

# 「豆腐に関する調査」 調査結果報告書

---

---

2013.9

## ■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

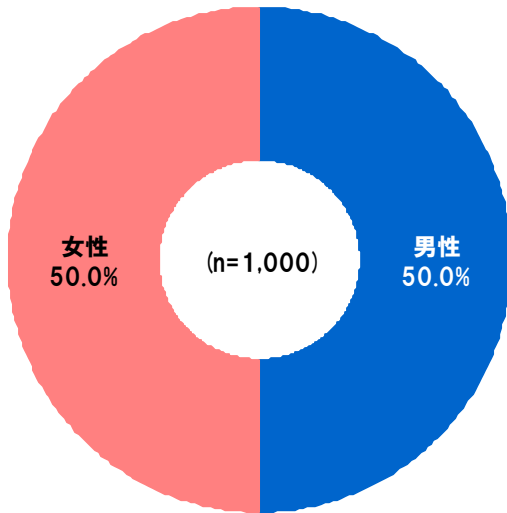
調査手法 インターネット調査

調査実施期間 2013年9月11日(水)～9月13日(金)

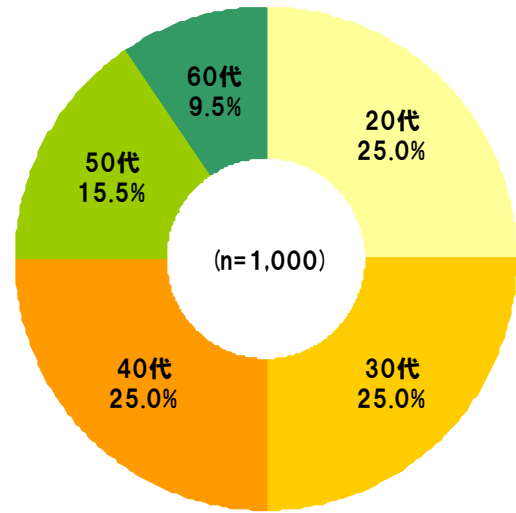
表記上の留意点 数表中、全体より10%以上高い数値を赤色、全体より5%以上高い数値をピンク色で、10%以上低い数値を青色、5%以上低い数値を水色で塗りつぶした。

