

大学生における酒類のイメージ

五島 淑子・石田佳菜絵*・小野 佑輔**・広津 理恵***
前田 綾子****・村尾 奈美*****・柏木 享*****

Images of Alcoholic Beverages among University Students

GOTO Yoshiko, ISHIDA Kanae*, ONO Yusuke**, HIROTSU Rie***,
MAEDA Ayako****, MURAO Nami*****, KASHIWAGI Susumu*****

(Received August 6, 2012)

キーワード：日本酒、ビール、焼酎、ワイン、カクテル、イメージ、大学生

はじめに

高等学校の家庭科教科書において、酒類に関する記述は、妊娠中の心身の健康管理の中で「喫煙と過度の飲酒」の危険性について述べられていること、調理実習の調味料としての記載がある¹⁾。高等学校家庭科の教科書「フードデザイン」には、嗜好飲料として「酒類の種類と特徴」の記載がある²⁾が、この教科書で学習する高校生は限られている。中学校の家庭科教科書では、現在2社については、調理実習の調味料として酒が出現している^{3) 4)}。

一方、保健体育では、小学校体育⁵⁾においては、病気の予防として喫煙、飲酒、薬物乱用が健康と損なう原因となること、中学校保健体育⁶⁾では、「健康な生活と疾病」の中で飲酒が心身に様々な影響を与え健康を損なう原因となるため適切な対処が必要であることを学習する。高等学校⁷⁾においては、飲酒と喫煙が生活習慣病の要因になることを取り上げている。

そのような状況の中で、飲酒教育を家庭科教育に導入する考え方もある⁸⁾が、ここでは食文化としての酒を考えたい。嗜好飲料は食文化の構成要素として重要であり、その中には酒類も含まれる。大学生にとってアルコールの害だけでなく、食文化として酒類の製法や飲み方、行事等の関わりを含めて、酒類に対する知識が必要と考えている。

今日、スーパーマーケットや飲食店で手軽に各種のお酒を購入できる。平成22年度における成人1人当たりの酒類販売（消費）数量は、ビール26.6L、リキュール16.9L、発泡酒9.1L、しょうちゅう（連続式蒸留および単式蒸留）8.9L、その他の醸造酒等7.8L、清酒5.7Lなど、各種の酒が販売消費されている⁹⁾。日本では世界各国の料理を食べることができ、それに合わせて各種の酒を選択することが可能である。

飲酒は20歳以上であり、20歳を過ぎてアルコール飲料を飲むことになるが、酒についてあまり知識のないまま出会うことになると考えられる。若い世代が、酒類に対してどのようなイメージを持っているかを明らかにしたいと考えた。食に対するイメージは、食生活を明らかにするひとつの方法として、筆者はこれまでも実施している^{10~13)}。また、酒類のイメージ調査は、消費者が満足する商品を提供するため、消費者の動向を取らえる調査も実施されている¹⁴⁾。

本報では、将来、酒の消費量に影響を与える年齢層である大学生を対象として、酒類のイメージ調査を行い、大学生がお酒に対してどのようなイメージを持っているのかを明らかにしたことを報告する。

* (株) 大塚製薬工場 ** (株) ナフコ *** (株) ムーンスター **** (株) 紀陽銀行 ***** (株) LEOC
***** 山口県味噌醤油協同組合

1. 目的と方法

本調査は、山口大学の学生を対象として、酒類（アルコール飲料全般）に対するイメージを明らかにすることを目的とした。酒類は、酒税法（2006年5月）では、製法等に着目して、発泡性酒類、醸造酒類、蒸留酒類及び混成酒類の4種類に分類されている。イメージ調査の対象として、発泡性酒類である「ビール」、醸造酒類から「清酒」（日本酒）と「果実酒」（ワイン）、蒸留酒類から「焼酎」、混成酒類から「梅酒」と「カクテル」を選んだ。

