

■目次

■調査概要	P2
■対象者プロフィール	P3
■調査結果まとめ	P5
■調査結果詳細	P7
1.豆腐の食状況	P8
1.豆腐の食頻度	P9
2.豆腐を食べる頻度の増減	P10
3.豆腐の種類別食頻度	P11
4.豆腐関連商品の食頻度	P12
5.夏季の豆腐調理方法	P13
6.冬季の豆腐調理方法	P14
2.豆腐の購入状況	P15
1.豆腐の購入頻度	P16
2.豆腐を食べる人	P17
3.豆腐の購入状況	P18
4.豆腐を購入する理由	P19
5.豆腐を購入する際の注意点	P20
6.豆腐の価格感	P21
7.豆腐の購入価格	P22
8.購入する豆腐の形状	P23
9.その形状の豆腐を購入する理由	P24
10.豆腐購入重視点	P25
3.豆腐に関する情報	P26
1.豆腐の情報源	P27
2.豆腐に対する意識	P28
■調査票	P30

■ 調査概要

サンプル数 1000サンプル

サンプル構成

	20代	30代	40代	50代以上	
全体	1000	250	250	250	
性別	男性	500	125	125	125
	女性	500	125	125	125

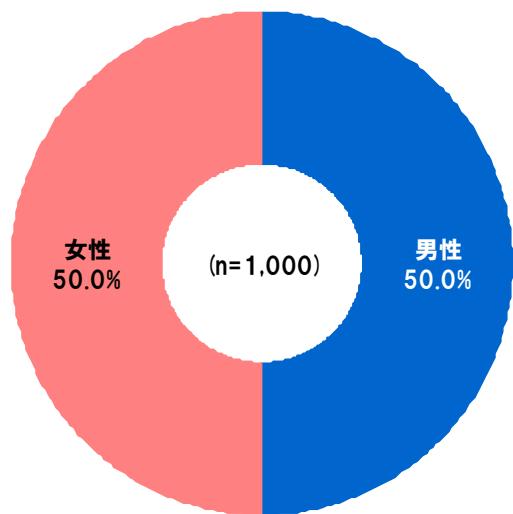
調査手法 インターネット調査

調査実施期間 2007年8月30日(木)～9月4日(火)

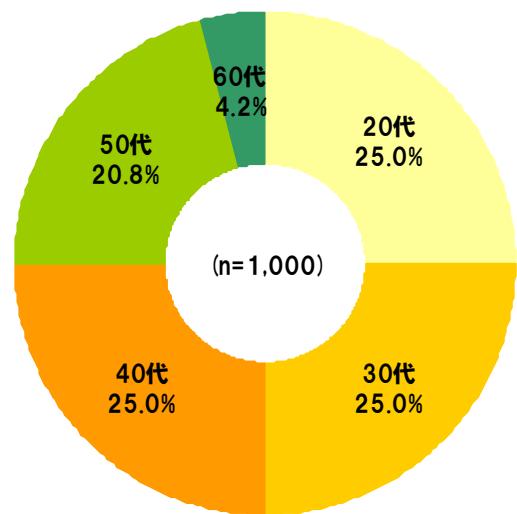
表記上の留意点 数表中、全体より10%以上高い数値を赤色、全体より5%以上高い数値をピンク色で、10%以上低い数値を青色、5%以上低い数値を水色で塗りつぶした。

■対象者プロフィール

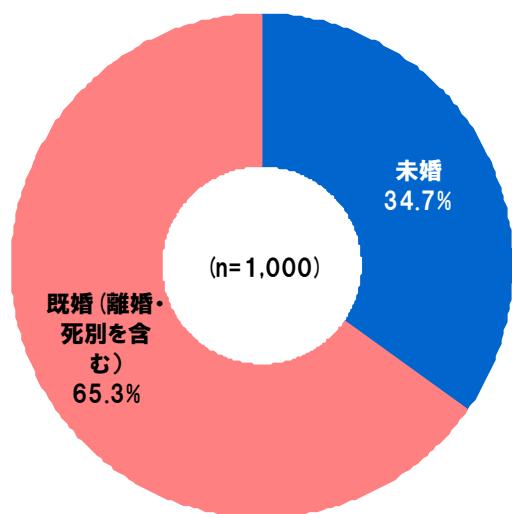
性別



年齢



未既婚



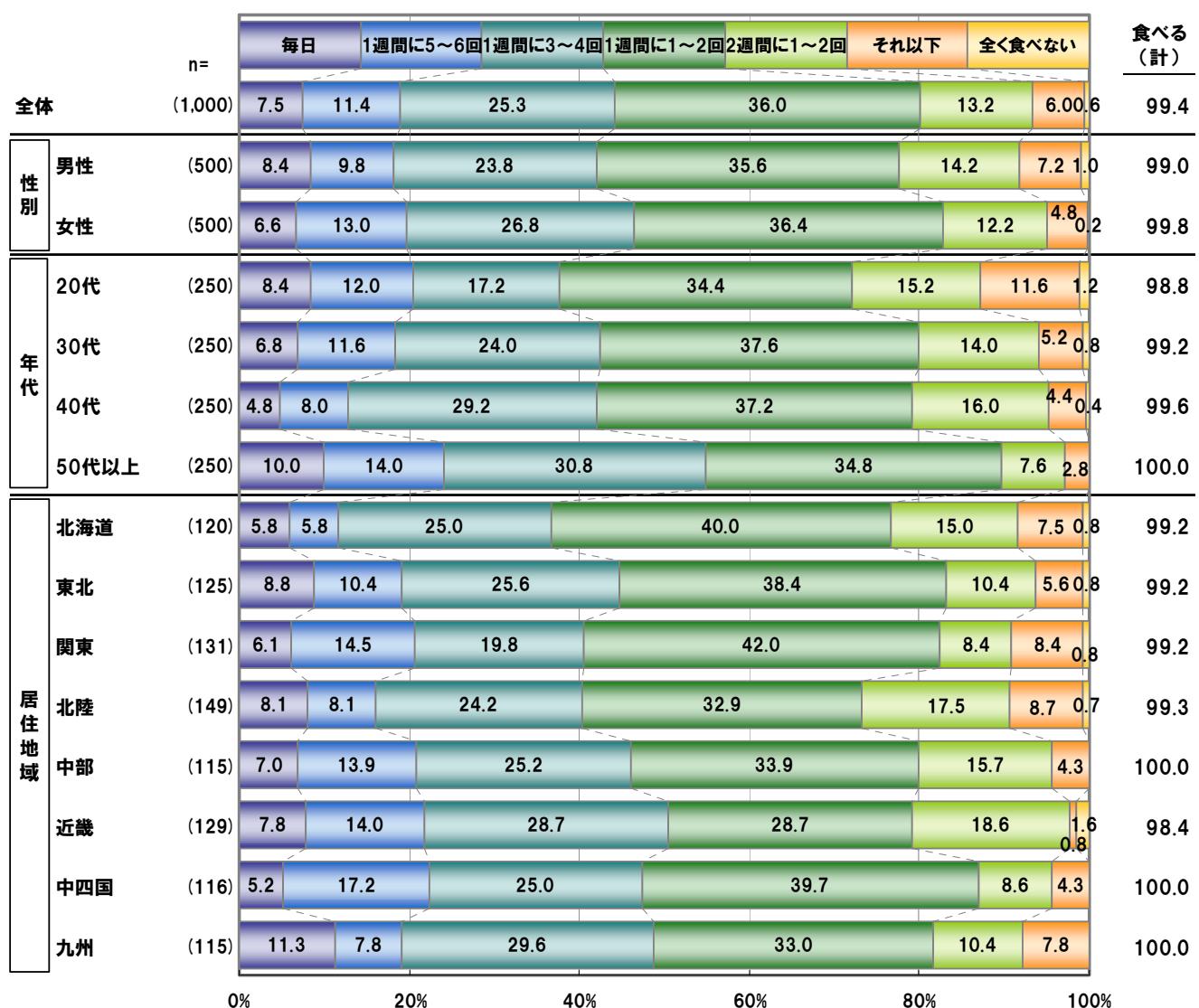
地域



1.豆腐の食頻度

Q-007: あなたのご家庭では豆腐をどれくらいの頻度で召し上がりますか。[S/A]

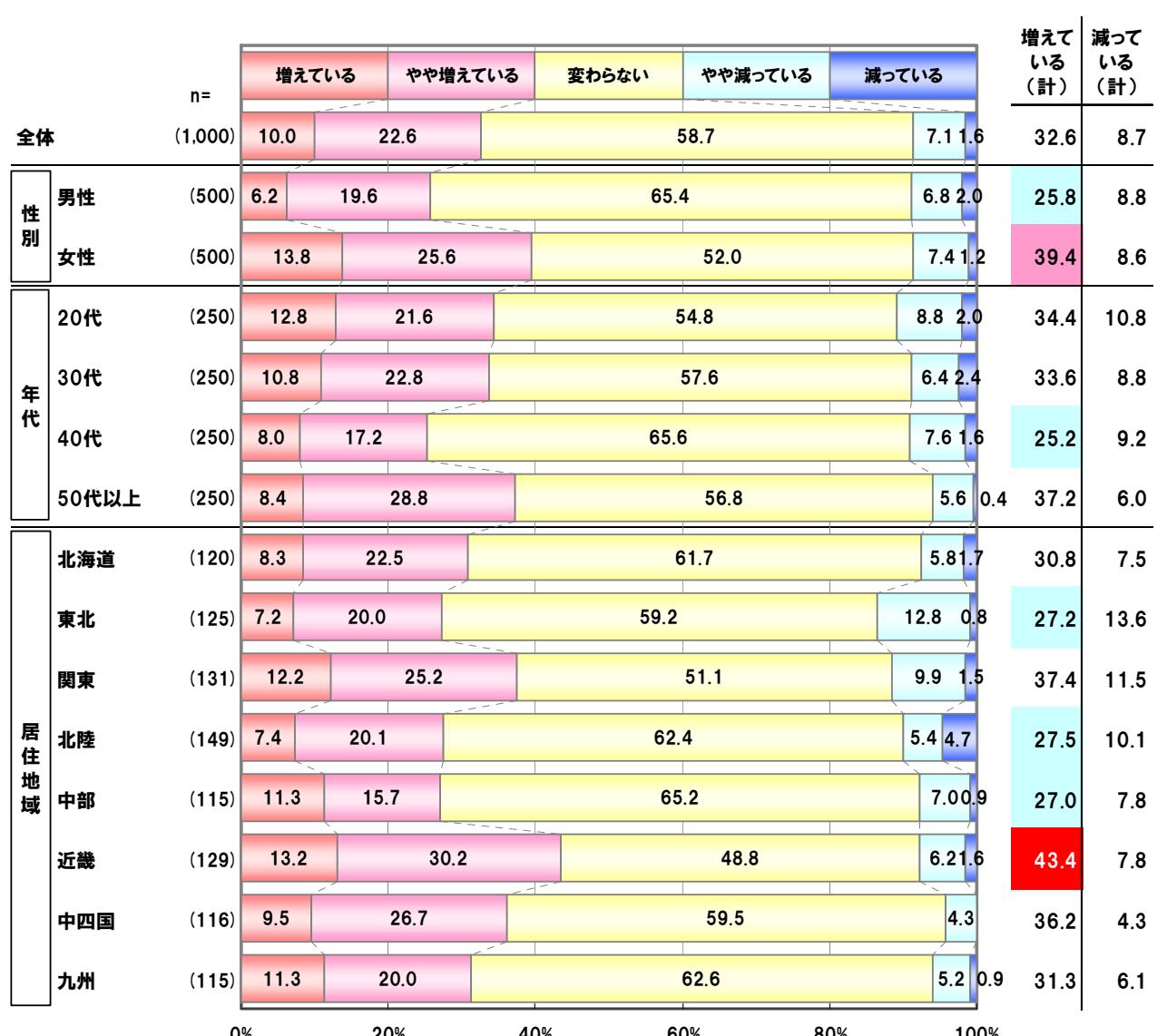
- 「1週間に1～2回」(36.0%)、「1週間に3～4回」(25.3%)が中心で、ほぼ全家庭で食されている。
- 女性は男性より食頻度が高い。
- 50代以上の食頻度が高く、「1週間に5回以上」が24.0%を占める。
- 北海道の食頻度が低く、「1週間に5回以上」は1割にとどまる。



