

# NEWS RELEASE

報道関係各位



2022 年 10 月 3 日

株式会社ニチレイフーズ

## <全国から揚げ調査 2022>

**から揚げが「好きなおかずランキング」3 年連続 1 位を達成！  
年間総消費量も、コロナ禍前比約 150%と堅調（推計値）！**

ニチレイフーズ公式 HP「調査リリース特設サイト」：<https://www.nichireifoods.co.jp/research/>

株式会社ニチレイフーズ（代表取締役社長：竹永雅彦）は、「から揚げ強化月間」に合わせて、全国の一般生活者 14,100 名を対象に、「鶏のから揚げ」（以下、「から揚げ」と表記）に関する意識・実態調査『全国から揚げ調査 2022』を実施いたしました。（調査時期：2022 年 8 月、調査方法：インターネットによるアンケート調査）

### ～ 全国から揚げ調査 2022 ～

**から揚げはもはや「国民食」！？好きなおかずランキング、3 年連続 No.1！**

「焼肉」・「餃子」などを抑え、「から揚げ」が 3 年連続の堂々 1 位。から揚げ好きも 3 年連続で 9 割近く！

**から揚げ 1 ヶ月間平均喫食回数<sup>\*1</sup>ランキング、第 1 位の都道府県は「山形県（64.0 個）」！**

山形県は調査史上初の「完全 1 位」達成！喫食率<sup>\*2</sup>第 1 位は「宮城県」。

<sup>\*1</sup> 聴取したから揚げ喫食頻度に 1 回で食べる個数を掛け合わせて 1 ヶ月間平均喫食個数を算出。

<sup>\*2</sup> から揚げを 1 ヶ月に 1 回以上食べている人の割合

**から揚げの年間総消費量は約 370 億個！<sup>（推計値<sup>\*3</sup>）</sup>**

**巣ごもり需要による急伸は一服の感も、コロナ禍前と比較した消費量は約 150%に！**

<sup>\*3</sup> 聴取したから揚げ喫食頻度に 1 回で食べる平均個数を掛け合わせて 1 年間の消費個数を算出。

