

NRCレポート:「日本人の食」調査

【Part1:食の嗜好】

2015年5月調査結果



日本リサーチセンター

Member of Gallup International Association

東京都中央区日本橋本町2-7-1

TEL:03-6667-3400 (代) FAX:03-6667-3470

<http://www.nrc.co.jp/>

全国15～79才男女を対象に、「日本人の食の嗜好や食生活」について調査した。（2015年5月、調査員による訪問留置法で実施）

質問は、それぞれ左と右の2つの選択肢を提示し、「次の場面でどちらか1つを選ぶとしたら、あなたはどちらを選びますか？」と聞いた結果である。

①朝食を食べるなら、「ごはん」か、「パン」か？

- 日本人全体で見れば、朝食を食べるなら、「ごはんがよい」（45%）が、「パンがよい」（33%）を上回っている。
- 男性では「ごはん」派、女性では「パン」派が多く、男女で違いがある。エリア別の違いもみられ、近畿で「パン」派が多いのが特長。

②お店でランチを食べるなら「和食」か、「洋食」か？

- 全体で見れば、お店でランチを食べるなら、「和食」と「洋食」が3割で拮抗。「どちらともいえない」も38%と多く、意見が分かれる。
- 年代による差が目立ち、60代以上では「和食」、50代でほぼ拮抗し、40代以下になると「洋食」が多くなる傾向。

③夕食の主菜を選ぶなら「魚料理」か、「肉料理」か？

- 全体で見れば、夕食の主菜を選ぶなら「肉料理」（40%）が、「魚料理」（25%）を上回っている。
- 年代による差が大きく、60代以上では「魚料理」が優位だが、50代以下から逆転し、「肉料理」が多くなる。

④汁物を飲むなら「みそ汁」か、「スープ」か？

- 全体で見れば、「みそ汁」が6割強と、「スープ」（約1割）を圧倒している。
- どの年代も「みそ汁」が「スープ」を上回るが、若年になるほど「みそ汁」が減り、「スープ」派が比較的多くなる。

⑤ご飯を食べるなら「白いご飯のまま」か、「ふりかけなどをかける」か？

- 全体で見れば、「何もかけない（白いご飯のまま）」が半数に達し、「ふりかけなどをかける」は26%と少数派。
- どの年代も「何もかけない」が優位だが、高齢層が7割弱と多いのに対し、40代以下では4割台と少なくなり、年代差がある。

⑥おにぎり・おむすびなら「三角形」か、「丸型・俵型」か？

- 全体で見れば、「三角形がよい」が7割と圧倒しており、「丸型・俵型」支持は1割と少ない。
- 属性別にみても「三角形」が「丸型・俵型」を上回る傾向は変わらないが、年代差がみられ、若年になるほど「三角形」支持がさらに多くなる。

⑦ 麺類を食べるなら「そば」か、「うどん」か？

- 全体で見れば、「そば」派と「うどん」派がちょうど4割で並んでいる。
- 性別、年代別、エリア別の特長がみられ、「そば」は男性、50代以上の高齢層、東エリアで多く、「うどん」は女性、20代以下の若年層、西エリアで多い。

⑧ カレーに入れる肉は「牛肉」か、「豚肉」か？

- 全体で見れば、「牛肉」か「豚肉」かは、ほぼ4割で拮抗している。
- 男女とエリアによる特長がみられ、「牛肉」は男性、近畿以南の西エリアで多く、「豚肉」は女性、関東以北の東エリアで多い。

⑨ 厚焼き玉子を食べるなら「塩味」か、「甘味」か？

- 全体で見れば、「甘味」が4割で、「塩味」が3割と、「甘味」派が多い。
- 「甘味」派が優位にあり、特に女性、関東、中国・四国・九州でその傾向が目立っている。一方、「塩味」派は、近畿、20代で多い。

⑩ お菓子を食べるなら「和菓子」か、「洋菓子」か？

- 全体で見れば、「洋菓子」（38%）が「和菓子」（26%）を上回るが、「どちらともいえない」も35%ある。
- 50代以下と60代以上で好みが分かれ、「洋菓子」は若い人ほど、「和菓子」は高齢層ほど多くなる。

⑪ かしわ餅のあんこは「つぶあん」か、「こしあん」か？

- 全体で見れば、「つぶあん」と「こしあん」がどちらも39%で同率。
- 同率の40代を境に、50代以上と30代以下で好みが分かれる。「つぶあん」派は高齢層、「こしあん」派は若年層で多い。

⑫ 温かい飲み物を飲むなら「コーヒー」か、「紅茶」か？

- 全体で見れば、「コーヒー」が64%で、「紅茶」の21%を圧倒している。
- 「コーヒー」派が多く、男性、北海道・東北エリア、30～60代で特に多い。「紅茶」派は、女性、20代以下の若年層で比較的多い傾向がある。

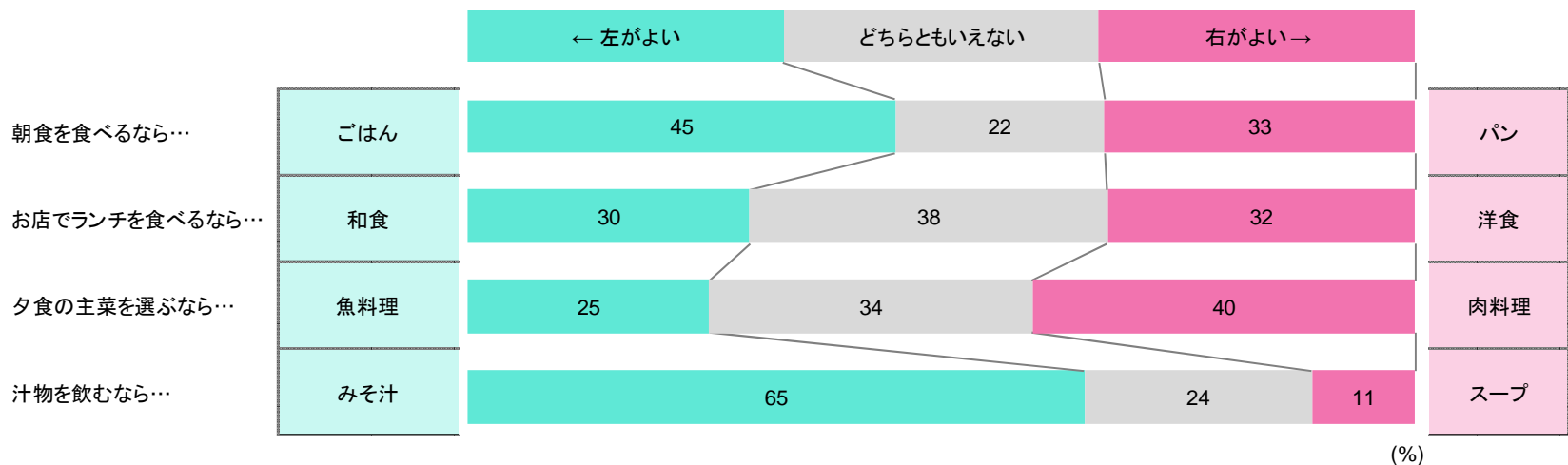
⑬ 冷たい飲み物を飲むなら「お茶」か、「ミネラルウォーター」か？

- 全体で見れば、「お茶」（59%）が、「ミネラルウォーター」（27%）より多い。
- 「お茶」派が多い点は、性別、年代別、エリア別でみても変わらないが、北海道・東北エリア、10代で「ミネラルウォーター」派が健闘している。

◆全国15~79歳男女に対して、それぞれ左と右の2つの選択肢を提示し、「次の場面でどちらか1つを選ぶとしたら、あなたはどちらを選びますか？」と質問した結果である。（比率は、設問ごとに「無回答」を除外して計算）

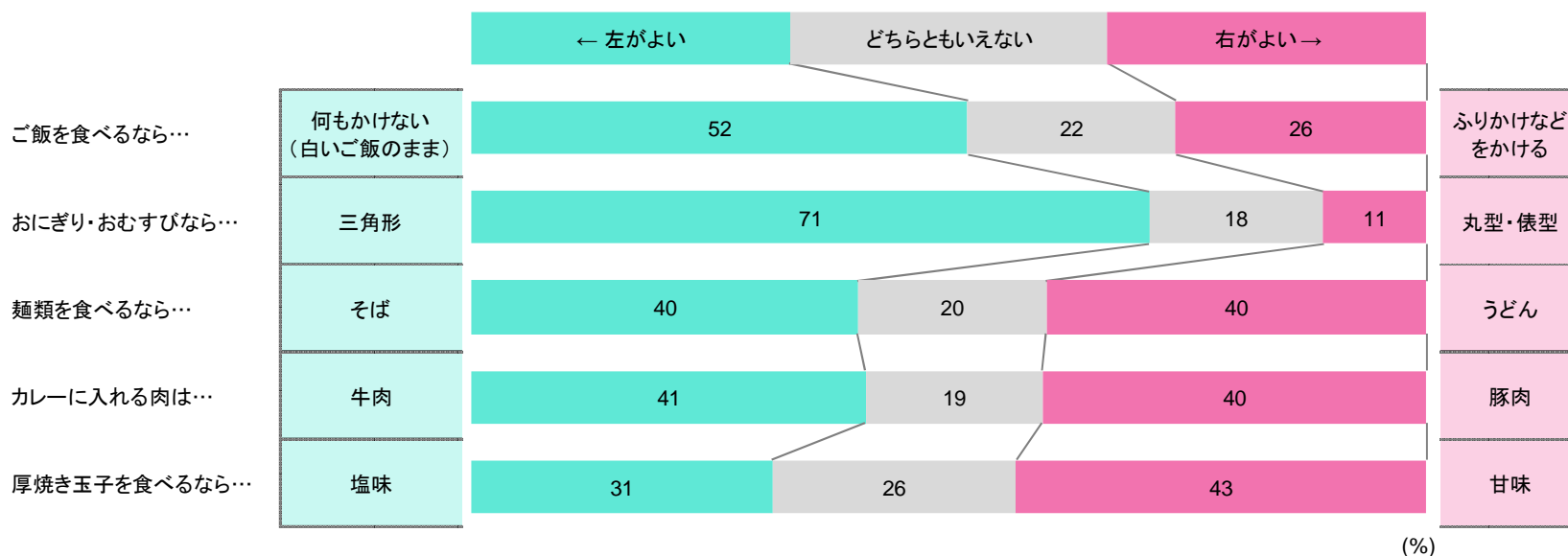
- ◆朝食を食べるなら …… 「ごはん」(45%) という回答が、「パン」(33%) を10 p 以上上回っている。
- ◆お店でランチを食べるなら …… 「和食」と「洋食」が3割で拮抗しているが、「どちらともいえない」も38%と多く、3つに意見が分かれている。
- ◆夕食の主菜を選ぶなら …… 「肉料理」(40%) が、「魚料理」(25%) を10 p 以上上回る。
- ◆汁物を飲むなら …… 「みそ汁」が6割強と、「スープ」(約1割) を圧倒している。

