

平成4年度・水産物新食生活推進事業

(高齢化社会水産物活用促進事業)

水産物を中心とした消費に関する調査

～首都圏高齢主婦アンケート～

平成5年3月

社団法人 大日本水産会

(社)大日本水産会
おさかな普及協議会
TEL 03 (585) 6684

はじめに

高齢化社会において、今後さらに余命を伸ばし、生活の質を向上させるための方策はいろいろありますが、中でも食生活の問題は最も大きなウエイトを占めています。

本報告書は平成4年度水産物新食生活推進事業の一環である高齢化社会水産物活用促進事業の中で、高齢者の食生活における水産物消費の実態を知るために、首都圏在住の在宅高齢者（65歳以上）に対し、(1)食生活に対する意識 (2)魚貝類に対する意識 (3)魚調理の状況 (4)魚貝類の購入行動等を調査するとともに、平成3年度に本会が行った「水産物を中心とした消費に関する調査」（首都圏主婦アンケート）の20歳～50歳代までの調査結果と比較しながら、年代による意識と消費動向の違いを分析し、まとめたものです。

この調査結果が、これからの食生活の指針づくりに、また高齢者マーケットへの商品化政策にご活用いただければ幸いです。

なお、ご協力いただいた関係各位に厚く御礼申し上げます。

平成5年3月

社団法人 大日本水産会

目 次

調査の概要	3
調査結果	7
1. 高齢者の食生活に対する意識	8
(1) 毎日の調理行動	8
(2) 食事づくりに対する基本姿勢	10
2. 高齢者の魚に対する意識	13
(1) 魚を食べることの好き嫌い	13
(2) 魚に対する意識	16
3. 高齢者世帯における魚調理の状況	20
(1) 魚貝類と食肉類の競合状況	20
(2) 魚料理を食べる頻度	24
(3) 魚調理に対する抵抗感	25
4. 高齢者にみる魚貝類の購入行動	28
(1) 食料品の購入行動	28
(2) 食料品の購入場所	30
(3) 魚貝類の購入方法	35
(4) よく買う魚と購入理由	37
(5) 魚の購入に際しての意見	41
5. 惣菜類の購入状況と意向	44
(1) 魚貝類の惣菜品・調理加工品の購入状況	44
(2) 惣菜品・調理加工品に対する評価	46
(3) 今後の購入意向	49
<hr/>	
〈付〉アンケート調査票	51

65~69歳(N=135)	24.4	21.5	23.7	24.4	23.7
70~79歳(N=145)	28.3	21.4	24.8	24.8	24.8
80歳以上(N=22)	15.1	22.7	26.4	26.4	26.4
全体(N=302)	24.9	21.9	24.9	24.9	24.9

調査の概要

年齢	健康 (22%)	不健康 (78%)	在宅	施設	その他	無回答
65~69歳(N=135)	78.5	21.5	0	8.1	21.4	0
70~79歳(N=145)	76.6	23.4	0	10.3	13.1	0
80歳以上(N=22)	82.0	18.0	0	4.5	13.6	0
全体(N=302)	77.7	22.3	0	8.9	13.4	0

(注) 在宅(0%)、施設(0%)、その他(0%)、無回答(0%)

(調査項目)

年齢	お金の心配 (0%)	パートアルバイト (0%)	日用品 (0%)	仕事 (0%)	無回答 (0%)
65~69歳(N=135)	4.4	0	0	0	0
70~79歳(N=145)	0	7.6	2.8	0	0
80歳以上(N=22)	0	0	4.5	0	0
全体(N=302)	1.3	3.9	1.7	0	0

(注) 在宅(0%)、施設(0%)、その他(0%)、無回答(0%)

- 302 (割合 100%)
- 135 (割合 44.7%)
- 145 (割合 48.0%)
- 22 (割合 7.3%)

1. 調査目的

本調査は、高齢者の食生活における魚貝類消費の実態を探ることにより、魚食普及のキャンペーンのための基礎的データの収集、及び、今後ますます拡大するシルバーエイジマーケットに対する水産物の商品化や提供方法などの戦略をたてる上での参考になることを目的とした。

2. 調査対象者

年齢65歳以上の主婦（普段の食料品の買物から調理まで、食事の支度の一切を自分でしている主婦）を対象とした。なお、配偶者の有無、同居人の有無は不問とした。

3. サンプルング及び調査方法

サンプルング

千葉県柏地区	190名
東京都品川地区	59名
東京都多摩地区	58名
合計	307名（うち無効5名）

調査方法

郵送による郵送留置き回収

4. 調査期間

平成4年12月20日～平成5年1月31日

5. サンプルの属性

〔年齢〕

全 体	302	（構成比 100.0）
65歳～69歳	135	（構成比 44.7）
70歳～79歳	145	（構成比 48.0）
80歳以上	22	（構成比 7.3）

〔同居事情〕

年 齢	ご主人だけ	ご主人とお 未婚のお 子様	お子様(夫婦) 同居だが世 帯は別 (食事の支度等)	同居人 なし	無回答
65～69歳(N=135)	34.8	22.9	25.9	9.6	6.8
70～79歳(N=145)	26.9	11.7	34.5	14.5	12.4
80歳以上 (N= 22)	18.1	22.7	31.9	27.3	0
全 体 (N=302)	29.8	17.6	30.5	13.2	8.9

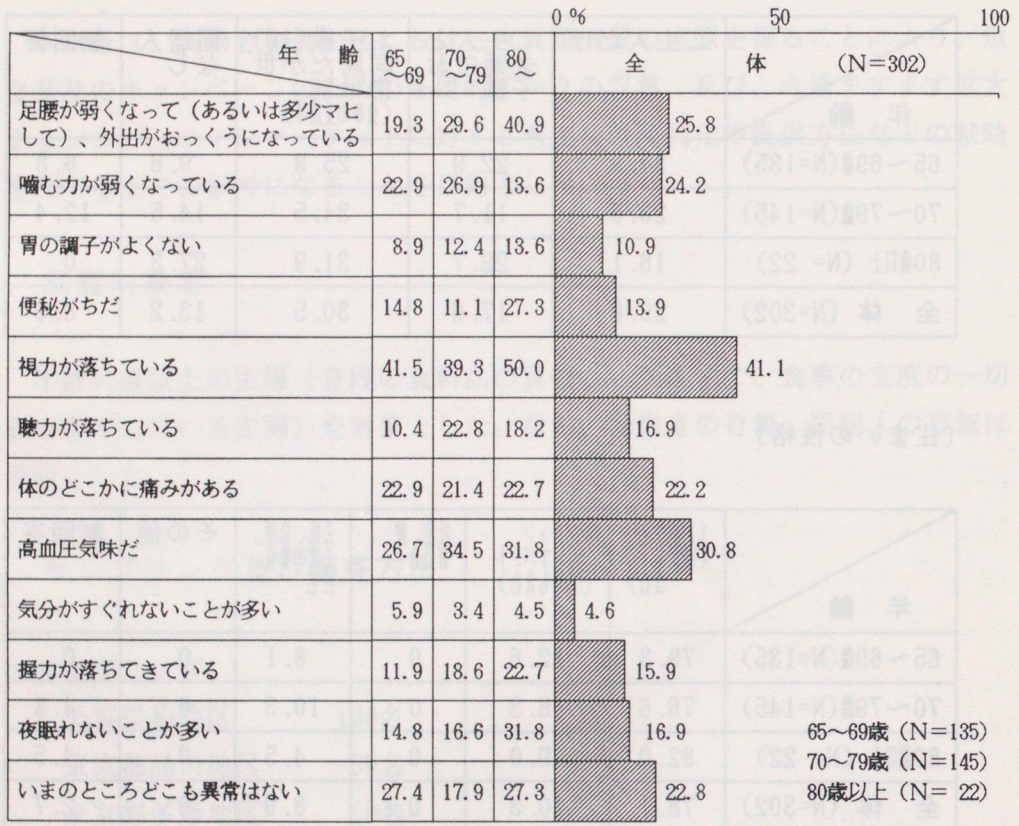
〔住まいの性格〕

年 齢	1戸建住宅 (借家も含む)	マンション ・アパート (賃借も含む)	社宅、寮、 官公舎	公社、公団、 公営の集合 住宅	その他	無回答
65～69歳(N=135)	79.3	12.6	0	8.1	0	0
70～79歳(N=145)	76.6	8.3	0	10.3	0	4.8
80歳以上 (N= 22)	82.0	9.0	0	4.5	0	4.5
全 体 (N=302)	78.1	10.3	0	8.9	0	2.7

〔就業状況〕

年 齢	お勤め (フルタイム)	パート アルバイト 内職	自営業 (手伝いを含む)	仕事はし ていない	無回答
65～69歳(N=135)	4.4	7.4	11.9	76.3	0
70～79歳(N=145)	0	7.6	2.8	89.6	0
80歳以上 (N= 22)	0	0	4.5	95.5	0
全 体 (N=302)	2.0	6.9	6.7	84.4	0

〔健康状態〕



否かは各ほど調査時間長）影響を与える要因ではあるがみてよい。

次に同様のことを求めた結果を整理する資料を「活字」の音韻表（1週木、休日の夕暮をつくる際の調査時間は平均90.4分であり、さらに3分と2分差い。最も多い比率が長いのは平日と同じように、「1時」の割合が最もあり、以下「3時」(39.5%)、「4時」(19.5%)、「1時」(19.0%)の順序で割合が減少した。つまり1時～4時の間に最も多い割合を示し、5時以降は割合が減少した。また、平日と休日との比較では、平日の方が1時～4時の間に最も多い割合を示し、5時以降は割合が減少した。また、平日と休日との比較では、平日の方が1時～4時の間に最も多い割合を示し、5時以降は割合が減少した。

調査結果

次に、活字の音韻表の結果を整理する資料を「活字」の音韻表（1週木、休日の夕暮をつくる際の調査時間は平均90.4分であり、さらに3分と2分差い。最も多い比率が長いのは平日と同じように、「1時」の割合が最もあり、以下「3時」(39.5%)、「4時」(19.5%)、「1時」(19.0%)の順序で割合が減少した。つまり1時～4時の間に最も多い割合を示し、5時以降は割合が減少した。また、平日と休日との比較では、平日の方が1時～4時の間に最も多い割合を示し、5時以降は割合が減少した。

音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表
音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表	音韻表

1. 高齢者の食生活に対する意識

(1) 毎日の調理行動

首都圏に居住する年齢65歳以上の主婦 302人に対して、どのような調理行動をしているかをみた。調査では、特に夕食での調理時間に着目し、平日と休日に分けてその傾向をみた。それによると平日の夕食については(表1-1)、平均調理時間55.1分であった。最も指摘比率が高いのは、「40分前後」(回答者全体の36.1%、以下同じ)であった。次いで、「60分前後」(34.4%)、「20分前後」(10.6%)の順であった。

これを年齢別にみると、60歳代の平均調理時間は53.3分、70歳代51.7分、80歳以上40.0分であり、年齢がいくに従い、調理時間の減少が認められる。また、60歳代、70歳代までは調理時間1時間以上と答えた人が12~15%と予想以上に高い比率になっているのに対して、80歳以上になるとほとんどみられない。これは、体力的な問題、あるいは1回あたりの調理品目数を少なくしたり、なるべく手のかからないもので済ませていることなどが背景要因として考えられる。

また、サンプル数自体は少ないものの、65歳以上の主婦の中で有職者の調理時間をみると平均49.3分であり、無職者の平均52.0分に比べて多少短くなっている。それでも平均で3分足らずの差であるから、高齢者の場合、職業を持っているか

表1-1 年齢別にみた夕食にかかる時間(平日)

単位: %、分

調理時間 年 齢	調理時間							平均
	20分	40分	60分	80分	100分	120分	無回答	
65~69歳 (N=135)	7.4	36.3	36.3	8.1	1.5	3.0	7.4	53.3 分
70~79歳 (N=145)	11.7	34.5	34.5	11.7	1.4	1.4	4.8	51.7 分
80歳以上 (N= 22)	22.7	45.5	22.7	-	-	-	9.1	40.0 分
全 体 (N=302)	10.6	36.1	34.4	9.3	1.3	2.0	6.3	55.1 分

有職者 (N= 48)	14.6	27.1	45.8	6.3	-	-	6.2	49.3 分
無職者 (N=254)	9.8	37.8	32.2	9.9	1.6	2.4	6.3	52.0 分

否かはさほど調理時間数に影響を与える要因ではないとみてよい。

次に同様のことを週末及び休日の夕食についてみる。(表1-2)

週末、休日の夕食をつくる時の調理時間は平均57.8分であり、平日に比べて約2分長い。最も指摘比率が高いのは平日と同じように「40分前後」(34.1%)であり、以下「60分前後」(30.5%)、「80分前後」(13.6%)、「100分前後」(5.9%)の順であった。平日においては調理時間が1時間を超えると答えた人は全体の12.6%であったが、休日になると、その比率は21.5%と倍加している。

これを年齢別にみると、60歳代の平均調理時間は59.0分(平日は53.3分)、70歳代は57.7分(同51.7分)、80歳以上は50.0分(同40.0分)であった。年齢がいくに従って調理時間の減少が認められるのは平日と同じであるが、調理時間自体はいずれの年齢層においても長くなっていることがわかる。

なお、有職者の週末、休日での調理時間は平均57.7分であり、職を持たない人との差は認められない。

表1-2 年齢別にみた夕食にける時間(週末・休日)

単位: %、分

調理時間 年 齢	20分	40分	60分	80分	100分	120分	無回答	平均
65~69歳 (N=135)	—	36.3	32.6	11.8	6.7	2.2	10.4	59.0 分
70~79歳 (N=145)	6.2	31.7	29.6	15.2	6.2	2.1	9.0	57.7 分
80歳以上 (N= 22)	9.1	36.4	22.7	13.6	—	—	18.2	50.0 分
全 体 (N=302)	3.6	34.1	30.5	13.6	5.9	2.0	10.3	57.8 分

有職者 (N= 48)	—	33.3	35.4	18.8	2.1	—	10.4	57.7 分
無職者 (N=254)	4.3	34.3	29.5	12.6	6.7	2.4	10.2	57.8 分

(2) 食事づくりに対する基本姿勢

食事づくりに対する基本姿勢は、魚に対する需要構造の基礎的要素であり、その傾向と変化の方向を見極めることは、魚の需要を喚起し、潜在的需要を顕在化するうえで有効である。

ここで65歳以上の主婦 302人に、夕食をつくる際にどのような点を心がけているかを聞いた。図1-1は、そのうち「あてはまる」「ややあてはまる」と答えた人の合計の比率をみたものである。その結果、心がけている点の序列が年齢によって異なることは少なく、ほぼ同様の基本姿勢に基づいていることが分かった。

最も多いのは「栄養のバランスをいつも考えながら作っている」というもので、全体の87.8%の人が「あてはまる」ないしは「ややあてはまる」としている。次いで「塩分の量をなるべく少なくしている」(86.1%)、「副菜はできるだけ数多く作るようにしている」(81.2%)の2点が80%以上の指摘となっている。

一方、指摘率が50%を割ったものには、「たまには出前をとったり外食したりするようにしている」(47.3%)、「味つけはどちらかというと濃いめのほうが好きである」(36.4%)、「時々出来あいの惣菜を利用している」(35.1%)、「少量ずつ作るよりも多めに作りおきしておき、少しずつ食べることが多い」(27.8%)などである。

これを年齢差に着目してみると、指摘率の高い上位4項目、(栄養バランス、塩分少なめ、副菜を多く、素材の味を生かして)は年齢差は少なく、どの年齢層でも最も高い指摘率となっている。また、「材料は魚屋や八百屋など専門店で買うようにしている」「たとえ少量でも材料は少し高めのものを買ってきて作る」「材料は近いところで揃えられるもので間に合やすことが多い」など、指摘率が60~70%ぐらいの項目についても年齢差は少ない。

