

2021年10月28日（木）  
株式会社ウェルファムフーズ

～10月29日の「国産とり肉の日」を記念し、コロナ禍での国産とり肉に関する意識調査を実施～  
**コロナ禍で家計にやさしい鶏むね肉を選ぶことが多くなった人が3割いる一方、  
パサつきが気になると回答した人も7割に  
また、子供と接する時間が増えたことで、調理で重視するようになった点は栄養バランスと時短に！**

安心・安全でおいしい商品により健康で豊かな食生活づくりに貢献する株式会社ウェルファムフーズ（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：野村 和伸）は、コロナ禍での国産とり肉に関する意識を探るため、20代から30代で週4以上子供を含む家族のために料理をする方のうち、普段鶏肉を購入している男女500名を対象に調査を実施しました。

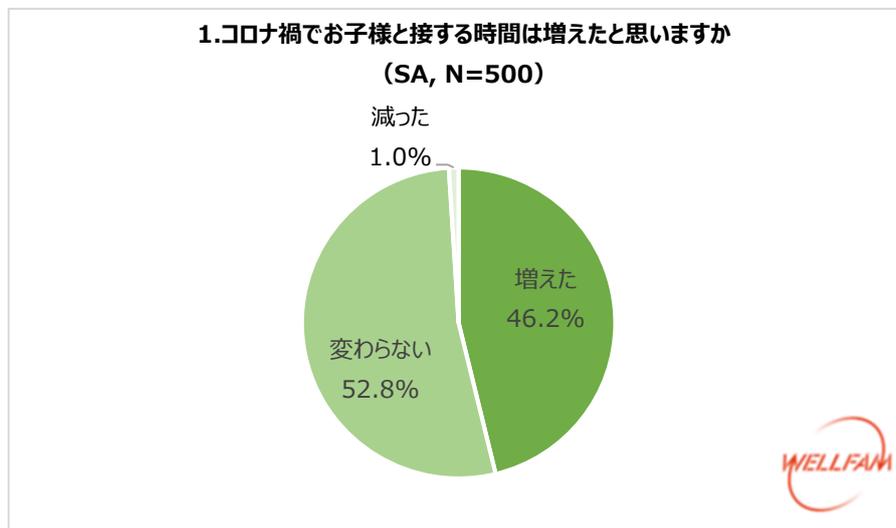
## ■調査サマリー

1. コロナ禍で子供と接する時間が増えた人 5割（46.2%）
2. 子供の健康面の不安 Top3 はストレス、視力の低下、免疫力の低下で、子供の健康のために生活リズムを崩さない、普段から栄養バランスの良い食事を心がけている人がいずれも6割（60.8%、57.4%）
3. コロナ禍、調理で重視するようになった点は栄養バランス、時短。また、買い物でコロナ前と比べて重視するようになった点は価格、調理の手軽さ、食材の栄養価が Top3
4. 牛肉、豚肉、鶏肉の中で一番国産かを意識するのは鶏肉。その中でも鶏肉を購入する際に常に国産鳥を選ぶ人が5割（47.8%）
5. コロナ禍で食費の支出が増えた人が5割（49.4%）で、家計にやさしい鶏むね肉の購入頻度が増えた人も3割（28.4%）
6. 一方、鶏むね肉のパサつきや硬さが気になると回答した人が7割（67.2%）のほか、火を通すと硬くなりやすいと感じた人も6割（61.7%）

