

愛は食卓にある。



# たまご白書 2023

2023年11月5日

キューピー株式会社  
キューピータマゴ株式会社

資料の転載・使用につきましては、担当者まで事前にお問い合わせください

調査概要	…	2
ウェイトバック集計について	…	3
対象者属性	…	4
第1章 卵の購入・使用実態・好意度	…	5
第2章 卵を使った料理・スイーツの購入・喫食実態	…	22
第3章 健康・栄養素に対する意識	…	53
第4章 人物像把握	…	59
APPENDIX	…	66

**調査名** 卵に関するアンケート

**目的** 卵の購買・消費実態や好意度、卵料理の消費実態などを調査することにより、卵の食文化を理解するために  
行う調査です。今後も、いいたまごの日（11月5日）に合わせて調査結果を発表していく予定です。

**実施期間** 2023年8月25日（金）～8月26日（土）

**方法** Webアンケート調査

**対象者** 全国の20歳～69歳の男女 合計2,060名

- 内容**
1. 卵の購入・使用実態・好意度
  2. 卵を使った料理・スイーツの購入・喫食実態
  3. 卵に関する諸項目の認知・意識
  4. 健康・栄養素に対する意識
  5. 人物像把握

**調査票URL** <https://www.macromill.com/airs/exec/pvRLAction.do?rid=1194678&k=87ada8a6c0>

**調査機関** 株式会社マクロミル

報告書内の記述について

※n=30未満は参考値として記載

なお、本文中で提示しているグラフについて、対応する質問文を掲載しています。回答の形式により、あてはまるものをひとつだけ選んでいただく（シングルアンサー）質問には「SA」、あてはまるものを複数選んでいただく（マルチアンサー）質問には「MA」を質問文の末尾に付記しています。

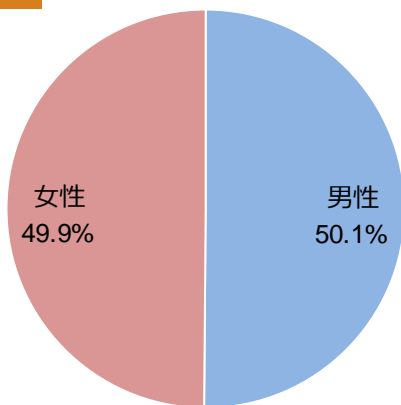
## ウェイトバック集計について

- 調査結果は、10歳刻みの性年代別人口構成比から算出した係数を実回収数に乗算し、実際の市場ボリュームに合わせてスコアを反映しております。
- このような統計的操作をウェイトバックといいます（以下、WBと表記）。

		実回収数(人)	構成比	WB値	WB後N	WB後%
性 年 代 別	男性 20代	206	10.0%	<b>0.81</b>	166	8.1%
	男性 30代	206	10.0%	<b>0.93</b>	191	9.3%
	男性 40代	206	10.0%	<b>1.20</b>	247	12.0%
	男性 50代	206	10.0%	<b>1.08</b>	223	10.8%
	男性 60代	206	10.0%	<b>1.00</b>	205	10.0%
	女性 20代	206	10.0%	<b>0.78</b>	160	7.8%
	女性 30代	206	10.0%	<b>0.90</b>	186	9.0%
	女性 40代	206	10.0%	<b>1.18</b>	243	11.8%
	女性 50代	206	10.0%	<b>1.08</b>	223	10.8%
	女性 60代	206	10.0%	<b>1.04</b>	215	10.4%
全体		2,060	100.0%		2,060	100.0%

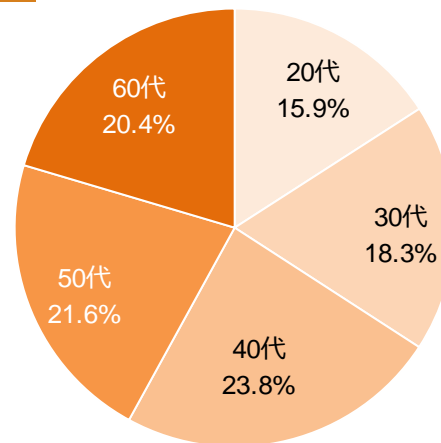
# 対象者属性

## 性別



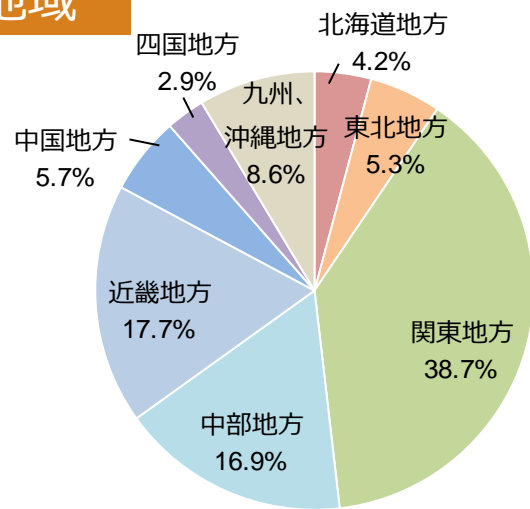
WB前n=(2,060)

## 年代別



WB前n=(2,060)

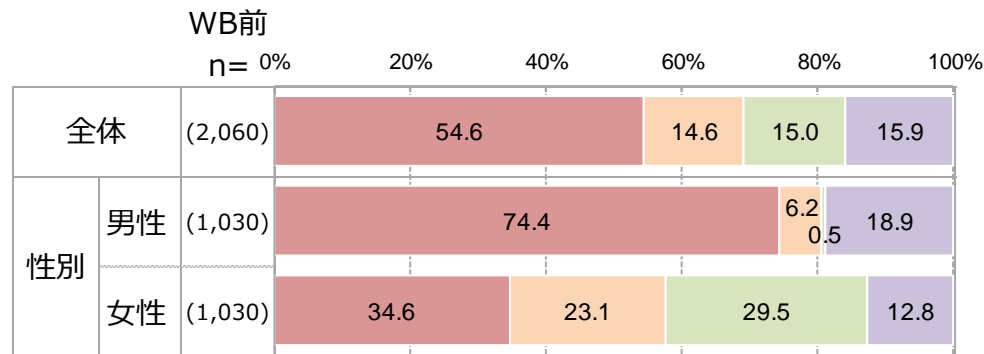
## 居住地域



WB前n=(2,060)

## 職業

■ 有職者 (フルタイム)   
 ■ 有職者 (パート・アルバイト)   
 ■ 専業主婦   
 ■ 学生・その他・無職



# 第1章 卵の購入・使用実態・好意度

1	卵の一週間の購入個数	… 7
2	卵の購入場所	… 8
3	卵購入の決め手【第1位】	… 9
4	卵の1日の喫食個数/喫食意向個数	… 10
5	卵の1日の上限喫食個数	… 11
6	卵に対するイメージ	… 12
7	卵について知っていること	… 13
8	卵について魅力に感じること	… 14
9	卵について知っていること×魅力に感じること	… 15
10	【参考】卵について知っていること×魅力に感じること （「卵はタンパク質が豊富である」含む）	… 16
11	【参考】コリンについて知っていること	… 17
12	卵の好意度	… 18
13	卵を好きな理由	… 19
14	卵を使う際に感じるストレス	… 20
15	卵の価格感	… 21

## 【この章のポイント】

卵が好きな人の割合は85.6%。例年同様に多くの人々が卵を好む傾向がみられた。一方で、卵（生）の購入個数は、週平均5.4個と前年（週平均5.8個）から減少。卵（生卵に限らず、卵料理として食べる場合も含む）の喫食個数においても、「1日1個以上」食べる層が減少していた。卵のイメージとして、「価格が安い」が前年より大きく低下していることも踏まえると、上記には卵の値上がりが影響しているとみられる。こうした状況の中でも、男性20代は、卵を1日1個以上食べる者が前年より増加。卵の栄養面に対する理解が進んだことが、一因と推察される。

- 卵に対する好意度は85.6%で、前年と同様に高い。男性20代では、「とても好き」が前年より増加（本年：51.5%、前年：36.9%）。
- 卵（生）の購入個数は全体で平均5.4個/週と、前年の5.8個/週から減少。
- 卵（生卵に限らず、卵料理として食べる場合も含む）の喫食個数は、「1日1個以上」が前年より低下。性年代別をみると、男性30代、60代、女性20-30代で「1日1個以上」が前年より低下していたが、男性20代については前年より増加。
- 卵の主要なイメージのうち、「栄養価が高い」は前年より増加、「手軽に食べられる」「価格が安い」は低下。特に「価格が安い」については、著しい低下がみられた。性年代別をみると、「栄養価が高い」は男性20代、女性60代で増加。
- 卵の健康機能に対する認知では、「卵のタンパク質は良質」が前年より増加（本年24.6%、前年21.8%）。性年代別をみると、「卵のタンパク質は良質」は男性20代において前年から増加。
- 卵の健康機能のうち、「タンパク質が豊富」は、前年同様、認知度も魅力度も最も高い。

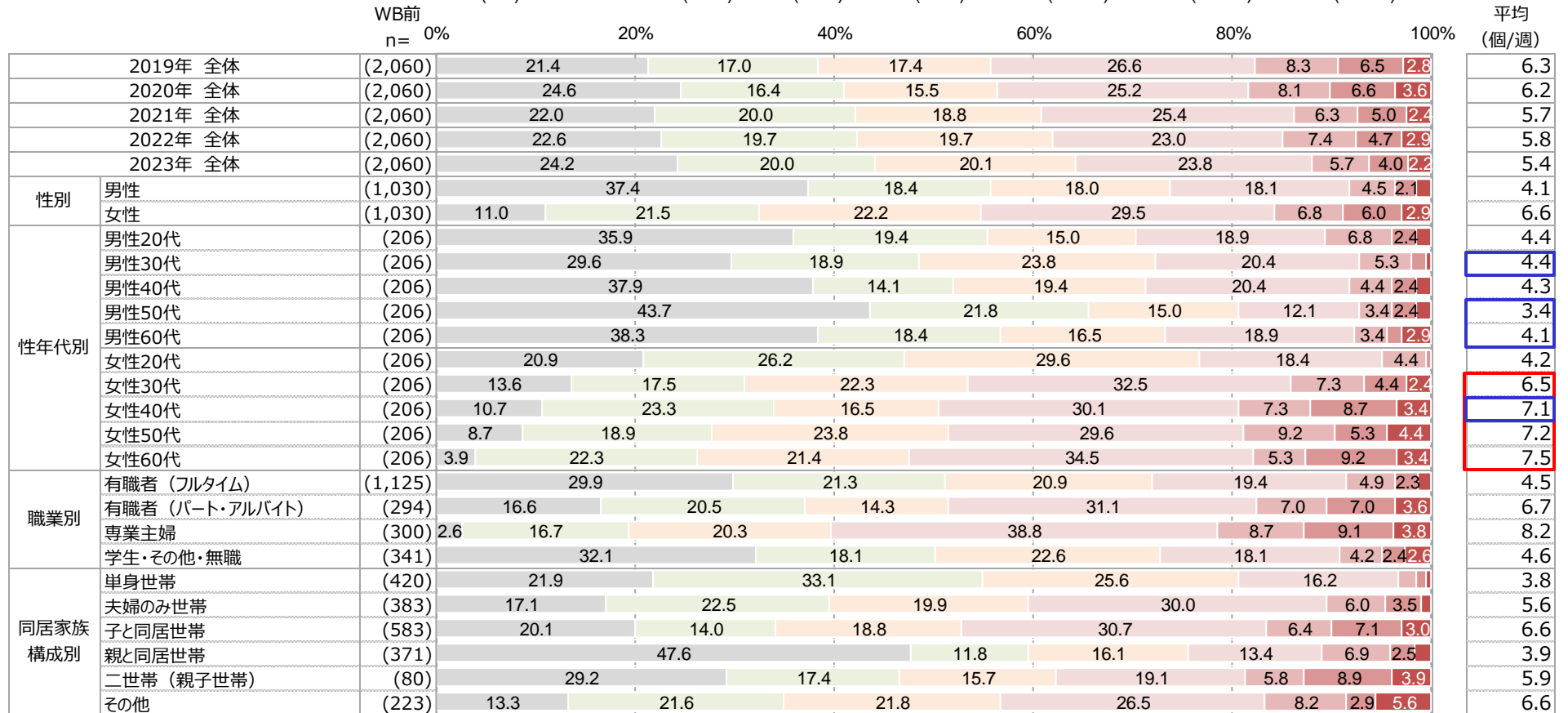
# 1 卵の一週間の購入個数

あなたは、一週間の間でどれくらいの個数の卵を購入しますか。

SA

- 全体をみると、一週間での卵の平均購入個数は5.4個。前年から減少。
- 性年代別をみると、一週間での卵の平均購入個数が多いのは、例年同様、女性30代以上。前年と比べると、男性30代、50-60代、女性40代で減少（前年のスコア：男性30代5.1個、男性50代4.3個、男性60代5.0個、女性40代7.8個）。

■ 卵を自分では買わない・分からない (0.0)
 ■ 週に3個以下 (+2.0)
 ■ 週に4個～6個 (+5.0)
 ■ 週に7個～10個 (+8.5)
 ■ 週に11個～15個 (+13.0)
 ■ 週に16個～20個 (+18.0)
 ■ 週に21個以上 (+21.0)



※2%未満のスコアレベルは非表示 ※平均(個/週)は、凡例の( )内の数値を用いて算出



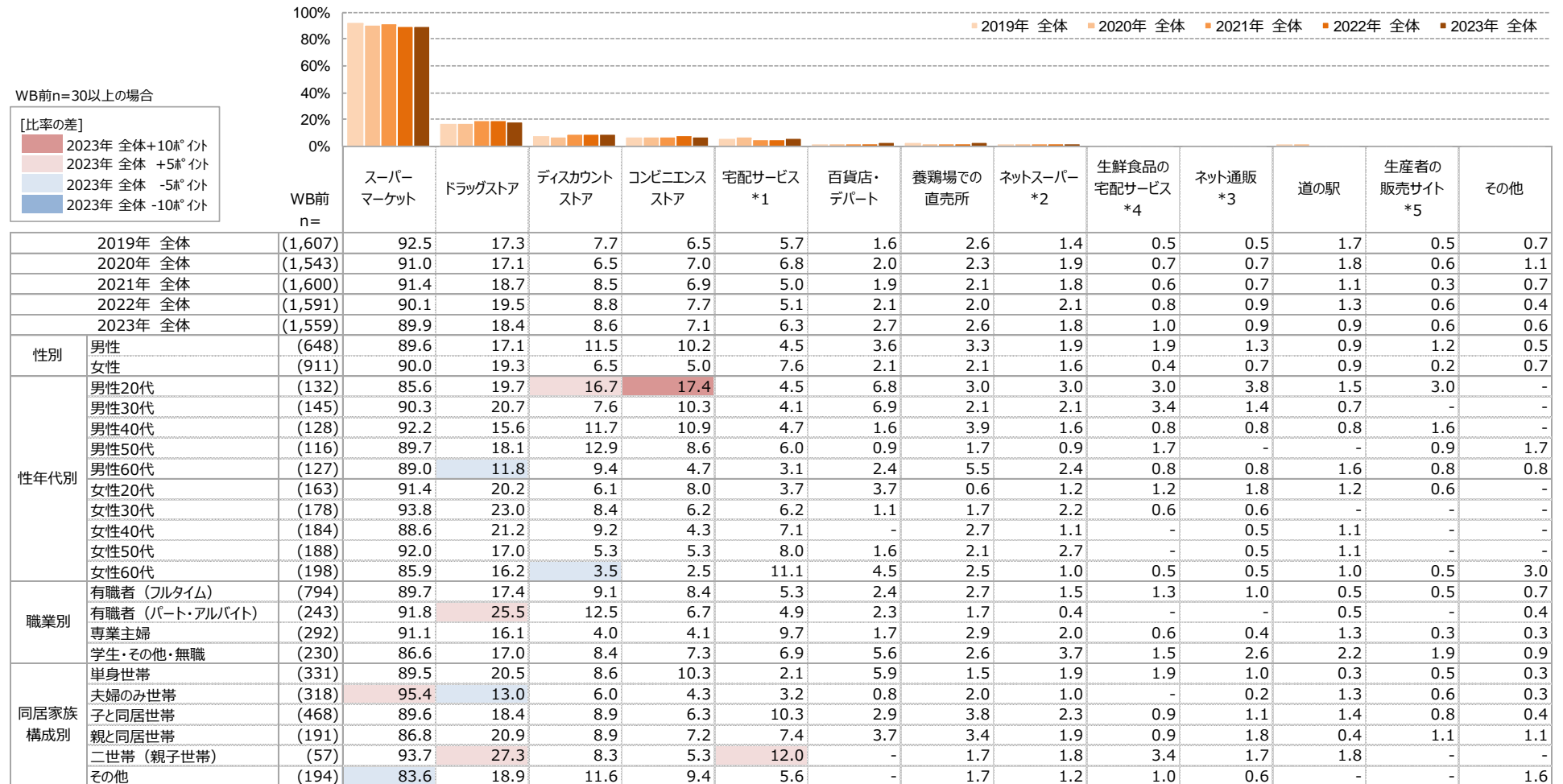
## 2 卵の購入場所

あなたが普段卵を購入する場所として、あてはまるものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、卵の購入場所は「スーパーマーケット」が89.9%と突出して高く、次いで「ドラッグストア」。

### ※ 卵自購入者ベース



※調査票上ではカッコ書きで\*1:「生協など」\*2:「イトーヨーカドーネットなど」\*3:「Amazon、楽天市場、LOHACOなど」\*4:「Amazonフレッシュなど」\*5:「ネットスーパーを除く」を併記

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

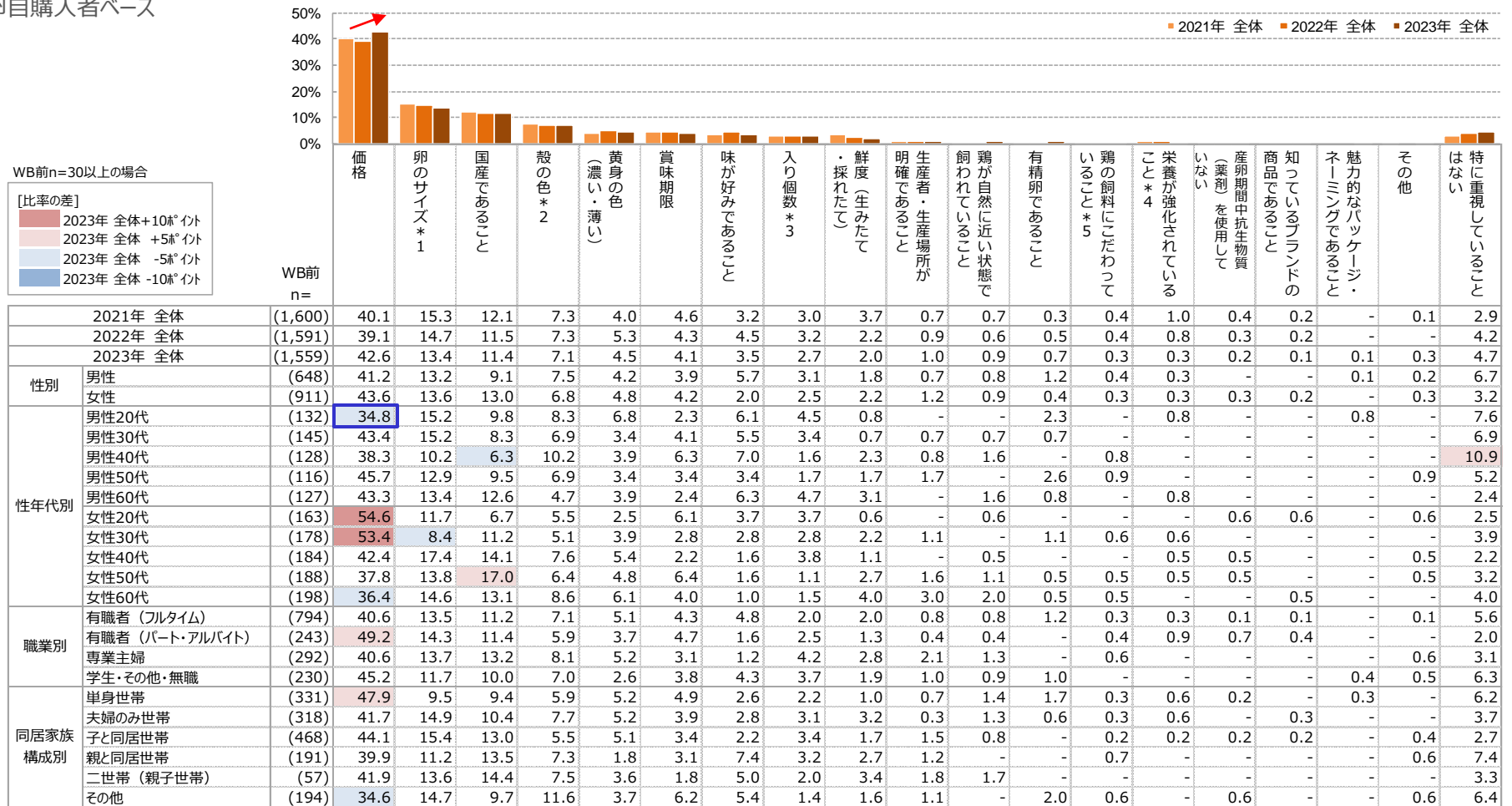
# 3 卵購入の決め手【第1位】

あなたが卵を購入する際に重視する項目のうち、購入の決め手になるものとして、上位3位までお選びください。

SA

- 全体をみると、卵購入時の決め手【第1位】では、「価格」が42.6%と突出。前年からも増加しており、卵の価格の値上がりが影響している可能性が考えられる。
- 性年代別をみると、「価格」が最も低いのは男性20代（34.8%）。

## ※ 卵自購入者ベース



※調査票上ではカッコ書きで\*1:「S, MS, M, L, LLなど」\*2:「殻が茶色い卵(赤玉)・白い卵(白玉)」\*3:「10個、6個、4個、2個など」

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

\*4:「ビタミン・オメガ3等」\*5:「国産飼料用米を使用しているなど」を併記

# 4 卵の1日の喫食個数/喫食意向個数

あなたが普段、1日に食べている・食べてもいいと思う・食べたい卵の個数として、あてはまるものをそれぞれ一つお選びください。

SA

- 全体をみると、1日に食べている個数が「1日1個未満」は69.4%で、前年より増加＝「1日1個以上」卵を食べている人が減少。一方、1日に食べたい個数が「1日1個未満」は44.4%で、前年と同等。食べたい数ほど食べられていない人が、増えている様子がうかがえる。
- 性年代別をみると、1日に食べている個数において、「1日1個未満」が前年より増加していたのは、男性30代、60代、女性20-30代（前年のスコア：男性30代58.7%、男性60代61.7%、女性20代68.0%、女性30代62.6%）。一方、男性20代は前年（64.1%）より低下＝喫食量増加。
- 卵のコレステロール認識別をみると、1日に食べている個数において、高い認識がない人の「1日1個未満」が前年（64.8%）より上昇。高い認識がある人と同等の水準になった。

WB前n=30以上の場合

[比率の差]  
 ■ 2023年 全体+10%ポイント  
 ■ 2023年 全体 +5%ポイント  
 ■ 2023年 全体 -5%ポイント  
 ■ 2023年 全体 -10%ポイント

1日に食べている卵の個数

■ 1日1個未満 (週に0~3個) (+0.3) ■ 1日1個未満 (週に4~6個) (+0.6)  
 WB前 n= 0% 20% 40% 60% 80% 100% 1個未満計 (個/日) 平均 (個/日)

属性	WB前 n	0%	20%	40%	60%	80%	100%	1個未満計 (個/日)	平均 (個/日)
2019年 全体	(2,060)	44.7	22.7	23.2	7.7			67.4	0.7
2020年 全体	(2,060)	43.1	21.7	26.0	6.9			64.7	0.7
2021年 全体	(2,060)	46.2	22.2	23.6	5.6			68.4	0.7
2022年 全体	(2,060)	45.6	20.0	24.9	7.5			65.6	0.7
2023年 全体	(2,060)	48.1	21.3	22.9	5.7			69.4	0.7
性別									
男性	(1,030)	47.4	21.5	22.9	5.3			68.9	0.7
女性	(1,030)	48.8	21.1	22.9	6.0			69.8	0.7
性年代別									
男性20代	(206)	35.0	20.4	30.1	7.8			55.3	0.9
男性30代	(206)	46.1	22.8	23.3				68.9	0.7
男性40代	(206)	48.5	22.8	22.3				71.4	0.7
男性50代	(206)	53.9	17.5	20.9	6.3			71.4	0.7
男性60代	(206)	50.5	23.8	19.4				74.3	0.6
女性20代	(206)	52.9	22.8	16.5	5.3			75.7	0.6
女性30代	(206)	50.0	23.8	18.4	7.3			73.8	0.6
女性40代	(206)	49.0	19.4	23.8	6.3			68.4	0.7
女性50代	(206)	48.5	20.4	24.8	5.3			68.9	0.7
女性60代	(206)	44.7	19.9	28.6	5.8			64.6	0.7
世帯収入別									
400万円未満	(526)	52.2	17.9	21.7	5.3			70.1	0.7
400~600万円未満	(381)	47.2	20.8	24.2	5.9			68.1	0.7
600~800万円未満	(297)	42.5	24.7	23.2	7.5			67.2	0.7
800~1000万円未満	(147)	45.7	24.1	24.0	6.2			69.8	0.6
1000~1200万円未満	(80)	43.3	21.3	31.9				64.6	0.7
1200~1500万円未満	(44)	33.3	33.7	27.0				67.0	0.8
1500万円以上	(44)	46.8	17.5	27.9	7.7			64.3	0.7
卵のコレステロール認識別									
高い認識あり	(213)	49.3	25.2	20.5				74.5	0.6
高い認識なし	(1,810)	48.0	20.8	23.3	5.8			68.7	0.7

1日に食べたい卵の個数

■ 1日1個 (+1.0) ■ 1日2個 (+2.0) ■ 1日3個 (+3.0) ■ 1日4個 (+4.0) ■ 1日5個以上 (+5.0)  
 WB前 n= 0% 20% 40% 60% 80% 100% 1個未満計 (個/日) 平均 (個/日)

属性	WB前 n	0%	20%	40%	60%	80%	100%	1個未満計 (個/日)	平均 (個/日)
2019年 全体	(2,060)	27.1	16.2	34.7	15.2			43.3	1.1
2020年 全体	(2,060)	25.7	15.3	36.0	16.1			41.0	1.1
2021年 全体	(2,060)	27.8	16.3	35.8	13.7			44.1	1.0
2022年 全体	(2,060)	29.0	15.8	33.2	15.5			44.8	1.1
2023年 全体	(2,060)	28.4	16.0	34.3	15.1			44.4	1.0
性別									
男性	(1,030)	28.9	16.9	30.4	15.4	5.5		45.8	1.1
女性	(1,030)	27.8	15.1	38.3	14.7			42.9	1.0
性年代別									
男性20代	(206)	21.4	11.7	36.4	16.5	8.7		33.0	1.3
男性30代	(206)	30.6	14.6	31.1	14.6	6.3		45.1	1.1
男性40代	(206)	28.6	17.5	29.1	15.5	6.8		46.1	1.1
男性50代	(206)	30.1	17.5	29.6	16.0			47.6	1.1
男性60代	(206)	32.5	21.8	27.2	14.6			54.4	0.9
女性20代	(206)	29.1	19.4	34.5	13.1			48.5	0.9
女性30代	(206)	27.2	10.7	39.8	17.0			37.9	1.1
女性40代	(206)	25.2	17.0	38.8	15.0			42.2	1.0
女性50代	(206)	28.2	15.0	36.4	15.5			43.2	1.0
女性60代	(206)	30.1	13.6	41.3	12.6			43.7	0.9
世帯収入別									
400万円未満	(526)	29.4	15.7	30.6	16.6	5.0		45.1	1.1
400~600万円未満	(381)	28.5	14.5	36.0	15.3			43.0	1.0
600~800万円未満	(297)	24.1	16.0	34.5	18.4			40.1	1.1
800~1000万円未満	(147)	27.0	18.7	37.0	13.1			45.7	0.9
1000~1200万円未満	(80)	21.2	11.6	45.6	12.7	7.6		32.7	1.1
1200~1500万円未満	(44)	28.5	10.9	43.3	11.5			39.5	1.0
1500万円以上	(44)	41.1	16.5	21.1	14.4			57.6	1.0
卵のコレステロール認識別									
高い認識あり	(213)	28.7	19.9	35.5	12.2			48.6	0.9
高い認識なし	(1,810)	28.5	15.4	34.2	15.5			43.8	1.1

食べたい卵の数とのギャップ

■ 食べる数が多い ■ 食べる数と食べたい数が同じ ■ 食べたい数が多い  
 WB前 n= 0% 20% 40% 60% 80% 100%

属性	WB前 n	0%	20%	40%	60%	80%	100%
2019年 全体	(2,060)		56.8			41.4	
2020年 全体	(2,060)		56.1			41.7	
2021年 全体	(2,060)		56.2			41.6	
2022年 全体	(2,060)		60.1			37.6	
2023年 全体	(2,060)		57.1			41.1	
性別							
男性	(1,030)		58.3			40.4	
女性	(1,030)		55.9			41.9	
性年代別							
男性20代	(206)		53.4			43.7	
男性30代	(206)		58.3			40.3	
男性40代	(206)		55.3			43.2	
男性50代	(206)		60.2			39.3	
男性60代	(206)		64.1			35.4	
女性20代	(206)		58.7			38.8	
女性30代	(206)		47.6			50.5	
女性40代	(206)		55.3			41.7	
女性50代	(206)		53.9			44.2	
女性60代	(206)		63.6			34.5	
世帯収入別							
400万円未満	(526)		55.2			43.2	
400~600万円未満	(381)		60.8			38.3	
600~800万円未満	(297)		52.8			44.5	
800~1000万円未満	(147)		62.5			36.2	
1000~1200万円未満	(80)		53.8			44.8	
1200~1500万円未満	(44)		56.6			41.1	
1500万円以上	(44)		75.7			24.3	
卵のコレステロール認識別							
高い認識あり	(213)		58.9			38.8	
高い認識なし	(1,810)		57.1			41.2	

※5%未満のスコアレベルは非表示 ※平均(個/日)は、凡例の( )内の数値を用いて算出  
 ※1個未満計:「1日1個未満 (週に0~3個)」+「1日1個未満 (週に4~6個)」

# 5 卵の1日の上限喫食個数

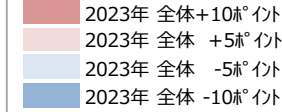
あなたが普段、1日に食べている・食べてもいいと思う・食べたい卵の個数として、あてはまるものをそれぞれ一つお選びください。【1日に食べてもいいと思う卵の個数】

SA

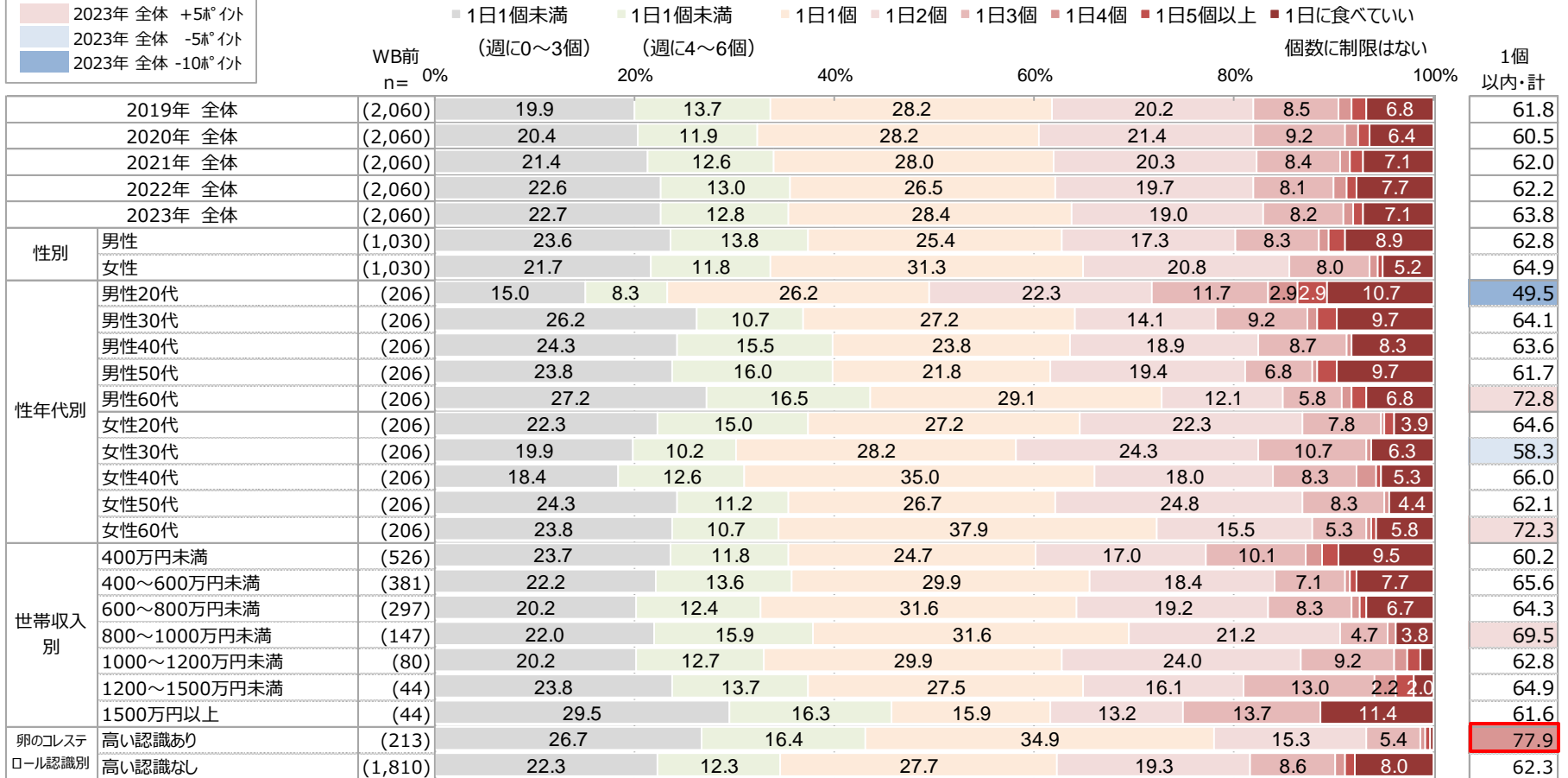
- 全体をみると、「1日に食べてもいいと思う卵の数は1個まで」と考える人は63.8%。前年と同水準。
- 卵に対しコレステロールが高い認識のある人は、ない人に比べ「1日1個まで」と考える人が多い。

