

チーズの飲食実態と意識に関する調査結果

独立行政法人農畜産業振興機構は本年4月、「平成27年度牛乳・乳製品の消費動向に関する調査」の結果を公表した。同調査では、消費構造の変化や消費動向を把握し、牛乳・乳製品の消費拡大に向けた取組などに役立つ情報を得るため、全国（沖縄県を除く）の中学生以上の男女3,200人を対象として、平成27年10月から11月にアンケート調査を実施した。ここでは本調査の中から、消費量の増加が期待されているチーズについて、その飲食実態と意識に関する調査の結果を紹介する。

1. チーズを食べる頻度と量

全体では、「毎日」食べる人は5%、週に1日以上食べる人は合わせて42%である。一方、「全く食べない」という人は15%であった（表1）。

表1 チーズを食べる頻度

単位：%

	毎日	週に 5～6日	週に 3～4日	週に 1～2日	月に 2～3日	それ以下し か食べない	まったく 食べない	無回答	平均 (日/週)
全体	4.5	3	10.8	23.6	26.2	16.9	14.9	0	1.4
男性	3.7	2.5	9.8	20.5	27.9	17.9	0.7	0	1.2
女性	5.3	3.6	11.9	26.8	24.5	15.8	12.1	0	1.5

資料：農畜産業振興機構「平成27年度牛乳・乳製品の消費動向調査」

性別では、週に1日以上食べる人は男性で37%、女性で48%となり、女性の方が高頻度でチーズを食べている。性年代別では、女性は10代や30代、40代で週に1日以上食べる人が52～55%と半数を超える。男性は中学生や10代で週に1日以上食べる人が4割以上と多い。

チーズを食べるときの1日の量は、全体では「20g位」と答えた人が47%を占め、平均では1日に合計23.0gとなっている。

性別では、平均飲食量は男性で23.7g、女性で22.3gとなっており、大きな差はみられない。性年代別では、男性40代で平均飲食量が多い。女性は70代以上の平均飲食量が少なく、20g未満となっている。

2. チーズ料理の飲食状況

調査時点を含む1ヶ月間にチーズを使った料理を食べた人は、全体で71%となっている。

性別で見ると、チーズ料理を食べた人は男性が66%、女性が76%となり、女性の方が約10ポイント高い（図1）。性年代別では、男性では中学生で8割を超え、女性は30代を中心に10～40代で85%前後となっており、チーズ料理を多く食べている傾向がうかがえる。男性60代や70代以上、女性70代以上では「食べた」割合が低い。

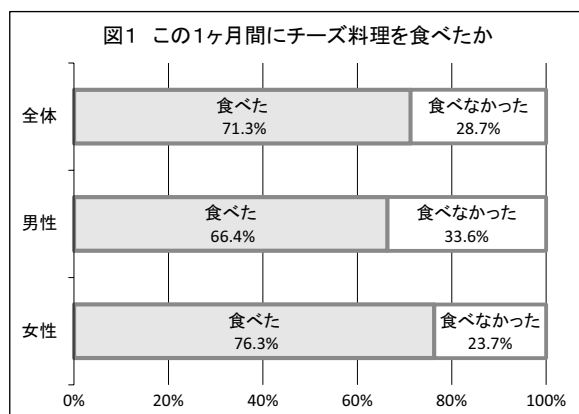
調査時点を含む1ヶ月間にチーズ料理を食べた人の回数は、全体で「2回」が25%で最も多く、次いで「3回」が18%、「1回」が16%となっている。1ヶ月当たりの平均飲食回数は4.5回である。

性別で見ると、平均飲食回数は男性で4.2回、女性では4.7回と、女性の方がやや多い。

性年代別では、男性は中学生と10代、女性は10代から50代の各年代で、チーズ料理を食べる回数が多く、男性10代と女性40代では平均回数が5.0回に達する。

1ヶ月間にどんなチーズ料理を食べたかを見ると、全体では「ピザ」が57%で最も多く、次いで「グラタン（39%）」、「パン（30%）」、「パスタ（28%）」、「サンドウィッチ（27%）」と続いている（表2）。

性別では、女性で「グラタン」が43%と多く、男性よりも9ポイント高い。性年代別では、男性は20代と30代で「ピザ」が、女性は40代と50代で「グラタン」が、それぞれ全体よりも10ポイント以上高くなっている。このほか、女性の30代では「パスタ」、男性の10代では「ハンバーグ」が全体よりも10ポイント以上高い。



資料：前掲書

表2 飲食するチーズ料理（複数回答）

単位：%

	ピザ	グラタン	パン	パスタ	サンド ウィッチ	ハンバーグ	サラダ	シチュー	ケーキ	カレー	その他
全体	57.3	39.0	30.4	27.9	26.8	17.8	12.0	10.4	7.9	7.2	7.6
男性	57.1	34.2	27.5	25.1	24.8	19.5	10.2	11.4	6.6	8.8	5.7
女性	57.5	43.3	33.0	30.4	28.5	16.4	13.5	9.5	9.0	5.7	9.3