## ■対象者プロフィール

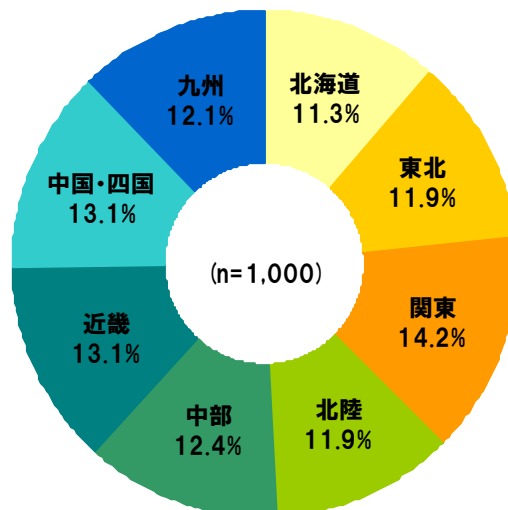
性別



年齢



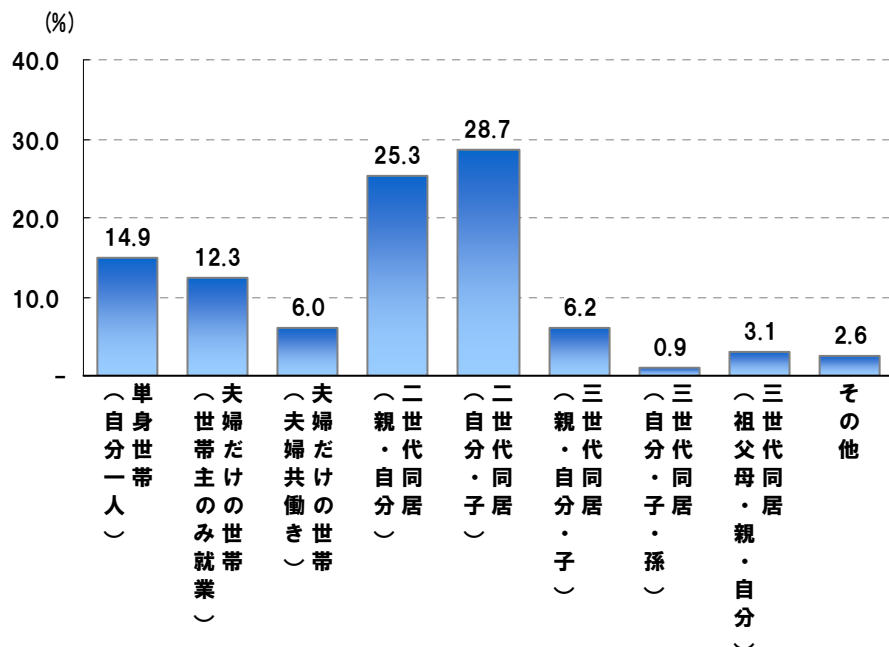
地域



## ■対象者プロフィール

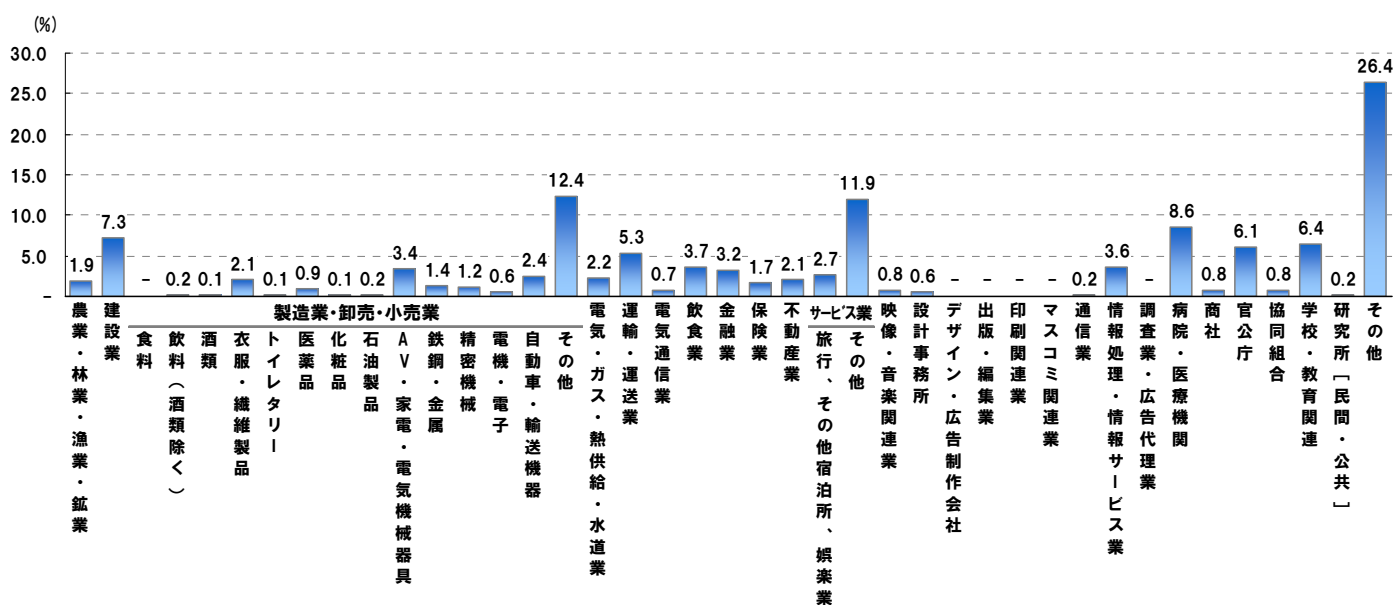
### 家族構成

(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。

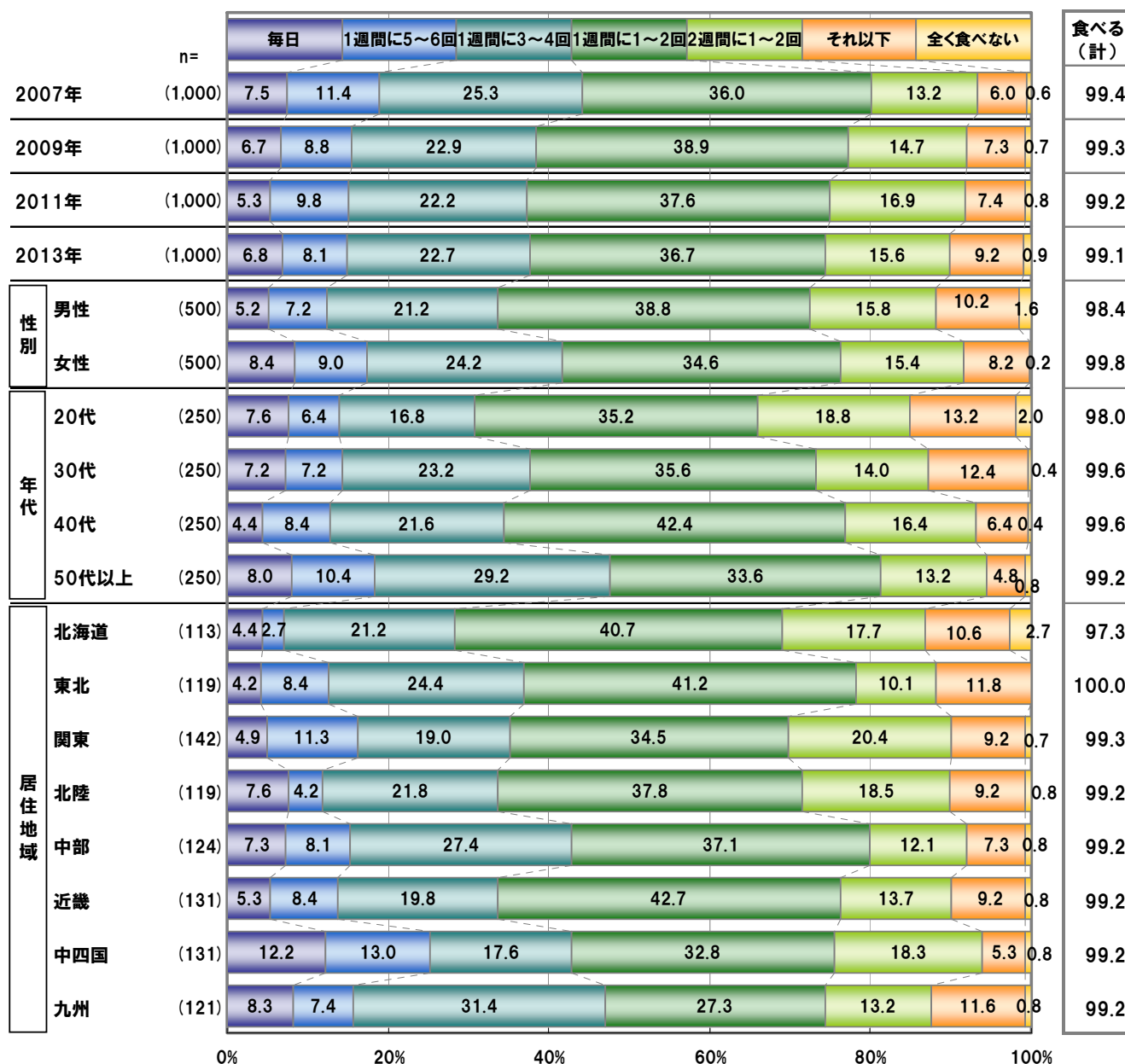
\*その他には 主婦、無職(引退者)、フリーター、塾講師、オペレーター、福祉・介護関係者、WEBデザイナー、パート等の職種

# 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」(36.7%)、「1週間に3~4回」(22.7%)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18.4%を占める。
- 中四国の食頻度が高く、「1週間に5回以上」は25.2%にのぼる。

■ 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)



## 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21.7%で、「減っている」を13.8ポイント上回っている。
- 2011年と比べて「増えている」はやや増加している(20.2% → 21.7%)。2007年比では10.9ポイントの低下。
- 女性では「増えている」が24.6%と男性に比べ5.8ポイント高い。
- 中部では「増えている」が29.0%、中四国では26.7%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、35.1%となっている。

※豆腐を食べる家庭ベース

(n=991)

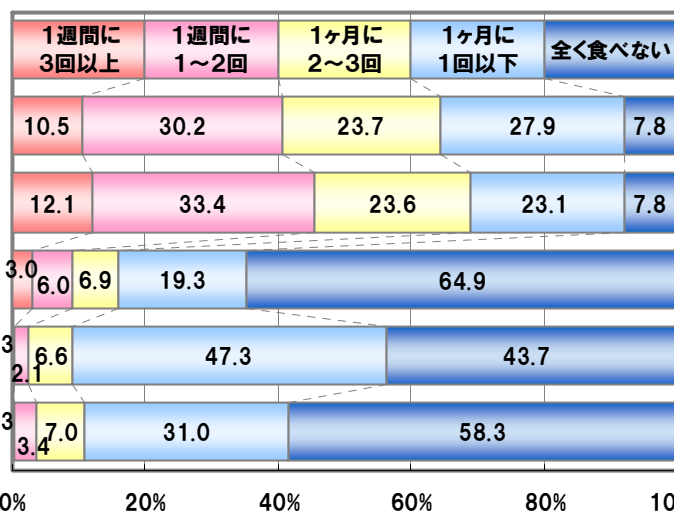
もめん豆腐

きぬごし豆腐

充填きぬごし豆腐

焼き豆腐

よせ豆腐(ざる豆腐)



食べる(計)			
2013年	2011年	2009年	2007年
92.2	92.8	92.5	93.4
92.2	93.0	93.5	93.6
35.1	38.3	41.4	46.4
56.3	60.3	60.4	68.9
41.7	50.0	50.8	60.0

**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×991×10.5% ≒ 1247.9丁

②6丁×991×30.2% ≒ 1794.0丁

③2.5丁×991×23.7% ≒ 587.5丁

④1丁×991×27.9% ≒ 276.0丁

➡ (①+②+③+④) ÷ 991 ≒ 3.9

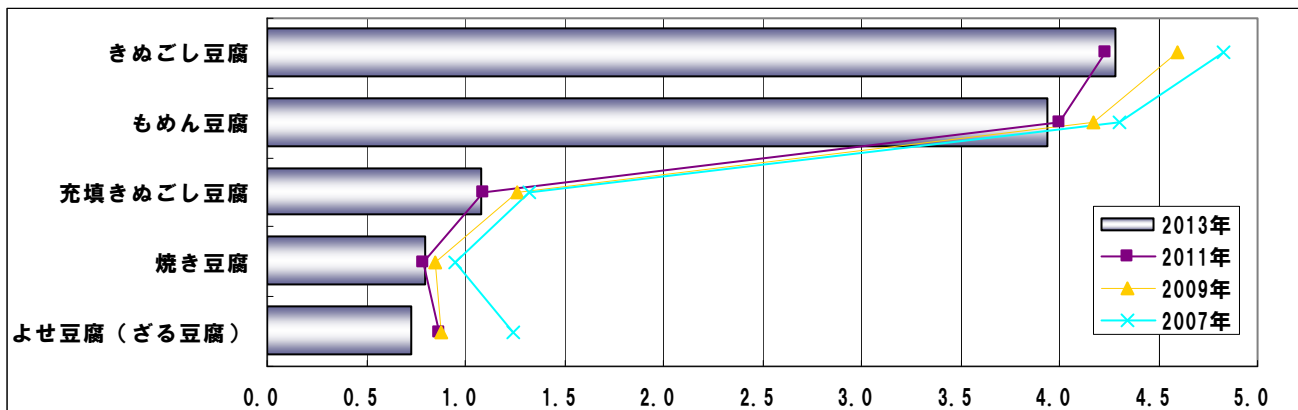
もめん豆腐	サンプル数	1週間に3回以上	1週間に1~2回	1ヶ月に2~3回	1ヶ月に1回以下	全く食べない	食べる(計)
全体	991	10.5	30.2	23.7	27.9	7.8	92.2
性別							
男性	492	10.2	34.1	24.2	25.6	5.9	94.1
女性	499	10.8	26.3	23.2	30.1	9.6	90.4
年代							
20代	245	9.0	31.4	20.8	29.4	9.4	90.6
30代	249	8.8	30.9	25.7	28.9	5.6	94.4
40代	249	9.6	28.9	24.9	28.9	7.6	92.4
50代以上	248	14.5	29.4	23.4	24.2	8.5	91.5
地域							
北海道	110	9.1	36.4	23.6	25.5	5.5	94.5
東北	119	11.8	37.0	19.3	26.9	5.0	95.0
関東	141	9.9	25.5	20.6	36.9	7.1	92.9
北陸	118	4.2	25.4	26.3	31.4	12.7	87.3
中部	123	6.5	42.3	24.4	18.7	8.1	91.9
近畿	130	6.9	19.2	21.5	37.7	14.6	85.4
中四国	130	22.3	27.7	28.5	17.7	3.8	96.2
九州	120	12.5	30.0	25.8	26.7	5.0	95.0

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	991	12.1	33.4	23.6	23.1	7.8	92.2
性別							
男性	492	9.4	31.9	24.4	24.6	9.8	90.2
女性	499	14.8	34.9	22.8	21.6	5.8	94.2
年代							
20代	245	11.0	25.3	26.9	29.8	6.9	93.1
30代	249	11.6	34.9	23.3	24.1	6.0	94.0
40代	249	8.4	36.5	24.9	23.7	6.4	93.6
50代以上	248	17.3	36.7	19.4	14.9	11.7	88.3
地域							
北海道	110	9.1	36.4	14.5	32.7	7.3	92.7
東北	119	11.8	30.3	27.7	26.1	4.2	95.8
関東	141	13.5	30.5	27.7	22.0	6.4	93.6
北陸	118	9.3	43.2	26.3	17.8	3.4	96.6
中部	123	12.2	35.0	23.6	18.7	10.6	89.4
近畿	130	14.6	36.2	23.1	22.3	3.8	96.2
中四国	130	11.5	28.5	23.1	23.1	13.8	86.2
九州	120	14.2	28.3	21.7	23.3	12.5	87.5

## 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4.3個と1位であり、次いでもめん豆腐 3.9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、きぬごし豆腐は近畿で45.3%、もめん豆腐は中四国で44.8%と全体と比較してやや高い。

月平均個数	2013年	2011年	2009年	2007年
1位 きぬごし豆腐	4.3	4.2	4.6	4.8
2位 もめん豆腐	3.9	4.0	4.2	4.3
3位 充填きぬごし豆腐	1.1	1.1	1.3	1.3
4位 焼き豆腐	0.8	0.8	0.8	0.9
5位 よせ豆腐（ざる豆腐）	0.7	0.9	0.9	1.2