WB前n=30以上の場合

[比率の差]



1日に食べてもいいと思う卵の個数



※2%未満のスコアレベルは非表示

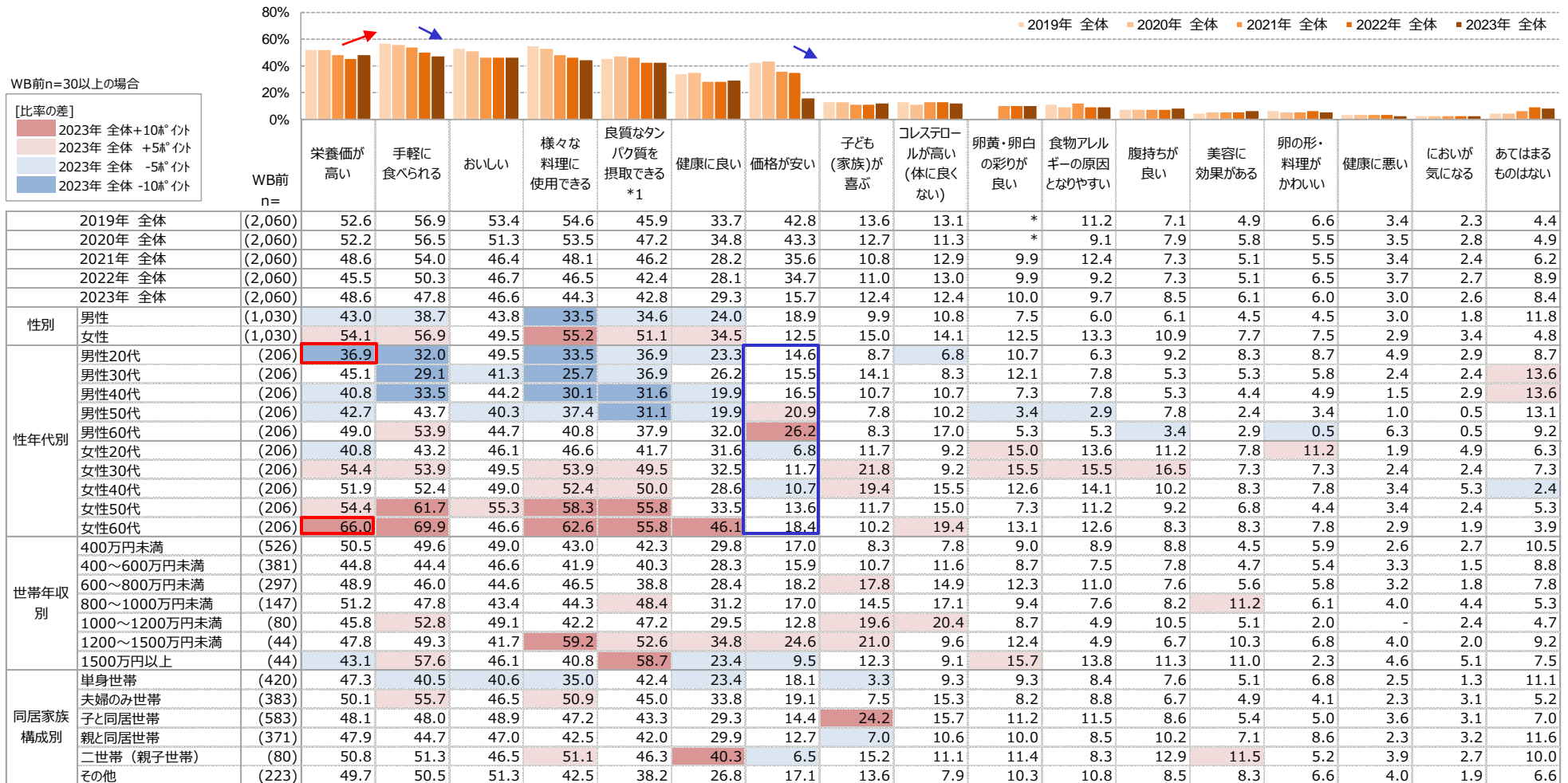
※1個以内・計:「1日1個未満 (週に0~3個)」~「1日1個」

# 6 卵に対するイメージ

あなたの卵に対するイメージについて、あてはまるものを全てお選びください。

MA

- 全体をみると、「栄養価が高い」「手軽に食べられる」「おいしい」「様々な料理に使用できる」「良質なタンパク質を摂取できる」が卵の主要なイメージ。
- 時系列でみると、「栄養価が高い」は増加している一方で、「手軽に食べられる」「価格が安い」が前年より低下しており、ここでも値上がりの影響がみられる。
- 性年代別をみると、「栄養価が高い」は男性20代、女性60代において前年から増加。一方で、「価格が安い」は性年代問わず、いずれの層も前年から低下。



※[\*]は非聴取項目 ※\*1:2020年までは「良質なタンパク質がとれる」で聴取

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

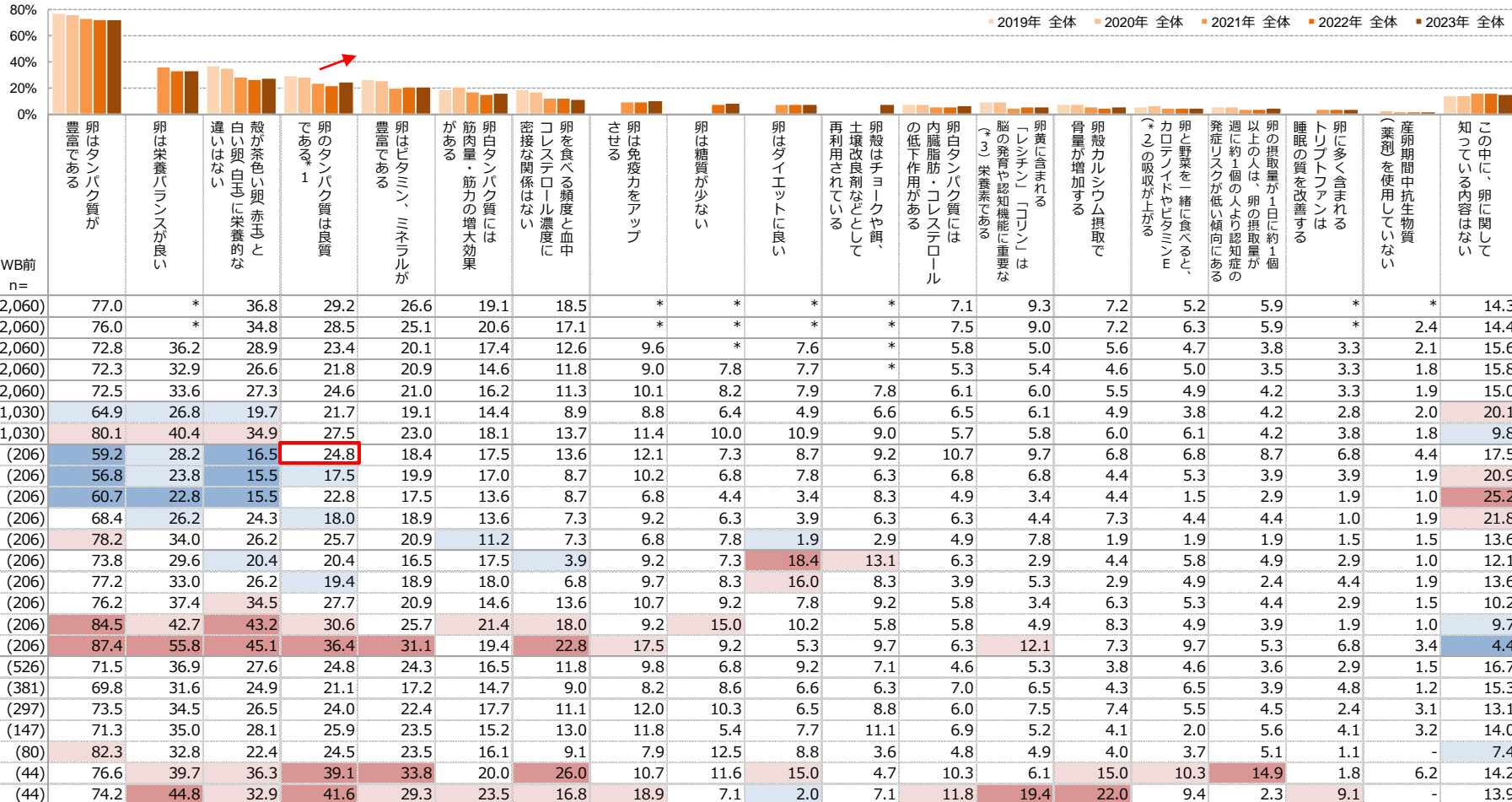


# 7 卵について知っていること

卵に関する以下の内容について、あなたがご存知のものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、「タンパク質が豊富」が72.5%と突出して高い。前年と比べると、「卵のタンパク質は良質」が増加。
- 性年代別をみると、「卵のタンパク質は良質」は男性20代において前年から増加。



WB前n=30以上の場合  
[比率の差]  
2023年 全体 +10%\*1  
2023年 全体 +5%\*1  
2023年 全体 -5%\*1  
2023年 全体 -10%\*1

性別  
男性 (1,030)  
女性 (1,030)  
性年代別  
男性20代 (206)  
男性30代 (206)  
男性40代 (206)  
男性50代 (206)  
男性60代 (206)  
女性20代 (206)  
女性30代 (206)  
女性40代 (206)  
女性50代 (206)  
女性60代 (206)  
世帯年収別  
400万円未満 (526)  
400~600万円未満 (381)  
600~800万円未満 (297)  
800~1000万円未満 (147)  
1000~1200万円未満 (80)  
1200~1500万円未満 (44)  
1500万円以上 (44)

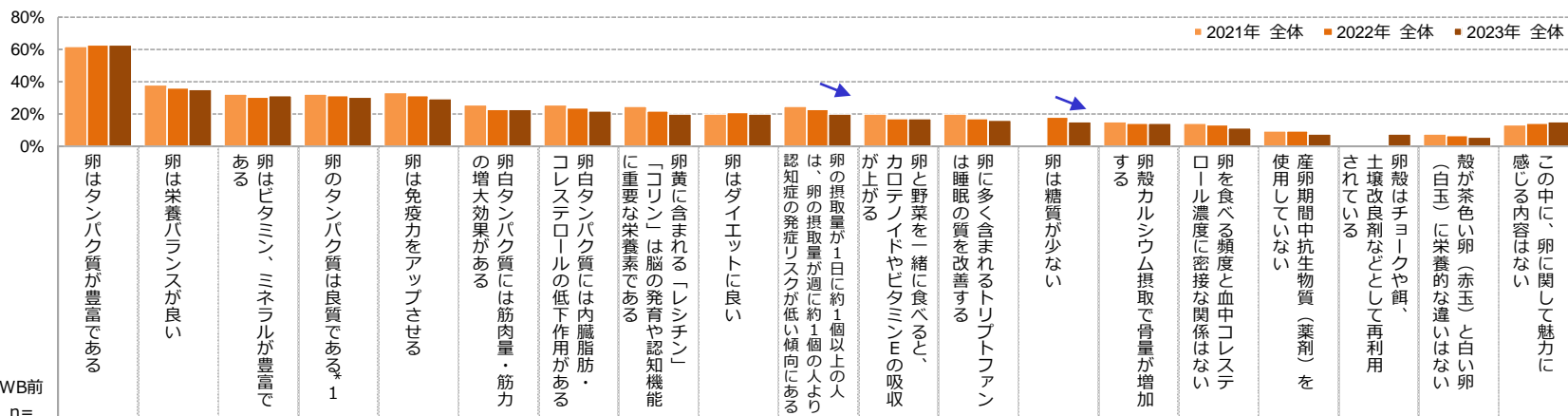
※[\*1]は非聴取項目 ※調査票上ではカッコ書きで\*1:「必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100」を併記 ※\*2:2019年までは「ビタミンD」で聴取 \*3:2020年までは「脳の発育に必要な」で聴取 ※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 8 卵について魅力に感じること

卵に関する以下の内容について、あなたが魅力に感じるものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、「タンパク質が豊富」の魅力度が62.7%と突出。以下、「卵は栄養バランスが良い」「卵はビタミン、ミネラルが豊富」「卵のタンパク質は良質」「卵は免疫力をアップさせる」と続く。
- 時系列をみると、「卵の摂取量が1日に約1個以上の人は、卵の摂取量が週に約1個の人より認知症の発症リスクが低い傾向」「卵は糖質が少ない」が前年から低下。



WB前n=30以上の場合

[比率の差]

2023年 全体 +10% 以内
2023年 全体 +5% 以内
2023年 全体 -5% 以内
2023年 全体 -10% 以内

WB前 n=		2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体
2021年 全体		(2,060)	61.8	38.3	31.9	32.7	33.5	25.3	25.4	24.4	20.1	24.3	20.0	20.2	*	14.7	13.8	9.1	*	7.2	13.6	
2022年 全体		(2,060)	62.5	36.1	30.6	30.9	31.5	22.8	23.3	21.5	21.1	22.3	17.0	17.4	17.7	14.2	13.3	8.9	*	6.8	14.5	
2023年 全体		(2,060)	62.7	35.0	31.3	30.1	29.4	22.6	21.8	20.1	19.6	19.4	16.8	16.1	15.1	13.7	11.7	7.8	7.2	5.4	15.1	
性別	男性	(1,030)	56.9	26.5	26.1	26.7	21.0	19.0	17.1	15.7	12.1	12.4	11.5	9.1	8.8	10.5	9.2	5.9	5.1	4.3	20.0	
	女性	(1,030)	68.5	43.6	36.5	33.6	37.9	26.1	26.5	24.5	27.1	26.4	22.1	23.2	21.5	17.0	14.3	9.6	9.3	6.6	10.3	
性年代別	男性20代	(206)	53.4	27.7	28.2	30.1	19.4	25.2	19.4	17.0	18.0	17.5	16.0	16.0	9.7	16.0	13.6	11.2	8.3	7.8	17.0	
	男性30代	(206)	52.4	23.3	21.8	24.3	18.9	24.3	14.6	14.6	15.0	13.1	10.7	7.3	6.3	10.2	7.8	3.4	3.4	4.9	18.9	
	男性40代	(206)	54.4	22.8	25.2	22.8	20.9	18.0	12.1	14.1	10.2	7.3	8.3	7.3	8.3	8.7	7.3	4.9	4.4	2.4	24.3	
	男性50代	(206)	56.8	27.2	24.8	24.3	20.9	15.0	20.9	14.6	12.6	11.7	11.7	7.8	8.7	9.2	9.2	6.3	4.9	2.9	22.8	
	男性60代	(206)	67.0	32.0	31.1	33.5	24.3	14.6	19.4	18.9	6.3	14.6	12.1	8.7	11.2	9.7	9.2	4.9	5.3	4.9	15.0	
	女性20代	(206)	64.6	27.7	26.2	22.8	24.3	19.9	16.0	14.6	33.0	16.5	15.5	20.9	18.9	11.2	9.7	6.3	9.7	3.9	13.1	
	女性30代	(206)	59.7	44.2	31.6	27.7	39.3	25.2	26.7	26.2	33.5	27.7	18.9	24.8	18.9	16.0	9.7	8.3	7.3	6.3	12.6	
	女性40代	(206)	66.0	47.1	40.8	37.4	39.8	27.2	24.8	23.8	28.6	26.2	22.3	25.2	20.9	18.9	14.6	9.2	7.8	6.8	10.2	
	女性50代	(206)	75.2	44.7	44.2	39.8	42.7	29.6	33.0	26.7	25.7	32.0	26.7	22.8	25.2	20.4	18.9	12.6	11.2	8.3	10.2	
	女性60代	(206)	74.8	50.0	35.4	35.9	39.8	26.7	29.1	29.1	17.0	27.2	24.8	21.8	22.3	16.5	16.5	10.7	10.7	6.8	6.3	
	世帯年収別	400万円未満	(526)	62.2	36.3	31.6	29.4	27.9	23.0	20.3	20.6	17.7	17.0	15.4	15.8	13.3	11.8	8.5	5.2	7.1	5.5	16.9
		400~600万円未満	(381)	58.3	30.3	23.7	24.7	21.7	18.4	18.2	15.0	17.3	17.3	14.5	12.0	12.8	12.0	12.4	6.3	6.9	3.4	15.6
600~800万円未満		(297)	62.4	35.3	31.6	32.8	32.0	21.2	23.4	22.1	19.3	22.9	19.3	17.3	17.0	14.9	13.5	8.2	7.2	6.1	12.6	
800~1000万円未満		(147)	64.0	35.8	29.3	29.1	33.2	24.5	24.8	18.0	23.1	21.5	15.7	16.2	16.0	13.0	12.7	9.1	8.3	4.9	13.6	
1000~1200万円未満		(80)	67.8	32.8	38.6	41.5	27.2	20.8	20.9	20.8	20.5	16.8	14.3	14.7	15.0	13.3	13.9	3.7	3.3	3.7	8.6	
1200~1500万円未満		(44)	84.2	47.8	58.5	45.3	40.5	38.4	32.8	20.4	21.7	23.5	23.7	15.3	18.4	27.2	24.3	22.0	8.9	12.5	9.2	
1500万円以上	(44)	58.7	44.7	40.0	41.2	45.4	41.0	34.9	42.3	18.1	30.3	26.0	20.7	18.9	24.0	11.6	14.0	4.1	4.7	16.9		

※[\*]は非聴取項目 ※調査票上ではカッコ書きで\*1:「必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100」を併記

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

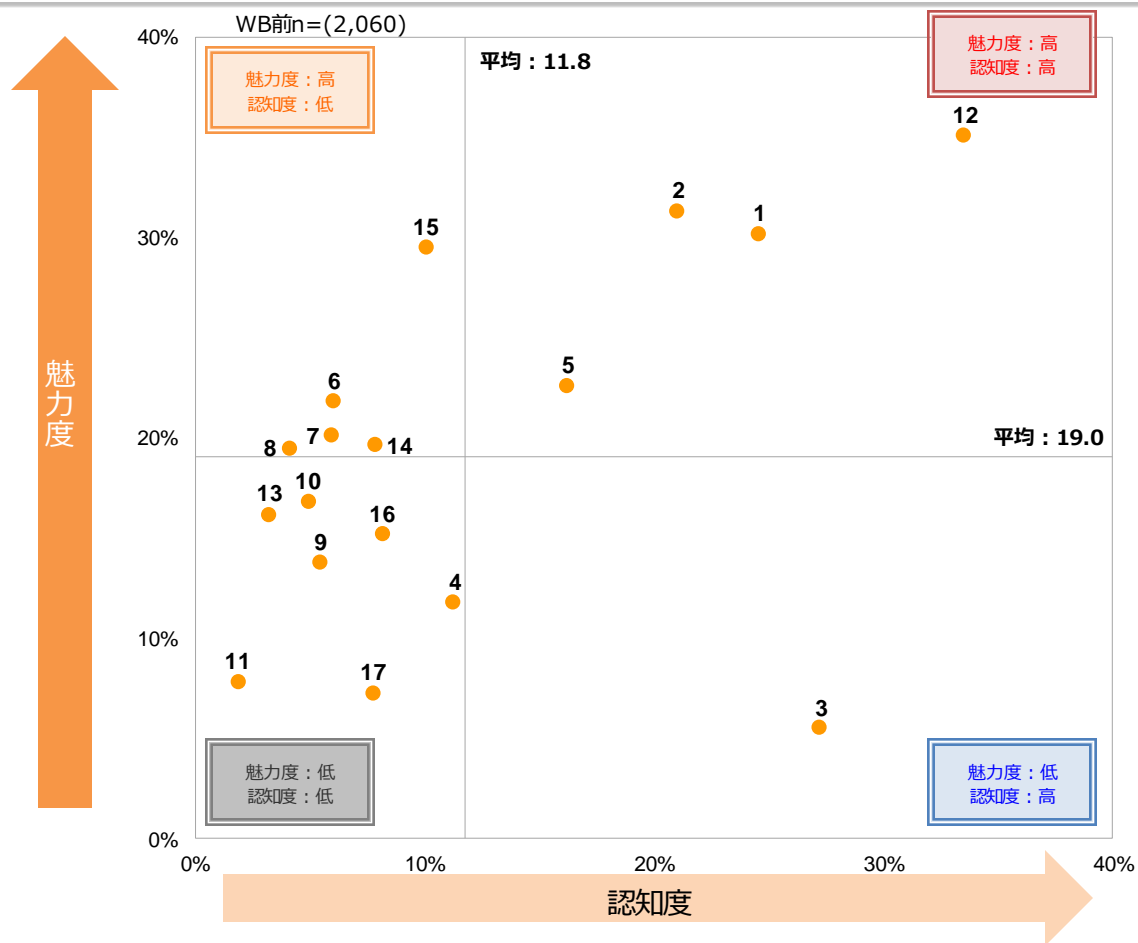
## 9 卵について知っていること×魅力に感じること

卵に関する以下の内容について、あなたをご存知のものをすべてお選びください。  
卵に関する以下の内容について、あなたが魅力に感じるものをすべてお選びください。

MA

MA

- 「卵はタンパク質が豊富」以外の提示項目（健康機能）のうち、認知度も魅力度も高いのは、「12.卵は栄養バランスが良い」「1.卵のタンパク質は良質」「2.卵はビタミン、ミネラルが豊富」「5.卵白タンパク質には筋肉量・筋力の増大効果がある」。
- 一方、認知度は低いが魅力度は高いのは、「15.卵は免疫力をアップさせる」「14.卵はダイエットに良い」「6.卵白タンパク質には内臓脂肪・コレステロールの低下作用がある」「7.卵黄に含まれる『レシチン』『コリン』は脳の発育や認知機能に重要な栄養素」「8.卵の摂取量が1日に約1個以上の人、卵の摂取量が週に約1個の人より認知症の発症リスクが低い傾向」。



番号 選択肢

- 卵のタンパク質は良質である  
(必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100)
- 卵はビタミン、ミネラルが豊富である
- 殻が茶色い卵(赤玉)と白い卵(白玉)に  
栄養的な違いはない
- 卵を食べる頻度と血中コレステロール濃度に密接な関係はない
- 卵白タンパク質には筋肉量・筋力の増大効果がある
- 卵白タンパク質には内臓脂肪・コレステロールの低下作用がある
- 卵黄に含まれる「レシチン」「コリン」は  
脳の発育や認知機能に重要な栄養素である
- 卵の摂取量が1日に約1個以上の人、卵の摂取量が  
週に約1個の人より認知症の発症リスクが低い傾向にある
- 卵殻カルシウム摂取で骨量が増加する
- 卵と野菜を一緒に食べると、  
カロテノイドやビタミンEの吸収が上がる
- 産卵期間中抗生物質(薬剤)を使用していない
- 卵は栄養バランスが良い
- 卵に多く含まれるトリプトファンは睡眠の質を改善する
- 卵はダイエットに良い
- 卵は免疫力をアップさせる
- 卵は糖質が少ない
- 卵殻はチョークや餌、土壌改良剤などとして再利用されている

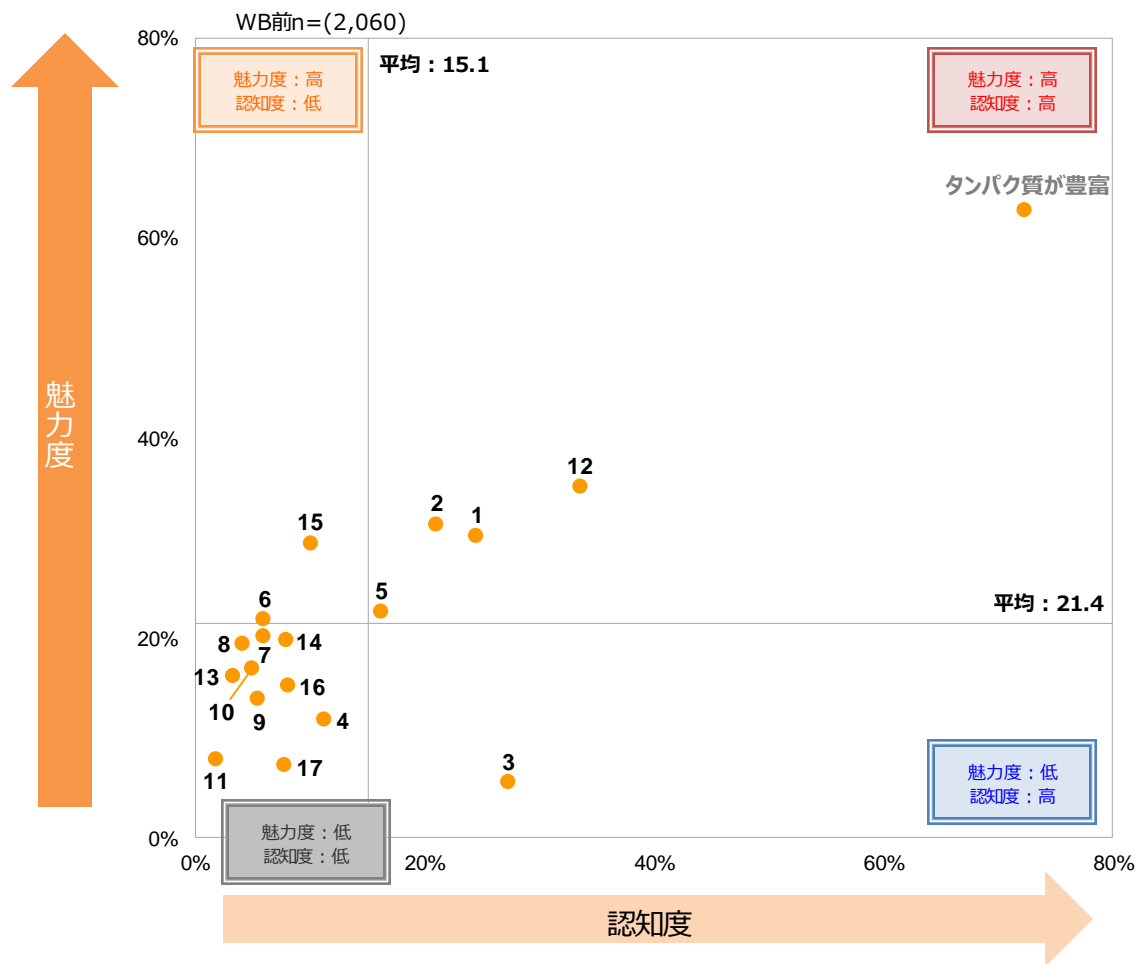


# 10 【参考】卵について知っていること×魅力に感じること（「卵はタンパク質が豊富である」含む）

卵に関する以下の内容について、あなたがご存知のものをすべてお選びください。  
卵に関する以下の内容について、あなたが魅力に感じるものをすべてお選びください。

MA  
MA

- 提示項目（健康機能）のうち、認知度も魅力度も高いのは、「卵はタンパク質が豊富」「12.卵は栄養バランスが良い」「1.卵のタンパク質は良質」「2.卵はビタミン、ミネラルが豊富」「5.卵白タンパク質には筋肉量・筋力の増大効果がある」。
- 一方、認知度は低い魅力度は高いのは、「15.卵は免疫力をアップさせる」「6.卵白タンパク質には内臓脂肪・コレステロールの低下作用がある」。



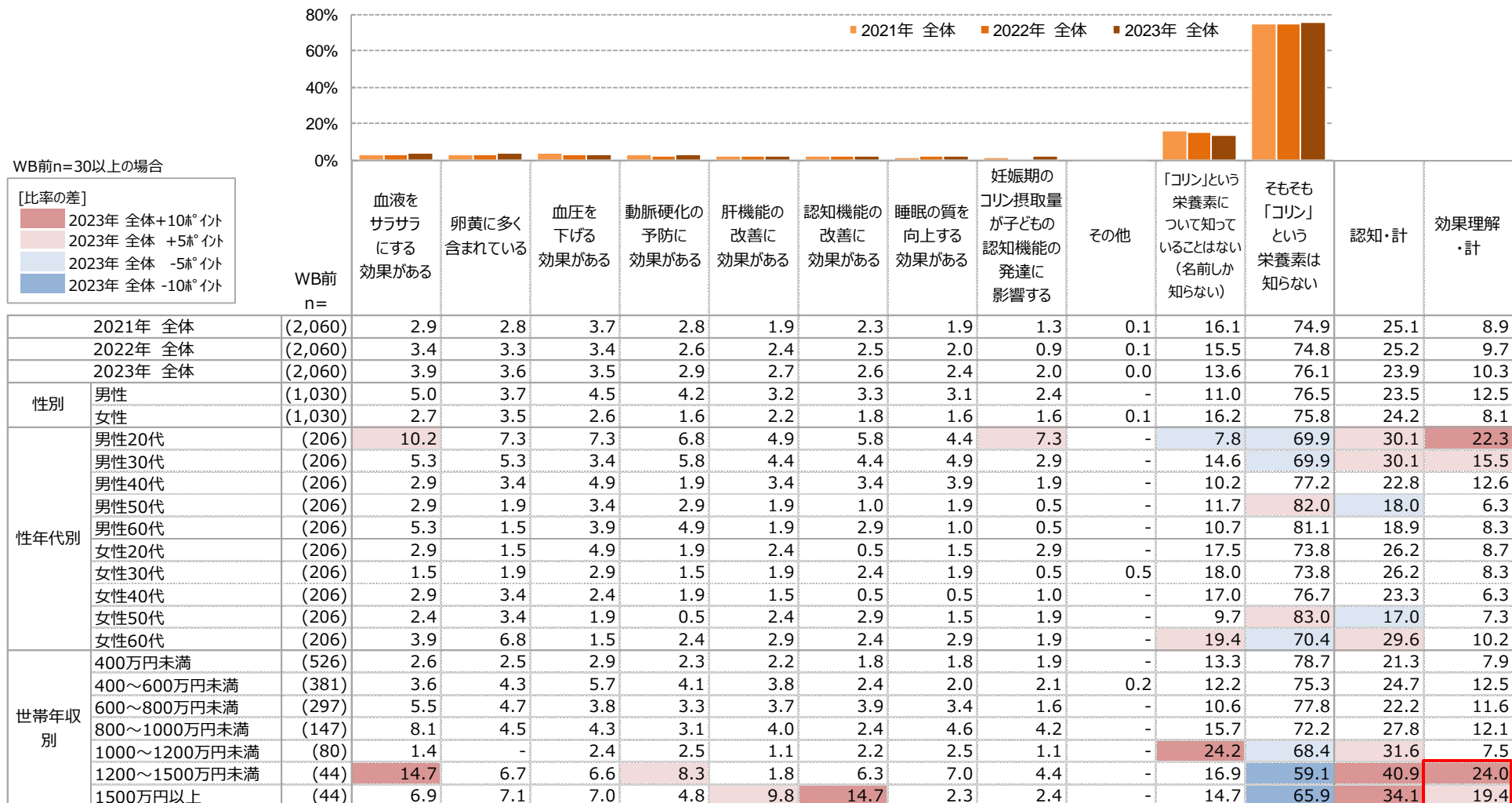
番号	選択肢
1	卵のタンパク質は良質である (必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100)
2	卵はビタミン、ミネラルが豊富である
3	卵殻が茶色い卵（赤玉）と白い卵（白玉）に栄養的な違いはない
4	卵を食べる頻度と血中コレステロール濃度に密接な関係はない
5	卵白タンパク質には筋肉量・筋力の増大効果がある
6	卵白タンパク質には内臓脂肪・コレステロールの低下作用がある
7	卵黄に含まれる「レシチン」「コリン」は脳の発育や認知機能に重要な栄養素である
8	卵の摂取量が1日に約1個以上の人、卵の摂取量が週に約1個の人より認知症の発症リスクが低い傾向にある
9	卵殻カルシウム摂取で骨量が増加する
10	卵と野菜と一緒に食べると、カロテノイドやビタミンEの吸収が上がる
11	産卵期間中抗生物質（薬剤）を使用していない
12	卵は栄養バランスが良い
13	卵に多く含まれるトリプトファンは睡眠の質を改善する
14	卵はダイエットに良い
15	卵は免疫力をアップさせる
16	卵は糖質が少ない
17	卵殻はチョークや餌、土壌改良剤などとして再利用されている