調査時期は、平成20年6月上旬～7月中旬。調査対象者は、山口大学に在籍する学生。調査方法は、調査票を配布しその場で記入させ回収した。371票回収（回収率は100%）し、有効回収率は78.2%（290票）であった。

調査内容は、性別や年齢などの属性、飲酒経験の有無や習慣、ビール、日本酒、焼酎、梅酒、ワイン、カクテルに対するイメージについてである。イメージ調査は、SD法に従って5段階尺度で評価した。イメージの対語として用いた用語は、学生を対象に自由記述によるイメージ調査を予備調査として実施し、それをもとに表1に示す16項目を選択した。イメージの評点データより平均値を求めたのち、主観的な項目である好き嫌いを除いた15項目で、主成分分析を行った。統計処理ソフトは、SPSS11.0Jを使用した。

2. 調査対象者の概要

- (1) 性別 調査対象者290人の内訳は、男子128人（44.1%）、女子162人（55.9%）である。
- (2) 年齢 20歳未満が187人（64.5%）、20歳以上が103人（35.5%）であった。
- (3) 飲酒経験 20歳以上の103人全員が飲酒経験があると回答した。内訳は男子39人、女子64人である。
- (4) お酒の好き嫌い 20歳以上で飲酒経験のある103人に対して、「お酒は好きか嫌いか」を尋ねた。「好き」（38.8%）が最も多く、次いで「やや好き」（33.0%）、「どちらでもない」（20.4%）であり、「やや嫌い」（4.9%）と「嫌い」（2.9%）であった。「好き」と「やや好き」を合わせると71.8%が、お酒を好きと回答した。
- (5) 飲酒頻度 20歳以上で飲酒経験のある103名全員を対象に「飲酒頻度」について尋ねた。「月に1、2日」（50.5%）が最も多く、次いで「週に1、2日」（23.3%）、「月に1日以下」（16.5%）、「週に3、4日」（6.8%）、「ほぼ毎日」（2.9%）であった。
- (6) 最もよく飲むお酒 20歳以上で飲酒経験のある103名に「最もよく飲むお酒」について尋ねた。「カクテル」（45.6%）が最も多く、次いで「ビール」（23.3%）、「梅酒」（18.4%）、「焼酎」「その他」（各4.9%）、「日本酒」（2.9%）で、「ワイン」が0.0%であった。「その他」の回答では「酎ハイ」と「発泡酒」という回答があった。

3. 酒類のイメージ

6種の酒類のイメージ（平均点）を表1に示した。以下のように特徴をまとめることができる。

ビールは、大勢でガブガブ飲む酒。

日本酒は、アルコール度数が高く、年配向き、チビチビ飲み、伝統的な酒。

焼酎は、アルコール度数が高い酒。

梅酒は、親しみやすく、おいしくて、飲みやすく、甘くて、香りがよく、好きな酒。

ワインは、高級で、おしゃれで、種類が多い酒。

カクテルは、若者向きで、おしゃれ、酒類が多く、親しみ易く、現代的な酒。

そして、おいしく、飲みやすく、甘くて、香りがよい酒。

アルコール度数が高いのは日本酒と焼酎、年配向きなのは日本酒、若者向きがカクテル、高級なのがワイン、おしゃれなのはワインとカクテル、ガブガブ飲むのはビールでちびちび飲むのが日本酒、種類が多いのはワインとカクテル、大勢で飲むのがビール、親しみやすいのが梅酒とカクテル、伝統的なのは日本酒、現代的なのはカクテル。おいしくて、飲みやすく、甘くて、香りがよくて、好きなのが、カクテルと梅酒であった。

