

**「豆腐に関する調査」  
調査結果報告書**

---

2011.10

## ■ 調査概要

サンプル数 1,000サンプル

サンプル構成

			2 0 代	3 0 代	4 0 代	5 0 代 以上
	全体	1000	250	250	250	250
性別	男性	500	125	125	125	125
	女性	500	125	125	125	125

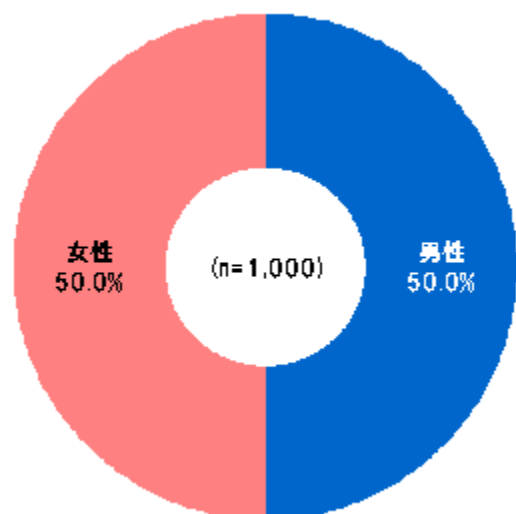
調査手法 インターネット調査

調査実施期間 2011年9月14日(水)～9月15日(木)

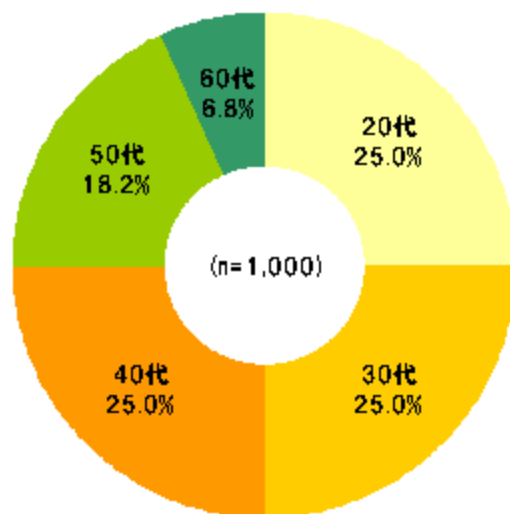
表記上の留意点 数表中、全体より10%以上高い数値を赤色、全体より5%以上高い数値をピンク色で、10%以上低い数値を青色、5%以上低い数値を水色で塗りつぶした。

## ■ 対象者プロフィール

性別



年齢



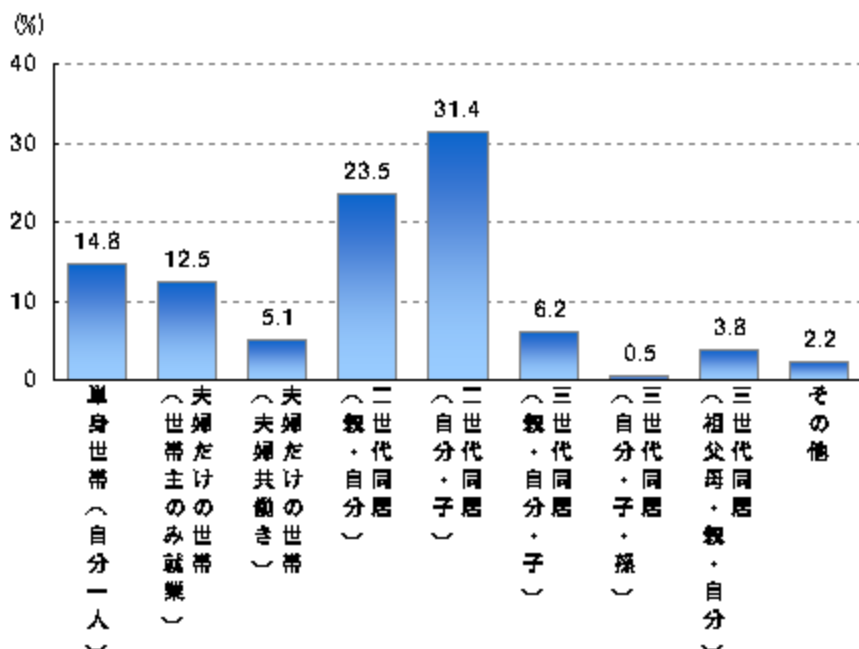
地域



# ■対象者プロフィール

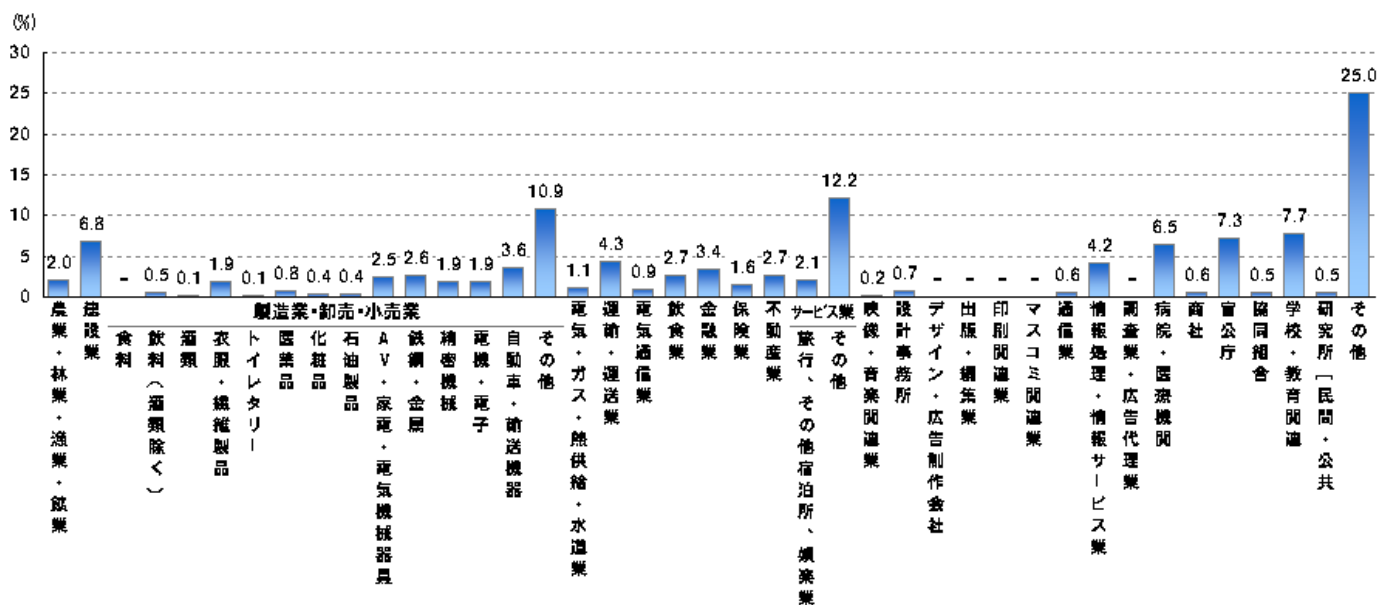
## 家族構成

(N=1,000)



## 本人および同居家族の従事業種

(N=1,000)



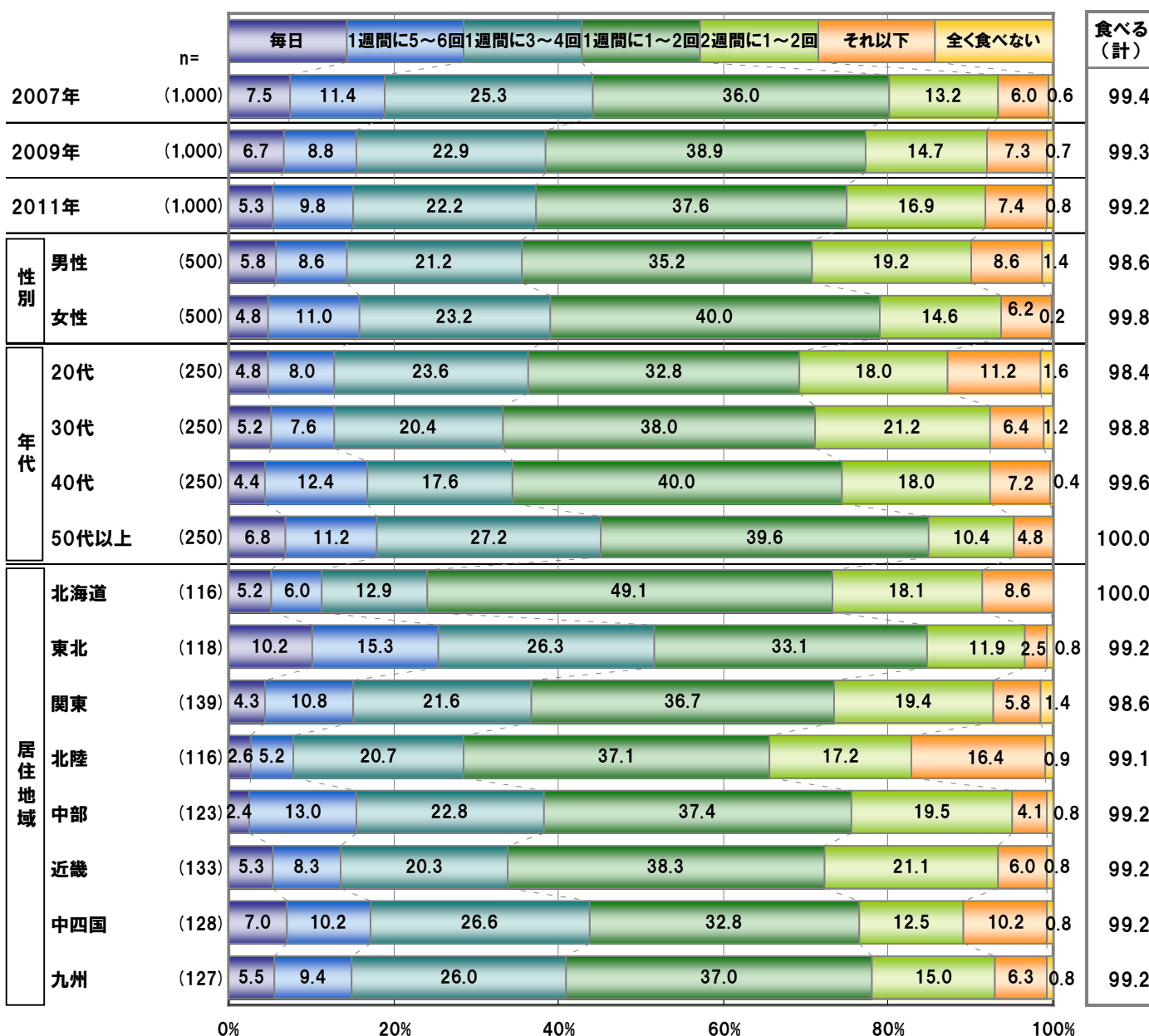
Q.あなたご自身、またはあなたのご家族の方が従事されている業種全てをチェック下さい。

