生活関連品目と 酒類の購入の関係について

消費者による酒類の購入はさまざまな要因の影響を受ける。特にライフスタイルによる影響は重要であり、酒類の需要開発には現在のライフスタイルにマッチしている商品や今後の変化を積極的に先取りするような商品の提供が欠かせない。酒類情報アナリストである筆者は、ライフスタイルに強く係わる生活関連品目と酒類の購入における最近 20 年間の相関を解析した。両者の相関関係が大変よく整理されており、今後の商品開発に貴重なヒントを与えている。

鈴木 昭 紀

1. はじめに

前著¹⁾においては、人間の食生活の視点から酒類の購入数量への影響を分析したが、今回は人間の家庭生活（ライフスタイル）の視点から酒類の購入数量への影響を分析した。

本分析に当っては、総務庁（現総務省）が実施している家計調査（以下、「家計調査」という）の中で、昭和 55 年度から平成 12 年度に至るまでの世帯による「酒類」及び「生活関連品目」（食品を除く）の購入数量を利用した。²⁾

2. 「酒類」と「生活関連品目」の購入との相関関係

家計調査の中から、昭和 55 年度から平成 12 年度までの家計による「酒類」及び「生活関連品目」の購入数量を用いて、「酒類」と「生活関連品目」との相関係数を計算して両者の関係を調べた。（第 1－1 表、第 1－2 表）

表中 NO 1～10 は「電化製品等」、NO 11～15 は「寝具等」、NO 16～26 は「婦人用服装品等」、NO 27～35 は「男子用服装品等」、NO 36～42 は「子供等の服装品等」、NO 43～44 は「男女の帽子・手

袋」、NO 45～52 は「靴・カバン類」、NO 53～54 は「ノート及び傘」、NO 55～57 は「食器等」、NO 58～62 は「衛生及び美容関係品目」、NO 63～66 は「車及び燃料関係品目」、NO 67 は「楽器」の区分である。

次に、第 1－1 表、第 1－2 表のままでは特徴を見つけにくいので、前著と同様に相関係数の大きさにより記号化して、酒類別に特徴を調べることにした。

(1) 「清酒」（第 2 表）

「清酒」は、「婦人用着物」、「婦人用帯」、「婦人服」、「セット」と非常に大きな正の相関を示し、「スカート」、「ブラウス」、「婦人用ストッキング」と大きな正の相関を示した。

このことは、「清酒」の購入が婦人のフォーマルな服装と関係していたことを意味し、女性が昔ながらのフォーマルな服装をしていた時は、「清酒」の購入が多かったが、それが少なくなるにつれて「清酒」の購入が減少してきたことを意味する。

これに対して、「婦人用スラックス」、「他の婦人用シャツ」は、「清酒」と非常に大きな負の相関を示したことから、近年、御婦人方に好まれるカジュアルなファッションの普及は、「清酒」の購入にとってマイナスの影響があったことになる。

Relation among Purchase Quantities of Various Alcoholic Beverages and Other Items except Food on the Family Income and Expenditure Survey

Akinori SUZUKI (Liquors information analyst)

第1-1表 「酒類」と「生活関連品目」との購入の相関関係（S55～H12年度）

No.	品 目	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
1	テレビ	-0.77	0.77	0.59	-0.77	0.60
2	ステレオセット	-0.11	0.19	-0.36	0.01	0.31
3	テープレコーダ	-0.44	0.37	0.53	-0.48	0.02
4	電気炊事機	-0.86	0.76	0.79	-0.87	0.72
5	電気冷蔵庫	-0.62	0.58	0.48	-0.64	0.82
6	電気掃除機	-0.62	0.86	0.29	-0.68	0.44
7	電気洗濯機	0.28	-0.23	0.20	0.16	-0.54
8	ミシン	0.20	-0.19	-0.25	0.23	-0.46
9	エアコン	-0.86	0.74	0.81	-0.89	0.56
10	ストーブ等	0.07	0.15	-0.39	0.17	-0.08
11	たんす	0.64	-0.44	-0.56	0.64	-0.81
12	ベッド	-0.85	0.72	0.67	-0.86	0.73
13	布団	0.89	-0.86	-0.46	0.85	-0.82
14	敷布	-0.49	0.45	0.33	-0.49	0.04
15	畳替え	0.79	-0.77	-0.50	0.79	-0.80
16	婦人用コート	-0.69	0.60	0.86	-0.83	0.51
17	婦人用着物	0.95	-0.90	-0.65	0.96	-0.67
18	婦人用帯	0.95	-0.85	-0.67	0.96	-0.62
19	婦人服	0.94	-0.83	-0.51	0.89	-0.89
20	スカート	0.75	-0.70	-0.59	0.76	-0.86
21	婦人用セーター	-0.14	0.29	-0.35	0.03	-0.04
22	婦人用スラックス	-0.90	0.84	0.72	-0.92	0.79
23	ブラウス	0.76	-0.66	-0.42	0.70	-0.90
24	他の婦人用シャツ	-0.91	0.70	0.75	-0.92	0.72
25	婦人用ストッキング	0.77	-0.67	-0.52	0.78	-0.91
26	婦人用ソックス	-0.67	0.70	0.25	-0.62	0.86
27	男子用コート	-0.66	0.53	0.88	-0.77	0.51
28	背広服	-0.04	-0.12	0.45	-0.14	-0.44
29	男子用上着	0.52	-0.30	0.00	0.30	-0.53
30	男子用ズボン	0.62	-0.44	-0.19	0.52	-0.89
31	男子用セーター	0.93	-0.80	-0.62	0.93	-0.87
32	ワイシャツ	0.60	-0.59	-0.40	0.64	-0.66
33	他の男子用シャツ	-0.86	0.70	0.83	-0.91	0.57
34	ネクタイ	0.25	-0.30	0.05	0.22	-0.71
35	男子用靴下	0.82	-0.60	-0.62	0.76	-0.74

次に、「男子用学校制服」、「女子用学校制服」、「子供服」、「子供用セーター」、「子供用靴下」、「運動靴」、「子供靴」、「ノートブック」、「ピアノ」等が、「清酒」と非常に大きい又は大きな正の相関を示したことから、学齢期等の子供のいる家庭が多いほど「清酒」の購入が多かったものと思われる。

また、「清酒」と「男子用セーター」は非常に大きな正の相関、「男子用靴下」、「手袋」等が大きな正の相関、「ワイシャツ」、「男子用ズボン」、「男子用上着」

等が比較的大きな正の相関を示したことから、男子が多く寒冷なほど、「清酒」の購入が増加することを伺わせる。

次に、「テレビ」、「電気炊事機」、「電気冷蔵庫」、「電気掃除機」、「エアコン」、等の家電製品は、「清酒」と大きな又は比較的大きな負の相関となったことから、家庭における文化的な生活の浸透は、「清酒」の購入にマイナスの影響を及ぼして「清酒」の購入の減少に繋がったものと思われる。

