



報道関係者各位

2023年10月26日  
株式会社ウェルファムフーズ

～10/29「国産とり肉の日」に合わせて、鶏肉に関する意識調査を実施～

## 食費高騰の中で、経済性に優れた鶏肉の購入が増加 近年スーパーでよく見かける銘柄鶏の購入経験も40%に

国産銘柄鶏「森林どり」を生産販売してい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、国産鶏肉に関する意識を探るため、全国の20代から60代の男女602名を対象に「鶏肉に関するアンケート調査」を実施しました。

調査結果から、食材費の値上げが続く中で、経済性に優れ、タンパク質を効率的に摂取できる鶏肉の購入が増加していることが明らかになりました。また、飼料や飼育環境などに工夫を加えて育った鶏「銘柄鶏※」の購入経験も40%を超える結果となり、品質の高い鶏肉のニーズがあることが明らかになりました。

※銘柄鶏はスーパー等で売られているブランド名のついている鶏（肉）で、一般的に飼料や飼育環境などに工夫を加えて飼育し、味や風味などを改良した鶏のこと。ブランド名がついている鶏には在来種の鶏の血が半分以上入っており、飼育方法が日本農林規格（JAS）によって定められている地鶏もあります。

### ■調査サマリー

1. 食材費を抑えたいことが理由？3割の人の購入頻度が上がった「鶏肉」
2. 銘柄鶏の購入経験は4割。購入理由のTOP3は「1位：味の良さ」、「2位：ブランド力」「3位：衛生面での安全・安心」。
3. 3年前と比べ食べるようになった部位は「むね肉」。  
疲労軽減の効果の認知も約4割に

### ■銘柄鶏に関して

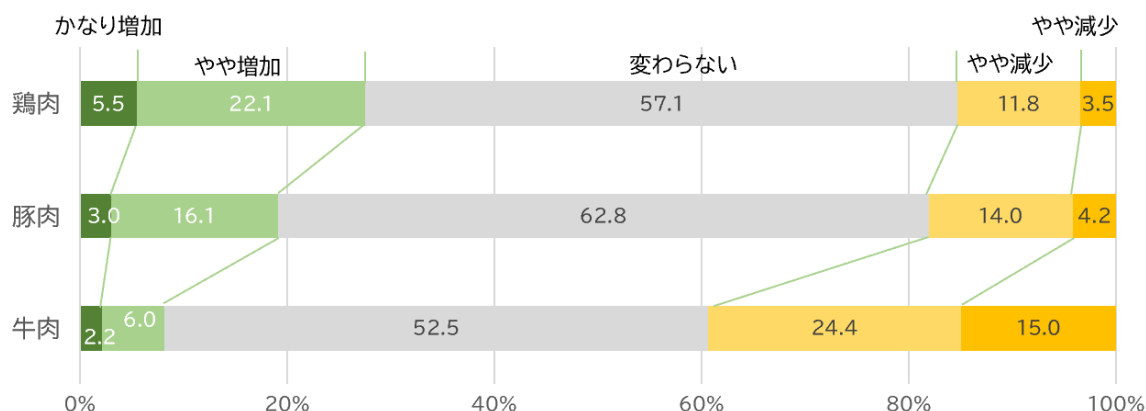
銘柄鶏は全国に数多くのブランド銘柄が存在しており、当社では、「森林どり」という銘柄鶏を生産・販売をしております。「森林どり」の直近5年での売上数量（全部位、kg）は2018年度からの5年間で127%増加しており、徐々にその認知も拡大しています。最近では、飲食店での取り扱い、冷凍食品や加工食品などでの使用も増加し、多岐にわたりこだわりの食材として使用されています。



■ **食材費を抑えたいことが理由？3割の人で購入頻度が上がった「鶏肉」**

1年前と比較して、「鶏肉」「豚肉」「牛肉」の購入頻度がどう変わったかという質問に対して、鶏肉は27.6%（「かなり増加」5.5%、「やや増加」22.1%の合計）と豚肉の19.1%、牛肉の8.2%を大きく上回った。

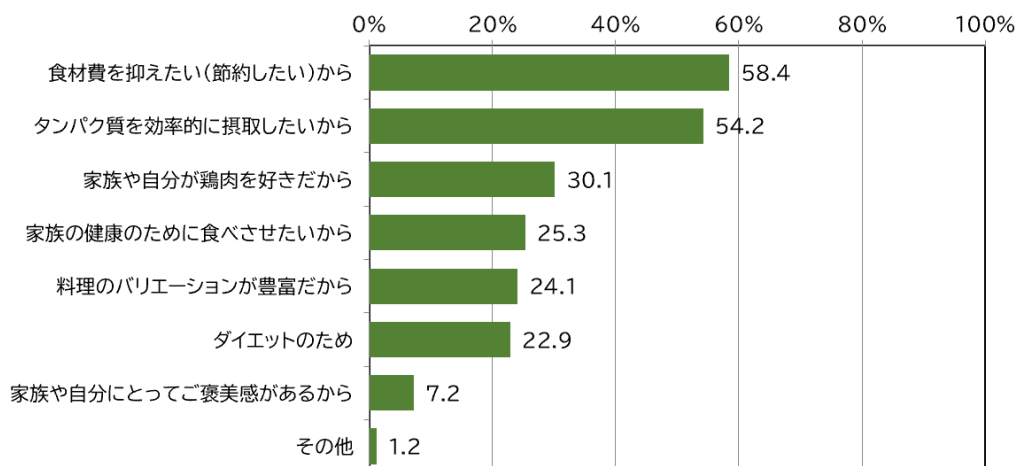
■ 1年前と比較し、「鶏肉」「豚肉」「牛肉」の購入頻度について最も当てはまるものをお選びください。(N=602)



