
1995

第9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 畜産振興事業団

目 次

調査設計	
調査の目的	1
調査方法	2
調査結果の要約と今後の課題	
調査結果の要約	7
今後の課題	11
調査結果の詳細	
I 牛乳・乳製品の飲・食用実態	15
1. 牛乳の飲用頻度と量	15
1) 牛乳の飲用頻度	15
2) 牛乳の飲用量	17
3) 牛乳の飲用量によるクラスター分類	25
2. 1日当たりの牛乳の飲用回数	27
3. 牛乳の飲用機会	29
4. 牛乳を飲む場所	31
5. 牛乳を飲む理由・飲まない理由	33
1) 牛乳を飲む理由	33
2) 牛乳を飲まない理由	36
6. チーズとヨーグルトの食用頻度	38
II 牛乳・乳製品の購入・利用実態	41
1. 牛乳の購入頻度と購入量	41
2. 牛乳購入経路とその割合	46
1) 利用率	46
2) 購入経路別購入量の比率	48
3) 購入量のシェア	49
3. 牛乳の料理への利用状況	51
1) 料理への利用頻度	51
2) 料理への利用量	52
3) 牛乳を料理に使わない理由	53
4. 常備率	55
5. 家庭での乳製品の利用状況	56
III 牛乳をとりまく背景	60
1. 飲み物の中での牛乳の位置づけ	60
1) よく飲む飲み物	60
2) 飲用機会別飲みたい飲み物のコンセプト	63
3) 「牛乳は太る」イメージの強さ	64

2. 「骨粗しょう症」について	65
1) 「骨粗しょう症」という言葉の認知率	65
2) 「骨粗しょう症」の認知内容	67
3) 「骨粗しょう症」の予防方法の認知	69
4) カルシウムの1日の必要量と牛乳に含まれる量の認知	71
3. 媒体接触	74
1) 閲読新聞	74
2) 新聞閲読時間	76
3) 新聞閲読記事	77
4) テレビ視聴時間	78
5) テレビ視聴時間帯	79
6) 好きなテレビ番組	82
7) 閲読雑誌	83
4. 生活の実態	85
1) 朝食や夕食を食べる頻度	85
2) 朝食や夕食を一緒に食べる人	88
3) 家事参加度	91
4) 健康状態	92
5) 健康管理者	93
5. 主婦の生活配慮度	96
1) 健康や食生活に関する配慮度	96
2) 加工食品や市販惣菜の利用頻度	98
3) 調理器具の利用状況	100
グループインタビュー結果のまとめ	103

《付録1》各年度のテーマとサンプル数

《付録2》単純集計結果付き調査票

はじめに

ブリヤ・サヴァランは、「美味礼讃」(1825年)のなかで、書いている。「どんなものを食べているか試してみたまえ。君がどんな人であるかをいいあててみせよう」、また「国民の盛衰はその食べ方いかんによる」と。

この警句は、ある国民がある食べ方をし、別の食べ方をしないかを知るためには、食べる側のライフ・スタイルや国民性を考えあわせる必要があることを示唆している。

牛乳の消費も、国民のライフ・スタイルに影響される。このため、ことしはわたくしたち日本人のライフ・スタイルに光をあてることをはじめて試みた。わたくしたちの生活文化の一端をうかがえて、おもしろい。

サヴァランがこの本を出版してから35年後、日本では幕末だが、勝海舟ほかチョンマゲ姿のサムライたちの幕府使節団が米国にはじめて渡航した。そのなかに福沢諭吉がいた。諭吉は、オランダ語の書物を渉猟して、西欧事情に通曉した幕末きってのインテリだった。しかし、アメリカ人の家庭に招かれ、夫人が客間にすわりこんでしきりに客の取り持ちをし、亭主が周旋奔走しているのをみて、日本とアベコベだと驚倒している。

それから100年余、男子厨房に入らずの風習、つまり諭吉の驚倒した文化のちがいは、日本女性の社会進出の飛躍的増大にもかかわらず、牢乎として抜き難く存続しているなどと、この報告書は興味深く語っている。

1995年11月
社団法人 全国牛乳普及協会
会長 鴻巣 健治

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年度に全国の消費者やモニターの方々を対象に牛乳・乳製品の消費動向を調査したことに始まった。以来、1994年度まで8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におさえるとともに、各年テーマを設定し、分析を行ってきた（具体的なテーマは付録を参照のこと）。

今回、第9回調査では、調査時期を従来の秋から初夏に移行したことに伴い、調査項目の一新を図った。牛乳・乳製品の消費動向および意識等の時系列変化をおさえるとともに、今回の特別な課題である下記のテーマを深く掘り下げ、牛乳・乳製品の需要拡大に寄与するような資料を得ることを目的とする。

今回のテーマ

1 牛乳をとりまくライフスタイルを明らかにする

牛乳の飲用の実態のみでなく、牛乳をとりまくライフスタイルを明らかにし、プロモーションを行っていくための基礎資料を得る。

2 「牛乳は太る」イメージの解明を

ヤング女性は食品に対し、「太らない」ことを強く希望しているが、その一方で牛乳は太るのではないかという誤解もみられる。この誤解はどこからくるのか、それを解消するにはどうしたらよいかを探究する。

3 骨粗しょう症予防とカルシウム、牛乳の関係を明確に

骨粗しょう症は名前の認知率だけは非常に高くなったが、1日に必要なカルシウム量やそれをとるために必要な牛乳の量に関する理解度はかなり低い。この両者の間をうめるには牛乳に含まれるカルシウム量の理解が必要だが、その理解度はどの程度であり、この理解を深めるにはどのようなアプローチが必要かをさぐる。

調査方法

1. 目的

牛乳・乳製品に関する購入実態、飲・食用実態、牛乳・乳製品に関する意識、知識、イメージなどの時系列変化を明らかにするとともに、新しいテーマについて追求する。

2. 対象者

13才以上の男女個人 6,000人

(ただし、購入等に関する質問に関しては、その世帯の主婦的役割を担う人が回答する。

単身世帯の場合は本人が全て回答)

3. 調査方法

留置併用訪問面接法

4. 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毎に市町村を抽出し、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。

5. 地域

全国 6,000 サンプル(下表参照)

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

6. 調査期間

1995年 5月24日～6月15日

7. 回収状況

回収数 4,668 サンプル (77.8%)

未回収数 1,332 サンプル (22.2%)

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,332s	201	93	292	622	72	52
100.0%	15.1	7.0	21.9	46.7	5.4	3.9

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。

1. 対象者

女子高校生	7名	} 各1グループ 計4グループ
女子大学生（短大・専門学校生を含む）	8名	
29才以下のOL（未婚者のみ）	6名	
中高生の娘を持つ母親	8名	

2. 調査地域

首都圏

3. 調査方法

グループインタビュー

4. 調査日時

1994年7月20日～21日

データを読む上での注意

択一式選択肢の場合、回答率の合計が100.0%になるべきだが、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ことによる。

調査結果の要約と
今後の課題

調査結果の要約

注) *のついた項目は今回新しく調査したもの

1. 牛乳の飲用頻度と量

(1)牛乳を毎日飲む人が増加

牛乳の飲用頻度は、1ヵ月平均19回で1990年代に入ってから変化はないが、毎日飲む人はわずかずつ増えてきている(本文中P15)。

(2)牛乳の飲用量は9年のうちに2割アップ

1日当たりの平均飲用量は151mlで、1987年と比べると約20%増加している。また、1994年に男女の飲用量が逆転したが、1995年も引き続き男性より女性の方がたくさん牛乳を飲んでいる(本文中P17)。

(3)男女ともヤングの飲用量が伸びている

男女とも小学生までは1日300ml前後牛乳を飲んでいるが、中学・高校と成長に従って飲用量が減り、20代以降ではコップ1杯(140ml)前後となる。1995年は男女とも20代以下のヤング層で飲用量の伸びがみられる(本文中P18, 19)。

2. 牛乳の飲用状況

* (1) 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」が半数を占める。「2回」は27%、「3回以上」が12%で、合わせると3人に1人は1日2回以上飲んでいる(本文中P27)。

* (2) 牛乳は自宅で飲む人が圧倒的

8割の人は牛乳を「自宅」で飲む。「職場」では1割、「学校」や「屋外」で飲む人はごくわずかである(本文中P31)。

* (3) 牛乳は朝食以外にも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、2割の人が「夜食や寝る前」に牛乳を飲んでいる。若い人は朝食に限らず昼食や夕食にも飲んでいる(本文中P29)。

3. 牛乳の飲用理由

(1)牛乳はカルシウムや栄養などの機能で飲まれている

牛乳は「カルシウムがある」、「栄養がある」という機能的な理由から飲む人が多い。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代以上の女性で高い。「いつも家にある」も全体で21%にあげられている(本文中P33)。

(2)牛乳を飲まないのは、他の飲み物を飲んだり、お腹に合わないから

牛乳をあまり飲まない人は全体の21%であり、この人たちが牛乳を飲まないのは「他の飲み物を飲むから」が39%と最も多く、若い層ほど多い傾向がある。中年以上では、「下痢をする

ことがある」、「お腹がゴロゴロする」などお腹に合わないために飲まない人が多く、においや味を気にする人は男性より女性に多くみられる（本文中P36）。

4. 牛乳の購入実態

(1)牛乳の購入頻度、購入量とも横ばい

世帯当たりの牛乳の購入頻度は月平均13回であり、1週間当たりの購入量は平均 3.6ℓで、ともに大きな変化はみられない（本文中P41, 42）。

* (2)家庭で消費される牛乳の14%が牛乳販売店で買われている

牛乳の家庭での総購入量を経路別の割合で見ると、スーパーが67%と最も多く、次いで牛乳販売店14%、共同購入11%であり、コンビニエンスストアは4%のシェアであった（本文中P49）。

* (3)東北地方と中国地方で牛乳販売店のシェアが高い

東北地方と中国地方では家庭の購入量の4分1は牛乳販売店から買われている。コンビニエンスストアからの購入量の割合は中国、四国地方では非常に少ない（本文中P50）。

5. 牛乳の料理への利用状況

(1)3世帯に2世帯は月に1回以上牛乳を料理などに使っている

月1回以上牛乳をお菓子作りや料理に使う世帯は64%で、主婦が若いほど頻繁に使う傾向がある（本文中P51）。

* (2)料理などに使う牛乳の量は1ヵ月当たり700ml

牛乳を料理などに使ったことのない世帯も含めると、料理などに使う牛乳の量は1ヵ月の平均で700mlである。これは購入量（週平均3.6ℓ×4週間）の5%に過ぎない。使う量も若い主婦の世帯ほど多い傾向がみられる（本文中P52）。

(3)牛乳を料理などに使わないのは「そのまま飲んだ方がおいしいから」

牛乳を料理などに使わないのは、「そのまま飲んだ方がおいしい」が最大の理由である。次いで「食べる人が少ない」、「家族が喜ばない」など家庭の事情をあげる世帯が多く、「調理のしかたがわからない」主婦も18%みられる（本文中P53）。

6. 牛乳の飲用をはばむもの

* (1)ヤング女性の2割は牛乳を1日1杯飲むと太ると心配

牛乳を1日に1杯飲んだら太ると思う人は、男女全体では16%だが、29才以下のヤング女性では22%と多くなる。特に牛乳を毎日飲んでいないヤング女性で太ることを心配する人が多くみられる（本文中P64）。

(2) ヤング女性で牛乳をあまり飲まない人は炭酸飲料や果汁入りジュースをよく飲む

10～20代の若い女性であまり牛乳を飲まない人が炭酸飲料や果汁入りジュースを飲む割合は、4～5割であり、全体平均の2割より多い。一方20代以下の男性では、牛乳を飲まない人ほどビールなどのアルコール飲料を飲んでいる傾向がみられる（本文中P61）。

7. 骨粗しょう症とカルシウム量の知識

(1) 「骨粗しょう症」の認知率は9割をこえた

「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え、91%になった（本文中P65）。

(2) 10代のまだ低い認知率

10代の「骨粗しょう症」の認知率は、20代以上に比べると男女とも約20ポイントの差があり、まだ低いレベルである（本文中P65）。

* (3) 「骨粗しょう症」の予防には、牛乳、小魚などがよいことは知られている

「骨粗しょう症」の予防には、カルシウム錠剤より、小魚、牛乳、野菜、乳製品など、カルシウムの多い食品からとるとよいことが広く知れ渡っている（本文中P69）。

* (4) カルシウムの量に関する知識は不十分

1日に必要なカルシウム量が最低600mgと知っているのは4人に1人。また、牛乳200mlに含まれるカルシウム量が200mgであることを知っている人も4人に1人である。ともに「わからない」が半数を占め、カルシウムの量に関する知識はまだ充分でない（本文中P71）。

8. 新聞やテレビとの接触

* (1) 10～20代の新聞を読む時間は10分程度

男女とも10代の1割は新聞を読んでおらず、若い層ほど短時間しか読まない傾向がみられる。平均閲読時間は、男性の方が女性より長い（本文中P76）。

* (2) テレビを見る時間は60代以上は特に長い

テレビは「ほとんど見ない」人から「5時間以上」見る人までばらついている。平均視聴時間は男性（2時間28分）より女性（2時間51分）が長く、男女とも60代以上で特に長くなる（本文中P78）。

* (3) 男性と女性では読む新聞記事が大きく異なる

男女を比較すると、男性は「スポーツ面」、「政治面」、「経済面」などを読む人が多く、女性は「家庭面」、「芸能／文化面」、「投書欄」などを読む人が多いという差がみられる（本文中P77）。

9. 食生活に関するライフスタイル

* (1) 朝食を食べない人は20代に多い

「毎日」朝食を食べる人は全体では81%と高い。ただし、男女とも20代が最も低く、20代女性は3人に2人、20代男性は半数しか毎日食べていない（本文中P85）。

* (2) 夕食を家で食べない20代男女

夕食を自宅で食べる頻度も、男女とも20代で最も低く、特に男性は自宅では食べない傾向が強くみられる（本文中P86）。

* (3) 朝食の個食傾向が強い10～20代

朝食を「家族全員」で食べているのは34%。一人暮らしではないのに「自分ひとりで」食べる人は男女とも10代、20代では4人に1人にのぼっている（本文中P88）。

10. 健康の自己管理と食まわりの家事参加

* (1) 中年男性は自分の健康管理を妻に委ねている

自分の健康管理はほとんど全員が「自分自身」でしている。30代以上の男性では「配偶者」にもしてもらう人が3～4割みられるが、女性の30代以上では「配偶者」に頼る人はほとんどいない。10代の若い層では男女とも半数が「母親」を頼っており、「父親」に頼るケースは非常にまれである（本文中P93）。

* (2) 男性の家事協力のトップはごみ出し

食生活にかかわる家事のほとんどは女性が行っている。男性がする家事は「ごみ出し」や「買い物」が主であり、平日と休日でも参加度にはほとんど差がみられない。また、男性の3人に1人は全く何もしていない（本文中P91）。

11. 生活に関する配慮度と牛乳

* (1) 生活配慮度が高い主婦ほど牛乳をたくさん買っている

食生活や健康などに関する配慮の質問に回答数が多い人を「生活への配慮度の高い主婦」とすると、生活配慮度が高い主婦ほど牛乳の購入量が多い傾向がみられる（本文中P96）。

* (2) 牛乳をたくさん買っている主婦は市販の惣菜や持ちかえり弁当をあまり利用しない

市販の惣菜や持ちかえり弁当、インスタントの麺類などは単身世帯で多く利用されている。牛乳の購入量が多い世帯や主婦の生活配慮度が高い世帯では、あまり利用されていない（本文中P99）。

今後の課題

1. 毎日きちんと朝食を食べる習慣を。できれば牛乳1杯をつけて

20代では男女とも朝食を毎日きちんと食べていない人が多くみられる。この世代では夕食も自宅ですることが少なく、栄養バランスの悪さが懸念される。若いときにしっかりとした食習慣をつけておくことが、中年以上の健康に大きく影響する。できれば朝食に牛乳を1杯つけると、骨の貯金にもプラスになる。

2. 毎日1杯牛乳を飲んでも太る心配はない

若い女性の中には太ることを心配して、牛乳を飲まずに果汁入りジュースや炭酸飲料を飲む人がいるが、牛乳のカロリーはコップ1杯(200 ml)で約120kcal にすぎない。ダイエットをしているときでも、カルシウムやたんぱく質は不可欠なので、これらを豊富に含んでいる牛乳を飲むように心掛けることが大切である。

3. カルシウムは1日最低600mg必要。牛乳だけなら1日2杯で必要量の3分の2がとれる

1日当たりに必要なカルシウム量や牛乳に含まれるカルシウム量を正確に知っている人は多くない。牛乳の量と牛乳に含まれるカルシウム量は200mlなら200mgで、単位は違うが数字は同じである。牛乳1杯はおよそ200mlなので、毎日2杯ずつ牛乳を飲めば、1日の最低必要量600 mgの3分の2が確保できる。

4. バランスのとれた食生活に牛乳を

健康や食生活への配慮をしている主婦ほど牛乳をたくさん購入している。また、牛乳をたくさん買う主婦は市販の惣菜や持ちかえり弁当、インスタント食品などをあまり使っていない。食生活に気を配って、牛乳をたくさんとることが重要である。

調査結果の詳細

I 牛乳・乳製品の飲・食用実態

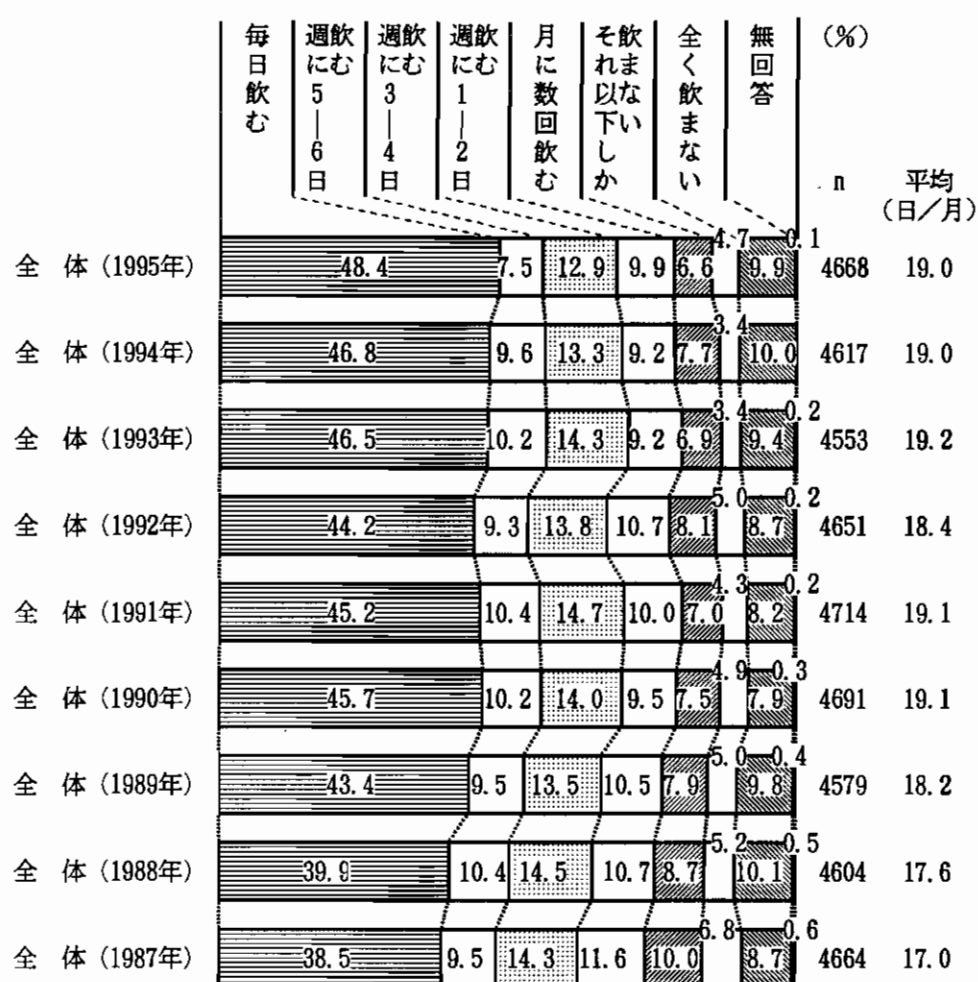
1. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

牛乳を「毎日飲む」人は48%と半数近いのに対し、「全く飲まない」人は10%である。全く飲まない人も含めた全体の1ヵ月当たりの平均飲用日数を計算すると、19日である。

時系列でみると、1990年代に入ってから大きな変化がみられない。

図表 I - 1 牛乳を飲む頻度



性・年齢別にみると、男性は10代の平均が22回と高いが、20代から落ち込み、40代で最低、50代から再び上向く。これに対し、女性は20代以下では低いが、30代から上がり、その後は変化がみられない。これは過去の調査とほぼ同じ結果である。

図表 I - 2 性・年齢別 牛乳を飲む頻度

(単位 回/月)

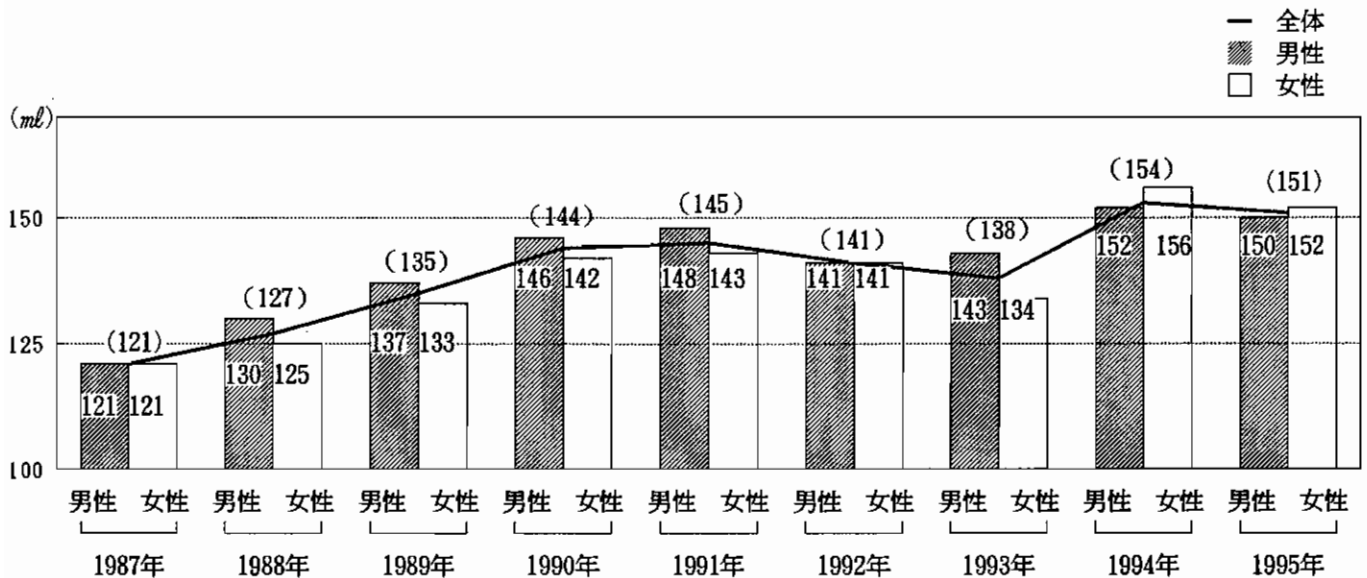
		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年
全 体		17.0	17.6	18.2	19.1	19.1	18.4	19.2	19.0	19.0
男 性	10代	19.5	18.9	20.0	18.8	22.0	20.9	21.9	20.8	21.9
	20代	14.5	14.8	15.7	16.4	16.4	14.4	16.8	15.6	17.2
	30代	13.6	16.3	16.7	18.9	16.6	15.7	18.4	17.2	17.0
	40代	15.0	15.8	16.0	18.5	17.2	15.2	17.8	16.3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

2) 牛乳の飲用量

13才以上の牛乳の1日当たりの平均飲用量は151mlである。これは1994年に比べると、わずかに減少しているが、長いレンジで見ると、牛乳の飲用量は1987年以降わずかながら増加し、9年間で約20%の増加となっている。

性別の平均飲用量を比べると、1993年までは男性の方が多く飲んでいましたが、1994年より逆転し、女性の方が多く飲んでいる。今回もこの傾向が続いている。

図表 I - 3 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (13才以上)



※なお、この飲用量の算出は「牛乳の飲用頻度×1日当たりの飲用量(コップでの杯数)×140ml(コップ1杯の量)」で行っている。

乳幼児からの牛乳飲用量の変化をみると、男女とも幼児から小学校高学年までは200~300ml台とたくさん飲んでいるが、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急激に減る。そして、女性では10代後半から、男性では20代から上の年齢層では、150ml前後に落ちつく、という流れになっている。

図表 I - 4 性・年齢別 牛乳の1日当たりの平均飲用量

(ml)

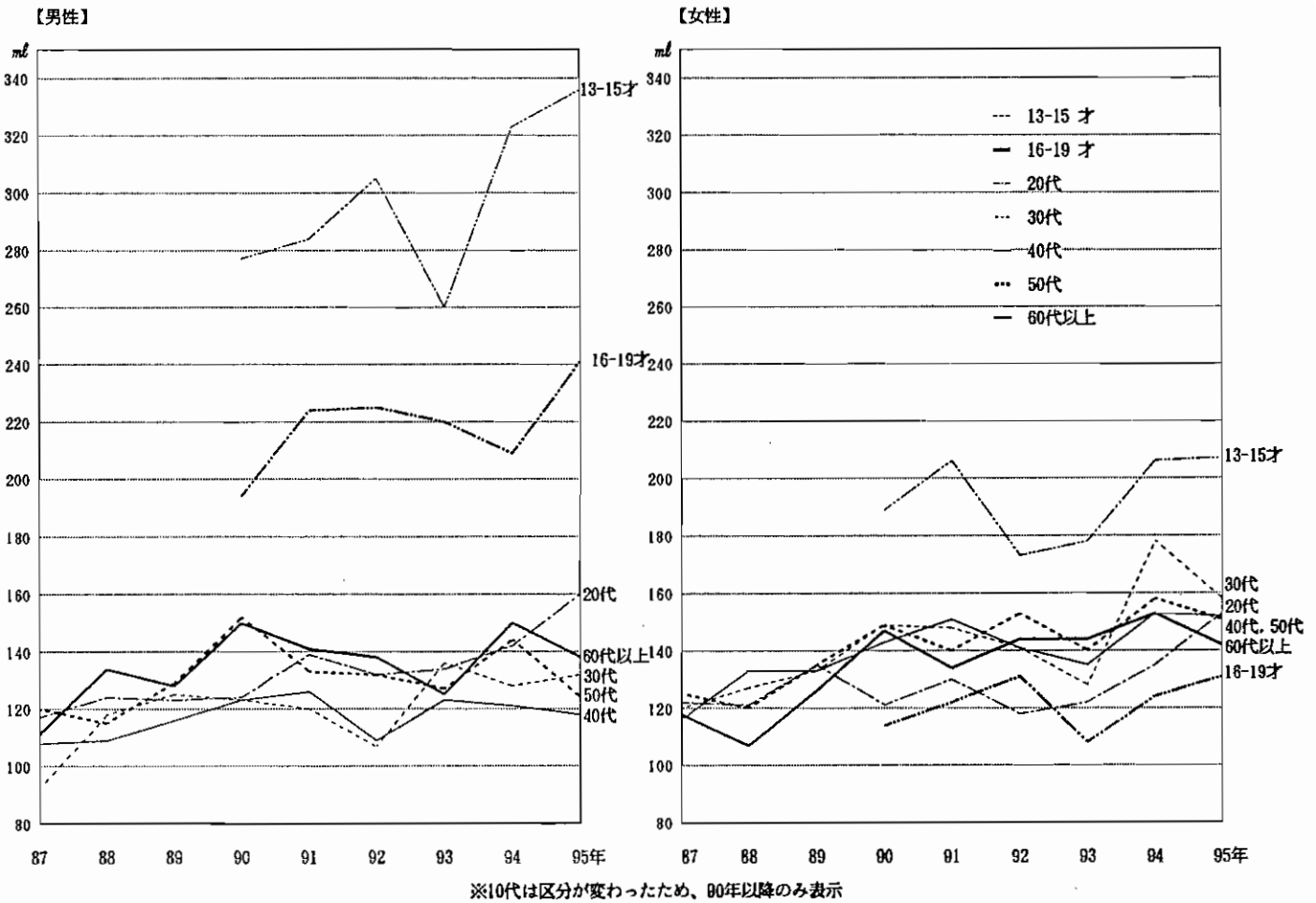
区分	性	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	50 100 150 200 250 300 350					
		1~3才	男	263	237	266	270	260	261	266	293	225				
	女	239	214	219	245	242	210	252	293	226						
4~6才	男	256	243	260	260	266	256	275	318	245						
	女	217	200	216	228	234	242	239	272	251						
小1~小3	男女*	279	281	292	292	296	324	306	328	324						
	男女*	262	236	246							259	254				
小4~小6	女*	236	230	246	304	311	324	327	351	328						
	男女*	293	289	300							249	260				
13~15才	男	247	215	269	277	284	305	260	323	336						
	女*	160	182	208							189	206				
16~19才	男	168	174	192	194	224	225	220	209	241						
	女	113	125	113							114	122				
20代	男	117	124	123	124	139	132	134	142	160						
	女	122	121	135							121	130				
30代	男	92	118	125	123	120	107	136	128	132						
	女	120	127	133							149	148				
40代	男	108	109	116	123	126	109	123	121	117						
	女	116	133	133							143	151				
50代	男	120	115	129	152	133	132	127	144	124						
	女	125	120	135							149	140	153	140	158	151
60代以上	男	111	134	128	150	141	138	125	150	138						
	女	118	107	126							147	134	144	144	153	142

※ 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。

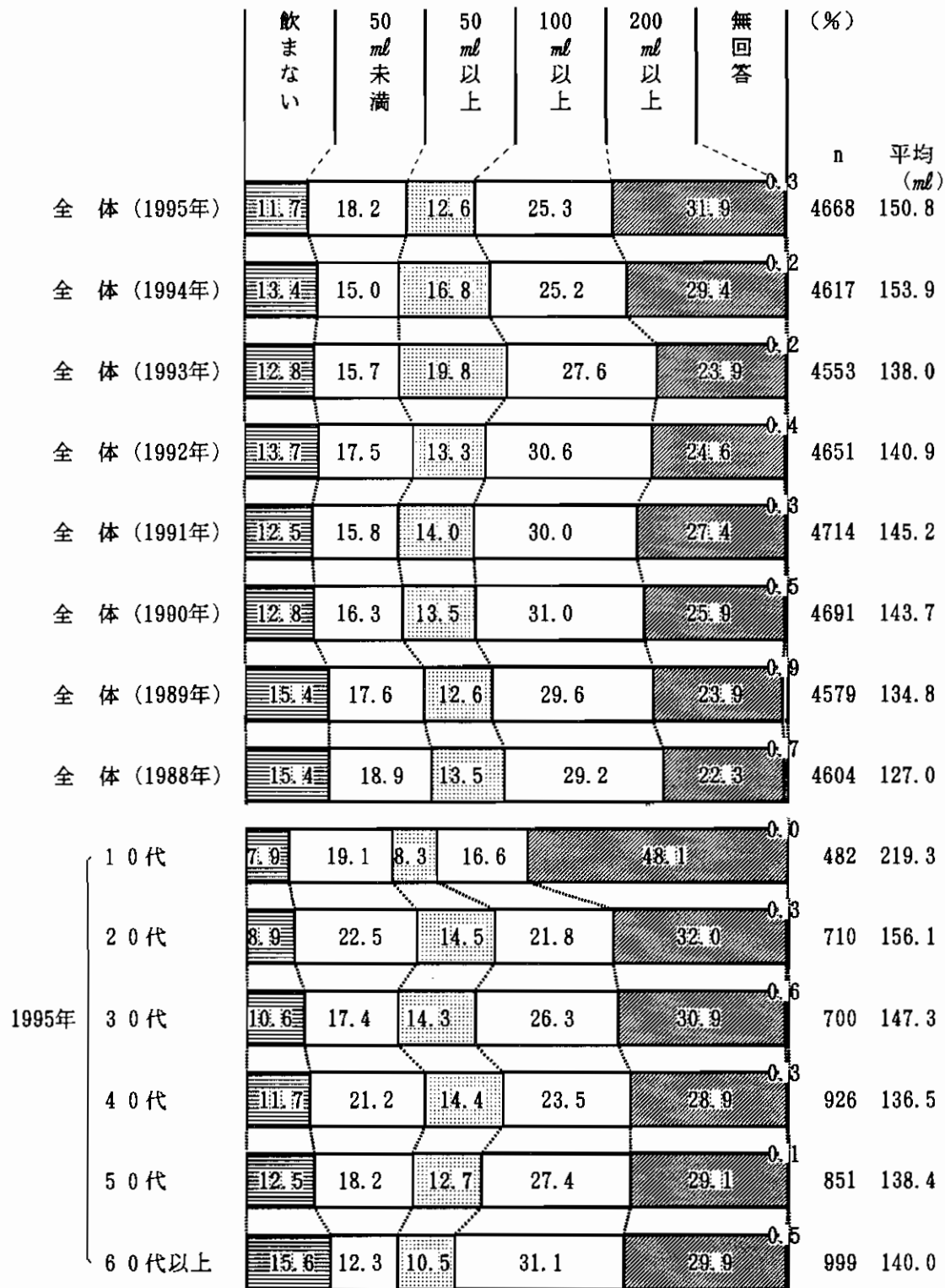
※※ 1才~小学生までの飲用量はその世帯の主婦が回答している。

性・年齢別の牛乳の飲用量を時系列で追ってみると、今回男性では20代以下の若い層の伸びが著しい。女性でも20代で大きな伸びがみられ、16～19才の層でもこの3年間は伸び続けている。ヤング女性向けのキャンペーン効果がうかがえる。

