

たまご知識普及会議

<<今までの活動報告>>

● 業界の垣根を越えた新しい取組み

たまご知識普及会議（元・鶏卵知識普及会議）が発足したのは、今から3年前2018年。（一社）日本養鶏協会・国産鶏卵に関する普及啓発問題検討委員会と、（一社）日本卵業協会、JA全農たまご株式会社、キューピーたまご株式会社の代表が集まり、（一社）日本卵業協会が事務局を担当することになった。発足当初、最も課題視していたのは、コレステロールの摂りすぎを心配してたまごを敬遠する生活者が非常に多いことだった。「たまごとコレステロールの関係の正しい知識」を啓発することにより、たまごを食べる機会を過剰に減らそうとする意識を変えることを、最初のミッションに掲げ、当会議はその歩みを始めた

「ポジティブ情報の開発」への方針転換

具体的な取組みを検討していく中で、ひとつの重要なキーワードに出会うことになる。それは「LOVE over HATE」という考え方。ネガティブな意識（HATE：嫌悪）を変えるために、その是正のみに注力してしまうと、さらなる「嫌悪(HATE)」の増幅を招いてしまう。嫌悪(HATE)を打ち消すのではなく、むしろ「好意 (LOVE)」を抱くようなポジティブな情報をより多く伝播させることで、やがて「嫌悪 (HATE)」の意識は薄らいでいく。これが「LOVE over HATE」をテーマとした戦略 PR というコミュニケーション手法だ。手抜きメニューの象徴とも言われたシリアルを「第三の朝食」として巨大市場に成長させたカルビーの取り組み、鶏肉偽装問題の煽りを受けて業急激に落ち込んだ業績をV字回復させたマクドナルドの挑戦。いずれも、この「LOVE over HATE」の情報伝播の考え方を採用していたと考えられる。たまご知識普及会議は、「たまごとコレステロールの関係の正しい知識」の啓発を一旦保留し、多くの生活者から好意を抱かれるポジティブ情報開発へと舵を切った。

=====

生活者調査から光を見出す

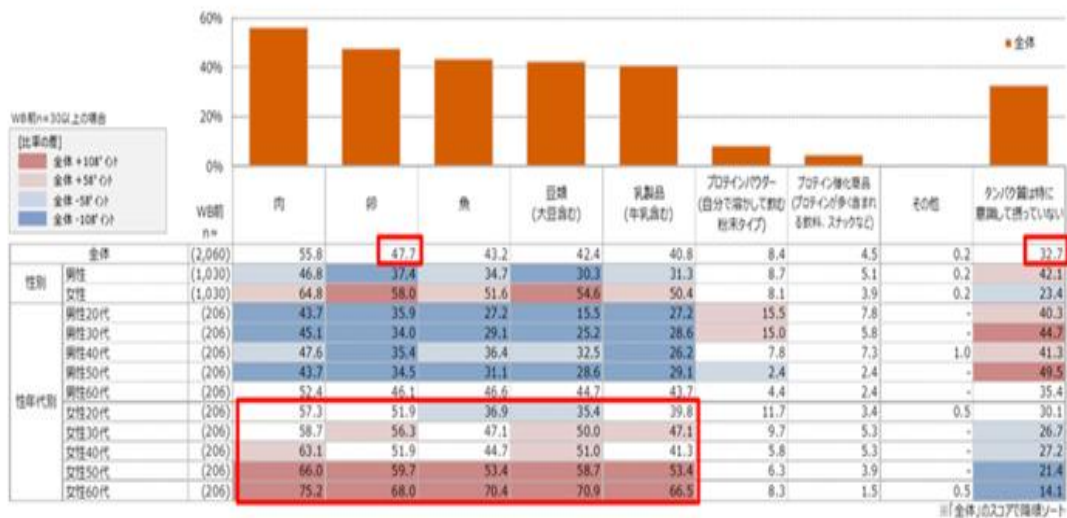
=====

ポジティブ情報開発の具体例が「たまご白書 2020」や「史上最大のたまご調査」だ。その詳細を見ていきたい。いずれも、たまごの需要を喚起するという点で、優れた情報と言えるだろう

① 「たまご白書 2020」

2020年11月5日にキュービー株式会社が発表した「たまご白書 2020」※では、家庭内需要における卵購入個数が、前年より増加していることが明らかになった。その理由は2つ。まず、「タンパク質の摂取」を目的としていること。そして、「健康意識の高まりから、良質なたんぱく質の摂取として卵を選ぶ傾向が高くなっている」ことである。新型コロナウイルス感染症拡大の前後比較では、卵料理を食べる・作る頻度が増えた人は、頻度が減った人に比べて、「家で料理をすることが増えた」「食品を購入する頻度が増えた」「健康を維持したい気持ちが強まった」と回答する割合が高い傾向が明らかになっている。

※キュービー株式会社 キュービータマゴ株式会社「たまご白書 2020」



資料1 タンパク質を摂るために食べている食材・食品(複数回答可) (単位:%)

