その一方で、1人当たりの年間購入量は減少傾向にある。その理由として、中食・外食利用の増加など消費者の食生活の変化、生鮮魚介の販売・購入形態の変化が挙げられている。(平成17年度『水産白書』より)

これについて、社団法人大日本水産会では、これまで水産物の消費実態や動向について様々な調査を実施しており、水産物消費の阻害要因や、中食・外食での魚介料理の消費状況について実態を把握してきた。

本年度調査では、過年度調査(主に平成12・16・17年度)の結果を活かし、水産物消費の阻害要因をさらに深掘りすることで、前述の状況を打開すべく今後の具体的な方策を探ることを目的とする。

*本調査においては、「水産物」とは魚介類・海藻・水産加工品を指す。

背景

- ✓ 水産物(生鮮魚介)の購入量が年々減少している(『水産白書』より)
- ✓ 平成12・16・17年度の本調査より、水産物消費の阻害要因は以下の3つのシーンに大別できることを把握している
 - ①購入段階での阻害要因
 - ②調理段階での阻害要因
 - ③子どもに関する阻害要因
- ✓ 平成17年度本調査より、中食・外食の全体需要は増加しているが、中食・外食において魚介料理が肉料理よりも好まれているわけではなく、水産物消費の増加には至らないことを把握している



目的

過年度調査の結果を活用することにより、水産物消費の阻害要因を深掘りし、それらに対する解決案を仮説として構築する。

これらを元にアンケートを設計・調査を実施し、より詳細な阻害要因を見出すと同時に、具体的かつ詳細な解決方策を探る。

その結果から、消費者ニーズに適った水産物の供給方法を見定める。

■調査実施概要■

STEP1:調査設計 ①阻害要因の深掘り

平成12年度、16年度、17年度に実施した本調査結果より明らかになった、水産物消費の主な阻害要因を以下の3段階に整理、さらにそれらを深掘りし各阻害要因に対する解決方策の案を作成した。

- ①購入段階での阻害要因
- ②調理段階での阻害要因
- ③子どもに関する阻害要因

	阻害要因	解決方策の案
①購入段階	肉より割高	・高いだけの理由(効能、栄養価、安全性など)の周知
	品質・鮮度への不安	・産地、流通、加工過程についてわかりやすい情報提供 ・漁獲日の明記
	品質・鮮度のバラつき	・養殖により季節、地域に影響されない年間通じての安定供給
	料理方法のわからない魚が多い	・適した調理法の周知、店頭でのレシピの添付 ・レシピつきフィッシュロースター(魚焼き器)の適当価格での供給
	加熱の必要有無がわからない	・加熱有無、加工処理方法の明記
	種類や旬について知識がない	・種類、旬についての周知、店頭での情報提供
	下ごしらえの必要な魚が多い	・衣つきや下味つきなど、途中工程まで下ごしらえを済ませた魚の充実
	望む分量、形態で販売されていない	・分量、形態のバリエーションの多様化 ・スーパーの加工サービスの常時化
	適当な加工品がない	・分量(〇人分)のバリエーションの多様化 ・味つけや調理法などのバリエーションの多様化
	魚を使った中食・外食が少ない	・魚を使った惣菜・弁当の充実 ・魚料理メインのファミリーレストランやファーストフード店の登場 ・回転寿司の質向上 ・ビーフにひけをとらない味の魚肉ハンバーガーの登場
	鮮魚店のイメージが悪い	・鮮魚店の雰囲気改善 ・スーパーの加工サービスの有料化(→～円以下は〇円など料金体系がある方が依頼しやすい)
	魚が手に入りにくい	・スーパーの深夜時間帯での新鮮な魚の供給 ・コンビニでの新鮮な魚の供給 ・魚の宅配サービスの充実

	阻害要因	解決方策の案
② 調理 段階	作れる魚料理が少ない	・魚をメインとした献立の周知、レシピ添付
	もう1品おかずを作るのが面倒	・魚と相性のいい食材の隣接販売 ・適した付け合わせ食材とのセット販売
	調理が面倒	・フライパン一つでできるレシピの周知、添付 ・台所を汚さない魚料理用具の充実(敷き物等)
	匂いが気になる	・匂いが出ないフィッシュロースター(魚焼き器)の適当価格での供給 ・生臭くない加工品の供給 ・煙の出ない加工品の供給 ・手洗い用品の充実 ・匂いとり用品の充実
	見栄えがしない	・魚用皿(角皿)の洒落たものの供給
	冷凍魚は味が落ちる	・解凍方法の普及 ・家庭で使える手軽な解凍機の登場
	後片づけが面倒	・洗浄が楽なフィッシュロースター(魚焼き器)の適当価格での供給 ・食べカスが出ない調理法の周知、レシピ添付 ・処理用品の充実
③ 子ども 関連	骨があって食べにくい	・骨なし魚の供給 ・刺し身、切り身の適当価格での供給 ・骨取り用具の充実 ・フードプロセッサーを用いた調理法の周知 ・骨の少ない魚の種類、店頭でのシール添付 ・骨の少ない部位の周知、店頭でのシール添付 ・魚の上手な食べ方の周知(教育)
	満腹感が得られない	・ボリューム感を得られる調理法の周知、レシピの添付 ・ボリューム感のある加工品の供給(衣つき等)
	よい効果があることを知らない	・魚の良さの周知(教育)

STEP1: 調査設計 ②調査票の設計

作成した解決方策の案を、消費者の購買・調理等のシーンを想定してさらにカテゴリライズし、「どのような条件(=解決案)がそろえば、もっと水産物を購入するか(調理するか/子どもに食べてもらえるか)」という形式で調査票に落とし込んだ。

①購入段階 ~どのような条件がそろえば今よりもっと水産物を購入するか~

価格、販売方法について

- 肉と変わらない値ごろ感での販売
- 外国産と変わらない価格での国産魚の販売
- 旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売
- 鮮魚店の営業時間延長
- スーパーマーケットの深夜時間帯での生鮮魚の販売
- コンビニエンスストアでの生鮮魚の販売
- 水産物専門の宅配サービスの登場・充実

情報の提供・情報の表示方法について

- 産地・流通経路のわかりやすい表示
- 漁獲日のわかりやすい表示
- 加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示
- 水産物の種類や旬についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
- 水産物の優れた効能や栄養価についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
- 水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)

下処理サービスについて

- 三枚おろしや背わた処理など、調理の手間が省けるよう下処理した商品の充実
- 店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている
- 魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる
- 店頭の下処理サービスの有料化(頼みやすくなる)

加工品の販売、他の食材とのセット販売について

- 衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実
- 加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実
- 電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実
- 切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実
- 魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売
- つけ合わせや副菜用の食材とのセット販売
- レモンやすだち、大根おろしの添付販売

中食、外食について

- 水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実
- ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実
- 魚介料理を出す外食店の充実
- 回転寿司の質の向上

②調理段階 ～どのような条件がそろえば今よりもっと魚介料理を調理するか～

調理器具・用品、調味料等の販売について

- 後片づけが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及
- 冷凍魚介の味を落とさずに簡単に解凍できる機器の家庭への普及
- 調理用の衛生用品や匂い取り用品の充実
- 手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実
- 調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実
- 「焼肉のタレ」のような魚介料理用のタレ、ソースの販売
- 魚介料理用の食器(角皿)の充実(サイズやデザイン等)

情報提供について

- 魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
- フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
- 調理くずや食後の残りカスが出ないレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)

③子ども関連

～どのような条件がそろえば今よりもっと子どもに魚介料理を食べてもらえると思うか～

魚の骨対策について

- 骨なし魚の普及
- 骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する
- 骨とり用具の充実
- フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)

レシピや教育について

- 子供の好む魚介料理のレシピの充実
- 肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
- 魚の優れた効能、栄養価などに関する教育
- 魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育
- 歌やテレビなどで魚のよさをもっと子どもに知らせる

STEP2: 調査実施

小・中学生の子どもを持つ母親を対象とし、ウェブアンケートを実施した。

なお、前頁までに述べた内容以外に、魚介料理の消費・調理実態や属性等についても回答を得た。

アンケート調査実施概要

- 調査対象者: 小・中学生の子どもを持つ母親
 - 調査方法: goo!サーチモニターを対象としたウェブアンケート
 - 調査時期: 平成18年8月
 - 調査内容:
 1. 食生活における水産物消費の実態、阻害要因把握
 - 日ごろの食生活実態
 - 日ごろの食生活における魚介料理の消費実態
: 朝食・昼食・夕食別／内食・中食・外食別
 - 水産物の購入頻度、主な購入先
 - 魚介料理の消費実態に対する意識と阻害要因
 2. 阻害要因に対する解決案への受容度把握
 - 購入段階の解決案への受容度
 - 調理段階の解決案への受容度
 - 子ども関連の解決案への受容度
 3. 回答者属性
 - 年齢／居住地域／職業／世帯形態・家族数／末子の年齢／世帯年収
- 調査項目: 巻末資料参照のこと

STEP3: 総合分析

調査結果を集計し、回答者(=小・中学生の子どもを持つ母親)の年齢や家族構成、魚介料理の消費・調理実態の違いによる阻害要因の差、および条件として提示する阻害要因についての解決案の受容度を分析する。分析の結果より、水産物消費の向上において鍵となる条件を抽出、今後のマーケティングの課題について考察する。

Ⅱ 調査結果概要

1. 魚介料理の調理・消費の実態

(1) 内食(家庭で調理する食事)における状況

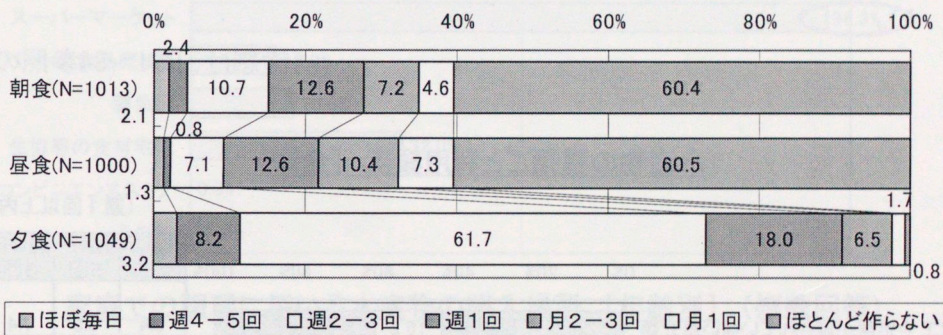
～小・中学生の子どもがいる家庭で、日ごろどのくらい魚介料理を調理しているか～

朝食、昼食では魚介料理を「ほとんど作らない」家庭が6割超。夕食では、「週1回以上作る」家庭が9割超。

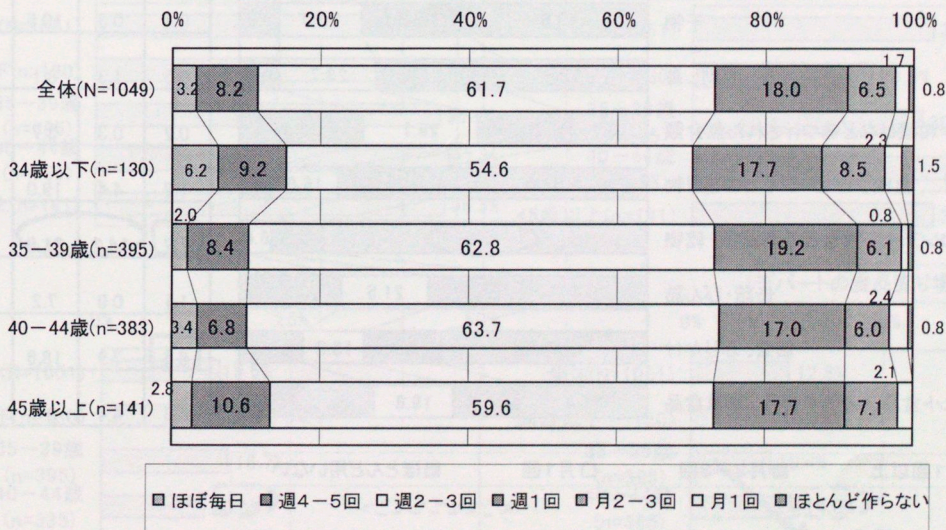
- ・内食(家庭で調理する食事)における魚介料理の調理頻度を尋ねたところ、「朝食」「昼食」で魚介料理を調理する家庭は半数以下。「ほとんど作らない」が6割を超えた。
- ・「夕食」においては、「週1回」以上作る家庭の合計が9割に達した。
- ・夕食の状況について、回答者自身(母親)の年齢による大差はなく、世帯形態別では「三世代家族」で調理頻度が高い。

(詳細は、P56～63参照のこと)

家庭における魚介料理の調理頻度(夕食) [全体]



家庭における魚介料理の調理頻度(夕食) [年齢別]



魚介料理の家庭での調理は「夕食」が主であり、今や“朝食に焼き魚”という家庭は少数。調理頻度については、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ず、母親の年齢と魚介料理の消費の実態にはあまり相関がないと言える。

～小・中学生の子どもがいる家庭で、どの水産物がどのくらい食卓に上っているか～

毎日食卓に上る水産物はあまりない。

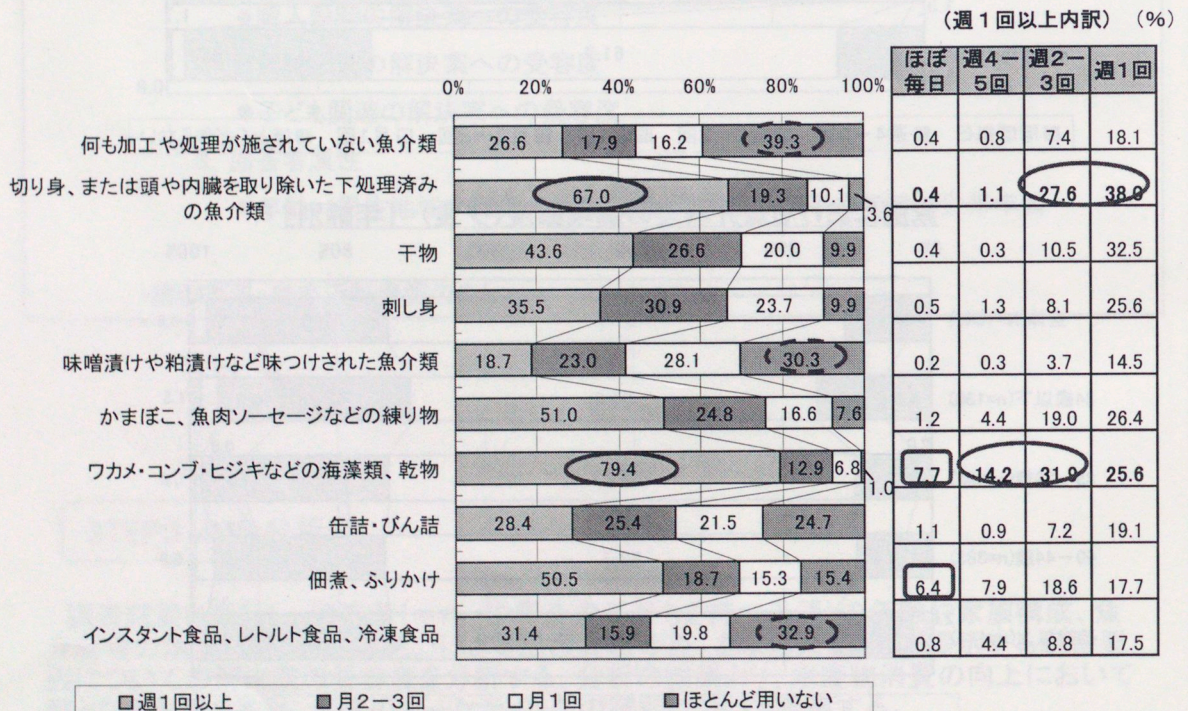
「何も加工や処理が施されていない魚介類」は「ほとんど用いない」とする家庭が約4割と多く、「切り身(下処理済み)の魚介類」のほうが利用頻度は圧倒的に高い。

「ワカメなどの海藻類、乾物」「佃煮、ふりかけ」など日常的な利用が見込まれるものでも、「ほぼ毎日」利用する家庭は1割未満。

- ・水産物の種類ごとに、家庭で調理に用いる頻度を尋ねたところ、「ほぼ毎日」利用する水産物はほとんどなく、「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」、「佃煮、ふりかけ」でも1割に満たない。
- ・「週1回」以上の利用率が高い水産物は、「ワカメなどの海藻類、乾物」が約8割、「切り身(頭や内臓を取り除いた下処理済み)の魚介類」が7割弱であった。
- ・「ほとんど用いない」水産物は、「何も加工や処理が施されていない魚介類」で約4割と最も多かった。一方で、加工が施された「(魚介類の)インスタント・レトルト・冷凍食品」や「味噌漬けや粕漬けなど味付けされた魚介類」も3割は「ほとんど用いない」と回答している。
- ・調理に用いられる水産物については、回答者自身(母親)の年齢による大差はない。

(詳細は、P64～84参照のこと)

水産物の種類ごと利用頻度 [全体]



家庭での調理には「ワカメなどの海藻類(乾物)」や下処理済みの「切り身の魚介類」が重宝される。

夕食で週に数回作られる魚介料理には、主に「切り身」が用いられていることがわかる。一方で、「何も加工や処理が施されていない魚介類」は母親の年齢を問わず敬遠される傾向が読み取れる。

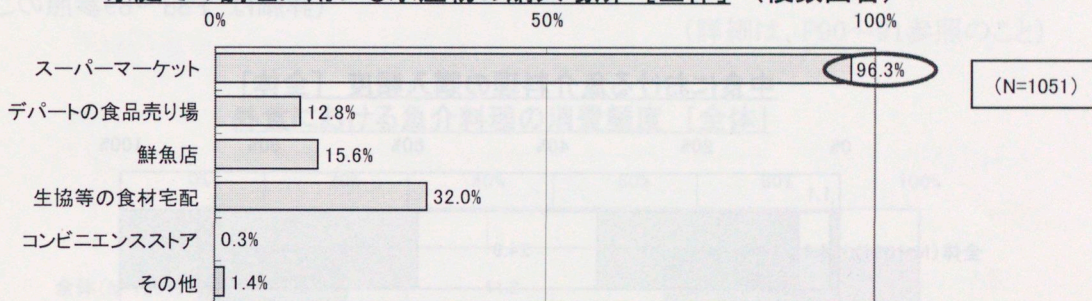
～小・中学生の子どもがいる家庭で、魚介料理用の食材はどこで購入されているか～

魚介料理用の食材の購入場所は、「スーパー」が圧倒的で全家庭の9割超が利用。「鮮魚店」の利用は2割未満と少なく、「生協等の食材宅配」の利用は約3割。

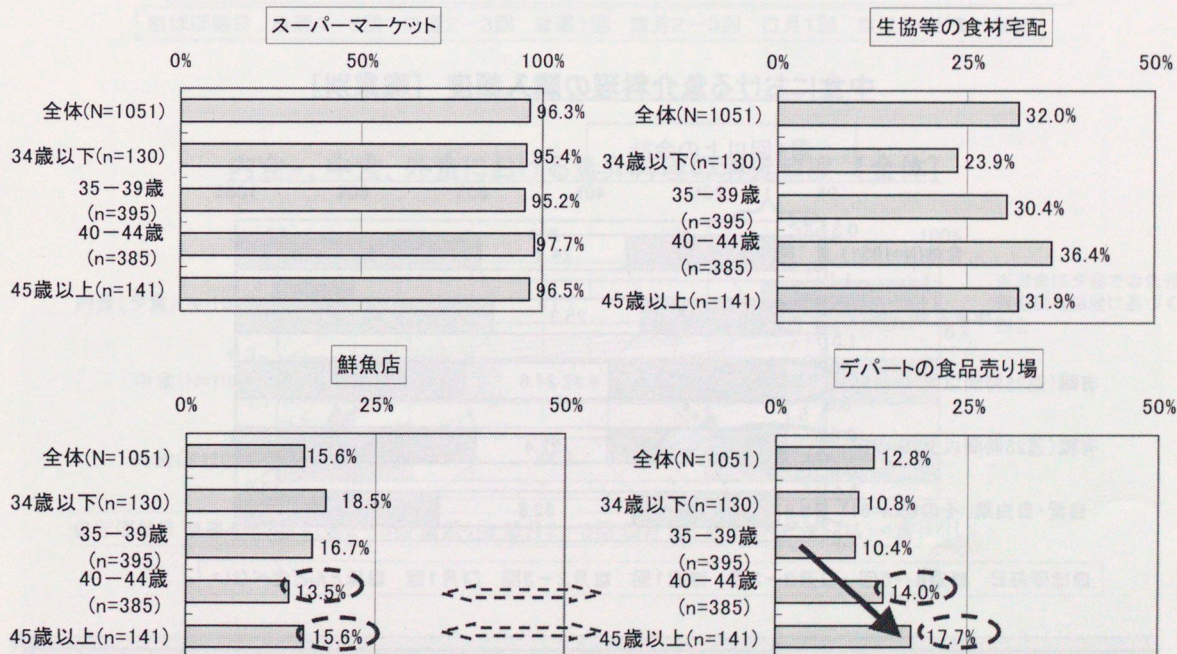
- 家庭で調理する魚介料理用の食材をどこで購入するかを尋ねたところ、「スーパーマーケット」を利用する家庭が96.3%と圧倒的。回答者自身(母親)の年齢・職業等を問わず、いずれの家庭でも最もよく利用されている。
- 「鮮魚店」の利用は2割に満たない。回答者の年齢による利用の差異は見られず、「34歳以下」でやや利用率が高い。
- 「生協等の食材宅配」の利用は約3割で、回答者の年齢が「34歳以下」の場合のみ利用率が2割台にとどまる。
- 「デパートの食品売り場」は、回答者の年齢が上がるにつれて割合が高くなり利用が増える傾向にある。40歳以上では「鮮魚店」の利用率を上回っている。

(詳細は、P85～87参照のこと)

家庭での調理に用いる水産物の購入場所 [全体] (複数回答)



家庭での調理に用いる水産物の購入場所 [年齢別] (複数回答)



魚介料理の食材の購入場所は「スーパー」が主。「鮮魚店」を利用する家庭は今や2割を切っており、40歳以上では「デパ地下」の利用率に僅差で負けている。

「生協等の食材宅配」利用者は3割と、「スーパー」に次ぐ販売チャネルとなっている。

(2) 中食・外食における状況

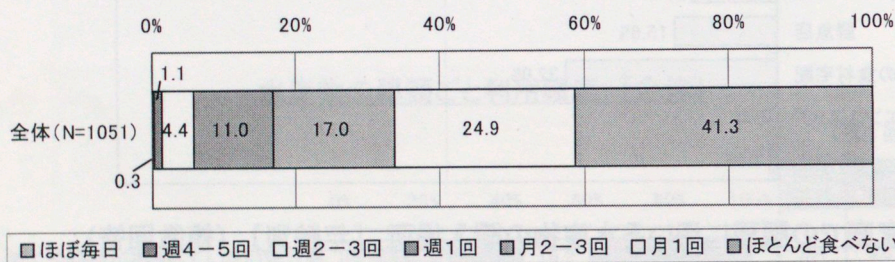
～小・中学生の子どもがいる家庭では、中食で魚介料理がどのくらい購入されているか～

中食(惣菜、弁当、出前等)で魚介料理を「月1回以上」購入する家庭は約6割。
比較的中食の利用が多いと推察される有職主婦の家庭でも、日常的に購入(週1回以上)する家庭は2割程度にとどまる。

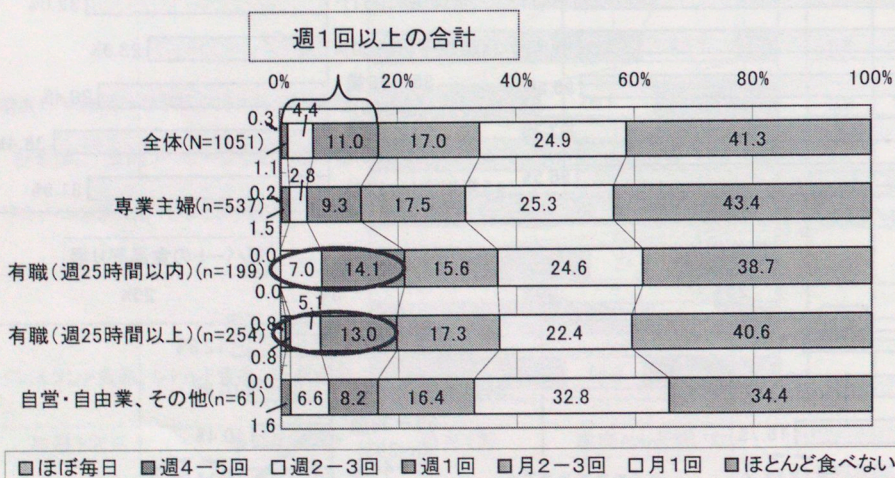
- ・中食(惣菜、弁当、出前等)で魚介料理を購入する頻度を尋ねたところ、「ほとんど食べない」は約4割で、約6割の家庭は「月1回」以上は購入している。
- ・日常的に購入(週1回以上)する家庭は、回答者自身(母親)が「有職(週25時間以内)※パート勤務想定」である場合が最も多く21.1%。次いで、「有職(週25時間以上)※フルタイム勤務想定」の家庭で19.7%であった。これらの有職主婦の家庭では中食自体の利用頻度が元々高いことを考慮すると、中食全体にみる魚介料理の消費量は多くないと推察される。
- ・世帯形態別では、「母子家庭、その他」の購入頻度が高く、「週1回」以上の合計が3割弱、「月1回」以上の合計は7割弱に達した。

(詳細は、P88～89参照のこと)

中食における魚介料理の購入頻度 [全体]



中食における魚介料理の購入頻度 [職業別]



中食での魚介料理購入頻度はあまり高くない。

母親の年齢による差よりも、職業の違い(有職か専業主婦)により購入頻度の差が見られるが、大差はない。

～小・中学生の子どもがいる家庭の外食では、魚介料理はどのくらい消費されているか～

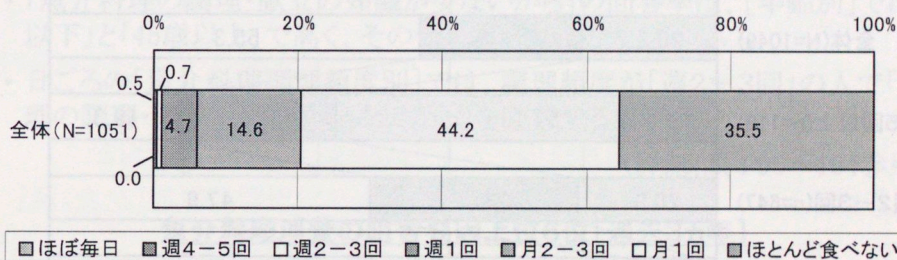
外食で魚介料理を食べるのは「月1回」の家庭が最多で4割超。

中食よりも「ほとんど食べない」とする家庭自体は減るものの、消費頻度は減少。「週1回」以上食べる家庭はわずか5.9%。

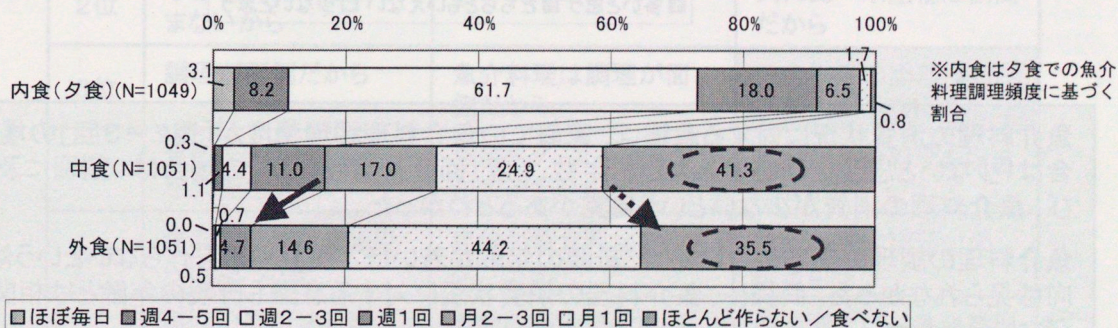
- 外食における魚介料理の消費頻度を尋ねたところ、「ほとんど食べない」家庭は35.5%で、中食での回答率(41.3%)を下回った。中食に比べると外食の方が若干利用機会が増える。
- 一方で、消費頻度は外食の方が中食よりも低くなる傾向にあり、外食の際に「月1回」魚介料理を食べる家庭が最も多く、44.2%。「週1回以上」の合計は5.9%にとどまる。これは、あまり日常的に外食をしている家庭が多くないことにも起因していると推察される。
- 回答者自身(母親)の年齢・職業、世帯形態による消費頻度の傾向に大差は見られなかった。「ほとんど食べない」の回答率には若干差がみられたものの、多くは外食習慣に起因するものと推察され、特に魚介料理に限定した傾向とは言い切れない。

(詳細は、P90～91参照のこと)

外食における魚介料理の消費頻度 [全体]



内食※、中食、外食における魚介料理の消費頻度 [全体]



外食での魚介料理消費頻度はあまり高くない。

魚介料理の消費形態としては、「内食」、それも特に夕食時に摂取される頻度が最も高く、「中食」「外食」での魚介料理消費頻度は低い。「中食」や「外食」では「ほとんど食べない」家庭がそれぞれおよそ4割に上る。

2. 魚介料理の消費実態に対する意識と阻害要因

(1) 魚介料理の消費実態に対する意識

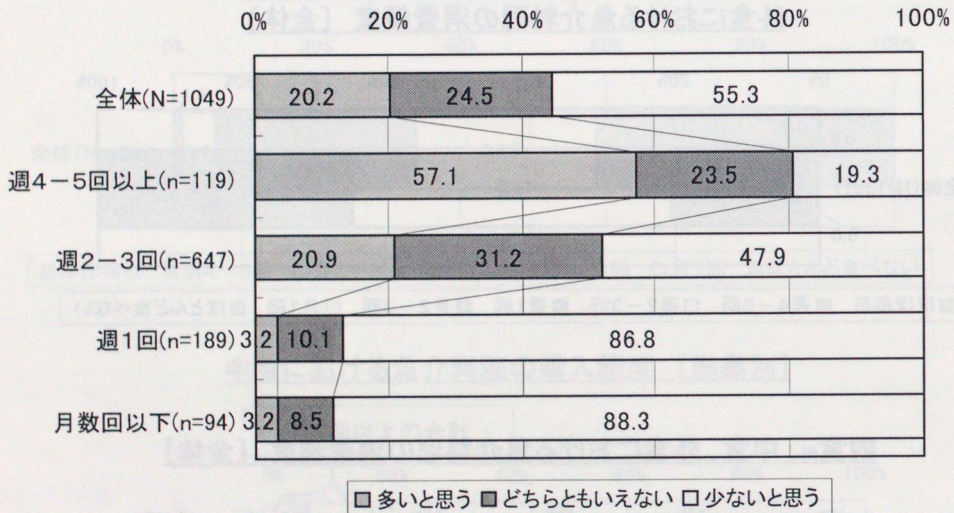
～日ごろの魚介料理の消費状況を、回答者自身はどのように思っているか～

日ごろの魚介料理の調理・消費頻度について、どのように思っているかをたずねると、全体の半数以上が「少ないと思う」と回答。

- ・回答者全体の回答率は、日ごろの魚介料理の消費が「多いと思う」20.2%、「どちらともいえない」24.5%、「少ないと思う」55.3%。
- ・回答者自身(母親)の年齢による意識の差は見られない。
- ・夕食に魚介料理を作る頻度別に見ると、「週4-5回以上」魚介料理を家庭で調理する人においては、「多いと思う」57.1%、「少ないと思う」19.3%。「週2-3回」では「多いと思う」20.9%、「少ないと思う」47.9%。「週1回」と「月数回以下」では「少ないと思う」が8割台後半の割合である。

(詳細は、P92～94参照のこと)

魚介料理の消費状況に対する意識[魚介料理調理頻度(夕食)別]



魚介料理の消費状況に対する意識は、家庭での魚介料理調理頻度が「週2-3回」の場合は「少ないと思う」と回答する人が約半数、「週1回」「月数回以下」の場合は9割弱に及び、魚介料理の消費が少ないという自覚があるとわかった。

魚介料理の調理の実態については、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。同様に、魚介料理の消費状況に対する意識も母親の年齢とは関係がないとわかった。

魚介料理の調理頻度が「週2-3回」である家庭は全体の約6割であった(P15参照)。そしてその半数近くは魚介料理の消費が「少ない」と思っていることから、今回調査の標準タイプの家庭では、魚介料理の消費について、「少ない」とする傾向が強い。

(2) 魚介料理消費の阻害要因

～魚介料理の消費を阻害する、各家庭における最大の要因は何か～

日ごろの魚介料理の消費状況について「少ないと思う」と回答した人を対象に、その阻害要因を尋ねた。(1～3位までを回答してもらい、ここでは1位の集計を分析)

- 1位「家族が魚介料理を好まないから」(24.8%)
- 2位「肉に比べ水産物は割高だから」(13.4%)
- 3位「魚介料理の調理・献立の知識がないから」(12.9%)

- ・平成16年度の結果は、1位「肉より割高だから」2位「子どもが魚介類を好まないから」3位「調理が面倒だから」、平成17年度の結果は、1位「同居の家族が魚介類を好まないから」2位「肉より割高だから」3位「魚介料理は調理が面倒だから」であった。(平成16・17年度とも、3つまでの複数回答形式)
- ・今回調査では回答形式を択一とし、阻害要因となる最大の理由を回答してもらった。すると「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」が第3位に入り、「魚介料理は調理が面倒だから」は5位(9.3%)にとどまった。(※平成16・17年度調査では、同様の選択肢として「魚介の調理法を知らないから」を設けたが、いずれも6位だった。)
- ・「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」の回答率は、[年齢別]では「34歳以下」と「45歳以上」で高く、その他の属性による大差はない。
- ・日ごろの[魚介料理調理頻度別]では、調理頻度が「週2～3回」の人で「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」を回答する人が多い。

(詳細は、P96～104参照のこと)

魚介料理消費の阻害要因上位6位[過去3カ年]

	平成16年度	平成17年度	今回
1位	肉より割高だから	同居の家族が魚介類を好まないから	家族が魚介料理を好まないから
2位	子どもが魚介類を好まないから	肉より割高だから	肉に比べ水産物は割高だから
3位	調理が面倒だから	魚介料理は調理が面倒だから	魚介料理の調理・献立の知識が少ないから
4位	魚焼きグリルを洗うのが大変だから	魚焼きグリルを洗うのが大変だから	自分が魚介料理を好まないから
5位	魚料理は満腹感を得られないから	自分が魚介料理を好まないから。	魚介料理は調理が面倒だから
6位	魚介の調理法を知らないから	魚介の調理法を知らないから	肉料理に比べ魚介料理は満腹感が得られないから

平成16年度、17年度は阻害要因を上位3つまで選択させたものの結果であり、今回調査は阻害要因1位の結果である点、および調査対象や提示した選択肢の項目数・内容が異なることを考慮されたし。

阻害要因の上位3位は、「家族の好みに関するもの」「価格に関するもの」「知識・情報に関するもの」であり、解決方法が比較的見つけやすい「知識・情報に関するもの」が上位にあることは、ここにニーズがあることを示している。

「調理・献立の知識が少ない」ことが阻害要因だとする人は、「34歳以下」と「45歳以上」で多めであることから、これらの知識にあまり年齢差はないものと考えられる。

また、日ごろ「週2-3回」魚介料理を調理する家庭においても、「調理・献立の知識が少ない」を阻害要因に挙げる人が多いことから、この点を解決すれば調理頻度が向上する可能性があると考えられる。

～魚介料理を好まない家族とは誰か～

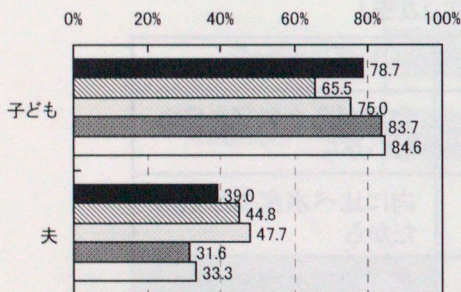
「家族が魚介料理を好まない」を回答した人を対象とし、家族の誰が好まないかを尋ねた。「子ども」の回答率は78.7%、「夫」39.0%

- ・圧倒的に「子ども」の回答率が高く8割弱。一方で「夫」も約4割おり、前頁の阻害要因の4位に「自分が魚介料理を好まないから」が入っていることから、「子ども」の好みだけが阻害要因ではないとわかる。
- ・属性別に見ると、回答者自身(母親)の年齢が若いほど「子ども」の回答率が下がり、「夫」の回答率が上がる。
- ・日ごろの[魚介料理調理頻度別]では、魚介料理をよく作る家庭ほど「子ども」の回答率が上がり、あまり作らない家庭ほど「夫」の回答率が上がる。

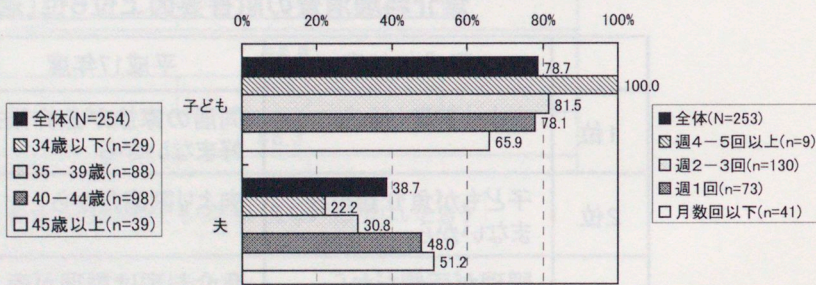
(詳細は、P105～106参照のこと)

魚介料理消費の阻害要因—魚介料理を好まない家族は誰か

[年齢別]



[魚介料理調理頻度(夕食)別]



「子ども」の回答率は母親の年齢が上がるにつれて高くなることから、子どもの年齢も上がっていると推察できる。よって、子どもが幼年期のころから魚嫌いにさせない工夫が必須と言える。

また、日ごろの魚介料理の調理頻度が高くなるほど「子ども」の回答率が高くなることから、「子ども」の魚嫌いは単なる食わず嫌いではなく、日ごろの食事で魚介料理を口にしているうちに、何らかの理由で魚嫌いになった可能性が高いと言える。

次項以降で、その原因と解決方法を探る。

3. 阻害要因に対する解決策への受容度

(1) 水産物購入頻度の向上につながる条件

～水産物をもっと購入しようと思わせるためには、どんな条件が必要なのか～

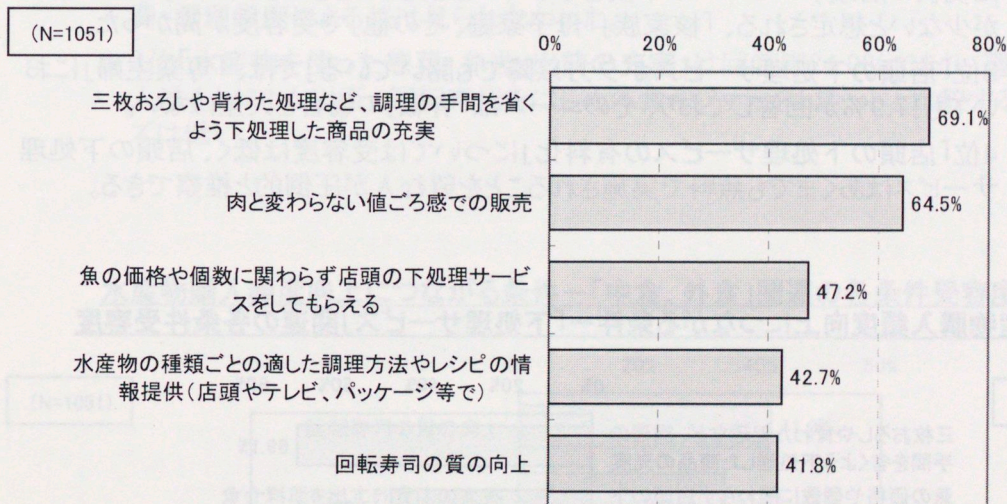
仮説から導き出した水産物購入頻度向上のための解決策を提示し、「どの条件がたとえばあなたの家庭でもっと水産物を購入するか」として尋ねた。

店頭での下処理商品(三枚おろしや背わた処理を施したもの)の充実がトップ。
条件をカテゴリ別に分類し、その平均回答率を比較しても下処理サービスに関するものが最も受容度が高い。

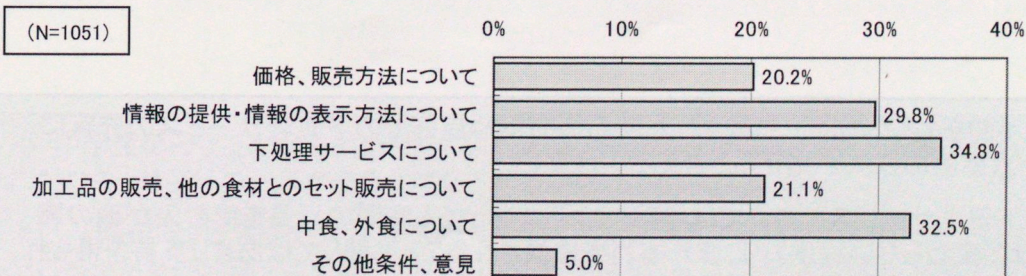
- 上位5位のうち1位と3位が下処理サービスに関するものであり(グラフ上段)、カテゴリ別平均回答率でも「下処理サービスについて」が1位(グラフ下段)である。
- 2位「肉と変わらない値ごろ感での販売」、4位「水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」、5位「回転寿司の質の向上」であり、1～5位までが回答率4割以上に達した。

(詳細は、P107～127参照のこと)

水産物購入頻度向上につながる条件－上位5位



水産物購入頻度向上につながる条件－カテゴリ別平均回答率



～各カテゴリ内で、特に受容度が高い条件はどれか～

カテゴリ別の平均回答率は、1位「下処理サービスについて」、2位「中食、外食について」、3位「情報の提供・情報の表示方法について」、4位「加工品の販売、他の食材とのセット販売について」、5位「価格・販売方法について」であった(前頁参照)。

ここでは、カテゴリごとに各条件の受容度を分析する。

カテゴリ別受容度1位

「下処理サービス」の各条件受容度

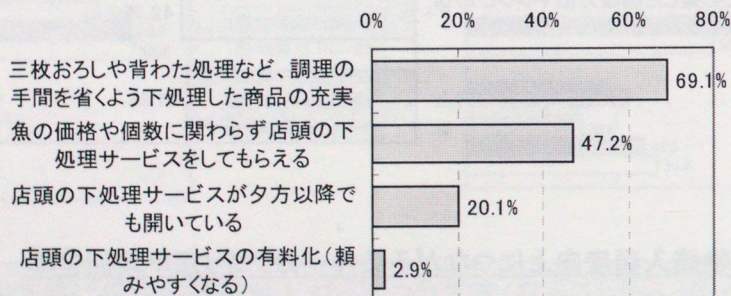
1位の「調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」は回答率が69.1%であり、回答者の7割近くにニーズがある受容度の高い条件である。

店頭での下処理サービスの有料化については、ほとんどニーズは見られなかった。

- 1位「三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」は7割近い回答率であり、この条件はすべての条件の総合1位でもある。回答者(=母親)の年齢が若い方がやや回答率が高い。魚介料理の調理頻度が「月数回以下」の家庭において回答率が低かった。
- 2位「魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる」からは、「安価な魚や数が少ない場合は下処理サービスを頼めない(頼みづらい)」といった現状の店頭サービスへの不満を示しているとも見ることができ、特に家族の人数が少ないと想定される、「核家族」「母子家庭、その他」で受容度が高かった。
- 3位「店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている」では、「専業主婦」においても17.9%が回答しており、そのニーズは「有職」の場合と大差はない。
- 4位「店頭の下処理サービスの有料化」については受容度は低く、店頭の下処理サービスはあくまでも無料で実施されることを望む人が圧倒的と推察できる。

水産物購入頻度向上につながる条件－「下処理サービス」関連の各条件受容度

(N=1051)



調理の手間を省くために下処理された商品の充実や店頭での下処理サービスの充実によって、水産物の購入が増えると考える人は多い。

店頭の下処理サービスについては「専業主婦」であっても時間の延長を望む人が他の職種とさほど変わらない程度おり、また有料で提供されることに関してはあまり支持を得られなかった。

カテゴリ別受容度2位

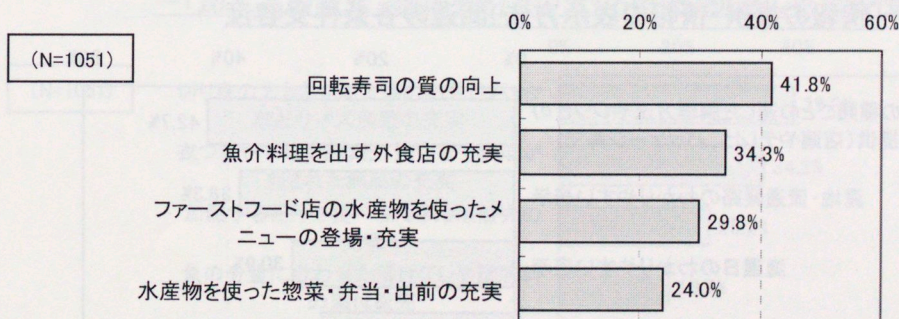
「中食、外食」の各条件受容度

1位の「回転寿司の質の向上」は回答率41.8%であり、小・中学生の子どもがいる家庭での回転寿司の利用・ニーズは高いと推察される。

ファーストフードや中食よりも、外食店に対するニーズが高い。

- 1位「回転寿司の質の向上」は約4割の回答率であり、この条件はすべての条件の総合5位に入る。特定の提供方法(店舗形態)に関する条件であることを加味すれば、小・中学生の子どもがいる家庭における回転寿司へのニーズは高いと言える。回答者自身(母親)の年齢が30代後半～40代前半にかけて特に受容度が高い傾向にあり、子どもの食べ盛りとも相関があると推察される。
- 2位「魚介料理を出す外食店の充実」の回答率は34.3%であり、ファーストフードや中食に比較するとニーズが見込まれる。回答者の年齢が上がるほど回答率が上がり、また日ごろ家庭で魚介料理を調理する頻度が高いほど外食へのニーズは高かった。
- 3位「ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実」の回答率は29.8%で約3割。回答者が「有職」であると回答率がやや高い。日ごろの魚介料理の消費・調理頻度による差は見られなかった。
- 4位「水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実」は回答率24.0%であり、選択した人は4人に1人以下。回転寿司をはじめ外食やファーストフードと比較するとニーズは低い。

水産物購入頻度向上につながる条件—「中食、外食」関連の各条件受容度



小・中学生の子どもがいる家庭での「回転寿司」へのニーズは高く、子どもの食べ盛り期においてとりわけニーズがあると推察される。

また、「回転寿司」以外の外食店へのニーズも「ファーストフード」「中食」に比べると高く、日ごろから魚介料理をよく食べる家庭において、よりニーズが見込まれることがわかった。

カテゴリ別受容度3位

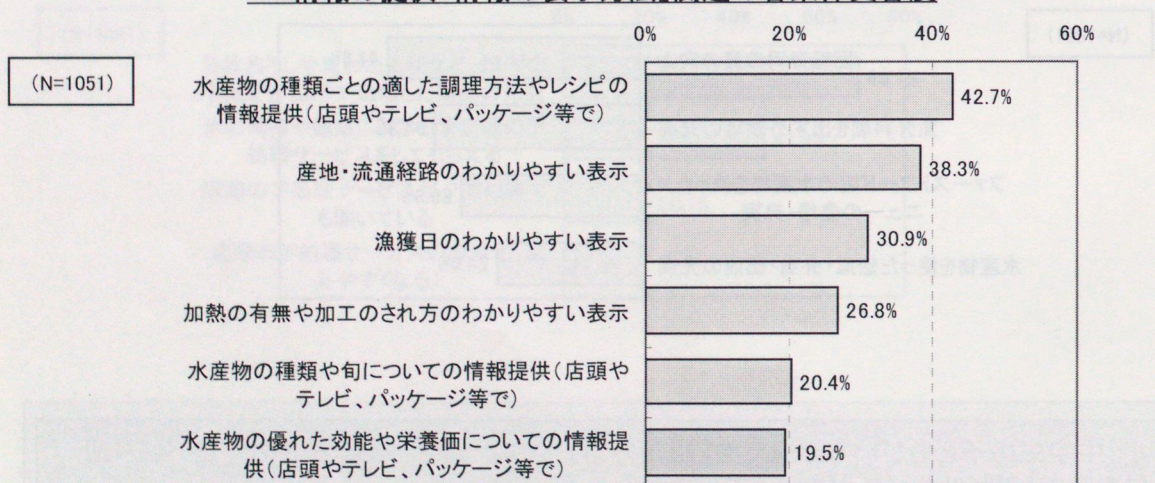
「情報の提供・情報の表示方法」の各条件受容度

「水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供」が最も回答率が高く4割強。

調理方法・レシピの次は、産地や流通経路、漁獲日、加工方法に関する項目が並び、旬や効能に関する情報提供へのニーズは低い。

- 1位「水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」は回答率42.7%。この条件はすべての条件の総合4位でもある。回答者自身(母親)の年齢が30代後半~40代前半にかけて回答率が高く、回答者の職業や世帯形態による差異はほとんどない。日ごろの魚介料理調理頻度が「週1回」の家庭では47.6%と高い回答率である一方、「月数回以下」ではほぼ3割にとどまる。
- 2位「産地・流通経路のわかりやすい表示」は回答率38.3%。回答者の年齢が上がるほど回答率が上がる。回答者が「有職」である場合は「専業主婦」「自営・自由業その他」に比較し回答率が低い。また、日ごろの魚介料理調理頻度が高いほど回答率が上がり、「週4-5回以上」作る家庭では57.1%と6割弱に及ぶ。
- 3位「漁獲日のわかりやすい表示」は回答率30.9%で、傾向は2位の「産地・流通経路」とあまり変わらない。
- 4位「加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示」は回答率26.8%。魚介料理調理頻度が高いほど回答率が上がる以外に、差は見られなかった。
- 5位「水産物の種類や旬についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」、6位「水産物の優れた効能や栄養価についての情報提供(同)」はいずれも回答率がほぼ2割で、他の情報と比較しあまりニーズがなかった。

水産物購入頻度向上につながる条件
—「情報の提供・情報の表示方法」関連の各条件受容度



購入段階で提供が求められる情報は、水産物の種類に適した「調理方法」や「レシピ」が最も高く、阻害要因3位の「魚介料理の調理・献立の知識がないから」と照らし合わせると、このニーズに応えることは水産物の購入頻度向上への鍵を握ると考えられる。

なお、「調理方法」「レシピ」については、日ごろ魚介料理を「週1回」しか作らない家庭でのニーズが高いことから、この条件は主要な打開策の1つに挙げられる。

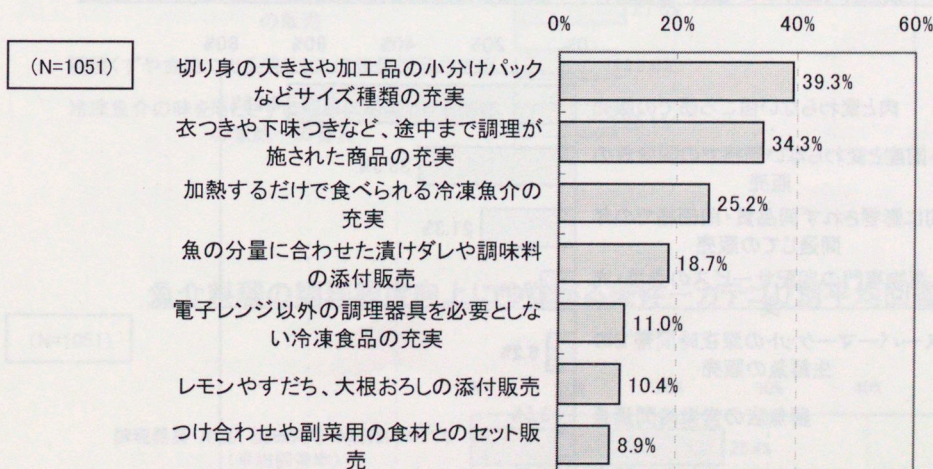
カテゴリ別受容度4位

「加工品の販売、他の食材とのセット販売」の各条件受容度

いずれの条件も回答率が4割を下回り、1位「切り身の大きさや加工品の小分けパックなどのサイズ種類の充実」(39.3%)と、2位「衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実」(34.3%)でも3割台の回答率にとどまる。

- 1位「切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実」は4割近い回答率であり、この条件はすべての条件の総合6位。回答者自身(母親)の年齢が上がるほど回答率が高く、「45歳以上」の回答率は51.1%に達する。
- 2位「衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実」は回答率34.3%であり、回答者が若いほど回答率が上がり、「34歳以下」では40.8%。回答者の職業による回答率の差はあまり大きくなく「専業主婦」32.8%に対し「有職(週25時間以上)」37.8%。日ごろの魚介料理調理頻度が「週4-5以上」の家庭ではニーズが低く、「週1回」、次いで「月数回以下」の家庭で回答率が高い。
- 3位「加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実」は回答率25.2%で、回答率の傾向は2位とほぼ同様である。
- 4位「魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売」は回答率が2割未満。回答者が「有職(週25時間以上)」で20.9%、「三世代家族」で23.6%とやや回答率が高い。
- 5位「電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実」は回答率が低く11.0%。
- 6位「レモンやすだち、大根おろしの添付販売」、7位「つけ合わせや副菜用の食材とのセット販売」はニーズが低い、「つけ合わせや副菜用の食材とのセット販売」では「母子家庭、その他」の回答率が19.6%と高かった。

水産物購入頻度向上につながる条件
 —「加工品の販売、他の食材とのセット販売」関連の各条件受容度



衣つきなど途中まで調理が施された商品や、加熱するだけで食べられる冷凍魚介については、日ごろ魚介料理を「週1回」または「月数回以下」しか作らない家庭においてニーズが高く、とりわけ「月数回以下」しか作らない家庭については、レシピ等の情報提供よりも、調理が途中まで施されたものに対してある程度のニーズが見込める。

なお、薬味やつけ合わせ・副菜などの添付・セット販売については、あまりニーズを見込めないとわかった。

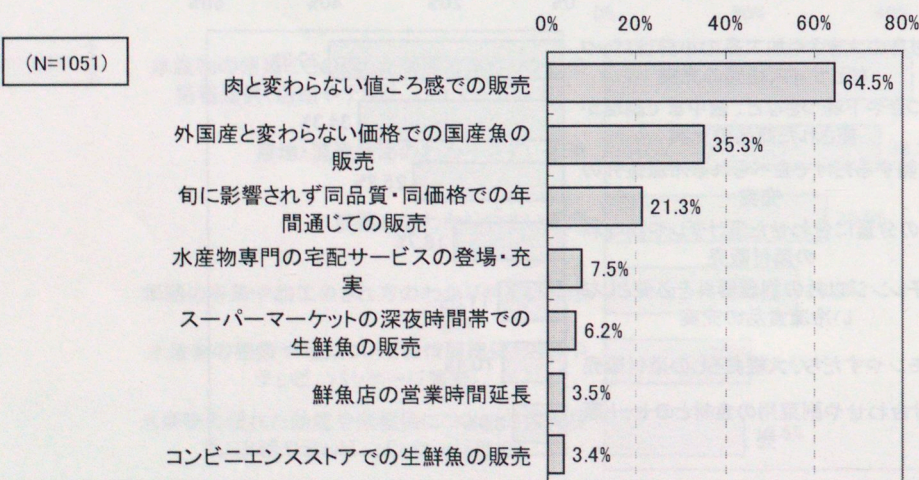
カテゴリ別受容度5位

「価格、販売方法」の各条件受容度

1位の「肉と変わらない値ごろ感での販売」は回答率が64.5%であり、水産物の購入に関して価格が大きなポイントとなることは否めない。

- 1位「肉と変わらない値ごろ感での販売」は6割強の回答率であり、この条件はすべての条件の総合2位でもある。回答者自身(母親)の年齢が「45歳以上」の回答率が高く68.1%。また回答者が「専業主婦」の場合は64.4%、「有職(週25時間以内)」58.8%、「有職(週25時間以上)」66.9%、「自営・自由業、その他」73.8%。世帯形態では「三世帯家族」のみ56.5%と低く、「核家族」と「母子家庭、その他」にあまり差はなかった。また、魚介料理の調理頻度が「週1回」の家庭で71.4%と回答率が高いことが明らかとなった。
- 2位「外国産と変わらない価格での国産魚の販売」は回答率35.3%であり、回答者の年齢が上がるにつれてニーズが高まる。また日ごろ魚介料理をよく作る家庭ほどニーズが高く、「週4-5回以上」作る家庭では、49.6%と約半数に達した。
- 3位「旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売」は約2割の回答率。回答者が若いほどやや回答率が高く、職業別では「有職(週25時間以内)」の回答率が26.6%と高い。世帯形態では「三世帯家族」で27.3%と高い。また魚介料理をよく作る家庭ほど回答率が高かった。
- 4位「水産物専門の宅配サービスの登場・充実」は回答率が1割未満の7.5%。魚介料理をよく作る家庭ほど、若干ではあるが回答率が高くなる傾向にある。
- 5位「スーパーマーケットの深夜時間帯での生鮮魚の販売」、6位「鮮魚店の営業時間の延長」、7位「コンビニエンスストアでの生鮮魚の販売」もいずれも回答率が5%前後と低く、いずれも魚介料理をよく作る家庭ほど、若干ではあるが回答率が高くなる傾向にある。

水産物購入頻度向上につながる条件-「価格、販売方法」関連の各条件受容度



価格の問題は、購入段階での鍵を握ることは明らかである。なお、「有職(週25時間以内)※パート勤務想定」が最も価格についてのニーズが低く、むしろ「有職(週25時間以上)※フルタイム勤務想定」の方がしっかりと家計を管理しているのではないかと推察される。

店舗の営業時間延長やコンビニでの生鮮魚の販売、宅配サービスへのニーズは低く、この問題を解決したとしても、ニーズはあまり見込めない。

(2) 魚介料理の調理頻度向上につながる条件

～魚介料理をもっと作ろうと思わせるためには、どんな条件が必要なのか～

仮説から導き出した魚介料理の調理頻度向上のための解決策を提示し、「どの条件がそろえばあなたの家庭でもっと魚介料理を調理するか」として尋ねた。

店頭などでのレシピや献立に関する情報提供(フライパン1つで出来るお手軽レシピ)の充実がトップ。「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の普及」と人気を二分し、魚介料理が“手軽”に作れるようになることへのニーズが高い。

・1位「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」、2位「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」の回答率は約6割に達し、ともに受容度の高い条件である。3位「魚介料理を中心とした献立の立て方の情報提供」の回答率は半数弱であった。

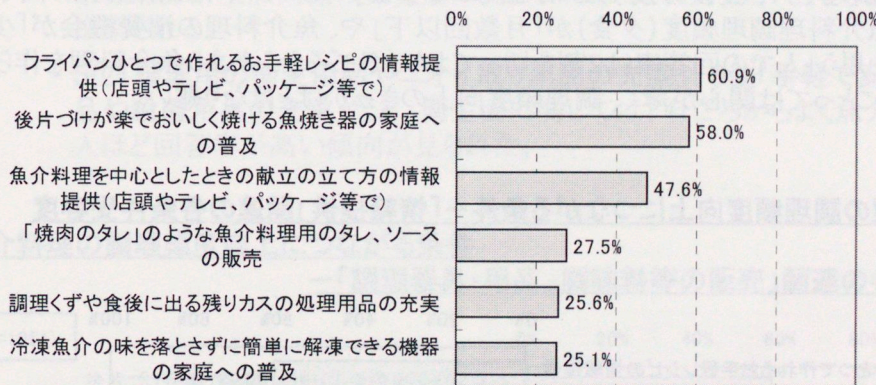
※受容度上位条件(グラフ上段)では、5位と6位が僅差であったため6位まで掲載している。

・カテゴリ別平均回答率(グラフ下段)では、店頭やテレビ、パッケージ等での「情報提供」が4割超と圧倒的で、「調理器具・用品、調味料等の販売」を大きく引き離している。

(詳細は、P128～141参照のこと)

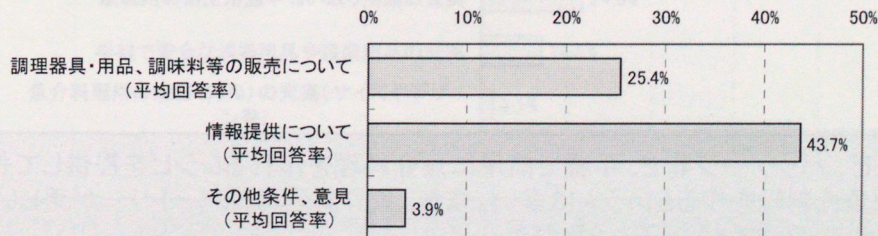
魚介料理の調理頻度向上につながる条件－上位6位

(N=1051)



魚介料理の調理頻度向上につながる条件－カテゴリ別平均回答率

(N=1051)



～各カテゴリ内で、特に受容度が高い条件はどれか～

カテゴリ別の平均回答率は、1位「情報提供について」、2位「調理器具・用品、調味料等の販売について」であった(前頁参照)。

ここでは、カテゴリごとに各条件の受容度を分析する。

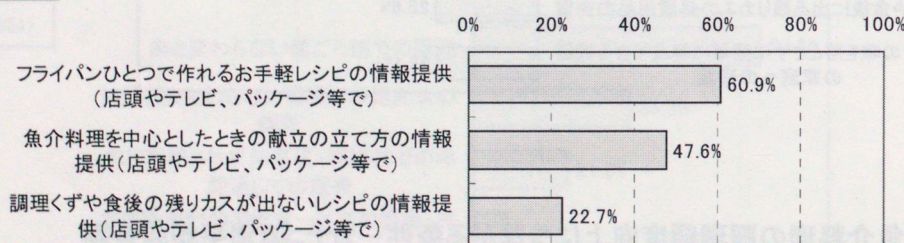
カテゴリ別受容度1位 「情報提供」の各条件受容度

1位「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」は回答率が60.9%であり、受容度の高い条件である。2位「魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供」は、日ごろから魚介料理を作ることが多い家庭ほどニーズが見られた。

- 1位「フライパンひとつで作れるお手軽レシピ」は幅広い層から支持されるが、特に「母子家庭、その他」での支持率は実に7割超。また、日ごろ夕食を調理する機会が多くない場合(夕食調理頻度が「週4-5回以下」)や、魚介料理の消費機会が「少ないと思う」場合ほど受容度が高い傾向にある。
- 2位「魚介料理を中心としたときの献立の立て方」は、逆に、魚介料理の消費機会が「多いと思う」とした人や、夕食で魚介料理を調理する機会の多い人(魚介料理調理頻度(夕食)が「週4-5回以上」)ほど回答率が高く、日ごろからよく魚介料理を作る家庭ほど、魚介料理のバリエーションの乏しさに不満を抱えていることがわかる。
- 3位「調理くずや食後の残りカスが出ないレシピ」へのニーズは2割とあまり高くない。魚介料理調理頻度(夕食)が「月数回以下」や、魚介料理の消費機会が「少ないと思う」人での回答率は2割を切っており、日ごろからあまり魚介料理を作らない人にとっては関心が薄く、調理頻度向上のきっかけとはなり難い。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件-「情報提供」関連の各条件受容度

(N=1051)



店頭やテレビ、パッケージ等で、手軽で簡単に魚介料理を作れるレシピを提供してもらえたら、もっと魚介料理を作るという人は多い。また、魚介料理のレパートリーが乏しいために、調理機会を逃している様子もうかがえる。

このようなニーズに応えるためにも、こうしたレシピの情報提供は調理頻度向上への有効な解決策と言えます。

カテゴリ別受容度2位

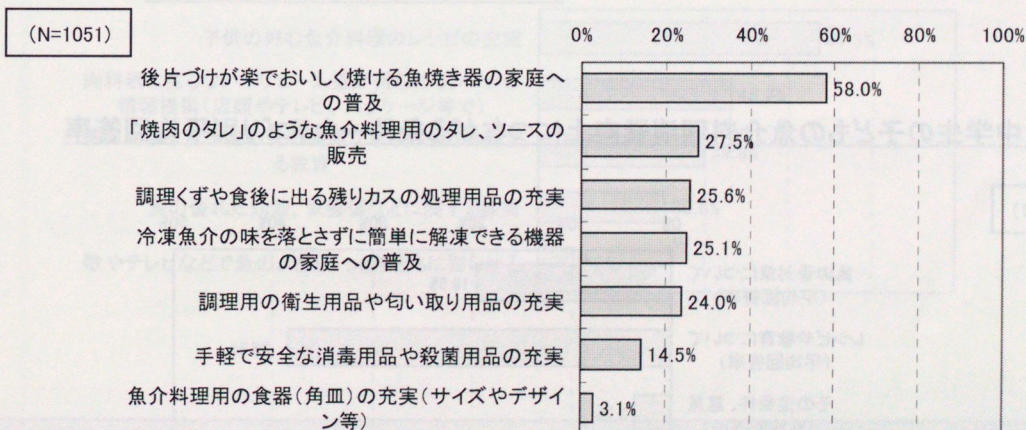
「調理器具・用品、調味料等の販売」の各条件受容度

1位の「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」は回答率が58.0%と受容度の高い条件であり、特に「有職(週25時間以下)※パート勤務想定」の層で受容度が高い。2位以下のその他の条件については、受容度は3割弱にとどまった。