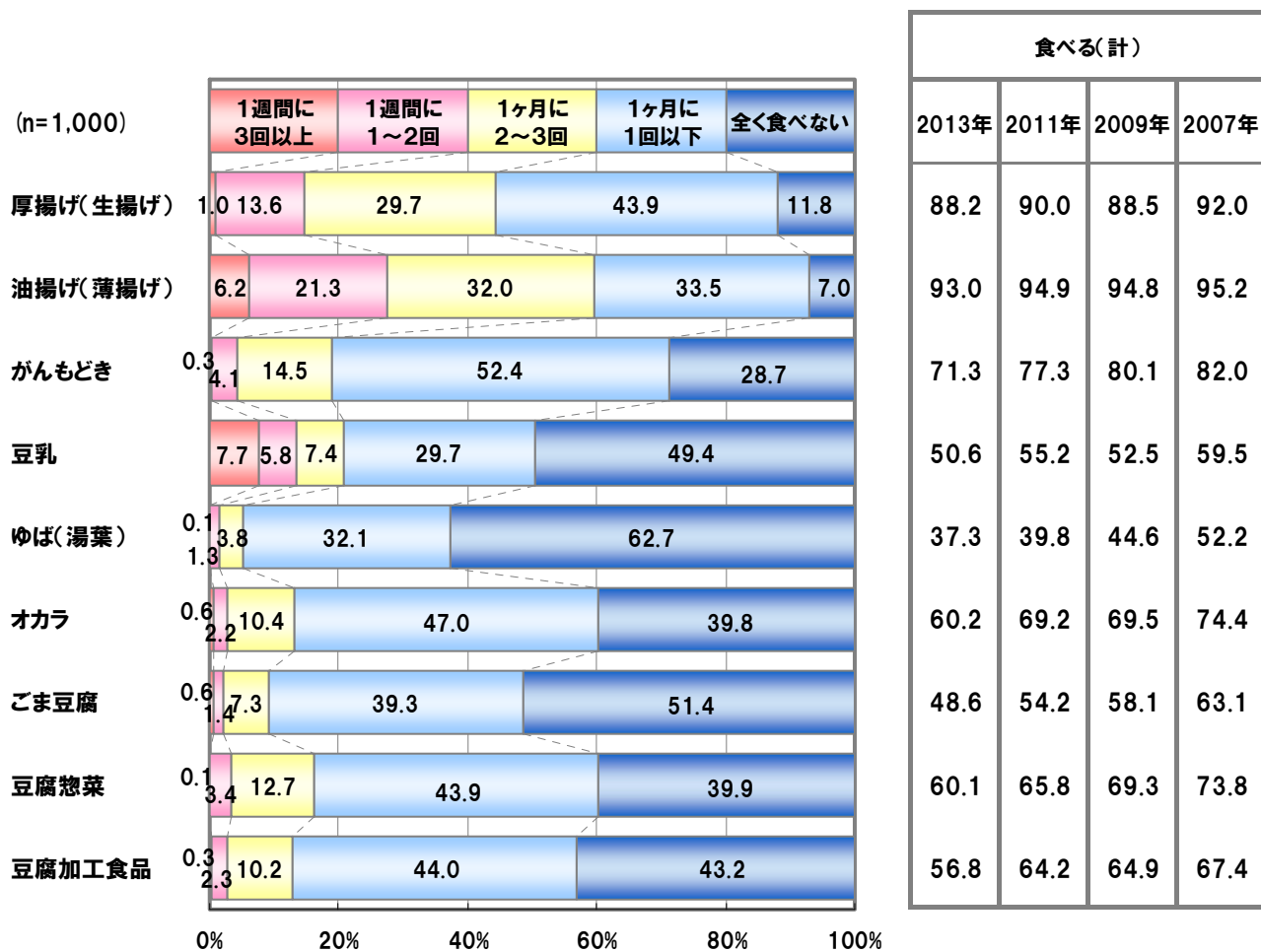
	サンプル数	実数					構成比				
		1位	2位	3位	4位	5位	1位	2位	3位	4位	5位
2007年	994	4.8	4.3	1.3	0.9	1.2	38.2	34.0	10.4	7.5	9.9
2009年	993	4.6	4.2	1.3	0.8	0.9	39.1	35.5	10.8	7.2	7.5
2011年	992	4.2	4.0	1.1	0.8	0.9	38.5	36.4	10.0	7.2	7.9
2013年	991	4.3	3.9	1.1	0.8	0.7	39.5	36.4	10.0	7.4	6.7
性別											
男性	492	3.9	4.1	0.9	0.8	0.7	37.5	39.8	8.4	7.7	6.5
女性	499	4.7	3.8	1.3	0.8	0.8	41.3	33.3	11.5	7.1	6.9
年代											
20代	245	3.8	3.8	1.0	0.7	0.5	39.2	38.8	10.0	7.2	4.8
30代	249	4.3	3.8	0.9	0.7	0.7	40.9	36.4	8.9	6.9	6.9
40代	249	4.1	3.8	1.1	0.9	0.9	37.8	35.4	10.2	8.5	8.0
50代以上	248	4.9	4.3	1.3	0.9	0.8	40.0	35.3	10.8	7.0	6.9
地域											
北海道	110	4.0	4.1	0.5	0.9	0.9	38.2	39.7	4.4	8.5	9.2
東北	119	4.2	4.4	0.7	0.8	0.7	38.9	40.8	6.6	7.2	6.5
関東	141	4.4	3.6	0.9	0.7	0.7	42.4	35.1	9.0	7.0	6.5
北陸	118	4.5	3.0	1.4	1.1	0.6	42.8	28.3	13.3	10.3	5.3
中部	123	4.3	4.1	1.5	0.9	1.0	36.5	34.6	12.5	7.6	8.8
近畿	130	4.7	2.9	1.4	0.8	0.6	45.3	27.8	13.3	7.4	6.1
中四国	130	3.9	5.2	1.1	0.8	0.6	33.4	44.8	9.8	6.7	5.3
九州	120	4.2	4.2	1.1	0.5	0.6	39.2	39.6	10.2	4.8	6.1



## 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93.0%、【厚揚げ(生揚げ)】を食している家庭は88.2%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27.5%を占める。
- 【ゆば(湯葉)】を食している家庭は37.3%と少ない。
- 2011年と比較すると、全項目でポイントが低下している。特に【オカラ】(69.2%→60.2%)が9.0ポイント低下。

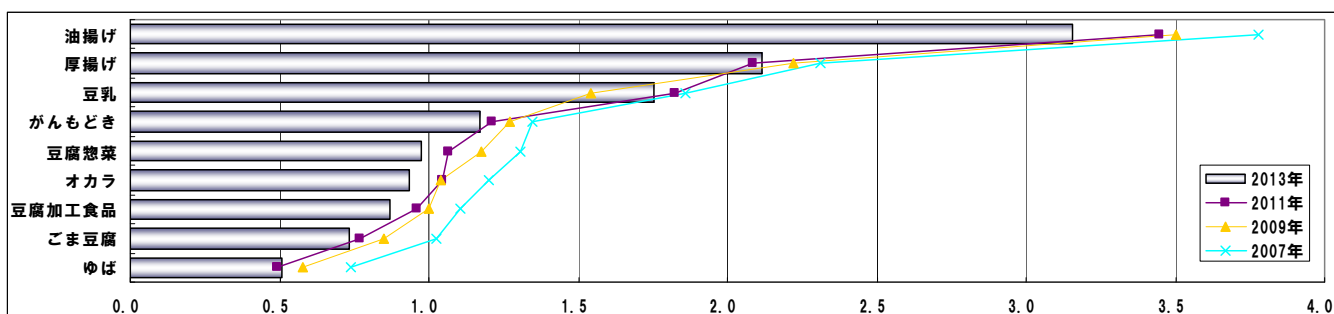


## 4-②.豆腐加工食品タイプ別 毎月の平均購入個数

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3.2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4.1個と一番多い。

月平均個数	2013年	2011年	2009年	2007年
1位 油揚げ	3.2	3.4	3.5	3.8
2位 厚揚げ	2.1	2.1	2.2	2.3
3位 豆乳	1.8	1.8	1.5	1.9
4位 がんもどき	1.2	1.2	1.3	1.3
5位 豆腐惣菜	1.0	1.1	1.2	1.3
6位 オカラ	0.9	1.0	1.0	1.2
7位 豆腐加工食品	0.9	1.0	1.0	1.1
8位 ごま豆腐	0.7	0.8	0.9	1.0
9位 ゆば	0.5	0.5	0.6	0.7