## ■ 調査結果

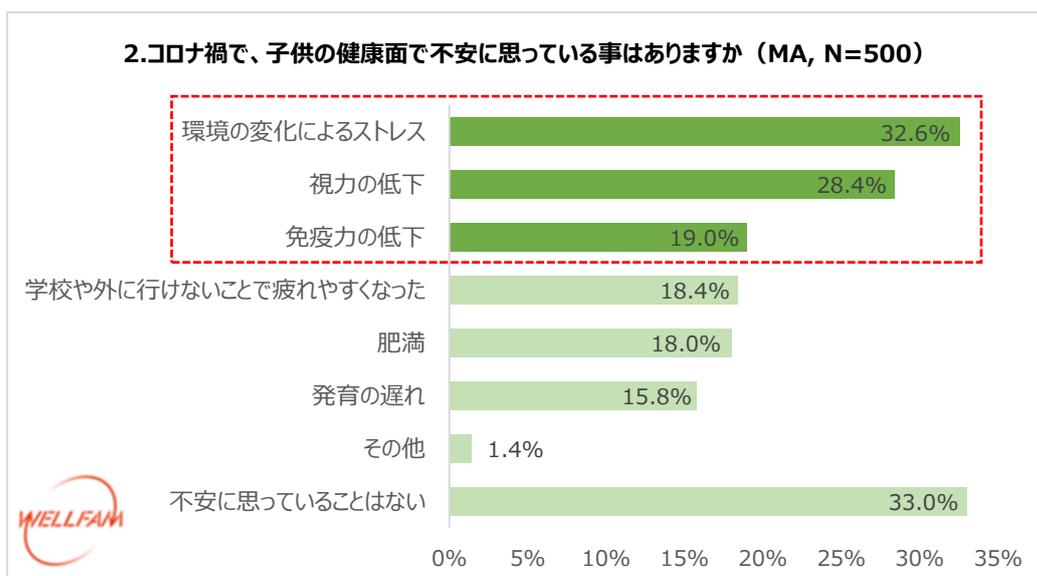
### 1. コロナ禍で子供と接する時間が増えた人 5 割（46.2%）

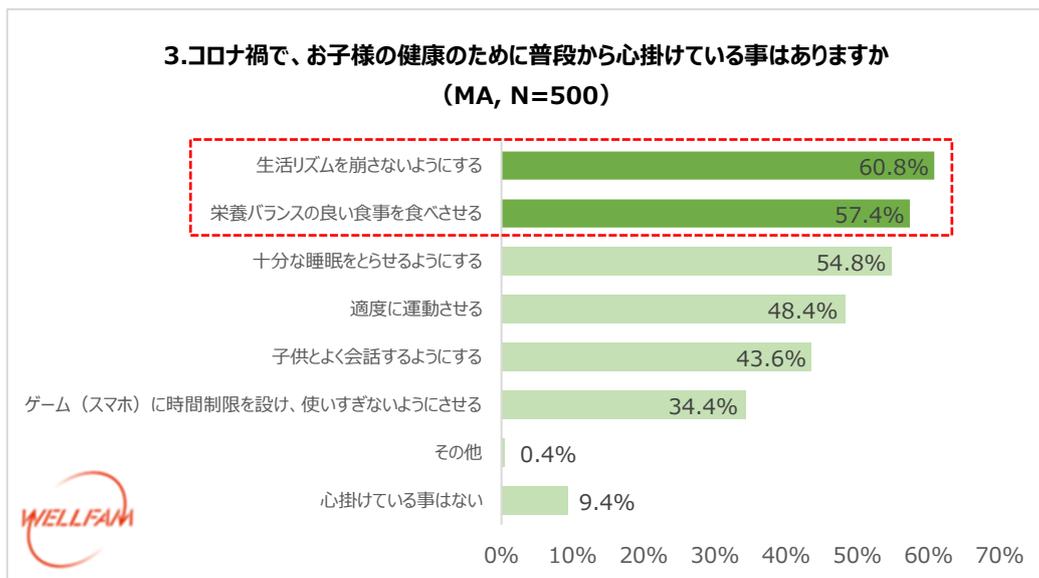
コロナ禍での子供と接する時間の変化について調査したところ、テレワークやオンライン授業の普及も相まって、接する時間が増えたと回答した人が 5 割（46.2%）に上りました。