- 1位「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」は、回答者自身(母親)の年齢を問わず高いニーズがある。主にパートで働く「有職(週25時間以内)」では、最も回答率の高い条件となっており、総合1位の「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」の回答率を上回った。
- 2位「『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売」は、「三世代家族」での受容度は19.9%とやや低い。また、日ごろからよく魚介料理を作る人に比べ、あまり魚介料理を作らない人ほど受容度がわずかに高くなる傾向が見られた。
- 3位「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」は、回答者の年齢が若い「34歳以下」の層と、「母子家庭、その他」、魚介料理の調理頻度(夕食)が「週4-5回以上」と多い層での回答率が、それぞれ3割に達した。
- 4位「冷凍魚介の味を落とさずに簡単に解凍できる機器の家庭への普及」へのニーズは主にフルタイムで働く「有職(週25時間以上)」や「自営・自由業、その他」でそれぞれ3割と、他の職業よりも高い。比較的時間にゆとりのない働く母親層では、冷凍魚介が生魚同様の味覚水準であればもっと利用したいという潜在ニーズが推察される。
- 5位「調理用の衛生用品やニオイ取り用品の充実」、6位「手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実」など、衛生面に関しては、日ごろからよく魚介料理を作る人ほど回答率が高い傾向が見られた。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件

—「調理器具・用品、調味料等の販売」関連の各条件受容度



調理の手間と並ぶ「後片付け」への簡便さを望む声は多く、魚焼き器の改善に対するニーズは強い。しかしながら、そうした魚焼き器が一般家庭へ普及するかどうかは、販売価格、買い替えタイミングなど、その他の条件が複雑に絡むため、一概に有効な解決策と言い切れない側面がある。

(3)小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件

～魚介料理をもっと子どもに食べてもらうためには、どんな条件が必要なのか～

仮説から導き出した小・中学生の子どもの魚介料理消費向上のための解決策を提示し、「どの条件がそろえばもっと子どもに魚介料理を食べてもらえると思うか、もしくは、子どものためにもっと魚介料理を作るか」として尋ねた。

「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」がトップ。まず「味」、次に「満腹感」を与えるような魚介料理レシピがレパートリーに加われば、もっと子どもに魚介料理を食べてもらえるのではないかと、という回答者(=母親)の期待がうかがえる。

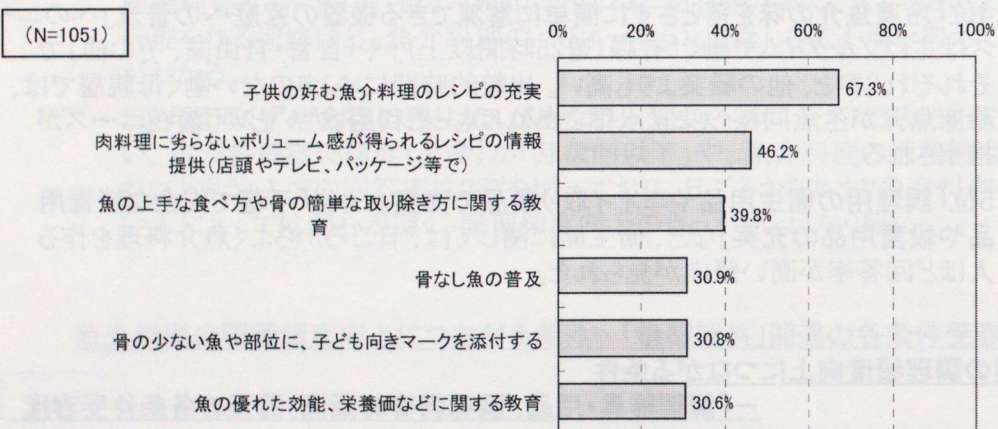
・上位3位までを「レシピや教育」に関するものが占め(グラフ上段)、カテゴリ別平均回答率(グラフ下段)でも「レシピや教育」が4割近くに達した。

※受容度上位条件(グラフ上段)では、5位と6位が僅差であったため6位まで掲載している。

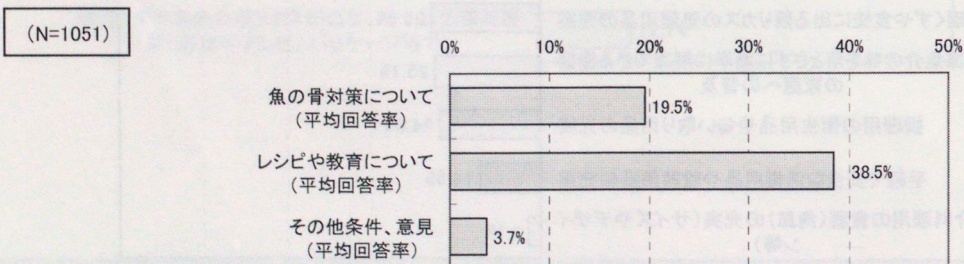
・1位の「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は7割近い支持を得た。

(詳細は、P142～157参照のこと)

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件－上位6位



小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件－カテゴリ別平均回答率



～各カテゴリ内で、特に受容度が高い条件はどれか～

カテゴリ別の平均回答率は、1位「レシピや教育について」、2位「魚の骨対策について」であった(前頁参照)。

ここでは、カテゴリごとに各条件の受容度を分析する。

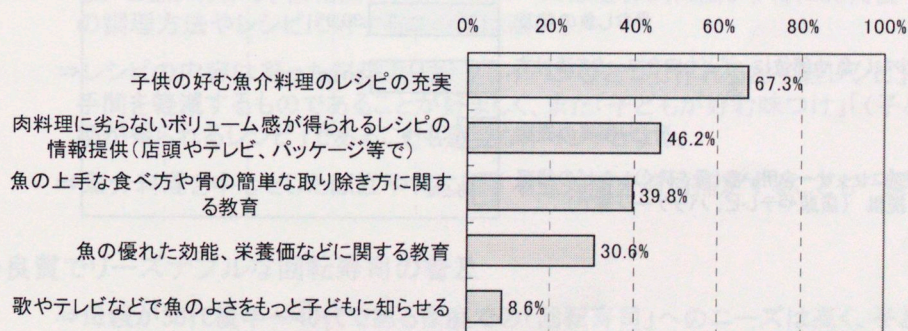
カテゴリ別受容度1位 「レシピや教育」の各条件受容度

1位の「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は回答率が67.3%であり、受容度の高い条件である。子どもへの教育については、栄養価よりもまずは「食べ方」の教育を重視する声が多い。

- 1位「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は、末子年齢が小さい家庭ほどニーズが高く、末子が「小学校入学前」で76.5%、「小学校低学年」で71.7%であった。
- 2位「肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供」は、主にフルタイムで働く「有職(週25時間以上)」や「自営・自由業、その他」では過半数に達し、仕事をしながら子育てをする母親にとっては、何品も作るのではなく、少ない品数で満腹感を得てもらえる料理レシピが重宝されるようだ。
- 3位「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」は、魚介料理の消費機会が「多いと思う」とした人や、夕食で魚介料理を調理する機会の多い人ほど回答率が高い傾向にある。
- 4位「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」も同様に、普段からよく魚介料理を作る人ほど回答率が高い。また、回答者自身(母親)の年齢が「45歳以上」の家庭での受容度が突出しており、40代後半以降では「栄養価」が、40代前半まででは「食べ方」が重視されるといった、子どもへの教育に対する意識に母親の年齢差が見られる。

小・中学生の子ども魚介料理消費向上につながる条件

—「レシピや教育」関連の各条件受容度



子どもの嗜好に合わせた料理レシピが充実すれば、もっと子供に魚介料理を食べてもらえる(調理する)という人は多い。特に未就学児などの幼児がいる家庭では、子どもの嗜好が調理する料理・素材に与える影響は大きいものと推察される。また、上手な食べ方などの教育に対するニーズも高く、レシピの周知と教育というアプローチ方法は有効と言えよう。

カテゴリ別受容度2位

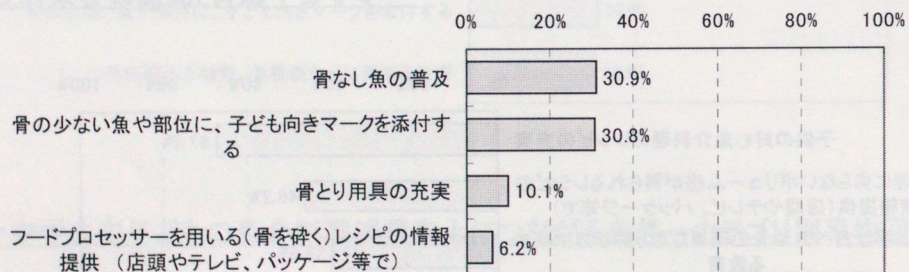
「魚の骨対策」の各条件受容度

1位の「骨なし魚の普及」、2位の「骨の少ない魚や部位に、子ども向けマークを添付する」への受容度はそれぞれ3割であった。骨ごと食べられるような「フードプロセッサー」を使った料理レシピに対するニーズはあまりない。

- 1位「骨なし魚の普及」は、魚介料理の消費機会が「少ないと思う」人の方が受容度が高い。また、「母子家庭、その他」での回答率は39.2%と突出している。末子年齢による差は見られなかった。
- 2位「骨の少ない魚や部位に、子ども向けマークを添付する」は、末子年齢が小さい家庭ほどニーズが高く、末子が「小学校入学前」では41.9%に対し、末子が「中学生」の家庭では23.6%と、子どもの成長とともに受容度は下がる傾向にある。
- 3位「骨とり用具の充実」は、回答率が1割で受容度は低い。夕食で魚介料理を調理する機会の少ない人ほど回答率が低い傾向にあり、魚介料理調理頻度(夕食)が「週4-5回」では16.0%であるのに対し、「月数回以下」ではわずか4.3%であった。
- 4位「フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供」は、回答率が1割未満とニーズはわずかであった。「母子家庭、その他」での回答率は13.7%とやや高い。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件

—「魚の骨対策」関連の各条件受容度



子どもにもっと魚介料理(特に魚)を食べてもらうためには、骨を極力取り除く対策よりも、前項のように、子どもの味覚に合わせた調理・味付けや、子どもが魚を上手においしく食べられるような教育対策の方が受容度は高い。

幼児を抱える家庭では、「子ども向きマーク」に対する受容度は4割あり、新たな解決策としての可能性がうかがえる。

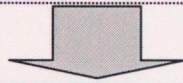
Ⅲ 今後の水産物消費拡大に向けて

■コアターゲットに有効と思われる対策■

小・中学生の子どもがいる家庭の最も一般的なスタイルや食生活の傾向を整理し、ボリューム層(=コアターゲット)に有効と思われる対策について考察する。

《コアターゲットの特徴》

- ✓ 母親の年齢は・・・30代後半～40代前半(全体の7割強を占める)
- ✓ 世帯形態は・・・核家族(全体の約8割)
- ✓ 母親の職業は・・・専業主婦(全体の約半数)
- ✓ 魚介料理を主に作るのは・・・夕食(朝食・昼食ではほとんど作らない)
- ✓ 魚介料理を作る頻度は・・・週2～3回(全体の約6割)
- ✓ 魚介料理消費の阻害要因1位は・・・家族が好まないから(うち7割が「子ども」を回答)



《コアターゲットに有効と思われる対策》

○調理の手間を省くための下処理が施された商品、店頭サービスの充実。ただし店頭サービスの有料化はNG

⇒水産物の下処理に関するニーズは高く、「有職」に比べ比較的調理に時間が取れると予測される「専業主婦」であっても、何も処理が施されていない魚介を購入する人は少なかった。また、「魚介料理は調理が面倒だから」が阻害要因5位であることからニーズは高いと言える。

⇒店頭でのサービスは、家族数が多くない「核家族」世帯でのニーズに応えるため、魚の個数・価格に関わらず無料で提供されることがポイント。なお、サービス時間の延長は「専業主婦」でも希望する人がいる。

○店頭やパッケージでの調理方法・レシピの情報提供

⇒阻害要因3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」は、母親の年齢に関係がないことがわかり、情報提供に対するニーズは全体的に高い。特に30代後半～40代での調理方法やレシピに対するニーズは高い。

⇒レシピの内容は凝った料理よりも「フライパンひとつで作れるお手軽レシピ」など調理の手間を軽減するものであることが好ましく、また「子どもが好む味つけ」「子どもが」満腹感が得られるレシピ」であることも重要なポイントとなる。

⇒魚介料理を中心とした献立や旬に関する豆知識を追加補足することも一案である。

○良質でリーズナブルな回転寿司の普及

⇒母親が30代後半～40代である家庭での「回転寿司」へのニーズは高く、子どもの食べ盛りとも関係があると考えられる。寿司は魚の骨に関する心配や煩わしさがなく、子どもにとっても抵抗が少ないと考えられる。

⇒中食(惣菜、弁当)や外食に対するニーズはあまり高くないことから、「回転寿司」は大きな鍵を握る水産物の供給方法である。

○幼年期からの子どもへの食育

⇒魚嫌いは子どもの年齢が上がるにつれて強まることから、これを回避するには味覚や好みが決まる前の幼年期からの教育が鍵を握る。

⇒骨のきれいな取り除き方など上手に魚を食べる習慣を早い時期に教えることがポイント。

■魚介料理作りの習慣がない家庭に有効と思われる対策■

今回の調査では、母親の年齢や職業による魚介料理消費の実態やニーズの顕著な違いは認められず、母親が若かったり「有職(週25時間以上)※フルタイム勤務想定)」であっても、魚介料理を作らない傾向や調理知識がないといった傾向は見られなかった。つまり、母親の年齢や職業に焦点を絞ったマーケティング対策はあまり効果がないと推察される。

よってここでは日ごろ魚介料理を作る習慣があまりない家庭(月数回以下)について、有効と思われる対策を考察する。

《月数回以下しか魚介料理を調理しない家庭の特徴》

✓魚介料理の消費が「少ない」と思っているか?・・・YES⇒88.3%

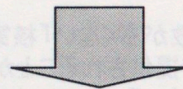
✓魚介料理消費の阻害要因1位は・・・家族が好まないから

↓
ただし

↓
うち51.2%が「夫」が好まないと回答

子ども以上に夫の好みが悪影響要因となっている可能性大

魚介料理について消費の状況が「少ない」という自覚はあるため、何らかの対策を実施する意味はある。この層については、前頁で挙げた対策以外に、以下の対策が有効と考えられる。



《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。

○魚独特の味をコントロールする「焼肉のタレ」のような簡易な調味料パッケージの販売

⇒「夫」の魚嫌いが多分に影響しているため、味をコントロールし一定に保つことができるような、タレ・ソース類へのニーズに応えることは有効と考えられる。

ウェブアンケート 調査結果

目次

I ウェブアンケート調査概要	39
II ウェブアンケート調査結果	40
1. 回答者プロフィール	40
1-1 年齢	40
1-2 居住地域	41
1-3 職業	42
1-4 世帯形態・家族数	44
1-5 末子の年齢	46
1-6 世帯年収	47
2. 魚介料理の調理・消費の実態と意識	48
2-1 内食(家庭で調理する食事)における魚介料理の調理実態	48
(1)家庭での調理頻度	48
(2)家庭での魚介料理の調理頻度	56
(3)家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先	64
2-2 中食・外食における魚介料理の消費実態	88
(1)中食(惣菜、弁当、出前等)における魚介料理の購入頻度	88
(2)外食における魚介料理の消費頻度	90
2-3 魚介料理の消費状況に対する意識と阻害要因	92
(1)魚介料理の消費状況に対する意識	92
(2)魚介料理消費の阻害要因	95
3. 水産物の消費向上につながる条件	107
3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件	107
3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件	128
3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件	142
III アンケート調査票	158

I ウェブアンケート調査概要

■調査対象者 小・中学生の子どもを持つ母親

■調査方法 ウェブアンケート

○アンケート調査サイト「gooResearch」の登録モニターから、全国の小・中学生の子どもを持つ母親を調査対象者として抽出、アンケートへの回答を依頼

■調査時期 平成18年8月

■調査内容

1. 食生活における水産物消費の実態、阻害要因把握
2. 阻害要因に対する解決案への受容度把握
3. 回答者属性

■調査項目 巻末資料参照のこと

■調査実施 NTTレゾナント株式会社 gooリサーチグループ

Ⅱ ウェブアンケート調査結果

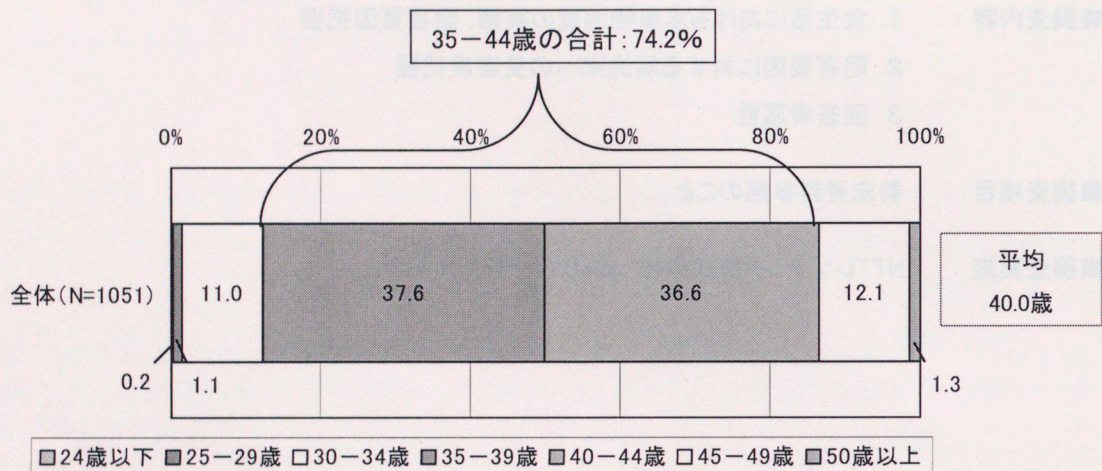
1. 回答者プロフィール

1-1 年齢

○回答者全体の平均年齢は、40.0歳であり、「35-39歳」と「40-44歳」の合計が全体の74.2%を占める。

○小・中学生(満6歳～15歳)の子供を持つ母親が回答者であるため、妥当な年齢層と言える。

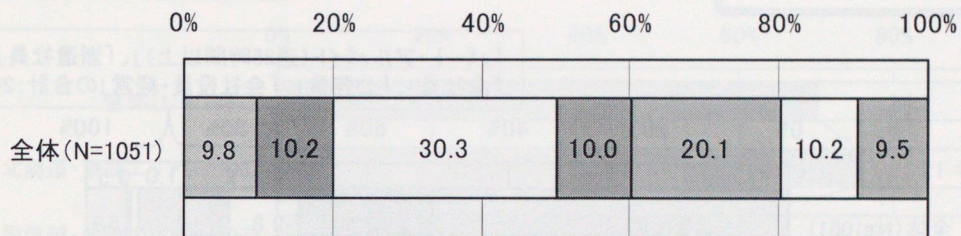
年齢 [全体]



1-2 居住地域

○本調査では人口分布を加味し、居住地域ごとの回答者数を恣意的に操作した。「首都圏エリア」在住者が全体の約3割、「近畿エリア」が約2割、その他の5地域がそれぞれ約1割。

居住地域 [全体]



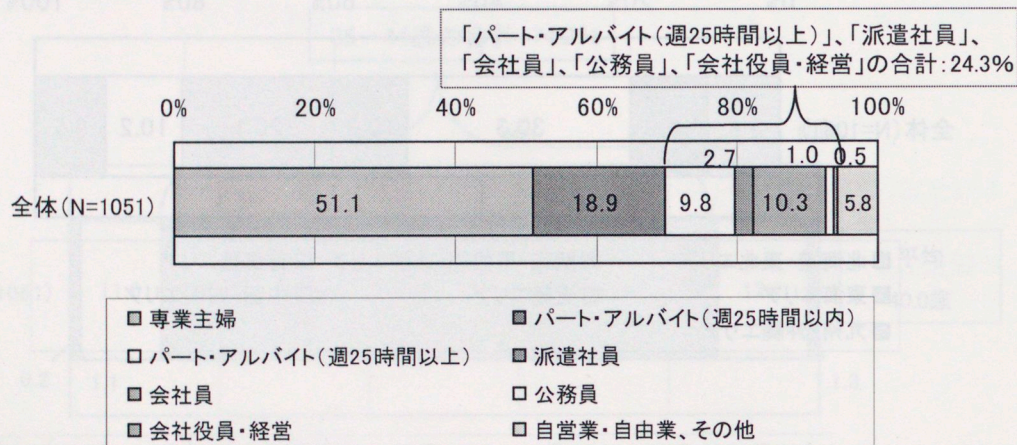
- 北海道・東北エリア
 関東・甲信越・北陸エリア
 首都圏エリア
- 東海エリア
 近畿エリア
 中国・四国エリア
- 九州・沖縄エリア

1-3 職業

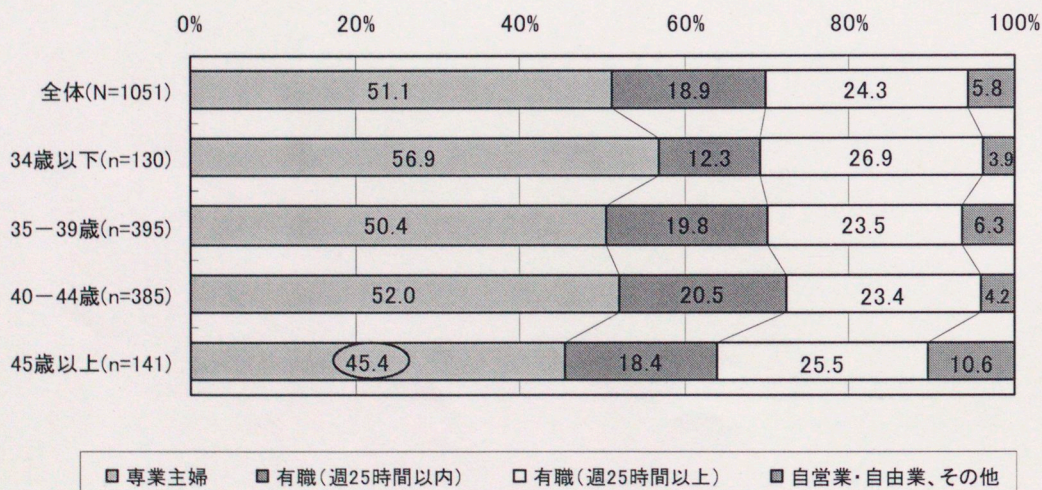
○回答者全体の半数以上にあたる51.1%が「専業主婦」である。週25時間以上の勤務が想定される、「パート・アルバイト(週25時間以上)」、「派遣社員」、「会社員」、「公務員」、「会社役員・経営」の合計は24.3%であり、4人に1人以下。

○[年齢別]に見ると、「45歳以上」では「専業主婦」が他の層に比べて少なく5割以下。一方、「34歳以下」では「専業主婦」の割合が56.9%。

職業 [全体]



職業 [年齢別]

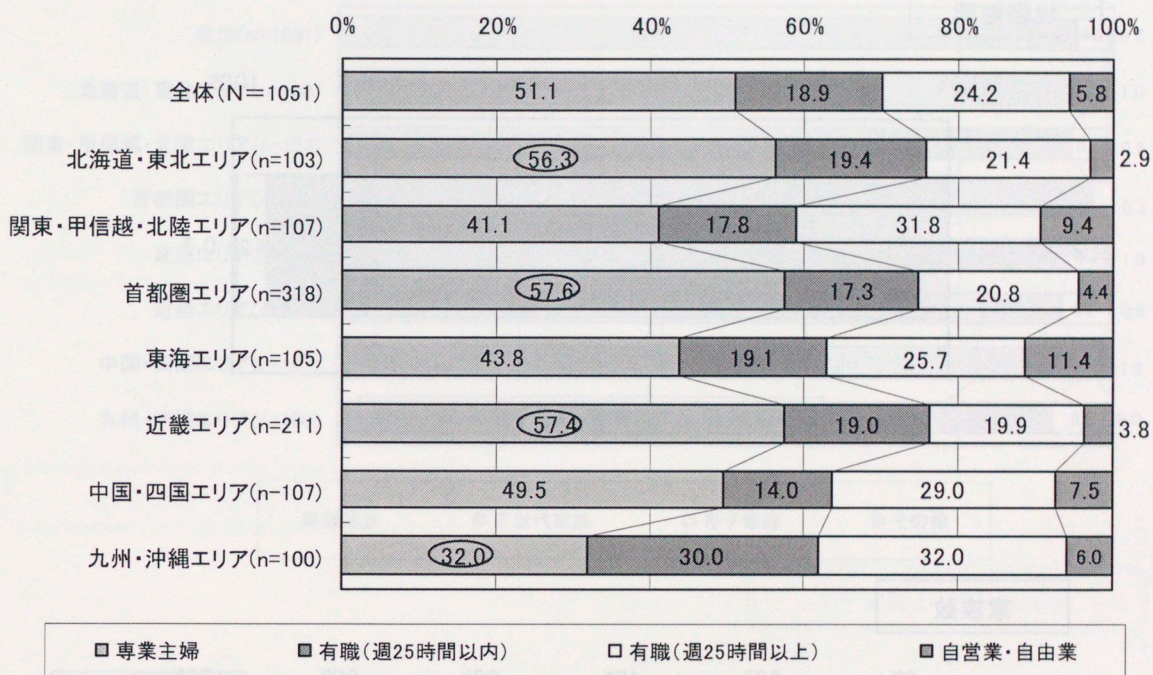


1-3 職業 つづき

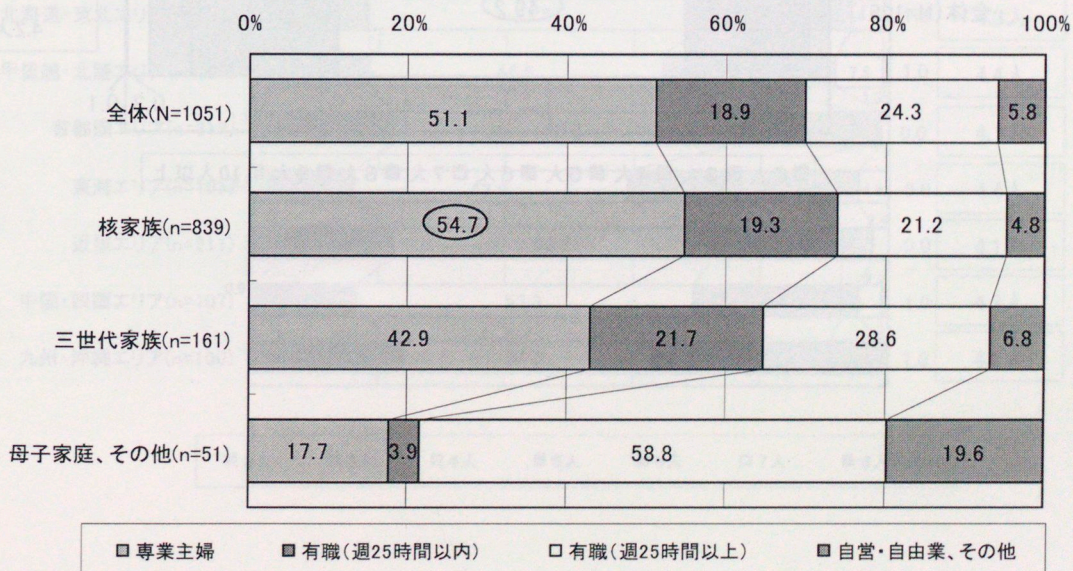
○[居住地域別]に見ると、「北海道・東北エリア」「首都圏エリア」「近畿エリア」において、「専業主婦」の割合が高く、半数を超える。一方、「九州・沖縄エリア」では「専業主婦」が32.0%で、他の地域と比べ極めて低い割合である。

○[世帯形態別]に見ると、「核家族」において、「専業主婦」の割合が最も高く半数を超える。「母子家庭、その他」では、8割以上が何らかの職に就いている。

職業 [居住地域別]



職業 [世帯形態別]



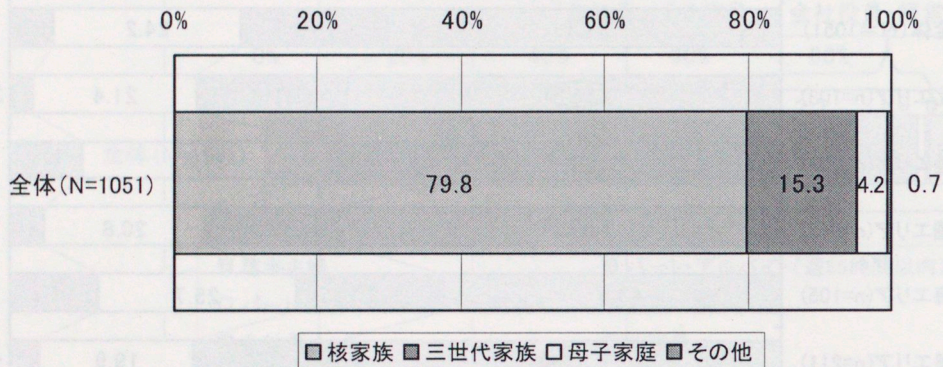
1-4 世帯形態・家族数

○回答者全体の79.8%が「核家族」であり、ほぼ8割に達する。次いで「三世代家族」が15.3%であった。

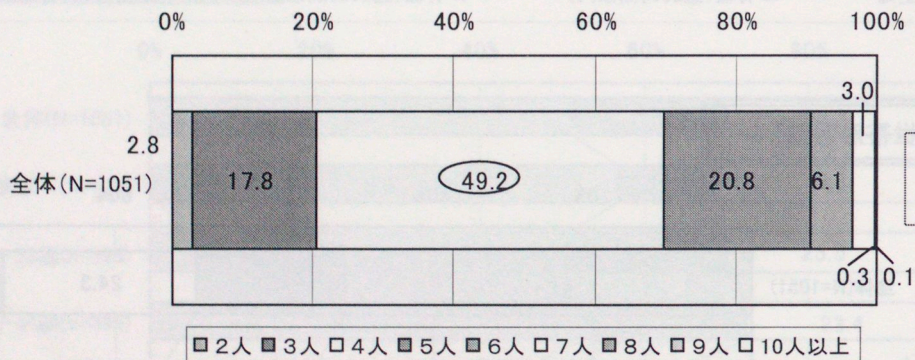
○回答者本人を含めた家族の人数は、「4人」が49.2%とほぼ半数。次いで、「5人」20.8%、「3人」17.8%と続き、平均は「4.2人」であった。なお「10人以上」の該当者はいなかった。

世帯形態・家族数 [全体]

世帯形態



家族数

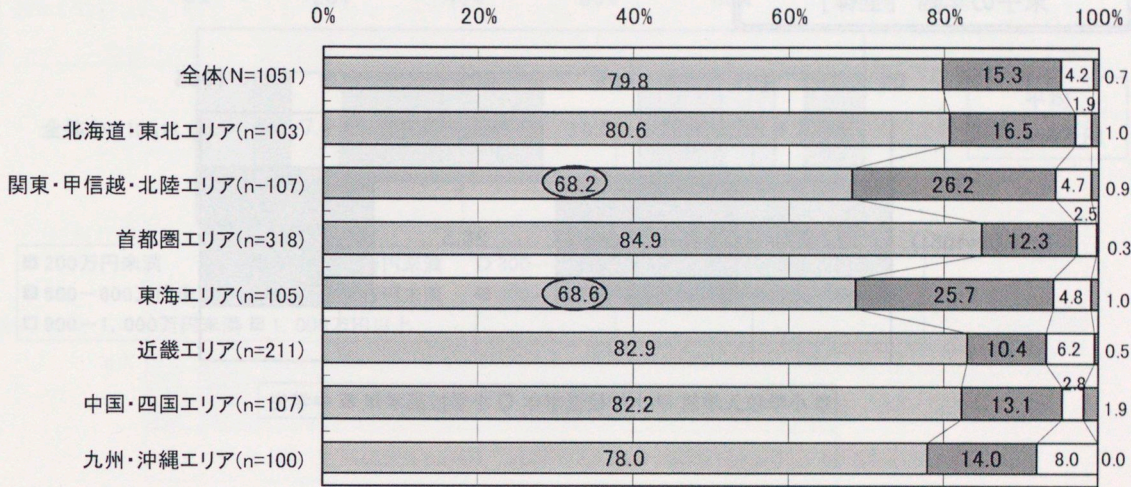


1-4 世帯形態・家族数 つづき

○[居住地域別]に見ると、「関東・甲信越・北陸エリア」と「東海エリア」で「核家族」の割合が6割台にとどまって少なく、逆に「三世代家族」が25%以上を占める。

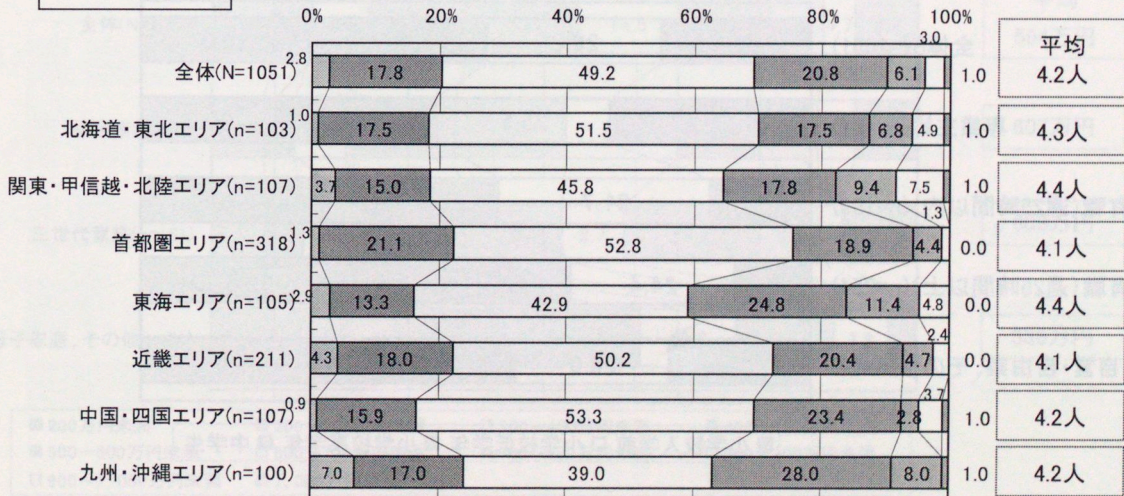
世帯形態・家族数 [居住地域別]

世帯形態



■ 核家族 ■ 三世代家族 □ 母子家庭 ■ その他

家族数

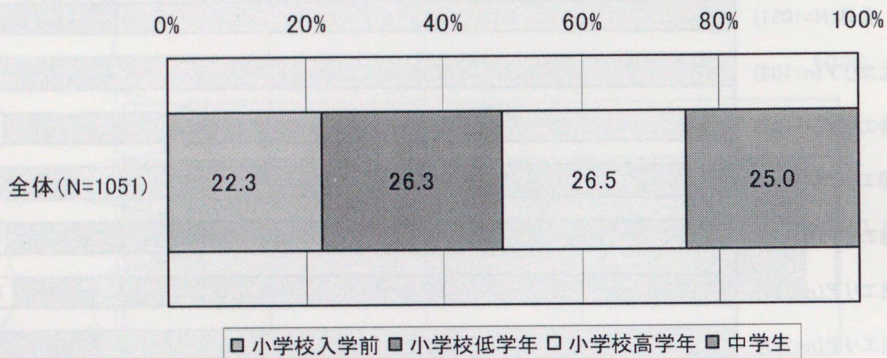


■ 2人 ■ 3人 □ 4人 ■ 5人 ■ 6人 □ 7人 ■ 8人以上

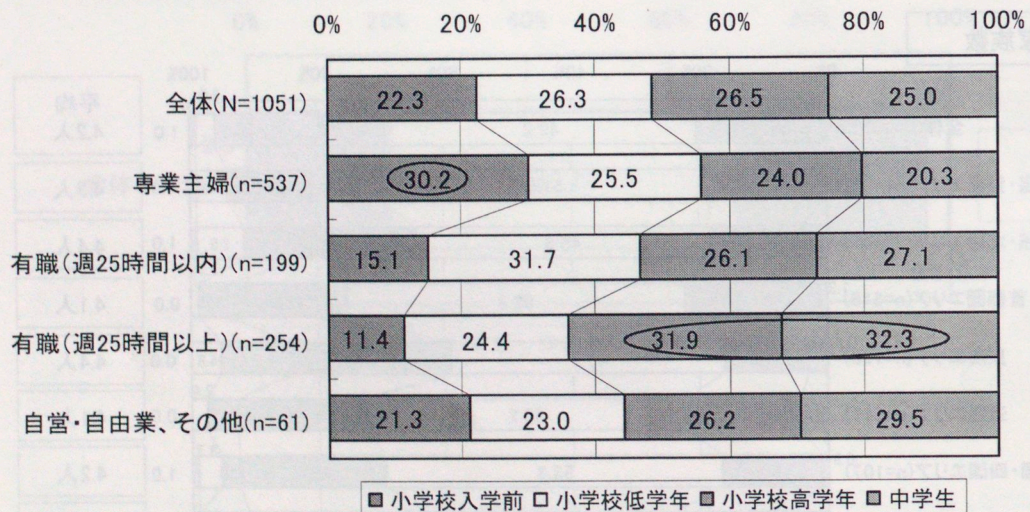
1-5 末子の年齢

- 末子の年齢について、特定の層への偏りは特に見られない。
- [職業別]に見ると、回答者自身が「専業主婦」である場合は、末子の年齢が「小学校入学前」の割合が高く、3割を超える。
- 回答者自身が「有職(週25時間以上)」の場合では、末子の年齢が高い傾向にあり、「小学校高学年」と「中学生」の合計が6割以上に達する。

末子の年齢 [全体]



末子の年齢 [職業別]

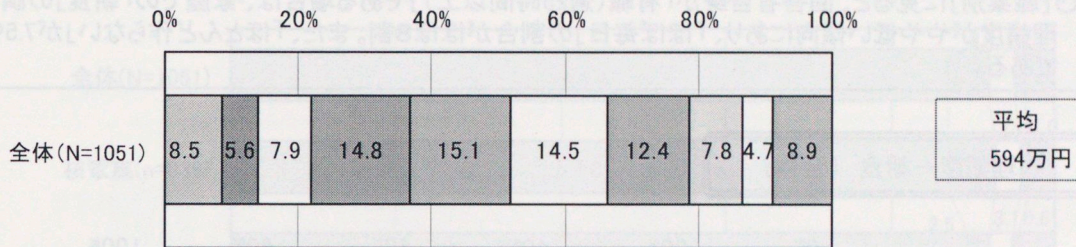


1-6 世帯年収

○特にボリュームゾーンとなる世帯年収層はない。平均金額は594万円だった。

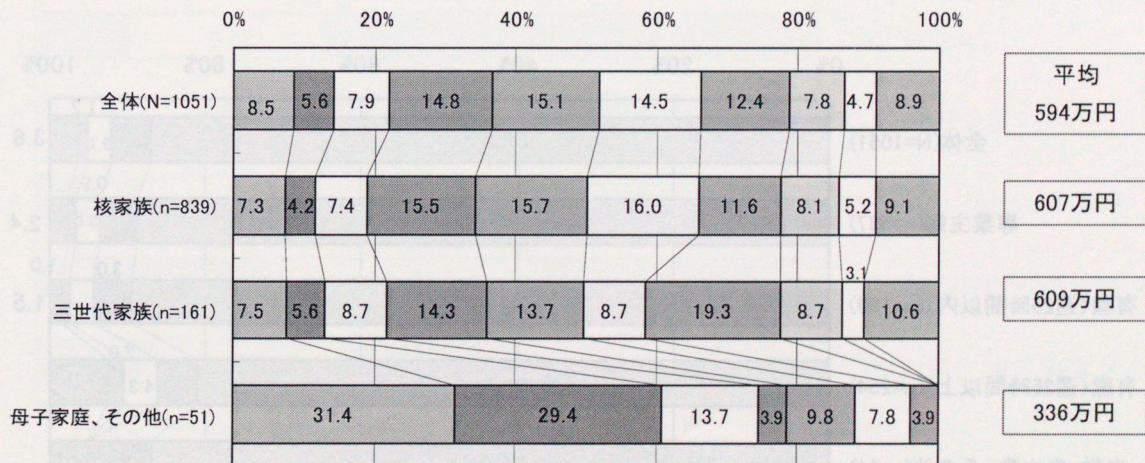
○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」の平均金額は336万円で、他と比べ低くなっている。

世帯年収 [全体]



200万円未満
 200-300万円未満
 300-400万円未満
 400-500万円未満
 500-600万円未満
 600-700万円未満
 700-800万円未満
 800-900万円未満
 900-1,000万円未満
 1,000万円以上

世帯年収 [世帯形態別]



200万円未満
 200-300万円未満
 300-400万円未満
 400-500万円未満
 500-600万円未満
 600-700万円未満
 700-800万円未満
 800-900万円未満
 900-1,000万円未満
 1,000万円以上

2. 魚介料理の調理・消費の実態と意識

2-1 内食(家庭で調理する食事)における魚介料理の調理実態

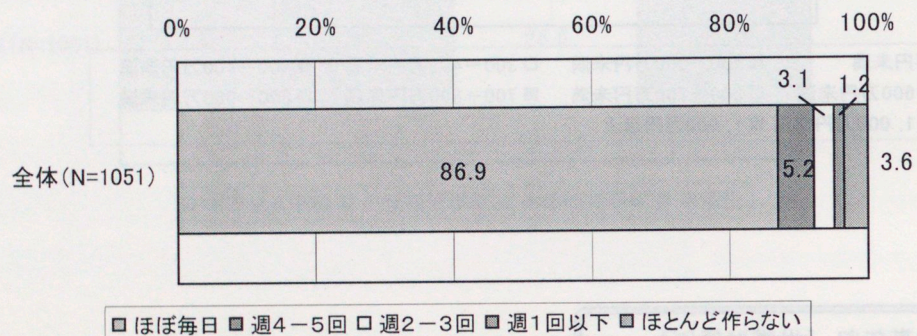
(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない)－朝食

○家庭での調理頻度を「朝食」「昼食」「夕食」「弁当」ごとに尋ねた。

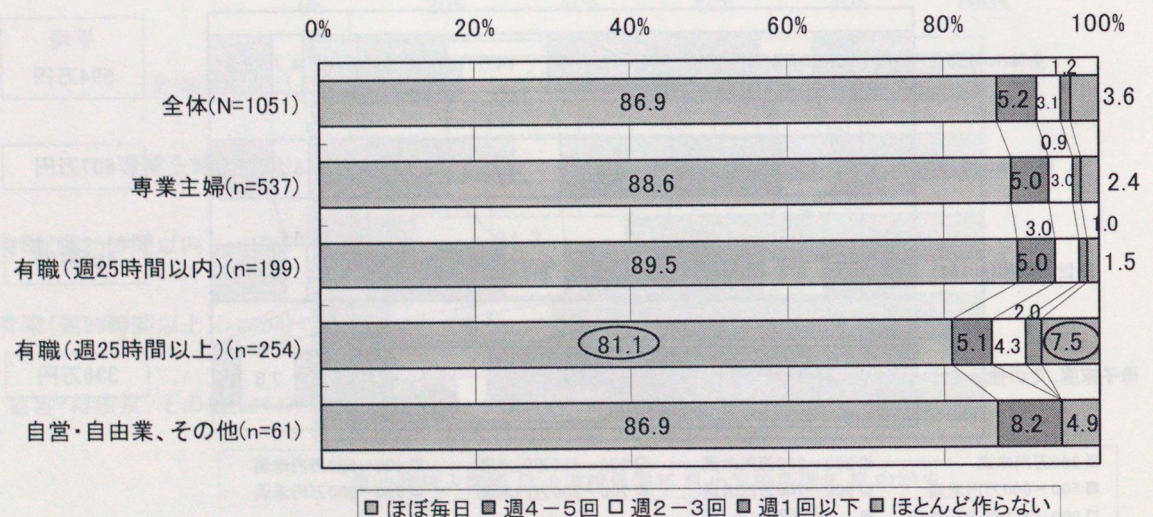
○「朝食」の家庭での調理頻度は、「ほぼ毎日」が86.9%と大半を占めるが、小・中学生がいる家庭であっても「週1回以下」と「ほとんど作らない」が合計で4.8%存在する。

○[職業別]に見ると、回答者自身が「有職(週25時間以上)」である場合は、家庭での「朝食」の調理頻度がやや低い傾向にあり、「ほぼ毎日」の割合がほぼ8割。また、「ほとんど作らない」が7.5%である。

調理頻度－朝食 [全体]



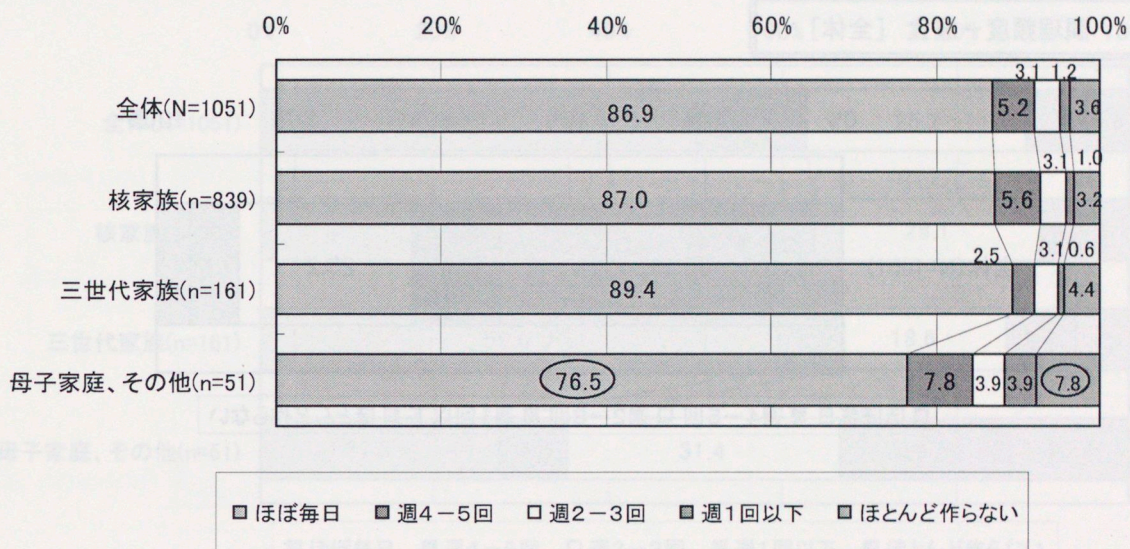
調理頻度－朝食 [職業別]



2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) - 朝食 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」において「朝食」の調理頻度が低く、「ほぼ毎日」が8割以下である。また、「ほとんど作らない」も7.8%で、他の世帯形態より多い。

調理頻度—朝食 [世帯形態別]

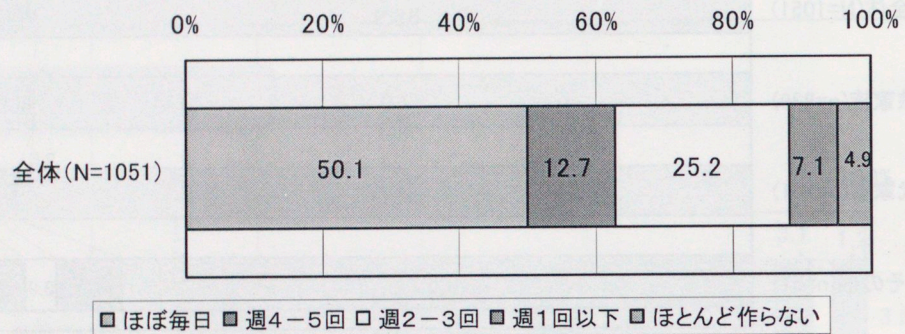


2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 一昼食

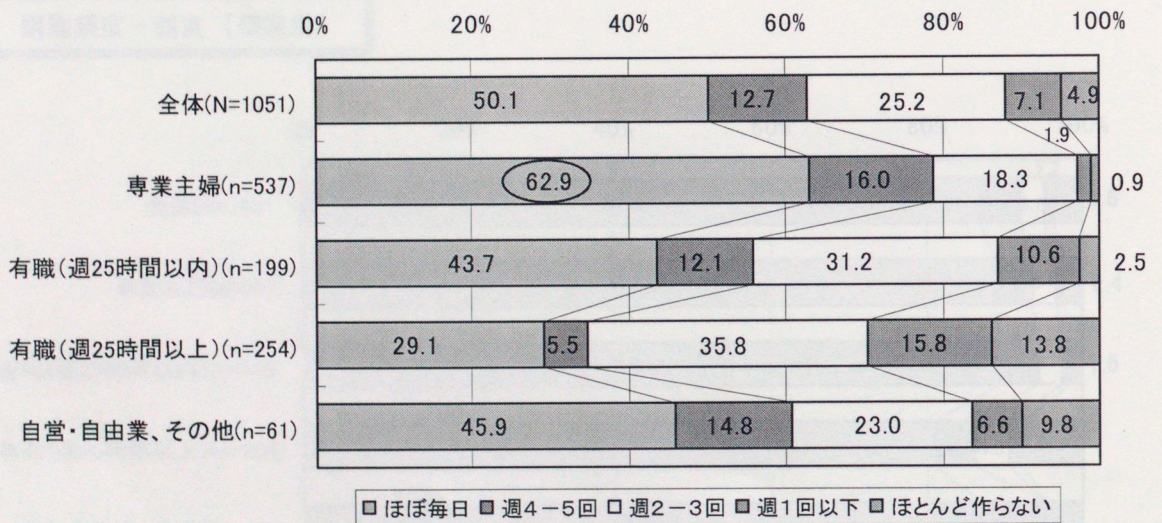
○「昼食」の家庭での調理頻度は、「ほぼ毎日」が50.1%とほぼ半数。

○[職業別]に見ると、回答者自身が「専業主婦」である場合は、「ほぼ毎日」調理する家庭が62.9%と多い。

調理頻度－昼食 [全体]



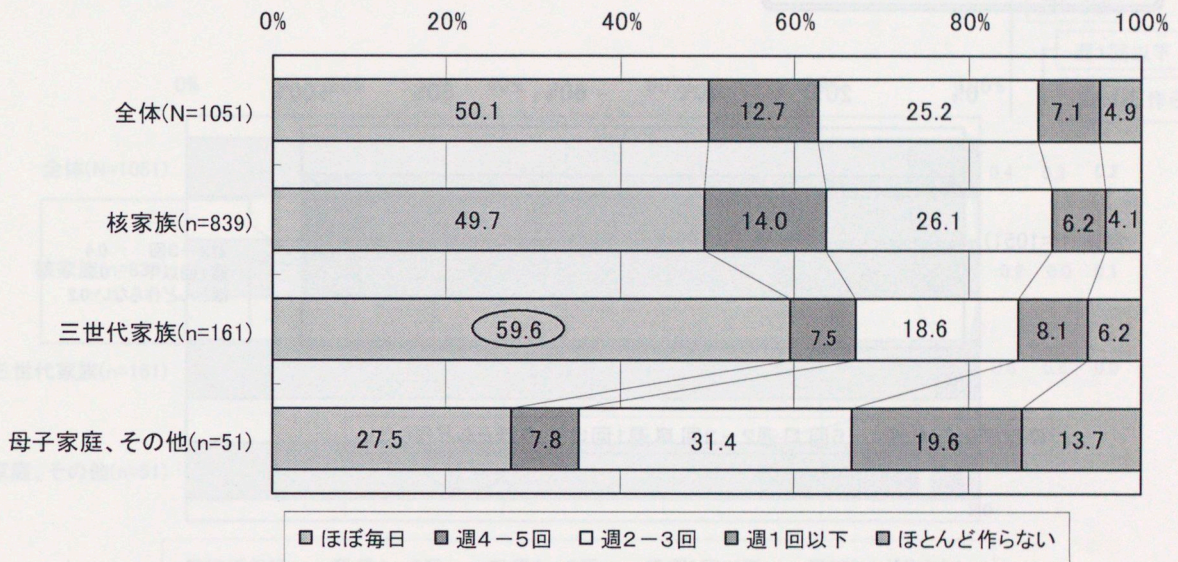
調理頻度－昼食 [職業別]



2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 一昼食 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」では「ほぼ毎日」が6割近くに達し、「母子家庭、その他」と大差がついた。

調理頻度一昼食 [世帯形態別]

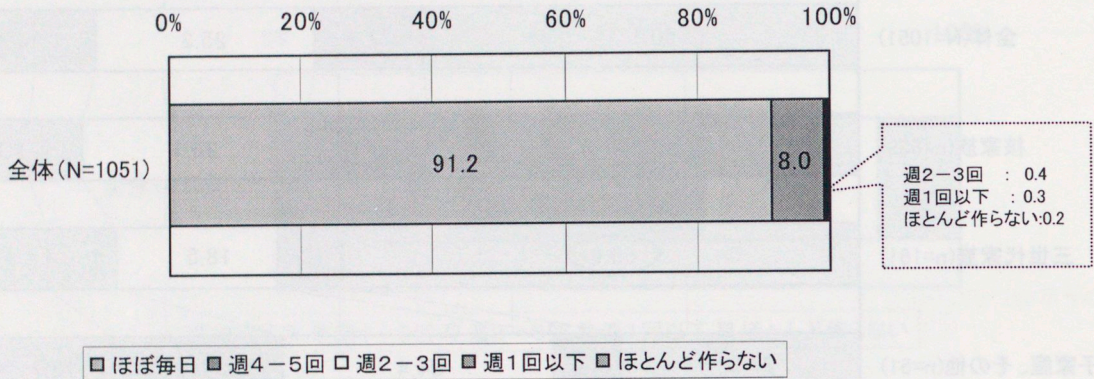


2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 夕食

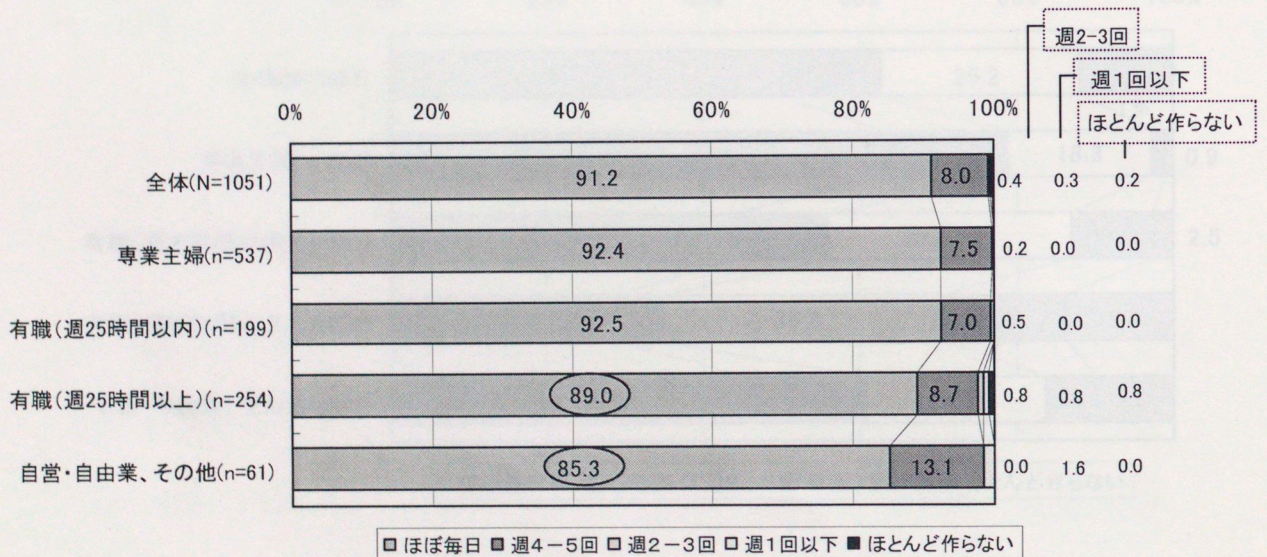
○「夕食」の家庭での調理頻度は、「ほぼ毎日」が91.2%と高い割合である。

○[職業別]に見ると、回答者自身が「有職(週25時間以上)」または「自営・自由業、その他」である場合は、「ほぼ毎日」の割合が9割以下となる。

調理頻度-夕食 [全体]



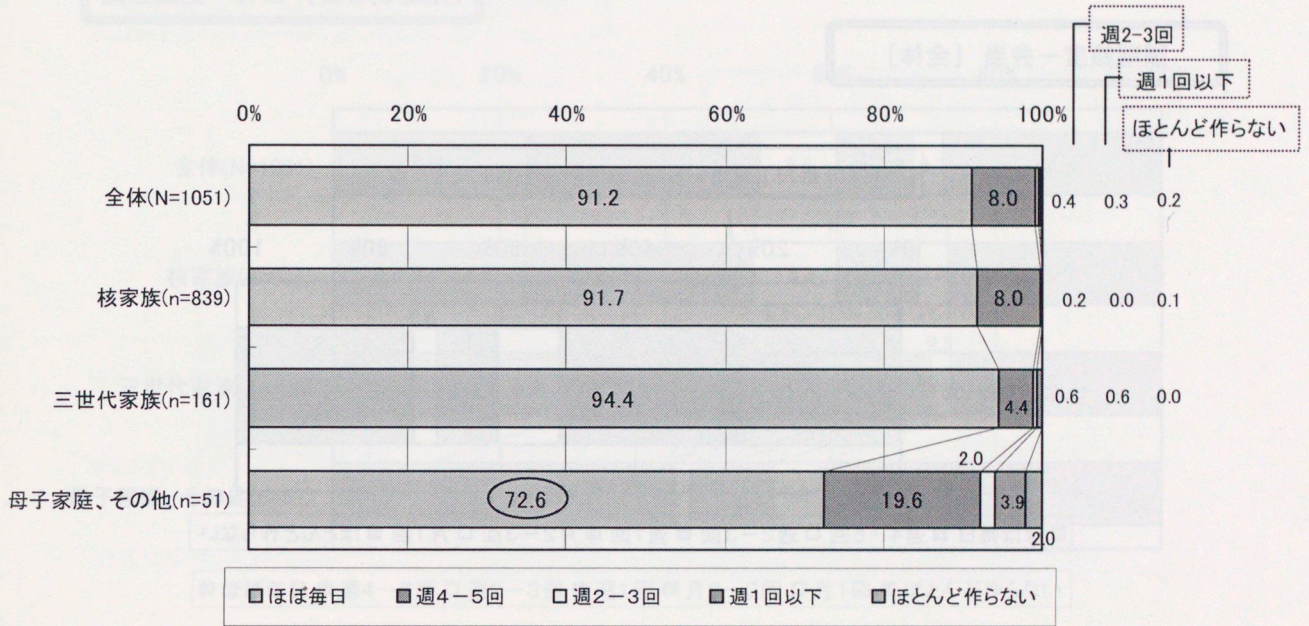
調理頻度-夕食 [職業別]



2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 一夕食 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」では「ほぼ毎日」が72.6%にとどまり、他の世帯形態と大差があった。

調理頻度一夕食 [世帯形態別]

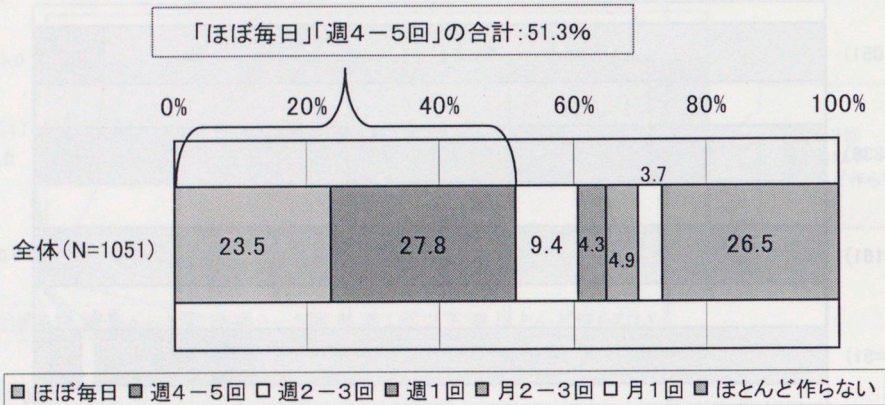


2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 一弁当

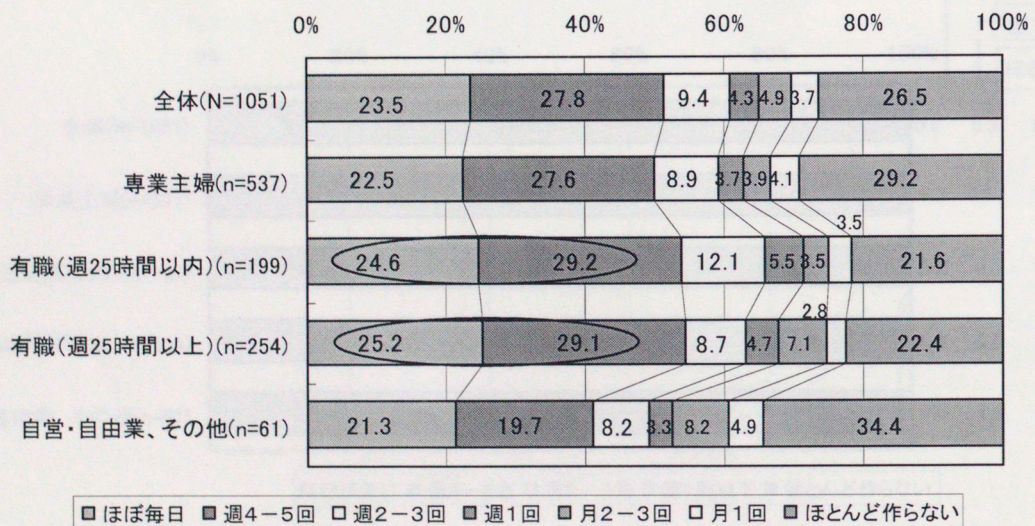
○「弁当」の家庭での調理頻度は、「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計が半数以上に達する。なお、「週4-5回」については、平日は毎日作っているケースと推察される。

○[職業別]に見ると、回答者自身が「有職(週25時間以内)」または「有職(週25時間以上)」において、「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計が高い割合となっており、「専業主婦」や「自営・自由業、その他」よりも「弁当」を作る機会が多い。

調理頻度一弁当 [全体]



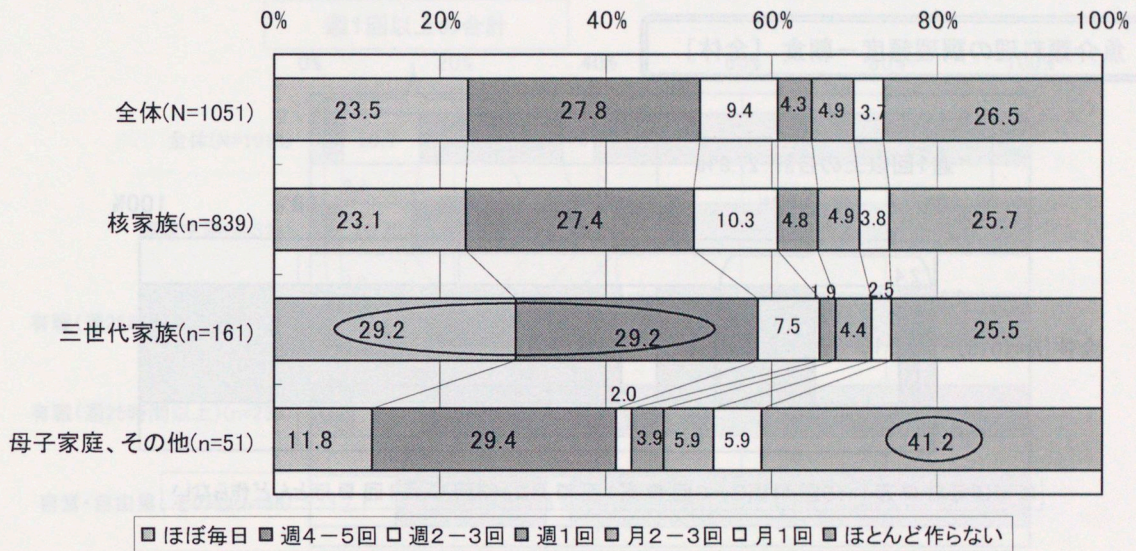
調理頻度一弁当 [職業別]



2-1(1) 家庭での調理頻度(※魚介料理に限らない) 一弁当 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」においては、「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計が6割近くに達する。一方、「母子家庭、その他」においては、「ほとんど作らない」が41.2%に達し、他の世帯形態よりも作らない家庭が多い。

調理頻度一弁当 [世帯形態別]