# 11 【参考】コリンについて知っていること

あなたが「コリン」という栄養素について、ご存知のものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、「コリン」を認知している人は23.9%、具体的な効果まで理解している人は10.3%。いずれも前年と同水準。
- 世帯年収別をみると、世帯年収が1200万円以上の層では「効果理解・計」が全体と比べて高い。



※「2023年 全体」のスコアで降順ソート ※認知・計:100-「そもそも『コリン』という栄養素は知らない」 ※効果理解・計:100-「『コリン』という栄養素について知っていることはない(名前しか知らない)」-「そもそも『コリン』という栄養素は知らない」

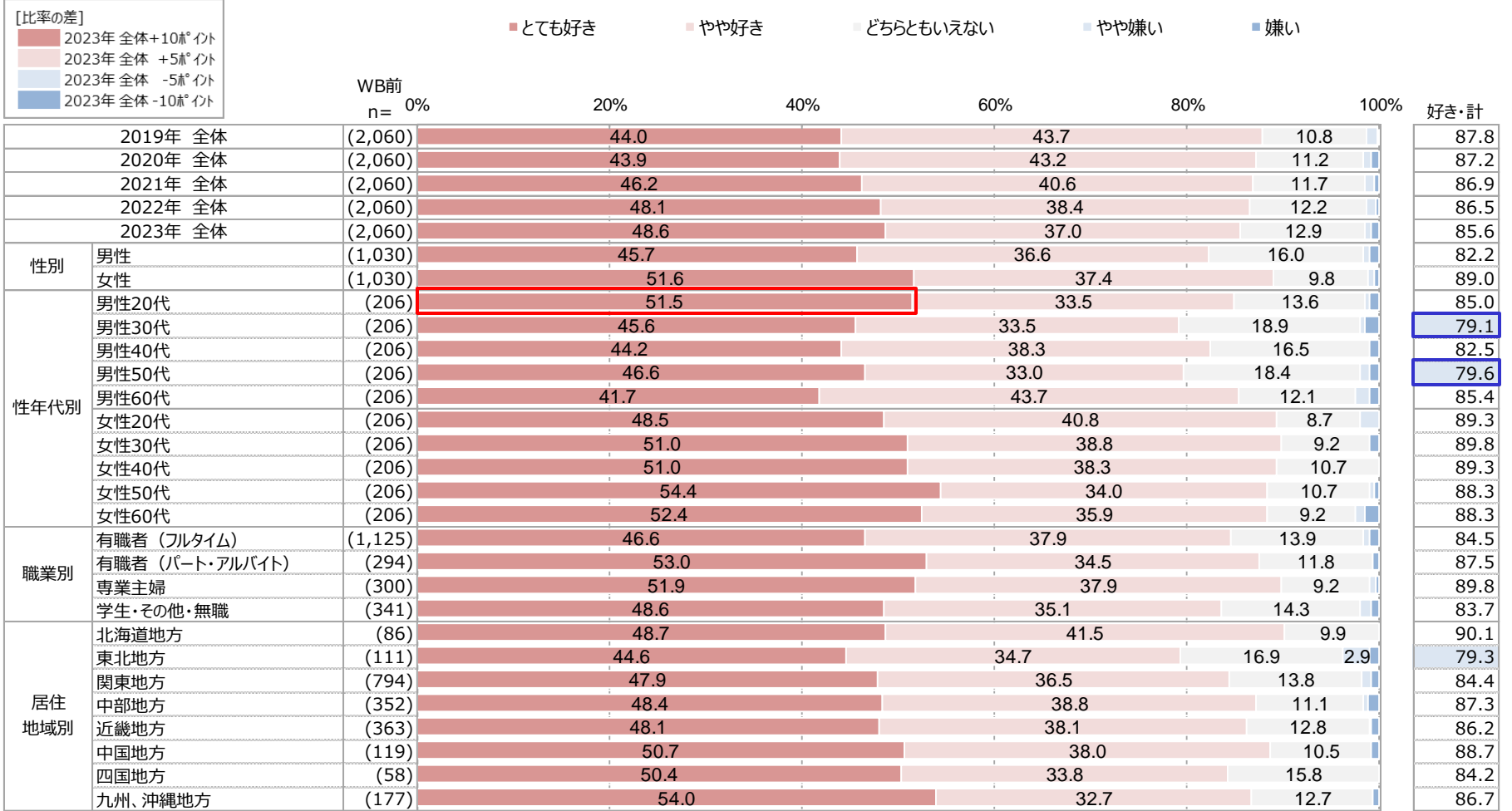
# 12 卵の好意度

あなたは卵をどの程度好きですか。

SA

- 全体をみると、卵を「とても好き」と回答した人は、48.6%。「やや好き」と合わせると85.6%で、前年と同水準の高さ。
- 性年代別をみると、1日に食べている卵の個数が1個以上の人が増えていた男性20代（p10）は、前年から「とても好き」が増加（前年のスコア：36.9%）。一方で、男性30代、50代は「好き・計」が前年から低下（前年のスコア：男性30代88.3%、男性50代89.3%）。

WB前n=30以上の場合



※2%未満のスコアラベルは非表示

※好き・計:「とても好き」+「やや好き」

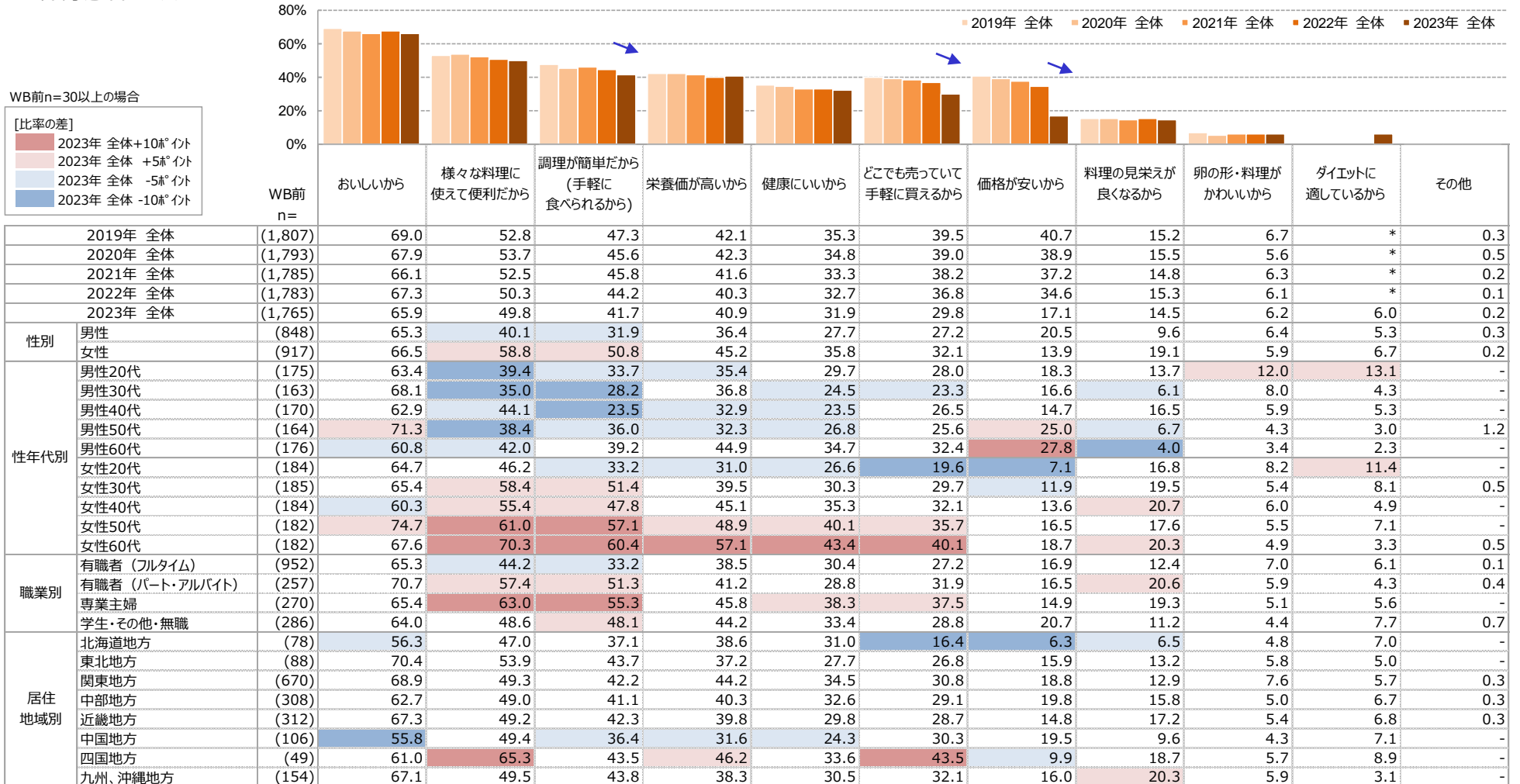
# 13 卵を好きな理由

あなたが卵を好きな理由として、あてはまるものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、卵が好きな理由としては、前年同様「おいしい」が65.9%と最も高く、次いで「様々な料理に使えて便利」（49.8%）。前年と比べると、「調理が簡単」「どこでも売っていて手軽に買える」「価格が安い」が低下。イメージ同様、『手軽さ』『安さ』という価値が弱まっている様子がうかがえる。

※ 卵好意者ベース



※[\*]は非聴取項目

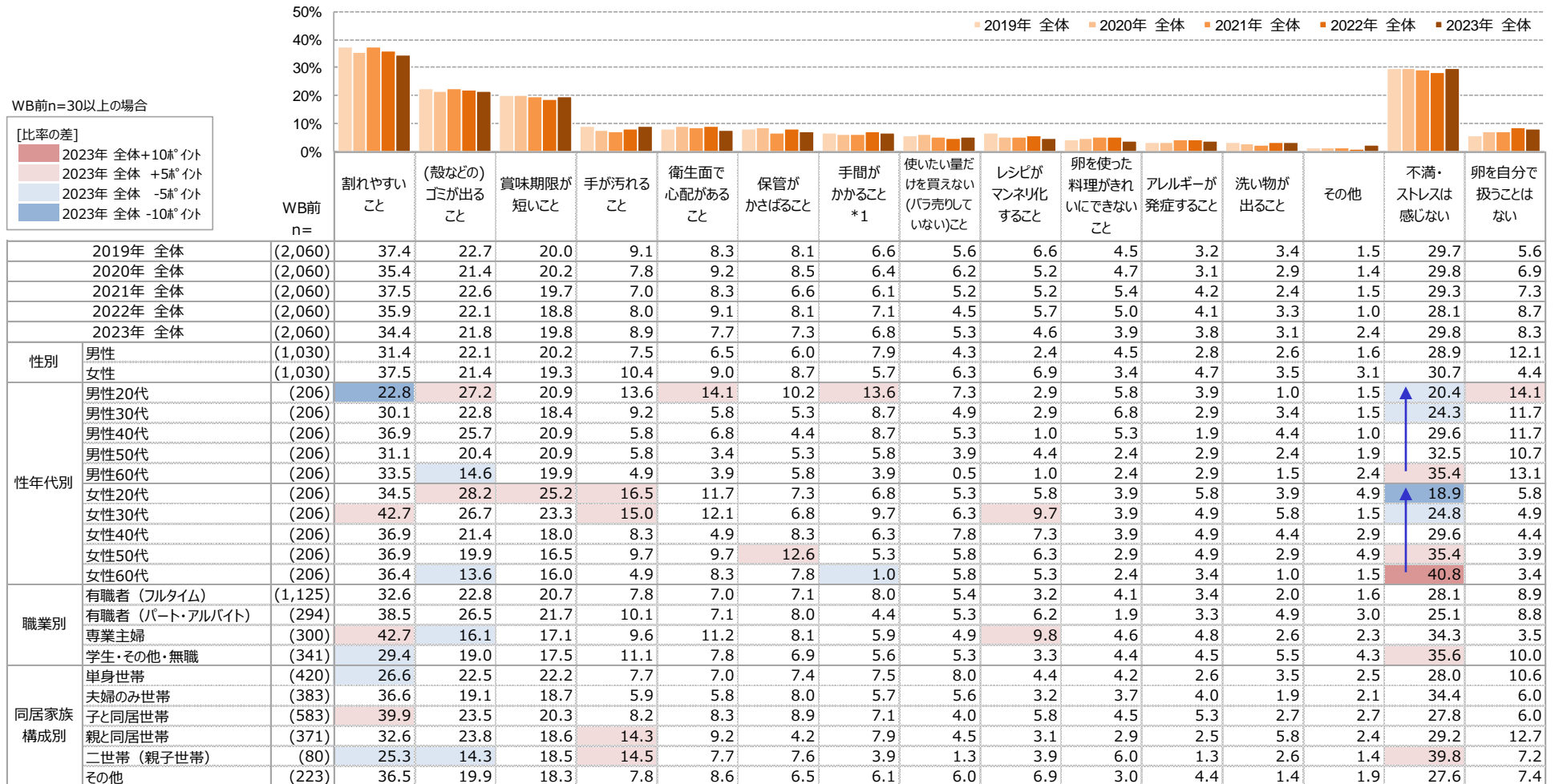
※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 14 卵を使う際に感じるストレス

あなたが卵を扱う・使用する際に感じる不満・ストレスとして、あてはまるものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、「不満・ストレスは感じない」は29.8%で、前年と同水準。依然として6割超の人は、何らかのストレスを感じているといえる。
- 性年代別をみると、例年同様、男女共若年層ほど「不満・ストレスは感じない」が低下 = 若年層ほど、卵を使う際に不満・ストレスを感じている。



※調査票上ではカッコ書きで\*1:「割る・混ぜる・殻を処理するなど」を併記

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

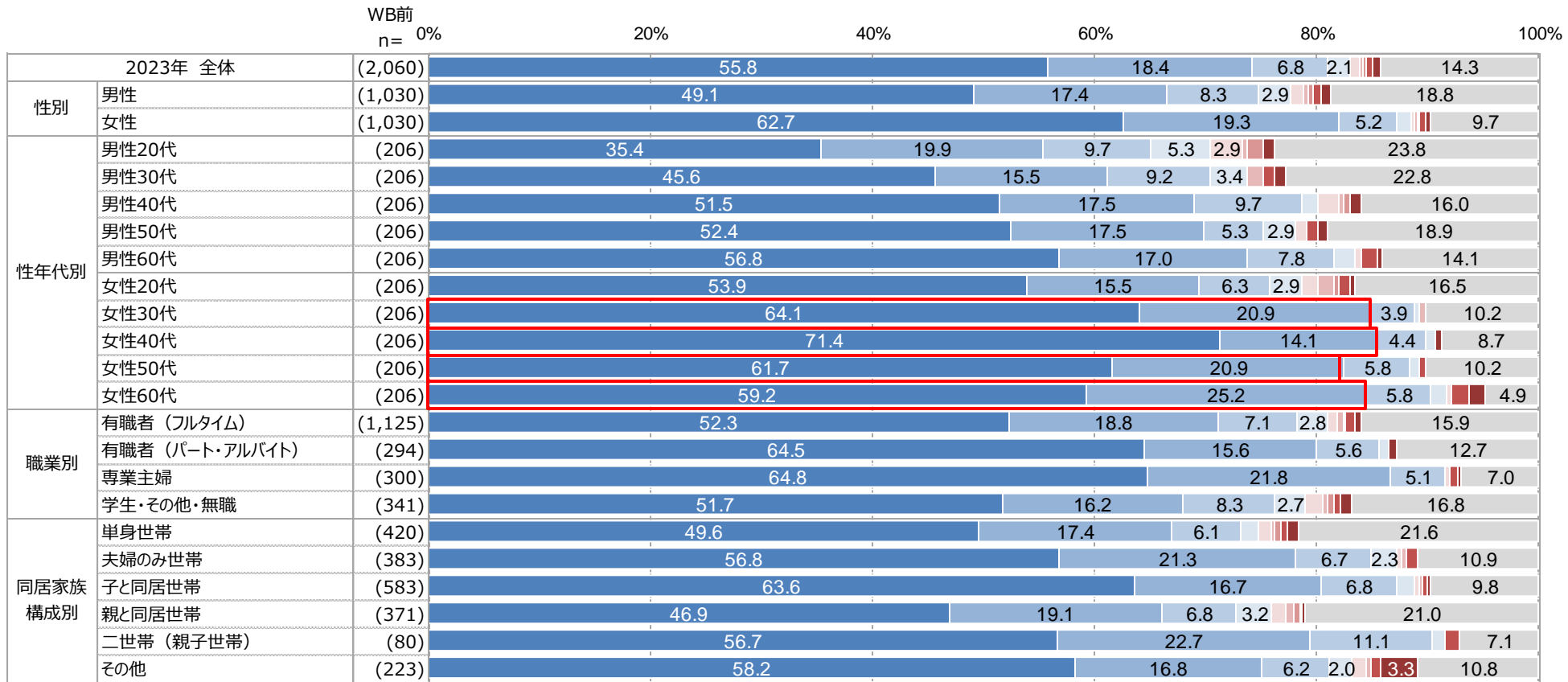
# 15 卵の価格感

卵は現在、飼料代の高騰や鳥インフルエンザの流行などにより、価格変動が続いていますが、今後も価格変動（値上がり）が続くとしたら、日常的に使うための卵（10個パック）に、いくらまで支払えますか。

SA

- 全体をみると、55.8%の人が「～300円」と回答。
- 性年代別をみると、一週間での卵の平均購入個数が多い女性30代以上（p7）は、他の層と比べて「～400円」が高い。

■ ～300円 
 ■ ～400円 
 ■ ～500円 
 ■ ～600円 
 ■ ～700円 
 ■ ～800円 
 ■ ～900円 
 ■ ～1000円 
 ■ 1000円を 超えても買う 
 ■ 買おうとは思わない



※2%未満のスコアラベルは非表示

## 第2章 卵を使った料理・スイーツの購入・喫食実態

1	卵料理の喫食頻度（回数）	… 25
2-1	【1～15位】好きな卵料理	… 26
2-2	【16位～】好きな卵料理	… 27
3-1	【1～15位】よく食べる卵料理	… 28
3-2	【16位～】よく食べる卵料理	… 29
4-1	【1～15位】1年以内に作った卵料理	… 30
4-2	【16位～】1年以内に作った卵料理	… 31
5-1	卵料理の購入場所	… 32
5-2	卵料理の購入場所（スーパー／コンビニ）	… 33
6	卵料理の中食利用理由	… 34
7	目玉焼きの食べ方	… 35
8	ゆで卵の食べ方	… 36
9	温泉卵の食べ方	… 37
10	オムライスにおいて好きな卵の状態	… 38

## 第2章 卵を使った料理・スイーツの購入・喫食実態

11	親子丼において好きな卵の状態	… 39
12	卵サンドにおいて好きな卵の状態	… 40
13	卵焼き（厚焼き卵、だし巻き卵含む）において好きな卵の状態	… 41
14	ゆで卵の茹で加減	… 42
15	ゆで卵の茹で加減_性別	… 43
16	好きなスイーツ	… 44
17	よく食べるスイーツ	… 45
18	1年以内に作ったスイーツ	… 46
19-1	スイーツの購入場所	… 47
19-2	スイーツの購入場所（スーパー／コンビニ）	… 48
20	小学生以下の子ども・孫が好きな卵料理・スイーツ	… 49
21	60歳以上の人が好きな卵料理・スイーツ	… 50
22	電子レンジで作りたい卵料理・スイーツ	… 51
23	お土産として購入したいお菓子	… 52



## 【この章のポイント】

好きな卵料理では「目玉焼き」が、好きなスイーツでは「プリン」が、5年連続トップ。  
ただし「目玉焼き」は、『好き』『よく食べる』共に前年から低下。  
特に朝食での喫食が減っている可能性が考えられる。

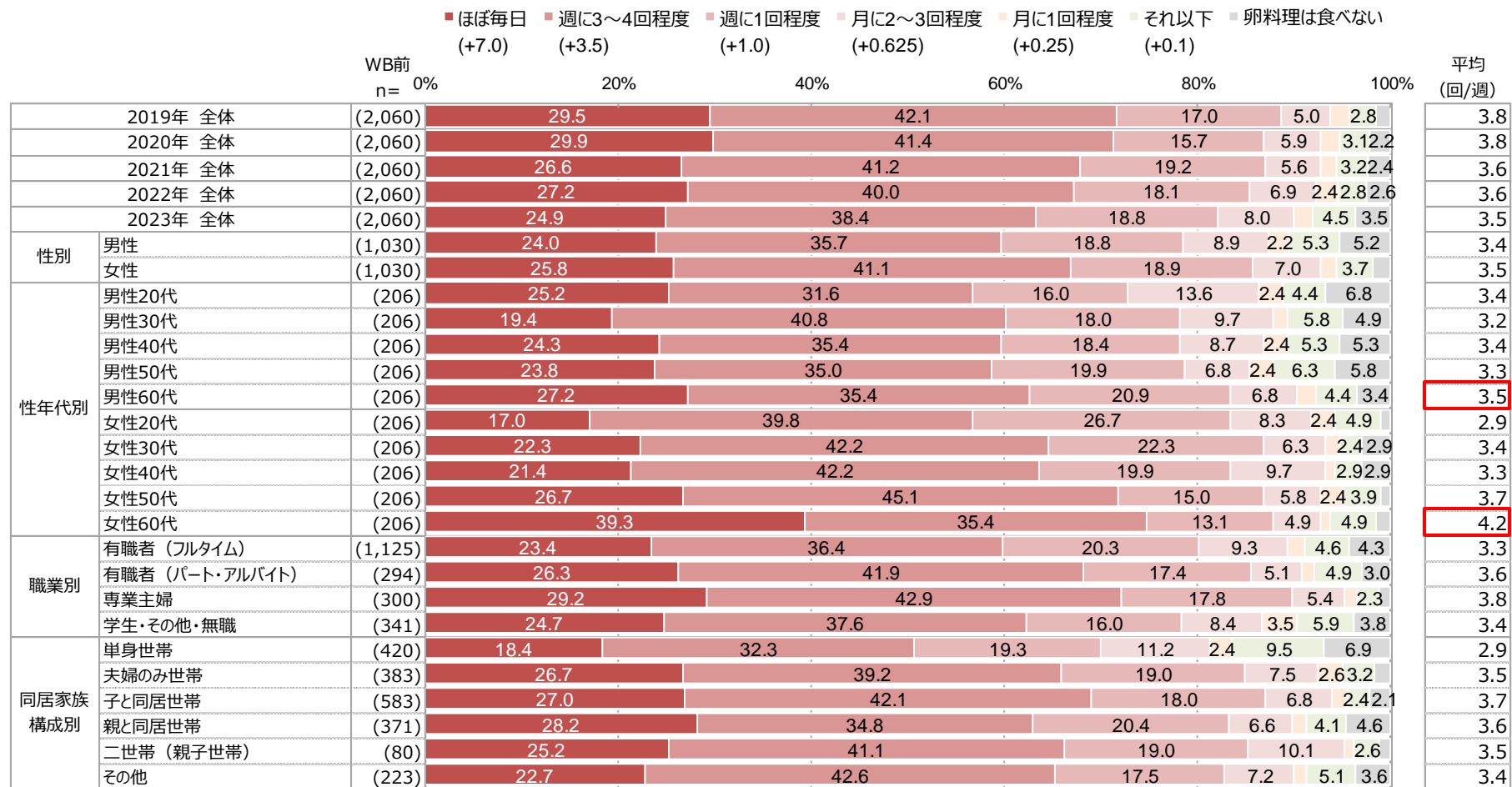
- 卵料理の平均喫食頻度は3.5回/週で、前年と横ばい。
- 好きな卵料理の1位は、5年連続「目玉焼き」。  
ただし、前年と比べると低下（本年：67.7%、前年：70.5%）。
- よく食べる卵料理、1年以内に作った卵料理においても、1位は「目玉焼き」であるものの、  
どちらも前年から低下。  
「パン」と一緒に食べられることが減っている点も考慮すると、  
特に朝食において「目玉焼き」の喫食が減っている可能性が考えられる。
- 好きな卵の状態として、オムライス、親子丼では「卵が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い」、卵サンド、卵焼きでは「卵が完全に固まっている」が最も高い。  
※各料理を食べる、かつ各料理が好きな人ベース
- 好きなスイーツでは、「プリン」が5年連続1位。前年と横ばい。
- お土産として購入したいお菓子では、家族に対しては「ケーキ」、友人に対しては「クッキー」「ケーキ」、知人に対しては「クッキー」が最も高い。  
相手との関係性が遠くなるほど、相対的に賞味期限が長く、個包装にされていることが多い焼き菓子が好まれる様子。

# 1 卵料理の喫食頻度（回数）

あなたは、普段の食事（家での食事、外食などすべて含む）で、「卵料理」をどれくらいの頻度で食べていますか。

SA

- 全体をみると、卵料理の平均喫食回数は週に3.5回と、前年と横ばい。
- 性年代別をみると、一週間での卵料理の平均喫食回数が最も多いのは、男女共60代。



※2%未満のスコアは非表示

※平均（回/週）は、凡例の（）の数値を用いて算出。なお、「卵料理を食べない」には数値を付与していない（母数から除いている）

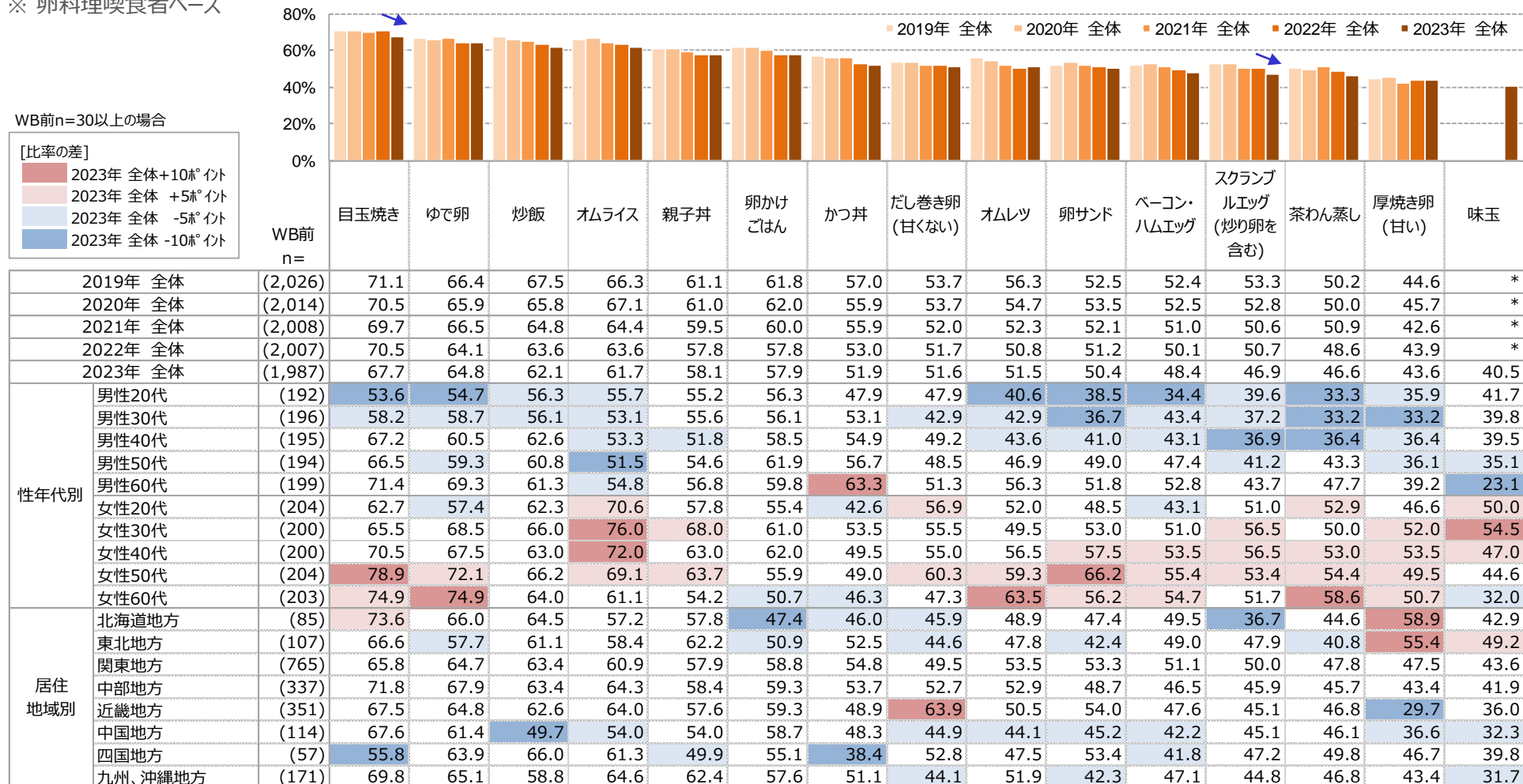
## 2-1 【1～15位】好きな卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【好きな卵料理】

MA

- 全体をみると、好きな卵料理では「目玉焼き」が67.7%と最も高く、5年連続1位。以下、「ゆで卵」「炒飯」「オムライス」「親子丼」「卵かけごはん」が続く。前年と比べると、「目玉焼き」「スクランブルエッグ」の低下が目立つ。

### ※ 卵料理喫食者ベース



※[\*]は非聴取項目 ※上位15項目を掲載 下位は次ページに掲載

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

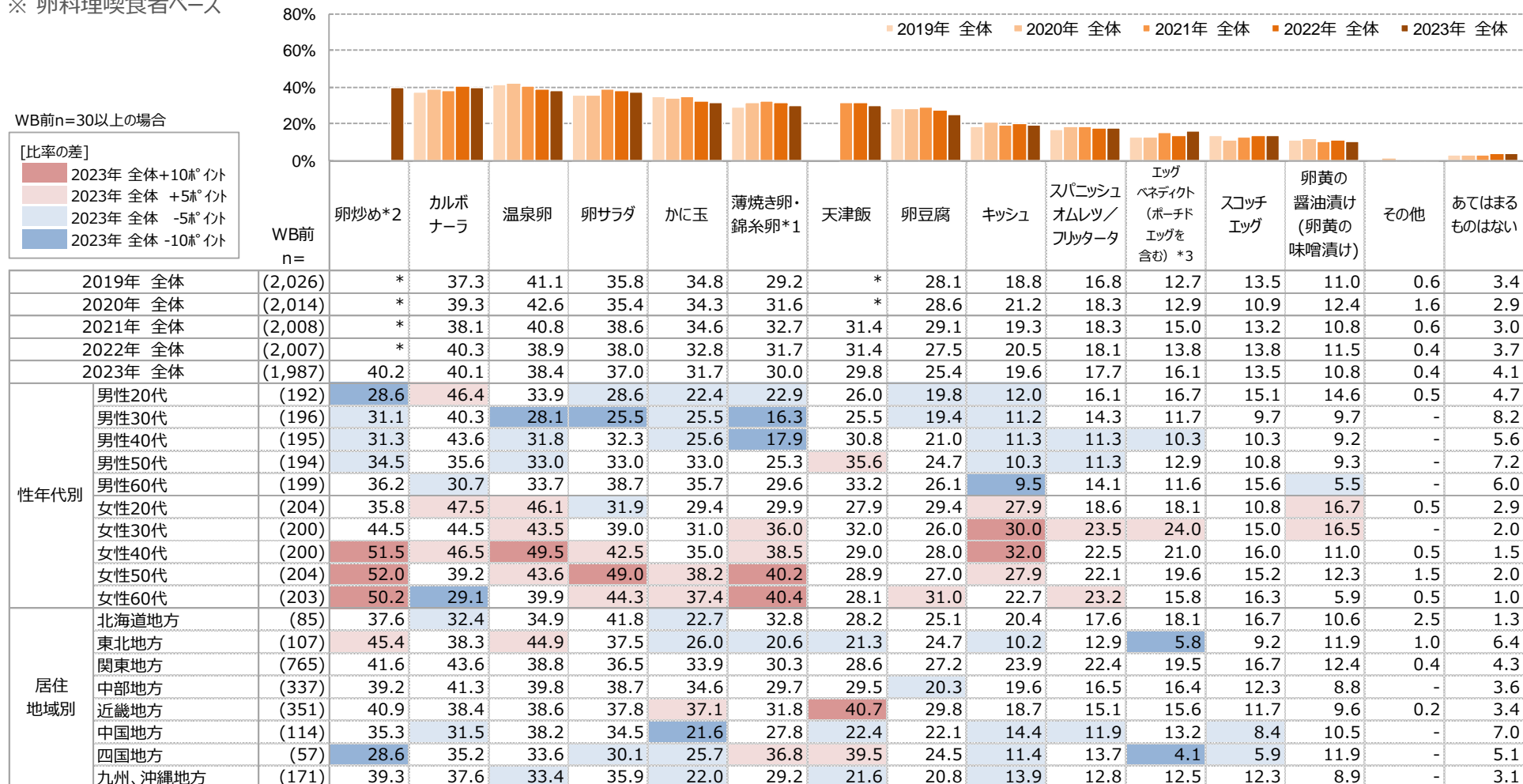
## 2-2 【16位～】好きな卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【好きな卵料理】