2.豆腐を食べる頻度の増減

Q-008: あなたのご家庭では豆腐を食べる頻度は以前に比べて増えていますか。[S/A]

- 「増えている」は32.6%で、「減っている」を23.9ポイントと大きく上回っている。
- 女性では「増えている」が39.4%と男性に比べ10ポイント以上高い。
- 近畿では「増えている」が43.4%にのぼる。



0% 20% 40% 60% 80% 100%

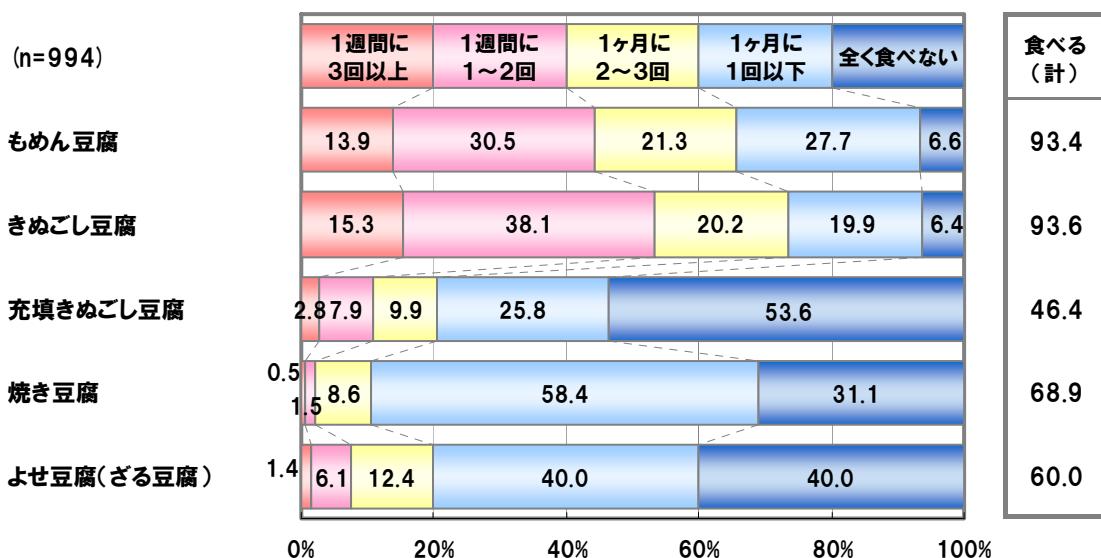
3.豆腐の種類別食頻度

Q-009: あなたのご家庭では、下記の豆腐をどれくらいの頻度でお食べになりますか。豆腐の種類別にそれぞれひとつづつご回答ください。[S/A]

■【もめん豆腐】【きぬごし豆腐】は「1週間に1回以上」が4~5割を占め、食頻度高い。また、9割の家庭で食されている。

■【充填きぬごし豆腐】を食している家庭は少なく、46.4%となっている。

※豆腐を食べる家庭ベース



※2003年のn数は不明

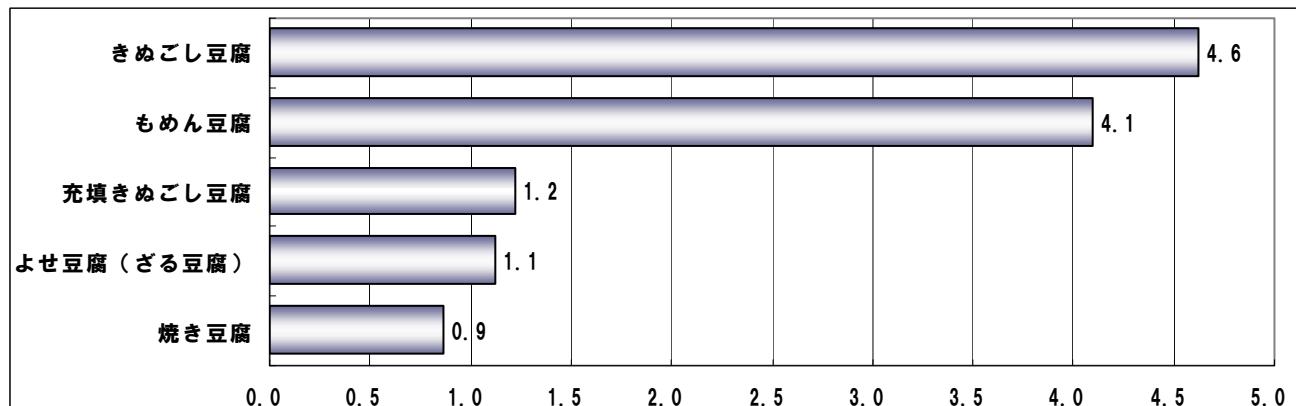
3-②.豆腐の種類別 每月の平均購入個数

■実数では、きぬごし豆腐 4.6個と1位であり、次いでもめん豆腐 4.1個、充填きぬごし豆腐1.2個となっている

■また構成比を地域別にみると、北陸が、きぬごし豆腐 50.5%と全体と比較して10%以上高い。

月平均個数

1位	きぬごし豆腐	4.6
2位	もめん豆腐	4.1
3位	充填きぬごし豆腐	1.2
4位	よせ豆腐（ざる豆腐）	1.1
5位	焼き豆腐	0.9

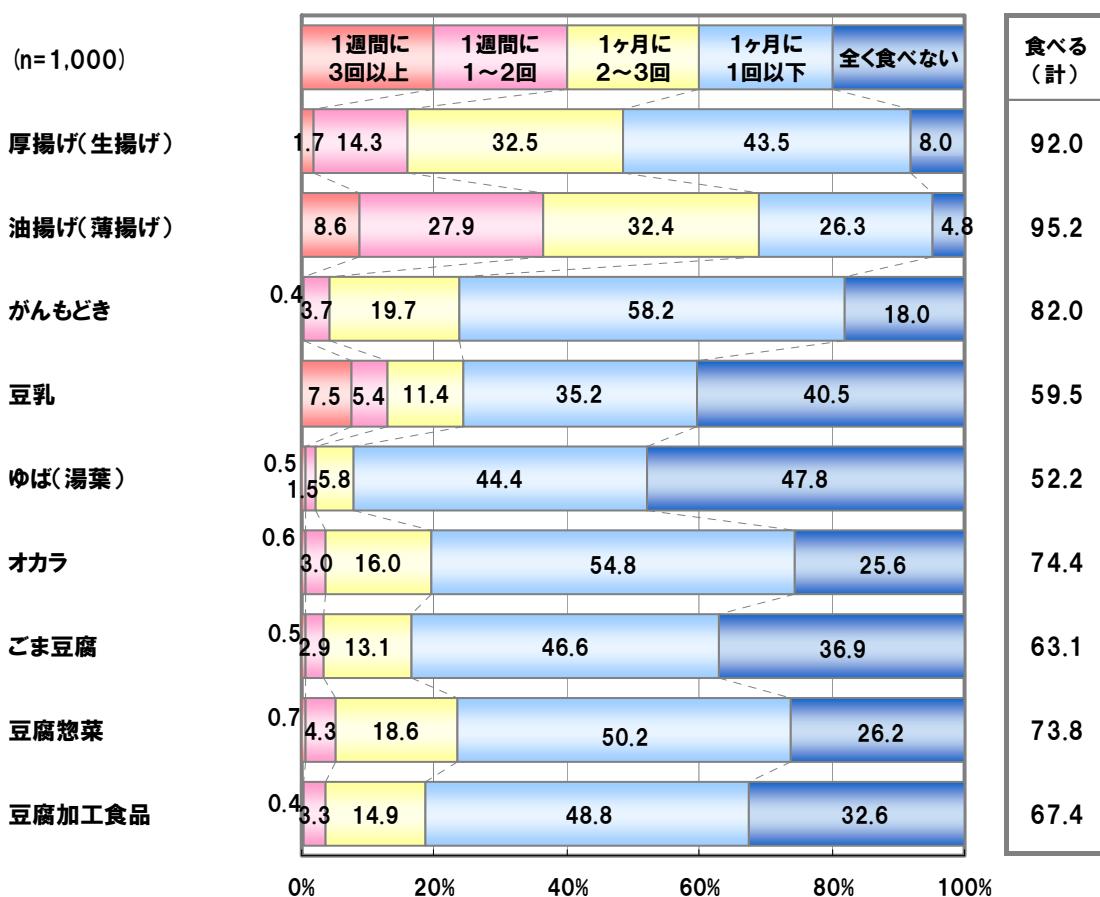


	サンプル数	実数					構成比				
		1位	2位	3位	4位	5位	1位	2位	3位	4位	5位
全体	994	4.6	4.1	1.2	1.1	0.9	38.8	34.3	10.2	9.4	7.2
性別	男性	4.5	4.1	1.0	1.0	0.9	39.1	36.0	8.9	8.4	7.7
	女性	4.8	4.1	1.4	1.3	0.8	38.5	32.8	11.5	10.4	6.8
年代	20代	4.3	3.6	1.1	1.1	0.8	39.3	32.9	10.0	10.1	7.7
	30代	4.4	4.2	1.2	1.0	0.8	37.9	36.2	10.1	9.0	6.9
	40代	4.5	3.9	1.2	1.0	0.8	39.6	33.9	10.6	8.7	7.2
	50代以上	5.3	4.7	1.4	1.3	1.0	38.5	34.1	10.3	9.9	7.2
地域	北海道	3.5	4.8	1.1	1.5	1.1	29.0	39.8	9.5	12.4	9.3
	東北	4.3	5.4	1.1	1.1	1.0	33.3	41.6	8.5	8.7	7.9
	関東	5.3	3.5	1.1	1.4	0.8	43.3	28.7	9.4	11.9	6.8
	北陸	5.4	2.7	1.1	0.7	0.8	50.5	25.2	9.9	6.6	7.7
	中部	4.3	4.6	0.8	0.8	0.7	38.3	41.4	6.7	7.6	6.0
	近畿	6.0	2.9	1.8	1.1	0.9	46.6	23.1	14.5	8.9	6.8
	中国・四国	4.2	4.6	1.6	1.0	0.8	34.7	37.8	12.8	8.2	6.6
	九州	3.7	4.7	1.2	1.3	0.7	31.8	40.3	10.2	11.2	6.5