### 2. 子供の健康面の不安 Top3 はストレス、視力の低下、免疫力の低下で、子供の健康のために生活リズムを崩さない、普段から栄養バランスの良い食事を心がけている人がいずれも 6 割（60.8%、57.4%）

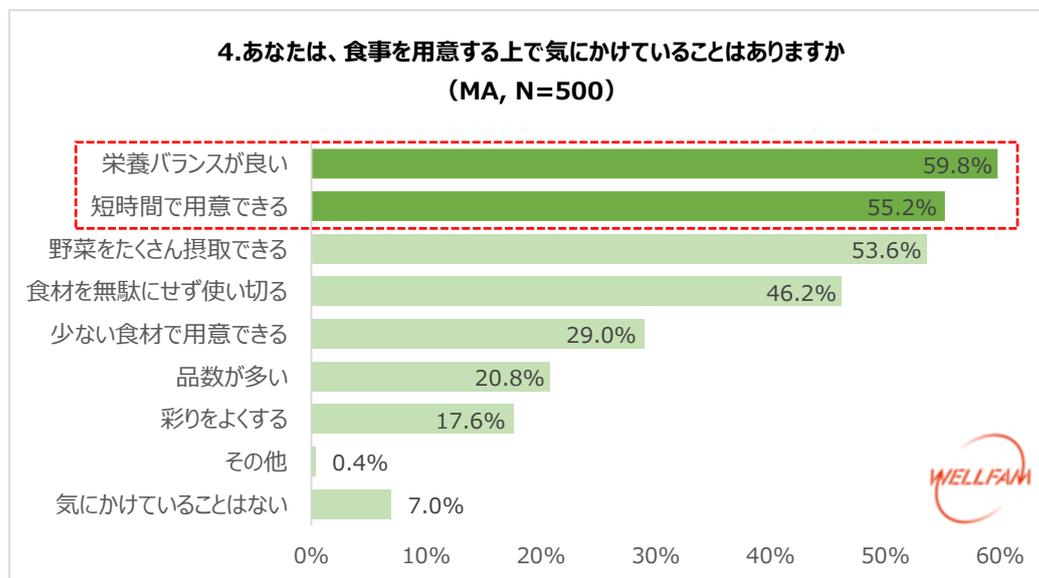
コロナ禍での子供の健康面についての不安を調査したところ、環境の変化によるストレスがトップで、次いで免疫力の低下、肥満が上がりました。また、子供の健康のために普段から心掛けている事については、生活リズムを崩さない（60.8%）、普段から栄養バランスの良い食事を心がけている（57.4%）がいずれも 6 割と、意識して普段通りの生活を送ることに加え、食に対する関心の高さがうかがえる結果になりました。