表1 酒類のイメージ（平均値）

	ビール	日本酒	焼酎	梅酒	ワイン	カクテル
アルコール度数低い(1)－高い(5)	2.67	4.37	4.39	2.71	3.65	2.40
体に悪そう(1)－良さそう(5)	2.55	3.08	2.87	3.48	3.39	2.76
男性的(1)－女性的(5)	2.12	2.15	2.08	3.97	3.53	3.97
若者向き(1)－年配向き(5)	3.29	4.03	3.86	2.41	2.99	1.75
お手ごろ(1)－高級(5)	2.21	3.62	3.34	2.21	4.33	2.45
地味(1)－おしゃれ(5)	2.59	2.67	2.51	3.16	4.43	4.15
飛び飲み(1)－ガブガブ飲む(5)	4.04	1.94	2.10	2.83	2.15	3.12
種類が少ない(1)－多い(5)	3.10	3.74	3.71	2.40	4.35	4.54
一人で飲む(1)－大勢で飲む(5)	4.05	2.53	2.64	2.98	2.97	3.61
親しみにくい(1)－易い(5)	3.62	2.69	2.65	4.02	2.87	4.10
現代的(1)－伝統的(5)	3.23	4.17	3.81	2.91	3.06	1.86
まずい(1)－おいしい(5)	2.63	2.82	2.41	4.17	2.69	4.30
飲みにくい(1)－易い(5)	2.53	2.60	2.05	4.27	2.67	4.39
辛い(1)－甘い(5)	2.18	2.52	2.13	4.32	3.17	4.43
においがきつい(1)－香りが良い(5)	2.51	2.55	2.20	4.13	3.69	4.23
嫌い(1)－好き(5)	2.67	2.84	2.45	4.09	2.80	4.19

対象：大学生290人、後半の5項目は飲酒経験のある学生（20歳以上、103人）項目の括弧内は得点を示す。

表2 男女別にみた酒類のイメージの違い

	ビール	日本酒	焼酎	梅酒	ワイン	カクテル
アルコール度数低い(1)	2.42 **	4.26 *	4.37	2.57 *	3.53	2.31
－高い(5)	2.85	4.44	4.40	2.83	3.73	2.48
体に悪そう(1)	2.60	3.04	2.85	3.48	3.25 *	2.79
－良さそう(5)	2.51	3.12	2.89	3.48	3.50	2.73
男性的(1)－女性的(5)	2.26 *	2.19	2.13	3.76 **	3.43 *	3.80 **
	2.01	2.14	2.05	4.13	3.60	4.10
若者向き(1)－年配向き(5)	3.38	3.88 **	3.76	2.45	2.97	1.86 *
	3.24	4.14	3.93	2.39	3.02	1.67
お手ごろ(1)－高級(5)	2.31	3.43 **	3.31	2.24	4.20 *	2.60 *
	2.13	3.76	3.35	2.18	4.43	2.33
地味(1)－おしゃれ(5)	2.53	2.56	2.53	3.05 *	4.30 **	4.07
	2.62	2.76	2.49	3.25	4.52	4.22
飛び飲み(1)	3.75 **	2.15 **	2.21	2.98 **	2.21	3.16
－ガブガブ飲む(5)	4.26	1.79	2.02	2.70	2.11	3.10
種類が少ない(1)－多い(5)	3.17	3.66	3.68	2.37	4.17 **	4.45 *
	3.02	3.80	3.74	2.42	4.50	4.61
一人で飲む(1)	3.97	2.69 *	2.84 **	3.02	3.01	3.45 *
－大勢で飲む(5)	4.12	2.41	2.50	2.95	2.94	3.73
親しみにくい(1)－易い(5)	3.52	2.84 *	2.92 **	3.80 **	2.91	3.97 *
	3.70	2.59	2.45	4.20	2.85	4.20
現代的(1)－伝統的(5)	3.16	4.01 **	3.63 **	2.92	3.17	1.89
	3.28	4.30	3.94	2.89	2.98	1.85
まずい(1)－おいしい(5)	3.26 **	3.03	2.73	3.86 *	2.51	3.92 **
	2.26	2.72	2.23	4.39	2.83	4.55
飲みにくい(1)－易い(5)	2.97 *	2.89	2.19	4.00 *	2.51	4.08 *
	2.27	2.44	1.98	4.48	2.74	4.58
辛い(1)－甘い(5)	2.41 *	2.81	2.24	4.22	3.16	4.24
	2.05	2.36	2.07	4.44	3.16	4.59
においがきつい(1)	2.74 *	2.86	2.41	3.92 *	3.49	3.86 **
－香りが良い(5)	2.39	2.38	2.09	4.31	3.84	4.42
嫌い(1)－好き(5)	3.26 **	3.08	2.68	3.76 *	2.65	3.76 **
	2.31	2.69	2.30	4.30	2.90	4.44