第1-2表 「酒類」と「生活関連品目」との購入の相関関係（S55～H12年度）

No.	品 目	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
36	男子用学校制服	0.88	-0.71	-0.76	0.90	-0.74
37	女子用学校制服	0.83	-0.64	-0.72	0.82	-0.79
38	子供服	0.88	-0.90	-0.44	0.84	-0.67
39	子供用セーター	0.92	-0.84	-0.73	0.95	-0.57
40	子供用シャツ	0.12	-0.33	0.28	0.04	-0.31
41	子供用靴下	0.96	-0.89	-0.66	0.96	-0.68
42	乳児服	-0.31	0.10	0.28	-0.28	0.34
43	帽子	0.10	-0.16	-0.09	0.13	0.32
44	手袋	0.87	-0.69	-0.75	0.89	-0.65
45	運動靴	0.87	-0.77	-0.51	0.86	-0.93
46	サンダル	0.90	-0.79	-0.75	0.94	-0.53
47	男子靴	0.31	-0.26	-0.04	0.23	-0.75
48	婦人靴	-0.31	0.31	0.41	-0.39	-0.25
49	子供靴	0.95	-0.88	-0.69	0.96	-0.74
50	ハンドバッグ	-0.87	0.66	0.77	-0.87	0.74
51	通学用かばん	-0.51	0.50	0.22	-0.52	0.82
52	旅行用かばん	0.82	-0.72	-0.23	-0.23	-0.68
53	ノートブック	0.90	-0.75	-0.66	0.91	-0.86
54	傘	0.36	-0.49	-0.30	0.37	-0.56
55	茶碗皿鉢	-0.02	-0.03	-0.02	-0.19	-0.01
56	魔法瓶	0.48	-0.25	-0.13	0.40	-0.57
57	鍋・やかん	-0.82	0.70	0.84	-0.88	0.58
58	入浴	0.96	-0.84	-0.72	0.95	-0.65
59	理髪	0.80	-0.76	-0.31	0.73	-0.94
60	パーマネント	0.78	-0.65	-0.56	0.77	-0.92
61	セット	0.96	-0.89	-0.69	0.97	-0.77
62	化粧石鹸	0.65	-0.49	-0.48	0.61	-0.62
63	自動車購入	-0.59	0.52	0.31	-0.53	0.31
64	ガソリン	-0.93	0.82	0.79	-0.95	0.68
65	プロパンガス	-0.71	0.63	0.76	-0.77	0.59
66	灯油	-0.63	0.81	0.38	-0.71	0.32
67	ピアノ	0.84	-0.75	-0.60	0.87	-0.69

さらに、「清酒」と「布団」、「畳替え」、「たんす」が大きな正の相関を示し、「ベッド」が大きな負の相関を示したことから、和風の伝統的生活は「清酒」の購入にプラスに影響し、家電製品の普及した洋風の文化的生活は逆にマイナスに影響することを伺わせる。

最後に、「清酒」は自動車の燃料である「ガソリン」と非常に大きな負の相関、「自動車購入」と比較的大きな負の相関を示し、暖厨房用の燃料である「プロパンガス」と大きな負の相関、「灯油」と比較的大きな負の相関を示したことから、自動車の普及による車社会の伸展や暖・厨房用器具等の普及は、「清酒」の購

入にマイナスの影響を及ぼしたことが分る。

(2) 「焼酎」（第3表）

「焼酎」は、「電気掃除機」、「テレビ」、「電気炊事機」、「エアコン」、「電気冷蔵庫」等の家電製品と大きな正の相関を示したことから、家庭における文化的な生活の浸透は、「焼酎」の購入にプラスとなり、「焼酎」の購入の増加に繋がったものと思われる。

さらに、「ベッド」は大きな正の相関を示し、「布団」及び「畳替え」が大きな負の相関を示したことから、洋風の文化的生活は「焼酎」の購入にプラスであり、和風の伝統的生活は「焼酎」の購入にマ

第2表 「清酒」と「生活関連品目」との購入の相関関係
(S55～H12年度)

品 目	正の相関係数	品 目	負の相関係数
婦人用着物	++++	婦人用スラックス	-----
婦人用帯	++++	他の婦人用シャツ	-----
婦人服	++++	ガソリン	-----
男子用セーター	++++		
子供用セーター	++++	電気炊事機	----
子供用靴下	++++	エアコン	----
サンダル	++++	ベッド	----
子供靴	++++	他の男子用シャツ	----
ノートブック	++++	ハンドバッグ	----
入浴	++++	鍋・やかん	----
セット	++++		
		テレビ	--
布団	+++	プロパンガス	--
男子用靴下	+++		
男子用学校制服	+++	電気冷蔵庫	-
女子用学校制服	+++	電気掃除機	-
子供服	+++	婦人用コート	-
手袋	+++	婦人用ソックス	-
運動靴	+++	男子用コート	-
ピアノ	+++	通学用かばん	-
		自動車購入	-
畳替え	++	灯油	-
スカート	++		
ブラウス	++		
婦人用ストッキング	++		
たんす	+		
男子用上着	+		
男子用ズボン	+		
ワイシャツ	+		

(注) +++++は相関係数0.9以上 +++は相関係数0.8以上
++は相関係数0.7以上 +は相関係数0.5以上
-----は相関係数-0.9以下 ----は相関係数-0.8以下
--は相関係数-0.7以下 -は相関係数-0.5以下

イナスであったことが分る。

また、「婦人用スラックス」、「婦人用ソックス」、「他の婦人用シャツ」等が大きな正の相関を示し、「婦人用着物」が非常に大きな負の相関、「婦人用帯」、「婦人服」、「スカート」等が大きな負の相関、「ブラウス」、「婦人用ストッキング」等が比較的大きな負の相関を示したことから、婦人用のカジュアルなファッションは「焼ちゅう」の購入にはプラスに影響し、婦人用のフォーマルなファッションは「焼ちゅう」の購入にはマイナスに影響したことになる。

その他、暖厨房用の燃料である「灯油」及び自動車の燃料である「ガソリン」は大きな正の相関、「プロパンガス」及び「自動車購入」は比較的大きな正の相関を示したことから、暖房等の普及や自動車の普及による車社会の伸展は、「焼ちゅう」の購入にプラスとなったことが分る。

また、「子供服」は非常に大きな負の相関、「子供用セーター」、「子供用靴下」、「子供靴」、「男子用学校制服」、「ノートブック」、「ピアノ」等の子供用品は大きな負の相関、「女子用学校制服」は比較的大きな負の

