

---

# 2004

[第18回]

---

## 牛乳・乳製品の 消費動向に 関する調査

---

社団法人日本酪農乳業協会

後援: 農林水産省 独立行政法人 農畜産業振興機構

## はじめに

当協会の前身の一つである（社）全国牛乳普及協会が1987年に牛乳・乳製品の消費動向に関する調査を始めてから、今年で18回目になります。この調査は、毎年、牛乳・乳製品に関して、全国で6,000人の消費者を対象として行なうもので、酪農・乳業界にとどまらず、他の食品業界、研究者、マスコミ等、多方面の方々にも種々ご活用いただいております。

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

昨年は久しぶりに白もの牛乳類の消費が増加したことを背景に調査しましたが、その後再び減少に転じたので、今年の調査ではその要因を探ることが重要な目的になりました。その結果明らかになったことの一つは、これまで全体としての消費が減少しているときでも、「個々の消費者は、自分の消費量は増えていると思っている人が多かった」のが、今回初めて「消費量が減ったと答えた人が増えた」と答えた人より多くなったことです。このことは、牛乳を飲まなくなることを悪いと思わない人が増えてきたことを示していると考えられます。また、いろいろな飲み物のイメージの質問で「美しくなる」や「スラッとされたきれいな体になる」を挙げた人の割合は、果汁・野菜ジュースや豆乳が牛乳の2倍となっており、「牛乳は太る」と思っている人は関係者が考えるよりはるかに多いことを表していると思います。

一方に食生活の乱れ、他方に断片的な栄養・健康情報の氾濫の中で、事業に関わる多くの々に当報告書をご一読賜り、牛乳・乳製品の消費についての理解の一助に、そして、普及活動、マーケティング活動のヒントにいただければ幸いです。

2004年12月

社団法人 日本酪農乳業協会  
会長 海野 研一

# 目 次

## 調査設計

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

## 調査結果の詳細

I 白もの牛乳類の飲用実態 .....	5
1. 白もの牛乳類の飲用頻度 .....	5
1) 白もの牛乳類の飲用頻度 .....	5
2) そのまま飲む頻度 .....	7
3) 他のものと混ぜて飲む頻度 .....	8
4) 季節による変動 .....	9
2. 白もの牛乳類の飲用量 .....	11
3. 白もの牛乳類の飲み方 .....	14
4. 白もの牛乳類と混ぜて飲むもの .....	17
5. 乳糖不耐症の状況 .....	21
1) 牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる人の割合と症状 .....	21
2) おなかの調子が悪くなる牛乳飲用量 .....	23
3) おなかの調子が悪くならないための牛乳の飲み方 .....	24
II この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識 .....	25
1. そのまま飲む量の増減 .....	25
2. 混ぜて飲む量の増減 .....	26
3. 全体での増減 .....	27
III 白もの牛乳類の購入実態 .....	30
1. 白もの牛乳類の購入頻度 .....	30
2. 白もの牛乳類の購入量 .....	32
1) 購入場所別購入量 .....	32
2) 種類別購入量 .....	34
3. 白もの牛乳類を購入するときの重視点 .....	36
IV 白もの牛乳類を使った料理の実態 .....	38
1. 白もの牛乳類を使って作る料理 .....	38
2. この1ヶ月の白もの牛乳類を使った料理行動 .....	40

V 乳製品の飲食実態と意識 .....	44
1. ヨーグルトの飲食状況 .....	44
1) ヨーグルトのタイプ .....	44
2) ヨーグルトの飲食シーン .....	45
3) ヨーグルトの飲食理由 .....	46
2. 手作りヨーグルトについて .....	48
1) 手作りヨーグルトをつくり始めた時期 .....	48
2) 手作りヨーグルトに使用する牛乳の量 .....	49
VI 生活の中の白もの牛乳類 .....	50
1. 「3-A-Day」について .....	50
1) 「3-A-Day」の認知状況 .....	50
2) 「3-A-Day」の実践状況 .....	51
3) 「3-A-Day」への関心と意向 .....	52
2. 健康・食生活に関する「ことば・用語」の認知 .....	56
3. 白もの牛乳類と競合飲料 .....	79
1) イメージ .....	79
2) 飲用シーン .....	##
＜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 .....	##

# 調査設計

## 調査目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は、1987年度から2003年度まで17回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を実施し、牛乳・乳製品に関する購入実態、飲用実態、牛乳・乳製品に関する意識・知識などを時系列で把握してきた。今回の2004年度調査は、白もの牛乳類の飲用量減少の背景を探ることを念頭におき、牛乳・乳製品の消費拡大のための資料を得ることを目的とする。

## 本年度調査テーマ

- 白もの牛乳類と混ぜて飲むもの
- 白もの牛乳類の飲用量の増減
- 牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる状況
- 白もの牛乳類の購入量と購入意識
- 牛乳を使った料理の実態
- ヨーグルトの飲食・手作りの実態
- 健康や食生活に関する認識
- 競合飲料のイメージと飲用シーン

## 調査方法

### 1. 調査方法

- ・ 留置併用訪問面接法

### 2. 調査項目

- ・ 白もの牛乳類の飲用頻度・飲用量
- ・ 白もの牛乳類の飲み方
- ・ 白もの牛乳類と混ぜて飲むもの
- ・ 白もの牛乳類の飲用量の増減
- ・ 白もの牛乳類の購入実態・意識
- ・ 牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる状況
- ・ 牛乳を使った料理の実態
- ・ ヨーグルトの飲食・手作りの実態
- ・ 健康や食生活に関する認識
- ・ 競合飲料のイメージと飲用シーン
- ・ 対象者の属性

### 3. 調査対象者

全国13歳以上の男女個人 6,000人 設定

#### 4. 抽出方法

住民基本台帳より層化2段抽出

\* 層化2段抽出法の手順は以下の通り

まず、平成12年国勢調査時の人口に基づき、地域と都市規模（各5分類）により層化する。第1次抽出単位として各層ごとに国勢調査時に設定された調査区の基本単位区を抽出し、第2次抽出単位として住民登録台帳より個人を抽出する。  
調査対象となる個人の抽出は、調査地点の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は13歳以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

#### 5. 地域

全国 6,000サンプル

地域別	設定数	回収数	構成比(%)
北海道	270	191	4.6
東北	465	353	8.5
関東・甲信	2,085	1,354	32.4
東海	705	561	13.4
北陸	270	212	5.1
近畿	990	601	14.4
中国	375	292	7.0
四国	195	137	3.3
九州	645	476	11.4
計	6,000	4,177	100.0

都市規模別	設定数	回収数	構成比(%)
13大都市	1,335	859	20.6
15万以上の市	1,860	1,229	29.4
5万～15万未満の市	1,170	817	19.6
5万未満の市	375	300	7.2
郡部	1,260	972	23.3
計	6,000	4,177	100.0

#### 6. 調査期間

2004年5月21日（金）～6月7日（月）

#### 7. 回収状況

6,000人設定 → 4,177人有効回収（有効回収率 69.6%）

未回収数	回収状況					
	転居	長期不在	一時不在	拒否	住所不明	その他
1,823	212	139	269	1,055	92	56

#### 8. 本報告書でデータを読むうえでの注意点

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

<調査結果の要約は「要約版」を参照>

# サンプル構成

( )内は%

## <性別>

全体	4177 (100.0)
男性	1946 (46.6)
女性	2231 (53.4)

## <結婚の有無>

全体	4177 (100.0)
未婚	1038 (24.9)
既婚	3014 (72.2)
その他	120 ( 2.9)
無回答	5 ( 0.1)

## <年齢>

全体	4177 (100.0)
13～15歳	140 ( 3.4)
16～19歳	206 ( 4.9)
20～24歳	210 ( 5.0)
25～29歳	285 ( 6.8)
30～34歳	323 ( 7.7)
35～39歳	332 ( 7.9)
40～44歳	344 ( 8.2)
45～49歳	317 ( 7.6)
50～54歳	402 ( 9.6)
55～59歳	403 ( 9.6)
60～64歳	356 ( 8.5)
65～69歳	323 ( 7.7)
70歳以上	536 (12.8)
平均 47.4歳	

## <子供の有無>

全体	4177 (100.0)
いる	2860 (68.5)
いない	1306 (31.3)
無回答	11 ( 0.3)

## <同居家族数>

全体	4177 (100.0)
1人(ひとり暮らし)	282 ( 6.8)
2人	967 (23.2)
3人	955 (22.9)
4人	937 (22.4)
5人	567 (13.6)
6人	292 ( 7.0)
7人以上	172 ( 4.1)
無回答	5 ( 0.1)
平均 3.5人	

## <職業>

全体	4177 (100.0)
農林漁業	121 ( 2.9)
商工サービス業	198 ( 4.7)
自由業	136 ( 3.3)
内職	8 ( 0.2)
管理職	191 ( 4.6)
専門・技術職	497 (11.9)
事務職	338 ( 8.1)
労務職	242 ( 5.8)
販売・サービス職	253 ( 6.1)
パート・アルバイト	434 (10.4)
専業主婦	718 (17.2)
中学生	88 ( 2.1)
高校生	178 ( 4.3)
中高生以外の学生	111 ( 2.7)
無職	656 (15.7)
無回答	8 ( 0.2)

## <家族構成(同居家族数「1人」を除く)>

全体	3890 (100.0)
夫婦2人	780 (20.1)
2世代世帯／親と子	2222 (57.1)
3世代世帯／親、子、孫	775 (19.9)
その他	106 ( 2.7)
無回答	7 ( 0.2)

## <同居する子供(家族構成「夫婦2人」を除く)>

全体	3103 (100.0)
乳児・幼児	549 (17.7)
小学生	710 (22.9)
中学生	550 (17.7)
高校生	586 (18.9)
大学・短大・専門学校生	323 (10.4)
この中にはない	1245 (40.1)
無回答	22 ( 0.7)



## 主な分析軸

本報告書で利用した主な分析軸は次の通り

( )内は%

### <性・年齢別>

全 体		4177 (100.0)
男 性	中学生	49 ( 1.2)
	10代(中学生除)	132 ( 3.2)
	20代	243 ( 5.8)
	30代	301 ( 7.2)
	40代	292 ( 7.0)
	50代	383 ( 9.2)
	60代	311 ( 7.4)
	70代以上	235 ( 5.6)
女 性	中学生	39 ( 0.9)
	10代(中学生除)	126 ( 3.0)
	20代	252 ( 6.0)
	30代	354 ( 8.5)
	40代	369 ( 8.8)
	50代	422 (10.1)
	60代	368 ( 8.8)
	70代以上	301 ( 7.2)
男 性 計		1946 (46.6)
女 性 計		2231 (53.4)

### <白もの牛乳類ユーザータイプ別>

全 体		4177 (100.0)
飲 用 頻 度	飲用者・計	3726 (89.2)
	毎日飲用	1676 (40.1)
	週1～6日飲用	1468 (35.1)
	月に2～3日以下飲用	582 (13.9)
	非飲用者	451 (10.8)
飲 用 パ タ ー ン	そのまま&混ぜて&かけて	661 (15.8)
	そのまま&混ぜて併用	1457 (34.9)
	そのまま飲用のみ	975 (23.3)
	混ぜて飲用のみ	241 ( 5.8)

### <同居家族人数別>

全 体	4,177 (100.0)
1人(ひとり暮らし)	282 ( 6.8)
2人	967 (23.2)
3人	955 (22.9)
4人	937 (22.4)
5人	567 (13.6)
6人	292 ( 7.0)
7人以上	172 ( 4.1)

## 調査結果の詳細

# I 白もの牛乳類の飲用実態

## 1. 白もの牛乳類の飲用頻度

### 1) 白もの牛乳類の飲用頻度

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

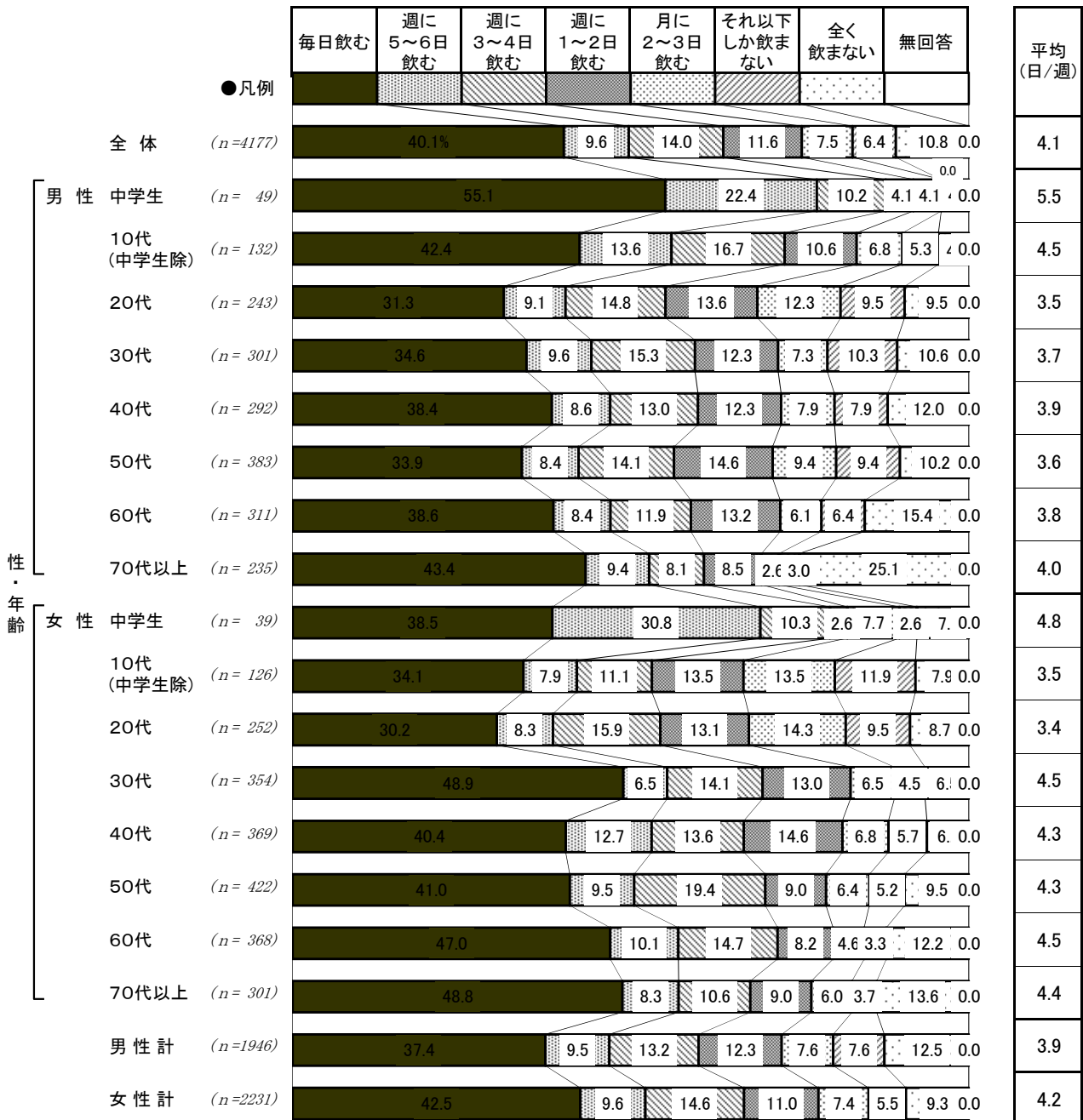
「毎日飲む」人は全体の40%である。一方「全く飲まない」という人は11%である。

性・年齢別にみると、「毎日飲む」人は女性の方が43%と多く、女性の30代、60代、70代以上では5割近い。

週あたりの平均飲用頻度は全体で4.1回である。

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

図表I-1-1 性・年齢別 問1 白もの牛乳類を飲む頻度



[参考] 参考にこれまでの調査での白もの牛乳類の飲用頻度の推移をみる。

図表I-1-2 時系列 問1 白もの牛乳類の飲用頻度

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

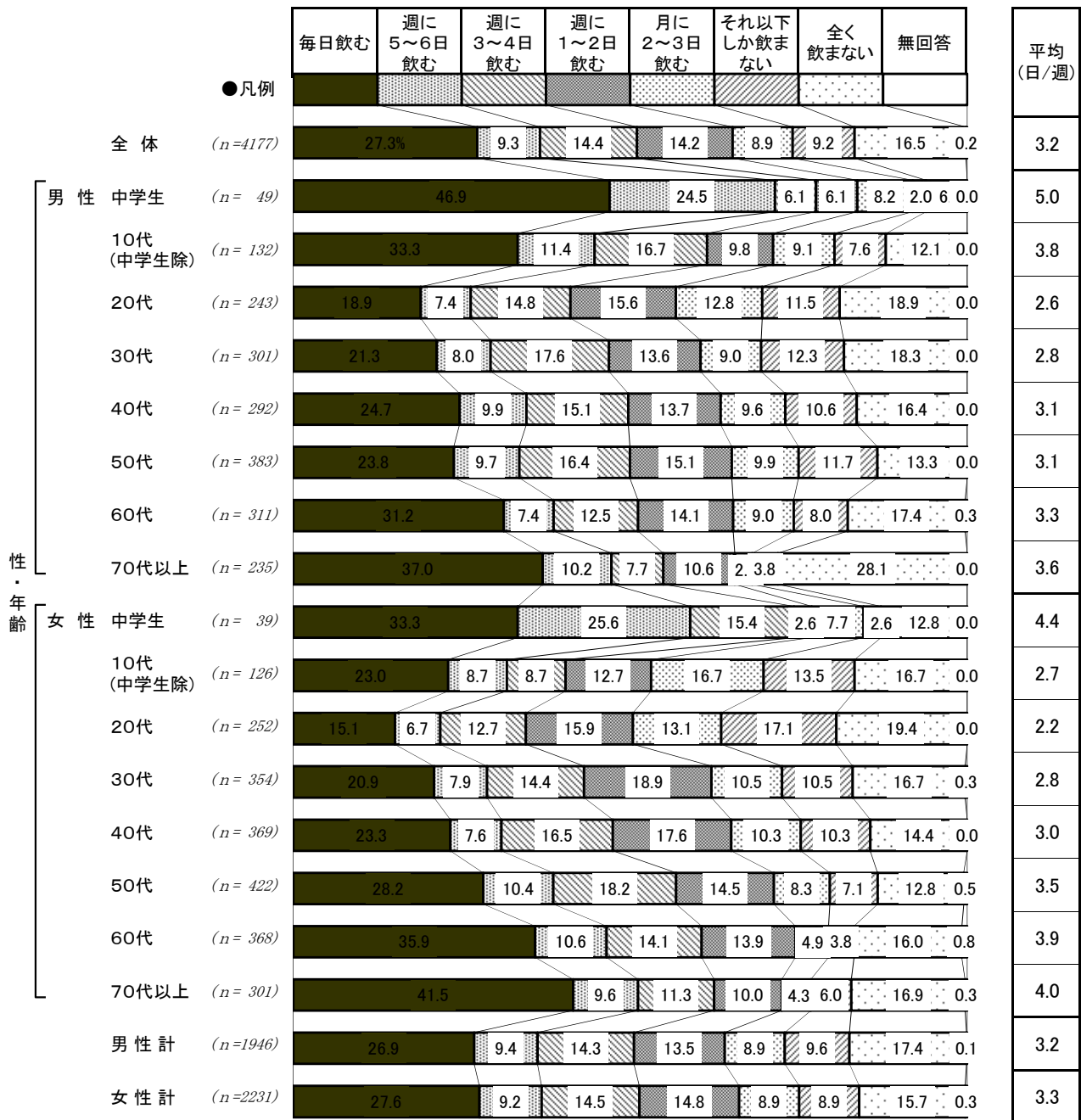
※斜線はデータなし

\* 87～01年は「月に数回飲む」 (％)

## 2) そのまま飲む頻度

そのまま飲む飲み方で、ふだんどの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。  
 「毎日飲む」人は全体の27%である。一方「全く飲まない」という人は17%である。  
 性・年齢別にみると、「毎日飲む」人の割合は男女で違いはない。また、「毎日飲む」人は男女とも20代が最も少なく、以降年齢があがるにつれて多くなっている。

図表I-1-3 性・年齢別 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度：年間平均



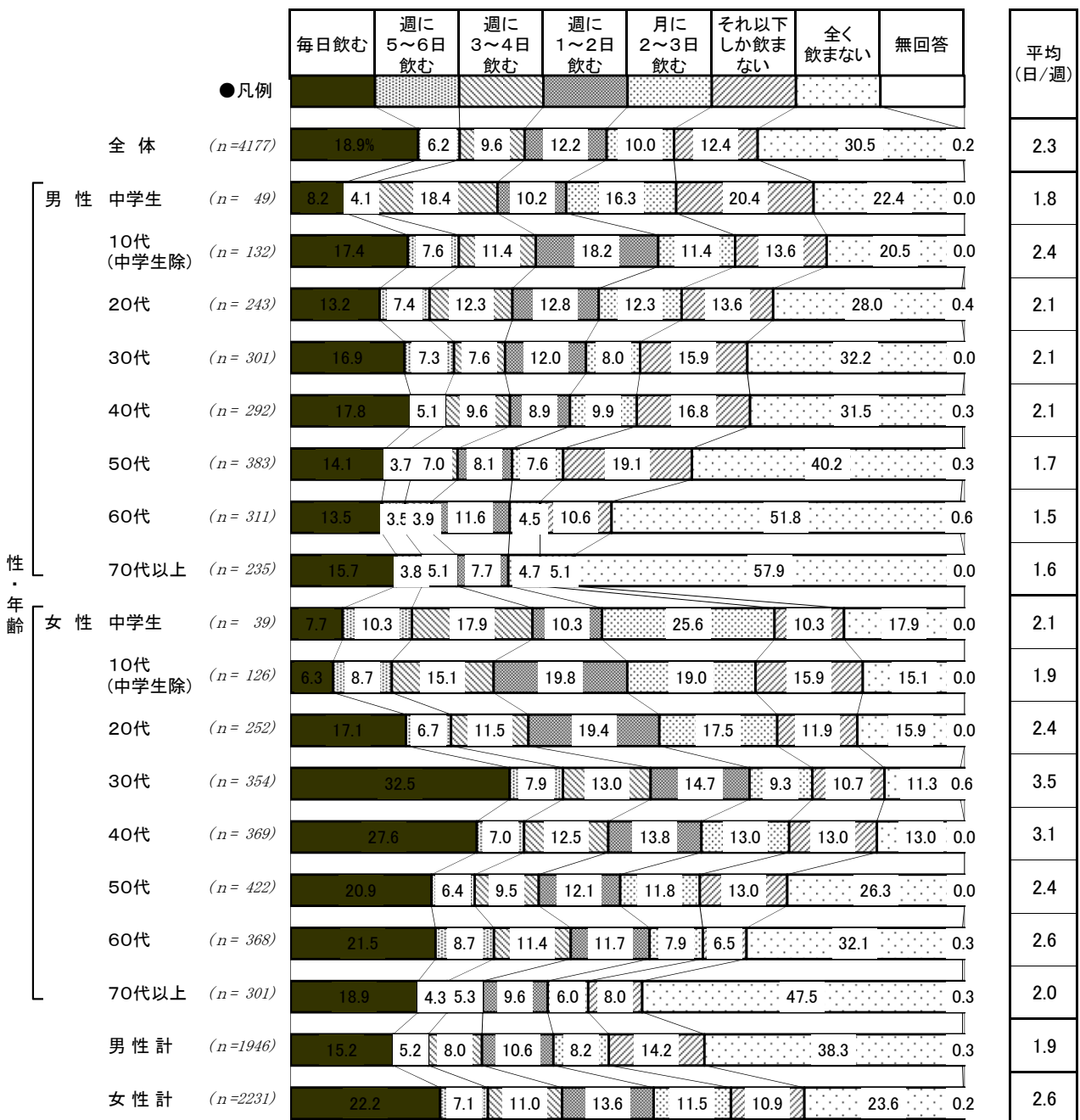
### 3)他のものと混ぜて飲む頻度

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

「毎日飲む」人は全体の19%である。一方「全く飲まない」という人は31%である。

性・年齢別にみると、「毎日飲む」人は男性15%、女性22%であり、女性の方が多い。「毎日飲む」人の割合は、男性では年齢別にあまり違いは見られないが、女性では30代、40代が30%前後と多くなっている。

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

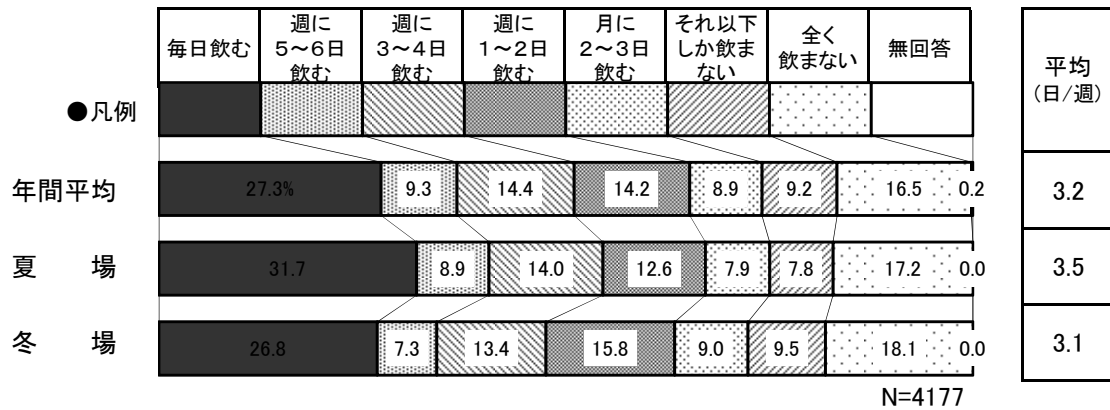


#### 4) 季節による変動

白もの牛乳類の飲み方別飲用頻度の季節による変動をみると、そのまま飲む飲み方では、夏場は「毎日飲む」人が32%と冬場（27%）より5ポイント多くなっている。他のものと混ぜて飲む飲み方では大きな変動はみられない。

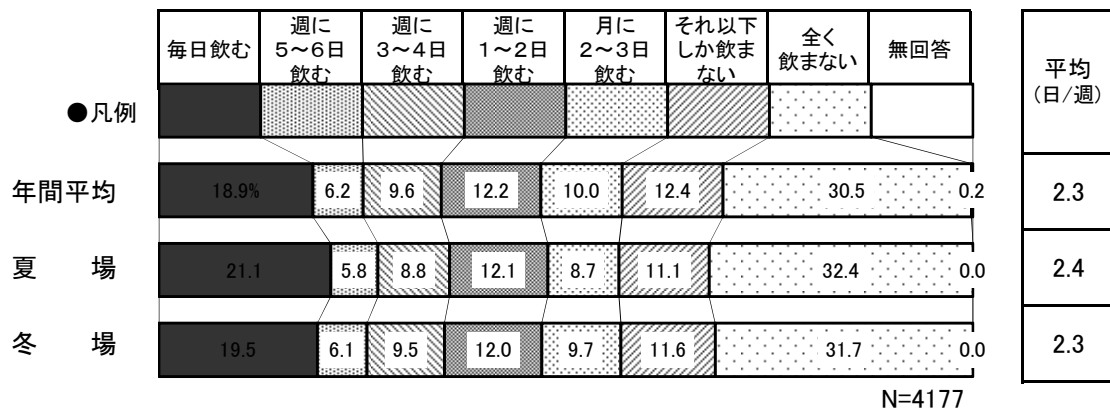
##### <そのまま飲む>

図表I-1-5 季節変動／飲み方別 白もの牛乳類の飲用頻度



##### <他のものと混ぜて飲む>

図表I-1-6 季節変動／飲み方別 白もの牛乳類の飲用頻度



飲み方別に時系列の推移をみると、そのまま飲む飲み方、混ぜて飲む飲み方ともに、夏場、冬場、年間平均いずれも2003年から著しい変化はみられない。

図表I-1-7 時系列 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度

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

(%)

図表I-1-8 時系列 問3 白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む頻度

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

(%)



## 2. 白もの牛乳類の飲用量

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

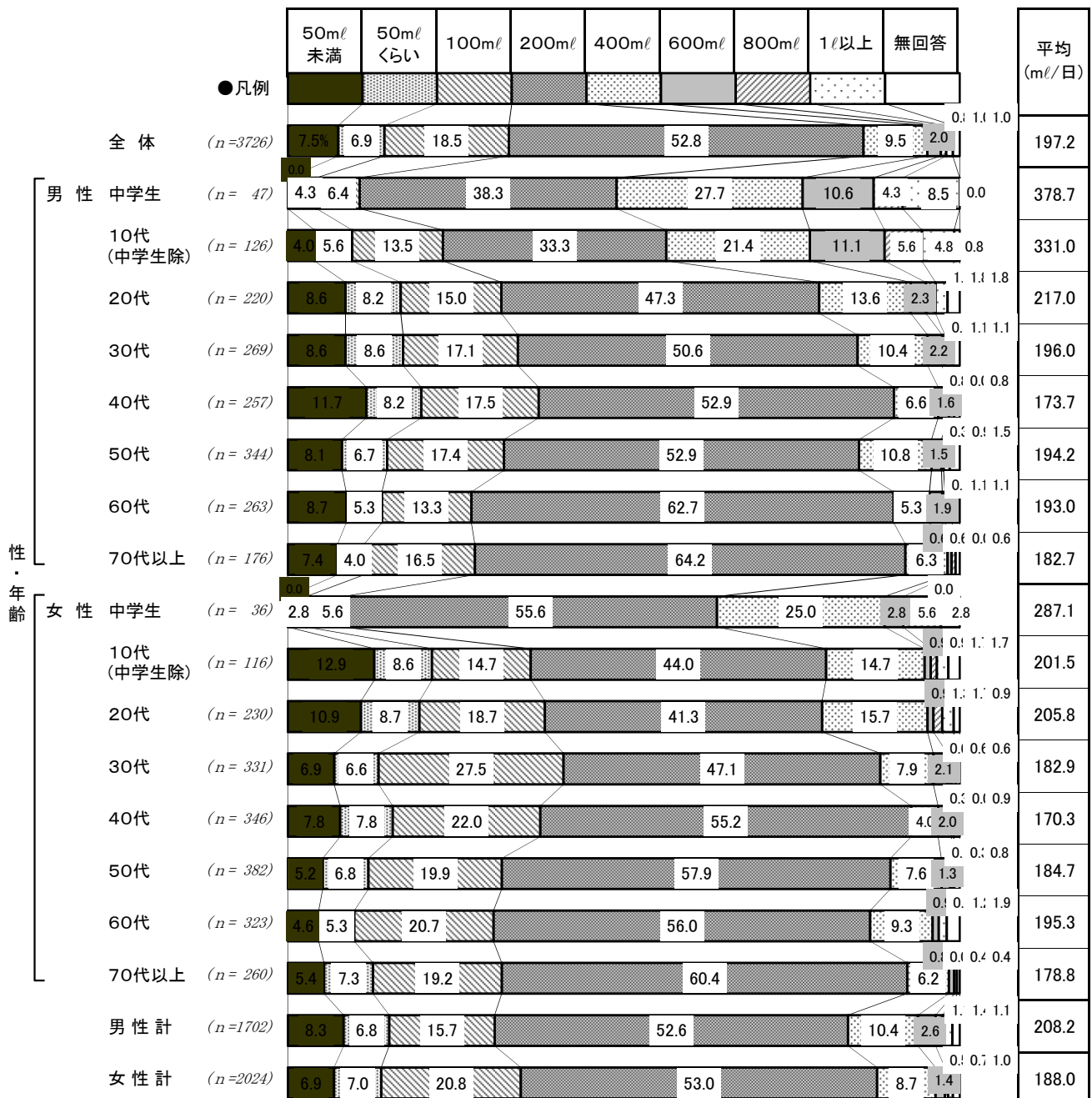
全体では、「200ml」が最も多く、白もの牛乳類飲用者の53%と過半数を占めている。

性・年齢別にみると、どの層でも「200ml」が最も多い。

参考に算出したところ、1日に飲む平均量は197mlとなる。

1日に飲む平均量を性別にみると、男性208ml、女性188mlとなっており、男性の方が多い。また、年齢別でみると、男女ともに中学生が最も多くなっている。

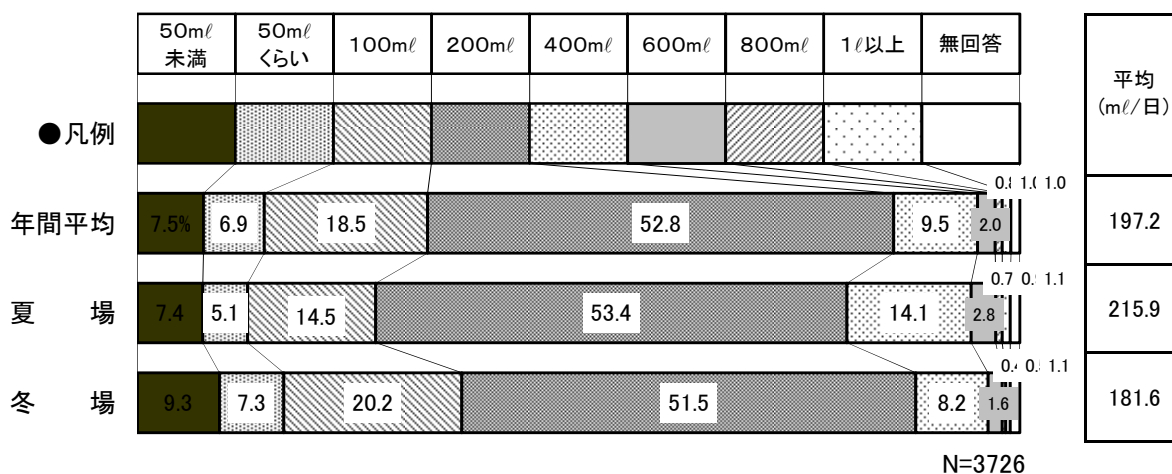
図表I-2-1 性・年齢別 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量：年間平均 <飲用者ベース>





白もの牛乳類飲用者の1日あたりの飲用量の季節による変動をみると、平均量で夏場216ml、冬場182mlとなっており、夏場が冬場より34ml多くなっている。  
 性・年齢別にみると、どの層でも夏場の方が冬場より多い。

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



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

		<i>n</i>	年間平均	夏場	冬場	
全体		3726	197.2	215.9	181.6	
性・年齢別	男性	中学生	47	378.7	410.6	328.7
		10代(中学生除)	126	331.0	353.2	291.8
		20代	220	217.0	250.3	197.2
		30代	269	196.0	216.2	179.3
		40代	257	173.7	198.6	166.5
		50代	344	194.2	208.7	175.1
		60代	263	193.0	205.5	182.1
	70代以上	176	182.7	193.3	178.6	
	女性	中学生	36	287.1	292.1	237.1
		10代(中学生除)	116	201.5	216.4	180.5
		20代	230	205.8	211.2	182.9
		30代	331	182.9	198.2	164.6
		40代	346	170.3	200.1	158.9
		50代	382	184.7	211.0	177.6
60代		323	195.3	206.2	177.0	
70代以上	260	178.8	193.9	171.1		
男性計		1702	208.2	228.0	191.7	
女性計		2024	188.0	205.8	173.2	

(ml/日)

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

		<i>n</i>	50ml未満	50mlくらい	100ml	200ml	400ml	600ml	800ml	1ℓ以上	無回答	平均 (ml/日)
夏場	2004年	3726	7.4	5.1	14.5	53.4	14.1	2.8	0.7	0.9	1.1	215.9
	2003年	3747	6.2	4.4	13.5	53.1	15.7	3.7	0.8	1.0	1.7	228.9
	2002年	3810	6.3	4.5	12.4	50.8	17.8	4.4	1.4	1.2	1.2	241.1
冬場	2004年	3726	9.3	7.3	20.2	51.5	8.2	1.6	0.4	0.5	1.1	181.6
	2003年	3747	8.0	6.5	18.9	53.0	9.1	1.5	0.4	0.6	1.9	188.6
	2002年	3810	8.5	6.6	18.8	51.5	9.9	2.2	0.6	0.6	1.3	193.5
年間平均	2004年	3726	7.5	6.9	18.5	52.8	9.5	2.0	0.8	1.0	1.0	197.2
	2003年	3747	6.5	6.0	16.5	53.3	12.0	2.2	0.7	1.1	1.8	209.2
	2002年	3810	6.9	5.5	16.6	51.5	12.5	3.3	0.9	1.5	1.3	219.2

(%)

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

		2002年		2003年		2004年		
		<i>n</i>	平均 (ml/日)	<i>n</i>	平均 (ml/日)	<i>n</i>	平均 (ml/日)	
全体		4277	127.3	4177	141.5	4177	127.3	
性・年齢別	男 性	中学生	55	300.1	48	318.6	49	309.5
		10代(中学生除)	129	199.0	124	254.8	132	254.3
		20代	259	133.9	224	164.4	243	129.3
		30代	292	103.1	288	133.3	301	115.5
		40代	298	96.5	287	110.6	292	107.0
		50代	359	115.4	356	123.3	383	109.0
		60代	365	123.3	336	116.2	311	117.1
		70代以上	187	117.9	244	137.4	235	111.9
	女 性	中学生	42	183.8	54	264.2	39	217.8
		10代(中学生除)	128	129.6	120	147.7	126	126.6
		20代	266	112.7	294	125.6	252	118.0
		30代	375	129.4	353	137.5	354	128.9
		40代	395	119.1	330	141.3	369	116.4
		50代	444	139.5	443	152.9	422	121.0
		60代	373	136.7	376	134.7	368	134.7
70代以上		310	120.2	300	127.1	301	124.5	
男性計		1944	125.8	1907	141.8	1946	128.8	
女性計		2333	128.6	2270	141.2	2231	125.9	

※ 2002年は「そのまま飲む」「他のものと混ぜて飲む」「シリアルやくだものなどにかける」飲み方別飲用頻度(年間平均)と飲用者が飲むときに1日に飲む量から算出。

2003年、2004年は飲み方を問わない日頃の飲用頻度と飲用者が飲むときに1日に飲む量から算出。

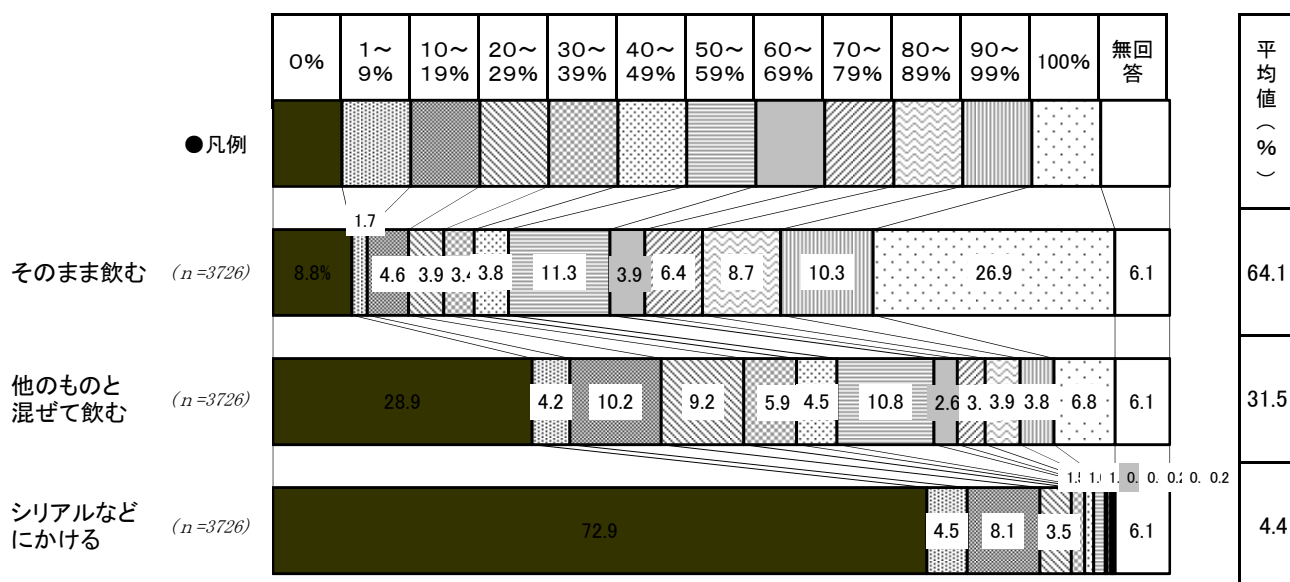
### 3. 白もの牛乳類の飲み方

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

「そのまま飲む」割合が100%となる人は27%である。

「他のものと混ぜて飲む」ことがない人は29%であり、「シリアルなどにかける」ことのない人は73%を占める。

図表I-3-1 問5 白もの牛乳の飲み方：年間平均 <飲用者ベース>



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

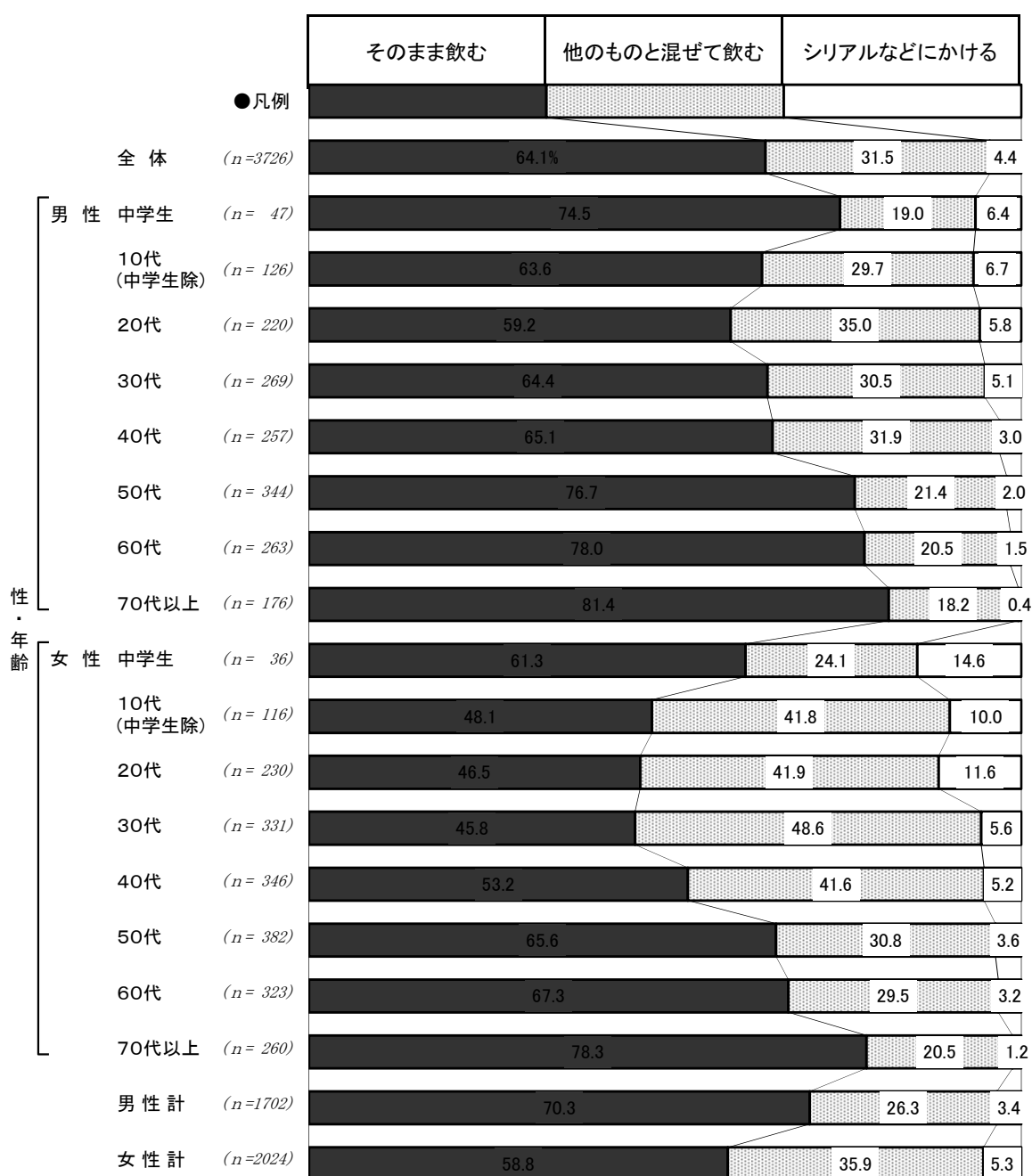
全体でみると、「そのまま飲む」が64%を占め、「他のものと混ぜて飲む」が32%、「シリアルなどにかける」が4%となっている。

性別にみると、「そのまま飲む」の割合は男性70%、女性59%と男性の方が高い。

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

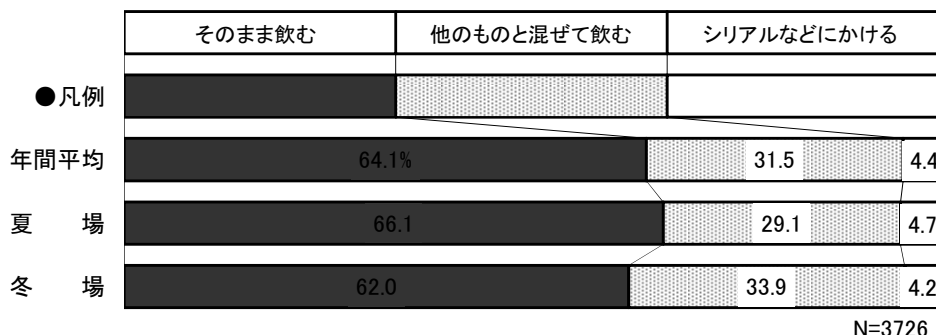
また女性の中学生や10代、20代では、「シリアルなどにかける」が10%以上みられ、多様な飲み方をしている層といえる。

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



白もの牛乳類飲用量の飲み方別割合は、全体では季節によって大きな変動はみられない。  
 性・年齢別にみると、男性の中学生や10代および30代、女性中学生および20代～40代までの層では、夏場と冬場の割合に約5ポイント以上差がみられ、そのまま飲む割合は夏場が高く、混ぜて飲む割合は冬場が高い。

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



<そのまま飲む>

図表I-3-4 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	74.5	63.6	59.2	64.4	65.1	76.7	78.0	81.4	70.3
	夏場	77.5	67.5	60.5	66.8	66.6	77.9	79.2	81.5	71.9
	冬場	72.4	59.1	56.5	61.9	63.6	74.2	76.2	81.2	68.1
女 性	年間平均	61.3	48.1	46.5	45.8	53.2	65.6	67.3	78.3	58.8
	夏場	65.0	49.1	48.8	49.3	57.3	68.0	69.1	78.8	61.2
	冬場	57.6	46.6	43.4	43.8	50.2	64.1	66.0	76.9	56.7

(%)

<他のものと混ぜて飲む>

図表I-3-5 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	19.0	29.7	35.0	30.5	31.9	21.4	20.5	18.2	26.3
	夏場	16.0	26.0	33.9	27.8	30.0	19.9	19.4	18.1	24.6
	冬場	22.9	34.3	37.7	33.2	34.1	23.7	22.4	18.4	28.7
女 性	年間平均	24.1	41.8	41.9	48.6	41.6	30.8	29.5	20.5	35.9
	夏場	19.9	39.4	38.4	44.9	36.8	28.4	27.1	19.9	33.0
	冬場	28.5	43.8	45.6	50.9	45.2	32.6	30.8	22.0	38.3

(%)

<シリアルなどにかける>

図表I-3-6 問5 性・年齢別/季節変動/飲み方別 白もの牛乳を飲む割合

		中学生	10代 (中学生除)	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上	男女別 計
男 性	年間平均	6.4	6.7	5.8	5.1	3.0	2.0	1.5	0.4	3.4
	夏場	6.5	6.6	5.6	5.4	3.4	2.2	1.5	0.5	3.5
	冬場	4.7	6.7	5.8	4.9	2.3	2.0	1.4	0.4	3.2
女 性	年間平均	14.6	10.0	11.6	5.6	5.2	3.6	3.2	1.2	5.3
	夏場	15.1	11.5	12.9	5.8	5.9	3.6	3.7	1.4	5.8
	冬場	13.8	9.6	11.1	5.3	4.6	3.3	3.2	1.1	5.0

(%)

