

# 女子大生がコンビニエンスストアで購入する 清涼飲料水について

色川 木綿子, 宇和川 小百合

(平成14年10月3日受理)

## Soft Drinks Purchased by Female College Students at Convenience Stores

IROKAWA, Yuko and UWAGAWA, Sayuri

(Received on October 3, 2002)

キーワード：清涼飲料水, 女子大生, コンビニエンスストア

Key words: Soft drink, Female college students, Convenience Store

### 1. はじめに

人間にとって、必要不可欠なものに飲料水がある。飲料水に清涼感や嗜好性をプラスして作られたものが清涼飲料水であるが、清涼飲料水は、ただ人の体に必要な水分を補給するだけのものではなく、さわやかさとおいしさで気分的にも潤いを持たせる飲み物として、現代の生活の中で欠くことのできないものになっている。清涼飲料水は、一般には清涼感をおぼえさせる飲料水<sup>1)</sup>といわれているが、食品衛生法<sup>2)</sup>上、定義としては「乳酸菌飲料、乳および乳製品を除く酒精分1容量パーセント未満を含有する飲料」つまり、乳製品・アルコール飲料以外のすべての飲み物ということになる。

清涼飲料水の生産は、国民生活水準の向上とともに急成長し続け、平成12年には年間3兆4000億円<sup>3)</sup>を超えるほどになっている。これは、日本人1人当たり年間約3万円を清涼飲料水に費やしている計算になり、生産量も前年比102.2%<sup>3)</sup>と食品工業界の中でも産出額を伸ばしている。

清涼飲料水の生産推移<sup>3)</sup>をみると、茶系飲料、炭酸飲料、コーヒー飲料、果実飲料、スポーツ飲料、ミネラル飲料の順になっている。

昭和60年以降、平成2年まで、炭酸飲料・果実飲料・コーヒー飲料・スポーツ飲料・茶系飲料は全体的に上昇

傾向であったが、平成3年ごろより炭酸飲料・コーヒー飲料の伸びが止まり、果実飲料は減少し始めた<sup>4)</sup>。茶系飲料は、平成元年頃より消費者の健康志向等の影響で、ウーロン茶がブームとなり、以降毎年増加傾向にある。ウーロン茶自体は平成7年以降減少ではあるが、代わって紅茶、緑茶、ブレンド茶などが大幅に増加し、現在生産量売上とも飲料の中で一番である。

各種清涼飲料水の品目別シェア<sup>3)</sup>をみると、平成12年の茶系飲料は28.3%で、炭酸飲料18.1%、コーヒー飲料16.8%、果実飲料14.6%、スポーツ飲料8.9%、ミネラルウォーター5.8%、その他清涼飲料1.6%となっている。

そこで、身近にあり手軽に利用できるコンビニエンスストアで販売されている清涼飲料水の調査とともに、女子大生を対象にアンケート調査と摂取量についても調査・検討した。

### 2. 調査方法

#### 1) コンビニエンスストアでの販売状況調査

(1) 調査時期：平成11年7月～12年4月

(2) 調査方法

##### ① 飲料類の販売状況

調査をした地区である練馬区においてコンビニエンスストアのローソンで、飲料水の種類および銘柄、容量と価格を調査し、容器別に各種飲料水の分布をみた。コンビニエンスストアで販売されている清涼飲料水は大別すると、缶・ペットボトル・紙パックの3種類に

分類できる。容器別に飲料水をみることで、種類別の販売傾向を調査した。なお、季節ごとに調査し、1年間行った。

② 種類別による価格

飲料水の種類および季節ごとに、100mlあたりの価格と販売品数を算出し、種類による価格の違いを調査した。

2) アンケート調査

- (1) 対象者：本学栄養学科3年生・短大栄養科1・2年生581名
- (2) 調査時期：平成13年11月～12月中旬
- (3) 調査方法：質問紙法による調査用紙を配布し、その場で回答させて回収した。(回収率100%)
- (4) 調査内容：購入場所・頻度・種類・量・選択基準等について調査した。

3) 飲料水の摂取調査

- (1) 対象：本学栄養学科3年生386名
- (2) 調査時期：平成10年～13年の5月
- (3) 調査方法：1人2日間の食事調査を行い、摂取した飲料類もすべて記入させた。