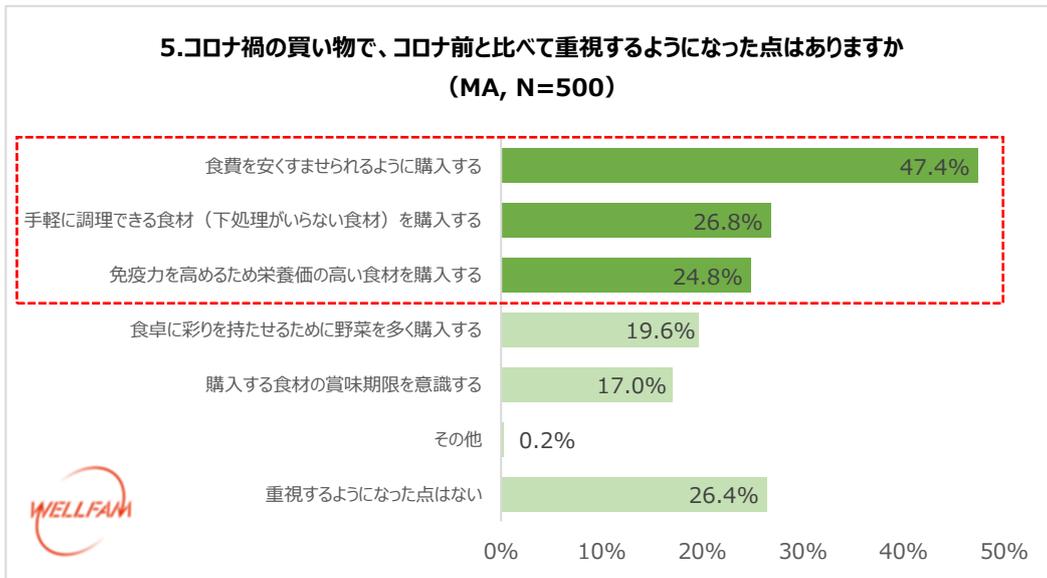




**3. コロナ禍、調理で重視するようになった点は栄養バランス、時短。また、買い物でコロナ前と比べて重視するようになった点は価格、調理の手軽さに続いて、食材の栄養価が Top3**

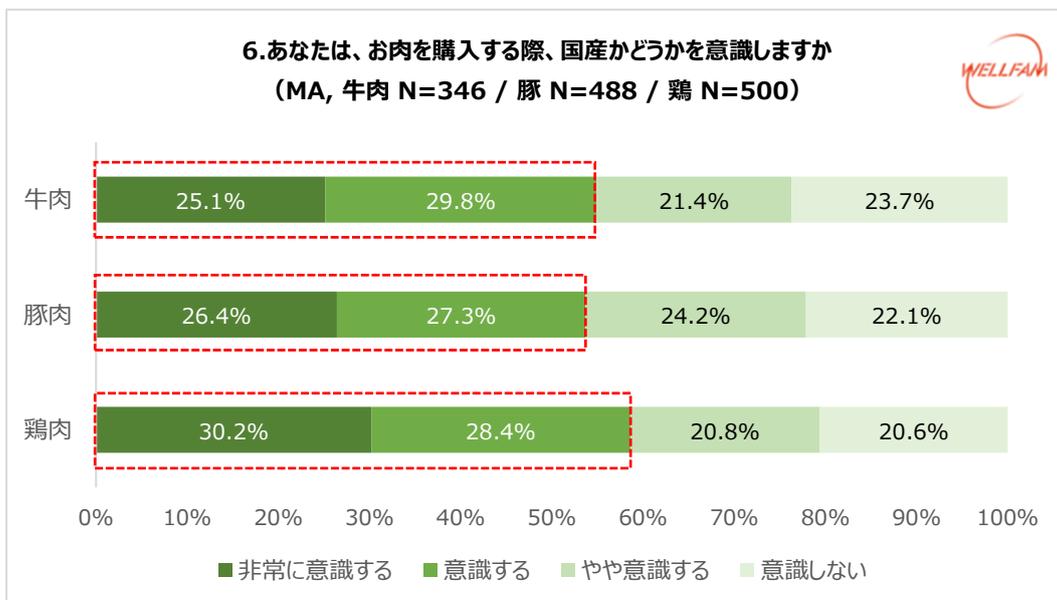
コロナ禍、食事を用意する上で気にかけていることを調査したところ栄養バランスと時短が上位に。また、買い物でコロナ前と比べて重視するようになった点は価格、調理の手軽さに加え、免疫力を高めるため栄養価の高い食材を購入するが上位に上がり、子供の健康のために栄養価の高い食事をいかに早く、そしてリーズナブルに作れるか、子育て中の親の悩みが改めて浮き彫りになりました。

