

食事作りに関するアンケート結果

徳島市中央卸売市場と四国大学との連携による、レシピ開発第3弾では、時短や電子レンジ、地産地消をテーマに学生達が献立を考え、リーフレットを作成し、徳島市内幼保・小学校に配布しました。同時に市民の方々の食事作りの参考になるように1分間動画を作成し、YouTubeにて配信しました。また、リーフレット配布時に食事作りに関するアンケート調査に協力をいただき、食事作りの工夫や課題などの現状をまとめましたので、ご報告致します。

【調査方法】

調査はGoogleフォームによるWEB調査を実施した。

実施期間：2023年5月10日～6月15日

調査対象者：徳島市に在住または徳島市に勤務している方

【結果】

1. 調査対象者の属性

アンケートの有効回答数は231名であった。回答者の年代は30代から40代が77%、女性が89%であった(表1)。

居住地は徳島市が95%、世帯人数は3～4人が70%、5人以上が20%であった(表2, 表3)。

表 1. 回答者の性別年齢人数

| 年齢 | 性別 | | | | | | 合計 | |
|--------|-------|-------|-------|-------|----------|-------|-----|-------|
| | 1. 男性 | | 2. 女性 | | 3. 回答しない | | | |
| | n | % | n | % | n | % | n | % |
| 10歳以下 | 2 | 9.5 | 4 | 2.0 | 0 | 0.0 | 6 | 2.6 |
| 10～17歳 | 0 | 0.0 | 1 | 0.5 | 0 | 0.0 | 1 | 0.4 |
| 18～29歳 | 1 | 4.8 | 24 | 11.7 | 0 | 0.0 | 25 | 10.8 |
| 30～39歳 | 7 | 33.3 | 100 | 48.8 | 1 | 20.0 | 108 | 46.8 |
| 40～49歳 | 8 | 38.1 | 57 | 27.8 | 4 | 80.0 | 69 | 29.9 |
| 50～59歳 | 2 | 9.5 | 12 | 5.9 | 0 | 0.0 | 14 | 6.1 |
| 60～69歳 | 1 | 4.8 | 4 | 2.0 | 0 | 0.0 | 5 | 2.2 |
| 70歳以上 | 0 | 0.0 | 3 | 1.5 | 0 | 0.0 | 3 | 1.3 |
| 合計 | 21 | 100.0 | 205 | 100.0 | 5 | 100.0 | 231 | 100.0 |

表 2. 回答者の居住地

| 居住地 | n | % |
|----------|-----|-------|
| 徳島市 | 220 | 95.2 |
| 徳島市以外の県内 | 9 | 3.9 |
| 県外または不明 | 2 | 0.9 |
| 合計 | 231 | 100.0 |

表 3. 回答者の世帯人数

| 世帯人数 | n | % |
|------|-----|-------|
| 1人 | 10 | 4.3 |
| 2人 | 13 | 5.6 |
| 3~4人 | 161 | 69.7 |
| 5人以上 | 47 | 20.3 |
| 合計 | 231 | 100.0 |

主な調理担当者は回答者自身が82%であった(図1)。また、調理担当者の就業形態はフルタイム44%、パートタイム・アルバイト24%であり、約70%が就業していた(表4)。

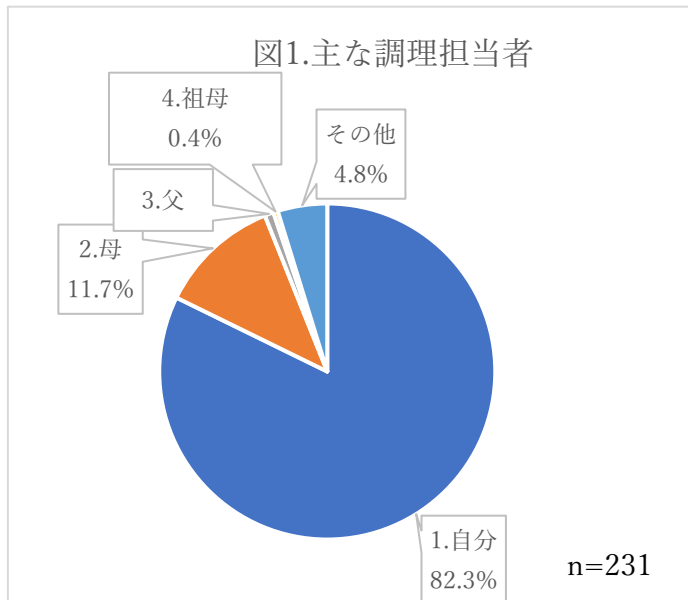
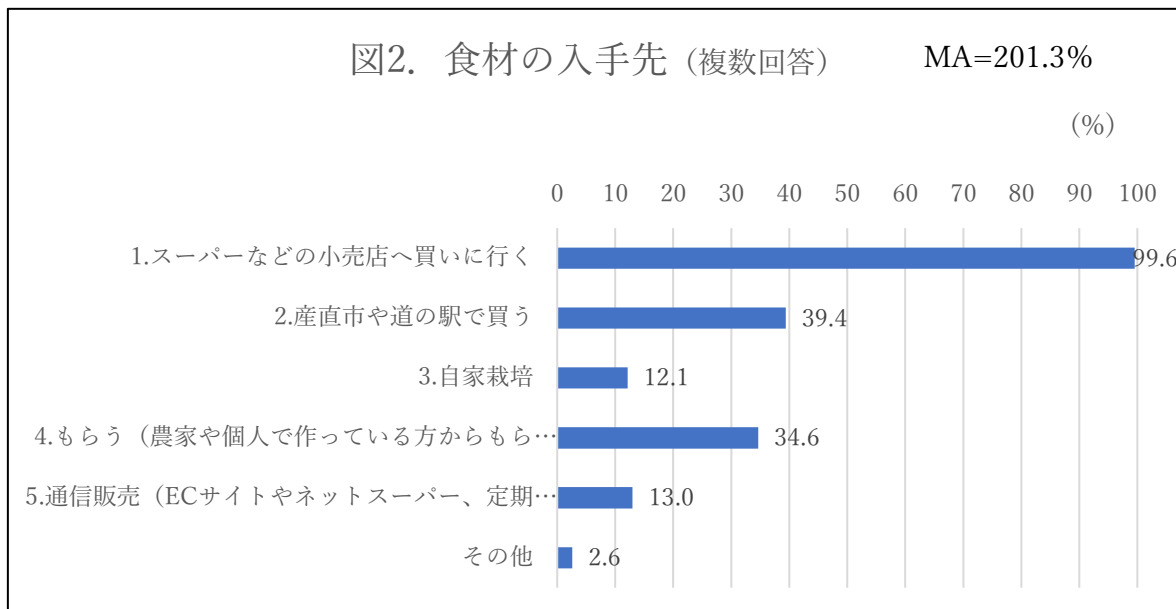


