

D-SCAN

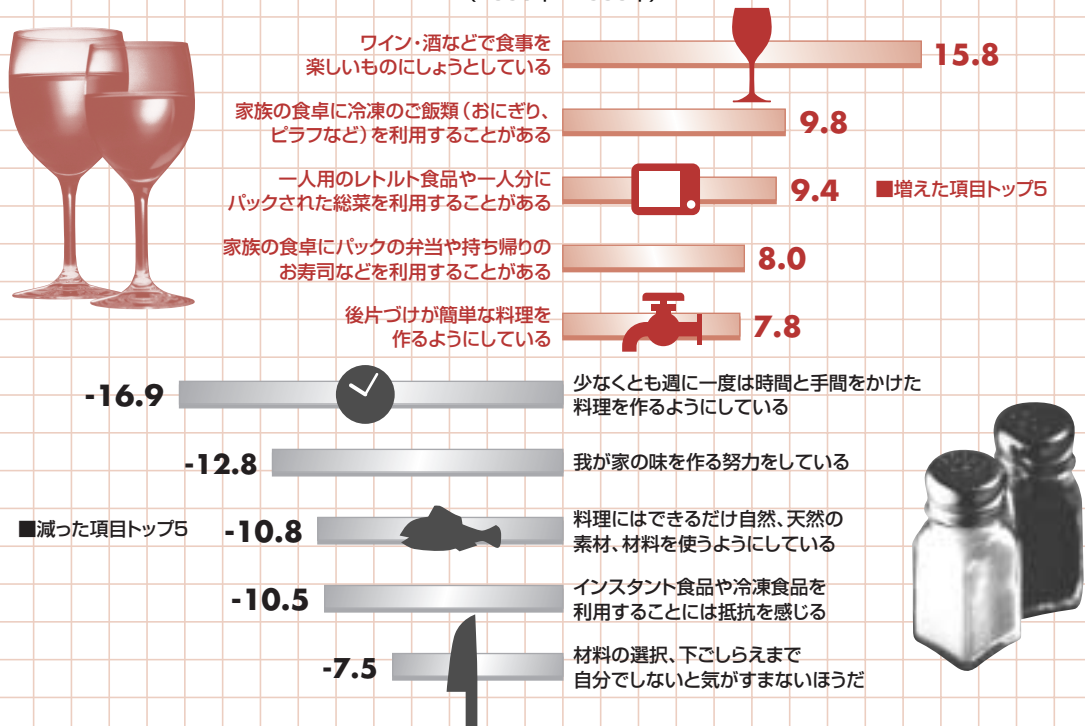
大広・生活者情報総合データベース

2000/08

食ライフ篇

ワインのある楽しい食シーンへ

「料理についての意識態度」の変化(%)
(1995年→1999年)



CONTENTS

「食の底流は健康・安全・エンジョイ志向。
さらに高まる簡便志向」

食生活・料理についての意識態度

飲食とストレス解消

よく飲むアルコール飲料と飲用頻度

D-SCANオリジナルクラスター分析---
食への意識態度とアルコール飲用

食生活・料理についての意識態度

●食は健康の基盤

「食生活についての意識態度」では、「旬のものを食べる」「食事には和風の料理を増やしたい」「栄養のバランスを考えている」「カロリーのとりにすぎに注意」など健康志向の項目が上位に並んだ。こうして努力をすることによって「ふだんの食生活で健康は維持できる」と考えている人は74%。食は健康の基盤という認識が定着している。

◎食への関心とこだわりの強い中高年女性

年代でみると、50～60代は<食を通しての健康作り><食情報の摂取><食への投資>がいずれも高く、とくに女性にその傾向が顕著。中高年女性の食～健康への関心の強さがくっきりとあらわれた。10～20代は、流行の店や新製品、エスニック料理等、新奇なもの、珍しいものに関心が高い一方、食にお金をかけない、簡便食品利用なども比率が高い。(図1)

●安全な食品を楽しむ食卓で

「料理についての意識態度」では、ほとんどの人が「食品を買うときには日付を確認」している。また「天然の材料を使う」「人工着色料や防腐剤入りの食品は使わない」等、安全を求める意識は依然高い。一方、表紙1のグラフでみられるように、冷凍・レトルト・持ち帰り総菜・一人用パック食品等の利用がこの5年間で急速に増えている。若者や子育て中の主婦だけではなく、中高年主婦も同等の利用比率であるのが注目される。「ワインや酒で食事を楽しくも、女性ではすべての年代で3割～4割台。多様な食情報に敏感に反応する中高年女性の意識態度は、関連市場拡大に密接に関わっていると考えられる。(図2)

飲食とストレス解消

●女性は牛乳、紅茶が好き!

