

**発泡酒と第三のビール、「30円未満」の値上がりで購入をやめる人が半数以上**

- ビールに関する意識調査 -

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20150811/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：森 学、以下「楽天リサーチ」）は、「ビールに関する意識調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2015年7月30日（木）から31日（金）の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の20代～60代の男女1,000人を対象に行いました。

---

■ □ 調査結果概要 □ ■

---

**■ 「美味しさ」や「値段」、「健康志向」などの重視点で、購入するビール系飲料の種類に違い**

ビール系飲料（プレミアムビール・スタンダードビール・発泡酒・第三のビール）、ノンアルコールビールを、現在（ほとんど毎日～1カ月に1度未満程度）飲んでいる人は、（購入の際に）重視する点より購入するビール系飲料の種類に違いがあることが分かった。

**・「美味しさ」や「銘柄」で選ばれるのは、プレミアムビールとスタンダードビール**

プレミアムビール、スタンダードビールを飲んでいる人が、購入する際に重視する点として「美味しさ」を挙げる割合（平均76.4%）は、発泡酒、第三のビール、ノンアルコールビールの3種（平均42.8%）と比べて、特出して高かった。また、プレミアムビール、スタンダードビールにおいては、飲んでいるビールの「ブランド（銘柄）」に価値を感じて購入する人（平均10.1%）が、その他3種の飲料（平均4.6%）と比べると約2倍多かった。

**・「値段の安さ」で選ばれるのは、発泡酒と第三のビール**

発泡酒、第三のビールを飲む人が購入時に重視しているのは、「美味しさ」（平均42.7%）より「値段の安さ」（平均51.6%）の方が多く、価格が一番のポイントとなっていることが分かった。

また、同年代の男女間で比べると20代では、男性は「値段の安さ」（平均41.0%）より「美味しさ」（平均51.9%）を重視する人が10.9ポイント多かったが、女性は「美味しさ」（平均42.4%）より「値段の安さ」（平均66.6%）を重視と答えた人が24.2ポイント多かった。

**・「健康志向」の人に選ばれるのは、カロリーや糖質量などが選べる発泡酒、第三のビールとノンアルコールビール**

発泡酒、第三のビール、ノンアルコールビールを飲んでいる人は、プレミアムビール、スタンダ

ードビールの2種を飲む人と比べ、「カロリーの低さ」、「糖質・糖類の少なさ」、「プリン体の少なさ」など、健康に関する点を重視していることがわかった。「カロリーの低さ」（平均17.0%）を重要だと考えているのは、その他2種の飲料（平均3.6%）より13.4ポイント高く、「糖質・糖類の少なさ」（平均13.7%）は、その他（平均3.5%）より10.2ポイント高かった。さらに、「プリン体の少なさ」（平均11.3%）は、その他（平均2.9%）より、8.4ポイント高かった。

### **■ビール系飲料およびノンアルコールビールの購入をやめる値上がり額は、平均「1円以上30円未満」**

各種ビール系飲料およびノンアルコールビールの1缶（350ml）あたりの値段がいくら上がったから購入をやめるか聞いたところ、値上がり額が飲料別に異なることが分かった。

半数以上が購入をやめると回答した値上がり額は、プレミアムビール（50.6%）とスタンダードビール（56.6%）で「1円以上35円未満」、発泡酒（51.7%）と第三のビール（51.3%）で「1円以上30円未満」、ノンアルコールビール（50.4%）では「1円以上25円未満」だった。

一方、「値上がりは関係なく、購入し続ける」と回答した人は、全飲料において約2割（平均21.0%）いた。さらに、飲酒頻度別に見ると、週に2回以上飲む人は「値上りを気にしない」と答える割合が高く、週に2回以上プレミアムビールかスタンダードビール、または第三のビールを飲んでいる人の約3割（平均30.5%）が、「値上がりは関係ない」と回答し、週に1回未満の人（平均21.1%）を9.4ポイント上回った。ノンアルコールビールにおいても、週に1回未満の人（平均15.4%）より、週に2回以上飲んでいる人（25.0%）の方が、値上りを気にしないと回答した。一方、発泡酒を飲んでいる人は、飲酒頻度に関係なく、約2割（平均19.6%）が、「値上がりは関係ない」と回答した。