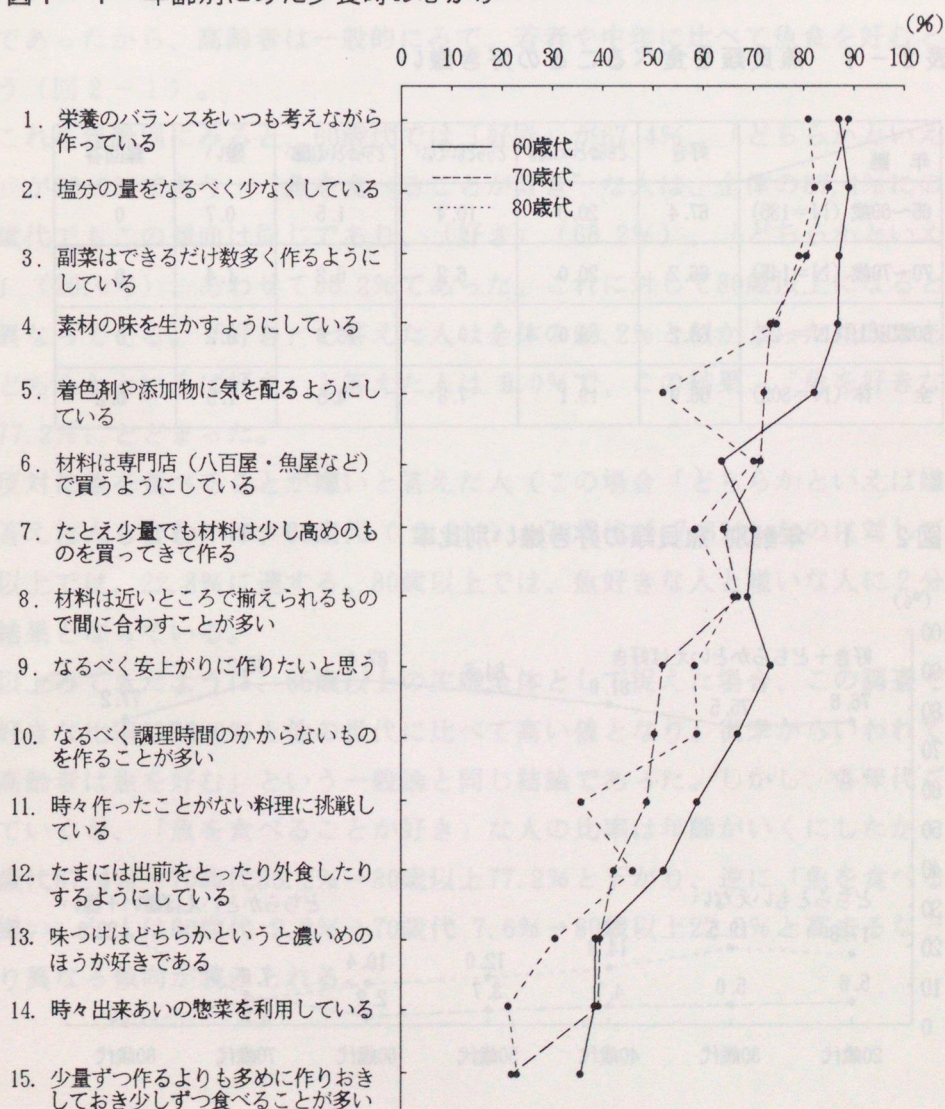
これに対して、年齢差が認められるものとしては、指摘率の高い項目の中では「着色剤や添加物に気を配るようにしている」である。60歳代では比較的高い指摘率となっているが、年齢がいくに従って指摘率は低下し、80歳以上では50%台まで低下する。ちなみに、80歳以上層では、全体では5番目に指摘の多い着色剤、添加物への配慮に対する指摘率が第9位まで下がる。

基本姿勢の中で下位に位置づけられる項目の中では、「時々作ったことがない料理に挑戦している」及び「時々出来あいの惣菜を利用している」の2項目で年齢差が大きい。このうち「時々作ったことがない料理に挑戦している」の項目で

は、60歳代が58.5%の指摘率であるのに対して70歳代では49.0%に低下し、80歳以上ではさらに36.4%まで低下する。年齢をおうに従い、あまり作ったことがないものは作らず、作り慣れた料理の中で工夫するなり、「いつもの味」を作ることにより終始する傾向がみられる。

また、「時々出来あいの惣菜を利用している」では、60歳代で35.5%、70歳代では36.6%の指摘率であるのに対して、80歳以上での指摘率は22.7%にとどまる。この背景には、高齢者であればあるほど、できあいのものを買ってきたり、外食したりすることに対して抵抗感が高くなることがあげられる。しかし実際として

図1-1 年齢別にみた夕食時の心がけ

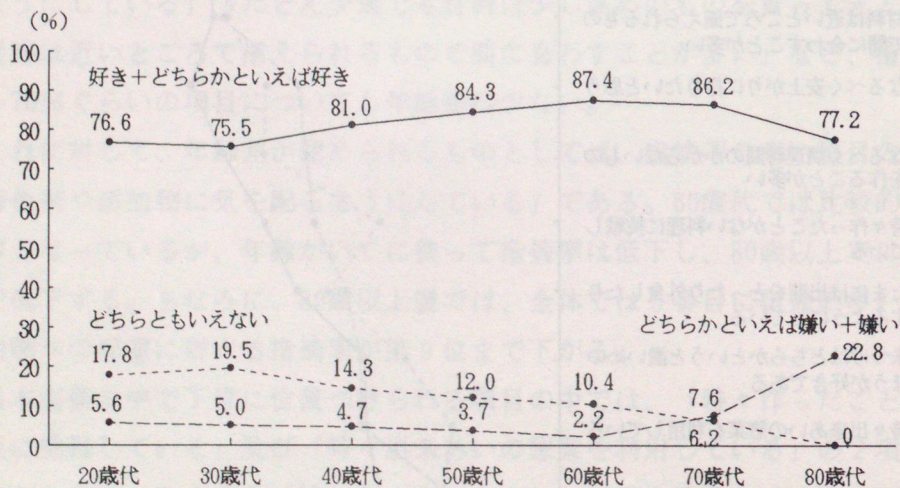


は、「たまには出前をとったり外食したりするようにしている」は年齢に関係なく40～50%の人があてはまる行為として指摘しており、高齢者が持つ抵抗感は、時代の流れの中で変化してきていることが認められる。この点は、「時々出来あいの惣菜を利用している」についても同様である。総対水準は35%前後であるが、この比率はこれまでの高齢者の食生活や価値観を考えれば、けっして低い値とはいえない。高齢者の食生活の中にも、着実に変化の波が押し寄せている。

表 2 - 1 魚貝類を食べることの好き嫌い

年 齢	好き	どちらかといえば好き	どちらともいえない	どちらかといえば嫌い	嫌い	無回答
65～69歳 (N=135)	67.4	20.0	10.4	1.5	0.7	0
70～79歳 (N=145)	66.2	20.0	6.2	6.2	1.4	0
80歳以上 (N= 22)	68.2	9.0	0	13.6	9.2	0
全 体 (N=302)	66.9	19.1	7.8	4.5	1.5	0.2

図 2 - 1 年齢別 魚貝類の好き嫌い別比率



2. 高齢者の魚に対する意識

(1) 魚を食べることの好き嫌い

65歳以上の主婦に魚を食べることが好きか嫌いかと聞いたところ（12ページ、表2-1）、「好き」が66.9%、「どちらかといえば好き」が19.1%であり、「魚を食べることが好き」な主婦は86.0%にのぼった。大日本水産会が平成3年12月に実施した調査（調査対象：首都圏に居住する20～59歳までの主婦 960人）では、20～59歳までの主婦のうち、「魚を食べることが好き」な人は全体の79.9%であったから、高齢者は一般的にみて、若者や中年に比べて魚食を好むといえよう（図2-1）。

これを年齢別にみると、60歳代では「好き」が67.4%、「どちらかといえば好き」が20.0%であり、「魚を食べることが好き」な人は、全体の87.4%にのぼる。70歳代でもこの傾向は同じであり、「好き」（66.2%）、「どちらかといえば好き」（20.0%）、あわせて86.2%であった。これに対して80歳以上になると傾向が異なってくる。「好き」と答えた人は全体の68.2%と似かよった傾向であるが、「どちらかといえば好き」と答えた人は9.0%で、この結果、「魚を好きな人」は77.2%にとどまった。

反対に魚を食べることが嫌いだと答えた人（この場合「どちらかといえば嫌い」と答えた人も含む）は、60歳代（2.2%）、70歳代（7.6%）なのに対して、80歳以上では、22.8%に達する。80歳以上では、魚好きな人と嫌いな人に2分される結果となっている。

以上みてきたように、65歳以上の主婦全体として捉えた場合、この調査では魚が好きな比率は86.0%と他の世代に比べて高い値となり、従来からいわれている「高齢者は魚を好む」という一般論と同じ結論であった。しかし、各年代ごとにみていくと、「魚を食べることが好き」な人の比率は年齢がいくにしたがって、60歳代87.4%→70歳代86.2%→80歳以上77.2%と下がり、逆に「魚を食べることが嫌い」な人は60歳代2.2%→70歳代7.6%→80歳以上22.8%と高まるなど、かなり異なる傾向が読みとれる。

それでは何故、魚を食べることが嫌いなのであろうか。「魚を食べることが嫌い」と答えた人と「どちらかといえば嫌い」と答えた人にその理由を聞いたところ（複数回答）（図2-2）、最も指摘比率が高かったのは、「骨をとるのが面倒」（73.7%）で、以下、「魚の臭いが嫌い」（63.2%）、「子供の頃から魚は食べなかった」（36.8%）、「箸を上手に使えない」（31.6%）、「魚はおいしくない」（21.0%）等の理由を指摘する人の比率が高めになっている。

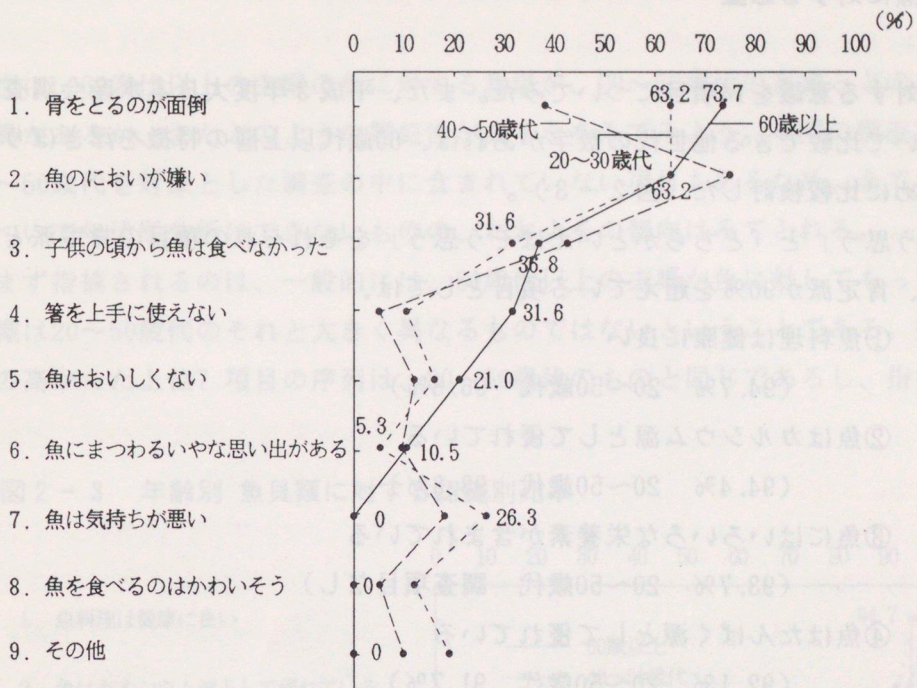
前述した20～59歳主婦を対象とした大日本水産会調査の結果と比較してみると、「骨をとるのが面倒」という理由は、魚食を嫌う最も強い理由の1つとなっているが、特に20～30歳代は60歳代以上ほどではないものの、高い指摘比率になっている。しかし、40～50歳代での指摘比率は30%代にとどまっており、魚を嫌う主たる理由は、むしろ「魚の臭い」となっている。

「魚の臭いが嫌い」というのが次に指摘が多い点であるが、これは20～30歳代、60歳代以上においても高い指摘比率となっている。

20～30歳代、40～50歳代の主婦が指摘する理由と、60歳代以上の主婦が指摘する理由を比較した場合、世代間で差がみられるのは、先にあげた「骨をとるのが面倒」という点の他に、「箸を上手に使えない」という点を指摘する比率が、40～50歳代で5%、20～30歳代で10.5%であるのに対して、60歳代以上では31.6%の高率となっている。このことは、小骨の多い魚を高齢者が嫌がることの原因となっている。

また、20～50歳代までは「魚は気持ちが悪い」、あるいは「魚を食べるのはかわいそう」といった生理的拒絶がみられるのに対して、60歳代以上ではみられなかった。

図 2-2 年齢別 魚貝類を食べるのが嫌いな理由別比率



(2) 魚に対する意識

魚に対する意識を14項目についてみた。また、平成3年度大日本水産会調査結果において比較できる他世代の数字があれば、60歳代以上層の特徴を浮きぼりにするために比較検討した(図2-3)。

「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」をそれぞれの項目の肯定派と考えると、肯定派が90%を超えている項目としては、

①魚料理は健康に良い

(94.7% 20~50歳代 96.6%)

②魚はカルシウム源として優れている

(94.4% 20~50歳代 93.8%)

③魚にはいろいろな栄養素が含まれている

(93.7% 20~50歳代 調査項目なし)

④魚はたんぱく源として優れている

(92.1% 20~50歳代 91.7%)

の4つである。いずれも魚がもつ栄養価などに関連した項目であり、この傾向は20~50歳代の主婦と同じである。昨今の健康に対する関心の高まり、魚に対する知識の定着等が反映したものと捉えることができる。

次に50%以上90%未満のものをみると、季節感、魚種の多様さ、低カロリー、献立バラエティの豊富さ、見映え、洋風化への対応性などの点を魚のメリットとして評価する項目が多くなっている。

さらに、50%未満の項目には、鮮度良し悪しの判断のつきやすさ、煙、臭いなどに関連した項目が並ぶ。ここからもわかるように、60歳代以上の主婦では、魚の鮮度は見分けにくいもの、煙は気になるもの、買物の時につく魚の臭いが気になるとの意見が強く、この傾向は、20~50歳代における傾向と同じであった。

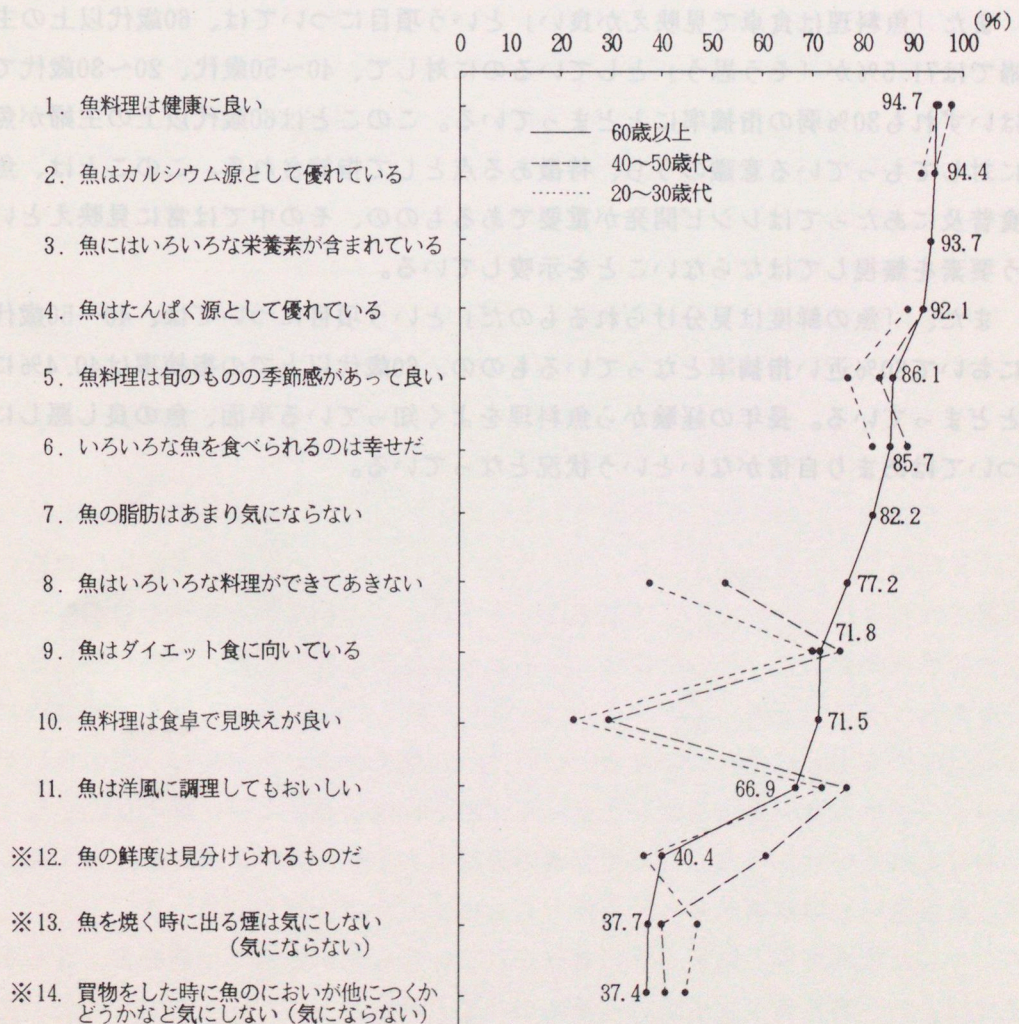
(注) ※印の設問では、調査票において、いずれも魚利用にとってマイナス表現をとっていたので、集計にあたっては、他の魚利用にとってのプラス要因と横並びに比較できるようにプラスの表現に置き直した。この結果、指摘比率が低いところには「魚の臭いが気にならない」「鮮度が見分けられる」「煙が気にならない」という項目が並ぶこととなった。このことは、消費者がこうした項目においては魚消費拡大にとってマイナスの意識を強く持っていることに他

