

大学生における日本酒への関心

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*****

Interest in Sake among University Students in Yamaguchi

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

(Received September 28, 2012)

キーワード：日本酒、嗜好、大学生、質問紙調査、試飲調査

はじめに

酒は食文化を構成する要素のひとつであり、日常の食事だけでなく、年中行事や宴会などで重要な役割を担ってきている。たとえば1月1日元旦の屠蘇酒、3月3日上巳の節句の白酒、5月5日端午の節句のしょうぶ酒、9月9日重陽の節句の菊酒など、行事に固有の酒が用いられる。また、日常の調理で調味料として、味噌、醤油、酢、砂糖などとともに、日本酒、みりんが使用されている。

日本酒の販売（消費）数量は、1980（昭和55）年 1,504千kL、1990（平成2）年、1,373千kL、2000（平成12）年 977千kL、2010（平成22）年 589千kLと減少している（国税庁 HP 2012）。日本酒の消費量が減少している原因としては、ビールやウイスキーなど日本酒以外の酒の消費が伸びていること、日本人の食生活の変化に伴い、日本酒に合う食事になっていないということなどが言われている。日本酒が日本の食文化の一部であることを考えれば、若者が日本酒をどのように考え、消費者としての若者の嗜好を明らかにすることが重要である。

筆者らは、大学生を対象として酒類のイメージ調査を行い報告した（五島他 2012）。その中で、大学生が日本酒に対して、アルコール度数が高く、年配向き、チビチビ飲み、伝統的な酒というイメージを持っていることを明らかにした。また、日本酒は焼酎とともに親近感のない酒であった。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、日本酒に対する実態調査と試飲調査を実施したので報告する。

1. 日本酒に対する大学生の実態

1-1 目的と方法

(1) 調査目的 大学生の日本酒に対する実態を明らかにすることを目的にした。

* (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

- (2) 調査時期及び調査対象 調査時期は2008(平成20)年6月上旬～7月中旬。
対象者は山口大学の学生353名。
- (3) 調査方法 質問紙による自己記入方式。調査票を配布し、その場で記入させ回収した。
回収率は100%、有効回答数は325名(男子147名、女子178名)(有効回答率92.1%)。
うち20歳以上は116人であり、全員飲酒経験があった。
- (4) 調査内容 性別、年齢などの属性、飲酒経験や日本酒に対する関心など。分析にはSPSS11.0Jを用いた。

1-2 酒類の中での日本酒の位置づけ

酒類の中での日本酒の位置づけを明らかにするため、「お酒と聞いて一番始めに思い浮かべるお酒は何か」を質問した。男子学生は、ビール(72.8%)について日本酒(13.6%)であった。女子学生はビール(63.5%)、ついで日本酒(17.4%)、カクテル(10.7%)であった。男女ともに、日本酒はビールについて思い浮かべられる酒であった(表1)。

酒を飲んだことのある学生(116人)に「最も好きなお酒は何か」と質問した結果(表2)、男子学生は、ビール(37.2%)が最も多く、ついでカクテル(25.6%)、梅酒(18.6%)であった。一方、女子学生は、カクテル(60.3%)、ついで梅酒(21.9%)であった。最も好きな酒に日本酒を挙げる学生は男子で4.7%、女子で4.1%であり、5%未満であった。

表1 一番に思い浮かべる酒

	男		女	
	(人)	(%)	(人)	(%)
ビール	107	72.8	113	63.5
日本酒	20	13.6	31	17.4
焼酎	7	4.8	6	3.4
梅酒	3	2.0	4	2.2
ワイン	2	1.4	0	0.0
カクテル	4	2.7	19	10.7
その他	4	2.7	5	2.8
合計	147	100.0	178	100.0

表2 最も好きな酒

	男		女	
	(人)	(%)	(人)	(%)
ビール	16	37.2	3	4.1
日本酒	2	4.7	3	4.1
焼酎	2	4.7	2	2.7
梅酒	8	18.6	16	21.9
ワイン	1	2.3	2	2.7
カクテル	11	25.6	44	60.3
その他	3	7.0	3	4.1
合計	43	100.0	73	100.0