MA

■ 全体をみると、いずれも前年と同水準。

※ 卵料理喫食者ベース



※[\*]は非聴取項目 ※調査票上では「カコ書きで\*1:「ちらし寿司、冷やし中華などのトッピング」\*2:「卵を野菜や肉などと一緒に炒めているもの」を併記

※\*3:「2023年 全体」のスコアで降順ソート

※\*3:2020年までは「エッグベネディクト」で聴取

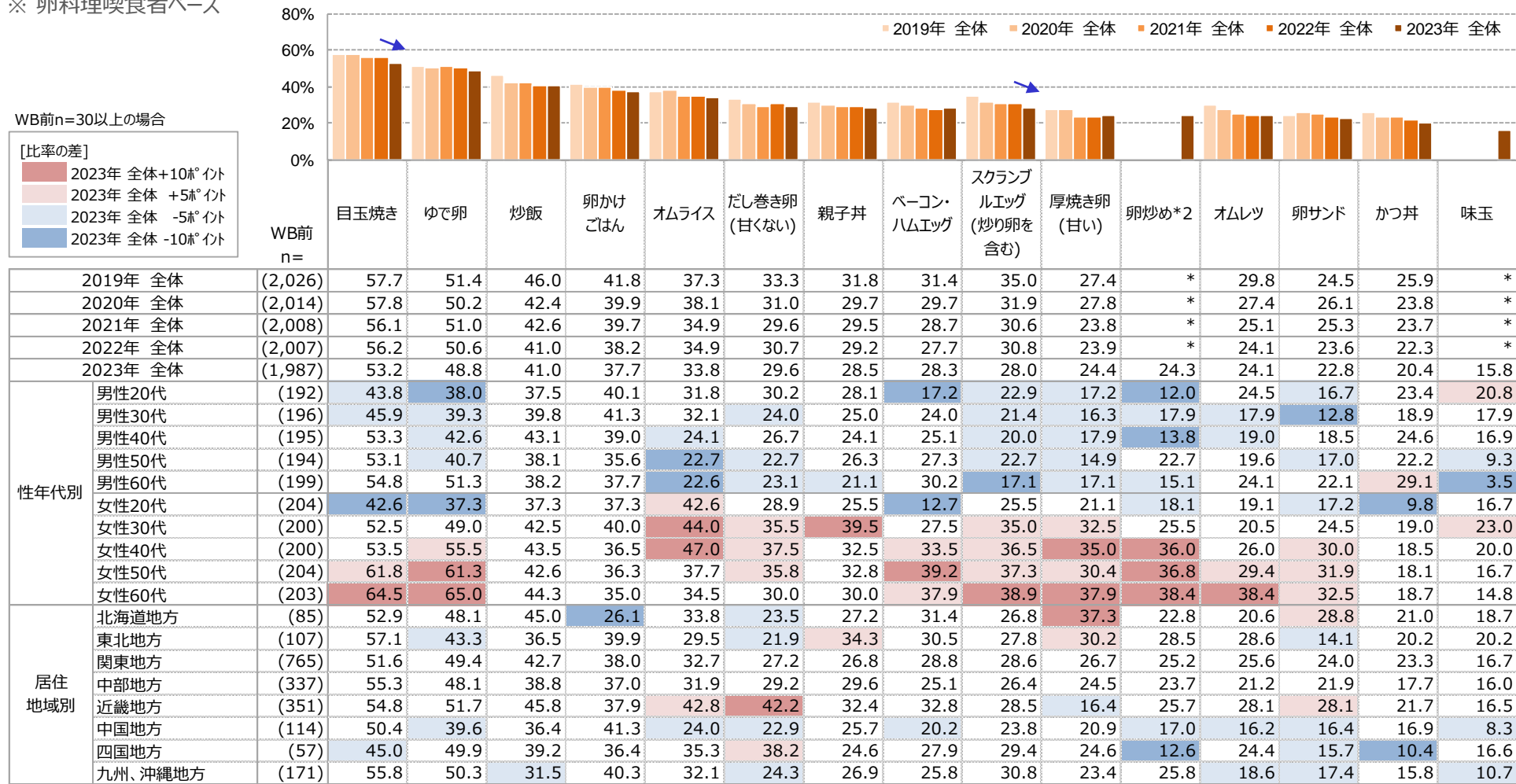
# 3-1 【1～15位】よく食べる卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【よく食べる卵料理】

MA

- よく食べる卵料理の上位も、「目玉焼き」「ゆで卵」「炒飯」「卵かけごはん」「オムライス」と、好きな卵料理と似たメニュー。
- 前年と比べると、好きな卵料理同様、「目玉焼き」「スクランブルエッグ」の低下が目立つ。

※ 卵料理喫食者ベース



※[\*]は非聴取項目 ※上位15項目を掲載 下位は次ページに掲載 ※調査票上ではカツコ書きで\*2:「卵を野菜や肉などと一緒に炒めているもの」を併記

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

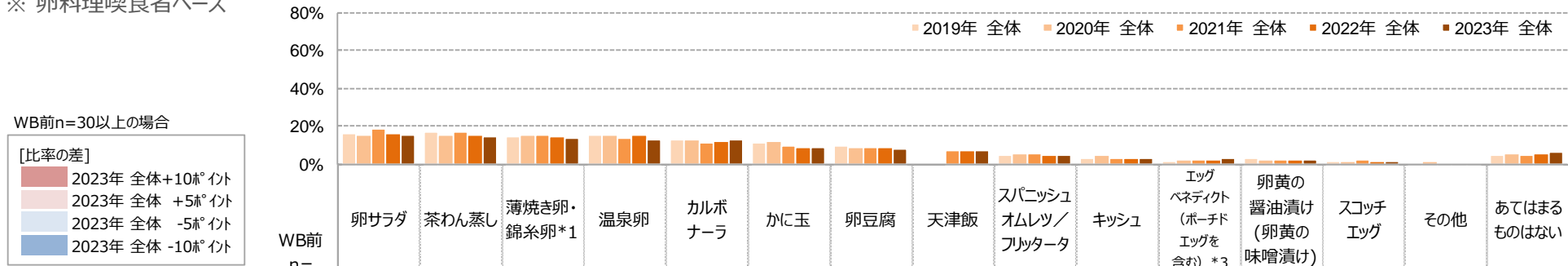
# 3-2 【16位～】よく食べる卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【よく食べる卵料理】

MA

■ 全体をみると、いずれも前年と同水準。

※ 卵料理喫食者ベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]

- 2023年 全体+10% 以上
- 2023年 全体 +5% 以上
- 2023年 全体 -5% 以上
- 2023年 全体 -10% 以上

	WB前 n=	卵料理															
		卵サラダ	茶わん蒸し	薄焼き卵・ 錦糸卵*1	温泉卵	カルボ ナーラ	かに玉	卵豆腐	天津飯	スパニッシュ オムレツ/ フリッタータ	キッシュ	エッグ ベネディクト (ポーチド エッグを 含む) *3	卵黄の 醤油漬け (卵黄の 味噌漬け)	スコッチ エッグ	その他	あてはまる ものはない	
2019年 全体	(2,026)	16.2	17.1	14.4	15.1	12.6	11.6	9.8	*	4.6	3.4	1.5	2.8	1.8	0.5	5.1	
2020年 全体	(2,014)	15.6	15.7	15.7	15.0	13.2	12.1	9.1	*	5.9	4.4	1.9	2.4	1.8	1.5	5.2	
2021年 全体	(2,008)	18.2	16.8	15.6	14.1	11.7	9.3	9.2	6.8	5.9	3.2	2.0	1.9	1.9	0.6	4.8	
2022年 全体	(2,007)	16.4	15.2	14.8	15.4	12.5	9.2	9.1	6.9	4.6	3.3	2.1	2.2	1.9	0.4	5.8	
2023年 全体	(1,987)	15.6	14.6	14.0	13.2	12.8	9.0	8.1	7.0	4.4	3.4	3.0	2.2	1.8	0.3	6.3	
性年代別	男性20代	(192)	10.9	12.5	9.9	17.2	20.8	9.4	6.3	7.8	7.8	3.6	6.8	5.7	5.7	-	7.8
	男性30代	(196)	5.6	8.2	3.6	8.2	14.8	5.6	3.6	6.6	3.1	1.5	4.1	1.5	1.0	-	8.7
	男性40代	(195)	16.9	10.8	5.1	8.7	12.3	4.1	6.7	8.2	4.6	2.1	2.6	2.6	1.0	-	10.8
	男性50代	(194)	12.9	11.3	10.3	8.8	9.3	6.7	7.7	9.8	1.5	2.1	2.6	1.5	1.5	1.0	12.4
	男性60代	(199)	15.1	16.1	12.1	9.5	9.0	11.6	9.5	7.5	3.0	1.0	2.5	0.5	1.5	-	8.5
	女性20代	(204)	5.9	14.7	8.8	11.8	15.2	6.4	6.4	6.9	4.9	4.4	2.0	2.5	1.5	-	5.4
	女性30代	(200)	14.0	14.5	17.5	14.5	12.5	10.0	8.5	6.0	3.5	4.5	3.5	3.0	2.0	-	2.0
	女性40代	(200)	16.5	17.0	23.0	19.5	14.0	10.5	10.0	6.0	3.5	5.5	1.5	1.5	1.0	-	3.5
居住 地域別	女性50代	(204)	27.0	16.7	20.6	16.2	13.2	12.7	7.8	4.9	6.4	3.4	1.5	2.5	1.5	1.0	2.5
	女性60代	(203)	24.6	22.7	25.1	16.7	9.4	12.3	12.8	5.9	5.9	5.4	3.9	2.0	2.0	1.0	2.0
	北海道地方	(85)	23.2	8.2	17.3	13.7	11.5	7.1	9.1	6.0	4.4	2.8	3.1	4.7	0.9	1.3	2.5
	東北地方	(107)	13.6	9.3	6.6	12.3	12.9	4.9	5.0	1.9	3.1	-	-	1.7	1.5	1.0	6.6
	関東地方	(765)	15.4	14.8	14.0	14.4	13.3	8.4	7.5	5.4	5.3	3.4	3.2	2.5	2.5	0.6	6.4
	中部地方	(337)	14.4	16.0	13.2	11.0	12.4	11.5	7.0	7.8	3.0	4.4	3.4	0.3	2.0	-	7.2
	近畿地方	(351)	16.3	18.3	18.3	13.6	15.3	14.3	13.4	13.4	4.6	5.3	3.6	3.1	1.6	-	4.9
	中国地方	(114)	12.7	12.9	10.7	10.2	11.3	3.8	4.3	4.8	5.2	2.0	-	2.4	-	-	9.2
九州、沖縄地方	(57)	17.3	16.5	11.7	7.3	5.0	6.9	10.9	8.1	4.9	-	2.1	1.4	-	-	5.1	
	(171)	15.4	10.3	12.1	14.8	10.5	3.1	5.0	3.4	2.3	1.6	3.8	2.4	0.5	-	7.6	

※[\*]は非聴取項目 ※調査票上ではカッコ書きで\*1:「ちらし寿司、冷やし中華などのトッピング」 ※\*3:2020年までは「エッグベネディクト」で聴取 ※「2023年 全体」のスコアで降順ソート



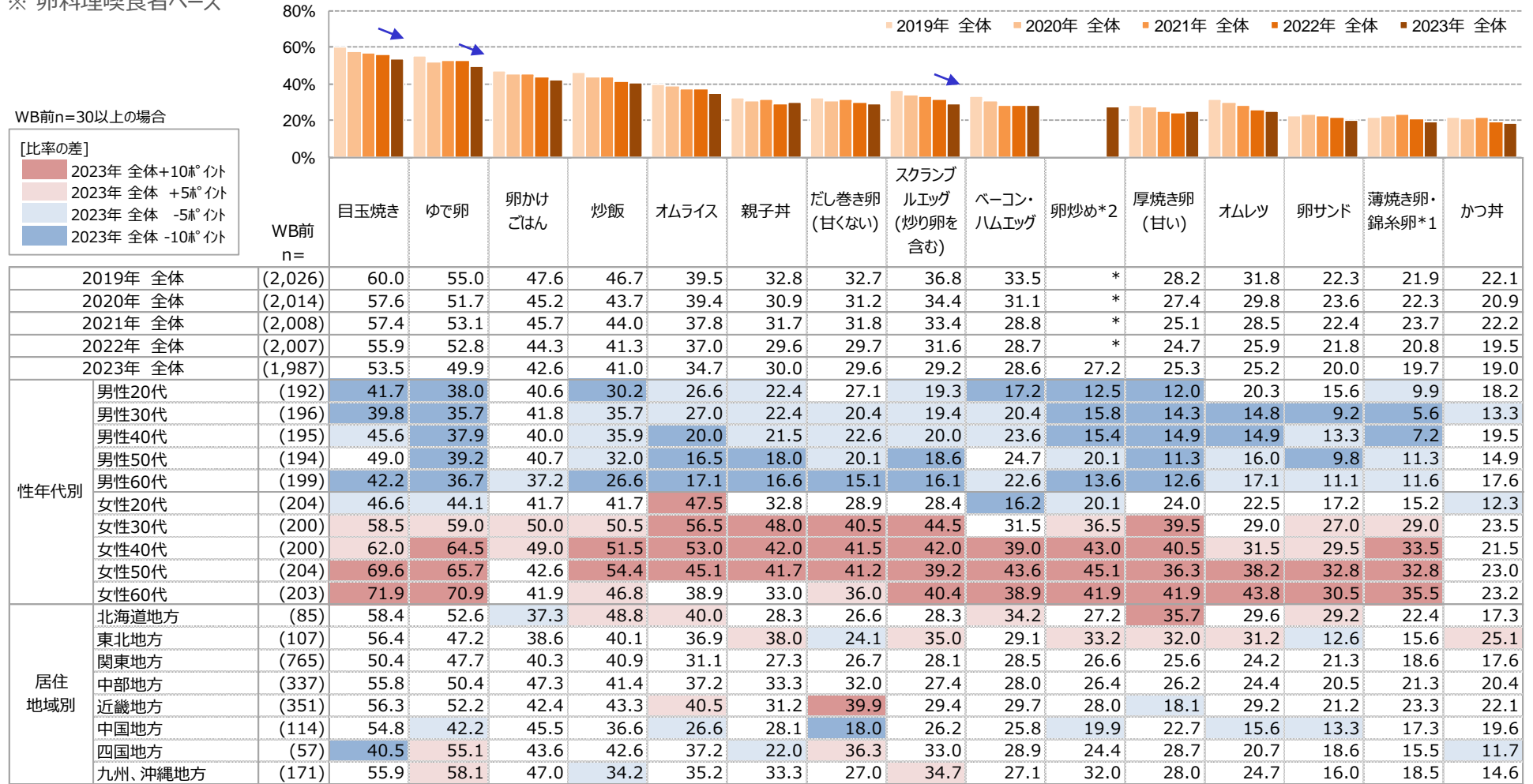
# 4-1 【1～15位】1年以内に作った卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【1年以内に作った卵料理】

MA

- 全体をみると、1年以内に作った卵料理としては「目玉焼き」が53.5%と最も高く、次いで「ゆで卵」（49.9%）。前年と比べると、「目玉焼き」「ゆで卵」「スクランブルエッグ」が低下。

※ 卵料理喫食者ベース



※[\*]は非聴取項目 ※上位15項目を掲載 下位は次ページに掲載

※調査票上ではカッコ書きで\*1:「ちらし寿司、冷やし中華などのトッピング」 \*2:「卵を野菜や肉などと一緒に炒めているもの」を併記

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

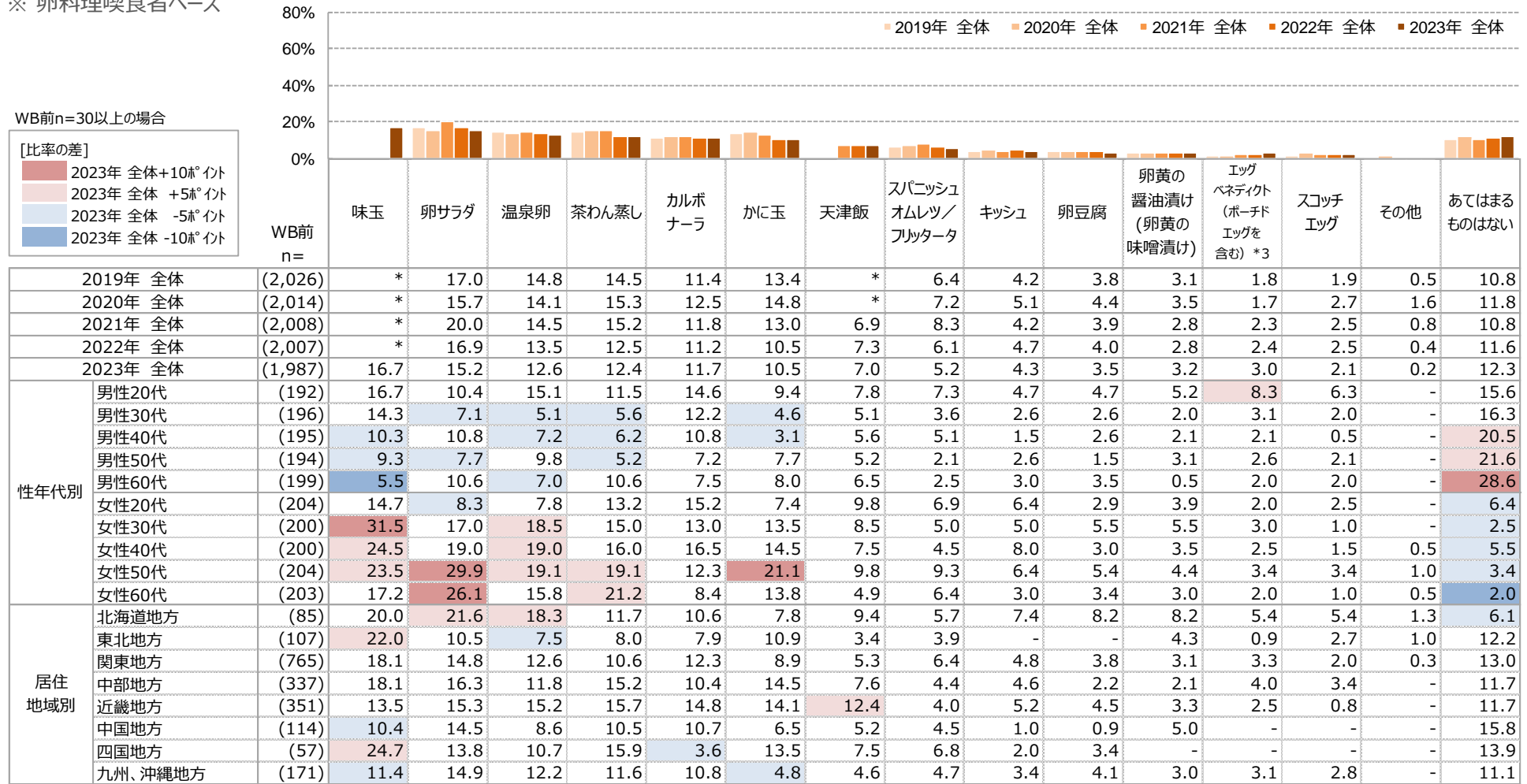
# 4-2 【16位～】1年以内に作った卵料理

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「卵料理」を、下記の中からすべてお選びください。【1年以内に作った卵料理】

MA

■ 全体をみると、いずれの料理も前年と横ばい。

※ 卵料理喫食者ベース



※[\*]は非聴取項目 ※\*3:2020年までは「エッグベネディクト」で聴取

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート



# 5-1 卵料理の購入場所

あなたは、以下の卵を使った料理を、どこで購入して、どこで食べていますか。あてはまるものを下記の中からすべてお選びください。

MA

- 「家で作る」をみると、「炒飯」「オムレツ」「丼もの」「卵サラダ」「卵サンド」「茶わん蒸し」「カルボナーラ」が前年から低下。  
上記の料理の多くは、「この料理は購入しない/作らない/食べない」は前年と横ばいであることから、中食・外食が拡大している可能性が考えられる。

(%)

	家で作る	スーパーや百貨店(惣菜売場)で買う	スーパーや百貨店(惣菜売場以外)で買う*1	コンビニで買う	弁当・惣菜専門店で購入	ネットスーパーなど惣菜の宅配で買う	その他のお店で買う	外食宅配(Uber Eats(ウーバーイーツ)など)で買う	外食チェーン店で食べる	チェーン店以外の外食店で食べる	その他	この料理は購入しない/作らない/食べない	(2022年)家で作る
WB前n=(2,060)													
目玉焼き(ベーコン・ハムエッグ含む)	78.9	3.0	1.5	1.6	1.6	1.0	0.9	0.8	2.3	1.8	0.1	14.4	80.2
ゆで卵(味玉含む)*2	75.8	4.9	2.7	4.9	1.3	0.7	1.0	0.7	2.3	1.7	0.1	15.3	78.1
卵焼き(厚焼き卵、だし巻き卵含む)	73.0	10.5	3.3	2.7	2.4	1.1	1.2	0.6	3.6	3.8	0.2	14.8	73.6
炒飯	67.6	9.7	5.4	4.6	3.0	1.4	1.3	1.4	16.4	10.7	0.3	14.5	70.9
スクランブルエッグ(炒り卵含む)	64.9	2.6	1.6	1.6	1.0	1.3	1.1	0.6	2.8	3.1	0.2	26.0	67.1
オムライス	61.1	7.6	2.4	4.3	2.1	1.2	1.0	0.8	14.2	11.4	0.1	20.5	63.1
オムレツ(スパニッシュオムレツなど具入り含む)	51.2	5.3	1.8	1.5	1.9	1.2	1.0	0.9	6.6	6.5	0.0	33.2	54.0
丼もの(かつ丼、親子丼含む)	48.9	15.2	4.0	8.1	7.7	1.3	1.8	1.5	24.6	12.9	0.1	18.6	51.5
卵サラダ	38.1	14.2	4.5	6.1	2.8	1.0	0.7	0.6	3.5	2.1	0.1	39.3	41.3
卵サンド	33.8	18.2	6.2	26.7	3.1	1.3	3.1	0.4	3.9	2.7	0.1	26.9	38.0
かに玉(卵炒め含む)	28.8	6.9	2.5	2.5	2.0	0.8	1.2	0.9	11.2	5.9	0.1	47.9	30.7
温泉卵	27.9	18.9	6.2	4.9	1.4	1.3	1.1	0.9	3.5	4.0	0.3	40.3	30.4
茶わん蒸し(卵豆腐含む)	27.3	20.2	7.3	3.6	1.8	1.8	1.2	0.7	15.5	9.2	0.4	30.4	30.6
カルボナーラ	26.5	10.0	5.8	7.8	2.0	1.7	1.4	0.9	20.6	12.1	0.1	37.0	29.1
キッシュ	11.1	9.7	3.1	1.5	2.4	0.8	2.2	0.2	5.7	7.1	0.3	63.9	12.8

※「家で作る」のスコアで降順ソート ※\*1 メーカー品など ※\*2:2022年までは「ゆで卵(煮卵含む)」で聴取

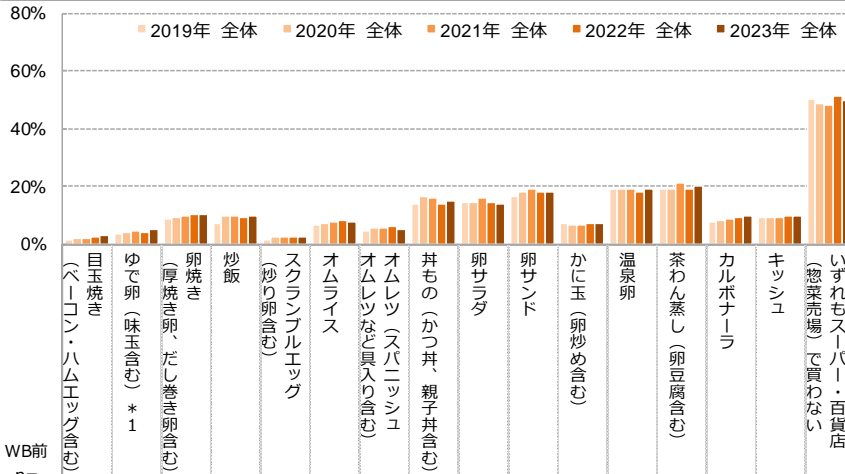
# 5-2 卵料理の購入場所（スーパー／コンビニ）

あなたは、以下の卵を使った料理を、どこで購入して、どこで食べていますか。あてはまるものを下記の中からすべてお選びください。

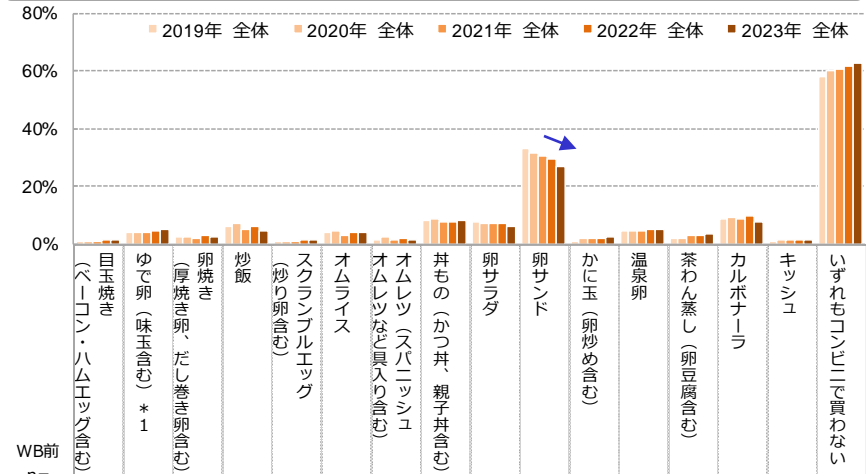
MA

- 全体をみると、「いずれもスーパー・百貨店で買わない」「いずれもコンビニで買わない」共に前年と同水準。
- 時系列をみると、スーパーや百貨店、コンビニ共にほとんどの食品が前年と横ばいだが、「卵サンド」はコンビニで買う人が前年から低下。

スーパーや百貨店（惣菜売場）で買う



コンビニで買う



n=30以上の場合  
※基準は「2023年 全体」

【比率の差】  
全体 +10% 以内  
全体 +5% 以内  
全体 -5% 以内  
全体 -10% 以内

食品	WB前 n=	2019年 全体					2020年 全体					2021年 全体					2022年 全体					2023年 全体					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
目玉焼き (ベーコン・ハムエッグ含む)	(2,060)	1.7	3.4	8.9	7.3	1.6	6.7	4.7	13.9	14.5	16.8	7.0	19.2	19.3	7.5	9.3	50.3										
ゆで卵 (味玉含む) *1	(2,060)	2.2	3.9	9.2	9.9	2.3	7.4	5.6	16.4	14.2	18.0	6.6	19.3	19.0	8.5	9.3	49.0										
(厚焼き卵、だし巻き卵含む)	(2,060)	2.2	4.5	10.0	9.8	2.3	7.7	5.5	16.1	16.1	19.1	6.9	19.0	21.4	9.0	9.0	48.2										
卵焼き	(2,060)	2.3	3.9	10.3	9.4	2.5	8.1	5.9	14.1	14.4	18.2	7.3	18.0	19.1	9.4	9.6	51.2										
炒飯	(2,060)	3.0	4.9	10.5	9.7	2.6	7.6	5.3	15.2	14.2	18.2	6.9	18.9	20.2	10.0	9.7	49.8										
スクランブルエッグ (炒り卵含む)	(2,060)	3.9	5.9	11.8	11.5	3.4	8.5	6.2	16.5	15.3	19.8	9.1	18.3	18.7	11.8	7.4	51.5										
オムライス	(1,030)	2.1	3.8	9.2	7.8	1.8	6.6	4.4	13.9	13.0	16.5	4.8	19.6	21.8	8.2	12.0	48.0										
オムレツ (スパニッシュ オムレツなど具入り含む)	(1,030)	2.1	3.8	9.2	7.8	1.8	6.6	4.4	13.9	13.0	16.5	4.8	19.6	21.8	8.2	12.0	48.0										
丼もの (かつ丼、親子丼含む)	(206)	3.4	5.8	10.2	13.6	5.3	8.7	5.3	20.4	10.7	14.6	9.7	13.1	14.6	13.6	7.3	55.3										
卵サラダ	(206)	3.4	6.8	9.7	11.2	3.9	9.2	7.3	20.9	16.0	20.9	13.6	18.4	21.8	15.5	11.7	45.6										
卵サンド	(206)	4.9	6.3	13.6	12.1	3.9	9.2	7.8	17.5	13.6	19.4	7.3	19.9	20.4	13.6	7.8	51.0										
かに玉 (卵炒め含む)	(206)	4.9	5.8	9.7	11.2	2.4	7.8	4.4	11.7	15.5	20.9	8.7	18.4	16.0	10.2	5.3	55.3										
温泉卵	(206)	2.4	4.9	15.0	9.7	1.9	7.8	5.8	13.6	20.4	22.3	6.8	20.4	19.9	6.3	5.3	50.5										
茶わん蒸し (卵豆腐含む)	(206)	3.4	4.9	8.7	7.3	3.4	6.3	6.8	12.6	13.6	16.5	6.3	16.5	17.5	9.7	7.8	49.0										
カルボナーラ	(206)	2.9	4.4	6.3	8.3	1.9	8.7	6.3	16.0	14.6	17.0	3.4	18.4	20.4	8.7	13.6	45.1										
キッシュ	(206)	1.0	3.4	9.2	5.8	1.9	6.8	2.4	15.5	12.1	13.6	3.9	17.5	19.4	8.3	12.6	48.5										
いずれもスーパー・百貨店 (惣菜売場) で買わない	(206)	2.4	3.9	9.2	8.7	1.5	6.3	4.9	12.1	14.1	18.4	6.3	20.9	23.3	7.8	12.1	50.0										
いずれもコンビニで買わない	(206)	1.5	2.9	12.1	9.2	0.5	4.9	2.9	13.1	11.2	17.5	4.4	23.8	27.2	6.8	13.1	47.1										