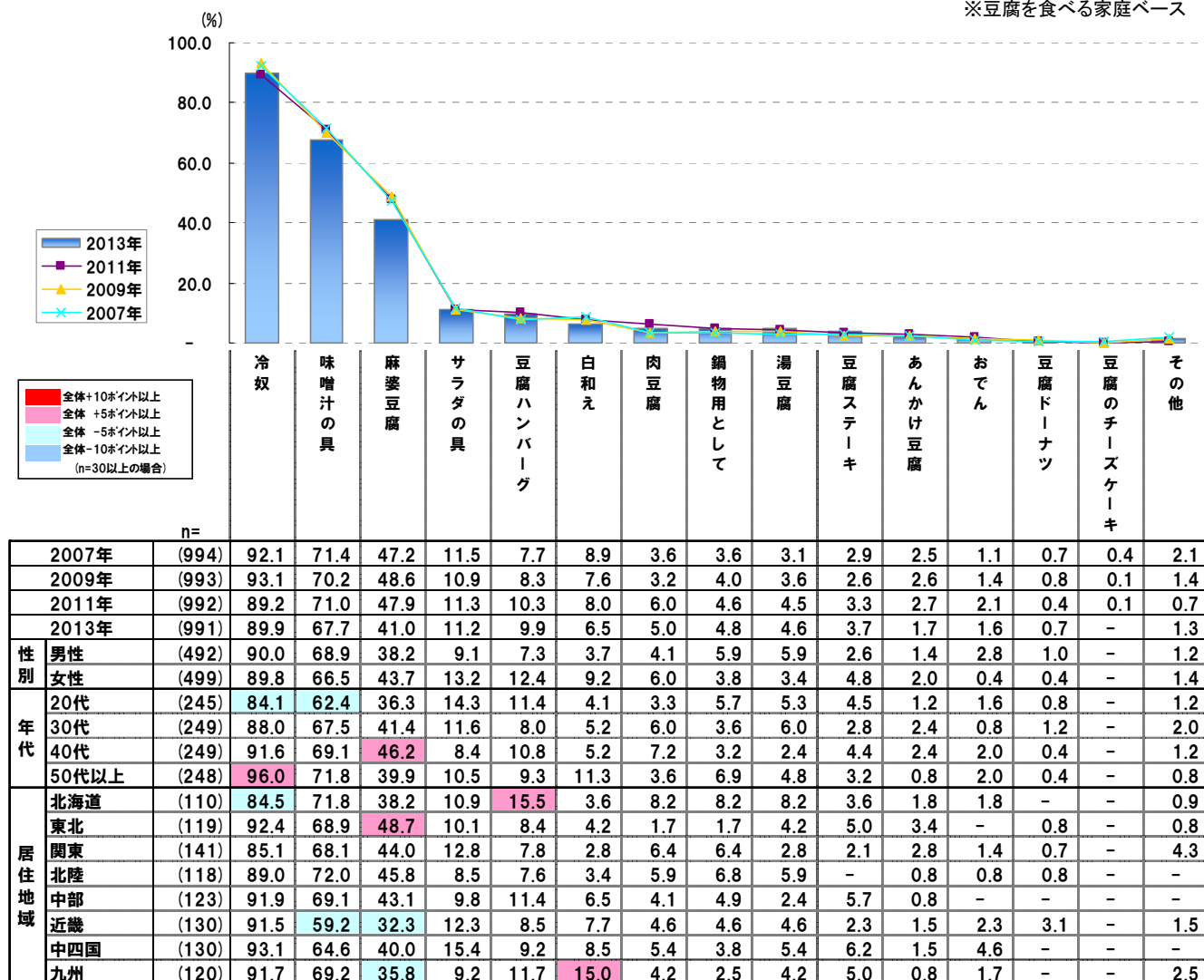
	サンプル数	実数									構成比								
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位
2007年	1000	3.8	2.3	1.9	1.3	1.3	1.2	1.1	1.0	0.7	25.7	15.7	12.7	9.2	8.9	8.2	7.5	7.0	5.0
2009年	1000	3.5	2.2	1.5	1.3	1.2	1.0	1.0	0.9	0.6	26.5	16.9	11.7	9.6	8.9	7.9	7.6	6.4	4.4
2011年	1000	3.4	2.1	1.8	1.2	1.1	1.0	1.0	0.8	0.5	26.7	16.2	14.2	9.4	8.2	8.1	7.4	6.0	3.8
2013年	1000	3.2	2.1	1.8	1.2	1.0	0.9	0.9	0.7	0.5	25.9	17.3	14.4	9.6	8.0	7.6	7.1	6.0	4.1
性別	男性	500	2.9	2.1	1.5	1.2	1.0	1.0	0.9	0.6	24.0	17.7	12.8	10.1	8.3	8.5	7.4	6.4	4.7
	女性	500	3.4	2.1	2.0	1.1	0.9	0.8	0.8	0.4	27.6	17.0	15.9	9.1	7.6	6.8	6.8	5.6	3.6
年代	20代	250	2.6	1.9	1.9	0.9	0.8	0.8	0.9	0.5	23.3	17.1	17.1	8.5	7.6	7.2	8.4	6.3	4.4
	30代	250	2.7	2.1	1.7	1.2	0.9	1.0	1.0	0.6	23.1	17.3	14.3	10.1	7.8	8.2	8.3	6.0	4.8
	40代	250	3.2	2.1	1.7	1.2	1.1	1.0	0.9	0.4	25.8	17.3	14.2	9.8	8.7	8.2	7.3	5.3	3.5
	50代以上	250	4.1	2.4	1.7	1.3	1.1	0.9	0.7	0.5	30.4	17.7	12.4	9.8	7.8	6.9	4.9	6.3	3.9
地域	北海道	113	3.3	1.8	1.9	1.1	0.9	1.1	1.1	0.4	27.2	14.6	15.4	9.3	7.1	9.0	8.8	5.1	3.4
	東北	119	3.2	1.9	1.8	1.1	0.9	1.0	0.8	0.4	27.2	16.1	14.9	9.0	7.8	8.8	6.7	5.7	3.8
	関東	142	2.8	2.2	2.3	1.2	0.9	0.8	0.7	0.6	22.9	17.8	18.8	9.7	7.0	6.8	5.9	6.0	5.0
	北陸	119	3.4	2.4	1.7	1.5	0.9	1.0	0.9	0.4	26.6	18.8	12.9	11.9	6.7	7.5	7.1	5.1	3.3
	中部	124	3.6	2.3	1.9	1.5	0.9	1.0	0.9	0.7	26.4	16.8	13.9	10.9	6.8	7.7	6.7	6.0	4.9
	近畿	131	2.8	2.3	1.9	1.2	1.0	1.0	0.6	0.7	23.0	18.5	15.7	9.4	8.0	7.9	5.0	6.5	6.0
	中四国	131	3.3	2.0	1.2	0.9	1.4	0.8	1.0	0.3	28.7	17.3	10.3	7.9	12.3	6.6	8.9	5.3	2.9
	九州	121	2.8	2.0	1.4	0.9	0.9	0.8	0.9	0.4	25.5	18.6	12.3	8.0	8.4	7.1	8.4	8.3	3.4

## 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」89.9%、「味噌汁の具」67.7%、「麻婆豆腐」41.0%が上位にあげられている。
- 50代以上では「冷奴」(96.0%)、40代では「麻婆豆腐」(46.2%)が他年代に比べてやや高い。
- 「冷奴」は年代が上がるにつれてポイントが高くなる傾向にある。
- 九州では「白和え(15.0%)」、東北では「麻婆豆腐(48.7%)」、北海道では「豆腐ハンバーグ(15.5%)」が他地域に比べてやや高い。

