



5月9日は「アイスクリームの日」 アイスクリーム白書2007

みんなアイスクリームが大好き! だから知って欲しい「アイスクリームの本当の姿」 —アイスクリームの科学—

今回の調査で見えてきたのは、健康ブームの中、好きなアイスクリームとの付き合い方を工夫している人たちの姿です。

アイスクリームは、世代、性別を問わず、おいしいひと時にほっと息をつく身近な存在、言わば生活のリズムを保つ句読点のような存在でした。だから、健康を意識したところで止めるわけにはいかない。ただ、量は控えた方がいいはずだから、一度に多くは食べない。その代わりに、おいしいものをちょっとずつ。今まで通りのリズムで食べる……。そんな、アイスクリームとのおいしい付き合いを上手に進化させている生活者の姿には、アイスクリームから得られるささやかな幸せを大切にする気持ちがほんのりと伝わってきます。

1.調査設計	2P
2.調査結果の要約	3P
3.調査①結果(意識調査)	
◆やっぱりアイスクリームは、キング・オブ・デザート	5P
◆バニラは不動の人気ナンバー1のフレーバー	6P
◆アイスクリームの購入はスーパーで	6P
4.調査②結果(健康意識とアイスクリーム)	
◆アイスクリーム購入(選択)時に健康や美容を意識しているのは、約3割	8P
◆メタボリックシンドロームは、約8割の人が認知	9P
◆アイスクリームは、みんな“おいしさ”が一番	10P
◆アイスクリームは、“気軽に甘いものを食べられる”ところが人気	11P
◆健康意識については、アイスクリームを食べる量や、カロリーに気をつける	12P
◆健康を意識している層ほど、アイスクリームをよく食べている	13P
◆健康を意識する人でも、おいしさの誘惑には勝てない	14P
5.アイスクリームの科学	
◆アイスクリームと健康に関連する誤解の存在	16P
◆アイスクリームを取り巻く疑問や不思議	17P
6.日本アイスクリーム協会概要	18P

社団法人日本アイスクリーム協会では、1997年より幅広い生活者を対象に、アイスクリームに関する意識調査を実施し、調査結果を「アイスクリーム白書」としてまとめ、毎年発表しております。本年は、アイスクリームを最近1年以内に購入して食べた人を対象に、どのような気持ちでどんなと気にアイスクリームを食べているのか、日常のアイスクリームの楽しみ方に関する意識や実態を調査しました。

合わせて、特に今年は「健康意識」に着目。高まる健康ブームの中、生活者の方々の健康への意識を把握すると同時に、アイスクリームとの関係値も探ってみました。

<調査①>

■調査項目(意識調査)

- ・アイスクリームの食用状況・変化
- ・アイスクリームのフレーバー嗜好

■調査方法

- ・調査地域 首都圏
- ・調査対象者 高校生～59歳までの生活者で、市販のアイスクリームを最近1年以内に購入し、食べた人
男性:180人／女性:180人

■調査方法 インターネット調査

※調査期間 2007年2月14日(水)～2月20日(火)

<調査②>

◆調査項目(健康意識とアイスクリーム調査)

- ・暮らしの中の健康意識
- ・アイスクリームの購入・摂食時における健康意識
- *健康意識に関しては、「アイスクリームを購入(選択時)に健康や美容を気にするか」という設問の回答により、「健康意識層」「健康意識層以外」に分け、それぞれに対する質問も実施

・「アイスクリームを購入(選択時)に健康や美容を気にするか」という設問に対し、「とても気にする」「少し気にする」を選択した人を『健康意識層』、「あまり気にしない」「気にしない」「考えたこともない」を『健康意識層以外の層(そうでない層)』としました。

◆調査方法

- ・調査地域 全国
- ・調査対象者 20代～50代の生活者で、市販のアイスクリームを最近1年以内に購入し、食べた人
男性:200人／女性:200人

◆調査方法 インターネット調査

※調査期間 2007年2月16日(金)～2月22日(木)

※99年、04年調査データは参考比較
(99年、04年は対象者が小学生以上
&20代以上は既婚者のみ等であるため)

<調査①意識調査>

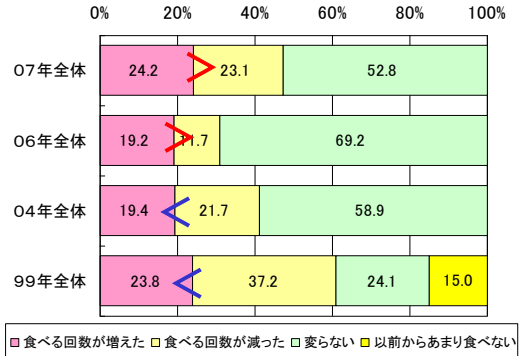
07年も「好きなデザート」のNO. 1はアイスクリーム ⇒詳細5P

07年もアイスクリームの摂食頻度が増えた人が増加

- ・07年は、06年に続き「増えた」という人が「減った」という人を上回っています。
- ・その理由としては、「おいしいアイスが増えた」「種類が豊富になった」という回答が多く、メーカー各社の努力が、アイスクリームファンを増やすという好結果を生み出していると言えます。

⇒詳細5P

(Q: 以前(ここ1~2年)と比べて、最近のアイスクリームを食べる頻度の変化を教えてください。(SA))



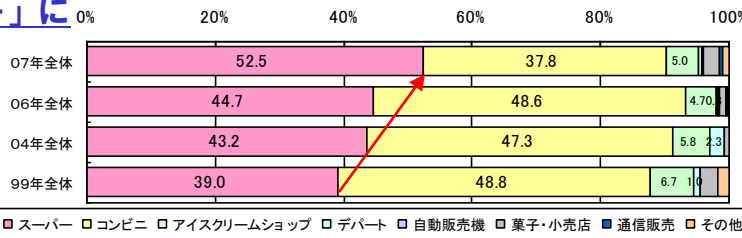
継続して「バニラ」は人気No. 1フレーバー ⇒詳細6P

アイスクリームの購入先の1位が「スーパー」に

- ・07年には「コンビニ」から逆転。「スーパー」が購入場所の1位になりました。深夜営業のスーパーも増え、購入しやすくなっていることが影響しているのではないかと思います。

⇒詳細6P

(Q: 主にアイスクリームを購入される店を教えてください。(SA))



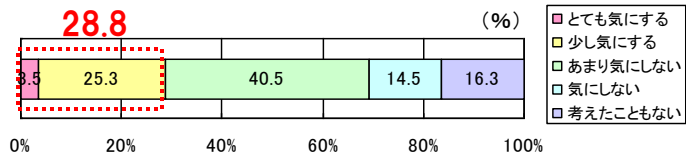
<調査②健康意識とアイスクリーム調査>

アイスクリーム購入（選択）時に健康や美容を気にしているのは、約3割

- ・健康や美容を「とても気にする」人は性別では女性。年代別では、年齢が上になるほど増加します。
- ・男性は、30・50代において、割合が高くなっています。

⇒詳細8P

(Q: アイスクリームを購入(選択)する時に、健康や美容を気にしますか。(SA))

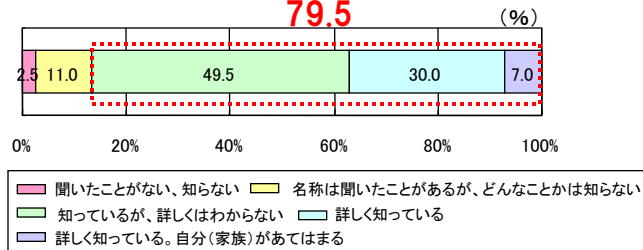


メタボリックシンドロームは、約8割の人が認知

- ・詳しく知っている層は、男性では30~50代に多く、メタボリックシンドロームの予備軍として、気になっているようです。
- ・一方、女性は、世代に関係なく3割程度の方が「よく知っている」としています。旬の話題、健康に関連する話題として意識しているのでしょう。

⇒詳細9P

(Q: メタボリックシンドロームに関して教えてください。(SA))



アイスクリームは、みんな“おいしさ”が一番

(Q: アイスクリームを選ぶ時に大切だと思うことを教えてください。(MA))