#### 4. 白もの牛乳類と混ぜて飲むもの

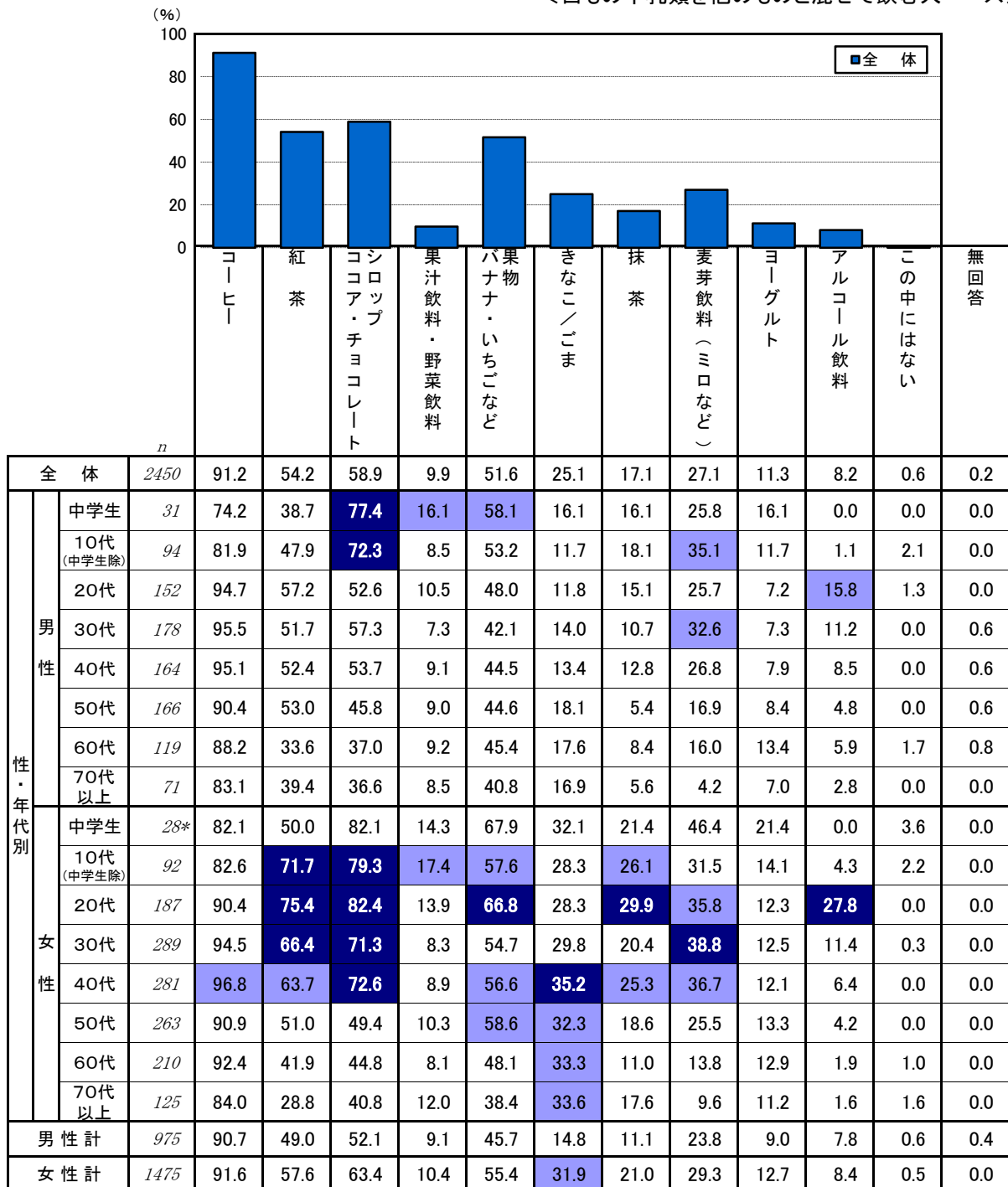
白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む人に、どのようなものと混ぜて飲むかについて聞いた。

牛乳と混ぜて飲んだことがあるものは、「コーヒー」が91%で最も多く、「ココア・チョコレートシロップ」「紅茶」「バナナ・いちごなど果物」が50%台で続く。

性・年齢別にみると、「コーヒー」はすべての年齢層に共通して高く、「ココア・チョコレートシロップ」「紅茶」女性の10代～40代までで高い。女性の20代は「バナナ・いちごなど果物」と混ぜて飲んだことがある割合も高く、「アルコール飲料」などいろいろなものと混ぜて飲むことを試みているようだ。男性では中学生など10代で「ココア・チョコレートシロップ」が高くなっている。

図表I-4-1 性・年齢別 問6(1) 牛乳と混ぜて飲んだことのあるもの (MA)

＜白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む人ベース＞



n(サンプル数)の\*は、n < 30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より5ポイント以上高い

全体より10ポイント以上高い

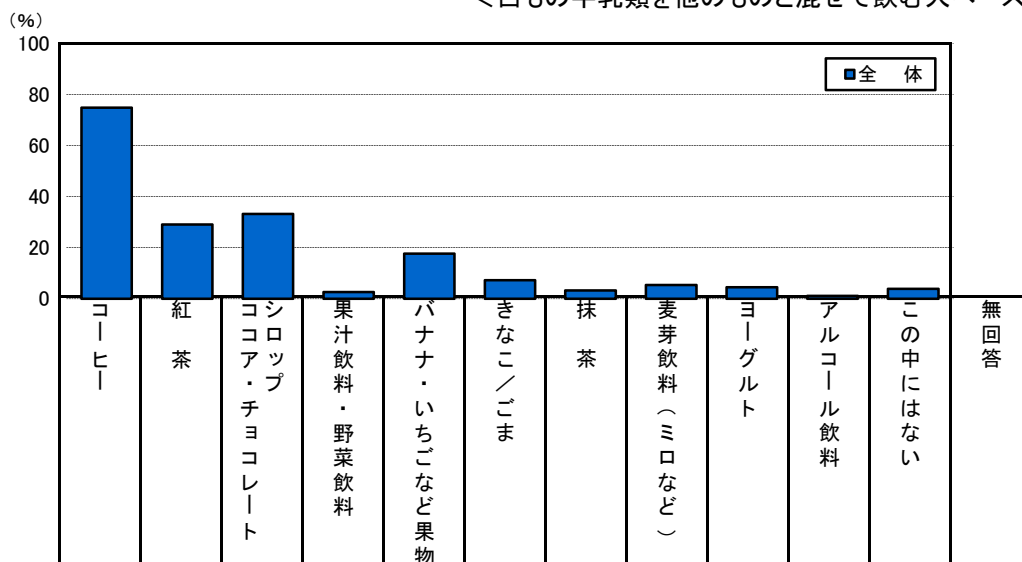
(%)



ふだん牛乳と混ぜて飲んでいるものは「コーヒー」が75%と最も多く、次いで「ココア・チョコレートシロップ」が33%、「紅茶」が29%で続いている。

性・年齢別にみると、「コーヒー」は男性の40代および女性の30代40代で80%以上と多い。女性の10代20代では、「ココア・チョコレートシロップ」「紅茶」と混ぜて飲んでいる人が多い。「ココア・チョコレートシロップ」は男性の10代でも多くなっている。

図表I-4-2 性・年齢別 問6(2) ふだん牛乳と混ぜて飲んでいるもの (MA)  
 <白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む人ベース>



		n	コーヒー	紅茶	シロップ	果汁飲料・野菜飲料	バナナ・いちごなど果物	きなこ/ごま	抹茶	麦芽飲料 (ミロなど)	ヨーグルト	アルコール飲料	この中にはない	無回答	
全体		2450	74.9	29.1	33.2	2.6	17.6	7.2	3.2	5.3	4.4	1.1	3.8	1.3	
性・年齢別	男性	中学生	31	38.7	32.3	35.5	6.5	12.9	9.7	3.2	16.1	12.9	0.0	12.9	3.2
		10代 (中学生除)	94	58.5	24.5	46.8	1.1	18.1	1.1	4.3	10.6	2.1	0.0	9.6	0.0
		20代	152	78.9	28.9	29.6	2.6	11.8	2.0	2.6	1.3	2.0	3.3	3.3	0.0
		30代	178	78.1	20.2	27.5	0.6	12.4	1.7	1.7	5.6	1.7	1.1	5.6	2.2
		40代	164	86.0	26.8	28.7	2.4	15.2	1.8	1.8	5.5	0.0	0.6	3.0	0.6
		50代	166	77.1	29.5	21.1	3.0	17.5	4.2	0.6	3.0	3.0	3.0	3.6	2.4
		60代	119	74.8	20.2	22.7	5.9	22.7	10.1	4.2	6.7	6.7	4.2	5.0	2.5
		70代以上	71	67.6	26.8	21.1	1.4	19.7	14.1	2.8	0.0	4.2	0.0	4.2	5.6
	女性	中学生	28*	46.4	35.7	53.6	3.6	21.4	3.6	3.6	14.3	10.7	0.0	10.7	0.0
		10代 (中学生除)	92	51.1	37.0	58.7	4.3	19.6	5.4	5.4	9.8	3.3	0.0	5.4	2.2
		20代	187	63.1	43.3	53.5	2.7	19.8	3.2	3.2	5.3	4.3	3.7	2.7	1.6
		30代	289	84.1	32.5	36.0	0.7	14.9	4.8	4.8	6.6	3.5	0.3	2.1	0.7
		40代	281	82.2	34.2	42.3	1.8	19.9	6.8	2.8	7.5	4.6	0.4	1.8	0.4
		50代	263	77.6	25.1	29.3	4.9	19.4	11.4	2.7	3.8	8.4	0.0	2.7	1.5
60代		210	77.6	28.1	20.0	2.9	21.9	17.1	3.8	2.9	7.1	0.0	3.8	0.0	
70代以上		125	66.4	18.4	24.0	2.4	15.2	18.4	5.6	0.8	5.6	0.8	5.6	2.4	
男性計		975	75.1	25.5	28.0	2.6	16.0	4.3	2.4	5.0	2.9	1.8	4.9	1.7	
女性計		1475	74.7	31.4	36.7	2.6	18.7	9.1	3.8	5.4	5.5	0.7	3.1	1.0	

n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より 5ポイント以上高い

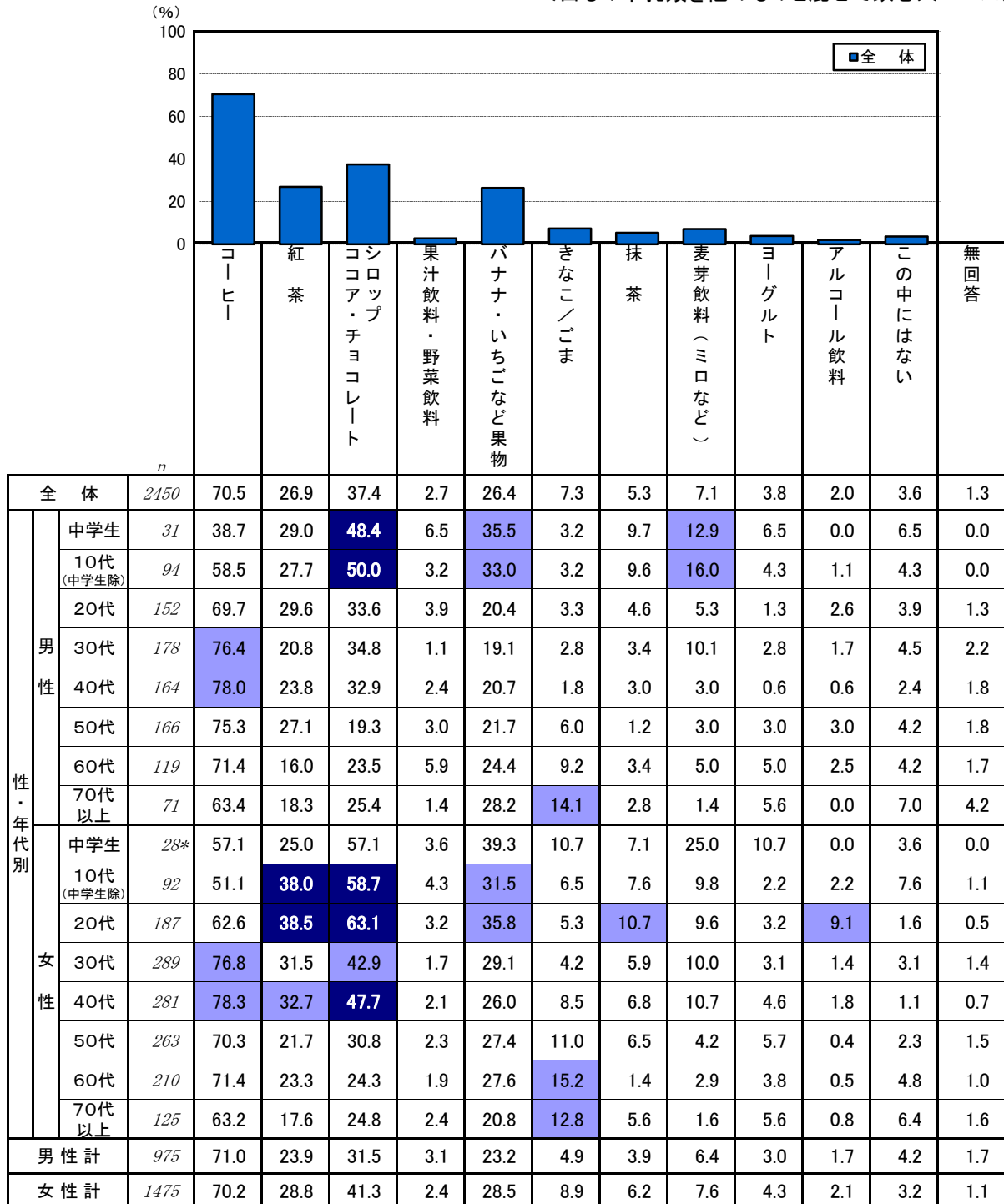
全体より10ポイント以上高い

(%)

牛乳と混ぜて飲むのが好きなものについても第1位が「コーヒー」(71%)、第2位が「ココア・チョコレートシロップ」(37%)と続き、第3位は「紅茶」と「バナナ・いちごなど果物」が26%ほどで並んでいる。

性・年齢別にみると、「コーヒー」は男女とも30代40代で好まれている。「ココア・チョコレートシロップ」は男女とも中学生を含む10代や女性の20代で特に好まれており、この10代男女や20代女性の層では「バナナ・いちごなど果物」と混ぜて飲むのが好きな割合も比較的高い。また、女性の10代20代では「紅茶」と混ぜて飲むのが好きな人も多い。

図表I-4-3 性・年齢別 問6(3) 牛乳と混ぜて飲むのが好きなもの (MA)  
 <白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む人ベース>



n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より 5ポイント以上高い

全体より10ポイント以上高い

(%)

牛乳と混ぜて飲むものを2001年と比較すると、「ココア・チョコレートシロップ」はふだん混ぜて飲む率と好きな率のいずれも10ポイントの著しい伸びをみせており、好きな率が10ポイント以上伸びた「コーヒー」とともに、人気が高くなっていることがうかがえる。

図表I-4-4 時系列 問6 白もの牛乳類と混ぜて飲むもの (MA)  
 <白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む人ベース>

		<i>n</i>	コ ー ヒ ー	紅 茶	コ コ ア ・ チ ョ コ レ ー ト シ ロ ッ プ	果 汁 飲 料 ・ 野 菜 飲 料	パ ナ ナ ・ いちごなど果物	き な こ ／ ご ま	抹 茶	麦 芽 飲 料 (ミロなど)	ヨ ー グ ルト	ア ル コ ー ル 飲 料
問6(1) 牛乳と混ぜて飲んだことがあるもの (MA)	2004年	2450	91.2	54.2	58.9	9.9	51.6	25.1	17.1	27.1	11.3	8.2
	2001年	2026	91.9	54.4	52.5	16.0	46.5	18.6	12.1	28.0		8.9
問6(2) ふだん牛乳と混ぜて飲んでいるもの (MA)	2004年	2450	74.9	29.1	33.2	2.6	17.6	7.2	3.2	5.3	4.4	1.1
	2001年	2026	67.1	24.9	23.0	3.5	13.1	4.7	1.4	5.9		0.8
問6(3) 牛乳と混ぜて飲むのが好きなもの (MA)	2004年	2450	70.5	26.9	37.4	2.7	26.4	7.3	5.3	7.1	3.8	2.0
	2001年	2026	58.5	24.1	27.4	4.2	21.2	4.1	3.0	7.9		1.8

(%)

※2001年は「ヨーグルト」データなし

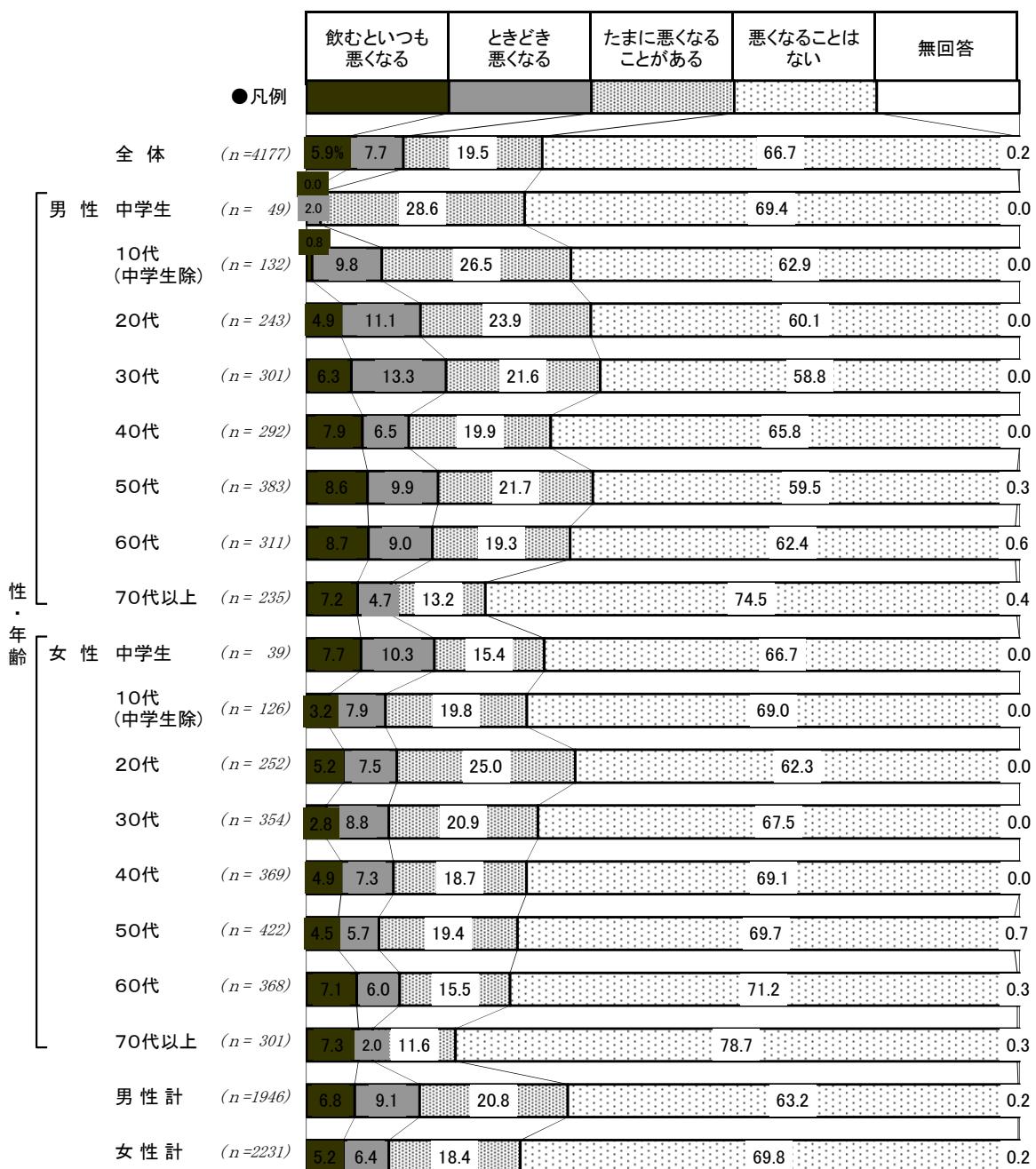
## 5. 乳糖不耐症の状況

### 1) 牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる人の割合と症状

過去の経験を含め、牛乳を飲むとおなかの調子が「いつも悪くなる」人は6%で、「ときどき悪くなる」8%、「たまに悪くなることがある」20%を合わせると3割強ほどとなる。

性・年齢別にみると、牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる人の割合は男性のほうが女性よりやや高く、男性の50代60代では「牛乳を飲むといつも悪くなる」人が9%となっている。

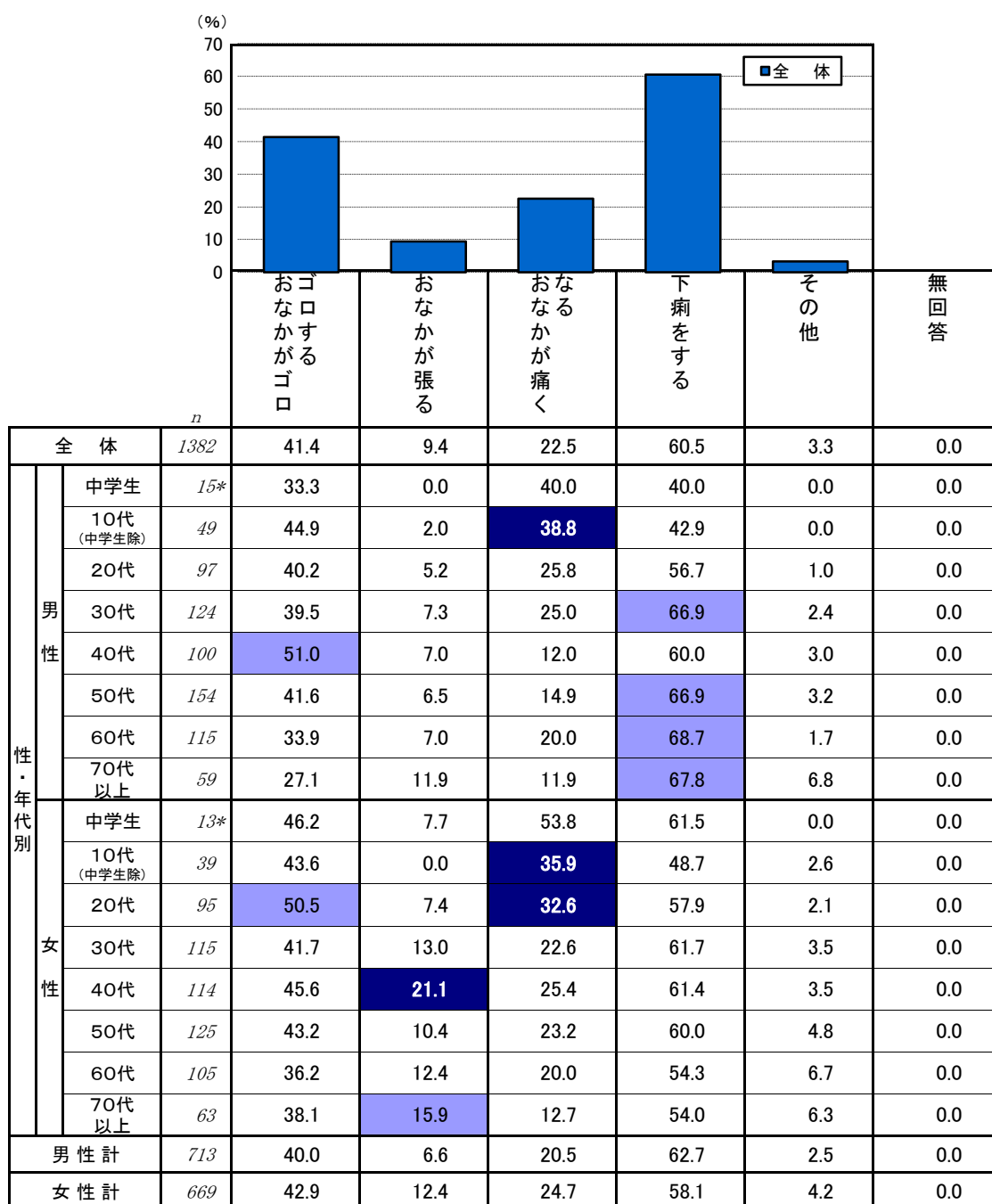
図表I-5-1 性・年齢別 問7 牛乳を飲むとおなかの調子が悪くなる(なった)ことがあるか



たまに悪くなるという人まで含め牛乳を飲むとおなかの調子が悪くなることがあると答えた人などのような症状かを聞いたところ、多い順に「下痢をする」61%、「おなかがゴロゴロする」41%、「おなかが痛くなる」23%、「おなかが張る」9%となっている。

症状に男女で大きな違いはみられないが、「下痢をする」は50代以上の男性に多く、「おなかが痛くなる」は20代以下の若い女性に多いという傾向がみられる。

図表I-5-2 性・年齢別 問8 牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる時の症状 (MA)  
 <牛乳飲用でおなかの調子が悪くなる人ベース>



n(サンプル数)の\*は、n < 30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より5ポイント以上高い

全体より10ポイント以上高い

(%)

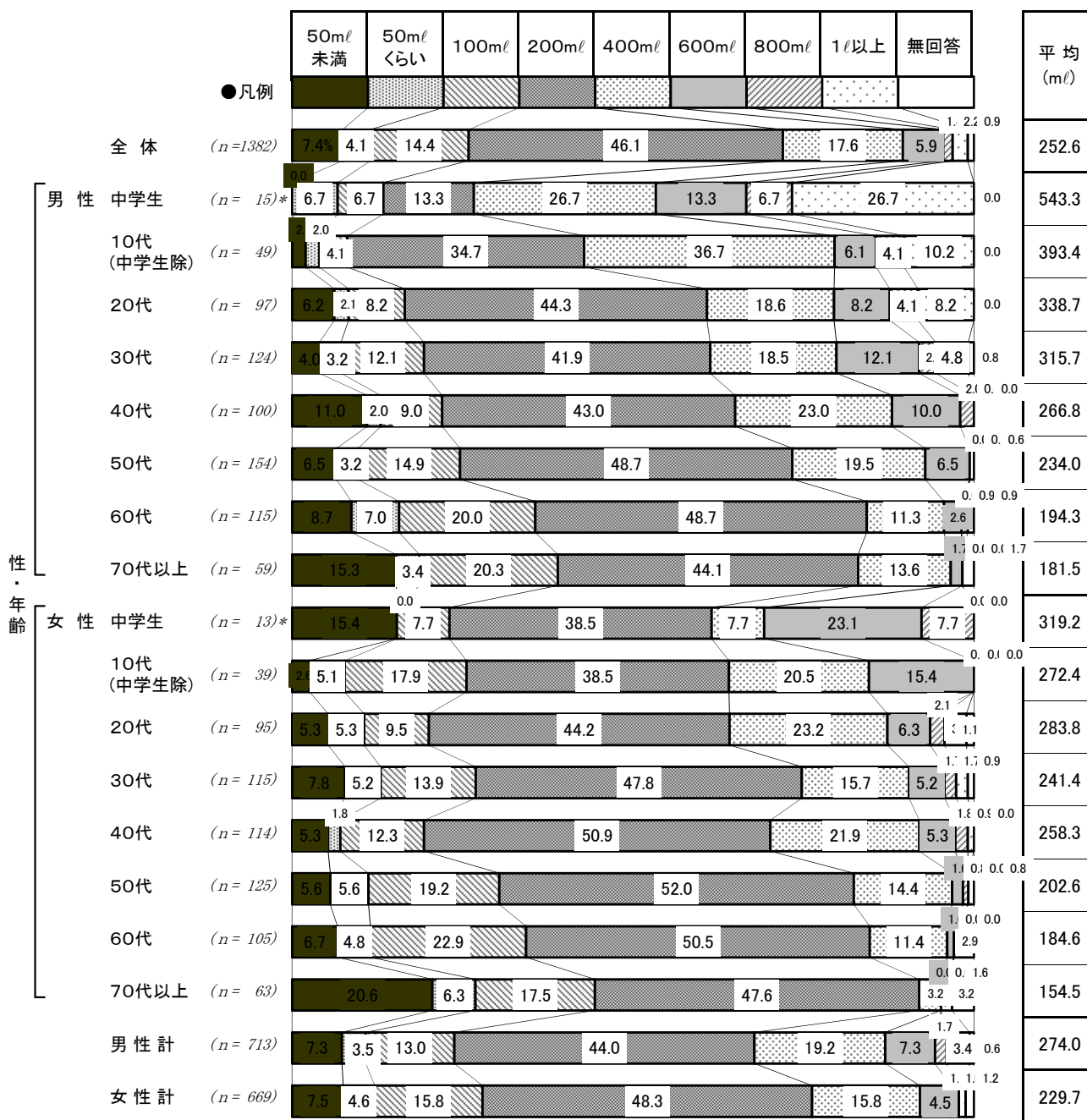
に、  
%、  
が

## 2) おなかの調子が悪くなる牛乳飲用量

どれくらい牛乳を飲むとおなかの調子が悪くなるかをみると、「200ml（牛乳瓶1本）」という人が46%を占めている。

性・年齢別にみると、高齢層ほど少量でおなかの調子が悪くなる割合が高くなっている。

図表I-5-3 性・年齢別 問9 おなかの調子が悪くなる牛乳の飲用量  
 <牛乳飲用でおなかの調子が悪くなる人ベース>



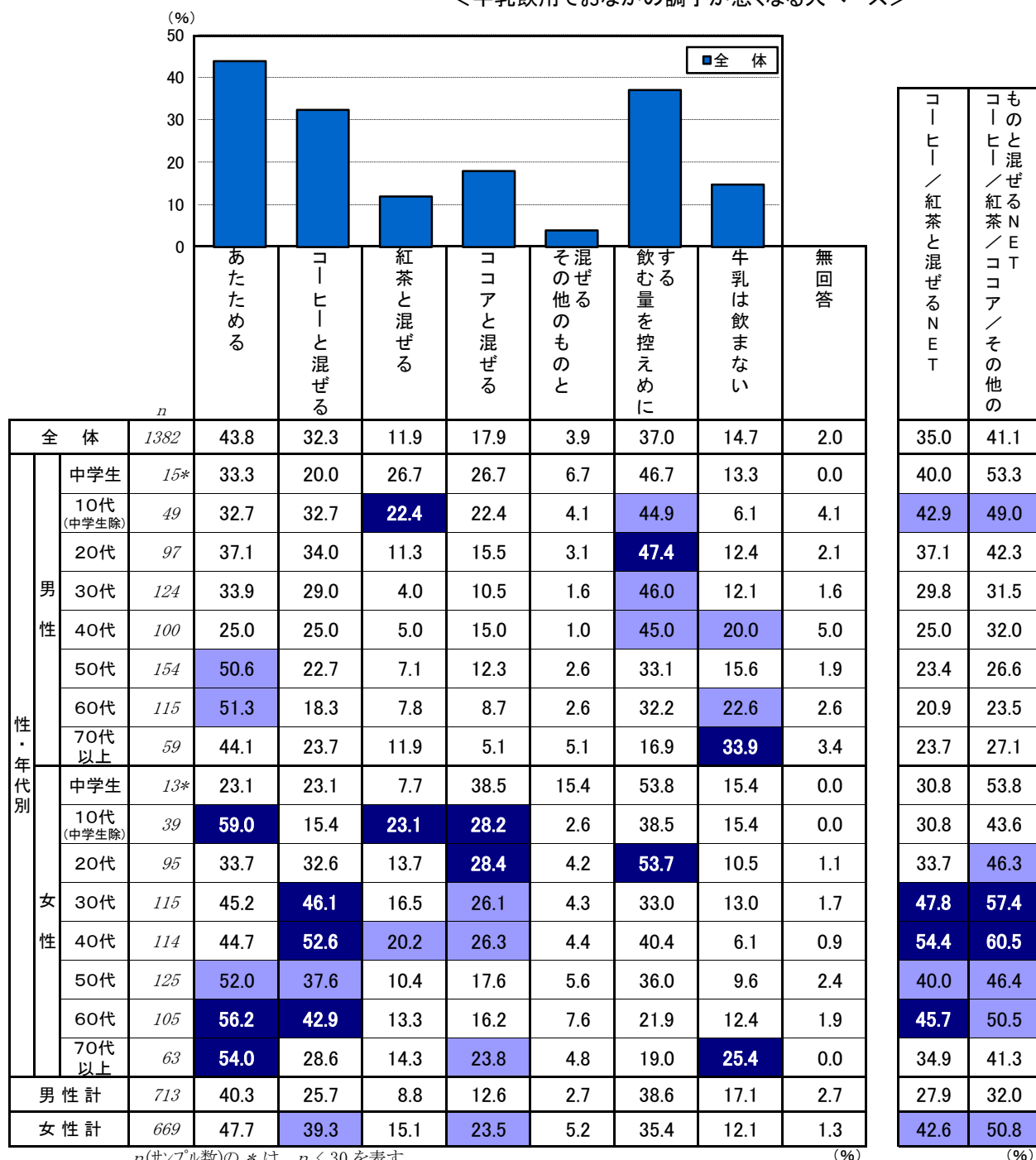
n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

### 3) おなかの調子が悪くならないための牛乳の飲み方

おなかの調子が悪くならないようにするための牛乳の飲み方としては、「あたためる」が44%で最も多く、「飲む量を控えめにする」「コーヒーと混ぜる」が30%台で続いている。何かと混ぜて飲む方法の合計（コーヒーと混ぜる、紅茶と混ぜる、ココアと混ぜる、その他のものと混ぜる、のいずれかでも選んだ人）は41%となっている。

性・年齢別にみると、男性に比べ女性は「コーヒーと混ぜる」「ココアと混ぜる」がやや多く、何かと混ぜて飲む飲み方は女性の30代40代で特に多くなっている。「あたためる」は男女とも50代以上で多い傾向がみられる。

図表I-5-4 性・年齢別 問10 お腹の調子が悪くならないようにしていること (MA)  
 <牛乳飲用でおなかの調子が悪くなる人ベース>



n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い



## II この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識

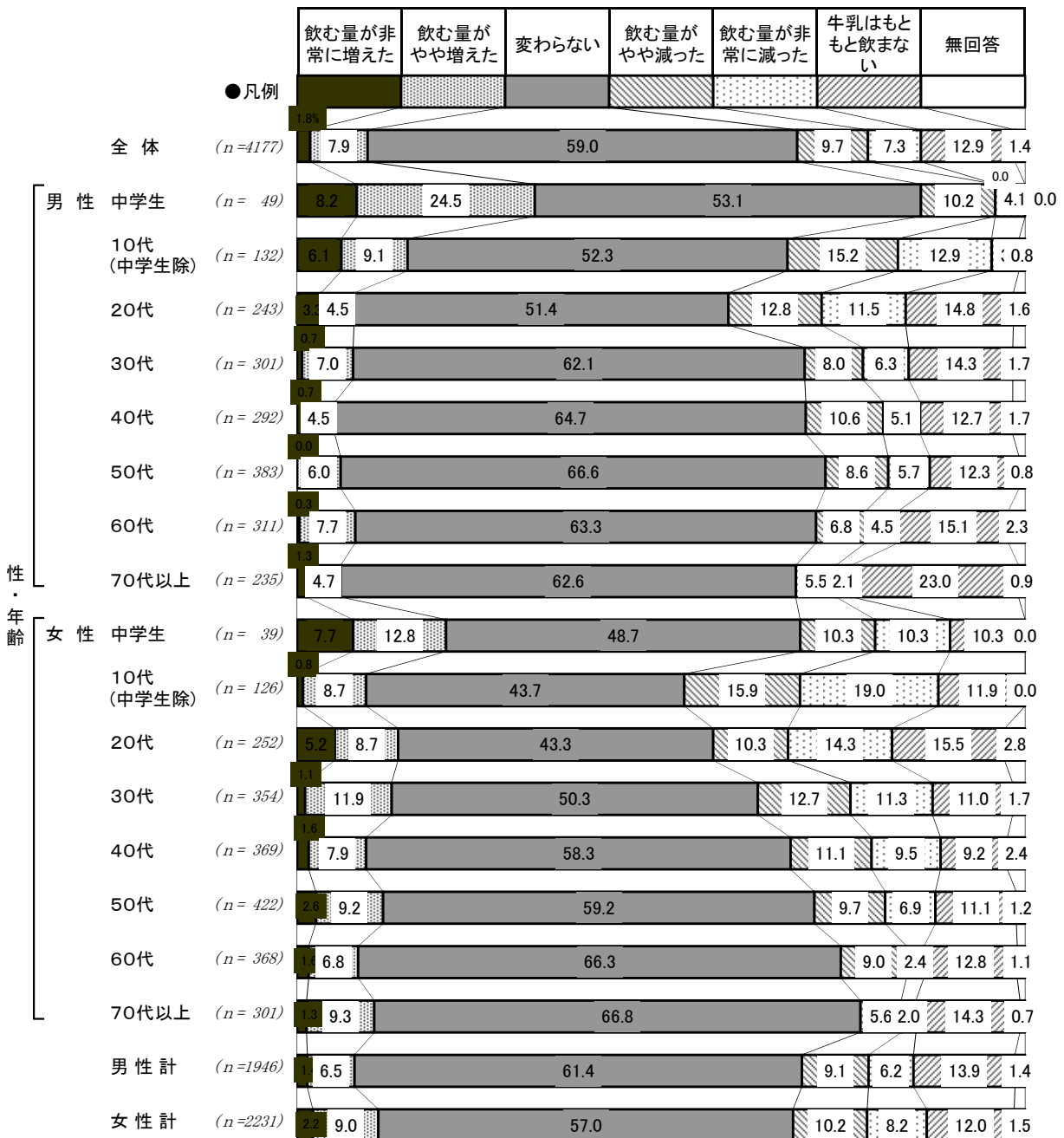
### 1. そのまま飲む量の増減

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

そのまま飲む場合に「飲む量が減った」（「飲む量が非常に減った」+「飲む量がやや減った」）と答えた人は17%と、「飲む量が増えた」（「飲む量が非常に増えた」+「飲む量がやや増えた」）と答えた人を7ポイント上回っている。

「飲む量が非常に減った」に注目して性・年齢別にみると、男女とも中学生を除く10代と20代で10%以上と多く、特に女性の10代では19%となっている。

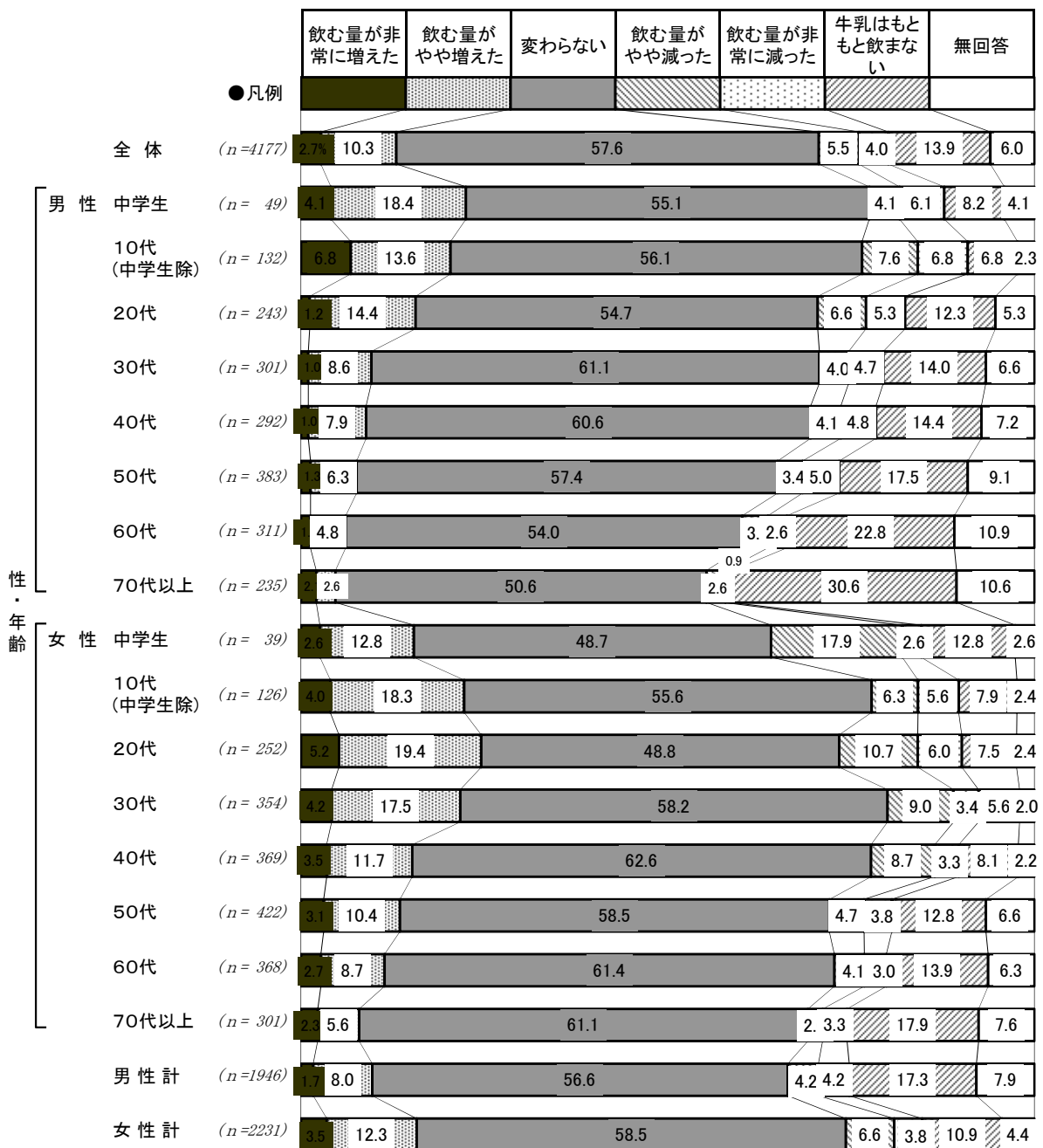
図表II-1-1 性・年齢別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減（1）そのまま飲む場合



## 2. 混ぜて飲む量の増減

他のものと混ぜて飲む場合に、「飲む量が増えた」と答えた人は13%、「減った」と答えた人は10%で、そのまま飲む場合とは異なり、増加が減少をわずかながら上回っている。  
 性・年齢別にみると、「飲む量が増えた」と感じている人は、男性の中学生を含む10代、および女性の中学生を除く10代～30代が多い。

図表II-2-1 性・年齢別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減 (2) 混ぜて飲む場合

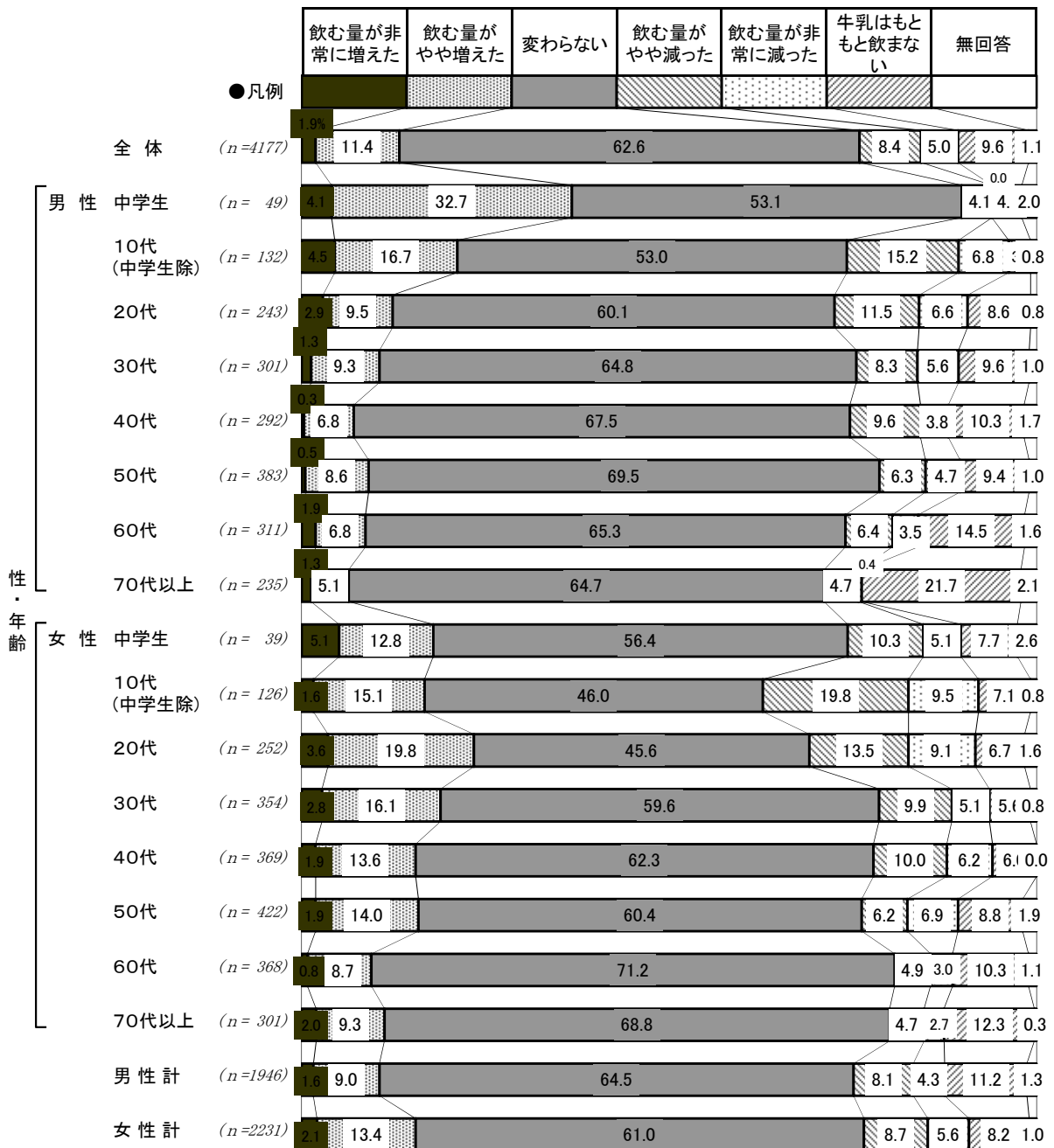


### 3. 全体での増減

牛乳飲用全体では、「飲む量が増えた」と答えた人、「飲む量が減った」と答えた人、いずれも13%である。

性・年齢別にみると、中学生を除く10代男女、および女性の20代では「減った」と感じている人が2割以上と多い。特に女性の10代（中学生除）では「非常に減った」が10ポイントみられ、「増えた」と感じている人を10ポイント以上上回っている。

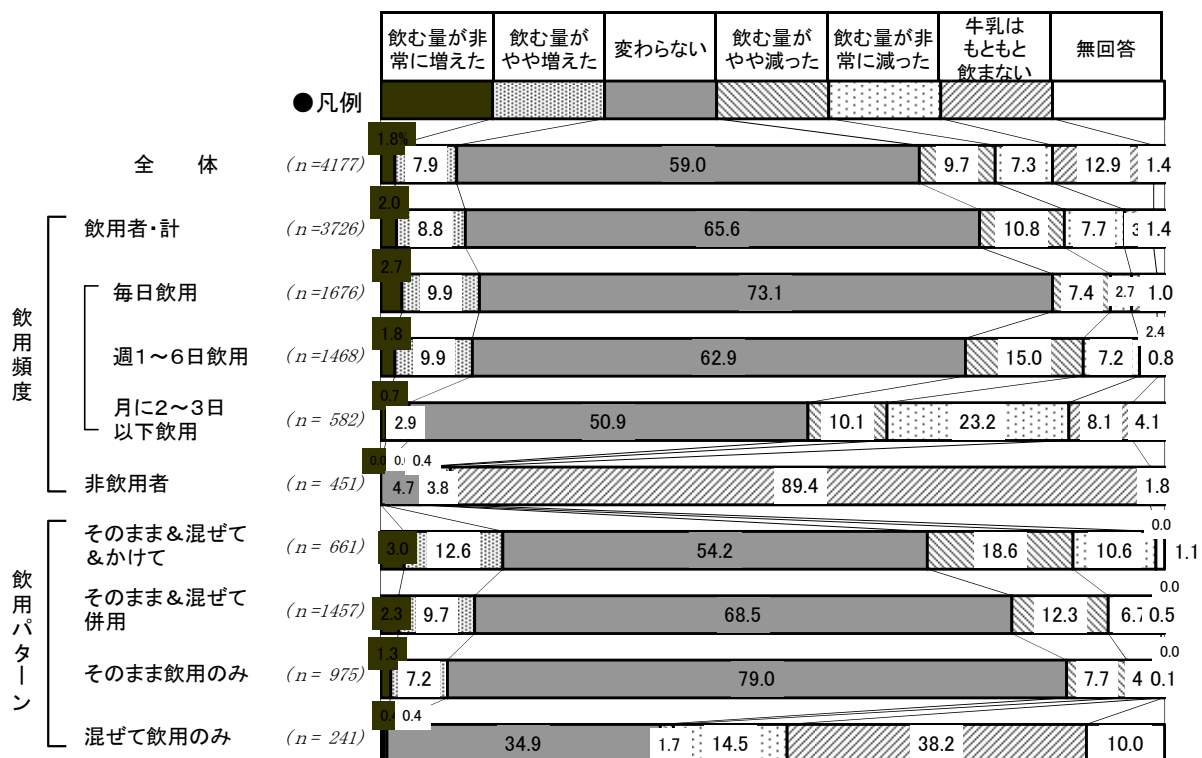
図表II-3-1 性・年齢別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減 (3) 全体