ならない。

次に、60歳以上の主婦の魚に対する意識が、20～50歳代の意識とどのような差異があるか、またどのような類似性があるかをみてみよう。今回の調査では、20～50歳代を対象とした調査の中に含まれていない項目もあるため、全ての項目について年代間分析はできないものの、おおよその傾向はみてとれる。

まず指摘されるのは、一般的には、60歳以上の主婦が魚に対してもっている意識は20～50歳代のそれと大きく異なるものではないということである。指摘比率の高かった上位7項目の序列は、20～50歳代のものと同じであるし、指摘比率

図2-3 年齢別 魚貝類に対する認識別比率



も大差ない(ただし、そのうち2項目は60歳代以上を対象とした今回調査結果のみ)。指摘比率の高低でみた8位以下の項目についても、この傾向はみてとれる。

ただし、そのうち「魚はいろいろな料理ができてあきない」「魚料理は食卓で見映えが良い」及び「魚の鮮度は見分けられるものだ」の3点については、かなりの年代間較差がみられる。このうち「魚はいろいろな料理ができてあきない」という項目については、60歳代以上の主婦では77.2%が「そう思う」としているのに対して、40~50歳代では51%、20~30歳代では37%の指摘率にとどまっている。このことは、60歳代以上はそれよりも若い世代に比べて魚料理を知っていて、かつ慣れているためと思われる。これを捉え直せば、それだけ20~50歳代では魚料理が相対的に知られておらず、魚料理の啓蒙が魚食普及上重要であることを指している。

また「魚料理は食卓で見映えが良い」という項目については、60歳代以上の主婦では71.5%が「そう思う」としているのに対して、40~50歳代、20~30歳代ではいずれも30%弱の指摘率にとどまっている。このことは60歳代以上の主婦が魚に対してもっている意識のうち、特徴ある点として指摘される。このことは、魚食普及にあたってはレシピ開発が重要であるものの、その中では常に見映えという要素を無視してはならないことを示唆している。

また、「魚の鮮度は見分けられるものだ」という項目については、40~50歳代において60%近い指摘率となっているものの、60歳代以上での指摘率は40.4%にとどまっている。長年の経験から魚料理をよく知っている半面、魚の良し悪しについてはあまり自信がないという状況となっている。

3. 高齢者世帯における魚調理の状況

(1) 魚貝類と食肉類の競合状況

60歳代以上の主婦 302人に対して普段の日の夕食に用意する主惣菜において、魚料理が多いか肉料理が多いかを問うたところ(表3-1)、「魚の方が多い」と答えた人が37.7%、「やや魚の方が多い」と答えた人が35.1%で合わせて72.8%の人が魚中心の料理をつくっていることがわかった。

前述した平成3年度大日本水産会調査においては、20~50歳代の主婦で魚中心の料理をつくっている人は全体の43.5%であったから、60歳代以上の主婦の方が圧倒的に魚食中心の食事スタイルを持っていることがわかる。

それでは、この平成3年の調査結果も含めつつ、年代別に魚食ウエイトの差異をみてみよう(図3-1)。2つの調査を合わせると調査対象数は1262人となる。

全体的にみると、「魚の方が多い」が25.0%、「やや魚の方が多い」が25.5%であった。魚中心の料理をつくっている人が全体の50.5%とちょうど過半を占めたという状況であった。

年代別に魚食ウエイトをみてみると、年齢がいくに従い、着実に魚食ウエイトが高まっていく様子がみてとれる。20歳代における魚食ウエイトが30.9%にとどまるのに対して、40歳代では42.8%に増え、50歳代になって過半を占めるまでになる。80歳代には81.8%と大半が魚中心の食生活を送っている。

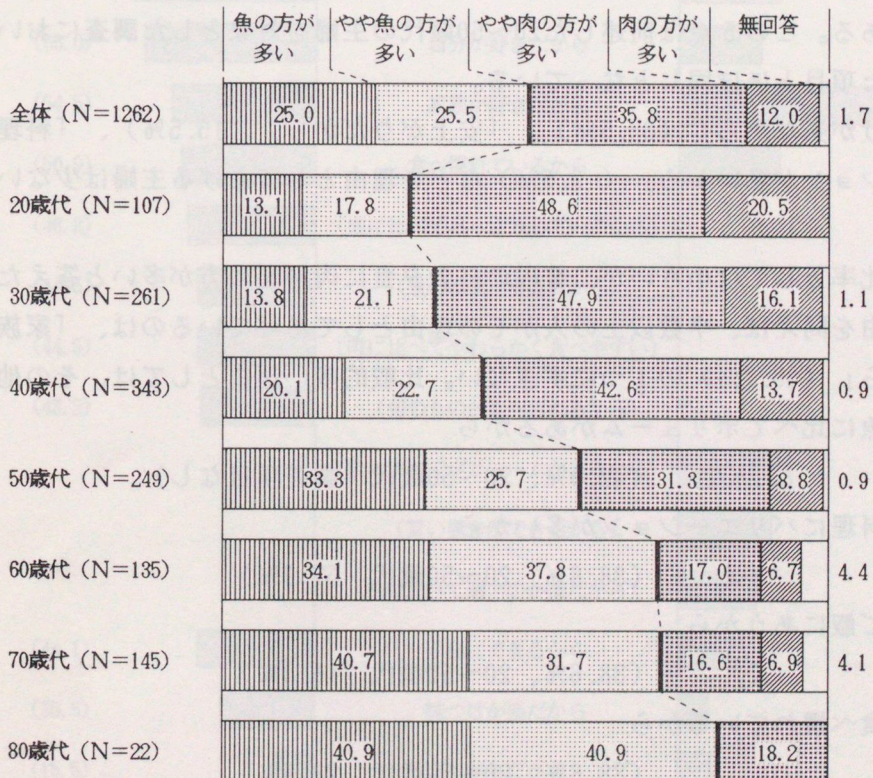
ここで注目されるのは、魚が好きかどうかという点と、魚中心の食生活を送っているかどうかの点は必ずしもイコールではないということである。すなわち、前節でみたように60歳代ぐらいまでは、年を追うにつれて魚を食べるのが好きな人の比率が高まるが、70~80歳代になるとその比率は低下する。これに対して、「魚を食べることは嫌い」とする人は、年齢がいくにしたがって増え、80歳代では22.8%の高率となる。その理由としては、「骨をとるのが面倒」「魚の臭いが嫌い」「子供の頃から魚を食べなかった」あるいは「箸が上手に使えない」などがあげられていた。一方、ここで夕食の惣菜として魚が多いか肉が多いかを問えば、魚料理中心の食事が多く、年齢とともにその比率は高まっている。

こうした状況から、魚を上手に食べられないにもかかわらず、魚を食べざるをえないという高齢者の食生活の一断面がみてとれる。

表 3 - 1 魚貝類と食肉類の競合状況

年 齢	魚の方が 多い	やや魚の方が 多い	やや肉の方が 多い	肉の方が 多い	無回答
65～69歳 (N=135)	34.1	37.8	17.0	6.7	4.4
70～79歳 (N=145)	40.7	31.7	16.6	6.9	4.1
80歳以上 (N= 22)	40.9	40.9	18.2	0	0
全 体 (N=302)	37.7	35.1	16.9	6.3	4.0

図 3 - 1 年齢別にみた魚と肉の利用比率（普段の夕食）



普段の日の夕食に魚料理の方が多いと答えた人のうち、半数以上の人がその理由としてあげているのは（図3-2）、

①健康に良いと思うから

(82.3%、20～50歳代 84.4%)

②ご飯に合うから

(69.1%、20～50歳代 67.5%)

③自分が好きだから

(65.0%、20～50歳代 58.6%)

④家族が好きだから

(54.5%、20～50歳代 71.5%)

⑤食べ慣れているから

(50.9%、20～50歳代 34.4%)

の5つである。この5点は前述した20～50歳代の主婦を対象とした調査において指摘された項目とほぼ同じとなっている。

「味付けが楽だから」（35.5%）、「安上がりだから」（15.5%）、「料理にバリエーションが多いから」（9.5%）などを理由としてあげる主婦は少ない。

一方、比率としては小さいが、普段の日の夕食に肉料理の方が多いと答えた人にその理由を問えば、半数以上の人がその理由としてあげているのは、「家族が好きだから」（85.7%）の1つにすぎない。比較的多い理由としては、その他に、

②魚に比べてボリュームがあるから

(42.9%、20～50歳代 調査項目なし)

③料理にバリエーションが多いから

(38.6%、20～50歳代 57.9%)

④ご飯にあうから

(38.6%、20～50歳代 16.3%)

⑤食べ慣れているから

(38.6%、20～50歳代 23.8%)

⑥買い置きができるから

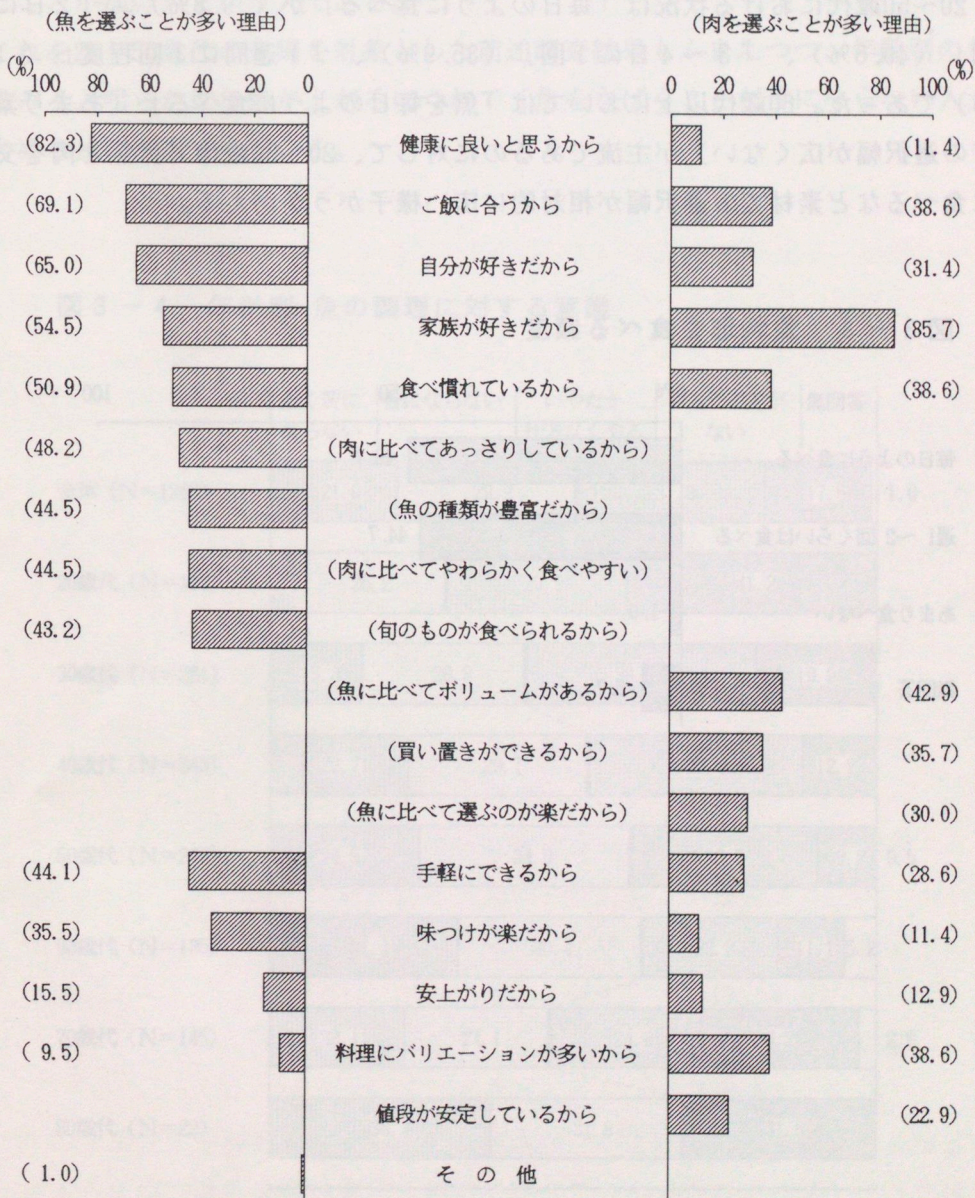
(35.7%、20～50歳代 44.8%)

などがあげられる。このうち、最も指摘比率の高かった「家族が好きだから」という理由は、20～50歳代においても77.9%という高い指摘比率であり、年齢層を

問わず肉料理が多い最大の理由となっている。

また、魚の場合、「自分が好きだから」という理由が65.0%もあるのに対して、肉の場合は31.4%にとどまる。これは、家族の好みで献立が決まったり、家事の省力化、利便性、手軽さから肉料理が選ばれる傾向が強いためであると考えられる。

図3-2 魚を主惣菜にすることが多い理由と肉を主惣菜にすることが多い理由比較図



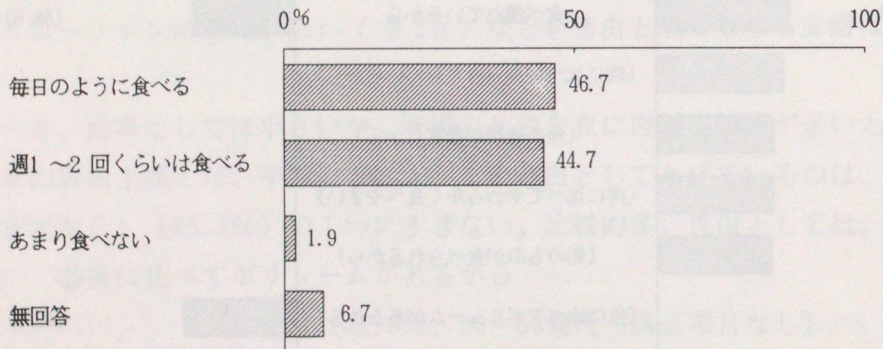
(2) 魚料理を食べる頻度

家庭内での食事で「魚」がどの程度の頻度で食卓にのぼっているかをみるため、魚を主惣菜とした夕食での頻度をみる(図3-3)。

60歳以上の夕食の場合、「毎日のように食べる」という人が全体の46.7%に達する。次いで「週1~2回ぐらいは食べる」(44.7%)の順となっている。「あまり食べない」という人は、1.9%とごく僅かである。

20~50歳代における状況は「毎日のように食べる」が(9.8%)、「2日に1回」(40.5%)、「3~4日に1回」(35.9%)、「1週間に1回程度」(8.6%)であった。60歳代以上においては「魚を毎日のように食べる」(あまり素材での選択幅が広くない)が主流であるのに対して、20~50歳代では魚と肉を交互に食べるなど素材での選択幅が相対的に広い様子が見える。