### **■一杯目の注文、人気トップは「ビール」。女性もサワー、チューハイよりビール派が多数**

外食時に、アルコール飲料を提供している店で一杯目に何を注文することが多いか聞いたところ、約半数の人が「ビール」（44.9%）と回答した。男性の約6割（59.4%）は、一杯目にビールを注文することが多く、女性（30.4%）の約2倍だった。性年代別に比較すると、30～60代の男性は、一杯目にビールを注文する人が各世代で60%を超えたのに対し（平均62.0%）、男性20代は49.0%と5割を切り、若年層のビール離れがうかがえた。また、女性の一杯目は、「サワー、チューハイ」（10.4%）より「ビール」（30.4%）を選ぶ人が約3倍多いことも明らかになった。

一杯目の飲み物は、ビールに次いで「ソフトドリンク」（14.7%）と回答する人が多かった。性年代別に比較すると、60代女性とともに、比較的若い世代の20代と30代女性も、20%以上が「ソフトドリンク」を一杯目を選んで選んでいることが明らかになった。

さらに、10人に1人（10.6%）は、アルコール飲料を提供している店で「飲み物を注文しない」と回答した。

---

## ■□ 調査結果 □■

---

### ■「美味しさ」や「値段」、「健康志向」などの重視点で、購入するビール系飲料の種類に違い

ビール系飲料（プレミアムビール・スタンダードビール・発泡酒・第三のビール）、ノンアルコールビールを、現在（ほとんど毎日～1カ月に1度未満程度）飲んでいる人は、（購入の際に）重視する点より購入するビール系飲料の種類に違いがあることが分かった。

#### ・「美味しさ」や「銘柄」で選ばれるのは、プレミアムビールとスタンダードビール

プレミアムビール、スタンダードビールを飲んでいる人が、購入する際に重視する点として「美味しさ」を挙げる割合（平均 76.4%）は、発泡酒、第三のビール、ノンアルコールビールの3種（平均 42.8%）と比べて、特出して高かった。また、プレミアムビール、スタンダードビールにおいては、飲んでいるビールの「ブランド（銘柄）」に価値を感じて購入する人（平均 10.1%）が、その他3種の飲料（平均 4.6%）と比べると約2倍多かった。

#### ・「値段の安さ」で選ばれるのは、発泡酒と第三のビール

発泡酒、第三のビールを飲む人が購入時に重視しているのは、「美味しさ」（平均 42.7%）より「値段の安さ」（平均 51.6%）の方が多く、価格が一番のポイントとなっていることが分かった。

また、同年代の男女間で比べると20代では、男性は「値段の安さ」（平均 41.0%）より「美味しさ」（平均 51.9%）を重視する人が10.9ポイント多かったが、女性は「美味しさ」（平均 42.4%）より「値段の安さ」（平均 66.6%）を重視と答えた人が24.2ポイント多かった。

#### ・「健康志向」の人に選ばれるのは、カロリーや糖質量などが選べる発泡酒、第三のビールとノンアルコールビール

発泡酒、第三のビール、ノンアルコールビールを飲んでいる人は、プレミアムビール、スタンダードビールの2種を飲む人と比べ、「カロリーの低さ」、「糖質・糖類の少なさ」、「プリン体の少なさ」など、健康に関する点を重視していることがわかった。「カロリーの低さ」（平均 17.0%）を重要だと考えているのは、その他2種の飲料（平均 3.6%）より13.4ポイント高く、「糖質・糖類の少なさ」（平均 13.7%）は、その他（平均 3.5%）より10.2ポイント高かった。さらに、「プリン体の少なさ」（平均 11.3%）は、その他（平均 2.9%）より、8.4ポイント高かった。