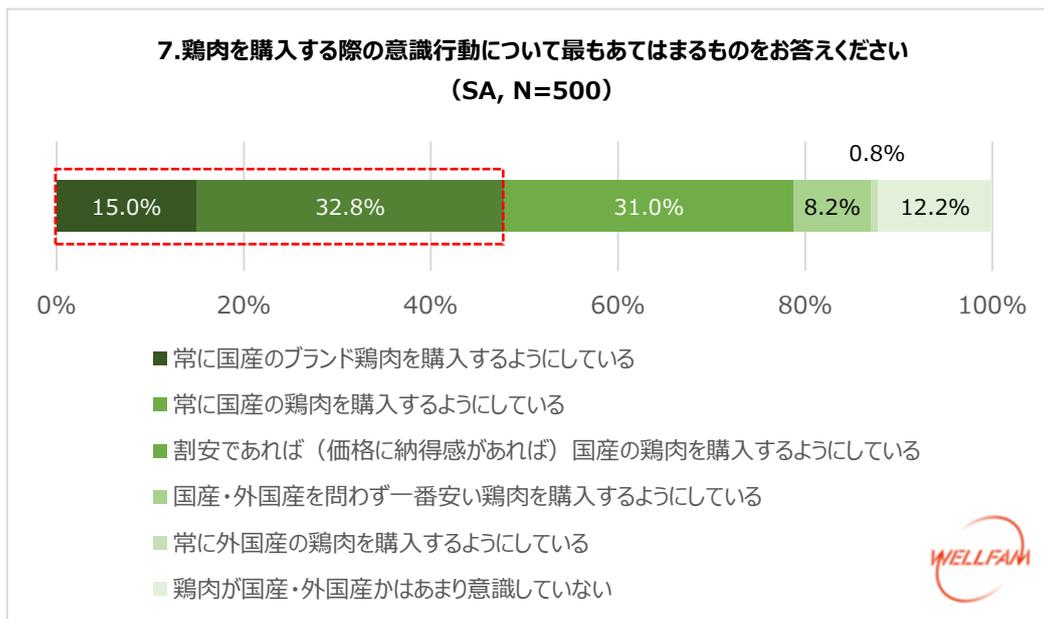




**4. 牛肉、豚肉、鶏肉の中で一番国産かを意識するのは鶏肉。その中でも鶏肉を購入する際に常に国産鳥を選ぶ人が5割（47.8%）**

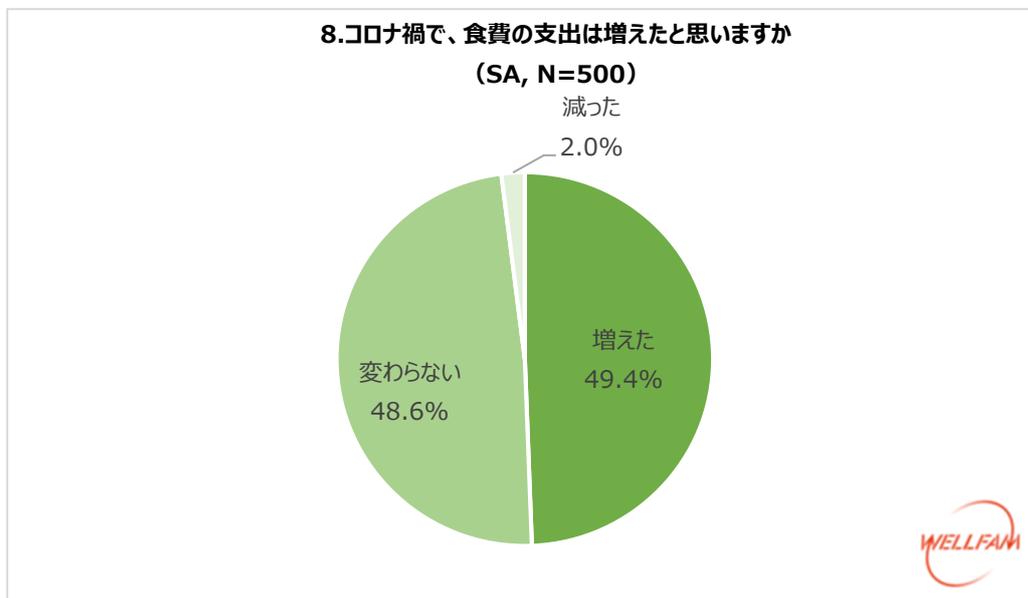
日ごろから子供を含む家族のために料理を作る人の悩みが明らかになったのに続いて、日ごろお肉を購入する際に国産かどうかを意識する\*が調査したところ、牛肉、豚肉も一定数意識する人いましたが、鶏肉が58.6%と一番多いことがわかりました。また、具体的に鶏肉を購入する際の意識行動について調査したところ、常に国産鶏肉を購入すると回答した5割（47.8%）のうち、常に国産のブランド鶏を購入すると回答したのがその中の3割（15%）と、ブランド鶏を意識して購入する層が一定数いることがわかりました。\*非常に意識する、意識すると回答した人の割合