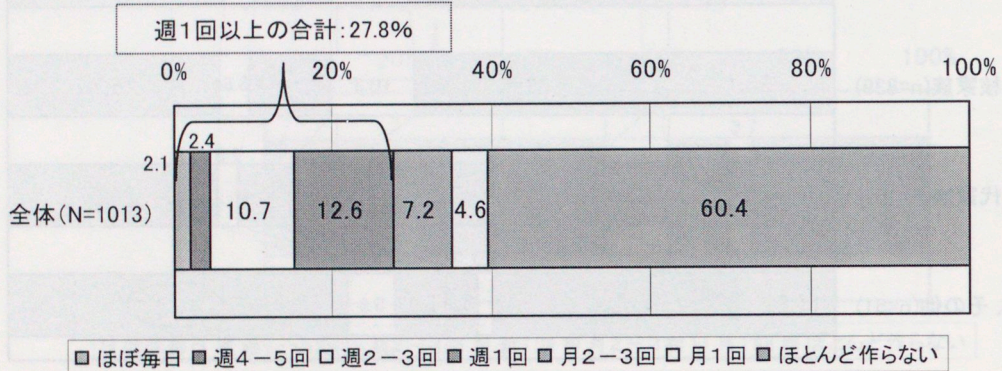
2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－朝食

○家庭での魚介料理の調理頻度を「朝食」「昼食」「夕食」「弁当」ごとに尋ねた。

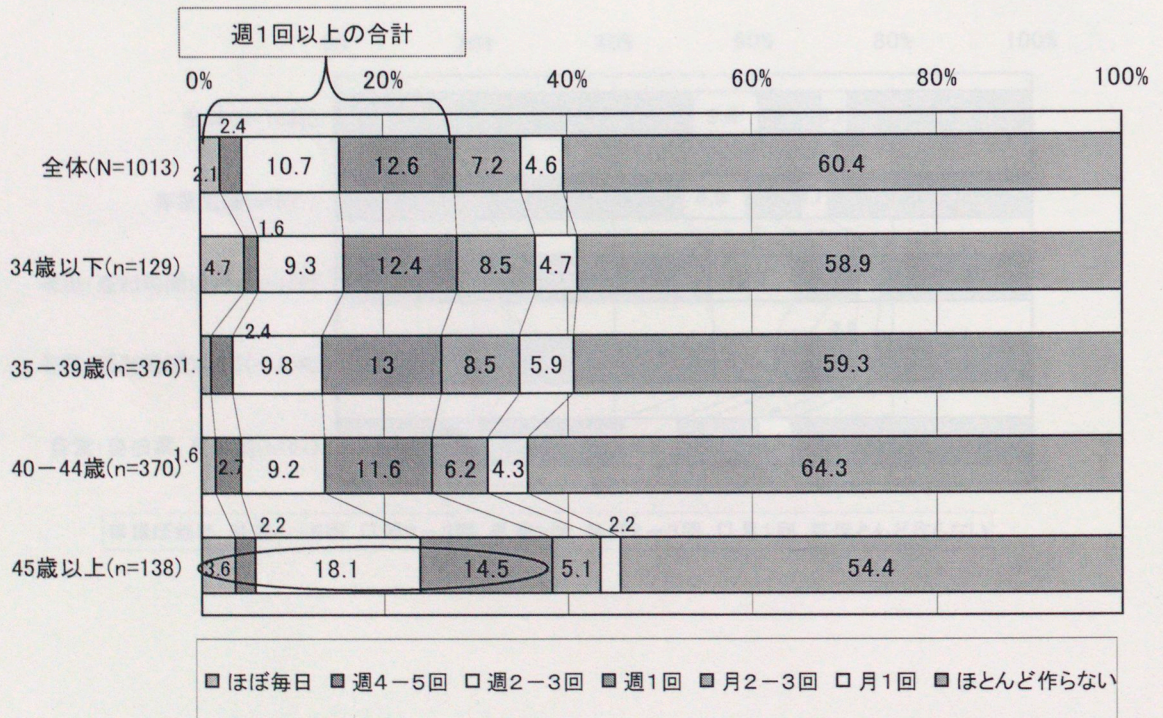
○「朝食」に魚介料理を調理する頻度は、「ほぼ毎日」2.1%、「週4-5回」2.4%であり、「週1回」までを合計しても3割未満である。「ほとんど作らない」が60.4%と半数以上を占める。

○[年齢別]に見ると、回答者自身が「45歳以上」である場合のみ、「週1回以上」の合計が38.4%と4割近くに達する。その他の層では大差は見られない。

魚介類料理の調理頻度－朝食 [全体]



魚介類料理の調理頻度－朝食 [年齢別]

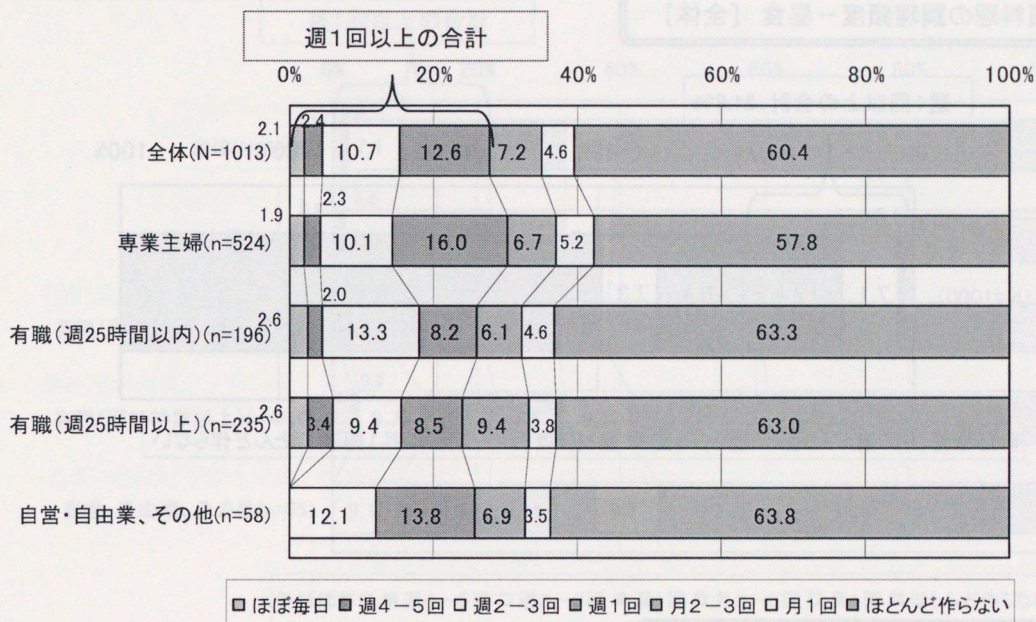


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－朝食 つづき

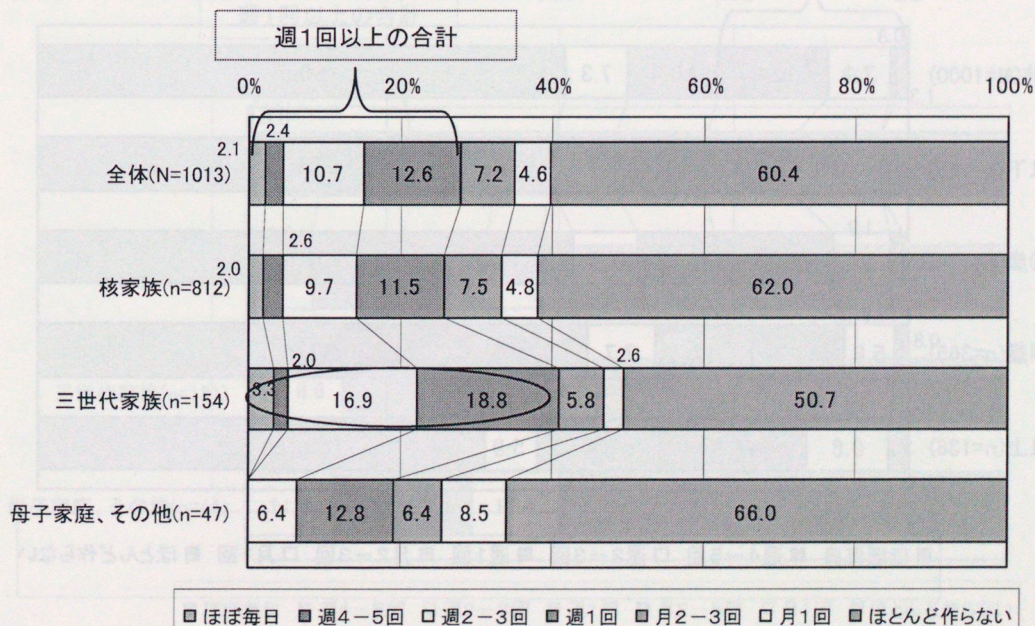
○[職業別]に見ると、回答者自身が「専業主婦」である場合、「週1回以上」の合計が30.3%と3割を超えるが、大差は見られない。

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」では「週1回以上」の合計が41.0%と4割以上に達し、他と比較し高い割合である。

魚介類料理の調理頻度－朝食[職業別]



魚介類料理の調理頻度－朝食[世帯形態別]

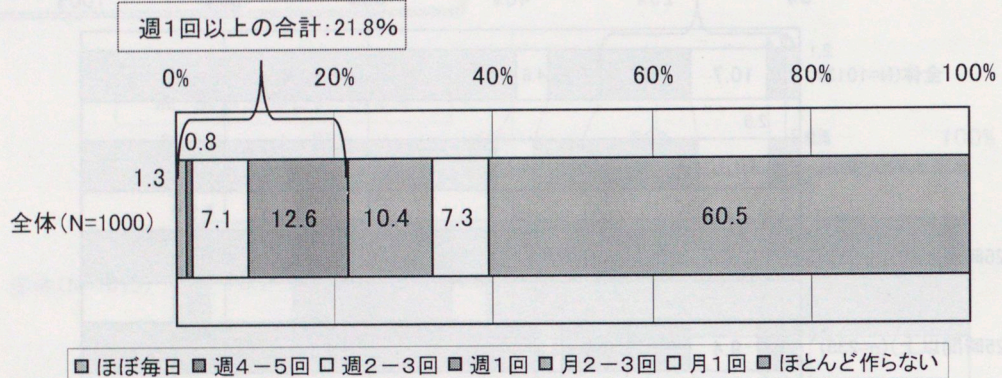


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－昼食

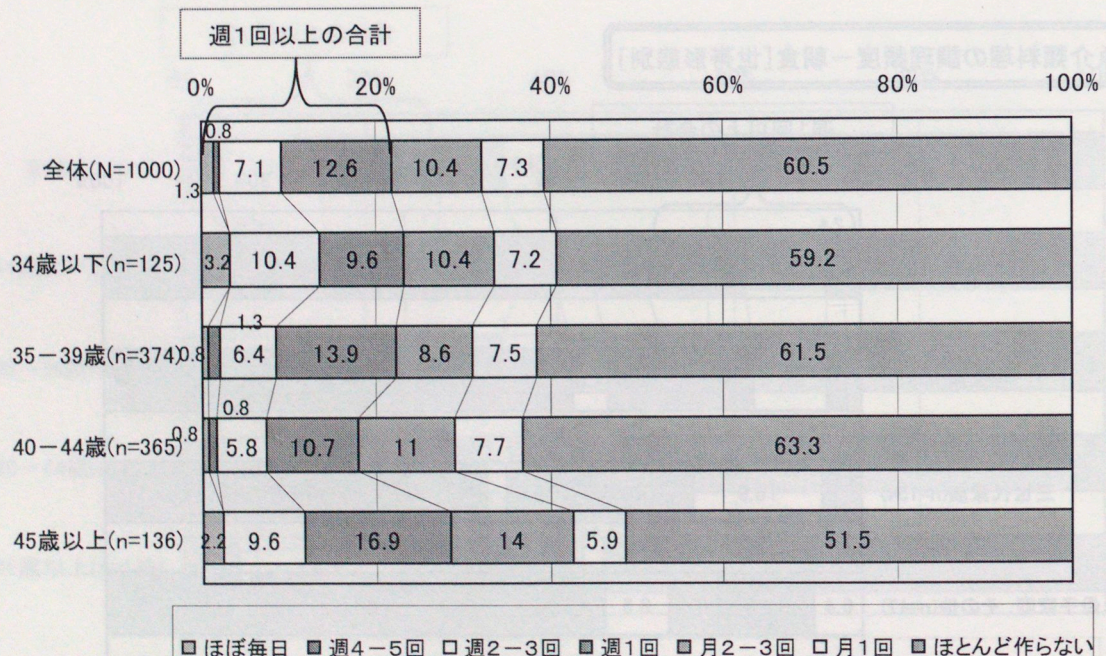
○「昼食」に魚介料理を調理する頻度は、「ほぼ毎日」1.3%、「週4－5回」0.8%であり、「週1回以上」までを合計しても21.8%と2割強にとどまる。「朝食」よりもさらに作らない傾向が強まる。

○[年齢別]に見ると、「朝食」同様、回答者自身が「45歳以上」である場合は、「週1回以上」の合計が28.7%であり、他の年齢層と比較し高い割合である。

魚介類料理の調理頻度－昼食 [全体]



魚介類料理の調理頻度－昼食 [年齢別]

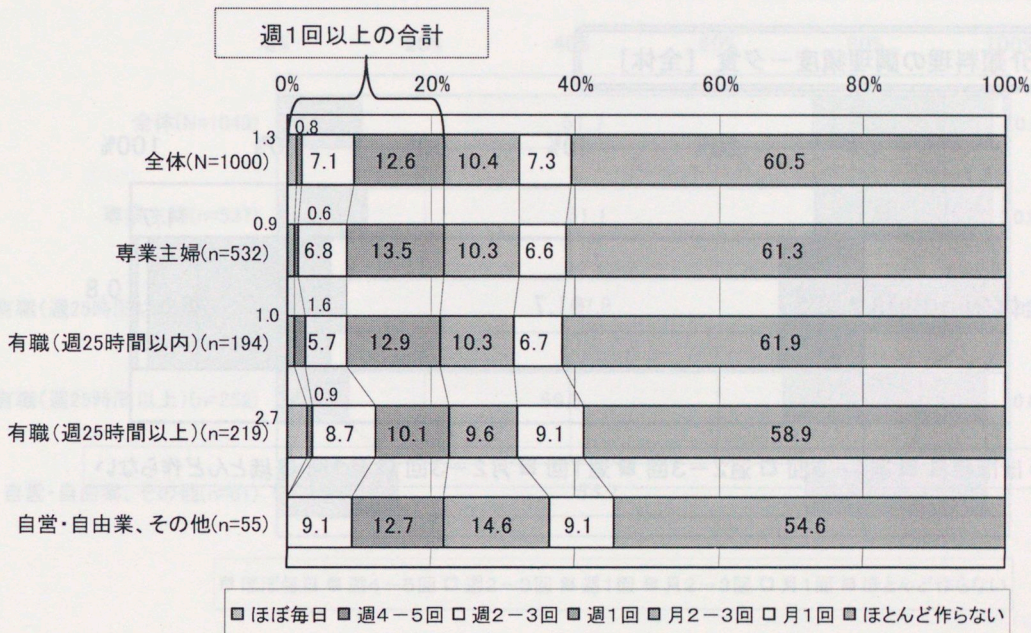


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－昼食 つづき

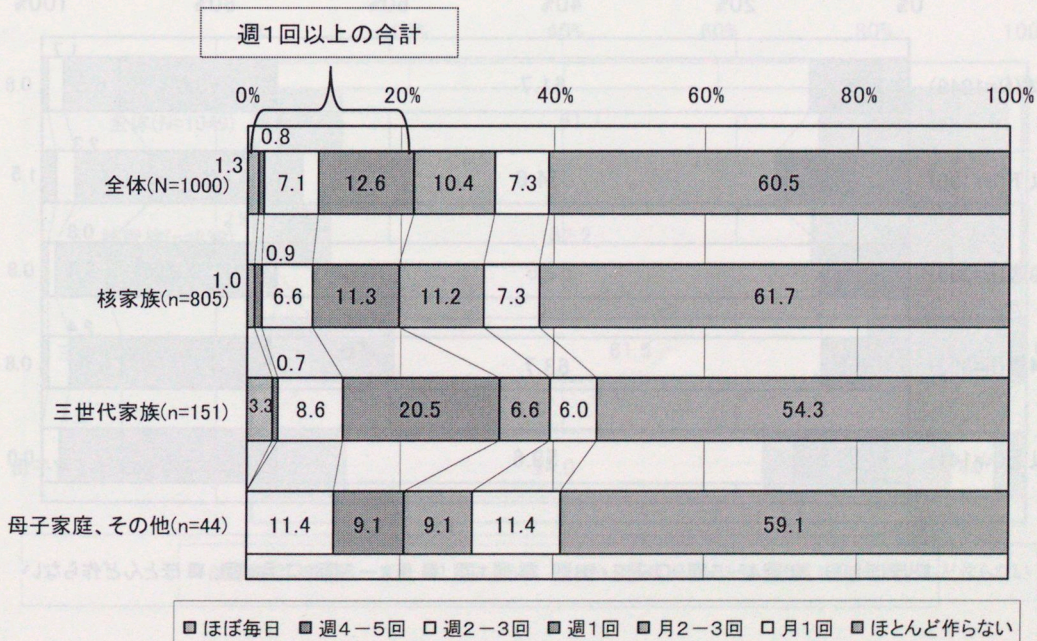
○[職業別]に見ると、回答者の職業による差異はほとんど見られない。

○[世帯形態別]に見ると、「朝食」同様、「三世代家族」で「週1回以上」の合計が33.1%と3割を超え、他と比較し高い割合である。

魚介類料理の調理頻度－昼食 [職業別]



魚介類料理の調理頻度－昼食 [世帯形態別]

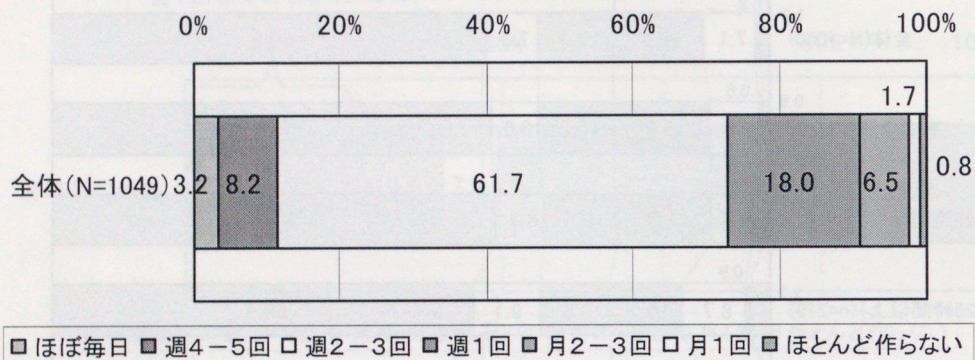


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－夕食

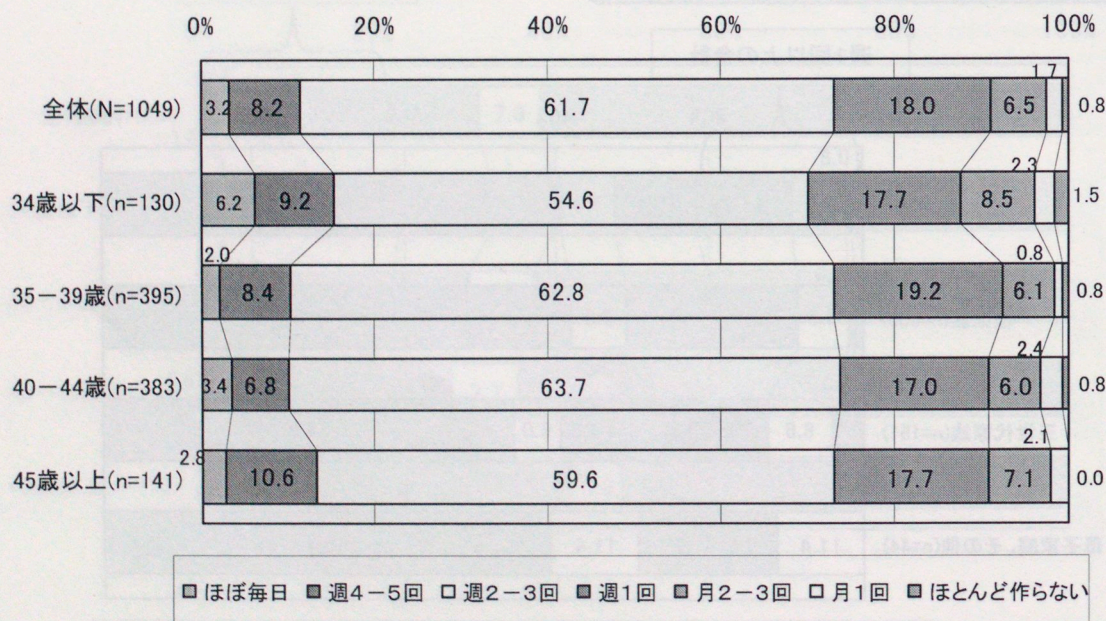
○「夕食」に魚介料理を調理する頻度は、「週2-3回」が61.7%。「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計は11.4%と1割以上、「ほとんど作らない」は0.8%と1割未満。

○[年齢別]に見ると、回答者自身の年齢による大差は見られないが、「34歳以下」で「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計が他の年齢層よりも高く、「朝食」「昼食」とは違った傾向である。

魚介類料理の調理頻度－夕食 [全体]



魚介類料理の調理頻度－夕食 [年齢別]

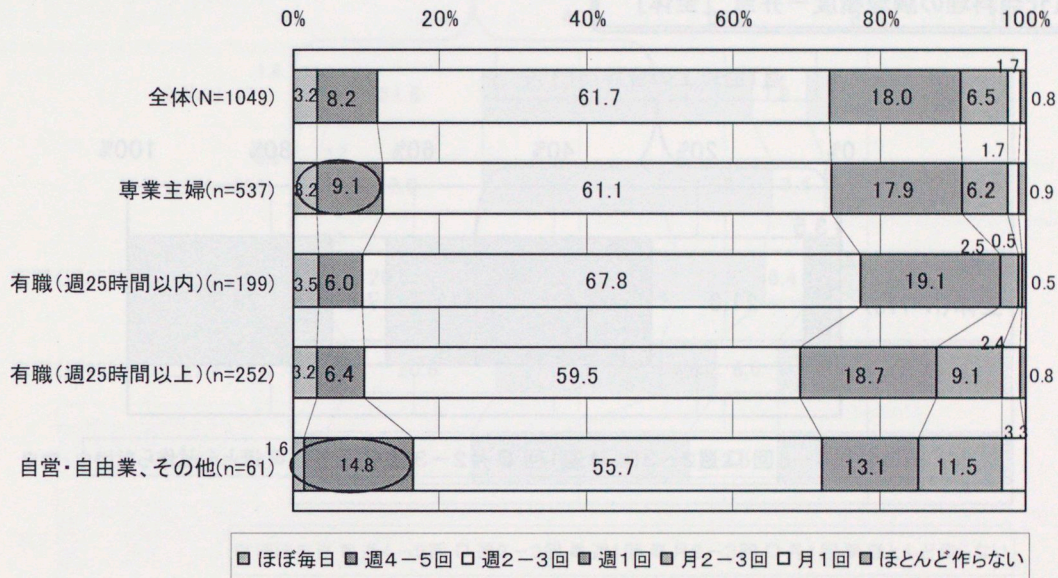


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－夕食 つづき

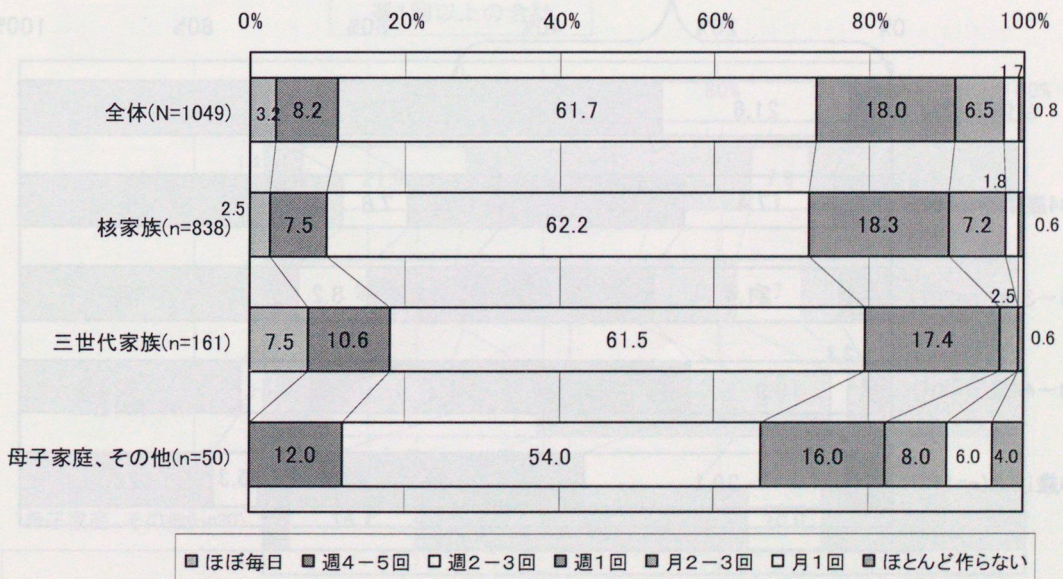
○[職業別]による大差は見られないが、「専業主婦」と「自営・自由業、その他」において「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計が1割を超える。

○[世帯形態別]に見ると、「朝食」「昼食」同様、「三世代家族」での調理頻度が高い傾向にある。

魚介類料理の調理頻度－夕食 [職業別]



魚介類料理の調理頻度－夕食 [世帯形態別]

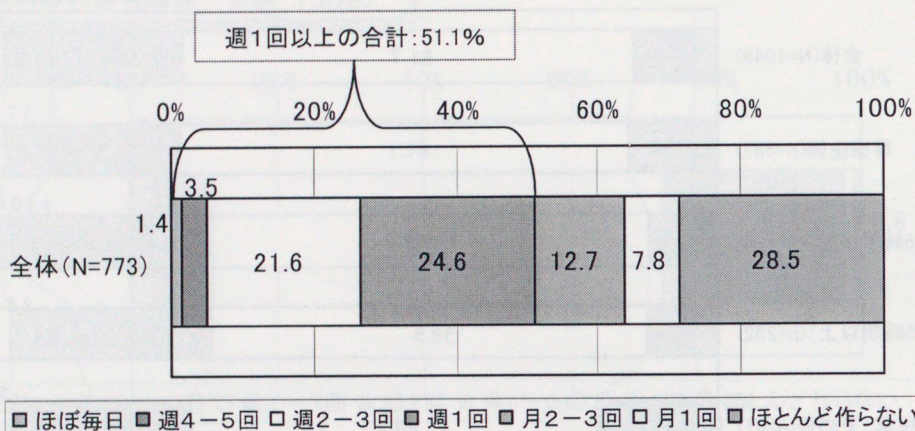


2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－弁当

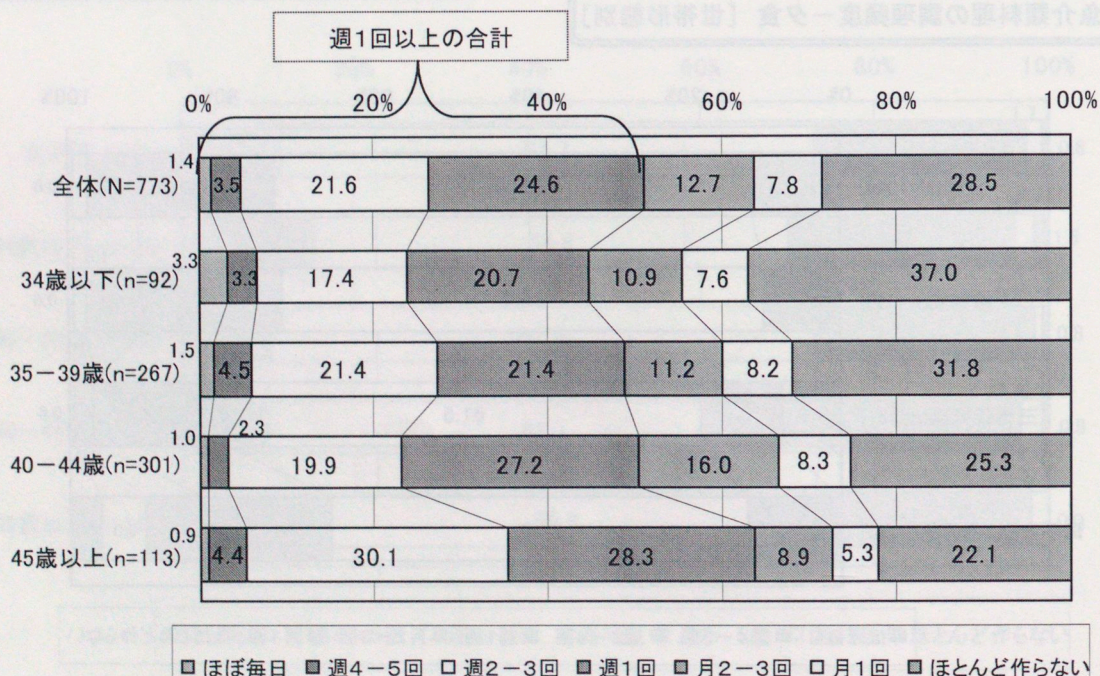
○「弁当」用に魚介料理を調理する頻度は、「週1回以上」の合計が51.1%と約半数であり、「ほとんど作らない」が28.5%と3割弱。

○[年齢別]に見ると、年齢が上がるにつれて調理頻度が高くなる傾向にあり、「45歳以上」では「週1回以上」の合計が63.7%と6割超。

魚介類料理の調理頻度－弁当 [全体]



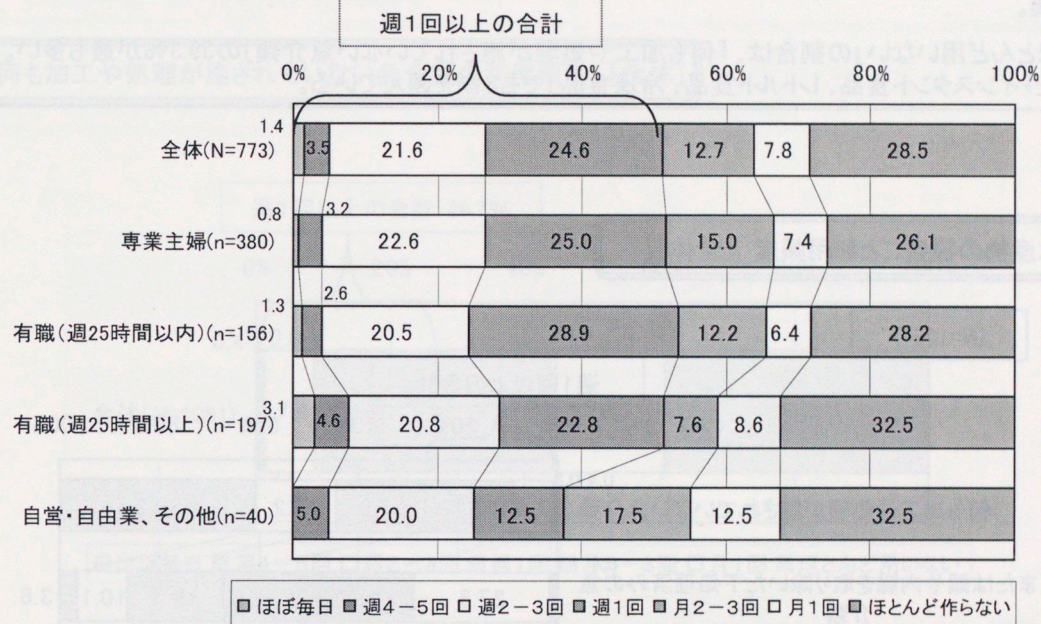
魚介類料理の調理頻度－弁当 [年齢別]



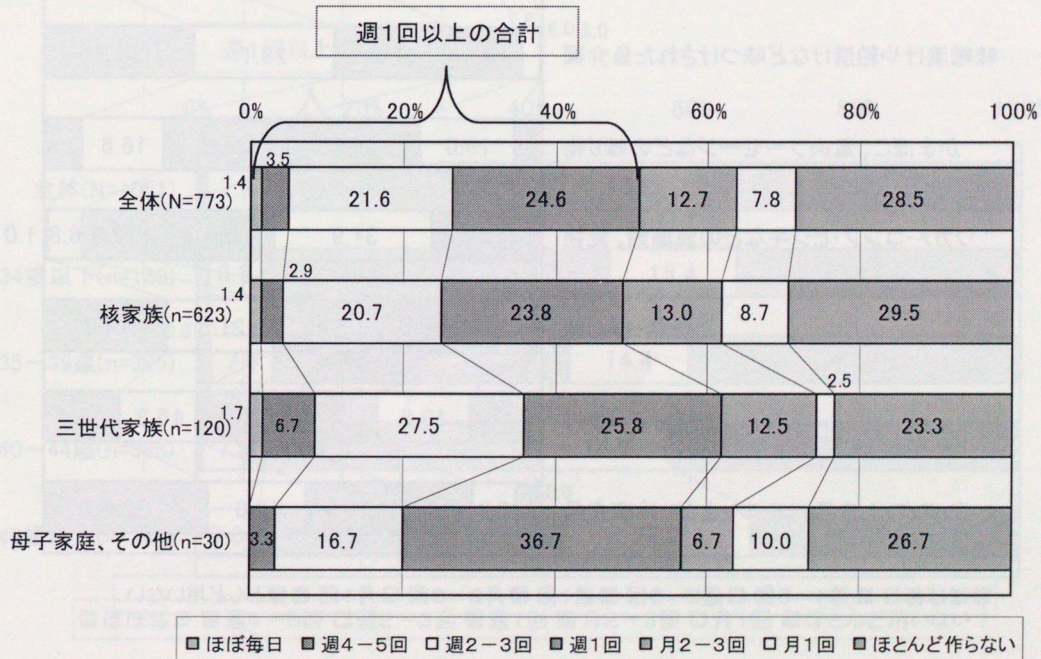
2-1(2) 家庭での魚介料理の調理頻度－弁当 つづき

- [職業別]による大差は見られない。
- [世帯形態別]に見ると、「三世代家族」で調理頻度が高い傾向にある。

魚介類料理の調理頻度－弁当 [職業別]



魚介類料理の調理頻度－弁当 [世帯形態別]



2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

○家庭において水産物が調理に用いられる(食卓に上る)頻度を、水産物の種類ごとに尋ねた。

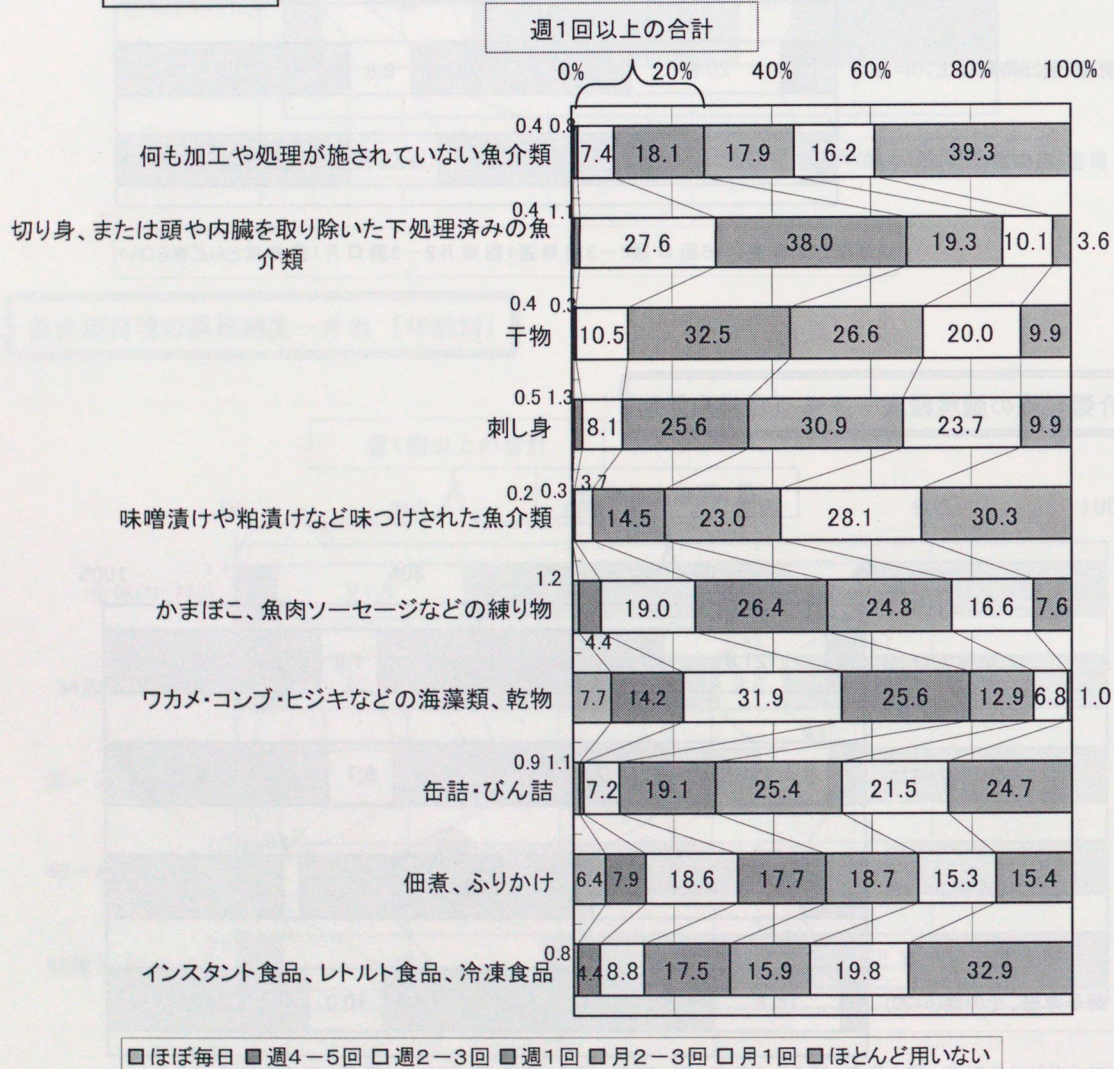
○「ほぼ毎日」利用するという回答が最も多かったのは「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」で7.7%、次いで「佃煮、ふりかけ」が6.4%である。

○週1回以上(「ほぼ毎日」から「週1回」までの合計)の割合は、1位「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」が約8割、2位「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」が7割弱。

○「ほとんど用いない」の割合は、「何も加工や処理が施されていない魚介類」の39.3%が最も多い。また「インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品」でも3割を超えている。

水産物の種類ごと利用頻度 [全体]

(N=1051)



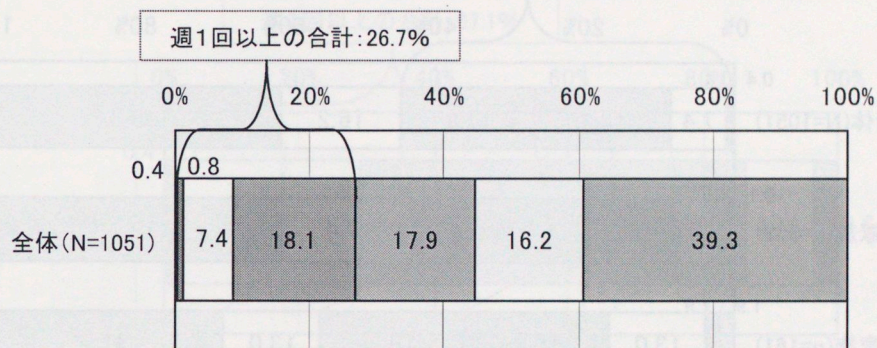
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「何も加工や処理が施されていない魚介類」の利用頻度

○「何も加工や処理が施されていない魚介類」の利用頻度は、「ほとんど用いない」が約4割に達する。週1回以上（「ほぼ毎日」から「週1回」の合計）は26.7%で3割に満たない。

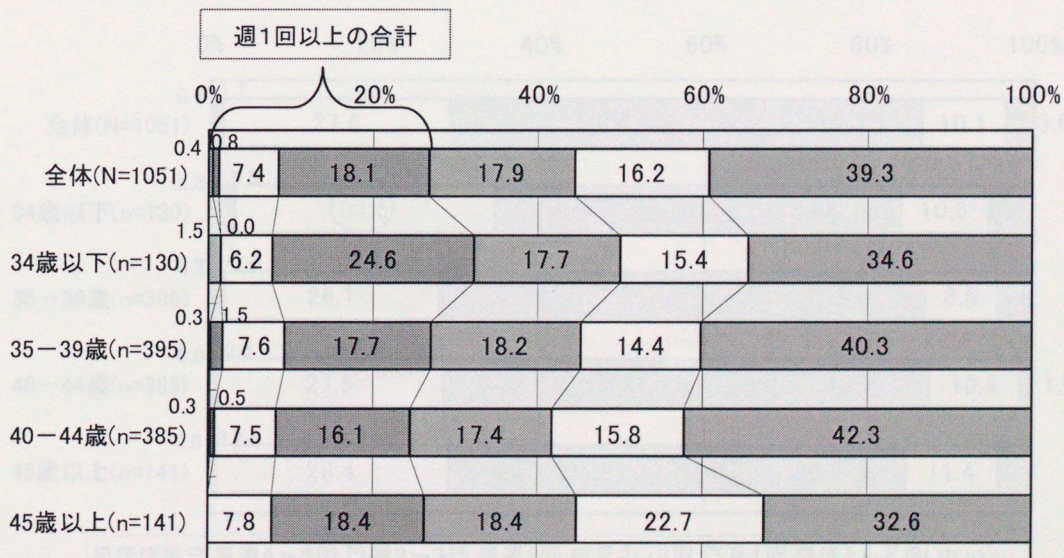
○[年齢別]に見ると、週1回以上の合計が最も高いのは「34歳以下」で、3割を超える。

何も加工や処理が施されていない魚介類の利用頻度 [全体]



□ ほぼ毎日 ■ 週4-5回 □ 週2-3回 ■ 週1回 □ 月2-3回 □ 月1回 □ ほとんど用いない

何も加工や処理が施されていない魚介類の利用頻度 [年齢別]



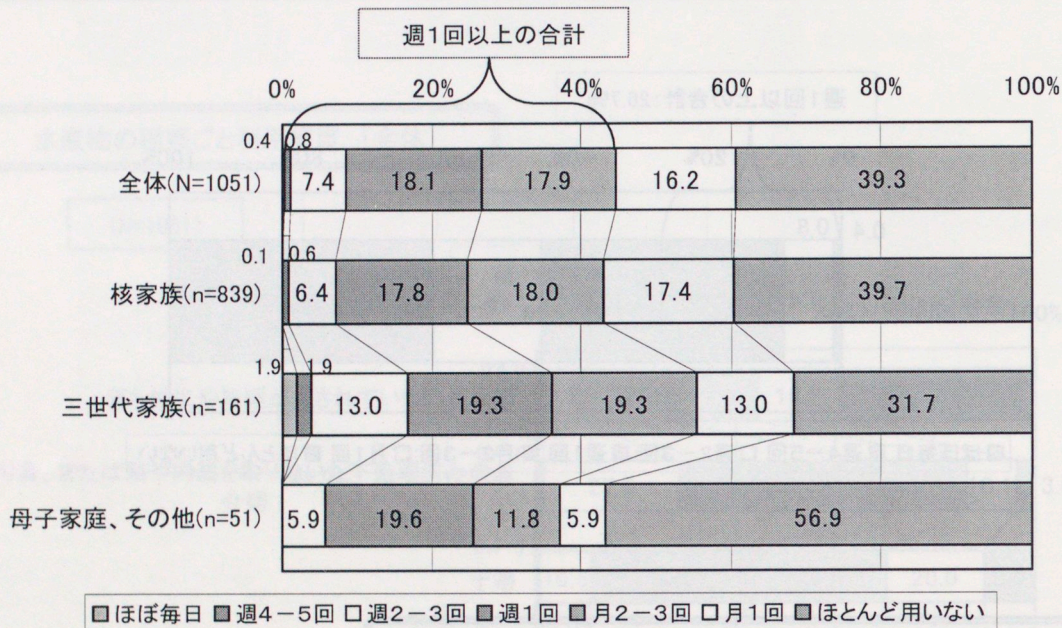
□ ほぼ毎日 ■ 週4-5回 □ 週2-3回 ■ 週1回 □ 月2-3回 □ 月1回 □ ほとんど用いない

2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「何も加工や処理が施されていない魚介類」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]では、「三世代家族」の利用頻度が最も高く、半数以上の55.4%が週1回以上と回答している。
 ○「母子家庭、その他」では「ほとんど用いない」の割合が高い(56.9%)。

何も加工や処理が施されていない魚介類の利用頻度 [世帯形態別]



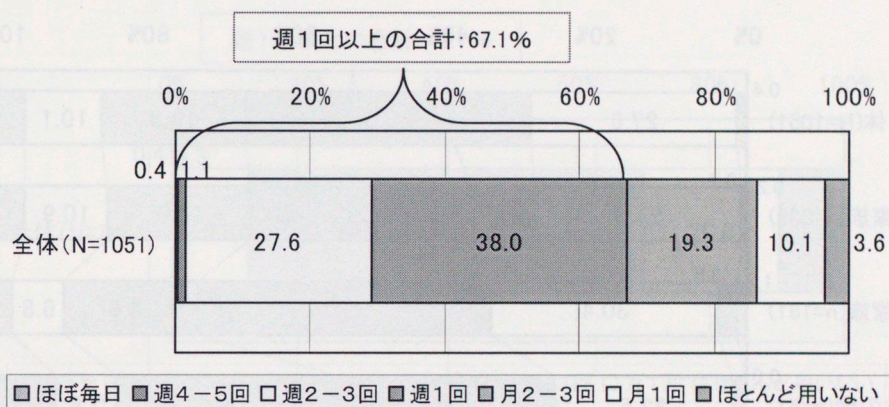
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」の利用頻度

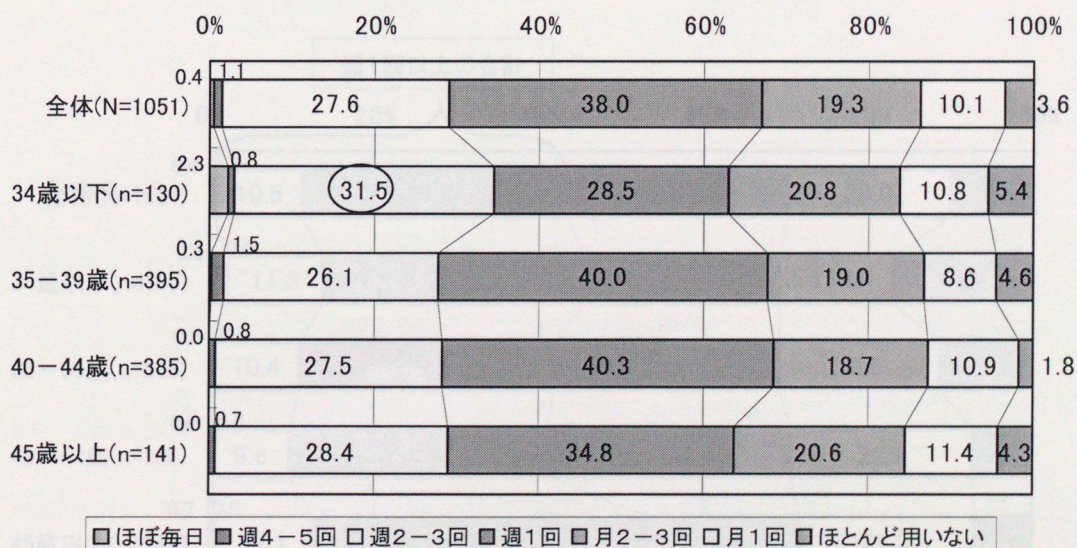
○「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」の利用頻度は、「週1回」が38.0%と最も多く、週1回以上の合計は7割近くに達する。「ほとんど用いない」は3.6%で、「何も加工や処理が施されていない魚介類」と比較すると利用する家庭が格段に多い。

○[年齢別]に見ると、大きな差はないが、「34歳以下」のみ「週2-3回」の割合が最も高く、その他の層は「週1回」の割合が最も高い。

切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類の利用頻度 [全体]



切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類の利用頻度 [年齢別]

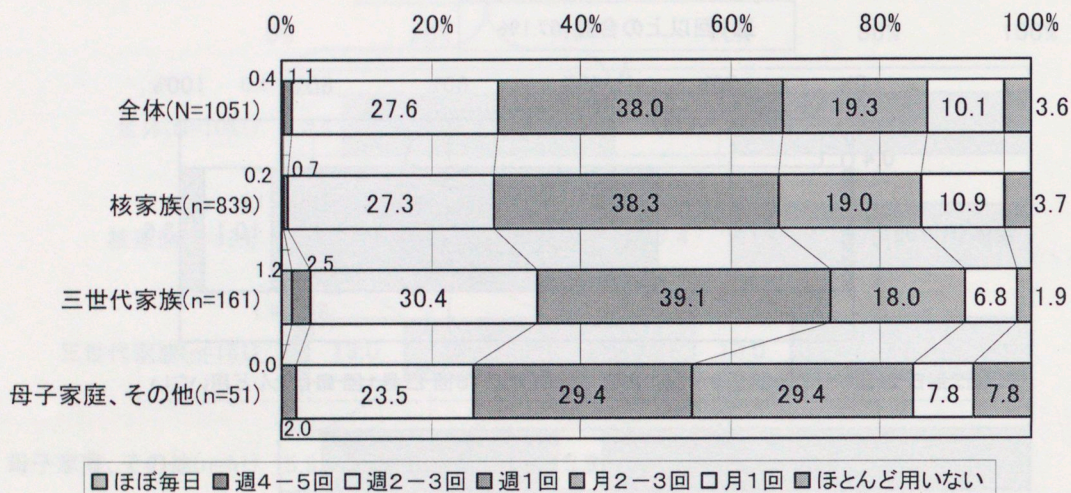


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]では、「何も加工や処理が施されていない魚介類」と比較すると利用頻度の差は小さく、「母子家庭、その他」でも「ほとんど用いない」は1割未満。

切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類の利用頻度 [世帯形態別]



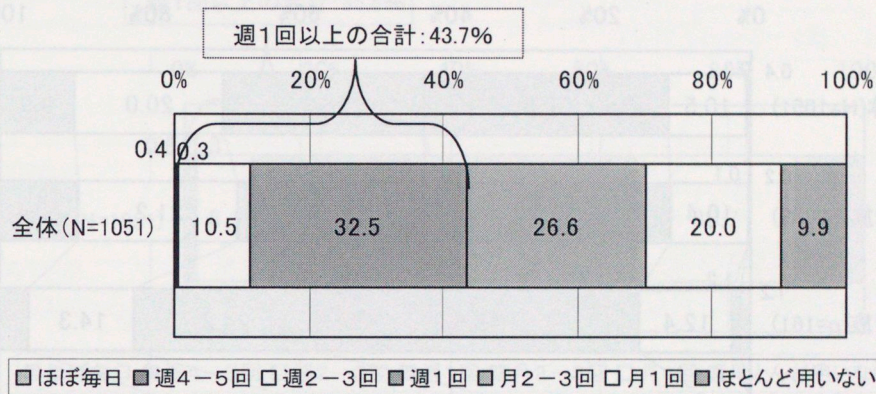
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「干物」の利用頻度

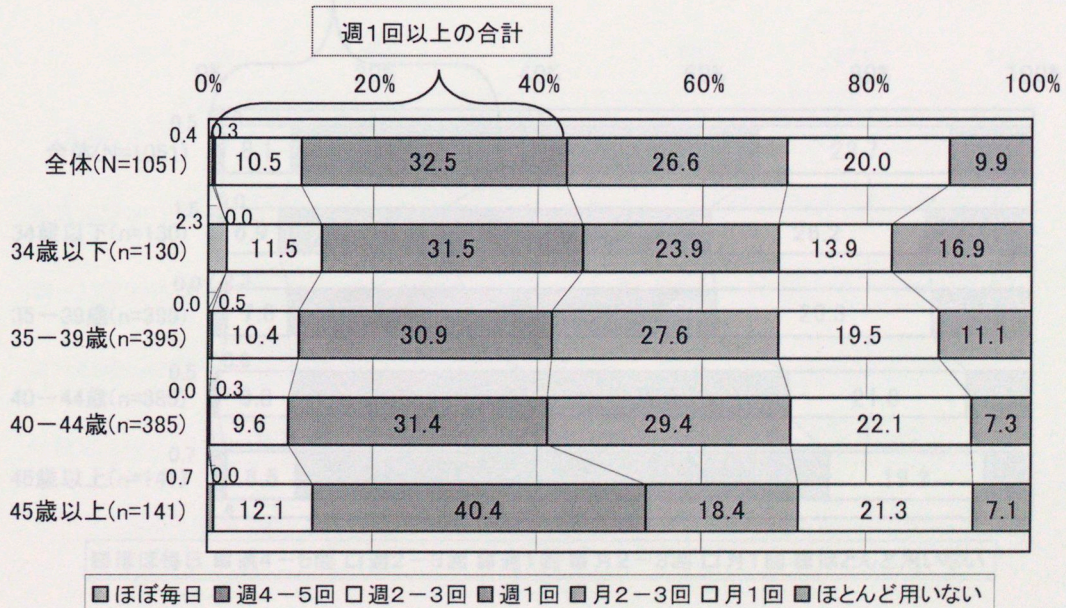
○「干物」の利用頻度は、週1回以上の合計が5割に達せず、「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」と比較すると利用する家庭が少ない。

○[年齢別]に見ると、「45歳以上」で週1回以上の合計が5割を超え、利用頻度が最も高い。「ほとんど用いない」が最も高いのは「34歳以下」で16.9%。

干物の利用頻度 [全体]



干物の利用頻度 [年齢別]

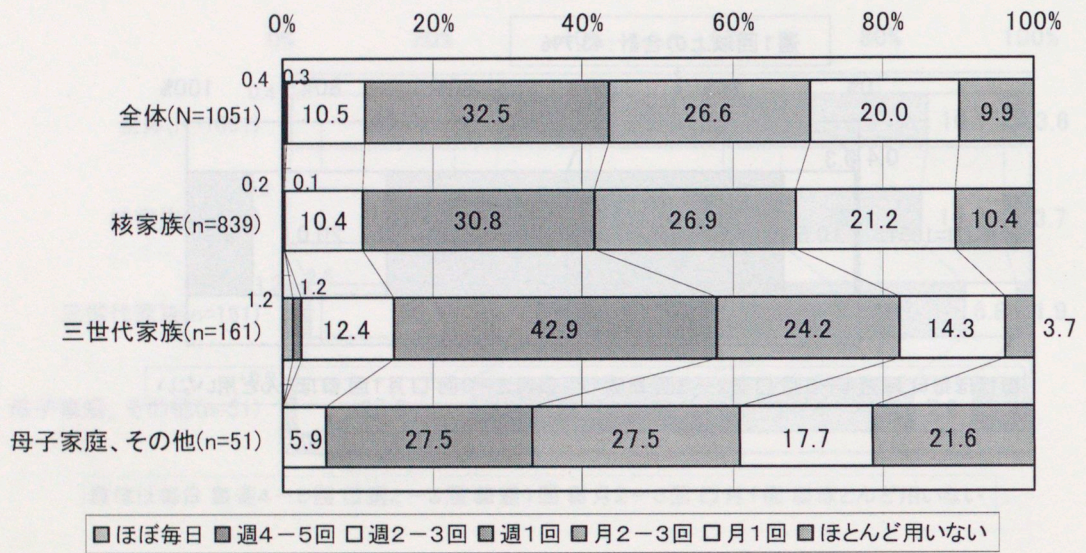


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「干物」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]に見ると、特に「三世代家族」の利用割合が他の層と比較して高い。「母子家庭、その他」では「ほとんど用いない」が2割以上である。

干物の利用頻度 [世帯形態別]



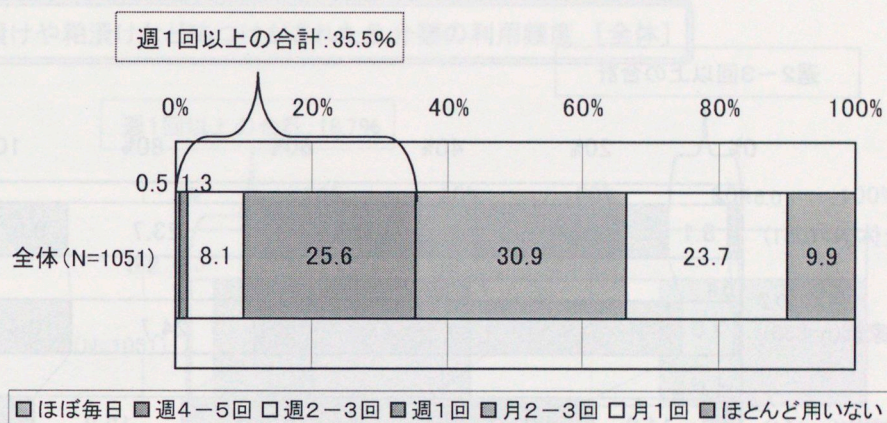
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「刺し身」の利用頻度

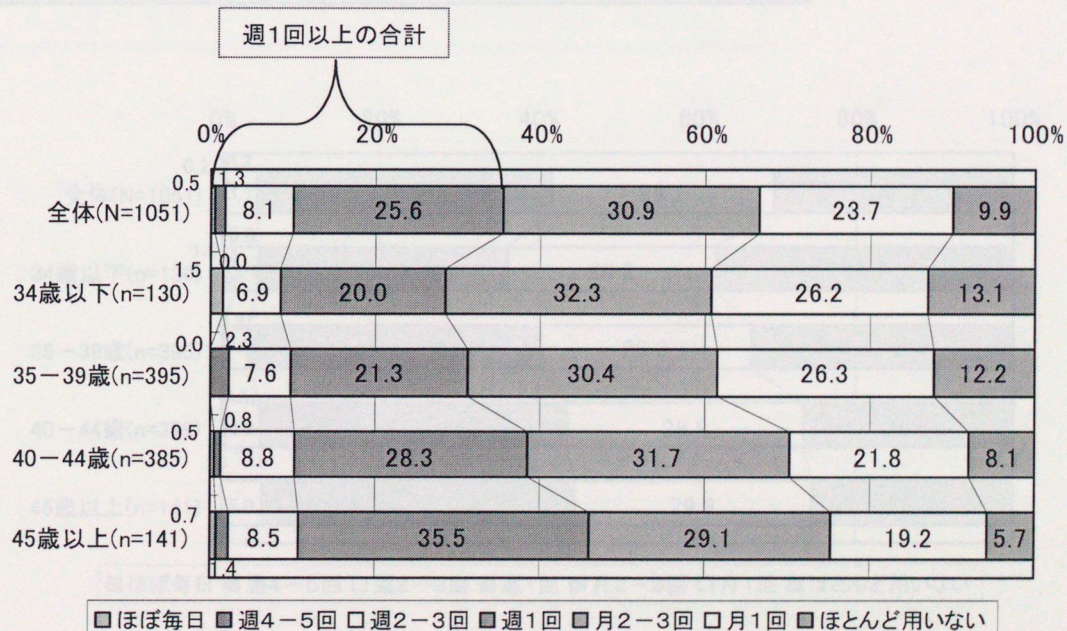
○「刺し身」は、週1回以上の合計が4割を下回り、「干物」よりも利用頻度が少ない。「ほとんど用いない」は約1割である。

○[年齢別]に見ると、年齢が高くなるにつれて利用頻度も高くなっている。週1回以上の合計は、「34歳以下」で3割に満たないのに対し、「45歳以上」では4割以上である。

刺し身の利用頻度 [全体]



刺し身の利用頻度 [年齢別]

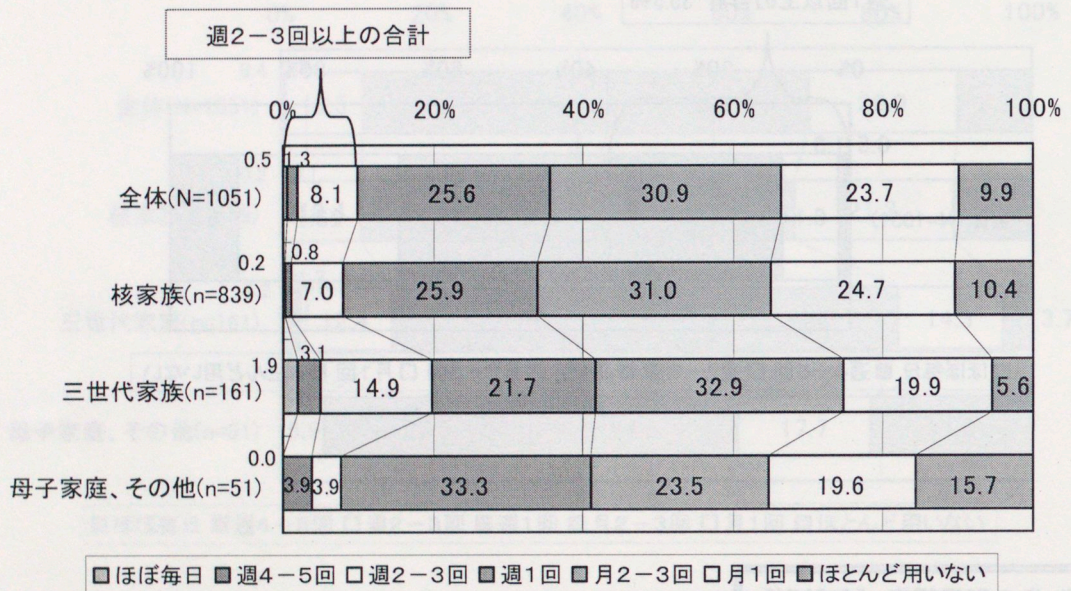


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「刺し身」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]では、「三世代家族」の利用頻度が最も高い。週2-3回以上(「ほぼ毎日」から「週2-3回」までの合計)利用している家庭がほぼ2割に達し、他の世帯形態に比較して約2倍である。

刺し身の利用頻度 [世帯形態別]

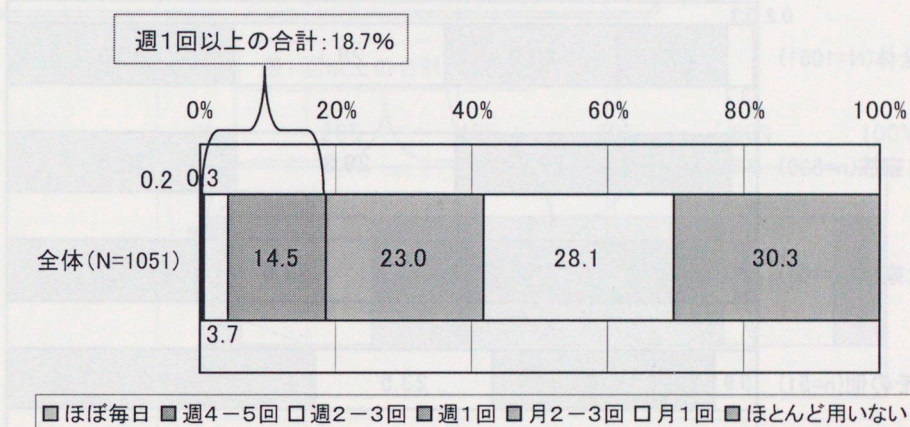


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

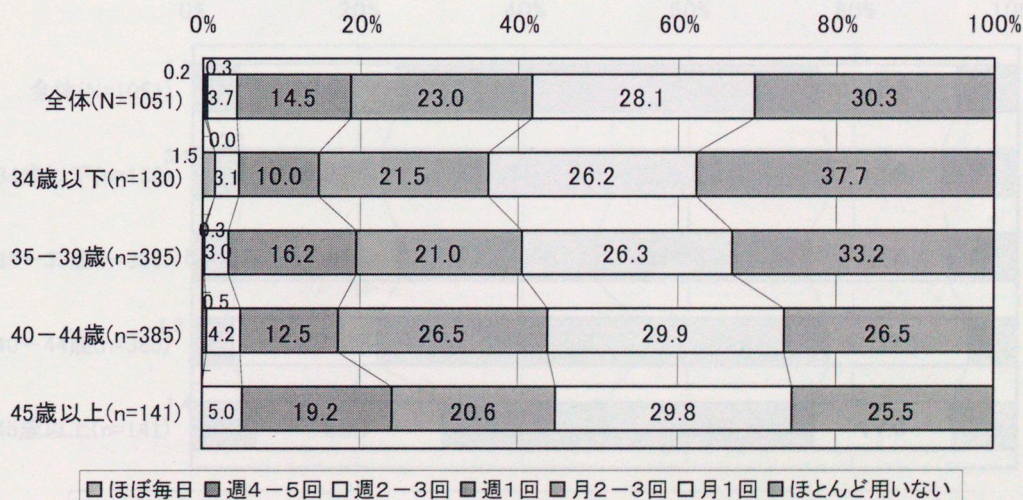
—「味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類」の利用頻度

- 「味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類」の利用頻度は、「ほとんど用いない」と回答した人が3割を超えている。週1回以上の合計も2割に達せず、利用している家庭そのものが少ない。
- [年齢別]に見ると、年齢が上がるにつれて利用頻度が高くなる。「ほとんど用いない」は「34歳以下」の37.7%が最も高い。

味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類の利用頻度 [全体]



味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類の利用頻度 [年齢別]