#### ◇直近1年間で各種ビール系飲料およびノンアルコールビールを購入の際、重視した点

n=530（プレミアムビール）、572（スタンダードビール）、449（発泡酒）、415（第三のビール）、355（ノンアルコールビール） 単位：%

	n	美味しさ	値段の安さ	カロリーの低さ	糖質・糖類の少なさ	プリン体の少なさ	コラーゲン入り	アミノ酸入り	パッケージデザイン	よく行く店舗での取り扱い	オンラインでの取り扱い	広告や起用タレントを好きだから	そのメーカーを好きだから	そのブランドを好きだから	特に重視する点はない	購入していない／1年以内に購入していない	1度も購入したことのない
プレミアムビール	530	80.6	14.0	3.4	2.8	2.3	0.6	0.8	4.2	9.1	1.5	1.1	8.3	10.2	7.4	4.2	
スタンダードビール	572	72.2	22.0	3.8	4.2	3.5	1.2	0.9	3.1	8.7	1.6	1.0	7.9	10.0	8.9	4.4	
発泡酒	449	42.5	50.3	16.0	13.4	10.7	0.2	0.4	2.7	8.5	0.9	0.7	5.3	4.5	11.1	5.1	
第三のビール	415	42.9	52.8	18.1	15.2	13.7	0.7	0.5	3.4	9.4	1.7	1.0	5.1	5.3	11.3	4.6	
ノンアルコールビール	355	43.1	28.7	16.9	12.7	9.6	2.3	1.4	3.1	9.0	1.4	1.4	5.4	3.9	16.1	9.0	

◇直近1年間で各種ビール系飲料およびノンアルコールビールを購入の際、重視した点

<種類別上位10位> n=530 (プレミアムビール)、572 (スタンダードビール)、449 (発泡酒)、415 (第三のビール)、355 (ノンアルコールビール) 単位：% 複数回答

プレミアムビール (n=530)			スタンダードビール (n=572)		
1	美味しさ	80.6	1	美味しさ	72.2
2	値段の安さ	14.0	2	値段の安さ	22.0
3	そのブランドを好きだから	10.2	3	そのブランドを好きだから	10.0
4	よく行く店舗での取り扱い	9.1	4	特に重視する点はない	8.9
5	そのメーカーを好きだから	8.3	5	よく行く店舗での取り扱い	8.7
6	特に重視する点はない	7.4	6	そのメーカーを好きだから	7.9
7	パッケージデザイン	4.2	7	1度も購入したことがない／1年以内に購入していない	4.4
8	1度も購入したことがない／1年以内に購入していない	4.2	8	糖質・糖類の少なさ	4.2
9	カロリーの低さ	3.4	9	カロリーの低さ	3.8
10	糖質・糖類の少なさ	2.8	10	プリン体の少なさ	3.5

発泡酒 (n=449)			第三のビール (n=415)			ノンアルコールビール (n=355)		
1	値段の安さ	50.3	1	値段の安さ	52.8	1	美味しさ	43.1
2	美味しさ	42.5	2	美味しさ	42.9	2	値段の安さ	28.7
3	カロリーの低さ	16.0	3	カロリーの低さ	18.1	3	カロリーの低さ	16.9
4	糖質・糖類の少なさ	13.4	4	糖質・糖類の少なさ	15.2	4	特に重視する点はない	16.1
5	特に重視する点はない	11.1	5	プリン体の少なさ	13.7	5	糖質・糖類の少なさ	12.7
6	プリン体の少なさ	10.7	6	特に重視する点はない	11.3	6	プリン体の少なさ	9.6
7	よく行く店舗での取り扱い	8.5	7	よく行く店舗での取り扱い	9.4	7	よく行く店舗での取り扱い	9.0
8	そのメーカーを好きだから	5.3	8	そのブランドを好きだから	5.3	8	1度も購入したことがない／1年以内に購入していない	9.0
9	1度も購入したことがない／1年以内に購入していない	5.1	9	そのメーカーを好きだから	5.1	9	そのメーカーを好きだから	5.4
10	そのブランドを好きだから	4.5	10	1度も購入したことがない／1年以内に購入していない	4.6	10	そのブランドを好きだから	3.9