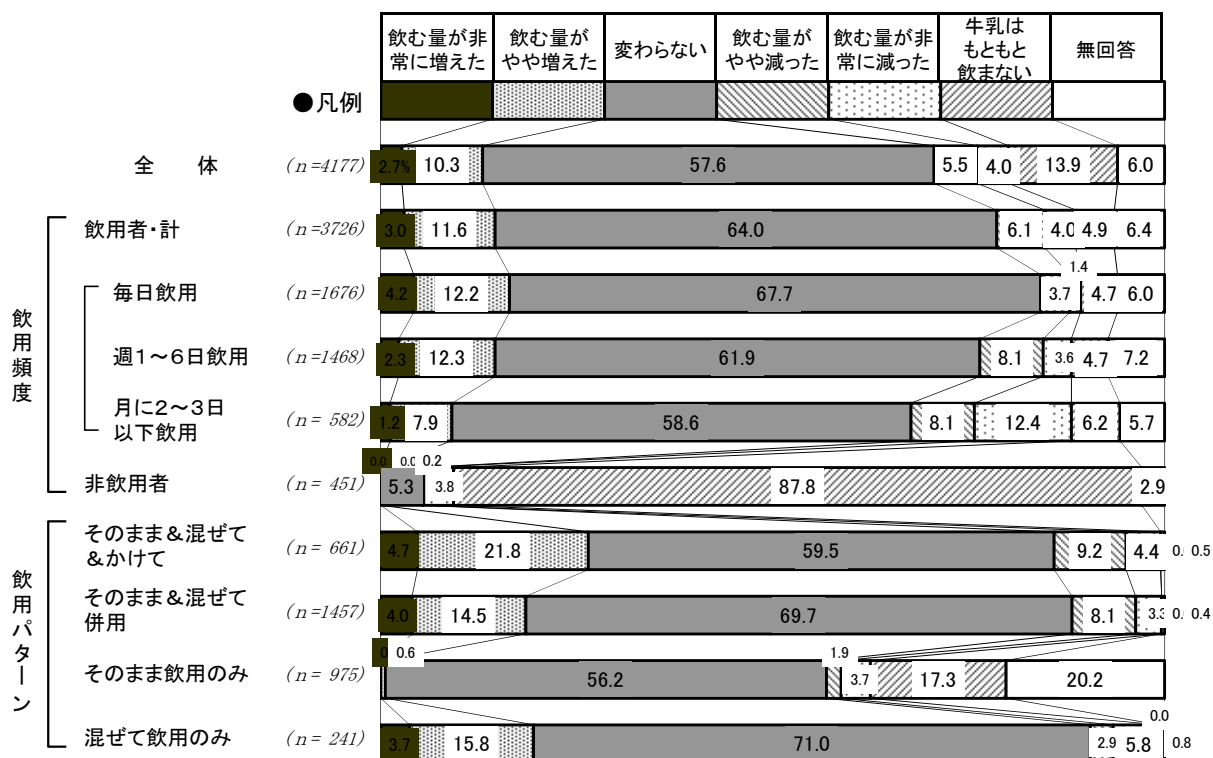
白もの牛乳類飲用頻度別にみると、月に2～3日以下飲用という低頻度層では、そのまま飲む場合に関して「飲む量が非常に減った」が2割台と多い。

飲用パターン別では、そのまま飲む場合、混ぜて飲む場合、全体、いずれの飲用量についても、飲用パターンが多様な層ほど「増えた」と感じる人が多い傾向がある。ただし、一方で、そのまま飲む量は、そのまま&混ぜて&かけてという最も多様な飲用パターンで「非常に減った」が11ポイントと比較的多くみられる。

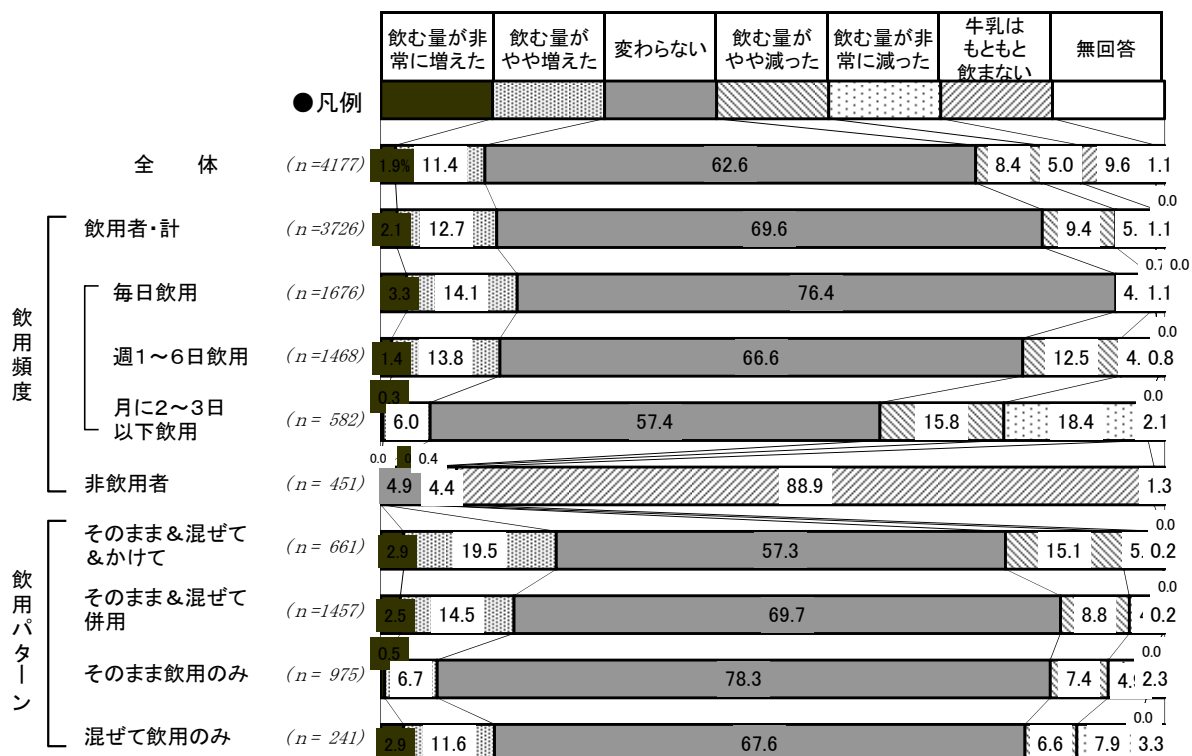
図表II-3-2 飲用頻度・パターン別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減 (1)そのまま飲む場合



図表II-3-3 飲用頻度・パターン別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減 (2) 混ぜて飲む場合



図表II-3-4 飲用頻度・パターン別 問11 白もの牛乳類の飲用量の増減 (3) 全体

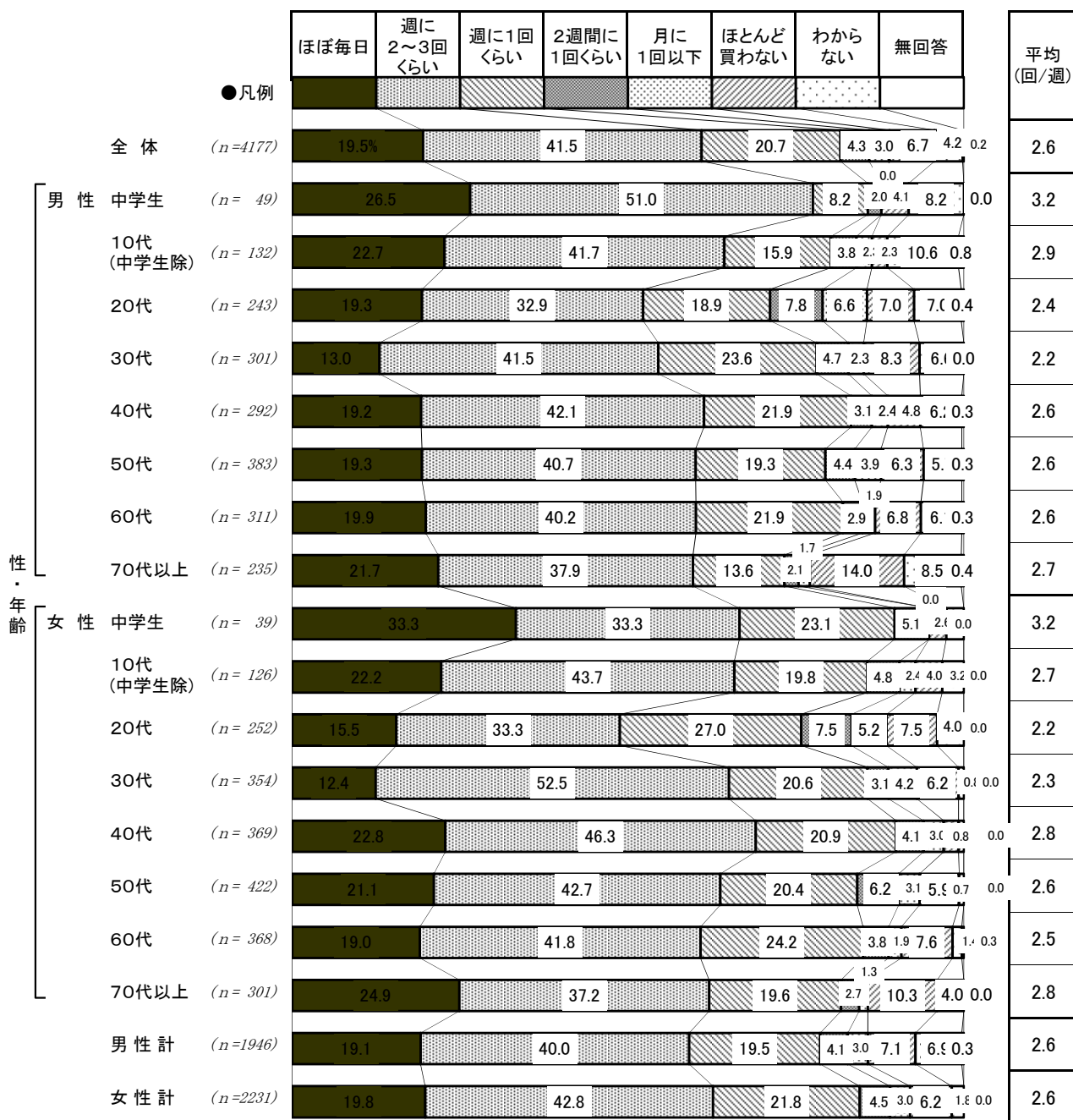


### Ⅲ 白もの牛乳類の購入実態

#### 1. 白もの牛乳類の購入頻度

世帯として白もの牛乳類をどのくらいの頻度で購入するかを聞いた。  
 「ほぼ毎日」が20%、「週に2～3回くらい」が42%で最も多く、「週に1回くらい」が21%となっている。

図表Ⅲ-1-1 性・年齢別 問12 白もの牛乳類を購入する頻度



[参考]参考にこれまでの調査での白もの牛乳類の飲用頻度の推移をみる。

図表Ⅲ-1-2 時系列 問12 白もの牛乳類を購入する頻度

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

(%)

※2001年までは主婦役割主担当者が回答  
 ※2004年の無回答は、「わからない」+「無回答」

## 2. 白もの牛乳類の購入量

### 1) 購入場所別 購入量

世帯としての1週間あたりの白もの牛乳類の購入量を、9つの購入場所別にリットル単位で小数第1位まで実数回答形式で聞いた。

全体平均では、「スーパーへ買いに行く」が2.134リットルで最も多く、次に「牛乳販売店からの宅配」が0.369で続いている。以下「生協へ買いに行く」(0.137リットル)「生協の個人宅配」(0.125リットル)「コンビニエンスストアへ買いに行く」(0.110リットル)「コンビニエンスストアへ買いに行く」(0.110リットル)などと続き、1週間に購入する量の合計は全体平均で3.054リットルとなっている。

図表III-2-1 性・年齢別 問13 1週間あたりの購入場所別 白もの牛乳類 購入量 (単位:リットル)

		<i>n</i>	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他へ買いに行く 他の店へ自動販売機を含む	牛乳販売店からの宅配	ストア、デパート、コンビニエンス	生協の個人宅配	共同購入	その他	合計	
全体		4177	2.134	0.110	0.137	0.023	0.369	0.018	0.125	0.094	0.044	3.054	
性・年齢別	男性	中学生	49	4.591	0.258	0.200	0.051	0.300	0.000	0.356	0.056	0.089	5.900
		10代 (中学生除)	132	3.347	0.182	0.345	0.028	0.297	0.000	0.247	0.082	0.000	4.527
		20代	243	1.780	0.127	0.124	0.035	0.306	0.108	0.154	0.062	0.020	2.717
		30代	301	1.997	0.141	0.106	0.004	0.331	0.004	0.103	0.108	0.027	2.820
		40代	292	2.252	0.180	0.093	0.026	0.414	0.011	0.159	0.131	0.043	3.310
		50代	383	2.026	0.126	0.113	0.030	0.389	0.007	0.115	0.043	0.010	2.859
		60代	311	1.856	0.152	0.125	0.018	0.438	0.007	0.054	0.077	0.045	2.772
		70代以上	235	1.639	0.053	0.123	0.035	0.496	0.000	0.046	0.059	0.050	2.500
	女性	中学生	39	3.350	0.072	0.058	0.000	0.344	0.000	0.111	0.056	0.172	4.164
		10代 (中学生除)	126	2.799	0.114	0.427	0.028	0.257	0.000	0.149	0.155	0.000	3.929
		20代	252	1.885	0.126	0.068	0.020	0.266	0.021	0.060	0.055	0.035	2.536
		30代	354	2.272	0.120	0.087	0.014	0.260	0.015	0.144	0.116	0.044	3.073
		40代	369	2.810	0.102	0.173	0.036	0.294	0.010	0.248	0.189	0.044	3.907
		50代	422	2.118	0.047	0.135	0.003	0.396	0.026	0.103	0.104	0.064	2.996
		60代	368	1.787	0.046	0.135	0.027	0.411	0.019	0.088	0.064	0.071	2.648
70代以上	301	1.510	0.092	0.147	0.037	0.533	0.022	0.086	0.072	0.079	2.578		
男性計		1946	2.106	0.139	0.131	0.025	0.385	0.018	0.122	0.079	0.031	3.036	
女性計		2231	2.157	0.086	0.142	0.022	0.355	0.018	0.127	0.106	0.056	3.068	



購入場所別購入量を同居家族人数別にみると、家族人数にかかわらず、「スーパー」での購入量が最も多く、次いで「牛乳販売店からの宅配」での購入量が多くなっている。

図表Ⅲ-2-2 同居家族人数別 問13 1週間あたりの購入場所別 白もの牛乳類 購入量 (単位:リットル)

	<i>n</i>	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他(む)へ買いに行く(自動販売機を含む)	牛乳販売店からの宅配	ストア、デパート、コンビニエンス	生協の個人宅配	共同購入	その他	合計
全体	4177	2.134	0.110	0.137	0.023	0.369	0.018	0.125	0.094	0.044	3.054
1人 (ひとり暮らし)	282	0.793	0.152	0.023	0.015	0.183	0.000	0.010	0.029	0.027	1.231
2人	967	1.490	0.064	0.104	0.034	0.337	0.026	0.049	0.051	0.042	2.196
3人	955	1.898	0.112	0.119	0.021	0.331	0.008	0.110	0.050	0.035	2.685
4人	937	2.474	0.104	0.171	0.019	0.293	0.011	0.190	0.162	0.019	3.443
5人	567	2.865	0.146	0.190	0.025	0.448	0.044	0.238	0.097	0.055	4.108
6人	292	3.249	0.112	0.215	0.010	0.639	0.000	0.082	0.155	0.111	4.573
7人以上	172	3.300	0.216	0.126	0.028	0.774	0.044	0.170	0.218	0.125	5.001

## 2) 種類別 購入量

購入場所別購入量と同様の実数回答形式で、白もの牛乳類3種類の1週間あたりの購入量を聞いた。

全体平均は、「牛乳（種類別牛乳）」が2.554リットル、「低脂肪乳（ローファットミルク）、無脂肪乳」が0.433リットル、「機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンD、乳脂肪分などを加えたもの）」が0.287リットルである。

図表III-2-3 性・年齢別 問14 1週間あたりの種類別 白もの牛乳類 購入量（単位:リットル）

		<i>n</i>	牛 乳	低脂肪乳、無脂肪乳	機能強化牛乳	
全 体		4177	2.554	0.433	0.287	
性・ 年 代 別	男 性	中学生	49	5.597	0.542	0.339
		10代 (中学生除)	132	3.996	0.746	0.196
		20代	243	2.406	0.382	0.180
		30代	301	2.366	0.459	0.222
		40代	292	2.722	0.389	0.193
		50代	383	2.359	0.541	0.225
		60代	311	2.306	0.488	0.262
		70代 以上	235	2.018	0.428	0.464
	女 性	中学生	39	3.679	0.312	0.424
		10代 (中学生除)	126	3.408	0.544	0.187
		20代	252	2.197	0.386	0.167
		30代	354	2.664	0.340	0.270
		40代	369	3.303	0.372	0.351
		50代	422	2.393	0.421	0.356
		60代	368	2.021	0.451	0.381
70代 以上		301	2.070	0.371	0.358	
男 性 計		1946	2.556	0.476	0.247	
女 性 計		2231	2.553	0.399	0.318	

[参考] 同居家族別の白もの牛乳類の種類別平均購入量、および、これまでの調査での平均購入量の推移は下表の通り。

図表Ⅲ-2-4 同居家族人数別 問14 1週間あたりの種類別 白もの牛乳類 購入量 (単位:リットル)

(ℓ)

	<i>n</i>	牛 乳	低脂肪乳、無脂肪乳	機能強化牛乳
全 体	4177	2.554	0.433	0.287
1人 (ひとり暮らし)	282	1.150	0.222	0.216
2人	967	1.777	0.368	0.268
3人	955	2.194	0.437	0.218
4人	937	2.907	0.417	0.278
5人	567	3.411	0.545	0.348
6人	292	3.886	0.499	0.412
7人以上	172	3.914	0.662	0.522

図表Ⅲ-2-5 時系列 問14 1週間あたりの種類別 白もの牛乳類 購入量 (単位:リットル)

(ℓ)

	<i>n</i>	牛 乳	低脂肪乳、無脂肪乳	機能強化牛乳
2004年	4177	2.6	0.4	0.3
2001年	4778	2.3	0.5	0.3
2000年	4632	2.4	0.5	0.3
1999年	4476	2.5	0.6	0.4
1998年	4472	2.6	0.6	0.4
1997年	4547	2.7	0.6	0.4
1996年	4706		0.7	0.6

※2001年までは主婦役割主担当者が回答  
 ※1996年は牛乳データなし

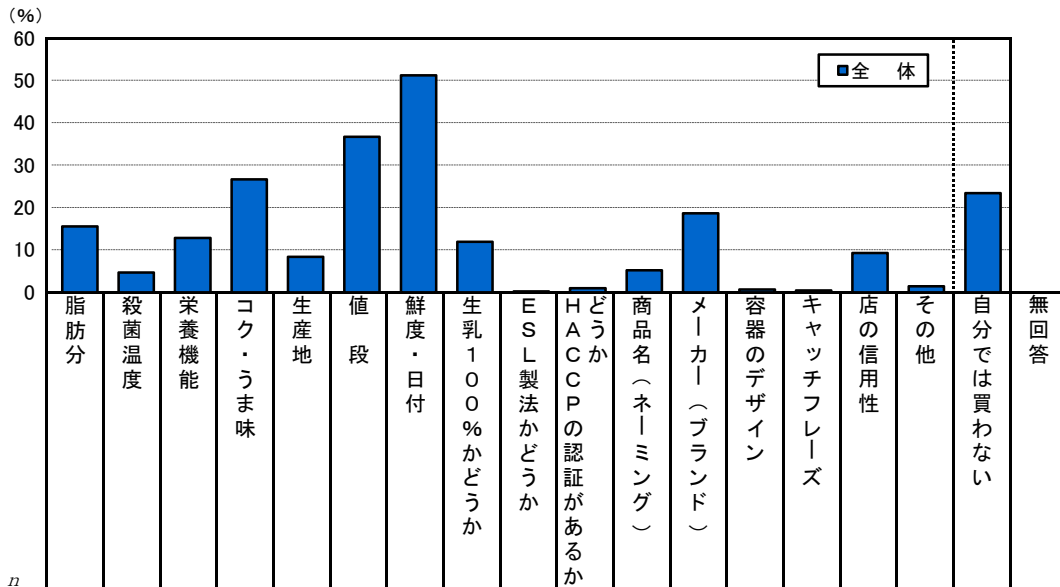
### 3. 白もの牛乳類を購入するときの重視点

白もの牛乳類を購入するとき重視することをいつも買っているものといつも異なるものに分けて、それぞれ3つまで聞いた。

いつも買っているものを選ぶ理由は、「鮮度・日付」が51%と最も多く、次いで「値段」(37%)「コク・うま味」(27%)の順となっている。

性・年齢別にみると、女性は「鮮度・日付」(59%)「値段」(43%)が男性に比べて多い。特に、女性の30代～60代では「鮮度・日付」が6割以上と多く、このうち30代、40代は「値段」も6割前後と多くなっている。

図表III-3-1 性・年齢別 問15 購入時の重視点 (1)いつも買うもの (3LA)



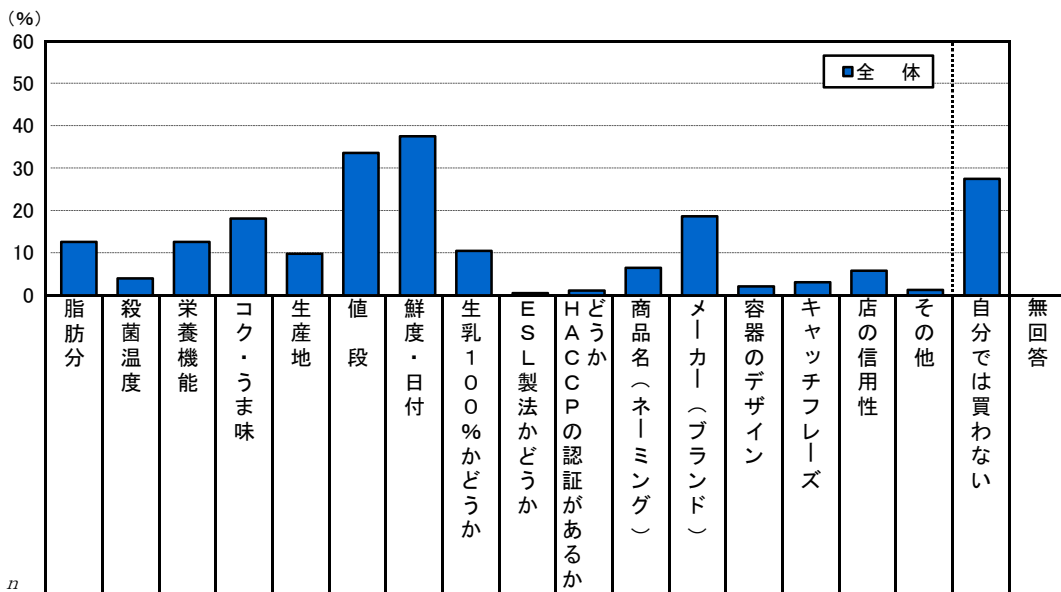
		n	脂 肪 分	殺 菌 温 度	栄 養 機 能	コ ク ・ う ま 味	生 産 地	値 段	鮮 度 ・ 日 付	生 乳 1 0 0 % か だ う か	E S L 製 法 か だ う か	H A C C P の 認 証 が あ る か	ど う か	商 品 名 (ネーミング)	メーカ (ブランド)	容 器 の デ ザ イン	キ ャ ッ チ フ レ ー ズ	店 の 信 用 性	そ の 他	自 分 で は 買 わ な い	無 回 答
全 体		4177	15.5	4.7	12.8	26.6	8.4	36.7	51.2	11.9	0.2	1.0	5.2	18.6	0.7	0.4	9.3	1.4	23.4	0.2	
性	男	中学生	49	10.2	2.0	8.2	30.6	4.1	38.8	6.1	0.0	0.0	0.0	14.3	2.0	0.0	6.1	0.0	34.7	0.0	
		10代 (中学生除)	132	7.6	2.3	6.1	20.5	0.8	29.5	24.2	4.5	0.8	1.5	3.0	7.6	0.8	0.8	2.3	0.8	53.0	0.0
		20代	243	12.8	2.1	9.5	21.4	3.7	38.7	44.9	5.3	0.0	1.2	4.9	19.3	2.5	1.2	4.1	2.1	33.7	0.4
		30代	301	10.0	5.0	10.3	18.3	5.6	36.2	45.8	11.3	0.0	1.7	3.3	16.6	1.0	0.0	5.0	2.0	33.6	0.0
		40代	292	11.3	6.5	8.2	24.3	6.2	38.7	46.6	6.8	0.0	1.0	3.1	16.8	0.7	0.3	9.9	0.7	30.1	0.3
		50代	383	14.6	3.1	10.7	26.4	8.4	26.1	44.1	12.0	0.0	1.0	7.3	17.5	0.0	0.3	7.0	1.3	34.7	0.0
		60代	311	13.2	4.8	13.5	19.6	12.2	20.3	41.8	12.9	0.3	0.0	4.5	12.9	0.3	0.3	12.2	0.3	35.0	0.3
		70代以上	235	10.6	3.8	10.2	15.7	7.7	17.9	41.3	9.4	0.0	0.4	6.0	17.0	1.3	0.0	14.0	1.7	40.4	0.0
性	女	中学生	39	7.7	7.7	10.3	5.1	7.7	38.5	48.7	7.7	0.0	0.0	0.0	12.8	2.6	0.0	2.6	2.6	43.6	0.0
		10代 (中学生除)	126	11.1	4.0	11.1	29.4	4.0	42.1	42.9	6.3	0.0	0.8	5.6	15.1	1.6	0.8	4.8	0.8	34.9	0.0
		20代	252	17.5	2.8	10.7	27.0	4.4	48.8	47.2	9.9	0.4	0.4	3.6	20.2	0.0	0.4	3.6	0.4	25.4	0.4
		30代	354	18.1	5.9	10.2	30.8	9.0	60.7	64.4	14.7	0.6	0.3	5.1	21.5	0.6	0.6	9.9	1.4	6.5	0.3
		40代	369	20.6	6.5	13.3	40.1	11.1	58.5	66.1	13.8	0.3	1.4	3.8	19.2	0.3	0.8	9.5	1.6	3.0	0.3
		50代	422	19.2	6.4	19.4	37.7	12.8	37.7	60.4	14.9	0.2	1.9	8.5	24.4	0.0	0.5	12.3	2.1	4.7	0.0
		60代	368	22.8	4.9	23.1	28.5	11.7	29.9	63.0	19.6	0.5	1.1	6.3	22.3	1.1	0.0	13.3	1.4	9.2	0.3
		70代以上	301	16.6	4.3	14.0	20.6	9.3	21.6	51.8	13.3	0.0	1.7	6.6	20.3	0.7	0.3	14.6	2.0	22.6	0.3
男性計		1946	11.9	4.1	10.1	21.5	6.9	29.8	42.7	9.5	0.1	0.9	4.7	15.9	0.9	0.4	8.1	1.2	35.7	0.2	
女性計		2231	18.6	5.3	15.2	30.9	9.7	42.9	58.6	14.1	0.3	1.1	5.7	21.0	0.5	0.4	10.4	1.5	12.6	0.2	

(%)

いつもと異なるものを選ぶ理由でも、「鮮度・日付」(38%)「値段」(34%)が上位の2項目である。次いで、「メーカー(ブランド)」(19%)「コク・うま味」(18%)が続いている。

性・年齢別にみると、女性は男性に比べて「鮮度・日付」(44%)「値段」(39%)が多い。また、ここでも女性の30代、40代では「鮮度・日付」と「値段」が50%前後と多くなっている。

図表Ⅲ-3-2 性・年齢別 問15 購入時の重視点(2)いつもと異なるもの(3LA)



		n	脂 肪 分	殺 菌 温 度	栄 養 機 能	コ ク ・ う ま 味	生 産 地	値 段	鮮 度 ・ 日 付	生 乳 1 0 0 % か ど う か	E S L 製 法 か ど う か	H A C C P の 認 証 が あ る か	ど う か	商 品 名 (ネーミング)	メーカ (ブランド)	容 器 の デ ザ イン	キ ャ ッ チ フ レ ー ズ	店 の 信 用 性	そ の 他	自 分 で は 買 わ な い	無 回 答
全 体		4177	12.6	4.0	12.6	18.1	9.8	33.6	37.5	10.5	0.5	1.1	6.5	18.6	2.1	3.1	5.8	1.3	27.5	1.7	
性・年齢別	男 性	中学生	49	6.1	6.1	14.3	26.5	6.1	30.6	28.6	8.2	0.0	0.0	4.1	12.2	2.0	8.2	0.0	2.0	36.7	2.0
		10代 (中学生除)	132	6.1	3.8	9.1	13.6	1.5	29.5	21.2	3.8	0.0	0.8	3.8	8.3	5.3	0.8	1.5	0.8	52.3	0.0
		20代	243	7.0	2.9	8.2	19.8	6.2	31.3	25.9	7.0	1.2	1.2	6.6	16.5	4.1	4.9	2.5	1.6	38.7	0.8
		30代	301	10.0	3.0	11.3	15.0	5.0	31.6	32.9	11.3	0.3	1.3	4.7	16.3	1.7	2.7	4.7	1.3	35.5	1.7
		40代	292	13.7	4.8	11.3	15.1	7.2	39.4	34.2	5.5	0.7	0.3	6.5	17.1	3.1	6.2	4.1	1.0	29.5	1.7
		50代	383	9.1	1.8	10.2	17.0	8.6	25.6	34.2	12.0	0.3	1.3	5.7	19.8	0.8	1.3	6.8	1.3	38.6	0.8
		60代	311	4.8	3.5	8.4	15.4	11.9	18.6	27.7	10.6	0.0	1.3	4.5	14.5	0.0	1.3	5.5	1.3	45.3	1.3
		70代以上	235	6.0	2.6	7.2	9.4	6.4	17.4	26.0	8.5	0.4	0.4	3.8	14.0	0.9	0.9	7.7	1.3	49.8	2.1
女 性	中学生	39	15.4	2.6	5.1	10.3	5.1	30.8	33.3	5.1	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0	5.1	0.0	0.0	48.7	0.0	
	10代 (中学生除)	126	11.1	5.6	7.1	20.6	5.6	38.9	35.7	4.0	0.8	2.4	4.8	17.5	7.9	5.6	3.2	1.6	34.9	0.0	
	20代	252	17.1	3.2	14.3	17.1	8.7	40.1	30.2	8.7	0.4	1.2	9.5	19.0	6.0	5.6	4.4	0.8	27.0	0.8	
	30代	354	16.7	5.1	15.8	20.9	13.8	49.2	49.7	14.4	0.8	0.8	7.3	29.7	2.5	3.7	5.1	1.4	7.9	1.4	
	40代	369	20.1	6.5	17.9	27.1	11.4	53.1	52.0	14.1	0.5	0.8	9.5	22.0	2.2	3.0	6.2	1.4	6.2	0.5	
	50代	422	16.1	4.7	16.4	23.2	15.2	39.3	46.2	11.8	0.5	1.2	11.1	21.1	1.2	2.8	9.5	1.7	9.2	2.4	
	60代	368	20.4	3.5	17.4	19.3	17.4	29.6	48.9	13.0	0.8	2.2	4.9	18.8	0.0	2.4	7.6	1.6	13.0	3.8	
	70代以上	301	9.0	4.0	11.6	12.0	6.3	19.6	35.9	11.6	0.0	0.7	5.0	15.6	0.7	2.7	8.0	0.7	32.6	4.0	
男 性 計		1946	8.3	3.2	9.7	15.6	7.2	27.6	29.9	9.0	0.4	1.0	5.2	15.9	1.9	2.8	4.9	1.3	40.1	1.3	
女 性 計		2231	16.4	4.6	15.1	20.3	12.1	38.8	44.2	11.9	0.5	1.2	7.7	20.9	2.2	3.4	6.6	1.3	16.5	2.0	

(%)

## IV 白もの牛乳類を使った料理の実態

### 1. 「白もの牛乳類」を使って作る料理

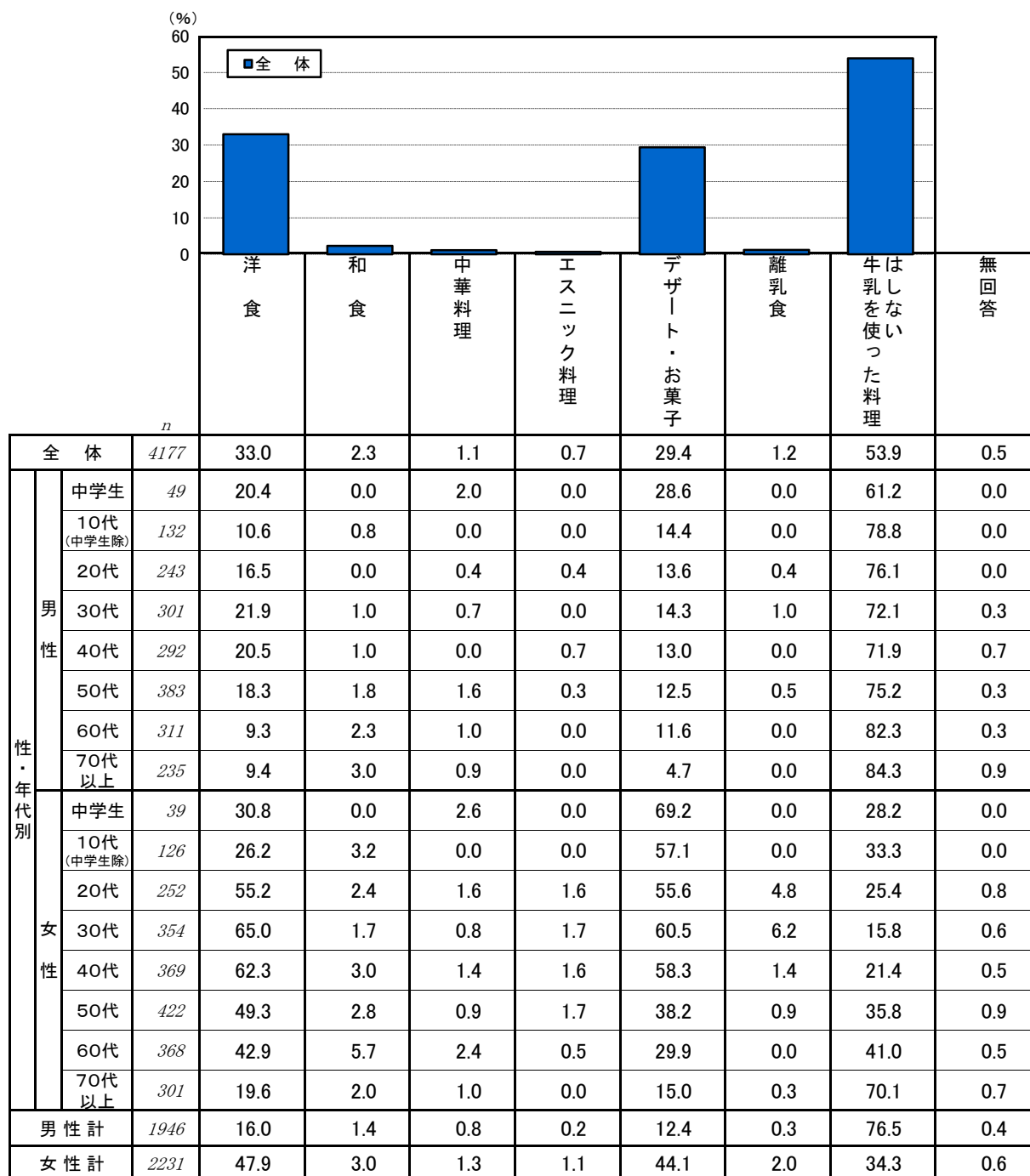
「白もの牛乳類」を使って、デザートやお菓子を含めて作る料理は何かを聞いた。

全体では、「白もの牛乳類」を使って料理をする比率は46%である。

性・年齢別にみると、男性では「牛乳を使った料理はしない」が6割以上と高かったものの、中学生、20代～50代は「洋食」で2割程度、中学生～60代は「デザート・お菓子」で1割以上となっている。

女性では70代以上で「牛乳を使った料理はしない」が7割以上と高いが、20代～50代では5割程度かそれ以上の割合の人が「洋食」を、中学生～40代では5割以上が「デザート・お菓子」を作っている。

図表IV-1-1 性・年齢別 問21「白もの牛乳類」を使ってつくる料理 (MA)



(%)

料理を作ると回答した人に、その料理をどのようなときに作るか聞いた。

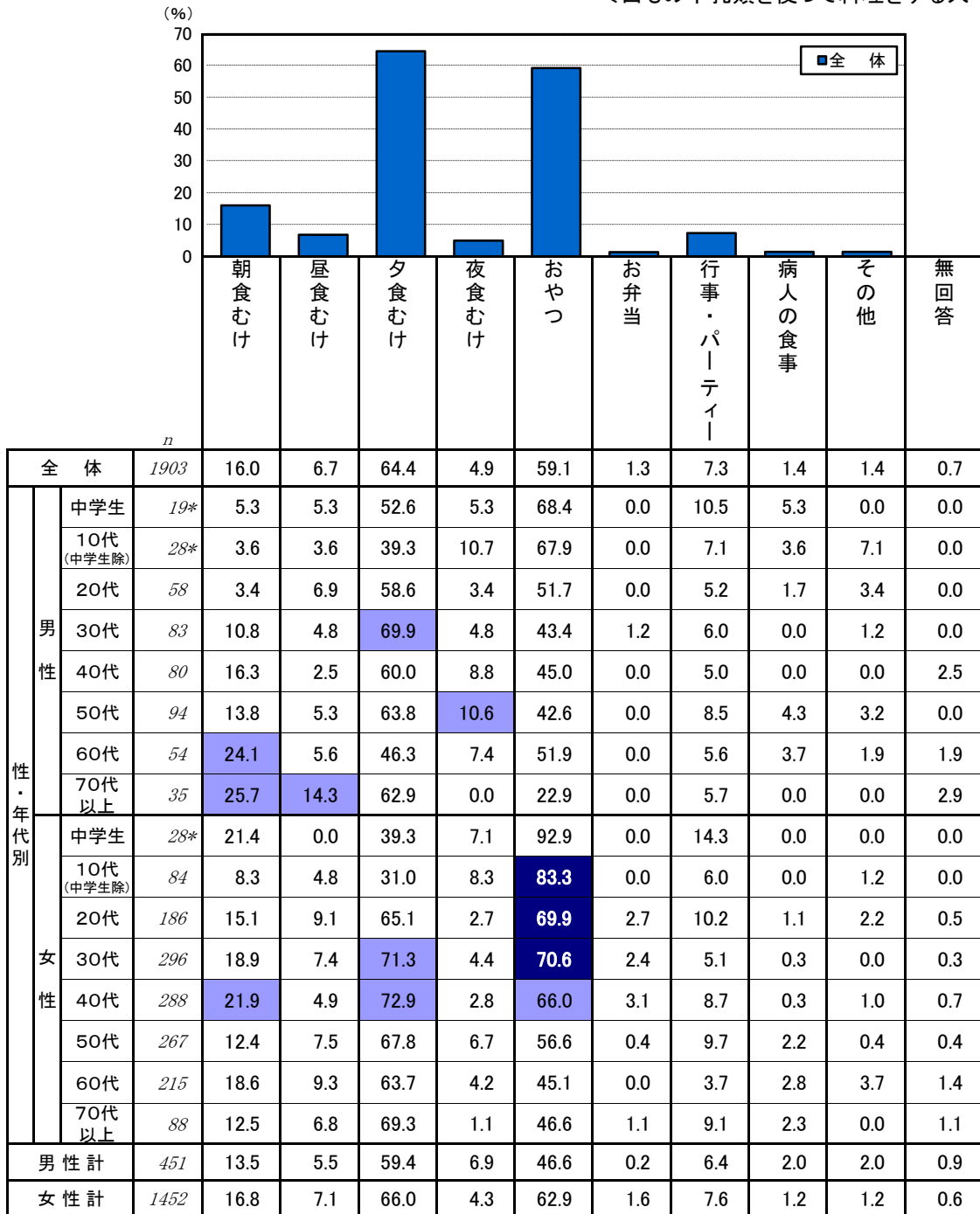
全体では、「白もの牛乳類」を使った料理のシーンとして、「夕食むけ」が64%と最も高く、「おやつ」59%、「朝食むけ」16%と続く。「白もの牛乳類」を使った料理の登場するシーンの割合は異なっている。

性・年齢別にみると、男性60代、70代では「朝食むけ」が25%程度と他の年代と比較して高い。

女性では10代～30代では「おやつ」が、30代、40代では「夕食むけ」がそれぞれ7割を超えている。

図表IV-1-2 性・年齢別 問22「白もの牛乳類」を使った料理のシーン (MA)

<白もの牛乳類を使って料理をする人ベース>



n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

n(サンプル数)が30以上の場合、

全体より5ポイント以上高い

全体より10ポイント以上高い

(%)

## 2. この1ヶ月の白もの牛乳類を使った料理行動

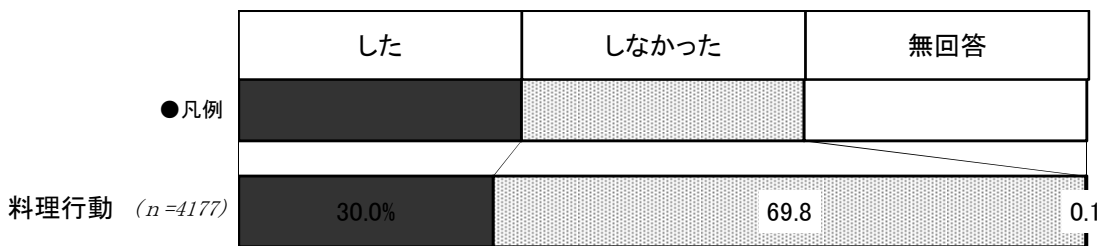
白もの牛乳類を使って、この1ヵ月間にデザートやお菓子を含めて料理を作ったかを聞いた。次に、料理を作ったと回答した人には、その料理回数と料理に使用した白もの牛乳類の量を聞いた。

全体では、白もの牛乳類を使って料理をした比率は30%である。

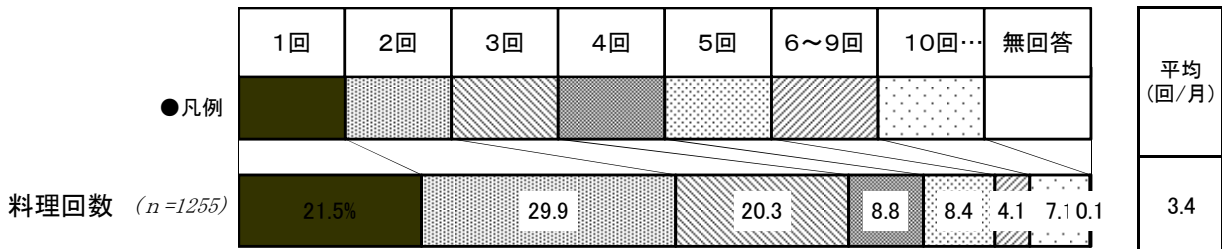
料理回数は「2回」(30%)とする人が最も多く、「1回」(22%)「3回」(20%)と続く。平均料理回数は3.4回である。

白もの牛乳類の料理使用量は、1ヵ月間で「1カップ(200cc)」とする人が29%で最も多く、次いで「1ℓ以上」が16%である。平均使用量は396mlである。

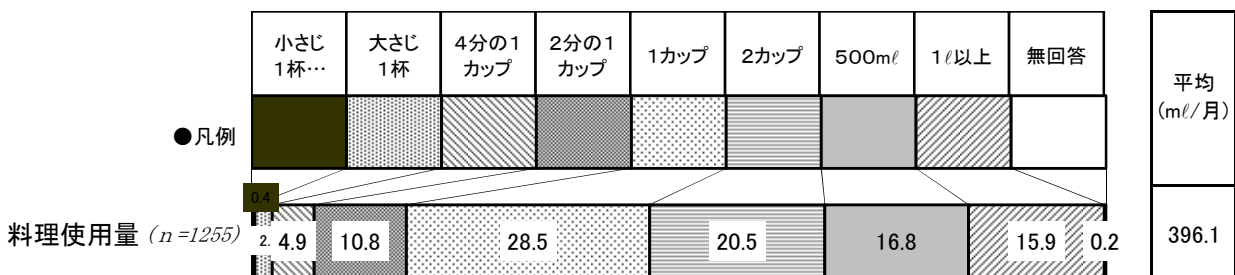
図表IV-2-1 問23 白もの牛乳類を使った料理行動



図表IV-2-2 問23-1 白もの牛乳類の料理回数 <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理をした人ベース>



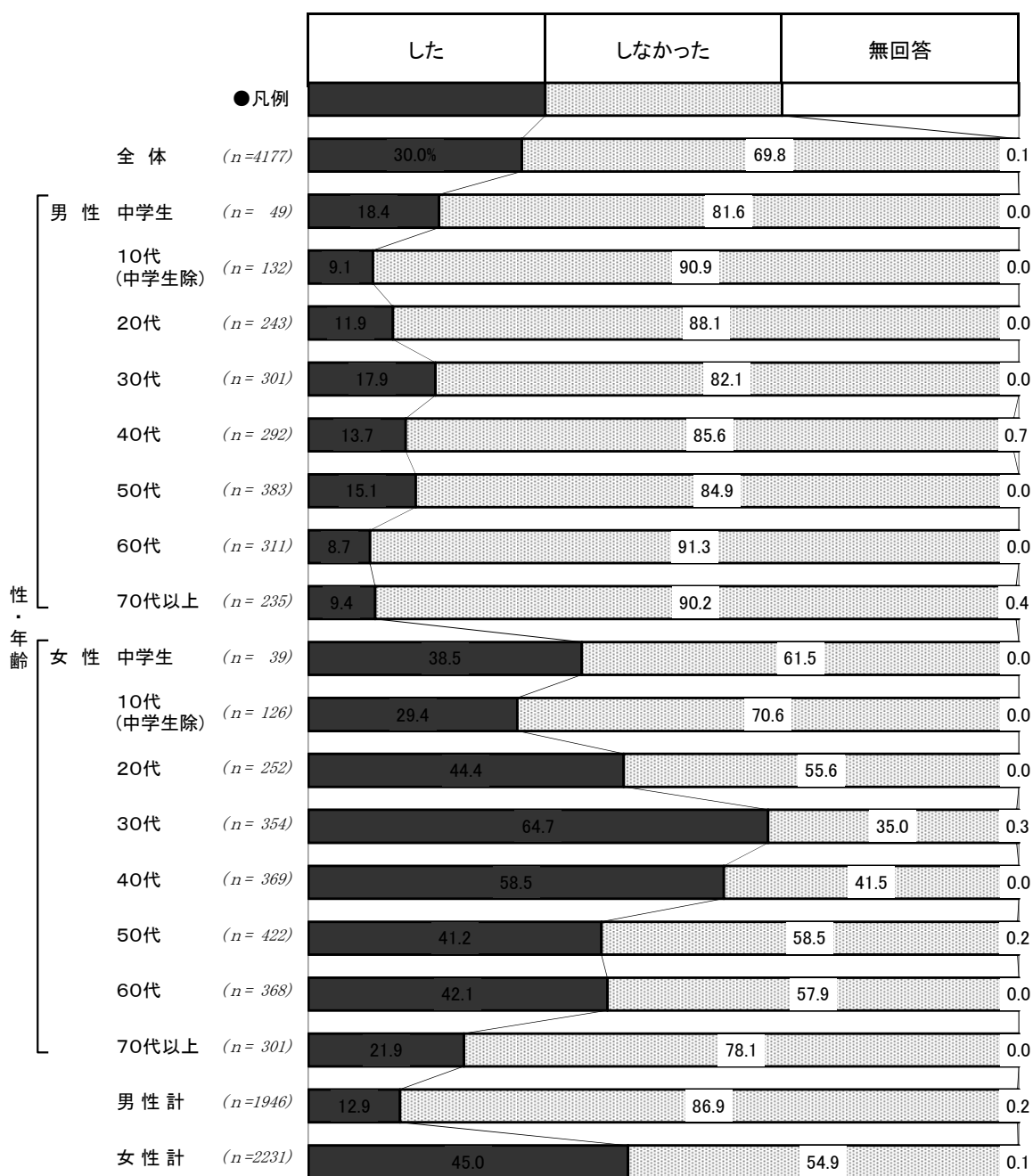
図表IV-2-3 問23-2 白もの牛乳類の料理使用量 <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理をした人ベース>





性・年齢別にみると、男性では中学生、30代～50代では料理をしたのは約15%となっている。女性では45%が料理をしており、中でも30代では65%と最も割合が高くなっている。

図表IV-2-4 性・年齢別 問23 白もの牛乳類を使った料理行動



性・年齢別にみると、白もの牛乳類を使った平均料理回数は、男性では3.4回、女性では3.5回となっている。平均料理使用量は、男性では384ml、女性では399mlであり、平均料理回数、使用量とも男女で大きな差は見られない。

また他の季節と比較した当月の料理使用量は、全体では、「同じ」65%「少ない」27%「多い」8%となっている。

性・年齢別にみると、平均料理回数、平均料理使用量とも女性10代、30代では「同じ」が他の年代と比較して高く、女性60代、70代では「少ない」が他の年代と比較して高い。平均料理回数がかつとも高いのは女性30代で3.9回となっている。