表 4. 主な調理担当者の就業形態

| 就業形態 | n | % |
|-----------------|-----|-------|
| 1. フルタイム | 101 | 43.7 |
| 2. パートタイム・アルバイト | 56 | 24.2 |
| 3. 無職・専業主婦・専業主夫 | 54 | 23.4 |
| 不明 | 4 | 1.7 |
| その他 | 16 | 6.9 |
| 合計 | 231 | 100.0 |

2. 食材の入手について

日々の料理の食材を入手する場所は「スーパーや小売店」が約100%で、次いで「産直市や道の駅」などが39%であった。また、「もろう」も35%と比較的多い（図2）。



3. 惣菜、弁当等の利用について

惣菜の利用頻度は、夕食、昼食、朝食の順に多い。夕食では1週間に1回程度以上が約70%と多くの者が利用していることが分かった。昼食では、1週間に1回以上利用している者が48%であった（図3）。

一方、弁当類の利用は昼食に多く、1週間に1回以上が34%、夕食では21%であった（図4）。以上から、夕食は惣菜の利用が多く、昼食は弁当を利用している者が多いといえる（図4）。

惣菜や弁当を利用する理由として、「便利である」が55%、「作るのは手間がかかる」43%であった。「料理の数を増やすとき」は21%であり、便利さを重視して利用していることが分かった（図5）。

図表には示していないが、惣菜、弁当類の利用頻度を世帯人数が少人数（1～2人）と3人以上により比較したが、世帯人数の違いによる惣菜、弁当類の利用頻度には有意な差は見られなかった。

図3. 惣菜を利用する頻度

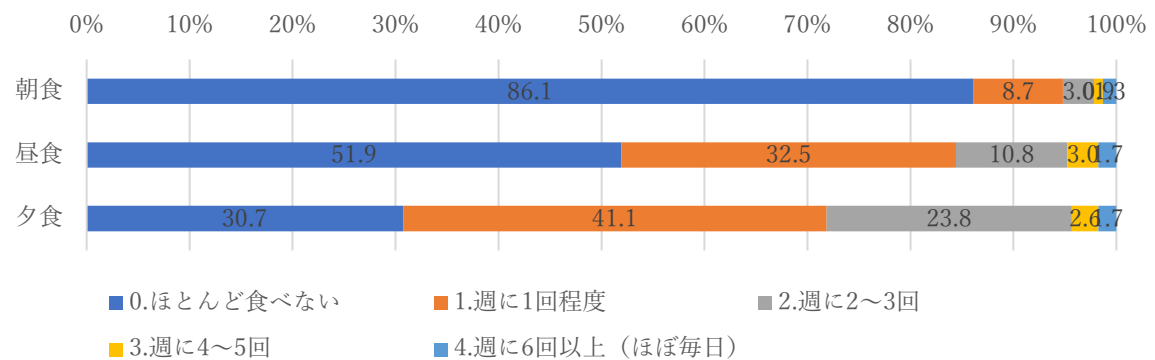


図4. 市販弁当を利用する頻度

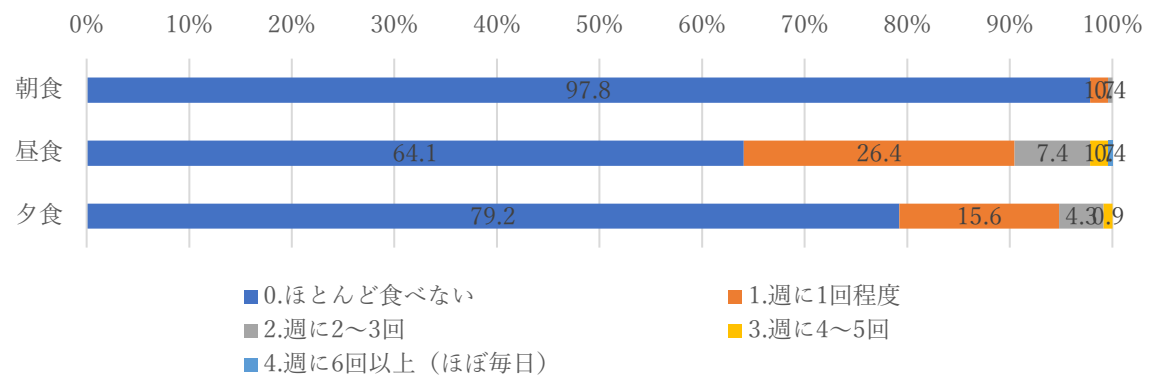
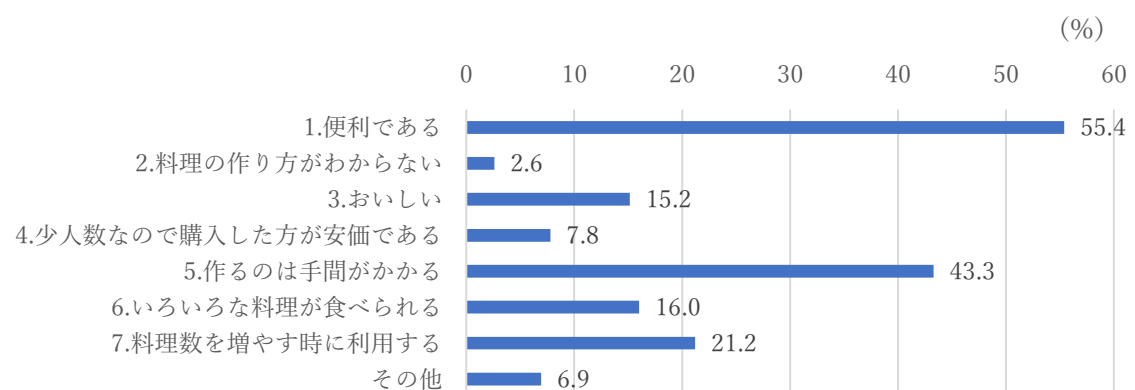