- ・健康意識の高い層も、アイスクリームを選ぶポイントは「おいしさ」。

⇒詳細10P

★健康意識層への設問

アイスクリームの、“気軽に甘いものが食べられる”ところが人気

- ・「アイスクリーム好きなどころ」では、甘さだけではなく、リフレッシュができる点も好きな理由にあげられています。
- ・不満点では、「カロリー」面と、溶けるといった「物性」面への回答が多くなっています。

(Q:あなたのアイスクリームの「ここが好きだ」ということを教えてください。(順位))

＜好きなどころ＞	
1位	甘いものが食べたい時にいい
2位	気軽に食べられる
3位	1年中食べられる
4位	リフレッシュできる
5位	手軽な食品

*1位から3位をポイント加算した総合順位

(Q:アイスクリームに対して不満に思っていることはどんなことですか。(順位))

＜不満などころ＞	
1位	カロリーが高そう
2位	持ち運びに不便(溶ける)
3位	太りそう
4位	欲しい銘柄が売っていなかったりする
5位	健康志向のものは価格が高い

*1位から3位をポイント加算した総合順位

⇒詳細11P

健康については、食べる量やカロリーに気をつける

- ・健康意識層が、アイスクリームの購買と食用時に注意していることの中核は、摂取のし過ぎ。カロリーや乳脂肪が少ないものを購入するように多少は心がけつつ、「一度に大量に食べないようにする」、「食べる回数を減らす」といった努力をしています。

(Q:アイスクリームの購入時、食用時に健康関連で気にしていること。(MA))

1位	一度に多量に食べない
2位	食べる回数を制限している
3位	就寝前には食べない
4位	大量に買い込まない
5位	カロリーや乳脂肪が少ないものを選ぶ
5位	甘さ控えめのタイプを選ぶ

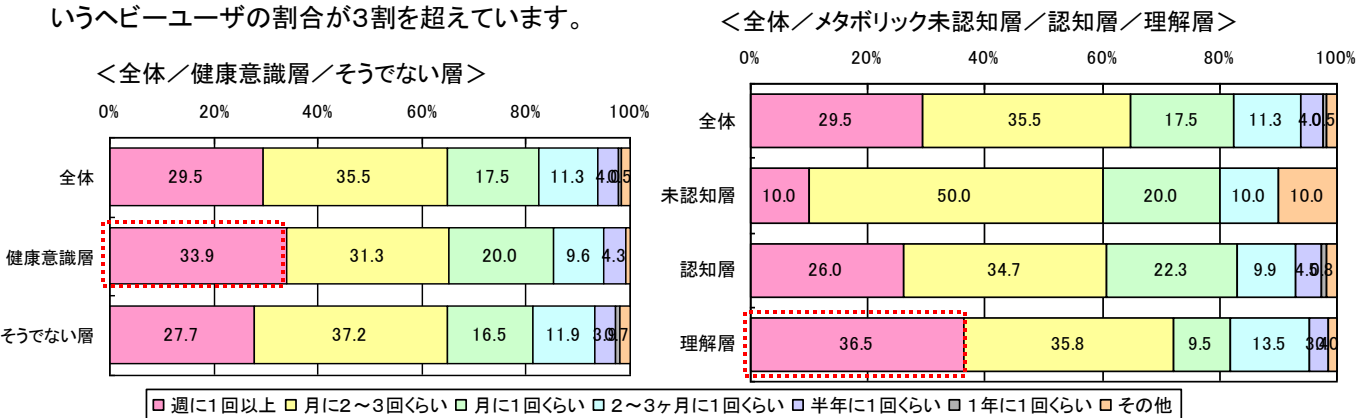
★健康意識層への設問

⇒詳細12P

食べる量やカロリーを気にする健康意識層ほど、アイスクリームをよく食べている

- ・アイスクリームを食べる頻度の差を見てみると、健康に対する意識が高い層、メタボリックに関して理解している層は、ともに「週1回以上アイスクリームを食べる」というヘビーユーザの割合が3割を超えています。

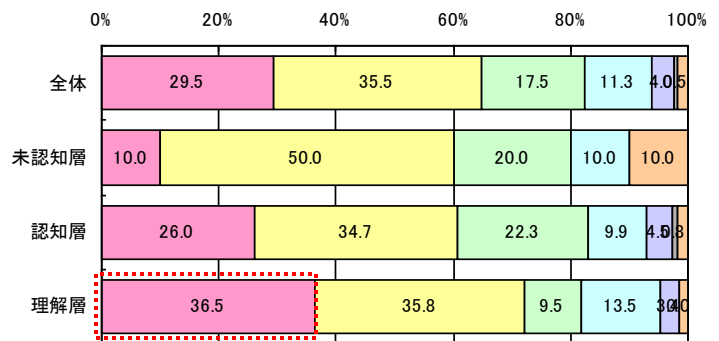
(Q:アイスクリームを食べる頻度を教えてください。(SA))



(健康意識層: N=115 / そうでない層: N=285)

⇒詳細13P

＜全体／メタボリック未認知層／認知層／理解層＞



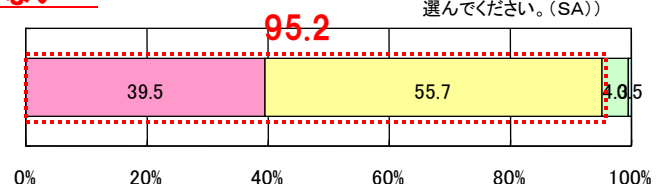
(未認知層: N=10 / 認知層: N=242 / 理解層: N=148)

*未認知層に関しては参考値

健康を意識する人でも、おいしさの誘惑には勝てない..

(Q:おいしさやカロリーに関してあてはまるものをひとつ選んでください。(SA))

- ・全体では、カロリーを気にしながらも、おいしさを優先している人が圧倒的な多数派。
- ・健康意識層でも、約9割がおいしさを優先しています。



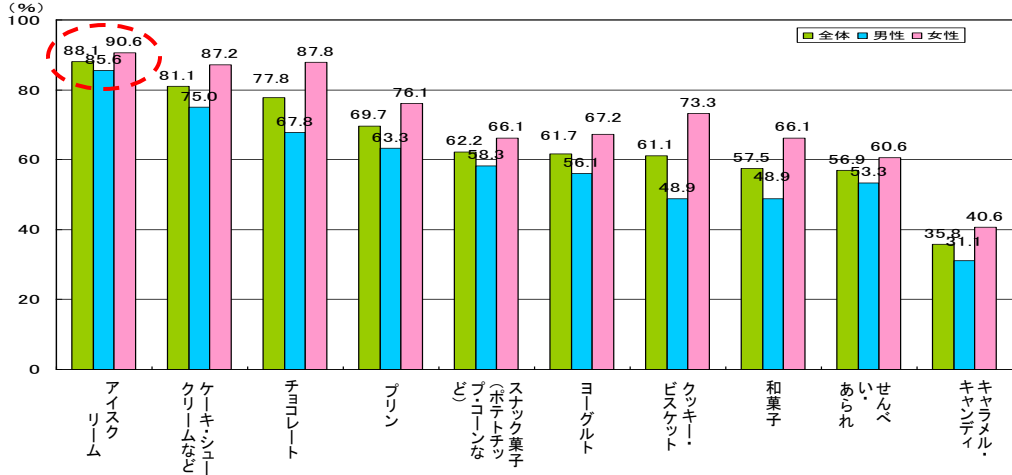
⇒詳細14P

好きなデザート/アイスクリームの食用状況・変化

やっぱりアイスクリームは、キング・オブ・デザート

◆06年に引き続き、「好きなデザート」のNO. 1はアイスクリーム。

(Q:好きなデザートを教えてください。(MA))



(表1)

■07年もアイスクリームの摂食頻度が増えた人が増加

07年は、06年に続き「増えた」という人が「減った」という人を上回っています。(表2)

特に、07年は男性の5人に1人が「食べる頻度が上がった」と答えているのが目立っており、男性にアイスクリームファンが増えてきていることを示しています。

■「摂食頻度が増えた」理由は…

「おいしいアイスが増えた」「種類が豊富になった」という回答が多く、メーカー各社の努力が、アイスクリームファンを増やすという好結果を生み出していると言えます。(表3)