最終的に、20～79 歳の日本人総数 89,206,073 人（令和 2 年度国勢調査）とした場合の喫食個数を推計。

**から揚げで好きな部位<sup>\*4</sup>は 4 年連続で「もも」「むね」「手羽先」の順。**

「かりっとジューシー」なから揚げが好まれる傾向が続く。

「もも」は女性の支持、「むね」は男性の支持が多め。

衣は「かりっと」、肉感は「ジューシー」なから揚げを好む傾向がみられた。 <sup>\*4</sup> から揚げを食べている人ベース

**冷凍食品のから揚げの月 1 回以上喫食率<sup>\*5</sup>は 3 割弱。食卓での存在感がアップ！**

冷凍食品のから揚げは男女共に 20～40 代で食べている人が多く、

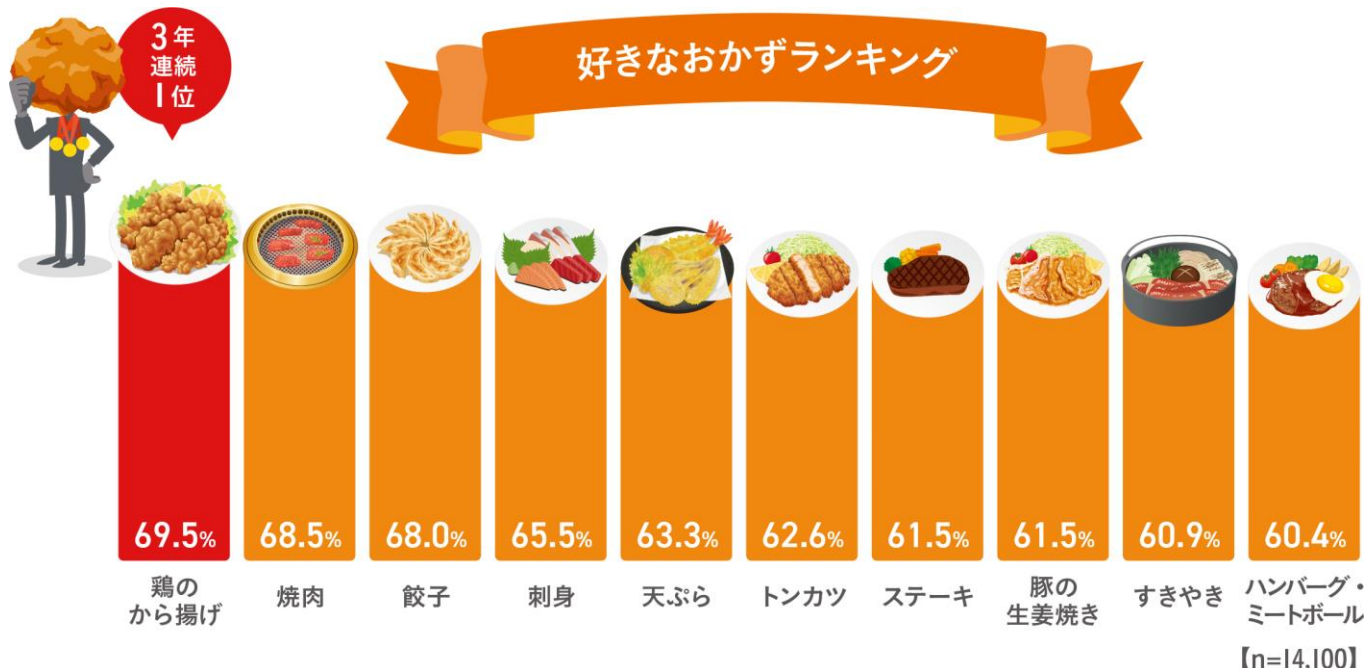
都道府県で見ると「富山県」「福島県」「山形県」で月に 1 回以上食べている人が比較的多かった。

<sup>\*5</sup> 冷凍食品のから揚げを 1 ヶ月に 1 回以上食べている人の割合

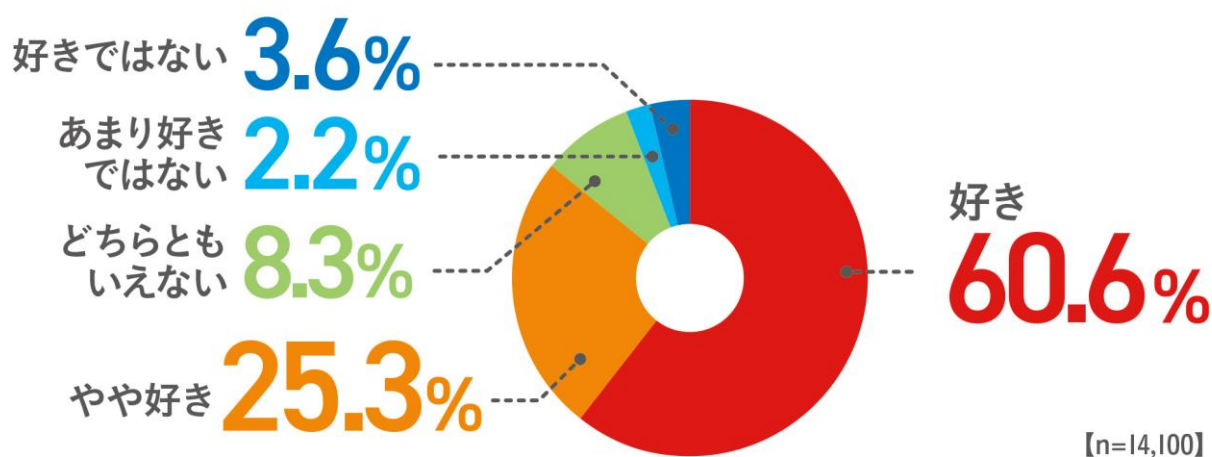
## - 全国から揚げ調査2022 -

から揚げはもはや「国民食」！？ 好きなおかずランキング、3年連続No.1！

「焼肉」・「餃子」などを抑え、「から揚げ」が3年連続の堂々1位。から揚げ好きも3年連続で9割近く！



3年連続 9割近くが好き！



調査回答者に、全29品のおかずから好きなものを選択（複数選択可）してもらったところ、**全体の69.5%が「から揚げ」を選択**。

**3年連続で好きなおかずランキング第1位**に輝いた。2位には「焼肉(68.5%)」、3位には「餃子(68.0%)」がランクイン。

年代別でみると、これまでと同様に調査回答者（20代～70代男女）いずれの層でも「から揚げ」を選択している人が多く、**引き続く幅広い性年代から愛されている**ことがわかった（中でも男性50代、女性30～40代は8割近くが好きなおかずと回答）。