図3-3 魚料理を食べる頻度



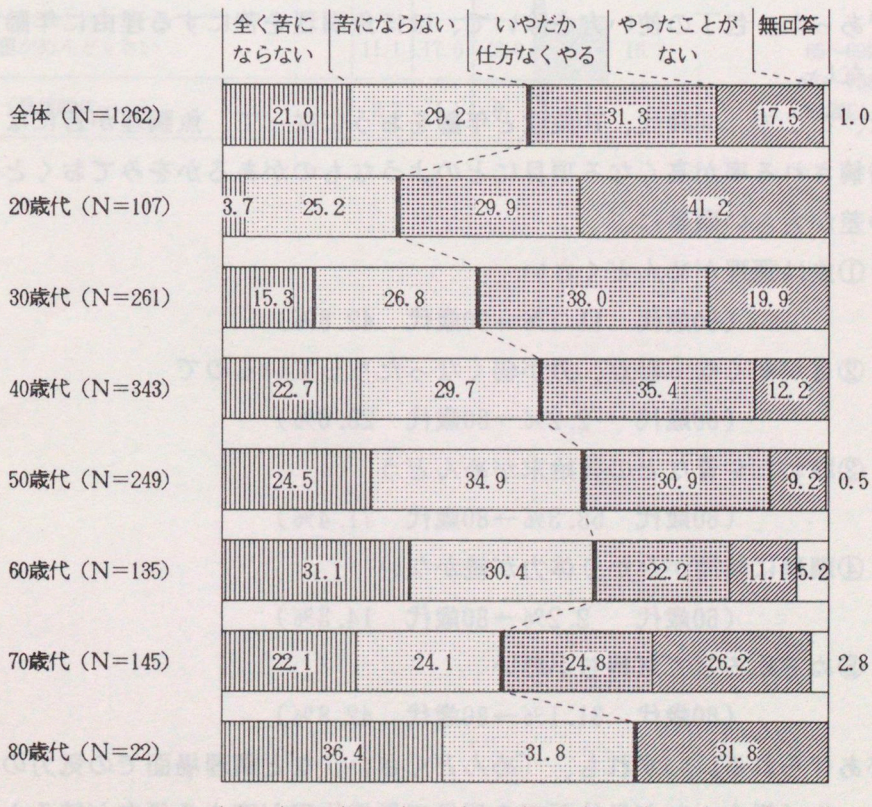
(3) 魚調理に対する抵抗感

60歳代以上の主婦に対して、1尾物の魚をさばくことについての意識をみると(図3-4)、「全く苦にならない」とする人は27.1%、「苦にならない」とする人が27.5%であり、全体の54.6%の人は苦にせず魚をさばける人たちである。この比率は20~50歳代での比率に比べて6ポイント近く高い値である。

残り約45%のうち、21.9%は「嫌だが仕方なくやる」人であり、19.9%は「やったことがない」という人である。

これを20~50歳代の主婦を対象とした前述調査結果もふまえて、年齢別の傾向をみると明らかに年齢が上がるにつれて「魚をさばくことが苦にならない人」の占める比率が高まっている。

図3-4 年齢別 魚の調理に対する意識



ここで「魚をさばくことが苦になる」と答えた人に苦になる理由を問えば（複数回答）（図3-5）、「腹わたや骨などの後始末がめんどろ」が60.3%と最も多く、以下、

- ②生臭いにおいが気になる (57.9%)
- ③ぬるぬるして気持ちが悪い (34.9%)
- ④小さな魚ならよいが、大きな魚はグロテスクなので嫌いだ (27.8%)
- ⑤調理の仕方がよくわからない (27.8%)

などを指摘する人が多くなっている。これらの項目は、60歳代、70歳代、80歳以上のいずれの年齢層においても一様に指摘比率は高い。ちなみに、20~50歳代の主婦を対象とした調査において指摘比率が高かった項目は、高い順番に、

- ①生臭いにおいが気になる (54.9%)
- ②腹わたや骨などの後始末がめんどろ (53.7%)
- ③包丁が上手に使えない (45.7%)
- ④調理の仕方がよくわからない (28.4%)
- ⑤ぬるぬるして気持ちが悪い (28.2%)

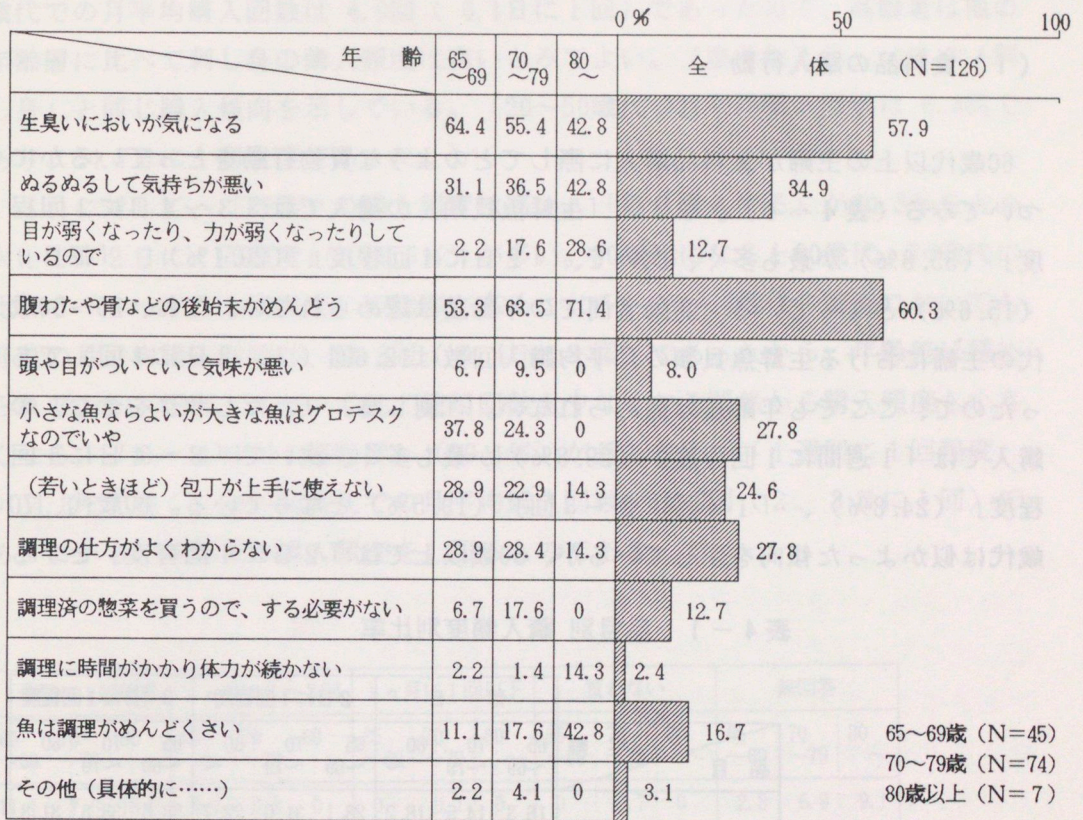
などであった。包丁の使い方を除いて、ほぼ魚調理を苦にする理由に年齢差は認められない。

また、ここで、60歳代、70歳代と年齢をおうに従って、魚調理が苦になる点として指摘される率が高くなる項目にどのようなものがあるかをみておくと、指摘比率の差が大きい順番に、

- ①魚は調理がめんどくさい
(60歳代 11.1%→80歳代 42.8%)
- ②目が弱くなったり、力が弱くなったりしている
(60歳代 2.2%→80歳代 28.6%)
- ③腹わたや骨などの後始末がめんどろ
(60歳代 53.3%→80歳代 71.4%)
- ④調理に時間がかかり体力が続かない
(60歳代 2.2%→80歳代 14.3%)
- ⑤ぬるぬるして気持ちが悪い
(60歳代 31.1%→80歳代 42.8%)

などがあげられる。いずれも、「めんどくさい」など調理場面での気力の点と、「体力」や「視力」など身体面での項目で指摘比率が高まる傾向が読みとれる。

図 3 - 5 年齢別 魚の調理が苦になる理由



4. 高齢者にみる魚貝類の購入行動

(1) 食料品の購入行動

60歳代以上の主婦が食料品購入に際してどのような買物行動をとっているかについてみる(表4-1)。まず、「生鮮魚貝類」の購入では「3~4日に1回程度」(35.8%)が最も多く、次いで、「2日に1回程度」(29.1%)、「毎日」(15.6%)となっている。高齢者間での年齢差は認められない。なお、20~50歳代の主婦における生鮮魚貝類の月平均購入回数は12.6回(2、3日に1回)であったので、ここでも年齢差は認められない。「刺し身」(ただしサクを含む)の購入では「1週間に1回程度」(29.8%)が最も多く、次いで「3~4日に1回程度」(24.8%)、「1ヵ月に2~3回」(19.5%)となっている。60歳代、70歳代は似かよった傾向を示しているが、80歳以上では「2日に1回程度」とする

表4-1 品目別購入頻度別比率

品目	毎日			2日に1回程度			3~4日に1回程度		
	65~69	70~79	80~	65~69	70~79	80~	65~69	70~79	80~
a. 生鮮魚貝類	16.3	14.5	18.2	28.1	31.0	22.7	38.5	33.8	31.8
	全体 15.6			全体 29.1			全体 35.8		
b. 刺し身 (サクも含む)	5.2	5.5	0	8.1	7.6	18.2	20.0	29.7	22.7
	全体 5.0			全体 8.6			全体 24.8		
c. 塩干加工品	4.4	7.6	4.5	12.6	6.2	9.1	21.5	22.8	9.1
	全体 6.0			全体 9.3			全体 21.2		
d. 冷凍食品 (パック詰めもの)	0	2.8	0	0.7	2.8	4.5	12.6	15.9	18.2
	全体 1.3			全体 2.0			全体 14.6		
e. 調理済の惣菜品 (鮎、鮎、フライ等)	0	1.4	0	0.7	5.5	4.5	7.4	11.0	0
	全体 0.7			全体 3.3			全体 8.6		
f. 正肉	5.9	3.4	4.5	20.7	22.8	27.3	37.8	25.5	0
	全体 4.6			全体 22.2			全体 29.1		
g. 加工肉 (ハム、ソーセージ、ベーコン等)	2.2	2.1	0	3.0	6.2	13.6	17.8	17.9	13.6
	全体 2.0			全体 5.3			全体 17.5		
h. 野菜	58.5	62.1	59.1	21.5	18.6	4.5	14.1	10.3	27.4
	全体 60.3			全体 18.9			全体 13.2		

65~69歳 (N=135) 70~79歳 (N=145) 80歳以上 (N=22) 全体 (N=302)

人が18.2%を占めるなど、他に比べて購入頻度はやや高めである。なお、20～50歳代での月平均購入回数は4.9回（6.1日に1回）であったので、高齢者は他の年齢層に比べて刺し身の購入頻度は高いとみてよい。「塩干加工品」はほぼ「刺し身」と同じ購入傾向を示している。（20～50歳代の月平均購入回数は6.4回であり、4.7日に1回程度であった。）

これに対して、「野菜」の購入頻度は高い。「毎日購入する」が60.3%を占め、次いで「2日に1回程度」（18.9%）が多い。80歳代になると60歳代、70歳代に比べて「3～4日1回程度」の比率が高めになる。20～50歳代の調査においても、野菜の月平均購入回数は、21.3回（1.4日に1回）であったから、年齢差は認められない。「正肉」については、使用回数も少なくなる関係から購入頻度も小さくなる。「3～4日に1回程度」（29.1%）が最も多く、「1週間に1回程度」が24.8%で続く。20～50歳代での月平均購入回数が12.9回（2、3日に1回）であったから、高齢者の購入頻度を上回るものである。

1週間に1回程度			1ヵ月に2～3回			1ヵ月に1回以下			買わない			無回答		
65 ～69	70 ～79	80 ～	65 ～69	70 ～79	80 ～	65 ～69	70 ～79	80 ～	65 ～69	70 ～79	80 ～	65 ～69	70 ～79	80 ～
11.1	7.6	18.2	3.7	4.8	0	0	0.7	0	0	0.7	0	2.3	6.9	9.1
全体 9.9			全体 4.0			全体 0.3			全体 0.3			全体 5.0		
31.1	29.0	27.3	25.9	15.9	4.5	3.7	4.8	22.7	0	1.4	0	6.0	6.1	4.6
全体 29.8			全体 19.5			全体 5.6			全体 0.7			全体 6.0		
30.4	25.5	31.8	17.8	15.9	18.2	5.2	5.5	18.2	2.9	6.2	0	5.2	10.3	9.1
全体 28.1			全体 16.9			全体 6.3			全体 4.3			全体 7.9		
17.8	17.2	4.5	22.2	13.1	13.6	20.0	17.2	18.2	17.0	15.9	22.7	9.7	15.1	18.3
全体 16.6			全体 17.2			全体 18.5			全体 16.9			全体 12.9		
5.2	6.2	18.2	12.6	12.4	9.1	14.8	13.8	13.6	49.6	37.2	45.5	9.7	12.5	9.1
全体 6.6			全体 12.3			全体 14.2			全体 43.4			全体 10.9		
21.5	26.2	36.4	8.1	8.3	18.2	1.5	3.4	9.1	0	0	0	4.5	10.4	4.5
全体 24.8			全体 8.9			全体 3.0			全体 0			全体 7.4		
24.4	28.3	18.2	21.5	14.5	27.4	18.5	11.7	9.1	5.9	6.9	13.6	6.7	12.4	4.5
全体 25.8			全体 18.5			全体 14.6			全体 7.0			全体 9.3		
3.7	1.4	4.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.2	7.6	4.5
全体 2.6			全体 0			全体 0			全体 0			全体 5.0		

(2) 食料品の購入場所

各食料品を普段どこで購入しているかをみると(表4-2)、ほぼ専門店(魚屋、肉屋、八百屋などの一般小売店)とスーパーマーケット、品目によっては一部はデパートに集中している。

「生鮮魚貝類」の購入では、「スーパーマーケット」をあげる人が全体の60.9%と最も多く、次いで「専門店(魚屋)」(51.3%)、「デパート」(24.8%)の順である。このうち「スーパーマーケット」は各年齢層とも指摘率は高く年齢による差はみられないが、「専門店(魚屋)」をあげる人の比率は60歳代で48.9%、70歳代で53.1%、80歳以上で54.5%と、年齢が上がるほど高まる傾向がみられる。これに対して「デパート」をあげる人は、逆に年齢が上がるほど低くなる傾向(60歳代30.4%、70歳代22.1%、80歳以上9.1%)がみられる。これは、その人の居住場所によって異なるが、一般的にみてデパートの数は他の小売店に比べて少なく、それだけアクセスしにくい存在であるので、日常の行動圏が相対的に狭い高齢者になるほどその利用率は下がるためであると考えられる。それにしても、60歳代のデパートをあげる比率30.4%は、20~50歳代での比率19.9%に比べても高く、同じ高齢者でも買い物行動に大きな差があることが読みとれる。

この傾向は「刺し身」になるとさらに高まる。すなわち、「刺し身」の購入先として最も指摘が高いのは「専門店(魚屋)」(53.0%)であり、次いで「スーパーマーケット」(45.0%)、「デパート」(20.9%)の順であったが、これを年齢別にみると、「デパート」を指摘する人は60歳代31.9%、70歳代13.8%、80歳以上0%と「生鮮魚貝類」以上に年齢による大きな差が認められる。この年齢による差異は「スーパーマーケット」を指摘する人にも認められる(60歳代48.1%、70歳代44.1%、80歳以上31.8%)。一方「専門店(魚屋)」を指摘する人は、年

表4-2 食料品の購入場所

品目	年齢	鯉・鱈・八百屋などの専門店		
		65 ~69	70 ~79	80 ~
a. 生鮮魚貝類		48.9	53.1	54.5
	全体	51.3		
b. 刺し身 (サバ、カツノ)		52.6	51.0	68.2
	全体	53.0		
c. 塩干加工品		23.7	29.0	13.6
	全体	25.5		
d. 冷凍食品 (パスタ、冷凍肉)		8.1	13.8	4.5
	全体	10.6		
e. 調理済の惣菜品(鮎、鰻、アジ等)		8.1	15.2	4.5
	全体	11.3		
f. 缶詰		1.5	6.2	4.5
	全体	4.0		
g. 正肉		50.4	44.1	54.5
	全体	47.7		
h. 加工肉 (ハム、ソーセージ、ペコ等)		31.1	22.1	27.3
	全体	26.5		
I. 野菜		71.1	73.1	81.8
	全体	72.8		