資料：前掲書

3. チーズの購入状況

世帯の中でチーズを購入する人は、全体では、「自分（本人）」が45%、「自分以外の同居している家族」が53%となっている。購入するチーズの形状は、「スライスチーズ」が64%で最も多く、次いで「ブロックタイプ」が48%、「シュレッドチーズ」が36%、「粉チーズ」が29%となっている。

性別でみると、男性では「ブロックタイプ」が最多で約6割、女性よりも10ポイント以上高くなっている。女性では「スライスチーズ」、「シュレッドチーズ」、「粉チーズ」の購入が多く、男性よりも20ポイント以上高くなっている。性年代別では、男性の50代以上の年代で「ブロックタイプ」が6~7割と高いのが目立つ。女性では40代と50代で、様々なタイプのチーズを購入している様子がうかがえる。

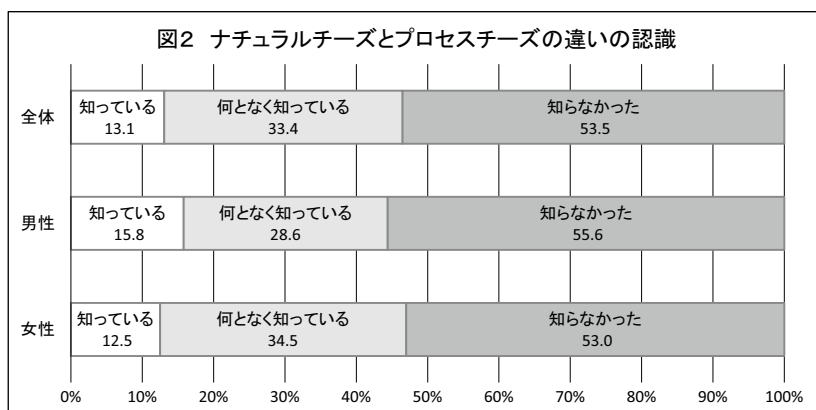
4. ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いの認知状況

自分でチーズを購入する人に、ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いを知っているか質問した結果、全体では、「知っている」が13%、「何となく知っている」が33%となり、認知している人は5割近い（図2）。

性別でみると、認知に大きな差はみられないが、男性の方が「知っている」の回答がわずかに多い。性年代別では、男性50代以上で「知っている」が2割前後と高い。「知っている」と「何となく知っている」の合計でみると、男性50代や女性の50~60代で5割を超える。

自分で購入するチーズはナチュラルチーズかプロセスチーズかを質問したところ、全体では「ほとんどプロセスチーズ（8割以上）」という人が31%と最も多く、「プロセスチーズが多い（6~7割）」を合わせたプロセス派は46%を占めた。一方、ナチュラル派（「ほとんどナチュラルチーズ（8割以上）」+「ナチュラルチーズが多い（6~7割）」）は22%、「半々くらい」は12%、「わからない」は20%となっている。

性年代別では、男性の50代と70代、女性の50代でプロセス派が5割以上と多い。男性の50代はナチュラル派も比較的多く、約3割を占める。



資料：前掲書

5. 普段チーズを購入する時に意識すること

普段チーズ購入時に意識することを質問したところ、全体では「国産のチーズを購入するようにしている」が45%、「生産国は意識していない」が52%で、「外国産のチーズを購入するようにしている」はわずか2%となった（表3）。

性別では、女性で「国産のチーズを購入するようにしている」割合が47%を占め、男性（38%）より高い。男性は、6割弱が「生産国は意識していない」と回答している。性年代別でみると、男女ともに年代が上昇するほど、国産を選ぶ割合が高くなる傾向がみられ、女性70代以上では7割に達する。

購入時に意識する理由について自由記述を求めた結果、「国産のチーズを買うように意識している」人の理由は、「安心、安全、信用、信頼」をあげる人が271件と圧倒的に多く、国産チーズ派は「食の安全」を重視して購入していることがわかる。「外国産のチーズを購入するようにしている」人は少ないが、その理由は「美味しさ、味、好み」である。「生産国を意識していない」人は、「こだわりはない、何となく」が116件と最も多いが、「美味しさ、味、好み」をあげる人が104件、「安さ、価格」をあげる人が86件となっている。

国産チーズを購入するよう意識している人が購入に際して意識することは、全体では「大手メーカーの製品を購入するようにしている」が65%を占めた。「小さな工場の製品を購入するようにしている」はわずか1%にとどまり、「メーカーの規模は意識していない」が33%を占めている。

表3 チーズ購入時に意識すること

単位：%

	国産チーズを 購入するよう にしている	外国産チーズ を購入するよう にしている	生産国は意識 していない	その他
全体	45.3	1.6	52.0	1.1
男性	38.3	2.0	58.9	0.8
女性	46.9	1.5	50.4	1.1

資料：前掲書