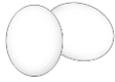




2017年から続く、卵に関する認識やトレンドの分析調査

## 「たまご白書 2021」を公表



卵について魅力を感じることは、「タンパク質が豊富」が突出  
好きな卵料理は、「目玉焼き」が3年連続で不動のNo.1

— キューピー株式会社 —

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役 社長執行役員：長南 収、以下キューピー）は、液卵・乾燥卵といった加工食品の原料から、卵加工品まで手掛けるグループ会社のキューピータマゴ株式会社（本社：東京都調布市、代表取締役社長：高宮 満）とともに、「いいたまごの日※1」（11月5日）に合わせ、「たまご白書 2021」を公表します。「たまご白書」は、卵に対する認識や食べ方、トレンドを分析した調査報告です。2017年に1回目の調査結果を公表し、5回目を迎える今年は、好きな卵料理で毎年上位になる「目玉焼き・ゆで卵の食べ方」をアンケート項目に新たに加えました。



たまご白書 2021 <https://www.kewpie-egg.co.jp/trivias/pdf/whitepaper2021.pdf>

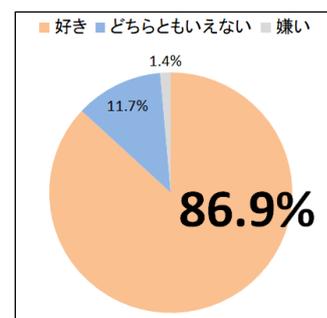
※1 卵という食材の素晴らしさを再認識するために、2010年に一般社団法人 日本養鶏協会が制定。

### <サマリー>

- ・卵について魅力を感じることは、「タンパク質が豊富」が突出
- ・好きな卵料理は「目玉焼き」が3年連続で不動のNo.1
- ・「殻付き・殻むきゆで卵」に対する購入意向が大きく上昇

IEC（国際鶏卵委員会）が公表した、2020年の日本人1人当たりの年間鶏卵消費量は340個と2019年に比べ2個増え、年々増加しています。世界的に見ても、メキシコに次いで2番目の消費量です。

今回の「たまご白書 2021」で、卵の好意度を尋ねたところ（単一回答）、「とても好き」「やや好き」を合わせると86.9%となり、日本人の約9割は「卵が好き」なことが分かります。そんな卵好きな国民性をさらにひもとく調査結果の一部を紹介します。



卵の好意度(単一回答)(単位:%)