\*その他には 主婦、無職(引退者)、フリーター、塾講師、オペレーター、福祉・介護関係者、WEBデザイナー、パート 等の職種

# 1.豆腐の食頻度

Q-006: 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」(37.6%)、「1週間に3~4回」(22.2%)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18.0%を占める。
- 東北の食頻度が高く、「1週間に5回以上」は25.4%にのぼる。



## 2.豆腐を食べる頻度の増減

Q-007: 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20.2%で、「減っている」を12.6ポイント上回っている。
- 2009年と比べて「増えている」はやや減少している(26.1%→20.2%)。2007年比では12.4ポイントの低下。
- 女性では「増えている」が24.2%と男性に比べ約8ポイント高い。
- 東北では「増えている」が28.8%にのぼる。



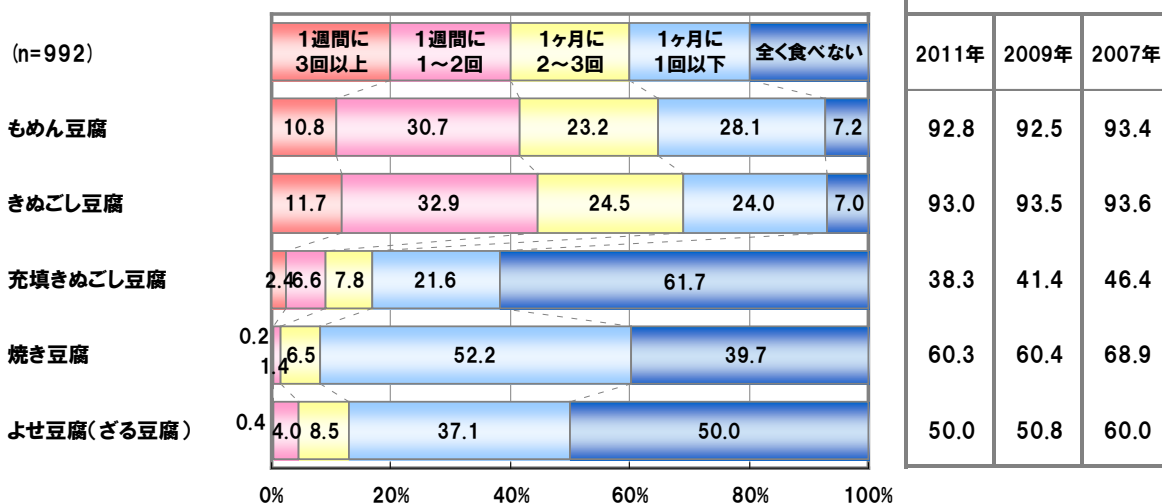
### 3.豆腐の種類別食頻度

Q-008: 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ずつご回答ください。[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、食頻度が高い。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、38.3%となっている。

※豆腐を食べる家庭ベース



#### もめん豆腐

1週間に3回以上 = 3丁×4週間 = 12丁  
 1週間に1~2回 = 1.5丁×4週間 = 6丁  
 1ヶ月に2~3回 = 4週間で2.5丁 = 2.5丁  
 1ヶ月に1回以下 = 4週間で1丁 = 1丁

①12丁×992×10.8% ≒ 1284.0丁  
 ②6丁×992×30.7% ≒ 1830.0丁  
 ③2.5丁×992×23.2% ≒ 575.0丁  
 ④1丁×992×28.1% ≒ 279.0丁



(①+②+③+④) ÷ 992 ≒ 4.0

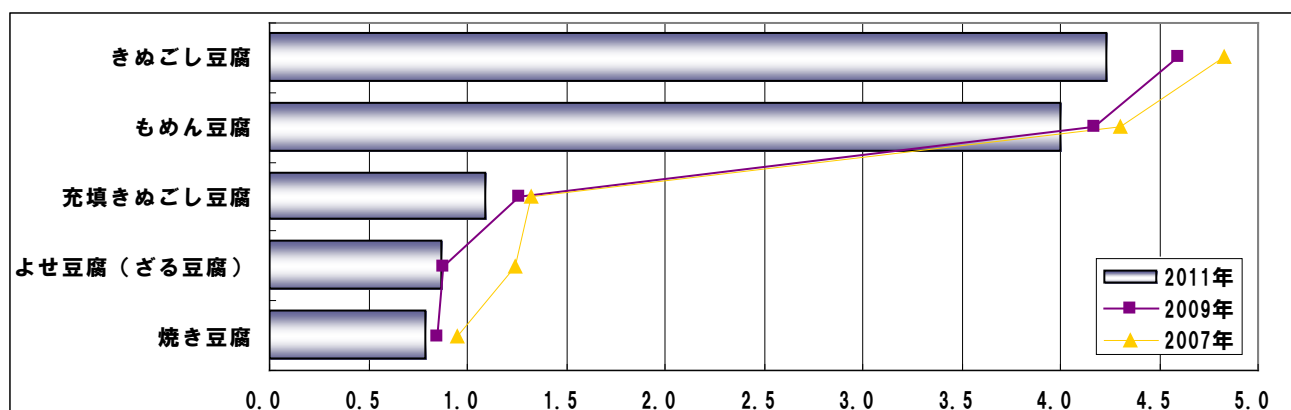
もめん豆腐	サンプル数	1週間に3回以上	1週間に1~2回	1ヶ月に2~3回	1ヶ月に1回以下	全く食べない	食べる(計)	きぬごし豆腐	サンプル数	1週間に3回以上	1週間に1~2回	1ヶ月に2~3回	1ヶ月に1回以下	全く食べない	食べる(計)
全体	992	10.8	30.7	23.2	28.1	7.2	92.8	全体	992	11.7	32.9	24.5	24.0	7.0	93.0
性別								性別							
男性	493	11.6	32.7	24.9	26.0	4.9	95.1	男性	493	10.8	30.0	25.2	25.4	8.7	91.3
女性	499	10.0	28.9	21.4	30.3	9.4	90.6	女性	499	12.6	35.7	23.8	22.6	5.2	94.8
年代								年代							
20代	246	10.2	28.9	21.5	34.1	5.3	94.7	20代	246	11.8	35.8	21.5	24.4	6.5	93.5
30代	247	8.1	27.5	33.2	23.1	8.1	91.9	30代	247	10.1	34.0	30.0	19.0	6.9	93.1
40代	249	11.6	31.7	20.1	29.7	6.8	93.2	40代	249	11.6	27.3	21.7	31.7	7.6	92.4
50・60代	250	13.2	34.8	18.0	25.6	8.4	91.6	50・60代	250	13.2	34.4	24.8	20.8	6.8	93.2
地域								地域							
北海道	116	9.5	33.6	25.0	24.1	7.8	92.2	北海道	116	9.5	34.5	25.9	26.7	3.4	96.6
東北	117	18.8	34.2	23.9	18.8	4.3	95.7	東北	117	16.2	31.6	20.5	26.5	5.1	94.9
関東	137	9.5	34.3	21.2	30.7	4.4	95.6	関東	137	13.9	38.7	23.4	19.0	5.1	94.9
北陸	115	5.2	17.4	24.3	42.6	10.4	89.6	北陸	115	10.4	28.7	27.8	26.1	7.0	93.0
中陸	122	10.7	32.8	27.9	23.8	4.9	95.1	中陸	122	11.5	26.2	23.8	27.0	11.5	88.5
近畿	132	8.3	25.0	21.2	34.1	11.4	88.6	近畿	132	10.6	37.9	28.8	17.4	5.3	94.7
中国・四国	127	13.4	37.8	18.1	26.0	4.7	95.3	中国・四国	127	10.2	27.6	25.2	28.3	8.7	91.3
九州	126	11.1	30.2	24.6	24.6	9.5	90.5	九州	126	11.1	36.5	20.6	22.2	9.5	90.5

### 3-②.豆腐の種類別 毎月の平均購入個数

■実数では、きぬごし豆腐が4.2個と1位であり、次いでもめん豆腐 4.0個、充填きぬごし豆腐1.1個となっている。

■構成比を地域別にみると、もめん豆腐は中四国で41.8%と全体と比較してやや高い。

月平均個数		2011年	2009年	2007年
1位	きぬごし豆腐	4.2	4.6	4.8
2位	もめん豆腐	4.0	4.2	4.3
3位	充填きぬごし豆腐	1.1	1.3	1.3
4位	よせ豆腐(ざる豆腐)	0.9	0.9	1.2
5位	焼き豆腐	0.8	0.8	0.9