自分でよく購入するお酒に当てはまるもの全てを選んでもらうと(表3)、カクテル、梅酒、ビールがよく購入されており、日本酒をよく購入する学生は男子9.3%で少なかった。

日本酒を飲む頻度を男女別にみると(表4)、「ほとんど毎日」「週3、4日」「週1、2日」を合わせて、男子で13.9%、女子で9.6%であった。女子学生の4割は「飲まない」と回答した。日本酒を飲んでいてと答えた学生75人に、日本酒を飲む場所を質問した

表3 自分でよく購入する酒

	男(43人)		女(73人)	
	(人)	(%)	(人)	(%)
ビール	20	46.5	8	11.0
日本酒	4	9.3	1	1.4
焼酎	5	11.6	1	1.4
梅酒	14	32.6	21	28.8
ワイン	3	7.0	0	0.0
カクテル	17	39.5	46	63.0
その他	7	16.3	18	24.7

結果、「居酒屋」(49.3%)が最も多く、ついで「家」(25.3%)、「友人宅」(21.3%)であった。

1-3 日本酒の嗜好と実態

日本酒を飲んでいる学生(75人)を対象に、日本酒の好き嫌いを質問した。「好き」(22.7%)と「やや好き」(30.7%)をあわせるとほぼ半数を占めていた。逆に「嫌い」(14.7%)と「やや嫌い」(13.3%)を合わせると、約3割が日本酒を好んでいなかった。「どちらでもない」は18.7%であった。

日本酒の好き嫌いの理由(自由記述)を尋ねると、「好き」の主な理由は、「飲み易い」が最も多く、ついで「香りがよい」「甘い」であった。「嫌い」の主な理由は「おいしくない」「においがきつい」「辛い」などであった。すなわち、日本酒が好きな人と嫌いな人では味や香りに関して逆の捉え方をしていた。

日本酒を購入したことがある学生(45人)を対象に、購入時の形状・重視する点を尋ねた。日本酒の購入時の形状は、「ビンで購入する」最も多く6割を占めた(表5)。購入時に重視する点(表6)は、値段、デザイン、種類、銘柄の選択肢のうち、「銘柄」を重視するが約4割であった。これらのことから、こだわりをもって日本酒を選んでいることが伺えた。

表4 日本酒を飲む頻度

	男		女	
	(人)	(%)	(人)	(%)
ほとんど毎日	1	2.3	0	0.0
週3、4日	0	0.0	1	1.4
週1、2日	5	11.6	6	8.2
月2、3日	11	25.6	11	15.1
月1日以下	16	37.2	24	32.9
飲まない	10	23.3	29	39.7
飲んだことがない	0	0.0	2	2.7
合計	43	100.0	73	100.0