Q「○○○なら、どちらがよいですか。」



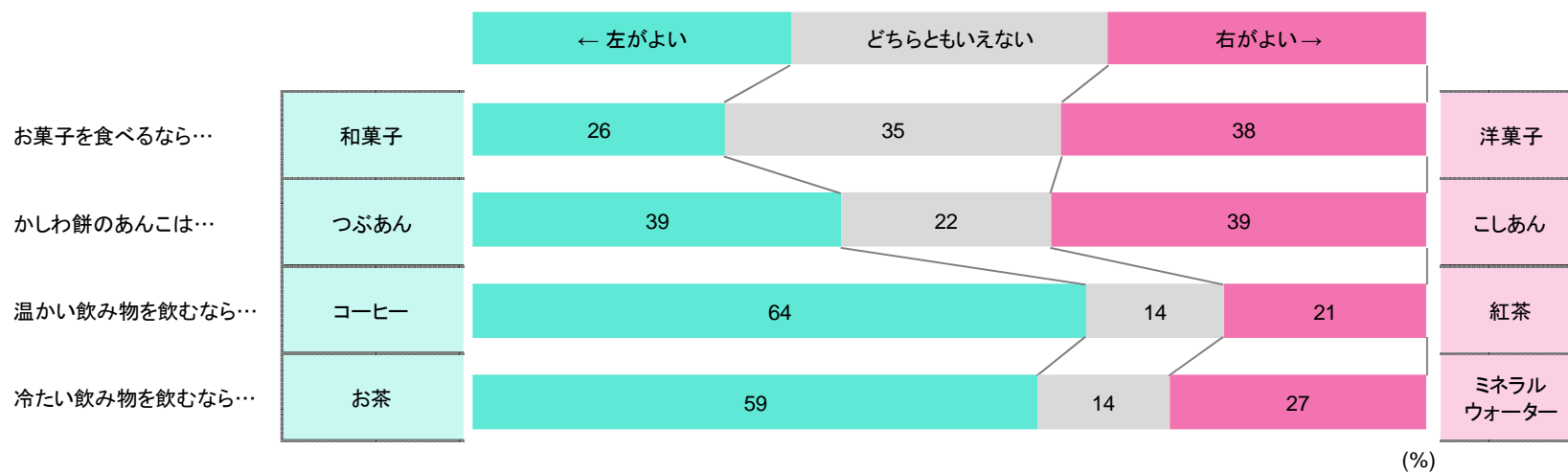
- ◆ **ご飯を食べるなら** …… 「何もかけない（白いご飯のまま）」が半数に達し、「ふりかけなどをかける」は26%と少数派。
- ◆ **おにぎり、おむすびなら** …… 「三角形がよい」が7割と圧倒しており、「丸型・俵型」支持は1割と少ない。
- ◆ **麺類を食べるなら** …… 「そば」派と「うどん」派がちょうど4割と同率で並ぶ。
- ◆ **カレーに入れる肉は** …… 同じく、「牛肉」が「豚肉」かも、ほぼ4割で拮抗している。
- ◆ **厚焼き玉子を食べるなら** …… 「甘味」が4割で、「塩味」が3割と、「甘味」派が多い。

Q「○○○なら、どちらがよいですか。」



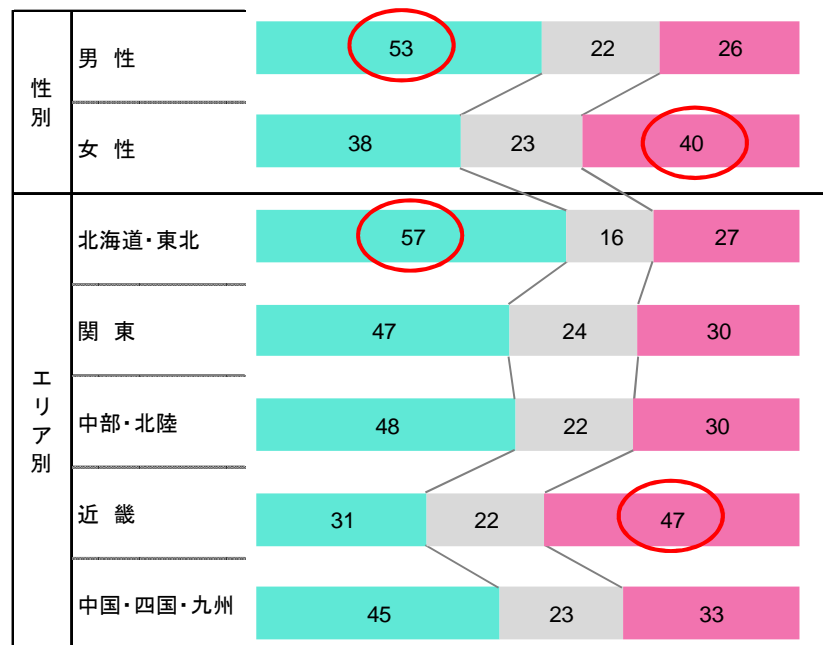
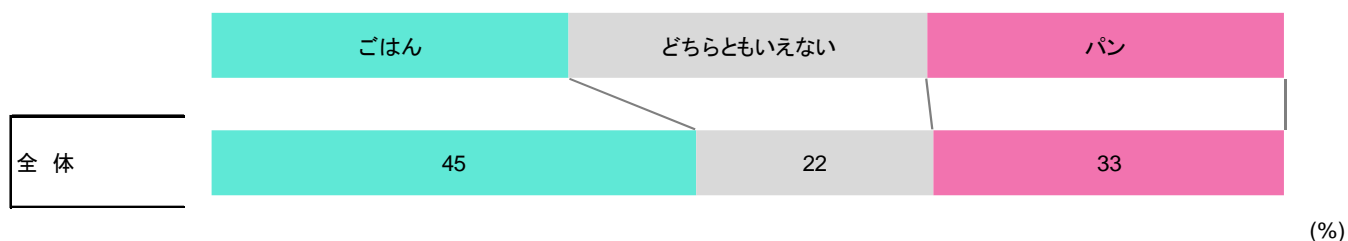
- ◆ **お菓子を食べるなら** …… 「洋菓子」(38%) が「和菓子」(26%) を上回るが、「どちらともいえない」も35%ある。
- ◆ **かしわ餅のあんこは** …… 「つぶあん」と「こしあん」がどちらも39%で同率。
- ◆ **温かい飲み物を飲むなら** …… 「コーヒー」が64%で、「紅茶」の21%を圧倒している。
- ◆ **冷たい飲み物を飲むなら** …… 「お茶」(59%) が、「ミネラルウォーター」(27%) より多い。

Q「○○○なら、どちらがよいですか。」

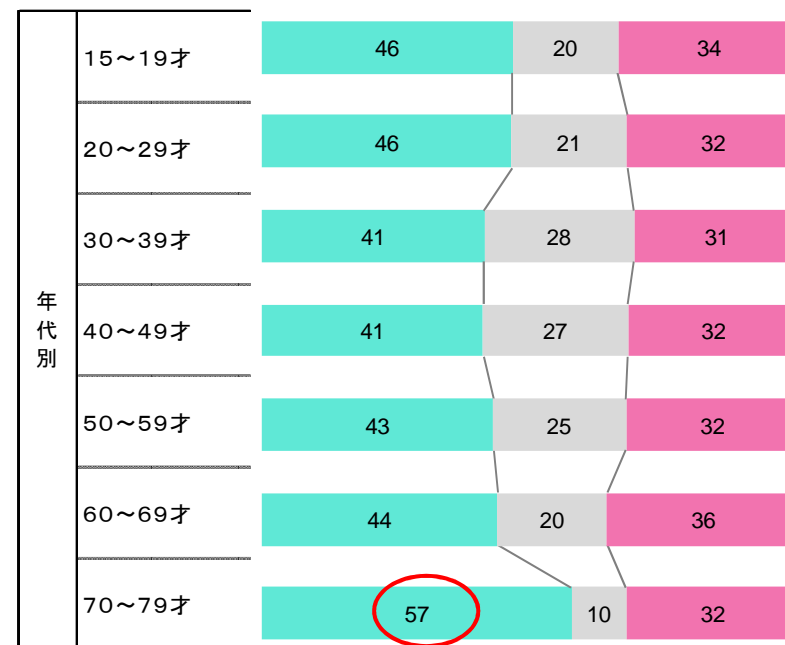


- ◆日本人全体で見れば、朝食を食べるなら、「ごはんがよい」(45%)が、「パンがよい」(33%)を上回っている。
- ◆属性別にみえていくと、「ごはん」派は、性別では男性、エリア別では北海道・東北、年代別では70代で、それぞれ特に多くなっている。
- ◆一方で、「パン」派は、性別では女性、エリア別では近畿が多く、女性では「ごはん」とほぼ拮抗しており、近畿では「パン」派が「ごはん」派を上回っている。
- ◆男性では「ごはん」派、女性では「パン」派が多く、男女で違いがある。エリア別の違いもみられ、近畿で「パン」派が多いのが特長。

