
1996

[第10回]

牛乳乳製品の
消費動向に
関する調査

社団法人 全国牛乳普及協会

後援：農林水産省 農畜産業振興事業団

はじめに

なにかにぶつかったら、過去とくらべてみると、今のことがらの意味や新しさを発見できる、というものです。

わたくしどものこの調査は、今年で10年目になります。そこで、10年前と今日とを対比することをひとつの主眼としました。

牛乳消費は変わっていないとよくいわれます。しかし、十年一昔というように、牛乳乳製品の世界も、10年もたつと、量、質ともたしかにおおきく変わっています。

90年代にはいると、1人1日あたりの消費量は、80年代よりふえています。しかも、数年おきに石段をのぼるよう増加しています。増加のしない手の性別や年齢層をみると、人びとの健康意識の新しいひろがりを見いだすことができます。

人びとのもとめる牛乳の種類も、多様化しています。

中高年齢層にはない牛乳の飲み方が、若い人びとのあいだにめばえています。

人びとの健康意識やゆとり感覚も、牛乳消費とからめて、はじめて調査しました。

これらの調査結果は、明日の牛乳需要の拡大の方向を示唆しています。

10年間にわたり、この調査を担当してくれた日本リサーチセンターのスタッフの努力に心からお礼を申し上げます。

1996年11月

社団法人 全国牛乳普及協会
会長 鴻巣 健治

目 次

	<i>page</i>
調査設計	1
調査の目的	3
調査テーマ	3
調査方法	4
サンプル構成	6
主な分析軸	11
*グループインタビューの調査設計	13
*グループインタビューの結果から定量調査への課題	15
調査結果の要約と今後の課題	17
調査結果の要約	19
今後の課題	28
調査結果の詳細	29
I 牛乳乳製品の飲用・食用実態	31
1. 牛乳の飲用頻度と量 (問2、問3)	31
1) 牛乳の飲用頻度	31
2) 牛乳の飲用量	33
3) 牛乳の飲用量によるユーザー分類	43
2. 1日あたりの牛乳の飲用回数 (問7)	45
3. 牛乳の飲み方 (問4、問16、問17)	47
4. 牛乳の飲用機会 (問5)	49
5. 牛乳の飲用場所 (問6)	51
6. 牛乳の飲用理由 (問8)	53
7. コーヒー・紅茶・食べ物と牛乳の関係 (問16、問17)	56
1) 温かいコーヒーと牛乳	56
2) 温かい紅茶と牛乳	58
3) 食べ物と牛乳の組み合わせ	60
8. いろいろな牛乳の種類 (問15)	62
9. チーズとヨーグルトの食用頻度 (問9)	66

II	牛乳乳製品の購入・利用実態	70
1.	牛乳の購入頻度と購入量 (Q 5 ~ Q 7)	70
2.	牛乳の購入経路 (Q 8)	82
3.	牛乳の買い方 (Q 9 ~ Q 11)	85
1)	ふだんの買い方	85
2)	特売について	88
4.	家庭での乳製品の利用状況と今後の意向 (Q 12)	90
III	牛乳をとりまく背景	98
1.	飲み物の中での牛乳の位置づけ (問 1)	98
2.	「骨粗しょう症」について (問 10~問 14、問 22)	102
1)	言葉の認知	102
2)	予防方法と骨を丈夫にするために実行していること	105
3)	カルシウム必要量と牛乳に含まれる量	111
IV	ライフスタイルと牛乳	114
1.	食生活の楽しさと栄養バランス (問 18、問 19)	114
1)	栄養バランス	114
2)	食事を楽しくしているか	115
3)	栄養バランスと食事の楽しさ	116
2.	健康不安度と健康維持のための配慮 (問 20、問 21)	119
1)	健康不安度	119
2)	健康維持のための配慮	120
3)	健康不安度と健康維持のための配慮	121
3.	経済的ゆとりと時間的ゆとり (問 23)	124
1)	経済的ゆとり	124
2)	時間的ゆとり	125
3)	経済的ゆとりと時間的ゆとり	126
4.	経済的、時間的ゆとりと健康維持への配慮 (問 21、問 23)	129
5.	この1、2年の出費の変化 (Q 13)	132

V この10年間の変化 -----	135
1. 1人1日あたりの平均牛乳飲用量 -----	135
2. 牛乳の飲用者の割合 -----	136
3. 属性別平均牛乳飲用量の比較 -----	137
1) 年齢別比較 -----	137
2) 世代間比較 -----	138
3) 職業別、地域別、都市規模別比較 -----	139
4. 牛乳の飲用機会 -----	140
5. 牛乳の飲用理由 -----	141
6. 現在利用している乳製品 -----	143
7. 牛乳の購入頻度と購入量 -----	144
8. 牛乳の購入場所 -----	145
* グループインタビュー結果のまとめ -----	147
付録1) 各年度のテーマとサンプル数 -----	153
付録2) 単純集計結果付き1996年調査票 -----	157

調査設計

調査の目的

『牛乳乳製品の消費動向に関する調査』は、1987年度から1995年度まで9回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を実施し、牛乳乳製品の需要動向や意識を時系列で把握してきた。

今回の1996年度調査は、ライフスタイルと牛乳との関係、その他牛乳乳製品の需要拡大に寄与する資料を得ることを目的としている。

調査が始まって10年目（10回目）という節目にあたるので、短期的変化を押さえるだけでなく、10年間という長期的動向を分析している。

調査テーマ

1) ライフスタイルと牛乳との関係

食生活、健康、経済的・時間的ゆとりなどのライフスタイルの視点から牛乳の飲用実態を分析し、消費者のライフスタイルの違いが牛乳の飲用に影響を与えるか否かを検証する。

2) 消費実感としての牛乳の需要量の変化

この1、2年の家計消費の変化からみると、牛乳需要量に変化が表れているかどうかを調査する。

3) 色々な牛乳商品の飲用・購入実態

商品バラエティが増えた牛乳市場の中で、どの商品が消費者に受容されているか、商品別の浸透度を明らかにする。

4) 骨粗しょう症とカルシウム、牛乳の関係について

前回に引き続き、骨粗しょう症とカルシウム、牛乳との関係について、消費者の理解度を把握する。

5) 1987年から1996年の10年間の変化をみる

10年間の長期的トレンドを把握する。

調査方法

1. 調査の目的

牛乳乳製品に関する飲用、食用、購入実態および消費者意識、知識、イメージなどについて時系列変化をみるとともに、ライフスタイルと牛乳乳製品との関係を調査する。

2. 調査方法

- ・留置併用訪問面接法

3. 調査票の構成と調査項目

個人票 = 本人が回答

- ・牛乳乳製品の飲用実態
- ・骨粗しょう症、カルシウム必要量と牛乳について
- ・いろいろな種類の牛乳
- ・いろいろな牛乳の飲み方
- ・ライフスタイル（食生活、健康、ゆとり）
- ・フェイス

主婦（世帯）票 = その世帯の主婦的役割を担う人が回答
単身世帯の場合は本人が回答することになる

- ・世帯の中の位置づけと年齢
- ・牛乳の購入実態
- ・牛乳の購入チャンネル
- ・牛乳の買い方
- ・乳製品の利用状況と今後利用意向
- ・この1、2年の家計動向

4. 調査対象者

全国の13歳以上の男女個人 6000人 設定

5. 抽出方法 住民基本台帳より層化多段抽出

*層化多段抽出法の手順は以下の通り。

まず、平成2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市町村を抽出し、第2次抽出単位として国勢調査の調査区を抽出し、第3次抽出単位で個人を抽出する。
調査対象となる個人の抽出は、調査地点の範囲内（調査地点は町・丁目・番地等で指定）の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は13才以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

6. 地域

全国 6,000 サンプル

地域別設定数	
北海道	270
東北	480
関東・甲信	2,055
東海	690
北陸	270
近畿	1,005
中国	375
四国	210
九州	645
計	6,000

都市規模別設定数	
12大都市	1,290
15万以上の市	1,785
5万～15万の市	1,185
5万未満の市	390
郡部	1,350
計	6,000

7. 調査期間

1996年 5月14日(火)～31日(金)

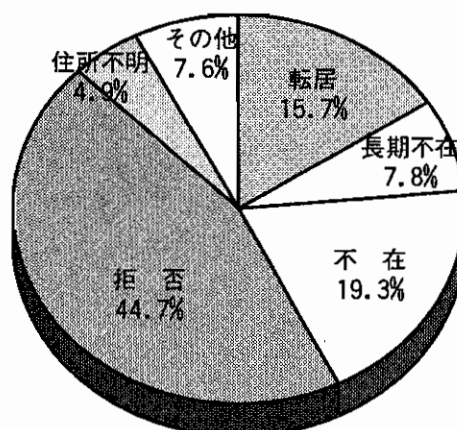
8. 回収状況

6,000人設定 → 4,706人有効回収 (有効回収率 78.4%)

回収数	有効数	無効数
4,718	4,706	12

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,282	201	100	247	573	63	98

未回収サンプルの内訳



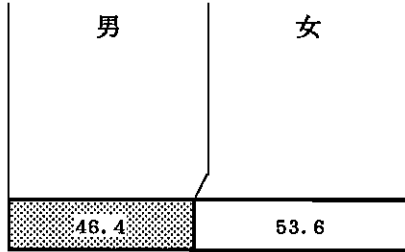
9. 本報告書でデータを読む上での注意点

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。

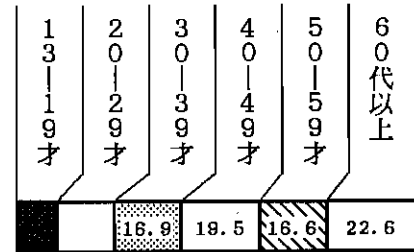
サンプル構成

個人票

性別



年齢

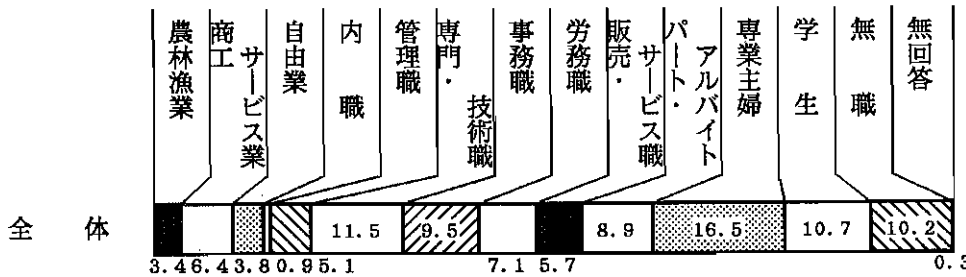


N 平均
4706 43.8

(%)

(%)

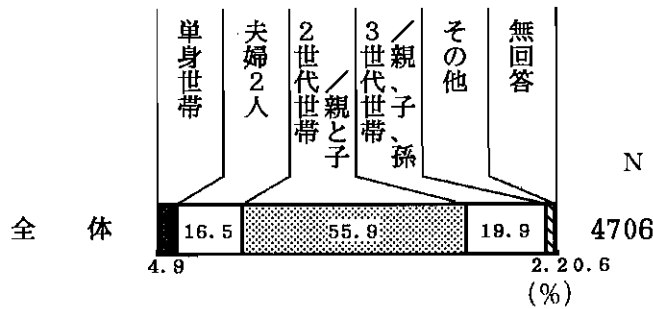
職業



N
4706

(%)

家族構成

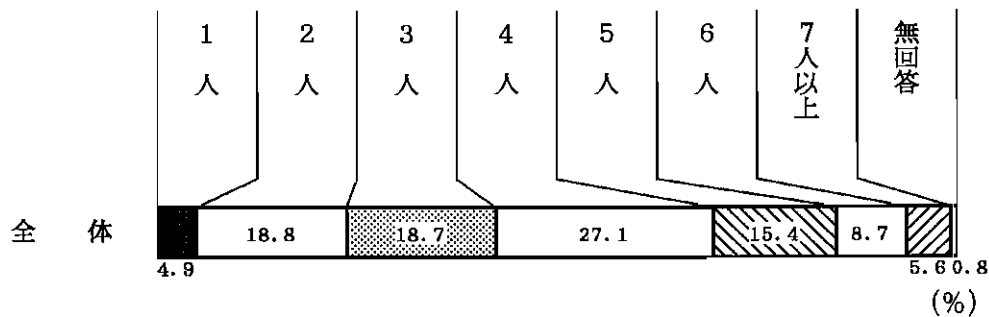


N

4706

(%)

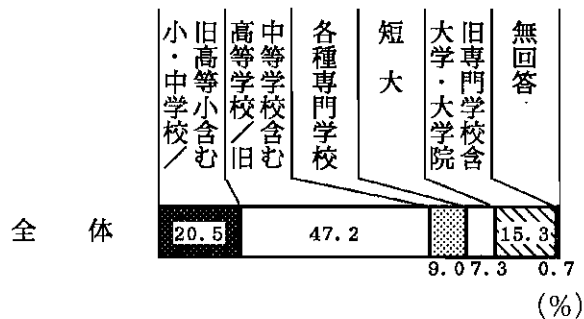
家族人数



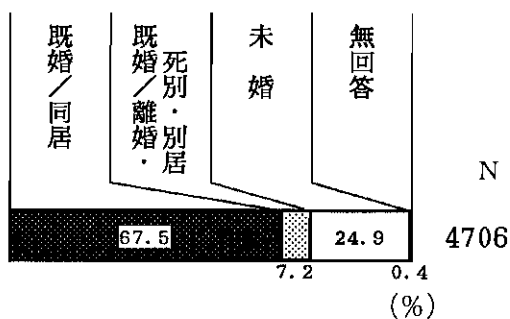
N 平均
4706 3.8

(%)

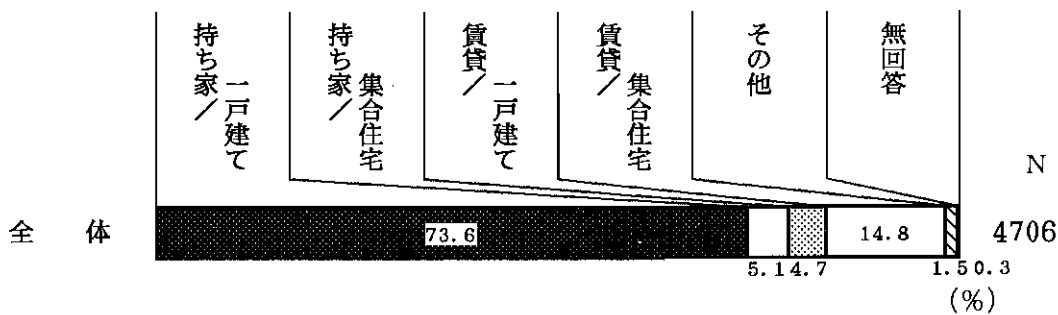
学 歴



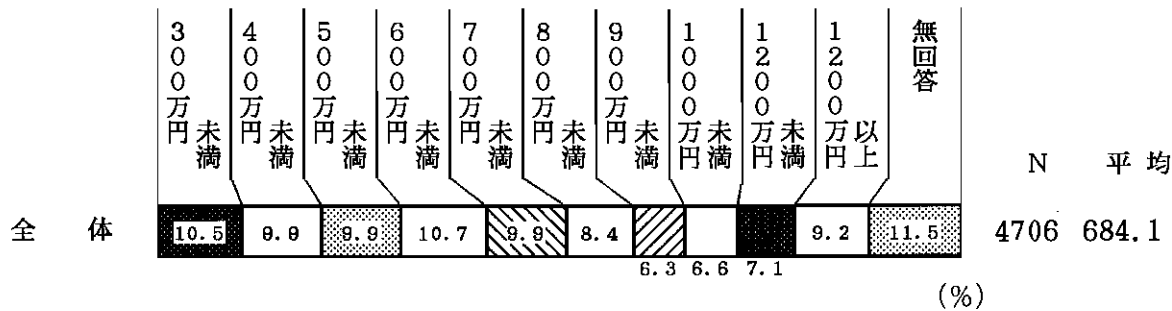
結婚の有無



住居形態

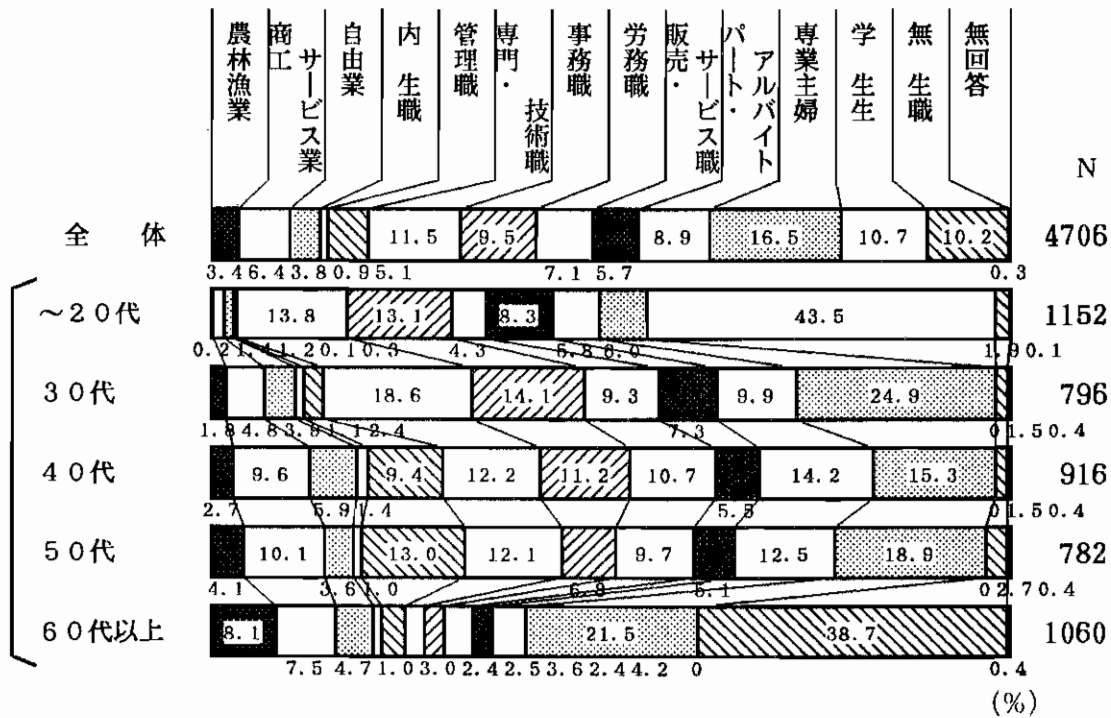


世帯年収



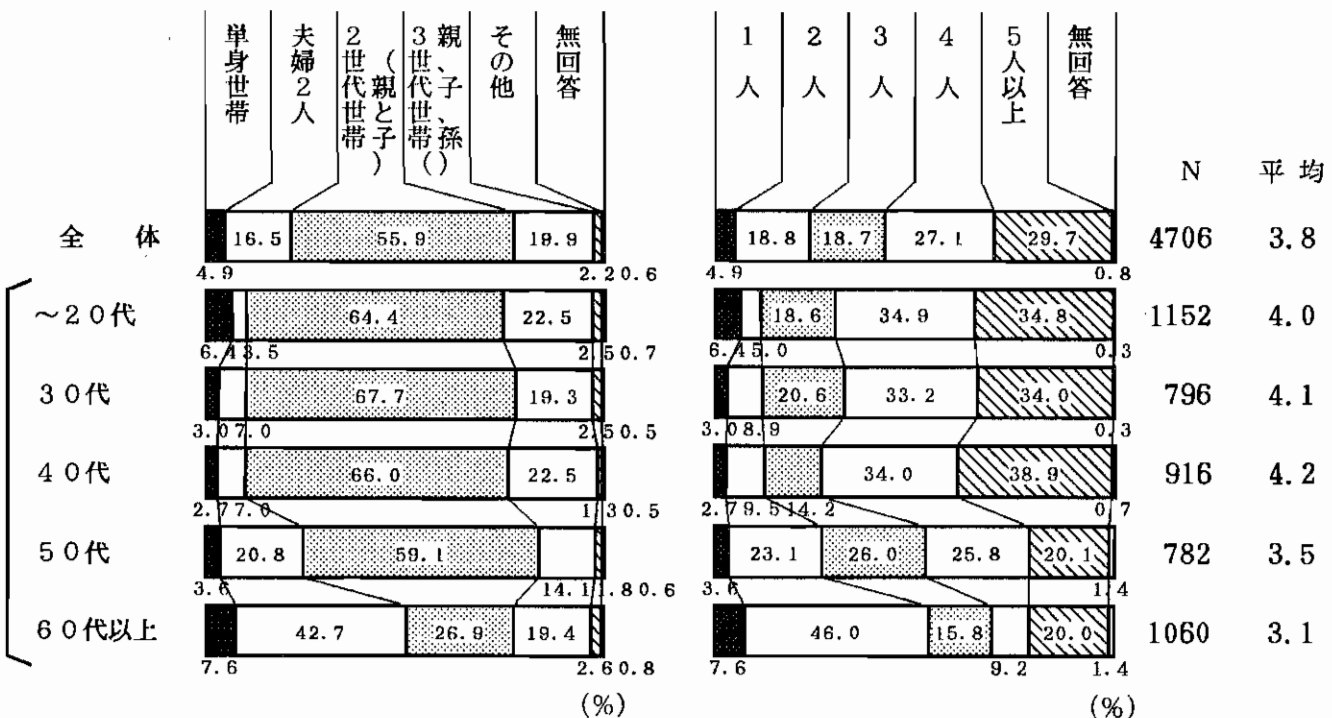
参考として各属性が年齢とどのような関係にあるかをみてみた。

年齢別 職業

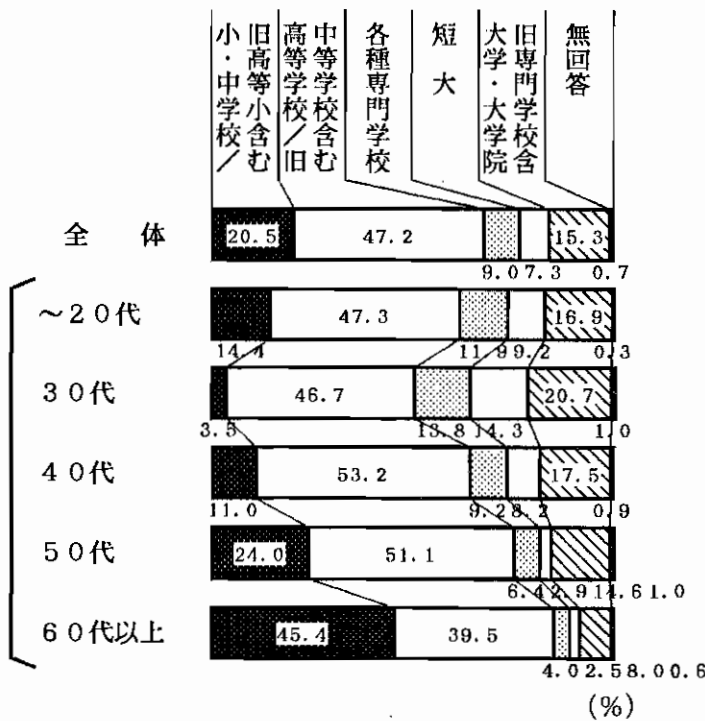


年齢別 家族構成

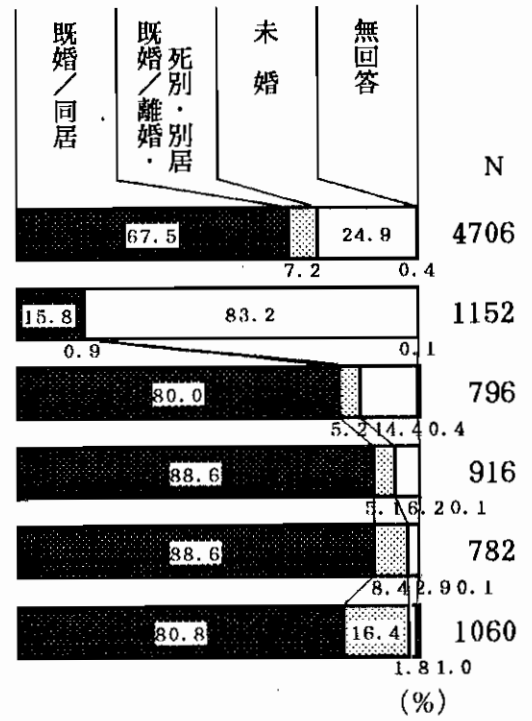
年齢別 家族人数



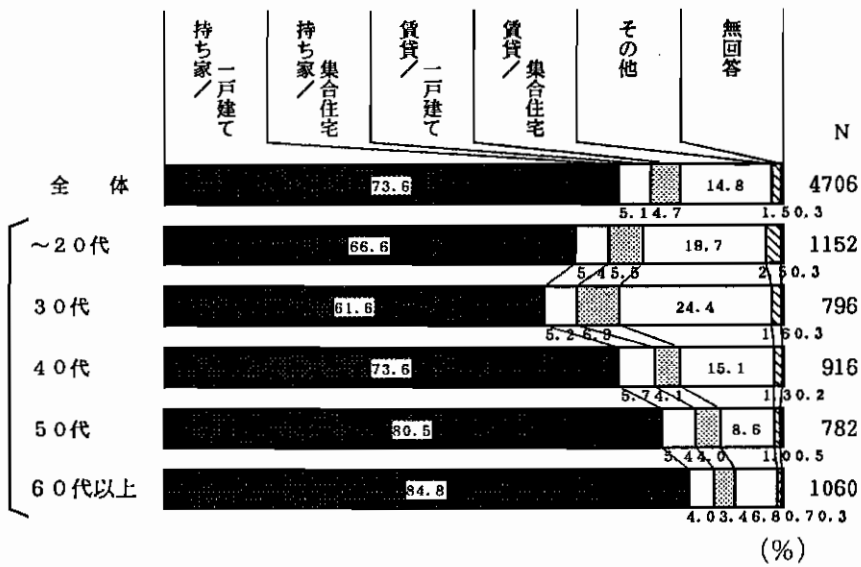
年齢別 学歴



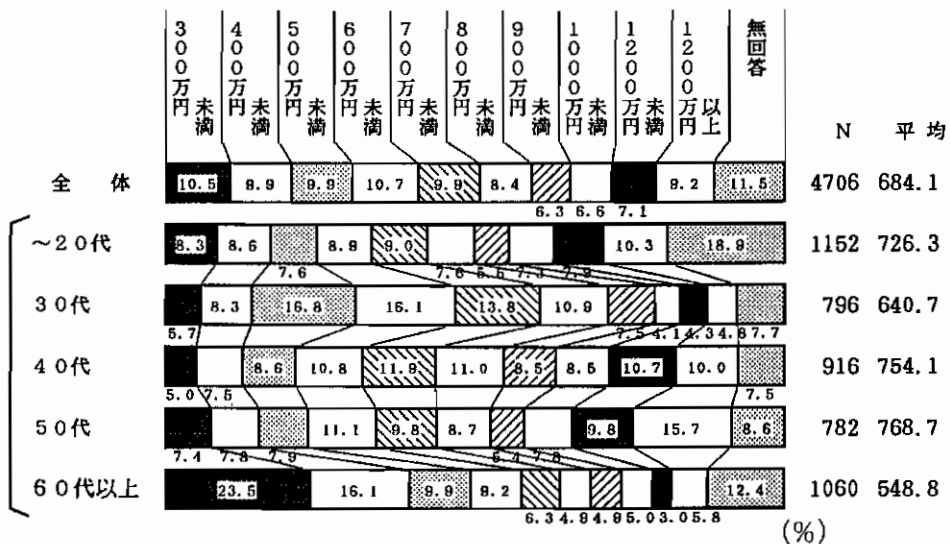
年齢別 結婚の有無



年齢別 住居形態

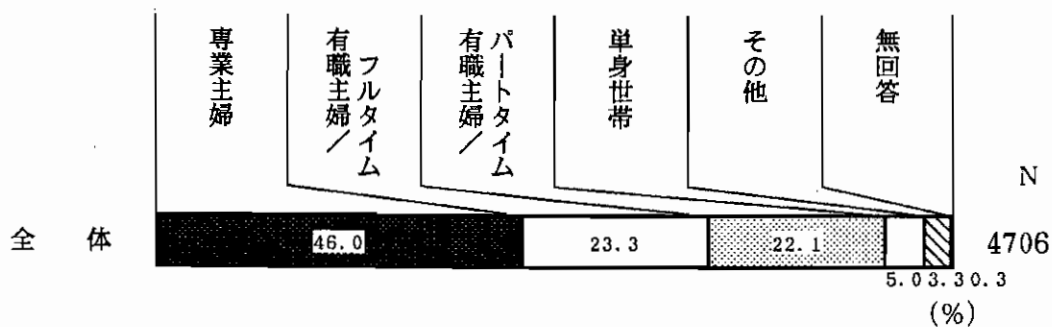


年齢別 世帯年収

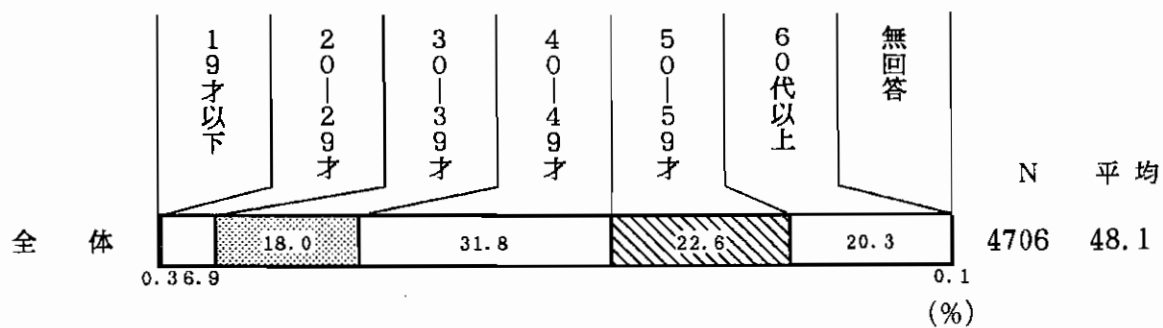


主婦（世帯）票

世帯の中での位置づけ



主婦年齢



主な分析軸

本報告書で利用した主な分析軸は次の通り（数字はサンプル数を示す）。

性＊年齢

男性	10代	233
	20代	285
	30代	336
	40代	422
	50代	381
	60代以上	525
女性	10代	249
	20代	385
	30代	460
	40代	494
	50代	401
	60代以上	535
	男性小計	2182
	女性小計	2524

都市規模・居住地域

12大都市	1007
15万以上市	1379
5万以上市	921
5万未満市	297
郡部	1102

北海道	217
東北	362
関東	1623
中部・北陸	794
近畿	724
中国	331
四国	145
九州	510

職業

自営・家族従業	農林漁業	159
	商工サービス業	300
	自由業	177
	内職	42
勤め人	管理職	242
	専門・技術職	539
	事務職	446
	労務職	335
	販売・サービス職	269
	パート・アルバイト	419
無職	専業主婦	782
	学生	502
	無職	479

牛乳の飲用量からみたユーザー分類＊

ヘビーユーザー	1179
毎日ミドルユーザー	823
ミドルユーザー	1220
ライトユーザー	870
ノンユーザー	614

＊ 分類のしかたは次ページ参照

牛乳の飲用量からみたユーザー分類の方法

		1日の牛乳飲用杯数							
		コップ 6杯以上	5杯	4杯	3杯	2杯	1杯	半杯	全く 飲まない
牛乳の 飲用 頻度	毎日飲む	ヘビーユーザー				毎日ミドルユーザー			
	週5~6日	ミドルユーザー							
	週3~4日								
	週1~2日								
	月に2~3回	ノンユーザー							
	それ以下								
	全く飲まない								

なお、本調査の補完としてグループインタビューを実施した。

〈グループインタビューの調査設計〉

1. 調査目的

1995年までの調査によって明らかにされた知見の中で、牛乳の消費拡大を計る上で明らかにしておかなければならない内容、背景、構造などを質的に明らかにする。

特に若い女性の牛乳飲用促進のためのアプローチのあり方を探ることを主眼とする。

2. 調査方法

グループインタビュー

3. グループ構成と対象者

	一人暮らし	家族と同居	計
グループ1：女子大学生	4人	4人	8人
グループ2：OL（20～29才独身女性）	4人	3人	7人
	有職	無職	計
グループ3：子供のいる主婦	4人	3人	7人

4. 会場

（株）日本リサーチセンター グループインタビュールーム （東京都中央区八丁堀）

5. 地域

首都圏

6. 実施期間

1996年4月2日	10:30～12:30	女子大学生グループ
4月2日	14:30～16:30	主婦グループ
4月3日	18:30～20:30	OLグループ

7. 調査実施機関

（株）日本リサーチセンター

8. 調査項目

◎ 特に詳しく

質問の意図	質問内容	ターゲット					
		女子大学生		OL		主婦	
		単身	同居	単身	同居	有職	専業
食生活についての 考え方 価値観	現在の食生活のあり方 どんなことが今の食生活でまずい点か 欠けていること、直していきたいこと 質の高い食生活とは何か カルシウムに関する知識 ダイエットに対する考え方	◎	○	◎	○	◎	○
食について (若者の朝食について)	メニュー、その連続性、個食化など	◎	◎	◎	◎		
健康志向	健康のためにやっていること（食・運動） どのようなスパンで健康を維持しようと考えているのか カルシウムや骨に関する知識 ダイエットへの意識・知識	◎	◎	◎	◎	◎	◎
経済的・時間的ゆとり	お金があったらしたいこと もし時間的ゆとりがあったら何をしたいか	◎	○	◎	○	◎	◎
牛乳の飲み方	日本の牛乳の飲み方について 混ぜて飲む飲み方 → 実態と意向 シリアル利用 → 実態と意向 料理利用 → 実態と意向 外食シーンでの牛乳	◎	◎	◎	◎	◎	◎
牛乳の 商品バラエティ	バラエティの認知（再生、再認） 利用経験、評価 購入意向 消費期限表示の認知と評価	○	○	○	○	◎	◎
日本的食品と 牛乳の調和	牛乳とミスマッチでない食品は何か 牛乳といっしょに食べる食事、おやつ	◎	◎	◎	◎	◎	◎
料理に使用する オイル	バター、サラダオイル、マーガリンの 使い分け					◎	◎

〈グループインタビューの結果から定量調査への課題〉

1. コーヒー、紅茶、ココアなど他のものと混ぜて飲む牛乳の割合を明らかにする。
2. シリアルやコーンフレークスにかけて飲む牛乳の割合を明らかにする。
3. コーヒーや紅茶を飲む時に加える牛乳の利用の形態（ホットか、コールドか）はどのようなになっているのか。
4. 骨粗しょう症は予防できるものだと考えるか、そうではないものとするか。
骨粗しょう症予防と牛乳の飲用量との関係を知る。
5. 牛乳のバラエティの認知、経験、今後の使用意向を知り、牛乳の多様化へのニーズを知る。
6. 低脂肪乳、栄養強化牛乳の家庭への浸透度を知る（購入レベル）。
7. 牛乳の購買時点の態度で、新鮮さ、価格等へのニーズを把握する。
8. 和食、中華、洋食など、食事と牛乳のマッチングを知り、飲用機会への影響を知る。
9. 食生活のクオリティ（栄養バランス、食事の楽しさ）が牛乳飲用に及ぼす影響を知る。
10. 健康志向（不安感と配慮度）と牛乳飲用との関連を明らかにする。
11. ライフスタイル（経済的なゆとりと時間的なゆとり、所得、住宅形態など）の牛乳飲用との関わりを明らかにする。
12. 経済動向が家計に及ぼした影響、その中で牛乳の出費はどのように変化したかを分析する。

調査結果の要約と今後の課題

調査結果の要約

I. 牛乳製品の飲用・食用実態

1. 牛乳の飲用頻度は横ばい

牛乳の飲用頻度は、1990年代に入ってから1ヶ月平均18~19日でほとんど変化はない。
(本文中P.31)

2. 牛乳の飲用量は10年のうちに24%アップ

1人1日あたりの平均牛乳飲用量は150mlで、1987年と比べると24%増加している。(本文中P.33)

3. 男女とも若年層の飲用量が伸びている

1995年(昨年)と比べると、13才以上の10代の飲用量は男女とも大幅に伸びた。20代の女性および30代の男女など中間層での飲用量はやや減少した。(本文中P.35,36)

4. 3人に1人は牛乳を1日に2回以上飲む

1日に牛乳を飲む回数は「1回だけ」が47%と半数を占める。「2回」は29%、「3回以上」が13%で、合わせると約4割は1日に2回以上飲んでいる。(本文中P.45)

5. 牛乳は「そのまま飲む」が圧倒的に多い

牛乳は「そのまま飲む」が81%、「他のものと混ぜて飲む」が16%、「シリアルにかけて」が3%であり、「そのまま飲む」が圧倒的に多い。しかし、10代から30代の若い女性では飲み方の多様化が進んでおり、混合飲用が約3割にのぼっている。(本文中P.47)

6. 牛乳は「朝食」以外にも「風呂上がり」や「おやつ」など、いろいろな機会に飲まれている

5割の人が「朝食」に、4割の人が「おやつや間食」に、3割の人が「風呂上がり」に牛乳を飲んでいる。(本文中P.49)

7. 牛乳は自宅で飲む人が圧倒的

ほぼ9割の人は牛乳を「自宅で」飲む。「職場」では1割、「喫茶店、レストラン、娯楽施設」や「学校」や「屋外」で飲む人はごくわずかである。(本文中P.51)

8. 牛乳の飲用理由は「カルシウム」が「栄養」を10ポイント上回る

牛乳の飲用理由は「カルシウムがある」が「栄養がある」を10ポイント上回り、「牛乳＝カルシウム」という理解が強くなっている。特に、中高年の女性では「カルシウムがある」をあげる人が多く、「骨粗しょう症が心配」は特に50代以上の女性が多い。「好き」、「おいしい」という理由は2割程度である。（本文中P.53, 54）

9. コーヒー・紅茶との混合飲用は、若い層および女性に多い

ホットコーヒーに「冷たい牛乳」を入れて飲む人は20%、「温かい牛乳」を入れて飲む人は11%、「クリーム利用」は35%となっている。一方、温かい紅茶に「冷たい牛乳」は10%、「温かい牛乳」を入れるは8%である。コーヒーや紅茶とミルクを共に飲む傾向は若い層と女性に多い。（本文中P.56, 58）

10. 若い人で進む和菓子、和食との取り合わせ

牛乳と一緒に食べるものとして「洋食」が38%（よく＋時々飲む比率）、「和菓子」が37%、「和食」が22%、「中華料理」が11%となっており、牛乳が多様な食べ物と一緒に飲まれていることが明らかになった。特に若い人では和食、中華、和菓子との飲用に違和感のない人が多くなっている。（本文中P.60）

11. 多様な種類の牛乳が認知され、今後の飲用意向も高い

「低脂肪乳」、「濃厚牛乳」、「産地表示牛乳」、「低温殺菌牛乳」、「ロングライフ牛乳」、「栄養強化牛乳」、「お腹がごろごろしない牛乳」などの認知率はいずれも4割を越えている。認知率の高いものは、飲用率も高くなっている（「ロングライフ牛乳」、「お腹がごろごろしない牛乳」は例外）。

今後の意向をみると、「栄養強化牛乳」27%、「低脂肪乳」17%、「産地表示牛乳」16%などの人気が高い。（本文中P.62）

12. チーズの平均食用頻度は1ヵ月3.5回、ヨーグルトは4.9回

チーズの平均食用頻度は1ヵ月3.5回、ヨーグルトは4.9回で、チーズよりヨーグルトの方がひんばんに食べられている。どちらも「全く食べない」人は約2割ある。（本文中P.66）

II. 牛乳乳製品の購入・利用実態

1. 購入頻度・購入量とも横這い

牛乳を「毎日」購入する世帯は25%、「週に2～3回」購入する世帯は48%である。月平均にすると13.0回である。また、牛乳の購入量は1世帯1週間あたり平均3.5ℓであり、この数年変化はみられない。（本文中P.70,71）

2. 低脂肪乳の1週間あたりの平均購入量は0.7ℓ、栄養強化牛乳は0.6ℓ

1世帯1週間あたりの購入量は低脂肪乳が平均0.7ℓ、栄養強化牛乳は0.6ℓである。購入量に占める低脂肪乳の割合は20%、栄養強化牛乳の割合は17%である。どちらも、50代以上の主婦層での購入率が高い。（本文中P.77,79）

3. 購入場所はスーパーが82%

「スーパー」82%、「コンビニエンスストア」18%、「牛乳販売店（宅配）」18%、「生協などの共同購入」15%となっており、この数年変わっていない。（本文中P.82）

4. 「新しい牛乳」を買いたいという意向は根強い

牛乳の買い方としては、「なるべく新しい牛乳を買う」が78%と、「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳を買う」(31%)を大幅に上回っており、「新しい牛乳を」という主婦の意向は根強い。若い主婦ほど「新しい牛乳」、「価格の安い牛乳」を求めたがり、高齢の主婦になると「低脂肪乳」など多様な牛乳を求める傾向が強くなる。（本文中P.85,86）

5. 特売の店をわざわざ選んでまで購入はしない

「牛乳の特売があると知ると、いつも買う店でない所でもわざわざ行って買うか」を聞いたところ、「そこまではしない」が94%と圧倒的であった。（本文中P.88）

6. 特売で購入しても消費量は増加しない

「特売で買うと牛乳消費量が増えるか否か」を問うと、「消費量は同じである」が83%、「増加する」が14%であり、消費量は変わらないという回答が大勢を占める。（本文中P.89）

7. 若い主婦で多い乳製品の利用

1995年と比べて乳製品で最も伸びの大きいものは、ヨーグルトとアイスクリームである。30代以下の若い主婦では、アイスクリーム、バター、チーズ製品などの利用率が高く、若い主婦を中心に乳製品の利用は多い。（本文中P.90,91）

Ⅲ. 牛乳を取りまく背景

1. 牛乳の飲用率は日本茶について高い

この1週間に「よく飲んだ」飲み物をみると、「牛乳」は46%、「日本茶」65%、「コーヒー」42%、「ウーロン茶」19%、「紅茶」10%となっており、牛乳は日本茶を除けば最もよく飲まれている飲み物である。

牛乳のヘビーユーザーほど紅茶を飲む率が高い。また、コーヒーは牛乳の飲用量にかかわらず約7割が飲んでいる。つまり、コーヒーや紅茶と牛乳ユーザーは大幅に重なり合っている。(本文中P.98, 99)

2. 骨粗しょう症の認知率は93%。骨粗しょう症は予防できるものと理解

骨粗しょう症という言葉を知った経験は93%と1995年よりさらに高くなった。20代以上では認知率がすでに上限近くに達しており、伸びていないが、10代の認知率は男性67%(95年)から77%(96年)、女性75%(95年)から86%(96年)へと10ポイント近く伸びている。

骨粗しょう症は「予防できるもの」という考え方が81%と圧倒的に多く、「予防できないもの」という考え方は、2%とごくわずかである。ただし、「わからない」が11%ほど存在する。(本文中P.102, 105)

3. 予防方法は、小魚、牛乳、野菜、運動

骨粗しょう症の予防方法として認知していることは、「小魚などを食べる」が80%、「積極的に牛乳を飲む」65%、「カルシウムの多い野菜を食べる」58%、「つとめて体を動かす・運動する」56%と続き、相変わらず「牛乳よりも小魚」といった声が強いの。

骨を丈夫にするため実行していることでは、「小魚を食べる」57%、「つとめて体を動かす・運動する」45%、「牛乳を飲む」42%、「カルシウムの多い野菜を食べる」37%となっており、根強い和食志向が反映されている。(本文中P.107, 108)

4. カルシウムの正確な必要量や牛乳に含まれるカルシウム量は「わからない」が依然多い

成人の1日のカルシウム必要量はいくらかという問いに対する正解は28%であった。「わからない」がほぼ4割存在する。

一方、牛乳200mlに含まれるカルシウム量に対する正解は、1995年に24%だったが、1996年に29%と5ポイントの上昇をみた。「わからない」が51%(1995年)から45%(1996年)へと減少したことが影響している。(本文中P.111)

IV. ライフスタイルと牛乳

1. 栄養バランスよく楽しく食事をしている人は牛乳をよく飲む

① 食生活の栄養バランス

食生活の栄養バランスが「十分とれている」と回答している人は16%、「ややとれている」が56%、「あまりとれていない」は26%、「全くとれていない」が3%となっている。

年齢が高いほど栄養バランスがとれていると回答している人が多くなる。20代、30代の男女で「とれていない」という意識の人がやや多い。(本文中P.114)

② 食事を楽しくしているか

食事の楽しさをみると、「いつも楽しく食事している」と捉えている人は53%、「時々楽しい」が35%、「あまり楽しくない」と「全く楽しくない」は合わせて12%である。

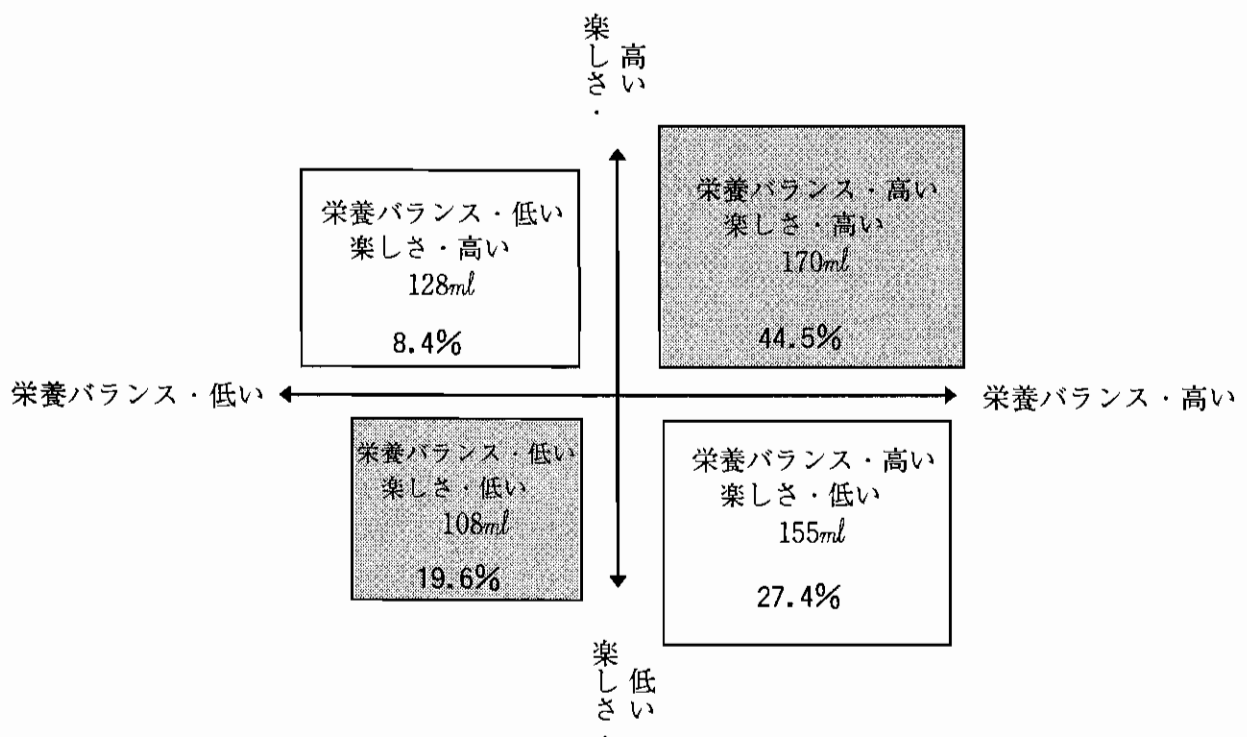
男女で比べると、女性の方が「いつも楽しく食事をしている」人が多く、年齢で見ると、若い人よりも年齢の高い人の方が「いつも楽しく食事をしている」人が多い。(本文中P.115)

③ 栄養バランスと食事の楽しさ

栄養バランスがとれていて、いつも楽しく食事をしているグループが45%あり、この人たちが最も多く牛乳を飲む。

逆に栄養バランスが低く、楽しくない食事をしているグループは20%いるが、このグループの牛乳の飲用量が108mlと最も少ない。(本文中P.116)

食生活に対する態度別構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



2. 丈夫で健康維持への高関心派が最も牛乳の飲用量が多い

① 健康不安度

現在の健康への不安は、「非常に不安を感じる」は4%と少ないが、「やや不安」が46%、「あまり不安を感じない」は41%、「全く不安を感じない」は9%であり中間層が多い。不安感が高齢層ほど多く、「全く不安を感じない」は10代のみが多い。「あまり不安を感じていない」程度の人はその年齢にも3~5割と多い。(本文中P.119)

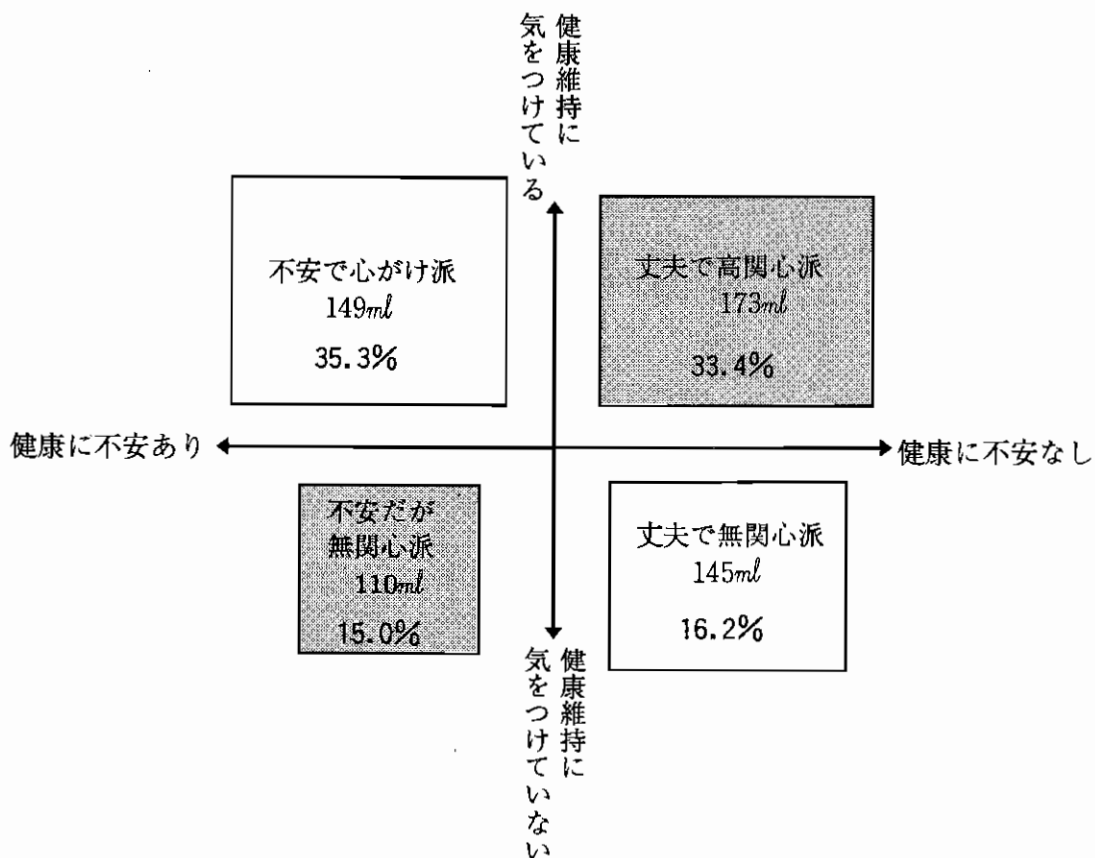
② 健康維持のための配慮

健康維持のために食生活や運動への配慮の有無をみると「十分気をつけている」が15%、「やや気をつけている」が54%、「あまり気をつけていない」が28%、「全く気をつけていない」は3%とわずかである。加齢とともに配慮している人が増える。また、男女で見ると女性の方が気をつけている人が多い。(本文中P.120)

③ 健康不安と健康維持のための配慮

健康不安の度合いと健康維持のための配慮の組み合わせをみると、健康不安はないが健康維持に気をつけている人(丈夫で高関心派)が33%あり、このグループは1日あたり173mlと最もたくさんの牛乳を飲む。一方、「不安で心がけ派」は35%あり、これは高齢層に多いが、牛乳飲用量は149mlと標準的である。また、「不安だが無関心派」は15%あり、このグループの飲用量は110mlと最も少ない。「丈夫で無関心派」は若者層に多いが、牛乳は145mlと平均よりやや低い飲用量である。(本文中P.121)

健康意識によるグループ構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



3. 経済的ゆとりのある人の方が牛乳飲用量が多い

① 経済的ゆとり

生活の中で経済的なゆとりが「非常にある」人は4%とわずかであるが、「ややゆとりがある」となると44%に達する。一方、「あまりゆとりがない」も44%と多い。「全くゆとりがない」は9%にとどまる。「ややゆとりがある」は高齢層に多く、「あまりゆとりがない」は20代、30代などの若い層に多い。(本文中P.124)

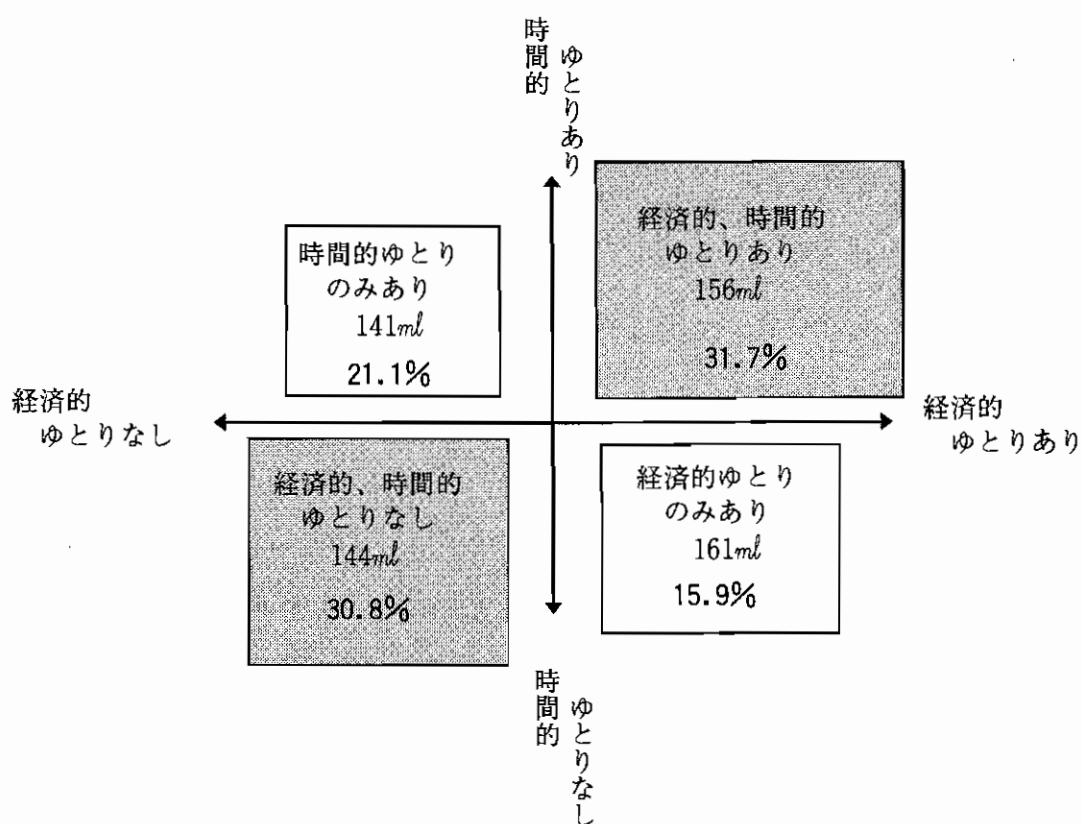
② 時間的ゆとり

時間的ゆとりをみると、「非常にゆとりがある」は12%、「ややゆとりがある」は41%と、合わせて53%が時間的ゆとりがある。一方、「あまりゆとりがない」は40%、「全くゆとりがない」は7%であり、非ゆとり派は47%である。時間的ゆとりがあるのは、仕事から解放された60代以上の男性および子育てから解放された50代以上の女性で顕著に多い。(本文中P.125)

③ 経済的ゆとりと時間的ゆとり

経済的ゆとりと時間的ゆとりの組み合わせからみると、「経済的にも時間的にもゆとりのある人」は32%、「経済的にも時間的にもゆとりのない人」も31%いる。前者は高齢者に多く、後者は40代以下の男女に多い。時間的ゆとりにかかわらず経済的にゆとりのあるグループの方が牛乳の飲用量が多い。経済的ゆとりのある人の方が健康維持に気をつけている人が多いことと関連がある。(本文中P.126)

生活のゆとり感によるグループ構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



4. 牛乳の出費は景気変動の影響が少ない

家計からみたこの1、2年の出費の変化をみると、牛乳は「同じ」が70%と最も多く、「増えた」が22%、「減った」が5%と「減った」が最も少ないアイテムである。牛乳は最も景気変動の影響をうけにくい出費といえる。(本文中P.132)

V. この10年間の変化

1. 13才以上の牛乳飲用量は1.24倍に

13才以上の1人1日あたりの平均牛乳飲用量は121ml(87年)から150ml(96年)へと1.24倍に増加。1才~12才の子どもの飲用量は254ml(87年)から274ml(96年)へと1.08倍に増加。(本文中P.135)

2. 牛乳の飲用者の増加と200ml以上飲む人の増加

10年間で飲用者は85%(87年)から90%(96年)へと増加し、また、1日200ml以上飲むヘビーユーザーは20%(87年)から30%(96年)へと10ポイント増加した。(本文中P.136)

3. 年齢別比較では10代の男女の飲用量アップが顕著

同一年齢で平均飲用量の比較をしてみると、男女ともどの年齢層でも増えてはいるが、特に伸びが大きいのは10代の男性1.61倍、女性1.41倍である。女性は20代の伸びが1.11倍と低く、男性は50代の伸びが1.09倍と低い。(本文中P.137)

4. 世代別では現在40代の男性、50代の女性の飲用量アップが目立つ

世代間比較をみると、男性では現在40代と50代、女性では現在30代から60代の層がこの10年間で飲用量を大きく伸ばした。現在の20代は男女ともこの10年間で飲用量は増加していない。(本文中P.138)

5. 飲用機会の多様化

「朝」「昼」「夕」の3食、及び「おやつや間食」での飲用機会がこの5年間で伸びており、飲用機会は多様化している。(本文中P.140)

6. 飲用理由は「カルシウム」を意識してが増加

「栄養がある」は1987年53%であったが、1996年には41%へと減った。一方、「カルシウムがある」は38%から50%へと12ポイントも増加し、トップの理由となった。一方、「好き」、「おいしい」など味に関する理由は増えていない。(本文中P.141)

7. ヨーグルトの利用率の増加が目立つ

乳製品の利用率で大幅に増えたのは、ヨーグルト 41% (87年) →72% (96年)、やや増加したのはチーズ類とスキムミルクである。生クリーム、サワークリームの伸びは鈍い。バターの利用は 60% (87年) →56% (96年) へと微減。(本文中P.143)

8. 牛乳を毎日買う世帯は減少

牛乳の購入頻度はこの10年間で「毎日」が 35% (87年) から 25% (96年) へと減り、逆に「週に1～3回」が 53% (87年) から 65% (96年) へと増加した。(本文中P.144)

9. スーパー、コンビニエンスストアでの購入が増加

購入チャネルは「スーパー」「コンビニエンスストア」「生協などの共同購入」が増え、「牛乳販売店(宅配)」の利用が減少している。(本文中P.145)

10. 骨粗しょう症の認知率の飛躍的増加

骨粗しょう症という言葉の認知率は88年から96年の間に24%から93%へと飛躍的に伸びた。近年はこれまで認知率の低かった10代でも認知率が上昇している。

この認知率の上昇は、牛乳の飲用理由を「栄養」から「カルシウム」へとシフトさせ、かつ、中高年以上の女性の飲用量の増加に大きな寄与をしたと考えられる。(本文中P.145)

今後の課題

牛乳の1人1日あたりの消費量は、90年代にはいると、80年代にくらべて一段と増大している。これには、牛乳の飲用人口とヘビーユーザーがふえたことが寄与している。年齢別にはどの層もふえている。今後も、それぞれの健康意識に訴えて、各世代ごとの飲用量の増大をはかる必要がある。

飲用理由をみると、「カルシウムがある」から飲むは10年前とくらべて大きくふえたが、「好き」「おいしい」などは伸び悩んでいる。牛乳をおいしく、楽しく飲む飲み方や機会をもっと提案していくことが課題である。

健康維持に気をつけていない人が31%もいる。このグループは牛乳の飲用量も低くなっている。この人びとに牛乳をもっと手軽に多く飲んでもらえるよう、啓発する必要がある。