4) 集計方法

(株)現代数学社の「データ解析用ソフトHALWIN」を使用した。

3. 結果および考察

1) 飲料類の販売状況

各季節において店舗で販売していた飲料水の種類は、春167品、夏160品、秋171品、冬181品であり、最小数が夏の160品、最大数が冬の181品、その差は21品であり、季節における品数の変化はあまりみられなかった(表1)。

また、ローソンで販売されている飲料メーカーは39社

で年間を通して変化はなかった。

なお、清涼飲料水の分類<sup>3)</sup>については、細かく分類されているが、今回は、乳飲料(牛乳は除く)・炭酸飲料・果汁飲料・コーヒー飲料・茶系飲料・その他清涼飲料水・水その他に大別分類して調査を行った。

また、容器別に各種飲料水の分布状況を見ると、紙パックで販売されているものは乳飲料と果汁飲料がメインであることがわかる。乳飲料は、牛乳などの1リットル紙パックが主に販売されているので、そのイメージがこの容器での販売傾向に結びついているのではないと思われる。果汁飲料は、飲みきりサイズの小さな紙パックが多く販売されている。炭酸飲料は、当然のことながら、製造・販売されていない。また、一番飲料水が多く売れる夏には、春・秋・冬には販売されていない、紙パックのコーヒーが販売されている。その他の清涼飲料水では、夏だけ販売数が少ない。これは、暑い夏に内容量の少ない紙パックの清涼飲料水を購入する人が減少するためと思われる。これらの結果から、季節を問わず、紙パック飲料の半数以上を乳飲料と果汁飲料で占めていることがわかる。

ペットボトルは、飲みかけの飲料水でも手軽に持ち運びができるという利点があるため、紙パック・缶の飲料水に比べて販売数が多いことが特徴として挙げられる。

ペットボトルでの販売数は、茶系飲料・その他清涼飲料水・炭酸飲料が上位を占めている。その他清涼飲料水・炭酸飲料は、なかなか一度に飲みきることはできないが、飲みきりたい、一気に飲みきらなくてもよい、という心理が、消費者のニーズとペットボトルの利点に合っているため、季節を問わず販売されている要因と思われる。

缶は、季節を通して、コーヒーが販売数の半分を占めている。缶のコーヒーは、一般で販売されている350ml

表1 季節別・容器別にみた飲料類の販売品数

(品)

| 季節ごとの計   | 春 (167) |    |        | 夏 (160) |    |        | 秋 (171) |    |        | 冬 (181) |    |        |
|----------|---------|----|--------|---------|----|--------|---------|----|--------|---------|----|--------|
|          | 紙パック    | 缶  | ペットボトル | 紙パック    | 缶  | ペットボトル | 紙パック    | 缶  | ペットボトル | 紙パック    | 缶  | ペットボトル |
| 乳飲料      | 25      | 0  | 0      | 16      | 0  | 0      | 25      | 0  | 0      | 24      | 0  | 0      |
| 炭酸飲料     | 0       | 2  | 15     | 0       | 4  | 16     | 0       | 2  | 15     | 0       | 1  | 18     |
| 果汁飲料     | 16      | 2  | 9      | 17      | 4  | 6      | 17      | 2  | 9      | 17      | 2  | 13     |
| コーヒー飲料   | 0       | 18 | 4      | 3       | 15 | 4      | 0       | 18 | 4      | 0       | 18 | 6      |
| 茶系飲料     | 6       | 10 | 21     | 5       | 12 | 25     | 6       | 10 | 22     | 6       | 10 | 24     |
| その他清涼飲料水 | 3       | 3  | 27     | 2       | 2  | 22     | 3       | 3  | 27     | 6       | 3  | 28     |
| 水・その他    | 2       | 1  | 3      | 2       | 2  | 3      | 2       | 1  | 5      | 2       | 1  | 2      |

ではなく、小さい缶で販売されており、飲みきりタイプが消費者のニーズと合致したものと考えられる。コーヒーはどの季節においても、一定数のメーカー・ブランドが販売されているが、秋から冬にかけては冷たいものだけでなく、温かいものも販売されている。全体的に缶飲料は、自動販売機でも多く販売されているために、コンビニエンスストアでは想像していた以上に販売数が少ないことが判明した。