から揚げの好意レベルを聞いたところ、**3年連続で9割近くが好き**と回答（「好き(60.6%)」、「やや好き(25.3%)」）。

から揚げは**“日本の国民食”**と言っても、もはや過言ではないかもしれない。

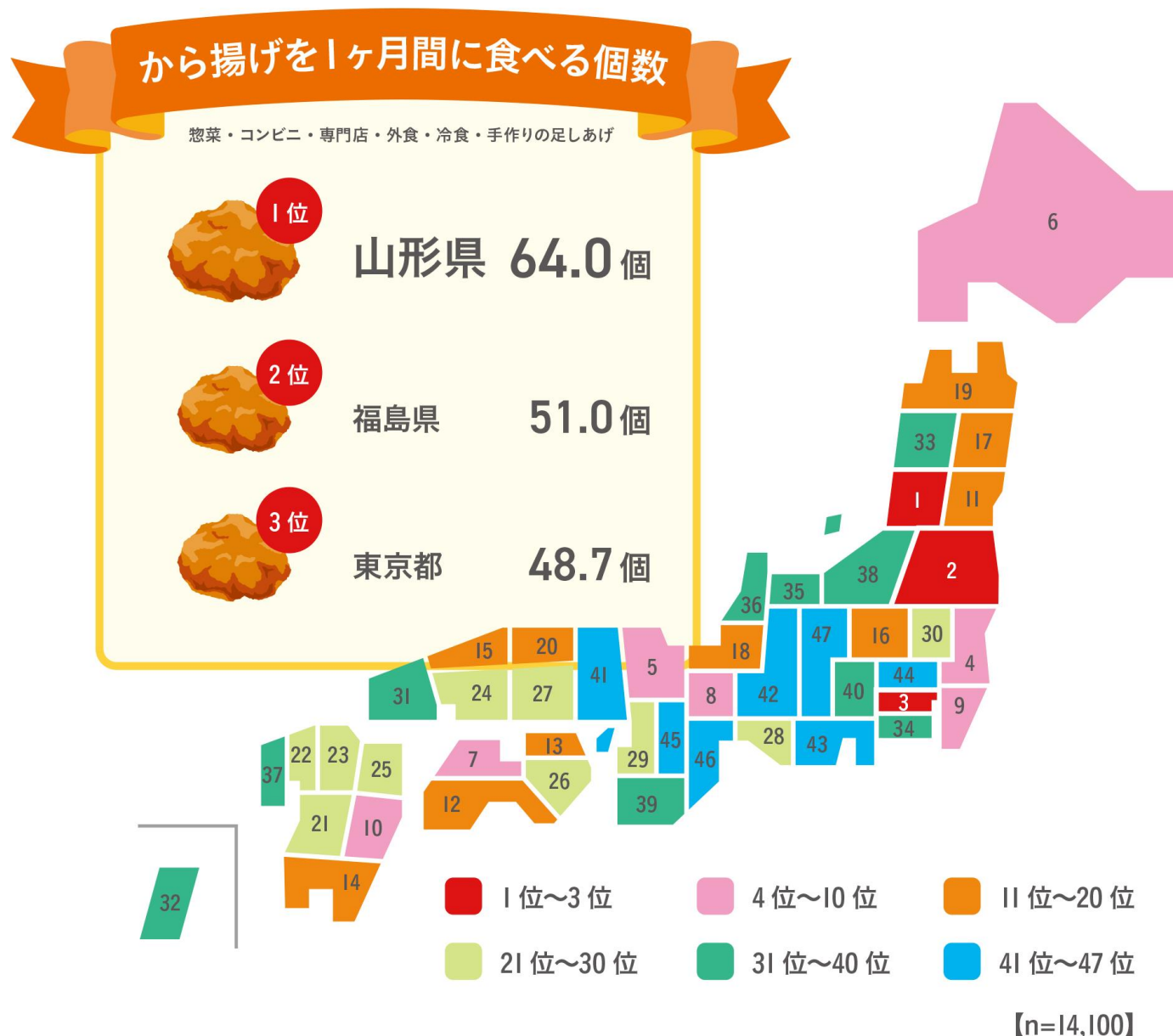
## - 全国から揚げ調査2022 -

**から揚げ1ヶ月間平均喫食個数\*<sup>1</sup>ランキング、第1位の都道府県は「山形県（64.0個）」！**

**山形県は調査史上初の「完全1位」達成！喫食率\*<sup>2</sup>第1位は「宮崎県」。**

\*<sup>1</sup> 聴取したから揚げ喫食頻度に1回で食べる個数を掛け合わせて1ヶ月間平均喫食個数を算出。

\*<sup>2</sup> から揚げを1ヶ月に1回以上食べている人の割合