朝食を食べるなら、「ごはん」と「パン」のどちらがよいですか。



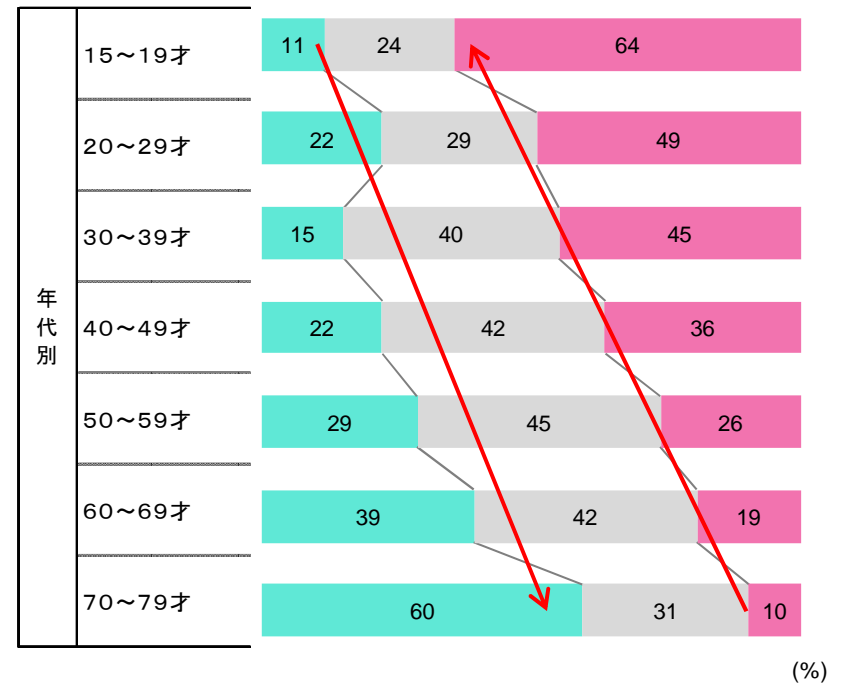
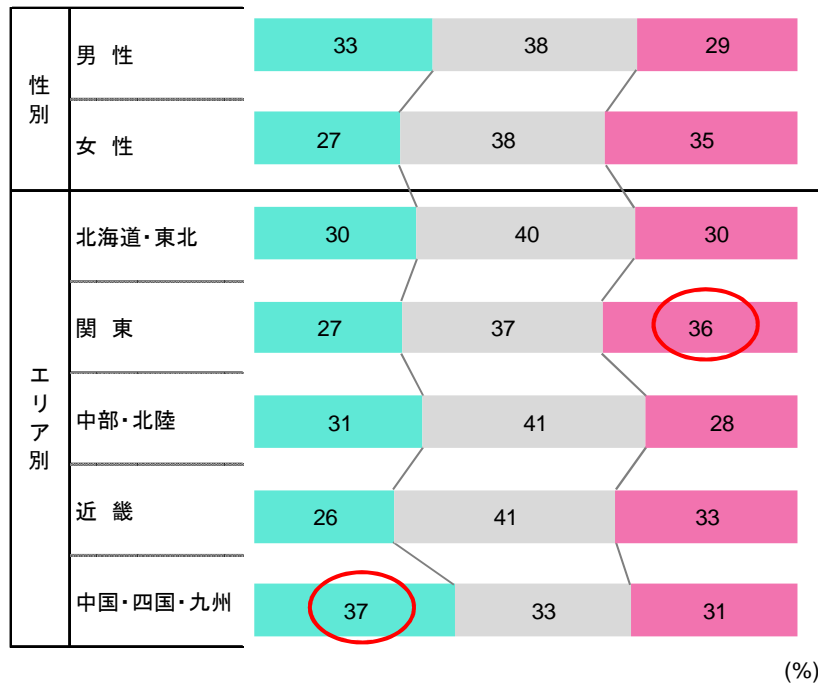
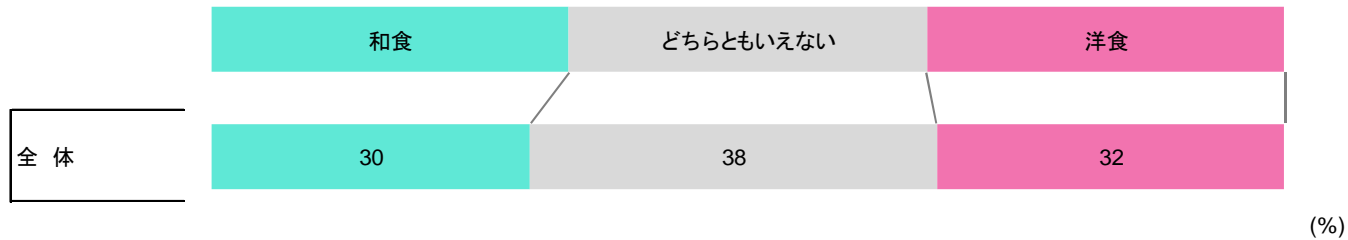
(%)



(%)

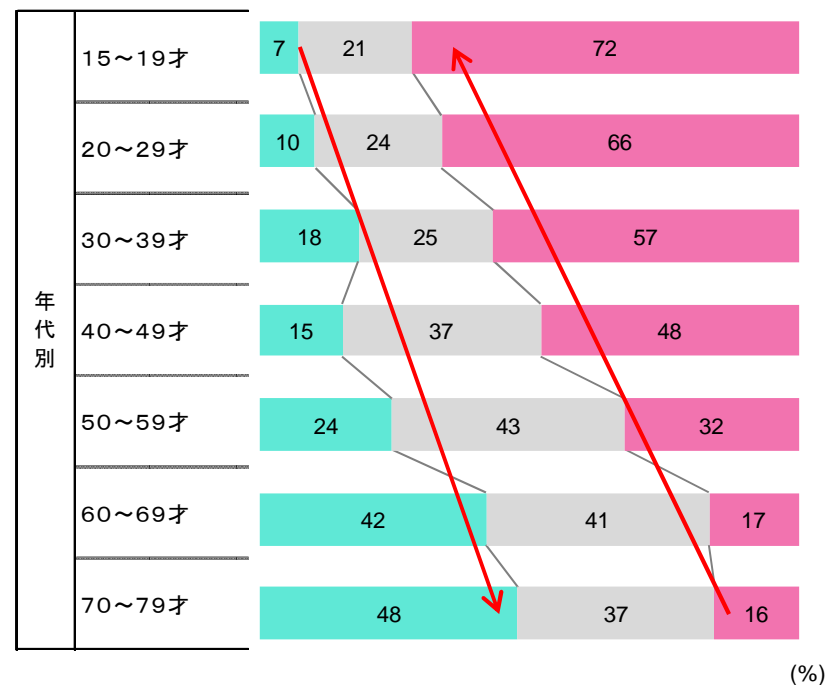
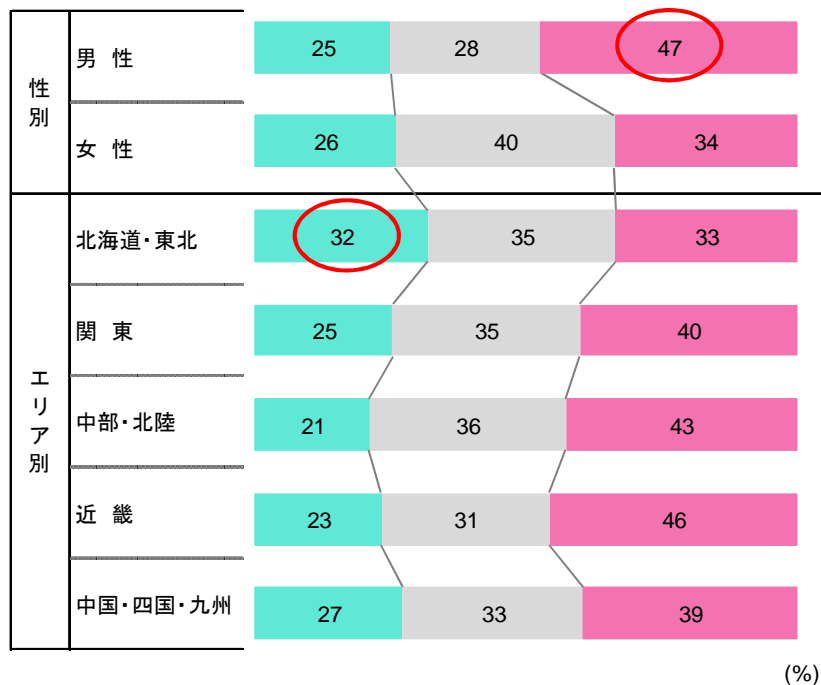
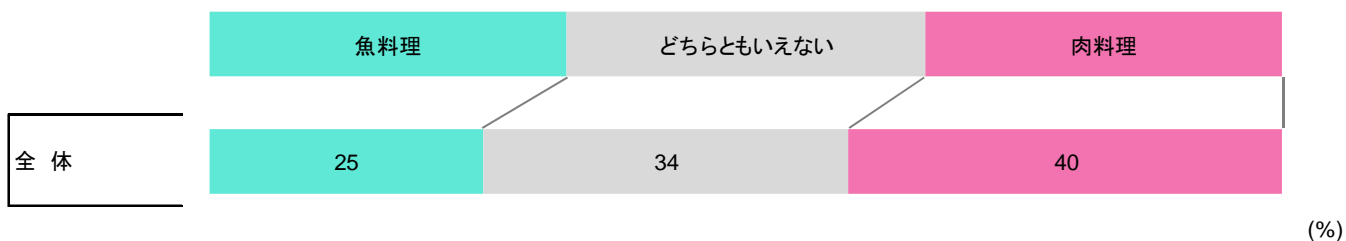
- ◆日本人全体で見れば、お店でランチを食べるなら、「和食」と「洋食」が3割で拮抗。「どちらともいえない」も38%と多く、意見が分かれる。
- ◆エリアによって多少の差がみられ、中国・四国・九州では「和食」が優位に対し、関東では「洋食」が優位。
- ◆年代別では、若年になるほど「洋食」が増えて、「和食」が減少する。70代では「和食」派が6割と過半数だが、20代では「洋食」派が5割近くまで増える。
- ◆年代による差が目立ち、60代以上では「和食」、50代でほぼ拮抗し、40代以下になると「洋食」が多くなる傾向。