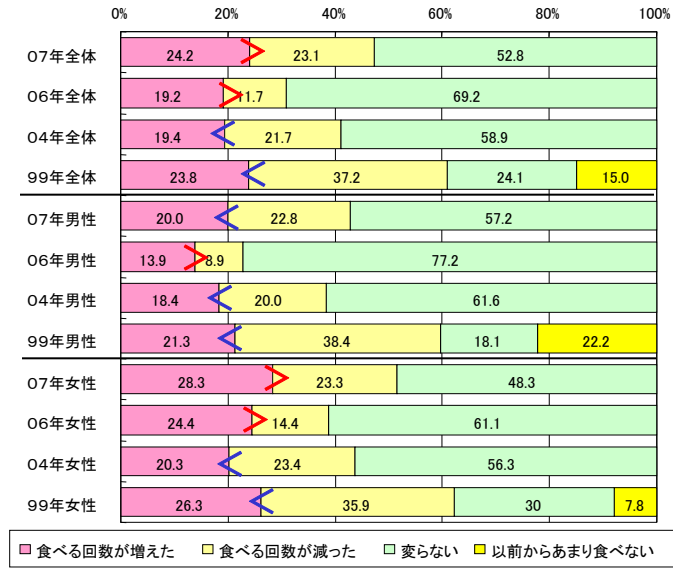
(MA) (表3)

順位	増えた理由	%
1位	おいしいアイスが増えた	43.8
2位	種類が豊富になった	40.2
3位	家族で食べる機会が増えた	36.8

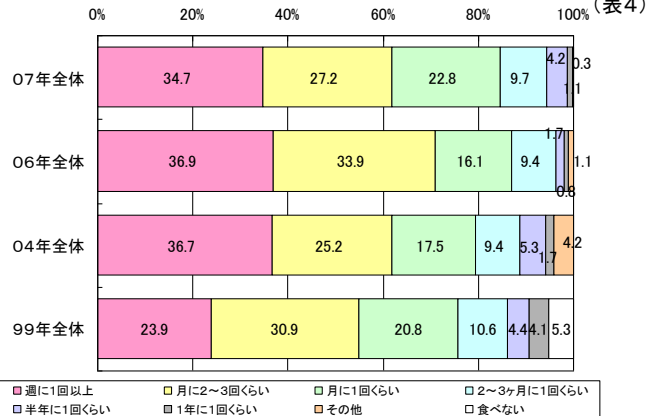
■アイスクリームを食べる回数は「週に1回以上」が約3割

07年の、アイスクリームを食べる回数は「週に1回以上」が約3割。「月に2~3回くらい食べる」という人まで含めると、約6割で、04年とほぼ同じくらいの割合になっています。(表4)

(Q:以前(ここ1~2年)と比べて、最近のアイスクリームを食べる頻度の変化を教えてください。(SA))



(Q:アイスクリームを食べる回数を教えてください。(SA))



調査①結果(意識調査)



アイスクリームのフレーバー嗜好

バニラは不動の人気ナンバー1のフレーバー

◆99年調査から継続して1位の人気フレーバーは「バニラ」です。2位の「チョコレート」、3位の「抹茶」、4位の「ストロベリー」という順位も変わらずで、不動の人気を誇っています。

(Q:好きなアイスクリームのフレーバー(味)を教えてください。(MA))

■「チョコレート」「キャラメル」は女性に人気。

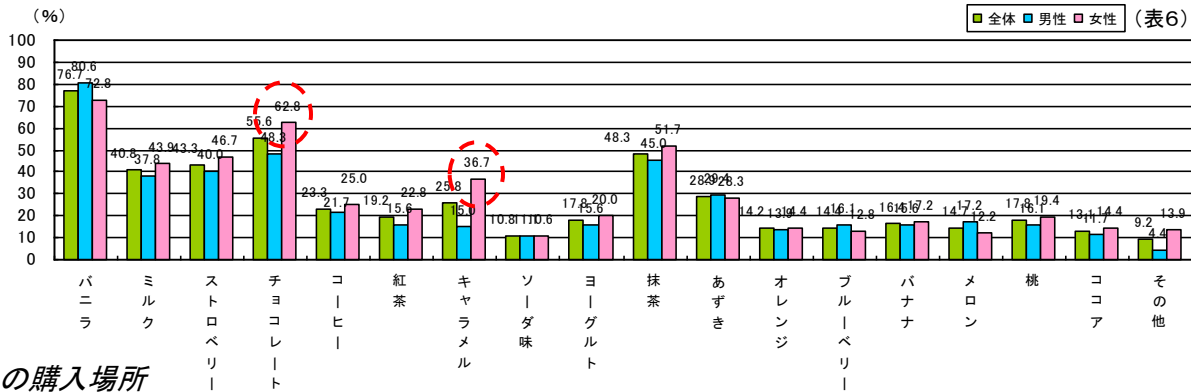
アイスクリームの3大フレーバーは、「バニラ」、「チョコ」、「抹茶」。4大フレーバーとなると、「ストロベリー」が加わってきます。(表5)

また、女性に人気なのは「チョコレート」と「キャラメル」でした。(表6)

【人気BEST5】 上位4位は不動 (表5)

	07年	(%)	06年	(%)	04年	(%)	99年	(%)
1位	バニラ	76.7	バニラ	80.3	バニラ	71.4	バニラ	67.7
2位	チョコレート	55.6	チョコレート	63.1	チョコレート	37.0	チョコレート	42.6
3位	抹茶	48.3	抹茶	49.2	抹茶	34.9	抹茶	31.6
4位	ストロベリー	43.3	ストロベリー	41.1	ストロベリー	27.1	ストロベリー	28.2
5位	ミルク	40.8	ミルク	39.4	あずき	22.3	あずき	18.9

※99年はミルクの選択数なし



アイスクリームの購入場所

アイスクリームの購入は「スーパー」で

◆コンビニよりもスーパーで購入する人が増え、全体で1位が逆転。

(Q:主にアイスクリームを購入される店を教えてください。(SA)) (表7)

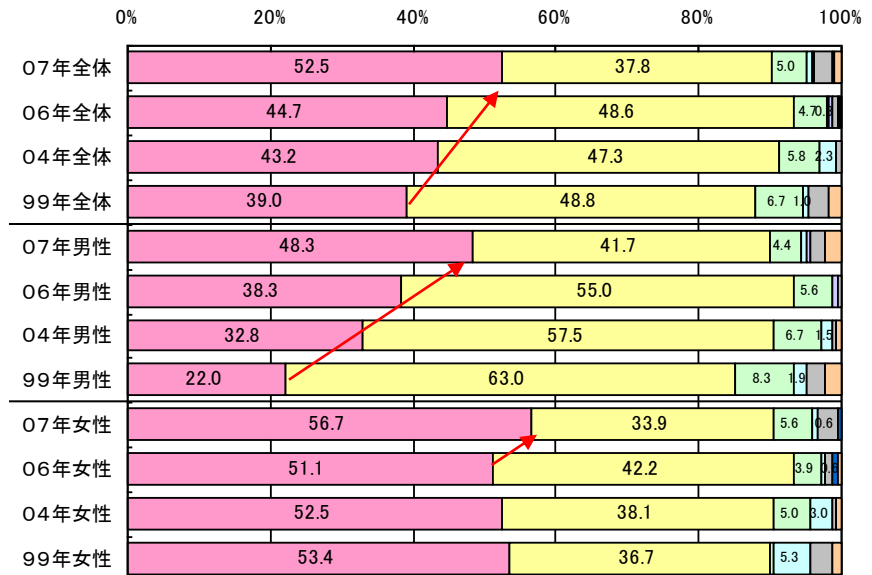
■主な購入先は「スーパー」。

男性もスーパーで購入。

99年からの変化を見ると、徐々に「スーパー」の比率が上昇しています。そして、07年には逆転して購入場所の1位になりました。

深夜営業のスーパーが増加しており、購入しやすくなっていることが影響しているのではないかと思います。

(表7)