食品	WB前 n=	2019年 全体					2020年 全体					2021年 全体					2022年 全体					2023年 全体					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
目玉焼き (ベーコン・ハムエッグ含む)	(2,060)	0.8	4.2	2.7	6.1	0.7	4.1	1.4	8.4	7.7	33.0	1.2	4.6	1.8	8.6	1.1	58.3										
ゆで卵 (味玉含む) *1	(2,060)	1.0	3.8	2.5	7.2	1.1	4.5	2.6	8.7	7.3	31.4	2.0	4.6	2.2	9.3	1.2	60.4										
(厚焼き卵、だし巻き卵含む)	(2,060)	1.1	4.3	1.9	5.1	1.1	3.2	1.5	7.5	7.3	30.5	1.9	4.6	2.8	8.5	1.2	60.8										
卵焼き	(2,060)	1.6	4.7	2.8	5.9	1.2	4.3	2.0	7.8	7.2	29.4	1.9	5.1	3.1	9.8	1.7	61.5										
炒飯	(2,060)	1.6	4.9	2.7	4.6	1.6	4.3	1.5	8.1	6.1	26.7	2.5	4.9	3.6	7.8	1.5	62.7										
スクランブルエッグ (炒り卵含む)	(2,060)	2.2	6.0	3.2	6.4	2.5	5.0	2.7	9.8	7.3	25.1	3.1	5.7	4.4	8.9	2.2	61.7										
オムライス	(1,030)	1.0	3.8	2.3	2.9	0.7	3.5	0.4	6.4	5.0	28.3	2.0	4.1	2.8	6.7	0.7	63.8										
オムレツ (スパニッシュ オムレツなど具入り含む)	(1,030)	1.0	3.8	2.3	2.9	0.7	3.5	0.4	6.4	5.0	28.3	2.0	4.1	2.8	6.7	0.7	63.8										
丼もの (かつ丼、親子丼含む)	(206)	5.3	6.3	6.8	7.3	4.9	7.3	4.4	10.7	10.2	19.4	4.4	7.8	5.3	9.2	3.9	59.7										
卵サラダ	(206)	2.4	7.3	3.4	5.3	2.4	5.3	4.4	12.6	8.3	17.5	3.4	4.9	4.9	7.8	1.0	64.6										
卵サンド	(206)	1.9	5.3	1.9	9.2	2.9	5.3	1.5	10.2	6.3	29.1	2.9	7.8	6.3	15.5	3.4	59.2										
かに玉 (卵炒め含む)	(206)	1.5	7.3	2.9	5.3	2.4	3.4	2.4	10.2	5.8	26.7	3.4	4.4	4.4	8.3	1.5	60.7										
温泉卵	(206)	0.5	3.9	1.9	4.4	0.5	4.4	1.5	5.3	6.8	30.1	1.5	3.9	1.0	2.4	1.5	64.6										
茶わん蒸し (卵豆腐含む)	(206)	1.0	4.4	4.9	3.4	1.9	4.9	-	9.7	9.7	20.9	3.9	6.8	6.3	11.2	2.4	60.2										
カルボナーラ	(206)	1.5	6.3	4.9	2.9	1.0	5.3	1.0	7.8	5.3	31.6	1.0	5.3	3.4	9.7	0.5	61.2										
キッシュ	(206)	1.5	3.9	1.0	3.4	-	4.9	0.5	5.8	4.4	33.0	1.5	5.3	2.4	7.3	0.5	60.7										
いずれもコンビニで買わない	(206)	0.5	3.4	1.0	2.9	-	1.9	0.5	4.9	3.9	29.6	1.5	1.5	1.9	4.4	-	65.0										
いずれもスーパー・百貨店 (惣菜売場) で買わない	(206)	0.5	1.5	1.0	1.9	1.0	1.0	-	4.9	2.9	24.3	2.4	2.4	1.0	2.4	0.5	70.9										

※\*1:2022年までは「ゆで卵 (煮卵含む)」で聴取

※前頁「家で作る」のスコアで降順ソート

## 6 卵料理の中食利用理由

あなたが、以下の卵料理を外で買って自宅などで食べる際の理由として、あてはまるものをすべてお選びください。

MA

- 「卵サンド」「丼もの」「卵焼き」「オムライス」「ゆで卵」では「自宅で作るより、買って来た方がおいしい」が最も高く、次いで「自宅で作ると時間がかかる」。
- 一方で、「目玉焼き」では「こだわった原材料を使っている」が最も高く、次いで「購入したい惣菜や弁当に入っている」。

※各中食を買って自宅で食べる者ベース

	WB前 n=	購入したい惣菜や弁当に入っているから	欲しい分量だけ買うことができるから	自宅で作れない卵料理を食べられるから	こだわった原材料を使っているから	自宅で作るより、買って来た方がおいしいから	自宅で作るより、買って来た方が見た目がよいから	自宅で作るより、安く済むから	自宅で作るより、手間がかかるから	洗い物が出る	卵料理を作るのに必要な器具・設備がないから	自宅で作る味に飽きてきたから	外食を控えているから	プチ贅沢をしたいから	その他	特に理由はない
卵サンド	(951)	10.1	15.6	8.4	5.8	30.7	10.0	12.1	22.7	26.0	3.3	2.5	1.1	4.3	0.7	14.5
丼もの (かつ丼、親子丼含む)	(594)	15.9	10.6	11.1	7.7	30.4	10.1	15.1	21.9	28.5	4.5	3.2	1.8	5.9	0.5	10.8
卵焼き (厚焼き卵・だし巻き卵含む)	(358)	16.5	10.9	12.6	13.2	29.9	16.9	11.4	16.0	18.8	6.0	5.4	1.6	5.1	0.3	10.1
オムライス	(312)	12.1	7.6	10.3	10.7	27.1	15.8	13.4	17.8	21.0	4.6	7.3	3.0	6.6	0.4	10.5
ゆで卵 (味玉含む)	(267)	15.4	13.5	10.2	11.9	18.9	13.7	6.9	15.5	18.8	4.1	5.9	1.7	2.7	1.2	11.7
目玉焼き (ベーコン・ハムエッグ含む)	(159)	17.3	13.0	15.9	19.7	17.1	11.3	14.6	15.0	14.5	8.2	6.3	2.9	0.6	0.7	10.3

※「WB前n数」で降順ソート

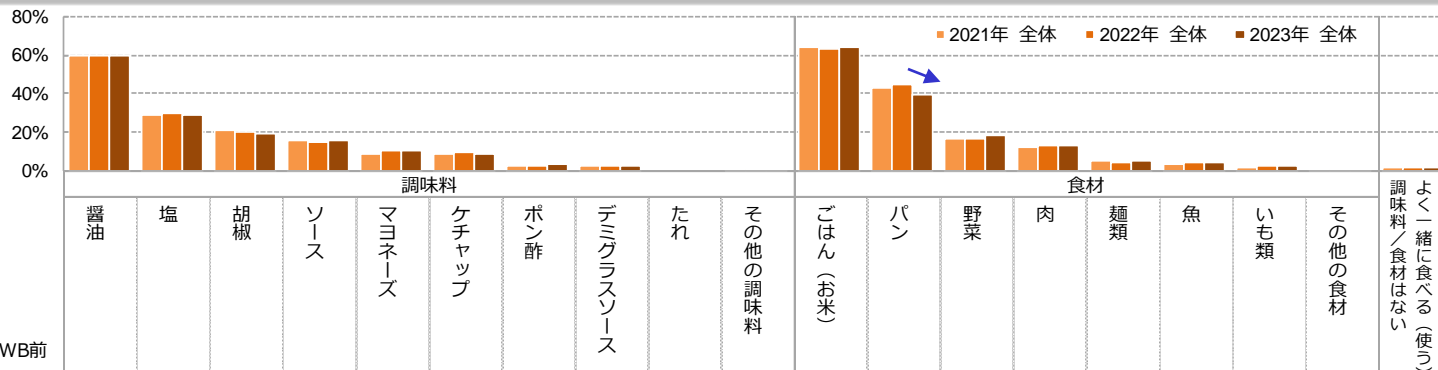
# 7 目玉焼きの食べ方

あなたが以下の料理を食べる際によく一緒に食べる（使う）ものとして、あてはまるものをすべてお選びください。  
 【「目玉焼き」を食べる際によく一緒に食べる（使う）もの】

MA

- 全体をみると、目玉焼きを食べるときに使う調味料としては、「醤油」が59.8%と突出。次いで「塩」（29.3%）。いずれも前年と横ばい。よく一緒に食べる食材としては、「ごはん」が64.2%と最も高く、次いで「パン」（39.8%）。前年と比べて、「パン」が低下。
- 性別をみると、女性は「塩」「胡椒」「パン」「野菜」、男性は「醤油」「ソース」が相対的に高い。

※ 目玉焼きを食べる、かつ目玉焼きが好きな人ベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]

2023年 全体 +10% 以上
2023年 全体 +5% 以上
2023年 全体 -5% 以上
2023年 全体 -10% 以上

性別	WB前 n=	調味料										食材								調味料/食材はない	よく一緒に食べる(使う)
		醤油	塩	胡椒	ソース	マヨネーズ	ケチャップ	ポン酢	デミグラスソース	たれ	その他の調味料	ごはん(お米)	パン	野菜	肉	麺類	魚	いも類	その他の食材		
2021年 全体	(1,370)	59.4	28.5	21.4	15.7	8.8	8.4	2.2	2.4		1.1	64.0	42.8	16.5	12.4	4.7	3.4	1.5	0.7	1.5	
2022年 全体	(1,372)	59.3	29.5	20.3	14.5	10.7	9.6	2.9	2.6		0.4	63.5	44.5	16.9	12.7	4.7	4.5	2.6	0.7	1.5	
2023年 全体	(1,305)	59.8	29.3	19.3	15.6	10.8	8.4	2.9	2.5		0.6	64.2	39.8	18.4	12.9	4.9	4.5	2.4	0.7	1.5	
性別																					
男性	(608)	64.1	24.2	15.9	18.8	11.5	8.7	3.1	2.8		0.3	64.3	33.5	15.5	12.5	4.6	3.7	2.5	0.5	1.8	
女性	(697)	56.1	33.7	22.3	12.8	10.1	8.1	2.8	2.3		0.9	64.1	45.3	21.0	13.3	5.1	5.2	2.3	0.9	1.3	
性年代別																					
男性20代	(102)	66.7	32.4	21.6	21.6	15.7	11.8	6.9	7.8		1.0	62.7	24.5	10.8	21.6	5.9	6.9	4.9	-	1.0	
男性30代	(112)	58.9	20.5	14.3	16.1	10.7	9.8	4.5	2.7		-	63.4	29.5	12.5	14.3	8.9	5.4	3.6	-	2.7	
男性40代	(127)	70.9	26.0	15.7	15.7	12.6	7.1	1.6	2.4		0.8	63.0	37.8	15.7	9.4	4.7	2.4	2.4	-	2.4	
男性50代	(127)	66.1	16.5	10.2	14.2	7.9	9.4	2.4	1.6		-	64.6	26.8	9.4	8.7	2.4	1.6	-	0.8	1.6	
男性60代	(140)	57.1	27.9	19.3	27.1	12.1	7.1	2.1	1.4		-	67.1	43.6	26.4	12.9	2.9	4.3	2.9	1.4	1.4	
女性20代	(122)	54.9	31.1	24.6	11.5	9.0	10.7	2.5	3.3		0.8	66.4	35.2	13.1	15.6	9.0	6.6	3.3	0.8	0.8	
女性30代	(130)	62.3	29.2	21.5	9.2	11.5	9.2	1.5	3.8		0.8	62.3	43.8	12.3	13.8	2.3	3.1	1.5	-	1.5	
女性40代	(135)	60.0	27.4	17.0	12.6	10.4	10.4	4.4	2.2		3.0	63.7	46.7	23.0	16.3	4.4	5.9	3.7	0.7	-	
女性50代	(159)	52.2	37.1	23.9	13.2	10.1	3.8	1.9	1.3		-	63.5	44.7	17.0	10.1	6.9	2.5	1.3	0.6	2.5	
女性60代	(151)	52.3	41.1	25.2	15.9	9.3	7.9	3.3	2.0		-	64.9	51.7	34.4	11.9	3.3	7.9	2.0	2.0	1.3	
居住地域別																					
北海道地方	(60)	74.2	16.3	12.6	16.5	9.1	8.0	2.6	2.6		-	66.7	27.9	21.2	6.2	7.9	6.0	2.6	1.7	-	
東北地方	(70)	76.4	20.0	18.8	15.4	7.1	11.9	2.9	5.4		1.3	77.9	32.9	14.9	15.5	5.8	1.1	1.2	-	1.3	
関東地方	(486)	61.7	28.7	20.2	15.9	7.9	8.1	3.2	2.1		1.0	63.4	43.5	18.3	12.8	4.7	3.9	2.3	0.2	1.9	
中部地方	(235)	55.6	30.5	23.5	15.8	8.7	6.5	2.6	1.3		0.5	67.6	37.1	16.8	12.8	4.1	4.4	2.9	1.2	1.5	
近畿地方	(232)	50.5	32.5	14.4	17.9	13.2	9.1	1.7	4.6		0.3	60.3	41.9	19.3	13.4	4.5	4.6	2.4	1.8	1.9	
中国地方	(74)	50.3	37.2	17.7	5.2	18.0	5.7	2.5	-		1.1	59.0	35.4	11.4	11.8	7.8	2.9	1.3	-	-	
四国地方	(31)	55.1	51.1	37.8	23.4	26.8	15.6	3.7	3.7		-	63.3	40.9	21.4	15.0	6.1	6.2	3.7	-	-	
九州、沖縄地方	(117)	69.1	24.0	16.6	13.2	16.0	9.4	5.2	2.5		-	62.3	37.6	24.8	14.5	3.7	8.3	2.5	-	1.7	

※カテゴリ毎に「2023年 全体」のスコアで降順ソート

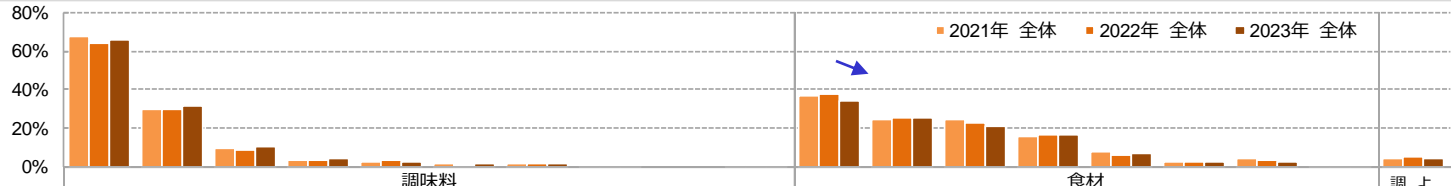
# 8 ゆで卵の食べ方

あなたが以下の料理を食べる際によく一緒に食べる（使う）ものとして、あてはまるものをすべてお選びください。  
 【「ゆで卵」を食べる際によく一緒に食べる（使う）もの】

MA

- 全体をみると、ゆで卵を食べるときに使う調味料としては、「塩」が65.8%と突出。次いで「マヨネーズ」（31.4%）。いずれも前年と横ばい。食材の中では「パン」が34.5%と最も高く、次いで「ごはん」（25.1%）。「パン」は前年から低下。
- 性別をみると、男性は「醤油」「ごはん」「麺類」、女性は「マヨネーズ」「パン」「野菜」が相対的に高い。

※ ゆで卵を食べる、かつ  
 ゆで卵が好きな人ベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]

2023年 全体 +10% 以上
2023年 全体 +5% 以上
2023年 全体 -5% 以内
2023年 全体 -10% 以内

性別	WB前 n=	調味料										食材								調味料/食材はない	よく一緒に食べる(使う)
		塩	マヨネーズ	醤油	胡椒	ケチャップ	ポン酢	ソース	デミグラスソース	たれ	その他の調味料	パン	ごはん(お米)	野菜	麺類	肉	いも類	魚	その他の食材		
2021年 全体	(1,300)	67.3	29.6	9.9	3.1	2.3	1.5	1.9	0.8		0.8	36.9	24.5	24.5	15.9	7.8	2.7	4.1	0.4	4.6	
2022年 全体	(1,241)	64.3	30.0	8.9	3.4	3.5	1.0	1.6	0.7		1.1	37.3	25.0	22.4	16.5	5.8	2.8	3.8	0.4	5.0	
2023年 全体	(1,253)	65.8	31.4	10.1	4.5	2.2	1.3	1.2	0.9		1.0	34.5	25.1	21.2	16.8	6.8	2.8	2.4	0.2	4.0	
性別	男性	(578)	65.0	25.0	12.5	3.9	3.0	1.5	1.7	1.2	0.5	29.7	27.4	15.8	19.2	6.7	1.6	1.7	0.5	4.8	
	女性	(675)	66.5	36.9	8.0	5.0	1.6	1.1	0.9	0.6	1.4	38.6	23.2	25.8	14.7	7.0	3.8	3.0	-	3.4	
性年代別	男性20代	(103)	65.0	27.2	15.5	9.7	7.8	5.8	6.8	4.9	-	27.2	36.9	17.5	24.3	21.4	3.9	6.8	1.0	1.9	
	男性30代	(112)	66.1	20.5	12.5	2.7	3.6	1.8	1.8	1.8	-	17.9	27.7	13.4	11.6	4.5	0.9	0.9	-	3.6	
	男性40代	(115)	69.6	27.0	13.0	3.5	1.7	0.9	1.7	0.9	-	23.5	30.4	15.7	27.0	6.1	0.9	1.7	-	3.5	
	男性50代	(113)	63.7	26.5	10.6	0.9	1.8	-	-	-	0.9	35.4	24.8	11.5	11.5	0.9	1.8	0.9	-	7.1	
	男性60代	(135)	60.7	23.7	11.9	4.4	2.2	0.7	-	-	1.5	41.5	20.7	20.7	20.7	5.2	1.5	-	1.5	6.7	
	女性20代	(111)	64.0	27.9	6.3	5.4	3.6	2.7	0.9	0.9	-	14.4	27.9	25.2	16.2	10.8	4.5	5.4	-	3.6	
	女性30代	(137)	68.6	38.7	2.2	3.6	0.7	1.5	1.5	0.7	0.7	31.4	19.0	15.3	18.2	8.0	4.4	4.4	-	2.2	
	女性40代	(133)	64.7	34.6	10.5	3.8	1.5	0.8	-	0.8	2.3	40.6	29.3	24.8	13.5	9.0	4.5	3.8	-	0.8	
	女性50代	(143)	65.0	38.5	7.7	7.0	0.7	1.4	1.4	0.7	0.7	42.7	19.6	25.2	11.2	4.2	2.1	0.7	-	5.6	
	女性60代	(151)	69.5	41.1	11.3	5.3	2.0	-	0.7	-	2.6	51.7	21.2	35.8	15.9	4.6	4.0	2.0	-	4.6	
居住地域別	北海道地方	(54)	77.7	42.3	9.1	6.2	4.8	2.9	2.9	2.9	1.8	43.1	7.4	22.4	18.6	4.5	6.3	2.9	-	1.8	
	東北地方	(61)	71.7	37.3	16.0	3.1	2.7	1.3	1.3	4.7	-	23.7	30.7	16.4	21.1	9.1	3.0	2.8	-	4.7	
	関東地方	(480)	66.7	30.6	11.0	4.8	2.5	1.4	1.0	0.9	1.1	36.1	22.0	21.4	20.2	7.7	3.1	2.5	-	4.3	
	中部地方	(224)	64.2	28.8	6.5	4.7	1.7	0.9	0.4	0.4	1.5	34.2	27.1	17.4	16.6	8.0	2.7	2.4	0.4	4.1	
	近畿地方	(224)	65.4	31.7	10.1	4.5	0.9	1.2	1.7	0.5	1.4	36.4	28.4	25.3	14.2	5.4	2.3	2.8	0.8	4.3	
	中国地方	(64)	53.7	26.7	9.3	3.4	1.4	1.2	1.4	-	-	36.7	37.6	18.9	11.8	5.2	-	-	-	3.1	
	四国地方	(36)	67.8	32.8	14.1	7.9	8.4	-	5.1	-	-	28.0	33.4	23.3	9.0	5.4	-	-	-	-	
九州、沖縄地方	(110)	63.7	33.6	9.7	2.4	1.7	1.5	0.9	-	-	26.7	24.0	22.1	9.6	5.0	3.6	2.7	-	4.8		

※カテゴリ毎に「2023年 全体」のスコアで降順ソート

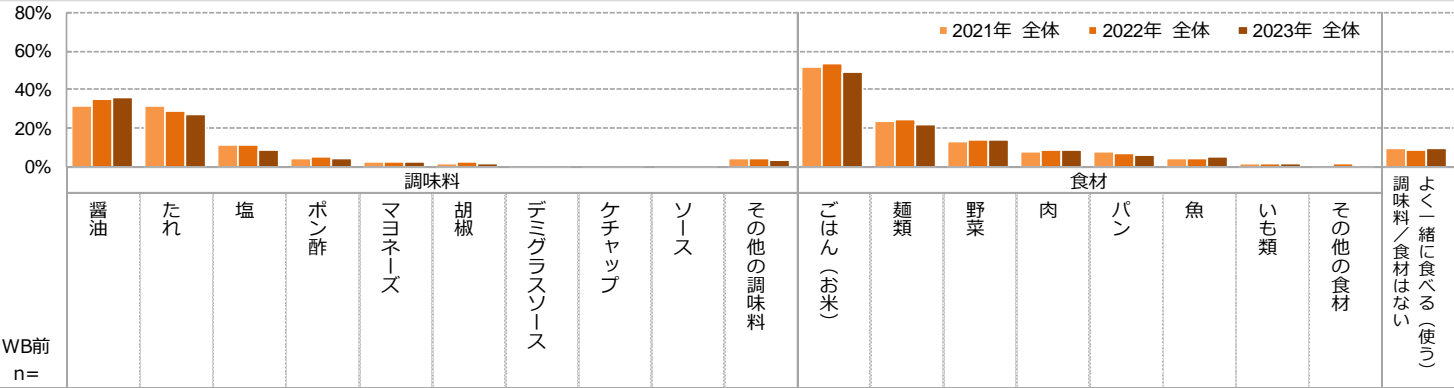
# 9 温泉卵の食べ方

あなたが以下の料理を食べる際によく一緒に食べる（使う）ものとして、あてはまるものをすべてお選びください。  
 【「温泉卵」を食べる際によく一緒に食べる（使う）もの】

MA

- 全体をみると、温泉卵を食べるときに使う調味料としては、「醤油」「たれ」が上位。食材の中では「ごはん」が49.4%と突出して高い。
- 性別をみると、男性は「塩」、女性は「麺類」が相対的に高い。

※ 温泉卵を食べる、かつ温泉卵が好きな人ベース



WB前n=30以上の場合

[比率の差]

2023年 全体 +10% 以内	2023年 全体 +5% 以内	2023年 全体 -5% 以内	2023年 全体 -10% 以内
------------------	-----------------	-----------------	------------------

性別	WB前 n=	調味料																			食材																		
		醤油	たれ	塩	ポン酢	マヨネーズ	胡椒	デミグラスソース	ケチャップ	ソース	その他の調味料	ごはん(お米)	麺類	野菜	肉	パン	魚	いも類	その他の食材	調味料/食材はない																			
2021年 全体	(782)	31.3	31.8	11.5	4.1	2.4	1.5	0.9	1.1	1.1	4.5	51.4	23.4	13.2	7.6	8.1	3.8	1.3	1.0	9.2																			
2022年 全体	(747)	35.3	28.5	11.5	5.2	2.3	2.1	0.2	0.6	1.1	3.9	53.1	24.7	13.7	8.9	6.9	4.5	1.9	1.2	8.3																			
2023年 全体	(738)	36.2	26.9	8.2	4.2	2.2	1.8	1.1	1.0	0.7	3.1	49.4	22.1	13.5	8.9	5.8	5.0	1.2	0.6	9.3																			
男性	(299)	35.6	27.9	11.8	4.0	2.7	3.1	1.4	1.5	1.2	1.4	49.6	17.1	11.6	7.7	6.7	3.8	0.9	1.0	9.9																			
女性	(439)	36.6	26.3	5.8	4.2	1.9	0.9	0.9	0.6	0.4	4.2	49.3	25.3	14.8	9.7	5.2	5.8	1.4	0.2	8.9																			
男性20代	(61)	42.6	26.2	24.6	4.9	4.9	9.8	6.6	4.9	4.9	-	62.3	31.1	11.5	23.0	8.2	8.2	3.3	-	-																			
男性30代	(52)	26.9	21.2	9.6	1.9	1.9	1.9	1.9	1.9	-	1.9	44.2	11.5	5.8	7.7	7.7	7.7	-	1.9	13.5																			
男性40代	(60)	45.0	25.0	11.7	5.0	5.0	3.3	-	1.7	1.7	1.7	58.3	11.7	20.0	8.3	8.3	5.0	1.7	-	5.0																			
男性50代	(62)	30.6	33.9	8.1	3.2	1.6	-	-	-	-	3.2	40.3	21.0	1.6	1.6	8.1	-	-	3.2	12.9																			
男性60代	(64)	31.3	31.3	7.8	4.7	-	1.6	-	-	-	-	43.8	12.5	17.2	1.6	1.6	-	-	-	17.2																			
女性20代	(88)	29.5	22.7	8.0	3.4	3.4	-	1.1	2.3	1.1	2.3	44.3	20.5	11.4	9.1	4.5	8.0	4.5	-	10.2																			
女性30代	(84)	35.7	17.9	6.0	6.0	4.8	3.6	1.2	-	-	6.0	44.0	19.0	11.9	8.3	3.6	4.8	1.2	-	10.7																			
女性40代	(98)	44.9	24.5	4.1	2.0	2.0	1.0	1.0	-	-	5.1	56.1	24.5	13.3	11.2	9.2	5.1	2.0	-	6.1																			
女性50代	(88)	37.5	23.9	8.0	2.3	-	-	1.1	-	-	4.5	42.0	35.2	13.6	8.0	1.1	4.5	-	1.1	9.1																			
女性60代	(81)	30.9	42.0	3.7	8.6	-	-	-	1.2	1.2	2.5	56.8	25.9	23.5	11.1	6.2	7.4	-	-	9.9																			
北海道地方	(30)	49.3	29.8	12.4	5.3	2.7	2.7	9.0	8.9	-	-	38.7	27.2	8.0	9.4	2.6	2.6	5.3	-	9.9																			
東北地方	(49)	45.5	33.4	6.3	4.4	5.1	-	-	-	-	3.8	70.2	25.1	5.9	7.6	6.8	1.7	-	-	6.5																			
関東地方	(284)	44.7	20.8	7.7	4.6	0.6	1.9	0.9	0.3	0.9	3.7	50.3	22.7	14.2	9.9	5.6	5.7	0.8	0.3	7.4																			
中部地方	(131)	29.5	31.2	7.9	3.7	1.4	1.4	0.7	0.6	-	3.0	43.8	19.9	11.5	7.0	7.6	3.4	0.6	1.7	9.9																			
近畿地方	(130)	23.4	38.6	8.7	3.7	4.1	3.2	1.5	-	1.5	4.0	50.0	24.5	15.5	11.3	6.6	8.1	2.5	0.8	8.4																			
中国地方	(41)	24.6	23.0	6.4	2.0	6.7	-	-	-	-	-	55.2	10.4	12.9	6.8	7.8	-	-	-	9.4																			
四国地方	(19)	33.3	25.1	10.2	-	4.2	4.2	-	15.1	4.2	-	58.0	18.8	12.3	-	-	10.9	-	-	15.1																			
九州、沖縄地方	(54)	33.2	17.3	10.7	5.8	1.4	-	-	-	-	2.0	37.5	22.5	19.8	7.2	2.1	2.9	2.1	-	20.2																			

※カテゴリ毎に「2023年 全体」のスコアで降順ソート

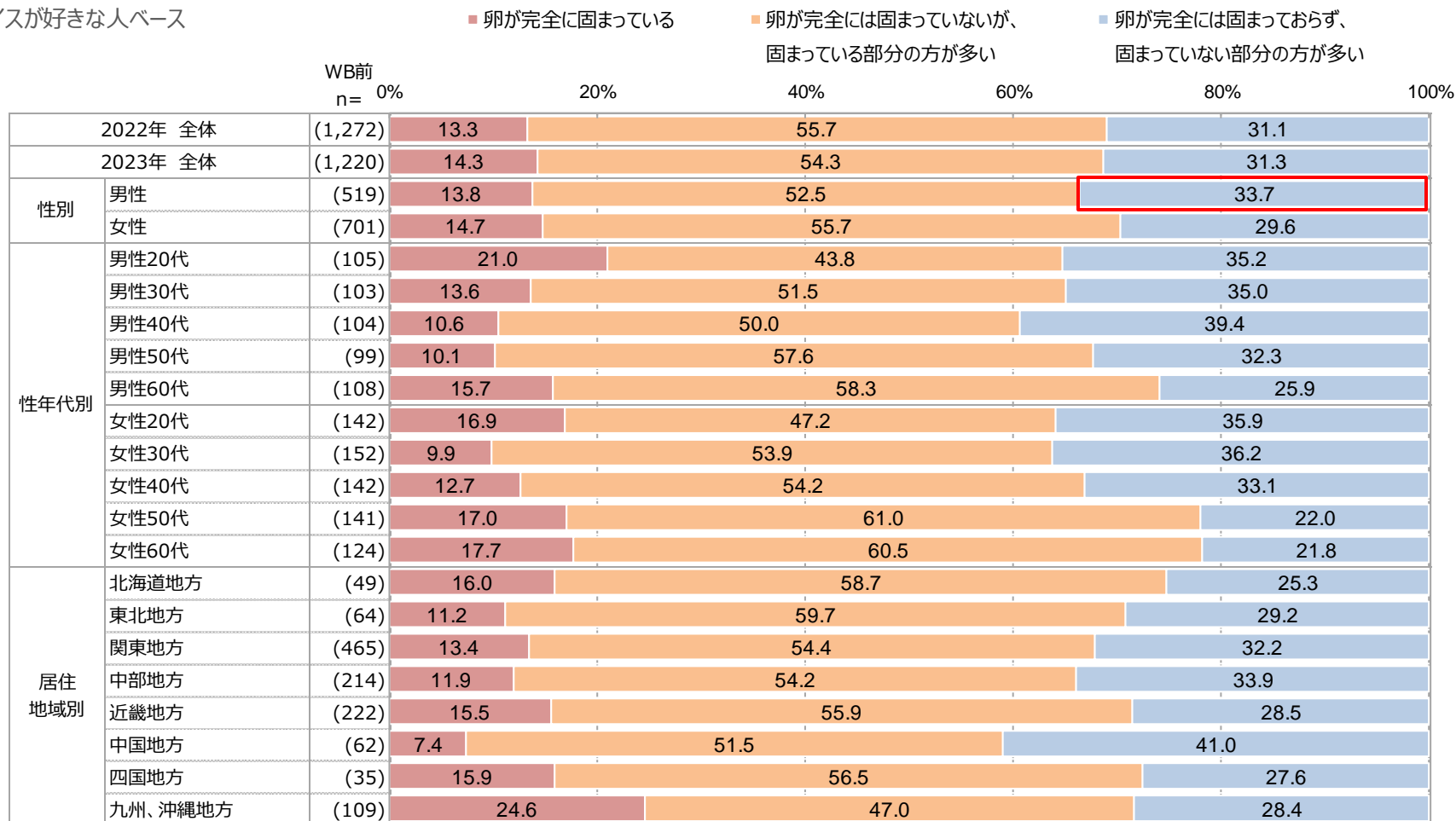
# 10 オムライスにおいて好きな卵の状態

あなたが以下の料理を食べる際に、最も好きな卵の状態をそれぞれ一つお選びください。  
【オムライス】

SA

- 全体をみると、オムライスにおいて好きな卵の状態としては、「卵が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い」が54.3%と突出。前年と横ばい。
- 性別をみると、男性は女性に比べて「卵が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い」が高い。

※ オムライスを食べる、かつ  
オムライスが好きな人ベース





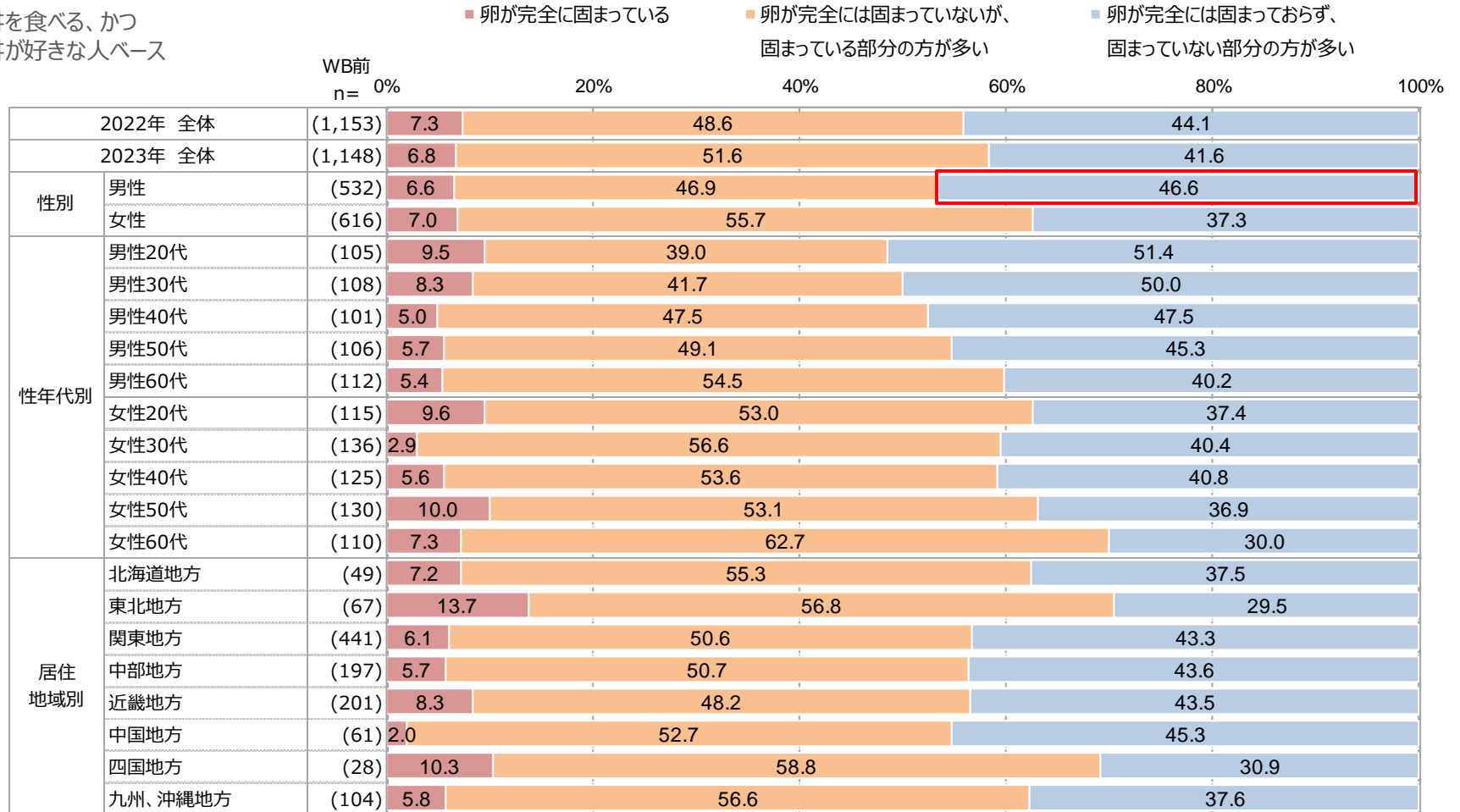
# 11 親子丼において好きな卵の状態

あなたが以下の料理を食べる際に、最も好きな卵の状態をそれぞれ一つお選びください。  
【親子丼】

SA

- 全体をみると、親子丼において好きな卵の状態としては「卵が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い」が51.6%で最も高い。前年からも増加。
- 性別をみると、男性は女性に比べて「卵が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い」が高い。