お店でランチを食べるなら、「和食」と「洋食」のどちらがよいですか。



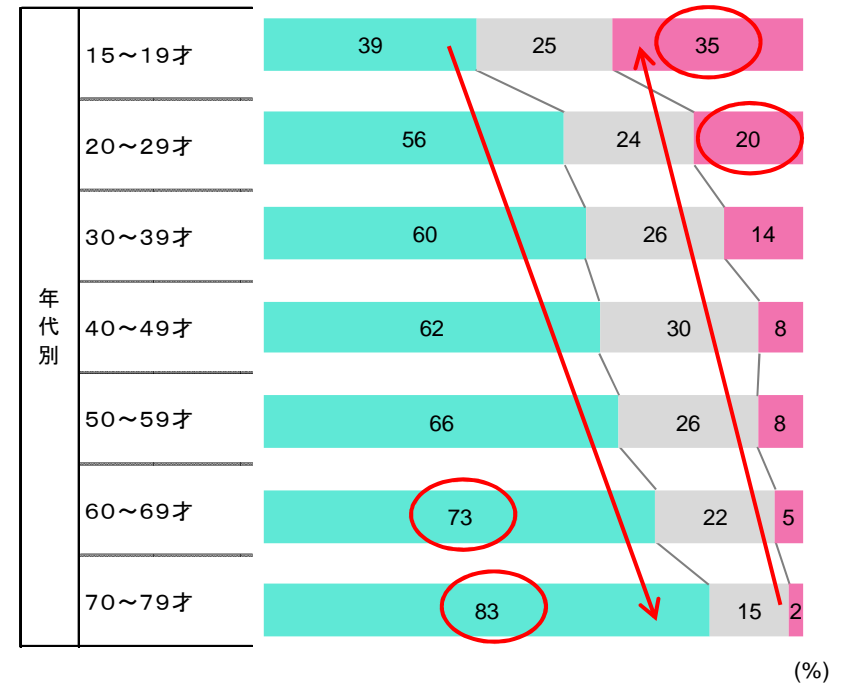
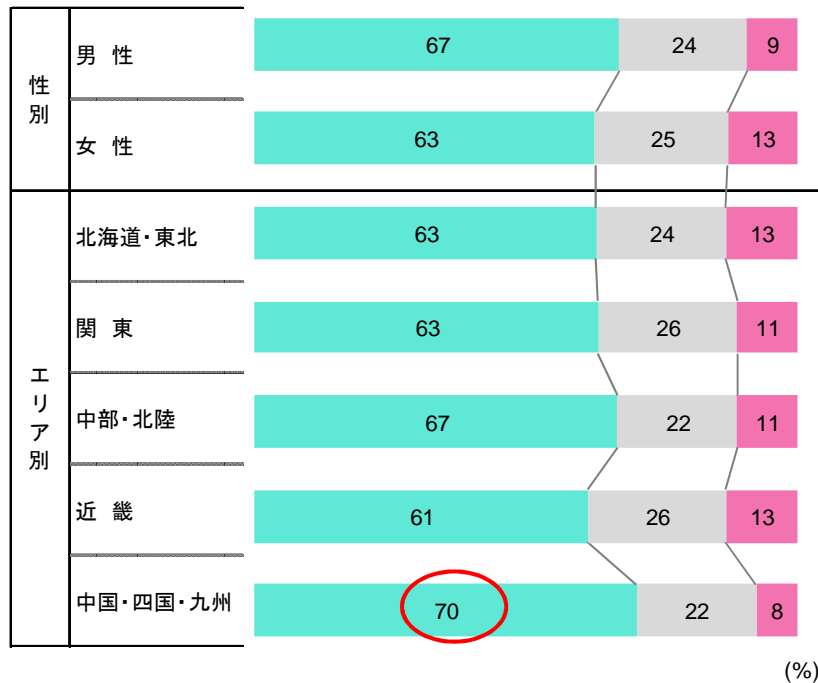
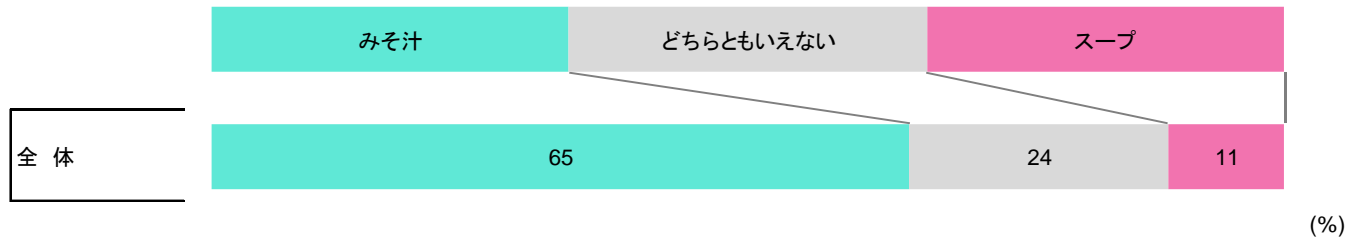
- ◆日本人全体で見れば、夕食の主菜を選ぶなら「肉料理」（40%）が、「魚料理」（25%）を上回っている。
- ◆性別で見ると、「肉料理」は女性では34%に対し、男性では47%と多い。
- ◆エリア別では、どのエリアも「肉料理」が多いが、北海道・東北は、「魚料理」が比較的多くみられ、「肉料理」と拮抗している。
- ◆年代別では、若年になるほど「肉料理」が増えて、「魚料理」が激減する。70代では「魚料理」が半数近いが、10～20代では1割以下まで減少し、「肉料理」が7割前後と多くなる。
- ◆年代による差が大きく、60代以上では「魚料理」が優位だが、50代以下から逆転し、「肉料理」が多くなる。

夕食の主菜を選ぶなら、「魚料理」と「肉料理」のどちらがよいですか。



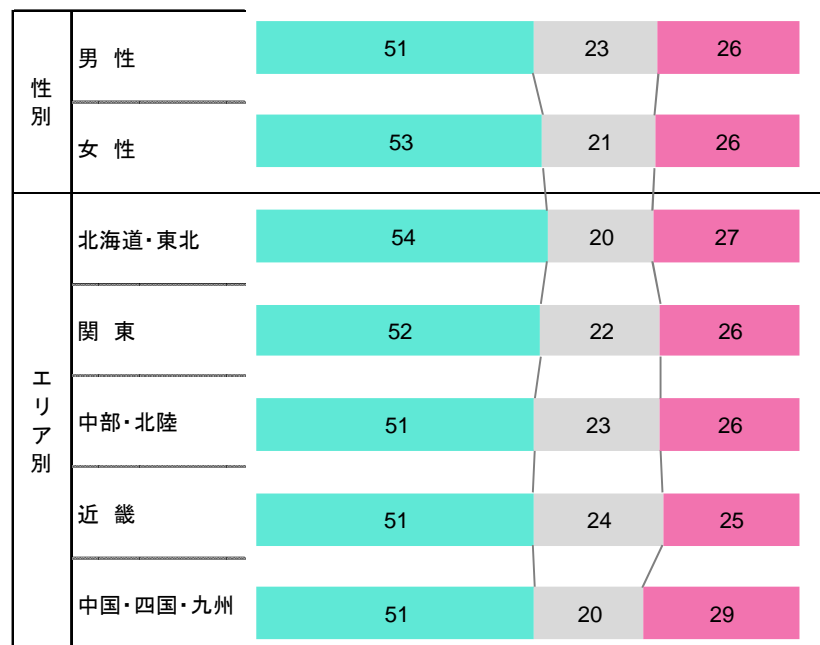
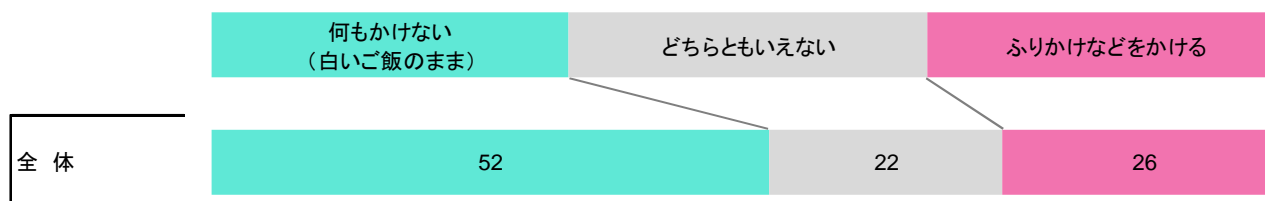
- ◆日本人全体で見れば、「みそ汁」が6割強と、「スープ」（約1割）を圧倒している。
- ◆性別やエリア別による違いはあまり大きくはないが、中国・四国・九州で「みそ汁」が特に多い。
- ◆いずれの年代も「みそ汁」が優位である点は変わらないが、若年になるほど「みそ汁」が減り「スープ」派がやや増えてくる。10代～20代では「スープ」派が2割～3割強みられる。
- ◆どの年代も「みそ汁」が「スープ」を上回るが、若年になるほど「みそ汁」が減り、「スープ」派が比較的多くなる。

汁物を飲むなら、「みそ汁」と「スープ」のどちらがよいですか。

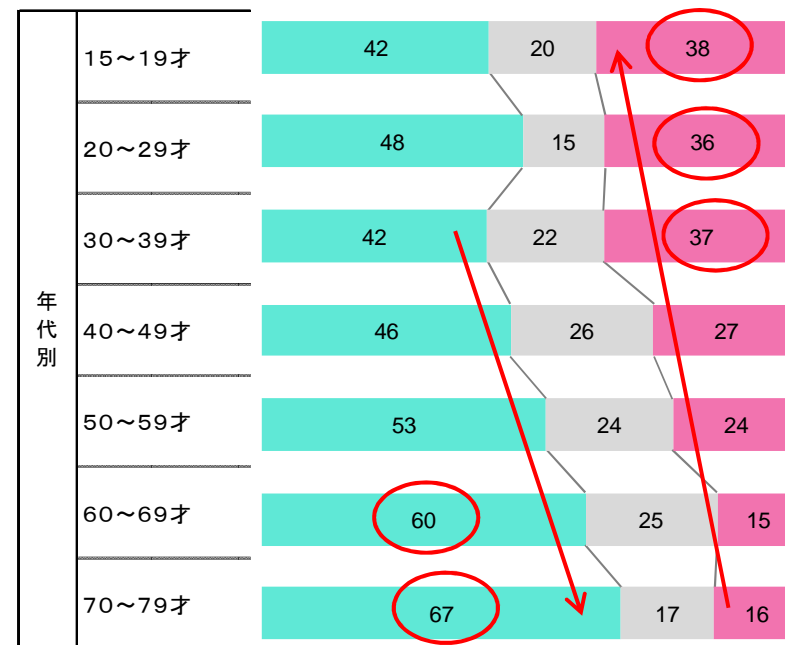


- ◆日本人全体で見れば、「何もかけない（白いご飯のまま）」が半数に達し、「ふりかけなどをかける」は26%と少数派。
- ◆性別やエリア別による違いはあまりみられないが、年代による差は大きい。
- ◆高齢になるほど「何もかけない」派が多く、70代では67%に達する。一方、40代以下では「何もかけない」派が半数を切って、「ふりかけなどをかける」が比較的多くなる。
- ◆どの年代も「何もかけない」が優位だが、高齢層が7割弱と多いのに対し、40代以下では4割台と少なくなり、年代差がある。