年齢が高まるほど指摘する比率は高まっている（60歳代52.6%、70歳代51.0%、80歳以上68.2%）。60歳代の場合は、「専門店（魚屋）」での購入が中心であるが、それに匹敵するほど「スーパーマーケット」での購入が目立つ。また、「デパート」指向がかなり高齢の人よりも高く、状況によって使い分けたりするなど、買物行動に多様さがみてとれる。この傾向は年齢がいくにともなって薄らぎ、80歳以上になると、体力の問題もあって「専門店（魚屋）」中心の買い物行動になっている。このことは、60歳代くらいまでは、まだおいしいものが食べたいとなると買い回わる行動を取っている証だといえよう。

「塩干加工品」の購入では、「スーパーマーケット」をあげる人が全体の62.9%と最も多く、その指摘比率は「生鮮魚貝類」をスーパーマーケットで買うと答えた人の比率とほぼ同水準である。しかし、「生鮮魚貝類」の購入行動と異なる

スーパーマーケット			生協			デパート			コンビニストア			移動販売		
65 ~69	70 ~79	80 ~	65 ~69	70 ~79	80 ~	65 ~69	70 ~79	80 ~	65 ~69	70 ~79	80 ~	65 ~69	70 ~79	80 ~
61.5	60.7	59.1	8.9	6.7	0	30.4	22.1	9.1	0	2.8	0	2.2	1.4	0
全体 60.9			全体 7.6			全体 24.8			全体 1.3			全体 1.7		
48.1	44.1	31.8	2.2	5.5	0	31.9	13.8	0	0.7	2.1	0	2.2	2.8	0
全体 45.0			全体 3.6			全体 20.9			全体 1.3			全体 2.3		
63.7	60.0	77.3	11.1	4.8	0	23.0	13.8	4.5	0.7	0.7	0	0.7	2.1	0
全体 62.9			全体 7.3			全体 17.2			全体 0.7			全体 1.3		
67.4	58.6	72.7	8.1	2.8	0	17.8	13.8	13.6	1.5	1.4	0	0.7	0	0
全体 63.6			全体 5.0			全体 15.6			全体 1.3			全体 0.3		
38.5	30.3	36.4	0.7	2.8	0	22.2	13.8	9.1	2.2	2.1	0	0	0.7	0
全体 34.4			全体 1.7			全体 17.2			全体 2.0			全体 0.3		
73.3	53.1	68.2	3.0	4.1	0	21.5	20.0	4.5	1.5	1.4	0	0	0	0
全体 63.2			全体 3.3			全体 19.5			全体 1.3			全体 0		
56.3	56.6	54.5	8.9	3.4	0	21.5	11.7	0	0	0	0	0	0	0
全体 56.3			全体 5.6			全体 15.2			全体 0			全体 0		
54.8	47.6	59.1	7.4	4.1	0	24.4	11.0	4.5	1.5	0	0	0	0	0
全体 51.7			全体 5.3			全体 16.6			全体 0.7			全体 0		
48.9	39.3	31.8	5.2	2.8	4.5	6.7	3.4	0	0	2.8	0	3.0	2.1	9.1
全体 43.0			全体 4.0			全体 4.6			全体 1.3			全体 3.0		

65~69歳 (N=135) 70~79歳 (N=145) 80歳以上 (N=22) 全体 (N=302)

のは、「生鮮魚貝類」が魚屋（51.3%）やデパート（24.8%）、特に魚屋で購入されることが多いのに対して、「塩干加工品」の場合では、魚屋で買うと答えた人が25.5%、デパートの場合は17.2%にとどまっている。塩干加工品の場合は生鮮魚貝類ほど鮮度を問わないため、他の商品購入のついでに購入するなどの行動が一般的であると考えることができる。

この点は、「冷凍食品」「缶詰」「加工肉」などの購入行動においてもみられる。これら商品のスーパーマーケットでの購入比率は、冷凍食品（63.6%）、缶詰（63.2%）、加工肉（51.7%）であり、一方、専門店、デパートで購入すると答えた人は、生鮮魚貝類、刺し身での指摘比率に比べてはるかに低い比率となっている。

一方、「野菜類」の購入は、「刺し身」の購入行動に類似している。購入頻度こそ「野菜類」が毎日購入する人が多いのに対して、「刺し身」は3～4日に1回とする人が多く、両者に差がみられるものの、これらはいずれも専門店での購入比率が高い商品である点で共通している。

ちなみに、「野菜類」の購入場所として最も指摘比率の高かったのは、「専門店（八百屋）」（72.8%）で、次いで「スーパーマーケット」（43.0%）が高い。ただし、「刺し身」の場合、デパートで購入すると答えた人の比率が20.9%と比較的高く、特に60歳代の主婦でこの傾向が強く出ていた（31.9%）のに対して、「野菜類」の場合、デパートで購入すると答えた人の比率は4.6%とわずかであり、この点では「刺し身」の購入とは異なる傾向をみせている。

また「正肉」の購入は「生鮮魚貝類」の購入行動に類似している。「スーパーマーケット」での購入が56.3%と最も高く、かつ「専門店（肉屋）」での購入も47.7%と高く、両者が拮抗している状況がみられる。やや異なるのは、「生鮮魚貝類」を「デパート」で購入する人が、24.8%と比較的高くなっているのに対して、「正肉」を「デパート」で購入すると答えた人は、15.2%にとどまっている点である。

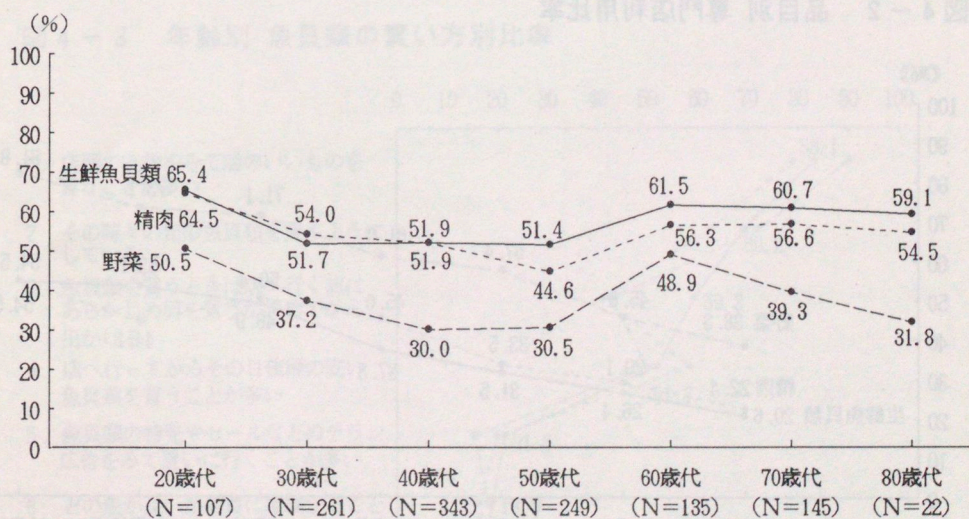
以上みてきたように、60歳代以上の主婦層の生鮮3品の購入行動は、20～50歳代の主婦層と同じように、専門店での購入とスーパーマーケットでの購入とが拮抗する状況がある。生鮮3品を購入する際にどのような点に重きを置いて行動するか、時間的・空間的拘束性の状況・居住地特性、などによって、このうちどちらを購入先として選択するか、あるいは使い分けかが問われてくる。このため、各年齢層が専門店とスーパーマーケットについてどのような使い方をしているか

をみることによって、各年齢層でどのような点に重きを置く傾向があるかを推測することができる。

ここで、専門店とスーパーマーケットを利用すると答えた人の年齢に着目して、専門店とスーパーマーケットの客層を生鮮3品別にみてみよう。

まず、生鮮魚貝類を「スーパーマーケット」で購入すると答えた人の比率をみると(図4-1)、20歳代の主婦が65.4%と最も高い利用率であるのに対して、30歳代(51.7%)、40歳代(51.9%)、50歳代(51.4%)ではこれよりも利用率は下がっている。そこからは、①「スーパーマーケット」の利用者は若い人中心で、ワンストップショッピングで得られる利便性を重視する消費者群が増えていること、及び、②年齢がいくに従い、スーパーマーケットでの買い方に抵抗をもち、従来のように魚屋で主に購入する傾向が強まる、との仮定がでてくる。しかしながら、今回の調査結果では、60歳代以上では30~50歳以上にスーパーマーケットで生鮮魚貝類を購入すると答えた人の比率が高くなっている。このことは高齢者はスーパーマーケットが持つ長所短所を認めつつ、スーパーマーケットが持つ長所(特にワンストップショッピングで簡単に買い物ができる)をより評価して、購入場所として選択していることを指している。

図4-1 品目別 スーパーマーケット利用率

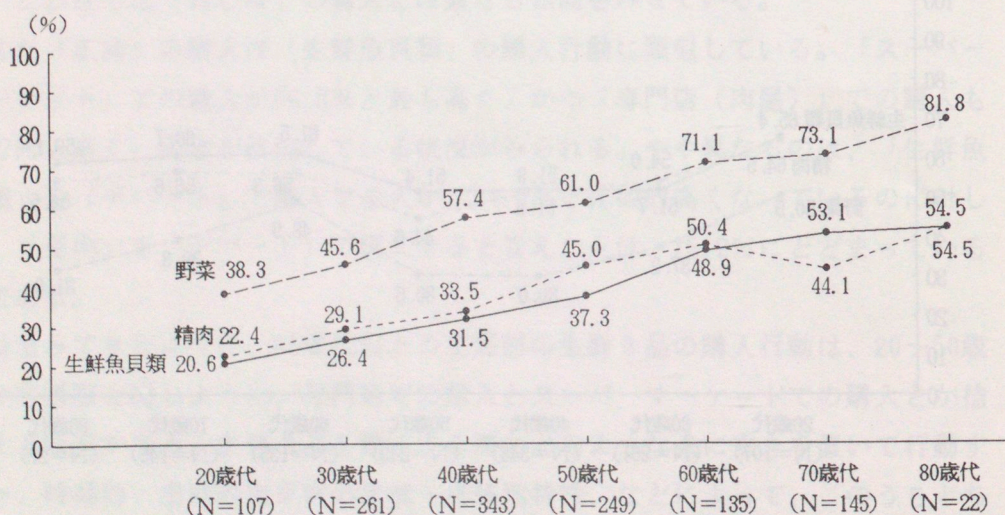


一方、生鮮魚貝類を「専門店（魚屋）」で購入していると答えた主婦を年齢別にみると（図4-2）、年齢が高まるほど指摘比率は高まっている。例えば20歳代主婦での指摘比率は20.6%であるのに対して、30歳代、40歳代と指摘比率は高まり、60歳代で48.9%となっている。70歳代、80歳代の指摘比率はさらに高まり、いずれも50%代となっている。

このように60歳代以上の主婦層は生鮮魚貝類を魚屋で購入する傾向を強く持ちながらもスーパーマーケットの店舗増加、品揃え及び品質面の向上といった供給サイドの変化、及び体力の相対的低下、スーパーマーケットへの慣れ、といった自分側の変化といった環境変化の中でスーパーマーケットでの購入を受け入れ、今では魚屋の絶対数の減少といった面も影響して、スーパーマーケットでの購入が魚屋での購入を抜くまでになってきている。

以上、生鮮魚貝類を例にみてきた消費者の店舗選択の傾向は、肉や野菜においてもみられる。すなわち、肉や野菜にしても年齢がいくに従って専門店での購入比率は高まり（特に野菜類の八百屋での購入比率は各年齢層とも魚や肉に比べて高くなっている）、また、高齢者のスーパーマーケットでの購入比率は30~50歳代よりも高く予想以上にスーパーマーケットでの購入が進んでいることがわかる。

図4-2 品目別 専門店利用率

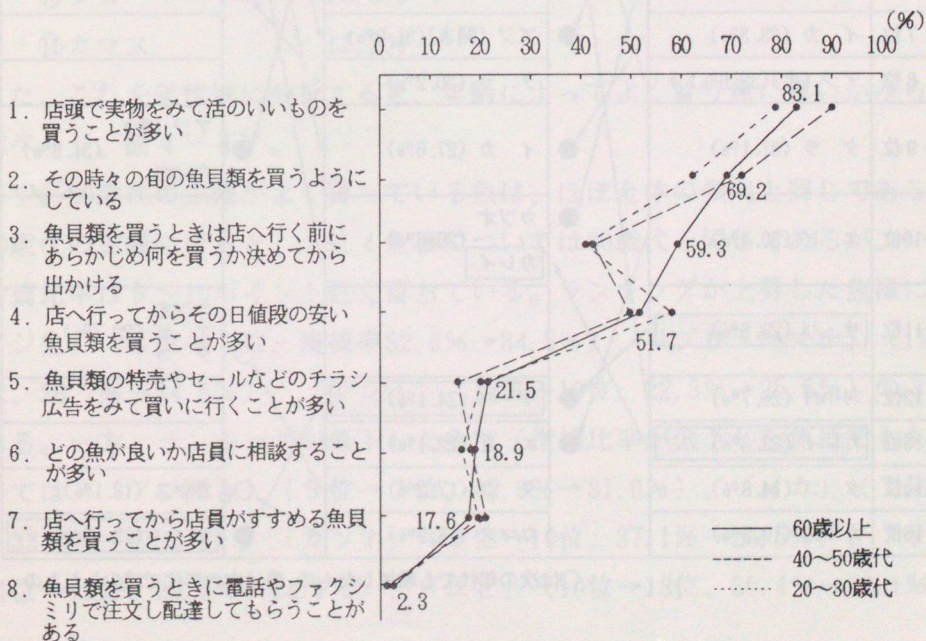


(3) 魚貝類の購入方法

日頃魚貝類を購入する際にどのような買い方をしているかをみた(図4-3)。そのうち「あてはまる」という人と「まああてはまる」と答えた人の全体に占める比率が最も高かったのは「店頭で実物をみて活きのいいものを買うことが多い」(83.1%)であり、以下、「その時々々の旬の魚貝類を買うようにしている」(69.2%)、「魚貝類を買う時は店へ行く前にあらかじめ何をかうか決めてから出かける」(59.3%)、「店へ行ってから、その日値段の安い魚貝類を買うことが多い」(51.7%)などを指摘する人が多い。