和菓子と牛乳、和食と牛乳、中華料理と牛乳という取り合わせに違和感を感じない世代が10代から30代の男女に育ちつつある。この新しい動向に注目し、牛乳の飲用機会を朝食以外にもふやす努力が必要である。

低脂肪乳や栄養強化牛乳の購入量は、牛乳の総購入量の4割近くにのぼっている。これから購入をふやしたいものとして、これらをあげる人も少なくない。牛乳の消費者層をひろげ、消費量を拡大するために、牛乳の種類が多様化が求められている。

調査結果の詳細

I 牛乳乳製品の飲用・食用実態

1. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

そのまま飲む以外の場合も含めて日頃どの程度牛乳を飲むかを聞いたところ、「毎日飲む」人が43%と最も多かった。反対に「全く飲まない」という人は9%と1割に満たない。

飲まない人も含めた全体の平均飲用日数を算出すると、1ヵ月あたり18日である。

時系列変化をみると、「週に5日以上」飲む人の比率は、1988年に50%を超え、以後5割台で推移している。

図表 I - 1 牛乳の飲用頻度

	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	月に数回飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない	無回答	n	平均 (日/月)	
全体	1996年	42.5	9.3	16.9	11.7	6.4	9.4	0	4706	18.3	
	1995年	48.4	7.5	12.9	9.9	6.6	9.9	0.1	4668	19.0	
	1994年	46.8	9.6	13.3	9.2	7.7	10.0	0.0	4617	19.0	
	1993年	46.5	10.2	14.3	9.2	6.9	9.4	0.2	4553	19.2	
	1992年	44.2	9.3	13.8	10.7	8.1	8.7	0.2	4651	18.4	
	1991年	45.2	10.4	14.7	10.0	7.0	8.2	0.2	4714	19.1	
	1990年	45.7	10.2	14.0	9.5	7.5	7.9	0.3	4691	19.1	
	1989年	43.4	9.5	13.5	10.5	7.9	9.8	0.4	4579	18.2	
	1988年	39.9	10.4	14.5	10.7	8.7	10.1	0.5	4604	17.6	
	1987年	38.5	9.5	14.3	11.6	10.0	6.8	8.7	0.6	4664	17.0

(%)

性・年齢別に平均飲用日数をみると、男性は10代が最も多く、20代～40代では少なくなるものの、50代から再び上向く。これに対し、女性では20代以外は19～20日と年齢によって飲用日数はあまり変わらない。

1995年と1996年の時系列変化に注目すると、男女とも20～30代で飲用日数が減少している。

図表 I - 2 性・年齢別 1人あたり平均牛乳飲用頻度

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		17.0	17.6	18.2	19.1	19.1	18.4	19.2	19.0	19.0	18.3
男 性	10代	19.5	18.9	20.0	18.8	22.0	20.9	21.9	20.8	21.9	21.9
	20代	14.5	14.8	15.7	16.4	16.4	14.4	16.8	15.6	17.2	15.7
	30代	13.6	16.3	16.7	18.9	16.6	15.7	18.4	17.2	17.0	15.4
	40代	15.0	15.8	16.0	18.5	17.2	15.2	17.8	16.3	15.6	15.9
	50代	17.3	17.5	17.6	20.5	18.0	18.7	18.3	18.6	17.2	18.5
	60代以上	18.5	19.1	19.1	21.4	20.3	20.4	20.5	20.5	19.6	19.1
女 性	10代	16.9	17.9	17.2	17.6	18.6	17.6	17.2	17.5	18.1	19.0
	20代	16.8	17.3	17.9	17.4	18.3	16.3	17.0	17.0	18.5	16.3
	30代	18.0	18.0	19.5	20.4	20.2	19.4	18.8	21.0	21.3	19.5
	40代	17.7	18.8	18.9	19.7	19.9	19.6	20.5	19.8	19.3	18.7
	50代	18.2	18.3	19.3	21.0	20.2	20.9	20.4	20.7	20.4	19.8
	60代以上	18.2	17.3	19.1	21.6	20.6	20.8	22.2	21.1	21.2	19.8
男性 小計	16.2	17.1	17.4	18.3	18.4	17.6	18.9	18.2	17.9	17.7	
女性 小計	17.7	18.0	18.8	19.7	19.7	19.2	19.6	19.7	20.0	18.9	

(日/月)

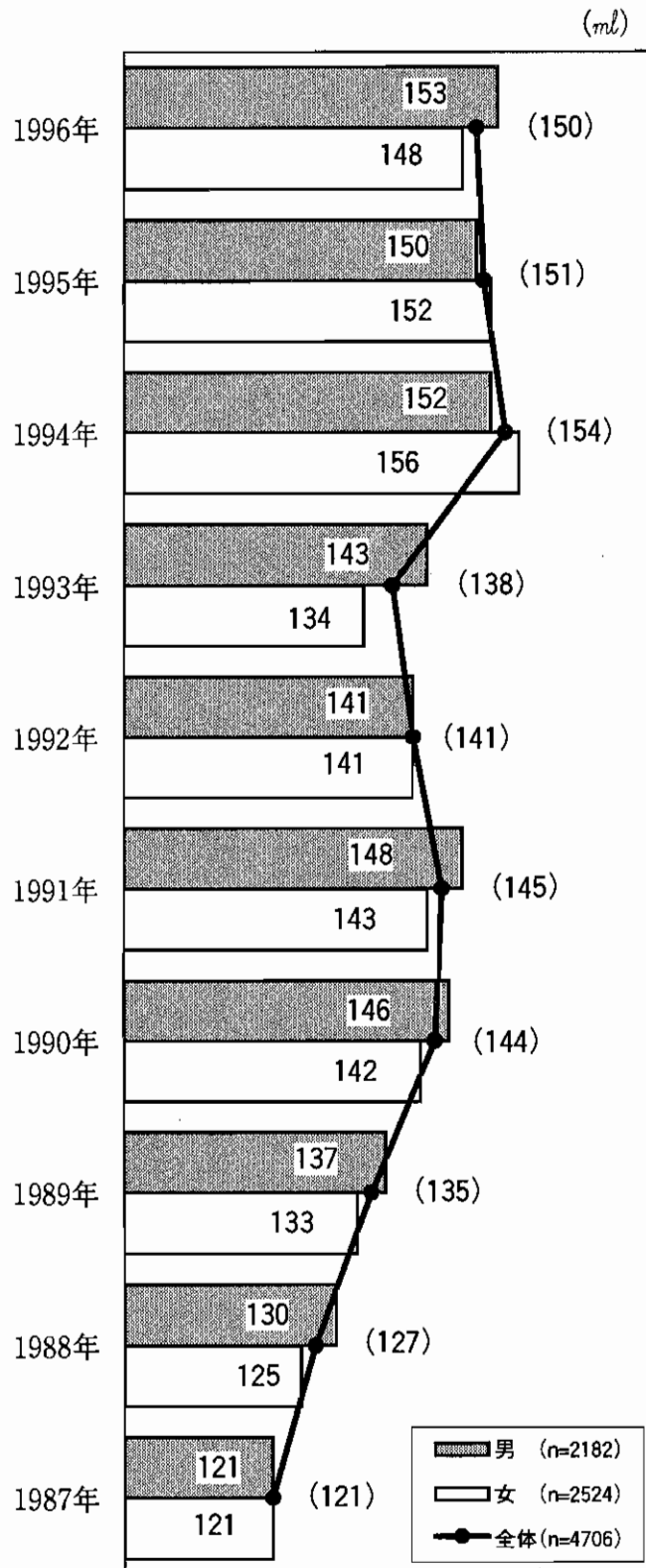
2) 牛乳の飲用量

13才以上の牛乳の1日あたりの平均飲用量は150mlで、男性の飲用量(153ml)がわずかに女性(148ml)を上回っている。

長期トレンドをみると、牛乳の飲用量は90年から93年、94年から96年の2段階でステップアップし、この10年間で約1.24倍の増加となった。

乳幼児からの牛乳飲用量をみると、男女とも幼児から小学校高学年までは200~300ml台と多いが、女性では中学生頃から、男性はやや遅れて高校生頃から飲用量が減少し始める。そして、女性では10代後半、男性では20代から高齢層まで100ml台で落ち着く、という年齢傾向がみられる。

図表I-3 1人1日あたりの平均牛乳飲用量
(13才以上の平均値)



図表 I - 4 性・年齢別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量

		1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	50 100 150 200 250 300 350 400						
1~3才	男	263	237	266	270	260	261	266	293	225	218							
	女	239	214	219	245	242	210	252	293	226	204							
4~6才	男	256	243	260	260	266	256	275	318	245	259							
	女	217	200	216	228	234	242	239	272	251	233							
小1~小3	男	279	281	292	292	296	324	306	328	324	315							
	女*	262	236	246														
小4~小6	男	279	274	283	304	311	324	327	351	328	345							
	女*	236	230	246														
13~15才	男	247	215	269	277	284	305	260	323	336	357							
	女*	160	182	208														
16~19才	男	168	174	192	194	224	225	220	209	241	272							
	女	113	125	113														
20代	男	117	124	123	124	139	132	134	142	160	160							
	女	122	121	135														
30代	男	92	118	125	123	120	107	136	128	132	126							
	女	120	127	133														
40代	男	108	109	116	123	126	109	123	121	117	126							
	女	116	133	133														
50代	男	120	115	129	152	133	132	127	144	124	131							
	女	125	120	135														
60代以上	男	111	134	128	150	141	138	125	150	138	136							
	女	118	107	126														

(ml)

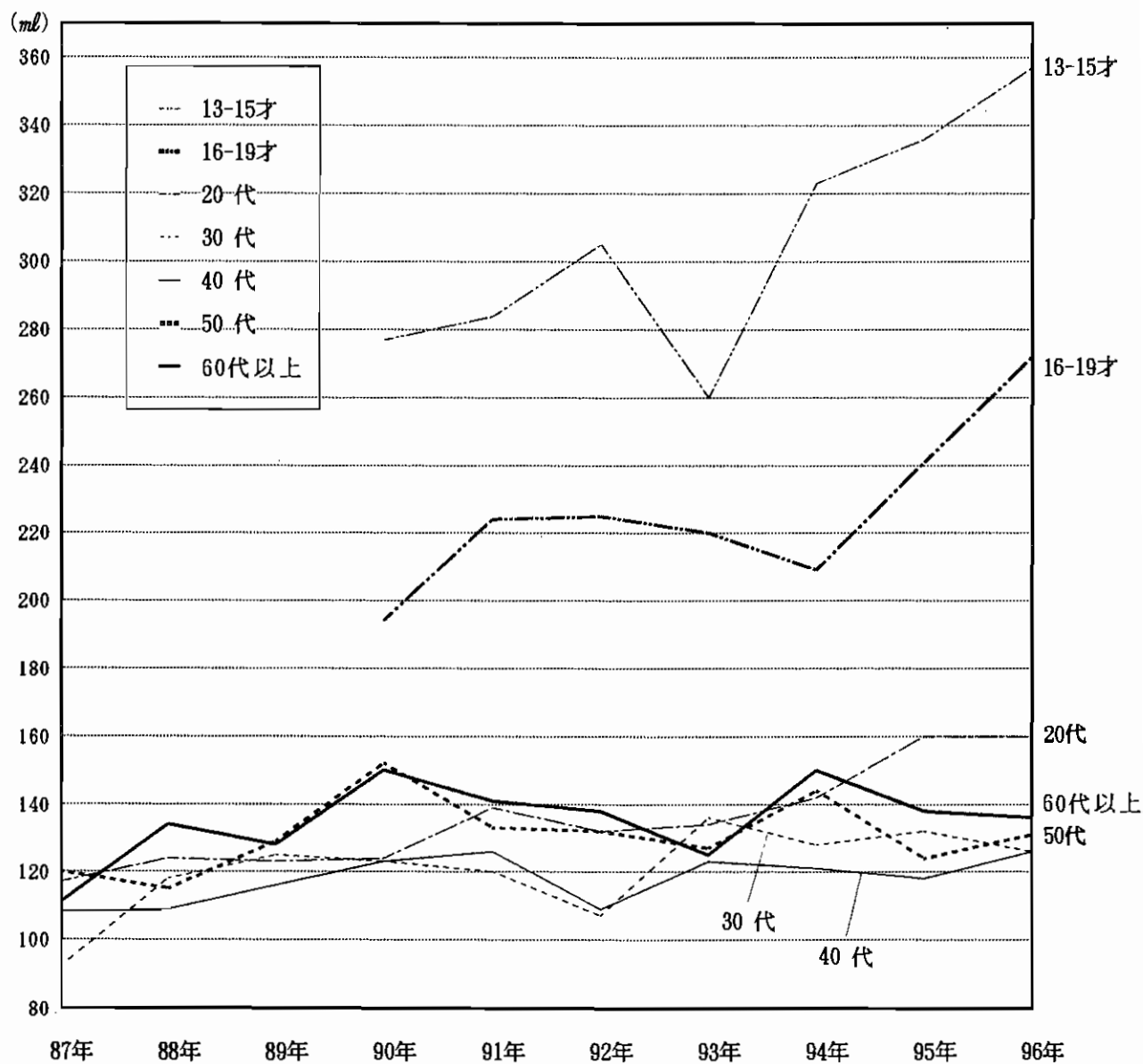
※ 1才~小学生までの飲用量は、1日あたりの牛乳飲用量をその世帯の主婦に聞いた結果である。

※※ 小学生の子供の年齢区分は1989年まで2学年ずつの3区分であったが、1990年から3学年ずつの2区分とした。同様に13~14才の区分を13~15才とし、次の区分を16~19才と変えた。

性・年齢別の牛乳の飲用量を時系列でみてみると、10代の男女で飲用量の伸びが目立つ。

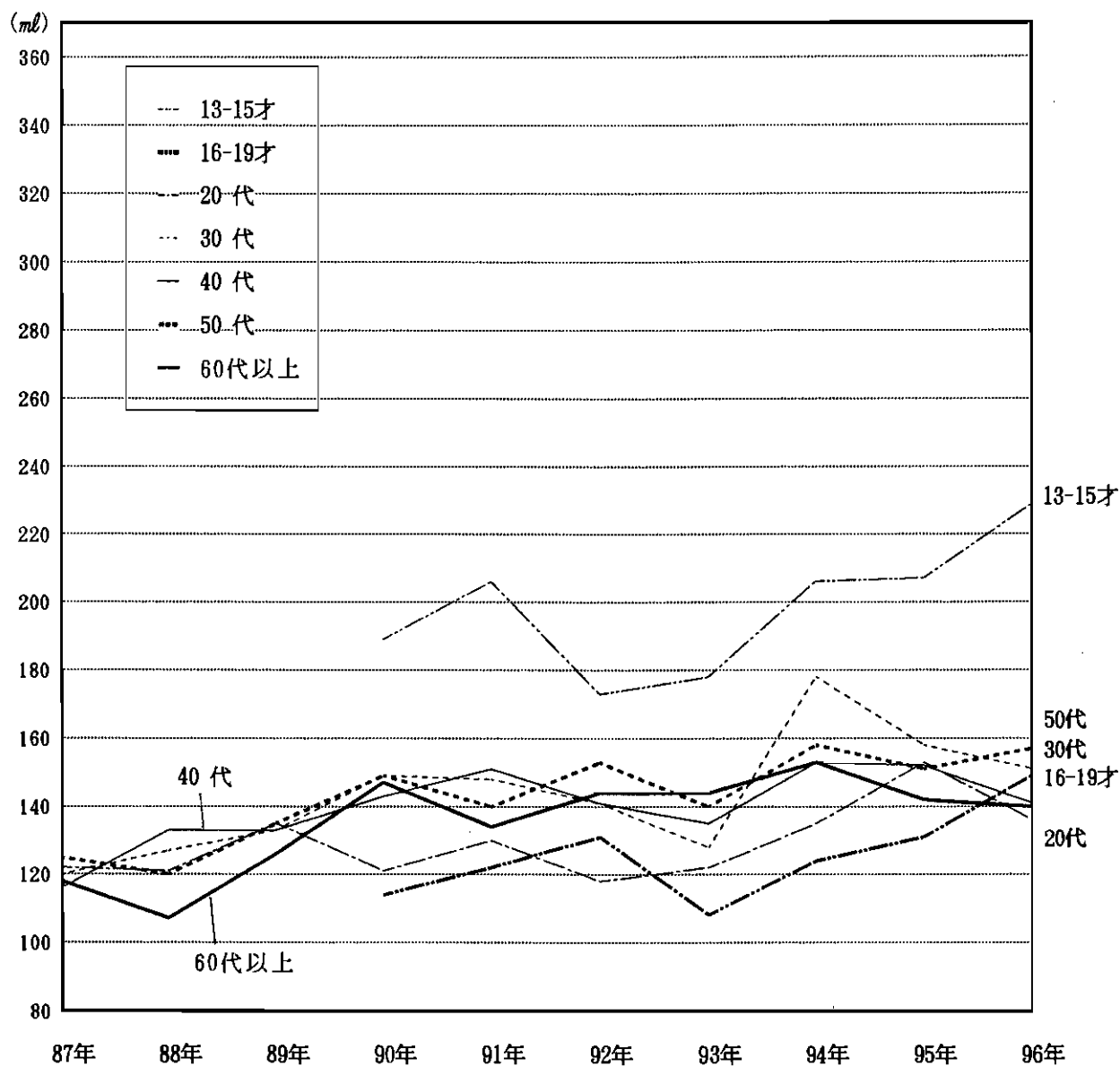
図表 I - 5 性・年齢別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量 (13才以上の平均値)

〈男 性〉



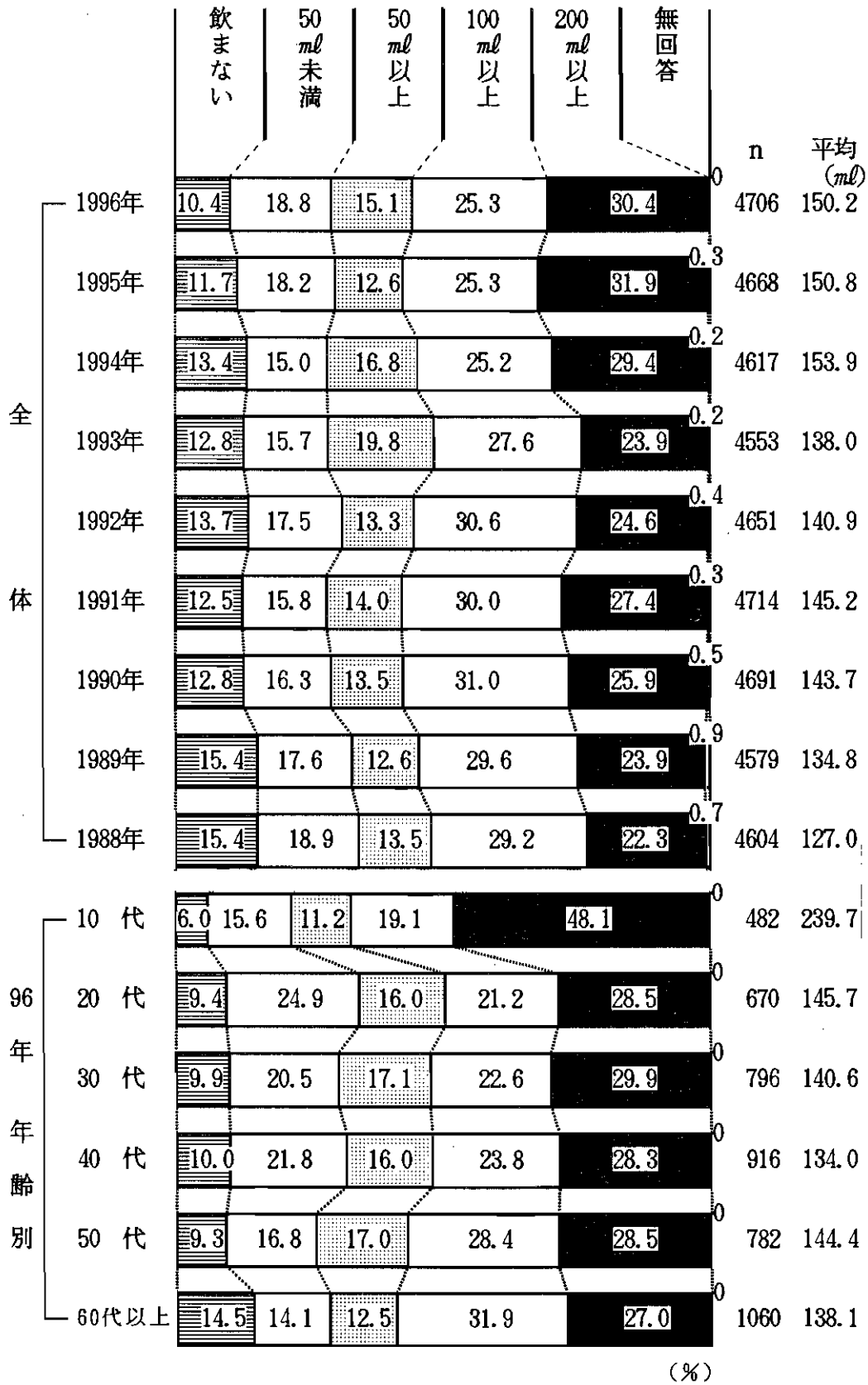
※10代は区分が変わったため、90年以降のみ表示

〈女性〉

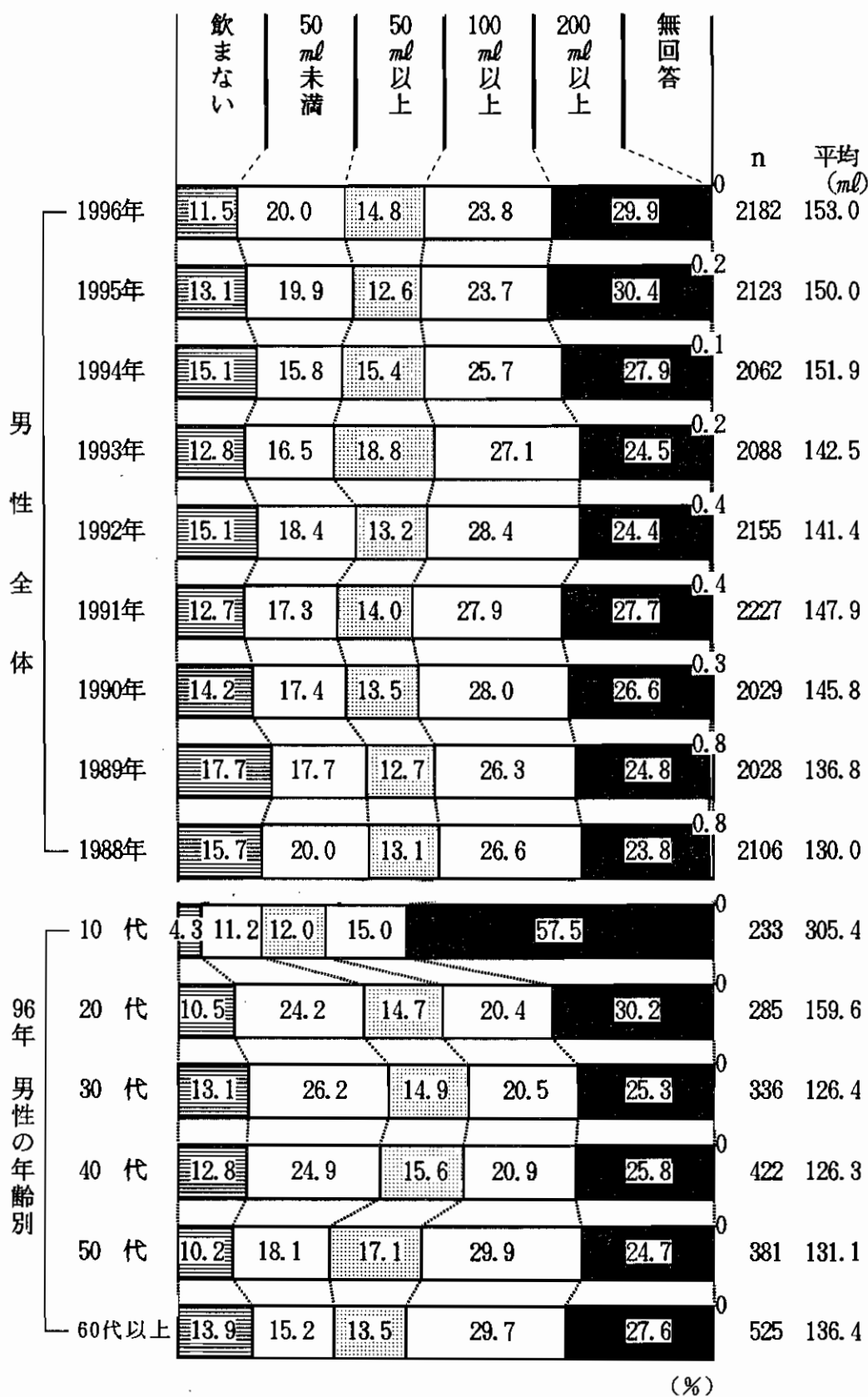


※10代は区分が変わったため、90年以降のみ表示

図表 I - 6 1日あたりの牛乳飲用量 (全体)

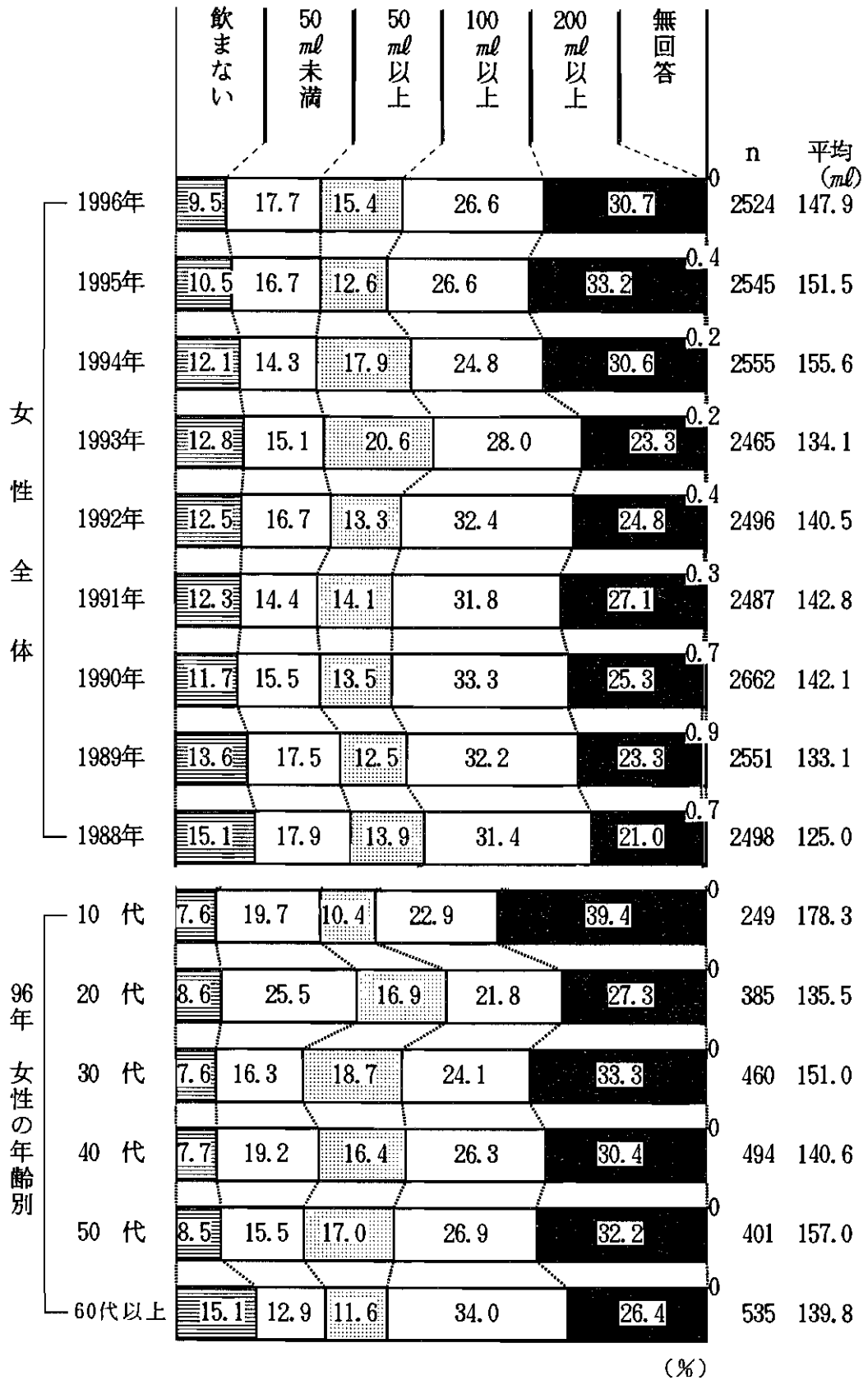


図表 I-7 1日あたりの牛乳飲用量 (男性)

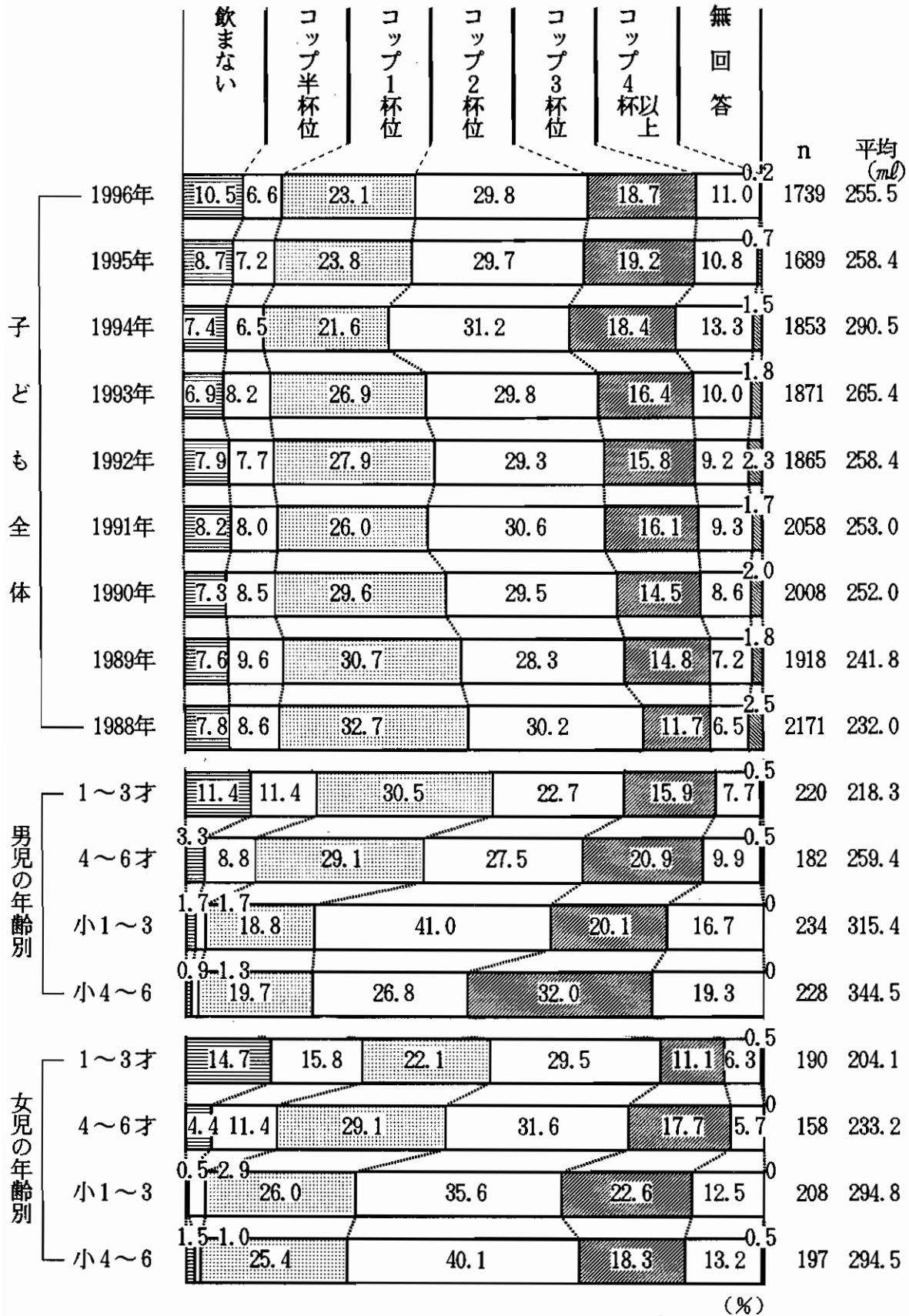


(%)

図表 I - 8 1日あたりの牛乳飲用量 (女性)



図表I-9 1日あたりの牛乳飲用量(子ども)



(注) 子ども全体は0~12才のトータルを示す

参考までに、職業別、地域別、都市規模別の平均飲用量を以下に示した。

図表 I - 10 職業別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		121	127	135	144	145	141	138	154	151	150
自家 宮族 ・従 業	農林・漁業	113	115	110	139	121	131	113	180	128	129
	商工サービス業	109	127	141	148	135	134	142	150	140	144
	自由業	116	130	129	157	132	127	131	153	160	152
	内 職	115	126	128	113	160	141	218	185	119	125
勤 め	管 理 職	128	122	107	141	140	122	123	138	116	144
	専門技術職	111	121	128	134	144	129	127	149	134	139
	事務職	108	109	120	124	122	122	112	135	143	133
	労 務 職	107	121	115	120	122	107	131	131	136	124
	販売サービス職 パート・アルバイト	103	111	123	121	125	119	116	128	140	123 138
無 職	主 婦	128	129	145	152	150	153	148	167	160	156
	学 生	158	165	174	183	200	198	182	199	225	237
	無 職	111	110	122	137	140	139	128	133	135	140

* 「パート・アルバイト」は1996年からカテゴリーを追加した。(ml)

図表 I - 11 地域別・都市規模別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		121	127	135	144	145	141	138	154	151	150
地 域 別	北 海 道	114	130	150	144	124	137	160	142	143	159
	東 北	115	118	127	150	141	137	133	180	163	151
	関 東・甲 信	122	129	134	149	147	151	143	151	158	156
	東 海・北 陸	121	120	130	138	143	123	130	152	148	136
	近 畿	125	128	146	141	150	146	143	160	150	156
	中 国	109	124	135	145	154	137	119	153	127	144
	四 国	141	126	166	145	118	116	140	143	153	146
	九 州	122	138	122	136	150	144	134	151	143	149
都 市 規 模 別	12大都市	119	129	138	156	147	143	143	151	158	156
	15万上市	126	132	140	138	150	146	141	152	155	153
	5万上市	120	123	131	137	142	141	135	152	152	146
	5万未満市	109	130	130	140	153	142	123	159	143	143
	郡 部	120	122	130	146	138	133	138	160	141	147

(ml)

今回あらたに追加した属性質問とのクロス結果は次の通り。

年齢との関連があるため、既婚者より未婚者で牛乳飲用量が多い。また世帯年収別では、年収の高い層ほど飲用量が高くなっている。

図表 I - 12 その他の属性別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量

		1996年
全 体 (n=4706)		150
未既婚	既 婚 (n=3516)	139
	未 婚 (N=1173)	182
学 歴	小・中学校卒 (n=964)	149
	高等学校卒 (n=2221)	149
	専門学校・短大卒 (N=768)	151
	大学・大学院卒 (n=719)	158

		1996年
全 体 (n=4706)		150
住居形態	持ち家 (n=3702)	152
	賃 貸 (n=921)	143
	一戸建て (n=3686)	152
	集合住宅 (n=937)	145
世帯年収	500万円未満 (n=1426)	136
	900万円未満 (n=1660)	153
	900万円以上 (n=1074)	166

(ml)

3) 牛乳の飲用量によるユーザー分類

牛乳の飲用頻度と1日の飲用杯数から、牛乳の飲用量によるユーザー分類を行った。具体的な分類方法については調査設計の主な分析軸の章を参照されたい。

5グループの全体の構成比は次の通りである。

ヘビーユーザー(25%)とミドルユーザー(26%)が多く、ノンユーザーは13%と少ない。毎日牛乳を飲んでいるが飲用杯数は少ない毎日ミドルユーザー(18%)はライトユーザー(19%)と同じくらいの比率である。

1995年調査と比べると、毎日ミドルユーザー、ヘビーユーザーとノンユーザー層が減って、中間層のミドルユーザーとライトユーザーが増えている。しかし長期トレンドで見ると、ヘビーユーザーは増加傾向にある。

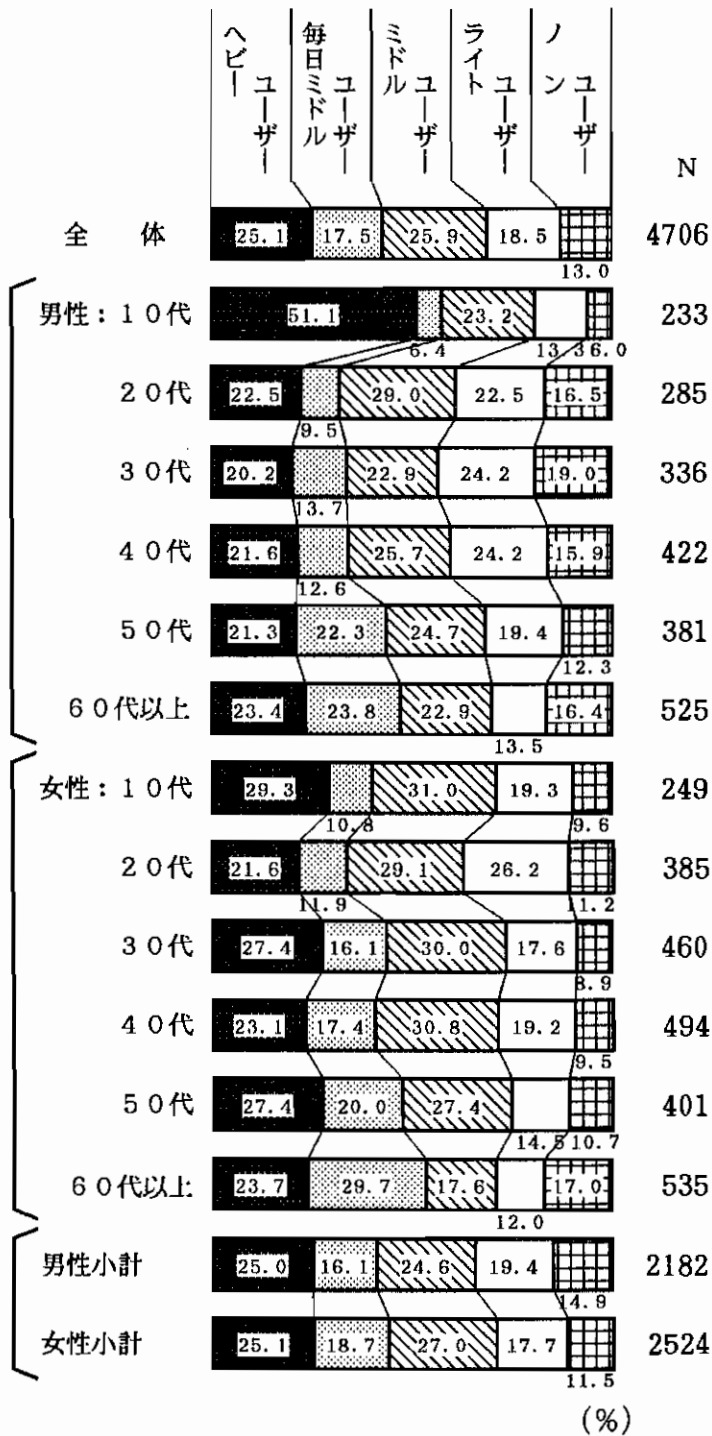
図表 I-13 牛乳の飲用量によるユーザー分類

	ヘビー ユーザー	毎日 ミドル ユーザー	ミドル ユーザー	ライト ユーザー	ノン ユーザー	無回答	n
1996年	25.1	17.5	25.9	18.5	13.0	0	4706
1995年	28.3	20.1	19.7	17.1	14.5	0.3	4668
1994年	28.0	18.7	23.0	16.7	13.4	0.2	4617
1993年	23.1	23.4	24.0	16.5	12.8	0.2	4553
1992年	21.4	22.7	22.8	19.0	13.7	0.4	4651
1991年	23.0	22.1	24.7	17.3	12.7	0.1	4714
1990年	22.6	23.1	23.5	17.6	13.1	0.1	4691
1989年	20.1	22.8	21.9	19.0	14.9	1.3	4579
1988年	18.4	21.3	24.1	20.1	15.4	0.7	4604
1987年	17.2	21.2	23.5	22.0	15.4	0.8	4664

(%)

性・年齢別にみると、男性の10代でヘビーユーザー層が51%と多いのが目立つ。女性の10代も、男性ほどではないものの、ヘビーユーザーが3割弱と多い。

図表 I - 14 性・年齢別 牛乳の飲用量によるユーザー分類

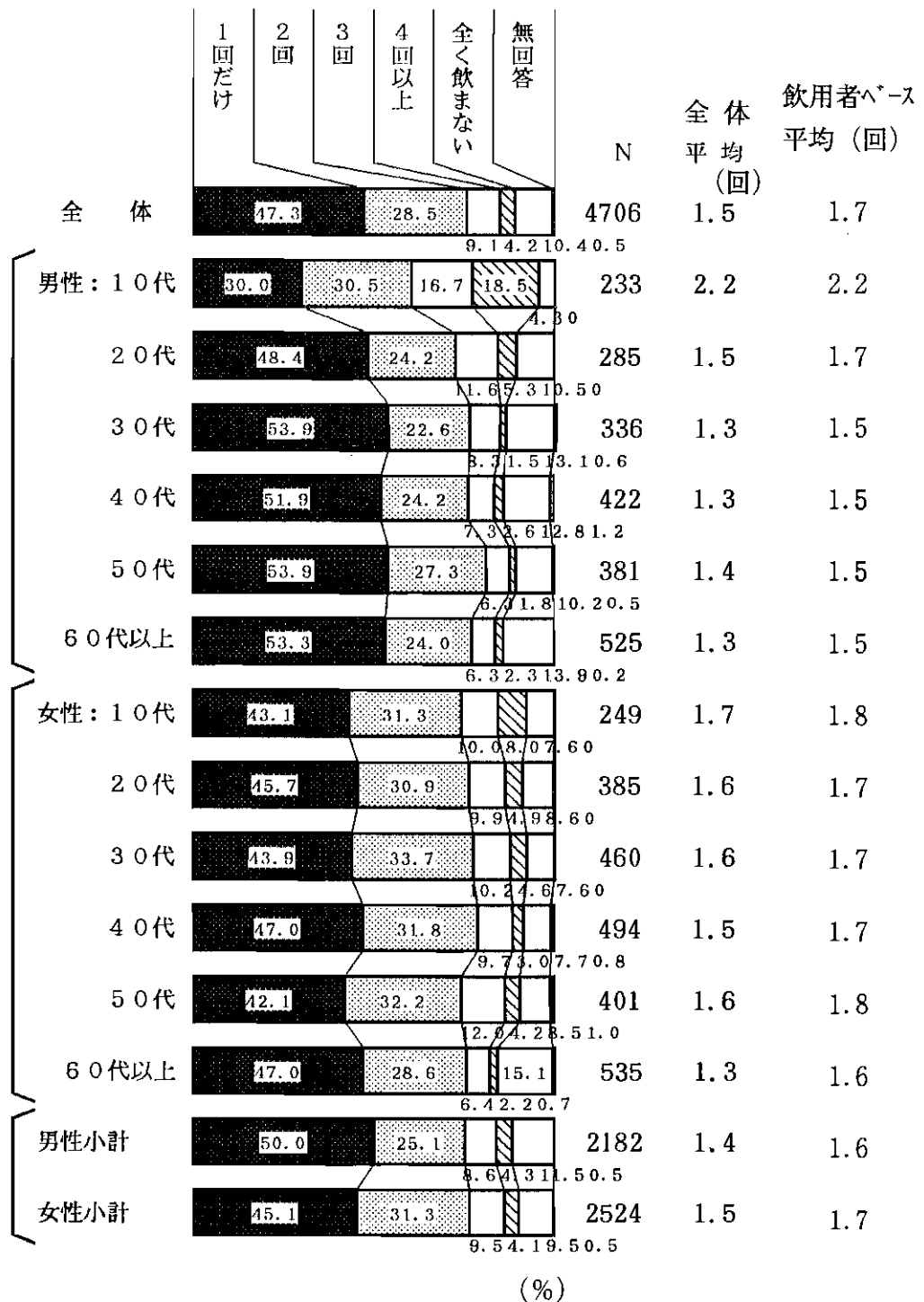


2. 1日あたりの牛乳の飲用回数

1日に牛乳を飲む回数は、「1回だけ」の人が47%と半数近くを占める。「2回」は29%、「3回」は9%、「4回以上」は4%であり、1日に2回以上飲む人を合わせると、3人に1人にのぼる。全く飲まない人も含め平均回数を計算すると、1.5回である（全く飲まない人を除くと、平均値は1.7回になる）。

性・年齢別にみると、男性10代では3回以上が35%と高いが、それ以外の層ではほとんど差はみられない。

図表 I - 15 性・年齢別 1日あたりの牛乳の飲用回数



牛乳の飲用量別に平均飲用回数をみると、ヘビーユーザーが2.4回で最も多い。特に29才以下の若い男性のヘビーユーザー（2.8回）で多いのが目立つ。また、ライトユーザーでは1.2回であり、牛乳を飲む日には少なくとも1杯は飲んでいる。

図表 I-16 性・年齢・牛乳飲用量別 1日あたりの平均牛乳飲用回数

	全 体	29才以下		30～49才		50才以上	
		男 性	女 性	男 性	女 性	男 性	女 性
全 体	1.5	1.8	1.6	1.3	1.6	1.3	1.5
ヘビーユーザー	2.4	2.8	2.5	2.3	2.4	2.2	2.4
毎日ミドルユーザー	1.4	1.6	1.7	1.4	1.6	1.3	1.3
ミドルユーザー	1.5	1.6	1.7	1.4	1.5	1.4	1.5
ライトユーザー	1.2	1.2	1.2	1.1	1.2	1.1	1.2
ノンユーザー	0.2	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2

(回)

3. 牛乳の飲み方

牛乳の飲用者に牛乳の飲み方を「そのまま飲む」、「コーヒー、紅茶、ココアなど他のものと混ぜて飲む」、「シリアルやコーンフレークスにかける」の3つのタイプに分けて飲用量の割合（数字）を聞いた。

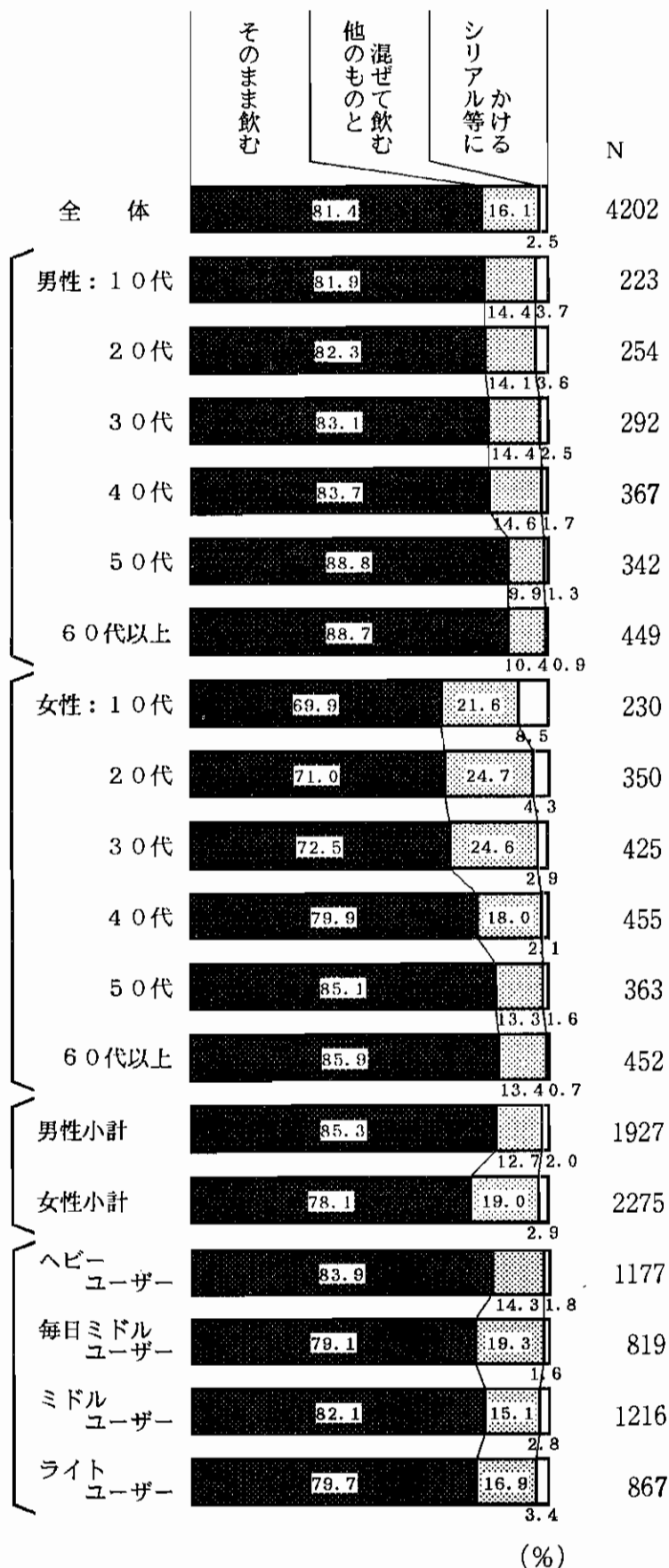
右の図は割合の平均値を示したものである。

「そのまま飲む」が81%と圧倒的に多く、「コーヒー、紅茶などの混合飲用」は16%、「シリアルにかけて」はわずか3%であった。

性・年齢別にみると、どの層でも「そのまま飲む」というストレート飲用率が高い。混合飲用率は男性15%に対し、女性は22%と7ポイントほど女性が多い。特に、10代から30代の若い女性では約3割が混合飲用を行っている。

飲用量別に飲用タイプの割合をみると特別な関連はみられず、どの層でも「そのまま飲む」割合が高い。ヘビーユーザーほど多様な牛乳の飲み方をしているわけではないようである。

図表 I - 17 性・年齢・牛乳飲用量別
牛乳の飲み方（平均値）
（飲用者ベース n=4202）



性・年齢別・飲用量別に牛乳の飲み方をみたのが下表である。

29才以下の若い女性で飲み方の多様化が最も進んでおり、特に毎日ミドルユーザー以下では「他のものと混ぜて飲む」や「シリアル等にかけて」の混合飲用率が高い。

また30～49才の女性も、毎日ミドルユーザーでは混合飲用率が35%にのぼっている。

図表 I - 18 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳の飲み方 (平均値)

(飲用者ベース n=4202)

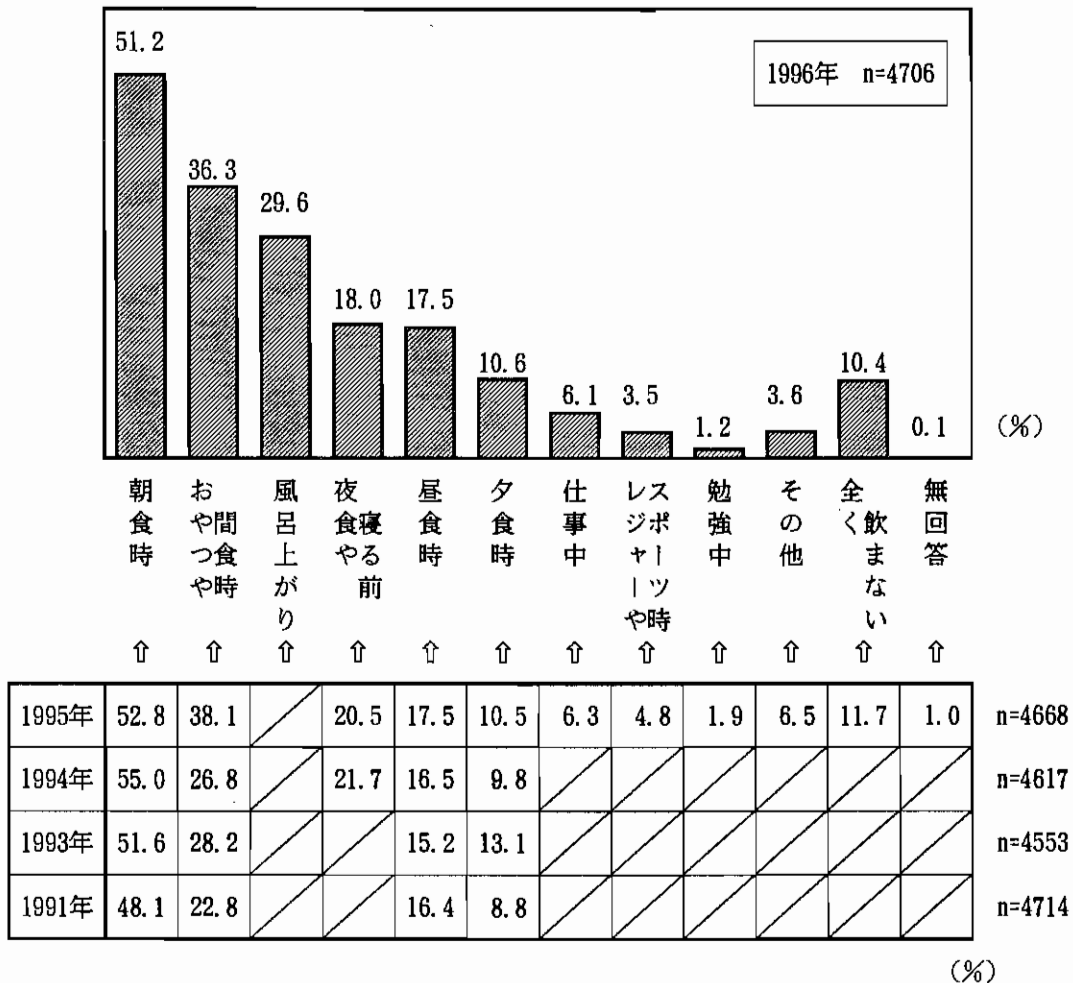
	29才以下男性			29才以下女性			30～49才男性			30～49才女性			50才以上男性			50才以上女性		
	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る	そのま ま飲 む	他 の混 もぜ のて と飲 む	シ リ ア ルか 等け に る
全 体	82.1	14.2	3.7	70.5	23.5	5.9	83.5	14.5	2.0	76.4	21.2	2.5	88.8	10.2	1.0	85.6	13.4	1.1
ヘビーユーザー	84.9	13.0	2.2	81.5	15.1	3.4	85.8	12.8	1.3	77.1	20.7	2.2	90.3	8.6	1.1	84.8	14.1	1.1
毎日ミドルユーザー	81.2	15.4	3.4	68.4	26.1	5.5	71.4	27.0	1.6	64.7	33.3	2.0	89.1	10.4	0.6	86.1	13.3	0.6
ミドルユーザー	80.1	15.2	4.7	70.2	24.6	5.2	88.3	9.7	2.0	79.6	17.3	3.1	88.4	10.6	1.1	85.6	13.0	1.4
ライトユーザー	80.2	15.3	4.5	63.0	28.5	8.5	82.3	15.5	2.2	80.2	17.4	2.4	87.3	11.0	1.7	86.2	12.2	1.5

(%)

4. 牛乳の飲用機会

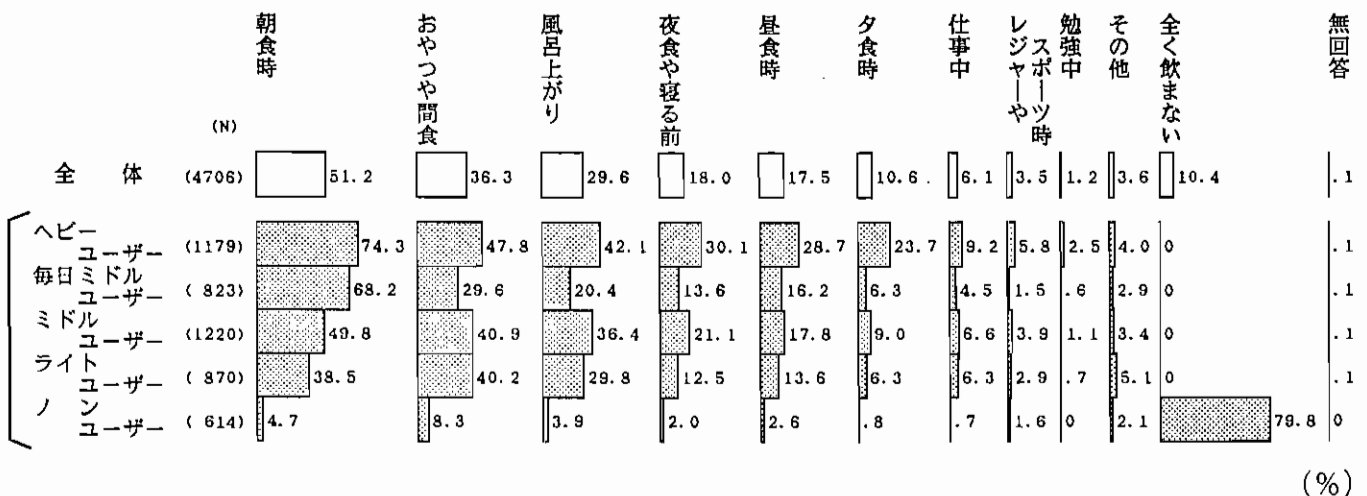
牛乳は「朝食時」に飲むという人が圧倒的に多く、51%と過半数にのぼる。次いで「おやつや間食」が36%と高く、これは昨年の調査とほぼ同様である。本年挿入した「風呂上がり」も30%と「おやつ」に次ぐ大きな飲用機会である。

図表 I-19 牛乳の飲用機会 (MA)



牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど多様な機会に牛乳を飲んでいる。「朝食」は特に差が大きく、ミドル及びライトユーザーの飲用率はヘビーユーザーと比べて低い。

図表 I-20 牛乳飲用量別 牛乳の飲用機会 (MA)



さらに性・年齢別にみると、「昼食」や「夕食」に牛乳を飲む人は29才以下の若年層に多い。若い男性では25%が「夕食」に牛乳を飲んでおり、中でもヘビーユーザーは5割近くと高い。

「風呂上がりに」牛乳を飲む人は29才以下の男女および30～49才の女性で多く、特にヘビーユーザーでは約5割が飲んでいる。

図表 I - 21 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳の飲用機会 (MA)

	朝食時						おやつや間食						風呂上がり					
	29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	52.3	57.6	49.2	52.8	46.8	50.3	36.9	48.1	23.1	46.9	26.8	37.0	35.7	34.5	29.6	34.9	22.2	24.5
ヘビーユーザー	72.7	80.8	74.2	75.0	69.1	75.1	53.6	48.7	34.0	57.9	32.4	54.9	47.0	48.1	40.9	51.7	30.9	35.0
毎日ミドルユーザー	71.4	75.3	70.7	75.0	66.2	61.5	14.3	38.4	21.2	47.5	24.8	25.5	31.0	26.0	24.2	23.8	16.7	16.3
ミドルユーザー	47.4	56.1	54.8	47.6	48.6	45.1	33.6	57.1	21.5	47.6	30.8	49.5	41.6	41.8	41.9	37.9	26.2	31.4
ライトユーザー	38.9	49.0	42.1	36.4	22.1	42.6	38.9	58.4	25.7	48.3	35.9	34.4	27.4	28.2	28.4	31.3	31.0	32.0
ノンユーザー	9.8	7.5	4.6	2.3	6.0	1.5	6.6	9.0	9.9	10.2	5.3	9.0	4.9	6.0	3.8	6.8	1.5	3.0

	夜食や寝る前						昼食時						夕食時					
	29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	27.8	19.6	18.9	16.2	14.2	16.1	20.7	21.3	13.3	18.6	16.6	16.2	24.7	13.9	10.2	7.9	8.9	5.6
ヘビーユーザー	40.4	33.3	32.1	25.0	24.5	28.7	32.2	28.8	25.8	28.3	29.4	27.4	47.0	30.8	22.6	16.3	20.1	12.2
毎日ミドルユーザー	16.7	13.7	15.2	12.5	11.4	15.1	28.6	16.4	9.1	18.8	15.2	15.9	9.5	8.2	11.1	5.0	4.8	5.4
ミドルユーザー	32.1	23.3	23.7	17.9	16.4	19.1	16.1	26.5	12.9	18.3	17.3	15.2	16.1	12.7	8.1	7.2	9.3	3.9
ライトユーザー	15.8	11.4	16.4	12.5	11.7	6.6	9.5	18.1	12.0	14.2	12.4	13.9	13.7	6.7	8.2	3.4	6.2	1.6
ノンユーザー	6.6	1.5	2.3	1.1	2.3	-	8.2	1.5	3.8	1.1	2.3	0.7	4.9	-	-	1.1	0.8	-