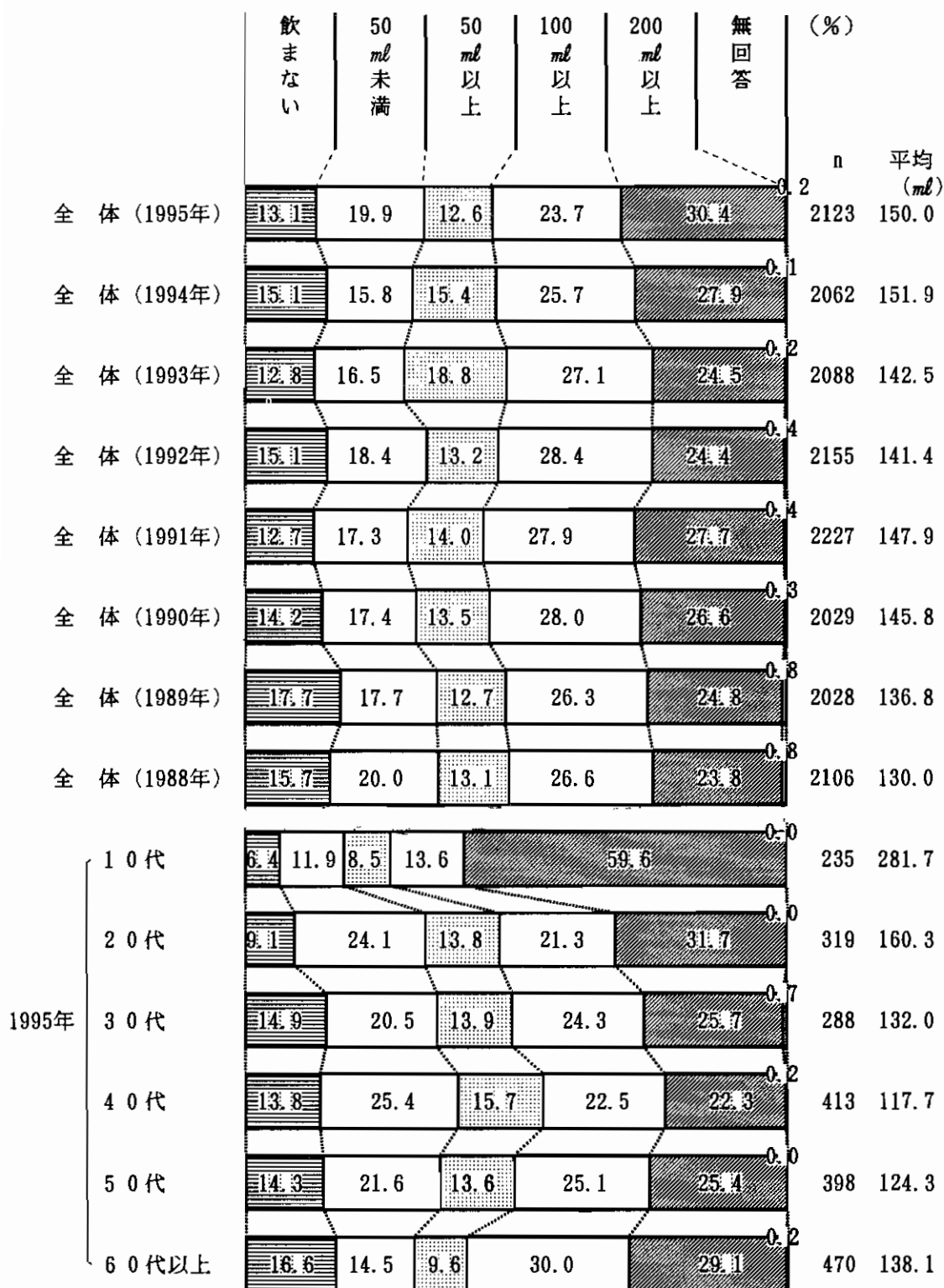
図表 I - 5 牛乳の1日当たりの平均飲用量の変化



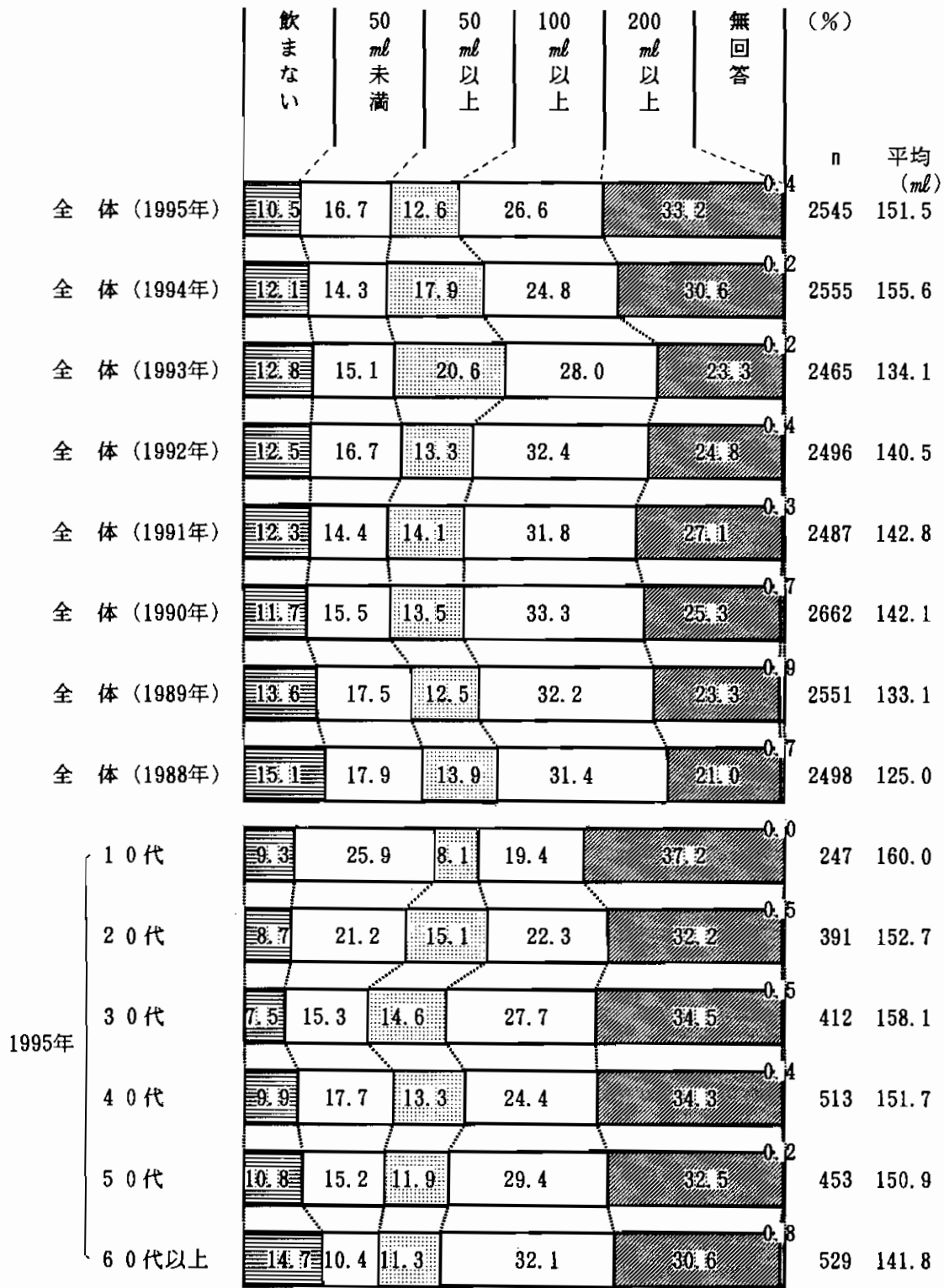
図表 I - 6 牛乳の1日当たりの平均飲用量（全体）



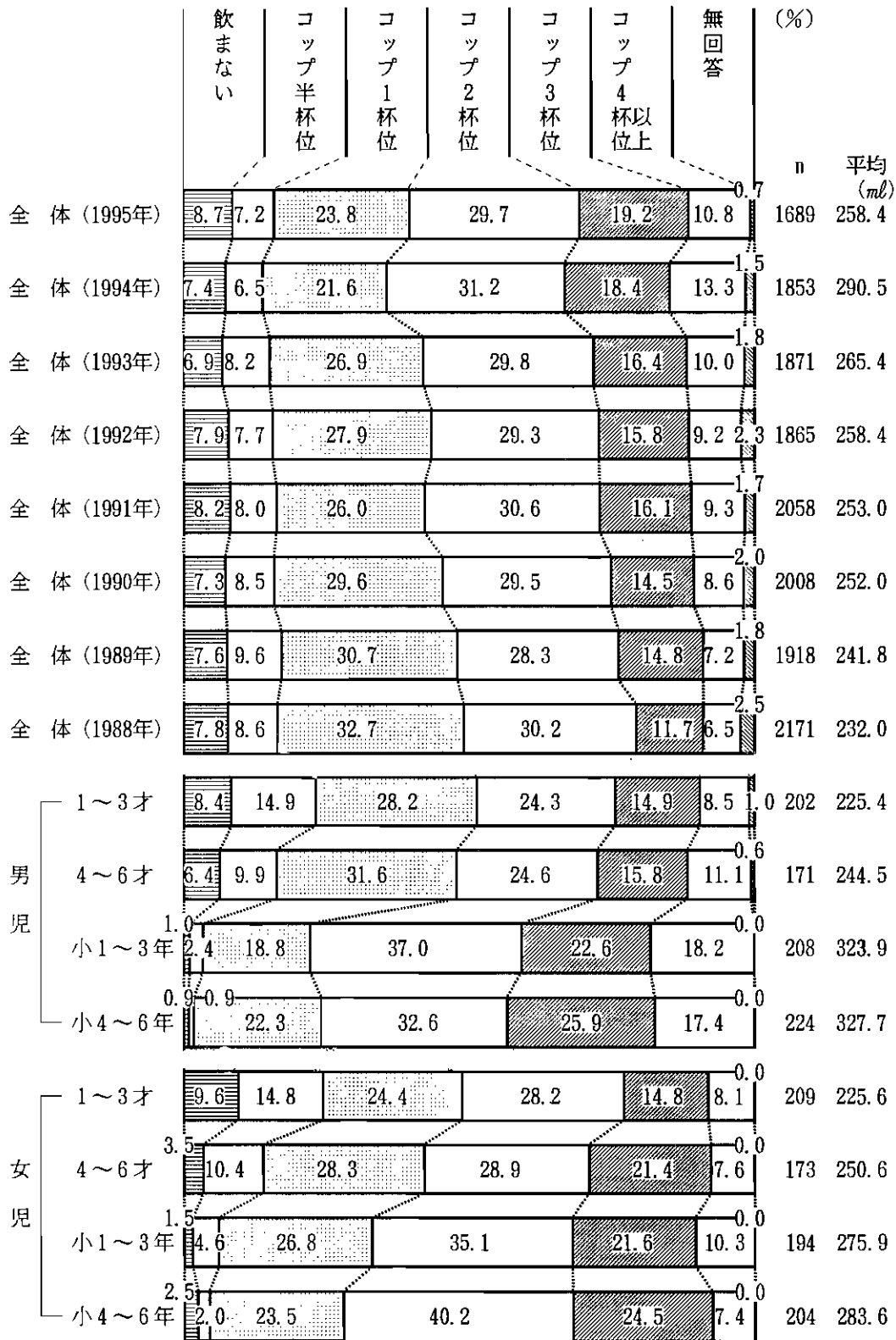
図表 I - 7 牛乳の1日当たりの平均飲用量（男性）



図表 I - 8 牛乳の1日当たりの平均飲用量（女性）



図表 I - 9 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (子供)



参考までに、職業別、地域別、都市規模別の平均飲用量を下に示した。

図表 I - 10 職業別 牛乳の1日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

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

図表 I - 11 地域別・都市規模別 牛乳の1日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

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

3) 牛乳の飲用量によるクラスター分類

牛乳の飲用量と飲用頻度から、回答者を次のように分類した。この分類を、今後分析の軸として、用いていくものとする。

図表 I -12 分析のための牛乳ユーザー分類

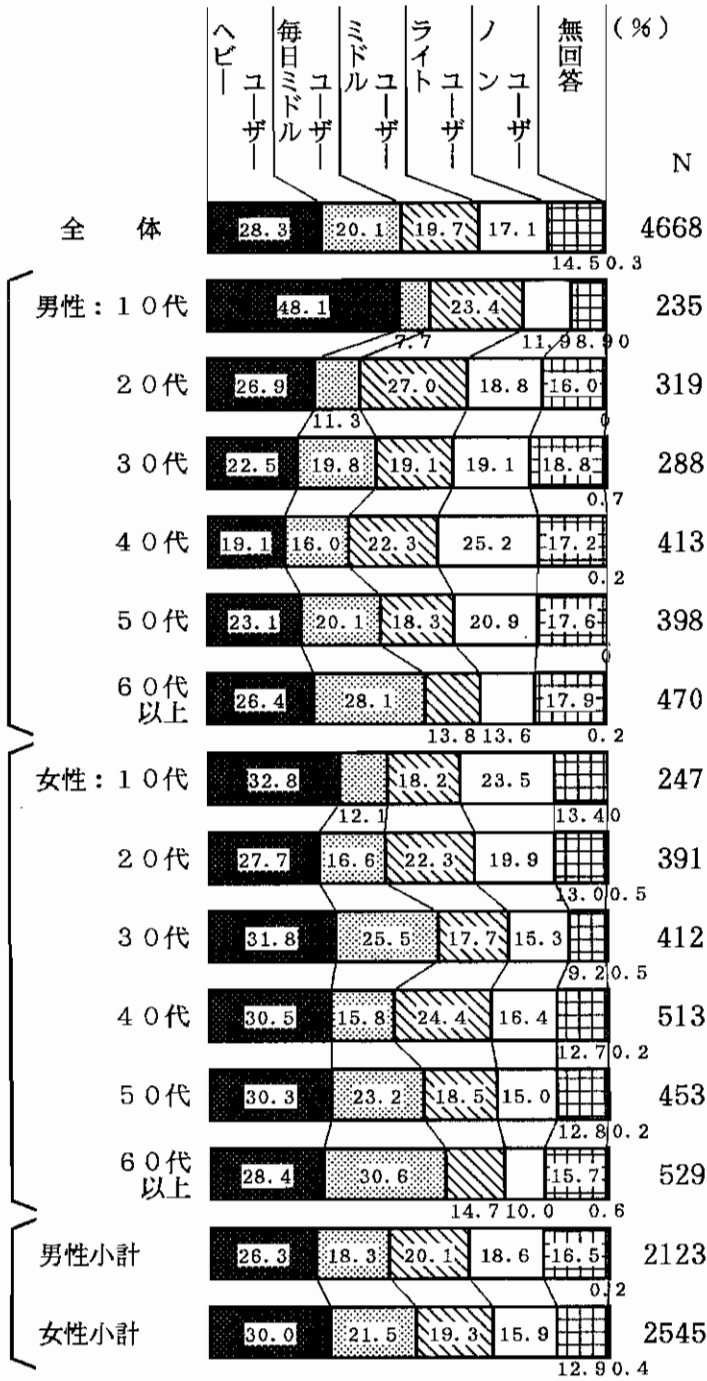
	コップ 半分	1杯	2杯	3杯	4杯	5杯	6杯 以上
毎日	毎日ミドル (1日1杯以下) n=937		ヘビーユーザー (毎日2杯以上) n=1323				
週に 5～6日	ミドルユーザー (週に2.5杯以上) n=918						
週に 3～4日							
週に 1～2日	ライトユーザー (週に2.5杯未満) n=798						
月数回							
それ以下 全く 飲まない	ノンユーザー (ほとんど飲まない) n=679						

*なお、飲用頻度または飲用量で無回答の人（13サンプル）は、上記分類に含まれていない。

5グループの構成比は以下に示すとおりであり、ヘビーユーザーが全体の28%を占める。

性・年齢別にみると、男性10代ではヘビーユーザー（毎日2杯以上牛乳を飲む人）が半数近くを占め、ノンユーザーは9%と低い。全体ではノンユーザーの割合は15%であり、男性10代以外では性・年齢による差は小さい。ヤング女性の牛乳の平均飲用量が低いのはノンユーザーが多いためではなく、ライトユーザーの割合が多いためであることがわかる。また、男女とも毎日飲む割合（ヘビーユーザーと毎日ミドルユーザーの和）は40代以上で年齢とともに高まる傾向がみられる。

図表 I - 13 性・年齢別 ユーザー分類

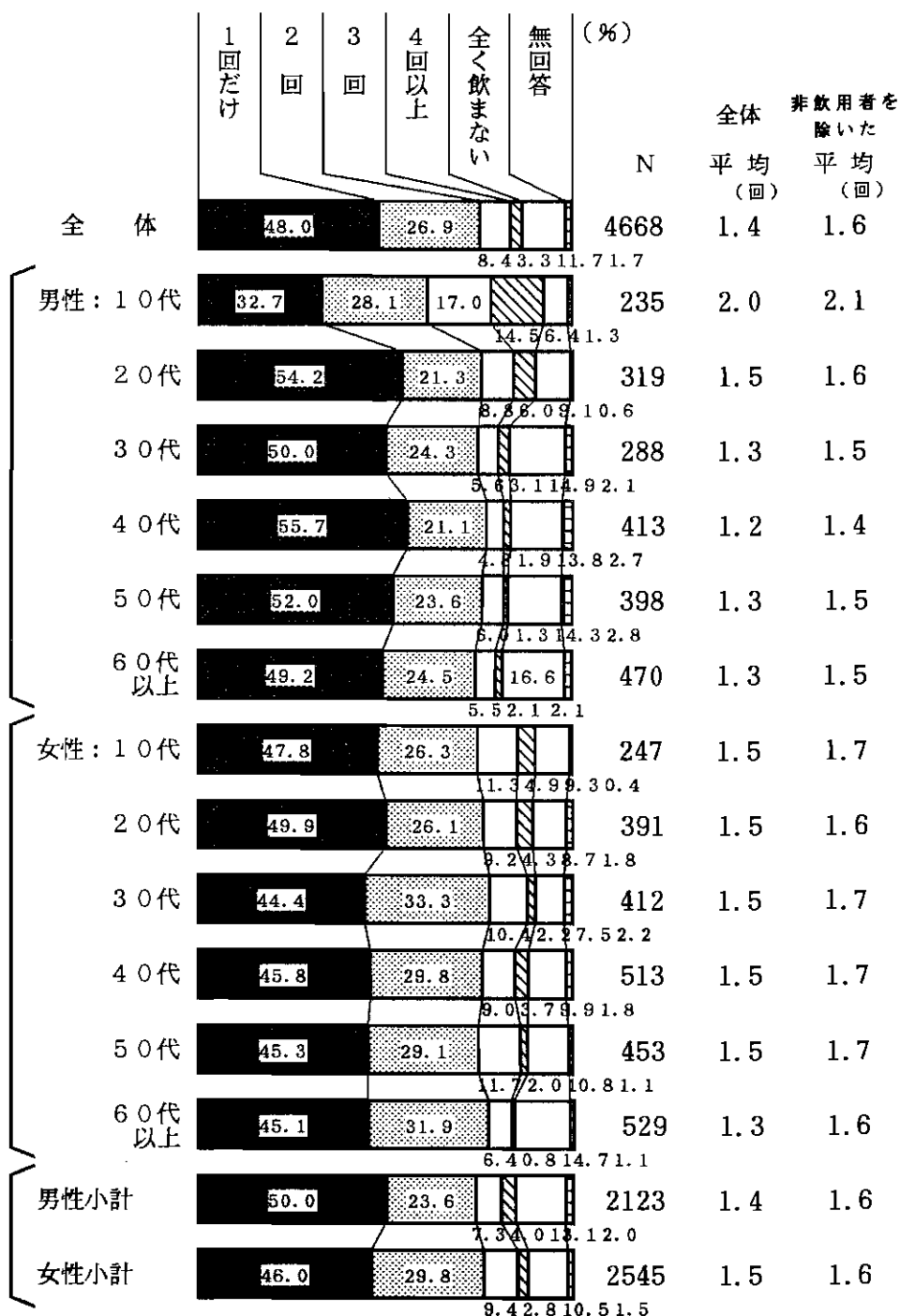


2. 1日当たりの牛乳の飲用回数

1日に牛乳を飲む回数は、「1回だけ」の人が48%と半数近くを占める。「2回」は27%、「3回」は8%、「4回以上」3%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、1.4回である。(全く飲まない人を除くと、平均値は1.6回になる)。

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

図表I-14 性・年齢別 1日当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見ると、ヘビーユーザーが 2.3回で最も高い。特に29才以下の若い男性のヘビーユーザーでは平均は3回近くにのぼる。ライトユーザーでも 1.1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。

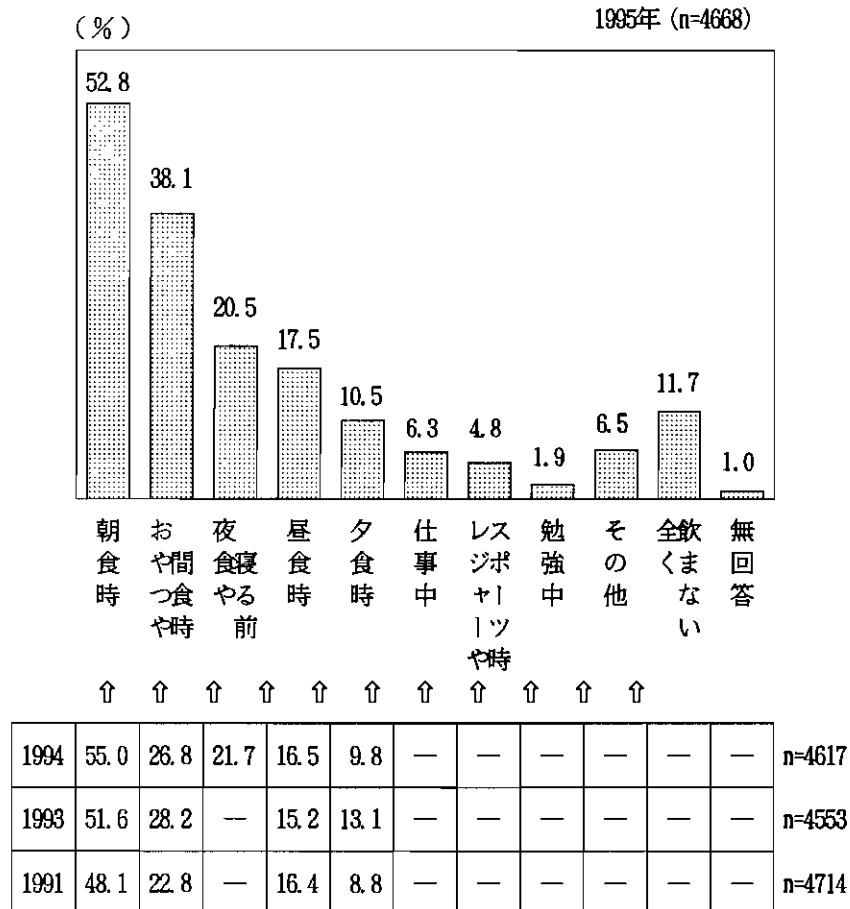
図表 I - 15 性・年齢・牛乳飲用量別 1日当たりの牛乳の飲用回数の平均値
(単位 回)

	全 体	29 才 以下 男性	29 才 以下 女性	30 ～ 40 代 男性	30 ～ 40 代 女性	50 才 以上 男性	50 才 以上 女性
全 体	1.4	1.7	1.5	1.3	1.5	1.3	1.4
ヘビーユーザー	2.3	2.7	2.4	2.3	2.3	2.1	2.2
毎日ミドルユーザー	1.3	1.2	1.4	1.3	1.5	1.3	1.3
ミドルユーザー	1.4	1.5	1.4	1.4	1.4	1.3	1.4
ライトユーザー	1.1	1.1	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2
ノンユーザー	0.2	0.5	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1

3. 牛乳の飲用機会

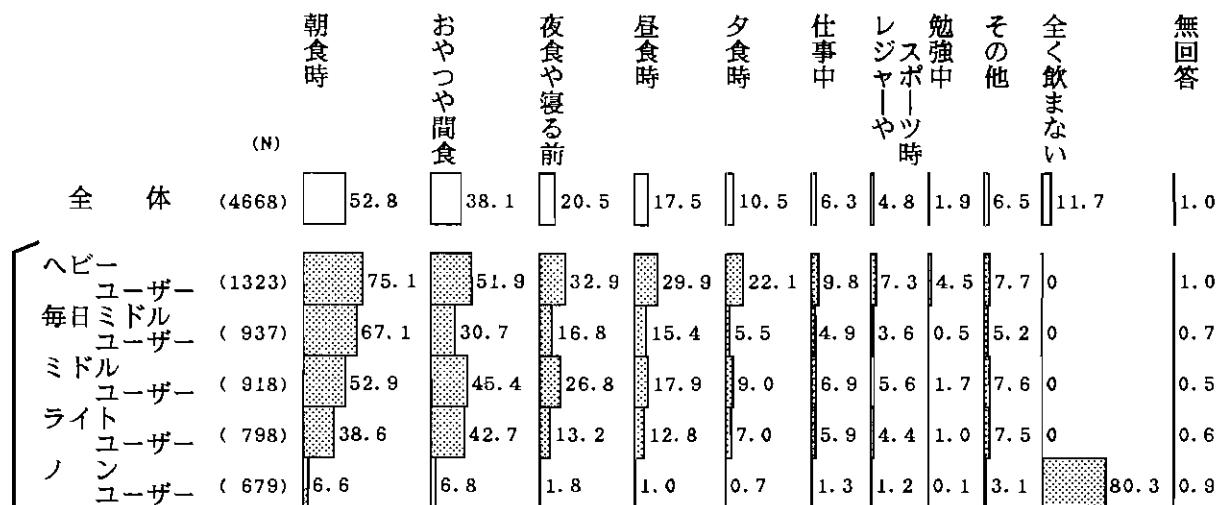
牛乳は「朝食」に飲むという人が圧倒的に多く、53%と過半数にのぼる。次いで「おやつや間食」が38%と高く、これは過去の調査に比べると、大きく伸びている。「夜食や寝る前」に飲む人も21%みられ、「昼食」18%より多い。

図表 I - 16 牛乳の飲用機会



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、ミドルユーザーおよびライトユーザーの朝食時の飲用率は低い。

図表 I - 17 牛乳飲用量別 牛乳の飲用機会 (%)



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才以下のヤング層に多い。若い男性では2割が「夕食」に牛乳を飲んでおり、中でもヘビーユーザーは4割と高い。

「おやつや間食時」に牛乳を飲む人は男性に比べ女性が多く、ライトユーザーでも半数近くが飲んでいる。

図表 I - 18 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳の飲用機会

(%)

	朝食時						昼食時						夕食時					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	56.9	58.8	49.8	55.6	48.2	50.2	21.3	20.5	13.7	16.9	16.0	17.8	20.6	13.8	8.3	9.8	7.4	7.6
ヘビーユーザー	77.4	78.3	72.2	78.1	72.2	72.1	35.2	36.5	29.2	26.0	27.8	27.9	40.7	25.4	16.7	19.4	17.6	15.7
毎日ミドルユーザー	59.3	76.8	73.2	68.3	67.9	61.0	24.1	15.8	13.8	17.2	12.3	15.4	9.3	10.5	4.1	5.4	3.3	5.6
ミドルユーザー	58.2	57.6	53.1	53.0	46.4	50.0	14.9	20.5	12.2	16.2	20.3	23.5	16.3	12.1	9.5	5.6	8.7	4.3
ライトユーザー	43.2	50.0	40.9	34.7	32.9	31.4	14.8	14.0	11.3	10.2	15.0	12.4	5.7	10.3	7.5	8.8	4.1	5.0
ノンユーザー	12.5	11.9	8.8	5.8	3.2	2.8	1.4	1.2	0.8	1.9	1.3	-	-	-	2.4	1.0	-	0.7

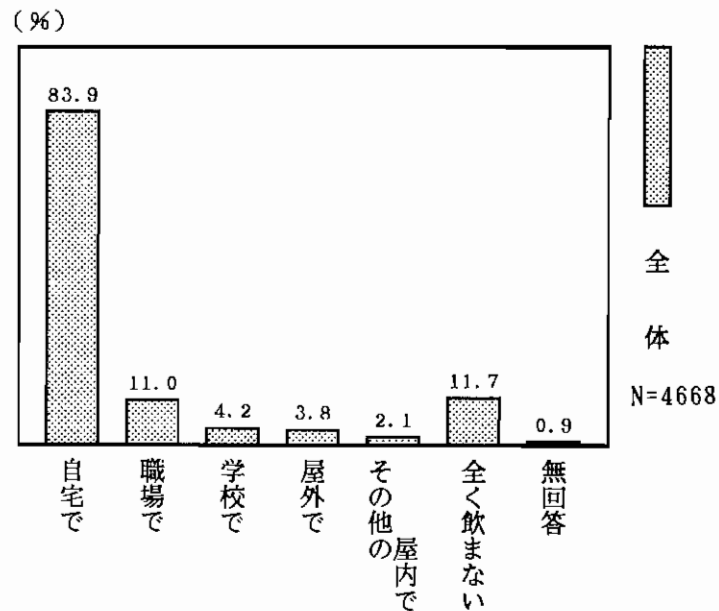
	おやつや間食						夜食や寝る前						仕事中					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	39.7	45.8	26.4	47.5	29.1	39.7	29.2	20.2	22.7	22.6	14.4	17.5	4.0	4.4	7.3	6.4	9.1	5.8
ヘビーユーザー	49.2	58.7	43.1	62.8	38.0	53.0	45.2	31.7	36.1	33.7	22.7	30.3	5.0	5.3	13.9	9.7	15.3	10.1
毎日ミドルユーザー	25.9	38.9	16.3	39.8	26.4	32.6	22.2	18.9	17.1	23.1	13.7	12.7	3.7	5.3	6.5	4.8	6.6	3.0
ミドルユーザー	44.0	50.8	34.0	53.5	40.6	46.9	29.8	25.8	38.8	23.2	21.7	22.8	5.7	4.5	8.8	6.6	9.4	6.2
ライトユーザー	38.6	47.1	32.1	46.3	38.1	56.2	13.6	11.8	16.4	15.6	9.5	11.6	2.3	4.4	5.0	4.8	11.6	5.8
ノンユーザー	16.7	15.5	1.6	9.7	1.9	4.3	8.3	1.2	1.6	-	1.9	-	-	1.2	1.6	1.9	1.3	1.4

	勉強中						レジャーやスポーツ時					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	7.6	5.2	0.6	0.6	0.2	0.3	5.8	2.7	5.3	4.1	7.3	3.8
ヘビーユーザー	15.1	9.5	2.1	1.7	0.9	0.7	11.1	3.7	4.2	6.6	12.0	5.6
毎日ミドルユーザー	7.4	1.1	-	-	-	-	3.7	3.2	2.4	4.3	5.2	2.6
ミドルユーザー	5.0	4.5	0.7	0.5	-	0.6	2.8	3.8	11.6	4.0	8.0	3.7
ライトユーザー	-	5.9	-	-	-	-	3.4	1.5	5.7	1.4	8.2	5.8
ノンユーザー	1.4	-	-	-	-	-	1.4	-	1.6	1.0	1.9	0.7

4. 牛乳を飲む場所

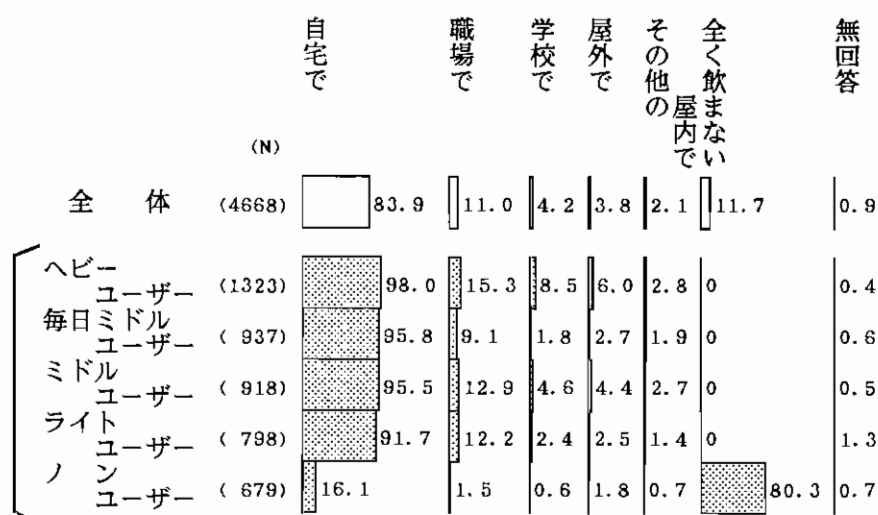
牛乳は「自宅」で飲む人が84%と圧倒的である。「職場」で飲む人は11%、「学校」は4%である。

図表 I - 19 牛乳を飲む場所



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、ライトユーザー以上では9割が「自宅で」飲んでいる。牛乳の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る。

図表 I - 20 牛乳の飲用量別 牛乳を飲む場所 (%)



性・年齢別にみると、「自宅」で飲む率は30代以上の男性ではやや低い。30～40代男性は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-21 性・年齢・牛乳の飲用量別 牛乳を飲む場所

(%)

	自 宅 で						職 場 で					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	86.8	86.2	79.7 △	88.2	79.0 △	83.9	9.7	9.1	18.7	10.7	11.6	7.1
ヘビーユーザー	100.0	97.4	96.5	98.3	96.8	98.3	10.1	12.2	30.6	15.6	19.0	10.5
毎日ミドルユーザー	92.6	97.9	95.9	96.8	95.8	95.1	13.0	6.3	16.3	8.1	9.4	6.4
ミドルユーザー	94.3	92.4	93.2	97.5	95.7	98.8	9.2	11.4	23.1	11.1	14.5	8.6
ライトユーザー	88.6	92.6	89.9	95.9	87.1	95.9	12.5	8.8	18.9	11.6	12.9	6.6
ノンユーザー	29.2	29.8	16.0	18.4	8.4	7.8	4.2	2.4	2.4	-	0.6	0.7

	屋 外 で					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	4.2	1.9	4.1	2.7	6.5	3.2
ヘビーユーザー	6.0	2.6	6.9	5.6	9.3	5.6
毎日ミドルユーザー	5.6	-	2.4	1.6	5.2	1.9
ミドルユーザー	2.8	3.8	6.8	1.5	9.4	3.1
ライトユーザー	2.3	1.5	1.9	1.4	5.4	2.5
ノンユーザー	2.8	-	2.4	1.0	2.6	1.4

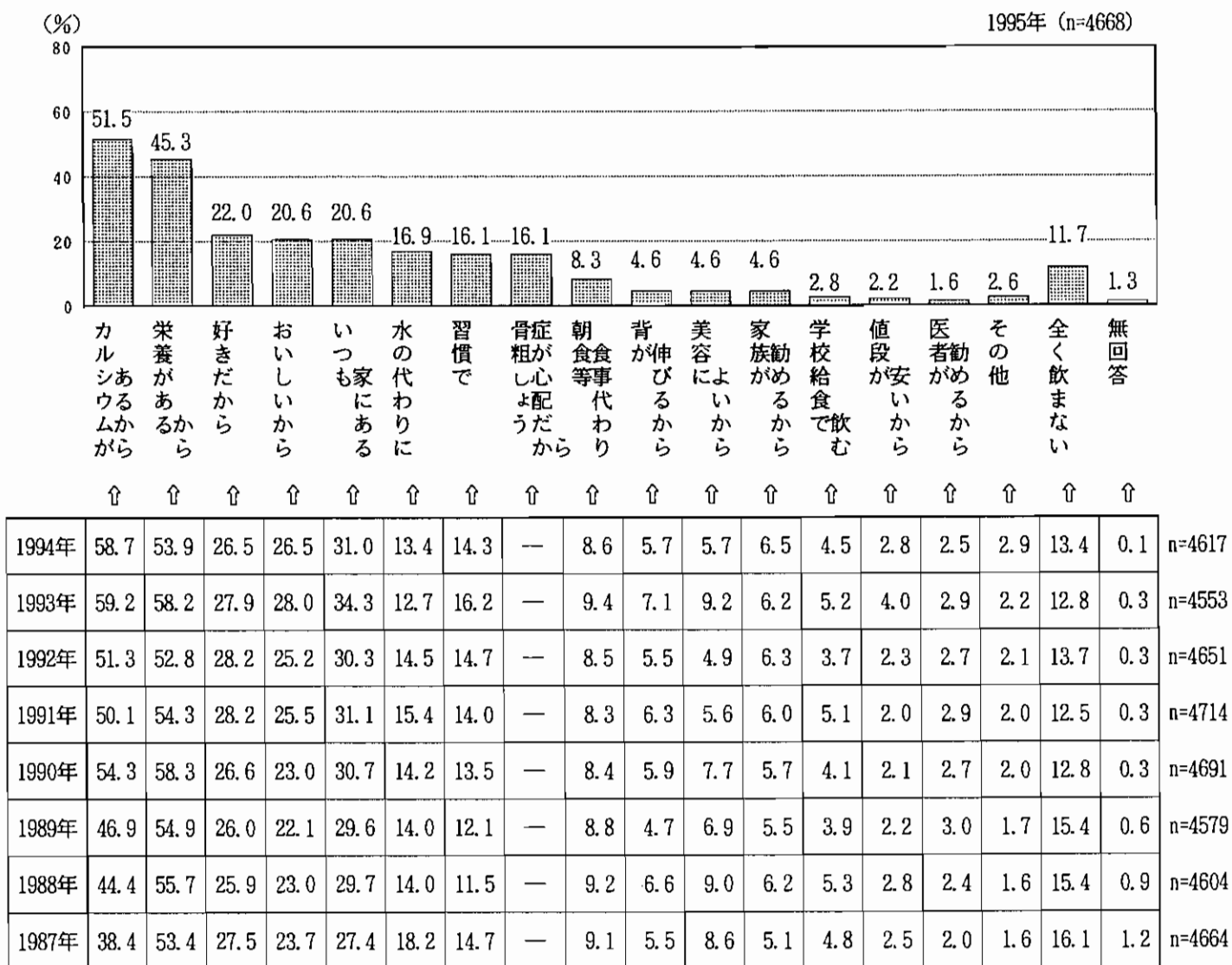
5. 牛乳を飲む理由・飲まない理由

1) 牛乳を飲む理由

牛乳を飲む理由としては「カルシウムがある」、「栄養がある」という機能面を重視した答えが「好き」、「おいしい」という感性面の答えより多い。「いつも家にある」も21%みられる。今回新しく追加した「骨粗しょう症が心配」は16%であり、「水の代わりに」、「習慣で」と同様のレベルとなっている。

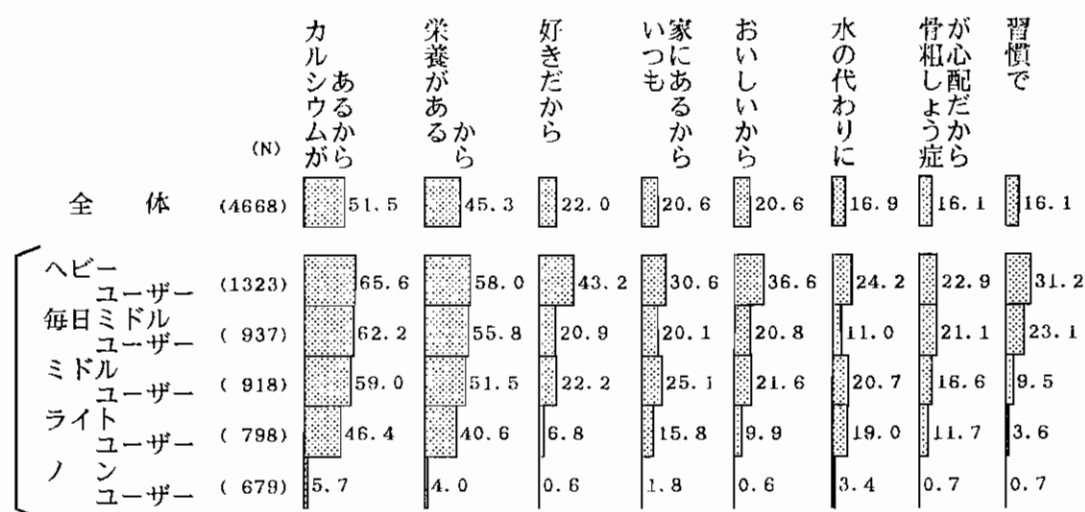
時系列でみると、質問項目が変わったため全体的に回答率がわずかに下がっているが、前回に比べ順位に大きな変化はみられない。

図表 I - 22 牛乳を飲む理由



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あげている。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 - 23 牛乳飲用量別 牛乳を飲む理由 (%)



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代以上の年齢の女性では他に比べ「カルシウムがある」や「骨粗しょう症が心配」が高く、50才以上の女性ではライトユーザーでも7割近くがカルシウムのために牛乳を飲んでいる。

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、ヤング層は感性面をより重視している。

図表 I - 24 性・年齢・牛乳飲用量別 牛乳を飲む理由

(%)

	カルシウムがあるから						栄養があるから						好きだから					
	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	39.2	50.0	39.4	60.1	47.7	63.4	39.4	43.6	42.4	47.9	47.6	47.6	31.4	30.3	20.0	21.4	17.1	17.9
ヘビーユーザー	55.8	54.0	56.9	72.9	63.9	78.4	47.2	56.6	59.0	61.5	61.6	59.6	53.8	59.3	47.9	37.5	36.1	33.8
毎日ミドルユーザー	38.9	60.0	56.9	65.6	57.5	71.5	48.1	48.4	63.4	55.9	58.0	54.7	27.8	33.7	20.3	20.4	16.5	19.1
ミドルユーザー	36.2	66.7	46.3	67.2	60.9	72.8	41.8	50.8	47.6	51.5	63.0	54.3	27.7	25.0	22.4	22.7	21.0	15.4
ライトユーザー	29.5	44.9	32.1	57.1	44.2	68.6	37.5	36.0	39.0	37.4	45.6	47.9	12.5	10.3	8.2	4.8	4.1	2.5
ノンユーザー	11.1	13.1	3.2	6.8	2.6	3.5	8.3	10.7	0.8	4.9	1.9	2.1	2.8	2.4	-	-	-	-

	おいしいから						いつも家にあるから						水の代わりに					
	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	28.0	26.2	18.4	22.8	15.9	16.3	27.4	25.5	21.1	20.2	17.7	16.0	27.3	14.4	17.4	15.2	16.6	14.1
ヘビーユーザー	44.7	47.6	40.3	36.1	28.2	28.6	42.7	34.4	33.3	27.4	26.9	24.4	37.7	20.6	22.9	24.7	18.5	21.6
毎日ミドルユーザー	22.2	30.5	23.6	21.5	18.4	17.2	27.8	27.4	26.8	19.9	18.4	14.2	9.3	8.4	10.6	7.0	12.3	14.2
ミドルユーザー	28.4	22.0	18.4	26.8	17.4	15.4	24.8	29.5	30.6	23.2	23.2	20.4	29.1	13.6	23.8	16.7	27.5	15.4
ライトユーザー	13.6	13.2	9.4	9.5	9.5	5.0	18.2	19.9	13.2	16.3	15.6	12.4	29.5	17.6	23.9	14.3	22.4	8.3
ノンユーザー	2.8	1.2	-	-	-	0.7	1.4	7.1	0.8	1.0	1.3	0.7	5.6	3.6	2.4	2.9	4.5	2.1