また、特徴的なこととしては、缶・ペットボトルでは、乳飲料が販売されていないことが挙げられる。乳飲料は比較的一回で飲みきり、飲み残しは要冷蔵など低温保存が必要になる場合が多く、缶・ペットボトルでは品質管理上の問題などから生産者側に不安材料が多くあるのではないかと考えられる。こういった内容物の保護という観点からも、従来の金属缶の持つ利点とペットボトルの利便性が付加されたニューボトル缶<sup>5)</sup>も登場してきており、今後は利便性だけではなく、多機能な容器が購入量などにも影響してくることが考えられる。

## 2) 種類別による価格

飲料水を種類ごとに、容器別・季節別にして、100mlあたりの価格を算出し、比較した(表2)。

紙パックは、季節を通して100mlあたりの価格が、11～20円の山と、31～50円の山に二分されている。乳飲料

は21～30円と季節をとおして安定しているのに対し、果汁飲料は41～50円となっている。果汁飲料は他の飲料水に比べ、高い価格になっている一方で、夏は11～20円となっている。これは天然の果物の果汁を使用しているか、人口の果汁香料を使用しているかによって価格に差が出ているものと思われる。

ペットボトルの100mlあたりの価格は、分散傾向にある紙パックや缶とは異なり、年間をとおして21～30円となっている。ペットボトルは基本的に内容量が多いため、価格が高いように思われがちだが、供給は安く安定している。

缶は31～40円のものが、季節をとおして多いが、コーヒーなどは61～70円と高くなっている。ペットボトルや紙パックと大きく異なる点は、11～30円の安い価格がない点である。缶はほとんど1缶120円で販売されているため、つい手が伸びてしまいがちだが、内容量が少なくても価格は変わらないため、ペットボトルや紙パックに比べて高いことになる。しかし、商品形態別シェア<sup>6)</sup>をみると、缶はペットボトルに続いてシェアが多いが、小型(350ml)ペットボトルも出始め、容器の多様化などにより、今後また価格傾向にも違いが生じてくるのではないかと考えられる。

表2 季節別・容器別各種飲料水100mlあたりの価格

|                            |   | (円)   |       |       |       |       |       |       |
|----------------------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                            |   | 乳飲料   | 果汁飲料  | 茶系飲料  | コーヒー  | 清涼飲料水 | 炭酸飲料  | 水・その他 |
| 紙<br>パ<br>ッ<br>ク           | 春 | 21～30 | 41～50 | 11～20 | 21～30 | 11～20 | 0     | 31～40 |
|                            | 夏 | 21～30 | 11～20 | 11～20 | 51～60 | 31～40 | 0     | 31～40 |
|                            | 秋 | 21～30 | 41～50 | 11～20 | 11～20 | 11～20 | 0     | 31～40 |
|                            | 冬 | 21～30 | 41～50 | 11～20 | 11～20 | 11～20 | 0     | 31～40 |
| ペ<br>ッ<br>ト<br>ボ<br>ト<br>ル | 春 | 0     | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 |
|                            | 夏 | 0     | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 |
|                            | 秋 | 0     | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 |
|                            | 冬 | 0     | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 | 21～30 |
| 缶                          | 春 | 0     | 41～50 | 31～40 | 61～70 | 31～40 | 31～40 | 0     |
|                            | 夏 | 0     | 51～60 | 31～40 | 61～70 | 31～40 | 31～40 | 0     |
|                            | 秋 | 0     | 41～50 | 31～40 | 61～70 | 41～50 | 31～40 | 0     |
|                            | 冬 | 0     | 41～50 | 31～40 | 61～70 | 31～40 | 31～40 | 0     |

