
2005

[第19回]

**牛乳・乳製品の
消費動向に
関する調査**

社団法人日本酪農乳業協会

後援：農林水産省 独立行政法人 農畜産業振興機構

はじめに

当協会の前身の一つである（社）全国牛乳普及協会が1987年に牛乳・乳製品の消費動向に関する調査を始めてから、今年で19回目になります。この調査は、毎年、牛乳・乳製品に関して、全国で6,000人の消費者を対象として行なうもので、酪農・乳業界にとどまらず、他の食品業界、研究者、マスコミ等、多方面の方々にも種々ご活用いただいております。

この消費動向調査は、牛乳・乳製品の飲食・購入・嗜好等に関する基本的な項目を時系列的に地域・年代に偏りなく調べ、消費の構造や動向を把握するとともに、社会経済上の新たな事象や変化に対する消費者の対応に関する調査テーマを設け、新しい消費者の意識や行動を把握し、牛乳・乳製品の消費拡大方策を探るための資料を得ることを目的に、実施してきました。

昨年の調査では、牛乳の消費量が減少している背景として、「牛乳を飲まなくなることの悪いと思わない人が増えてきた」という消費者意識の変化が示唆されたため、今年も引き続き牛乳の飲用量減少の要因を探るための調査を実施しました。その結果、牛乳を飲むシーンのトップである「のどがかわいたとき」と「風呂上がり」に飲むと答えている人の割合が大きく減っており、また、減った牛乳のかわりに飲んでいるものを聞いた結果では、「無糖のお茶飲料」「野菜ジュース」「豆乳」をかわりに飲むと答える人の割合が多くなっていました。このことは、牛乳を飲んでのどの渇きを潤おすという、牛乳の止渴飲料としての利用が減少してきていることを表していると考えられます。

食育など社会的にも食生活の重要性が高まる中で、事業に関わる多くの方々に当報告書をご一読賜り、牛乳・乳製品の消費についての理解の一助に、そして、普及活動、マーケティング活動のヒントにいただければ幸いです。

2005年12月

社団法人 日本酪農乳業協会

会長 本田 浩次

目 次

調査設計

調査目的	1
本年度調査テーマ	1
調査方法	1
サンプル構成	3
主な分析軸	4

調査結果の詳細

I 白もの牛乳類の飲用実態	5
1. 白もの牛乳類の飲用頻度	5
1) 白もの牛乳類の飲用頻度	5
2) そのまま飲む頻度	7
3) 他のものと混ぜて飲む頻度	8
4) 季節による変動	9
2. 白もの牛乳類の飲用量	11
3. 白もの牛乳類の飲み方	14
4. 白もの牛乳類の飲用シーン	17
5. 白もの牛乳類の飲用理由	19
6. 白もの牛乳類の種類	21
II この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識	27
1. 飲み方別飲用量の増減	27
1) そのまま飲む量の増減	27
2) 混ぜて飲む量の増減	28
3) 全体での増減	29
2. 白もの牛乳類の飲用量の減少理由	32
3. 減った白もの牛乳類のかわりに飲んでいるもの	33
III 白もの牛乳類の購入実態	34
1. 白もの牛乳類の購入頻度	34
2. 白もの牛乳類の宅配利用状況	36
1) 宅配での購入経験	36
2) 宅配を始めた理由	37
3) 宅配を中止した理由	38

IV 乳製品の飲食実態	39
1. ヨーグルトの飲食状況	39
1) ヨーグルトの飲食頻度	39
2) ヨーグルトの飲食量	40
3) ヨーグルトのタイプ	41
V 生活の中の白もの牛乳類	43
1. 「3-A-Day」について	43
1) 「3-A-Day」の認知状況	43
2) 「3-A-Day」の実践状況	44
3) 「3-A-Day」の実践意向	45
2. 健康・食生活について	49
1) 健康・食生活に関する「ことば・用語」の認知	49
2) この3年間の骨密度測定経験	72
VI いろいろな飲料に対する心理的絆	73
<付録1> 各年度のテーマとサンプル数	99
<付録2> 単純集計結果付き 調査票	101

調查設計

調査目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は、1987年度から2004年度まで18回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を実施し、牛乳・乳製品に関する購入実態、飲用実態、牛乳・乳製品に関する意識・知識などを時系列で把握してきた。今回の2005年度調査は、白もの牛乳類の飲用量減少の背景を探ることを念頭におき、牛乳・乳製品の消費拡大のための資料を得ることを目的とする。

本年度調査テーマ

- 白もの牛乳類の飲用実態
- 白もの牛乳類飲用量の変化に対する認識
- 白もの牛乳類の購入実態
- ヨーグルトの飲食実態
- 健康や食生活に関する認識
- 白もの牛乳類および競合飲料に対する心理的絆

調査方法

1. 調査方法

- ・ 留置併用訪問面接法

2. 調査項目

- ・ 白もの牛乳類の飲用頻度・飲用量
- ・ 白もの牛乳類の飲み方
- ・ 白もの牛乳類の種類
- ・ 白もの牛乳類の飲用量の増減
- ・ 白もの牛乳類の購入実態・意識
- ・ 白もの牛乳類の宅配利用状況
- ・ ヨーグルトの飲食状況
- ・ 健康や食生活に関する知識
- ・ 競合飲料の飲用状況
- ・ 対象者の属性

3. 調査対象者

全国13歳以上の男女個人 6,000人 設定

4. 抽出方法

住民基本台帳より層化2段抽出

* 層化2段抽出法の手順は以下の通り

まず、平成12年国勢調査時の人口に基づき、地域と都市規模（各5分類）により層化する。第1次抽出単位として各層ごとに国勢調査時に設定された調査区の基本単位区を抽出し、第2次抽出単位として住民登録台帳より個人を抽出する。

調査対象となる個人の抽出は、調査地点の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は13歳以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

5. 地 域

全国 6,000サンプル

地域別	設定数	回収数	構成比 (%)
北海道	270	184	4.7
東北	465	320	8.2
関東・甲信	2,085	1,312	33.7
東海	705	493	12.7
北陸	270	202	5.2
近畿	990	538	13.8
中国	375	270	6.9
四国	195	112	2.9
九州	645	465	11.9
計	6,000	3,896	100.0

都市規模別	設定数	回収数	構成比 (%)
14 大都市	1,335	797	20.5
15 万以上の市	1,860	1,129	29.0
5万～15万未満の市	1,170	767	19.7
5万未満の市	375	278	7.1
郡 部	1,260	925	23.7
計	6,000	3,896	100.0

6. 調査期間

2005年5月20日（金）～6月6日（月）

7. 回収状況

6,000人設定 → 3,896人有効回収（有効回収率 64.9%）

未回収数	回収状況					
	転居	長期不在	一時不在	拒否	住所不明	その他
2,104	261	139	316	1,251	86	51

8. 本報告書でデータを読むうえでの注意点

- この調査は消費者の視点にたちアンケートを実施している都合上、牛乳類の分類については、**種類別**牛乳の他にも低脂肪乳、無脂肪乳、栄養成分強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を白もの牛乳類としており、法律や規約上の種類別分類とは異なる。
- 択一式選択肢（SA）の場合、回答率の合計が100.0%になるべきところで、そうならない箇所がある。これは各回答率を小数点以下第2位で四捨五入しているためである。
- MAと表記のあるものは複数回答である。

<調査結果の要約は「要約版」を参照>

サンプル構成

()内は%

<性別>

全体	3896 (100.0)
男性	1770 (45.4)
女性	2126 (54.6)

<結婚の有無>

全体	3896 (100.0)
未婚	921 (23.6)
既婚	2833 (72.7)
その他	136 (3.5)
無回答	6 (0.2)

<年齢>

全体	3896 (100.0)
13～15歳	146 (3.7)
16～19歳	153 (3.9)
20～24歳	174 (4.5)
25～29歳	244 (6.3)
30～34歳	287 (7.4)
35～39歳	304 (7.8)
40～44歳	270 (6.9)
45～49歳	299 (7.7)
50～54歳	371 (9.5)
55～59歳	414 (10.6)
60～64歳	348 (8.9)
65～69歳	348 (8.9)
70歳以上	538 (13.8)
平均 48.6歳	

<子供の有無>

全体	3896 (100.0)
いる	2692 (69.1)
いない	1192 (30.6)
無回答	12 (0.3)

<同居家族数>

全体	3896 (100.0)
1人(ひとり暮らし)	254 (6.5)
2人	951 (24.4)
3人	930 (23.9)
4人	872 (22.4)
5人	473 (12.1)
6人	252 (6.5)
7人以上	154 (4.0)
無回答	10 (0.3)
平均 3.4人	

<職業>

全体	3896 (100.0)
農林漁業	116 (3.0)
商工サービス業	213 (5.5)
自由業	133 (3.4)
内職	11 (0.3)
管理職	149 (3.8)
専門・技術職	438 (11.2)
事務職	319 (8.2)
労務職	218 (5.6)
販売・サービス職	226 (5.8)
パート・アルバイト	395 (10.1)
専業主婦	702 (18.0)
中学生	100 (2.6)
高校生	147 (3.8)
中高生以外の学生	90 (2.3)
無職	621 (15.9)
無回答	18 (0.5)

<家族構成(同居家族数「1人」を除く)>

全体	3632 (100.0)
夫婦2人	767 (21.1)
2世代世帯／親と子	2050 (56.4)
3世代世帯／親、子、孫	696 (19.2)
その他	100 (2.8)
無回答	19 (0.5)

<同居する子供(家族構成「夫婦2人」を除く)>

全体	2846 (100.0)
乳児・幼児	470 (16.5)
小学生	569 (20.0)
中学生	434 (15.2)
高校生	476 (16.7)
大学・短大・専門学校生	270 (9.5)
この中にはない	1294 (45.5)
無回答	25 (0.9)

主な分析軸

本報告書で利用した主な分析軸は次の通り

()内は%

<性・年齢別>

全 体		3896 (100.0)
男 性	中学生	54 (1.4)
	10代(中学生除)	89 (2.3)
	20代	184 (4.7)
	30代	236 (6.1)
	40代	277 (7.1)
	50代	355 (9.1)
	60代	323 (8.3)
	70代以上	252 (6.5)
女 性	中学生	46 (1.2)
	10代(中学生除)	110 (2.8)
	20代	234 (6.0)
	30代	355 (9.1)
	40代	292 (7.5)
	50代	430 (11.0)
	60代	373 (9.6)
	70代以上	286 (7.3)
男 性 計		1770 (45.4)
女 性 計		2126 (54.6)

<白もの牛乳類飲用行動別>

全 体		3896 (100.0)
飲 用 頻 度	飲用者・計	3497 (89.8)
	毎日飲用	1537 (39.5)
	週1～6日飲用	1447 (37.1)
	月に2～3日以下飲用	513 (13.2)
	非飲用者	399 (10.2)
飲 用 パ タ ー ン	そのまま&混ぜて&かけて	623 (16.0)
	そのまま&混ぜて併用	1369 (35.1)
	そのまま飲用のみ	935 (24.0)
	混ぜて飲用のみ	207 (5.3)

調査結果の詳細

I 白もの牛乳類の飲用実態

1. 白もの牛乳類の飲用頻度

1) 白もの牛乳類の飲用頻度

コーヒーや紅茶など他のものと混ぜて飲んだり、シリアルなどにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、ふだんの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。

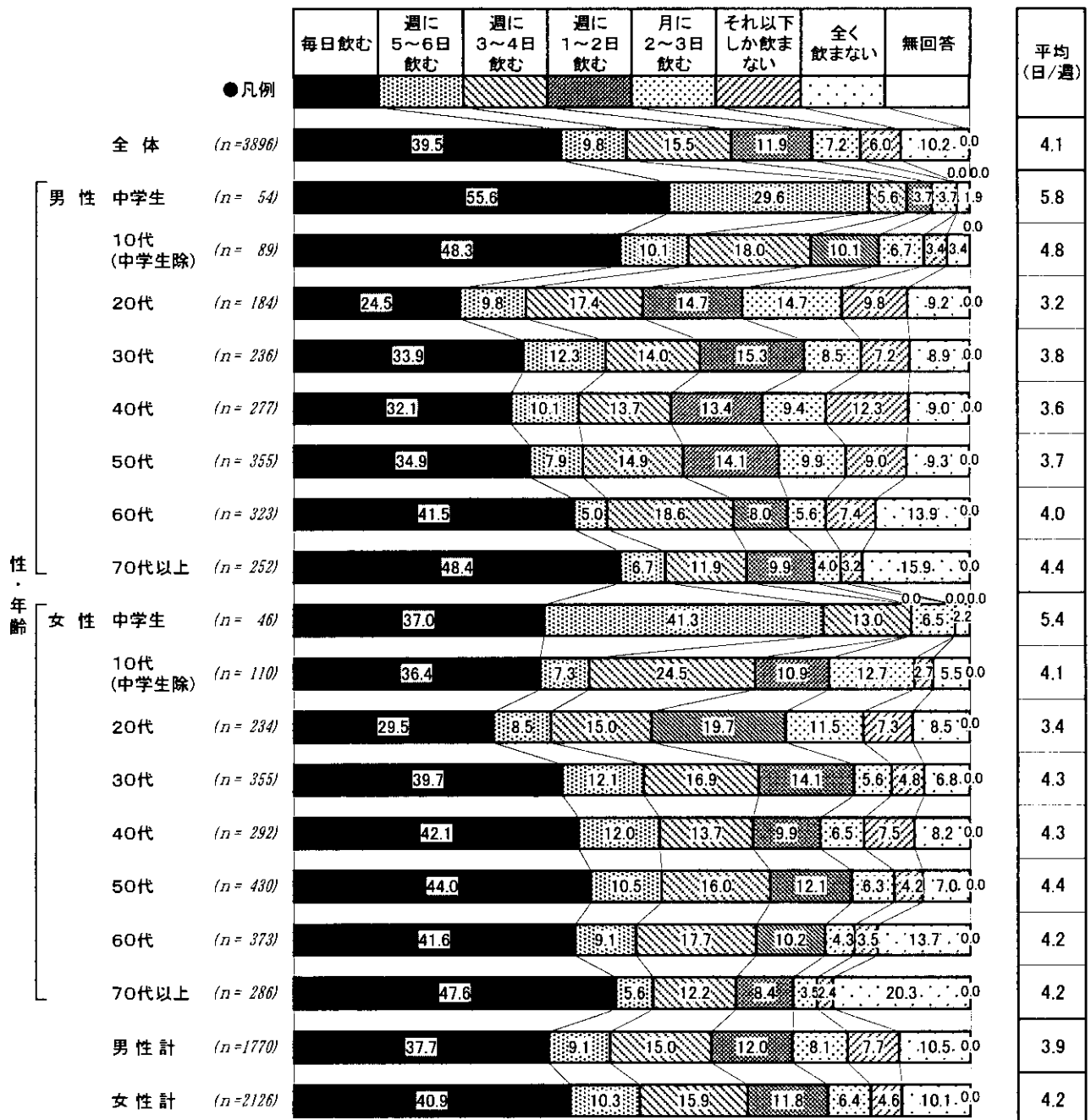
「毎日飲む」人は全体の40%である。一方「全く飲まない」という人は10%である。

性・年齢別にみると、「毎日飲む」人は女性の方が41%と多い。また、男性の中学生を除く10代と、男女とも70代以上では5割近い。

週あたりの平均飲用頻度は全体で4.1日である。

(注) ここでいう「白もの牛乳類」とは、普通の牛乳や低脂肪乳（ローファットミルク）や機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいう。市販のコーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含まない。

図表I-1-1 性・年齢別 問1 白もの牛乳類を飲む頻度



[参考] 参考にこれまでの調査での白もの牛乳類の飲用頻度の推移をみる。

図表I-1-2 時系列 問1 白もの牛乳類の飲用頻度

	<i>n</i>	毎日飲む	週に 5～6日 飲む	週に 3～4日 飲む	週に 1～2日 飲む	月に 2～3日 飲む*	それ以下 しか飲ま ない	全く飲ま ない	無回答	平均 (日/週) [01年以前 は日/月]
2005年	3896	39.5	9.8	15.5	11.9	7.2	6.0	10.2	0.0	4.1
2004年	4177	40.1	9.6	14.0	11.6	7.5	6.4	10.8	0.0	4.1
2003年	4177	41.8	11.2	14.5	10.7	6.1	5.5	10.3	0.0	4.3
2002年										
2001年	4778	40.8	9.1	14.7	13.6	7.1	4.1	10.6	0.0	17.6
2000年	4632	41.1	9.8	14.5	12.8	7.2	4.5	10.0	0.0	17.8
1999年	4476	45.6	10.0	13.5	10.7	6.4	3.2	10.6	0.0	18.8
1998年	4472	44.9	9.0	14.4	10.7	6.3	3.6	11.0	0.0	18.5
1997年	4547	45.7	9.1	13.7	10.4	6.7	5.1	9.1	0.0	18.7
1996年	4706	42.5	9.3	16.9	11.7	6.4	3.7	9.4	0.0	18.3
1995年	4668	48.4	7.5	12.9	9.9	6.6	4.7	9.9	0.1	19.0
1994年	4617	46.8	9.6	13.3	9.2	7.7	3.4	10.0	0.0	19.0
1993年	4553	46.5	10.2	14.3	9.2	6.9	3.4	9.4	0.2	19.2
1992年	4651	44.2	9.3	13.8	10.7	8.1	5.0	8.7	0.2	18.4
1991年	4714	45.2	10.4	14.7	10.0	7.0	4.3	8.2	0.2	19.1
1990年	4691	45.7	10.2	14.0	9.5	7.5	4.9	7.9	0.3	19.1
1989年	4579	43.4	9.5	13.5	10.5	7.9	5.0	9.8	0.4	18.2
1988年	4604	39.9	10.4	14.5	10.7	8.7	5.2	10.1	0.5	17.6
1987年	4664	38.5	9.5	14.3	11.6	10.0	6.8	8.7	0.6	17.0

※斜線はデータなし

* 87～01年は「月に数回飲む」 (%)

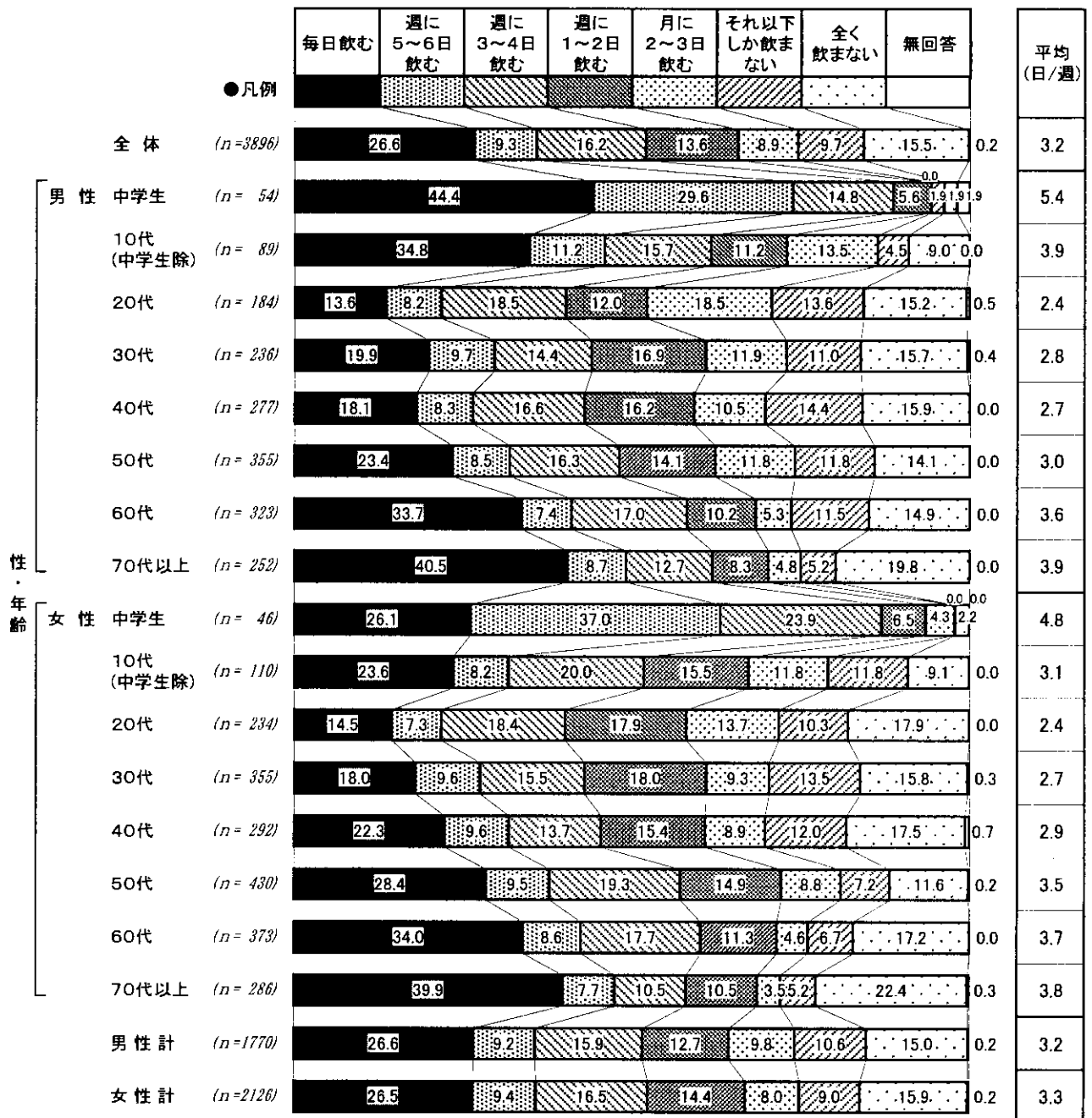
2) そのまま飲む頻度

そのまま飲む飲み方で、ふだんどの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。

「毎日飲む」人は全体の27%である。一方「全く飲まない」という人は16%である。

性・年齢別にみると、「毎日飲む」人の割合は男女で違いはない。また、「毎日飲む」人は男女とも20代が最も少なく、以降年齢があがるにつれて多くなっている。

図表I-1-3 性・年齢別 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度：年間平均



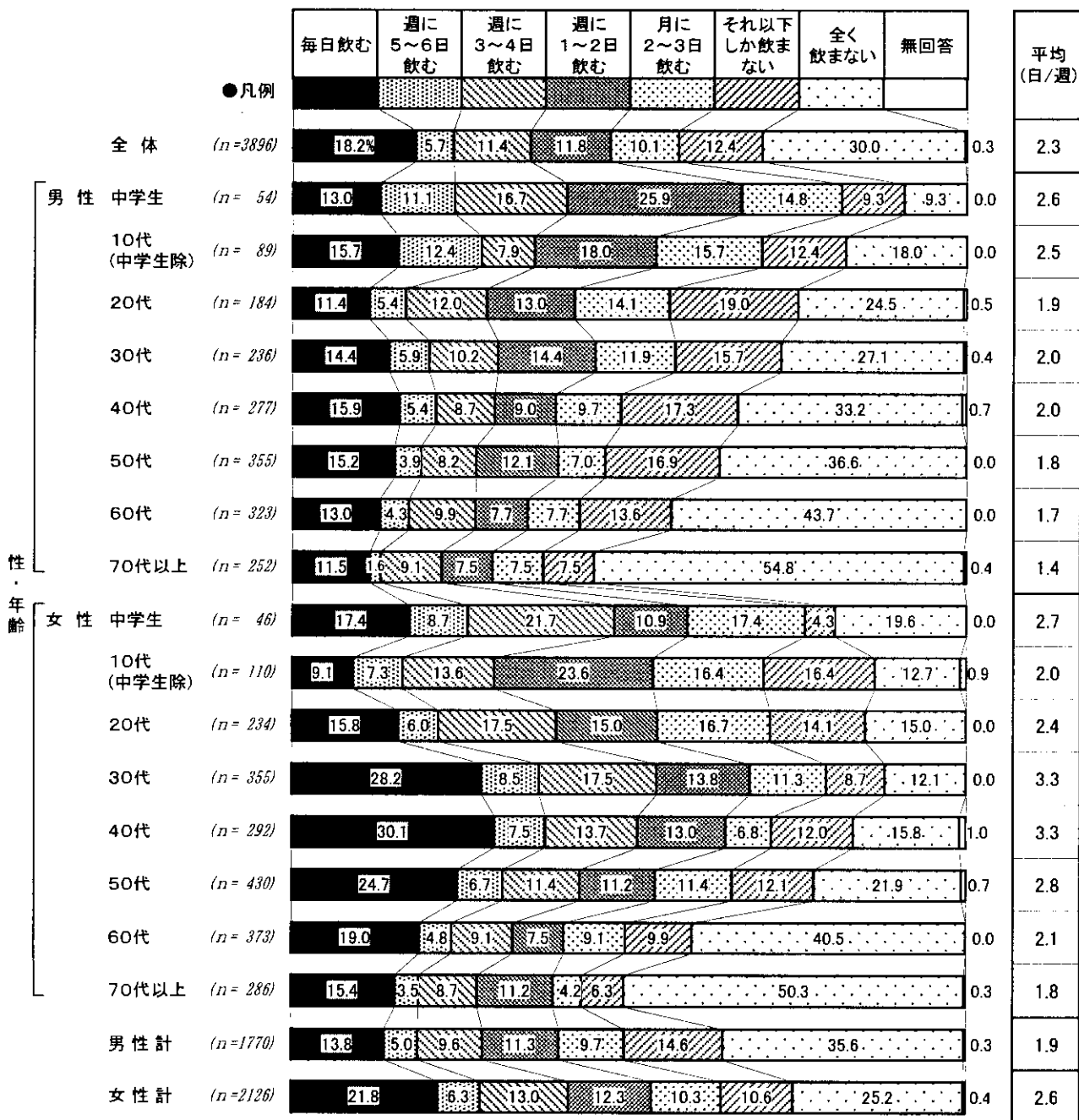
3)他のものと混ぜて飲む頻度

コーヒーや紅茶など他のものと混ぜて飲む飲み方で、ふだんどの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。

「毎日飲む」人は全体の18%である。一方「全く飲まない」という人は30%である。

性・年齢別にみると、「毎日飲む」人は男性14%、女性22%であり、女性の方が多い。「毎日飲む」人の割合は、男性では年齢別にあまり違いは見られないが、女性では30代、40代が30%前後と多くなっている。

図表I-1-4 性・年齢別 問3 白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む頻度：年間平均

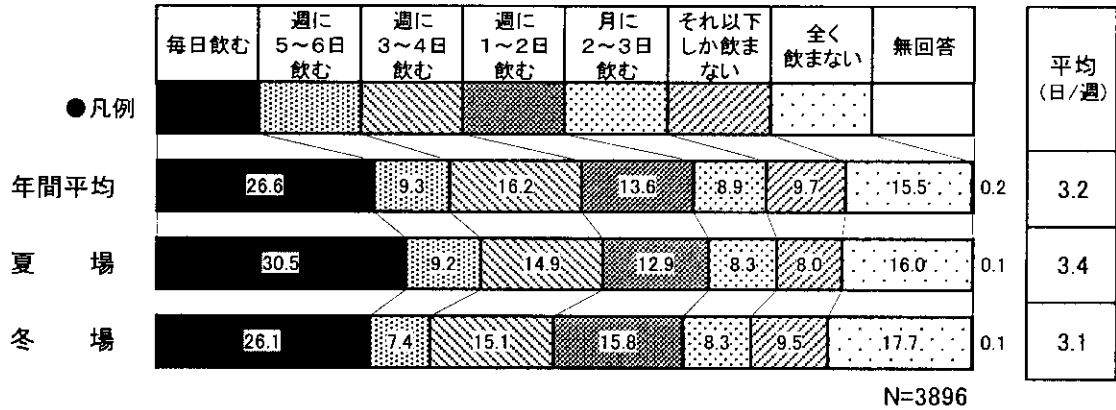


4) 季節による変動

白もの牛乳類の飲み方別飲用頻度の季節による変動をみてみると、そのまま飲む飲み方では、夏場は「毎日飲む」人が31%と冬場（26%）より5ポイント多くなっている。他のものと混ぜて飲む飲み方では大きな変動はみられない。

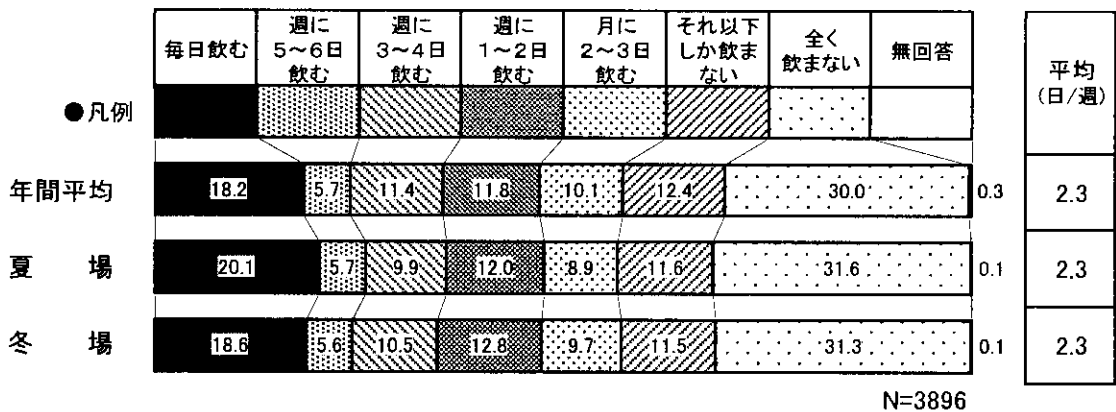
<そのまま飲む>

図表I-1-5 季節変動／飲み方別 問2 白もの牛乳類の飲用頻度



<他のものと混ぜて飲む>

図表I-1-6 季節変動／飲み方別 問3 白もの牛乳類の飲用頻度



飲み方別に時系列の推移をみると、そのまま飲む飲み方で「毎日飲む」人の割合は、夏場、冬場、年間平均いずれも2002年以来減少傾向がみとめられる。混ぜて飲む飲み方では著しい変化はみられない。

図表I-1-7 時系列 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度

		<i>n</i>	毎日飲む	週に5~6日飲む	週に3~4日飲む	週に1~2日飲む	月に2~3日飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない	無回答	平均(日/週)
夏場	2005年	3896	30.5	9.2	14.9	12.9	8.3	8.0	16.0	0.1	3.4
	2004年	4177	31.7	8.9	14.0	12.6	7.9	7.8	17.2	0.0	3.5
	2003年	4177	32.7	9.0	13.9	13.2	7.3	7.3	16.4	0.3	3.5
	2002年	4277	35.4	8.1	14.6	12.2	7.1	6.8	15.8	0.1	3.7
冬場	2005年	3896	26.1	7.4	15.1	15.8	8.3	9.5	17.7	0.1	3.1
	2004年	4177	26.8	7.3	13.4	15.8	9.0	9.5	18.1	0.0	3.1
	2003年	4177	27.9	8.1	14.1	15.5	8.4	8.4	17.3	0.3	3.2
	2002年	4277	29.5	8.0	14.1	14.6	8.7	8.4	16.6	0.1	3.3
年間平均	2005年	3896	26.6	9.3	16.2	13.6	8.9	9.7	15.5	0.2	3.2
	2004年	4177	27.3	9.3	14.4	14.2	8.9	9.2	16.5	0.2	3.2
	2003年	4177	28.1	10.0	15.1	13.6	8.3	8.2	16.3	0.4	3.3
	2002年	4277	29.7	9.9	14.7	13.8	7.9	8.3	15.5	0.1	3.4

(%)

図表I-1-8 時系列 問3 白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む頻度

		<i>n</i>	毎日飲む	週に5~6日飲む	週に3~4日飲む	週に1~2日飲む	月に2~3日飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない	無回答	平均(日/週)
夏場	2005年	3896	20.1	5.7	9.9	12.0	8.9	11.6	31.6	0.1	2.3
	2004年	4177	21.1	5.8	8.8	12.1	8.7	11.1	32.4	0.0	2.4
	2003年	4177	21.6	5.9	8.5	10.5	9.9	12.1	31.3	0.2	2.4
	2002年	4277	18.7	5.7	9.1	11.6	9.8	12.5	32.4	0.3	2.2
冬場	2005年	3896	18.6	5.6	10.5	12.8	9.7	11.5	31.3	0.1	2.3
	2004年	4177	19.5	6.1	9.5	12.0	9.7	11.6	31.7	0.0	2.3
	2003年	4177	20.0	5.5	9.6	11.4	10.0	12.8	30.5	0.2	2.3
	2002年	4277	16.6	6.1	9.3	12.7	10.6	12.6	31.9	0.2	2.1
年間平均	2005年	3896	18.2	5.7	11.4	11.8	10.1	12.4	30.0	0.3	2.3
	2004年	4177	18.9	6.2	9.6	12.2	10.0	12.4	30.5	0.2	2.3
	2003年	4177	19.7	6.2	9.8	10.7	10.7	12.8	30.0	0.2	2.3
	2002年	4277	16.2	6.3	9.6	12.3	10.8	13.5	31.2	0.2	2.1

(%)

2. 白もの牛乳類の飲用量

そのまま飲む以外の場合を含めて、白もの牛乳類を飲むときには1日にどれくらいの量を飲むかを聞いた。

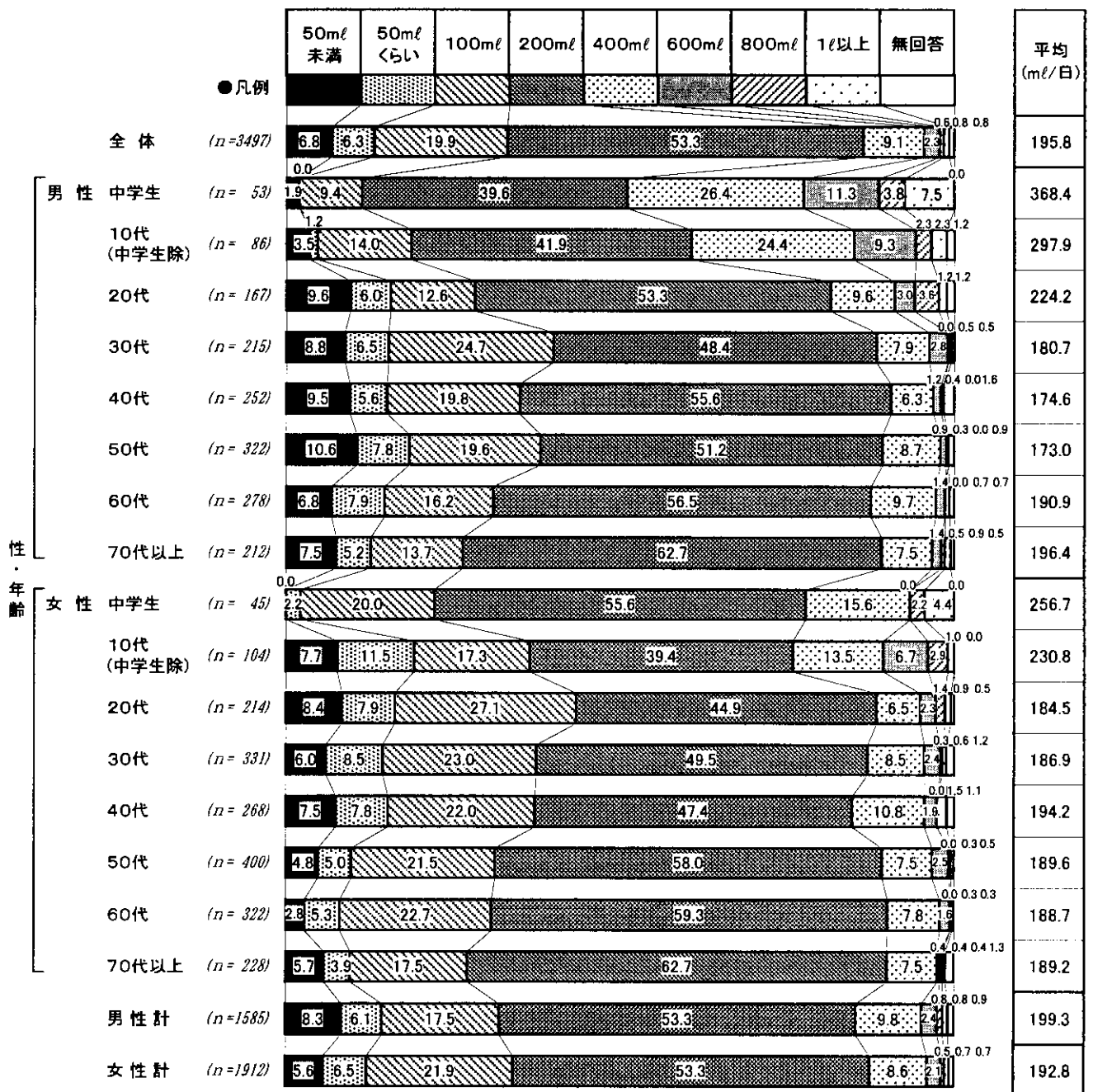
全体では、「200ml」が最も多く、白もの牛乳類飲用者の53%と過半数を占めている。

性・年齢別にみると、どの層でも「200ml」が最も多い。

参考に算出したところ、1日に飲む平均量は196mlとなる。

1日に飲む平均量を性別にみると、男性199ml、女性193mlとなっており、男女ともそれほど差はない。また、年齢別でみると、男女ともに中学生が最も多くなっている。

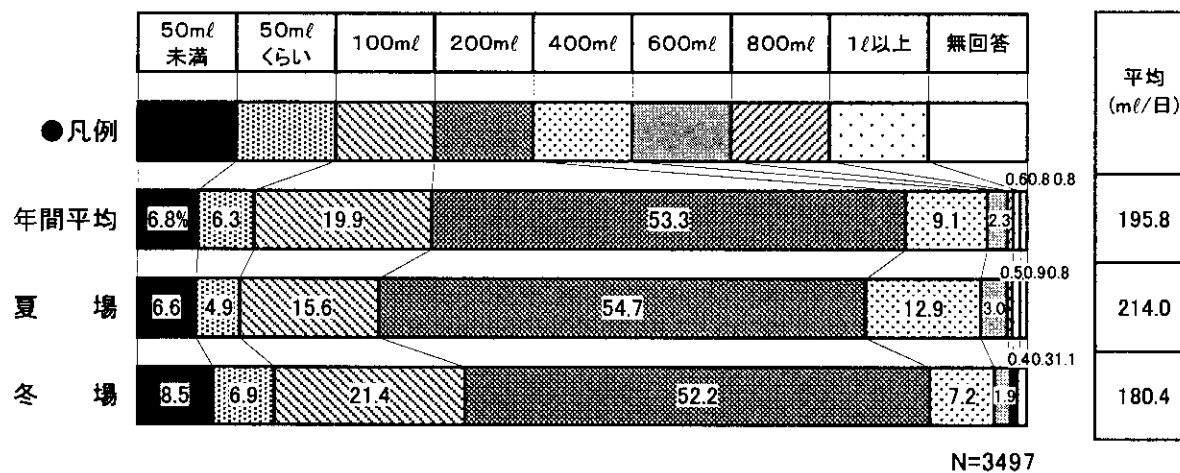
図表I-2-1 性・年齢別 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量：年間平均 <飲用者ベース>



白もの牛乳類飲用者の1日あたりの飲用量の季節による変動をみてみると、平均量で夏場214ml、冬場180mlとなっており、夏場が冬場より34ml多くなっている。

性・年齢別にみると、どの層でも夏場の方が冬場より多い。

図表I-2-2 季節変動 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 <飲用者ベース>



図表I-2-3 性・年齢別/季節変動 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 <飲用者ベース>

		n	年間平均	夏場	冬場	
全体		3497	195.8	214.0	180.4	
性・年齢別	男性	中学生	53	368.4	395.3	337.3
		10代(中学生除)	86	297.9	317.4	262.9
		20代	167	224.2	235.3	192.7
		30代	215	180.7	196.8	172.3
		40代	252	174.6	198.4	164.4
		50代	322	173.0	187.6	161.4
		60代	278	190.9	198.5	178.0
	70代以上	212	196.4	211.8	187.0	
	女性	中学生	45	256.7	271.7	226.1
		10代(中学生除)	104	230.8	243.5	196.9
		20代	214	184.5	200.8	169.4
		30代	331	186.9	207.9	173.0
		40代	268	194.2	219.2	171.5
		50代	400	189.6	217.2	177.0
60代		322	188.7	206.9	174.0	
70代以上	228	189.2	203.0	181.9		
男性計		1585	199.3	214.8	184.5	
女性計		1912	192.8	213.4	177.0	

(ml/日)

図表I-2-4 季節変動/時系列 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 <飲用者ベース>

		n	50ml未満	50mlくらい	100ml	200ml	400ml	600ml	800ml	1l以上	無回答	平均 (ml/日)
夏 場	2005年	3497	6.6	4.9	15.6	54.7	12.9	3.0	0.5	0.9	0.8	214.0
	2004年	3726	7.4	5.1	14.5	53.4	14.1	2.8	0.7	0.9	1.1	215.9
	2003年	3747	6.2	4.4	13.5	53.1	15.7	3.7	0.8	1.0	1.7	228.9
	2002年	3810	6.3	4.5	12.4	50.8	17.8	4.4	1.4	1.2	1.2	241.1
冬 場	2005年	3497	8.5	6.9	21.4	52.2	7.2	1.9	0.4	0.3	1.1	180.4
	2004年	3726	9.3	7.3	20.2	51.5	8.2	1.6	0.4	0.5	1.1	181.6
	2003年	3747	8.0	6.5	18.9	53.0	9.1	1.5	0.4	0.6	1.9	188.6
	2002年	3810	8.5	6.6	18.8	51.5	9.9	2.2	0.6	0.6	1.3	193.5
年 間 平 均	2005年	3497	6.8	6.3	19.9	53.3	9.1	2.3	0.6	0.8	0.8	195.8
	2004年	3726	7.5	6.9	18.5	52.8	9.5	2.0	0.8	1.0	1.0	197.2
	2003年	3747	6.5	6.0	16.5	53.3	12.0	2.2	0.7	1.1	1.8	209.2
	2002年	3810	6.9	5.5	16.6	51.5	12.5	3.3	0.9	1.5	1.3	219.2

(%)

図表I-2-5 性・年齢別/時系列 1日あたりの白もの牛乳類の飲用量 <非飲用者も含む全体ベース>

		2002年		2003年		2004年		2005年		
		n	平均 (ml/日)	n	平均 (ml/日)	n	平均 (ml/日)	n	平均 (ml/日)	
全 体		4277	127.3	4177	141.5	4177	127.3	3896	126.9	
性 ・ 年 代 別	男 性	中学生	55	300.1	48	318.6	49	309.5	54	324.8
		10代(中学生除)	129	199.0	124	254.8	132	254.3	89	226.7
		20代	259	133.9	224	164.4	243	129.3	184	117.3
		30代	292	103.1	288	133.3	301	115.5	236	113.3
		40代	298	96.5	287	110.6	292	107.0	277	100.1
		50代	359	115.4	356	123.3	383	109.0	355	105.1
		60代	365	123.3	336	116.2	311	117.1	323	118.2
		70代以上	187	117.9	244	137.4	235	111.9	252	126.8
	女 性	中学生	42	183.8	54	264.2	39	217.8	46	210.7
		10代(中学生除)	128	129.6	120	147.7	126	126.6	110	157.3
		20代	266	112.7	294	125.6	252	118.0	234	106.8
		30代	375	129.4	353	137.5	354	128.9	355	126.6
		40代	395	119.1	330	141.3	369	116.4	292	137.2
		50代	444	139.5	443	152.9	422	121.0	430	129.2
60代		373	136.7	376	134.7	368	134.7	373	121.5	
70代以上		310	120.2	300	127.1	301	124.5	286	123.7	
男性計		1944	125.8	1907	141.8	1946	128.8	1770	125.0	
女性計		2333	128.6	2270	141.2	2231	125.9	2126	128.5	

※ 2002年は「そのまま飲む」「他のものと混ぜて飲む」「シリアルやくだものなどにかける」飲み方別
 飲用頻度(年間平均)と飲用者が飲むときに1日に飲む量から算出。
 2003年、2004年、2005年は飲み方を問わない日頃の飲用頻度と飲用者が飲むときに1日に飲む量から算出。

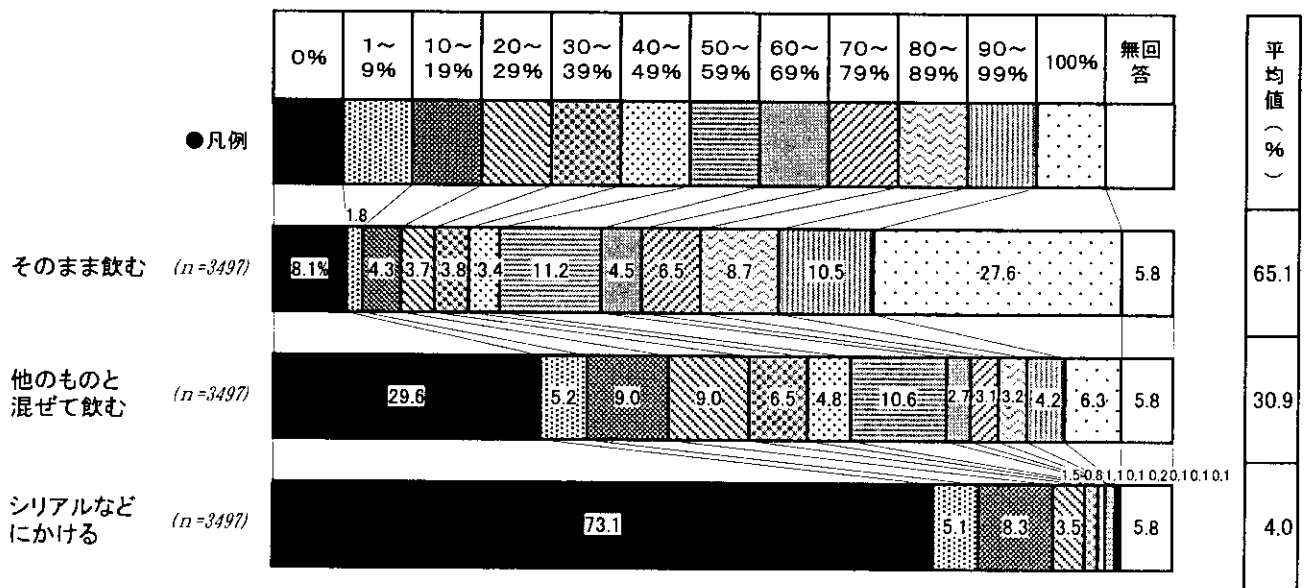
3. 白もの牛乳類の飲み方

そのまま飲む、他のものと混ぜて飲む、シリアルなどにかけるといった飲み方ごとに、白もの牛乳類の飲用量の割合を聞いた。

「そのまま飲む」割合が100%となる人は28%である。

「他のものと混ぜて飲む」ことがない人は30%であり、「シリアルなどにかける」ことのない人は73%を占める。

図表I-3-1 問5 白もの牛乳の飲み方：年間平均 <飲用者ベース>



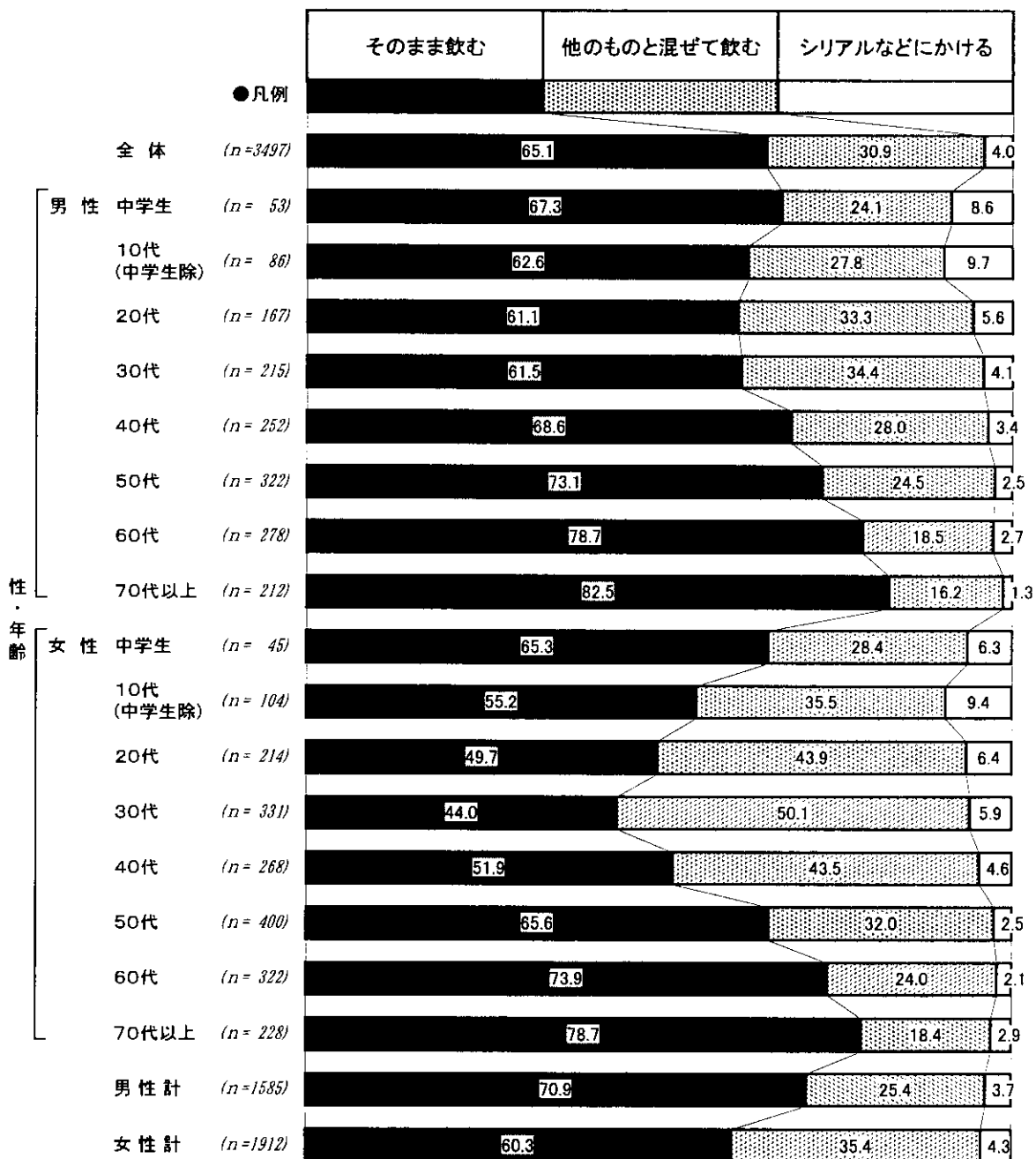
そのまま飲む、他のものと混ぜて飲む、シリアルなどにかけるなど飲み方ごとの飲用量の割合の平均値をみる。

全体でみると、「そのまま飲む」が65%を占め、「他のものと混ぜて飲む」が31%、「シリアルなどにかける」が4%となっている。

性別にみると、「そのまま飲む」の割合は男性71%、女性60%と男性の方が高い。

年齢別では、「そのまま飲む」の割合は男女とも50代以降の高年層で比較的高い。一方、中学生を除く10代から40代までは、男女とも「他のものと混ぜて飲む」が他の世代に比較して多くなっている。特に、女性の30代では「そのまま飲む」割合より「他のものと混ぜて飲む」割合のほうが多い。

図表I-3-2 性・年齢別 問5 白もの牛乳の飲み方別割合：年間平均 <飲用者ベース>



白もの牛乳類飲用量の飲み方別割合は、全体では季節によって大きな変動はみられない。

そのまま飲む割合を性・年齢別にみると、女性の中学生を除く10代、20代、50代の層では、夏場と冬場の割合に約5ポイント以上差がみられる。

混ぜて飲む割合を性・年齢別にみると、男性の中学生を含む10代、30代、女性の中学生を含む10代、20代、50代の層で、夏場と冬場の割合に約5ポイント以上差がみられる。

そのまま飲む割合は夏場が高く、混ぜて飲む割合は冬場が高い。

図表I-3-3 問5 季節変動 白もの牛乳類の飲み方別割合 <飲用者ベース>

	そのまま飲む	他のものと混ぜて飲む	シリアルなどにかける
●凡例			
年間平均	65.1%	30.9	4.0
夏場	67.0	28.7	4.3
冬場	63.5	32.8	3.7