※ 親子丼を食べる、かつ  
親子丼が好きな人ベース





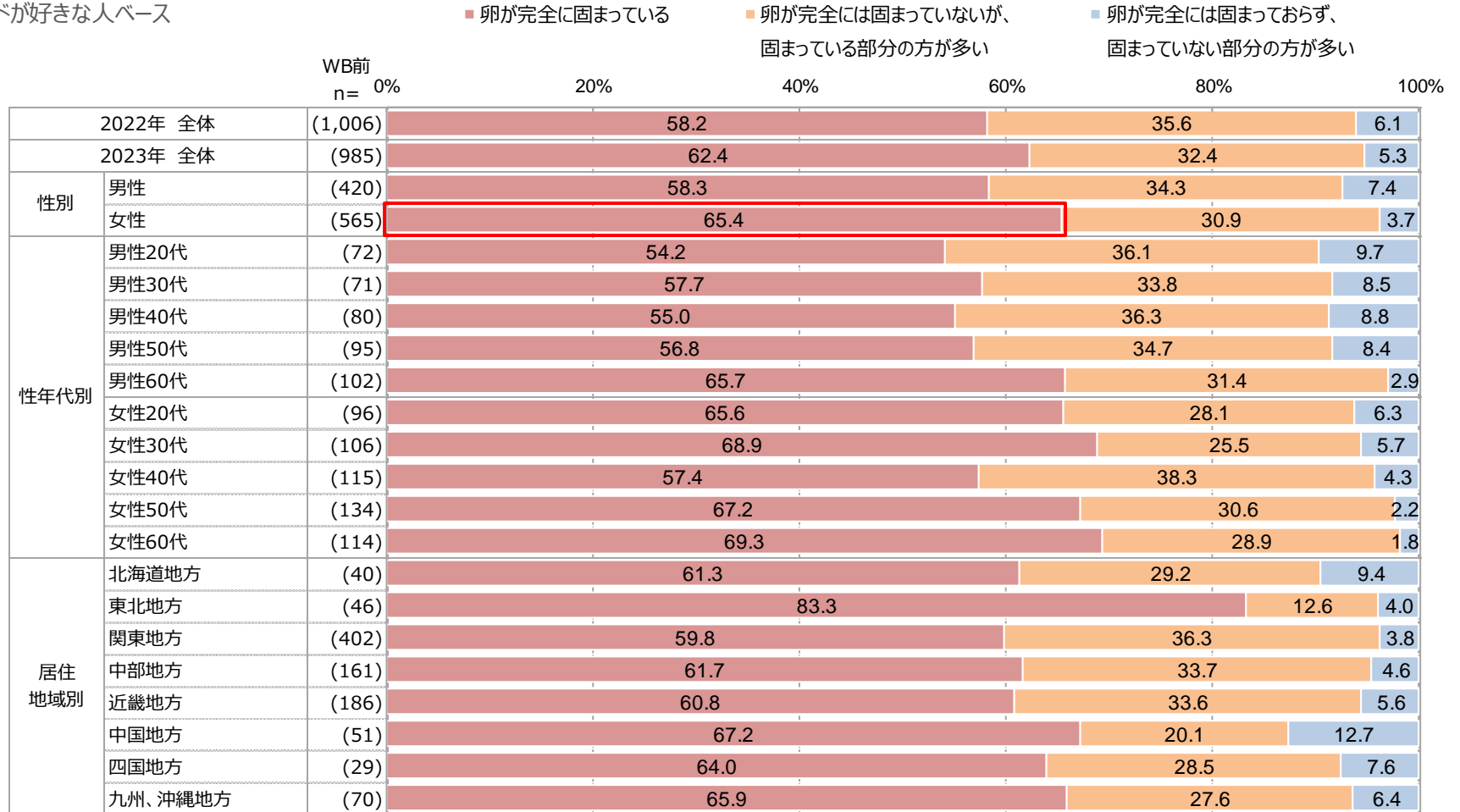
## 12 卵サンドにおいて好きな卵の状態

あなたが以下の料理を食べる際に、最も好きな卵の状態をそれぞれ一つお選びください。  
【卵サンド】

SA

- 全体をみると、卵サンドにおいて好きな卵の状態としては、「卵が完全に固まっている」が62.4%と突出。前年からも増加。
- 性別をみると、前年同様、女性は男性に比べ、「卵が完全に固まっている」が高い。

※ 卵サンドを食べる、かつ  
卵サンドが好きな人ベース



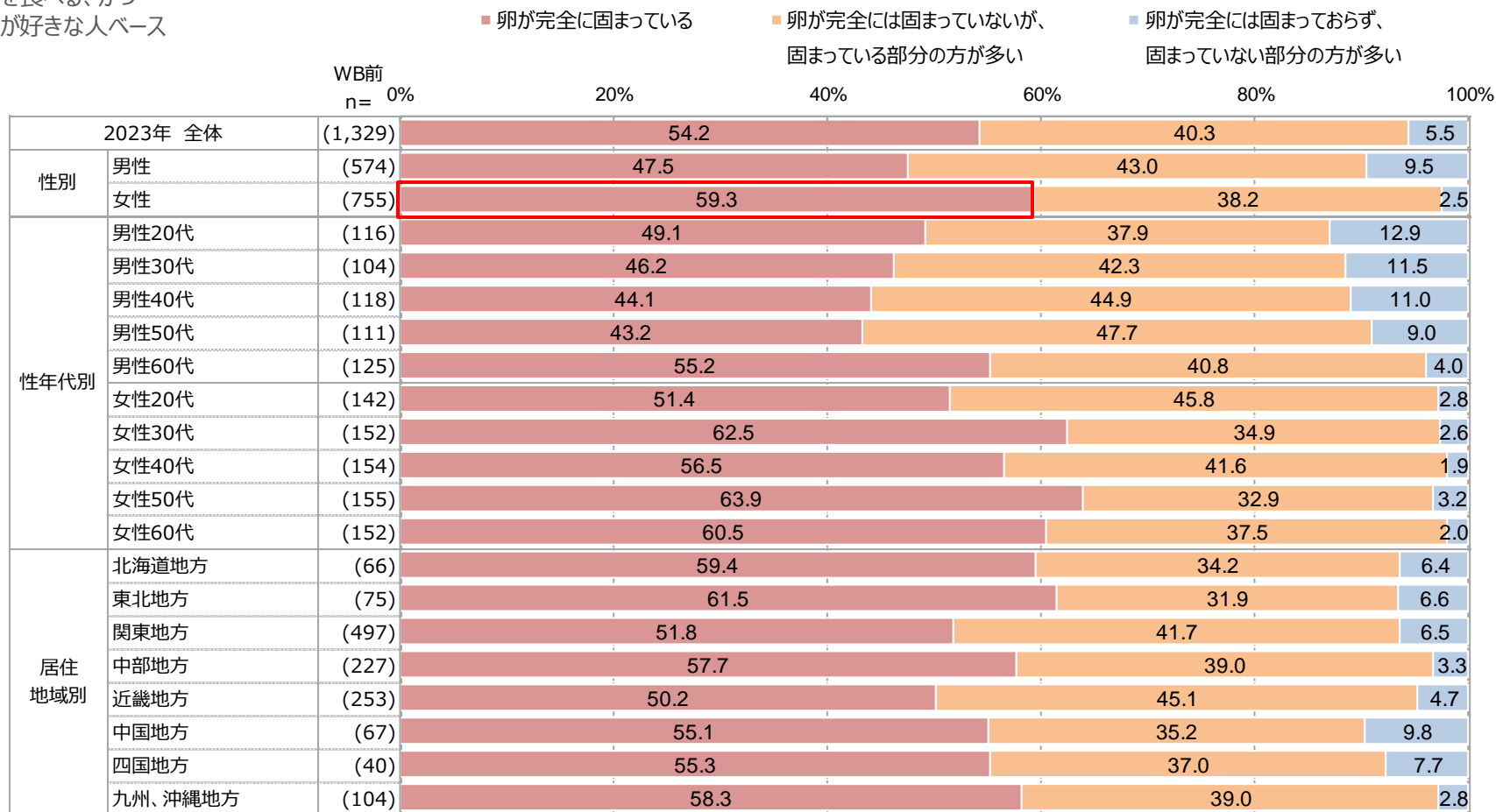
# 13 卵焼き（厚焼き卵、だし巻き卵含む）において好きな卵の状態

あなたが以下の料理を食べる際に、最も好きな卵の状態をそれぞれ一つお選びください。  
【卵焼き（厚焼き卵、だし巻き卵含む）】

SA

- 全体をみると、卵焼き（厚焼き玉子、だし巻き卵含む）において好きな卵の状態としては、「卵が完全に固まっている」が54.2%と突出。
- 性別をみると、女性は男性に比べて「卵が完全に固まっている」のスコアが高い。「オムライス」「親子丼」「卵サンド」「卵焼き」のいずれにおいても、男性の方が女性に比べ、柔らかい状態を好む傾向がみられる。

※ 卵焼きを食べる、かつ  
卵焼きが好きな人ベース






# 14 ゆで卵の茹で加減

あなたが以下の方法でゆで卵を食べる際の好きなゆで加減として、あてはまるものをそれぞれすべてお選びください。

MA

- ゆで卵の好きな茹で加減をみると、「おでん」「サラダにトッピング」「卵サラダ」として食べる場合には、「黄身が完全に固まっている状態」がトップ。「サラダにトッピング」や「卵サラダ」など、卵を切る・崩すことが前提となっている場合には、黄身が完全に固まっている状態が好まれる様子。一方で「そのまま」「カレーで」食べる場合には、「黄身が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い状態」が、「ラーメンで」食べる場合には「黄身が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い状態」がトップ。

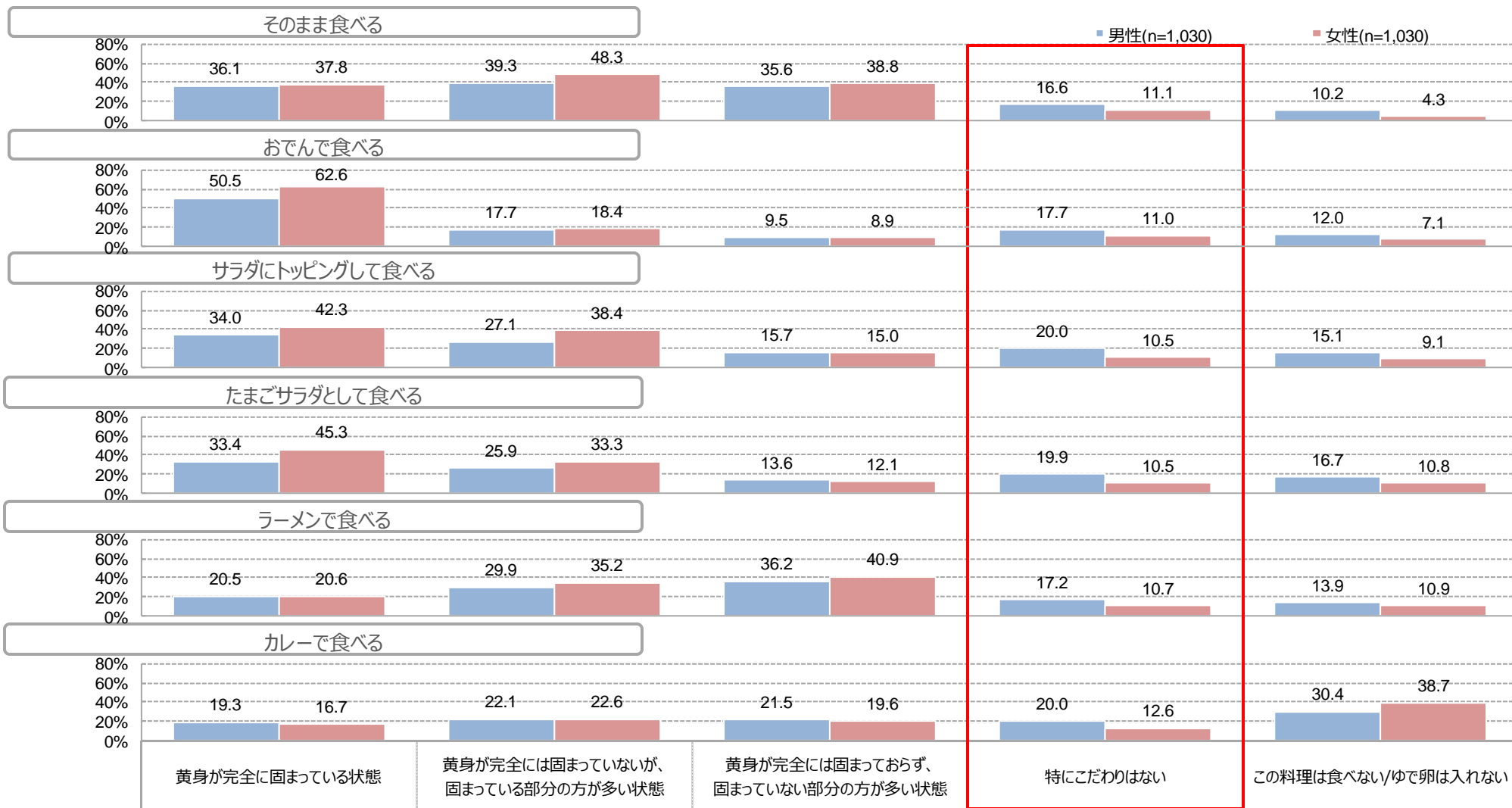
	WB前 n=	黄身が完全に 固まっている状態 	黄身が完全には固まっていない が、固まっている部分の方が多い 状態 	黄身が完全には固まっておらず、 固まっていない部分の方が多い 状態 	特にこだわりはない	この料理は食べない/ ゆで卵は入れない
そのまま食べる	(2,060)	36.9	43.8	37.2	13.9	7.3
おでんで食べる	(2,060)	56.5	18.1	9.2	14.4	9.6
サラダにトッピングして食べる	(2,060)	38.1	32.7	15.4	15.3	12.1
たまごサラダとして食べる	(2,060)	39.3	29.6	12.9	15.2	13.8
ラーメンで食べる	(2,060)	20.5	32.5	38.6	14.0	12.4
カレーで食べる	(2,060)	18.0	22.3	20.6	16.3	34.5

# 15 ゆで卵の茹で加減\_性別

あなたが以下の方法でゆで卵を食べる際の好きなゆで加減として、あてはまるものをそれぞれすべてお選びください。

MA

- ゆで卵の好きな茹で加減を性別で見ると、いずれの食べ方においても、男性は「特にこだわりはない」のスコアが女性よりも高い。男性はゆで卵の茹で加減について、女性ほどこだわりのない様子。

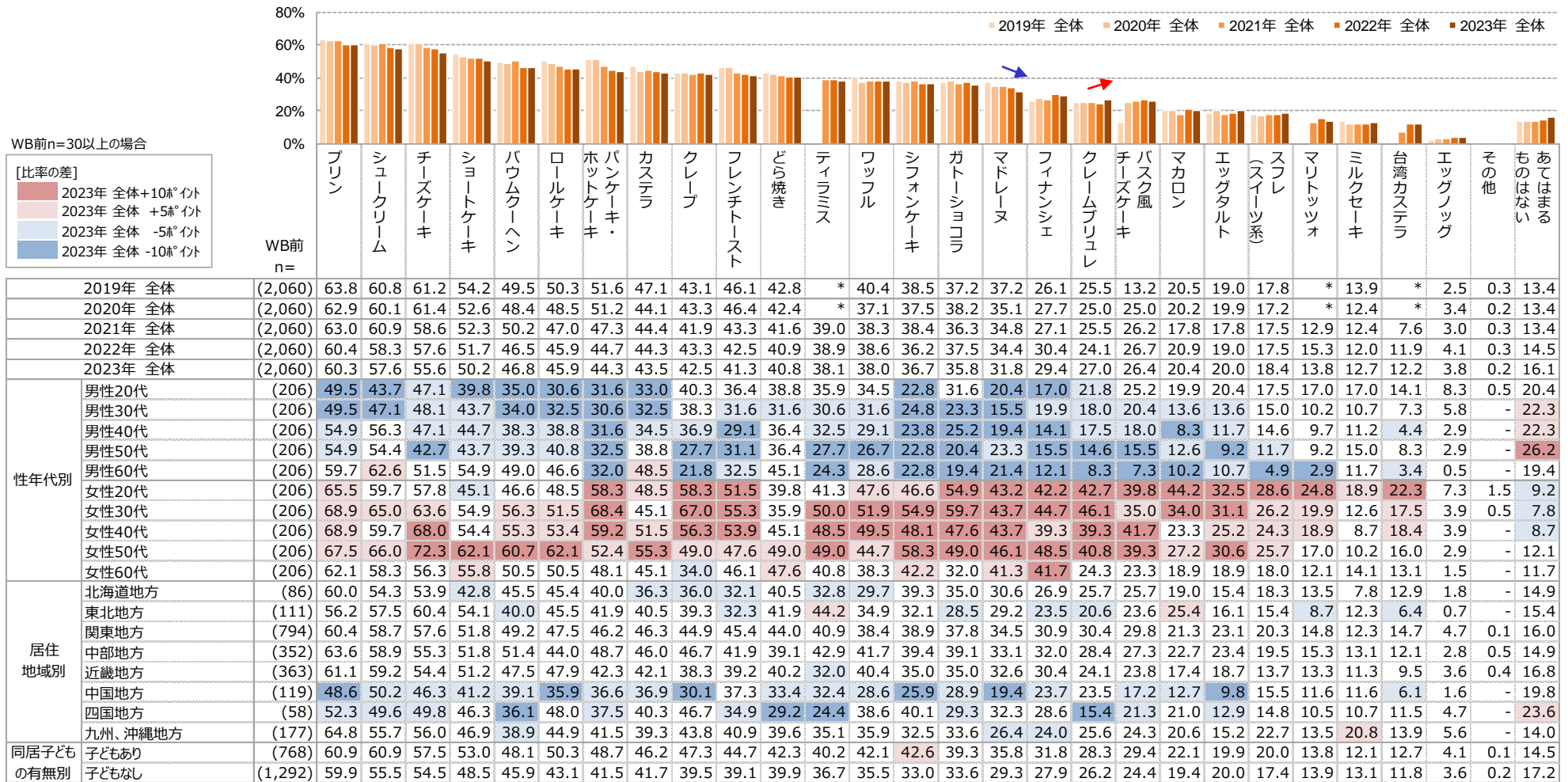


# 16 好きなスイーツ

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「スイーツ」を、下記の中からすべてお選びください。【好きなスイーツ】

MA

- 全体をみると、「プリン」「シュークリーム」「チーズケーキ」が、前年同様、好きなスイーツの上位。前年と比べると、「マドレーヌ」が低下。一方で、「クレームブリュレ」は上昇。



※[\*]は非聴取項目

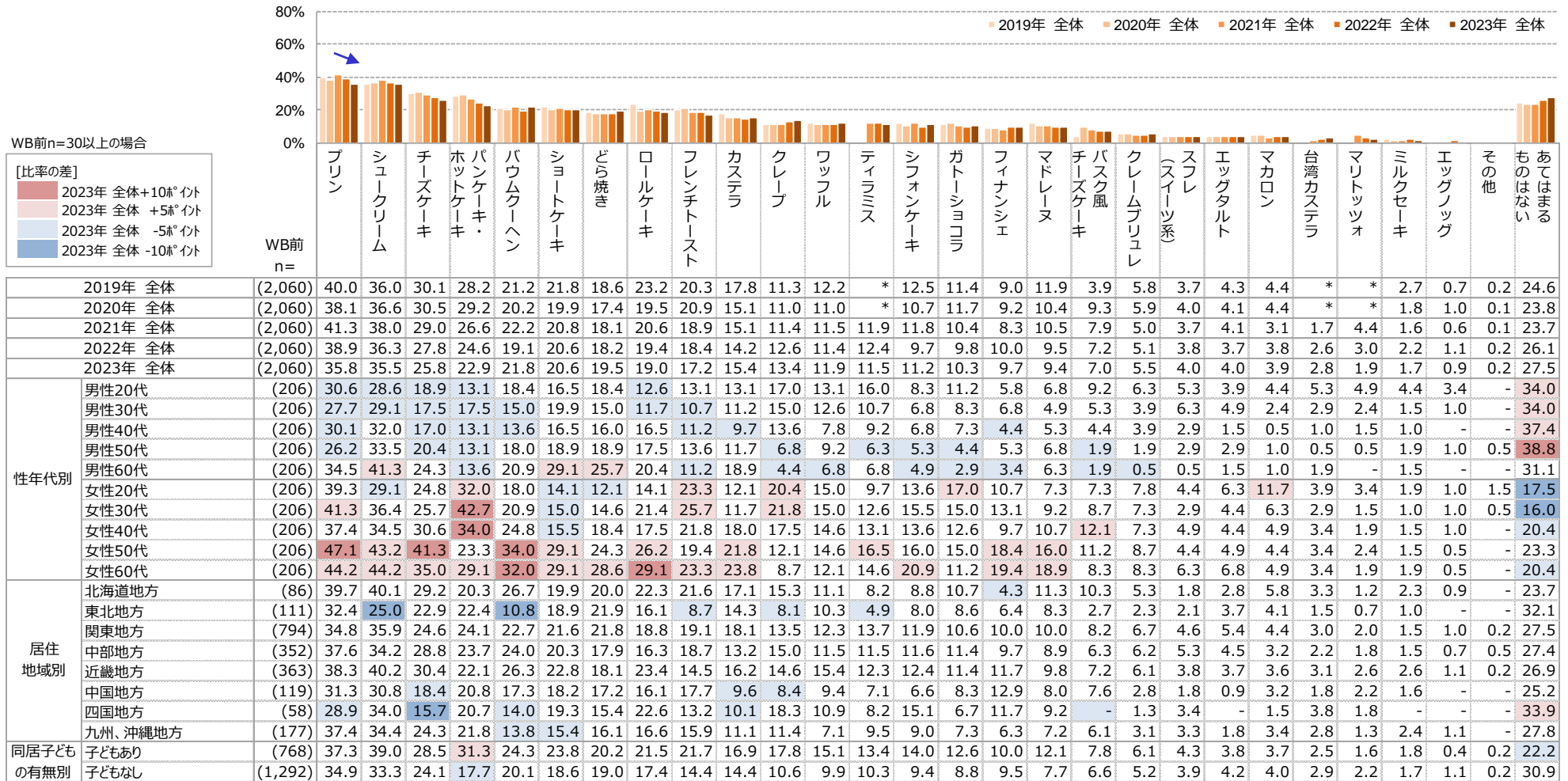
※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 17 よく食べるスイーツ

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「スイーツ」を、下記の中からすべてお選びください。【よく食べるスイーツ】

MA

- よく食べるスイーツも、好きなスイーツ（p44）同様、「プリン」「シュークリーム」「チーズケーキ」が上位。時系列をみると、「プリン」は前年に引き続き低下基調にあり、「シュークリーム」と同水準となった。



※[\*]は非聴取項目

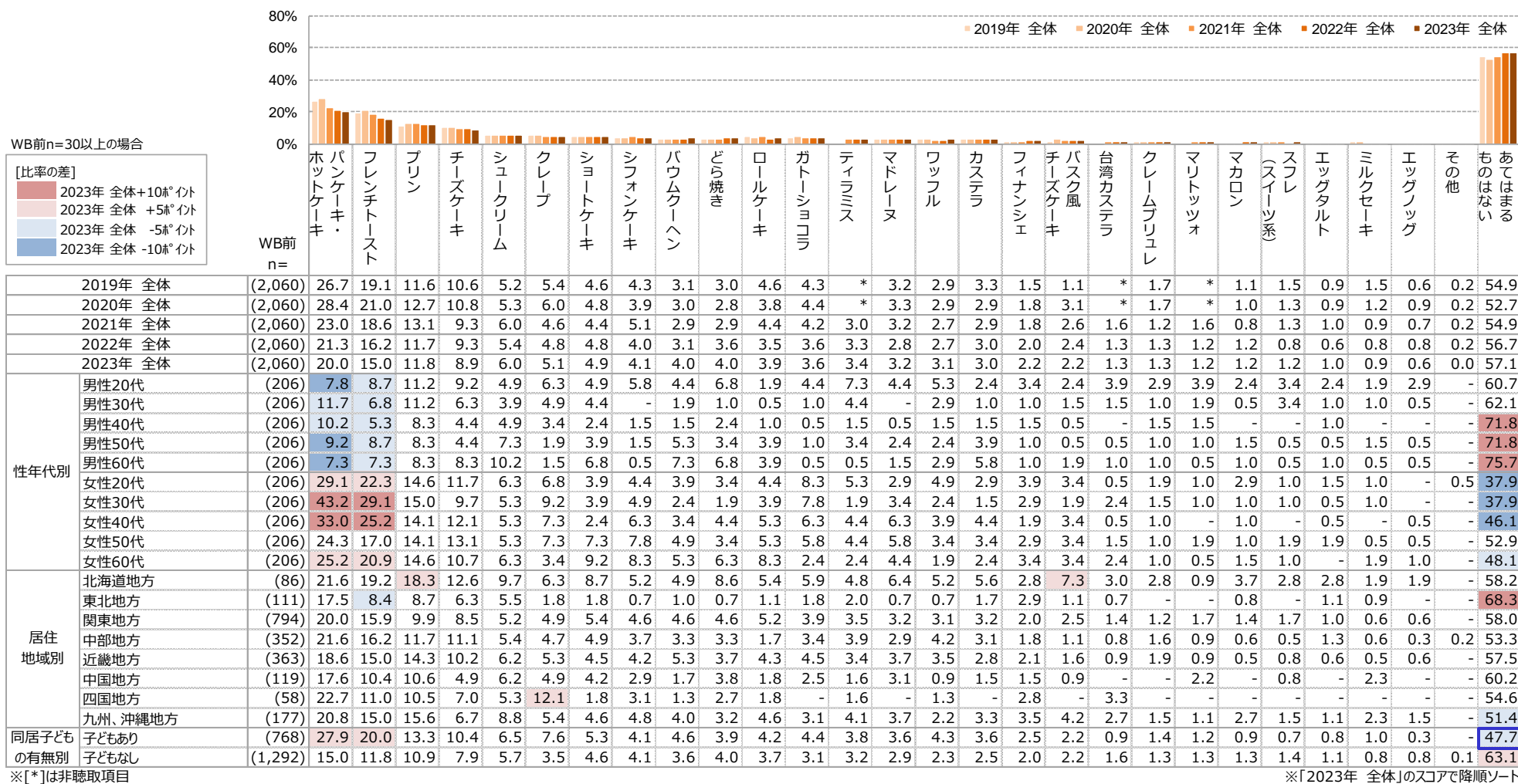
※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 18 1年以内に作ったスイーツ

あなたが好きな、よく食べる、1年以内に作った「スイーツ」を、下記の中からすべてお選びください。【1年以内に作ったスイーツ】

MA

- 全体をみると、1年以内に作ったスイーツでは、例年同様「パンケーキ・ホットケーキ」が20.0%で最も高く、次いで「フレンチトースト」（15.0%）。いずれのスイーツも、前年から横ばい。
- 同居子どもの有無別をみると、前年同様、子どもありは子どもなしに比べ、「あてはまるものはない」が低い＝よりスイーツを手作りしている様子が見える。



※[\*]は非聴取項目

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート



# 19-1 スイーツの購入場所

あなたは以下のスイーツを、どこで購入して、どこで食べていますか。あてはまるものを下記の中からすべてお選びください。

MA

- 中食利用率が高いのは、例年同様、「シュークリーム・エクレア」「プリン」「ショートケーキ・ロールケーキ」。前年と比べると、「クレープ」の中食利用率が低下している一方で、「エッグタルト」は増加。

(%)

	家で作る	スーパーで買う	百貨店・駅ビルで買う	コンビニで買う	(百貨店・駅ビル以外の)スイーツ専門店で購入	ネット (Amazon、楽天市場など) で買う	その他のお店で買う	外食宅配 UberEats (ウーバーイーツ) などで買う	外食 チェーン店で食べる	チェーン店以外の外食店で食べる	その他	このスイーツは購入しない/作らない/食べない	(2023年) 中食・計	(2022年) 中食・計	(2021年) 中食・計	(2020年) 中食・計	(2019年) 中食・計
WB前n=(2,060)																	
シュークリーム・エクレア	2.3	46.1	12.6	33.9	14.3	1.9	11.4	1.1	2.6	3.2	0.0	20.4	76.9	77.1	78.6	80.8	80.8
プリン	9.6	55.1	11.4	31.7	9.6	1.4	6.6	0.8	4.0	3.9	0.2	19.9	75.3	75.8	78.3	78.5	79.8
ショートケーキ・ロールケーキ	3.8	29.7	14.2	17.4	20.5	1.4	16.2	0.8	4.7	6.5	0.1	24.0	70.7	73.1	73.8	74.3	74.3
チーズケーキ(バスク風チーズケーキ含む)	7.7	28.4	12.5	20.6	17.1	1.2	12.4	1.0	5.6	6.7	0.2	28.2	64.7	65.7	69.9	70.2	68.7
バウムクーヘン	1.6	33.4	15.1	17.0	11.1	2.5	8.8	0.6	1.9	2.7	0.5	32.0	64.0	66.3	67.6	68.9	68.9
どら焼き	2.0	37.9	10.1	16.2	10.5	1.7	9.7	0.6	1.5	2.3	0.1	33.0	63.6	64.5	65.8	66.9	67.8
焼き菓子(マドレーヌ、フィナンシェなど)	4.0	26.3	14.7	16.8	15.4	1.8	11.2	1.0	2.3	2.8	0.5	33.3	62.1	63.0	62.1	64.2	64.8
カステラ	2.1	32.7	14.5	9.6	8.7	2.2	8.8	0.8	1.5	2.0	0.6	35.7	60.2	61.4	62.5	64.2	66.3
ガトーショコラ	5.0	20.0	11.1	12.9	14.0	1.5	10.1	0.7	4.5	5.4	0.4	40.2	53.0	53.4	53.8	54.7	54.6
シフォンケーキ	5.3	19.9	9.8	10.3	13.8	1.2	9.5	0.7	4.0	5.1	0.3	41.7	50.5	49.3	50.0	52.0	54.4
クレープ	6.2	13.6	4.7	10.5	6.8	0.7	9.4	1.0	12.9	11.9	0.1	41.2	37.5	41.0	40.3	38.4	37.8
マカロン	1.0	10.5	9.5	7.6	9.4	1.9	6.7	0.8	1.5	2.4	0.2	59.5	37.0	36.2	36.6	37.8	39.1
エッグタルト	1.6	13.1	7.1	8.0	6.9	1.0	5.2	1.0	2.5	2.9	0.1	61.3	34.0	31.0	33.5	32.7	32.9
パンケーキ・ホットケーキ	38.7	13.3	4.1	6.9	3.4	1.2	2.8	0.8	8.7	8.1	-	32.9	25.7	25.0	24.3	22.3	23.4
フレンチトースト	34.4	10.2	3.5	6.4	2.6	1.4	2.1	0.6	7.1	5.9	0.2	40.1	21.4	21.8	20.5	18.4	19.7