## ■調査内容

第1章：卵の購入・使用実態・好意度

第2章：卵を使った料理・スイーツの購入・喫食実態

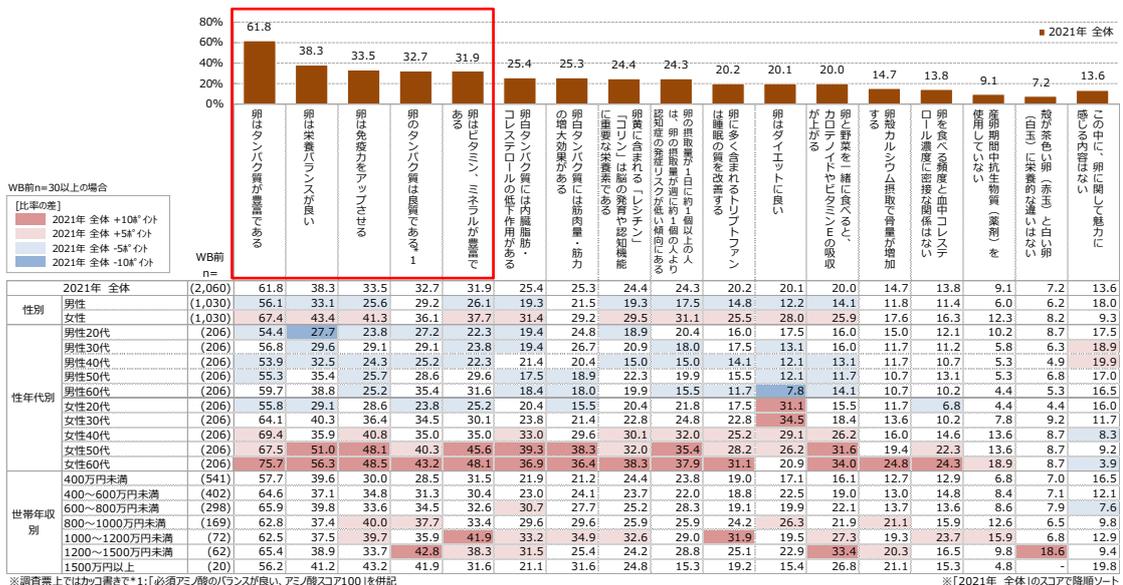
第3章：健康・栄養素に対する意識

第4章：新型コロナウイルス拡大前後の変化

## ■調査結果の概要

### ①卵の魅力は「タンパク質が豊富」が突出

「卵について魅力を感じることを」を尋ねたところ（複数回答可）、「卵はタンパク質が豊富」（61.8%）の魅力度が突出しました。以下、「卵は栄養バランスが良い」（38.3%）「卵は免疫力をアップさせる」（33.5%）「卵のタンパク質は良質」（32.7%）「卵はビタミン、ミネラルが豊富」（31.9%）の順となりました。タンパク質、ビタミン、ミネラルなど栄養素の質・量が魅力の源泉となる様子が示唆されます（資料1）。

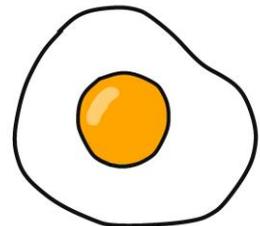


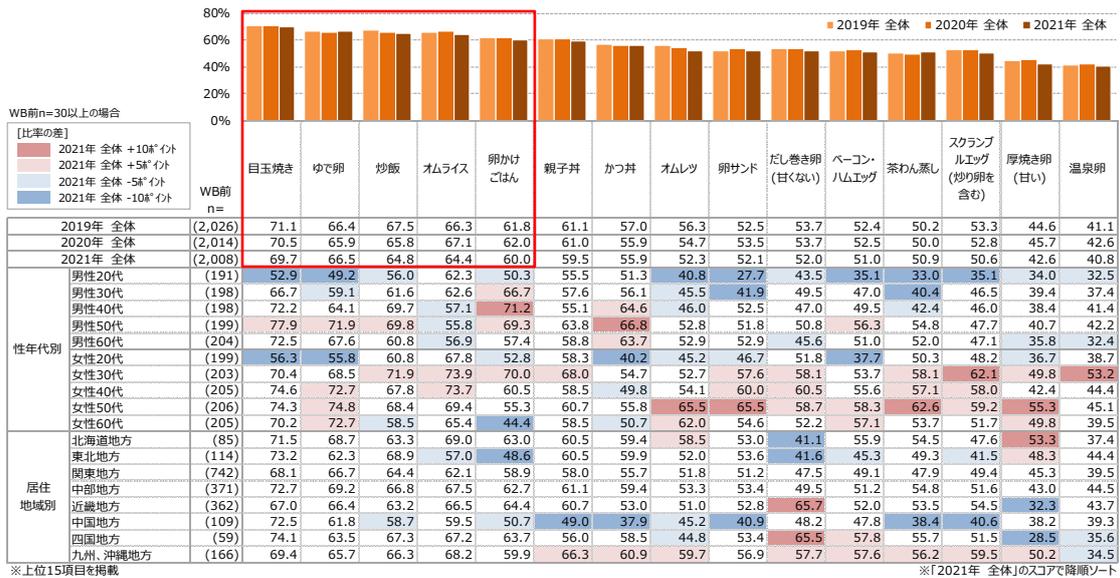
資料1：卵について魅力を感じることを（複数回答可）（単位：%）

### ②-1 好きな料理は「目玉焼き」が、3年連続不動のNo.1

「好きな卵料理」について尋ねたところ（複数回答可）、「目玉焼き」（69.7%）が最も多く、3年連続で1位となりました。以下、「ゆで卵」（66.5%）「炒飯」（64.8%）「オムライス」（64.4%）「卵かけごはん」（60.0%）が続きました（資料2）。