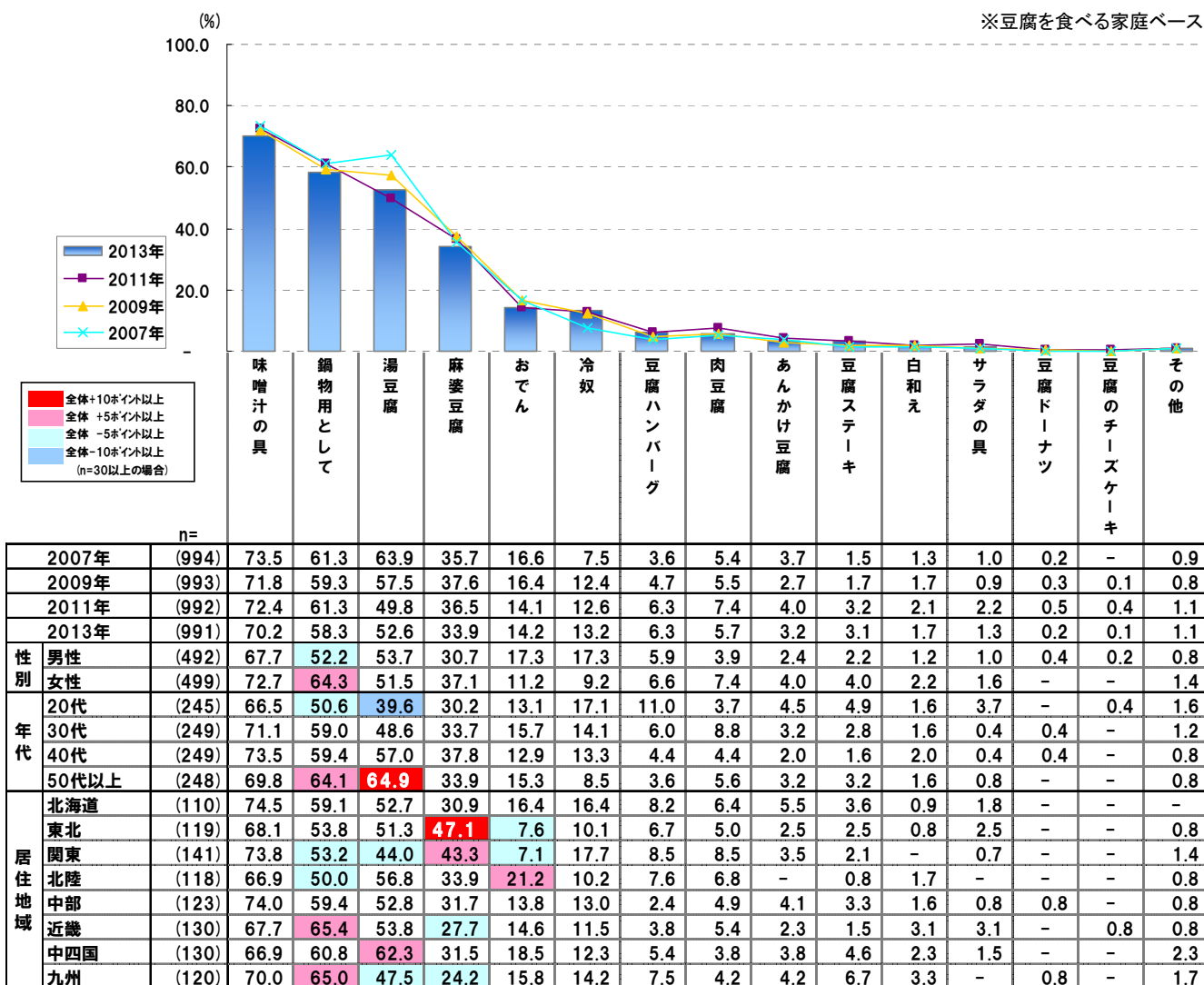
※豆腐を食べる家庭ベース



## 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]

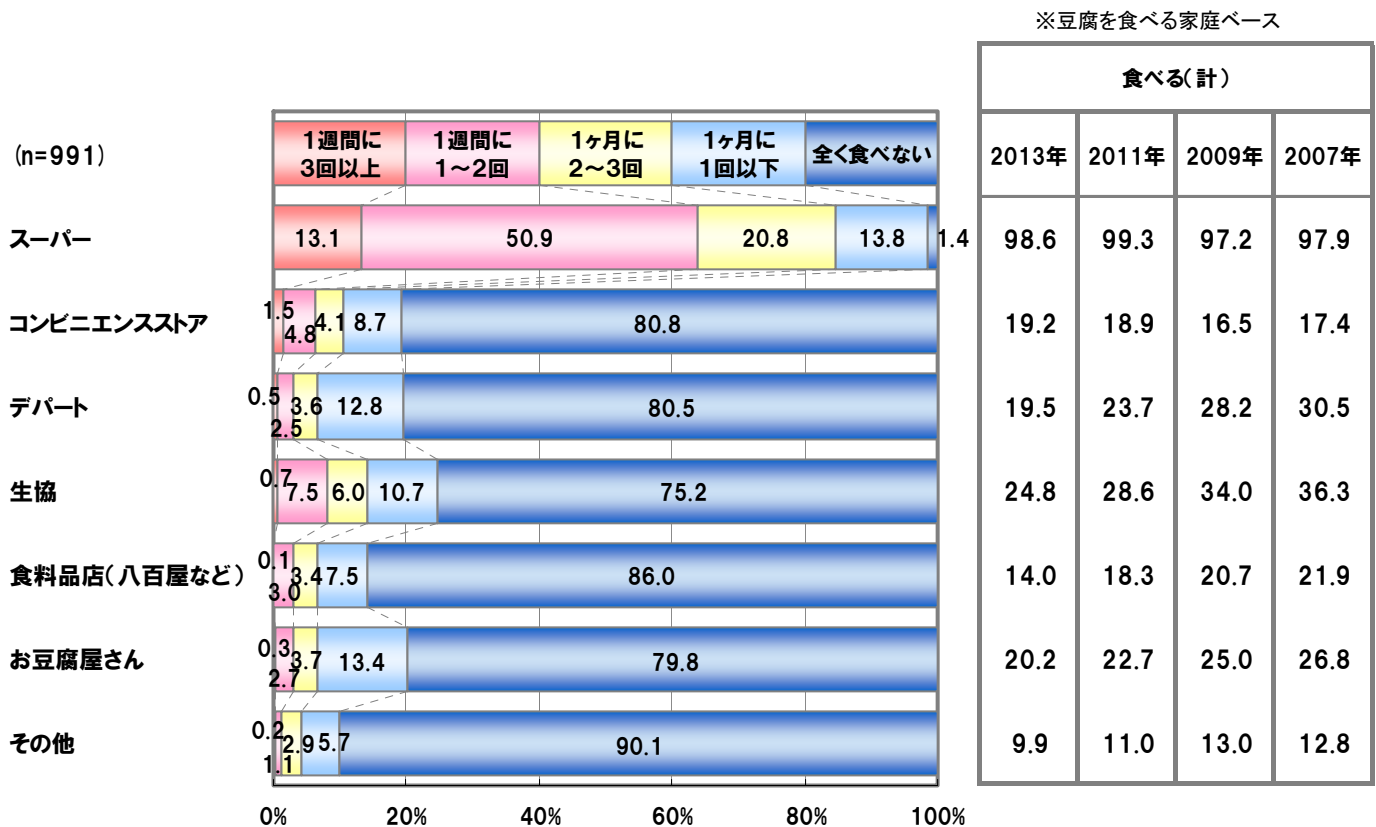
- 「味噌汁の具」70.2%、「鍋物用として」58.3%、「湯豆腐」52.6%が上位で、夏季と傾向が異なる。
- 「湯豆腐」は年代が上がるにつれてポイントが高くなる傾向にあり、50代以上では64.9%である。
- 東北では「麻婆豆腐」が47.1%と他の地域に比べて高い。



# 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]

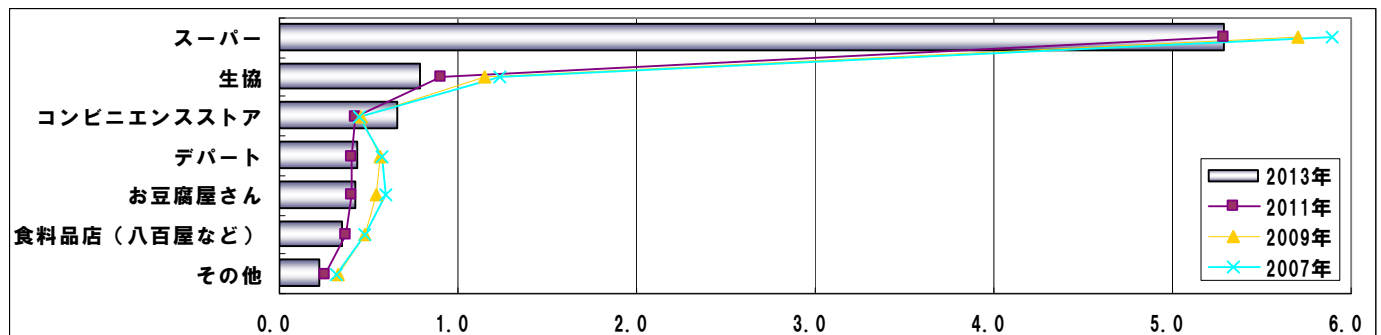
- 【スーパー】での購入が圧倒的に高く、「1週間に1回以上」購入が約6割にのぼる。
- 次いで、【生協】【お豆腐屋さん】と続く。
- 【コンビニエンスストア】は2011年と比べ、わずかに増加している。(18.9%→19.2%)。



## 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0.8回、コンビニエンスストア0.7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、北海道でスーパーが56.0%と他地域と比較してやや低く、生協が17.1%でやや高い。

月平均回数		2013年	2011年	2009年	2007年
1位	スーパー	5.3	5.3	5.7	5.9
2位	生協	0.8	0.9	1.2	1.2
3位	コンビニエンスストア	0.7	0.4	0.5	0.5
4位	デパート	0.4	0.4	0.6	0.6
5位	お豆腐屋さん	0.4	0.4	0.5	0.6
6位	食料品店（八百屋など）	0.4	0.4	0.5	0.5
7位	その他	0.2	0.3	0.3	0.3