「ふだんよく飲む飲み物」では、全体では「コーヒー」「牛乳」「健康茶」がベスト3。男女でみると、男性では「コーヒー」「牛乳」「日本茶」「健康茶」「スポーツドリンク」が上位5。女性では「牛乳」「健康茶」「日本茶」「コーヒー」「紅茶」が上位5。男性のコーヒー嗜好、女性の紅茶嗜好や牛乳好きがうかがえる。

◎若者はさっぱり系、中高年は健康系を愛飲

年代でみると、10～20代の飲用比率が高いのは「ニアウォーター」(男女)、「スポーツドリンク」「コーラ」(男性)、「紅茶」「健康茶」(女性)でさっぱり系の飲料が多い。30～40代は「コーヒー」(男女)しか目立つものがない。50～60代は「日本茶」(男女)、「牛乳」「ヨーグルト」(女性)など健康的な飲料が多い。(図3)

●ストレス解消はお酒で---意気盛んな未婚女性たち

飲食は、健康維持や交流のみならず「ストレス解消行動」としても年代性別を問わず利用されている。「酒を飲む」は「睡眠」「親しい人と話をする」「趣味に熱中」に続いて4位、「好きなものを食べる」は5位となった。注目されるのは積極的な未婚女性のストレス解消行動と飲酒の活用だ。酒を飲んでストレス解消するという未婚女性は未婚男性よりも比率が高く、しかも年々割合が高まっている。(図4)

図1 食生活についての意識態度

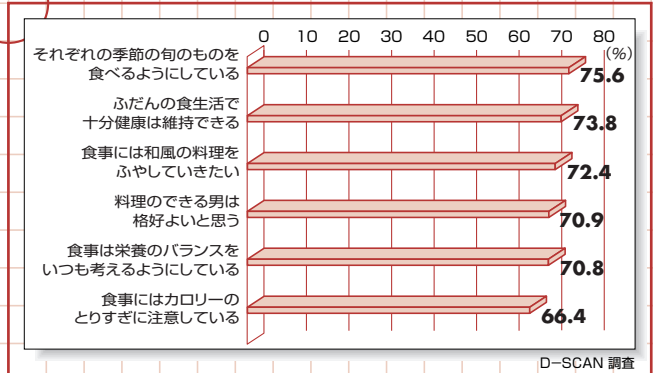


図2 料理についての意識・態度

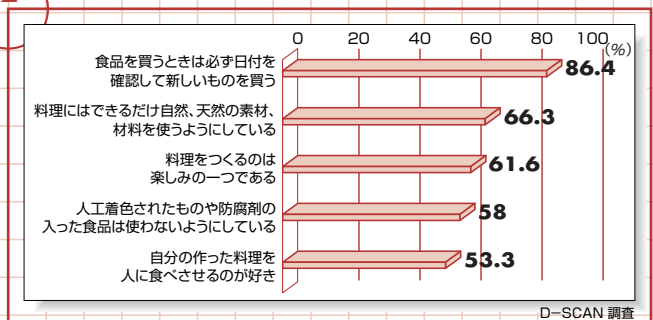


図3 よく飲む飲料(上位7)

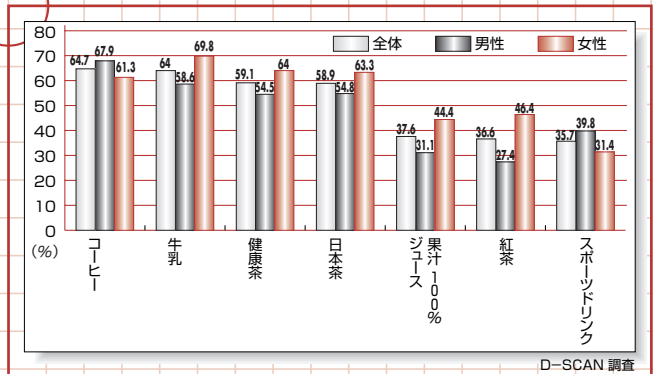
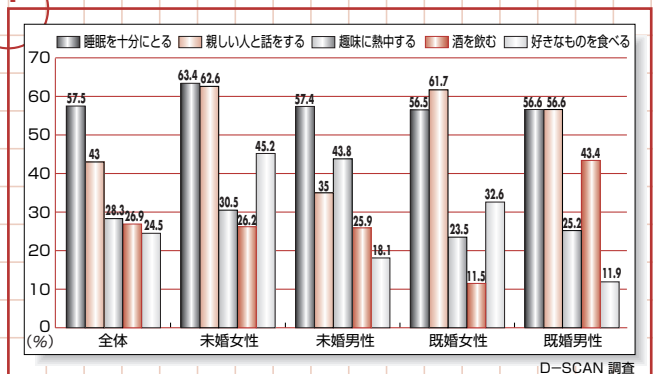