※「(2023年)中食・計」のスコアで降順ソート

※中食・計:「スーパーで買う」～「外食宅配UberEats (ウーバーイーツ) などで買う」



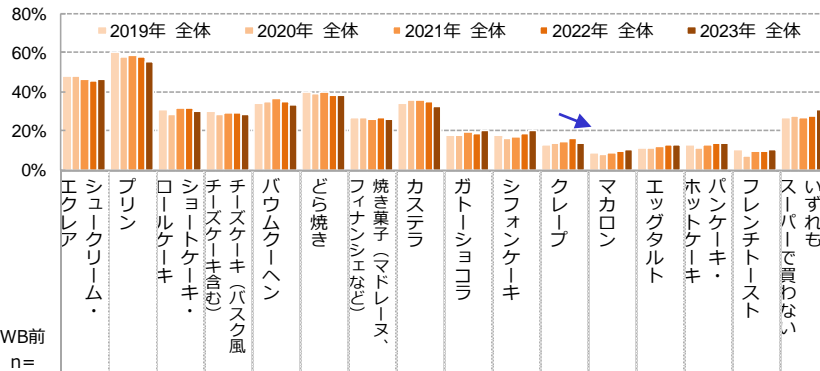
# 19-2 スイーツの購入場所（スーパー／コンビニ）

あなたは以下のスイーツを、どこで購入して、どこで食べていますか。あてはまるものを下記の中からすべてお選びください。

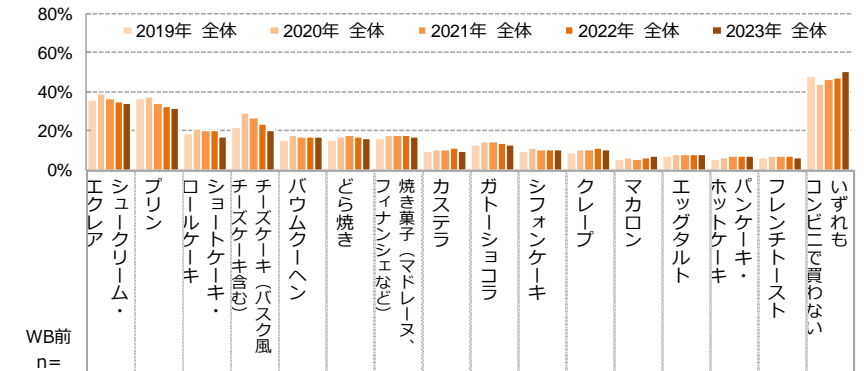
MA

- 全体をみると、「いずれもスーパーで買わない」は30.7%、「いずれもコンビニで買わない」は50.5%。前年に引き続き、「スーパー」「コンビニ」では、卵料理（p33）よりスイーツの方が購入されやすい様子。
- 前年と比べると、前ページで中食利用率が低下していた「クレープ」は、スーパーで買う人が低下傾向。

スーパーで買う



コンビニで買う



n=30以上の場合  
※基準は「2023年 全体」

[比率の差]  
■ 全体 +10% 以上  
■ 全体 +5% 以上  
■ 全体 -5% 以上  
■ 全体 -10% 以上

		WB前	2019年 全体	2020年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体											
		n=	(2,060)	(2,060)	(2,060)	(2,060)	(2,060)											
		エクレリア	48.3	47.9	46.7	45.5	46.1											
		シュウクリーム	60.6	57.6	58.5	57.5	55.1											
		プリン	31.0	28.5	31.5	32.1	29.7											
		ロールケーキ	29.7	28.0	29.4	29.0	28.4											
		チーズケーキ(パスク風)	34.0	34.8	36.3	35.4	33.4											
		どら焼き	40.1	39.2	39.9	38.6	37.9											
		焼き菓子(マドレーヌ、フィナンシエなど)	26.8	26.4	26.0	26.9	26.3											
		カステラ	34.5	36.0	35.4	34.9	32.7											
		ガトーショコラ	18.2	18.2	19.2	19.0	20.0											
		シフォンケーキ	17.9	16.3	17.0	18.5	19.9											
		クレープ	13.0	13.4	14.5	16.1	13.6											
		マカロン	9.2	7.8	8.7	10.2	10.5											
		エッグタルト	11.4	10.9	12.5	16.0	13.1											
		ホットケーキ	13.2	11.7	12.7	14.1	13.3											
		パンケーキ	10.2	7.4	9.7	9.9	10.2											
		フレンチトースト	27.1	27.9	26.4	27.6	30.7											
		いずれも	30.7	30.7	30.7	30.7	30.7											
		スーパーで買わない	43.2	43.2	43.2	43.2	43.2											
性年代別	男性20代	(206)	33.5	37.9	25.7	23.8	27.7	29.6	23.3	24.8	21.4	19.4	17.0	14.6	13.1	17.0	13.1	43.2
	男性30代	(206)	42.2	45.1	30.6	29.1	29.6	31.1	30.1	28.2	21.8	22.3	18.4	12.6	16.5	16.5	15.5	37.9
	男性40代	(206)	47.1	56.3	30.1	31.6	31.1	35.0	23.8	35.0	20.4	19.9	15.0	11.7	16.5	13.1	14.6	32.5
	男性50代	(206)	48.1	53.9	31.1	28.6	32.5	40.3	23.8	31.6	18.9	20.4	14.6	10.7	8.7	17.0	12.1	33.5
	男性60代	(206)	42.7	51.5	28.2	26.2	33.5	36.9	20.9	33.0	13.6	16.5	10.7	9.7	11.7	13.1	11.2	35.9
	女性20代	(206)	41.7	51.9	32.0	28.2	32.0	28.6	27.7	33.0	23.8	24.8	13.1	10.2	16.0	12.6	9.2	33.0
	女性30代	(206)	45.6	66.0	25.7	25.2	37.4	38.3	28.6	34.5	19.9	19.4	10.7	10.2	14.6	7.8	6.3	23.3
	女性40代	(206)	50.0	60.2	31.6	27.7	34.5	38.3	28.6	34.5	22.8	16.5	13.6	9.2	12.6	9.2	5.8	24.3
	女性50代	(206)	50.0	58.3	27.7	27.7	35.0	43.2	27.2	33.0	18.9	16.0	13.1	7.8	11.7	14.6	8.3	27.7
	女性60代	(206)	54.4	64.1	33.0	34.5	39.8	52.4	29.1	36.9	19.4	25.2	10.7	9.2	10.7	13.1	6.3	19.9
同居子ども有無別	子どもあり	(768)	48.9	57.6	30.4	29.6	34.0	40.0	28.7	34.5	21.9	19.9	13.4	11.5	13.8	12.9	11.1	28.7
	子どもなし	(1,292)	44.3	53.5	29.2	27.7	33.1	36.5	24.7	31.6	18.8	19.9	13.8	9.8	12.6	13.6	9.6	32.0

		WB前	2019年 全体	2020年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体												
		n=	(2,060)	(2,060)	(2,060)	(2,060)	(2,060)												
		エクレリア	35.7	37.0	18.3	22.2	15.5	15.4	16.2	9.5	12.7	9.7	9.2	5.4	7.4	5.7	6.4	47.7	
		シュウクリーム	38.7	37.4	21.3	29.4	17.7	16.9	17.6	10.8	14.7	11.0	10.2	6.5	7.9	6.8	7.5	43.8	
		プリン	36.4	34.4	20.2	27.2	16.8	18.2	17.5	10.4	14.4	10.3	10.4	5.9	8.3	7.0	7.1	46.3	
		ロールケーキ	35.1	32.8	20.2	23.3	16.7	17.3	17.8	11.1	14.1	10.5	11.6	6.2	7.8	7.0	7.2	46.9	
		チーズケーキ(パスク風)	33.9	31.7	17.4	20.6	17.0	16.2	16.8	9.6	12.9	10.3	10.5	7.6	8.0	6.9	6.4	50.5	
		どら焼き	(206)	32.5	30.1	18.9	20.4	19.4	17.5	15.0	12.6	16.5	10.7	14.6	13.6	10.7	10.7	6.8	49.0
		焼き菓子(マドレーヌ、フィナンシエなど)	(206)	31.6	30.6	19.4	22.3	17.0	18.4	18.0	12.6	12.1	13.6	17.5	8.7	12.1	13.6	10.2	50.5
		カステラ	(206)	36.9	33.5	15.5	19.9	16.0	17.0	14.1	8.7	11.7	8.7	7.3	8.7	7.3	7.8	49.0	
		ガトーショコラ	(206)	29.1	29.1	15.0	15.0	15.0	18.0	14.1	11.2	10.2	9.2	6.8	3.9	6.3	9.7	57.8	
		シフォンケーキ	(206)	21.4	22.3	11.2	9.7	8.7	9.2	6.3	5.3	5.8	4.9	2.9	3.9	5.3	6.3	65.5	
		クレープ	(206)	35.9	36.9	19.9	24.3	19.9	17.5	19.4	10.7	17.5	15.5	12.1	13.6	9.2	5.8	5.3	41.3
		マカロン	(206)	39.8	34.0	18.0	25.2	18.4	18.4	21.4	9.7	13.6	13.6	8.7	9.2	8.7	4.9	4.4	44.7
		エッグタルト	(206)	40.3	36.4	21.8	26.7	20.9	17.5	21.8	9.7	18.4	11.7	9.7	7.3	9.7	5.3	6.8	46.1
		ホットケーキ	(206)	39.8	35.4	19.9	27.7	21.8	16.5	19.9	10.2	15.5	9.2	13.1	5.8	9.2	7.8	5.3	46.1
		パンケーキ	(206)	30.6	28.6	15.0	15.5	13.6	12.6	18.0	6.8	8.7	7.8	7.8	3.9	4.4	2.9	1.5	52.9
		フレンチトースト	(768)	33.9	32.2	16.2	19.8	17.0	17.2	18.0	10.1	13.4	10.7	9.8	8.1	9.2	8.9	6.5	50.0
		いずれも	(1,292)	33.9	31.4	18.2	21.2	17.0	15.6	16.0	9.3	12.6	10.1	10.9	7.3	7.2	5.6	6.4	50.8

※前頁「中食・計」のスコアで降順ソート

# 20 小学生以下の子ども・孫が好きな卵料理・スイーツ

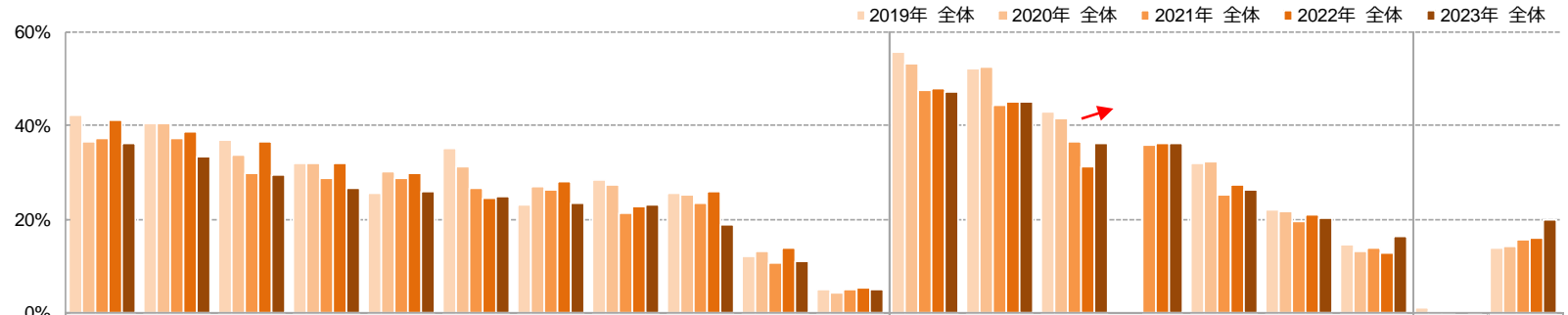
以下の方が好きな卵料理、スイーツを、以下の中からすべてお選びください。【あなたのお子様・お孫様（小学生以下）が好きなもの】

MA

- 小学生以下の子ども・孫が好きな卵料理としては、「卵焼き」が36.1%と最も高い。前年と比べると、多くの卵料理が低下。
- 小学生以下の子ども・孫が好きなスイーツとしては、「プリン」が47.1%と最も高い。「シュークリーム・エクレア」は前年より増加。
- 時系列をみると、「特になし」が2019年から増加傾向。

※ 小学生以下の子ども  
または孫がいる人ベース

※ 性別は、回答者の性別



WB前n=30以上の場合

[比率の差]	
■	2023年 全体 +10%ポイント
■	2023年 全体 +5%ポイント
■	2023年 全体 -5%ポイント
■	2023年 全体 -10%ポイント

		WB前 n=	卵料理	スイーツ										その他	特になし							
			だし巻き卵含む)	卵焼き (厚焼き卵、オムレツ (オムライス含む)	ハムエッグ含む)	目玉焼き (ベーコン・*1	ゆで卵 (味玉含む)	親子丼	卵かけごはん	卵サンド	スクランブルエッグ (炒り卵含む)	茶わん蒸し	温泉卵	キッシュ	プリン	ホットケーキ・パンケーキ・シュークリーム・エクレア*2	シュークリーム・ロールケーキ	フレンチトースト	シフォンケーキ	マカロン		
2019年 全体		(442)	42.1	40.4	37.0	31.9	25.5	34.9	23.1	28.4	25.5	12.0	5.0	55.8	52.0	43.0	*	31.8	21.9	14.5	0.8	13.9
2020年 全体		(400)	36.4	40.3	33.6	31.8	30.2	31.1	27.0	27.1	25.2	12.9	4.2	53.0	52.5	41.4	*	32.2	21.7	13.1	0.2	14.1
2021年 全体		(435)	37.4	37.4	29.7	28.7	28.6	26.4	26.2	21.1	23.5	10.5	5.0	47.5	44.3	36.6	35.9	25.2	19.5	13.8	0.2	15.7
2022年 全体		(392)	41.1	38.7	36.5	31.7	29.6	24.6	27.9	22.5	25.9	13.8	5.4	47.8	45.0	31.1	36.3	27.2	21.0	12.7	-	16.0
2023年 全体		(397)	36.1	33.4	29.3	26.6	25.8	24.8	23.4	23.1	18.7	11.1	4.9	47.1	44.9	36.2	36.1	26.2	20.0	16.3	0.2	19.7
性別	男性	(184)	26.3	29.3	25.2	20.5	19.5	20.2	18.7	18.5	13.5	8.7	1.8	41.8	30.6	28.5	29.8	18.0	11.8	10.8	-	25.6
	女性	(213)	45.0	37.0	32.9	32.2	31.5	29.0	27.7	27.2	23.4	13.2	7.7	51.9	57.8	43.2	41.8	33.5	27.4	21.2	0.4	14.4
居住地域別	北海道地方	(14)	36.1	31.7	51.0	42.3	23.2	20.2	23.0	23.2	29.5	16.0	-	58.4	48.8	42.4	21.4	21.2	6.4	-	-	8.5
	東北地方	(22)	51.2	41.7	17.9	23.3	36.3	38.2	16.5	30.9	18.4	14.4	-	62.5	55.2	42.2	46.3	30.9	35.5	23.3	-	24.5
	関東地方	(134)	33.0	26.8	31.9	28.5	20.8	23.1	25.0	20.0	15.8	10.4	7.7	42.9	42.7	37.1	36.2	27.9	17.9	15.3	0.6	21.4
	中部地方	(84)	38.4	39.0	27.2	20.0	24.7	23.9	20.1	16.3	21.2	10.8	4.5	50.7	50.4	43.4	41.3	34.3	27.6	23.2	-	18.4
	近畿地方	(74)	37.9	37.1	33.5	27.0	29.8	22.4	25.1	30.0	21.7	14.4	5.5	47.9	43.5	36.0	36.0	20.6	19.9	14.1	-	23.2
	中国地方	(29)	32.3	29.1	21.0	33.7	21.7	17.6	19.5	30.5	14.0	4.1	4.1	39.6	48.5	21.0	26.3	22.3	10.5	10.9	-	16.4
	四国地方	(10)	22.0	-	-	28.5	-	20.8	20.8	-	18.0	9.2	-	29.9	41.5	22.0	18.1	11.6	11.6	-	-	-
九州、沖縄地方	(30)	37.3	48.8	28.7	23.2	48.4	41.3	31.3	33.7	18.0	9.8	-	50.5	30.8	24.9	36.5	16.7	15.8	20.1	-	15.5	

※[\*]は非聴取項目 ※\*1:2022年までは「ゆで卵 (煮卵含む)」で聴取 ※\*2:2020年までは「シュークリーム」で聴取

※カテゴリ毎に「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 21 60歳以上の人が好きな卵料理・スイーツ

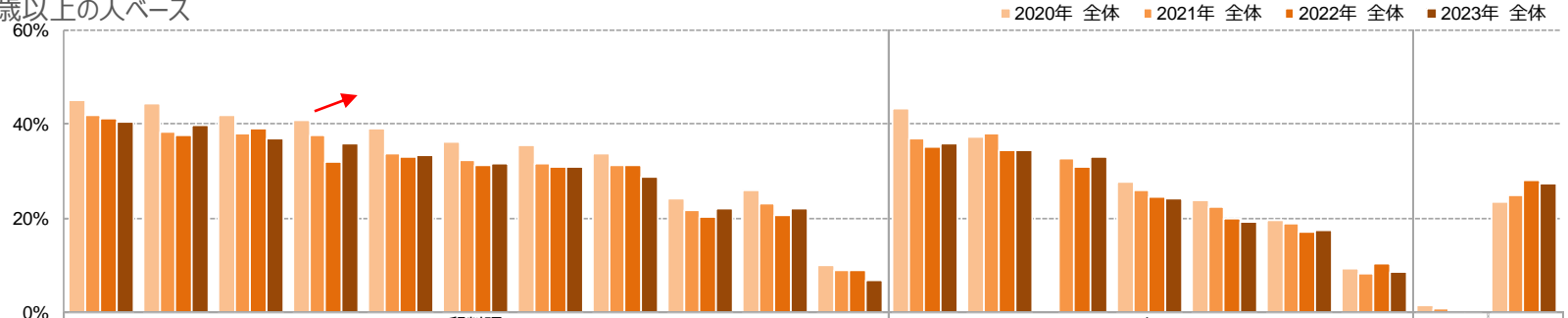
以下の方が好きな卵料理、スイーツを、以下の中からすべてお選びください。【同居している60歳以上の方が好きなもの】【あなたが好きなもの】

MA

- 60歳以上の人が好きな卵料理の上位は、「目玉焼き」「卵焼き」「ゆで卵」「茶わん蒸し」。
- スイーツの中では、「シュークリーム・エクレア」「プリン」「ショートケーキ・ロールケーキ」が上位。
- 時系列をみると、「茶わん蒸し」が前年から増加。

※ 60歳以上の同居者がいる人  
または回答者本人が60歳以上の人ベース

※ 性別は、回答者の性別



WB前n=30以上の場合

[比率の差]	
2023年 全体 +10% <sup>※</sup> 以上	2023年 全体 +5% <sup>※</sup> 以上
2023年 全体 -5% <sup>※</sup> 以下	2023年 全体 -10% <sup>※</sup> 以下

		WB前 n=	2020年 全体	2021年 全体	2022年 全体	2023年 全体	性別	居住地域別
		(936)	45.1	44.4	41.9	40.6		
		(954)	41.7	38.2	38.0	37.6		
		(931)	41.2	37.6	39.0	31.9		
		(948)	40.5	39.6	36.8	35.8		
性別	男性	(516)	33.7	28.6	31.0	30.8		
	女性	(432)	48.4	52.4	43.7	41.7		
居住地域別	北海道地方	(40)	48.6	47.7	32.7	38.2		
	東北地方	(47)	33.2	51.3	40.1	37.8		
	関東地方	(352)	47.1	40.6	42.0	34.6		
	中部地方	(163)	36.4	39.4	33.9	39.5		
	近畿地方	(172)	40.8	40.9	36.4	37.3		
	中国地方	(64)	26.5	24.9	24.5	21.2		
	四国地方	(28)	25.8	28.4	37.4	47.4		
九州、沖縄地方	(82)	35.7	37.4	31.0	35.4			

※[\*]は非聴取項目 ※\*1:2022年までは「ゆで卵（煮卵含む）」で聴取 ※\*2:2020年までは「シュークリーム」で聴取

※カテゴリ毎に「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 22 電子レンジで作りたい卵料理・スイーツ

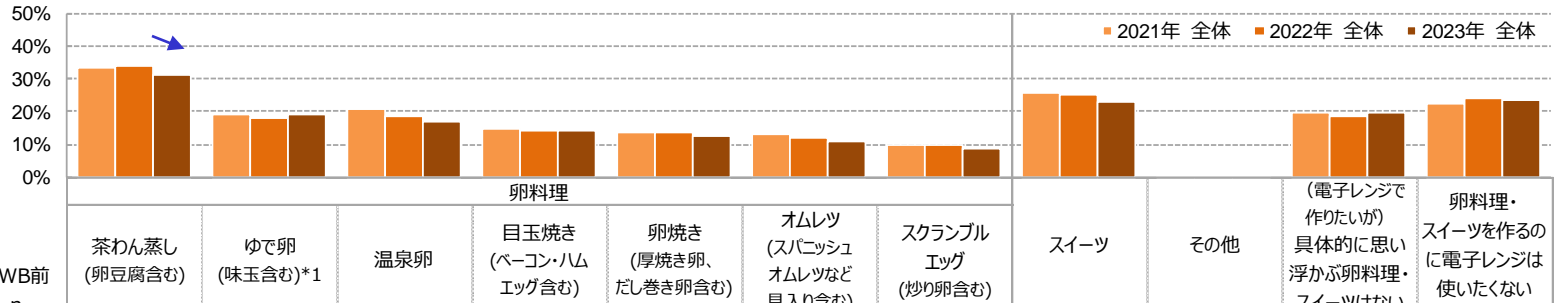
あなたが電子レンジで作りたい卵料理・スイーツとして、あてはまるものをすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、電子レンジで作りたい卵料理は「茶碗蒸し」(31.3%)が突出。以下、「ゆで卵」(19.0%)、「温泉卵」(16.8%)の順。「スイーツ」を作りたい人は、23.2%。
- 家で作る人が前年から減少していた「茶わん蒸し」(p32)は、電子レンジで作りたい卵料理としても前年から低下。

※ 卵料理喫食かつ  
1年以内調理者、  
またはスイーツ  
1年以内調理者ベース  
WB前n=30以上の場合

[比率の差]  
■ 2023年 全体+10\* イト  
■ 2023年 全体 +5\* イト  
■ 2023年 全体 -5\* イト  
■ 2023年 全体 -10\* イト



性別	WB前 n=	卵料理							スイーツ	その他	(電子レンジで作りたいが、具体的に思い浮かぶ卵料理・スイーツはない)	卵料理・スイーツを作るのに電子レンジは使いたくない
		茶わん蒸し (卵豆腐含む)	ゆで卵 (味玉含む)*1	温泉卵	目玉焼き (ベーコン・ハム・エッグ含む)	卵焼き (厚焼き卵、だし巻き卵含む)	オムレツ (スパニッシュ・オムレツなど具入り含む)	スクランブルエッグ (炒り卵含む)				
2021年 全体	(1,809)	33.5	19.2	20.6	14.5	13.5	12.9	9.7	25.8	0.1	19.5	22.6
2022年 全体	(1,790)	34.1	18.1	18.7	14.2	13.6	12.1	9.7	25.0	0.1	18.9	24.3
2023年 全体	(1,754)	31.3	19.0	16.8	14.4	12.5	11.1	8.7	23.2	0.3	19.6	23.5
男性	(782)	24.9	19.7	14.3	15.7	12.1	11.9	8.3	15.1	0.3	21.8	26.4
女性	(972)	36.5	18.4	18.9	13.4	12.8	10.4	9.1	29.8	0.4	17.8	21.2
男性20代	(164)	25.6	26.8	18.3	21.3	16.5	18.9	10.4	18.3	-	20.7	19.5
男性30代	(164)	16.5	21.3	10.4	11.6	11.0	10.4	10.4	19.5	0.6	17.1	31.7
男性40代	(158)	32.9	17.1	15.2	18.4	12.0	9.5	7.6	17.1	0.6	20.9	23.4
男性50代	(152)	23.0	16.4	13.8	15.1	13.2	12.5	9.2	12.5	-	22.4	28.3
男性60代	(144)	25.0	18.8	13.9	11.8	8.3	9.7	4.2	7.6	-	28.5	29.2
女性20代	(192)	37.5	19.8	20.3	11.5	13.0	13.0	9.4	33.9	0.5	16.7	16.7
女性30代	(195)	35.9	25.1	17.4	14.9	17.9	12.8	7.7	34.4	0.5	12.3	22.6
女性40代	(189)	35.4	20.1	21.2	15.3	13.2	11.1	12.2	32.8	-	14.8	20.6
女性50代	(197)	39.6	14.2	21.8	14.2	11.7	9.6	9.1	28.9	-	19.3	20.3
女性60代	(199)	34.2	14.1	13.6	10.6	9.0	6.5	6.5	20.6	1.0	25.1	24.6
有職者 (フルタイム)	(928)	28.9	20.2	14.9	15.3	12.9	11.8	8.5	21.1	0.2	19.5	23.7
有職者 (パート・アルバイト)	(265)	32.1	18.8	18.3	11.2	12.3	9.8	8.7	27.5	1.2	21.1	23.3
専業主婦	(293)	37.5	16.9	20.8	14.3	11.3	10.8	9.7	27.4	-	18.0	21.9
学生・その他・無職	(268)	32.2	17.4	17.5	14.8	12.8	10.2	8.5	21.4	0.3	20.3	24.8
単身世帯	(343)	23.1	21.5	15.3	14.3	12.9	13.1	9.4	20.7	0.8	22.8	26.6
夫婦のみ世帯	(336)	34.1	16.5	16.0	13.1	10.0	9.0	7.4	20.9	0.3	21.8	24.0
子と同居世帯	(520)	32.8	18.2	17.4	13.9	12.7	10.7	8.3	25.9	0.2	16.8	23.3
親と同居世帯	(295)	32.4	16.5	16.6	14.4	11.6	10.2	8.9	23.7	0.4	19.5	20.5
二世帯 (親子世帯)	(69)	39.1	24.4	19.1	20.6	22.0	10.6	13.4	24.3	-	21.4	20.5
その他	(191)	31.9	22.9	18.5	16.2	13.6	13.8	9.2	22.9	-	17.8	23.5

※\*1:2022年まで「ゆで卵 (煮卵含む)」で聴取

※カテゴリ内で「2023年 全体」のスコアで降順ソート

## 23 お土産として購入したいお菓子

お土産で買いたいと思うお菓子や果物としてあてはまるものを、お土産をあげたいと思う人ごとにお答えください。

MA

- 「家族」をみると、「ケーキ」（39.5%）が最も高く、次いで「アイス」（30.0%）。
- 「友人」をみると、「クッキー」「ケーキ」が24.9%と最も高く、次いで「マドレーヌ・フィナンシェ」（23.3%）。
- 「知人」「コミュニティの仲間」「お客様・取引先」をみると、「クッキー」が最も高く、次いで「マドレーヌ・フィナンシェ」。  
お土産をあげる相手の関係性が遠くなると、相対的に賞味期限が長く、個包装にされていることが多い焼き菓子が好まれる様子。

	ゼリー	羊羹	せんべい・おかき	クッキー	カステラ	バームクーヘン	果物	マカロン	ケーキ	アイス	ラスク	饅頭	かりんとう	マドレーヌ・フィナンシェ	キャンディ	チョコレート	その他	この間柄の人はいない／ （お菓子や果物を）お土産 にあげたいとは思わない／ この間柄の人はいない	(%)
WB前n=(2,060)																			
家族	15.7	14.2	23.4	24.3	23.0	29.4	23.2	12.7	39.5	30.0	15.6	22.4	11.2	24.2	7.2	27.0	0.2	24.2	
友人	9.5	6.0	10.3	24.9	12.9	21.6	9.2	14.0	24.9	10.2	13.7	9.3	4.3	23.3	4.5	20.2	0.1	30.9	
知人	6.9	5.7	10.1	20.9	10.8	16.5	7.2	8.5	16.4	6.5	9.3	8.0	3.8	19.4	3.0	13.0	-	36.6	
コミュニティの仲間 （職場など）	4.6	3.9	14.4	22.9	7.7	12.1	4.3	5.8	9.7	4.8	8.8	7.9	3.6	14.9	4.1	12.9	-	42.0	
お客様・取引先	5.1	6.6	8.9	15.6	8.3	10.1	4.6	6.1	9.4	3.0	6.0	7.0	2.5	14.8	2.0	6.6	0.0	48.2	

# 第3章 健康・栄養素に対する意識

1	健康のために意識して摂っている食品・食材	… 55
2	タンパク源としての食品・食材	… 56
3	タンパク源としての食品・食材摂取理由	… 57
4	タンパク源としての「卵」摂取理由	… 58

【この章のポイント】

前年に引き続き、市場では、健康を意識して「卵」を摂っている人よりも、タンパク源として摂っている人が多い。

ただし、「卵」を含む多くの食品で、タンパク源として食べている人の減少がみられたことから、タンパク質ブームの翳りがうかがえる。

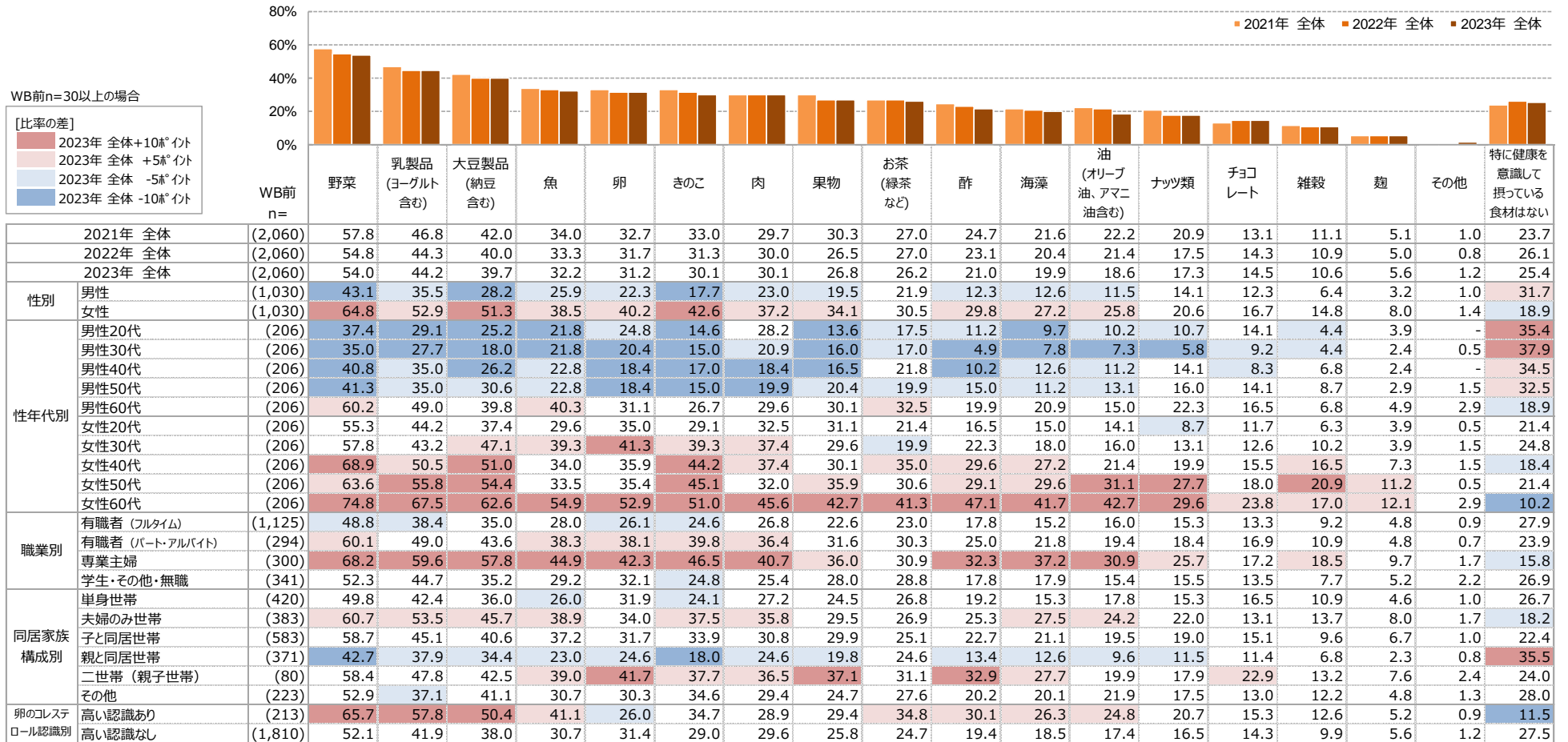
- タンパク源として「卵」を摂っている人は、40.9%。  
前年と比べると、「卵」を含む多くの食品で、タンパク源としての摂取率が低下。  
一方で、「タンパク質は特に意識して摂っていない」は増加。
- 健康を意識して「卵」を摂っている人は、31.2%。こちらは前年と同等の水準。
- 「卵」は他の主要なタンパク源食品に比べ、「どんな料理にも合う」ことが強み。  
ただし、前年まで強みの1つであった「安い」は、前年と比べると低下。  
ここでも卵の値上がりの影響がみられる。