表5 日本酒の購入時の形状

	(人)	(%)
ワンカップ	4	8.9
紙パック	11	24.4
ビン	27	60.0
その他	3	6.7
合計	45	100.0

表6 日本酒の購入時に重視する点

	(人)	(%)
値段	12	26.7
デザイン	2	4.4
種類	12	26.7
銘柄	17	37.8
その他	2	4.4
合計	45	100.0

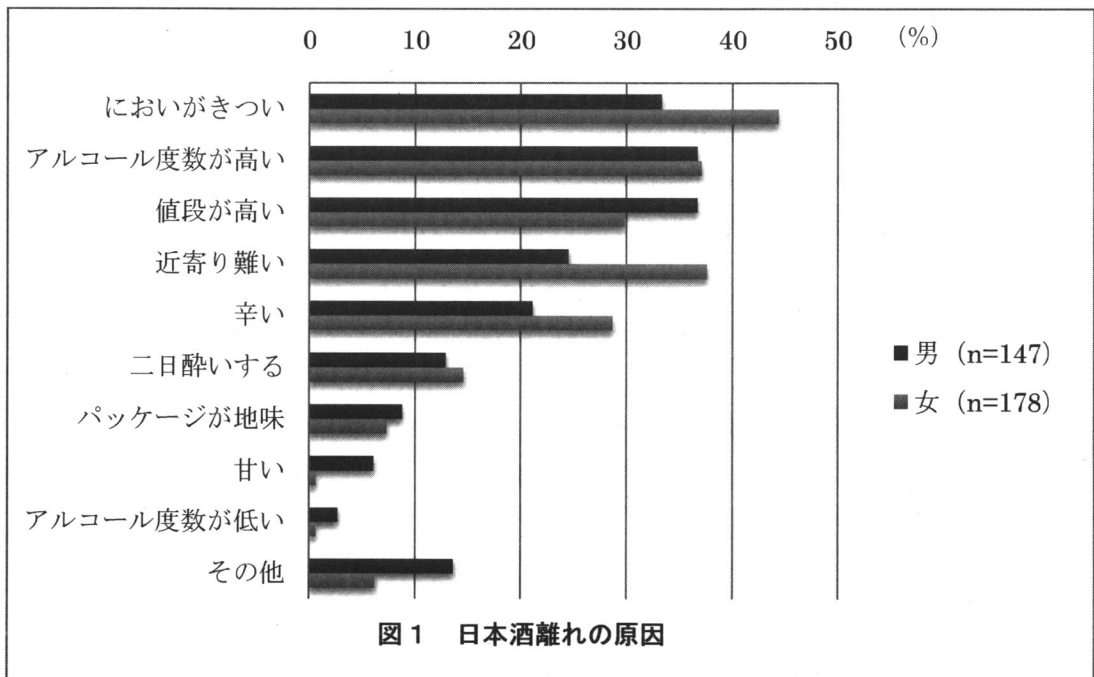
1-4 日本酒への関心

大学生は日本酒についての知識が多くないと考えられるため、「日本酒の歴史」「種類」「銘柄」「飲み方」「製造法」「料理に合う日本酒」についての関心を質問した。「詳しく知りたい」「少し知りたい」と回答した関心の高い項目は、「料理に合う日本酒」(71.0%)が最も高く、ついで「日本酒の飲み方」(60.9%)「日本酒の種類」(55.8%)の順であった。一方、「日本酒の歴史」「日本酒の製造法」については関心を示した人が3割程度で少なかった(表7)。

男女別にみると、女子学生の方が、「料理にあう日本酒」「日本酒の飲み方」に関心が高いこと、20歳未満より20歳以上の方が「日本酒の種類」への関心が高いことが分かった。

表7 日本酒への関心 全体325人（男子147人、女138人）（20歳以上116人、20歳未満209人）（%）

	詳しく知りたい		少し知りたい		どちらでもよい		知りたくない		知っている	
日本酒の歴史	8.8		26.6		53.8		9.9		0.9	
男 女	11.6	5.6	21.8	30.9	49.7	56.7	15.6	6.2	1.4	0.6
20歳以上 20歳未満	10.3	7.2	32.5	23.6	51.3	54.8	5.1	13.5	0.9	1.0
日本酒の種類	13.2		42.6		35.7		7.0		1.5	
男 女	16.3	10.7	38.8	43.8	29.3	42.1	12.9	2.8	2.7	0.6
20歳以上 20歳未満	13.7	13.0	48.7	37.5	29.9	39.9	4.3	9.1	3.4	0.5
日本酒の銘柄	12.3		37.4		38.9		7.6		3.8	
男 女	17.0	7.9	27.9	44.9	36.7	41.6	11.6	4.5	6.8	1.1
20歳以上 20歳未満	12.0	12.0	43.6	33.7	33.3	42.8	6.0	8.7	5.1	2.9
日本酒の飲み方	21.3		39.6		30.7		5.8		2.6	
男 女	25.2	18.5	32.0	44.9	32.0	30.3	8.8	3.9	2.0	2.2
20歳以上 20歳未満	25.6	19.2	34.2	41.8	33.3	29.8	2.6	8.2	4.3	1.0
日本酒の製造法	9.1		29.3		49.6		7.0		5.0	
男 女	8.8	9.6	29.3	30.3	42.9	53.9	11.6	3.4	7.5	2.8
20歳以上 20歳未満	8.5	9.6	38.5	25.0	43.6	51.9	2.6	9.6	6.8	3.8
料理にあう日本酒	23.7		47.3		24.6		3.2		1.2	
男 女	23.1	24.2	45.6	48.9	23.1	25.8	6.8	0.6	1.4	0.6
20歳以上 20歳未満	24.8	23.1	47.0	47.6	23.9	25.0	2.6	8.3	1.7	0.5