図5. 惣菜や弁当を利用する理由 MA=168.4%

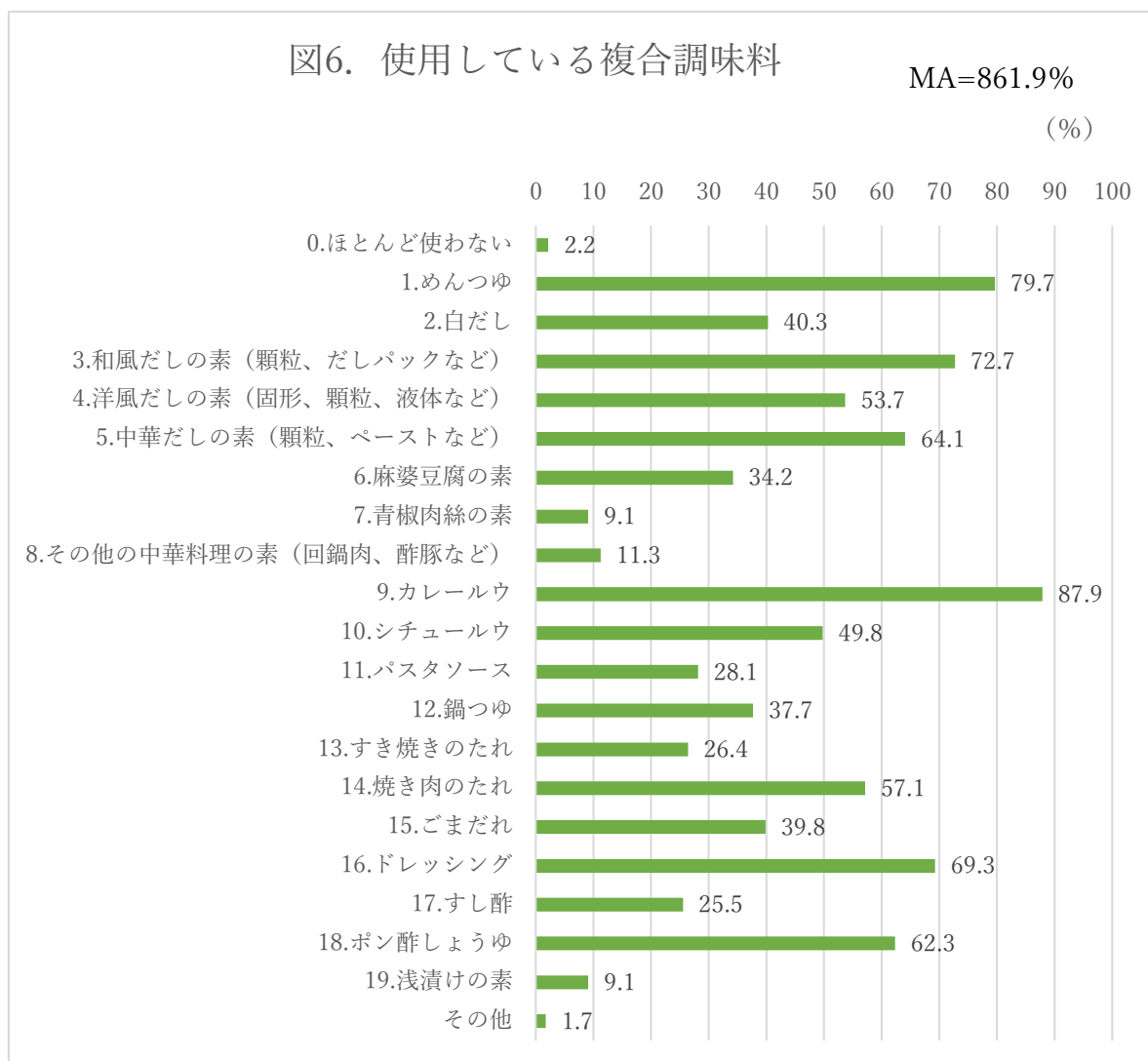


4. 複合調味料の利用について

複合調味料は、各メーカーから多くの種類が販売されており、最近では、調理の便利さや料理のレパートリーを増やす目的で利用されている。最も多く利用されているのはカレールー

(88%)であった。次いで、めんつゆ(80%)、和風だしの素(73%)、中華だしの素(64%)、ドレッシング(69%)、ポン酢しょうゆ(62%)は60%以上の者が利用しており、従来のような単独の味を調合する手間が省ける調味料やだしを取るなどの調理の手間を省く商品が多く利用されている(図6)。

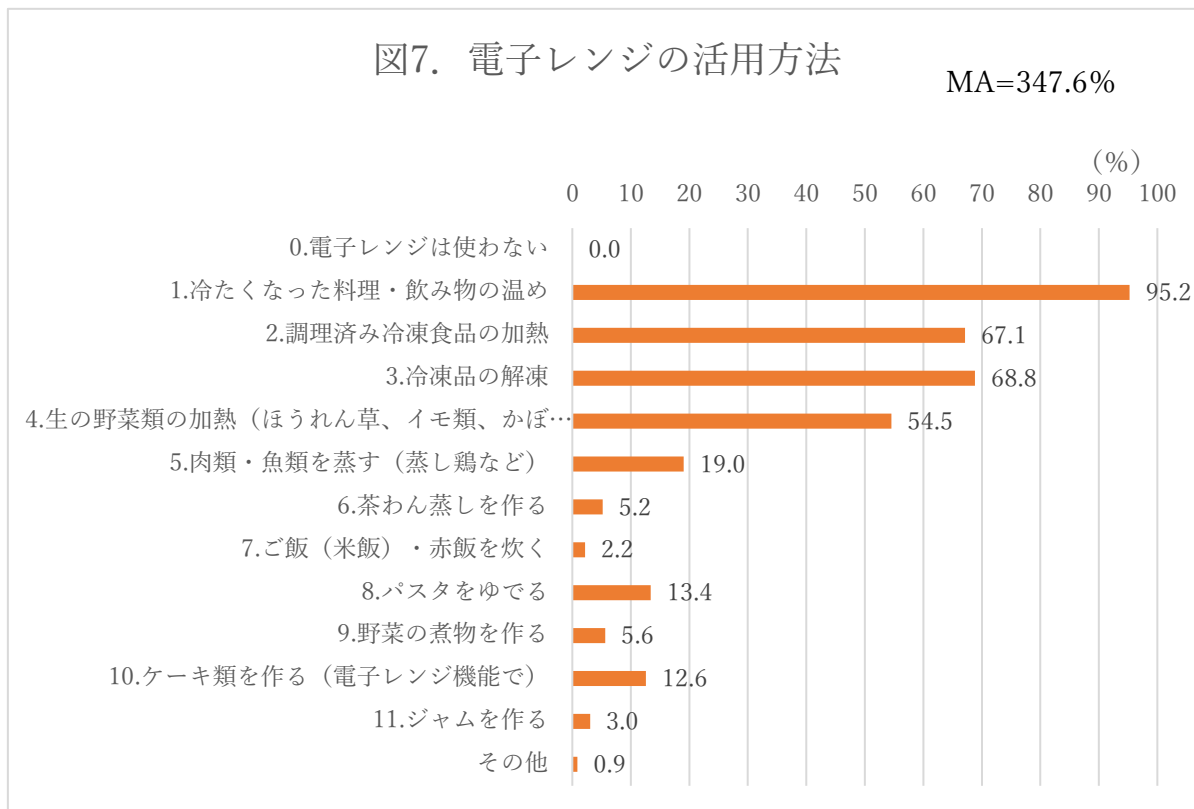
複合調味料を「ほとんど使わない」者は2.2%であり、ほぼ全員が、何れかの複合調味料を利用していると考えられる。複数回答率では861.9%であり、一人あたり、8.6種類の複合調味料が使用されていることになる。



5. 電子レンジの活用について

近年、電子レンジ(オープンレンジ含む)の保有率は99%といわれる(参考文献)。本調査においても「使わない」は0%であった。最も多く活用されているのは「料理や飲み物の温め」(95%)、次いで、「冷凍品の解凍」(69%)、「調理済み冷凍品の加熱」(67%)、「生野菜の加熱」(55%)であった(図7)。少数ではあるが「パスタをゆでる」や「ケーキを作る」など