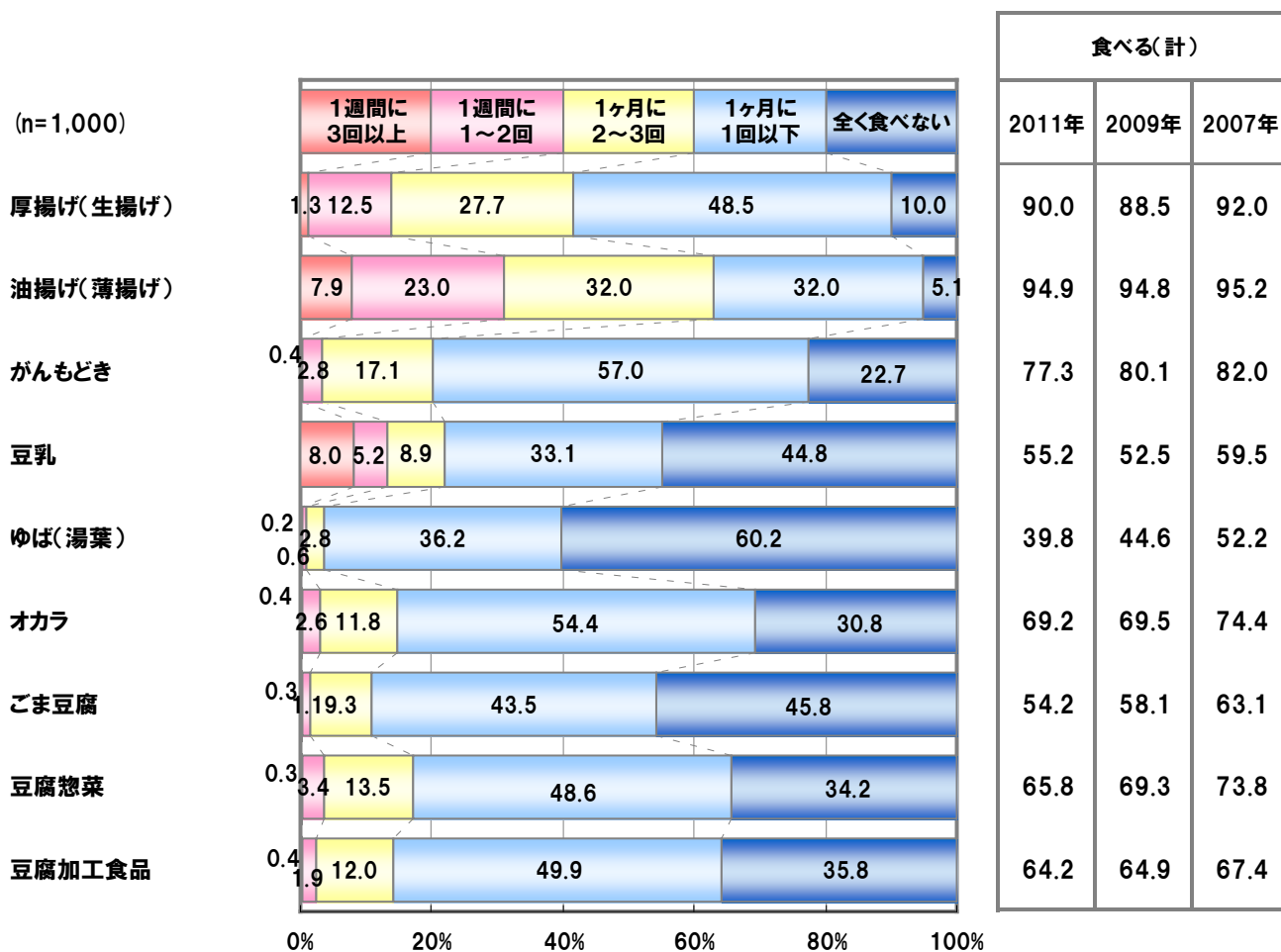
	サンプル数	実数					構成比				
		1位	2位	3位	4位	5位	1位	2位	3位	4位	5位
2007年	994	4.8	4.3	1.3	1.2	0.9	38.2	34.0	10.4	9.9	7.5
2009年	993	4.6	4.2	1.3	0.9	0.8	39.1	35.5	10.8	7.5	7.2
2011年	992	4.2	4.0	1.1	0.9	0.8	38.5	36.4	10.0	7.9	7.2
性別	男性	4.0	4.2	0.8	0.8	0.8	37.6	40.0	7.8	7.4	7.2
	女性	4.5	3.8	1.4	1.0	0.8	39.3	33.1	11.9	8.4	7.2
年代	20代	4.3	3.8	0.8	0.8	0.7	41.2	36.3	7.7	7.8	7.0
	30代	4.2	3.7	1.0	0.9	0.8	39.5	34.7	9.6	8.5	7.8
	40代	4.1	4.1	1.2	0.8	0.7	36.3	38.2	11.4	7.3	6.8
	50代以上	4.5	4.4	1.3	1.0	0.9	37.2	36.4	11.0	8.2	7.2
地域	北海道	4.1	4.0	0.6	0.8	0.6	40.5	39.5	5.6	8.0	6.4
	東北	4.6	5.1	1.2	1.2	0.8	35.7	39.3	9.3	9.6	6.2
	関東	4.8	4.0	1.0	1.3	1.0	39.6	33.5	8.4	10.6	7.9
	北陸	3.9	2.7	1.1	0.7	1.1	41.1	28.3	11.5	7.7	11.4
	中部	3.8	4.2	1.1	0.6	0.7	36.4	39.9	10.9	5.6	7.1
	近畿	4.4	3.4	1.4	0.8	0.8	41.3	31.3	12.9	7.0	7.5
	中国・四国	3.8	4.6	1.2	0.7	0.7	34.6	41.8	10.9	6.6	6.0
	九州	4.3	4.0	1.1	0.8	0.6	39.4	37.0	10.2	7.6	5.8



## 4.豆腐加工食品の食頻度

Q-009: 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]

- 【油揚げ(薄揚げ)】を食している家庭は94.9%、【厚揚げ(生揚げ)】を食している家庭は90.0%となっている。特に【油揚げ(薄揚げ)】の食頻度は「1週間に1回以上」が30.9%を占める。
- 【ゆば(湯葉)】を食している家庭は39.8%と少ない。
- 2009年と比べて【ゆば(湯葉)】(44.6%→39.8%)がわずかに減少している。2007年比では12.4ポイントの低下。

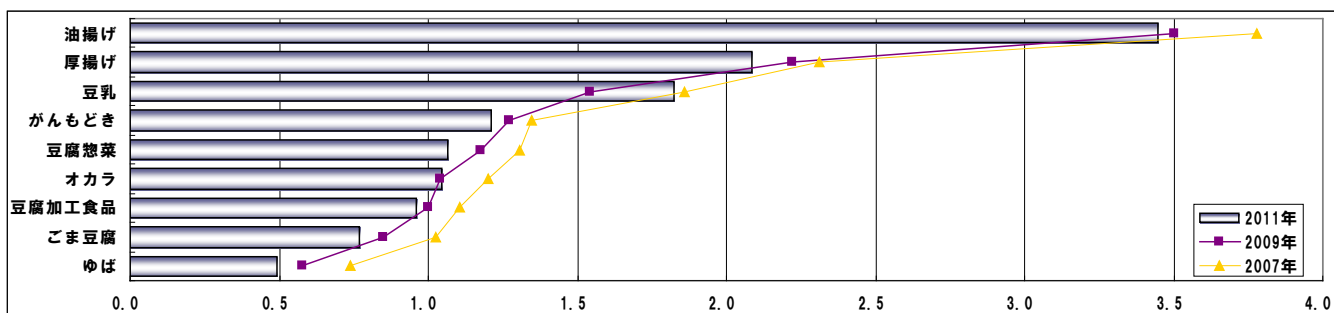


## 4-②.豆腐加工食品タイプ別 毎月の平均購入個数

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ずつご回答ください。[S/A]

- 実数では、油揚げが3.4個と1位であり、次いで厚揚げ 2.1個、豆乳 1.8個となっている。
- 実数をセグメント別に比較すると、油揚げは50代以上で4.3個と一番多い。

月平均個数		2011年	2009年	2007年
1位	油揚げ	3.4	3.5	3.8
2位	厚揚げ	2.1	2.2	2.3
3位	豆乳	1.8	1.5	1.9
4位	がんもどき	1.2	1.3	1.3
5位	豆腐惣菜	1.1	1.2	1.3
6位	オカラ	1.0	1.0	1.2
7位	豆腐加工食品	1.0	1.0	1.1
8位	ごま豆腐	0.8	0.9	1.0
9位	ゆば	0.5	0.6	0.7



	サンプル数	実数									構成比									
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	
2007年	1000	3.8	2.3	1.9	1.3	1.3	1.2	1.1	1.0	0.7	25.7	15.7	12.7	9.2	8.9	8.2	7.5	7.0	5.0	
2009年	1000	3.5	2.2	1.5	1.3	1.2	1.0	1.0	0.9	0.6	26.5	16.9	11.7	9.6	8.9	7.9	7.6	6.4	4.4	
2011年	1000	3.4	2.1	1.8	1.2	1.1	1.0	1.0	0.8	0.5	26.7	16.2	14.2	9.4	8.2	8.1	7.4	6.0	3.8	
性別	男性	500	3.1	2.2	1.5	1.3	1.1	1.1	1.0	0.7	0.5	24.7	18.1	12.1	10.1	8.9	8.6	7.7	5.8	4.2
	女性	500	3.8	1.9	2.1	1.2	1.0	1.0	0.8	0.5	28.6	14.4	16.1	8.8	7.6	7.7	7.2	6.1	3.5	
年代	20代	250	3.0	1.9	2.0	1.1	1.1	0.9	1.2	0.6	0.5	24.4	15.2	16.0	9.2	9.3	7.4	9.4	5.1	4.1
	30代	250	3.7	2.1	2.0	1.1	1.1	1.1	1.0	0.8	0.6	27.3	15.6	14.6	8.6	8.1	8.1	7.2	6.3	4.2
	40代	250	2.9	1.9	1.5	1.1	1.0	1.0	0.9	0.7	0.4	25.5	16.4	12.9	10.0	8.9	9.2	7.6	6.1	3.4
	50代以上	250	4.3	2.5	1.9	1.4	1.0	1.1	0.9	0.5	29.1	17.2	13.2	9.9	7.0	7.8	6.0	6.3	3.6	
地域	北海道	116	3.4	1.5	1.8	1.1	0.9	1.0	0.8	0.5	0.4	29.8	13.4	15.8	9.6	7.7	8.8	7.3	4.4	3.3
	東北	118	4.2	2.0	2.2	1.6	1.1	1.2	1.2	0.8	0.6	28.1	13.6	14.9	10.8	7.6	7.9	7.8	5.2	4.1
	関東	139	3.4	2.2	2.5	1.5	1.2	1.2	1.1	0.9	0.8	23.0	15.1	16.9	9.8	8.3	8.2	7.3	6.3	5.2
	北陸	116	3.2	2.4	1.7	1.5	0.9	1.0	0.9	0.7	0.4	25.4	19.1	13.3	11.9	6.9	7.6	7.1	5.8	3.0
	中部	123	3.3	1.8	1.5	1.2	1.2	1.1	1.0	0.7	0.4	27.3	14.7	12.6	9.6	9.7	8.9	8.2	5.5	3.5
	近畿	133	3.6	2.3	2.3	1.0	1.0	1.0	0.9	0.8	0.6	26.9	16.9	16.8	7.6	7.2	7.5	6.9	5.9	4.1
	中国・四国	128	3.5	2.0	1.1	0.9	1.0	0.8	0.8	0.7	0.3	31.4	18.2	10.1	8.3	8.9	7.1	7.7	6.0	2.4
	九州	127	3.0	2.3	1.4	1.0	1.2	1.1	0.9	1.0	0.5	23.8	18.6	11.3	7.8	9.9	8.9	7.3	8.3	4.0