# 1 健康のために意識して摂っている食品・食材

あなたが健康のために意識して摂っている食品・食材をすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、健康のために意識して摂っている食品・食材としては「野菜」(54.0%)が最も高く、以下、「乳製品」「大豆製品」の順。「卵」は31.2%で、前年と横ばい。



※「2023年 全体」のスコアを降順ソート

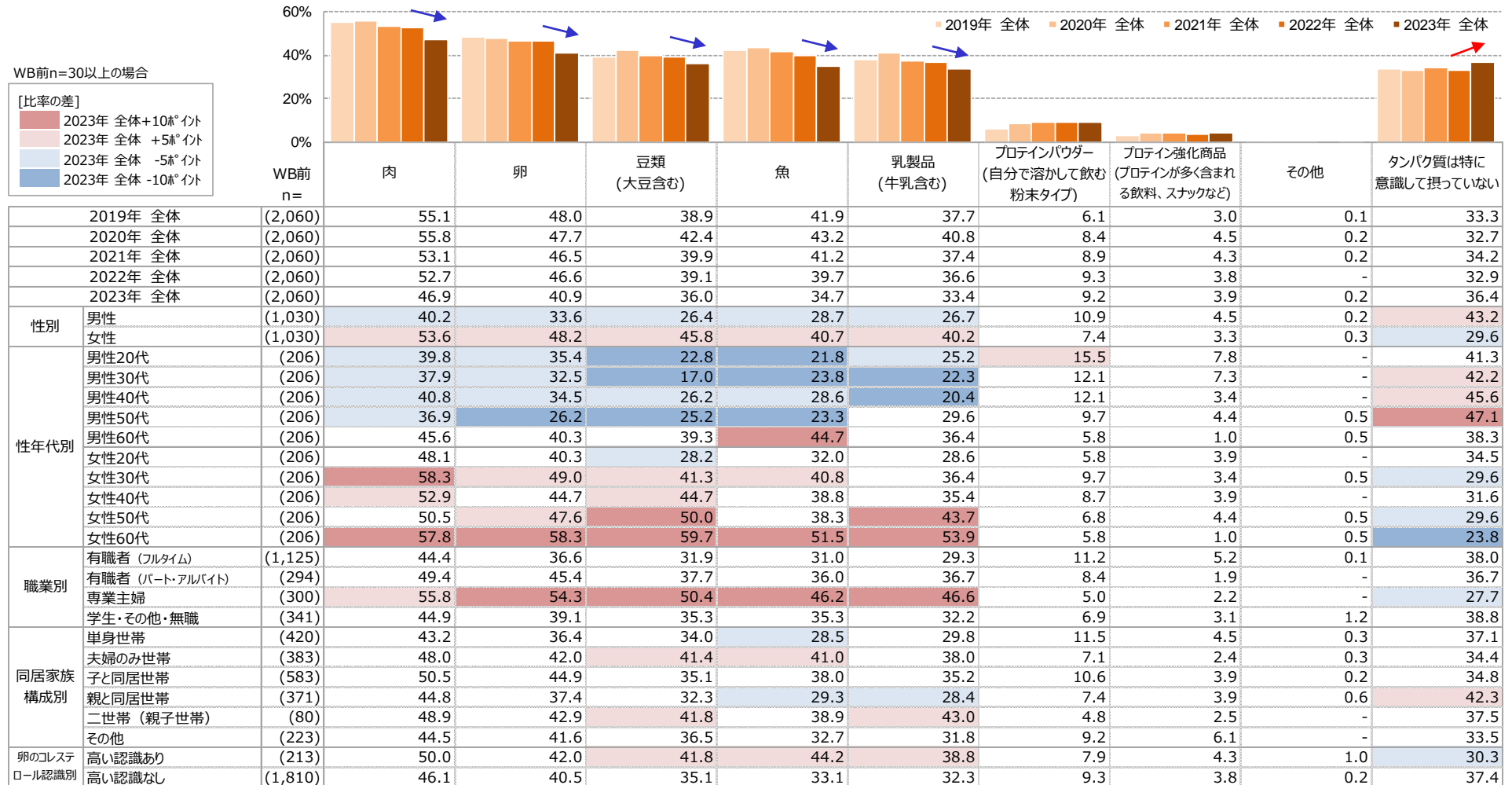


## 2 タンパク源としての食品・食材

あなたは普段、タンパク質を意識して摂っていますか。あなたがタンパク質を摂るために食べている食品・食材をすべてお選びください。

MA

- 全体をみると、タンパク質を摂るために食べている食品・食材としては「肉」が46.9%と最も高く、次いで「卵」（40.9%）。時系列をみると、上記に加えて「豆類」「魚」「乳製品」が前年より低下。一方で、「タンパク質は特に意識して摂っていない」は前年より増加しており、タンパク質ブームに翳りがみられる。



※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

### 3 タンパク源としての食品・食材摂取理由

タンパク質を意識して摂っている方に伺います。タンパク質を摂るための食品・食材として、以下を摂取している理由を教えてください。

MA

- タンパク源として各食品・食材を摂取している理由をみると、前年同様、プロテインパウダー・プロテイン強化商品以外では、「おいしい」がトップ。タンパク源とする食品・食材の選定にあたっては、タンパク源としての有効性よりも、「味」の影響が大きいとみられる。
- 卵は他の食材に比べ、「どんな料理にも合う」が高い＝強み。一方で、前年まで強みとなっていた「安い」は低下（前年のスコア：27.3%）し、豆類を下回る結果となった。

※ 各食品・食材をタンパク源として  
摂っている人ベース

	WB前 n=	おいしいから	安いから	腹持ちがいいから	調理しやすいから	どんな料理にも合うから	飲食しやすいから (サイズ・形態など)	タンパク質が 多く含まれているから	栄養バランスがいいから	タンパク質の利用効率 がいいから	タンパク質の吸収 早いから	糖質が低いから	脂質が低いから	その他	特に理由はない
肉	(965)	61.3	7.0	14.1	30.1	24.7	9.5	29.0	13.9	11.4	7.6	6.1	3.4	0.1	4.9
卵	(842)	53.4	15.1	9.6	31.8	29.0	14.2	30.0	26.6	14.4	8.6	7.1	3.9	-	4.4
豆類(大豆含む)	(730)	47.7	18.3	6.3	17.2	10.7	19.0	29.4	27.7	12.3	8.9	8.1	10.4	0.3	4.0
魚	(708)	57.1	3.0	4.8	17.2	12.1	8.3	26.3	23.7	9.3	5.8	8.3	11.2	0.3	6.7
乳製品(牛乳含む)	(684)	51.0	10.0	5.5	10.8	9.1	25.0	20.8	21.8	8.7	10.4	4.3	3.6	0.3	5.4
プロテインパウダー (自分で溶かして飲む粉末タイプ)	(190)	18.8	6.5	11.3	6.6	4.5	23.8	40.6	18.9	23.8	27.0	8.1	6.5	0.6	2.9
プロテイン強化商品(プロテインが 多く含まれる飲料、スナックなど)	(83)	30.8	6.8	15.4	5.3	4.6	30.0	41.8	17.9	19.4	17.0	6.5	11.4	-	2.7

※「WB前n数」で降順ソート

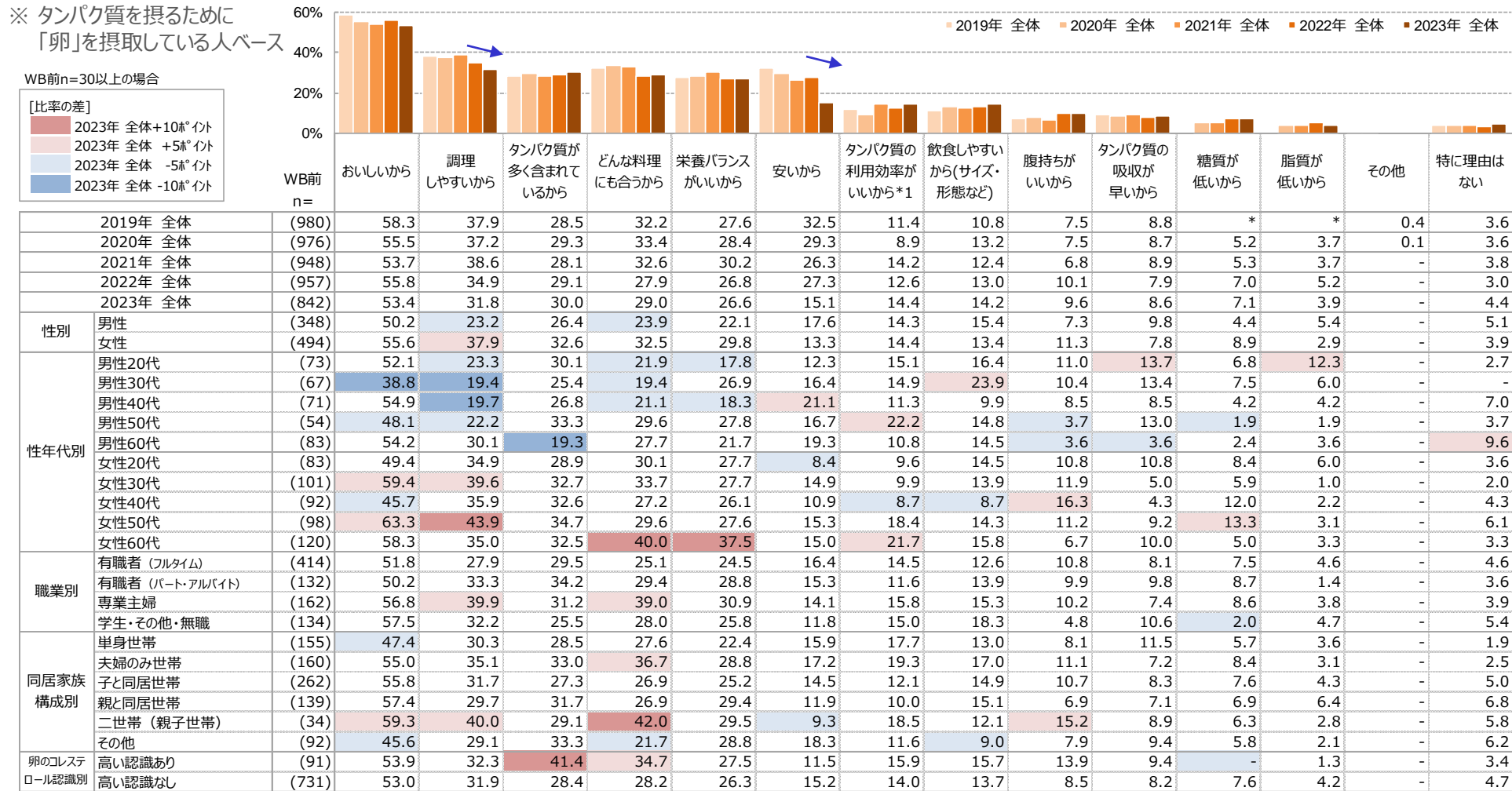
# 4 タンパク源としての「卵」摂取理由

タンパク質を意識して摂っている方に伺います。タンパク質を摂るための食品・食材として、以下を摂取している理由を教えてください。【卵】

MA

- 全体をみると、タンパク源として『卵』を摂取する理由は「おいしい」が53.4%と最も高く、以下、「調理しやすい」(31.8%)、「タンパク質が多く含まれている」(30.0%)が続く。
- 前年と比べると、「安い」に加え、「調理しやすい」が低下。

※ タンパク質を摂るために「卵」を摂取している人ベース



※[\*]は非聴取項目 ※\*1:2020年までは「タンパク質の吸収率が高いから」で聴取

※「2023年 全体」のスコアで降順ソート

# 第4章 人物像把握

1-1	卵をよく食べる人/あまり食べない人の人物像	・・・ 61
1-2	卵をよく食べる人/あまり食べない人の人物像	・・・ 62
2-1	「ゆで卵」を外で買う人/外では買わない人の人物像	・・・ 63
2-2	「丼もの」を外で買う人/外では買わない人の人物像	・・・ 64
2-3	「卵サンド」を外で買う人/外では買わない人の人物像	・・・ 65

【この章のポイント】

卵が好きかつ、よく食べる人は、あまり食べない人に比べ、卵の持つ健康機能をよく知っており、そのことが卵への好意に寄与している様子がみられた。以上のことから、あまり食べない人の喫食個数増加には、卵の健康機能の訴求が一案と推察される。

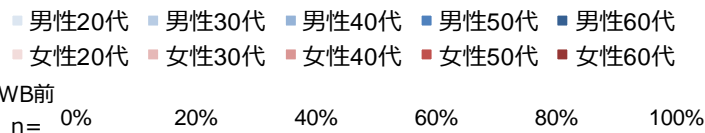
- 卵が好きかつ、よく食べる（1日2個以上食べる）人と、あまり食べない（1日1個以下の）人の性年代構成比／職業には差はみられない。
- 卵の好意理由をみると、よく食べる人は、あまり食べない人と比べて、「栄養価が高い」「健康にいい」などが高い。  
実際に卵の健康機能についても、よく食べる人はあまり食べない人に比べ、総じて認知率が高め。
- 「ゆで卵」「丼もの」を外で買う人は、買わない人に比べて「会社員」が多く、「専業主婦（主夫）」が少ない。  
一方で、「卵サンド」については、外で買うか否かによる職業の違いがみられず、いずれの層でも「専業主婦（主夫）」が最も多い。  
「卵サンド」は、「ゆで卵」「丼もの」に比べ、専業主婦でも外で買っている様子が見られる。
- 「ゆで卵」を外で買う人は、外では買わない人に比べて、「黄身が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い状態」を好んでいる。

# 1-1 卵をよく食べる人/あまり食べない人の人物像

- 卵が好きかつ、卵をよく食べる人（1日に2個以上）と、あまり食べない人（1日に1個以下）の人物像把握に向けて、結果を比較した。
- 性年代別をみると、「1日に2個以上」卵を食べている人の中では「男性20代」が14.2%と最も高い。  
職業をみると、「1日に2個以上」卵を食べている人の中では「パート・アルバイト」の割合が19.5%と最も高い。
- 卵の好意理由をみると、卵を食べる個数が「1日に1個以下」も「1日に2個以上」も、「おいしい」には差がみられない。  
一方で、「栄養価が高い」「健康にいい」などは、「1日に2個以上」の方が「1日に1個以下」よりも高い。

## 性年代構成比

※ 卵好意者ベース



消費頻度	WB前 n	男性20代	男性30代	男性40代	男性50代	男性60代	女性20代	女性30代	女性40代	女性50代	女性60代
1日に1個以下	(1,614)	7.5	8.6	11.7	10.0	10.2	8.1	9.4	12.3	11.4	10.9
1日に2個以上	(151)	14.2	8.8	10.6	11.0	7.4	8.4	9.8	12.0	8.8	9.2

## 職業

※ 卵好意者ベース

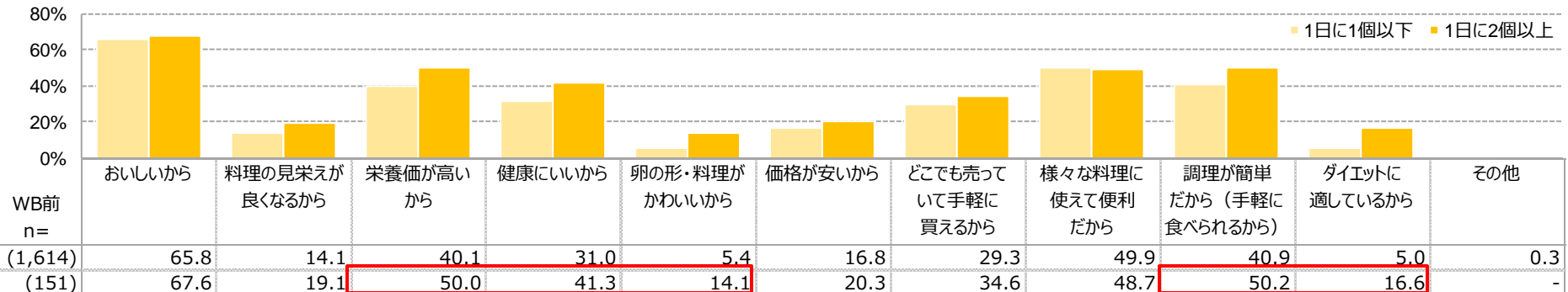


消費頻度	WB前 n	公務員	会社員(その他)	パート・アルバイト	経営者・役員	自営業	学生	会社員(事務系)	会社員(技術系)	自由業	専業主婦(主夫)	その他	無職
1日に1個以下	(1,614)	4.8	13.3	11.6	16.7	4.9	15.9	14.5	3.2	10.0			
1日に2個以上	(151)		14.4	12.1	13.7	4.2	3.6	13.4	19.5	6.0	7.3		

※3%未満のスコアレベルは非表示

## 卵の好意理由

※ 卵好意者ベース



消費頻度	WB前 n	おいしいから	料理の見栄えが良くなるから	栄養価が高いから	健康にいいから	卵の形・料理がかわいいから	価格が安いから	どこでも売っていて手軽に買えるから	様々な料理に使えて便利だから	調理が簡単だから(手軽に食べられるから)	ダイエットに適しているから	その他
1日に1個以下	(1,614)	65.8	14.1	40.1	31.0	5.4	16.8	29.3	49.9	40.9	5.0	0.3
1日に2個以上	(151)	67.6	19.1	50.0	41.3	14.1	20.3	34.6	48.7	50.2	16.6	-

# 1-2 卵をよく食べる人/あまり食べない人の人物像

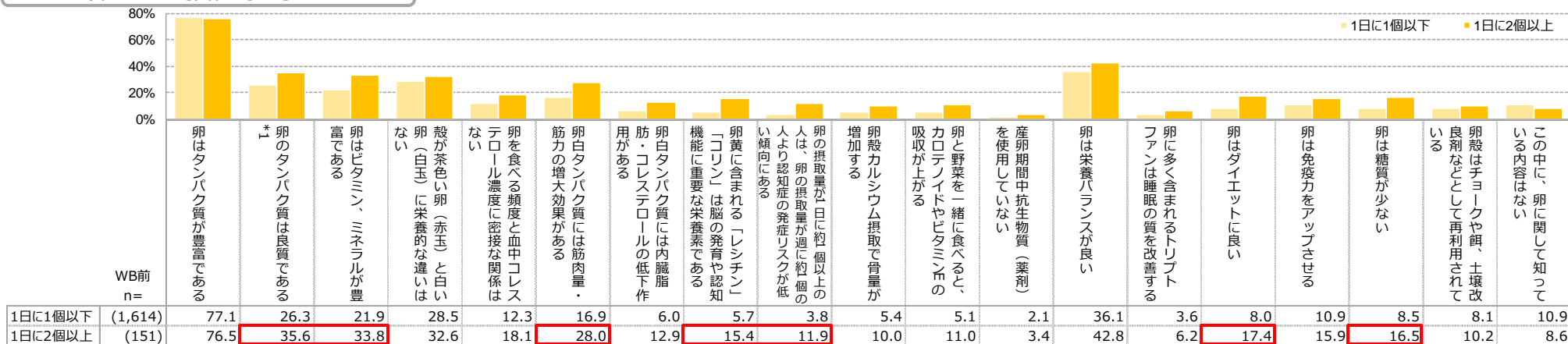
卵に関する以下の内容について、あなたがご存知のものをすべてお選びください。  
卵に関する以下の内容について、あなたが魅力を感じるものをすべてお選びください。

MA  
MA

- 卵について知っていることをみると、複数の項目で「1日に2個以上」の方が「1日に1個以下」よりも高い。卵をよく食べる人は、卵の機能をより知っているといえる。
- 一方で、卵について魅力を感じることで、卵の喫食個数による差はみられない。

## 卵について知っていること

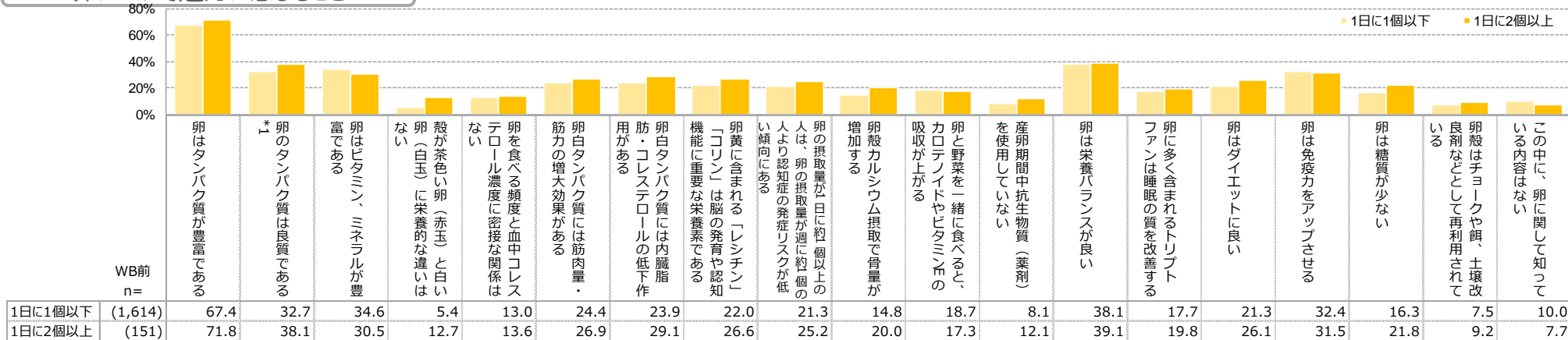
※ 卵好意者ベース



\*1:「必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100」を併記

## 卵について魅力を感じること

※ 卵好意者ベース



\*1:「必須アミノ酸のバランスが良い、アミノ酸スコア100」を併記

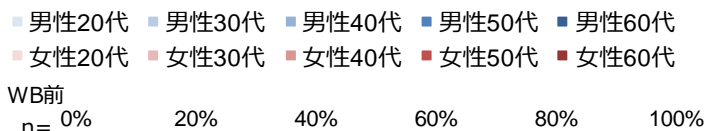


## 2-1 「ゆで卵」を外で買う人/外では買わない人の人物像

- 性年代別をみると、ゆで卵を外で買う人は、外では買わない人に比べ「男性」が多い。  
職業をみると、外で買う人は、外では買わない人に比べ「会社員」が多く、「専業主婦（主夫）」が少ない。
- 卵の好意度をみると、コンビニで買う人は他の層に比べて「とても好き」（72.7%）が高い。
- ゆで卵をそのまま食べる場合の好きな茹で加減をみると、外で買う人は買わない人に比べて「黄身が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い状態」を好んでいる。

### 性年代別

※「ゆで卵」をよく食べる人ベース



	WB前 n=	20代	30代	40代	50代	60代	その他
外で買う計	(124)	14.0	8.4	14.8	15.1	9.8	7.0 12.6 7.8 5.3 5.2
スーパーや百貨店で買う	(47)	3.4	9.8	20.3	13.7	12.6	8.2 13.4 5.0 6.9 6.6
コンビニで買う	(62)	9.1	9.0	15.5	19.2	9.7	7.6 11.7 9.5 7.0 1.7
外で買わない計	(832)	5.0	7.2	9.6	7.9	10.6	6.0 8.6 14.3 15.2 15.5

### 職業

※「ゆで卵」をよく食べる人ベース

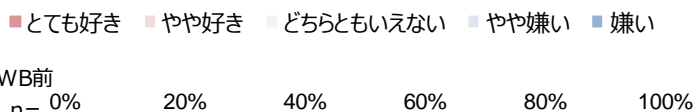


	WB前 n=	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	学生	その他	無職
外で買う計	(124)	6.1	14.9	15.8	26.1	7.9	10.7	7.3	6.3			
スーパーや百貨店で買う	(47)	10.1	20.4	26.9	13.1	4.2	12.6	4.4				
コンビニで買う	(62)	10.8	11.6	18.9	26.4	7.4	10.9	5.1	7.3			
外で買わない計	(832)	3.8	11.6	9.8	12.9	5.2	21.2	17.2	3.6	10.1		

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 卵の好意度

※「ゆで卵」をよく食べる人ベース



	WB前 n=	とても好き	やや好き	どちらともいえない	やや嫌い	嫌い
外で買う計	(124)	61.0	30.1	5.9	3.0	
スーパーや百貨店で買う	(47)	56.8	35.0	4.5	3.8	
コンビニで買う	(62)	72.7	22.6	3.1		
外で買わない計	(832)	59.9	34.9	4.7		

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 好きな茹で加減

※「ゆで卵」をよく食べる人ベース

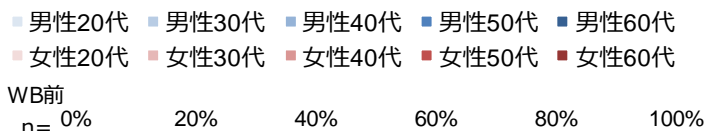
	WB前 n=	黄身が完全に固まっている状態	黄身が完全に固まっている部分の方が多い状態	黄身が完全に固まっておらず、固まっていない部分の方が多い状態	特にこだわりはない	ゆで卵は食べないこの料理は入れない
外で買う計	(124)	44.0	48.2	53.8	11.4	0.8
スーパーや百貨店で買う	(47)	52.4	45.7	53.4	11.2	2.1
コンビニで買う	(62)	43.3	57.1	57.9	12.5	-
外で買わない計	(832)	40.0	49.5	39.9	12.9	1.5

## 2-2 「丼もの」を外で買う人/外では買わない人の人物像

- 性年代別をみると、丼ものを外で買う人は、外では買わない人に比べて「男性」が多い。  
職業をみると、外で買う人は、外では買わない人に比べ「会社員」が多く、「専業主婦（主夫）」が少ない。
- 卵の好意度をみると、外では買わない人は、外で買う人に比べ「とても好き」（62.0%）が高い。
- 丼ものの中でも、親子丼の好きな卵の状態をみると、いずれの層でも、「卵が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い」が最多。  
外で買うか否かによる違いはみられなかった。

### 性年代別

※「丼もの」をよく食べる人ベース



	WB前 n=	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	100代
外で買う計	(244)	11.5	12.1	13.1	10.4	12.1	7.5	12.5	7.4	7.3
スーパーや百貨店で買う	(142)	12.1	12.6	12.9	7.7	11.4	5.6	11.6	9.3	10.1
コンビニで買う	(85)	10.6	15.5	15.7	15.4	10.7	5.6	11.8	8.4	3.7
外で買わない計	(456)	5.1	6.8	9.3	10.0	8.6	5.9	10.5	14.5	14.7

### 職業

※「丼もの」をよく食べる人ベース

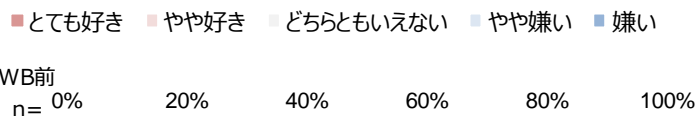


	WB前 n=	公務員	経営者・役員	会社員(事務系)	会社員(技術系)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦(主夫)	無職
外で買う計	(244)	5.6	12.6	16.6	19.6	5.2	11.0	13.6	8.0	
スーパーや百貨店で買う	(142)	8.3	8.8	15.6	20.5	5.7	12.3	14.0	9.4	
コンビニで買う	(85)	5.5	10.4	23.0	24.9	8.5	6.2	4.7	3.8	
外で買わない計	(456)	4.0	13.8	11.2	13.3	3.5	21.3	18.2	6.8	

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 卵の好意度

※「丼もの」をよく食べる人ベース

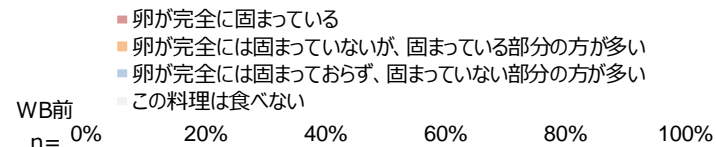


	WB前 n=	とても好き	やや好き	どちらともいえない	やや嫌い	嫌い
外で買う計	(244)	55.0	40.4	4.2		
スーパーや百貨店で買う	(142)	58.0	37.8	4.1		
コンビニで買う	(85)	55.9	40.0	3.1		
外で買わない計	(456)	62.0	31.1	6.2		

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 好きな卵の状態 親子丼

※「丼もの」をよく食べる人ベース



	WB前 n=	完全に固まっている	完全に固まっておらず、固まっていない部分の方が多い	完全に固まっておらず、固まっている部分の方が多い	食べない
外で買う計	(244)	7.5	53.3	38.4	
スーパーや百貨店で買う	(142)	5.8	56.1	36.7	
コンビニで買う	(85)	6.4	53.6	40.0	
外で買わない計	(456)	7.5	51.1	40.5	

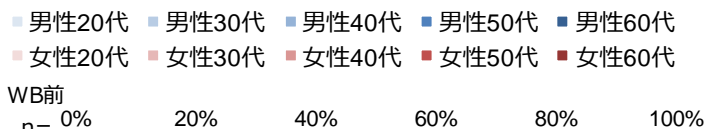
※3%未満のスコアラベルは非表示

## 2-3 「卵サンド」を外で買う人/外では買わない人の人物像

- 性年代別をみると、卵サンドを外で買う人は、外では買わない人に比べて「男性」が多い。  
ただし、職業については、外で買う人と買わない人で差はみられない。ゆで卵・丼もの比べると、卵サンドを外で買う人には「専業主婦（主夫）」も多いといえる。
- 卵の好意度をみると、いずれの層も「とても好き」と回答した人は6割後半と、外で買うか否かによる違いはみられなかった。
- 好きな食べ方をみると、いずれの層でも「卵が完全には固まっている」が最も高く、卵の好意度同様、外で買うか否かによる違いはみられなかった。

### 性年代別

※「卵サンド」をよく食べる人ベース



購入場所	WB前 n=	20代	30代	40代	50代	60代
外で買う計	(246)	6.2	5.2	11.1	7.8	12.4
スーパーや百貨店で買う	(113)	2.8	8.1	13.6	6.6	13.9
コンビニで買う	(146)	3.2	2.4	12.7	10.0	9.9
外で買わない計	(199)	5.1	15.0	7.6	7.9	6.3

### 職業

※「卵サンド」をよく食べる人ベース

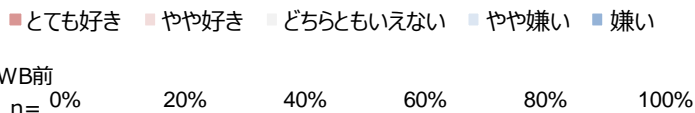


購入場所	WB前 n=	公務員	会社員(その他)	パート・アルバイト	経営者・役員	自営業	学生	会社員(事務系)	会社員(技術系)	専業主婦(主夫)	自由業	その他	無職
外で買う計	(246)	4.6	10.8	10.7	16.5	3.3	18.6	14.3	4.0	10.7			
スーパーや百貨店で買う	(113)		11.8	13.3	13.7	3.7	18.2	14.6		13.1			
コンビニで買う	(146)	6.2	8.6	9.8	18.1	3.5	18.3	17.2	4.7	10.9			
外で買わない計	(199)		14.8	9.6	13.6	4.6	22.4	18.5		9.1			

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 卵の好意度

※「卵サンド」をよく食べる人ベース

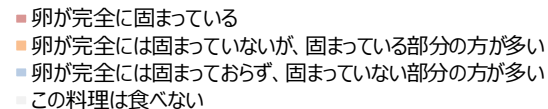


購入場所	WB前 n=	とても好き	やや好き	どちらともいえない	やや嫌い	嫌い
外で買う計	(246)	65.1	30.5	3.7		
スーパーや百貨店で買う	(113)	66.9	29.6			
コンビニで買う	(146)	65.5	30.6	3.3		
外で買わない計	(199)	69.1	25.5	4.9		

※3%未満のスコアラベルは非表示

### 好きな卵の状態

※「卵サンド」をよく食べる人ベース



購入場所	WB前 n=	卵が完全に固まっている	卵が完全には固まっていないが、固まっている部分の方が多い	卵が完全には固まっておらず、固まっていない部分の方が多い	この料理は食べない
外で買う計	(246)	60.9	35.7	3.1	
スーパーや百貨店で買う	(113)	62.0	34.5	3.4	
コンビニで買う	(146)	61.6	33.9	4.4	
外で買わない計	(199)	60.9	33.5	5.1	

※3%未満のスコアラベルは非表示

# APPENDIX



※液卵の使用イメージ

### ◆液卵

新鮮な卵を割り、均一に混ぜて殺菌した商品です。(添加物不使用)  
加熱殺菌しているため、食中毒の心配がなく、すぐに料理に使用できます。  
国内では業務用として販売されていますが、  
海外では、紙パックやボトルに入れて冷蔵で売られており、スーパーなどで購入することができます。

### ◆凍結卵(冷凍卵)

液卵を凍結(冷凍)した商品です。長期保管が可能です。

### ◆乾燥卵

液卵を乾燥し、粉末状にした商品です。常温で長期保管が可能で、水戻ししてすぐに使用できます。