図4 ストレス解消と飲食行動



よく飲むアルコール飲料と飲用頻度

●自宅をよく飲むのはビール

「アルコール飲料の自宅での飲用頻度」（週平均回数）では、全体で「ビール」が1.7回でトップ。以下「焼酎」「日本酒」「ウイスキー類」「ワイン」「低アルコール飲料」。男女で見ると、男性は女性の2倍以上の頻度でアルコールを飲用。なかでもビールは週に2.4回と多い。しかし女性もワインや低アルコール飲料では男性と肩を並べている。（図5）

●女性の半数が家でワインを飲む

「自宅で飲むアルコール飲料」（上位3位）では、全体で「ビール」が63.9%でトップ。以下「ワイン」「日本酒」「焼酎」「低アルコール飲料」「ウイスキー類」。ワインは女性では50.2%を占め、1位のビールに迫る勢いだ。低アルコール飲料も女性が男性を上回る。女性の比率の低いウイスキー類は結果的に全体でも最下位となった。（図6）

図5 自宅での飲用頻度

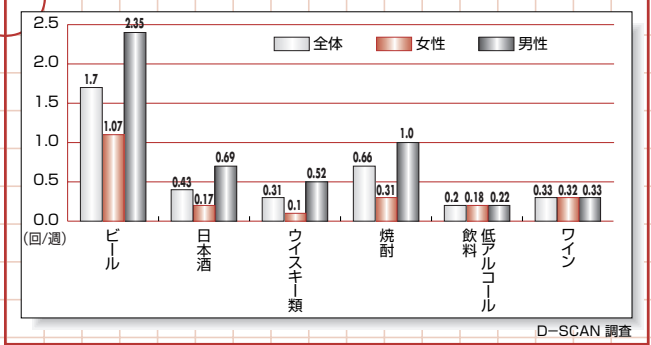
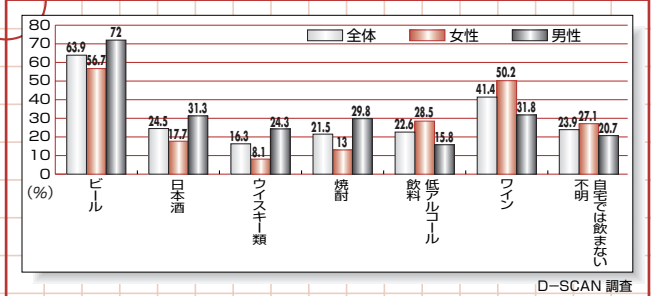


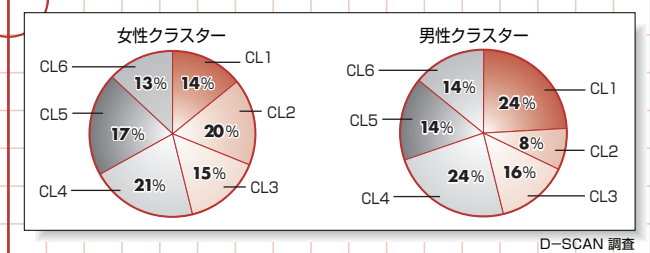
図6 自宅で飲む飲料（上位3位計）



D-SCANオリジナルクラスター分析--- 食への意識態度とアルコール飲用

*D-SCANでは、今回食への意識態度から特徴的な12のクラスター（以下CL、男女各6）を抽出した。食への意識態度と、ライフスタイルや生活行動との関連の検証が可能となるが、今回はアルコール飲料との相関性を見た。（図7）