日本酒離れが進む原因として考えられるものを選択肢から選んだ結果（複数回答）を図1に示した。「においがきつい」「アルコール度数が高い」「値段が高い」の3つが大きな理由といえる。特に女子学生は、男子学生に比べて「においがきつい」「近寄り難い」「辛い」が多いのが特徴である。「その他」の項目では「他の種類のお酒の方が良いから」「日本酒のことを知らない（良い日本酒を知る機会が少ない）から」「アルコール自体が好まれなくなっているから」「年輩の人が飲むイメージだから」などの記述があった。

今後日本酒を飲みたいと思うかという質問については、日本酒を飲みたいと「思う」が98人（30.2%）、「わからない」が107人（32.9%）、「思わない」が120人（36.9%）で、ほぼ3分された。

その理由を尋ねると、日本酒を飲みたいと「思う」は、「おいしい、おいしそう、好き」「（飲んだことがないから）1度は飲んでみたい、いろいろ試してみたい」や「日本のお酒だから」という日本の文化を大切にしている回答もあった。「わからない」と答えた人は、「自分からは飲まない」「飲んだことがない」など、日本酒のことをまだよく知らないという回答があった。日本酒を飲みたいと「思わない」のは、「おいしくない」「アルコール自体がダメ」など、日本酒または酒そのものが苦手だからという理由であった。

2. 大学生による日本酒の試飲調査

2-1 調査目的および方法

若者が好む日本酒を検討するために、4種類の日本酒を用いて試飲調査を行った。

- (1) 調査目的 大学生がどのような日本酒を好む傾向があるのかを明らかにする。
- (2) 調査時期及び調査対象 平成20年12月10～12日の3日間。対象者は、山口大学の試飲調査を希望する学生102名。内訳は男子学生48名、女子学生53名。無記入1名。
- (3) 調査方法及び調査内容

調査方法は、種類の異なる4種類の日本酒を試飲し、質問紙に評価を自己記入するものである。場所は山口大学教育学部の食物調理科学教室。室温は平均20℃、日本酒の温度は平均6℃。調査に用いるものがアルコール飲料のため、被験者には調査の前にまず同意書を記入してもらう。同意書の内容で、20歳以上であること、また試飲調査後に自動車や自転車の運転をしないことを確認した。さらに、試飲調査の注意事項として、「4種類の日本酒は順不同で飲んでよい」「口に含んだ日本酒はそのまま飲み込んでも、吐き出してもよい」「グラスに入った日本酒はどれだけ飲んでよいが、それ以上量を増やすことはできない」「気分が悪くなった場合すぐに調査を中断できる」ことを被験者に伝えた。

試飲に用いた日本酒は4種類で、日本酒を飲み慣れていない大学生にとって味や香りの差が分かりやすい酒を選んだ。また製造年月の差による品質の差をなくすため、種類ごとに製造年月が同じものを用いた。

注意事項の説明を行った後、質問紙と種類の異なるAからDの日本酒を透明なグラスにそれぞれ大きさ1杯（15mL）入れ、配布した（写真1）。なお、日本酒をグラスに入れる際は、被験者が日本酒のビンの色から先入観をもつことがないように、その様子が見えないように作業を行った。その後、被験者は各自にAからDの日本酒の試飲を順不同で行い、質問紙に各日本酒についての評価と、どの日本酒が一番好きかを記入した。試飲調査に用いた4種類の山口の地酒を表8に示す。

同意書

これから皆さんに日本酒を飲んでいただく嗜好調査をいたします。
この調査の結果は全て統計数値として扱いますので、個人を特定できるものではありません。

調査結果を研究発表で使用させていただく場合があります。
アルコール飲料なので、二十歳未満の方はご遠慮ください。

また、調査後の車及び自転車の運転はおやめください。

ご本人の意思によりいつでも調査を中断できます。

※ どちらかに○をつけてください。

上記の内容を理解した上で調査に(参加します・参加しません)

実地日 年 月 日

山口大学教育学部生活健康科学コース(食物学研究室)