第3表 「焼ちゅう」と「生活関連品目」との購入の相関関係
(S 55～H 12 年度)

品 目	正の相関係数	品 目	負の相関係数
電気掃除機	+++	婦人用着物	-----
婦人用スラックス	+++	子供服	-----
ガソリン	+++		
灯油	+++	布団	----
		婦人用帯	----
テレビ	++	婦人服	----
電気炊事機	++	男子用セーター	----
エアコン	++	子供用セーター	----
ベッド	++	子供用靴下	----
他の婦人用シャツ	++	子供靴	----
婦人用ソックス	++	入浴	----
他の男子用シャツ	++	セット	----
鍋・やかん	++		
		畳替え	--
婦人用コート	+	スカート	--
ハンドバッグ	+	男子用学校制服	--
プロパンガス	+	運動靴	--
電気冷蔵庫	+	サンダル	--
男子用コート	+	旅行用かばん	--
通学用かばん	+	ノートブック	--
自動車購入	+	理髪	--
		ピアノ	--
		ブラウス	-
		婦人用ストッキング	-
		男子用靴下	-
		女子用学校制服	-
		手袋	-
		パーマメント	-
		ワイシャツ	-

(注) +++++は相関係数 0.9 以上 +++は相関係数 0.8 以上
++は相関係数 0.7 以上 +は相関係数 0.5 以上
-----は相関係数 -0.9 以下 ----は相関係数 -0.8 以下
--は相関係数 -0.7 以下 -は相関係数 -0.5 以下

相関を示したことから、子供のいる家庭は「焼ちゅう」の購入にマイナスであったことが伺われる。

(3) 「ビール」(第4表)

「ビール」は、「エアコン」と大きな正の相関を示し、「電気炊事機」、「テレビ」、「テープレコーダー」とも大きな正の相関を示したことから、家庭における文化的な生活の浸透は、「ビール」の購入にプラスに作用し「ビール」の購入の増加に繋がったものと思われる。

さらに、「ベッド」は比較的大きな正の相関を示し、「たんす」及び「畳替え」が比較的大きな負の相関を

示したことから、洋風の文化的な生活は「ビール」の購入にプラスであり、和風の伝統的な生活は「ビール」の購入にマイナスであったことが分る。

また、「婦人用コート」、「婦人用スラックス」、「他の婦人用シャツ」のようなカジュアルなファッションは大きな正の相関を示し、「婦人用着物」、「婦人用帯」、「婦人服」、「スカート」、「婦人用ストッキング」のような婦人用のフォーマルなファッション並びに「パーマメント」、「セット」が比較的大きな負の相関を示したことから、「ビール」の場合も「焼ちゅう」

第4表 「ビール」と「生活関連品目」との購入の相関関係
(S55～H12年度)

品 目	正の相関係数	品 目	負の相関係数
エアコン	+++	男子用学校制服	---
婦人用コート	+++	女子用学校制服	---
男子用コート	+++	子供用セーター	---
他の男子用シャツ	+++	手袋	---
鍋・やかん	+++	サンダル	---
		入浴	---
電気炊事機	++	たんす	-
婦人用スラックス	++	畳替え	-
他の婦人用シャツ	++	婦人用着物	-
ハンドバッグ	++	婦人用帯	-
ガソリン	++	婦人服	-
プロパンガス	++	スカート	-
テレビ	+	婦人用ストッキング	-
テープレコーダ	+	男子用セーター	-
ベッド	+	男子用靴下	-
		子供用靴下	-
		運動靴	-
		子供靴	-
		ノートブック	-
		パーマメント	-
		セット	-
		ピアノ	-

(注) ++++は相関係数0.9以上 +++は相関係数0.8以上
++は相関係数0.7以上 +は相関係数0.5以上
----は相関係数-0.9以下 ---は相関係数-0.8以下
--は相関係数-0.7以下 -は相関係数-0.5以下

と同様、婦人用のカジュアルなファッションは「ビール」の購入にプラスに影響し、婦人用のフォーマルなファッションは「ビール」の購入にマイナスに影響したことになる。

その他、「男子用学校制服」、「女子用学校制服」、「子供用セーター」が大きな負の相関、「子供用靴下」、「子供靴」、「ノートブック」、「ピアノ」が比較的大きな負の相関を示したことから、子供のいる家庭は「ビール」の購入にマイナスであったことが伺われる。

また、「男子用コート」及び「他の男子用シャツ」は大きな正の相関、「男子用セーター」及び「男子用靴下」は比較的大きな負の相関を示したが、その解釈は分りにくかった。

その他、暖厨房用の燃料である「プロパンガス」及び自動車の燃料である「ガソリン」は大きな正の相関

を示したことから、暖・厨房用器具等の普及や自動車の普及による車社会の伸展は、「ビール」の購入にプラスとなったことが分る。

このことは、低アルコールで深酔いしにくい「ビール」は、車社会の伸展に対して有利であったことを意味している。

(4) 「ウイスキー」(第5表)

「ウイスキー」の場合は「清酒」と同様の傾向が見られ、「婦人用着物」、「婦人用帯」、「セット」が非常に大きな正の相関を示し、「婦人服」、「婦人用ストッキング」、「スカート」、「ブラウス」、「パーマメント」が大きな正の相関を示した。

このことは、「清酒」と同様、「ウイスキー」の購入が婦人のフォーマルな服装と関係していたことを意味し、女性が昔ながらのフォーマルな服装をしていた時

第5表 「ウイスキー」と「生活関連品目」との購入の相関関係
(S55～H12年度)

品 目	正の相関係数	品 目	負の相関係数
婦人用着物	++++	婦人用スラックス	-----
婦人用帯	++++	他の婦人用シャツ	-----
男子用セーター	++++	他の男子用シャツ	-----
男子用学校制服	++++	ガソリン	-----
子供用セーター	++++	電気炊事機	----
子供用靴下	++++	エアコン	----
サンダル	++++	ベッド	----
子供靴	++++	婦人用コート	----
ノートブック	++++	ハンドバッグ	----
入浴	++++	鍋・やかん	----
セット	++++		
布団	+++	テレビ	--
婦人服	+++	男子用コート	--
女子用学校制服	+++	プロパンガス	--
子供服	+++	灯油	--
手袋	+++	電気冷蔵庫	-
運動靴	+++	電気掃除機	-
ピアノ	+++	婦人用ソックス	-
畳替え	++	通学用かばん	-
スカート	++	自動車購入	-
ブラウス	++		
婦人用ストッキング	++		
男子用靴下	++		
理髪	++		
パーマメント	++		
たんす	+		
男子用ズボン	+		
ワイシャツ	+		
化粧石鹸	+		