ご飯を食べるなら、「何もかけない（白いご飯のまま）」のと「ふりかけなどをかける」のとどちらがよいですか。



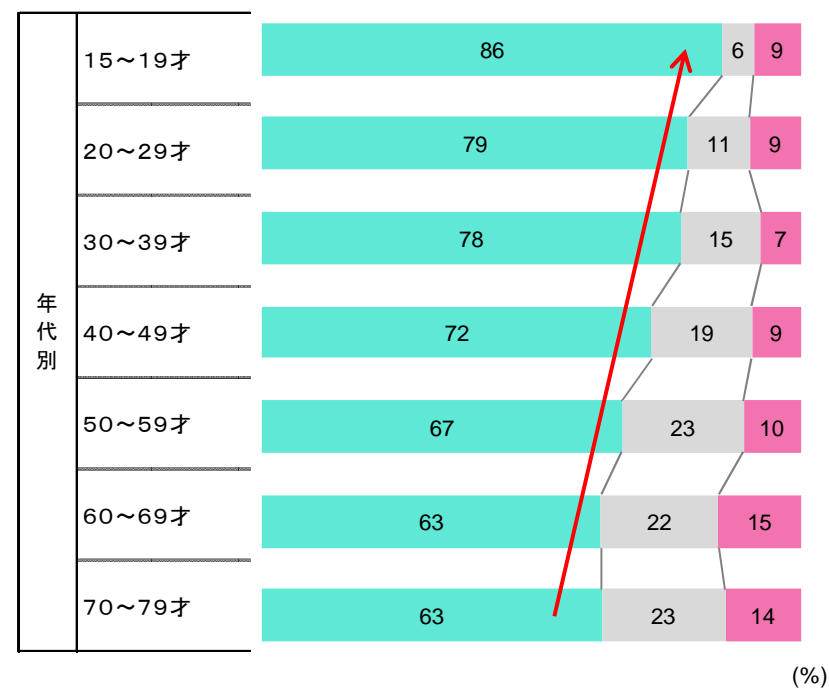
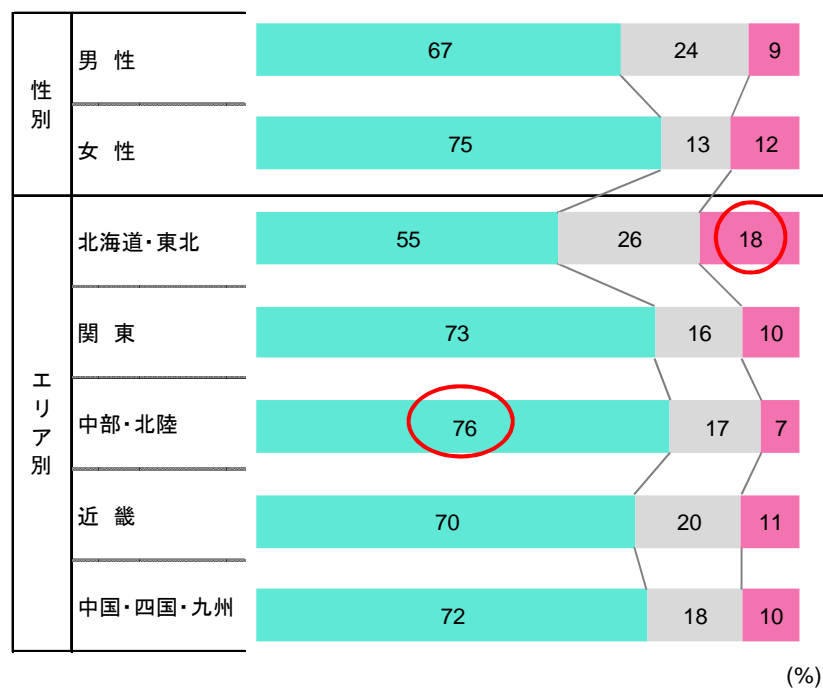
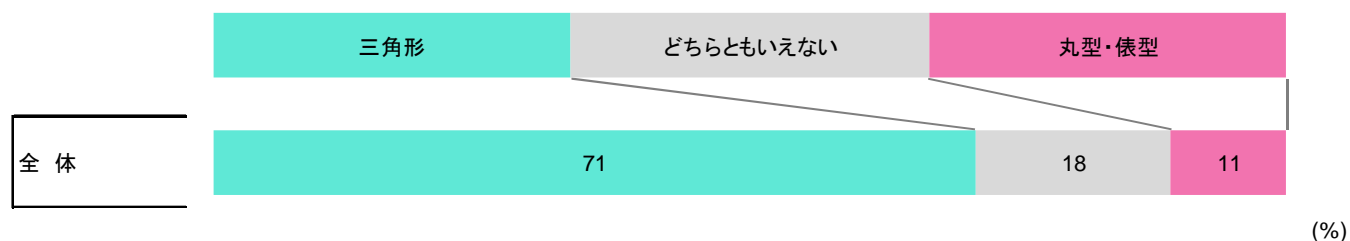
(%)



(%)

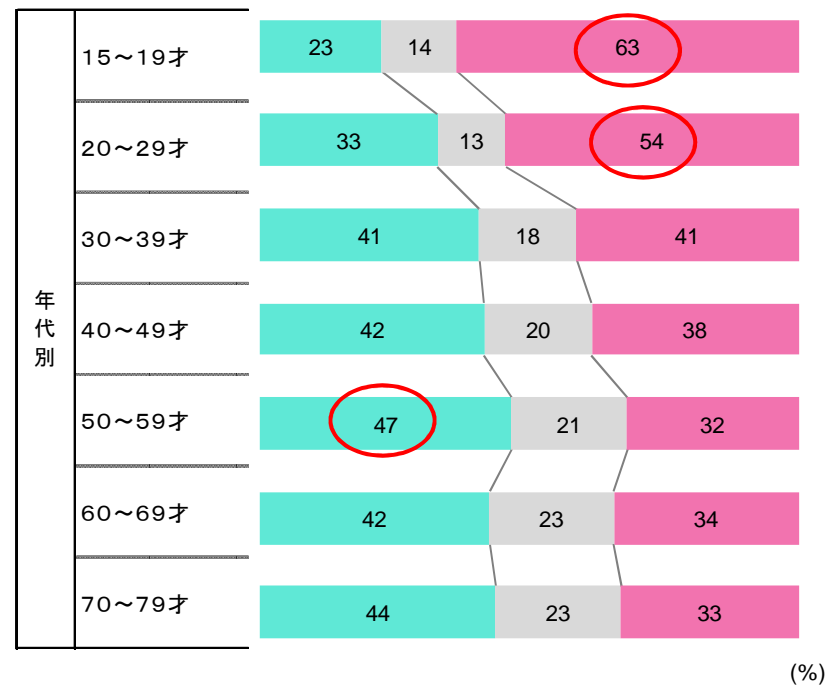
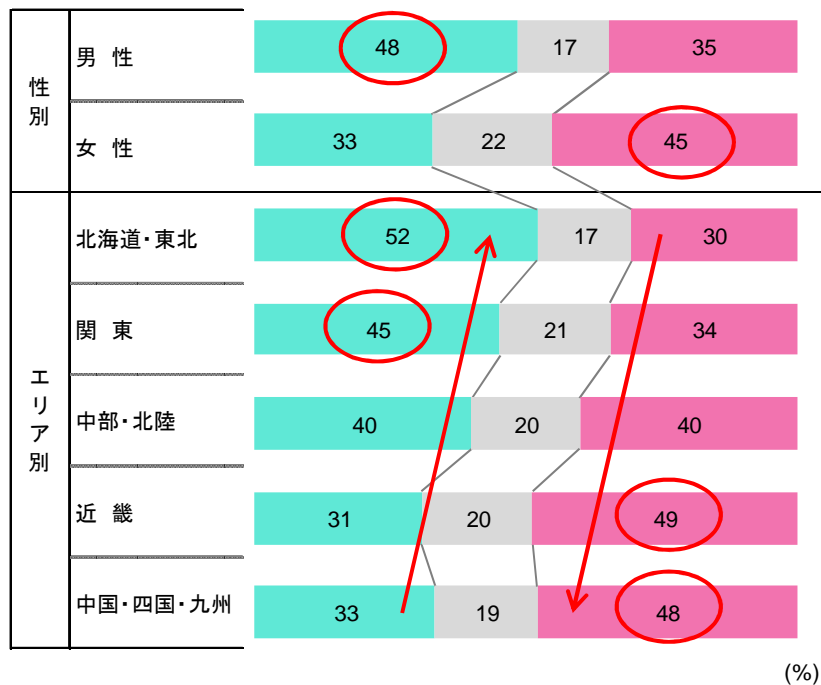
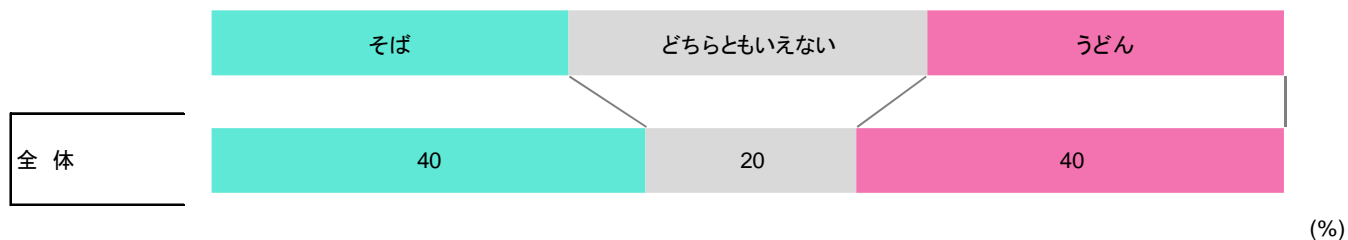
- ◆日本人全体で見れば、「三角形がよい」が7割と圧倒しており、「丸型・俵型」支持は1割と少ない。
- ◆「三角形」支持が特に多いのは、男性よりも女性、エリアでは中部・北陸。逆に、「丸型・俵型」は、北海道・東北で2割弱みられた。
- ◆また、年代では若年層ほど「三角形」が多くなり、10～20代では約8割に達する。
- ◆属性別にみても「三角形」が「丸型・俵型」を上回る傾向は変わらないが、年代差がみられ、若年になるほど「三角形」支持がさらに多くなる。

おにぎり・おむすびなら、「三角形」と「丸型・俵型」のどちらがよいですか。



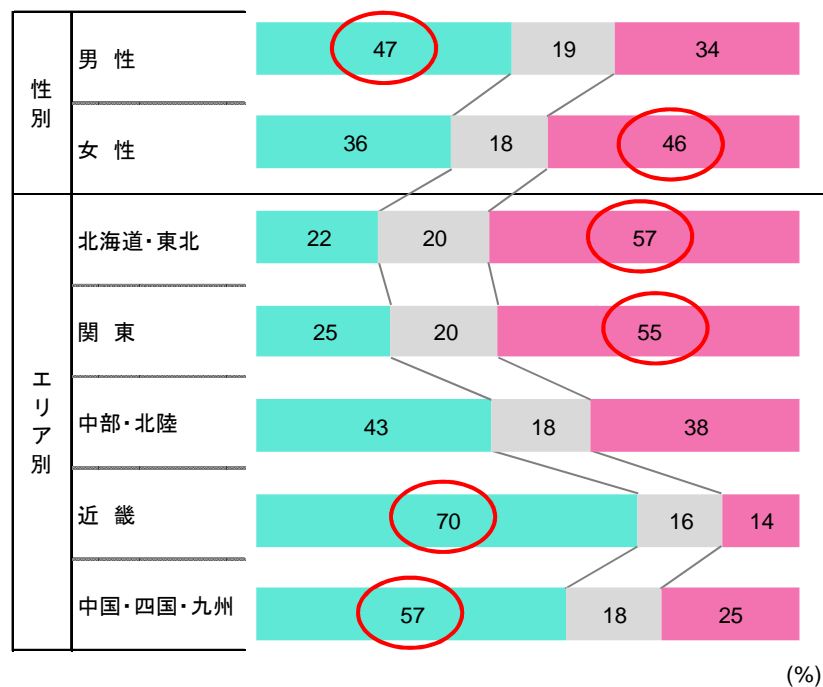
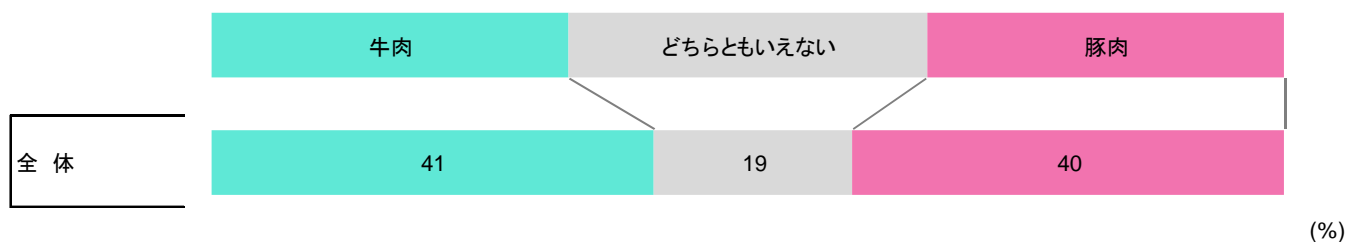
- ◆日本人全体で見れば、「そば」派と「うどん」派がちょうど4割で並んでいる。
- ◆性別で見ると、男性は「そば」の方が多いが、女性では「うどん」の方が多い。
- ◆エリア別では、中部・北陸は「そば」と「うどん」が同率で、ここを境に、東では「そば」、西では「うどん」が多い。
- ◆年代別では、30～40代では「そば」と「うどん」がほぼ同率で拮抗しているが、50代以上になると「そば」、20代以下では「うどん」が多くなる。
- ◆性別、年代別、エリア別の特長がみられ、「そば」は男性、50代以上の高齢層、東エリアで多く、「うどん」は女性、20代以下の若年層、西エリアで多い。