もあり、これらは電子レンジ用の調理器具の開発や電子レンジを活用した調理法をSNSや雑誌などで広く公開している結果であると考えられる。



6. 献立作成について

献立の参考にするもので最も多いのが、「レシピサイト、アプリに掲載されている料理」（84%）であった。次いで、「レシピ動画」41%であり、両者合わせて125%（複数回答）と多く（図8）、これらはインターネットやスマートフォンの普及による影響が大きいと考えられる。そして、参考にする料理の種類は、「簡単な手間がかからない料理」（80%）、「短時間で作れる料理」（80%）が最も多く（図9）、日々の料理において、惣菜の利用や電子レンジの利用など簡単・便利な調理法への志向が高くなりつつあることが予想される。

さらに、WEBサイトやアプリの利用頻度は「ほぼ毎日」、「1週間に3～4回」を合わせると半数以上の者が高い頻度で料理サイトを利用していることが分かった（図10）。

前述のように、簡単・手間がかからない料理への志向が高くなっているためか、夕食にける調理時間は1時間未満が86%と多かった（図11）。

夕食のメニューを決めるタイミングは、「家にある材料から、作る前日または当日に決める」（47%）が最も多く、「買い物に行って、商品を見ながら決める」「買い物に行く前」「作り直前」を合わせると40%でほとんどが夕食までの短時間にメニューを決めていることがうかがえる（図12）。

夕食メニューで重視することは、「家にある材料を有効に使えること」が最も多く、食材を無駄にしないようにメニューを決めているようであった（図13）。その他、「家族の好み」「栄養バランスが取れていること」「短時間で作れる」「手間がかからない」などが多く、「時短・手間がかからない」は、複数の質問において回答されており、志向性高いことがうかがえた。

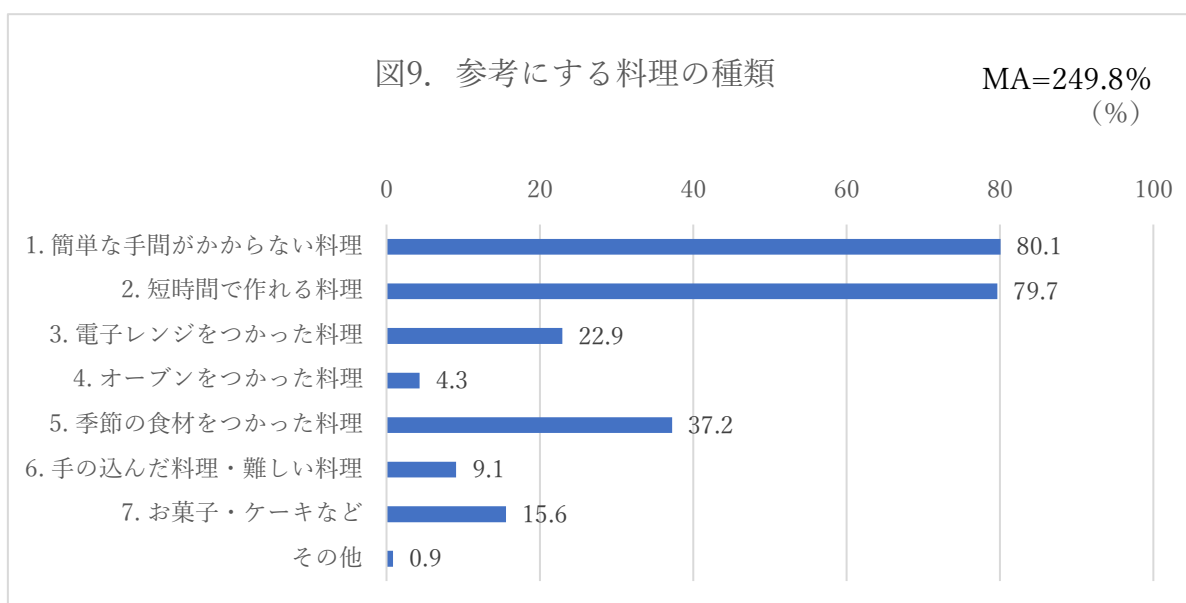
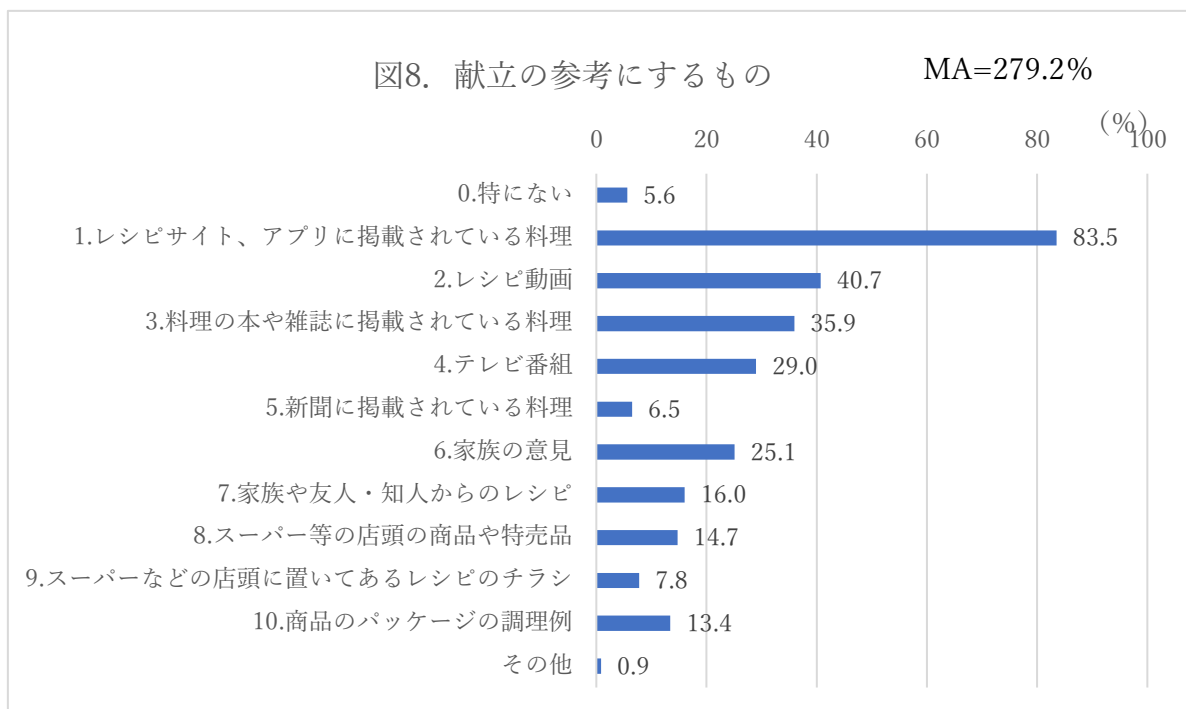