図表IV-2-5 性・女性年齢別 白もの牛乳類を使った料理の回数と使用量

<この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理をした人ベース>

	n	問23-1 平均料理回数 (回/月)	問24 他季節と比較した当月の料理回数				問23-2 平均料理使用量 (ml/月)	問24 他季節と比較した当月の料理使用量				
			多い	同じ	少ない	無回答		多い	同じ	少ない	無回答	
全体	1255	3.4	8.3	62.8	28.9	0.0	396.1	7.5	65.2	26.8	0.6	
男性計	251	3.4	9.2	63.3	27.5	0.0	384.3	8.8	66.1	24.3	0.8	
女性計	1004	3.5	8.1	62.6	29.3	0.0	399.0	7.2	64.9	27.4	0.5	
女性・ 年代別	中学生	15*	4.1	13.3	73.3	13.3	0.0	422.0	20.0	66.7	13.3	0.0
	10代 (中学生除)	37	3.3	5.4	70.3	24.3	0.0	376.5	2.7	70.3	27.0	0.0
	20代	112	3.3	7.1	63.4	29.5	0.0	391.8	8.9	65.2	25.9	0.0
	30代	229	3.9	8.3	68.6	23.1	0.0	414.6	6.6	71.2	21.4	0.9
	40代	216	3.6	7.9	63.0	29.2	0.0	426.4	6.0	67.1	25.9	0.9
	50代	174	3.3	9.8	59.2	31.0	0.0	417.6	8.6	60.9	30.5	0.0
	60代	155	3.2	6.5	59.4	34.2	0.0	373.6	6.5	60.0	33.5	0.0
70代 以上	66	2.8	9.1	50.0	40.9	0.0	285.6	7.6	54.5	36.4	1.5	

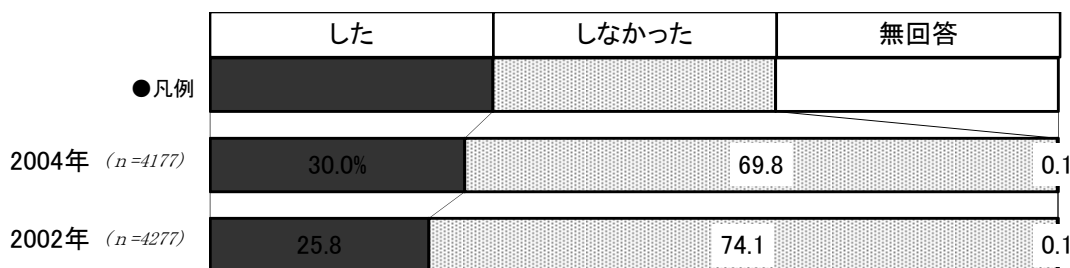
n(サンプル数)の\*は、n<30を表す。

(%)

(%)

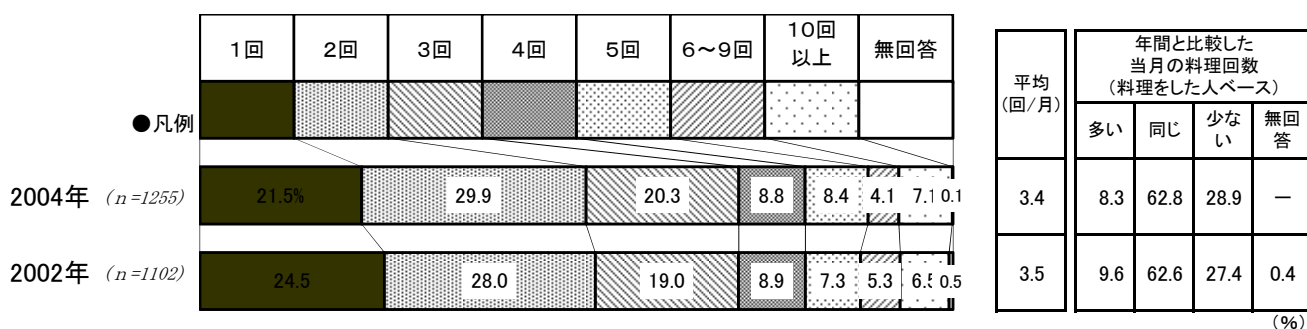
調査時点の1ヶ月間に、白もの牛乳類を使って料理をした人は30%、料理の回数は平均3.4回、牛乳の使用量は平均400mℓ弱となっている。  
 2002年と比較すると、白もの牛乳類を使った料理の1ヶ月間の実施率は4ポイント上昇したが、料理実施者ベースの牛乳使用量はやや減少している。

図表IV-2-6 時系列 問23 この1ヶ月間の白もの牛乳類を使った料理行動



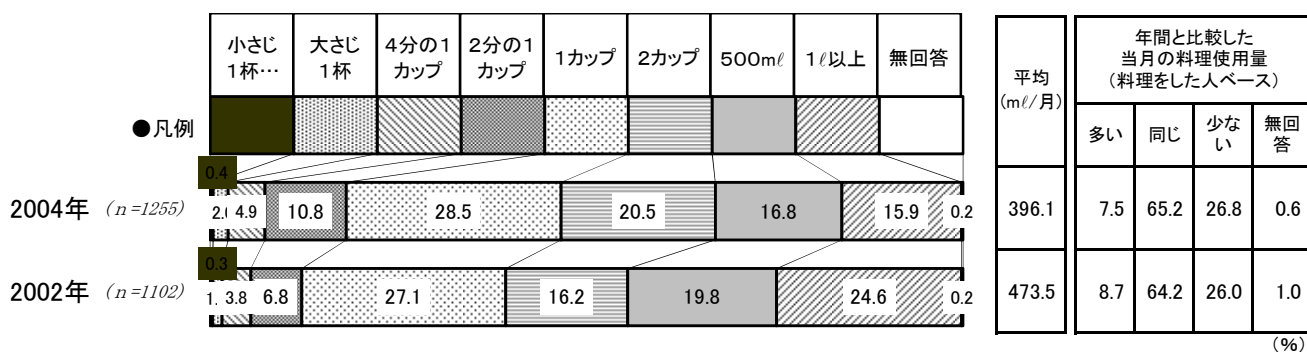
図表IV-2-7 時系列 問23-1 白もの牛乳類の料理回数

<この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理をした人ベース>



図表IV-2-8 時系列 問23-2 白もの牛乳類の料理使用量

<この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理をした人ベース>



## V 乳製品の飲食実態と意識

### 1. ヨーグルトの飲食状況

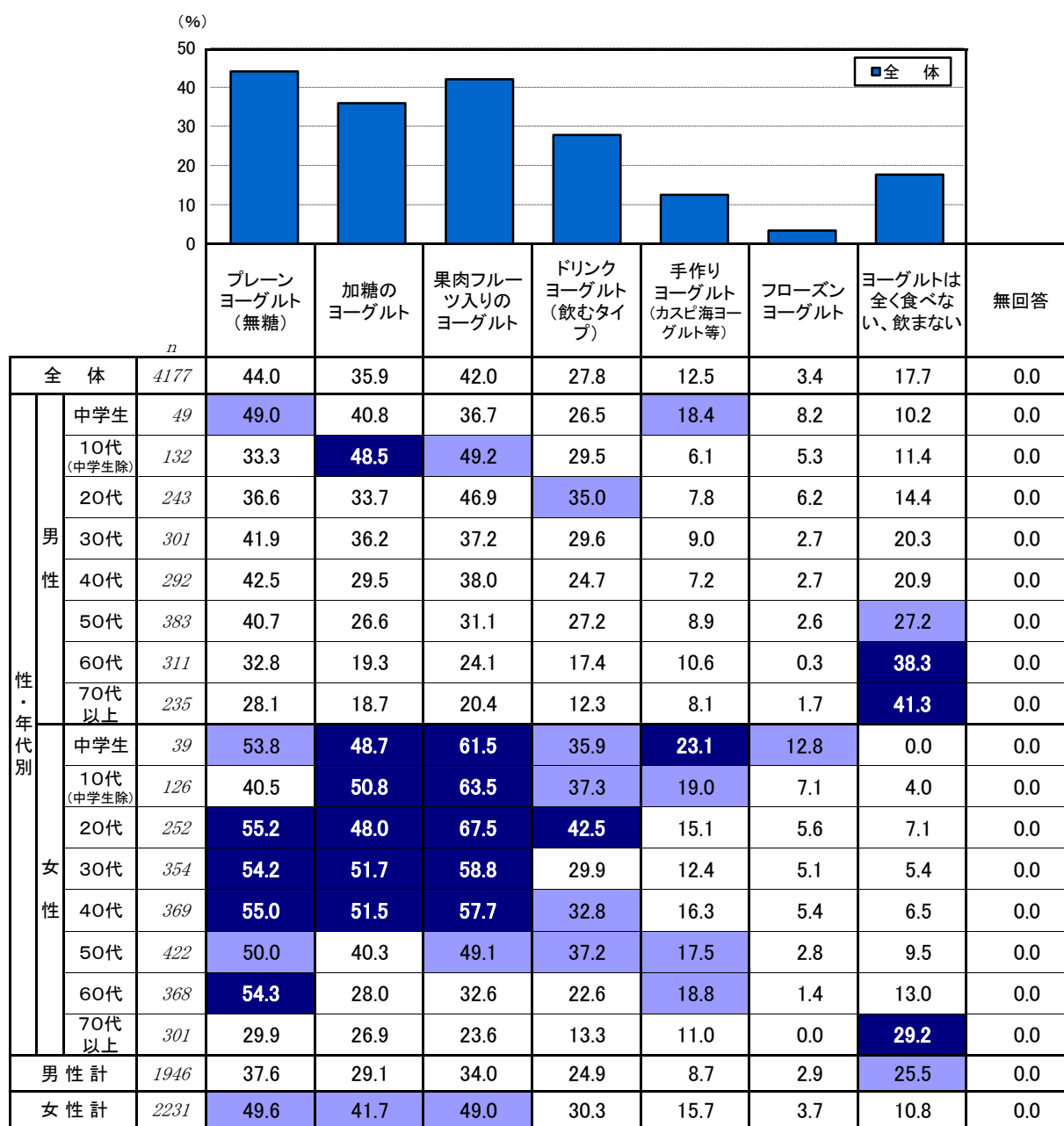
#### 1) ヨーグルトのタイプ

どのようなタイプのヨーグルトを飲食することが多いかを聞いた。

「プレーンヨーグルト（無糖）」（44%）「果肉フルーツ入りのヨーグルト」（42%）がほぼ同じくらいで、「加糖のヨーグルト」が36%で続いている。

性・年齢別にみると、女性は男性と比較して飲食するヨーグルトタイプは幅広い。女性の中学生～40代で「果肉フルーツ入りのヨーグルト」「加糖のヨーグルト」、女性20代～40代、60代で「プレーンヨーグルト（無糖）」が高い。

図表V-1-1 性・年齢別 問16 飲食することが多いヨーグルトのタイプ（MA）



■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

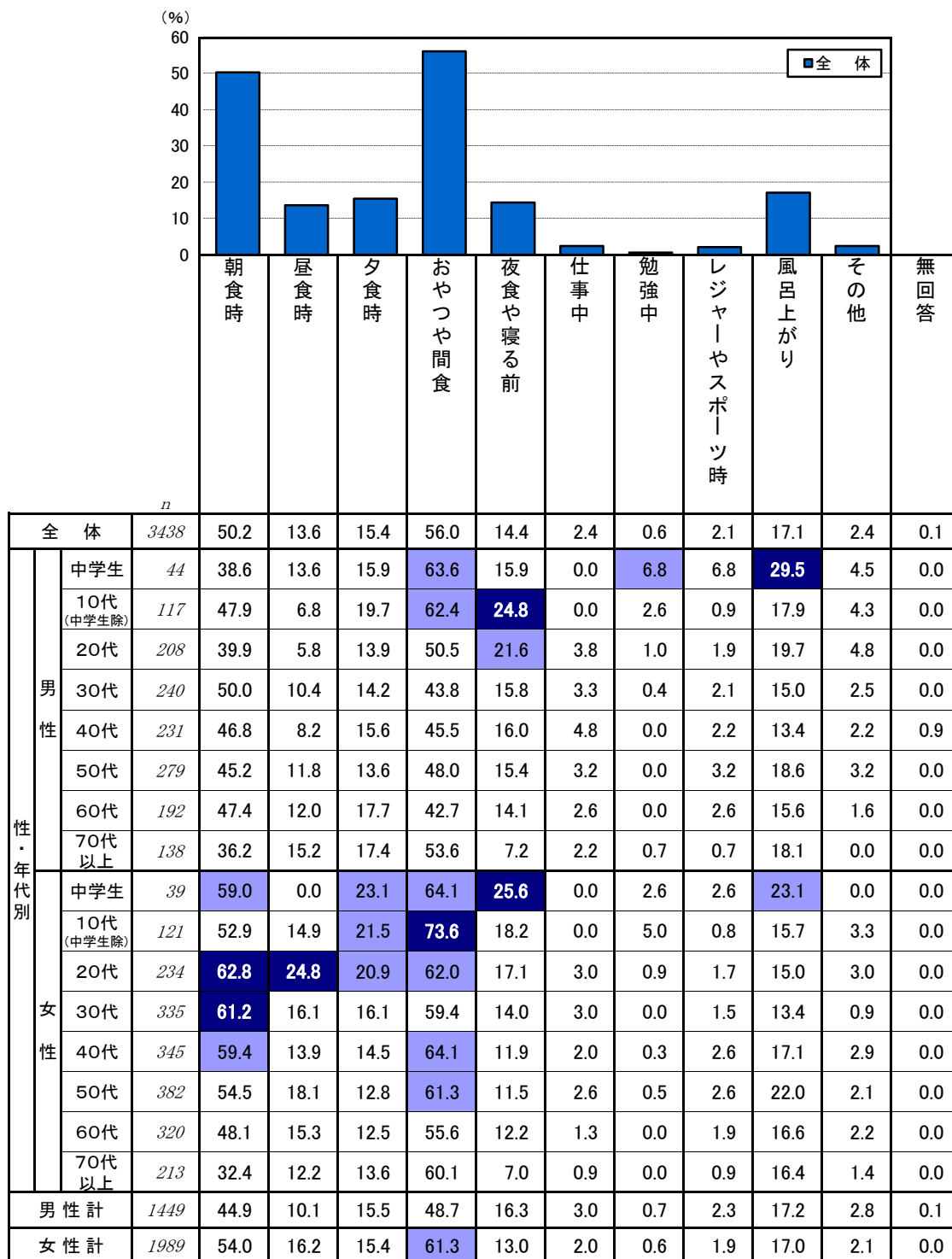
## 2) ヨーグルトの飲食シーン

ヨーグルトを飲食する人に、ヨーグルトをどのような時に飲食するかを聞いた。

「おやつや間食」(56%)「朝食時」(50%)が5割以上と多い。

性・年齢別にみると、この2シーンは特に女性で顕著である。その他、男性10代、20代、女性の中学生で「夜食や寝る前」、女性中学生～20代で「夕食時」、女性20代で「昼食時」が高い。男女とも中学生では「風呂上がり」が高い。

図表V-1-2 性・年齢別 問17 ヨーグルトを飲食するシーン (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>



(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

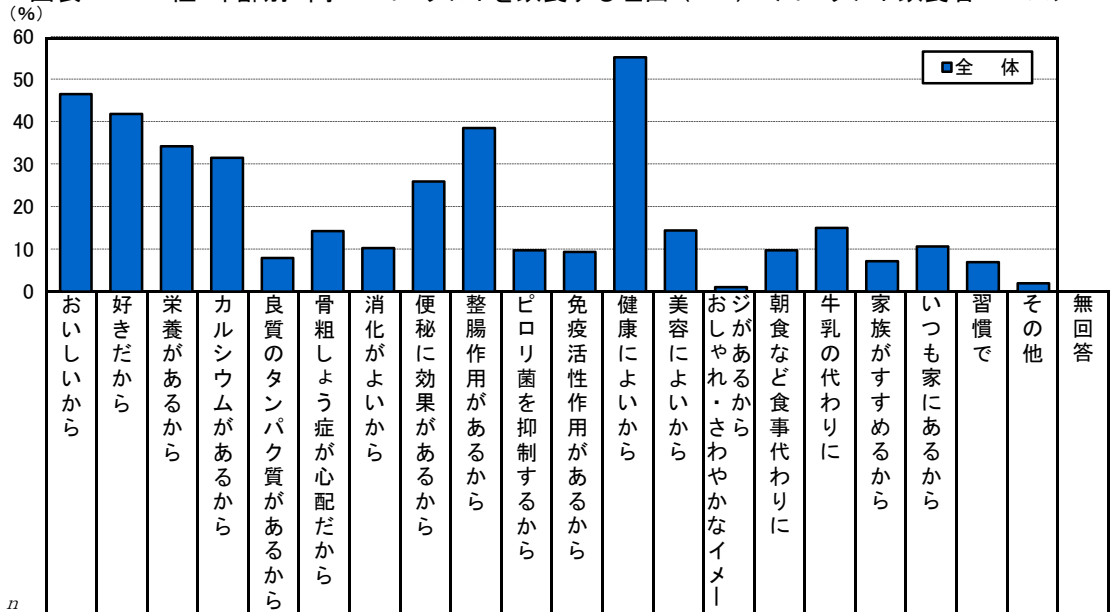
### 3) ヨーグルトの飲食理由

ヨーグルトを飲食する人に、ヨーグルトを飲食する理由を聞いた。

「健康によいから」が55%と最も多く、次いで「おいしいから」(47%) 「好きだから」(42%) の順で高い。

性・年齢別にみると、男性の中学生～20代、女性の子中学生～40代で「おいしいから」「好きだから」が高い。また男性の50代～70代以上、女性の30代、50代、60代で「整腸作用があるから」、女性20代、30代、60代、70代以上で「便秘に効果があるから」と消化器系への効果の期待がうかがわれる。女性では、中学生～40代で「美容によいから」50代～70代で「骨粗しょう症が心配だから」が高く、男性では、どの年代でも女性に比べ「家族がすすめるから」が高い。性別、世代によって様々な理由で飲食されていることがわかる。

図表V-1-3 性・年齢別 問18 ヨーグルトを飲食する理由 (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>



		n	おいしいから	好きだから	栄養があるから	カルシウムがあるから	良質のタンパク質があるから	骨粗しょう症が心配だから	消化がよいから	便秘に効果があるから	整腸作用があるから	ピロリ菌を抑制するから	免疫活性作用があるから	健康によいから	美容によいから	おしやれ・さわやかなイメージがあるから	朝食など食事代わりに	牛乳の代わりに	家族がすすめるから	いつも家にあるから	習慣で	その他	無回答	
全体		3438	46.5	41.8	34.2	31.5	7.9	14.2	10.2	25.9	38.5	9.7	9.3	55.1	14.4	1.0	9.7	15.0	7.1	10.6	6.9	1.9	0.1	
性・年齢別	男	中学生	44	70.5	70.5	45.5	34.1	13.6	6.8	13.6	13.6	9.1	6.8	4.5	47.7	2.3	2.3	9.1	15.9	18.2	25.0	6.8	4.5	2.3
		10代(中学生除)	117	75.2	53.8	24.8	21.4	8.5	1.7	12.8	13.7	11.1	2.6	4.3	36.8	5.1	4.3	17.1	6.0	14.5	24.8	9.4	0.9	0.0
		20代	208	57.7	43.8	32.2	24.5	4.3	1.9	6.3	12.0	24.0	5.8	2.4	45.2	5.3	0.5	9.6	13.0	13.0	14.9	5.3	3.8	0.0
		30代	240	48.3	38.3	33.8	18.8	3.3	2.5	7.9	16.3	33.8	6.3	7.5	43.3	5.8	0.4	6.7	12.1	12.9	8.8	3.3	2.9	0.0
	女	40代	231	41.1	33.3	30.7	25.1	8.7	3.9	6.9	13.4	41.1	6.5	9.1	57.1	4.3	0.9	8.2	10.4	12.6	10.8	7.4	3.0	0.9
		50代	279	35.5	33.7	33.7	25.8	7.5	10.0	10.0	19.0	45.9	10.4	9.7	58.4	5.4	0.7	7.5	11.8	16.1	10.8	6.1	1.1	0.0
		60代	192	20.3	22.9	30.7	25.5	8.3	15.1	12.0	25.5	44.8	14.6	14.6	58.3	4.7	0.0	5.2	13.0	12.0	8.9	5.7	1.6	0.0
		70代以上	138	20.3	27.5	32.6	27.5	9.4	13.8	16.7	30.4	49.3	14.5	10.9	63.8	3.6	0.0	1.4	10.9	5.1	7.2	8.0	0.7	0.0
女性計	中学生	39	82.1	56.4	35.9	25.6	0.0	0.0	7.7	17.9	10.3	2.6	2.6	41.0	23.1	5.1	10.3	20.5	10.3	30.8	12.8	0.0	0.0	
	10代(中学生除)	121	77.7	62.8	33.1	33.1	2.5	4.1	5.8	28.9	19.0	1.7	2.5	54.5	24.8	5.0	14.9	14.9	9.9	25.6	9.9	3.3	0.0	
	20代	234	68.4	61.5	36.3	37.6	5.1	9.0	9.0	34.2	31.2	5.6	5.1	50.0	32.5	1.3	16.2	17.9	5.6	11.1	7.7	2.6	0.0	
	30代	335	57.3	51.9	37.0	36.7	9.3	10.7	6.9	34.6	44.5	8.4	12.5	57.9	25.1	1.2	11.9	17.0	1.2	6.3	9.6	3.0	0.0	
	40代	345	54.2	50.7	35.1	38.6	6.4	14.5	10.4	26.4	38.3	11.0	12.5	59.4	26.7	0.9	12.2	20.6	2.0	9.3	5.8	0.6	0.0	
	50代	382	40.6	38.7	34.8	36.4	10.7	25.1	10.7	27.7	46.6	16.0	12.8	58.9	18.6	0.5	10.7	17.8	1.3	7.9	7.3	1.0	0.0	
	60代	320	29.1	34.1	33.4	36.6	12.8	33.1	15.0	38.1	51.6	15.6	10.9	58.4	14.4	0.6	8.4	18.4	0.9	5.6	5.9	2.2	0.0	
	70代以上	213	31.9	27.7	40.4	38.0	9.4	34.7	13.1	33.8	35.7	8.0	7.0	60.1	7.0	0.5	5.6	12.2	4.2	8.9	7.0	0.5	0.0	
男性計		1449	42.5	36.6	32.2	24.4	7.1	6.9	9.9	18.0	36.2	8.6	8.4	52.2	4.9	0.8	7.7	11.5	12.9	12.0	6.1	2.2	0.2	
女性計		1989	49.3	45.6	35.7	36.8	8.5	19.5	10.4	31.6	40.2	10.6	10.1	57.2	21.3	1.2	11.2	17.5	2.9	9.5	7.5	1.7	0.0	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

(%)

時系列でみると、ヨーグルトの飲食シーンでは、1997年と比較すると、「朝食時」が20ポイント近く伸びている。

ヨーグルトを飲食する理由は、項目が異なるため単純には比べられないが、1997年も割合の高い項目は2004年も高い傾向にある。

図表V-1-4 時系列 問17 ヨーグルトを飲食するシーン (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>

	<i>n</i>	朝食時	昼食時	夕食時	おやつや間食	夜食や寝る前	仕事中	勉強中	レジャーやスポーツ時	風呂上がり	その他	無回答
2004年	3438	50.2	13.6	15.4	56.0	14.4	2.4	0.6	2.1	17.1	2.4	0.1
1997年	3686	31.7	13.5	11.3	65.0	13.8	3.6	1.1	2.6	17.8	2.3	0.5

(%)

図表V-1-5 時系列 問18 ヨーグルトを飲食する理由 (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>

	<i>n</i>	健康によいから	おいしいから	好きだから	整腸作用があるから	栄養があるから	カルシウムがあるから	便秘に効果があるから	牛乳の代わりに	美容によいから	骨粗しょう症が心配だから	いつも家にあるから	消化がよいから	ビロリ菌を抑制するから	朝食など食事代わりに	免疫活性作用があるから	良質のタンパク質があるから	家族がすすめるから	習慣で	おしゃれ・さわやかなイメージがあるから	その他	無回答
2004年	3438	55.1	46.5	41.8	38.5	34.2	31.5	25.9	15.0	14.4	14.2	10.6	10.2	9.7	9.7	9.3	7.9	7.1	6.9	1.0	1.9	0.1
1997年	3686	/	54.3	44.8	/	35.1	32.5	22.7	15.4	10.1	11.0	15.0	15.0	/	8.1	/	9.0	7.1	5.2	1.8	3.6	0.7

※斜線はデータなし

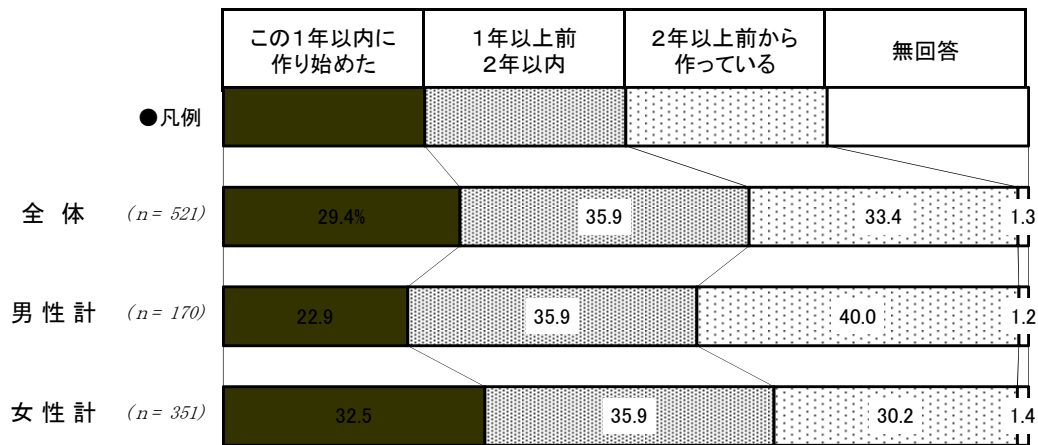
(%)

## 2. 手作りヨーグルトについて

### 1) 手作りヨーグルトを作り始めた時期

手作りヨーグルトを飲食する人に、手作りヨーグルトを作り始めた時期を聞いた。  
「1年以内に作り始めた」が29%と、2003年の65%と比較して減少している。  
性別では大きな傾向の差はみられない。

図表V-2-1 性別 問19 手作りヨーグルトを作り始めた時期 <手作りヨーグルト飲食者ベース>



図表V-2-2 時系列 問19 手作りヨーグルトを作り始めた時期 <手作りヨーグルト飲食者ベース>

	n	この1年以内に作り始めた	1年以上前2年以内	2年以上前から作っている	無回答
2004年	521	29.4	35.9	33.4	1.3
2003年	610	65.1	23.0	11.8	0.2

(%)

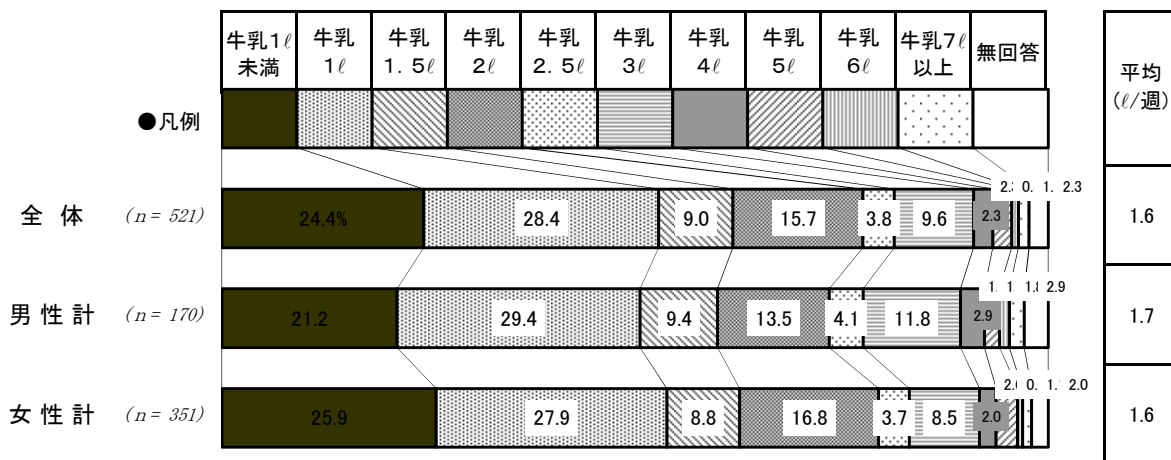


## 2) 手作りヨーグルトに使用する牛乳の量

手作りヨーグルト飲食者は全体の13%で、2003年の15%と比べ微減である。

手作りヨーグルトを飲食する人に、手作りヨーグルトを作るのに1週間にどれくらいの牛乳を使用するかを聞いたところ、「1ℓ未満」が24%、「1ℓ」が28%あり、平均は1.6ℓで、2003年の1.9ℓと比較して、微減である。

図表V-2-3 性別 問20 1週間に手作りヨーグルトに使用する牛乳の量 <手作りヨーグルト飲食者ベース>



図表V-2-4 時系列 手作りヨーグルト飲食者比率と牛乳使用量 <手作りヨーグルト飲食者ベース>

手作りヨーグルト飲食者比率		1週間に手作りヨーグルトに使用する牛乳の平均量 (ℓ/週)
12.5 % (n=4177)	2004年	1.6
14.6 % (n=4177)	2003年	1.9

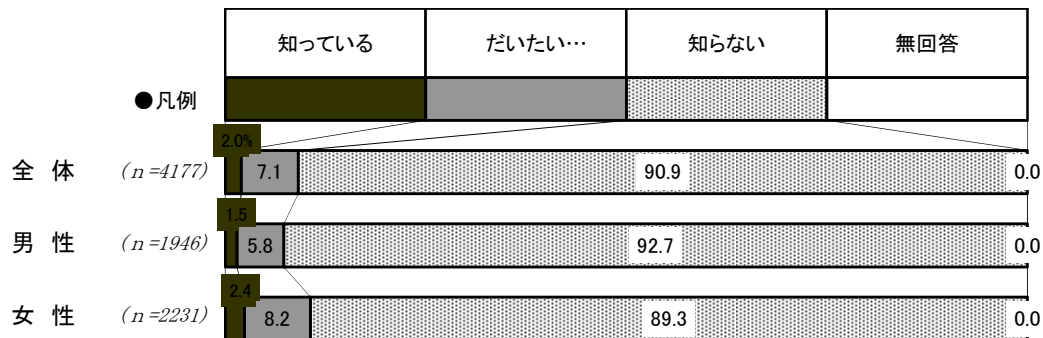
## VI 生活の中の白もの牛乳類

### 1. 「3-A-Day」について

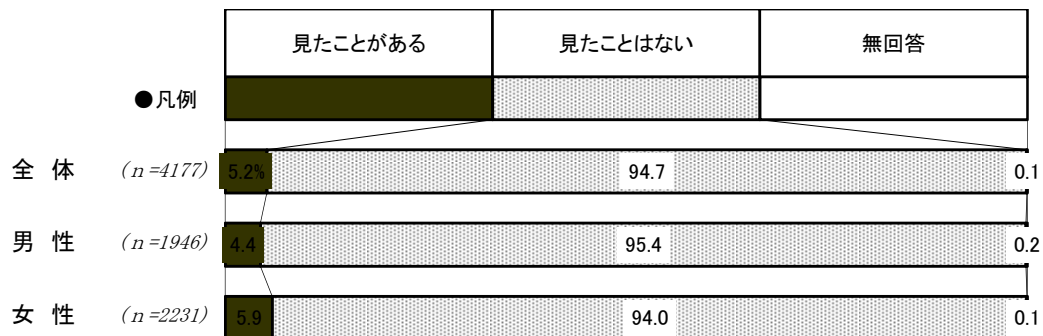
#### 1) 「3-A-Day」の認知状況

「3-A-Day」についての説明文を読み、実践状況や意識を聞いた。  
 積極的なPR活動を行う前の調査実施であったこともあり、認知では「知らない」が91%と認知割合は非常に低い。性別による差はほとんどない。  
 「3-A-Day」のマーク、ロゴの視認状況も、「見たことはない」が95%である。  
 認知経路では、マーク、ロゴを見たことがある人に聞いたところ、「パンフレット・小冊子」が55%と最も高い。

図表VI-1-1 性別 問26 「3-A-Day」認知状況



図表VI-1-2 性別 問27 広告などでの「3-A-Day」のマーク、ロゴ 視認状況



図表VI-1-3 性別 問28 「3-A-Day」のマーク、ロゴの認知経路 (MA)  
 <マーク、ロゴ視認経験者ベース>

	n	テレビ	新聞	パンフレット・小冊子	ホームページ	その他	無回答
全体	218	25.7	33.5	55.0	4.1	4.6	0.9
男性	86	29.1	30.2	48.8	4.7	3.5	0.0
女性	132	23.5	35.6	59.1	3.8	5.3	1.5

(%)

#### 〔説明文〕

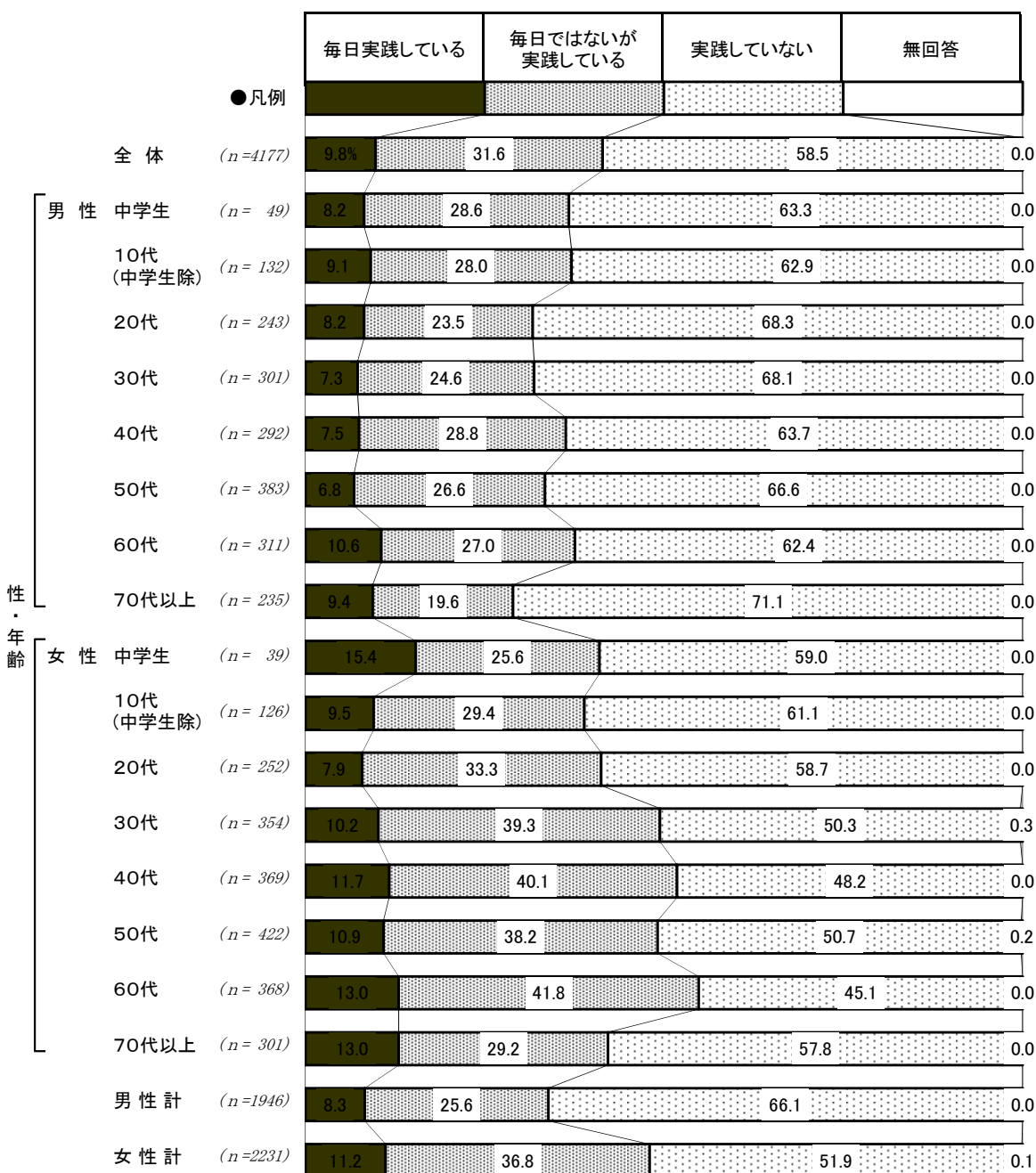
「3-A-Day」。  
 これまでの食事に牛乳やヨーグルト、チーズなどをちょっと加える。  
 たったそれだけのことで、これまで不足がちだったいろいろな栄養を少ないエネルギーで補うことができます。  
 ルールは簡単、牛乳・ヨーグルト・チーズの中から1日に3回、または3品、食生活に取り入れるだけ。  
 難しく考える必要はありません。  
 たとえば、コップ一杯の牛乳を飲む、サンドウィッチにチーズをはさむ、デザートにヨーグルトを食べる。とにかく1品でも加えれば、それだけで充分効果的です。  
 毎日3回、または3品、気軽な新習慣。ちょっと続けてみてください。  
 あなたのからだ、きっとよろ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

## 2) 「3-A-Day」の実践状況

「3-A-Day」の実践状況については、ふだんの食生活で「毎日実践している」が1割程度みられる。

性・年齢別では、女性は男性と比較して、「毎日実践している」「毎日ではないが実践している」が高く、合計で約半数が実践している。女性では30代～60代の実践割合が他の年代と比べて高い。

図表VI-1-4 性・年齢別 問29 ふだんの食生活での「3-A-Day」実践状況

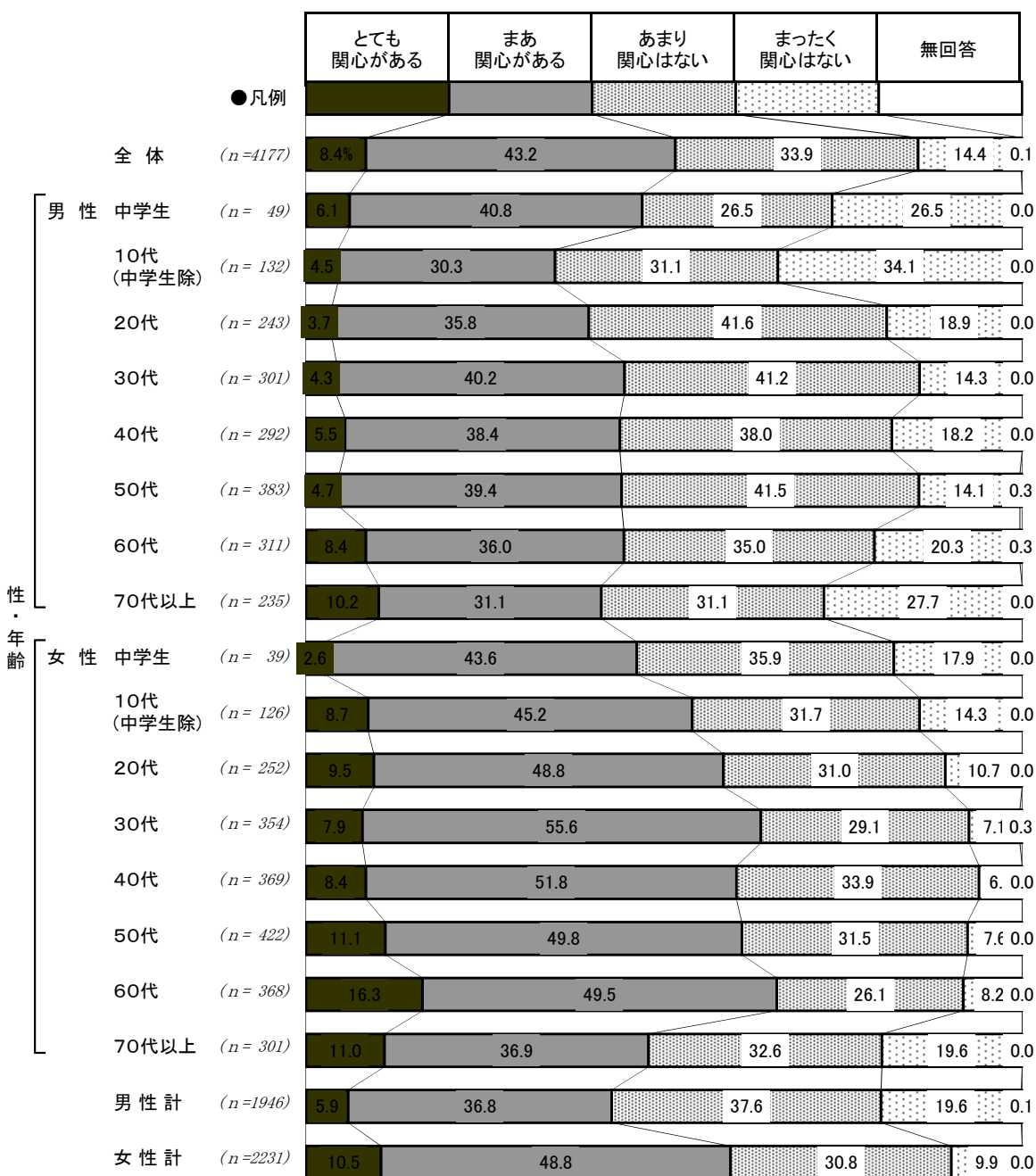


### 3) 「3-A-Day」への関心と意向

「3-A-Day」に関心があるかどうかでは、「とても関心がある」「まあ関心がある」合わせて5割が関心を示している。

性・年齢別では、女性は男性と比較して、「とても関心がある」「まあ関心がある」が高く、合計で6割となっている。女性では30代～60代の関心が高く、実践している層と重なっている。

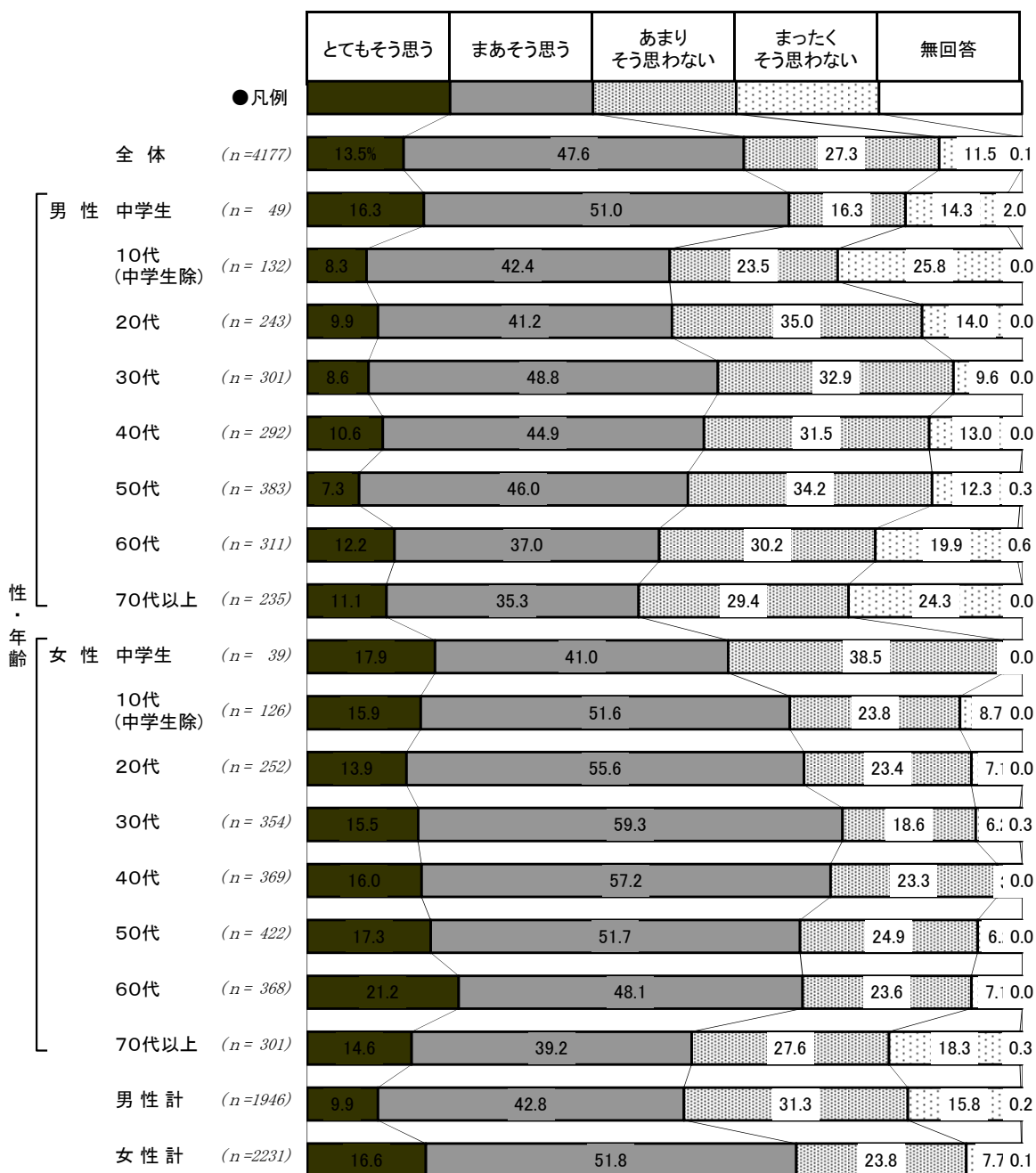
図表VI-1-5 性・年齢別 問30 「3-A-Day」関心度



「3-A-Day」を実践してみようと思うかどうかについては、「とてもそう思う」「まあそう思う」合わせて6割が実践意向を持っている。

性・年齢別では、女性は男性と比較して、「とてもそう思う」「まあそう思う」が高く、合計で7割となっている。女性では10代～60代の実践意向が高い。男性は中学生で実践意向が他の年代と比較して高くなっている。

図表VI-1-6 性・年齢別 問31 「3-A-Day」実践意向



牛乳飲用頻度別では、毎日飲用している人は、「毎日実践している」が19%、「毎日ではないが実践している」を合わせると54%が実践していると回答している。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人やそのまま&混ぜて併用している人は、「毎日実践している」「毎日ではないが実践している」が高く、多様な牛乳摂取の仕方をしている人の方が実践割合が高い。

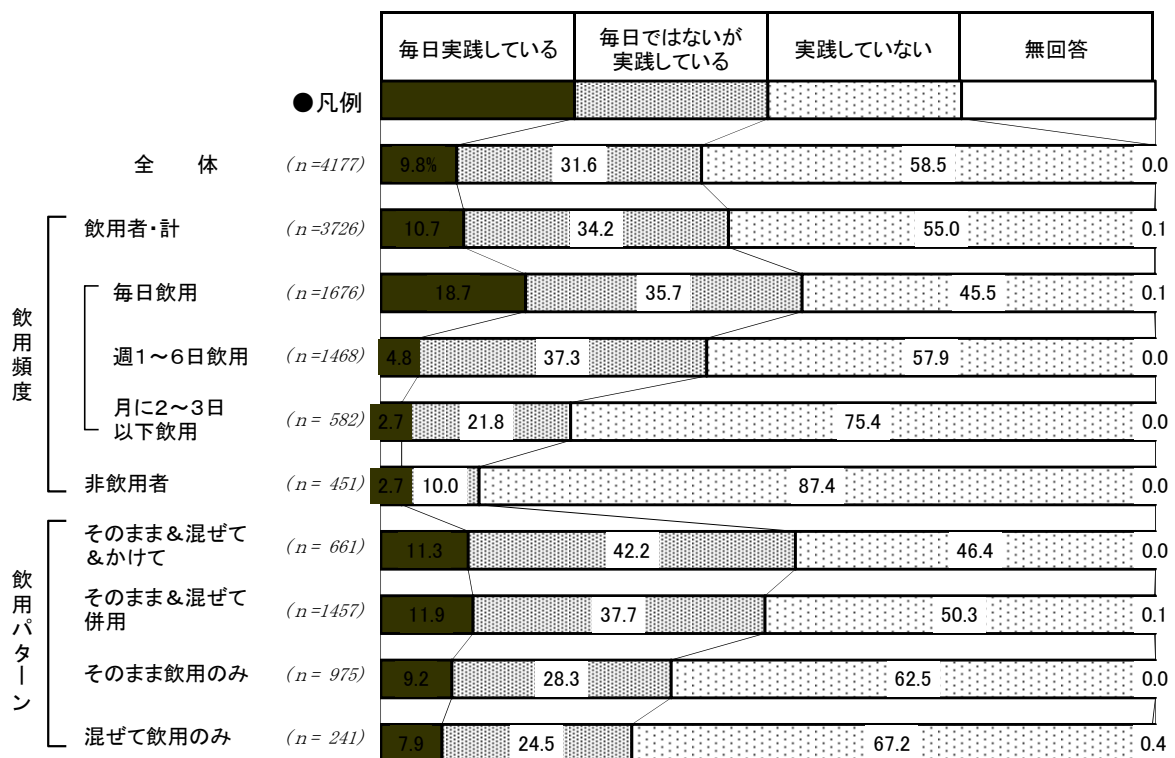
「3-A-Day」に関心があるかどうかでは、牛乳飲用頻度が頻繁であるほど「とても関心がある」「まあ関心がある」の割合は高く、非飲用者では関心度は3割に満たないのに対し、飲用者では55%が関心を持っている。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「とても関心がある」「まあ関心がある」が高く、多様な牛乳摂取の仕方をしている人の方が実践割合が高い傾向が見られる。