N=3497

<そのまま飲む>

図表I-3-4 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	67.3	62.6	61.1	61.5	68.6	73.1	78.7	82.5	70.9
	夏場	68.5	63.2	63.6	64.1	70.4	74.2	79.6	83.8	72.4
	冬場	65.1	60.8	60.1	59.7	67.3	72.1	77.4	81.8	69.6
女 性	年間平均	65.3	55.2	49.7	44.0	51.9	65.6	73.9	78.7	60.3
	夏場	67.2	58.2	52.7	46.0	53.3	68.1	76.1	80.2	62.5
	冬場	62.6	52.1	47.1	42.6	50.4	63.0	72.0	78.5	58.5

(%)

<他のものと混ぜて飲む>

図表I-3-5 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	24.1	27.8	33.3	34.4	28.0	24.5	18.5	16.2	25.4
	夏場	21.8	25.7	30.6	31.5	26.0	23.3	17.7	14.9	23.7
	冬場	27.0	30.9	34.6	36.4	29.5	25.5	20.0	17.1	27.0
女 性	年間平均	28.4	35.5	43.9	50.1	43.5	32.0	24.0	18.4	35.4
	夏場	24.5	30.6	40.5	47.4	41.8	29.1	21.9	16.8	32.8
	冬場	32.9	39.0	47.0	52.1	45.0	34.9	26.0	18.9	37.6

(%)

<シリアルなどにかける>

図表I-3-6 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	8.6	9.7	5.6	4.1	3.4	2.5	2.7	1.3	3.7
	夏場	9.6	11.1	5.8	4.4	3.5	2.5	2.7	1.3	3.9
	冬場	7.9	8.4	5.4	3.8	3.2	2.4	2.7	1.1	3.4
女 性	年間平均	6.3	9.4	6.4	5.9	4.6	2.5	2.1	2.9	4.3
	夏場	8.3	11.2	6.8	6.5	4.8	2.8	2.1	3.0	4.7
	冬場	4.6	8.9	5.9	5.3	4.6	2.1	2.0	2.5	3.9

(%)

4. 白もの牛乳類の飲用シーン

白もの牛乳類をそのまま飲む以外の場合を含めて、どのような時に飲むかを聞いた。

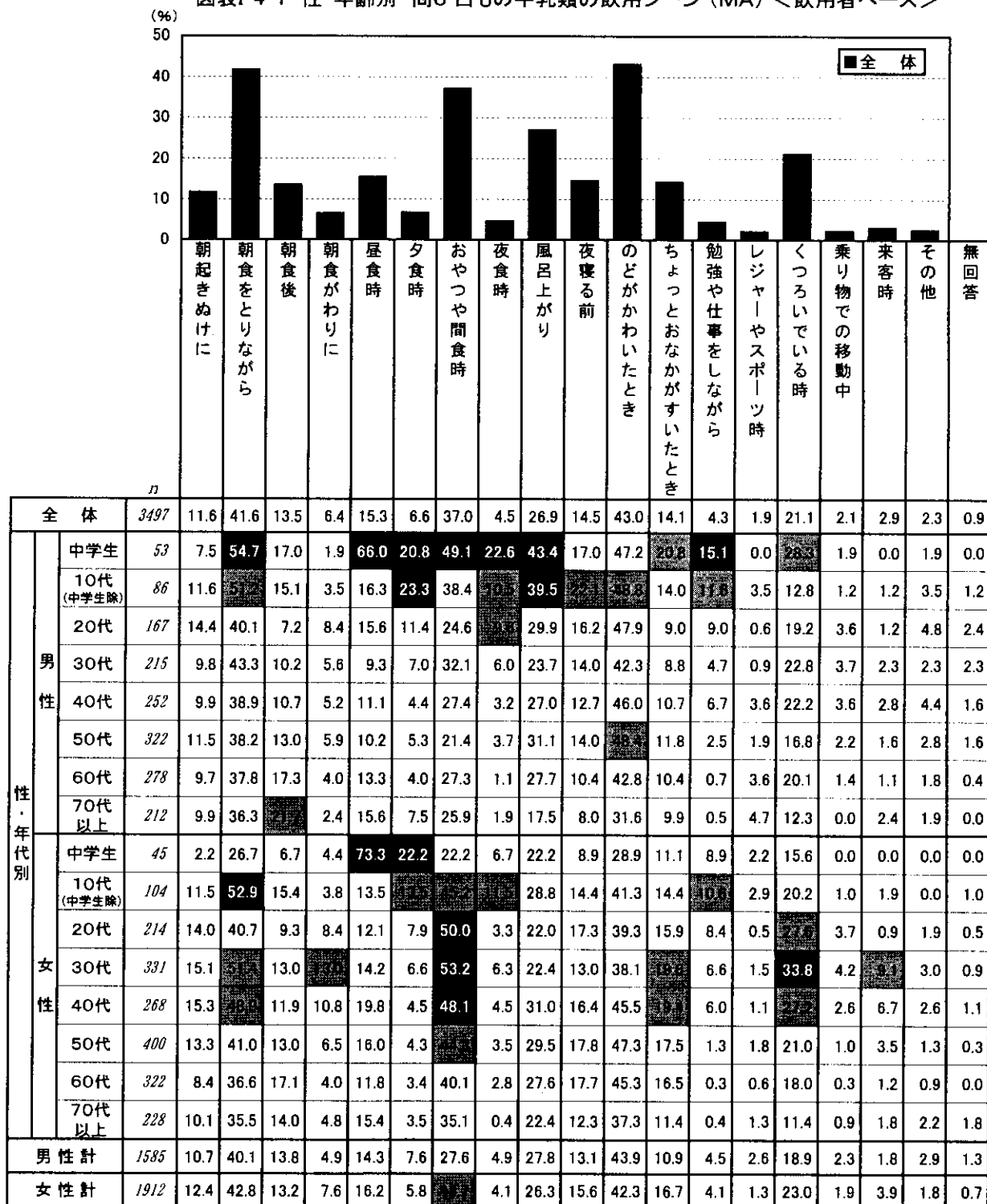
全体では、「のどがかわいたとき（43%）」「朝食をとりながら（42%）」「おやつや間食時（37%）」の順が多い。

性・年齢別にみると、男性中学生では他の世代に比較して、多くのシーンで白もの牛乳類が飲まれている。

女性の中学生を除く10代から50代までの層で「おやつや間食時」での比率が高い傾向があり、30代では最も比率が高い。女性の30代では「くつろいでいる時」も多い。

中学生では「昼食時」が男性66%、女性73%と高く、給食での飲用を反映していると考えられる。

図表I-4-1 性・年齢別 問6 白もの牛乳類の飲用シーン (MA) <飲用者ベース>



■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

(%)

2002年と比較すると、飲用シーンのトップである「のどがかわいたとき」が10ポイントほどダウンしている。同様に、のどがかわいているシーンのひとつと言える「風呂上がり」も10ポイント以上ダウンしている。

図表I-4-2 時系列 問6 白もの牛乳類の飲用シーン (MA) <飲用者ベース>

	<i>n</i>	朝起きぬけに	朝食をとりながら	朝食後	朝食がわりに	昼食時	夕食時	おやつや間食時	夜食時	風呂上がり	夜寝る前	のどがかわいたとき	ちよつとおなががすいたとき	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	くつろいでいる時	乗り物での移動中	来客時	その他
2005年	3497	11.6	41.6	13.5	6.4	15.3	6.6	37.0	4.5	26.9	14.5	43.0	14.1	4.3	1.9	21.1	2.1	2.9	2.3
2002年	3810	17.2	46.8	18.0	11.3	18.8	8.1	43.3	6.0	38.5	18.7	53.3	20.8	6.4	4.2	25.1	2.8	3.6	2.3

(%)

5. 白もの牛乳類の飲用理由

白もの牛乳類を飲む人に、白もの牛乳類を飲む理由を聞いた。

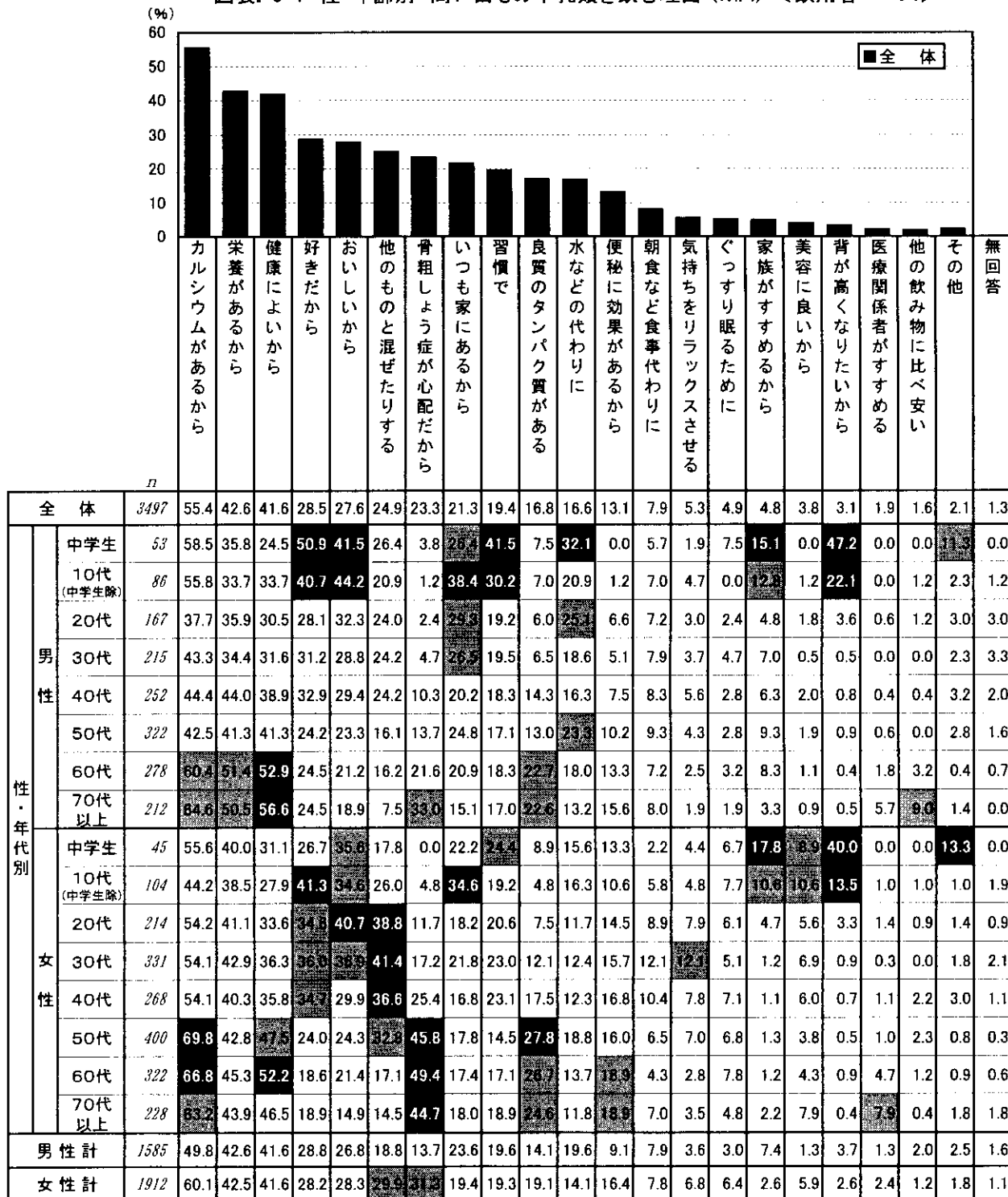
全体では、「カルシウムがあるから（55%）」「栄養があるから（43%）」「健康によいから（42%）」の順が多い。

性・年齢別にみると、中学生を含む10代の男性で、「好きだから」「おいしいから」「習慣で」飲んでいる比率が他の層より高い。また、男性中学生では「水などの代わりに」「家族がすすめるから」も全体より10ポイント以上高い。男女とも中学生を含む10代で「背が高くなりたいから」が全体より10ポイント高い。

男性の70代以上および男女とも60代では「健康によいから」という理由が多い。

女性の20代～40代の層では「他のものと混ぜたりする」割合が4割前後と他の層に比べて高くなっていく。また、50代～70代以上の女性では「骨粗しょう症が心配だから」を理由とする比率が高い。またこの層では「カルシウムがあるから」とする比率も比較的高くなっている。

図表I-5-1 性・年齢別 問7 白もの牛乳類を飲む理由 (MA) <飲用者ベース>



■ 全体より5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

「白もの牛乳類を飲む理由」の推移をみる。

2002年に比べて、2005年の「カルシウムがあるから」「栄養があるから」「いつも家にあるから」は5ポイント以上減少している。2005年では、ほぼすべての項目において減少している一方で、「気持ちをリラックスさせる」の項目では1.3ポイントの微増である。

図表I-5-2 時系列 問7 白もの牛乳類を飲む理由 (MA)

	サンプル数	カルシウムがあるから	栄養があるから	健康によいから	好きだから	おいしいから	他のものと混ぜたりする	骨粗しょう症が心配だから	いつも家にあるから	習慣で	良質のタンパク質がある	水などの代わりに	便秘に効果があるから	朝食など食事代わりに	気持ちをリラックスさせる	ぐっすり眠るために	家族がすすめるから	美容に良いから	背が高くなりたいから	医療関係者がすすめる	他の飲み物に比べ安い	消化がよい	学校給食で飲む	それしかないから	その他	全く飲まない	無回答	
△飲用者ベース	2005年	3497	55.4	42.6	41.6	28.5	27.6	24.9	23.3	21.3	19.4	16.8	16.6	13.1	7.9	5.3	4.9	4.8	3.8	3.1	1.9	1.6	/	/	/	2.1	/	1.3
	2002年	3810	60.6	49.2	45.9	29.7	29.9	25.7	27.3	26.9	20.0	20.8	19.4	14.9	7.9	3.9	5.0	5.3	4.1	3.7	1.8	2.0	/	/	/	2.1	/	1.1
	2000年	4171	61.2	49.2	/	30.9	34.9	/	28.5	33.3	19.0	20.7	21.5	18.1	10.5	4.9	5.1	9.2	5.2	/	2.5	/	4.8	/	/	2.7	/	/
△全体ベース	1999年	4476	54.8	45.1	/	29.2	32.9	/	25.1	31.4	18.0	19.1	20.6	17.9	9.7	5.2	5.3	7.7	4.7	/	2.2	/	5.2	/	/	2.4	10.6	0.0
	1997年	4547	55.4	41.0	/	23.5	24.4	/	24.1	27.8	13.1	15.2	17.3	16.0	8.1	/	/	7.6	3.1	/	/	3.6	/	/	3.3	11.1	0.1	
	1996年	4706	50.3	40.7	/	23.3	22.2	/	19.3	19.9	15.5	/	17.3	/	7.9	/	/	5.7	/	/	/	/	/	/	3.2	10.4	0.1	
	1995年	4668	51.5	45.3	/	22.0	20.6	/	16.1	20.6	16.1	/	16.9	/	8.3	/	/	4.6	4.6	4.6	1.6	2.2	/	2.8	2.6	11.7	1.3	
	1994年	4617	58.7	53.9	/	26.5	26.5	/	31.0	14.3	/	13.4	/	8.6	/	/	6.5	5.7	5.7	2.5	2.8	/	4.5	2.9	13.4	0.1		
	1993年	4553	59.2	58.2	/	27.9	28.0	/	34.3	16.2	/	12.7	/	9.4	/	/	6.2	9.2	7.1	2.9	4.0	/	5.2	2.2	12.8	0.3		
	1992年	4651	51.3	52.8	/	28.2	25.2	/	30.3	14.7	/	14.5	/	8.5	/	/	6.3	4.9	5.5	2.7	2.3	/	3.7	2.1	2.1	13.7	0.3	
	1991年	4714	50.1	54.3	/	28.2	25.5	/	31.1	14.0	/	15.4	/	8.3	/	/	6.0	5.6	6.3	2.9	2.0	/	5.1	2.8	2.0	12.5	0.3	
	1990年	4691	54.3	58.3	/	26.6	23.0	/	30.7	13.5	/	14.2	/	8.4	/	/	5.7	7.7	5.9	2.7	2.1	/	4.1	2.5	2.0	12.8	0.3	
	1989年	4579	46.9	54.9	/	26.0	22.1	/	29.6	12.1	/	14.0	/	8.8	/	/	5.5	6.9	4.7	3.0	2.2	/	3.9	2.2	1.7	15.4	0.6	
	1988年	4604	44.4	55.7	/	25.9	23.0	/	29.7	11.5	/	14.0	/	9.2	/	/	6.2	9.0	6.6	2.4	2.8	/	5.3	2.4	1.6	15.4	0.9	
1987年	4664	38.4	53.4	/	27.5	23.7	/	27.4	14.7	/	18.2	/	9.1	/	/	5.1	8.6	5.5	2.0	2.5	/	4.8	3.2	1.6	16.1	1.2		

※斜線はデータなし

※1998年、2001年、2003年、2004年はデータなし

※1999年以前は非飲用者も含む全体ベース

(96)

6. 白もの牛乳類の種類

牛乳の種類について、「知っているもの」「過去1ヵ月間に飲んだもの」「今後も飲み続けたいもの／新たに飲みたいもの」を聞いた。（「普通の牛乳」については知っているかどうかは不問とした）

「知っている」牛乳の種類は、「低脂肪乳（78%）」「産地表示牛乳（63%）」「濃厚牛乳（59%）」の順が多い。

「過去1ヵ月間に飲んだ」牛乳の種類では、「普通の牛乳（58%）」「産地表示牛乳（33%）」「低脂肪牛乳（29%）」の順となっている。

「今後も飲み続けたいもの／新たに飲みたい」牛乳の種類では、「普通の牛乳（50%）」「産地表示牛乳（32%）」「低脂肪牛乳（25%）」の順である。

「栄養成分強化牛乳」「オーガニック牛乳」に関しては、過去1ヶ月に飲んだ比率より今後飲みたい比率が1割近く高くなっており、潜在需要があることがうかがえる。

図表I-6-1 問8 白もの牛乳類の種類 (MA)

(N=3896)

	問8(1) 知っている牛乳の種類	問8(2) 過去1ヶ月間に飲んだ 牛乳の種類	問8(3) 今後も飲み続けたい/ 新たに飲みたい牛乳の種類
普通の牛乳	<不問>	57.9	50.1
産地表示牛乳	62.5	32.6	31.5
低温殺菌牛乳	52.2	14.2	14.6
H T S T 牛乳	8.0	2.3	3.6
ロングライフ牛乳	28.6	3.4	3.7
低脂肪牛乳	77.7	29.4	25.0
無脂肪牛乳	36.2	4.9	7.0
成分調整牛乳	52.5	14.5	10.2
濃厚牛乳	58.8	14.8	15.7
お腹がゴロゴロ しない牛乳	30.1	2.0	6.4
栄養成分強化牛乳	39.7	12.6	21.2
加工乳	46.2	7.4	5.4
オーガニック牛乳	10.4	1.5	11.1
ひとつもない/ わからない	3.3	12.2	12.3
無回答	4.9	1.0	1.0

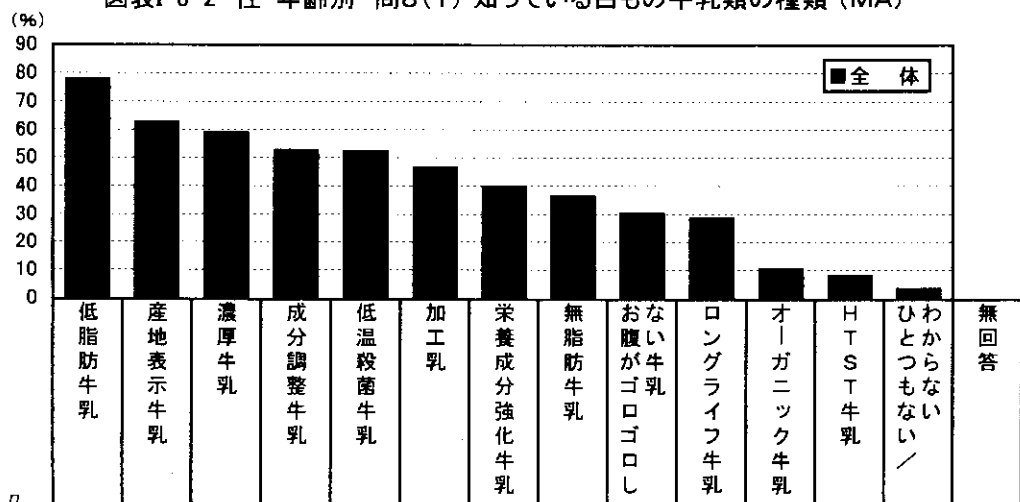
(%)

「知っている」牛乳の種類を性・年齢別にみると、どの種類についても、男性より女性の方が知っている比率が高い。

特に30代から50代女性では、全般的に「知っている」とする比率が高い。

また、「無脂肪乳」に関しては、女性の中学生を含む10代から50代にかけて比率が高く、なかでも中学生の認知率が最も高くなっている。

図表i-6-2 性・年齢別 問8(1) 知っている白もの牛乳の種類 (MA)



		全体	低脂肪牛乳	産地表示牛乳	濃厚牛乳	成分調整牛乳	低温殺菌牛乳	加工乳	栄養成分強化牛乳	無脂肪牛乳	おなごゴロゴロし	ロングライフ牛乳	オーガニック牛乳	H T S T 牛乳	ひとつもない／	無回答	
全体		3896	77.7	62.5	58.8	52.5	52.2	46.2	39.7	36.2	30.1	28.6	10.4	8.0	3.3	4.9	
性・年齢別	男性	中学生	54	68.5	48.1	42.6	33.3	40.7	44.4	24.1	24.1	9.3	13.0	7.4	5.6	1.9	11.1
		10代 (中学生除)	89	75.3	55.1	52.8	46.1	48.3	33.7	24.7	32.6	13.5	12.4	2.2	5.6	4.5	3.4
		20代	184	79.9	55.4	57.1	47.8	48.9	38.6	28.8	35.9	15.2	18.5	9.2	4.9	2.7	7.6
		30代	236	80.5	65.7	57.6	50.8	52.5	48.7	42.4	40.7	34.7	27.1	12.7	9.7	3.8	3.8
		40代	277	82.7	67.9	64.6	58.8	51.3	46.2	43.3	35.4	37.9	39.7	7.2	9.0	4.0	2.5
		50代	355	71.3	61.7	54.4	45.6	48.2	46.2	34.4	28.5	30.7	31.5	8.2	6.8	3.7	6.5
		60代	323	66.6	57.0	49.2	40.2	42.4	37.8	30.3	26.6	19.2	19.2	7.7	5.3	5.6	6.5
		70代以上	252	54.0	43.3	37.3	26.2	36.5	27.0	27.8	19.0	9.9	11.1	6.7	2.4	6.7	11.9
女性	中学生	46	80.4	52.2	50.0	30.4	34.8	32.6	17.4	52.2	8.7	6.5	8.7	6.5	2.2	2.2	
	10代 (中学生除)	110	81.8	55.5	53.6	52.7	43.6	30.9	23.6	42.7	17.3	16.4	7.3	6.4	3.6	4.5	
	20代	234	88.9	66.7	61.5	63.2	57.3	52.6	39.7	46.2	29.1	21.4	9.4	6.8	1.3	0.9	
	30代	355	89.0	74.1	73.0	75.2	68.5	63.7	56.3	49.6	47.0	36.9	17.5	11.8	2.3	1.1	
	40代	292	91.8	78.8	77.1	73.6	73.3	59.9	58.9	49.0	56.2	52.4	16.1	15.4	0.7	2.1	
	50代	430	86.0	70.9	71.9	65.3	64.0	56.5	50.7	43.5	40.9	44.2	13.0	10.2	1.4	1.6	
	60代	373	76.9	60.3	57.1	47.2	49.6	46.6	39.1	37.0	26.5	26.5	12.3	8.3	2.4	6.2	
	70代以上	286	62.6	48.6	42.3	34.3	34.6	31.1	29.7	18.2	16.1	14.7	6.3	3.5	5.9	9.8	
男性計		1770	72.0	58.3	52.9	44.5	46.4	40.8	33.8	30.3	24.2	24.2	8.1	6.3	4.4	6.4	
女性計		2126	82.5	66.0	63.6	59.4	57.1	50.8	44.6	41.2	34.9	32.3	12.4	9.3	2.4	3.6	

■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

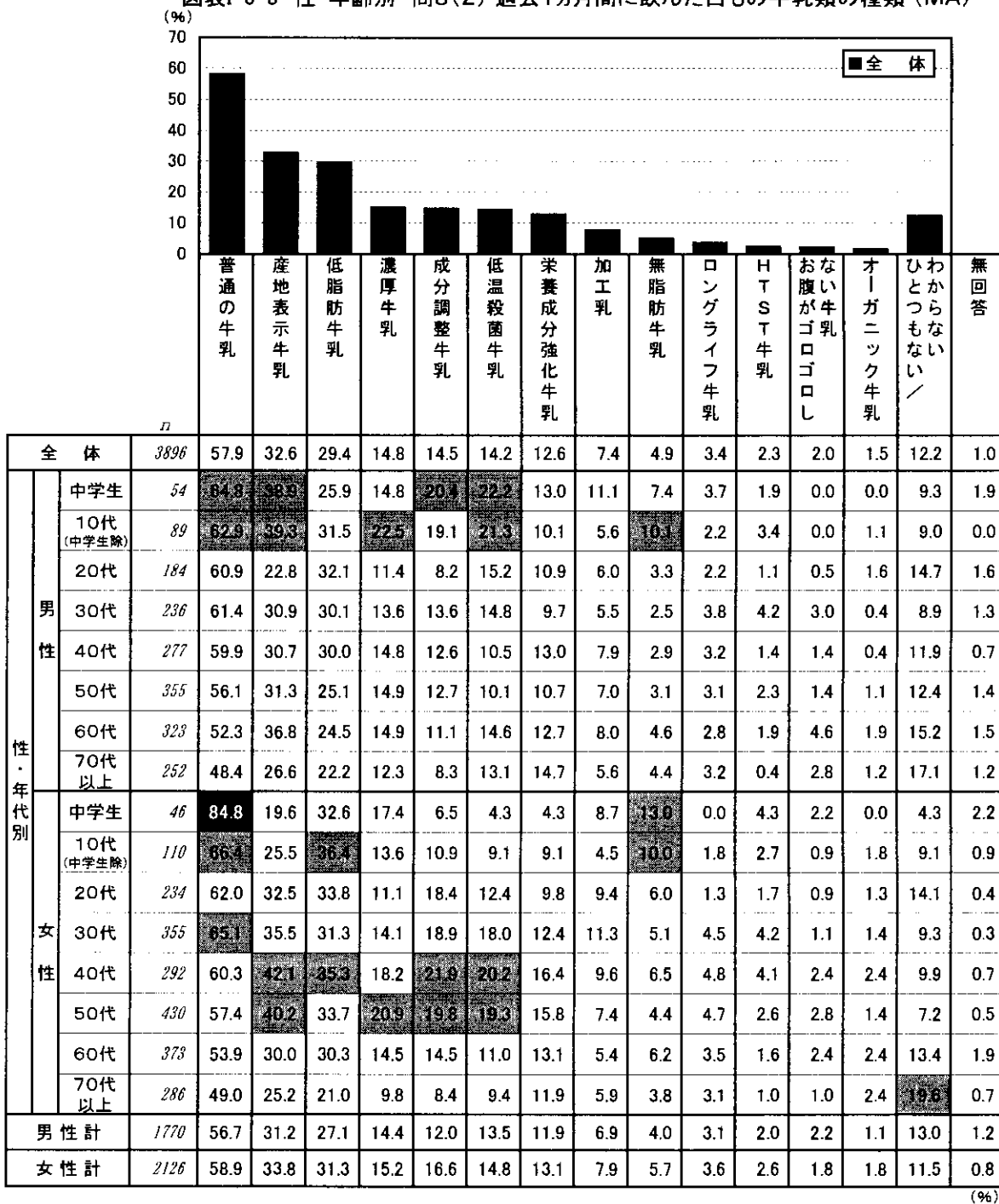
(%)

「過去1ヵ月間に飲んだ」牛乳の種類を性・年齢別にみると、「普通の牛乳」は男女とも過半数以上となっている。

また一般的に、男性より女性の飲用比率が高い。「普通の牛乳」「産地表示牛乳」「低温殺菌牛乳」については中学生を含む男性の10代が比較的良好に飲んでいる。一方、女性の中学生を含む10代によく飲まれているのは、「普通の牛乳」と「無脂肪牛乳」である。

その他の層については、女性の40代、50代で「産地表示牛乳」「成分調整牛乳」「低温殺菌牛乳」がよく飲まれている。

図表I-6-3 性・年齢別 問8(2) 過去1ヵ月間に飲んだ白もの牛乳類の種類 (MA)



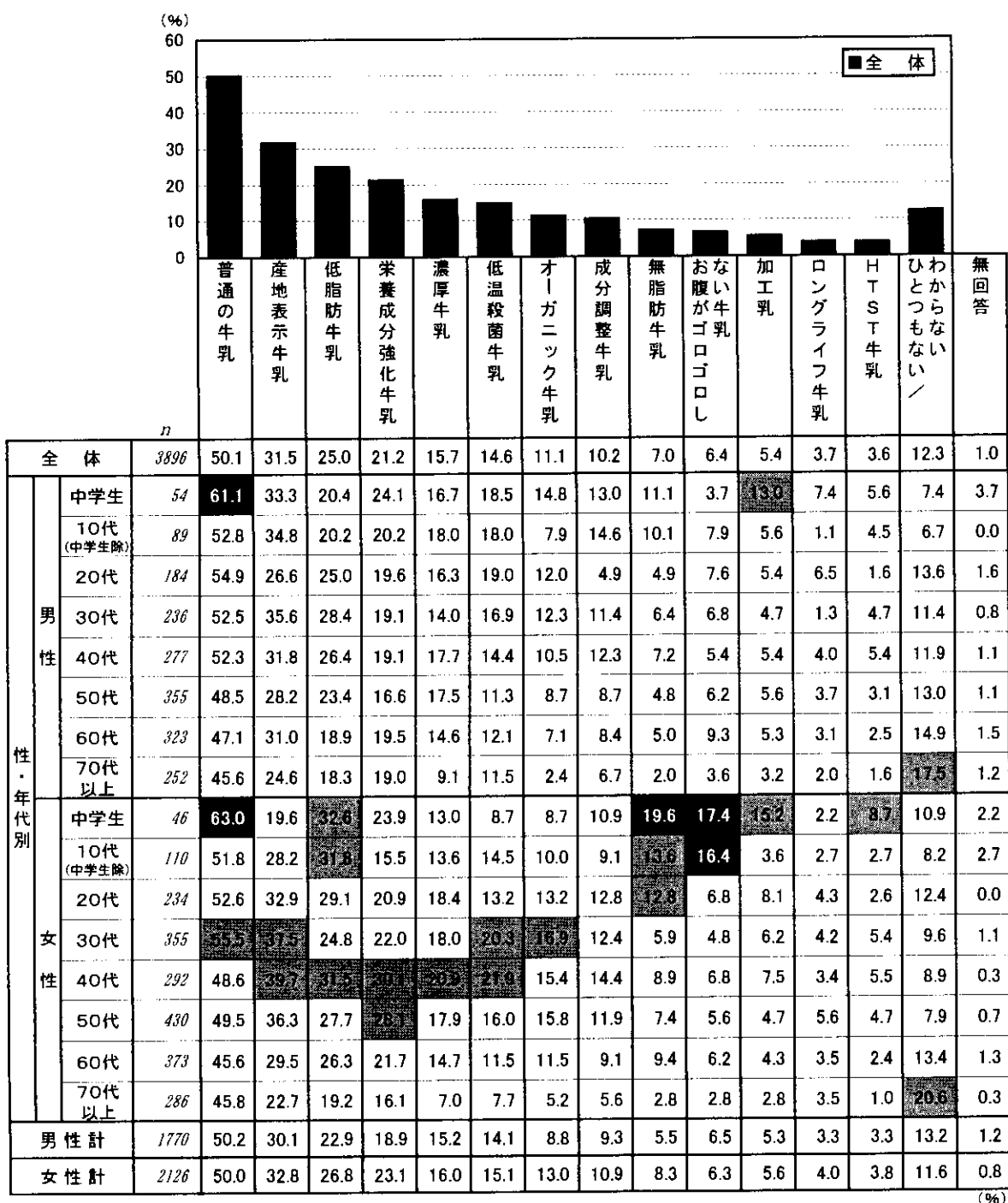
■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

「今後も飲み続けたい／新たに飲みたい」牛乳の種類を性別にみると、「普通の牛乳」は男女とも半数を占める。

性・年齢別にみると、男女とも中学生は6割以上が「普通の牛乳」を「今後も飲み続けたい／新たに飲みたい」としている。また、「無脂肪牛乳」については女性の中学生、「お腹がゴロゴロしない牛乳」については中学生を含む女性の10代の比率が全体よりも10ポイント以上高い。

また全般的に、男性よりも女性の方が「今後も飲み続けたい／新たに飲みたい」とする牛乳の種類が多い。

図表I-6-4 性・年齢別 問8(3) 今後も飲み続けたい／新たに飲みたい白もの牛乳類の種類 (MA)



■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

「過去1ヵ月間に飲んだ」牛乳の種類の変移をみる。

図表I-6-5 時系列 問8(2) 過去1ヵ月間に飲んだ白もの牛乳の種類 (MA)

	n	普通の牛乳	産地表示牛乳	低脂肪牛乳※	濃厚牛乳	成分調整牛乳	低温殺菌牛乳	栄養成分強化牛乳	加工乳	無脂肪牛乳	ロングライフ牛乳	H T S T 牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	オーガニック牛乳	ひとつもない／わからない	無回答
2005年	3896	57.9	32.6	29.4	14.8	14.5	14.2	12.6	7.4	4.9	3.4	2.3	2.0	1.5	12.2	1.0
2003年	4177	59.1	31.6	/	12.8	/	11.9	13.7	/	6.7	2.4	3.6	2.1	/	16.2	1.4
2002年	4277	55.0	36.5	27.7	14.6	/	15.1	17.3	/	5.2	3.5	4.6	2.2	/	12.9	1.0
2001年	4778	68.3	28.5	26.7	13.4	/	13.6	19.5	/	5.0	3.4	/	3.0	/	9.9	1.1
2000年	4632	67.7	27.3	29.6	13.8	/	14.7	20.7	/	6.1	3.8	/	3.5	/	9.0	0.7
1999年	4476	67.7	28.9	32.3	13.2	/	16.0	23.6	/	6.7	4.8	/	3.1	/	9.4	1.7
1998年	4472	75.0	17.6	31.8	13.7	/	10.5	22.4	/	5.0	4.3	/	3.0	/	10.8	0.8
1997年	4547	69.8	15.9	29.1	15.5	/	10.0	18.5	/	/	3.8	/	2.4	/	10.1	1.1
1996年	4706	/	26.2	33.9	24.5	/	16.6	14.3	/	/	8.2	/	2.8	/	29.5	3.9

※斜線はデータなし

(%)

※2002年は「低脂肪乳(ローファット、部分脱脂乳など乳脂肪分が少ないもの)」、2005年は「低脂肪牛乳(生乳から乳脂肪乳を除いたもので、乳脂肪分が0.5%以上1.5%以下のもの)」として聞いている。

「今後も飲み続けたい／新たに飲みたい」牛乳の種類の変遷をみる。

図表I-6-6 時系列 問8(3) 牛乳商品の今後も飲み続けたい／新たに飲みたい白もの牛乳類の種類 (MA)

	<i>n</i>	普通の牛乳	産地表示牛乳	低脂肪牛乳※	栄養成分強化牛乳	濃厚牛乳	低温殺菌牛乳	オーガニック牛乳	成分調整牛乳	無脂肪牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	加工乳	ロングライフ牛乳	H T S T牛乳	ひとつもない／わからない	無回答
2005年	3896	50.1	31.5	25.0	21.2	15.7	14.6	11.1	10.2	7.0	6.4	5.4	3.7	3.6	12.3	1.0
2002年	4277	47.5	33.5	24.6	27.7	15.1	14.7	/	/	7.4	7.2	/	3.5	5.1	12.0	1.2
2001年	4778	53.4	24.8	19.6	22.5	11.6	11.4	/	/	4.7	6.8	/	2.4	/	9.8	3.6
2000年	4632	52.4	23.0	20.9	24.2	12.5	11.1	/	/	5.8	7.7	/	3.0	/	9.2	3.3
1999年	4476	54.0	24.7	25.4	29.0	12.3	12.5	/	/	7.0	7.5	/	3.8	/	9.2	1.0
1998年	4472	44.5	20.9	22.5	35.4	13.2	13.0	/	/	9.3	13.8	/	5.0	/	11.9	1.1
1997年	4547	30.2	13.3	18.6	29.0	10.8	10.4	/	/	/	8.6	/	3.1	/	15.5	3.1
1996年	4706	/	15.6	17.1	27.3	11.7	11.3	/	/	/	11.9	/	6.6	/	32.8	5.0

※斜線はデータなし

(%)

※2002年は「低脂肪乳(ローファット、部分脱脂乳など乳脂肪分が少ないもの)」、2005年は「低脂肪牛乳(生乳から乳脂肪乳を除いたもので、乳脂肪分が0.5%以上1.5%以下のもの)」として聞いている。

II この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識

1. 飲み方別飲用量の増減

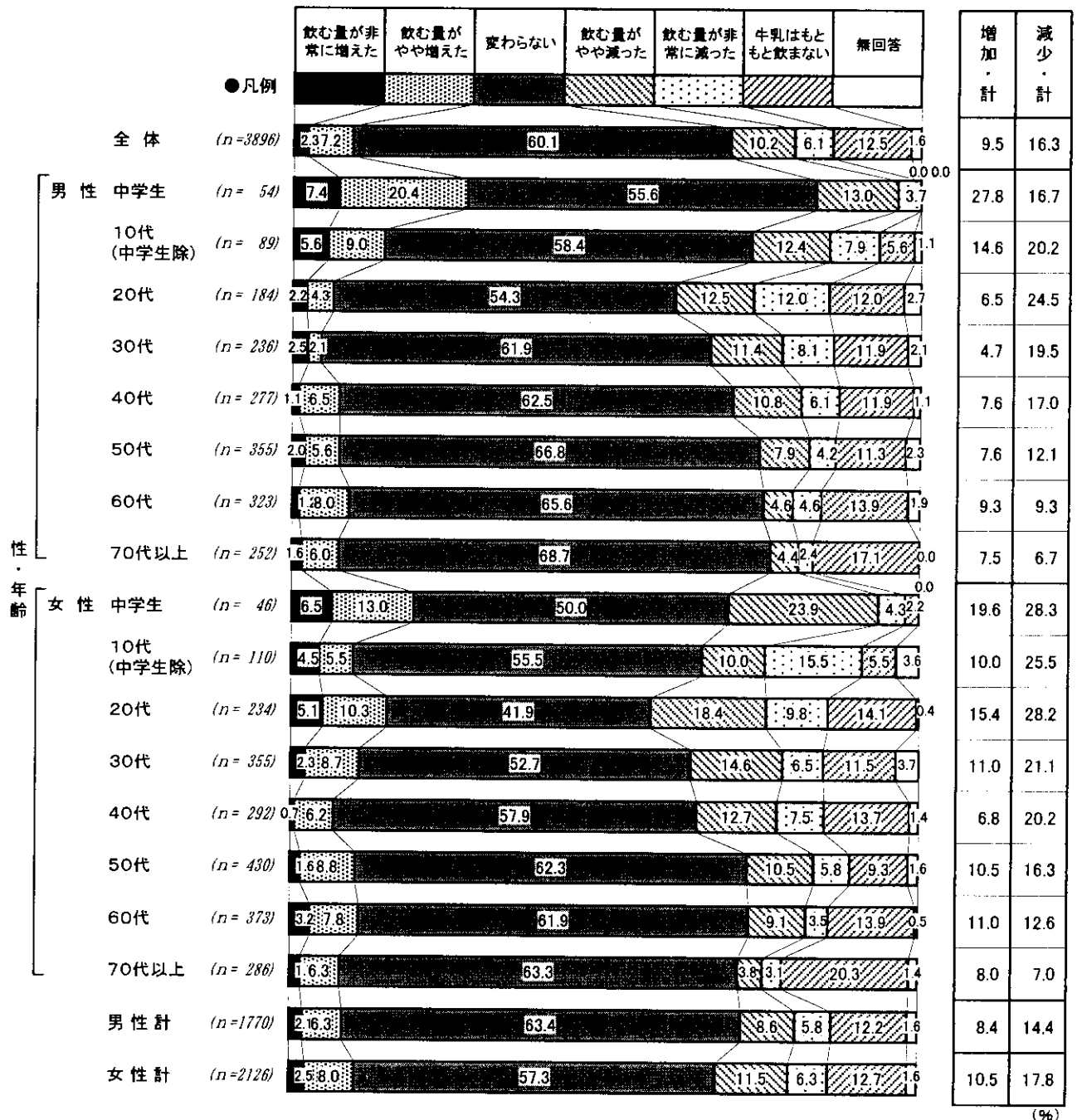
この1年間に白もの牛乳類を飲む量が増えたか、減ったかを、そのまま飲む場合、他のものと混ぜて飲む場合、牛乳飲用全体に分けて聞いた。

1) そのまま飲む量の増減

そのまま飲む場合に「飲む量が減った」（「飲む量が非常に減った」+「飲む量がやや減った」）と答えた人は16%と、「飲む量が増えた」（「飲む量が非常に増えた」+「飲む量がやや増えた」）と答えた人10%を6ポイント上回っている。

「飲む量が非常に減った」に注目して性・年齢別にみても、男性の20代で12%、女性の中学生を除く10代で16%と多い。

図表II-1-1 性・年齢別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減 (1) そのまま飲む場合

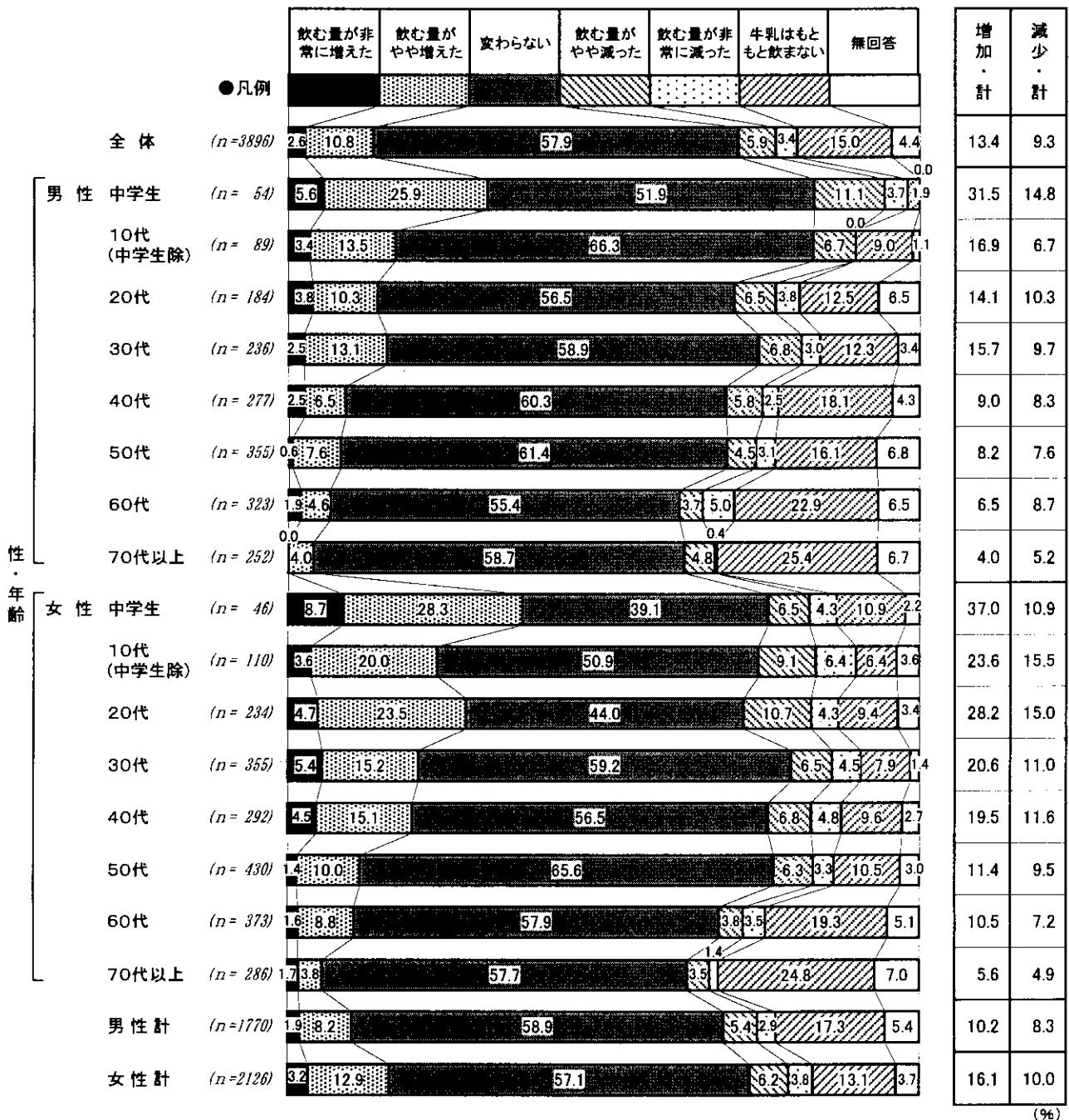


2) 混ぜて飲む量の増減

他のものと混ぜて飲む場合に、「飲む量が増えた」と答えた人は13%、「減った」と答えた人は9%で、そのまま飲む場合とは異なり、増加が減少を上回っている。

性・年齢別にみると、「飲む量が増えた」と感じている人は、男性の中学生で32%、女性の中学生で37%と他の層と比較して多くなっている。また、女性の中学生を除く10代、20代、30代でも2割以上が「飲む量が増えた」としている。

図表II-1-2 性・年齢別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減 (2) 混ぜて飲む場合

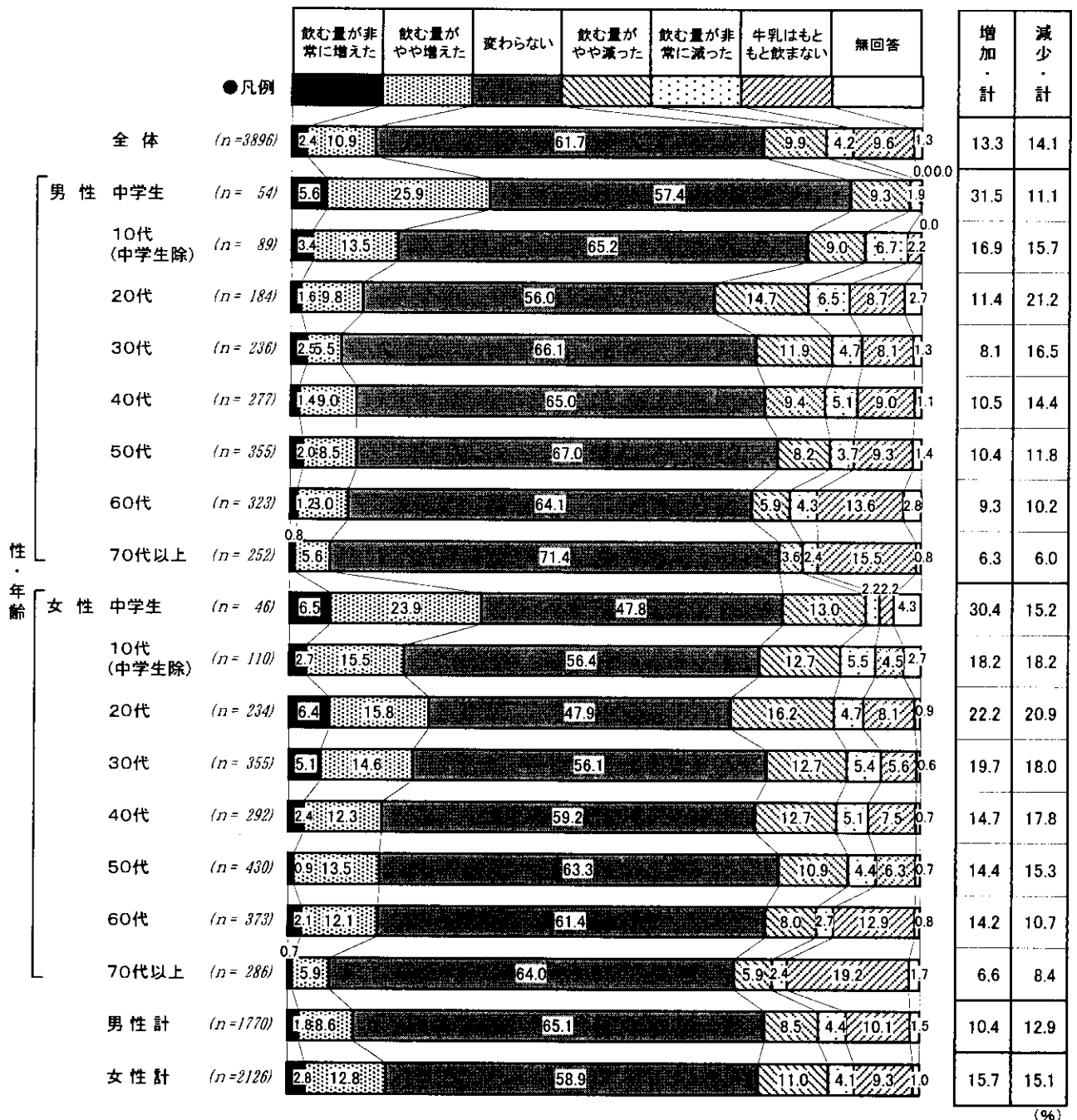


3) 全体での増減

牛乳飲用全体では、「飲む量が増えた」と答えた人は13%、「飲む量が減った」と答えた人は14%でほぼ差はない。

性・年齢別にみると、男女とも中学生の3割以上が「飲む量が増えた」としている。一方、男性の20代から60代のそれぞれの年代で「減った」と感じている人が「増えた」と感じている人を上回っている。特に、男性の20代では、2割以上が「減った」と感じている。女性では、40代、50代、70代で「減った」と感じている人が「増えた」と感じている人よりやや多い。

