

【生活トレンド研究所レポート 2014 vol.11】 「肉の消費実態」に関する調査を実施

～日本人の7割が「肉好き」！しかし、喫食頻度は「鶏卵」「豆腐」よりも低い～
～年を取ると「牛肉」が食べづらい!? 理由は「健康を考えて」、「太りそう」～

株式会社オールアバウト（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長 兼 CEO：江幡哲也）が運営する「生活トレンド研究所」は、2014年第11弾のレポートとして「肉」に関するアンケート調査を実施しました。最近、しばらく寝かせて旨味が増した「熟成肉」や、「いきなり！ステーキ」といった、立食ステーキ店など、肉に関する情報が話題になっています。また、夏になるとスタミナをつけるために焼肉やバーベキューを食べるといった機会も増えます。そこで、「生活トレンド研究所」では、管理栄養士などの専門家監修のもと、“肉”の喫食頻度や“肉”に対するイメージを調査しました。調査期間は2014年7月9日(水)～2014年7月11日(金)、首都圏（1都3県）在住の20～69歳男女1,118名から有効回答を得ました。

■「生活トレンド研究所」の URL : http://allabout.co.jp/trend_lab/

【調査結果サマリー】

1) 「お肉」は好きだけど、あまり食べられていない？

7割以上が「肉好き」、しかしよく食べられているのは「卵」や「豆腐」

<専門家（「バランス献立レシピ」ガイド：小沼明美氏）コメント>

「肉は調理の汎用性が高く、フライパンや鍋一つ、短時間で一品を作ることができるのが最大の魅力です。肉料理は年代を問わず好まれ、様々な味付けや調理法で日々の食卓に取り入れられています。肉と同様に、動物性たんぱく質の代表格である卵や乳製品も日常生活の中で頻度多く摂取されています。調理しなくてもそのまま食べられること、調理したとしても簡便で味付けもしやすいということが大きい魅力でしょう」

2) 年を取ると「牛肉」が食べられない!?

20代は「太りそう」、50代以上は「健康を考えて」食べないと回答

<専門家（「バランス献立レシピ」ガイド：小沼明美氏）コメント>

「暑い夏は体力が消耗し、冷房のあたりすぎなどにより体がだるくなって食欲が落ちる方も少なくありません。スタミナをつける、という意味で焼き肉やステーキなどを連想する方も多いでしょうが、一方で『お肉＝太る』というイメージがあり、こってりした肉料理は特に女性からは敬遠されがちです。また牛肉については“ご褒美”的な感じで日常的に食べるものではない、とされているように見受けられます」

3) 外食予算はファストフードのときもそれ以外のときも2,000円未満！

脂質の良い牛肉が加齢とともに現れる「牛肉離れ」を防ぐ？

<専門家（「焼肉」ガイド：小口綾子氏）コメント>

「7割以上の消費者が牛肉、豚肉ともに好きと答えているのに対して、実際食べる頻度はどの年代においても豚肉の方が高くなっています。これは、ファストフード以外の外食においても、各年代ともに予算が2千円以下の消費者が半数以上を占めていることから分かる通り、牛肉よりも豚肉の方が安価であることが理由だと考えられます。豚肉よりも牛肉の方が若干、加齢とともに食べる量が減ったと答える消費者が多くなっているのは、安価な牛肉を口にする機会が多く、脂質の関係もあり、胸焼けにつながったのも原因のひとつではないかと推測します」

■リリース末尾では、管理栄養士でもある小沼氏による家庭での「ヘルシー肉料理」のコツもご紹介しています。

1) 「お肉」は好きだけど、あまり食べられていない？ 7割以上が「肉好き」、しかしよく食べられているのは「卵」や「豆腐」



首都圏在住の20~69歳の男女1,118名に対し、たんぱく質を含む主な食品の嗜好度について聞いたところ、「好き」(「とても好き」+「好き」と回答した人が多かったのは、「豚肉」(79.7%)、「牛肉」