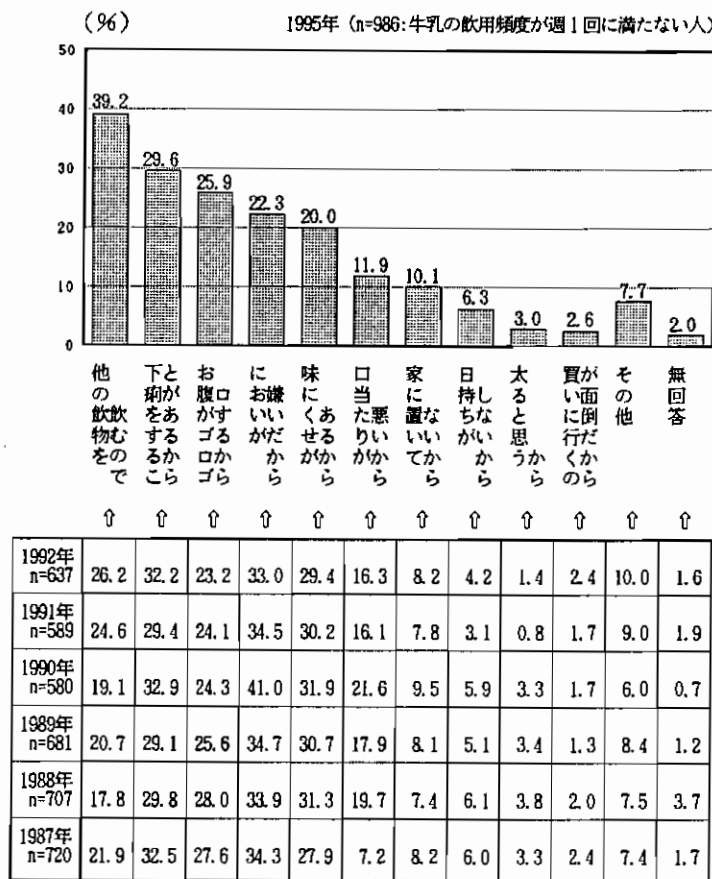
	習 慣 で						背が伸びるから						骨粗しょう症が心配だから					
	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	26.0	19.3	14.3	16.3	10.9	14.0	18.4	11.9	1.7	2.1	0.2	0.5	4.7	6.0	5.4	21.5	11.5	35.7
ヘビーユーザー	48.7	38.6	31.3	28.1	22.7	23.7	35.2	18.5	4.2	4.9	0.5	0.3	6.0	5.8	9.7	27.4	20.4	49.8
毎日ミドルユーザー	25.9	28.4	28.5	23.7	18.9	21.0	7.4	10.5	2.4	0.5	-	0.4	7.4	5.3	8.1	22.6	14.6	39.7
ミドルユーザー	19.1	12.1	8.8	9.6	1.4	6.2	14.2	9.8	2.0	0.5	-	-	4.3	12.1	3.4	24.2	13.0	36.4
ライトユーザー	5.7	4.4	3.1	4.1	2.7	2.5	9.1	12.5	-	1.4	0.7	1.7	4.5	4.4	5.0	18.4	4.8	33.9
ノンユーザー	1.4	1.2	1.6	1.0	-	-	-	1.2	-	1.0	-	-	-	-	0.8	2.9	-	0.7

2) 牛乳を飲まない理由

牛乳を飲む頻度が週に1回に満たない人は、全体の21% (986人) である。この人たちが牛乳を飲まないのは「他の飲み物を飲むので飲む機会がない」が39%で最も多い。次いで「下痢をすることがある」が30%、「お腹がゴロゴロする」が26%であり、お腹に合わない人も多い。

時系列でみると、1992年までは、「下痢をすることがある」が「他の飲み物を飲む」を上回っていたが、今回はそれが逆転した。これは、1992年までに比べ回答者条件がゆるやかになったため（月に2～3回飲む人も含まれる）であると考えられる。参考までに、牛乳の飲用頻度別にみると、全く飲まない人に比べ、わずかでも牛乳を飲む人は「他の飲み物を飲む」の割合が高く、競合飲料の影響がみられる。一方、全く飲まない人は「においが嫌い」「味にくせがある」など牛乳の風味が阻害要因になっている。

図表 I - 25 牛乳を飲まない理由



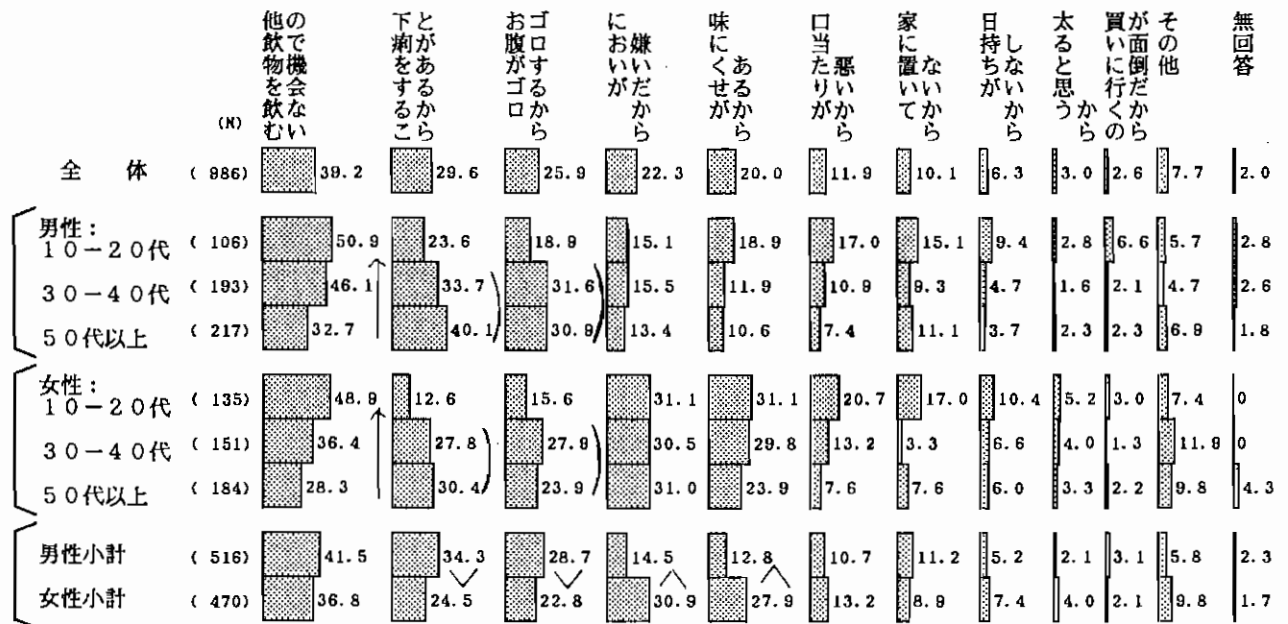
*回答者条件は1992年以前は牛乳の飲用頻度が「月に数回に満たない人」であった。

図表 I - 26 牛乳飲用頻度別 牛乳を飲まない理由

	他の飲み物を飲むので飲む機会がない	下痢をすることがあるから	お腹がゴロゴロするから	においが嫌いだから	味にくせがあるから	口当たりが悪いから	家に置いてから	日持ちしないから	太ると思うから	買いに行かなくていいから	その他	無回答	n
全体	39.2	29.6	25.9	22.3	20.0	11.9	10.1	6.3	3.0	2.6	7.7	2.0	986
月に2～3回飲む	47.9	29.0	22.1	11.7	15.0	10.1	12.1	11.4	4.6	5.2	2.9	2.3	307
それ以下しか飲まない	47.9	28.3	27.4	19.2	16.4	11.9	13.7	6.8	3.2	1.8	6.8	1.4	219
全く飲まない	29.3	30.7	27.6	30.9	25.0	13.0	7.2	2.6	2.0	1.3	11.3	2.2	460

性・年齢別に牛乳を飲まない理由をみると、「下痢をすることがある」、「お腹がゴロゴロする」は女性より男性に多く、30代以上の中高年で高い。「他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会がない」は10~20代の男女で多く、他飲料との競合の影響が強い。また「におい」や「味」を理由に飲まない人は男性より女性に多い。

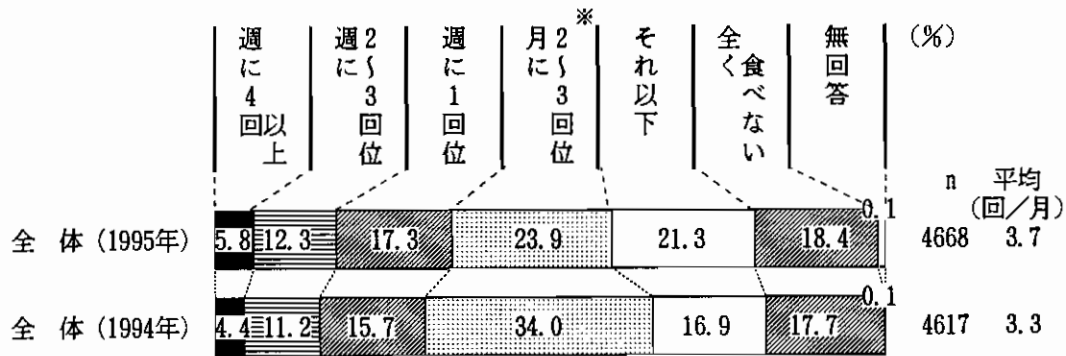
図表 I - 27 性・年齢別 牛乳を飲まない理由 (%)



6. チーズとヨーグルトの食用頻度

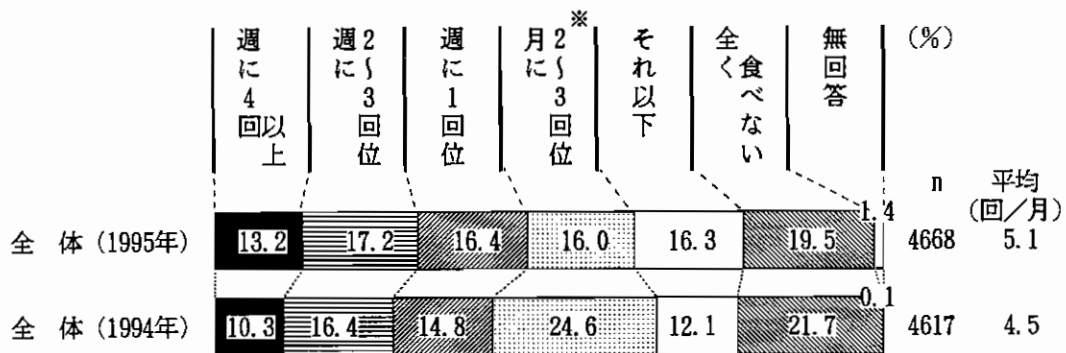
チーズを週に1回以上食べる人は35%に対し、ヨーグルトは47%と、ヨーグルトの方が食用頻度は高い。ともに「全く食べない」人は2割程度である。平均食用頻度を計算すると、チーズは月に3.7回、ヨーグルトは5.1回である。

図表 I - 28 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。

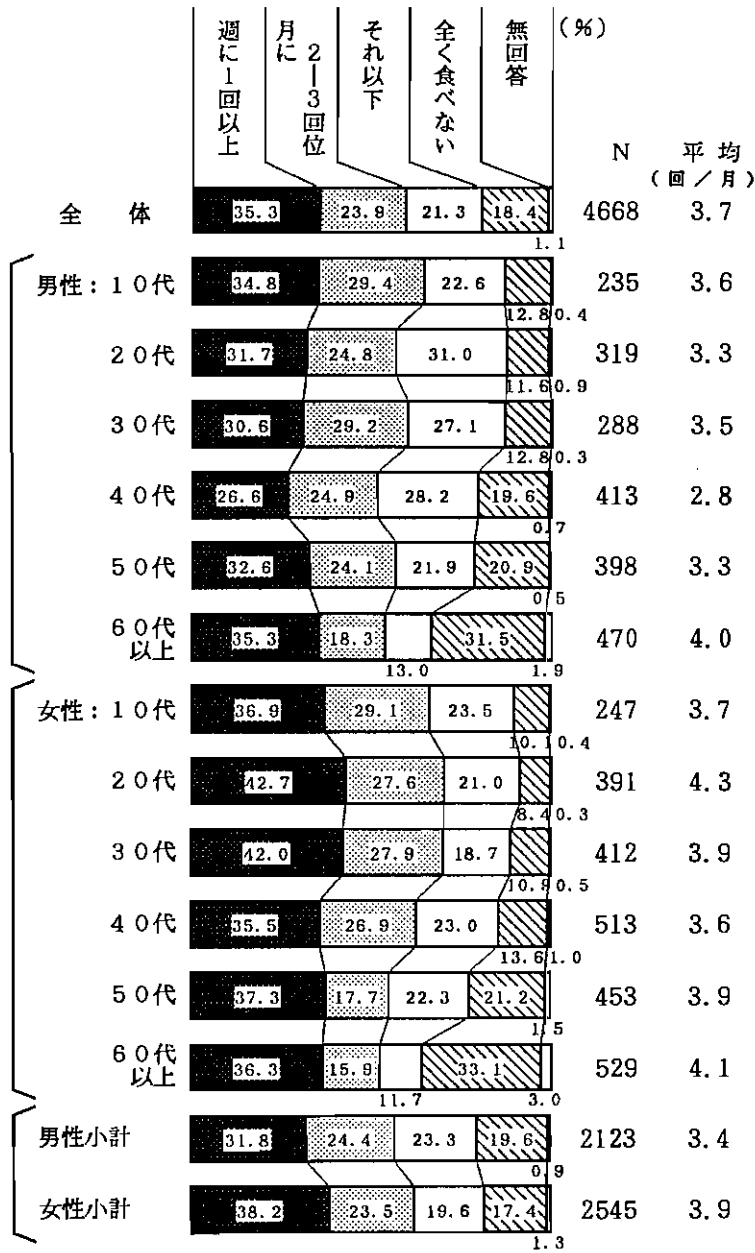
図表 I - 29 ヨーグルトを食べる頻度



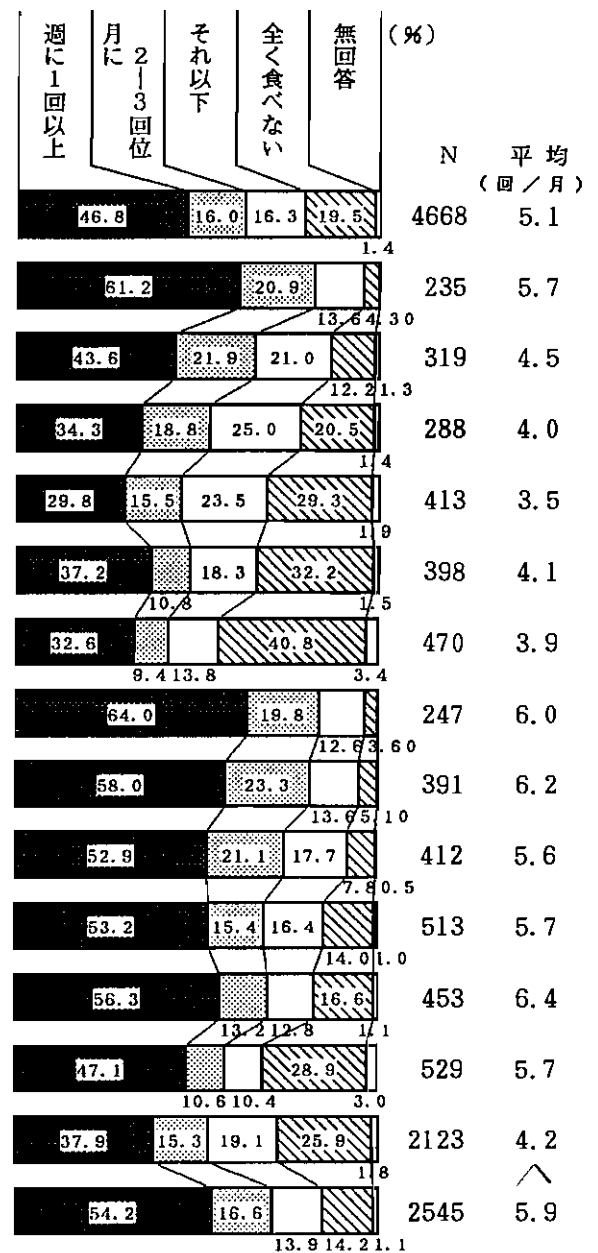
* 「月に2~3回」は1994年は「月に数回」という表現であった。

性・年齢別に食用頻度をみると、チーズは男女差およ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よく食べており、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割と高く、この層に食べてもらうことが課題である。

図表 I-30 性・年齢別
チーズを食べる頻度

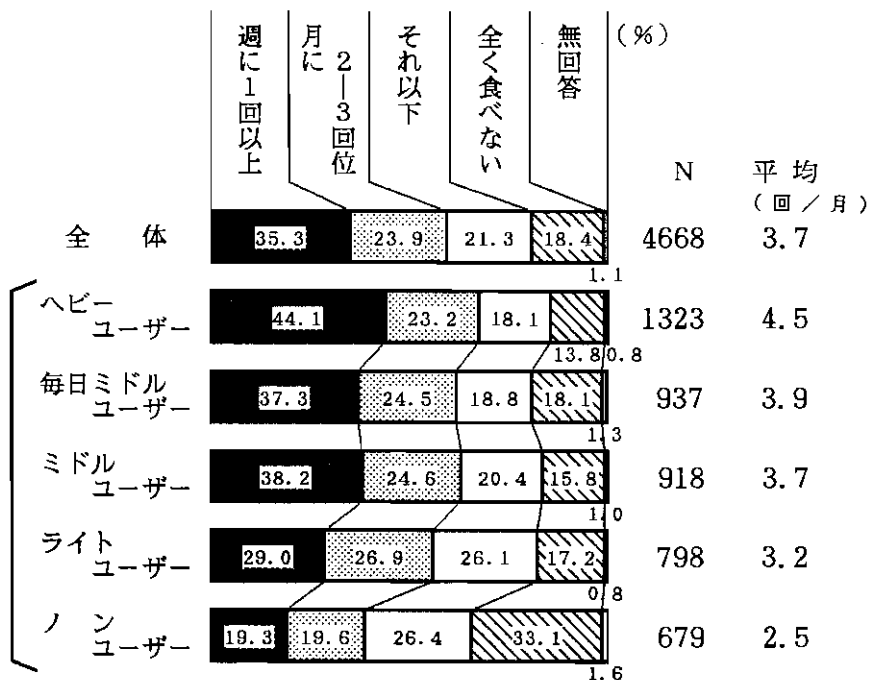


図表 I-31 性・年齢別
ヨーグルトを食べる頻度

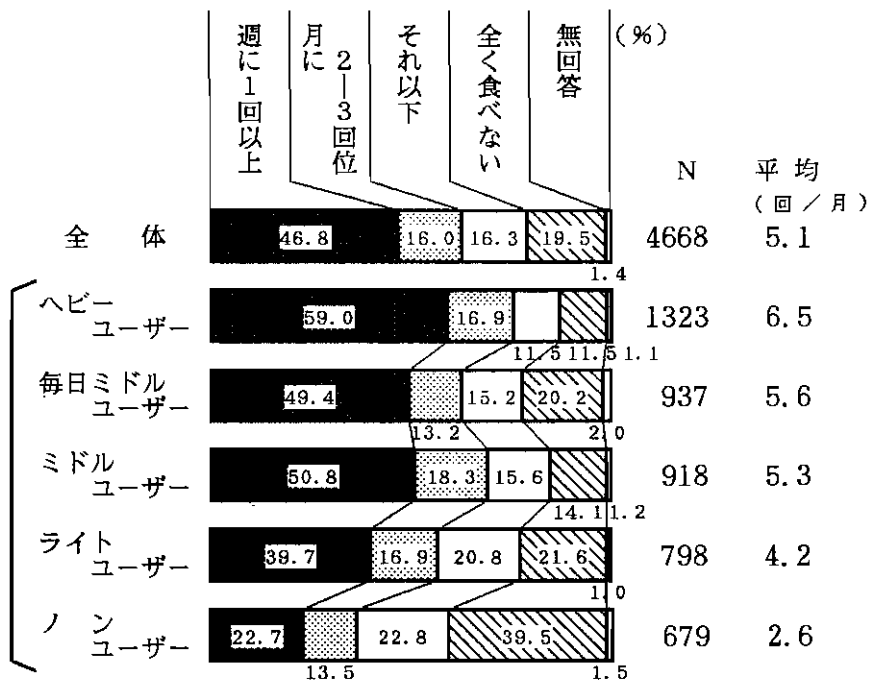


牛乳飲用量別にみると、牛乳をたくさん飲む人ほど、チーズもヨーグルトもよく食べている。

図表 I - 32 牛乳飲用量別 チーズを食べる頻度



図表 I - 33 牛乳飲用量別 ヨーグルトを食べる頻度



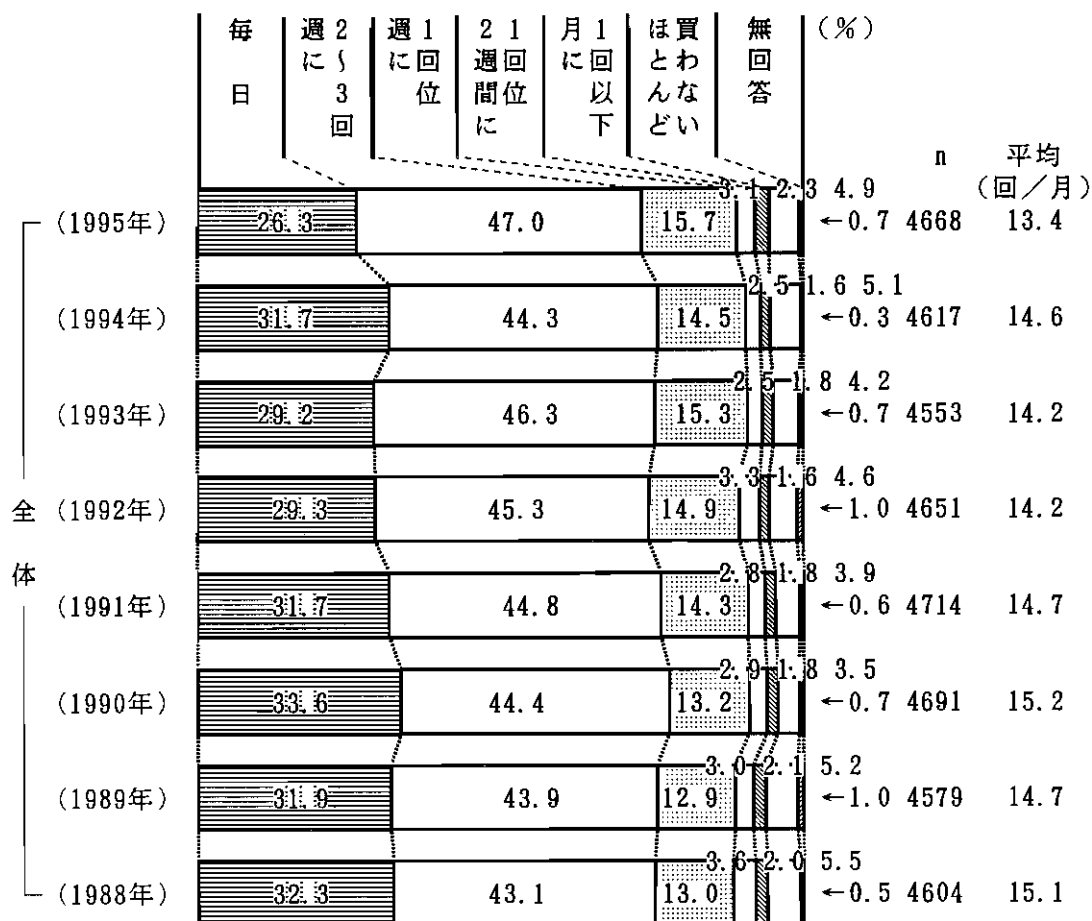
Ⅱ 牛乳・乳製品の購入・利用実態

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である。単身者世帯では本人が回答している。

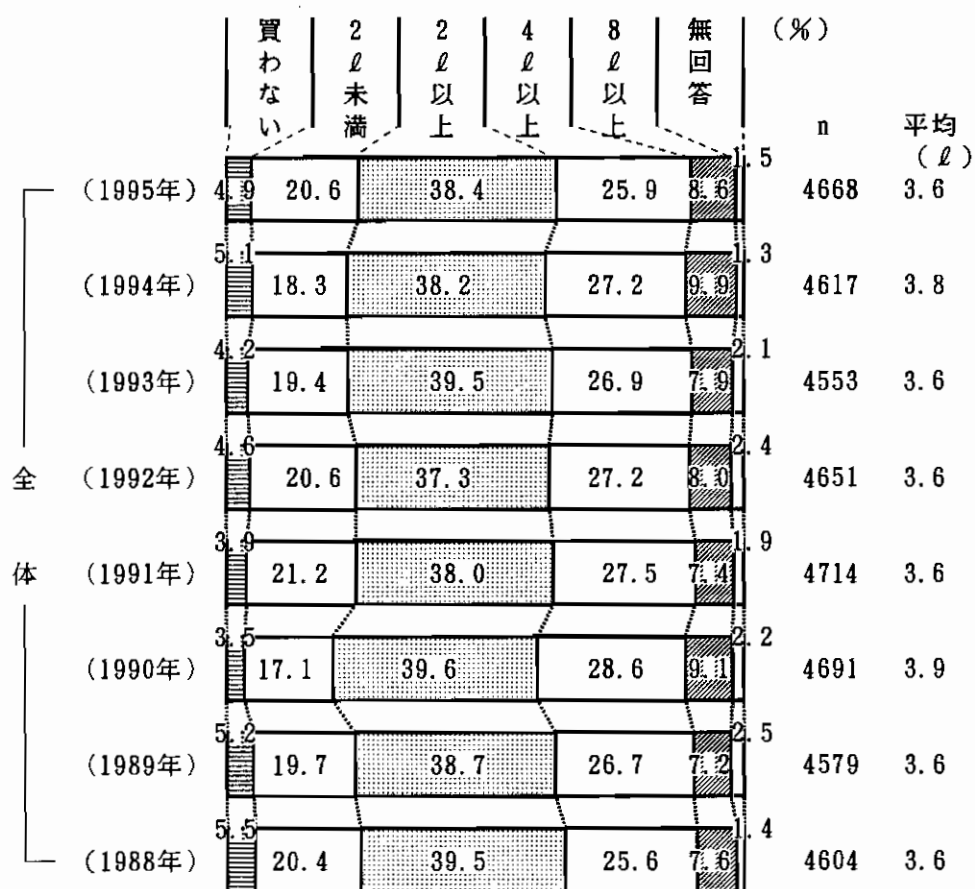
牛乳を「毎日」購入する世帯は26%、「週に2～3回」購入する世帯は47%である。週に1回に満たない頻度の世帯は1割と少ない。1ヵ月当たりの平均購入回数を計算すると、13.4回である。時系列でみると大きな変化はみられない。

図表Ⅱ－1 牛乳の購入頻度



1世帯の1週間当たりの牛乳購入量は、平均3.6ℓである。これは1993年以前とほぼ同じレベルである。

図表Ⅱ-2 1週間の牛乳の購入量



主婦属性別にみると、購入頻度は30代以下の専業主婦が他の層に比べやや低い。購入量は専業、有職を問わず、60代以上の主婦の世帯でやや少ない。

図表Ⅱ－3 主婦の属性別 牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6	13.4
専業主婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1	13.3	11.6	12.7	14.4	} 12.2 △
	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	
	50才～	} 13.8	} 14.6	} 14.8	} 15.4	} 14.4	} 14.5	} 14.2	} 15.0	
	60代以上									
60代以上	14.1									
有職主婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0	11.3	10.5	10.1	12.0	} 13.5
	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	
	50才～	} 13.6	} 15.2	} 14.3	} 14.6	} 15.5	} 13.9	} 14.2	} 14.2	
	60代以上									
60代以上	12.8									

図表Ⅱ－4 主婦の属性別 1週間の牛乳の購入量

(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8	3.6
専業主婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6	3.4	3.4	3.3	3.6	} 3.9
	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	
	50才～	} 3.4	} 2.9	} 3.1	} 3.4	} 3.2	} 3.2	} 3.1	} 3.3	
	60代以上									
60代以上	△2.9									
有職主婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9	2.7	2.6	2.6	3.0	} 4.0
	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	
	50才～	} 3.4	} 3.1	} 3.3	} 3.3	} 3.3	} 3.2	} 3.3	} 3.6	
	60代以上									
60代以上	△3.1									

家族構成別にみると、購入量・頻度ともに家族人数が多いほど多い。どちらも時系列でみておおきな変化はみられない。

図表Ⅱ－５ 家族構成別 牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

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

図表Ⅱ－６ 家族構成別 1週間の牛乳の購入量

(単位 ℓ/週)

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

なお、参考までに地域・都市規模別の平均購入頻度、購入量を下に示した。

図表Ⅱ－7 地域別・都市規模別 牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

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

図表Ⅱ－8 地域別・都市規模別 1週間の牛乳の購入量

(単位 ℓ/週)

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

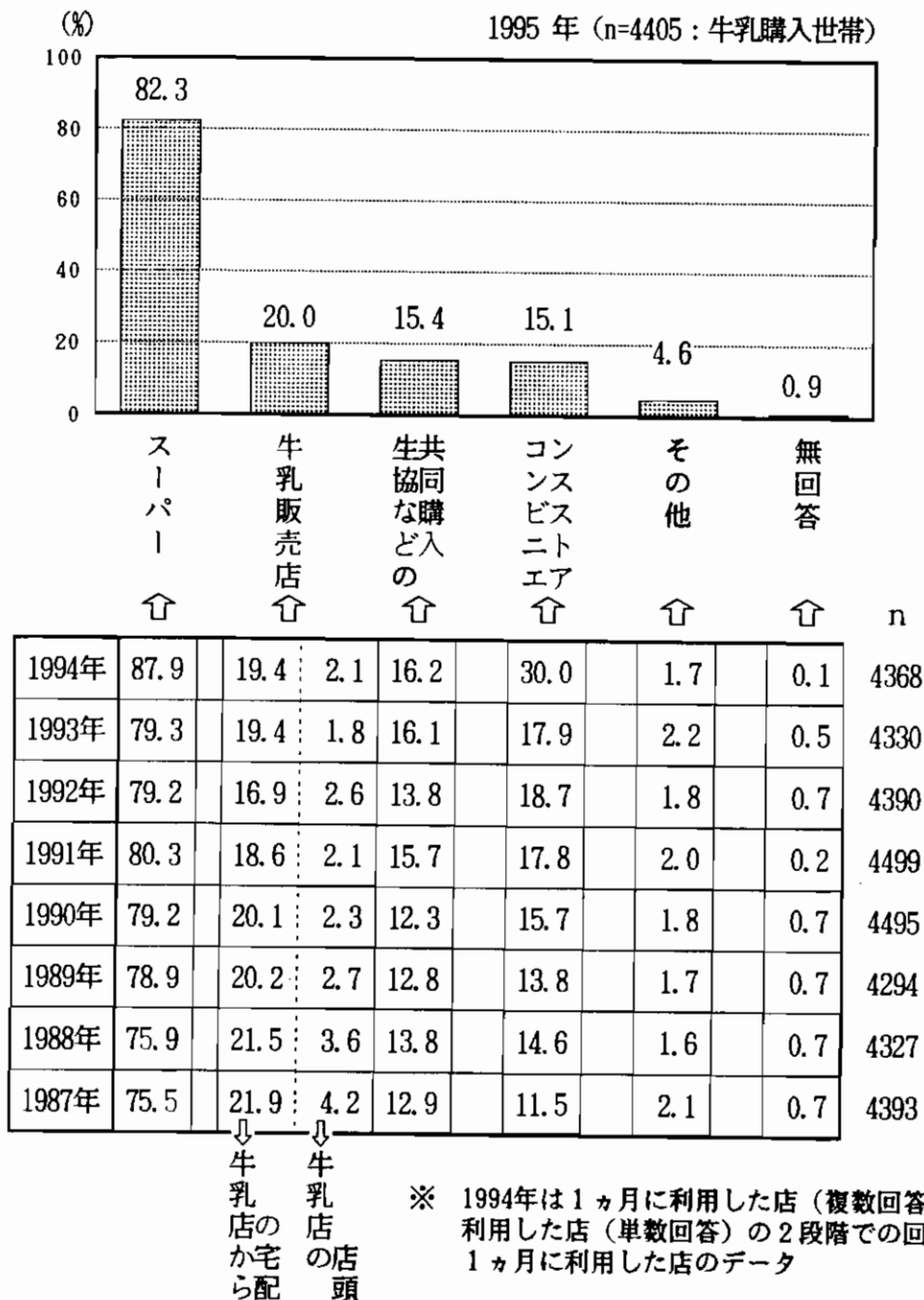
2. 牛乳の購入経路とその割合

1) 利用率

最近1ヵ月間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「牛乳販売店」が20%、「生協などの共同購入」や「コンビニエンスストア」は15%が利用した。

時系列でみると、この数年間どの購入経路も利用率が上がってきており、消費者にとってチャネルの多様化がみられる。（「コンビニエンスストア」の利用率は1994年データのみ突出しているが、この回のみ主使用経路と1ヵ月間の利用経路の2つに分けて質問したことによる影響と考えられる）。

図表Ⅱ-9 この1ヵ月間の牛乳の購入場所



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「コンビニエンスストア」の利用率が高い。

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「共同購入」の利用率が高いが、「牛乳販売店」は高齢層ほどよく利用している。

牛乳の購入量別にみると、牛乳を多く買う世帯ほど「共同購入」の利用率が高い。

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」は規模が小さいほどよく利用されている。

図表Ⅱ-10 主婦職業別／主婦年齢別／牛乳購入量別／都市規模別
この1ヵ月間の牛乳の購入場所

		(%)						
		スーパー	牛乳販売店	生協などの共同購入	コンビニエンスストア	その他	無回答	n
主婦職業	全体	82.3	20.0	15.4	15.1	4.6	0.9	4,405
	専業主婦	82.6	20.2	17.1	12.9	3.9	0.5	2,077
	有職主婦	83.1	19.9	15.0	15.3	5.4	1.1	2,031
	単身・その他	75.1	18.2	5.7	28.6	4.4	2.4	297
主婦年齢	30代以下	85.6	15.3	21.2	21.1	3.7	1.0	1,059
	40代	83.8	18.9	17.8	16.2	5.5	1.0	1,454
	50代	82.7	20.8	12.4	12.3	3.4	0.5	1,092
	60代以上	74.6	26.8	7.5	8.8	5.9	1.1	795
購入量	3リットル未満	79.2	20.5	10.5	14.6	4.1	0.6	1,916
	3リットル以上	83.6	19.8	18.6	15.0	4.7	0.7	1,509
	6リットル以上	87.8	19.5	20.7	16.3	5.6	0.3	943
都市規模	12大都市	83.8	14.4	16.3	23.0	5.4	0.3	926
	15万以上市	84.5	15.8	16.0	16.2	4.2	0.6	1,303
	5万以上市	83.7	23.1	13.0	13.6	4.6	1.0	877
	5万未満市	74.5	28.1	16.9	5.4	3.6	1.8	278
	郡部	79.0	25.4	15.5	10.3	4.7	1.5	1,021

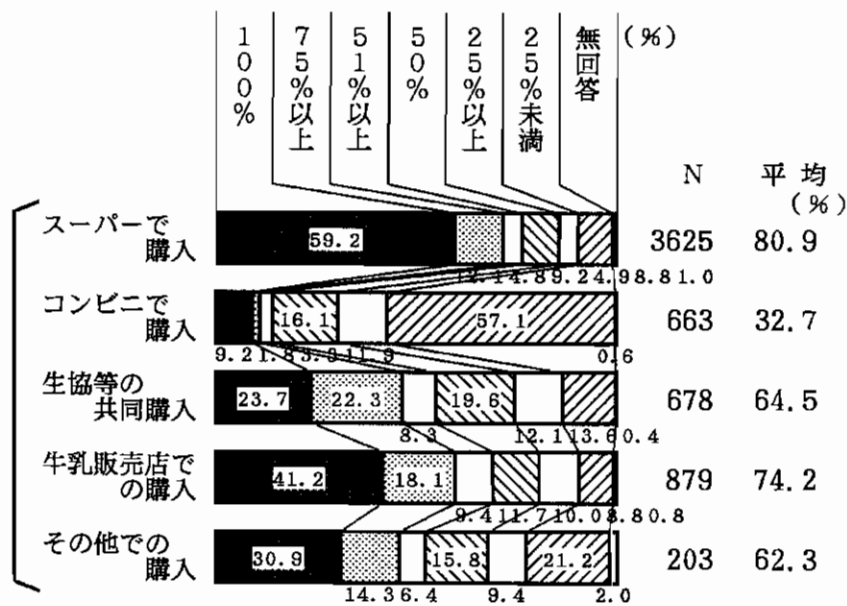
2) 購入経路別購入量の比率

次に利用した経路ごとに、そこで買った牛乳の量が家庭で買う牛乳の総量のどれくらいを占めるのかを聞いた。

すると、スーパー利用者の59%は、家庭で飲む牛乳の「100%」全てをスーパーで購入し、他の経路からは買っていない。牛乳販売店だけで買う世帯は41%、共同購入だけで買う世帯は24%である。

これらに対し、コンビニエンスストアでしか買わない世帯は9%であり、コンビニエンスストアは利用者であっても補助的に使う世帯が多いことがわかる。

図表Ⅱ-11 牛乳購入経路別 その経路での購入量が家庭での総購入量に占める割合
(各経路の利用者ベースの依存率)



3) 購入量のシェア

牛乳購入経路別のシェアを各世帯での購入量と経路別の購入割合をもとに算出した。計算式は以下のとおりである。

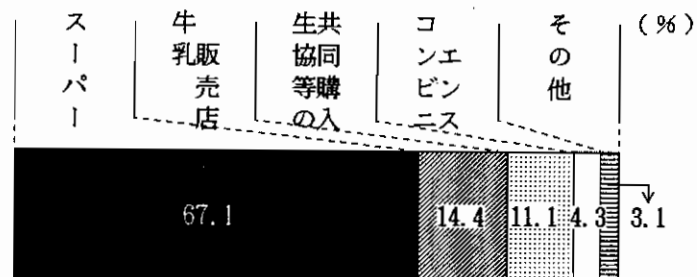
例) スーパーのシェアの場合

$$\frac{\sum (\text{ある世帯の1週間の牛乳購入量} \times \text{その世帯のスーパーでの購入割合})}{\text{全世帯の牛乳購入量の総和}} \times 100$$

注) 牛乳の購入量に回答があり、各経路の割合の合計が100になっている世帯のみを対象に分析を行った。

このように各経路の購入量のシェアを算出すると、スーパーが67%と圧倒的なシェアであり、次いで「牛乳販売店」が14%、「生協などの共同購入」が11%、「コンビニエンスストア」が4%となった。

図表Ⅱ-12 牛乳購入経路別購入量のシェア
(その経路での購入量が世帯での総購入量に占める割合)



注) 上記シェアの算出に用いた数値は以下のとおりである。

総購入量 16,418ℓ / 週

算出世帯数 4,309世帯

経路別の購入量のシェアを世帯属性別にみると、「牛乳販売店」のシェアは主婦の年齢が高い世帯ほど高く、60代以上の主婦の世帯では購入量の4分の1を占める。また、牛乳の購入量の多い世帯より少ない世帯の方が高い。

「共同購入」の場合は、若い主婦や専業主婦の世帯でのシェアが高く、生活配慮度（算出方法はP96参照）が高い主婦ほど多い。

「コンビニエンスストア」のシェアは単身世帯では20%と高い。

都市規模別にみると「共同購入」や「コンビニエンスストア」は12大都市でのシェアが高い。

地域別にみると、「牛乳販売店」のシェアは東北地方や中国地方では購入量の4分の1と高い。中国地方、四国地方では「コンビニエンスストア」のシェアは非常に小さい。

図表Ⅱ-13 世帯属性別/地域別/都市規模別 牛乳購入経路別購入量のシェア
(その経路での購入量が世帯での総購入量に占める割合)

(%)