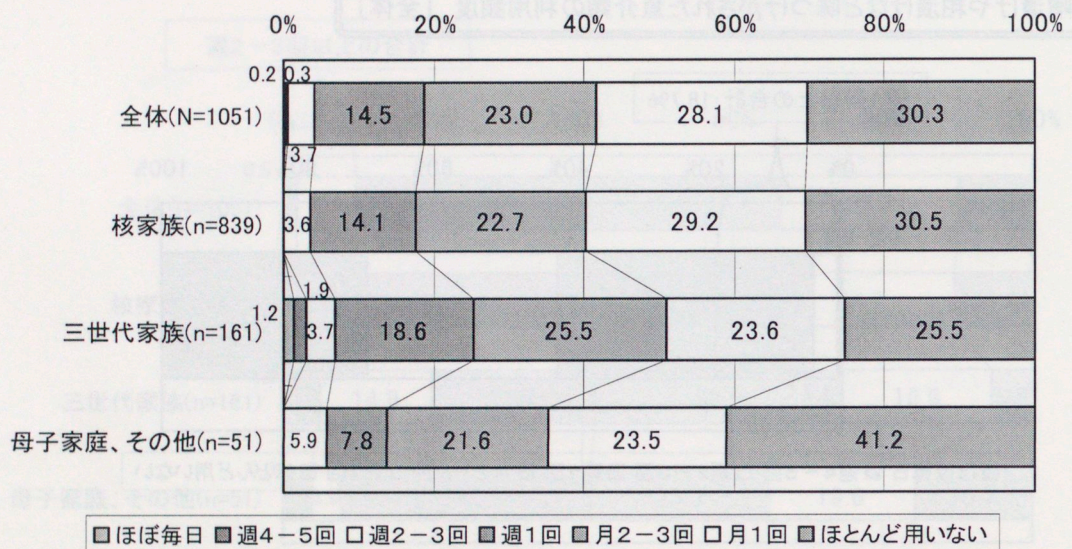


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]では、「三世代家族」の利用頻度が最も高い。「母子家庭、その他」では「ほとんど用いない」が4割以上である。

味噌漬けや粕漬けなど味つけがされた魚介類の利用頻度 [世帯形態別]

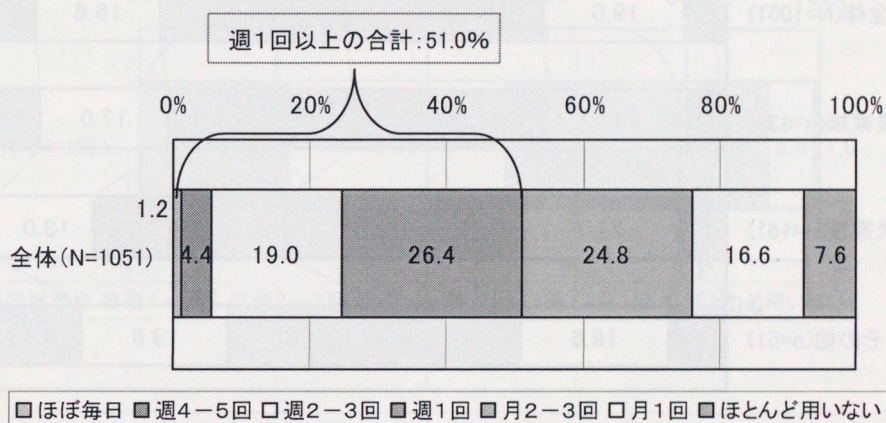


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

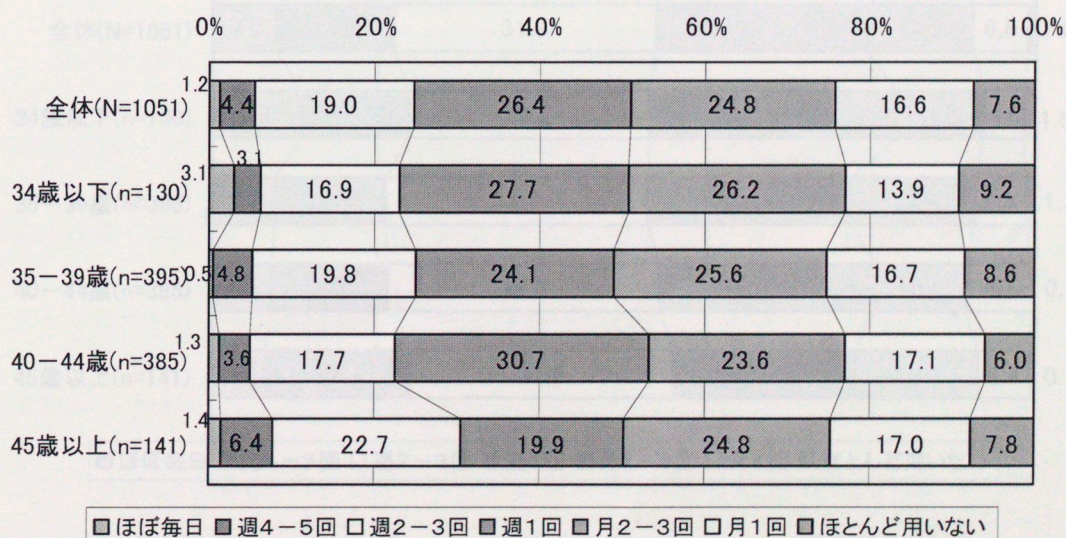
—「かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物」の利用頻度

- 「かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物」の利用頻度は、週1回以上の合計が5割を超えて高い。「ほとんど用いない」割合も7.6%と低く、今回挙げた全水産物種類の中でも「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」、「切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類」に次いで利用者が多い。
- [年齢別]による差はあまり見られないが、他の種類の水産物で利用が少ない傾向にあった「40-44歳」で若干多い割合となっている。

かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物の利用頻度 [全体]



かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物の利用頻度 [年齢別]

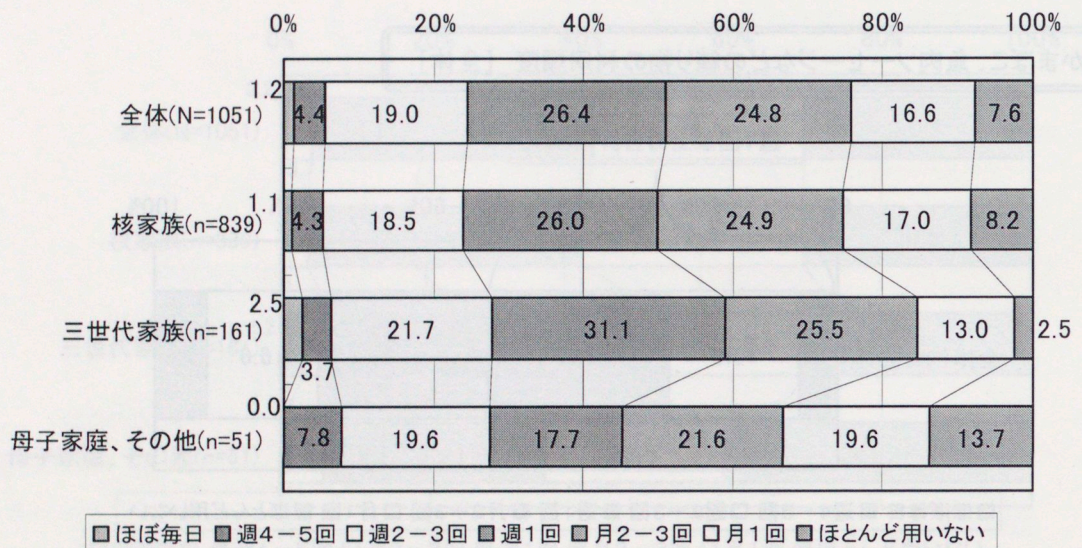


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」の利用頻度が高いが、他の種類と比較し、「三世代家族」と「母子家庭、その他」との差は小さい。

かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物の利用頻度 [世帯形態別]

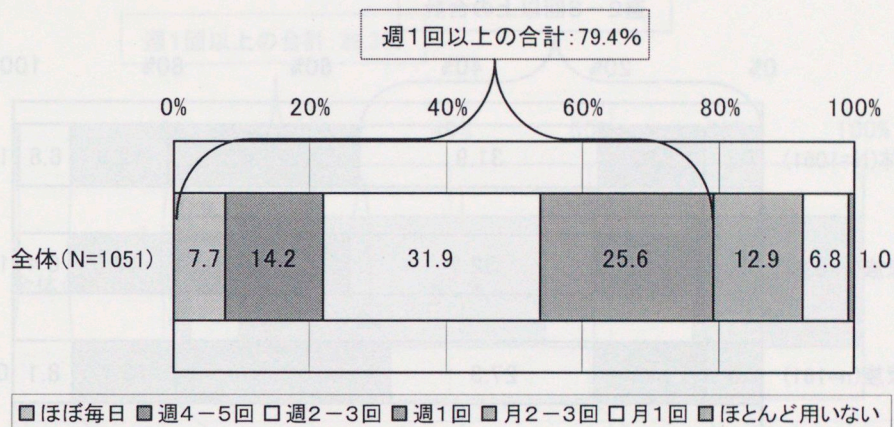


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

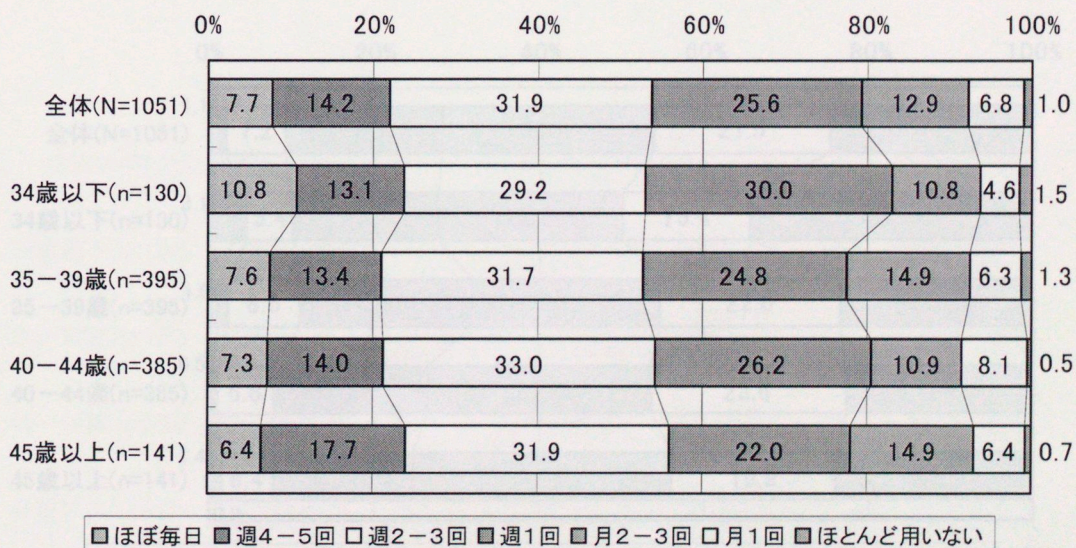
—「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」の利用頻度

- 「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」は、週1回以上の割合がほぼ8割であり、「ほぼ毎日」と「週4-5回」の合計も2割を超える。また「ほとんど用いない」もわずか1.0%で、利用者が多い。
- [年齢別]による利用頻度の差はほとんど見られない。

ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物の利用頻度 [全体]



ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物の利用頻度 [年齢別]

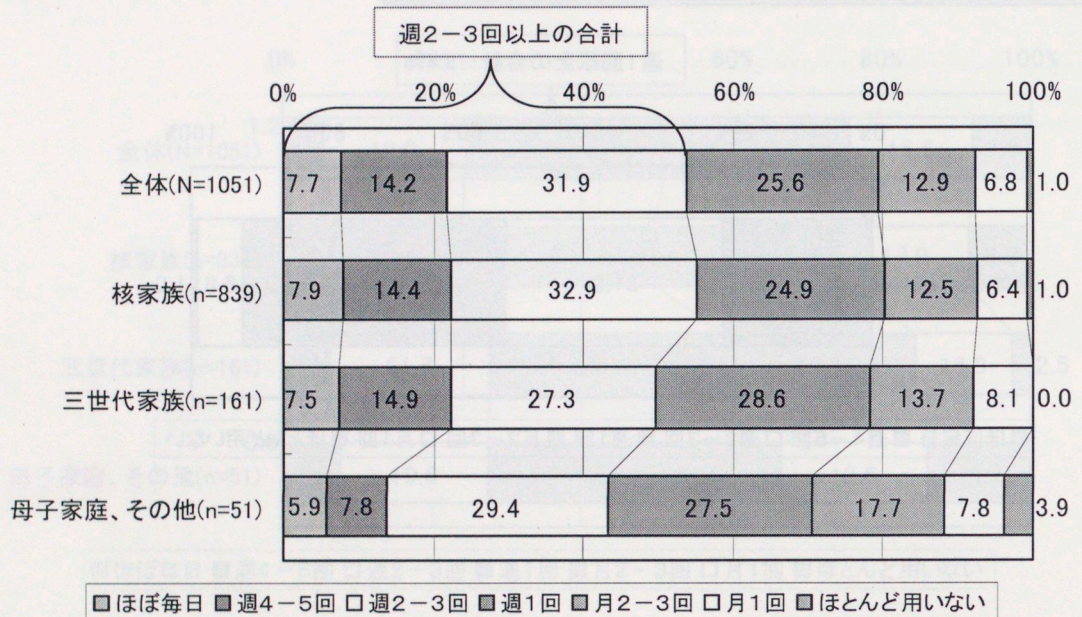


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」でやや利用頻度が低い他はあまり差が見られない。「週2-3回」以上の合計では「三世代家族」よりも「核家族」の方が割合が高い。

ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物の利用頻度 [世帯形態別]



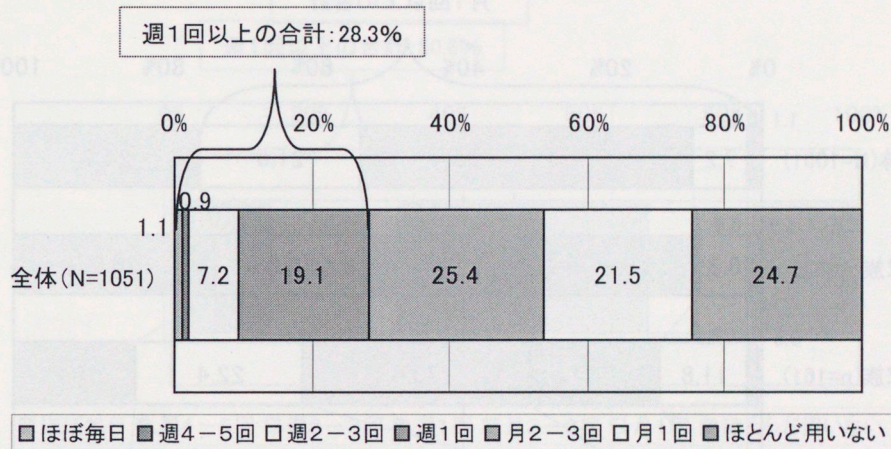
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「缶詰、びん詰」の利用頻度

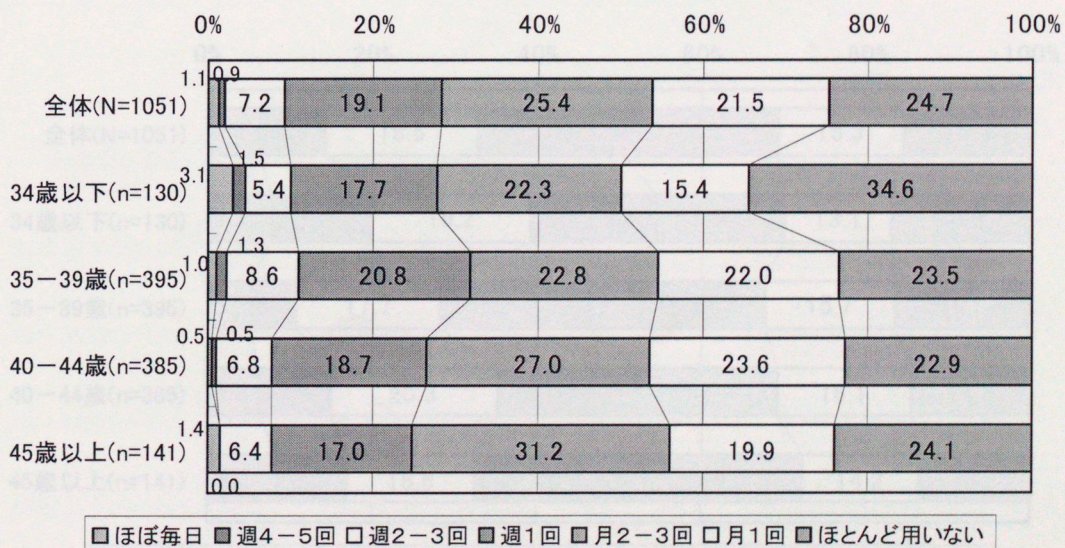
○「缶詰、びん詰」を週1回以上利用している家庭は3割に満たない。「ほとんど用いない」も24.7%と多く、そのまま食べられる加工品としては「かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物」のほうが利用が多い。

○[年齢別]に見ると、「34歳以下」で「ほとんど用いない」の割合が34.6%と高い。

缶詰、びん詰の利用頻度 [全体]



缶詰、びん詰の利用頻度 [年齢別]

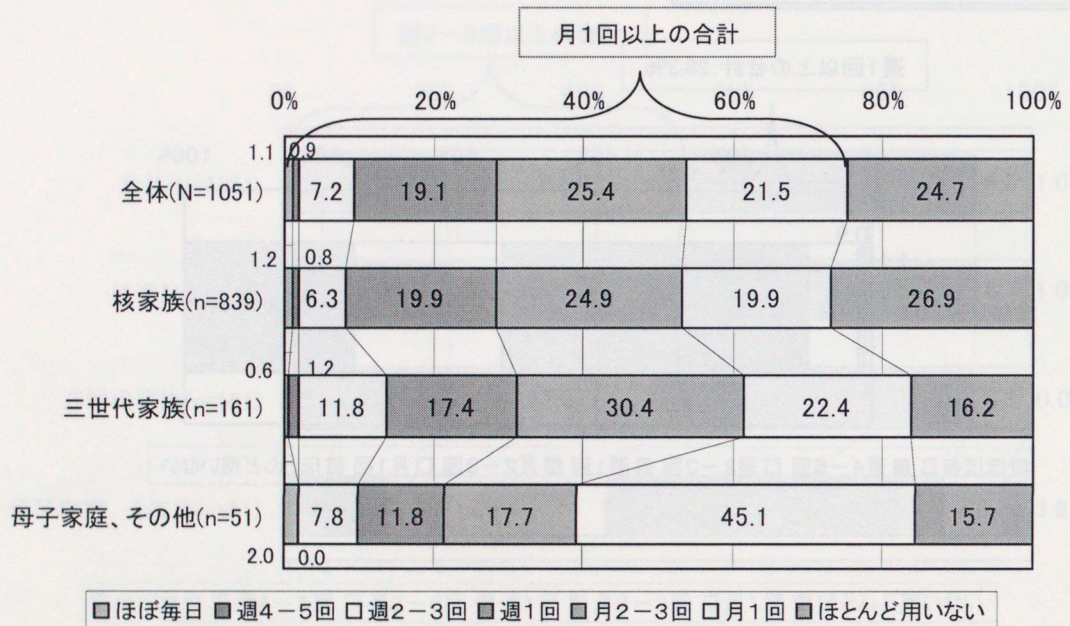


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「缶詰、びん詰」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]で見ると、月1回以上の合計は、「母子家庭、その他」において最も高い割合であり、他の種類と比較し違った傾向が見られる。

缶詰、びん詰の利用頻度 [全体]



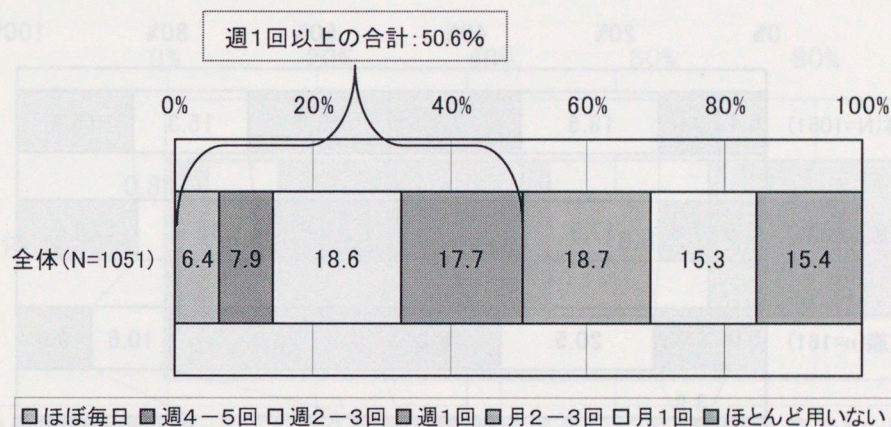
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「佃煮、ふりかけ」の利用頻度

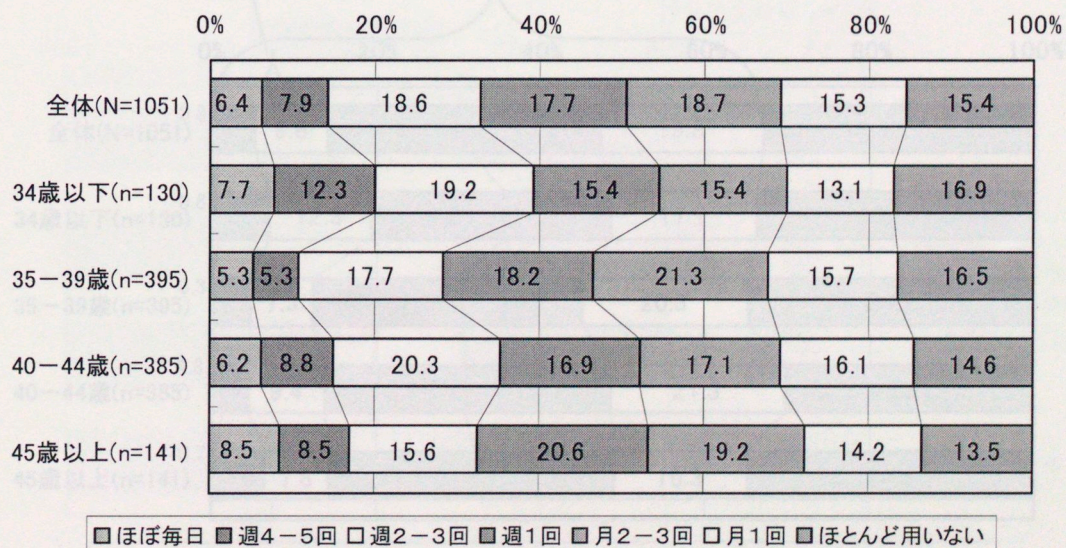
○「佃煮、ふりかけ」の利用頻度は、週1回以上の合計がほぼ半数である。「ほとんど用いない」家庭は15.4%。

○[年齢別]に見ると、「34歳以下」では利用する家庭としない家庭の両極に分かれる傾向にある。それ以上の層では年齢が高くなるにつれて利用が増える傾向にある。

佃煮、ふりかけの利用頻度 [全体]



佃煮、ふりかけの利用頻度 [年齢別]

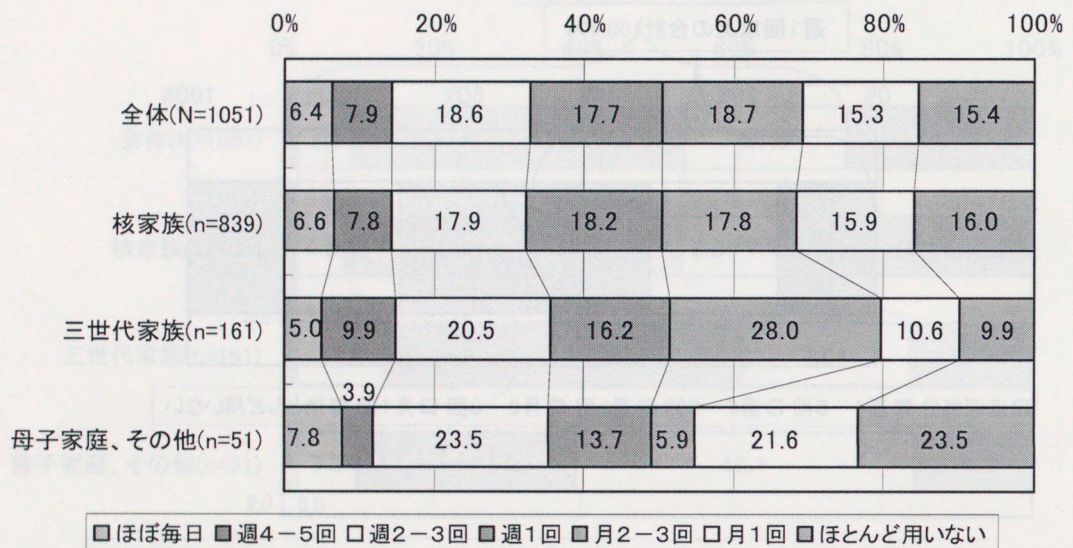


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「佃煮、ふりかけ」の利用頻度 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」の利用頻度が他と比較して高い。「母子家庭、その他」では「ほとんど用いない」割合が23.5%と高い。

佃煮、ふりかけの利用頻度 [世帯形態別]



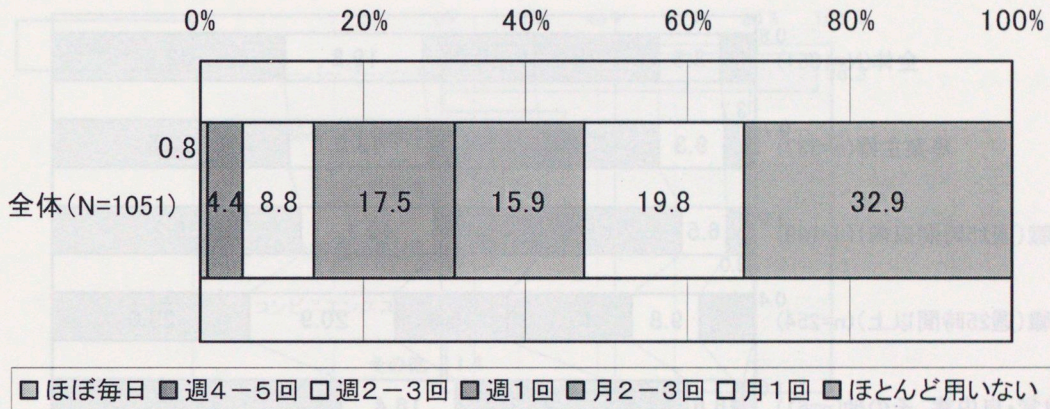
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品」の利用頻度

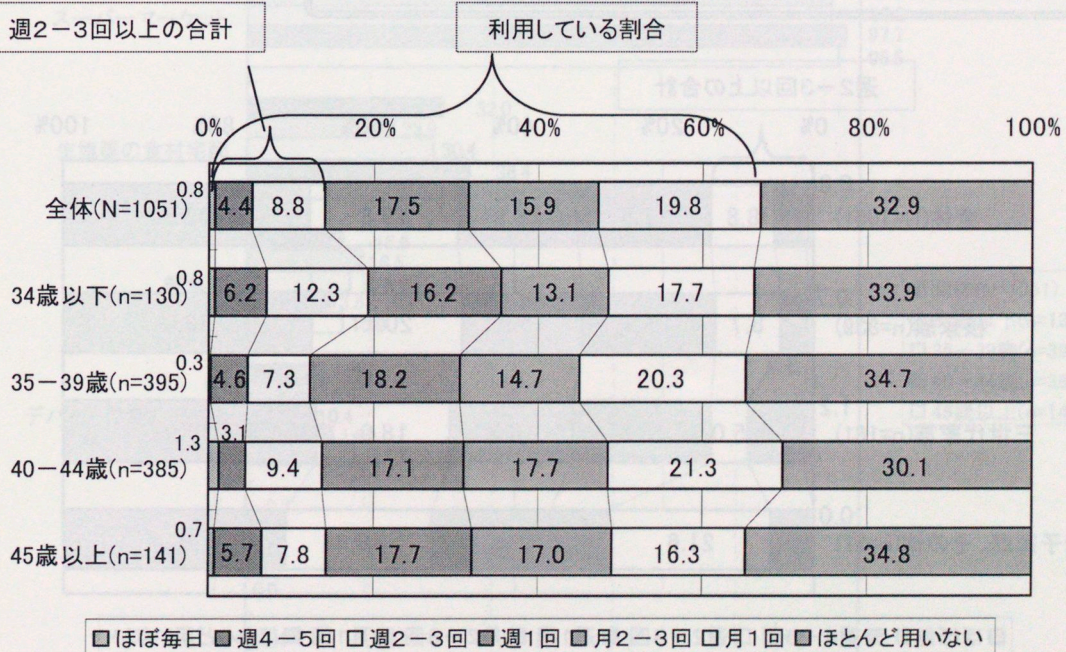
○「インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品」を「ほとんど用いない」家庭は3割を超える。これは、全水産物種類のうち「何も加工や処理が施されていない魚介類」に次いで高い割合である。

○[年齢別]に見ると、利用割合（「ほとんど用いない」以外の合計）は「40-44歳」が最も高い。週2-3回以上の合計が最も多いのは「34歳以下」である。

インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品の利用頻度 [全体]



インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品の利用頻度 [年齢別]



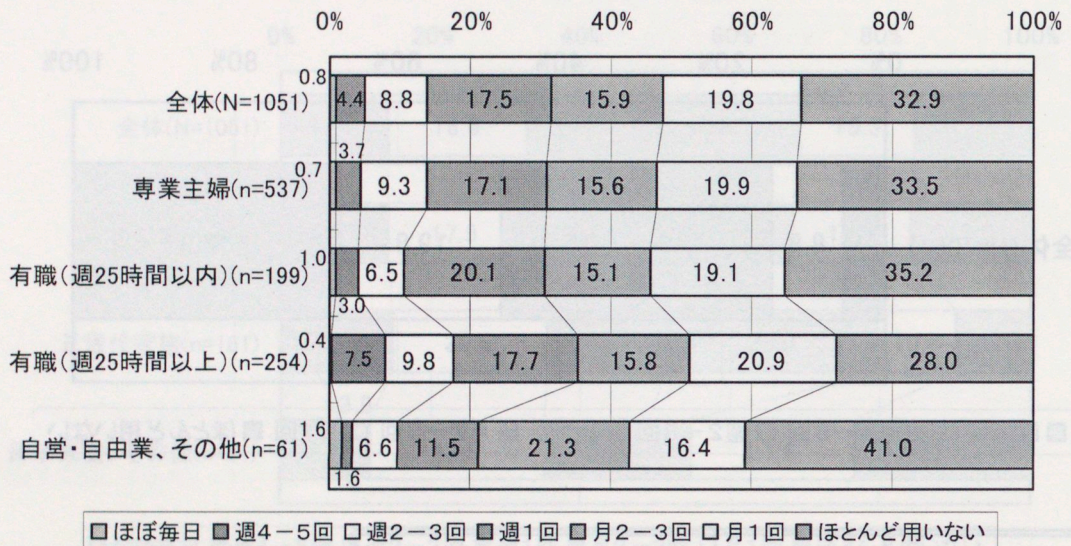
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—「インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品」の利用頻度 つづき

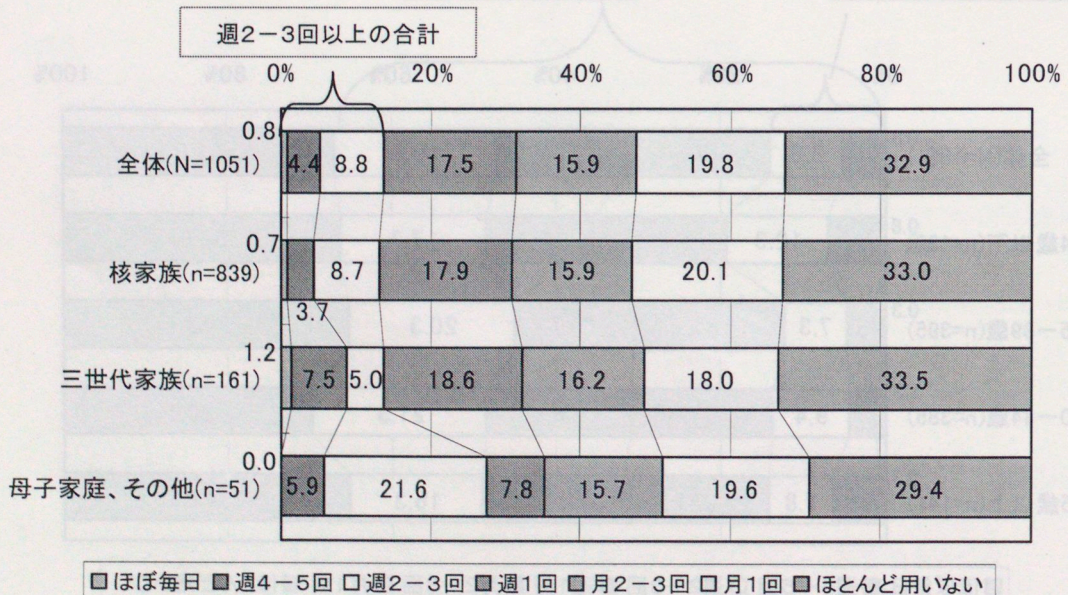
○[職業別]では、「有職(週25時間以上)」において利用頻度が高いほかは大差は見られない。

○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」での利用が多く、週2-3回以上の合計は3割近くに達する。

インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品の利用頻度 [職業別]



インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品の利用頻度 [世帯形態別]



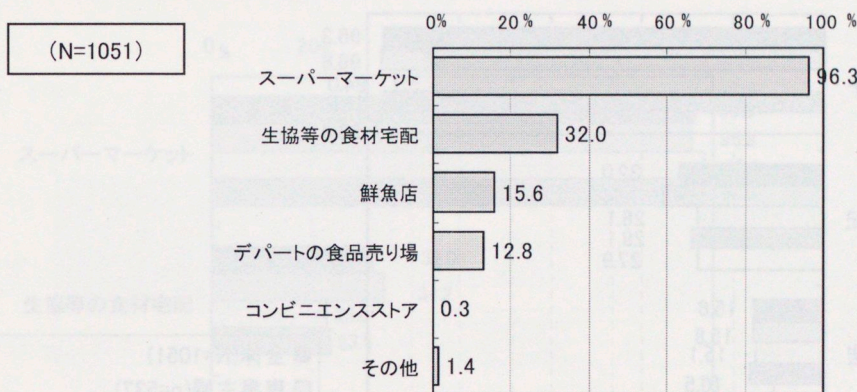
2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—水産物の購入先

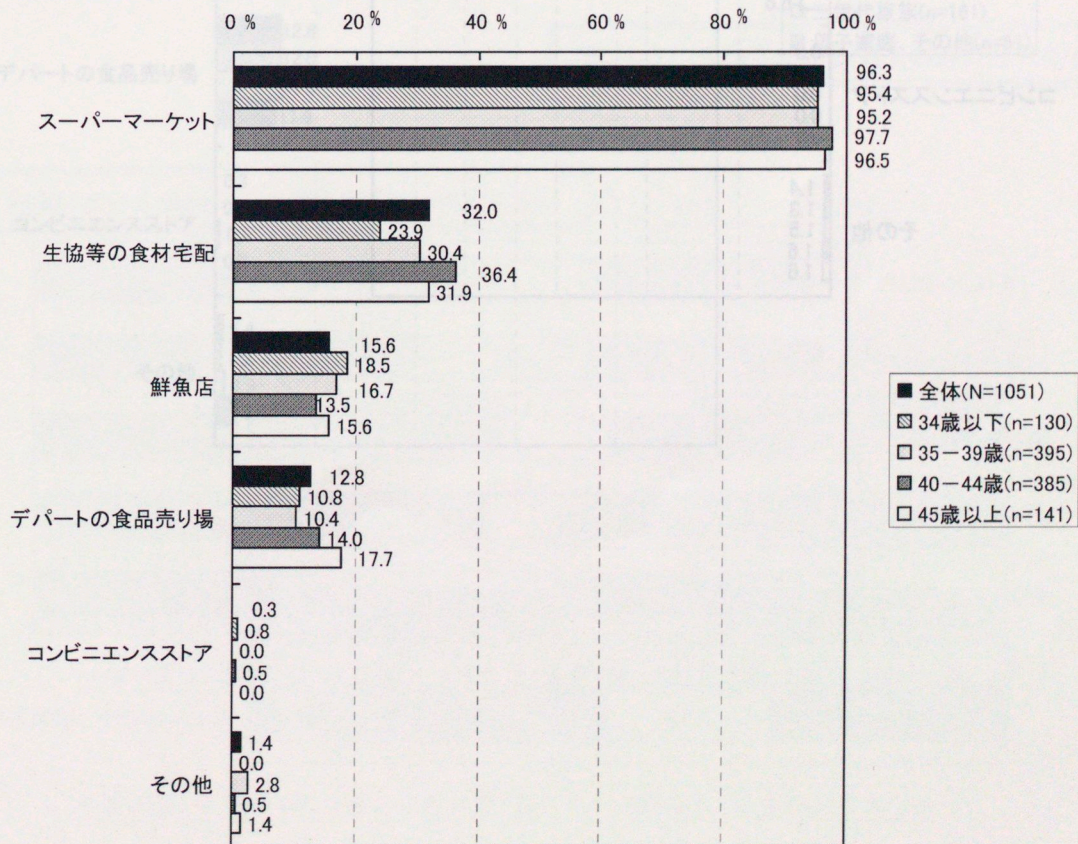
○家庭で調理する魚介料理用の食材をどこで購入するか尋ねたところ、「スーパーマーケット」と回答した人が96.3%で圧倒的に多い。「鮮魚店」の利用は15.6%であり、「生協等の食材宅配」の32.0%の約半数にとどまる。

○[年齢別]に見ると、「生協等の食材宅配」を利用しているのは「40～44歳」が36.4%で最も多く、「鮮魚店」は「34歳以下」の若い層で多い。「デパートの食品売り場」は年齢が高くなるほど利用者の割合が増える。

家庭での調理に用いる水産物の購入先 [全体] (複数回答)



家庭での調理に用いる水産物の購入先 [年齢別] (複数回答)

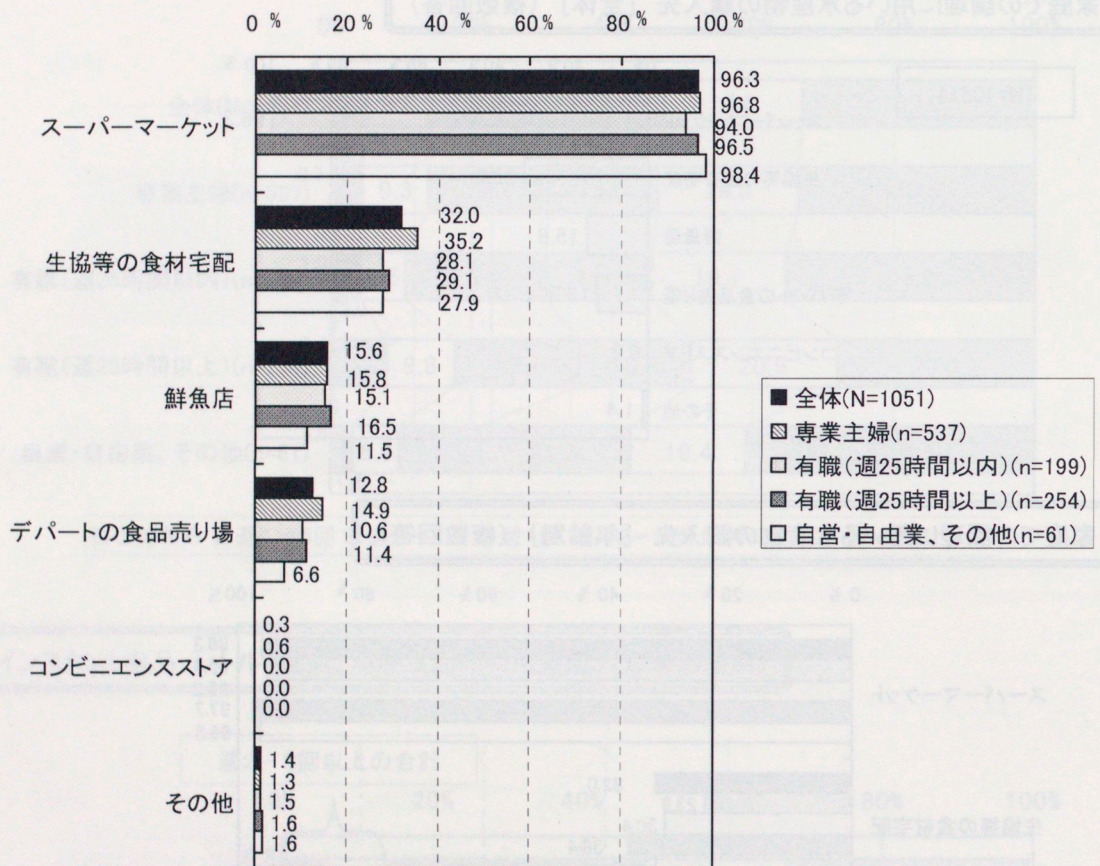


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—水産物の購入先 つづき

○[職業別]に見ると、「生協等の食材宅配」と「デパートの食品売り場」の回答率は「専業主婦」が最も高く、「鮮魚店」の回答率は、わずかな差ではあるが「有職(週25時間以上)」で高い。

家庭での調理に用いる水産物の購入先 [職業別] (複数回答)

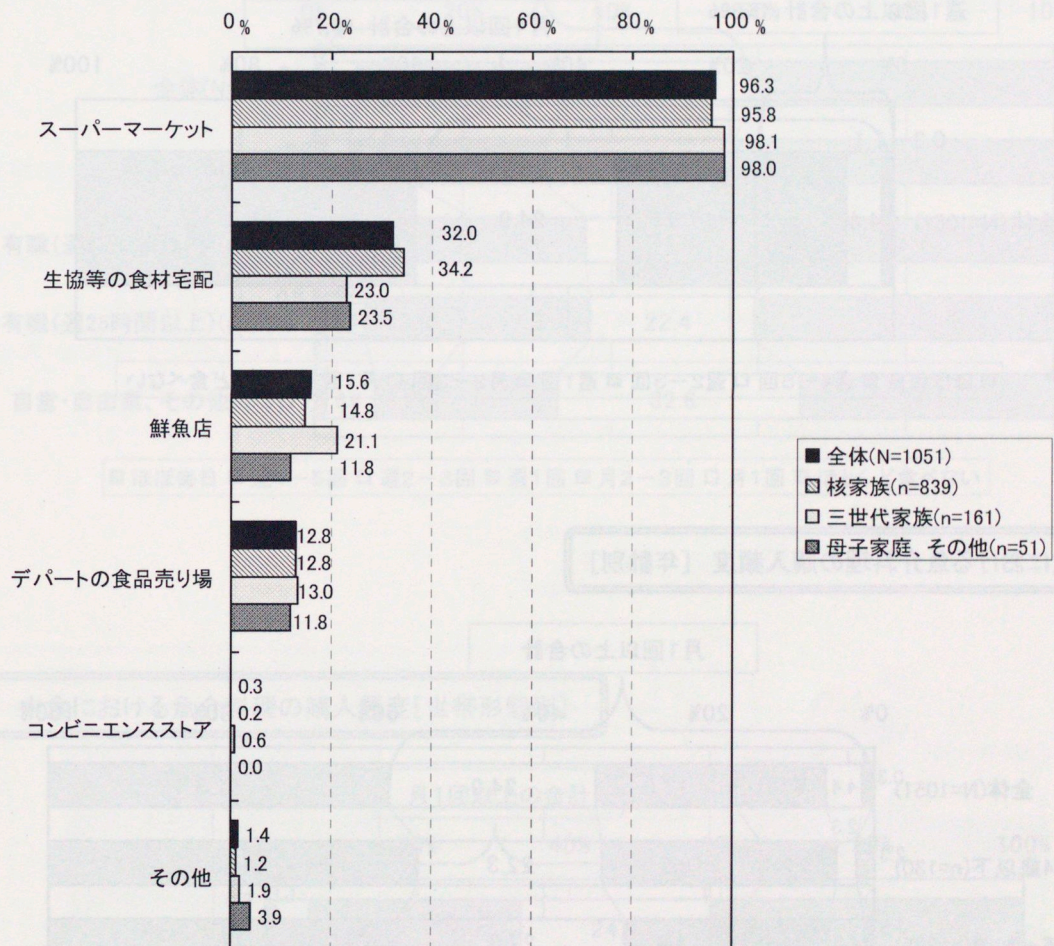


2-1(3) 家庭での調理に用いる水産物の利用頻度と購入先

—水産物の購入先 つづき

○[世帯形態別]に見ると、「生協等の食材宅配」の利用が最も多いのは「核家族」で34.2%。「鮮魚店」は「三世代家族」で利用する割合が最も高く2割を超える。「デパートの食品売り場」は世帯形態による差はほとんど見られない。

家庭での調理に用いる水産物の購入先 [世帯形態別] (複数回答)



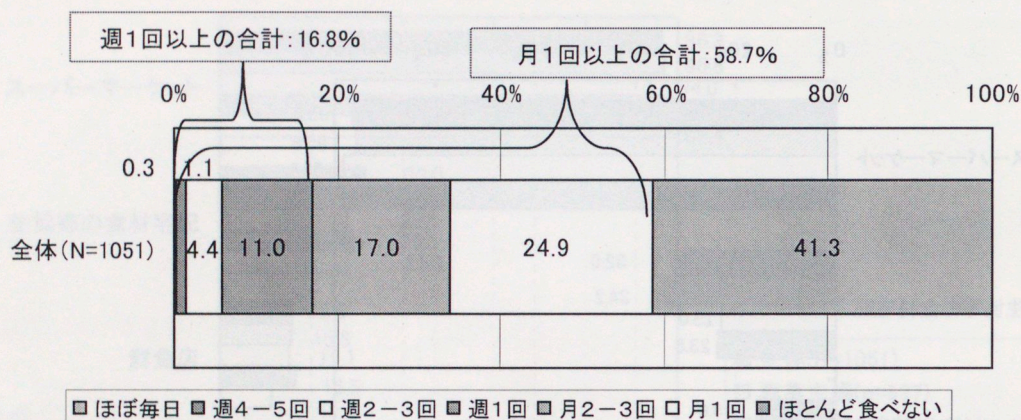
2-2 中食・外食における魚介料理の消費実態

(1) 中食(惣菜、弁当、出前等)における魚介料理の購入頻度

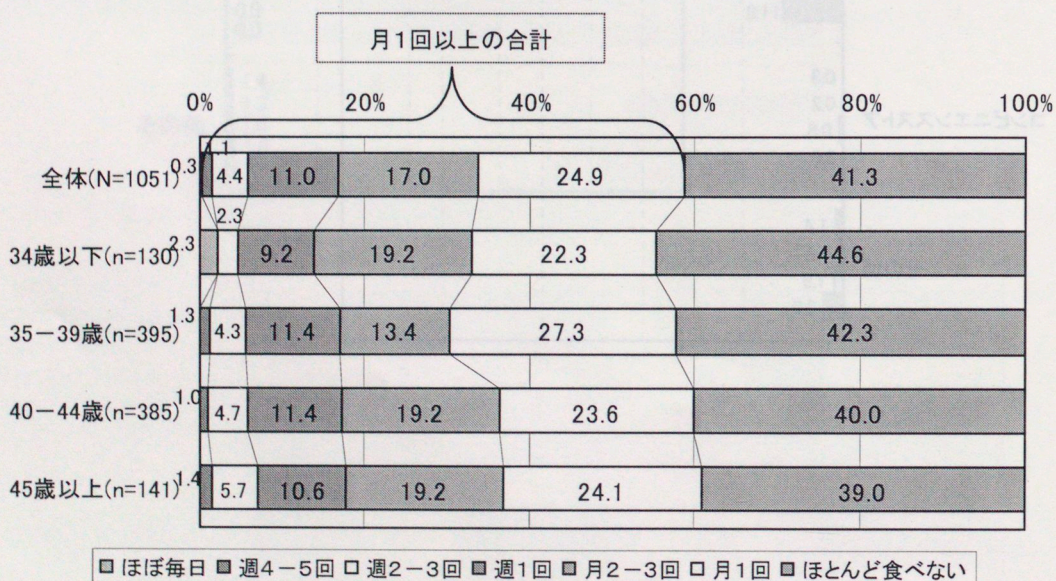
○家庭での中食(惣菜、弁当、出前等)購入時における「魚介料理」購入頻度を尋ねた。「ほとんど食べない」が約4割と最も多いが、6割近くは月1回以上は購入しており、さらに16.8%は週1回以上購入している。

○[年齢別]による大差は見られないが、回答者の年齢が上がるにつれて、購入頻度がやや高くなる傾向にある。

中食における魚介料理の購入頻度 [全体]



中食における魚介料理の購入頻度 [年齢別]

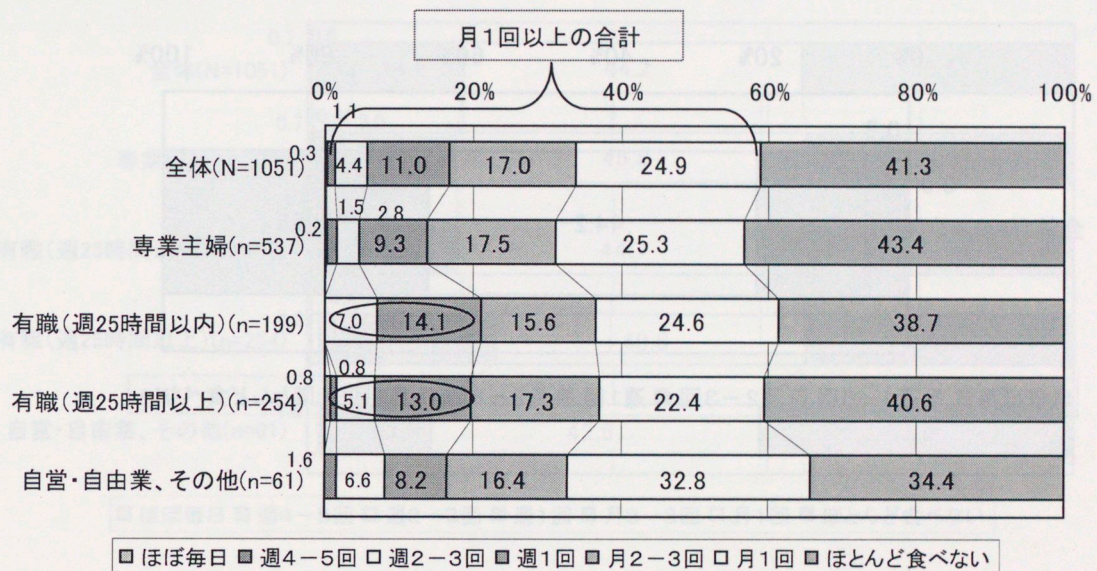


2-2(1) 中食(惣菜・弁当、出前等)における魚介料理の購入頻度 つづき

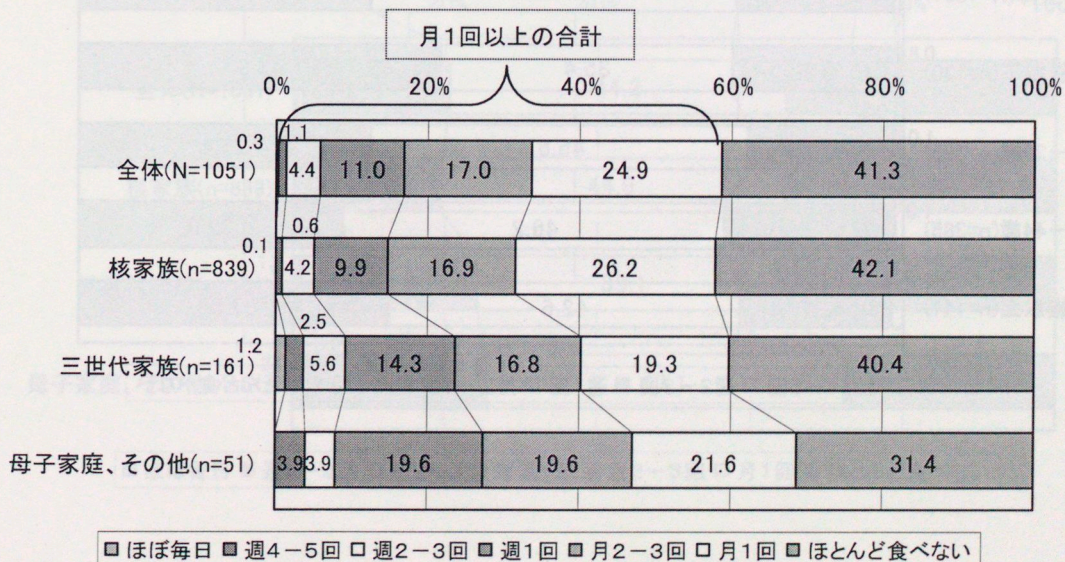
○[職業別]に見ると、回答者が「有職(週25時間以内)」と「有職(週25時間以上)」では、週1回以上購入する割合が約2割である。ただし大差はなく、「専業主婦」であっても6割近くが月1回以上は購入している。

○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」での購入頻度が高く、次いで「三世帯家族」が高い。

中食における魚介料理の購入頻度[職業別]



中食における魚介料理の購入頻度[世帯形態別]

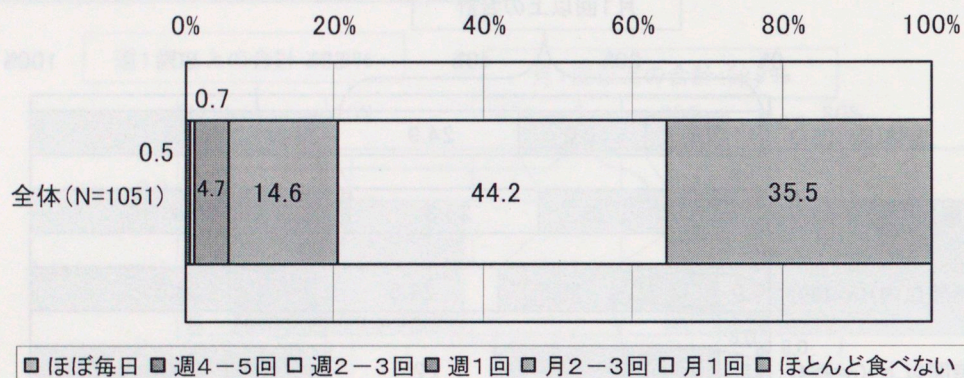


2-2(2) 外食における魚介料理の消費頻度

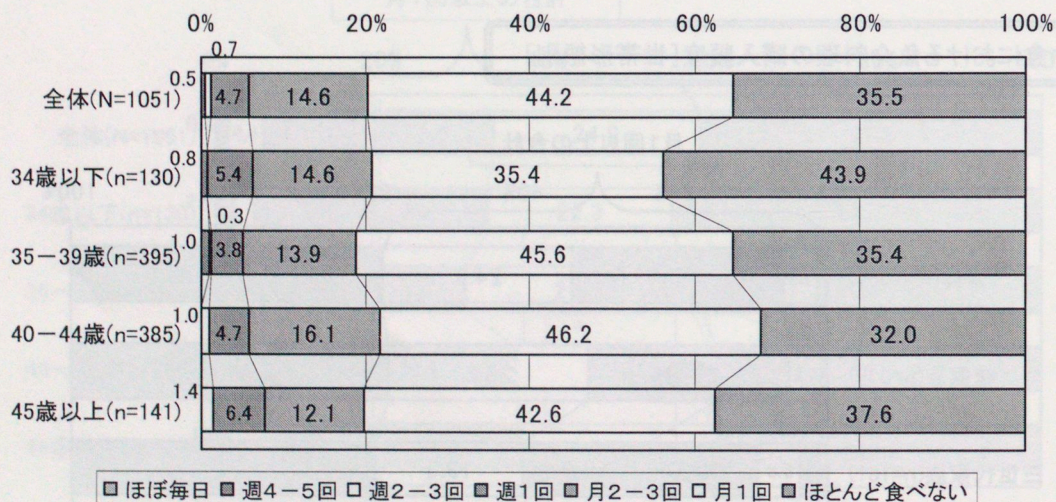
○家庭での外食時における「魚介料理」の消費頻度を尋ねた。「月1回」が最も多く44.2%。次いで「ほとんど食べない」が35.5%。

○[年齢別]に見ると、「34歳以下」において消費頻度がやや低く、「ほとんど食べない」が43.9%と4割を超える。

外食における魚介料理の消費頻度 [全体]



外食における魚介料理の消費頻度 [年齢別]

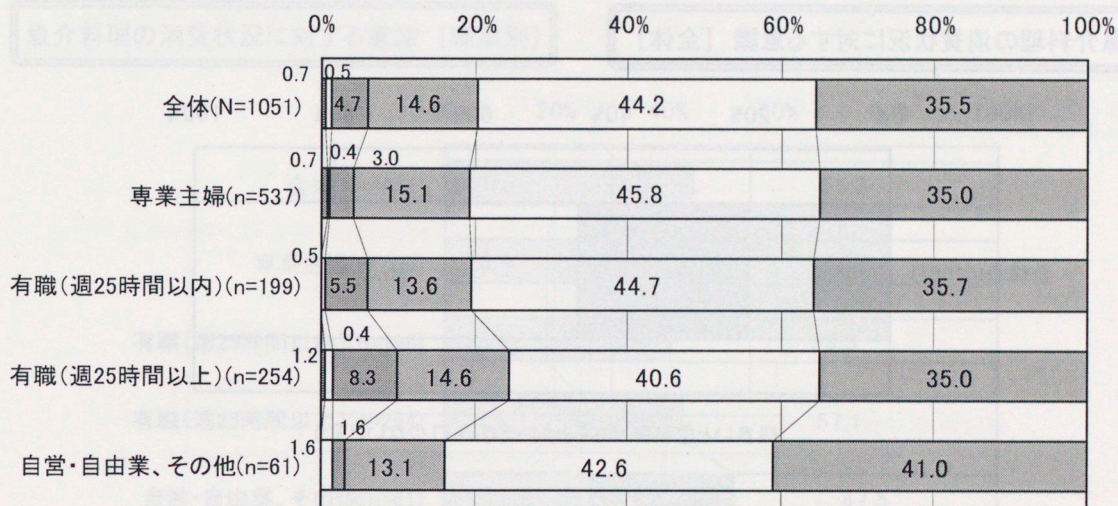


2-2(2) 外食における魚介料理の消費頻度 つづき

○[職業別]に見ると、「有職(週25時間以上)」で消費頻度が高い傾向にある。

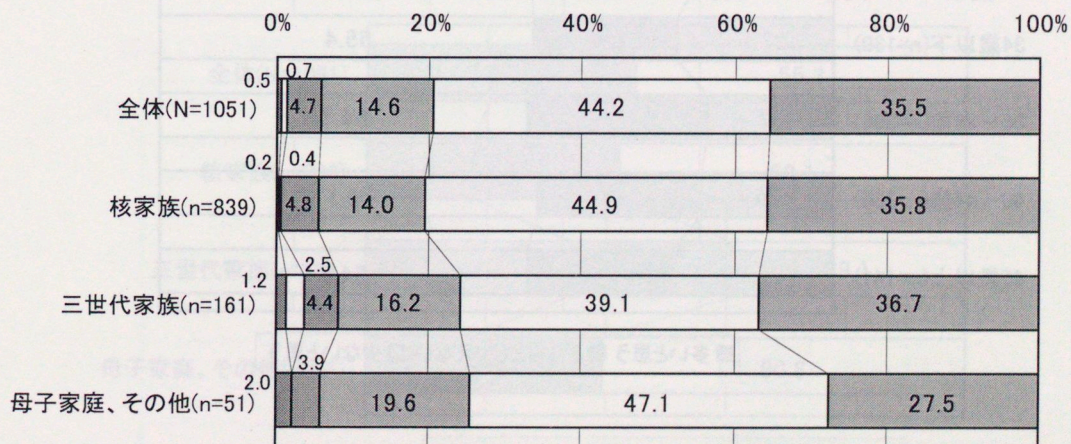
○[世帯形態別]に見ると、「母子家庭、その他」での消費頻度が高い。

外食における魚介料理の消費頻度 [職業別]



□ ほぼ毎日 □ 週4-5回 □ 週2-3回 □ 週1回 □ 月2-3回 □ 月1回 □ ほとんど食べない

外食における魚介料理の消費頻度 [世帯形態別]



□ ほぼ毎日 □ 週4-5回 □ 週2-3回 □ 週1回 □ 月2-3回 □ 月1回 □ ほとんど食べない

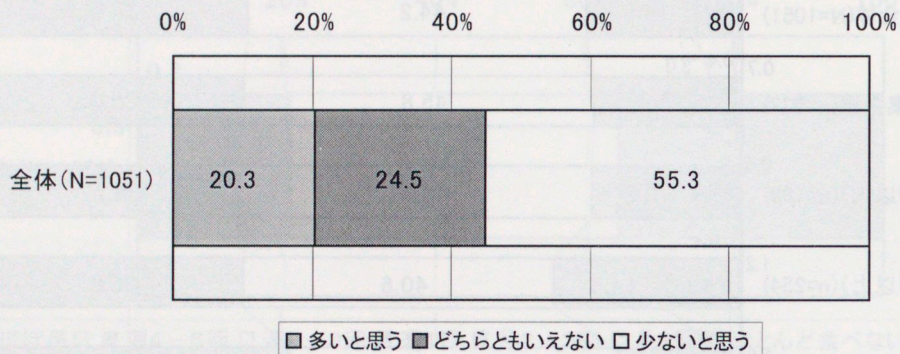
2-3 魚介料理の消費状況に対する意識と阻害要因

(1) 魚介料理の消費状況に対する意識

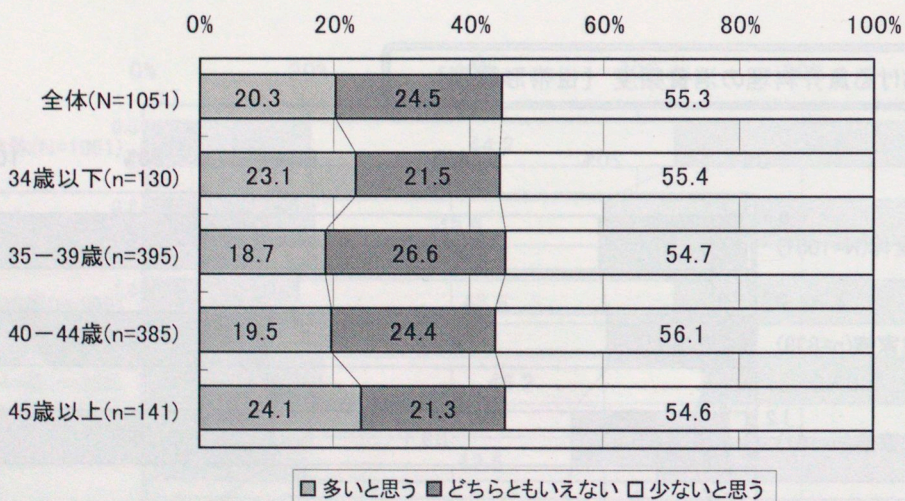
○内食(家庭で調理した料理)、中食(惣菜・弁当等の購入)、外食のすべてを含めて考えた場合の、魚介料理を消費する頻度に対する意識を尋ねた。魚介料理を消費する頻度が「少ないと思う」と回答した人が55.3%と半数以上を占める。

○[年齢別]に見ると、「34歳以下」と「45歳以上」で「多いと思う」の割合がやや高く2割を超える。しかし差はわずかであり、年齢による意識の違いに大差はないとわかる。

魚介料理の消費状況に対する意識 [全体]



魚介料理の消費状況に対する意識 [年齢別]