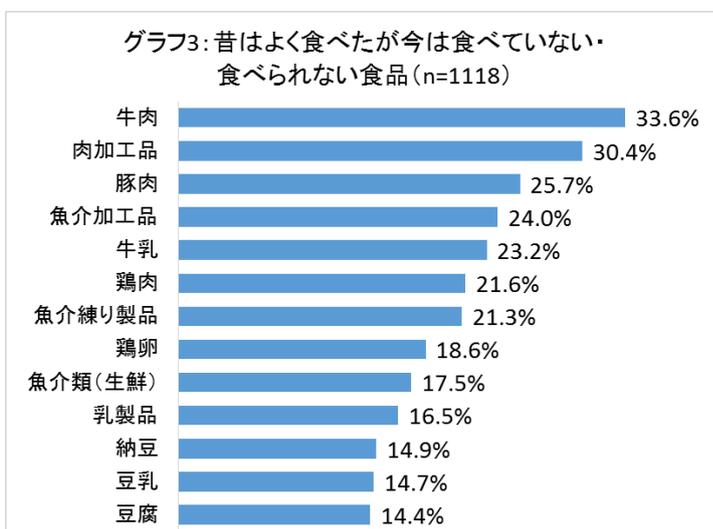
(76.7%)、「鶏肉」(76.1%)と、肉類が上位を占めていました(グラフ1)。一方で喫食頻度について聞くと、「2~3日に1回以上食べる」(「毎日」+「2~3日に1回」と回答した人が多かったのは、「鶏卵」(61.7%)、「乳製品」(56.6%)、「豆腐」(44.1%)等が上位を占め、肉類については「豚肉」が一番高く42.5%でしたが「牛肉」は嗜好度が高いにも関わらず17.3%と、喫食頻度は低いことが明らかになりました(グラフ2)。

この結果に対し、All About「バランス献立レシピ」ガイドで管理栄養士の小沼明美氏は次のようにコメントしています。

「肉は調理の汎用性が高く、フライパンや鍋一つ、短時間で一品を作ることができるのが最大の魅力です。肉料理は年代を問わず好まれ、様々な味付けや調理法で日々の食卓に取り入れられています。肉と同様に、動物性たんぱく質の代表格である卵や乳製品も日常生活の中で頻度多く摂取されています。調理しなくてもそのまま食べられること、調理したとしても簡便で味付けもしやすいということが大きい魅力でしょう。

統計をみると、肉は魚に比べて食べる頻度が高いことが分かります。魚でも、刺身など生鮮のまま食べる機会は非常に高いようですが、特に若年層には調理した魚料理を食べる機会は低く、自宅でも手作りして魚料理を提供する頻度はあまり高くないのが現状です」

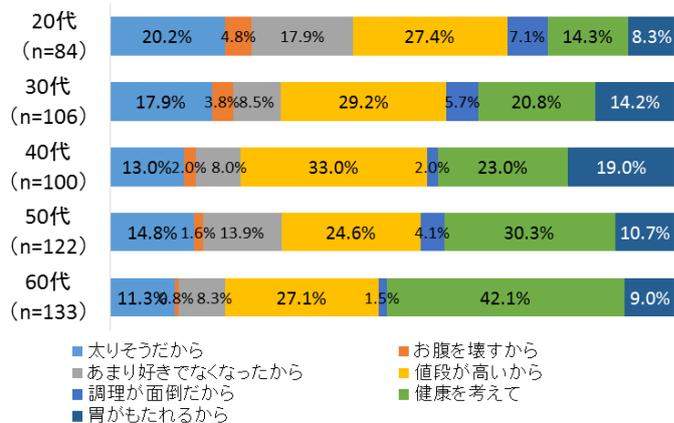
2) 年を取ると「牛肉」が食べられない!? 20代は「太りそう」、50代以上は「健康を考えて」食べないと回答



また、挙げている食品について、「昔(30~60代は20代の頃、20代は学生時代を想定)はよく食べたが今は食べていない・食べられない食品」について聞くと、「牛肉」(33.6%)、「肉加工品」(30.4%)、「豚肉」(25.7%)と、肉系の食品が多く挙げられていました(グラフ3)。

中でも一番多かった「牛肉」について、その理由を年代別で聞いてみると、50代と60代は「健康を考えて」が一番多く(50代30.3%、60代42.1%)、20~40代は「値段が高いから」が一番多い結果となりました

グラフ4:「牛肉」を食べなくなった・
食べられなくなった理由



(20代 27.4%、30代 29.2%、40代 33.0%)。また、20代では5人に1人が「太りそう」と回答していました(グラフ4)。この結果に対し、小沼氏は次のようにコメントしています。

「暑い夏は体力が消耗し、冷房のあたりすぎなどにより体がだるくなって食欲が落ちる方も少なくありません。スタミナをつける、という意味で焼き肉やステーキなどを連想する方も多いでしょうが、一方で『お肉＝太る』というイメージがあり、こってりした肉料理は特に女性からは敬遠されがちです。また牛肉については“ご褒美”的な感じで