		ス ー パ ー	牛 乳 販 売 店	共 同 購 入	コ ン ビ エ ン ス ス	そ の 他
全 体		67.1	14.4	11.1	4.3	3.1
主 婦 属 性 別	専業主婦	66.6	14.1	12.9	3.8	2.7
	有職主婦	68.1	14.3	9.9	4.1	3.6
	単身・その他	61.2	18.8	5.3	11.1	3.6
	30代以下	66.7	11.0	14.3	5.5	2.4
	40代	67.8	12.5	11.8	4.3	3.5
	50代	69.7	15.5	9.2	3.1	2.6
	60代以上	61.7	23.1	6.8	4.0	4.3
家 族 構 成	単 身	60.8	11.5	5.0	19.5	3.1
	夫婦2人	69.0	16.7	7.3	5.0	1.9
	4人以内の家族	69.5	11.9	11.1	4.5	3.1
	5人以上の家族	64.0	16.9	12.3	3.3	3.5
生 配 活 慮 度	高い主婦	63.6	13.9	15.3	3.2	4.0
	中位的主婦	68.4	14.5	10.0	4.3	2.7
	低い主婦	69.2	14.9	7.7	5.5	2.7
全 体		67.1	14.4	11.1	4.3	3.1
購 入 量	3ℓ未満	64.1	19.6	8.2	5.4	2.6
	3ℓ以上	65.6	14.1	12.7	4.9	2.8
	6ℓ以上	69.2	12.7	11.0	3.5	3.6
都 市 規 模 別	12大都市	67.1	10.1	12.2	6.8	3.9
	15万以上市	69.9	12.0	10.9	4.6	2.6
	5万以上市	67.6	16.5	9.7	3.3	2.9
	5万未満市	60.4	21.8	11.4	1.4	4.9
	郡 部	64.6	17.8	11.6	3.1	2.9
地 域 別	北海道	62.4	10.2	11.8	7.7	7.8
	東 北	53.4	24.8	11.9	4.8	5.1
	関東・甲信	69.3	10.7	11.0	6.4	2.6
	東海・北陸	70.2	15.1	8.4	3.0	3.3
	近 畿	71.3	11.9	11.5	3.1	2.2
	中 国	61.2	25.4	9.8	△0.9	2.8
	四 国 九 州	69.0 62.8	16.3 15.9	11.9 15.5	△0.5 2.1	2.3 3.7

3. 牛乳の料理への利用状況

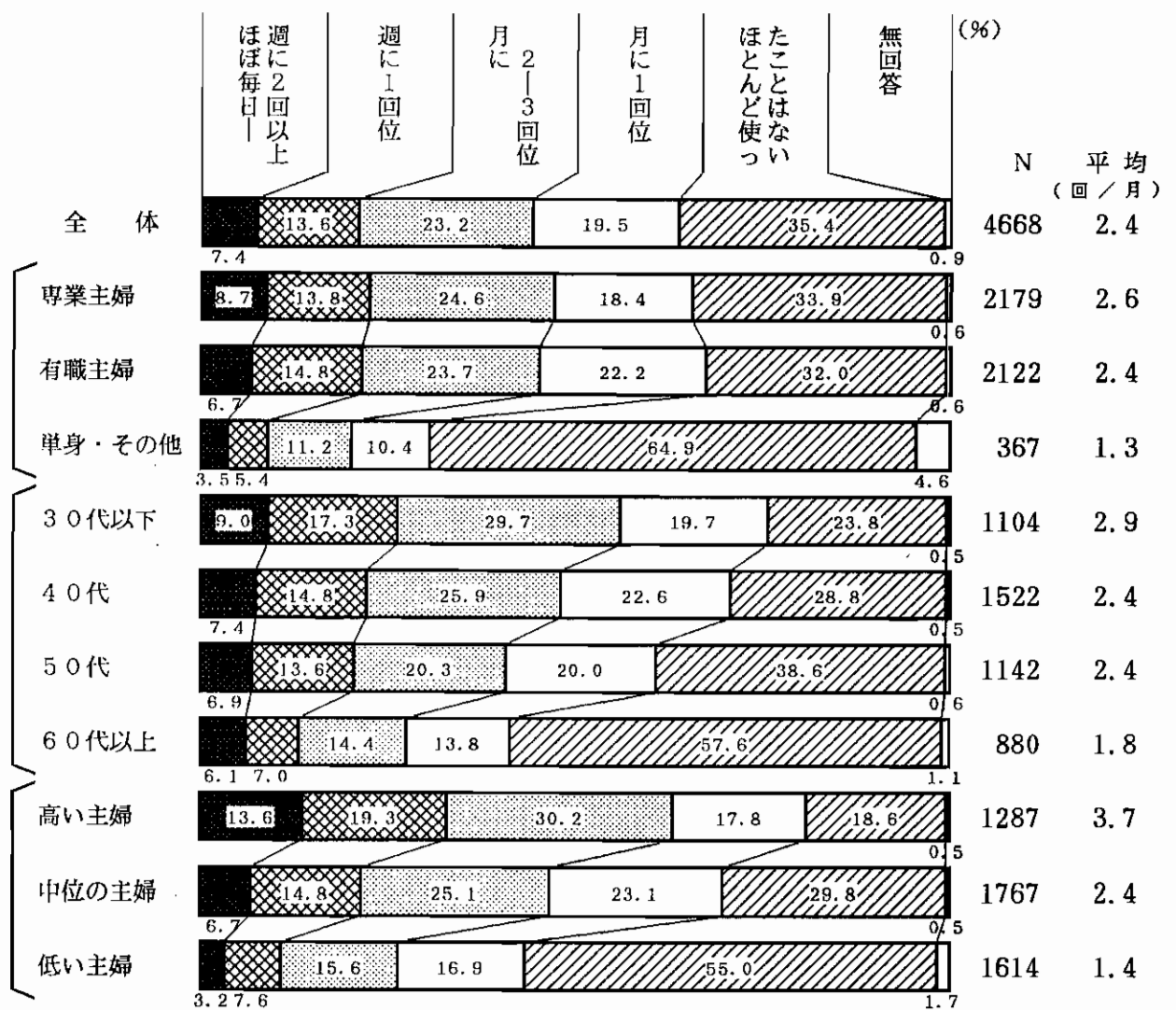
1) 料理への利用頻度

牛乳をお菓子作りやスープなどの料理に「週に2回以上」使う世帯は7%、「週に1回位」が14%であり、頻繁に料理に使う世帯は多くない。ただし、月に1回以上使っている世帯の和は64%であり、3世帯に2世帯は牛乳を料理などに利用している。平均は月に2.4回である。

牛乳を料理に使う頻度は専業主婦と有職主婦では、ほとんどかわらないが、単身・その他では65%が「ほとんど使ったことがない」と答えており、使用率が低い。

主婦の年齢が若いほど、生活配慮度が高いほど、牛乳を料理によく使う傾向がみられる。

図表Ⅱ-14 主婦職業別/主婦年齢別/生活配慮度別 牛乳を料理に使う頻度

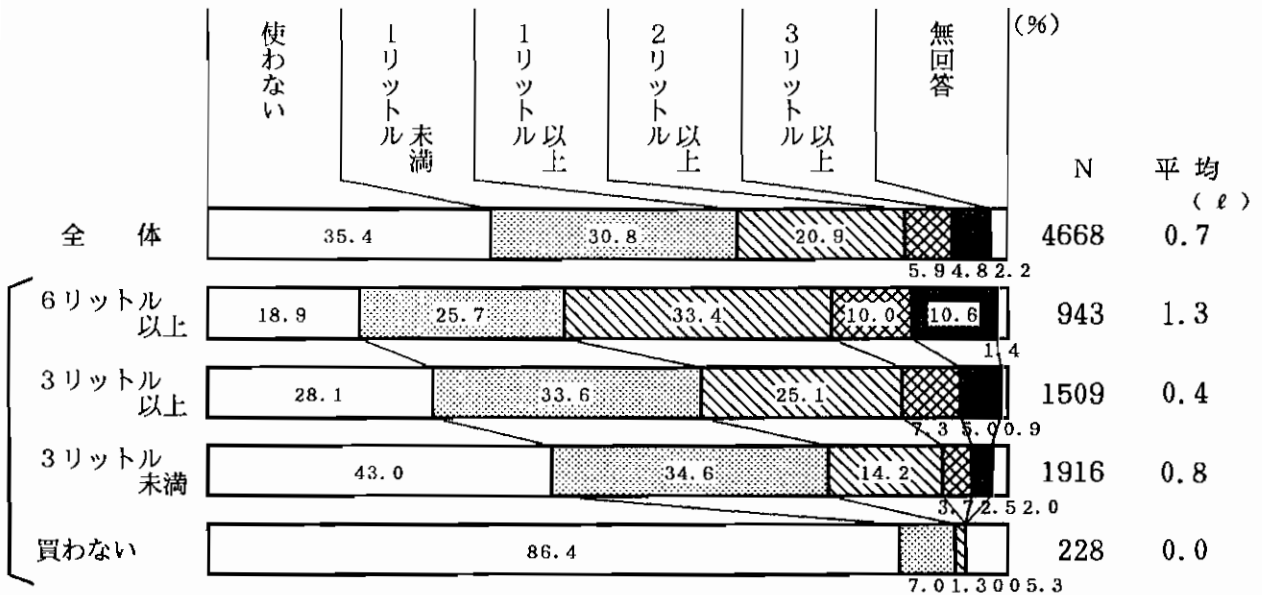


2) 料理への利用量

牛乳の料理への利用量は、「1ℓ未満」が全体の31%、「1ℓ以上2ℓ未満」が21%であり半数は2ℓ未満である。使わない世帯も含め平均値を計算すると、1ヵ月当たり0.7ℓである。これは、購入量(平均3.6ℓ×4週間=14.4ℓ)の5%に過ぎない。(牛乳を料理に使わない世帯を除いた平均値は1.1ℓである)。

牛乳購入量別にみると、牛乳購入量が多い世帯ほど、牛乳を料理に使う量が多い。ただし、6ℓ以上購入するヘビーユーザーの世帯でも平均は1.3ℓにとどまる。

図表Ⅱ-15 牛乳購入量別 1ヵ月に料理に使う牛乳の量



料理に使う牛乳の量は、単身・その他の世帯では、それ以外に比べかなり低い。年齢別にみると、若い主婦ほど多くの量を料理に使っており、生活配慮度が高いほど多く使っている。

図表Ⅱ-16 主婦職業別/主婦年齢別/生活配慮度別 1ヵ月に使う牛乳の量

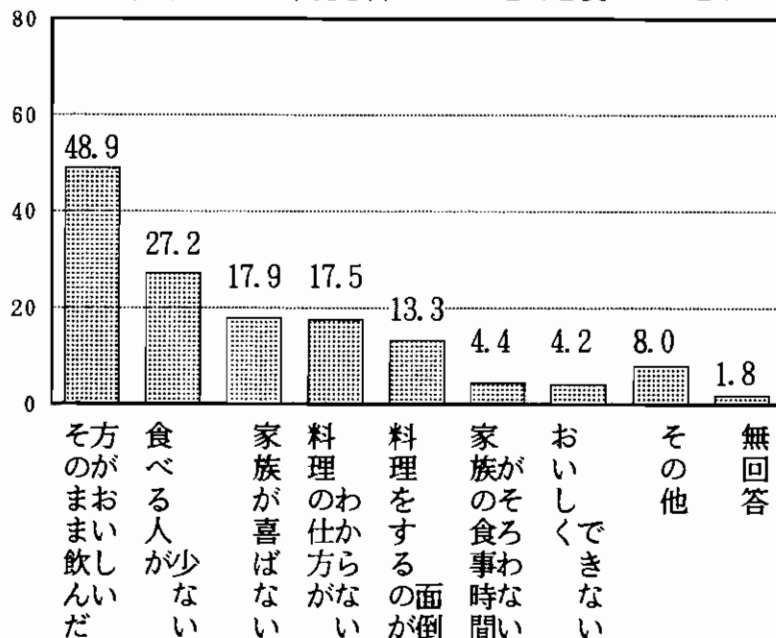
	使わない	1リットル未満	1リットル以上	2リットル以上	3リットル以上	無回答	n	平均(ℓ)
全体	35.5	30.8	20.9	5.9	4.8	2.2	4,668	0.7
専業主婦	33.9	31.3	21.8	6.4	4.8	2.0	2,179	0.7
有職主婦	32.0	32.6	22.1	6.2	5.4	1.7	2,122	0.8
単身・その他	64.9	17.7	8.4	1.1	1.6	6.3	367	0.3
30代以下	23.8	36.7	26.6	6.6	4.6	1.6	1,104	0.8
40代	28.9	32.1	23.7	7.5	5.9	2.0	1,522	0.8
50代	38.6	30.3	18.9	5.7	4.7	1.8	1,142	0.7
60代以上	57.5	22.3	11.8	2.6	3.4	2.4	880	0.5
高い主婦	18.6	33.6	27.9	10.3	7.7	1.9	1,287	1.1
中位の主婦	29.8	35.1	23.1	5.6	4.8	1.6	1,767	0.7
低い主婦	55.0	23.8	12.8	2.7	2.6	3.0	1,614	0.4

3) 牛乳を料理に使わない理由

牛乳を料理に「ほとんど使ったことはない」世帯に、その理由を聞いたところ、「そのまま飲んだ方がおいしい」が49%と最も多い。次いで「食べる人が少ない」27%、「家族が喜ばない」18%など家族の事情が多くあげられている。「料理をするのが面倒」は13%と低い。「料理の仕方がわからない」も18%みられ、もっと料理方法の普及が望まれる。

図表Ⅱ-17 牛乳を料理に使わない理由

(%) 1995年 (n=1655 : 牛乳を料理に「ほとんど使ったことがない」世帯)



	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	n
1991年	57.6	—	—	17.1	26.6	—	—	10.1	5.5	823
1990年	61.3	—	—	22.0	27.8	—	—	10.3	1.5	943
1989年	62.7	—	—	18.3	29.6	—	—	6.5	4.7	1101
1988年	62.6	—	—	26.7	27.0	—	—	8.9	2.2	997
1987年	65.4	—	—	18.8	26.7	—	—	5.5	4.8	899

主婦属性別にみると、単身・その他の世帯は他の層に比べ「そのまま飲んだ方がおいしい」という人は少ないが、「料理の仕方がわからない」、「料理をするのが面倒」という人が多い。また、主婦年齢別にみると30代以下の若い層では「料理の仕方がわからない」、「料理をするのが面倒」という人が多い。若い主婦や単身者向けの料理ガイドが重要である。

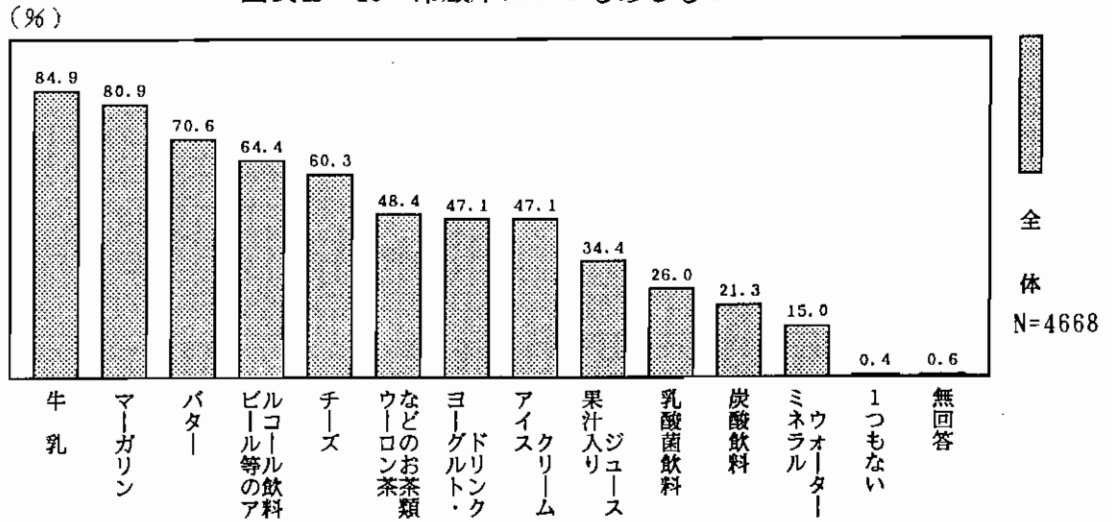
図表Ⅱ-18 主婦職業別／主婦年齢別 牛乳を料理に使わない理由

	そのまま飲んだ方がおいしい	食べる人が少ない	家族が喜ばない	料理の仕方がわからない	料理をするのがめんどう	家族の食事時間が合わない	おいしくできない	その他	無回答	(%)	n
全体	48.9	27.2	17.9	17.5	13.3	4.4	4.2	8.0	1.8		1,655
専業主婦	49.5	30.9	18.7	16.0	10.6	3.4	3.5	7.0	2.2		738
有職主婦	52.9	25.0	21.6	17.5	13.7	6.3	5.0	6.2	1.2		679
単身・その他	△36.1	21.8	5.0	22.3	20.6	2.1	3.8	16.4	2.5		238
30代以下	45.2	18.6	12.9	24.0	17.5	3.0	4.2	13.7	1.5		263
40代	50.9	25.0	21.6	14.5	13.2	5.7	5.2	6.8	1.4		440
50代	51.9	29.3	21.1	17.0	11.8	5.7	3.6	5.7	1.4		441
60代以上	46.4	31.8	14.8	17.0	12.5	3.0	3.8	8.1	2.6		506

4. 常備率

牛乳、乳製品や他の飲み物など12品目をあげ冷蔵庫にいつもあるものを聞いたところ、「牛乳」が最も高く、85%の世帯で常備されている。次いで「マーガリン」が81%で「バター」71%を上回っている。「チーズ」も60%と過半数の世帯にある。

図表Ⅱ-19 冷蔵庫にいつもあるもの



主婦職業別にみると、単身・その他の世帯では、牛乳をはじめとして乳製品などの常備率が他の層に比べ低い。主婦年齢別では、牛乳や乳製品の常備率に差はみられないが、「アイスクリーム」は主婦が若い世帯ほど常備率が高い。

また、牛乳購入量が多い世帯ほど、牛乳や乳製品の常備率が高い傾向がみられる。一方、牛乳をほとんど買わない世帯は買う世帯に比べ「炭酸飲料」を常備している率がやや高い。ただし、「果汁入りジュース」の常備率は牛乳購入量による差はみられない。

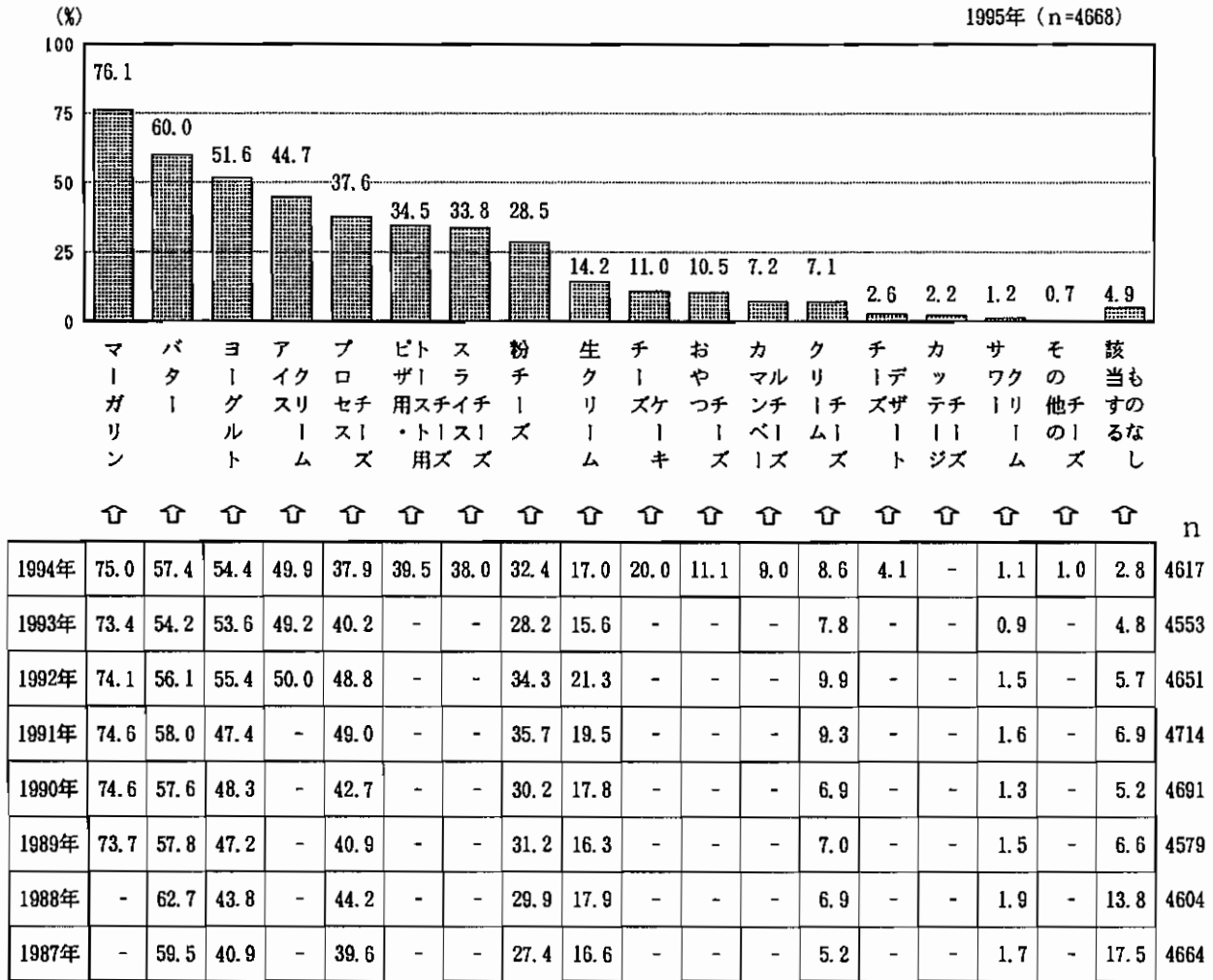
図表Ⅱ-20 主婦職業別/主婦年齢別/牛乳購入量別 冷蔵庫にいつもあるもの

		(%)														
		牛乳	マーガリン	バター	ビルコール等の飲料	チーズ	ウなどのお茶類	ヨーグルト・ドリンク	アイスクリーム	果汁入りジュース	乳酸菌飲料	炭酸飲料	ミネラルウォーター	1つもない	無回答	n
全体		84.9	80.9	70.6	64.4	60.3	48.4	47.1	47.1	34.4	26.0	21.3	15.0	0.4	0.6	4,668
主婦職業	専業主婦	87.4	81.8	72.6	64.7	62.5	46.3	49.4	48.9	35.9	28.4	21.2	15.1	0.3	0.1	2,179
	有職主婦	86.0	83.8	71.3	66.9	61.0	51.8	47.6	48.7	33.8	25.4	22.3	15.2	0.1	0.4	2,122
	単身・その他	△63.8	△58.6	△55.0	△48.8	△43.6	41.1	△30.8	△26.7	29.7	△15.3	16.3	13.4	2.2	4.1	367
主婦年齢	30代以下	84.8	85.1	68.1	65.4	59.1	↑56.5	46.3	↑52.7	35.1	23.0	19.5	12.3	0.1	0.2	1,104
	40代	86.1	84.9	71.8	64.3	59.3	51.7	47.6	48.9	32.6	24.3	22.9	14.6	0.1	0.3	1,522
	50代	85.8	80.7	75.0	70.7	68.8	46.6	50.0	46.9	37.7	29.6	23.4	21.0	-	0.3	1,142
	60代以上	83.4	△70.2	67.2	△56.5	56.3	35.7	44.4	38.1	33.1	28.8	18.5	11.6	1.6	0.5	880
購入量	買わない	1.8	61.4	48.2	61.4	29.8	46.9	22.8	30.3	28.9	15.8	27.2	14.0	3.9	0.9	228
	3リットル未満	79.1	75.4	68.3	62.6	56.4	46.9	43.4	43.8	35.0	24.0	21.2	13.5	0.4	0.3	1,916
	3リットル以上	97.9	86.6	74.1	66.6	65.1	50.0	51.1	50.6	36.1	29.5	20.9	16.2	-	0.1	1,509
	6リットル以上	↓99.6	↓89.9	↓75.8	↓66.3	↓70.3	49.8	↓55.9	↓53.7	32.8	↓27.8	20.8	16.5	-	0.1	943

5. 家庭での乳製品の利用状況

「現在家庭でよく利用しているもの」で最も多いのは「マーガリン」の76%である。次いで「バター」60%、「ヨーグルト」52%、「アイスクリーム」45%などの利用率が高い。時系列で見ると、ほとんど大きな変化はみられない。

図表Ⅱ-21 現在よく利用している乳製品等



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。また、主婦年齢が若い世帯ほどよく利用するのは「ヨーグルト」、「アイスクリーム」、「ピザ用／トースト用チーズ」、「おやつチーズ」などである。

牛乳購入量別では、ほとんどどの商品も牛乳の購入量が多い世帯ほどよく利用している。

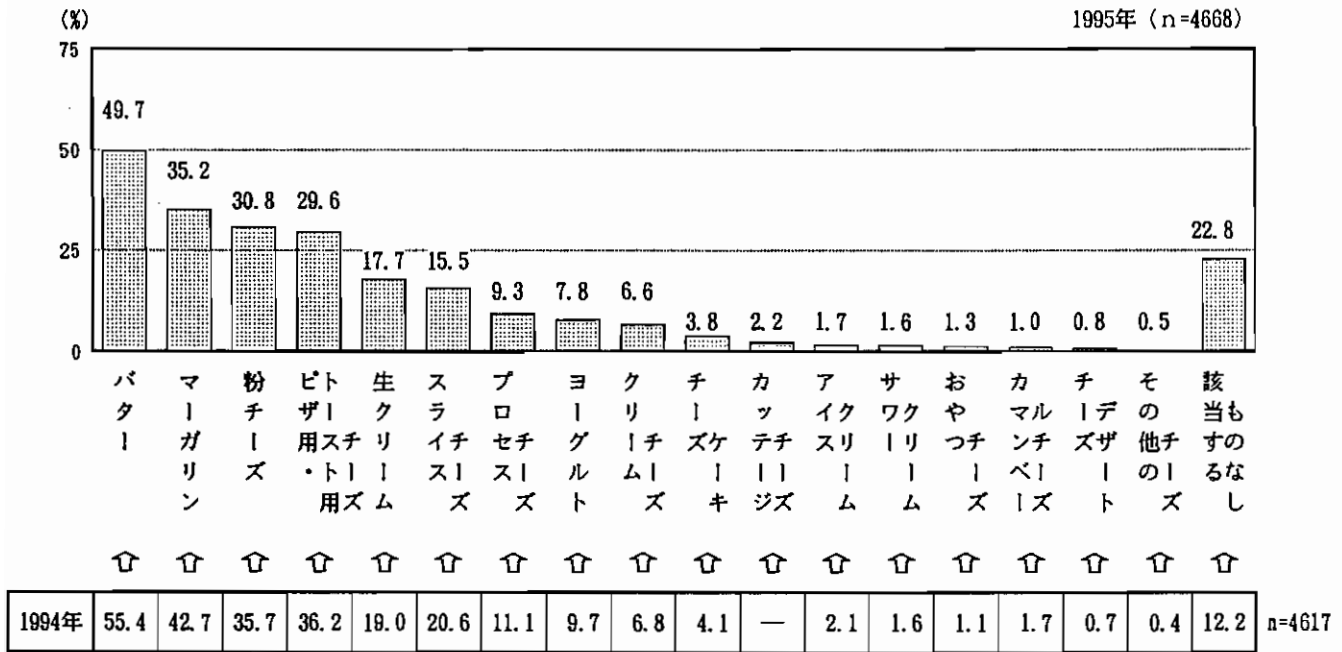
図表Ⅱ-22 主婦職業別／主婦年齢別／牛乳購入量別 現在よく利用している乳製品等

	マーガリン	バター	ヨーグルト	アイスクリーム	プロセスチーズ	ピザ用／トースト用チーズ	スライスチーズ	おやつチーズ	生クリーム	(%)
全体	76.1	60.0	51.6	44.7	37.6	34.5	33.8	28.5	14.2	
専業主婦	76.9	61.5	53.1	46.6	38.9	34.0	35.3	28.2	16.0	
有職主婦	78.9	60.8	53.4	46.1	38.3	37.9	34.8	31.8	13.8	
単身・その他	△55.6	△46.0	△31.9	△25.1	△26.2	△17.7	△19.6	11.4	6.5	
30代以下	79.1	△55.7	↑58.1	↑54.6	38.4	43.0	38.3	28.4	14.5	
40代	79.8	60.1	55.8	49.0	38.4	↑42.0	36.2	33.4	17.1	
50代	76.4	63.8	49.4	39.5	41.9	29.5	34.2	29.1	15.1	
60代以上	66.8	61.3	39.8	32.5	30.5	↓17.8	24.3	20.2	8.1	
買わない	60.1	41.7	22.4	25.9	18.9	14.5	14.0	14.9	3.9	
2リットル未満	71.5	58.4	45.6	40.6	33.1	28.0	28.2	23.4	11.7	
3リットル以上	80.7	62.2	56.8	48.6	41.0	37.7	39.0	31.1	15.5	
6リットル以上	84.2	64.7	64.5	52.7	47.7	48.3	43.7	38.8	20.4	

	チーズケーキ	おやつチーズ	カンパネラチーズ	クリームチーズ	チーズデザート	カンテージュチーズ	サワークリーム	その他のチーズ	無回答	n
全体	11.0	10.5	7.2	7.1	2.6	2.2	1.2	0.7	4.9	4,668
専業主婦	10.6	11.3	7.3	8.0	2.1	2.3	1.6	0.8	4.7	2,179
有職主婦	12.0	10.8	7.4	6.7	3.3	1.9	0.8	0.6	2.6	2,122
単身・その他	7.4	4.4	4.9	4.1	1.6	3.0	1.4	1.4	18.8	367
30代以下	10.1	↑19.2	4.9	6.6	3.8	1.0	1.0	1.1	2.9	1,104
40代	13.6	10.2	7.7	8.4	3.1	2.0	0.9	0.5	2.6	1,522
50代	9.2	6.8	9.6	6.7	2.1	3.6	1.7	0.8	4.1	1,142
60代以上	10.0	↓5.3	6.1	6.3	1.1	2.3	1.6	0.7	10.9	880
買わない	6.1	3.5	3.9	1.8	1.8	0.9	1.3	-	21.5	228
2リットル未満	8.9	7.7	6.4	5.5	1.8	1.8	1.1	0.6	6.1	1,916
3リットル以上	12.5	12.2	8.2	8.5	2.9	2.7	1.1	0.8	2.0	1,509
6リットル以上	14.3	15.8	8.3	9.9	4.2	2.7	1.8	1.2	1.4	943

「家庭で料理に使っている、または、料理としてつくるもの」は「バター」が50%で最も高く、「マーガリン」35%を上回る。「粉チーズ」や「ピザ用・トースト用チーズ」も3割の世帯で使われている。

図表Ⅱ-23 家庭で料理に使っている・料理としてつくる乳製品等



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。「バター」、「粉チーズ」、「ピザ用・トースト用チーズ」、「生クリーム」、「スライスチーズ」、「プロセスチーズ」、「ヨーグルト」、「クリームチーズ」などは若い主婦ほど料理によく使っている。

図表Ⅱ-24 主婦職業別/主婦年齢別 家庭で料理に使っている
・料理としてつくる乳製品等

	バター	マーガリン	粉チーズ	ピザ用/トースト用チーズ	生クリーム	スライスチーズ	プロセスチーズ	ヨーグルト	クリームチーズ	(%)
全体	49.7	35.2	30.8	29.6	17.7	15.5	9.3	7.8	6.6	
専業主婦	50.6	35.0	30.6	29.5	19.4	16.4	10.2	8.4	7.8	
有職主婦	51.1	37.1	33.4	32.4	17.4	15.7	9.1	7.8	6.1	
単身・その他	36.2	25.3	17.2	13.6	8.7	8.7	4.9	4.1	2.5	
30代以下	↑ 55.1	35.6	↑ 36.2	↑ 40.9	↑ 22.2	↑ 19.8	10.7	9.4	9.6	
40代	51.8	37.8	36.3	36.6	21.2	16.5	9.6	8.3	8.0	
50代	49.6	35.6	29.5	23.7	16.1	15.1	10.3	7.9	4.5	
60代以上	40.5	30.0	16.8	11.4	8.3	9.2	5.8	5.0	3.4	

	チーズケーキ	カンテージュズ	アイスクリーム	サワークリーム	おやつチーズ	カマンベールチーズ	チーズデザート	その他のチーズ	無回答	n
全体	3.8	2.2	1.7	1.6	1.3	1.0	0.8	0.5	22.8	4,668
専業主婦	3.9	2.6	1.7	2.2	1.3	1.0	1.1	0.5	22.2	2,179
有職主婦	4.1	1.9	1.8	1.1	1.6	1.2	0.5	0.6	19.3	2,122
単身・その他	1.6	1.6	1.1	0.8	-	0.5	0.3	-	46.9	367
30代以下	5.2	2.0	2.1	1.9	2.4	0.9	1.3	0.7	15.9	1,104
40代	4.7	2.3	1.8	1.2	1.2	1.0	0.8	0.4	16.9	1,522
50代	3.2	2.8	1.8	2.2	1.1	1.3	0.6	0.5	24.1	1,142
60代以上	1.5	1.7	0.8	1.3	0.6	1.0	0.5	0.3	39.0	880

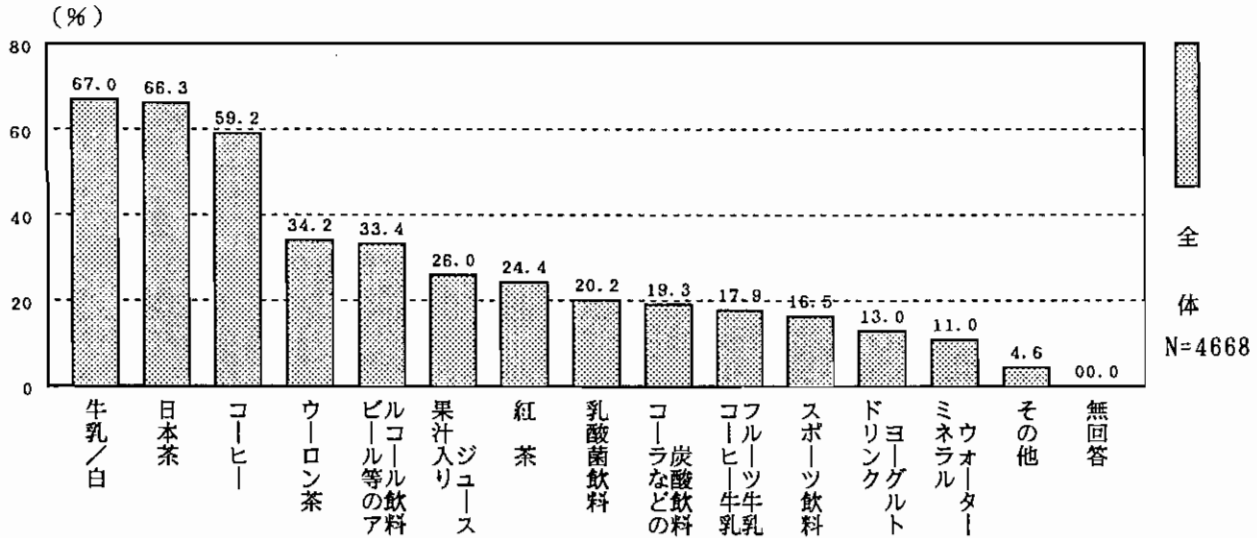
Ⅲ 牛乳をとりまく背景

1. 飲み物の中での牛乳の位置づけ

1) よく飲む飲み物

「牛乳（白）」は「日本茶」と並んで、よく飲む飲み物のトップである。次いで「コーヒー」が僅差であり、少しはなれて「ウーロン茶」、「ビールなどのアルコール飲料」、「果汁入りジュース」、「紅茶」などが続いている。

図表Ⅲ－1 よく飲む飲み物



牛乳の飲用量別にみると、「アルコール飲料」や「炭酸飲料」はヘビーユーザーよりライトユーザーの方がよく飲む人が多い。

図表Ⅲ－2 牛乳の飲用量別 よく飲む飲み物

	(%)															
	牛乳/白	日本茶	コーヒー	ウーロン茶	ビール等のアルコール飲料	果汁入りジュース	紅茶	乳酸菌飲料	コーラなどの炭酸飲料	フルーツ牛乳	スポーツ飲料	ドリンク	ミネラルウォーター	その他	無回答	n
全体	67.0	66.3	59.2	34.2	33.4	26.0	24.4	20.2	19.3	17.9	16.5	13.0	11.0	4.6	0.0	4,668
ヘビーユーザー	96.9	61.1	55.8	33.0	28.8	26.5	24.9	24.1	16.6	19.3	18.9	16.4	11.6	5.6	-	1,323
毎日ミドルユーザー	88.8	74.7	83.1	30.8	30.2	20.6	25.7	20.0	14.4	16.5	10.0	12.4	10.2	4.7	-	937
ミドルユーザー	77.0	65.4	61.7	38.8	35.0	28.5	24.5	21.7	21.4	20.2	19.4	14.1	10.8	4.4	-	918
ライトユーザー	33.8	67.4	60.7	37.0	39.8	29.3	23.3	18.0	24.6	18.4	20.2	12.4	12.2	3.4	-	798
ノンユーザー	4.6	64.8	55.1	31.2	37.4	25.3	23.0	13.5	22.8	13.0	13.0	6.5	9.7	4.7	0.1	670

性・年齢別にみると、ヤング層は他の層に比べ「果汁入りジュース」「コーヒー牛乳・フルーツ牛乳」「炭酸飲料」などを飲む人が多い。

牛乳の飲用量もあわせてみると、29才以下の女性のライト・ノンユーザーでは、「炭酸飲料」や「果汁入りジュース」をよく飲む人が多く、牛乳と競合していることがわかる。29才以下の男性のライト・ノンユーザーでは「アルコール飲料」と競合している。

図表Ⅲ-3 性・年齢・牛乳の飲用量別 よく飲む飲み物

(%)

	日 本 茶						コ ー ヒ ー						ウ ー ロ ン 茶					
	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	35.0	48.9	60.8	69.2	78.5	85.7	50.4	45.6	71.5	74.9	55.5	52.5	37.2	47.3	33.1	35.7	24.4	31.9
ヘビーユーザー	34.2	40.7	57.6	62.2	75.9	82.6	40.7	41.3	70.8	72.2	51.9	54.7	33.7	39.2	34.7	36.1	24.1	31.0
毎日ミドルユーザー	50.0	54.7	68.3	72.0	82.1	85.8	55.6	54.7	76.4	81.2	57.5	53.2	29.6	45.3	28.5	32.3	27.4	28.8
ミドルユーザー	34.0	58.3	54.4	73.2	77.5	88.3	53.9	45.5	69.4	78.8	57.2	57.4	44.0	49.2	40.1	38.4	24.6	37.0
ライトユーザー	39.8	54.4	65.4	67.3	81.0	88.4	55.7	47.8	69.8	72.1	59.2	54.5	40.9	54.4	29.6	37.4	29.3	33.1
ノンユーザー	22.2	36.9	58.4	77.7	75.3	87.9	59.7	41.7	72.0	67.0	52.6	39.7	34.7	52.4	32.0	33.0	15.6	31.9

	ビール等のアルコール飲料						果 汁 入 り ジ ュ ー ス						紅 茶					
	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30〜40代男性	30〜40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	28.9	10.3	62.1	23.8	56.1	19.5	39.9	42.9	18.8	24.2	17.2	22.0	22.7	38.9	18.0	27.5	15.8	25.4
ヘビーユーザー	21.1	7.9	61.1	23.6	50.5	20.6	40.2	33.9	22.2	25.7	17.6	22.0	21.6	33.9	21.5	27.4	18.5	25.1
毎日ミドルユーザー	27.8	10.5	56.1	15.1	56.1	15.7	35.2	34.7	16.3	22.6	13.7	18.7	22.2	44.2	22.8	27.4	17.9	26.2
ミドルユーザー	29.1	12.1	60.5	28.3	60.9	21.6	43.3	41.7	17.7	26.3	21.0	24.1	24.8	40.9	14.3	26.8	14.5	25.9
ライトユーザー	36.4	10.3	66.7	27.9	63.3	26.4	34.1	55.9	19.5	25.2	19.7	25.6	21.6	37.5	15.1	31.3	12.2	23.1
ノンユーザー	41.7	13.1	66.4	26.2	53.2	14.9	43.1	52.4	18.4	17.5	15.6	22.7	23.6	42.9	16.8	23.3	13.6	26.2