4. 豆腐の加工食品商品の食頻度

Q-010: また、あなたのご家庭では、以下の豆腐関連商品をどれくらいの頻度で召し上がりますか。それぞれひとつずつご回答ください。[S/A]

- 【厚揚げ(生揚げ)】【油揚げ(薄揚げ)】を食している家庭は9割にのぼる。特に【油揚げ(薄揚げ)】の食頻度は「1週間に1回以上」が36.5%を占める。
- 【豆乳】【ゆば(湯葉)】を食している家庭は5~6割とやや少ない。



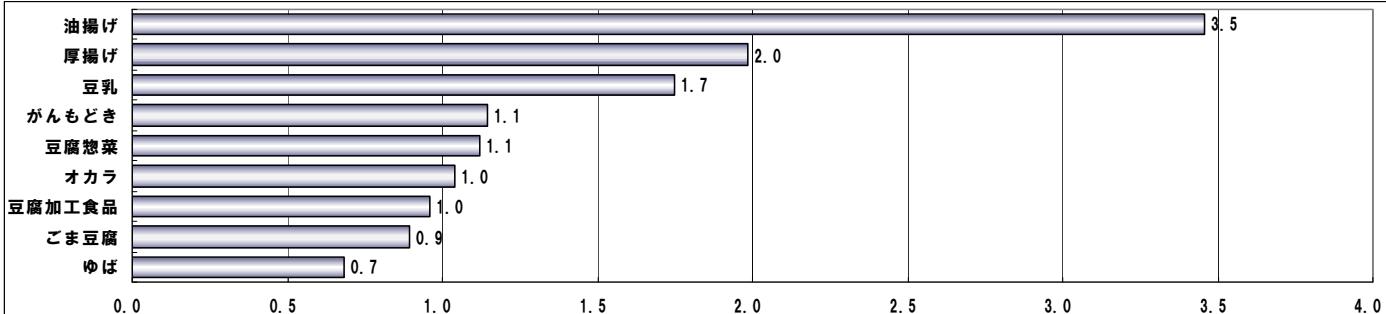
4-②.豆腐の加工食品タイプ別 毎月の平均購入個数

Q-009: あなたの家庭では、下記の豆腐をどれくらいの頻度でお食べになりますか。豆腐の種類別にそれぞれひとつずつご回答ください。[S/A]

■実数では、油揚げ 3.5個と1位であり、次いで厚揚げ 2.0個、豆乳 1.7個となっている。

月平均個数

1位	油揚げ	3.5
2位	厚揚げ	2.0
3位	豆乳	1.7
4位	がんもどき	1.1
5位	豆腐惣菜	1.1
6位	オカラ	1.0
7位	豆腐加工食品	1.0
8位	ごま豆腐	0.9
9位	ゆば	0.7



	サンプル数	実数									
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	
全体	1000	3.5	2.0	1.7	1.1	1.1	1.0	1.0	0.9	0.7	
性別	男性	500	3.0	2.0	1.5	1.2	1.1	1.1	1.0	0.9	0.7
	女性	500	3.9	2.0	2.0	1.1	1.1	1.0	0.9	0.9	0.6
年代	20代	250	2.8	1.8	1.7	1.0	1.3	1.0	1.1	0.9	0.7
	30代	250	3.2	2.0	1.6	1.1	1.1	1.1	1.0	0.9	0.7
	40代	250	3.4	1.7	1.5	1.1	1.0	0.9	0.8	0.8	0.5
	50代以上	250	4.5	2.4	2.2	1.3	1.1	1.1	0.9	1.0	0.8
地域	北海道	120	3.4	1.7	1.8	1.3	1.2	1.3	1.1	0.9	0.9
	東北	125	3.4	2.0	1.4	1.3	1.2	1.1	0.9	0.8	0.7
	関東	131	3.0	1.6	1.9	1.1	1.0	0.7	0.8	0.8	0.6
	北陸	149	3.4	2.4	1.7	1.3	1.0	1.1	1.0	1.0	0.6
	中部	115	3.4	1.7	1.6	1.0	1.0	0.9	0.9	0.8	0.6
	近畿	129	3.3	2.3	2.2	1.2	1.3	1.0	1.0	1.0	0.8
	中国・四国	116	3.6	1.7	1.3	0.9	1.1	1.1	1.0	0.9	0.6
	九州	115	4.1	2.2	2.1	0.9	1.2	1.1	1.0	1.0	0.6

構成比									
1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	
26.5	15.2	13.4	8.8	8.6	8.0	7.3	6.9	5.2	
23.8	15.8	12.2	9.5	8.9	8.9	7.9	7.2	5.8	
29.0	14.7	14.6	8.2	8.3	7.1	6.8	6.6	4.7	
22.6	14.3	13.5	8.5	10.5	8.5	9.3	7.2	5.8	
24.8	15.9	12.5	8.8	8.6	8.9	8.0	6.9	5.6	
29.0	14.9	13.2	9.3	8.6	7.3	6.5	6.6	4.6	
29.2	15.7	14.3	8.8	7.2	7.3	5.9	6.8	4.9	
25.6	12.7	13.3	9.3	8.6	9.4	8.2	6.3	6.6	
26.7	15.6	10.7	10.4	9.2	8.7	7.1	6.6	5.1	
26.1	13.7	16.7	9.3	8.8	6.1	7.0	6.9	5.5	
25.1	17.8	12.7	9.8	7.6	7.8	7.5	7.5	4.4	
28.5	14.5	13.0	8.7	8.5	7.8	7.2	6.5	5.2	
23.6	16.4	15.3	8.6	9.2	7.2	6.7	7.1	5.8	
29.0	14.2	10.5	7.6	9.2	9.0	8.1	7.1	5.2	
28.8	15.8	14.8	6.5	8.2	7.9	7.1	6.7	4.1	

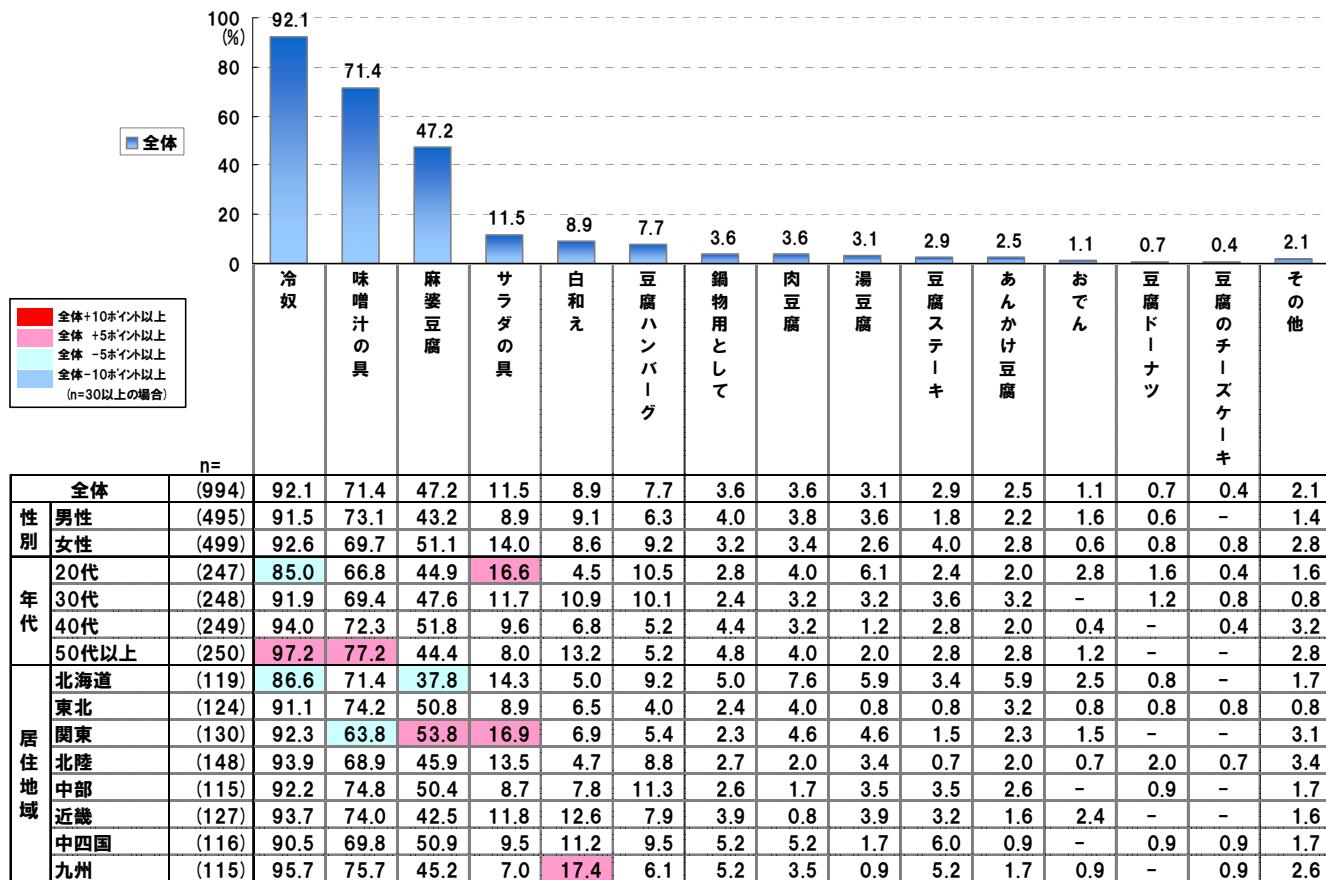
※2003年のn数は不明

5. 夏季の豆腐調理方法

Q-011: あなたの家庭では、豆腐をどのように調理していますか。夏と冬のそれぞれの季節ごとの調理名をお知らせください。夏の季節 * 多いと思うものを3つまでお知らせください。[M/A]

- 「冷や奴」92.1%、「味噌汁の具」71.4%、「麻婆豆腐」47.2%が上位にあげられている。
- 20代では「サラダの具」が16.6%で他年代に比べ高い。50代以上では「冷や奴」「味噌汁の具」が高め。
- 関東では「麻婆豆腐」「サラダの具」が、九州では「白和え」がやや高い。