から揚げを1ヶ月間に食べる平均喫食個数（一人当たり）を推計\*<sup>1</sup>すると、**今年最も多かったのは「山形県（64.0 個）」**。山形県は、「惣菜」「コンビニ」「専門店」「外食店」「冷凍食品」「手作り」の**全ルートで喫食個数推計値が1位**となり、**調査史上初の「完全1位」**を達成した。

喫食個数の推計は2位が「福島県（51.0 個）」、3位が「東京都（48.7 個）」の順。一方、**最も少なかったのは「長野県（24.9 個）」**という結果になった。

また、から揚げを1ヶ月に1回以上食べている人の割合（喫食率）を都道府県別に調べたところ、**最も高い割合だったのは「宮崎県（81.7%）」**、次いで「愛媛県（77.7%）」となった。3位は同率（77.0%）で「京都府」「徳島県」「福岡県」であった。

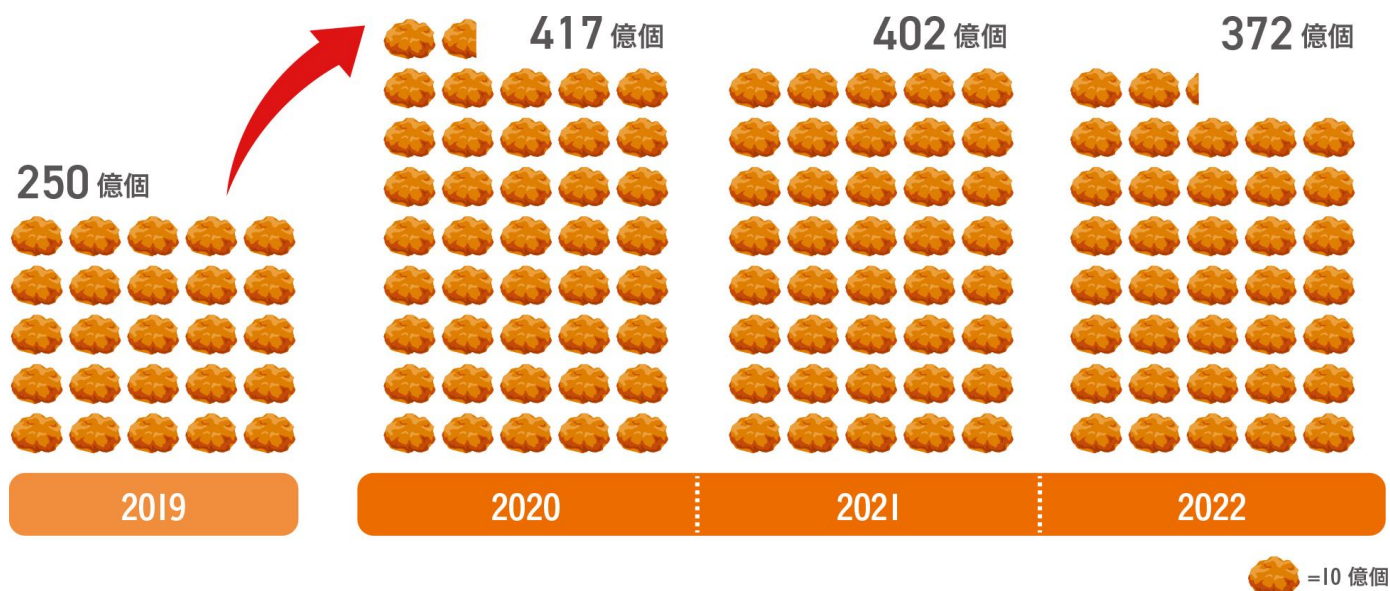
## - 全国から揚げ調査2022 -

から揚げの年間総消費量は約370億個!?(推計値<sup>\*3</sup>)