◇直近1年間で発泡酒を購入の際、重視した点  
<値段の安さ、美味しさ> n=449 単位：%

		n	美味しさ	値段の安さ
全体		449	42.5	50.3
性別	男性	273	42.9	48.0
	女性	176	42.0	54.0
性年代	男性 20代	54	53.7	40.7
	男性 30代	61	47.5	50.8
	男性 40代	46	34.8	50.0
	男性 50代	56	30.4	51.8
	男性 60代	56	46.4	46.4
	女性 20代	31	38.7	67.7
	女性 30代	31	51.6	58.1
	女性 40代	38	42.1	50.0
	女性 50代	44	38.6	47.7
	女性 60代	32	40.6	50.0

◇直近1年間で第三のビールを購入の際、重視  
した点<値段の安さ、美味しさ> n=415 単  
 位：%

		n	美味しさ	値段の安さ
全体		415	42.9	52.8
性別	男性	256	43.4	51.2
	女性	159	42.1	55.3
性年代	男性 20代	46	50.0	41.3
	男性 30代	59	47.5	45.8
	男性 40代	51	37.3	54.9
	男性 50代	53	35.8	62.3
	男性 60代	47	46.8	51.1
	女性 20代	26	46.2	65.4
	女性 30代	27	40.7	59.3
	女性 40代	37	45.9	51.4
	女性 50代	44	38.6	56.8
	女性 60代	25	40.0	44.0

■プレミアムビール、スタンダードビールで好まれるのは「コク」。発泡酒、第三のビール、ノンアルコールビールの好きな点は「喉ごし」

前問で、各種ビール系飲料やノンアルコールビールを購入する際に、「美味しさ」を重視していると回答した人に、各飲料について好きな点を聞いたところ、飲料別に差異が見られた。

・プレミアムビール：好きな点は「コク」がトップ。他と比べ好まれるのは「香りの良さ」

プレミアムビールを飲む人に好きな点を聞いたところ、「コク」(35.9%)が最も多く(その他4種の飲料：平均22.1%)、「喉ごしの良さ」(13.8%)、「まろやかさ」(12.7%)と続いた。「香りの良さ」(9.5%)に関しては、その他4種の飲料(平均3.1%)と比べ、より好まれる傾向にあった。

・スタンダードビール：好きな点は「コク」と「キレ」。約1割が「苦味」を求める

スタンダードビールの好きな点として、「コク」(26.9%)、「キレ」(23.1%)と回答した人が多く、中でも「キレ」については、その他4種の飲料(平均17.3%)と比べて多い結果となった。また、「苦味」(8.8%)を求めている人が多いことも分かった(その他4種の飲料：4.6%)。

・発泡酒・第三のビール：好きな点は「喉ごしの良さ」

発泡酒、第三のビールの好きな点で最も多かったのは「喉ごしの良さ」(平均26.3%)で、プレミアムビール、スタンダードビール(平均16.7%)と比べると9.6ポイント高かった。続いて「コク」(平均：22.7%)、「キレ」(平均：19.6%)という順となった。

**・ノンアルコールビール：好きな点は「喉ごしの良さ」や「キレ」、「コク」。「炭酸の強さ」も人気**

ノンアルコールビールにおいては、「喉ごしの良さ」(24.6%)を好きな点として挙げる人が最も多く、続いて「キレ」(16.2%)、「コク」(16.2%)が多かった。また、その他4種の飲料との差を見ると「炭酸の強さ」(10.8%)を求める人が、その他の飲料(平均4.7%)と比べると多い傾向にあることも分かった。