(注) +++++は相関係数0.9以上 +++は相関係数0.8以上
++は相関係数0.7以上 ++は相関係数0.5以上
-----は相関係数-0.9以下 ----は相関係数-0.8以下
--は相関係数-0.7以下 -は相関係数-0.5以下

は、「ウイスキー」の購入が多かったが、それが少なくなるにつれて「ウイスキー」の購入が減少してきたことを意味する。

これに対して、「婦人用スラックス」、「他の婦人用シャツ」は、「ウイスキー」と非常に大きな負の相関を示したことから、近年、御婦人方に好まれるカジュアルなファッションの普及は、「ウイスキー」の購入

にマイナスの影響があったことになる。

次に、「男子用学校制服」、「女子用学校制服」、「子供服」、「子供用セーター」、「子供用靴下」、「運動靴」、「子供靴」、「ノートブック」、「ピアノ」等が、「ウイスキー」と非常に大きいか又は大きな正の相関を示したことから、学齢期等の子供のいる家庭が多いほど「ウイスキー」の購入が多かったものと思われる。

また、「ウイスキー」と「男子用セーター」は非常に大きな正の相関、「手袋」、「男子用靴下」等が大きな正の相関、「男子用ズボン」、「ワイシャツ」等が比較的大きな正の相関を示したことから、男子が多く寒冷なほど、「ウイスキー」の購入が増加することを伺わせる。

次に、「エアコン」、「テレビ」、「電気冷蔵庫」、「電気掃除機」等の家電製品は、「ウイスキー」と大きな又は比較的大きな負の相関となったことから、家庭における文化的な生活の浸透は、「ウイスキー」の購入にマイナスの影響を及ぼして「ウイスキー」の購入の減少に繋がったものと思われる。

さらに、「ウイスキー」と「布団」、「畳替え」が大きな正の相関、「たんす」が比較的大きな正の相関を示し、「ベッド」が大きな負の相関を示したことから、和風の伝統的生活は「ウイスキー」の購入にプラスに影響し、家電の普及した洋風の文化的な生活は逆にマイナスに影響したことを伺わせる。

また、「ウイスキー」は自動車の燃料である「ガソリン」と非常に大きな正の相関、「自動車購入」と比較的大きな正の相関を示し、暖厨房用の燃料である「プロパンガス」、「灯油」と大きな負の相関を示したことから、自動車の普及による車社会の伸展や暖・厨房用器具等の普及は、「ウイスキー」の購入にプラスの影響を及ぼしたことが分る。

なお、以上の関係は、「清酒」と同様であった。

(5) 「ぶどう酒」(第6表)

「ぶどう酒」は、やや相違点があるものの「焼酎」とほぼ同様の傾向であった。

内容をみると、家電製品の「電気冷蔵庫」、「電気炊事機」等が大きな正の相関を示し、「テレビ」、「エアコン」等が比較的大きな正の相関を示したことから、家庭における文化的な生活の浸透は、「ぶどう酒」の購入にプラスとなり、「ぶどう酒」の購入の増加に繋がった。

さらに、「焼酎」と同様、「ベッド」は大きな正の相関を示し、「布団」、「畳替え」、「たんす」が大きな負の相関を示したことから、洋風の文化的な生活は「ぶどう酒」の購入にプラスであり、和風の伝統的生活は「ぶどう酒」の購入にマイナスであったことが分る。

また、「婦人用ソックス」、「婦人用スラックス」、

「他の婦人用シャツ」等が大きな正の相関を示し、「ブラウス」、「婦人用ストッキング」、「パーマメント」が非常に大きな負の相関、「婦人服」、「スカート」等が大きな負の相関、「婦人用着物」、「婦人用帯」等が比較的大きな負の相関を示したことから、婦人用のカジュアルなファッションは「ぶどう酒」の購入にはプラスに影響し、婦人用のフォーマルなファッションは「ぶどう酒」の購入にはマイナスに影響したことになる。

その他、暖厨房用の燃料である「プロパンガス」及び自動車の燃料である「ガソリン」は比較的大きな正の相関を示したことから、暖厨房用器具等の普及や自動車の普及による車社会の伸展は、「ぶどう酒」の購入にプラスとなったことが分る。

また、「男子用学校制服」、「女子用学校制服」、「子供靴」等の子供用品は大きな負の相関、「子供服」、「子供用セーター」、「子供用靴下」、「ピアノ」等は比較的大きな負の相関を示したことから、子供のいる家庭は「ぶどう酒」の購入にマイナスであったことが伺われる。

なお、「焼酎」との大きな相違点として挙げられるのは、「男子用ズボン」、「男子用セーター」、「ネクタイ」、「男子用上着」、「ワイシャツ」、「男子用靴下」、「男子靴」等男物の衣料品等がまとまって負の相関を示したことであり、男性用品の購入が多くなるほど「ぶどう酒」の購入にはマイナスに影響したことになる。

3. 「生活関連品目」からみた酒類への影響パターン

酒類との相関係数 ± 0.7 以上(下)及び ± 0.9 以上(下)と大きな値を示した酒類をチェックしてパターン化し、「生活関連品目」の酒類に対する影響を調べた。

その結果、いくつかの特徴的なパターンに分類された。

(1) 5つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの(第7-1表)

これには、「男子用学校制服」、「電気炊事機」、「婦人用スラックス」が該当した。その内で「男子用学校制服」の場合は、「清酒」、「ウイスキー」に対して正の相関、「焼酎」、「ビール」、「ぶどう酒」に対しては負の相関を示した。

第6表 「ぶどう酒」と「生活関連品目」との購入の相関関係
(S 55～H 12 年度)

品 目	正の相関係数	品 目	負の相関係数
電気冷蔵庫	+++	ブラウス	-----
婦人用ソックス	+++	婦人用ストッキング	-----
通学用かばん	+++	運動靴	-----
		理髪	-----
電気炊事機	++	パーマメント	-----
ベッド	++		
婦人用スラックス	++	たんす	----
他の婦人用シャツ	++	布団	----
ハンドバッグ	++	畳替え	----
		婦人服	----
テレビ	+	スカート	----
エアコン	+	男子用ズボン	----
婦人用コート	+	男子用セーター	----
男子用コート	+	ノートブック	----
他の男子用シャツ	+		
鍋・やかん	+	ネクタイ	---
ガソリン	+	男子用靴下	---
プロパンガス	+	男子用学校制服	---
		女子用学校制服	---
		男子靴	---
		子供靴	---
		セット	---
		電気洗濯機	-
		婦人用着物	-
		婦人用帯	-
		男子用上着	-
		ワイシャツ	-
		子供服	-
		子供用セーター	-
		子供用靴下	-
		手袋	-
		サンダル	-
		旅行用かばん	-
		傘	-
		魔法瓶	-
		入浴	-
		化粧石鹸	-
		ピアノ	-