巣ごもり需要による急伸は一服の感も、コロナ禍前と比較した消費量は約150%に！

<sup>\*3</sup> 聴取したから揚げ喫食頻度に1回で食べる平均個数を掛け合わせて1年間の消費個数を算出。

最終的に、20～79歳の日本人総数 89,206,073人（令和2年度国勢調査）とした場合の喫食個数を推計。



全国のから揚げ消費個数を推計で算出したところ、**2022年の年間消費量は約370億個以上**となる見込みで、**コロナ禍前の2019年調査と比較すると、年間総消費量の推計は約150%**となることが分かった。巣ごもり消費によるから揚げの年間総消費量の急伸は一服した感はあるが、高止まりは継続している。

1ヶ月以内のから揚げ喫食率をルート別でみると、「惣菜」が43.5%と最も多く、次いで「手作り（40.2%）」「冷凍食品（27.7%）」「コンビニ（21.4%）」「外食（18.0%）」「鶏のから揚げ専門店（17.8%）」となった。簡便調理で食卓のメインおかずにも使える「冷凍食品」や、コロナ禍で利用者の増えた「惣菜」「鶏のから揚げ専門店」が健闘した。



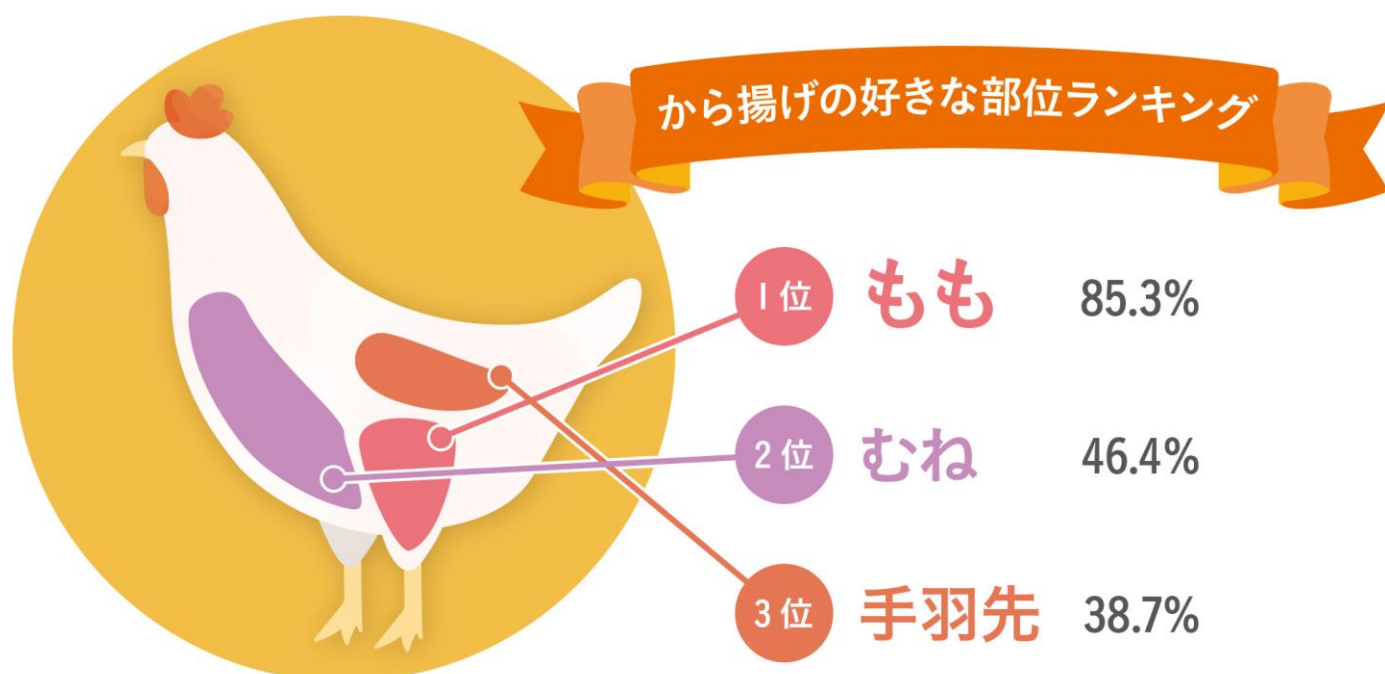
## - 全国から揚げ調査2022 -

から揚げで好きな部位<sup>\*4</sup>は4年連続で「もも」「むね」「手羽先」の順。

「かりっとジューシー」なから揚げが好まれる傾向が続く。

「もも」は女性の支持、「むね」は男性の支持が多め。

衣は「かりっと」、肉感は「ジューシー」なから揚げを好む傾向がみられた。 <sup>\*4</sup> から揚げを食べている人ベース



から揚げの好きな部位をみると、4年連続で「もも（85.3%）」「むね（46.4%）」「手羽先（37.8%）」の順。

「もも」は比較的女性の支持が多く、「むね」は比較男性の支持が多かった。「手羽先」は、女性は年代による支持の違いはあまり見られなかったが、男性では70代の好意者が最も多く、20代は最も少ないという「対照的」な結果となった。

最も食べたいと思うから揚げの「衣」と「肉感」を聞いたところ、衣は「かりっと（47.0%）」「さくっと（36.9%）」、肉感は「ジューシー（48.7%）」「じゅわっと（38.6%）」を好む傾向がみられ、この傾向は2年連続であった。属性でみると、「かりっと」した衣は女性層、「さくっと」した衣は男性層での支持が目立った。また、「ジューシー」な肉感は女性若年層と60代以上の男性層を除いた幅広い支持を集め、女性若年層と60代以上の男性層は「じゅわっと」した肉感を支持している人が多めであった。