**◇各種ビール系飲料およびノンアルコールビールで、好きな点(上位3つまで)**

n=621(プレミアムビール)、554(スタンダードビール)、232(発泡酒)、217(第三のビール)、167(ノンアルコールビール) 単位：%

	n	キレ (後味がどれだけ早く消えるか)	苦味、 コク(基本五味 がパラメータよく 含まれて濃い味に なっているか)	まろやかさ(口あたりが 柔らかい)	苦味	酸味	甘味	炭酸の強さ	喉ごしの良さ	香りの良さ	クリーミーな泡立ち	フルーツフレーバー (レモン&ライム、 オレンジなど)
プレミアムビール	621	14.0	35.9	12.7	5.5	0.2	0.3	1.6	13.8	9.5	6.0	0.5
スタンダードビール	554	23.1	26.9	9.7	8.8	0.5	0.4	2.5	19.5	4.2	3.4	0.9
発泡酒	232	19.8	22.0	11.6	4.7	0.4	1.3	6.0	26.3	2.2	3.0	2.6
第三のビール	217	19.4	23.5	12.9	4.1	0.0	0.5	4.6	26.3	2.3	4.1	2.3
ノンアルコールビール	167	16.2	16.2	14.4	4.2	1.2	0.6	10.8	24.6	3.6	3.0	5.4

**■ビール系飲料およびノンアルコールビールの購入をやめる値上がり額は、平均「1円以上30円未満」**

各種ビール系飲料およびノンアルコールビールの1缶(350ml)あたりの値段がいくら上がったから購入をやめるか聞いたところ、値上がり額が飲料別に異なることが分かった。

半数以上が購入をやめると回答した値上がり額は、プレミアムビール(50.6%)とスタンダードビール(56.6%)で「1円以上35円未満」、発泡酒(51.7%)と第三のビール(51.3%)で「1円以上30円未満」、ノンアルコールビール(50.4%)では「1円以上25円未満」だった。

一方、「値上がりは関係なく、購入し続ける」と回答した人は、全飲料において約2割(平均21.0%)いた。さらに、飲酒頻度別に見ると、週に2回以上飲む人は「値上りを気にしない」と答える割合が高く、週に2回以上プレミアムビールかスタンダードビール、または第三のビールを飲んでいる人の約3割(平均30.5%)が、「値上がりは関係ない」と回答し、週に1回未満の人(平均21.1%)を9.4ポイント上回った。ノンアルコールビールにおいても、週に1回未満の人(平均15.4%)より、週に2回以上飲んでいる人(25.0%)の方が、値上りを気にしないと回答した。一方、発泡酒を飲んでいる人は、飲酒頻度に関係なく、約2割(平均19.6%)が、「値上がりは関係

ない」と回答した。

◇各種ビール系飲料およびノンアルコールビールが、1 缶 (350ml) あたりいくら値上がりしたら購入をやめるか n=530 (プレミアムビール)、572 (スタンダードビール)、449 (発泡酒)、415 (第三のビール)、355 (ノンアルコールビール) 単位：%

	n	5 1 円 未 満 上	1 5 円 未 満 上	1 1 5 0 円 未 満 上	2 1 0 5 円 未 満 上	2 2 5 0 円 未 満 上	3 2 0 5 円 未 満 上	3 3 5 0 円 未 満 上	4 3 0 5 円 未 満 上	4 4 5 0 円 未 満 上	5 4 0 5 円 未 満 上	5 5 5 0 円 未 満 上	6 5 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
プレミアムビール	530	7.4	4.0	8.7	6.8	8.9	4.2	10.8	1.9	3.0	4.5	8.5	0.6	5.7	25.3
スタンダードビール	572	7.3	6.1	8.9	8.7	8.6	4.9	12.1	2.4	2.1	3.7	6.3	0.3	4.7	23.8
発泡酒	449	8.9	8.5	11.8	8.9	8.5	5.1	10.2	3.6	2.0	2.0	6.0	0.7	4.5	19.4
第三のビール	415	8.9	8.2	10.8	9.9	8.2	5.3	10.6	3.1	1.2	2.2	5.5	0.7	4.6	20.7
ノンアルコールビール	355	12.1	8.5	13.5	8.2	8.2	3.9	11.8	1.4	2.3	2.5	5.6	0.8	5.1	16.1