② 「史上最大規模の卵調査」を実現

コロナ禍で卵の家庭内消費が増えるなか、たまご知識普及会議では、「史上最大のたまご調査」を実施した。卵パックに封入しているインパックラベルを活用してアンケートを回収し、同じ内容を生産や販売などに携わるたまご業界関係者に対しても実施した。結果、30万件を超える生活者の声と、1000件を超える業界関係者の声が集まり、文字通り、「史上最大のたまご調査※」が実現した。

※たまご知識普及会議調べ

●年齢が上がると「ビタミン」を意識する傾向に

年代による傾向を見ると、年代が高くなるにつれて、たまごを食べる時に最も意識する栄養素が「たんぱく質」に次いで「ビタミン」の割合が高くなる傾向が見られた。年代により、たまごへ

の期待に違いが見られるのが面白い。

●TNG(卵のせごはん)が台頭の兆し

好きな卵料理について、2017年の「たまご白書」調査開始以来、不動の人気第1位は「目玉焼き」です。そんな人気の卵料理である目玉焼きに関して、「やってみたい目玉焼きのTNG(卵のせごはん)について」尋ねたところ(複数回答可)では、10代を除いて、女性が今後食べてみたい目玉焼き料理は「ごはんに目玉焼きをのせる料理」と回答。卵かけごはんに代わるごはんメニューとして、「目玉焼き」が台頭する兆しが見える。一方、男性は、「ごはん」「パン」「おかず」で回答が分かれた。女性はメイン感覚として、男性はトッピング感覚なのかもしれない。

〈男性〉 (一般消費者向け実態調査)

栄養素	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上							
たんぱく質	36,545	88%	1,055	91%	3,675	92%	5,550	90%	8,120	87%	8,829	86%	9,316	90%
炭水化物	2,269	5%	131	11%	280	7%	388	6%	525	6%	466	5%	479	5%
脂質	2,335	6%	97	8%	274	7%	370	6%	444	5%	462	5%	688	7%
ビタミン	13,430	33%	242	21%	900	23%	1,752	28%	2,822	30%	3,523	34%	4,191	40%
ミネラル	8,194	20%	150	13%	424	11%	886	14%	1,663	18%	2,340	23%	2,731	26%
その他	895	2%	41	4%	58	1%	145	2%	258	3%	216	2%	177	2%

〈女性〉

栄養素	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上							
たんぱく質	209,999	92%	2,593	92%	17,994	94%	44,829	93%	68,364	91%	50,768	92%	25,451	93%
炭水化物	7,621	3%	224	8%	1,035	5%	1,944	4%	2,231	3%	1,370	2%	817	3%
脂質	7,692	3%	188	7%	861	4%	1,581	3%	1,987	3%	1,767	3%	1,308	5%
ビタミン	65,958	29%	539	19%	4,206	22%	13,335	28%	21,507	29%	16,558	30%	9,813	36%
ミネラル	35,326	16%	284	10%	1,866	10%	6,125	13%	11,344	15%	9,765	18%	5,922	22%
その他	4,591	2%	45	2%	323	2%	1,014	2%	1,691	2%	1,048	2%	470	2%

〈男性〉

やってみたい目玉焼き料理	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上							
「麺」にのせる	17,257	42%	527	46%	1,489	42%	2,673	43%	3,696	39%	4,226	41%	4,446	43%
「パン」にのせる	20,767	50%	562	49%	1,788	45%	2,940	48%	4,678	50%	5,143	50%	5,656	54%
「ごはん」にのせる	19,933	48%	490	42%	2,003	50%	3,127	51%	4,521	48%	4,985	49%	4,807	46%
「サラダ」にのせる	11,284	27%	329	28%	1,069	27%	1,679	27%	2,515	27%	2,754	27%	2,938	28%
「おかず」にのせる	19,791	48%	548	47%	1,821	46%	2,824	46%	4,579	49%	5,266	51%	4,753	46%
「スープ」にのせる	7,425	18%	242	21%	766	19%	1,144	19%	1,623	17%	1,797	18%	1,853	18%

〈女性〉

やってみたい目玉焼き料理	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上							
「麺」にのせる	76,522	34%	1,088	39%	6,712	35%	16,580	34%	23,915	32%	18,231	33%	9,996	37%
「パン」にのせる	114,487	50%	1,532	54%	9,413	49%	24,669	51%	36,888	49%	27,405	49%	14,580	53%
「ごはん」にのせる	130,905	58%	1,355	48%	10,816	56%	28,691	60%	43,080	58%	32,188	58%	14,775	54%
「サラダ」にのせる	92,147	40%	1,041	37%	7,104	37%	18,794	39%	29,969	40%	23,636	43%	11,603	42%
「おかず」にのせる	122,478	54%	1,407	50%	10,085	53%	26,365	55%	40,284	54%	30,331	55%	14,206	52%
「スープ」にのせる	49,617	22%	719	26%	4,409	23%	10,842	23%	15,696	21%	12,042	22%	5,909	22%