※豆腐を食べる家庭ベース

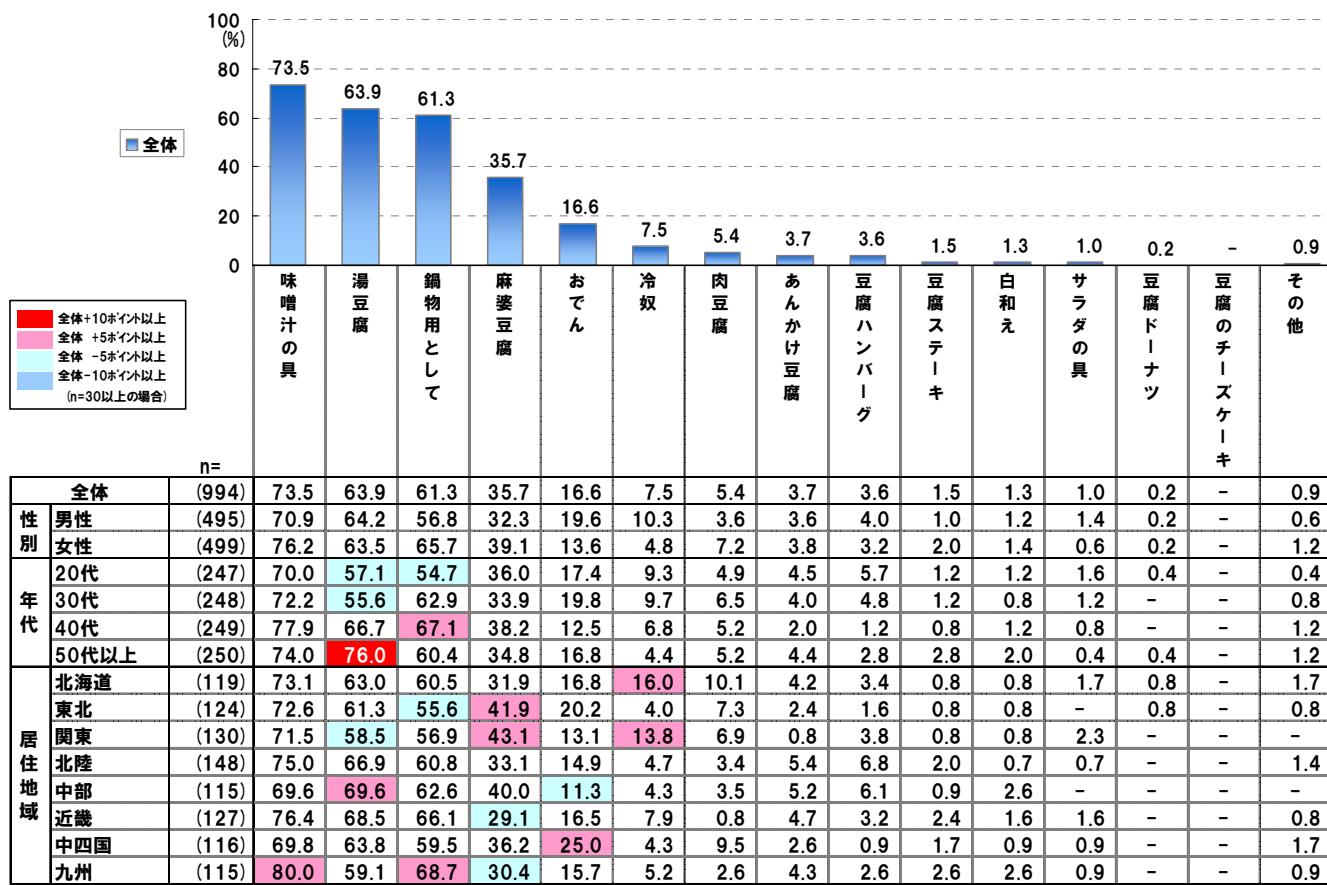


6.冬季の豆腐調理方法

Q-012:冬の季節 * 多いと思うものを3つまでお知らせください。[M/A]

- 「味噌汁の具」73.5%、「湯豆腐」63.9%、「鍋物用として」61.3%が上位で、夏季と傾向が異なる。
- 50代以上では「湯豆腐」が76.0%で最も多い。
- 中部では「味噌汁の具」と並んで「湯豆腐」がトップ。九州では「味噌汁の具」が80.0%と最も高く、次いで「鍋物用として」が68.7%で続く。

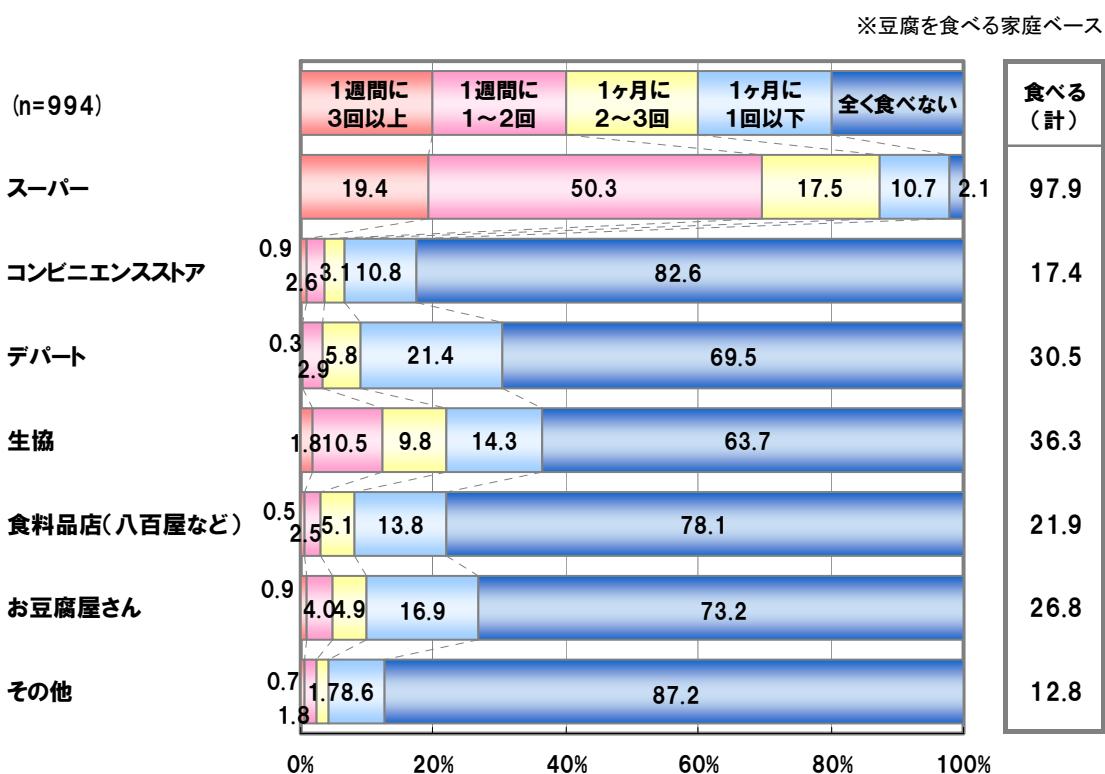
※豆腐を食べる家庭ベース



1.豆腐の購入頻度(チャネルタイプ別)

Q-013: あなたのご家庭では、ふだん以下のお店ではどれくらいの頻度で豆腐をお買い求めになりますか。それぞれひとつずつご回答ください。
[S/A]

- 【スーパー】での購入が圧倒的に高く、「1週間に1回以上」購入が7割にのぼる。
- 次いで、【生協】【デパート】と続く。



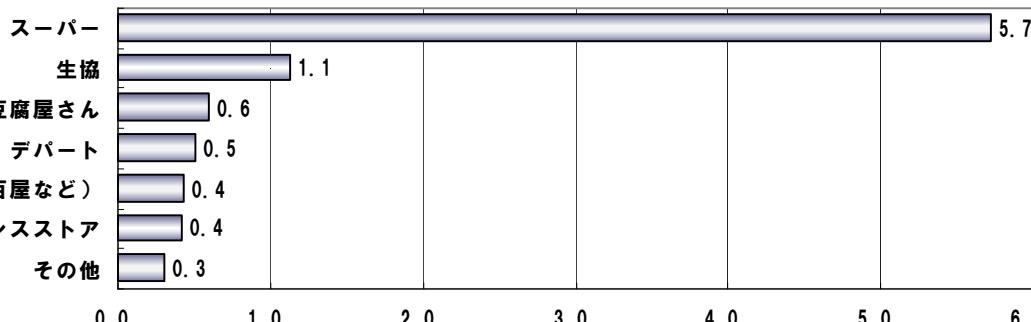
1-②. チャネルタイプ別 毎月の平均購入回数

■ 実数では、スーパー 5.7回と1位であり、次いで生協 1.1回となっており、その他のチャネルは、0.6回以下と大きく下回っている。

■ また構成比を地域別にみると、北海道が、スーパー 51.8%と全体と比較して10%以上低い結果となっている。

月平均回数

1位	スーパー	5.7
2位	生協	1.1
3位	お豆腐屋さん	0.6
4位	デパート	0.5
5位	食料品店（八百屋など）	0.4
6位	コンビニエンスストア	0.4
7位	その他	0.3