4年 石田佳菜絵 小野佑輔 広津理恵 前田綾子 村尾奈美

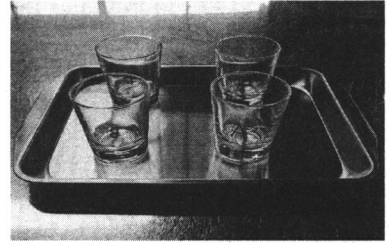


写真1

表8 試飲調査に用いた日本酒

銘柄	種類	アルコール分	原材料名	内容量	価格	精米歩合	製造元
A 獺祭 (だっさい)	純米大吟醸	16.0度以上 17.0度未満	米・米麴	720ml	2238円	39%	旭酒造 (岩国市)
B カネナカ	純米酒	15.0度以上 16.0度未満	米・米麴	720ml	1286円	麴米55% 掛米60%	中島屋酒造場 (周南市)
C ねね	発泡純米酒	6.0度未満	米・米麴	300ml	714円	70%	酒井酒造 (岩国市)
D 花なら つぼみ	純米酒 (桜の酵母を 用いたお酒)	4.0度以上 7.0度未満	米・米麴	720ml	1575円	70%	酒井酒造 (岩国市)



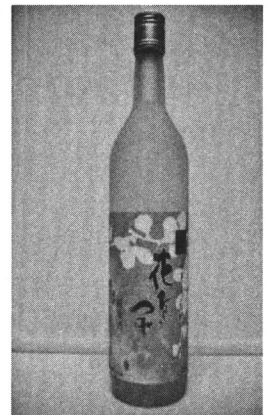
A



B



C



D

2-2 試飲調査の結果

A～Dの4種類の中で、最も好きな日本酒は、A（純米大吟醸）が34.3%と最も多く、次いでD（「桜の酵母を用いた純米酒」）が31.4%、C（発泡純米酒）29.4%、B（純米酒）が4.9%であった。

最も好きな日本酒別に、男女の内訳を示した。Aは男子学生が6割で過半数を占めていた（表9）。一方Cは女子学生が約6割、Dは女子学生が7割で女子学生に好まれていた。

表9 好きな日本酒別にみた男女の内訳

	男		女	
	(人)	(%)	(人)	(%)
A (35人)	22	62.9	13	37.1
B (5人)	4	80.0	1	20.0
C (30人)	13	43.3	17	56.7
D (31人)	9	29.0	22	29.0

表10 好きな日本酒別にみた飲酒頻度の内訳

	週3、4日		週1、2日		月2、3日		月1日以下		飲まない	
	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	(%)
A (35人)	1	2.9	8	22.9	8	22.9	12	34.3	6	17.1
B (5人)	0	0.0	2	0.0	2	40.0	0	0.0	1	20.0
C (30人)	0	0.0	2	6.7	13	43.3	7	23.3	8	26.7
D (31人)	1	3.2	1	3.2	6	19.4	13	41.9	10	32.3

最も好きな日本酒別に、日本酒の飲酒頻度を示した（表10）。Aは普段日本酒を比較的飲んでいる人に、Dは普段あまり日本酒を飲まない人に好まれるということがわかった。

日本酒4種類の嗜好評価を表11に示した。「香り」「味」「飲み易さ」「好み」の項目別では、Aは香りが良く、甘く、飲み易く、好まれる酒であった。

Bは、香りはやや良くないと感じる人が多く、やや辛く、飲みにくく、そのためやや嫌いと感じる人が多く、山口大学生には好まれない酒であった。Cは、香りはやや良く、やや甘く、飲み易く、好まれる酒であった。Dは、香りがやや良く、甘く、飲み易く好まれるお酒であった。非常に甘さを感じるお酒である。そのため、甘さが苦手な人にはあまり好まれないと考えられる。

これらより、全体的に好まれるお酒は、程よい甘さと香りの良さを兼ねそろえたものであると言えた。

おわりに

本研究では、日本酒の消費量が減少している現在、若者が日本酒をどのように接し、どのよ

表11 試飲調査での嗜好評価（平均）

	A	B	C	D
香りが良くない(1) -香りが良い(5)	3.91	2.95	3.24	3.23
辛い(1) -甘い(5)	3.51	2.58	3.66	4.29
飲みにくい(1) -飲み易い(5)	3.98	2.62	3.96	4.22
嫌い(1) -好き(5)	3.69	2.44	3.70	3.58