(注) +++++は相関係数 0.9 以上 ++++は相関係数 0.8 以上
++は相関係数 0.7 以上 ++は相関係数 0.5 以上
-----は相関係数 -0.9 以下 ----は相関係数 -0.8 以下
--は相関係数 -0.7 以下 -は相関係数 -0.5 以下

このことは、「男子用学校制服」の購入が「清酒」,
「ウイスキー」の購入に対しては有利に働き、「焼ちゅう」,
「ビール」,「ぶどう酒」の購入に対しては不利に

働くことを意味するが、現実の「男子用学校制服」の
消費動向は減少傾向であったことから、「清酒」,「ウ
イスキー」の購入の減少が進み,「焼ちゅう」,「ビー

第7-1表 「生活関連品目」からみた「酒類」への影響パターン

	酒 類	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
品 目	傾向	減少	増加	変動	減少	増加
男子用学校制服	減少	○	×	×	◎	×
電気炊事機	増加	×	○	○	×	○
婦人用スラックス	増加	××	○	○	××	○

(注) ○ は相関係数 0.7 以上 ◎ は相関係数 0.9 以上
 × は相関係数-0.7 以下 ×× は相関係数-0.9 以下

第7-2表 「生活関連品目」からみた「酒類」への影響パターン

	酒 類	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
品 目	傾向	減少	増加	変動	減少	増加
布団	変動	○	×		○	×
畳替え	減少	○	×		○	×
婦人服	減少	◎	×		○	×
スカート	変動	○	×		○	×
男子用セーター	減少	◎	×		◎	×
運動靴	減少	○	×		○	××
子供靴	減少	◎	×		◎	×
ノートブック	減少	◎	×		◎	×
理髪	減少	○	×		○	××
セット	減少	◎	×		◎	×
ベッド	増加	×	○		×	○
子供用セーター	減少	○	×	×	◎	
サンダル	減少	◎	×	×	◎	
入浴	減少	◎	×	×	◎	
エアコン	変動	×	○	○	×	
他の婦人用シャツ	増加	×	○	○	××	
他の男子用シャツ	増加	×	○	○	××	
鍋・やかん	増加	×	○	○	×	
ガソリン	増加	××	○	○	××	
女子用学校制服	減少	○		×	○	×
ハンドバッグ	増加	×		○	×	○

(注) ○ は相関係数 0.7 以上 ◎ は相関係数 0.9 以上
 × は相関係数-0.7 以下 ×× は相関係数-0.9 以下

ル」,「ぶどう酒」の購入が増加したことになる。

また,「電気炊事機」,「婦人用スラックス」の場合
 は,「男子用学校制服」とは正反対の相関関係を示し,
 「清酒」,「ウイスキー」に対して負の相関,「焼酎」,
 「ビール」,「ぶどう酒」に対しては正の相関を示
 した。

これらの品目についての購入は,増加傾向にあった
 ことから,この場合も「清酒」,「ウイスキー」の購入
 の減少が進み,「焼酎」,「ビール」,「ぶどう酒」

の購入が増加したことになる。

(2) 4つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの(第7-2表)

この場合はひとつの酒類を除き,残り4つの酒類と
 大きく関係した「生活関連品目」についてである。

①「ビール」以外の酒類との関係が深かったもの

これには,「清酒」,「ウイスキー」に対して正の
 相関,「焼酎」,「ぶどう酒」に対して負の相関
 を示したものとその反対のタイプがあった。

前者のタイプに属したものが10品目であり、後者のタイプに属したものが1品目であった。

前者には、「布団」、「畳替え」、「婦人服」、「スカート」、「男子用セーター」、「運動靴」、「子供靴」、「ノートブック」、「理髪」、「セット」が属し、後者には「ベッド」が属した。

これらの中で「ベッド」の購入だけは増加傾向を示したが、その他の品目はほとんどが減少傾向を示したことから、その他の品目は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ぶどう酒」の購入の増加に関係した。

なお、「布団」、「畳替え」と「ベッド」とは正反対の影響を示したことから、和風の生活様式と洋風の生活様式による相違を示唆するものであり、洋風の生活様式の浸透は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ぶどう酒」の購入の増加に関係したものとみられる。

②「ぶどう酒」以外の酒類との関係が深かったもの
これには、「清酒」、「ウイスキー」に対して正の相関、「焼酎」、「ビール」に対して負の相関を示したものとその反対のタイプがあった。

前者のタイプに属したものが3品目であり、後者のタイプに属したものが5品目であった。

前者には、「子供用セーター」、「サンダル」、「入浴」が属し、後者には「エアコン」、「他の婦人用シャツ」、「他の男子用シャツ」、「鍋・やかん」、「ガソリン」が属した。

これらの中で「子供用セーター」、「サンダル」、「入浴」の購入は減少傾向を示したことから、これらの品目は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ビール」の購入の増加に関係した。

また、一定の傾向を持たなかった「エアコン」を除く、「他の婦人用シャツ」、「他の男子用シャツ」、「鍋・やかん」、「ガソリン」の購入は増加傾向を示したことから、これらの品目は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ビール」の購入の増加に関係した。

なお、「他の婦人用シャツ」、「他の男子用シャツ」のようなカジュアルな衣料用品の増加が、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ビール」の購入の増加に関係したことは、生活のカジュアル化との関係で興味深い。

③「焼酎」以外の酒類との関係が深かったもの
これには、「清酒」、「ウイスキー」に対して正の相関、「ビール」、「ぶどう酒」に対して負の相関を示したものとその反対のタイプがあった。

前者のタイプに属したものが「女子用学校制服」であり、後者のタイプに属したものが「ハンドバッグ」であった。

これらの品目の中で「女子用学校制服」の購入は減少傾向であり、「ハンドバッグ」の購入は増加傾向であったことから、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」、「ビール」の購入の増加に関係した。

(3) 3つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの(第7-3表)

この場合は2つの酒類を除き、残り3つの酒類と大きく関係した「生活関連品目」についてである。

①「清酒」、「焼酎」、「ウイスキー」との関係が深かったもの

これには、「清酒」、「ウイスキー」と正の相関、「焼酎」と負の相関を示したものとその反対のタイプがあった。

前者には、「婦人用着物」、「婦人用帯」、「子供服」、「子供用靴下」、「ピアノ」が属し、後者には「テレビ」が属した。

これらの中で「婦人用着物」、「婦人用帯」、「子供服」、「子供用靴下」、「ピアノ」の購入は減少傾向を示したことから、これらの品目は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」の購入の増加に関係した。