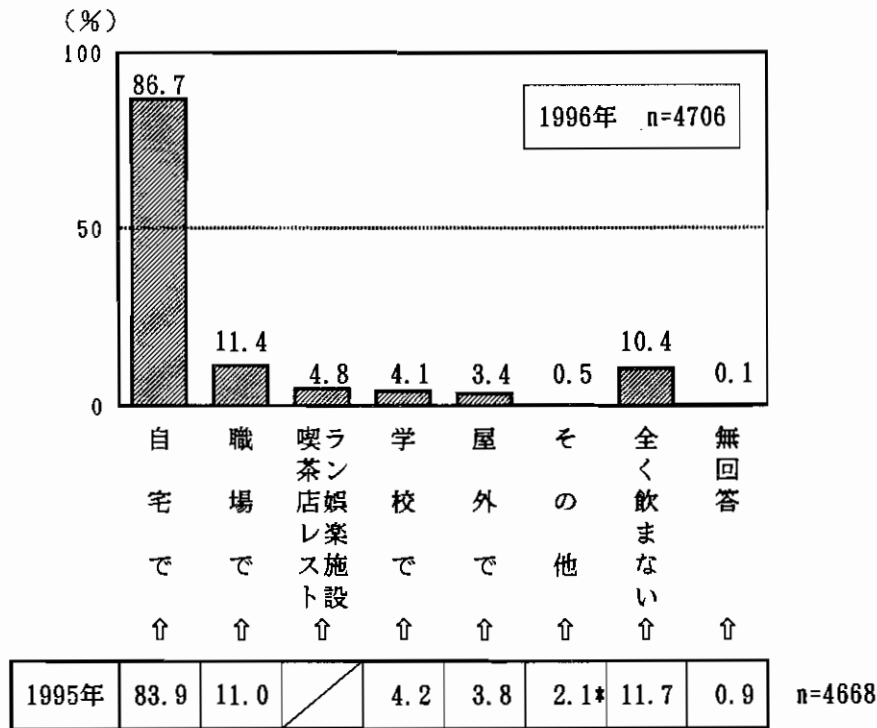
	仕事中						レジャーやスポーツ時						勉強中					
	29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	5.0	3.8	8.7	6.6	6.7	4.8	5.6	2.2	4.2	2.8	3.9	2.8	4.8	3.3	0.3	0.3	0.2	0.2
ヘビーユーザー	4.9	5.8	12.6	12.5	9.8	8.9	8.2	4.5	7.5	2.5	7.4	5.5	8.7	3.8	0.6	1.3	1.0	0.8
毎日ミドルユーザー	4.8	1.4	5.1	7.5	4.3	3.3	-	1.4	2.0	1.9	1.9	0.8	4.8	4.1	-	-	-	-
ミドルユーザー	8.0	5.3	8.1	3.8	8.9	6.9	6.6	2.1	7.0	3.8	3.3	2.0	3.6	4.2	0.5	-	-	-
ライトユーザー	4.2	2.7	13.7	5.1	8.3	0.8	5.3	0.7	2.2	3.4	2.8	4.1	2.1	2.7	-	-	-	-
ノンユーザー	-	-	0.8	1.1	0.8	0.7	-	1.5	0.8	1.1	3.8	1.5	-	-	-	-	-	-

(%)

5. 牛乳の飲用場所

牛乳は「自宅」で飲む人が87%と圧倒的である。「職場」で飲む人は11%、「学校」は4%、「喫茶店、レストラン、娯楽施設」などでの飲用は5%である。1995年と比べると「自宅」での飲用がわずかに増えている。

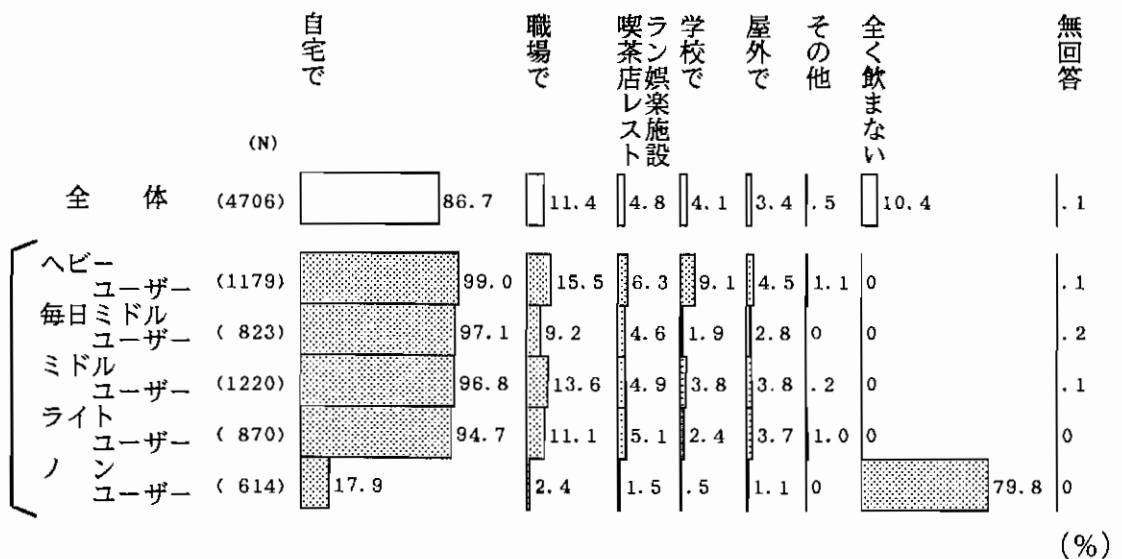
図表 I - 22 牛乳の飲用場所 (MA)



*1995年は「その他屋外で」

牛乳の飲用量別にみると、飲用量と飲用場所との相関はほとんどみられず、ユーザーでは9割以上が「自宅で」飲んでいる。しかしながら、今後の牛乳飲用の促進のためには、自宅以外でも牛乳を飲む場所を増やしていくことが必要であろう。

図表 I - 23 牛乳の飲用量別 牛乳の飲用場所 (MA)



性・年齢別にみると、「喫茶店、レストラン、娯楽施設」などで飲むのは29才以下の女性や30～49才のヘビーユーザーの女性に比較的多くみられる。30～49才の男性は2割が「職場」で飲んでおり、特にヘビーユーザーでは3割と高い。

図表 I-24 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳の飲用場所 (MA)

	自 宅 で						職 場 で						喫茶店・レストラン・娯楽施設など					
	29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	88.6	89.3	82.2	90.8	84.2	85.9	8.9	9.9	18.3	11.7	13.5	5.9	3.1	7.6	3.4	4.4	5.0	5.1
ヘビーユーザー	99.5	99.4	96.9	99.6	98.0	99.2	8.2	11.5	28.3	17.5	20.6	8.9	3.3	7.1	6.3	7.5	6.4	6.8
毎日ミドルユーザー	92.9	97.3	97.0	98.8	96.7	97.1	4.8	9.6	15.2	9.4	11.9	5.0	4.8	8.2	3.0	5.6	4.8	3.3
ミドルユーザー	97.1	96.3	95.2	98.3	95.8	97.5	13.9	15.3	18.8	11.4	16.4	7.4	3.6	9.0	3.2	2.8	4.2	7.4
ライトユーザー	92.6	96.0	91.8	96.6	92.4	99.2	8.4	6.0	20.8	11.4	11.7	4.1	3.2	8.1	3.8	3.4	6.2	5.7
ノンユーザー	27.9	22.4	21.4	15.9	14.3	12.7	3.3	-	4.6	2.3	2.3	1.5	-	3.0	-	1.1	3.0	1.5

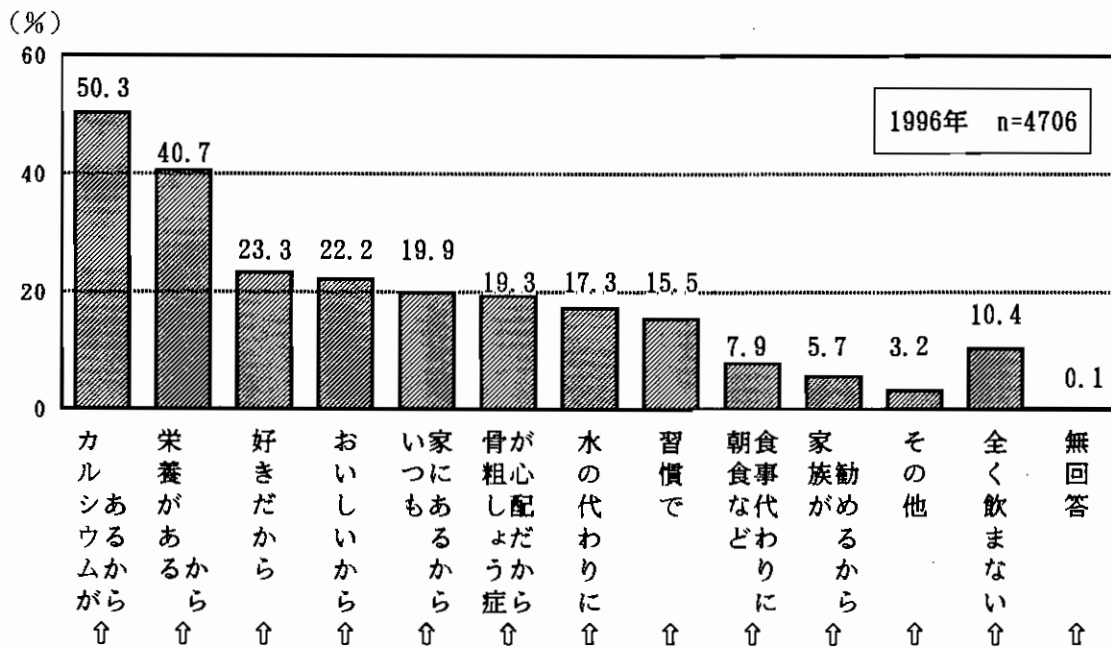
	学 校 で						屋 外 で					
	29才以下		30～49才		50才以上		29才以下		30～49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	16.8	13.4	0.8	1.0	0.2	0.3	4.2	2.2	4.5	3.2	3.8	2.8
ヘビーユーザー	28.4	26.3	3.1	2.1	1.0	0.8	3.8	1.3	5.0	4.2	6.9	5.1
毎日ミドルユーザー	14.3	9.6	-	1.3	-	0.4	7.1	-	4.0	1.9	3.3	2.5
ミドルユーザー	13.1	12.7	0.5	1.0	-	-	4.4	2.6	4.3	4.5	4.2	2.5
ライトユーザー	8.4	8.7	-	-	-	-	5.3	4.0	6.6	2.3	1.4	2.5
ノンユーザー	4.9	-	-	-	-	-	1.6	1.5	1.5	1.1	1.5	-

(%)

6. 牛乳の飲用理由

牛乳を飲む理由としては「カルシウムがある」が「栄養がある」を10ポイントほど離し、「牛乳＝カルシウム」という理解が強くなっている。一方、「好き」、「おいしい」という感性面の理由は、2割強にとどまっている。95年に新しく追加した「骨粗しょう症が心配」は19%であり、昨年より3ポイント増加した。

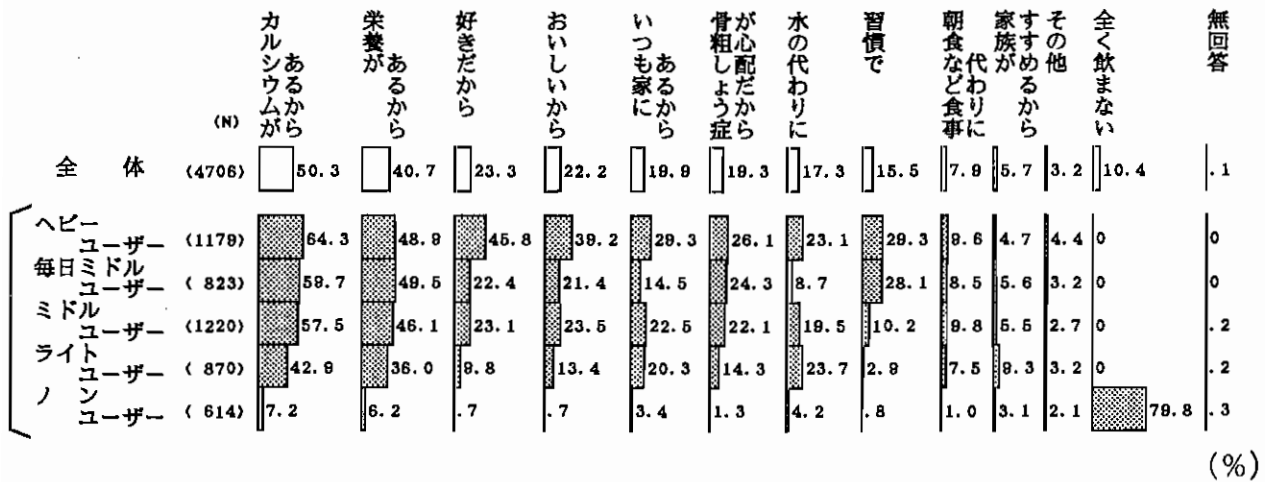
図表 I - 25 牛乳の飲用理由 (MA)



年	カルシウムがあるから↑	栄養があるから↑	好きだから↑	おいしいから↑	家にもあるから↑	骨が粗しょう症が心配だから↑	水の代わりに↑	習慣で↑	朝食など代わり↑	家族がめるから↑	その他↑	全く飲まない↑	無回答↑	n
1995年	51.5	45.3	22.0	20.6	20.6	16.1	16.9	16.1	8.3	4.6	2.6	11.7	1.3	n=4668
1994年	58.7	53.9	26.5	26.5	31.0	/	13.4	14.3	8.6	6.5	2.9	13.4	0.1	n=4617
1993年	59.2	58.2	27.9	28.0	34.3	/	12.7	16.2	9.4	6.2	2.2	12.8	0.3	n=4553
1992年	51.3	52.8	28.2	25.2	30.3	/	14.5	14.7	8.5	6.3	2.1	13.7	0.3	n=4651
1991年	50.1	54.3	28.2	25.5	31.1	/	15.4	14.0	8.3	6.0	2.0	12.5	0.3	n=4714
1990年	54.3	58.3	26.6	23.0	30.7	/	14.2	13.5	8.4	5.7	2.0	12.8	0.3	n=4691
1989年	46.9	54.9	26.0	22.1	29.6	/	14.0	12.1	8.8	5.5	1.7	15.4	0.6	n=4579
1988年	44.4	55.7	25.9	23.0	29.7	/	14.0	11.5	9.2	6.2	1.6	15.4	0.9	n=4604
1987年	38.4	53.4	27.5	23.7	27.4	/	18.2	14.7	9.1	5.1	1.6	16.1	1.2	n=4664

牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど多くの理由を挙げている。飲用量が少ない人では「カルシウムがある」、「栄養がある」といった機能面の理由に集中している。

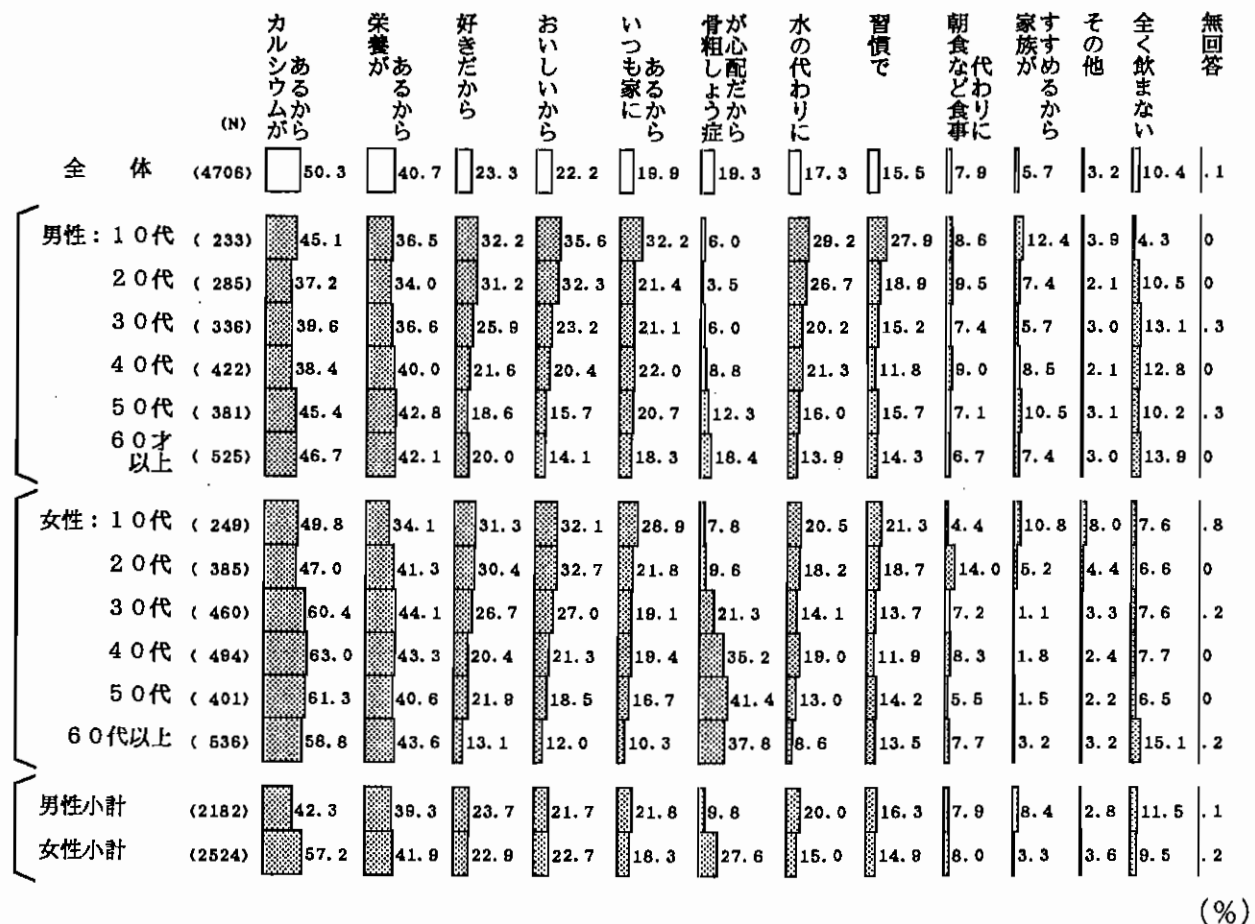
図表 I-26 牛乳飲用量別 牛乳の飲用理由 (MA)



性・年齢別にみると、どの層でも「カルシウムがある」、「栄養がある」といった機能面から飲む人が多い。30代以上の女性では他の層に比べ「カルシウムがある」や「骨粗しょう症が心配」が高い。

29才以下は30代以上に比べ、「好き」、「おいしい」などの感性的な理由が高い。29才以下の男性では「水の代わりに」、「習慣で」飲む人も多い。中年以上は機能面、若年層は感性面をより重視している。

図表 I-27 性・年齢別 牛乳の飲用理由 (MA)



図表 I - 28 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳の飲用理由 (MA)

- 全体で 10% 以上のもの -

	カルシウムがあるから						栄養があるから						好きだから					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	40.7	48.1	38.9	61.7	46.1	58.8	35.1	38.5	38.5	43.7	42.4	42.3	31.7	30.8	23.5	23.5	19.4	16.9
ヘビーユーザー	51.9	52.6	53.5	73.3	64.7	79.3	42.6	48.1	47.8	47.9	51.5	53.6	51.4	61.5	57.9	46.3	33.3	33.3
毎日ミドルユーザー	42.9	49.3	49.5	65.6	52.4	72.4	26.2	37.0	49.5	51.9	55.2	50.6	14.3	32.9	22.2	26.3	24.3	16.3
ミドルユーザー	43.8	63.0	44.1	70.0	50.9	63.2	41.6	45.0	47.8	47.9	46.7	45.6	34.3	31.2	26.3	20.0	18.2	14.7
ライトユーザー	34.7	40.9	37.7	54.5	41.4	44.3	33.7	34.2	39.3	43.2	39.3	35.2	17.9	10.1	7.7	7.4	11.7	7.4
ノンユーザー	8.2	10.4	7.6	10.2	5.3	4.5	6.6	9.0	4.6	4.5	4.5	9.0	-	1.5	0.8	-	0.8	0.7

	おいしいから						いつも家にあるから						骨粗しょう症が心配だから					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	33.8	32.5	21.6	24.0	14.8	14.7	26.3	24.6	21.6	19.3	19.3	13.0	4.6	8.8	7.5	28.5	14.7	39.3
ヘビーユーザー	54.1	56.4	39.6	37.5	28.4	27.0	41.5	32.7	34.0	27.5	26.5	18.6	4.9	9.0	11.3	36.7	23.5	55.3
毎日ミドルユーザー	26.2	32.9	28.3	32.5	12.4	14.6	7.1	19.2	14.1	15.0	17.6	11.3	4.8	12.3	10.1	28.1	15.2	42.7
ミドルユーザー	32.8	37.0	25.8	22.1	13.6	15.2	24.1	24.9	27.4	20.0	23.4	17.6	6.6	10.1	10.2	31.4	17.8	46.1
ライトユーザー	18.9	16.1	13.7	13.1	13.1	6.6	21.1	26.2	21.3	18.8	22.1	11.5	4.2	8.7	4.9	25.6	9.7	32.0
ノンユーザー	3.3	-	-	-	1.5	-	6.6	7.5	4.6	3.4	1.5	0.7	-	1.5	0.8	3.4	0.8	1.5

	水の代わりに						習 慣 で					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	27.8	19.1	20.8	16.7	14.8	10.5	23.0	19.7	13.3	12.8	14.9	13.8
ヘビーユーザー	35.5	25.0	25.2	21.7	18.1	16.5	43.7	37.8	28.3	25.0	23.5	22.4
毎日ミドルユーザー	16.7	11.0	16.2	5.6	8.1	6.3	35.7	42.5	32.3	26.9	27.1	22.2
ミドルユーザー	26.3	23.3	22.0	18.6	17.3	12.7	13.1	14.8	9.7	5.5	12.1	9.3
ライトユーザー	28.4	20.1	29.0	23.3	27.6	12.3	5.3	4.0	3.3	1.7	2.1	1.6
ノンユーザー	14.8	-	6.1	3.4	2.3	2.2	1.6	1.5	-	-	0.8	1.5

(%)

7. コーヒー・紅茶・食べ物と牛乳の関係

1) 温かいコーヒーと牛乳

温かいコーヒーはどのように飲まれているかをみると、「クリームを入れて」が35%に対し、「冷たい牛乳を入れて」20%、「温かい牛乳を入れて」11%であり、クリーム利用の方が牛乳利用よりも多い。

性・年齢別に牛乳の利用をみてみると、男性の10代では「冷たい牛乳」の利用が30%と多いが、20代以上ではブラックで飲む人やクリーム利用が多くなるためか、牛乳利用は全体的に減る。一方女性では、10代から50代などでは2~3割近くが「冷たい牛乳」を利用している。女性の高齢層（60代以上）では「温かい牛乳」利用が16%と多い。

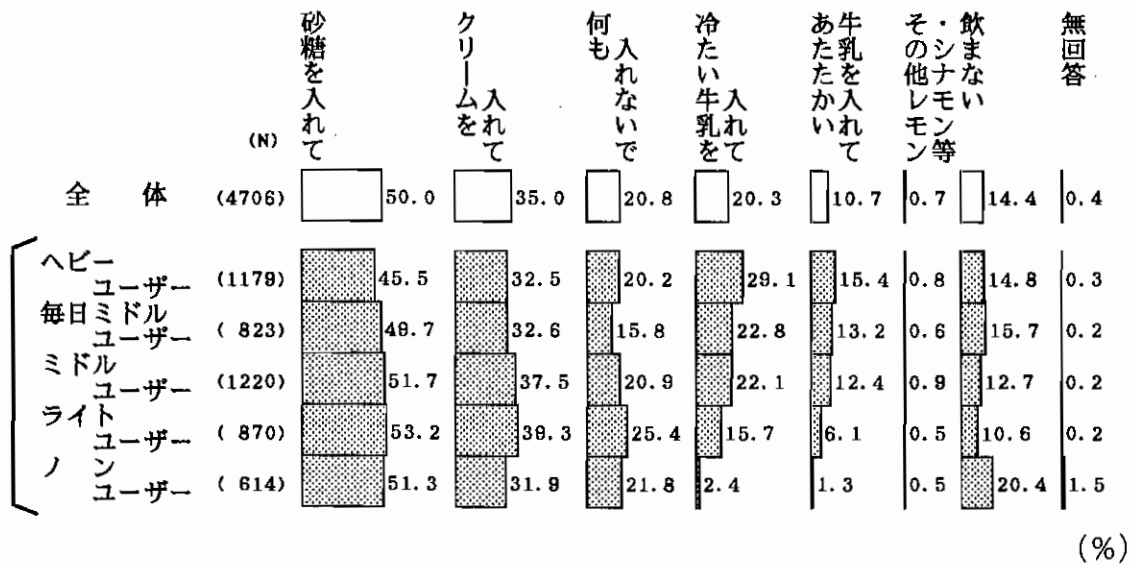
牛乳とクリームとの関係に注目すると、男性では若い人ほど牛乳利用が多く、中年以上ではクリーム利用が多いという関係がみられ、女性では40代以上でクリーム利用が増えて、牛乳の利用が減るという傾向がみられる。

図表 I-29 性・年齢別 温かいコーヒーの飲み方 (MA)



牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「冷たい牛乳」や「温かい牛乳」のコーヒーへの利用が多い。つまり、牛乳のヘビーユーザーほどコーヒーとの混合利用が多いことがわかる。

図表 I-30 牛乳飲用量別 温かいコーヒーの飲み方 (MA)



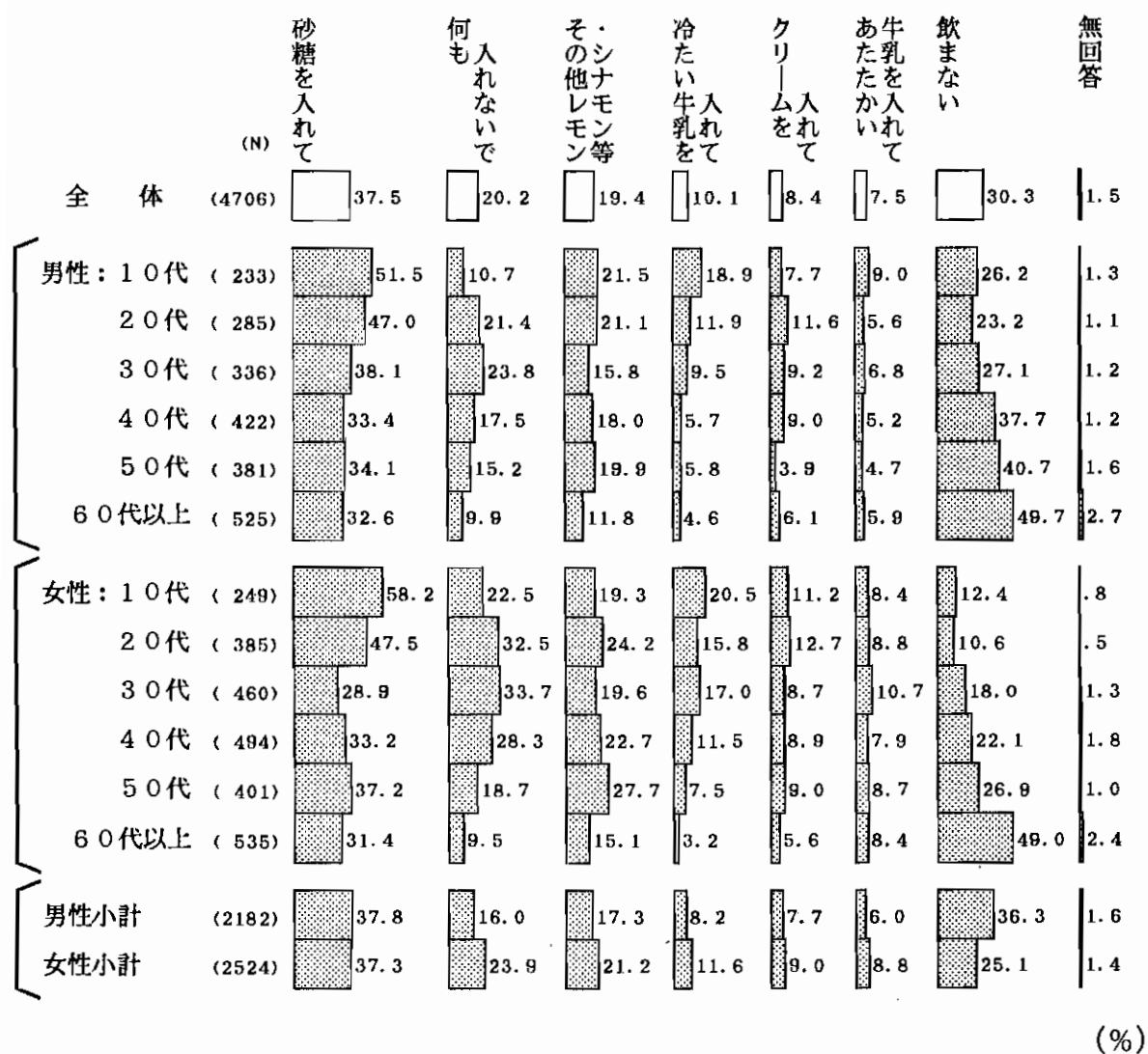
2) 温かい紅茶と牛乳

温かい紅茶に「冷たい牛乳を入れる」のは10%、「温かい牛乳を入れる」は8%である。コーヒーと紅茶の飲用率の違いもあり、コーヒーに比べると牛乳の利用率がやや少ない。また、クリームを利用するのは8%であり、コーヒーと比べると非常に少ない利用率である。

性・年齢別にみると、男性よりも女性の方が牛乳利用が多く、特に若い層が多い。

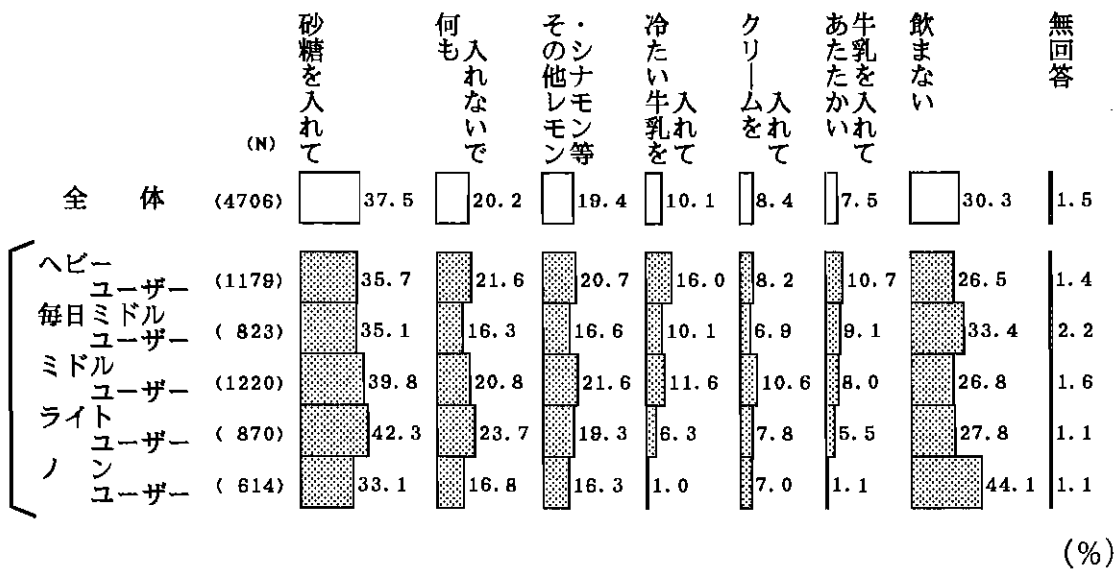
女性の10代、20代、30代では紅茶に冷たい牛乳を入れて飲む人が16~21%存在する。

図表 I-31 性・年齢別 温かい紅茶の飲み方 (MA)



牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーの方が牛乳を紅茶に入れる率がわずかに高い。

図表 I-32 牛乳飲用量別 温かい紅茶の飲み方 (MA)

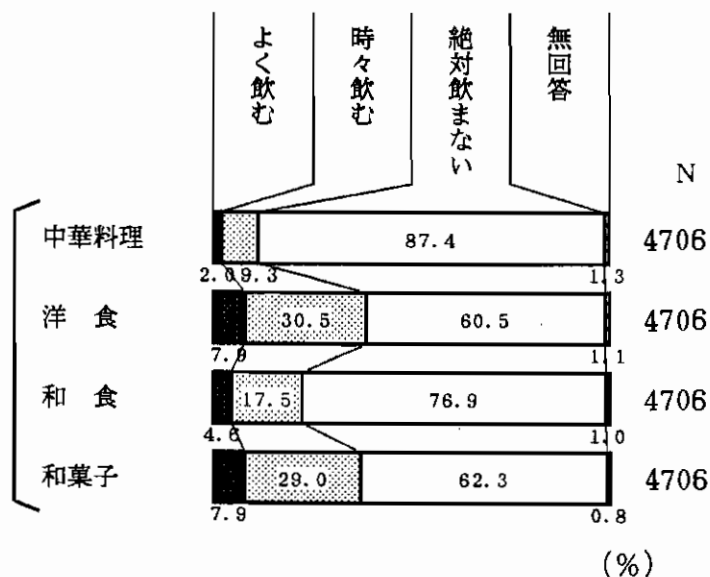


3) 食べ物と牛乳の組み合わせ

「中華料理」、「洋食」、「和食」、「和菓子」の4つについて、これらを食べる時、牛乳を飲むかを聞いた。

「時々」まで含めて飲む率をみると、「中華料理」11%、「洋食」38%、「和食」22%、「和菓子」37%となっており、「洋食」や「和菓子」との牛乳の相性はよいようである。

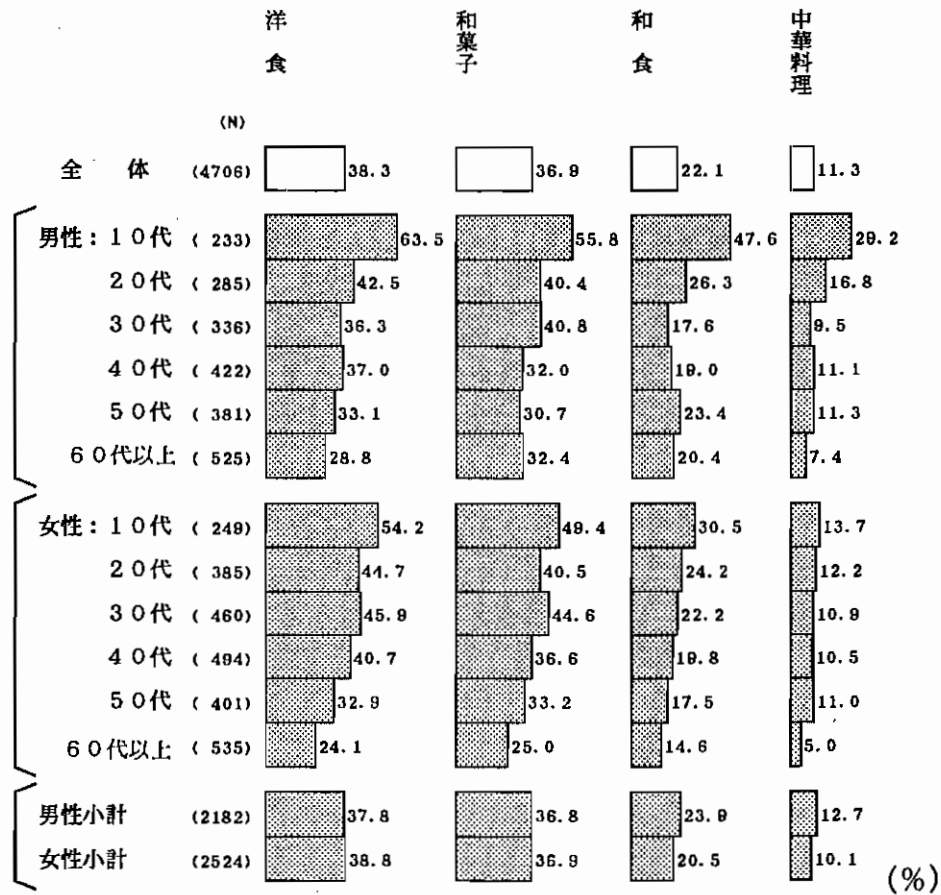
図表 I - 33 食べる時牛乳を飲むことがあるか



性・年齢別に牛乳と一緒に飲む率（よく+時々飲む）をみると、10代の男性では「洋食」、「和食」、「和菓子」を食べる時に半数以上の人牛乳を抵抗なく飲んでいる。さらに「中華料理」でも29%の人は牛乳を飲むことに異和感を持っていない。

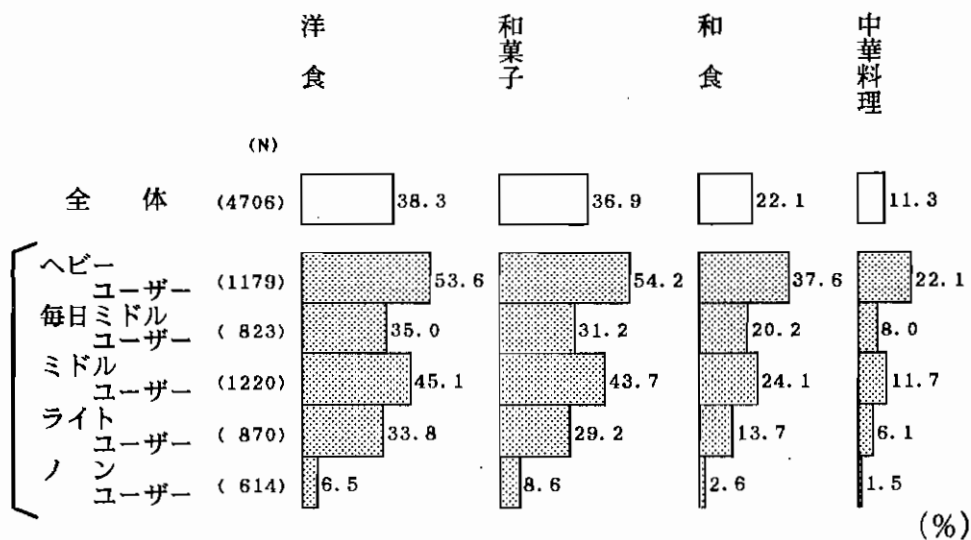
全体に年齢が高くなるにつれ牛乳を飲むことに抵抗を感じる人が増えてくるが、若い人は中華料理や和食でも牛乳と一緒に飲んでいる。一般に牛乳とは相性が合わないような料理やお菓子でさえ、牛乳と一緒に飲むことに抵抗を感じない世代が若い人たちの中に育ってきている。

図表 I-34 性・年齢別 よく+時々牛乳を飲むことがある食べ物 (MA)



牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーではさまざまなメニューで牛乳に親しんでいる。

図表 I-35 牛乳飲用量別 よく+時々牛乳を飲むことがある食べ物 (MA)



8. いろいろな牛乳の種類

「低脂肪乳」、「濃厚牛乳」、「産地表示牛乳」、「低温殺菌牛乳」、「ロングライフ牛乳」、「栄養強化牛乳」、「お腹がごろごろしない牛乳」などの認知率は4割を越えている。

参考として91年の主婦の認知率と比較してみると、「低脂肪乳」、「産地表示牛乳」、「栄養強化牛乳」などの認知率は上がっている。

飲用率をみても認知率の高いものは、飲用率も高い。ただし、「ロングライフ牛乳」、「お腹がごろごろしない牛乳」は例外である。「低脂肪乳」は34%、「濃厚牛乳」は25%、「産地表示牛乳」が26%、「低温殺菌牛乳」17%、「栄養強化牛乳」が14%と、この5つの牛乳の飲用率が高い。

今後の意向をみると、「栄養強化牛乳」27%、「低脂肪乳」17%、「産地表示牛乳」16%などの人気が高い。

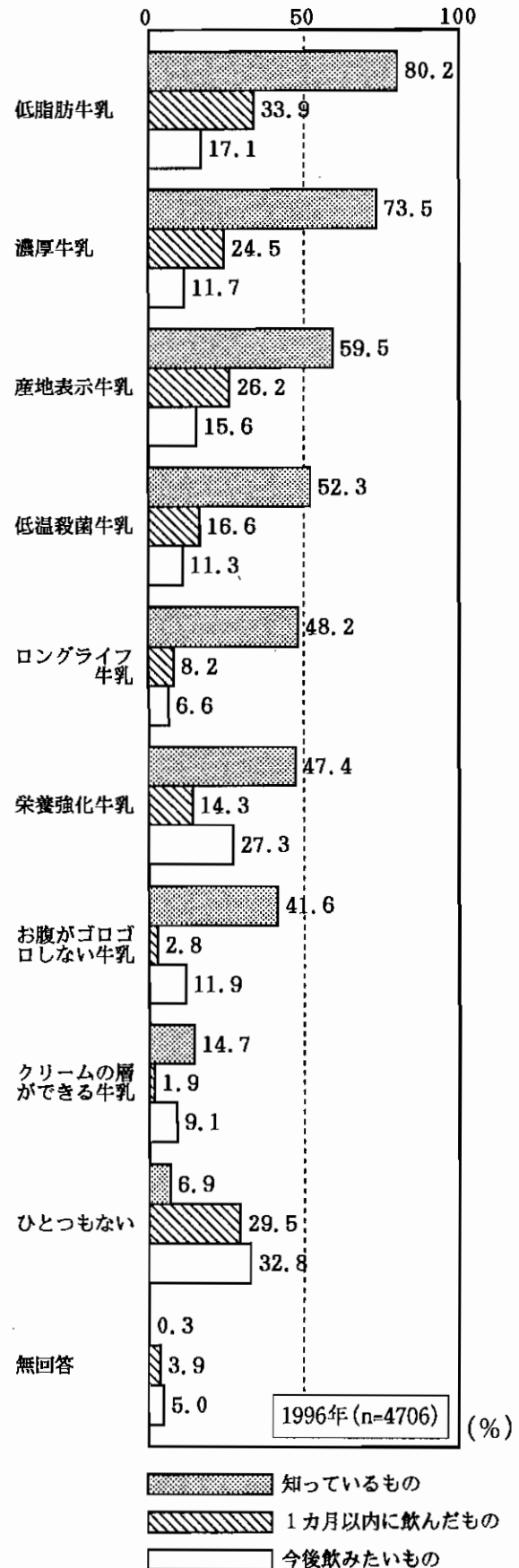
参考：1991年と1996年の認知率の変化

	1991年	1996年
低脂肪乳	73.5	80.2
濃厚牛乳	78.3	73.5
産地表示牛乳	51.9	59.5
低温殺菌牛乳	57.6	52.3
ロングライフ牛乳	52.2	48.2
栄養強化牛乳	44.9	47.4
お腹がごろごろしない牛乳	49.9	41.6

(%)

(注) 96年調査は個人に聞き、91年調査は主婦に聞いた質問である

図表 I-36 多様な牛乳商品の認知、飲用経験、飲用意向 (MA)

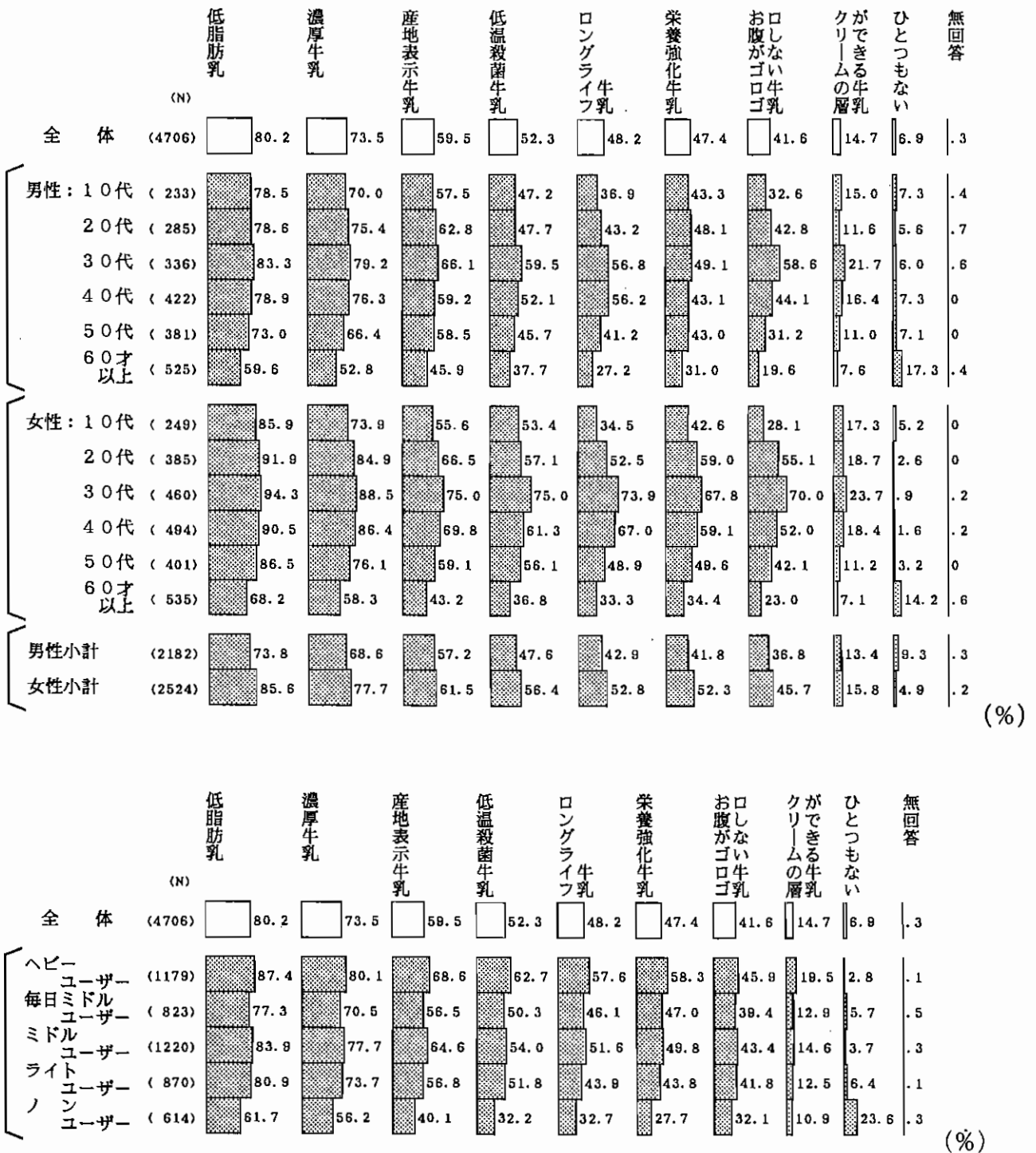


性・年齢別に認知率をみると、どの商品も女性の方が男性よりも認知率が高い。

年齢別では20代～50代までの中間層で高く、60代以上になると認知率は落ちる。30代の女性がどの商品でも認知率が最も高い。

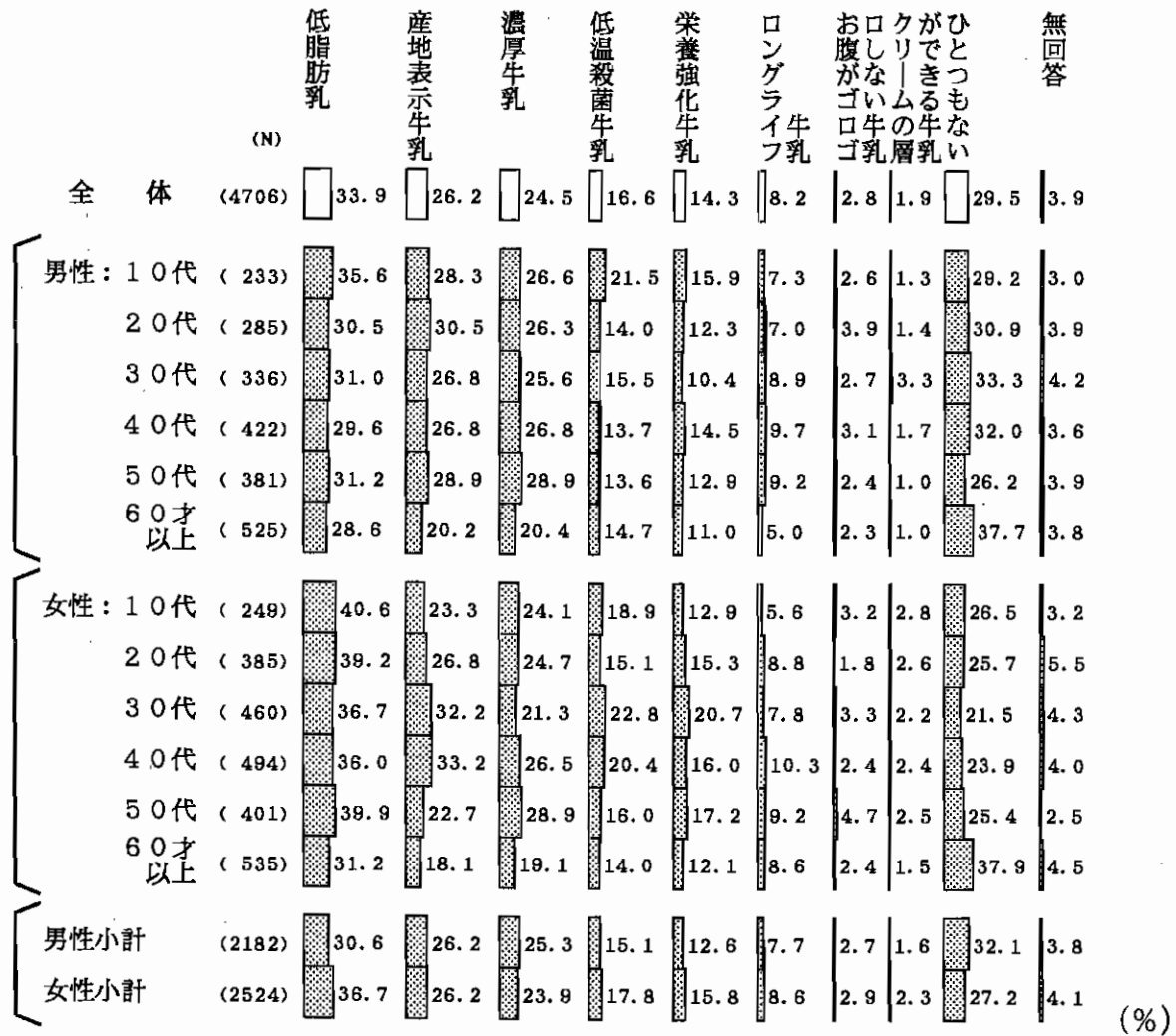
また牛乳飲用量別にみると、ヘビーユーザーですべての商品の認知率が高い。

図表 I - 37 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳商品の認知率(MA)

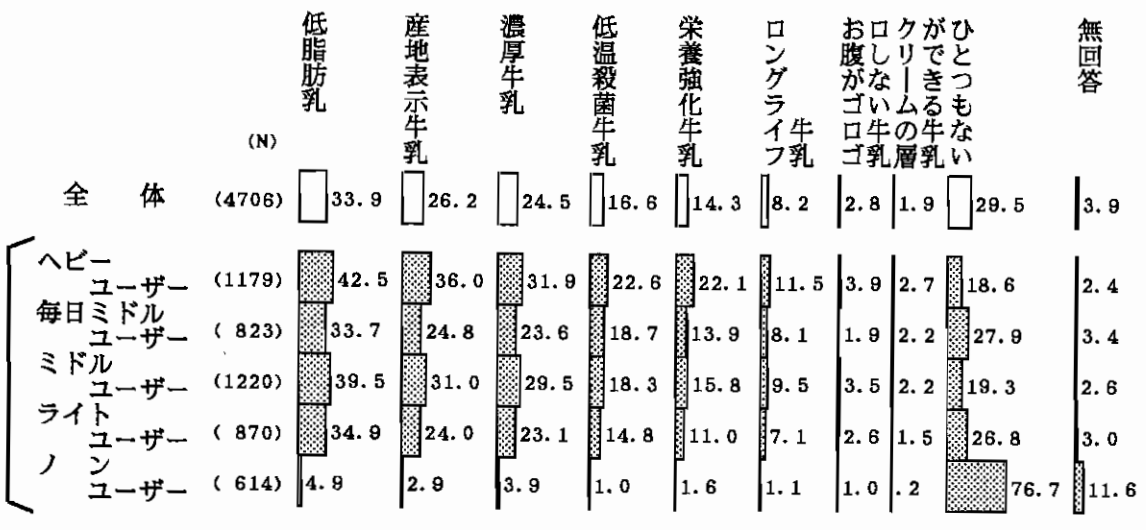


過去1ヵ月間の飲用率については「低脂肪乳」は女性全体で多く、「産地表示牛乳」は30代、40代の女性でやや多い。「栄養強化牛乳」は30代～50代の女性でやや利用率が高い。また、ヘビーユーザーはいずれの商品の利用も高くなっている。

図表 I - 38 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳商品の過去1ヵ月間の飲用経験率 (MA)



(%)

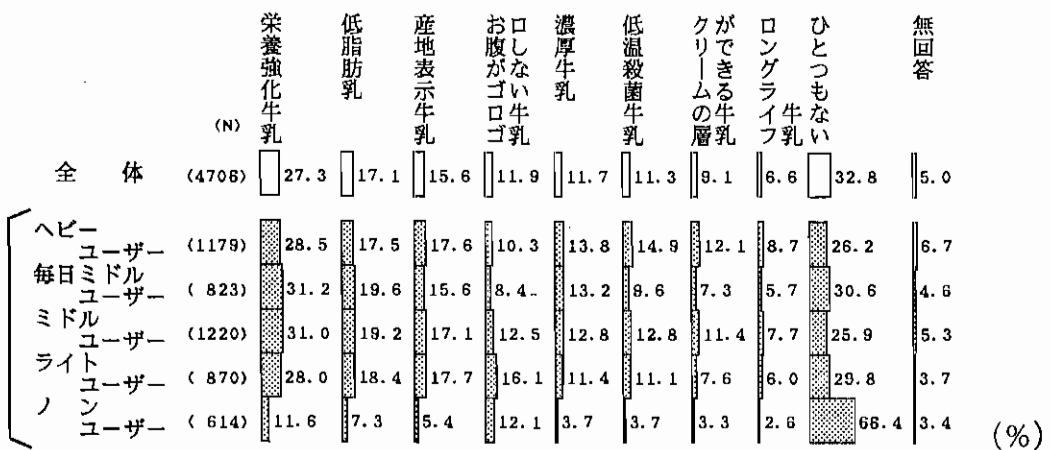
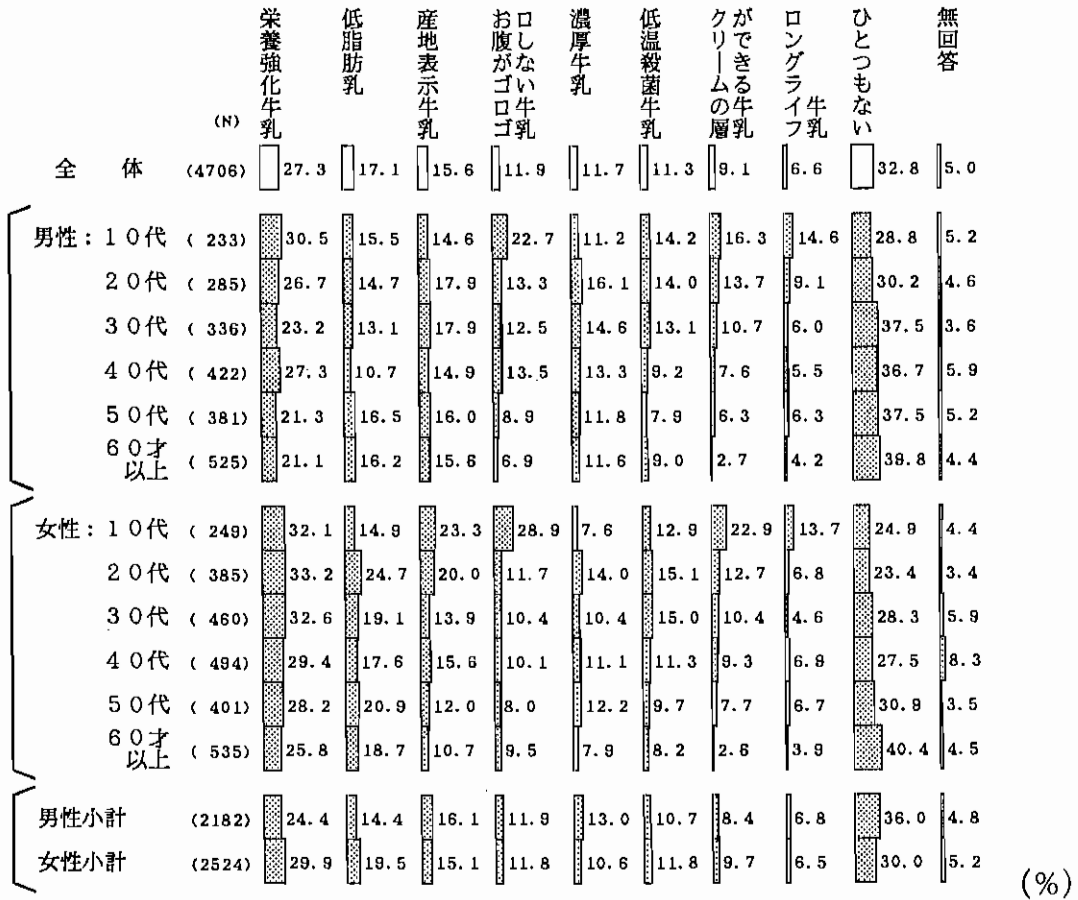


(%)

「今後飲みたい」という視点でみると、「栄養強化牛乳」は10～50代の女性と10代、20代、40代の男性に人気が高い。「低脂肪乳」は20代の女性に、「濃厚牛乳」は20代の男女に、「産地表示牛乳」は10～20代の女性にニーズが高い。「お腹がごろごろしない牛乳」、「クリーム層ができる牛乳」、「ロングライフ牛乳」は10代の男女にニーズが高い。

「栄養強化牛乳」、「低脂肪乳」、「産地表示牛乳」はヘビーユーザーとライトユーザーで違いがみられないが、「お腹がごろごろしない牛乳」はライトユーザーの方が飲用意向が高い。

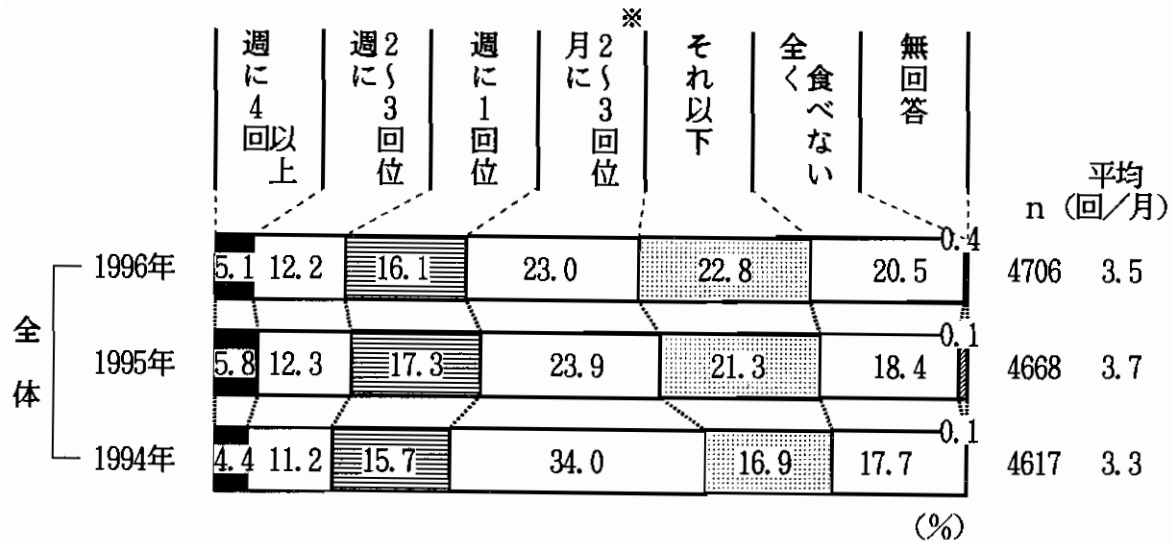
図表 I - 39 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳商品の今後の飲用意向率 (MA)