「3-A-Day」の実践してみようと思うかどうかについては、実践状況、関心度同様、牛乳飲用頻度が頻繁であるほど「とてもそう思う」「まあそう思う」の割合が高く、非飲用者では30%の実践意向であるが、飲用者では65%である。

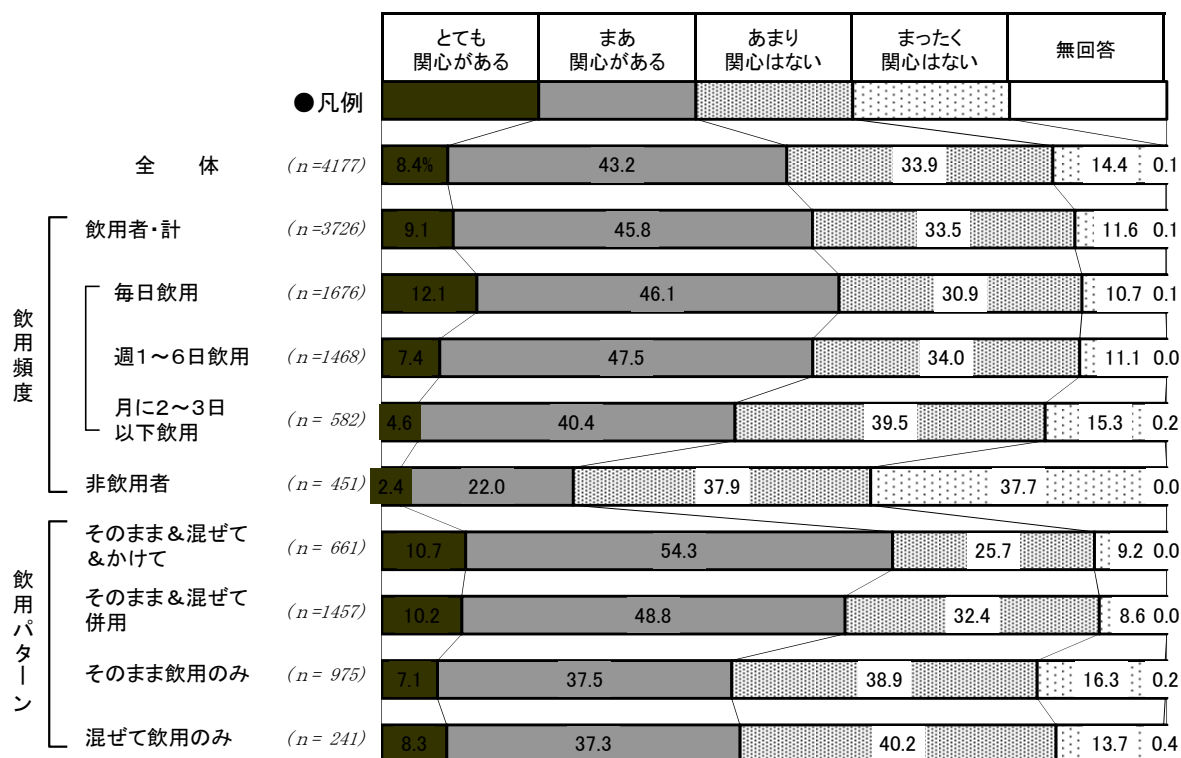
飲用パターン別でも同様に、多様な牛乳摂取の仕方をしている人の方が実践意向が高い傾向が見られる。

図表VI-1-7 飲用頻度・パターン別 問29 ふだんの食生活での「3-A-Day」実践状況

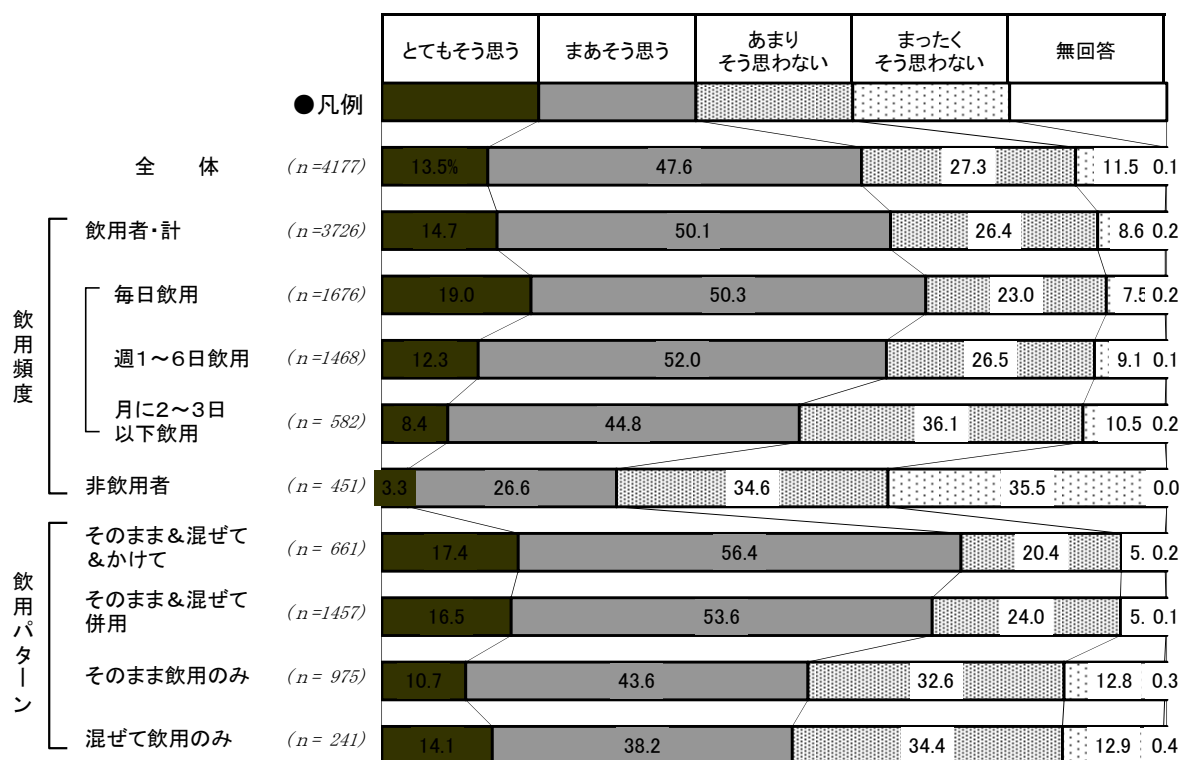


况

図表VI-1-8 飲用頻度・パターン別 問30 「3-A-Day」関心度



図表VI-1-9 飲用頻度・パターン別 問31 「3-A-Day」実践意向







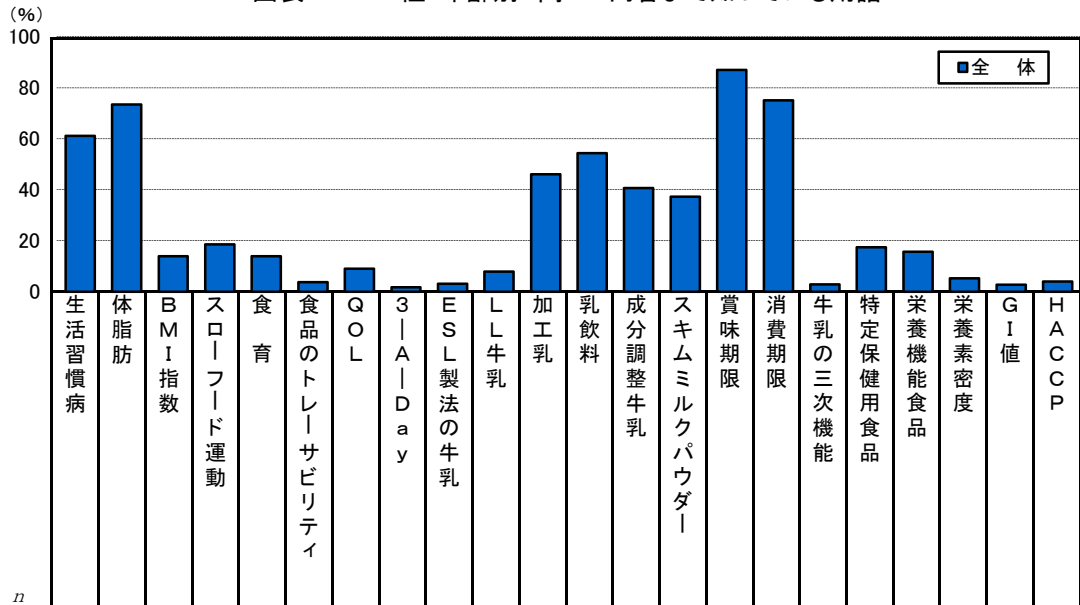
## 2. 健康・食生活に関する「ことば・用語」の認知

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

「内容まで知っている」では、「賞味期限」（87%）「消費期限」（75%）「体脂肪」（73%）が高い。

性・年齢別にみると、「食品のトレーサビリティ」「HACCP」以外のすべてで、男性より女性の認知率が高い。

図表VI-2-1 性・年齢別 問25 内容まで知っている用語

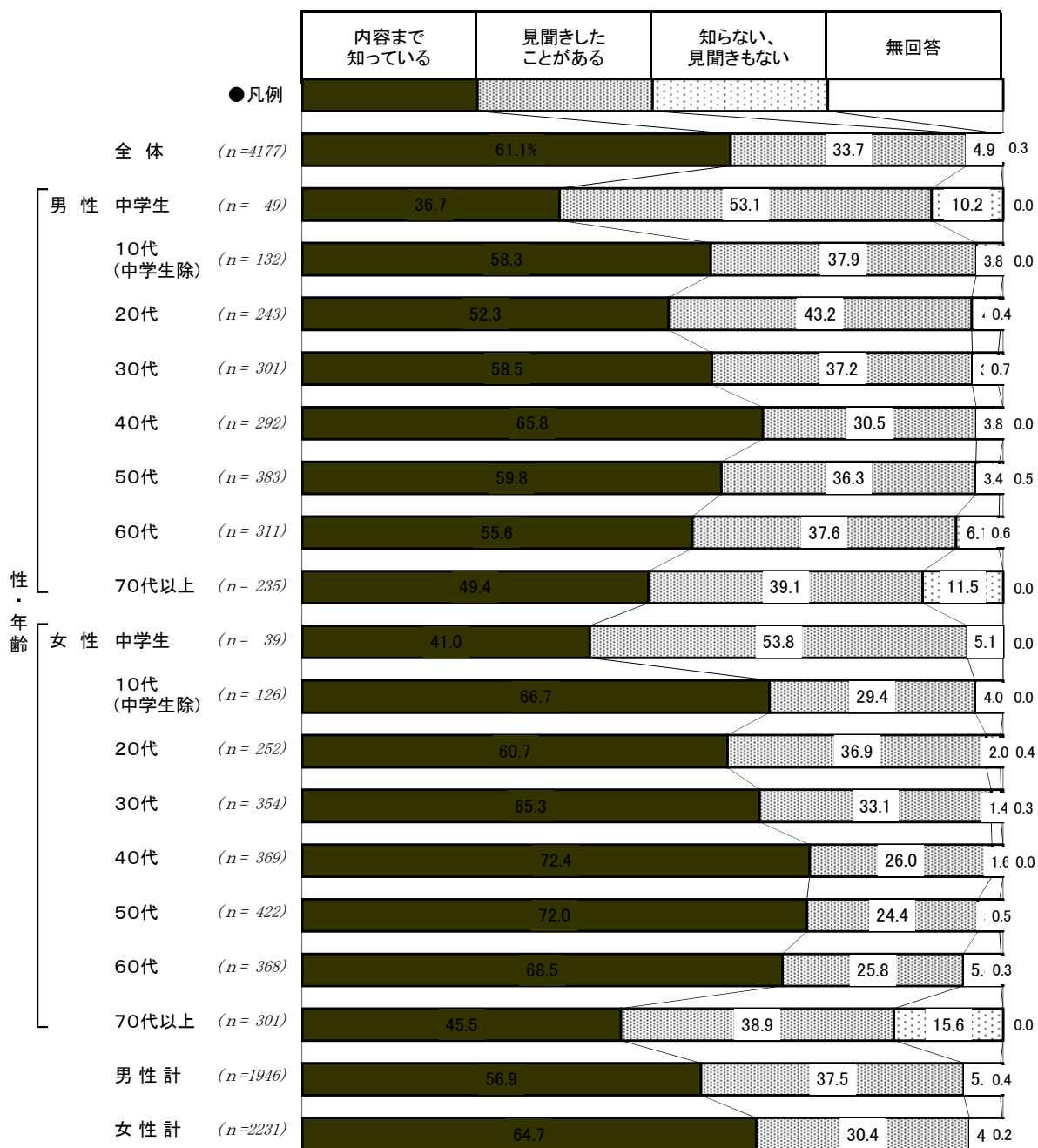


性・年齢別		n	生活習慣病	体脂肪	BMI指数	スローフード運動	食育	食品のトレーサビリティ	QOL	3-A-Day	ESL製法の牛乳	LL牛乳	加工乳	乳飲料	成分調整牛乳	スキムミルクパウダー	賞味期限	消費期限	牛乳の三次機能	特定保健用食品	栄養機能食品	栄養素密度	GI値	HACCP
全体		4177	61.1	73.4	13.9	18.6	13.9	3.7	9.0	1.7	3.1	7.9	46.0	54.3	40.6	37.3	87.0	75.0	2.9	17.4	15.7	5.2	2.7	4.0
男性	中学生	49	36.7	65.3	4.1	8.2	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	26.5	42.9	22.4	18.4	85.7	59.2	0.0	12.2	8.2	2.0	0.0	0.0
	10代(中学生除)	132	58.3	66.7	10.6	12.1	8.3	2.3	7.6	0.0	3.8	2.3	34.8	49.2	28.8	18.9	88.6	72.7	2.3	15.9	11.4	3.0	3.8	1.5
	20代	243	52.3	77.8	11.5	18.1	9.5	3.7	7.8	0.4	2.5	5.8	39.5	54.7	34.2	25.9	85.6	73.7	1.2	18.5	14.4	4.1	0.8	4.9
	30代	301	58.5	79.7	14.0	24.6	11.3	5.3	11.0	1.3	3.3	4.3	44.2	53.8	38.9	27.9	87.4	76.7	1.3	19.6	15.3	5.3	3.7	5.6
	40代	292	65.8	80.1	17.1	22.9	16.8	7.9	10.6	1.0	3.1	11.3	40.1	45.2	36.6	29.5	89.0	77.1	3.1	17.8	12.3	1.7	1.7	8.9
	50代	383	59.8	71.3	10.7	19.8	13.3	5.7	7.8	0.5	2.1	8.6	38.9	45.2	35.5	30.5	83.0	70.0	1.6	11.0	12.5	3.1	1.0	4.4
	60代	311	55.6	63.7	8.7	11.9	9.3	3.5	4.8	2.3	3.5	8.4	46.6	50.5	35.0	32.2	81.7	66.2	4.8	12.5	11.9	5.8	1.9	3.5
	70代以上	235	49.4	53.2	6.4	6.0	7.2	4.3	5.5	1.7	0.9	4.7	35.7	39.6	30.6	25.5	78.3	60.9	1.7	8.9	12.3	5.1	0.4	0.4
女性	中学生	39	41.0	64.1	2.6	12.8	7.7	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	28.2	48.7	20.5	30.8	92.3	82.1	0.0	20.5	12.8	7.7	0.0	0.0
	10代(中学生除)	126	66.7	71.4	15.1	16.7	8.7	0.0	5.6	0.8	1.6	2.4	44.4	55.6	35.7	29.4	92.1	81.0	2.4	19.0	11.9	4.0	4.0	2.4
	20代	252	60.7	83.3	29.4	26.6	15.9	3.2	14.3	1.2	2.0	6.3	42.9	61.5	40.1	36.9	90.9	83.7	4.4	23.8	19.4	5.2	6.0	5.6
	30代	354	65.3	85.9	22.3	26.6	23.4	4.0	15.3	1.7	5.4	9.6	52.8	63.3	50.8	45.5	91.8	84.5	2.0	23.5	24.6	4.2	4.8	5.1
	40代	369	72.4	81.6	18.7	29.8	22.0	3.8	14.1	1.1	3.3	12.5	61.0	69.9	56.4	54.7	91.6	85.4	2.2	23.0	19.5	3.8	4.3	4.9
	50代	422	72.0	79.9	14.0	20.1	17.5	4.0	11.8	2.6	4.3	13.7	56.2	65.2	53.3	51.9	91.0	82.0	4.7	18.7	18.7	7.1	3.8	3.3
	60代	368	68.5	73.6	13.0	12.5	15.2	1.4	4.1	4.6	4.9	9.0	56.8	59.0	45.7	52.2	86.7	72.6	6.8	16.6	17.9	10.6	1.9	2.7
	70代以上	301	45.5	49.8	4.3	5.6	6.0	0.7	4.0	3.3	1.0	2.3	35.5	38.5	28.9	32.6	80.1	60.8	1.0	7.3	10.6	6.6	0.3	1.0
男性計		1946	56.9	70.9	11.3	17.1	11.1	4.8	7.8	1.1	2.6	6.8	40.2	48.1	34.6	28.0	84.6	70.8	2.3	14.6	12.8	4.0	1.7	4.4
女性計		2231	64.7	75.7	16.2	19.9	16.4	2.7	10.2	2.3	3.5	8.9	51.1	59.8	45.8	45.5	89.1	78.7	3.5	19.7	18.2	6.2	3.5	3.6

■ 全体より5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

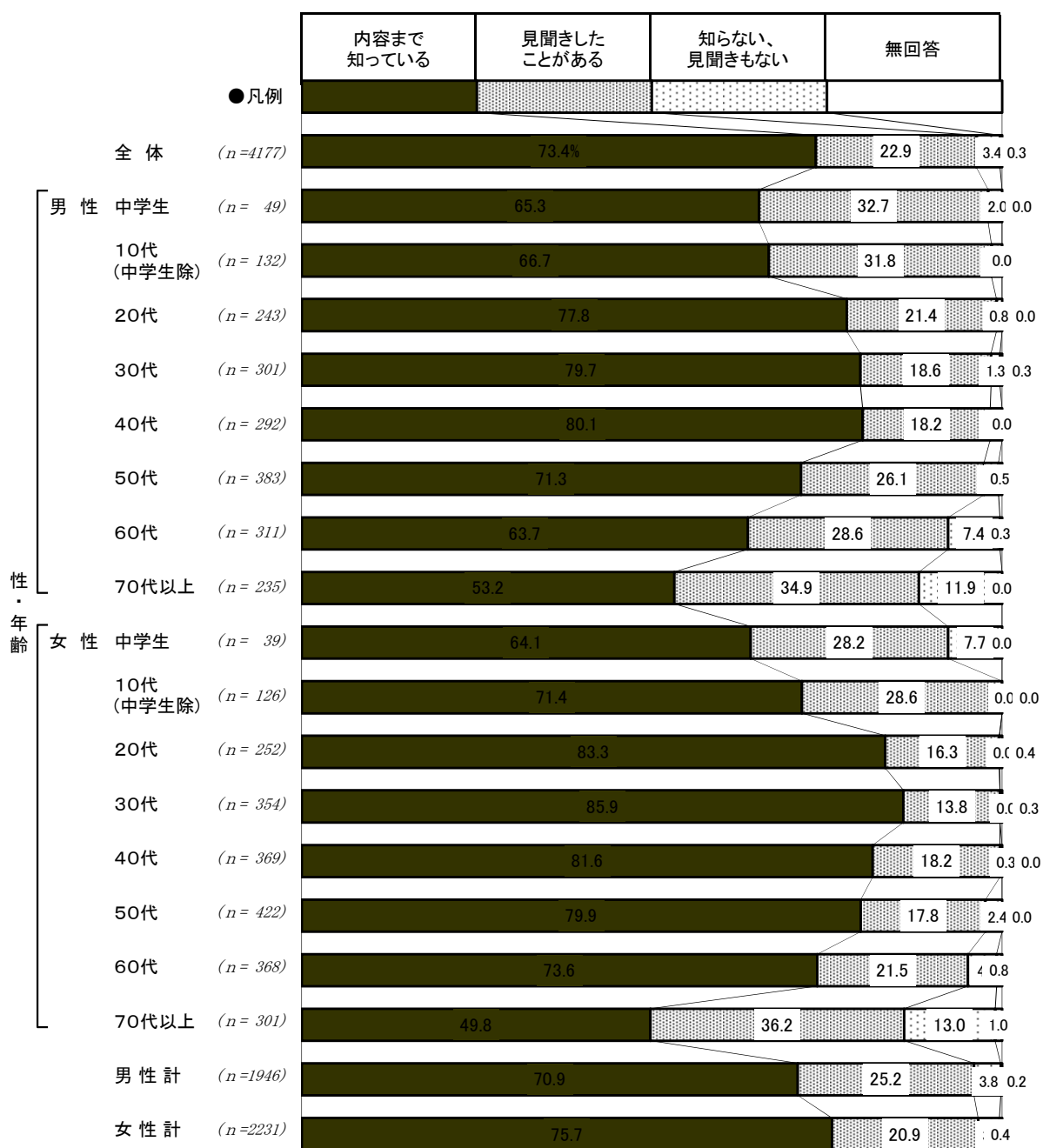
性・年齢別にみると、「生活習慣病」では男女とも30代～60代で「内容まで知っている」が他の年代と比較して高い傾向がある。

図表VI-2-2 性・年齢別 問25 認知している用語：生活習慣病



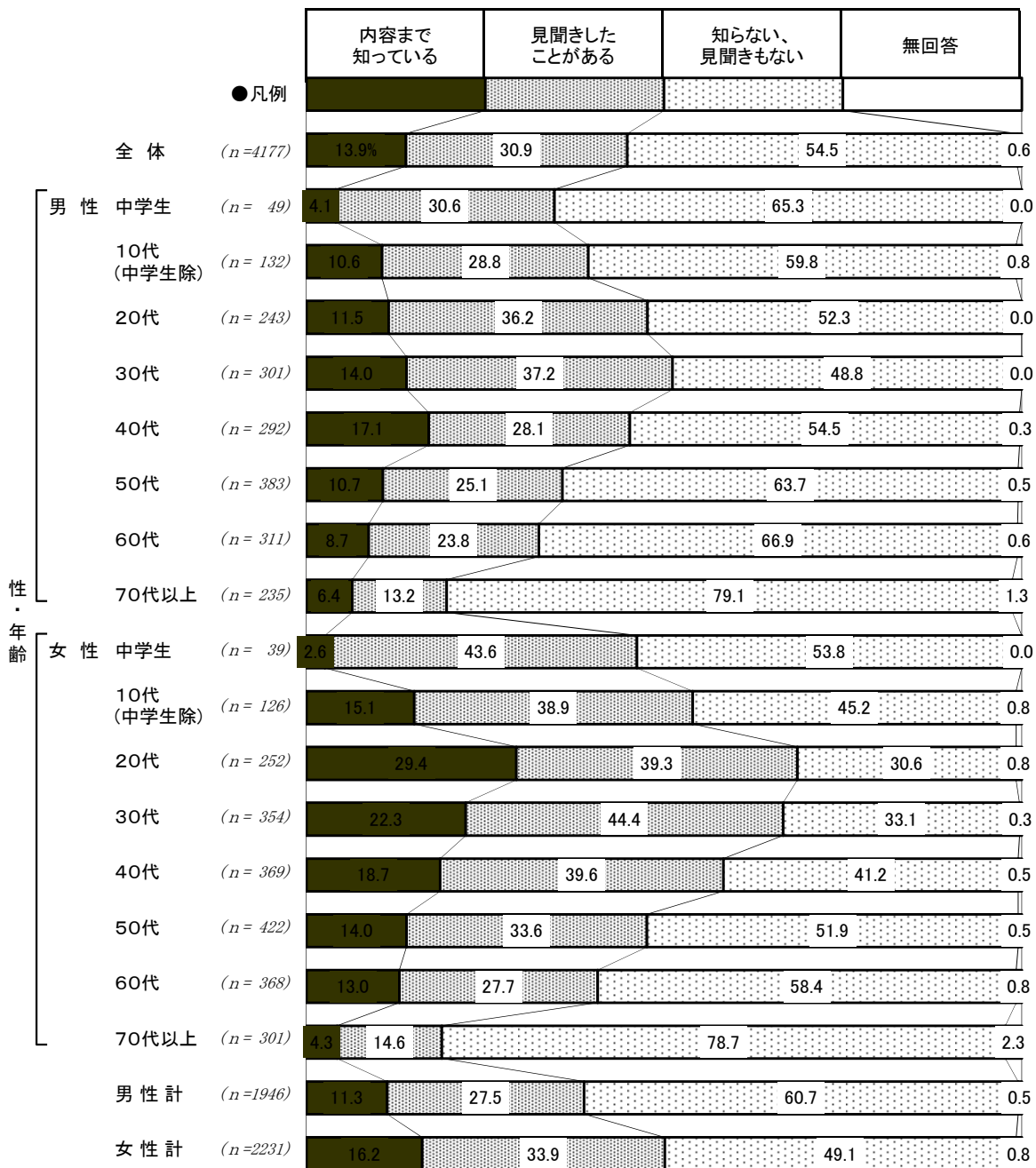
性・年齢別にみると、「体脂肪」では男女とも20代～50代で「内容まで知っている」が他の年代と比較して高い。

図表VI-2-3 性・年齢別 問25 認知している用語：体脂肪



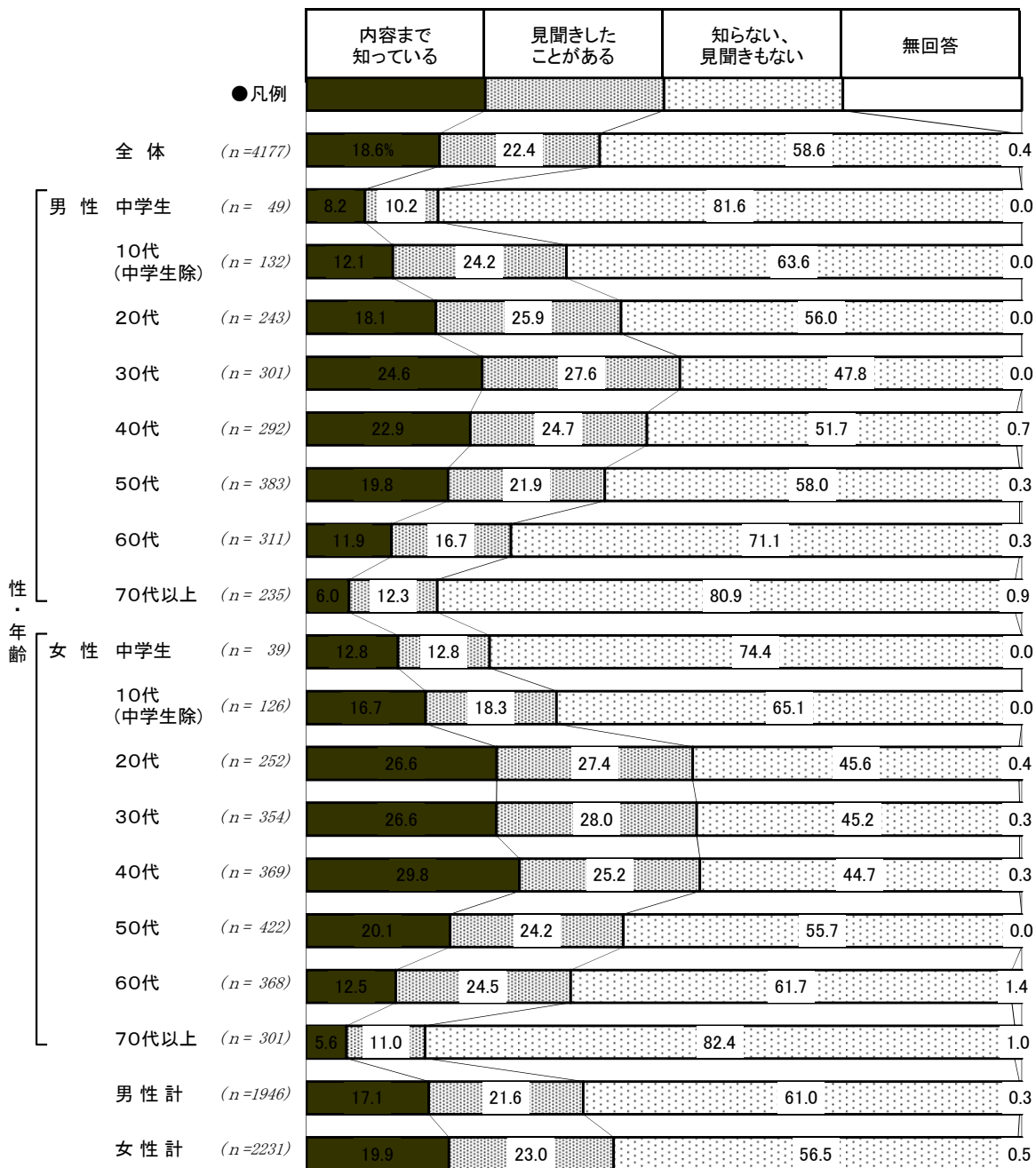
性・年齢別にみると、「BMI指数」は男性では40代で「内容まで知っている」（17%）が高いのに対し、女性では20代で「内容まで知っている」29%と最も高く、30代22%、40代19%と続いており、性・年齢によって差がある。女性20代～40代では「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」も4割程度かそれ以上で、痩身に関心が高いと考えられる層での認知が進んでいると言えるのではないかと。

図表VI-2-4 性・年齢別 問25 認知している用語：BMI指数



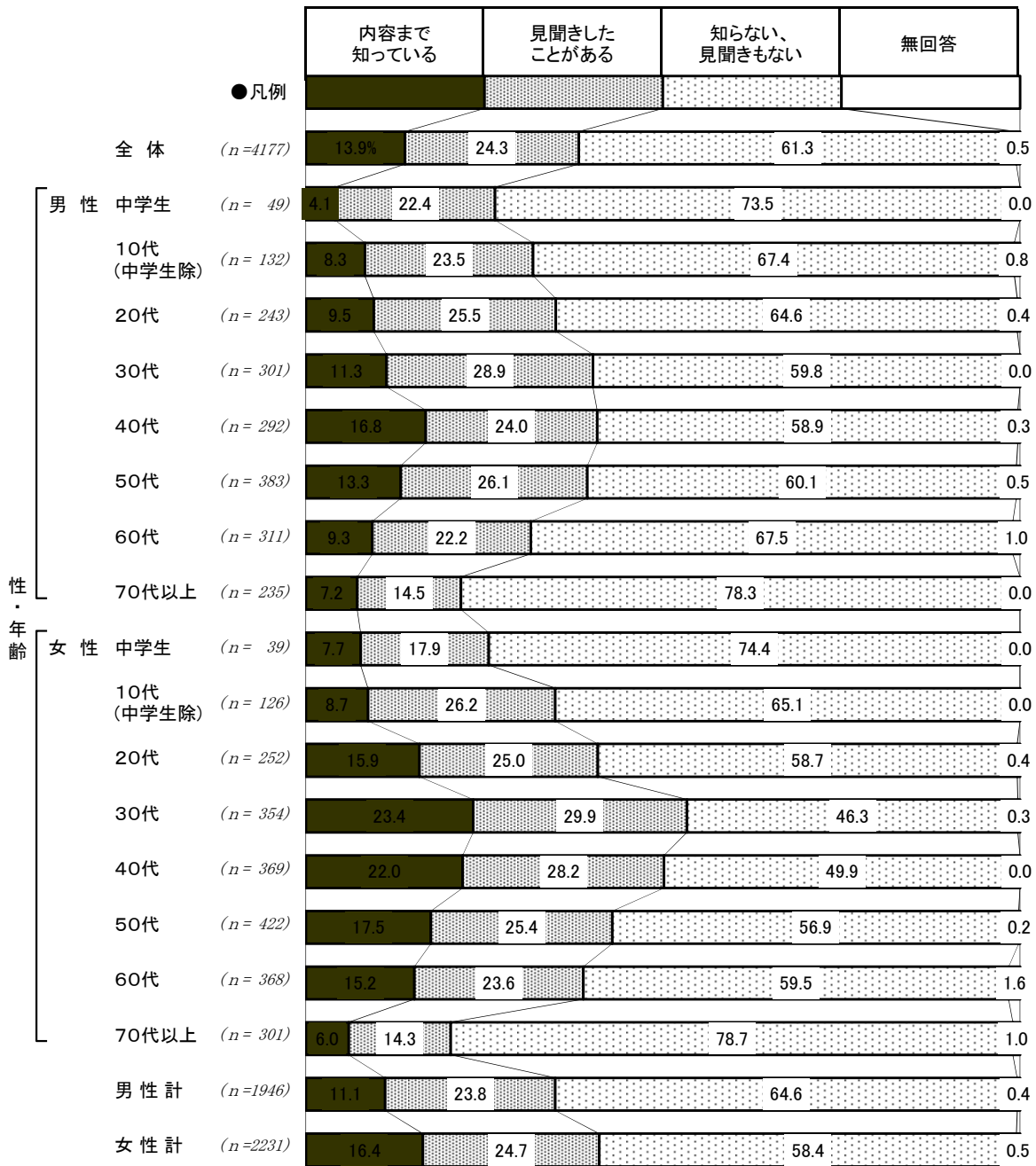
性・年齢別にみると、「スローフード運動」は男性では30代をトップに、「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」割合が山を描いている。一方女性では40代では「内容まで知っている」が30%とやや高いものの、「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」割合は20代～40代では大きな差はない。

図表VI-2-5 性・年齢別 問25 認知している用語：スローフード運動



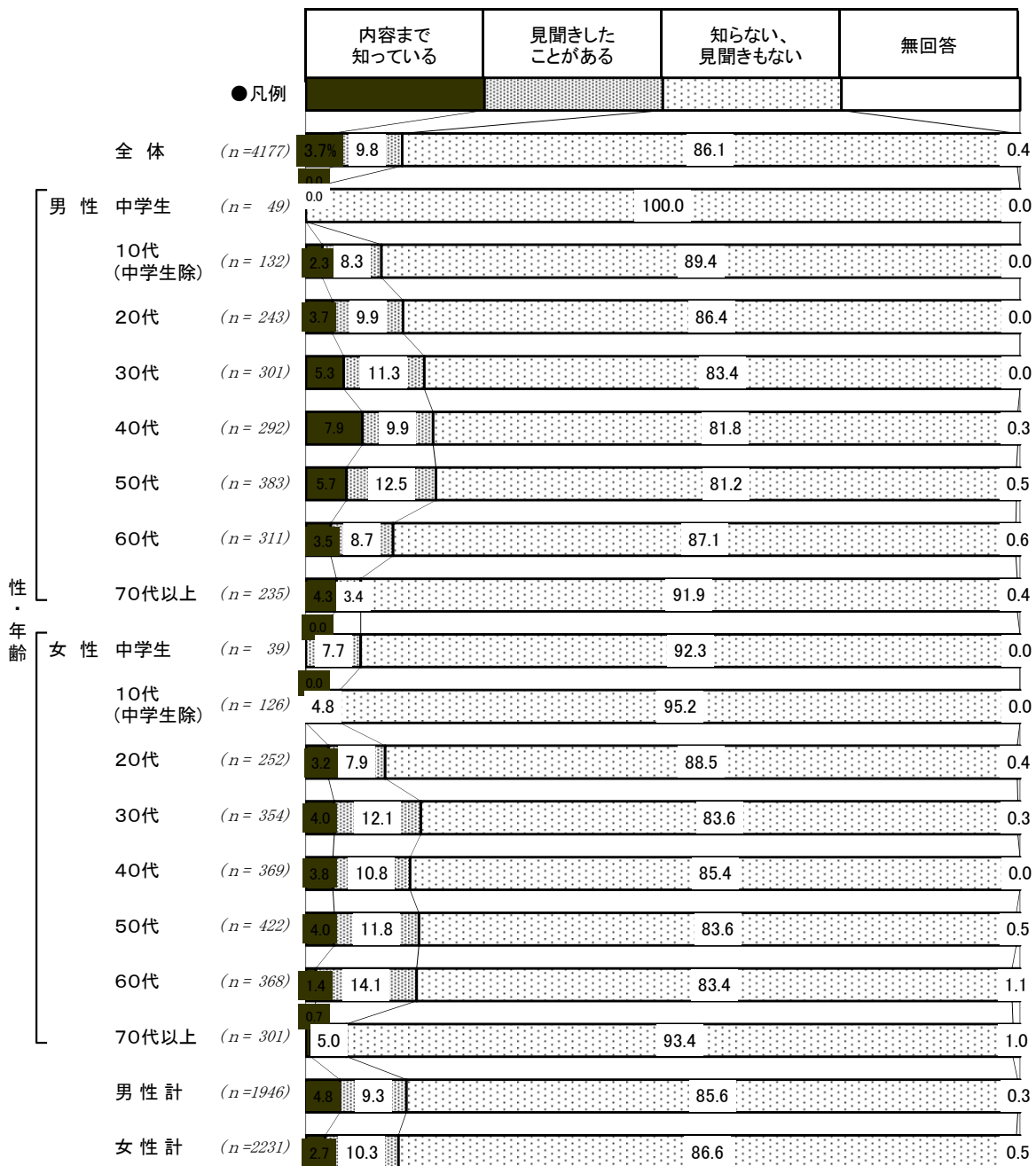
性・年齢別にみると、「食育」は男性では30代、40代では「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」割合がやや高いものの、他の年代と比較して大きな差とは言えない。一方女性では、幼児から学齢期の子どもを持つ人の割合が高い世代と考えられる30代、40代では「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」が高い。

図表VI-2-6 性・年齢別 問25 認知している用語：食育



性・年齢別にみると、「食品のトレーサビリティ」は男性40代で「内容まで知っている」8%となっている。性別での違いは顕著ではない。勤労者の多い年代である男性30代～50代で「内容まで知っている」割合が他の年代より高い傾向があり、ニュースでしばしばとりあげられた話題、用語であった影響がうかがわれる。

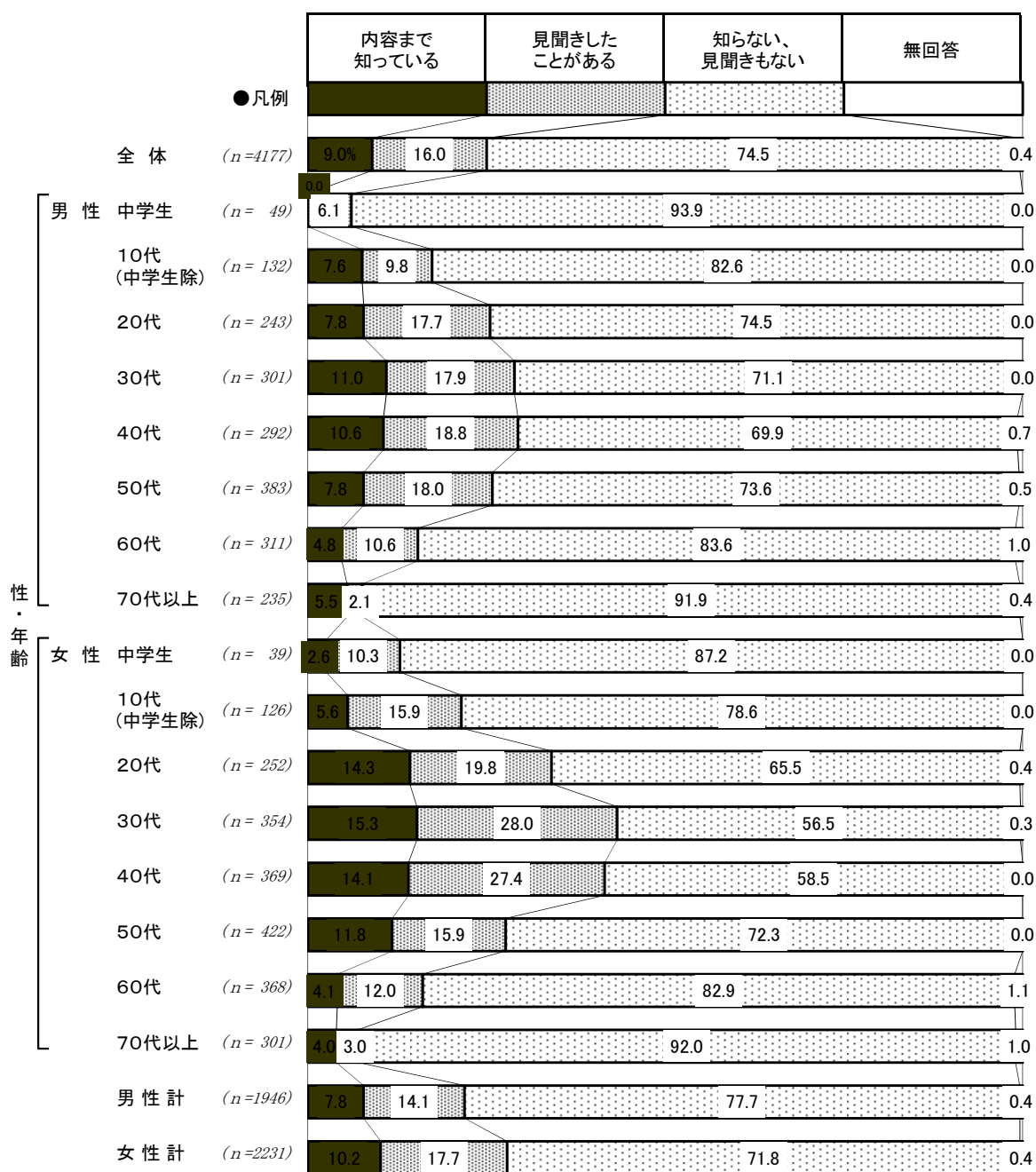
図表VI-2-7 性・年齢別 問25 認知している用語：食品のトレーサビリティ





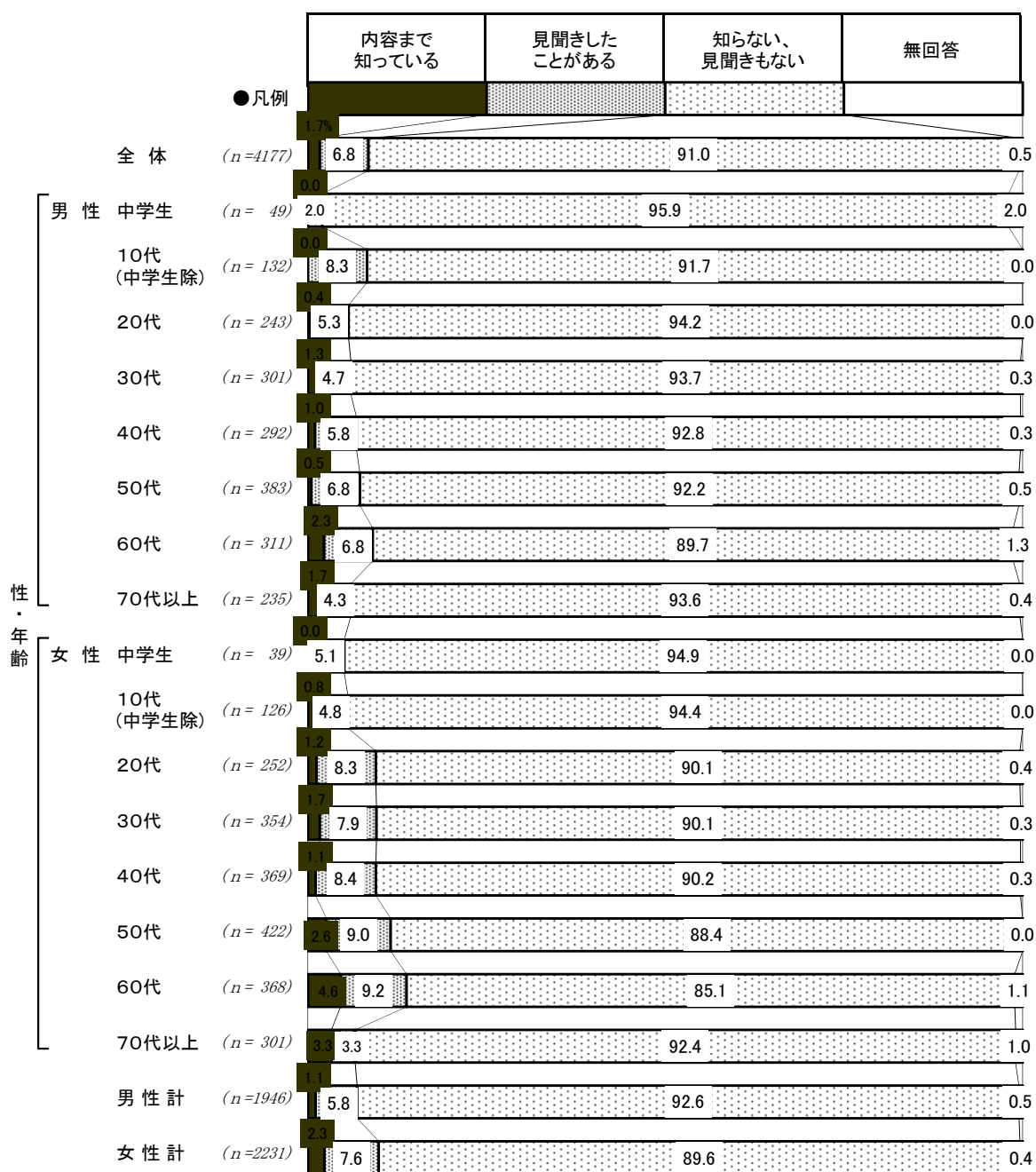
性・年齢別にみると、「QOL (Quality of Life)」は女性30代、40代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」の割合が4割以上と他の年代と比較して高い。

図表VI-2-8 性・年齢別 問25 認知している用語：QOL (Quality of Life)



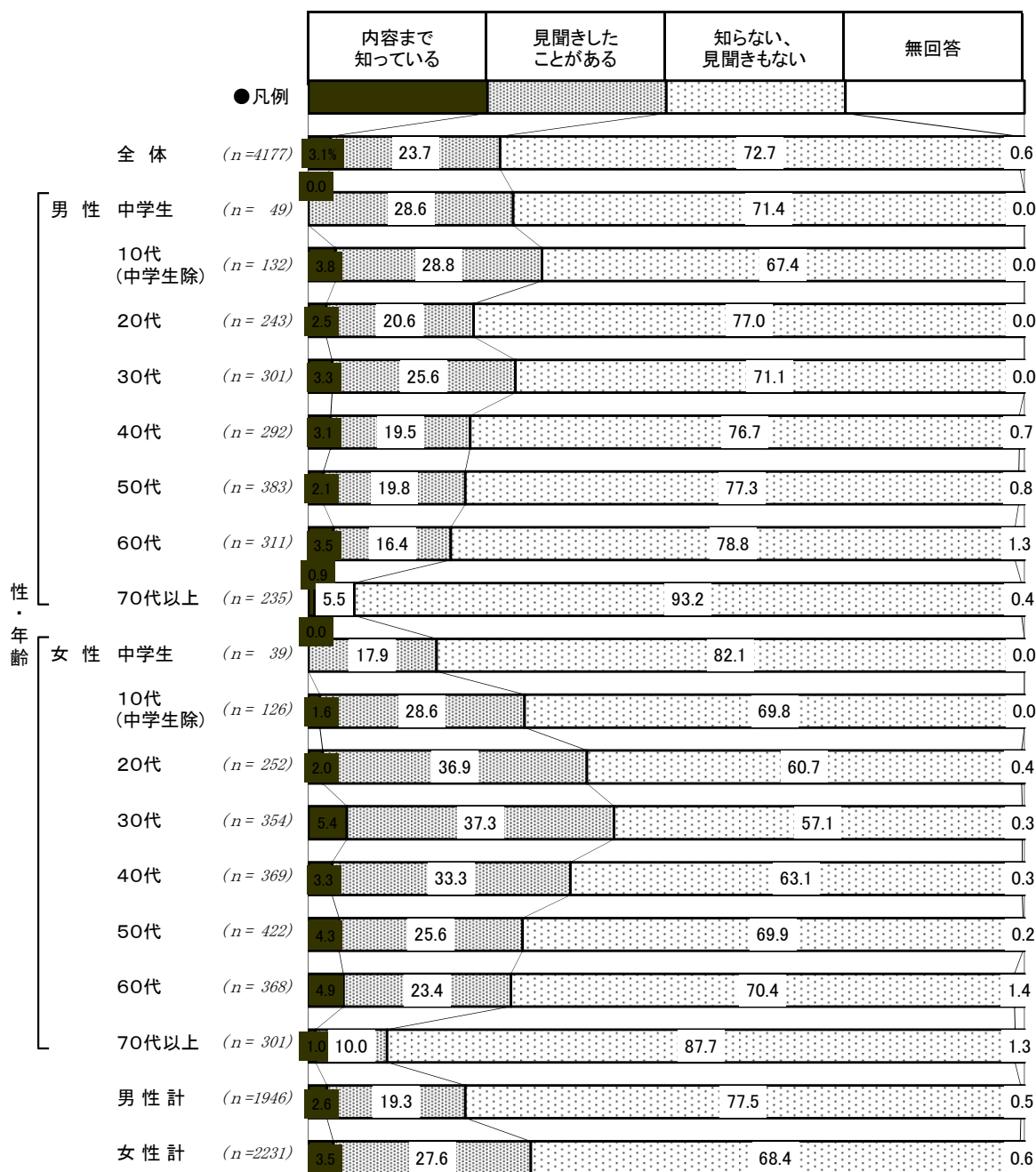
性・年齢別にみると、「3-A-Day (スリー・ア・デイ)」はどの年代でも大きな差は見られない。