◇各種ビール系飲料およびノンアルコールビールが、1 缶 (350ml) あたりいくら値上がりしたら購入をやめるか <飲酒頻度別> n=530 (プレミアムビール)、572 (スタンダードビール)、449 (発泡酒)、415 (第三のビール)、355 (ノンアルコールビール) 単位：%

プレミアムビールを飲む頻度	n	1 1 5 円 未 満 上	3 1 0 5 円 未 満 上	4 3 5 0 円 未 満 上	6 4 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
全体	530	20.0	19.8	15.7	13.6	5.7	25.3
週に2回以上	82	12.2	20.7	14.6	13.4	9.8	29.3
週に1回	66	15.2	19.7	12.1	19.7	4.5	28.8
2~3週間に1回未満	382	22.5	19.6	16.5	12.6	5.0	23.8

スタンダードビールを飲む頻度	n	1 1 5 円 未 満 上	3 1 0 5 円 未 満 上	4 3 5 0 円 未 満 上	6 4 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
全体	572	22.4	22.2	16.6	10.3	4.7	23.8
週に2回以上	92	13.0	21.7	20.7	7.6	4.3	32.6
週に1回	111	19.8	27.0	13.5	13.5	4.5	21.6
2~3週間に1回未満	369	25.5	20.9	16.5	10.0	4.9	22.2

発泡酒を飲む頻度	n	1 1 5 円 未 満 上	3 1 0 5 円 未 満 上	4 3 5 0 円 未 満 上	6 4 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
全体	449	29.2	22.5	15.8	8.7	4.5	19.4
週に2回以上	97	19.6	29.9	17.5	9.3	4.1	19.6
週に1回	55	32.7	14.5	12.7	9.1	10.9	20.0
2~3週間に1回未満	297	31.6	21.5	15.8	8.4	3.4	19.2

第三のビールを飲む頻度	n	1 1 5 円 未 満 上	3 1 0 5 円 未 満 上	4 3 5 0 円 未 満 上	6 4 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
全体	415	28.0	23.4	14.9	8.4	4.6	20.7
週に2回以上	135	21.5	23.7	15.6	5.9	3.7	29.6
週に1回	53	30.2	22.6	17.0	13.2	3.8	13.2
2~3週間に1回未満	227	31.3	23.3	14.1	8.8	5.3	17.2

ノンアルコールビールを飲む頻度	n	1 1 5 円 未 満 上	3 1 0 5 円 未 満 上	4 3 5 0 円 未 満 上	6 4 0 5 円 未 満 上	6 0 円 未 満 上	続 な 値 上 が り は し 関 係
全体	355	34.1	20.3	15.5	9.0	5.1	16.1
週に2回以上	44	29.5	15.9	15.9	4.5	9.1	25.0
週に1回	37	32.4	16.2	16.2	18.9	0.0	16.2
2~3週間に1回未満	274	35.0	21.5	15.3	8.4	5.1	14.6

■一杯目の注文、人気トップは「ビール」。女性もサワー、チューハイよりビール派が多数

外食時に、アルコール飲料を提供している店で一杯目に何を注文することが多いか聞いたところ、約半数の人が「ビール」(44.9%)と回答した。男性の約6割(59.4%)は、一杯目にビールを注文することが多く、女性(30.4%)の約2倍だった。性年代別に比較すると、30~60代の男性は、一杯目にビールを注文する人が各世代で60%を超えたのに対し(平均62.0%)、男性20代