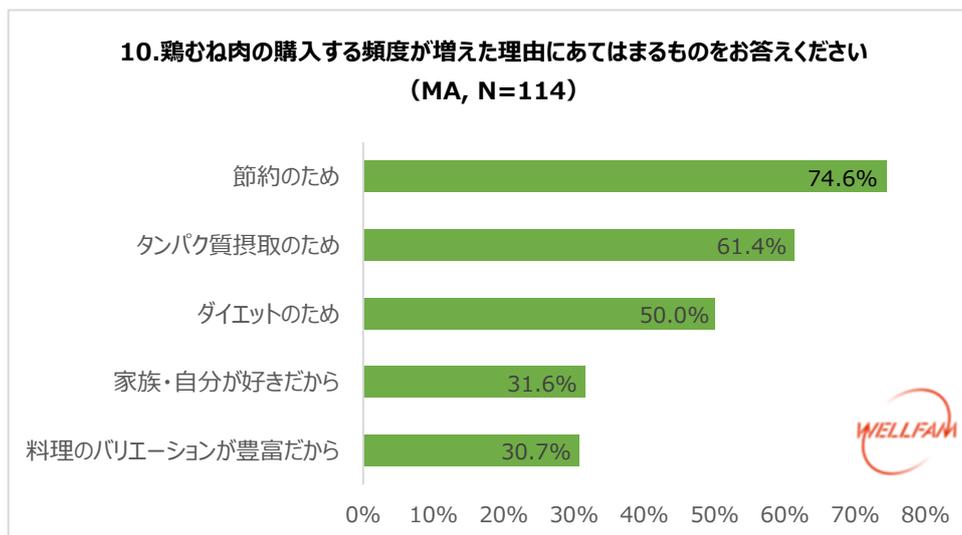
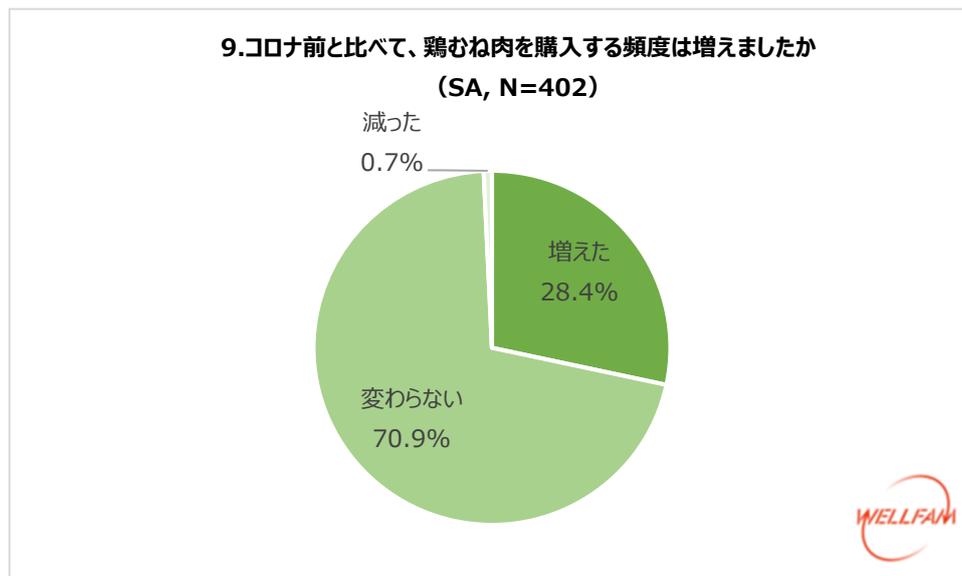