図10. 食事のメニューを考える時にサイトやアプリを利用する頻度

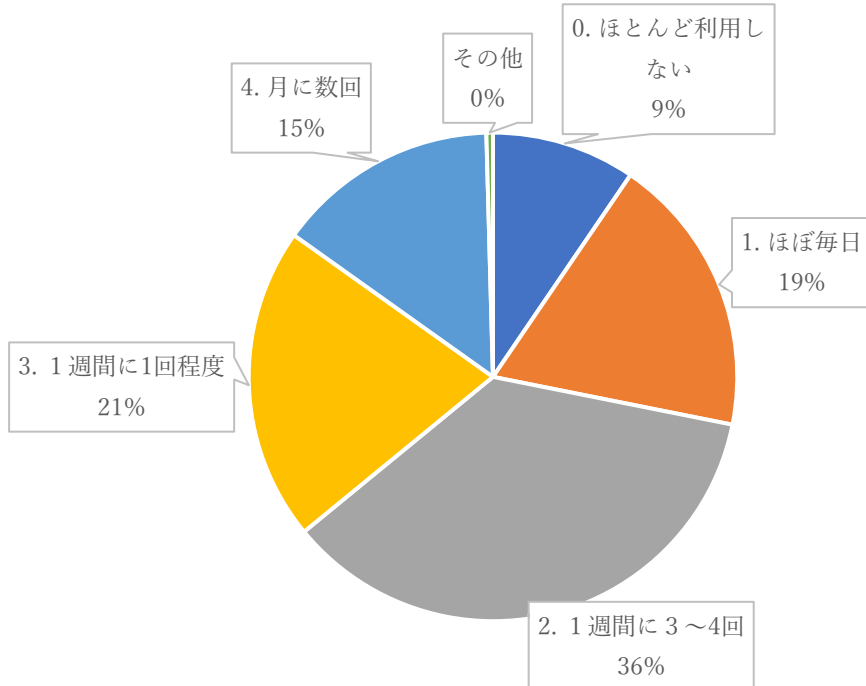


図11. あなたが夕食の調理にかかる平均時間

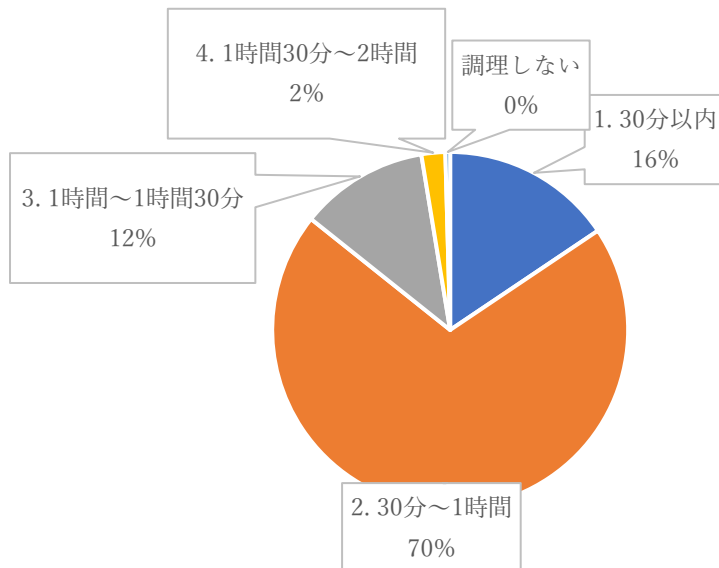


図12. 夕食のメニューを決めるタイミングはいつですか？

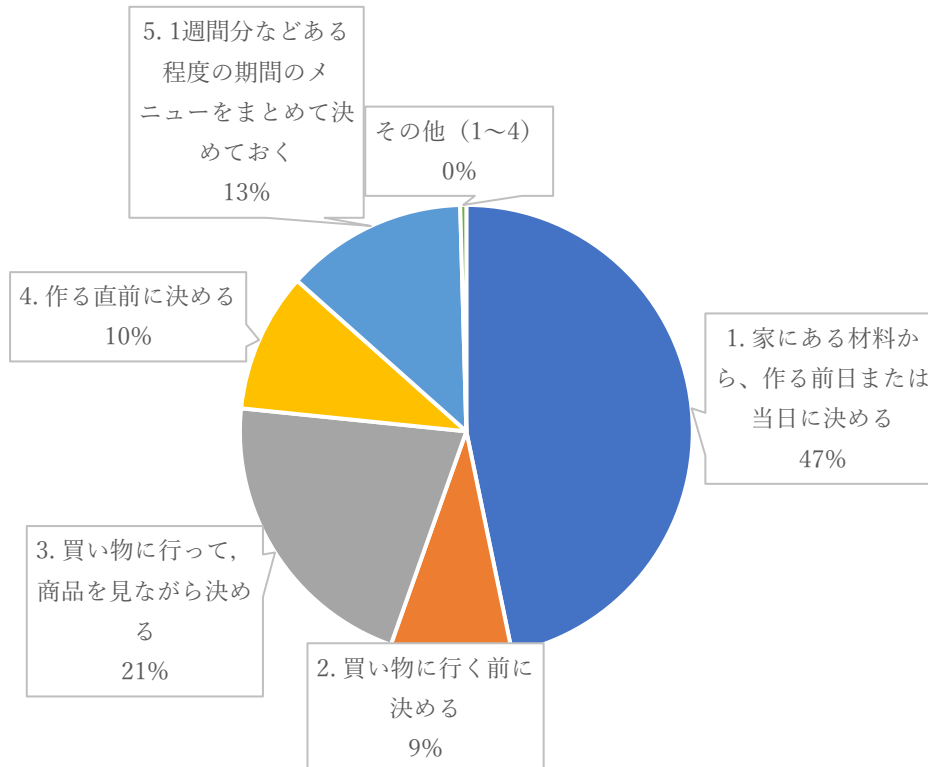
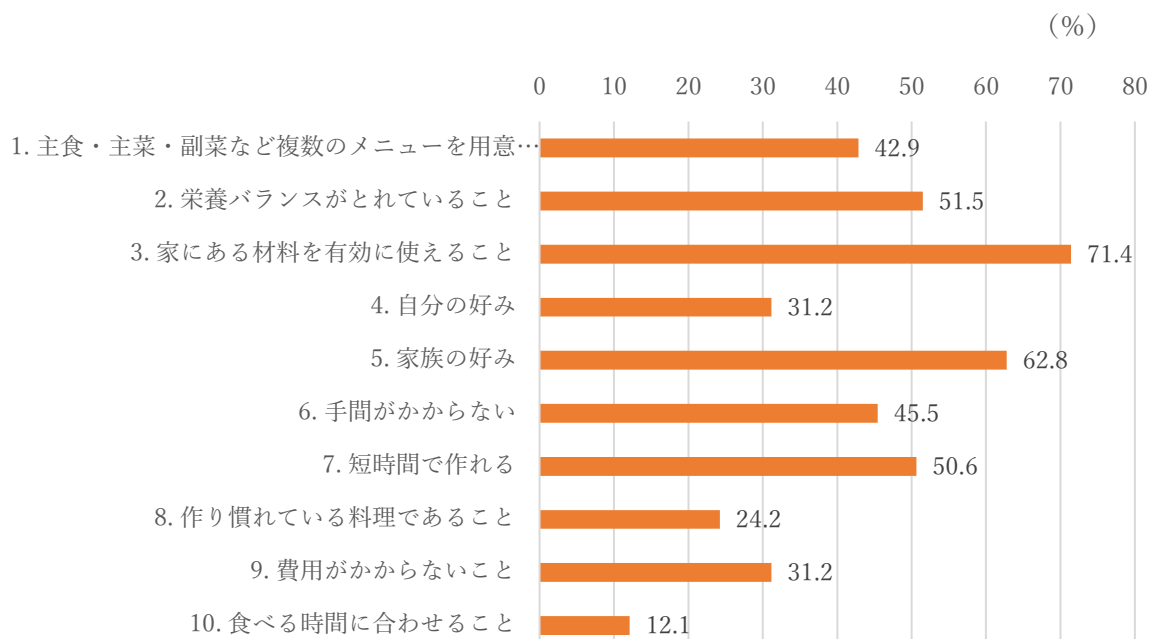