日常的に食べるものではない、とされているように見受けられます。

しかし栄養学的に考えてみると、肉は部位によっては低カロリーであり、魚に比べて、野菜やきのこ類、卵、乳製品などの食材とも合わせやすいです。よって肉メインの主菜を中心に献立を展開することで様々な栄養素を体内に供給できます。

肉の脂肪量は部位によって異なり、牛肉・豚肉の場合、脂質の量が多い順番に、バラ、ロース、肩ロース、肩、モモ、ヒレとなっています。鶏肉の場合はモモ、ムネ、手羽、ささみの順となっています。ダイエット中の方や健康に気を遣っている方はつつい脂肪分が少ないところを選びがちですが、一方で肉料理には各々適した部位があり、その肉の持ち味や脂から出るうまみを活かして仕上げる場合も往々にしてあります。料理は美味しく頂くのが一番です。脂肪分がやや多いところを使っても、脂身を調理工程の中で取り除いたり、代わりに調味料を減らしたりすることでヘルシーに上げることができます。たとえば煮込み料理の場合、脂がついた肉を煮込み、一旦冷まします。煮たスープの表面には肉から出てきた脂が浮くので、そこを丁寧に取り除くことで脂質がカットされます。また焼いたり炒めたりする場合には、オープンシートをひいて調理すれば、サラダ油などを使わなくても焦げ付かずうま味調理することができます。鶏モモ肉や豚バラ肉のように厚みがある脂身の部分は身肉とつながっている筋を包丁で切っていけば、脂身だけ簡単に取り除くことができます。

カロリーが気になる方は、こうしたちょっとした調理法のコツを覚えておけば、献立が無限に広がるのです。肉は子供の成長促進、脳や皮膚の活性化、筋肉や血液の組成にはかかせない食材なので、ぜひこの夏はご家族みなさんと肉料理を楽しんでいただきたいです」

3) 外食予算はファストフードのときもそれ以外のときも 2,000 円未満！ 脂質の良い牛肉が加齢とともに現れる「牛肉離れ」を防ぐ？

今回の調査で、外食についてその頻度と平均予算について年代別で聞いたところ、ファストフードもそれ以外についても、年代が若くなるにつれて頻度が高くなる傾向にあることがわかりました(グラフ5、6)