は 49.0%と 5 割を切り、若年層のビール離れがうかがえた。また、女性の一杯目は、「サワー、チューハイ」(10.4%)より「ビール」(30.4%)を選ぶ人が約3倍多いことも明らかになった。

一杯目の飲み物は、ビールに次いで「ソフトドリンク」(14.7%)と回答する人が多かった。性年代別に比較すると、60代女性とともに、比較的若い世代の20代と30代女性も、20%以上が「ソフトドリンク」を一杯目を選んでいることが明らかになった。

さらに、10人に1人(10.6%)は、アルコール飲料を提供している店で「飲み物を注文しない」と回答した。

◇外食時、アルコール飲料を提供している店で、一杯目に注文することが多い飲み物 n=1000

単位：%

		n	ビール	サワー、チューハイ	ハイボール	ワイン	スパークリングワイン	カクテル	洋酒(ウイスキー、ブランデー、ウオッカなど)	梅酒	焼酎	泡盛	日本酒	ノンアルコールビール	ノンアルコールカクテル	ソフトドリンク	飲み物を注文しない	お酒を提供している店ではない
全体		1000	44.9	6.8	1.5	1.7	0.9	2.7	0.0	2.1	1.3	0.0	0.7	1.2	0.9	14.7	10.6	10.0
性別	男性	500	59.4	3.2	1.4	1.2	0.0	0.6	0.0	1.2	1.4	0.0	1.2	1.4	0.0	11.2	8.8	9.0
	女性	500	30.4	10.4	1.6	2.2	1.8	4.8	0.0	3.0	1.2	0.0	0.2	1.0	1.8	18.2	12.4	11.0
年代	20代	200	37.5	5.5	3.5	1.0	1.0	5.0	0.0	4.0	0.5	0.0	0.5	0.0	2.0	15.5	10.5	13.5
	30代	200	44.0	10.0	0.5	1.5	1.0	3.5	0.0	2.5	2.0	0.0	0.5	1.5	1.5	14.5	7.0	10.0
	40代	200	49.5	7.0	1.0	1.0	1.5	3.5	0.0	2.0	1.0	0.0	0.5	2.0	1.0	14.0	9.0	7.0
	50代	200	48.0	7.5	2.0	3.0	1.0	1.5	0.0	1.0	1.0	0.0	1.0	0.5	0.0	14.0	10.5	9.0
	60代	200	45.5	4.0	0.5	2.0	0.0	0.0	0.0	1.0	2.0	0.0	1.0	2.0	0.0	15.5	16.0	10.5
	性年代	男性 20代	100	49.0	2.0	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	3.0	1.0	0.0	1.0	0.0	0.0	11.0	11.0
男性 30代		100	62.0	5.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0	2.0	1.0	0.0	0.0	3.0	0.0	8.0	7.0	9.0
男性 40代		100	62.0	5.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0	16.0	6.0	7.0
男性 50代		100	60.0	2.0	3.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	15.0	10.0	7.0
男性 60代		100	64.0	2.0	1.0	3.0	0.0	0.0	0.0	1.0	4.0	0.0	2.0	3.0	0.0	6.0	10.0	4.0
女性 20代		100	26.0	9.0	5.0	0.0	2.0	10.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	20.0	10.0	9.0
女性 30代		100	26.0	15.0	1.0	3.0	2.0	4.0	0.0	3.0	3.0	0.0	1.0	0.0	3.0	21.0	7.0	11.0
女性 40代		100	37.0	9.0	1.0	2.0	3.0	7.0	0.0	4.0	1.0	0.0	0.0	3.0	2.0	12.0	12.0	7.0
女性 50代		100	36.0	13.0	1.0	5.0	2.0	3.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	1.0	0.0	13.0	11.0	11.0
女性 60代		100	27.0	6.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	25.0	22.0	17.0

【調査概要】

調査エリア : 全国  
 調査対象者 : 20歳～69歳 男女  
 回収サンプル数 : 1,000サンプル  
 調査期間 : 2015年7月30日から7月31日  
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上