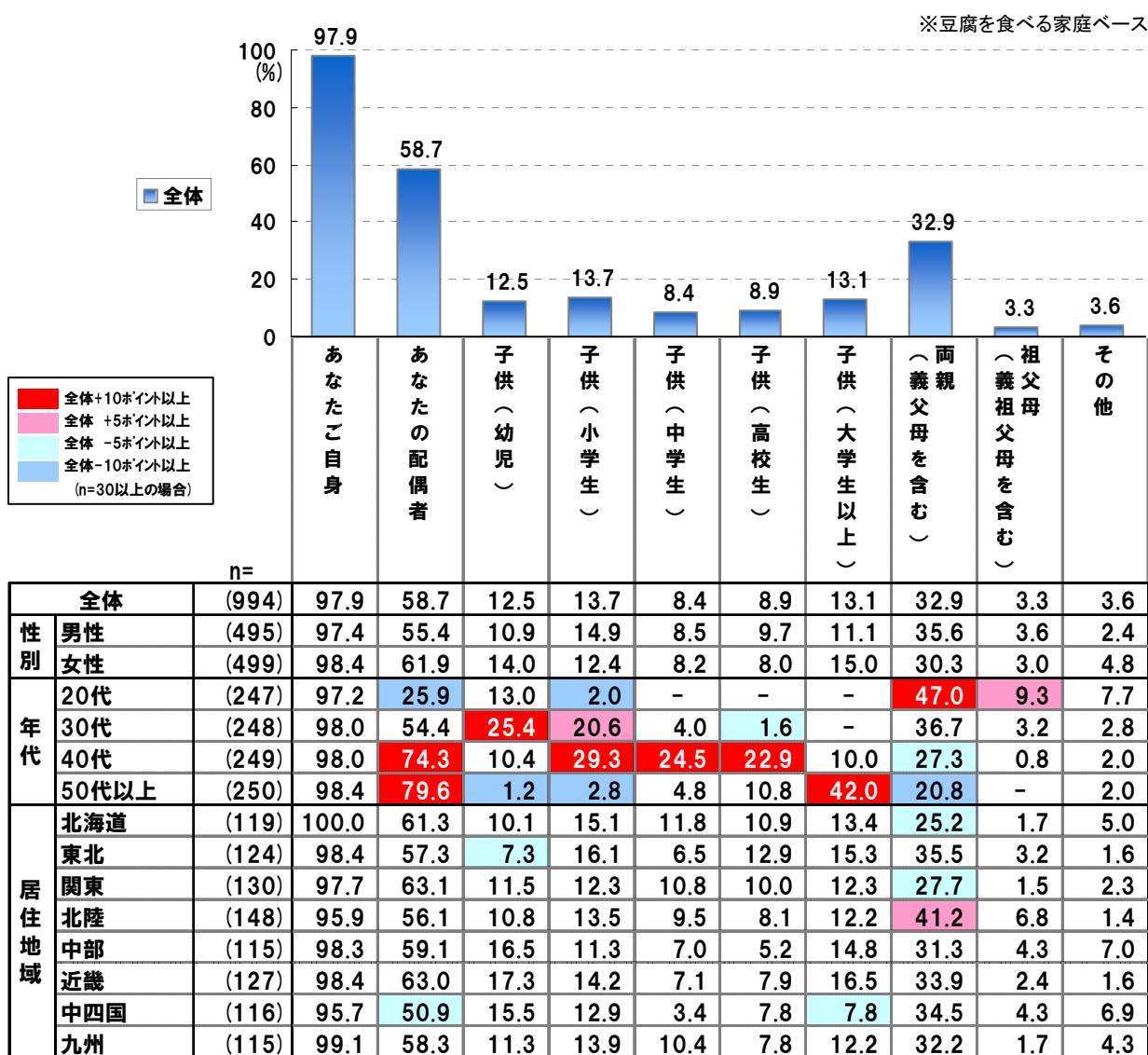


		実数							構成比							
		サンプル数	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全般	全体	994	5.7	1.1	0.6	0.5	0.4	0.4	0.3	62.8	12.5	6.5	5.6	4.7	4.6	3.3
性別	男性	495	5.3	1.1	0.7	0.5	0.5	0.5	0.4	59.3	12.2	7.8	5.4	5.3	5.9	4.1
	女性	499	6.1	1.2	0.5	0.5	0.4	0.3	0.2	66.1	12.7	5.2	5.9	4.1	3.4	2.7
年代	20代	247	5.1	1.0	0.5	0.6	0.5	0.5	0.5	59.1	11.1	6.1	7.2	5.6	5.5	5.4
	30代	248	5.4	1.0	0.6	0.5	0.4	0.4	0.2	63.2	12.2	6.9	5.9	4.4	4.7	2.8
	40代	249	5.7	1.0	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2	68.6	11.7	5.1	5.3	3.2	3.7	2.4
	50代以上	250	6.6	1.6	0.8	0.5	0.6	0.5	0.3	60.9	14.3	7.6	4.5	5.3	4.5	2.9
地域	北海道	119	5.1	1.7	0.9	0.7	0.6	0.6	0.3	51.8	17.8	8.9	7.0	6.0	5.6	2.8
	東北	124	5.7	1.8	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	60.5	18.8	5.3	4.6	4.6	2.8	3.3
	関東	130	5.6	0.9	0.5	0.5	0.4	0.7	0.2	63.5	10.5	6.1	5.5	4.3	7.4	2.7
	北陸	148	5.7	0.6	0.4	0.3	0.3	0.3	0.3	72.2	7.1	5.5	4.3	3.4	3.7	3.9
	中部	115	5.6	1.0	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	64.7	11.0	6.3	5.7	4.2	5.1	3.2
	近畿	127	6.2	1.2	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4	61.6	12.3	7.2	5.1	5.2	4.3	4.3
	中国・四国	116	6.1	0.9	0.5	0.6	0.4	0.4	0.2	67.7	9.5	5.7	6.5	4.7	3.9	2.0
	九州	115	5.7	1.1	0.7	0.6	0.5	0.4	0.4	61.0	12.1	7.1	6.6	4.9	4.0	4.3

2.豆腐を食べる人

Q-014: あなたのご家庭では豆腐を召し上がるのはどなたですか。あてはまるものをお知らせください。[M/A]

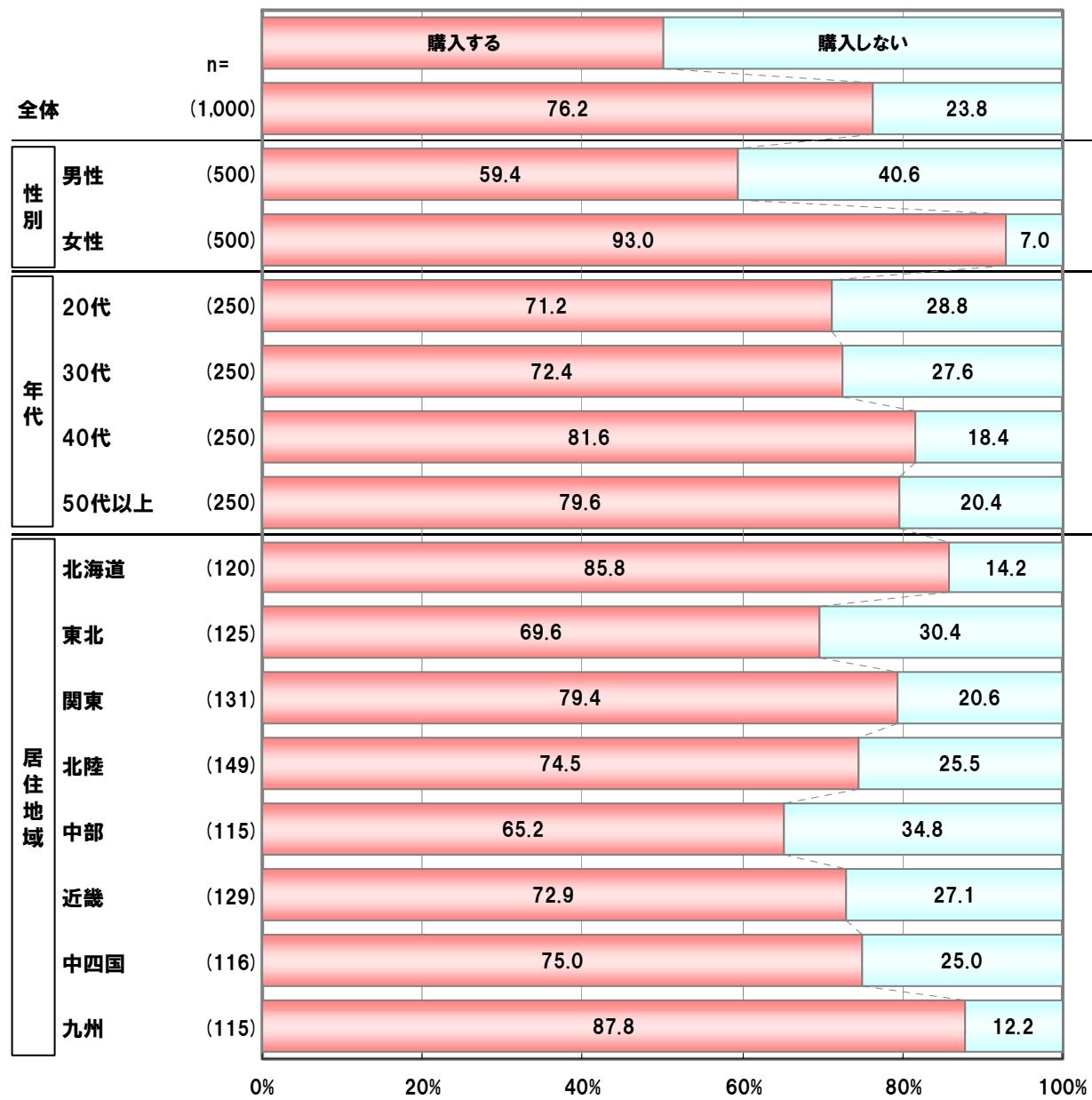
- 「自分」97.9%、「配偶者」58.7%、「両親」32.9%の順となっている。
- 20代では「両親」が半数を占める。30代では「子供(幼児)」が25.4%見られる。40代では「配偶者」「子供(小～高校生)」が高い。50代以上では「配偶者」「子供(大学生以上)」が高い。
- 北陸では「両親」が41.2%でやや高い。



3.豆腐の購入状況

Q-015: あなたは豆腐をご自身で購入することができますか。[S/A]

- 自分で豆腐を購入する人は76.2%である。
- 女性では自分で豆腐を購入する人が9割に達する。
- 40代以上では比較的自分で豆腐を購入する人が多い。
- 北海道、九州では自分で豆腐を購入する人が8割を超える。

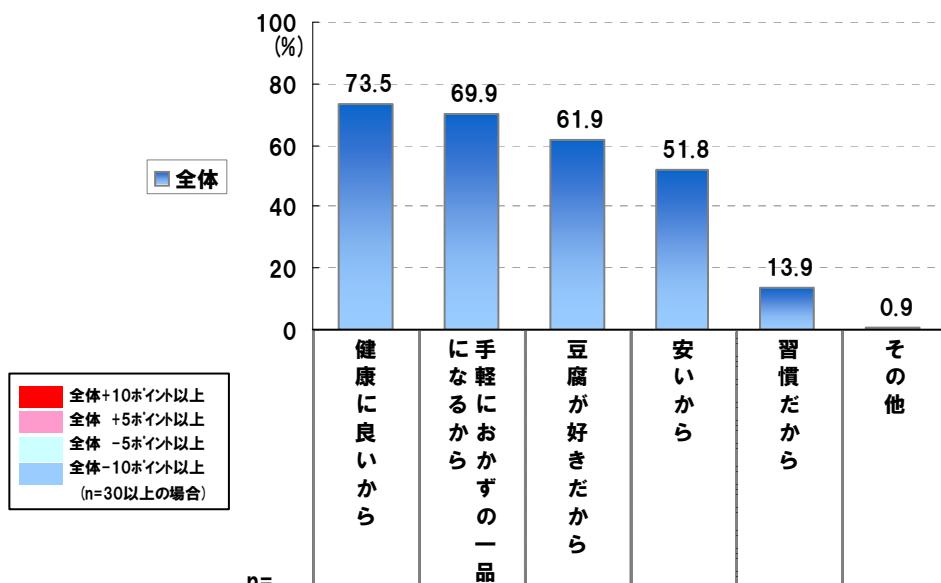


4. 豆腐を購入する理由

Q-016: あなたが豆腐を購入する理由としてあてはまるものすべてお知らせください。[M/A]

- 「健康に良いから」73.5%、「手軽におかずの一品になるから」69.9%、「豆腐が好きだから」61.9%が主な理由である。
- 女性は男性に比べ「健康に良いから」「手軽におかずの一品になるから」が20ポイント近く高い。
- 若年層ほど「安いから」が高くなり、20代では62.4%にのぼる。
- 東北では「安いから」が64.4%と全体を10ポイント以上上回る。