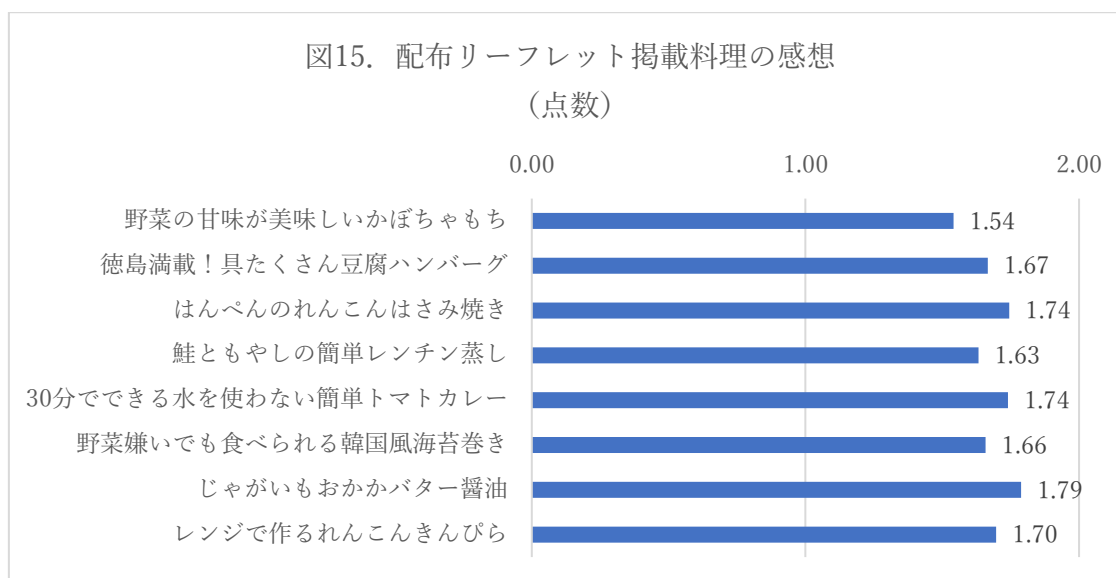
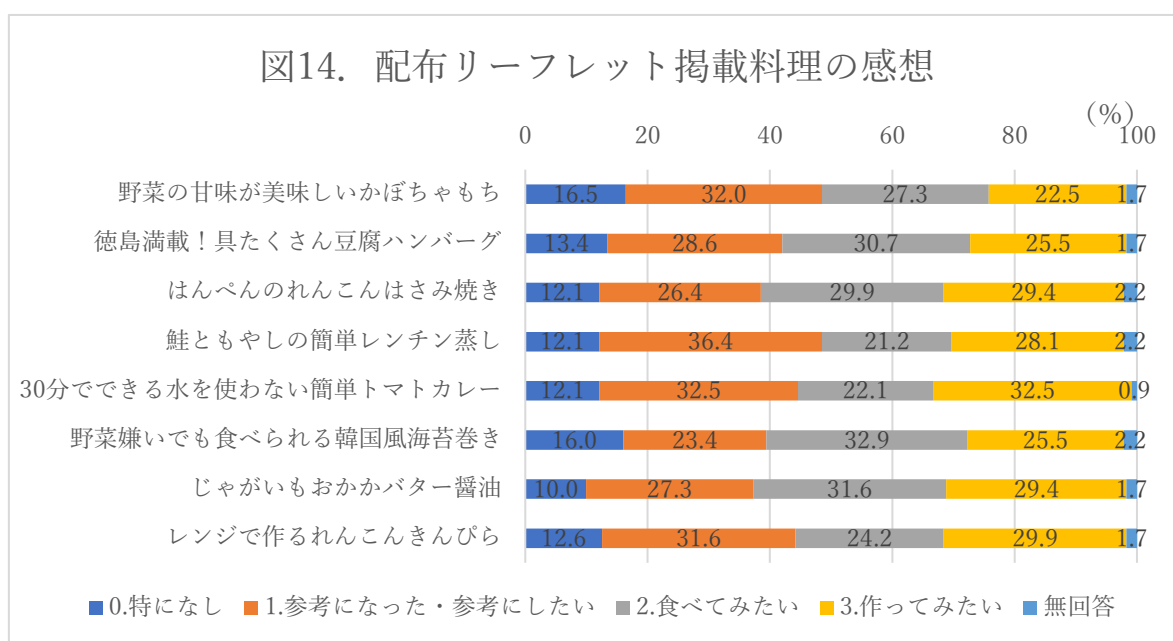
図13. 夕食メニューで重視すること MA=423.4%