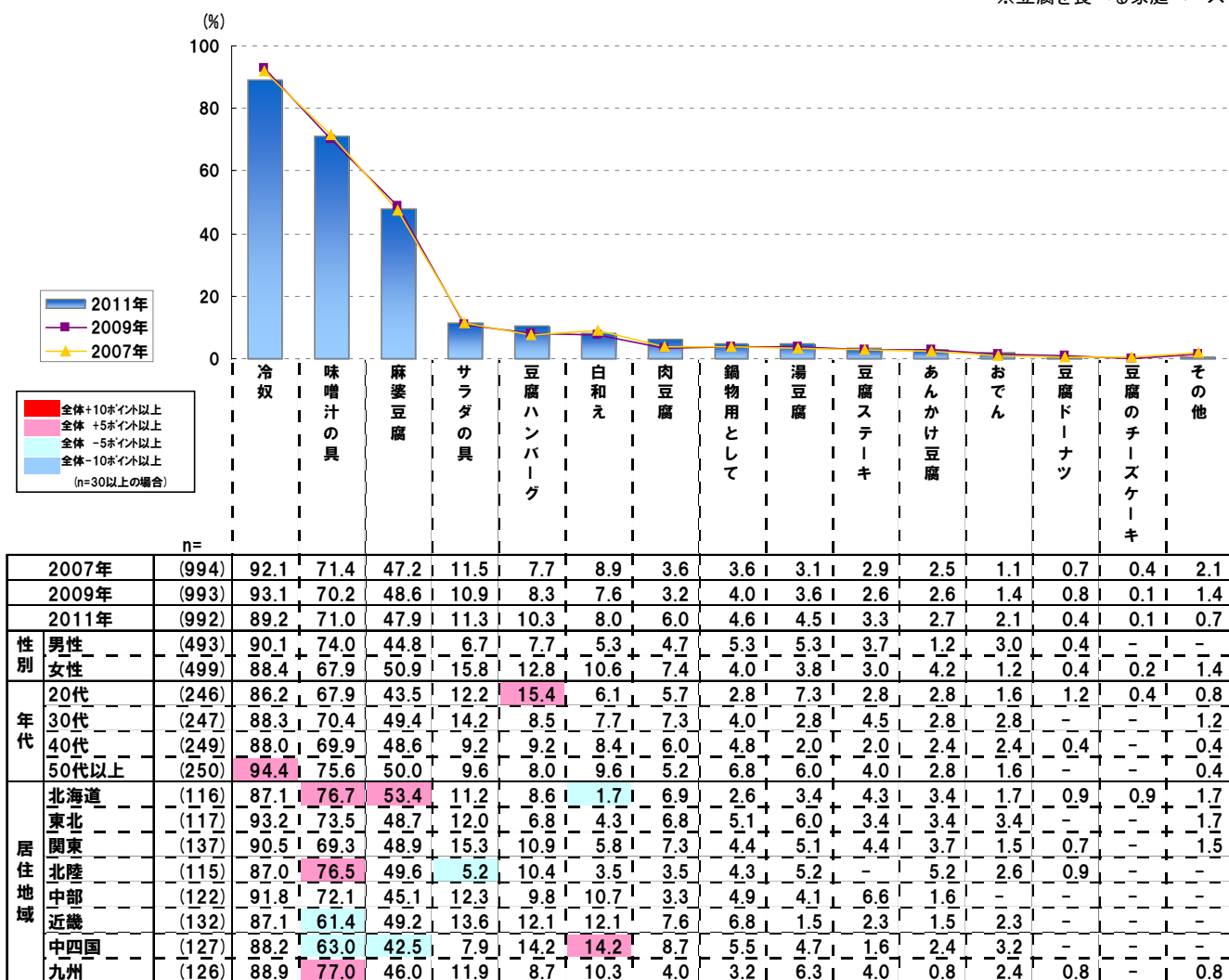
※2003年のn数は不明

# 5.夏季の豆腐調理方法

Q-010: あなたのご家庭では、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]

- 「冷奴」89.2%、「味噌汁の具」71.0%、「麻婆豆腐」47.9%が上位にあげられている。
- 50代以上では「冷奴」(94.4%)、20代では「豆腐ハンバーグ」(15.4%)が他年代に比べてやや高い。
- 近畿では「味噌汁の具」が61.4%とやや低い。

※豆腐を食べる家庭ベース

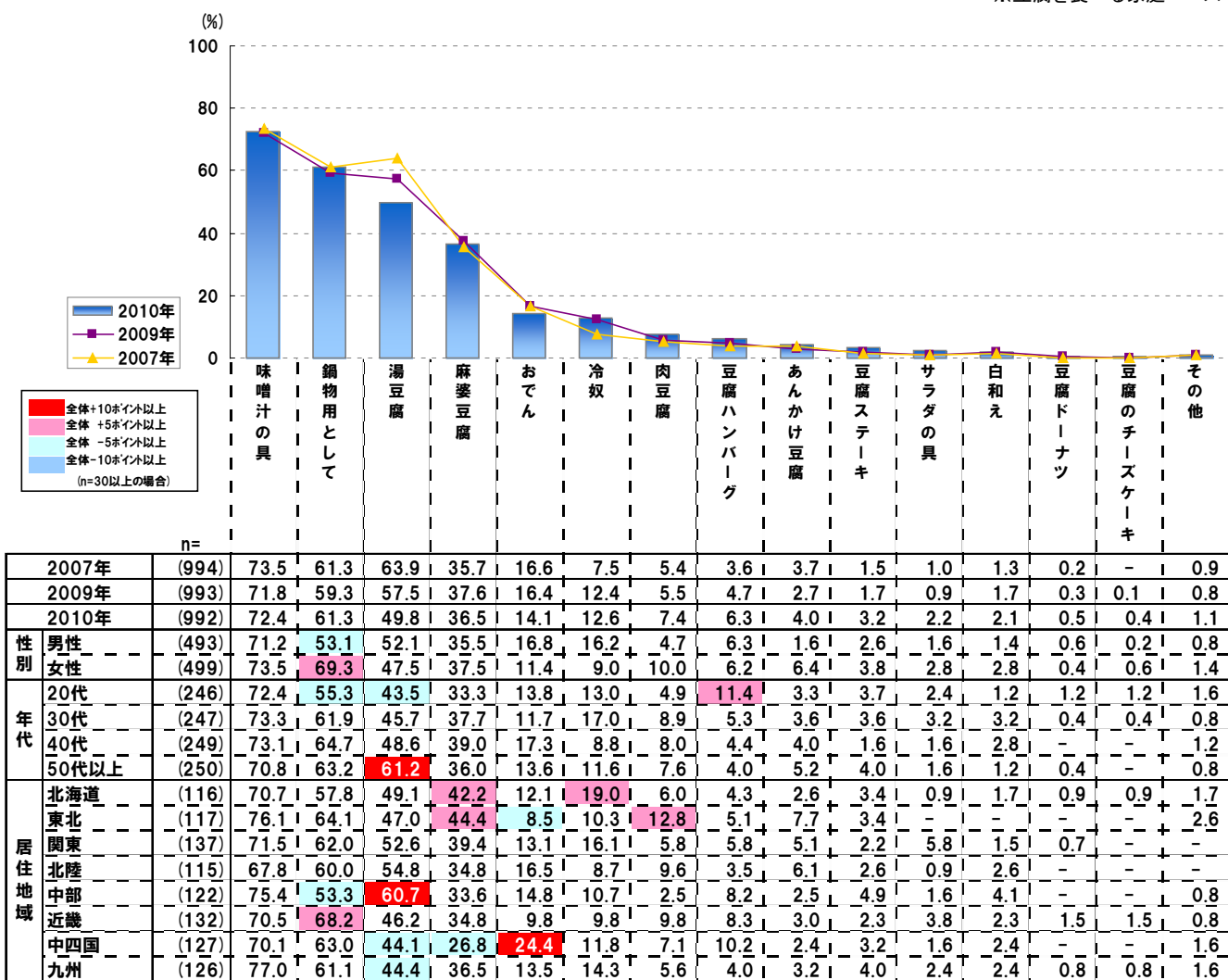


## 6. 冬季の豆腐調理方法

Q-011: 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」72.4%、「鍋物用として」61.3%、「湯豆腐」49.8%が上位で、夏季と傾向が異なる。
- 2009年と比べて「湯豆腐」がやや減少している(57.5%→49.8%)。2007年比では14.1ポイントの低下。
- 50代以上では「湯豆腐」が61.2%で他年代と比べて高い。
- 中部では「湯豆腐」が60.7%、中四国では「おでん」が24.4%と他の地域に比べて高い。

※豆腐を食べる家庭ベース

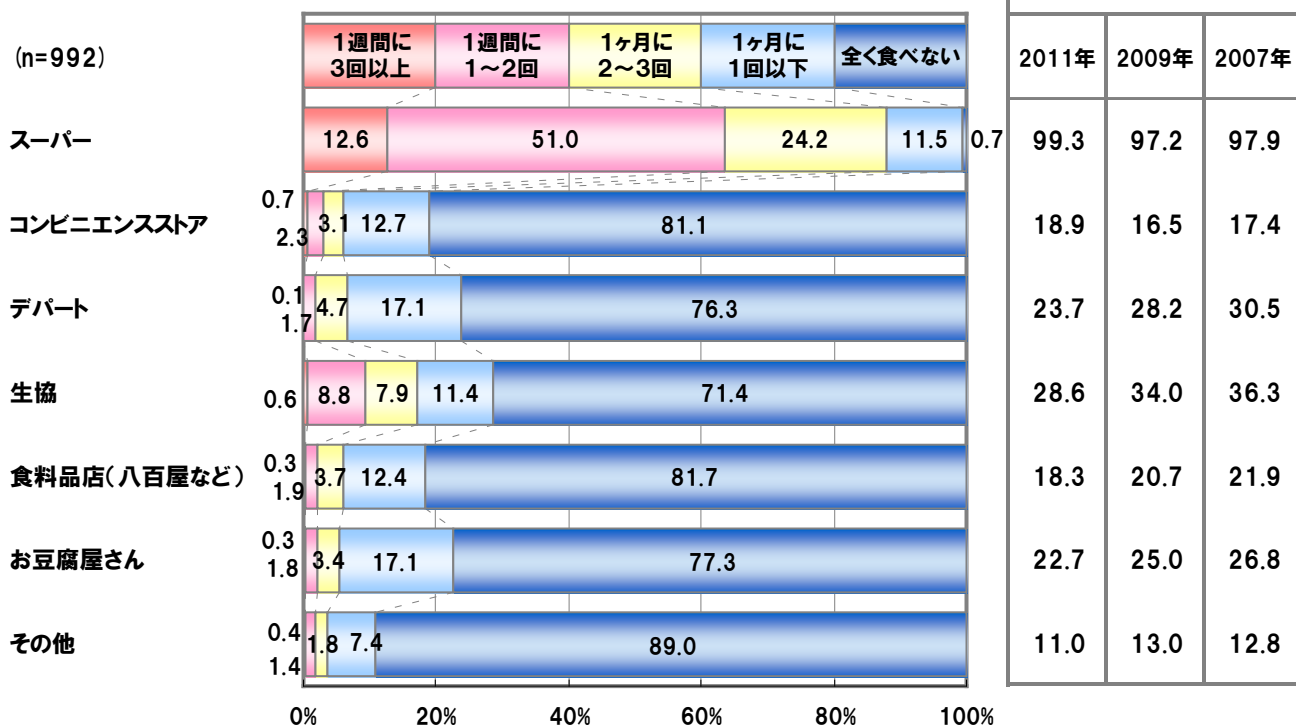


# 1.豆腐の購入頻度(チャネルタイプ別)

Q-012: 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」購入が約6割にのぼる。
- 次いで、【生協】【デパート】と続く。