うな日本酒を好むかを検討するために、山口大学の学生を対象に日本酒の実態に対するアンケート調査および試飲調査を実施した。

アンケート調査では、大学生にとって、お酒といえばビールについて日本酒であり、認知度は高かったが、あまり好まれておらず、頻繁に飲まれることもなかった。日本酒への関心では「料理にあう日本酒」「日本酒の飲み方」「日本酒の種類」が高かった。試飲調査の結果、甘口で、香りの良い日本酒が好まれた。

平成20年2月に実施された『酒類に関する国民ニーズ調査』（倉光潤一 2012）では、14年度調査と比較して清酒に対する興味が低下していること、最も興味ある酒類の関心分野が、清酒では「成分・品質」について「きき酒・飲み方」であったことを報告している。

英国に住む人々に対してのマーケティング調査（日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品企画課 2012）では、日本酒のイメージは「温めて/熱燗で飲む」「アルコール度数が高い」という回答が多かったこと、普段の日本酒の飲み方は予想外に「冷やして」「室温」という回答が多く、「熱燗」や「温めて」ではなく、熱燗以外の飲み方が浸透していたこと。一方具体的に、味覚の点で日本酒の好きな特徴として「Fruity（フルーティー）」「Clean（すっきりさ）」「Sweet（甘味）」などが上位であったことなどが報告されている。

また日本酒の消費動向に関する国税庁の調査報告（国税庁課税部酒税課 1999）によると、日本酒が飲まれなくなっている理由は20歳代では「値段が高いから」、「アルコール度数が高いから」であった。どのような日本酒を飲んでみたいのかという質問に対しては、20歳代で「甘口の清酒」「フルーティーな清酒」が多かった。

これらの報告を踏まえると、初めて接する日本酒としては、甘口でフルーティーなものが好まれ、「成分・品質」や「きき酒・飲み方」について関心があるといえる。なお、今回の調査において「口当たりの良さ」「様々な料理に合う」「フルーティー」や「すっきりさ」については、質問項目を設けていなかったことが、今後の課題である。

今日、各国の食文化に対する関心が高まり、健康に対する意識が変化しているなど、大学生を取り巻く状況にも変化がある。また、日本酒の種類も多様化しており、今回調査に用いた「ねね」のような発泡性のある酒や、アルコール度数の低い酒なども店頭に並んでいる。試飲調査の協力学生の中には、発泡性のあるお酒や、甘みのある日本酒を飲んで驚いている人が多くみられた。学生は日本酒に「年配向きで、親しみにくい」などのイメージを持っていた。日本酒と清酒が同じであることを知らないことや、日本酒に清酒と焼酎が含まれると誤解していることも経験する。日本酒が日本の食文化の一部であることを考えれば、日本酒の特徴や製造方法などの講義を大学教育等でも取り入れることが必要であると考えている。

日本酒の消費量は減少している傾向にある。学生の興味関心は低く、味も好まれているとはいえない。このままであれば、日本酒の消費量は今後も減少していくことが予測される。今回の調査を踏まえると、すでに一部は全国的な取り組みが行われているが、日本酒の度数を下げる、甘い方向へ開発する、価格を下げて購入しやすくする、新しい香りをもつ日本酒の開発をするなどの取り組みをすることに、今後の消費拡大への可能性があると考えられる。

アンケート調査ならびに試飲調査にご協力いただきました山口大学の学生に感謝いたします。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

- 倉光潤一・宇都宮仁・橋爪克己 2012『酒類に関する国民ニーズ調査（平成20年2月実施）酒類総合研修書報告』180、57-72
- 国税庁HP 2012 「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>
- 国税庁課税部酒税課 1999 『「清酒製造業の健全な発展に向けた調査研究」に関する報告書（平成17年11月）』
- 国税庁 <http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/kasseika/hokoku/01.htm>
- 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 2012「大学生における酒類のイメージ」、山口大学教育学部教育実践総合センター研究紀要、34巻、9-15
- 日本貿易振興機構（ジェトロ）農林水産・食品企画課ジェトロ・ロンドン事務所 2012『英国における日本食及び日本酒に対する消費者意識調査』日本貿易振興機構（ジェトロ）