図表VI-2-9 性・年齢別 問25 認知している用語：3-A-Day(スリー・ア・デイ)



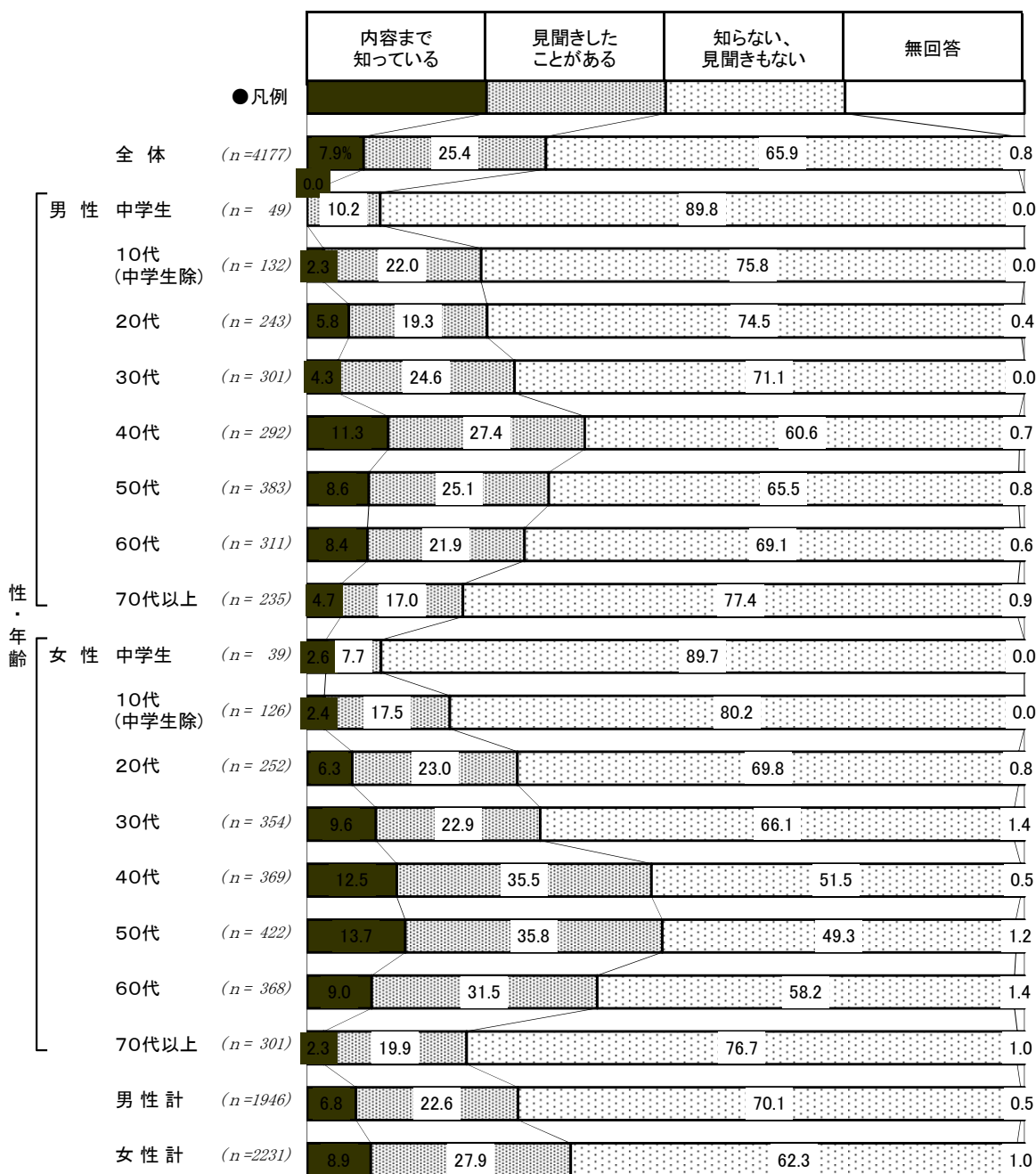
性・年齢別にみると、「ESL製法の牛乳」は男性では中学生、10代など若い世代で「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」がやや高い傾向が見られる。女性では30代が「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」で、最も割合が高い。

図表VI-2-10 性・年齢別 問25 認知している用語：ESL製法の牛乳



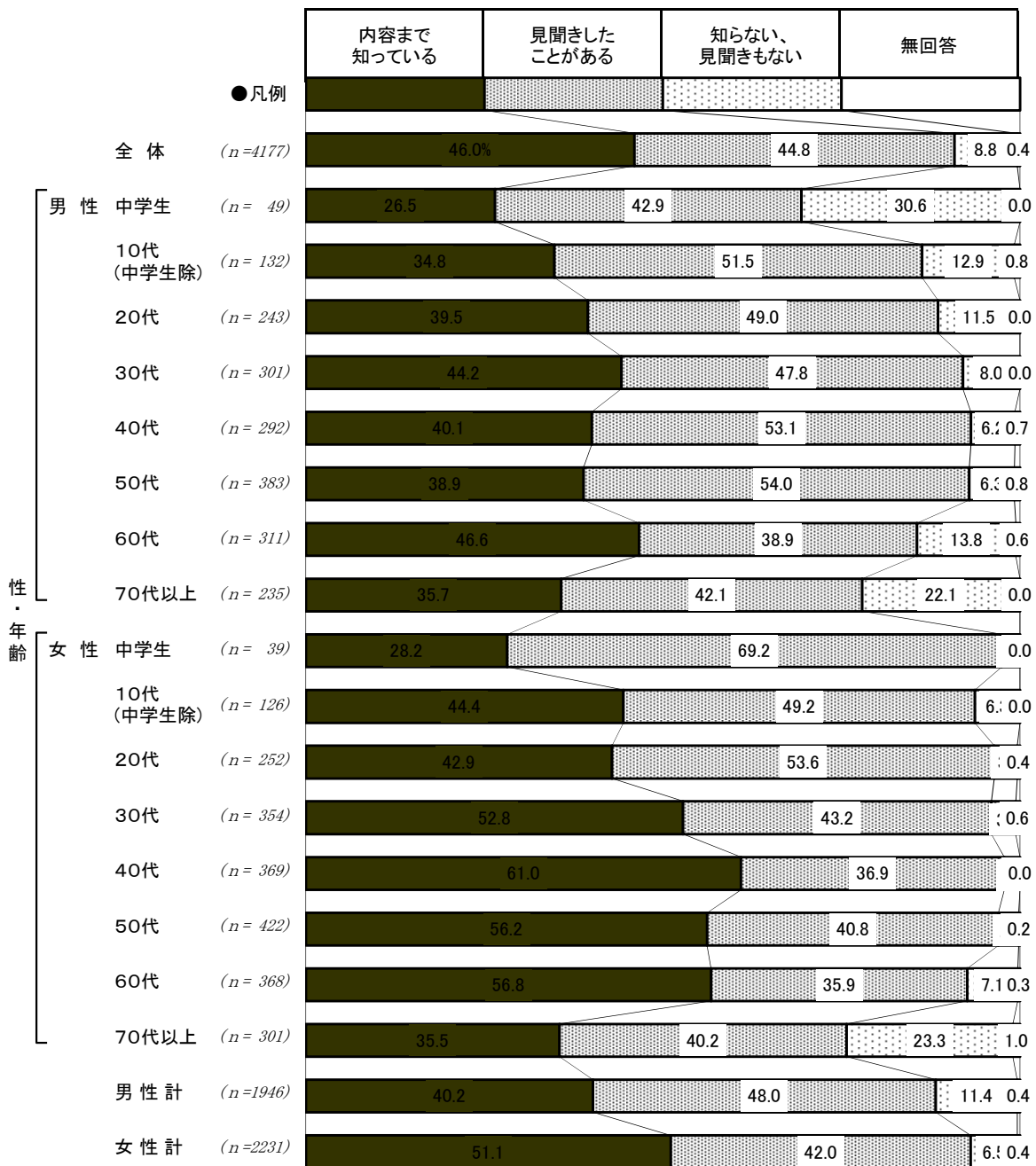
性・年齢別にみると、「LL牛乳」は男女とも70代を除き、30代までの若い世代よりも、40代以上の世代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」の割合が高い傾向がある。

図表VI-2-11 性・年齢別 問25 認知している用語：LL牛乳



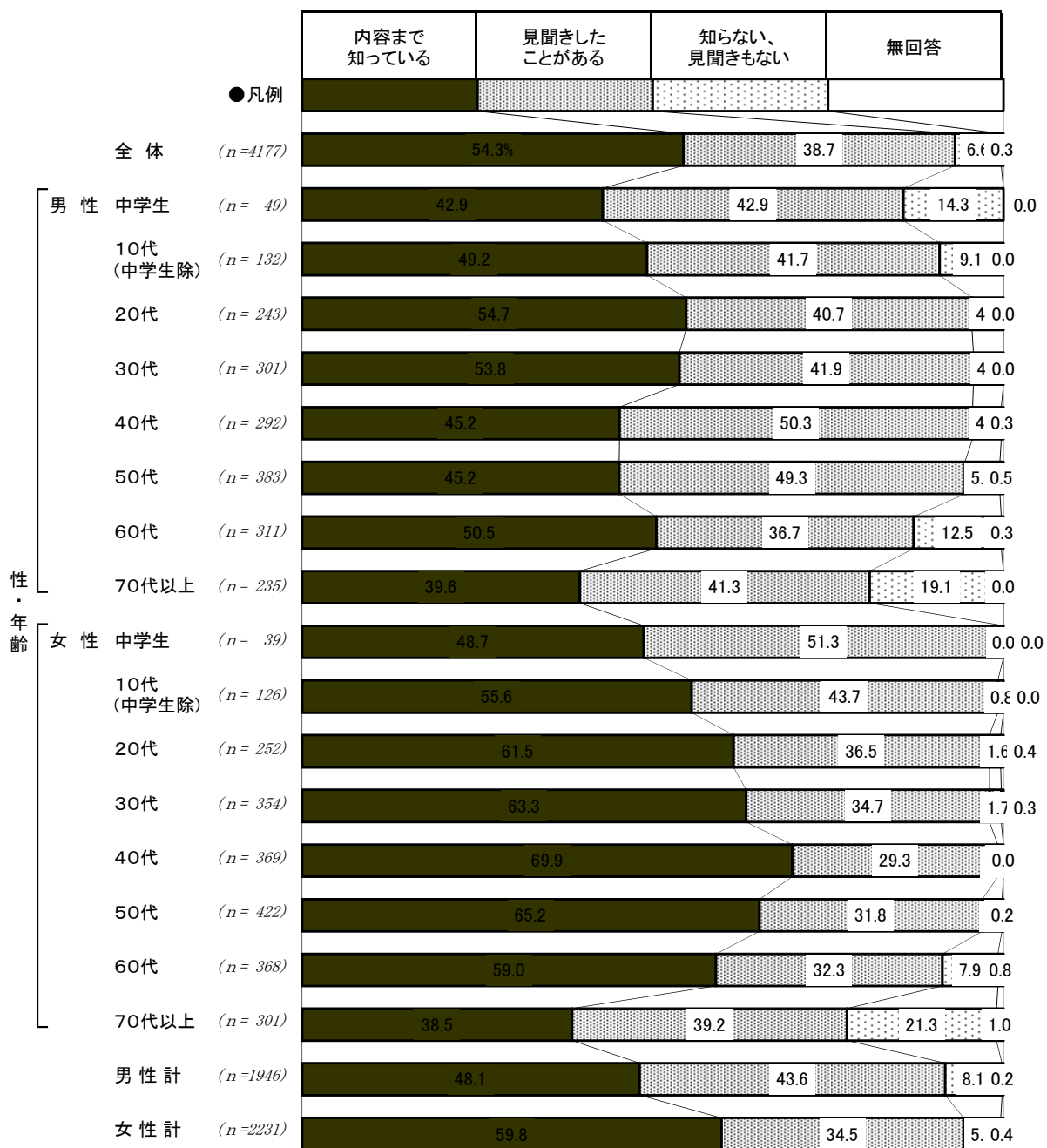
性・年齢別にみると、「加工乳」は男女とも70代では「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」の割合が、他の年代と比較して低い。また女性では20代以下では「内容まで知っている」割合は5割未満であるが、30代～60代では半数以上が内容まで知っており、違いが見られる。

図表VI-2-12 性・年齢別 問25 認知している用語：加工乳



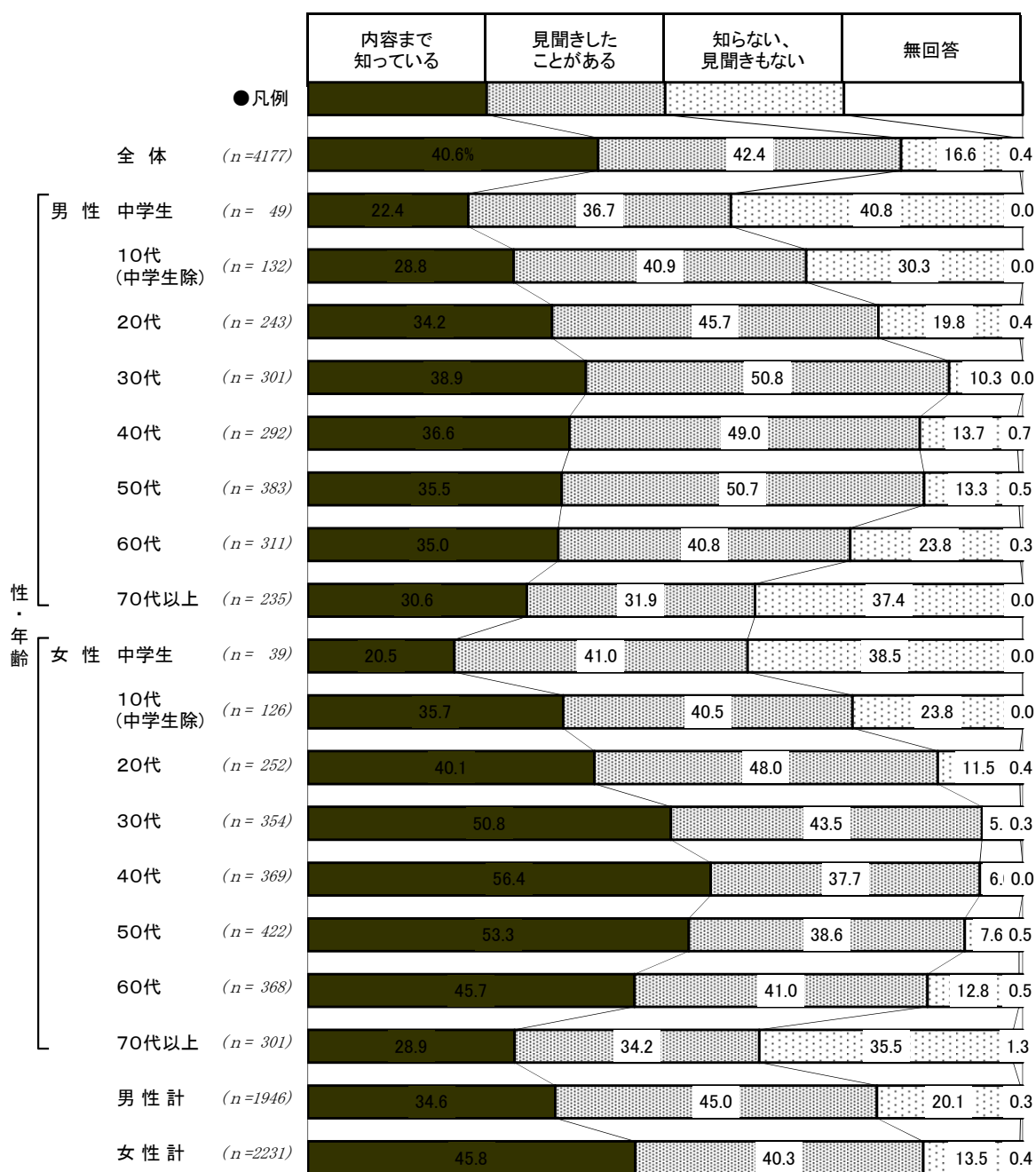
性・年齢別にみると、「乳飲料」は女性では40代をピークに「内容まで知っている」割合が山を描いている。

図表VI-2-13 性・年齢別 問25 認知している用語：乳飲料



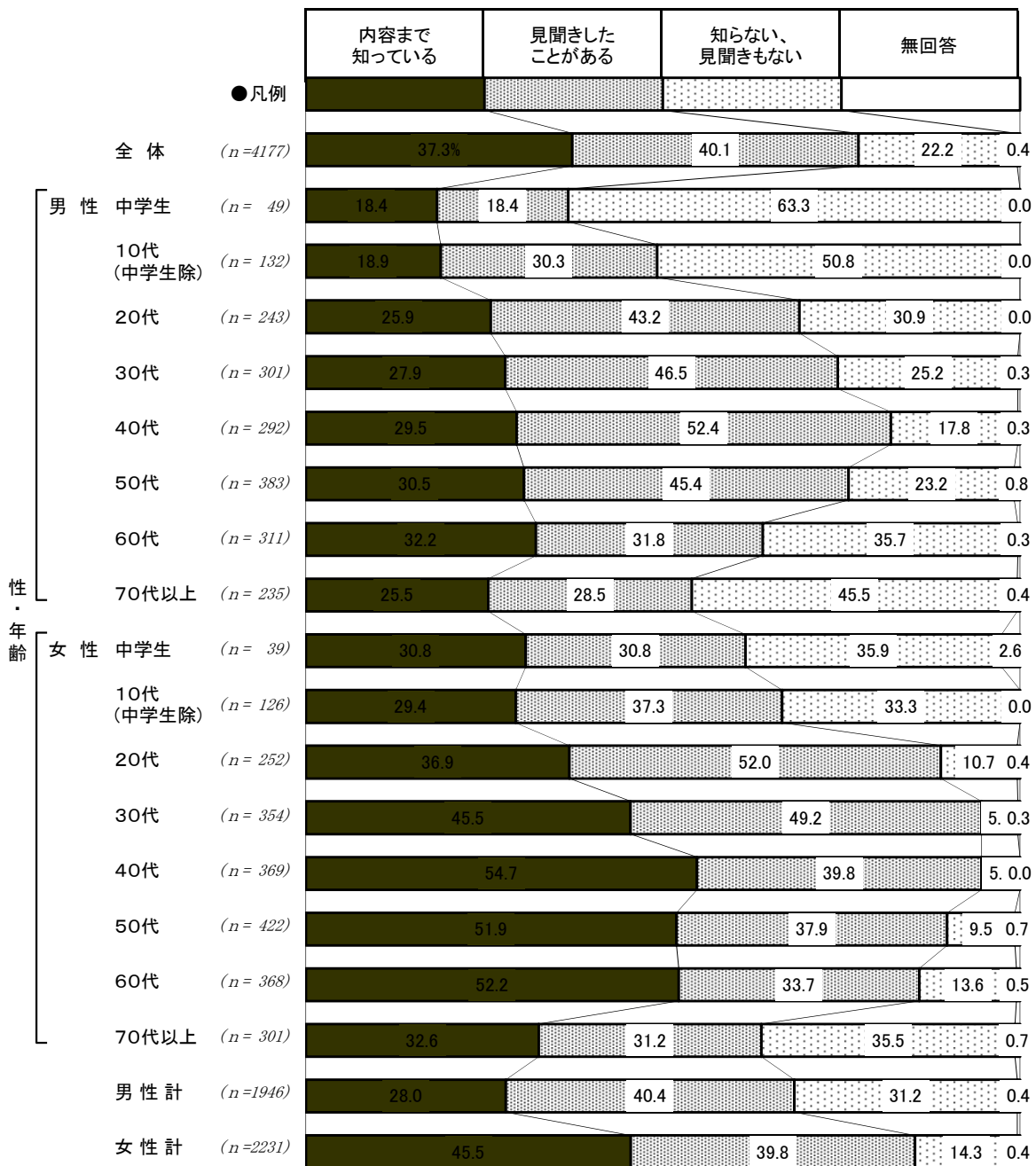
性・年齢別にみると、「成分調整牛乳」は男女とも「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が、30代をピークに山を描いているが、男性では女性よりも違いは顕著である。男性に比べ、女性では「内容まで知っている」割合は年代によって差が大きい。

図表VI-2-14 性・年齢別 問25 認知している用語：成分調整牛乳



性・年齢別にみると、「スキムミルクパウダー」は「内容まで知っている」が、男性では28%、女性では46%と、ことば・用語の中で最も違いが顕著であった。女性40代～60代では「内容まで知っている」が5割以上となっている。

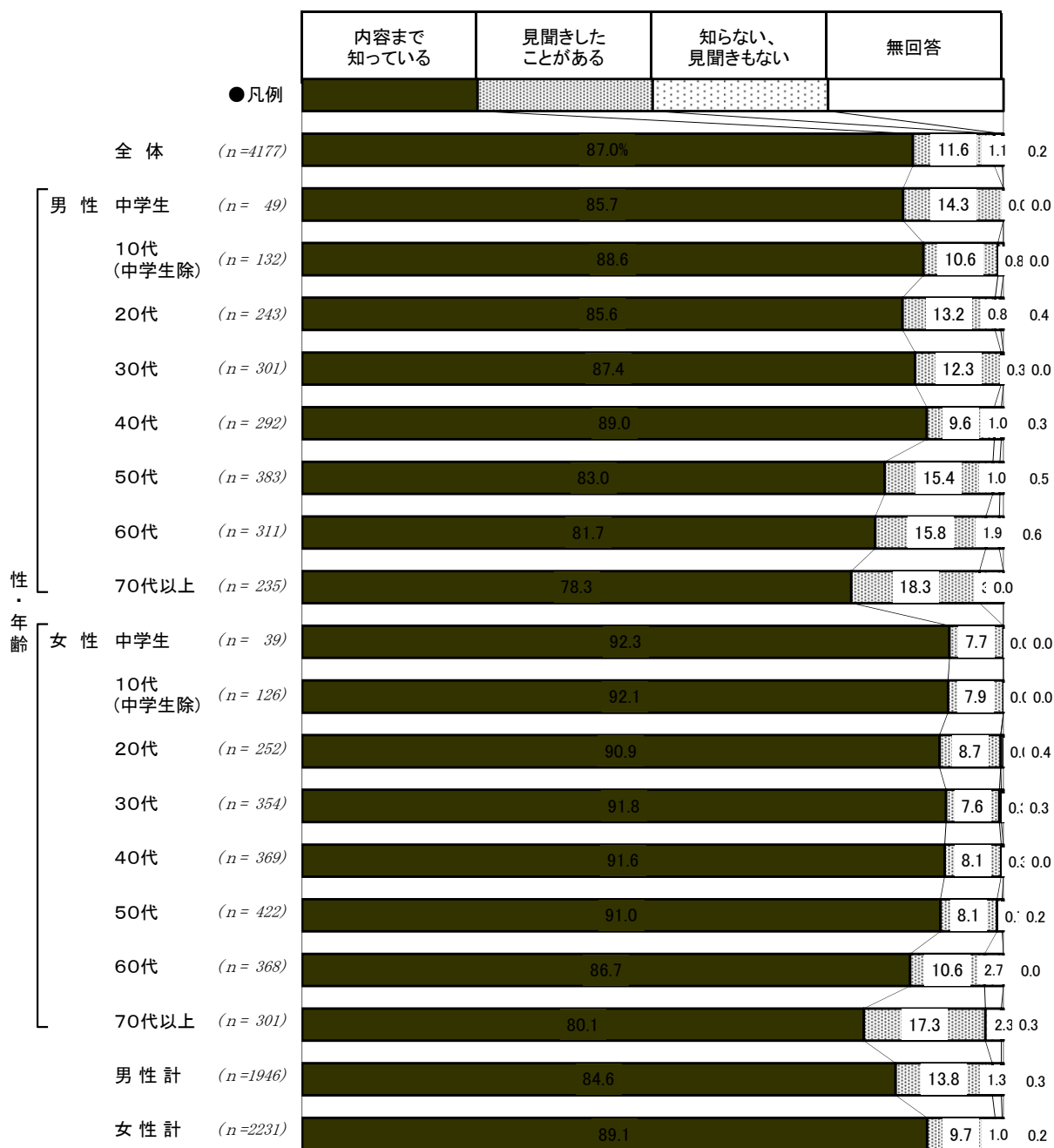
図表VI-2-15 性・年齢別 問25 認知している用語：スキムミルクパウダー





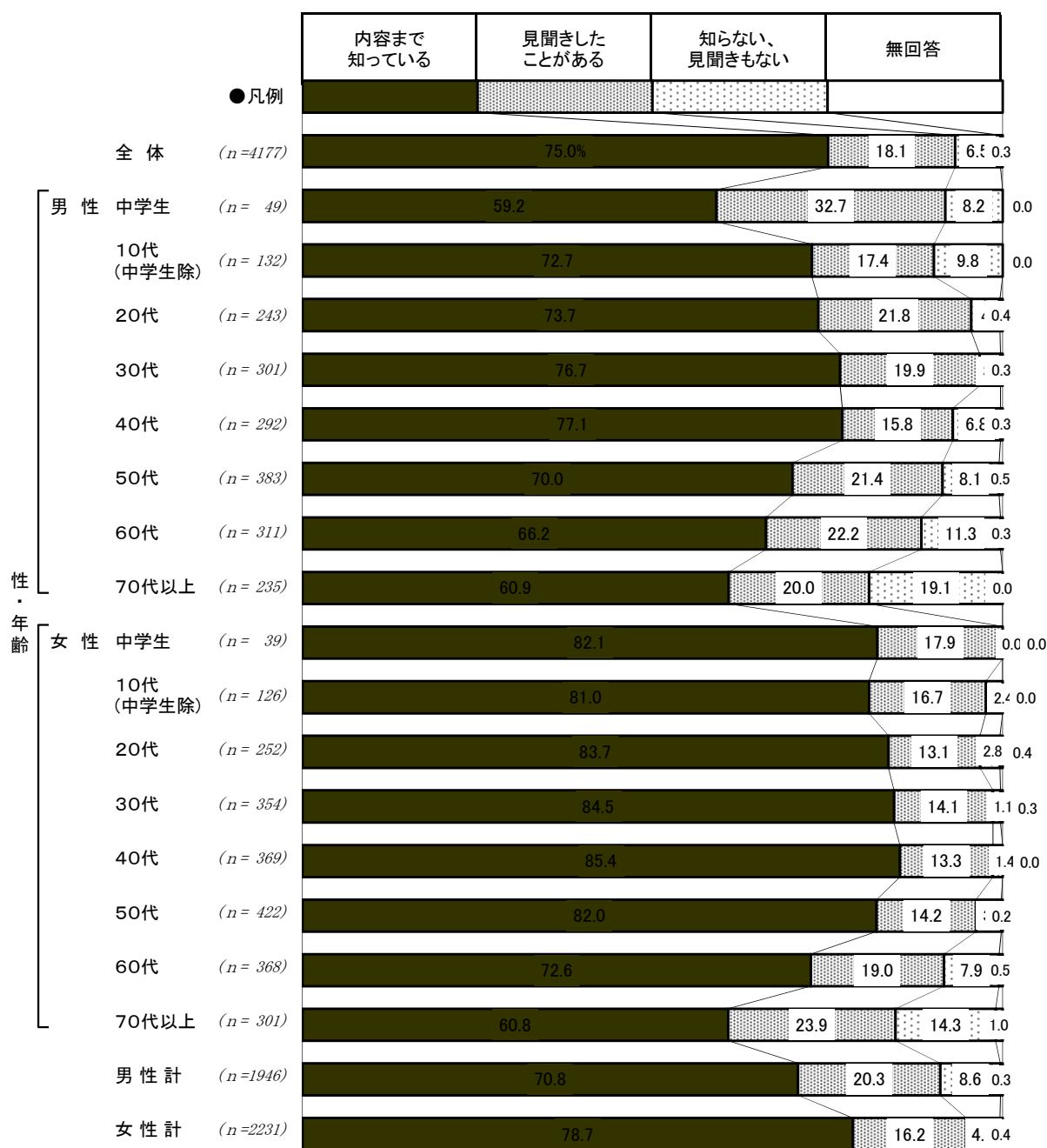
性・年齢別にみると、「賞味期限」は男女とも70代以上では「内容まで知っている」が他の年代と比較してやや低いものの、性・年齢による大きな差は見られない。

図表VI-2-16 性・年齢別 問25 認知している用語：賞味期限



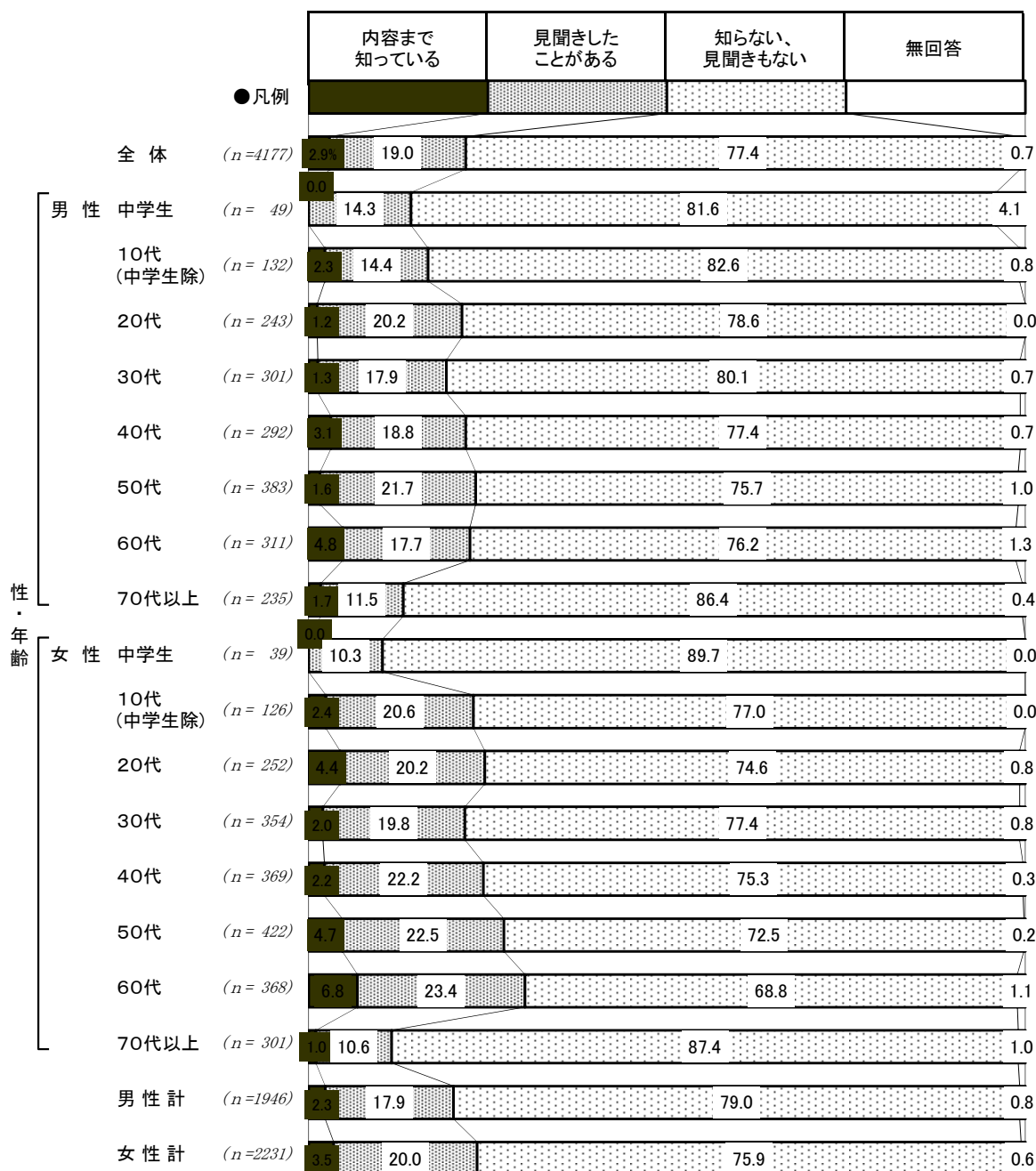
性・年齢別にみると、「消費期限」は男性では50代以上、女性では60代以上では「内容まで知っている」「内容も知らないし聞いたことも見たこともない」を合わせた割合が減少する傾向が見られる。

図表VI-2-17 性・年齢別 問25 認知している用語：消費期限



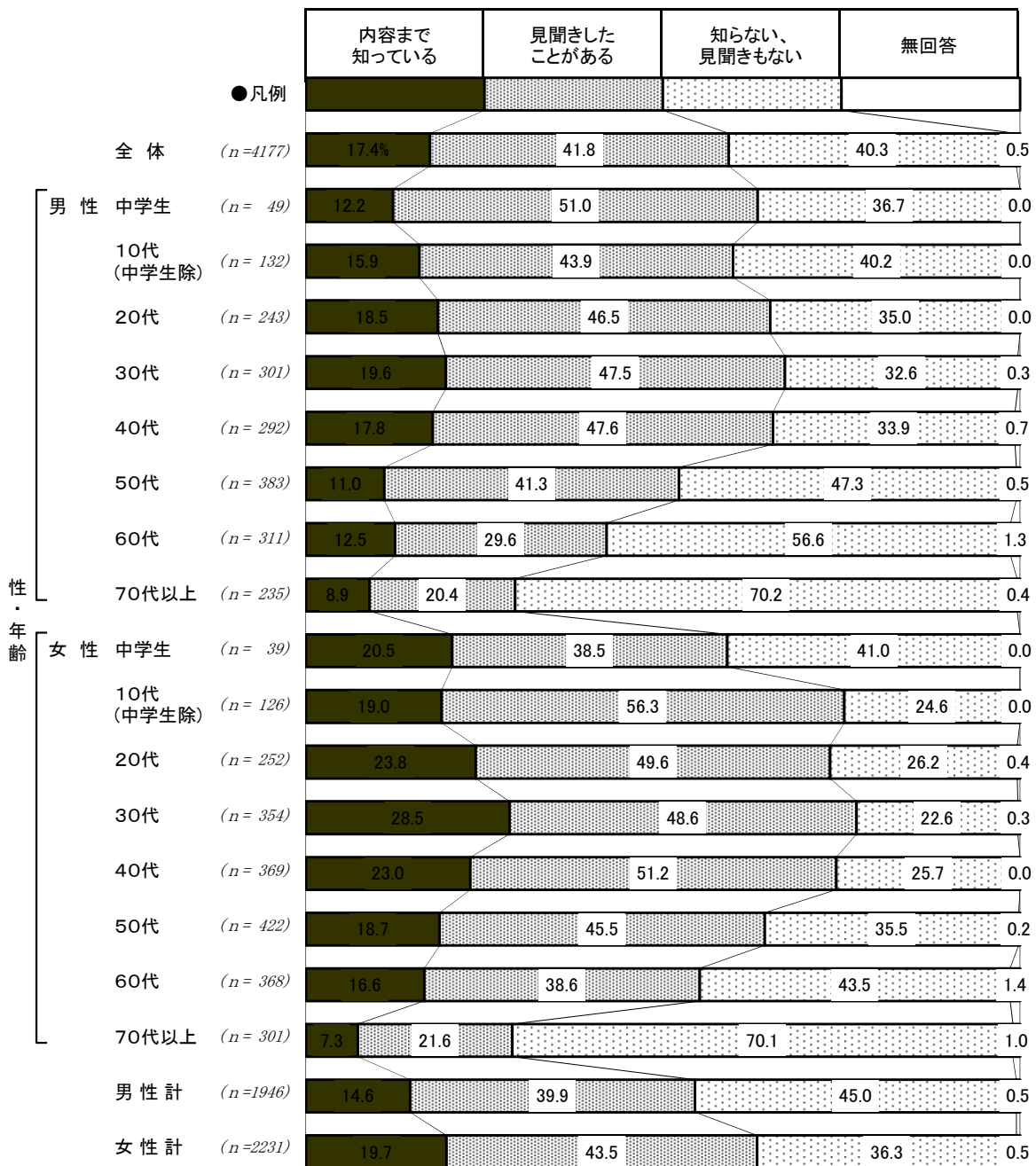
性・年齢別にみると、「牛乳の三次機能」は「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合は男女とも中学生、70代以上は1割、10代～60代では2～3割となっている。性別での大きな差は見られない。

図表VI-2-18 性・年齢別 問25 認知している用語：牛乳の三次機能



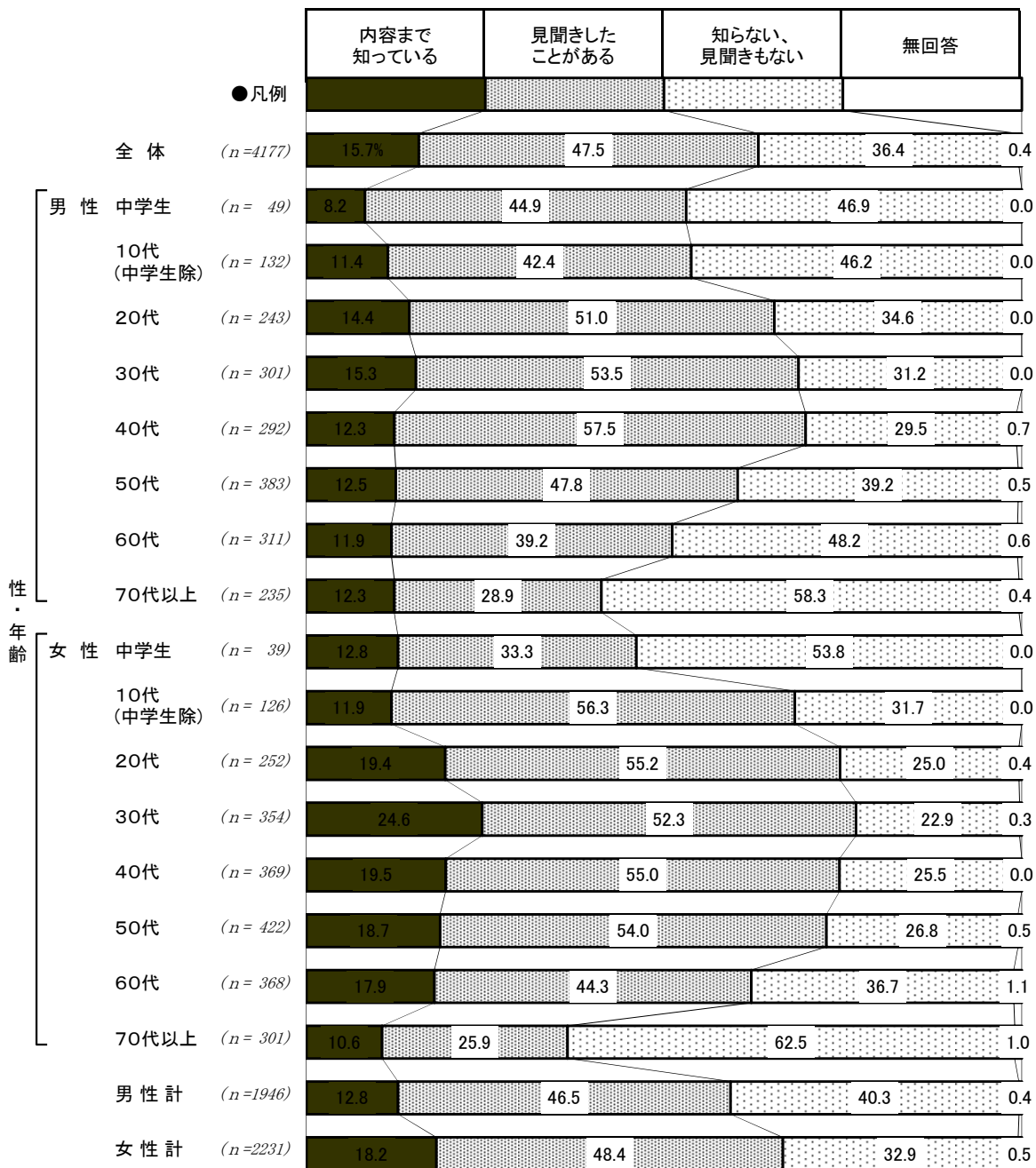
性・年齢別にみると、「特定保健用食品」は男女とも10代～40代では「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合に大きな差はみられないが、50代以上の世代では年代が上がるほど、認知・内容理解の割合が減少する。女性30代では「内容まで知っている」3割と他の年代よりやや高い。

図表VI-2-19 性・年齢別 問25 認知している用語：特定保健用食品



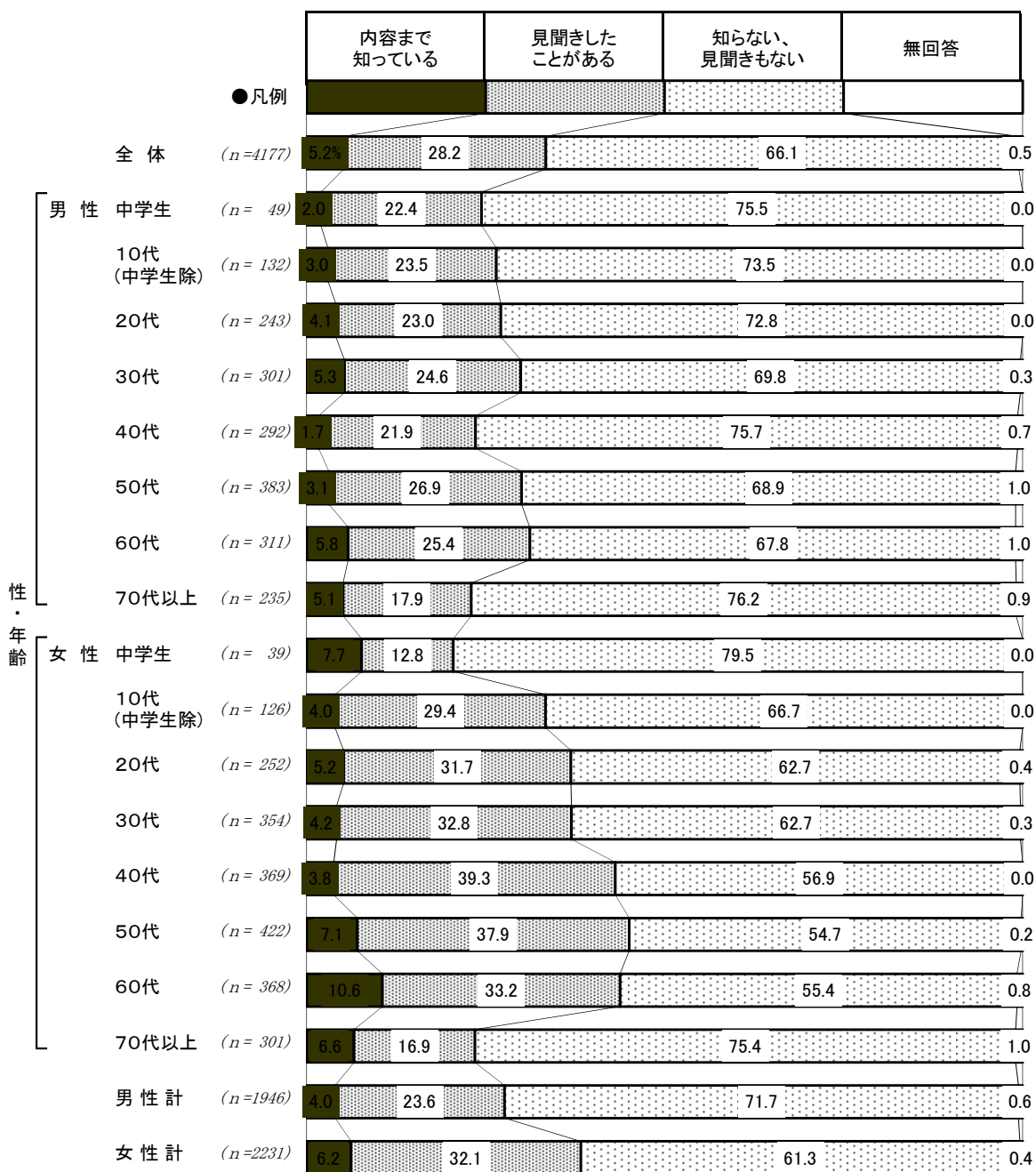
性・年齢別にみると、「栄養機能食品」は男性では20代～40代、女性では10代～50代の「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合に大きな差はみられないが、男性50代以上、女性60代以上では、年代が上がるほど、認知・内容理解の割合が減少する。女性30代では「内容まで知っている」25%と他の年代よりやや高くなっている。

図表VI-2-20 性・年齢別 問25 認知している用語：栄養機能食品



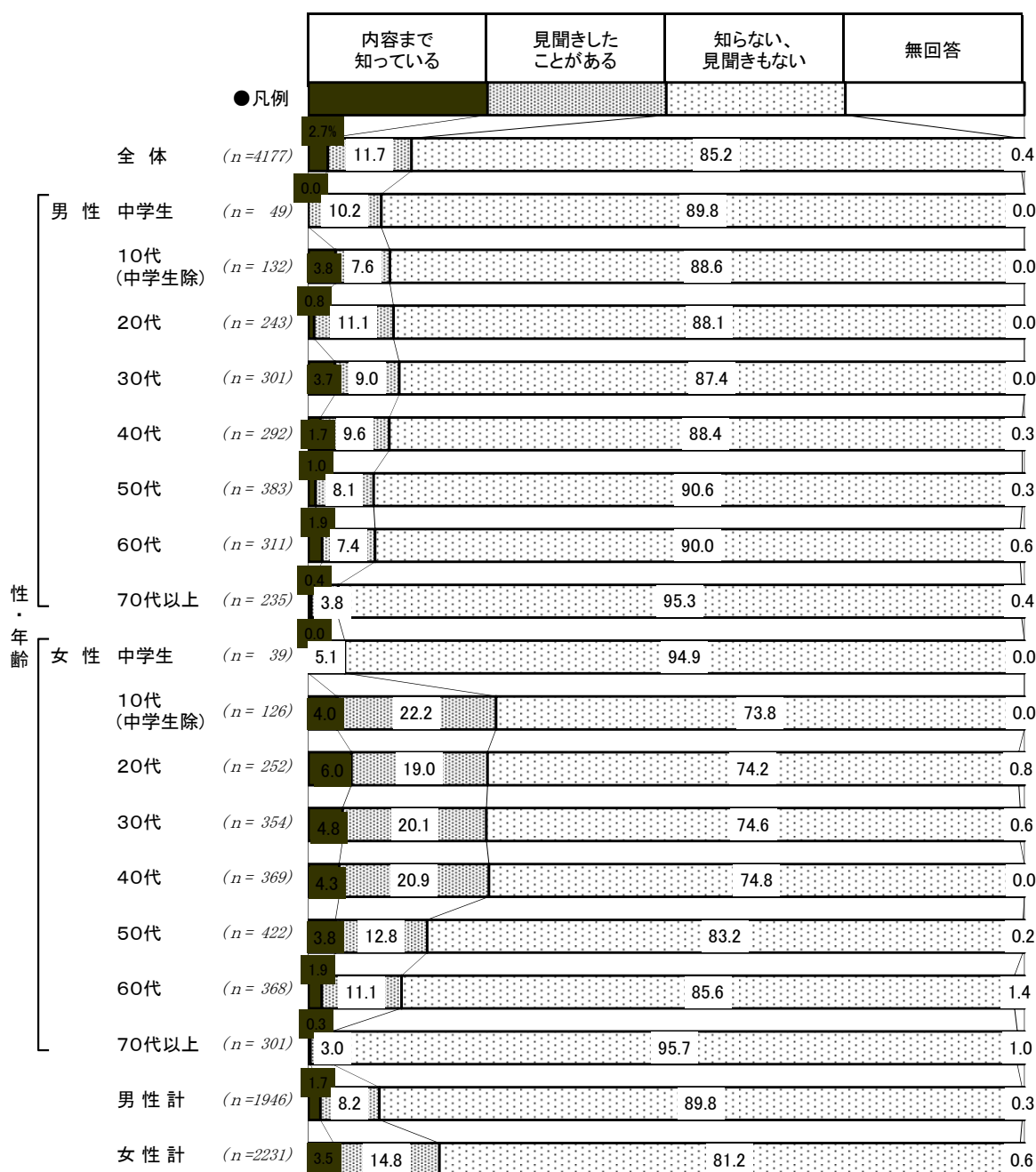
性・年齢別にみると、「栄養素密度」は男性では60代、女性では中学生と50代～70代で「内容まで知っている」が他の年代と比較してやや高い。

