「生しいたけ」の購買データ分析に基づく家庭料理での用途

主事研究員　土居拓務

1　生しいたけの家庭での利用実態の分析

生しいたけは、バター焼きやチーズ焼きといった料理のほか、煮物、汁物、炊き込みご飯など、多様な料理に活用できる食材とされる。しかし、香り成分であるレンチオニンの独特な風味や食感が、特に子どもに敬遠されることが多い。実際に、カゴメ株式会社の調査では、「嫌いな野菜」ランキングで2011年に２位、18年に３位に選ばれている。また、野呂食品株式会社(2023)の調査では、高校生の半数以上が「しいたけを嫌い」と回答している。しいたけ嫌いは成長とともに克服される傾向にあるものの、幼少期にどのような調理法で食べさせるかが重要であることが指摘されている。

このように、汎用性が高いとされる生しいたけであるが、家庭でのメニュー活用の実態に関する検証は乏しい。そこで、以下では、スーパーの購買履歴を分析し、生しいたけと同時に購入される食材の組合せを明らかにすることで、家庭におけるメニュー活用の実態について分析する。

2　鍋や煮物以外の料理にも広く利用

分析対象となるのは、2021年１月から24年10月までの約46か月間、計約347万件の全国のスーパーでの購買履歴で、分析に当たっては、アソシエーション分析を実施した。同分析は、大量のデータから商品間の関連性を見出す手法である(注)。

分析の結果、第１表に示すように、生しいたけと同時に購入されている食材(支持度)、生しいたけと一緒に購入される確率の高い食材(信頼度)ともに、豆腐、納豆、牛乳、野菜類が上位を占めた。

また、リフト値とは、生しいたけとある食

第1表　生しいたけの支持度・信頼度・リフト値の上位５品目

支持度(Support)		信頼度(Confidence)		リフト値(Lift)	
品目	値	品目	値	品目	値
豆腐	0.0029	豆腐	0.0106	白菜	0.3347
牛乳	0.0024	牛乳	0.0089	えのき	0.3241
野菜類	0.0023	野菜類	0.0085	ごぼう	0.3233
納豆	0.0022	納豆	0.0082	れんこん	0.3199
調理パン	0.0022	調理パン	0.0080	まいたけ	0.3064

資料　(株)リサーチ・アンド・イノベーション提供
(注)　本分析のサンプル数(n)は延べ2,318,533の購買履歴であり、購入者数236,339名の消費データに基づいている。

農林中金総合研究所
https://www.nochuri.co.jp/

材が一緒に購入される確率が、偶然にその食材が購入される確率と比較してどれだけ高いかを示す指標である。リフト値が1.0以上であれば偶然とは言えない関連があり、1.0未満であれば偶然と言える。

第１表にリフト値の上位５品目を掲載したが、いずれも1.0未満であり、「生しいたけを購入したから」という理由で購入するような食材は特に存在しない様子がうかがわれる。

これは、生しいたけが、幅広い料理に使用されており、消費者は特定の活用用途を持たずに購入していることを示唆している。

3　子どもが喜ぶレシピの提案

以上から、生しいたけは、実際に汎用性の高い食材の一つであるという検証結果になった。しかし、以前から今ほど多様な用途に使用されていたかと思うと疑問が残る。

例えば、kufura（2019）では、しいたけを活用した様々なレシピを紹介しており、その一つに「しいたけの肉詰め」を載せている。この「しいたけの肉詰め」は子どもに特に人気があり、しいたけが苦手な子も進んで食べるメニューだという。

現在は多様な料理に活用されている生しいたけも、「どうにかして子どもにしいたけを食べさせたい」と、家庭料理において様々なレシピが考案されてきた成果ではないだろうか。

これらから考察すると、しいたけの消費拡大を促すにあたっては、子どもが喜んで食べられるレシピの提案に注力することが重要と考えられる。事実、生しいたけは、成長期の子どもに必要な栄養を豊富に含んでおり、子どもに美味しく食べさせたい食材の一つである。

生産者、消費者、そして教育機関が協力し、子どもたちが生しいたけを好きになり、健康な食生活を送れるような取組みを進めていくことが求められる。

（注）アソシエーション分析の指標として、支持度（Support）、信頼度（Confidence）、リフト値（Lift）を採用した。
【支持度（Support）】生しいたけと他の食材が同時に購入される割合を示す。
Support(X,Y)＝XとYを同時に含む取引数/全取引数
【信頼度（Confidence）】生しいたけが購入されたとき、ある食材も一緒に購入される確率を示す。
Confidence(X→Y)＝(Support(X,Y))/(Support(X))
【リフト値（Lift）】生しいたけが購入された際に、特定の食材が同時に購入される確率の上昇度を示す。
Lift(X→Y)＝(Support(X,Y))/(Support(X)×Support(Y))＝((Confidence(X→Y))/Support(Y))

＜参考文献＞

・カゴメ株式会社（2011）「子どもの野菜の好き嫌いに関する調査報告書」
・カゴメ株式会社（2018）「第２回カゴメ野菜定点調査」
・野呂食品株式会社（2023）「講演会参加者の90％がまた食べたいと回答！しいたけ嫌いを克服する「原木椎茸」に関する調査結果」
・kufura（2019）「しいたけを子どもがパクパク！主婦365人に聞いた「しいたけ料理」テクニック」

（どい　たくむ）