9. チーズとヨーグルトの食用頻度

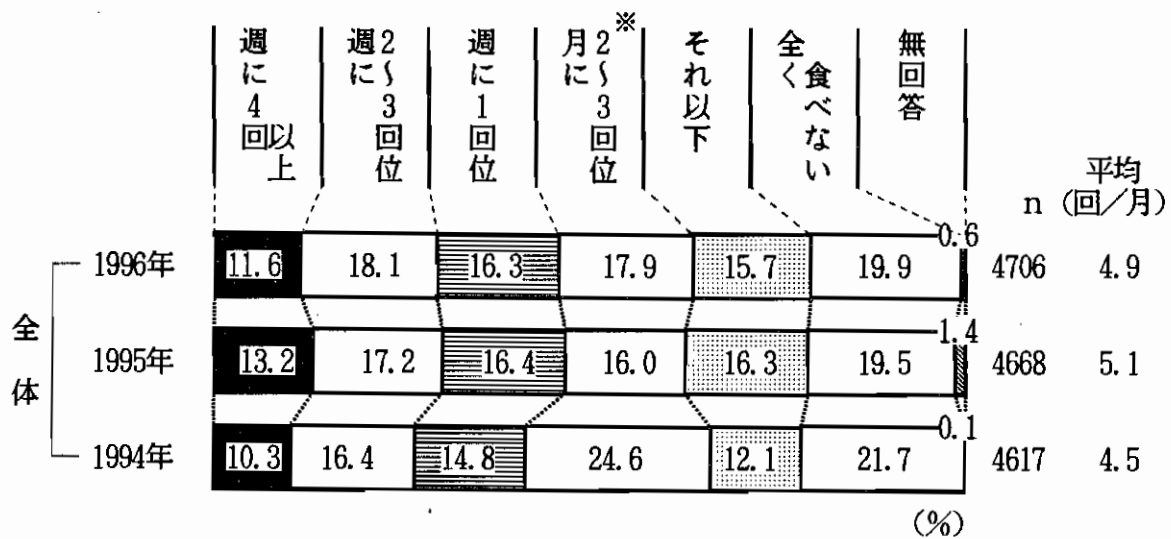
チーズを週に1回以上食べる人は33%で、ヨーグルトは46%であり、ヨーグルトの方が食用頻度は高い。ともに「全く食べない」人は2割程度である。平均食用頻度を計算すると、チーズは月に3.5回、ヨーグルトは4.9回である。

図表 I-40 チーズを食べる頻度



* 「月に2～3回」は1994年は「月に数回」という表現であった。

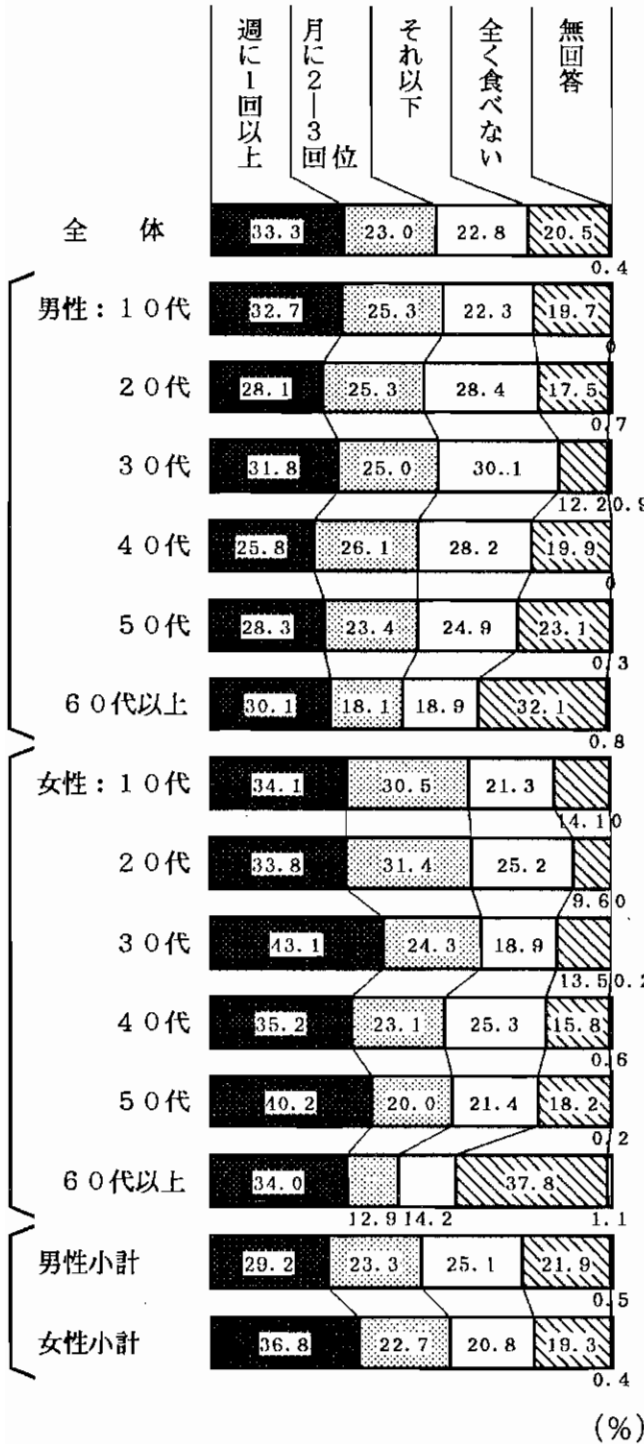
図表 I-41 ヨーグルトを食べる頻度



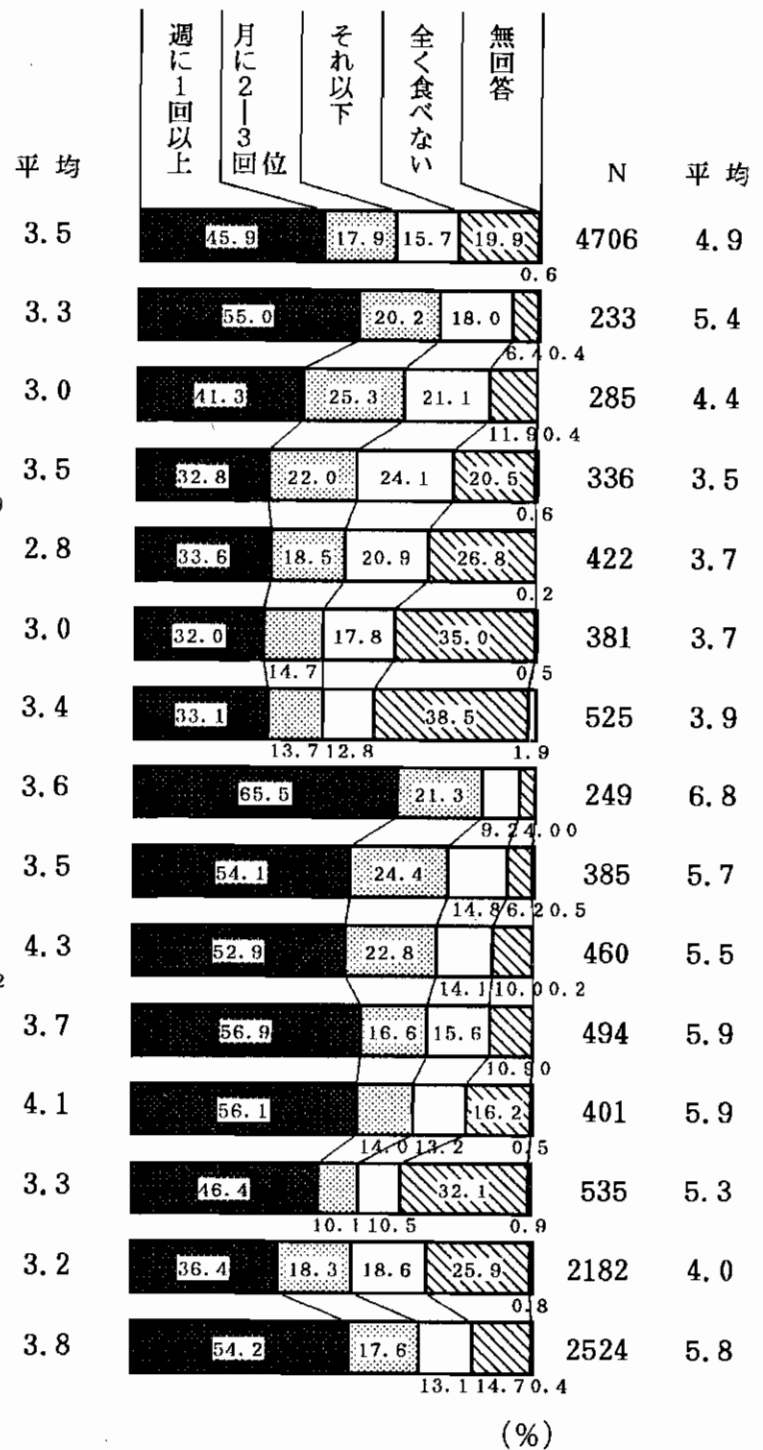
* 「月に2～3回」は1994年は「月に数回」という表現であった。

性・年齢別に食用頻度をみると、チーズは男女差及び年齢差が小さいが、ヨーグルトでは差が大きい。ヨーグルトは男性より女性が多く食べており、男女とも若い層ほど頻繁に食べている。40代以上の男性はヨーグルトを食べていない率が3～4割弱と高く、この層に食べてもらうことが課題である。

図表 I-42 性・年齢別
チーズを食べる頻度

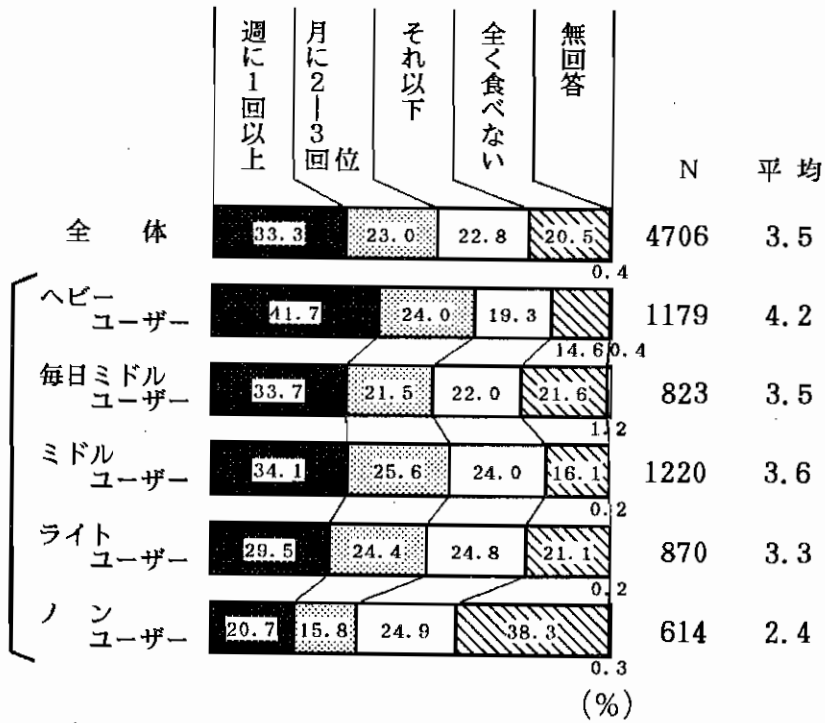


図表 I-43 性・年齢別
ヨーグルトを食べる頻度

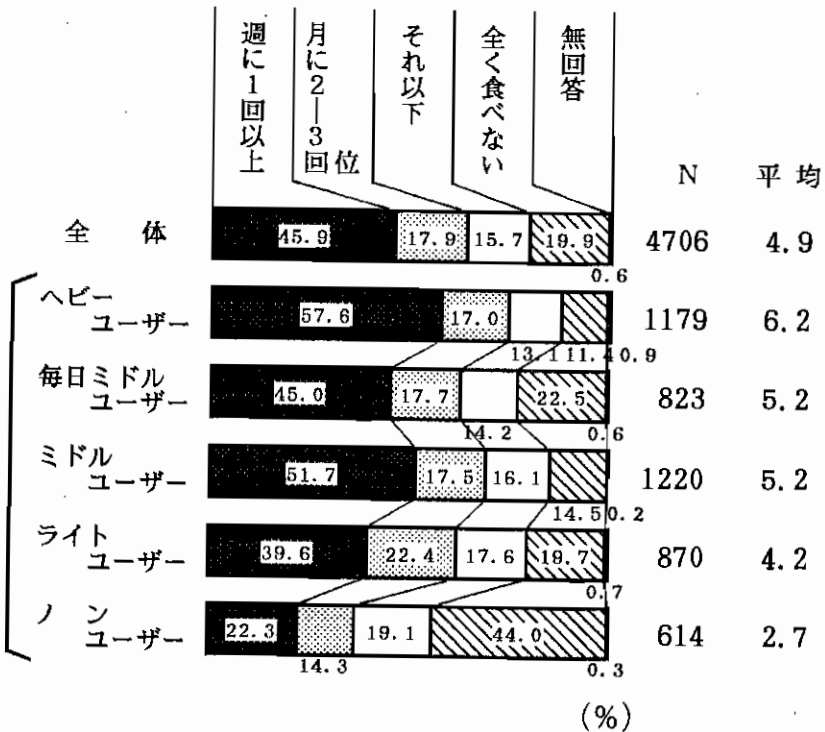


牛乳飲用量別にみると、牛乳をたくさん飲む人ほど、チーズもヨーグルトもよく食べている。

図表 I-44 牛乳飲用量別 チーズを食べる頻度



図表 I-45 牛乳飲用量別 ヨーグルトを食べる頻度



以下は、その他の属性別でみたチーズとヨーグルトの平均食用頻度である。

チーズは高学歴の人や主婦でよく食べられているのに対し、ヨーグルトは未婚者、世帯年収の高い人、パート・アルバイト、主婦、学生で食用頻度が高い。

図表 I-46 属性別 チーズとヨーグルトの平均食用頻度

		チーズ	ヨーグルト
全 体 (n=4706)		3.5	4.9
未 既 婚	既 婚 (n=3516)	3.5	4.7
	未 婚 (N=1173)	3.4	5.6
学 歴	小・中学校卒 (n=964)	2.6	4.1
	高等学校卒 (n=2221)	3.5	5.0
	専門学校・短大卒 (N=768)	4.1	5.9
	大学・大学院卒 (n=719)	4.1	5.0
住 居 形 態	持ち家 (n=3702)	3.5	5.0
	賃 貸 (n=921)	3.5	4.7
	一戸建て (n=3686)	3.4	5.0
	集合住宅 (n=937)	3.7	5.0
世 帯 年 収	500万円未満 (n=1426)	3.3	4.5
	900万円未満 (n=1660)	3.6	4.9
	900万円以上 (n=1074)	3.7	5.5

		チーズ	ヨーグルト
全 体 (n=4706)		3.5	4.9
職 業	自営・家族従業 (n=678)	3.4	4.4
	事務系勤め人 (n=1227)	3.2	4.6
	労務系勤め人 (n=604)	3.1	4.0
	パート・アルバイト (n=419)	3.7	5.6
	主 婦 (n=782)	4.3	5.9
	学 生 (n=502)	3.5	6.0
	無 職 (n=479)	3.2	4.6

(回/月)

II 牛乳製品の購入・利用実態

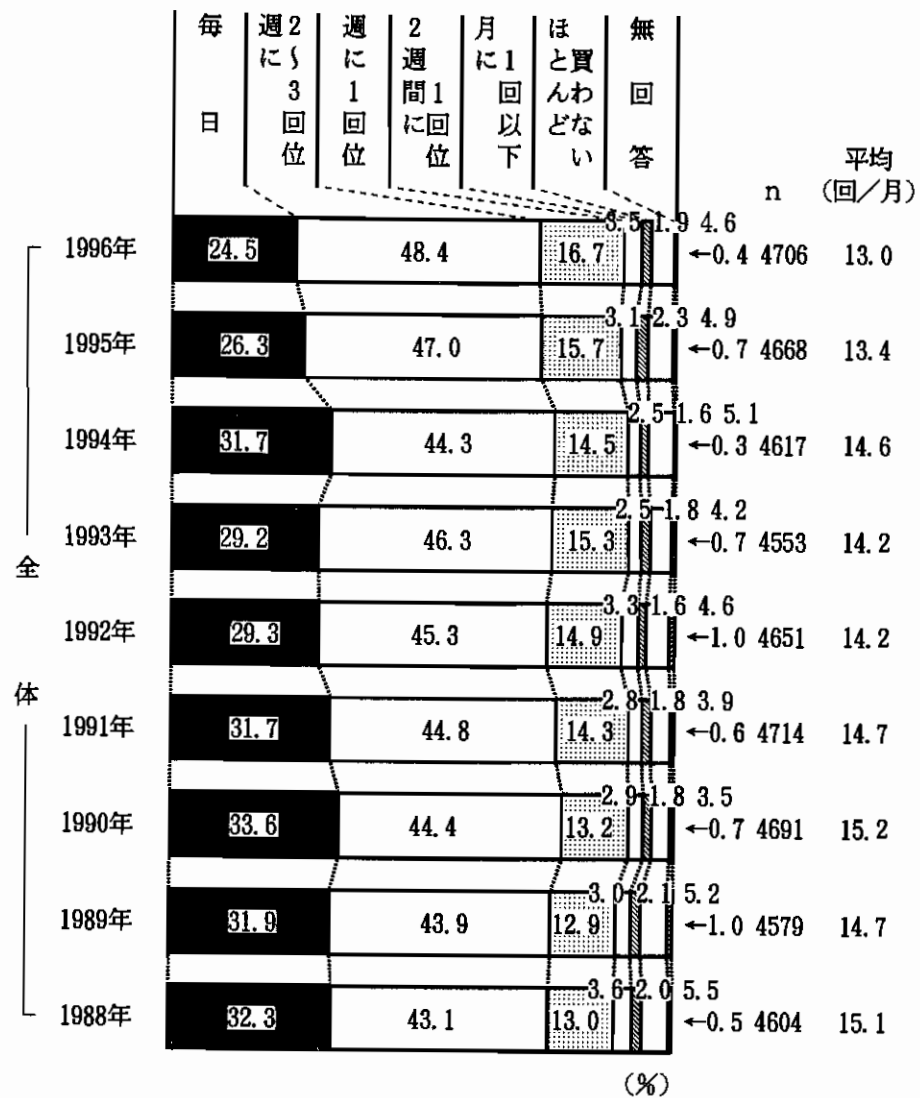
1. 牛乳の購入頻度と購入量

本章の回答者は調査対象世帯の主婦（または主婦役割担当者）である。単身世帯では本人が回答している。

牛乳を「毎日」購入する世帯は25%、「週に2～3回」購入する世帯は48%である。週に1回に満たない頻度の世帯は1割と少ない。1カ月あたりの平均購入回数を計算すると、13.0回である。

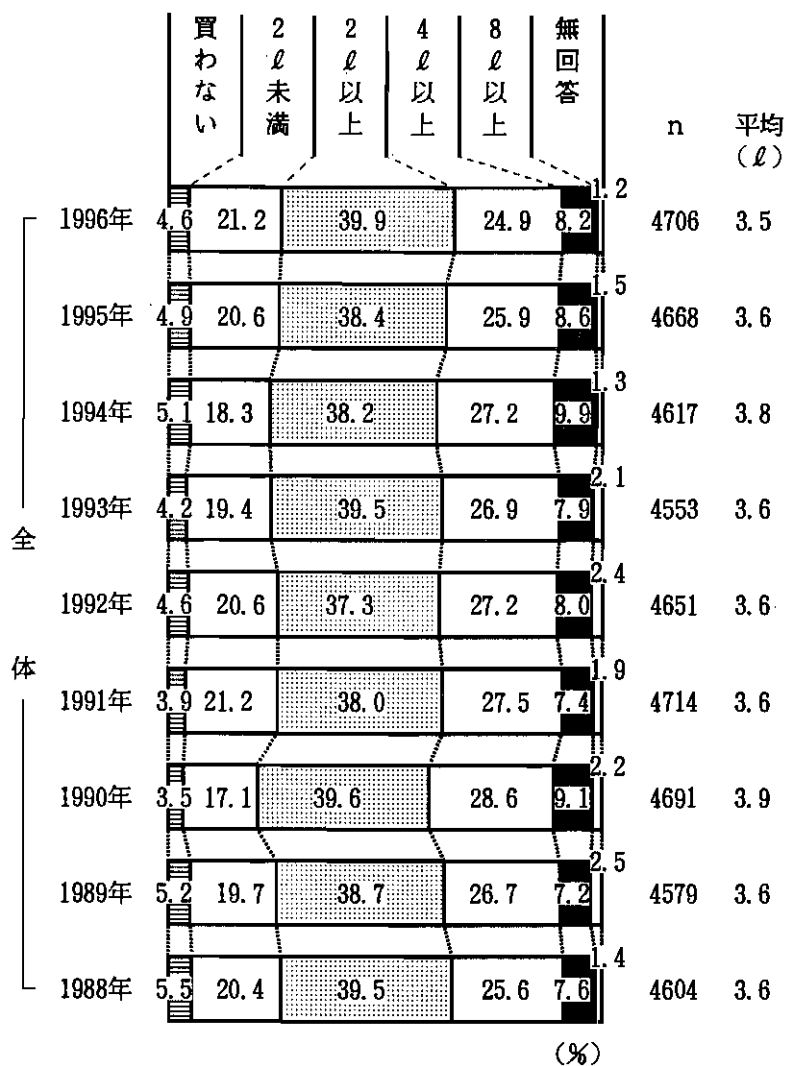
時系列で見ると、1995年から「毎日」購入する世帯が減少し、「週に1～3回位」購入する世帯が増加傾向にある。平均値でも1994年以來、14.6回→13.4回→13.0回とわずかず減少してきている。

図表II-1 牛乳の購入頻度



1世帯1週間あたりの購入量は、平均 3.5ℓである。時系列で見ると、購入頻度と同じく1994年以來少しずつ減少傾向にある。しかし、1988年からの長期的トレンドで見ると、ほとんど変化がみられない。

図表Ⅱ-2 1週間あたりの牛乳の購入量

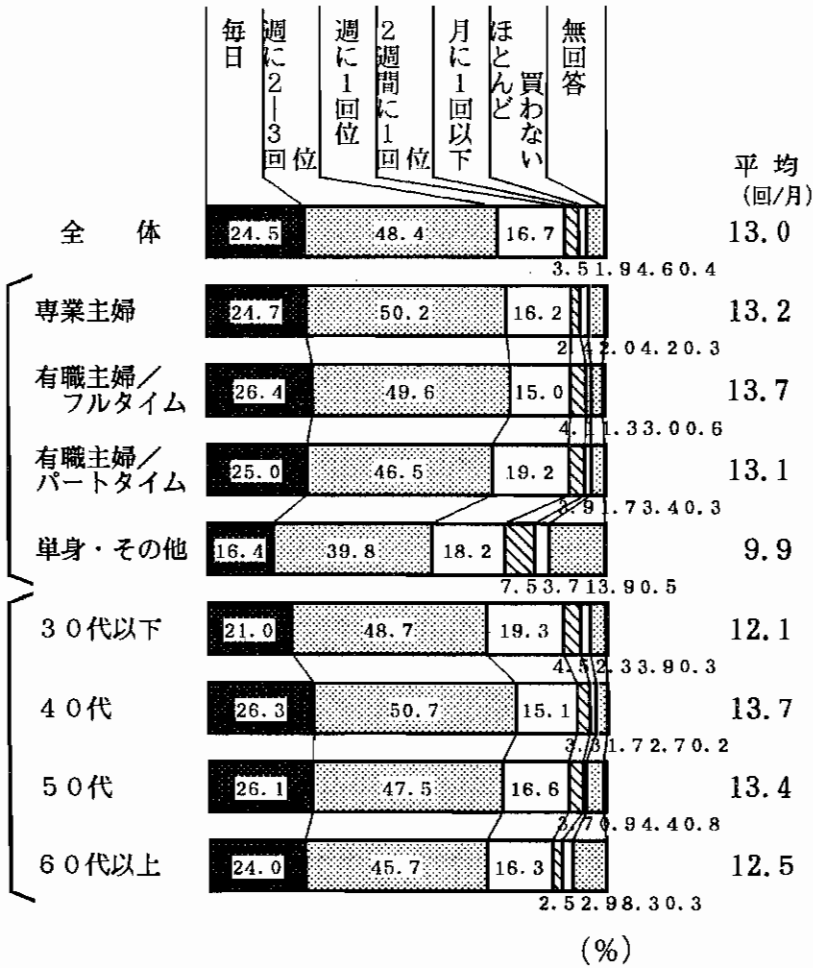


1週間あたりの牛乳の購入量を平均値で見ると、専業主婦より有職主婦の方がわずかに多い。また、単身・その他の世帯では主婦世帯と比べて購入頻度・購入量ともに少ない。

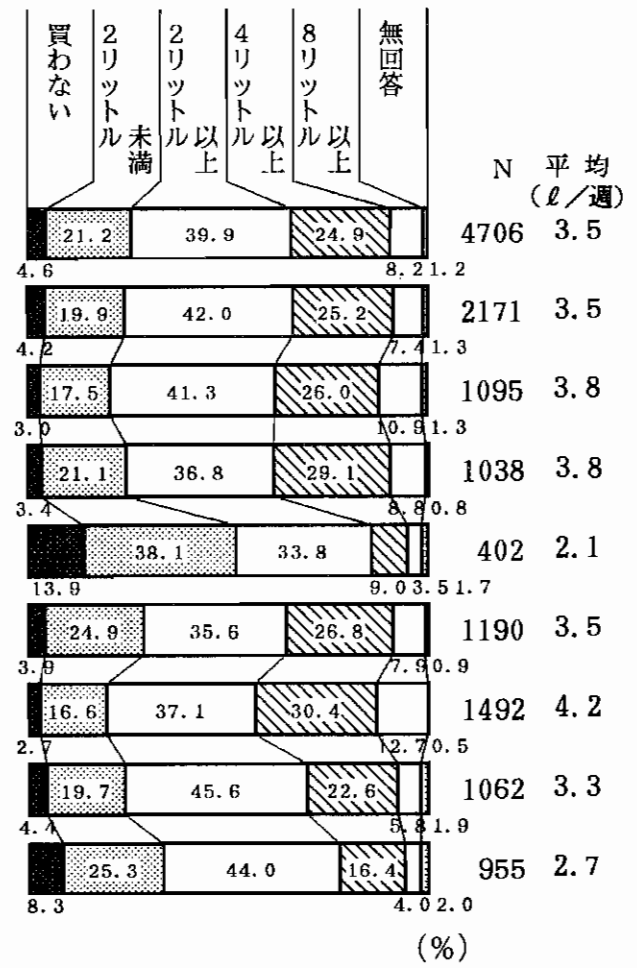
本年は、有職主婦をフルタイムとパートタイムに分けてみたが、両者にほとんど違いはみられなかった。

主婦年齢別に購入頻度の平均値を見ると、40代～50代のミドル層を中心にやや高い。購入量を平均値で見ると、高齢層の方が購入量が少なくなっている。

図表Ⅱ-3 主婦職業・主婦年齢別
牛乳の購入頻度



図表Ⅱ-4 主婦職業・主婦年齢別
1週間あたりの牛乳の購入量



主婦職業・主婦年齢別に購入頻度の平均値をみると、専業、有職を問わず、30代以下と60代以上の主婦がやや低い。また1週間あたりの購入量では、専業、有職とも、60代以上の主婦の世帯でやや少ない。この傾向は、時系列でも変わらない。

図表Ⅱ-5 主婦職業・主婦年齢別 1世帯あたりの平均牛乳購入頻度

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6	13.4	13.0
専業 主婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1	13.3	11.6	12.7	14.4	12.2	12.7
	30代	15.5	16.2	16.0	15.8	15.3	15.4	14.7	14.7		
	40代	15.5	15.8	15.1	15.2	15.7	15.5	15.2	15.7	13.6	13.9
	50代	13.8	14.6	14.8	15.4	14.4	14.5	14.2	15.0	14.1	13.7
	60代以上									14.1	12.7
有職 主婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0	11.3	10.5	10.1	12.0	13.5	12.7
	30代	15.6	16.7	15.2	16.4	15.3	14.6	14.2	15.7		
	40代	14.8	15.4	15.1	16.0	15.6	14.7	14.7	15.4	13.9	13.8
	50代	13.6	15.2	14.3	14.6	15.5	13.9	14.2	14.2	13.8	13.5
	60代以上									12.8	12.7

(回/月)

図表Ⅱ-6 主婦属性別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8	3.6	3.5
専業 主婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6	3.4	3.4	3.3	3.6	3.9	3.8
	30代	4.7	4.2	4.2	4.7	4.2	4.5	4.3	4.5		
	40代	4.8	4.2	4.0	4.1	4.2	4.3	4.2	4.7	4.4	4.4
	50代	3.4	2.9	3.1	3.4	3.2	3.2	3.1	3.3	3.4	3.3
	60代以上									2.9	2.8
有職 主婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9	2.7	2.6	2.6	3.0	4.0	3.7
	30代	4.9	4.2	4.0	4.2	4.0	4.1	3.9	4.3		
	40代	4.2	3.8	3.7	4.4	4.1	3.9	4.1	4.3	4.1	4.2
	50代	3.4	3.1	3.3	3.3	3.3	3.2	3.3	3.6	3.3	3.4
	60代以上									3.1	3.0

(ℓ/週)

家族構成別にみると、購入頻度・購入量とも家族人数が多いほど多くなる。どちらも時系列でみて大きな変化はみられない。

図表Ⅱ－7 家族構成別 1世帯あたりの平均牛乳購入頻度

	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体	14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6	13.4	13.0
単身・他	7.8	8.1	8.5	9.2	8.6	7.5	10.5	7.3	8.3	7.5
夫婦2人	11.7	12.3	13.1	13.3	12.2	11.9	12.1	12.3	11.5	10.4
4人以内	13.8	14.3	14.0	14.3	14.4	13.7	13.6	14.3	12.9	12.8
5人以上	16.8	17.9	17.1	18.1	17.2	16.9	16.6	17.5	15.9	15.6

(回/月)

図表Ⅱ－8 家族構成別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量

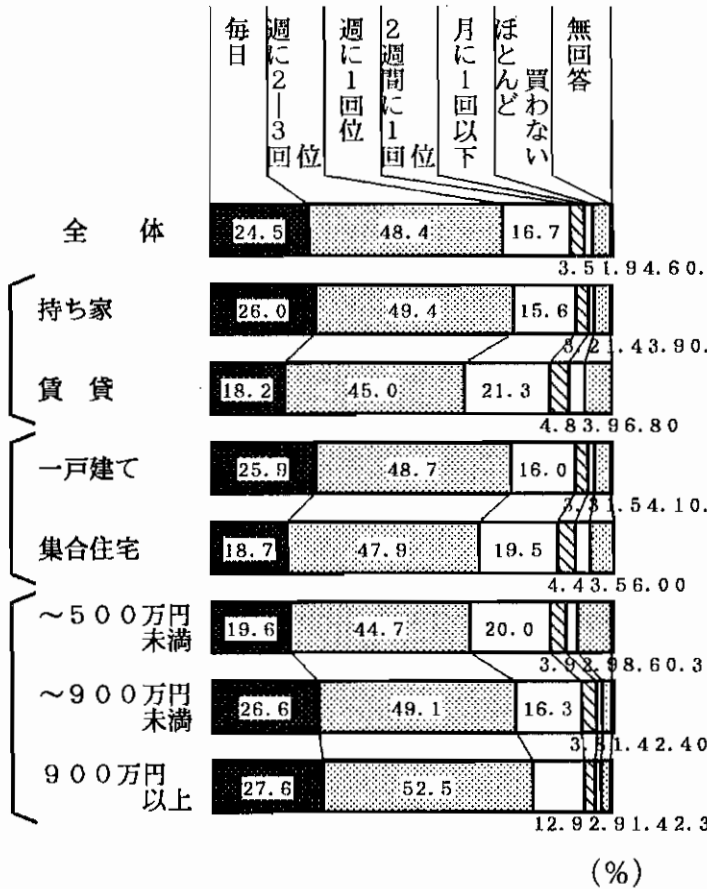
	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体	4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8	3.6	3.5
単身・他	1.8	1.3	1.4	1.9	1.6	1.6	1.9	1.6	1.5	1.4
夫婦2人	2.8	2.4	2.5	2.8	2.5	2.3	2.5	2.5	2.3	2.2
4人以内	3.8	3.4	3.4	3.6	3.5	3.6	3.5	3.7	3.5	3.4
5人以上	5.0	4.4	4.5	4.9	4.6	4.7	4.7	5.0	4.8	4.8

(ℓ/週)

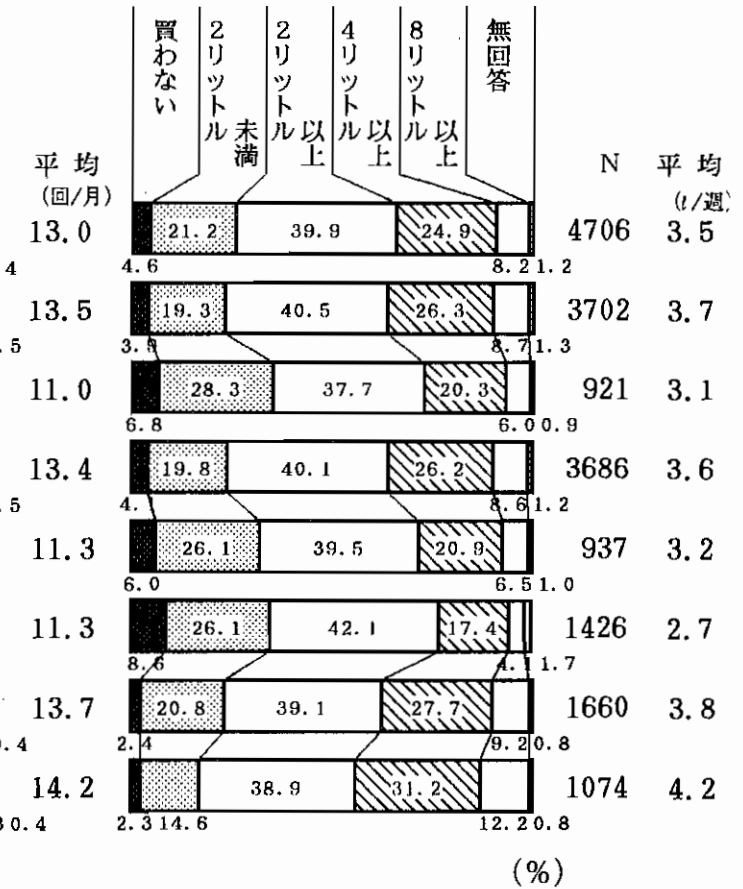
住宅形態別にみると、賃貸よりも持ち家、集合住宅よりも一戸建ての方が、牛乳の購入頻度、購入量ともに多い。また収入との相関もみられ、収入の高い世帯の方が牛乳の購入頻度、購入量ともに高くなっている。

ただし、住宅形態は、持ち家と一戸建ては高年齢層に多く、賃貸と集合住宅は若年層に多い。住宅形態は年齢との関係が強く、年齢要因が大きく影響しているといえる。

図表Ⅱ-9 住宅形態・世帯年収別
牛乳の購入頻度



図表Ⅱ-10 住宅形態・世帯年収別
1週間あたりの牛乳の購入量



なお、参考までに地域・都市規模別に、購入頻度、購入量を下に示した。

図表Ⅱ-11 地域・都市規模別 1世帯あたりの平均牛乳購入頻度

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6	13.4	13.0
地 域 別	北海道	11.1	12.5	12.8	11.7	11.5	10.5	12.3	11.9	10.1	11.0
	東 北	13.7	14.2	15.3	16.4	14.1	14.5	13.8	17.4	14.7	14.1
	関東・甲信	13.8	14.7	13.9	14.5	14.6	14.0	13.5	13.7	12.9	12.8
	東海・北陸	15.1	15.7	15.2	16.3	15.0	14.4	14.7	15.1	14.3	12.6
	近 畿	14.9	15.6	15.8	16.0	15.5	15.5	14.6	15.2	13.5	12.8
	中 国	15.1	16.7	15.2	15.5	15.7	13.8	13.9	15.7	12.9	12.5
	四 国	16.5	16.4	18.1	14.6	13.7	12.4	18.2	14.7	15.3	15.5
九 州	14.3	15.2	14.2	15.2	14.9	14.3	14.6	14.8	13.6	14.0	
都 市 規 模 別	12大都市	14.0	14.9	14.2	15.3	14.7	13.7	13.8	14.5	12.9	13.0
	15万以上市	13.8	14.5	14.1	15.0	14.4	14.3	14.0	14.0	13.3	12.9
	5万以上市	14.0	15.0	15.1	14.6	14.0	14.0	14.1	14.2	13.5	12.4
	5万未満市	14.4	16.0	15.1	15.6	15.4	14.2	13.9	16.4	13.8	13.3
	郡 部	15.5	15.9	15.4	15.9	15.4	14.5	14.8	15.5	13.8	13.5

(回/月)

図表Ⅱ-12 地域・都市規模別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8	3.6	3.5
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2	3.3	3.1	3.2	3.6	3.6	2.8	3.2
	東 北	3.8	3.4	3.8	4.1	3.7	3.6	3.6	4.4	4.0	3.7
	関東・甲信	4.2	3.8	3.7	4.1	4.0	3.9	3.7	3.8	3.8	3.7
	東海・北陸	4.2	3.4	3.5	3.8	3.5	3.6	3.6	3.8	3.6	3.4
	近 畿	4.1	3.6	3.6	3.6	3.5	3.7	3.5	3.8	3.6	3.3
	中 国	3.6	3.6	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	4.1	3.2	3.3
	四 国	4.9	3.0	3.9	3.8	3.2	3.1	3.9	3.5	3.1	3.5
九 州	4.0	3.4	3.3	3.7	3.4	3.5	3.5	3.7	3.3	3.6	
都 市 規 模 別	12大都市	4.0	3.7	3.6	3.8	3.7	3.6	3.6	3.8	3.7	3.7
	15万以上市	4.2	3.5	3.5	3.9	3.7	3.7	3.5	3.7	3.7	3.4
	5万以上市	3.9	3.5	3.7	3.8	3.5	3.7	3.7	3.8	3.6	3.5
	5万未満市	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5	3.8	3.3	3.3
	郡 部	4.1	3.5	3.5	4.0	3.6	3.5	3.8	4.0	3.5	3.6

(ℓ/週)

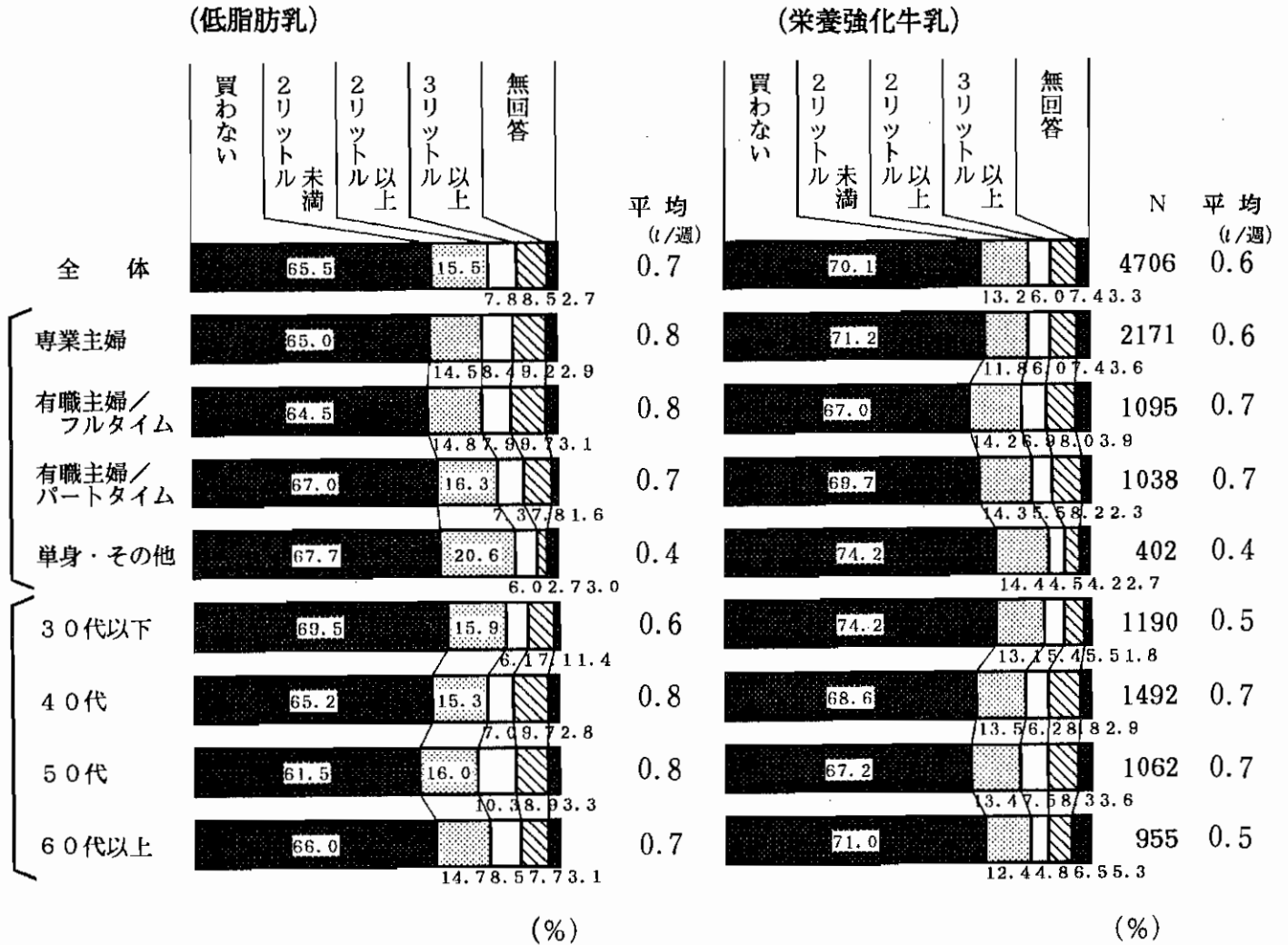
本年は、低脂肪乳と栄養強化牛乳（濃厚牛乳も含む）の購入量についても聞いてみた。

1週間あたりの購入量の平均値は、低脂肪乳が0.7ℓ、栄養強化牛乳が0.6ℓであった。

主婦職業別にみると、専業主婦や有職主婦の世帯に比べ、単身・その他の世帯では、低脂肪乳、栄養強化牛乳ともに0.4ℓと非常に少ない。この世帯では牛乳全体の購入が少ない。

主婦年齢別にみると、低脂肪乳、栄養強化牛乳とも40代～50代のミドル層を中心に購入量が高く、健康に関する意識の高さがうかがえる。

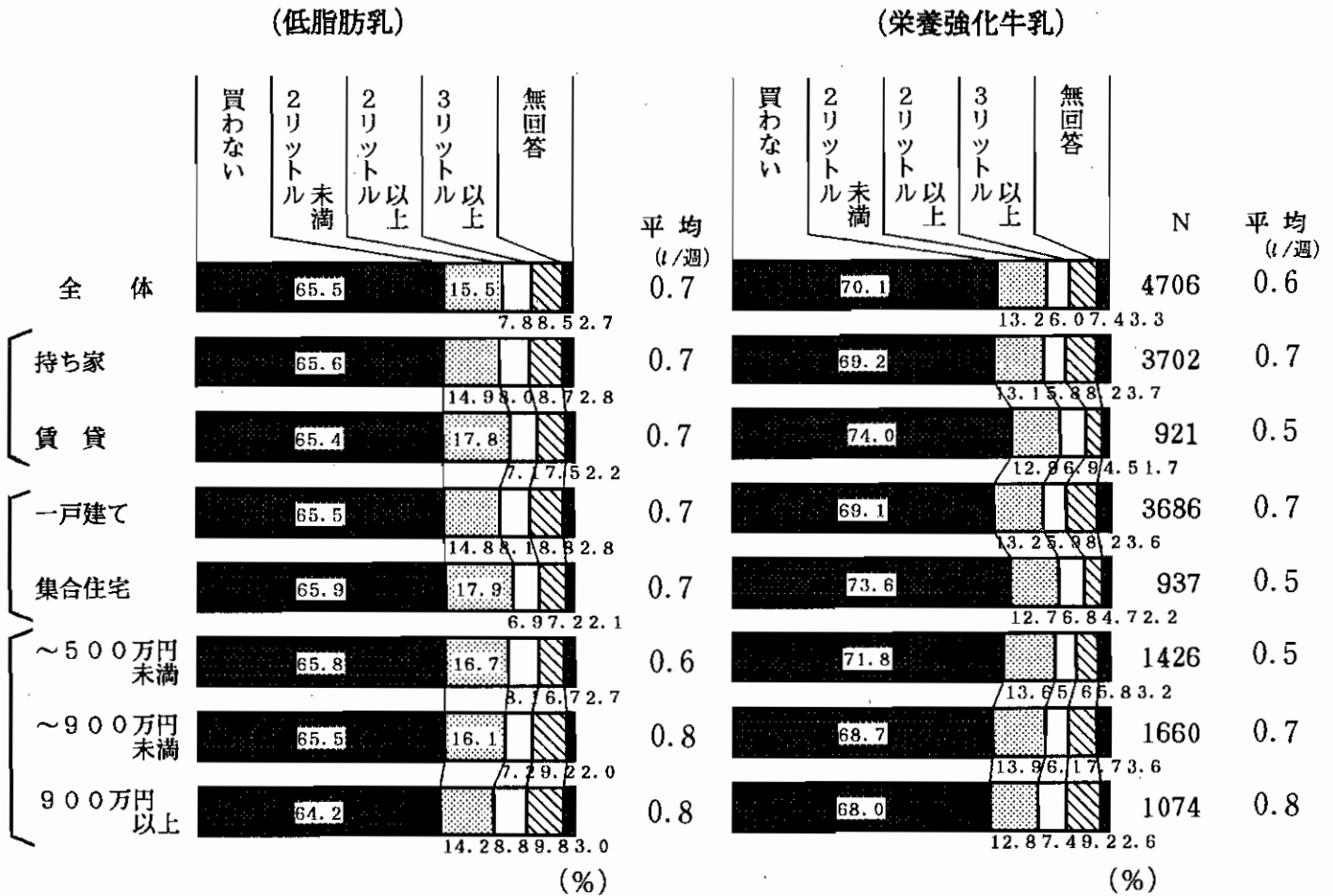
図表Ⅱ-13 主婦職業・主婦年齢別 1週間あたりの牛乳の購入量



住宅形態別にみると、低脂肪乳ではあまり違いはみられないが、栄養強化牛乳では、賃貸よりも持ち家、集合住宅よりも一戸建ての方が購入量が多い。

世帯年収別にみると、低脂肪乳、栄養強化牛乳ともに収入との相関がみられる。

図表Ⅱ-14 住宅形態・世帯年収別 1週間あたりの牛乳の購入量

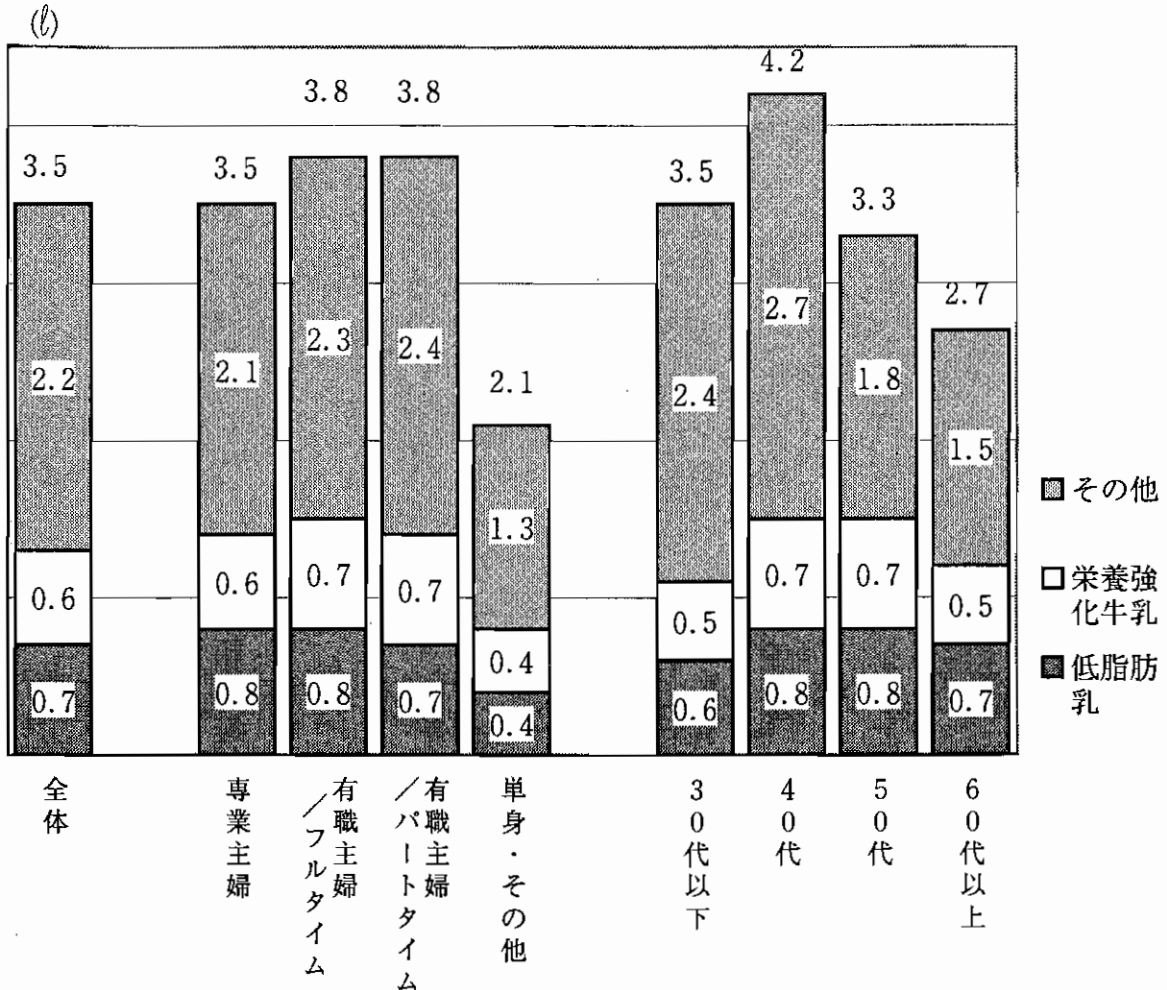


低脂肪乳と栄養強化牛乳が、牛乳全体の中で占める割合を購入量の平均値からみてみた。低脂肪乳は牛乳全体の20%、栄養強化牛乳は17%と併せて4割近くを占めている。

主婦職業別にみると、専業主婦の低脂肪乳の割合がわずかに高いものの、低脂肪乳と栄養強化牛乳の占める割合にあまり違いはみられない。

主婦年齢別では、低脂肪乳、栄養強化牛乳とも、年齢に比例して牛乳全体の中で占める割合が高くなっている。

図表Ⅱ-15 主婦職業・主婦年齢別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量に占める低脂肪乳と栄養強化牛乳の割合



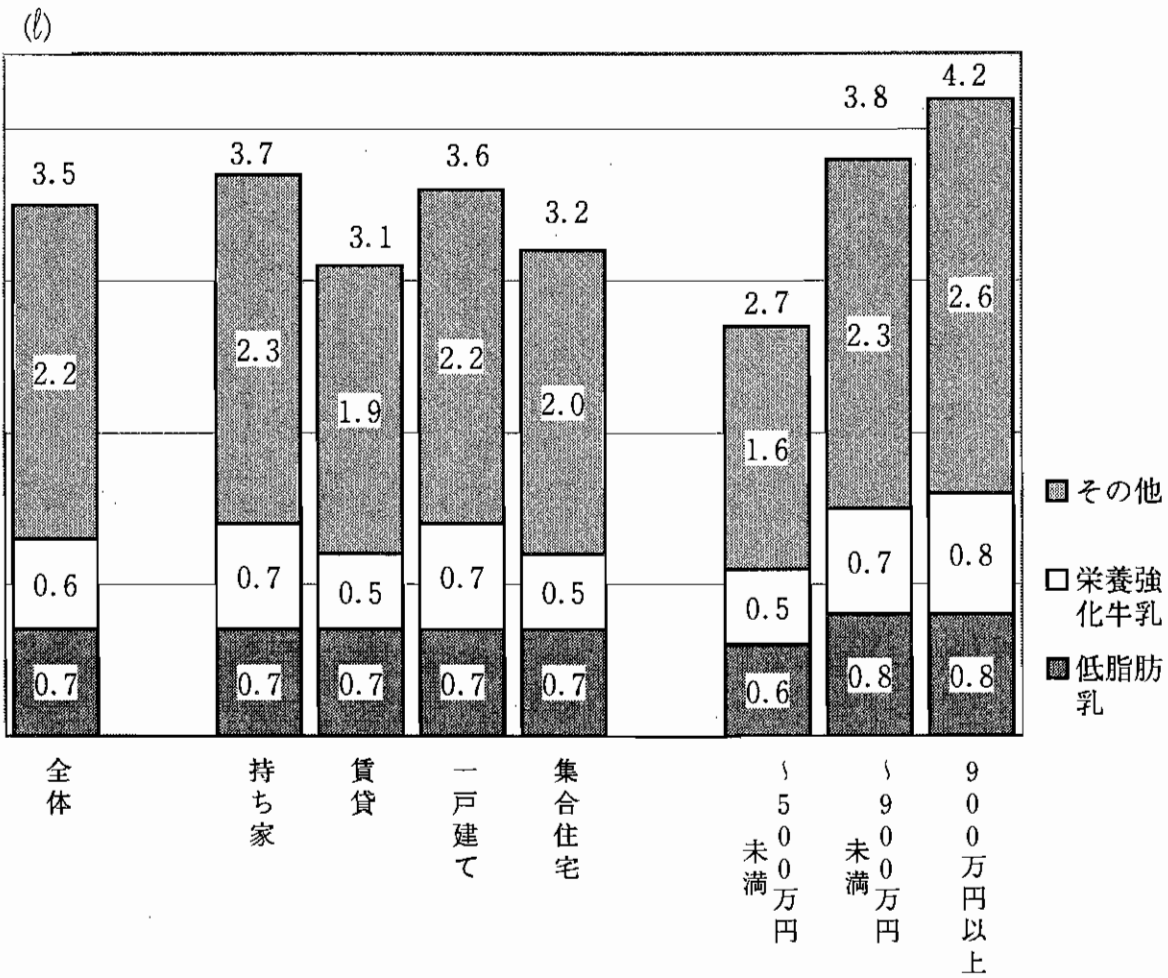
	低脂肪乳	栄養強化牛乳	その他	牛乳全体	n
全体	20.0	17.1	62.9	100 (3.5)	4706
専業主婦	22.9	17.1	60.0	100 (3.5)	2171
有職主婦/フルタイム	21.1	18.4	60.5	100 (3.8)	1095
有職主婦/パートタイム	18.4	18.4	63.2	100 (3.8)	1038
单身・その他	19.0	19.0	61.9	100 (2.1)	402
30代以下	17.1	14.3	68.6	100 (3.5)	1190
40代	19.0	16.7	64.3	100 (4.2)	1492
50代	24.2	21.2	54.5	100 (3.3)	1062
60代以上	25.9	18.5	55.6	100 (2.7)	955

*単位は%、ただし()内はℓを示す

住宅形態別でみると、低脂肪乳は賃貸と集合住宅の方が牛乳全体の中で占める割合は高いが、栄養強化牛乳では、持ち家と一戸建ての方が高くなっており逆転している。

世帯年収別では、牛乳全体、低脂肪乳、栄養強化牛乳とも世帯年収に比例して購入量は多くなっているが、その中で占める割合をみてみると低脂肪乳は高収入層ほどシェアが低い。

図表Ⅱ-16 住宅形態・世帯年収別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量に占める低脂肪乳と栄養強化牛乳の割合

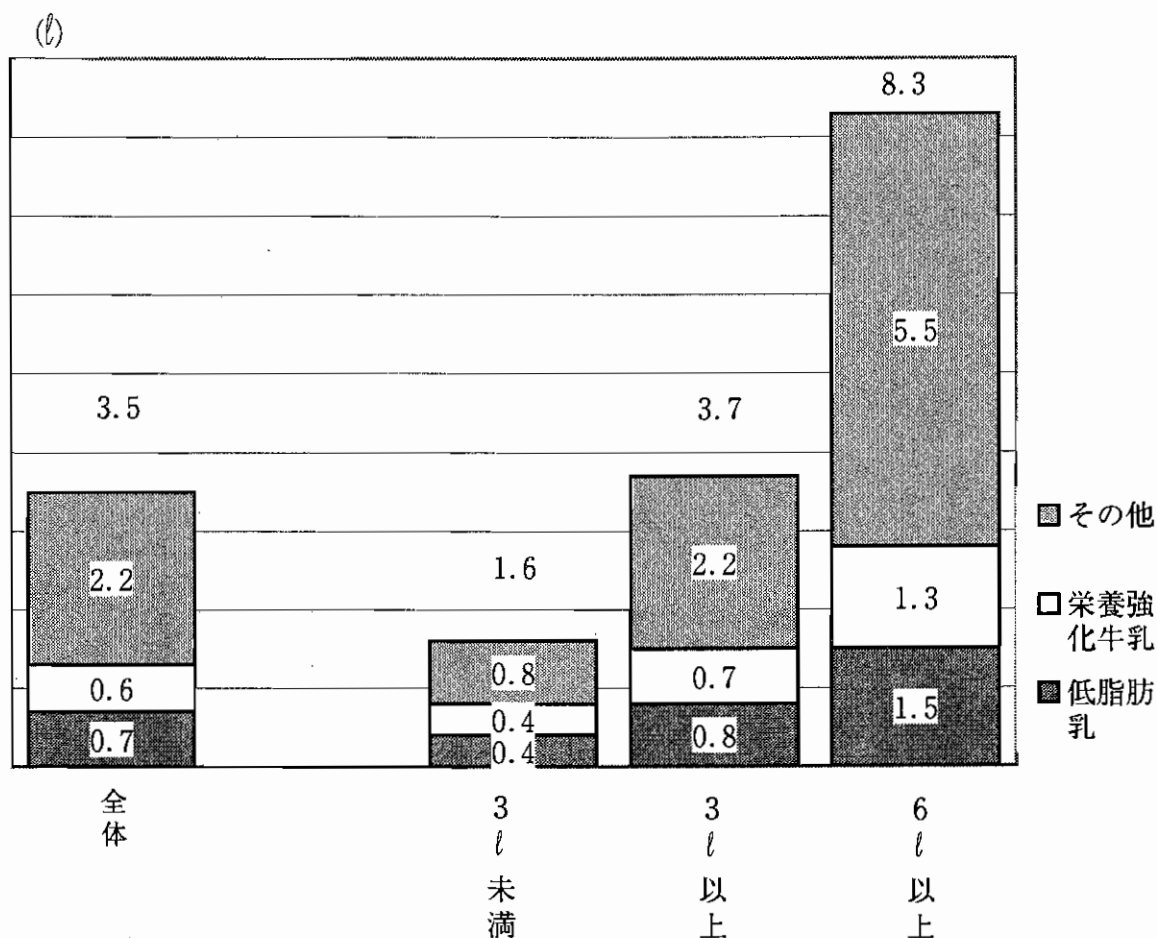


	低脂肪乳	栄養強化牛乳	その他	牛乳全体	n
全体	20.0	17.1	62.9	100 (3.5)	4706
持ち家	18.9	18.9	62.2	100 (3.7)	3702
賃貸	22.6	16.1	61.3	100 (3.1)	921
一戸建て	19.4	19.4	61.1	100 (3.6)	3686
集合住宅	21.9	15.6	62.5	100 (3.2)	937
～500万円未満	22.2	18.5	59.3	100 (2.7)	1426
～900万円未満	21.1	18.4	60.5	100 (3.8)	1660
900万円以上	19.0	19.0	61.9	100 (4.2)	1074

*単位は%、ただし () 内はしを示す

牛乳の購入量別にみても、牛乳全体の中で占める低脂肪乳と栄養強化牛乳の割合と牛乳の購入量は逆相関となっている。購入量の少ない世帯では低脂肪乳や栄養強化牛乳を購入する割合が高く、ライトユーザーの購入量を支えているのはこのような特殊牛乳である。

図表Ⅱ-17 牛乳購入量別 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量に占める低脂肪乳と栄養強化牛乳の割合