上段：男子学生128人、下段：女子学生162人。後半の5項目は飲酒経験のある男子39人、女子64人

*p<0.05 **p<0.01 (t検定)

4. 男女別・飲酒経験別にみた酒類のイメージの違い

男女別にみた酒類のイメージの違いを表2に示した。カクテルと日本酒に対するイメージに男女の違いが多く認められた。飲酒経験のある人に聞いた項目では、男子はビールにより好ましい評価、女子は、梅酒、カクテルにより好ましいイメージを持っていた。

飲酒経験別にみた酒類のイメージの違いを表3に示した。飲酒経験の有無によってイメージの違いが認められたのはカクテルであった。

表3 飲酒経験別にみた酒類のイメージの違い

	ビール	日本酒	焼酎	梅酒	ワイン	カクテル
アルコール度数低い(1) －高い(5)	2.63 2.67	4.33 4.38	4.30 4.44	2.81 2.66	3.64 3.65	2.06 ** 2.60
体に悪そう(1) －良さそう(5)	2.58 2.54	3.38 ** 2.91	3.14 ** 2.72	3.56 3.43	3.65 ** 3.24	2.72 2.77
男性的(1)－女性的(5)	1.88 ** 2.25	2.17 2.16	2.02 2.12	4.10 * 3.89	3.64 * 3.46	4.22 ** 3.83
若者向き(1) －年配向き(5)	3.20 3.35	4.11 3.98	3.84 3.87	2.38 2.44	3.23 ** 2.87	1.62 * 1.83
お手ごろ(1)－高級(5)	2.02 * 2.32	3.57 3.64	3.13 ** 3.44	2.14 2.24	4.36 4.31	2.11 ** 2.65
地味(1)－おしゃれ(5)	2.52 2.62	2.64 2.69	2.43 2.55	3.14 3.18	4.47 4.40	3.96 ** 4.26
フビチビ飲む(1) －ガブガブ飲む(5)	4.17 3.96	1.88 1.98	2.07 2.13	2.76 2.86	2.15 2.16	3.49 ** 2.92
種類が少ない(1)－多い(5)	3.14 3.06	3.90 * 3.65	4.06 ** 3.52	2.64 ** 2.26	4.44 4.31	4.71 ** 4.44
一人で飲む(1) －大勢で飲む(5)	4.09 4.04	2.39 2.61	2.71 2.61	3.00 2.97	2.90 3.01	3.94 ** 3.42
親しみにくい(1)－易い(5)	3.85 * 3.49	2.69 2.70	2.80 2.58	4.23 ** 3.90	2.95 2.83	4.36 ** 3.95
現代的(1)－伝統的(5)	3.19 3.25	4.35 ** 4.08	3.89 3.75	2.90 2.90	3.26 * 2.95	1.78 1.91

上段：飲酒経験あり（20歳以上）103人（男子39人、女子64人）

下段：飲酒経験なし（20歳未満）187人（男子学生89人、女子学生98人）

* p < 0.05 ** p < 0.01 (t検定)

5. 酒類のイメージの主成分分析

酒類のイメージを表す成分を見つけ比較検討するために、6種類のお酒についてSD法によるイメージの平均値データを使用して、主観的な項目である「嫌い－好き」の項目を除いた15項目で主成分分析を行った。表4に固有値を示した。固有値が1以上のものが3因子あり、第2主成分までで累積寄与率が83.5%、第3主成分までで95.6%となった。表5に成分行列、図1に成分行列をプロットしたものを示した。