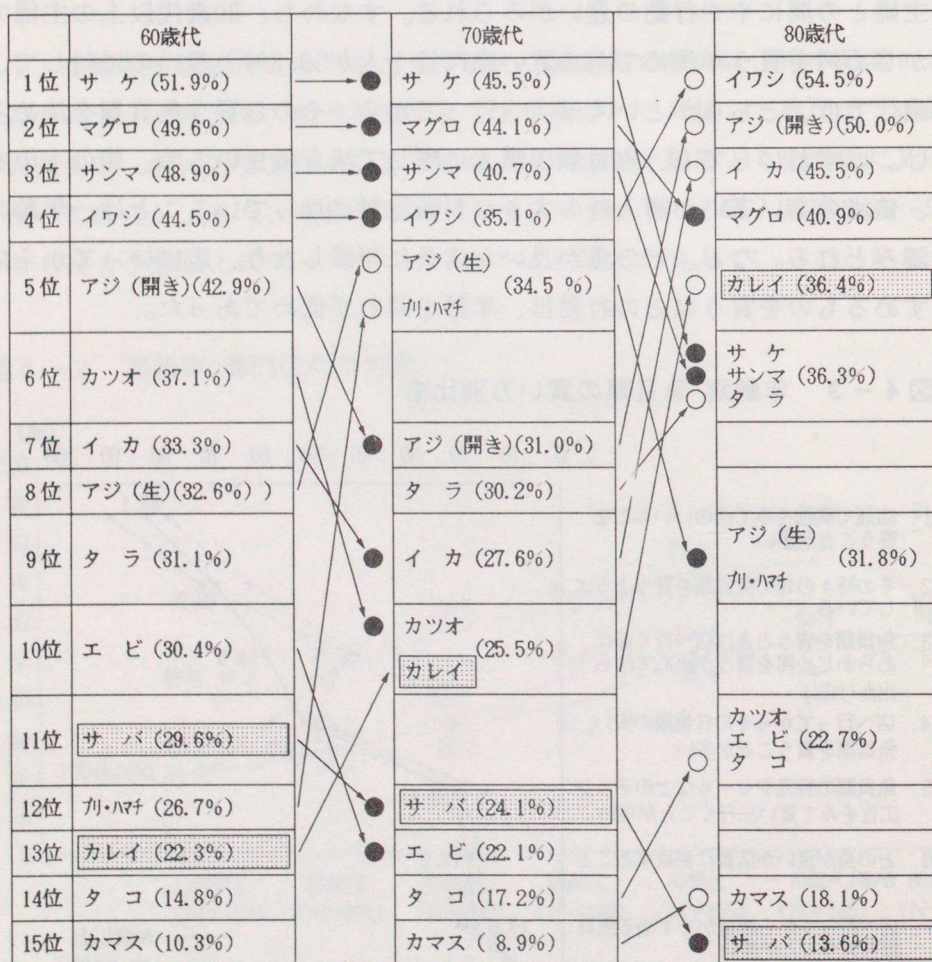
この傾向は20~50歳代とほぼ同じであるが、魚貝類の購入に際しては、あらかじめ買う前に決めておくか店頭で決めるかについては60歳代以上の主婦とそれ以下の主婦との間にやや行動の違いがみられる。すなわち、60歳代以上の主婦ではあらかじめ何をかうか決めてから買い物に行く人が59.3%と多いのに対して、20~50歳代では、どちらかといえば店へ行ってから、その日買う魚貝類を決める人が多い。いずれにしても、魚貝類の購入に際して活きの良いもの、旬のものを指向し、値段の高い安いが購入時の大きな判断材料になっていることは、年齢の差なく読みとれる。なお、どの魚が良いか店員に相談したり、店にいったら店員がすすめるものを買うなどの行動は、年齢を問わず低めであった。

図4-3 年齢別 魚貝類の買い方別比率



このような魚貝類の購入方法は、どのような店舗で購入するかという点と深い関係を持つ。どの魚が良いか店員に相談したり、店員がすすめるものを買うなどの行動をあまりとらない（店員に相談しないで買う方法を良しとしたり、その方法に慣れてしまった）ということは、それだけそうした機能を持つことに1つの競争力がある専門店に足を運ぶ必要がないことを意味する。

図4-4 年齢別 よく購入する魚種



○は次の年代でも増加したもの ●は次の年代で減少したもの

(4) よく買う魚と購入理由

60歳代以上の主婦に対して、普段どのような魚をよく買うか、また何故その魚をよく買うのかを聞いてみた。

その結果、「季節に関係なくよく買う」という人と、「よく出回る旬によく買う」という人をあわせた人数の全体に占める比率に着目すれば、以下のような順序で「よく買う」という人の比率が高くなっている。

①サケ（塩、生）	47.7%
②マグロ	46.3%
③サンマ	44.1%
④イワシ	40.4%
⑤アジ（開き）	37.8%
⑥アジ（生）	33.4%
⑦イカ	31.5%
⑧タラ	31.1%
⑨ブリ・ハマチ	30.8%
⑩カツオ	30.5%
⑪サバ、エビ	25.9%
⑫カレイ	24.8%
⑬タコ	16.5%
⑭カマス	10.2%

また、これを年代別に分析すると、年齢によってよく買う魚に違いがみられる（36ページ、図4-4）。

まず、60歳代の主婦がよく買っている魚は、ほぼ全体の傾向と同じである。次に70歳代の主婦になると、上位4魚種については60歳代と同じであるが、いずれも指摘比率は5～10ポイント近く落ちている。ランキングが上昇した魚種には、「アジ生」（8位→5位、指摘率32.6%→34.5%）、「ブリ・ハマチ」（12位→5位、26.7%→34.5%）、「カレイ」（13位→10位、22.3%→25.5%）の3魚種である。一方、ランキングが低下した魚種（指摘比率が低下した魚種でもある）としては、「アジ開き」（5位→7位、42.9%→31.0%）、「イカ」（7位→9位、33.3%→27.6%）、「カツオ」（6位→10位、37.1%→25.5%）、「サバ」（11位→12位、29.6%→24.1%）、「エビ」（10位→13位、30.4%→22.1%）の

5 魚種である。

80歳代になると、上位 8 魚種のうちの多くは指摘比率もあがり、70歳代のランキングとはまた変わっている。最も指摘比率の高い魚種は「イワシ」(54.5%)であり、以下「アジ開き」(50.0%)、「イカ」(45.5%)、「マグロ」(40.9%)などがあげられる。

ここでやや注意しなければならないのは、70歳代のサンプルが標本上やや特異な傾向を示していることである。すなわち、70歳代においては、15魚種のうち 9 魚種が指摘比率の減少を示しているし、一旦70歳代の指摘比率がさがった後、80歳代で再び高い指摘比率になっている魚種がめだつことである(例えばアジの開き、イカ、エビなど)。この点を加味しつつ、魚種別の動きをみると、いくつかの点を傾向として指摘することができる。列挙すれば以下の通りである。

- ① 高齢者は「イワシ」を非常に好んで食べている。この点は、食改善運動の中で、今の高齢者達はイワシについて強い指導をうけながら育ってきたことがある世代であることが影響しているものと思われる。
- ② 「マグロ」、「サンマ」、「サケ」等は、高齢者においても高い支持を受けていること。
- ③ 「サバ」は年齢を重ねるに従い志向しなくなること。
- ④ 逆に「カレイ」は年齢を重ねるごとに志向が強まる傾向がみられること。

次に、これらの魚を何故よく購入するのかその理由を聞いた。調査票において列挙された購入理由は次の通りである(表 4-3)。

- ① 栄養があるから
- ② 昔から食べ慣れた魚だから
- ③ 自分が好きだから
- ④ 家族が好きだから
- ⑤ 油っぽくないから
- ⑥ 料理が簡単だから
- ⑦ 料理の種類が多いから
- ⑧ 価格が安いから
- ⑨ 骨っぽくなく食べやすいから
- ⑩ その他

表 4 - 3 購入理由別 購入魚種ランキング上位 3 種

購入理由 \ 順位	1 位	2 位	3 位
栄 養	イワシ (76.6%)	サンマ (41.3%)	サ バ (33.5%)
習 慣	サ ケ (24.8%)	カマス (23.6%)	アジ (生) (20.6%) アジ (開き)(20.2%)
自分の嗜好	マグロ (36.3%)	アジ (開き)(34.3%) カツオ (34.2%)	アジ (生) (33.3%)
家族の嗜好	タ コ (41.5%)	イ カ (37.2%) マグロ (37.1%)	ブリ・ハマチ (36.8%)
油っぽくない	カマス (32.6%)	タ ラ (30.6%)	カレイ (20.7%)
簡便さ	アジ (開き)(41.3%)	タ コ (37.7%)	マグロ (27.8%) サ ケ (27.4%)
料理の種類	エ ビ (18.6%)	イ カ (16.5%)	アジ (生) (10.6%)
安価さ	イワシ (33.0%)	サンマ (15.6%)	タ ラ (10.2%)
食べやすさ	カツオ (11.2%)	サ ケ (9.8%)	タ ラ (8.1%)

その結果、魚によって買う理由は様々であるが、大きく 3 つのタイプがあることが分かった (表 4 - 4)。

1 つは「家族が好き + 自分も好き」の 2 理由から買われている傾向が強いものである。ここでは仮に「タイプ I」としておく。

このタイプには、「ブリ・ハマチ」「マグロ」「イカ」「エビ」「カレイ」「タ

表 4 - 4 魚種別 よく買う魚の類型表

類 型		魚 種
I	A 家族が好き + 自分も好き	①ブリ・ハマチ ④エビ ⑦アジ ②マグロ ⑤カレイ ⑧カツオ ③イカ ⑥タラ
	B 家族が好き + 自分も好き + 油が少ない	①カマス
II	栄養を重視	①イワシ ②サバ ③サンマ
III	料理が簡単 + 自分が好き	①サケ ②アジ (開き) ③タコ

ラ」「アジ」「カツオ」などが含まれる。また「カマス」もこれらと同じ理由から購入される傾向があり、このタイプに含めても良いと考えるが、他の魚種に比べて「油っぽくないから」という理由を指摘するむきが多く、それも購入理由の中で最も高い指摘比率であるだけに、この特異性から目をそらせることは難しい。よって、ここでは、タイプⅠをさらにⅠ-AタイプとⅠ-Bタイプの2つに分け、カマスを他の魚種とは差別化して類型化した。

2つめのタイプは、他の理由よりも「栄養」の側面を重視するものであり、ここでは「タイプⅡ」としておく。このタイプには、イワシ、サバ、サンマといった多獲性回遊魚が含まれる。

3つめのタイプは、「料理が簡単+自分が好き」の2つの理由から買われている傾向が強いものであり、ここでは「タイプⅢ」としておく。このタイプには、サケ、アジ（開き）、タコなどが含まれる。

また、やや視角を変えて、先にあげた魚の購入理由別に指摘比率の高かった魚種を整理しておこう。この点を整理することによって、その魚の販促時において、重視すべき点が浮きぼりにされるであろう。

まず、「栄養があるから」購入するという理由が高い魚には、イワシ、サンマ、サバなどがある。中でもイワシは購入者の76.6%が「栄養があるから」として購入している。「昔から食べ慣れた魚であるから」として購入されているものの代表はサケである。

「自分（主婦）が好きだから」購入しているものには、マグロ、アジ、カツオなどがあげられる。「家族の嗜好」ではタコが、「簡便さ」ではアジの開きが、「安価さ」ではイワシが、「食べやすさ」ではカツオが、それぞれ最も指摘比率が高かった。

(5) 魚の購入に際しての意見

60歳以上の主婦が魚に対してどのような要望をもっているかを、「切身の大きさ」、「トレイの大きさ」及び「塩干品などの塩気の度合」の3つについて聞いた。そして、そこから高齢者の満足度合、魚貝類の販促活動上のマーケティング着眼点、産地課題を捉えたいと考えた。

まず、「切身の大きさ」についてみると(表4-5)、「今くらいであれば良い」(すなわち現状に満足しており供給側に及第点を与えてもよい)とする人は全体の56.9%であった。要望内容についてみると「もっと大きく(厚く)してほしい」とする人が14.2%と最も多く、「少し大きく(厚く)してほしい」とする人11.6%とあわせると25.8%に達する。全体の4分の1の人はもっと大きめのものを希望している。中でも高齢の夫婦と未婚の子どもが同居している世帯では、子どもが大きいこともあって大きいものを要望する比率が30%近くになっている。

一方、「少し小さく(薄く)してほしい」とする人も12.3%あり、「もっと小さく(薄く)してほしい」とする人と合わせれば全体の14.3%となる。中でも老夫婦だけの世帯では小さいものを要望する比率が30%となっている。世帯の形態によって切身に対する要望が異なっていることがわかる。

今後需要側の変化を直視した魚貝類マーケティングを展開していくためには、このような世帯別需要特性に鑑み、「厚め商品」なり「薄め商品」といった直接的な表現方法を用いて商品のバラエティーをつけていくことが望まれる。

表4-5 魚貝類購入時における要望(切り身の大きさ)

年 齢	もっと大きく(厚く)してほしい	少し大きく(厚く)してほしい	今くらいであれば良い	少し小さく(薄く)してほしい	もっと小さく(薄く)してほしい	無回答
65~69歳 (N=135)	17.8	12.6	62.2	4.4	1.5	1.5
70~79歳 (N=145)	9.7	12.4	51.0	20.7	2.1	4.1
80歳以上 (N= 22)	22.8	0	63.7	4.5	4.5	4.5
全 体 (N=302)	14.2	11.6	56.9	12.3	2.0	3.0

次に「トレイの大きさ」についてみると（表4-6）、「今くらいであれば良い」として現状について及第点を与えてくれる人は全体の55.0%であり、年齢が高くなるほど指摘率は高まる（より満足している）。

要望内容についてみると、「少し多めのトレイにしてほしい」とする人は全体の5.6%にとどまり、「もっとたくさん入ったものがほしい」とする人を合わせても6.6%にすぎない。大容量のトレイはたとえ多少徳用であっても需要はあまりないことがわかる。

これに対して「少し少なめ（小さめ）のトレイにしてほしい」とする人は全体の19.2%であり、年齢としてはより若いほうが指摘率が高い。また、子どもとの同居がなく老夫婦だけの世帯において指摘率が高いという傾向もみられる。また、「もっと少量のトレイにしてほしい」とする要望をもつ人も全体の13.6%あり、同居人がなく1人暮らしの世帯でこの点をあげる比率が高い。

いずれにしても、「少量パック」を指向する人が全体の32.8%もあり、高齢者の魚貝類ニーズの1つとなっている。高齢化社会の到来する中、このニーズに応えていくためには、少量パックをつくることもさることながら、「計り売り」や「バラ売り」の可能性について改めて検討していくことも必要となつてこよう。

表4-6 魚貝類購入時における要望（トレイの大きさ）

年 齢	もっとたくさん入ったものがほしい	少し多めのトレイにしてほしい	今くらいであれば良い	少し少なめ（小さめ）のトレイにしてほしい	もっと少量のトレイにしてほしい	無回答
65～69歳 (N=135)	0	7.4	50.4	23.7	13.3	5.2
70～79歳 (N=145)	2.1	3.4	57.9	15.9	13.8	6.9
80歳以上 (N= 22)	0	9.1	63.7	13.6	13.6	0
全 体 (N=302)	1.0	5.6	55.0	19.2	13.6	5.6

次に「塩干品などの塩気の度合」についてみると（表4-7）、「今ぐらいあれば良い」として現状について及第点を与えてくれる人は全体の54.3%である。要望内容についてみると、「少し強くしてほしい」とする人は全体の2.6%にとどまり、「もっと強くしてほしい」とする人をあわせても3.6%にすぎない。塩分に対する感度は高まっており、減塩化の方向の中で塩分をより高めにしてほしいという要望はきわめて少ない。

一方、減塩化への要望としては「少し弱くしてほしい」という人が全体の30.1%、「もっと弱くしてほしい」という人が7.3%であり、あわせると37.4%に達する。

販促にあたっては、単に塩気がおさえ気味にしてあるといった慣用的な表現を改めるとともに、出荷業者によってその基準がまちまちといった現状を直視し、出荷者側が統一した基準に基づいて塩気の度合を表示するといった取り組みが望まれるところである。

表4-7 魚貝類購入時における要望（塩干品などの塩気）

年 齢	もっと強くほしい	少し強くほしい	今ぐらいあれば良い	少し弱くしてほしい	もっと弱くしてほしい	無回答
65～69歳 (N=135)	0	2.2	57.1	29.6	7.4	3.7
70～79歳 (N=145)	2.1	3.4	49.7	31.0	8.3	5.5
80歳以上 (N= 22)	0	0	68.2	27.3	0	4.5
全 体 (N=302)	1.0	2.6	54.3	30.1	7.3	4.7

5. 惣菜類の購入状況と意向

(1) 魚貝類の惣菜品・調理加工品の購入状況

近年、家庭外での食事形態が注目されている。当初は景気の好し悪しに左右されることなく年々着実に成長をみせている外食産業が注目され、そこへの販路開拓のあり方がマーケティング政策上非常に重要となった。

しかし、最近ではそれ以上に、外食でもない家庭外での食事形態が注目されつつある。「中食市場」とよばれるこの市場は、景気の影響を受けるような成熟市場に向かいつつあるやや頭打ち状況の外食産業を尻目に、かなり高い成長性を示している。この市場は、弁当、惣菜、持ち帰り寿司などから構成されており、市場規模は3～6兆円といわれている。

ここでは魚貝類を使った惣菜品、調理加工品（そのまま食べたり、熱湯や電子レンジで加熱するだけで食べられるもの、ただし冷凍品を含む）を対象に、高齢者がどのような購買行動をとっているかをみた。そこでは、「中食市場」の拡大はすなわち魚貝類の末端流通の構造が変化してきている証左であり、産地のマーケティング課題もそのあたりにあるとの認識に立っている。