図表II-1-3 性・年齢別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減 (3) 全体



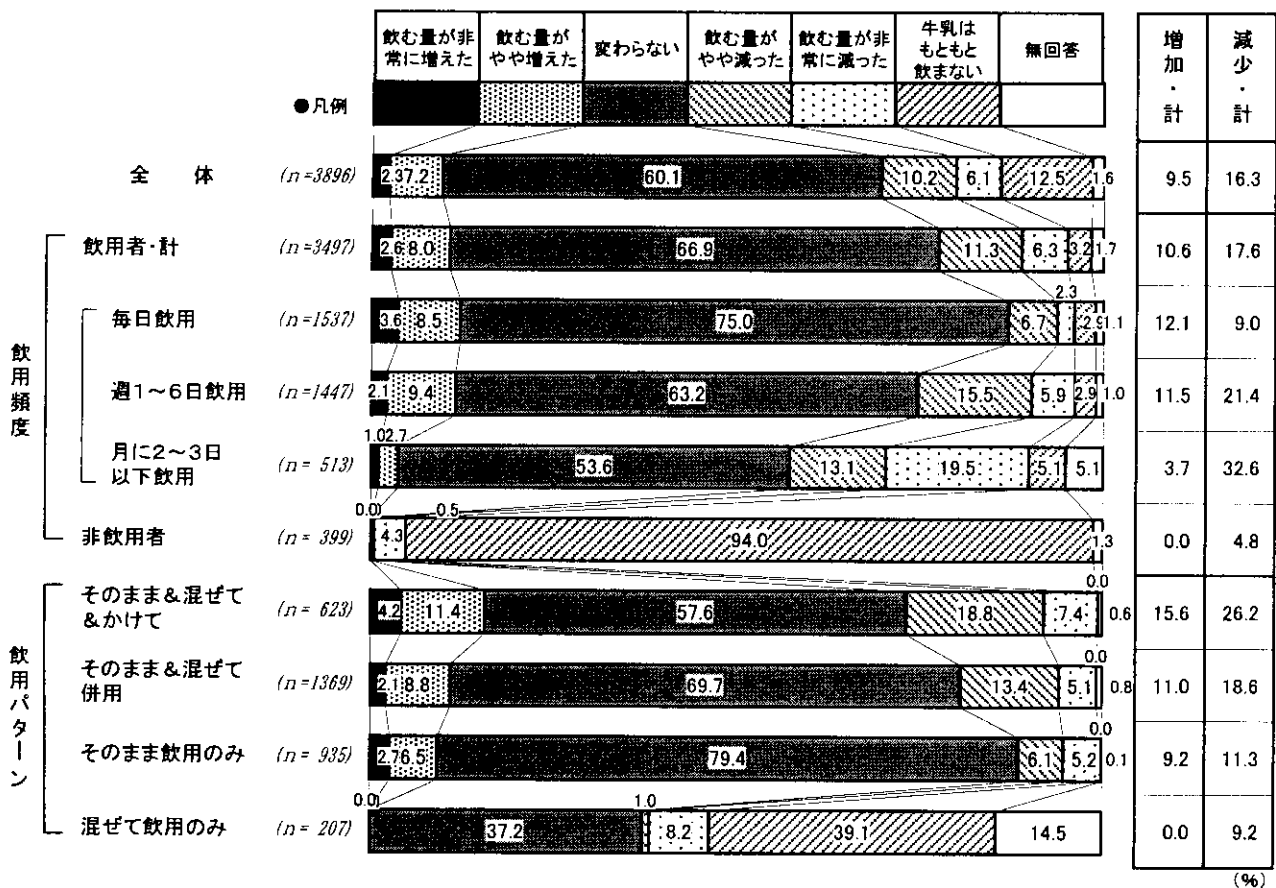
(%)

白もの牛乳類飲用行動別に、飲用量増減の感じ方をみる。

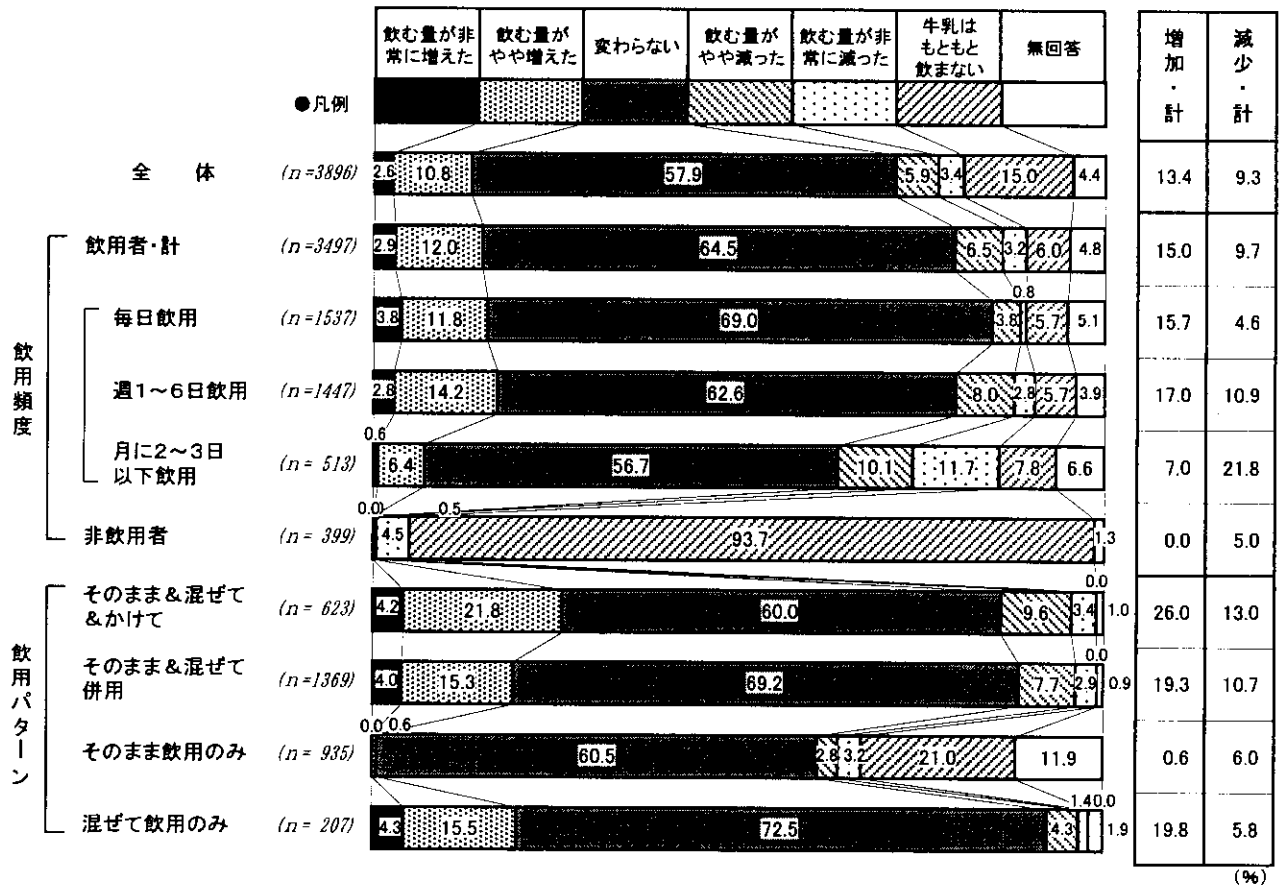
毎日飲用する人は、そのまま、混ぜて、全体として、いずれの飲み方でも飲用量が増加したと感じている人のほうが多い。

飲用パターン別にみると、そのまま飲む量に関しては、4つのパターン共通に減少したと感じている人のほうが多い。一方、混ぜて飲む量については、そのまま飲用のみのパターンを除き増加したと感じる人のほうが多く、全体としての感じ方も同様の傾向となっている。

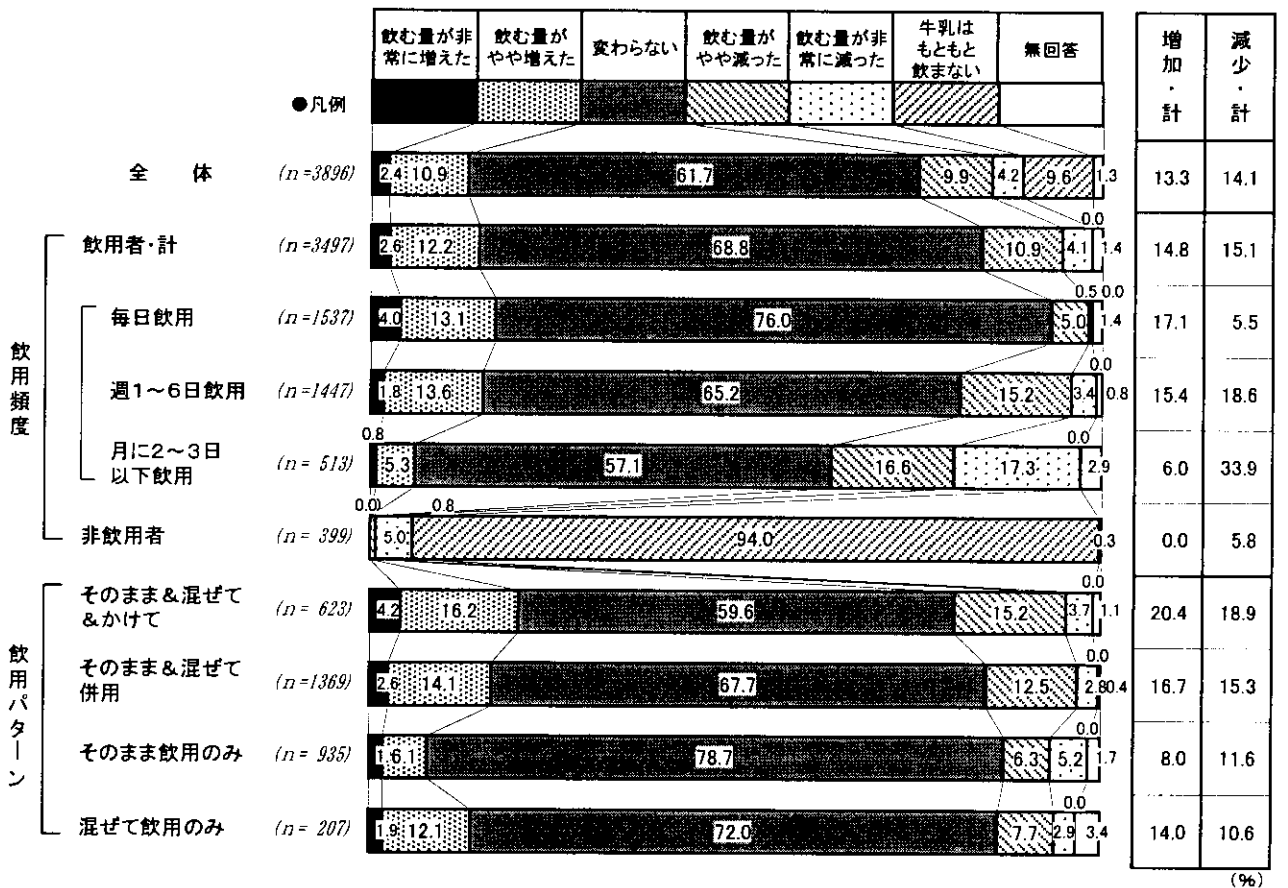
図表 II-1-4 飲用行動別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減 (1)そのまま飲む場合



図表Ⅱ-1-5 飲用行動別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減(2)混ぜて飲む場合



図表Ⅱ-1-6 飲用行動別 問9 白もの牛乳類の飲用量の増減(3)全体

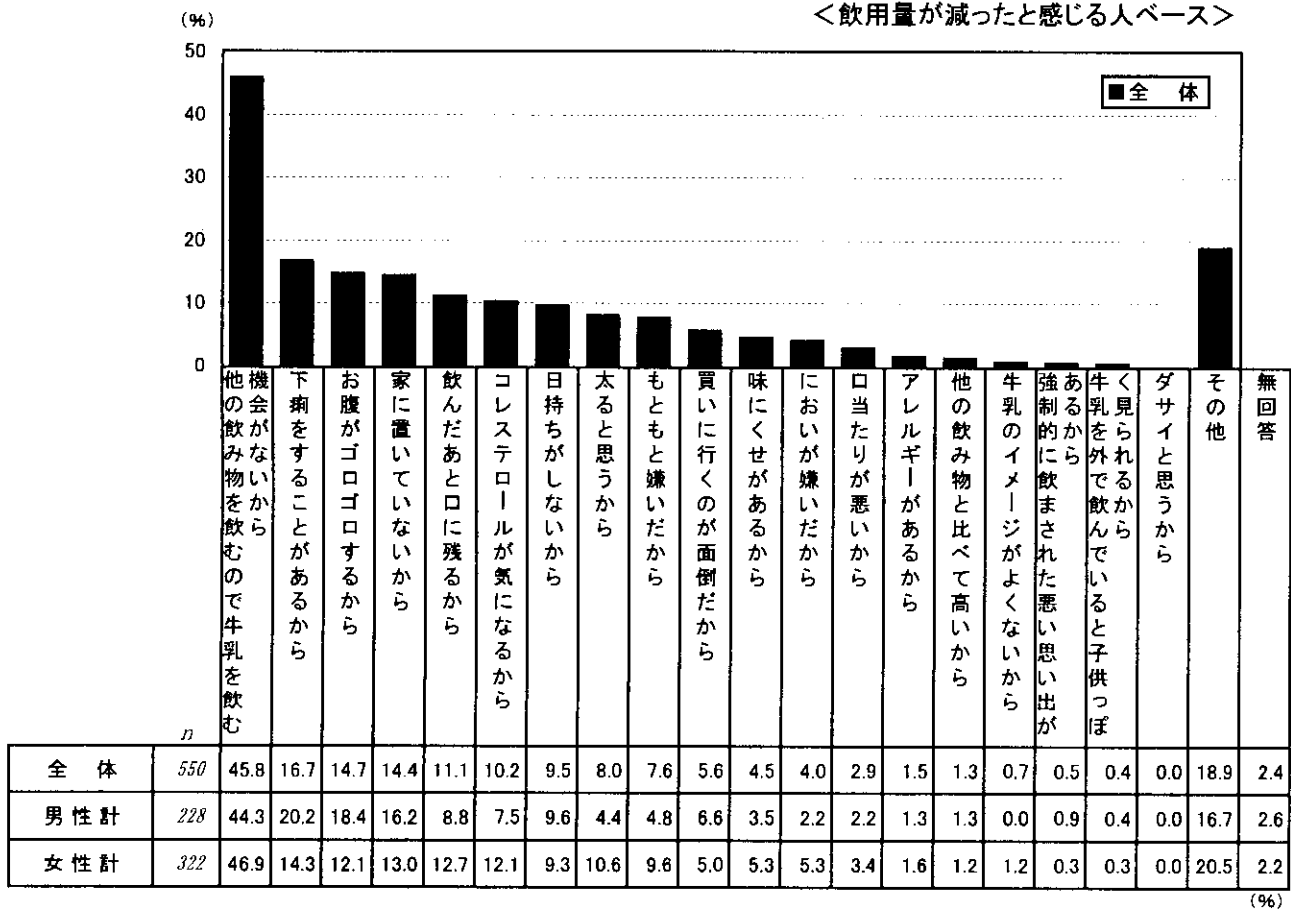


2. 白もの牛乳類の飲用量の減少理由

白もの牛乳類を飲む量が全体として減ったと感じている人に、この1年間に飲む量が減った理由を聞いた。最も多い理由は、「他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会が少ないから」（46%）である。

男女とも「他の飲み物を飲む」が圧倒的に多いが、これ以外の理由では、「下痢をすることがあるから」「お腹がゴロゴロするから」は男性の方が多く、「飲んだあと口に残るから」「コレステロールが気になるから」「太ると思うから」は女性の方が多くなっている。

図表II-2-1 性別 問10 白もの牛乳類の飲用量が減った理由（MA）
 <飲用量が減ったと感じる人ベース>



3. 減った白もの牛乳類のかわりに飲んでいるもの

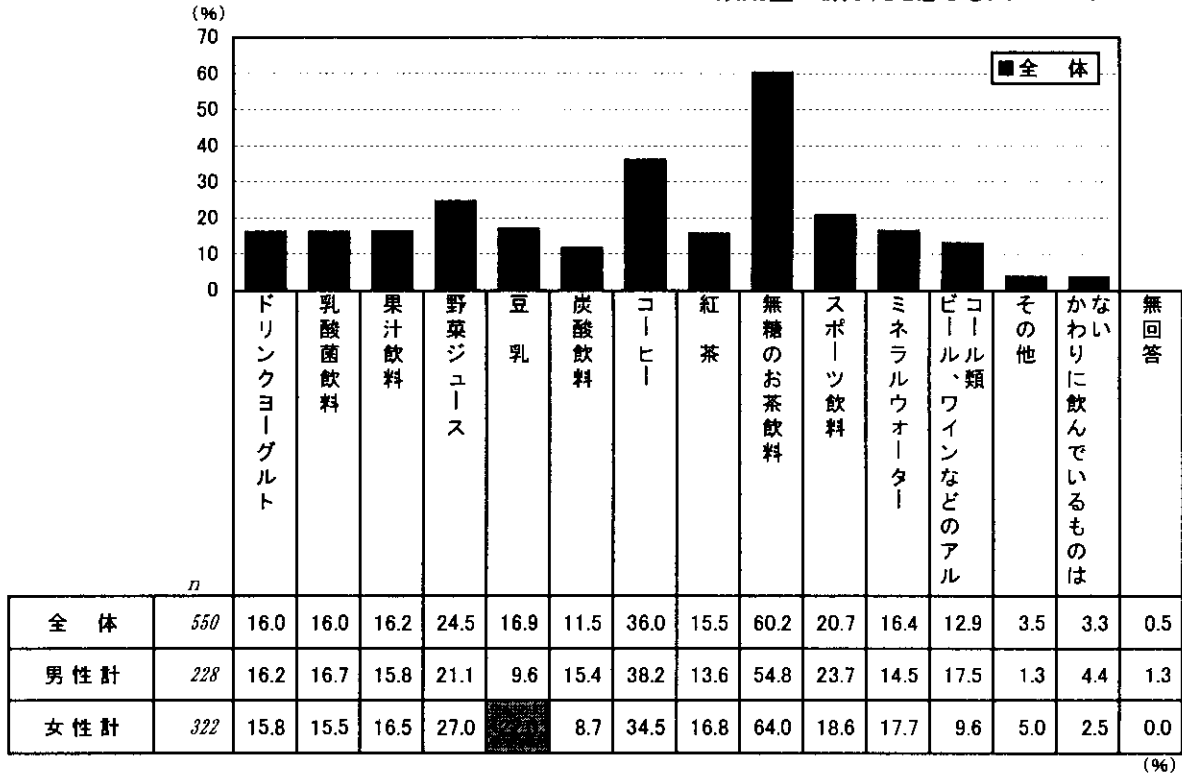
この1年間に白もの牛乳類の飲用量が全体として減ったと感じている人に、かわりに何を飲んでいるかを聞いた。

「無糖のお茶飲料」が60%で最も多く、次いで「コーヒー」(36%)「野菜ジュース」(25%)が多い。

「豆乳」は、男性(10%)に比べて女性が飲む比率が高い(22%)。

2003年と比較すると、「無糖のお茶飲料」「豆乳」は5ポイント増加している。

図表II-3-1 性別 問11 減った白もの牛乳類のかわりに飲んでいるもの (MA)
 <飲用量が減ったと感じる人ベース>



■ 全体より5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

図表II-3-2 時系列 問11 減った白もの牛乳類のかわりに飲んでいるもの (MA)

	n	ドリンクヨーグルト	乳酸菌飲料	果汁飲料	野菜ジュース	豆乳	炭酸飲料	コーヒー	紅茶	無糖のお茶飲料	スポーツ飲料	ミネラルウォーター	ビール、ワインなどのアルコール類	その他	かわりに飲んでいるものは	無回答
2005年	550	16.0	16.0	16.2	24.5	16.9	11.5	36.0	15.5	60.2	20.7	16.4	12.9	3.5	3.3	0.5
2003年	385	14.8	18.4	17.9	20.3	10.9	11.4	39.7	16.6	54.5	21.3	11.9	10.1	6.0	7.5	1.8
2000年	496	16.5	／	／	19.2	／	13.5	30.8	15.1	36.3	／	15.7	10.7	7.9	9.1	／

※斜線はデータなし

Ⅲ 白もの牛乳類の購入実態

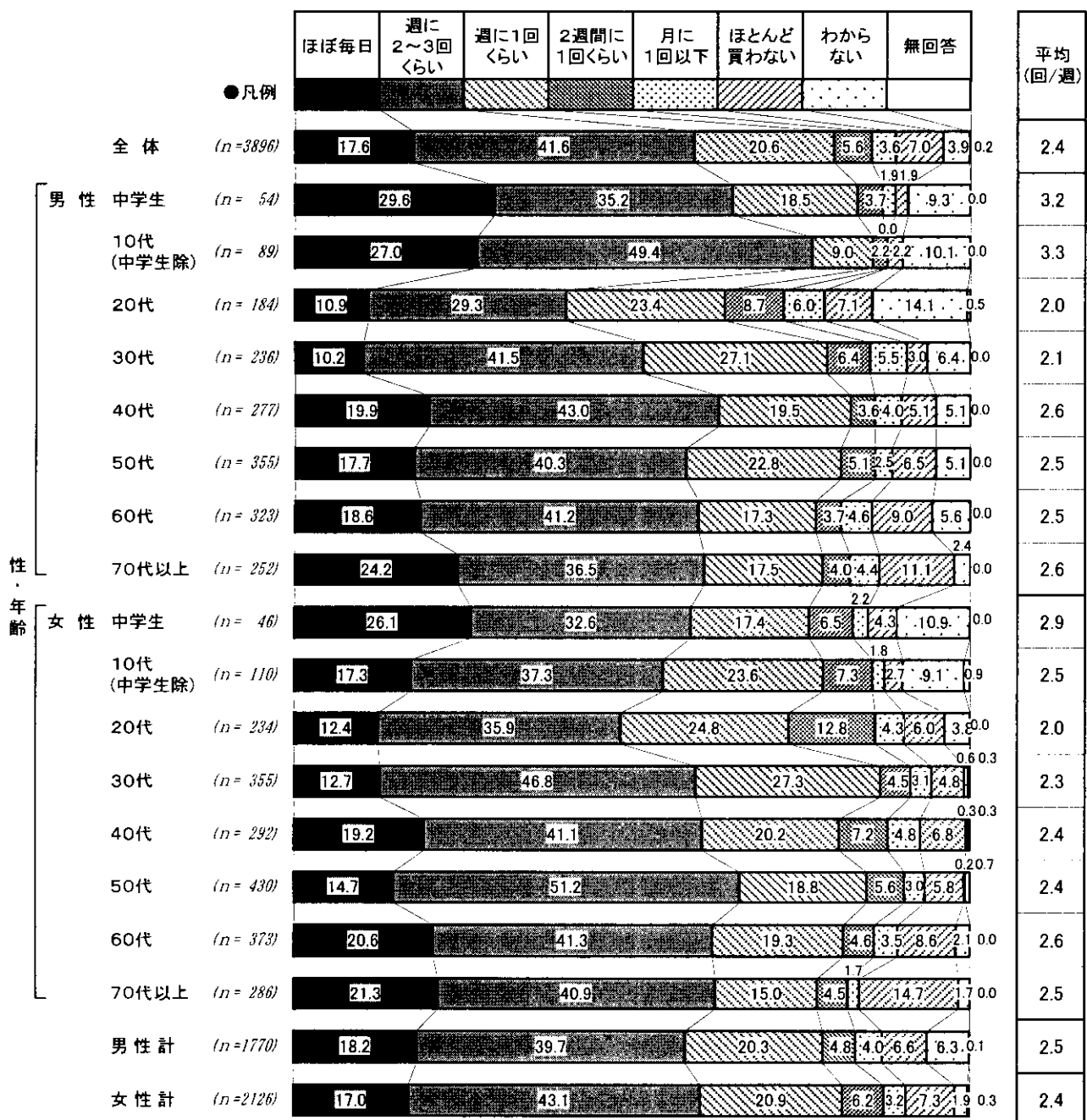
1. 白もの牛乳類の購入頻度

世帯として白もの牛乳類をどのくらいの頻度で購入するかを聞いた。

「ほぼ毎日」が18%、「週に2～3回くらい」が42%で最も多く、「週に1回くらい」が21%となっている。

男性の中学生を除く10代では、「ほぼ毎日」「週に2～3回くらい」白もの牛乳類を購入する比率が76%にのぼり、週平均購入回数も3.3回と他の層と比較して最も多い。これに対し、男女とも20代では週平均購入回数は2.0回と最も少ない。

図表Ⅲ-1-1 性・年齢別 問12 白もの牛乳類を購入する頻度



[参考] 参考にこれまでの調査での白もの牛乳類の購入頻度の推移をみる。

図表Ⅲ-1-2 時系列 問12 白もの牛乳類を購入する頻度

	<i>n</i>	ほぼ毎日	週に 2~3回 くらい	週に1回 くらい	2週間に 1回くらい	月に 1回以下	ほとんど 買わない	無回答
2005年	3896	17.6	41.6	20.6	5.6	3.6	7.0	4.1
2004年	4177	19.5	41.5	20.7	4.3	3.0	6.7	4.4
2001年	4778	18.3	49.1	20.0	4.5	2.5	4.9	0.7
2000年	4632	20.8	48.9	19.1	4.0	2.6	4.1	0.5
1999年	4476	21.8	50.7	17.7	3.4	2.2	4.1	0.1
1998年	4472	22.2	49.5	16.7	3.8	1.6	5.9	0.3
1997年	4547	25.5	49.5	14.6	3.4	1.7	4.9	0.3
1996年	4706	24.5	48.4	16.7	3.5	1.9	4.6	0.4
1995年	4668	26.3	47.0	15.7	3.1	2.3	4.9	0.7
1994年	4617	31.7	44.3	14.5	2.5	1.6	5.1	0.3
1993年	4553	29.2	46.3	15.3	2.5	1.8	4.2	0.7
1992年	4651	29.3	45.3	14.9	3.3	1.6	4.6	1.0
1991年	4714	31.7	44.8	14.3	2.8	1.8	3.9	0.6
1990年	4691	33.6	44.4	13.2	2.9	1.8	3.5	0.7
1989年	4579	31.9	43.9	12.9	3.0	2.1	5.2	1.0
1988年	4604	32.3	43.1	13.0	3.0	2.6	5.5	0.5

(%)

※2001年までは主婦役割主担当者が回答

※2004年、2005年の無回答は、「わからない」+「無回答」

2. 白もの牛乳類の宅配利用状況

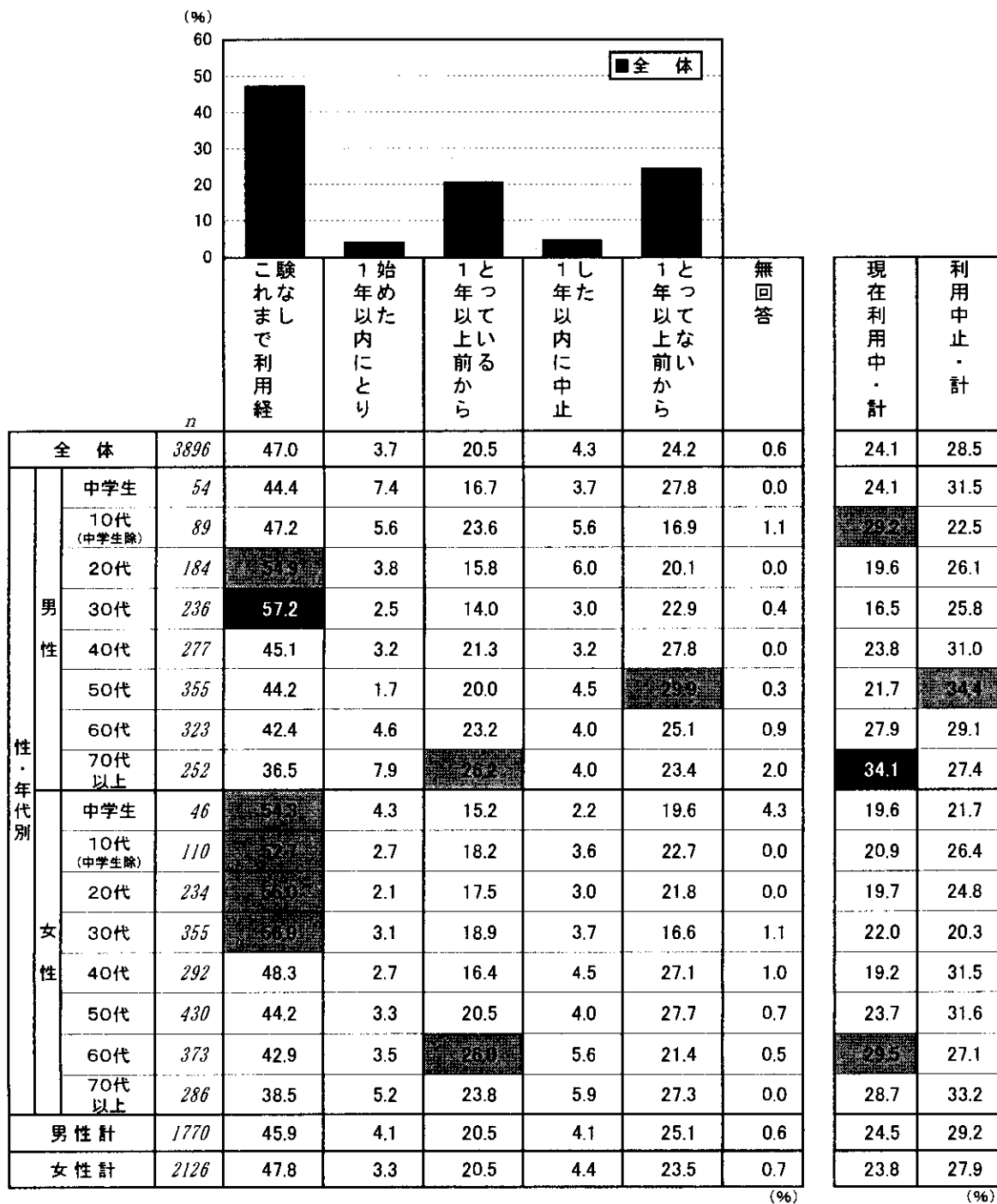
1) 宅配での購入経験

白もの牛乳類を宅配でとったことがあるかを聞いた。

「この1年以内にとり始めた」「1年以上前からとっている」を合わせた現在宅配利用率は24%である。一方、「宅配をとったことはない」は47%である。

この1年間に注目すると、宅配の利用を開始した割合、中止した割合は、ともに4%となっている。

図表III-2-1 性・年齢別 問13 白もの牛乳類の宅配利用経験の有無 (MA)



■ 全体より 5ポイント以上高い
■ 全体より10ポイント以上高い

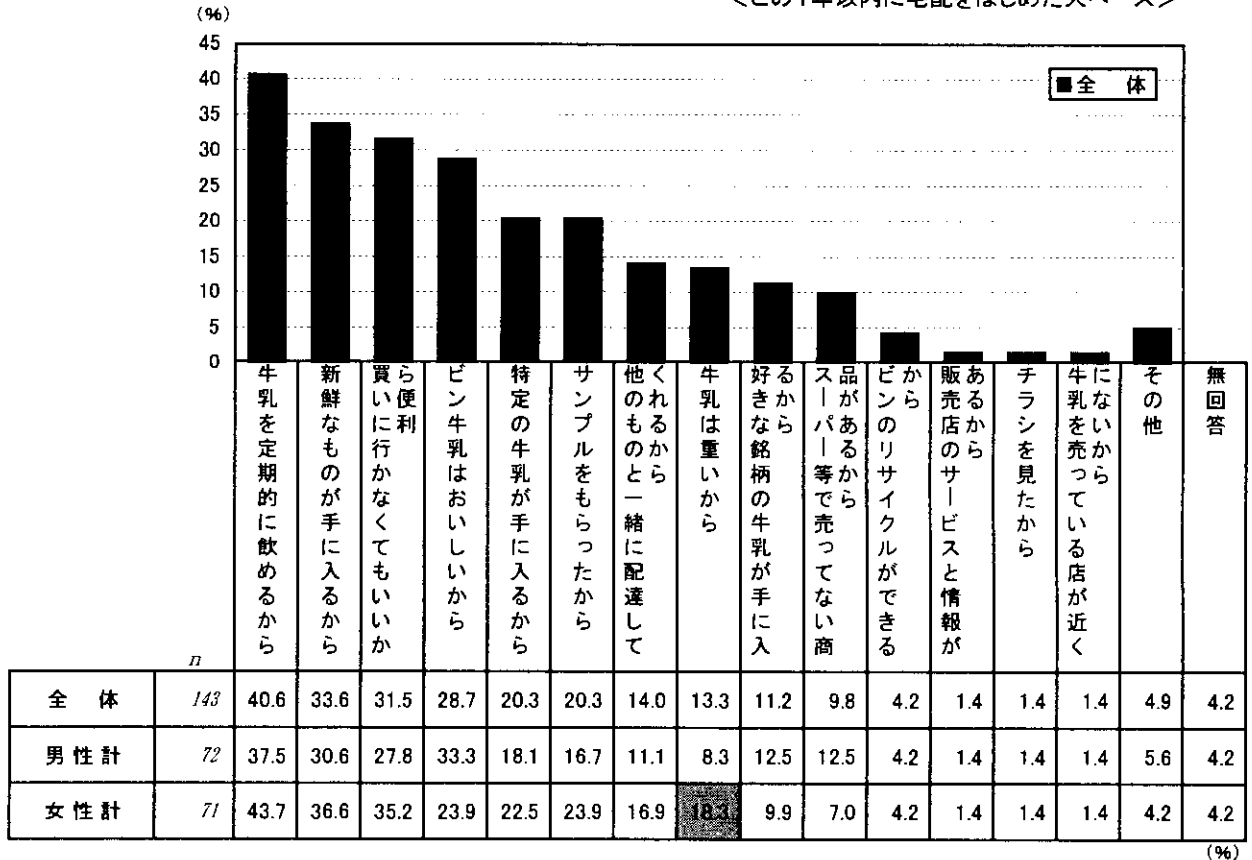
2) 宅配を始めた理由

この1年以内に白もの牛乳類を宅配でとりはじめた人に、その理由を聞いた。

「牛乳を定期的に飲めるから」(41%)が最も多く、「新鮮なものが手に入るから」(34%)
「買いに行かなくてもいい」(32%)「ビン牛乳はおいしいから」(29%)が続く。

図表Ⅲ-2-2 性別 問14 白もの牛乳類の宅配をはじめた理由(MA)

<この1年以内に宅配をはじめた人ベース>



■ 全体より5ポイント以上高い
■ 全体より10ポイント以上高い

図表Ⅲ-2-3 時系列 問14 白もの牛乳類の宅配をはじめた理由(MA)

理由	2005年 (%)	2003年 (%)	1998年 (%)
牛乳を定期的に飲めるから	40.6	36.5	54.1
新鮮なものが手に入るから	33.6	27.9	40.8
買いに行かなくてもいいから	31.5	36.5	37.8
ビン牛乳はおいしいから	28.7	30.1	45.4
特定の牛乳が手に入るから	20.3	26.9	27.0
サンプルをもらったから	20.3	26.0	—
他のものと一緒に配達してくれるから	14.0	18.3	2.7
牛乳は重いから	13.3	11.0	6.7
好きな銘柄の牛乳が手に入るから	11.2	4.1	12.9
スーパ等で売ってない商品があるから	9.8	11.0	—
ビンのリサイクルができるから	4.2	9.1	—
販売店のサービスと情報が	1.4	7.8	—
チラシを見たから	1.4	2.3	—
牛乳を売っている店が近くにないから	1.4	2.7	4.1
その他	4.9	9.6	6.9
無回答	4.2	0.5	0.1

※1998年 参考値 1年にこだわらず取っている理由
※斜線はデータなし

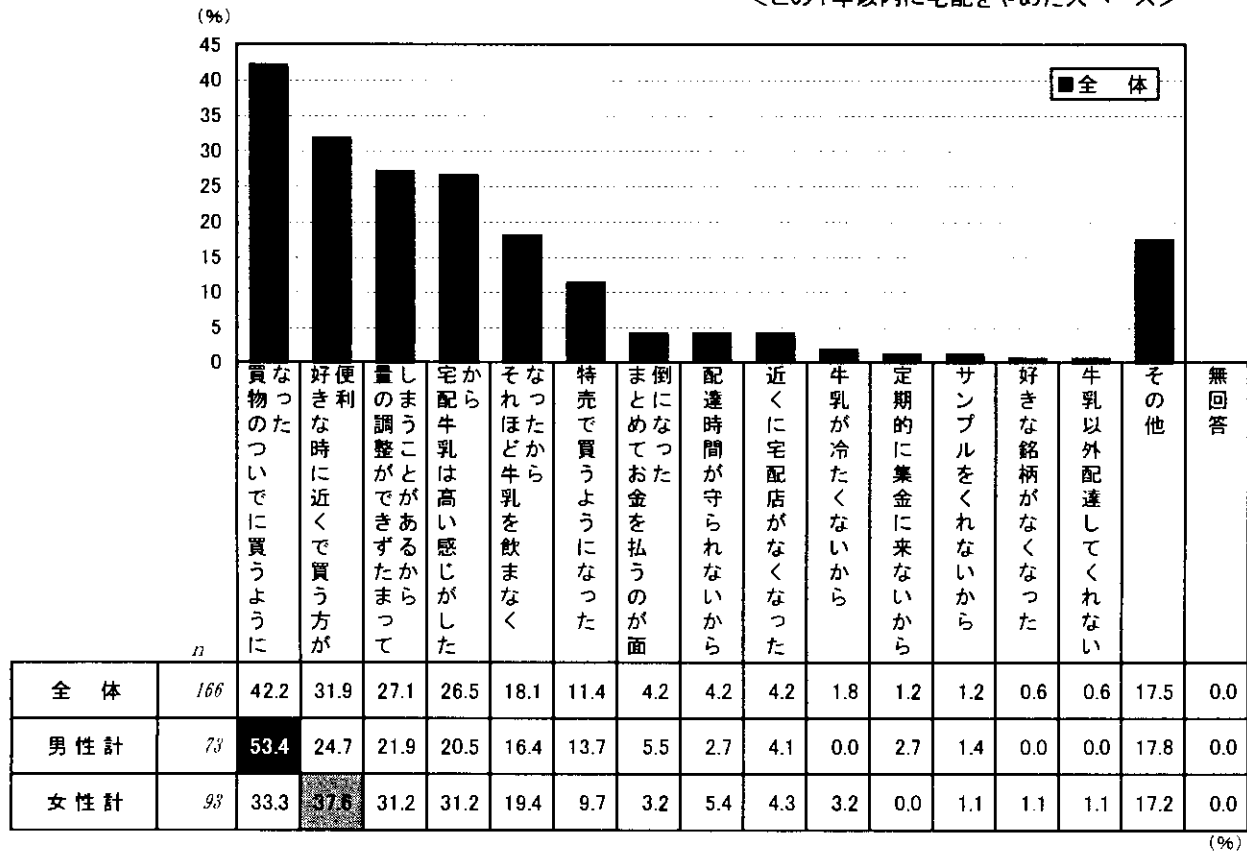
3) 宅配を中止した理由

この1年以内に白もの牛乳類を宅配でとるのをやめた人に、その理由を聞いた。

「買物のついでに買うようになった」(42%)が最も多く、次いで「好きな時に近くで買う方が便利」(32%)、「量の調整ができずにたまってしまうことがあるから」「宅配牛乳は高い感じがしたから」(27%)が上位を占める。

図表III-2-4 性別 問15 白もの牛乳類の宅配をやめた理由 (MA)

<この1年以内に宅配をやめた人ベース>



■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

図表III-2-5 時系列 問15 白もの牛乳類の宅配をやめた理由 (MA)

	n	買物のついでに買うようになった	好きな時に近くで買う方が便利	量の調整ができずにたまってしまふことがあるから	宅配牛乳は高い感じがしたから	それほど牛乳を飲まなくなつたから	特売で買うようになった	まとめてお金を払うのが面倒になつた	配達時間が守られないから	近くに宅配店がなくなつた	牛乳が冷たくないから	定期的に集金に來ないから	サンプルをくれないから	好きな銘柄がなくなつた	牛乳以外配達してくれない	その他	無回答
2005年	166	42.2	31.9	27.1	26.5	18.1	11.4	4.2	4.2	4.2	1.8	1.2	1.2	0.6	0.6	17.5	0.0
2003年	174	37.4	35.6	40.2	27.6	18.4	6.3	7.5	1.7	2.3	1.7	1.7	0.0	1.1	0.0	18.4	0.0
1998年	3628	66.6	46.0	21.1	20.3	18.4	/	4.6	/	/	/	/	/	4.9	/	4.1	0.7

※1998年 参考値 1年にこだわらず取っていない理由
 ※斜線はデータなし

(%)

IV 乳製品の飲食実態

1. ヨーグルトの飲食状況

1) ヨーグルトの飲食頻度

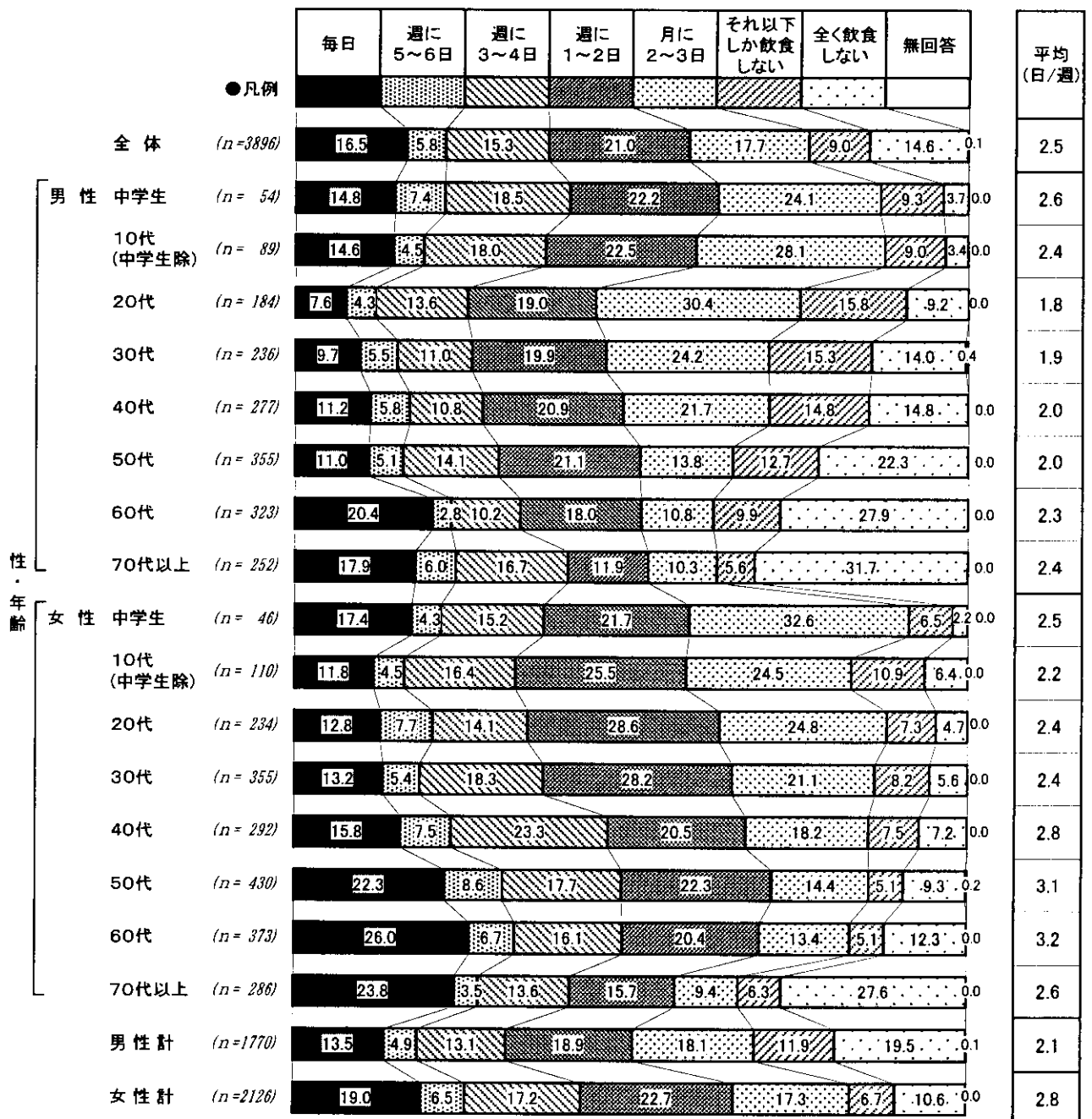
日頃どのくらいの頻度でヨーグルトを飲食するかを聞いた。

「毎日」食べる人は17%であり、週に1日以上食べる人は6割と全体の過半数以上を占める。一方「全く食べない」という人は15%である。

性・年齢別にみると、男女とも60代、70代以上で「毎日」食べる比率が他の層に比べて高く、特に女性の60代では26%、70代以上では24%が「毎日」食べている。

週あたりの平均飲食日数をみると、20代以降では男性より女性のほうが多くなっている。

図表IV-1-1 性・年齢別 問16 日頃、ヨーグルトを飲食する頻度



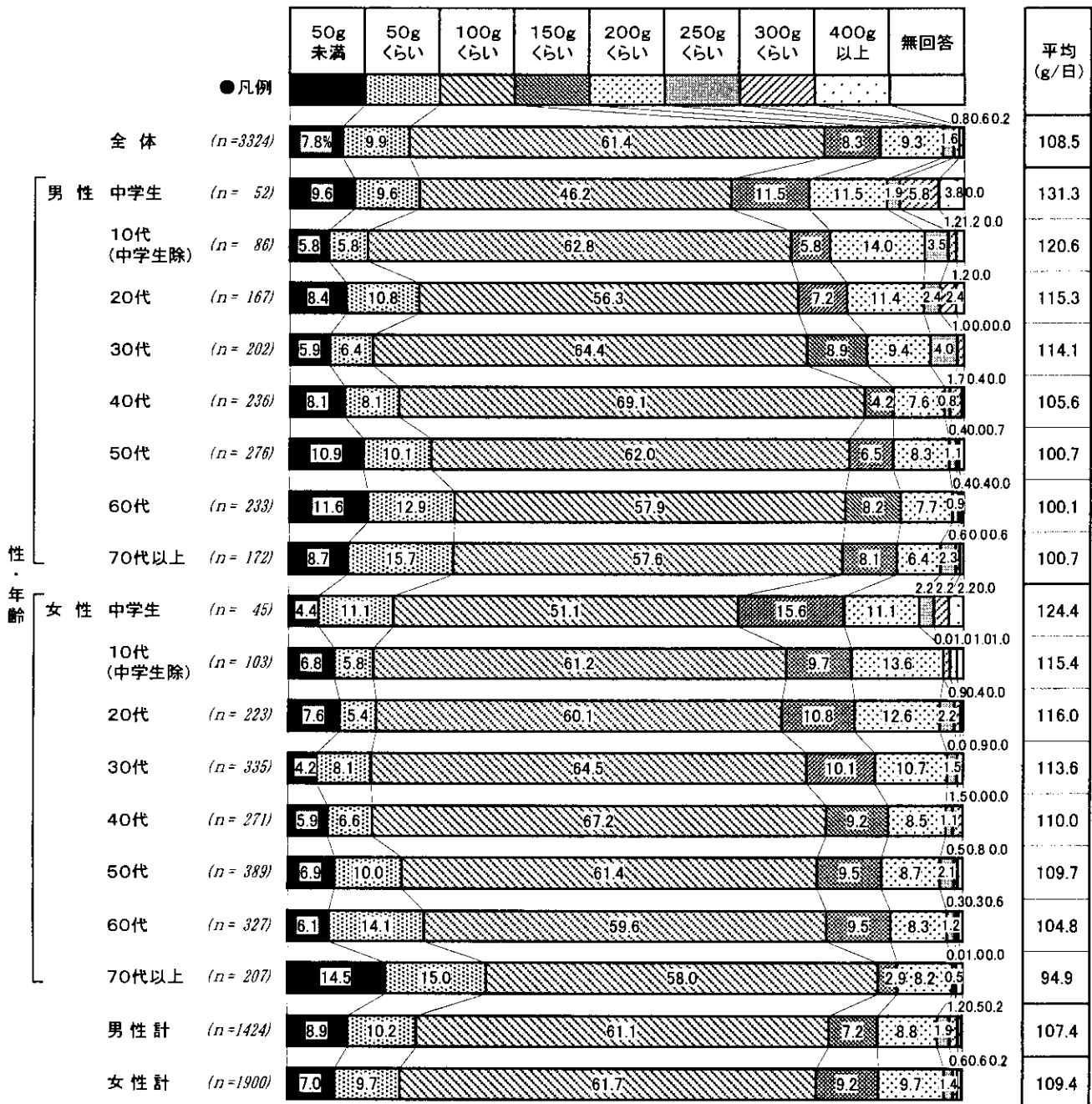
2) ヨーグルトの飲食量

ヨーグルトを食べる（飲む）ときの一日の飲食量を聞いた。

全体では「100gくらい」と答えた人が61%を占め、平均では一日に合計109gとなっている。

性・年齢別にみると、男女とも中学生の平均飲食量が他の層に比べて多く、特に男性の中学生では131gと最も多い。

図表IV-1-2 性・年齢別 問17 ヨーグルトを飲食するときに1日に飲食する量 <飲食者ベース>



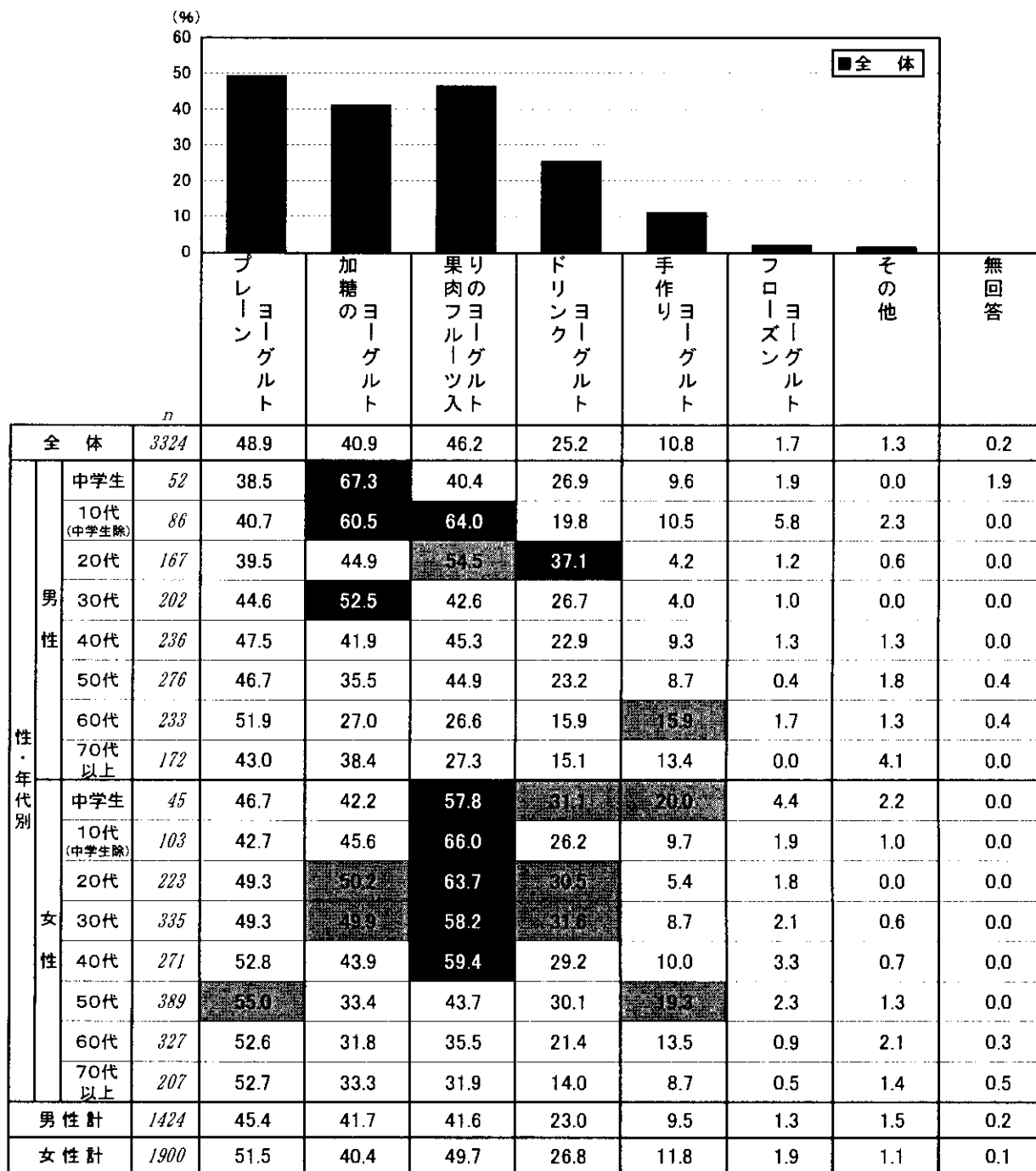
3)ヨーグルトのタイプ

ヨーグルトを飲食する人に、どのようなタイプのヨーグルトを飲食することが多いかを聞いた。

「プレーンヨーグルト」(49%)がほぼ半数で最も多く、次いで「果肉フルーツ入りのヨーグルト」(46%)「加糖のヨーグルト」(41%)の順に多い。

性・年齢別にみると、男性の中学生を含む10代と30代では「加糖のヨーグルト」の飲食が多く、女性の中学生を含む10代から40代では「果肉フルーツ入りのヨーグルト」の飲食が多い。