図表Ⅲ-3 性・年齢・牛乳の飲用量別 よく飲む飲み物(続き)

(%)

	乳酸菌飲料						コーラなどの炭酸飲料						コーヒー牛乳・フルーツ牛乳					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	20.0	20.4	15.7	18.1	19.4	26.3	48.7	26.6	22.4	15.2	8.9	8.9	30.3	22.6	15.0	15.5	13.0	16.5
ヘビーユーザー	22.1	24.3	23.6	20.5	25.0	28.6	41.2	19.6	17.4	12.5	7.4	8.0	33.2	18.0	22.2	13.5	13.4	19.5
毎日ミドルユーザー	20.4	15.8	18.7	15.1	20.8	24.7	46.3	25.3	20.3	14.0	6.6	7.9	35.2	31.6	11.4	13.4	11.8	15.7
ミドルユーザー	18.4	18.2	20.4	18.7	19.6	34.0	54.6	15.2	21.8	14.6	12.3	13.0	31.9	22.7	19.7	16.7	17.4	14.8
ライトユーザー	20.5	25.0	10.7	17.7	15.6	21.5	59.1	39.0	21.4	20.4	12.2	7.4	22.7	21.3	10.7	22.4	16.3	19.8
ノンユーザー	16.7	13.1	4.8	15.5	12.3	19.9	47.2	42.9	32.8	19.4	7.8	8.5	25.0	25.0	9.6	12.6	7.1	9.2

	スポーツ飲料						ドリンクヨーグルト						ミネラルウォーター					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	43.5	18.0	18.5	13.6	10.5	6.9	13.4	16.5	8.8	12.5	11.1	15.7	16.4	13.5	9.8	9.7	8.1	10.9
ヘビーユーザー	47.7	17.5	19.4	15.6	11.6	8.4	17.1	14.3	11.8	14.9	14.4	22.6	18.1	12.2	9.0	11.5	10.6	9.1
毎日ミドルユーザー	35.2	12.6	13.0	10.2	6.6	5.2	20.4	14.7	10.6	9.7	11.8	13.1	14.8	17.9	14.6	4.8	7.1	10.9
ミドルユーザー	41.8	16.7	21.1	15.2	16.7	8.0	16.3	18.9	8.8	13.6	11.6	15.4	15.6	7.6	5.4	13.6	9.4	11.7
ライトユーザー	47.7	25.7	20.8	17.0	12.9	5.8	4.5	18.4	9.4	14.3	11.6	14.0	17.0	19.9	11.9	8.8	7.5	9.9
ノンユーザー	36.1	15.5	17.6	6.8	6.5	7.1	2.8	16.7	3.2	6.8	3.9	7.8	13.9	10.7	8.8	7.8	5.2	14.2

2) 飲用機会別飲みたい飲み物のコンセプト

いろいろな機会でのどのような飲み物を飲みたいのか聞くと、朝食、昼食、夕食などの食事機会には「さっぱりしたもの」が最も好まれ、「甘味の少ないもの」をあげる人も多い。一方、おやつや間食時には「甘味のあるもの」を好む人が多い。

その他の項目としては、朝食時には「タンパク質・カルシウムなど栄養のあるもの」、「ビタミン類など体によいもの」が多く、昼食時には「喉の渇きをいやすもの」が多い。夕食時の飲み物に対しては意見が分かれた。

夜食や寝る前には「カロリーが低いもの」が最も好まれ、「さっぱりしたもの」、「量が少ないもの」、「ソフトで軽いもの」など、マイルド志向がみられる。

仕事や勉強中には「スッキリするもの」や「心地よい刺激のあるもの」、「疲労回復など薬効があるもの」などが高く、刺激や疲労回復が求められている。

レジャー・スポーツ時には圧倒的に「喉の渇きをいやすもの」が好まれ、「さっぱりしたもの」、「スッキリするもの」も高く、快適さがポイントである。

図表Ⅲ-4 飲用機会別飲みたい飲み物のコンセプト(%)

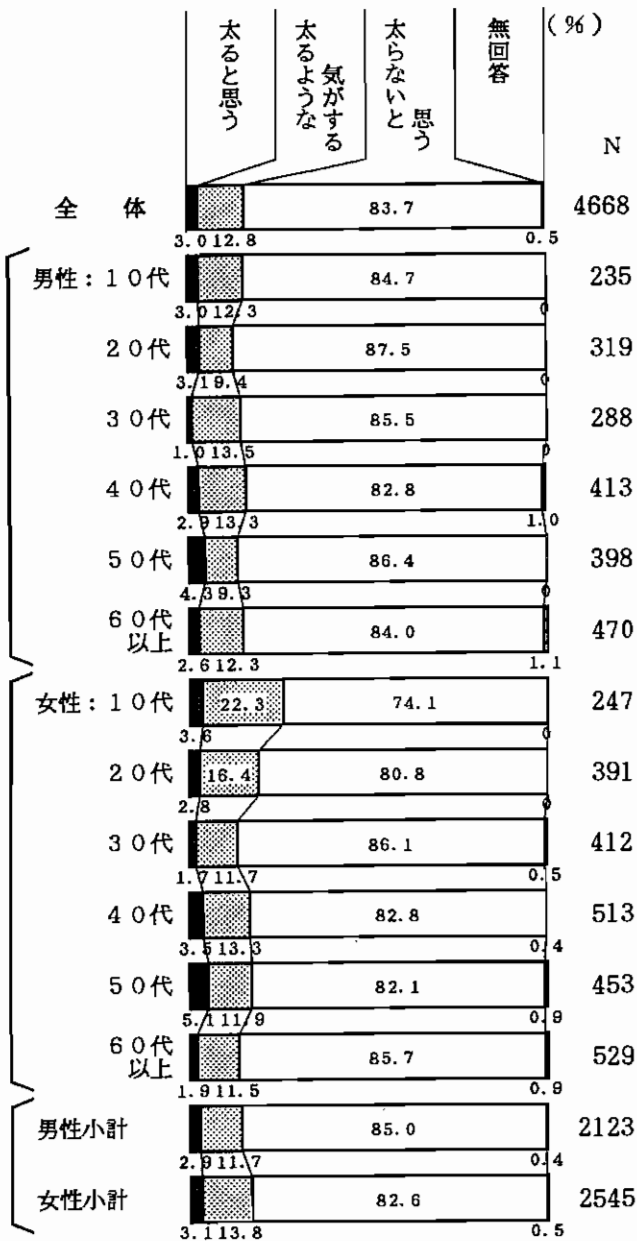


3) 「牛乳は太る」イメージの強さ

「牛乳を1日1杯(140ml)毎日飲んだら、あなたの場合、太ると思いますか」と聞いたところ、「太らないと思う」人が84%と圧倒的な割合を占め、ほとんどの人は問題ないと考えている。「太るような気がする」人は13%みられるが、「太ると思う」と断言する人は3%のみである。

性・年齢別にみると、女性10代では「太ると思う」と「太るような気がする」を合わせると26%と高く、4人に1人が心配している。これを、牛乳の飲用量もあわせてみると、29才以下の若い女性では、ヘビーユーザーや毎日ミドルユーザーは既に1日1杯以上飲んでおり、太る心配をする人は少ないが、ミドルユーザー以下の層では不安が強い。

図表Ⅲ-5 性・年齢別 牛乳を1日1杯毎日飲んだら太ると思うか



図表Ⅲ-6 性・年齢・牛乳飲用量別

牛乳を1日1杯毎日飲んだら太ると思うか

(「太る」+「太るような気がする」人の割合) (%)

	全体	29才以下男性	29才以下女性	30歳~40代男性	30歳~40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	15.8	13.7	21.8	15.5	15.2	14.2	15.1
ヘビーユーザー	13.7	13.6	14.3	13.2	13.6	12.9	14.2
毎日ミドルユーザー	11.9	16.7	17.9	12.2	9.1	12.8	10.1
ミドルユーザー	17.0	11.3	30.3	14.9	17.2	12.3	16.7
ライトユーザー	19.7	13.6	25.0	16.4	23.1	17.7	20.7
ノンユーザー	18.7	16.7	23.8	20.0	16.5	16.8	19.2

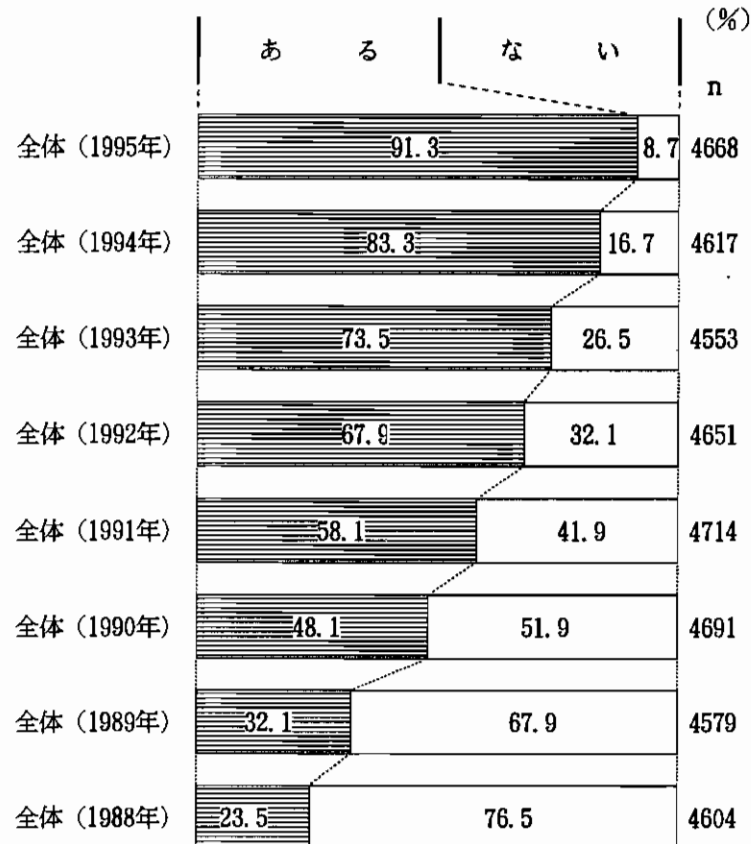
2 「骨粗しょう症」について

1) 「骨粗しょう症」という言葉の認知率

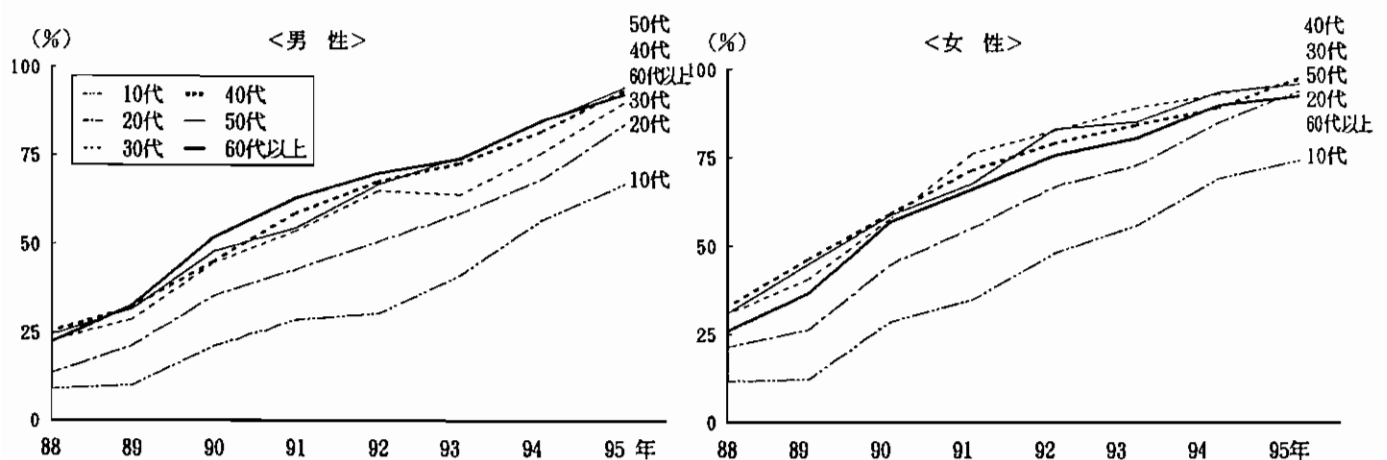
「骨粗しょう症」という言葉を聞いたことがある人は年々増加し、今年は91%に達した。

男女ともどの年齢層も認知率が上昇しているが、10代は20代以上に比べると男女とも約20ポイントの差があり、まだ低いレベルである。

図表Ⅲ-7 「骨粗しょう症」という言葉を聞いた経験



図表Ⅲ-8 性・年齢別 「骨粗しょう症」という言葉の認知率の変化



「骨粗しょう症」の認知率は牛乳をよく飲むほど高く、ヘビーユーザーでは93%に達している。ただし、ノンユーザーでも88%が認知している。

地域別、都市規模別にみても特に大きな差はみられない。

図表Ⅲ－9 牛乳飲用量別／地域別／都市規模別 「骨粗しょう症」という言葉の認知率

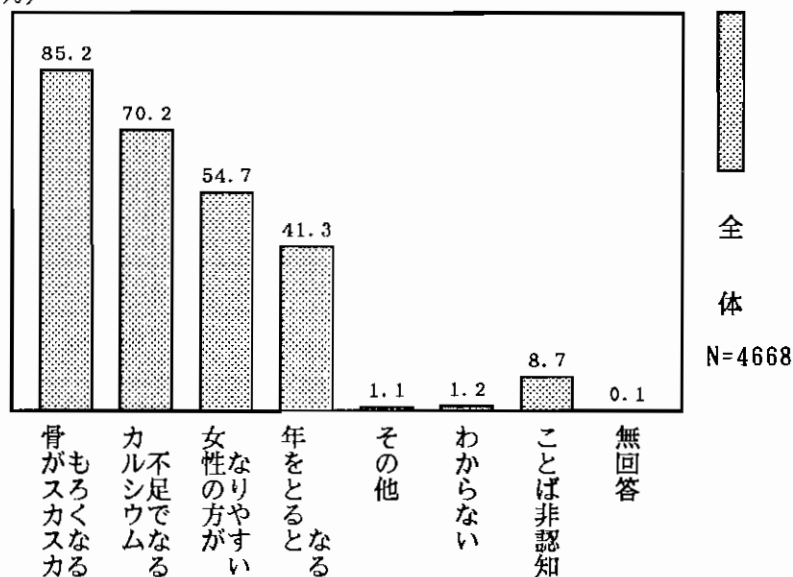
(%)

		1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年
全 体		23.5	32.1	48.1	58.1	67.9	73.5	83.3	91.3
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
	毎日ミッドユーザー	31.5	37.1	53.5	63.6	75.3	77.6	87.2	93.8
	ミッドユーザー	22.4	31.1	45.7	58.2	67.6	72.7	82.4	90.7
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4	52.4	62.7	70.6	78.0	89.5
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4	46.0	56.7	64.2	76.5	87.9
地 域 別	北海道	16.6	33.2	46.6	49.4	73.6	78.4	87.3	94.3
	東北	17.0	27.8	46.6	49.7	62.2	71.8	82.2	89.6
	関東・甲信	26.2	32.1	50.7	59.3	67.3	72.7	82.7	90.9
	東海・北陸	20.7	32.5	47.3	56.4	66.1	70.5	84.0	92.7
	近畿	28.6	36.9	48.4	61.3	73.7	76.6	84.1	92.3
	中国	22.4	29.8	51.1	60.7	67.4	75.3	88.9	88.5
	四国	13.6	37.6	35.9	49.7	58.0	79.4	81.8	89.8
九州	24.1	27.4	44.5	61.9	67.5	71.4	78.9	90.8	
都 市 規 模 別	12大都市	28.0	32.9	52.0	60.3	71.4	75.2	86.1	91.3
	15万以上市	25.7	34.5	50.5	59.6	69.2	73.8	83.2	91.4
	5万以上市	22.7	30.3	47.0	58.9	67.6	73.9	83.0	92.2
	5万未満市	16.8	41.5	42.0	58.4	66.6	75.9	81.0	91.3
	郡 部	19.9	27.3	44.5	53.3	63.3	70.4	81.9	90.3

2) 「骨粗しょう症」の認知内容

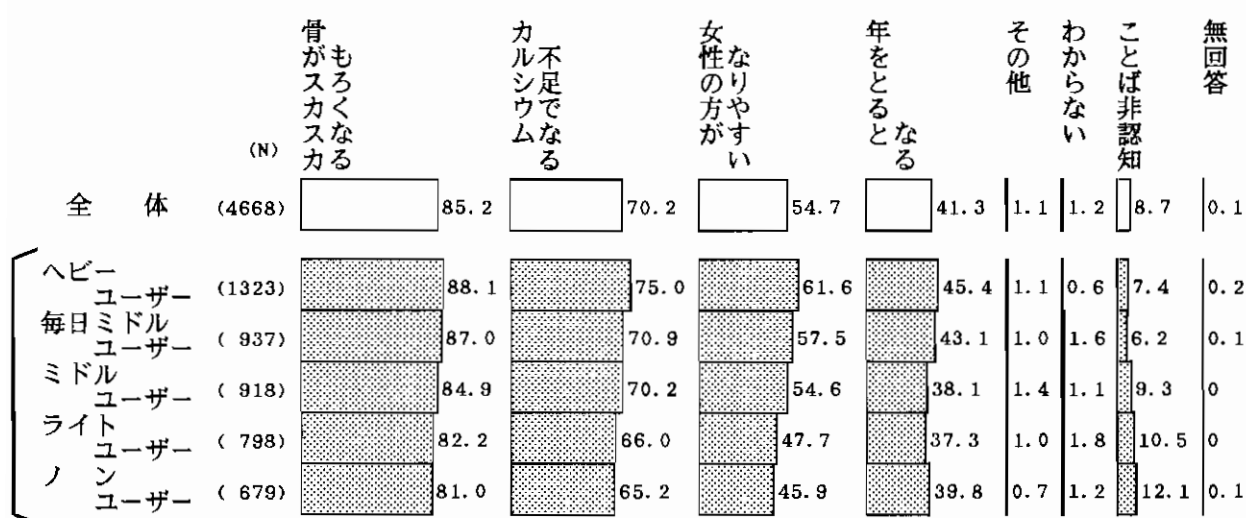
骨粗しょう症の内容としては「骨がスカスカ、もろくなる」が85%と最もよく知られている。「カルシウム不足でなる」も70%に知られ、「女性の方がなりやすい」、「年をとるとなる」も半数程度の人に知られている。

図表Ⅲ-10 「骨粗しょう症」の認知内容 (%)



牛乳の飲用量別にみると、「骨がスカスカ、もろくなる」や「カルシウム不足でなる」は飲用量による差が小さいが、「女性の方がなりやすい」、「年をとるとなる」は飲用量が多いほどよく知っている。

図表Ⅲ-11 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」の認知内容 (%)



性・年齢別にみると、どの内容も男性より女性の方が知っている人が多い。また、若い層では全体的に認知率が低い。

50才以上の女性の牛乳ヘビーユーザーは他の層に比べ「女性の方がなりやすい」「年をとるとなる」を知っている率が高い。この層は、自分のこととして骨粗しょう症を理解しているといえる。

図表Ⅲ-12 性・年齢・牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」の認知内容

(%)

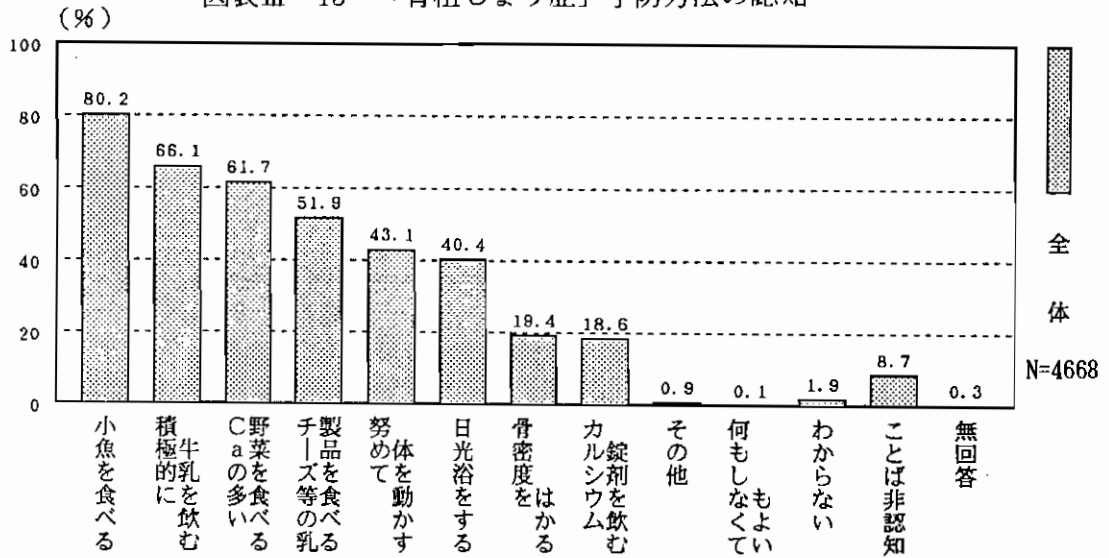
	骨がスカスカもろくなる						カルシウム不足でなる						女性の方がなりやすい					
	29才以下男性	29才以下女性	30代男性	30代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30代男性	30代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30代男性	30代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	68.6	80.4	86.3	93.4	86.9	87.8	53.8	64.6	68.5	81.7	70.0	73.7	32.3	50.8	48.1	72.1	50.5	62.1
ヘビーユーザー	71.9	82.5	90.3	94.4	91.2	93.4	57.8	65.1	72.2	84.0	77.3	84.0	37.2	58.2	56.3	76.7	56.9	71.8
毎日ミドルユーザー	57.4	87.4	88.6	96.2	86.3	86.1	44.4	60.0	72.4	84.4	67.5	72.7	33.3	54.7	53.7	74.2	50.5	59.2
ミドルユーザー	68.8	77.3	87.1	92.9	88.4	90.1	55.3	68.2	67.3	79.3	73.2	73.5	29.8	46.2	51.0	72.2	50.7	67.9
ライトユーザー	68.2	77.9	84.9	87.8	84.4	84.3	46.6	65.4	69.2	73.5	63.9	70.2	34.1	41.2	39.6	63.3	48.3	56.2
ノンユーザー	68.1	76.2	80.0	94.2	82.5	80.1	55.6	60.7	61.6	86.4	66.2	59.6	20.8	51.2	41.6	67.0	42.9	47.5

	年をとるとなる					
	29才以下男性	29才以下女性	30代男性	30代女性	50才以上男性	50才以上女性
全 体	28.2	34.0	40.9	47.2	39.7	49.4
ヘビーユーザー	28.6	39.7	45.1	49.0	46.8	56.1
毎日ミドルユーザー	37.0	34.7	46.3	48.9	34.4	48.7
ミドルユーザー	24.1	34.8	34.0	47.0	38.4	45.7
ライトユーザー	34.1	26.5	37.1	43.5	35.4	47.1
ノンユーザー	20.8	31.0	44.8	44.7	42.2	44.0

3) 「骨粗しょう症」の予防方法の認知

骨粗しょう症の予防方法として、どんなことがあるのかを聞くと、「小魚を食べる」が80%と最も多くの人に知られている。「積極的に牛乳を飲む」、「カルシウムの多い野菜を食べる」、「チーズ等の乳製品を食べる」なども半数以上の人に知られている。

図表Ⅲ-13 「骨粗しょう症」予防方法の認知



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」ことを知っている人が多く、他の項目も認知率がやや高い。

図表Ⅲ-14 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」予防方法の認知 (%)

	(N)	小魚を食べる	積極的に牛乳を飲む	Caの多い野菜を食べる	チーズ等の乳製品を食べる	努めて体を動かす	日光浴をする	骨密度をはかる	カルシウム錠剤を飲む	その他	何もしなくてよい	わからない	ことば非認知	無回答
全体	(4668)	80.2	66.1	61.7	51.9	43.1	40.4	19.4	18.6	0.9	0.1	1.9	8.7	0.3
ヘビーユーザー	(1323)	81.6	76.6	63.0	55.9	49.8	46.1	22.7	18.3	1.2	0.2	1.3	7.4	0.3
毎日ミドルユーザー	(937)	83.2	71.3	65.7	53.4	45.1	42.8	19.2	19.2	1.0	0.3	1.5	6.2	0.4
ミドルユーザー	(918)	79.3	68.7	60.6	53.7	43.8	39.0	18.3	17.9	0.4	0	2.1	9.3	0.3
ライトユーザー	(798)	77.3	58.0	58.8	49.1	36.5	35.6	17.9	18.7	1.1	0.1	2.5	10.5	0.5
ノンユーザー	(678)	77.6	44.5	58.3	42.7	33.7	34.2	16.5	19.7	0.7	0	2.5	12.1	0.1

性・年齢別にみると、「積極的に牛乳を飲む」はヤング男性の認知率が低い、30代以上の女性では7割以上と高い。特に50才以上の女性では、ノンユーザーは3人に1人しか知らないのに対し、ヘビーユーザーでは8割と差が大きい。

図表Ⅲ-15 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」予防方法の認知

(%)

	積極的に牛乳を飲む						チーズ等の乳製品を食べる						カルシウム錠剤を飲む					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	51.8	61.6	62.6	76.3	66.0	70.2	39.5	49.4	50.5	64.2	48.3	53.0	12.8	14.7	21.3	20.4	20.0	19.7
ヘビーユーザー	56.8	68.3	72.2	85.8	82.4	84.7	38.7	51.9	56.9	66.0	53.7	61.3	12.1	12.7	21.5	20.5	20.4	20.9
毎日ミドルユーザー	51.9	58.9	71.5	78.5	72.2	73.8	38.9	46.3	60.2	69.4	47.2	49.4	9.3	15.8	25.2	21.0	21.2	16.9
ミドルユーザー	55.3	64.4	66.0	76.3	70.3	75.9	39.0	47.0	54.4	62.1	54.3	60.5	12.1	12.1	21.1	20.7	18.1	21.0
ライトユーザー	47.7	57.4	57.9	68.7	53.1	59.5	45.5	49.3	43.4	61.9	46.9	46.3	17.0	16.9	23.3	19.7	19.7	13.2
ノンユーザー	36.1	51.2	46.4	56.3	42.9	36.2	36.1	51.2	38.4	57.3	37.7	39.7	13.9	17.9	15.2	20.4	20.1	27.0

	骨密度をはかる					
	29才以下男性	29才以下女性	30～40代男性	30～40代女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	12.5	17.7	17.7	25.1	16.9	22.5
ヘビーユーザー	13.1	18.0	19.4	29.2	19.9	29.6
毎日ミドルユーザー	7.4	18.9	25.2	25.8	15.1	17.6
ミドルユーザー	12.1	18.9	18.4	20.7	13.8	24.1
ライトユーザー	14.8	15.4	14.5	25.9	19.0	16.5
ノンユーザー	12.5	15.5	12.0	20.4	15.6	21.3

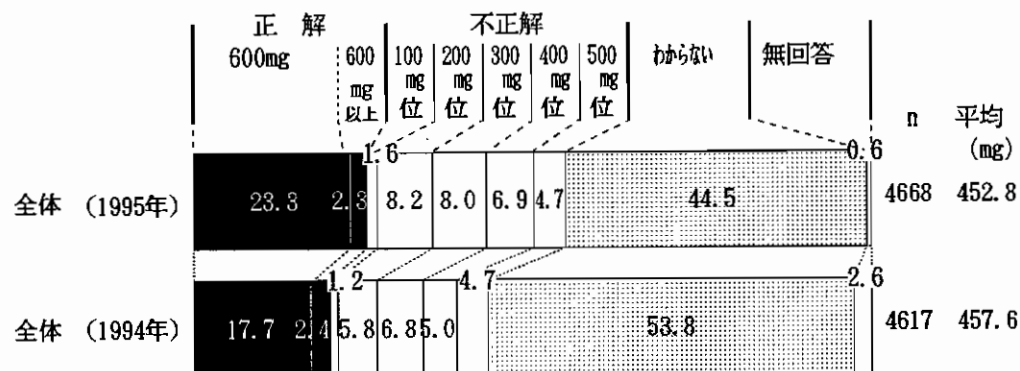
4) カルシウムの1日の必要量と牛乳に含まれる量の認知

「骨粗しょう症」を予防するために1日に必要なカルシウム量を聞いたところ、「600 mg」および「600 mg以上」と正しく答えられた人は、26%と4人に1人の正解率であった。これは昨年（20%）に比べると、統計的に有意に増えている（危険率95%）。

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24%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。

ただし、ともに「わからない」が半数近くと多い。骨粗しょう症の認知率が高まり、牛乳の重要性は知られてきているものの、カルシウム量に関する知識はまだ浸透してはいない。

図表Ⅲ-16 「骨粗しょう症」を予防するために1日に必要なカルシウム量



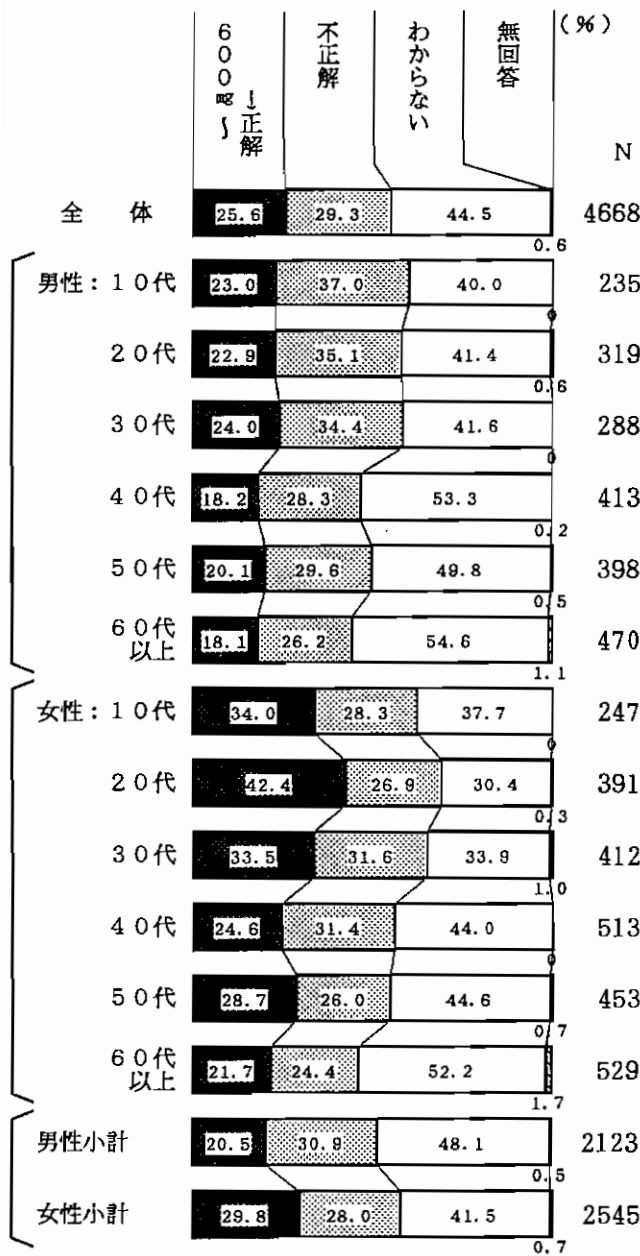
図表Ⅲ-17 牛乳200mlに含まれるカルシウム量



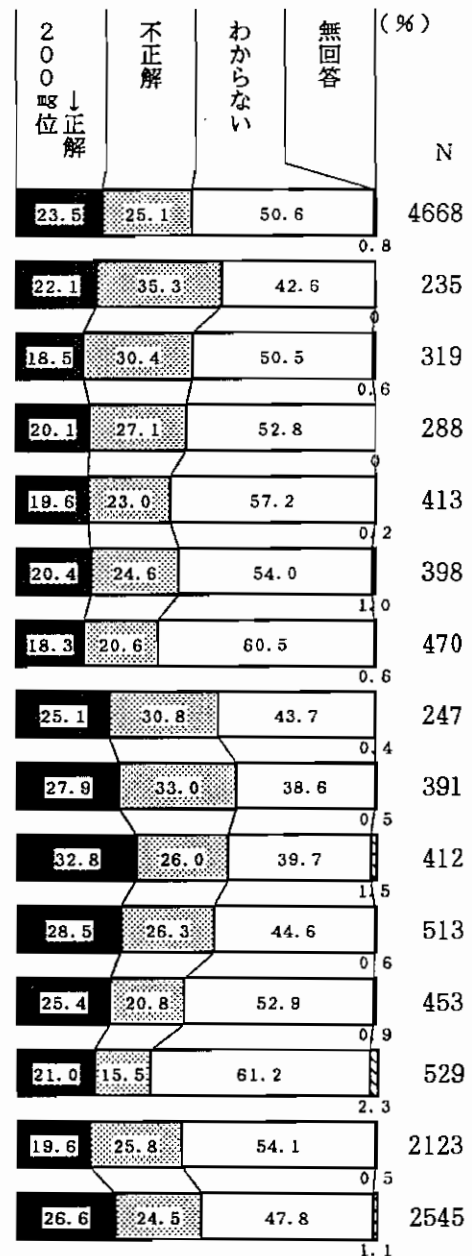
性・年齢別にみると、ともに男性より女性の正解率が高い。1日に必要なカルシウム量については、30代以下の比較的若い女性の正解率が30%以上と高く、牛乳に含まれるカルシウム量については、30代を中心としたミドル層がよく理解している。

ともに「わからない」の割合は年齢が高いほど高く、高齢者への知識の普及が必要である。

図表Ⅲ-18 性・年齢別 「骨粗しょう症」を予防するために1日に必要なカルシウム量



図表Ⅲ-19 性・年齢別 牛乳200mlに含まれるカルシウム量



牛乳の飲用量別にみると、ともに牛乳の飲用量が多いほど正解率は高い。必要なカルシウム量については29才以下の女性ヘビーユーザーで4割と高く、牛乳のカルシウム量については30～40代の女性ヘビーユーザーで4割と高い。

図表Ⅲ-20 性・年齢・牛乳飲用量別
「骨粗しょう症」を予防するために
1日に必要なカルシウム量

(「600mg～」と正解した人の割合)(%)

	全 体	29 才 以下 男性	29 才 以下 女性	30 ～ 40 代 男性	30 ～ 40 代 女性	50 才 以上 男性	50 才 以上 女性
全 体	23.3	21.5	37.5	18.8	25.4	16.9	22.1
ヘビーユーザー	29.2	21.6	42.9	28.2	32.6	17.1	31.0
毎日ミドルユーザー	21.1	13.0	38.9	16.3	26.3	17.0	18.4
ミドルユーザー	24.6	27.0	39.4	21.1	20.7	17.4	24.7
ライトユーザー	19.7	18.2	32.4	13.8	19.7	16.3	18.2
ノンユーザー	17.4 △	20.8	27.4	13.6	20.4	16.2	12.1

図表Ⅲ-21 性・年齢・牛乳飲用量別
牛乳200mlに含まれる
カルシウム量

(「200mg」と正解した人の割合) (%)

	全 体	29 才 以下 男性	29 才 以下 女性	30 ～ 40 代 男性	30 ～ 40 代 女性	50 才 以上 男性	50 才 以上 女性
全 体	23.5	20.0	26.8	19.8	30.4	19.2	23.0
ヘビーユーザー	29.5	22.1	30.2	21.5	40.6	25.0	30.3
毎日ミドルユーザー	22.6	16.7	24.2	26.0	28.5	18.4	21.0
ミドルユーザー	24.3	24.1	25.8	23.1	26.8	20.3	24.7
ライトユーザー	21.1	21.6	27.2	18.9	25.9	13.6	19.8
ノンユーザー	14.0 △	6.9	23.8	8.8	17.5	16.2	11.3

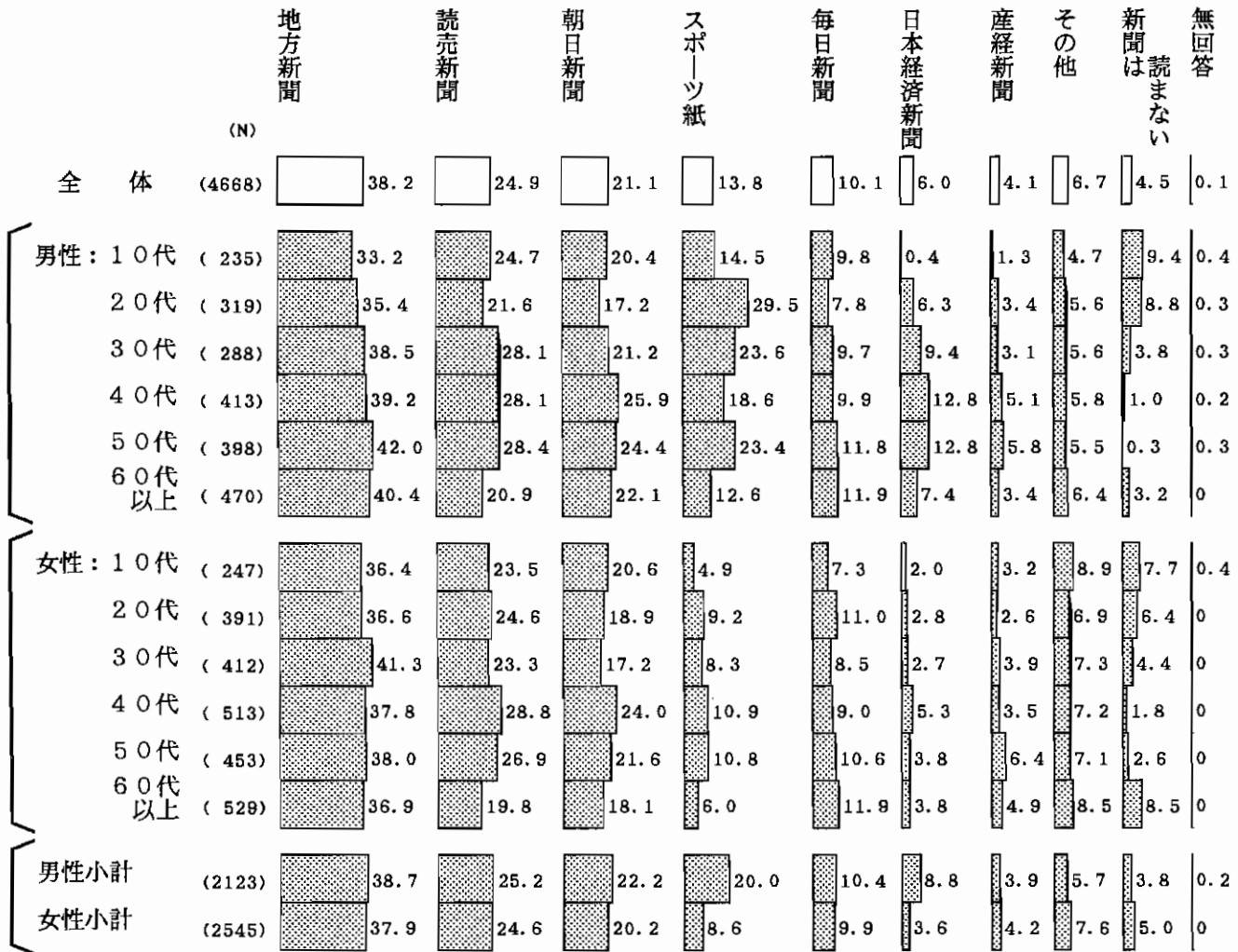
3. 媒体接触

1) 閲読新聞

ふだん読んでいる新聞は「地方新聞」がトップ。続いて「読売」、「朝日」が多い。上位3位は性・年齢による差が小さい。「スポーツ紙」は男性がよく読んでおり、特に20～50代の男性で高い。「日本経済新聞」は40～50代の中高年男性がよく読んでいる。