※豆腐を食べる家庭ベース

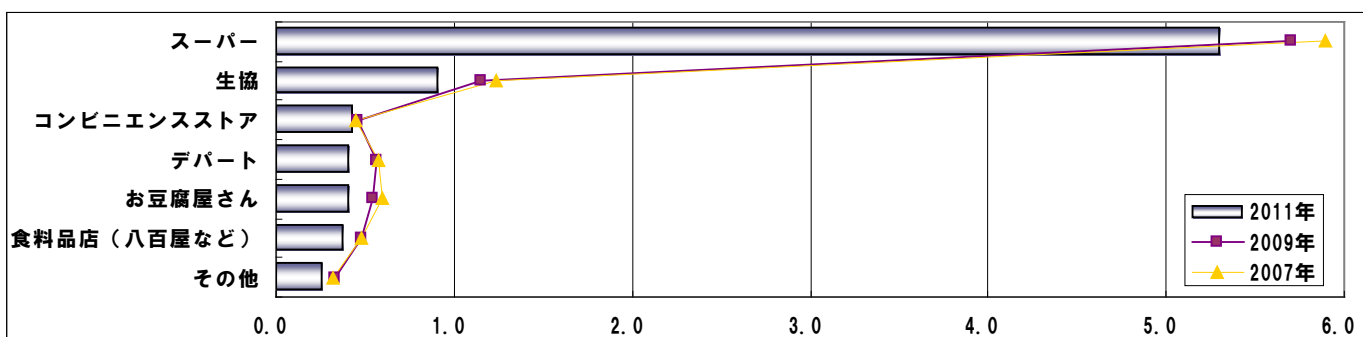


## 1-②.チャネルタイプ別 毎月の平均購入回数

■実数では、スーパーが5.3回と1位であり、次いで生協 0.9回となっており、その他のチャネルは、0.4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、北陸でスーパーが74.0%と全体と比較してやや高い。

月平均回数		2011年	2009年	2007年
1位	スーパー	5.3	5.7	5.9
2位	生協	0.9	1.2	1.2
3位	コンビニエンスストア	0.4	0.5	0.5
4位	デパート	0.4	0.6	0.6
5位	お豆腐屋さん	0.4	0.5	0.6
6位	食料品店（八百屋など）	0.4	0.5	0.5
7位	その他	0.3	0.3	0.3

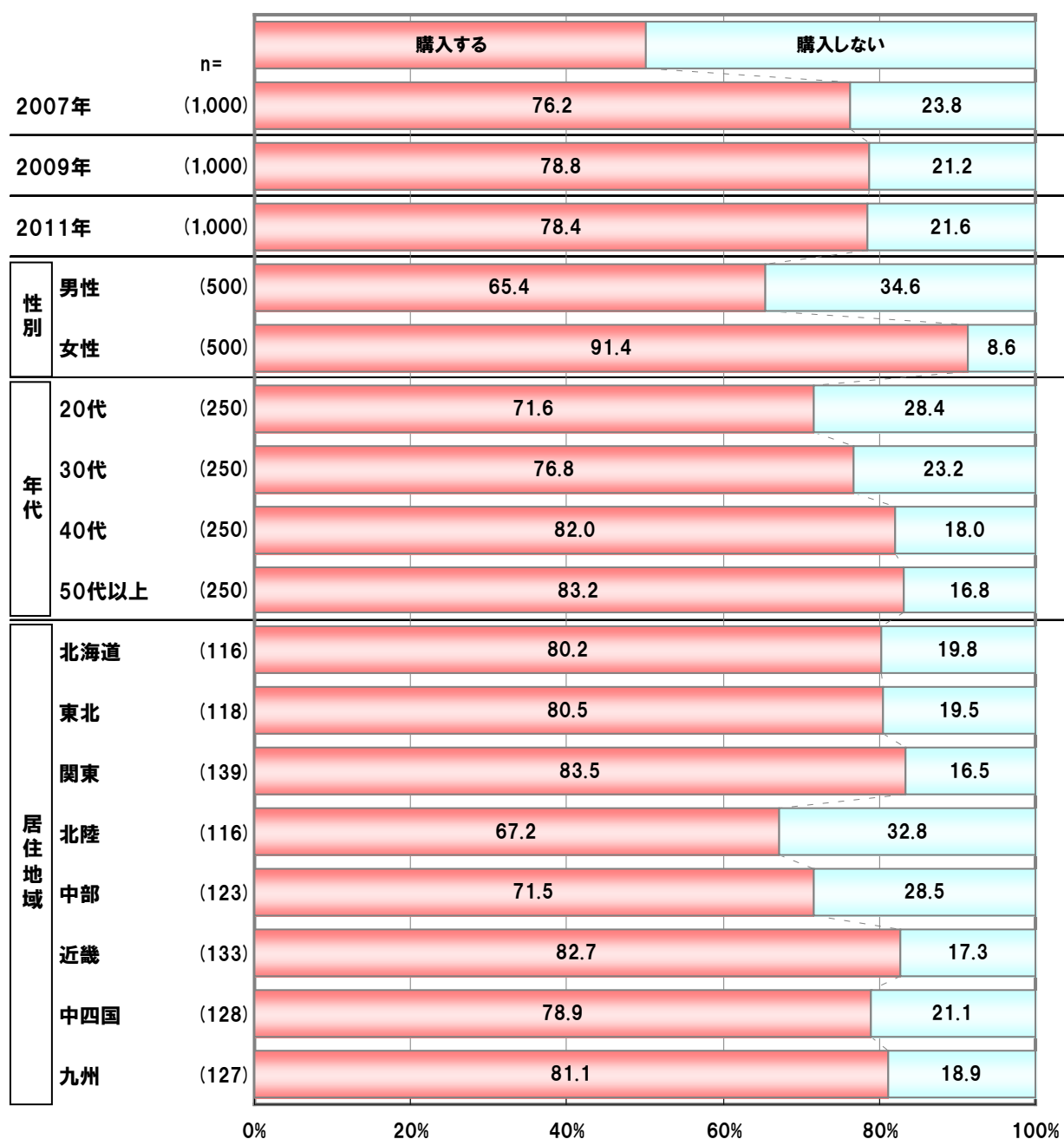


	サンプル数	実数							構成比						
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
2007年	994	5.9	1.2	0.5	0.6	0.6	0.5	0.3	61.8	12.9	4.7	6.0	6.2	5.0	3.4
2009年	993	5.7	1.2	0.5	0.6	0.5	0.5	0.3	61.8	12.5	5.0	6.2	5.9	5.2	3.5
2011年	992	5.3	0.9	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	65.7	11.3	5.3	5.0	5.0	4.6	3.1
性別															
男性	493	5.2	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.3	63.7	9.3	6.4	5.5	5.5	5.8	3.7
女性	499	5.3	1.1	0.3	0.4	0.3	0.3	0.2	67.7	13.4	4.2	4.5	4.4	3.3	2.5
年代															
20代	246	4.8	0.8	0.7	0.6	0.4	0.4	0.3	60.3	9.9	8.4	7.0	5.5	5.3	3.6
30代	247	5.2	1.0	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3	63.8	12.5	5.8	4.9	4.7	4.4	3.9
40代	249	5.2	0.7	0.4	0.4	0.3	0.2	0.2	70.5	9.6	4.8	4.9	3.9	3.2	3.0
50代以上	250	6.0	1.1	0.2	0.3	0.5	0.5	0.2	68.0	12.8	2.6	3.5	5.7	5.2	2.1
地域															
北海道	116	4.7	1.5	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	62.2	19.4	4.9	3.9	3.6	3.6	2.4
東北	117	5.9	1.9	0.5	0.6	0.5	0.6	0.3	57.2	18.0	5.0	6.1	4.5	5.9	3.4
関東	137	5.4	0.8	0.6	0.6	0.7	0.5	0.3	60.6	8.5	7.2	7.2	7.7	5.7	3.0
北陸	115	5.0	0.3	0.3	0.2	0.5	0.2	0.3	74.0	4.0	4.8	2.7	7.3	3.1	4.1
中部	122	5.6	0.7	0.4	0.3	0.3	0.3	0.1	72.7	9.0	5.0	4.0	3.8	3.9	1.7
近畿	132	5.2	0.7	0.6	0.4	0.4	0.4	0.1	66.5	9.1	7.1	5.6	5.3	4.9	1.4
中国・四国	127	5.3	0.8	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	71.3	11.3	3.0	3.6	2.9	4.5	3.4
九州	126	5.2	0.7	0.4	0.4	0.4	0.3	0.5	66.0	9.4	4.8	5.6	4.5	4.0	5.7

## 2.豆腐の購入状況

Q-013: あなたは豆腐をご自身で購入することがありますか。[S/A]

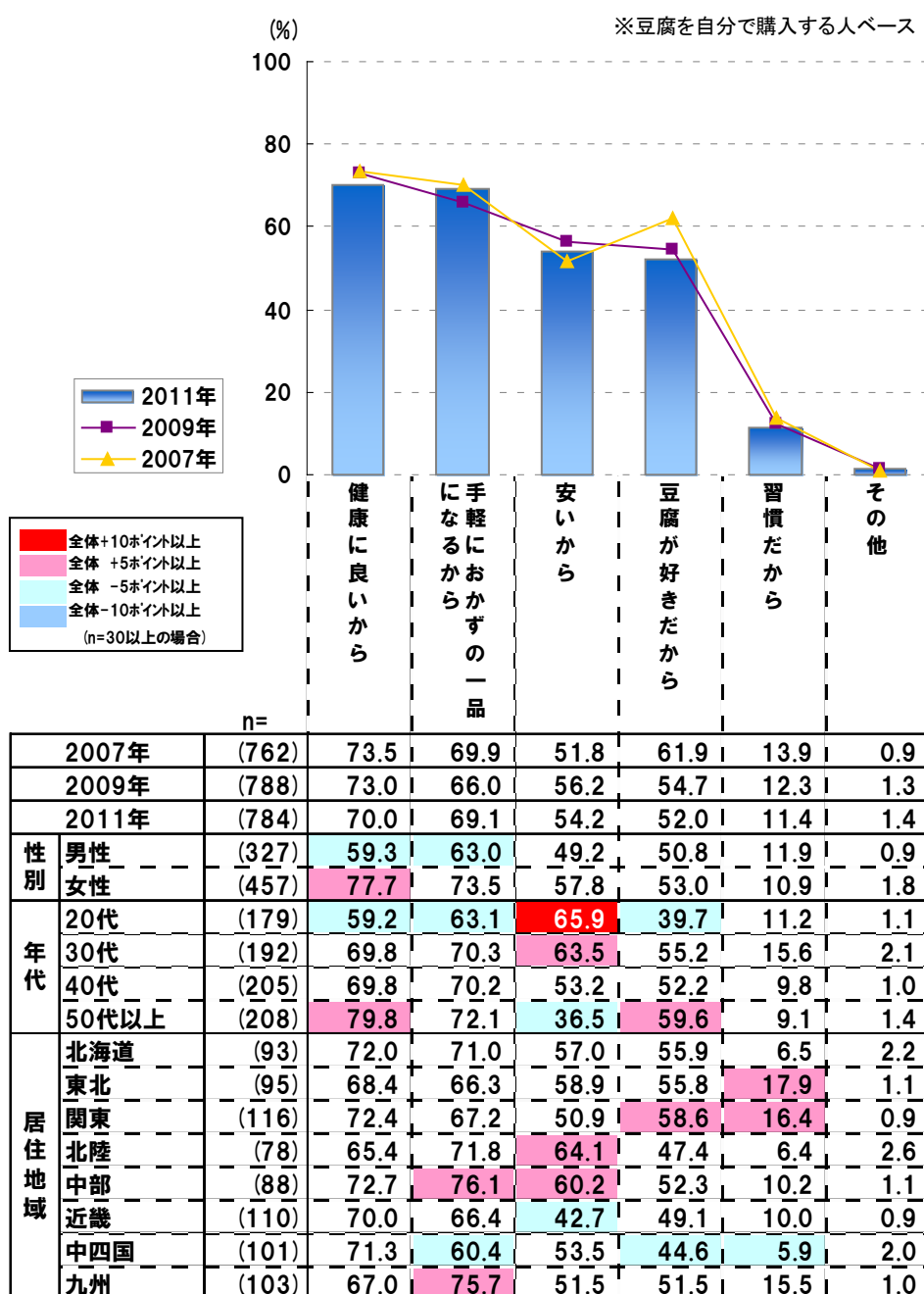
- 自分で豆腐を購入する人は78.4%である。
- 女性では自分で豆腐を購入する人が9割以上を占めている。
- 20代では自分で豆腐を購入する人が7割と低い。
- 北陸では自分で豆腐を購入する人が7割と低い。