## 3) アンケート調査

本学学生に飲料についてのアンケート調査を行った結果(表3), 市販の飲料水を購入する割合は98.8%と、ほとんどの学生が購入していることがわかる。

購入場所をみると、「コンビニエンスストア」が76.9%

表3 アンケート結果

|              | 人(%)         |
|--------------|--------------|
| <b>購入</b>    |              |
| する           | 574 ( 98.8 ) |
| しない          | 7 ( 1.2 )    |
| <b>購入場所</b>  |              |
| コンビニエンスストア   | 447 ( 76.9 ) |
| 自動販売機        | 62 ( 10.7 )  |
| スーパー         | 66 ( 11.4 )  |
| その他          | 6 ( 1.0 )    |
| <b>購入割合</b>  |              |
| 週1~2回        | 91 ( 15.7 )  |
| 週3~4回        | 167 ( 28.7 ) |
| ほぼ毎日         | 225 ( 38.7 ) |
| 月に数回         | 98 ( 16.9 )  |
| <b>購入量</b>   |              |
| 200ml以下      | 11 ( 1.9 )   |
| 200ml        | 61 ( 10.5 )  |
| 250ml        | 94 ( 16.2 )  |
| 350ml        | 36 ( 6.2 )   |
| 500ml        | 402 ( 69.2 ) |
| それ以上         | 37 ( 6.4 )   |
| <b>容器の種類</b> |              |
| 紙パック         | 189 ( 32.5 ) |
| 缶            | 21 ( 2.1 )   |
| ペットボトル       | 370 ( 63.7 ) |
| その他          | 1 ( 0.2 )    |
| <b>価格</b>    |              |
| 100円以下       | 64 ( 11.0 )  |
| 100~120円     | 214 ( 36.8 ) |
| 130~150円     | 286 ( 49.2 ) |
| それ以上         | 17 ( 2.9 )   |

と圧倒的に多い。これは、コンビニエンスストアを普段から利用しているため、購入しやすいからではないかと思われる。また、どのくらいの割合で購入するかという質問では、「ほぼ毎日」が38.7%、「週3~4回」が28.7%と高く、半数以上の学生が週3~4回以上購入していることになる。

購入量をみると、「500ml」が69.2%と高い。これは、ペットボトルの容量であり、70%近い学生がペットボトルを購入しているということになる。前述のとおり、ペットボトルの利点が学生のニーズと合った結果であろう。アンケート用紙には、回答しやすいように、200mlは紙パック小、250mlは紙パック大、500mlはペットボトル、というように目安量をあわせて示しておいた。購入量で「500ml」の次に多いのが、「250ml」、「200ml」であるが、よく購入する容器の種類を聞いた結果も購入量の結果と一致している。これらの結果から、容器別にみても「ペットボトル」63.7%を購入する学生が一番多く、次に「紙パック」32.5%の飲料水を購入する学生が多いことがわかる。また、価格をみても、「130~150円」が49.2%と多く、これはペットボトル500mlの平均的価格であり、次に多い「100~120円」も紙パック飲料の平均的価格なので、これらの結果は前述の結果と関連していることがよくわかる。

次に、どのような種類の飲料水をよく購入するかについての結果を表4に示す。「お茶」79.3%、「果汁飲料」36.7%、「紅茶」26.5%で、この3種類を購入する割合が高いようである。健康志向や自然志向が伸展している昨今の世相がよく表れている。

表4 よく購入する飲料水

|       | (%)  |       |
|-------|------|-------|
|       | 購入する | 購入しない |
| お茶    | 79.3 | 20.7  |
| 炭酸飲料水 | 4.8  | 95.2  |
| 果汁飲料  | 36.7 | 63.3  |
| 乳飲料   | 6.5  | 93.5  |
| コーヒー  | 7.6  | 92.4  |
| 紅茶    | 26.5 | 73.5  |
| 清涼飲料水 | 13.1 | 86.9  |
| 水     | 2.9  | 97.1  |
| その他   | 1.4  | 98.6  |

表5 選択の基準

|           | 人(%)       |            |            |            |
|-----------|------------|------------|------------|------------|
|           | よく当てはまる    | まあまあ当てはまる  | あまり当てはまらない | 当てはまらない    |
| 価格        | 191 (32.9) | 297 (51.1) | 71 (12.2)  | 22 (3.8)   |
| カロリー      | 147 (25.3) | 229 (39.4) | 141 (24.3) | 64 (11.0)  |
| 新製品だから    | 85 (14.6)  | 208 (35.8) | 168 (28.9) | 120 (20.7) |
| 食べ物にあわせて  | 202 (34.8) | 220 (37.9) | 103 (17.7) | 56 (9.6)   |
| 健康のことを考えて | 161 (27.7) | 252 (43.4) | 123 (21.2) | 45 (7.7)   |