また、「テレビ」の購入は増加傾向を示したことから、前者と同様、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」の購入の増加に関係した。

なお、「婦人用着物」、「婦人用帯」のようなフォーマルな衣料用品の減少が、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」の購入の増加に関係したことは、生活のカジュアル化との関係で興味深い。

②「清酒」、「ウイスキー」、「ぶどう酒」との関係が深かったもの

これには、「ブラウス」、「婦人用ストッキング」、「男子用靴下」、「パーマメント」が属し、「清酒」、「ウイスキー」と正の相関、「ぶどう酒」と負の相関を示した。

第7-3表 「生活関連品目」からみた「酒類」への影響パターン

	酒 類	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
品 目	傾向	減少	増加	変動	減少	増加
婦人用着物	減少	◎	××		◎	
婦人用帯	減少	◎	×		◎	
子供服	減少	○	××		○	
子供用靴下	減少	◎	×		◎	
ピアノ	減少	○	×		○	
テレビ	増加	×	○		×	
ブラウス	減少	○			○	××
婦人用ストッキング	減少	○			○	××
男子用靴下	減少	○			○	×
パーマメント	減少	○			○	××
手袋	減少	○		×	○	
プロパンガス	変動	×		○	×	

(注) ○ は相関係数 0.7 以上 ◎ は相関係数 0.9 以上
 × は相関係数-0.7 以下 ×× は相関係数-0.9 以下

第7-4表 「生活関連品目」からみた「酒類」への影響パターン

	酒 類	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
品 目	傾向	減少	増加	変動	減少	増加
旅行用かばん	変動	○	×			
婦人用コート	増加			○	×	
男子用コート	増加			○	×	
婦人用ソックス	増加		○			○
灯油	変動		○		×	

(注) ○ は相関係数 0.7 以上 ◎ は相関係数 0.9 以上
 × は相関係数-0.7 以下 ×× は相関係数-0.9 以下

これらの品目の購入は、いずれも減少傾向を示したことから、これらの品目は、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「ぶどう酒」の購入の増加と関係した。

なお、「婦人用着物」、「婦人用帯」のようなフォーマルな衣料用品の減少が、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」の購入の増加と関係したことは、生活のカジュアル化との関係で興味深い。
 ③「清酒」、「ウイスキー」、「ビール」との関係が深かったもの

これには、「手袋」及び「プロパンガス」が属した。その中で「手袋」は「清酒」、「ウイスキー」と正の相関、「ビール」とは負の相関を示したが、「プロパンガス」はその反対であった。

「手袋」の購入は減少傾向であったことから、「清酒」、「ウイスキー」の購入の減少と「焼酎」の購入の増加に関係したことは、温暖化等との関係で考えると興味深い。

なお、「プロパンガス」の購入については一定の傾向がみられず変動していた。

(4) 2つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの(第7-4表)

この場合は3つの酒類を除き、残り2つの酒類と大きく関係した「生活関連品目」についてである。

①「清酒」及び「焼酎」との関係が深かったもの

これには、「旅行用かばん」が属し、「清酒」とは正の相関、「焼酎」とは負の相関を示した。

なお、「旅行用かばん」の購入は一定の傾向を示さなかった。

②「ウイスキー」及び「ビール」との関係が深かったもの

これには、「婦人用コート」及び「男子用コート」が属し、「ビール」とは正の相関、「ウイスキー」とは負の相関を示した。

なお、「婦人用コート」及び「男子用コート」とも購入は増加傾向を示したことから、「ウイスキー」は減少傾向を示し、「ビール」は全体としては一定の傾向を示さず変動した。

「婦人用コート」及び「男子用コート」が同じ様な挙動をしたことは、「他の婦人用シャツ」及び「他の男子用シャツ」と同様、男女の差がなく興味深い。

③「焼酎」及び「ぶどう酒」との関係が深かったもの

これには、「婦人用ソックス」が属し、「焼酎」及び「ぶどう酒」と正の相関を示した。

「婦人用ソックス」の購入は増加傾向にあったことから、「焼酎」及び「ぶどう酒」の購入の増加と関係した。

④「焼酎」及び「ウイスキー」との関係が深かったもの

これには、「灯油」が属し、「焼酎」とは正の相関を示し、「ウイスキー」とは負の相関を示した。

同じ蒸留酒に属する「焼酎」と「ウイスキー」とで、「灯油」に対する反応が異なったことは興味深い。

灯油は暖房用に多く用いられることから、部屋の

暖房との関係が示唆されるのであるが、「灯油」の購入状況には一定の傾向性が認められなかったことから、更なる分析が必要である。

(5) ひとつの酒類に大きな影響を及ぼしたもの(第7-5表)

この場合はひとつの酒類とだけ大きく関係した「生活関連品目」についてである。

①「ぶどう酒」との関係が深かったもの

これには、「電気冷蔵庫」、「通学用かばん」、「たんす」、「男子用ズボン」、「男子靴」が属し、「電気冷蔵庫」及び「通学用かばん」は「ぶどう酒」と正の相関を示し、「たんす」、「男子用ズボン」、「男子靴」は「ぶどう酒」と負の相関を示した。

これらの中では、「たんす」の販売が減少傾向を示したので、「ぶどう酒」の購入の増加傾向と関係したが、その他の品目は一定の購入傾向を示さなかったことから変動傾向の中での相関関係であった。

②「焼酎」との関係が深かったもの

これには、「電気掃除機」が属し、「焼酎」とは正の相関を示した。

「電気掃除機」についても一定の購入傾向を示さなかったことから、変動傾向の中での相関関係となり、増加時には増加、減少時には減少という傾向であった。

4. 主成分分析

これまでの結果は、「酒類」と「生活関連品目」との単相関による分析であったが、実際には、「酒類」間及び「生活関連品目」間にも相関関係があることから、これら全体の相関マトリックスを計算して、主成

第7-5表 「生活関連品目」からみた「酒類」への影響パターン

	酒 類	清酒	焼酎	ビール	ウイスキー	ぶどう酒
品 目	傾向	減少	増加	変動	減少	増加
電気冷蔵庫 通学用かばん	変動					○
	変動					○
たんす 男子用ズボン 男子靴	減少					×
	変動					×
	変動					×
電気掃除機	変動		○			

(注) ○ は相関係数 0.7 以上 ◎ は相関係数 0.9 以上
 × は相関係数-0.7 以下 ×× は相関係数-0.9 以下

分分析を行うことにより、それらの結果と比較した。

主成分分析の結果は、第一主成分が寄与率 75.13 %とほとんどの情報を集約していたことから、第一主成分をもとに比較検討した。(第 8-1 表)