□ スーパー □ コンビニ □ アイスクリームショップ □ デパート □ 自動販売機 □ 菓子・小売店 □ 通信販売 □ その他

2007年度テーマ調査

『健康意識とアイスクリーム』

健康ブームは定着し、生活習慣病、メタボリックシンドロームなど病気となる一歩前での、生活の見直し意識が強くなっています。また、07年は団塊世代の大量定年時代でもあり、健康意識は今後もさらに高まることが予想されます。

こうした時代の中、私達は生活者が今どのような健康意識を持っているのかを調査し、アイスクリームとの関係値を探ってみました。

アイスクリーム購入(選択)時での健康・美容意識

アイスクリーム購入(選択)時に健康や美容を意識しているのは、約3割

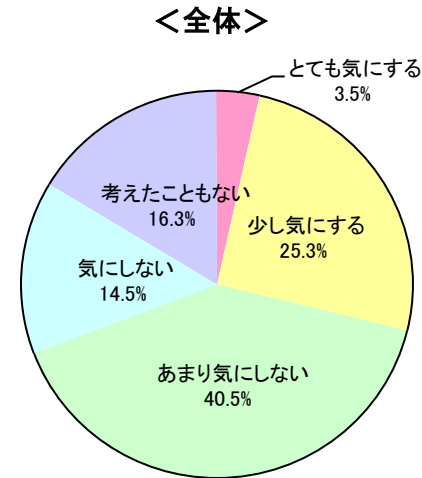
◆ 性別では女性の方が多く、年齢別では年齢が高い人ほど多くなっています。

■ アイスクリームを購入(選択)時に健康や美容を、「とても気にする」「少し気にする」を合わせると、約3割になります(健康意識層)。(表8)

(Q:アイスクリームを購入(選択)する時に、健康や美容を気にしますか。(SA))

■ 健康や美容を「とても気にする」人は性別では女性。年代別では、年齢が上になるほど多くなります。(表10)

■ 男性では30・50代の気にする割合が高く、50代では、意識しない人の割合も高いため、二極化傾向見て取れます。(表9)

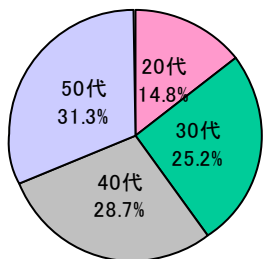


(表8)

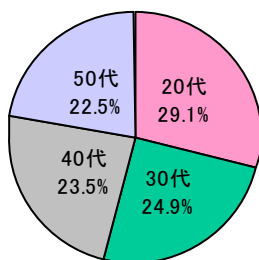
*「アイスクリームを購入(選択)時に健康や美容を気にするか」という設問に対し、「とても気にする」「少し気にする」を選択した人を『健康意識層』、「あまり気にしない」「気にしない」「考えたこともない」を『層健康意識層以外の層(そうでない層)』としました。

(表11)

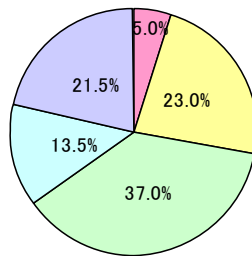
【健康意識層/年代比】



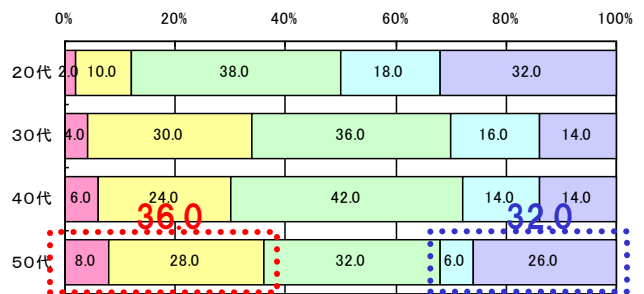
【そうでない層/年代比】



<男性全体>

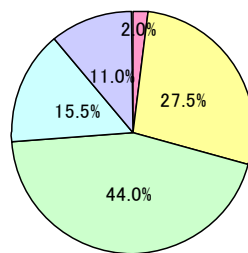


<男性年代別>

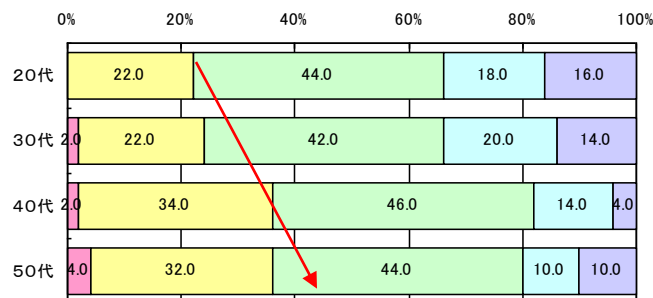


(表9)

<女性全体>



<女性年代別>



(表10)

□ とても気にする □ 少し気にする □ あまり気にしない □ 気にしない □ 考えたこともない

メタボリックシンドロームの認知状況

メタボリックシンドロームは、約8割の人が認知

◆女性に世代に関係なく、男性は30代、40代に高い認知率

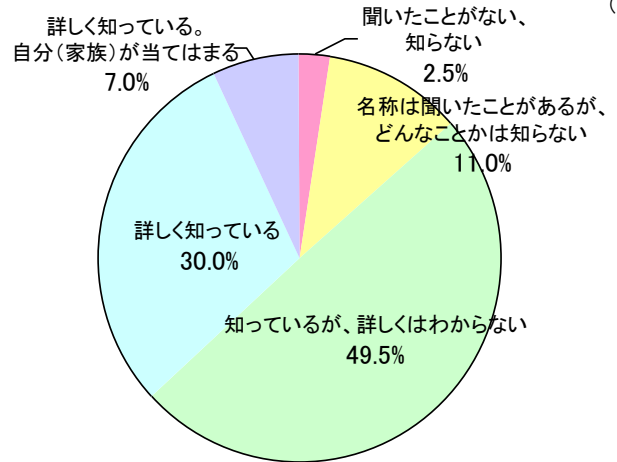
(Q:メタボリックシンドロームに関して教えてください。(SA))

■メディアの影響もあり、「メタボリックシンドローム」という言葉を、「聞いたことがない」という人は、2.5%とごく少数でした。「聞いたことがない、知らない」といった、無関心派は20代30代に多く見られます。(表12・表13)

■詳しく知っている層は、男性では30～50代に多く、メタボリックシンドロームの予備軍として、気になっているようです。一方、女性は、世代に関係なく3割程度の方が「よく知っている」としています。旬の話題、健康に関連する話題として意識しているのでしょう。

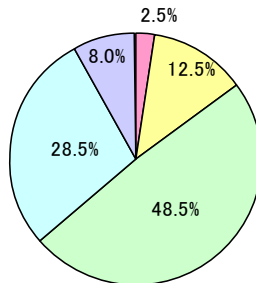
※クロス集計では、「聞いたことがない、知らない」=未認知層／「名称は聞いたことがあるが、どんなことかは知らない」=知ってはいるが、詳しくは知らない=認知層／「詳しく知っている」「詳しく知っている。自分(家族)が当てはまる」=理解層として設定

<全体>

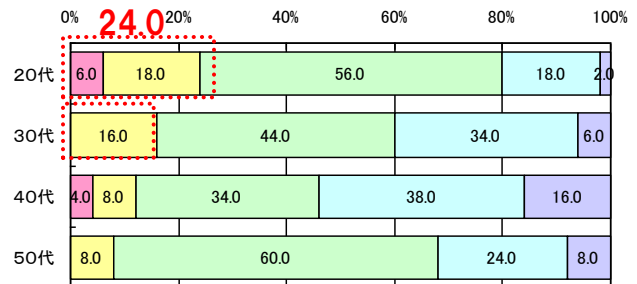


(表12)