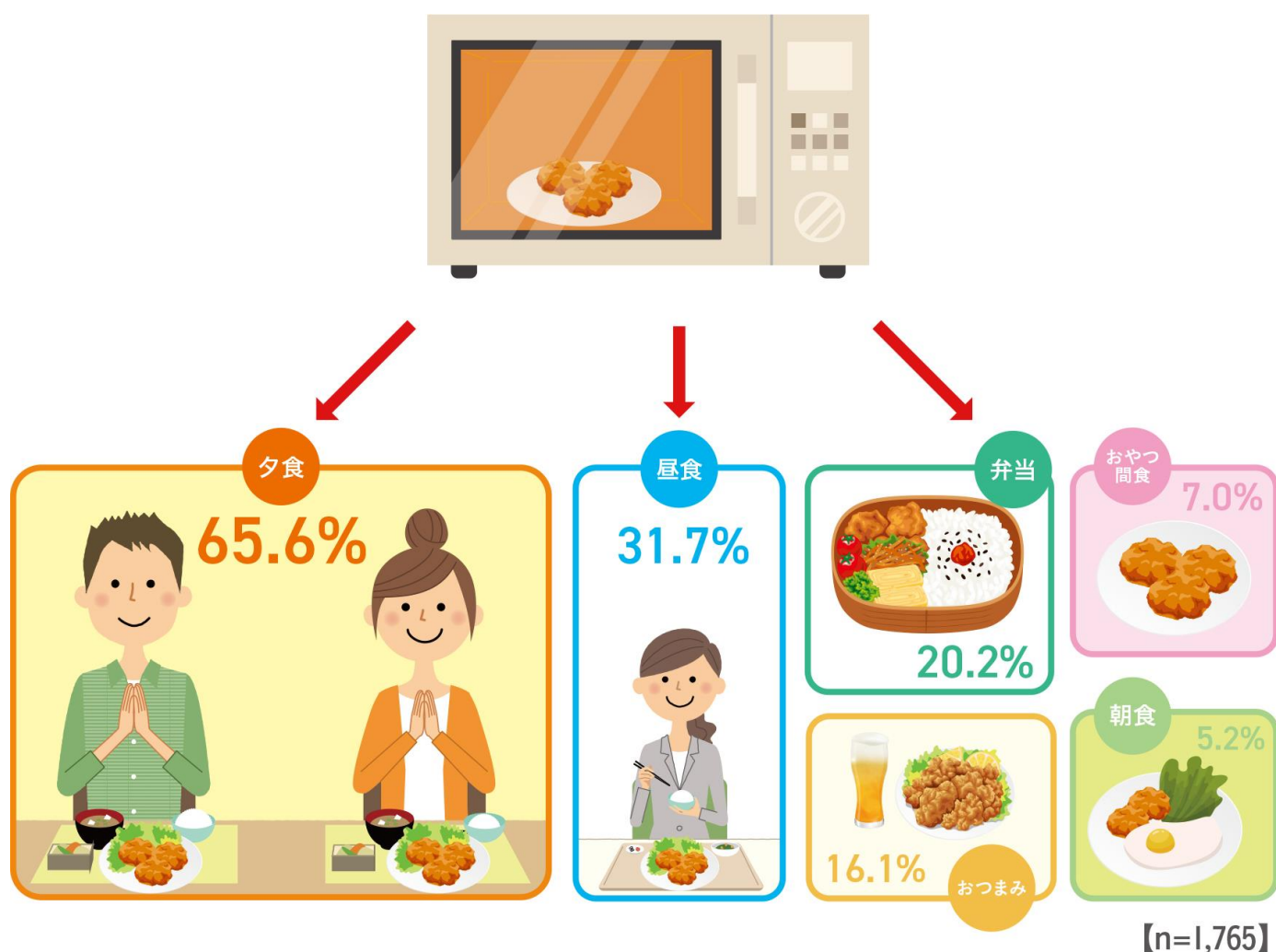
## - 全国から揚げ調査2022 -

**冷凍食品のから揚げの月1回以上喫食率<sup>\*5</sup>は3割弱。食卓での存在感がアップ！**

冷凍食品のから揚げは男女共に20～40代で食べている人が多く、

都道府県で見ると「富山県」「福島県」「山形県」で月に1回以上食べている人が比較的多かった。

<sup>\*5</sup> 冷凍食品のから揚げを1ヶ月に1回以上食べている人の割合



冷凍食品のから揚げを月に1回以上食べている割合をみると、「富山県（36.7%）」「福島県（33.3%）」「山形県（32.7%）」の順であった。1回に食べる個数と冷凍食品のから揚げ喫食頻度から1ヶ月の平均喫食個数（一人当たり）を推計<sup>\*1</sup>すると、「山形県（平均9.76個/月）」が最も多く、次いで「福島県（平均9.50個/月）」「茨城県（平均8.39個/月）」と続いた。

冷凍食品のから揚げは他のから揚げと同様に「夕食（65.6%）」での利用が多く、次いで「昼食（31.7%）」が多い結果に。特に「昼食」での利用は昨年比+3.5ptと伸長しており、食卓での存在感が増している実態がうかがえた。

【調査概要】

調査期間：2022年8月19日～29日

調査対象：全国の20～79歳の男女（14,100名）