「新聞を読まない」人も全体で5%みられる。これは20代以下の若年層の男女および60代以上の女性に多い。

図表Ⅲ-22 性・年齢別 閲読新聞 (%)



都市規模別にみると、「地方新聞」は人口が5万人未満の市や郡部に住んでいる人によく読まれている。「朝日」は人口が少ない地点ではあまり読まれていない。「日本経済新聞」は都市規模が大きいほどよく読まれる傾向がある。

地域別では、関東・甲信地方や近畿は「地方新聞」を読む率は低く、「読売」、「朝日」などがよく読まれている。「毎日」や「産経」は関東・甲信地方より近畿の方が高い。

図表Ⅲ-23 都市規模別/地域別 閲読新聞

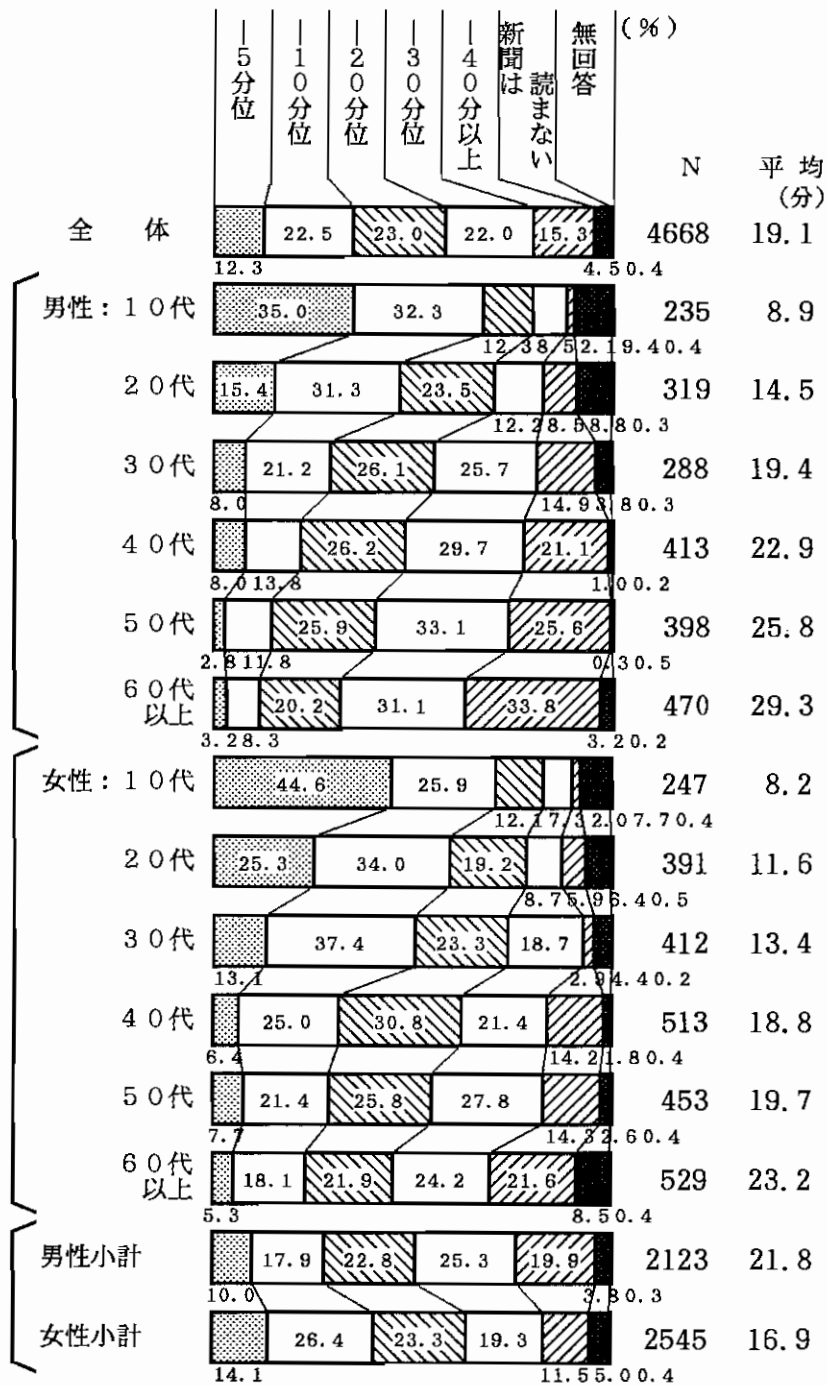
	地方新聞	読売新聞	朝日新聞	スポーツ紙	毎日新聞	日本経済新聞	産経新聞	その他	新聞は 読まない	無回答	(%)	n
全 体	38.2	24.9	21.1	13.8	10.1	6.0	4.1	6.7	4.5	0.1		4,668
12大都市	23.1	29.9	25.8	19.1	11.4	9.1	5.9	6.1	5.2	0.1		975
15万以上市	36.8	25.5	24.4	14.1	9.8	7.0	4.8	4.5	4.5	0.1		1,363
5万以上市	36.7	28.0	23.2	12.3	8.9	5.9	4.4	7.6	3.5	-		933
5万未満市	56.3	20.4	△12.3	11.3	8.4	3.2	1.0	5.8	4.2	-		309
郡 部	49.9	18.0	△13.4	10.7	11.0	2.7	2.1	9.7	4.7	0.3		1,088
北海道	69.0	14.8	5.7	19.0	10.0	2.4	0.5	1.9	1.4	0.5		210
東 北	68.0	11.5	14.2	10.9	4.4	2.5	0.5	8.2	5.7	0.3		366
関東・甲信	△14.8	40.8	28.8	17.0	9.9	8.2	3.9	5.6	5.2	-		1,598
東海・北陸	66.4	9.2	11.5	13.8	7.2	5.4	0.8	11.9	2.8	0.3		791
近 畿	△13.9	30.3	26.7	12.9	16.0	7.1	14.4	5.5	3.5	-		742
中 国	58.0	17.8	20.1	9.9	8.0	3.8	1.9	3.8	5.1	-		314
四 国	66.5	9.6	13.8	13.8	6.6	4.2	2.4	3.6	7.2	-		167
九 州	48.5	13.5	17.7	7.1	13.5	3.8	0.2	7.7	5.4	0.4		480

2) 新聞閲読時間

新聞を読む時間は「～5分位」と短い人が12%いる一方で、「40分以上」と長い人も15%みられる。平均すると、19分である。

年齢別にみると、男女とも10代の1割は新聞を読んでおらず、若い層ほど短時間しか読まない傾向がみられる。平均閲読時間は、女性より男性の方が長い。

図表Ⅲ-24 性・年齢別 新聞閲読時間



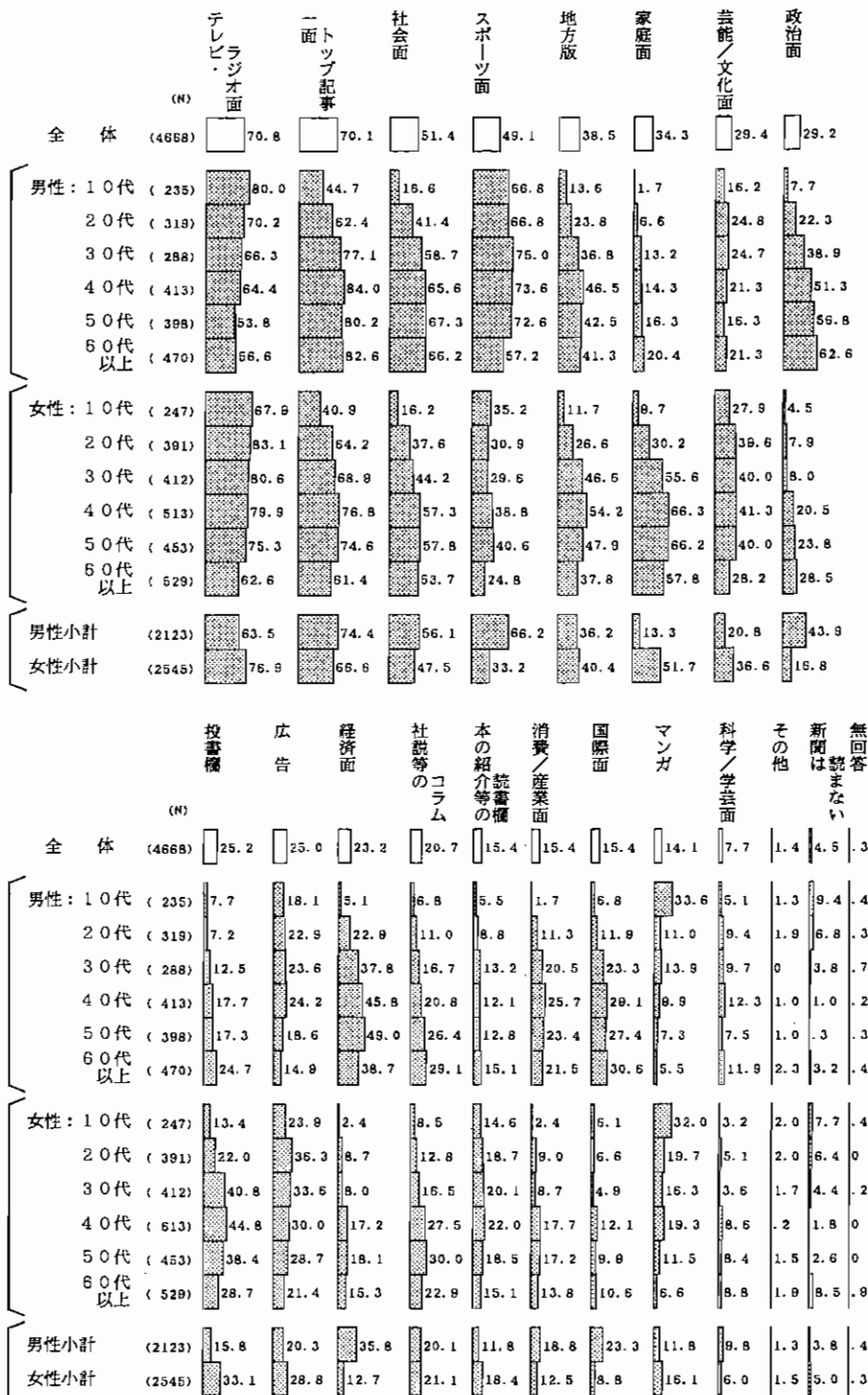
3) 新聞閲読記事

新聞の記事の中で最もよく読まれているのは「テレビ・ラジオ欄」と「一面トップ記事」である。以下「社会面」、「スポーツ面」、「地方版」、「家庭欄」などを読む人が多い。

性別にみると、男性の方がよく読むのは「スポーツ面」、「政治面」、「経済面」であるが、女性は「家庭面」、「芸能／文化面」、「投書欄」などが高いなど、性による差が大きい。

若い層ほどよく読むのは「テレビ・ラジオ欄」と「マンガ」だけであるが、年齢が高くなるほど「一面トップ記事」、「社会面」、「家庭面（主に女性）」、「政治面（主に男性）」、「経済面（主に男性）」などをよく読むようになってくる。

図表Ⅲ-25 性・年齢別 新聞閲読記事 (%)

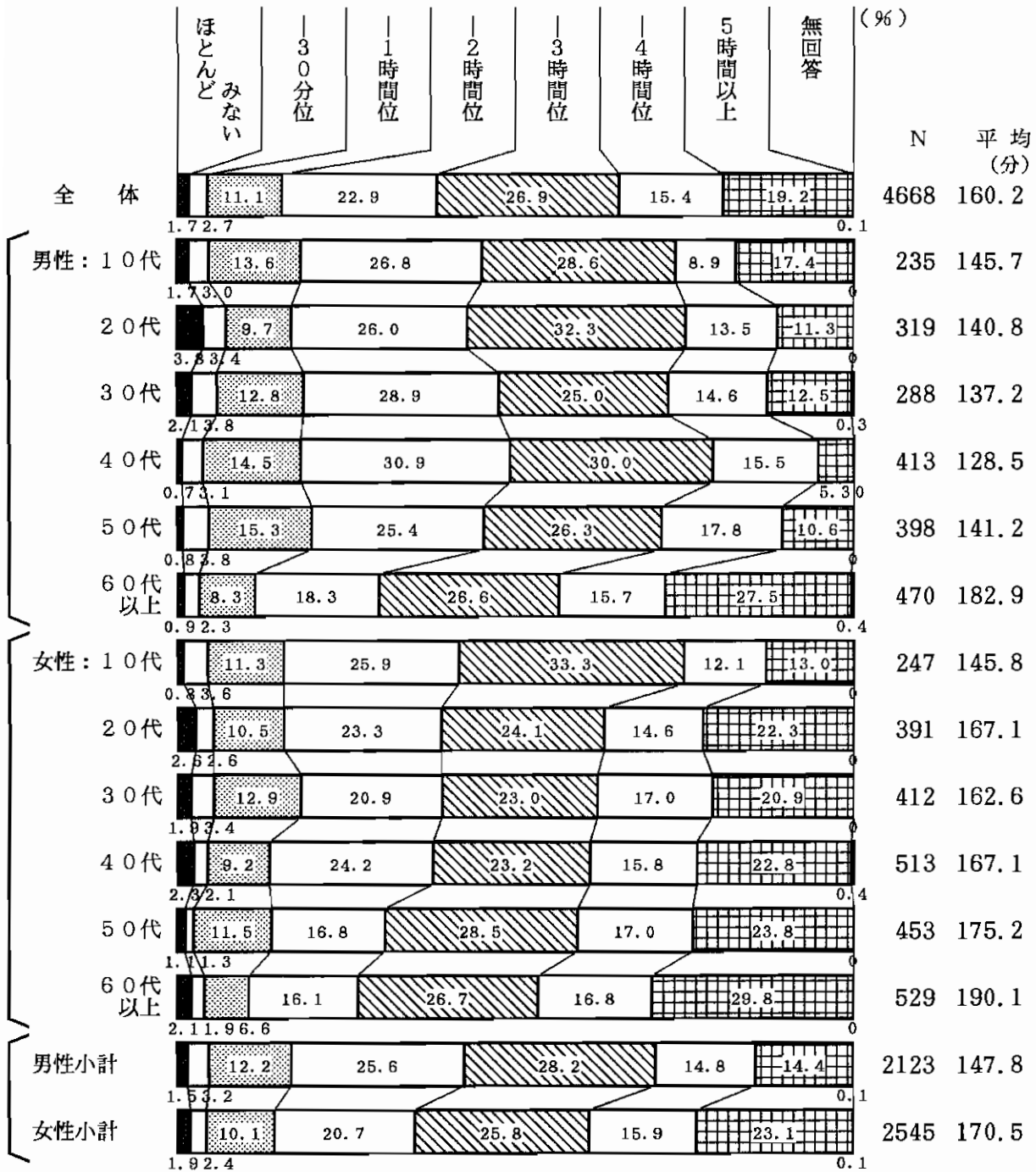


4) テレビ視聴時間

平日1日にテレビを見る時間は「3時間位」が27%で最も多いが、「5時間以上」と長い人も19%みられる。「ほとんど見ない」人は2%のみである。平均を算出すると、160分(2時間40分)となる。

テレビ視聴時間は男性より女性が長く、男女とも60代以上の高齢層で特に長い。

図表Ⅲ-26 性・年齢別 平日1日のテレビ視聴時間

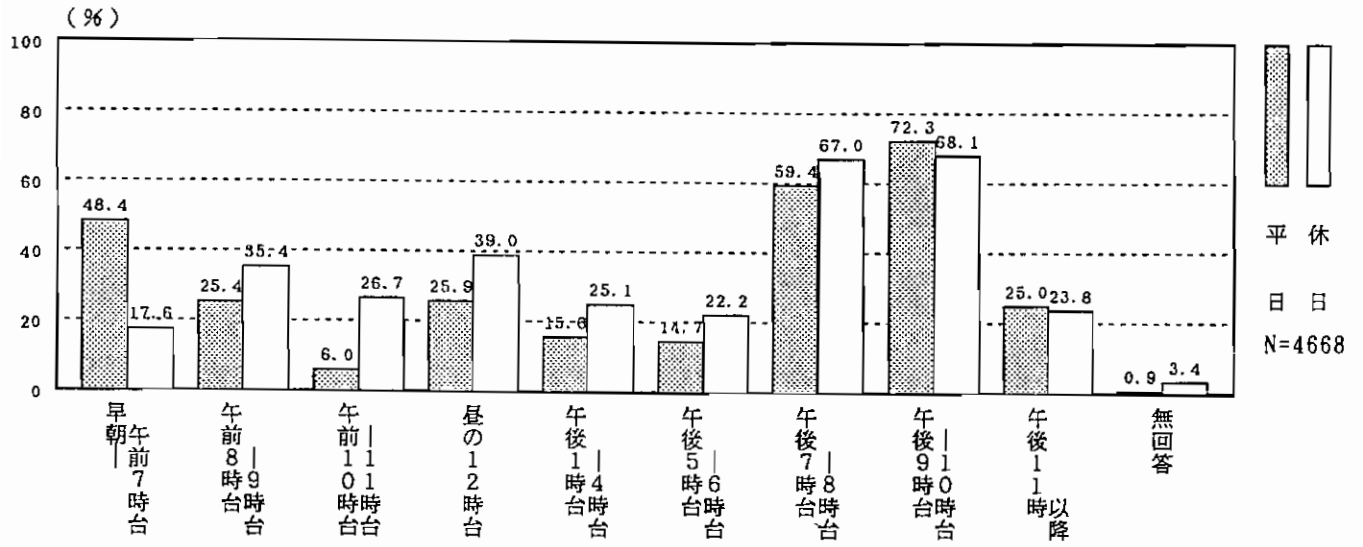


5) テレビ視聴時間帯

平日は、「早朝～午前7時台」に半数の人がテレビをみているが、それ以降の昼間の時間帯にテレビを見る人は少ない。「午後7時台～8時台」になると59%に増え、「午後9時台～10時台」は72%と大半がテレビをみているが、「午後11時以降」は25%に下がる。

休日は、平日に比べると「早朝～午前7時台」にみる人が少ないが、昼間の時間帯にみている人がやや多い。午後7時以降は平日とほぼ同様の傾向がみられる。

図表Ⅲ-27 テレビ視聴時間帯

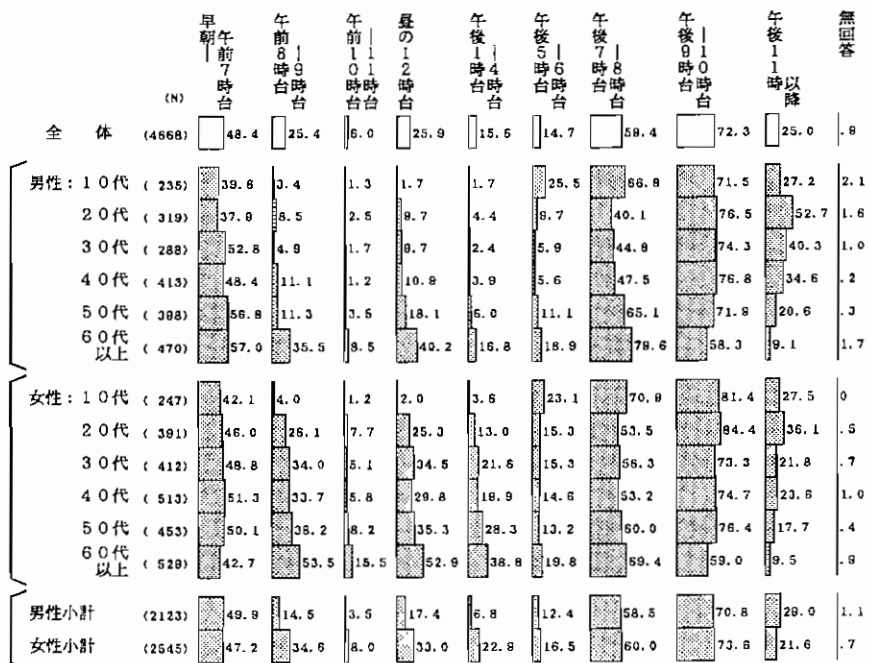


性・年齢別にみると、平日の昼間の時間帯は男性より女性の方がテレビを見ている率が高い。とはいえ「午前10～11時台」には、女性でも8%しかみていない。

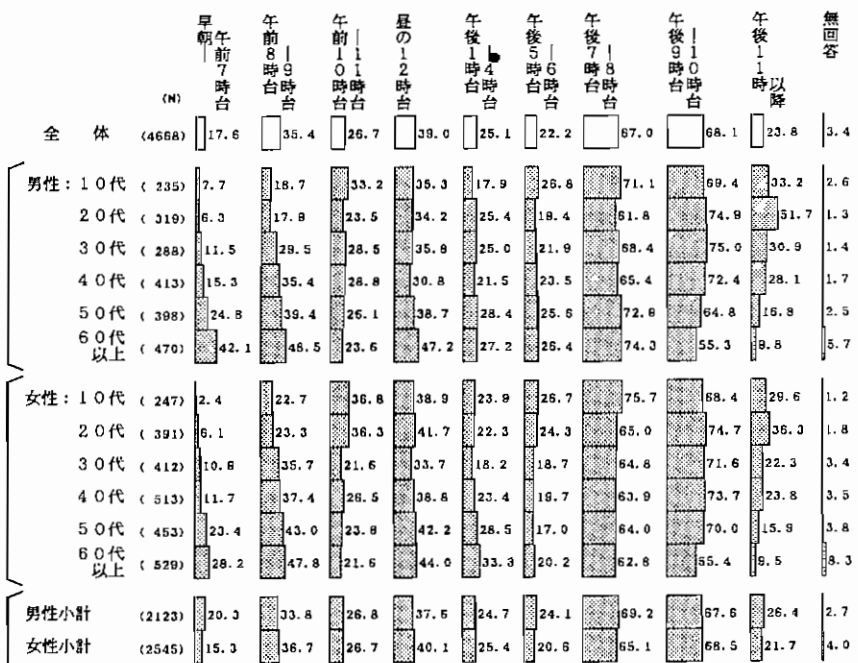
高齢者は平日・休日問わず、昼間テレビをみている人が多い。休日も平日と同様に朝の番組をよくみている。

10代は平日「午後5時台～6時台」や「午後7時台～8時台」に見る率が高く、「午後11時以降」に見る率は平日・休日ともに低い。「午後11時以降」によくみているのは20代である。特に男性20代は平日・休日ともに半数が深夜の番組をみている。

図表Ⅲ-28 性・年齢別 平日のテレビ視聴時間帯



図表Ⅲ-29 性・年齢別 休日のテレビ視聴時間帯



参考までに都市規模別と地域別の視聴時間帯を以下に示した。都市規模が大きいほど平日も休日とも午後11時以降の深夜にテレビを見ている率が高い。

図表Ⅲ-30 都市規模別/地域別 平日のテレビ視聴時間帯

	早朝 午前 7時台	午前 8時台 9時台	午前 10時台 11時台	昼の 12時台	午後 1時台 4時台	午後 5時台 6時台	午後 7時台 8時台	午後 9時台 10時台	午後 11時以降	無回答	n
全体	48.4	25.4	6.0	25.9	15.6	14.7	59.4	72.3	25.0	0.9	4,668
12大都市	46.4	27.8	6.4	22.2	14.5	15.7	55.1	73.6	↑31.1	0.4	975
15万以上市	50.8	25.8	5.6	23.8	14.9	14.5	58.5	73.8	↓26.9	0.7	1,363
5万以上市	50.1	26.5	7.0	27.5	14.9	14.0	62.3	72.5	↓23.2	1.3	933
5万未満市	46.0	24.9	6.8	27.8	16.2	15.9	61.5	65.0	↓19.1	1.3	309
郡部	46.6	22.2	4.9	29.8	17.9	14.2	61.2	71.3	20.3	1.0	1,088
北海道	56.2	35.2	8.1	30.0	19.5	23.8	63.8	77.6	16.7	1.0	210
東北	48.4	28.7	7.9	30.3	18.9	19.7	59.8	63.1	18.6	2.5	366
関東・甲信	53.1	23.3	5.4	24.8	13.6	14.3	57.6	73.4	29.1	0.6	1,598
東海・北陸	45.8	21.6	4.4	26.7	14.0	12.8	58.3	72.6	21.9	1.4	791
近畿	40.8	29.5	6.6	23.0	18.2	14.2	60.1	75.6	27.1	0.7	742
中国	47.5	22.6	6.1	24.8	16.6	16.2	66.6	72.0	19.7	-	314
四国	49.7	21.6	9.0	26.9	16.8	10.2	53.3	69.5	26.9	-	167
九州	45.8	29.0	5.6	27.5	15.4	12.5	61.0	69.4	24.4	0.8	480

図表Ⅲ-31 都市規模別/地域別 休日のテレビ視聴時間帯

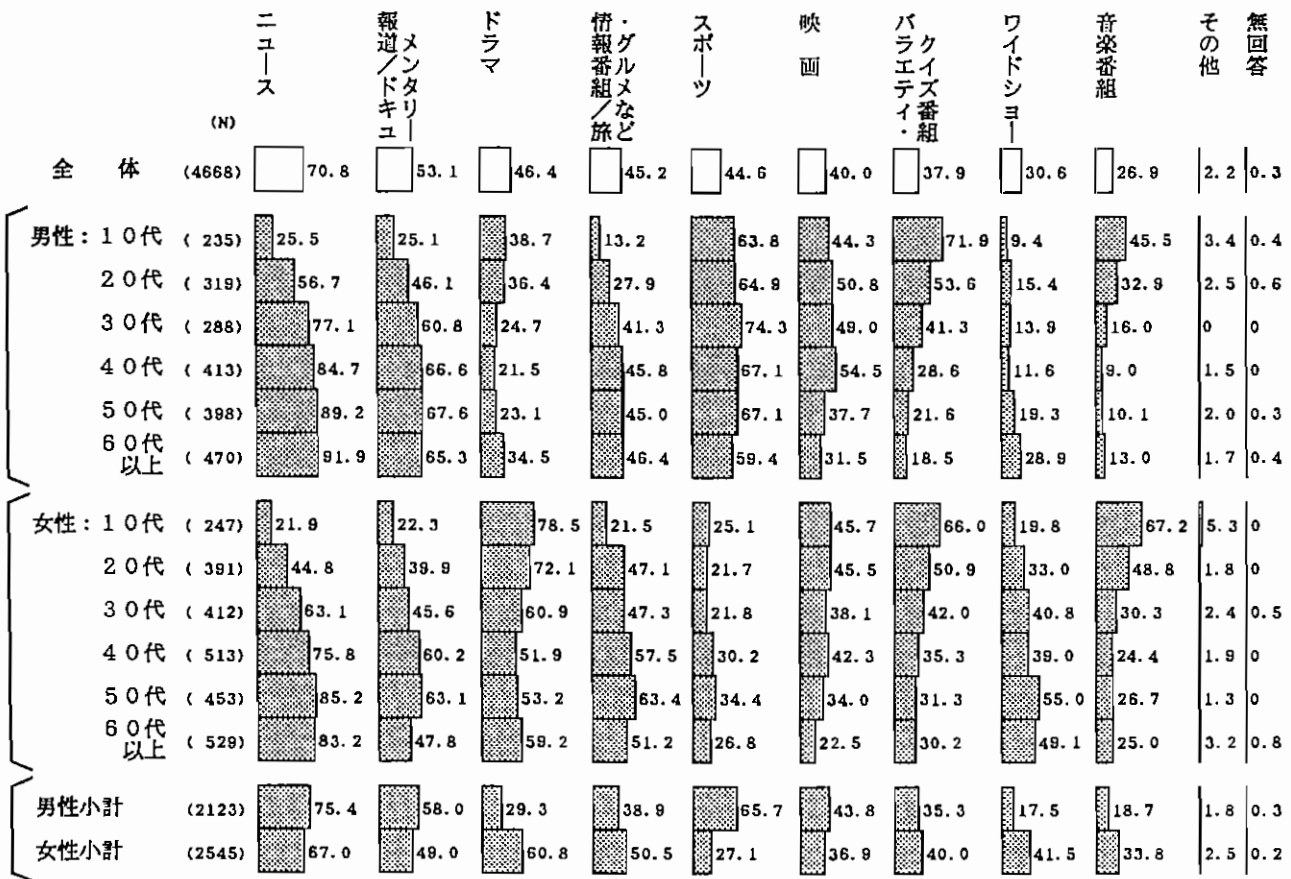
	早朝 午前 7時台	午前 8時台 9時台	午前 10時台 11時台	昼の 12時台	午後 1時台 4時台	午後 5時台 6時台	午後 7時台 8時台	午後 9時台 10時台	午後 11時以降	無回答	n
全体	17.6	35.4	26.7	39.0	25.1	22.2	67.0	68.1	23.8	3.4	4,668
12大都市	14.1	35.3	32.3	37.3	27.3	24.9	67.2	69.2	↑26.8	1.2	975
15万以上市	16.9	36.5	26.3	39.5	25.3	23.0	67.6	71.1	↓26.0	3.0	1,363
5万以上市	17.4	35.0	27.4	37.5	24.5	20.3	68.4	68.6	↓23.4	2.9	933
5万未満市	21.7	37.5	25.2	39.5	26.9	21.0	63.8	59.5	↓19.7	6.5	309
郡部	20.5	33.6	22.1	40.9	22.8	20.5	65.9	65.3	20.0	5.6	1,088
北海道	25.7	46.7	31.4	42.4	30.5	33.3	76.2	72.9	20.0	1.4	210
東北	18.9	39.1	19.7	33.9	17.8	23.8	60.9	57.4	17.8	15.8	366
関東・甲信	17.3	35.2	30.3	39.7	23.9	21.3	67.6	67.0	27.0	2.7	1,598
東海・北陸	16.8	32.9	21.7	38.6	22.4	21.7	66.0	68.6	19.6	3.3	791
近畿	12.4	33.4	29.6	38.9	30.6	22.1	67.1	72.6	26.7	1.9	742
中国	22.3	35.7	28.3	39.8	30.6	22.0	73.2	68.2	21.0	0.3	314
四国	20.4	34.1	27.5	35.3	24.0	19.8	58.7	74.3	28.1	0.6	167
九州	19.0	35.6	20.6	40.4	25.0	20.6	66.0	67.9	22.5	3.1	480

6) 好きなテレビ番組

好きなテレビ番組は「ニュース」が圧倒的に多く、2位が「報道／ドキュメンタリー」と、比較的硬派な番組が上位にあがっている。

性・年齢別にみると、男性はどの年齢層も「スポーツ」を好きな人が多い。女性は「ドラマ」を好きな人が多く、若い人ほど好きである。「情報番組（旅・グルメ・自然など）」は男女とも中年以上に好まれている。「ワイドショー」は中年以上の女性で高い。「バラエティ・クイズ番組」や「音楽番組」は特に10代の支持が高い。

図表Ⅲ-32 性・年齢別 好きなテレビ番組 (%)

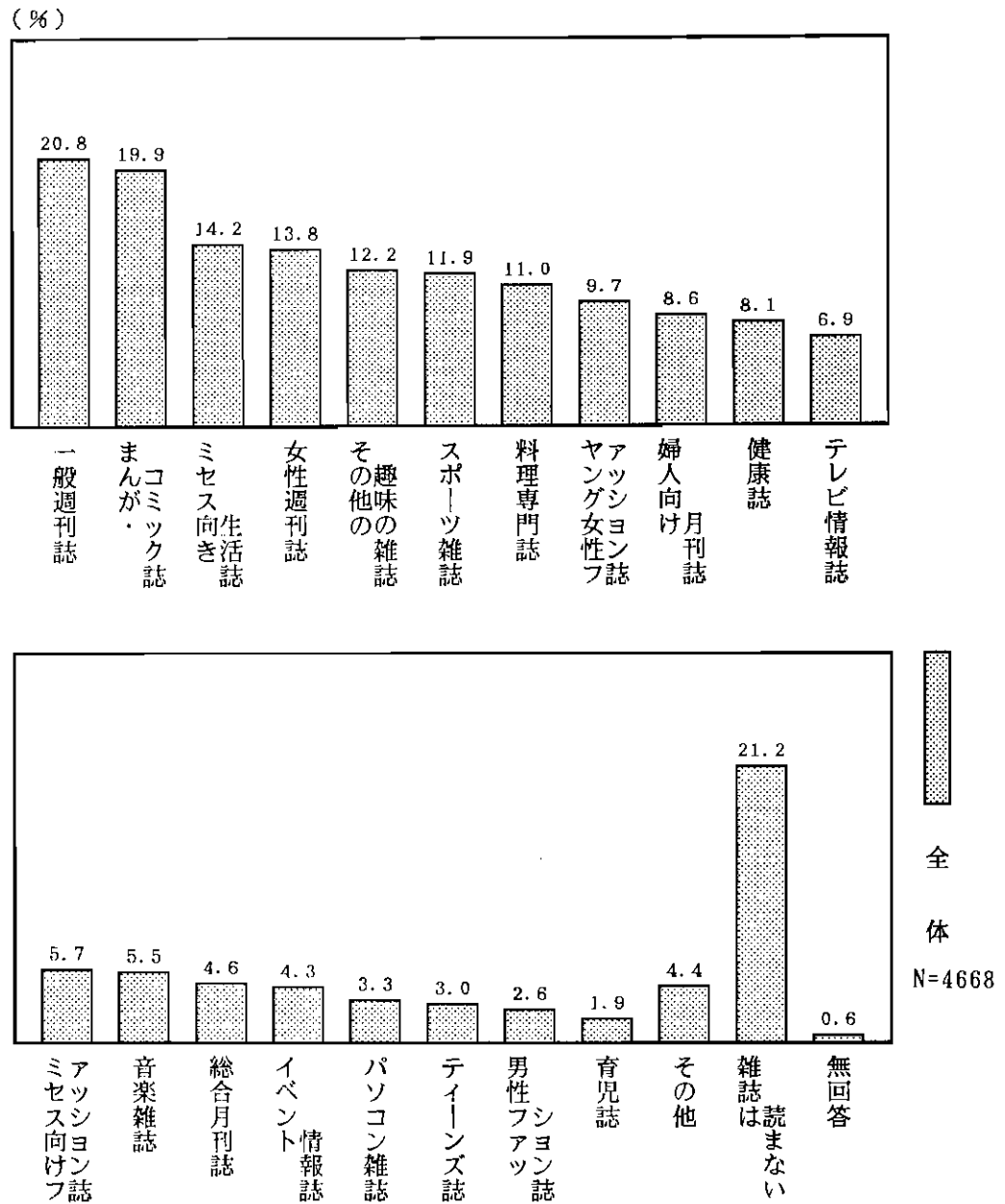


7) 閲読雑誌

雑誌の中で最もよく読まれているのは「一般週刊誌」そして「マンガ・コミック誌」である。次いで「ミセス向き生活誌（レタスクラブ、オレンジページ、クロワッサンなど）」、「女性週刊誌」、「趣味の雑誌」などが高い。

「雑誌は読まない」人も21%みられる。

図表Ⅲ-33 よく読む雑誌の分野



よく読む雑誌の傾向は性・年齢別に大きく異なっている。ヤング男性は専ら「マンガ・コミック誌」を読んでいるが、年齢があがるに従って減り、代わりに「一般週刊誌」を読む人が多くなる。男性は他には「スポーツ誌」や音楽やパソコンなどの趣味の雑誌を読む人が多い。

女性の場合も、10～20代は「マンガ・コミック誌」をよく読んでいるが、その他に「ファッション誌」も読んでいる。30代以上では「ミセス向き生活誌」、「女性週刊誌」、「料理専門誌」などが高い。

図表Ⅲ-34 性・年齢別 よく読む雑誌の分野（上位5位）

(%)

		1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	雑誌は読まない
男 性	10代	まんが・コミック誌 83.4	スポーツ雑誌 33.2	音楽雑誌 20.4	男性ファッション誌 19.6	テレビ情報誌 16.6	5.1
	20代	まんが・コミック誌 54.5	スポーツ雑誌 32.9	その他の趣味の雑誌 20.4	テレビ情報誌 15.4	一般週刊誌 14.1	10.3
	30代	一般週刊誌 38.2	まんが・コミック誌 30.6	スポーツ雑誌 29.2	その他の趣味の雑誌 14.9	パソコン雑誌 9.4	19.4
	40代	一般週刊誌 36.6	スポーツ雑誌 19.6	まんが・コミック誌 18.9	その他の趣味の雑誌 16.9	パソコン雑誌 6.3	25.2
	50代	一般週刊誌 41.0	スポーツ雑誌 17.1	その他の趣味の雑誌 11.6	総合月刊誌 8.8	健康誌 8.0	31.7
	60代以上	一般週刊誌 34.0	その他の趣味の雑誌 13.6	スポーツ雑誌 11.5	健康誌 11.3	総合月刊誌 11.1	40.2
女 性	10代	まんが・コミック誌 57.1	ヤング女性ファッション誌 51.8	ティーンズ誌 47.0	音楽雑誌 27.1	テレビ情報誌 13.4	2.8
	20代	ヤング女性ファッション誌 55.0	ミセス向き生活誌 34.8	女性週刊誌 26.1	まんが・コミック誌 22.8	料理専門誌 20.7	4.9
	30代	ミセス向き生活誌 43.9	女性週刊誌 26.9	料理専門誌 18.2	まんが・コミック誌 15.8	婦人向け月刊誌 14.1	13.3
	40代	ミセス向き生活誌 31.4	女性週刊誌 25.9	料理専門誌 20.1	婦人向け月刊誌 17.7	一般週刊誌 14.4	20.7
	50代	女性週刊誌 32.2	婦人向け月刊誌 24.3	ミセス向き生活誌 22.7	料理専門誌 22.5	一般週刊誌 20.8	21.2
	60代以上	婦人向け月刊誌 20.6	健康誌 19.8	女性週刊誌 19.3	一般週刊誌 18.9	料理専門誌 18.5	35.5
男性小計	一般週刊誌 29.9	まんが・コミック誌 27.0	スポーツ雑誌 22.1	その他の趣味の雑誌 14.6	テレビ情報誌 7.1	24.5	
女性小計	ミセス向き生活誌 25.3	女性週刊誌 23.9	料理専門誌 18.3	ヤング女性ファッション誌 17.5	婦人向け月刊誌 15.4	18.5	