**5. コロナ禍で食費の支出が増えた人が 5 割（49.4%）で、家計にやさしい鶏むね肉の購入頻度が増えた人も 3 割（28.4%）**

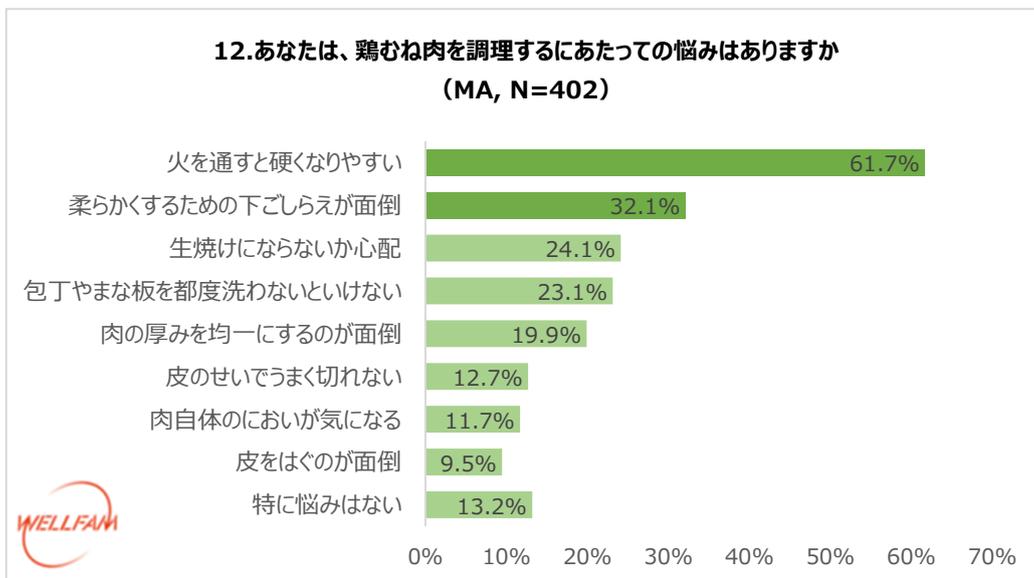
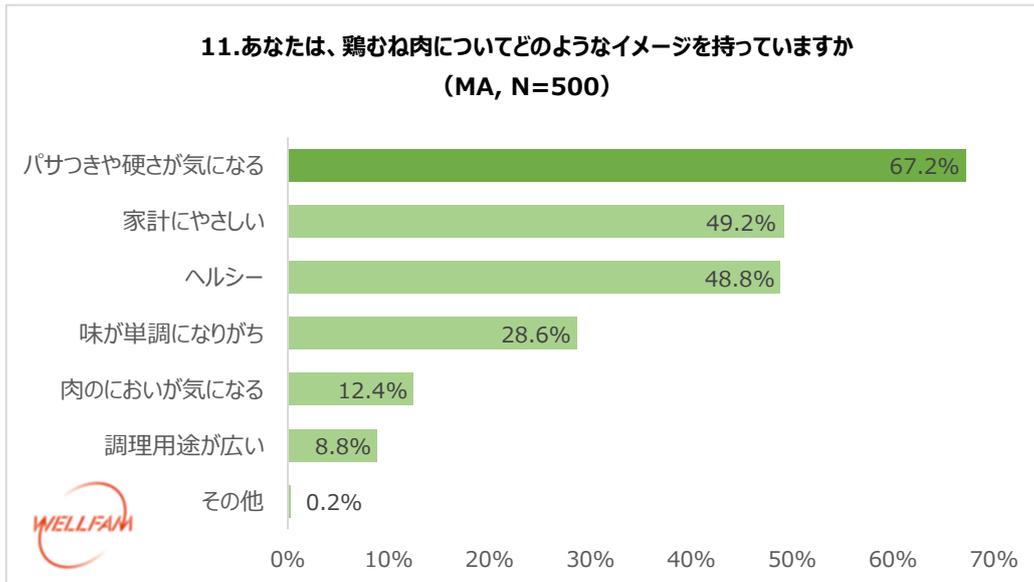
コロナ禍での食費の増減について調査したところ、食費が増えたと回答したのが約 5 割（49.4%）に上り、家計にやさしい鶏むね肉を選ぶことが多かった人も 3 割（28.4%）に上りました。また、タンパク質摂取やダイエットのために鶏むね肉を選ぶ人も多く、時流を表す結果となりました。