また、平均予算については、どの年代についてもファストフードもそれ以外も、2,000円未満と回答した人が多いという結果になりました(グラフ7、8)。

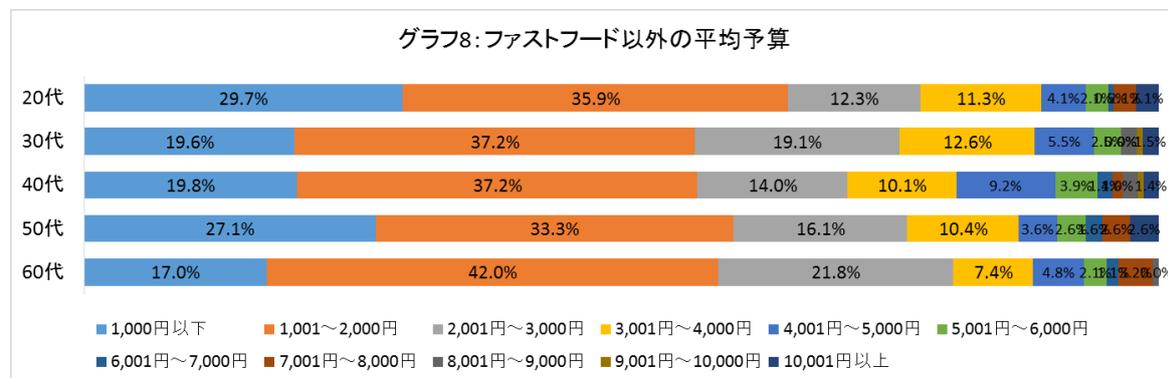
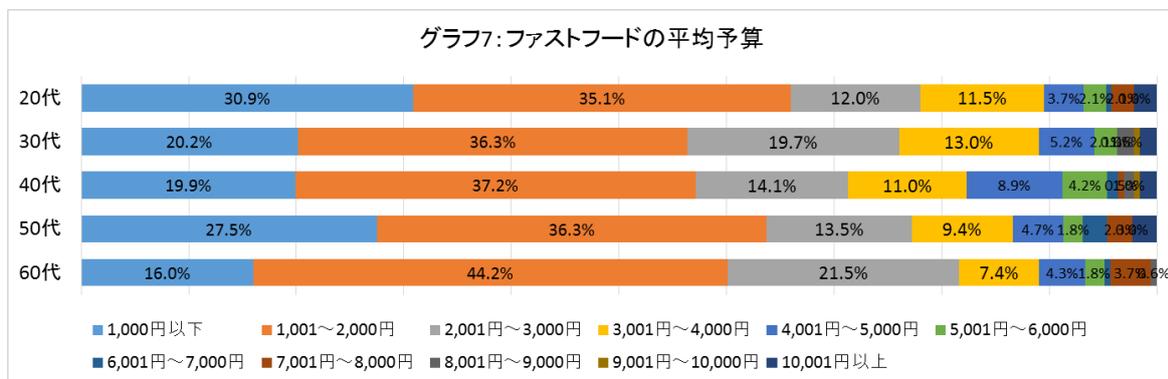
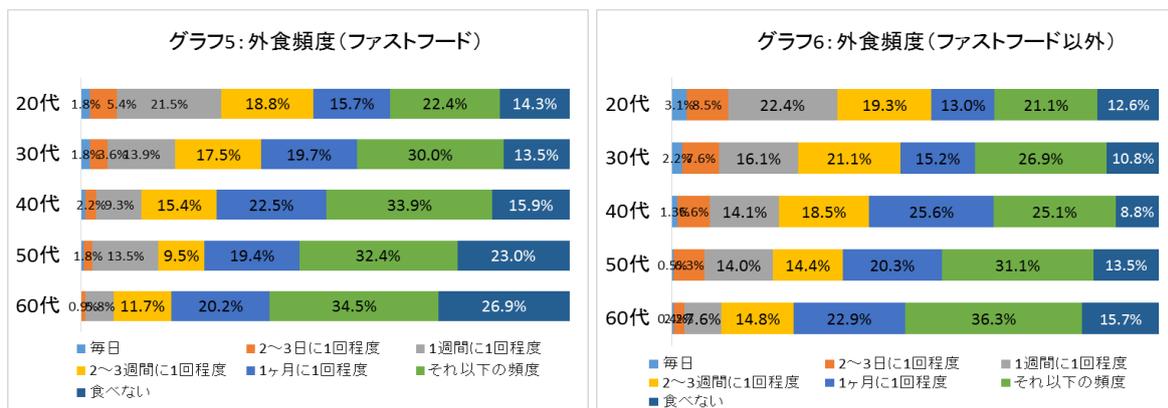
この結果に対し、All About「焼肉」ガイドの小口綾子氏は次のように分析しています。

「調査結果を見ると、牛肉、豚肉、どちらも7割以上の消費者が“好き”と答えており、牛肉、豚肉に大差がないことがわかります(→グラフ1参照)。これは、本来豚食文化である関東圏においても、牛肉が食文化として根付いてきたことを示していると言えます。実際、ここ数年雑誌やTVにおいて「牛肉」は特集、報道され続けており、メディアの露出が多い食材のひとつとなっています。また牛肉を売りとしたレストランもたくさん出店され、コンセプトも多岐にわたって消費者を楽しませています。

しかし、7割以上の消費者が牛肉、豚肉ともに好きと答えているのに対して、実際食べる頻度はどの年代においても豚肉の方が高くなっています（→グラフ2参照）。

これは、ファストフード以外の外食においても、各年代ともに予算が2,000円以下の消費者が半数以上を占めていることから分かります。牛肉よりも豚肉の方が安価であることが理由だと考えられます。実際、特に日本が誇る「黒毛和牛」は高価な食材で、中でも「上質な黒毛和牛の肉」はさらに価格が上がります。黒毛和牛は、去勢牛よりも牝牛の方が脂質がよく、肉質もきめ細かで美味しいと言われていますが、実際脂質のよい牛肉は、融点が低いため口どけがよく、脂のサシが多い部位でも胃もたれがしにくいのです。

豚肉よりも牛肉の方が若干、加齢とともに食べる量が減ったと答える消費者が多くなっているのは、安価な牛肉を口にする機会が多く、脂質の関係もあり、胸焼けにつながったのが原因のひとつではないかと推測します。出来ることならば、高齢になればなるほど上質な黒毛和牛を食べて、日本が誇る「黒毛和牛」を好きでいて欲しいものです」