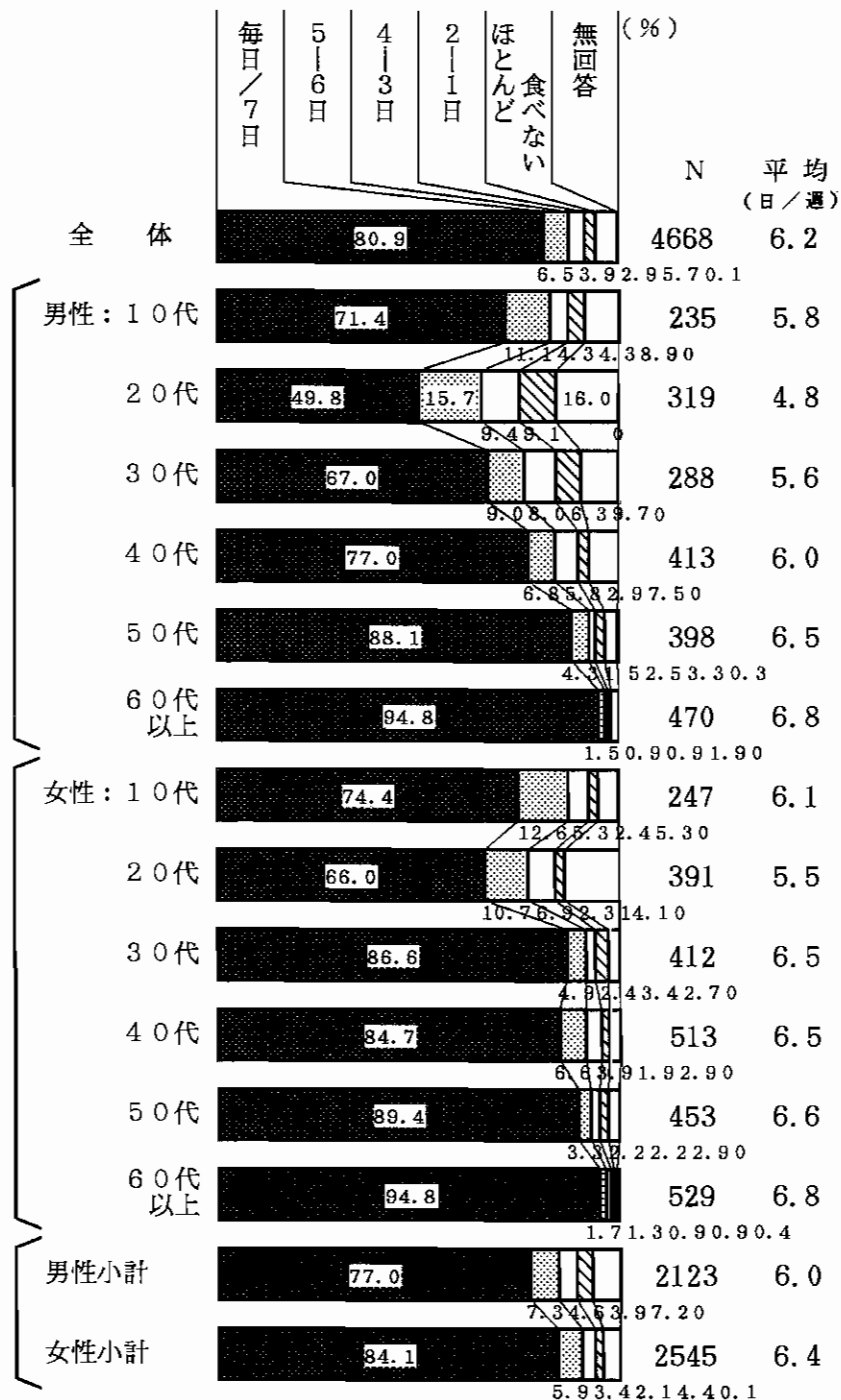
4. 生活の実態

1) 朝食や夕食を食べる頻度

朝食は「毎日」食べる人が81%と大半である。朝食を1日でも欠く人は13%、「ほとんど食べない」は6%である。平均は1週間で6.2日と高い。

性・年齢別にみると、「毎日」食べる率は男女とも20代で低く、男性20代では50%を切っている。「ほとんど食べない」率も20代男性では16%、女性では14%にのぼる。30代以上になると、女性ではほとんど全員が「毎日」食べるようになるが、男性では回復が遅く、年齢があがるにしたがってゆっくり高まっている。

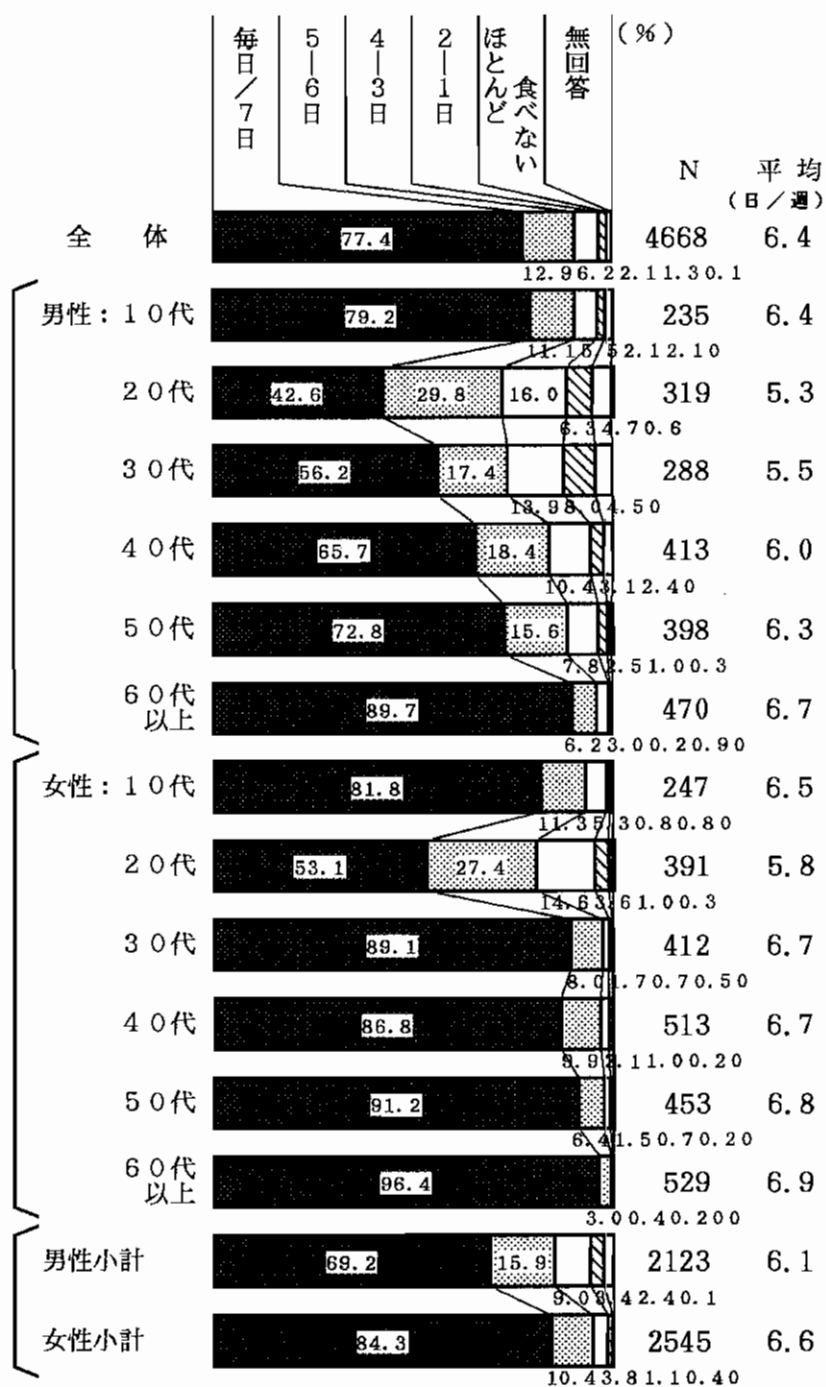
図表Ⅲ-35 性・年齢別 1週間のうちで朝食を食べる日数



夕食を自宅で「毎日」食べる人は77%と大半であり、自宅で「ほとんど食べない」人は1%のみである。平均すると1週間に6.4日となり、朝食を食べる頻度より高い。

性・年齢別にみると、朝食と同様に、男女とも20代が最も低い。30代以上では女性は急に頻度が高まるが、男性では徐々にしか高まらない点も朝食と同様である。

図表Ⅲ-36 性・年齢別 1週間のうち自宅で夕食を食べる日数



都市規模別にみると、朝食の場合「ほとんど食べない」率に大きな差はみられないが、「毎日」食べる率は12大都市では低く、平均頻度も12大都市のみ低い。

夕食を自宅で食べる頻度も、12大都市では「毎日」食べる率が低く、平均頻度も低い。

図表Ⅲ-37 都市規模別 1週間のうちで朝食を食べる日数

							(%)	
	毎日 7日	5 6日	4 3日	2 1日	ほとん ど食べ ない	無回 答	n	平均 (回/月)
全 体	80.8	6.5	3.9	2.9	5.7	0.1	4,668	6.2
12大都市	△74.6	8.7	5.3	4.1	7.3	-	975	5.9
15万以上市	80.9	7.2	3.7	3.1	5.1	-	1,363	6.2
5万以上市	82.4	5.8	4.2	2.8	4.7	0.1	933	6.3
5万未満市	81.2	6.5	4.2	1.0	7.1	-	309	6.2
郡 部	84.9	4.4	2.8	2.4	5.3	0.2	1,088	6.3

図表Ⅲ-38 都市規模別 1週間のうち自宅で夕食を食べる日数

							(%)	
	毎日 7日	5 6日	4 3日	2 1日	ほとん ど食べ ない	無回 答	n	平均 (日/週)
全 体	77.4	12.9	6.2	2.1	1.3	0.1	4,668	6.4
12大都市	△72.7	13.7	7.8	3.4	○2.1	0.3	975	6.2
15万以上市	75.1	14.6	6.5	2.3	1.6	-	1,363	6.3
5万以上市	80.6	12.2	4.9	1.4	0.9	-	933	6.5
5万未満市	79.3	12.0	5.2	2.3	1.3	-	309	6.4
郡 部	81.2	10.8	5.8	1.5	0.6	0.1	1,088	6.5

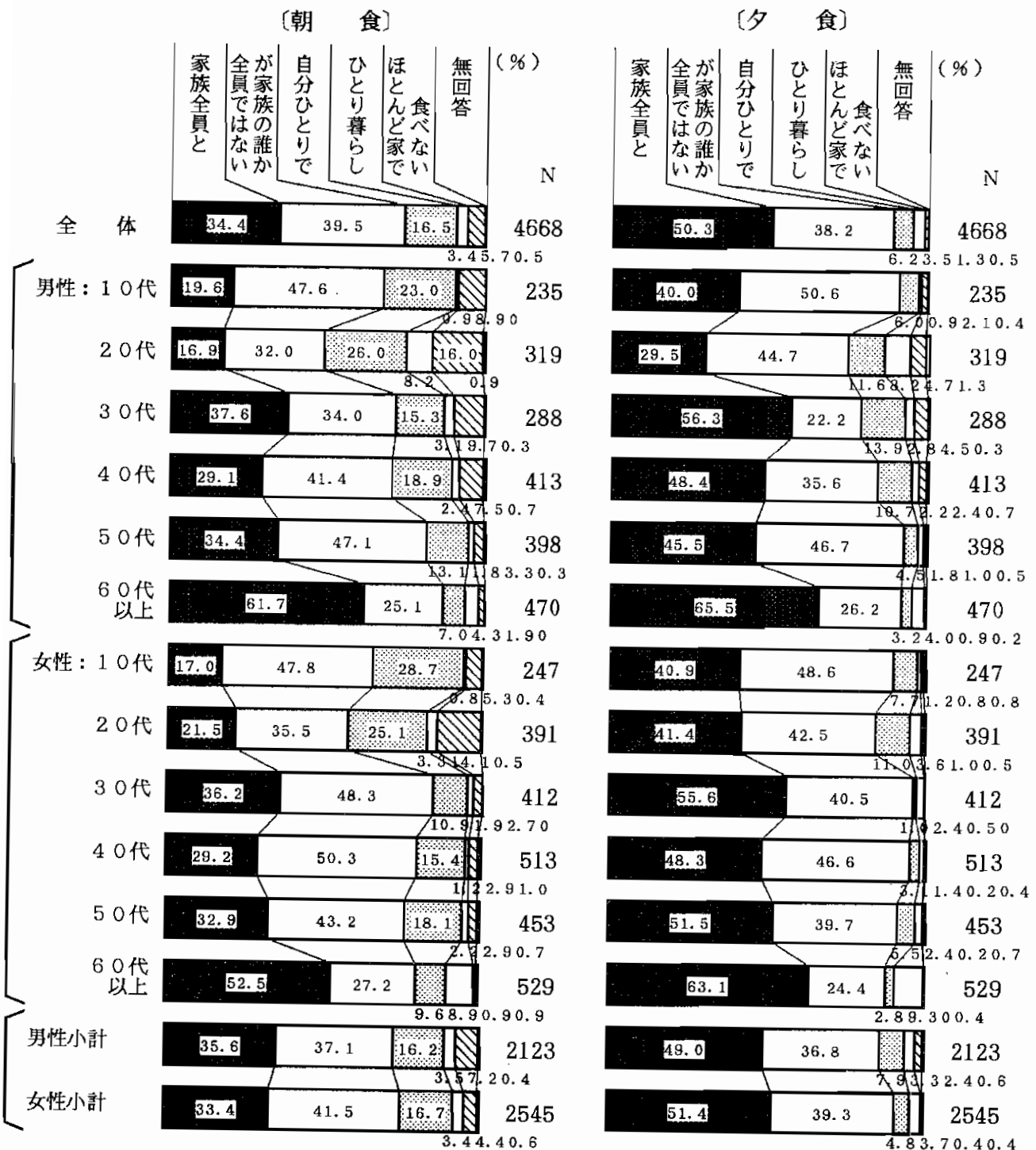
2) 朝食や夕食を一緒に食べる人

朝食を「家族全員と」食べるのは34%であり、「全員ではないが家族の誰かと」の40%を下回る。ひとり暮らしではないのに「自分ひとりで」食べる人も17%みられる。

夕食の場合は「家族全員と」が50%を占め、朝食に比べ高い。「全員ではないが家族の誰かと」も38%と高いが、ひとり暮らしではないのに「自分ひとりで」食べる人は6%にとどまる。

性・年齢別にみると、朝食・夕食とも10～20代では「家族全員と」食べる率が低く、特に朝食では「自分ひとりで」が4人に1人にのぼる。60代以上は「家族全員と」食べる率が顕著だが、これは家族が夫婦2人の世帯が多いことが影響しているよう（次頁の図表Ⅲ-41参照のこと）。

図表Ⅲ-39 性・年齢別 朝食や夕食を一緒に食べる人



家族人数別にみると、夫婦2人の場合「家族全員と」が大半だが、家族人数が多いほど「全員ではないが、家族の誰かと」のように誰かが欠ける率が高くなる。

図表Ⅲ-40 家族人数別 朝食や夕食を一緒に食べる人

		家族全員と	が家族の誰か 全員ではない	自分ひとりで	ひとり暮らし	ほとんど食べない	無回答	(%)	n
朝食	全 体	34.4	39.5	16.5	3.4	5.7	0.5		4,668
	単 身	-	-	-	86.0	14.0	-		186
	夫婦2人	74.1	10.8	11.9	-	2.4	0.7		703
	4人以内	30.4	42.1	20.6	-	6.4	0.6		2,353
	5人以上	25.8	54.6	14.1	-	5.1	0.4		1,415
夕食	全 体	50.3	38.2	6.2	3.5	1.3	0.5		4,668
	単 身	-	-	-	88.7	10.2	1.1		186
	夫婦2人	82.1	12.2	4.4	-	0.7	0.6		703
	4人以内	46.2	43.9	8.2	-	1.3	0.4		2,353
	5人以上	47.7	46.6	4.6	-	0.5	0.6		1,415

参考 : 図表Ⅲ-41 性・年齢別 家族構成

		単身世帯	夫婦2人	2世代世帯	3世代世帯	その他	無回答	(%)	n
全 体		4.0	15.1	58.8	19.7	2.2	0.2		4,668
男性:10代		0.9	-	70.6	28.1	0.4	-		235
20代		11.6	4.7	66.8	16.0	0.9	-		319
30代		4.5	8.0	69.1	16.7	1.7	-		288
40代		2.7	5.1	74.1	17.2	0.7	0.2		413
50代		2.0	17.6	63.1	15.1	2.0	0.3		398
60代以上		4.3	43.0	31.9	17.7	2.8	0.4		470
女性:10代		1.2	0.4	68.8	25.9	3.2	0.4		247
20代		3.8	7.7	65.2	19.4	3.6	0.3		391
30代		2.4	6.1	64.3	25.2	1.7	0.2		412
40代		1.4	6.6	67.6	21.1	3.3	-		513
50代		2.4	22.1	58.5	14.8	2.0	0.2		453
60代以上		9.3	34.4	30.2	23.3	2.6	0.2		529
男性小計		4.3	15.6	60.5	17.9	1.6	0.2		2,123
女性小計		3.7	14.6	57.4	21.3	2.7	0.2		2,545

都市規模別にみると、12大都市では朝食・夕食とも「家族全員と」食べる率が低く、「自分ひとりで」がやや高い。

参考までに地域別の表も以下に示す。

図表Ⅲ-42 都市規模別/地域別 朝食を一緒に食べる人

	家族全員と	が家族の誰か 全員ではない	自分ひとりで	ひとり暮らし	ほとんど家で 食べない	無回答	(%)
全 体	34.4	39.5	16.5	3.4	5.7	0.5	n 4,668
12大都市	△28.3	39.8	20.5	3.7	7.3	0.4	975
15万以上市	33.8	39.8	15.9	5.1	5.1	0.2	1,363
5万以上市	35.2	41.4	16.3	1.8	4.7	0.6	933
5万未満市	38.2	36.2	13.6	4.5	7.1	0.3	309
都 部	38.9	38.1	14.6	2.1	5.3	0.9	1,088
北海道	39.0	33.8	18.6	1.4	7.1	-	210
東 北	40.7	38.3	11.7	2.7	6.0	0.5	366
関東・甲信	31.0	40.9	17.5	3.4	6.7	0.4	1,598
東海・北陸	35.5	43.0	13.5	2.9	4.4	0.6	791
近 畿	29.5	40.0	20.9	4.9	4.0	0.7	742
中 国	38.9	34.7	18.2	2.5	5.4	0.3	314
四 国	31.1	40.1	16.2	4.8	7.8	-	167
九 州	42.7	34.6	12.9	3.5	5.4	0.8	480

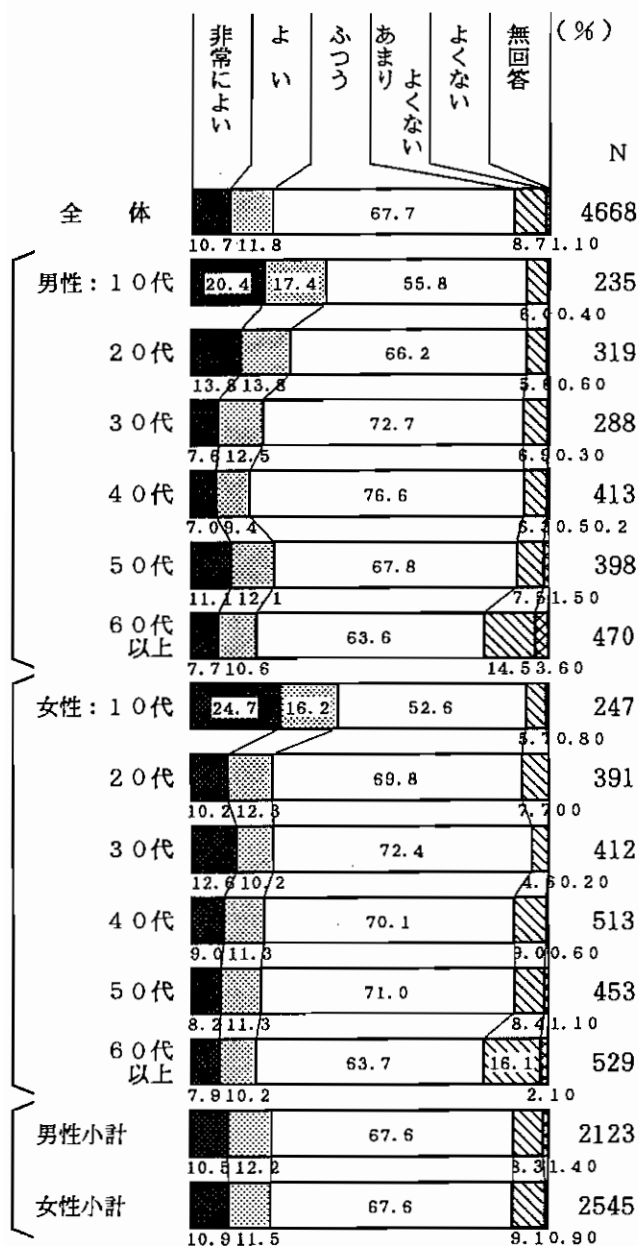
図表Ⅲ-43 都市規模別/地域別 夕食を一緒に食べる人

	家族全員と	が家族の誰か 全員ではない	自分ひとりで	ひとり暮らし	ほとんど家で 食べない	無回答	(%)
全 体	50.3	38.2	6.2	3.5	1.3	0.5	n 4,668
12大都市	△43.5	42.4	7.5	3.8	2.1	0.8	975
15万以上市	49.5	38.6	5.0	5.1	1.6	0.2	1,363
5万以上市	50.3	40.6	6.0	1.9	0.9	0.3	933
5万未満市	57.3	29.8	6.5	4.5	1.3	0.6	309
都 部	55.2	34.3	6.7	2.5	0.6	0.6	1,088
北海道	58.6	31.4	6.2	2.9	1.0	-	210
東 北	56.8	35.0	3.8	3.0	0.3	1.1	366
関東・甲信	44.9	42.4	7.0	3.4	1.8	0.5	1,598
東海・北陸	52.8	37.7	5.6	2.9	0.8	0.3	791
近 畿	46.8	41.1	5.4	5.0	1.5	0.3	742
中 国	53.8	33.4	8.3	2.9	1.0	0.6	314
四 国	47.9	36.5	7.8	4.8	3.0	-	167
九 州	59.2	29.6	5.8	3.3	1.0	1.0	480

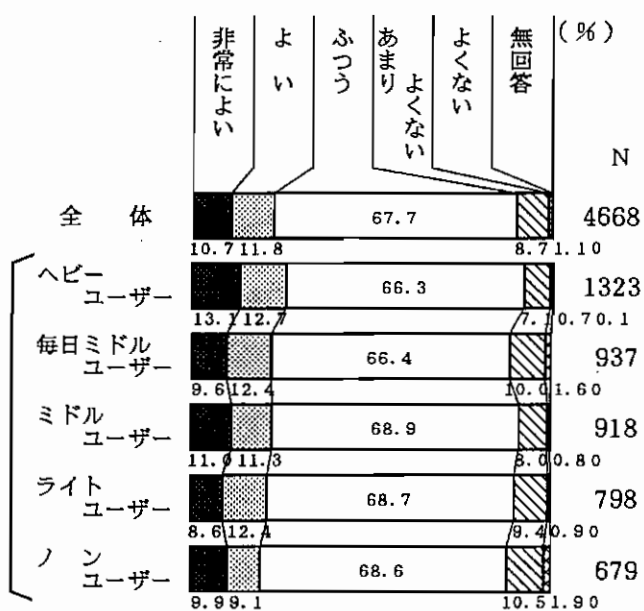
4) 健康状態

健康状態は「ふつう」という人が68%で大半を占める。「非常によい」も11%みられるが、これは特に10代に多い。「あまりよくない」は60代以上でやや高い。牛乳の飲用量別にみると牛乳をたくさん飲んでいる人ほど健康状態がよい傾向がみられる。

図表Ⅲ-46 性・年齢別 健康状態



図表Ⅲ-47 牛乳飲用量別 健康状態



5) 健康管理者

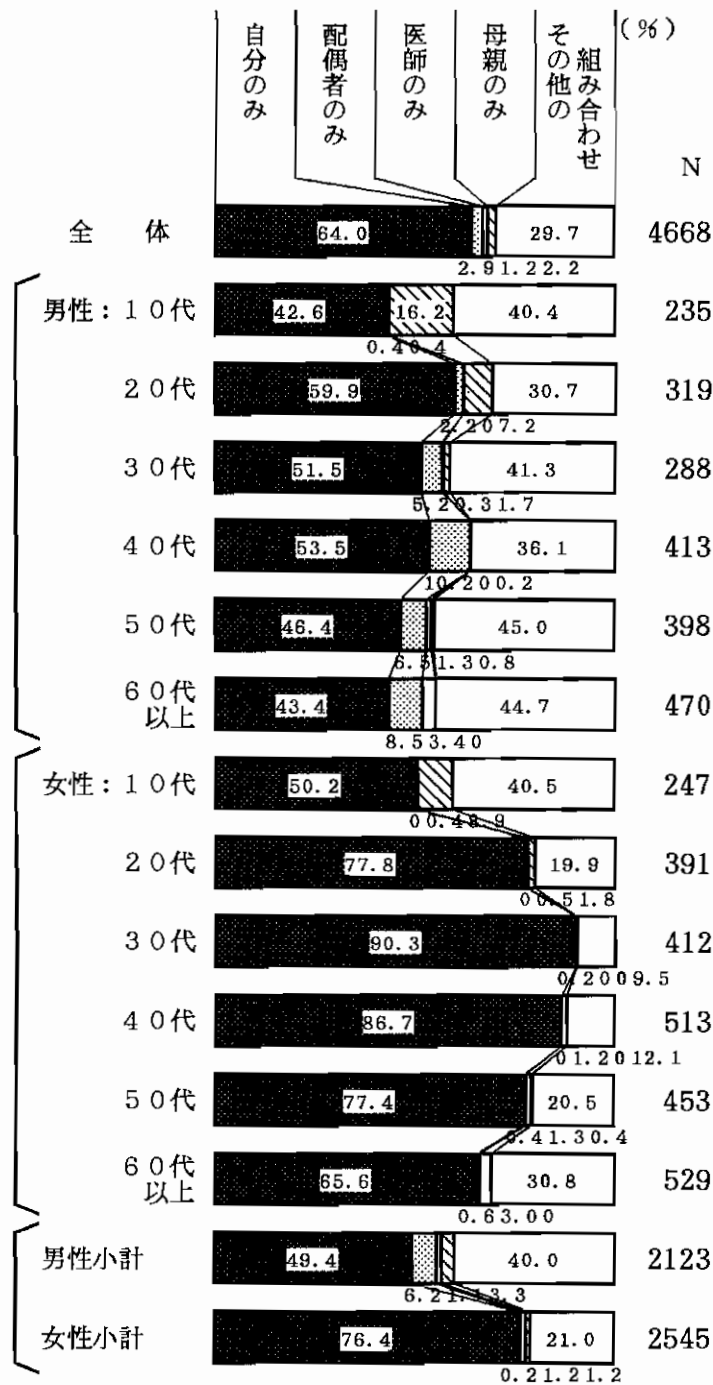
自分の健康管理はほとんど全員が「自分自身」であると答えている。30代以上の男性では、「配偶者」（妻）にしてもらう人も3～4割と高いが、同年代の女性では「配偶者」（夫）に頼る率はほとんどみられない。10代の若い層では男女とも半数が「母親」にも頼っているが、「父親」に頼るケースは非常にまれである。高齢者になると「医師」という回答も増え、60代以上では4人に1人と多くなる。

図表Ⅲ-48 性・年齢別 健康管理者 (%)

	(N)	自分自身	配偶者	医師	母親	職場	父親	学校	その他	無回答
全体	(4668)	92.5	16.2	10.3	10.2	3.3	0.8	0.5	0.6	0
男性：10代	(235)	78.7	0.9	1.3	53.2	2.1	4.7	4.7	0.9	0
20代	(319)	88.1	7.5	1.3	27.0	5.3	2.5	0	1.9	0
30代	(288)	91.0	34.0	4.5	8.3	8.0	0.7	0	0	0
40代	(413)	88.6	39.0	4.4	2.2	6.5	0.7	0.2	0	0
50代	(398)	89.2	41.5	13.1	3.0	5.5	0	0	0	0.3
60代以上	(470)	86.2	42.3	25.1	0.9	0.9	0	0	0.9	0
女性：10代	(247)	90.3	0.4	1.2	47.4	0	2.4	4.5	0.4	0
20代	(391)	97.4	1.5	2.3	16.4	3.1	1.0	0	0.3	0
30代	(412)	99.8	2.4	2.4	2.9	2.9	0	0.2	0.2	0
40代	(513)	98.4	2.9	7.4	2.5	2.5	0.4	0.2	0.2	0
50代	(453)	97.6	7.3	13.7	2.0	2.2	0	0	0.4	0
60代以上	(529)	94.9	8.3	28.9	0.2	1.3	0	0	1.9	0.2
男性小計	(2123)	87.3	30.6	9.8	12.2	4.6	1.1	0.6	0.6	0
女性小計	(2545)	96.8	4.3	10.8	8.5	2.1	0.5	0.5	0.6	0

この質問は複数回答であるため回答を整理すると、健康管理を「自分のみ」でする人は64%のレベルまで下がる。自分を行わず「配偶者のみ」に頼る人は30代以上の男性で5~10%みられる。「母親のみ」に頼るのは10代男性で16%と高い。「医師のみ」に頼っている人はごくわずかにすぎない。

図表Ⅲ-49 性・年齢別 健康管理者〔組み合わせ〕



牛乳飲用量別に健康管理者（複数回答）をみると、50才以上の男性ではヘビーユーザーが最も「配偶者」に頼っており、29才以下の若い層ではヘビーユーザーが最も「母親」に頼っている。これらの層は配偶者や母親の健康管理のもと、牛乳をよく飲んでいる可能性もある。

図表Ⅲ-50 性・年齢・牛乳飲用量別 健康管理者

	自分自身						配偶者						母親					
	29才以下男性	29才以下女性	30才以下男性	30才以下女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30才以下男性	30才以下女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30才以下男性	30才以下女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	84.1	94.7	89.6	99.0	87.6	96.1	4.7	1.1	36.9	2.7	41.9	7.8	38.1	28.4	4.7	2.7	1.8	1.0
ヘビーユーザー	82.9	93.7	91.7	99.0	91.2	98.3	2.5	2.1	33.3	3.8	44.9	7.7	51.3	35.4	6.9	2.8	1.9	1.0
毎日ミドルユーザー	75.9	93.7	87.8	98.4	84.4	97.0	1.9	1.1	39.0	2.2	40.1	8.2	33.3	23.2	4.9	4.3	1.9	1.1
ミドルユーザー	85.8	95.5	90.5	99.0	89.9	96.9	5.7	1.5	36.7	2.0	44.2	9.3	32.6	22.7	4.8	1.5	1.4	1.9
ライトユーザー	84.1	97.1	87.4	99.3	85.7	94.2	8.0	-	43.4	3.4	42.2	3.3	28.4	26.5	2.5	-	0.7	0.8
ノンユーザー	90.3	92.9	90.4	100.0	87.0	91.5	6.9	-	31.2	1.0	37.7	9.9	27.8	31.0	4.8	4.9	3.2	-

	医師						職場					
	29才以下男性	29才以下女性	30才以下男性	30才以下女性	50才以上男性	50才以上女性	29才以下男性	29才以下女性	30才以下男性	30才以下女性	50才以上男性	50才以上女性
全体	1.3	1.9	4.4	5.2	19.6	21.9	4.0	1.9	7.1	2.7	3.0	1.7
ヘビーユーザー	1.0	1.1	2.8	6.6	22.2	24.7	1.5	0.5	4.9	3.8	1.4	1.7
毎日ミドルユーザー	3.7	1.1	6.5	4.3	23.6	24.0	5.6	3.2	7.3	2.2	2.8	0.7
ミドルユーザー	1.4	3.8	5.4	2.5	14.5	13.0	5.0	3.8	8.2	2.0	6.5	3.1
ライトユーザー	1.1	2.2	2.5	6.1	18.4	20.7	2.3	1.5	9.4	2.0	4.8	1.7
ノンユーザー	-	1.2	4.8	5.8	16.2	23.4	9.7	1.2	5.6	2.9	0.6	2.1

5. 主婦の生活配慮度

本項の回答者は調査対象世帯の主婦である。単身世帯では本人が回答している。

1) 健康や食生活に関する配慮度

健康に配慮して行っていることとして6項目、食生活に関する項目として12項目をあげて聞き、その回答数の多寡により「生活配慮度」というスケールを作成した。

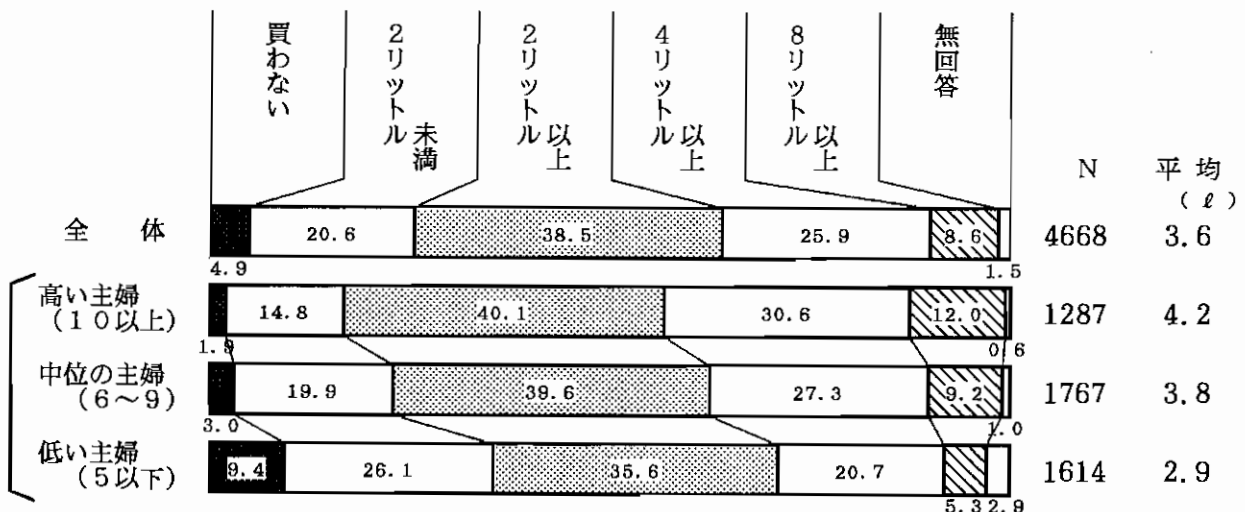
図表Ⅲ-51 生活配慮度を作成するのに用いた質問項目

健康に関する項目	1	1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している
	2	蛋白質、カルシウム、ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている
	3	塩、砂糖、油などを使う時は考えながら加減して利用している
	4	食品添加物などに気をつけて食品の買い物をする
	5	料理にはできるだけ、天然・自然の材料を使うようにしている
	6	健康に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き
食生活に関する項目	1	夕食の献立は嗜好よりも自分や家族の健康を優先して決めている
	2	家族の好みに合わせ、別の献立も用意する
	3	季節のもの、旬のものを取り入れた献立にしている
	4	ケーキやクッキーなどを自分で手作りする
	5	インスタントラーメンなどを利用する時は、具を入れたり、味付けを変えるなど手を加える
	6	保存食（ジャム・梅干し・らっきょ等）を手作りしている
	7	まとめて調理をし、冷凍保存している
	8	料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き
	9	新しい献立、料理によく挑戦する
	10	自分の得意料理を友人、知人に教えている
	11	包丁をといでいる
	12	牛乳パックや卵のパックをリサイクルに出している

以上18項目のうち、10項目以上に「はい」と答えた主婦を『生活配慮度が高い主婦』とし、6～9項目に「はい」と答えた主婦を『生活配慮度が中位の主婦』、5項目以下しか「はい」と答えられなかった主婦は『生活配慮度が低い主婦』とした。

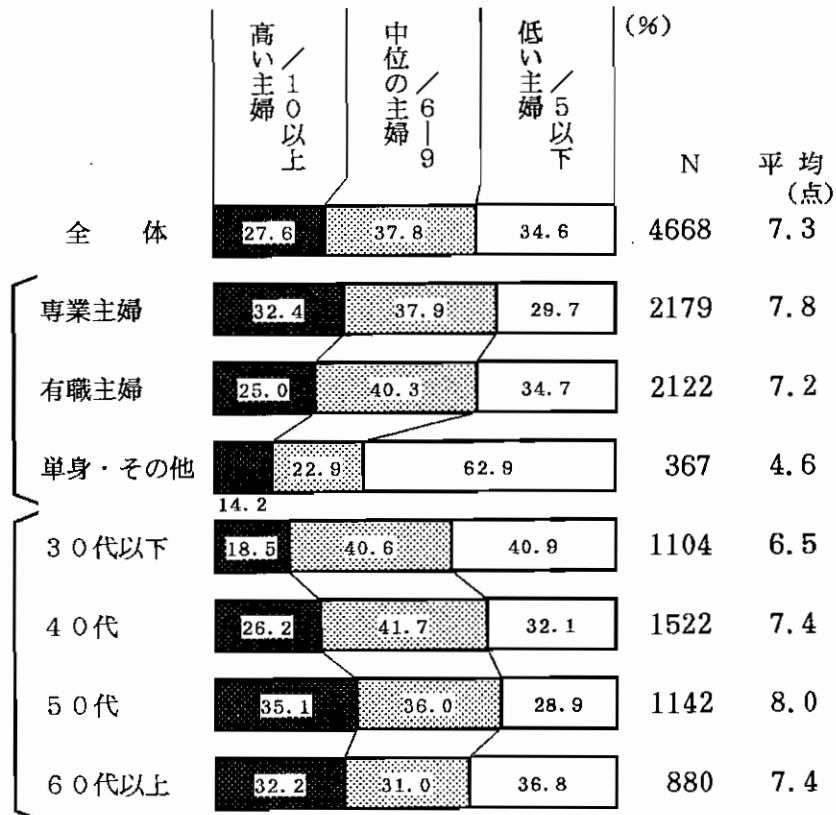
生活配慮度が高い主婦ほど、牛乳の購入量が多い傾向がみられる。

図表Ⅲ-52 生活配慮度別 1週間の牛乳購入量



生活配慮度を主婦職業別にみると、単身・その他の世帯はかなり低く、専業主婦の世帯が有職主婦の世帯をわずかに上回っている。年齢別では、主婦年齢が高いほど配慮度は高いが、60代以上ではやや下がる。