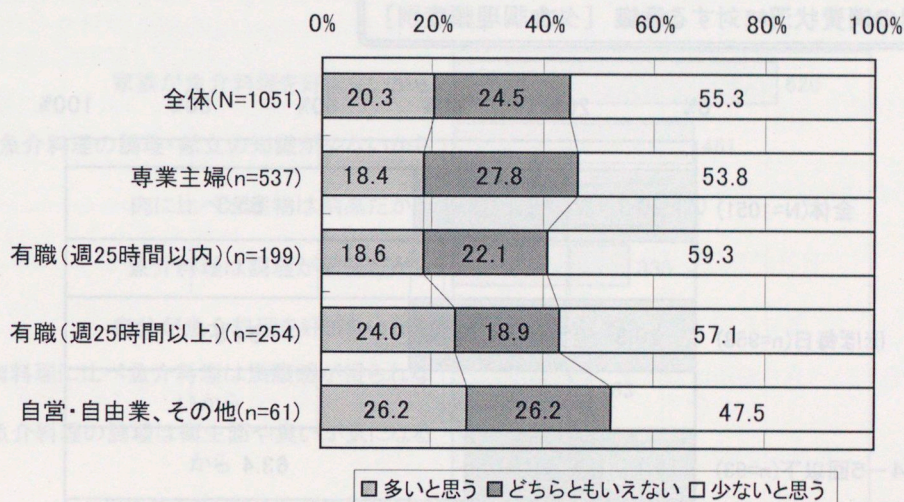


2-3(1) 魚介料理の消費状況に対する意識 つづき

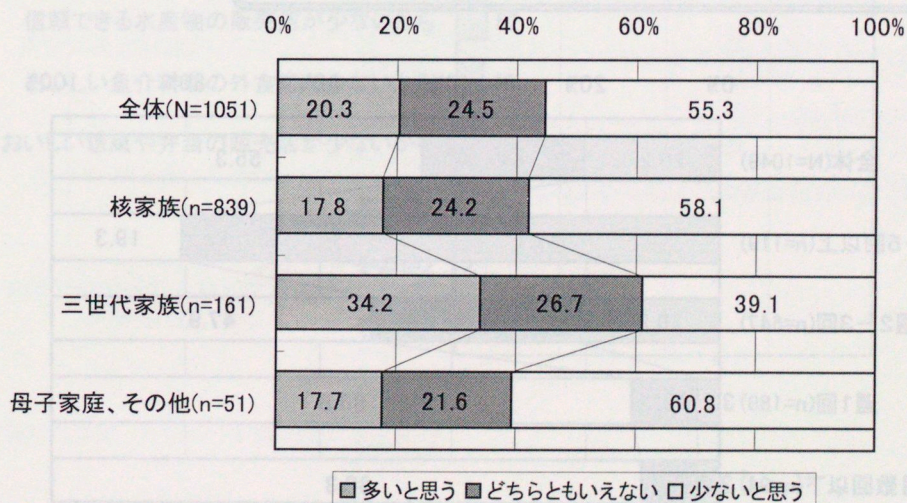
○[職業別]に見ると、「専業主婦」で「多いと思う」の割合が最も低く18.4%。ただし「専業主婦」では「どちらともいえない」が27.8%であり、魚介料理の消費頻度が「少ないと思う」と考えているのは、「有職(週25時間以内)」の59.3%が最多。

○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」において「多いと思う」と回答した人が多く34.2%。「核家族」および「母子家庭、その他」と比較すると、意識の違いは明らかである。なお、「核家族」と「母子家庭、その他」の間では意識の差は見られない。

魚介料理の消費状況に対する意識 [職業別]



魚介料理の消費状況に対する意識 [世帯形態別]

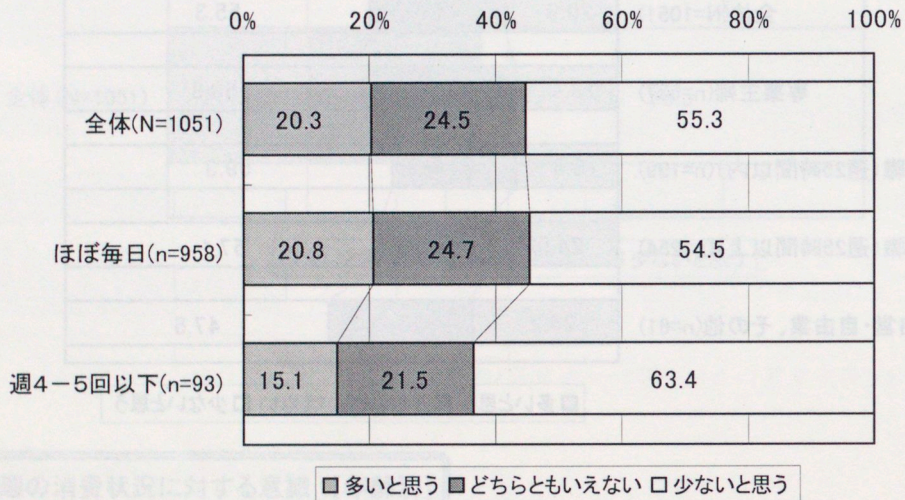


2-3(1) 魚介料理の消費状況に対する意識 つづき

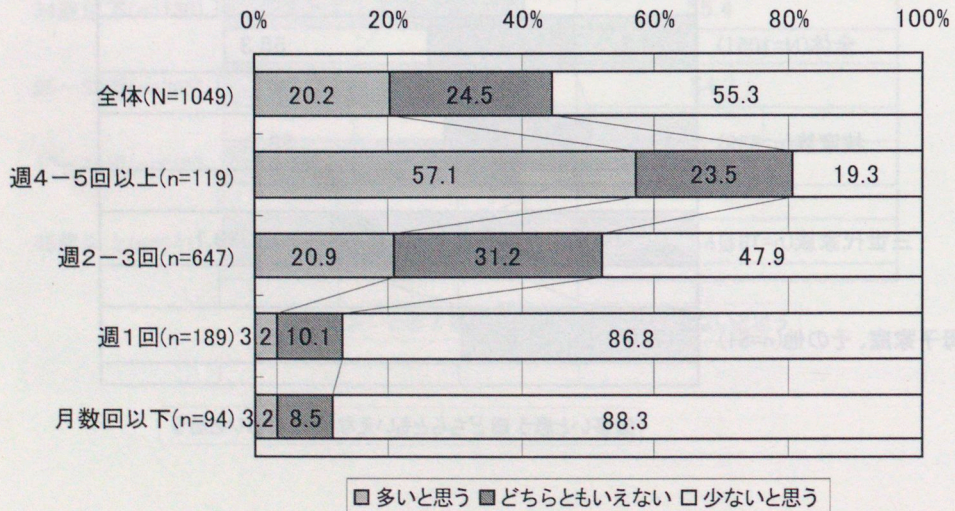
○[夕食調理頻度別]に見ると、夕食を「ほぼ毎日」作る家庭において、魚介料理の消費頻度が「多い」と感じているのは20.8%、「少ない」と感じているのは54.5%。夕食を作る頻度が「週4-5回以下」においては、魚介料理の消費頻度が「少ない」と感じる人が63.4%で、6割を超える。

○[魚介料理調理頻度(夕食)別]に見ると、夕食に魚介料理を作る頻度が「週1回」「月数回以下」においては、8割以上が魚介料理の消費頻度が「少ない」と感じている。その一方で、「多いと思う」「どちらともいえない」の合計が約1割に達する。

魚介料理の消費状況に対する意識 [夕食調理頻度別]



魚介料理の消費状況に対する意識 [魚介料理調理頻度(夕食)別]

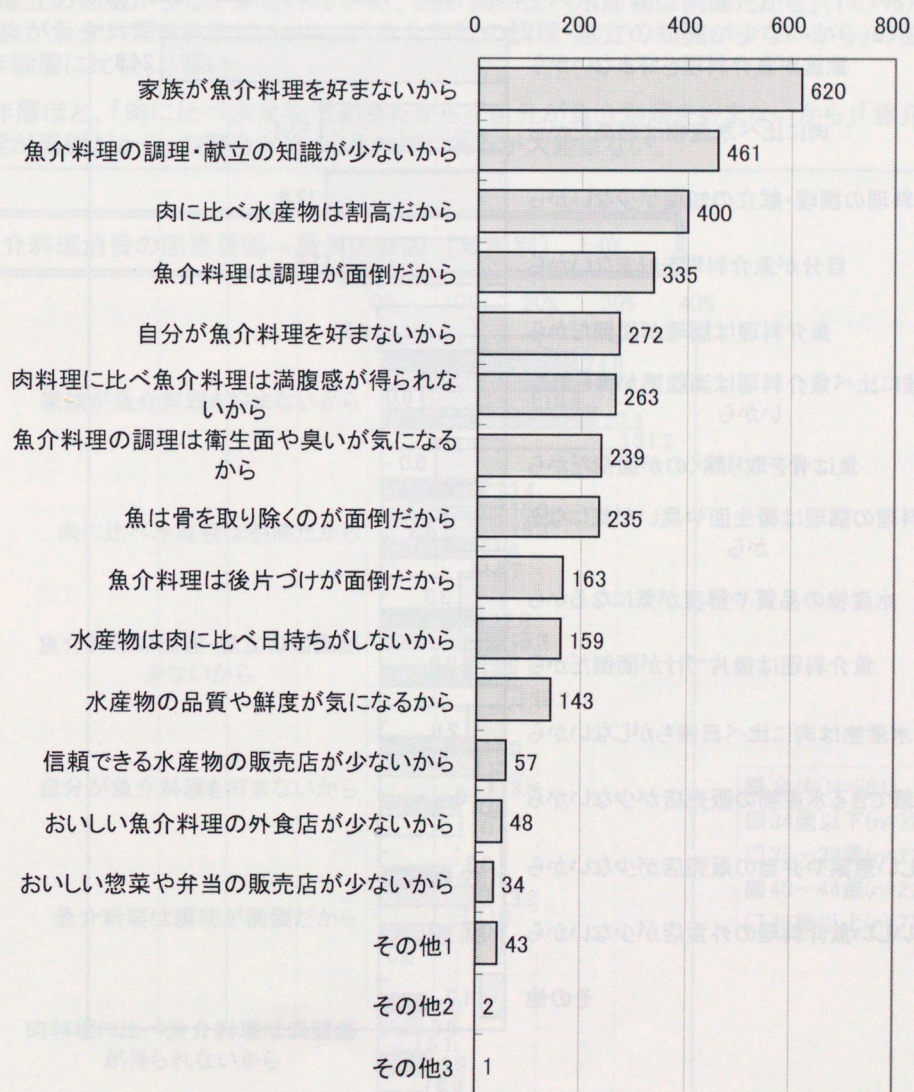


2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—主な理由(複数回答3位まで)

○魚介料理の消費頻度に対する意識で「少ないと思う」と回答した人を対象に、魚介料理の消費を阻害する要因として、上位1～3位まで回答してもらった。1位を3点、2位を2点、3位を1点として合計値を算出した。

○上位5位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」、2位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」、3位「肉に比べ水産物は割高だから」、4位「魚介料理は調理が面倒だから」、5位「自分が魚介料理を好まないから」であった。

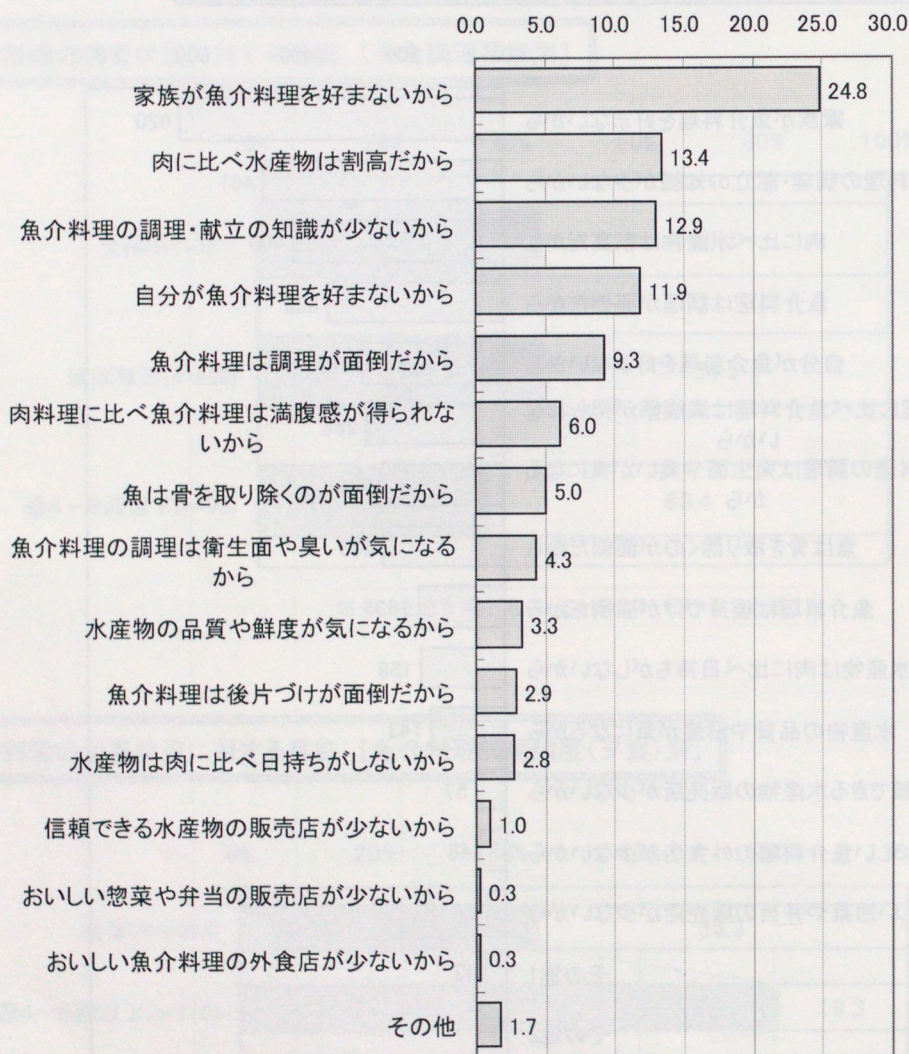
魚介料理消費の阻害要因—主な理由 [全体] (複数回答1位～3位の合計)



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因

○魚介料理の消費頻度に対する意識で「少ないと思う」と回答した人を対象に、魚介料理の消費を阻害する要因として、最大の要因は何かを尋ねた(択一)。すると、1位「家族が魚介料理を好まないから」、2位「肉に比べ水産物は割高だから」、3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」、4位「自分が魚介料理を好まないから」、5位「魚介料理は調理が面倒だから」であった。

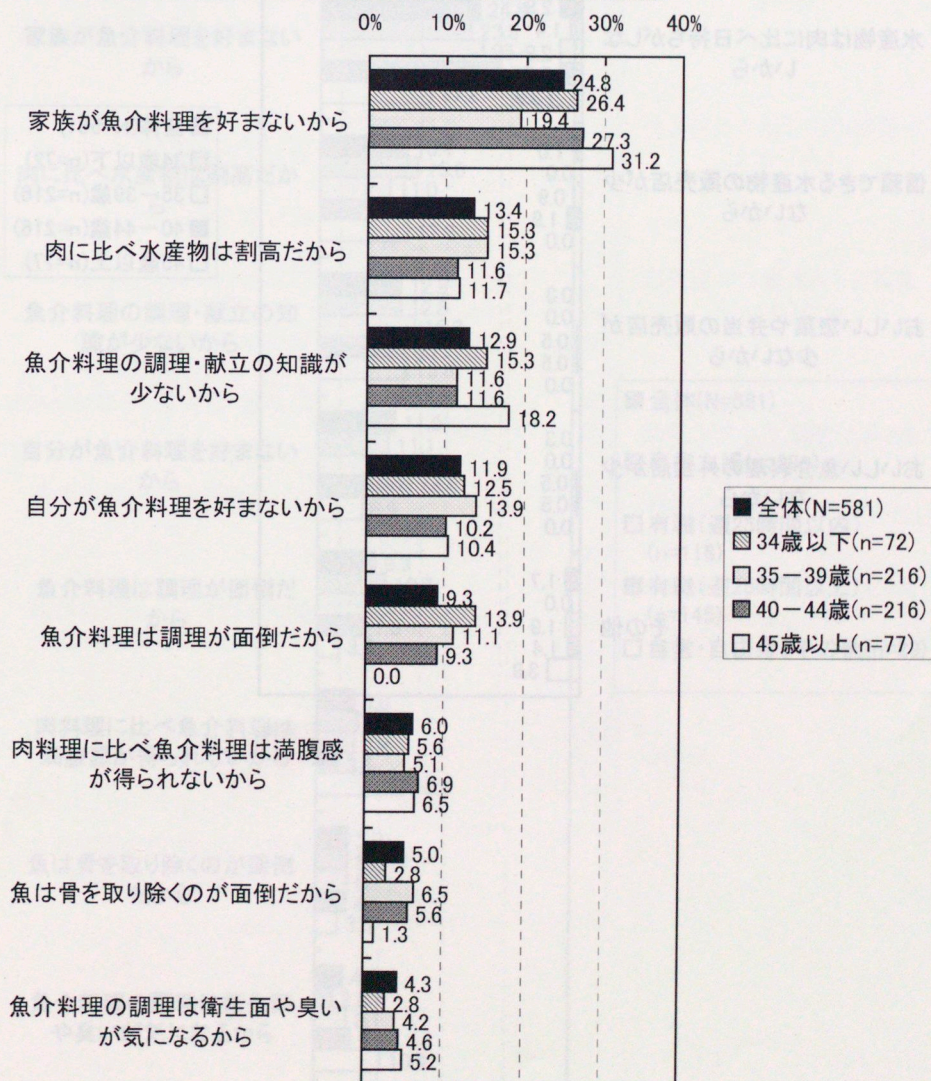
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [全体]



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

- [年齢別]に見ると、「34歳以下」の上位3位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(26.4%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(15.3%)。約4人に1人が「家族が魚介料理を好まないから」と回答。
- 「35-39歳」の上位3位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(19.4%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」(15.3%)、3位「自分が魚介料理を好まないから」(13.9%)であり、「自分が魚介料理を好まないから」が上位にある。
- 「40-44歳」の上位3位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(27.3%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(11.6%)。
- 「45歳以上」の上位3位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(31.2%)、2位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(18.2%)、3位「肉に比べ水産物は割高だから」(11.7%)であり、「家族が魚介料理を好まないから」と「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」の割合が他の年齢層に比較し、高い。
- 若年層ほど、「肉に比べ水産物は割高だから」「自分が魚介料理を好まないから」「魚介料理は調理が面倒だから」の割合が高くなる傾向にあるが大差はない。

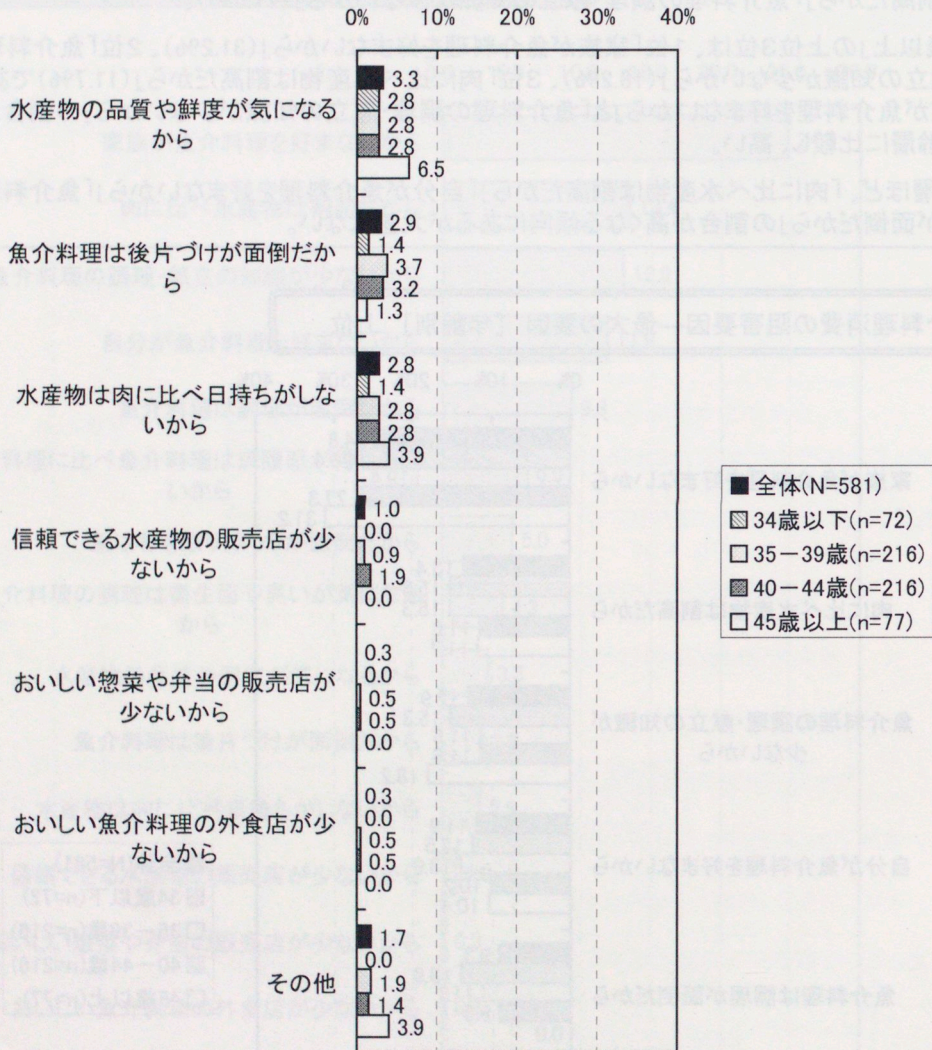
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [年齢別] 上位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

○「45歳以上」において、「水産物の品質や鮮度が気になるから」の割合が高い。それ以外に年齢別による特徴は特に見られない。

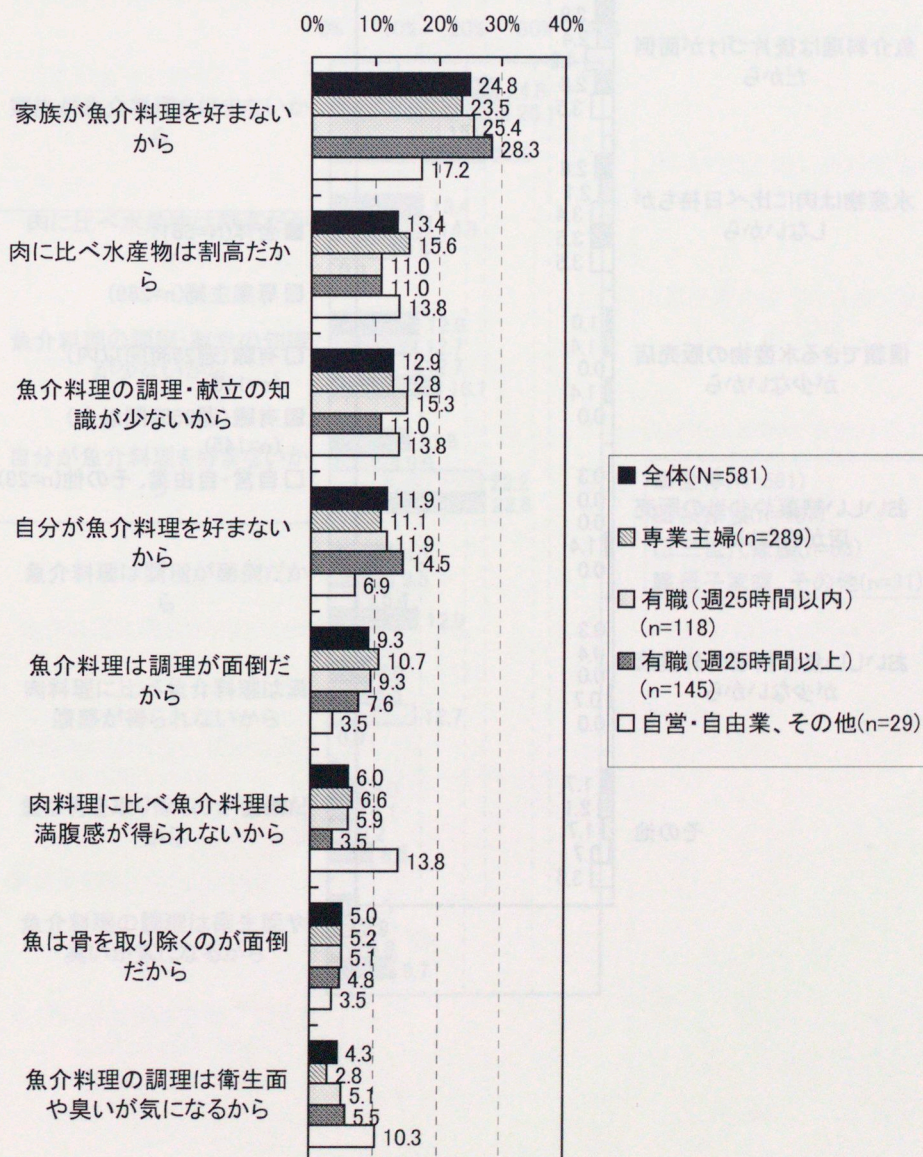
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [年齢別] 下位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

- [職業別]に見ると、「専業主婦」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(23.5%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」(15.6%)、3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(12.8%)であり、「肉に比べ水産物は割高だから」の割合が他よりやや高い。
- 「有職(週25時間以内)」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(25.4%)、2位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(15.3%)、3位「自分が魚介料理を好まないから」(11.9%)。
- 「有職(週25時間以上)」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(28.3%)、2位「自分が魚介料理を好まないから」(14.5%)、3位「肉に比べ水産物は割高だから」「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(11.0%)。
- 「自営・自由業、その他」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(17.2%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」「肉料理に比べ魚介料理は満腹感が得られないから」が同率で13.8%。

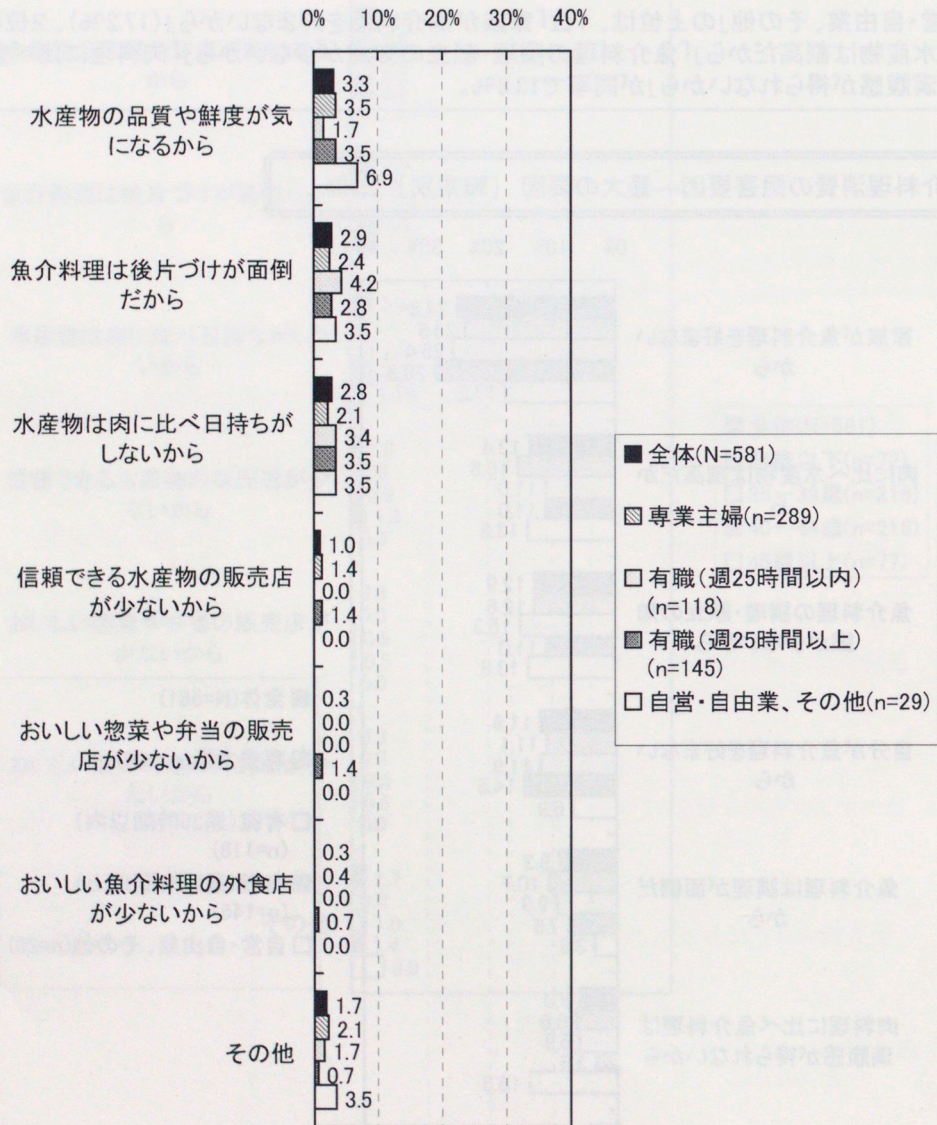
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [職業別] 上位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

○「自営・自由業、その他」において、「水産物の品質や鮮度が気になるから」の割合がやや高い。
それ以外に職業別による特徴は特に見られない。

魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [職業別] 下位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

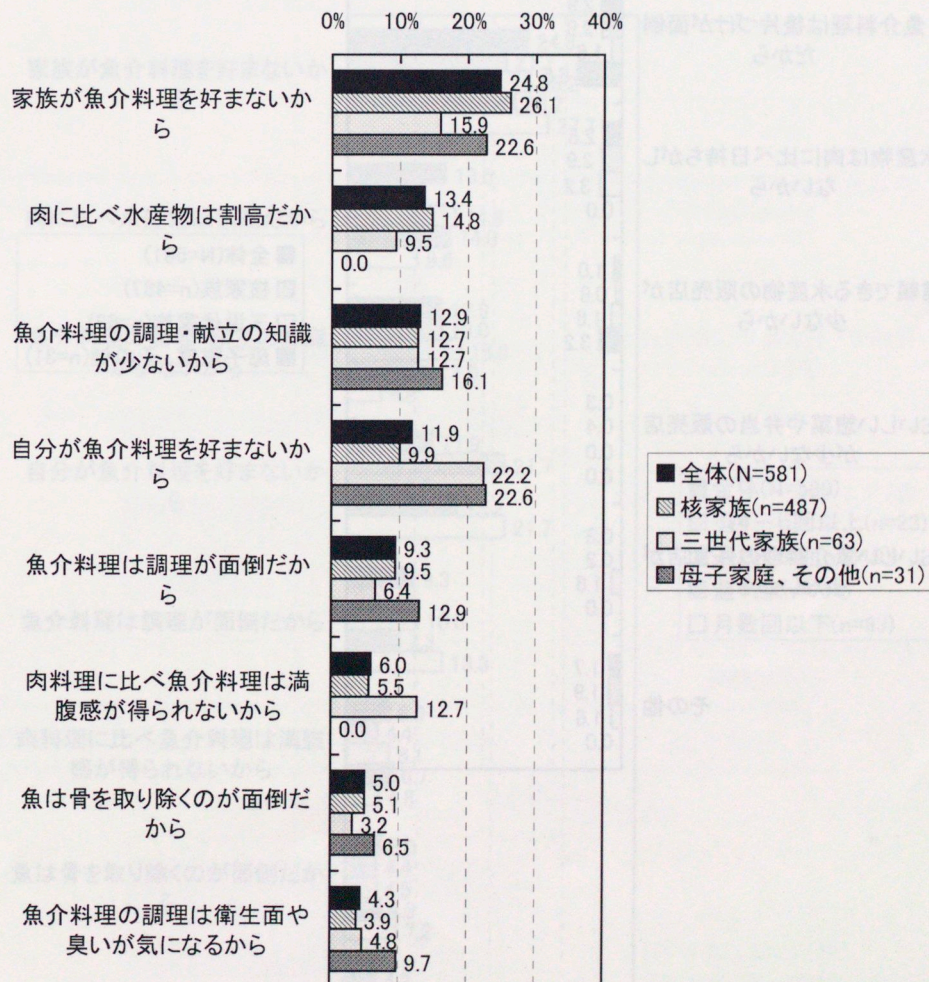
○[世帯形態別]に見ると、「核家族」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(26.1%)、2位「肉に比べ水産物は割高だから」(14.8%)、3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(12.7%)。

○「三世代家族」の上位は、1位「自分が魚介料理を好まないから」(22.2%)、2位「家族が魚介料理を好まないから」(15.9%)、3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」「肉料理に比べ魚介料理は満腹感が得られないから」(12.7%)。

○「母子家庭、その他」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」「自分が魚介料理を好まないから」(22.6%)、3位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(16.1%)。

○「三世代家族」と「母子家庭、その他」において、「自分が魚介料理を好まないから」の割合が高い。

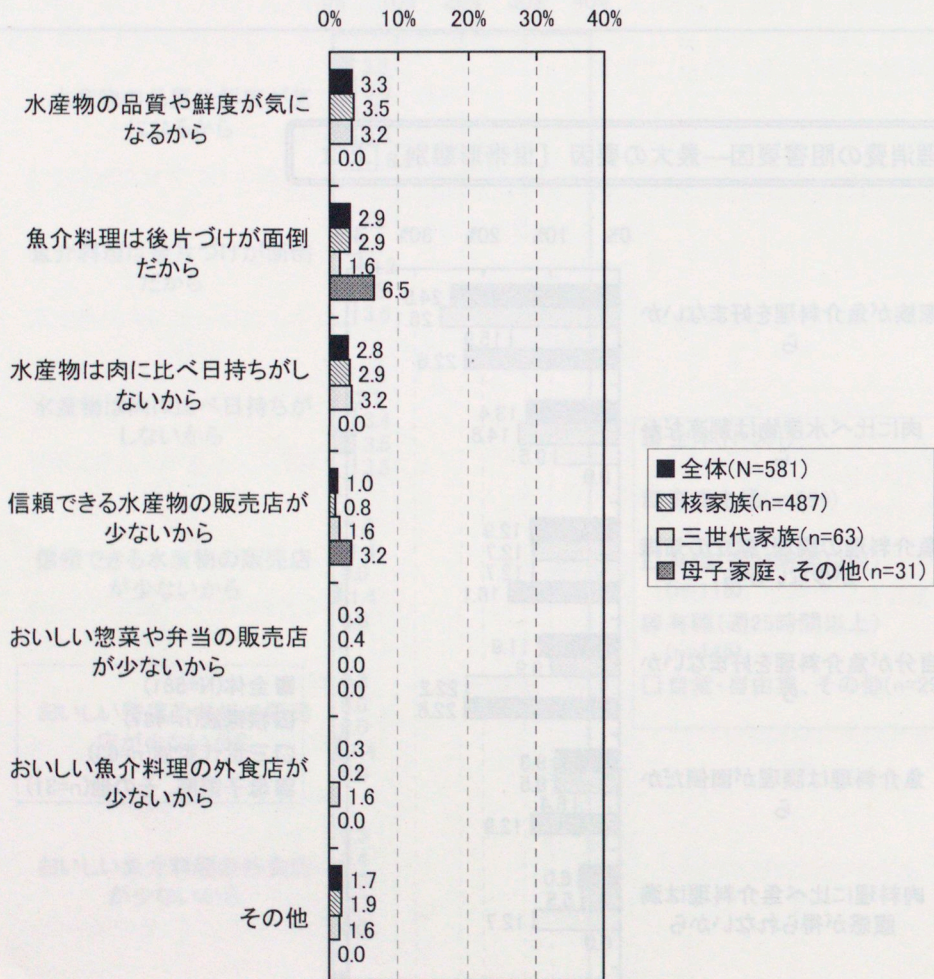
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [世帯形態別] 上位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

○「母子家庭、その他」において、「魚介料理は後片づけが面倒だから」の割合がやや高い。それ以外に世帯形態別による特徴は特に見られない。

魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [世帯形態別] 下位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

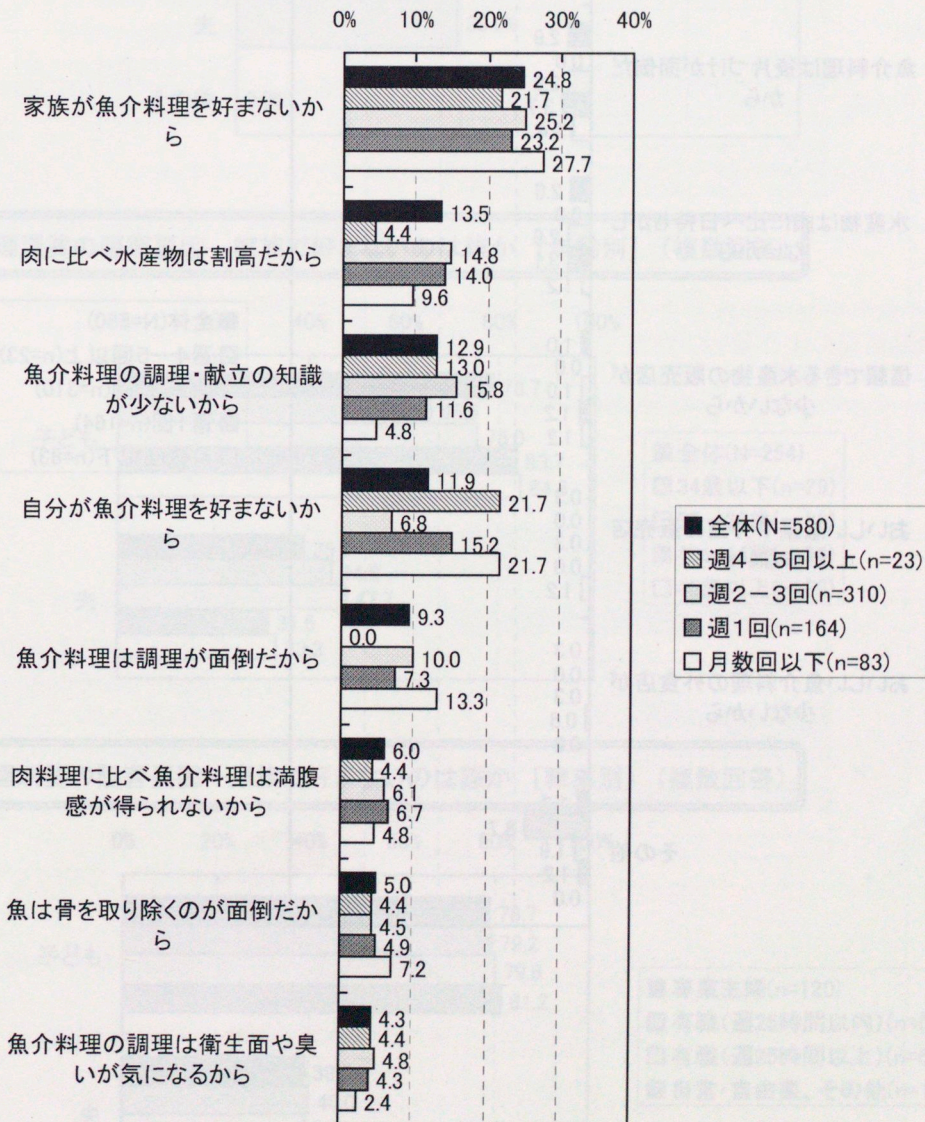
○[魚介料理の調理頻度(夕食)別]に見ると、「週4-5回以上」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(21.7%)、「自分が魚介料理を好まないから」(21.7%)、2位「水産物の品質や鮮度が気になるから」(17.4% ※グラフは次頁掲載)であり、「水産物の品質や鮮度が気になるから」が上位にある。

○「週2-3回」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(25.2%)、2位「魚介料理の調理・献立の知識が少ないから」(15.8%)、3位「肉に比べ水産物は割高だから」(14.8%)。

○「週1回」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(23.2%)、2位「自分が魚介料理を好まないから」(15.2%)、3位「肉に比べ水産物は割高だから」(14.0%)。

○「月数回以下」の上位は、1位「家族が魚介料理を好まないから」(27.7%)、2位「自分が魚介料理を好まないから」(21.7%)、3位「魚介料理は調理が面倒だから」(13.3%)。

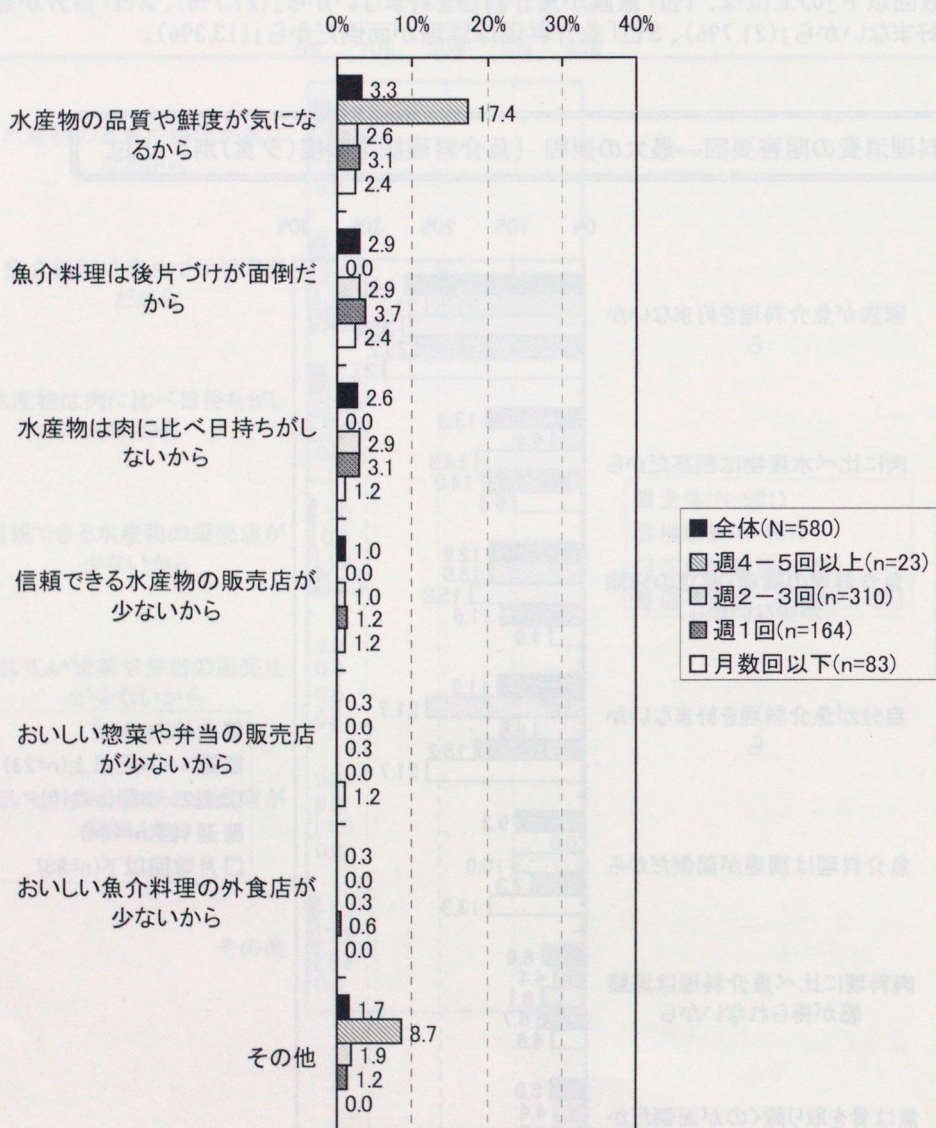
魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [魚介料理調理頻度(夕食)別] 上位



2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 つづき

○「週4-5回以上」において、「水産物の品質や鮮度が気になるから」の割合が高く、上位に入っている。それ以外に特に特徴は見られない。

魚介料理消費の阻害要因—最大の要因 [魚介料理調理頻度(夕食)別] 下位



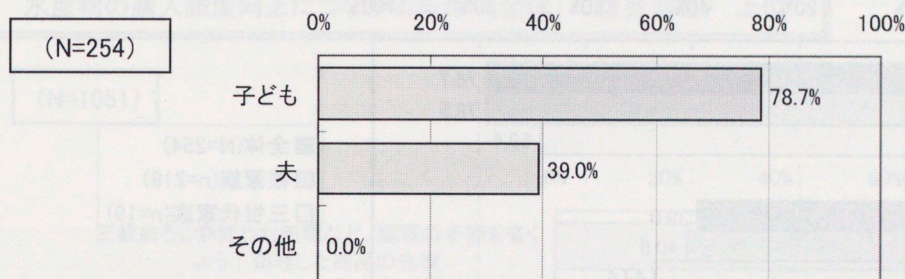
2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か

○魚介料理消費の阻害要因として、1～3位のいずれかに「家族が魚介料理を好まないから」を選択した人を対象に、魚介料理を好まないのは誰かを尋ねた。すると、回答者の8割弱が「子ども」を回答、また4割弱が「夫」を回答した。

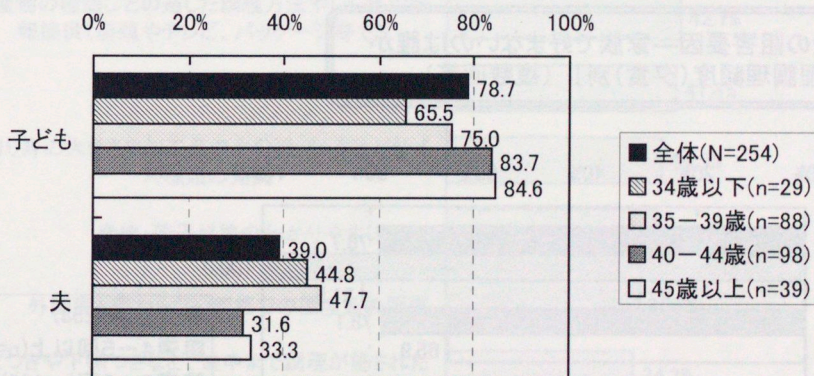
○[年齢別]に見ると、若年層ほど「夫」を挙げる人が多く、年齢が高いほど「子ども」を挙げる人が増える。

○[職業別]による違いはさほど見られない。

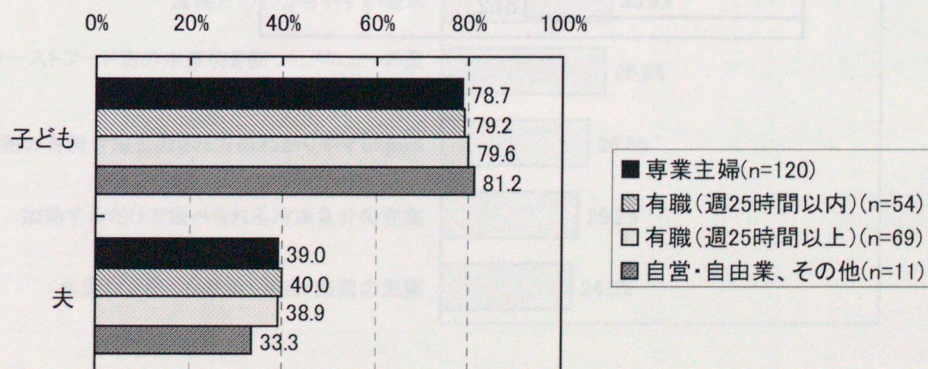
魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か [全体] (複数回答)



魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か [年齢別] (複数回答)



魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か [職業別] (複数回答)

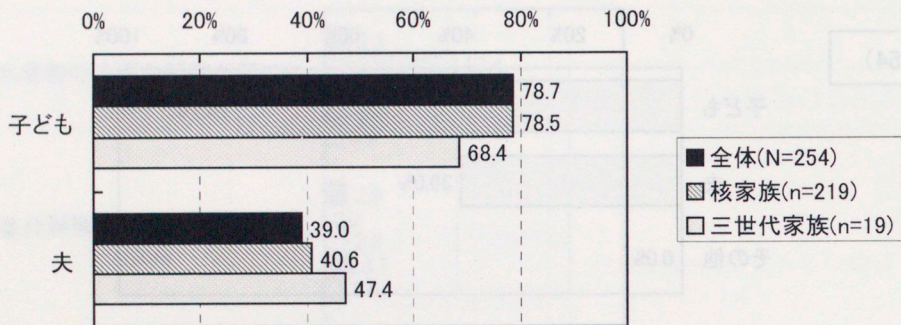


2-3(2) 魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か つづき

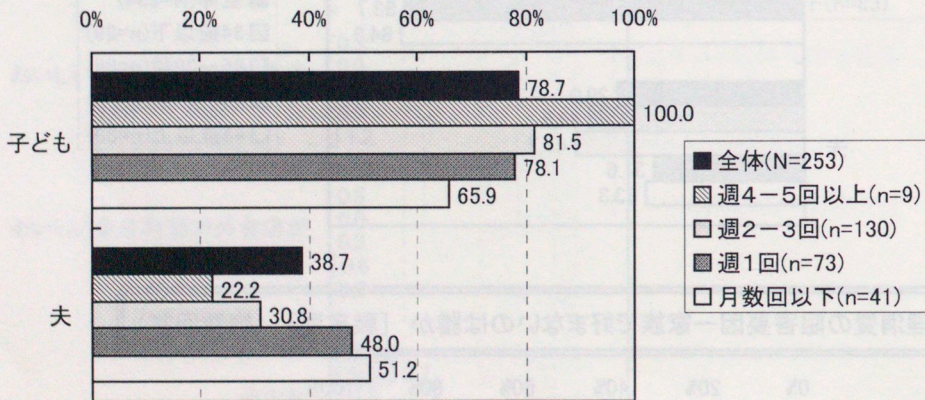
○[世帯形態別]に見ると、「三世代家族」では「子ども」の回答率が7割未満にとどまり、逆に「夫」の回答率が5割弱に達する。

○[魚介料理調理頻度(夕食)別]に見ると、魚介料理の調理頻度が高いほど「子ども」の回答率が高くなる。一方、魚介料理の調理頻度が低いほど「夫」の回答率が高くなる。

魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か [世帯形態別] (複数回答)



魚介料理消費の阻害要因—家族で好まないのは誰か [魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答)



3 水産物消費の向上につながる条件

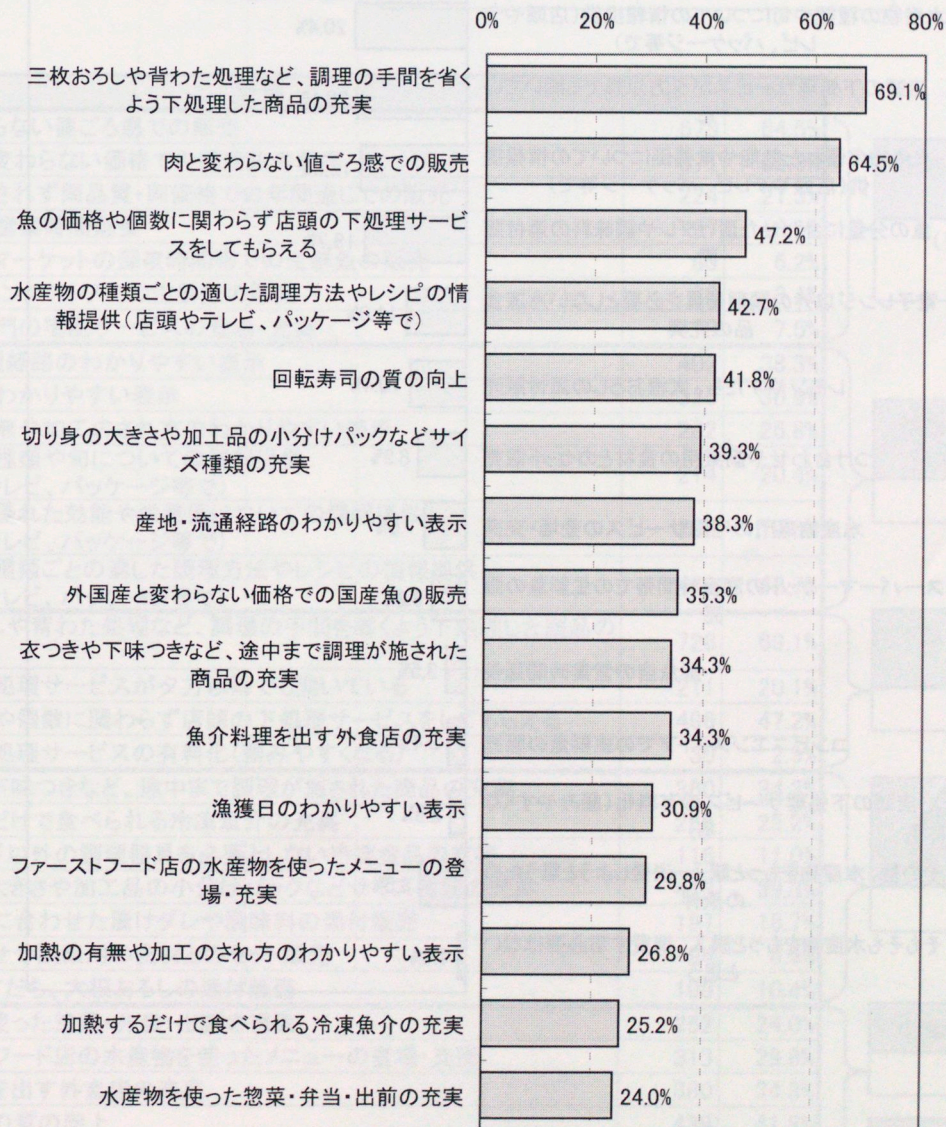
3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件

○どのような条件が整えばもっと水産物を購入するかを尋ねた。すると1位「三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」(69.1%)、2位「肉と変わらない値ごろ感での販売」(64.5%)、3位「魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる」(47.2%)であり、魚の下処理に関するものが1・3位に、価格に関するものが2位となった。

○4位「水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」(42.7%)により、調理法に関する情報ニーズがあることも窺える。

水産物の購入頻度向上につながる条件 [全体] (複数回答) 上位

(N=1051)

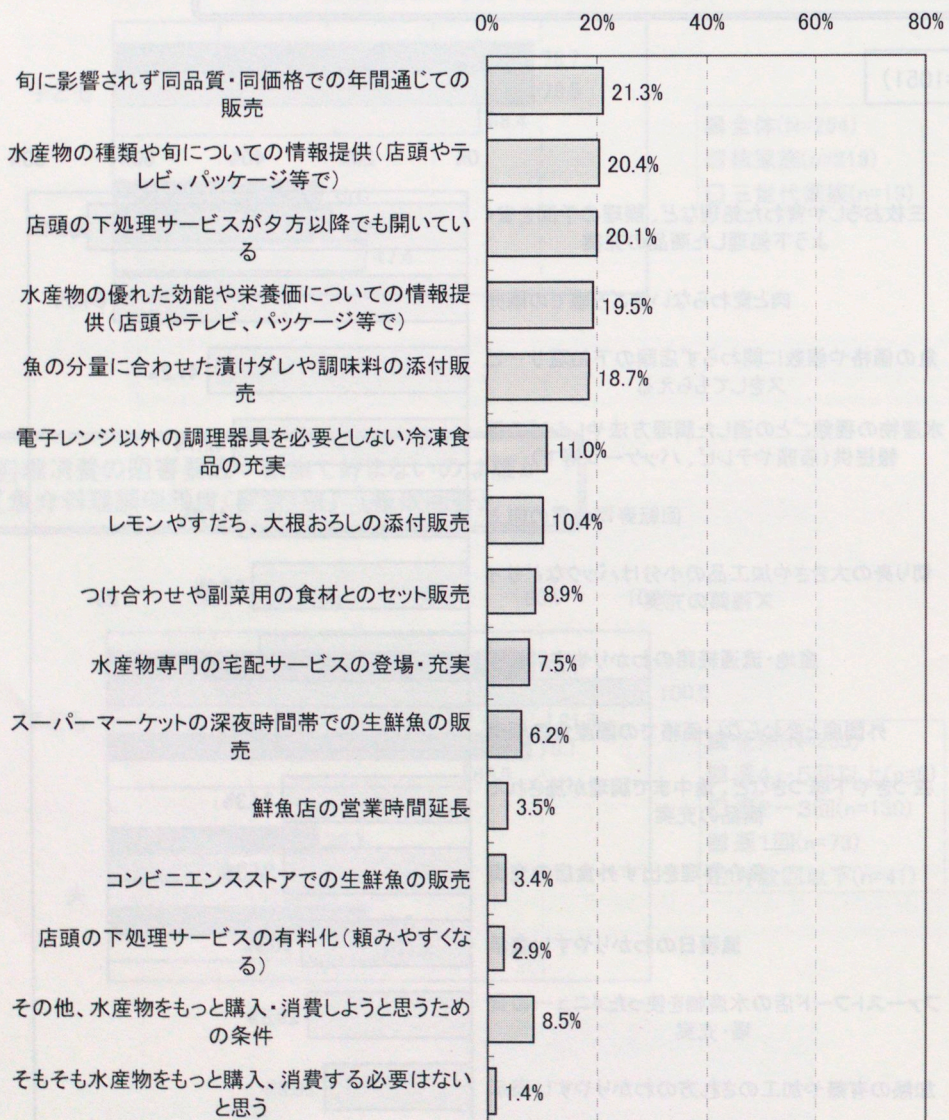


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○「そもそも水産物をもっと購入、消費する必要はないと思う」と回答した人は、1.4%とごくわずかであり、何らかの条件が整えば水産物購入は向上する可能性があると言える。

水産物の購入頻度向上につながる条件 [全体] (複数回答) 下位

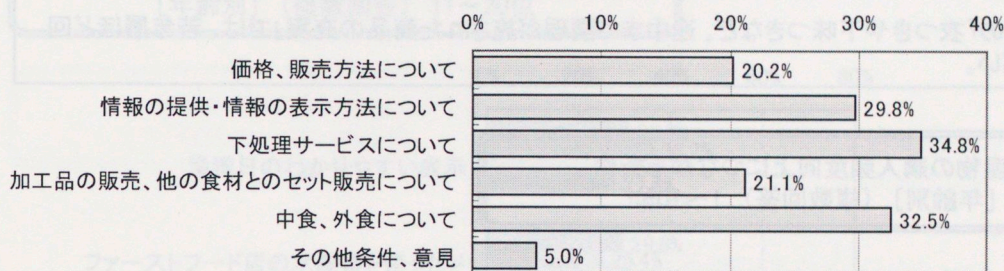
(N=1051)



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○購入頻度向上につながる条件「カテゴリ別に見ると、「下処理サービスについて」の平均回答率が高く、34.8%。次いで、「中食、外食について」32.5%、「情報の提供・情報の表示方法について」29.8%。

水産物の購入頻度向上につながる条件—カテゴリ別
[全体] (複数回答)



条件	N	%	まとめ
肉と変わらない値ごろ感での販売	678	64.5%	価格、販売方法について (平均回答率) 20.2%
外国産と変わらない価格での国産魚の販売	371	35.3%	
旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売	224	21.3%	
鮮魚店の営業時間延長	37	3.5%	
スーパーマーケットの深夜時間帯での生鮮魚の販売	65	6.2%	
コンビニエンスストアでの生鮮魚の販売	36	3.4%	
水産物専門の宅配サービスの登場・充実	79	7.5%	
産地・流通経路のわかりやすい表示	402	38.3%	情報の提供・情報の表示方法について 29.8%
漁獲日のわかりやすい表示	325	30.9%	
加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示	282	26.8%	
水産物の種類や旬についての情報提供 (店頭やテレビ、パッケージ等で)	214	20.4%	
水産物の優れた効能や栄養価についての情報提供 (店頭やテレビ、パッケージ等で)	205	19.5%	下処理サービスについて 34.8%
水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供 (店頭やテレビ、パッケージ等で)	449	42.7%	
三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実	726	69.1%	
店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている	211	20.1%	
魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる	496	47.2%	加工品の販売、他の食材とのセット販売について 21.1%
店頭の下処理サービスの有料化(頼みやすくなる)	30	2.9%	
衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実	360	34.3%	
加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実	265	25.2%	
電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実	116	11.0%	中食、外食について 32.5%
切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実	413	39.3%	
魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売	197	18.7%	
つけ合わせや副菜用の食材とのセット販売	94	8.9%	
レモンやすだち、大根おろしの添付販売	109	10.4%	その他条件、意見 5.0%
水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実	252	24.0%	
ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実	313	29.8%	
魚介料理を出す外食店の充実	360	34.3%	
回転寿司の質の向上	439	41.8%	
その他、水産物をもっと購入・消費しようとするための条件	89	8.5%	
そもそも水産物をもっと購入、消費する必要はないと思う	15	1.4%	

3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

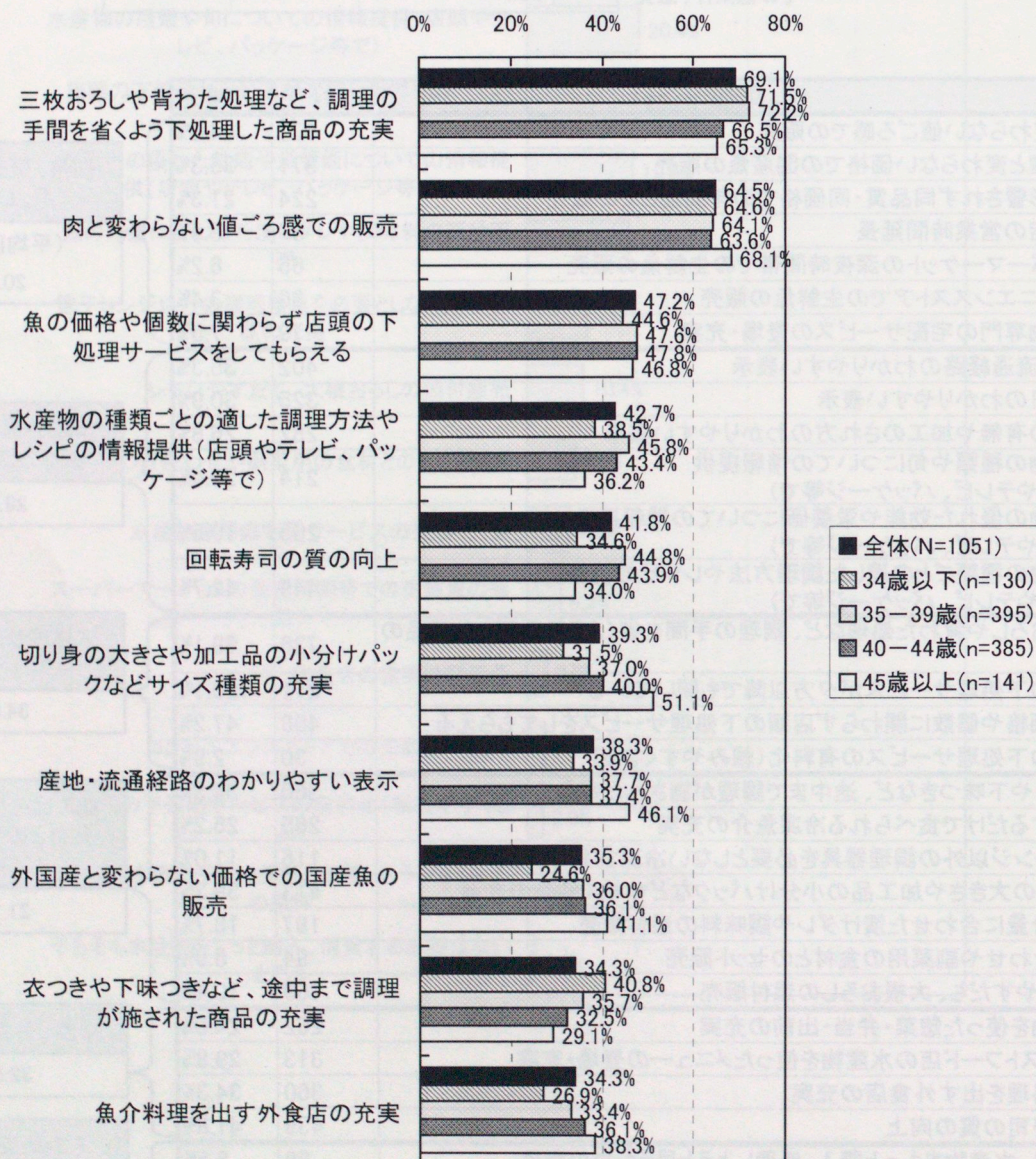
○[年齢別]に見ると、いずれの年齢層においても「三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」「肉と変わらない値ごろ感での販売」「魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる」の回答率が高い。

○全体5位の「回転寿司の質の向上」では、「35-39歳」「40-44歳」の回答率が他の年齢層より高い。

○全体6位「切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実」、全体7位「産地・流通経路のわかりやすい表示」、全体8位「外国産と変わらない価格での国産魚の販売」、全体10位「魚介料理を出す外食店の充実」では、年齢が上がるほど回答率が高くなる。

○全体9位の「衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実」では、若年層ほど回答率が高い。

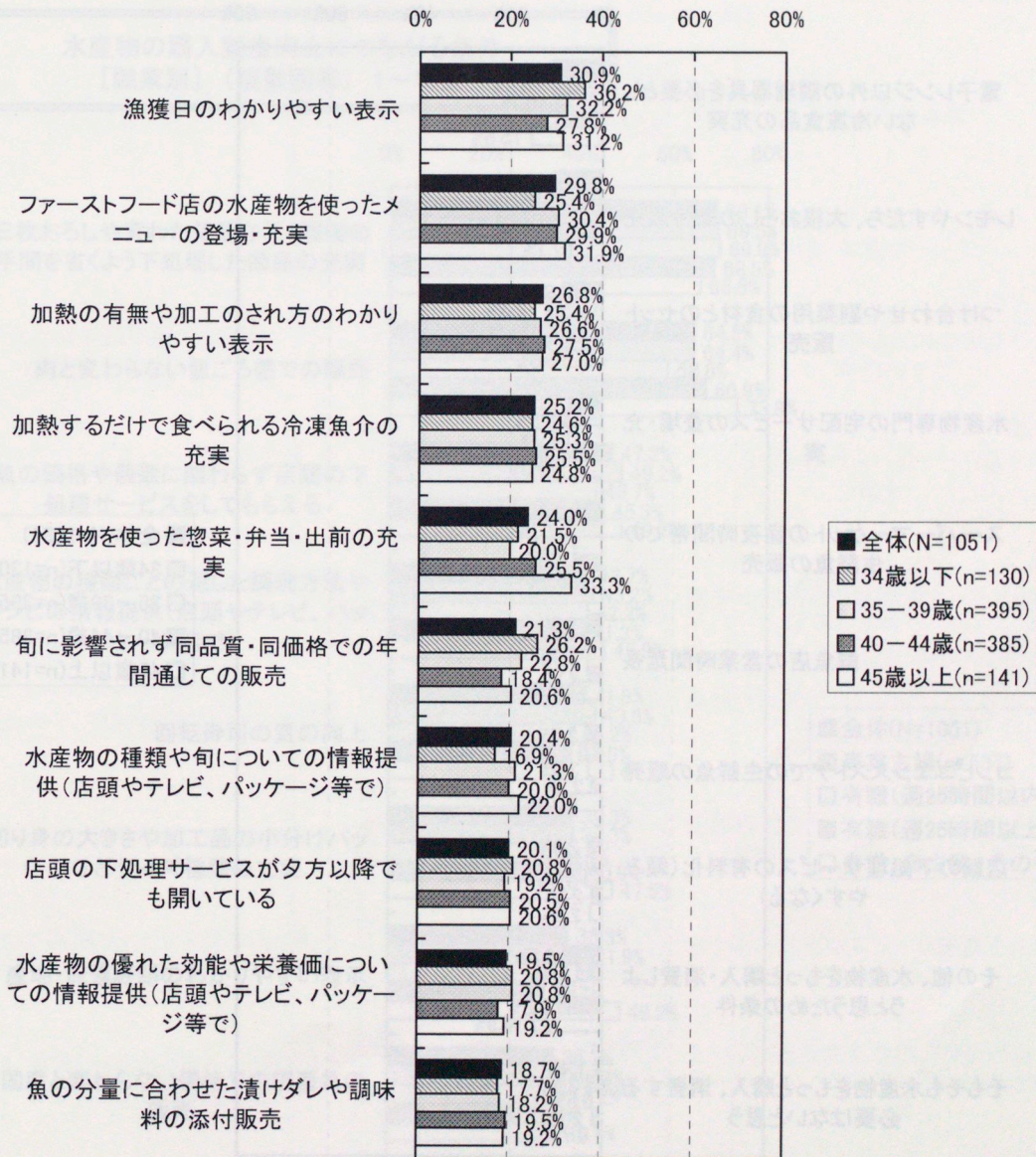
水産物の購入頻度向上につながる条件
[年齢別]（複数回答）1～10位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