「目玉焼き」は「好きな卵料理」だけでなく、「よく食べる卵料理」、「1年以内に作った卵料理」でも3年連続1位となりました（添付資料なし）。





資料 2:好きな卵料理について(複数回答可)(単位:%)

②-2 最も好きな目玉焼きの焼き方は、「片面焼き半熟」が突出

「最も好きな目玉焼きの焼き方」を尋ねたところ(単一回答)、「片面焼き半熟」(70.5%)が突出して高く、次いで「片面焼き固焼き」(14.1%)となり、「片面焼き」が8割超を占めました。



居住地域別にみると、関東地方では「片面焼き半熟」が全体に比べ高く、中国地方が逆に低い傾向であることが分かりました(資料3)。



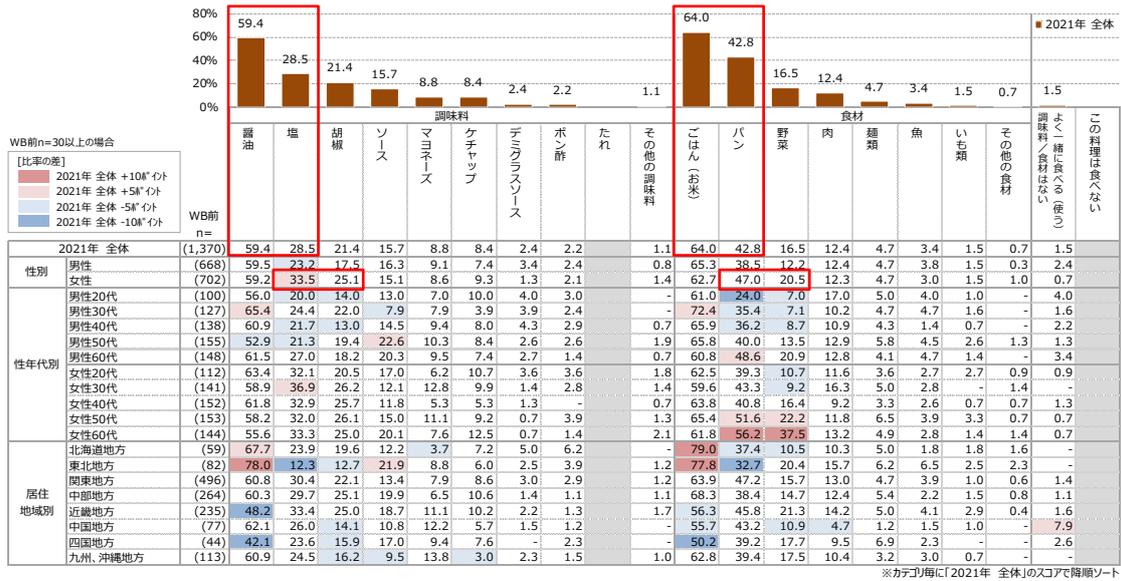
資料 3:最も好きな目玉焼きの焼き方(単一回答)(単位:%)

## ②-3 目玉焼きのお供は、「醤油」と「ごはん」

「目玉焼きを食べる際によく一緒に食べる（使う）もの」を尋ねたところ（複数回答可）、「醤油」（59.4%）が突出して高く、次いで「塩」（28.5%）となりました。

よく一緒に食べる食材としては、「ごはん（お米）」（64.0%）が最も高く、次いで「パン」（42.8%）となりました。

性別で見ると、女性は男性に比べ「塩」「胡椒」「パン」「野菜」と一緒に目玉焼きを食べる人が多いことが分かりました（資料4）。



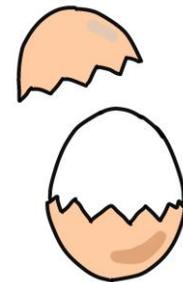
資料4：目玉焼きを食べる際によく一緒に食べる(使う)もの(複数回答可)(単位：%)