麺類を食べるなら、「そば」と「うどん」のどちらがよいですか。

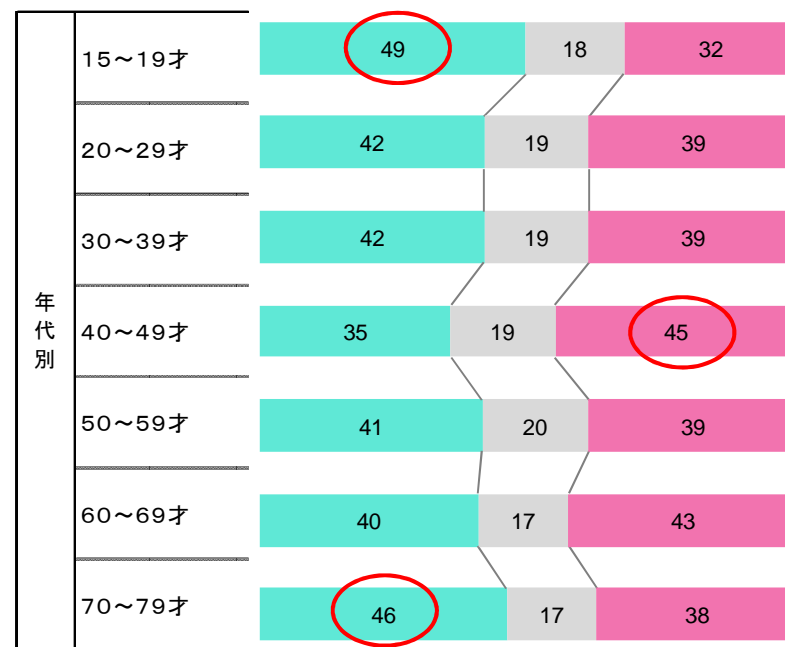


- ◆日本人全体で見れば、「牛肉」が「豚肉」かは、ほぼ4割で拮抗している。
- ◆性別で見ると、男性は「牛肉」の方が多いが、女性では「豚肉」の方が多い。
- ◆エリア別では、近畿、中国・四国・九州の西エリアでは「牛肉」が多いが、北海道・東北、関東の東エリアでは「豚肉」が多い。
- ◆年代別に大きな差はないが、「牛肉」は10代と70代、「豚肉」は40代で嗜好する人が比較的多い。
- ◆男女とエリアによる特長がみられ、「牛肉」は男性、近畿以南の西エリアで多く、「豚肉」は女性、関東以北の東エリアで多い。

カレーに入れる肉は、「牛肉」と「豚肉」のどちらがよいですか。



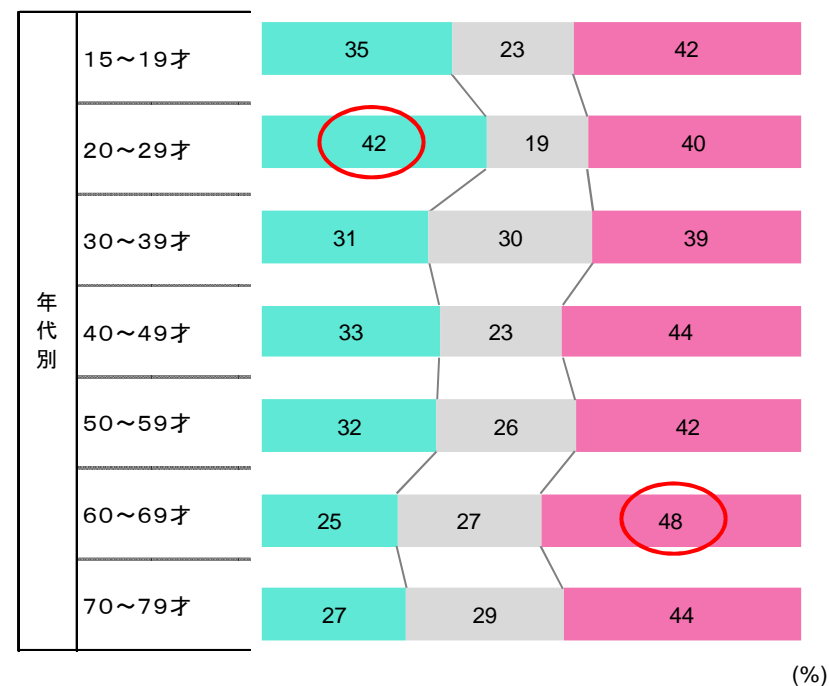
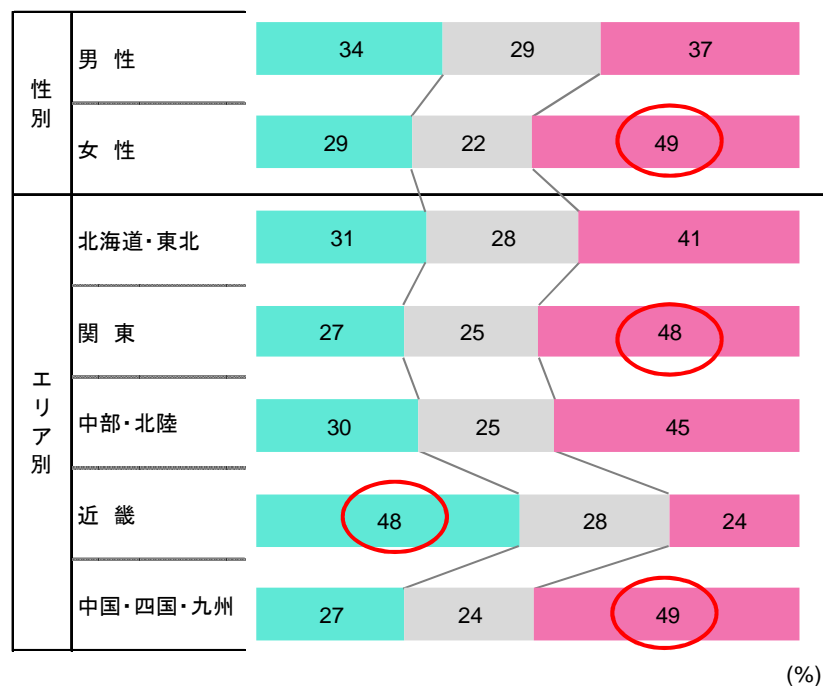
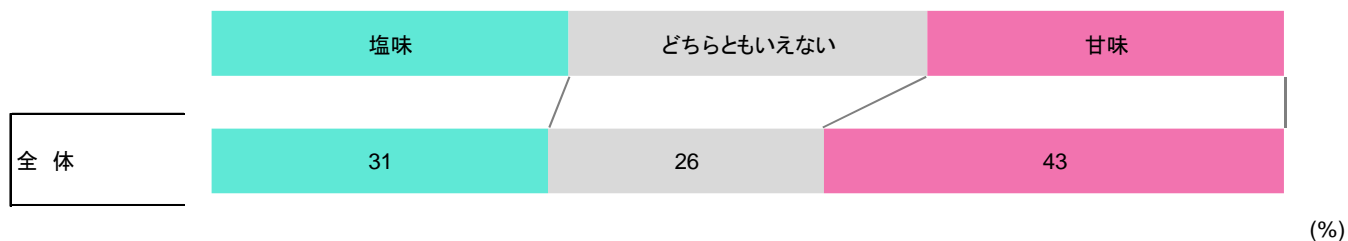
(%)



(%)