- 全体15位の「水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実」では、年齢が上がるほど回答率が高くなる傾向にある。
- 全体16位の「旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売」では、若年層ほど回答率がやや高い傾向にある。

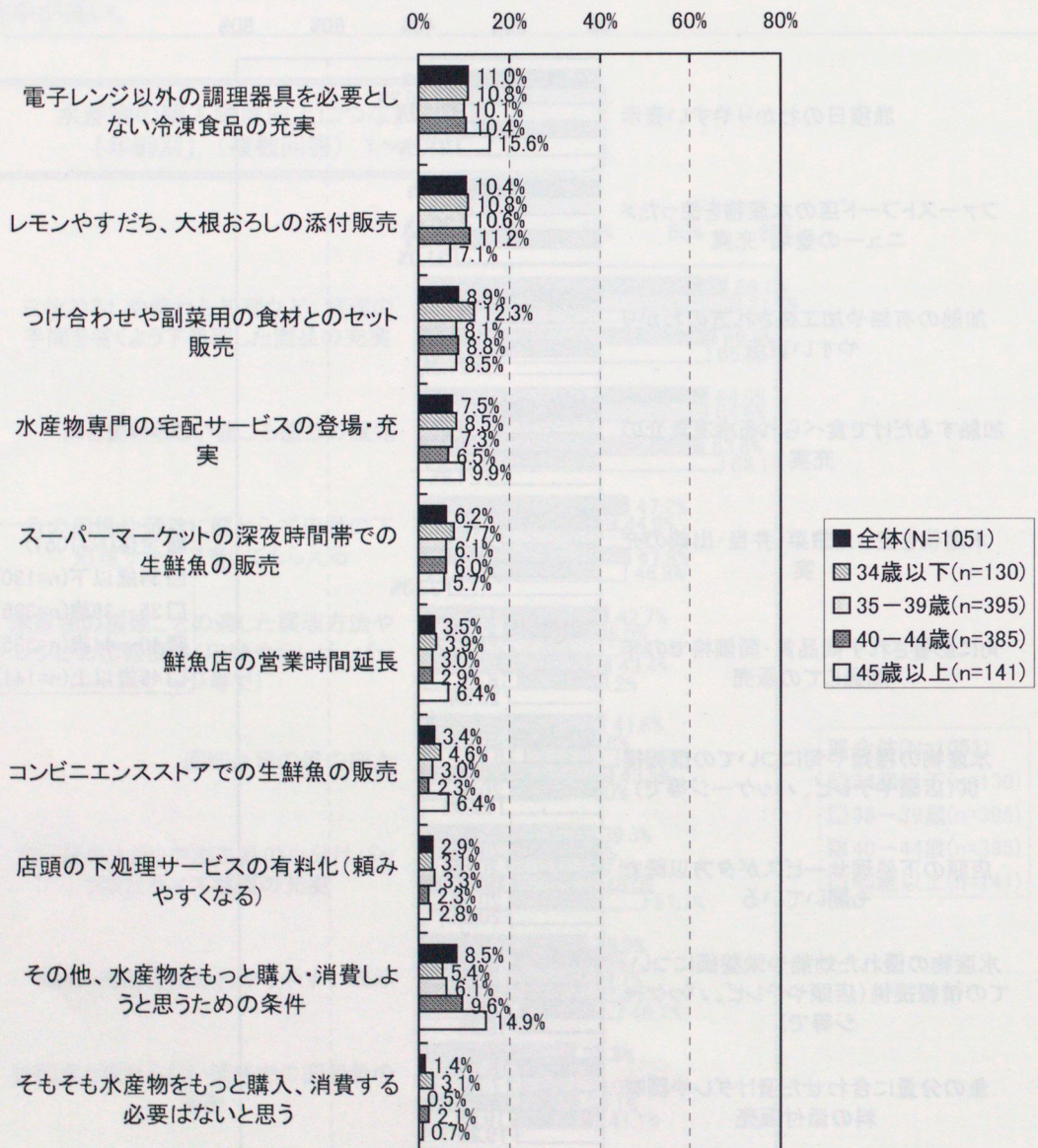
水産物の購入頻度向上につながる条件
[年齢別] (複数回答) 11~20位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○全体21位の「電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実」では、「45歳以上」の回答率がやや高い。

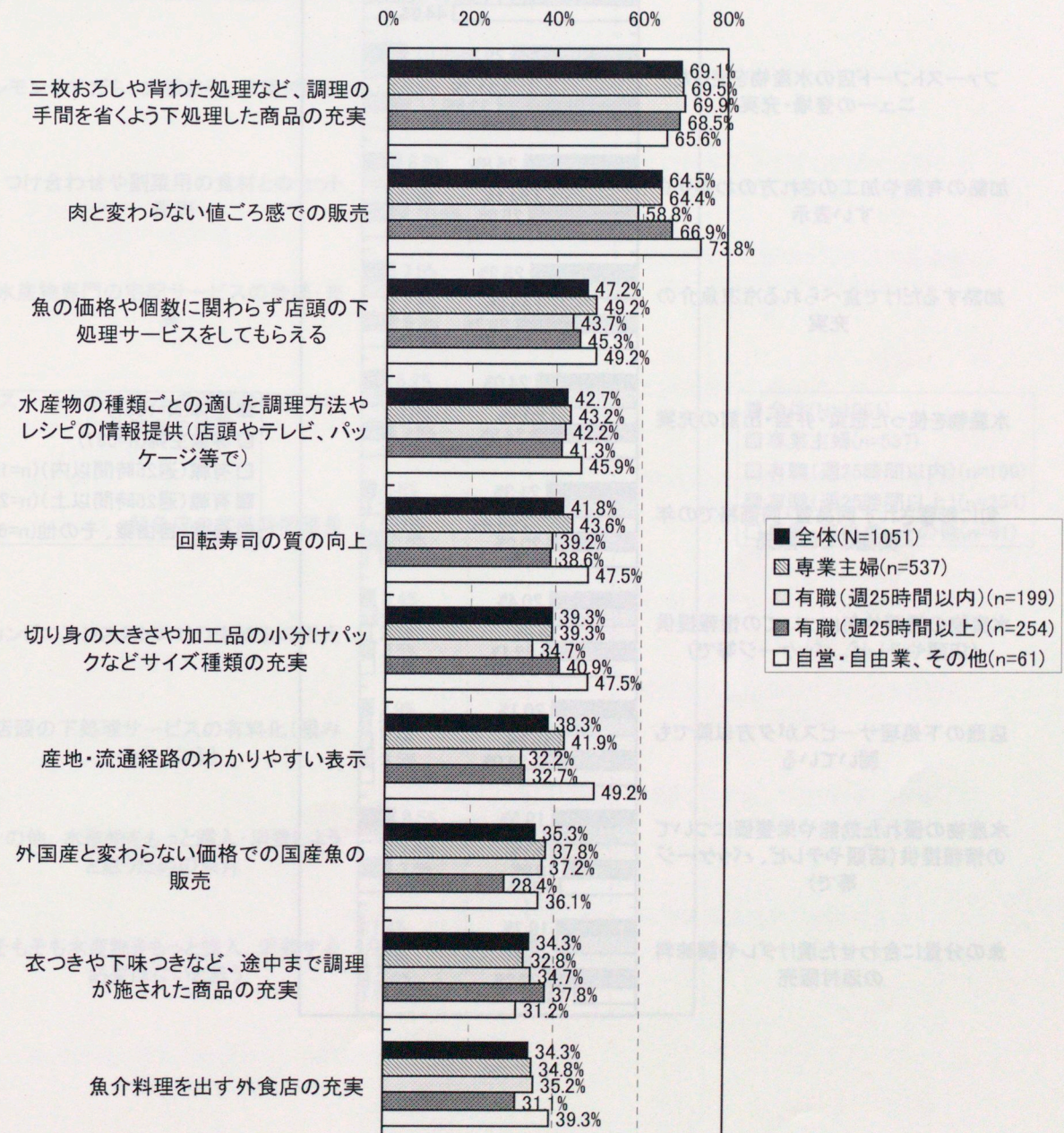
水産物の購入頻度向上につながる条件
[年齢別] (複数回答) 21~30位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

- [職業別]に見ると、いずれの層においても「三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」「肉と変わらない値ごろ感での販売」の回答率が高い。とりわけ、「自営・自由業、その他」においては、「肉と変わらない値ごろ感での販売」の回答率が高く、7割以上。
- 全体7位の「産地・流通経路のわかりやすい表示」では、「専業主婦」の回答率がやや高く、全体9位の「衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実」では「有職(週25時間以上)」の回答率が高い。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[職業別] (複数回答) 1~10位

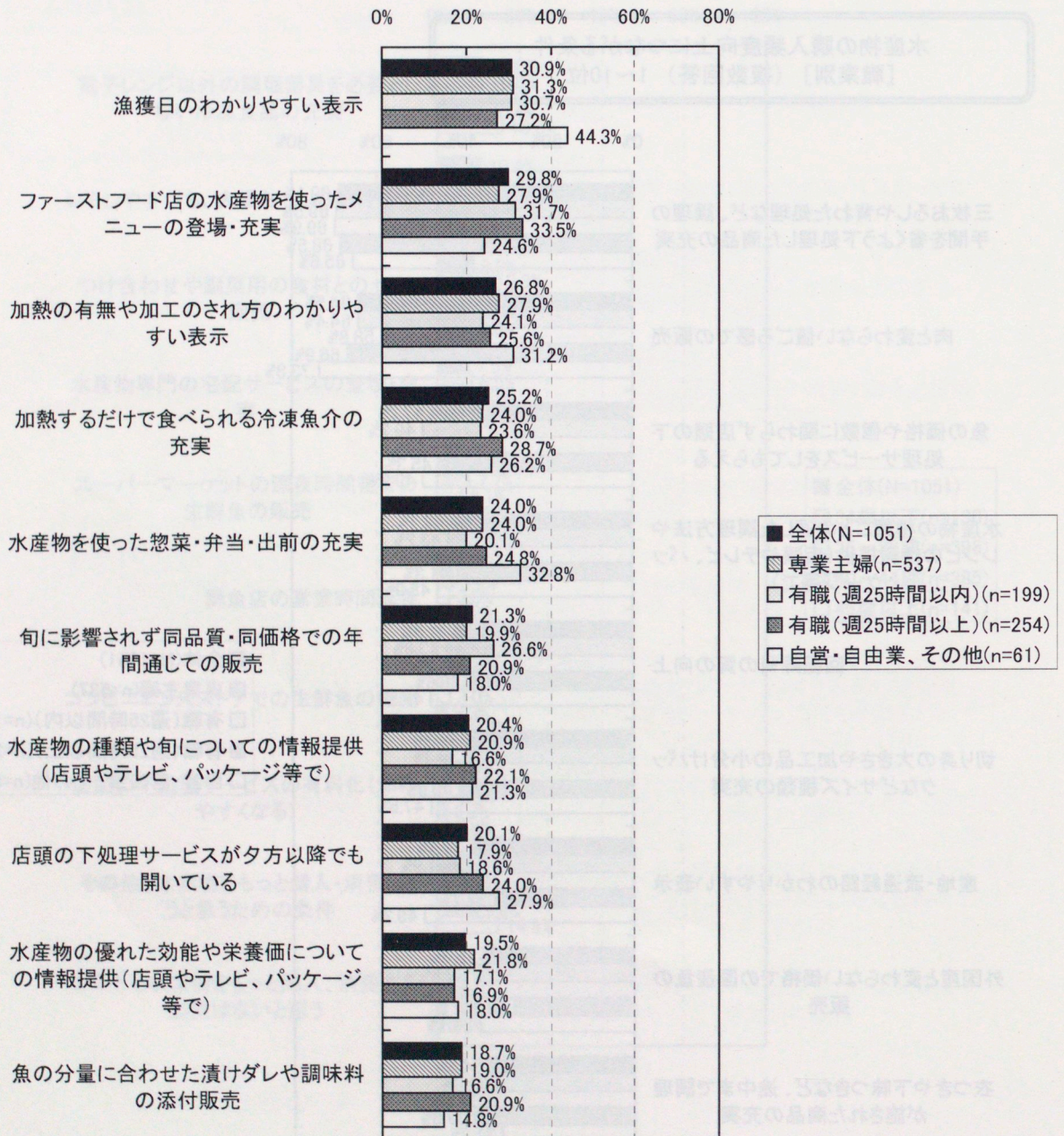


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○全体11位の「漁獲日のわかりやすい表示」で「自営・自由業、その他」の回答率が高く、4割を超える。

○全体12位「ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実」、全体14位「加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実」、全体20位「魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売」など調理の負荷を軽減する条件では、「有職(週25時間以上)」の回答率が他よりやや高い。

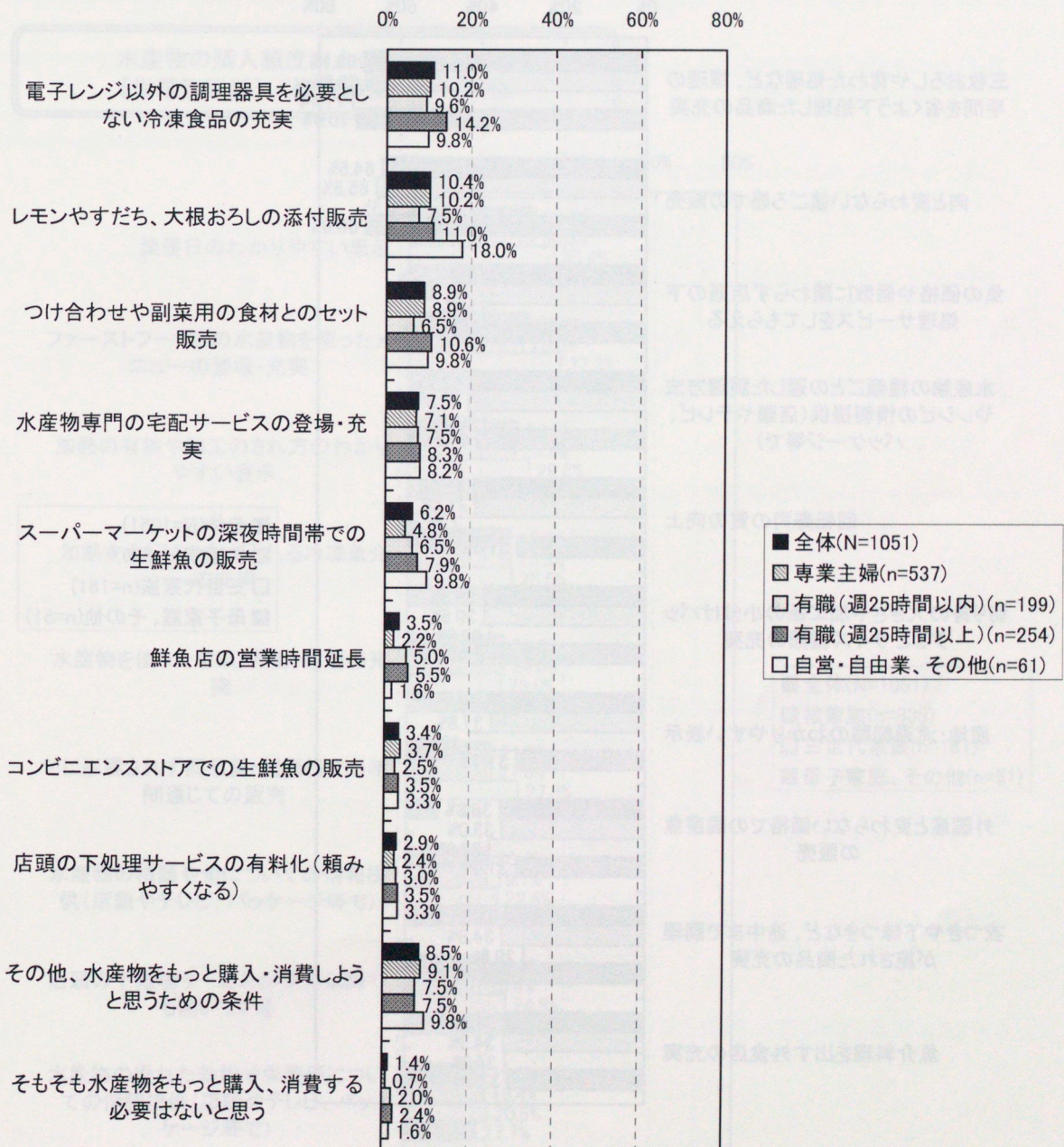
水産物の購入頻度向上につながる条件
[職業別] (複数回答) 11~20位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○全体21位「電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実」で、「有職(週25時間以上)」の回答率が他より高い。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[職業別] (複数回答) 21~30位

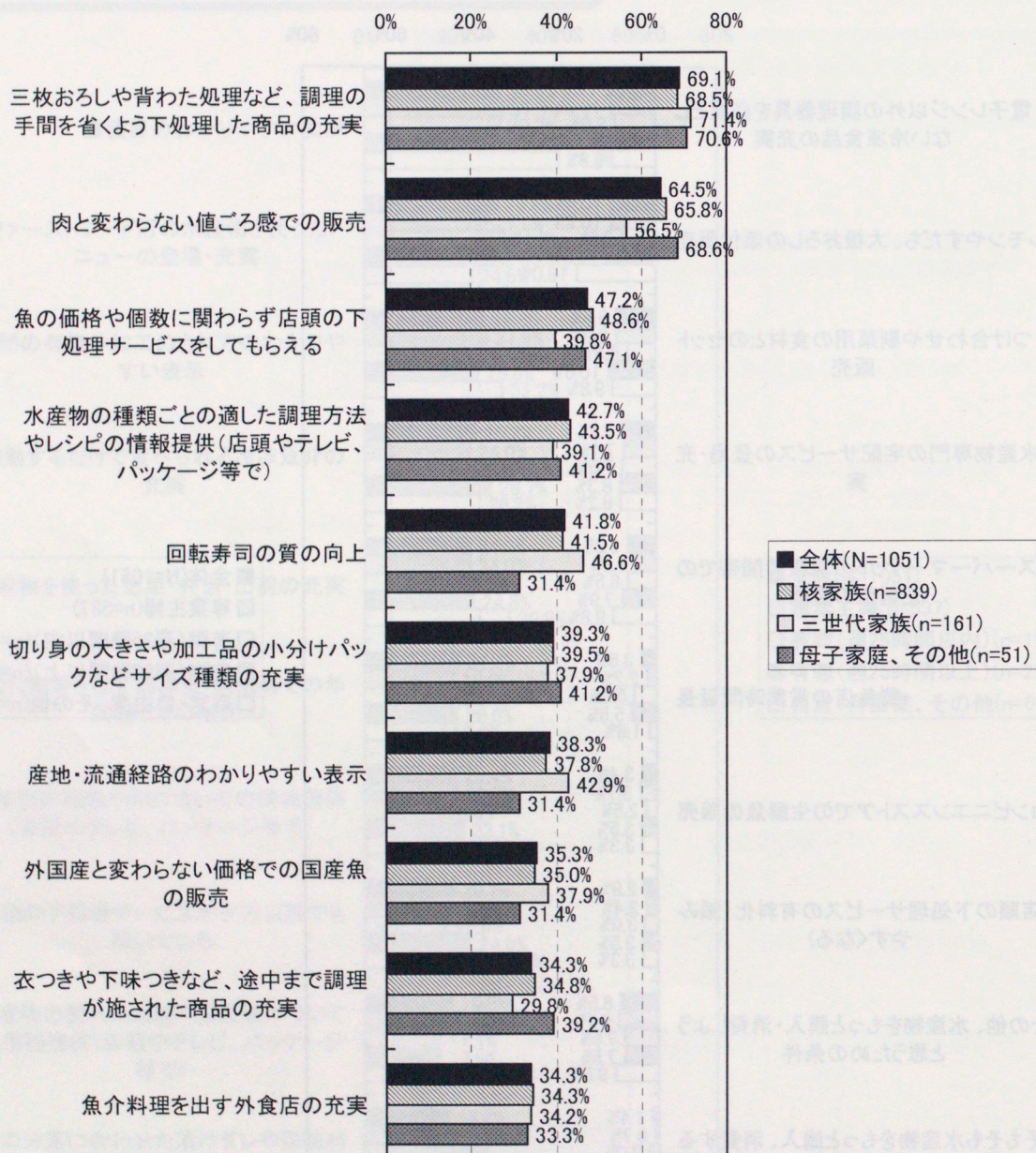


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○[世帯形態別]に見ると、全体2位の「肉と変わらない値ごろ感での販売」で「三世代家族」の回答率のみ5割台にとどまる。

○「母子家庭、その他」では、全体9位「衣つきや下味など、途中まで調理が施された商品の充実」で他より回答率が高い。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[世帯形態別] (複数回答) 1~10位

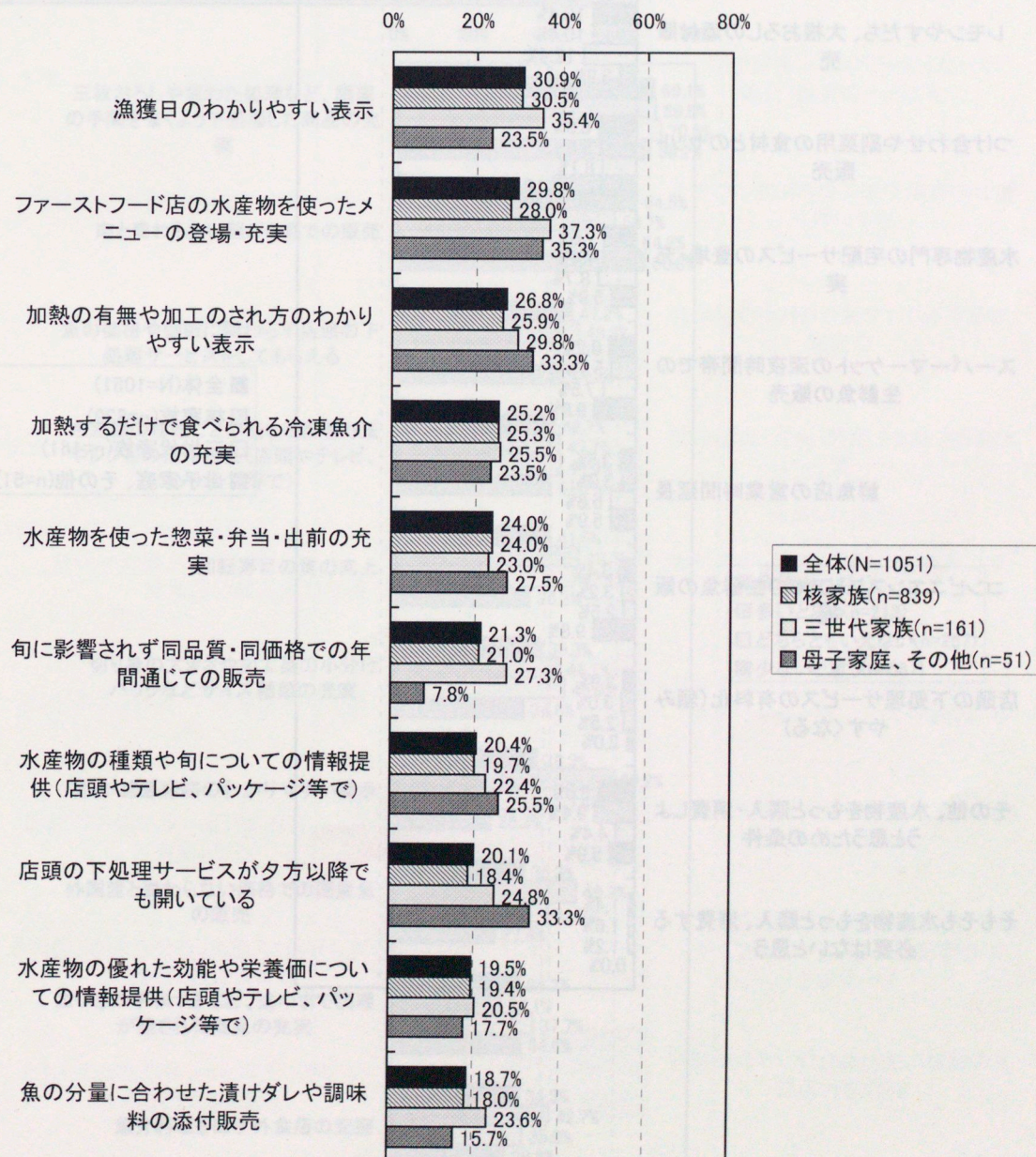


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○「母子家庭、その他」において、全体18位の「店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている」の回答率が高く、唯一3割台に達している。その他にこの層では、全体13位「加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示」、全体15位「水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実」、全体17位「水産物の種類や旬についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」の回答率が他よりやや高い。

○「三世代家族」では、全体11位「漁獲日のわかりやすい表示」の回答率が他よりやや高いほか、全体16位「旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売」、全体20位「魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売」が高い。

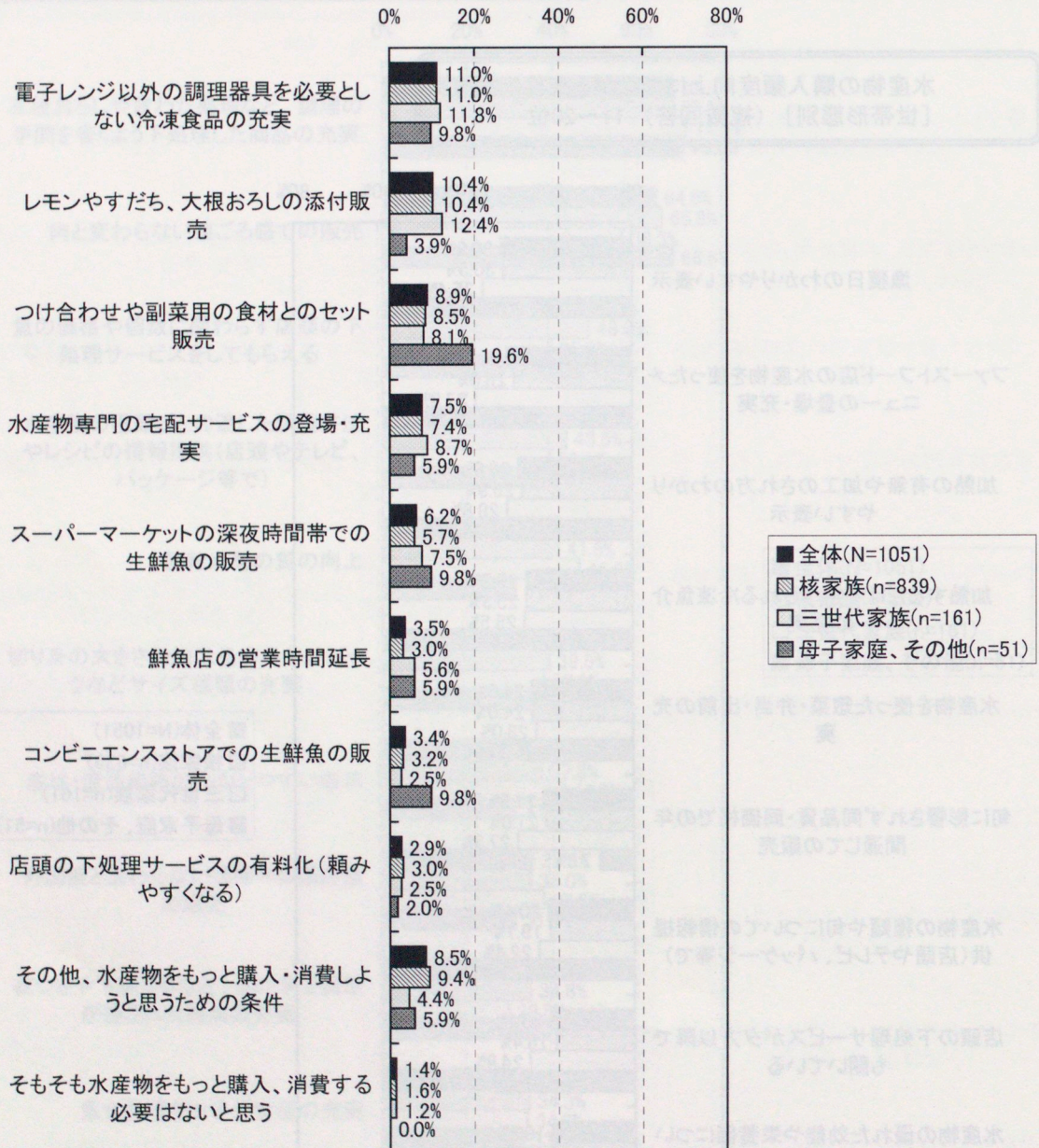
水産物の購入頻度向上につながる条件
〔世帯形態別〕(複数回答) 11~20位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○「母子家庭、その他」において、全体23位「つけ合せや副菜用の食材とのセット販売」の回答率が他より高く、全体27位「コンビニエンスストアでの生鮮魚の販売」もやや高い。

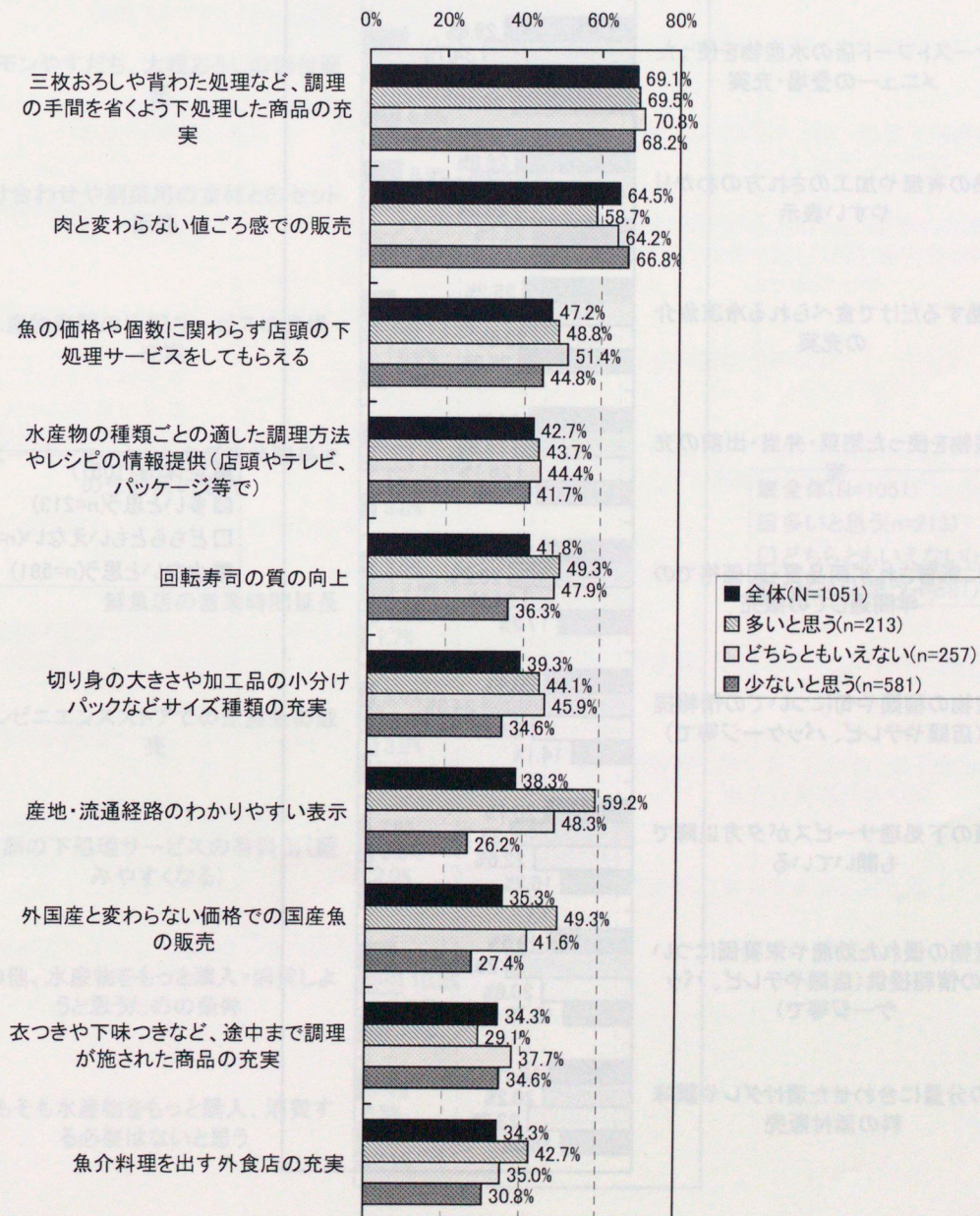
水産物の購入頻度向上につながる条件
〔世帯形態別〕（複数回答）21～30位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

- [魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別]に見ると、上位4位までは各層による差はさほど大きくない。
- 全体5位「回転寿司の質の向上」では、魚介料理調理頻度・消費頻度が「多いと思う」と回答した人で回答率が最も高く、逆に「少ないと思う」と回答した人の回答率が3割台にとどまる。
- 全体7位「産地・流通経路のわかりやすい表示」、全体8位「外国産と変わらない価格での国産魚の販売」では、日ごろの魚介料理調理・消費頻度が「多いと思う」人ほど、回答率が高い。
- 日ごろの魚介料理調理・消費頻度が「少ないと思う」人ではいずれの条件も回答率は他の層より低く、唯一全体2位の「肉と変わらない値ごろ感での販売」のみ他より回答率が高い。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[自己評価別] (複数回答) 1~10位

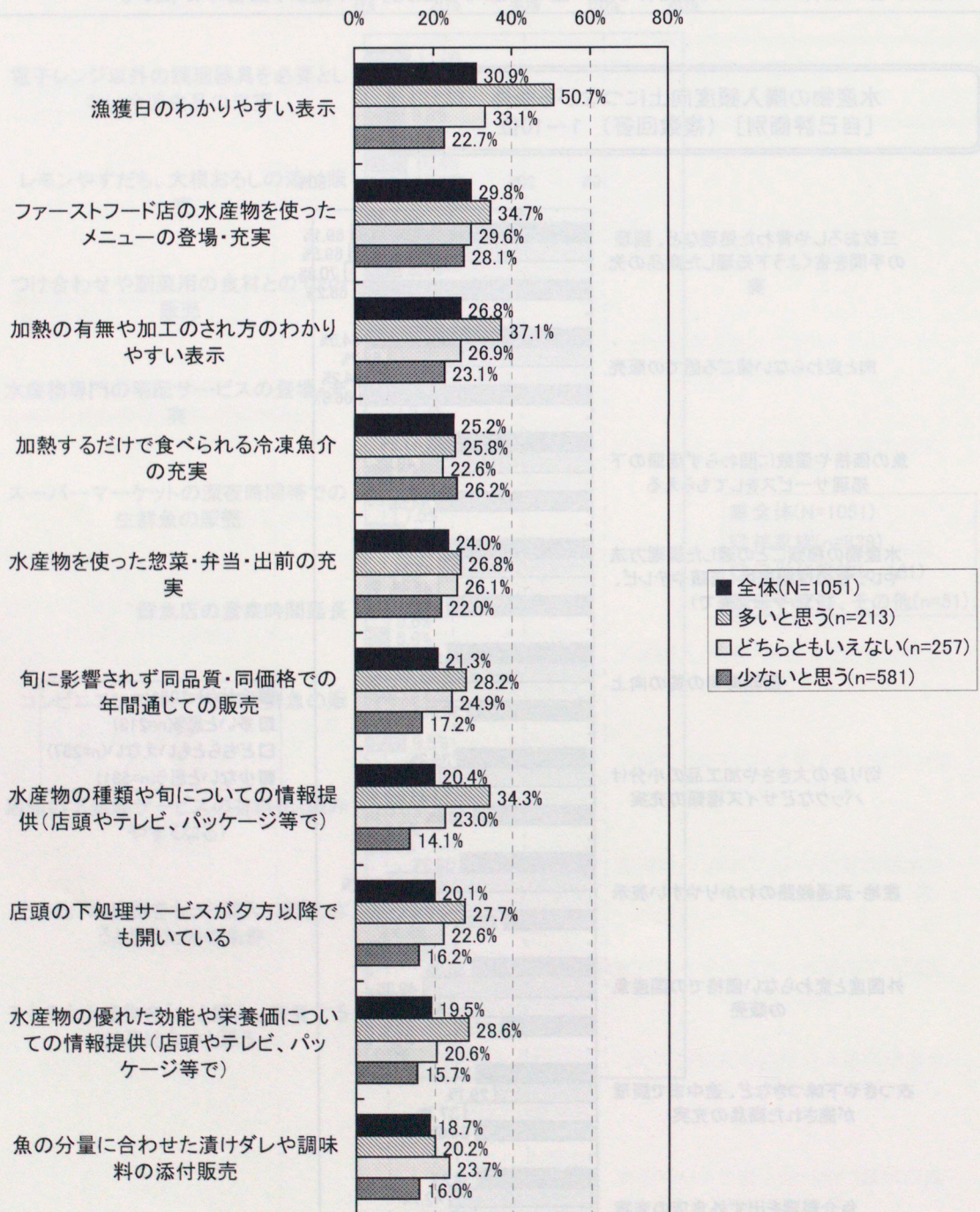


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○ほとんどの条件で、日ごろの魚介料理調理・消費頻度について「多いと思う」人ほど、回答率が高く、とりわけ全体11位の「漁獲日のわかりやすい表示」の回答率は半数を超える。

○日ごろの魚介料理調理・消費頻度が「少ないと思う」人で他より回答率が高いのは、全体14位の「加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実」のみである。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[自己評価別] (複数回答) 11~20位

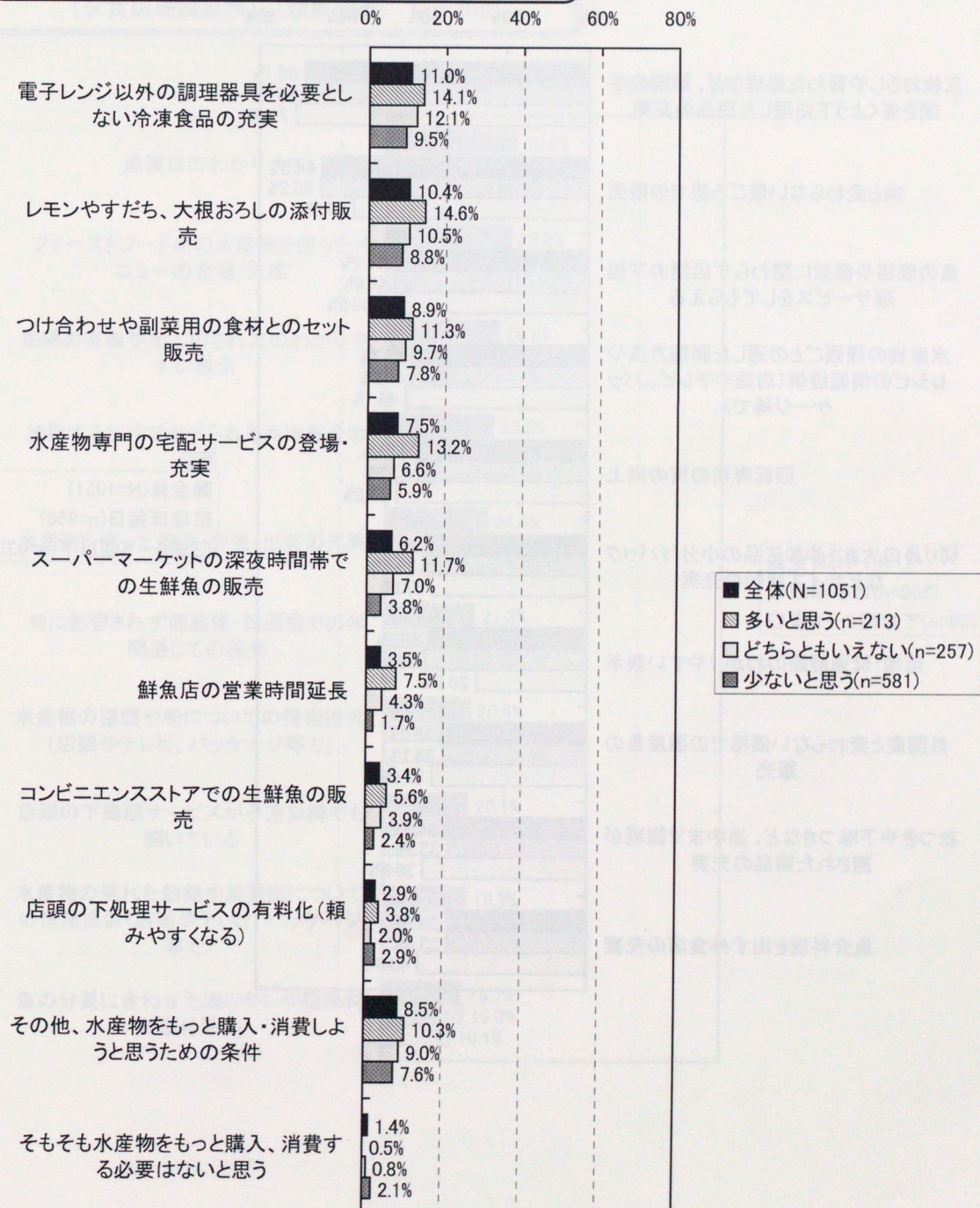


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○いずれの条件についても、日ごろの魚介料理調理・消費頻度について「多いと思う」人ほど、回答率が高い。

○ただし、日ごろの魚介料理調理・消費頻度が「少ないと思う」人でも、「そもそも水産物をもっと購入、消費する必要はないと思う」の回答率は2.1%にとどまり、水産物に対してのニーズそのものがないわけではない。

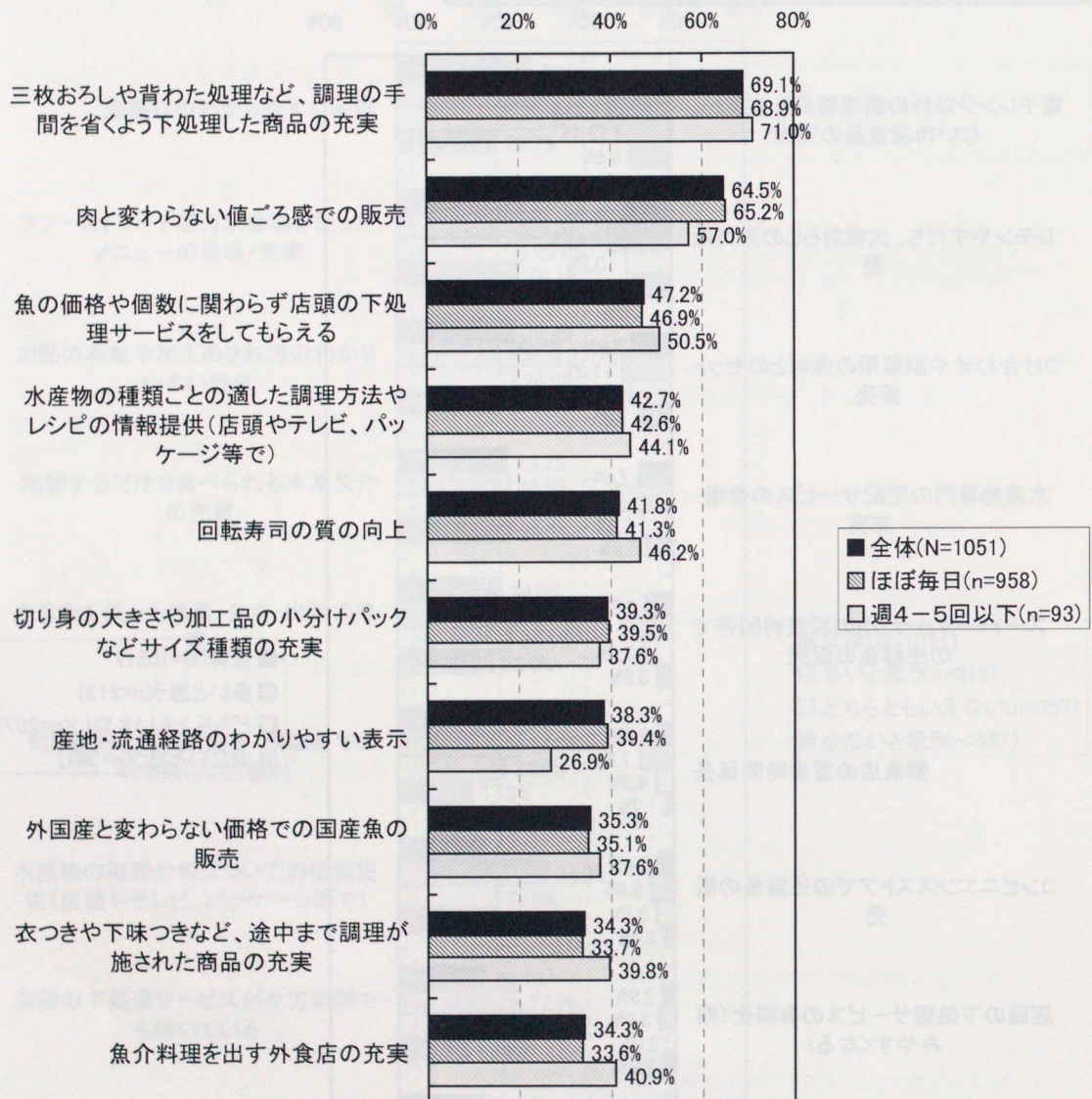
水産物の購入頻度向上につながる条件
〔自己評価別〕（複数回答） 21～30位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○日ごろの家庭での[夕食調理頻度別]に見ると、夕食を「ほぼ毎日」作る家庭では、2位「肉と変わらない値ごろ感での販売」、6位「切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実」、7位「産地・流通経路のわかりやすい表示」の回答率が、「週4-5回以下」の家庭より高い。これ以外の条件については、いずれも家庭での夕食調理頻度が「週4-5回以下」のほうが回答率が高い。

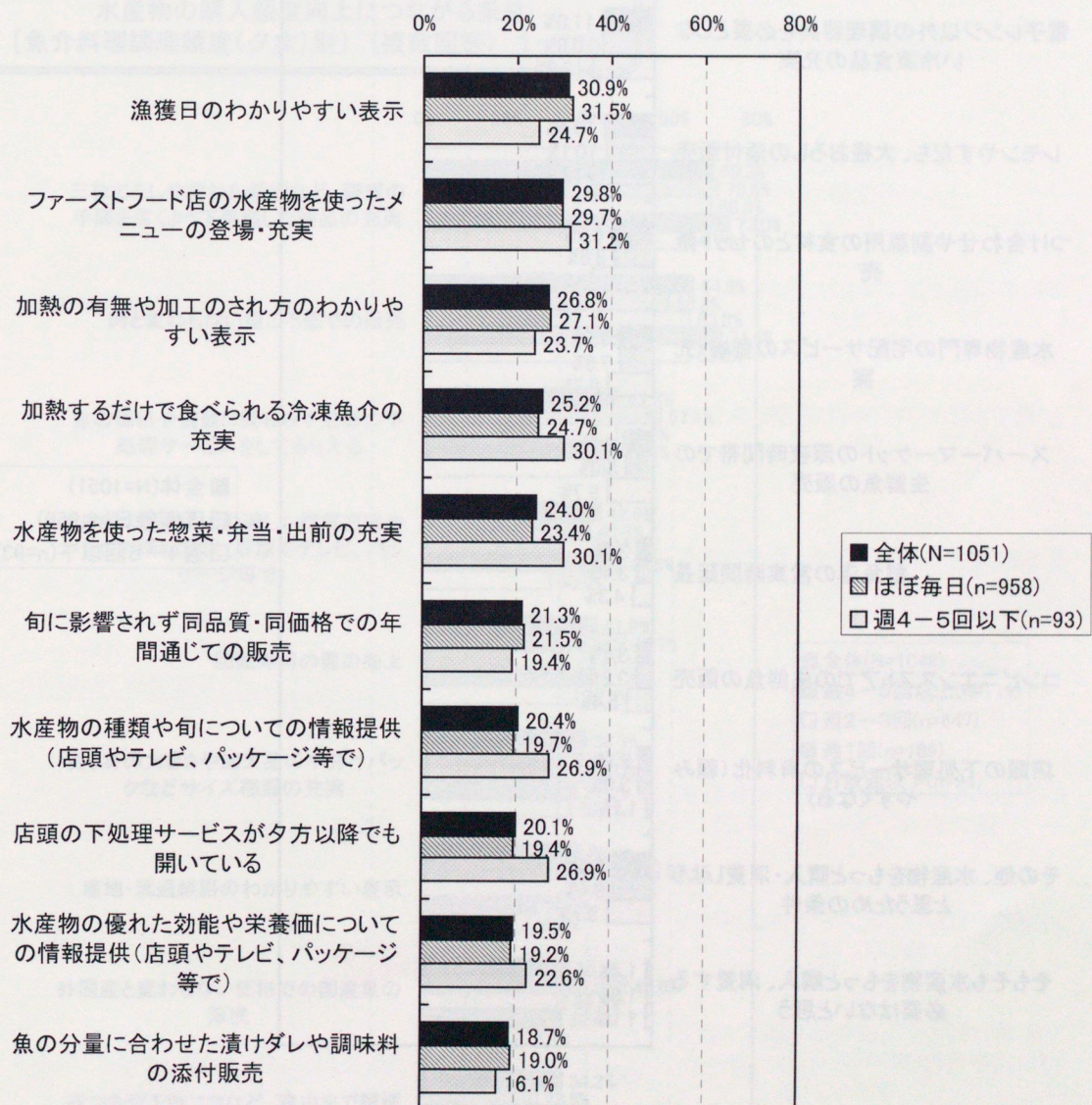
水産物の購入頻度向上につながる条件
[夕食調理頻度別] (複数回答) 1~10位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○夕食の調理頻度が「ほぼ毎日」の家庭では、11位「漁獲日のわかりやすい表示」、13位「加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示」、16位「旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売」、20位「魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売」の回答率が高く、それ以外の条件は、いずれも家庭での夕食調理頻度が「週4-5回以下」の方が高い。とりわけ、17位「水産物の種類や旬についての情報提供」、18位「店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている」で、「ほぼ毎日」と差がついた。

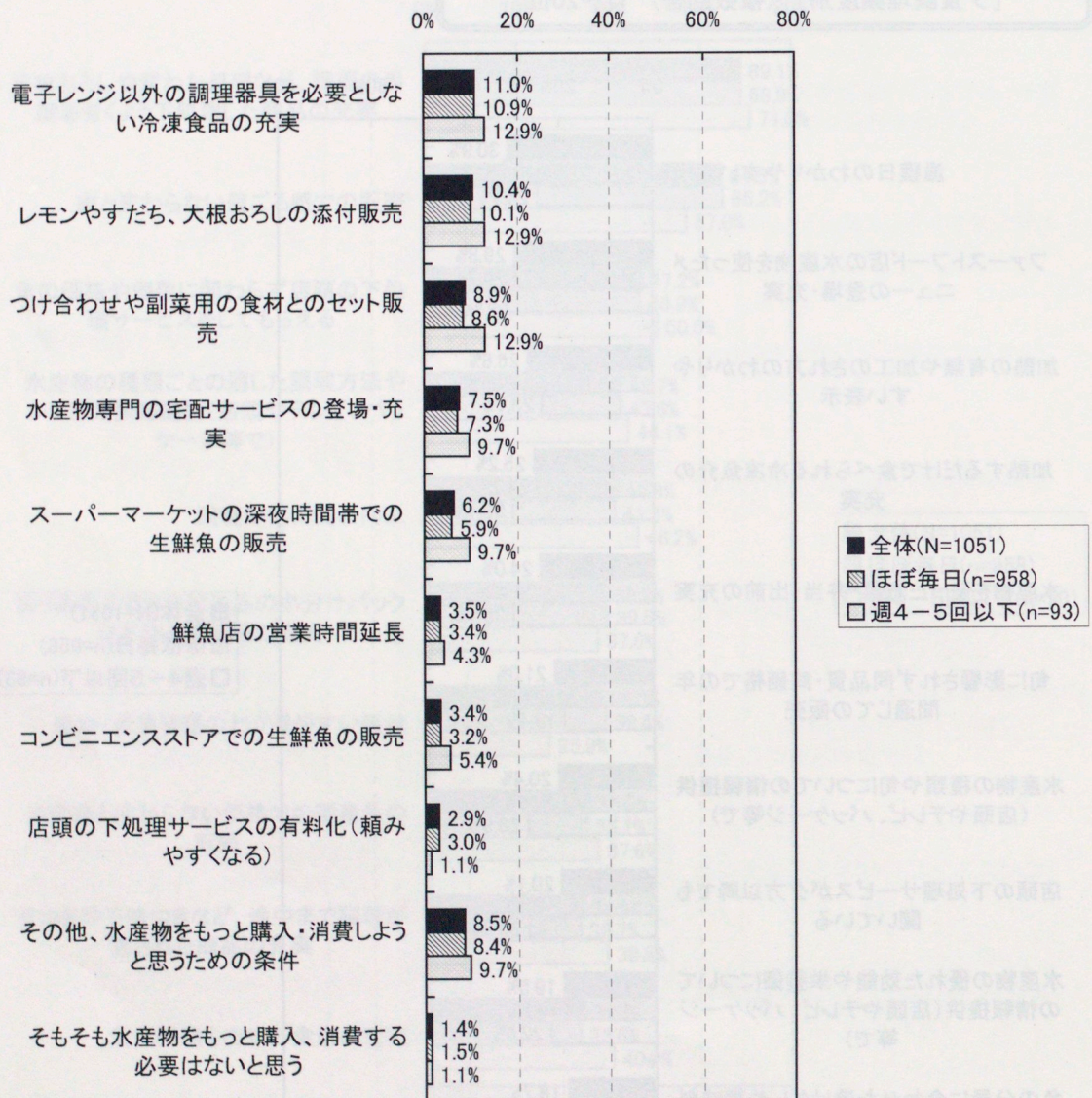
水産物の購入頻度向上につながる条件
[夕食調理頻度別] (複数回答) 11~20位



3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○全体順位が21～30位の下位の条件については、全体27位「店頭の下処理サービスの有料化」を除き、いずれの条件でも夕食調理頻度が「週4～5回以下」であるほうが回答率が高いが、大きな差はない。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[夕食調理頻度別] (複数回答) 21～30位



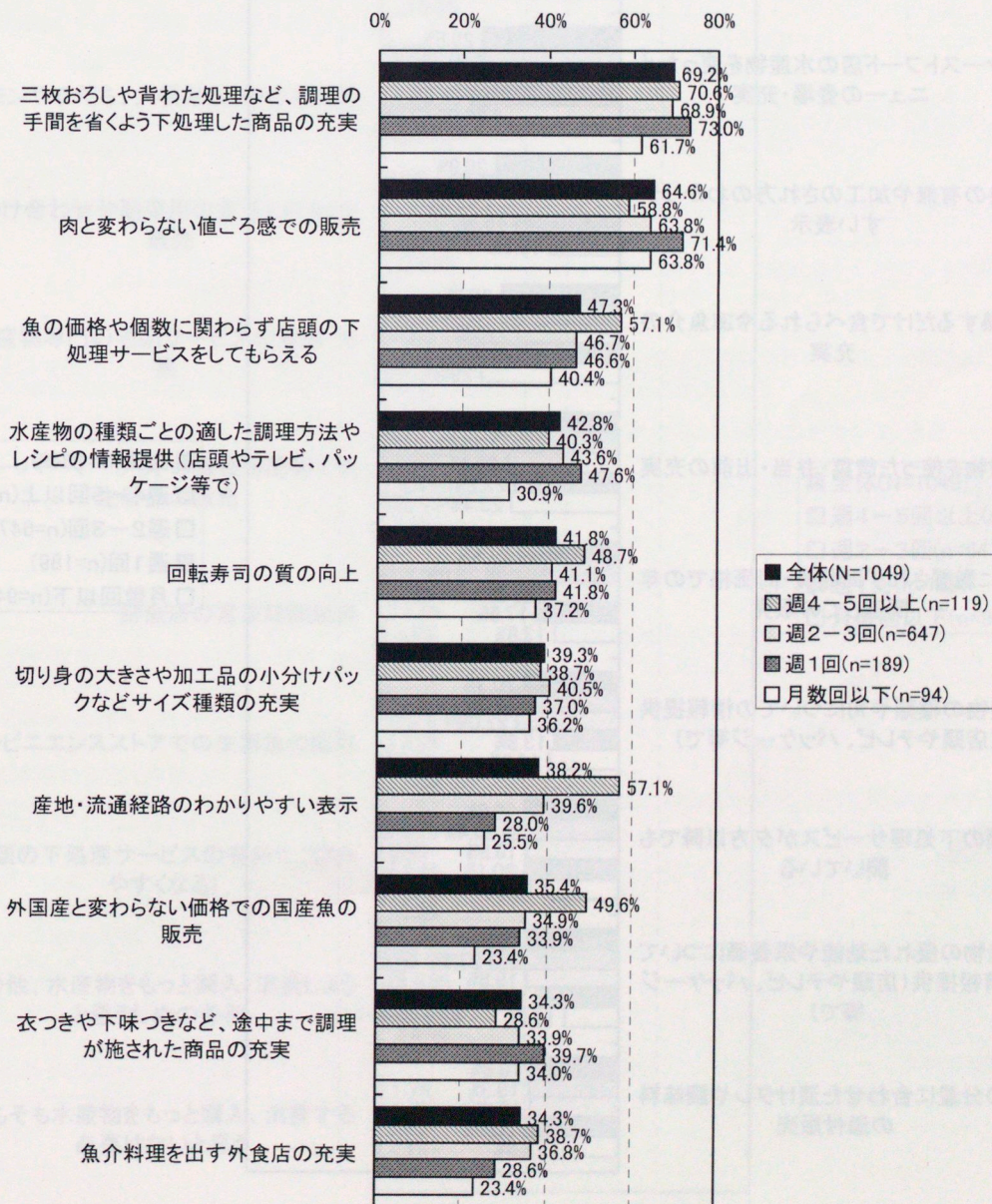
3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○[魚介料理調理頻度(夕食)別]に見ると、魚介料理調理頻度が「週1回」の人で、全体1位「三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実」、全体2位「肉と変わらない値ごろ感での販売」の回答率が7割以上に達している。

○魚介料理調理頻度が「週4-5回以上」では、全体3位「魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる」、全体7位「産地・流通経路のわかりやすい表示」の回答率が高く、いずれも5割を超える。

○「月数回以下」と日ごろの魚介料理調理頻度が低い家庭では、ほとんどの条件で他の層より回答率が低い傾向にある。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答) 1~10位

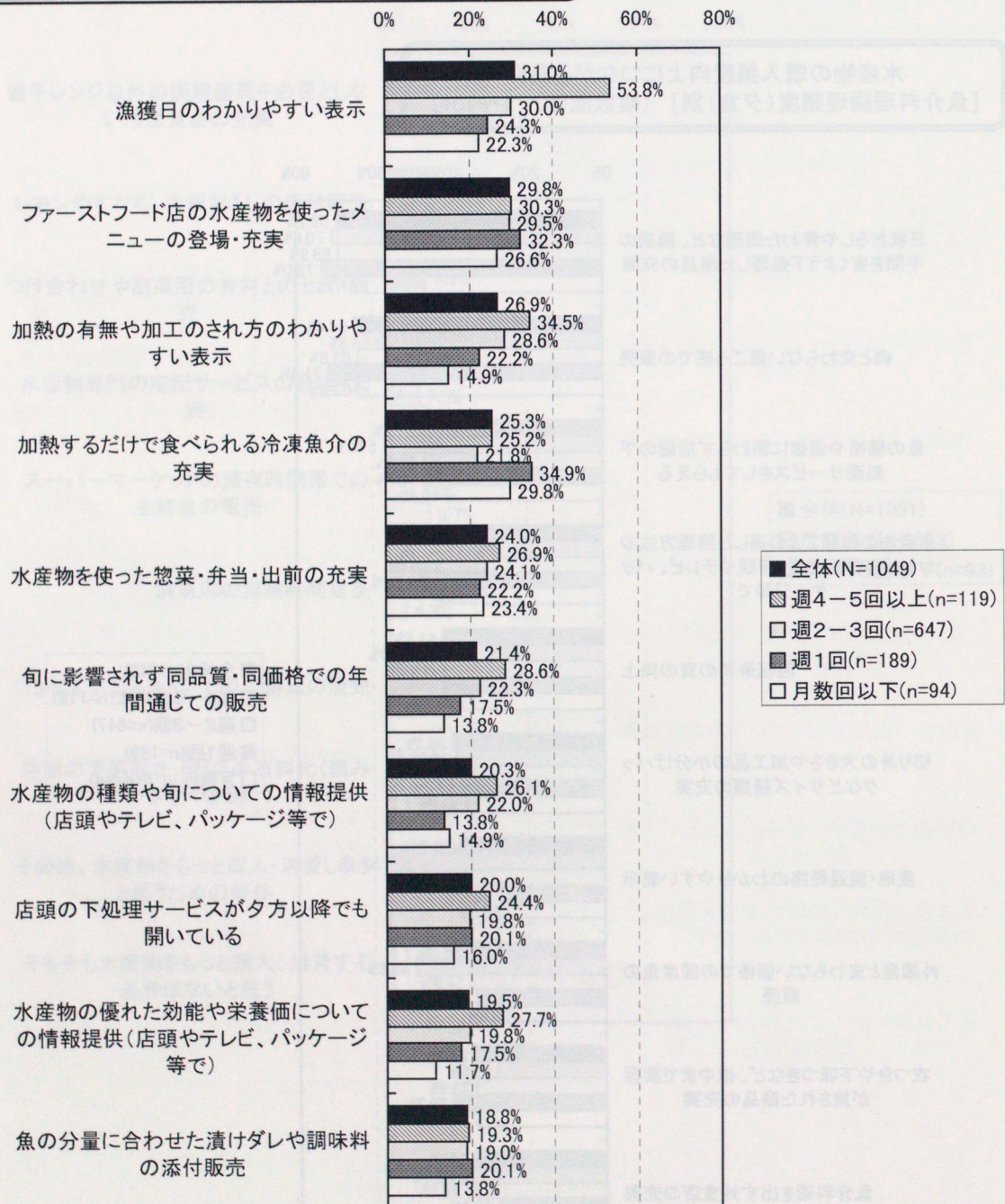


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○魚介料理調理頻度が「週4-5回以上」では、全体11位の「漁獲日のわかりやすい表示」の回答率が高く、半数以上に達する。

○魚介料理調理頻度が「週1回」では、全体12位「ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実」、全体14位「加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実」など、調理の手間を省けるようになる条件にニーズがある。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答) 11~20位