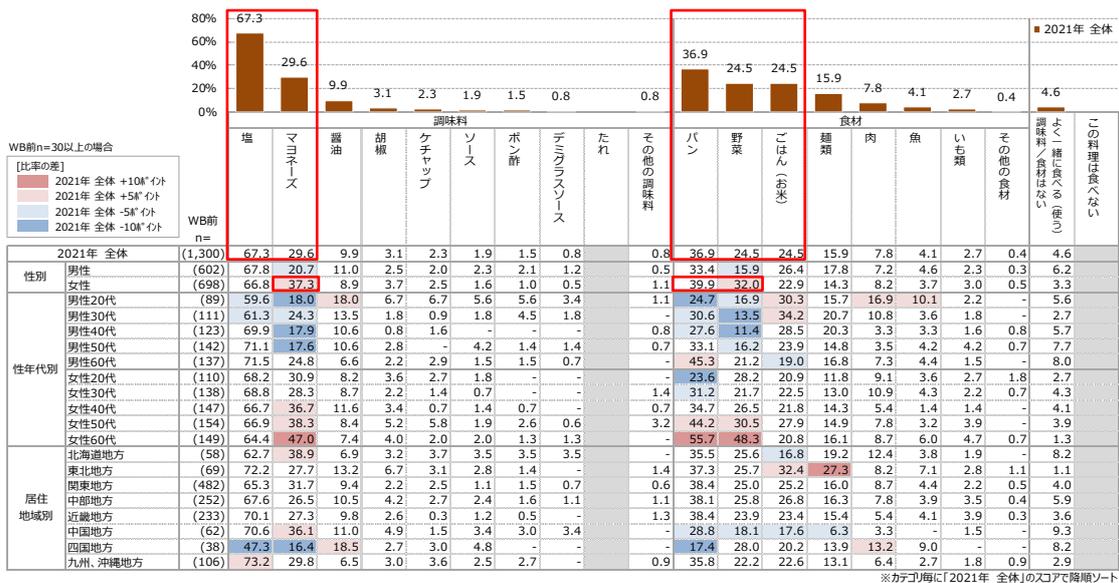
## ②-4 ゆで卵のお供は、「塩」と「パン」

「ゆで卵を食べる際によく一緒に食べる（使う）もの」を尋ねたところ（複数回答可）、「塩」が（67.3%）と突出して高く、次いで「マヨネーズ」（29.6%）となりました。