表には示していないが、購入する各種飲料水を具体的にたずねると、よく購入すると回答の多かった「お茶」では、ウーロン茶(55.1%)と緑茶(43.5%)が多い。国民栄養調査結果<sup>7)</sup>においても20歳代女性が情報を得る手段として、テレビやラジオ、雑誌・本などといったマスメディアを多く利用しており、ウーロン茶や緑茶はスリムになる保健飲料など健康的なイメージが高く、その中に含まれている成分の機能性などもマスメディアなどで多く取り上げられているため、その影響も大きいと考えられる。また、夏場には止渴飲料としても必要不可欠な存在になっている。こういったこともあって、緑茶は1995年から2000年の5年間で市場規模が2倍以上<sup>8)</sup>に成長しており、緑茶を含む無糖茶飲料はこれからも伸長するものと考えられる。「果汁飲料」では、アップル・オレンジなどのフルーツ系よりも、野菜ジュースと回答したものが意外と多く21.0%であった。果汁飲料自体は、最初に述べたように減少傾向にあったが、近年、果汁系ニアウォーターや機能性成分を付加した飲料<sup>9)</sup>が登場し、少しずつではあるが増加してきている。果実・野菜が不足しがちな若者にとって、手軽に摂取できる「果汁飲料」は、健康志向の高まりという背景もあり、購入されているものと思われる。

また、どんなときに飲むか、という質問では「学校にいるとき」が62.3%で圧倒的に多く、続いて「家にいるとき」25.3%、「食事のとき」23.1%であった。授業などで学校にいる時間が長い女子大生は、ペットボトルを購入することが多いことから常に持ち歩いて、飲みたいときに飲んでいる傾向がみられる。

選択の基準を質問したところ(表5)、「よく当てはまる」「まあまあ当てはまる」をあわせて6割以上の回答があった項目は、「価格」「カロリー」「食べ物にあわせて」「健康のことを考えて」の4項目である。特に「価格」に関しては84.0%の学生が選択時の基準にしており、「食べ物にあわせて」72.6%、「健康のことを考え

て」71.1%と高く、栄養のことを勉強している学生だけあって、食べ合わせや体のことを考えて選択していることがわかる。

#### 4) 飲料水の摂取状況

本学学生386名の飲料水の摂取状況を表6に示す。2日間食事調査を行い、摂取した飲料類の量も全て記入させた結果、平均摂取量は1日目533.0±383.7ml、2日目518.5±361.5mlと、飲んでる量にあまり差はみられず、毎日同じ程度の量を摂取していると考えられる。関ら<sup>10)</sup>の報告では、女子短大生の1日あたりの平均摂取量として716.8±257.4mlとあり、今回の結果とはやや違いがあるものの、調査時期(5月と7月)が違うため、その影響ではないかと考えられる。

また、食事ごとにみても2日間でもあまり違いはみられない。しかし、個々にみると、2日間とも夕食や間食で、摂取量にかなり違いがあることが示唆された。最大値を

表6 飲料水の摂取量

|     | (ml)        |      |
|-----|-------------|------|
|     | 摂取量(M±SD)   | 最大値  |
| 1日目 |             |      |
| 朝食  | 134.9±121.2 | 695  |
| 昼食  | 168.0±151.8 | 600  |
| 間食  | 122.6±196.1 | 1200 |
| 夕食  | 138.1±212.1 | 1750 |
| 合計  | 553.0±383.7 | 2450 |
| 2日目 |             |      |
| 朝食  | 135.2±117.7 | 600  |
| 昼食  | 164.2±159.2 | 700  |
| 間食  | 96.9±189.0  | 1850 |
| 夕食  | 130.1±192.2 | 2000 |
| 合計  | 518.5±361.5 | 2500 |