	低脂肪乳	栄養強化牛乳	その他	牛乳全体	n
全体	20.0	17.1	62.9	100 (3.5)	4706
3ℓ未満	25.0	25.0	50.0	100 (1.6)	2053
3ℓ以上	21.6	18.9	59.5	100 (3.7)	1458
6ℓ以上	18.1	15.7	66.3	100 (8.3)	922

*単位は%、ただし()内はℓを示す

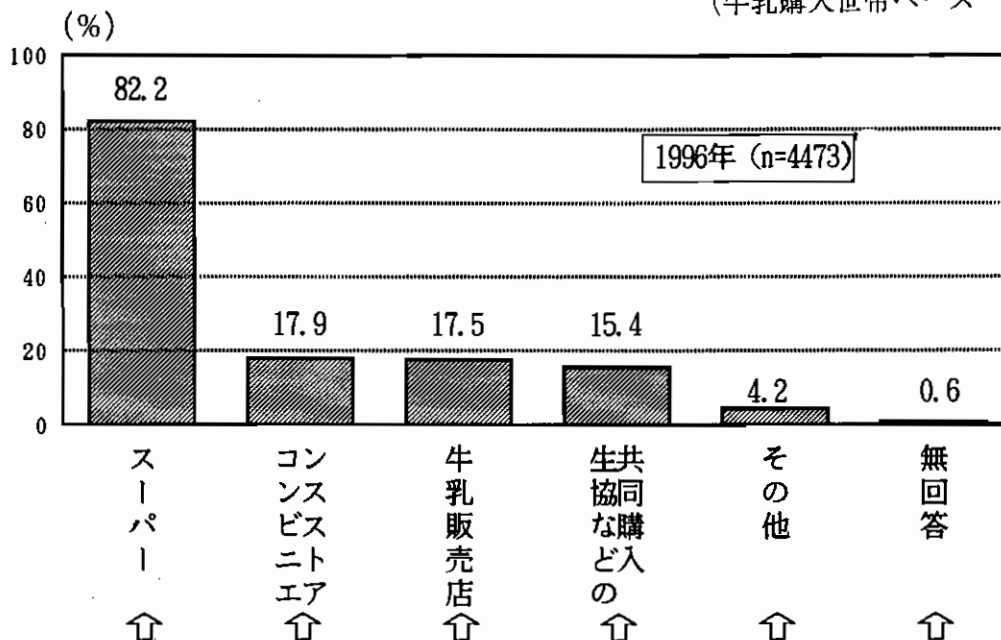
2. 牛乳の購入経路

牛乳の購入世帯に最近1カ月の購入場所を複数回答できいた。

最近1カ月の牛乳の購入経路は、「スーパー」が82%で圧倒的に多い。次いで「コンビニエンスストア」と「牛乳販売店（宅配）」が18%、「生協等の共同購入」は15%となっており、この数年変化はみられない。

図表Ⅱ-18 この1カ月の牛乳の購入場所（MA）

（牛乳購入世帯ベース n=4473）



年	スーパー	コンビニエンスストア	牛乳販売店	生協などの共同購入	その他	無回答	n
1995年	82.3	15.1	20.0	15.4	4.6	0.9	4405
1994年	87.9	30.0	19.4	2.1	16.2	1.7	4368
1993年	79.3	17.9	19.4	1.8	16.1	2.2	4330
1992年	79.2	18.7	16.9	2.6	13.8	1.8	4390
1991年	80.3	17.8	18.6	2.1	15.7	2.0	4499
1990年	79.2	15.7	20.1	2.3	12.3	1.8	4495
1989年	78.9	13.8	20.2	2.7	12.8	1.7	4294
1988年	75.9	14.6	21.5	3.6	13.8	1.6	4327
1987年	75.5	11.5	21.9	4.2	12.9	2.1	4393

↓
牛乳店のか宅配

↓
牛乳店の店頭

※ 1994年は1ヵ月に利用した店（複数回答）と主に利用した店（単数回答）の2段階での回答のうち、1ヵ月に利用した店のデータである。

主婦職業別にみると、専業主婦や有職主婦の世帯に比べ、単身・その他の世帯では「スーパー」や「生協等の共同購入」の利用率が相対的に低く、一方「コンビニエンスストア」の利用率が30.5%と高い。

主婦年齢別にみると、若い主婦ほど「コンビニエンスストア」や「生協等の共同購入」の利用率が高く、高齢層ほど「牛乳販売店（宅配）」をよく利用している。

牛乳の購入量別にみると、牛乳を多く買う世帯ほど「スーパー」、「コンビニエンスストア」、「生協等の共同購入」ともに利用率が高くなっており、色々な場所での購入がうかがえる。

また、「コンビニエンスストア」は都市規模が大きいほど利用率が高く、「牛乳販売店（宅配）」は郡部でよく利用されている。

図表Ⅱ-19 主婦職業・主婦年齢・牛乳購入量・都市規模別 この1カ月の牛乳の購入場所(MA)
(牛乳購入世帯ベース n=4473)

	全 体	ス ー パ ー	コ ン ビ ニ エ ン ス ス ト ア	牛 乳 販 売 店	生 協 等 の 共 同 購 入	そ の 他	無 回 答
全 体	4,473 100.0	82.2	17.9	17.5	15.4	4.2	0.6
専業主婦	2,074 100.0	81.8	15.7	16.5	17.2	4.5	0.9
有職主婦/ フルタイム	1,055 100.0	83.3	18.6	21.8	12.9	4.7	0.3
有職主婦/ パートタイム	1,000 100.0	84.9	17.4	15.1	17.0	2.8	0.5
単身・その他	344 100.0	73.5	30.5	16.6	7.8	4.9	-
30代以下	1,140 100.0	84.9	24.9	12.7	20.4	3.2	0.8
40代	1,448 100.0	84.2	18.6	16.3	17.2	4.6	0.4
50代	1,007 100.0	82.5	15.2	19.9	12.5	4.2	0.3
60代以上	873 100.0	74.9	10.8	22.8	9.4	5.2	1.0
3リットル 未満	2,053 100.0	78.6	14.8	18.2	10.2	3.8	0.6
3リットル 以上	1,458 100.0	83.8	18.6	17.6	19.1	4.2	0.6
6リットル 以上	922 100.0	87.7	24.2	15.9	21.7	5.3	0.3
12大都市	961 100.0	84.2	25.7	12.9	16.1	3.0	0.3
15万以上市	1,322 100.0	84.5	18.0	16.2	14.8	3.6	0.5
5万以上市	877 100.0	83.6	17.7	14.4	16.9	4.4	0.2
5万未満市	281 100.0	76.2	13.9	19.2	15.7	7.8	0.4
郡 部	1,032 100.0	77.9	11.8	25.5	14.2	5.0	1.4

(%)

住宅形態別にみると、賃貸よりも持ち家、集合住宅よりも一戸建ての方が、「牛乳販売店（宅配）」をよく利用しており、一方、「コンビニエンスストア」は賃貸と集合住宅の世帯での利用率が高い。

また、「牛乳販売店（宅配）」と「生協等の共同購入」は、世帯年収が高いほどよく利用されている。

図表Ⅱ-20 住宅形態・世帯年収別 この1カ月の牛乳の購入場所（MA）
（牛乳購入世帯ベース n=4473）

	全 体	ス ー パ ー	コ ン ビ ニ エ ン ス ト ア	牛 乳 販 売 店	生 協 等 の 共 同 購 入	そ の 他	無 回 答
全 体	4,473 100.0	82.2	17.9	17.5	15.4	4.2	0.6
持ち家	3,540 100.0	81.2	15.3	20.0	15.3	4.6	0.6
賃 貸	858 100.0	86.8	28.1	7.7	16.0	2.6	0.5
一戸建て	3,517 100.0	81.3	15.0	19.7	15.0	4.7	0.6
集合住宅	881 100.0	86.3	28.8	9.4	17.4	2.4	0.5
～500万円 未満	1,300 100.0	80.2	18.5	16.5	12.8	3.5	0.6
～900万円 未満	1,614 100.0	82.9	16.4	17.1	16.2	4.0	0.7
900万円 以上	1,045 100.0	83.5	20.3	20.9	17.4	5.6	0.3

(%)

3. 牛乳の買い方

1) ふだんの買い方

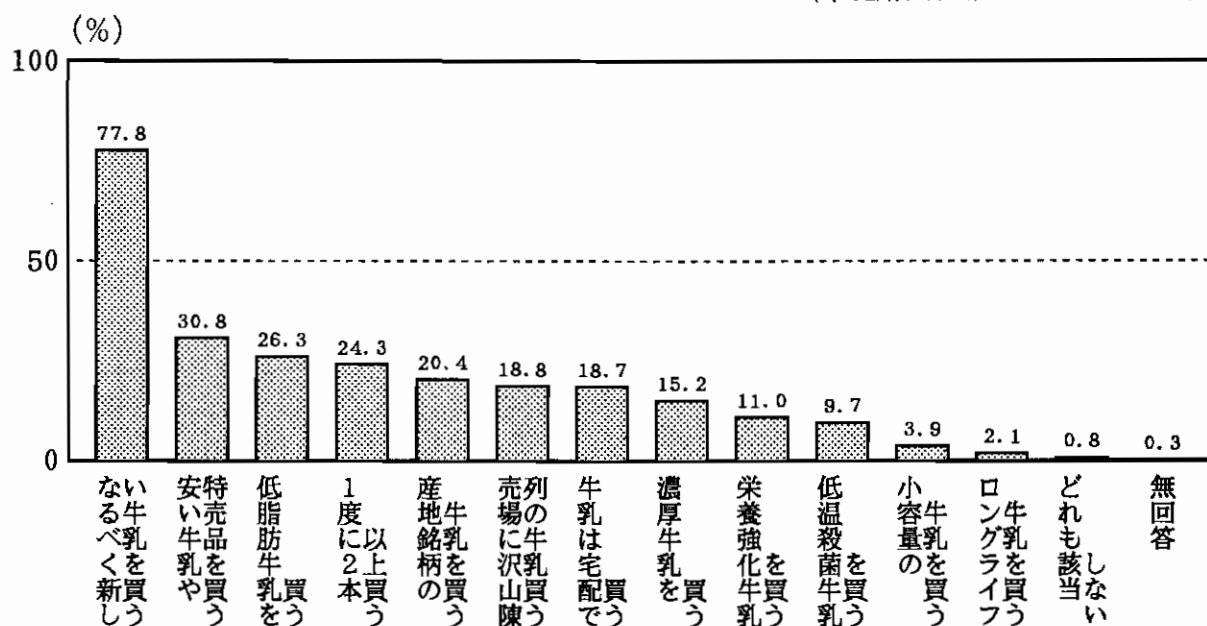
牛乳の購入世帯に牛乳のふだんの買い方を複数回答で聞いた。

牛乳の買い方としては、「なるべく新しい牛乳を買う」が78%と圧倒的に多く、新しい牛乳へのこだわりは主婦の間で非常に根強い。次いで、「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳を買う」31%、「低脂肪乳を買っている」26%である。「北海道産など産地銘柄の牛乳を買っている」20%、「売り場にたくさん陳列されている牛乳を買う」19%なども比較的多い購入の仕方である。

低脂肪乳と栄養強化牛乳の購入量については、低脂肪乳の方が量的に多く購入されていたが、買い方の点から見ても低脂肪乳の方が栄養強化牛乳を上回っている。

図表Ⅱ-21 牛乳の買い方 (MA)

(牛乳購入世帯ベース n=4473)



主婦職業別にみると、単身・その他の世帯に比べ、専業主婦や有職主婦の世帯では、「安い牛乳や特売品を買う」傾向が強い。一方、単身・その他の世帯では「小容量の牛乳を買う」が比較的高い。

主婦年齢別にみると、若い主婦ほど「なるべく新しい牛乳」や「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳」をよく買っている。一方、高年齢層では「低脂肪乳を買っている」世帯が相対的に高く、「牛乳は宅配で買っている」世帯も多い。

牛乳の購入量別では、牛乳を多く買う世帯ほど「なるべく新しい牛乳」や「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳」を買う傾向があり、「一度に2本以上の牛乳を買う」といったまとめ買いもみられる。また「低脂肪乳」や「北海道産など産地銘柄の牛乳」などの購入も多く、銘柄への関心度が高い。

都市規模別にみると、都市規模が大きいほど「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳を買う」世帯が多く、また「北海道産など産地銘柄の牛乳を買っている」世帯も比較的多い。

図表Ⅱ-22 主婦職業・主婦年齢・牛乳購入量・都市規模別 牛乳の買い方 (MA)
(牛乳購入世帯ベース n=4473)

	全 体	な い 牛 乳 を 買 う	安 い 牛 乳 や 特 売 品 を 買 う	低 脂 肪 乳 を 買 う	1 度 に 2 本 以 上 買 う	産 地 銘 柄 の 牛 乳 を 買 う	産 地 に 沿 い て 買 う	牛 乳 は 宅 配 で 買 う	濃 厚 牛 乳 を 買 う	栄 養 強 化 牛 乳 を 買 う	低 脂 肪 牛 乳 を 買 う	小 容 量 の 牛 乳 を 買 う	ロ ン グ ラ イ フ 牛 乳 を 買 う	ど れ も 買 い な い	無 回 答
全 体	4,473 100.0	77.8	30.8	26.3	24.3	20.4	18.8	18.7	15.2	11.0	9.7	3.9	2.1	0.8	0.3
専業主婦	2,074 100.0	77.8	31.0	27.7	25.1	21.2	18.2	18.6	14.7	10.8	10.4	3.8	1.9	0.8	0.5
有職主婦/ フルタイム	1,055 100.0	77.3	29.0	26.1	25.7	19.1	19.1	22.9	16.6	11.9	10.1	2.7	2.5	0.9	-
有職主婦/ パートタイム	1,000 100.0	80.4	35.5	22.8	25.8	21.1	18.5	15.9	15.2	10.4	8.7	3.5	2.1	0.5	-
単身・その他	344 100.0	71.2	21.2	28.5	11.6	17.7	19.2	15.1	13.4	11.0	6.4	9.9	2.6	1.5	1.2
30代以下	1,140 100.0	83.3	41.1	22.8	22.5	19.2	18.5	15.7	11.4	12.2	9.8	4.6	1.8	0.9	0.1
40代	1,448 100.0	80.9	33.1	24.9	30.7	21.2	17.0	18.5	16.0	10.5	9.5	2.7	2.8	1.2	0.2
50代	1,007 100.0	74.4	24.3	29.8	21.3	22.6	17.6	19.8	18.1	12.2	10.9	4.1	1.6	0.3	0.2
60代以上	873 100.0	69.1	20.8	29.1	19.7	17.8	23.6	21.9	15.1	8.8	8.2	5.0	2.2	0.7	0.9
3リットル 未満	2,053 100.0	74.4	25.8	24.8	8.2	16.6	18.3	18.6	13.1	10.0	7.5	6.2	2.2	0.6	0.3
3リットル 以上	1,458 100.0	78.5	32.0	26.9	29.8	22.8	18.0	20.2	17.4	11.3	10.5	2.5	2.3	1.0	0.3
6リットル 以上	922 100.0	84.6	40.7	29.0	52.6	25.6	21.5	16.9	16.7	13.1	13.3	0.8	1.7	0.4	0.1
12大都市	961 100.0	78.6	35.1	28.1	25.6	23.6	18.7	14.6	14.6	11.7	12.6	5.0	2.0	0.4	-
15万以上市	1,322 100.0	78.7	32.1	27.8	20.5	21.9	18.3	16.9	16.8	11.3	9.4	4.3	2.1	1.0	0.2
5万以上市	877 100.0	77.9	31.2	25.5	26.2	20.4	20.4	15.8	15.3	10.4	8.9	4.0	2.5	0.9	0.3
5万未満市	281 100.0	76.2	24.9	20.6	27.4	18.1	24.6	24.2	16.0	11.0	4.3	2.8	1.1	1.4	1.1
郡 部	1,032 100.0	76.2	26.2	24.8	25.7	16.0	16.6	26.0	13.3	10.6	9.4	2.7	2.2	0.7	0.5

住居形態別にみると、持ち家と一戸建て住宅では「牛乳は宅配で買っている」世帯が多く、「一度に2本以上の牛乳を買う」といったまとめ買いも特徴である。また、賃貸と集合住宅は「価格の安い牛乳や特売になっている牛乳を買う」世帯が相対的に高い一方、「北海道産など産地銘柄の牛乳」への関心度は高い。さらに「1ℓよりも500mlの小さい容量の牛乳を買う」世帯もわずかに多い。

世帯年収別にみると、世帯年収が高いほど「牛乳は宅配で買っている」世帯が多く、「一度に2本以上の牛乳を買う」といったまとめ買いの傾向もある。また「北海道産など産地銘柄の牛乳」、「濃厚牛乳（乳脂肪の割合が高いもの）」、「低温殺菌牛乳」などの銘柄への関心度と収入の相関もみられる。

図表Ⅱ-23 住宅形態・世帯年収別 牛乳の買い方 (MA)

(牛乳購入世帯ベース n=4473)

	全 体	な い 牛 乳 を 買 う 新 し い 牛 乳 を 買 う	安 い 牛 乳 や 特 売 牛 乳 を 買 う	低 脂 肪 牛 乳 を 買 う	1 度 に 2 本 以 上 の 牛 乳 を 買 う	産 地 銘 柄 の 牛 乳 を 買 う	道 産 の 牛 乳 を 買 う 道 産 に 対 し て	牛 乳 は 宅 配 で 買 う
全 体	4,473 100.0	77.8	30.8	26.3	24.3	20.4	18.8	18.7
持ち家	3,540 100.0	77.0	29.1	26.2	25.5	19.5	18.8	21.4
賃 貸	858 100.0	81.1	37.6	26.6	19.6	23.9	19.0	8.7
一戸建て	3,517 100.0	77.3	29.2	26.1	25.4	19.3	18.8	21.1
集合住宅	881 100.0	79.7	37.1	26.8	20.2	24.3	19.2	10.2
～500万円未満	1,300 100.0	74.5	30.5	26.8	18.2	17.5	20.2	16.3
～900万円未満	1,614 100.0	79.4	33.5	25.3	26.3	20.5	18.5	19.2
900万円以上	1,045 100.0	78.8	28.7	27.9	29.6	23.8	18.0	22.9

	全 体	濃 厚 牛 乳 を 買 う	栄 養 価 値 化 牛 乳 を 買 う	低 温 殺 菌 牛 乳 を 買 う	小 容 量 の 牛 乳 を 買 う	ロ ン グ ラ イ フ 牛 乳 を 買 う	ど れ も 該 当 し な い	無 回 答
全 体	4,473 100.0	15.2	11.0	9.7	3.9	2.1	0.8	0.3
持ち家	3,540 100.0	15.4	10.7	9.6	3.2	2.1	0.8	0.4
賃 貸	858 100.0	14.0	12.2	9.9	6.6	2.1	0.5	0.1
一戸建て	3,517 100.0	15.7	10.8	9.6	3.3	2.0	0.9	0.4
集合住宅	881 100.0	13.1	11.9	10.0	6.2	2.5	0.5	0.1
～500万円未満	1,300 100.0	13.6	10.8	7.8	5.7	2.5	0.9	0.1
～900万円未満	1,614 100.0	15.6	11.4	10.0	3.1	1.7	0.9	0.4
900万円以上	1,045 100.0	17.2	10.7	13.3	3.2	2.5	0.5	0.2

(%)

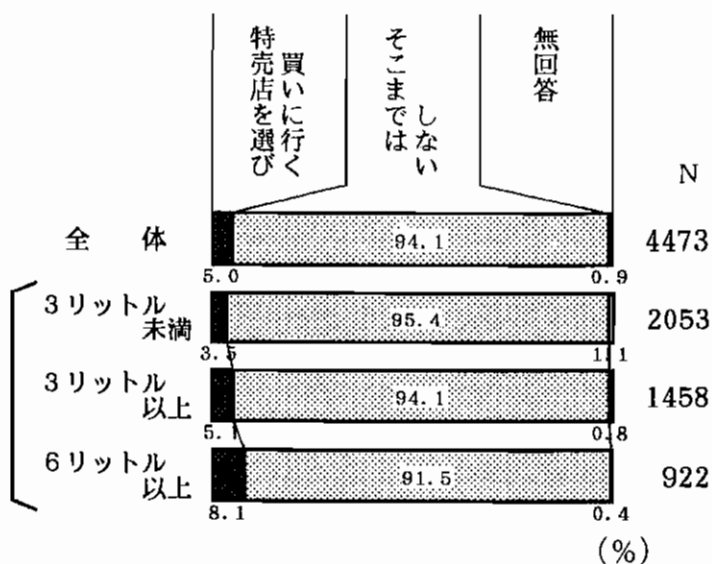
2) 特売について

牛乳の購入世帯に「牛乳の特売があると知ると、いつも買う店でない所でもわざわざ行って買うか」を聞いた。

「特売の店を選んで買いに行く」世帯はわずか5%で、94%が「そこまではしない」と答えている。牛乳の購入量別にみると、牛乳を多く買う世帯の方がわずかながら「特売の店を選んで買いに行く」世帯が多いが、それでも1割にとどまっている。

図表Ⅱ-24 牛乳購入量別 牛乳の特売店での購入

(牛乳購入世帯ベース n=4473)

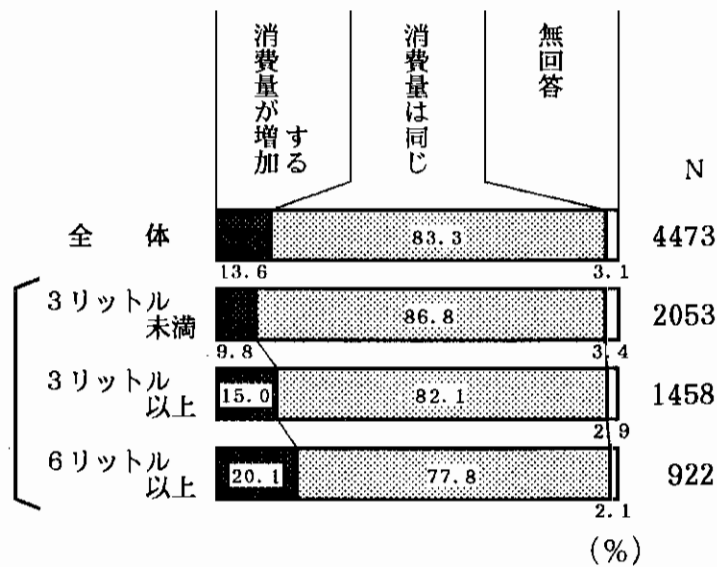


続けて、「特売で買うと牛乳消費量が増えるか、それとも買いだめをするだけで増えないか」を聞いた。

「消費量は同じ」世帯が83%と圧倒的に多く、「消費量が増加する」世帯は14%にとどまっており、特売によって購入量が多くなることはあまり期待できないことがうかがえる。ただし牛乳の購入量別にみると、牛乳を多く買う世帯ほど、特売購入によって「牛乳消費量」が増加する傾向が見られる。

図表Ⅱ-25 牛乳購入量別 特売による牛乳消費量の変化

(牛乳購入世帯ベース n=4473)

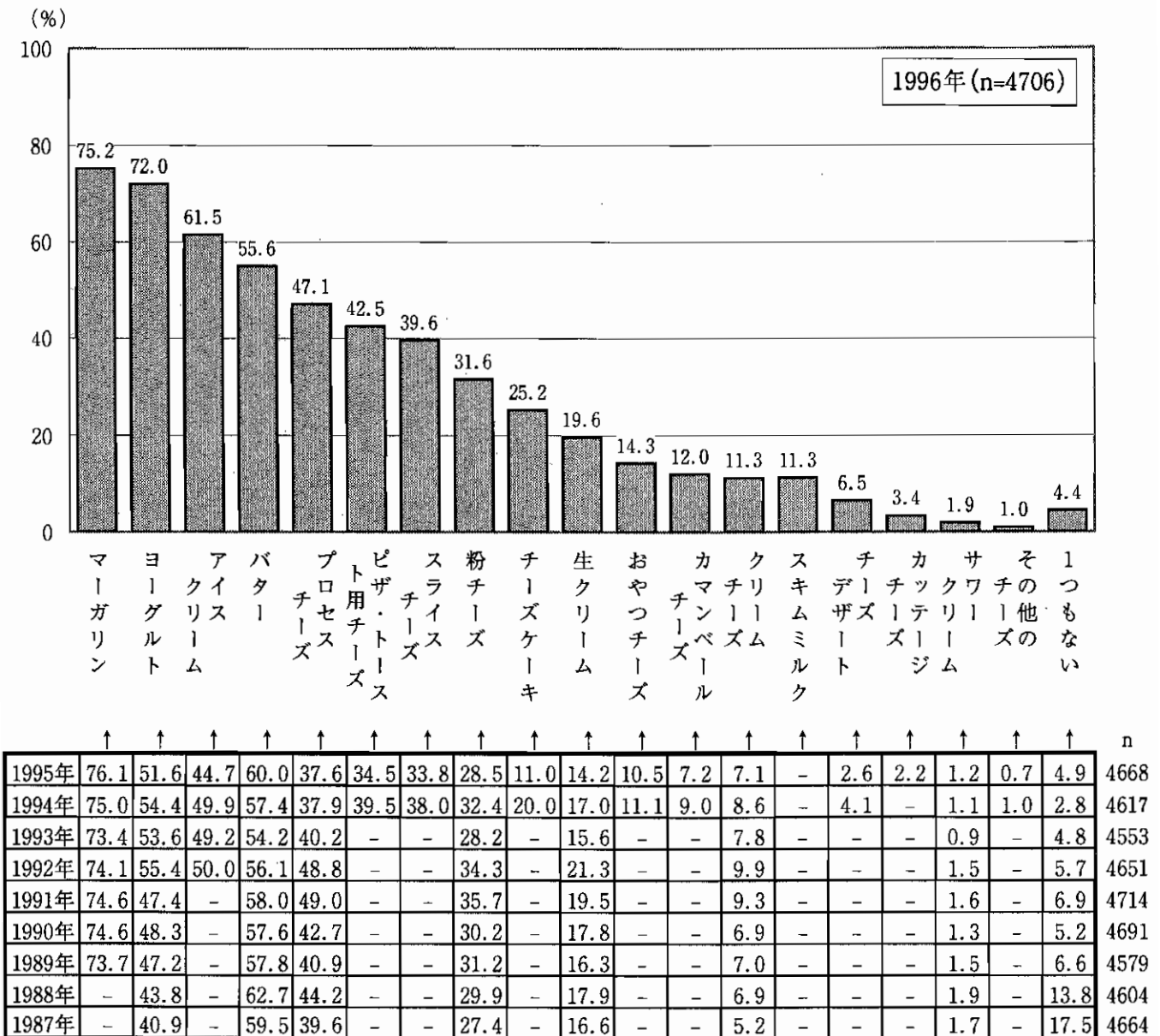


4. 家庭での乳製品の利用状況と今後の意向

「現在家庭でよく利用している乳製品等」と「これからもっと使ってみたいもの」を複数回答で全員に聞いた。

「現在家庭でよく利用しているもの」で最も多いものは、昨年同様「マーガリン」の75%である。次いで、「ヨーグルト」72%、「アイスクリーム」62%、「バター」56%などの利用率が高く、「プロセスチーズ」47%、「ピザ・トースト用チーズ」43%などのチーズ製品も多く利用されている。時系列で見ると、昨年は「バター」が60%と2番目に高かったのに対し、本年は「バター」の利用率が減少し、「ヨーグルト」、「アイスクリーム」の利用率が大幅に増加した。

図表Ⅱ-26 現在よく利用している乳製品等 (MA)



* 「スキムミルク」は1996年より追加

主婦職業別にみると、単身・その他の世帯はどの商品も利用率が低い。

主婦年齢別では、若い主婦ほど「ヨーグルト」、「アイスクリーム」、「バター」の利用率が高い。また、「プロセスチーズ」、「ピザ・トースト用チーズ」、「スライスチーズ」、「粉チーズ」、「おやつチーズ」などのチーズ製品もよく利用されている。

図表Ⅱ-27 主婦職業・主婦年齢 現在よく利用している乳製品等 (MA)

	全 体	マ ー ガ リ ン	ヨ ー グ ル ト	ア イ ス ク リ ー ム	バ タ ー	プ ロ セ ス チ ー ズ	ピ ザ ・ ト ー ス ト 用 チ ー ズ	ス ラ イ ス チ ー ズ	粉 チ ー ズ	チ ー ズ ケ ー キ	生 ク リ ー ム
全 体	4,706 100.0	75.2	72.0	61.5	55.6	47.1	42.5	39.6	31.6	25.2	19.6
専業主婦	2,171 100.0	75.5	71.7	61.5	56.3	48.1	41.1	40.4	33.1	23.9	19.9
有職主婦/ フルタイム	1,095 100.0	76.6	74.7	62.4	55.9	46.6	44.5	39.0	30.5	26.9	19.0
有職主婦/ パートタイム	1,038 100.0	78.4	75.9	67.1	59.4	50.1	50.2	44.0	34.7	28.8	22.7
単身・その他	402 100.0	60.9	56.2	44.5	41.5	35.1	25.4	25.4	18.9	18.7	10.9
30代以下	1,190 100.0	77.4	76.9	72.9	61.2	50.8	56.3	47.3	37.8	25.2	22.5
40代	1,492 100.0	82.4	79.1	70.0	59.5	49.2	53.8	43.6	36.3	31.0	25.8
50代	1,062 100.0	73.7	69.5	54.0	54.5	47.7	34.7	38.6	32.0	26.7	16.7
60代以上	955 100.0	62.7	57.8	42.8	43.9	38.5	16.5	24.8	16.1	14.6	9.3

	全 体	お よ つ ち ー ズ	カ マ ン ベ ー ル ズ	ク リ ー ム チ ー ズ	ス キ ム ミ ル ク	チ ー ズ デ ザ ー ト	カ ニ ー チ ー ズ	サ ワ イ ク リ ー ム	そ の 他 の チ ー ズ	1 つ も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	14.3	12.0	11.3	11.3	6.5	3.4	1.9	1.0	4.4	0.1
専業主婦	2,171 100.0	15.2	12.4	11.6	12.8	6.2	3.4	2.2	1.0	4.5	0.0
有職主婦/ フルタイム	1,095 100.0	14.3	12.6	10.6	10.3	6.1	3.4	1.5	1.2	2.9	-
有職主婦/ パートタイム	1,038 100.0	15.4	12.2	12.3	11.0	8.3	3.2	2.1	0.8	2.9	0.1
単身・その他	402 100.0	6.0	8.2	9.2	6.5	4.7	3.7	0.7	0.7	11.7	0.2
30代以下	1,190 100.0	25.4	11.0	12.8	7.2	8.5	3.1	1.4	0.8	2.6	-
40代	1,492 100.0	14.9	13.1	13.7	10.7	8.4	3.1	2.7	1.2	1.7	-
50代	1,062 100.0	8.5	14.4	10.4	14.4	4.9	4.4	2.0	1.2	4.0	0.1
60代以上	955 100.0	6.0	9.1	6.5	13.5	3.0	2.9	1.0	0.6	11.2	0.1

(%)

牛乳購入量別にみると、牛乳購入量が多い世帯ほど、ほとんどの乳製品もよく利用している。

図表Ⅱ-28 牛乳購入量・都市規模別 現在よく利用している乳製品等 (MA)

	全 体	マ ガ リ ン	ヨ グ ル ト	ア イ ス ク リ ム	パ イ ー	プ ロ セ ス チ ーズ	ビ ン ト 用 チ ーズ	ス ラ イ ス チ ーズ	製 イ ス	チ ーズ ケ ーキ	生 芳 リ ム
全 体	4,706 100.0	75.2	72.0	61.5	55.6	47.1	42.5	39.6	31.6	25.2	19.6
3リットル未満	2,053 100.0	71.7	65.6	56.5	52.8	43.2	36.3	34.5	27.2	23.4	15.3
3リットル以上	1,458 100.0	79.8	79.0	65.2	59.3	52.1	45.5	43.6	34.8	26.3	22.4
6リットル以上	922 100.0	81.2	84.1	71.7	61.8	53.9	58.6	50.9	41.6	30.8	27.0
12大都市	1,007 100.0	78.8	72.6	65.9	60.9	49.8	48.2	45.1	38.1	26.1	22.5
15万以上市	1,379 100.0	75.2	72.8	59.0	55.0	48.6	44.8	39.5	32.0	24.1	19.8
5万以上市	921 100.0	78.5	73.2	61.9	56.1	49.6	42.9	38.4	32.5	26.1	19.3
5万未満市	297 100.0	65.3	69.4	62.3	50.5	40.4	32.3	36.0	24.9	21.9	15.2
郡 部	1,102 100.0	71.6	70.2	60.1	52.5	42.4	37.0	36.7	26.4	26.0	18.0

	全 体	お や ち ーズ	カ マ ン ベ ル ーズ	ク リ ム チ ーズ	ス キ ム ミ ル ク	チ ーズ デ ザ ー ト	カ ニ チ ーズ	サ ウ ー ク リ ム	そ の 他 の チ ーズ	1 つ も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	14.3	12.0	11.3	11.3	6.5	3.4	1.9	1.0	4.4	0.1
3リットル未満	2,053 100.0	11.5	10.9	9.1	10.2	5.6	2.6	1.4	0.6	5.4	0.0
3リットル以上	1,458 100.0	16.3	13.4	13.9	13.1	7.6	4.5	2.4	1.2	2.3	0.1
6リットル以上	922 100.0	20.2	14.4	14.5	12.4	8.0	3.8	2.5	1.5	1.6	-
12大都市	1,007 100.0	11.7	17.4	15.0	12.6	7.0	5.1	3.5	1.6	2.5	0.1
15万以上市	1,379 100.0	13.0	13.0	10.8	11.2	7.1	3.6	2.0	0.6	3.6	-
5万以上市	921 100.0	15.6	10.7	11.9	11.1	6.9	3.0	1.8	1.5	3.8	-
5万未満市	297 100.0	18.2	7.7	6.7	8.4	6.4	1.7	0.7	-	6.4	-
郡 部	1,102 100.0	16.0	8.3	9.3	11.1	5.1	2.3	0.6	0.7	7.1	0.2

(%)

住宅形態別にみても、ほとんど違いはみられないが、「スキムミルク」は持ち家と一戸建てで利用率がわずかに高い。

世帯年収別にみると、ほとんどの乳製品において収入との相関がみられ、高収入層ほど利用率が高い。

図表Ⅱ-29 住宅形態別・世帯年収別 現在よく利用している乳製品等 (MA)

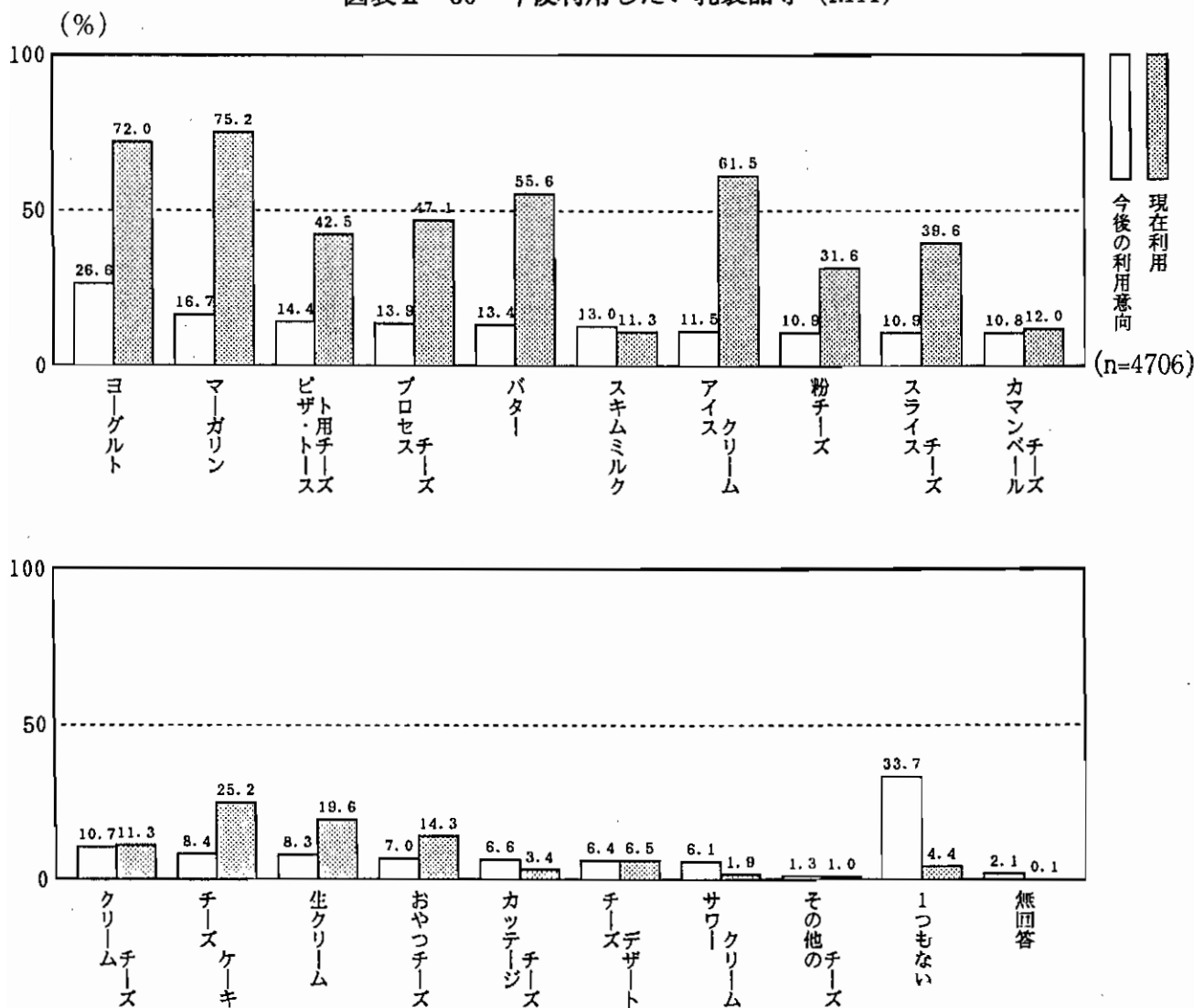
	全 体	マ ガ リン	ヨ グ ル ト	ア イ ス ク リ ム	パ ウ ダ ー	プ ロ セ ス チ ズ	ピ ン ト 用 チ ズ	ス ラ イ ス チ ズ	製 チ ズ	チ ズ ケ キ	先 芳 リ ム
全 体	4,706 100.0	75.2	72.0	61.5	55.6	47.1	42.5	39.6	31.6	25.2	19.6
持ち家	3,702 100.0	75.5	72.5	61.0	55.0	47.4	42.0	39.3	31.0	25.3	19.9
賃 貸	921 100.0	75.4	70.2	63.6	58.6	46.6	44.4	40.8	34.4	24.3	18.1
一戸建て	3,686 100.0	75.6	72.1	60.8	54.9	47.5	41.3	39.3	30.6	25.0	19.8
集合住宅	937 100.0	75.1	72.1	64.5	58.8	46.1	47.2	40.9	36.0	25.6	18.9
～500万円 未満	1,426 100.0	69.6	64.2	54.2	47.5	40.3	31.2	32.5	23.0	19.5	13.5
～900万円 未満	1,660 100.0	78.3	75.2	65.7	60.1	51.0	48.7	42.9	36.3	26.4	21.8
900万円 以上	1,074 100.0	79.1	79.2	66.6	61.9	50.5	51.1	45.7	39.3	33.5	26.5

	全 体	お よ び チ ズ	カ ン ペ イ ル ズ	ク リ ム チ ズ	ス キ ム ミ ル ク	チ ズ デ ザ ー ト	カ ニ チ ズ	サ ワ イ ク リ ム	そ の 他 の チ ズ	1 つ も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	14.3	12.0	11.3	11.3	6.5	3.4	1.9	1.0	4.4	0.1
持ち家	3,702 100.0	14.0	12.2	11.7	12.4	6.5	3.4	1.9	1.1	4.3	0.1
賃 貸	921 100.0	15.7	11.5	9.6	7.2	6.9	3.0	1.6	0.7	4.3	-
一戸建て	3,686 100.0	14.1	11.9	11.3	12.1	6.3	3.3	1.7	1.0	4.5	0.1
集合住宅	937 100.0	15.3	13.0	11.3	8.5	7.7	3.5	2.5	0.9	3.4	-
～500万円 未満	1,426 100.0	11.4	8.3	7.6	10.7	5.3	3.2	1.1	0.8	7.6	0.1
～900万円 未満	1,660 100.0	17.7	12.0	12.2	10.8	6.9	3.0	1.9	0.8	2.6	0.1
900万円 以上	1,074 100.0	13.6	17.3	15.8	13.0	8.0	4.4	2.9	1.3	1.6	0.1

(%)

「これからもっと使ってみたい乳製品」は、「ヨーグルト」が 27%と最も多く、ヨーグルトは現在利用、今後の利用意向ともに高い。次いで、「マーガリン」が 17%、「ピザ・トースト用チーズ」14%、「プロセスチーズ」14%とチーズ製品が多い。今回追加した「スキムミルク」は、現在の利用率は 11%と低かったものの、今後の利用意向としては 13%と 6 番目にあげられている。

図表Ⅱ-30 今後利用したい乳製品等 (MA)



主婦職業別にみると、ほとんど差違はみられないが、「スキムミルク」は単身・その他世帯よりも、専業主婦や有職主婦の世帯で今後の利用意向が高い。

主婦年齢別では、若い主婦ほど「ピザ・トースト用チーズ」、「スライスチーズ」、「キャンベルチーズ」、「クリームチーズ」、「カッテージチーズ」などのチーズ製品や、「チーズケーキ」、「おやつチーズ」、「チーズデザート」などのチーズのお菓子製品の利用意向が高い。また、「生クリーム」や「サワークリーム」などのクリーム製品の利用意向も見受けられる。

図表Ⅱ-31 主婦職業・主婦年齢別 今後利用したい乳製品等 (MA)

	全 体	ヨー グル ト	マ ガ リ ン	ピ ザ ・ ト ー ス ト 用 チ ー ズ	プ ロ セ ス チ ー ズ	バ タ ー	ス キ ム ミ ル ク	ア イ ス ク リ ー ム	髣 チ ー ズ	ス ラ イ ス チ ー ズ	カ ン ベ ル チ ー ズ
全 体	4,706 100.0	26.6	16.7	14.4	13.9	13.4	13.0	11.5	10.9	10.9	10.8
専業主婦	2,171 100.0	26.3	16.3	13.9	14.2	13.5	14.0	11.4	10.7	10.5	10.1
有職主婦/ フルタイム	1,095 100.0	26.2	16.3	14.9	12.1	13.6	13.1	10.0	11.6	11.0	11.0
有職主婦/ パートタイム	1,038 100.0	27.9	17.0	16.2	15.5	12.8	13.3	13.2	11.5	11.9	11.8
単身・その他	402 100.0	25.6	18.9	11.4	13.2	13.7	7.0	11.9	9.0	10.0	11.4
30代以下	1,190 100.0	28.0	16.1	18.2	16.8	13.2	13.7	13.3	11.3	13.8	15.2
40代	1,492 100.0	27.0	16.7	16.8	12.9	13.5	14.3	12.5	11.7	10.8	12.3
50代	1,062 100.0	26.3	16.6	13.5	13.0	14.2	12.7	9.6	12.1	10.9	8.8
60代以上	955 100.0	24.6	17.4	7.1	13.0	12.6	10.7	9.8	8.0	7.5	5.2

	全 体	ク リ ー ム チ ー ズ	チ ー ズ ケ ー キ	生 ク リ ー ム	お よ つ チ ー ズ	カ ッ テ ー ジ チ ー ズ	チ ー ズ デ ザ ー ト	サ ワ ー ク リ ー ム	そ の 他 の チ ー ズ	し も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	10.7	8.4	8.3	7.0	6.6	6.4	6.1	1.3	33.7	2.1
専業主婦	2,171 100.0	11.2	8.3	8.8	7.1	6.9	7.0	6.4	1.4	33.4	2.2
有職主婦/ フルタイム	1,095 100.0	9.1	7.7	7.6	5.8	5.8	4.9	5.2	1.3	34.4	1.7
有職主婦/ パートタイム	1,038 100.0	11.6	9.6	8.2	8.0	7.3	6.8	7.1	1.0	31.4	2.5
単身・その他	402 100.0	9.7	7.5	7.7	6.7	5.5	6.5	4.0	2.0	39.3	1.5
30代以下	1,190 100.0	17.5	11.9	11.2	11.7	11.2	9.0	8.7	1.4	24.5	1.8
40代	1,492 100.0	11.3	8.8	8.6	7.5	6.8	7.4	6.9	1.5	33.0	1.9
50代	1,062 100.0	7.0	7.0	7.0	4.3	4.5	5.7	5.1	1.4	36.1	2.4
60代以上	955 100.0	5.5	4.9	5.4	3.2	2.9	2.5	2.7	0.8	43.5	2.1

(%)

牛乳購入量・都市規模別にみた結果は次の通りである。

図表Ⅱ-32 牛乳購入量・都市規模別 今後利用したい乳製品等 (MA)

	全 体	ヨー グル ト	ア ー ガ リ ン	ピ ザ ・ ト ス ト	プ ロ セ ス チ ー ズ	バ タ ー	ス キ ム ミ ル ク	ア イ ス ク リ ム	粉 チ ー ズ	ス ラ イ ス チ ー ズ	カ マ ン ベ ー ル ズ
全 体	4,706 100.0	26.6	16.7	14.4	13.9	13.4	13.0	11.5	10.9	10.9	10.8
2リットル 未満	2,053 100.0	27.0	17.6	12.9	13.6	14.5	11.7	11.8	10.2	10.6	9.1
3リットル 以上	1,458 100.0	25.9	15.9	14.5	13.7	11.4	14.8	10.4	12.1	10.4	12.5
6リットル 以上	922 100.0	28.7	15.7	19.4	15.8	14.1	15.2	12.6	13.1	13.7	13.9
12大都市	1,007 100.0	29.3	17.4	17.9	15.1	14.4	12.9	13.7	11.5	12.0	12.9
15万以上市	1,379 100.0	26.3	17.2	12.8	13.4	13.0	11.5	11.2	10.8	10.7	10.8
5万以上市	921 100.0	28.8	19.0	14.3	15.0	13.9	14.1	12.3	12.2	11.4	10.9
5万未満市	297 100.0	24.9	17.2	14.8	14.5	15.5	12.5	10.1	13.5	10.1	10.8
郡 部	1,102 100.0	23.1	13.2	13.2	12.3	12.1	14.2	9.6	9.1	10.0	8.8

	全 体	ク リ ム チ ー ズ	チ ー ズ ケ キ	生 ク リ ム	お つ チ ー ズ	カ ッ チ ー ズ	チ ー ズ デ ザ イ ト	サ ー ク リ ム	そ の 他 の チ ー ズ	し つ も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	10.7	8.4	8.3	7.0	6.6	6.4	6.1	1.3	33.7	2.1
2リットル 未満	2,053 100.0	9.7	7.8	6.9	6.6	5.9	5.2	5.0	1.0	34.4	1.8
3リットル 以上	1,458 100.0	11.4	8.8	9.7	6.9	7.1	7.1	7.1	1.5	31.9	2.4
6リットル 以上	922 100.0	13.8	10.3	10.4	8.6	8.8	9.1	8.4	1.8	31.5	2.6
12大都市	1,007 100.0	13.0	8.8	8.8	6.3	8.3	5.7	6.7	2.2	31.0	2.3
15万以上市	1,379 100.0	10.9	8.7	7.3	6.7	5.9	6.8	5.2	0.8	34.6	2.0
5万以上市	921 100.0	9.7	8.6	8.7	7.9	7.6	6.5	7.5	0.9	30.0	2.6
5万未満市	297 100.0	9.8	8.8	9.1	8.1	5.1	5.7	4.7	1.7	38.0	0.3
郡 部	1,102 100.0	9.3	7.4	8.3	6.8	5.4	6.8	5.9	1.5	37.0	2.1

(%)

住宅形態別にみると、あまり違いはみられないものの、持ち家、一戸建てよりも、賃貸、集合住宅の方が、どの乳製品においてもわずかながら利用意向が高い。

世帯年収別にみると、「ヨーグルト」、「チーズデザート」などのお菓子製品や、「ピザ・トースト用チーズ」、「粉チーズ」などのチーズ製品、「スキムミルク」、「サワークリーム」などは、世帯年収が高いほど利用意向も高い。

図表Ⅱ-33 住宅形態・世帯年収別 今後利用したい乳製品等 (MA)

	全 体	ヨー グル ト	マ ガリ ン	ピ ザ・ ト ース ト 用 チ ーズ	プ ロ セ ス チ ーズ	バ ター	ス キ ム ミ ル ク	ア イ ス ク リ ム	粉 チ ーズ	ス ラ イ ス チ ーズ	カ ン ペ ル チ ーズ
全 体	4,706 100.0	26.6	16.7	14.4	13.9	13.4	13.0	11.5	10.9	10.9	10.8
持 ち 家	3,702 100.0	26.3	16.3	14.0	13.7	13.2	13.3	11.1	10.9	10.4	10.2
賃 貸	921 100.0	27.3	17.7	15.3	14.2	13.7	12.1	12.6	11.0	12.4	13.1
一 戸 建 て	3,686 100.0	26.3	16.5	13.8	13.9	13.4	13.5	11.0	11.2	10.4	10.1
集 合 住 宅	937 100.0	27.3	17.1	16.0	13.2	12.7	11.6	12.9	9.8	12.3	13.6
～500万 円未 満	1,426 100.0	25.2	15.6	12.3	13.7	12.1	11.4	10.9	9.8	9.4	9.0
～900万 円未 満	1,660 100.0	27.5	17.6	14.9	14.3	14.6	14.0	11.7	11.7	12.0	12.2
900万 円以 上	1,074 100.0	28.1	16.2	16.6	14.2	13.1	14.6	11.6	12.5	10.4	12.1

	全 体	ク リ ム チ ーズ	チ ーズ ケ ーキ	生 芳 リ ム	お や ち ーズ	カ ン ペ ル チ ーズ	チ ーズ デ ザ ー ト	サ ワ ー ク リ ム	そ の 他 の チ ーズ	1 つ も な い	無 回 答
全 体	4,706 100.0	10.7	8.4	8.3	7.0	6.6	6.4	6.1	1.3	33.7	2.1
持 ち 家	3,702 100.0	10.1	7.8	8.1	6.6	6.2	6.2	6.1	1.3	34.5	2.2
賃 貸	921 100.0	13.2	10.4	9.3	8.1	8.4	7.6	6.2	1.5	30.2	1.5
一 戸 建 て	3,686 100.0	10.3	7.9	8.3	6.6	6.2	6.2	5.9	1.3	34.6	2.0
集 合 住 宅	937 100.0	12.5	9.9	8.3	8.2	8.4	7.5	6.9	1.5	30.1	2.2
～500万 円未 満	1,426 100.0	8.2	8.6	6.7	6.9	5.5	5.8	4.4	1.3	37.0	1.8
～900万 円未 満	1,660 100.0	13.2	9.3	9.7	8.1	7.7	6.9	6.9	1.5	29.9	2.6
900万 円以 上	1,074 100.0	11.3	7.6	8.8	6.4	7.1	7.3	7.4	1.2	32.8	2.0

(%)

Ⅲ 牛乳をとりまく背景

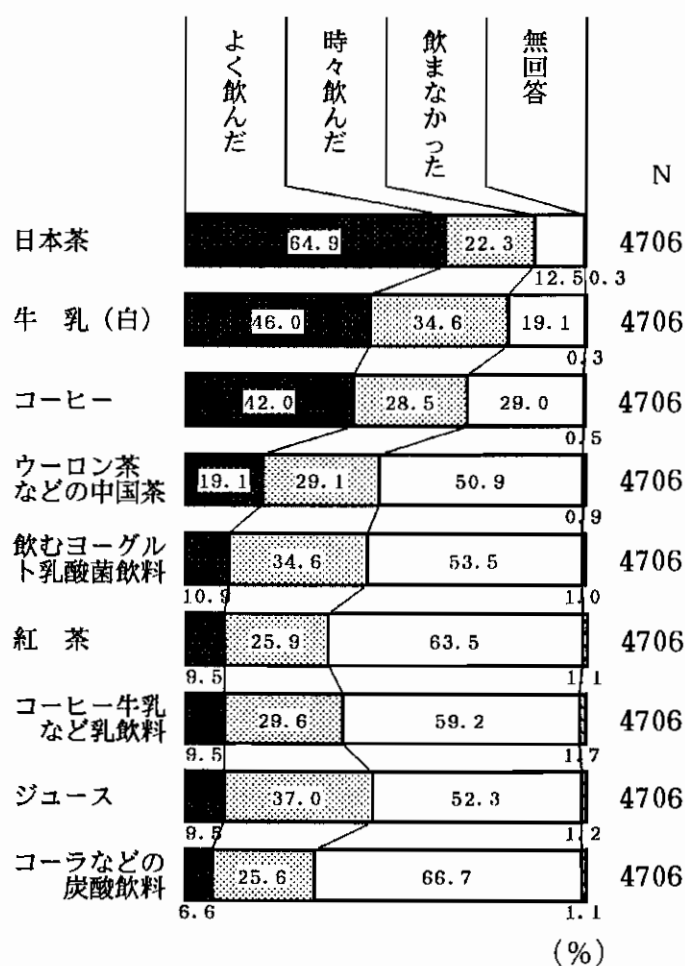
1. 飲み物の中での牛乳の位置づけ

以下の9つの飲料について、この1週間の飲用状況を全員に聞いた。

「よく飲んだ」飲み物としては、「日本茶」が65%とトップである。次いで、「牛乳（白）」46%、「コーヒー」42%が多く、少し離れて「ウーロン茶などの中国茶」、「飲むヨーグルト・乳酸菌飲料」などが続いている。

「よく+時々飲んだ」比率でみると、トップ3の順位は変わらないものの、トップ1の「日本茶」87%に対し、「牛乳（白）」の飲用率が81%となり、その差が縮まる。

図表Ⅲ－1 9飲料別の飲用状況

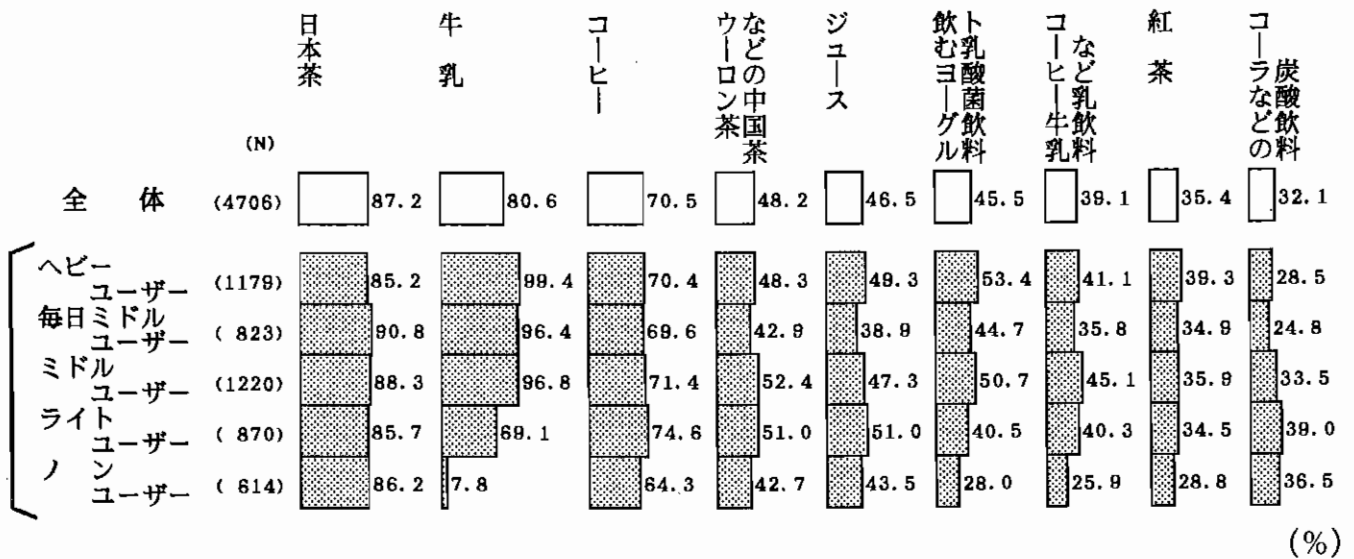


牛乳の飲用量別にその他の飲み物の飲用状況を見てみた。「よく飲む+時々飲んだ」人をその飲料のユーザーと考えて、牛乳の飲用量との関係を見てみることにする。牛乳のユーザーレベルにかかわらず、「日本茶」、「コーヒー」、「ウーロン茶などの中国茶」、「ジュース」などはよく飲まれている。

牛乳の飲用量と相関が高い飲料は、当然のことながら「飲むヨーグルト・乳酸菌飲料」、「コーヒー牛乳などの乳飲料」などの牛乳関連の飲料であり、牛乳をたくさん飲む人ほど乳飲料関係の飲用も多い。また、「紅茶」の飲用とも関連があり、牛乳のヘビーユーザーほど紅茶をよく飲んでいる。また、「コーヒー」は牛乳の飲用量にかかわらず70%近くが飲んでいる。つまり、コーヒーや紅茶と牛乳ユーザーは大幅に重なり合っている。

「コーラなどの炭酸飲料」は牛乳の消費とは逆相関となり、牛乳のライトユーザーやノンユーザーでは「コーラなどの炭酸飲料」を飲む人が多い。

図表Ⅲ-2 牛乳飲用量別 この1週間に飲んだ飲み物（よく飲む+時々飲む）



「よく飲んだ」飲み物を性・年齢と牛乳の飲用量もあわせてみると、男女とも29才以下のライト・ノンユーザーでは「ジュース」をよく飲む人が多く、29才以下の男性のライトユーザーでは、「コーラなどの炭酸飲料」の飲用率も高い。

「コーヒー」は、30~40代でよく飲まれ、特に30~40代の女性のノンユーザーでもっと多く飲まれている。

図表Ⅲ-3 性・年齢・牛乳飲用量別 この1週間に飲んだ飲み物（よく飲んだ比率）

	日 本 茶						牛 乳						コ ー ヒ ー					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	35.9	49.1	56.9	63.5	80.8	84.1	51.2	40.9	37.7	42.0	50.4	53.5	30.7	27.1	55.8	58.4	37.5	35.0
ヘビーユーザー	31.7	45.5	62.3	65.0	80.4	86.1	95.6	93.6	94.3	90.8	95.6	94.1	25.1	24.4	54.1	58.8	38.2	41.4
毎日ミドルユーザー	33.3	46.6	60.6	63.1	81.4	87.4	76.2	71.2	74.7	68.1	87.1	87.4	31.0	42.5	63.6	63.1	39.5	30.1
ミドルユーザー	40.1	49.7	56.5	63.8	81.3	78.9	38.7	30.7	31.2	23.8	33.2	30.9	32.8	16.4	53.2	53.1	36.9	36.8
ライトユーザー	41.1	52.3	55.2	63.6	77.2	81.1	5.3	2.0	2.2	2.8	5.5	4.9	38.9	34.2	56.3	57.4	37.9	37.7
ノンユーザー	32.8	50.7	50.4	59.1	83.5	85.1	-	-	-	-	-	-	29.5	31.3	55.0	68.2	33.8	27.6

	ウーロン茶などの中国茶						飲むヨーグルト、乳酸菌飲料						コーヒー牛乳など乳飲料					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	24.9	33.4	17.3	20.0	11.4	14.1	12.0	12.9	7.1	9.4	10.9	13.7	18.0	12.3	9.4	8.8	6.8	6.3
ヘビーユーザー	20.2	28.8	18.2	15.8	14.2	15.2	13.7	10.9	10.1	12.1	17.6	16.5	21.9	16.7	11.3	9.6	6.4	7.2
毎日ミドルユーザー	19.0	31.5	14.1	16.3	10.0	13.0	21.4	15.1	11.1	7.5	8.6	16.3	16.7	16.4	18.2	15.0	7.1	4.6
ミドルユーザー	29.9	35.4	16.7	27.2	11.7	16.2	11.7	13.2	8.6	7.9	10.7	11.3	17.5	11.6	9.7	6.6	8.4	11.8
ライトユーザー	31.6	36.9	15.8	18.2	8.3	17.2	8.4	12.8	4.4	9.7	6.2	11.5	20.0	7.4	4.9	7.4	5.5	2.5
ノンユーザー	21.3	32.8	21.4	18.2	12.0	8.2	6.6	14.9	2.3	10.2	9.8	9.7	4.9	10.4	6.1	5.7	6.0	3.0