鶏肉の購入が増えた人に理由を聞いたところ、半数以上が「食費を抑えたい（節約したい）から」（58.4%）、「タンパク質を効率的に摂取したいから」（54.2%）と回答。続いて「家族や自分が好きだから」（30.1%）という結果に。

食材費が昨年と比べて上がったと回答した569名に対して行った「昨年と比較しておおよそ何割くらい食材費が上がったと感じますか。」という質問では、「2割」が43.8%、「3割」が31.6%と回答していることから、経済性に優れた鶏肉が相対的に購入されやすい傾向にあることが明らかになりました。

■ 1年前と比較して鶏肉の購入が「増加している（かなり増加、やや増加）」と回答した方を対象 鶏肉の購入が増えた理由 (N=166)

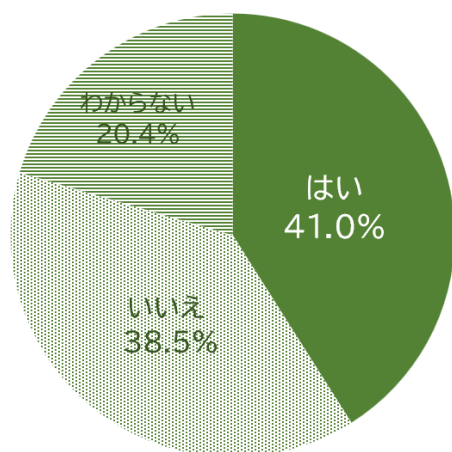




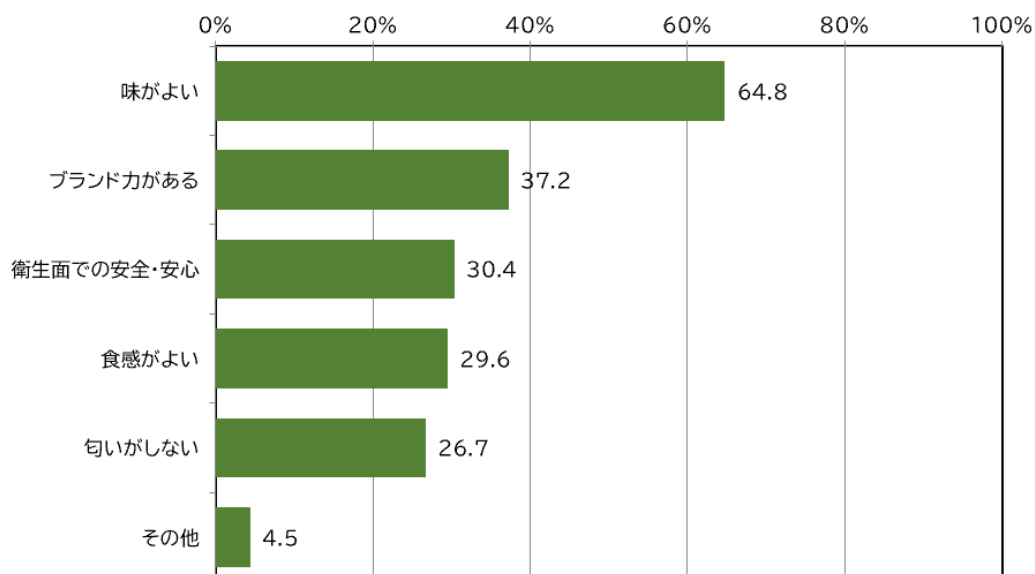
■ **銘柄鶏の購入経験は4割。購入理由のTOP3は「1位：味の良さ」、「2位：ブランド力」、「3位：衛生面での安全・安心」。**

銘柄鶏の購入経験に関する質問に対しては「はい」が41.0%、「いいえ」が38.5%と、購入経験者が未経験者を少しだけ上回る結果に。購入経験者にその理由をうかがったところ、「味がよい」64.8%、「ブランド力がある」が37.2%、「衛生面での安全・安心」が30.4%と続き、「食感がよい」や「匂いがしない」なども20%を超える結果となりました。

■ 銘柄鶏の購入経験 (N=602)



■ 銘柄鶏を購入したことがある回答した方を対象 銘柄鶏を購入する理由として最も当てはまるもの (N=247)