表7 食事中に飲まれている飲料水

(%)

|     | お茶   | 炭酸飲料 | 果汁飲料 | 乳飲料  | コーヒー | 紅茶  | 清涼飲料水 | 水   | その他  |
|-----|------|------|------|------|------|-----|-------|-----|------|
| 1日目 |      |      |      |      |      |     |       |     |      |
| 朝食  | 20.2 | 0.0  | 8.0  | 10.6 | 7.8  | 5.2 | 0.3   | 1.0 | 19.2 |
| 昼食  | 35.2 | 0.5  | 10.9 | 2.6  | 2.3  | 8.0 | 1.3   | 2.8 | 4.1  |
| 間食  | 16.1 | 2.6  | 7.0  | 2.1  | 6.2  | 2.1 | 1.8   | 2.6 | 4.4  |
| 夕食  | 33.4 | 0.5  | 2.3  | 3.4  | 3.9  | 5.2 | 0.8   | 3.4 | 7.0  |
| 2日目 |      |      |      |      |      |     |       |     |      |
| 朝食  | 22.3 | 0.0  | 5.2  | 10.1 | 9.3  | 3.6 | 0.5   | 1.6 | 17.9 |
| 昼食  | 32.1 | 0.0  | 8.3  | 1.6  | 4.1  | 7.5 | 1.3   | 3.6 | 5.7  |
| 間食  | 14.0 | 1.8  | 3.1  | 1.8  | 4.1  | 3.4 | 3.8   | 2.1 | 3.6  |
| 夕食  | 30.1 | 0.8  | 3.1  | 3.4  | 1.8  | 3.6 | 0.5   | 2.3 | 7.8  |

みても、1回の食事で1.5リットル以上飲んでいる者もあり、その差は大きいことがわかる。

食事中に飲んでいる飲料(表7)としては、朝食、昼食、間食、夕食ともに「お茶」を飲んでいる割合が高い。これは、先述の健康志向などの影響があると考えられる。また、鈴木ら<sup>11)</sup>の報告では、嗜好飲料摂取量は、それと補完関係にある食事内容に影響を受けることが示唆されたとあり、これは今回のアンケート調査の「選択の基準」でも、「食べ物にあわせて」を選択している学生が多かったことから、食事との食べあわせを考えている結果といえる。

朝食では、「その他」が、1日目19.2%、2日目17.9%と高くなっているが、これには牛乳が入っており、また、乳飲料を飲んでいる割合も高いことから、朝食では牛乳や乳飲料を飲んでいる傾向がみられた。昼食では、「お茶」に続いて「果汁飲料」を飲んでいる割合が高く、これは昼食には、コンビニエンスストアなどで購入するおにぎりやパンなどの炭水化物のものしか食べないことが多いので、「果汁飲料」でビタミン類を補っていることが考えられる。間食では、以前調査した時<sup>12)</sup>、間食の内容として、飲料では摂取の多い順に、コーヒー飲料、無糖茶飲料、牛乳、果汁飲料とあり、今回の結果も割合としては少なく、順位も入れ替わってはいるものの、同ようなものが飲まれていることがわかる。

#### 4. まとめ

清涼飲料水は、乳製品・アルコール飲料以外のすべての飲み物であり、現代の生活に欠くことのできないものとなっている。そこで、手軽に利用できるコンビニエ

ンスストアで販売されている清涼飲料水の調査とともに、女子大生を対象にアンケート調査と摂取量について調査した結果は次のとおりである。

1) コンビニエンスストアで販売されている飲料水の種類は、春167品、夏160品、秋171品、冬181品であり、季節における品数の変化はあまりみられなかった。

容器別にみると、紙パックで販売されているものは乳飲料と果汁飲料がメインであり、ペットボトルでは茶系飲料・その他の清涼飲料水・炭酸飲料が多く、缶ではコーヒー飲料が販売数の半分を占めている。紙パックや缶に比べて、ペットボトルは販売数が多いことが特徴である。

2) 飲料水を種類ごとに、容器別・季節別にして、100mlあたりの価格を比較した結果、紙パックでは乳飲料は季節をとおして安定しているのに対し、果汁飲料では他の飲料に比べて高い価格となっている。ペットボトルは年間をとおして、21~30円と一定している。缶は、内容量が少なくても販売価格が、ある程度一定しているため、紙パックやペットボトルに比べて高くなっている。

3) アンケート調査から、飲料水を購入する学生は98.8%であり、ほとんどの学生が購入していることがわかった。購入場所をみると、「コンビニエンスストア」が76.9%と圧倒的に高く、これは普段からコンビニエンスストアを利用しているため、購入しやすいことが理由として挙げられる。また、購入頻度をみると、「ほぼ毎日」が38.7%、「週3~4回」が28.7%と高く、半数以上の学生が「週3~4回」以上購入していることになる。