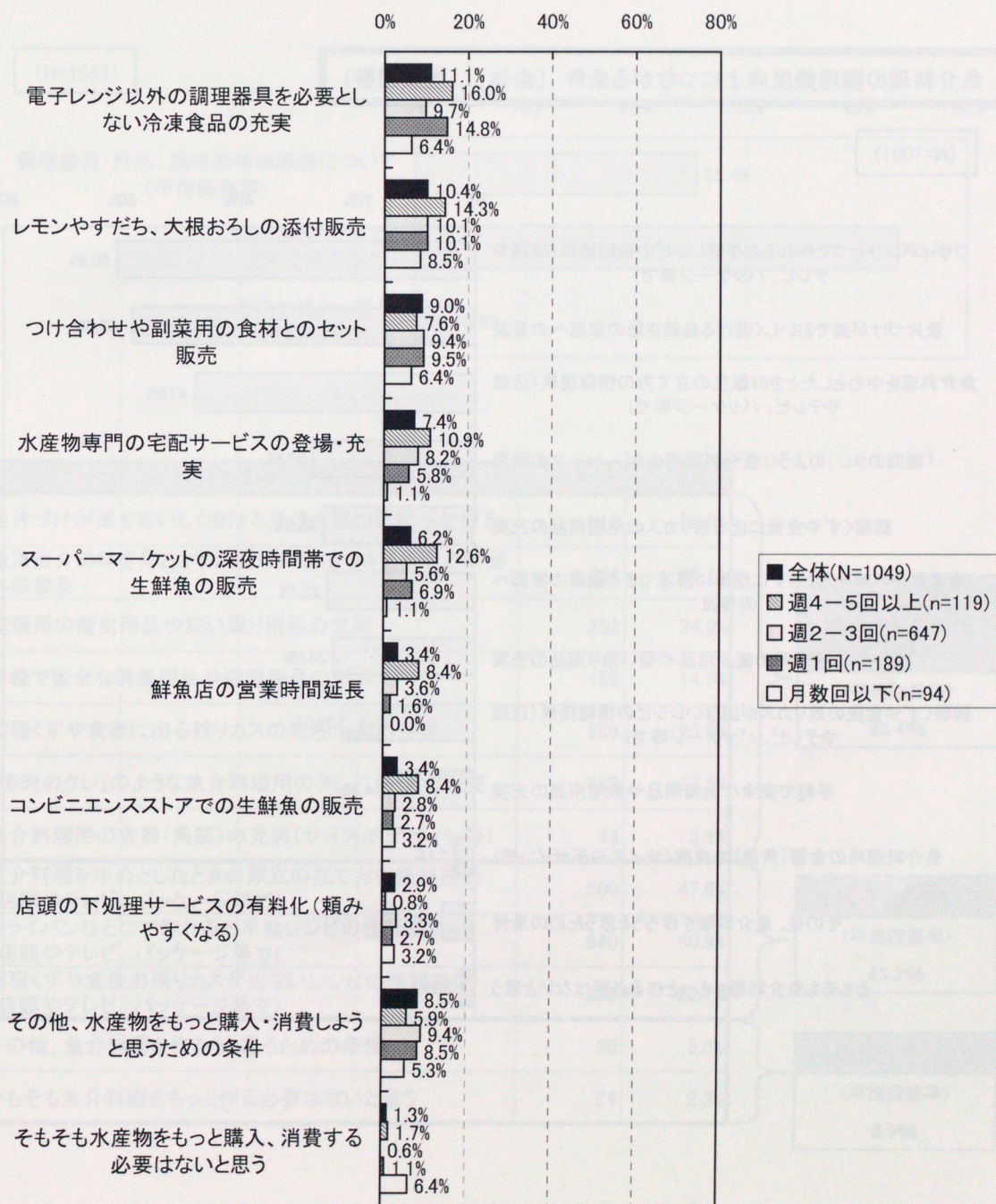


3-1 水産物の購入頻度向上につながる条件 つづき

○ほとんどの条件で、日ごろ夕食での魚介料理調理・消費頻度が高いほど、回答率が高い傾向にある。

○日ごろの魚介料理調理・消費頻度が「月数回以下」では、「そもそも水産物をもっと購入、消費する必要はないと思う」の回答率が他よりやや高く、6.4%。

水産物の購入頻度向上につながる条件
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答) 21~30位



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件

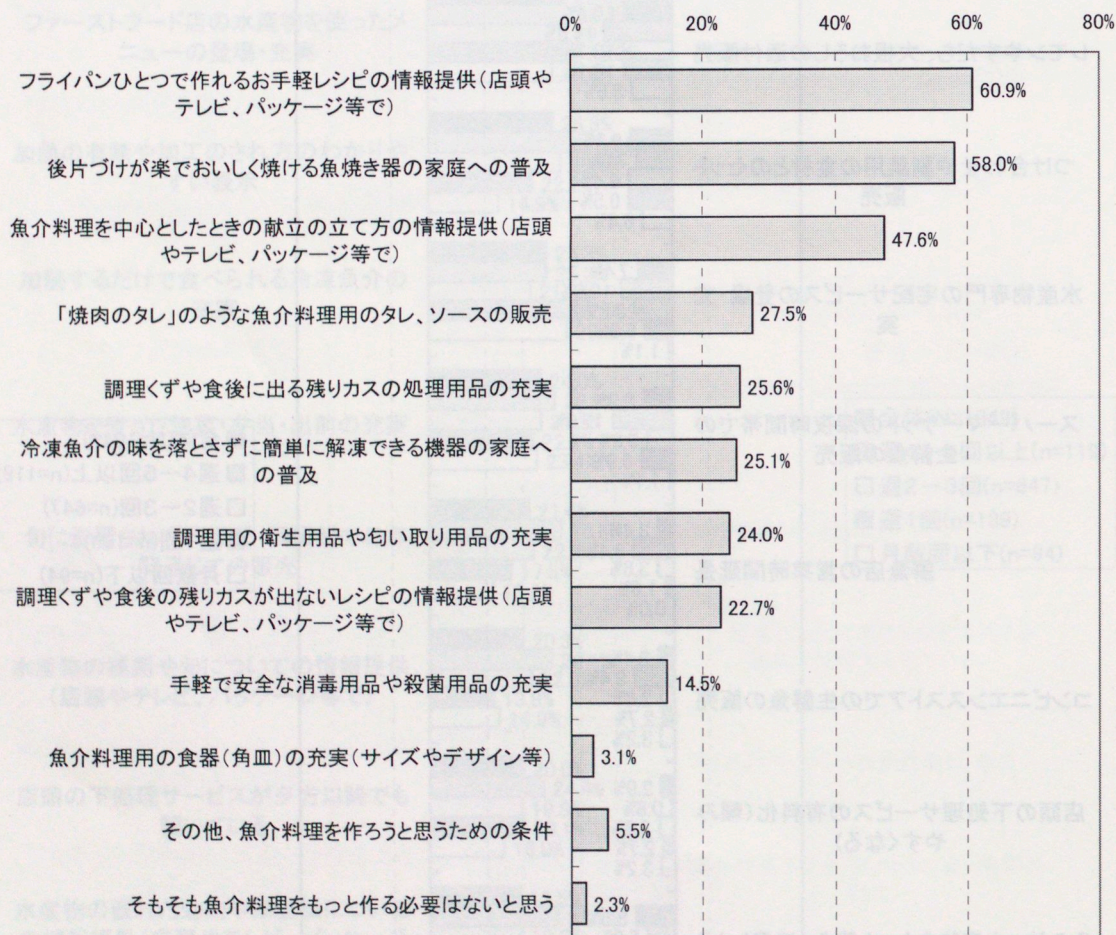
○どのような条件が整えばもっと魚介料理を作るか尋ねたところ、「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」が60.9%、「後片づけが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」が58.0%と、魚介料理が“手軽”に作れるようになることが、調理頻度の向上につながる条件とする人が過半数に達した。

○また、「魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」を、魚介料理の調理頻度向上の条件とした人はおよそ半数(47.6%)に上り、献立に関する情報提供を求める声も多い。

○「そもそも魚介料理をもっと作る必要はないと思う」と回答した人は全体の2.3%にとどまっており、魚介料理を家庭内で調理することへのニーズは高いと言える。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件 [全体] (複数回答)

(N=1051)

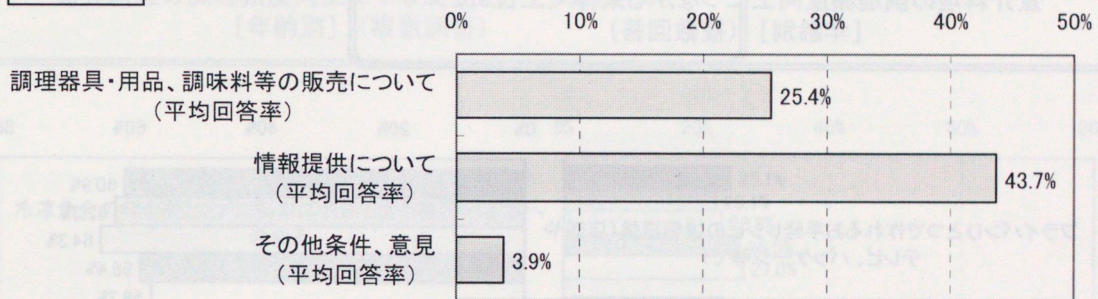


3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

- 魚介料理の調理頻度向上の条件をカテゴリー別にみると、店頭やテレビ、パッケージ等でのレシピ、献立に関する「情報提供について」が平均回答率43.7%と高い。
- 「調理器具・用品、調味料等の販売について」の条件は平均回答率25.4%、「その他条件、意見」は平均回答率3.9%であった。

魚介料理の調理頻度向上条件カテゴリー別 [全体] (複数回答)

(N=1051)



条件	N	%	カテゴリー
後片づけが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及	610	58.0%	調理器具・用品、 調味料等の販売 について (平均回答率) 25.4%
冷凍魚介の味を落とさずに簡単に解凍できる機器の家庭への普及	264	25.1%	
調理用の衛生用品や匂い取り用品の充実	252	24.0%	
手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実	152	14.5%	
調理くずや食後に出る残リカスの処理用品の充実	269	25.6%	
「焼肉のタレ」のような魚介料理用のタレ、ソースの販売	289	27.5%	
魚介料理用の食器(角皿)の充実(サイズやデザイン等)	33	3.1%	情報提供について (平均回答率) 43.7%
魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)	500	47.6%	
フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)	640	60.9%	
調理くずや食後の残リカスが出ないレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)	238	22.7%	その他条件、意見 (平均回答率) 3.9%
その他、魚介料理を作ろうと思うための条件	58	5.5%	
そもそも魚介料理をもっと作る必要はないと思う	24	2.3%	

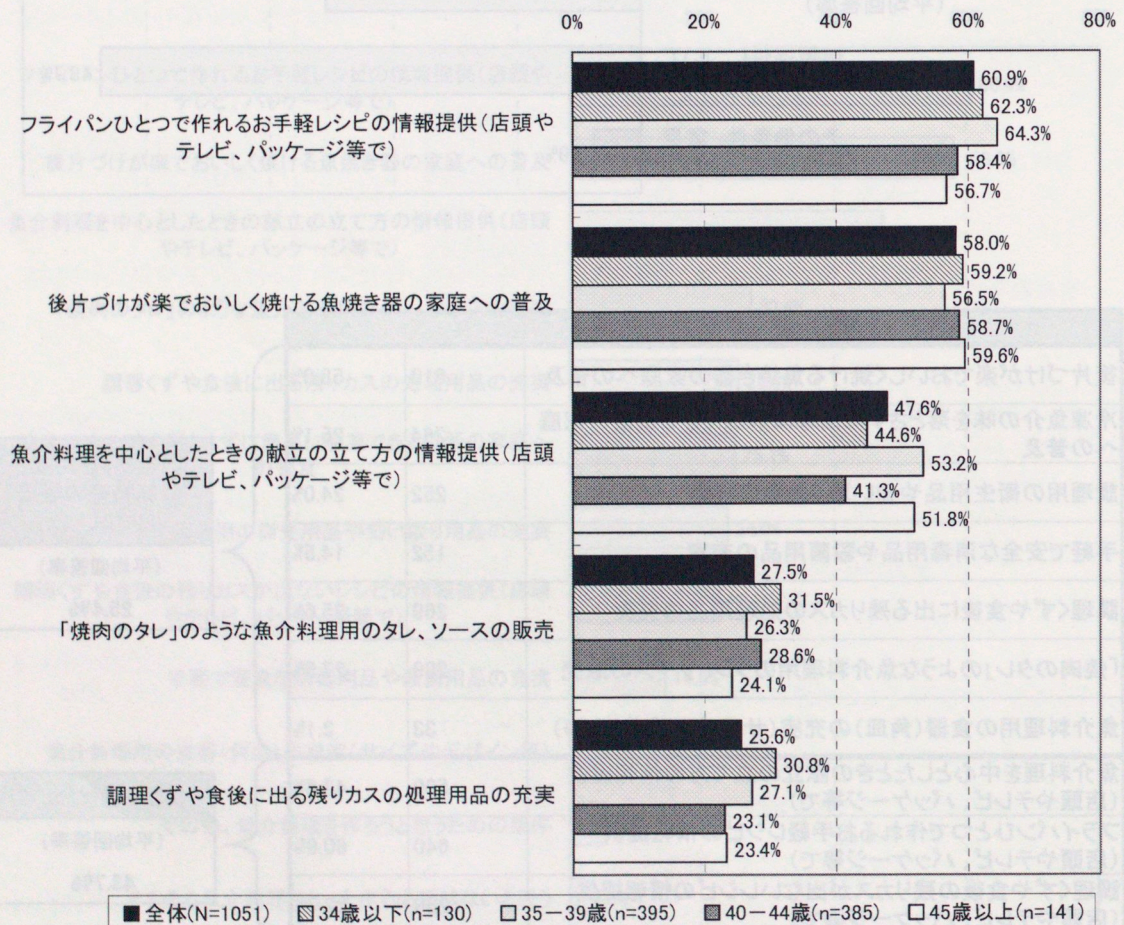
3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[年齢別]に見ると、全体1位の「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」、2位の「後片づけが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」を条件に挙げる人は、年代を問わず多く、各年齢層に共通したニーズと言える。

○「魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供」に対しては、「35-39歳」(53.2%)と「45歳以上」(51.8%)で多く、「『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売」には、「34歳以下」(31.5%)と「40-44歳」(28.6%)で他の年代よりも回答率が高い。

○「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」は、「34歳以下」が最も多く30.8%。年齢が上がるにつれて減少し、40代以上では2割強にとどまる。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位>
[年齢別] (複数回答)

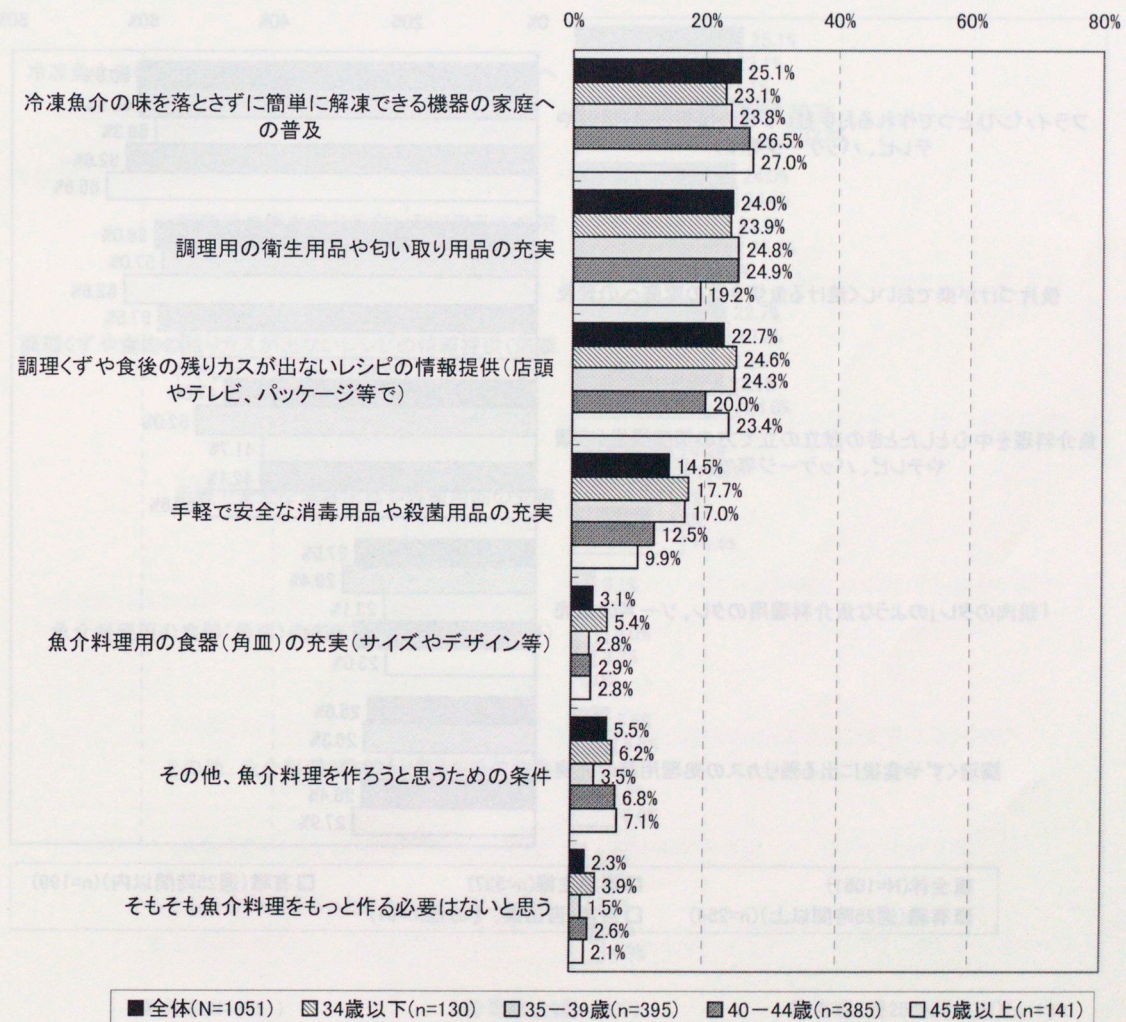


3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[年齢別]に見たその他の調理頻度向上条件では、「冷凍魚介の味を落とさずに簡単に解凍できる機器の家庭への普及」を挙げる人の割合が30代よりも40代でやや多い。

○また、年齢が高い層ほど衛生面を気にする人が少なく、「45歳以上」で「調理用の衛生用品や匂い取り用品の充実」(19.2%)や、「手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実」(9.9%)を条件とする人は、それぞれ全体より5ポイント程度低かった。

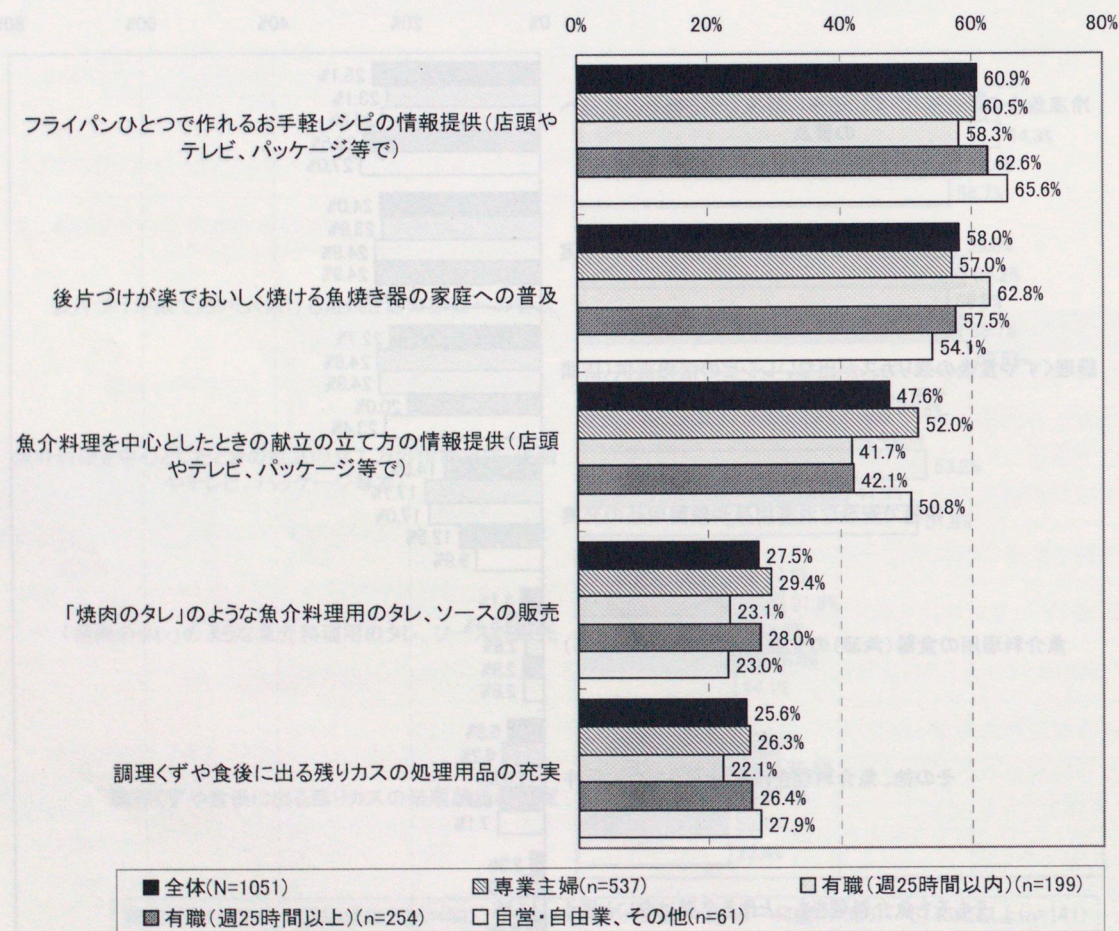
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下>
[年齢別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

- [職業別]に見ると、魚介料理の調理頻度向上条件の上位5つに関しては、職業による大きな差異や目立った傾向は認められない。
- 「専業主婦」と「自営・自由業、その他」では上位3つまでの回答率が過半数に達しており、いずれの条件に対してもニーズの高さがうかがえる。
- 「有職(週25時間以内)」においてのみ、1位「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」(62.8%)と、2位「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」(58.3%)の順位が[全体]の順位と入れ替わった。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位>
[職業別] (複数回答)



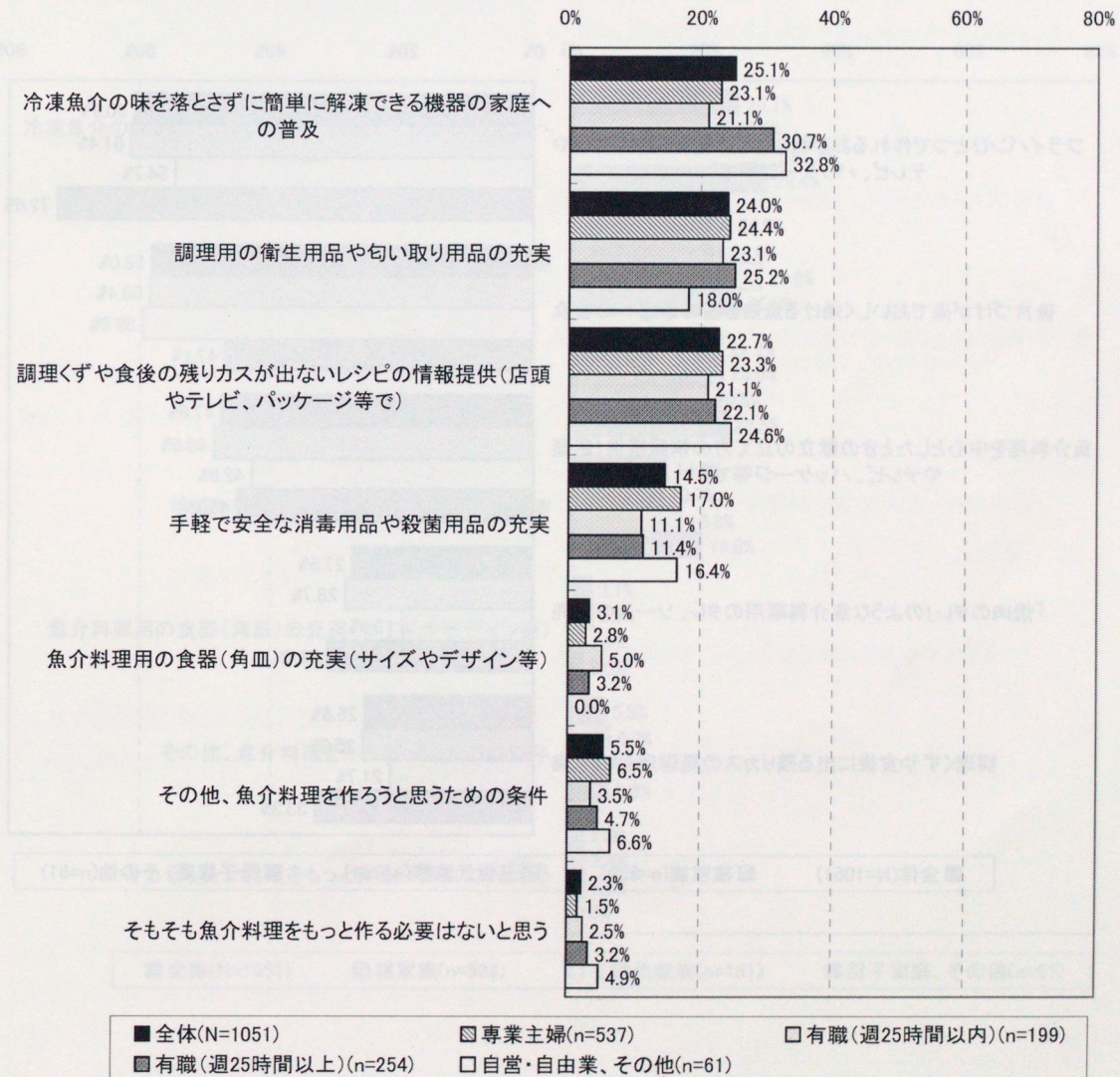
3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[職業別]に見たその他の調理頻度向上条件では、「冷凍魚介の味を落とさずに解凍できる機器の家庭への普及」を挙げた人が、「自営・自由業、その他」(32.8%)と、「有職(週25時間以上)」(30.7%)で多く、3割程度であった。

○「自営・自由業、その他」と「有職(週25時間以上)」に限ってみると、全体4位の『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売(自:23.0%、有:28.0%)、5位の「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」(自:27.9%、有:26.4%)を、全体6位の「冷凍魚介の味を落とさずに解凍できる機器の家庭への普及」が上回っている(自:32.8%、有:30.7%)。

(自…「自営・自由業、その他」 有…「有職(週25時間以上)」)

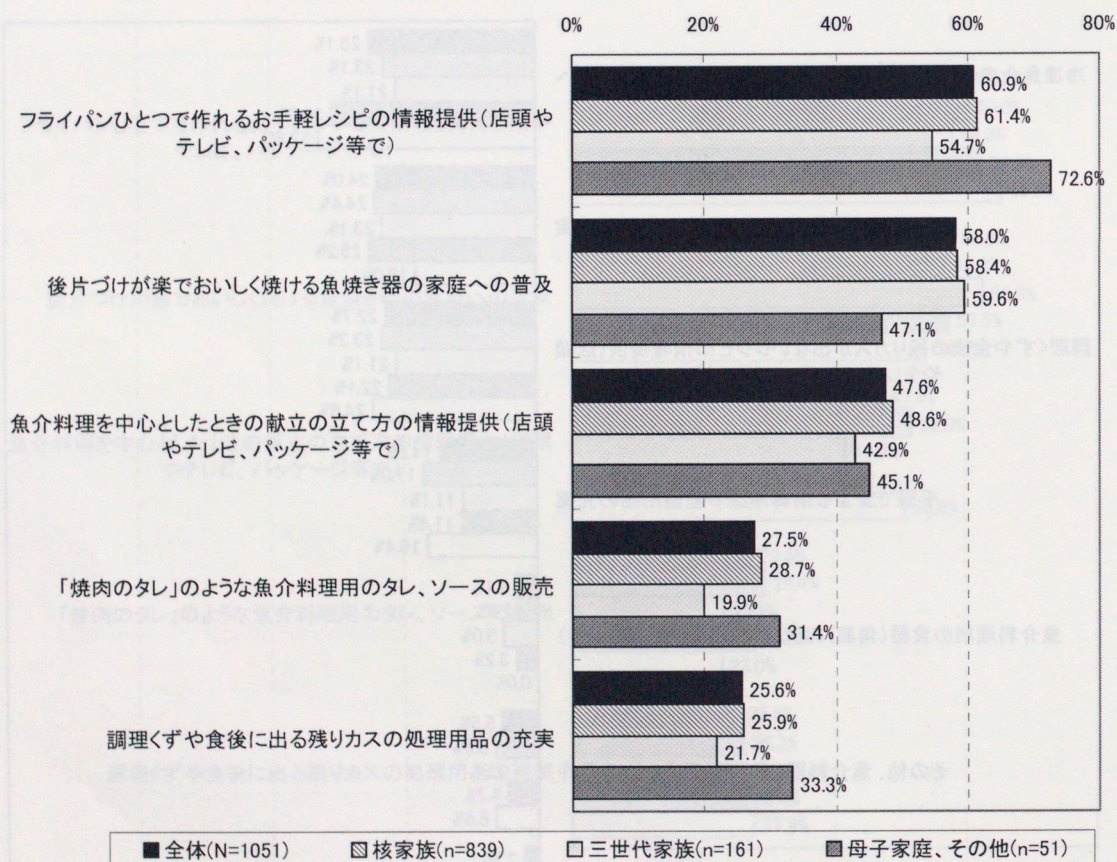
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下> [職業別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

- [世帯形態別]で差が見られたのは、『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売。「核家族」や「母子家庭」では3割程度だが、「三世代家族」では2割にとどまる。
- 「三世代家族」では、「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」が59.6%でトップ。上位(1位2位)が[全体]と入れ替わっている。
- 「母子家庭」では、「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」へのニーズが72.6%で最も高い。また、「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」も33.3%と他の世帯形態より回答率が高い。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位>
[世帯形態別] (複数回答)

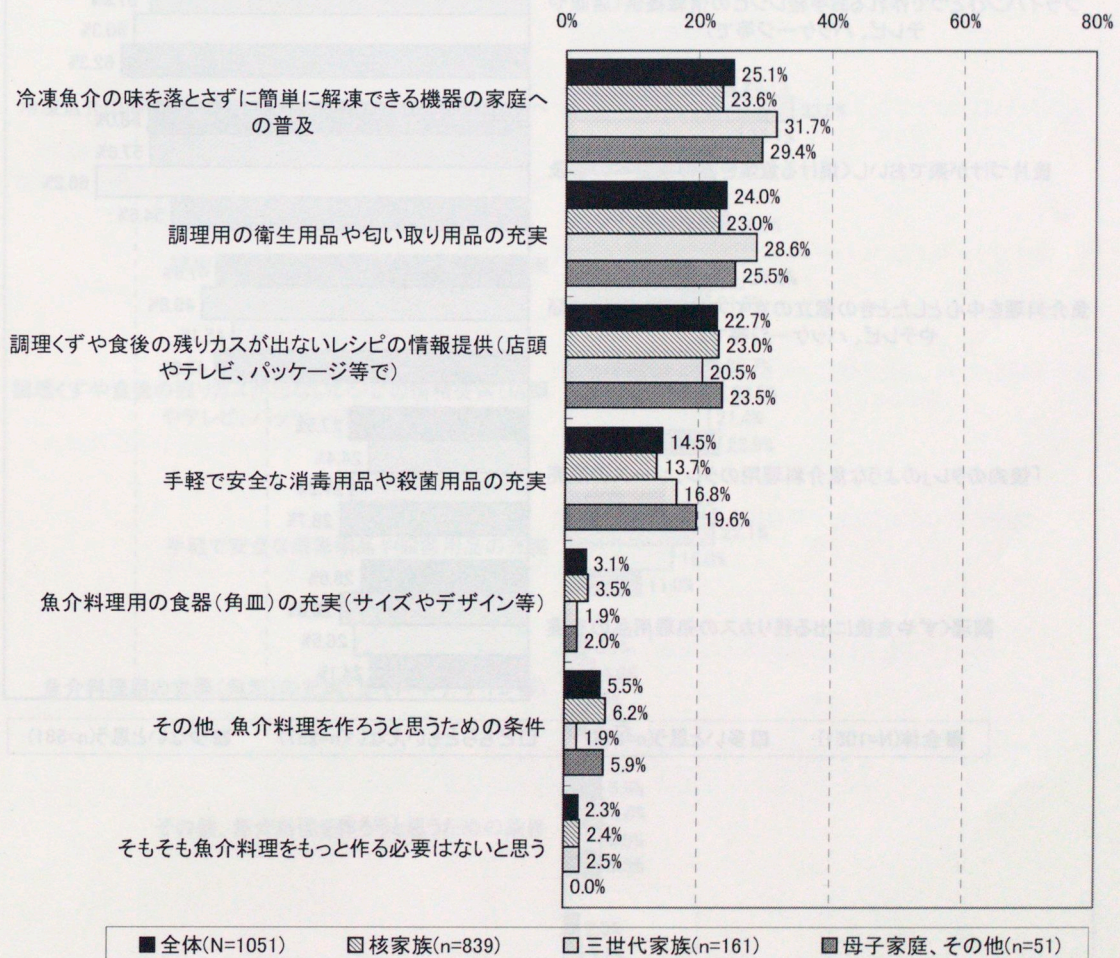


3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[世帯形態別]で見たその他の魚介料理の調理頻度向上につながる条件では、「冷凍魚介の味を落とさずに解凍できる機器の家庭への普及」が「三世代家族」で31.7%、「母子家庭」で29.4%とやや高い。

○「そもそも魚介料理をもっと作る必要はないと思う」と回答した人は「母子家庭」では皆無であった。

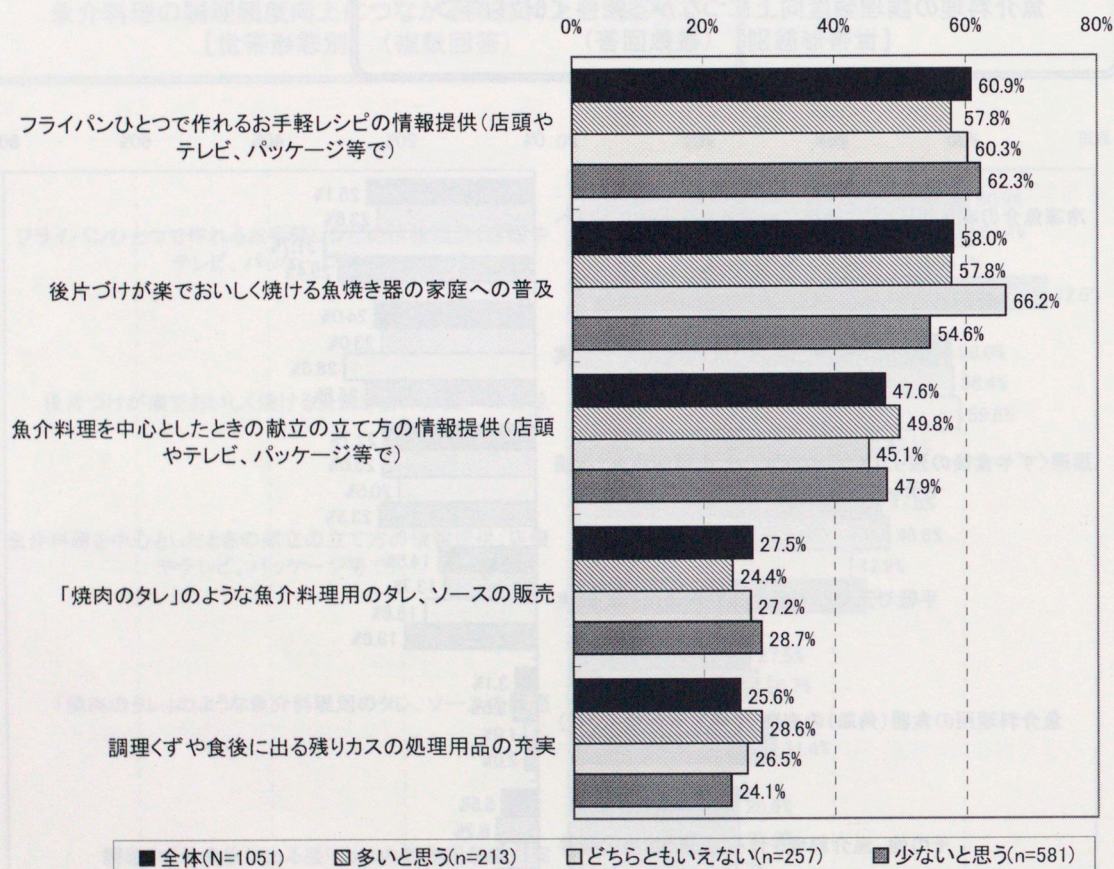
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下>
[世帯形態別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別にみると、魚介料理の調理頻度向上条件の上位5つに関しては、目立った傾向はみとめられないものの、調理・消費頻度が「少ないと思う」層の方が「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」、「『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売」に対するニーズが高くなっている。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位>
[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別]にその他の魚介料理の調理頻度向上条件を見ると、魚介料理の調理・消費が「多いと思う」人ほどより衛生面を気にする傾向にある。

「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」・・・（多：28.6%→ど：26.5%→少：24.1%）

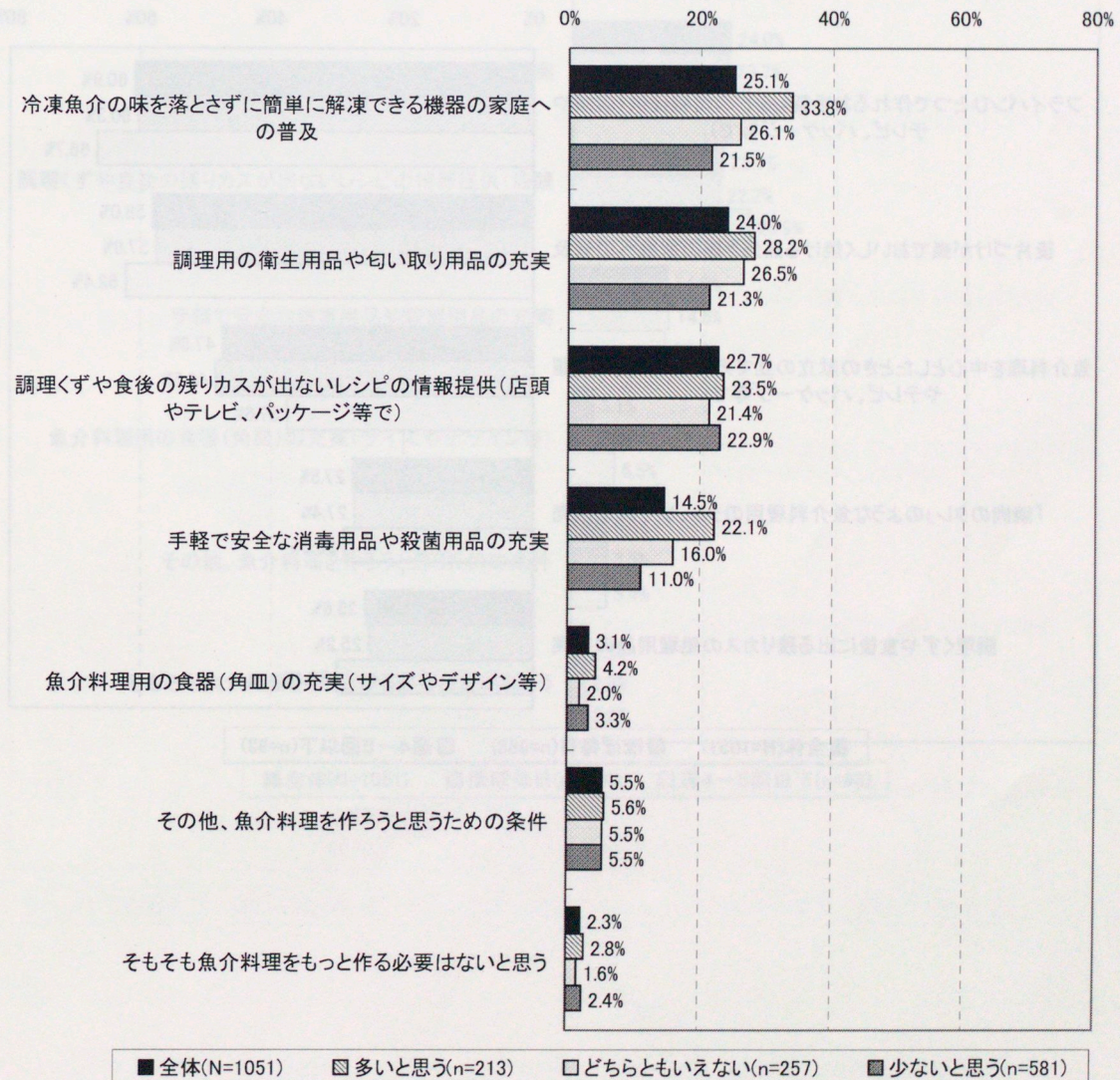
「調理用の衛生用品や匂い取り用品の充実」・・・（多：28.2%→ど：26.5%→少：21.3%）

「手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実」・・・（多：22.1%→ど：16.0%→少：11.0%）

○また、「冷凍魚介の味を落とさずに解凍できる機器の家庭への普及」も魚介料理の調理・消費が「多いと思う」人でよりニーズが高くなっている（多：33.8%→ど：26.1%→少：21.5%）。

（多・・・「多いと思う」 ど・・・「どちらともいえない」 少・・・「少ないと思う」）

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下>
[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別]（複数回答）



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[夕食調理頻度別]に見ると、「週4-5回以下」の層に、調理・後片付けとも手間をかけずに済ませたい傾向が強いと思われる。

「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」・・・(毎日:60.3%→それ以下:66.7%)

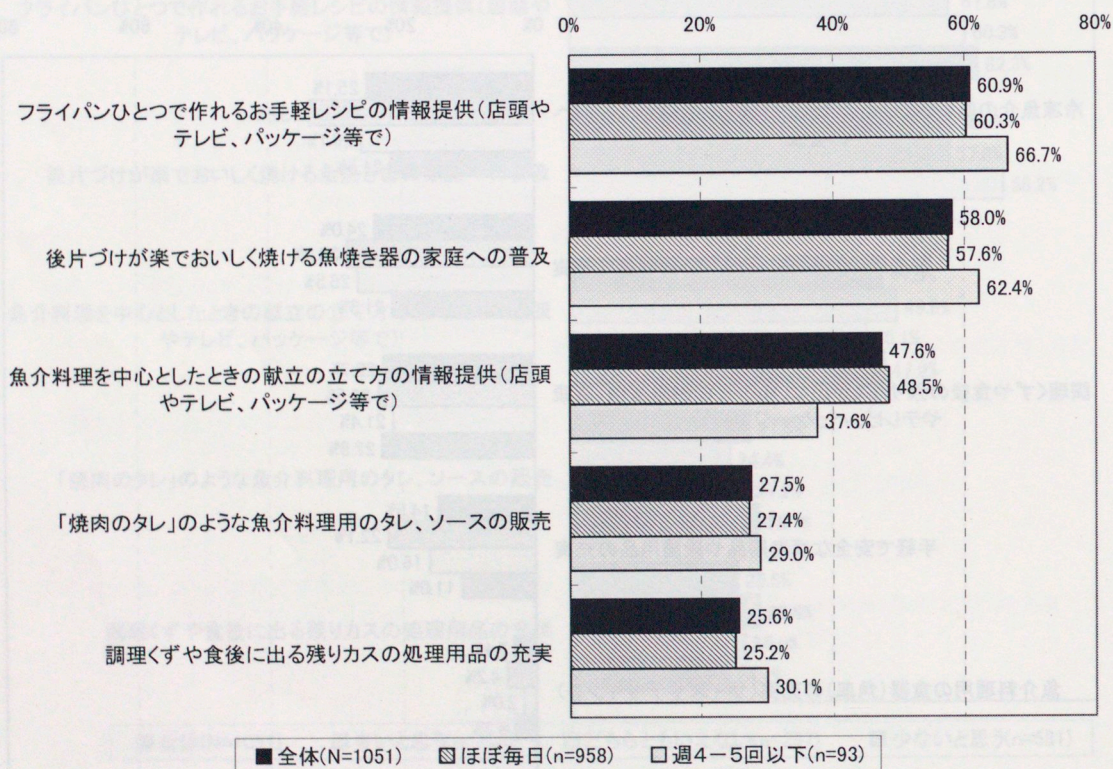
「後片付けが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及」・・・(毎日:57.6%→それ以下:62.4%)

「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」・・・(毎日:25.2%→それ以下:30.1%)

「調理くずや食後の残りカスが出ないレシピの情報提供」・・・(毎日:22.2%→それ以下:26.9%)

○夕食を「ほぼ毎日」作っている層では、「魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供」の回答率が半数近い(48.5%)が、「週4-5回以下」の層では37.6%で、4割に満たない。

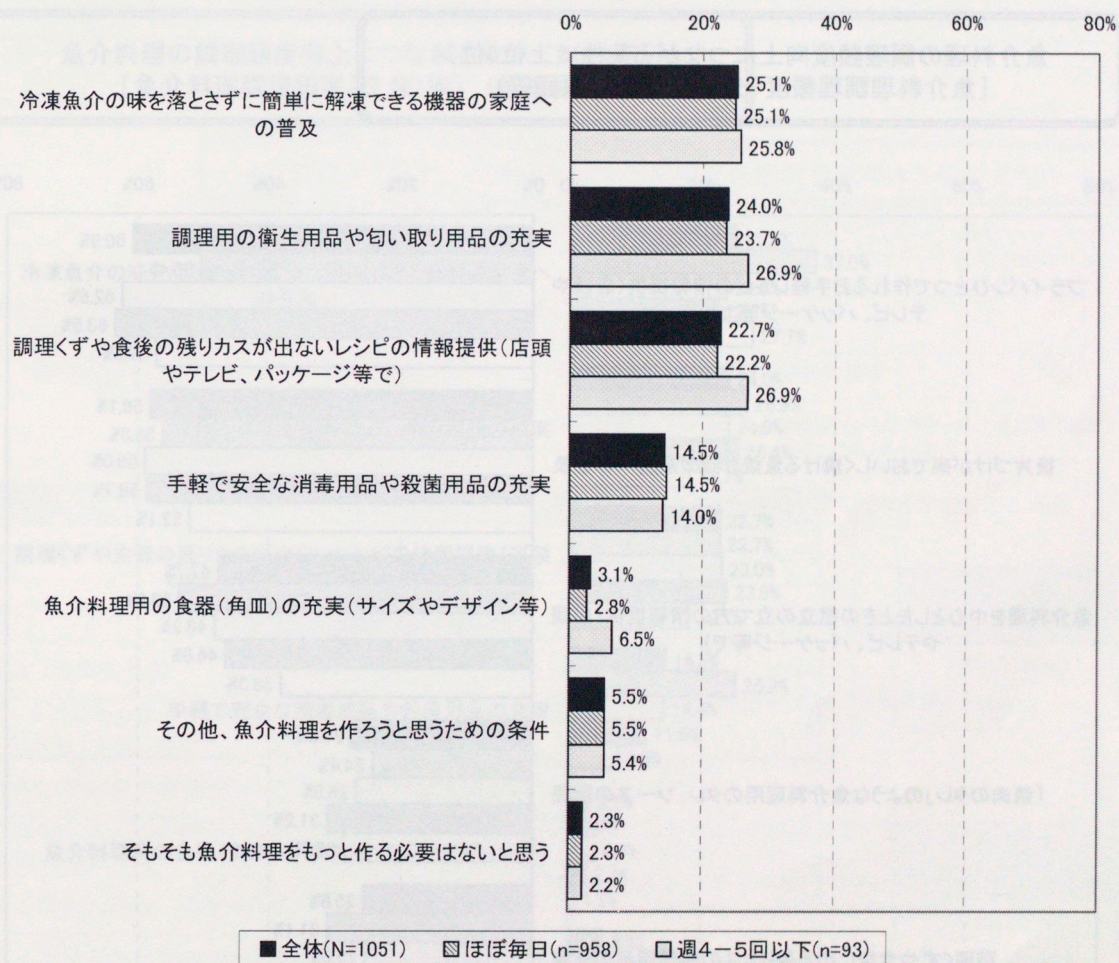
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位> [夕食調理頻度別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

○[夕食調理頻度別]にその他の魚介料理の調理頻度向上条件をみると、調理後の簡便さへのニーズは前述した通りだが、その他の条件には目立った差異はみとめられない。

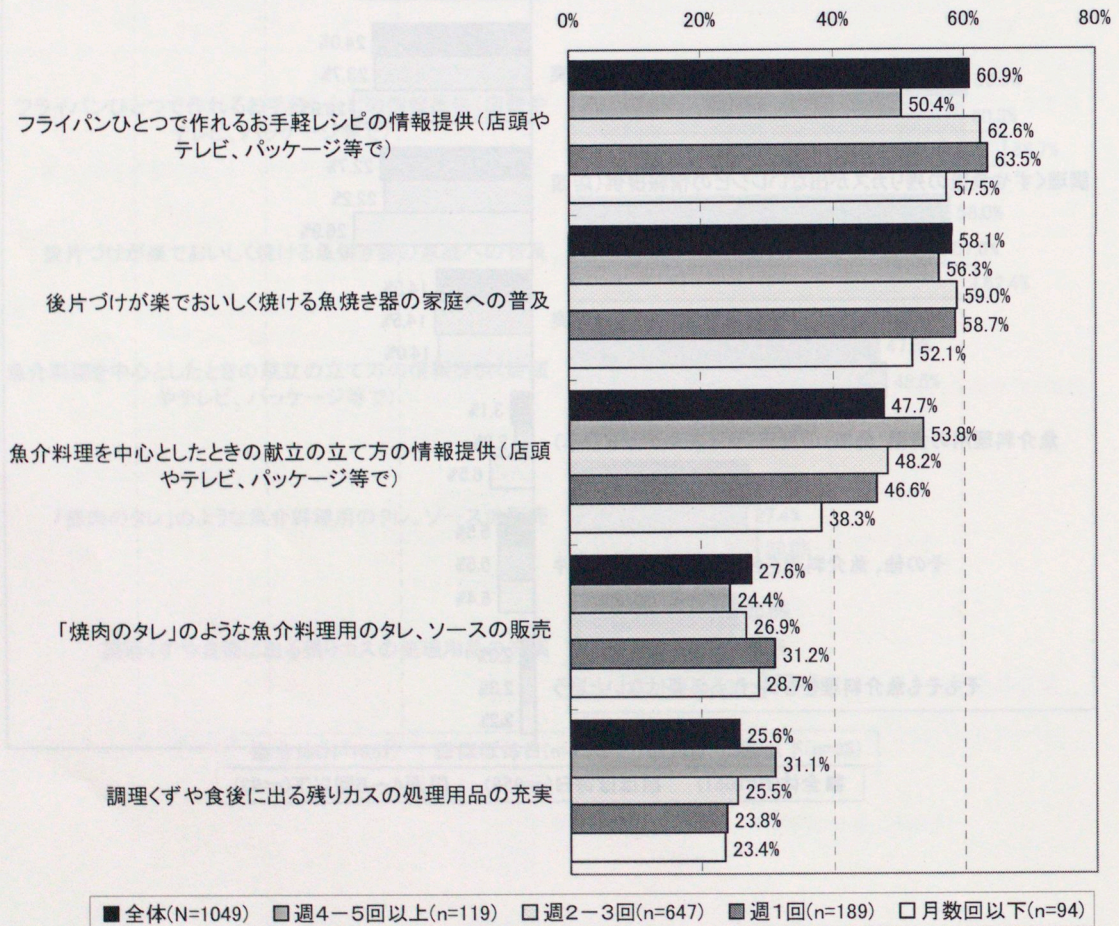
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下>
[夕食調理頻度別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

- [魚介料理調理頻度(夕食)別]に見ると、「フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供」は、「週2-3回」(62.6%)、「週1回」(63.5%)では6割を超え、「月数回以下」でも57.5%と高いニーズがみられた。「週4-5回以上」では50.4%で、最も少なくなっている。
- 「魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供」は、[夕食調理頻度別]と同様に、夕食に魚介料理を調理する頻度が高い人ほど多い。
- また、夕食に魚介料理を調理する頻度が高い人ほど、「調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実」へのニーズも高くなる傾向がある。
- 「『焼肉のタレ』のような魚介料理用のタレ、ソースの販売」に対しては、「週4-5回」が24.4%と最も少なく、調理頻度が下がるに連れて「週2-3回」26.9%→「週1回」31.2%とニーズが高くなる。「月数回以下」は28.7%であった。

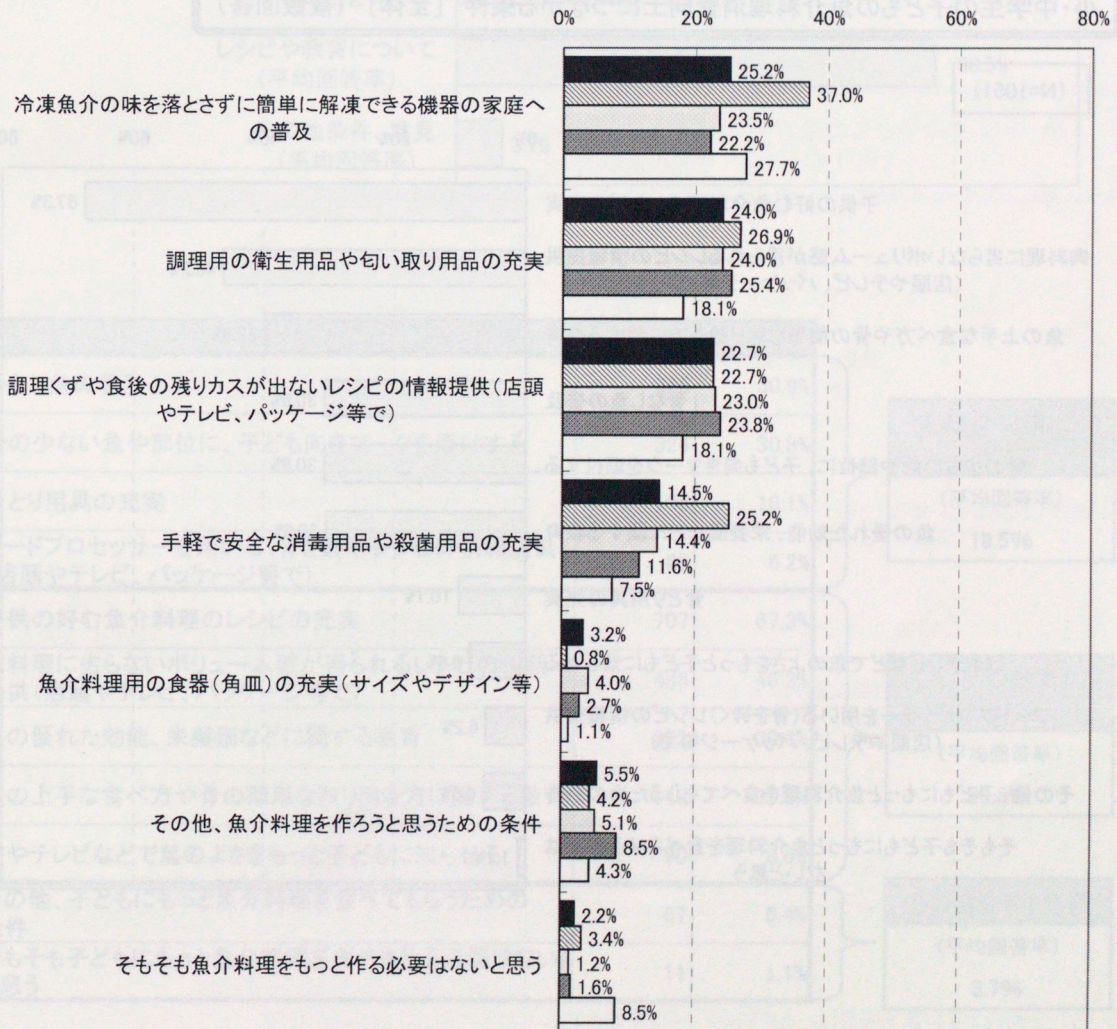
魚介料理の調理頻度向上につながる条件<上位5位>
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答)



3-2 魚介料理の調理頻度向上につながる条件 つづき

- [魚介料理調理頻度(夕食)別]にその他の魚介料理の調理頻度向上条件を見ると、「冷凍魚介の味を落とさずに解凍できる機器の家庭への普及」は「週4-5回以上」で37.0%であり、ほかの調理頻度の層と比べて高い。
- 夕食で魚介料理を調理する頻度が高くなるほど、「手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実」を条件として挙げる人が多くなる。調理頻度の最も高い「週4-5回以上」(25.2%)と最も低い「月数回以下」(7.5%)を比べると、その差は15ポイント以上に及んでいる。魚介料理の調理頻度が高い人ほど衛生面が気になると推測される。
- 「そもそも魚介料理をもっと作る必要はないと思う」とした人は「月数回以下」では8.5%で、回答率が高い。

魚介料理の調理頻度向上につながる条件<6位以下>
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答)

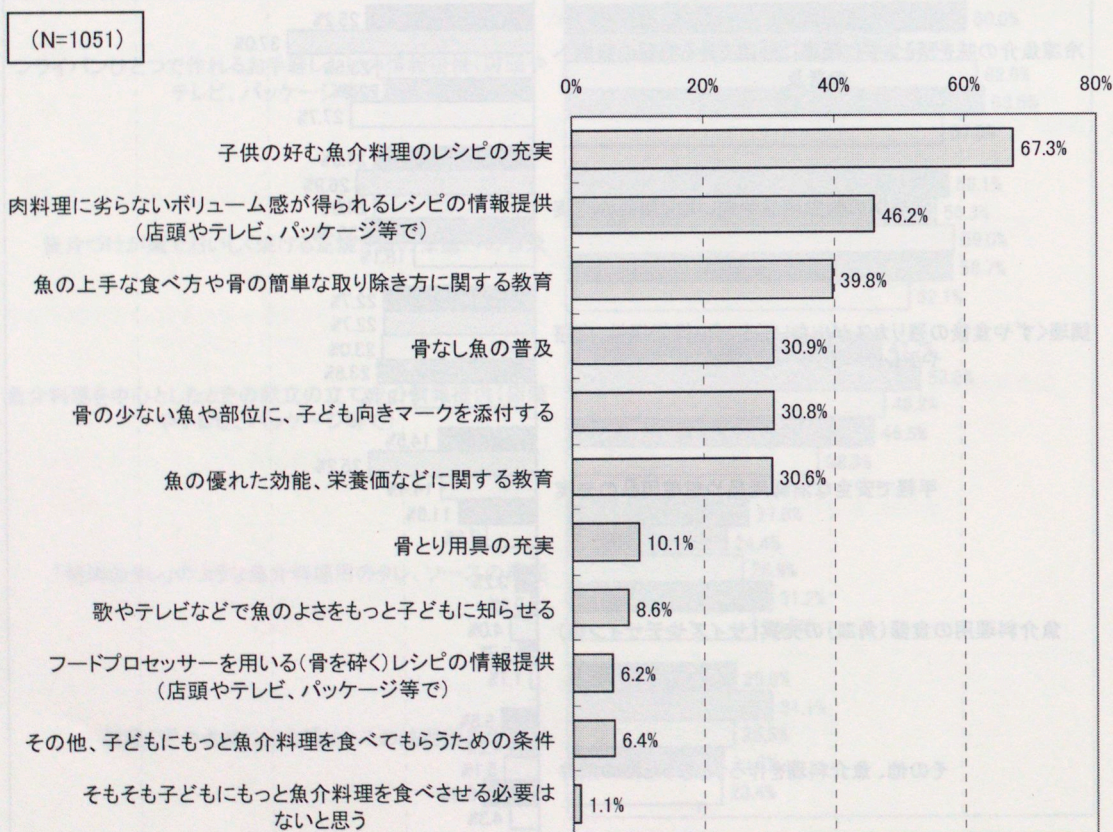


■全体(N=1049) □週4-5回以上(n=119) □週2-3回(n=647) ■週1回(n=189) □月数回以下(n=94)

3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件

- どのような条件が整えば小・中学生の子どもにもっと魚介料理を食べてもらえると思うか(もしくは、子どものために魚介料理を作るか)尋ねたところ、「子供の好む魚介料理のレシピの充実」が67.3%と圧倒的であった。
- 「肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)」を子どもの魚介料理消費向上につながる条件とする人も46.2%で、約半数。
- また、「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」(39.8%)、「骨なし魚の普及」(30.9%)、「骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する」(30.8%)といった、子どもが魚介料理を嫌う要因となりうる“骨”を取り除くための対策が必要とする人も多い。
- 「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」が、子どもの魚介料理消費向上につながるとする人も3割に上っている。
- 「そもそも子どもにもっと魚介料理を食べさせる必要はないと思う」とした人は、わずか1.1%。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 [全体] (複数回答)

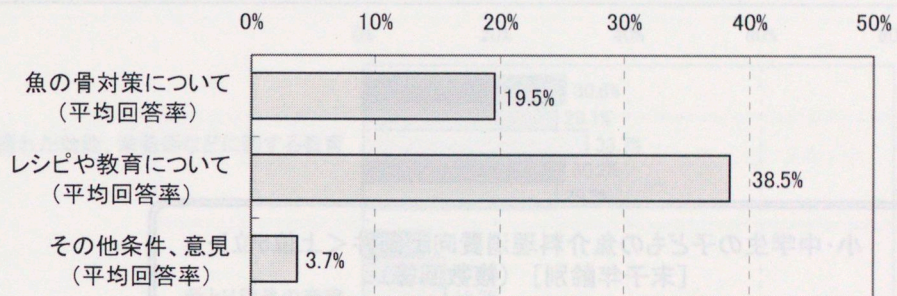


3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○子どもの魚介料理消費向上の条件をカテゴリー別にみると、「レシピや教育について」を条件に挙げる人が平均回答率38.5%で、「魚の骨対策について」(19.5%)のほぼ2倍にあたる。「その他条件、意見」は平均回答率3.7%であった。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件カテゴリー別
[全体] (複数回答)

(N=1051)

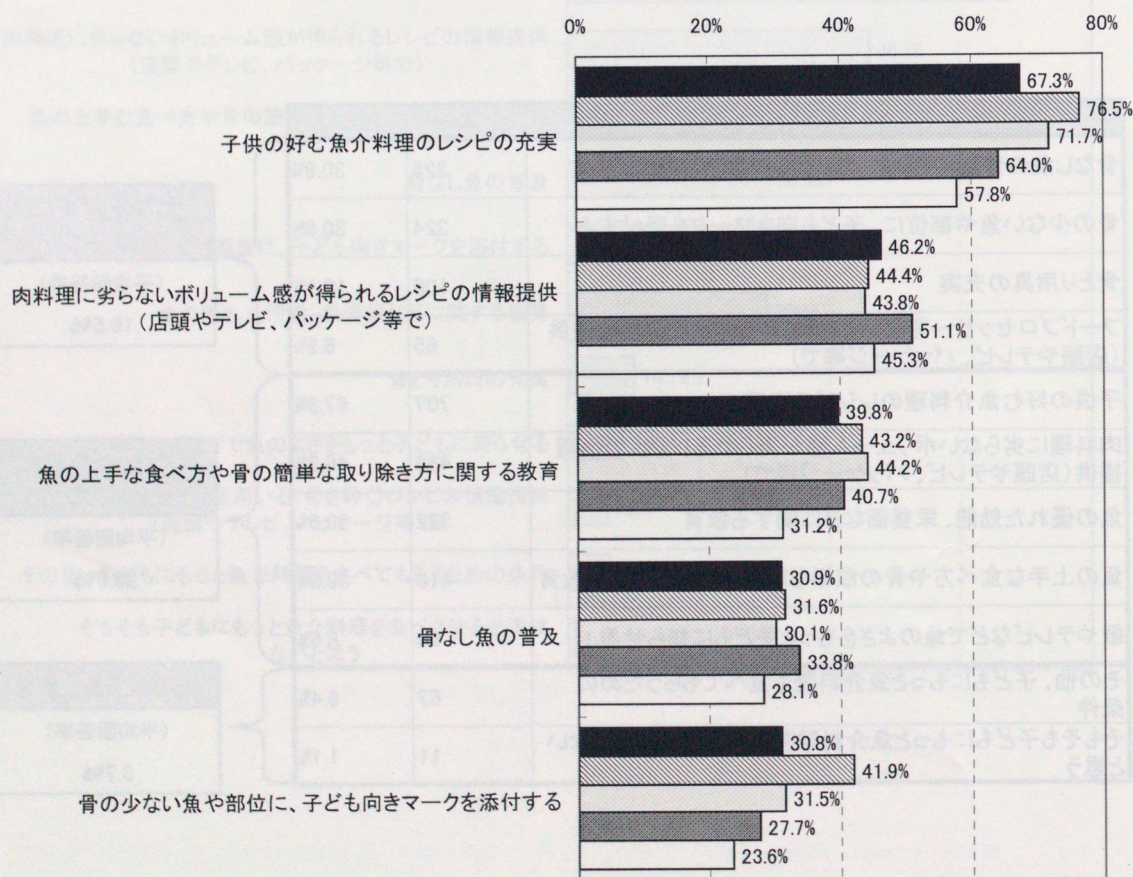


条件	N	%	カテゴリー
骨なし魚の普及	325	30.9%	魚の骨対策について (平均回答率) 19.5%
骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する	324	30.8%	
骨とり用具の充実	106	10.1%	
フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)	65	6.2%	
子供の好む魚介料理のレシピの充実	707	67.3%	レシピや教育について (平均回答率) 38.5%
肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)	486	46.2%	
魚の優れた効能、栄養価などに関する教育	322	30.6%	
魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育	418	39.8%	その他条件、意見 (平均回答率) 3.7%
歌やテレビなどで魚のよさをもっと子どもに知らせる	90	8.6%	
その他、子どもにもっと魚介料理を食べてもらうための条件	67	6.4%	
そもそも子どもにもっと魚介料理を食べさせる必要はないと思う	11	1.1%	