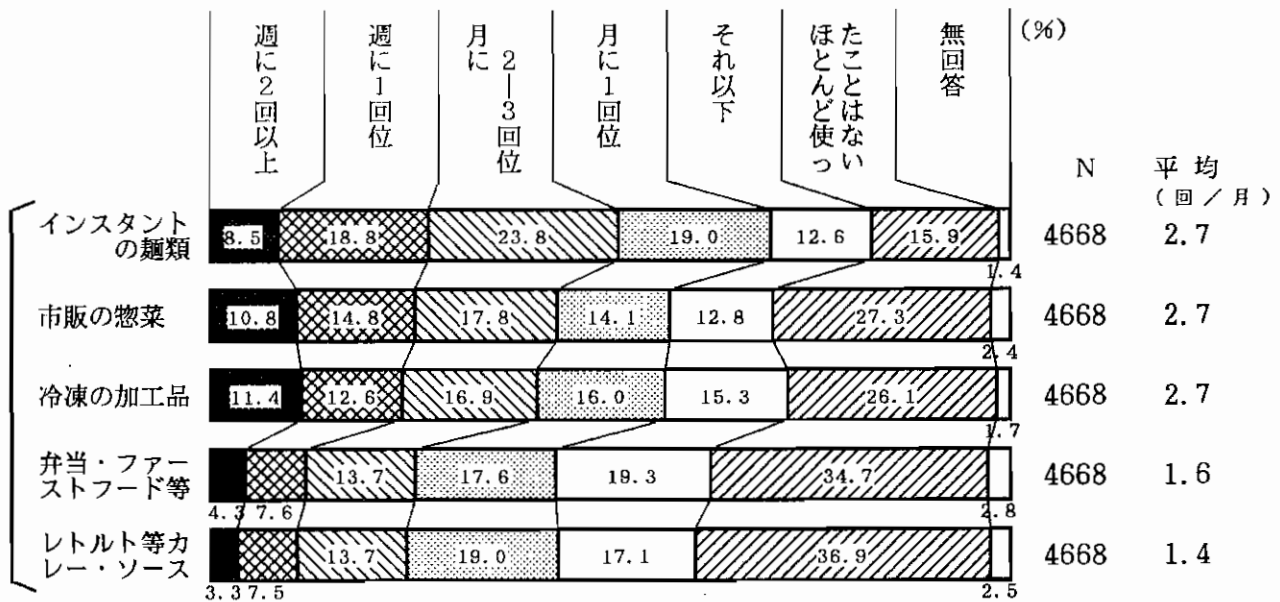
図表Ⅲ-53 主婦職業別／主婦年齢別 生活配慮度



2) 加工食品や市販惣菜の利用頻度

「インスタントの麺類」、「冷凍の加工品」、「市販の惣菜」の利用頻度はほぼ同じであり、平均週に 2.7回利用されている。これらに比べ「持ちかえり弁当・サンドイッチ・ファーストフード」や「レトルトや缶入りのカレー・シチュー・ソース類」の利用頻度は低く、「ほとんど使ったとがない」主婦も 3割強みられる。

図表Ⅲ-54 加工食品や市販惣菜の利用頻度



主婦の職業別に平均利用頻度を比較すると、「インスタントの麺類」「市販の惣菜」「持ちかえり弁当など」は単身世帯でよく利用されている。これに対し、「冷凍の加工品」は有職主婦の世帯での利用率が高く、家族人数が多い世帯でもよく利用されている。

牛乳の購入量別では、購入量が少ない主婦ほど「インスタントの麺類」「市販の惣菜」「持ちかえり弁当など」を利用している率が高い。

主婦年齢別にみると、どの項目も若い主婦ほどよく利用している。

なお、主婦の生活配慮度別では、どの項目も配慮度が低い主婦ほどよく利用している。

図表Ⅲ－55 主婦職業別／主婦年齢別／家族構成別／牛乳の購入量別／生活配慮度別
加工食品や市販惣菜の利用頻度

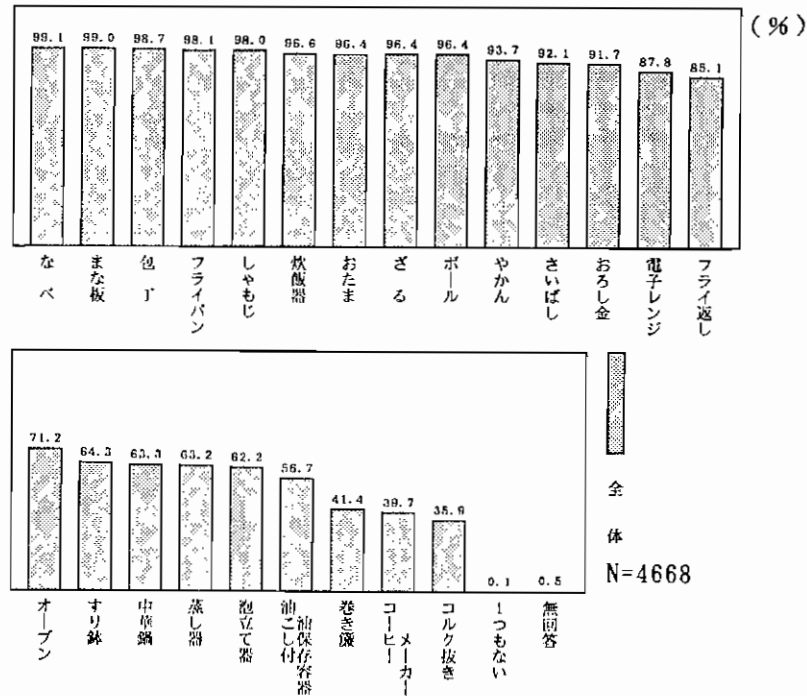
(回/月)

		インスタントの麺類	市販の惣菜	冷凍の加工品	持ちかえり弁当・缶詰等	レトルト・缶詰入り類
全 体		2.7	2.7	2.7	1.6	1.4
主婦 属性 別	専業主婦	2.3	2.3	2.3	1.2	1.2
	有職主婦	2.8	2.9	(3.1)	1.6	1.4
	単身・その他	(3.9)	(4.1)	2.7	(3.9)	2.3
	30代以下	2.9	2.9	3.4	2.2	1.8
	40代	↑3.0	↑2.7	↑3.3	↑1.6	↑1.5
	50代	2.4	2.5	2.0	1.3	1.1
	60代以上	↓2.1	↓2.8	↓1.7	↓1.1	↓1.0
家 族 構 成	単 身	(3.9)	(4.2)	2.4	(4.7)	2.4
	夫婦2人	1.8	2.7	1.5	1.2	0.9
	4人以内の家族	2.5	2.6	2.6	1.5	1.3
	5人以内の家族	3.2	2.8	(3.5)	1.5	1.5
		インスタントの麺類	市販の惣菜	冷凍の加工品	持ちかえり弁当・缶詰等	レトルト・缶詰入り類
全 体		2.7	2.7	2.7	1.6	1.4
購 入 量	買わない	3.8	3.8	2.5	2.2	1.4
	3リットル未満	↑3.0	↑3.0	2.7	↑1.8	1.4
	3リットル以上	2.4	2.4	2.6	1.4	1.3
	6リットル以上	2.5	2.5	2.9	1.3	1.4
生 配 慮 度	高い主婦	↓2.3	↓1.7	↓2.1	↓1.0	↓1.0
	中位の主婦	↓2.6	↓2.6	↓2.9	↓1.4	↓1.3
	低い主婦	3.1	3.7	3.0	2.2	1.7

3) 調理器具の利用状況

調理器具を23種類あげ、それぞれを家庭で利用しているかどうかを聞いたところ、上位14品目は8割以上に利用されているが、「オープン」、「すり鉢」、「中華鍋」などは5～6割の利用率であった。「巻き簾」や「コーヒーメーカー」の利用率は4割程度である。ここにあげた23品目のうち「1つも利用していない」世帯は0.1%のみでほとんどいない。

図表Ⅲ-56 日頃使っている調理器具



利用している調理器具の数をカウントしてみたところ、全体の平均は18個であった。単身・その他の世帯ではやや低いが、それでも15個利用している。主婦の年齢による差は小さい。

牛乳購入量別にみると、牛乳を多く買っている世帯ほど利用数が多い。つまり、いろいろな器具を利用して調理しているといえる。

図表Ⅲ-57 主婦職業別/主婦年齢別/牛乳購入量別 日頃使っている調理器具の数

	21個以上			18-20個			17個以下			n	平均 (個)
	(%)			(%)			(%)				
全体	30.0	33.9	36.1	4,668	18.3						
専業主婦	33.5	34.9	31.6	2,179	18.7						
有職主婦	29.1	35.5	35.4	2,122	18.5						
単身・その他	15.0	18.3	66.8	367	14.6						
30代以下	18.9	36.5	44.6	1,104	17.5						
40代	29.6	36.1	34.4	1,522	18.5						
50代	38.1	33.0	28.9	1,142	19.0						
60代以上	34.9	28.4	36.7	880	18.3						

	21個以上			18-20個			17個以下			n	平均 (個)
	(%)			(%)			(%)				
全体	30.0	33.9	36.1	4,668	18.3						
買わない	14.0	24.1	61.8	228	15.9						
3リットル未満	25.4	33.4	41.2	1,916	17.8						
3リットル以上	35.1	34.3	30.6	1,509	18.8						
6リットル以上	35.9	37.5	26.5	943	19.1						

グループインタビュー
結果のまとめ

I 日常生活と食生活について

(1) 高校生

基本的には6時台に起床し、7時台には家を出、母親の用意してくれた朝食を食べてゆく。放課後から夜までは部活、アルバイト、習いごとなど多様である。

彼女たちの大切にしているものは友達とのコミュニケーションであり、放課後の寄り道や夜の長電話など多くの時間を友人とのコミュニケーションにさいている。夢は職業を持って1人の女性として自立して暮らすことである。

しかし、母親に言わせると、母親が専業主婦で優雅な過ごし方をしているケースでは「おかあさんみたいなのもいいかな」と結婚や専業主婦にあこがれている高校生もいるようである。

現在の食生活について30年後の自分のことを視野に入れてまで目配りすることはできていない。母親のサポートを受けられる状況の高校生は良いが、ファーストフードのアルバイトなどが忙しく、食生活が不規則になった高校生は早くも体をこわしたりしている。また、無理なダイエットによる弊害を経験している人もおり、知識が未熟なだけに危ない状況の高校生もみられる。

(2) 大学生

授業にバイトに友達との交際にスポーツにとぎっしりつまったスケジュールで忙しい。

彼女たちの食生活をみると、自宅から通っている人はまだ母親のサポートがあるためかなり恵まれている。1人暮らしの場合も、お金のことを考えて食事を自分で作っており、忙しい中でも比較的堅実な食生活をしている。あまり気にしていないと言いながらヨーグルトを食べたり、鉄剤、ビタミン剤、カロリーメイトなどをとり、食の面からの健康への関心は強い。

好きな食物は和食やパスタなど口当たりのよいもの、ワンポイントヘルシーなものである。ただし世代的にみてファーストフードも好きである。飲物は緑茶、紅茶、ウーロン茶などお茶系のさっぱりしたものが好まれている。

(3) O L

高校生や大学生に比べてOLの方が時間的にもゆとりがあり、規則的な過ごし方をしている。本調査参加者は男性と張り合ってモーレツに働いているようなワーキングウーマンではなかったため、夕方も比較的早くコンスタントに帰宅している。

同居家族によって食生活が大きく異なる。食事を作ってくれる母親がいる場合は家庭で健康的な食事を食べられているが、そうではない場合は外食に頼りがちである。

しかし、概してOLは食に関する知識や情報が増えるため一層ヘルシーな食生活をしようと心がけ、コレステロールや中性脂肪など成人病にも関心が高く、若くても健康への関心は強い。ただし、社会人になるとビールなどアルコールやコーヒーに親しむ機会も多くなるため、それらの飲物との調整が求められる。

(4) 主婦

中高校生の娘を持つ母親は子育てから少し開放され、将来にそなえて楽しさ探し、自分探しに忙しい。趣味を深めた人、アルバイトを始めた人など将来の自分の暮らしを考えて少しずつ老後の準備を始めている。

主婦は自分自身が更年期にさしかかり、体調が変化する時代である。また家族の中に成長期の子供を持っていることから、家族の健康とりわけ家族の食生活には関心が高い。「添加物に気をつけている」、「バランスの良い食事」、「規則正しい食事」、「色の濃い野菜」、「好き嫌いなく」など配慮の仕方にバラエティがある。母親たちの強い健康への関心や熱心な健康行動が年頃の娘たちに強い影響を与えており、娘たちは若い時代から「健康への配慮」をするように刷り込まれている。

II 牛乳とのつきあい

(1) 高校生と牛乳

家庭では牛乳が常備されてはいるが、子供達は成長するにつれて接触する味のバラエティが増え、嗜好が変わってきて牛乳以外のテイストに親近感を持つ傾向がみられる。

母親たちは牛乳にまつわる表現で「牛乳を入れて飲ませる」、「学校で飲まされる」、「小さい時は飲ませていた」といった「〇〇させ」という表現が多いが、こういうフィーリングに自我にめざめた少女たちは反発を感じるようだ。牛乳は家でタダで飲むものであり、外でお金を出すならば他のものを飲むとされている。外で牛乳をストレートで飲んでもらうのはいずれにしても非常に難しいことからカフェオレ、ロイヤルミルクティー、ヨーグルトドリンクなど加工ドリンクにした方が受容性も高いだろう。

高校生であっても『骨粗しょう症』という言葉を充分認知しており、牛乳を飲まなければ「将来骨粗しょう症になる」という知識を持っている。それらは「保健便り」や「テレビ」、「母親の話」などがニュースソースである。

骨の形成期であるにもかかわらず牛乳離れの始まるこの世代こそ、学校教育の中で骨に関する十分な教育が行なわれるべきである。授業で使うビデオ、料理講習など多様なコースが望まれる。

(2) 大学生と牛乳

小学生、中学生時代での強制的な刷り込みの時代と健康を意識して飲み出す社会人の時代のはざまにあって、最も自主的に牛乳に接している世代である。飲む動機も多様ならば、味についても一言ずつあり、好きなブランド、嫌いなブランドがある。TPOも朝食やおやつというよりは「寝る前に」、「起きがけに」、「風呂あがりに」など自分の気持ちにそわせて飲んでいる。

「牛乳を飲むと太る」という意識は強く、牛乳のカロリーに関する教育啓蒙が必要である。

(3) OLと牛乳

社会人になると外でアルコールを飲む機会が増えるため、二日酔いを治す、二日酔い予防などアルコールとのコンビネーションで牛乳が扱えられることが多い。大学生に比べて「牛乳と健康」との結びつきがでてきている。

ただし、「牛乳は太る」、「牛乳はカロリーが高い」といった誤解もみられることから、牛乳の正しい知識の普及が必要である。

(4) 主婦と牛乳

母親は自分が牛乳・乳製品の好き嫌いにかかわらず子供にはそれらをとらせようと努力している。そのために必ず家には常備するようしており、ストレートで飲むのがだめならばスープにするなど料理に使ったり、ヨーグルトとして食べさせるなどの試みをしている。

母親自身も年齢を考えて牛乳や乳製品をとるように努力している。骨量検査を受けるチャンスの増大は、家庭での牛乳使用の促進に非常に強いインパクトを与えている。

《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との結びつき ・ 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)

《付録 2》 単純集計結果付き
調査票

(全員に)

問1 次にあげる飲み物の中で、あなたがよく飲むものはどれでしょうか。
いくつでも選び、番号に○をつけてください。(いくつでも)

(n=4668)

67.0 牛乳(白)	59.2 コーヒー
17.9 コーヒー牛乳・ フルーツ牛乳など	24.4 紅茶
20.2 乳酸菌飲料	34.2 ウーロン茶
13.0 ドリンクヨーグルト	11.0 ミネラルウォーター
19.3 コーラなどの炭酸飲料	16.5 スポーツ飲料
26.0 果汁入りジュース	33.4 ビール等のアルコール飲料
66.3 日本茶	4.6 その他()

0.0 NA

(全員に)

問2 あなたは次にあげるような場面では、どのようなイメージの飲み物を
飲みたいと思いますか。各々について、あてはまる番号にいくつでも
○をつけてください。

(タテにいくつでも)
(n=4668)

(n=4668)

	a 朝食時	b 昼食時	c 夕食時	d おやつ 間食時	e 夜食や 寝る前	f 仕事 中・勉強 中	g レスポ ン ス や 時
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
甘みの少ないもの	32.0	19.0	20.2	14.7	16.3	10.5	12.7
甘みのあるもの	4.8	9.7	2.9	32.9	2.2	12.7	10.8
さっぱりしたもの	36.9	28.7	29.0	14.8	22.5	16.8	28.8
コクのあるもの	4.4	8.9	11.0	10.8	1.9	6.4	2.4
スッキリするもの	20.2	15.3	13.2	13.0	12.8	31.4	37.3
心地よい刺激のあるもの	5.3	7.4	13.0	12.6	4.5	20.8	14.3
ソフトで軽いもの	14.9	10.3	8.5	10.3	18.9	7.1	5.1
香りのよいもの	15.3	9.8	8.9	16.3	6.0	9.9	3.2
喉の渇きをいやすもの	9.6	18.6	12.1	16.3	13.3	19.7	56.6
量が少ないもの	8.8	3.6	6.5	5.2	21.7	4.5	2.1
カロリーの低いもの	8.6	9.8	16.7	13.2	27.1	6.5	7.5
疲労回復など薬効がある	6.9	6.2	13.5	5.2	12.4	19.2	22.6
ビタミン類など体によいもの	23.2	12.6	11.5	8.6	6.4	12.4	16.4
タンパク質・カルシウムなど 栄養のあるもの	32.0	15.6	14.6	10.2	6.4	9.7	11.3
NA	4.0	7.2	7.9	7.0	11.5	10.2	8.2

(全員に)

問3 あなたは、日ごろ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、コーンフレークスにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含んでお答えください。(1つだけ)
(n=4668)

48.4 毎日飲む	6.6 月に2~3回飲む	→問4へ
7.5 週に5~6日飲む	4.7 それ以下しか飲まない	
12.9 週に3~4日飲む	9.9 全く飲まない	
9.9 週に1~2日飲む		

0.1 NA

【問3で5~7に答えた方に】 【問3で1~4に答えた方は問5へ】

問4 あなたがあまり牛乳を飲まない理由は何ですか。次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも)
(n=986)

20.0 味にくせがあるから	25.9 お腹がゴロゴロするから
22.3 においが嫌いだから	29.6 下痢をすることがあるから
11.9 口当たりが悪いから	10.1 家に置いてないから
3.0 太ると思うから	39.2 他の飲み物を飲むので
2.6 買いに行くのが面倒だから	牛乳を飲む機会がないから
6.3 日持ちがしないから	7.7 その他(具体的に)

2.0 NA

(全員に)

問5 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=4668)

8.4 コップ半杯位	2.1 コップ4杯位	→問10へ
40.6 コップ1杯位	1.4 コップ5杯位	
26.6 コップ2杯位	0.9 コップ6杯以上	
8.0 コップ3杯位	11.7 全く飲まない	

0.2 NA

【問5で1~7に答えた方に】 【問5で8に答えた方は問10へ】

問6 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)
(n=4112)

59.9 朝食時	43.3 おやつや間食	2.2 勉強中
19.8 昼食時	23.2 夜食や寝る前	5.4 レジャーやスポーツ時
11.9 夕食時	7.2 工作中	7.3 その他()
		0.8 NA

【問5で1～7に答えた方に】

問7 では、あなたはどんな所で牛乳を飲んでいますか。(いくつでも)
(n=4112)

95.2	自宅で	2.3	その他の屋内で ()
12.5	職場で	4.3	屋外で
4.7	学校で		

0.7 NA

【問5で1～7に答えた方に】

問8 では、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)
(n=4112)

54.4	1回だけ	9.6	3回
30.6	2回	3.8	4回以上

0.7 NA

【問5で1～7に答えた方に】

問9 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下さい。飲まない方は「全く飲まない」に○印をつけてください。
(n=4112) (いくつでも)

23.3	おいしいから	18.2	習慣で
25.0	好きだから	23.4	いつも家にあるから
51.5	栄養があるから	5.3	家族が勧めるから
58.5	カルシウムがあるから	1.8	医者が勧めるから
5.3	背が伸びるから	2.5	値段が安いから
5.2	美容によいから	3.2	学校給食で飲むから
9.4	朝食など食事代わりに	18.3	骨粗しょう症が心配だから
19.2	水の代わりに	2.9	その他 ()

1.2 NA

(全員に)

問10 牛乳を1日1杯(140ml)毎日飲んだら、あなたの場合、太ると思いますか。(1つだけ)
(n=4668)

3.0	太ると思う	12.8	太るような気がする	83.7	太らないと思う
-----	-------	------	-----------	------	---------

0.5 NA

(全員に)

問11 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。各々について1つずつお答えください。(1つずつ)

(n=4668)

	チーズ ↓	ヨーグルト ↓
週に4回以上	5.8	13.2
週に2~3回位	12.3	17.2
週に1回位	17.3	16.4
月に2~3回位	23.9	16.0
それ以下	21.3	16.3
全く食べない	18.4	19.5
NA	1.1	1.4

(全員に)

問12 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。(1つだけ)

(n=4668)

91.3	ある	8.7	ない	→問13へ
------	----	-----	----	-------

【問12で1と答えた方に】

問12-1 「骨粗しょう症」とはどのような病気でしょうか。ご存じのもの全てお答えください。(いくつでも)

(n=4261)

93.4	骨がスカスカになったり、もろくなる	60.0	女性の方がなりやすい
76.9	カルシウムが不足するとなる	1.2	その他
45.2	年をとるとなる	()	
		1.3	わからない
		0.1	NA

【問12で1と答えた方に】

問12-2 「骨粗しょう症」を予防するためにはどんなことをしたらよいと思いますか。(いくつでも)

(n=4261)

47.2	努めて体を動かす	20.4	カルシウム錠剤を飲む
44.3	日光浴をする	21.3	骨密度をはかる
72.4	積極的に牛乳を飲む	1.0	その他
56.8	チーズ等の乳製品を食べる	()	
67.6	カルシウムの多い野菜を食べる	0.1	何もしなくてもよい
87.9	小魚を食べる	2.0	わからない
		0.4	NA

(全員に)

問13 「骨粗しょう症」予防するために、1日あたりどれ位のカルシウム量が必要だと思いますか。(1つだけ)
(n=4668)

1.6	100mg位	4.7	500mg
8.2	200mg位	23.3	600mg
8.0	300mg位	2.3	それ以上
6.9	400mg位	44.5	わからない

0.6 NA

(全員に)

問14 では、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。(1つだけ)
(n=4668)

13.5	100mg位	1.3	500mg
23.5	200mg位	1.4	600mg
6.2	300mg位	0.4	それ以上
2.3	400mg位	50.6	わからない

0.8 NA

(全員に)

問15 あなたは、朝食を1週間に何日食べますか。(1つだけ)
(n=4668)

80.8	毎日(7日)	2.9	2~1日	→問16へ
6.5	5~6日	5.7	ほとんど食べない	
3.9	4~3日			

0.1 NA

【問15で1~4と答えた方に】

問15-1 あなたは、どなたと一緒に朝食を食べていますか。最も多い場合をお答えください。なお、ひとり暮らしの方は「4 ひとり暮らし」に○をつけてください。(1つだけ)
(n=4400)

36.5	家族全員と	17.5	自分ひとりで
41.9	全員ではないが家族の誰かと	3.6	ひとり暮らし

0.5 NA

(全員に)

問16 あなたは、夕食を自宅で食べることが1週間のうちでどれくらい
(n=4668) ありますか。(1つだけ)

77.4	毎日(7日)	2.1	2~1日	
12.9	5~6日	1.3	ほとんど食べない	→問17へ
6.2	4~3日			

0.1 NA

【問16で1~4と答えた方に】

問16-1 あなたは、どなたと一緒に夕食を食べていますか。最も多い場
(n=4603) 合をお答えください。なお、ひとり暮らしの方は「4 ひとり
暮らし」に○をつけてください。(1つだけ)

51.0	家族全員と	6.3	自分ひとりで
38.7	全員ではないが家族の誰かと	3.6	ひとり暮らし

0.4 NA

(全員に)

問17 あなたは、以下にあげるような家事をどれくらいしていますか。
(n=4668) いつもやるものと時々やるものを、それぞれお答えください。
(タテにいくつでも)

		いつもやる	時々やる
		↓	↓
平日	朝食づくり	41.9	8.3
	朝食の後片付け	42.1	9.5
	夕食づくり	41.6	11.1
	夕食の後片付け	44.0	13.9
	食品の買い物	38.0	20.2
休日	朝食づくり	39.7	11.2
	朝食の後片付け	41.5	10.9
	昼食づくり	37.6	15.4
	昼食の後片付け	39.1	13.5
	夕食づくり	40.6	13.5
	夕食の後片付け	42.4	15.2
	食品の買い物	38.0	24.2
	ごみ出し	41.5	22.5
	どれもしない	33.7	24.7
	NA	7.3	22.7

(全員に)

問18 ところで、あなたの健康状態は全体としていかがですか。
(n=4668) (1つだけ)

10.7	非常によい	67.6	ふつう	8.7	あまりよくない
11.8	よい			1.1	よくない

0.0 NA

(全員に)

問19 では、あなたの健康管理はどなたがしていますか。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=4668)

92.5	自分自身	0.8	父親	10.3	医師
16.2	配偶者	3.3	職場	0.6	その他
10.2	母親	0.5	学校		()

0.0 NA

(全員に)

問20 あなたがふだんお読みになっている新聞はどのようなものですか。
(n=4668) (いくつでも)

21.1	朝日新聞	38.2	地方新聞
10.1	毎日新聞	13.8	スポーツ紙
24.9	読売新聞	6.7	その他()
6.0	日本経済新聞	4.5	新聞は読まない
4.1	産経新聞		

→問21へ

0.1 NA

【問20で1～8に答えた方に】

問20-1 あなたは1日に新聞を何分位読みますか。(1つだけ)
(n=4453)

12.8	～5分位	6.8	～40分位
23.6	～10分位	1.7	～50分位
24.2	～20分位	6.2	～1時間位
23.0	～30分位	1.4	それ以上

0.2 NA

【問20で1～8に答えた方に】

問20-2 あなたは新聞のどこの面をよく読みますか。よく読むものをいくつかでもお答えください。(いくつでも)

(n=4453)

73.5	一面トップ記事	8.1	科学/学芸面
30.6	政治面	14.8	マンガ
16.1	国際面	21.6	社説等のコラム
24.3	経済面	16.2	本の紹介等の読書欄
16.1	消費/産業面	74.2	テレビ・ラジオ欄
53.9	社会面	26.5	投書欄
51.5	スポーツ面	40.4	地方版
30.8	芸能/文化面	26.2	広告
35.9	家庭面	1.5	その他()

0.2 NA

(全員に)

問21 あなたはテレビを平日1日に何時間位見ますか。ながら視聴も含めてお答えください。(1つだけ)

(n=4668)

1.7	ほとんどみない	15.4	～4時間位
2.7	～30分位	9.4	～5時間位
11.1	～1時間位	4.6	～6時間位
22.9	～2時間位	2.7	～7時間位
26.9	～3時間位	2.4	それ以上

0.1 NA

(全員に)

問22 あなたは、何時ごろテレビをご覧になりますか。平日と休日にわけて、ご覧になっている時間帯すべてをお答えください。

(いくつでも)

(n=4668)

		平日に見る時間帯	休日に見る時間帯		
		↓	↓		
午前	早朝	～7時台	48.4	17.6	
		8時台	～9時台	25.4	35.4
		10時台	～11時台	6.0	26.7
		昼の12時台	25.9	39.0	
午後		1時台	～4時台	15.6	25.1
		5時台	～6時台	14.7	22.2
		7時台	～8時台	59.4	67.0
		9時台	～10時台	72.3	68.1
		11時以降	25.0	23.8	
NA		0.9	3.4		

(全員に)

問23 あなたは、どういうテレビ番組がお好きですか。(いくつでも)

(n=4668)

70.8	ニュース	45.2	情報番組(旅・グルメ・自然など)
30.6	ワイドショー	44.6	スポーツ
46.4	ドラマ	26.9	音楽番組
37.9	バラエティ・クイズ番組	40.0	映画
53.1	報道/ドキュメンタリー	2.2	その他()

0.3 NA

(全員に)

問24 あなたがよく読む雑誌はどんな分野のものですか。(いくつでも)

(n=4668)

20.8	一般週刊誌(週刊朝日、新潮、文春、週刊現代など)
13.8	女性週刊誌(女性自身、微笑、女性セブンなど)
4.6	総合月刊誌(文芸春秋、中央公論、現代など)
8.6	婦人向け月刊誌(主婦の友、家庭画報、婦人公論など)
14.2	ミセス向き生活誌(レタスクラブ、オレンジページ、クロワッサン)
5.7	ミセス向けファッション誌(ミセス、マダム、マフィンなど)
9.7	ヤング女性向けファッション誌(ノンノ、モアなど)
3.0	ティーンズ誌(セブンティーンなど)
2.6	男性ファッション誌(メンズノンノなど)
11.0	料理専門誌(TANTO、栄養と料理など)
6.9	テレビ情報誌(テレビガイドなど)
4.3	イベント情報誌(ぴあ、東京ウォーカーなど)
1.9	育児誌(たまごクラブ、ベビーエイジ、P-a-n-dなど)
8.1	健康誌(壮快など)
11.9	スポーツ雑誌
5.5	音楽雑誌
3.3	パソコン雑誌
12.2	その他の趣味の雑誌()
19.9	まんが・コミック誌(ジャンプなど)
4.4	その他()
21.2	雑誌は読まない

0.6 NA

【フェイスシート】

◇◇ あなたご自身のことについてお答え下さい。 ◇◇

F 1 性別 (1つだけ)
(n=4668)

45.5 男	54.5 女
--------	--------

F 2 年齢 (1つだけ)
(n=4668)

4.1 13～15才	7.9 35～39才	7.8 60～64才
6.2 16～19才	9.8 40～44才	6.3 65～69才
7.6 20～24才	10.1 45～49才	7.4 70才以上
7.6 25～29才	10.2 50～54才	
7.0 30～34才	8.1 55～59才	

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。
(n=4668) (1つだけ)

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
3.3 農林漁業	5.1 管理職	21.6 主婦
5.5 商工サービス業	11.7 専門・技術職	10.8 学生
3.1 自由業	11.0 事務職	10.2 無職
0.9 内職	7.8 労務職	
	8.7 販売・サービス職	

0.3 NA

F 4 お宅の家族構成はどうなっていますか。次の中からあてはまるものを1つだけお答え下さい。(1つだけ)
(n=4668)

4.0 単身世帯	19.7 3世代世帯(親、子、孫)
15.1 夫婦2人	2.2 その他
58.8 2世代世帯(親と子)	(具体的に)

0.2 NA

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。(1つだけ)
(n=4668)

4.0 1人(単身世帯)	15.8 5人
17.8 2人	9.4 6人
18.7 3人	5.1 7人以上
29.2 4人	
	0.1 NA

以下の問はお宅での牛乳や乳製品の購入や飲み方、食べ方などについてお伺いします。お宅で食料品の買物など主婦の役割をなさっている方がお答え下さい。主婦及び単身世帯の方はご自身がご記入下さい。

(全員に)

問1 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=4668) 次の中からあてはまるものを1つだけお選び下さい。(1つだけ)

46.7 専業主婦	4.0 単身世帯
45.5 有職主婦 (パートアルバイトを含む)	3.0 その他 (具体的に)
	0.9 NA

(全員に)

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ)
(n=4668)

0.2 ~19才	9.5 35~39才	8.9 55~59才
1.6 20~24才	15.9 40~44才	8.3 60~64才
4.8 25~29才	16.7 45~49才	5.2 65~69才
7.5 30~34才	15.5 50~54才	5.3 70才以上
		0.4 NA

(全員に)

問3 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=4668) (1つだけ)

24.6 いる	75.4 いない
---------	----------

→問4へ

【問3で1の方に】

問3-1 そのお子さんの内、小さい方から2人についてそれぞれ以下の間にお答え下さい。(1つずつ)

	1番小さいお子さん (n=1121)	2番目に小さいお子さん (n=575)
性別は	49.6 男 50.4 女	53.4 男 46.6 女
年齢は	9.0 0才(乳児)	0.3 0才(乳児)
	30.2 1~3才	12.7 1~3才
	18.5 4~6才	23.8 4~6才
	20.9 小学校1~3年生	29.2 小学校1~3年生
	21.4 小学校4~6年生	32.7 小学校4~6年生
NA	0.1	1.2
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答え下さい)	11.3 飲まない	3.5 飲まない
	8.0 コップ半杯	5.6 コップ半杯
	21.6 コップ1杯位	28.0 コップ1杯位
	29.0 コップ2杯位	31.0 コップ2杯位
	18.5 コップ3杯位	20.7 コップ3杯位
	6.8 コップ4杯位	7.0 コップ4杯位
	2.4 コップ5杯位	2.3 コップ5杯位
1.5 コップ6杯以上	1.7 コップ6杯以上	
NA	0.9	0.3

(全員に)

問4 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=4668)

26.3	毎日	3.1	2週間に1回位
47.0	週に2~3回位	2.3	月に1回以下
15.7	週に1回位	4.9	ほとんど買わない

0.7 NA

(全員に)

問5 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」とお書き下さい。

(n=4668)

約 . 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(100mlは0.1lです)を3本買っている場合

約 . リットル

【牛乳を買う方(問4で1~5)に】

【牛乳をほとんど買わない人(問4で6)は問7へ】

問6 お宅では、牛乳をどこで買いますか。この1ヵ月間に買ったことがあるものを全てあげてください。また、そこで買った牛乳の量が、お宅で買う牛乳の量全体に占める割合はどれくらいでしょうか。各々について、何パーセントになるかお答えください。

(n=4405)

利用したもの(いくつでも) ↓	(n)	購入量が占める割合		
82.3 スーパー	(n=3625)	平均	8	1 %
15.1 コンビニエンスストア	(n=663)		3	3 %
15.4 生協などの共同購入	(n=678)		6	5 %
20.0 牛乳販売店	(n=879)		7	4 %
4.6 その他()	(n=203)		6	2 %
0.9 NA		計	100	0 %

(全員に)

問7 お宅では、牛乳をお菓子作りやスープなどの料理に使うことがどれくらいありますか。(1つだけ) (n=4668)

1.2	ほぼ毎日	23.2	月に2~3回位	
0.9	週に4~5回位	19.5	月に1回位	
5.3	週に2~3回位	35.5	ほとんど使ったことはない	→問9へ
13.6	週に1回位			

0.9 NA

【問7で1~6と答えた方に】

問8 お宅で料理や菓子に使う牛乳の量はどれくらいですか。1ヵ月合計でどれくらいになるかお答えください。

(n=2970)

約

平均	1
----	---

 .

1

 リットル

【問7で7と答えた方に】 【問7で1~6と答えた方は問10へ】

問9 料理に牛乳をお使いにならないのはなぜですか。あてはまるものをいくつかもお答えください。(いくつでも) (n=1655)

17.5	料理の仕方がわからない	4.2	おいしくできない
48.9	そのまま飲んだ方がおいしい	17.9	家族が喜ばない
13.3	料理をするのがめんどろ	27.2	食べる人が少ない
4.4	家族の食事時間がそろわない	8.0	その他 ()
		1.8	NA

(全員に)

問10 次にあげるものの中で、お宅の冷蔵庫にいつもあるものはどれでしょうか。いつもあるものを全てお答えください。(いくつでも) (n=4668)

84.9	牛乳	60.3	チーズ
21.3	炭酸飲料	47.1	ヨーグルト
34.4	果汁入りジュース		・ドリンクヨーグルト
48.4	ウーロン茶などのお茶類	47.1	アイスクリーム
15.0	ミネラルウォーター	70.6	バター
26.0	乳酸菌飲料	80.9	マーガリン
64.4	ビール等のアルコール飲料	0.4	1つもない

0.6 NA

(全員に)

問11 次にあげる乳製品等のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、もしくは料理として作るものはそれぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

(n=4668)

	現在よく 利用しているもの ↓	家庭で料理に入れて 使っているもの、 または、料理として 作るもの ↓
プロセスチーズ	37.6	9.3
クリームチーズ	7.1	6.6
カマンベールチーズ	7.2	1.0
カッテージチーズ	2.2	2.2
粉チーズ	28.5	30.8
ピザ用、トースト用チーズ	34.5	29.6
スライスチーズ	33.8	15.5
おやつチーズ	10.5	1.3
チーズケーキ	11.0	3.8
チーズデザート	2.6	0.8
その他のチーズ()	0.7	0.5
ヨーグルト	51.6	7.8
アイスクリーム	44.7	1.7
サワークリーム	1.2	1.6
生クリーム	14.2	17.7
バター	60.0	49.7
マーガリン	76.1	35.2
NA	4.9	22.8

(全員に)

問12 次の中で、あなたが健康に配慮して行っていることがありますか。あてはまるものの番号をいくつでもお答えください。

(n=4668)

(いくつでも)

65.3	1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している
48.1	蛋白質、カルシウム、ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている
68.3	塩、砂糖、油などを使う時は考えながら加減して利用している
47.1	食品添加物などに気をつけて食品の買い物をする
44.9	料理にはできるだけ、天然・自然の材料を使うようにしている
34.2	健康に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き
5.1	1つもない
0.7	NA

(全員に)

問13 次の中で、あなたの日頃の食生活にあてはまることがありますか。
(n=4668) あてはまるものの番号をいくつでもお答えください。(いくつでも)

- 43.8 夕食の献立は嗜好よりも自分や家族の健康を優先して決めている
- 39.7 家族の好みに合わせ、別の献立も用意する
- 69.9 季節のもの、旬のものを取り入れた献立にしている
- 14.6 ケーキやクッキーなどを自分で手作りする
- 54.2 インスタントラーメンなどを利用する時は、具を入れたり、味付けを変えるなど手を加える
- 34.9 保存食(ジャム・梅干し・らっきょ等)を手作りしている
- 12.2 まとめて調理をし、冷凍保存している
- 48.9 料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き
- 21.4 新しい献立、料理によく挑戦する
- 15.0 自分の得意料理を友人、知人に教えている
- 35.4 包丁をといでいる
- 28.2 牛乳パックや卵のパックをリサイクルに出している
- 3.8 1つもない

0.6 NA

(全員に)

問14 あなたは、以下にあげる加工食品や市販の惣菜をどれくらいご利用
になっていますか。a~e各々について、1つずつお答えください。
(各ヨコに1つずつ)

(n=4668)

	ほ ぼ 毎 日	週 に4 回 位	週 に2 回 位	週 に1 回 位	月 に2 回 位	月 に1 回 位	そ れ 以 下	ほ た と こ ん ど は 使 な い	NA
a インスタントの麺類 (カップ入り・袋入り)	0.4	1.1	7.0	18.8	23.8	19.0	12.6	15.9	1.4
b レトルトや缶入りの カレー・汁・ソース類	0.2	0.5	2.5	7.5	13.7	19.0	17.1	36.9	2.5
c 市販の惣菜 (揚げ物・煮物・ハンバーグ等)	0.8	1.8	8.3	14.8	17.8	14.1	12.8	27.3	2.4
d 持ち帰り弁当・サンドイッチ ・ファーストフード	0.5	0.8	2.9	7.6	13.7	17.6	19.3	34.7	2.8
e 冷凍の加工品 (おにぎり、ぎょうざ、コロッケ等)	0.8	2.1	8.4	12.6	16.9	16.0	15.3	26.2	1.7

(全員に)

問15 お宅では次にあげるような調理器具をご利用になっていますか。日頃使っているものの番号をいくつでもお答えください。(いくつでも)

99.1	なべ	85.1	フライ返し
93.7	やかん	62.2	泡立て器
98.1	フライパン	41.4	巻き簾
63.3	中華鍋	64.3	すり鉢
63.2	蒸し器	91.7	おろし金
98.7	包丁	35.9	コルク抜き
99.0	まな板	56.7	油こし付油保存容器 (オイルポット)
96.4	ざる	96.6	炊飯器
96.4	ボール	87.8	電子レンジ
92.1	さいばし	71.2	オーブン
98.0	しゃもじ	39.7	コーヒーメーカー
96.4	おたま	0.1	1つもない

0.5 NA

【長い間ご協力ありがとうございました】

1995 牛乳・乳製品の消費動向に関する調査

〔第9回〕

1995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

畜 産 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