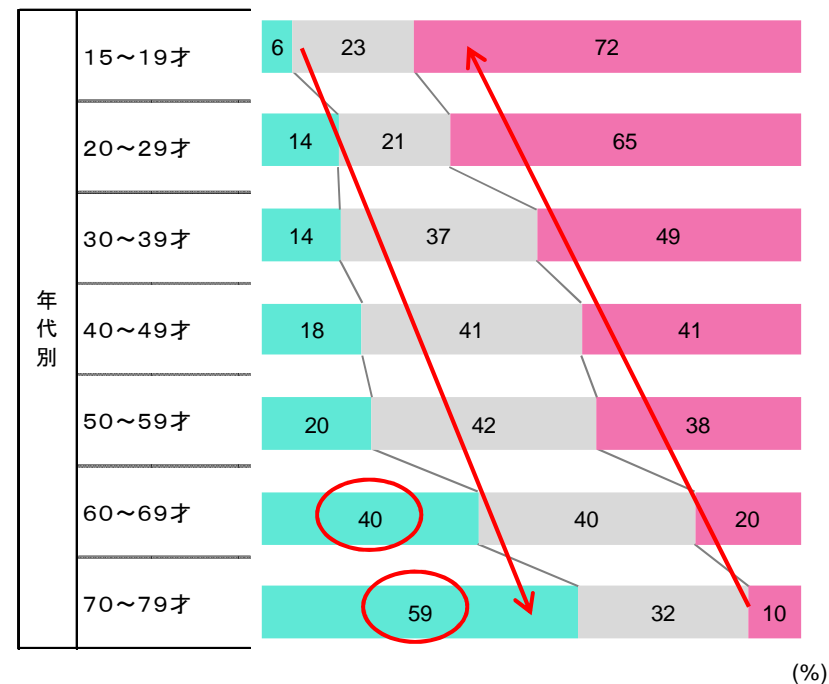
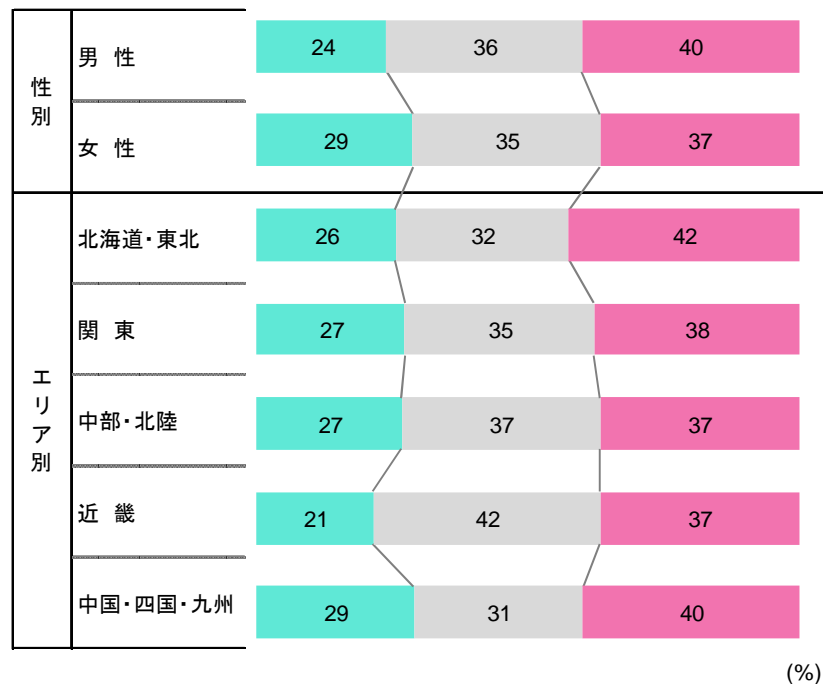
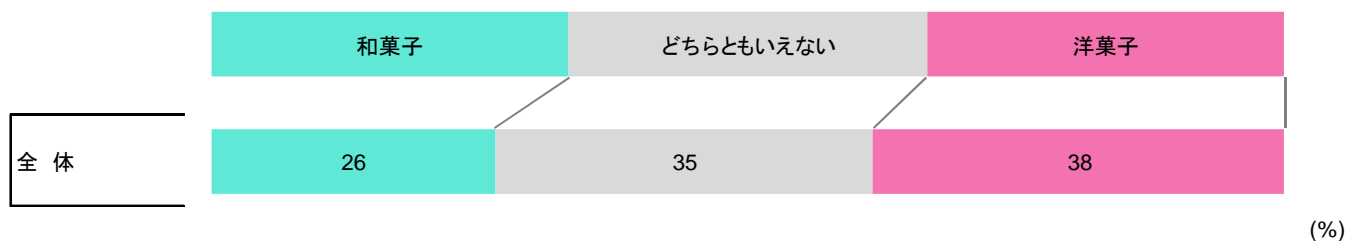
- ◆日本人全体で見れば、「甘味」が4割で、「塩味」が3割と、「甘味」派が多い。
- ◆性別で見ると、女性では「甘味」派が特に多くなっている。
- ◆エリア別では、関東と中国・四国・九州では「甘味」が「塩味」を20 p以上上回る。一方、近畿では「塩味」の方が優位である。
- ◆年代別に大きな差はないが、「甘味」は特に60代で多いのが目立ち、「塩味」は20代が多い。
- ◆「甘味」派が優位にあり、特に女性、関東、中国・四国・九州でその傾向が目立っている。一方、「塩味」派は、近畿、20代が多い。

厚焼き玉子を食べるなら、「塩味」と「甘味」のどちらがよいですか。



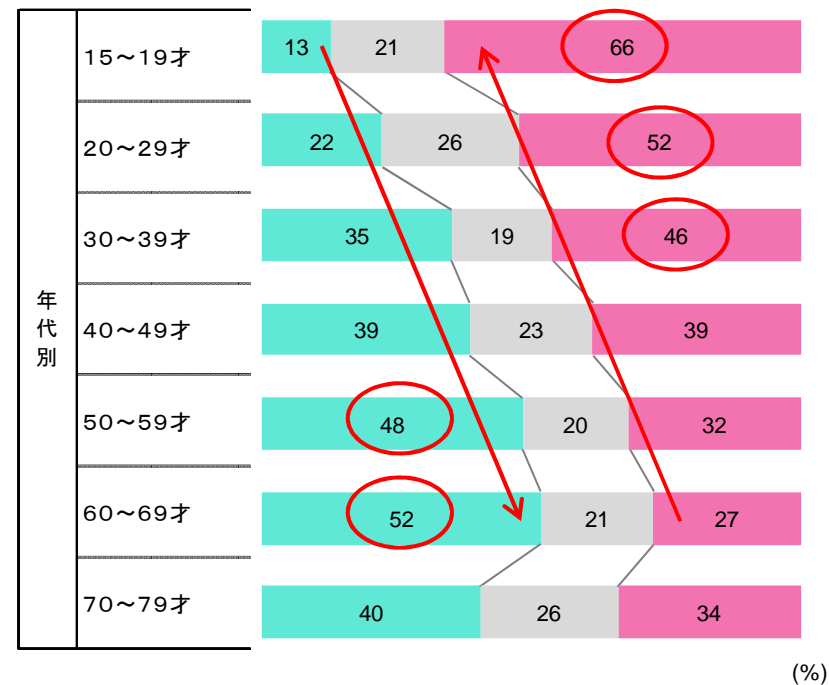
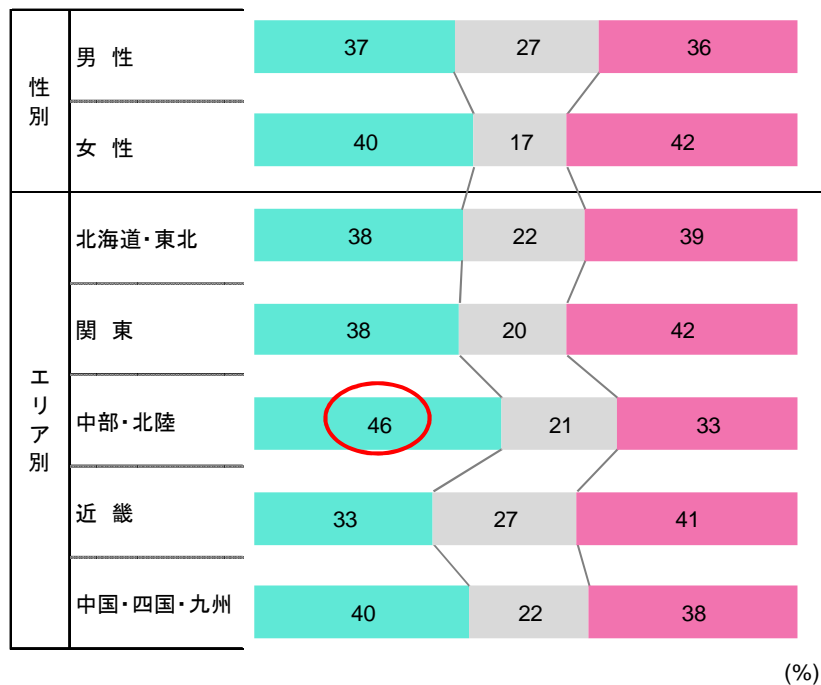
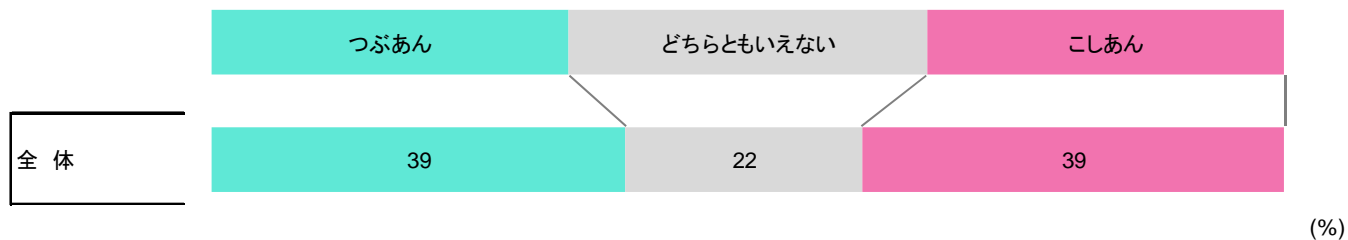
- ◆日本人全体で見れば、「洋菓子」(38%)が「和菓子」(26%)を上回るが、「どちらともいえない」も35%ある。
- ◆性別、エリア別では大きな違いはみられず、いずれも「洋菓子」が「和菓子」よりも多い。
- ◆年代別で見ると、50代以下では「洋菓子」の方が多く、60代以上になると「和菓子」の方が多くなる。
- ◆50代以下と60代以上で好みが変わり、「洋菓子」は若い人ほど、「和菓子」は高齢層ほど多くなる。