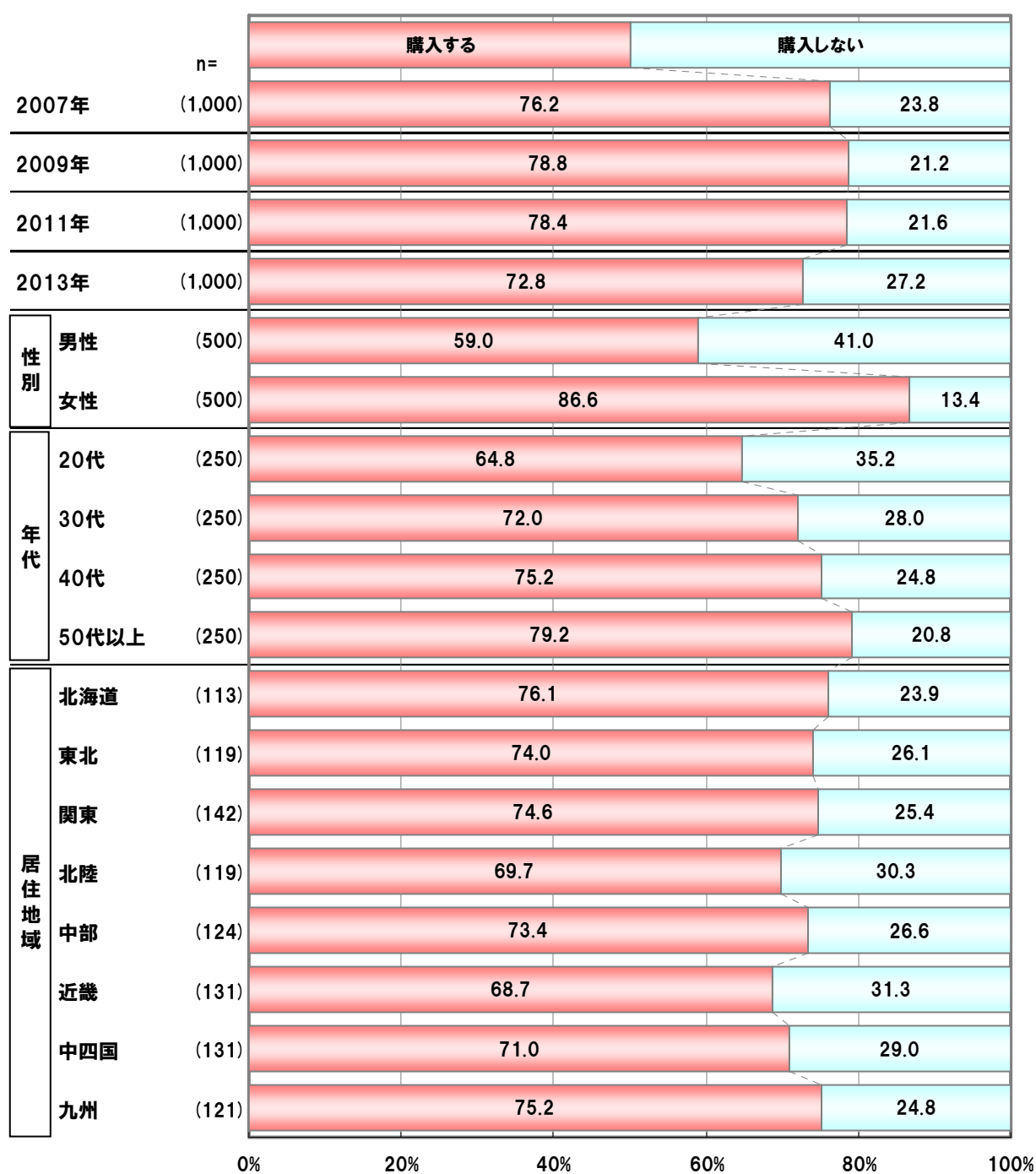


	サンプル数	実数							構成比							
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	
2007年	994	5.9	1.2	0.5	0.6	0.6	0.5	0.3	61.8	12.9	4.7	6.0	6.2	5.0	3.4	
2009年	993	5.7	1.2	0.5	0.6	0.5	0.5	0.3	61.8	12.5	5.0	6.2	5.9	5.2	3.5	
2011年	992	5.3	0.9	0.4	0.4	0.4	0.4	0.3	65.7	11.3	5.3	5.0	5.0	4.6	3.1	
2013年	991	5.3	0.8	0.7	0.4	0.4	0.4	0.2	64.7	9.7	8.1	5.3	5.2	4.3	2.7	
性別	男性	492	5.0	0.8	0.8	0.6	0.5	0.4	0.2	61.0	9.1	9.3	6.7	5.8	5.2	2.9
	女性	499	5.5	0.8	0.6	0.3	0.4	0.3	0.2	68.4	10.2	6.9	3.8	4.7	3.4	2.5
年代	20代	245	4.7	0.7	0.9	0.5	0.5	0.3	0.2	59.9	9.3	10.9	6.6	5.8	4.4	3.1
	30代	249	4.9	0.8	0.7	0.5	0.4	0.4	0.3	60.7	9.7	9.2	6.4	5.2	5.4	3.3
	40代	249	5.6	0.7	0.6	0.4	0.3	0.3	0.2	69.1	8.9	6.8	5.4	4.2	3.6	1.9
	50代以上	248	6.0	0.9	0.5	0.3	0.5	0.3	0.2	68.6	10.5	5.8	2.9	5.7	4.0	2.5
地域	北海道	110	4.8	1.5	0.9	0.4	0.4	0.4	0.2	56.0	17.1	10.8	4.4	4.8	4.8	2.1
	東北	119	5.3	1.2	0.6	0.4	0.3	0.4	0.1	62.8	14.4	7.5	5.0	4.0	4.8	1.5
	関東	141	5.0	0.6	1.0	0.6	0.5	0.3	0.2	60.9	7.3	11.5	7.5	6.4	3.8	2.6
	北陸	118	5.5	0.4	0.5	0.4	0.4	0.3	0.1	71.2	5.8	6.9	4.8	5.7	3.6	1.9
	中部	123	5.4	0.4	0.6	0.3	0.4	0.3	0.3	69.7	4.9	8.0	4.2	5.0	4.5	3.7
	近畿	130	5.4	0.9	0.5	0.5	0.5	0.3	0.2	65.3	10.7	6.4	5.6	5.8	4.0	2.2
	中四国	130	5.8	0.6	0.4	0.5	0.3	0.3	0.3	70.6	7.0	4.8	5.6	4.1	4.1	3.8
	九州	120	5.0	0.8	0.7	0.4	0.5	0.4	0.3	61.5	10.3	8.8	4.5	5.9	5.1	3.8

## 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できますか。[S/A]

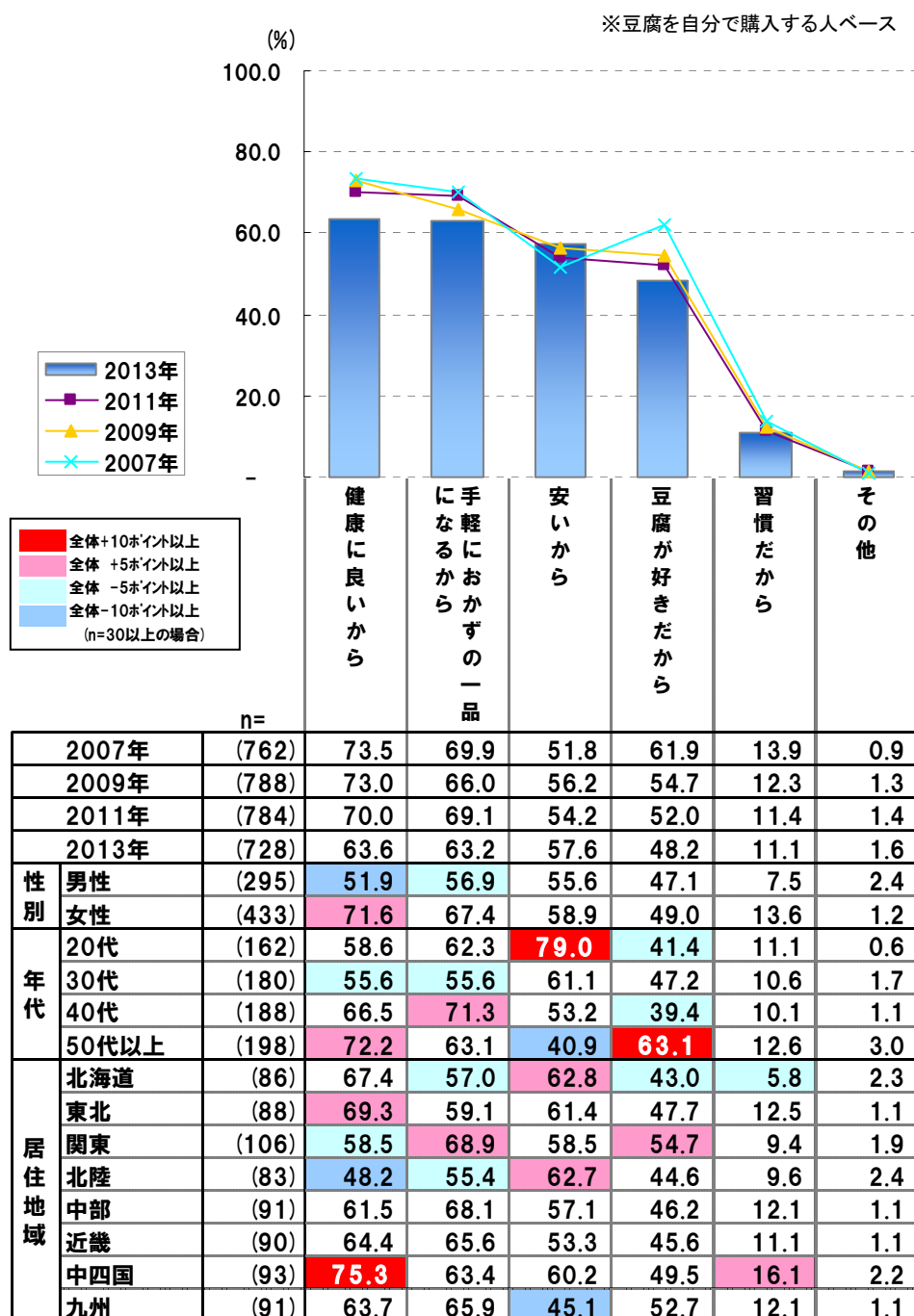
- 自分で豆腐を購入する人は72.8%であり、2011年と比べると5.6ポイント低下している。
- 女性では自分で豆腐を購入する人が8割以上を占めている。
- 20代では自分で豆腐を購入する人が6割と低い。



### 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」63.6%、「手軽におかずの一品になるから」63.2%が主な理由である。
- 女性は男性に比べ「健康に良いから」が19.7ポイント高い。
- 20代では「安いから」、50代以上では「豆腐が好きだから」が他年代に比べて高い。
- 中四国では「健康に良いから」が75.3%と他の地域に比べて高い。