【All About「バランス献立レシピ」ガイド小沼氏による家庭で作るヘルシー肉料理のコツ】

お肉料理は、調味料をたくさん使い、油を使って炒める、焼く、揚げるといった調理法が主となりがちです。そのため、どうしても高カロリー、高塩分の料理となってしまう、こういったものを食べ続けていると家族の体の健康を妨げます。調味料や油は最小限に抑え、香りや酸味、歯ごたえ、食感を活かすことで、低カロリー、低塩分、そしてこれからの季節に向けて体への効能も期待できる数々の調理法をご紹介します。

① <お肉+塩レモン>

塩やレモンは肉の臭みを消す効果があります。レモンに含まれるクエン酸やビタミンCは炭水化物などの糖質や余分な脂肪を燃焼しダイエット効果が期待されます。食物の栄養を効率よく活動エネルギーに変えてくれるので、暑い夏もバテることなく元気に過ごすことができます。また塩味と酸味の両方の味覚が唾液や胃液の分泌を促進し、食物の消化・分解を助けます。

② <お肉+塩麹>

塩麹は発酵食品なので、乳酸菌が豊富に含まれています。腸内環境を整えてくれるので、便秘を解消し体の毒素を取り除くデトックス効果も期待できます。腸内環境が整うと、肌の調子が良くなり、免疫力も高まります。発酵の際に生成されるうまみ成分の働きにより味のコクと深みが増します。また麹に含まれるたんぱく質分解酵素によりお肉が柔らかくなり、消化しやすくなります。

③ <お肉+香味野菜>

暑い季節には 体内の糖を燃焼させるビタミン B1 が、他の季節の2～3倍消費され不足しがちです。疲労もたまりやすく夏バテになりやすくなります。香味野菜に含まれるアリシンはビタミン B 1 の体内への吸収を促進するため、ビタミン B 1 を特に多く含む豚肉に香味野菜をたっぷり添えて摂取すると、体内で効能を十分に発揮してくれます。また、食べ物を腐りにくくする殺菌効果も期待できます。

④ <お肉+果物>

爽やかな酸味が特徴の果物にはビタミンCが豊富に含まれています。紫外線を多く浴びる肌の状態を正常に保つ働きや、免疫力をアップさせ夏風邪を予防する効果があります。果物に含まれるたんぱく質分解酵素によってお肉が柔らかくなり食べやすくなります。

■調査監修者プロフィール



「バランス献立レシピ」ガイド 小沼 明美 (おぬま あけみ)

管理栄養士&フードコーディネーターの資格を活かし老舗料亭など万にて商品企画を担当。現在はフリーの管理栄養士として栄養指導、健康関連のコラム執筆等を行っている。今までの経験を糧に消費者が疑問に思っている食材の扱い方や調理のコツ、また誰にでも簡単に作ることができる美味しいレシピを紹介している。



「焼肉」ガイド 小口 綾子 (こぐち あやこ)

肉・ホルモンを中心に、和洋食問わず様々なジャンルを日々食べ歩く。2010年にはホルモンのガイド本を出版し、テレビや雑誌など様々なメディアで、肉にまつわる情報発信に努めている。

■調査概要

- ・調査期間 : 2014年7月9日(水)~7月11日(金)
- ・調査対象 : 首都圏(東京、埼玉、神奈川、千葉)の20~69歳男女
- ・割付 : 20代・60代男性 112名、30代・50代男性 111名、40代男性 113名
20代・50代・60代女性 111名、30代女性 112名、40代女性 114名
- ・調査方法 : インターネット調査

「生活トレンド研究所」について http://allabout.co.jp/trend_lab/

「生活者のトレンドと未来をひも解くマーケティング・チャネル」であることをミッションに掲げ、総合情報サイト「All About」で活躍する住宅、マネー、健康、グルメ、一般消費財等、様々な領域における専門家(=ガイド)が研究員となって、企業と生活者がより良い関係性を構築するための調査、市場分析を行なっています。その分野における高い専門性はもちろんのこと、生活者・実務家としての考えや想いも兼ね備えた「All Aboutガイド」ならではの分析・考察を重ねることで、表面的な定量データでは捉えられない新たな潮流や課題を浮き彫りにしていきます。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先：

株式会社オールアバウト 広報担当：大竹、大貫
TEL：03-6362-1359 FAX：03-6682-4229
E-mail：pr@staff.allabout.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載の際は、必ず「生活トレンド研究所の調査」である旨を示すクレジットを明記していただけますようお願い申し上げます。