第1主成分は「若者向け－年配向け」「飲みにくい－飲み易い」「親しみにくい－親しみ易い」「現代的－伝統的」という項目が高いことから「親近感」と名づけた。第2主成分は「チビチビ飲む－ガブガブ飲む」「体に悪そう－体に良さそう」「お手頃－高級」の項目が高いことから「大衆性」と名づけ、第3主成分は「種類が少ない－多い」という項目から「多様性」と名づけた。

次にこの主成分軸上に酒類をプロットしたものが図2である。ここで第1軸のプラス方向は、＜親近感がある＞マイナス方向は＜親近感がない＞を表し、第2軸は、＜大衆性がない－大衆性がある＞、第3軸は＜多様性がある－多様性がない＞をそれぞれ表す。

ビールは大衆性がある酒、日本酒は親近感がない酒、焼酎は日本酒同様親近感がない酒、梅酒は多様性がなく親近感がある酒、ワインは大衆性がなくやや多様性がある酒、そしてカクテルは親近感があり多様性がある酒に位置づけられた。

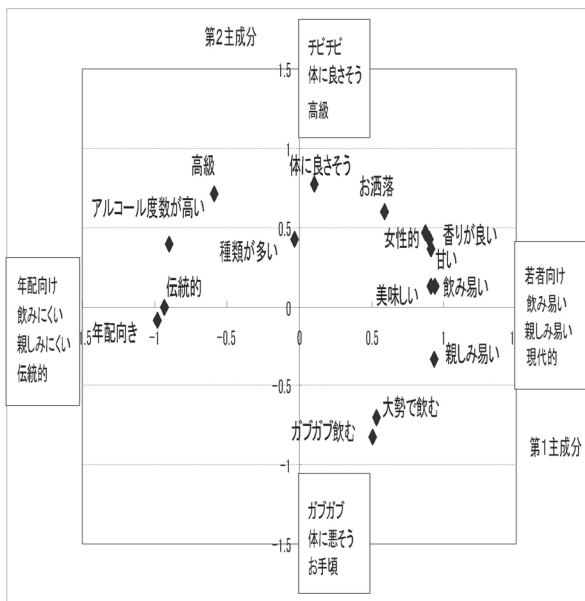
言いかえれば、大衆性がある酒はビール、大衆性のない酒はワイン、親近感があるのはカクテル、梅酒、親近感がないのが焼酎、日本酒、多様性があるのはカクテル、ワイン、多様性がないのが梅酒と位置付けられた。多様性がある酒はカクテル、多様性のない酒は梅酒であった。親近感がない酒は日本酒・焼酎であることから、学生にとって、日本の伝統的・酒である日本酒・焼酎が身近でないことがわかる。

表4 固有値

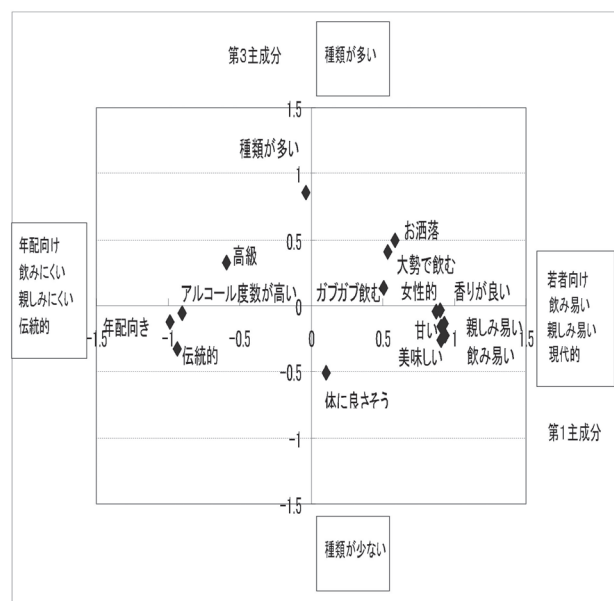
成分	初期の固有値		
	合計	分散の%	累積%
1	8.860	59.067	59.067
2	3.666	24.442	83.509
3	1.814	12.091	95.600
4	0.593	3.951	99.550
5	0.067	0.450	100.000