### 3.豆腐を購入する理由

Q-014: あなたが豆腐を購入する理由としてあてはまるものをすべてお知らせください。[M/A]

- 「健康に良いから」70.0%、「手軽におかずの一品になるから」69.1%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10ポイント以上高い。
- 20代では「安いから」が他年代に比べて高い。
- 北陸では「安いから」が64.1%と他の地域に比べて高い。

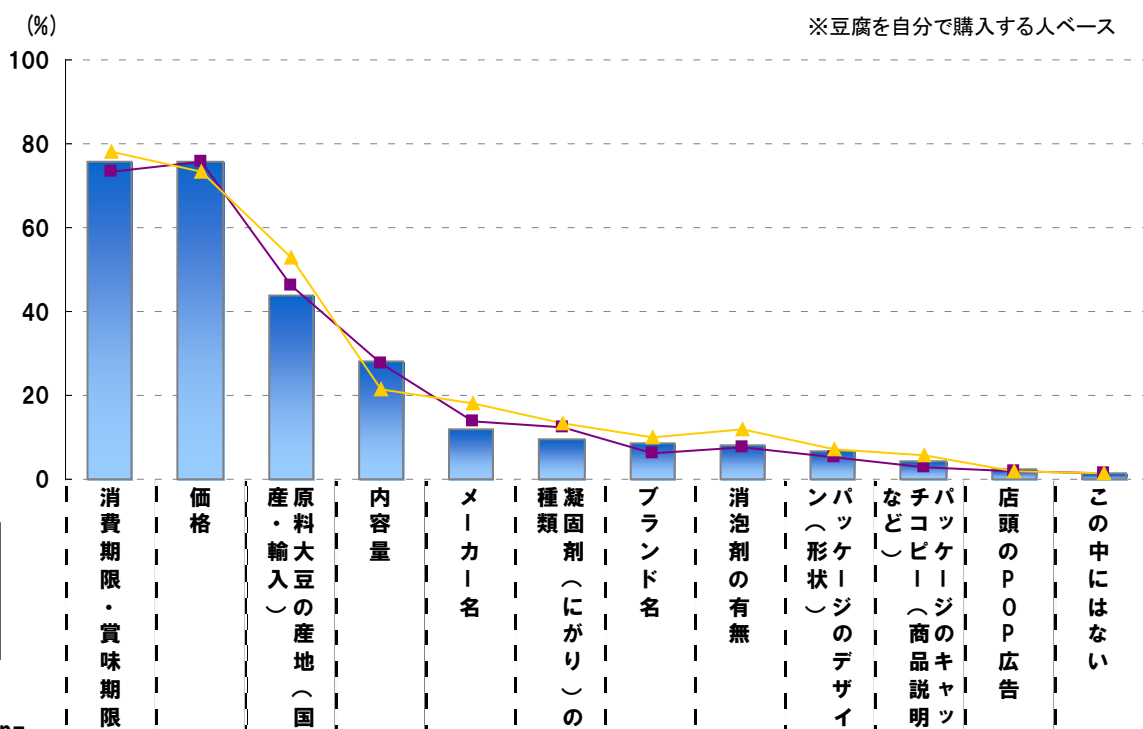




## 4.豆腐を購入する際の注意点

Q-015: 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」75.8%、「価格」75.5%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58.7%にのぼる。
- 九州では「消費期限・賞味期限」が83.5%で他の地域に比べて高い。



■ 全体+10ポイント以上  
■ 全体 +5ポイント以上  
■ 全体 -5ポイント以上  
■ 全体-10ポイント以上  
 (n=30以上の場合)

		n=	消費期限・賞味期限	価格	原料大豆の産地(国産・輸入)	内容量	メーカー名	種類	凝固剤(にがり)の種類	ブランド名	消泡剤の有無	パッケージのデザイン(形状)	パッケージの商品説明など)	店頭POP広告	この中にはない
2007年		(762)	78.0	73.2	52.6	21.5	18.1	13.1	10.1	11.8	7.1	5.5	2.1	1.6	
2009年		(788)	73.5	75.8	46.2	27.4	13.7	12.6	6.3	7.6	5.1	3.0	1.9	1.5	
2011年		(784)	75.8	75.5	44.0	28.2	11.9	9.6	8.5	8.0	6.9	4.3	2.2	1.3	
性別	男性	(327)	68.2	74.0	36.1	20.8	13.2	8.6	12.2	8.0	6.7	3.4	2.4	1.8	
	女性	(457)	81.2	76.6	49.7	33.5	10.9	10.3	5.9	8.1	7.0	5.0	2.0	0.9	
年代	20代	(179)	62.6	82.1	29.1	27.9	12.8	6.7	10.1	3.9	8.9	2.2	2.8	1.7	
	30代	(192)	78.1	82.8	41.1	22.9	9.9	8.3	7.3	7.8	7.8	6.3	1.0	2.1	
	40代	(205)	78.5	74.6	44.9	34.1	8.3	8.8	6.8	8.8	7.8	6.3	2.9	1.0	
	50代以上	(208)	82.2	63.9	58.7	27.4	16.3	13.9	10.1	11.1	3.4	2.4	1.9	0.5	
居住地域	北海道	(93)	73.1	80.6	51.6	29.0	10.8	9.7	6.5	10.8	4.3	2.2	1.1	-	
	東北	(95)	77.9	76.8	41.1	32.6	17.9	16.8	9.5	9.5	5.3	4.2	2.1	-	
	関東	(116)	75.0	76.7	43.1	30.2	13.8	7.8	15.5	5.2	9.5	3.4	6.0	-	
	北陸	(78)	69.2	69.2	43.6	24.4	10.3	7.7	5.1	6.4	3.8	6.4	3.8	5.1	
	中部	(88)	75.0	79.5	40.9	23.9	9.1	11.4	3.4	12.5	5.7	2.3	-	-	
	近畿	(110)	74.5	68.2	45.5	30.9	11.8	9.1	12.7	6.4	4.5	6.4	-	2.7	
	中四国	(101)	76.2	77.2	37.6	26.7	6.9	7.9	5.0	7.9	9.9	5.0	2.0	1.0	
九州	(103)	83.5	75.7	48.5	26.2	13.6	6.8	7.8	6.8	10.7	4.9	1.9	1.9		

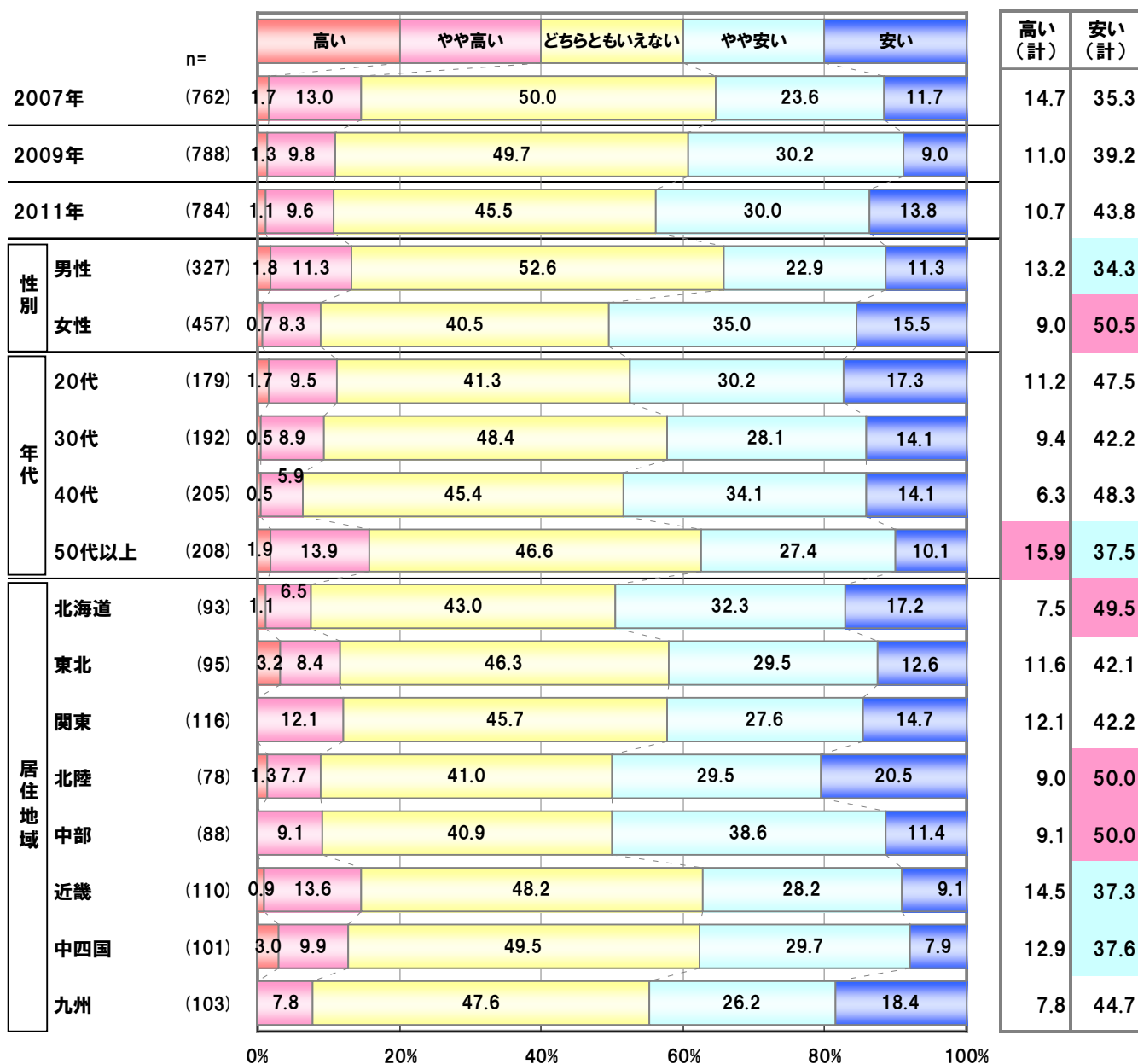
## 5.豆腐の価格感

Q-016: 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10.7%で少数派である。「安い」と感じる人は43.8%を占める。
- 女性は男性より「安い」と感じる人が多く、50.5%を占める。
- 北陸・中部では「安い」が50.0%を占める。