図表IV-1-3 性・年齢別 問18 飲食するヨーグルトのタイプ (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>



■ 全体より 5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

(%)

時系列的にみると、「プレーンヨーグルト」の飲食は2003年に比べて増加している。一方、「加糖のヨーグルト」「手作りヨーグルト」は減少している。

図表IV-1-4 時系列 問18 飲食するヨーグルトのタイプ (MA)

	<i>n</i>	プレーン ヨーグルト	加糖の ヨーグルト	果肉フルー ツ入りの ヨーグルト	ドリンク ヨーグルト	手作り ヨーグルト	フローズン ヨーグルト	その他	無回答
2005年	3324	48.9	40.9	46.2	25.2	10.8	1.7	1.3	0.2
2003年	3492	44.7	45.4	45.2	26.8	17.5		1.1	0.2
1997年	3686	46.4	44.7	39.4	41.0			1.4	0.6

※斜線はデータなし

(%)

V 生活の中の白もの牛乳類

1. 「3-A-Day」について

1) 「3-A-Day」の認知状況

「3-A-Day」についての説明文を読んでもらい、認知や実践状況を聞いた。

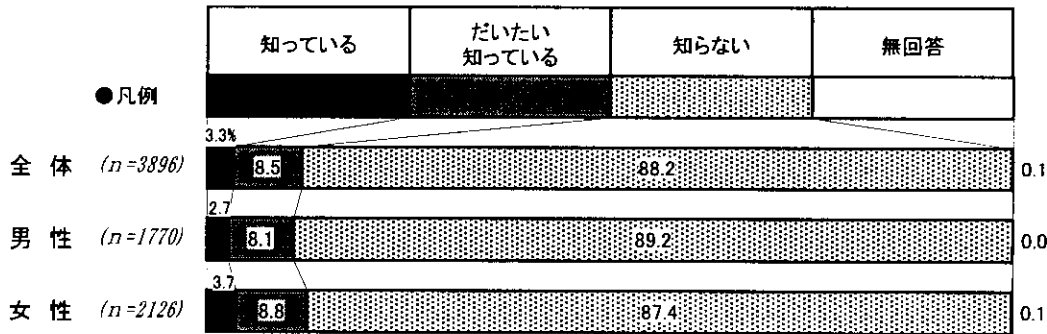
「3-A-Day」を「知っている」（3%）および「だいたい知っている」（9%）を合わせた認知率は12%となっている（2004年度は9%）。

性別による差はほとんどない。

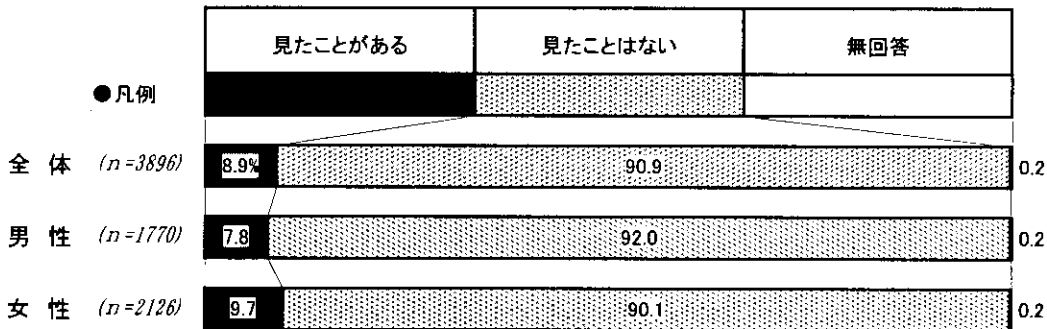
「3-A-Day」のロゴマークを「見たことがある」人は9%である。

ロゴマークを見たことがある人に認知経路を聞いたところ、「牛乳・乳製品のパッケージ」が39%と最も高く、「新聞」および「パンフレット・小冊子」も2割以上で続く。

図表V-1-1 性別 問21 「3-A-Day」認知状況



図表V-1-2 性別 問22 広告などでの「3-A-Day」のロゴマーク視認状況



図表V-1-3 性別 問23 「3-A-Day」のロゴマークの認知経路 (MA)

<ロゴマーク視認経験者ベース>

	n	テレビ	新聞	雑誌	パンフレット・小冊子	ホームページ	牛乳・乳製品の パッケージ	牛乳売場の 小型液晶テレビ	電車の 車内広告	その他	無回答
全体	345	18.6	22.0	19.4	20.9	4.1	38.8	2.6	19.1	3.8	0.3
男性	138	21.0	29.0	21.0	21.7	3.6	37.0	3.6	19.6	1.4	0.0
女性	207	16.9	17.4	18.4	20.3	4.3	40.1	1.9	18.8	5.3	0.5

(%)

【説明文】

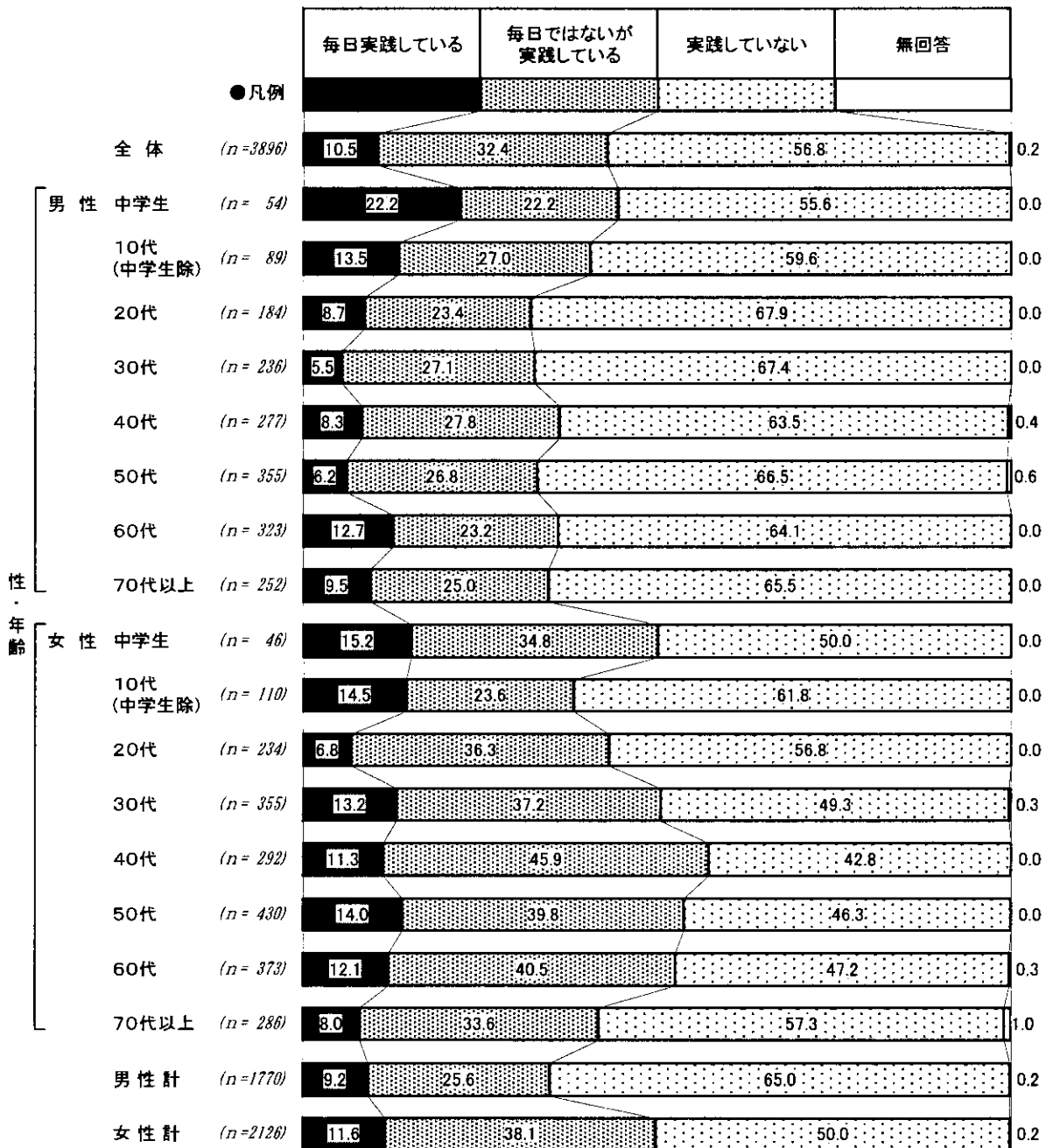
「3-A-Day」。
 これまでの食事に牛乳やヨーグルト、チーズなどをちょっと加える。
 たったそれだけのことで、これまで不足がちだったいろいろな栄養を少ないエネルギーで補うことができます。
 ルールは簡単、牛乳・ヨーグルト・チーズの中から1日に3回、または3品、食生活に取り入れるだけ。
 難しく考える必要はありません。
 たとえば、コップ一杯の牛乳を飲む、サンドウィッチにチーズをはさむ、デザートにヨーグルトを食べる。
 とにかく1品でも加えれば、それだけで充分効果的です。
 毎日3回、または3品、気軽な新習慣。ちょっと続けてみてください。
 あなたのからだ、きっとよろこびますよ。

2) 「3-A-Day」の実践状況

「3-A-Day」の実践状況については、ふだんの食生活で「毎日実践している」が11%みられる。

性・年齢別にみると、女性は「毎日実践している」「毎日ではないが実践している」を合わせると約半数が実践しており、男性より実践割合が高い。特に、女性の30代～60代の実践割合が他の年代と比べて高い。

図表V-1-4 性・年齢別 問24 ふだんの食生活での「3-A-Day」実践状況

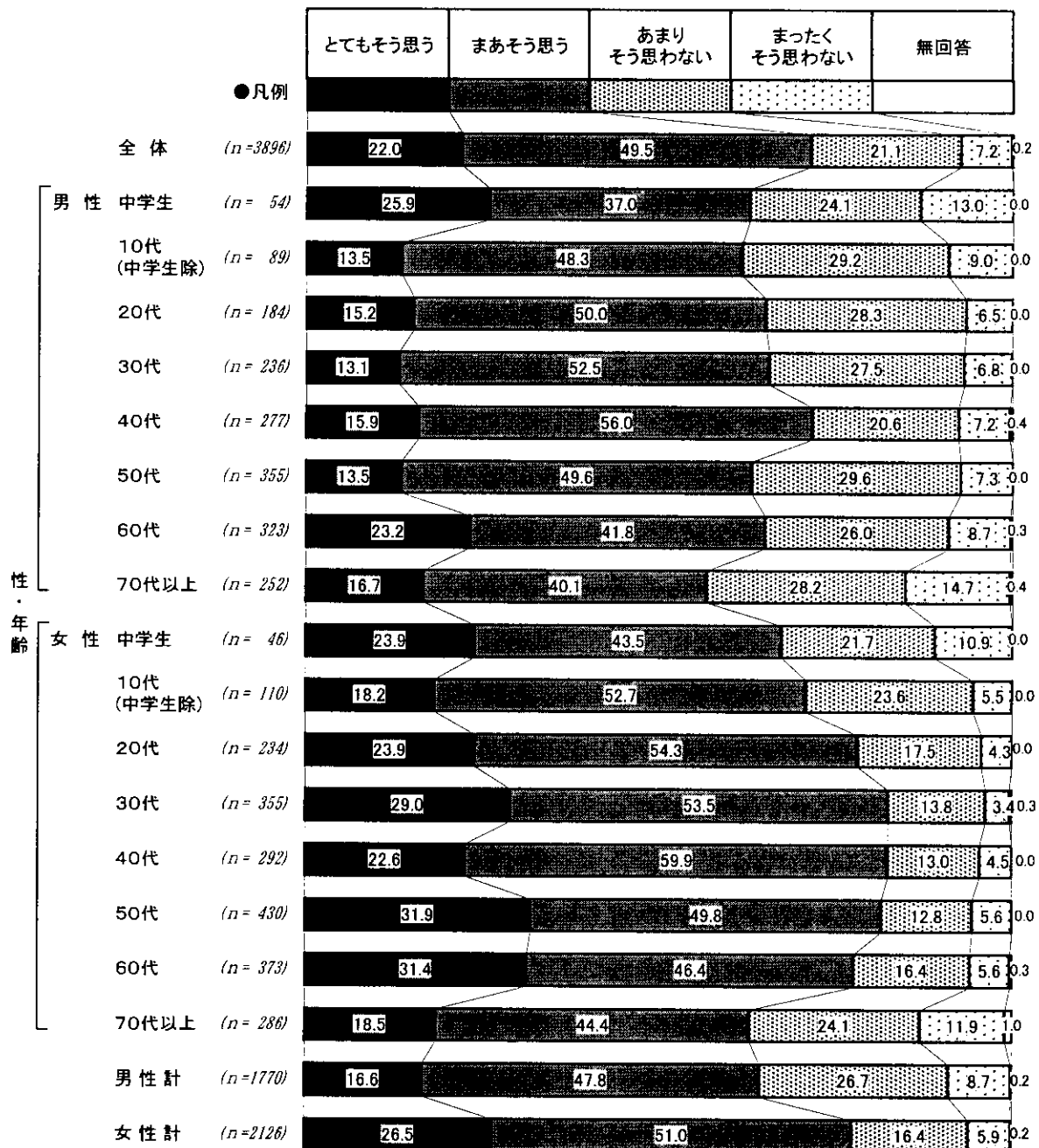


3) 「3-A-Day」の実践意向

「3-A-Day」を実践してみようと思うかどうかについては、「とてもそう思う」(22%)「まあそう思う」(50%)合わせて7割以上が実践意向を持っている。

性・年齢別では、女性は男性と比較して「とてもそう思う」「まあそう思う」が高く、合計で8割近い。女性では20代～60代の実践意向が他の層に比べて高く、男性では40代の実践意向が他の年代と比較して高くなっている。

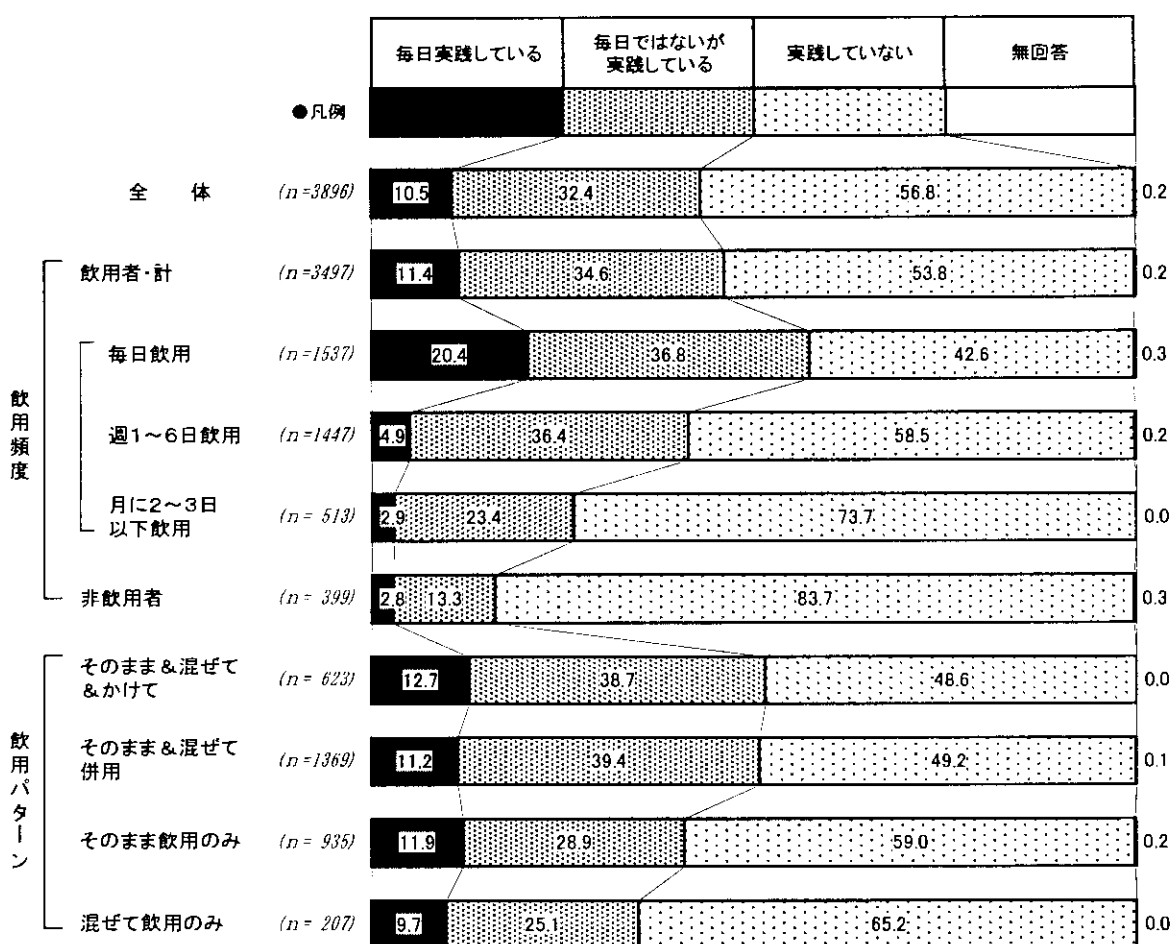
図表V-1-5 性・年齢別 問25 「3-A-Day」実践意向



白もの牛乳類の飲用行動別にみた飲用頻度別では、毎日飲用している人は「毎日実践している」が20%、「毎日ではないが実践している」が37%で、合わせて57%が実践している。飲用頻度が高いほど実践している割合が高い。

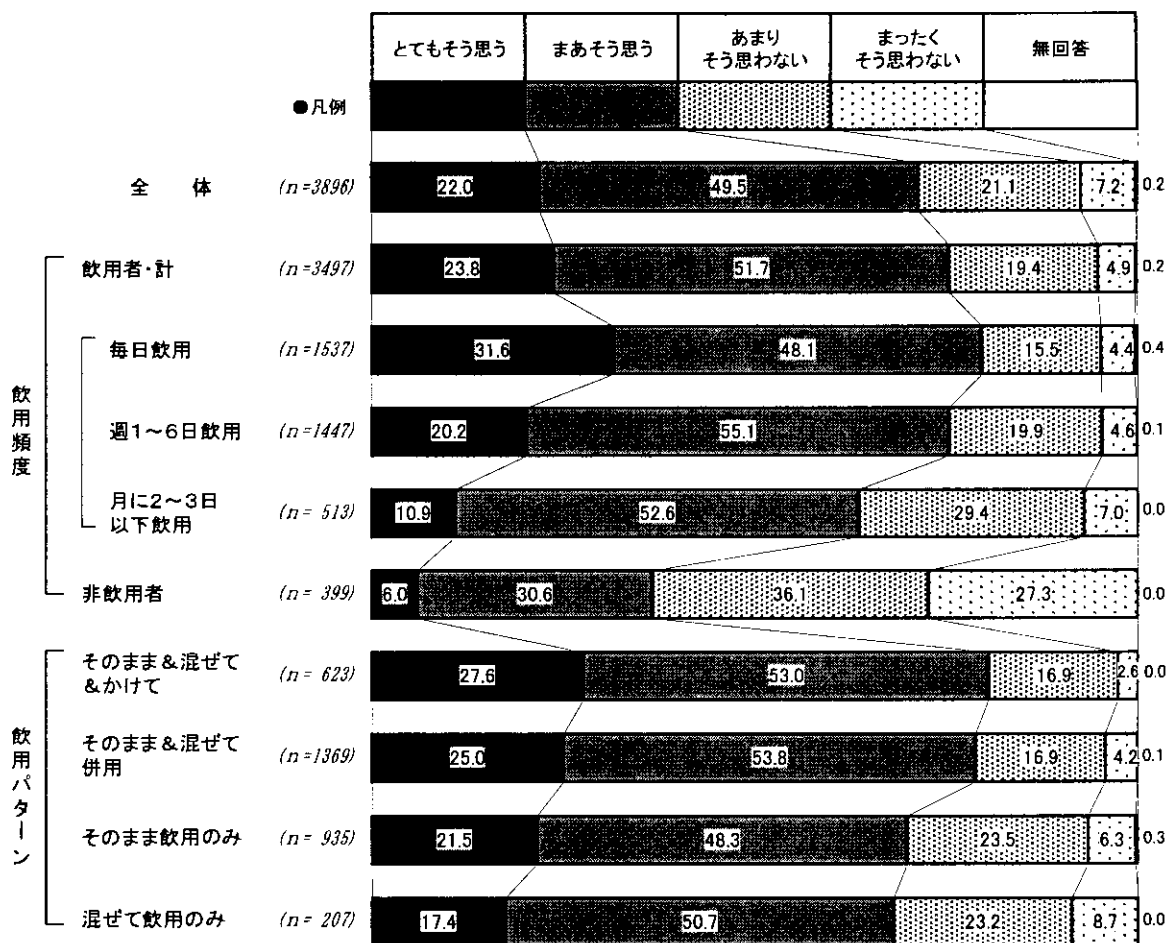
飲用パターン別では、飲み方を併用している人のほうが「毎日ではないが実践している」を含めた実践割合が高い。

図表V-1-6 飲用行動別 問24 ふだんの食生活での「3-A-Day」実践状況



白もの牛乳類の飲用行動別にみると、実践状況同様、飲用頻度が高いほど実践意向が高く、多様な飲み方をしている人ほど実践意向が高い傾向がみられる。

図表V-1-7 飲用行動別 問25「3-A-Day」実践意向



参考まで、下表は、キャンペーン開始直後の2004年の結果と比べたものである。

図表V-1-8 時系列 問21 「3-A-Day」認知状況

	<i>n</i>	知っている	だいたい知っている	知らない	無回答
2005年	3896	3.3	8.5	88.2	0.1
2004年	4177	2.0	7.1	90.9	0.0

(%)

図表V-1-9 時系列 問24 ふだんの食生活での「3-A-Day」実践状況

	<i>n</i>	毎日実践している	毎日ではないが実践している	実践していない	無回答
2005年	3896	10.5	32.4	56.8	0.2
2004年	4177	9.8	31.6	58.5	0.0

(%)

図表V-1-10 時系列 問25 「3-A-Day」実践意向

	<i>n</i>	とてもそう思う	まあそう思う	あまりそう思わない	まったくそう思わない	無回答
2005年	3896	22.0	49.5	21.1	7.2	0.2
2004年	4177	13.5	47.6	27.3	11.5	0.1

(%)

2. 健康・食生活について

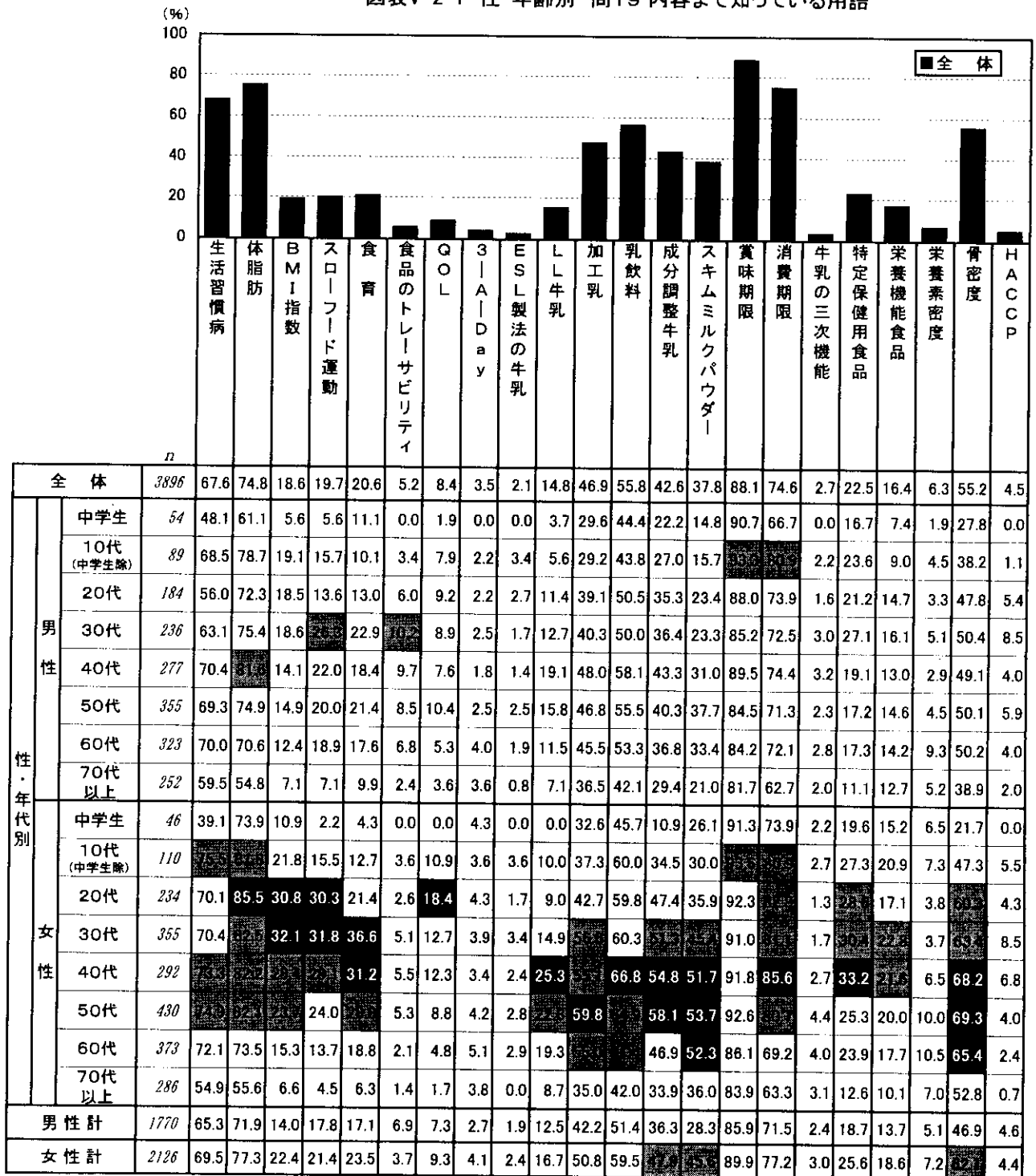
1) 健康・食生活に関する「ことば・用語」の認知

健康・食生活に関する「ことば・用語」の認知について「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」「内容も知らないし聞いたことも見たこともない」の3段階で聞いた。

「内容まで知っている」割合は、「賞味期限」(88%)が最も高く、次いで「体脂肪」(75%)と「消費期限」(75%)が並んでいる。

性・年齢別にみると、女性の40代で用語の認知率が高い。

図表V-2-1 性・年齢別 問19 内容まで知っている用語



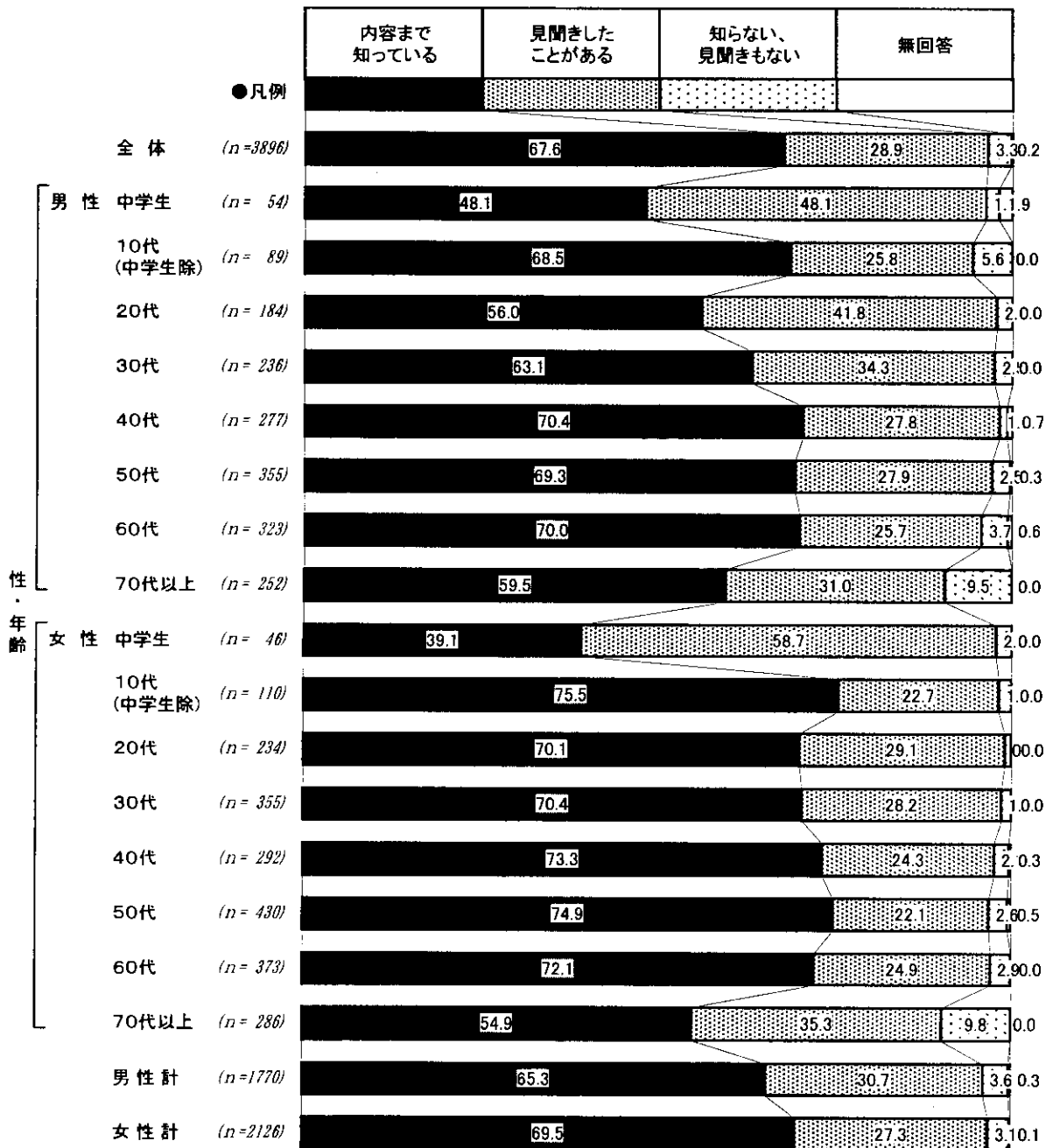
■ 全体より5ポイント以上高い
 ■ 全体より10ポイント以上高い

(%)

それぞれの用語の認知状況を性・年齢別にみる。

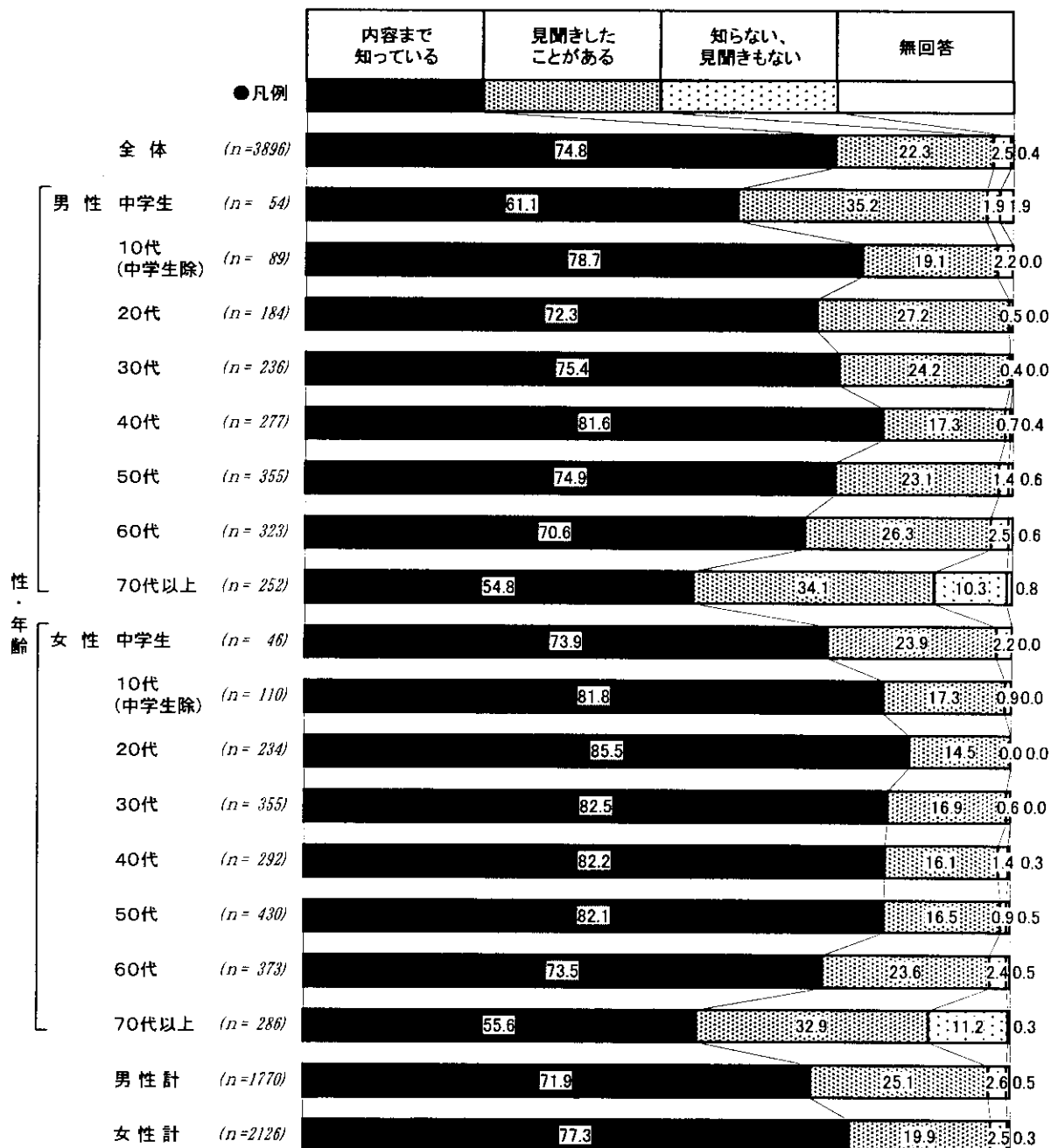
「生活習慣病」については、男性の中学生を除く10代、40代～60代、女性では中学生を除く10代～60代までの各年代で、約7割以上が「内容まで知っている」。

図表V-2-2 性・年齢別 問19 認知している用語：生活習慣病



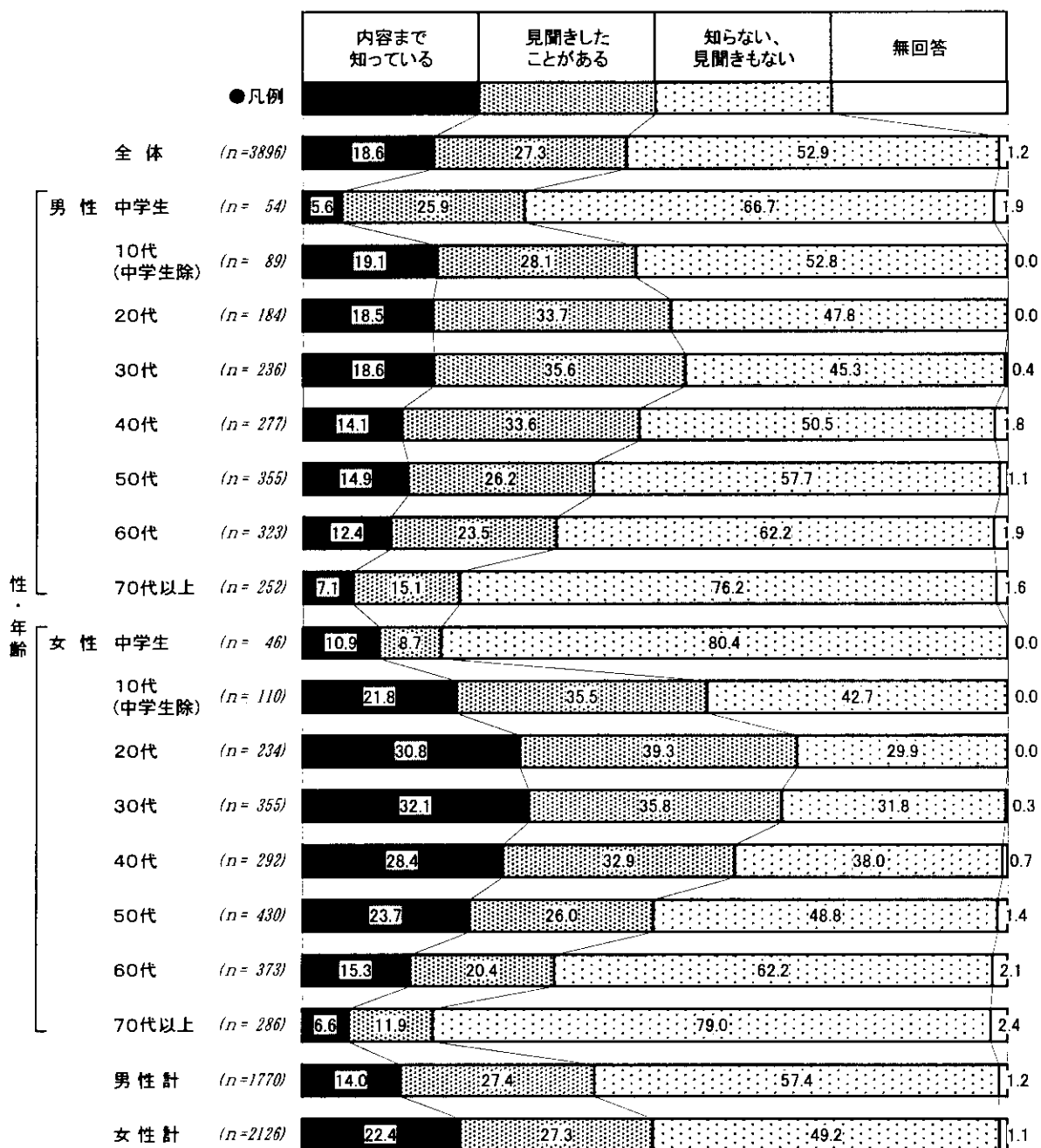
「体脂肪」については、男性の中学生および70代以上、女性の70代以上を除いたすべての層で「内容まで知っている」が7割以上となっている。

図表V-2-3 性・年齢別 問19 認知している用語：体脂肪



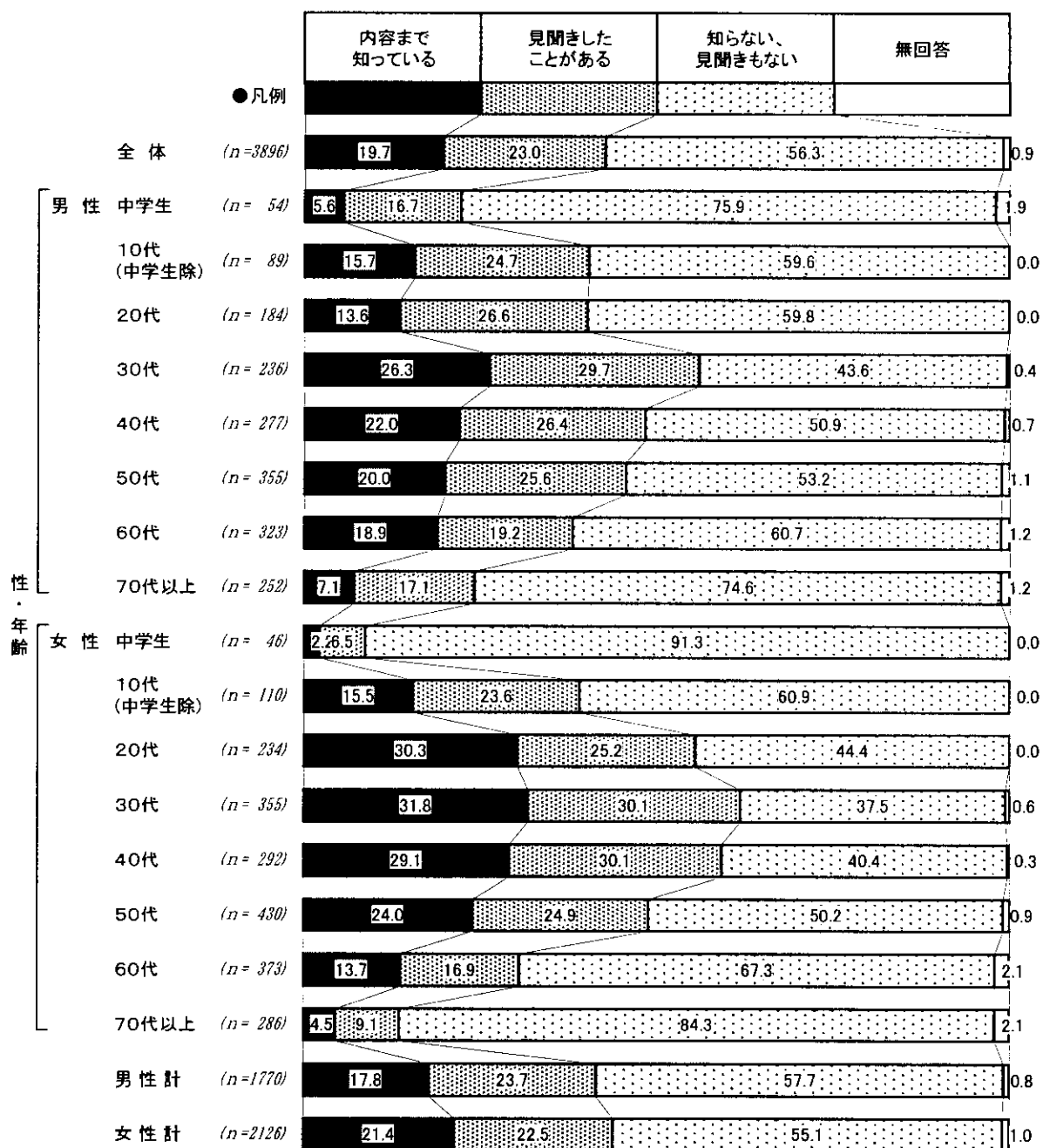
「BMI指数」については、女性の20代と30代で「内容まで知っている」が3割以上と高く、「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」レベルでは7割前後に上る。

図表V-2-4 性・年齢別 問19 認知している用語：BMI指数



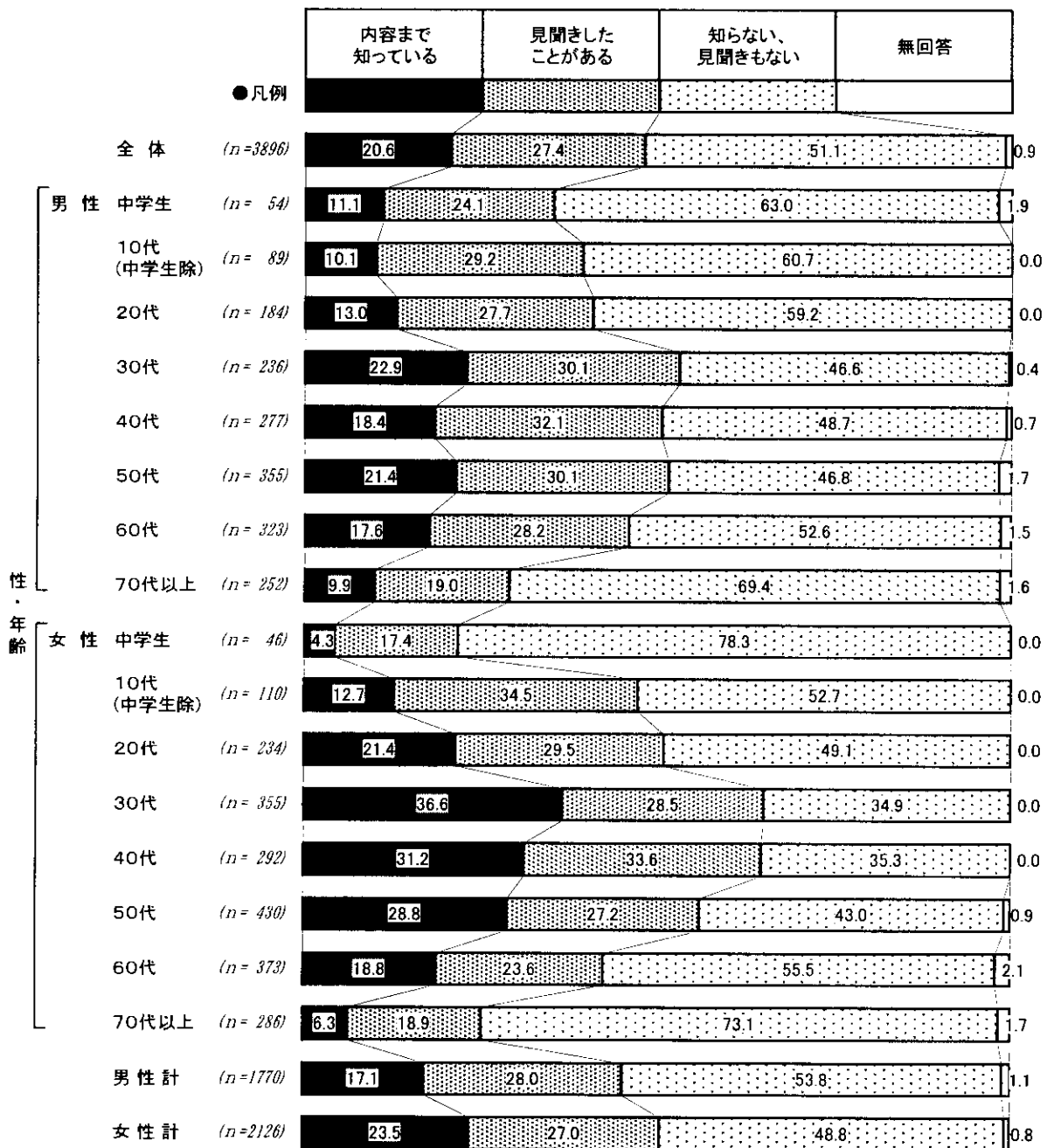
「スローフード運動」については、男女とも30代が認知のピークとなっており、「内容まで知っている」が3割前後である。女性の20代、40代も内容認知が約3割と高い。

図表V-2-5 性・年齢別 問19 認知している用語：スローフード運動



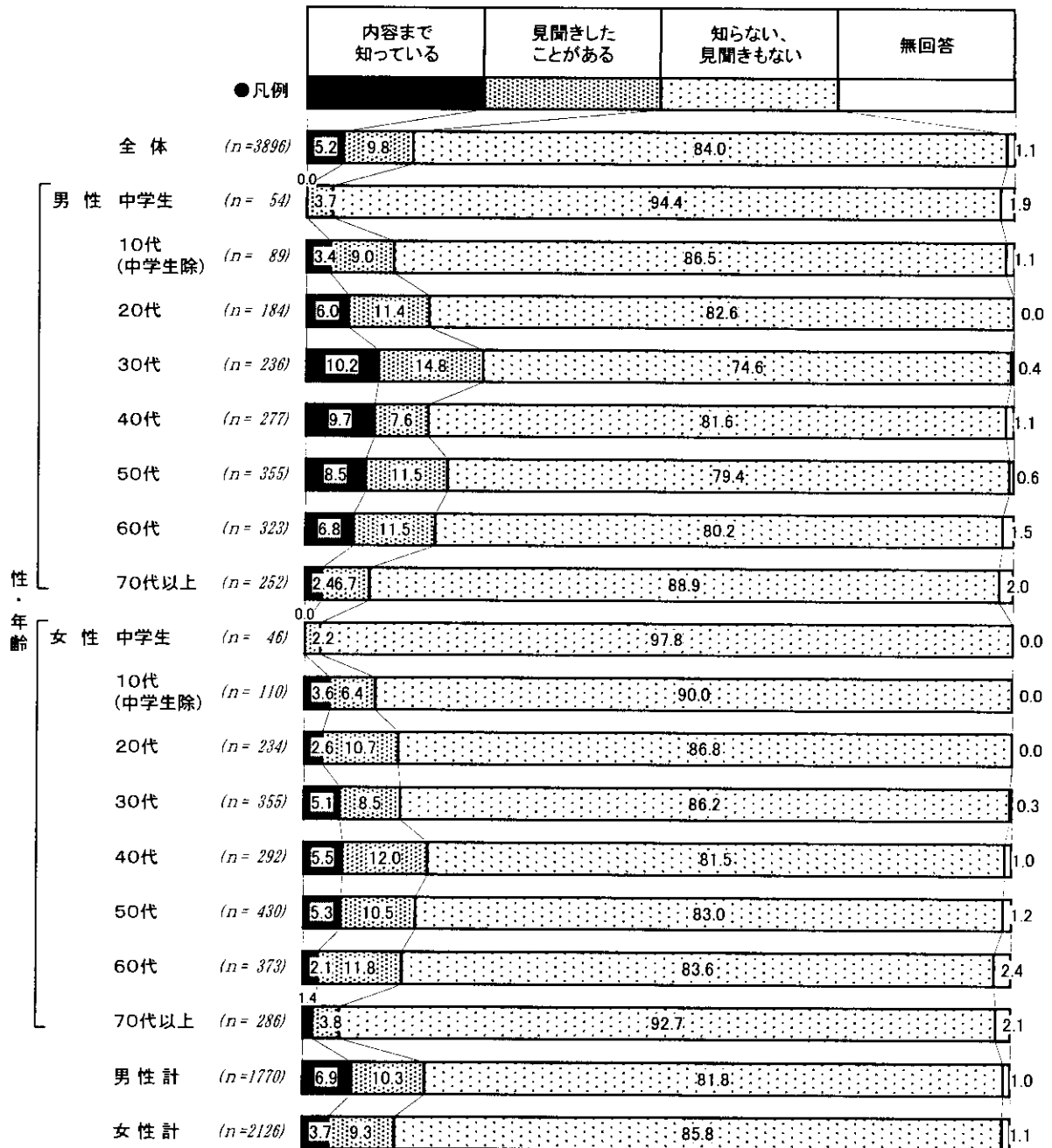
「食育」については、女性の30代、40代で「内容まで知っている」が3割以上と高い。