表5 因子負荷量

項目	成分		
	1	2	3
アルコール度数が低い(1)－高い(5)	-0.902	0.391	-0.058
体に悪そう(1)－良さそう(5)	0.103	0.777	-0.504
男性的(1)－女性的(5)	0.872	0.470	-0.045
若者向き(1)－年配向き(5)	-0.983	-0.089	-0.127
お手頃(1)－高級(5)	-0.588	0.713	0.329
地味(1)－お洒落(5)	0.587	0.601	0.496
チビチビ飲む(1)－ガブガブ飲む(5)	0.505	-0.823	0.131
種類が少ない(1)－多い(5)	-0.034	0.430	0.855
一人で飲む(1)－大勢で飲む(5)	0.534	-0.701	0.404
親しみにくい(1)－親しみ易い(5)	0.932	-0.335	-0.136
現代的(1)－伝統的(5)	-0.932	-0.009	-0.332
まずい(1)－美味しい(5)	0.909	0.130	-0.258
飲にくい(1)－飲み易い(5)	0.937	0.126	-0.229
辛い(1)－甘い(5)	0.909	0.366	-0.159
においがきつい(1)－香りが良い(5)	0.899	0.424	-0.029

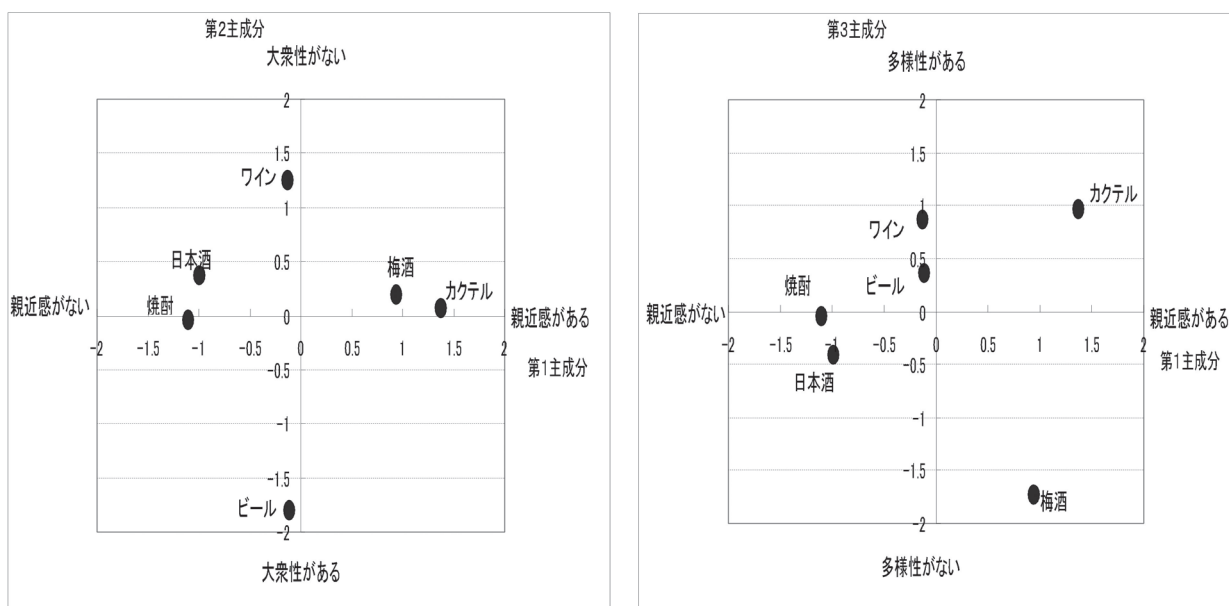


(第1主成分—第2主成分)



(第1主成分—第3主成分)

図1 因子負荷量のプロット



(第1主成分—第2主成分)