メディアが欲する情報開発

価値ある情報を軸に、メディアを通じてたまごの魅力を発信する

たまごに関する情報に対する「ニーズの二極化」

開発した情報をメディアに提供し、生活者にメッセージを訴求するのが PR 活動である。メデ

ィアに向けてたまごの魅力を発信していくなかで、求められる情報が「二極化」していることが明らかになってきた。一方は、「たまごの最新トレンドや流行」を紹介するための「時節・社会即した情報」。もう一方は、たまご業界の人間なら当然だと知っている「卵の常識に関する情報」である。そして、興味深いことに、後者に対するメディア需要が高かったのである。ここでは、実際にメディアへ提案した切り口と掲載実績を紹介しよう。

<1> コンビニの”たまごサンド”に新潮流

コンビニ大手のローソンは卵を主役とした商品を発売したほか、各社が卵好きが喜ぶ商品ラインナップを揃える。また、渋谷の新名所「ミヤシタパーク(MIYASHITA PARK)」では卵料理専門店が2店舗同時オープンするなど、「新しいたまごの楽しみ方」に注目が集まる。

<2> プロが教える「究極の目玉焼き」の作り方

変わらぬ人気を誇る卵料理である「目玉焼き」。その作り方のポイントを JA 全農たまご株式会社で管理栄養士・三ツ星タマゴソムリエの中西さんにお聞きした。

●美味しい目玉焼きを作るポイント

- ① 卵は一度常温に戻す
- ② 卵は低い位置からお皿に割る
- ③ 5秒間濡れ布巾の上でキープ

●究極の目玉焼き

- ① フライパンに油をひき、中火で1分加熱する(温かさを感じる程度)
- ② お皿にたまごをやさしく低い位置から割る
- ③ たまごをやさしくフライパンに投入する
- ④ 熱したフライパンに卵を優しく移し、濡れ布巾の上で5秒間キープする
- ⑤ 弱火で4分加熱
- ⑥ 完成



2020年-2021年 メディア掲載実績			
掲載日	媒体社名	媒体名	内容
11月11日(木)	日本テレビ	バゲット	意外と知らない卵の常識
11月10日(水)	徳間書店	アサジョ	コロナ禍で卵料理が増えた！？一番人気のメニューはコレ！
11月11日(木)	小学館	DIME	目からウロコ！卵ソムリエが教えてくれた美味しい目玉焼きのつくりかた
12月17日(木)	インタースペース	saita	フライパンに直接卵を割り入れるのはNGだった！？ 今よりも断然おいしい”究極の目玉焼き”を作る3つのポイント
1月3日(日)	徳間書店	アサジョ	ひと工夫で絶品に！プロ直伝「目玉焼き」の作り方
1月9日(土)	小学館	Oggi.jp	卵ソムリエが伝授！究極の【目玉焼き】を作るコツは…アレ！

<<今後の活動予定>>

業界史上最大のアンケートから抽出された「タンパク質」+「目玉焼き」というキーワードをもとに、鶏卵業界がひとつとなって情報を共有し、盛り上がる活動を推進していきます。

- 目玉焼きにスポットを当てたメディアプロモート実施
- 目玉焼きのせごはん（TNG）をアピール
 - ・TKGvsTNG（日本たまごかけごはん研究所とコラボ予定）
 - ・ご当地 TNG（鶏卵業界関係者の方々と一緒に取り組み予定）
- たまごに関するポータルサイト制作
- 当会活動をお知らせするためのメーリングリストの作成・配信（次ページ参照）
等



<<終わりに>>

たまご知識普及会議の展望「目指すのは団結」

● 委員長 彦坂 誠

我々、たまご知識普及会議は、これまで鶏卵の正しい知識普及活動を推進してきました。一方的な情報発信ではなく、インパクトラベルを活用した大規模な消費者調査や、PR 活動を通じた第三者視点での気づきを受け、我々も気づいていない「たまごの新常識」が潜んでいるということに改めて感じる機会が多くありました。「業界の当たり前」が世の中に伝わっていないという事実は、一層の努力を決意させるものであるとともに、未知なる可能性に溢れていることも意味しているとも言えるでしょう。このような大きな取り組みを推進することができるのは、参画する企業が手を取り合って協力しているからに他なりません。我々の活動が、将来のたまごの消費量を増やすことへ少しでもつながっていれば本望です。将来的には、たまご知識普及会議の枠を超え、業界全体でさらなる団結を実現し、「たまごの新しい魅力」や「知られていないたまごの情報」を世の中に届けていきたいと考えています。

(ご登録のおねがい)

たまご知識普及会議では、今後より多くの業界関係者へ、当会の活動を広く知ってもらい、この活動にご賛同及びご協力してもらうために、2つの情報発信の取り組みを2021年9月から始めていきます。

周知のためにご協力をよろしくお願い申し上げます。

■ メールマガジン配信

メールアドレスを登録した方々へ、当会の活動内容の紹介や事業活動に役立つ情報をお届けする「たま会通信」を開始します。

登録フォーム：<https://forms.gle/pBh9xFp9jHqFQzZbA>



■ フェイスブック「たまご知識普及会議」

たまごの正しい知識を普及するための情報発信や、PR活動を通じた気づき、業界全体のトピックスなどについて、“たまごの情報プラットフォーム”として皆様のお役に立てるよう、さまざまな情報をお届けしてまいります。

URL：<https://www.facebook.com/tamago.chishiki>