<男性全体>

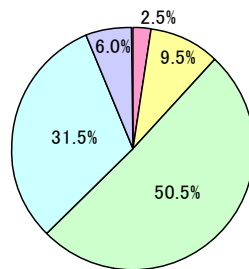


<男性年代別>

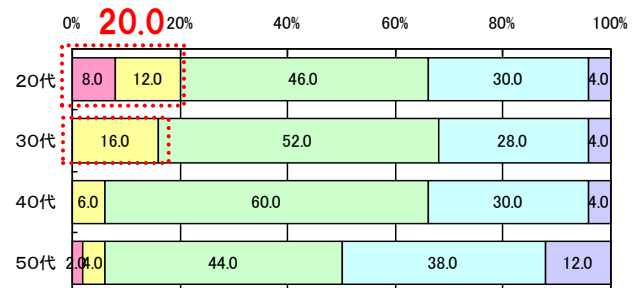


(表13)

<女性全体>



<女性年代別>



(表14)

■ 聞いたことがない、知らない ■ 名称は聞いたことがあるが、どんなことかは知らない □ 知っているが、詳しくはわからない
□ 詳しく知っている □ 詳しく知っている。自分(家族)が当てはまる

アイスクリームを選ぶ時に大切なこと

アイスクリームは、みんな“おいしさ”が一番

◆健康意識層も、アイスクリームを選ぶ時ポイントは、「おいしさ」

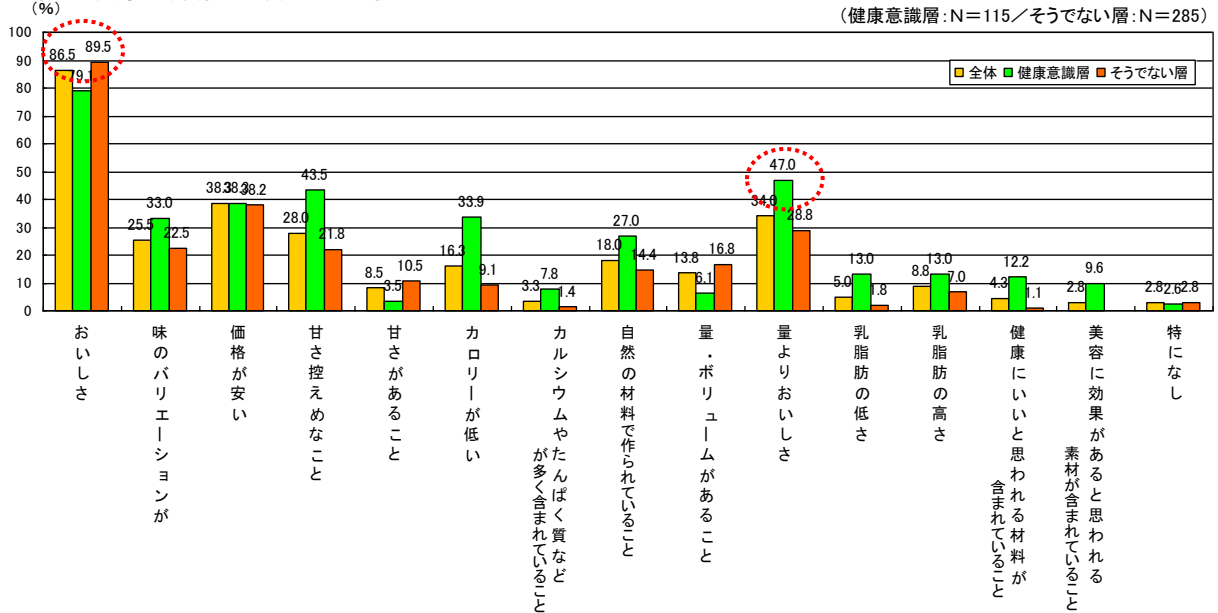
(Q:アイスクリームを選ぶ時に大切だと思うことを教えてください。(MA))

■アイスクリームにはおいしさが求められています。

健康を意識している層とメタボリック理解層の“量よりおいしさ”のポイントの高さが示すように、「量を控える代わりにおいしいものを食べる」、ということで、「アイスクリームを食べたい欲求」と「健康意識」を、ともに満足させようとしていることがわかります。(表15・表16)

<全体/健康意識層/そうでない層>

(MA) (表15)



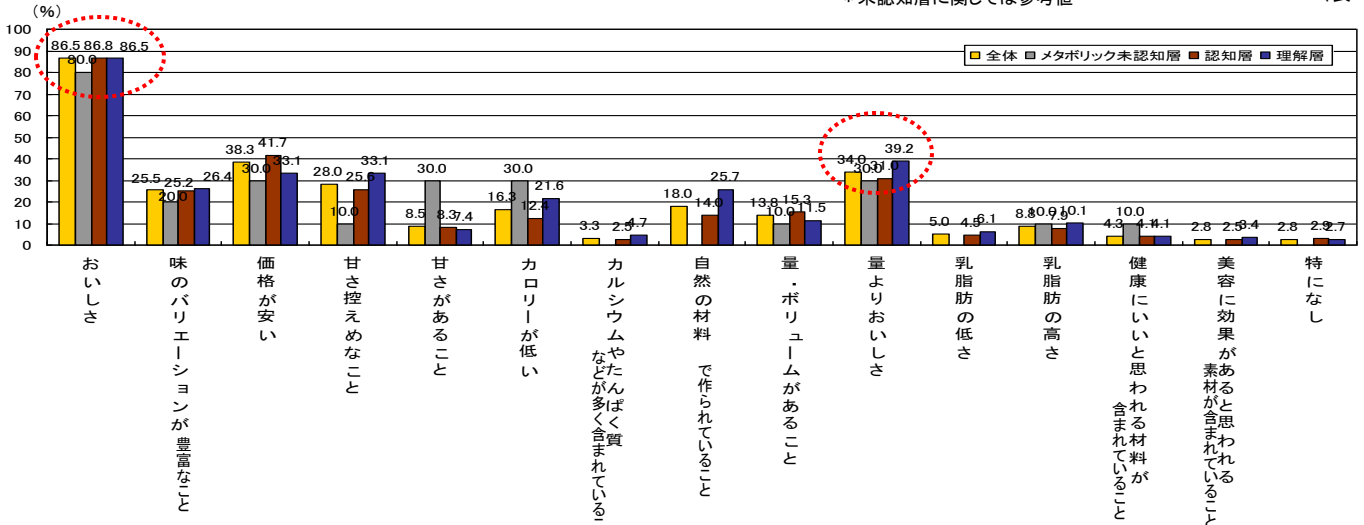
*「アイスクリームを購入(選択時)に健康や美容を気にするか」という設問に対し、「とても気にする」「少し気にする」を選択した人を『健康意識層』、「あまり気にしない」「気にしない」「考えたこともない」を『層健康意識層以外の層(そうでない層)』としました。

<全体/メタボリック未認知層/認知層/理解層>

(未認知層:N=10/認知層:N=242/理解層:N=148)

*未認知層に関しては参考値

(表16)



アイスクリームの「好きなところ」&「不満」

アイスクリームの、“気軽に甘いものを食べられる”ところが人気

- ◆甘さだけではなく、リフレッシュができる点も好きな理由に挙げられています。
- ◆不満点では、「カロリー」面と、溶けるといった「物性」面への回答が多くなっています。

【好きなところ/上位10項目】 (Q:あなたのアイスクリームの「ここが好きだ」ということを教えてください。(順位1~3位))

- アイスクリームの好きなところは、“いつでも気軽に食べられる甘いもの”であること。
- また、「リフレッシュできる」「疲れを癒せる」といったメンタル面へのポイントも高くなっています。(表17)

※「1番好きなところ」=3ポイント、「2番目に好きなところ」=2ポイント、「3番目に好きなところ」=1ポイントで加算

全体順位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
	甘いものに食べたい	気軽に食べられる	1年中食べられる	リフレッシュできる	手軽な食品	疲れを癒せる	色々な味が楽しめる	食感がいい	さっぱりする	体を冷やせる
全体	420	279	258	241	225	156	155	133	111	83
男性 計	184	136	124	133	132	60	63	64	72	52
20代	43	37	21	43	43	14	18	12	20	17
30代	66	34	30	35	22	17	18	13	16	5
40代	37	41	41	24	18	17	20	17	19	18
50代	48	18	32	31	44	12	9	28	19	14
女性 計	236	143	134	108	93	96	92	69	39	31
20代	64	41	26	22	28	21	21	17	13	7
30代	59	39	34	28	14	32	24	11	15	4
40代	56	37	32	26	26	28	30	14	8	10
50代	57	26	42	32	25	15	17	27	3	10