**6. 一方、鶏むね肉のパサつきや硬さが気になると回答した人が 7 割（67.2%）のほか、火を通すと硬くなりやすいと感じた人も 6 割（61.7%）**

支出の削減や健康意識の高まりなどで鶏むね肉を購入する人が多い一方、調理をした際にパサつきを感じたことがあると回答した人が 7 割（67.2%）、また、火を通すと硬くなりやすいと感じたり（61.7%）、鶏肉の下ごしらえを面倒と感じる人も 32.1%おり、鶏むね肉を調理する際の悩みも浮き彫りになりました。



■分析・解説 管理栄養士 三城 円

今回の調査結果で、改めてコロナ禍でのお子さんを持つ親の悩みが浮き彫りになりました。

家計にやさしい鶏むね肉は、鶏肉の中でもヘルシーで子供の成長に必要なたんぱく質が豊富に含まれるほか、うま味成分のイノシン酸が豊富であるなど非常に栄養価が高い食材であり、他の肉と比べて消化がよいのも特徴です。

また、疲労回復成分（イミダペプチドやカルニチン）が多く含まれているので、季節の変わり目で体調を崩しがちなこれからの季節には積極的に摂取していきたい食材ですね。

お悩みの多かった鶏むね肉を調理した際のパサつきや面倒な下処理については、最近増えてきているブランド鶏の中でも、鶏肉独特の臭いが少なく保水性が高い**森林どり**など、下処理なく加熱してもジューシーさが保たれる鶏肉を選ぶことで解決できますよ。

用途に合わせた鶏肉を選ぶことで、家事を賢く時短していきたいですね。

## 管理栄養士 三城 円 (さんじょう まどか) プロフィール



一般社団法人日本パーソナル管理栄養士協会代表理事、  
食の相談窓口 San-CuBic 代表、HER-SELF 女性の健康プロジェクト理事、一般社団法人日本ジュニア・アスリートサポート協会顧問。

自身のダイエット、摂食障害の経験から食に苦しむ人を救うべく、「パーソナル管理栄養士」として独立。ダイエット指導や摂食障害のケア、アスリートのパーソナル食事コンサルティングを行う。分かりやすく、腑に落ちる解説で女性誌やマスコミから注目を集める。

### <調査概要>

調査主体：株式会社ウェルファムフーズ

調査名：コロナ禍での国産とり肉に関する意識調査

実施時期：2021年10月8日から10月11日

調査方法：インターネット調査

調査対象：20代から30代で週4以上子供を含む家族のために料理をする男女500名

調査委託先：株式会社ネオマーケティング

### ■株式会社ウェルファムフーズについて

ウェルファムフーズは、「農場でのブロイラーの飼育から工場における鶏肉製品や加工品の製造、更には販売に至るまで生販一貫体制による国産鶏肉事業」を中核とし、「国産および輸入豚の販売」や「国産及び輸入食肉加工製品の販売」を全国展開しています。

### ■森林どりについて

森林どりは、ウェルファムフーズが飼育から製造加工までの一元管理の結果誕生した安心・安全な鶏肉です。

森林どりの最大の特徴は『森林のエキス』\*が配合された飼料を食べて育っていること。『森林のエキス』のおかげで、鶏一羽一羽の腸内フローラが充実し、腸から健康で元気に育つことで、ジューシーで旨みが強く、くさみが少ないおいしい鶏に成長します。\*『森林のエキス』：常緑広葉樹の樹皮炭と木酢液を混合したもの

社名：株式会社ウェルファムフーズ

本社所在地：〒102-0074 東京都千代田区九段南2丁目1番30号 イタリア文化会館ビル6階

代表者名：代表取締役社長 野村 和伸

業務内容：鶏肉製品、豚肉製品、加工品の生産・販売

ウェブサイト：<https://www.wellfam-foods.co.jp/>

担当部署：事業推進部

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ウェルファムフーズ 森林どり PR 担当 ビルコム株式会社 小池

TEL：03-5413-2411 / FAX：03-5413-2412 / E-MAIL：wellfam-foods@bil.jp