図表VI-2-21 性・年齢別 問25 認知している用語：栄養素密度



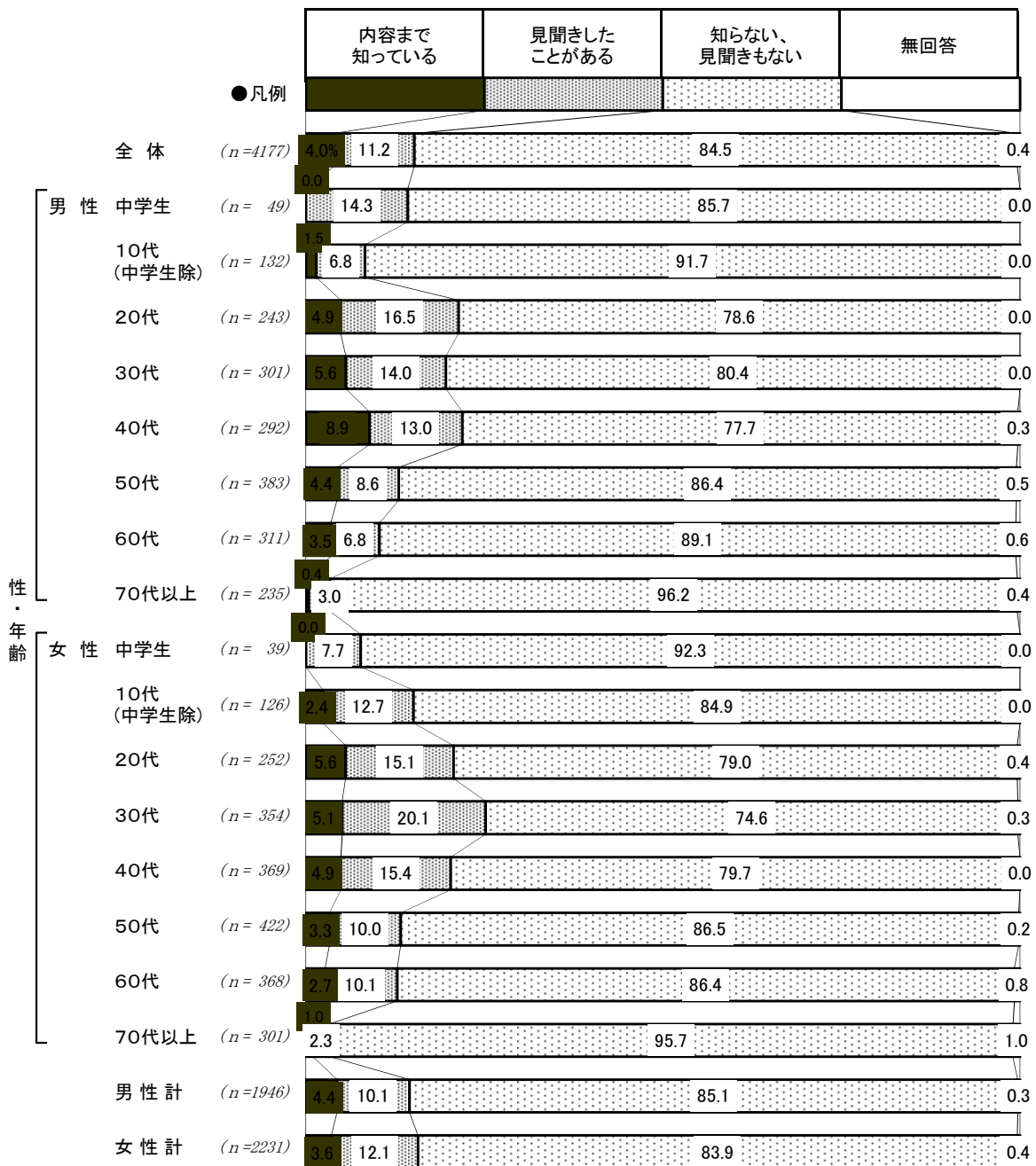
性・年齢別にみると、「GI値（グリセミック・インデックス）」は男性では70代以上を除き、年代による大きな差はない。女性では10代～40代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が、他の年代と比較して高い。

図表VI-2-22 性・年齢別 問25 認知している用語：GI値(グリセミック・インデックス)



性・年齢別にみると、「HACCP」は性別による大きな差はない。男性では20代～40代、女性では10代～40代で「内容まで知っている」「内容は知らないが聞いたこと見たことがある」を合わせた割合が、他の年代と比較してやや高い。

図表VI-2-23 性・年齢別 問25 認知している用語：HACCP





### 3. 白もの牛乳類と競合飲料

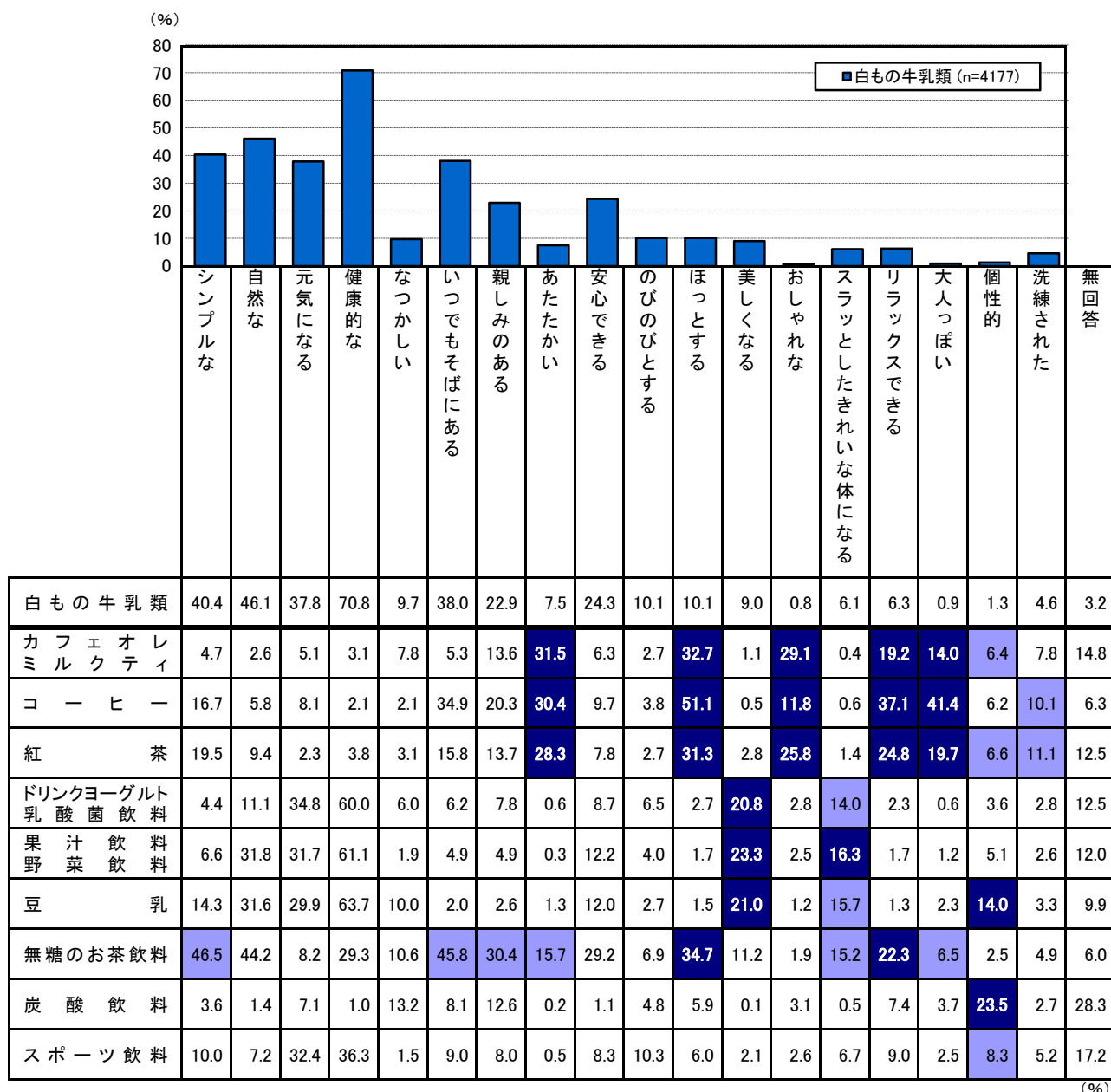
#### 1) イメージ

ふだん飲まない人も含めて10種類の飲料のイメージを聞いた。

白もの牛乳類については「健康的な」が71%と最も高く、「自然な」「シンプルな」「いつでもそばにある」「元気になる」と続く。“健康・自然・身近”のイメージが強いことがわかる。一方、「あたたかい」「ほっとする」「リラックスできる」ではカフェオレ・ミルクティ、コーヒー、紅茶、無糖のお茶飲料が白もの牛乳類よりも高く、“いやし・リラックス”イメージはこれらの飲料と比較すると弱いと言える。「大人っぽい」でもこれらの飲料の方が高い。

また、「美しくなる」「スラッとしたきれいな体になる」ではドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料、果汁飲料・野菜飲料、豆乳の方が高く、“ビューティー”イメージはこれらの飲料と比較して弱い。「おしゃれな」ではカフェオレ・ミルクティ、コーヒー、紅茶が白もの牛乳類より10ポイント以上高い。

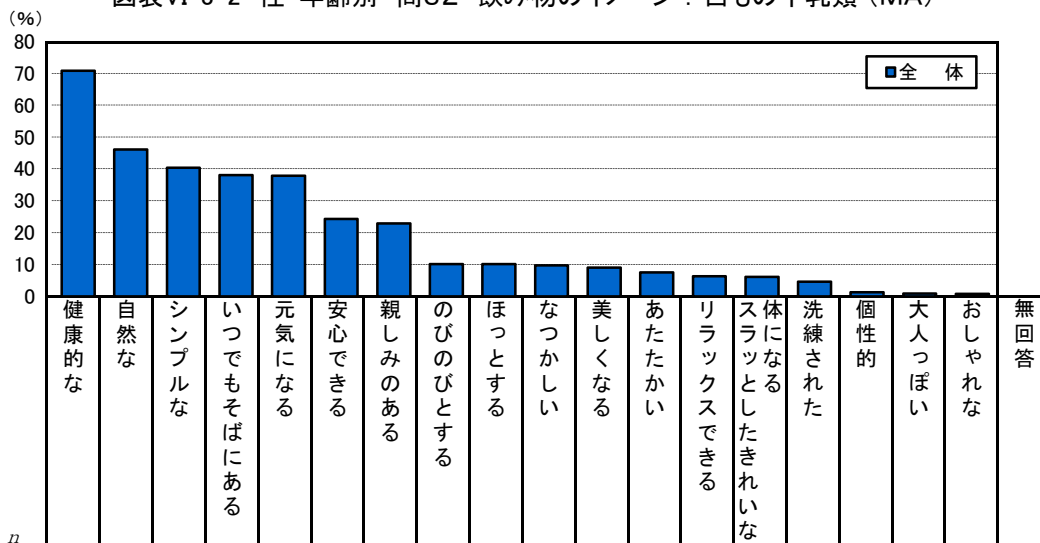
図表VI-3-1 問32 飲み物のイメージ (MA)



■ 白もの牛乳類より 5ポイント以上高い  
■ 白もの牛乳類より10ポイント以上高い

以下の図は、各飲料のイメージを性・年齢別に示したものである。  
 性・年齢別にみると、「白もの牛乳類」は男女中学生、女性40代では全体の割合より5ポイント以上高いイメージ項目が他の年代より多く、より多様なイメージを抱いている様子がうかがわれる。

図表VI-3-2 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：白もの牛乳類（MA）



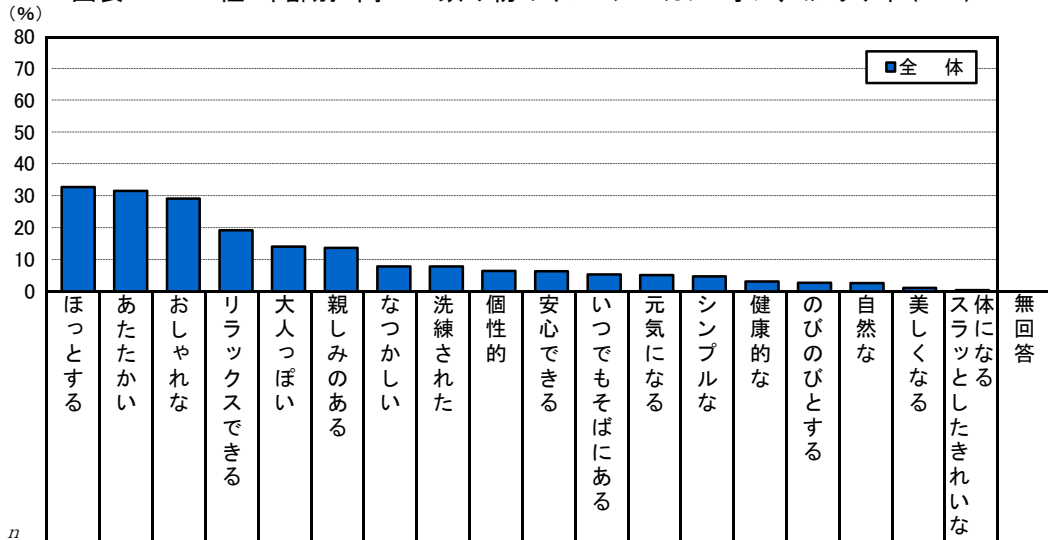
		n	健康的な	自然な	シンプルな	いつでもそばにある	元気になる	安心できる	親しみのある	のびのびとする	ほっとする	なつかしい	美しくなる	あたたかい	リラックスできる	スラッとしたきれいな体になる	洗練された	個性的	大人っぽい	おしゃやれな	無回答	
全体	4177	70.8	46.1	40.4	38.0	37.8	24.3	22.9	10.1	10.1	9.7	9.0	7.5	6.3	6.1	4.6	1.3	0.9	0.8	3.2		
性・年齢別	男	中学生	49	65.3	42.9	49.0	51.0	51.0	30.6	42.9	22.4	16.3	8.2	10.2	10.2	10.2	18.4	6.1	10.2	0.0	2.0	0.0
		10代 (中学生除)	132	68.9	44.7	43.2	34.8	37.9	18.9	26.5	9.1	15.9	8.3	8.3	6.1	5.3	9.8	6.8	1.5	1.5	0.8	4.5
		20代	243	70.0	51.9	44.4	32.9	30.0	19.8	21.8	11.9	7.8	12.8	11.9	5.3	4.9	8.2	8.6	2.5	0.4	0.0	1.6
		30代	301	68.8	55.1	46.8	34.6	35.9	22.6	21.3	14.0	7.6	8.0	8.3	6.6	7.0	7.0	7.6	1.0	0.7	1.0	2.7
		40代	292	70.2	51.7	41.8	36.3	31.2	21.9	23.3	10.3	8.2	12.3	5.5	8.6	3.1	5.5	3.1	1.7	2.1	0.3	1.7
		50代	383	67.6	47.5	40.5	33.7	30.5	26.1	18.0	5.0	8.9	11.7	8.4	6.0	4.7	6.0	2.9	0.5	0.8	0.3	2.9
		60代	311	65.9	44.7	28.3	35.0	37.9	24.8	16.4	5.5	8.0	6.1	7.1	6.1	5.5	5.8	3.2	1.9	1.9	1.9	4.8
		70代以上	235	66.0	28.9	23.4	28.1	30.2	16.2	18.7	6.4	4.7	6.8	4.3	6.8	6.4	5.5	1.7	1.7	1.3	1.3	11.9
性・年齢別	女	中学生	39	59.0	51.3	64.1	38.5	30.8	17.9	30.8	15.4	10.3	12.8	12.8	5.1	7.7	7.7	17.9	2.6	0.0	0.0	2.6
		10代 (中学生除)	126	74.6	49.2	52.4	42.9	32.5	21.4	30.2	22.2	10.3	12.7	7.1	5.6	8.7	7.9	4.8	1.6	0.0	0.8	0.8
		20代	252	72.6	46.0	43.7	35.7	37.7	21.4	25.4	19.8	11.9	13.9	11.5	10.3	8.3	7.5	7.1	1.2	0.4	0.0	2.0
		30代	354	75.1	57.1	47.2	42.7	41.0	25.7	27.4	13.8	13.0	10.2	10.7	9.6	7.6	4.8	5.4	0.6	0.0	0.8	1.1
		40代	369	80.8	55.6	49.9	45.8	49.1	28.5	28.5	12.5	12.7	11.1	13.3	9.8	7.0	6.0	4.6	1.1	0.5	0.8	0.5
		50代	422	73.0	44.1	42.9	43.6	41.7	27.7	22.5	8.3	13.5	8.5	10.4	10.0	8.3	5.7	4.5	1.4	1.4	0.9	2.6
		60代	368	68.2	36.7	34.5	40.8	42.4	28.5	20.7	5.7	7.3	7.1	9.8	6.0	6.0	4.6	2.7	0.8	1.1	0.5	4.3
		70代以上	301	70.4	28.9	26.2	36.5	39.9	23.9	21.9	3.7	10.3	8.3	6.0	5.3	5.0	3.0	2.3	0.7	1.0	1.0	6.0
男性計	1946	68.0	46.9	38.5	34.2	33.6	22.4	20.8	9.0	8.5	9.6	7.7	6.6	5.3	6.8	4.6	1.7	1.2	0.8	4.0		
女性計	2231	73.3	45.4	42.1	41.4	41.5	25.9	24.8	11.0	11.4	9.9	10.2	8.3	7.2	5.4	4.6	1.0	0.7	0.7	2.6		

■ 全体より5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「カフェオレ・ミルクティ」は「ほっとする」(33%)「あたたかい」(32%)「おしゃれな」29%の順に高い。

性・年齢別にみると、女性中学生～40代では「ほっとする」「あたたかい」「リラックスできる」が他の年代と比較して高い。その他「おしゃれな」「安心できる」などでも高い傾向があり、40代以下の世代の女性がより多くのイメージを持っていると言える。

図表VI-3-3 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：カフェオレ、ミルクティ (MA)



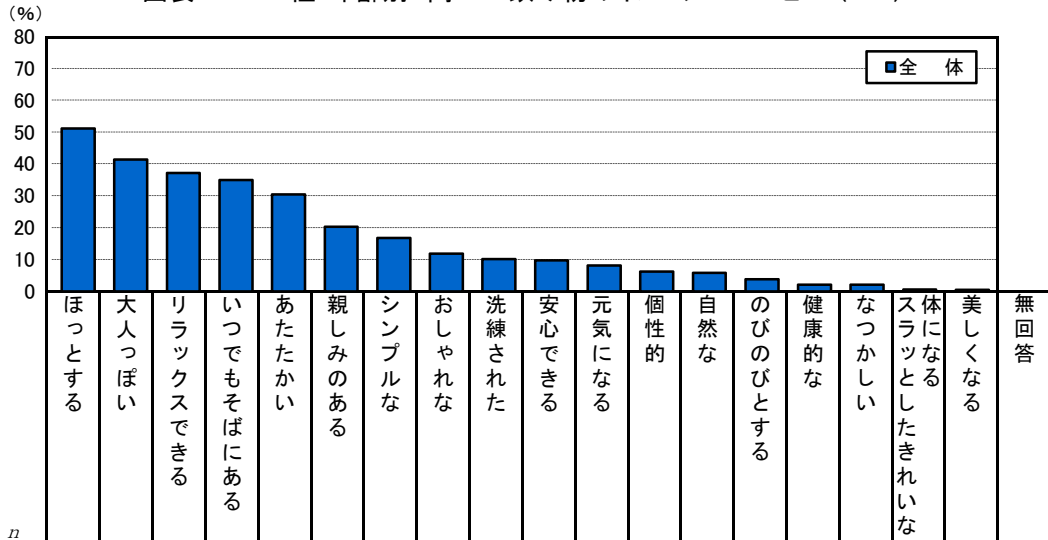
		n	ほっとする	あたたかい	おしゃれな	リラックスできる	大人っぽい	親しみのある	なつかしい	洗練された	個性的	安心できる	いつでもそばにある	元気になる	シンプルな	健康的な	のびのびとする	自然な	美しくなる	スラッとしたいきれいな体になる	無回答	
全体		4177	32.7	31.5	29.1	19.2	14.0	13.6	7.8	7.8	6.4	6.3	5.3	5.1	4.7	3.1	2.7	2.6	1.1	0.4	14.8	
性・年齢別	男性	中学生	49	26.5	24.5	34.7	16.3	20.4	18.4	22.4	8.2	10.2	12.2	10.2	14.3	12.2	12.2	10.2	6.1	2.0	0.0	6.1
		10代 (中学生除)	132	27.3	27.3	28.0	15.2	25.8	19.7	10.6	6.8	3.8	11.4	5.3	10.6	11.4	3.8	6.1	6.8	1.5	0.8	6.1
		20代	243	37.0	32.1	35.0	18.9	18.5	16.5	12.3	8.2	7.4	9.1	7.4	2.5	5.8	1.2	3.3	2.9	0.4	0.0	7.4
		30代	301	34.2	31.9	33.6	19.3	14.0	12.6	7.0	8.6	9.0	6.6	6.3	4.0	5.6	3.3	0.7	3.3	1.3	0.3	9.0
		40代	292	31.8	32.9	32.2	18.2	13.0	11.6	5.5	6.2	6.8	3.8	4.1	4.1	4.5	2.1	0.7	1.4	0.7	0.3	12.0
		50代	383	27.2	29.8	23.5	14.1	12.0	10.4	6.5	8.9	7.6	3.7	3.1	2.9	5.2	4.2	2.6	2.6	0.5	0.3	14.4
		60代	311	17.7	26.4	19.9	12.9	10.9	8.7	8.7	5.5	4.8	1.9	2.9	3.2	5.1	3.2	1.6	3.9	1.6	0.3	23.8
		70代以上	235	10.2	13.6	12.8	8.1	6.8	6.0	6.4	3.4	3.4	3.8	1.7	3.8	1.7	2.6	0.4	1.7	1.3	0.0	43.0
女性	中学生	39	43.6	41.0	30.8	30.8	33.3	17.9	7.7	0.0	10.3	15.4	5.1	5.1	2.6	0.0	7.7	5.1	0.0	5.1	2.6	
	10代 (中学生除)	126	39.7	38.9	50.0	24.6	27.8	27.8	7.1	11.1	4.0	14.3	7.9	8.7	8.7	2.4	8.7	3.2	0.8	0.8	5.6	
	20代	252	44.0	42.9	42.5	25.8	19.0	19.8	11.9	7.9	6.0	11.5	7.9	3.6	4.8	1.6	3.6	1.6	0.8	0.0	3.2	
	30代	354	52.0	44.4	36.4	32.8	17.2	20.1	9.0	11.3	6.5	11.6	8.5	7.6	2.5	2.3	3.1	1.7	0.8	0.0	4.2	
	40代	369	44.2	41.7	36.9	31.7	13.3	16.5	6.0	11.7	7.9	7.3	7.3	5.7	3.8	4.3	3.5	3.0	0.8	0.5	5.7	
	50代	422	35.5	31.0	28.9	17.5	10.9	12.6	5.9	8.1	6.4	4.7	4.3	5.9	3.1	3.6	2.4	2.4	2.1	0.5	16.4	
	60代	368	31.5	25.3	23.9	14.9	11.1	11.4	7.1	7.9	7.1	3.0	4.1	5.4	5.2	3.0	2.7	2.4	1.6	0.5	20.7	
	70代以上	301	18.6	20.6	14.3	11.6	8.3	6.3	6.0	3.0	4.3	3.0	4.0	5.0	4.3	4.0	1.0	1.0	1.3	0.3	33.2	
男性計		1946	26.6	28.1	26.5	15.3	13.6	11.7	8.2	7.0	6.5	5.3	4.4	4.2	5.4	3.2	2.1	3.0	1.0	0.3	16.5	
女性計		2231	38.0	34.5	31.4	22.6	14.3	15.2	7.4	8.5	6.4	7.2	6.0	5.8	4.1	3.1	3.1	2.2	1.3	0.4	13.3	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「コーヒー」は「ほっとする」51%、「大人っぽい」41%、「リラックスできる」37%の順に高い。

性・年齢別にみると、男女とも30代～50代で「ほっとする」が高く、男女30代、40代では「リラックスできる」も高いことから、「いやし・リラックス」イメージをミドルエイジに与えていると言える。男女中学生～30代、女性40代では「大人っぽい」が5割程度かそれ以上と高く、「大人の飲み物」と位置づけているようである。

図表VI-3-4 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：コーヒー（MA）

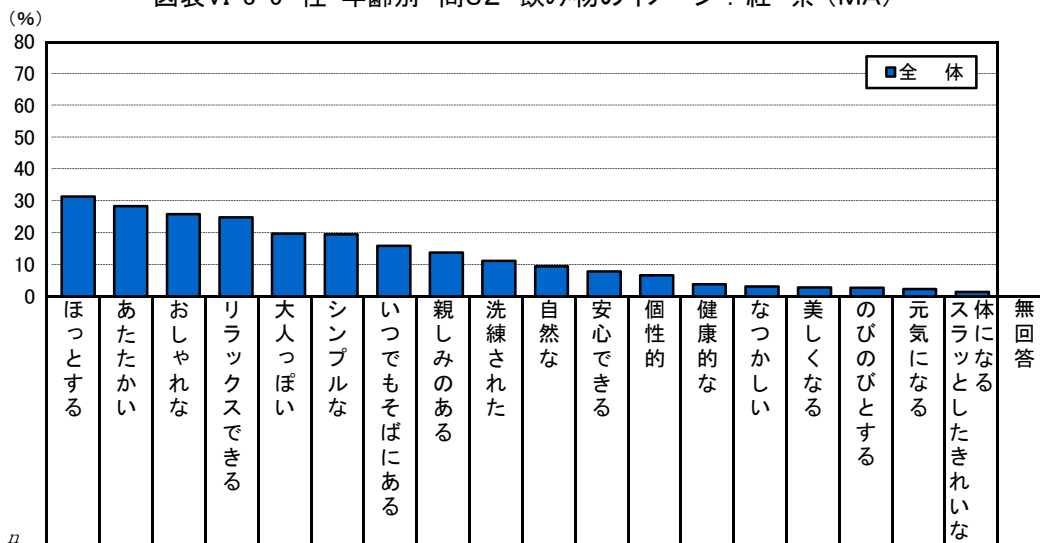


性・年齢別		n	ほっとする	大人っぽい	リラックスできる	いつでもそばにある	あたたかい	親しみのある	シンプルな	おしゃれな	洗練された	安心できる	元気になる	個性的	自然な	のびのびとする	健康的な	なつかしい	スラッとしたきれいな	体になる	美しくなる	無回答
全体		4177	51.1	41.4	37.1	34.9	30.4	20.3	16.7	11.8	10.1	9.7	8.1	6.2	5.8	3.8	2.1	2.1	0.6	0.5	6.3	
男性	中学生	49	34.7	<b>57.1</b>	16.3	20.4	30.6	12.2	22.4	20.4	6.1	4.1	14.3	4.1	4.1	2.0	4.1	4.1	2.0	0.0	2.0	
	10代 (中学生除)	132	31.1	<b>56.8</b>	22.0	15.9	31.8	12.1	18.9	15.9	8.3	7.6	8.3	3.8	7.6	3.0	2.3	5.3	0.0	0.8	3.8	
	20代	243	51.4	<b>53.9</b>	39.5	32.5	<b>38.3</b>	20.6	<b>23.0</b>	14.8	11.9	10.7	6.6	6.6	6.2	4.5	1.2	4.1	0.4	0.4	1.6	
	30代	301	56.5	47.2	<b>47.5</b>	36.5	37.5	27.6	21.9	12.6	<b>15.9</b>	12.0	8.3	5.6	4.0	3.7	3.0	3.7	1.0	0.7	3.3	
	40代	292	56.5	41.1	<b>48.3</b>	39.4	31.8	26.7	18.5	9.6	13.4	10.6	6.5	7.9	4.8	2.1	0.3	1.0	0.3	0.0	2.7	
	50代	383	59.3	34.5	41.0	39.7	28.7	19.8	14.4	7.3	9.4	10.4	8.1	7.3	8.1	4.2	1.6	1.0	0.0	1.0	6.0	
	60代	311	46.6	23.8	31.8	29.9	27.0	19.6	10.3	5.5	7.7	8.0	7.1	4.2	9.3	4.8	2.9	1.6	1.9	0.6	10.3	
	70代以上	235	32.8	16.2	23.8	21.7	18.7	17.0	7.7	8.9	5.5	7.2	8.9	5.1	10.6	2.6	3.4	2.6	0.0	0.0	19.6	
女性	中学生	39	28.2	<b>79.5</b>	12.8	12.8	12.8	7.7	15.4	<b>25.6</b>	7.7	7.7	2.6	10.3	0.0	2.6	0.0	2.6	2.6	0.0	2.6	
	10代 (中学生除)	126	31.7	<b>73.0</b>	21.4	14.3	31.7	9.5	18.3	16.7	8.7	6.3	6.3	8.7	0.8	1.6	2.4	3.2	0.0	1.6	3.2	
	20代	252	35.7	<b>62.7</b>	29.0	30.2	26.2	16.3	<b>23.0</b>	<b>17.5</b>	<b>15.5</b>	6.7	4.4	4.8	2.8	1.2	0.8	2.0	0.4	0.0	2.0	
	30代	354	58.8	<b>54.5</b>	<b>47.7</b>	39.3	<b>36.4</b>	22.0	21.5	15.3	12.1	<b>16.4</b>	5.6	4.8	2.8	2.0	0.6	0.8	0.6	0.3	2.3	
	40代	369	<b>70.5</b>	<b>52.6</b>	<b>49.9</b>	<b>50.4</b>	<b>36.9</b>	23.8	<b>23.8</b>	14.4	14.1	13.8	9.8	8.4	6.0	4.6	2.2	3.0	0.5	0.8	1.9	
	50代	422	<b>61.4</b>	36.7	41.7	<b>48.3</b>	32.9	22.3	15.6	10.7	8.3	10.2	9.2	7.3	7.1	5.2	2.8	0.7	0.7	0.5	4.7	
	60代	368	54.1	28.5	34.0	37.0	27.7	19.6	10.6	9.8	6.3	7.1	11.4	6.3	5.4	6.0	3.0	1.4	0.3	0.5	7.9	
	70代以上	301	33.9	19.9	20.6	20.6	19.3	17.3	8.6	10.0	4.3	4.7	9.6	4.3	5.3	4.7	3.0	3.0	0.7	0.3	20.3	
男性計	1946	49.7	38.0	37.5	32.4	30.5	21.1	16.3	10.2	10.4	9.6	7.8	6.0	7.1	3.6	2.1	2.5	0.6	0.5	6.6		
女性計	2231	52.4	44.3	36.8	37.0	30.3	19.7	17.1	13.1	9.8	9.9	8.3	6.4	4.8	3.9	2.1	1.8	0.5	0.5	6.1		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「紅茶」は「ほっとする」31%、「あたたかい」28%、「おしゃれな」26%の順に高い。  
 性・年齢別にみると、女性中学生～40代では「ほっとする」「あたたかい」が他の年代と比較して高い。その他「おしゃれな」「リラックスできる」「大人っぽい」などでも高い傾向があり、40代以下の世代の女性がより多くのイメージを持っていると言える。男女中学生～20代、女性40代では「大人っぽい」が他の年代より高い。

図表VI-3-5 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：紅茶 (MA)



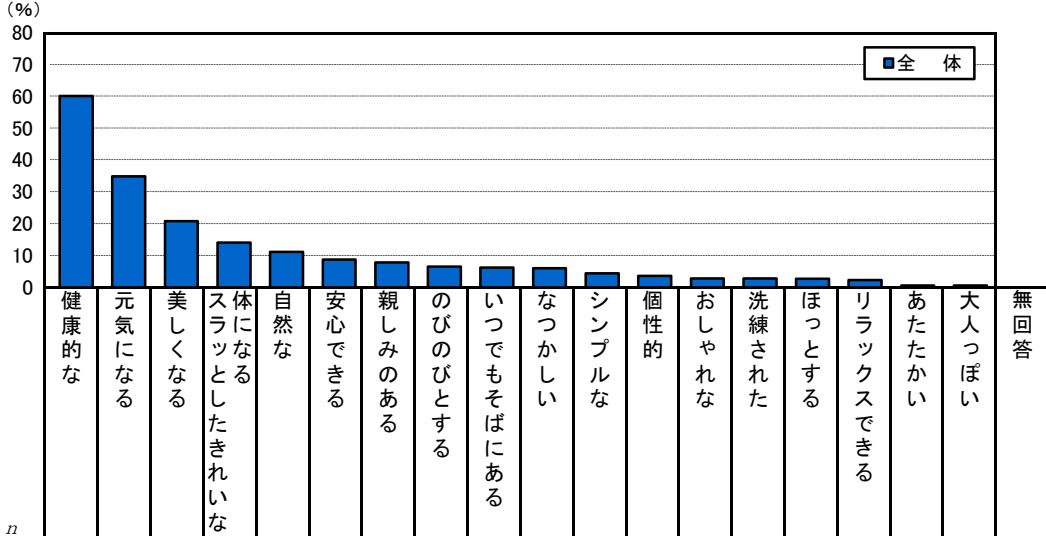
性・年齢別		n	ほっとする	あたたかい	おしゃれな	リラックスできる	大人っぽい	シンプルな	いつでもそばにある	親しみのある	洗練された	自然な	安心できる	個性的	健康的な	なつかしい	美しくなる	のびのびとする	元気になる	スラッとしたいきれいな体になる	無回答
全体		4177	31.3	28.3	25.8	24.8	19.7	19.5	15.8	13.7	11.1	9.4	7.8	6.6	3.8	3.1	2.8	2.7	2.3	1.4	12.5
男性	中学生	49	32.7	32.7	30.6	18.4	<b>34.7</b>	26.5	18.4	<b>24.5</b>	4.1	18.4	12.2	14.3	12.2	2.0	6.1	12.2	10.2	2.0	10.2
	10代 (中学生除)	132	28.0	31.1	<b>36.4</b>	15.9	28.0	17.4	11.4	12.1	9.1	12.9	12.9	5.3	1.5	6.1	6.8	6.8	6.8	3.0	5.3
	20代	243	31.3	30.0	31.3	27.2	25.5	21.4	13.6	12.3	11.9	10.3	9.1	7.0	3.3	2.9	2.9	3.3	1.6	1.6	5.3
	30代	301	23.6	31.2	29.2	25.2	23.3	22.3	9.6	12.0	15.9	8.3	6.6	7.6	3.3	1.7	2.0	1.3	0.3	2.3	7.6
	40代	292	25.3	24.0	25.7	26.0	22.3	21.6	9.6	9.9	13.4	7.9	4.8	9.9	4.5	1.7	2.7	3.1	1.4	0.0	13.0
	50代	383	33.7	27.2	22.5	20.9	17.0	15.7	11.0	11.0	10.2	10.4	5.7	7.3	2.9	3.4	1.8	2.3	1.0	1.3	12.5
	60代	311	24.8	25.1	17.0	18.6	10.0	13.2	10.0	13.2	7.1	8.4	5.1	6.4	4.2	6.4	0.6	3.5	2.3	1.9	17.7
	70代以上	235	17.4	15.7	8.9	14.0	11.1	10.6	11.9	12.8	4.3	6.8	4.3	7.2	2.6	4.3	1.3	1.3	1.7	0.4	33.2
女性	中学生	39	<b>43.6</b>	33.3	<b>48.7</b>	28.2	<b>33.3</b>	23.1	12.8	23.1	2.6	10.3	<b>17.9</b>	5.1	2.6	2.6	7.7	5.1	2.6	2.6	5.1
	10代 (中学生除)	126	40.5	<b>38.9</b>	<b>46.8</b>	32.5	29.4	23.8	15.9	13.5	7.9	7.1	12.7	5.6	3.2	1.6	<b>7.9</b>	3.2	4.0	1.6	7.1
	20代	252	39.7	<b>42.9</b>	<b>38.9</b>	<b>38.1</b>	25.4	23.0	19.8	15.5	17.5	9.1	14.3	4.0	3.6	2.4	4.4	3.2	2.0	2.0	3.6
	30代	354	<b>42.7</b>	33.9	35.0	<b>37.3</b>	20.9	21.8	19.8	15.5	14.7	9.9	10.7	7.6	3.4	2.0	4.8	1.4	2.0	2.3	5.4
	40代	369	39.6	35.8	26.8	30.4	25.7	28.2	23.0	16.5	17.3	12.5	7.9	6.2	3.5	2.7	3.0	1.9	1.9	1.6	6.5
	50代	422	34.4	26.8	23.2	24.6	16.8	20.6	23.2	14.0	10.0	10.0	6.2	6.6	4.0	2.8	2.6	2.6	2.6	0.5	12.3
	60代	368	30.2	23.1	22.6	20.9	16.3	18.2	22.0	15.8	10.3	7.6	8.2	4.9	5.4	2.7	1.6	2.7	3.3	1.6	16.6
	70代以上	301	22.3	16.3	11.3	15.0	11.3	13.0	12.6	12.3	4.3	8.3	5.0	4.0	4.3	4.7	0.7	2.0	4.0	0.7	25.9
男性計	1946	26.8	26.4	23.7	21.5	19.2	17.7	11.0	12.1	10.3	9.3	9.3	6.5	7.6	3.5	3.5	2.3	3.0	2.0	1.4	13.7
女性計	2231	35.3	30.0	27.5	27.7	20.1	21.1	20.0	15.0	11.8	9.5	8.8	5.7	4.0	2.8	3.2	2.4	2.7	1.4	11.4	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」は「健康的な」60%、「元気になる」35%、「美しくなる」21%の順に高い。

性・年齢別にみると、「健康的な」では男女で割合も同じであるが、「元気になる」「美しくなる」では女性の方が高い。特に女性20代～40代では「美しくなる」、女性20代では「スラッとしたきれいな体になる」が高く、ヨーグルトや乳酸菌の効果知られている様子うかがわれる。

図表VI-3-6 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料（MA）



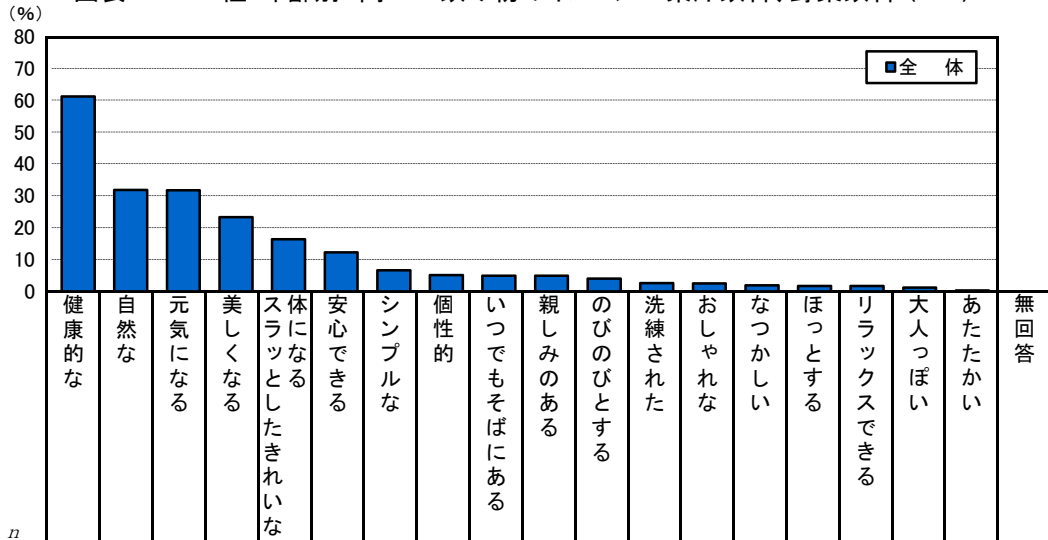
性・年齢別		n	健康的な	元気になる	美しくなる	スラッとしたきれいな体になる	自然な	安心できる	親しみのある	のびのびとする	いつでもそばにある	なつかしい	シンプルなもの	個性的	おしゃれな	洗練された	ほっとする	リラックステキ	あたたかい	大人っぽい	無回答
全体		4177	60.0	34.8	20.8	14.0	11.1	8.7	7.8	6.5	6.2	6.0	4.4	3.6	2.8	2.8	2.7	2.3	0.6	0.6	12.5
男性	中学生	49	57.1	40.8	16.3	20.4	10.2	12.2	18.4	10.2	10.2	12.2	10.2	10.2	8.2	6.1	2.0	6.1	0.0	0.0	6.1
	10代 (中学生除)	132	53.8	39.4	19.7	16.7	11.4	11.4	13.6	12.1	3.8	10.6	6.8	7.6	3.0	5.3	3.8	4.5	2.3	0.8	4.5
	20代	243	67.5	31.7	21.0	18.9	16.5	8.6	7.0	8.2	4.1	8.2	7.4	5.3	2.1	3.7	1.6	2.1	1.2	0.4	6.6
	30代	301	61.1	32.2	23.6	16.3	17.6	7.3	8.6	5.6	3.3	9.3	5.3	4.3	2.7	4.3	1.0	2.0	0.7	0.3	8.3
	40代	292	67.1	33.2	15.4	14.0	13.7	11.6	5.8	6.8	4.8	7.5	3.1	2.1	2.4	2.7	1.7	1.7	0.0	0.3	8.6
	50代	383	66.6	32.9	15.9	12.8	12.0	8.4	5.5	3.1	4.7	4.4	5.2	2.1	2.9	1.6	2.3	1.8	0.8	0.5	11.0
	60代	311	54.0	31.5	10.3	9.0	8.4	9.3	4.5	2.9	8.0	3.2	4.8	1.3	4.2	1.6	3.9	1.3	0.6	1.0	19.6
	70代以上	235	43.0	17.4	5.5	4.3	6.0	4.7	5.1	2.1	3.4	0.9	2.1	1.7	3.0	0.4	1.3	1.7	0.4	0.9	34.0
女性	中学生	39	48.7	38.5	23.1	23.1	2.6	2.6	12.8	12.8	5.1	10.3	5.1	2.6	10.3	2.6	5.1	5.1	0.0	0.0	10.3
	10代 (中学生除)	126	64.3	44.4	24.6	14.3	9.5	6.3	11.1	16.7	10.3	10.3	4.8	9.5	2.4	2.4	3.2	3.2	0.0	0.0	5.6
	20代	252	63.9	43.3	32.9	29.0	12.3	10.7	12.3	11.9	7.1	9.5	6.0	7.5	3.6	4.4	3.2	4.0	1.2	0.4	6.3
	30代	354	65.3	44.6	31.1	18.6	10.5	5.4	10.5	11.9	5.4	9.0	3.1	2.0	3.4	2.3	2.5	2.3	0.6	0.0	5.9
	40代	369	66.9	43.9	34.1	18.2	12.5	9.5	9.5	10.3	6.2	6.8	4.1	3.5	2.2	4.1	1.6	1.9	0.3	0.0	6.0
	50代	422	58.5	36.5	24.4	12.8	10.7	10.2	8.3	3.8	10.2	3.6	3.6	3.3	1.9	3.1	3.8	1.4	0.5	1.4	13.0
	60代	368	54.6	31.3	19.6	9.2	8.4	9.2	3.5	3.5	9.2	1.6	2.7	3.5	1.9	2.4	3.8	3.5	0.8	0.8	17.9
	70代以上	301	50.5	24.9	8.6	3.3	7.0	9.0	6.6	1.3	4.0	3.7	3.7	3.0	2.3	2.0	3.3	2.0	0.3	0.7	24.3
男性計	1946	60.0	31.2	15.8	13.1	12.3	8.7	6.9	5.3	4.9	6.1	5.0	3.2	3.0	2.7	2.2	2.1	0.7	0.6	13.3	
女性計	2231	60.0	37.8	25.1	14.8	10.0	8.7	8.5	7.6	7.4	5.8	3.8	3.9	2.6	3.0	3.1	2.5	0.5	0.5	11.8	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「果汁飲料・野菜飲料」は「健康的な」61%、「自然な」「元気になる」32%、の順に高い。

性・年齢別にみると、男女とも「健康的な」「自然な」では割合がほとんど同じであるが、続いて割合の高い「元気になる」「美しくなる」「スラッとしたきれいな体になる」では女性の方が高い。特に女性20代～40代では「美しくなる」、女性10代～20代では「スラッとしたきれいな体になる」が全体より10ポイント以上高く、美容、痩身によいイメージを他の年代よりも強く感じているようである。

図表VI-3-7 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：果汁飲料、野菜飲料 (MA)



		n	健康的な	自然な	元気になる	美しくなる	スラッとしたきれいな体になる	安心できる	シンプルな	個性的	いつでもそばにある	親しみのある	のびのびとする	洗練された	おしゃやかな	なつかしい	ほっとする	リラックスできる	大人っぽい	あたたかい	無回答	
全体	4177	61.1	31.8	31.7	23.3	16.3	12.2	6.6	5.1	4.9	4.9	4.0	2.6	2.5	1.9	1.7	1.7	1.2	0.3	12.0		
性・年齢別	男	中学生	49	63.3	28.6	26.5	16.3	18.4	14.3	18.4	14.3	8.2	12.2	8.2	2.0	4.1	2.0	0.0	2.0	2.0	0.0	4.1
		10代 (中学生除)	132	63.6	40.2	31.1	18.9	17.4	9.1	7.6	9.1	1.5	6.1	6.8	3.8	2.3	3.8	0.8	3.0	0.0	2.3	6.8
		20代	243	70.8	34.6	28.8	27.6	21.8	11.5	8.6	6.6	3.3	4.5	3.7	3.7	2.1	2.1	0.8	0.8	1.2	0.4	6.2
		30代	301	59.5	35.9	28.9	22.6	19.9	13.3	7.0	5.6	4.3	4.3	3.3	2.7	1.3	2.3	0.7	2.7	0.7	0.7	9.0
		40代	292	63.7	38.4	30.1	19.2	17.8	13.0	7.5	3.8	2.4	2.7	5.1	2.7	2.4	1.4	1.0	1.0	1.4	0.0	9.2
		50代	383	60.1	35.5	29.0	18.8	12.3	14.4	7.6	5.0	5.2	5.5	2.3	2.3	3.7	1.8	1.0	0.5	1.0	0.0	10.4
		60代	311	57.9	26.0	32.2	11.9	8.7	10.3	6.4	3.9	5.5	5.8	1.9	1.3	1.6	1.0	1.9	2.9	1.3	0.0	15.1
		70代以上	235	44.7	14.9	17.9	8.9	3.4	7.7	2.1	2.1	4.3	5.5	2.1	0.9	1.3	0.9	0.9	0.9	1.7	0.4	32.3
性・年齢別	女	中学生	39	41.0	33.3	28.2	28.2	25.6	2.6	7.7	15.4	2.6	5.1	5.1	0.0	5.1	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	12.8
		10代 (中学生除)	126	72.2	31.7	46.0	32.5	27.0	14.3	4.8	8.7	7.1	4.8	7.9	5.6	2.4	3.2	2.4	1.6	0.8	0.0	5.6
		20代	252	68.3	39.7	40.1	35.7	26.6	12.7	8.7	9.9	6.0	9.9	9.5	5.2	3.6	4.8	2.0	2.8	1.6	0.4	4.0
		30代	354	70.3	41.5	41.8	35.0	22.3	11.9	5.9	4.5	3.4	3.7	5.4	2.8	2.0	2.5	1.1	1.1	1.4	0.3	5.1
		40代	369	68.3	35.5	39.0	36.0	24.7	16.5	7.0	4.1	5.4	3.8	5.4	4.1	3.8	2.2	0.8	1.4	0.5	0.3	7.3
		50代	422	62.3	28.2	32.2	25.4	14.7	15.4	5.9	3.3	6.6	3.1	2.6	2.1	2.4	0.9	2.6	2.4	1.9	0.5	13.3
		60代	368	52.4	24.5	28.8	21.7	9.8	10.6	4.9	4.6	6.5	6.0	2.4	1.9	3.0	1.1	3.8	1.9	1.1	0.0	16.6
		70代以上	301	49.2	21.9	23.3	11.6	7.3	7.0	5.3	2.7	4.3	3.7	2.0	0.0	2.3	1.0	2.7	1.7	2.0	0.7	24.9
男性計	1946	60.0	32.0	28.4	18.2	14.3	11.8	7.0	5.1	4.2	5.0	3.4	2.4	2.2	1.7	1.0	1.6	1.1	0.4	12.5		
女性計	2231	62.0	31.6	34.7	27.8	18.0	12.5	6.1	5.0	5.5	4.8	4.5	2.7	2.8	2.0	2.2	1.8	1.3	0.3	11.6		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

(%)