(表17)

【不満なところ/上位10項目】 (Q:アイスクリームに対して不満に思っていることはどんなことですか。(順位1位~3位))

- アイスクリームの不満なところは、“カロリーが高く、太りそう”ということと、物性的な“溶ける”ということ。
- 女性は、全世代を通じて「カロリーが高そう」なことが不満のトップに挙げられています。(表18)

※「1番不満なところ」=3ポイント、「2番目に不満なところ」=2ポイント、「3番目に不満なところ」=1ポイントで加算

全体順位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
	カロリーが高そう	持ち運びに不便(溶ける)	太りそう	欲しくない銘柄が売って	健康志向のものは価格が高い	体が冷えそう	価格が高い	乳脂肪が高い	虫歯になりやすい	甘すぎる
全体	412	345	311	187	169	161	156	134	119	102
男性 計	176	190	146	99	90	59	58	62	81	60
20代	34	49	36	31	12	21	9	11	26	14
30代	44	40	43	24	27	21	9	9	30	7
40代	49	48	24	23	32	6	19	21	19	17
50代	49	53	43	21	19	11	21	21	6	22
女性 計	236	158	165	88	79	102	98	72	38	42
20代	52	33	26	28	24	30	15	22	13	13
30代	46	40	41	22	28	25	12	7	28	5
40代	54	35	50	30	21	25	32	15	4	9
50代	64	51	39	18	18	11	30	21	5	17

(表18)

健康意識層への質問:アイスクリーム購入時・食用時に心がけていること

健康については、“食べる量”や“カロリー”に気をつける

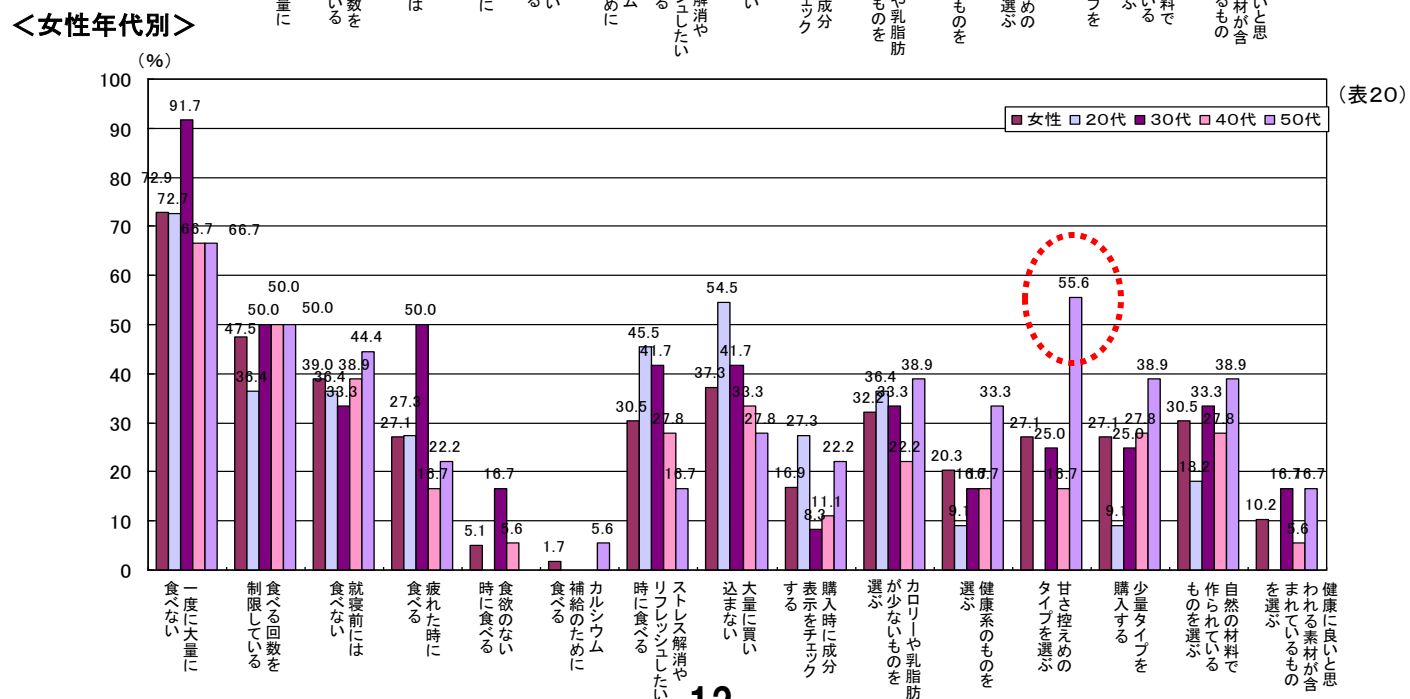
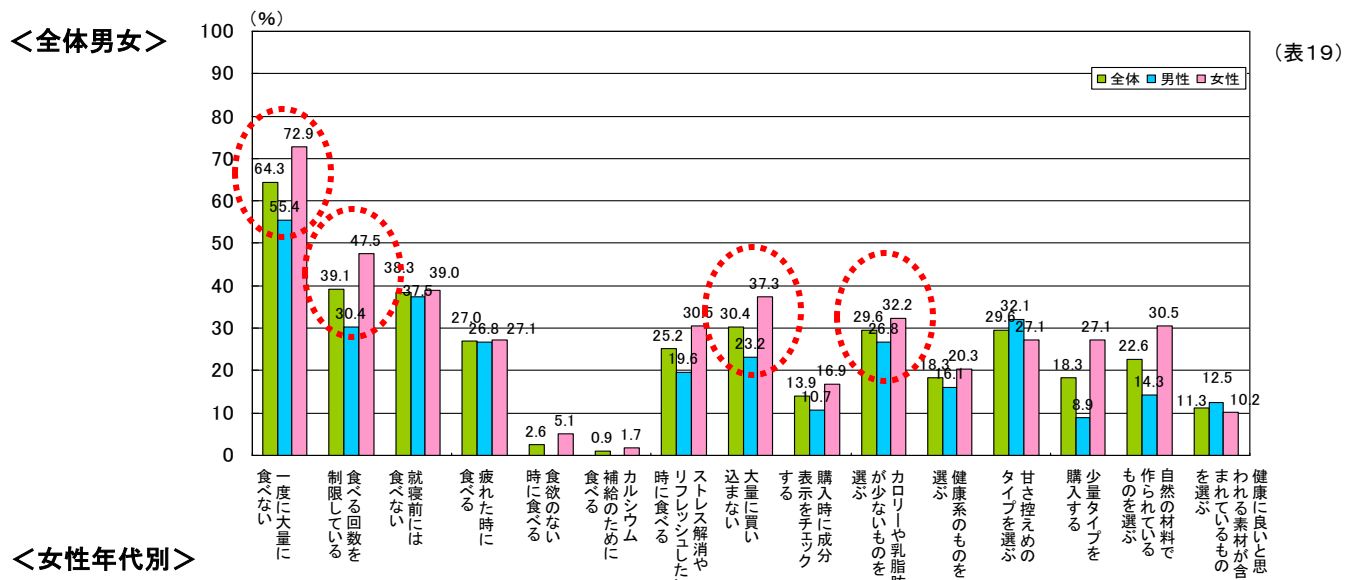
◆健康を意識している人たちは、カロリーや糖분을摂り過ぎないように、買い方、買用量、食べ方で様々な工夫をしています。

(Q:アイスクリームの購入時、食用時に健康関連で気にしていること。(MA))

■健康意識層が、アイスクリームの購買と食用時に注意していることの中心は、摂取のし過ぎ。カロリーや乳脂肪が少ないものを購入するように多少は心がけつつ、「一度に大量に食べないようにする」、「食べる回数を減らす」といった努力をしています。(表19)

■買う時に「大量に買わない」、「少量タイプを買う」、「自然の素材を使用しているものを買う」といった細かな配慮は、男性より女性に多く見られます。(表19)