図7 クラスターの構成



●クラスター分類

	男 性	女 性		
CL1	<ul style="list-style-type: none"> ●食は健康第一派 <ul style="list-style-type: none"> ・食情報収集に関心が低い ・食にお金をかけない ・カロリーに注意、和風の食事、成人病予防に留意など、体にいい食事に熱心 ・50代、40代、30代が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●情報志向のタウン派 <ul style="list-style-type: none"> ・珍しいもの、おいしいものを知っている ・世界のいろいろな国の料理を楽しみたい ・弁当店やコンビニの弁当をよく利用する ・10代、20代、30代が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●食欲旺盛行動派グルメ <ul style="list-style-type: none"> ・食情報収集に熱心で、おいしい店にもくわしい ・世界のいろいろなものを楽しみたい、エスニック料理に関心 ・食を通しての健康維持にも配慮 ・各年代にまんべんなく 	<ul style="list-style-type: none"> ●食は栄養そして節約派 <ul style="list-style-type: none"> ・食は栄養バランス第一で、むやみにお金をかけない ・食情報に関心が低い ・体にいい食事には関心がある ・40代、30代が中心
CL3	<ul style="list-style-type: none"> ●リッチ派グルメ <ul style="list-style-type: none"> ・高くてもおいしいものを選ぶ ・健康に良いものは高くても買う ・男が台所に入るのには抵抗がある ・50代、40代、60代が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●食に無関心派 <ul style="list-style-type: none"> ・食にお金をかけない ・食情報に関心が低い ・弁当店やコンビニの弁当をよく利用する ・10代、40代、30代が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●食に無関心&簡便支持 <ul style="list-style-type: none"> ・体にいい食事、食情報、外国料理、いずれも関心がもっとも低い ・食にお金をかけない ・弁当店やコンビニの弁当をよく利用する ・10代中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●健康こだわり派 <ul style="list-style-type: none"> ・食にお金をかける、とくに体にいい食事にはお金をかけてもいい ・食情報には関心が低く、食べ歩きなどもしない、食のエンジョイには消極的 ・40代、50代中心
CL5	<ul style="list-style-type: none"> ●行動的なヘルシーグルメ派 <ul style="list-style-type: none"> ・食にお金をかける ・食情報収集に熱心で行動的 ・バランスを考え、旬のものを食べ、家族で食事し、健康に気をつかう ・60代、50代、40代中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●グローバルな食こだわり派 <ul style="list-style-type: none"> ・世界の食を楽しみたい、エスニック料理に関心、ヨーロッパの家庭料理に関心 ・料理のできる男はカッコいいと思う ・10代、40代が中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●いつもの味をみんなでエンジョイ派 <ul style="list-style-type: none"> ・食情報に熱心、評判の店に行きたい、和風の料理を増やしたい ・家族で食事したい、健康にも留意しお金もかける ・海外の料理には抵抗がある ・40代、50代、60代中心 	<ul style="list-style-type: none"> ●お金をかけずにお洒落にエンジョイ派 <ul style="list-style-type: none"> ・世界のいろいろな料理を楽しみたい、エスニック料理に関心 ・カロリーとわずかに注意、料理のできる男はカッコいい ・食情報にふりまわされない、お金もかけない ・10代、30代、40代中心

●食傾向とアルコールの相関性（男性）～自宅でもっともよく飲むのはビール。ワイン、焼酎も人気

	男 性			
CL1	<ul style="list-style-type: none"> ●食は健康第一派＝和食と和酒→焼酎、日本酒をよく飲む。ワイン、低アルコール飲料はあまり飲まない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●情報志向のタウン派＝お洒落な洋風アルコール→低アルコール飲料、ワイン、ウイスキーをよく飲む。日本酒、焼酎はあまり飲まない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●リッチ派グルメ＝旨いものとい酒→ワイン、日本酒をよく飲む。低アルコール飲料、ウイスキーはあまり飲まない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●食に無関心派＝酒も無関心→ビール以外はあまり飲まない。ウイスキー、ワインはとくに飲まない。
CL5	<ul style="list-style-type: none"> ●行動的なヘルシーグルメ派＝食に合わせて快食快飲→ビールをはじめ日本酒、焼酎、ワインなど何でもよく飲む。飲用頻度もCLの中でもっとも高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●グローバルな食こだわり派＝各国料理とワイン&ウイスキー→ウイスキー、ワインをよく飲む。日本酒、ビールも飲む。焼酎はあまり飲まない。 		

●食傾向とアルコールの相関性（女性）～ワインがビールと人気を二分、若者には低アルコール飲料がうける

	女 性			
CL1	<ul style="list-style-type: none"> ●食欲旺盛行動派グルメ＝食べるの好きは飲むのも好き→ビール、日本酒、ワインをよく飲む。全般的に何でも飲む。飲用頻度もCLの中でもっとも高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●食は栄養そして節約派＝飲食とも節約マインド→全体的に飲まない。とくにウイスキー、ワインが他のCLに比べて低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●食に無関心&簡便支持＝簡単メニューで意外に飲んべえ→低アルコール飲料、ウイスキー、焼酎をよく飲む。ビール、日本酒、ワインをあまり飲まない。 	<ul style="list-style-type: none"> ●健康こだわり派＝お金はかけるがややコンサバ→日本酒、ビールは割と飲む。低アルコール飲料、焼酎はあまり飲まない。
CL5	<ul style="list-style-type: none"> ●いつもの味をみんなでエンジョイ派＝ヘルシー和食に旨い酒→ビール、焼酎、ワインなどをよく飲む。飲用頻度も高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ●お金をかけずにお洒落にエンジョイ派＝トレンド的なアルコール派→ワイン、日本酒、低アルコール飲料をよく飲む。ウイスキーはあまり飲まない。 		

【D-SCAN 調査仕様】

- (1) 調査地域／首都圏40km圏内
- (2) 調査対象／18～69才の男女個人
- (3) サンプル数／3,000サンプル（有効回収）
- (4) 抽出方法／3段階確率比例抽出法
※サンプリング名簿：住民基本台帳
- (5) 調査日程／実査：1999年10月