図表V-2-6 性・年齢別 問19 認知している用語：食育



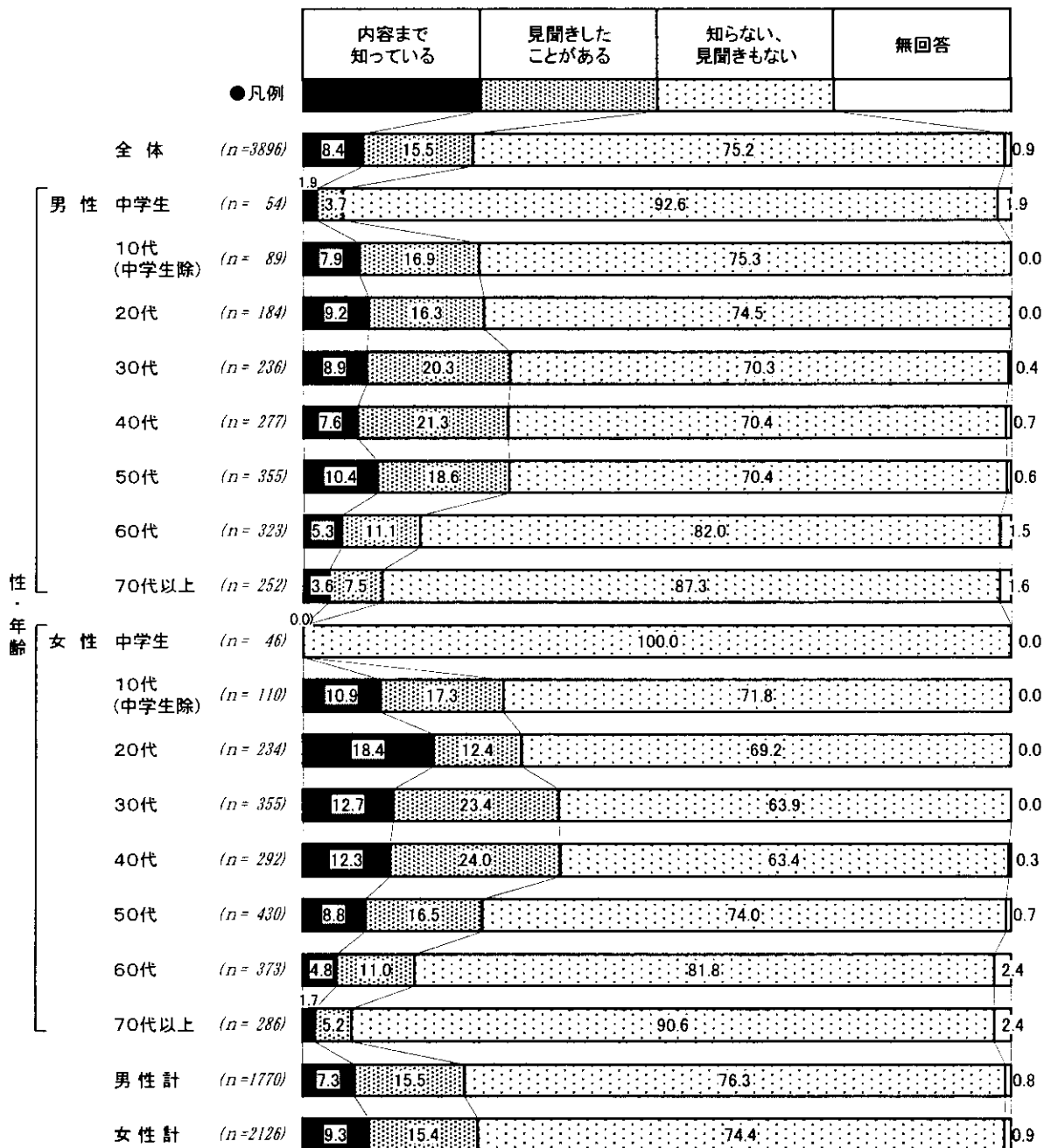
「食品のトレーサビリティ」については、男性30代で比較的認知度が高い。

図表V-2-7 性・年齢別 問19 認知している用語：食品のトレーサビリティ



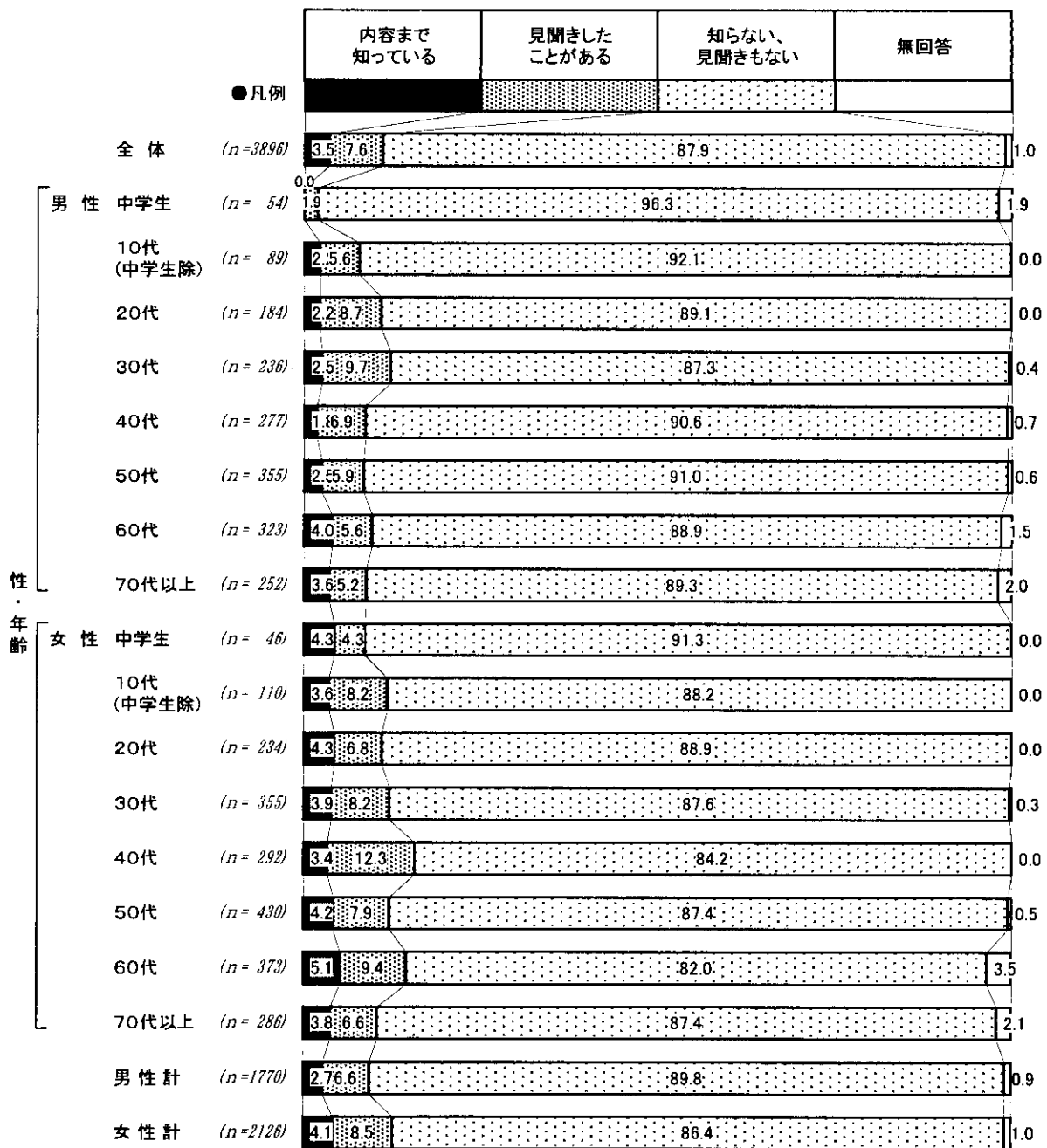
「QOL (Quality of Life)」については、女性30代、40代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」の割合が3割強と他の層と比較して高い。ただし、内容認知率は女性の20代で最も高い。

図表V-2-8 性・年齢別 問19 認知している用語：QOL (Quality of Life)



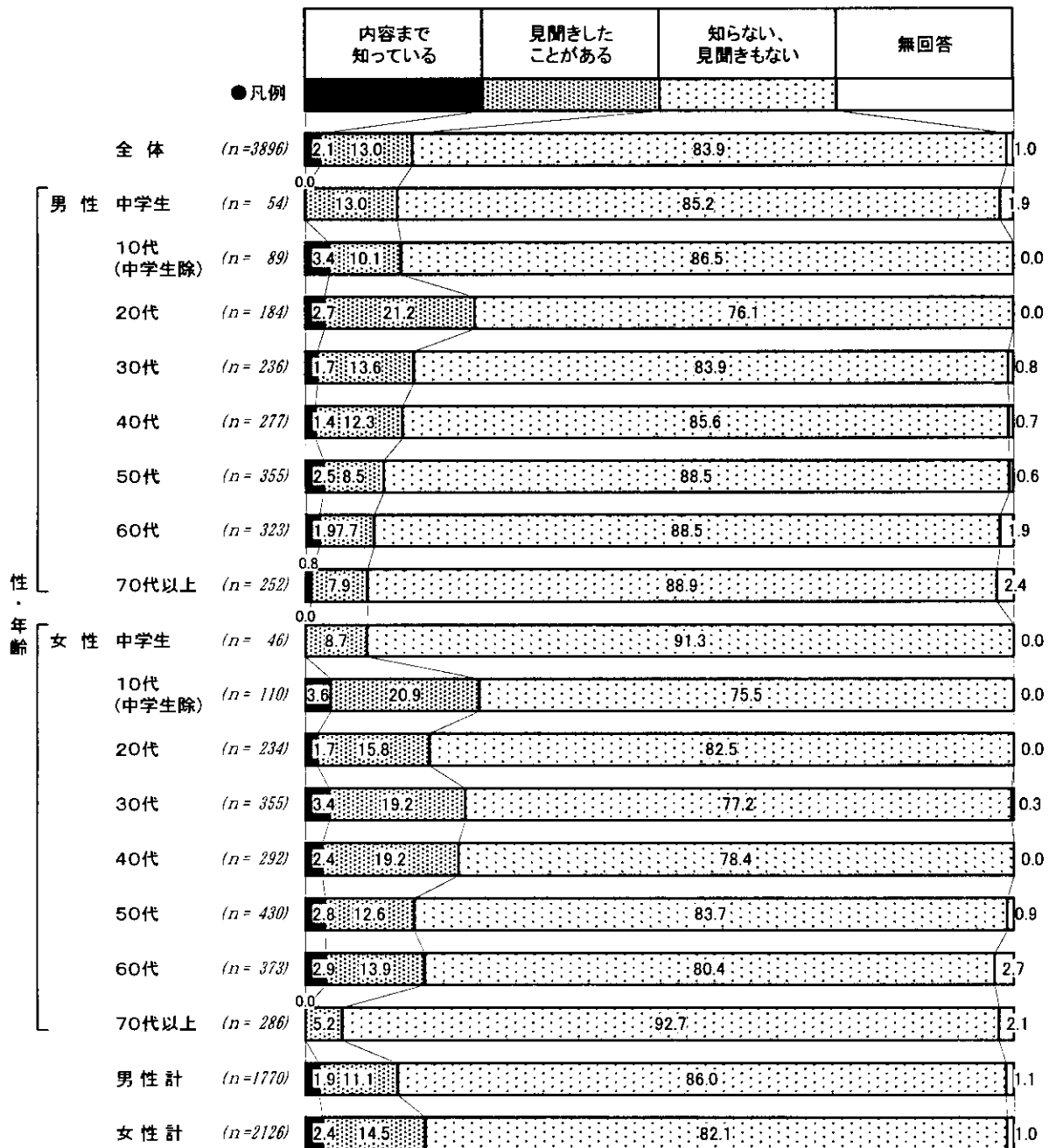
「3-A-Day (スリー・ア・デイ)」の認知率はどの層でも大きな差は見られない。

図表V-2-9 性・年齢別 問19 認知している用語：3-A-Day(スリー・ア・デイ)



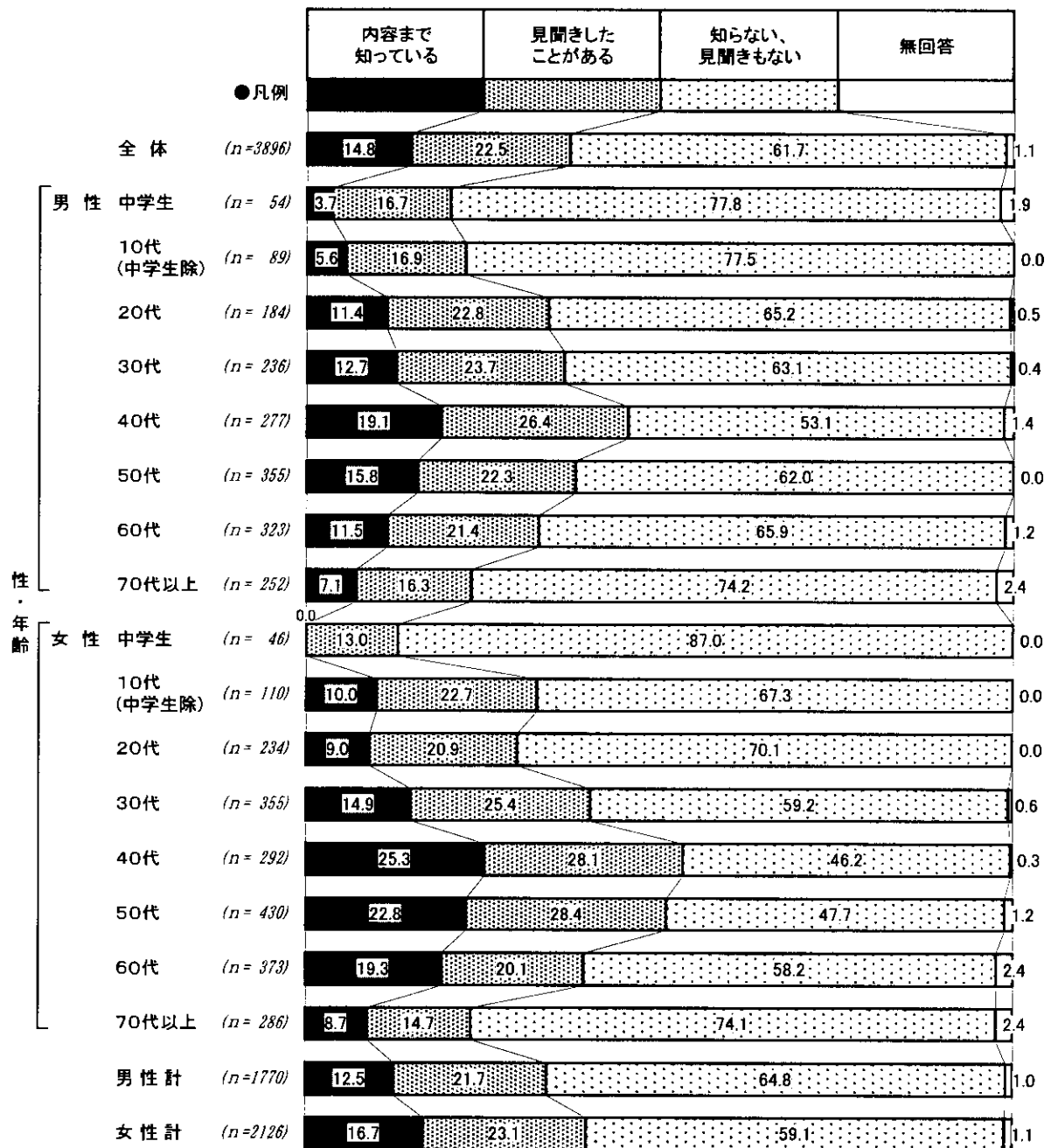
「ESL製法の牛乳」については、男性では20代、女性では中学生を除く10代など若い世代で「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」がやや高い傾向が見られる。

図表V-2-10 性・年齢別 問19 認知している用語：ESL製法の牛乳



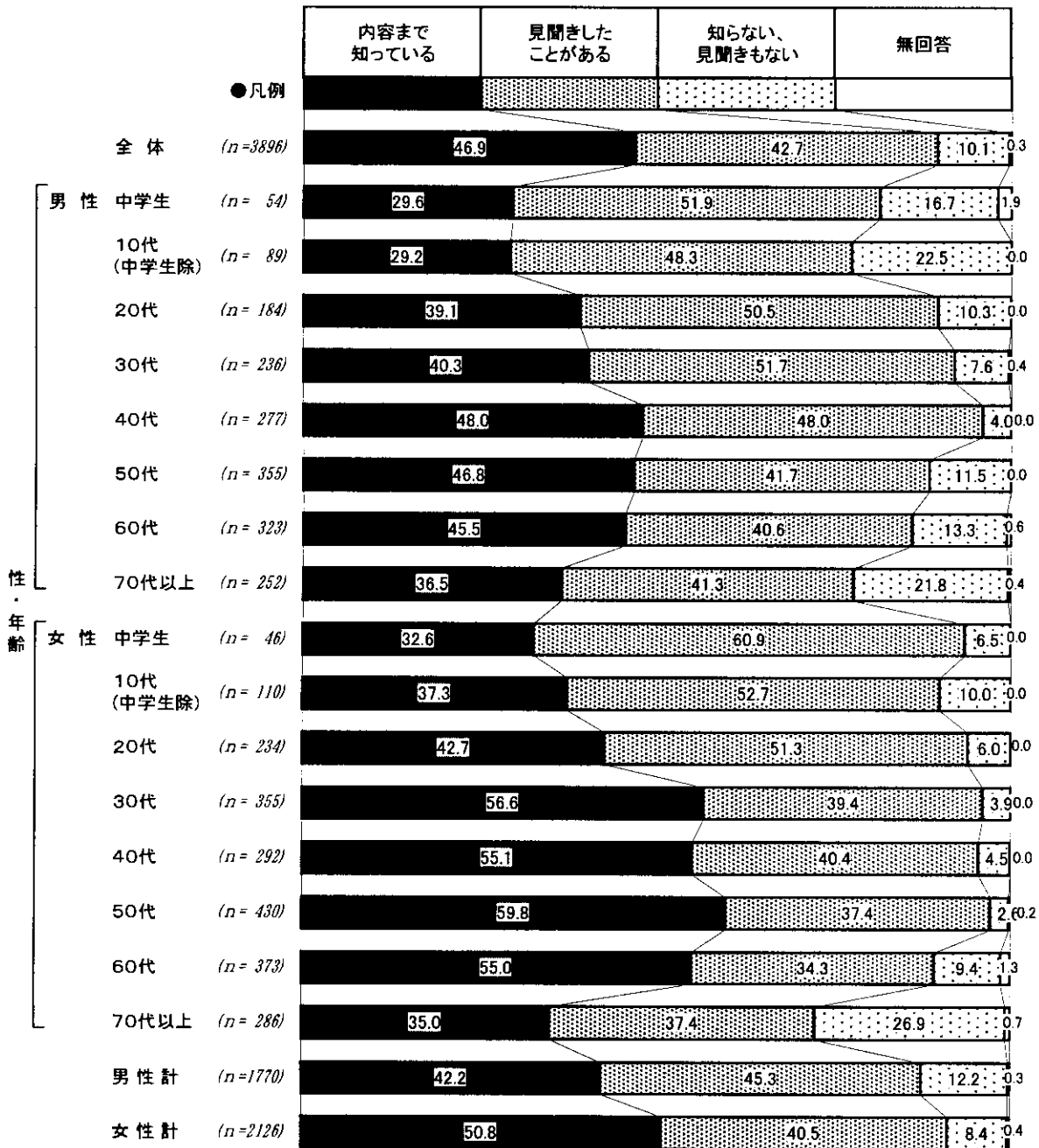
「LL牛乳」については、男女とも40代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたことを見たことがある」の割合が高い傾向がある。

図表V-2-11 性・年齢別 問19 認知している用語：LL牛乳



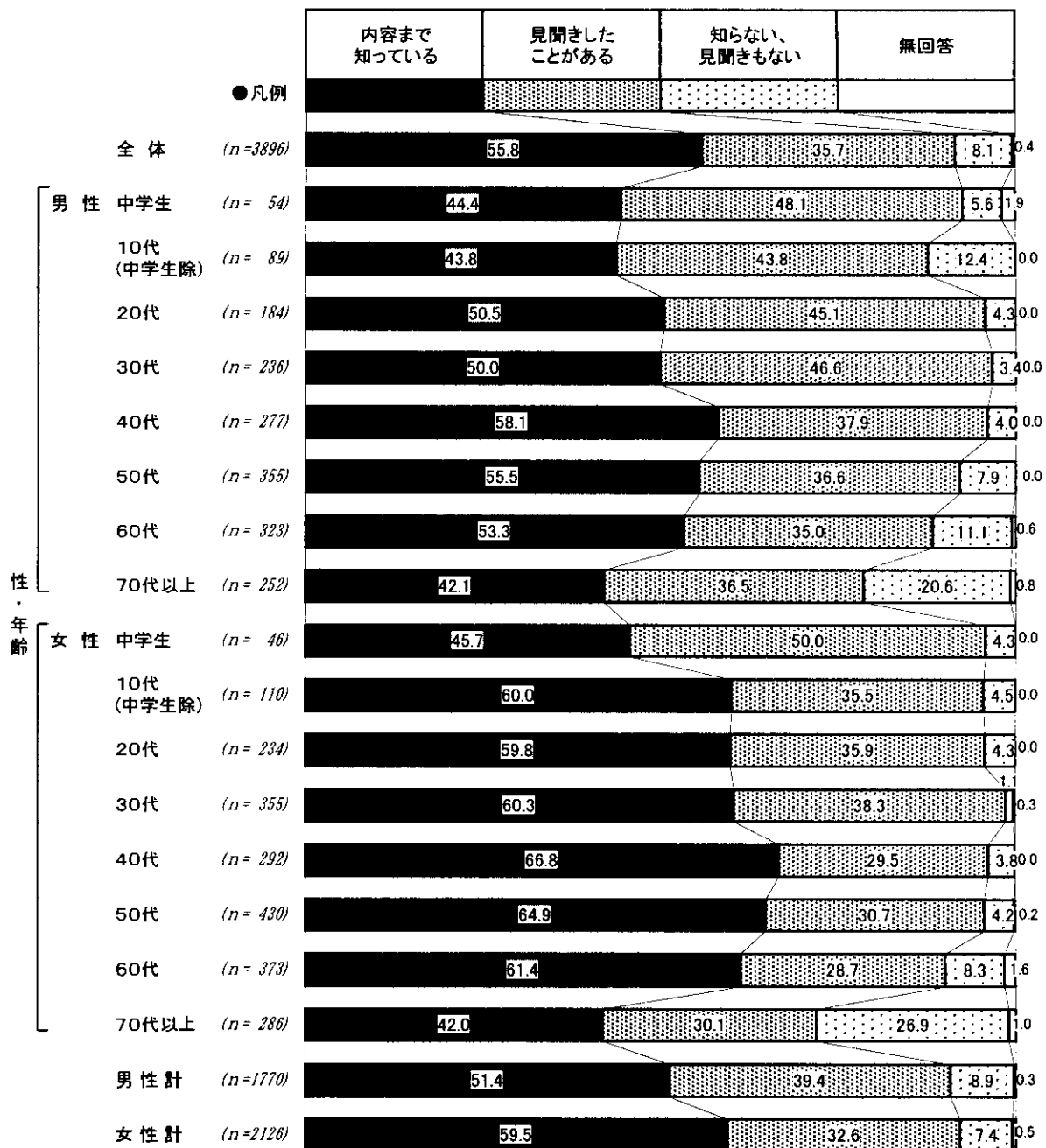
「加工乳」については、女性の30代～60代では「内容まで知っている」が5割を超える。

図表V-2-12 性・年齢別 問19 認知している用語：加工乳



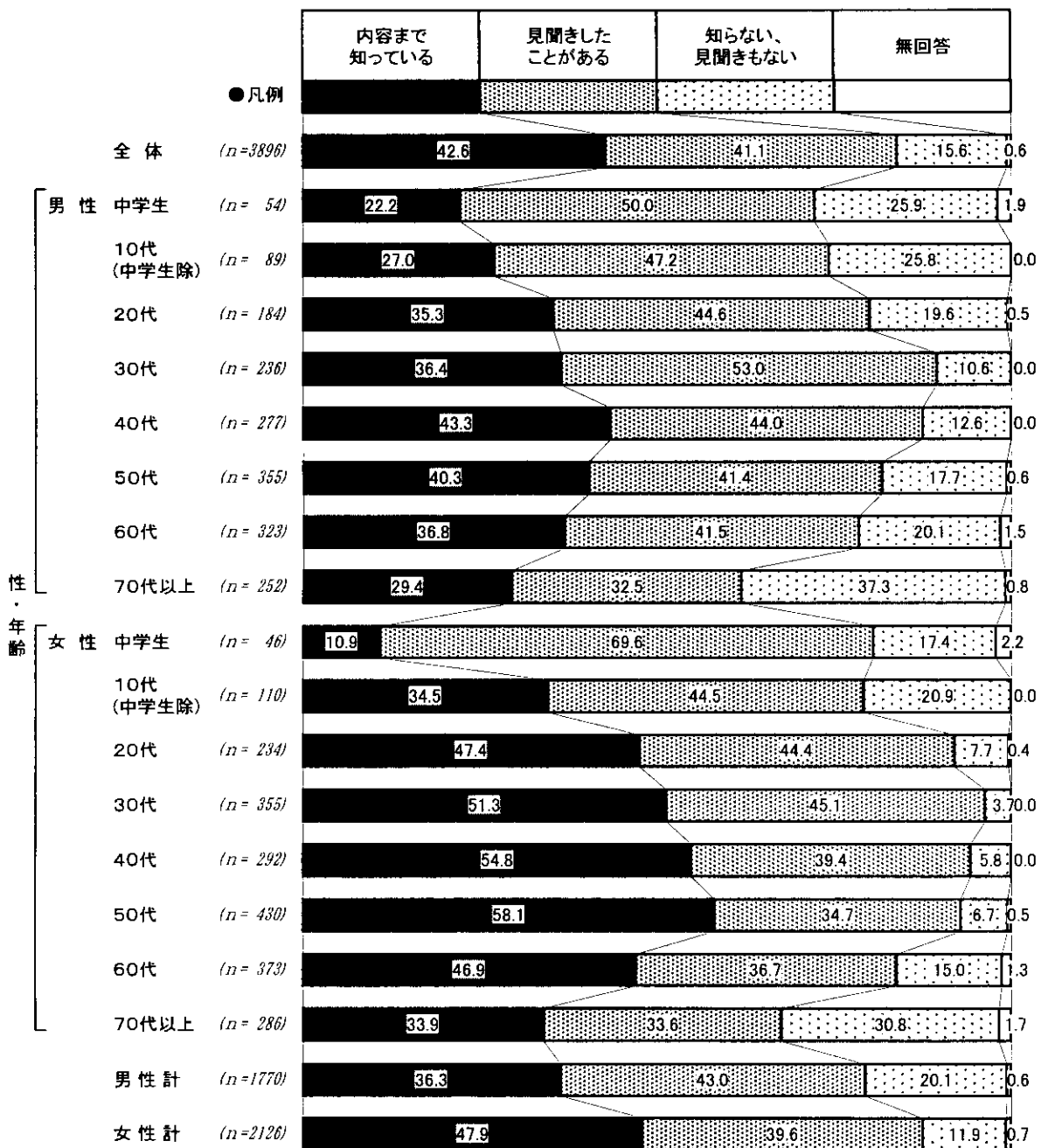
「乳飲料」については、男女とも中学生と70代以上を除いて「内容まで知っている」が5割を超える（男性では中学生以外の10代も除く）。

図表V-2-13 性・年齢別 問19 認知している用語：乳飲料



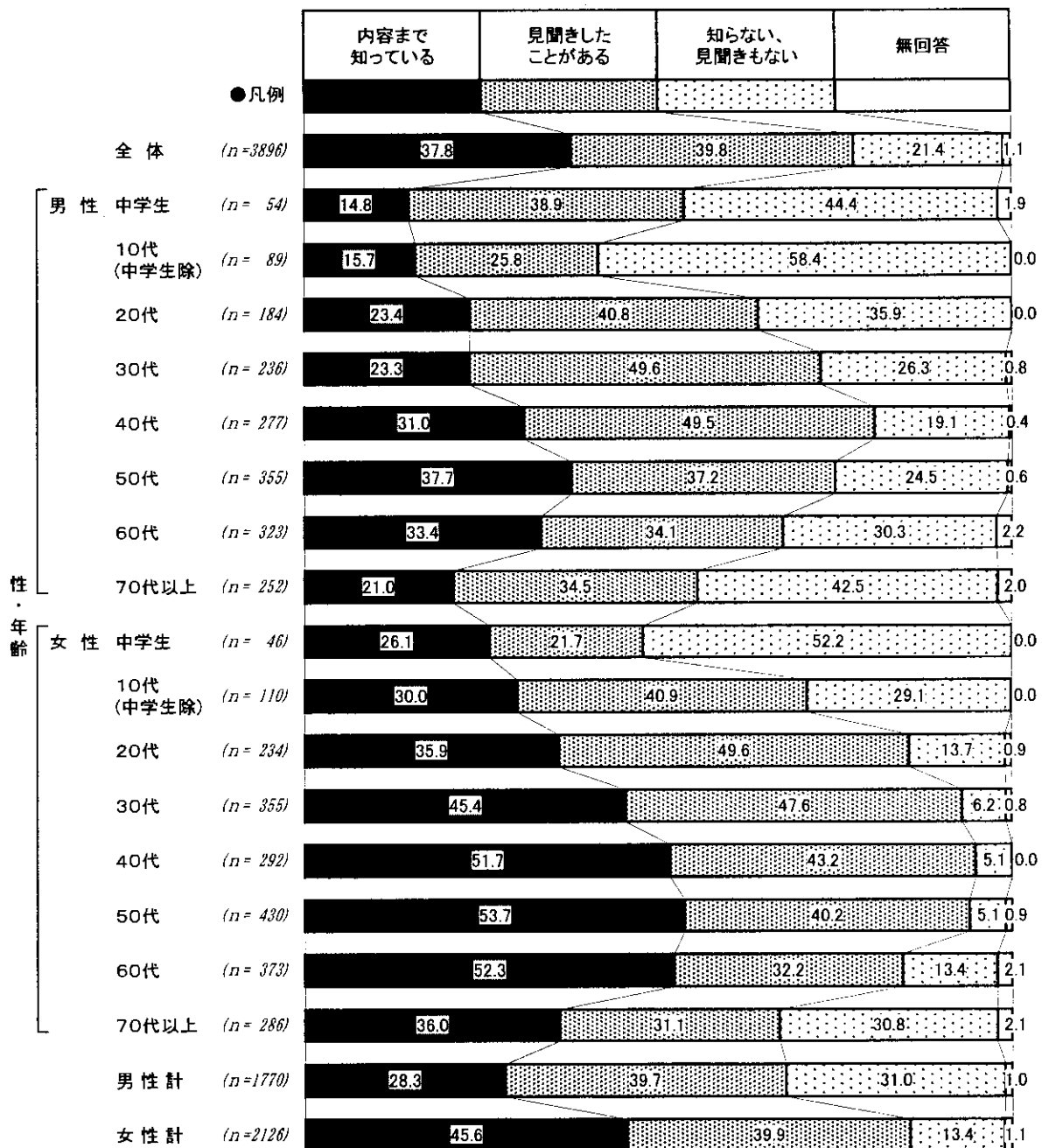
「成分調整牛乳」については、男女とも「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が、30代をピークに山を描いている。内容認知率は、女性の30代～50代では5割を超える。

図表V-2-14 性・年齢別 問19 認知している用語：成分調整牛乳



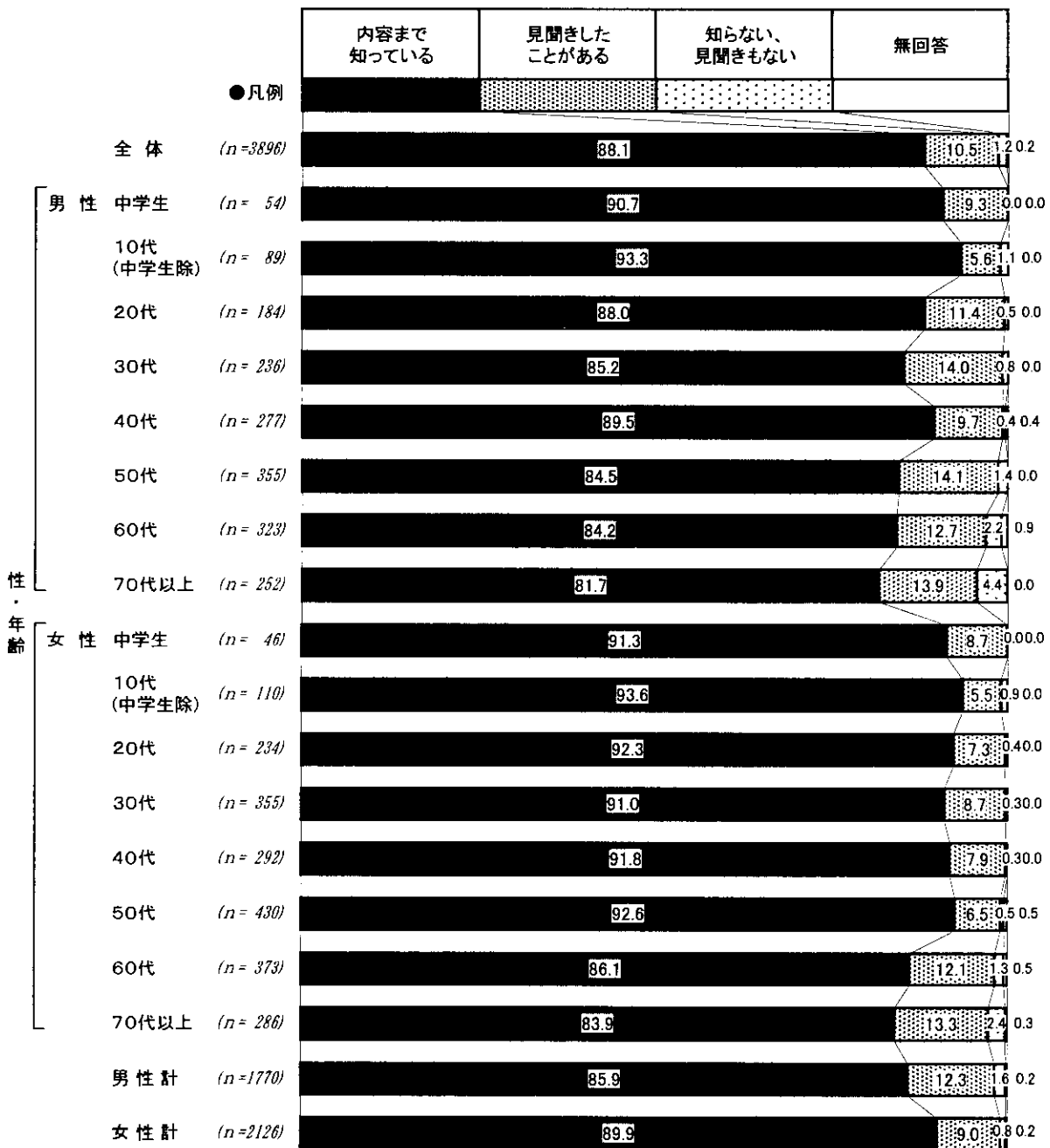
「スキムミルクパウダー」については、「内容まで知っている」が、男性では28%、女性では46%と、ことば・用語の中で最も男女間の違いが顕著であった。男女とも50代で「内容まで知っている」が他の年代より多い。女性の40代～60代では「内容まで知っている」が5割以上となっている。

図表V-2-15 性・年齢別 問19 認知している用語：スキムミルクパウダー



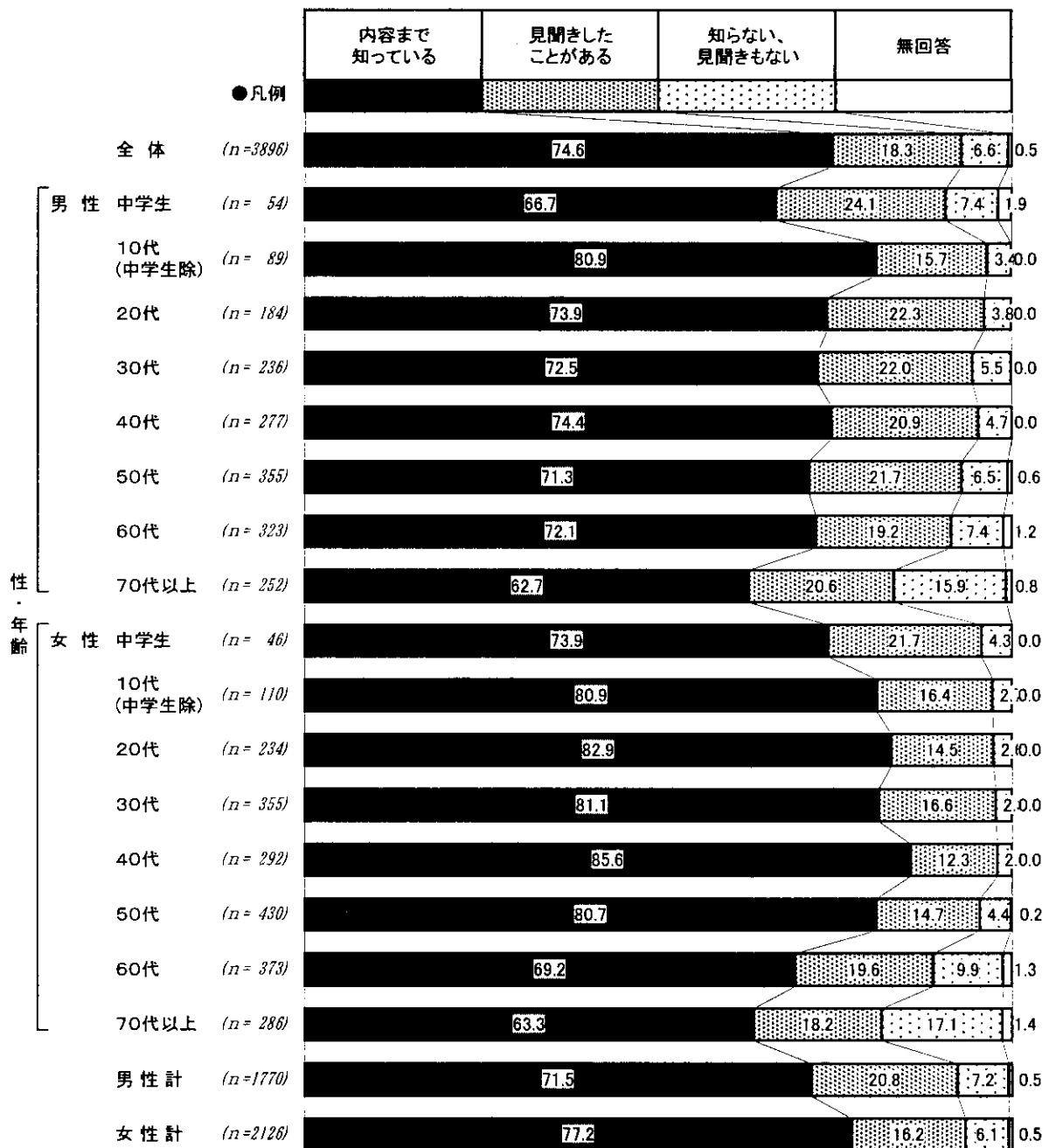
「賞味期限」については、すべての層で「内容まで知っている」が8割以上にのぼる。

図表V-2-16 性・年齢別 問19 認知している用語：賞味期限



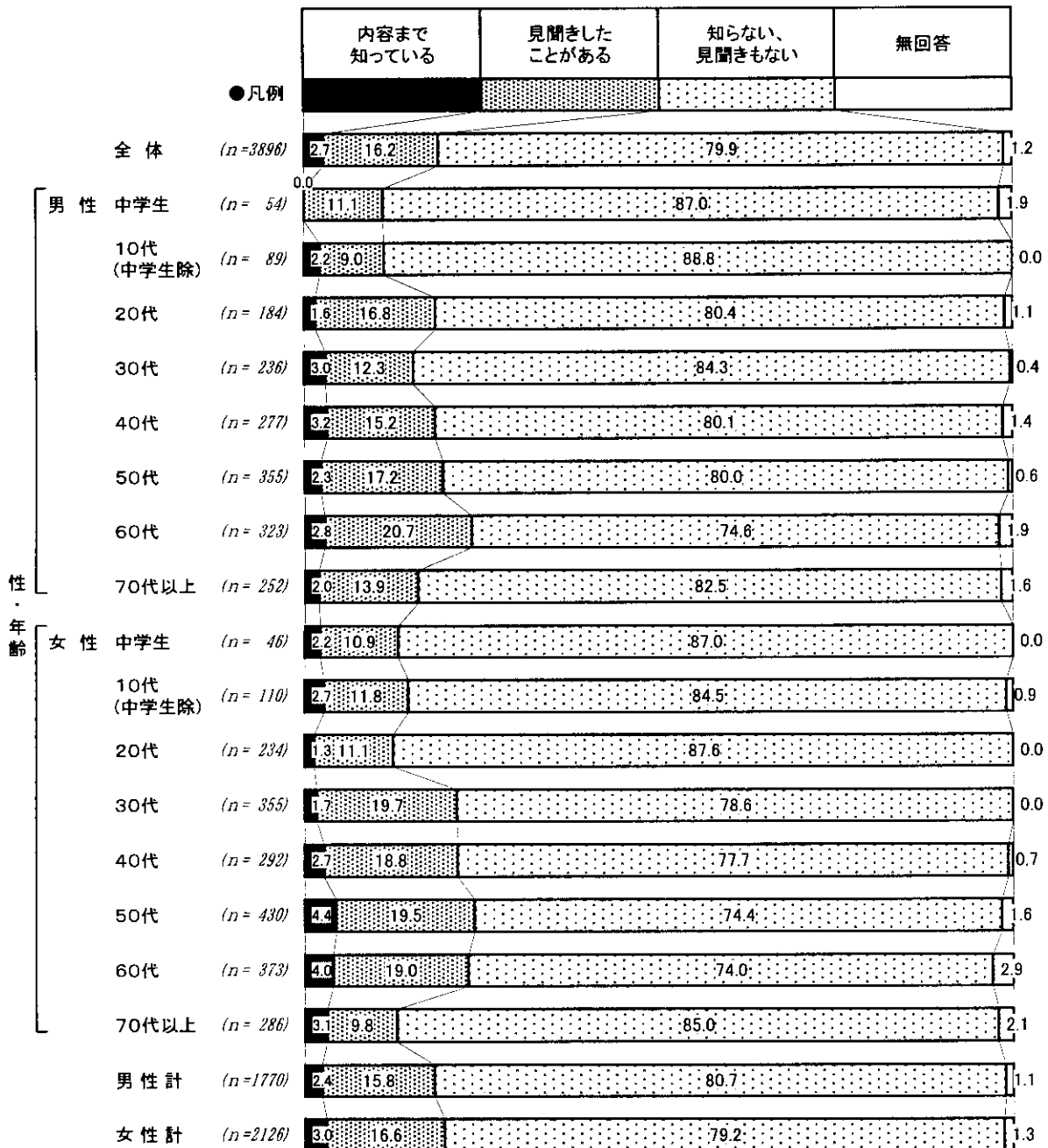
「消費期限」については、男女とも70代では「内容まで知っている」が6割強にとどまるが、それ以外の層では7割以上となっている。

図表V-2-17 性・年齢別 問19 認知している用語：消費期限



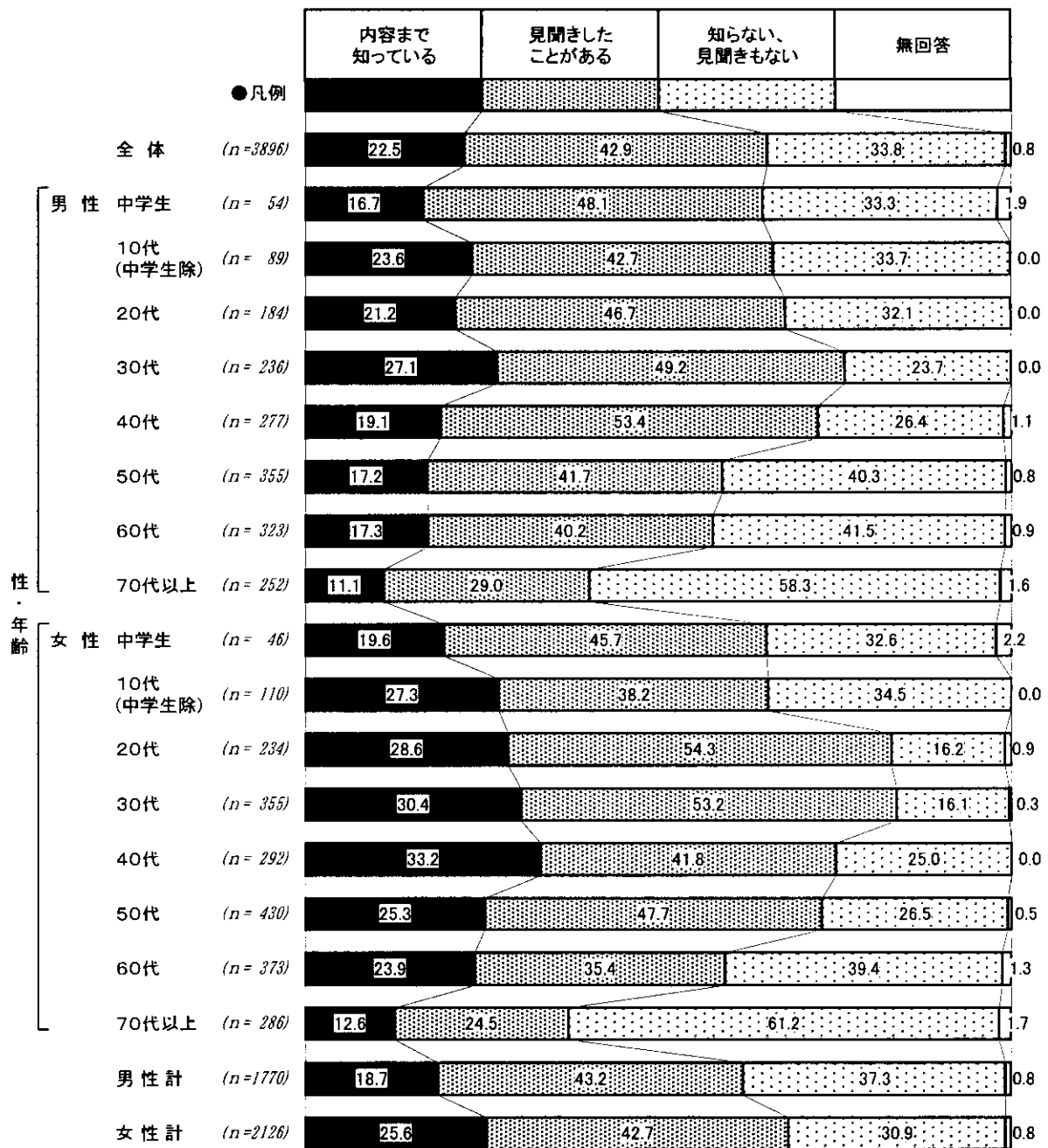
「牛乳の三次機能」については、「内容まで知っている」人はすべての層で5%未満であり、「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」レベルでも1～2割程度となっている。

図表V-2-18 性・年齢別 問19 認知している用語：牛乳の三次機能



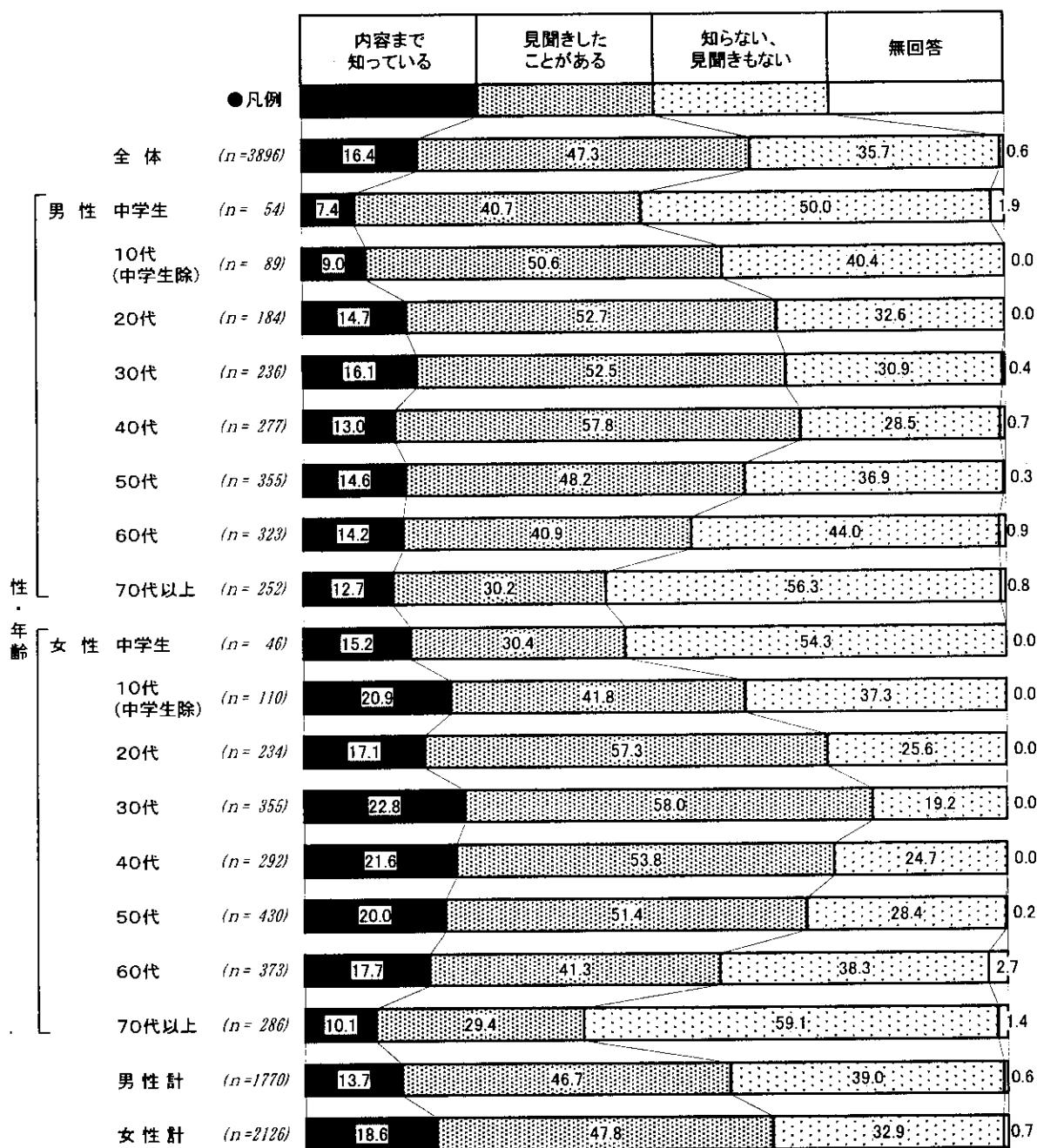
「特定保健用食品」については、男性の30代、女性の20代と30代では、「内容まで知っている」
「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が他の年代と比べてやや多くなっ
ている。「内容まで知っている」割合のみに着目すると、女性40代で33%と他の年代に比べて最も
高い。

図表V-2-19 性・年齢別 問19 認知している用語：特定保健用食品



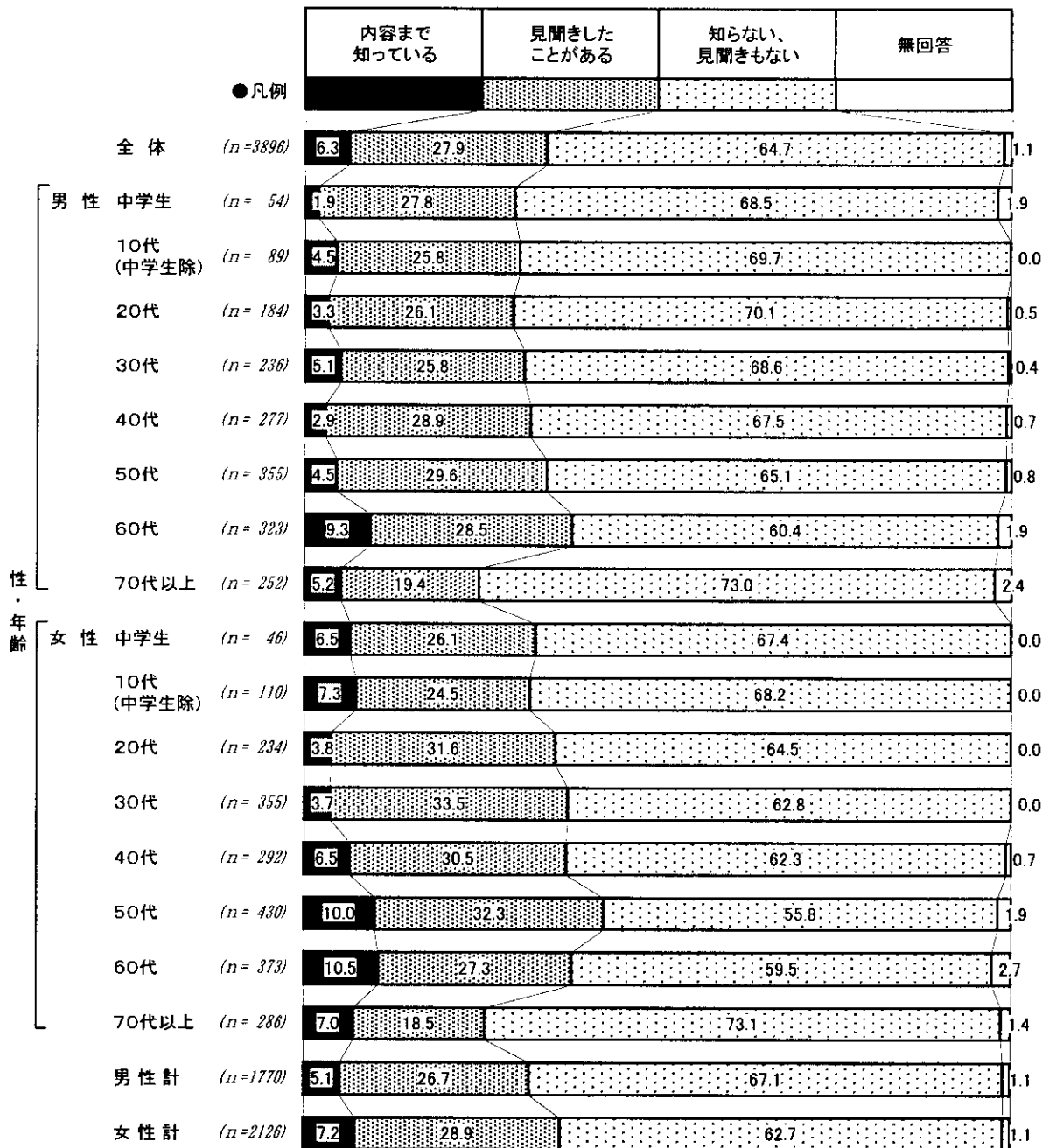
「栄養機能食品」については、男性では20代~40代、女性では20代~50代で、「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が7割前後から8割と高い。