■特に甘さへの意識は50代女性が高くなっています。(表20)



アイスクリームの摂食頻度

**“食べる量”や“カロリー”を気にする健康意識層ほど、
アイスクリームをよく食べている**

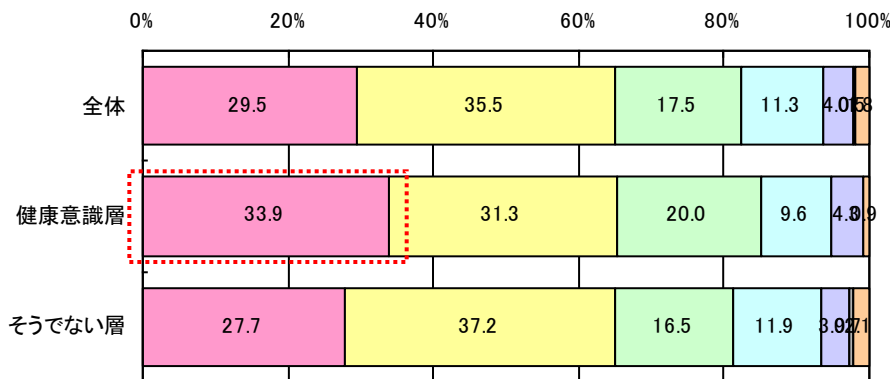
◆好きだからこそ、よく食べるからこそ、健康を意識して、買い方、食べ方を工夫して、アイスクリームを食べているようです。

(Q:アイスクリームを食べる頻度を教えてください。(SA))

■アイスクリームを食べる頻度の差を見てみると、健康に対する意識が高い層、メタボリックに関して理解している層は、ともに「週1回以上アイスクリームを食べる」というヘビーユーザの割合が3割を超えています。(表21・表22)

＜全体／健康意識層／そうでない層＞

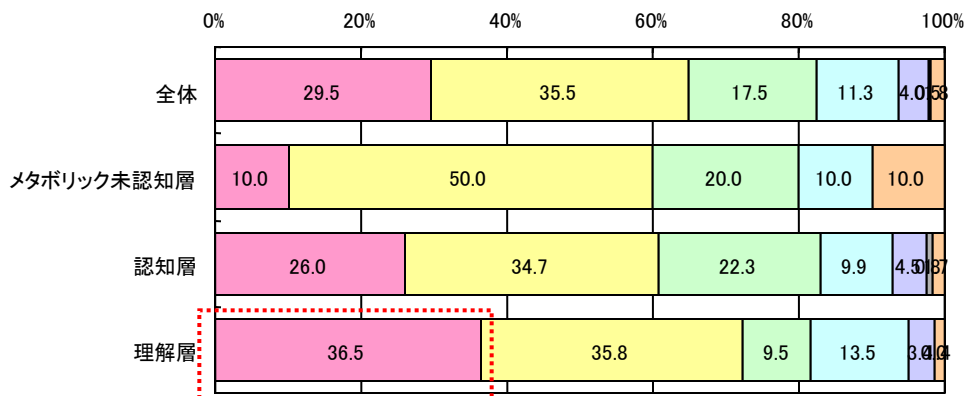
(表21)



(健康意識層:N=115/そうでない層:N=285)

＜全体／メタボリック未認知層／認知層／理解層＞

(表22)



(未認知層:N=10/認知層:N=242/理解層:N=148)

*未認知層に関しては参考値

■ 週に1回以上 ■ 月に2~3回くらい ■ 月に1回くらい ■ 2~3ヶ月に1回くらい ■ 半年に1回くらい ■ 1年に1回くらい ■ その他

おいさとカロリーに関して

健康を意識する人でも、おいしさの誘惑には勝てない…

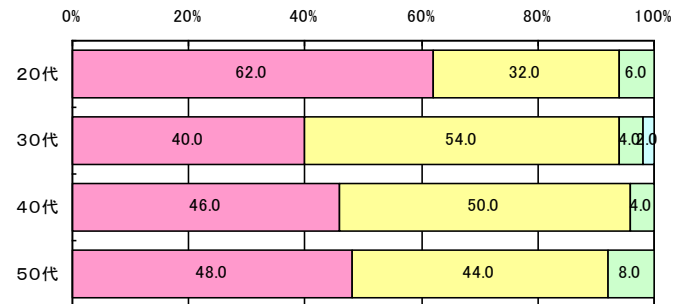
- ◆全体では、カロリーを気にしながらも、おいしさを優先している人が圧倒的に多い。
- ◆健康意識層でも、約9割がおいしさを優先しています。

(Q: おいさとカロリーに関してあてはまるものをひとつ選んでください。(SA))

- 全体で最も多かったのが「カロリーは気にするが、おいしいものの誘惑に負けて食べてしまう」という回答。(表23)
- 年代別では、男性、女性ともに、20代が、「おいしければカロリーは気にしないで食べる」割合が高くなっています。(表24・25)
- おいしさよりもカロリーをとる人は、50代女性に1割見られるのが目立つ程度。(表25)
- 健康意識層では、「おいしければカロリーは気にしないで食べる」割合は低いものの、「カロリーは気にするが、おいしいものの誘惑に負けて食べてしまう」を含めると9割を超えています。(表26)

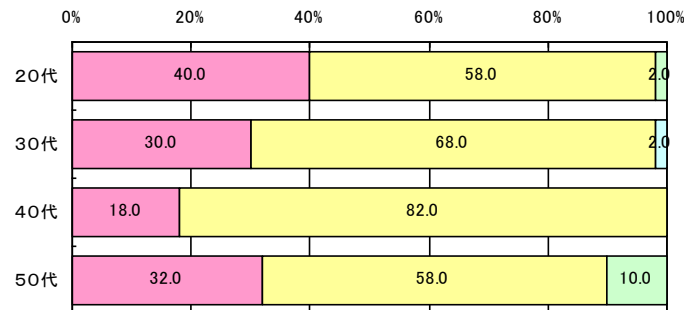
(表24)

<男性年代別>



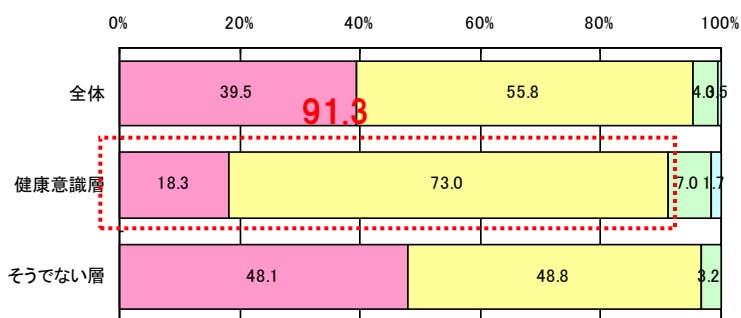
(表25)

<女性年代別>



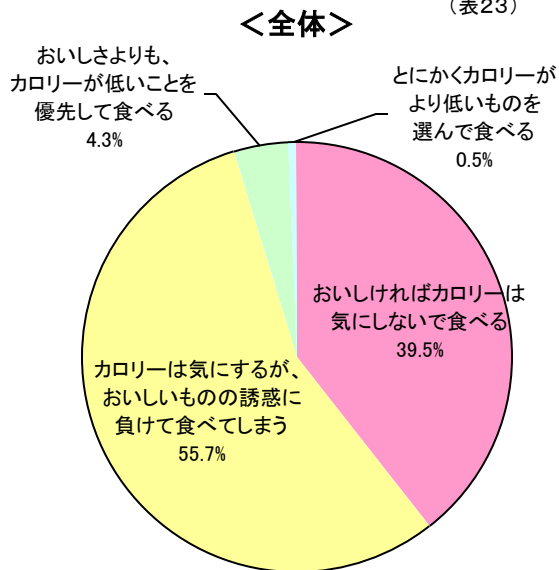
(表26)

<全体/健康意識層/そうでない層>



(健康意識層: N=115 / そうでない層: N=285)

(表23)