※豆腐を自分で購入する人ベース



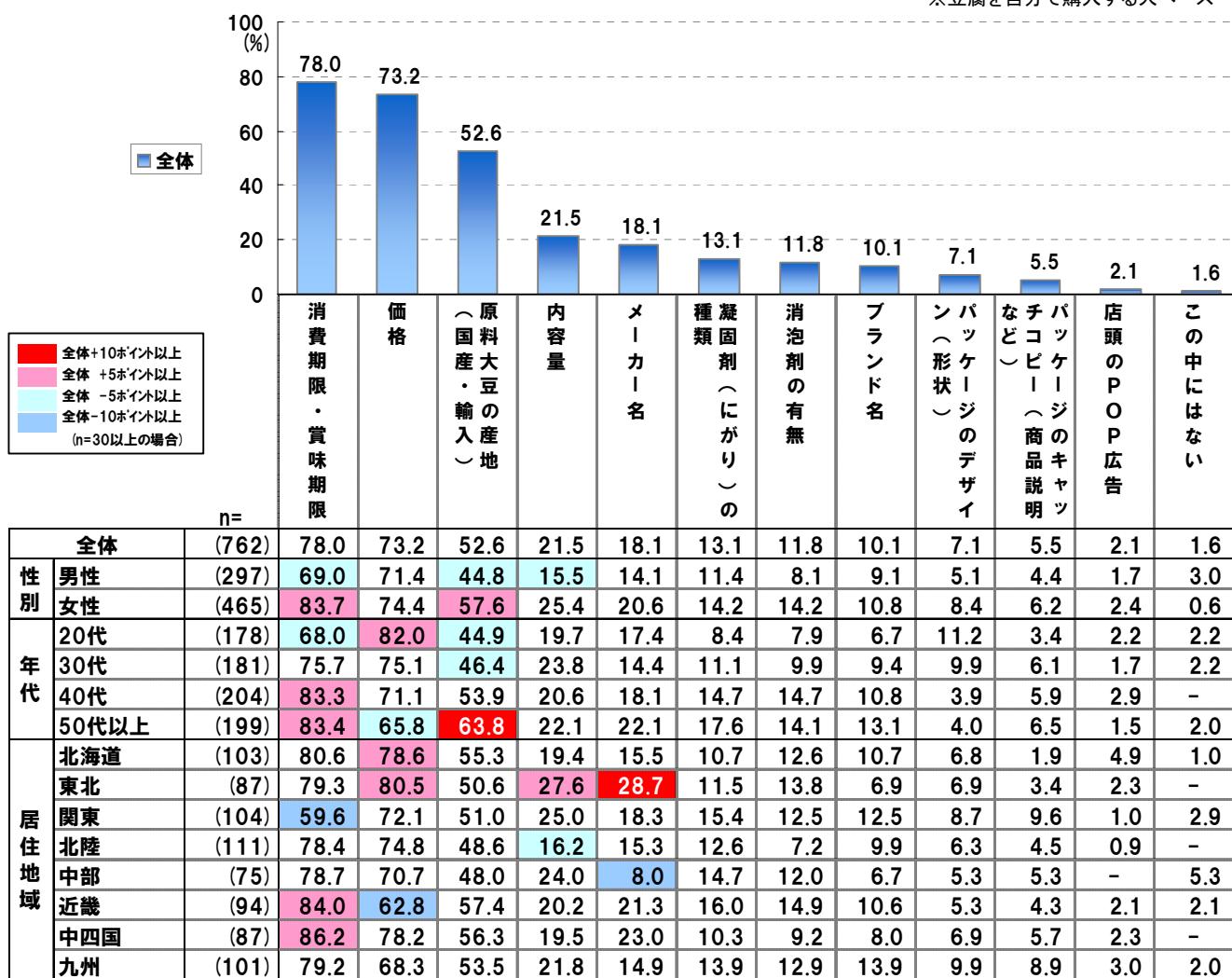
n=		全体	(762)	73.5	69.9	61.9	51.8	13.9	0.9
性別	男性	(297)	62.6	59.9	60.9	44.1	10.1	0.7	
	女性	(465)	80.4	76.3	62.6	56.8	16.3	1.1	
年代	20代	(178)	64.0	64.0	56.2	62.4	13.5	3.4	
	30代	(181)	71.3	71.8	56.4	58.0	14.9	-	
	40代	(204)	75.5	71.6	64.7	45.1	11.8	-	
	50代以上	(199)	81.9	71.9	69.3	43.7	15.6	0.5	
居住地域	北海道	(103)	74.8	68.9	62.1	61.2	9.7	1.9	
	東北	(87)	74.7	71.3	67.8	64.4	21.8	1.1	
	関東	(104)	82.7	60.6	60.6	38.5	7.7	1.0	
	北陸	(111)	64.0	76.6	56.8	58.6	10.8	0.9	
	中部	(75)	57.3	73.3	61.3	49.3	18.7	1.3	
	近畿	(94)	80.9	68.1	62.8	37.2	12.8	-	
	中四国	(87)	75.9	71.3	67.8	56.3	14.9	-	
	九州	(101)	75.2	70.3	58.4	49.5	17.8	1.0	

5. 豆腐を購入する際の注意点

Q-017: あなたは普段、どこに注意して豆腐を購入されていますか。あてはまるものをすべてお知らせください。[M/A]

- 「消費期限・賞味期限」78.0%、「価格」73.2%、「原料大豆の産地(国産・輸入)」52.6%に対する注意度が高い。
- 女性は男性に比べ「消費期限・賞味期限」「原料大豆の産地(国産・輸入)」「内容量」に対する注意度が高い。
- 高齢層ほど「原料大豆の産地(国産・輸入)」を注意しており、50代以上では63.8%にのぼる。
- 東北では「メーカー名」が28.7%で高い。

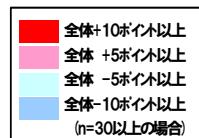
※豆腐を自分で購入する人ベース



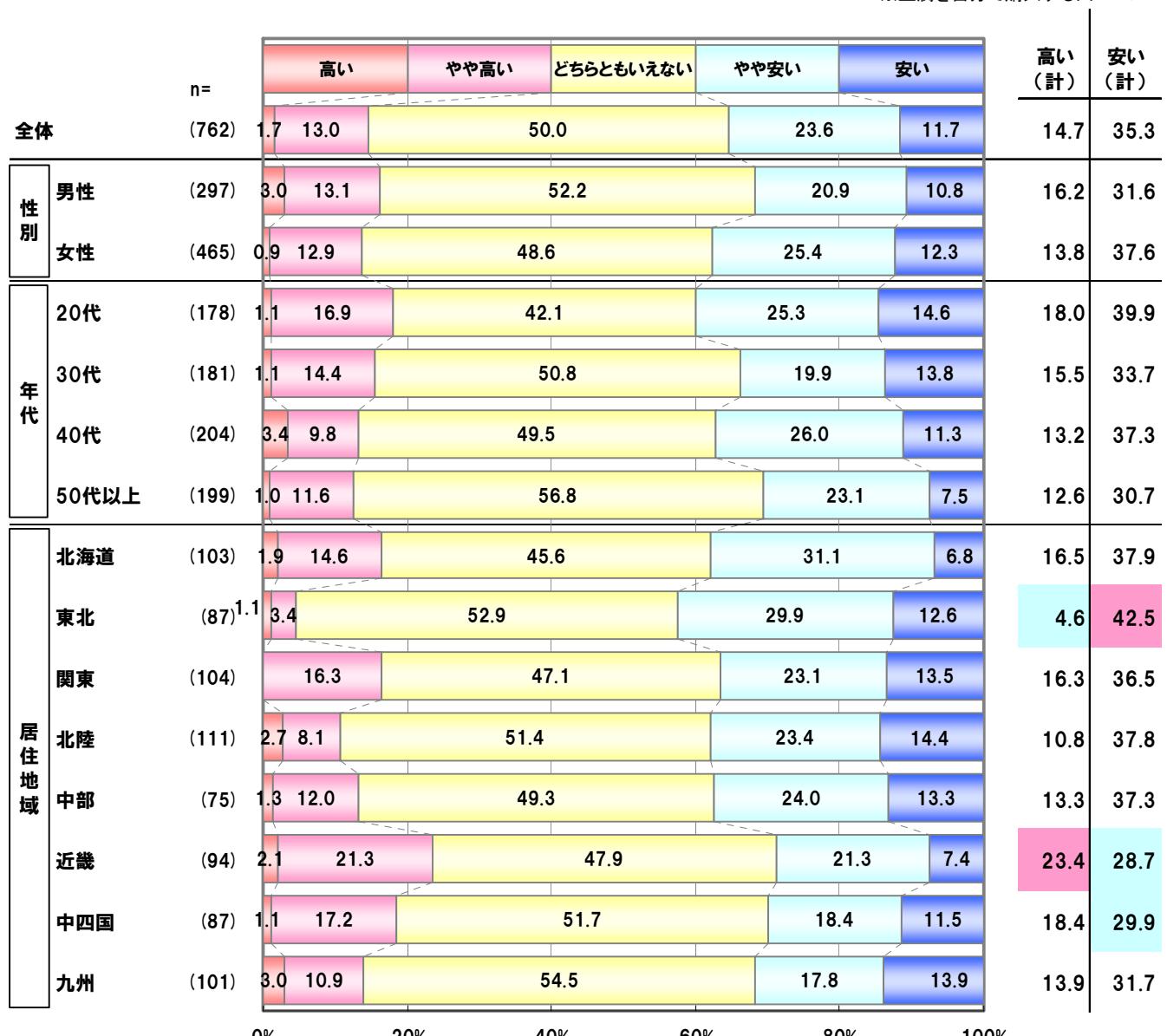
6.豆腐の価格感

Q-018: あなたが普段購入している豆腐の値段についてお聞きいたします。購入している価格について、どう思われますか。[S/A]

- 豆腐の価格を「高い」と感じる人は14.7%で少数派である。「安い」と感じる人は35.3%を占める。
- 女性は男性より「安い」と感じる人が多い。
- 東北では「安い」が42.5%を占めるのに対し、近畿では「高い」が23.4%見られる。



※豆腐を自分で購入する人ベース

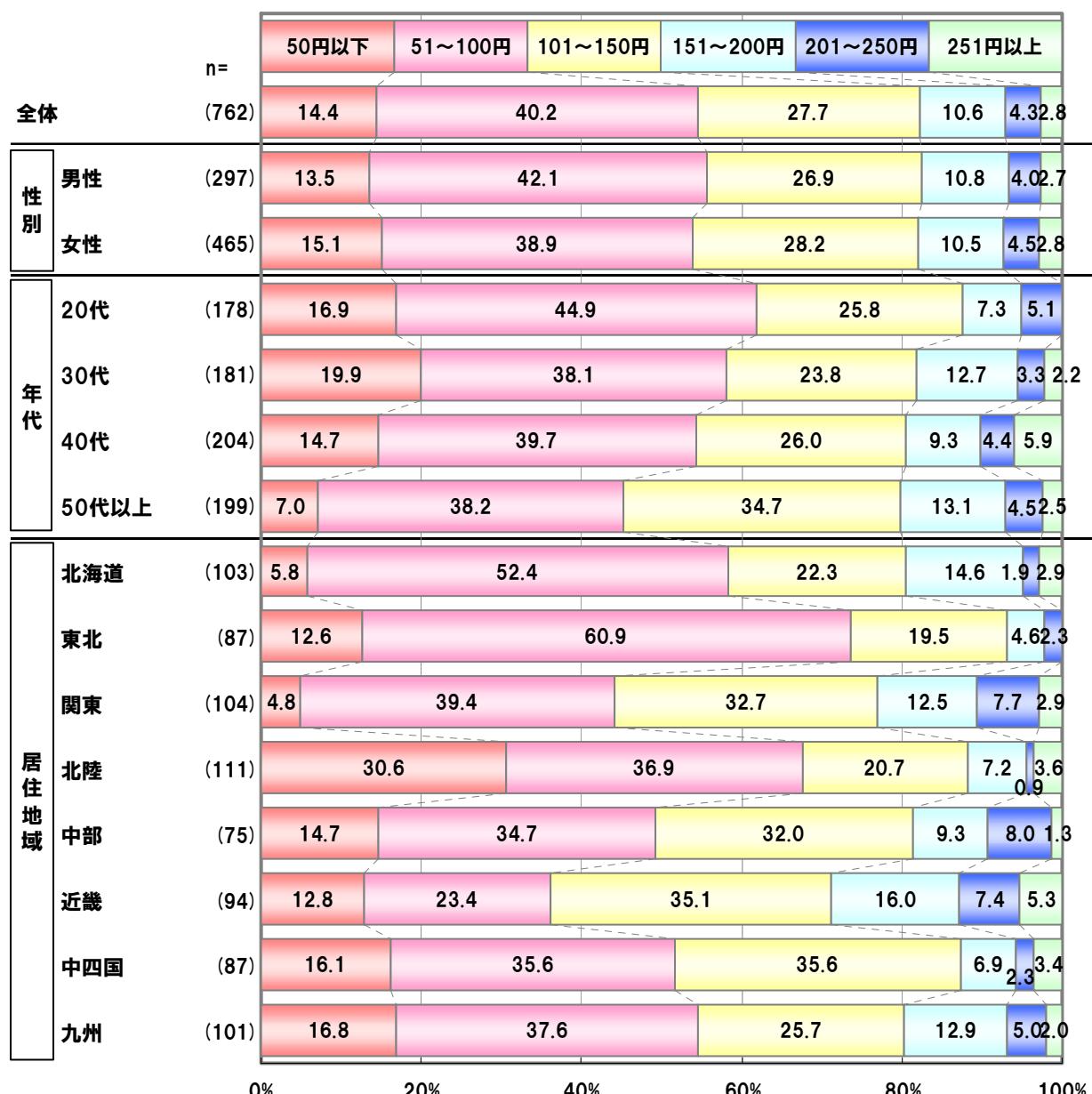


7.豆腐の購入価格

Q-019:あなたが前問にてお答えになった『普段購入している豆腐』は、おいくらで購入していますか。[S/A]