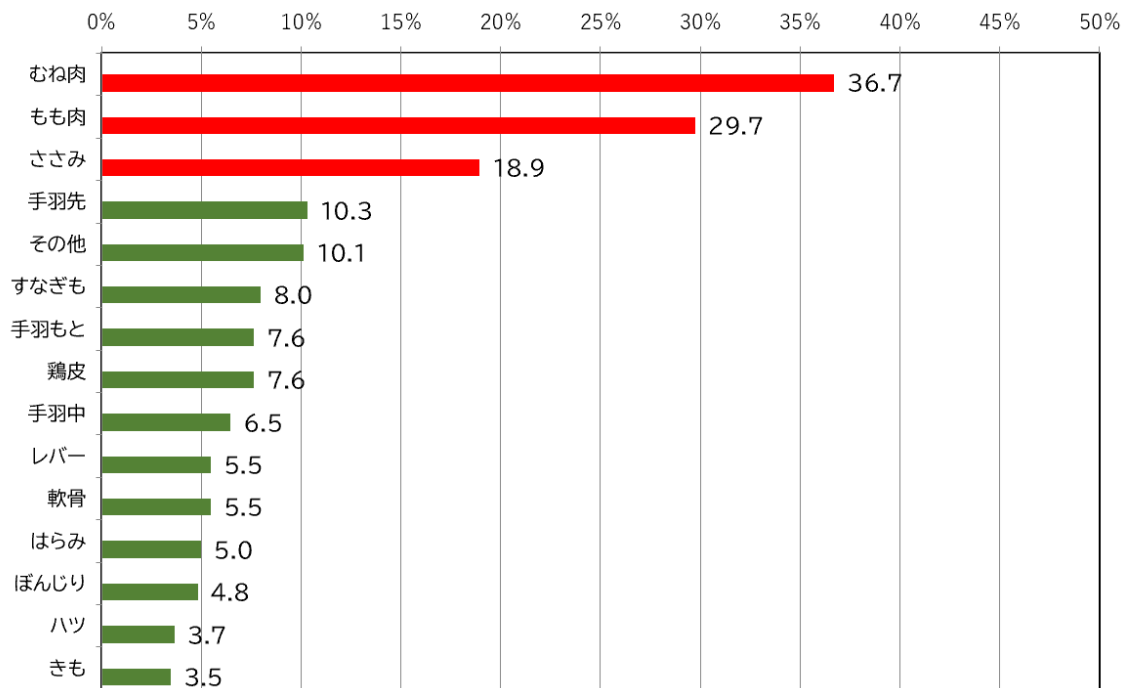




■ 3年前との比較でよく食べるようになった部位は「むね肉」。疲労軽減の効果の認知も約4割に

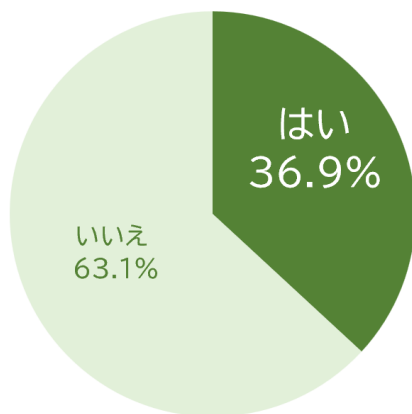
3年前と比べて食べる機会が増えた鶏肉の部位を尋ねたところ、「むね肉」36.7%、「もも肉」29.7%、「ささみ」18.9%という結果となりました。むね肉には疲労発生を抑制する成分が含まれていることが最近メディアでも紹介されていることから、疲労軽減を目的とした鶏肉のむね肉の摂取経験を聞いたところ、その目的で摂取した経験がある人が36.9%となった。

■ 3年前と比べて食べる機会が増えた鶏肉の部位 (N=602)



■ 疲労軽減を目的とした鶏肉のむね肉の摂取経験(N=602)

参考) 鶏むね肉には疲労発生を抑制するミダゾールジペプチドなどが含まれている。



# PRESS RELEASE



## <調査概要>

調査主体 : 株式会社ウェルファムフーズ  
調査名 : 鶏肉に関する意識調査  
実施時期 : 2023 年 9 月 27 日から 10 月 1 日  
調査方法 : インターネット調査  
調査対象 : 全国の 20 代から 60 代の男女 602 名

### ■ 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、「国産および輸入豚肉の販売」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。

株式会社ウェルファムフーズ ホームページ <https://www.wellfam-foods.co.jp/>

### ■ 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・安全な国産鶏肉です。森林どりの最大の特長は『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、健康で元気に育ち、ジューシーで旨みが強く、くさが少ないおいしい鶏に成長します。

\*『森林のエキス』：国産広葉樹の樹皮炭と木酢液を混合したもの

森林どりブランドサイト <http://shinrindori.jp/>

楽天市場「ウェルファム Selection！」 <https://www.rakuten.ne.jp/gold/wellfam-foods/>

### 【会社概要】

社名 : 株式会社ウェルファムフーズ  
本社所在地 : 東京都千代田区九段南一丁目 6 番 5 号 九段会館テラス 7 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

### 【お客様からのお問い合わせ先】

株式会社ウェルファムフーズ 森林どり お問い合わせ先

E-mail: [toiawase02@wellfam-foods.co.jp](mailto:toiawase02@wellfam-foods.co.jp)