

韓国における学校牛乳給食の意識調査

—ソウル市内の小学生を中心として—

日本大学大学院生物資源科学研究科 徐 美朗 ・ 汪 斐然
日本大学生物資源科学部 小林 信一 ・ 小泉 聖一

1. 背景と目的

牛乳は成長期の子供、青少年に必須の栄養食品であり、身体に必要な必須アミノ酸が豊富に含まれている。

韓国における牛乳消費量は出産率低下、生活パターンの変化等により減少している。

牛乳消費促進のための種々の方策の一つとして学校牛乳給食の果たす役割は大きなものとなっている。牛乳給食は韓国の学校給食における献立構成上最も欠乏しやすい栄養成分であるカルシウムの主要供給源として普及している。

しかしながら、最近の子供たちは牛乳に対してアレルギーなどを持ち、牛乳を忌避する傾向があり、牛乳を飲まない子供が増加している。

本研究ではソウル市内の小学生を対象にしたアンケートで小学生の牛乳に対する意識調査を実施し、牛乳給食に対するイメージ改善と正しい食習慣改善のための意識を高めるための方策を検討する。

2. 学校牛乳給食

韓国における学校牛乳給食は、学校において午前 10 時頃に飲む牛乳を指している。

3. 調査の概要

アンケート調査は 2009 年 11 月に、韓国ソウ

ル市内の N 小学校の 5 学年を対象（125 人）に実施した。

4. データ

アンケートの調査項目は、牛乳および他の飲料に対する嗜好性、利用行動、牛乳および学校給食に対する意識、および食生活に関連した項目などの 11 項目で構成している。

・牛乳に対する嗜好性

牛乳に対する嗜好性について 5 段階の SD 尺度で採取した結果、「好き」が全体の 48.0%で、「変わらない」が 36.8%、「嫌い」と回答した者は 15.2%であった。

・牛乳に対する意識

牛乳をどのようなものだと思うかについては、「体にいいもの」が全体の 83.2%で最も多く、次いで「好きな飲み物」が 20.0%、「家にいつもあるもの」が 18.4%、「嫌いな飲み物」が 4.8%、「贅沢なもの」が 0.8%、「その他」が 3.2%であった（表 - 1）。

表 - 1

項目	単位 (%)
体にいいもの	83.2
好きな飲み物	20.0
家にいつもあるもの	18.4
嫌いな飲み物	4.8

贅沢なもの	0.8
身体に悪いもの	0.0
その他	3.2

・牛乳および学校給食に対する意識および食生活

学校給食の牛乳を残すか否かについては、「全く残さない」が全体の 54.4%であり、「ほとんど残さない」が 19.2%、「たまに残す」が 12.8%、「よく残す」が 10.4%、「すべて残す」が 3.2%であった。

学校の給食を残すことがあるか否かについては、「たまに残す」が全体の 30.4%で最も多く、次いで「ほとんど残さない」が 28%あり、「よく残す」24.8%あり、「全く残さない」16%であり、「すべて残す」が 0.8%であった。

食べ物についての知識（栄養や加工の仕方、どのような生物だったかなど）の取得希望については、「やや知りたい」が全体の 30.4%あり、「どちらともいえない」が 29.6%あり、「非常に知りたい」が 18.4%あり、「あまり知りたいとは思わない」が 15.2%あり、「全く知りたくない」が 6.4%であった。

食べ物についての知識（栄養や加工の仕方、どのような生物だったかなど）があると食事をより楽しめるか否かについては、「どちらともいえない」が全体の 35.2%であり、「ややそう思う」が 28.8%であり、「あまりそう思わない」が 20%であり、「全くそう思う」が 11.2%であり、「全くそう思わない」が 4.8%であった。

好きな飲料の順位は 1 位が乳飲料(コーヒー牛乳等)、2 位水、3 位ジュース、4 位コーヒー、5 位紅茶、6 位牛乳、7 位緑茶であった。

好きな乳製品の順位は 1 位が乳飲料(コーヒー牛乳等)、2 位ヤクルト、3 位ヨーグルト、4 位牛乳、5 位豆乳、6 位チーズの順となった。

学校牛乳給食についての小学生の意識をアンケート調査結果から見ると、牛乳の嗜好性については、「好き」が 48%であり、それほど高いものではないことが分かった。

また、牛乳についてどのように思うかについては、「体にいいもの」が 83.2%を占めており、好みよりも健康飲料としてとらえていることが分かった。

牛乳と食事との関連をみると、牛乳はパンに一番似合うとする者が 83.2%を占めており、米か主食である韓国人はご飯と牛乳を一緒にすることはあまりないことと併せて、食生活構造が変化しないと消費の急速な拡大は見込めないと推測される。

今回のアンケートによる小学生は牛乳より乳飲料(コーヒー牛乳等)を好きであることから、牛乳に対する嗜好性をいかに高めていくかを検討することが消費促進のための方策の一つと言える。

以後の課題では、小・中・高校生の牛乳に関する意識調査とともに食育に関する意識調査を行う必要と考察・分析が必要になると考える。

参考文献

[1] 韓国酪農振興会のホームページ

http://www.dairy.or.kr/indexCtrl.jsp?ACT_CD=SESSION

[2] 韓国統計庁のホームページ

<http://www.kostat.go.kr/>