- 「51～100円」が40.2%で中心。次いで、「101～150円」が27.7%と続く。
- 高齢層ほど「101円以上」の比率が高くなっている。
- 北海道、東北では「51～100円」が過半数を占め、近畿、中四国では「101～150円」が高め。

※豆腐を自分で購入する人ベース

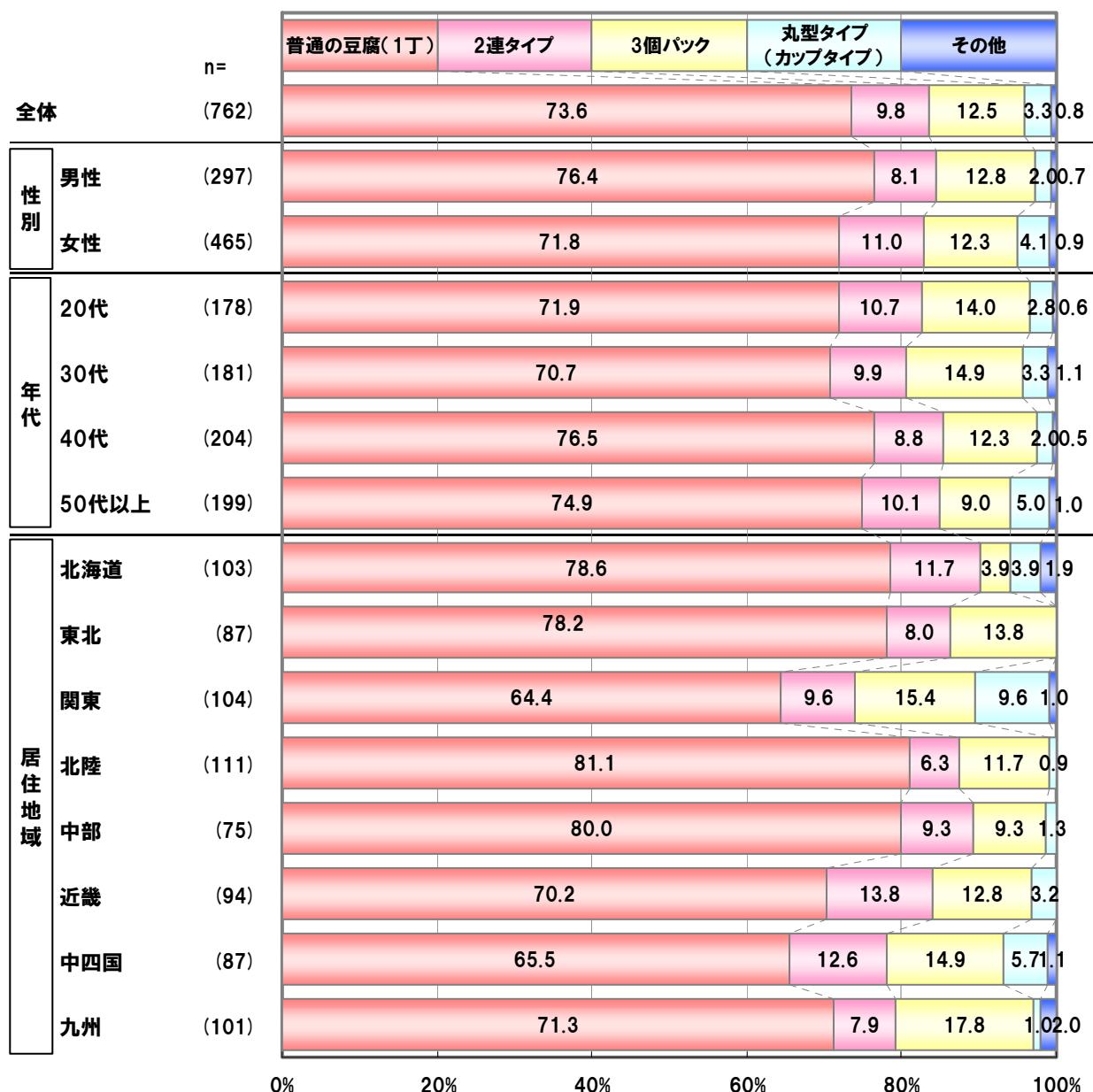


8. 購入する豆腐の形状

Q-020: あなたが最も多く購入する豆腐の形状をお知らせください。[S/A]

- 「普通の豆腐(1丁)」が73.6%を占める。
- 男性は「普通の豆腐(1丁)」が女性より高め。
- 40代以上では「普通の豆腐(1丁)」が高め。
- 北陸、中部では「普通の豆腐(1丁)」が8割を占める。関東では「丸型タイプ(カップタイプ)」が、九州では「3個パック」がやや高い。

※豆腐を自分で購入する人ベース

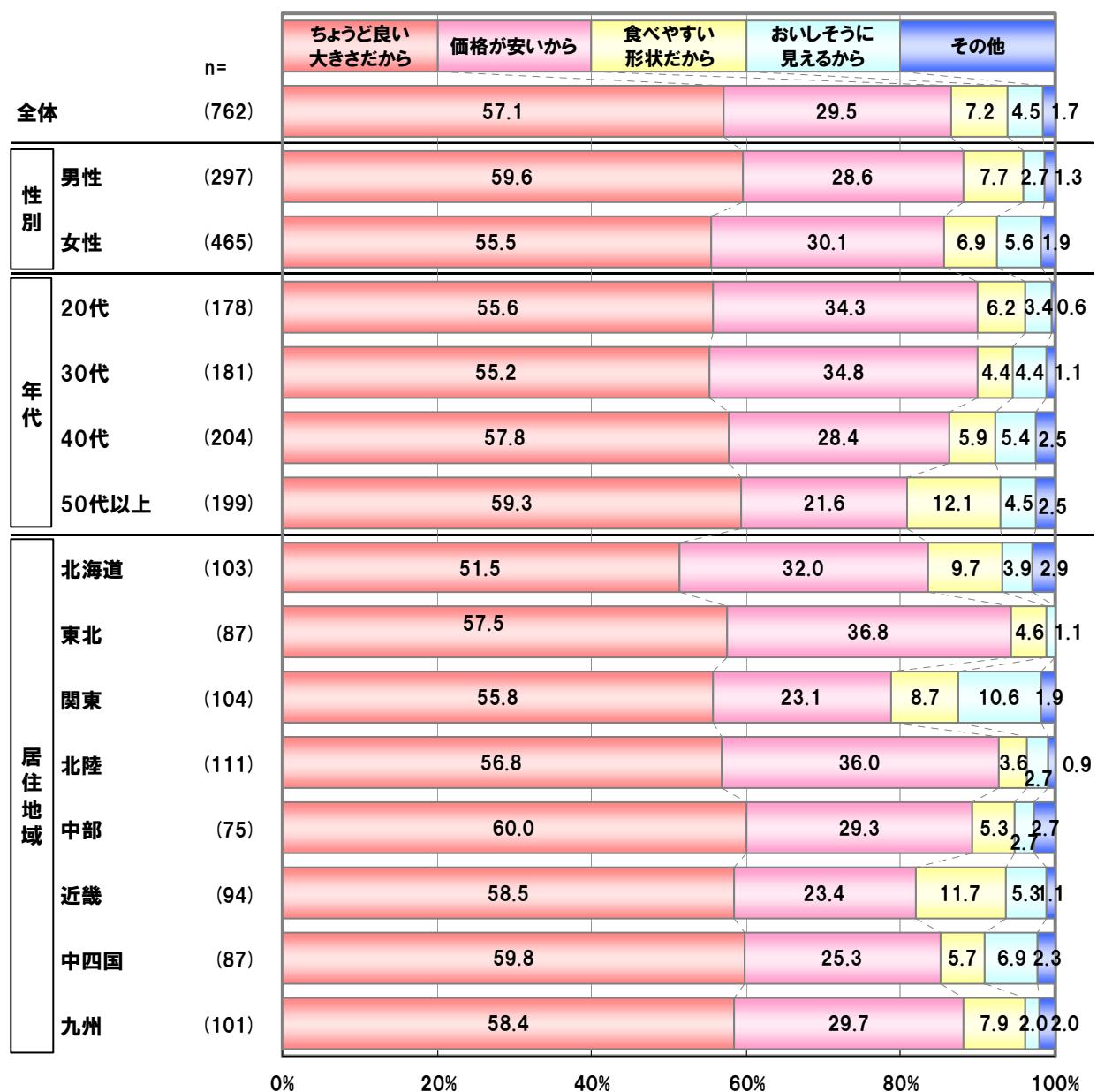


9. その形状の豆腐を購入する理由

Q-021: あなたが前問でお選びいただいた形状を最も多く購入する理由として、最もあてまるものをお知らせください。[S/A]