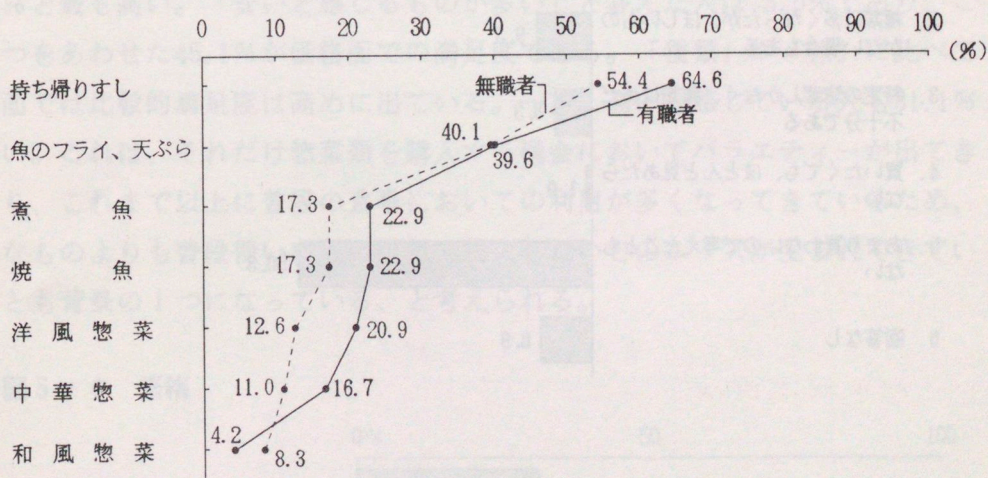
まず、このような中食市場を形成しているような商品を買うことがあるか否かについて聞いたところ（表5-1）、「よくある」と答えた人の比率が最も高かったのは「焼魚」（11.6%）であり、次いで、「煮魚」（10.3%）、「持ち帰り寿司」（8.3%）の順であった。これに、「時々ある」と答えた人を加えてその比率をみると、「持ち帰り寿司」が56.0%と最も高く、半分以上の人が程度の差こそあれ利用していることが分かった。次いで多いものには「魚のフライ、天ぷら」（40.1%）、「焼魚」と「煮魚」（18.2%）などがあげられる。また、「魚貝類を使った洋風惣菜」（13.9%）、「中華惣菜」（12.0%）もまだ指摘率自体は低いものの今後の市場拡大が期待されている。

また、中食市場拡大の背景には様々な要因が絡んでいるが、主婦の有職化の高まりに伴って伸びているという事情もある。そこで、本調査ではさらに、職業をもつ主婦であるか否かを1つの分析軸として、各商品の購入行動についての傾向をみた。その結果、職業をもつ主婦は、他に比べて5～10ポイント惣菜類の購入比率が高い（図5-1）。

表 5 - 1 形態別惣菜品・調理加工品の購入比率

形態	よくある	時々ある	あまりない	そういうことは したことがない	無回答
煮 魚	10.3	7.9	19.9	48.7	13.2
焼 魚	11.6	6.6	20.9	50.3	10.6
魚のフライ ・天ぷら	5.0	35.1	23.5	29.1	7.3
持ち帰りすし	8.3	47.7	16.2	17.9	9.9
魚貝類を使った 和風惣菜	0	7.6	32.8	46.0	13.6
魚貝類を使った 洋風惣菜	1.7	12.2	30.5	45.0	10.6
魚貝類を使った 中華惣菜	0.7	11.3	27.5	49.3	11.2

図 5 - 1 職業有無別 調理済食品の購入実態 (よくある+時々ある)



(2) 惣菜品・調理加工品に対する評価

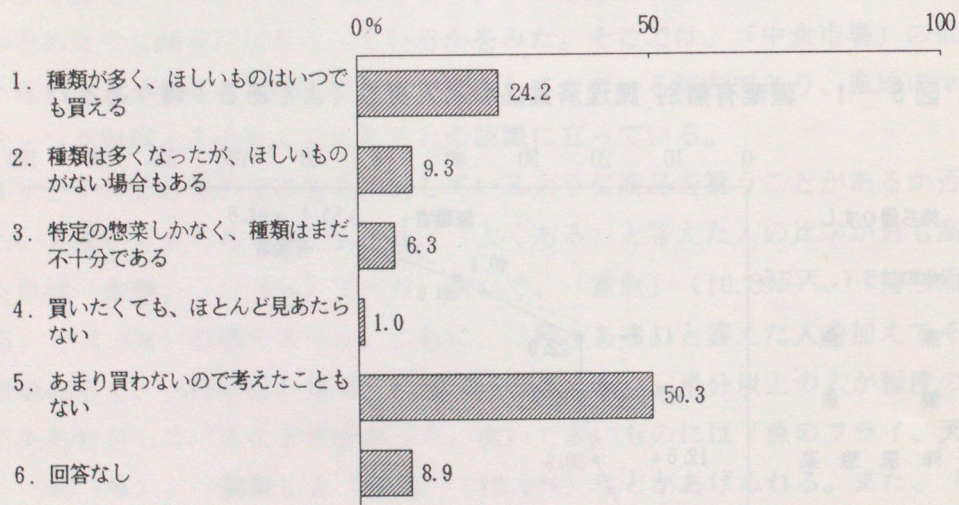
魚貝類を使った惣菜・調理加工品に対してどのように感じているかを「種類」「味」「価格」「購入時の気安さ」の4点から傾向をみた。

まず、「種類」（バラエティー、品揃え状態を含む）についてみると（図5-2）、「種類が多く、ほしいものはいつでも買える」という人が24.2%と最も多い。全体の4分の1の人は種類について満足している。

しかし、一方では、「種類は多くなったが、ほしいものがない場合もある」とする人が9.3%、「特定の惣菜しかなく、種類もまだ不十分である」とする人が6.3%おり、全体の15.6%の人は種類で不満をもっている。

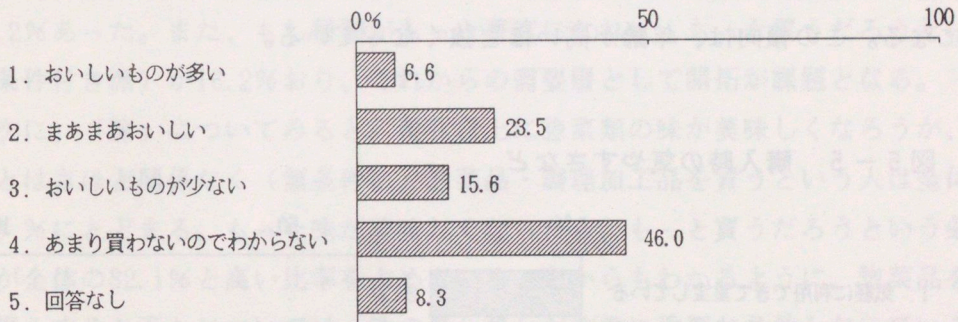
魚貝類を使った惣菜・調理加工品に対する評価

図5-2 種類



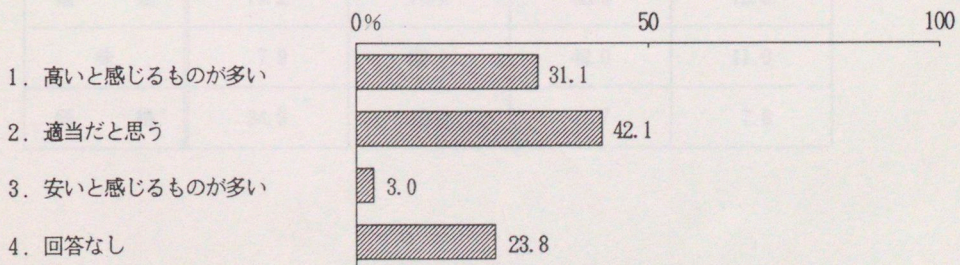
次に「味」についてみると（図5-3）、「まあまあおいしい」と答えた人が全体の23.5%と最も多い。「おいしいものが多い」と答えた人（6.6%）とあわせると30.1%の人が味について満足している。このうち「おいしいものが多い」との指摘は、年齢の高い層ほど指摘率は高くなっており、高齢者の味に対する満足度が比較的高いことはこれからの商品開発において一つの目安となる。一方、味についての不満足の数合いは「おいしいものが少ない」という指摘であり、全体の15.6%であった。

図5-3 味



次に、「価格」についてみると（図5-4）、「適当だと思う」と答えた人が42.1%と最も高い。「安いと感じるものが多い」と答えた人は3.0%であり、この2つをあわせた45.1%が価格面での満足度である。「種類」や「味」に比べて価格面では比較的満足度は高めにしている。一方、高いと感じている人も31.1%と多い。これは、それだけ惣菜類を購入する機会においてバラエティーが出てきており、これまで以上に普段の食事における利用が多くなってきているため、高級なものよりも普段使いに近い感覚で購入したいとのニーズが生まれてきていることも背景の1つになっている、と考えられる。

図5-4 価格

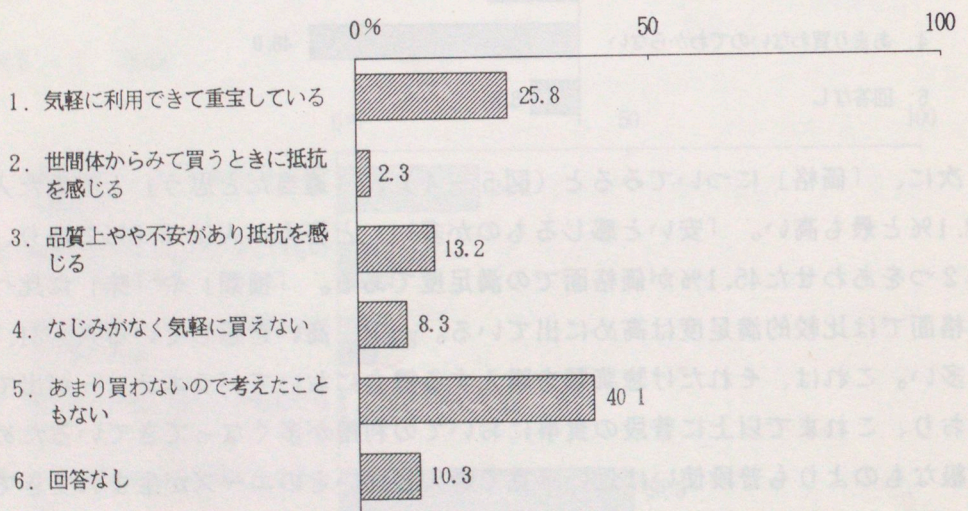


最後に、「購入時の気安さ」についてみると（図5-5）、「気軽に利用できて重宝している」と答えた人が25.8%で最も多い。中でも70歳代の主婦で指摘率は高くなっている。

次いで、「品質上やや不安があり抵抗を感じる」と答えた人が13.2%で、比較的80歳以上の主婦でこの抵抗感を指摘する比率は高くなっている。

「世間体からみて買うときに抵抗を感じる」とする人が2.3%であったので、前者とあわせると、なんらかの理由から抵抗を感じている人は全体の15.5%となる。これに「なじみがなく気軽に買えない」（8.3%）とあわせると23.8%となり、惣菜類を購入している人の半分はなんらかの抵抗を感じつつ購入していることになる。この傾向は、年齢が高いほど強くなっている。

図5-5 購入時の気やすさなど



(3) 今後の購入意向

今後、魚貝類を素材として使った惣菜類・調理加工品を買う意向があるか否かを聞いた(表5-2)。聞き方としては、購入をする際の条件を「種類」「味」「価格」に分けて、将来購入するために何が重視されているのかが浮きぼりになるように努めた。

まず、「種類」についてみると、現在以上に惣菜類の種類が増えようが減ろうが、それらに関係なく(無条件に)惣菜品・調理加工品を買うという人が全体の19.2%あった。また、もし種類がもっと豊富になれば、もっと買うだろうという(条件付き派)が16.2%おり、これからの需要層として開拓が課題となる。

次に、「味」についてみると、現在以上に惣菜類の味が美味しくなろうが、それとはさほど関係なく(無条件に)惣菜品・調理加工品を買うという人は全体の7.9%にとどまる。もっと味が美味しくなったら、もっと買うだろうという条件派が全体の32.1%と高い比率を占めていることからわかるように、惣菜品を今後購入するか否かについては、味の良し悪しが非常に重要な条件となっている。

最後に、「価格」についてみると、他の場合とはかなり異なり、価格が多少安くなるなどには関係なく惣菜品を購入するという人が全体の34.5%という高率を占めている。一方、価格が安くなれば買うという人は10%にとどまる。多少価格は高めであってもより美味しいものを食べたいという傾向は最近の食の一般的な傾向であり、ここでも同様の傾向が認められる。

表5-2 条件別 惣菜類の購入意向

	無条件派	条件付き派	否定派	無回答
種類	19.2	16.2	52.3	12.3
味	7.9	32.1	49.0	11.0
価格	34.5	10.0	47.7	7.8

平成4年度・高齢化社会水産物活用促進協議会委員（50音順）

- 秋元 一史 （全国漁業協同組合連合会 中央シーフードセンター所長）
 柴田 博 （東京都老人総合研究所 地域保健研究部長）
 田坂 行男 （外食産業総合調査研究センター 主任研究員）
 土屋 和 （日本鯉鮪漁業協同組合連合会 販売部副調査役）
 中村 昌久 （全国水産加工業協同組合連合会 指導部長）
 永田麟児郎 （日本給食サービス協会 専務理事）
 花村 満豊 （社団法人・日本栄養士会 理事長）
 久恒恵美子 （武蔵丘短期大学 専任講師）
 福島 輝男 （全国水産物卸組合連合会 専務理事）

報告書まとめ

- 田坂 行男 （外食産業総合調査研究センター 主任研究員）

年度	報告書	発行部数	発行金額	備考
平成4年度	第1号	5,000部	50万円	
平成5年度	第2号	5,000部	50万円	
平成6年度	第3号	5,000部	50万円	

① 商品の購入頻度としてお答えください。 (1) 毎日 (2) ほぼ毎日 (3) 時々 (4) ほとんど買いません (5) 買いません
 ② 商品の購入金額としてお答えください。 (1) 1万円未満 (2) 1万円～5万円未満 (3) 5万円～10万円未満 (4) 10万円以上
 ③ 商品の購入場所としてお答えください。 (1) 百貨店 (2) 専門店 (3) 大規模小売店舗 (4) その他
 ④ 商品の購入時期としてお答えください。 (1) 1～3月 (2) 4～6月 (3) 7～9月 (4) 10～12月
 ⑤ 商品の購入理由としてお答えください。 (1) 必要 (2) 欲しい (3) 興味がある (4) その他

アンケート調査票

⑥ 商品の購入頻度としてお答えください。 (1) 毎日 (2) ほぼ毎日 (3) 時々 (4) ほとんど買いません (5) 買いません
 ⑦ 商品の購入金額としてお答えください。 (1) 1万円未満 (2) 1万円～5万円未満 (3) 5万円～10万円未満 (4) 10万円以上
 ⑧ 商品の購入場所としてお答えください。 (1) 百貨店 (2) 専門店 (3) 大規模小売店舗 (4) その他
 ⑨ 商品の購入時期としてお答えください。 (1) 1～3月 (2) 4～6月 (3) 7～9月 (4) 10～12月
 ⑩ 商品の購入理由としてお答えください。 (1) 必要 (2) 欲しい (3) 興味がある (4) その他

商品名	購入頻度	購入金額	購入場所	購入時期	購入理由
商品A	1	2	3	4	5
商品B	2	3	4	5	6
商品C	3	4	5	6	7
商品D	4	5	6	7	8
商品E	5	6	7	8	9
商品F	6	7	8	9	10
商品G	7	8	9	10	11
商品H	8	9	10	11	12
商品I	9	10	11	12	13
商品J	10	11	12	13	14

■ 魚貝類全般についておうかがいします

問1 あなたは、魚を食べるのが好きですか。あてはまるものを選んでください。

(1つだけ)

1. 好き 2. どちらかといえば好き 3. どちらともいえない

4. どちらかといえば嫌い	5. 嫌い
---------------	-------

付問 魚を食べるのが嫌いとお答えの方へ ……

魚を食べるのが嫌いな理由は何ですか。あてはまるものを選んでください。

(いくつでも結構です)