- おいしければカロリーは気にしないで食べる
- カロリーは気にするが、おいしいものの誘惑に負けて食べてしまう
- おいしさよりも、カロリーが低いことを優先して食べる
- とにかくカロリーがより低いものを選んで食べる

意外と知られていないアイスクリームの本当の姿

『アイスクリームの科学』

調査の結果、アイスクリームは、身近でみんなに愛されているデザートということがわかりました。しかし、その本当の姿はあまり知られていないようです。また、「カロリーが高そう」「脂肪分が多そう」といったイメージを持ちながらも、「おいしいのでつい食べてしまう」のが、アイスクリームへの接し方の現状のようです。

そこで、アイスクリームに関する研究データを用いながら、アイスクリームの不思議な力やアイスクリームの本当の姿をお伝えしていきます。

アイスクリームの本当の姿が知られていないことから生じている誤解のひとつが、今回のテーマ調査である「健康意識とアイスクリーム」に関連するものです。

「アイスクリームの不満なところ」や、「イメージ」として「カロリーが高そう」、「太りそう」、「冷えそう」という点が数多く挙げられており、少なからず誤解があるようです。そこで、アイスクリームに関する研究結果をお知らせし、アイスクリームの不思議な力や、本当の姿を知っていただけたらと思います。

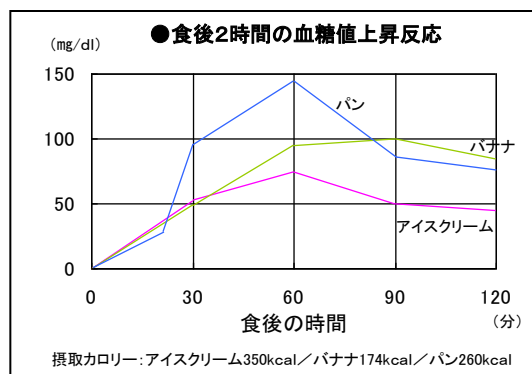
アイスクリームの脂肪分はエネルギーとして消費されやすい!

早稲田大学スポーツ科学学術院 鈴木正成教授

アイスクリームは太りやすい、というイメージがあるようですが、実は、アイスクリームは脂肪分がエネルギーとして消費されやすい、デザートなのです。

太りにくさの秘密 その①「アイスクリームの脂肪分はエネルギー源」

食べ物の脂肪分は、血液に吸収されたあと、エネルギーに分解されるか、体脂肪として蓄積されます。食後に血糖値が大きく上昇し、インスリンの分泌が高くなると、体脂肪になる率が大きくなります。アイスクリームの食後の血糖上昇反応は小さいので、吸収された脂肪はその分エネルギーとして分解されやすいのです。



太りにくさの秘密 その②「アイスクリームの冷たさ効果」

冷たいアイスクリームを食べると体温が下がります。すると体は体温を戻そうと熱生産を高めます。そのため、エネルギー消費が大きくなるので、商品に記載してあるカロリーよりも、蓄積されるカロリーは小さくなります。

アイスクリームは栄養バランスが抜群!

アイスクリームの原料、ミルクは「完全栄養食品」

アイスクリームの主な原料であるミルクは、卵と並んで「完全栄養食品」と呼ばれています。また、アイスクリームは、冷たくまるやかで口当たりがいいことから、食欲がない時にも食べやすいという特長があります。原料であるミルクの持つ栄養バランスの良さを、さらに食べやすくした食品、それがアイスクリームです。

毎日に必要な栄養素も効率よく摂取できます

アイスクリーム1個(乳脂肪分8%、100g)のカロリーは、コップ一杯の牛乳(200ml/141kcal)より多い180kcal。この中で1日に必要なカルシウムの20%をまかなえます。また、脂質やたんぱく質、ビタミンA、ビタミンB1、ビタミンB2などもバランスよく摂ることができます。

乳製品のカルシウムは小魚や野菜に比べて体内での吸収率にすぐれており、カルシウムの摂取には最適といわれています。

おいしく栄養を摂取できるアイスクリームは、質の高いヘルシーなデザートなのです。

調査では、様々な疑問が寄せられました。最も多かったのは「賞味期限に関して」です。その他、アイスクリームのおいしさの秘密に関連することや、保存に関する事など、様々な疑問が寄せられました。

その中の代表的なもの3つに関して、お答えいたします。

賞味期限への疑問

- ・賞味期限がないのはなぜ？(20代・男性)(20代・女性)(40代・男性)(40代・女性)
- ・賞味期限はないの？(30代・男性)(30代・女性)(50代)
- ・賞味期限(消費期限)が書かれていないこと。(50代・男性)
- ・賞味期限がどうなってるのか不思議。1回溶けたらもうだめでしょうか？(50代・男性)

アイスクリームはなぜなめらかなのか？

- ・なぜなめらかな舌触りになるのかが不思議。(20代・男性)
- ・なめらかに作る方法を知りたい。(50代・女性)
- ・まろやかさの秘密は？(40代・男性)

1度溶けてしまったアイス・・・

- ・1度溶けたものを再び凍らせたなら、なぜまずくなってしまうのか？(20代・男性)(50代・男性)
- ・溶けた後、再度凍らせると、なぜ元に戻らないの？(30代・男性)
- ・1度溶けたアイスを冷凍庫に入れるとカチカチになってしまう。フワフワに固める方法を知りたい。(30代・女性)
- ・カップのアイスで食べきれなくて残してしまうと、味が落ちる気がする。(40代・女性)

【賞味期限に関して】

アイスクリームの冷凍保存温度は -20°C 。この温度では細菌が減ることはあっても増えることはなく、長期間保存しても品質変化は極めてわずかです。また、アイスクリームは一度溶けると状態が変化してしまい、元に戻りません。したがって、外観がきちんとしていれば、賞味できると判断できます。このような理由から、アイスクリームに賞味期限は表示されていないのです。

*「乳等省令」(乳及び乳製品の成分規格等に関する省令)や「アイスクリーム類及び氷菓の表示に関する公正競争規約」では、「アイスクリーム類にあっては期限及びその保存方法を省略することができる」と定められています。

【アイスクリームがなめらかな理由】

アイスクリームが凍っているのになめらかなヒミツは「空気」です。アイスクリームに含まれている細かな空気の泡や脂肪の粒子が、冷たさを伝えにくくし、独特のなめらかな組織を作り、ソフトな口当たりになるのです。空気の含有量が低いと、ねっとりした重みのある味になり、高いとフワッと軽い味になります。また、乳脂肪の含有量が適度に高いほど、まったりとコクのある、まろやかな風味ときめ細かな舌触りになります。空気や乳脂肪のバランスを調整することも、おいしいアイスクリームを作るコツなのです。

【一度溶けてしまったアイスクリームに関して】

アイスクリームは一度溶けてしまうと、含まれている空気が抜け、一定に保たれていたバランスがくずれてしまいます。溶けたアイスクリームをもう一度凍らせると、分散していた水分が集まって大きな塊として凍ってしまい、食べた時にザラザラした舌触りになります。また、空気が抜けているので、なめらかさも感じられなくなります。つまり、一度溶けてしまうと、アイスクリームはまったく違ったものになってしまうのです。なので、アイスクリーム本来のおいしさを味わうためには、保存温度が極めて大切、保存中に溶かさないことが重要なのです。

- 名称 : 社団法人日本アイスクリーム協会
Japan Ice Cream Association (略称 : JICA)
- 会長 : 古川 紘一(森永乳業株式会社代表取締役社長)
- 所在地 : 〒102-0073 東京都千代田区九段北1丁目14番19号(乳業会館6階)
TEL. 03-3264-3104
- 協会の目的 : アイスクリーム類及び、氷菓の衛生・品質の向上、知識の普及と消費拡大

★「アイスクリームの日」について

明治2年、横浜馬車道で町田房蔵(まちだ・ふさぞう)が、わが国で初めてアイスクリームの製造・販売を行ったことを記念して、昭和39年、社団法人日本アイスクリーム協会が5月9日を『アイスクリームの日』に制定した。社団法人日本アイスクリーム協会では、毎年この『アイスクリームの日』にちなんで、アイスクリームのPR活動を行っている。