- 4) 購入量・容器の種類・価格に関しては、購入量では「500ml」69.2%が多く、「250ml」「200ml」と続き、容器の種類では、「ペットボトル」63.7%が多く、次に「紙パック」の32.5%、また、価格をみると「130～150円」49.2%が多く、続いて「100～120円」が36.8%であった。これらの結果から、「ペットボトル」が、量的にもちょうど良く、容器も利用しやすく、価格も購入しやすいことがわかった。購入量・容器の種類・価格の結果は、強く関連していることがわかった。
- 5) よく購入する清涼飲料水は「お茶」79.3%、「果汁飲料」36.7%、「紅茶」26.5%であり、この3種類を購入する割合が高いことがわかった。また、「学校にいるとき」に飲む学生が62.3%と圧倒的に多かった。
- 6) 選択の基準に関しては、「価格」「カロリー」「食べ物にあわせて」「健康のことを考えて」の4項目が、「よく当てはまる」「まあまあ当てはまる」をあわせて、6割以上の回答者があり、これらのことを考慮して購入していることがわかった。
- 7) 2日間の飲料水の摂取状況をみると、平均摂取量は1日目533.0±383.7ml、2日目518.5±361.5mlと飲んでいる量に違いはみられなかった。食事ごとにみてもあまり違いはみられないが、個々にみると、夕食や間食で摂取量にかなりの違いがあることが示唆された。
- 食事中に飲んでいる飲料としては「お茶」を飲んでいる割合が高く、食事との関連を考慮して飲んでいることが考えられた。
- 以上のことから、飲料類の販売は数多く、私たちの選択肢も広がってきている。嗜好だけではなく、飲料用容器や量なども考えて、摂取できるようになればよいと思う。

#### 謝 辞

稿を終えるにあたり、調査にご協力頂きました本学学生に感謝いたします。

#### 参考文献

- 1) 新村出編：広辞苑第五版，岩波書店，(1998)
- 2) 河端俊治，藤巻正生，林敏夫，辺野喜正夫，春田三佐夫，細貝祐太郎編：食品衛生事典，中央法規出版，(1991)
- 3) (社)全国清涼飲料工業会：清涼飲料関係統計資料，(2001)
- 4) 厚生省生活衛生局食品保健課監修：HACCP：衛生管理計画の作成と実践 清涼飲料水実践編，中央法規出版，(2000)
- 5) 月刊フードケミカル，Vol.17，No.3，pp.23～26，食品化学新聞社，(2001)
- 6) 日本食糧新聞社：食品トレンド2000産業編，(2000)
- 7) 健康・栄養情報研究会編：国民栄養の現状 平成12年厚生労働省国民栄養調査結果，第一出版，(2002)
- 8) 食品と科学，Vol.39，No.2，pp.78～82，食品と科学社，(1997)
- 9) 食品と科学，Vol.43，No.2，pp.77～81，食品と科学社，(2001)
- 10) 関千代子，加藤栄子，岩瀬靖彦，君羅満，高橋東生，飯樋洋二，赤羽正之：栄養学雑誌，55，pp.315～326，(1997)
- 11) 鈴木章子，瀧口徹，前口愛子，川南勝彦，佐藤佳代子，清水裕幸：栄養学雑誌，54，pp.341～352，(1996)
- 12) 宇和川小百合，色川木綿子：東京家政大学紀要，40，pp.33～40，(2000)

### **Abstract**

A survey was conducted on soft drinks sold at easily accessed convenient stores along with a questionnaire survey targeted at female college students and a survey of the amounts of soft drinks consumed, the results of which are reported here.

There were 167 types of soft drinks sold at convenience stores in the spring, 160 in the summer, 171 in the fall and 181 in the winter, and there were no seasonal changes observed in the number of products sold.

Female college students frequently purchase soft drinks at convenience stores. They are purchased mainly in the form of 500ml plastic bottles and the most common type of soft drink purchased is tea. The average daily consumption volume is 525ml. The most common reasons for purchasing soft drinks consist of “price”, “calories”, “something to go with food” and “in consideration of health”.