- | | |
|---------------|--------------------|
| 1. 骨をとるのが面倒 | 6. 子どもの頃から魚は食べなかった |
| 2. はしを上手に使えない | 7. 魚にまつわるいやな思い出がある |
| 3. 魚のおいが嫌い | 8. 魚を食べるのはかわいそう |
| 4. 魚はおいしくない | 9. その他 …… 具体的に |
| 5. 魚は気持ちが悪い | () |

問2 あなたは日頃、以下にあげる事柄についてどのようにお考えですか。(1)~(4)の質問

それぞれついてあてはまるものを選んで番号に○をつけて下さい。(それぞれ1つだけ)

そう思う	どちらか とそう 思えば	どちら かと思 い な い	そう 思 わ な い
------	--------------------	---------------------------	------------------------

答え方の例 ……	①	2	3	4
(1)魚にはいろいろな栄養素が含まれている ……	1	2	3	4
(2)魚料理は健康に良い ……	1	2	3	4
(3)魚はいろいろな料理ができるのであきない ……	1	2	3	4
(4)買物をした時魚の臭いが他のものにつくのがいやだ ……	1	2	3	4

(5)魚はたんぱく源としてすぐれている	1	2	3	4
(6)魚はカルシウム源としてすぐれている	1	2	3	4
(7)魚は洋風にしてもおいしい	1	2	3	4
(8)魚を焼くと煙が気になる	1	2	3	4
(9)魚料理は食卓で見映えが良い	1	2	3	4
(10)いろいろな魚を食べられるのは幸せだ	1	2	3	4
(11)魚料理は旬のものの季節感があってよい	1	2	3	4
(12)魚は鮮度が見分けにくいものである	1	2	3	4
(13)魚はダイエット食に向いている	1	2	3	4
(14)魚の脂肪はあまり気にならない	1	2	3	4

■ 食料品の買い方（とくに魚貝類）についておうかがいします

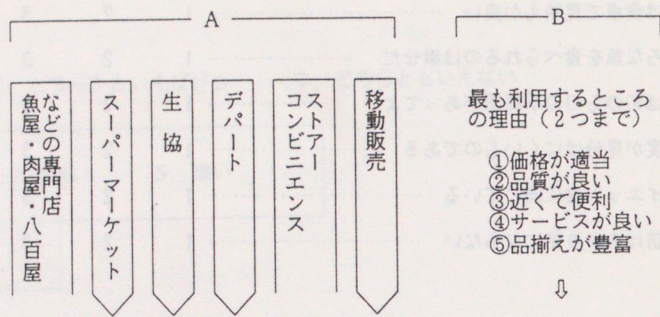
問3 あなたは以下にあげる食料品をどのくらいの間隔で買いますか
（それぞれ1つだけ○をつけてください）

	毎 日	2 日に 1回 程度	3 ～ 4日 に1 回程 度	1 週間 に1 回程 度	1 カ月に 2～ 3回	1 カ月に 1回 以下	買 わ な い
●魚貝類							
a. 生鮮魚貝類	1	2	3	4	5	6	7
b. 刺し身(刺身)	1	2	3	4	5	6	7
c. 塩干加工品	1	2	3	4	5	6	7
d. 冷凍食品(パックされたもの)	1	2	3	4	5	6	7
e. 調理済の惣菜品 (焼魚、鮎、フライ等)	1	2	3	4	5	6	7
●畜肉							
g. 正肉	1	2	3	4	5	6	7
h. 加工肉 (ハム、ソーセージ、ベーコン等)	1	2	3	4	5	6	7
●野菜	1	2	3	4	5	6	7

問4 A. あなたはふだん下にあげる食料品をどこで買いますか○をつけてください(いくつでも)。

その中で最も利用するところを1つ選んで◎をつけてください。

B. 最も利用するところの理由を選んで番号を記入してください。(2つまで)



答え方の例 ① 2 3 ④ 5 6 (①、⑤)

●魚貝類

- a. 生鮮魚貝類 1 2 3 4 5 6 ()
- b. 刺し身 1 2 3 4 5 6 ()
- c. 塩干加工品 1 2 3 4 5 6 ()
- d. 冷凍食品 1 2 3 4 5 6 ()
(パック詰め)
- e. 調理済の惣菜品 1 2 3 4 5 6 ()
(焼魚、煮魚、フライ等)
- f. 缶詰 1 2 3 4 5 6 ()

●畜肉

- g. 正肉 1 2 3 4 5 6 ()
- h. 加工肉 1 2 3 4 5 6 ()
(ハム、ソーセージ等)

●野菜

- 1 2 3 4 5 6 ()

問5 日頃、魚貝類を買うときについておうかがいします。(1)~(8)の質問それぞれについて、あなたにあてはまるものを1つだけ選んでください。

	あてはまる	まああてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
(1)魚貝類を買うときは、店へ行く前にあらかじめ…… 1 何を買うか決めてから出かける	2	3	4	
(2)店へ行ってから、その日値段の安い魚貝類を買…… 1 うことが多い	2	3	4	
(3)店頭で実物を見て、活きのいいものを買うこと…… 1 が多い	2	3	4	
(4)店へ行ってから、店員がすすめる魚貝類を買う…… 1 ことが多い	2	3	4	
(5)どの魚が良いか店員に相談することが多い…………… 1	2	3	4	
(6)その時々旬の魚貝類を買うようにしている…………… 1	2	3	4	
(7)魚貝類を買うときに、電話やファクシミリで注…… 1 文し配達してもらうことがある	2	3	4	
(8)魚貝類の特売やセールなどのチラシ広告を見て…… 1 買いに行くことが多い	2	3	4	

問6 A. あなたは、以下にあげる魚類をよく買いますか。それぞれの魚種についてあてはまるものを選んでください。(それぞれ1つだけ)

B. 「よく買う」「時々買う」と答えた魚についてのみ、買う理由を教えてください。(2つまで)

	A. 購入状況(1つだけ)				⇒	B. その魚を買う理由 (2つまで)									
	季節に関係なくよく買う	よく出回る旬によく買う	季節に関係なく時々買う	よく出回る旬に時々買う		あまり買わない	栄養があるから	昔から食べる魚だから	自分が好きだから	家族が好きだから	油っぽくないから	料理が簡単	料理の種類が多い	価格が安いから	骨が食べやすいから
答え方の例		○			⇒						○		○		
1. イワシ					⇒										
2. カツオ					⇒										
3. サケ (塩・生とも)					⇒										
4. サバ					⇒										
5. サンマ					⇒										
6. アジ (生)					⇒										
7. アジ (開き)					⇒										
8. ブリ・ハマチ					⇒										
9. マグロ					⇒										
10. イカ					⇒										
11. エビ					⇒										
12. タコ					⇒										
13. カマス					⇒										
14. カレイ					⇒										
15. タラ					⇒										

問7 魚を買う時に、次のことにどのようなご意見をおもちですか。(それぞれ1つ)

- A. 切身の大きさ
1. もっと大きく(厚く)してほしい
 2. 少し大きく(〃)してほしい
 3. 今くらいであれば良い
 4. 少し小さく(薄く)してほしい
 5. もっと小さく(〃)してほしい
- B. トレイの大きさ
1. もっとたくさん入ったものがほしい
 2. 少し多めのトレイにしてほしい
 3. 今くらいであれば良い
 4. 少し少なめ(小さめ)のトレイにしてほしい
 5. もっと少量のトレイにしてほしい
- C. 塩干品などの塩気
1. もっと強くしてほしい
 2. 少し強くしてほしい
 3. 今くらいであれば良い
 4. 少し弱くしてほしい
 5. もっと弱くしてほしい

問8 お宅では、外から(デパートの食品売場やスーパーマーケットなどから)魚貝類の惣菜品・調理加工品(そのまま食べたり、熱湯や電子レンジで加熱するだけで食べられるもの、冷凍食品も含む)を買うことがありますか。あてはまるものを選んでください。(それぞれ1つだけ)

	よくある	ときどきある	あまりない	そうしたことがない
(1)煮魚	1	2	3	4
(2)焼魚	1	2	3	4
(3)魚のフライ、天ぷら	1	2	3	4
(4)持ち帰りのすし類 (持ち帰り専門店も含む)	1	2	3	4
(5)魚貝類を使った他の和風惣菜 (いゆめし、あんかけ、にこごりなど)	1	2	3	4
(6)魚貝類を使った他の洋風惣菜 (マリネ、グラタン、シーフードサラダなど)	1	2	3	4
(7)魚貝類を使った他の中華惣菜 (蒲盛、揚げ煮など)	1	2	3	4

問9 魚貝類を使った惣菜・調理加工品（焼魚、フライ、煮魚など）に対して、どのように感じていますか。（それぞれ1つだけ）

- 〔種類〕
1. 種類が多く、ほしいものはいつでも買える
 2. 種類は多くなったが、ほしいものがない場合もある
 3. 特定の惣菜しかなく、種類はまだ不十分である
 4. 買いたくても、ほとんど見あたらない
 5. あまり買わないので考えたこともない
- 〔味〕
1. おいしいものが多い
 2. まままあいしい
 3. おいしいものが少ない
 4. あまり買わないのでわからない
- 〔価格〕
1. 高いと感じるものが多い
 2. 適当だと思う
 3. 安いと感じるものが多い
- 〔購入時の
気やすさなど〕
1. 気軽に利用できて重宝している
 2. 世間体からみて買うときに抵抗を感じる
 3. 品質上やや不安があり抵抗を感じる
 4. なじみがなく気軽に買えない
 5. あまり買わないので考えたこともない

問10 あなたは今後、魚貝類の惣菜品・調理加工品を買うと思いますか。それぞれの面から、あてはまるものをそれぞれ1つ選んでください。

- 〔種類〕
1. 種類の多さに関係なく買うだろう
 2. 種類が多くなればもっと買うだろう
(少なければあまり買う機会は増えないだろう)
 3. 種類が多くなってもあまり買わないだろう
- 〔味〕
1. おいしくなるかどうかは関係なく買うだろう
 2. もっとおいしくなれば、もっと買うだろう
(おいしくならなければあまり買う機会は増えないだろう)
 3. もっとおいしくなったとしてもあまり買わないだろう
- 〔価格〕
1. 値段が高くてもしっかり良い惣菜がほしい
 2. 良い惣菜なら、少しぐらい価格が高くなっても買いたい
 3. それほど高品質でなくてもよいため、大衆価格の惣菜がほしい
 4. 品質が多少悪くても、もっと安い価格の惣菜がほしい
 5. 価格に関係なく、あまり買わないだろう

■ お宅のふだんの夕食づくりについておうかがいします

問11 お宅では、夕食づくり（買物は除きます）にどの程度時間をかけていますか。

平日と週末、休日に分けて、あてはまるものを選んでください。

	20分	40分	60分	80分	100分	120分
(1) 平日（月～金）	1	2	3	4	5	6
(2) 週末・休日（土、日、祝）	1	2	3	4	5	6

問12 お宅では、夕食をつくる時に、どのような点をこころがけていますか。

	あてはまる	どちらかどてはまる	あてはまらない	わからない
1. あまり調理して味をつけるよりも、素材の味を生かすようにしている	1	2	3	4
2. 味つけはどちらかという濃めが好きである	1	2	3	4
3. 副菜はできるだけ数多くつくるようにしている	1	2	3	4
4. たとえ少量でも、材料は少し高めのものを買ってきて作る	1	2	3	4
5. 少量ずつ作るよりも、多めに作り置きしておき、少しづつ食べることが多い	1	2	3	4
6. 栄養のバランスをいつも考えながら作っている	1	2	3	4
7. なるべく調理時間のかからないものを作ることが多い	1	2	3	4
8. 時々できあいの惣菜を利用している	1	2	3	4
9. 塩分量をなるべく少なくしている	1	2	3	4
10. なるべく安上がりにつくりたいと思う	1	2	3	4
11. 時々、つくったことがない料理に挑戦している	1	2	3	4
12. たまには、出前をとったり外食したりするようにしている	1	2	3	4
13. 着色剤や添加物に気を配るようにしている	1	2	3	4
14. 材料は専門店（八百屋、魚屋など）で買うようにしている	1	2	3	4
15. 材料は近いところで揃えられるもので、間に合うことが多い	1	2	3	4

問13 夕食の献立で魚を主惣菜としたものと、肉を主惣菜としたものを比べた場合、
 どちらが多いですか。(1つだけお答えください)

- 1. 魚の方が多い
- 2. やや魚の方が多い

付問 魚の方が多いと答えた方に
 魚を主惣菜にした夕食が多い理由は何ですか。
 (いくつでも結構です)

- 1. 自分が好きだから
 - 2. 家族が好きだから
 - 3. 料理にイメージが多いから
 - 4. 手軽にできるから
 - 5. ご飯(米飯)に合うから
 - 6. 食べ慣れているから
 - 7. 安上がりだから
 - 8. 味付けが楽だから
 - 9. 魚の種類が豊富だから
 - 10. 旬のものが食べられるから
 - 11. 肉に比べてあっさりしているから
 - 12. 健康に良いと思うから
 - 13. 肉に比べてやわらかく食べやすいから
 - 14. その他
- ()

- 3. やや肉の方が多い
- 4. 肉の方が多い

付問 肉の方が多いと答えた方に
 肉を主惣菜にした夕食が多い理由は何ですか。
 (いくつでも結構です)

- 1. 自分が好きだから
 - 2. 家族が好きだから
 - 3. 料理にイメージが多いから
 - 4. 手軽にできるから
 - 5. ご飯(米飯)に合うから
 - 6. 食べ慣れているから
 - 7. 安上がりだから
 - 8. 味付けが楽だから
 - 9. 健康に良いと思うから
 - 10. 魚に比べてボリュームがあるから
 - 11. 買い置きできるから
 - 12. 値段が安定しているから
 - 13. 魚に比べて選ぶのが楽だから
 - 14. その他
- ()

問14 お宅ではふだんの夕食の中で魚料理をどの程度食べますか。あてはまるものを選んでください。

- 1. 毎日のように食べる
- 2. 週1~2回くらいは食べる
- 3. あまり食べない

問15 あなたは魚を調理すること(1匹物を買ってきてさばいたり、おろしたりすること)
 についてどう感じていますか。(1つだけお答えください)

- 1. 全く苦にならない
- 2. 苦にならない
- 3. いやだが仕方なくやる
- 4. やったことがない

付問 その理由は何ですか。(いくつでも結構です)

- 1. 生臭いにおいが気になる

2. ぬるぬるして気持ちが悪い
3. 目が弱くなったり、力が弱くなったりしている
4. 腹わたや骨などの後始末がめんどろ
5. 頭や目がついていて気分が悪い
6. 小さな魚ならよいが大きな魚はグロテスクなのでいや
7. (若いときほど) 包丁が上手に使えない
8. 調理の仕方がよくわからない
9. 調理済の惣菜を買うので、する必要がない
10. 調理に時間がかかり体力が続かない
11. 魚は調理がめんどくさい
12. その他(具体的に……)

■ あなたご自身のことについておうかがいします

問16 あなたの年齢は()歳)

問17 あなたと同居されている方は

1. ご主人だけ
2. ご主人と未婚のお子様
3. お子様(夫婦)同居だが世帯は別(食事の仕度等)
4. 同居人なし

問18 あなたのお住まいは

1. 1戸建住宅(借家も含む)
2. マンション・アパート(賃借も含む)
3. 社宅、寮、官公舎
4. 公社、公団、公営の集合住宅
5. その他()

問19 あなたはお仕事をお持ちですか

1. お勤め(フルタイム)
2. パート、アルバイト、内職
3. 自営業(手伝いを含む)
4. 仕事はしていない

問20 最近あなたご自身の健康で気になっていることがありますか

1. 足腰が弱くなって(あるいは多少マヒして)、外出がおっくうになっている
2. 噛む力が弱くなっている
3. 胃の調子がよくない
4. 便秘がちだ
5. 視力が落ちている
6. 聴力が落ちている
7. 体のどこかに痛みがある
8. 高血圧気味だ
9. 気分がすぐれないことが多い
10. 握力が落ちてきている
11. 夜眠れないことが多い
12. いまのところどこも異常はない