図表V-2-20 性・年齢別 問19 認知している用語：栄養機能食品



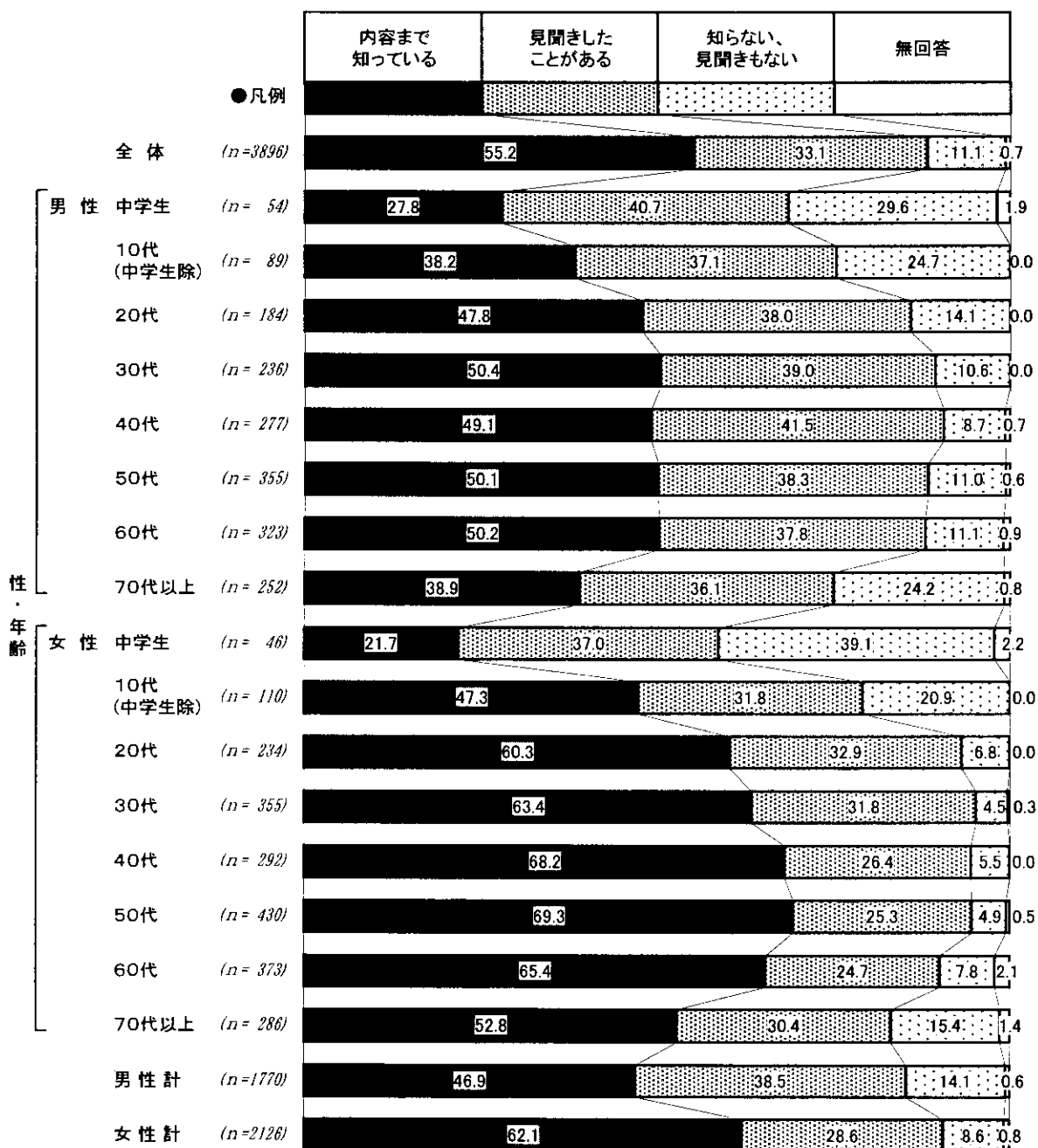
「栄養素密度」については、男女とも70代以上を除くすべての年代で、「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合は3割～4割程度である。女性の50代60代では内容認知率が1割に達している。

図表V-2-21 性・年齢別 問19 認知している用語：栄養素密度



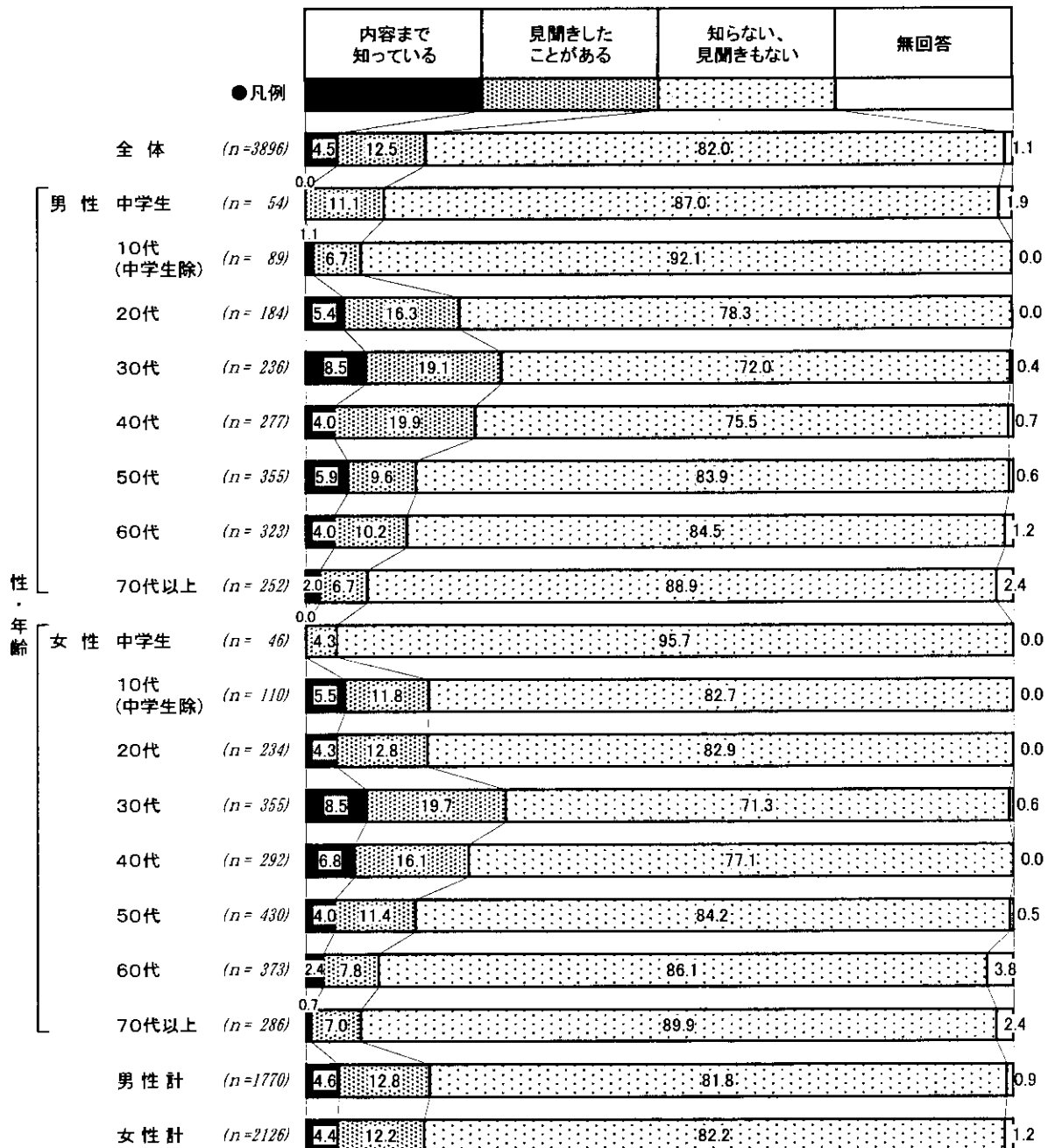
「骨密度」については、「内容まで知っている」割合は、男性47%に対して女性62%であり女性の骨密度への関心度合いが伺える。女性は比較的どの年代でも「内容まで知っている」割合が高く、20代から60代まで6割以上である。男性の20代～60代では「内容まで知っている」割合が5割程度となっている。

図表V-2-22 性・年齢別 問19 認知している用語：骨密度



「HACCP」については、性別による大きな差はない。男女とも30代で、「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」いずれも他の年代と比較してやや高い。

図表V-2-23 性・年齢別 問19 認知している用語：HACCP

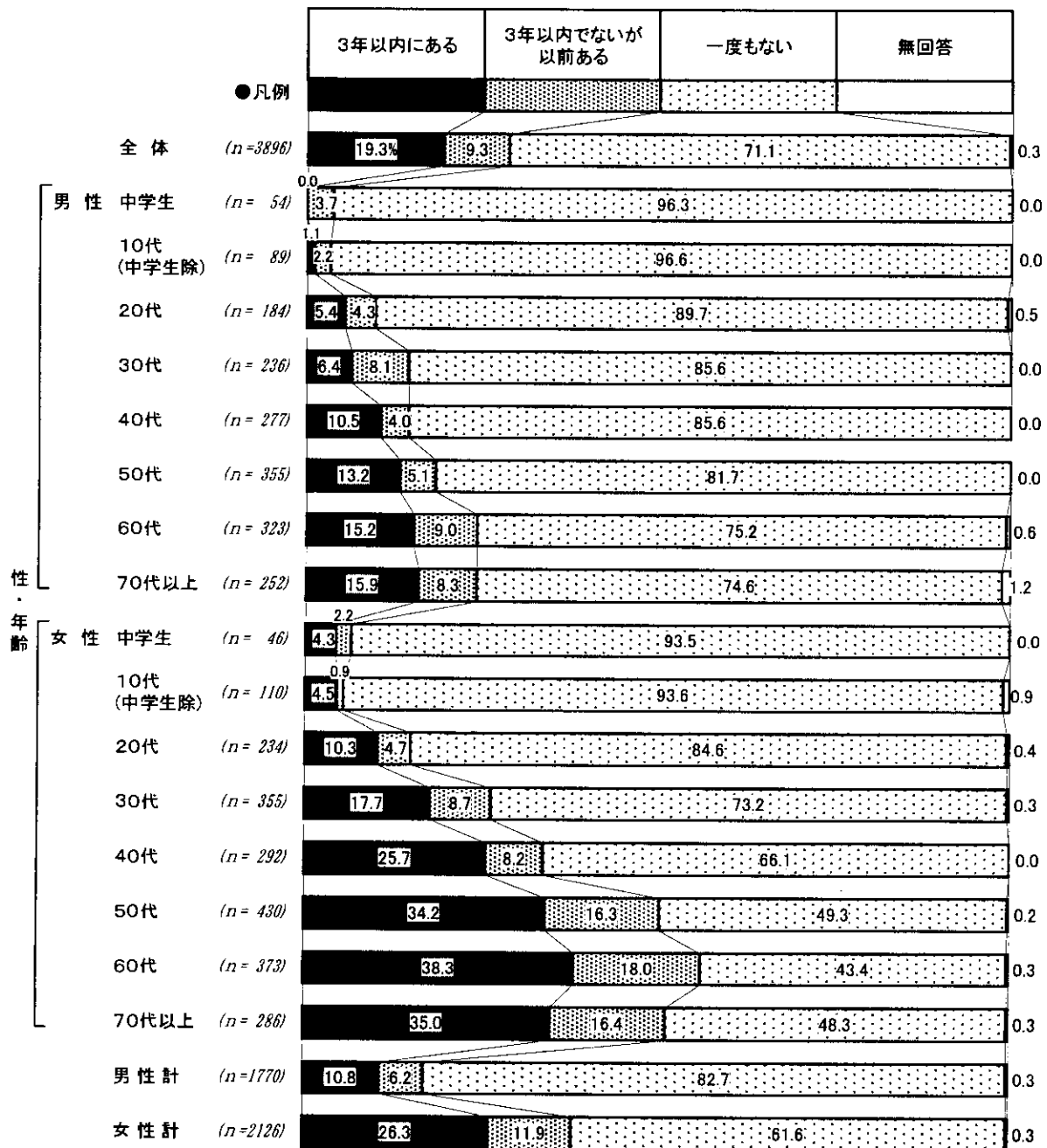


2) この3年間の骨密度測定経験

この3年間の骨密度の測定経験を聞いた。

性・年齢別にみると、「3年以内にある」女性の割合（26%）は男性（11%）の2倍以上と大きな差がある。男女とも、年齢が上がるにつれ「3年以内にある」「3年以内ではないが以前にある」を合わせた割合が増える傾向にあり、特に女性60代では56%である。

図表V-2-24 性・年齢別 問20 この3年間の骨密度測定経験



VI いろいろな飲料に対する心理的絆

白もの牛乳類を含む11種類の飲料について、消費者がそれらの飲料に対してどの程度心理的な結びつきを感じているか、消費者と飲料との心理的な絆の強さを測定した。さらに、心理的な絆の強弱に基づいて、飲料市場における白もの牛乳類のポジショニングを行った。

[心理的な絆の強さを測定するために用いた分析手法]

消費者とブランドの関係の強さを計ることにより、将来行動の予測を可能にする分析モデルであるコンバージョンモデル(TM)を応用した。(コンバージョンモデル(TM)は、これまでに100ヶ国以上で実用化され、200以上の製品カテゴリー、4,000を超える調査に利用されている)

[分析対象の飲料]

11種類

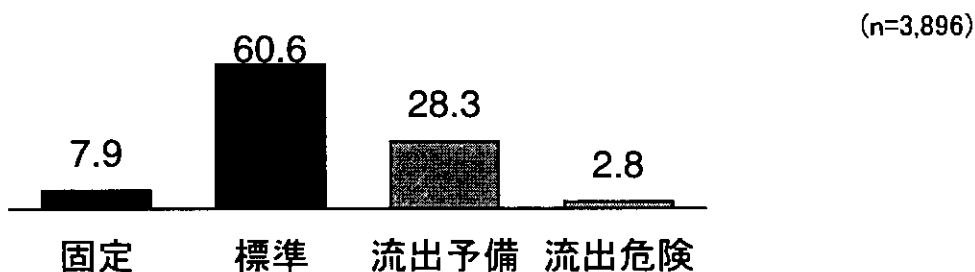
- ・ 白もの牛乳類
- ・ ドリンクヨーグルト
- ・ 果汁飲料
- ・ 野菜ジュース
- ・ 豆乳
- ・ 炭酸飲料
- ・ コーヒー
- ・ 紅茶
- ・ 無糖のお茶飲料
- ・ スポーツ飲料
- ・ ミネラルウォーター

[分析に用いた変数]

- ・ 11種類の飲料の好感度 (7段階評価)
- ・ 11種類の飲料について飲んだことがあるもの
- ・ 11種類の飲料についてふだんよく飲むもの
- ・ 11種類の飲料についてふだん最もよく飲むもの
- ・ ふだんよく飲む飲料の満足度 (10段階評価)
- ・ ふだんよく飲む飲料の飲用継続意向 (3段階評価)
- ・ 飲料選択の重要性 (5段階評価)

まずはじめに、11種類の飲料個々のカテゴリーではなく、飲料そのものに対する心理的絆の強さはどの程度かをみると、「ふだん最もよく飲む飲料」に対するコミットメント（心理的絆の強さ）は、“固定”が全体の8%、“標準”が61%で、両者を合わせてコミットメントをもつ人は69%となっている。参考までに、これをコンバージョンモデル[TM]のノルムと比較すると、ビールやタバコといった嗜好品と同程度のコミットメントであることがわかる。

図表VI-1 「ふだん最もよく飲む飲料に対するコミットメント(心理的絆の強さ)はどの程度か」
 コミットメントは4つのレベルに分けられる。



最もよく飲む飲料に対するコミットメントの強さ

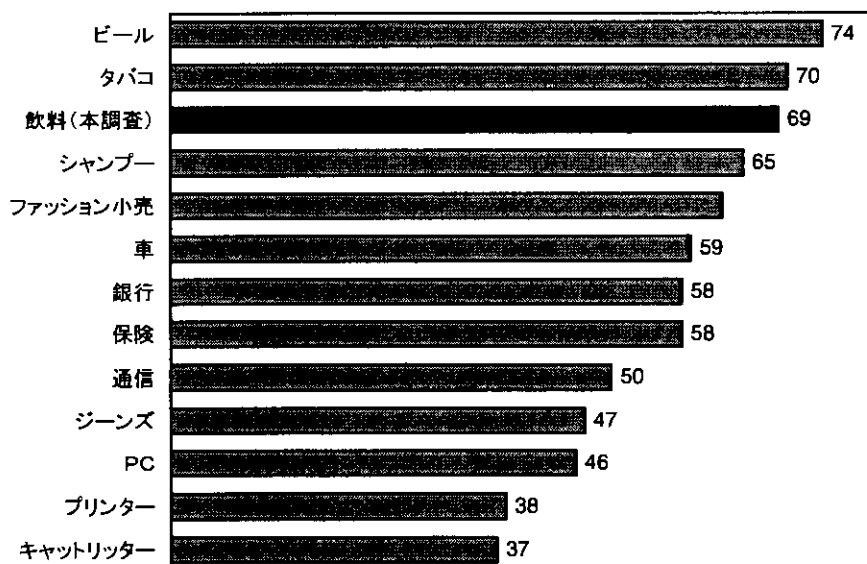
セグメントの意味

- 固 定: 最もよく飲む飲料に強いコミットメントを持っており、他の飲料に乗り換える可能性が低い
- 標 準: コミットメントがそれほど強くなく、中期的には他の飲料に乗り換える可能性もある
- 流出予備: コミットメントが少なく、他の飲料に乗り換える危険性が高い
- 流出危険: コミットメントがほとんどなく、他の飲料に乗り換える可能性が非常に高い

[参考：主使用銘柄に対するコミットメントのノルム]

ワールドワイドに実施されたコンバージョンモデル[TM]の事例に基づいて

コミットメントを持つユーザー(固定+標準)の割合

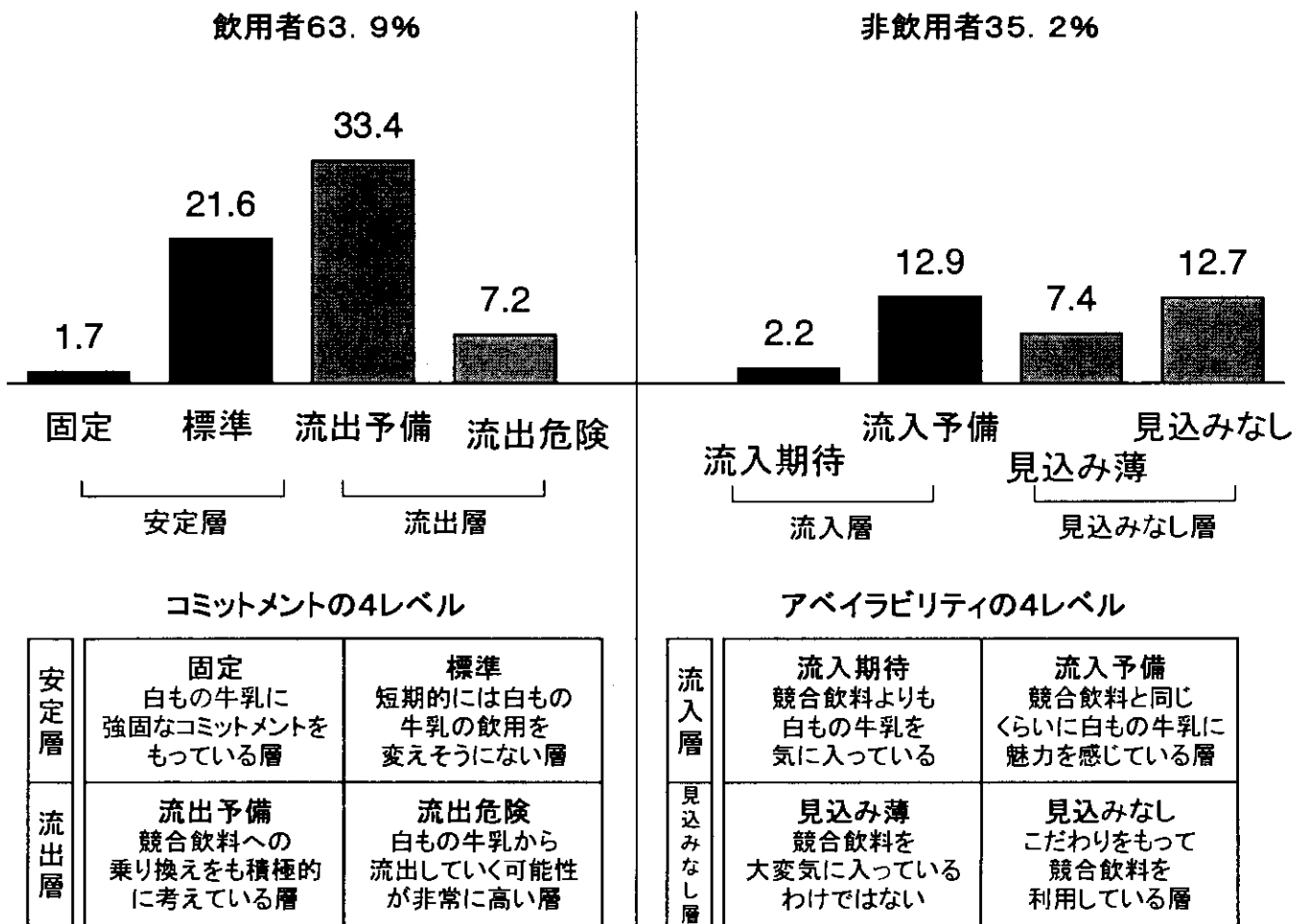


「ふだんよく飲む」飲料のコンバージョンモデル[TM]分析結果から得られた「白もの牛乳類」のセグメントは、“固定”2%、“標準”22%、“流出予備”33%、“流出危険”7%となっている。今後流入の可能性のある人（流入期待+流入予備）の割合は、1割強ほどである。

ここでいう「飲用者」とは、ふだんよく飲む飲料を選んでもらう質問（複数回答可）で「白もの牛乳類」を選んだ人のことで、白もの牛乳類飲用実態（飲用頻度や飲用量）とは必ずしも一致しない。

図表VI-2 白もの牛乳類と消費者の心理的絆のセグメント

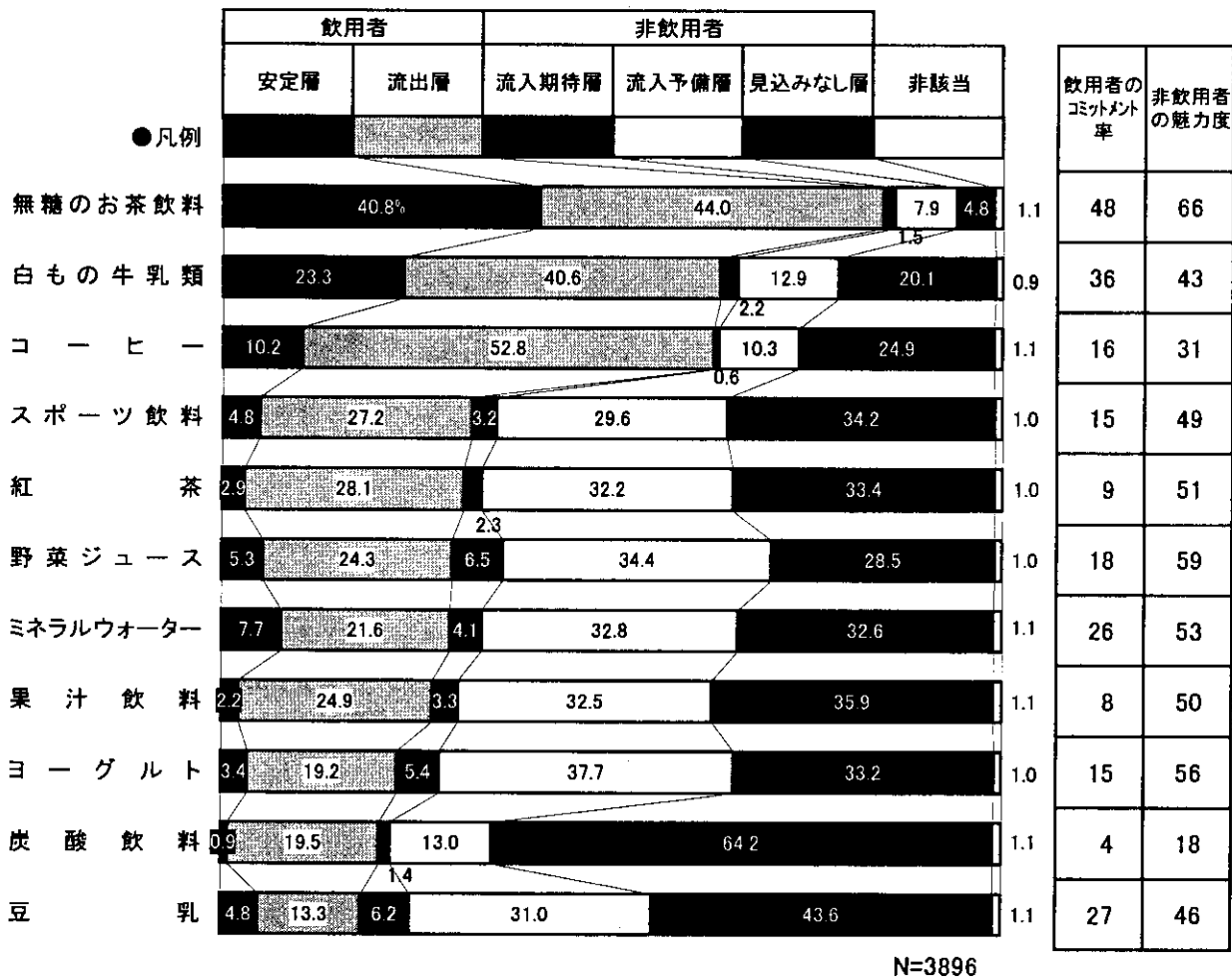
(n=3,896)



下の図は、11種類の飲料を、飲用者（ふだんよく飲むと回答した人）の割合の高い順に並べたものである。飲用者の割合が最も高いのは「無糖のお茶飲料」で、飲用者は13歳以上の日本人全体の8割以上を占める。次いで、「白もの牛乳類」と「コーヒー」が飲用者率6割台でこれに続く。また、当該飲料にコミットメントを持っている“安定層”の割合に注目すると、「白もの牛乳類」の23%に対し、「無糖のお茶飲料」は4割にのぼっている。

心理的絆の指標として、飲用者に占める安定層の割合すなわち“飲用者のコミットメント率”と、非飲用者に占める流入層（流入期待層+流入予備層）の割合すなわち“非飲用者の魅力度”をみると、「白もの牛乳類」のコミットメント率（36）は「無糖のお茶飲料」（48）に次いで第2位、魅力度（43）は第9位に位置し「豆乳」よりやや低い水準となっている。魅力度のトップ3は「無糖のお茶飲料」「野菜ジュース」「ヨーグルト」である。

図表VI-3 飲料のコンバージョンモデル[TM]セグメント



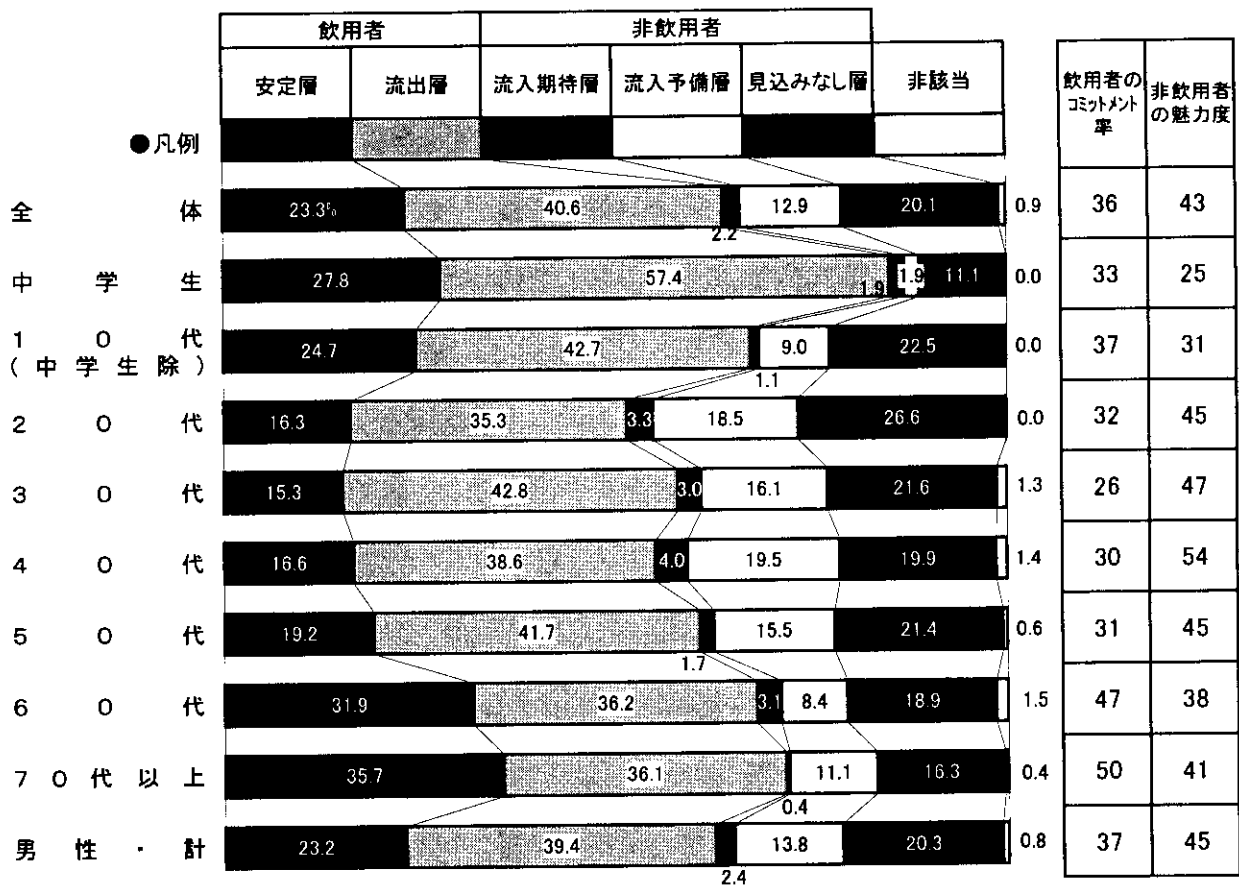
コミットメント: 安定層 / 飲用者 (安定層 / 流出層)

魅力度 : (流入期待層 + 流入予備層) / 非飲用者 (流入期待層 + 流入予備層 + 見込みなし層)

以下の図は、白もの牛乳類のセグメントを性年齢別にみたものである。

男性について、飲用者のコミットメント率が高いのは60代や70代以上の高齢層、非飲用者の魅力度が高いのは40代を中心とする中年層である。

図表VI-4 白もの牛乳類のコンバージョンモデル(TM)セグメント(男性)

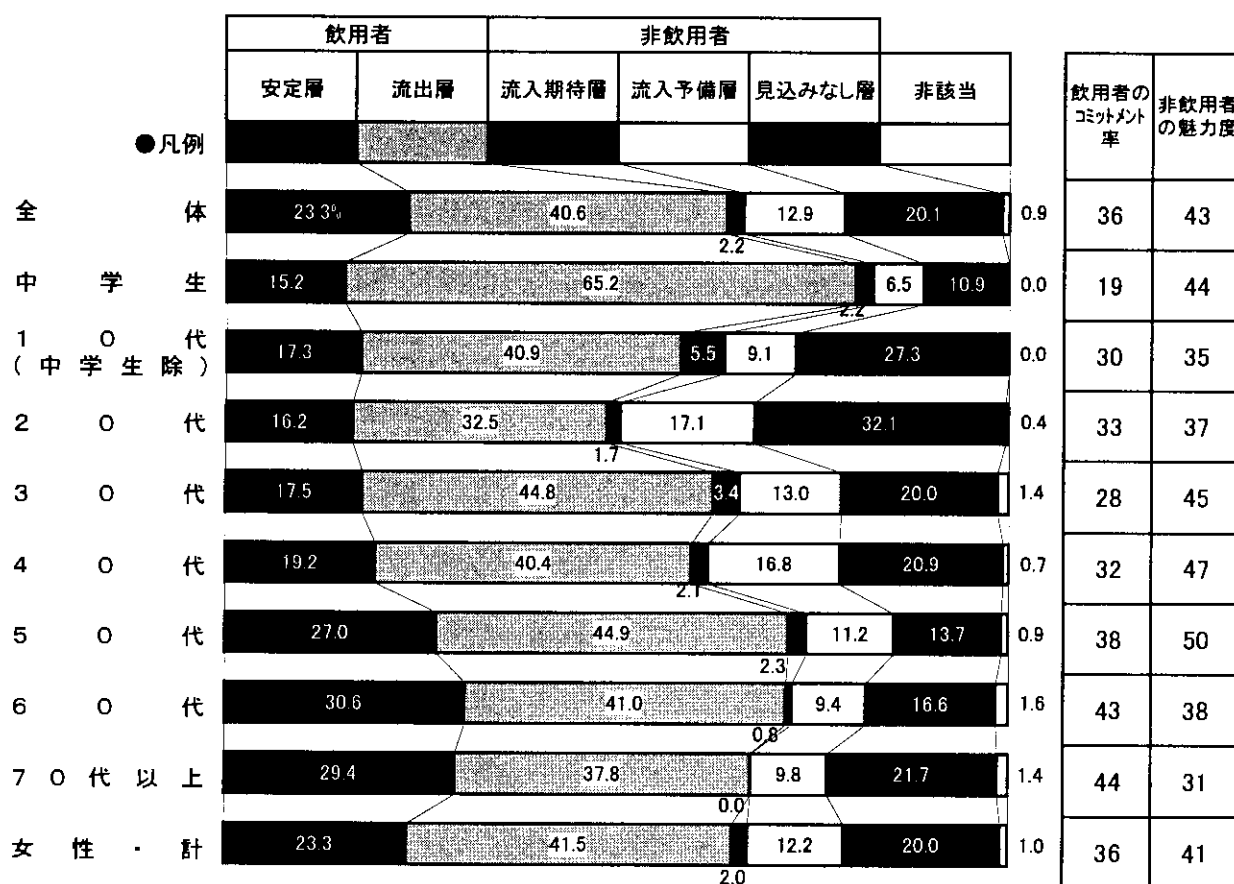


コミットメント: 安定層 / 飲用者 (安定層 / 流出層)

魅力度 : (流入期待層 + 流入予備層) / 非飲用者 (流入期待層 + 流入予備層 + 見込みなし層)

女性について、男性同様飲用者のコミットメント率が高いのは60代や70代以上、非飲用者の魅力度が高いのは50代である。女子中学生のコミットメント率が低いのが目に付く。

図表VI-5 白もの牛乳類のコンバージョンモデル[TM]セグメント(女性)



コミットメント: 安定層 / 飲用者 (安定層 / 流出層)

魅力度 : (流入期待層 + 流入予備層) / 非飲用者 (流入期待層 + 流入予備層 + 見込みなし層)

次ページ以降の図は、コミットメント率と魅力度を用いて11種類の飲料のカテゴリーポジションマップを描いたものである。横軸がコミットメント、縦軸が魅力度で、右にいくほどコミットメントが高く、上にいくほど魅力度が高いことを表す。飲用者のコミットメントが高く、非飲用者の魅力度も高い右上のポジションが、最も成長が期待できるといえる。

また、2002年にも同様の分析を行っており、2002年と2005年の時系列の動きがわかるように2時点のポジションを布置した。

全体でみると、コミットメントが高い飲用者が多く、非飲用者からみた魅力度も高いのは、「無糖のお茶飲料」であり、2002年のポジションと変わらない。「無糖のお茶飲料」の対極に位置しているのは「炭酸飲料」であり、これも2002年同様の固定的なポジションとなっている。

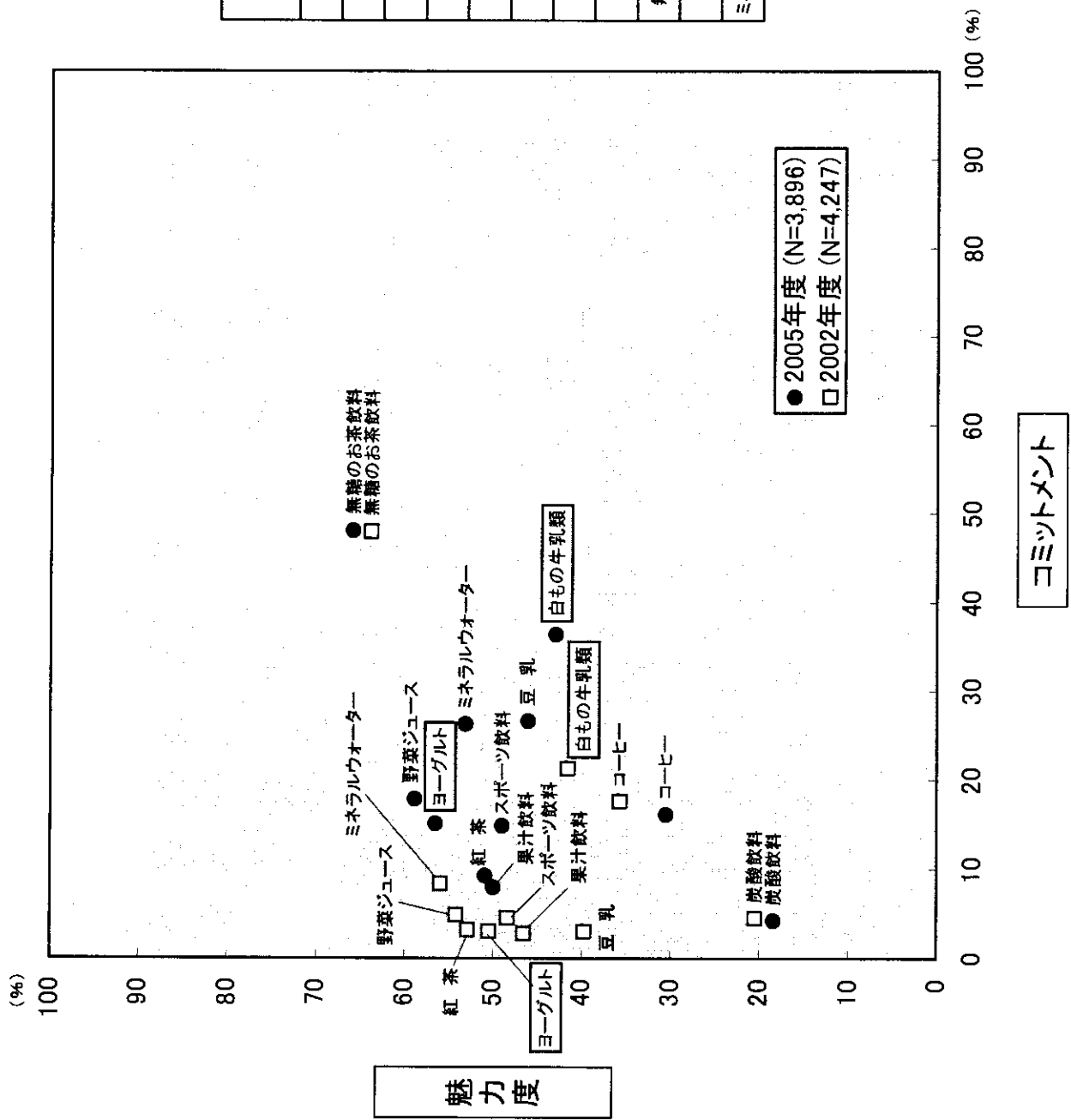
「白もの牛乳類」はお茶飲料以外の飲物と比べコミットメントは高いものの、魅力度は高くなく、「豆乳」と同様のポジションに位置している。2002年からの動きをみると、「牛乳」は右方向に動いているが上方向にはほとんど動いていない。つまり、飲用者のコミットメントは高まったが、非飲用者の魅力度は増していない。

一方、「ヨーグルト」「野菜ジュース」「豆乳」は右上の方向、成長性を表す方向に動いている。また、「ミネラルウォーター」や「スポーツ飲料」も「牛乳」と同様の右方向への動きとなっている。なお、「コーヒー」のみ左下の方向、成長性の低い方向に動いているという特徴がみられる。

総じて、この3年間に、いわゆる健康系の飲料（牛乳、ヨーグルト、野菜ジュース、豆乳、ミネラルウォーター、スポーツ飲料）に対する心理的な絆が強まっていることがよみとれる。「牛乳」に関しては、コミットメントを維持しながら、魅力度を向上させることが今後の成長のための課題であるといえる。

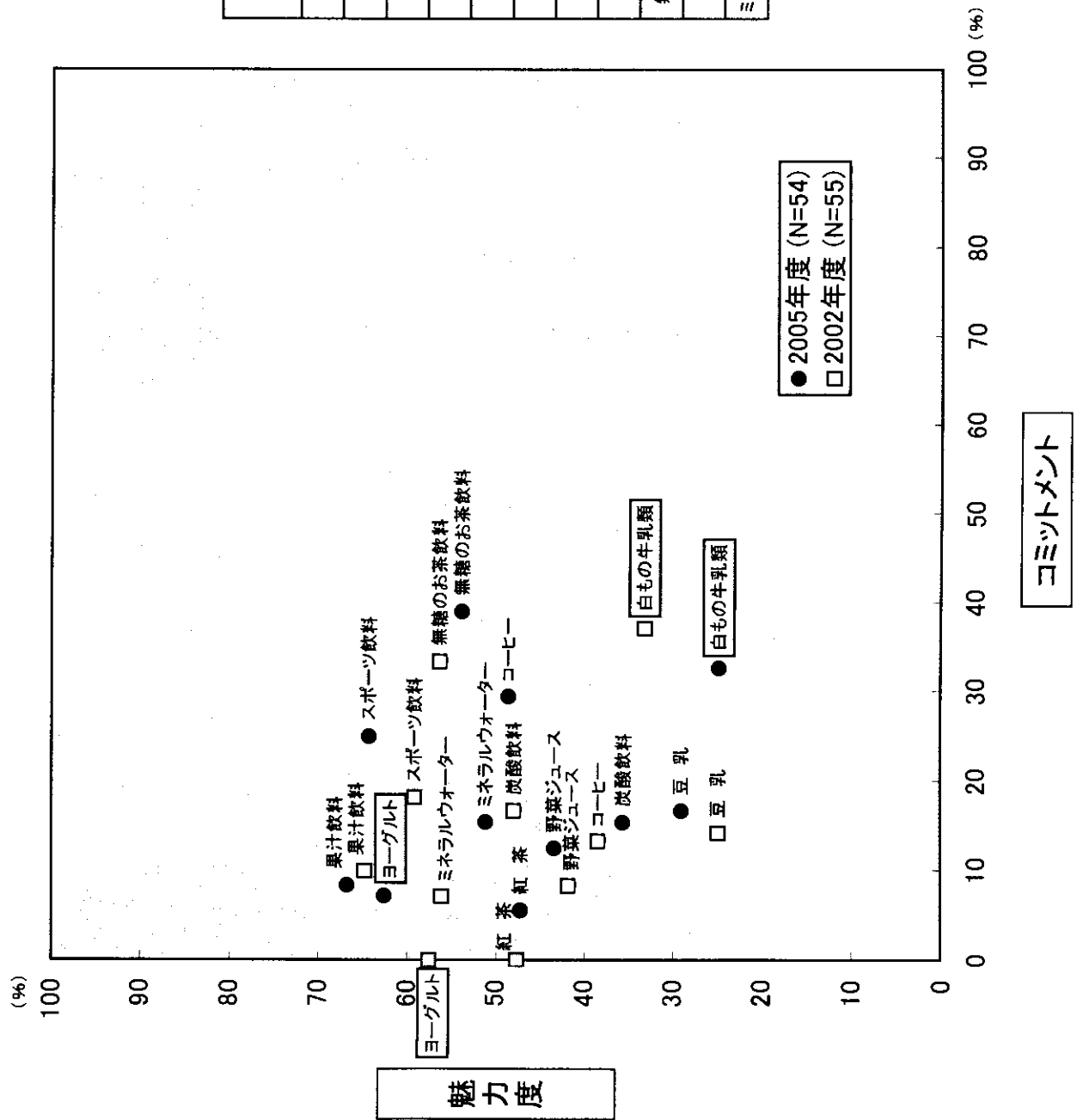
これを性年齢別にみると、「牛乳」のポジションは、ほとんどの層で右方向、コミットメントが高まる方向への動きがみられる。なかでも、男性の70代以上の層では大きく右上に動いており、高年齢層での成長性が期待できる結果となっている。一方、男性の中学生や10代では、「牛乳」は下方への動きがみられ、この層では飲用量は多いものの、心理的な絆は弱まっていることが推察される。女性については、年齢による特徴的な動きはみられない。

飲料カテゴリーポジションマップ (全体)



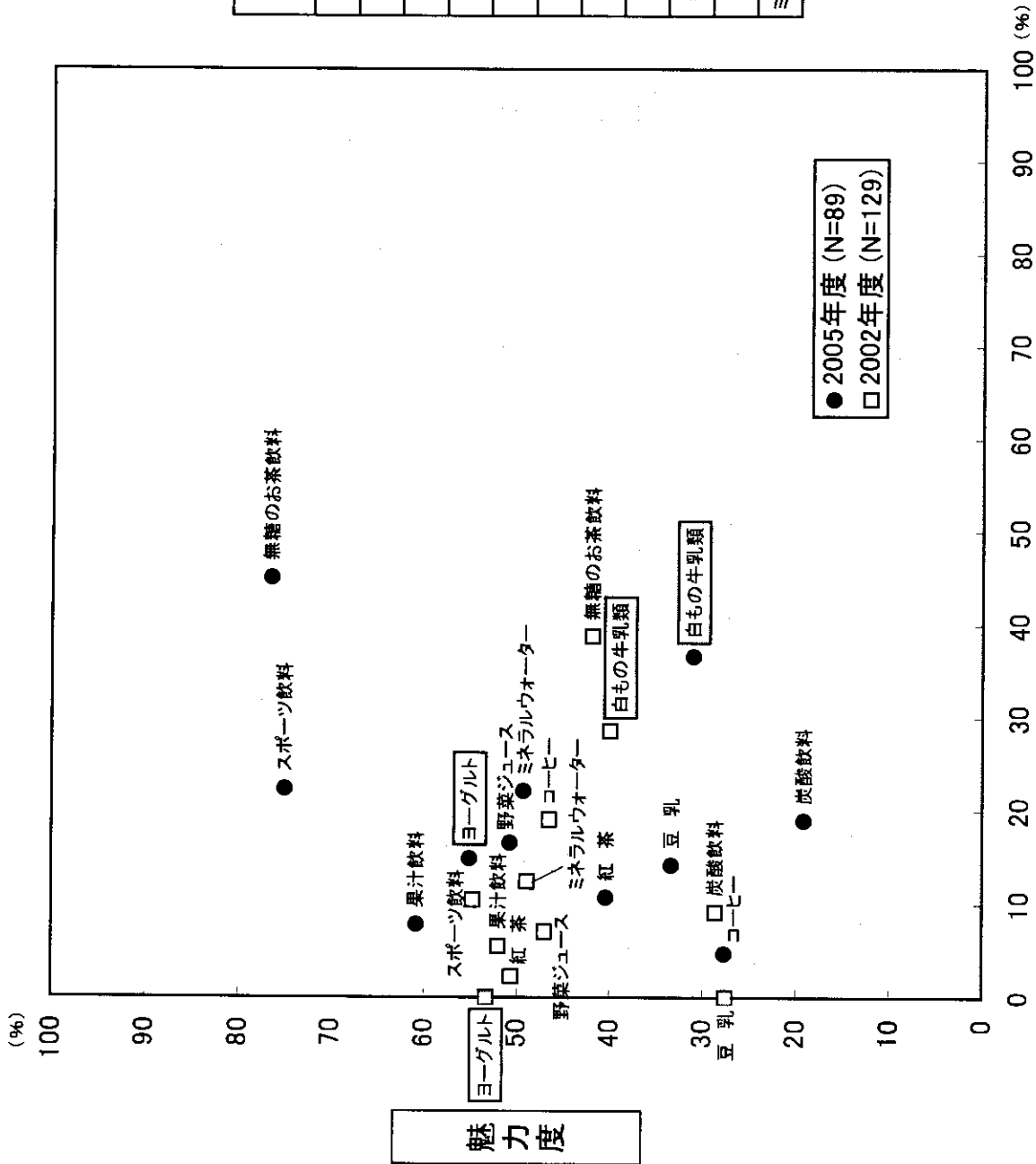
	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	21	42	36	43
ヨーグルト	3	50	15	56
果汁飲料	3	47	8	50
野菜ジュース	5	54	18	59
豆乳	3	40	27	46
炭酸飲料	5	20	4	18
コーヒー	18	36	16	31
紅茶	3	53	9	51
無糖のお茶飲料	48	64	48	66
スポーツ飲料	5	48	15	49
ミネラルウォーター	8	56	26	53

飲料カテゴリーポジションマップ (男性:中学生)



	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミット率	非飲用者 の魅力度	飲用者の コミット率	非飲用者 の魅力度
白もの牛乳類	37	33	33	25
ヨーグルト	0	57	7	63
果汁飲料	10	65	8	67
野菜ジュース	8	42	13	43
豆乳	14	25	17	29
炭酸飲料	17	48	15	36
コーヒー	13	39	29	49
紅茶	0	48	6	47
無糖のお茶飲料	33	56	39	54
スポーツ飲料	18	59	25	64
ミネラルウォーター	7	56	15	51