※豆腐を自分で購入する人ベース



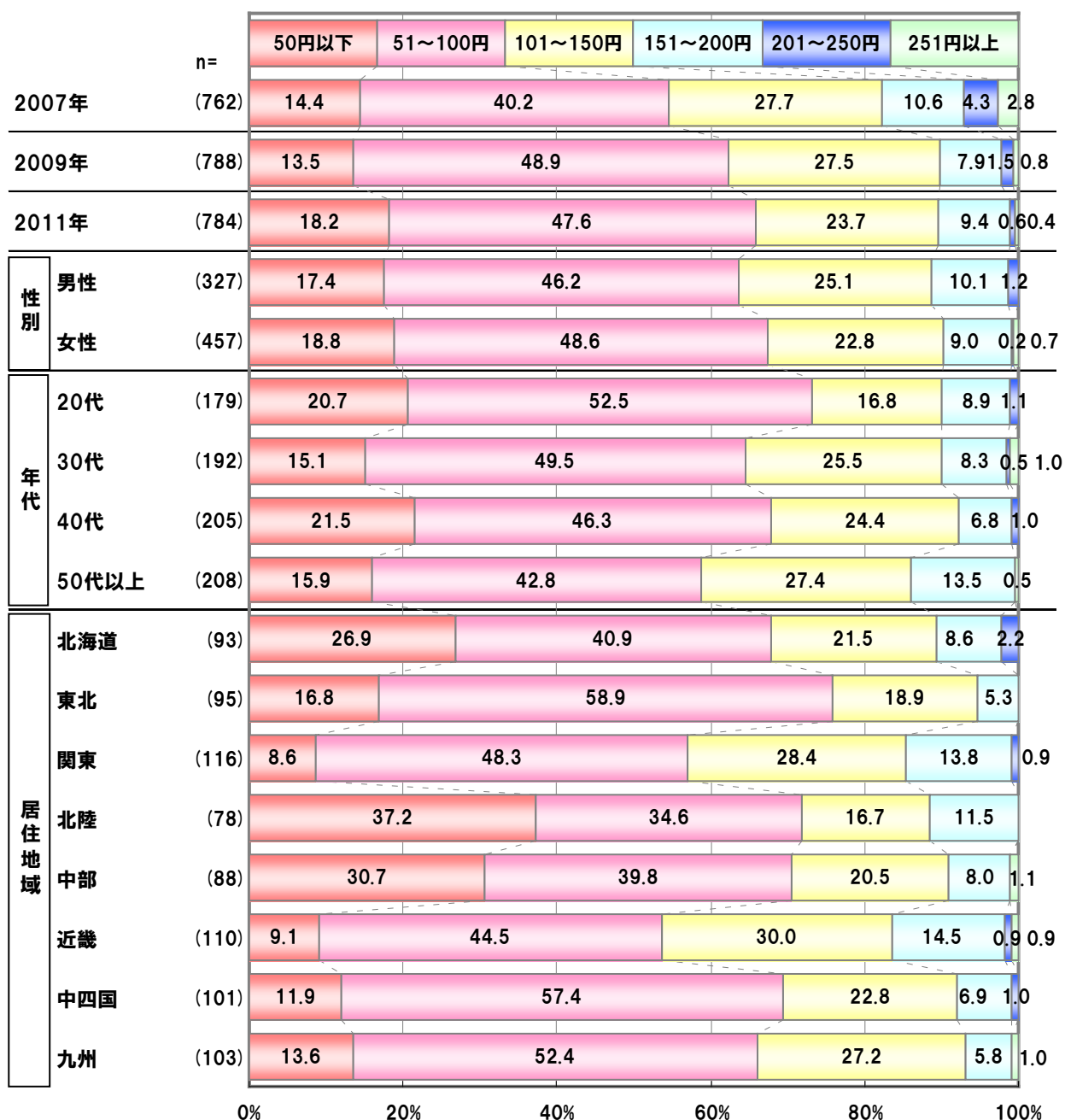
0% 20% 40% 60% 80% 100%

## 6.豆腐の購入価格

Q-017: 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47.6%で中心。次いで、「101～150円」が23.7%と続く。
- 「100円以下」は2007年比で11.2ポイントの上昇。
- 20代では「100円以下」の比率が73.2%とやや高い。(全体では65.8%)
- 北陸・中部では「50円以下」が3～4割を占める。

※豆腐を自分で購入する人ベース

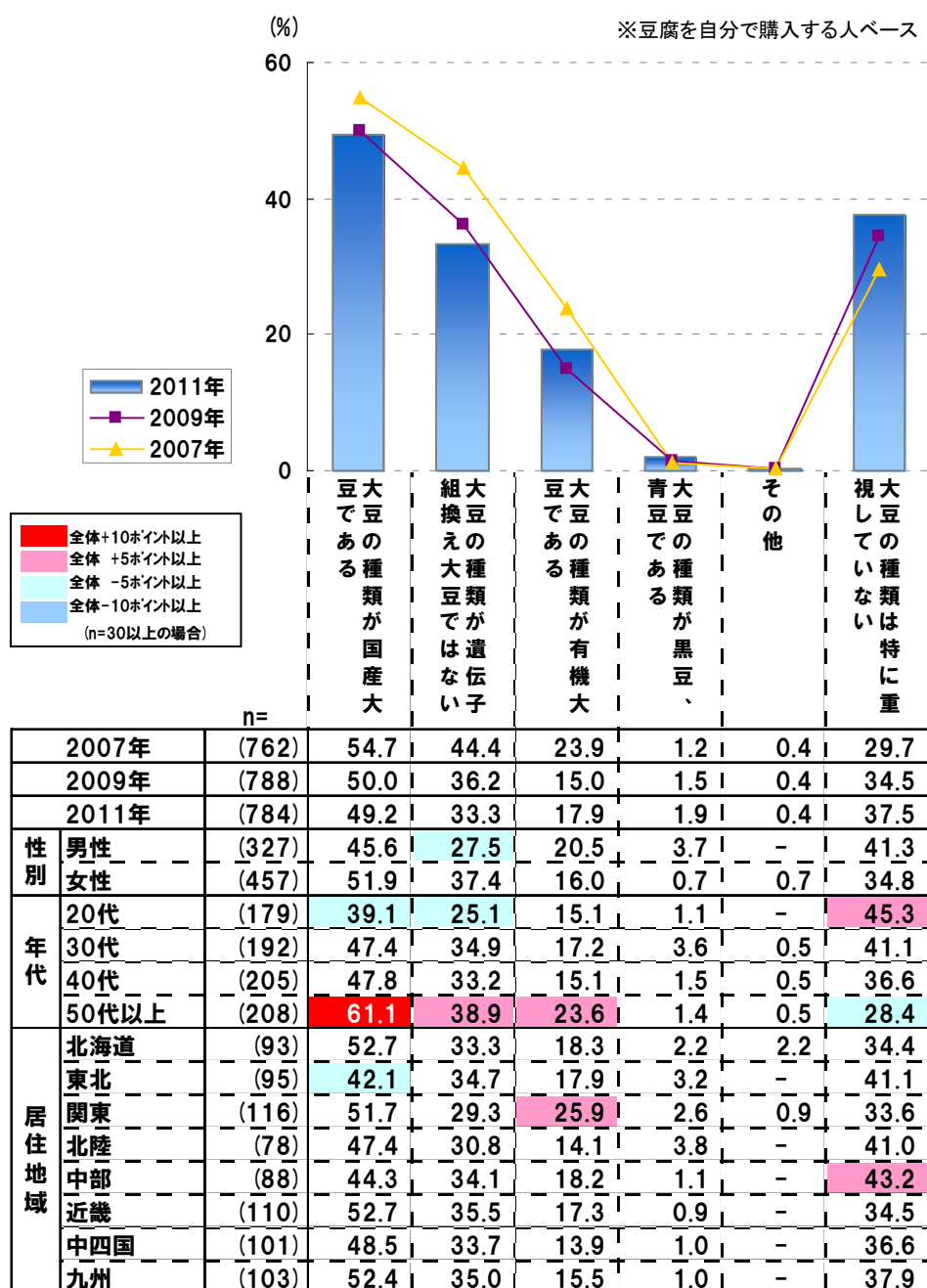


0% 20% 40% 60% 80% 100%

## 7.豆腐購入重視点

Q-018: 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]