	紅 茶						ジュ ー ス						コーラなどの炭酸飲料					
	29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上		29才以下		30~49才		50才以上	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
全 体	10.4	15.5	6.5	11.9	5.2	9.1	20.5	17.5	9.0	6.2	6.0	5.1	18.7	9.0	9.0	3.6	2.9	2.9
ヘビーユーザー	11.5	13.5	8.8	13.3	7.4	10.5	18.0	16.0	6.9	6.7	6.9	3.0	17.5	5.8	4.4	1.3	2.9	1.3
毎日ミドルユーザー	4.8	15.1	6.1	14.4	5.2	8.4	19.0	11.0	8.1	8.1	3.8	6.7	14.3	8.2	9.1	3.8	1.0	2.5
ミドルユーザー	12.4	15.9	3.8	9.3	5.6	6.9	18.2	13.8	7.0	3.1	5.6	5.9	17.5	9.5	8.1	1.7	3.7	4.4
ライトユーザー	9.5	14.8	5.5	13.6	2.1	15.6	21.1	21.5	10.4	8.5	4.1	4.9	12.6	10.1	7.7	6.3	4.1	3.3
ノンユーザー	8.2	20.9	9.2	9.1	4.5	5.2	32.8	29.9	13.0	6.8	10.5	5.2	37.7	13.4	17.6	10.2	3.0	3.7

(%)

「よく飲んだ」飲み物を性・年齢別にみると、「日本茶」は男女とも高年齢者の飲用率が高く、50代以上の高年齢層では「よく飲む」人が約8割である。一方、男女とも若い人ほど「ウーロン茶などの中国茶」、「ジュース」、「コーラなどの炭酸飲料」を飲む人が多い。

「牛乳」の「よく飲んだ」比率をみると、男性の10代が66%と圧倒的に高い。また、男女とも50代以上の高年齢層では「よく飲んだ」人が約5割と若い層に比べて飲用率が高い。

「コーヒー」は、男女とも30代～40代での飲用率が高く、特に男性では40代（58%）、女性は30代（62%）を中心に飲用率が高くなっている。

図表Ⅲ－４ 性・年齢別 この1週間に飲んだ飲み物（よく飲んだ比率）

		日本茶	牛乳	コーヒ	ウーロン茶 などの中国茶	ジュース	飲むヨーグルト	乳酸菌飲料	コーヒなど牛乳飲料	紅茶	コーラなど炭酸飲料
全体		64.9	46.1	42.1	19.1	9.5	10.9	9.5	9.5	9.5	6.6
男性	10代	30.5	65.7	14.6	24.9	23.2	14.2	23.6	12.0	21.5	
	20代	40.4	39.3	43.9	24.9	18.2	10.2	13.3	9.1	16.5	
	30代	50.0	38.1	53.3	19.3	10.4	6.0	8.3	6.8	10.4	
	40代	62.3	37.4	57.8	15.6	7.8	8.1	10.2	6.2	7.8	
	50代	77.4	48.0	47.8	13.6	6.6	10.2	6.0	3.7	5.0	
	60代以上	83.2	52.2	30.1	9.7	5.5	11.4	7.4	6.3	1.3	
女性	10代	38.6	48.2	14.5	35.3	23.3	15.7	10.4	13.7	11.6	
	20代	55.8	36.1	35.3	32.2	13.8	11.2	13.5	16.6	7.3	
	30代	53.3	41.7	61.5	19.1	6.5	8.3	9.1	12.4	4.1	
	40代	73.1	42.3	55.5	20.9	5.9	10.5	8.5	11.5	3.0	
	50代	82.3	52.4	45.9	17.2	5.5	13.0	7.5	12.5	3.7	
	60代以上	85.4	54.4	26.9	11.8	4.9	14.2	5.4	6.5	2.2	
男性	小計	61.8	46.2	42.3	16.6	10.4	9.9	10.4	6.9	8.8	
女性	小計	67.5	46.0	41.9	21.2	8.6	11.9	8.8	11.8	4.7	

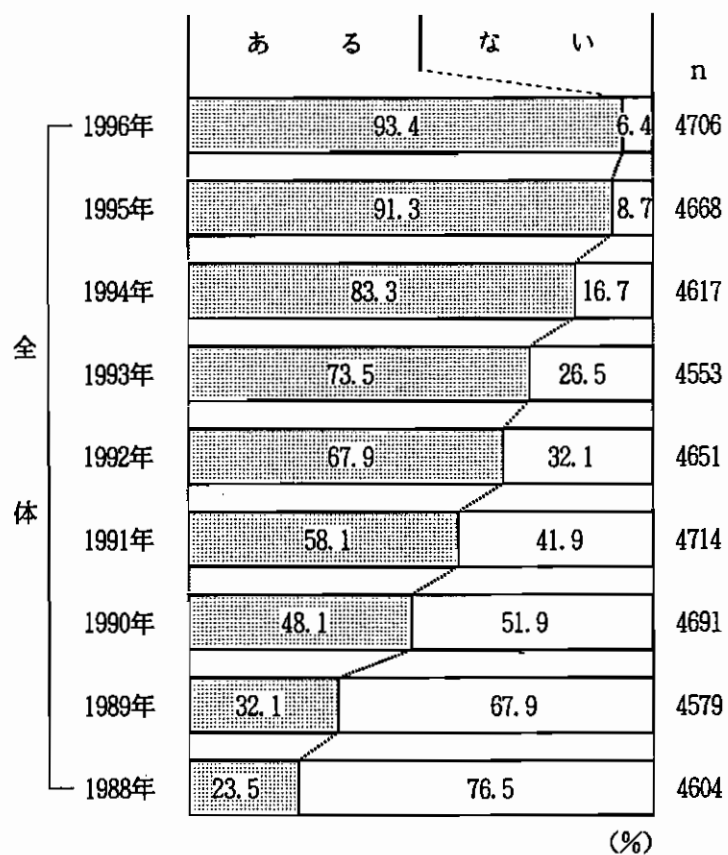
(%)

2. 「骨粗しょう症」について

1) 言葉の認知

「骨粗しょう症」という言葉を聞いたことがある人は年々増加し、1996年は93%に達した。

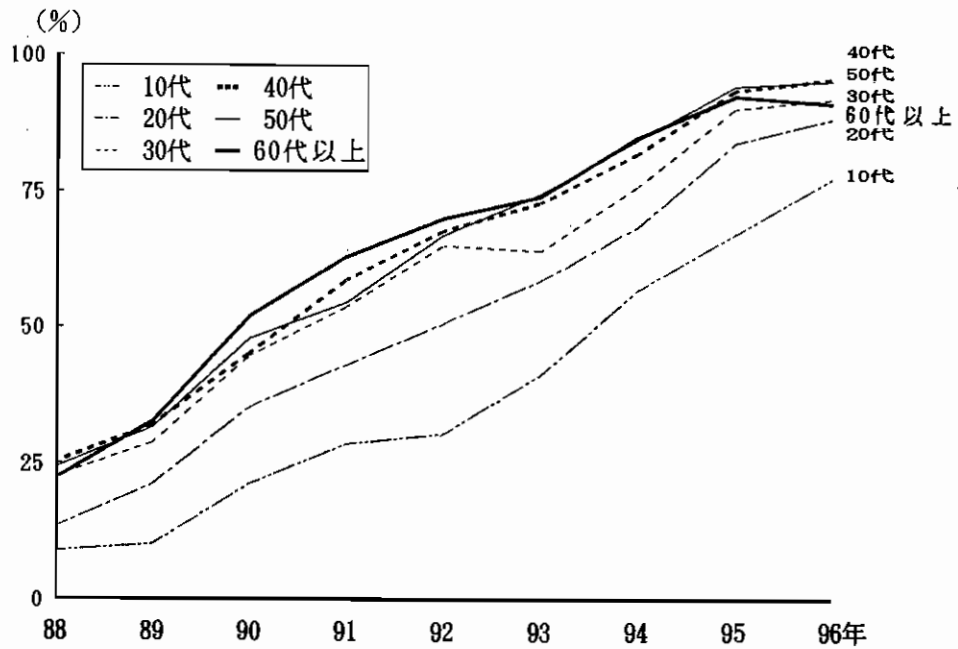
図表Ⅲ-5 「骨粗しょう症」という言葉の認知率



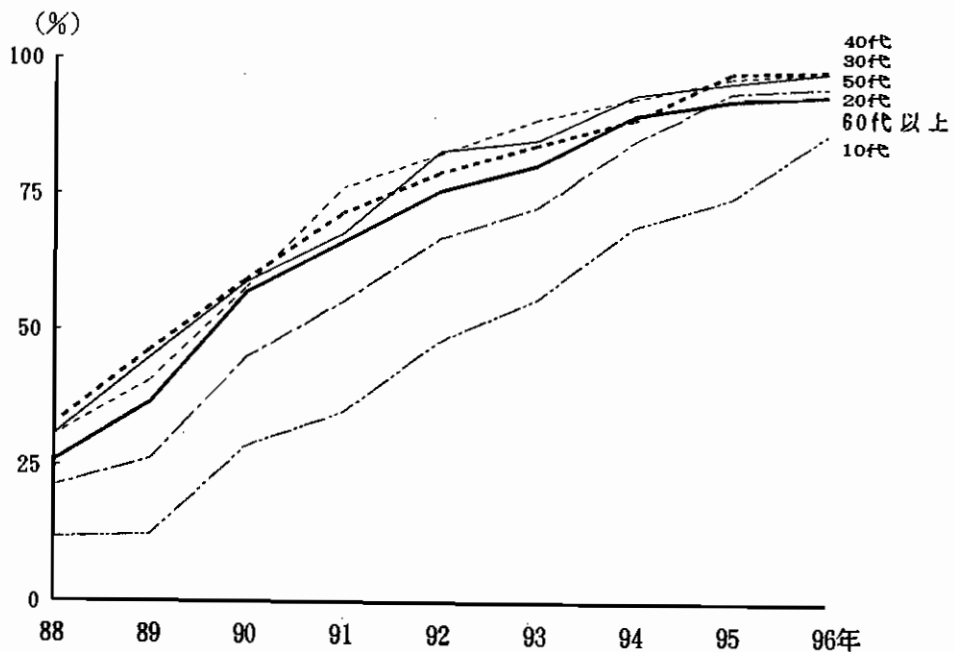
男女別にみると、男女ともほとんどの年齢層で認知率が上昇している。しかしながら、10代は20代以上に比べると男女とも約10ポイントの差があり、昨年と比べると差は縮まっているものの依然として低いレベルである。

図表Ⅲ－6 性・年齢別 「骨粗しょう症」という言葉の認知率の変化

<男性>



<女性>



「骨粗しょう症」の認知率は、牛乳をよく飲む人ほど高く、ヘビーユーザーでは94%に達しているが、ノンユーザーでも89%が認知している。

都市規模別にみると、都市規模が大きいほど認知率が高い傾向がある。

地域別にみると特に大きな差はみられない。

図表Ⅲ－7 牛乳飲用量・地域・都市規模・性・年齢別「骨粗しょう症」という言葉の認知率

		1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
全 体		23.5	32.1	48.1	58.1	67.9	73.5	83.3	91.3	93.5
牛 乳 飲 用 量	ヘビーユーザー	27.1	37.8	58.1	63.6	72.0	77.3	87.9	92.6	94.1
	毎日ミッド	31.5	37.1	53.5	63.6	75.3	77.6	87.2	93.8	95.9
	ミッドユーザー	22.4	31.1	45.7	58.2	67.6	72.7	82.4	90.7	93.3
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4	52.4	62.7	70.6	78.0	89.5	93.6
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4	46.0	56.7	64.2	76.5	87.9	88.8
地 域	北海道	16.6	33.2	46.6	49.4	73.6	78.4	87.3	94.3	96.3
	東北	17.0	27.8	46.6	49.7	62.2	71.8	82.2	89.6	92.2
	関東・甲信	26.2	32.1	50.7	59.3	67.3	72.7	82.7	90.9	93.9
	東海・北陸	20.7	32.5	47.3	56.4	66.1	70.5	84.0	92.7	94.1
	近畿	28.6	36.9	48.4	61.3	73.7	76.6	84.1	92.3	93.8
	中国	22.4	29.8	51.1	60.7	67.4	75.3	88.9	88.5	95.5
	四国 九州	13.6 24.1	37.6 27.4	35.9 44.5	49.7 61.9	58.0 67.5	79.4 71.4	81.8 78.9	89.8 90.8	89.7 90.0
都 市 規 模	12大都市	28.0	32.9	52.0	60.3	71.4	75.2	86.1	91.3	94.6
	15万以上市	25.7	34.5	50.5	59.6	69.2	73.8	83.2	91.4	94.3
	5万以上市	22.7	30.3	47.0	58.9	67.6	73.9	83.0	92.2	93.8
	5万未満市	16.8	41.5	42.0	58.4	66.6	75.9	81.0	91.3	92.3
	郡 部	19.9	27.3	44.5	53.3	63.3	70.4	81.9	90.3	91.2
男 性	10代	8.9	10.1	21.3	28.6	30.5	41.3	57.0	67.2	77.3
	20代	13.4	21.2	35.4	43.1	50.8	58.7	68.6	84.0	88.4
	30代	22.6	28.8	44.8	53.8	65.1	64.1	76.1	90.3	92.0
	40代	25.3	32.1	45.2	58.7	67.8	73.0	82.1	93.7	95.7
	50代	24.3	31.6	48.0	54.6	67.0	74.7	84.7	94.5	95.3
	60代以上	22.2	32.7	52.0	63.0	70.1	74.2	85.1	92.6	91.2
女 性	10代	11.7	12.3	28.8	35.1	48.3	56.0	69.3	74.5	86.3
	20代	21.2	26.3	45.1	55.4	67.1	72.9	85.1	94.1	95.1
	30代	30.6	40.8	57.9	76.4	82.7	89.2	93.1	96.8	98.0
	40代	32.6	46.4	59.3	71.7	79.3	84.4	89.2	97.7	98.2
	50代	30.7	45.0	58.9	67.9	83.2	85.3	93.7	96.0	97.8
	60代以上	25.8	36.7	57.0	66.3	75.8	80.7	89.9	92.6	93.6

(%)

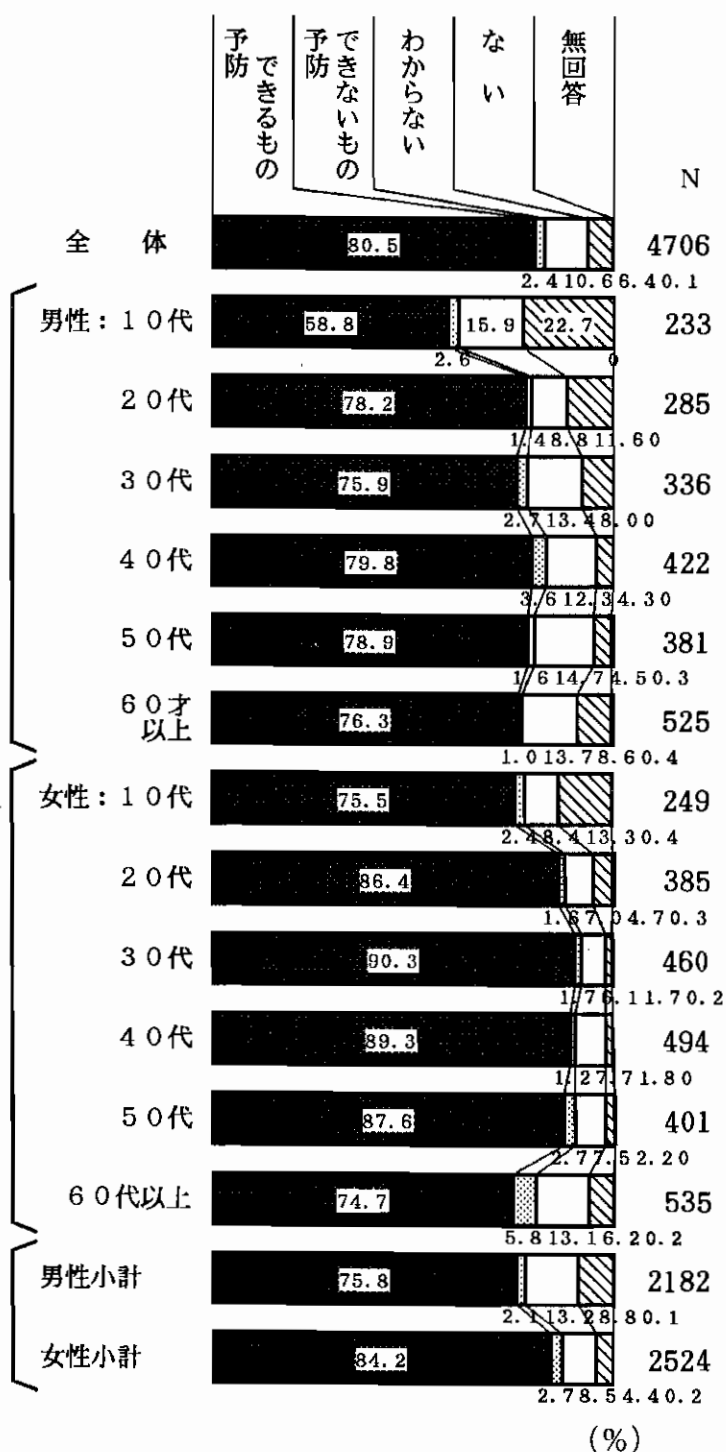
2) 予防方法と骨を丈夫にするために実行していること

「骨粗しょう症」は予防できるものであると認識しているか否かについて全員に聞いてみたところ、81%が「予防できるもの」と答えており、「予防できないもの」とした人はわずか2%であった。

女性に比べて、男性は「予防できるもの」と答えた人は76%と低く、13%が「わからない」としている。

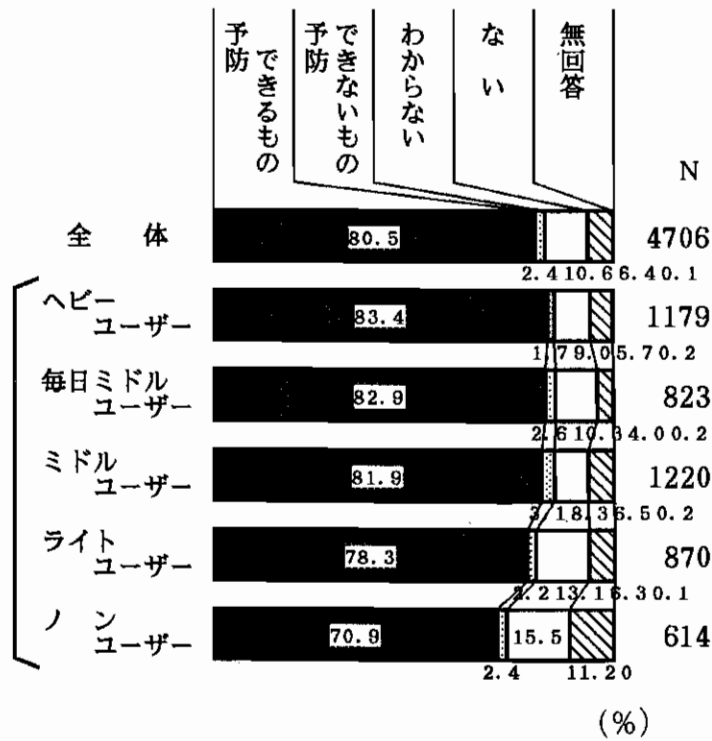
性・年齢別にみると、他の年齢層と比較して、男女とも10代では「骨粗しょう症」に対する理解不足からか、「予防できるもの」と答えた人は相対的に少ない。また、男性の60代以上でも「予防できるもの」と考える率が低い。

図表Ⅲ-8 「骨粗しょう症」の予防について



牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「予防できるもの」とする人が多く、ノンユーザーでは「予防できるもの」と答えた人は71%にとどまる。

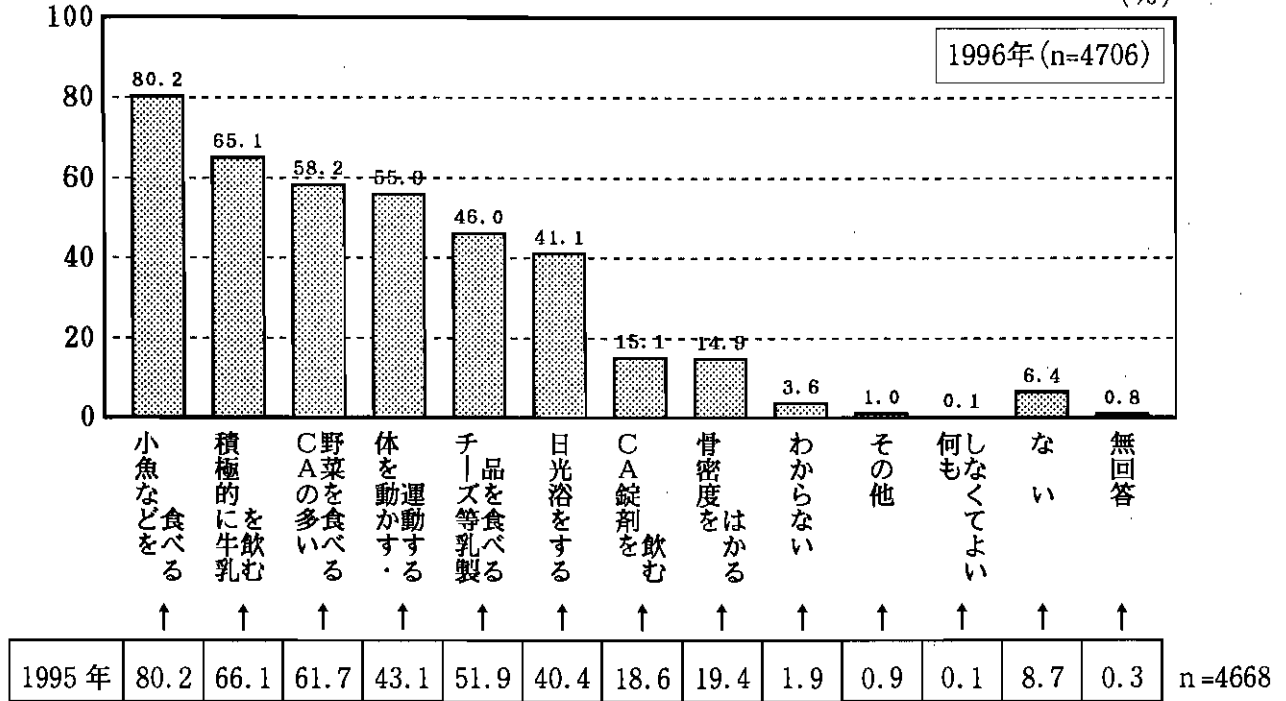
図表Ⅲ-9 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」の予防について



骨粗しょう症の予防として、どんなことをしたら良いかと聞くと、「小魚などを食べる」が80%と最も多い。「積極的に牛乳を飲む」、「カルシウムの多い野菜を食べる」、「つとめて体を動かす・運動する」なども半数以上が予防法としてとらえており、相変わらず「牛乳より小魚」といった声強い。

時系列でみるとそれほど大きな変化はないが、「つとめて体を動かす・運動する」が予防法としての認知が高まった。

図表Ⅲ-10 「骨粗しょう症」予防法の認知 (MA) (%)



牛乳飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「積極的に牛乳を飲む」が予防法として多くあげられ、他の項目もやや高い。

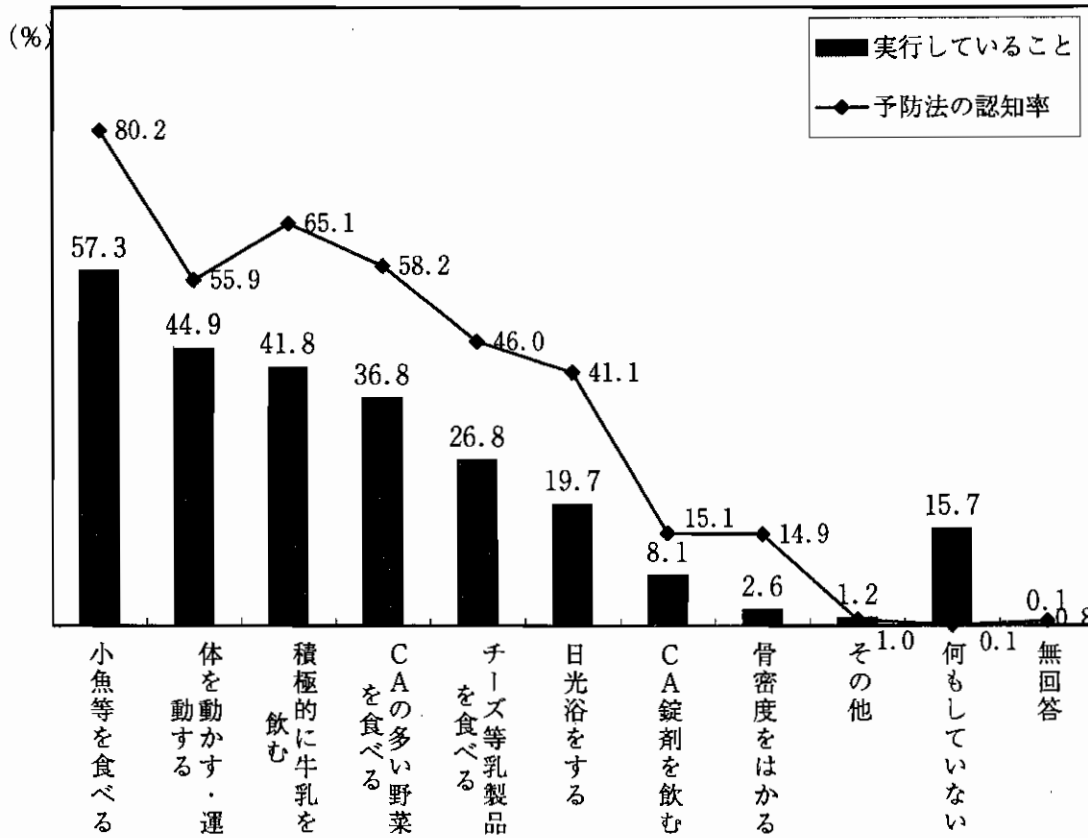
図表Ⅲ-11 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」予防方法の認知 (MA)

	(N)	小魚などを食べる	積極的に牛乳を飲む	C野菜の多い	体を動かす・運動する	チーズ等乳製品を食べる	日光浴をする	CA錠剤を飲む	骨密度をはかる	わからない	その他	何もなくよい	ない	無回答
全体	(4706)	80.2	65.1	58.2	55.9	46.0	41.1	15.1	14.9	3.6	1.0	0.1	6.4	0.8
ヘビーユーザー	(1179)	84.1	76.7	61.5	63.3	52.8	48.9	13.7	17.6	2.5	1.1	0.2	5.7	0.4
毎日ミドルユーザー	(823)	80.0	69.7	60.1	56.5	44.7	43.9	16.3	13.7	2.8	0.5	0.1	4.0	0.6
ミドルユーザー	(1220)	80.9	67.8	58.3	58.0	46.7	40.5	14.9	16.3	2.7	1.4	0.2	6.5	1.1
ライトユーザー	(870)	79.3	58.9	55.7	51.6	43.9	36.6	14.7	13.6	5.9	0.6	0	6.3	0.6
ノンユーザー	(614)	73.3	40.4	52.6	42.7	36.3	30.3	17.1	10.1	5.5	1.3	0	11.2	1.5

(%)

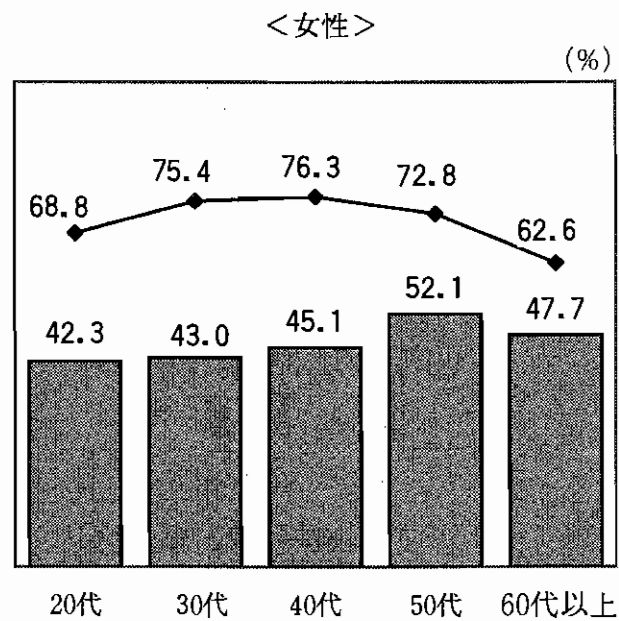
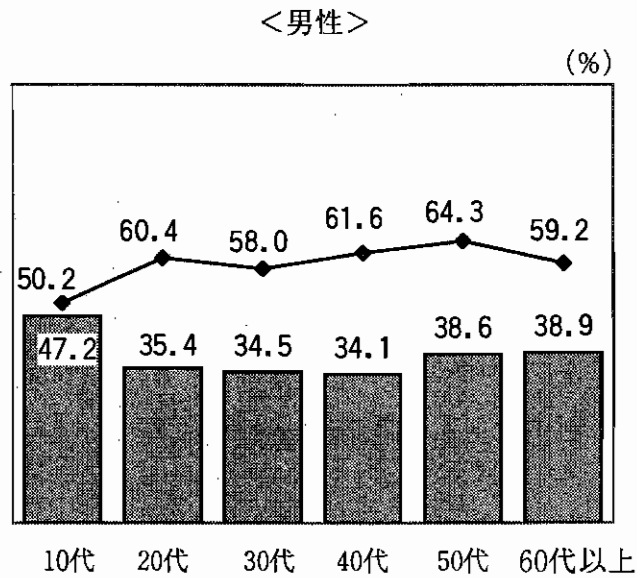
「骨を丈夫にするために実行していること」を聞いてみると、予防法と同様「小魚などを食べる」が57%と最も多い。次いで、「つとめて体を動かす・運動する」、「積極的に牛乳を飲む」、「カルシウムの多い野菜をとる」があげられ、根強い和食志向が反映されている。また、予防法として認識していることと実行していることにはギャップがある。

図表Ⅲ-12 骨を丈夫にするために実行していること (MA)



性・年齢別にみると、骨を丈夫にするために「牛乳を積極的に飲む必要性」を認識していることと、実行していることの間には、どの年代でも大きな乖離がある。特に女性の30代と40代では認知率の高さに比べて実行率がやや落ちる。

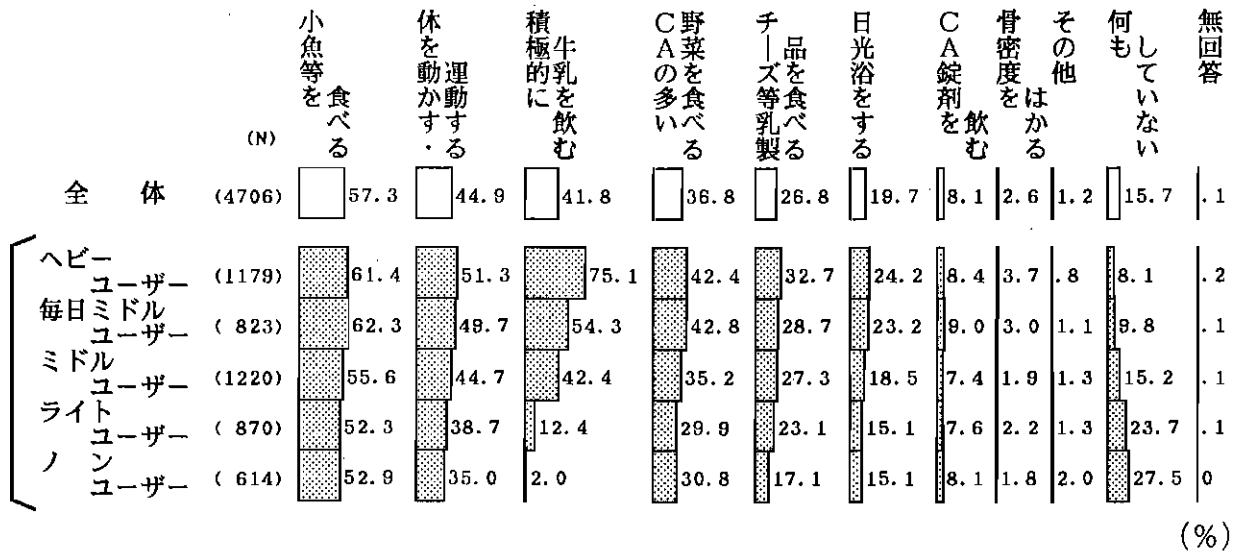
図表Ⅲ-13 性・年齢別 積極的に牛乳を飲む比率 (MA)



■ 骨を丈夫にするために実行していること
 ◆ 骨粗しょう症予防のために良いと思うこと

牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「積極的に牛乳を飲む」が非常に多くあげられ、他の項目もやや高い。これは、予防法と同じ傾向である。

図表Ⅲ-14 牛乳飲用量別 骨を丈夫にするために実行していること (MA)



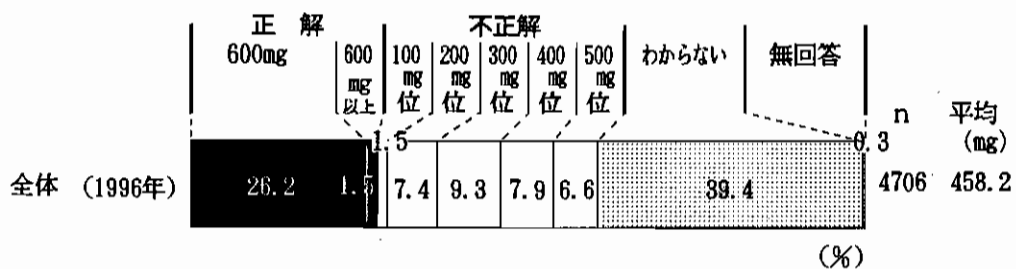
3) カルシウム必要量と牛乳に含まれる量

成人の1日のカルシウム必要量を聞いたところ、「600mg」および「600mg以上」と正しく答えられた人は28%であり、わからない人が39%と多い。

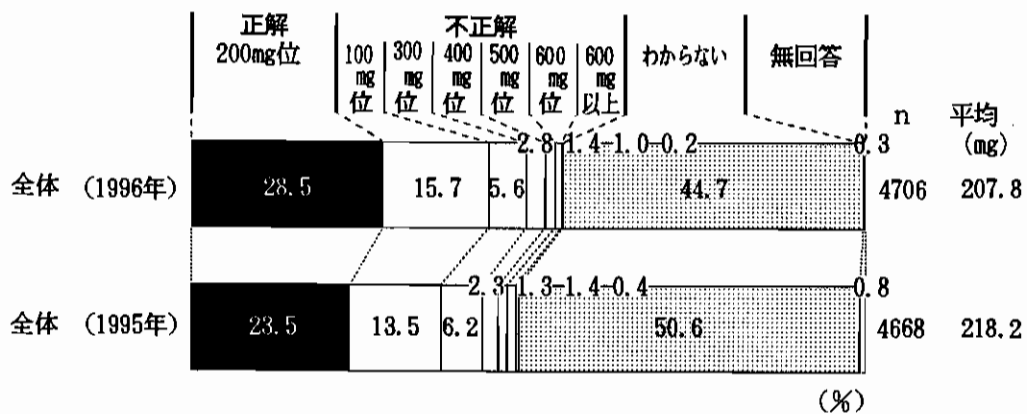
また、牛乳200mlに含まれるカルシウム量を聞いたところ、「200mg」と正解した人は29%であり、カルシウム量の必要量とほぼ同様の正解率となった。時系列でみると、去年の24%から29%へと5ポイント正解率が高くなっている。

カルシウム必要量と牛乳に含まれるカルシウム量ともに、約4割の人が「わからない」と答えている。骨粗しょう症という言葉の認知やそれに関する牛乳の重要性ほどには、カルシウム量に関する知識はまだ浸透しきってはいない。「牛乳はカルシウムがあるから飲む」人が顕著に増えているものの、その具体的なカルシウム量については漠然とした数値にとどまっている。

図表Ⅲ-15 成人の1日のカルシウム必要量



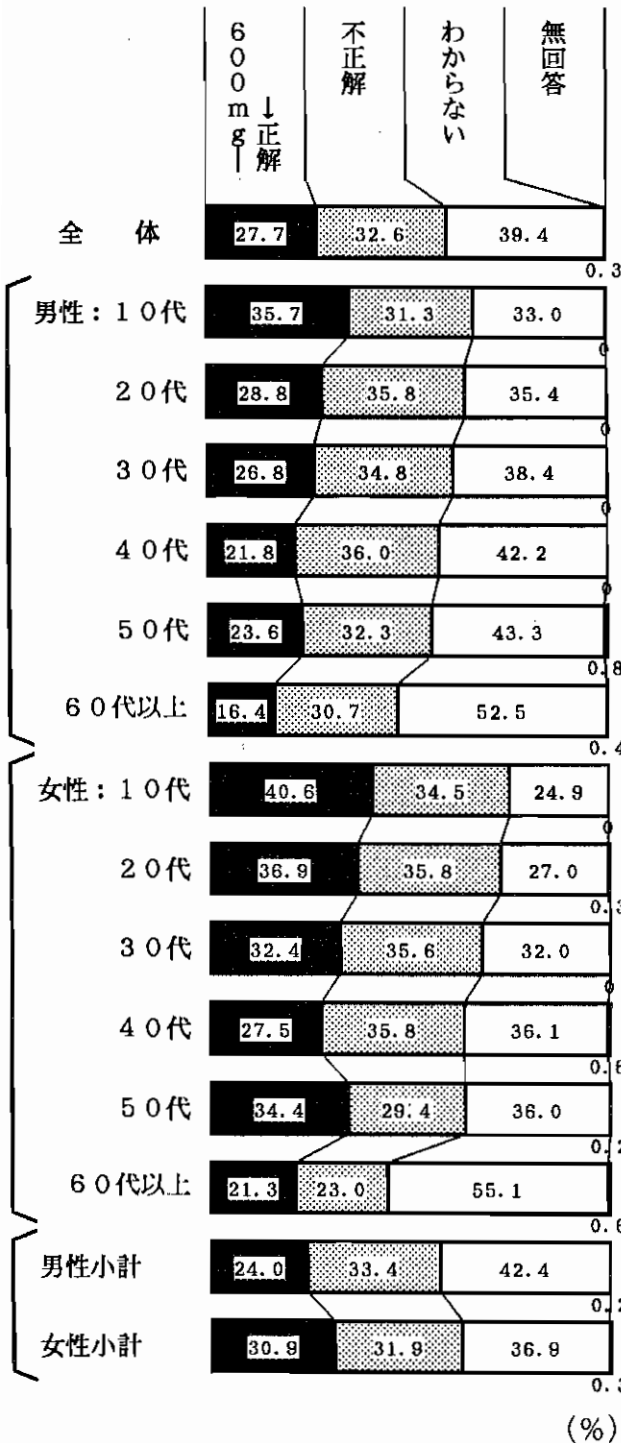
図表Ⅲ-16 牛乳200mlに含まれるカルシウム量



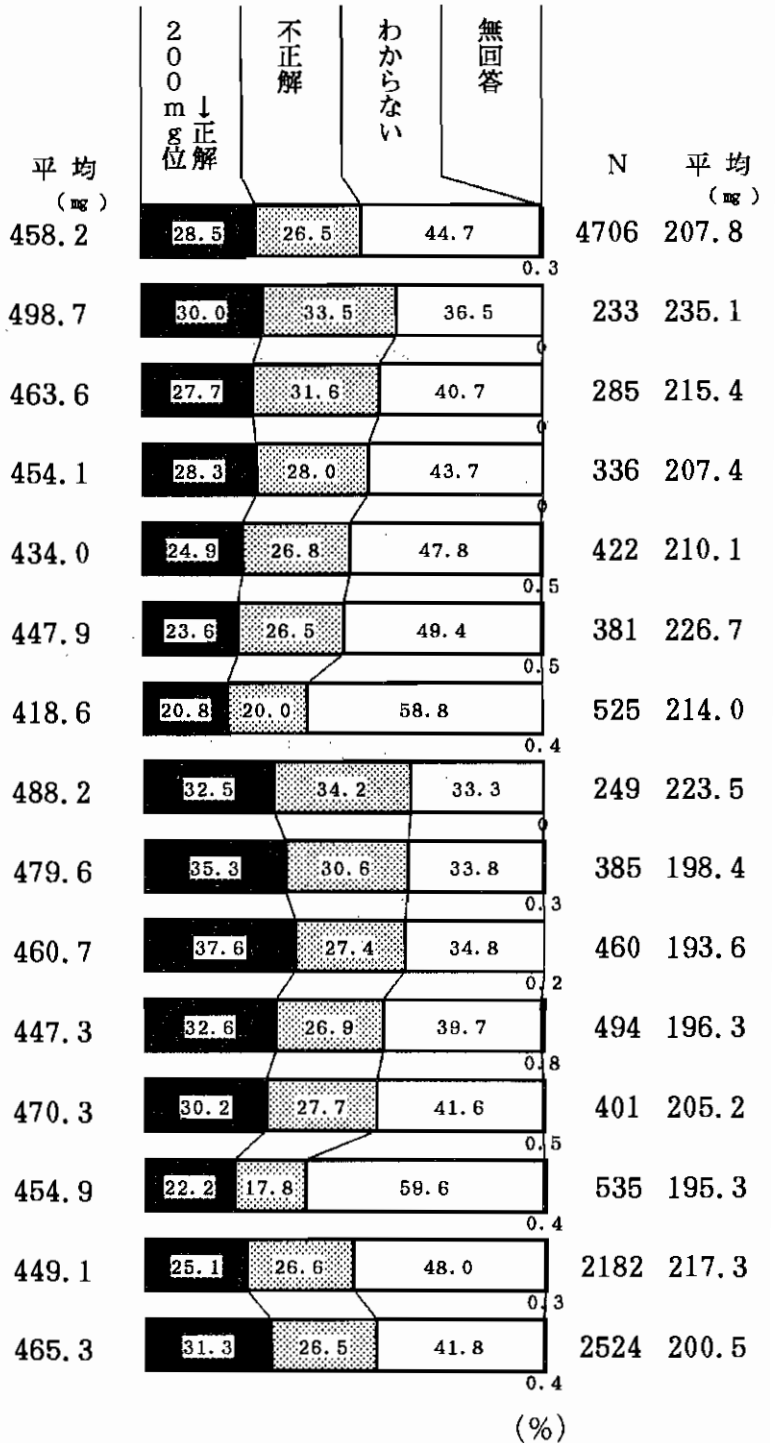
性・年齢別にみると、ともに男性より女性の方が正解率が高い。一日に必要なカルシウム量は、10代の女性が正解率41%と最も高く、男女ともに若い人の方がよく理解している。牛乳に含まれるカルシウム量については、女性は30代を中心としたミドル層の正解率が相対的に高く、男性では30代以下の若い人で正解率が比較的高い。

「わからない」の割合は、年齢が高くなるほど高くなり、高齢者への知識の普及は依然として課題である。

図表Ⅲ-17 性・年齢別
成人の1日のカルシウム必要量



図表Ⅲ-18 性・年齢別
牛乳200mlに含まれるカルシウム量



牛乳飲用量別にみると、牛乳の飲用量が多い人ほどどちらの正解率も高い。

必要なカルシウム量は、29才以下の女性ヘビーユーザーで47%と最も高く、女性のヘビーユーザーはどの年齢層でも約4割が正解している。

牛乳に含まれるカルシウム量についても、年齢を問わず、女性ヘビーユーザーで4割と高い。

図表Ⅲ-19 性・年齢・牛乳飲用量別 成人の1日のカルシウム必要量（正解率）

	全 体	29才以下		30～49才		50才以上	
		男 性	女 性	男 性	女 性	男 性	女 性
全 体	27.7	31.9	38.3	24.0	29.9	19.4	26.9
ヘビーユーザー	35.6	33.9	46.8	32.1	39.6	18.1	43.0
毎日ミドルユーザー	23.0	19.0	37.0	24.2	21.9	21.9	20.5
ミドルユーザー	29.5	32.1	43.4	27.4	32.1	18.2	25.0
ライトユーザー	24.9	34.7	28.2	18.0	25.6	20.7	27.9
ノンユーザー	19.1	29.5	28.4	17.6	19.3	18.0	11.9

(%)

図表Ⅲ-20 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳200 mlに含まれるカルシウム量（正解率）

	全 体	29才以下		30～49才		50才以上	
		男 性	女 性	男 性	女 性	男 性	女 性
全 体	28.5	28.8	34.2	26.4	35.0	22.0	25.6
ヘビーユーザー	37.0	33.3	42.3	37.7	41.7	23.5	42.6
毎日ミドルユーザー	25.9	21.4	31.5	29.3	33.1	25.2	19.2
ミドルユーザー	29.1	27.0	34.9	29.6	32.8	21.0	27.9
ライトユーザー	25.1	26.3	27.5	20.8	35.8	21.4	16.4
ノンユーザー	19.1	27.9	31.3	13.7	26.1	16.5	11.9

(%)

IV ライフスタイルと牛乳

1. 食生活の楽しさと栄養バランス

1) 栄養バランス

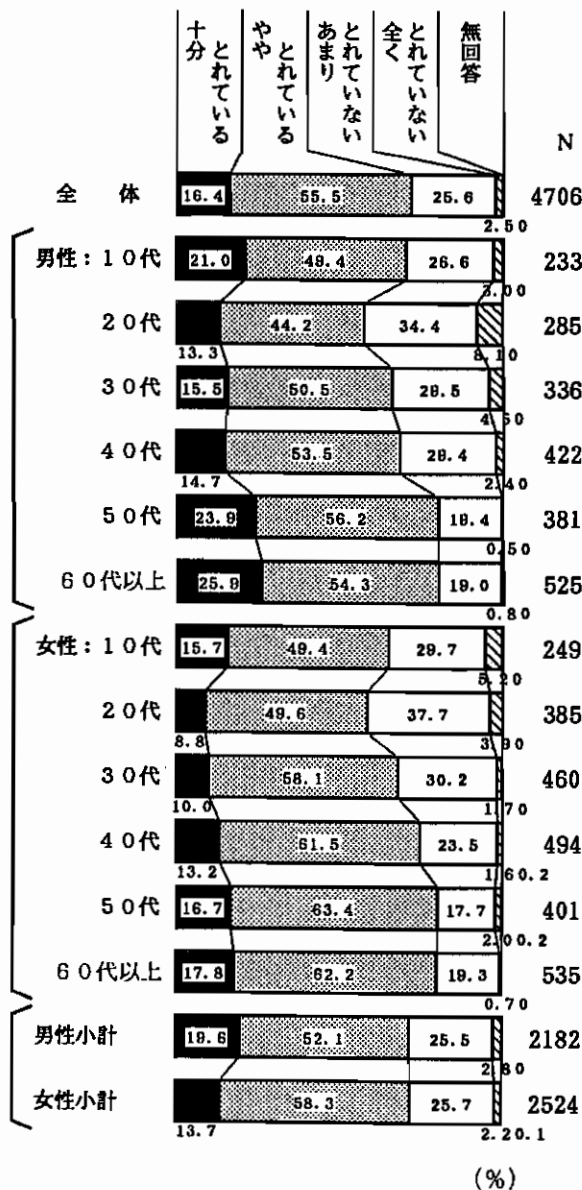
食生活の栄養バランスが十分とれているか否かを4段階で聞いた。

「十分とれていると思う」という自信がある人は16%で2割に満たない。「ややとれている」が56%と多数を占め、「あまりとれていない」は26%、「全くとれていない」は3%とわずかである。

「十分とれている」をみると、男性20%、女性14%であり、男性の方がとれているという自信派が6ポイントほど多い。性・年齢で見ると、男性の10代と50代・60代以上に自信派が多く、20代から40代などの働き盛りの男性は、あまりとれていないという認識の人が多い。

女性では20代は「栄養バランスがとれていない」という認識をしている人が、「あまり」と「全く」を合わせて42%と多い。

図表IV-1 食生活の栄養バランス



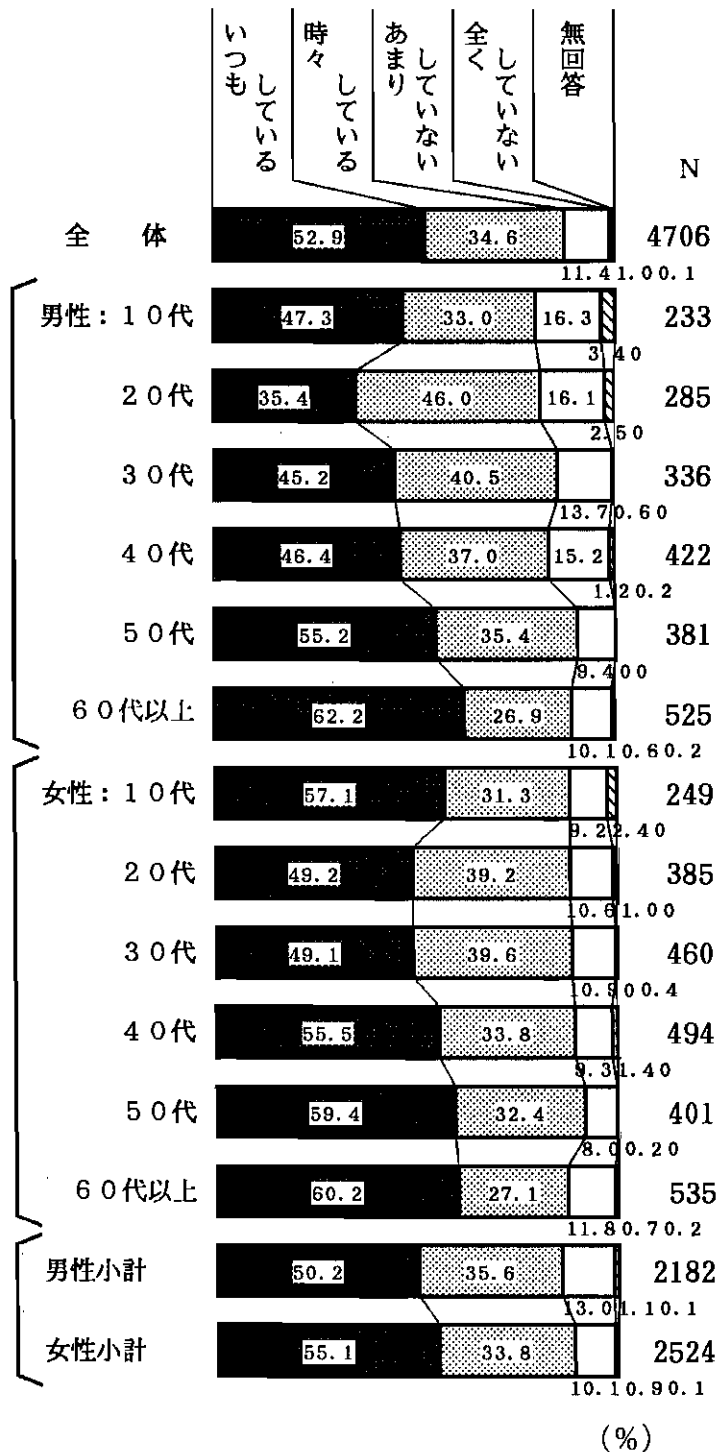
2) 食事を楽しくしているか

食事を楽しくしているか否かを「いつもしている」「時々している」「あまりしていない」「全くしていない」の4段階で聞いた。

「いつも楽しく食事をしている」は53%、「時々」は35%で合わせて88%が楽しく食事をしている。楽しく食事をしていないという回答は「あまり」と「全く」を合わせても12%である。

男女で比べると、女性の方が「いつも楽しく」食事をしている人が多く、年齢で見ると、若い人よりも年齢の高い人のほうが楽しく食事をしているという回答が多い。

図表Ⅳ-2 食事を楽しくしているか



3) 栄養バランスと食事の楽しさ

食事の栄養バランスと食事の楽しさとの組み合わせによって次の4つのグループに分け、食生活におけるライフスタイル分析を行ってみた。

図表Ⅳ-3 食生活に対する態度

		食 事 の 楽 し さ		
		いつも楽しく 食事している	時々・あまり・全く していない	計
栄養 バ ラ ン ス	バランスとれている (ややも含めて)	2089人 (44.5%)	1290人 (27.4%)	3379人
	とれていない (あまり+全く)	396人 (8.4%)	924人 (19.6%)	1320人
	計	2485人	2214人	4706人

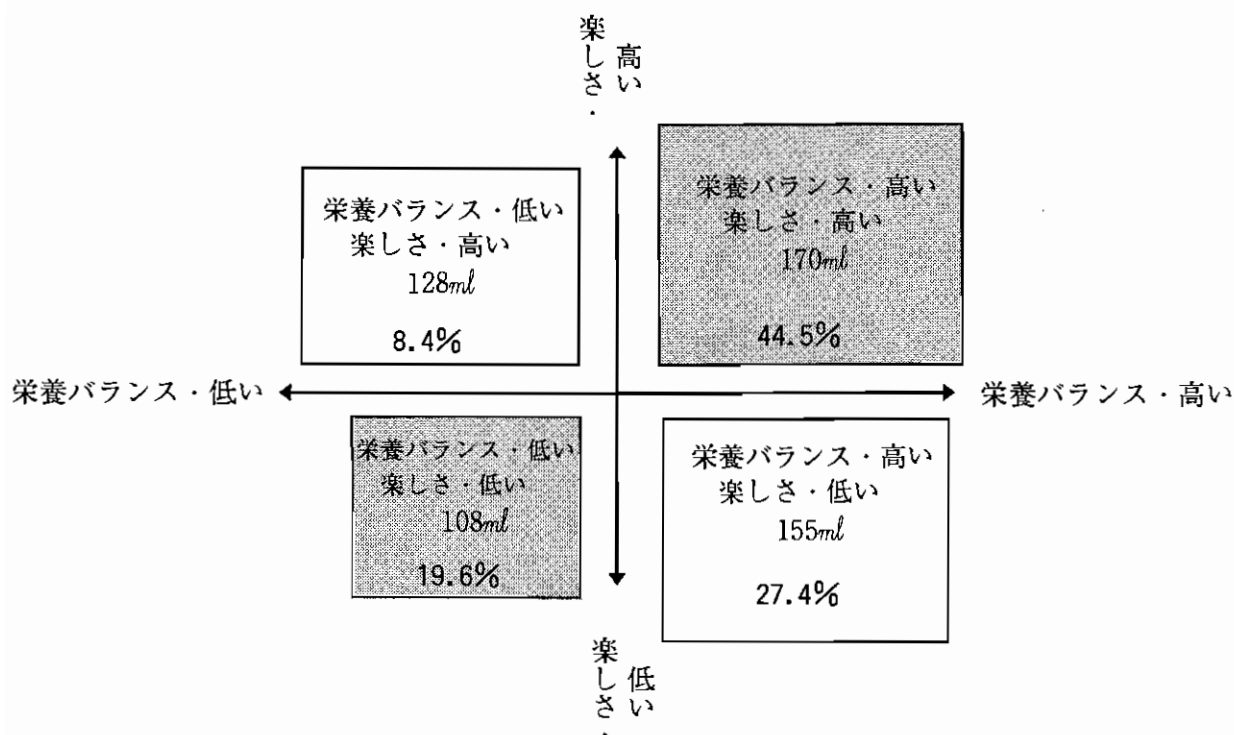
*無回答7人(0.1%)

いつも楽しく栄養バランスのとれた食生活をしている人が45%、バランスはとれているものの、必ずしも楽しく食事をしているとは言えない人が27%である。

一方、栄養のバランスはとれていず、かつ、楽しくない食事をしている人は20%で、バランスはとれてないが楽しい食事をしている人は8%である。

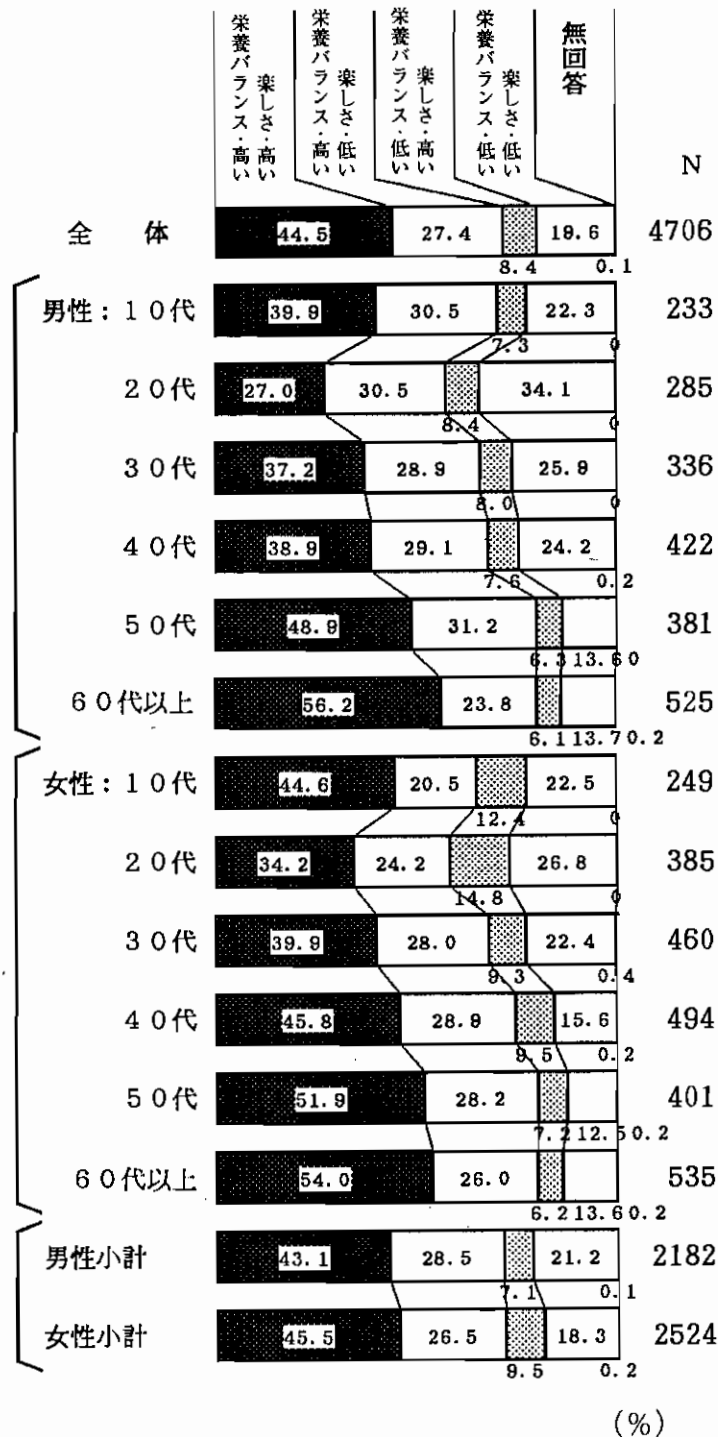
1人1日あたりの平均牛乳飲用量をグループ別にみると、栄養バランスが高く、食事の楽しい人ほど牛乳をよく飲んでいる。逆に栄養バランスが悪く、食事の楽しさが低い人ほど牛乳を飲む量が少ない。

図表Ⅳ-4 食生活に対する態度別構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



バランスがとれていて、かつ、楽しい食事をしているグループは男女とも 20 代で最も少ないが、10 代及び 30 代以上では多くなる。20 代では、バランスもとれていず、楽しくない食事をしている人々が男性では 34%、女性で 27% もいる。

図表Ⅳ-5 性・年齢別 食生活に対する態度



「栄養バランス・高い+楽しさ・高い」 栄養バランスが十分とれている+いつも楽しく食事している
「栄養バランス・高い+楽しさ・低い」 栄養バランスが十分とれている+楽しい食事は時々以下
「栄養バランス・低い+楽しさ・高い」 栄養バランスがとれていない+いつも楽しく食事している
「栄養バランス・低い+楽しさ・低い」 栄養バランスがとれていない+楽しい食事は時々以下

各グループの特性

- 「バランスがよく楽しい食生活をしているグループ」は全体では45%あり、そのグループが最もたくさん(170ml)牛乳を飲む。経済的、時間的ゆとりの多い人が多い。「牛乳を朝食に飲む」、「毎日飲む」など習慣的に飲む人も多い。10代及び50代以上の層に多い。
- 「バランスはとれているが必ずしも楽しくないグループ」は、27%と次に多いグループである。牛乳を飲む量は155mlで2位、牛乳を「朝食に飲む率」は54%と多い。この層はどの世代でも25%ほどいる。
- 「楽しいがバランスの低い食事をしているグループ」は、全体では8%とわずかである。牛乳を飲む量は128mlと少ない方に属し、「毎日飲む率」も31%と少ない。10代20代の女性に比較的多い。
- 「バランスも低く楽しさも低いグループ」は20%と約2割である。牛乳の1日あたりの飲用量は108mlと最も少なく、「毎日飲む率」も27%と最も少ない。コーラやジュースを飲む率は最も多い。