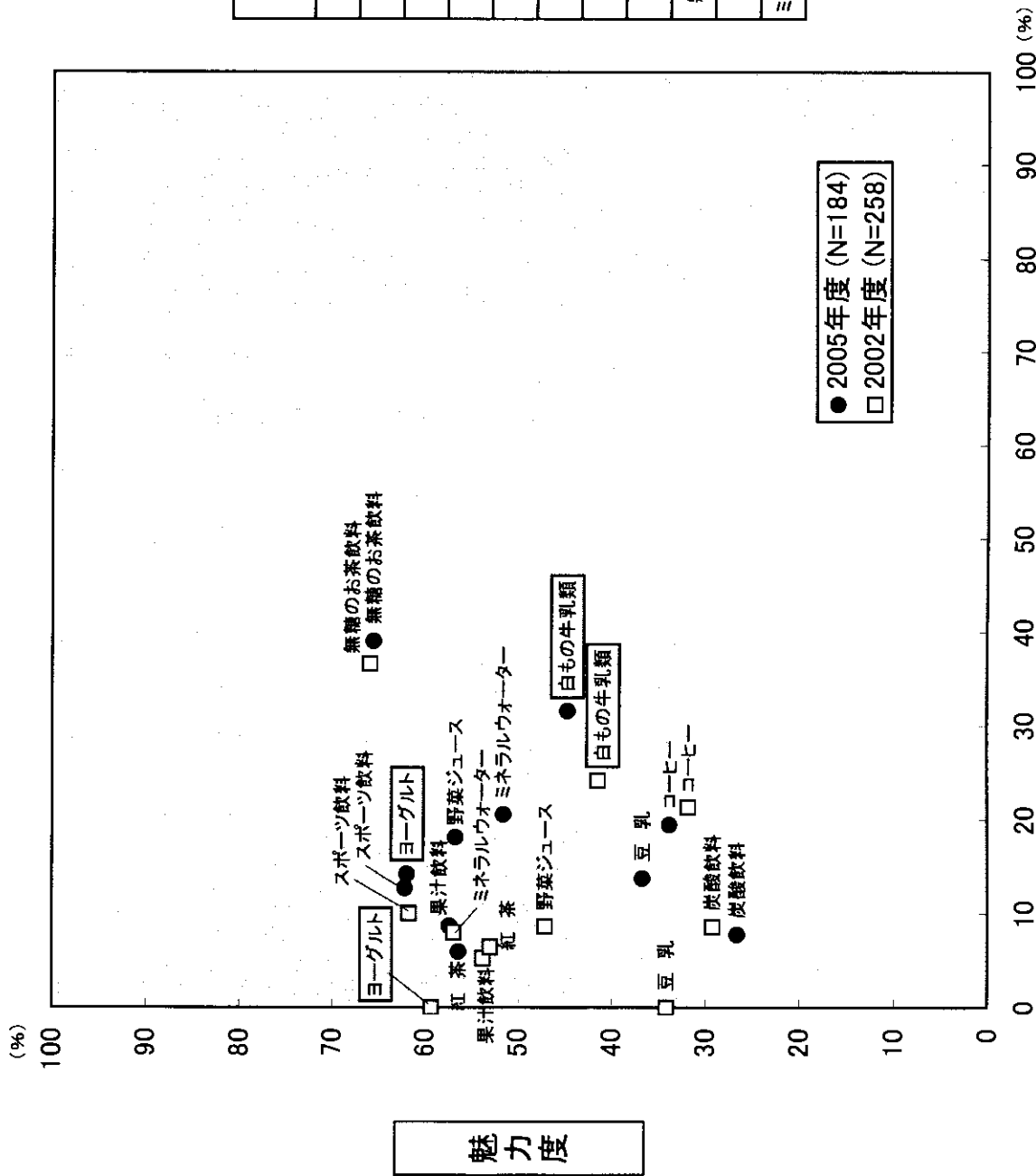
飲料カテゴリーポジションマップ (男性:10代(中学生除))



(%)

	2002年度		2005年度	
	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度
白もの牛乳類	29	40	37	31
ヨーグルト	0	53	15	55
果汁飲料	6	52	8	61
野菜ジュース	7	47	17	51
豆乳	0	28	14	33
炭酸飲料	9	29	19	19
コーヒー	19	47	5	28
紅茶	2	51	11	40
無糖のお茶飲料	39	42	45	76
スポーツ飲料	11	55	22	75
ミネラルウォーター	13	49	22	49

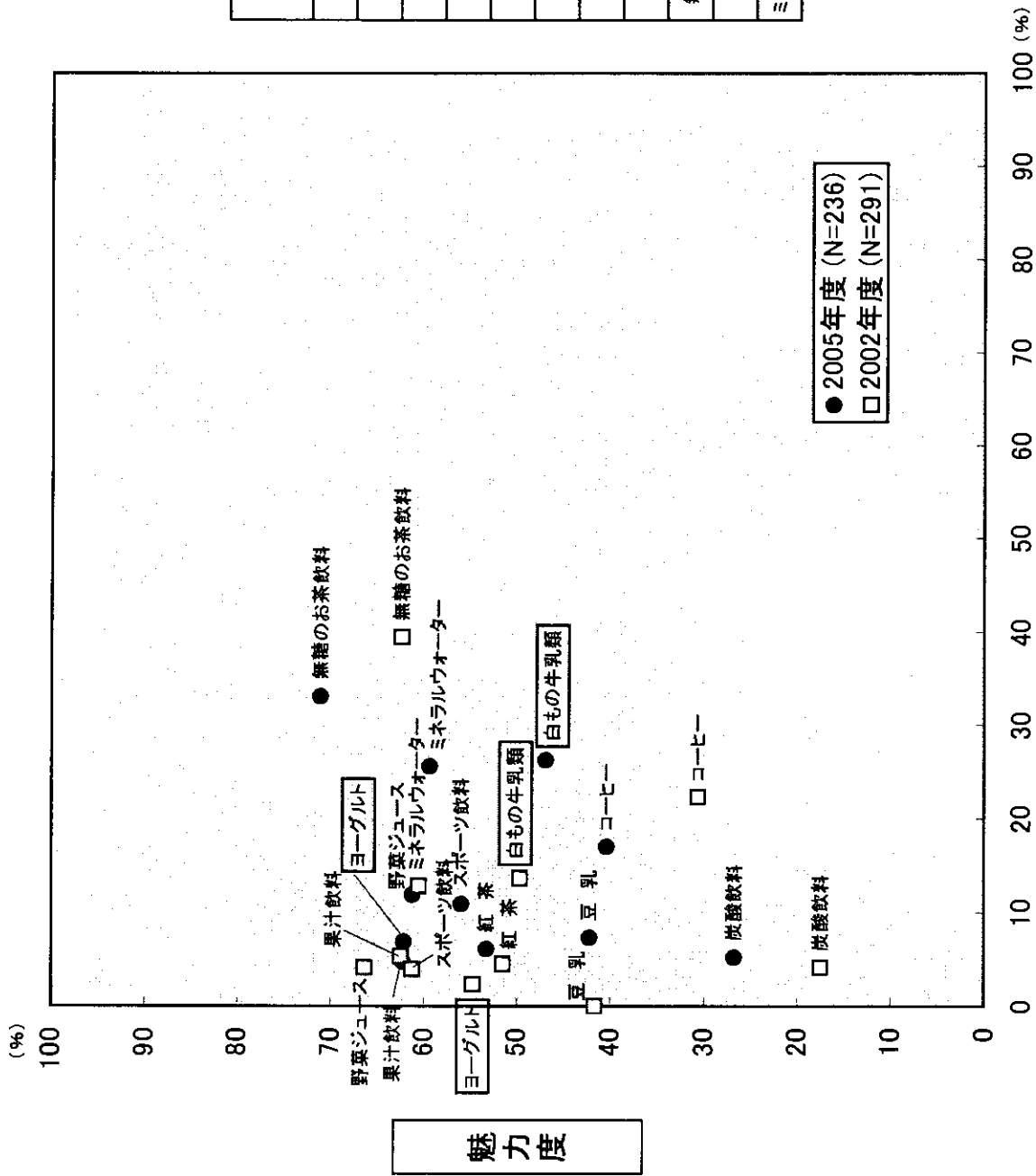
飲料カテゴリーポジションマップ (男性:20代)



(%)

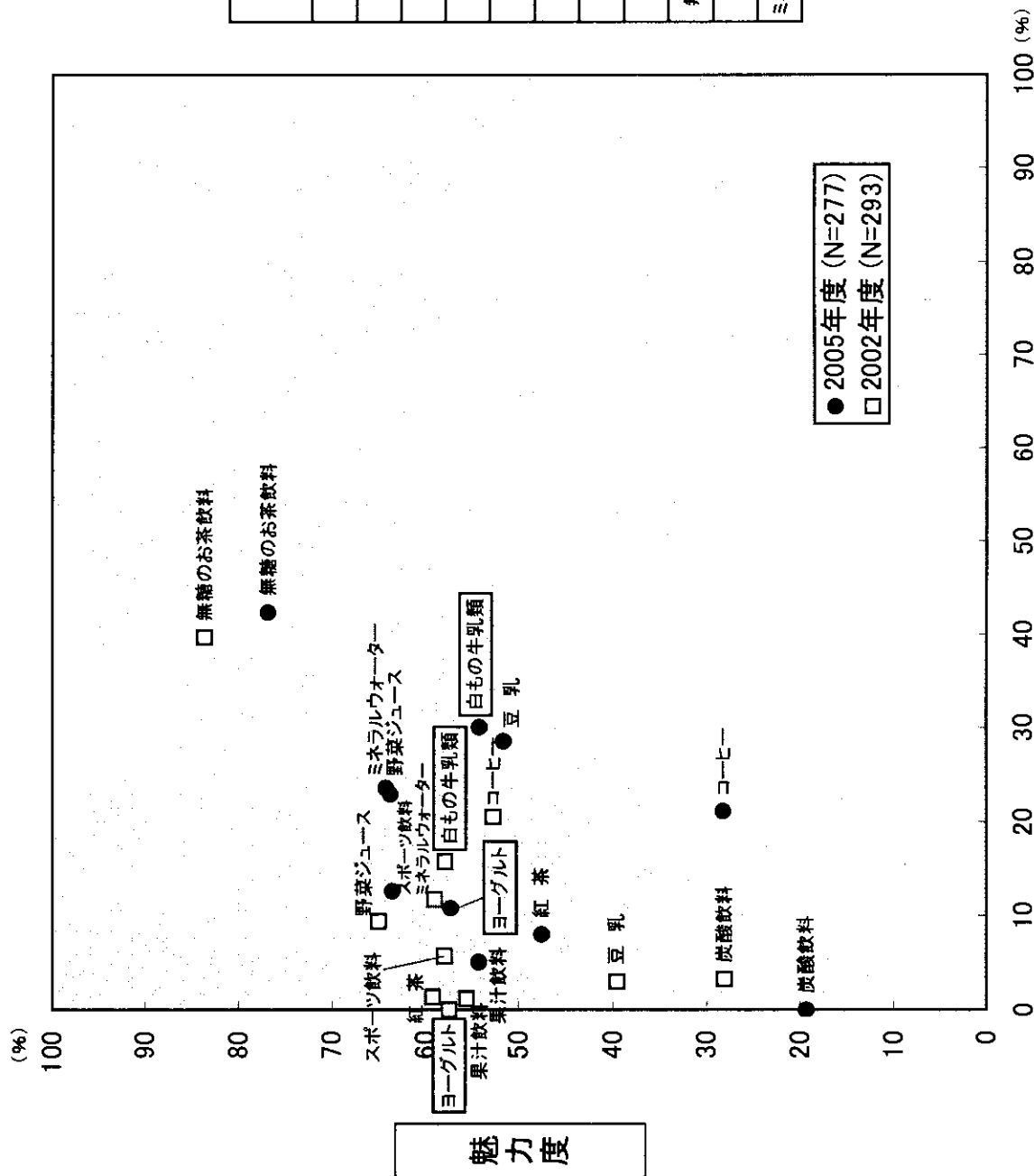
	2002年度		2005年度	
	飲用者の ポイント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の ポイント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	24	42	32	45
ヨーグルト	0	59	14	62
果汁飲料	5	54	9	57
野菜ジュース	9	47	18	57
豆乳	0	34	14	37
炭酸飲料	9	29	8	27
コーヒー	21	32	20	34
紅茶	6	53	6	56
無糖のお茶飲料	37	66	39	66
スポーツ飲料	10	62	13	62
ミネラルウォーター	8	57	21	52

飲料カテゴリーポジションマップ (男性:30代)



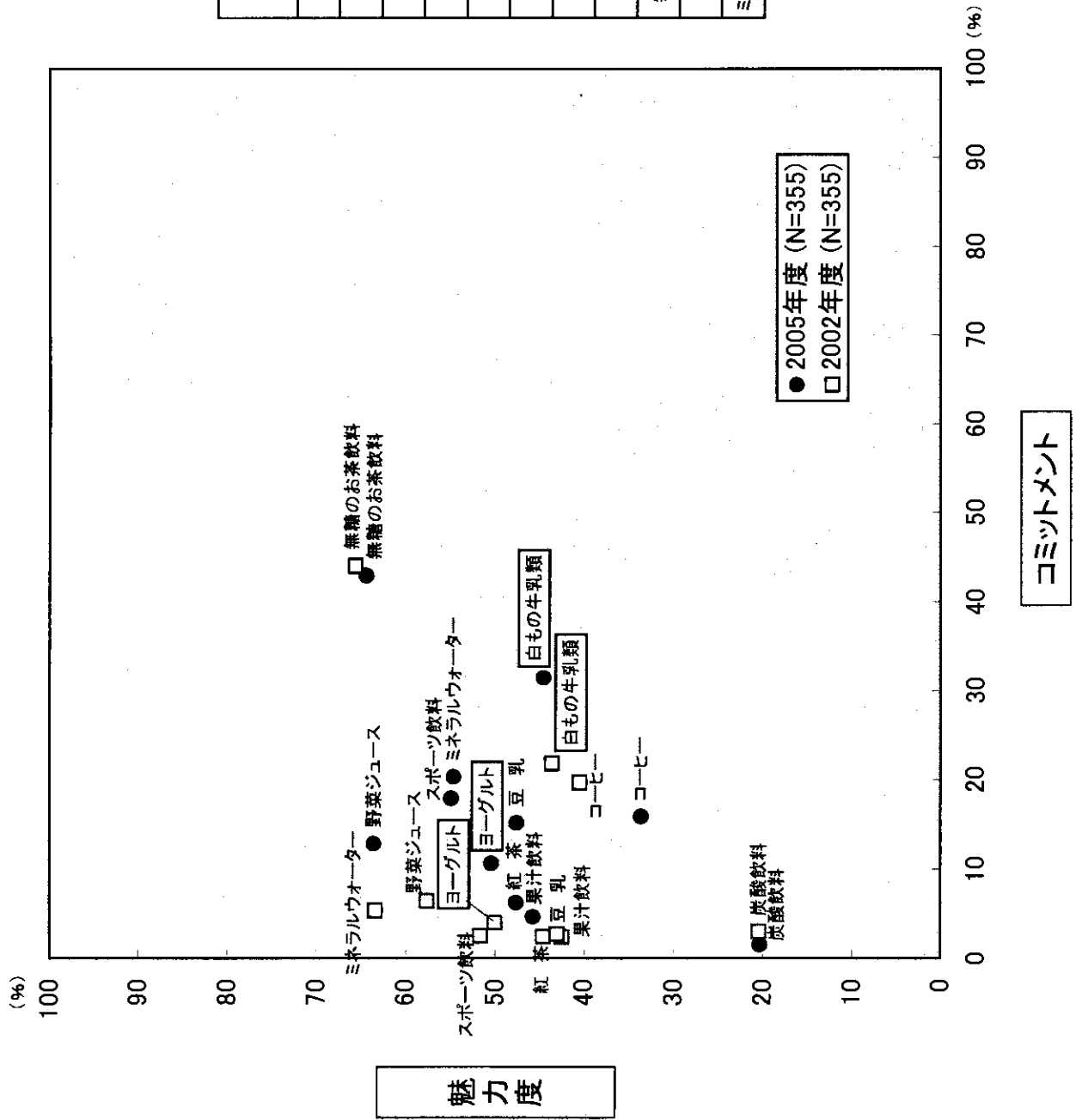
	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミット率	非飲用者 の魅力度	飲用者の コミット率	非飲用者 の魅力度
白もの牛乳類	14	50	26	47
ヨーグルト	2	55	7	62
果汁飲料	5	62	5	62
野菜ジュース	4	66	12	61
豆乳	0	42	7	42
炭酸飲料	4	17	5	27
コーヒー	22	31	17	40
紅茶	5	51	6	53
無糖のお茶飲料	40	62	33	71
スポーツ飲料	4	61	11	56
ミネラルウォーター	13	61	26	59

飲料カテゴリーポジションマップ (男性:40代)



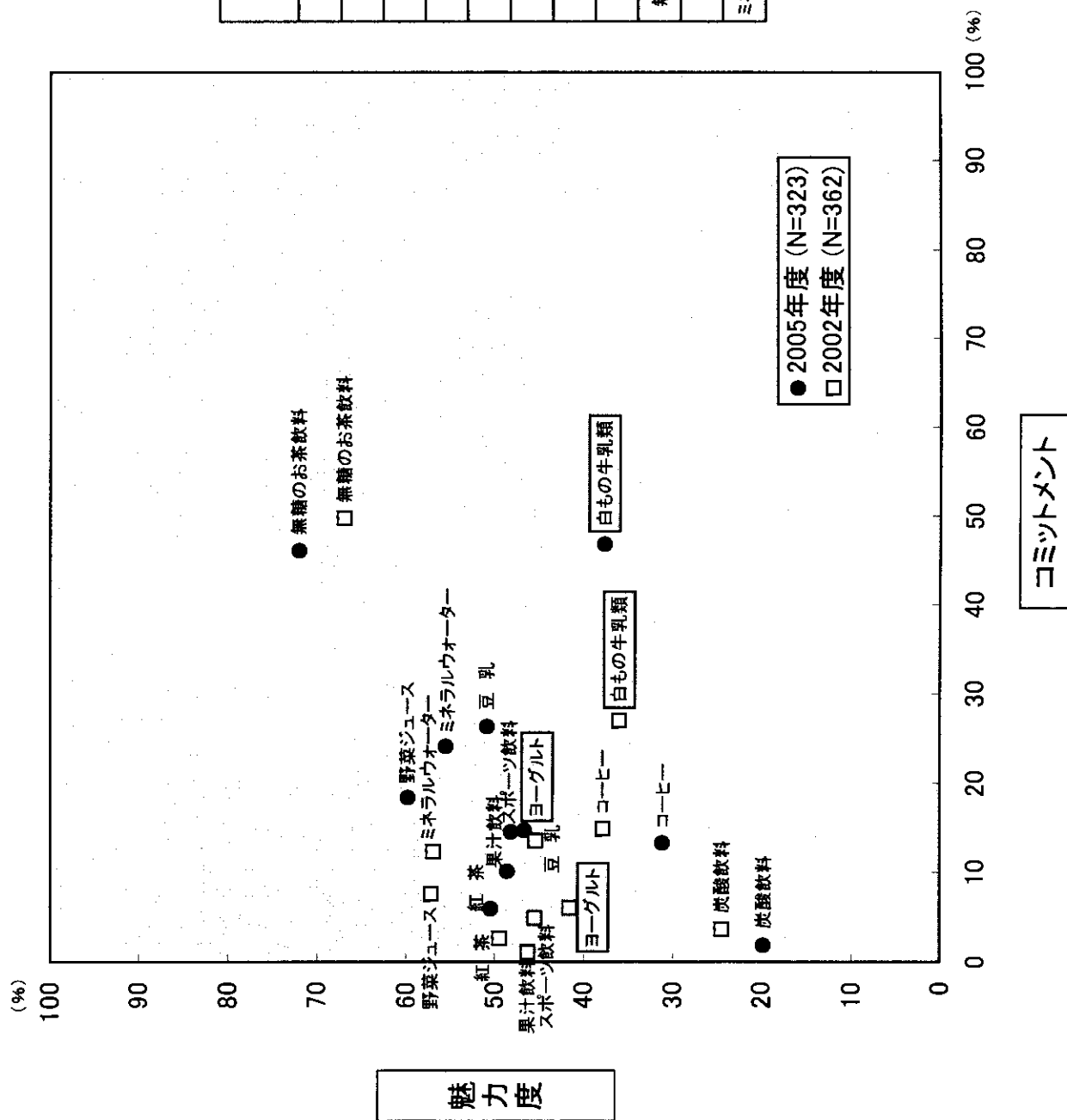
	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	16	58	30	54
ヨーグルト	0	57	11	57
果汁飲料	1	56	5	54
野菜ジュース	9	65	23	64
豆乳	3	40	29	52
炭酸飲料	3	28	0	19
コーヒー	21	53	21	28
紅茶	1	59	8	48
無糖のお茶飲料	40	84	42	77
スポーツ飲料	6	58	13	63
ミネラルウォーター	12	59	24	64

飲料カテゴリー別ポジショニングマップ (男性:50代)



	2002年度		2005年度	
	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度
白もの牛乳類	22	44	31	45
ヨーグルト	4	50	11	50
果汁飲料	2	42	5	46
野菜ジュース	7	58	13	64
豆乳	3	43	15	48
炭酸飲料	3	20	2	20
コーヒー	20	40	16	34
紅茶	2	45	6	48
無糖のお茶飲料	44	66	43	64
スポーツ飲料	3	52	18	55
ミネラルウォーター	5	63	20	55

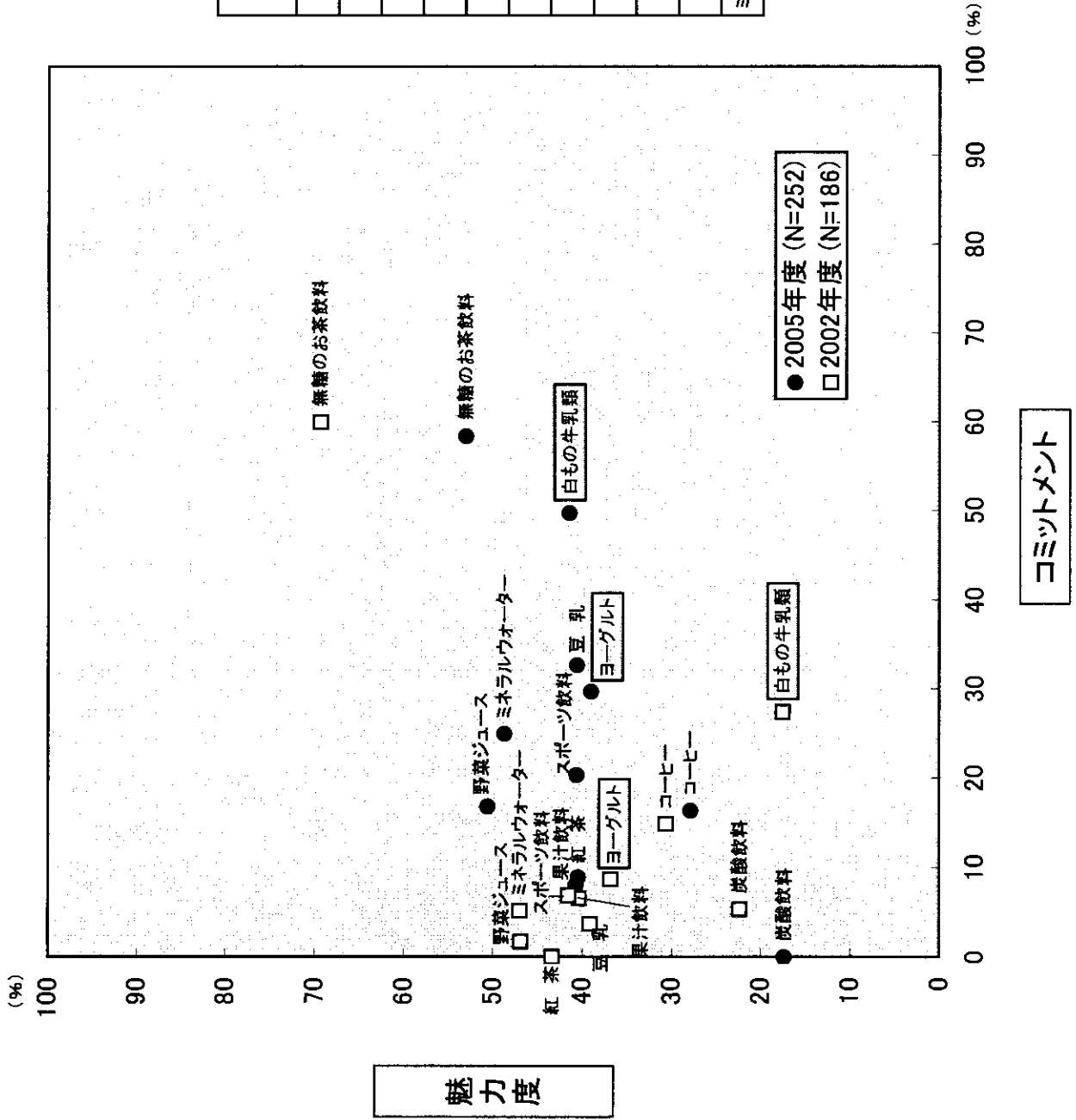
飲料カテゴリー別ポジショニングマップ (男性:60代)



(%)

	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の コミットメント率	飲用者の コミットメント率	非飲用者の コミットメント率
白もの牛乳類	27	36	47	38
ヨーグルト	6	42	15	47
果汁飲料	1	46	10	49
野菜ジュース	8	57	18	60
豆乳	14	45	26	51
炭酸飲料	4	24	2	20
コーヒー	15	38	13	31
紅茶	3	49	6	50
無糖のお茶飲料	50	67	46	72
スポーツ飲料	5	46	15	48
ミネラルウォーター	12	57	24	56

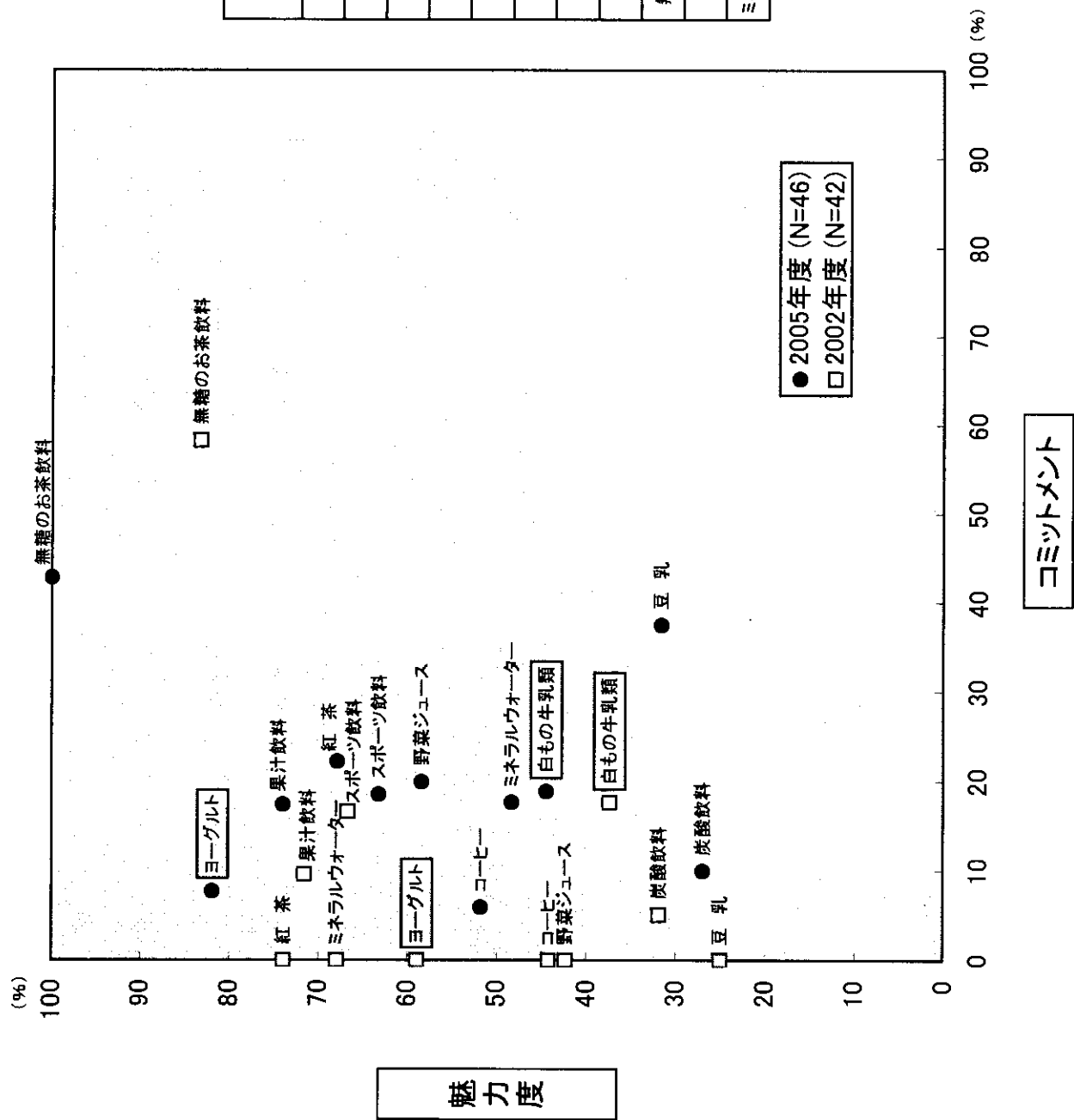
飲料カテゴリーポジションマップ (男性:70代以上)



(%)

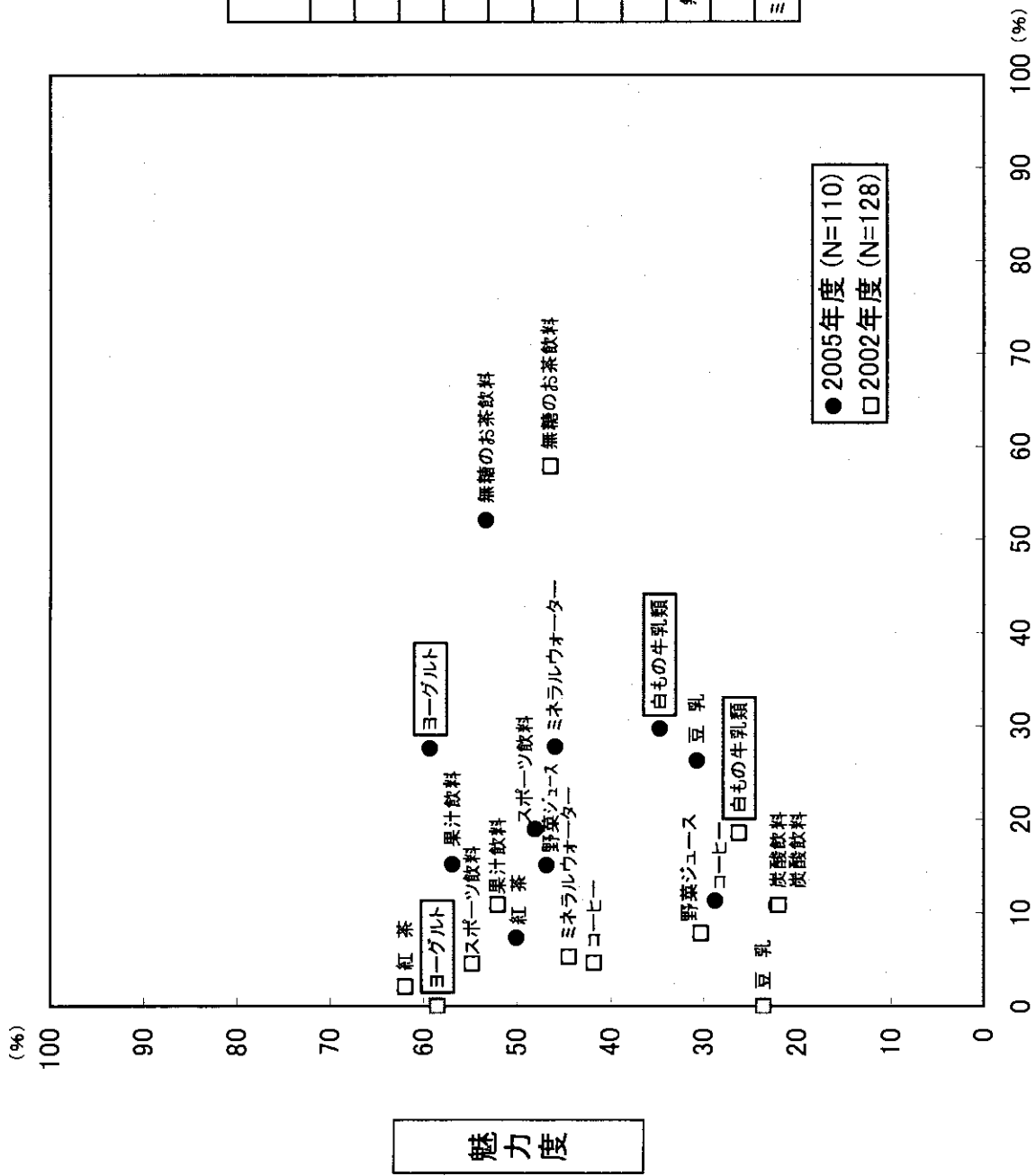
	2002年度		2005年度	
	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度
白物の牛乳類	27	18	50	41
ヨーグルト	9	37	30	39
果汁飲料	7	40	8	41
野菜ジュース	2	47	17	51
豆乳	4	39	33	41
炭酸飲料	5	22	0	17
コーヒー	15	31	16	28
紅茶	0	43	9	40
無糖のお茶飲料	60	69	58	53
スポーツ飲料	7	42	20	41
ミネラルウォーター	5	47	25	49

飲料カテゴリーポジションマップ (女性:中学生)



	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	18	37	19	44
ヨーグルト	0	59	8	82
果汁飲料	10	72	17	74
野菜ジュース	0	42	20	58
豆乳	0	25	38	32
炭酸飲料	5	32	10	27
コーヒー	0	44	6	52
紅茶	0	74	22	68
無糖のお茶飲料	58	83	43	100
スポーツ飲料	17	67	19	63
ミネラルウォーター	0	68	18	48

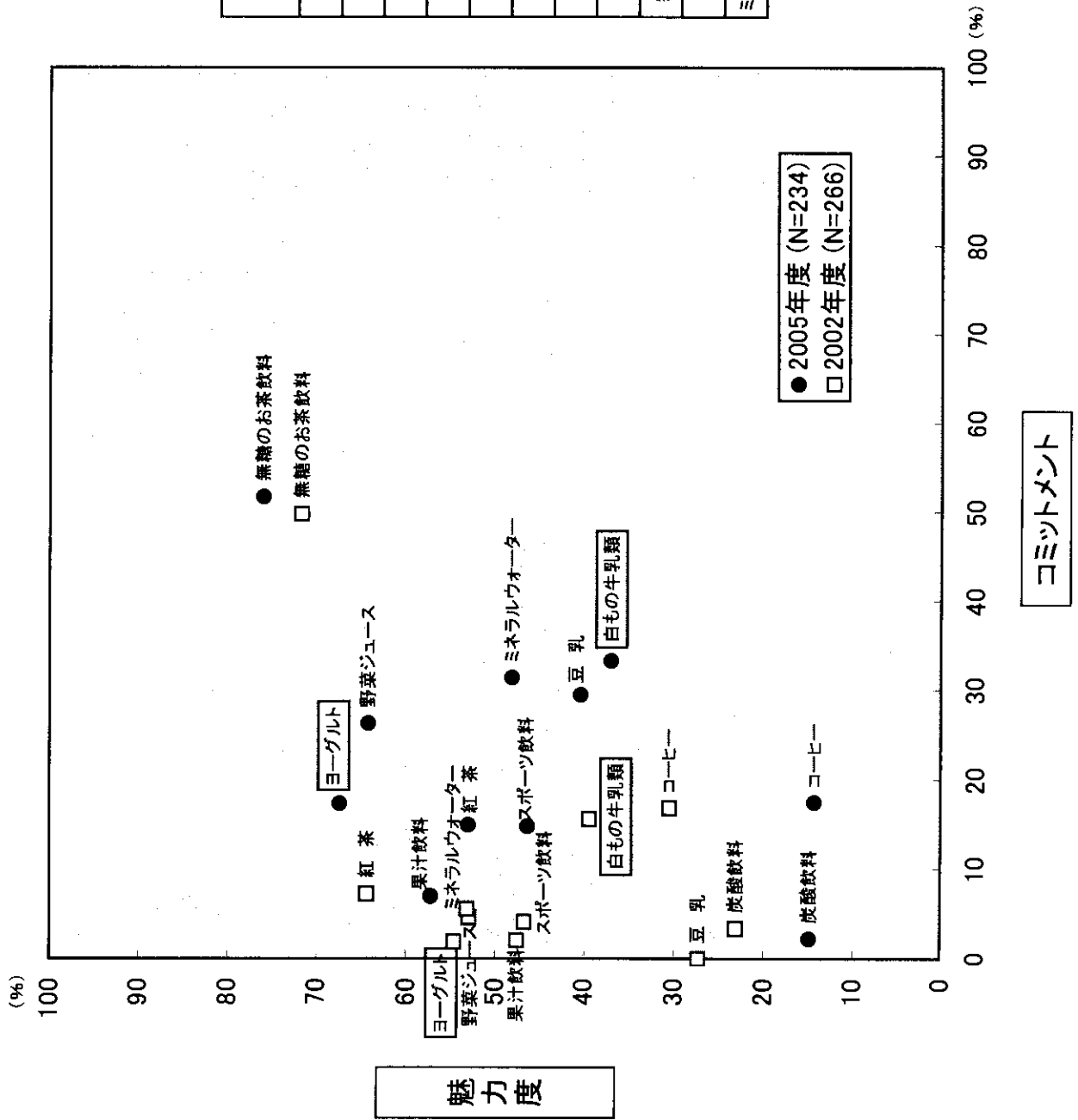
飲料カテゴリーポジションマップ (女性:10代(中学生除))



(%)

	2002年度		2005年度	
	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度
白もの牛乳類	19	26	30	35
ヨーグルト	0	59	28	59
果汁飲料	11	52	15	57
野菜ジュース	8	30	15	47
豆乳	0	24	26	31
炭酸飲料	11	22	11	22
コーヒー	5	42	11	29
紅茶	2	62	7	50
無糖のお茶飲料	58	47	52	53
スポーツ飲料	5	55	19	48
ミネラルウォーター	5	44	28	46

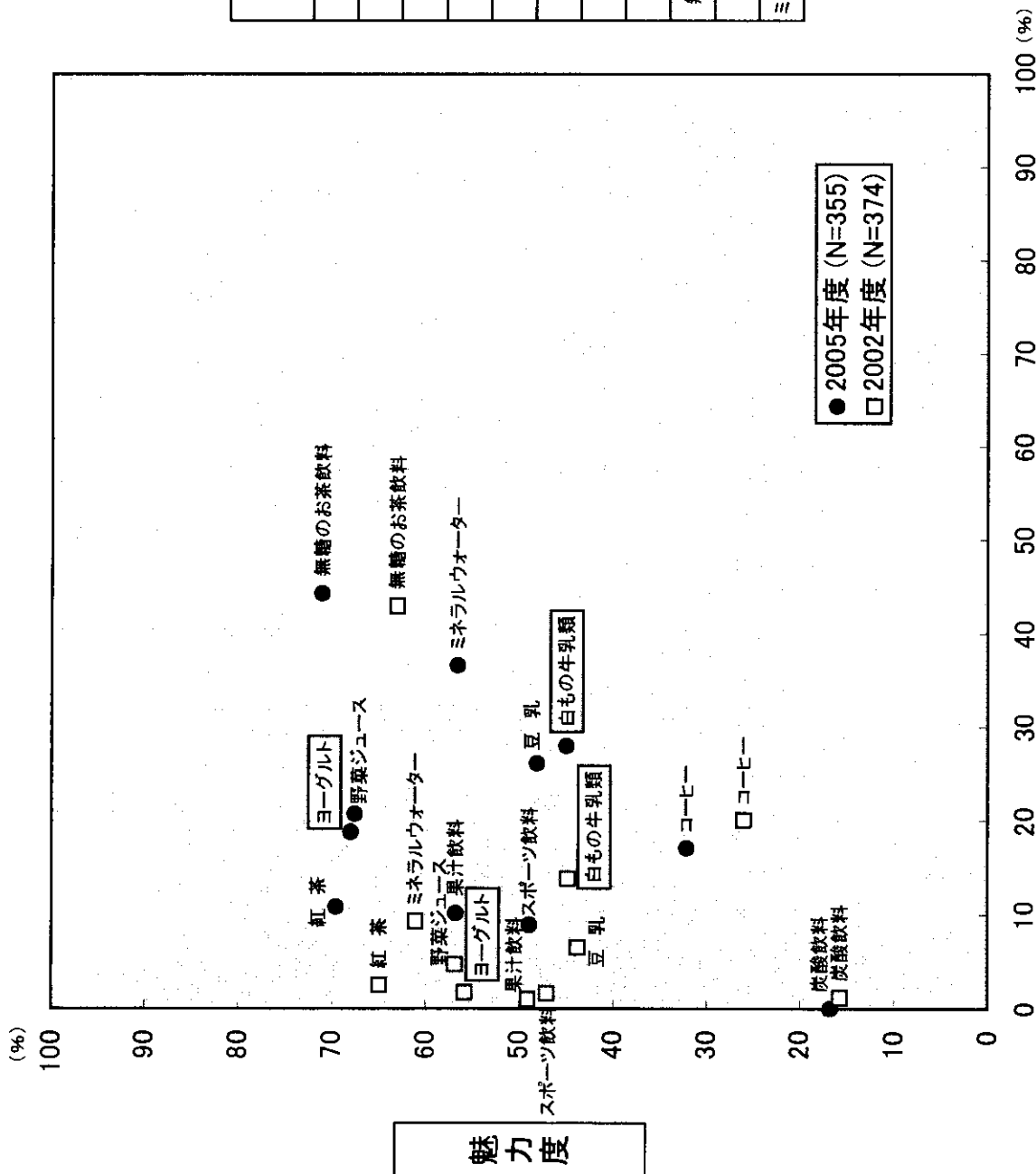
飲料カテゴリーポジションマップ (女性:20代)



(%)

	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	16	39	33	37
ヨーグルト	2	55	17	67
果汁飲料	2	48	7	57
野菜ジュース	5	53	26	64
豆乳	0	27	30	40
炭酸飲料	3	23	2	15
コーヒー	17	30	17	14
紅茶	7	64	15	53
無糖のお茶飲料	50	72	52	76
スポーツ飲料	4	47	15	46
ミネラルウォーター	6	53	31	48

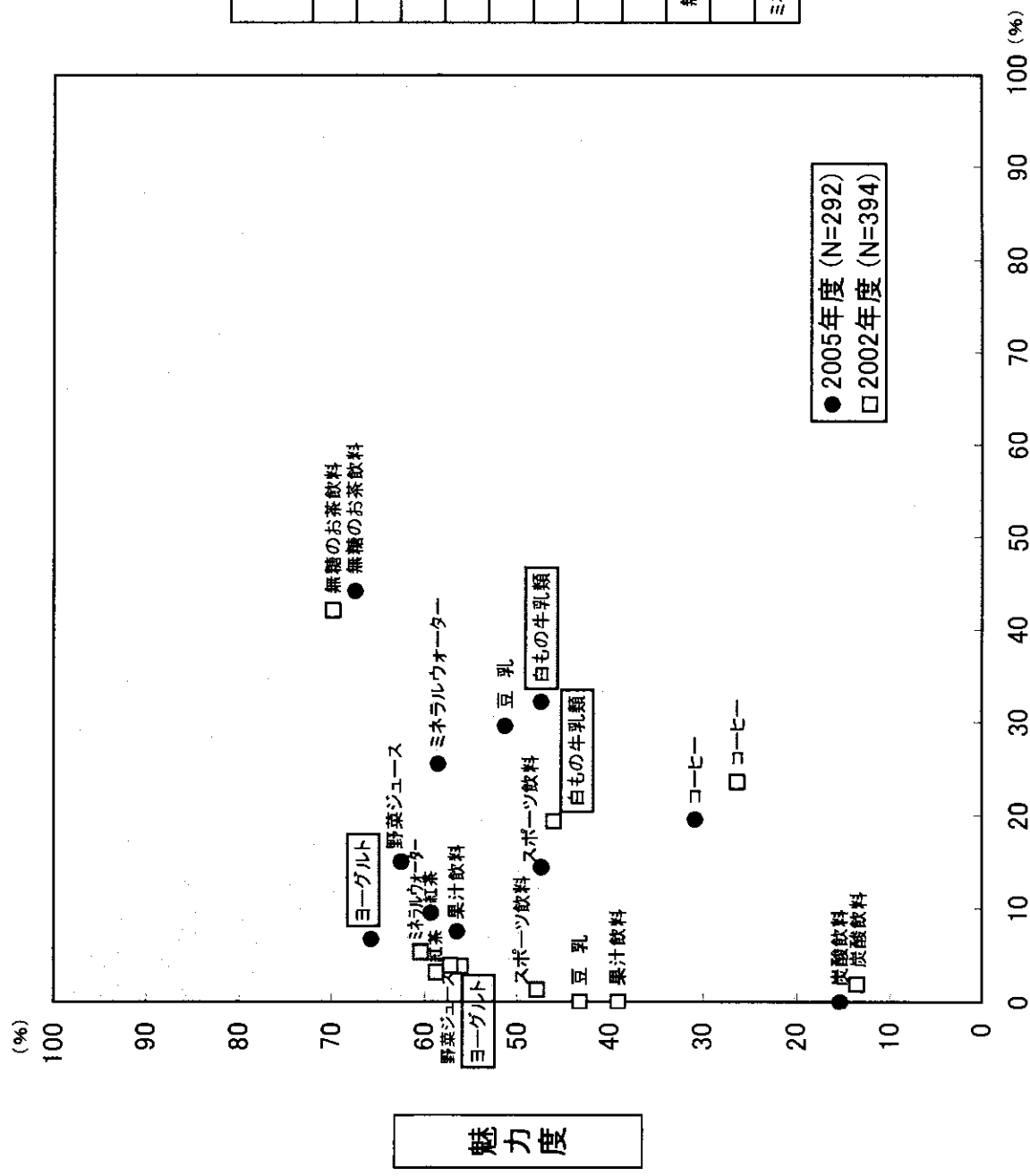
飲料カテゴリー別ポジショニングマップ (女性:30代)



(%)

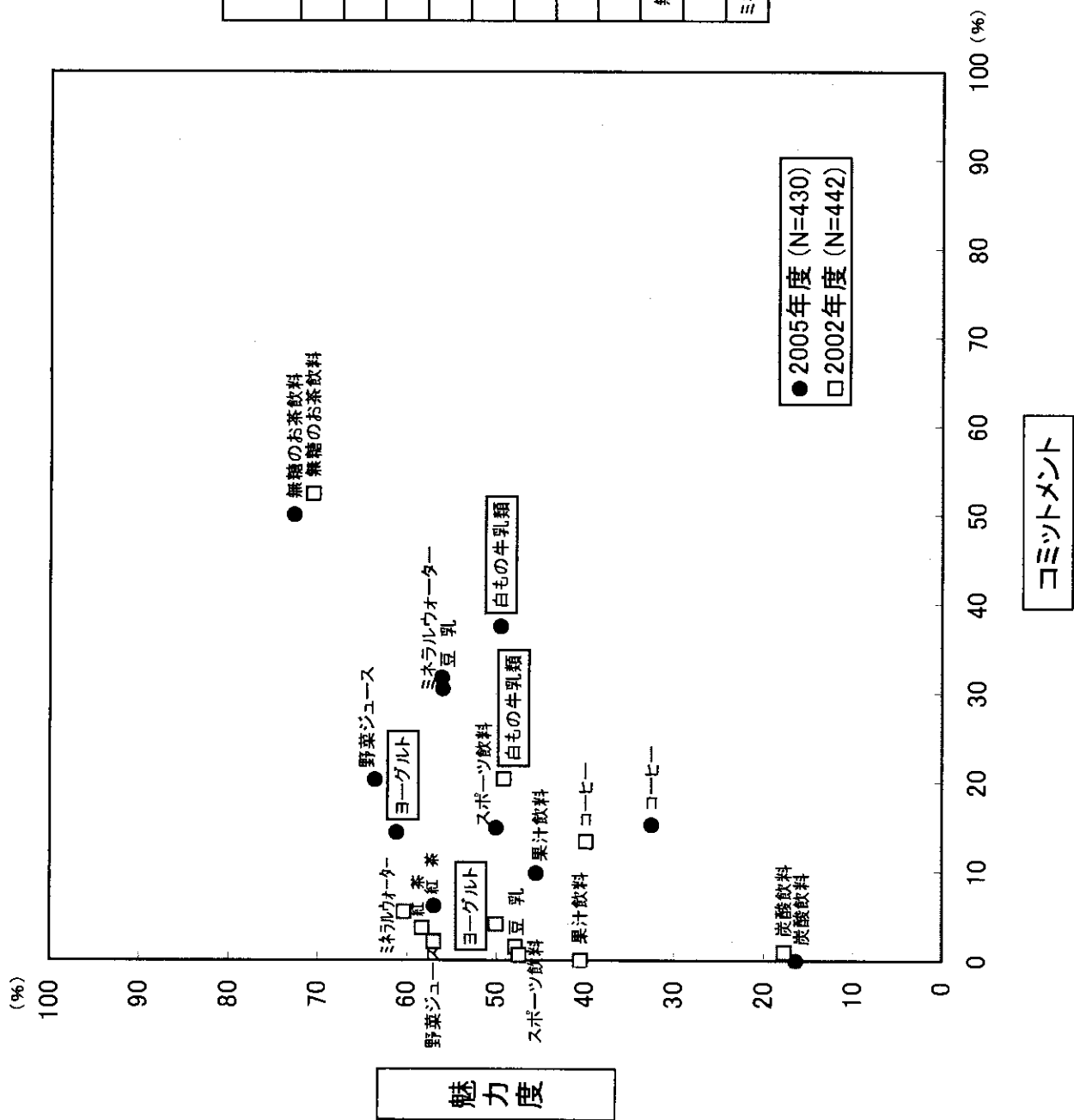
	2002年度		2005年度	
	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度	飲用者のコミットメント率	非飲用者の魅力度
白もの牛乳類	14	45	28	45
ヨーグルト	2	56	19	68
果汁飲料	1	49	10	57
野菜ジュース	5	57	21	68
豆乳	7	44	26	48
炭酸飲料	1	16	0	17
コーヒー	20	26	17	32
紅茶	3	65	11	70
無糖のお茶飲料	43	63	44	71
スポーツ飲料	2	47	9	49
ミネラルウォーター	9	61	37	57

飲料カテゴリーポジションマップ (女性: 40代)



	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白目の牛乳類	19	46	32	47
ヨーグルト	4	56	7	66
果汁飲料	0	39	8	56
野菜ジュース	4	57	15	62
豆乳	0	43	30	51
炭酸飲料	2	14	0	15
コーヒー	24	26	20	31
紅茶	3	59	10	59
無糖のお茶飲料	42	70	44	68
スポーツ飲料	1	48	14	47
ミネラルウォーター	5	60	26	59