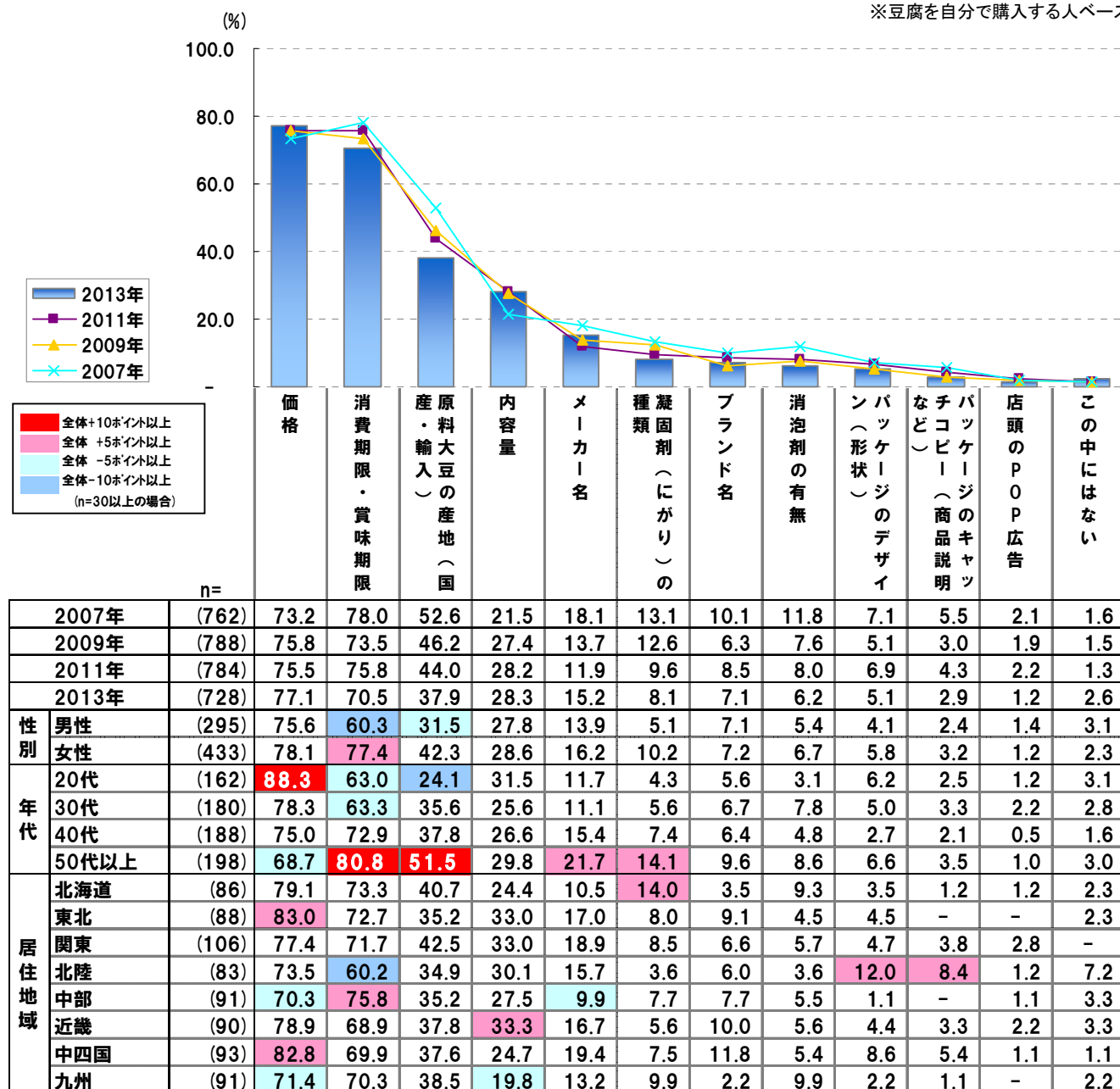


## 4.豆腐を購入する際の注意点

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]

- 「価格」77.1%、「消費期限・賞味期限」70.5%、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)」に対する注意度が高い。
- 20代では「価格」が88.3%と他年代に比べて高い。
- 高齢層ほど「消費期限・賞味期限」「原料大豆の産地(国産・輸入)」に対する注意度が高い。

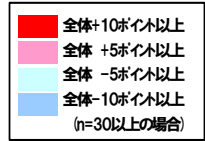
※豆腐を自分で購入する人ベース



# 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9.8%で少数派である。「安い」と感じる人は43.5%を占める。
- 女性は男性より「安い」と感じる人が多く、48.3%を占める。
- 北海道では「安い」が48.8%を占める。



※豆腐を自分で購入する人ベース

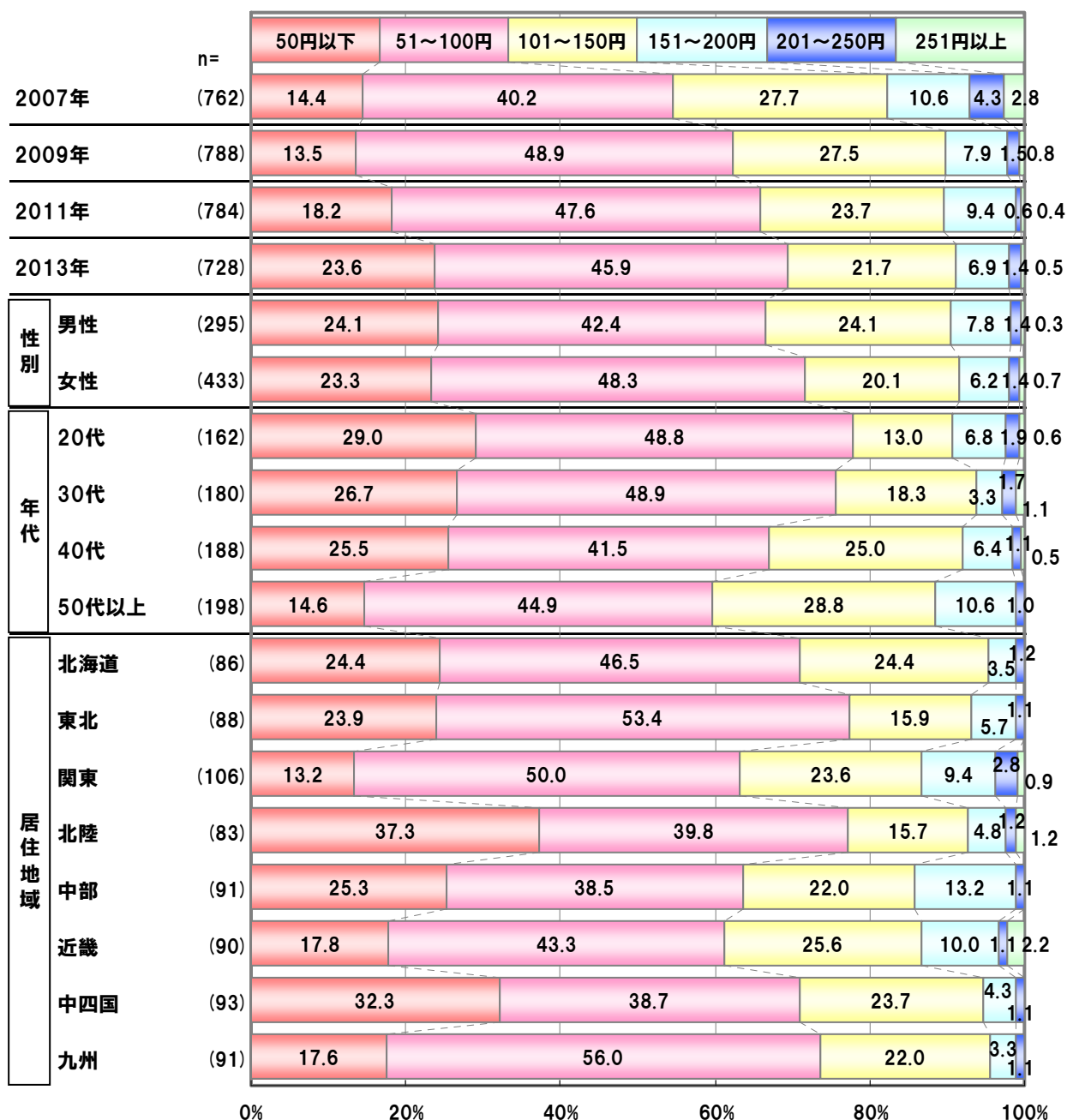


## 6.豆腐の購入価格

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45.9%で中心であり、次いで、「50円以下」が23.6%、「101～150円」が21.7%と続く。
- 「100円以下」は2011年と比べると3.7ポイント上昇している。2007年比で14.9ポイントの上昇。
- 20代では「100円以下」の比率が77.8%とやや高い。(全体では69.5%)
- 北陸・中四国では「50円以下」が3～4割を占める。