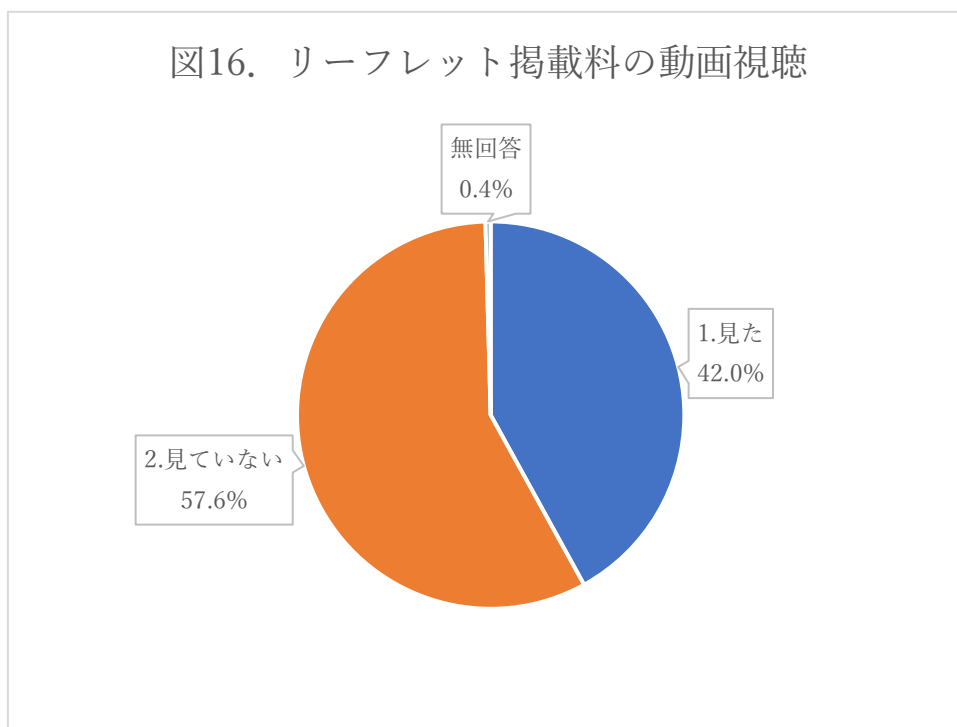
7. リーフレット掲載料理について

リーフレットに掲載された料理についての感想で、それぞれの回答で最も多かった料理は、「参考になった・参考にしたい」料理は『30分でできる水を使わない簡単トマトカレー』で、「食べてみたい」料理では、『野菜嫌いでも食べられる韓国風海苔巻き』、「作ってみたい」料理は、『30分でできる水を使わない簡単トマトカレー』であった（図14）。

それぞれの回答から、「参考になった・参考にしたい」を1点、「食べてみたい」を2点、「作ってみたい」を3点と置き換えて、それぞれの料理を点数化すると、最も高い点数は、『じゃがいもおかかバター醤油』であった（図15）。この料理は簡単に、電子レンジを使用して短時間で作ることができること、材料が身近であることが評価されたのではないかと推測する。



また、リーフレットと同時に配信した動画の視聴結果は、「見た」者が42%と半数を割った結果であったが、献立の参考とするものでは「レシピ動画」が40.7%であったことから、今後の活用に期待したい。



レシピ集に対する意見

レシピ集に関する自由記述をまとめた結果を次に示す。

- ・おいしそうで、バランスも良いです。是非真似したい。
- ・おいしそうであり時間もかからないレシピがあり参考になりました。
- ・美味しそうで作りやすそう
- ・美味しそうですね。年寄りでも動画だと見るだけなので便利です。
- ・美味しそうなメニューが多かったですが、れんこんきんぴらなどは、写真の色をもう少しおいしように調整した方が良かったと思いました。
- ・美味しそうなレシピが多いので試してみたい。
- ・美味しそうなレシピばかりで参考になった。
- ・美味しそうで子供も食べてみたいそうです。
- ・子どもが喜びそうなメニューがあったので作ってみたいと思いました！（しかも時短で簡単なので嬉しいです）
- ・子どもが好きそうなメニューだし、動画だと理解しやすくすごく役立つ！
- ・子どもが好きそうなメニューでつくってみたい
- ・子どもが好きそうなレシピでよかった
- ・子どもが好きそうなレシピをお願いしたいです

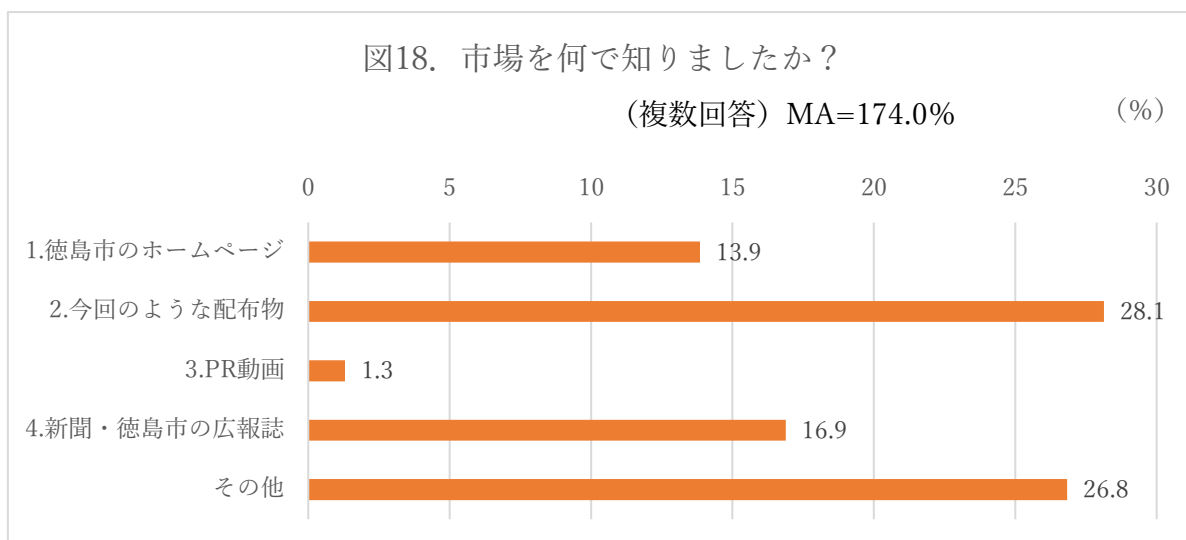
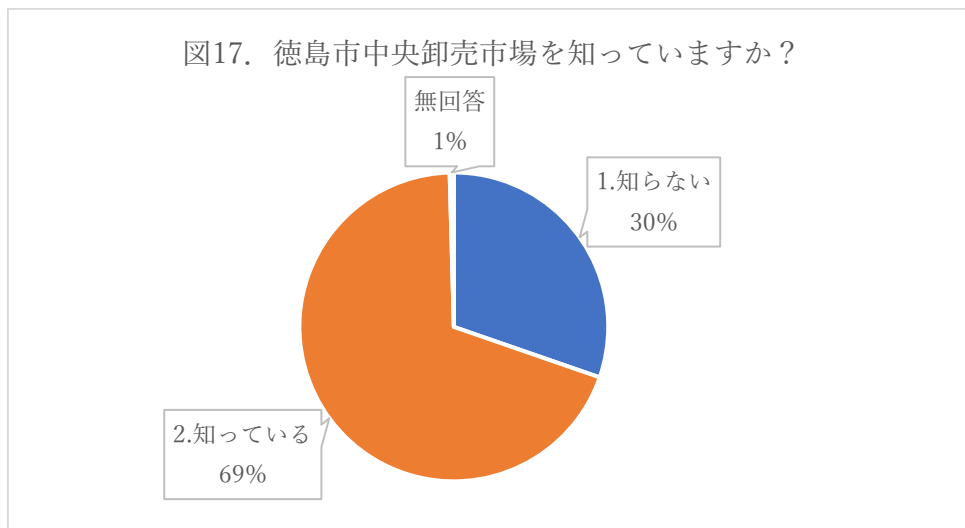
- ・子どもでも食べやすい調理、栄養バランスが考えられている、時短で、作ってみたいと思えた！
- ・子供が喜びそうなメニューがあったので作ってみたいと思いました。
- ・お家にある食材で手軽に作れそうなものがあって活用したいと思った。
- ・お弁当、夕食のおかずの参考になりました。小さい子どもがいるので、子どもも食べそうな料理に目がいき、また作ってみたいと思います。
- ・お野菜がたくさん使われているのがイイなと思いました。
- ・キンパが大好きなので、レシピが載っていて有り難かった。
- ・よかった。
- ・もう一押し簡単な料理を希望します。
- ・レシピがマンネリ化しがちだったが、簡単で新鮮なメニューばかりで助かった。
- ・レシピは良いと思うんですが、文字が多いと読む気力がありません。そして、文字が小さいです。興味ある方は別途動画にアクセスすると思いますが、興味ない方はスルーが大半だと思います。辛口ですみませんが、多忙な主婦は大半がそうだと思います。
- ・レンコンが多い、作った事がある感じでした。子どもが手伝いやすい、つくりやすいのも載せてもらえたらと思います。