3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [末子年齢別]に見ると、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は、末子の年齢が「小学校入学前」の場合、76.5%と突出し、末子の年齢が上がるにつれて回答率は下がる。
- また、「小学校入学前」の子供のいる家庭でニーズが高い対策には「骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する」(41.9%)が挙げられる。一方で「骨なし魚の普及」に対しては「小学校高学年」(33.8%)が最も多くなっており、「骨」を取り除く販売形態へのニーズは、末子が幼児の場合のみとは限らない。
- 「肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供」については、末子が「小学校高学年」の家庭で最も高く、51.1%であった。その他は末子年齢に関係なく、4割程度の回答を得ている。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」は、末子が「中学生」になるとやや回答率が下がる。その他の層では4割を超えているのに対し、末子が「中学生」の層では31.2%にとどまる。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<上位5位>
[末子年齢別] (複数回答)



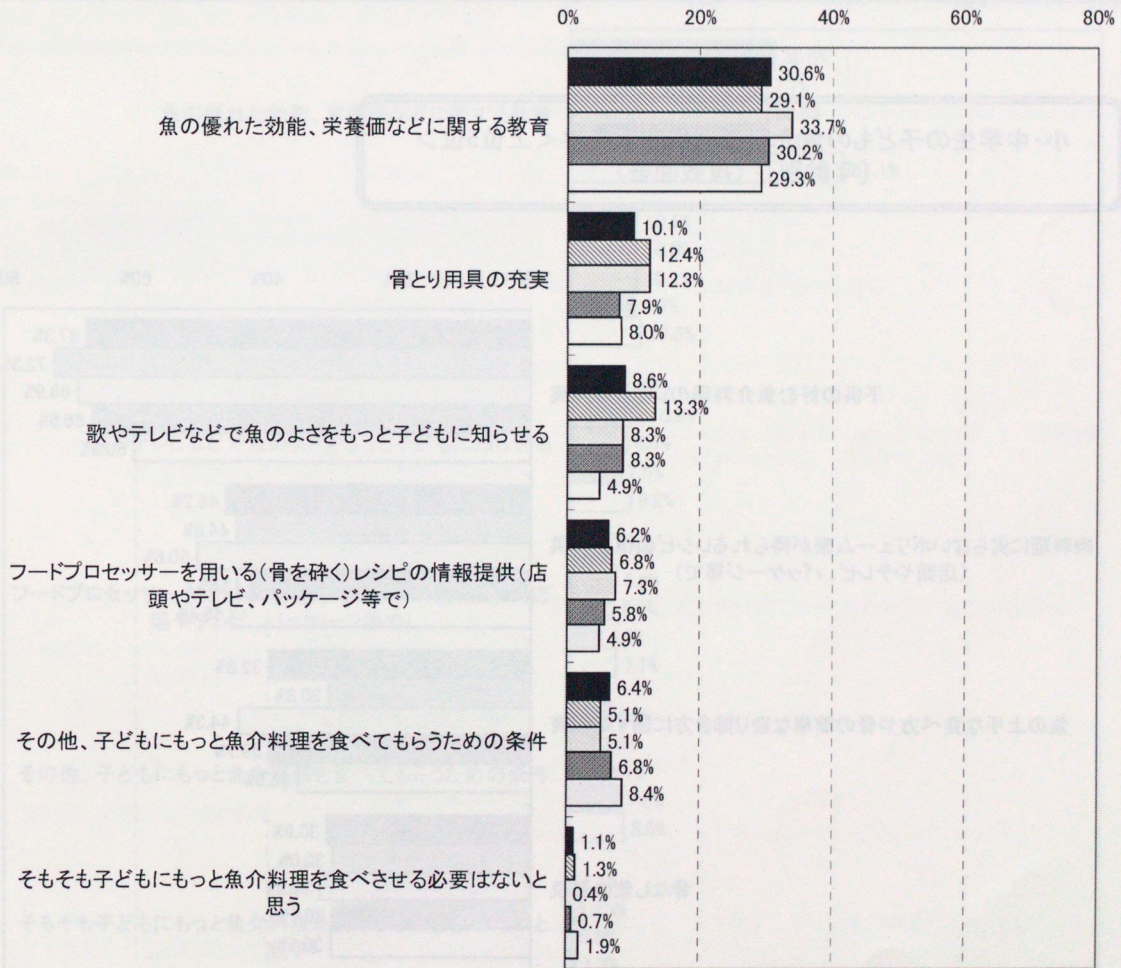
■ 全体(N=1051) □ 小学校入学前(n=234) □ 小学校低学年(n=276) ■ 小学校高学年(n=278) □ 中学生(n=263)

3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○[末子年齢別]にその他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件を見ると、「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」に対しては、末子が「小学校低学年」の家庭で33.7%と最も高かった。その他は末子年齢に関係なくほぼ全体平均(30.6%)と同様の水準であった。

○「歌やテレビなどで魚のよさをもっと子どもに知らせる」ことへのニーズは、「小学校入学前」の子どもがいる世帯では13.3%が回答しているが、「中学生」では4.9%と大幅にダウンする。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[末子年齢別] (複数回答)

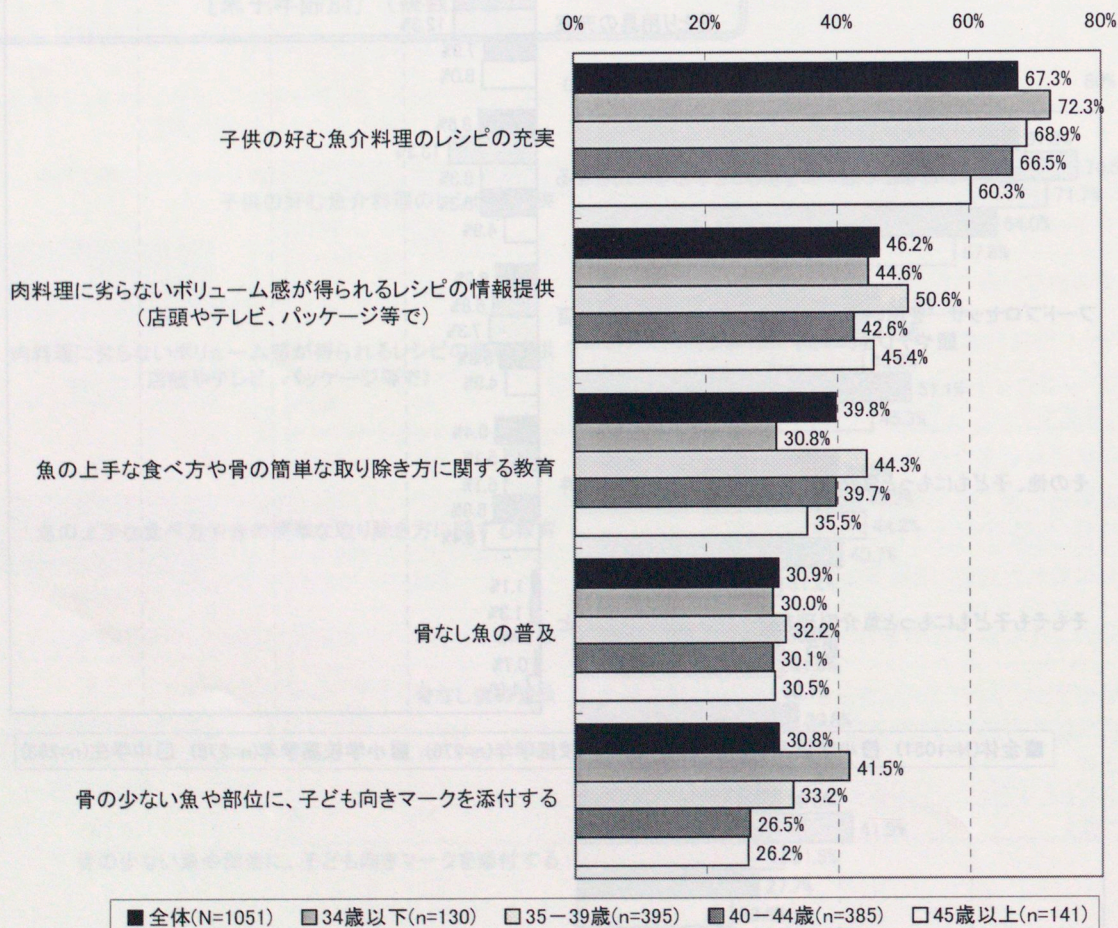


■全体(N=1051) ▨小学校入学前(n=234) □小学校低学年(n=276) ■小学校高学年(n=278) □中学生(n=263)

3-3 小・中学生の子ども魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [年齢別]に見ると、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は若い層ほど回答率が高く、「34歳以下」では72.3%に達しているが、最も年齢の高い「45歳以上」の層では60.3%と、10ポイント以上の差がみられた。
- 「肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供」は「35-39歳」が最も多く、50.6%であった。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」は、「35-39歳」の44.3%をピークに年齢が上がるにつれて徐々に3割台へと低下していく。「34歳以下」では30.8%であった。
- 「骨の少ない魚や部位に、こども向きマークを添付する」は、40代では2割強（「40-44歳」：26.5%、「45歳以上」：26.2%）にとどまるが、「34歳以下」では41.5%と突出している。「35-39歳」は33.2%であった。
- 一方、全体6位の「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」は、「45歳以上」で41.1%に上り、「45歳以上」の層に限れば3番目に回答率が高い。その他の年齢層では3割弱にとどまっている。

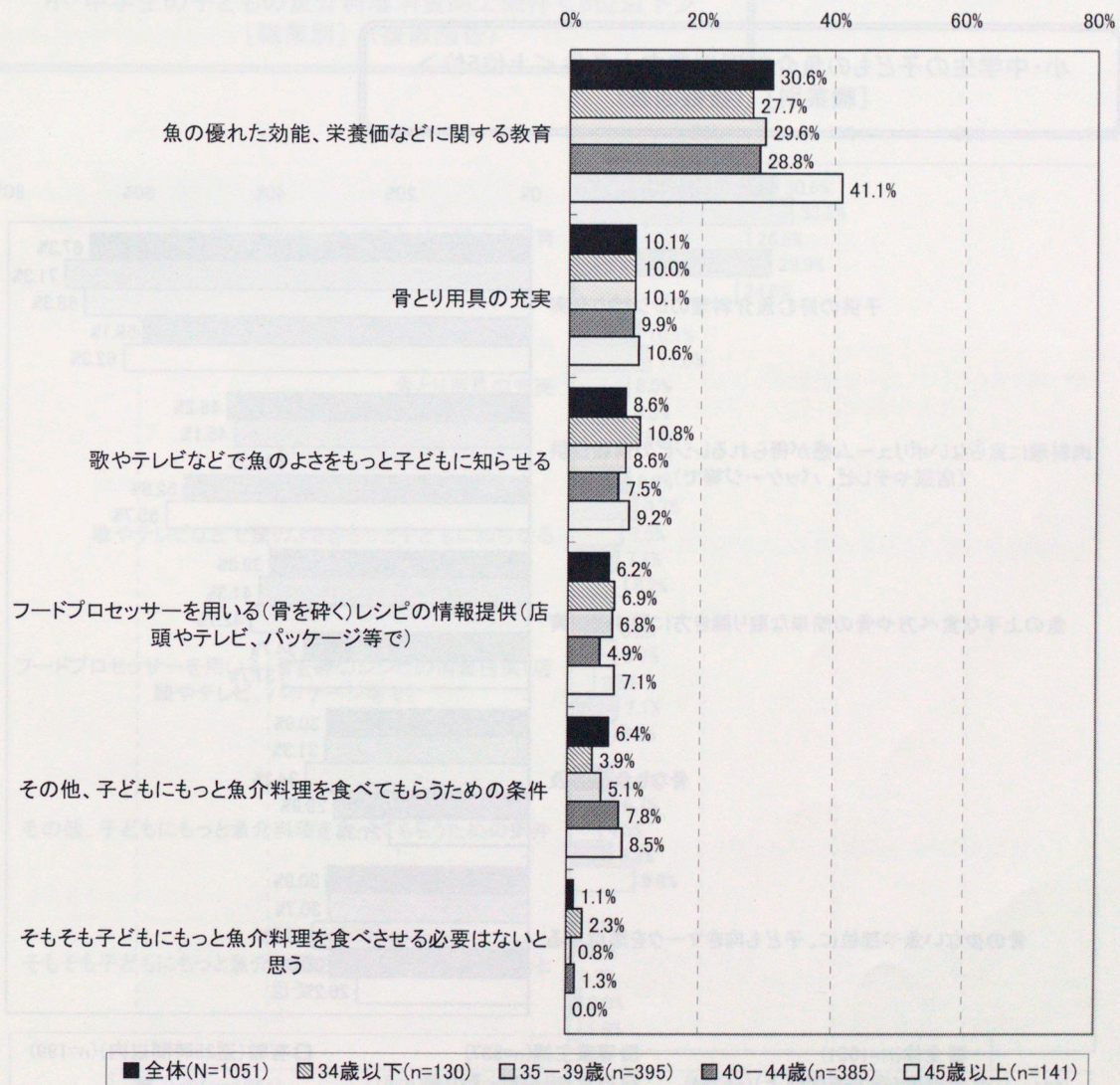
小・中学生の子ども魚介料理消費向上条件＜上位5位＞
[年齢別]（複数回答）



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [年齢別]にその他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件を見ると、「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」の年齢差については前述した通りである。
- 「その他、子どもにもっと魚介料理を食べてもらうための条件」では「45歳以上」8.5%に対して、年齢が下がるほど回答率が低くなり、「34歳以下」では3.9%にとどまる。

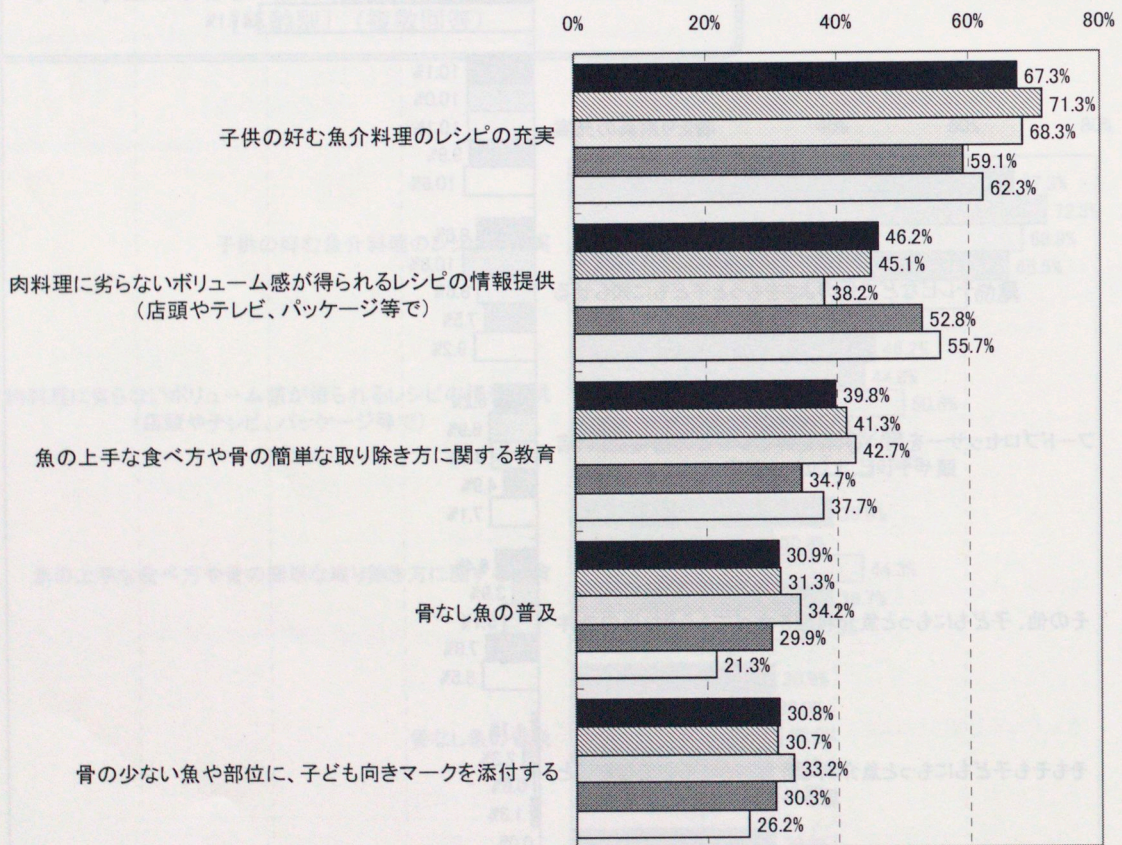
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[年齢別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [職業別]に見ると、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は、「専業主婦」(71.3%)、「有職(週25時間以内)」(68.3%)の順で高い。「有職(週25時間以上)」では59.1%と最も低かった。
- 「肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供」は、「自営・自由業、その他」(55.7%)、「有職(週25時間以上)」(52.8%)で多く、「有職(週25時間以内)」では38.2%と最も低かった。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」は、「有職(週25時間以内)」(42.7%)、「専業主婦」(41.3%)、「自営・自由業、その他」(37.7%)、「有職(週25時間以上)」(34.7%)の順であった。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<上位5位>
[職業別] (複数回答)



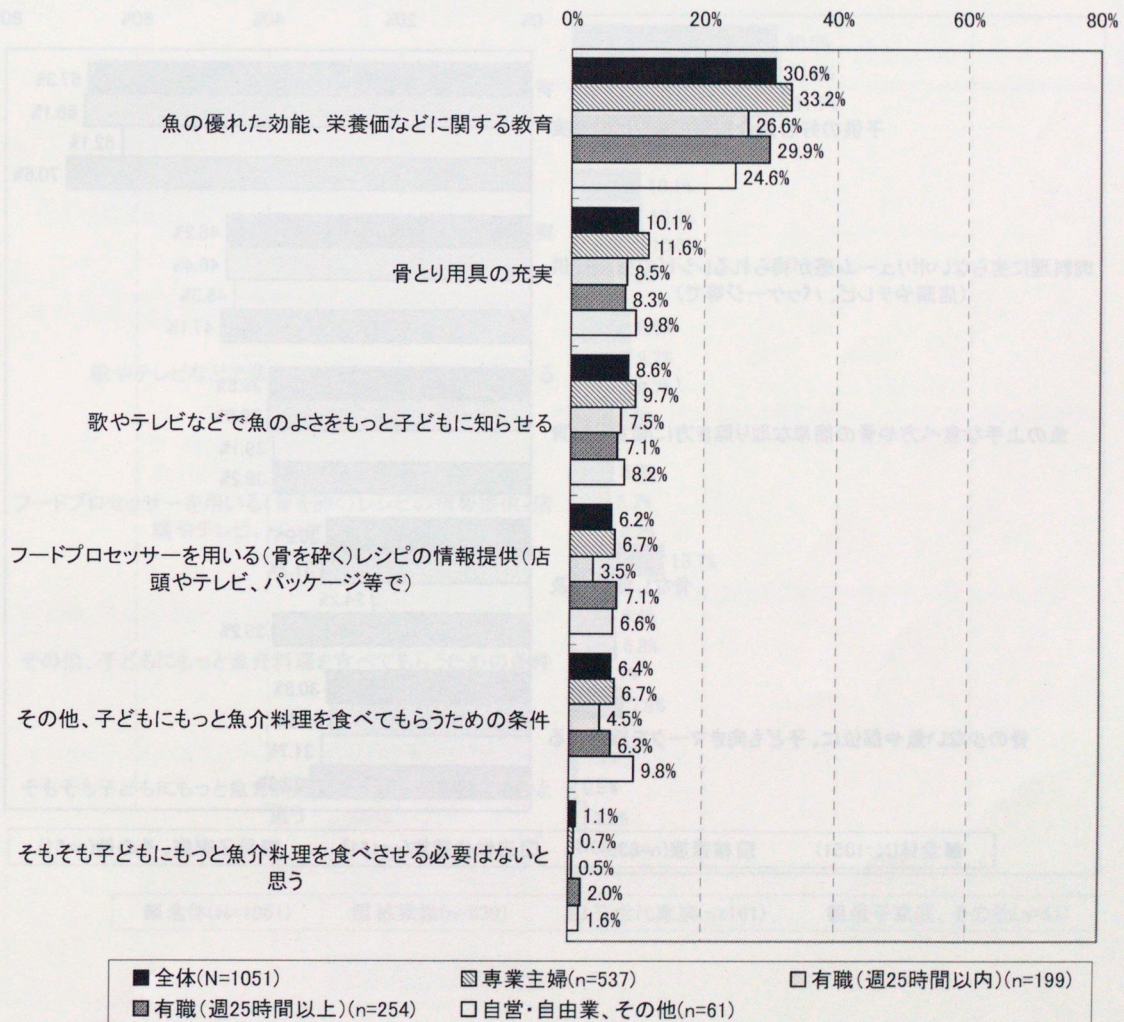
■ 全体(N=1051) ▨ 専業主婦(n=537) □ 有職(週25時間以内)(n=199)
 ▩ 有職(週25時間以上)(n=254) □ 自営・自由業、その他(n=61)

3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○[職業別]にその他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件を見ると、「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」は、「専業主婦」が最も多く33.2%、次いで「有職(週25時間以上)」の29.9%の順。

○その他の条件に関しては、職業による差は特に見受けられない。

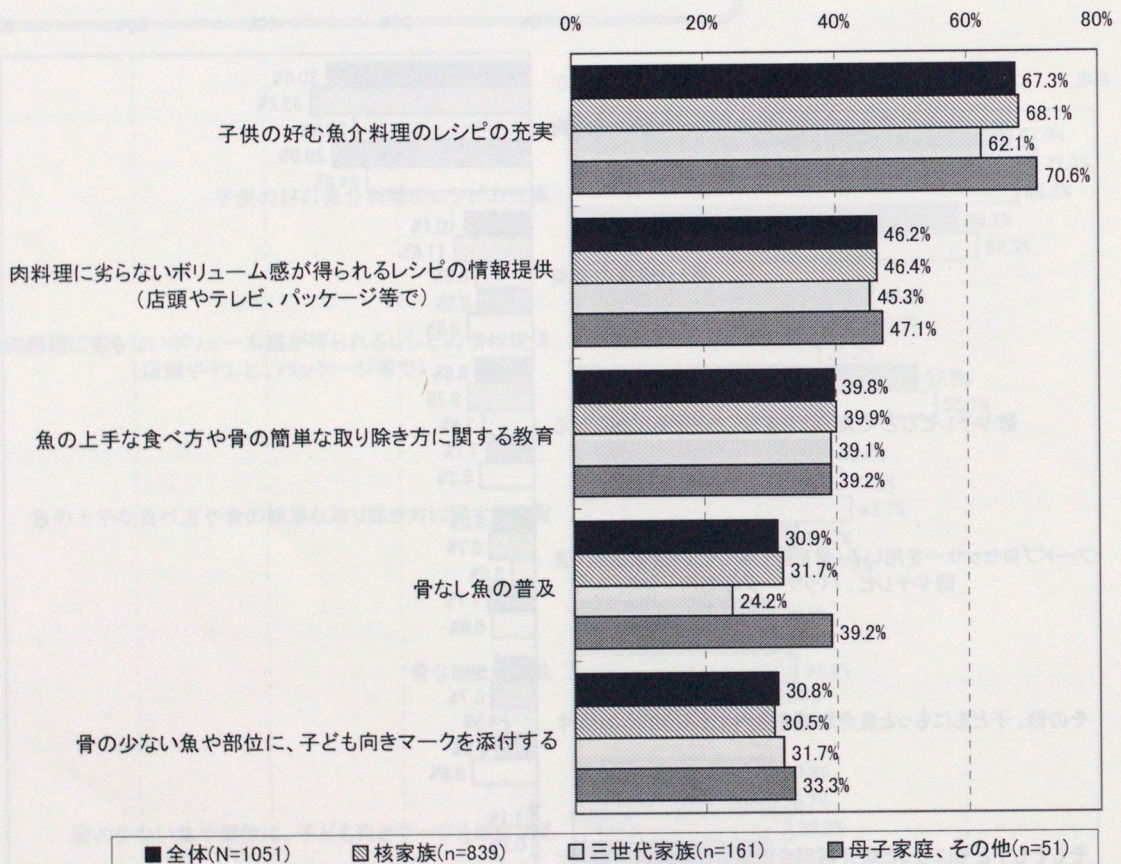
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[職業別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [世帯形態別]にみると、「核家族」はいずれの条件も全体平均とほぼ同率であった。
- 「三世代家族」では、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」(62.1%)、「骨なし魚の普及」(24.2%)に関して他の世帯形態よりも低い回答率であった。
- 「母子家庭、その他」では、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」(70.6%)、「骨なし魚の普及」(39.2%)、「骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する」(33.3%)が、他の世帯形態よりも回答率が高かった。

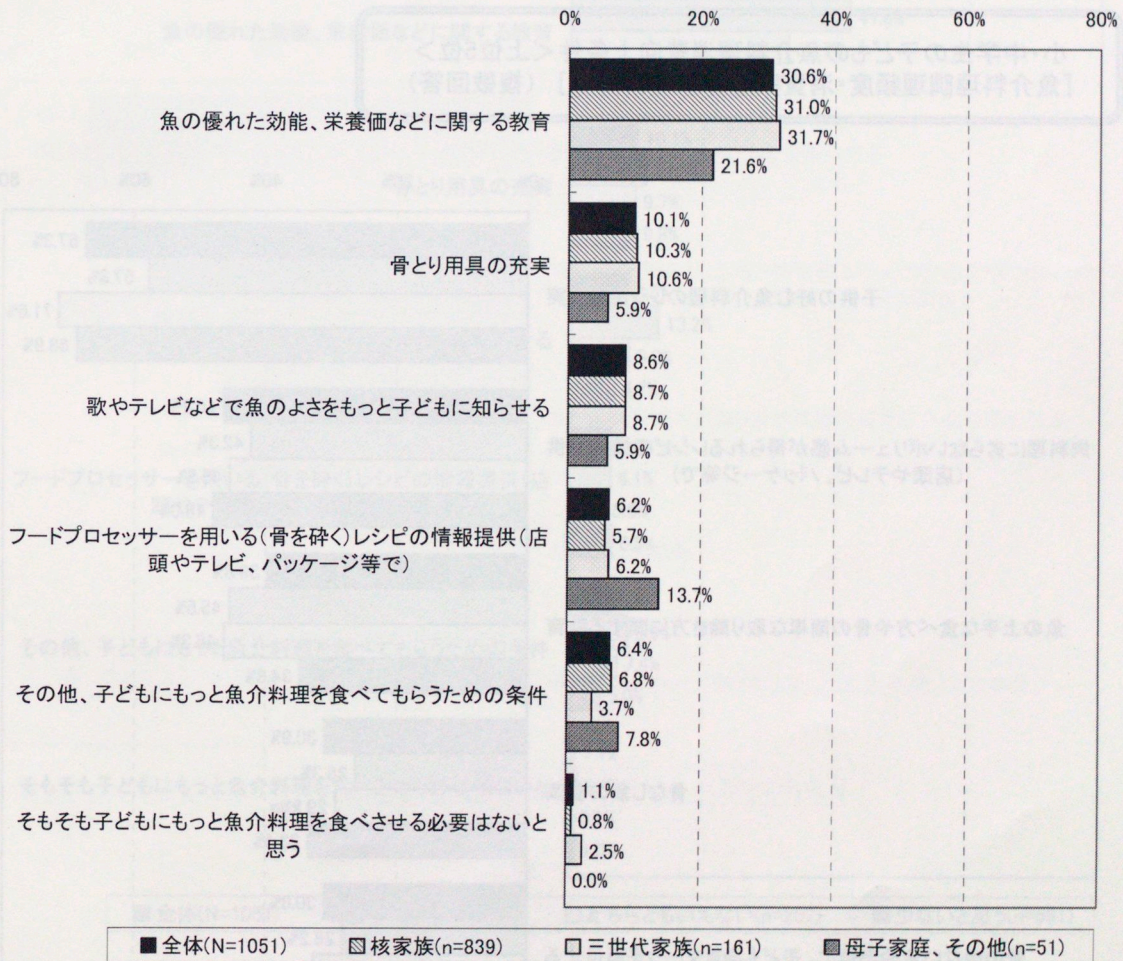
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<上位5位>
[世帯形態別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○[世帯形態別]にその他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件を見ると、「母子家庭、その他」では、「フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供」が13.7%で、他の世帯形態の約2倍に達している。一方で、「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」が21.6%と低い。

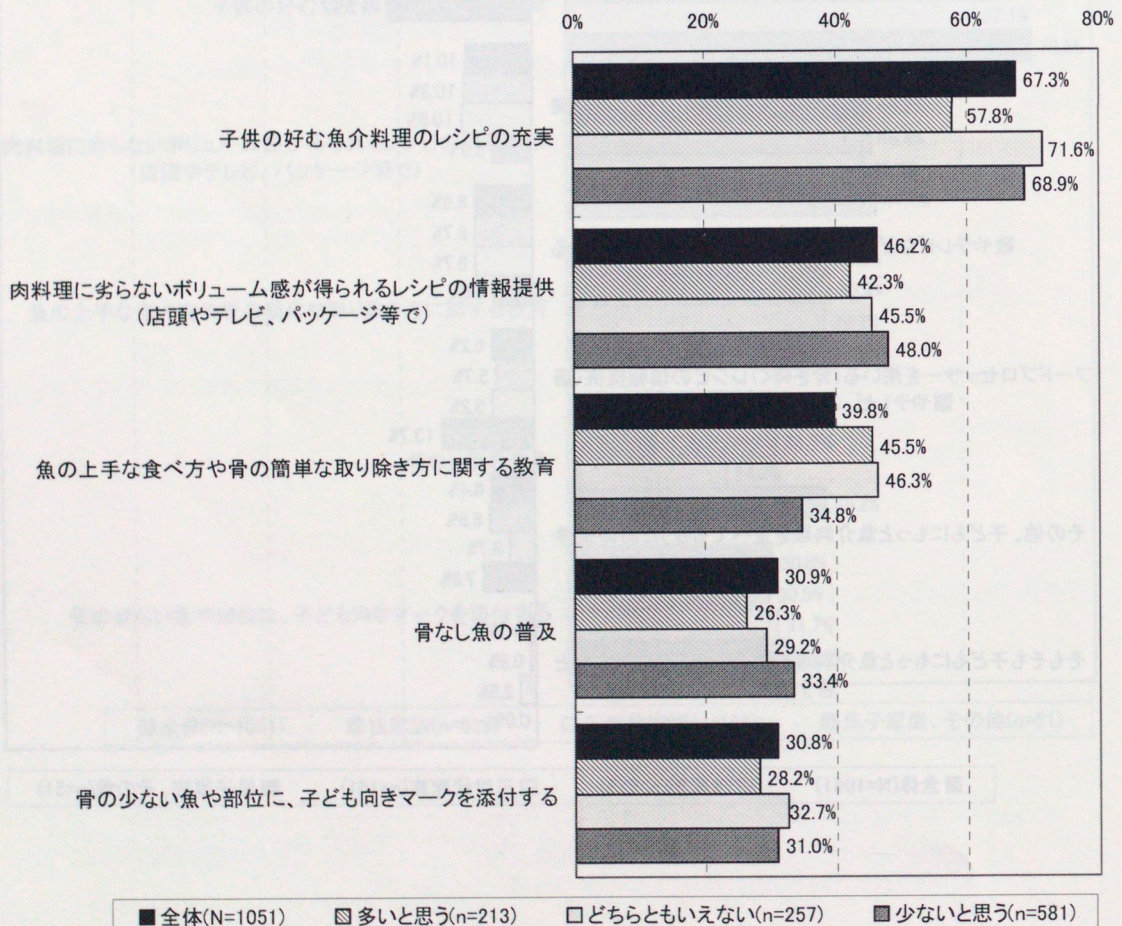
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[世帯形態別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子ども魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別]に見ると、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は調理・消費頻度にかかわらず回答率が高いが、調理・消費頻度が「多いと思う」人で57.8%、「少ないと思う」人は68.9%と10ポイント程度の開きがある。
- 調理・消費頻度が「少ないと思う」人のほうが「肉に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供」や「骨なし魚の普及」、「骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する」へのニーズが高い傾向にある。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」は、「多いと思う」人が45.5%、「少ないと思う」人は34.8%と10ポイント程度の差がみられた。全体6位の「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」ではその差は著しく、「多いと思う」41.8%、「少ないと思う」25.7%と両者の差は15ポイントに及ぶ。

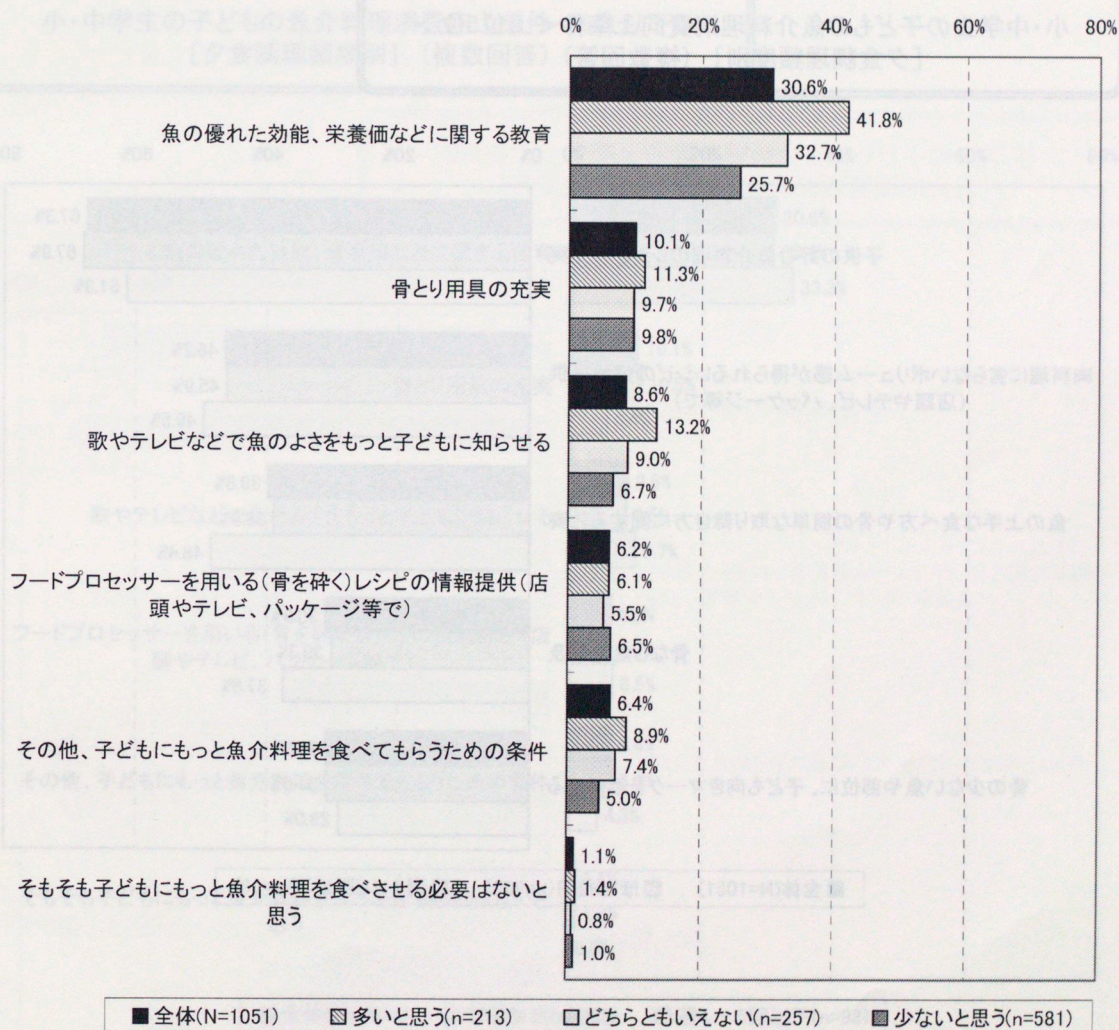
小・中学生の子ども魚介料理消費向上条件<上位5位>
[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別]にその他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件を見ると、「歌やテレビなどで魚のよさをもっと子どもに知らせる」で、「多いと思う」と回答した人が13.2%、「少ないと思う」6.7%のほぼ倍である。

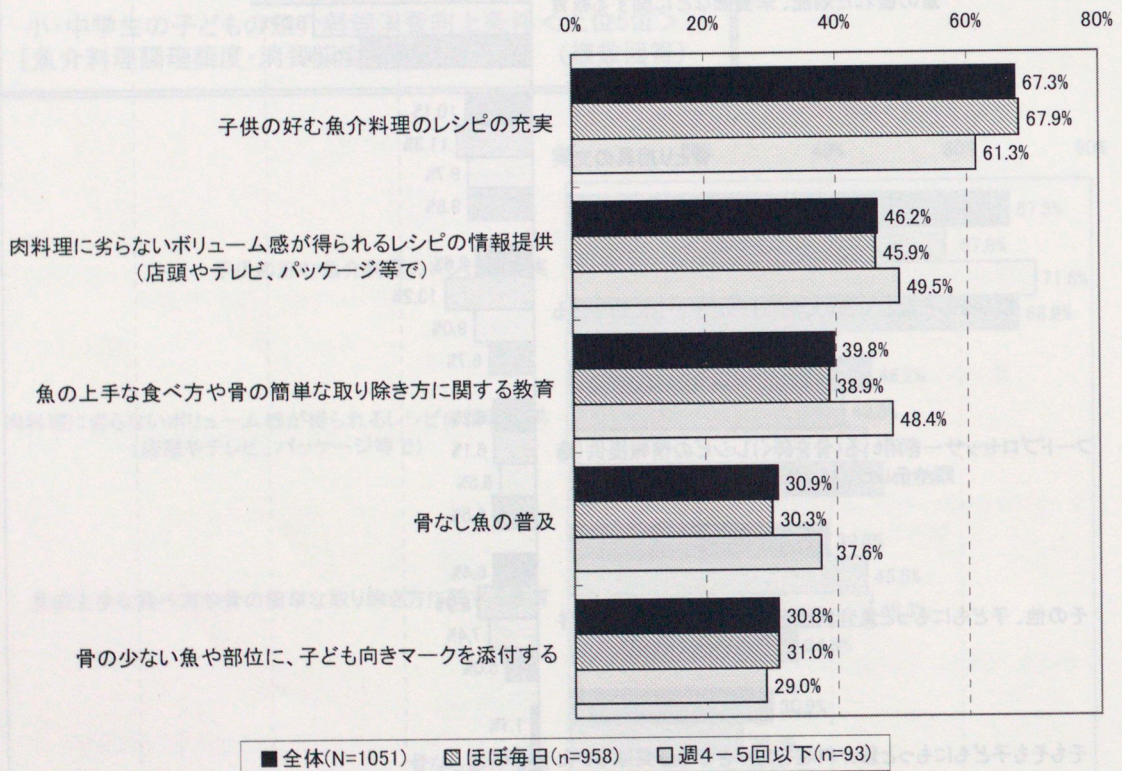
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[魚介料理調理頻度・消費頻度の自己評価別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [夕食調理頻度別]に見ると、「子どもの好む魚介料理レシピの充実」は、「ほぼ毎日」が67.9%、「週4-5回以下」が61.3%で、夕食を毎日作る人の方がやや回答率が高い。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」に関しては、「週4-5回以下」の層は48.4%で、「ほぼ毎日」(38.9%)の層に比べニーズが高い。
- 「骨なし魚の普及」に関しても、「ほぼ毎日」30.3%に対し「週4-5回以下」は37.6%で、回答率がやや高い。

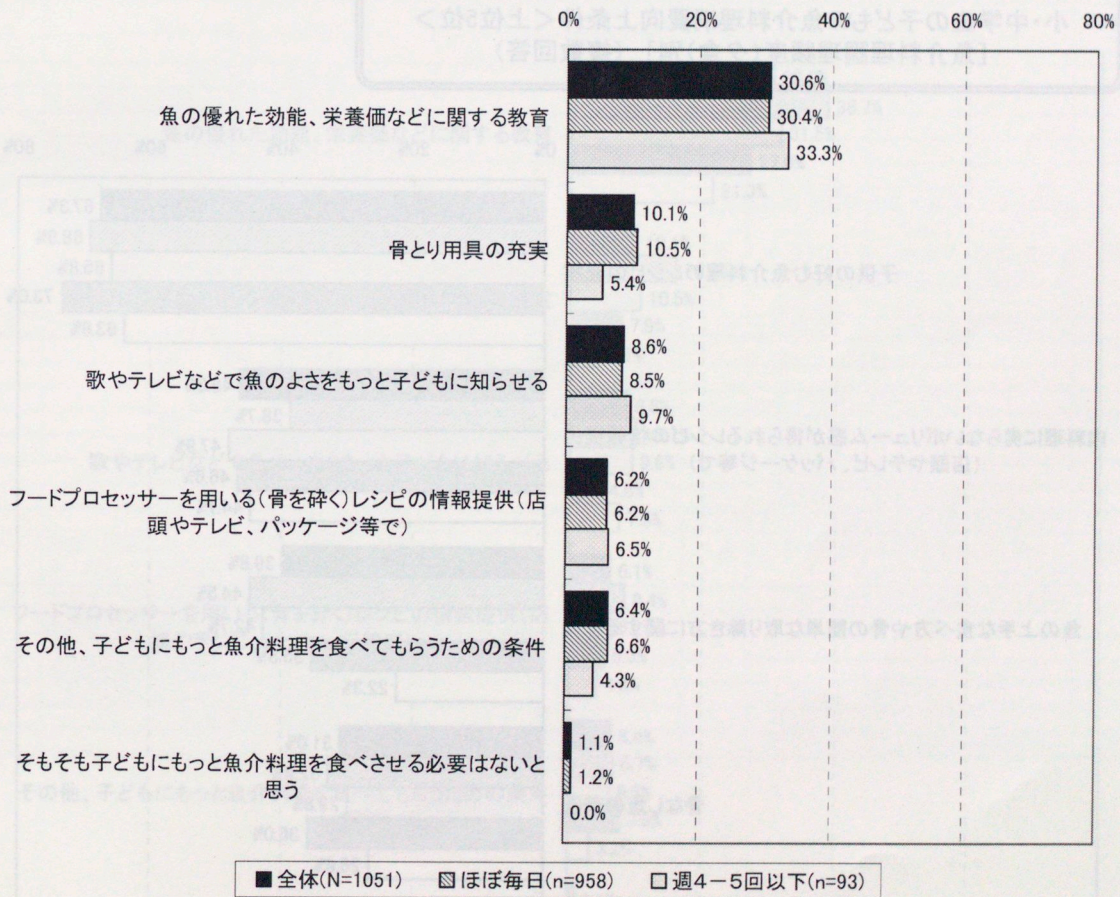
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<上位5位>
[夕食調理頻度別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [夕食調理頻度別]に見る、その他の小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件の差はほとんど見られない。
- 唯一、5ポイント差が見られたのは「骨取り用具の充実」で、「ほぼ毎日」10.5%に対し、「週4-5回以下」は5.4%にとどまった。

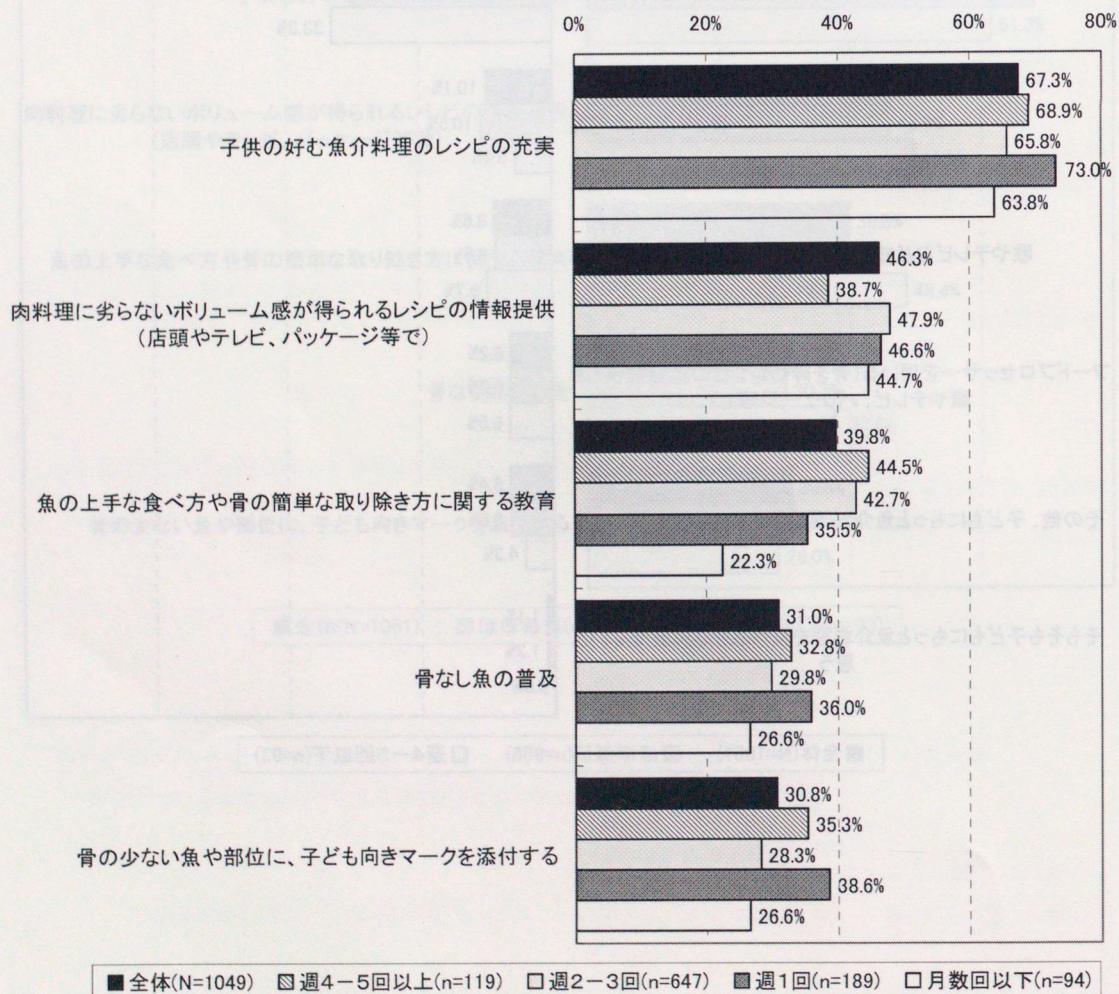
小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<6位以下>
[夕食調理頻度別] (複数回答)



3-3 小・中学生の子どもの魚介料理消費向上につながる条件 つづき

- [魚介料理調理頻度(夕食)別]に見ると、「子どもの好む魚介料理のレシピの充実」は調理頻度が「週1回」で73.0%と最も多かった。次いで「週4-5回以上」68.9%の順。
- 全体2位の「肉料理に劣らないボリューム感が得られる料理レシピの情報提供」は、調理頻度が最も高い「週4-5回以上」で38.7%と最も少なかった。
- 「魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育」に関しては、夕食に魚介料理を調理する頻度が高いほどニーズが高く、最も頻度の高い「週4-5回以上」(44.5%)と最も頻度の低い「月数回以下」(22.3%)では、その差は2倍である。
- 全体6位の「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」に関しても、同様の傾向が見られる。

小・中学生の子どもの魚介料理消費向上条件<上位5位>
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答)

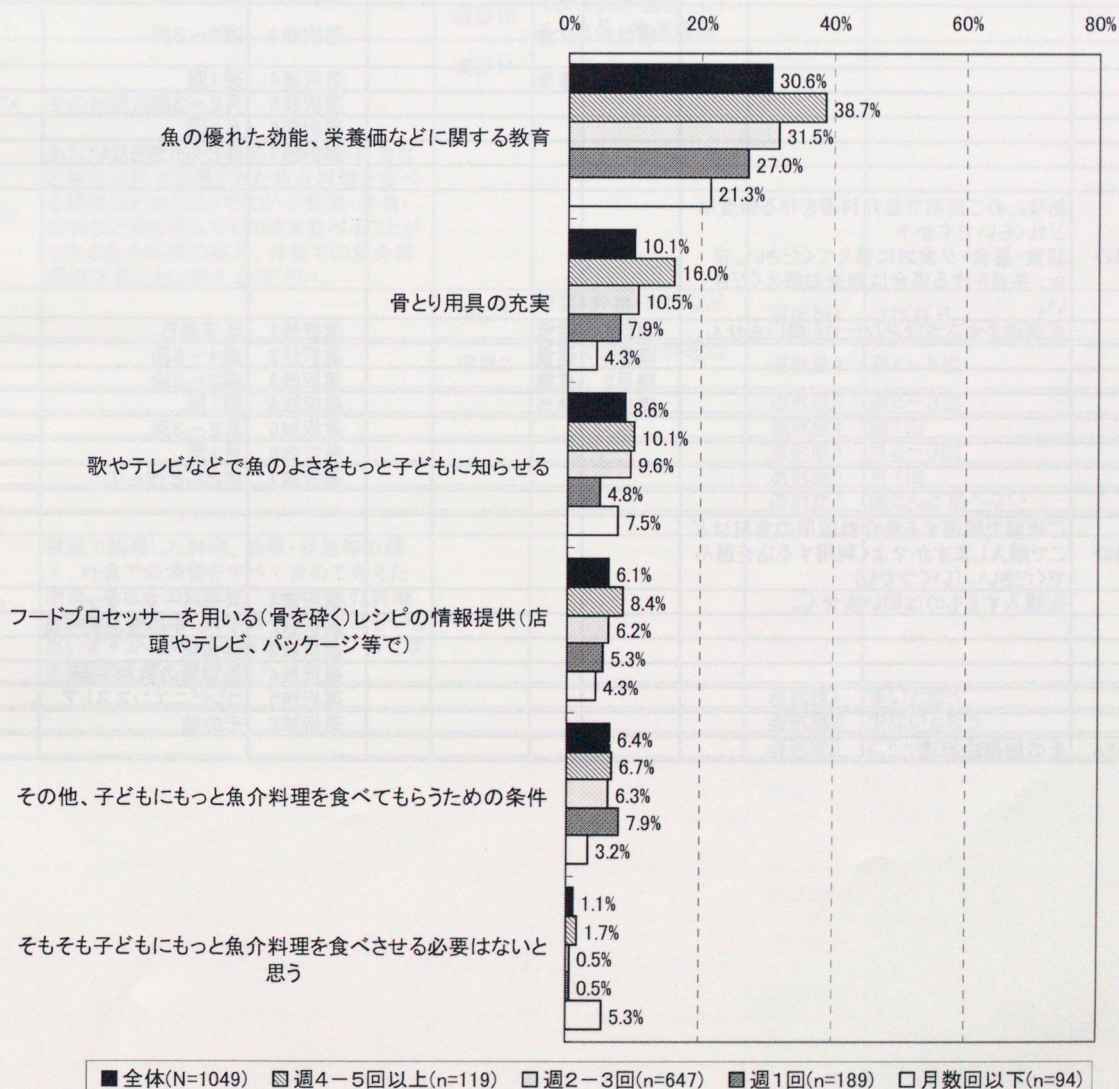


3-3 小・中学生の子ども魚介料理消費向上につながる条件 つづき

○[魚介料理調理頻度(夕食)別]にその他の小・中学生の子ども魚介料理消費向上条件を見ると、前述した「魚の優れた効能、栄養価などに関する教育」同様、「骨取り用具の充実」、「フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供」といった、骨をできるだけ取り除く対策へのニーズは調理頻度が高いほど高くなる。

○「そもそも子どもにもっと魚介料理を食べさせる必要はないと思う」とした人は「月数回以下」では5.3%で、その他の調理頻度層と比べて回答率がやや高かった。

小・中学生の子ども魚介料理消費向上条件<6位以下>
[魚介料理調理頻度(夕食)別] (複数回答)



Ⅲ アンケート調査票

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
	このアンケートは、小学生または中学生のお子さまがいる女性を対象としています。それ以外の方はお答えできませんのでご了承ください。				
	本アンケートの後段に「世帯年収」を何う設問(必須)が含まれております。是非アンケートにご協力くださいますようお願い致します。				
	1. <u>あなたのご家庭の食生活について</u> か がいます。				
<問1>	あなたのご家庭で調理をする頻度はどれくらいですか? 朝食・昼食・夕食別に教えてください。また、弁当を作る場合は別途お答えください。				
	※調理をする方はどなたでも構いません。	項目1	朝食	選択肢1	ほぼ毎日
		項目2	昼食	選択肢2	週4~5回
		項目3	夕食	選択肢3	週2~3回
		項目4	弁当	選択肢4	週1回
				選択肢5	月2~3回
				選択肢6	月1回
				選択肢7	ほとんど作らない
<問2>	あなたのご家庭で魚介料理を作る頻度はどれくらいですか? 朝食・昼食・夕食別に教えてください。また、弁当を作る場合は別途お答えください。				
	※調理をする方はどなたでも構いません。	項目1	朝食	選択肢1	ほぼ毎日
		項目2	昼食	選択肢2	週4~5回
		項目3	夕食	選択肢3	週2~3回
		項目4	弁当	選択肢4	週1回
				選択肢5	月2~3回
				選択肢6	月1回
				選択肢7	ほとんど作らない
<問3>	ご家庭で調理する魚介料理用の食材はどこで購入しますか?よく利用する店を選んでください。(いくつでも) ※購入するものは問いません。				
				選択肢1	スーパーマーケット
				選択肢2	デパートの食品売り場
				選択肢3	鮮魚店
				選択肢4	生協等の食材宅配
				選択肢5	コンビニエンスストア
				選択肢6	その他
問3FA	その他自由記述				

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
〈問4〉	あなたのご家庭で、以下に挙げる水産物が調理に用いられる(食卓に上る)頻度はどれくらいですか？水産物の種類ごとに教えてください。				
		項目1	何も加工や処理が施されていない魚介類	選択肢1	ほぼ毎日
		項目2	切り身、または頭や内臓を取り除いた下処理済みの魚介類	選択肢2	週4～5回
		項目3	干物	選択肢3	週2～3回
		項目4	刺し身	選択肢4	週1回
		項目5	味噌漬けや粕漬けなど味つけされた魚介類	選択肢5	月2～3回
		項目6	かまぼこ、魚肉ソーセージなどの練り物	選択肢6	月1回
		項目7	ワカメ・コンブ・ヒジキなどの海藻類、乾物	選択肢7	ほとんど用いない
		項目8	缶詰・びん詰		
		項目9	佃煮、ふりかけ		
		項目10	インスタント食品、レトルト食品、冷凍食品		
	項目11	その他			
問4FA	その他自由記述				
〈問5〉	あなたのご家庭で、惣菜の購入や外食など家庭以外で調理された魚介料理を食べる頻度はどれくらいですか？惣菜・弁当・出前など持ち帰ってそのまま食べることができる魚介料理の購入、外食での魚介料理の消費ごとに教えてください。				
		項目1	惣菜・弁当・出前などの購入	選択肢1	ほぼ毎日
		項目2	外食での魚介料理の消費	選択肢2	週4～5回
				選択肢3	週2～3回
				選択肢4	週1回
				選択肢5	月2～3回
				選択肢6	月1回
		選択肢7	ほとんど食べない		
〈問6〉	家庭で調理した料理、惣菜・弁当等の購入、外食での消費をすべて含めて考えた場合、あなたのご家庭において魚介料理を調理する頻度、及び食べる頻度は多いと思いますか、少ないと思いますか？あてはまるものを選んでください。				
				選択肢1	多いと思う
				選択肢2	少ないと思う
				選択肢3	どちらともいえない

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
	問6で「少ないと思う」を選んだ方にかがいます。				
<問7>	あなたのご家庭で魚介料理を調理する頻度及び食べる頻度が少ないのは何故ですか？主な理由を選んでください。(上位3つまで)				
		項目1	1位	選択肢1	自分が魚介料理を好まないから
		項目2	2位	選択肢2	家族が魚介料理を好まないから
		項目3	3位	選択肢3	魚は骨を取り除くのが面倒だから
				選択肢4	肉料理に比べ魚介料理は満腹感が得られないから
				選択肢5	魚介料理は調理が面倒だから
				選択肢6	魚介料理は後片づけが面倒だから
				選択肢7	魚介料理の調理は衛生面や臭いが気になるから
				選択肢8	魚介料理の調理・献立の知識が少ないから
				選択肢9	水産物の品質や鮮度が気になるから
				選択肢10	水産物は肉に比べ日持ちがしないから
				選択肢11	信頼できる水産物の販売店が少ないから
				選択肢12	おいしい惣菜や弁当の販売店が少ないから
				選択肢13	おいしい魚介料理の外食店が少ないから
				選択肢14	肉に比べ水産物は割高だから
				選択肢15	その他1
				選択肢16	その他2
				選択肢17	その他3
問7-FA1	その他自由記述				
問7-FA2	その他自由記述				
問7-FA3	その他自由記述				
	問7で「家族が魚介料理を好まないから」を選んだ方にかがいます。				
<問8>	家族で魚介料理を好まないのはどなたですか？				
				選択肢1	子ども
				選択肢2	夫
				選択肢3	その他
問8FA	その他自由記述				

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
	2. 水産物の今後の利用意向についてうかがいます。				
	まず、水産物の購入または消費についてお聞かせください。				
<問9>	あなたのご家庭に関して、以下に挙げるどの条件がそろえば今よりもっと水産物を購入または消費すると思いますか？あてはまるものをすべて選んでください。				
	価格、販売方法について				
				選択肢1	肉と変わらない値ごろ感での販売
				選択肢2	外国産と変わらない価格での国産魚の販売
				選択肢3	旬に影響されず同品質・同価格での年間通じての販売
				選択肢4	鮮魚店の営業時間延長
				選択肢5	スーパーマーケットの深夜時間帯での生鮮魚の販売
				選択肢6	コンビニエンスストアでの生鮮魚の販売
				選択肢7	水産物専門の宅配サービスの登場・充実
	情報の提供・情報の表示方法について				
				選択肢8	産地・流通経路のわかりやすい表示
				選択肢9	漁獲日のわかりやすい表示
				選択肢10	加熱の有無や加工のされ方のわかりやすい表示
				選択肢11	水産物の種類や旬についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
				選択肢12	水産物の優れた効能や栄養価についての情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
				選択肢13	水産物の種類ごとの適した調理方法やレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
	下処理サービスについて				
				選択肢14	三枚おろしや背わた処理など、調理の手間を省くよう下処理した商品の充実
				選択肢15	店頭の下処理サービスが夕方以降でも開いている
				選択肢16	魚の価格や個数に関わらず店頭の下処理サービスをしてもらえる
				選択肢17	店頭の下処理サービスの有料化(頼みやすくなる)
	加工品の販売、他の食材とのセット販売について				
				選択肢18	衣つきや下味つきなど、途中まで調理が施された商品の充実
				選択肢19	加熱するだけで食べられる冷凍魚介の充実
				選択肢20	電子レンジ以外の調理器具を必要としない冷凍食品の充実
				選択肢21	切り身の大きさや加工品の小分けパックなどサイズ種類の充実
				選択肢22	魚の分量に合わせた漬けダレや調味料の添付販売
				選択肢23	つけ合わせや副菜用の食材とのセット販売
				選択肢24	レモンやすだち、大根おろしの添付販売
	中食、外食について				
				選択肢25	水産物を使った惣菜・弁当・出前の充実
				選択肢26	ファーストフード店の水産物を使ったメニューの登場・充実

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
	魚介料理の調理についてお聞かせください。				
<問10>	あなたのご家庭に関して、以下に挙げるどの条件がそろえば今よりもっと魚介料理を作ると思いますか？あてはまるものをすべて選んでください。				
	調理器具・用品、調味料等の販売について				
				選択肢1	後片づけが楽でおいしく焼ける魚焼き器の家庭への普及
				選択肢2	冷凍魚介の味を落とさずに簡単に解凍できる機器の家庭への普及
				選択肢3	調理用の衛生用品や匂い取り用品の充実
				選択肢4	手軽で安全な消毒用品や殺菌用品の充実
				選択肢5	調理くずや食後に出る残りカスの処理用品の充実
				選択肢6	「焼肉のタレ」のような魚介料理用のタレ、ソースの販売
				選択肢7	魚介料理用の食器(角皿)の充実(サイズやデザイン等)
	情報提供について				
				選択肢8	魚介料理を中心としたときの献立の立て方の情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
				選択肢9	フライパンひとつで作れるお手軽レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
				選択肢10	調理くずや食後の残りカスが出ないレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
	その他条件、意見				
				選択肢11	その他、魚介料理を作ろうと思うための条件
				選択肢12	そもそも魚介料理をもっと作る必要はないと思う
問10FA	その他自由記述				

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
	あなたのご家庭での魚介料理とお子さまの関係についてお聞かせください。				
<問11>	以下に挙げるとの条件がそろえば、今よりもっとお子さまに魚介料理を食べてもらえると思いますか？(お子さまのためにもっと魚介料理を作りますか)。あてはまるものをすべて選んでください。				
	※ここで想定するお子さまとは、小・中学生のお子さまのことです。				
	魚の骨対策について				
				選択肢1	骨なし魚の普及
				選択肢2	骨の少ない魚や部位に、子ども向きマークを添付する
				選択肢3	骨とり用具の充実
				選択肢4	フードプロセッサーを用いる(骨を砕く)レシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
	レシピや教育について				
				選択肢5	子供の好む魚介料理のレシピの充実
				選択肢6	肉料理に劣らないボリューム感が得られるレシピの情報提供(店頭やテレビ、パッケージ等で)
				選択肢7	魚の優れた効能、栄養価などに関する教育
				選択肢8	魚の上手な食べ方や骨の簡単な取り除き方に関する教育
				選択肢9	歌やテレビなどで魚のよさをもっと子どもに知らせる
	その他条件、意見				
				選択肢10	その他、子どもにもっと魚介料理を食べてもらうための条件
				選択肢11	そもそも子どもにもっと魚介料理を食べさせる必要はないと思う
問11FA	その他自由記述				

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
F1	3. あなたご自身についてうかがいます。 あなたの年齢をお答えください			選択肢1	24歳以下
				選択肢2	25～29歳
				選択肢3	30～34歳
				選択肢4	35～39歳
				選択肢5	40～44歳
				選択肢6	45～49歳
				選択肢7	50歳以上
F2	あなたの職業をお答えください			選択肢1	専業主婦
				選択肢2	パート・アルバイト(週25時間以内)
				選択肢3	パート・アルバイト(週25時間以上)
				選択肢4	派遣社員
				選択肢5	会社員
				選択肢6	公務員
				選択肢7	自営業・自由業
				選択肢8	会社役員・経営
				選択肢9	その他
F2FA	その他自由記述				
F3	ご自分を含めた家族の人数をお答えください			選択肢1	2人
				選択肢2	3人
				選択肢3	4人
				選択肢4	5人
				選択肢5	6人
				選択肢6	7人
				選択肢7	8人
				選択肢8	9人
				選択肢9	10人以上
F4	あなたの世帯形態をお答えください			選択肢1	核家族
				選択肢2	三世帯家族
				選択肢3	母子家庭
				選択肢4	その他
F4FA	その他自由記述				
F5	一番末のお子さまの学年をお答えください			選択肢1	小学校入学前
				選択肢2	小学校低学年
				選択肢3	小学校高学年
				選択肢4	中学生
F6	あなたのおおよその世帯年収をお答えください			選択肢1	200万円未満
				選択肢2	200～300万円未満
				選択肢3	300～400万円未満
				選択肢4	400～500万円未満
				選択肢5	500～600万円未満
				選択肢6	600～700万円未満
				選択肢7	700～800万円未満
				選択肢8	800～900万円未満
				選択肢9	900～1,000万円未満
				選択肢10	1,000万円以上

問題番号	設問	表行番号	表行項目	選択肢番号	選択肢
F7	あなたのお住まいの都道府県をお答えください				
				選択肢1	北海道
				選択肢2	青森県
				選択肢3	岩手県
				選択肢4	宮城県
				選択肢5	秋田県
				選択肢6	山形県
				選択肢7	福島県
				選択肢8	茨城県
				選択肢9	栃木県
				選択肢10	群馬県
				選択肢11	埼玉県
				選択肢12	千葉県
				選択肢13	東京都
				選択肢14	神奈川県
				選択肢15	新潟県
				選択肢16	富山県
				選択肢17	石川県
				選択肢18	福井県
				選択肢19	山梨県
				選択肢20	長野県
				選択肢21	岐阜県
				選択肢22	静岡県
				選択肢23	愛知県
				選択肢24	三重県
				選択肢25	滋賀県
				選択肢26	京都府
				選択肢27	大阪府
				選択肢28	兵庫県
				選択肢29	奈良県
				選択肢30	和歌山県
				選択肢31	鳥取県
				選択肢32	島根県
				選択肢33	岡山県
				選択肢34	広島県
				選択肢35	山口県
				選択肢36	徳島県
				選択肢37	香川県
				選択肢38	愛媛県
				選択肢39	高知県
				選択肢40	福岡県
				選択肢41	佐賀県
				選択肢42	長崎県
				選択肢43	熊本県
				選択肢44	大分県
				選択肢45	宮崎県
				選択肢46	鹿児島県
				選択肢47	沖縄県

平成18年度 水産庁補助事業
水産物消費改善事業
(水産物消費嗜好動向調査)

水産物を中心とした消費に関する調査
～水産物消費拡大方法の検討～

平成19年3月発行

発行 社団法人 大日本水産会

〒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)3585-6681 (代表)