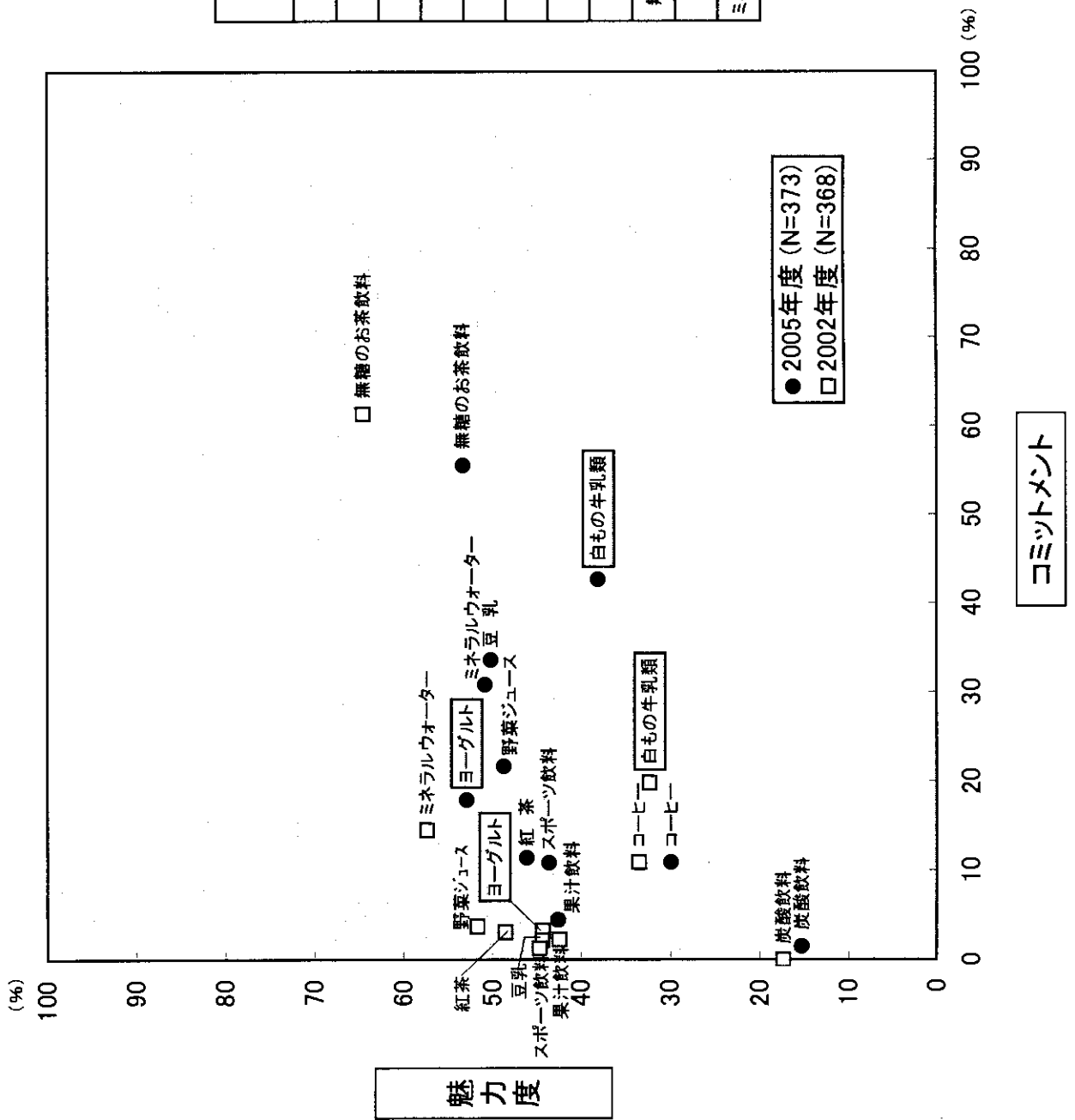
飲料カテゴリーポジションマップ (女性: 50代)



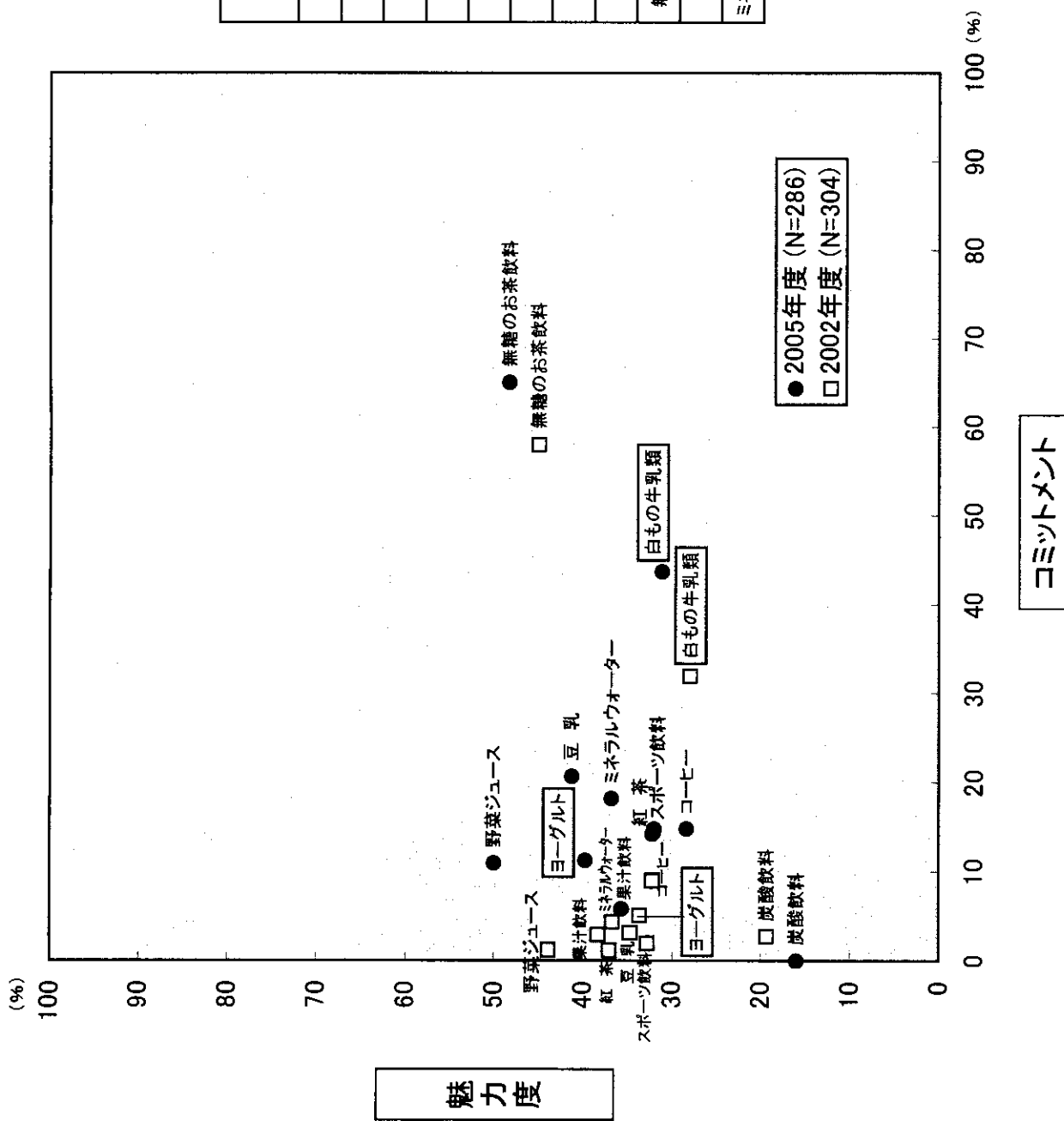
(%)

	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	20	49	38	50
ヨーグルト	4	50	14	61
果汁飲料	0	40	10	46
野菜ジュース	2	57	20	64
豆乳	2	48	32	56
炭酸飲料	1	18	0	16
コーヒー	13	40	15	32
紅茶	4	58	6	57
無糖のお茶飲料	52	71	50	73
スポーツ飲料	1	47	15	50
ミネラルウォーター	6	60	30	56

飲料カテゴリーポジションマップ (女性:60代)



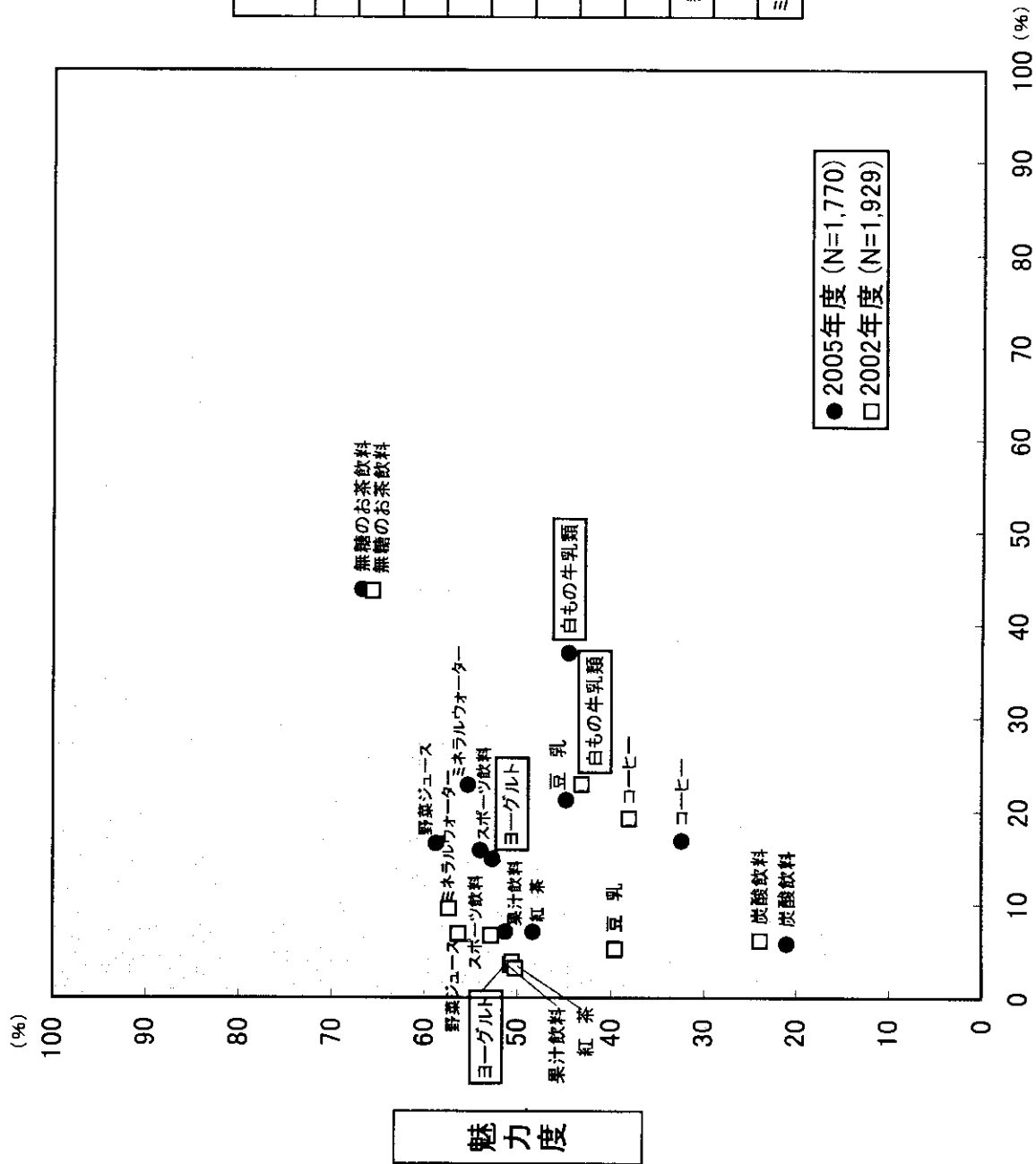
飲料カテゴリーポジションマップ (女性:70代以上)



(%)

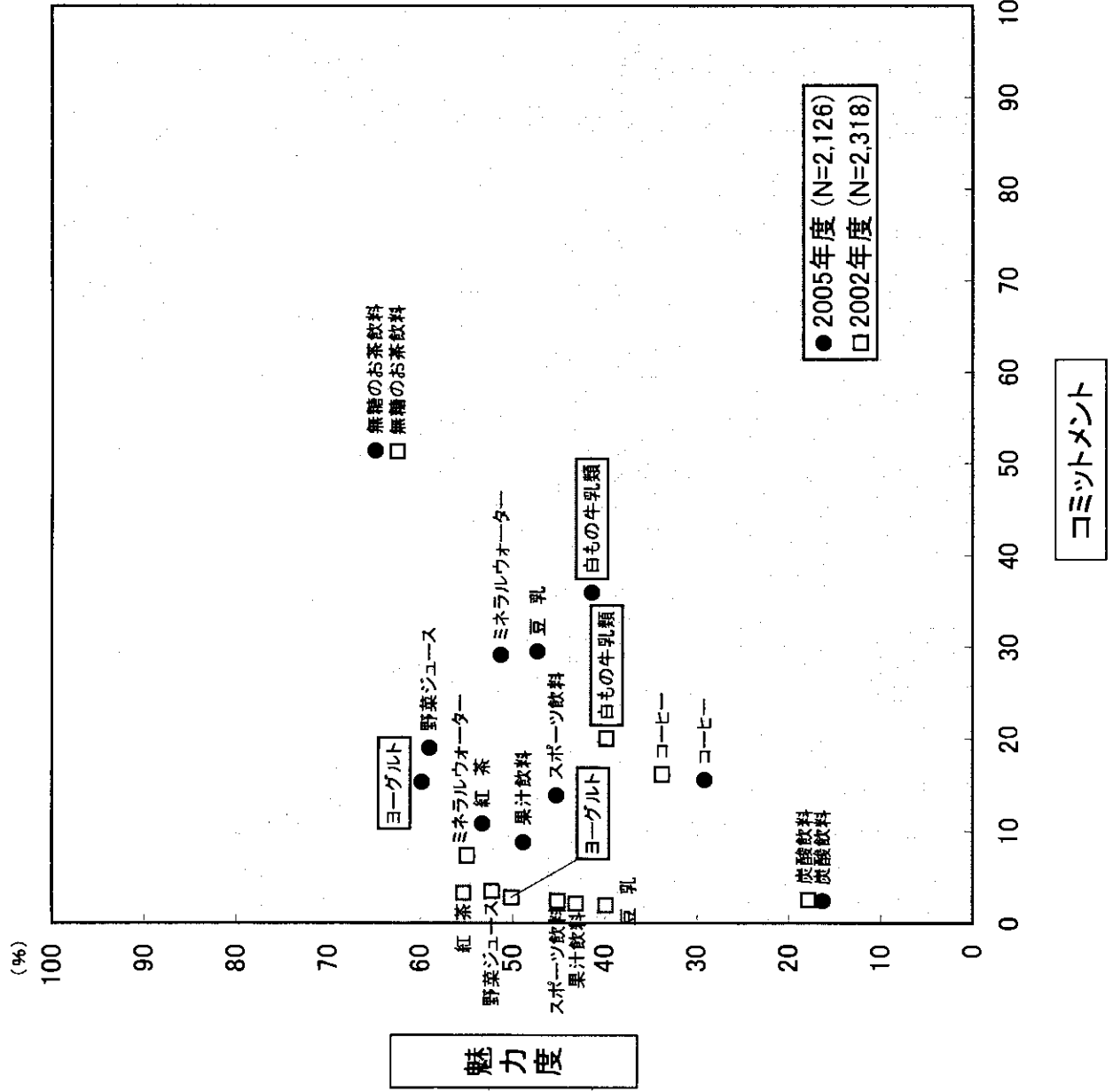
	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	32	28	44	31
ヨーグルト	5	34	11	40
果汁飲料	3	38	6	36
野菜ジュース	1	44	11	50
豆乳	3	35	21	41
炭酸飲料	3	19	0	16
コーヒー	9	32	15	28
紅茶	1	37	14	32
無糖のお茶飲料	58	45	65	48
スポーツ飲料	2	33	15	32
ミネラルウォーター	4	37	18	37

飲料カテゴリーポジションマップ (男性・計)



コミットメント

飲料カテゴリーポジションマップ (女性・計)



	2002年度		2005年度	
	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度	飲用者の コミットメント率	非飲用者の 魅力度
白もの牛乳類	20	40	36	41
ヨーグルト	3	50	15	60
果汁飲料	2	43	9	49
野菜ジュース	3	52	19	59
豆乳	2	40	30	47
炭酸飲料	3	18	2	16
コーヒー	16	34	16	29
紅茶	3	55	11	53
無糖のお茶飲料	51	63	51	65
スポーツ飲料	2	45	14	45
ミネラルウォーター	7	55	29	51

<付録1>

各年度のテーマとサンプル数

年 度	サンプル数	テ ー マ
1987 年度	4,664	<ul style="list-style-type: none"> ・諸外国の消費動向の研究 ・有識者から牛乳消費拡大のためのアイデアを収集
1988 年度	4,604	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳・乳製品の表示に関する知識と評価 ・牛乳・乳製品の種類に関する知識と度合い
1989 年度	4,579	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳・乳製品の種類の多様化への対応 ・各種宅配牛乳の利用実態と意見 ・スポーツと牛乳・乳製品のかかわり
1990 年度	4,691	<ul style="list-style-type: none"> ・スポーツと栄養に関する知識 ・輸入乳製品の利用実態と意見
1991 年度	4,714	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳と購買場面での選択基準の再度検証 ・飲用場面別の牛乳の競合商品 ・牛乳に関する知識と飲用量の関係
1992 年度	4,651	<ul style="list-style-type: none"> ・果汁100%ジュースとの競合関係の変化 ・家庭外での牛乳の飲用場面拡大のための方向性
1993 年度	4,553	<ul style="list-style-type: none"> ・知識と購買行動の関係 ・牛乳の伸び悩みがどのような方向にいくか ・果汁100%ジュースの行方
1994 年度	4,617	<ul style="list-style-type: none"> ・ティーンエイジャーの女の子への訴求方法 ・骨粗しょう症予防と牛乳の結びつき ・購買時点での牛乳の課題 (特売の利用状況、宅配の利用理由)
1995 年度	4,668	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳をとりまくライフスタイルを明らかにする ・「牛乳は太る」のイメージの解明を ・骨粗しょう症予防とカルシウム、牛乳の関係を明確に
1996 年度	4,706	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイルと牛乳との関係 ・消費実感としての牛乳の需要量の変化 ・色々な牛乳商品の飲用・購入実態 ・骨粗しょう症とカルシウム、牛乳の関係について ・1987年から1996年の10年間の変化をみる
1997 年度	4,547	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳飲用量の変化とその理由 ・牛乳とチーズ・ヨーグルトの消費量 ・牛乳と他の飲料 ・健康意識と牛乳 ・現在の家族の姿と健康
1998 年度	4,472	<ul style="list-style-type: none"> ・牛乳を1日2回以上飲んでもらうための方策 ・牛乳の飲用機会を増やすための訴求ポイント ・家庭でのしつけのあり方と牛乳飲用 ・健全なダイエットのための牛乳の役割 ・種類別の牛乳の飲用量、購入量 ・牛乳販売店からの宅配利用 ・牛乳普及のための有効な広告チャネル ・牛乳容器のあり方 ・昨今の不況の影響 ・単身世帯、一人暮らしを支える牛乳 ・国産ナチュラルチーズの振興策
1999 年度	4,476	<ul style="list-style-type: none"> ・白もの牛乳類の飲み方の割合 ・白もの牛乳類との混合飲用の実態 ・白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ ・自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入 ・白もの牛乳類の料理利用 ・白もの牛乳類、料理についての情報源 ・バター（油脂類）の使い方 ・家庭での牛乳乳製品の常備 ・白もの牛乳類のための冷蔵庫の中のスペース ・メーカーやブランドについて

年 度	サンプル数	テ ー マ
2000 年度	4,632	<ul style="list-style-type: none"> ・種類別の牛乳の飲用量、購入量 ・牛乳・乳製品と他の食品のイメージ ・自宅外での牛乳・乳製品の飲食・購入 ・牛乳・乳製品の好き・嫌い ・バター・生クリーム（油脂類）の使い方 ・小学生以下の牛乳の飲用 ・家庭での牛乳・乳製品の常備 ・牛乳の容器について ・牛乳と栄養に関する健康意識
2001 年度	4,778	<ul style="list-style-type: none"> ・白もの牛乳類の飲み方の割合 ・白もの牛乳類との混合飲用の実態 ・自宅外での牛乳の飲食・購入 ・牛乳・乳製品と他の飲料のおいしさ ・牛乳・乳製品についての知識 ・バター・生クリーム（油脂類）の使い方 ・ヨーグルト・チーズの食頻度 ・家庭での牛乳・乳製品の常備実態 ・健康などへの関心 ・白もの牛乳類の購入場所 ・牛乳容器の表示 ・食中毒事故と飲用／購入態度の変化
2002 年度	4,277	<ul style="list-style-type: none"> ・12歳以下のこどもの白もの牛乳類の飲用実態 ・白もの牛乳類と他の飲料のイメージ・飲用機会 ・白もの牛乳類のもつ様々なベネフィットの認識 ・白もの牛乳類を使った料理の実態 ・牛乳容器の表示と切欠きについて ・BSEと白もの牛乳類・乳製品の飲食の変化
2003 年度	4,177	<ul style="list-style-type: none"> ・白もの牛乳類を飲用したい場所 ・白もの牛乳類と一緒に食べる食べ物 ・白もの牛乳類の飲用量の増減とその理由・きっかけ ・白もの牛乳類の購入・宅配に関する意識 ・ヨーグルトの飲食・手作りの実態 ・乳製品・肉類の産地意識 ・健康と食生活に関する認識と情報源
2004 年度	4,177	<ul style="list-style-type: none"> ・白もの牛乳類と混ぜて飲むもの ・白もの牛乳類の飲用量の増減 ・牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる状況 ・白もの牛乳類の購入量と購入意識 ・牛乳を使った料理の実態 ・ヨーグルトの飲食・手作りの実態 ・健康や食生活に関する認識 ・競合飲料のイメージと飲用シーン
2005 年度	3,896	<ul style="list-style-type: none"> ・白もの牛乳類の飲用実態 ・白もの牛乳類飲用量の変化に対する認識 ・白もの牛乳類の購入実態 ・ヨーグルトの飲食実態 ・健康や食生活に関する認識 ・競合飲料の飲用状況と白もの牛乳類に対する心理的絆

<付録 2>

単純集計結果付き調査票

ご記入にあたって

1. 各質問の回答は、あなたのご意見に最も近いものを選び、質問の最後に(1つだけ○印)とあれば「1つだけ」、(いくつでも○印)とあれば「いくつでも」あてはまる番号を○で囲んでください。
2. 「その他」に該当する場合は番号を○で囲み、()内に具体的な内容をご記入ください。
3. ほとんどの質問が回答を選んでいただくものですが、数字をご記入いただく質問もあります。
4. 質問によってはご回答いただく方が限られる場合があります。矢印(→)や【 】の指示に従ってお進みください。

白もの牛乳類 (注) についてお聞きします

(注) ここでいう白もの牛乳類とは、普通の牛乳や低脂肪乳(ローファットミルク)や機能強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)などの白い牛乳類をいいます。市販のいわゆるコーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含みません。

【すべての方に】(N=3896)

問1 あなたは、日頃の程度白もの牛乳類をお飲みになりますか。

コーヒー、紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル(オートミール、コーンフレーク等)にかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めてお答えください。ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除きます。(1つだけ○印)

1 毎日飲む	39.5	5 月に2~3日飲む	7.2
2 週に5~6日飲む	9.8	6 それ以下しか飲まない	6.0
3 週に3~4日飲む	15.5	7 全く飲まない	10.2
4 週に1~2日飲む	11.9		

NA -

白もの牛乳類の飲み方についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問2 あなたは、日頃どの程度白もの牛乳類を**そのまま**お飲みになりますか。

コーヒーなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたり、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除いてお答えください。

ただし、あたためたり、氷を入れたり、砂糖・ハチミツ等甘味料だけを加えたりする飲み方は、そのまま飲む飲み方に含めます。

(それぞれ1つずつ○印)	そのまま飲む								NA
	毎日飲む	週に5〜6日飲む	週に3〜4日飲む	週に1〜2日飲む	月に2〜3日飲む	それ以下しか	飲まない	全く飲まない	
夏場は →	30.5	9.2	14.9	12.9	8.3	8.0	16.0	0.1	
冬場は →	26.1	7.4	15.1	15.8	8.3	9.5	17.7	0.1	
年間平均すると →	26.6	9.3	16.2	13.6	8.9	9.7	15.5	0.2	

【すべての方に】(N=3896)

問3 では、あなたは、日頃どの程度白もの牛乳類をコーヒー、紅茶やココアなど**他の飲み物**に入れて、または、牛乳に**他のものを混ぜて**お飲みになりますか。

(それぞれ1つずつ○印)	他のものと混ぜて飲む								NA
	毎日飲む	週に5〜6日飲む	週に3〜4日飲む	週に1〜2日飲む	月に2〜3日飲む	それ以下しか	飲まない	全く飲まない	
夏場は →	20.1	5.7	9.9	12.0	8.9	11.6	31.6	0.1	
冬場は →	18.6	5.6	10.5	12.8	9.7	11.5	31.3	0.1	
年間平均すると →	18.2	5.7	11.4	11.8	10.1	12.4	30.0	0.3	

白もの牛乳類を全く飲まない方(問1で「7」とお答えの方)は、問8にお進みください。

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】（N=3497）

問4 あなたは、白もの牛乳類を飲むときは1日に合計でどれくらいの量を飲みますか。

夏場、冬場、年間平均でお知らせください。

コーヒーなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、「牛乳瓶1本分 200ml」を目安としてお答えください。ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使っているものは除きます。

（それぞれ1つずつ〇印）

		1日に白もの牛乳類を飲む量								
		50 ml 未満	50 ml くらい	100 ml (牛乳瓶半分)	200 ml (牛乳瓶1本)	400 ml (牛乳瓶2本)	600 ml (牛乳瓶3本)	800 ml (牛乳瓶4本)	1 L (牛乳瓶5本) 以上	NA
夏場は	→	6.6	4.9	15.6	54.7	12.9	3.0	0.5	0.9	0.8
冬場は	→	8.5	6.9	21.4	52.2	7.2	1.9	0.4	0.3	1.1
年間平均すると	→	6.8	6.3	19.9	53.3	9.1	2.3	0.6	0.8	0.8

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】（N=3497）

問5 あなたは、白もの牛乳類を飲む時にどのような飲み方をしますか。

ふだん飲む量を 100%とした時、それぞれどのくらいの割合になるかをお知らせください。家庭だけでなく、学校や職場の給食や外食などで飲む量をすべて含めてお答えください。ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使っているものは除きます。

	夏場は	冬場は	年間平均すると
	↓	↓	↓
a. そのまま飲む（あたためたり、氷を入れたり、砂糖を加えたりする飲み方を含む）	6 7 .0 %	6 3 .5 %	6 5 .1 %
b. コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む	2 8 .7 %	3 2 .8 %	3 0 .9 %
c. シリアル（オートミール、コーンフレーク等）やくだものなどにかける	4 .3 %	3 .7 %	4 .0 %
合計	1 0 0 %	1 0 0 %	1 0 0 %

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】（N=3497）

問6 あなたは、ふだん、白もの牛乳類をどのような時に飲みますか。そのまま飲む以外
の場合も含めて、次の中からすべてお知らせください。（いくつでも○印）

1	朝起きぬけに	11.6	11	のどがかわいたとき	43.0
2	朝食をとりながら	41.6	12	ちょっとおなかですいたとき	14.1
3	朝食後	13.5	13	勉強や仕事をしながら	4.3
4	朝食がわりに	6.4	14	レジャーやスポーツ時	1.9
5	昼食時	15.3	15	くつろいでいる時	21.1
6	夕食時	6.6	16	乗り物での移動中	2.1
7	おやつや間食時	37.0	17	来客時	2.9
8	夜食時	4.5	18	その他	2.3
9	風呂上がり	26.9			
10	夜寝る前	14.5			

NA 0.9

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】（N=3497）

問7 あなたが白もの牛乳類を飲む理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。

（いくつでも○印）

1	おいしいから	27.6	11	骨粗しょう症が心配だから	23.3
2	好きだから	28.5	12	良質のタンパク質があるから	16.8
3	栄養があるから	42.6	13	美容に良いから	3.8
4	カルシウムがあるから	55.4	14	便秘に効果があるから	13.1
5	朝食など食事代わりに	7.9	15	健康によいから	41.6
6	水などの代わりに	16.6	16	ぐっすり眠るために	4.9
7	他のものと混ぜたり、他の ものにかけてりするため	24.9	17	気持ちをリラックスさせるために	5.3
8	習慣で	19.4	18	背が高くなりたいから	3.1
9	いつも家にあるから	21.3	19	医師など医療関係者がすすめるから	1.9
10	家族がすすめるから	4.8	20	他の飲み物に比べて安いから	1.6
			21	その他	2.1

NA 1.3

牛乳の種類についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問8 牛乳の種類について、(1)、(2)、(3)にお答えください。

(1) 次のうち、あなたが見たり聞いたりしてご存じのものを、すべてお知らせください。

(2) では、あなたがこの1ヵ月くらいの間に飲んだものはどれですか。

(3) さらに、今後も飲み続けていきたいもの、あるいは、今は飲んでいなくても、今後新たに飲みたいと思うものはどれですか。

(それぞれいくつでも○印)

	(1)知っているもの (いくつでも○印) ↓	(2)過去1ヵ月間に 飲んだもの (いくつでも○印) ↓	(3)今後も飲み続 けたいもの/ 新たに飲みた いもの (いくつでも○印) ↓
1)普通の牛乳(下のどれにも該当しないもの)	*	57.9	50.1
2)産地表示牛乳 (産地名がブランド・商品名になっているもの)	62.5	32.6	31.5
3)低温殺菌牛乳 (63℃~65℃で30分で殺菌している牛乳)	52.2	14.2	14.6
4)HTST牛乳 (72℃~75℃で15秒で殺菌している牛乳)	8.0	2.3	3.6
5)ロングライフ牛乳 (LL牛乳、60日間常温で保存できるもの)	28.6	3.4	3.7
6)低脂肪牛乳 (生乳から乳脂肪を除いたもので、 乳脂肪分が0.5%以上1.5%以下のもの)	77.7	29.4	25.0
7)無脂肪牛乳 (生乳から乳脂肪を除いたもので、乳脂肪分が0.5%未満のもの)	36.2	4.9	7.0
8)成分調整牛乳 (生乳から成分の一部を除き、無脂乳固形分8.0%以上のもの)	52.5	14.5	10.2
9)濃厚牛乳 (乳脂肪分の割合が高いもの)	58.8	14.8	15.7
10)お腹がゴロゴロしない牛乳(乳糖分解乳)	30.1	2.0	6.4
11)栄養成分強化牛乳 (カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)	39.7	12.6	21.2
12)加工乳 (生乳を原料として、クリームや濃縮乳、バター、脱脂粉乳などを 加えたもの)	46.2	7.4	5.4
13)オーガニック牛乳 (有機栽培された飼料で飼育された乳牛から搾ったもの)	10.4	1.5	11.1
14)ひとつもない/わからない	3.3	12.2	12.3

NA 4.9 1.0 1.0

この1年間の白もの牛乳類の飲み方の変化についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問9 あなたは、この1年間に白もの牛乳類を飲む量が増えましたか、それとも減りましたか。(1)そのまま飲む場合、(2)混ぜて飲む場合、(3)全体では、それぞれについてお知らせください。

(それぞれ1つずつ○印)	(1)そのまま飲む場合 ↓	(2)混ぜて飲む場合 ↓	(3)全体では ↓
飲む量が非常に増えた	2.3	2.6	2.4
飲む量がやや増えた	7.2	10.8	10.9
変わらない	60.1	57.9	61.7
飲む量がやや減った	10.2	5.9	9.9
飲む量が非常に減った	6.1	3.4	4.2
牛乳はもともと飲まない	12.5	15.0	9.6
NA	1.6	4.4	1.3

【白もの牛乳類を飲む量が全体として減った方(問9の(3)で「4、5」とお答えの方)に】(N=550)

問10 この1年間に白もの牛乳類を飲む量が減った理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。(いくつでも○印)

1 もともと嫌いだから	7.6	11 コレステロールが気になるから	10.2
2 味にくせがあるから	4.5	12 家に置いていないから	14.4
3 においが嫌いだから	4.0	13 他の飲み物と比べて高いから	1.3
4 口当たりが悪いから	2.9	14 他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会がないから	45.8
5 飲んだあと口に残るから	11.1	15 牛乳を外で飲んでいると、子供っぽく見られるから	0.4
6 太ると思うから	8.0	16 ダサイと思うから	0.0
7 買いに行くのが面倒だから	5.6	17 強制的に飲まされた悪い思い出があるから	0.5
8 日持ちがしないから	9.5	18 牛乳のイメージがよくないから	0.7
9 お腹がゴロゴロするから		19 アレルギーがあるから	1.5
10 下痢をすることがあるから	16.7	20 その他	18.9

NA 2.4

【白もの牛乳類を飲む量が全体として減った方（問9の（3）で「4、5」とお答えの方）に】（N=550）

問11 あなたは、その減った「白もの牛乳類」のかわりに、何を飲んでますか。

（いくつでも○印）

1	ドリンクヨーグルト	16.0
2	乳酸菌飲料（ヤクルトなど）	16.0
3	果汁飲料	16.2
4	野菜ジュース	24.5
5	豆乳	16.9
6	炭酸飲料（コーラ、ファンタなど）	11.5
7	コーヒー	36.0
8	紅茶	15.5
9	無糖のお茶飲料（緑茶、麦茶、ウーロン茶など）	60.2
10	スポーツ飲料（ポカリスエットなど）	20.7
11	ミネラルウォーター	16.4
12	ビール、ワインなどのアルコール類	12.9
13	その他	3.5
14	「白もの牛乳類」のかわりに飲んでいる飲み物はない	3.3
	NA	0.5

白もの牛乳類の購入についてお聞きします

【すべての方に】（N=3896）

問12 お宅では、白もの牛乳類をどのくらいの頻度で購入していますか。（1つだけ○印）

1	ほぼ毎日	17.6	4	2週間に1回くらい	5.6	7	わからない	3.9
2	週に2~3回くらい	41.6	5	月に1回以下	3.6			
3	週に1回くらい	20.6	6	ほとんど買わない	7.0			

NA 0.2

白もの牛乳類の宅配についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問 13 お宅では、白もの牛乳類を宅配でとったことがありますか。(いくつでも○印)

1	これまで牛乳を宅配でとったことはない	47.0
2	この1年以内に、牛乳販売店からとりはじめた	2.4
3	この1年以内に、生協など牛乳販売店以外からとりはじめた	1.4
4	1年以上前から、牛乳販売店からとっている	14.9
5	1年以上前から、生協など牛乳販売店以外からとっている	6.2
6	この1年以内に、牛乳販売店からとるのをやめた	3.4
7	この1年以内に、生協など牛乳販売店以外からとるのをやめた	0.9
8	1年以上前からとっていない	24.2

NA 0.6

【この1年以内に白もの牛乳類をとりはじめた方(問13で「2、3」とお答えの方)に】(N=143)

問 14 白もの牛乳類をとりはじめた理由をお知らせください。(いくつでも○印)

1	牛乳を定期的に飲めるから	40.6
2	ビン牛乳はおいしいから	28.7
3	新鮮なものが手に入るから	33.6
4	好きな銘柄の牛乳が手に入るから	11.2
5	カルシウム強化牛乳など特定の牛乳が手に入るから	20.3
6	スーパー等で売っていない商品があるから	9.8
7	牛乳は重いから	13.3
8	買いに行かなくてもいいので便利だから	31.5
9	他のものといっしょに配達してくれるから	14.0
10	ビンのリサイクルができるから	4.2
11	販売店のサービスと情報があるから	1.4
12	サンプルをもらったから	20.3
13	チラシを見たから	1.4
14	牛乳を売っている店が近くにないから	1.4
15	その他	4.9

NA 4.2

【この1年以内に白もの牛乳類をとるのをやめた方（問13で「6、7」とお答えの方）に】(N=166)

問15 白もの牛乳類をとるのをやめた理由をお知らせください。(いくつでも○印)

1	それほど牛乳を飲まなくなったから	18.1
2	好きな銘柄がなくなったから	0.6
3	量の調整ができないのでたまってしまふことがあったから	27.1
4	宅配牛乳は高い感じがしたから	26.5
5	まとめてお金を払うのが面倒になったから	4.2
6	スーパーで買い物のついでに買うようになったから	42.2
7	牛乳を特売で買うようになったから	11.4
8	好きなときに近くで買う方が便利だと思ったから	31.9
9	牛乳が冷たくないから	1.8
10	配達時間が守られないから	4.2
11	定期的に集金に来ないから	1.2
12	サンプルをくれないから	1.2
13	牛乳以外の商品を配達してくれないから	0.6
14	近くに牛乳宅配店がなくなったから	4.2
15	その他	17.5

NA -

ヨーグルトについてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問 16 あなたは、日頃どの程度ヨーグルトを食べたり飲んだりしていますか。食べるタイプ、飲むタイプ両方含めてお答えください。(1つだけ○印)

1	毎日食べる／飲む	16.5	5	月に2～3日食べる／飲む	17.7
2	週に5～6日食べる／飲む	5.8	6	それ以下しか食べない／飲まない	9.0
3	週に3～4日食べる／飲む	15.3	7	全く食べない／飲まない	14.6
4	週に1～2日食べる／飲む	21.0		□ 問 19 へ	
				NA	0.1

【ヨーグルトを食べる／飲む方(問16で「1～6」とお答えの方)に】(N=3324)

問 17 あなたは、ヨーグルトを食べる(飲む)ときは、1日に合計でどのくらいの量(食べる量+飲む量)になりますか。市販のヨーグルト1人用1カップが約100gです。(1つだけ○印)

1	50g未満	7.8	5	200gくらい	9.3
2	50gくらい	9.9	6	250gくらい	1.6
3	100gくらい	61.4	7	300gくらい	0.8
4	150gくらい	8.3	8	400g以上	0.6
				NA	0.2

【ヨーグルトを食べる／飲む方(問16で「1～6」とお答えの方)に】(N=3324)

問 18 あなたは、どのようなタイプのヨーグルトを食べたり飲んだりすることが多いですか。(いくつでも○印)

1	プレーンヨーグルト(無糖)	48.9
2	加糖のヨーグルト	40.9
3	果肉フルーツ入りのヨーグルト	46.2
4	ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	25.2
5	手作りヨーグルト(カスピ海ヨーグルト等)	10.8
6	フローズンヨーグルト	1.7
7	その他	1.3
		NA 0.2

健康や食生活についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問 19 あなたは、次にあげる「ことば・用語」をご存じですか。それぞれについてお答えください。

(それぞれ1つずつ○印)	内容まで知っている	内容は知らないが 聞いたこと 見たことがある	内容も知らないし 聞いたことも 見たこともない	NA
生活習慣病 →	67.6	28.9	3.3	0.2
体脂肪 →	74.8	22.3	2.5	0.4
BMI指数 →	18.6	27.3	52.9	1.2
スローフード運動 →	19.7	23.0	56.3	0.9
食育 →	20.6	27.4	51.1	0.9
食品のトレーサビリティ →	5.2	9.8	84.0	1.1
QOL(Quality of Life) →	8.4	15.5	75.2	0.9
3-A-Day(スリー・ア・デイ) →	3.5	7.6	87.9	1.0
ESL製法の牛乳 →	2.1	13.0	83.9	1.0
LL牛乳 →	14.8	22.5	61.7	1.1
加工乳 →	46.9	42.7	10.1	0.3
乳飲料 →	55.8	35.7	8.1	0.4
成分調整牛乳 →	42.6	41.1	15.6	0.6
スキムミルクパウダー →	37.8	39.8	21.4	1.1
賞味期限 →	88.1	10.5	1.2	0.2
消費期限 →	74.6	18.3	6.6	0.5
牛乳の三次機能 →	2.7	16.2	79.9	1.2
特定保健用食品 →	22.5	42.9	33.8	0.8
栄養機能食品 →	16.4	47.3	35.7	0.6
栄養素密度 →	6.3	27.9	64.7	1.1
骨密度 →	55.2	33.1	11.1	0.7
HACCP →	4.5	12.5	82.0	1.1

【すべての方に】(N=3896)

問 20 あなたは、この3年くらいの間に、骨密度測定をしたことがありますか。(1つだけ○印)

1 3年以内にある 19.3 2 3年以内にはないがそれ以前ならある 9.3 3 一度もない 71.1

NA 0.3

【すべての方に】(N=3896)

次の文章をお読みになってから、以下の質問にお答えください。

「3-A-Day」。

これまでの食事に牛乳やヨーグルト、チーズなどをちょっと加える。

たったそれだけのことで、これまで不足がちだったいろいろな栄養を少ないエネルギーで補うことができるのです。

ルールは簡単、牛乳・ヨーグルト・チーズの中から1日に3回、または3品、食生活に取り入れるだけ。難しく考える必要はありません。

たとえば、コップ一杯の牛乳を飲む、サンドウィッチにチーズをはさむ、デザートにヨーグルトを食べる。とにかく1品でも加えれば、それだけで充分効果的です。

毎日3回、または3品、気軽な新習慣。ちょっと続けてみてください。

あなたのからだ、きっとよろこびますよ。

問 21 上の文章は、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」についての説明ですが、あなたは「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」についてご存じでしたか。(1つだけ○印)

1 知っている 3.3 2 だいたい知っている 8.5 3 知らない 88.2

NA 0.1

問 22 では、あなたは、広告などで次のようなロゴマークを見たことがありますか。

(1つだけ○印)

1 見たことがある 8.9 2 見たことはない 90.9 → 問 24 へ

NA 0.2



【見たことがある方(問22で「1」とお答えの方)に】(N=345)

問 23 あなたは、上のロゴマークを何でご覧になりましたか。(いくつでも○印)

1 テレビ 18.6	4 バンフレット・小冊子 20.9	7 牛乳売場の小型液晶テレビ 2.6
2 新聞 22.0	5 ホームページ 4.1	8 電車の車内広告 19.1
3 雑誌 19.4	6 牛乳・乳製品のパッケージ 38.8	9 その他 3.8

NA 0.3

【すべての方に】 (N=3896)

問 24 あなたは、ふだんの食生活で、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」を実践していますか。

(1つだけ○印)

1 毎日実践している	10.5
2 毎日ではないが実践している	32.4
3 実践していない	56.8

NA 0.2

問 25 あなたは、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」を実践してみようと思いますか。(1つだけ○印)

1 とてもそう思う	22.0	3 あまりそう思わない	21.1
2 まあそう思う	49.5	4 まったくそう思わない	7.2

NA 0.2

いろいろな飲み物についてお聞きします

【すべての方に】(N=3896)

問 26 あなたは、それぞれの飲み物について、どのような感じを持ちますか。
「1.全く好感が持てない」から「7.非常に好感が持てる」までのいずれかの数字で
お答えください。(それぞれ1つずつ○印)

		全 持 て な い 好 感 が			ど ち ら と も い え な い			非 常 に 好 感 が 持 て る	NA
白もの牛乳類	→	5.6	2.8	2.5	17.8	11.5	16.4	42.9	0.5
ドリンクヨーグルト	→	5.8	2.9	4.5	27.0	15.7	17.9	25.5	0.7
果汁飲料	→	4.3	3.7	5.3	31.5	17.9	16.1	20.2	1.0
野菜ジュース	→	5.4	3.1	5.3	19.3	14.0	19.3	33.0	0.7
豆乳	→	12.2	7.0	6.4	25.7	10.9	13.0	24.1	0.7
炭酸飲料(コーラ、ファンタなど)	→	27.3	13.7	11.9	25.1	7.7	6.2	7.3	0.9
コーヒー(カフェオレを含む)	→	5.0	4.5	5.6	25.9	14.6	17.8	25.8	0.7
紅茶(ミルクティーを含む)	→	5.3	4.1	6.0	29.7	17.1	16.7	20.2	1.0
無糖のお茶飲料(緑茶、麦茶、ウーロン茶など)	→	1.5	0.8	1.2	11.6	10.3	19.3	54.6	0.8
スポーツ飲料(ポカリスエットなど)	→	5.3	4.0	5.4	26.5	16.8	19.1	21.8	1.1
ミネラルウォーター	→	5.2	3.9	2.9	29.5	12.5	15.9	29.2	0.8

【すべての方に】(N=3896)

問 27 次の中で、あなたが今まで飲んだことがある飲み物をすべてお知らせください。
(いくつでも○印)

1	白もの牛乳類	95.5
2	ドリンクヨーグルト	83.5
3	果汁飲料	92.0
4	野菜ジュース	88.7
5	豆乳	71.7
6	炭酸飲料(コーラ、ファンタなど)	86.6
7	コーヒー(カフェオレを含む)	94.7
8	紅茶(ミルクティーを含む)	90.1
9	無糖のお茶飲料(緑茶、麦茶、ウーロン茶など)	98.0
10	スポーツ飲料(ポカリスエットなど)	89.3
11	ミネラルウォーター	84.9

NA -

【すべての方に】(N=3896)

問 28 では、あなたは、ふだんどの飲み物をよくお飲みになりますか。(いくつでも○印)

問 29 また、あなたは、問 28 でお答えのふだんよくお飲みになる飲み物を評価するとすれば

10 点満点で何点をつけますか。飲み物に求めるものを、すべて考慮に入れてお答えください。(それぞれ1つずつ○印)

	【問 28】		【問 29】ふだんよく飲む飲み物について											NA
	ふだんよく飲む↓		非常に悪い	悪い	普通	優れている	優れている点であらゆる点で							
白もの牛乳類	64.0	(N=2493)	0.1	0.2	0.2	0.2	3.4	11.8	5.1	29.5	8.9	40.4	0.3	
ドリンクヨーグルト	22.7	(N=885)	0.2	0.2	0.3	0.7	4.9	19.5	9.5	29.4	10.1	25.0	0.2	
果汁飲料	27.2	(N=1061)	0.2	0.3	1.2	2.1	9.1	32.2	9.8	25.3	7.0	12.3	0.5	
野菜ジュース	29.7	(N=1158)	0.3	0.1	0.1	0.5	4.1	15.1	9.8	29.5	13.2	26.9	0.3	
豆乳	18.2	(N=708)	0.3	0.3	0.7	0.6	4.8	12.6	6.6	23.7	11.2	39.0	0.3	
炭酸飲料 (コーラ、ファンタなど)	20.5	(N=798)	6.9	2.8	11.8	13.7	17.3	27.3	5.0	7.4	2.9	4.4	0.6	
コーヒー (カフェオレを含む)	63.4	(N=2469)	0.4	0.3	1.5	3.6	15.6	39.4	9.6	16.0	4.7	8.3	0.6	
紅茶 (ミルクティーを含む)	31.2	(N=1215)	0.2	0.3	0.7	1.8	14.7	35.7	11.9	18.3	5.4	10.5	0.6	
無糖のお茶飲料 (緑茶、麦茶、ウーロン茶など)	85.2	(N=3320)	0.1	0.1	0.2	0.1	5.5	19.4	7.8	25.0	10.8	30.6	0.6	
スポーツ飲料 (ポカリスエットなど)	32.1	(N=1251)	0.4	0.1	0.6	1.4	6.6	22.5	11.4	26.4	10.1	20.1	0.3	
ミネラルウォーター	29.4	(N=1147)	0.1	0.1	0.5	0.6	6.8	21.7	8.1	19.9	10.8	31.0	0.4	

なし 0.4 → 問 32 までお進みください。

NA 0.1

問 28 でお答えいただいた「ふだんよく飲む飲み物」についてお聞きします

【問 28 で 1 ~ 11 とお答えの方に】(N=3877)

問 30 では、問 28 でお答えのふだんよく飲む飲み物のなかで、最もよく飲むものはどれですか。(1つだけ○印)

1	白もの牛乳類	15.4	5	豆乳	1.2	9	無糖のお茶飲料 (緑茶、麦茶、ウーロン茶など)	49.1
2	ドリンクヨーグルト	0.6	6	炭酸飲料 (コーラ、ファンタなど)	1.1	10	スポーツ飲料	2.3
3	果汁飲料	0.9	7	コーヒー (カフェオレを含む)	20.6	11	ミネラルウォーター	4.8
4	野菜ジュース	1.9	8	紅茶 (ミルクティーを含む)	2.0			

NA 0.1

【問 28 で 1 ~ 1 1 とお答えの方に】

問 31 問 28 でお答えいただいたふだんよく飲む飲み物を今後も飲み続けることについて、あなたはどのようにお考えですか。3つの文章の中から1つお選びください。

(それぞれ1つずつ○印)

		その飲み物はいろいろ良い点があるので今後も飲み続けたい。他の飲み物に変える理由は見当たらない。	その飲み物はこれからも飲み続けたい気もするが、他の飲み物に変えたいと思う点もいろいろある。	その飲み物を飲み続けたいと思う点はほとんどなく、他の飲み物に変えたいと思う点がいろいろある。	NA
白もの牛乳類	(N=2493)	90.8	7.3	0.6	1.4
ドリンクヨーグルト	(N=885)	70.2	20.2	4.4	5.2
果汁飲料	(N=1061)	57.0	32.1	6.1	4.7
野菜ジュース	(N=1158)	71.9	20.0	3.3	4.7
豆乳	(N=708)	66.7	20.9	6.2	6.2
炭酸飲料 (コーラ、ファンタなど)	(N=798)	30.5	42.0	20.7	6.9
コーヒー (カフェオレを含む)	(N=2469)	66.9	28.2	2.7	2.2
紅茶 (ミルクティーを含む)	(N=1215)	61.6	30.5	3.2	4.7
無糖のお茶飲料 (緑茶、麦茶、ウーロン茶など)	(N=3320)	87.9	9.4	1.1	1.6
スポーツ飲料 (ポカリスエットなど)	(N=1251)	65.5	26.6	3.4	4.6
ミネラルウォーター	(N=1147)	76.1	16.7	3.2	4.0

【すべての方に】(N=3896)

問 32 私たちは人生や日常生活でいろいろな選択をします。それには重要な選択もあればそれほど重要ではない選択もあります。結婚相手を誰にすべきかや、そもそも結婚すべきかなどといったことは、多くの人にとってとても重要な選択になるでしょう。一方、紙コップの銘柄を何にすべきかといったことはあまり重要でないかもしれません。そこでお聞きします。飲み物を選ぶということは、あなたにとってどれくらい重要なことですか。次の5つの中からお選びください。(1つだけ○印)

1	とても重要	2	かなり重要	3	重要	4	あまり重要でない	5	全く重要でない
	14.2		20.3		40.6		23.0		1.6

NA 0.3

あなたご自身のことについてお知らせください。
統計分析に必要ですので、ありのままお答えください。

【すべての方に】(N=3896)

F1 性別

1 男性 45.4	2 女性 54.6	NA -
-----------	-----------	------

F2 年齢

48	.6	才
----	----	---

F3 あなたは結婚なさっていますか。(1つだけ○印)

1 未婚 23.6	2 既婚 72.7	3 その他 3.5	NA 0.2
-----------	-----------	-----------	--------

F4 お子さんはいらっしゃいますか。(1つだけ○印)

1 いる 69.1	2 いない 30.6	NA 0.3
-----------	------------	--------

F5 あなたのご職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答えください。(1つだけ○印)

【自営・家族従業】	【勤め】	【無職】
1 農林漁業 3.0	5 管理職 3.8	11 専業主婦 18.0
2 商工サービス業 5.5	6 専門・技術職 11.2	12 中学生 2.6
3 自由業 3.4	7 事務職 8.2	13 高校生 3.8
4 内職 0.3	8 労務職 5.6	14 中高生以外の学生 2.3
	9 販売・サービス職 5.8	
	10 パート・アルバイト 10.1	15 無職 15.9

NA 0.5

【学生および有職の方（F5で「1～3、5～10、12～14」とお答えの方）へ】(N=2544)

F5-1 あなたの学校や職場では、給食や食堂がありますか。(1つだけ○印)

1 給食がある	9.8
2 給食はないが学校や職場の食堂を利用している	16.8
3 どちらもなし	68.7

NA 4.7

【すべての方に】(N=3896)

F6 同居しているご家族の人数を、ご自分も含めてお知らせください。(1つだけ○印)

1	1人(ひとり暮らし)	6.5	4	4人	22.4	7	7人以上	4.0
2	2人	24.4	5	5人	12.1			
3	3人	23.9	6	6人	6.5			
							NA	0.3

【同居している家族人数が2人以上の方(F6で「2~7」とお答えの方)に】(N=3632)

F7 あなたはご家族の中で、次のようなことを主に担当なさっていますか。あてはまるものをお答えください。(いくつでも○印)

1	料理をする	47.7	3	どちらもしていない	43.1
2	食料品の買物をする	49.6			NA 0.2

【同居している家族人数が2人以上の方(F6で「2~7」とお答えの方)に】(N=3632)

F8 お宅の家族構成(同居している家族)を、次の中から1つだけお選びください。(1つだけ○印)

1	夫婦2人	21.1		
2	2世代世帯(親と子)	56.4		
3	3世代世帯(親、子、孫)	19.2	NA	0.5
4	その他	2.8		

【F8で「2、3、4」とお答えの方に】(N=2846)

F9 では、同居しているご家族に、次のような方はいらっしゃいますか。該当するものをいくつでもお答えください。(いくつでも○印)

1	乳児・幼児	16.5	4	高校生	16.7
2	小学生	20.0	5	大学・短大・専門学校生	9.5
3	中学生	15.2	6	この中にはない	45.5

NA 0.9

長時間にわたりご協力いただき、ありがとうございました。

2005年 牛乳・乳製品の消費動向に関する調査
〔第19回〕

2005年12月発行

発行 社団法人 日本酪農乳業協会
東京都中央区築地6丁目4番10号
カトキチ築地ビル9階
電話 (03) 6226-6351 (代)

後援 農林水産省
独立行政法人 農畜産業振興機構

調査実施機関 株式会社 日本リサーチセンター