第一主成分では、「清酒」及び「ウイスキー」と関係する「生活関連品目」のグループと「焼酎」、
「ビール」、「ぶどう酒」と関係する「生活関連品目」

のグループとに分かれ、両酒類間の競合の構図が認められたが、これまでの結果と一致するものであった。

さらに、両者に所属する「生活関連品目」の違いについてもこれまでとほとんど変わらないものであった。(第 8-2 表)

従って、主成分分析の結果からも、上述のようなことは支持されたことになる。

第 8-1 表 「酒類」と「生活関連品目」の主成分分析結果と
第一主成分の因子負荷量

主 成 分	固有値	寄与率	累積寄与率
No. 1	39.07	75.13 %	75.13 %
No. 2	4.15	7.99 %	83.12 %
No. 3	2.84	5.46 %	88.58 %
No. 4	1.42	2.73 %	91.31 %
品 目	因子負荷量	品 目	因子負荷量
セット	0.99	婦人用スラックス	-0.97
男子用セーター	0.98	ガソリン	-0.97
子供靴	0.98	他の婦人用シャツ	-0.93
ノートブック	0.97	ハンドバッグ	-0.92
ウイスキー	0.96	電気炊事機	-0.91
男子用学校制服	0.96	他の男子用シャツ	-0.90
清酒	0.95	鍋・やかん	-0.90
婦人服	0.95	ベッド	-0.89
入浴	0.94	エアコン	-0.86
子供用靴下	0.94	焼酎	-0.85
婦人用着物	0.94	プロパンガス	-0.83
運動靴	0.94	ぶどう酒	-0.82
女子用学校制服	0.92	婦人用コート	-0.82
婦人用帯	0.91	テレビ	-0.81
子供用セーター	0.91	男子用コート	-0.79
サンダル	0.89	婦人用ソックス	-0.76
パーマネット	0.89	電気冷蔵庫	-0.74
手袋	0.89	ビール	-0.71
ピアノ	0.88	灯油	-0.65
布団	0.88	電気掃除機	-0.62
スカート	0.88		
婦人用ストッキング	0.87		
畳替え	0.86		
子供服	0.84		
ブラウス	0.84		
男子用靴下	0.84		
理髪	0.84		
たんす	0.76		
化粧石鹸	0.74		
ワイシャツ	0.72		
旅行用かばん	0.70		
男子用ズボン	0.64		

第8-2表 第一主成分と関係した「酒類」及び「生活関連品目」の分類

酒 類	因子負荷量	品 目	因子負荷量	酒 類	因子負荷量	品 目	因子負荷量
清 酒	0.95	たんす	0.76	焼酎	-0.85	テレビ	-0.81
ウイスキー	0.96	布団	0.88	ぶどう酒	-0.82	電気炊事機	-0.91
		畳替え	0.86	ビール	-0.71	電気冷蔵庫	-0.74
		婦人用着物	0.94			電気掃除機	-0.62
		婦人用帯	0.91			エアコン	-0.86
		婦人服	0.95			ベッド	-0.89
		スカート	0.88			婦人用コート	-0.82
		ブラウス	0.84			婦人用スラックス	-0.97
		婦人用ストッキング	0.87			他の婦人用シャツ	-0.93
		男子用ズボン	0.64			婦人用ソックス	-0.76
		男子用セーター	0.98			男子用コート	-0.79
		ワイシャツ	0.72			他の男子用シャツ	-0.90
		男子用靴下	0.84			ハンドバッグ	-0.92
		男子用学校制服	0.96			鍋・やかん	-0.90
		女子用学校制服	0.92			ガソリン	-0.97
		子供服	0.84			プロパンガス	-0.83
		子供用セーター	0.91			灯油	-0.65
		子供用靴下	0.94				
		手袋	0.89				
		運動靴	0.94				
		サンダル	0.89				
		子供靴	0.98				
		旅行用かばん	0.70				
		ノートブック	0.97				
		入浴	0.94				
		理髪	0.84				
		パーマメント	0.89				
		セット	0.99				
		化粧石鹸	0.74				
		ピアノ	0.88				

5. まとめ及び考察

「酒類」の購入と「生活関連品目」の購入との関係を分析した結果、次のようなことが分った。

- (1) 「清酒」及び「ウイスキー」の購入は、「生活関連品目」の購入との間ではほぼ類似の相関関係を示した。

内容的には、これらの酒類はフォーマルな和装の洋品である「婦人用着物」、「婦人用帯」及びフォーマルな洋装の洋品である「婦人服」、「ブラウス」、「スカート」、「婦人用ストッキング」等とは同調的な関係を示したが、「婦人用スラックス」、「他の婦人用シャツ」のようなカジュアルで活動的な洋品とは相反的な関係を示した。

このことは、長年フォーマルな装いをしていた女性が次第にカジュアルで活動的な装いに変化する中で、これらの酒類の購入量が減少したことになる。

また、生活様式では、「布団」、「畳替え」のような伝統的な和風の生活と関係するものが同調的な関係を示したが、「電気炊事機」、「エアコン」、「テレビ」のような家電製品及び「ベッド」は相反的な関係を示した。

このことは、伝統的な和風生活が衰退し、生活が洋風化する中で家庭における文化的・合理的な生活の浸透は、これらの酒類の購入に対しマイナスの影響を及ぼしてきたものと思われる。

さらに、自動車の燃料である「ガソリン」が、

これらの酒類の購入と相反する関係を示したことは、車社会の到来はこれらの酒類の購入に対してマイナスの影響を及ぼしてきたことになる。

これをアルコール度数の違いから捉えた場合には、アルコール度数の高い醸造酒である「清酒」とアルコール度数の高い蒸留酒である「ウイスキー」とが、それよりアルコール度数の低い醸造酒である「ビール」と「ぶどう酒」及び蒸留酒である「焼酎」と正反対の挙動をとったことを考えると、醸造酒にしても蒸留酒にしてもアルコール度数の高いものは車社会への対応が難しくなってきたことを伺わせる。

- (2) 「焼酎」、「ビール」、「ぶどう酒」の購入と「生活関連品目」の購入との関係は、酒類により部分的な違いがみられるが、「清酒」、「ウイスキー」の場合とはほぼ反対の互いに類似する相関関係を示した。(これは主成分分析の結果からも支持される。)

内容的には、「婦人用スラックス」、「他の婦人用シャツ」、「婦人用ソックス」のようなカジュアルで活動的な洋品と同調的な関係を示すとともに、「布団」、「畳替え」、「たんす」のような伝統的な和風の生活と関係するものとは相反的な関係を示し、「電気炊事機」、「エアコン」、「テレビ」等の家電製品及び「ベッド」と同調的な関係を示した。