(第1主成分—第3主成分)

図2 酒類のプロット

おわりに

本調査を通して、SD法によるイメージ調査を行い、大学生が持つビール、日本酒、焼酎、梅酒、ワイン、カクテルのイメージを明らかにした。ビールは、大勢でガブガブ飲む酒。日本酒は、アルコール度数が高く、年配向き、チビチビ飲み、伝統的な酒。焼酎は、アルコール度数が高い酒、梅酒は、親しみやすく、おいしくて、飲みやすく、甘くて、香りがよく、好きな酒。ワインは、高級で、おしゃれで、種類が多い酒。カクテルは、若者向きで、おしゃれ、酒類が多く、親しみ易く、現代的な酒。そして、おいしく、飲みやすく、甘くて、香りがよい酒。であった。

次に、主成分分析により「親近感」「大衆性」「多様性」の3つの因子を抽出した。ビールは大衆性がある酒、日本酒は親近感がない酒、焼酎は日本酒同様親近感がない酒、梅酒は多様性がなく親近感がある酒、ワインは大衆性がなくやや多様性がある酒、そしてカクテルは親近感があり多様性がある酒に位置づけられた。

食文化の中で嗜好飲料のひとつである酒の果たす役割は大きい¹⁵⁾。酒は日常の飲み物であるとともに、年中行事や伝統的な行事で重要な役割を担っている。小学校、中学校、高等学校において、飲酒が健康を損なう原因となることや生活習慣病の要因になることの学習を行うとともに、家庭科教育において、食文化として酒類が重要な食品であることを学習することが大切であると考えられる。

アンケート調査に快くご協力頂きました山口大学の学生皆様に感謝いたします。

本報告の一部は、日本調理科学会平成21年度大会（同志社女子大学）で発表した。

引用文献

- 1) 新家庭総合, 大修館書店, 67, 平成22年4月1日.
- 2) 新フードデザイン, 実教出版, 83, 平成22年1月25日.
- 3) 新編新しい技術・家庭 家庭分野, 東京書籍, 50 (魚の煮つけ), 平成23年2月10日.
- 4) 技術・家庭 家庭分野, 開隆堂, 116 (さばのみそ煮), 126 (筑前煮), 平成24年2月10日.
- 5) 文部科学省: 小学校学習指導要領解説 体育編, 80, 平成20年6月.
- 6) 文部科学省: 中学校学習指導要領解説 保健体育編, 154, 平成20年7月.
- 7) 文部科学省: 高等学校学習指導要領, 73-74, 平成21年3月.
- 8) 三浦鏡子・藪有香里: 飲酒教育を家庭科教育に導入することの検討, 富山大学教育学部紀要, 58,

223-230, 2004 (平成16) .

- 9) 国税庁HP：酒のしおり（平成24年3月），付表 酒類販売（消費）数量の推移，<http://www.nta.go.jp/index.htm>
- 10) 大下市子・山本友江・五島淑子：調理済み・半調理済み食品の利用とそのイメージ—大阪・広島・山口に在住する学生の家族の調査—，栄養学雑誌，47（6），7-16，1989.
- 11) 五島淑子・小田美代子・富重妙子：山口県におけるすしの喫食状況とそのイメージ—郷土料理「角ずし」との比較—，山口大学教育学部研究論叢，45，第1部，15-25，1995.
- 12) 五島淑子・金津慎子：大学生における鯨料理の喫食経験とイメージ—1982年以後生まれを対象として—，山口大学教育学部論叢，57，第1部，77-83，2008.
- 13) 五島淑子：大学生における米飯・パン・スパゲッティのイメージ，食生活研究，22（5），37-44，2002.
- 14) 綿谷倫子：酒のイメージ調査の統計解析，吉澤正・芳賀敏郎編『多変量解析事例集第2集』，日本科学技術連盟，103-118，1992.
- 15) 江原絢子・石川尚子編著：『日本の食文化』アイ・ケイ コーポレーション，78-79，142，2009.