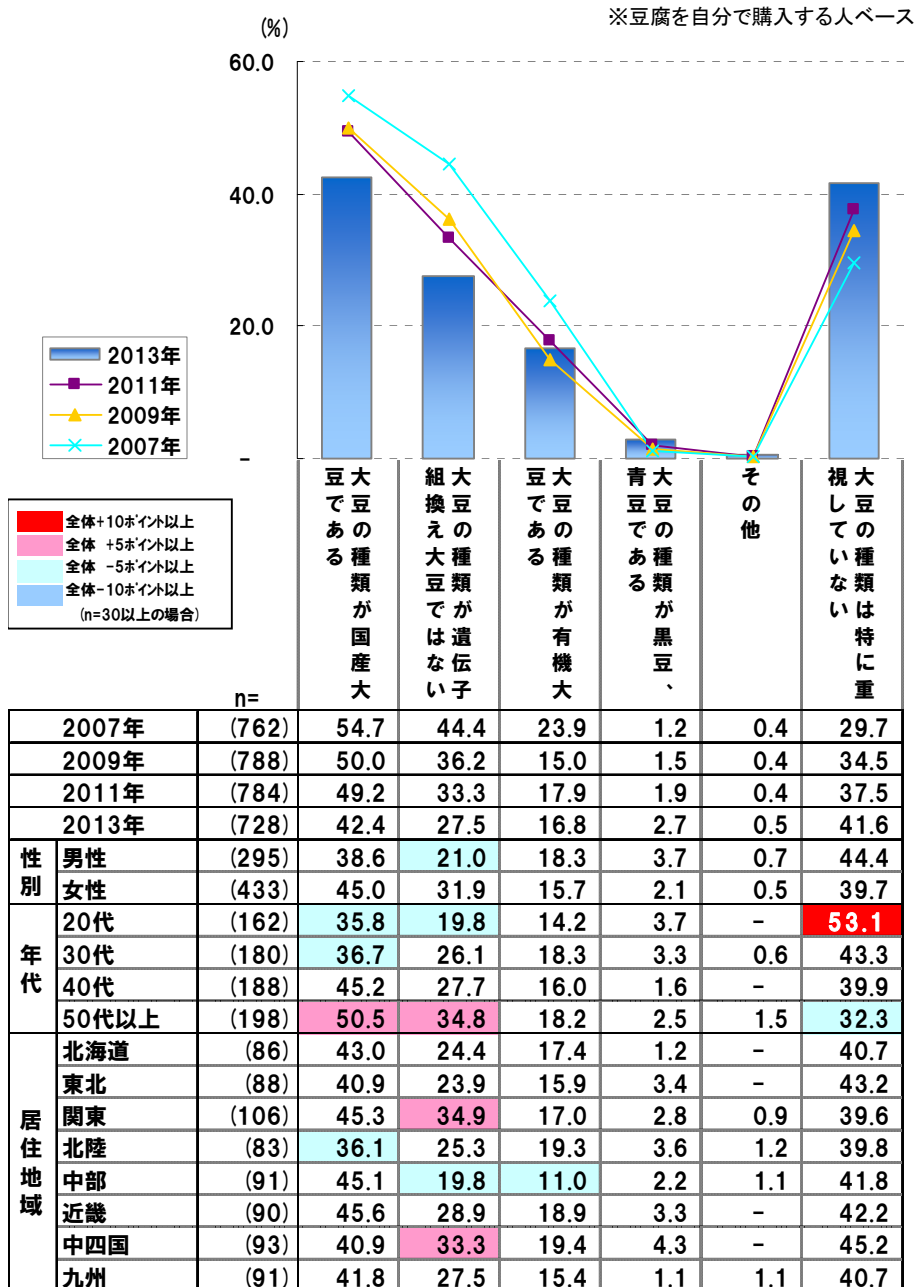
※豆腐を自分で購入する人ベース



# 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]

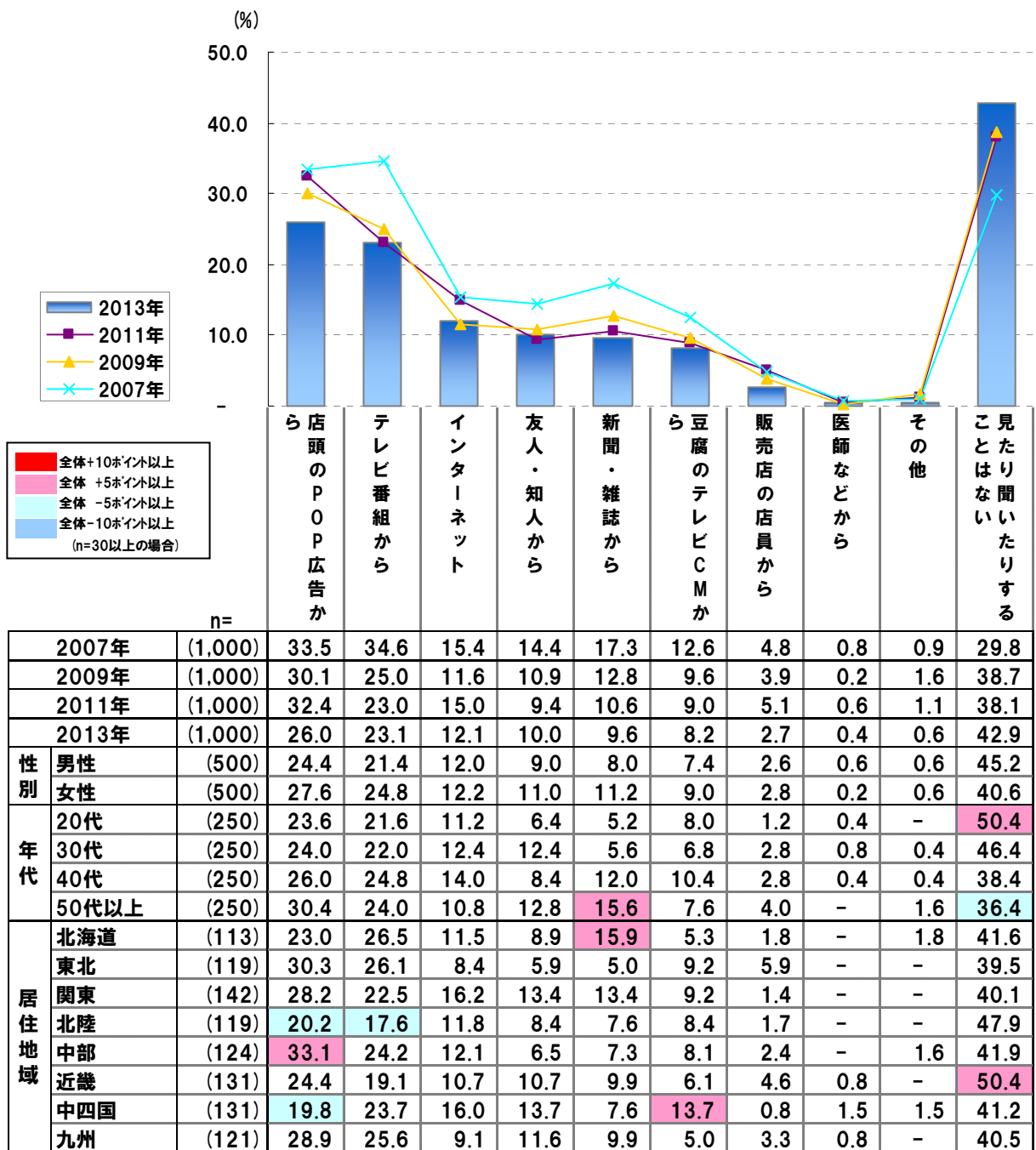
- 「大豆の種類が国産大豆である」42.4%、次いで「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」27.5%が上位にあげられているが、「大豆の種類は特に重視していない」も約4割を占める。
- 「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」は2007年比で16.9ポイントの低下。
- 女性は「大豆の種類が遺伝子組み換え大豆ではない」が31.9%と男性より10ポイント以上高い。
- 高齢層ほど「大豆の種類が国産大豆である」「遺伝子組換え大豆ではない」ことを重視している。



# 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]

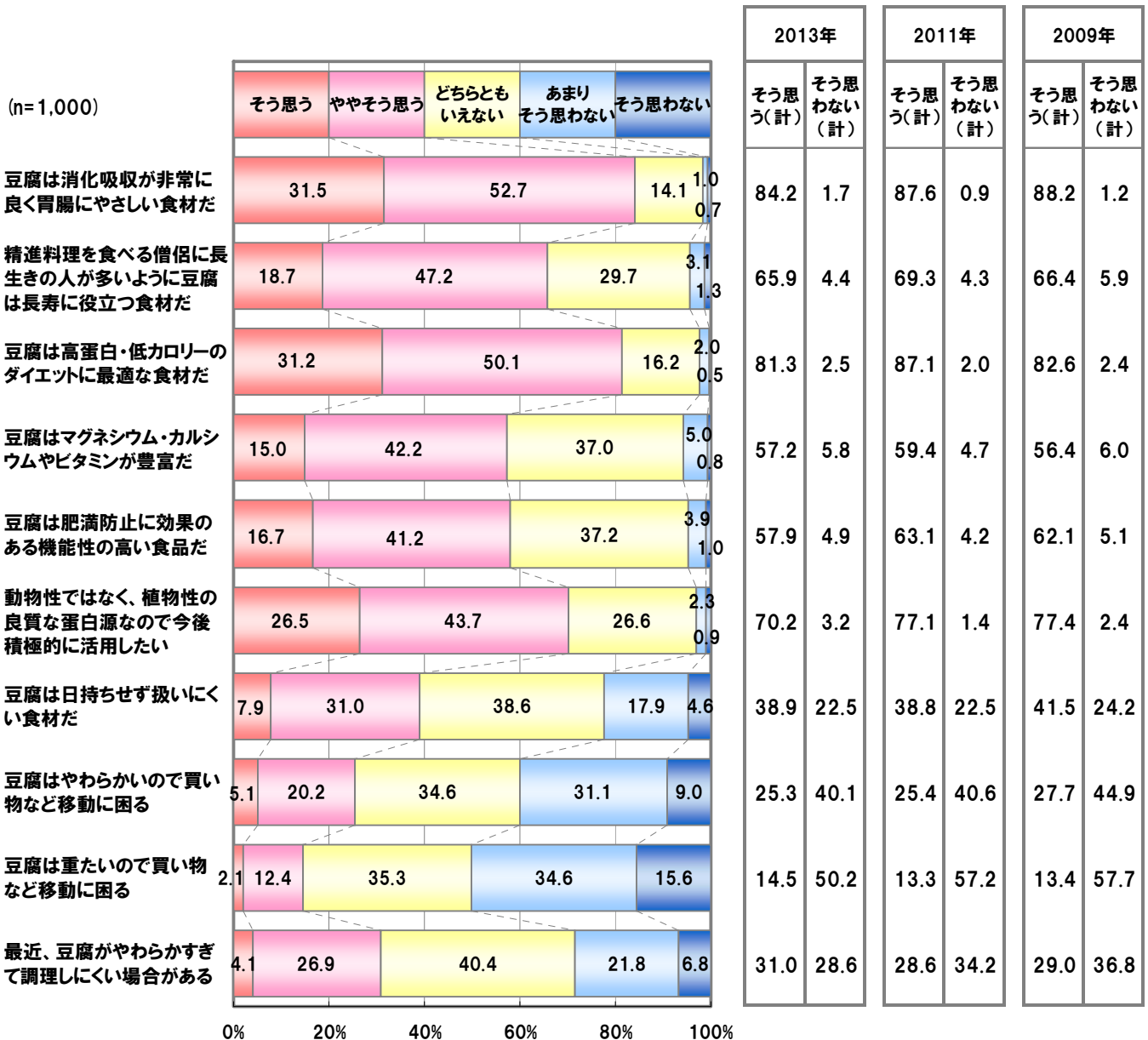
- 「店頭のPOP広告から」26.0%、「テレビ番組から」23.1%が、主な情報源となっている。
- 「見たり聞いたりすることはない」は約4割を占め、2007年と比べて13.1ポイント上昇している。
- 20代では「見たり聞いたりすることはない」が5割と、他の年代と比べて高い。
- 高齢層ほど「新聞・雑誌から」が高く、50代以上は15.6%である。
- 近畿では「見たり聞いたりすることはない」が5割と、他の地域と比べて高い。



## 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】は反意度が賛意度を上回る。
- 2011年と比べて【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】への賛意度が6.9ポイント低下している。



## 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85.2%と高い。
- 中四国では「最近、豆腐がやわらかすぎて調理しにくい場合がある」が41.2%と、他の地域と比べて高い。