調査方法：インターネットによるアンケート調査

※小数点以下を四捨五入しているため、また、複数回答の結果を参照している場合があるため、合計しても100%にならない場合があります。

※調査結果をご利用いただく際は必ず「ニチレイフーズ調べ」と明記ください。

### ＜から揚げ強化月間とは＞

2018年より、日本唐揚協会では毎年10月を「から揚げ強化月間」とし、全国のから揚げ専門店やカラアゲニスト、賛同企業・団体と共に、から揚げのさらなる普及、消費拡大に向けた取り組みを行っています。10月は行楽シーズンを始め、から揚げのお弁当利用が最も高い月であること（※）、また「10」の語呂合わせ（じゅわっと、ジューシー）、干支の10番目が「酉」であるなど、から揚げと相性が良い月であることが理由です。

※「食MAP」におけるから揚げ（お弁当おかず）のTI値No.1（2018年、ニチレイフーズ調べ）

食MAP及びTI値は株式会社ライフスコープマーケティングの登録商標。（TI値…Table Indexの略。1000食卓当たりのメニューの出現数）

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料、詳細なデータをご希望の方は下記までご連絡ください■

株式会社ニチレイフーズ マーケティング部 広報グループ 担当：大竹・笹嶺・原山

E-mail: N1010X088@nichirei.co.jp