どんなレシピがあれば活用しますか？

- ・10分くらいでできるレシピ
- ・7大アレルギー不使用で家族全員が美味しく食べられるレシピ
- ・アレルギー対応お菓子のレシピ
- ・お弁当に入れられるレシピ
- ・簡単で栄養がとれるレシピ
- ・ケーキ類やデザート系のレシピ
- ・魚や海鮮系のレシピ
- ・レンジを使った簡単な料理
- ・季節の野菜を使ったレシピ
- ・子供が喜ぶレシピ
- ・時短で作れる料理
- ・ナス、キュウリ、大根など旬の野菜を使ったレシピ
- ・主菜と副菜のレシピ
- ・チーズを使ったレシピ
- ・レンジ調理や作り置きに適したレシピ
- ・節約料理や食材を有効活用するレシピ
- ・簡単なおやつやデザートのレシピ
- ・季節感を感じられるレシピ
- ・手間がかからずに美味しい料理
- ・地元の食材を使ったレシピ

8. 徳島市中央卸売市場について

徳島市中央卸売市場の認知は69%が「知っている」と回答し、「知らない」の2倍以上でよく認知されている（図17）。また、市場を知ったツールは「今回のような配布物」が28.1%と最も多い。その他の回答には、「家族や知人から聞いた」や「家が近い」、「見学や言ったことがある」等であった（図18）。



市場の役割について「知っている」は47%で、「知らない」者が若干多い（図19）。今後はPR活動により、もっとその役割を知ってもらう必要があると思われる。

知ったツールは「今回のような配布物」（21.1%）と回答したものが最も多く、市場のPR活動として、リーフレットの配布は効果的であると考えられる。

図19. 中央卸売市場の役割を知っていますか？

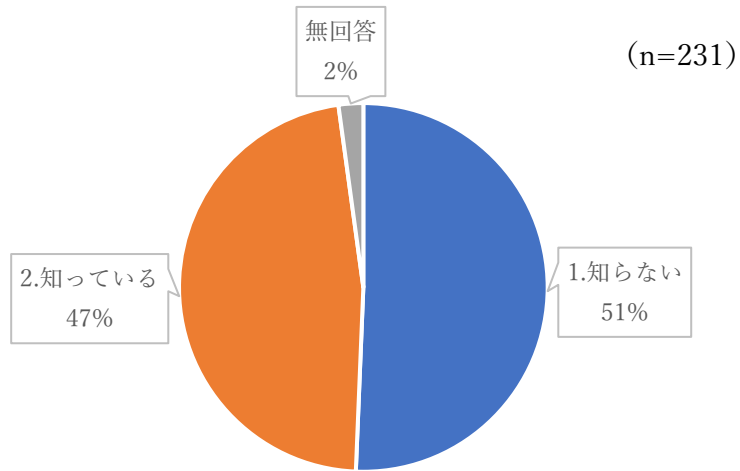
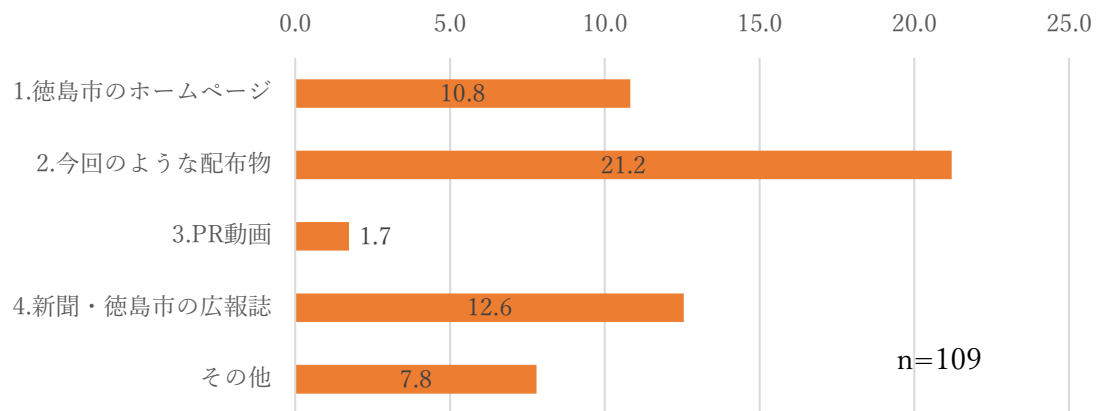


図20. 中央卸売市場の役割を何で知りましたか。

(複数回答) MA=87.9%

(%)



市場に対する意見については次に示す。

市場の一般人への利用に関する要望

- ・一般の人が入って良いのか不明な点が多い
- ・一般の人でも買い物できるような場所にしてほしい
- ・見学ツアーや一般向けのイベントを開催してほしい
- ・一般の人が気軽に行けるようなイベントがあれば良い
- ・市場の取り扱いや値段が分かりにくいので、分かりやすくしてほしい

子どもたちの食育に関する要望

- ・子供の食育に繋がるイベントやツアーを増やしてほしい

- ・子供たちに市場のことを学ぶ機会を作してほしい
- ・子どもたちとの交流などをしてほしい
- ・夏休みなどに親子で参加できるイベントや食育イベントを開催してほしい

市場の活用や知名度に関する要望

- ・市場の活気が良いと感じる
- ・市場の存在を知らない人が多いので、広くアピールしてほしい
- ・市場の場所や利用方法をもっと分かりやすくしてほしい
- ・市場を利用する機会を増やしてほしい
- ・他県の市場のように、一般でも買えるような場所になれば嬉しい

その他の要望

- ・開放日など、気軽に行けるきっかけとなるイベントを企画してほしい