これを極端な例で考えると、ベッドに寝て電化製品に取り囲まれ、カジュアルな衣装を身に着けて文化的・合理的な生活をしているような状況では、畳で布団に寝ながらフォーマルな衣装を身に着けて伝統的な和風生活をしている状況に比し、これらの酒類の購入が多くなるということになる。

- (3) 「生活関連品目」による「酒類」の購入への影響をパターン化して調べたところ、品目によって関係する「酒類」の範囲が異なるとともに、品目によって関係の仕方も異なった。

即ち、「生活関連品目」と「酒類」との間に正の相関関係を持つ場合と負の相関関係を持つ場合とがあった。

そこで、大きな相関関係を持つ場合を取り上げて、「生活関連品目」と「酒類」との相関パターンから、「生活関連品目」を分類したところ、「食関連品目」の場合と同様、次のような5つのパ

ターンに分けられた。

- ① 5つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの
- ② 4つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの
- ③ 3つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの
- ④ 2つの酒類に大きな影響を及ぼしたもの
- ⑤ ひとつの酒類に大きな影響を及ぼしたもの

この中で、「生活関連品目」の数が多かったのは、②のタイプであり、①のタイプは一番少なかった。

- (4) その他

①「エアコン」は「焼酎」及び「ビール」と大きな正の相関を示したことから、「エアコン」の普及により室内の温度調節が進むと「ビール」及び「焼酎」の購入に有利になるのではないかと推察される。

②「酒類」と「生活関連品目」の関係について、「生活関連品目」による「酒類」への影響パターンをみた場合は、「清酒」と「ウイスキー」の購入の減少、「焼酎」、「ビール」、「ぶどう酒」の購入の増加に繋がった「生活関連品目」の数が一番多かった。

- (5) 主成分分析の結果からも、「清酒」、「ウイスキー」と「焼酎」、「ビール」、「ぶどう酒」の対立の関係が得られ、それに関係する「生活関連品目」の対立の構図も上述の結果とほとんど変わらなかった。

最後に今回の分析では、日本人のライフスタイルの一面からの分析しかできなかったが、酒類の購入と人間のライフスタイルとの関係についてひとつの手掛かりが得られたように思われることから、需要の不振な酒類については、さらなる詳細な分析をして需要の不振を打開する方策を検討することが望まれます。

さらに、上述したような変化は、食生活の変化と併せ一過的な変化ではなく、日本人全体を巻き込んだ構造的な変化でもあり、簡単に変えることはできないようなものであります。

従って、このような変化に遅れをとっている酒類については、新製品・新商品開発がひとつの大事な解決策になるのであるが、消費者のニーズを的確に捉えたものを開発できなければうまくゆかないのが現実であります。

そこで、不振な酒類の業界においては消費者からの

参考資料

- 1) 鈴木昭紀；醸協，99（10），708-725（2004）
- 2) 総務省統計局；家計調査年報（平成12年）

ニーズの把握をどうするのかということと消費者を理解するためのコンセプトの確立が必要であり，そのような分野にもっと力を注ぐことが大事ではないかと考えます。

これについては別の機会に，そのような方法について論じてみたいと思います。

執筆者紹介（順不同・敬称略）

鈴木昭紀＜Akinori SUZUKI＞

昭和20年2月11日生れ＜勤務先とその所在地＞酒類情報アナリスト，〒985-0821 宮城県七ヶ浜町汐見台5-2-78＜略歴＞昭和42年東北大学農学部農芸化学科卒，同年国税庁醸造試験所，その後，仙台，関東信越，名古屋，金沢，熊本の各国税局鑑定官室及び国税庁醸造研究所を経て，東京国税局鑑定官室長を最後に現在に至る＜抱負＞酒類市場等のデータ解析により，清酒の需要減少の問題点を探り，清酒の需要回復に貢献したい。さらに，製造技術とマーケティングとの連動を図ることにより，販売力のある科学的な商品開発に取組みたい。

眞鍋 勝＜Masaru MANABE＞

＜勤務先とその所在地＞（財）日本醤油技術センター，〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町3番11号＜略歴＞昭和34年広島大学工学部発酵工学科卒，昭和34年農林省食糧研究所入所，昭和60年農林水産省食品総合研究所応用微生物部部長，平成7年（財）日本穀物検定協会中央研究所所長，平成13年東京都立食品技術センター所長，平成17年（財）日本醤油技術センター理事長，現在に至る＜抱負＞理想の食の条件は？＜趣味＞若い時は野球にテニス，今は芝刈りゴルフと読書

上岡龍一＜Ryuichi UEOKA＞

昭和21年10月10日生れ＜勤務先とその所在地＞崇城大学生物生命学部応用生命科学科，〒860-0082 熊本市池田4-22-1＜略歴＞昭和44年熊本大学工学部工業化学科卒，昭和44年～47年広栄化学工業（株），昭和50年九州大学大学院工学研究科合成化学専攻修士課程修了，昭和57年工学博士（九州大学），昭和64年薬

学博士（熊本大学），平成3年熊本工業大学工学部工業化学科教授，平成12年崇城大学工学部応用生命科学科教授，平成14年～東京工業大学大学院非常勤講師兼任，現在に至る＜抱負＞「共生」の考え方と「自然に学ぶ」という姿勢を大切に，天然素材を使った「人工細胞膜」を用いた副作用の無い制がん剤の開発及び味噌や焼酎粕の予防医学への応用を成功させたい。＜趣味＞以前は剣道，現在は魚釣りとかラオケ。

後藤浩一＜Koichi GOTO＞

昭和40年10月22日生れ＜勤務先とその所在地＞崇城大学生物生命学部応用生命科学科，〒860-0082 熊本市池田4-22-1＜略歴＞平成2年熊本工業大学（現崇城大学）工学部工業化学科卒，平成7年同大学大学院工学研究科応用化学専攻博士課程修了，同年同大学工学部工業化学科助手，平成16年同大学工学部応用生命科学科助教授，現在に至る＜抱負＞味噌をはじめとするいろいろな醸造品の生理活性成分を探索して行きたい。＜趣味＞最近ペーパードライバーを卒業し，近場をドライブしています。

山内彰雄＜Akio YAMAUCHI＞

昭和21年5月31日生れ＜勤務先とその所在地＞（株）山内本店，〒869-1102 熊本県菊池郡菊陽町原水5548＜略歴＞昭和45年九州大学農芸化学科卒，同年（株）山内本店入社，平成12年同社代表取締役社長，現在に至る＜抱負＞日本の伝統的食品である味噌の機能性を追求し，世界中の人に食していただけるものにしたい。＜趣味＞特にないが，映画，演劇，音楽，読書，山歩きと広く浅く気分転換をしています。