お菓子を食べるなら、「和菓子」と「洋菓子」のどちらがよいですか。



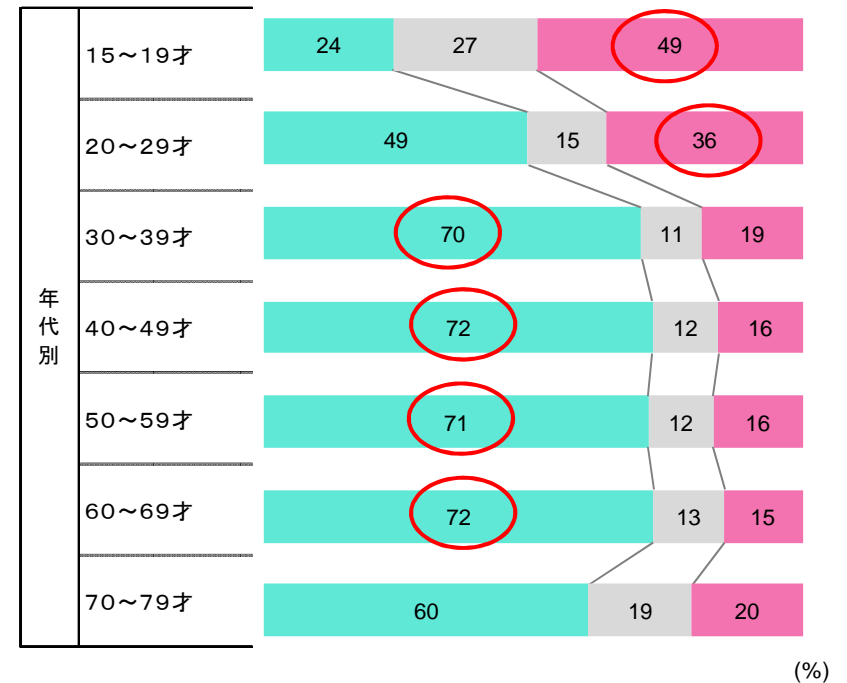
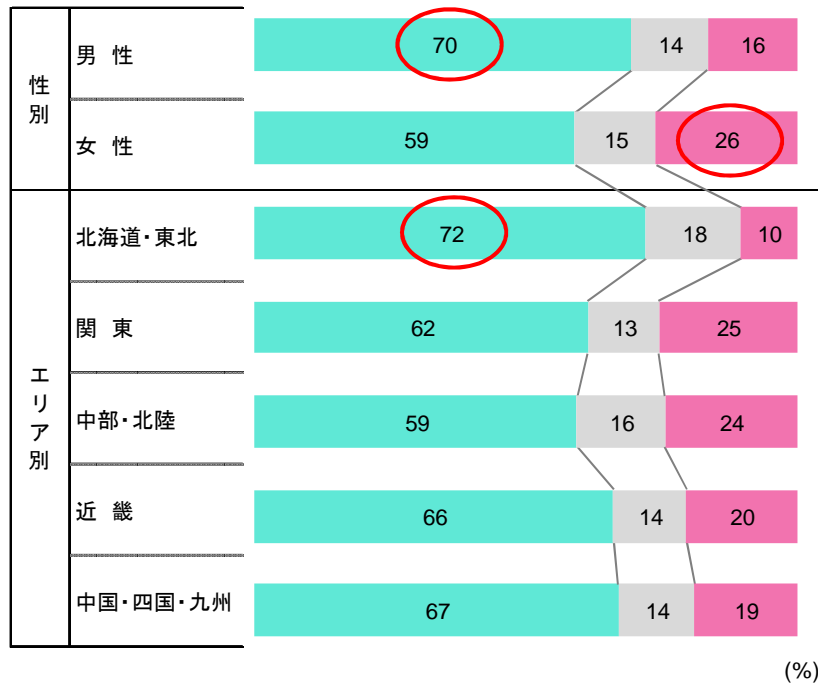
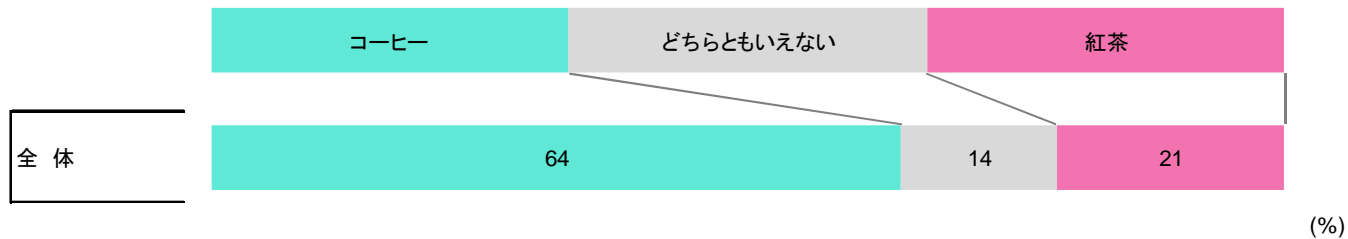
- ◆日本人全体で見れば、「つぶあん」と「こしあん」がどちらも39%で同率。
- ◆性別では大差ない。エリア別では、中部・北陸で「つぶあん」派が「こしあん」派を10 p 以上上回っている。
- ◆年代別で見ると、40代では同率で拮抗しているが、50代以上になると「つぶあん」、30代以下では「こしあん」派が上回る。
- ◆同率の40代を境に、50代以上と30代以下で好みが変われる。「つぶあん」派は高齢層、「こしあん」派は若年層が多い。

かしわ餅のあんこは、「つぶあん」と「こしあん」のどちらがよいですか。



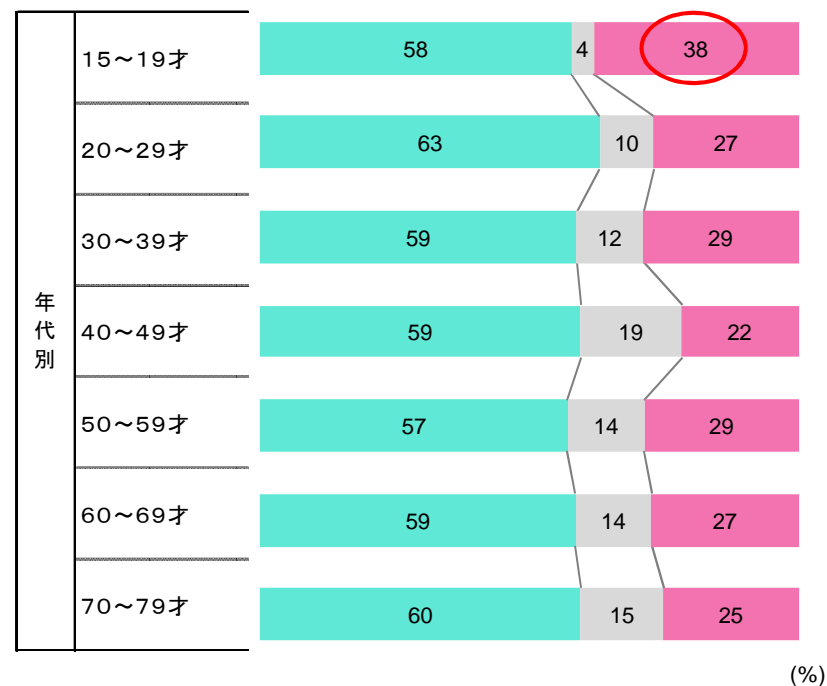
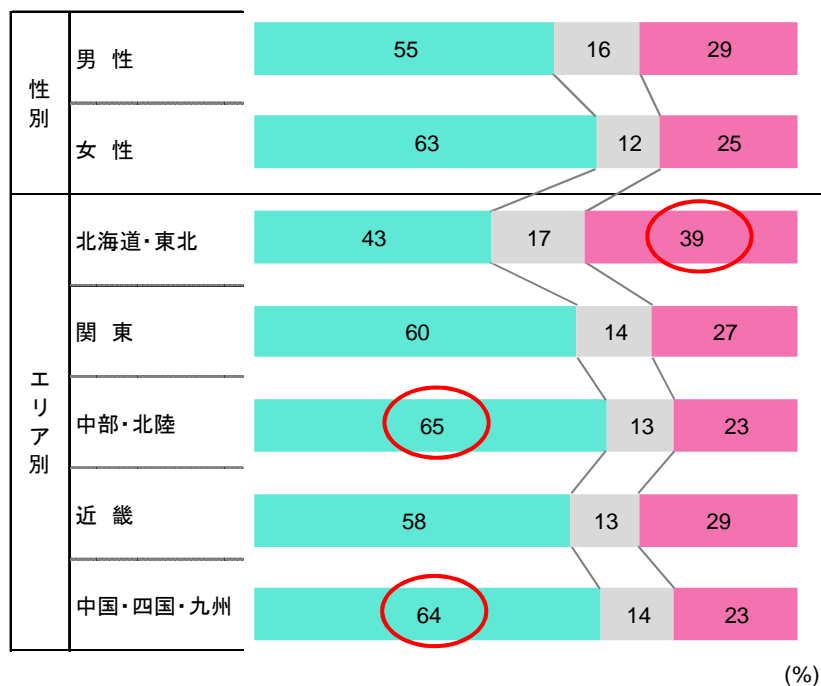
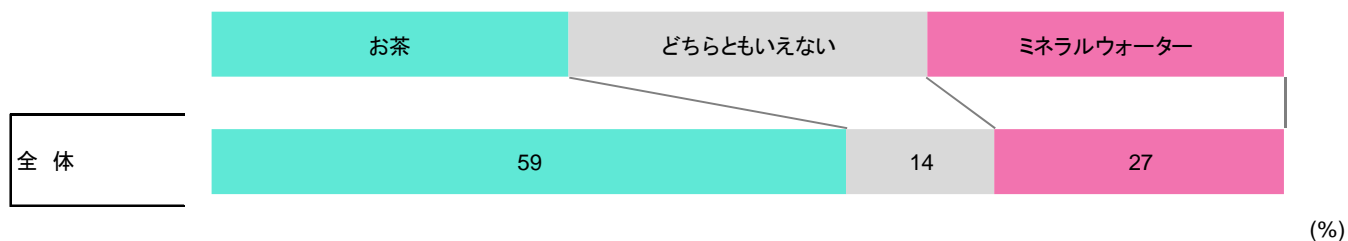
- ◆日本人全体で見れば、「コーヒー」が64%で、「紅茶」の21%を圧倒している。
- ◆性別では、男性が「コーヒー」が圧倒的に多いのに対し、女性は「紅茶」嗜好も比較的みられる。
- ◆エリア別では、北海道・東北では、「コーヒー」が7割超と多く、「紅茶」は1割と少ない。
- ◆年代別にみると、30~60代は「コーヒー」が7割強と安定しているが、70代では6割に下がる、また、20代以下は「紅茶」派も3割~4割台と比較的多くなる。
- ◆「コーヒー」派が多く、男性、北海道・東北エリア、30~60代で特に多い。「紅茶」派は、女性、20代以下の若年層で比較的多い傾向がある。

温かい飲み物を飲むなら、「コーヒー」と「紅茶」のどちらがよいですか。



- ◆日本人全体で見れば、「お茶」(59%)が、「ミネラルウォーター」(27%)より多い。
- ◆性別の差は大きくないものの、「お茶」は男性より女性で比較的多い傾向がある。
- ◆エリア別、年代別にみると、いずれも「お茶」が優位な点は変わらないが、北海道・東北、10代では「ミネラルウォーター」が4割弱と健闘している。
- ◆「お茶」派が多い点は、性別、年代別、エリア別でも変わらないが、北海道・東北エリア、10代で「ミネラルウォーター」派が健闘している。

冷たい飲み物を飲むなら、「お茶」と「ミネラルウォーター」のどちらがよいですか。



調査方法

- NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）
- 調査員による個別訪問留置調査

調査対象

- 全国の15～79歳の男女個人 1,200人
 ※エリア・都市規模と性年代構成は、
 日本の人口構成比に合致するよう割付実施

抽出方法

- 毎月200地点を抽出、住宅地図データベースから世帯を抽出し個人を割当て

調査期間

- 2015/5/1～5/18

分析サンプル数

- 分析に利用した属性別のサンプル数は以下の通り。

【性別】

男 性	596
女 性	604

【年代別】

15～19才	72
20～29才	149
30～39才	194
40～49才	214
50～59才	182
60～69才	221
70～79才	168

【エリア別】

北海道・東北	138
関 東	438
中部・北陸	192
近 畿	192
中国・四国・九州	240

(人)

NOS（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）について

調査パネルを使ってインターネットで簡単に情報収集できる時代になりましたが、NOSでは、40年以上にわたって、

①調査員を使った訪問留置、②パネルモニターではない毎回抽出方式で調査を継続しており、代表性のある信頼の高いデータを提供しております。

NOSは、毎月1回定期的に実施する乗り合い形式（オムニバス）の調査です。

毎回ランダムに決められた200地点にて、対象となる方に調査員が協力を依頼してアンケートを回収します。

性年代構成を日本の人口構成比に合わせているため、全体結果は日本を代表する意見としてそのままご覧になることができます。

インターネット調査では、回収が難しい60代以上の対象者やインターネットを使っていない人の実態や意識を分析するのも有用な手法と言えます。

《 引用・転載時のお願い 》

本レポートの引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先：日本リサーチセンター広報室 メール：information@nrc.co.jp

掲載では必ず当社クレジットを明記していただき、
調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。