

平成16年度 大豆加工品の購入実態調査報告概要

平成17年3月

財団法人 日本特産農産物協会

第1 調査の目的

この調査は大豆加工品などの消費者の購入実態を明らかにし、大豆の自給率向上と大豆加工品などの普及に資するため、その基礎資料を作成することを目的に実施した。調査方法などについては以下のとおりである。

第2 調査の方法

調査は全国5箇所の大都市の消費者200人を対象としたアンケート調査によって行った。調査方式は郵送調査とした。

第3 調査の内容

(1) 調査事項

調査世帯における1週間の大豆加工品の購入数量とその購入価額
調査世帯における大豆加工品の購入量の前月比較とその増減理由
家族構成、世帯主の年代別動向

(2) 調査品目、調査の実施時期及び調査地域

大豆加工品の年間を通じた全国的な購入実態を把握するための調査実施時期と調査対象地域は以下のとおりである。

-調査品目 豆腐、納豆、油揚げ、厚揚げ、がんもどき、豆乳等の大豆加工品
-調査時期 年4回（5月、8月、11月、翌年2月）
-調査地域 札幌市、東京都、名古屋市、大阪市、福岡市

調査地域	調査世帯数	年計			調査月			
		世帯主年代区分	世帯数	構成比	5月調査	8月調査	11月調査	2月調査
札幌市	40	40歳未満	71	8.9%	18	18	18	17
東京都	40	40～50歳未満	211	26.4%	54	54	53	50
名古屋市	40	50～65歳未満	303	37.9%	74	76	75	78
大阪市	40	65歳以上	215	26.9%	54	52	54	55
福岡市	40	計	800	100.0%	200	200	200	200
計	200							

(3) 用語の説明

本調査での大豆加工品の定義は総務省統計局「家計調査」に準じているが、「煮豆(大豆)」については大豆加工品として扱い「その他」に含めた。また、家計調査では「油揚げ」「厚揚げ」「がんもどき」については同一区分としているが、本調査では細分した。

各品目に含まれるものは以下の通り。

「豆腐」:「焼き豆腐」「寄せ豆腐」を含む。

(参考) 本調査と家計調査の「大豆加工品」の品目比較

本調査での「大豆加工品」			左欄の品目の家計調査での品目分類		
大区分	中区分	小区分			
豆腐			大豆加工品	豆腐	
納豆				納豆	
油揚げ				油揚げ・がんもどき	
厚揚げ					
がんもどき					
その他	おから		大豆の製品	(おから)	
	きな粉			(きな粉)	
	高野豆腐			(凍豆腐)	
	ゆば			(生・干湯葉)	
	煮豆類	水煮大豆		大豆の製品	他の野菜・海藻加工品のその他 (水煮大豆)
		煮豆(大豆)			他の調理食品のその他 (煮豆)
		その他			内容例示に左欄の品目例示なし
豆腐加工品					
油揚げ加工品					
その他大豆製品					
豆乳			飲料、他の飲料のその他 (豆乳)		

「その他」: 「煮豆(大豆)」「おから」「高野豆腐」「ゆば」「きな粉」などを含む。

また、本報告書において統計変動の幅を表す用語を用いる場合、その用語と幅は原則として次の基準によることとした。

大幅……………対基準比±16%以上

かなり……………対基準比±6~15%

やや……………対基準比±3~5%

わずか又は並み……………対基準比±2%以下

1. 調査結果概要

(1) 本年度調査結果の概要

本年度調査結果における1週間1世帯当り購入金額は全体平均で766円(豆乳含む)となっている。そのうち38.4%が豆腐であり、次いで納豆の24.5%となっている(表1)。

1週間1世帯当り購入量は全体平均で1,662gとなっている。うち豆腐が圧倒的に多く54.2%となっており、次いで豆乳が16.6%となっており、初めて豆乳の購入量が納豆を上回った(表2)。

対前回調査月に対する増減比の推移をみると、大豆加工品全体は5月-8月には金額ベースで3.1%、数量ベースで7.5%の増加となっており、年度中期でも増加傾向がみられたが、年度後半にかけて減少に転じ11月-2月には金額ベースで2.7%、数量ベースでも2.8%の減少となった。

これを品目別(数量)の増減寄与度に分解してみると、昨年度に引き続き8月までは豆乳が大幅に増加し、その増減寄与度はプラスに寄与していたが、その後11月にかけて微減、2月には大きく減少し、増減寄与度はマイナスに寄与した(図1)。昨年度は豆乳の伸長によって大豆加工品全体の購入量も伸びたが、本年度も豆乳消費動向の影響を受け、夏場に豆乳の増加傾向のピークを過ぎると、それにあわせて全体の増加率は落ち着き、年度後半には減少に転じた。作年度調査で購入量を急激に増加させて特徴的であった「豆乳ブーム」もやや落ち着いた状況が伺える。

表1 大豆加工品の購入金額(一世帯あたり1週間)

単位:円/%

	大豆加工品							
	計	豆腐	納豆	油揚げ	厚揚げ	がんもどき	豆乳	その他
平成16年度調査平均	766	294	187	86	58	24	83	34
構成比	100.0%	38.4%	24.5%	11.2%	7.6%	3.2%	10.8%	4.4%
平成16年								
5月	742	292	189	88	53	20	70	30
8月	765	306	185	74	53	20	94	33
11月	788	291	179	101	71	31	88	27
平成17年								
2月	767	287	196	81	55	26	78	44
対前回調査月増減率								
8月/5月	3.1	4.8	2.1	15.9	-	-	34.3	10.0
11月/8月	3.0	4.9	3.2	36.5	34.0	55.0	6.4	18.2
2月/11月	2.7	1.4	9.5	19.8	22.5	16.1	11.4	63.0

