

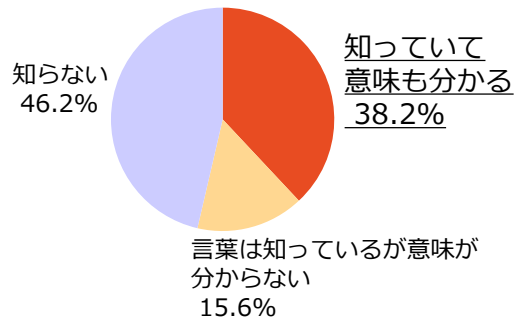
仕次実態調査の結果概要

- ・ 調査者の38%が「仕次」の意味を理解
- ・ 調査者の約3割は自宅に甕(カメ)を所有しており、さらにその約半数は2個以上甕(カメ)を所有
- ・ 調査者の6.5%の者が仕次を実践

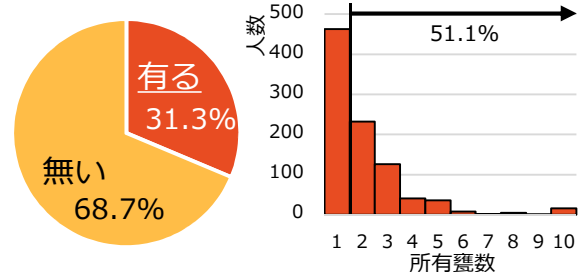
【調査方法】 任意参加のアンケート調査
 【調査期間】 平成30年10月～令和元年11月
 【回答者数】 3,083名
 【回答者内訳】 平成30年沖縄県産業まつり来場者 1,265名
 (泡盛メーカー出展ブース近傍)
 沖縄国税事務所及び管内税務署職員 221名
 沖縄県内軽減税率制度説明会出席者 567名
 酒類販売管理者研修受講 1,030名

	男性	女性	未記載	計	構成比
10代	5	5	2	12	0.4%
20代	199	155	1	355	11.5%
30代	414	215	1	630	20.4%
40代	590	321	2	913	29.6%
50代	473	214	1	688	22.3%
60代	235	106	1	342	11.1%
70代	85	51	2	138	4.5%
未記載	2	2	1	5	0.2%
計	2,003	1,069	11	3,083	100%

1 仕次を知っているか

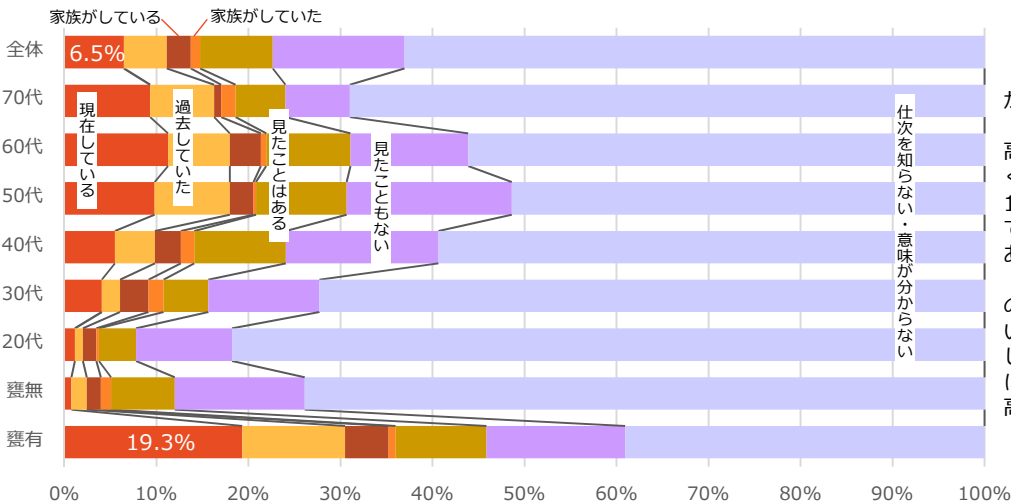


2 自宅に甕があるか



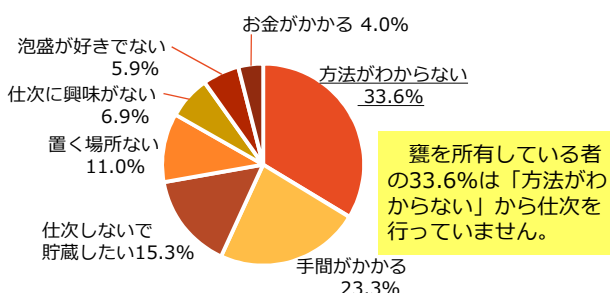
全体の31.3%の者は「自宅に甕がある」と回答し、甕を所有している者の51.1%は2個以上の甕を所有していました。

3 仕次の普及について



回答のあった者の6.5%が「現在仕次をしている」ことがわかりました。
 また、世代別では、年代が高いほど仕次の経験割合が高く、60代の18.0%、70代の16.3%の者が現在仕次を行っているか過去に行ったことがありました。
 なお、甕を所有している者の19.3%が「現在仕次をしている」と回答しており、所有していない者に比べて、顕著に仕次の認知度や実践割合が高い傾向が見えました。

4 甕があっても仕次しない理由



5 まとめと提言

調査結果からは、自宅に甕を所有している者が一定数存在し、甕の普及が仕次の認知に貢献していることが推測されました。

一方で、自宅に甕を所有し、仕次ができる環境が整っているにも関わらず、「方法がわからない」ことから仕次していない者もいることから、仕次の実践方法の普及が望まれます。

また、仕次の認知度の高さは年配の方に支えられており、今後、仕次文化を継承していくためには、幅広い普及啓発活動が必要であると考えられます。

なお、調査対象者に酒類関係の者が一定程度含まれていることから、今回の調査結果は沖縄県民全般の認知度や実践割合と比べてやや高い結果である可能性があります。