食材の中では「パン」（36.9%）が最も高く、以下、「野菜」（24.5%）「ごはん（お米）」（24.5%）が並びました。

性別で見ると、女性は「マヨネーズ」「パン」「野菜」と一緒にゆで卵を食べる割合が男性に比べ高いことが分かりました（資料5）。



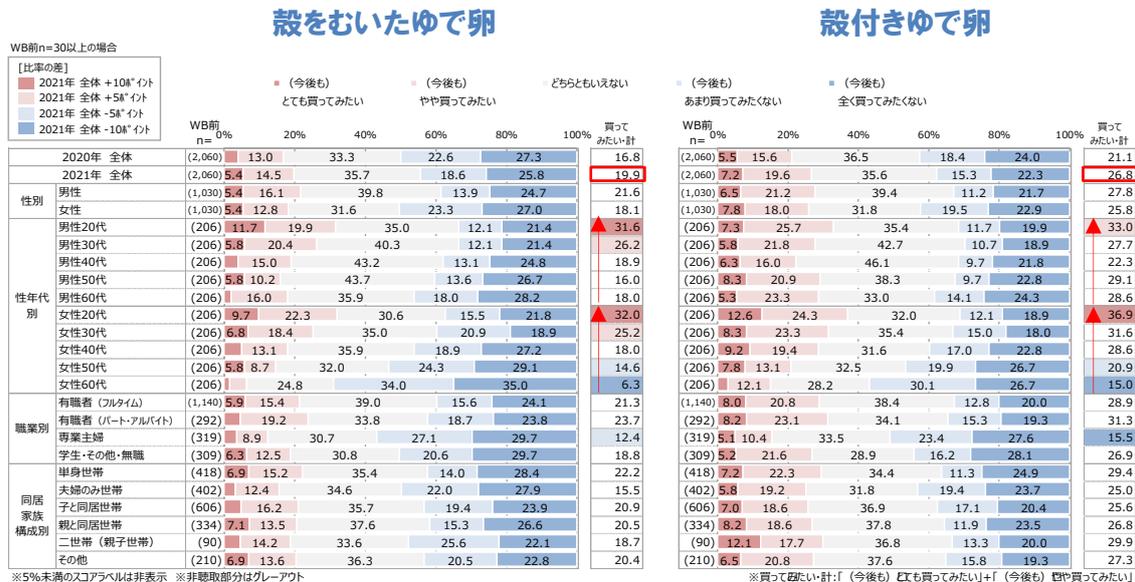


資料 5: ゆで卵を食べる際によく一緒に食べる(使う)もの(複数回答可)(単位:%)

### ③殻むき・殻付きゆで卵に対する購入意向が前年から大きく上昇

「殻むき・殻付きゆで卵を今後買いたいか」を尋ねたところ(単一回答)、「殻をむいたゆで卵」(19.9%)、「殻付きゆで卵」(26.8%)で、共に前年から大きく増加しました。これは、市場において、殻むき・殻付きゆで卵の浸透が進んだ(メディアで取り上げられる機会が増加し、商品への理解が深まった)ことも影響していると考えられます。

性年代別をみると、若年層ほど購入意向が高まる傾向がありました(資料6)。



資料 6: 殻むき・殻付きゆで卵の購入意向(単一回答)(単位:%)

## 【調査方法の概要】

- 調査手法：インターネット調査
- 調査期間：2021年8月27日（金）～8月28日（土）
- 調査対象：全国 20～69歳の男女 合計2,060人

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います（ウエイトバック集計）。

- 基数：2,060人（ウエイトバック後）
  - 男性20代：162人 女性20代：157人
  - 男性30代：203人 女性30代：199人
  - 男性40代：239人 女性40代：235人
  - 男性50代：198人 女性50代：200人
  - 男性60代：227人 女性60代：239人

---

## 《まとめ -調査結果から-》

日本人の約9割が「卵が好き」なことが分かりました。卵を魅力的に感じるところは「タンパク質が豊富」が突出していました。「タンパク質が豊富」については認知度でも最も高く、「卵」＝「タンパク質」のイメージが形成されている様子がうかがえます。さらに、「免疫力をアップさせる」「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」という健康機能は、まだ認知度は低いものの、魅力を感じる人が多く、「卵」の新たな訴求ポイントになり得ることが示唆されました。

「目玉焼き」については、「好きな卵料理」、「よく食べる卵料理」、「1年以内に作った卵料理」の3項目で3年連続不動の1位となりました。最も好きな目玉焼きの焼き方は「片面焼き半熟」、かける調味料としては「醤油」、一緒に食べる食材としては「ごはん」、が最も人気となりました。

「ゆで卵」について、かける調味料としては「塩」が最も高く、次いで「マヨネーズ」でした。一緒に食べる食材としては、「パン」が最も高く、「野菜」「ごはん」が同率で続きました。

---

キューピーは、2019年に設定した「サステナビリティ目標」の中で、サラダとタマゴのリーディングカンパニーとして「健康寿命延伸への貢献」を掲げ、タンパク質を摂取するために卵の消費量アップを推進しています。今後も、卵の正しい知識の啓発や、卵料理の楽しみ方の提案を続けていきます。