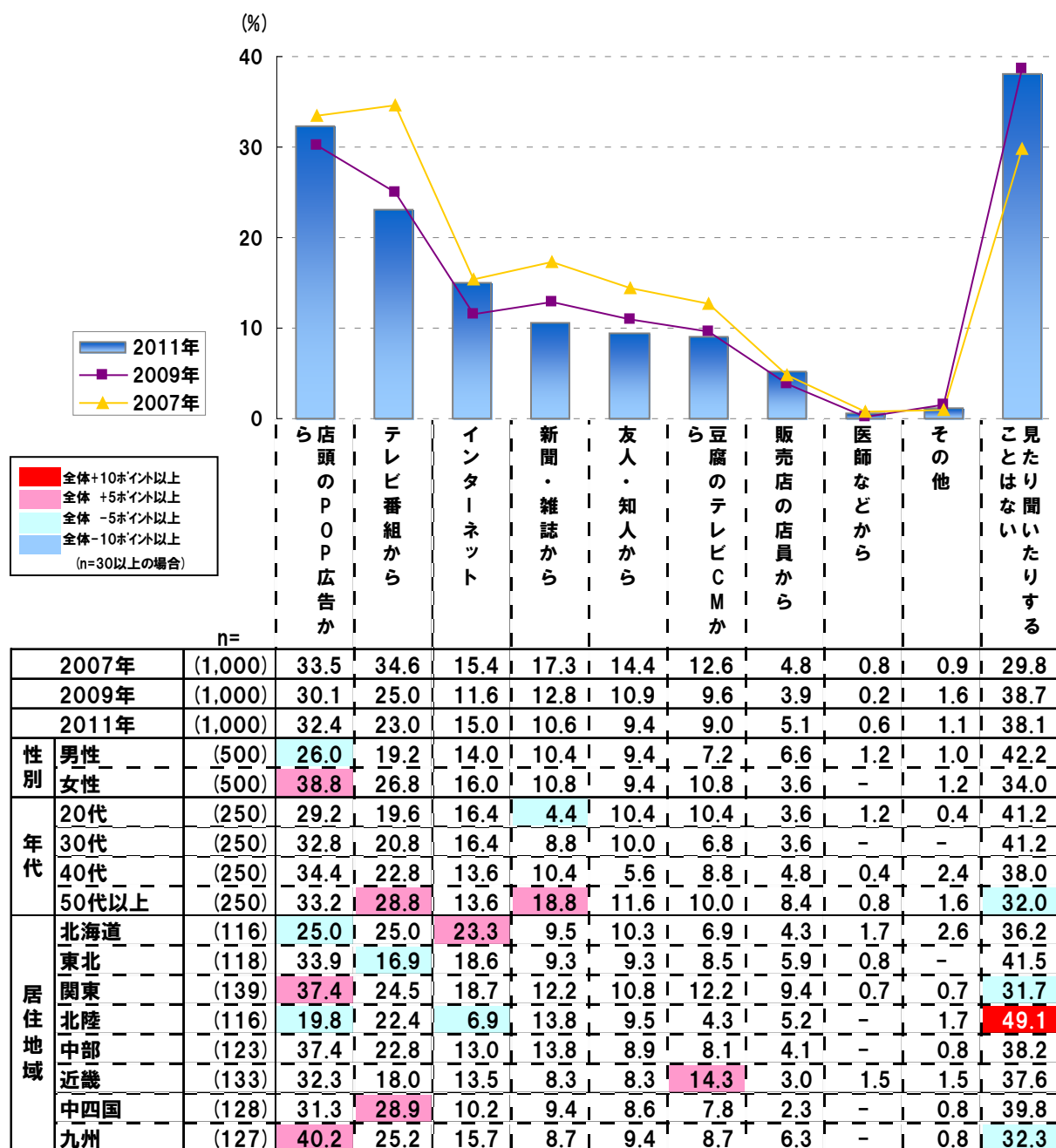
- 「大豆の種類が国産大豆である」49.2%、次いで「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」33.3%が上位にあげられている。
- 「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」は2007年比で11.1ポイントの低下。
- 女性は「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」が37.4%と男性より高い。
- 高齢層ほど「大豆の種類が国産大豆である」ことを重視しており、50代以上では6割以上にのぼる。



# 1.豆腐の情報源

Q-019: あなたは普段どのようなところから、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]

- 「店頭POP広告から」32.4%、「テレビ番組から」23.0%が、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」も約4割見られる。
- 2009年と比べて「インターネット」がわずかに増加している(11.6%→15.0%)。「テレビ番組から」は2007年比で11.6ポイントの低下。
- 女性は「店頭POP広告から」が38.8%と男性より10ポイント以上高い。
- 50代以上は「新聞・雑誌から」が2割見られる。
- 北陸では「見たり聞いたりすることはない」が5割と、他の地域と比べて高め。

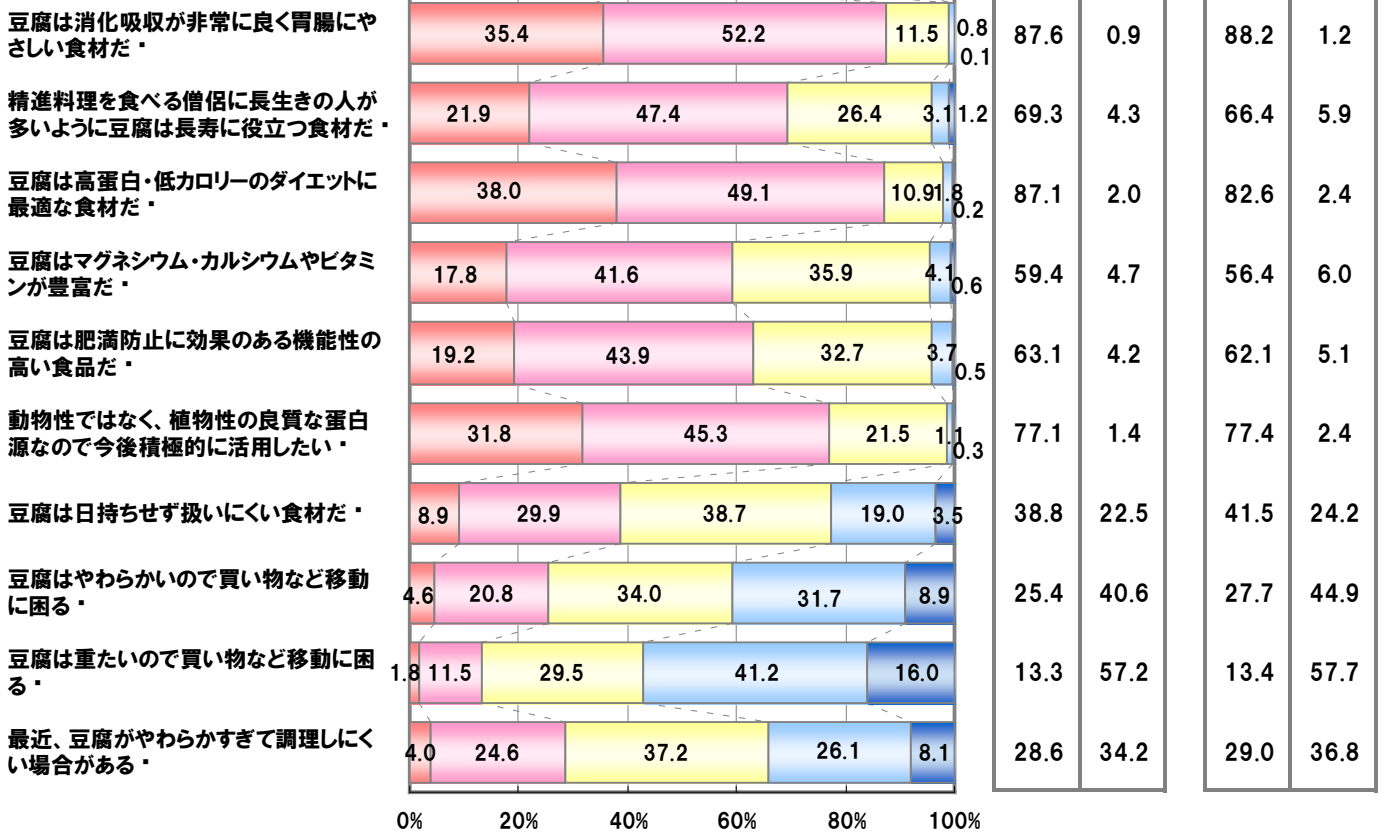


## 2.豆腐に対する意識

Q-020: 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]

- 【豆腐は消化吸収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】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。
- 2009年と比べて「豆腐は高蛋白・低カロリーのダイエットに最適な食材だ」への賛意度がわずかに上昇している(82.6%→87.1%)。

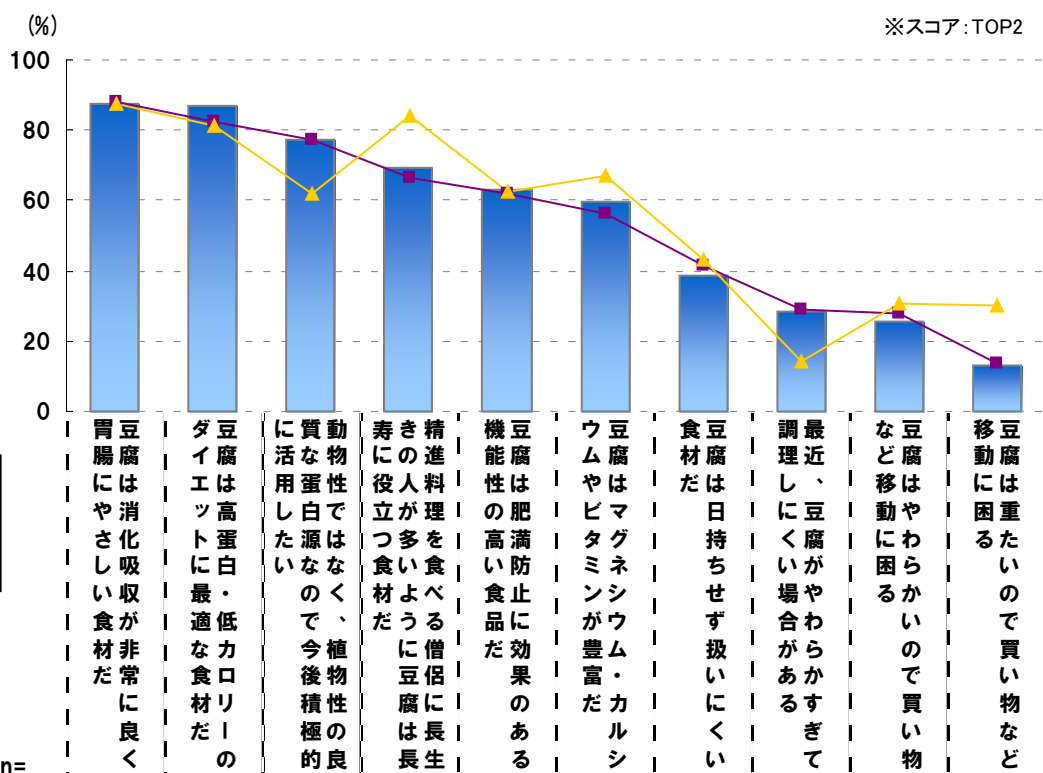
(n=1,000)



## 2-②.豆腐に対する意識(TOP2)

Q-020: 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「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」に対する賛意度が87.6%と高い。
- 東北では「豆腐はマグネシウム・カルシウムやビタミンが豊富だ」が69.5%と、他の地域と比べて高い。



■ 全体+10ポイント以上  
■ 全体 +5ポイント以上  
■ 全体 -5ポイント以上  
■ 全体-10ポイント以上  
 (n=30以上の場合)

	n	2007年	2009年	2011年	性別	年代	居住地
	(1,000)	87.4	88.2	87.6	男性	20代	北海道
	(1,000)	81.0	82.6	87.1	女性	30代	東北
	(1,000)	61.8	77.4	77.1		40代	関東
	(1,000)	84.3	66.4	69.3		50代以上	北陸
	(1,000)	62.7	62.1	63.1			中部
	(1,000)	67.2	56.4	59.4			近畿
	(1,000)	43.1	41.5	38.8			中四国
	(1,000)	14.4	29.0	28.6			九州
	(1,000)	30.8	27.7	25.4			
	(500)	84.8	92.4	90.4			
	(250)	81.2	84.0	81.2			
	(250)	86.8	85.2	85.2			
	(250)	90.8	88.0	88.0			
	(250)	91.6	91.2	87.6			
	(116)	90.5	87.1	79.3			
	(118)	89.0	93.2	83.9			
	(139)	91.4	89.9	79.9			
	(116)	82.8	79.3	73.3			
	(123)	91.1	87.8	78.9			
	(133)	84.2	85.7	73.7			
	(128)	82.8	84.4	71.9			
	(127)	89.0	89.0	76.4			