注:「その他」の主なものには、煮豆類、おから、きな粉、高野豆腐、湯葉等がある。

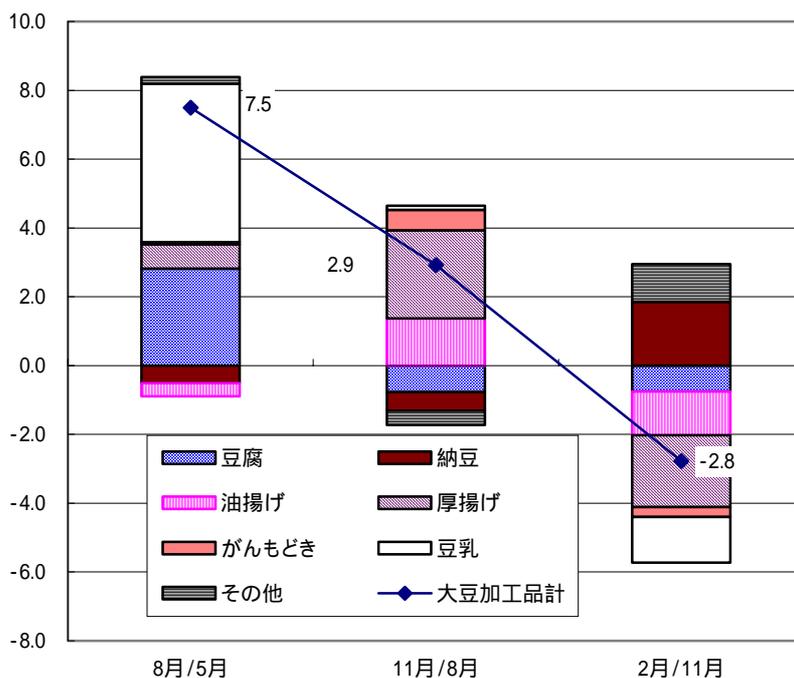
表2 大豆加工品の購入量(一世帯あたり1週間)

単位:g/%

		大豆加工品							
		計	豆腐	納豆	油揚げ	厚揚げ	がんもどき	豆乳	その他
平成16年度調査平均		1,662	901	232	76	115	26	275	39
構成比		100.0%	54.2%	13.9%	4.5%	6.9%	1.5%	16.6%	2.3%
平成16年	5月	1,562	878	234	74	94	21	226	35
	8月	1,679	922	226	68	105	22	298	38
	11月	1,728	909	217	91	148	32	300	31
平成17年	2月	1,680	896	249	69	112	27	277	50
対前回調査月増減率									
	8月/5月	7.5	5.0	3.4	8.1	11.7	4.8	31.9	8.6
	11月/8月	2.9	1.4	4.0	33.8	41.0	45.5	0.7	18.4
	2月/11月	2.8	1.4	14.7	24.2	24.3	15.6	7.7	61.3

注:「その他」の主なものには、煮豆類、おから、きな粉、高野豆腐、湯葉等がある。

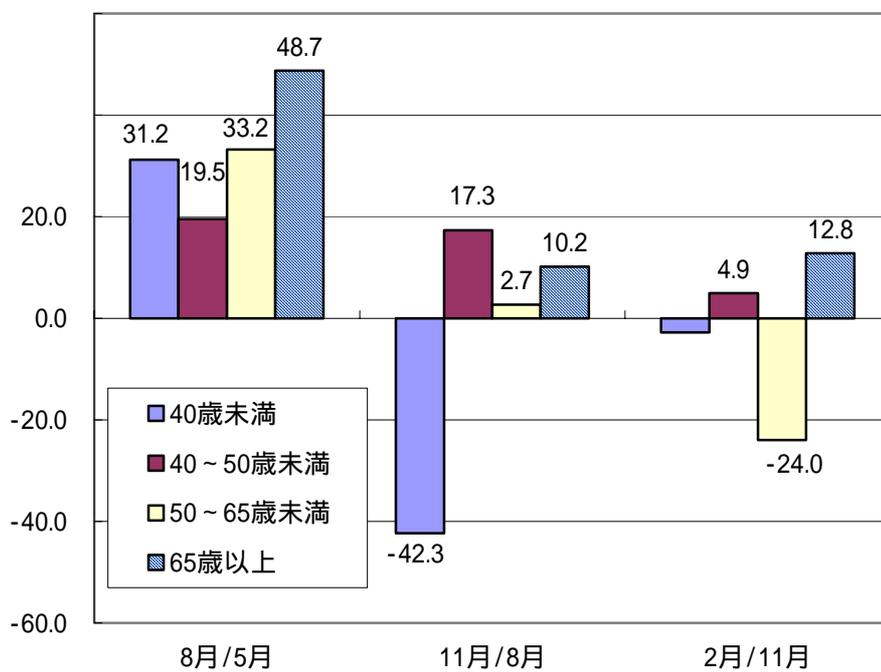
図1 16年度調査 大豆加工品購入数量の対前期調査 増減寄与度の推移 単位:%



その豆乳について、世帯主年代別の前回調査増減率の推移をみると(図1) 8月調査までは全ての年代でプラスに寄与していたが、11月調査以降、その消費動向に各年代でばらつきが見られるようになり、特に11月調査では40歳未満層で急速に減少した。昨年度後半に急激に購入を増加させ、昨年からの「豆乳ブーム」を牽引していた感のある若年層の「冷めやすい」一面を特徴づける結果となった。

図2 16年度調査 豆乳購入数量の対前期調査 増減率の推移

単位：%



各調査月ごとの購入動向をみたのが図3である。これは各調査月の購入量を、年間平均を100とした指数で表したもので、購買行動の季節性を示している。

図3 季節別品目別購入動向（年間平均購入量 = 100）