図表Ⅳ-6 食生活に対する態度別 グループの特性

	牛乳乳製品に対する態度			その他の飲物の飲用量率(よく+時々飲む)					経済的 ゆとり あり	時間的 ゆとり あり	単身 世帯	特 性
	1人1日 あたりの 平均牛乳 飲用量	牛乳を 毎日 飲む率	牛乳を 朝食に 飲む率	コーラ	ジュース	日本茶	コーヒー	紅 茶				
栄養バランス・高い 楽しさ・高い 44.5%	170 ml	50.6 %	53.2 %	26.4 %	42.2 %	90.3 %	68.9 %	35.9 %	58.8 %	60.8 %	2.6 %	10代及び 50代以上 で多い
栄養バランス高い 楽しさ・低い 27.4%	155 ml	44.1 %	54.3 %	32.4 %	46.6 %	87.4 %	72.2 %	35.6 %	45.0 %	48.4 %	4.3 %	どの世代 でも25% いる
栄養バランス・低い 楽しさ・高い 8.4%	128 ml	31.3 %	46.7 %	40.7 %	53.0 %	84.8 %	71.2 %	36.4 %	41.7 %	51.0 %	3.8 %	10代・20 代の女性 に多い
栄養バランス・低い 楽しさ・低い 19.6%	108 ml	27.2 %	44.3 %	41.2 %	53.5 %	80.8 %	71.3 %	33.5 %	28.8 %	42.7 %	11.5 %	20代の男 女に多い

2. 健康不安度と健康維持のための配慮

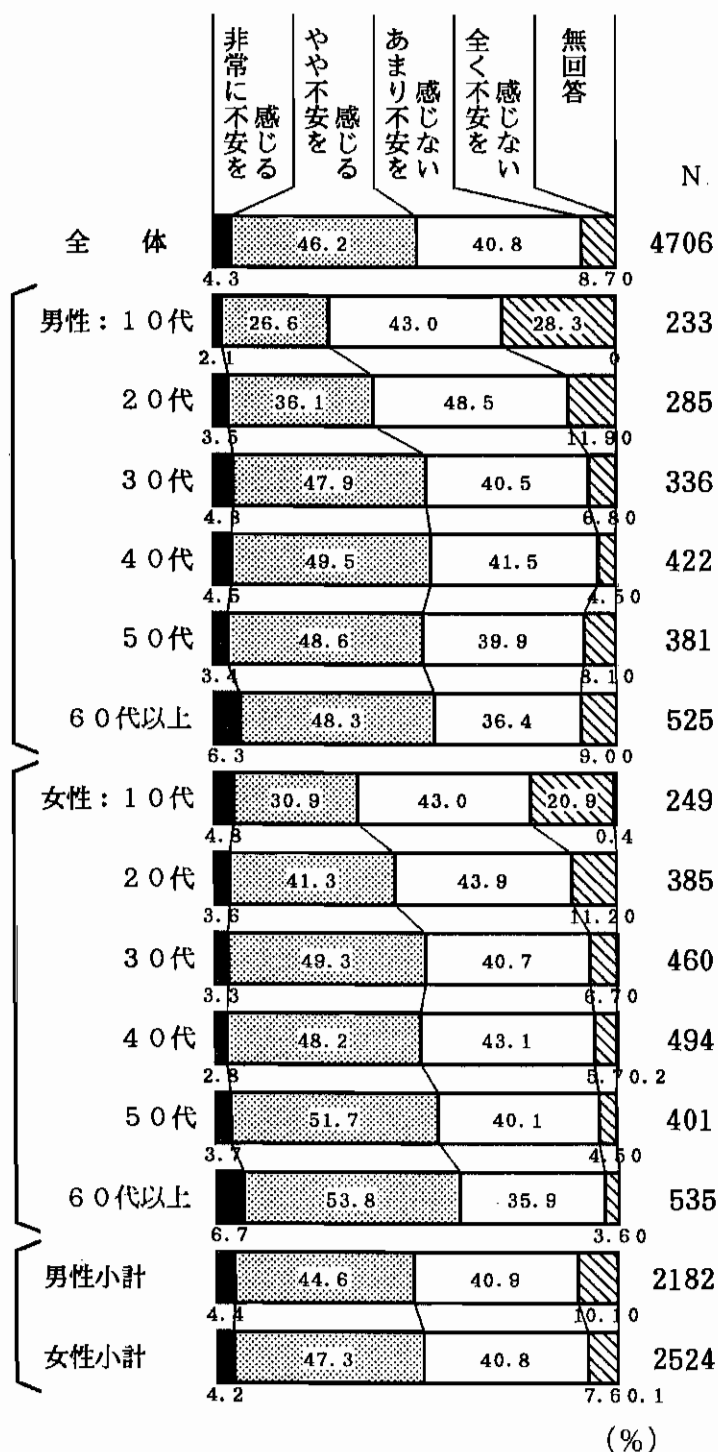
1) 健康不安度

現在の自分の健康状態についてどの程度不安を感じているかを4段階で聞いた。

「不安を感じる」は「非常に」と「やや」を含めて51%と半数にのぼっている。

性別では大きな差はないが、年齢別では大きく差が開き、年齢が高くなるほど不安度が高くなっている。

図表Ⅳ－7 性・年齢別 健康状態の不安度

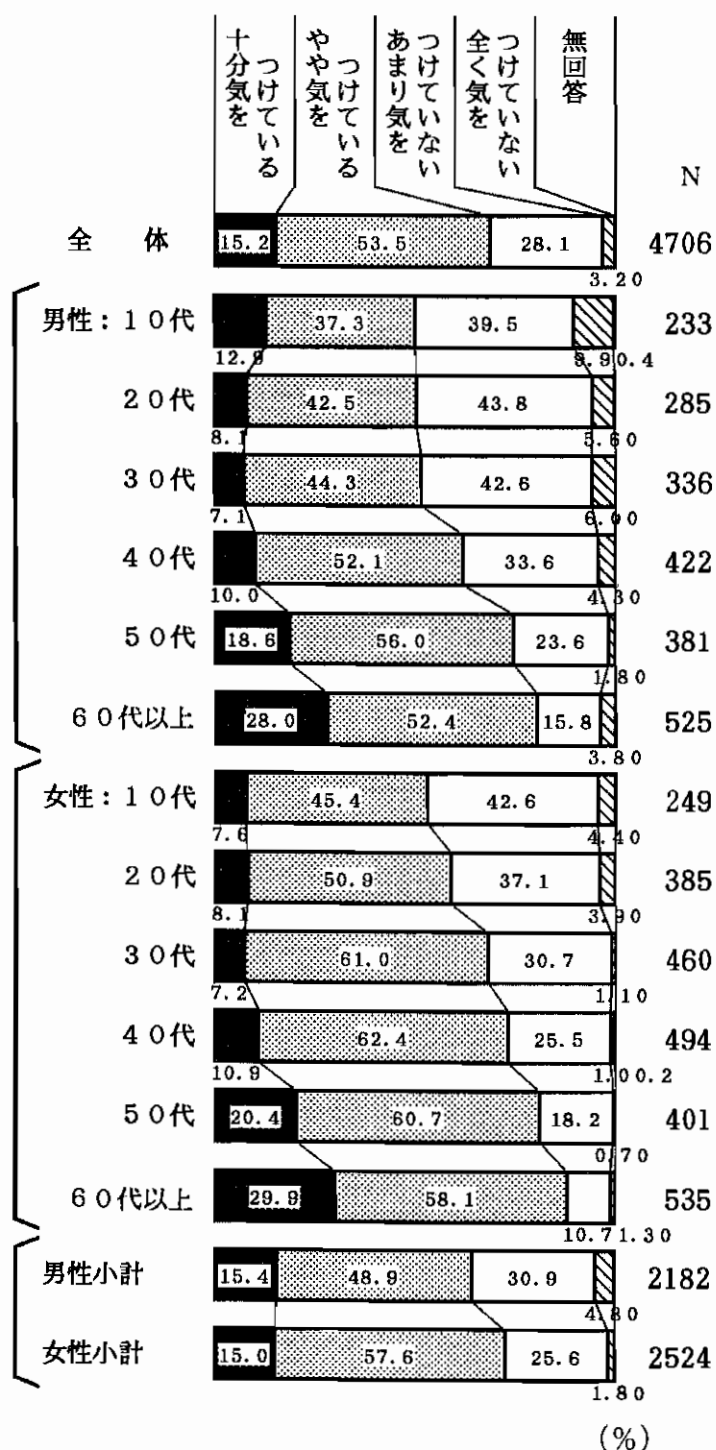


2) 健康維持のための配慮

健康維持のために食生活や運動にどの程度気をつけているかを聞いてみたところ、「十分気を付けている」が15%、「やや気をつけている」が、54%であり、合わせて69%が配慮をしていると回答している。一方、「あまり気をつけていない」は28%と3割近いが、「全く気をつけていない」は3%と全体からみるとわずかである。

年齢相関が非常に強く、年齢が上がるにつれて気をつけている人が多くなる。性別でみると、女性の方が「やや気をつけている」人が多く、男女ではほぼ10ポイントの開きがある。

図表IV-8 性・年齢別 健康維持のための配慮



3) 健康不安度と健康維持のための配慮

健康不安度の有無と配慮の有無とを掛け合わせて、健康に対する態度の分析軸を作成してみた。

図表Ⅳ－9 健康に対する態度

		健康維持への配慮		
		気をつけている	気をつけていない	計
健康への不安	あり	1663人 (35.3%)	708人 (15.0%)	2371人
	なし	1570人 (33.4%)	762人 (16.2%)	2332人
	計	3233人	1470人	4706人

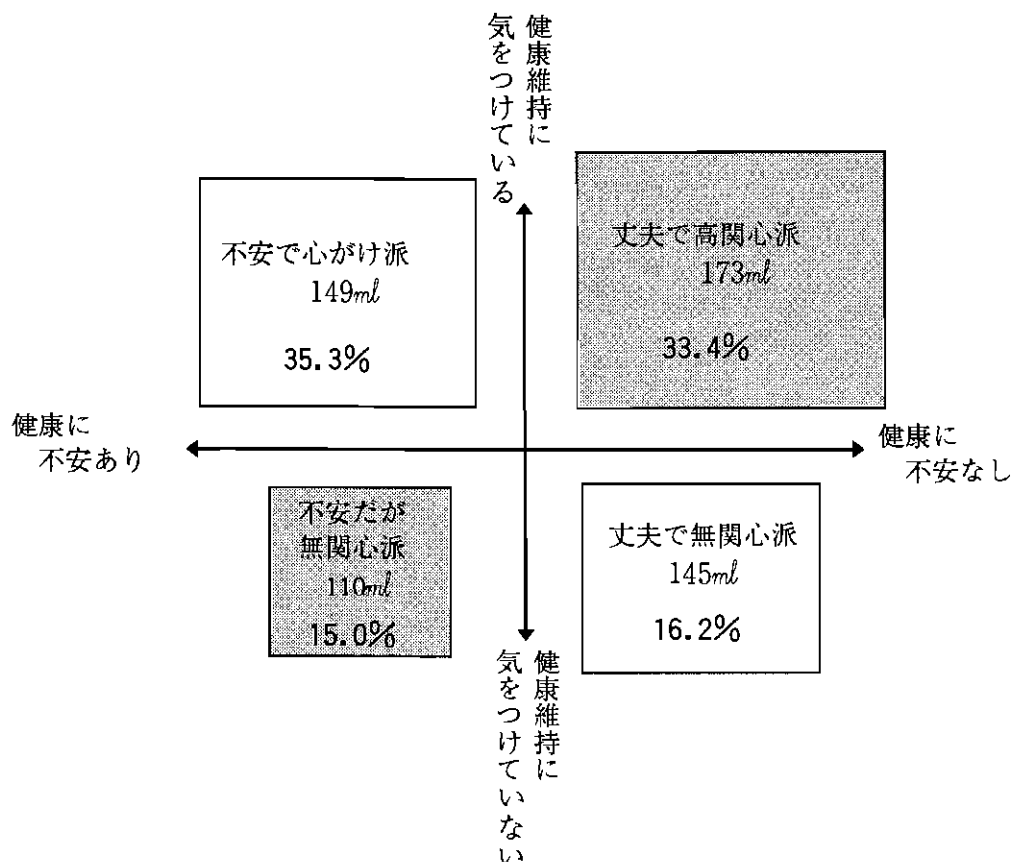
* 「無回答」 3人 (0.1%)

この2つの組み合わせでみると、

「不安があり、気をつけている人（不安で心がけ派）」が35%、「不安があるが、気をつけていない人（不安だが無関心派）」が15%、「不安がなく、気をつけている人（丈夫で高関心派）」が33%、「不安がなく、気をつけていない人（丈夫で無関心派）」が16%となる。

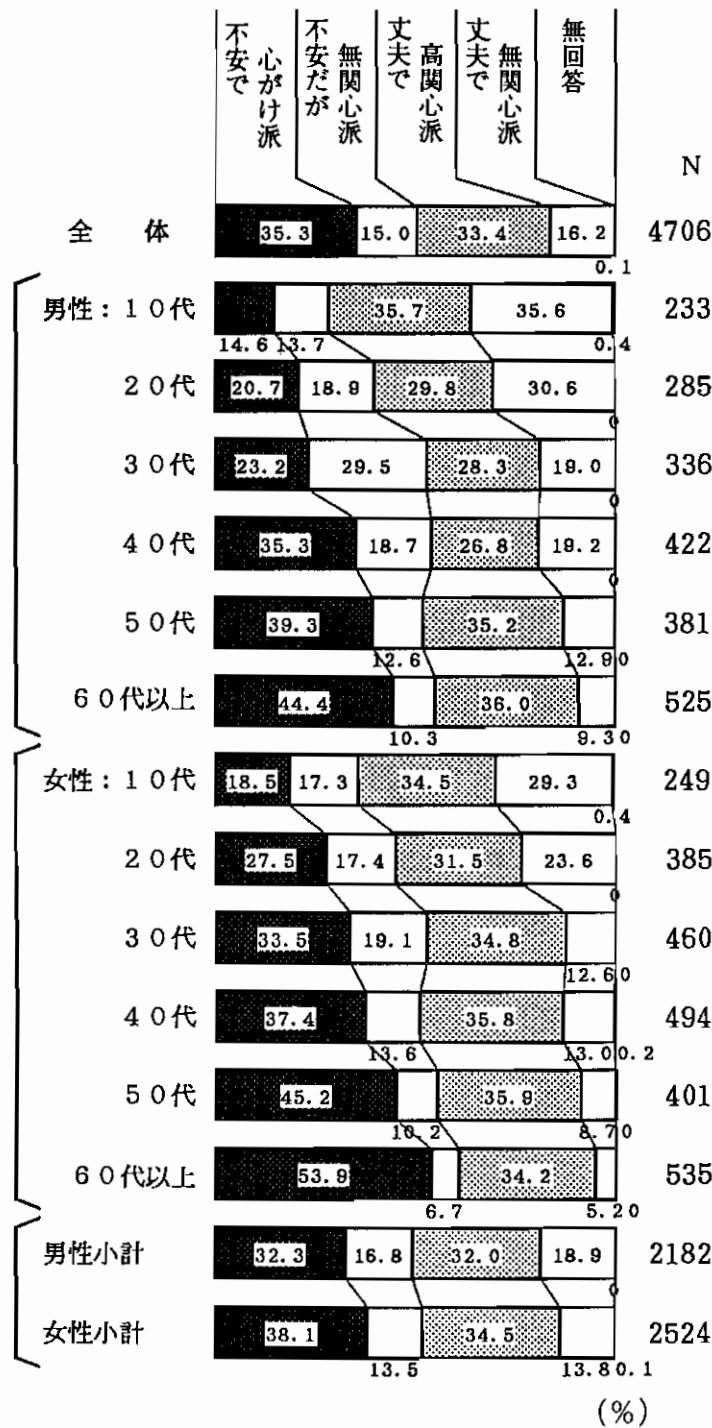
1人1日あたりの平均牛乳飲用量との関連をみると、丈夫で高関心派が最も牛乳の飲用量が多い。

図表Ⅳ－10 健康意識によるグループ構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



性・年齢別にこの4群がどのように分布するかをみたものが下の図である。高齢層に多いのは「不安で心がけ派」であり若年層に多いのは「丈夫で無関心派」である。一方、「丈夫で高関心派」はどの層でも一定数いる。「不安だが無関心派」は20～40代の男性、30代の女性など働き盛りに多くみられる。

図表Ⅳ-11 性・年齢別 健康に対する態度



各グループの特性

- 「健康不安があつて対処している人（不安で心がけ派）」が35%と最も多いが、これは50代や60代以上の高齢層に多い。牛乳の1日あたり飲用量は149mlと平均的である。
- 「健康不安はないが健康維持に気をつけているグループ（丈夫で高関心派）」は33%あり、このグループは牛乳の1日あたり飲用量が173mlと最も多い。どの世代でも3割いる。
- 「健康不安もなく健康維持活動に気を使っていないグループ（丈夫で無関心派）」は16%いるが、これは10代や20代の若い層に多い。牛乳の飲用量は145mlと平均的である。
- 「健康不安がありながら健康維持活動に気を使っていないグループ（不安だが無関心派）」は15%と全体としては多くはないが、30代の男性は30%と多くみられる。このグループでは牛乳を飲む量が最も少なく、110mlにすぎない。

図表Ⅳ-12 健康意識によるグループの特性

	牛乳乳製品に対する態度				その他の飲み物の飲用率（よく＋時々飲む）					特性
	1人1日あたりの平均牛乳飲用量	牛乳を毎日飲む率	牛乳を朝食に飲む率	ヨーグルトの平均食用頻度（回/月）	コーラ	ジュース	日本茶	コーヒー	紅茶	
丈夫で高関心派 33.4%	173ml	48.9%	54.9%	5.4回	27.4%	44.3%	89.2%	69.9%	36.3%	どの世代でも3割
不安で心がけ派 35.3%	149ml	46.7%	53.1%	5.5回	26.5%	41.9%	91.0%	70.5%	35.7%	高齢者に多い
丈夫で無関心派 16.2%	145ml	36.6%	46.3%	3.9回	42.9%	55.4%	79.8%	70.1%	33.6%	若い人に多い
不安だが無関心派 15.0%	110ml	25.0%	43.5%	3.7回	44.2%	52.7%	81.8%	72.3%	34.3%	30代の男性に特に多い

3. 経済的ゆとりと時間的ゆとり

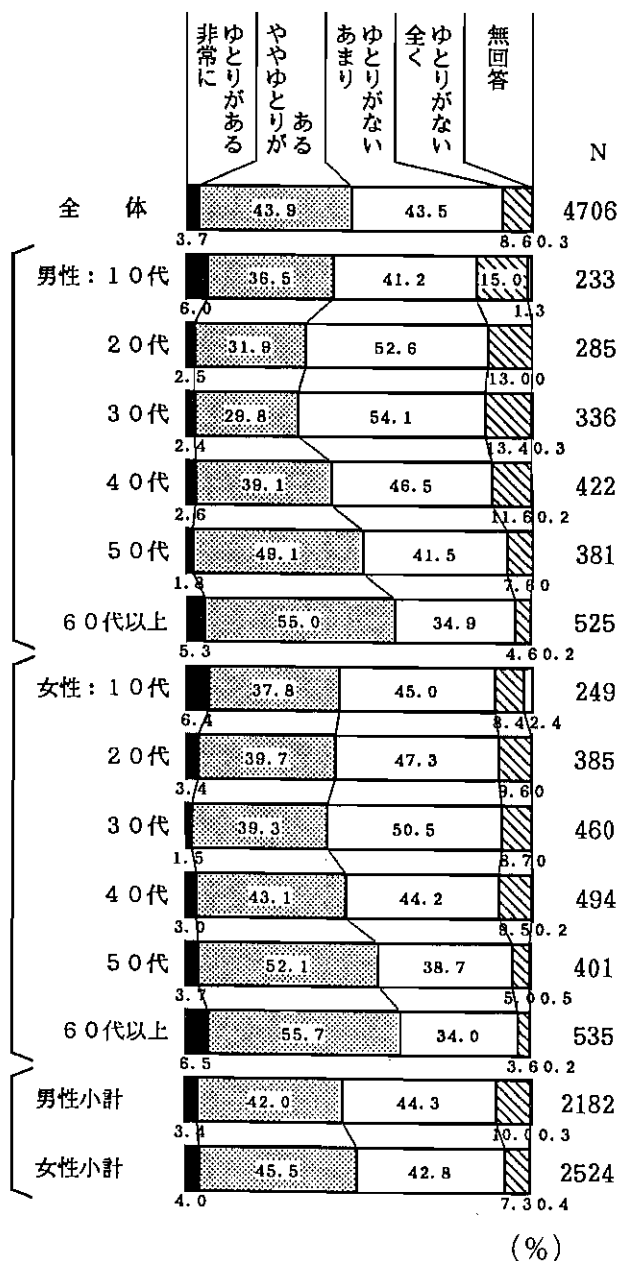
1) 経済的ゆとり

生活の中での、経済的なゆとりと時間的なゆとりがどの程度あるかを「非常にある」から「全くない」までの4段階で聞いた。「非常にゆとりがある」および「ややゆとりがある」を合わせると48%となる。

経済的ゆとりのある人は、10代から30代まではわずかに下降傾向にあるが、40代以後になると収入の増加とともに急激に増える傾向が見られる。30代では「ゆとりがある」は「非常に」と「やや」とを含めると、男性で32%、女性で41%であるが、60代以上になると男性が60%、女性62%となり、年齢の開きが大きい。

男女では、女性の方がゆとりがあるという回答がやや多い。

図表Ⅳ-13 性・年齢別 経済的ゆとり度

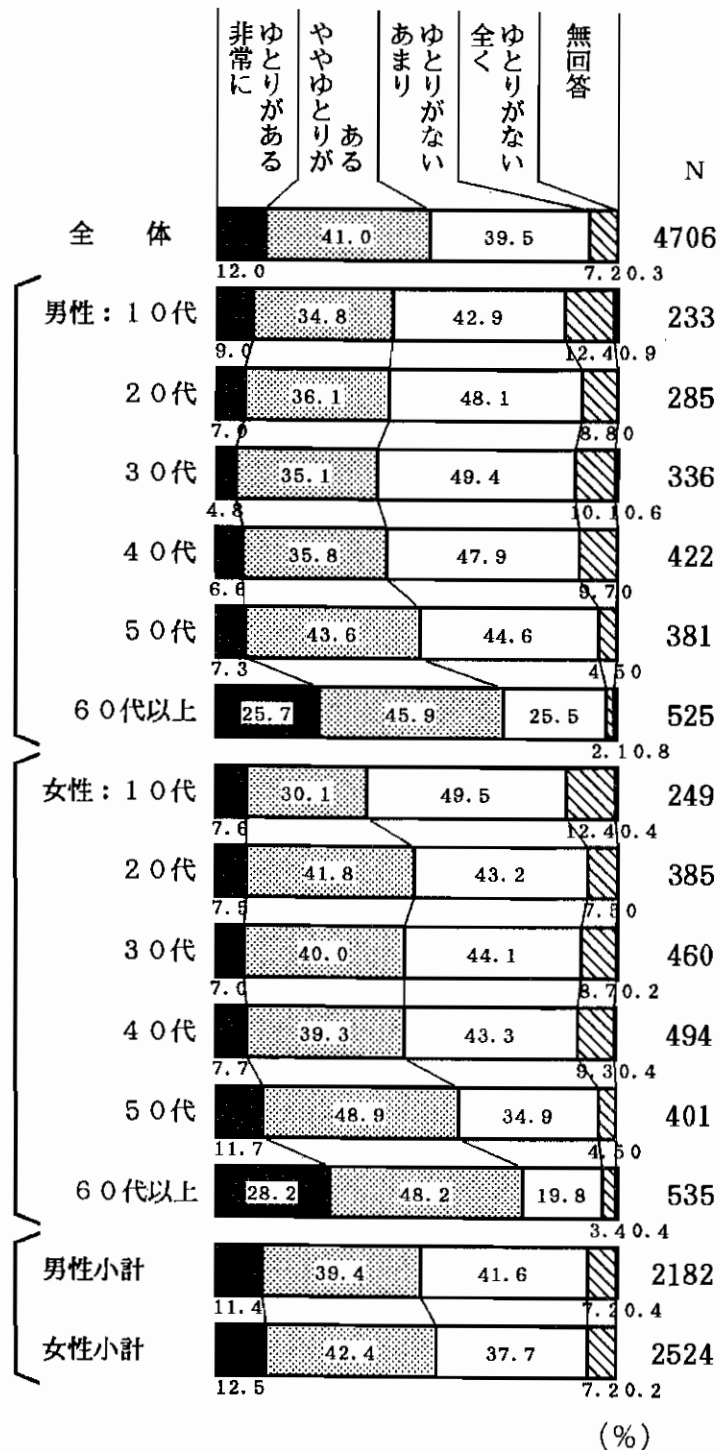


2) 時間的ゆとり

時間的ゆとりも年齢との相関が高く、男女とも 40 代まではゆとりがないという人が多いが、50 代以上になるとゆとり感が増え、60 代以上でゆとりのある人は非常に多くなっている。

10 代では、男女とも「全くゆとりがない」という回答が 12% ずつあり、若い層でのゆとりのなさがうかがえる。男性では仕事からのリタイアが、女性では子育てからの解放が時間のゆとりを生んでいる。

図表Ⅳ-14 性・年齢別 時間的ゆとり度



3) 経済的ゆとりと時間的ゆとり

経済的ゆとり度と時間的ゆとり度を組み合わせてライフスタイルの分析軸を作ってみた。

図表Ⅳ-15 経済的ゆとり×時間的ゆとり

		時間的ゆとり		
		あり	なし	計
経済的ゆとり	あり	1489人 (31.7%)	747人 (15.9%)	2236人
	なし	994人 (21.1%)	1451人 (30.8%)	2445人
	計	2483人	2198人	4706人

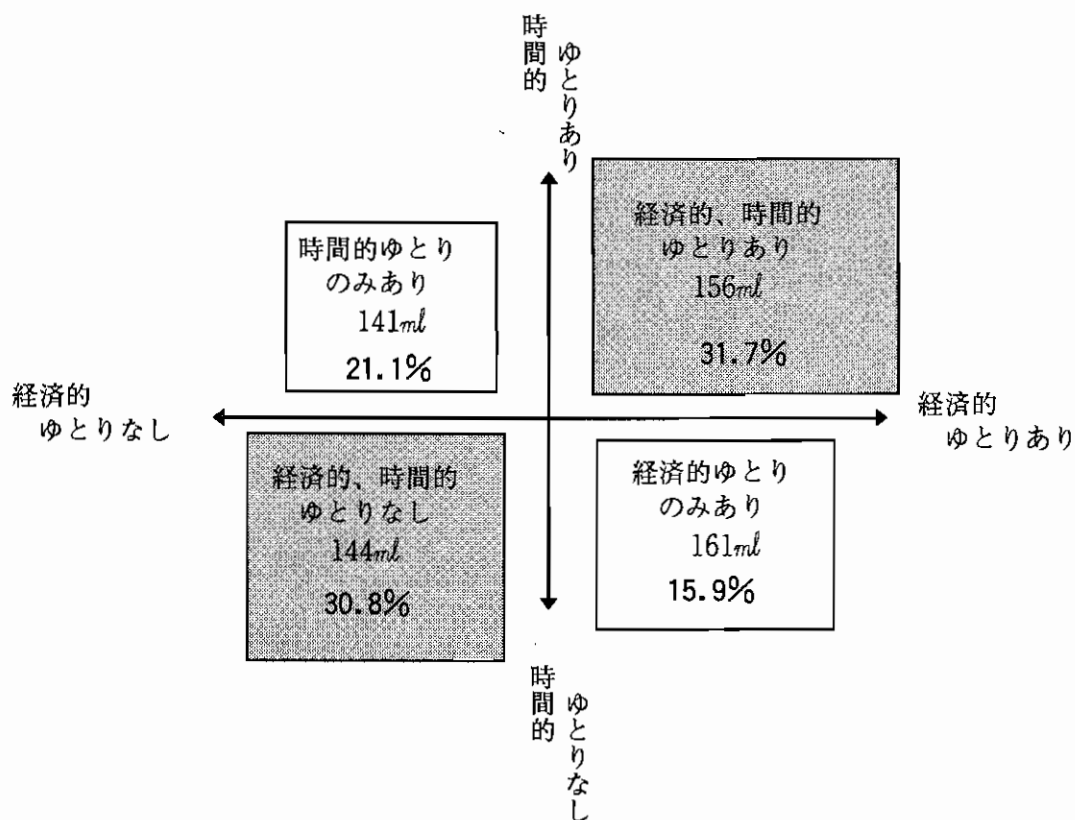
* 「無回答」25人(0.5%)

経済的なゆとりがあり、かつ時間的にもゆとりがある人が32%、経済的ゆとりもなく時間的ゆとりもない人が31%と、この2グループが多い。

経済的なゆとりはあるが、時間的ゆとりはない人は16%と全体の中では少ない。残りの21%は、時間的ゆとりはあるが経済的ゆとりの少ない人たちである。

1人1日あたりの平均牛乳飲用量との関係を見ると、経済的ゆとりのあるグループの方が牛乳の平均飲用量が多い。

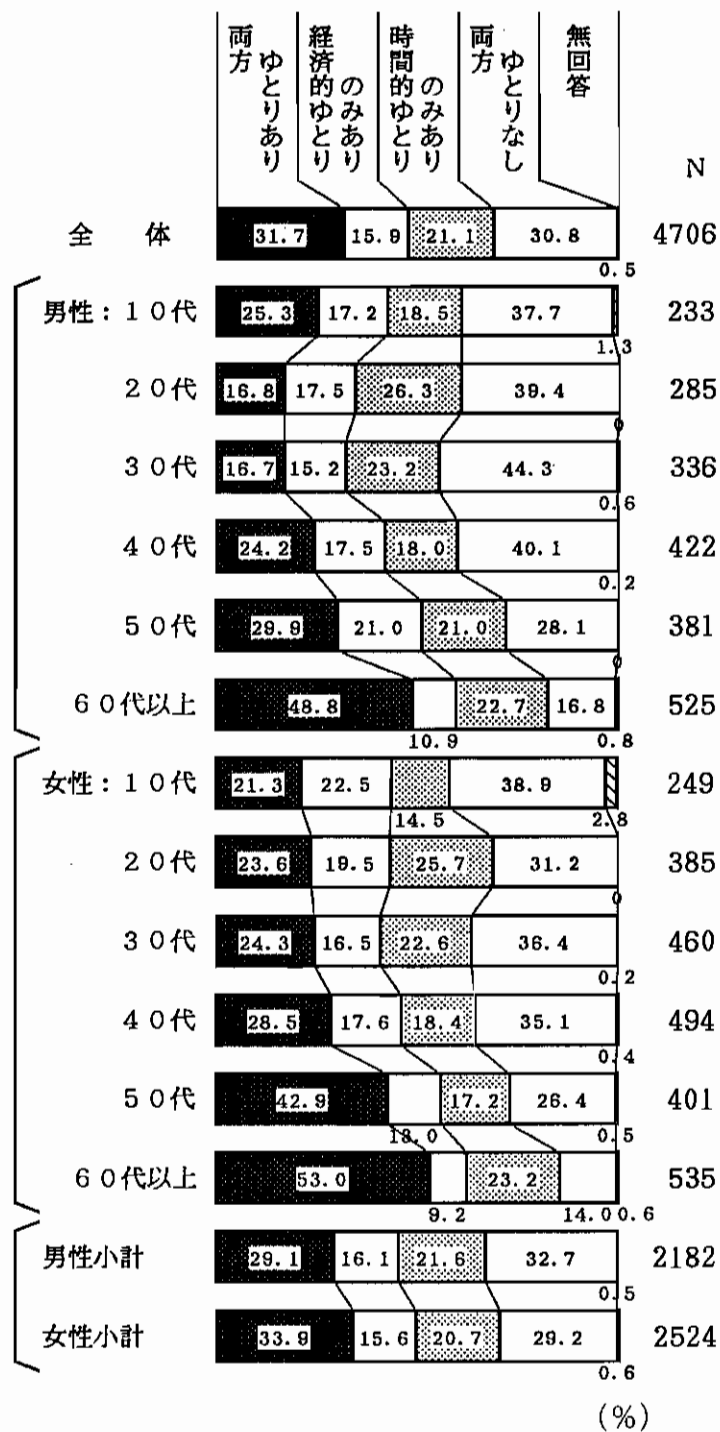
図表Ⅳ-16 生活のゆとり感によるグループ構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量



経済も時間もゆったりした人は60代以後では半数を占めるが、他の年齢層では少ない。特に20代・30代では少ない。

経済的にも時間的にもゆとりがない人は男性の10代～40代、女性の10代、30代、40代に多い。

図表Ⅳ-17 性・年齢別 経済的ゆとりと時間的ゆとり



各グループの特性

- 「経済的にも時間的にもゆとりのある人」は 32%と最も多いが、これは高齢層に多い。牛乳を飲む量は 156ml と比較的多いが、これは健康維持に気をつけている人の多さに裏づけられている。
- 逆に、「経済的ゆとりも時間的ゆとりもない人」がやはり 31%と多いが、このグループは男性では 10代～40代、女性は 10代 30代 40代に多い。牛乳を飲む量は平均 144ml とやや少なく、特に「毎日飲む」率が少ない。
- 「経済的ゆとりはあるが時間的ゆとりのない人」は、16%と最も少ない集団であるが、牛乳を飲む量は最も多く 161ml に達しており、特に毎日飲む人が多い。10代や 20代の若い人に多いが、他の層でも 10%前後コンスタントに存在する。
- 「経済的ゆとりはないが時間的ゆとりはあるグループ」は 21%であるが、これはどの世代でも 2割あり、牛乳を飲む量が 141ml と最も少ない。健康不安を感じる人が最も多いにもかかわらず、牛乳をあまり飲まないのが懸念される。

図表Ⅳ-18 生活のゆとり感によるグループの特性

	牛乳乳製品に対する態度				その他の飲み物の飲用率 (よく+時々飲む)					世帯年収	健康不安を感じる率	健康維持に気をつけている率	特性
	1人1日あたりの平均牛乳飲用量	牛乳を毎日飲む率	牛乳を朝食に飲む率	ヨーグルトの平均食用頻度 (回/月)	コーラ	ジュース	日本茶	コーヒー	紅茶				
経済的 時間的ゆとりあり 31.7%	156ml	48.2%	51.5%	5.4回	25.6%	40.2%	90.1%	68.8%	36.1%	737万円	46.6%	79.7%	高齢層に多い
経済的のみ ゆとりあり 15.9%	161ml	44.0%	54.4%	5.2回	31.6%	48.3%	87.1%	70.8%	39.1%	829万円	45.3%	70.9%	10代、20代などにやや多い
時間的のみ ゆとりあり 21.1%	141ml	41.0%	45.8%	4.6回	33.0%	46.1%	86.4%	69.3%	32.3%	572万円	55.0%	66.6%	どの世代でも2割
経済的 時間的ゆとりなし 30.8%	144ml	37.1%	53.0%	4.6回	38.5%	52.1%	85.1%	73.3%	34.6%	635万円	54.2%	57.6%	若年層が多い

4. 経済的、時間的ゆとりと健康維持への配慮

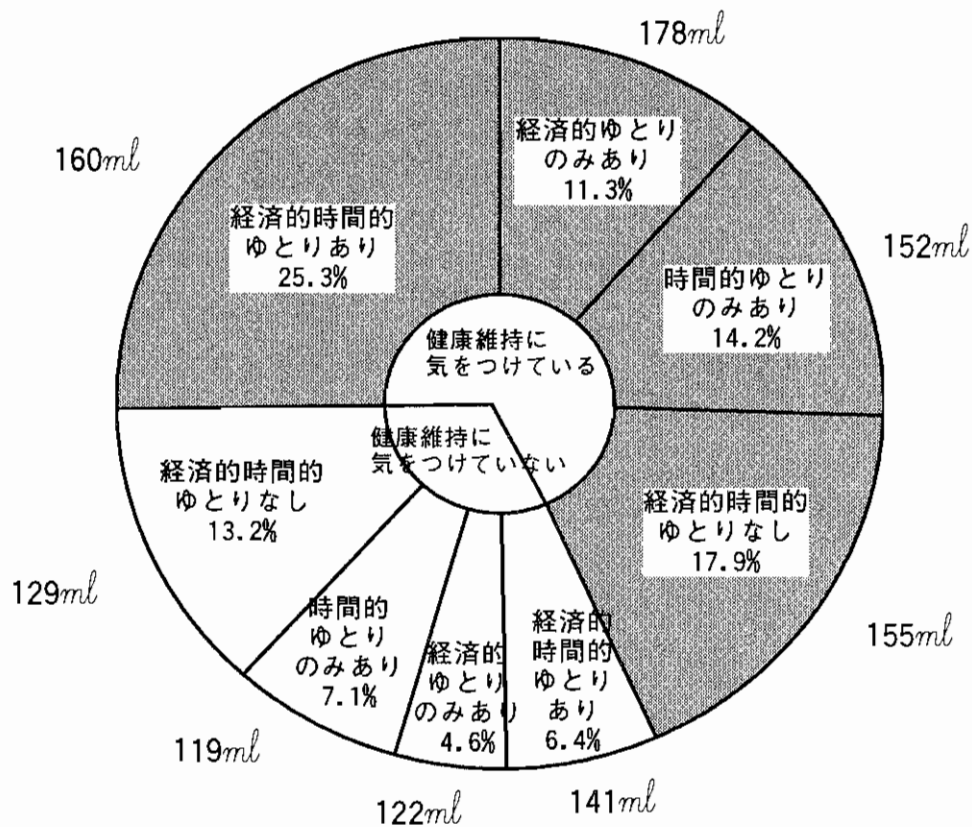
経済的、時間的ゆたりの有無と健康維持に気をつけているか、いないかの組み合わせをみると、下図のような分布となる。

最も大きなグループは、経済的、時間的ゆとりがあり、かつ健康維持に気をつけているグループで、全体の25%を占める。次に大きいのは経済的、時間的ゆとりはないが、健康維持に気をつけているグループであり18%にのぼる。

経済的、時間的ゆとりがなく、健康維持に気をつけていないグループは13%いる。

牛乳の飲用量との関係を見ると、経済的、時間的ゆたりの有無に関わらず、健康維持に気をつけていないグループは牛乳の飲用量が少ない。

図表Ⅳ-19 グループ別にみた構成比と1人1日あたりの平均牛乳飲用量

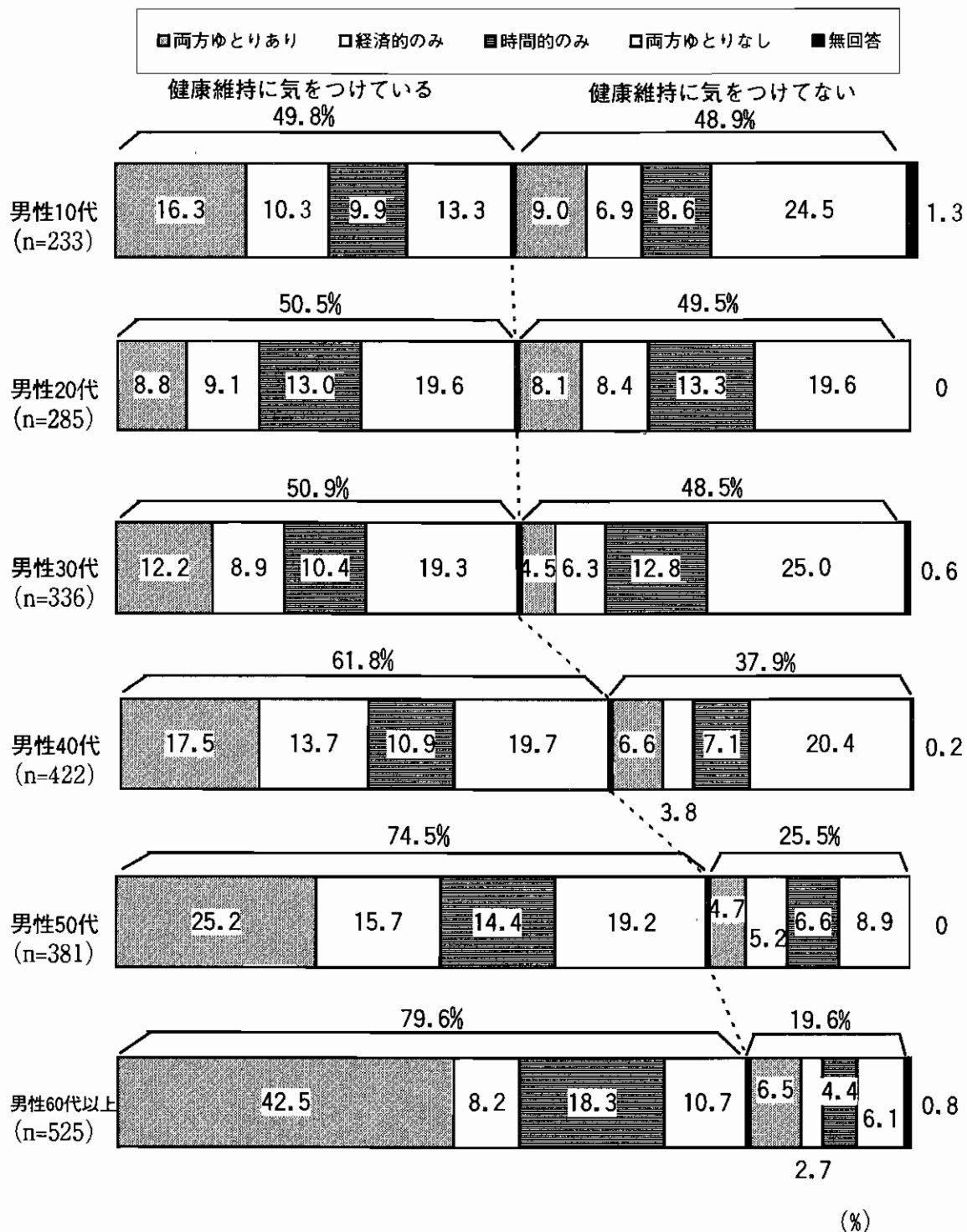


男女別年齢別にみた経済的、時間的ゆとりと健康維持に気をつけているか、いないかをみたものが次の2つの図である。(図表Ⅳ-20、図表Ⅳ-21)

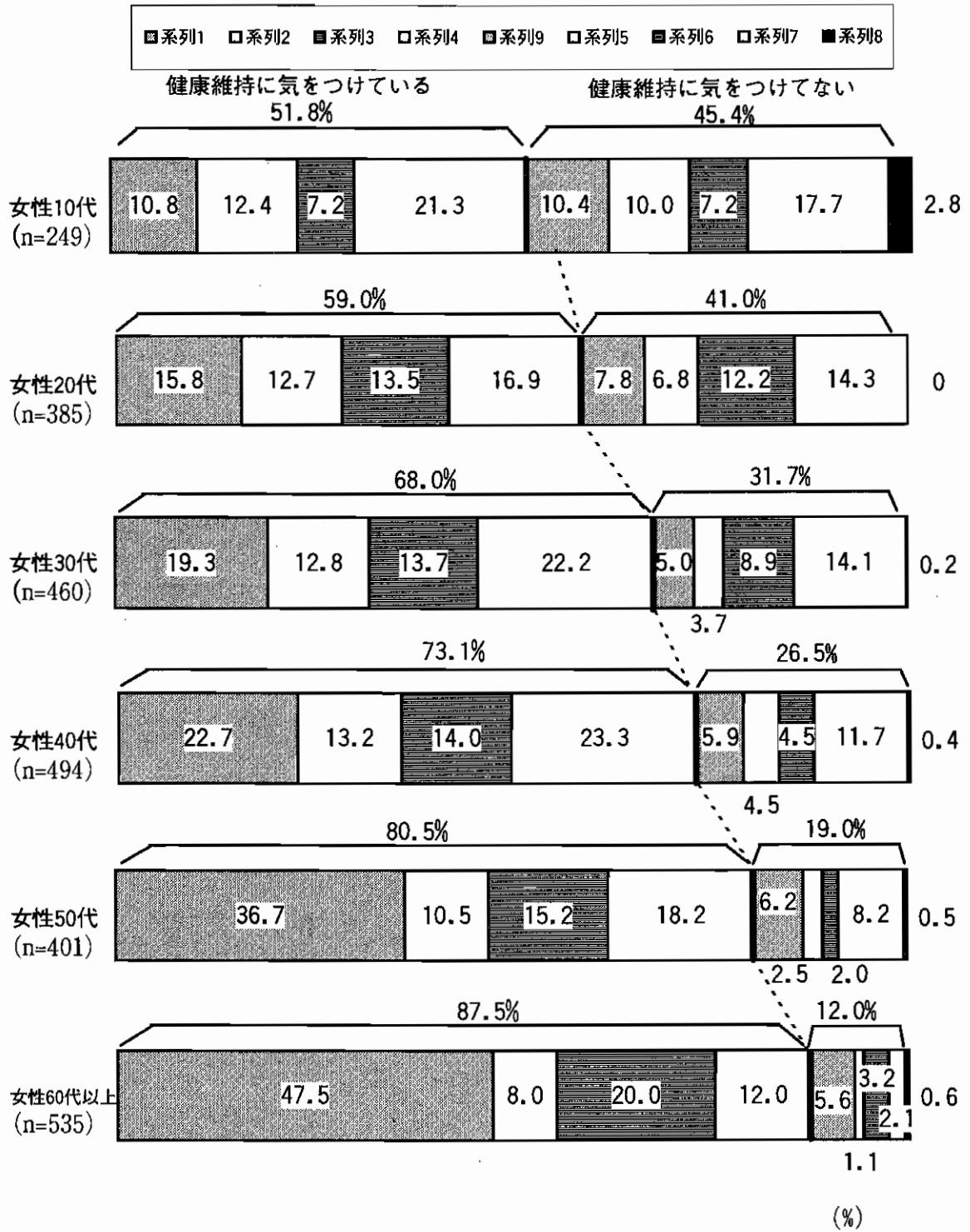
加齢とともに「両方ゆとりがあり、かつ健康維持に気をつけている人」が増えており、10代では男性16%、女性11%しかないものが、60代以上になると男性43%、女性48%と半数近くにおよんでいる。

健康維持に気をつけていない人は若年層に多いが、10代から40代の男性では「両方ゆとりがなく、かつ健康維持にも気を配れない人」が2割以上もいるのが注目される。

図表Ⅳ-20 年齢別 経済的、時間的ゆとりと健康維持への配慮 (男性)



図表IV-21 年齢別 経済的、時間的ゆとりと健康維持への配慮 (女性)



5. この1、2年の出費の変化

この1、2年で出費がどのように変化したかを以下の20の家計出費について主婦役割分担者に聞いた。

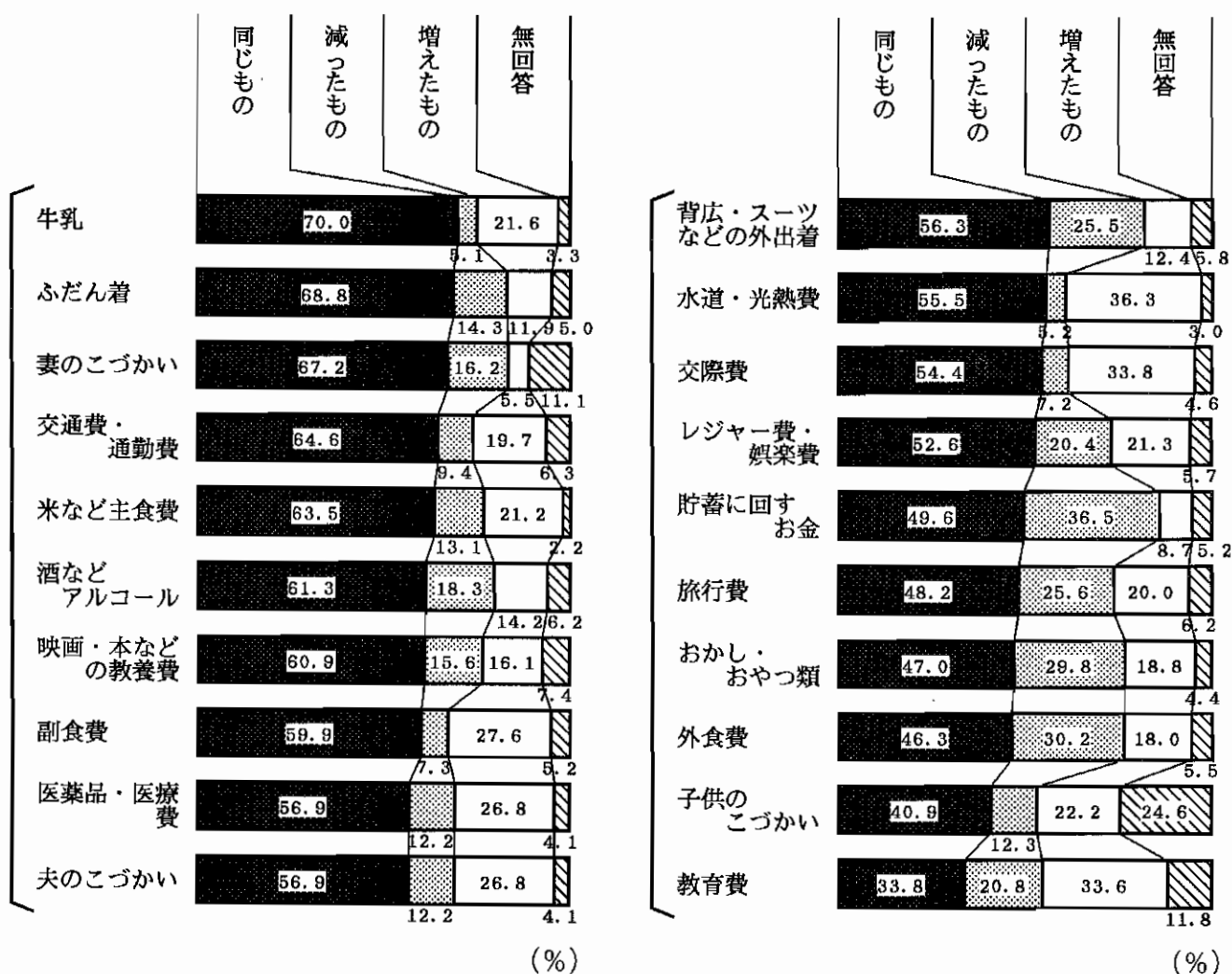
牛乳は「同じ」が70%と多く、「増えた」が22%、「減った」が5%となっており、牛乳は景気の動向の影響をうけにくい商品となっている。

「増えたもの」の多い順にみると「水道・光熱費」、「交際費」、「教育費」、「副食費」、「医薬品・医療費」等が上位にきている。

一方、減ったという比率の高いものをみると、「貯蓄に回すお金」、「外食費」、「おかし・おやつ」、「旅行費」、「背広・スーツなどの外出着」などである。

図表IV-22 この1、2年の出費の増減

(N=4706)

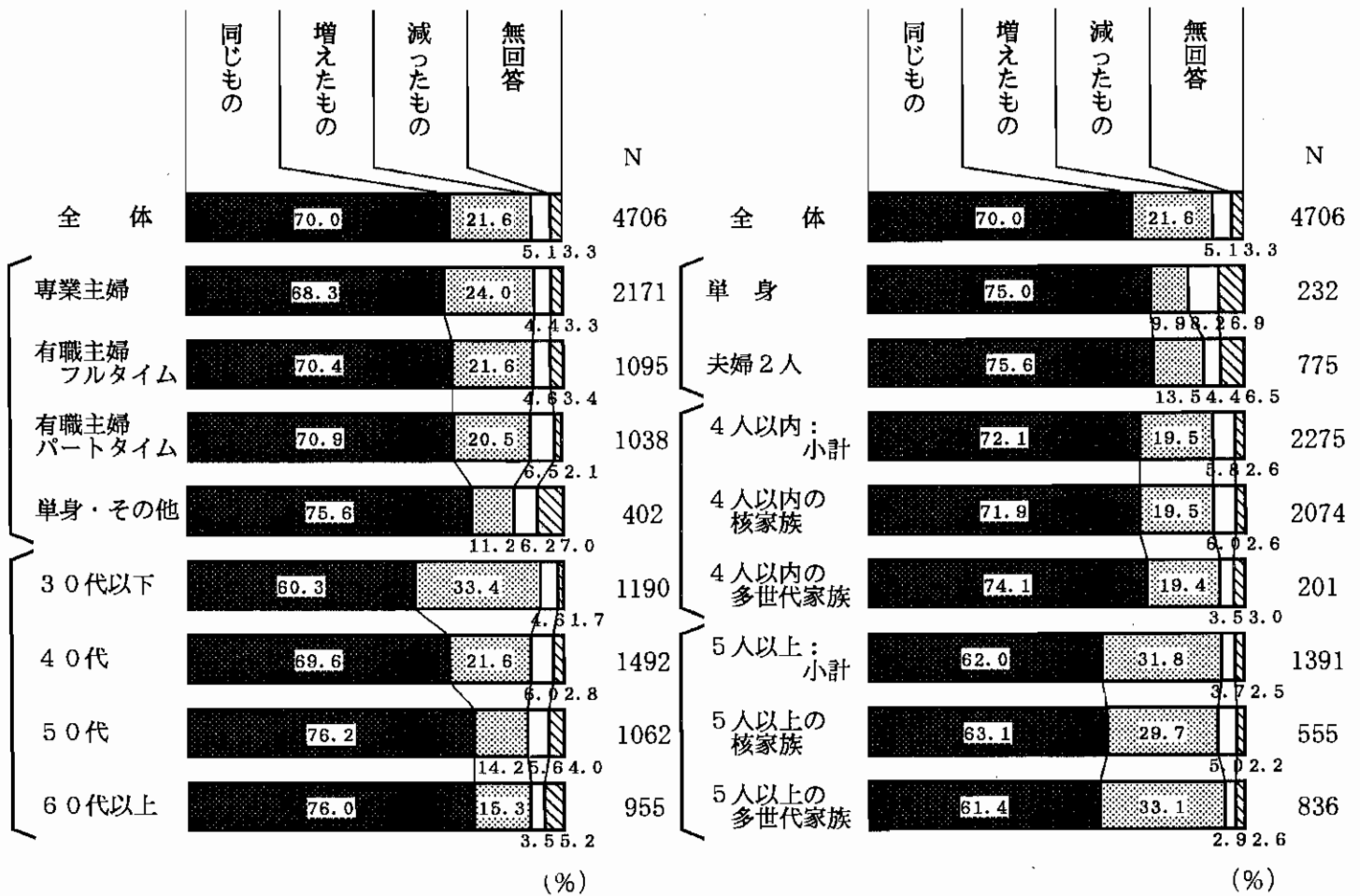


牛乳だけに着目して、この1、2年の出費の変化をみてみた。

「増加した」が多い世帯は30代以下の若い世帯に多いが、これは子供の誕生・成長など育ち盛りの子供との関連が多いことが推察される。

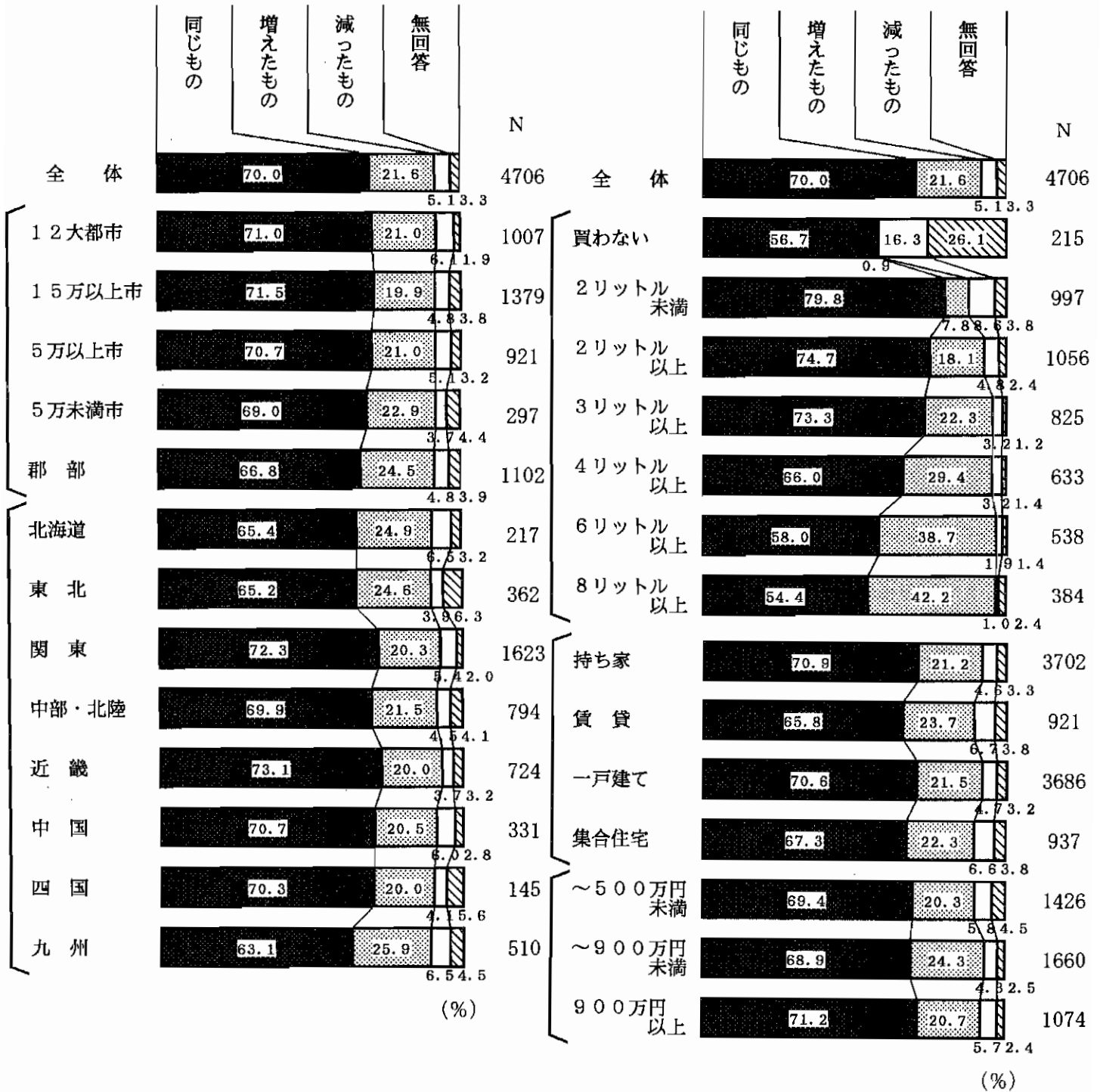
家族構成で見ると人数の多い世帯での増加が著しい。

図表Ⅳ-23 主婦特性・家族構成別 牛乳の出費の増減



牛乳の購入量の多い世帯ほど、牛乳の出費が増えたという印象を強く持っている。地域別・都市規模別・住居形態別・世帯収入別などでは顕著な差はみられない。

図表Ⅳ-24 地域別・都市規模別・牛乳購入量・住居形態・世帯年収別 牛乳の出費の増減



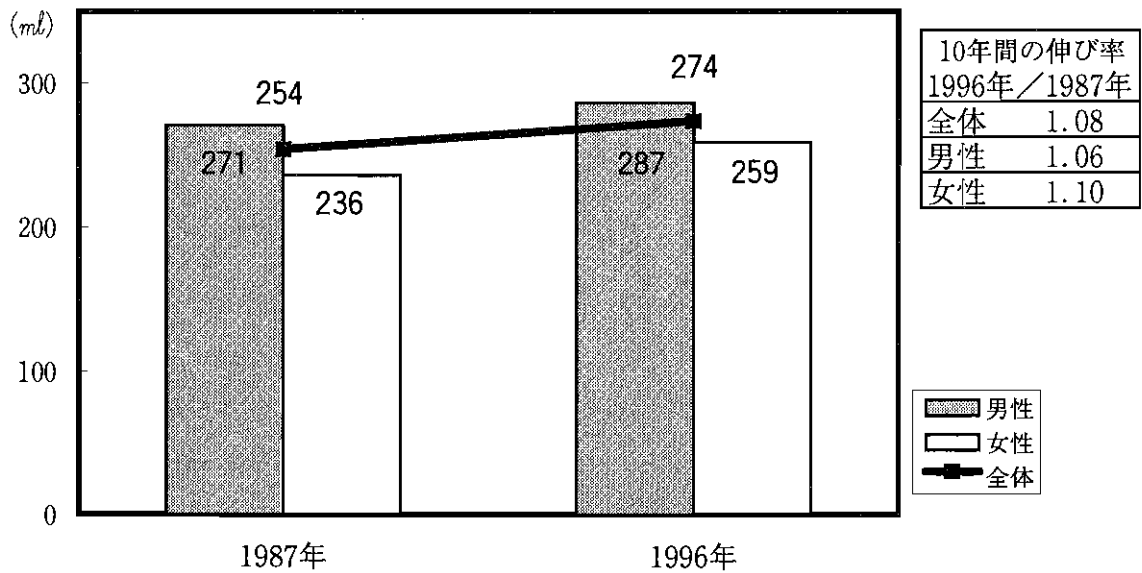
V この10年間の変化

1. 1人1日あたりの平均牛乳飲用量

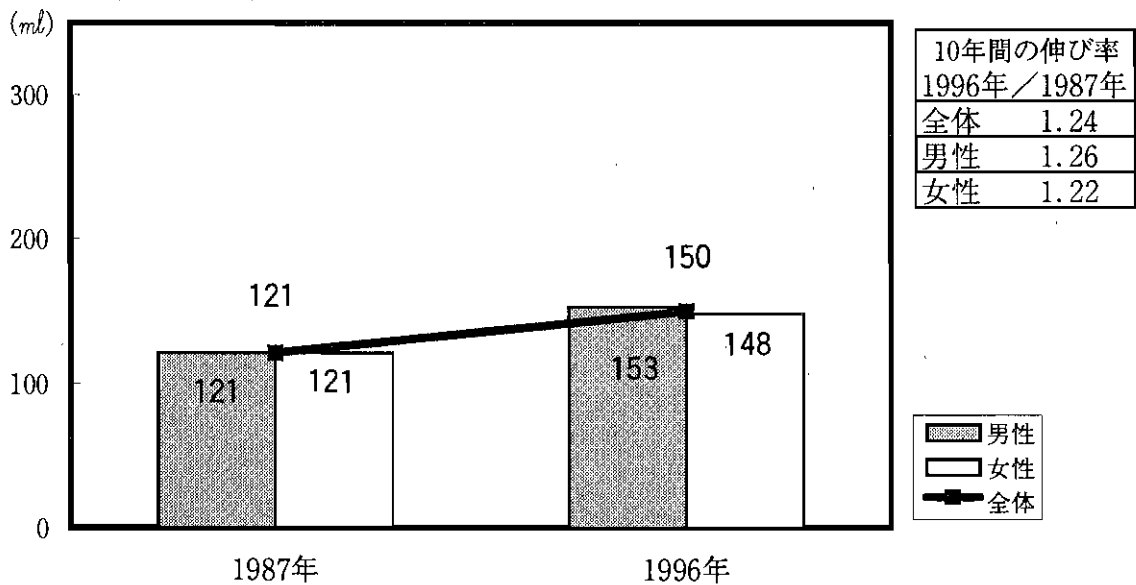
1～12才までの子どもの飲用量はこの10年間で8%増加しているのに対し、13才以上では24%増と大きな伸びをみせている。