- 「ちょうど良い大きさだから」が57.1%でトップ。以下、「価格が安いから」が29.5%で続く。
- 東北、北陸では「価格が安いから」が他エリアに比べ高い。

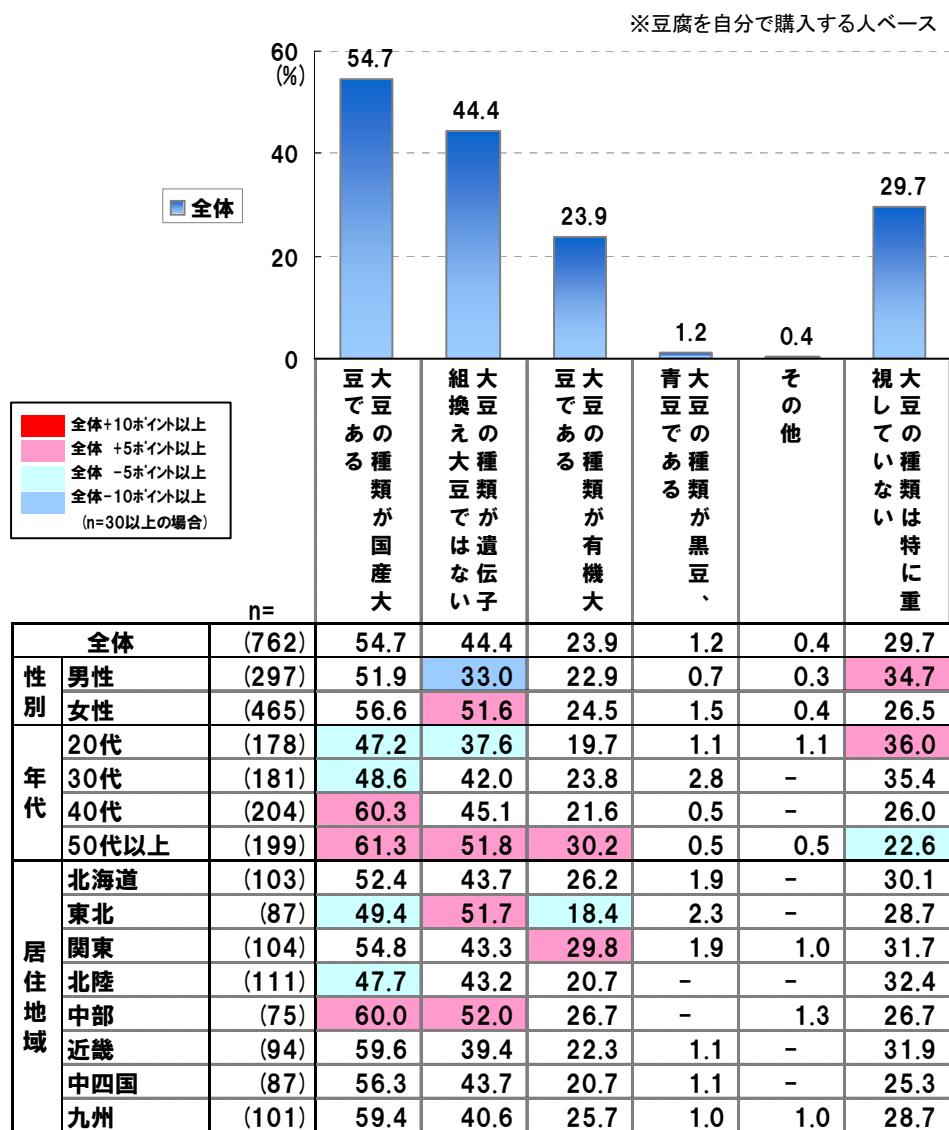
※豆腐を自分で購入する人ベース



10. 豆腐購入重視点

Q-022: あなたが豆腐をお買いになるとき、原料について重視される点は何ですか。あてはまるものをすべてお知らせください。[M/A]

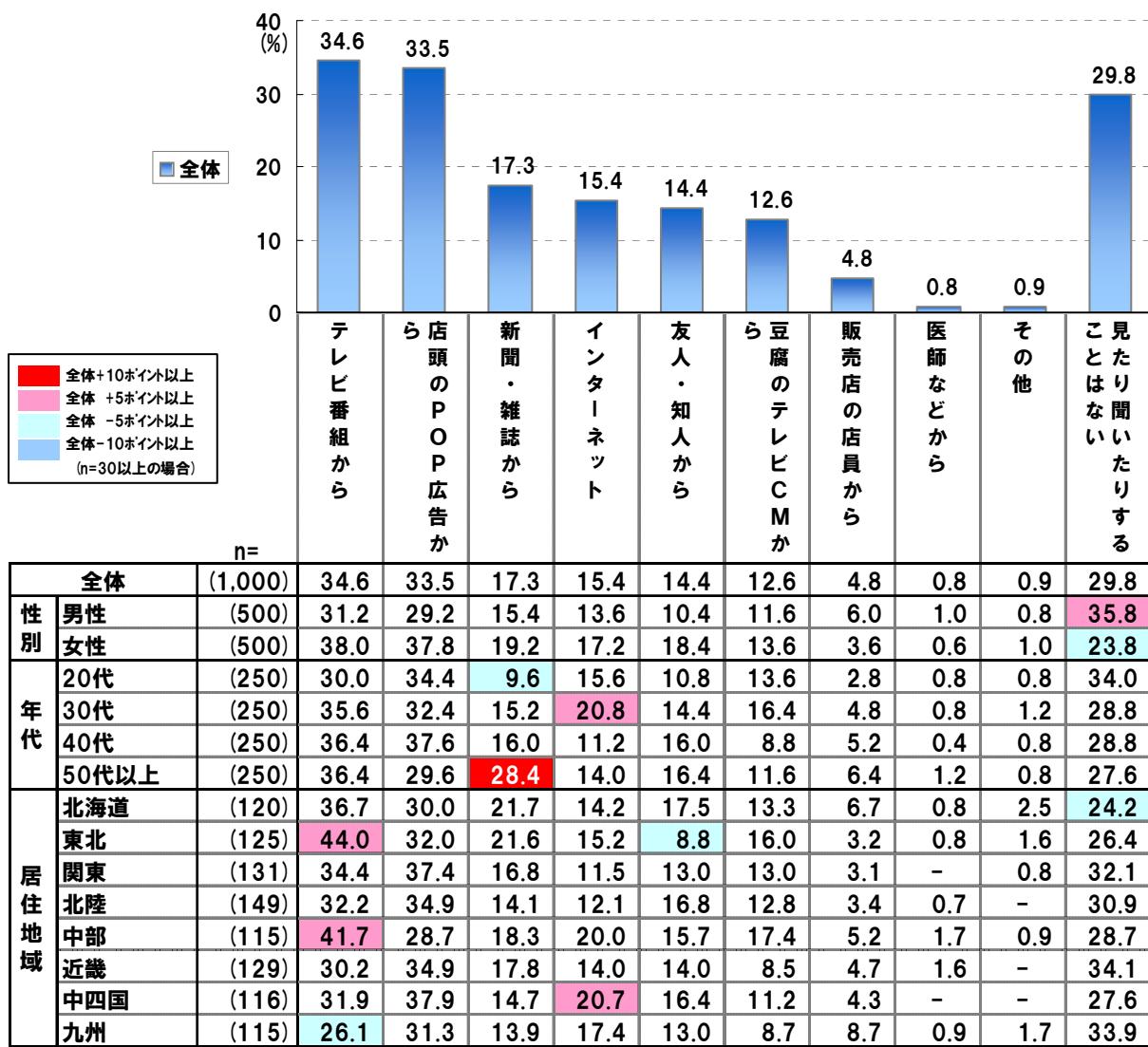
- 「大豆の種類が国産大豆である」54.7%、「大豆の種類が遺伝子組換え大豆ではない」44.4%、「大豆の種類が有機大豆である」23.9%が上位にあげられている。
- 女性は「大豆の種類が遺伝子組換え大豆ではない」が半数を占めるのに対し、男性では「大豆の種類は特に重視していない」が34.7%見られる。
- 高齢層ほど「大豆の種類が国産大豆である」ことを重視しており、40代以上では6割に達する。



1.豆腐の情報源

Q-023: あなたは普段どのようなどころから、豆腐に関する情報を知りますか。あてはまるものをすべてお知らせください。[M/A]

- 「テレビ番組から」「店頭のPOP広告から」が3割を超え、主な情報源となっている。ただし、「見たり聞いたりすることはない」も3割見られる。
- 男性では「見たり聞いたりすることはない」が35.8%と女性より10ポイント以上高い。
- 50代以上は「新聞・雑誌から」が3割見られる。
- 東北、中部では「テレビ番組から」が4割を超え高め。



2.豆腐に対する意識

Q-024: 豆腐や関連商品(厚揚げなど)については以下のような情報があります。それぞれの情報について、あなたはどのように思われますか。[S/A]

- 【豆腐は消化吸收が非常に良く胃腸にやさしい食材だ】【豆腐は高蛋白・低カロリーのダイエットに最適な食材だ】【動物性ではなく、植物性の良質な蛋白源なので今後積極的に活用したい】に対する賛意度は8割を超え高い。
- 一方、【豆腐はやわらかいので買い物など移動に困る】【豆腐は重たいので買い物など移動に困る】【最近、豆腐がやわらかすぎて調理しにくい場合がある】は反意度が賛意度を上回る。

(n=1,000)

豆腐は消化吸收が非常に良く胃腸にやさしい食材だ

精進料理を食べる僧侶に長生きの人が多いように豆腐は長寿に役立つ食材だ

豆腐は高蛋白・低カロリーのダイエットに最適な食材だ

豆腐はマグネシウム・カルシウムやビタミンが豊富だ

豆腐は肥満防止に効果のある機能性の高い食品だ

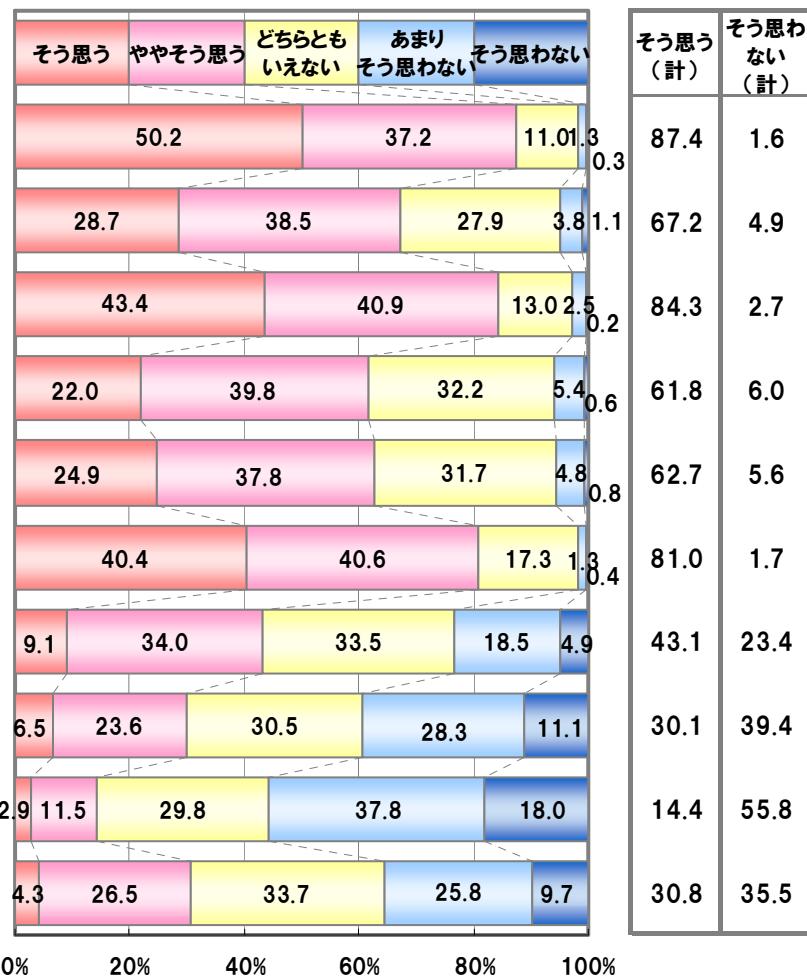
動物性ではなく、植物性の良質な蛋白源なので今後積極的に活用したい

豆腐は日持ちせず扱いにくい食材だ

豆腐はやわらかいので買い物など移動に困る

豆腐は重たいので買い物など移動に困る

最近、豆腐がやわらかすぎて調理しにくい場合がある



2.豆腐に対する意識(TOP2)

Q-024: 豆腐や関連商品(厚揚げなど)については以下のような情報があります。それぞれの情報について、あなたはどのように思われますか。[S/A]

- 全般的に女性は男性に比べ各情報に対する賛意度が高い。
- 50代以上では全般的に各情報に対する賛意度が高い。