男女別にみると、子どもは女性の方が、13才以上は男性の方がわずかに伸びが大きい。

図表V-1 1人1日あたりの平均牛乳飲用量の変化
(1～12才)



(13才以上)



2. 牛乳の飲用者の割合

牛乳の飲用者は全体で85%(1987年)から90%(1996年)へ、男性で82%から88%へ、女性で86%から96%へと増加している。

200ml以上飲むヘビーユーザーは87年に20%であったのが、96年では30%とほぼ10ポイント増加している。このヘビーユーザーの増加と飲用者の増加が飲用量の増加につながっている。

図表V-2 牛乳の飲用者の割合

		飲まない	50ml未満	50~99ml	100~199ml	200ml以上	無回答	n
全体	1996年	10.4	18.8	15.1	29.5	30.3	0	4664
	1987年	15.4	20.5	13.5	29.5	19.9	1.2	4706
男性	1996年	11.5	20.2	14.8	23.8	29.9	0	2051
	1987年	17.7	20.9	12.7	27.3	19.9	1.5	2182
女性	1996年	9.5	17.7	15.4	26.6	30.7	0	2613
	1987年	13.6	20.3	14.2	31.0	19.9	1.0	2524

(%)

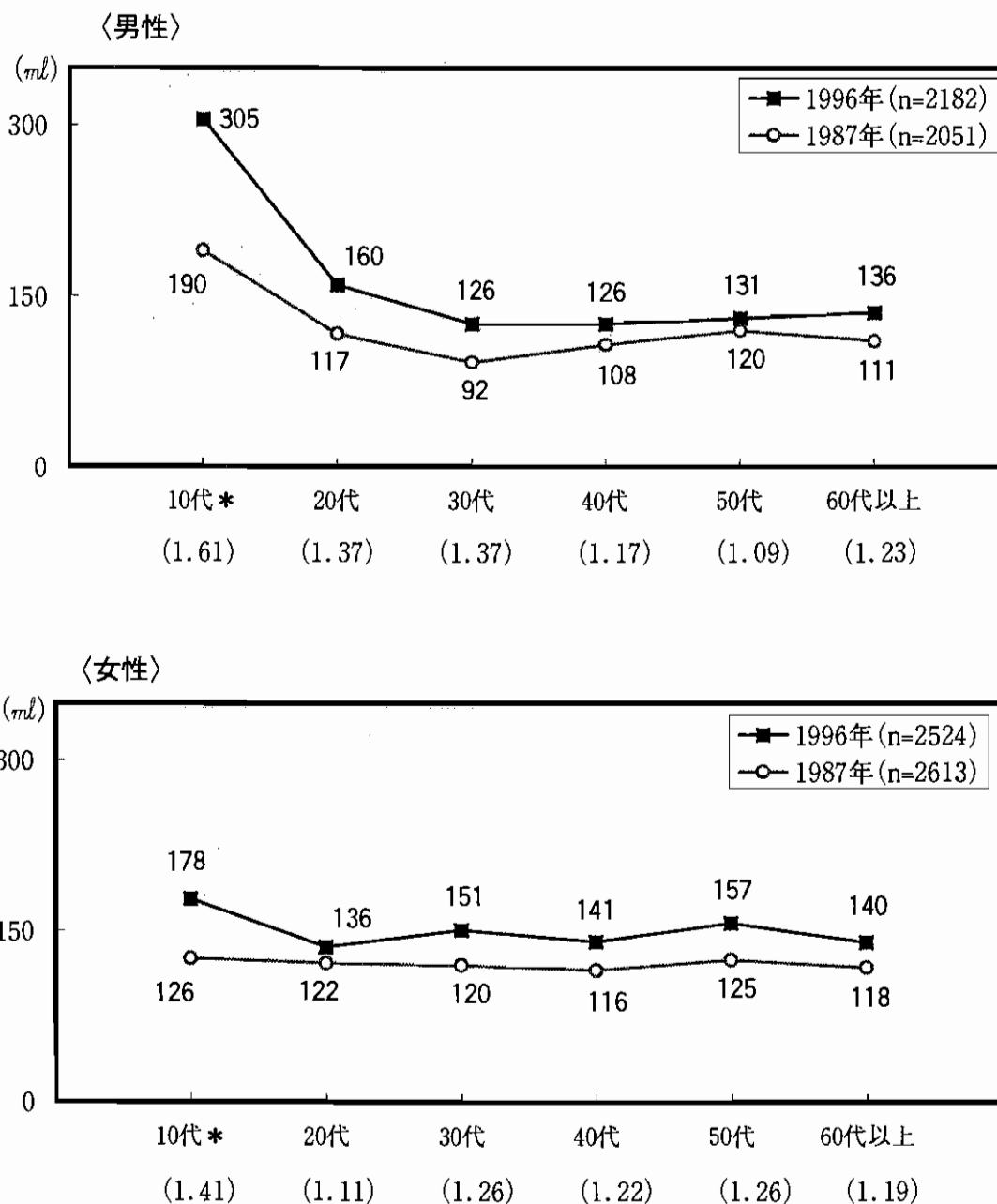
3. 属性別平均牛乳飲用量の比較

1) 年齢別比較

同一の年齢で平均牛乳飲用量がどのように変化したかをみてみた。

どの年齢層も87年に比べると飲用量は増加しているが、特に伸びが大きいのは10代の男女である。10代以外では、男性では20代、30代が、女性では30代～50代での増加が大きい。

図表V-3 年齢別 1人1日あたり平均牛乳飲用量の比較



* ()は1996年と1987年の比

** 10代とは13～19才である

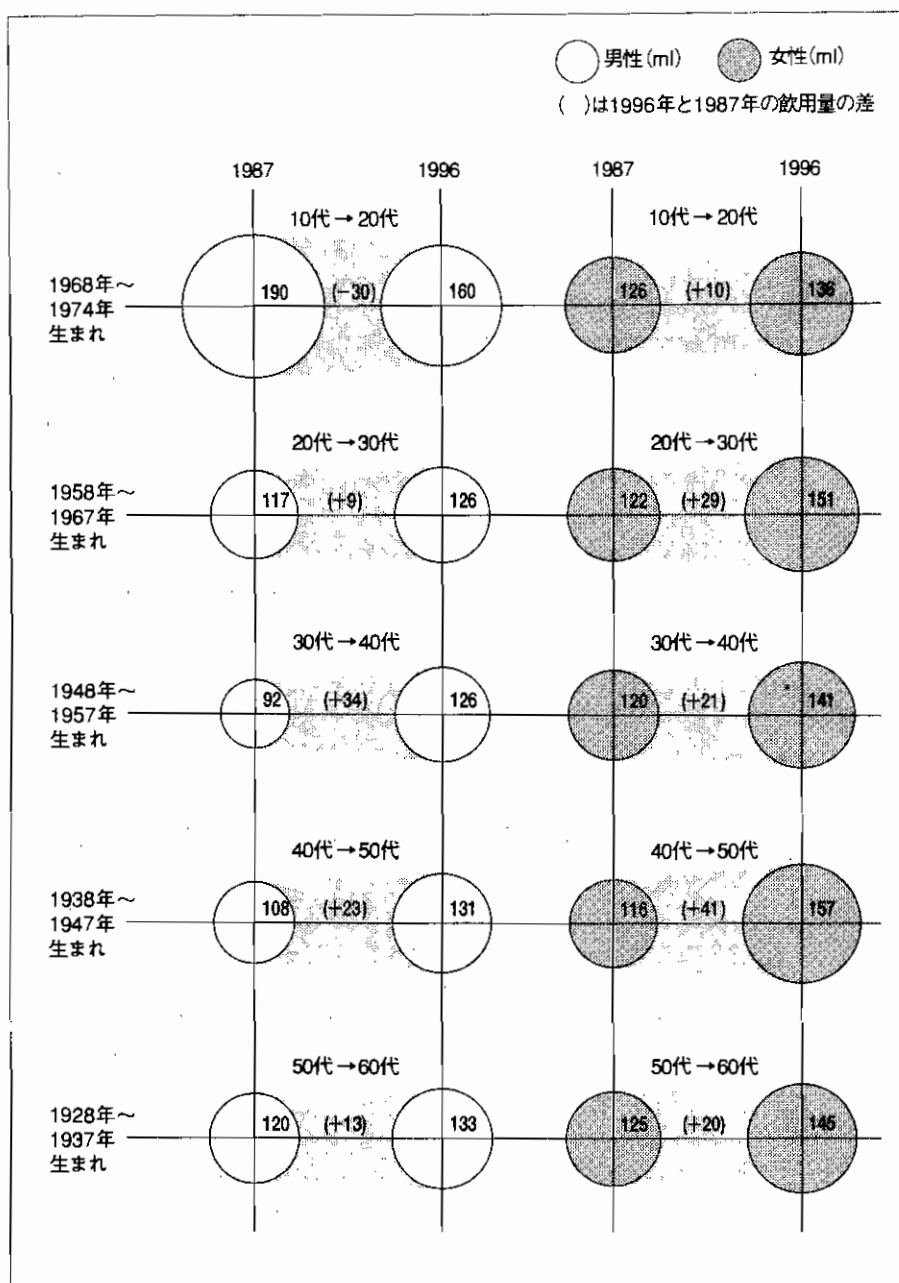
2) 世代間比較

10年間調査をしてみて「同一の世代」がどのような飲用量の推移をみせたかを分析してみた。

1987年に10代だった男性は1996年には20代になっているが、87年調査時は190ml飲んでいた。それが1996年に20代となって飲用量は160mlと30mlに減少させている。一方、同じ世代の女性は10代から20代への加齢とともにプラス10mlとわずかに増加させている。女性は加齢とともに教育（学習）効果も加わって飲用量が伸びている。

男性は現在40代のコーホートで34ml増と最も伸びが大きい、女性では現在50代の伸びが41ml増と多い。

図表V-4 世代別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量



3) 職業別、地域別、都市規模別比較

1987年には地域差、都市規模差が大きくあったものが、96年には差が少し小さくなり、日本全国が平準化する傾向がみられる。職業別にみると、若い世代の多い学生では大幅に増加している。

図表V-5 職業別・地域別・都市規模別 1人1日あたりの平均牛乳飲用量の比較

		1987年	1996年	10年間の伸び
全 体		121 _{ml}	150 _{ml}	1.24倍
家族 従業	農林・漁業	113	129	1.14
	商工サービス	109	144	1.32
	自由業	116	152	1.31
	内 職	115	125	1.09
勤 め	管理職	128	144	1.13
	専門技術職	111	139	1.25
	事務職	108	133	1.23
	労務職	107	124	1.16
	販売サービス職	103	123	1.19
無 職	主 婦	128	156	1.22
	学 生	158	237	1.50
	無 職	111	140	1.26
地 域 別	北海道	114	159	1.39
	東 北	115	151	1.31
	関東・甲信	122	156	1.28
	東海・北陸	121	136	1.12
	近 畿	125	156	1.25
	中 国	109	144	1.32
	四 国	141	146	1.04
	九 州	122	149	1.22
都 市 規 模 別	12大都市	119	156	1.31
	15万上市	126	153	1.21
	5万上市	120	146	1.22
	5万未満市	109	143	1.31
	郡 部	120	147	1.23

(ml)

(ml)

4. 牛乳の飲用機会

1991年よりこの調査アイテムはスタートしているため、91年からの5年間についての変化をみてみた。

3食の「食事機会」と「おやつや間食」の4つの機会だけでみても、飲用率が上がっており、牛乳の飲用機会の増加が顕著である。

図表V-6 牛乳の飲用機会の変化 (MA)

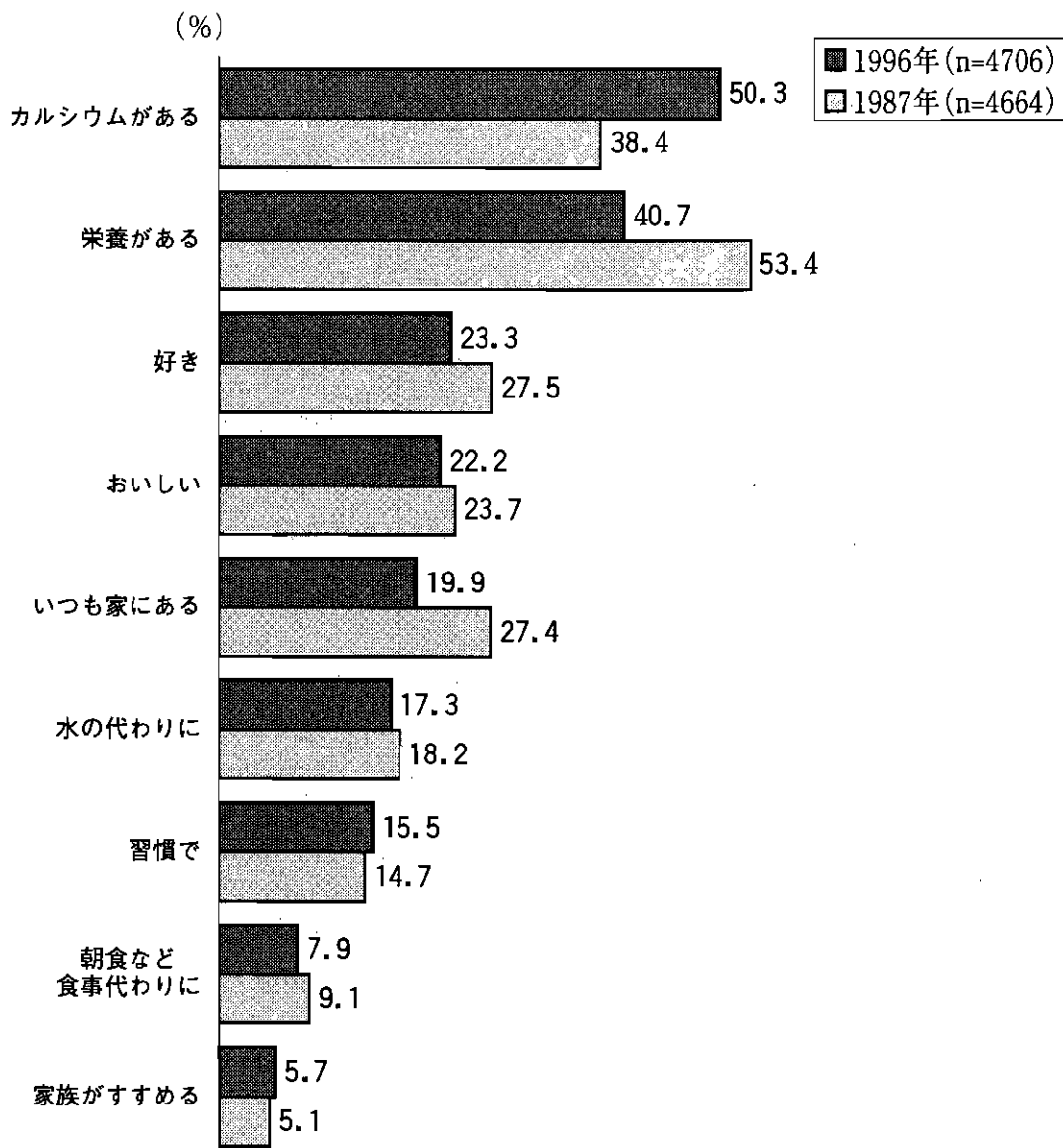
	朝食時	昼食時	夕食時	おやつや間食
1996年 (n=4706)	51.2	17.5	10.6	36.3
1991年 (n=4714)	48.1	16.4	8.8	22.8

5. 牛乳の飲用理由

「栄養がある」は1987年に53%あったが、96年には41%へと減った。一方、「カルシウムがある」は38%から50%へと12ポイントも増加した。牛乳の飲用理由は、栄養からカルシウムへとシフトしている。

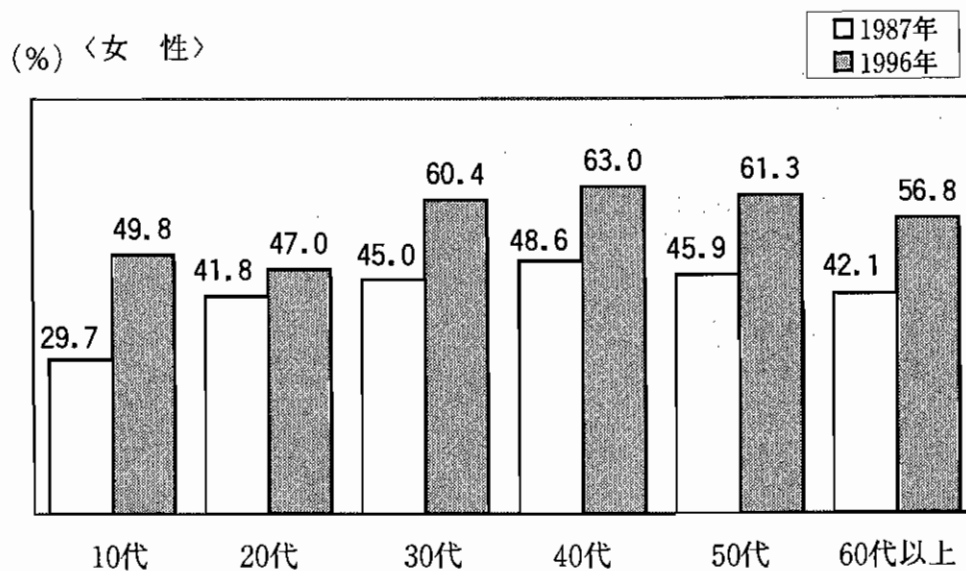
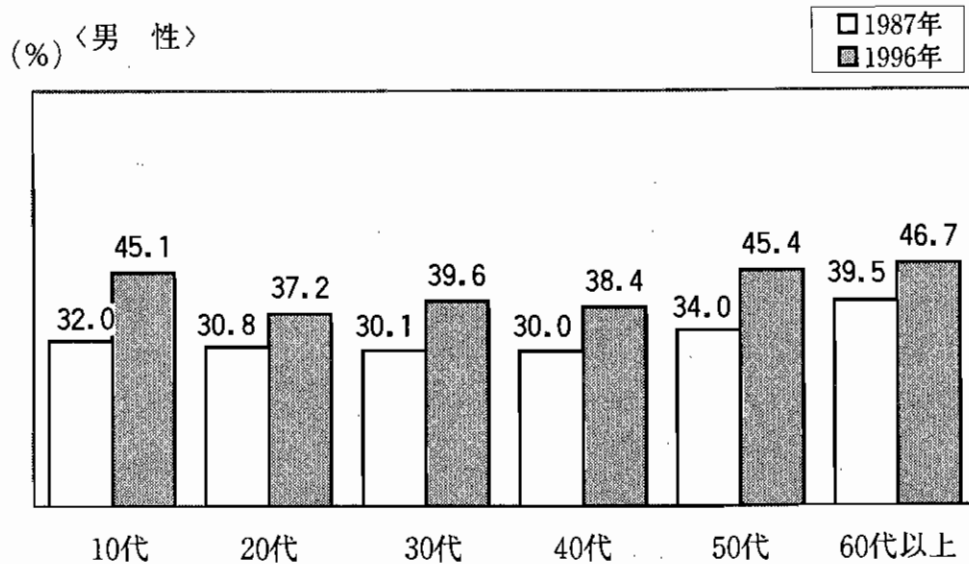
「好き」、「おいしい」など味に関する動機は理由として増えていない。

図表V-7 牛乳の飲用理由の変化 (MA)



女性は男性に比べてカルシウムを意識して牛乳を飲む傾向がみられ、特に30～50代では「カルシウムがあるから」飲む割合が大幅に伸びている。

図表V-8 性・年齢別 カルシウムがあるから牛乳を飲む割合



6. 現在利用している乳製品

大幅に増えたのはヨーグルト、微増はチーズ類（プロセス、粉、クリームチーズ）およびスキムミルクである。一方、生クリーム、サワーcreamの伸びは鈍い。バターは微減。

図表V-9 乳製品の利用率の変化

	1987年 (n=4664)	1996年 (n=4706)
バター	59.5	55.6
ヨーグルト	40.9	72.0
プロセスチーズ	39.6	47.1
クリームチーズ	5.2	11.3
カッテージチーズ	2.7	3.4
粉チーズ	27.4	31.6
生クリーム	16.6	19.6
サワーcream	1.7	1.9
スキムミルク	6.2	11.3

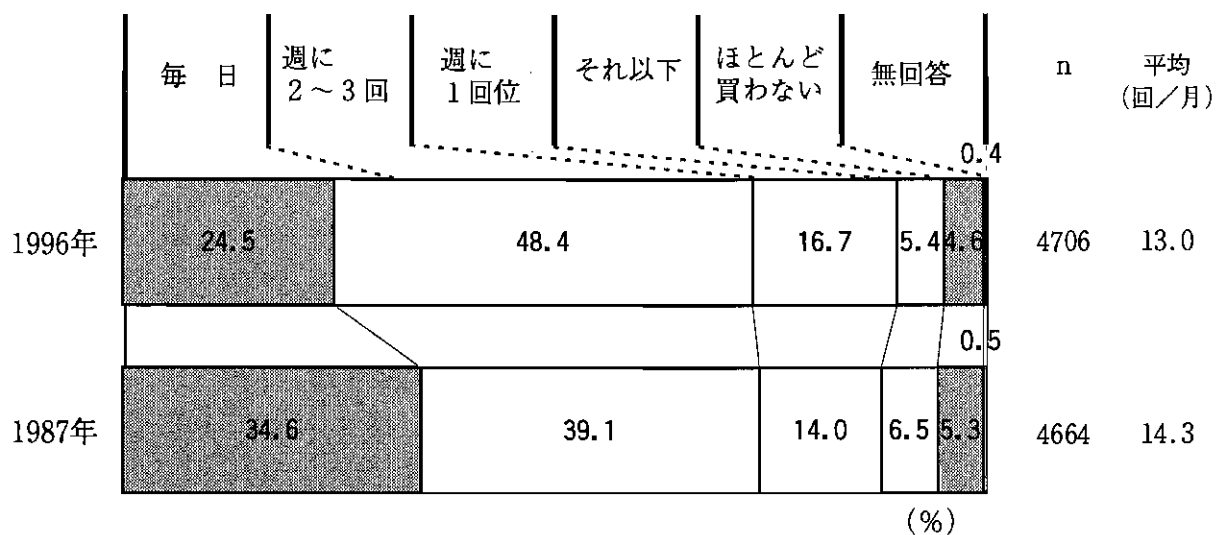
(%)

7. 牛乳の購入頻度と購入量

1987年からの10年間の変化をみると、購入頻度は平均14.3回から13.0回へと、わずかであるが減少の傾向がみられる。

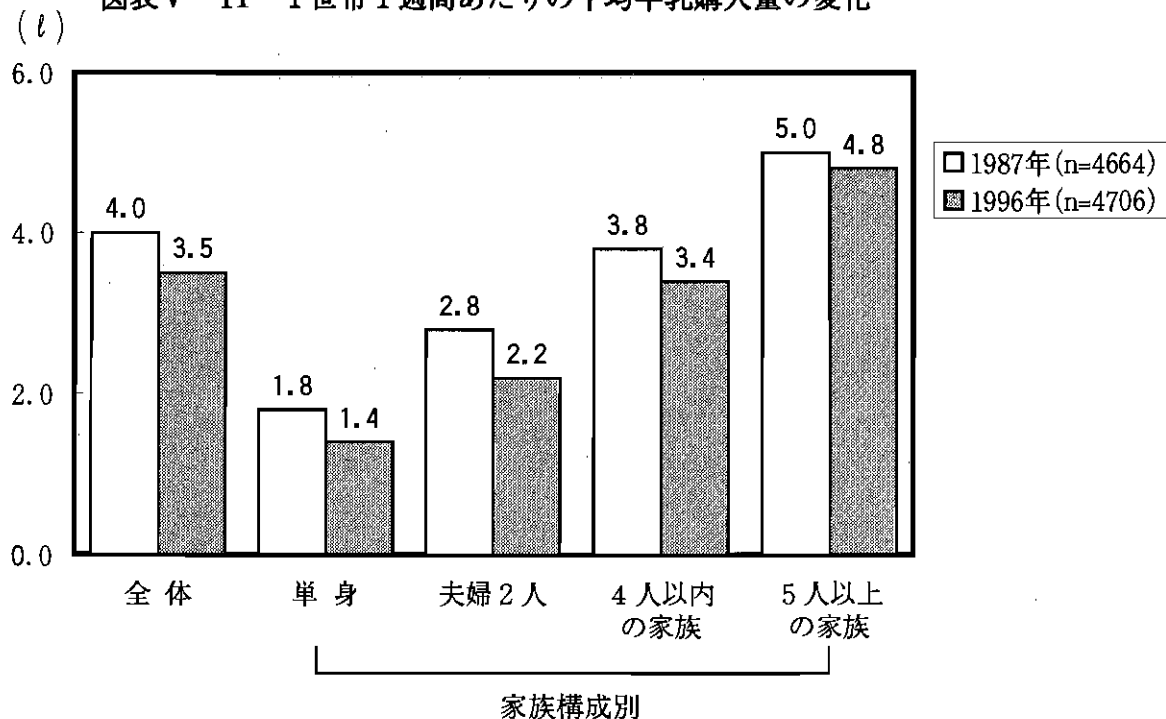
毎日購入する人が10ポイント減り、週に2～3回が9ポイント増加している。

図表V-10 牛乳の購入頻度の変化



牛乳の1世帯当たりの購入量は1987年からの10年間の推移でみると、4.0ℓから3.5ℓへとわずかに減少している。

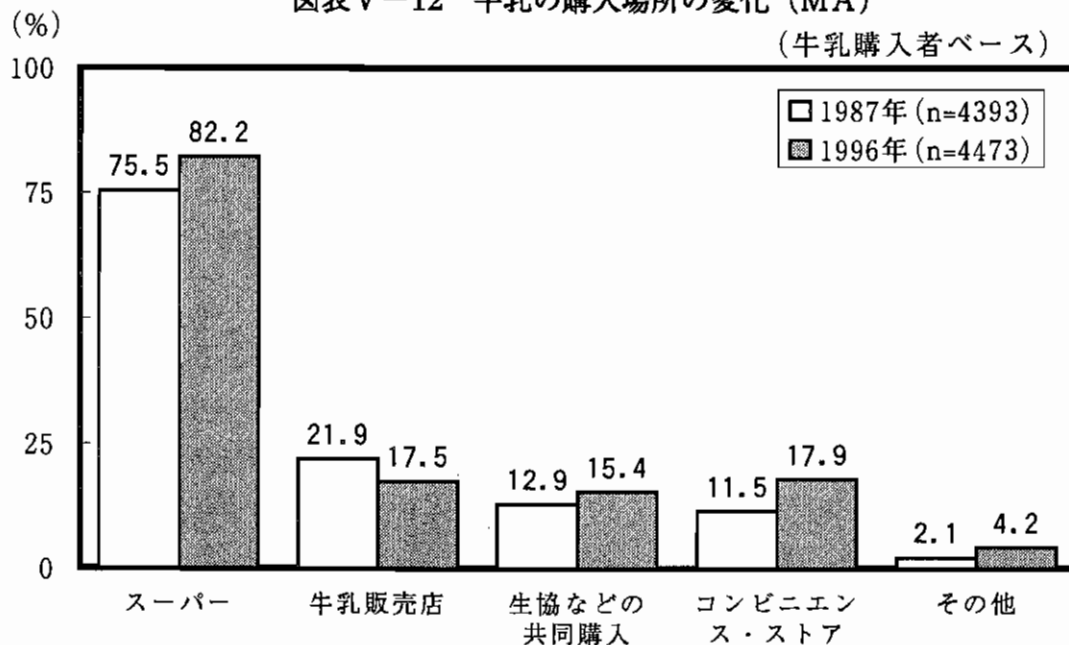
図表V-11 1世帯1週間あたりの平均牛乳購入量の変化



8. 牛乳の購入場所

「スーパー」「コンビニエンス・ストア」「生協の共同購入」が増え、「牛乳販売店（宅配）」の利用がやや減少している。

図表V-12 牛乳の購入場所の変化（MA）

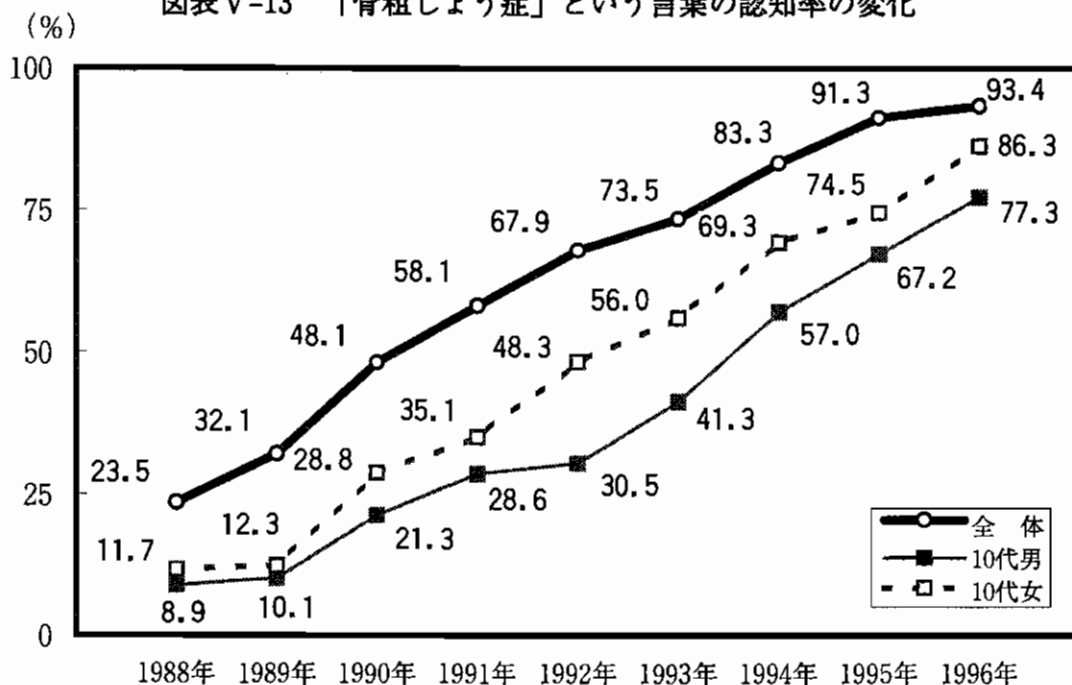


9. 「骨粗しょう症」という言葉の認知

1988年からの9年間の変化をみると、飛躍的に認知率が増加し、「骨粗しょう症」という言葉が人々に知られるようになった。

骨粗しょう症という言葉の認知率は88年から96年の間に24%から93%へと飛躍的に伸び、この認知率の上昇は、中高年以上の女性の飲用量の増加に大きな寄与をした。近年はこれまでの認知率の低い10代でも骨粗しょう症の認知率が上昇している。

図表V-13 「骨粗しょう症」という言葉の認知率の変化



* グループインタビュー
結果のまとめ

I 食生活についての考え方・価値観

1. 若い女性の食生活の現状

- 若い女性の夕食はほとんどが外食。家族と同居していても、家で夕食を食べることは少ない。
- 外食をする理由は、一人暮らしの場合は「ご飯を炊くのがめんどろ」、「料理の仕方がわからない」、「材料が腐る」、「1人で作っても食べる時つまらない」、家族と同居している場合は、「帰宅時間が遅い」、「友達との付き合いで食べてくる」などが主要である。

2. 若い女性の朝食のあり方

- 若い女性では朝食を食べない人もいる。それはダイエット願望よりは単に時間がないからである。
- 食べない人より、朝必ず何か口に入れるようにしている人が多い。ただし、5～10分のスピード。朝食や牛乳だけ飲んで出かける人も見かけられる。
- メニューはパンと飲み物だけのシンプルなのが主流だが、「ヨーグルト」、「プルーン」、「モロヘイヤ入りジュース」など健康への気配りもある。

3. 若い女性の食生活への配慮

- 外食中心の食生活で栄養バランスが悪いことを自覚している。「好きなものばかり食べない」など積極的に改善策をとるよう努力中である。
- 特に「野菜不足」、「カルシウム不足」を気にする人が多い。肌荒れや便秘が症状としてある。
- 対策は、野菜料理を積極的に取ること、ビタミン剤やカルシウム食品を食べること。
- 遅い時間に食べることへの警戒心も強い。

4. 主婦の食生活への配慮

- 主婦は手作りにこだわりたい。しかし、なかなかそうはいかないのがジレンマである。
- 家族の食生活の管理が健康維持につながる意識が強く、たゆまぬ努力を続けている。
- 食品添加物への関心が高く、市販の加工品や総菜への不安がある。

II 健康志向

1. 健康への配慮度

- 健康に対する配慮度は主婦と若い女性では大きな差である。主婦は食生活や運動など健康維持に気をつけている割合が高い。

2. 健康のために気をつけていること・今後直したいと思っていること

- 若い女性の健康意識は高校卒業後、親の目が届かなくなってから芽生え始める。
- 高校生までは3食親が管理していたので、何も考えていない人が多い。一人暮らしを始めてから、または同居していても親の作った食事を食べなくなってから、気をつけなくてはと思い始める。
- 対策は「3食きちんと食べる」、「必要以上に食べない」、「インスタントものやお菓子を食べない」など、食生活を中心とした方法である。ただし、まだ緊迫感はなく、十分に行動には移せていない。

3. 健康への自信

- 現在健康に自信がある人も30年後の健康には自信がない。

Ⅲ. 牛乳との接触

1. 牛乳の飲み方・接し方

- 牛乳の必要性は理解しており、機会をみつけては飲むよう努力している。
- 若い女性では、ストレートより混合飲用が主流であり、何かと混ぜれば牛乳嫌いでも牛乳が飲める。
- コーヒーは牛乳をカップの半分位入れたカフェオレ風の飲み方が好まれる。

2. 牛乳の料理利用

- シリアルは割高で、子供が食べるもののイメージである。
- シリアルと牛乳の組み合わせは栄養価の点で評価が高く、愛用者もみられる。(特に夏場)
- 牛乳が嫌いな人でもシリアルなら食べられるという例もきかれた。
- シチュー、ホワイトソース、プリンなどのお菓子類にも牛乳は利用されている。
- 主婦では肉のにおい消し、揚げ物の衣の卵の代用などの利用法もあげられた。

3. 牛乳の外出シーン

- 主なメニューは、ミルクティやカフェオレ。
- 普通のコーヒーにも牛乳が欲しい。ポーションのミルクでは足りない。

4. 牛乳の商品バラエティについて

- 低脂肪乳の認知は高いが、「味が薄い」、「おいしさの点で不満」など評価は今一つである。
- 濃厚牛乳は「数字が大きいほど栄養がある」、「何か(体によくない添加物が)混ぜてあるのでは?」という誤解がある。
- カルシウム強化牛乳の人气が高く、購入意向も高い。

5. 牛乳の購入

- スーパーやコンビニエンスストアが主な購入経路であるが、主婦は生協を主に利用する人も多い。
- 一人暮らしの若い女性でも大半は牛乳を購入しており、家族と同居していても自分で買いに行く人もみられる。
- コンビニエンスストアは「種類が少ない」、「スーパーの方が新しい、安い」などの理由から、利用率は低い。
- 購入時には種類と鮮度に注目し、日付のチェックは念入りに行っている。
- スーパーで買う場合はブランドへのこだわりはなく、その店のメインの商品を「安い」、「売れているから新しい」という理由から選択している。

IV 牛乳に関する知識

1. ダイエット

- ダイエットは食事を控えたり、運動を心がける程度であり、無理なダイエットの弊害も認知されている。
- ダイエット中でも1日に必要な栄養素はとらなくてはいけないことを理解している。

2. 骨・カルシウム

- カルシウムの必要性は認識されているが、十分とれていると思う人は少ない。
- カルシウムの必要量に関する知識は主婦で十分あるが、若い女性ではまだ不十分である。
- 女性の骨の一生に関する知識は、主婦層にさえもまだ十分に伝わっていない。
- ストレート飲みでなくては牛乳の栄養は摂取できないという誤解もみられる。

3. 日本的食品との調和

- 牛乳はパン食に合う。しかし和食でも牛乳を飲める世代が育ってきている。

V ライフスタイル

1. 時間的・経済的ゆとり

- 学生は時間的・経済的ゆとりがあったら、旅行へ行きたい人が多い。

2. 情報の摂取

- 学生はあまり新聞を読んでいない。読んでも10分程度。OLは個人差が大きく、ほとんど新聞を読まない人と会社や家でじっくり30分読む人に二分された。
- OLは「ファッション誌」、「イベント情報誌」などを購読している。主婦は銀行や美容院で週刊誌を読む程度で自分では買わない人もいる。
- 昼の12時台のテレビは、主婦には「おもいっきりテレビ」が人気であり、健康情報が魅力となっている。

3. 豊かな生活のイメージ

- 豊かな生活とは食の充実。おいしいものを楽しく食べられることがポイントである。

〈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の度合い
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"> ・ 牛乳の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」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

〈付録 2〉 単純集計結果付き
調査票

(全員に)

問1 次にあげる飲み物を、あなたはこの1週間にお飲みになりましたか。それぞれの飲み物ごとに1つずつ番号に○をつけて下さい。(それぞれ1つずつ)

(n=4706)

	よ く飲 ん だ	時 々飲 ん だ	飲 ま か な っ た	NA
a) 牛乳(白)	46.1	34.6	19.1	0.3
b) コーヒー牛乳など乳飲料	9.5	29.6	59.2	1.7
c) 飲むヨーグルト・乳酸菌飲料	10.9	34.6	53.5	1.0
d) コーラなどの炭酸飲料	6.6	25.6	66.8	1.1
e) ジュース	9.5	37.0	52.3	1.2
f) 日本茶	64.9	22.3	12.5	0.3
g) コーヒー	42.1	28.5	29.0	0.5
h) 紅茶	9.5	25.9	63.5	1.1
i) ウーロン茶などの中国茶	19.1	29.1	50.9	0.9

(全員に)

問2 あなたは、日頃どの程度白い牛乳をお飲みになりますか。紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、コーンフレークスや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お答えください。(1つだけ)

(n=4706)

毎日飲む	42.5	月に2~3回飲む	6.4
週に5~6日飲む	9.3	それ以下しか飲まない	3.7
週に3~4日飲む	16.9		
週に1~2日飲む	11.7	全く飲まない	9.4

NA -

(全員に)

問3 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何杯飲みますか。1杯は140ml位です。そのまま飲む以外の場合も含めて、だいたい結構ですから次の中から1つだけお答えください。(1つだけ)

(n=4706)

コップ半杯位	7.4	コップ4杯位	2.4
コップ1杯位	42.2	コップ5杯位	1.2
コップ2杯位	27.5	コップ6杯以上	1.0
コップ3杯位	8.0	全く飲まない	10.4

→ 問9へ

NA -

【問3で1～7に答えた方に】

問4 あなたは、牛乳を飲む時はどのような飲み方をしますか。ふだんの量を100%としたとき、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。ただし、スープやグラタンなど料理に使っているものは除いてください。

a	そのまま飲む	81.4	%
b	コーヒー・紅茶・ココアなど 他のものと混ぜて飲む	16.1	%
c	シリアルやコーンフレークスにかける	2.5	%
合 計		100	%
		NA	0.3

【問3で1～7に答えた方に】

問5 あなたが牛乳を飲むのは、どんな時ですか。そのまま飲む以外の場合も含めて、時々でもよいので飲む機会をお答えください。（いくつでも）

朝食時	57.1	工作中	6.8
昼食時	19.5	勉強中	1.3
夕食時	11.9	レジャーやスポーツ時	3.9
おやつや間食	40.5	風呂上がり	33.0
夜食や寝る前	20.1	その他	4.0

NA 0.1

【問3で1～7に答えた方に】

問6 あなたはどんな所で牛乳を飲んでいきますか。（いくつでも）

自宅で	96.8	喫茶店、レストランや娯楽施設等で	5.3
職場で	12.7	屋外で	3.8
学校で	4.6	その他	0.6

NA 0.1

【問3で1～7に答えた方に】

問7 あなたは、ふだん牛乳を一日に何回飲みますか。そのまま飲む以外の場合も含めてお答えください。（1つだけ）

1回だけ	52.9	3回	10.2
2回	31.8	4回以上	4.7

NA 0.5

【問3で1～7に答えた方に】

問8 あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお選びください。(n=4216) (いくつでも)

おいしいから	24.8	習慣で	17.3
好きだから	26.0	いつも家にあるから	22.2
栄養があるから	45.4	家族が勧めるから	6.4
カルシウムがあるから	56.2	骨粗しょう症が心配だから	21.6
朝食など食事代わりに	8.9	その他	3.6
水の代わりに	19.3		

NA 0.1

(全員に)

問9 あなたはチーズををどの位の頻度で食べますか。また、ヨーグルトはどうですか。それぞれについて1つつお答えください。

(それぞれ1つつ)

(n=4706)

	週に4回以上	週に2～3回位	週に1回位	月に2～3回位	それ以下	全く食べない	NA
チーズ	5.1	12.2	16.1	23.0	22.8	20.5	0.4
ヨーグルト	11.6	18.1	16.3	17.9	15.7	19.9	0.6

(全員に)

問10 あなたは「骨粗しょう症」ということばを聞いたことがありますか。

(n=4706)

(1つだけ)

ある	93.4	ない	6.4	→ 問13へ
----	------	----	-----	--------

NA 0.1

【問10で1と答えた方に】

問11 「骨粗しょう症」は予防できるものだと思いますか。それとも、年をとると起こるもので予防できないものだと思いますか。(1つだけ)

(n=4397)

予防できるもの	86.0	予防できないもの	2.6	わからない	11.4
---------	------	----------	-----	-------	------

NA 0.0

【問10で1と答えた方に】

問12 「骨粗しょう症」を予防するためにはどんなことをしたら良いと思いますか。(n=4397) 次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも)

つとめて体を動かす・運動する	59.8	カルシウム錠剤を飲む	16.2
日光浴をする	44.0	骨密度をはかる	15.9
積極的に牛乳を飲む	69.7	その他	1.1
チーズ等の乳製品を食べる	49.2	()	()
カルシウムの多い野菜を食べる	62.3	何もしなくてよい	0.1
小魚などを食べる	85.9	わからない	3.9

NA 0.8

(全員に)

問13 成人の1日のカルシウム必要量は平均でどのくらいだと思いますか。(n=4706) (1つだけ)

100mg位	1.5	500mg位	6.6
200mg位	7.4	600mg位	26.2
300mg位	9.3	それ以上	1.5
400mg位	7.9	わからない	39.4

NA 0.3

(全員に)

問14 牛乳200mlにはどれくらいのカルシウムが含まれていると思いますか。(n=4706) (1つだけ)

100mg位	15.7	500mg位	1.4
200mg位	28.5	600mg位	1.0
300mg位	5.6	それ以上	0.2
400mg位	2.8	わからない	44.7

NA 0.3

(全員に)

問15 牛乳には、普通の牛乳以外にいろいろなものがありますが、あなたは次のうちどれをご存知ですか。このうち、あなたが1か月以内に飲んだものはどれですか。また、これから飲みたいと思うものはどれですか。(それぞれいくつでも)

(n=4706)

	知 っ て い る も の ↓	過 去 に 1 飲 ん だ も の ↓	今 後 飲 み た い も の ↓
低脂肪牛乳(ローファット牛乳) (乳脂肪の割合が低いもの)	80.2	33.9	17.1
濃厚牛乳(乳脂肪の割合が高いもの)	73.5	24.5	11.7
ロングライフ牛乳(LL牛乳) (3カ月間常温で保存できるもの)	48.2	8.2	6.6
低温殺菌牛乳 (62℃~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	52.3	16.6	11.3
クリームの層ができる牛乳(ノンホモ牛乳)	14.7	1.9	9.1
産地表示牛乳(北海道産など産地名がブランドになっている)	59.5	26.2	15.6
お腹がゴロゴロしない牛乳	41.6	2.8	11.9
栄養素を強化した牛乳 (カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)	47.4	14.3	27.3
ひとつもない	6.9	29.5	32.8
	NA	0.3	3.9
			5.0

(全員に)

問16 あなたは、あたたかいコーヒーや紅茶をふだんどうやって飲んでいま
すか。それぞれあてはまるものをいくつでもお選びください。

(それぞれいくつでも)

	砂 糖 を 入 れ て	ポ ー ク シ リ ヨ ー ン ム タ を イ 入 ブ れ の て	冷 た い 牛 乳 を 入 れ て	あ た た か い 牛 乳 入 を れ て	そ の 他 (シ レ ナ モ ン ・ 等)	何 も 入 れ な い で	飲 ま な い	NA
あたたかいコーヒー	50.0	35.0	20.3	10.7	0.7	20.8	14.4	0.4
あたたかい紅茶	37.5	8.4	10.1	7.5	19.4	20.2	30.3	1.5

(n=4706)

(全員に)

問17 次の食べ物を食べる時、あなたは牛乳を飲むことがありますか。それぞれについてお答えください。(それぞれ1つずつ)

(n=4706)

	よく飲む	時々飲む	絶対飲まない	NA
中華料理	2.0	9.3	87.4	1.3
洋食	7.9	30.5	60.6	1.1
和食	4.6	17.5	77.0	1.0
和菓子	7.9	29.0	62.3	0.9

(全員に)

問18 あなたの食生活は、全体として栄養バランスが十分とれていると思いますか。(1つだけ)

(n=4706)

十分バランスがとれている	16.4	あまりとれていない	25.6
ややとれている	55.4	全くとれていない	2.5

(全員に)

NA 0.0

問19 あなたは、食事をする時、楽しく食事をしていますか。(1つだけ)

(n=4706)

いつもしている	52.8	あまりしていない	11.4
時々している	34.6	全くしていない	1.0

NA 0.1

(全員に)

問20 あなたは、現在の自分の健康状態について、どの程度不安を感じていますか。(1つだけ)

(n=4706)

非常に不安を感じる	4.3
やや不安を感じる	46.1
あまり不安を感じない	40.8
全く不安を感じない	8.7

NA 0.0

(全員に)

問21 あなたは、自分の健康を維持するため食生活や運動などに、どの程度気をつけていますか。(1つだけ)
(n=4706)

十分気をつけている	15.2
やや気をつけている	53.5
あまり気をつけていない	28.1
全く気をつけていない	3.2

NA 0.0

(全員に)

問22 あなたは、骨を丈夫にするために何かやっていることがありますか。次の中から、行っていることをいくつでもお選びください。
(n=4706) (いくつでも)

つとめて体を動かす・運動する	44.9	カルシウム錠剤を飲む	8.1
日光浴をする	19.7	骨密度をはかる	2.6
積極的に牛乳を飲む	41.8	その他	1.2
チーズ等の乳製品を食べる	26.8	()	
カルシウムの多い野菜を食べる	36.8	何もしていない	15.7
小魚などを食べる	57.3		

NA 0.1

(全員に)

問23 あなたの生活には、「経済的なゆとり」と「時間的なゆとり」がどの程度ありますか。それぞれについてお答えください。

(1) 経済的なゆとりは (1つだけ) (2) 時間的なゆとりは (1つだけ)
(n=4706)

非常にゆとりがある	3.7
ややゆとりがある	43.9
あまりゆとりがない	43.5
全くゆとりがない	8.6

NA 0.3

非常にゆとりがある	12.0
ややゆとりがある	41.0
あまりゆとりがない	39.5
全くゆとりがない	7.2

NA 0.3

【フェイスシート】

◇◇ あなたご自身のことについてお答えください。 ◇◇

F 1 性別 (1つだけ)
(n=4706)

男	46.4	女	53.6	NA	0.0
---	------	---	------	----	-----

F 2 年齢 (1つだけ)
(n=4706)

13～15才	3.9	35～39才	9.1	60～64才	8.2
16～19才	6.3	40～44才	8.5	65～69才	6.5
20～24才	7.0	45～49才	10.9	70才以上	7.8
25～29才	7.2	50～54才	8.2		
30～34才	7.8	55～59才	8.4		

NA 0.0

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答えください。
(n=4706) (1つだけ)

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
農林漁業 3.4	管理職 5.1	専業主婦 16.6
商工サービス業 6.4	専門・技術職 11.5	学生 10.7
自由業 3.8	事務職 9.5	無職 10.2
内職 0.9	労務職 7.1	
	販売・サービス職 5.7	
	パート・アルバイト 8.9	

NA 0.3

F 4 お宅の家族構成を、次の中から1つだけお選びください。(1つだけ)
(n=4706)

単身世帯	4.9	3世代世帯(親, 子, 孫)	19.9
夫婦2人	16.5	その他	2.2
2世代世帯(親と子)	55.9	(具体的に)	

NA 0.6

F 5 あなたの家族は何人ですか。(1つだけ)
(n=4706)

1人(単身世帯)	4.9	5人	15.4
2人	18.8	6人	8.7
3人	18.7	7人以上	5.6
4人	27.1		

NA 0.8

F 6 あなたは、結婚なさっていますか。(1つだけ)
(n=4706)

既 婚 (同居)	67.5
既 婚 (離婚・死別・別居)	7.2
未 婚 (結婚したこと無い)	24.9

NA 0.4

F 7 あなたの学歴は、次のどれにあたりますか。(中退・在学中を含みます)
(n=4706) (1つだけ)

小・中学校 (旧高等小学校を含む)	20.5
高等学校 (旧中等学校を含む)	47.2
各種専門学校	9.0
短 大	7.3
大学・大学院 (旧専門学校を含む)	15.3

NA 0.7

F 8 あなたの住居は、次のどれにあたりますか。(1つだけ)
(n=4706)

持ち家 (一戸建)	73.6
持ち家 (集合住宅)	5.1
賃 貸 (一戸建)	4.7
賃 貸 (集合住宅)	14.8
その他	1.5

NA 0.3

F 9 お宅の世帯年収は全部でどのくらいになりますか。ご家族全部の収入を税込みで、ボーナス、内職、利息収入なども含めて概算でお教えてください。
(n=4706) (1つだけ)

300万円未満	10.5	700～800万円未満	8.4
300～400万円未満	9.9	800～900万円未満	6.3
400～500万円未満	9.9	900～1000万円未満	6.6
500～600万円未満	10.7	1000～1200万円未満	7.1
600～700万円未満	9.9	1200万円以上	9.2

NA 11.6

ここからはお宅での牛乳や乳製品の購入の仕方、飲み方、食べ方などについてお伺いします。お宅で食料品の買い物など主婦の役割をなさっている方がお答えください。主婦及び単身世帯の方はご自身がご記入ください。
(全員に)

Q1 あなたご自身は、あなたの世帯の中でどういう位置づけにありますか。
(n=4706) 次の中から1つだけ選び、番号に○をつけてください。(1つだけ)

専業主婦	46.1	単身世帯	5.0
有職主婦(フルタイム)	23.3	その他	3.3
有職主婦(パートタイム)	22.1	(具体的に)	

(全員に) NA 0.3

Q2 あなたご自身の年齢をお知らせください。(1つだけ)
(n=4706)

19才以下	0.3	35~39才	9.9	55~59才	9.8
20~24才	1.8	40~44才	14.0	60~64才	8.6
25~29才	5.1	45~49才	17.7	65~69才	6.1
30~34才	8.1	50~54才	12.8	70才以上	5.7

(全員に) NA 0.1

Q3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。
(n=4706) (1つだけ)

いる	24.6	いない	74.9	→ Q5へ
----	------	-----	------	-------

【Q3で1の方に】 NA 0.6

Q4 そのお子さんのうち、小さい方から2人について、それぞれ以下の間にお答えください。(1つずつ) (注) コップ1杯は 140ml位です

	1番小さいお子さん(n=1128)		2番目に小さいお子さん(n=617)	
性別は	男 52.8	女 47.2	男 54.0	女 46.0
年齢は	0才(乳児)	10.6	0才(乳児)	0.3
	1~3才	29.2	1~3才	13.1
	4~6才(小学校入学前)	16.8	4~6才(小学校入学前)	24.3
	小学校1~3年生	23.1	小学校1~3年生	29.3
	小学校4~6年生	20.2	小学校4~6年生	31.9
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答えください)	飲まない	14.8	飲まない	2.6
	コップ半杯位	7.6	コップ半杯位	4.7
	コップ1杯位	20.8	コップ1杯位	27.6
	コップ2杯位	27.7	コップ2杯位	33.5
	コップ3杯位	18.9	コップ3杯位	18.3
	コップ4杯位	6.1	コップ4杯位	7.5
	コップ5杯位	2.8	コップ5杯位	3.9
	コップ6杯以上	0.8	コップ6杯以上	1.9
	NA 0.4		NA 0.0	

(全員に)

Q 5 お宅ではどれくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(1つだけ)
(n=4706)

毎日	24.5	2週間に1回位	3.5
週に2~3回位	48.4	月に1回以下	1.9
週に1回位	16.7	ほとんど買わない	4.6

NA 0.4

(全員に)

Q 6 お宅では、平均すると1週間に牛乳をどのくらい購入していますか。
下記の記入例に従い、リットルを単位として少数点以下1位まででお
答え下さい。
なお、牛乳を全く買わない方は「0」とお書きください。

(n=4706)

約 3 . 5 リットル

<記入例>

1週間に1リットルパックを2本と200mlビン_を3本買って
いる場合 (100mlは0.1lです)

約 2 . 6 リットル

(全員に)

Q 7 お宅では、低脂肪牛乳(ローファット牛乳)や栄養強化牛乳(濃厚牛
乳も含む)をお買いになられていますか。リットルを単位として、少数
点以下1位まででお書き下さい。
なお、それぞれの牛乳を全く買わない方は「0」とお書きください。

(n=4706)

低脂肪牛乳(ローファット) 約 0 . 7 リットル

栄養強化牛乳
(濃厚牛乳も含む) 約 0 . 6 リットル

【Q5で1～5とお答えの方に】

※ Q5で「6 ほとんど牛乳を買わない」とお答えの方はQ12へお進みください。

Q8 お宅では、牛乳をどこで買っていますか。この1カ月間に買ったことがあるものをすべてあげてください。（いくつでも）
(n=4473)

スーパー	82.2
コンビニエンスストア	17.9
生協などの共同購入	15.4
牛乳販売店	17.5
その他	4.2

NA 0.6

【Q5で1～5とお答えの方に】

Q9 あなたは牛乳を買う時、ふだんどのような買い方をしていますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。（いくつでも）
(n=4473)

売り場にたくさん陳列されている牛乳を買う	18.8
なるべく新しい牛乳を買う	77.8
価格の安い牛乳や特売になっている牛乳を買う	30.8
低脂肪牛乳（ローファット）を買っている	26.3
濃厚牛乳（乳脂肪の割合が高いもの）を買っている	15.2
ロングライフ牛乳（LL牛乳）を買っている	2.1
低温殺菌牛乳を買っている	9.7
栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を買っている	11.0
北海道産など産地銘柄の牛乳を買っている	20.4
1ℓよりも500mlの小さい容量の牛乳を買う	3.9
1度に2本以上の牛乳を買う	24.3
牛乳は宅配で買っている	18.7
どれも該当しない	0.8

NA 0.3

【Q5で1～5とお答えの方に】

Q10 あなたは、牛乳の特売があると知ると、いつも買う店でない所でもわざわざ行って買いますか。（1つだけ）
(n=4473)

特売の店を選んで買いに行く	5.0	そこまではしない	94.1
---------------	-----	----------	------

NA 0.9

【Q5で1～5とお答えの方に】

Q11 特売で買うとお宅の牛乳消費量は増えますか。それとも買いだめするだけで増えませんか。あてはまるものを1つお答えください。

(n=4473)

(1つだけ)

消費量が増加する	13.6	消費量は同じ	83.3
----------	------	--------	------

(全員に)

NA 3.1

Q12 次にあげる乳製品等のうちで、(1)お宅でよく利用するもの、(2)これからもっと使ってみたいものはどれですか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。(いくつでも)

(n=4706)

	現在よく 利用しているもの ↓	これからもっと 使ってみたいもの ↓
プロセスチーズ	47.1	13.9
クリームチーズ	11.3	10.7
カマンベールチーズ	12.0	10.8
カッテージチーズ	3.4	6.6
粉チーズ	31.6	10.9
スキムミルク	11.3	13.0
ピザ用、トースト用チーズ	42.5	14.4
スライスチーズ	39.6	10.9
おやつチーズ	14.3	7.0
チーズケーキ	25.2	8.4
チーズデザート	6.5	6.4
その他のチーズ()	1.0	1.3
ヨーグルト	72.0	26.6
アイスクリーム	61.5	11.5
サワークリーム	1.9	6.1
生クリーム	19.6	8.3
バター	55.6	13.4
マーガリン	75.2	16.7
1つもない	4.4	33.7
NA	0.1	2.1

(全員に)

Q13 お宅ではこの1, 2年、どのように出費が変化しましたか。減ったもの、同じもの、増えたものをそれぞれお知らせ下さい。

(それぞれいくつでも)

(n=4706)

	減 っ た も の ↓	同 じ も の ↓	増 え た も の ↓
米など主食費	13.1	63.5	21.2
牛乳	5.1	70.0	21.6
おかし・おやつ類	29.8	47.0	18.8
副食費	7.3	59.9	27.6
酒などアルコール	18.3	61.3	14.2
外食費	30.2	46.3	18.0
水道・光熱費	5.2	55.5	36.3
ふだん着	14.3	68.8	11.9
背広・スーツなどの外出着	25.5	56.3	12.4
医薬品・医療費	12.2	56.9	26.8
交通費・通勤費	9.4	64.6	19.7
教育費	20.8	33.8	33.6
交際費	7.2	54.4	33.8
映画・本などの教養費	15.6	60.9	16.1
レジャー費・娯楽費	20.4	52.6	21.3
旅行費	25.6	48.2	20.0
夫のこづかい	9.8	67.2	12.3
妻のこづかい	16.2	67.2	5.5
子どものこづかい	12.3	40.9	22.2
貯蓄に回すお金	36.5	49.6	8.7
NA	17.6	1.2	14.0

【長い間ご協力ありがとうございました】

1996 牛乳乳製品の消費動向に関する調査
〔第10回〕

1996年11月発行

発行 社団法人 全国牛乳普及協会
東京都千代田区一番町22-1
一番町セントラルビル
電話 (03) 3262-7181(代)

後 援 農 林 水 産 省
農 畜 産 業 振 興 事 業 団

調査実施機関 株式会社 日本リサーチセンター