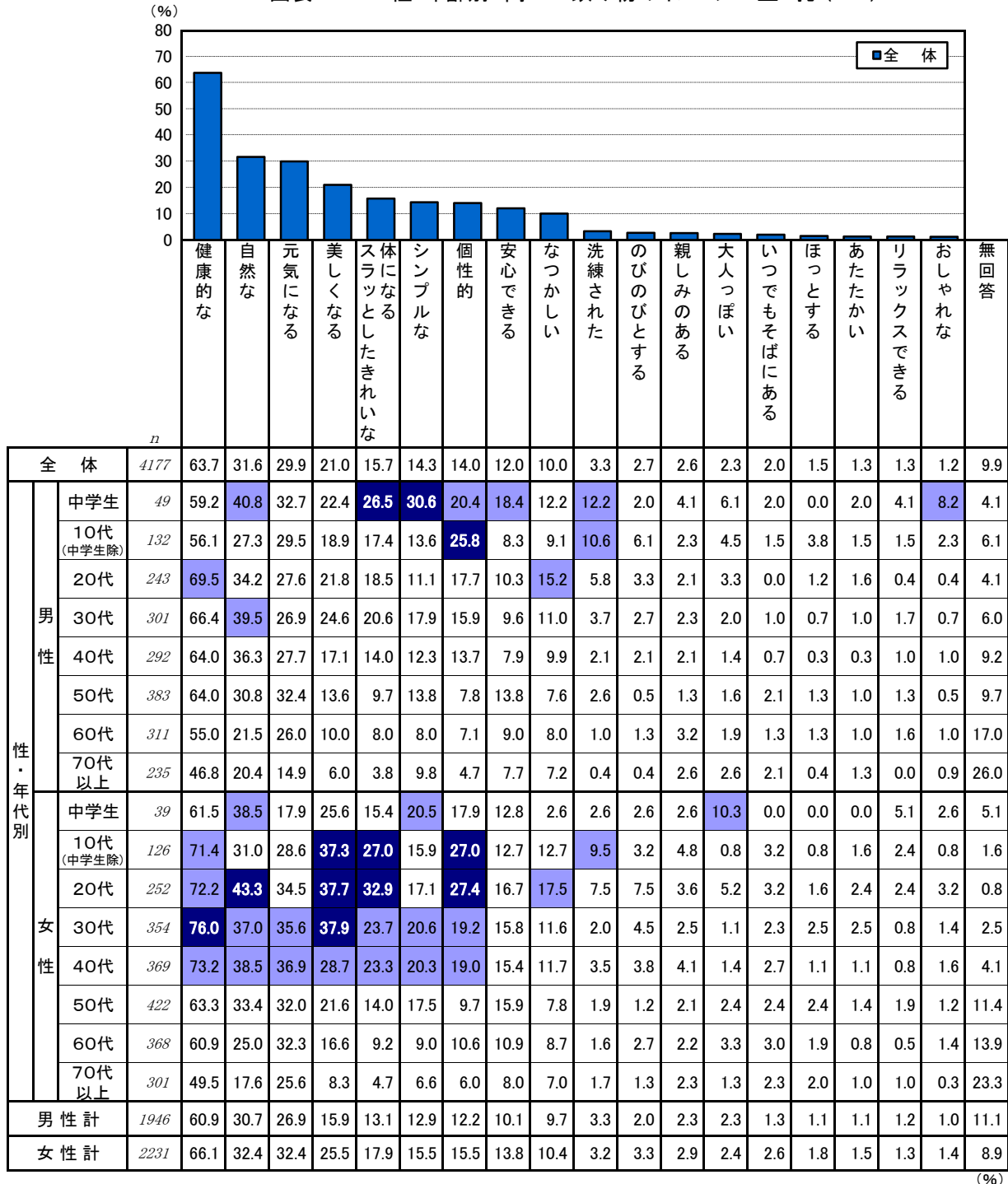
全体では、「豆乳」は「健康的な」64%、「自然な」32%「元気になる」30%の順に高い。

性・年齢別にみると、特に女性10代～30代で「美しくなる」、女性10代、20代で「スラッとしたきれいな体になる」「個性的」が全体と比べて10ポイント以上高い。これほど顕著ではないが、同様の傾向は、女性では30代、40代にも見られる。40代以下の女性にとって、豆乳は美容、痩身に効果があり、しかもありふれた飲料ではない、と考えられていると言える。

「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」「果汁飲料・野菜飲料」も美容、痩身に良い飲料としてのイメージが強いことは前述したが、豆乳はさらに「個性的」と女性に捉えられている点が特徴である。「個性的」との回答している割合も、「豆乳」の方が他2飲料より高い。

多く挙がっているイメージには、牛乳と重複しているものもあるが、「健康的な」（牛乳では1位、男性68%、女性73%）、「自然な」（2位、47%、45%）、「元気になる」（5位、34%、42%）のいずれでも、牛乳の方が豆乳よりも高い。牛乳に対してより強いイメージを持っていると言える。

図表VI-3-8 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：豆乳(MA)



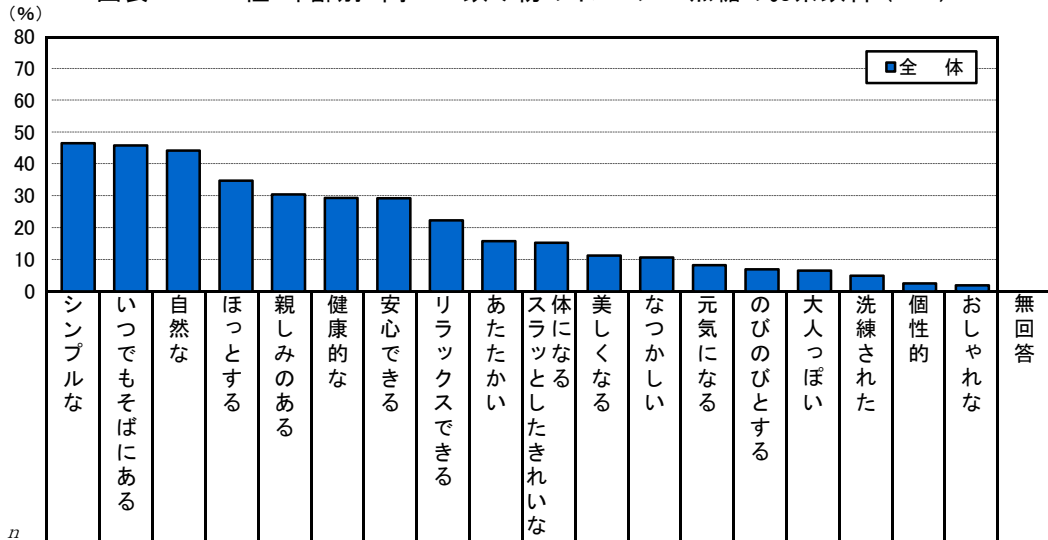
■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い



全体では、「無糖のお茶飲料」は「シンプルな」47%、「いつでもそばにある」46%、「自然な」44%の順に高い。

性・年齢別にみると、女性10代、30代、40代では「シンプルな」が特に高い。女性10代～40代では「スラッとしたきれいな体になる」、女性20代～40代では「美しくなる」も他の年代より高い。女性50代では「ほっとする」イメージが他の年代より強い。

図表VI-3-9 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：無糖のお茶飲料（MA）



性・年齢別		n	シンプル	そば	自然	ほっと	親しみ	健康	安心	リラックス	あたたかい	スラッ	美しく	なつかしい	元気	のびのび	大人	洗練	個性的	おしゃやれ	無回答
全体		4177	46.5	45.8	44.2	34.7	30.4	29.3	29.2	22.3	15.7	15.2	11.2	10.6	8.2	6.9	6.5	4.9	2.5	1.9	6.0
男性	中学生	49	49.0	40.8	<b>57.1</b>	28.6	28.6	38.8	22.4	22.4	6.1	22.4	16.3	8.2	12.2	<b>18.4</b>	6.1	12.2	8.2	2.0	4.1
	10代 (中学生除)	132	48.5	35.6	42.4	23.5	31.8	25.0	28.0	15.9	10.6	16.7	8.3	11.4	15.2	12.1	1.5	6.8	1.5	0.8	2.3
	20代	243	48.6	42.0	44.9	27.6	27.2	38.7	27.6	23.0	13.6	23.5	14.0	12.3	5.3	8.6	6.6	4.5	3.3	2.9	1.6
	30代	301	48.8	37.9	33.2	29.2	28.9	28.2	22.3	17.9	13.6	18.6	14.0	9.0	4.7	4.7	5.6	9.3	3.3	2.3	5.6
	40代	292	49.7	39.7	44.2	31.2	30.8	30.1	24.7	25.7	16.4	14.4	7.2	10.3	7.2	4.5	4.5	4.1	2.1	0.3	5.8
	50代	383	42.3	44.1	46.2	32.4	25.8	26.9	27.4	15.9	15.4	7.6	7.6	7.6	6.8	5.0	5.2	2.3	2.1	1.3	5.5
	60代	311	36.0	43.1	38.9	34.7	27.7	24.4	29.6	18.3	14.5	6.8	4.8	8.7	9.0	7.1	8.0	4.5	2.9	0.6	10.0
	70代以上	235	25.5	40.0	34.0	34.5	26.4	24.7	23.8	16.6	16.2	4.7	3.4	8.5	8.1	5.5	7.2	1.7	2.6	0.9	16.6
女性	中学生	39	51.3	51.3	38.5	25.6	38.5	<b>41.0</b>	20.5	23.1	12.8	17.9	15.4	15.4	12.8	5.1	0.0	5.1	5.1	5.1	0.0
	10代 (中学生除)	126	<b>61.9</b>	55.6	49.2	35.7	35.7	34.1	30.2	30.2	9.5	<b>25.4</b>	12.7	11.9	6.3	8.7	5.6	7.9	1.6	1.6	2.4
	20代	252	54.4	54.8	45.2	38.9	32.9	31.0	31.0	27.8	15.1	<b>29.4</b>	<b>21.4</b>	9.5	5.2	8.7	6.3	8.7	2.8	2.8	2.0
	30代	354	<b>60.5</b>	50.6	50.8	36.2	33.3	29.4	33.3	28.8	16.4	<b>27.1</b>	16.9	9.3	5.1	7.9	8.8	7.1	2.3	3.1	2.3
	40代	369	<b>59.9</b>	49.1	52.8	36.6	36.3	29.5	34.4	26.0	15.7	21.1	17.9	14.6	7.6	6.8	6.5	4.3	2.2	3.0	4.6
	50代	422	51.4	51.4	49.5	<b>44.8</b>	29.6	26.3	31.5	25.4	18.5	12.1	13.3	10.2	9.2	7.8	8.8	3.3	2.8	2.8	6.2
	60代	368	36.7	49.7	42.7	38.6	28.3	32.9	30.4	21.5	20.4	8.4	9.0	14.1	12.2	7.6	7.6	3.8	2.2	1.4	8.4
	70代以上	301	29.6	42.9	38.2	32.9	33.6	28.2	32.6	18.3	16.3	5.0	2.3	11.6	12.6	4.7	5.6	2.7	1.0	1.0	8.3
男性計	1946	42.8	40.9	41.1	31.0	28.1	28.6	26.1	19.2	14.4	12.8	8.6	9.4	7.6	6.5	5.8	4.8	2.7	1.3	6.9	
女性計	2231	49.8	50.1	46.9	37.9	32.5	29.9	31.9	24.9	16.7	17.2	13.4	11.7	8.7	7.3	7.2	5.0	2.2	2.4	5.2	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「炭酸飲料」は「個性的」24%、「なつかしい」「親しみのある」13%の順に高い。  
 性・年齢別にみると、男女中学生、10代、男性20代で「親しみのある」「いつでもそばにある」が他の年代よりも高く、若い世代に身近なイメージを持たれていると言える。

図表VI-3-10 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：炭酸飲料（MA）



性・年齢別		n	個性的	なつかしい	親しみのある	いつでもそばにある	リラックスできる	元気になる	ほっとする	のびのびとする	大人っぽい	シンプルな	おしゃれな	洗練された	自然な	安心できる	健康的な	スラッとしたきれいな	体になる	あたたかい	美しくなる	無回答
全体		4177	23.5	13.2	12.6	8.1	7.4	7.1	5.9	4.8	3.7	3.6	3.1	2.7	1.4	1.1	1.0	0.5	0.2	0.1	28.3	
男性	中学生	49	20.4	2.0	32.7	22.4	10.2	14.3	10.2	6.1	2.0	12.2	6.1	2.0	8.2	6.1	2.0	2.0	0.0	4.1	18.4	
	10代 (中学生除)	132	23.5	9.1	25.0	18.9	12.9	9.1	4.5	6.8	3.0	8.3	5.3	3.0	2.3	2.3	0.8	0.0	0.8	0.8	11.4	
	20代	243	21.8	8.6	24.3	14.0	11.1	11.1	6.2	6.2	3.7	4.9	3.3	3.3	1.2	1.6	0.4	0.8	0.4	0.0	21.0	
	30代	301	22.3	16.3	15.9	13.0	8.0	5.3	5.6	5.3	3.7	5.3	4.3	3.3	0.7	1.3	1.0	1.0	1.0	0.3	20.9	
	40代	292	20.5	13.0	14.4	9.2	6.8	6.5	6.8	7.5	1.7	3.4	3.8	1.7	0.0	0.3	0.3	0.3	0.0	0.0	26.0	
	50代	383	22.7	17.0	12.5	7.3	6.8	3.4	9.4	4.2	4.2	5.2	3.1	2.1	1.8	0.8	1.3	0.5	0.3	0.0	23.2	
	60代	311	19.9	10.9	10.0	5.1	11.3	3.9	8.7	6.1	4.2	4.8	1.9	2.3	2.6	1.9	1.3	1.0	0.0	0.0	35.0	
	70代 以上	235	12.8	6.0	8.1	2.6	6.8	2.1	6.0	2.1	5.5	4.3	2.6	1.7	3.4	2.1	1.7	0.4	0.0	0.0	48.5	
女性	中学生	39	23.1	7.7	35.9	17.9	7.7	17.9	2.6	5.1	0.0	0.0	7.7	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15.4	
	10代 (中学生除)	126	29.4	6.3	22.2	14.3	7.1	19.8	8.7	4.0	0.0	0.8	2.4	9.5	0.8	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	
	20代	252	31.3	21.0	17.1	10.7	4.4	13.1	3.6	5.6	1.6	2.0	2.0	2.4	0.4	0.8	0.8	0.0	0.0	0.0	17.5	
	30代	354	29.9	21.5	9.3	9.3	4.2	11.9	2.3	4.8	1.7	1.4	4.0	3.1	0.6	0.6	0.8	0.6	0.3	0.0	19.8	
	40代	369	26.8	14.1	12.7	6.8	8.9	4.9	4.3	5.7	2.4	3.3	4.1	4.3	0.3	1.1	1.1	0.5	0.0	0.0	26.8	
	50代	422	24.9	14.9	8.3	5.7	8.3	5.7	6.4	4.0	6.2	1.9	1.9	1.4	1.2	0.7	1.2	0.2	0.0	0.0	32.7	
	60代	368	24.5	11.4	6.3	3.0	5.7	4.6	6.3	2.4	6.0	3.0	3.0	3.0	1.6	0.5	1.1	0.3	0.0	0.0	37.5	
	70代 以上	301	19.3	7.3	3.0	2.3	4.7	6.0	4.3	4.0	5.6	2.3	1.7	1.0	2.0	0.3	1.3	0.7	0.0	0.7	47.2	
男性計	1946	20.6	12.0	15.2	9.6	8.7	5.7	7.2	5.4	3.7	5.1	3.4	2.4	1.8	1.5	1.0	0.7	0.3	0.2	27.0		
女性計	2231	26.1	14.3	10.4	6.8	6.3	8.2	4.8	4.3	3.8	2.2	2.9	3.0	1.0	0.7	1.0	0.4	0.0	0.1	29.5		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「スポーツ飲料」は「健康的な」36%、「元気になる」32%、「のびのびとする」10%の順に高い。

性・年齢別にみると、男女中学生、10代で他の年代よりも多くのイメージ項目の割合が高い。

図表VI-3-11 性・年齢別 問32 飲み物のイメージ：スポーツ飲料（MA）



		n	健康的な	元気になる	のびのびとする	シンプルなもの	いつでもそばにある	リラックスできる	安心できる	個性的	親しみのある	自然な	スラッとしたきれいな体になる	ほっとする	洗練された	おしゃれな	大人っぽい	美しくなる	なつかしい	あたたかい	無回答	
全体		4177	36.3	32.4	10.3	10.0	9.0	9.0	8.3	8.3	8.0	7.2	6.7	6.0	5.2	2.6	2.5	2.1	1.5	0.5	17.2	
性・年齢別	男性	中学生	49	36.7	<b>46.9</b>	16.3	<b>24.5</b>	18.4	14.3	<b>18.4</b>	10.2	<b>36.7</b>	<b>18.4</b>	6.1	10.2	0.0	6.1	2.0	<b>10.2</b>	2.0	4.1	8.2
		10代 (中学生除)	132	27.3	34.8	15.2	15.9	<b>20.5</b>	12.9	14.4	6.1	<b>27.3</b>	6.8	7.6	<b>11.4</b>	9.1	3.0	0.8	0.0	4.5	1.5	4.5
		20代	243	39.5	<b>38.3</b>	8.2	9.1	13.6	11.5	9.5	9.1	<b>14.0</b>	8.6	9.1	5.3	6.2	1.2	1.6	3.3	2.9	0.8	7.8
		30代	301	38.2	32.2	13.6	12.3	11.6	10.0	7.3	5.0	8.3	4.0	5.3	4.7	9.0	3.0	1.0	1.3	2.0	1.0	13.0
		40代	292	39.4	29.5	8.9	10.6	9.6	7.5	6.5	7.2	6.5	8.6	7.9	7.2	3.4	3.8	1.4	3.4	0.3	0.0	16.4
		50代	383	<b>45.2</b>	28.7	13.3	8.9	8.1	8.9	9.9	8.4	6.0	9.9	5.2	8.1	5.0	3.9	2.1	2.9	1.3	0.3	13.1
		60代	311	30.2	28.6	8.4	7.7	6.4	12.2	9.3	8.0	4.5	7.1	7.7	7.7	4.5	2.6	5.5	1.3	1.9	0.0	24.1
		70代以上	235	28.5	21.7	3.8	7.2	4.3	3.0	6.8	7.2	3.0	3.0	1.7	3.4	1.7	3.0	4.7	0.9	0.4	0.0	34.5
女性	中学生	39	<b>51.3</b>	33.3	17.9	12.8	<b>20.5</b>	12.8	7.7	7.7	<b>25.6</b>	<b>15.4</b>	5.1	5.1	<b>10.3</b>	2.6	2.6	2.6	0.0	2.6	5.1	
	10代 (中学生除)	126	34.1	<b>47.6</b>	11.9	13.5	12.7	<b>15.9</b>	9.5	6.3	<b>20.6</b>	11.1	7.1	7.9	7.1	5.6	0.0	3.2	2.4	0.0	6.3	
	20代	252	36.1	<b>41.3</b>	13.9	10.7	9.5	9.9	7.9	10.7	12.3	6.0	9.5	6.3	4.4	1.2	1.6	2.8	1.6	0.0	7.5	
	30代	354	35.0	34.2	11.0	10.7	8.2	5.6	4.5	9.0	6.2	5.4	9.6	3.1	6.5	2.5	0.6	2.5	3.1	0.3	12.1	
	40代	369	<b>43.9</b>	<b>39.0</b>	12.5	11.1	10.3	8.9	7.6	7.6	7.3	7.9	8.9	5.4	6.5	3.3	1.1	3.8	0.8	0.5	8.9	
	50代	422	39.3	35.5	10.7	10.0	8.1	11.6	8.5	7.6	4.0	6.6	7.8	6.9	4.3	1.4	4.7	1.7	0.9	0.7	19.7	
	60代	368	35.1	31.0	7.3	8.4	6.0	7.6	10.1	10.6	4.1	7.3	5.2	5.2	4.9	2.2	3.3	0.5	0.5	0.5	23.6	
	70代以上	301	22.3	16.9	5.3	6.3	4.7	3.7	6.6	10.3	3.3	6.3	0.7	4.3	3.3	1.0	4.7	0.3	1.0	0.0	40.9	
男性計		1946	36.7	30.6	10.3	10.2	9.9	9.4	9.0	7.5	9.0	7.3	6.3	6.7	5.2	3.1	2.5	2.3	1.7	0.5	16.5	
女性計		2231	35.9	33.9	10.3	9.9	8.3	8.6	7.7	9.0	7.1	7.0	7.0	5.4	5.2	2.2	2.6	2.0	1.3	0.4	17.8	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い



牛乳飲用頻度別では、「白もの牛乳類」は、毎日飲用している人は、「いつでもそばにある」が53%と全体と比較して10ポイント以上高く、「健康的な」「元気になる」「安心できる」でも他の飲用頻度と比較して高い。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「シンプルな」「いつでもそばにある」が全体と比較して10ポイント以上高く、「自然な」「親しみのある」などでも5ポイント以上高いことから、多様な牛乳摂取の仕方をしている人の方が多くのイメージを持っていると言える。混ぜて飲用のみの人では「なつかしい」が高い。

図表VI-3-12 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：白もの牛乳類（MA）

		n	健康的な	自然な	シンプルな	いつでもそばにある	元気になる	安心できる	親しみのある	のびのびとする	ほっとする	なつかしい	美しくなる	あたたかい	リラックスできる	スラツとしたきれいな体になる	洗練された	個性的	大人っぽい	おしゃれな	無回答
全体		4177	70.8	46.1	40.4	38.0	37.8	24.3	22.9	10.1	10.1	9.7	9.0	7.5	6.3	6.1	4.6	1.3	0.9	0.8	3.2
飲用頻度	飲用者・計	3726	73.9	48.1	42.4	41.6	39.5	26.4	24.8	10.6	11.1	10.1	9.6	8.2	6.9	6.3	4.7	1.4	0.9	0.8	1.3
	毎日飲用	1676	76.1	49.0	41.8	53.0	44.1	30.5	27.6	10.9	13.8	8.9	9.8	9.1	8.2	7.1	4.1	1.7	1.3	1.1	0.7
	週1～6日飲用	1468	73.5	48.5	44.4	38.4	37.9	25.3	24.8	11.0	10.6	10.6	9.1	8.2	6.7	5.9	5.2	1.4	1.0	0.7	1.2
	月に2～3日以下飲用	582	68.4	44.5	39.0	17.0	30.4	17.2	16.5	8.8	4.5	12.0	10.5	5.8	4.0	4.8	5.3	0.5	0.0	0.2	3.6
	非飲用者	451	45.7	29.3	24.4	8.2	23.5	6.9	7.8	5.5	1.3	6.9	4.4	1.6	1.3	4.7	3.8	0.9	0.9	0.7	18.8
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	75.9	55.4	53.4	49.2	42.4	26.6	30.1	15.9	12.0	10.4	12.7	8.8	8.9	6.7	5.6	1.1	0.6	0.9	0.3
	そのまま&混ぜて併用	1457	75.3	49.6	43.2	46.4	41.7	28.8	25.9	10.8	13.1	9.3	10.1	9.3	7.1	6.3	4.9	1.3	0.7	0.5	1.1
	そのまま飲用のみ	975	72.9	44.7	37.2	36.6	36.6	26.4	21.4	7.6	9.9	9.5	7.7	7.0	6.6	5.3	3.7	1.7	1.7	1.0	1.4
	混ぜて飲用のみ	241	70.1	43.6	36.9	27.8	34.9	17.0	19.1	7.1	5.4	14.9	7.1	6.2	2.9	5.8	4.6	0.8	1.2	0.4	3.3

(%)

 全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「カフェオレ・ミルクティ」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「ほっとする」が全体と比較して10ポイント以上高い。混ぜて飲用のみの人では「安心できる」「いつでもそばにある」が全体より5ポイント以上高く、他の飲用パターンとの違いが見られる。

図表VI-3-13 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：カフェオレ、ミルクティ (MA)

		n	ほっとする	あたたかい	おしゃれな	リラックスできる	大人っぽい	親しみのある	なつかしい	洗練された	個性的	安心できる	いつでもそばにある	元気になる	シンプルな	健康的な	のびのびとする	自然な	美しくなる	スラットしたきれいな体になる	無回答
全体		4177	32.7	31.5	29.1	19.2	14.0	13.6	7.8	7.8	6.4	6.3	5.3	5.1	4.7	3.1	2.7	2.6	1.1	0.4	14.8
飲用頻度	飲用者・計	3726	34.8	32.5	29.8	20.3	14.2	14.2	7.5	7.9	6.5	6.7	5.6	5.4	4.7	3.2	2.8	2.7	1.1	0.3	13.5
	毎日飲用	1676	36.5	32.1	27.2	21.5	13.7	14.3	7.0	8.7	6.2	6.6	6.2	6.6	4.7	3.8	3.2	2.6	1.3	0.3	14.4
	週1～6日飲用	1468	34.6	33.7	31.1	20.4	14.2	14.9	7.7	7.4	7.2	7.3	5.8	4.8	5.4	2.7	2.5	2.9	1.0	0.4	12.0
	月に2～3日以下飲用	582	30.2	30.6	33.7	16.5	16.0	12.0	8.2	7.4	5.5	5.5	3.3	3.4	3.1	2.4	2.2	2.4	0.9	0.3	14.8
	非飲用者	451	15.3	23.5	23.7	10.4	11.8	8.4	10.0	6.4	6.2	3.1	2.7	2.2	4.7	2.9	1.8	1.6	1.6	0.4	25.5
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	47.4	39.6	37.5	28.9	17.5	20.3	9.7	8.6	6.7	10.1	9.4	7.6	6.1	4.4	4.4	3.8	1.1	0.9	4.8
	そのまま&混ぜて併用	1457	39.0	36.9	29.6	23.9	14.6	15.5	6.8	8.2	5.7	7.4	5.7	6.6	4.3	3.6	2.5	3.0	1.2	0.3	10.8
	そのまま飲用のみ	975	21.2	22.3	24.2	10.4	11.3	8.0	6.8	7.9	6.8	2.3	1.6	2.2	4.1	1.9	1.9	1.4	0.9	0.2	23.7
	混ぜて飲用のみ	241	39.4	33.6	32.0	23.7	15.4	15.8	7.1	5.8	7.5	12.4	11.6	6.2	3.7	2.9	2.9	2.1	0.8	0.0	10.4

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「コーヒー」は月に2～3日以下飲用している人は、「いつでもそばにある」が全体と比較して5ポイント以上高い。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「大人っぽい」が全体と比較して10ポイント以上高い。

図表VI-3-14 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：コーヒー（MA）

		n	ほっとする	大人っぽい	リラックスできる	いつでもそばにある	あたたかい	親しみのある	シンプルな	おしゃれな	洗練された	安心できる	元気になる	個性的	自然な	のびのびとする	健康的な	なつかしい	スラッとしたいきれいな体になる	美しくなる	無回答
全体		4177	51.1	41.4	37.1	34.9	30.4	20.3	16.7	11.8	10.1	9.7	8.1	6.2	5.8	3.8	2.1	2.1	0.6	0.5	6.3
飲用頻度	飲用者・計	3726	52.4	42.1	38.2	35.6	30.9	20.4	16.8	11.6	10.1	9.7	8.4	5.9	5.9	3.7	2.1	2.1	0.5	0.5	5.7
	毎日飲用	1676	52.9	40.0	37.9	33.8	29.3	20.9	15.8	10.3	8.8	10.3	9.6	5.8	5.6	3.6	1.8	2.2	0.7	0.5	6.6
	週1～6日飲用	1468	52.3	42.8	39.5	36.0	33.0	20.4	18.3	12.7	10.9	9.3	7.9	6.3	6.4	4.0	2.6	2.0	0.4	0.5	5.0
	月に2～3日以下飲用	582	51.0	46.0	35.9	39.9	30.2	18.9	15.8	12.5	12.0	9.1	6.4	5.5	5.3	3.3	1.5	2.1	0.5	0.2	4.6
	非飲用者	451	40.8	35.7	27.9	28.8	25.9	20.2	16.4	13.1	10.0	10.0	5.3	8.2	5.5	4.2	2.2	2.2	0.9	0.9	11.8
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	51.6	55.4	40.1	35.1	34.8	21.2	21.8	15.4	13.5	10.1	7.3	7.4	6.1	2.9	2.4	2.4	0.8	0.6	2.4
	そのまま&混ぜて併用	1457	56.5	42.1	41.1	40.8	34.2	23.5	18.1	11.4	10.6	10.1	9.8	6.1	6.7	3.7	1.8	2.5	0.4	0.4	3.8
	そのまま飲用のみ	975	46.7	32.5	32.9	27.5	24.1	16.5	10.8	8.7	7.2	7.9	7.2	4.9	5.0	4.0	2.1	1.4	0.3	0.4	10.8
	混ぜて飲用のみ	241	54.4	44.4	42.7	37.3	32.8	20.3	17.4	10.8	10.8	16.6	9.1	4.6	3.7	5.4	2.9	2.5	0.8	0.4	3.7

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「紅茶」は月に2～3日以下飲用している人は、「おしゃれな」が全体と比較して5ポイント以上高い。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「ほっとする」「リラックスできる」等が全体と比較して5ポイント以上高く、他の飲用パターンに比べより多くのイメージを持っている様子である。

図表VI-3-15 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：紅茶 (MA)

		n	ほっとする	あたたかい	おしゃれな	リラックスできる	大人っぽい	シンプルな	いつでもそばにある	親しみのある	洗練された	自然な	安心できる	個性的	健康的な	なつかしい	美しくなる	のびのびとする	元気になる	スラットしたきれいな体になる	無回答
全体		4177	31.3	28.3	25.8	24.8	19.7	19.5	15.8	13.7	11.1	9.4	7.8	6.6	3.8	3.1	2.8	2.7	2.3	1.4	12.5
飲用頻度	飲用者・計	3726	32.4	29.1	26.2	25.8	19.8	19.5	16.4	14.1	11.4	9.8	7.9	6.5	3.8	3.2	2.8	2.7	2.4	1.4	11.6
	毎日飲用	1676	31.0	28.7	22.7	25.2	18.0	19.0	17.0	14.0	10.8	10.7	7.1	5.8	4.0	3.1	2.1	2.4	2.9	1.0	13.5
	週1～6日飲用	1468	34.1	30.9	28.0	26.8	21.6	20.5	16.3	14.4	12.0	9.1	8.0	6.9	3.5	3.5	4.0	2.1	2.1	1.9	9.6
	月に2～3日以下飲用	582	32.0	25.8	31.8	25.1	20.6	18.6	14.9	13.6	11.7	8.8	9.6	7.6	3.8	2.4	2.2	4.8	2.1	1.2	11.3
	非飲用者	451	22.6	21.5	22.0	16.9	18.4	19.3	11.1	10.0	8.9	6.4	6.9	7.3	3.8	2.9	2.2	2.7	1.6	2.0	19.3
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	41.3	36.6	34.0	36.3	25.7	26.0	20.9	19.7	15.4	11.2	13.0	7.1	5.1	3.2	4.1	4.7	2.6	0.9	4.1
	そのまま&混ぜて併用	1457	33.8	31.3	26.7	27.6	19.7	21.3	18.5	14.3	12.6	10.7	7.3	5.9	3.1	3.8	3.1	1.9	2.7	1.7	10.4
	そのまま飲用のみ	975	26.6	20.8	19.2	18.5	17.1	13.8	9.8	11.0	6.9	7.9	5.1	6.8	3.3	3.0	1.7	2.2	1.8	0.8	17.5
	混ぜて飲用のみ	241	29.9	29.9	26.6	23.7	16.6	15.8	19.9	14.5	14.5	7.9	7.9	6.6	5.4	1.7	2.5	2.1	3.7	1.2	12.0

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「元気になる」が全体と比較して10ポイント以上高く、「健康的な」「美しくなる」「スラッとしたきれいな体になる」も5ポイント以上高い。

図表VI-3-16 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料（MA）

		n	健康的な	元気になる	美しくなる	スラッとしたきれいな体になる	自然な	安心できる	親しみのある	のびのびとする	いつでもそばにある	なつかしい	シンプルな	個性的	おしゃやかな	洗練された	ほっとする	リラックスできる	あたたかい	大人っぽい	無回答
全体		4177	60.0	34.8	20.8	14.0	11.1	8.7	7.8	6.5	6.2	6.0	4.4	3.6	2.8	2.8	2.7	2.3	0.6	0.6	12.5
飲用頻度	飲用者・計	3726	61.6	35.9	21.6	14.9	11.3	8.9	7.8	6.9	6.3	6.1	4.5	3.7	2.8	2.8	2.6	2.4	0.6	0.6	11.2
	毎日飲用	1676	59.1	35.4	20.0	14.4	10.8	9.1	8.1	6.0	6.0	6.1	4.3	3.5	2.5	2.8	2.7	2.5	0.7	0.5	13.3
	週1～6日飲用	1468	64.1	37.5	23.0	15.7	11.9	9.0	7.9	7.8	6.9	5.9	4.6	4.4	3.4	3.1	2.7	2.3	0.5	0.7	8.7
	月に2～3日以下飲用	582	62.2	33.3	22.9	14.4	11.2	8.1	6.9	7.2	5.8	6.4	4.6	2.7	2.2	2.2	2.2	2.2	0.7	0.5	11.5
	非飲用者	451	47.0	25.5	13.5	6.7	9.5	7.1	7.3	3.5	5.1	4.9	3.3	2.9	2.7	2.7	2.9	1.6	0.4	0.2	23.1
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	68.5	45.2	28.4	21.5	15.1	12.4	10.7	11.2	7.7	9.7	6.4	6.1	3.8	4.4	3.9	2.7	0.9	0.6	4.2
	そのまま&混ぜて併用	1457	61.8	36.6	22.2	15.1	9.9	9.6	8.1	6.2	6.0	6.6	3.8	3.8	2.8	3.0	2.4	2.3	0.7	0.3	10.4
	そのまま飲用のみ	975	57.2	27.6	14.6	9.6	10.2	6.4	5.3	4.5	4.9	2.7	4.1	2.2	2.7	2.1	1.6	2.2	0.4	1.0	16.2
	混ぜて飲用のみ	241	61.4	39.0	22.4	17.0	12.4	7.5	7.5	7.5	7.1	4.6	4.6	2.9	0.8	1.7	1.7	3.3	1.2	0.4	11.2

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い



牛乳飲用頻度別では、「果汁飲料・野菜飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「健康的な」「美しくなる」が全体と比較して10ポイント以上高い。

図表VI-3-17 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：果汁飲料、野菜飲料 (MA)

		n	健康的な	自然な	元気になる	美しくなる	スラツとしたきれいな体になる	安心できる	シンプルな	個性的	いつでもそばにある	親しみのある	のびのびとする	洗練された	おしゃやかな	なつかしい	ほっとする	リラックスできる	大人っぽい	あたたかい	無回答
全体		4177	61.1	31.8	31.7	23.3	16.3	12.2	6.6	5.1	4.9	4.9	4.0	2.6	2.5	1.9	1.7	1.7	1.2	0.3	12.0
飲用頻度	飲用者・計	3726	62.3	32.5	32.6	23.9	16.9	12.4	6.5	5.2	5.0	4.9	4.2	2.5	2.6	1.9	1.7	1.7	1.3	0.3	11.1
	毎日飲用	1676	60.3	31.1	32.1	23.6	16.7	12.1	5.2	5.1	5.0	4.1	3.8	1.8	2.4	1.4	1.8	1.7	1.1	0.4	13.1
	週1～6日飲用	1468	64.4	32.6	33.8	24.9	16.8	13.0	7.8	5.7	5.4	5.7	4.5	2.9	3.0	2.4	1.8	1.7	1.3	0.3	8.9
	月に2～3日以下飲用	582	62.5	36.6	31.1	22.7	17.4	11.9	6.9	4.5	4.0	5.2	4.6	3.3	2.2	1.9	1.0	1.7	2.1	0.0	10.8
	非飲用者	451	51.2	25.9	24.6	18.4	11.5	10.2	7.3	3.5	3.8	4.7	2.7	3.3	2.0	2.0	1.6	1.6	0.7	0.4	19.7
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	<b>71.3</b>	36.3	<b>39.8</b>	<b>34.6</b>	23.1	14.1	9.7	8.8	6.5	6.7	6.5	3.9	4.1	3.3	2.9	2.3	0.9	0.5	5.0
	そのまま&混ぜて併用	1457	62.7	32.9	33.3	24.9	17.9	13.5	5.1	4.7	5.7	5.6	4.2	2.5	2.4	1.8	1.8	1.6	1.8	0.3	10.7
	そのまま飲用のみ	975	56.9	28.4	26.6	15.9	11.2	11.0	5.9	4.0	3.5	3.5	2.7	1.6	1.8	0.9	1.1	1.7	0.8	0.3	15.4
	混ぜて飲用のみ	241	59.3	<b>36.9</b>	33.6	20.3	14.5	10.8	8.7	4.1	3.3	2.9	3.7	1.7	1.7	2.1	0.4	1.2	0.4	0.4	10.4

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「豆乳」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「健康的な」「自然な」等が全体と比較して5ポイント以上高い。

図表VI-3-18 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：豆乳(MA)

		n	健康的な	自然な	元気になる	美しくなる	スラットとしたきれいな体になる	シンプルな	個性的	安心できる	なつかしい	洗練された	のびのびとする	親しみのある	大人っぽい	いつでもそばにある	ほっとする	あたたかい	リラックスできる	おしゃれな	無回答
全体		4177	63.7	31.6	29.9	21.0	15.7	14.3	14.0	12.0	10.0	3.3	2.7	2.6	2.3	2.0	1.5	1.3	1.3	1.2	9.9
飲用頻度	飲用者・計	3726	65.2	32.3	30.5	21.6	16.0	14.7	14.4	12.3	10.1	3.4	2.8	2.5	2.5	2.0	1.5	1.3	1.3	1.3	9.0
	毎日飲用	1676	63.5	31.5	30.5	20.2	15.3	13.3	13.6	11.6	9.1	2.9	2.3	2.4	2.1	1.7	1.6	1.3	1.3	1.0	10.5
	週1~6日飲用	1468	67.3	33.1	30.6	22.4	16.9	16.2	14.9	12.8	10.8	4.0	3.1	2.4	3.1	2.0	1.5	1.0	1.4	1.7	7.7
	月に2~3日以下飲用	582	64.4	32.5	30.2	23.5	16.0	14.9	15.3	12.9	11.0	3.4	3.8	3.3	2.2	2.9	1.2	2.1	1.4	1.0	7.9
	非飲用者	451	51.4	25.7	24.6	16.4	12.9	10.9	10.9	10.0	9.8	2.2	1.3	2.9	0.9	1.8	1.3	1.1	0.9	1.1	17.7
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	73.4	40.2	37.8	29.7	23.8	18.8	20.4	15.7	11.8	5.0	5.0	5.0	3.9	2.7	1.7	1.8	2.7	2.0	3.2
	そのまま&混ぜて併用	1457	66.6	32.3	31.2	22.5	15.9	13.2	14.7	13.0	10.1	3.4	2.3	2.5	2.8	2.4	1.4	1.2	1.0	1.2	8.2
	そのまま飲用のみ	975	58.6	26.2	26.2	13.8	9.2	11.9	10.9	9.1	8.3	2.6	1.9	1.5	1.3	1.3	1.3	1.0	0.6	0.7	15.0
	混ぜて飲用のみ	241	66.8	34.9	30.7	23.7	16.6	19.5	11.6	10.0	10.8	3.3	2.5	0.8	2.5	1.7	1.7	2.1	0.8	0.8	5.0

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「無糖のお茶飲料」は大きな差はない。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「シンプルな」が全体と比較して10ポイント以上高く、「いつでもそばにある」「自然な」等が全体と比較して5ポイント以上高い。

図表VI-3-19 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：無糖のお茶飲料（MA）

		n	シンプルな	いつでもそばにある	自然な	ほっとする	親しみのある	健康的な	安心できる	リラックスできる	あたたかい	スラッとしたきれいな体になる	美しくなる	なつかしい	元気になる	のびのびとする	大人っぽい	洗練された	個性的	おしゃれな	無回答
全体		4177	46.5	45.8	44.2	34.7	30.4	29.3	29.2	22.3	15.7	15.2	11.2	10.6	8.2	6.9	6.5	4.9	2.5	1.9	6.0
飲用頻度	飲用者・計	3726	47.8	45.9	44.5	34.9	30.4	29.5	29.0	22.5	15.3	15.4	11.3	10.6	8.0	6.8	6.5	4.9	2.2	1.9	5.8
	毎日飲用	1676	46.8	44.7	42.4	34.8	28.6	28.6	28.8	20.8	15.3	15.0	11.2	10.7	7.9	5.8	5.9	4.5	2.3	2.1	6.6
	週1～6日飲用	1468	48.4	47.3	46.1	34.9	31.2	30.7	29.2	23.1	15.7	15.8	11.2	11.1	8.4	8.0	7.6	5.0	2.5	1.8	4.9
	月に2～3日以下飲用	582	49.1	45.7	46.4	34.9	33.2	28.9	29.0	25.8	14.4	15.5	11.5	8.8	7.2	6.4	5.5	5.5	1.4	1.4	5.7
	非飲用者	451	35.9	45.2	41.9	33.5	31.0	27.7	30.8	20.4	18.4	13.1	10.2	11.1	9.3	8.2	6.9	4.9	4.4	2.0	7.5
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	58.7	53.0	50.8	39.3	35.9	36.8	33.3	29.5	14.8	24.1	15.3	15.3	9.1	10.4	8.0	6.4	2.3	3.0	2.6
	そのまま&混ぜて併用	1457	47.6	47.2	45.7	36.0	31.0	29.2	30.2	21.8	15.9	15.3	12.4	11.3	7.7	6.4	6.6	5.4	2.6	2.0	5.7
	そのまま飲用のみ	975	40.1	39.8	40.5	31.0	26.7	25.1	26.6	19.7	16.0	10.1	7.2	7.9	8.3	5.5	5.3	3.8	1.8	1.0	7.9
	混ぜて飲用のみ	241	51.9	45.6	38.6	34.4	31.1	29.0	20.7	18.3	13.3	17.8	10.0	7.5	5.8	4.1	6.2	4.1	2.1	1.2	5.8

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「炭酸飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は「個性的な」が全体と比較して5ポイント以上高い。

図表VI-3-20 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：炭酸飲料（MA）

		<i>n</i>	個性的	なつかしい	親しみのある	いつでもそばにある	リラックスできる	元気になる	ほっとする	のびのびとする	大人っぽい	シンプルな	おしゃれな	洗練された	自然な	安心できる	健康的な	スラッとしたいきれいな体になる	あたたかい	美しくなる	無回答
全体		4177	23.5	13.2	12.6	8.1	7.4	7.1	5.9	4.8	3.7	3.6	3.1	2.7	1.4	1.1	1.0	0.5	0.2	0.1	28.3
飲用頻度	飲用者・計	3726	24.4	13.5	12.8	8.1	7.5	7.1	5.6	4.6	3.8	3.4	3.1	2.6	1.4	1.0	0.9	0.4	0.2	0.1	27.6
	毎日飲用	1676	25.1	12.7	11.0	6.7	7.1	6.6	5.0	4.4	3.8	3.2	3.3	2.7	1.3	0.6	1.3	0.7	0.4	0.1	29.5
	週1～6日飲用	1468	23.5	14.7	13.6	8.4	8.0	7.8	6.1	4.8	3.3	3.9	2.9	2.5	1.2	1.4	0.5	0.3	0.0	0.1	26.6
	月に2～3日以下飲用	582	24.6	12.5	15.8	10.8	7.0	7.0	6.0	4.6	5.0	2.9	3.1	2.6	1.9	1.2	1.2	0.2	0.0	0.2	24.9
	非飲用者	451	16.6	11.3	11.5	8.4	7.3	6.4	8.9	6.9	3.3	4.7	3.1	3.3	1.6	1.8	1.6	1.1	0.2	0.4	34.1
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	29.0	14.5	16.6	9.4	8.0	9.8	6.8	5.0	1.7	3.0	3.2	4.5	1.2	0.9	0.9	0.2	0.5	0.0	20.3
	そのまま&混ぜて併用	1457	25.2	13.7	11.8	8.0	7.5	6.7	5.6	5.0	3.6	3.6	3.0	2.2	1.6	1.0	1.0	0.4	0.2	0.1	28.6
	そのまま飲用のみ	975	19.1	11.2	10.5	7.2	7.3	4.6	5.2	4.4	5.0	3.7	3.2	1.8	1.3	0.7	0.8	0.6	0.0	0.2	31.6
	混ぜて飲用のみ	241	27.4	14.5	14.5	7.9	5.8	9.5	4.1	3.7	3.7	3.3	2.9	4.1	0.8	1.7	1.2	0.0	0.0	0.0	25.7

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「スポーツ飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は「元気になる」が全体と比較して5ポイント以上高い。

図表VI-3-21 飲用頻度・パターン別 問32 飲み物のイメージ：スポーツ飲料（MA）

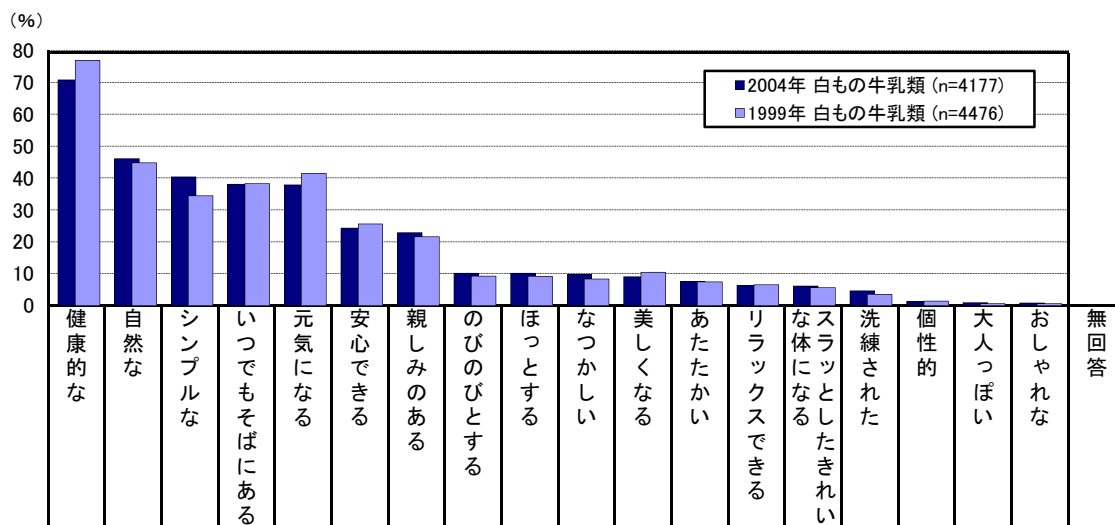
		n	健康的な	元気になる	のびのびとする	シンプルな	いつでもそばにある	リラックスできる	安心できる	個性的	親しみのある	自然な	スラツとしたきれいな体になる	ほっとする	洗練された	おしゃれな	大人っぽい	美しくなる	なつかしい	あたたかい	無回答
全体		4177	36.3	32.4	10.3	10.0	9.0	9.0	8.3	8.3	8.0	7.2	6.7	6.0	5.2	2.6	2.5	2.1	1.5	0.5	17.2
飲用頻度	飲用者・計	3726	37.0	33.1	10.3	9.9	9.3	9.0	8.2	8.2	8.1	7.3	6.7	6.0	5.0	2.5	2.7	2.0	1.5	0.5	16.4
	毎日飲用	1676	35.5	31.3	9.4	8.9	8.5	8.1	6.8	8.8	6.9	6.8	6.1	5.6	4.6	2.7	2.8	2.0	1.2	0.5	19.0
	週1～6日飲用	1468	39.0	34.3	11.1	10.1	9.3	10.0	9.4	7.9	8.9	8.0	6.7	6.5	5.1	2.7	2.7	1.8	1.8	0.5	14.2
	月に2～3日以下飲用	582	36.6	35.4	10.8	11.9	11.3	8.8	9.5	7.6	9.1	6.9	7.9	6.2	5.7	1.2	2.2	2.6	1.5	0.3	14.6
	非飲用者	451	30.2	26.2	10.6	11.1	7.3	8.9	8.9	8.4	7.5	6.4	6.7	5.8	7.3	3.5	1.6	3.1	1.6	0.4	23.9
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	39.3	40.2	12.0	11.6	13.0	10.0	10.3	7.9	12.0	8.2	8.6	6.5	6.4	3.0	1.8	2.7	2.6	0.6	9.2
	そのまま&混ぜて併用	1457	39.4	35.1	10.5	9.4	9.1	9.4	9.1	8.4	8.0	7.3	6.9	6.5	5.1	2.3	2.6	2.1	1.6	0.4	16.1
	そのまま飲用のみ	975	31.8	25.7	9.0	8.2	6.8	8.5	6.7	7.8	5.4	6.4	4.7	5.8	4.0	2.6	3.1	0.9	1.1	0.7	23.2
	混ぜて飲用のみ	241	38.2	32.8	9.5	13.7	9.5	5.8	6.2	9.1	8.7	7.9	7.1	5.4	5.4	1.7	2.1	2.5	0.4	0.0	14.9

(%)

全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い

1999年と比較してみると、「いつでもそばにある」「親しみのある」というイメージについて、コーヒーが白もの牛乳類に迫っており、コーヒーがより身近な飲み物になっていることがうかがえる。

図表VI-3-22 時系列 問32 飲み物のイメージ (MA)



2004年	白もの牛乳類	70.8	46.1	40.4	38.0	37.8	24.3	22.9	10.1	10.1	9.7	9.0	7.5	6.3	6.1	4.6	1.3	0.9	0.8	3.2
	カフェオレ	3.1	2.6	4.7	5.3	5.1	6.3	13.6	2.7	32.7	7.8	1.1	31.5	19.2	0.4	7.8	6.4	14.0	29.1	14.8
	コーヒー	2.1	5.8	16.7	34.9	8.1	9.7	20.3	3.8	51.1	2.1	0.5	30.4	37.1	0.6	10.1	6.2	41.4	11.8	6.3
	紅茶	3.8	9.4	19.5	15.8	2.3	7.8	13.7	2.7	31.3	3.1	2.8	28.3	24.8	1.4	11.1	6.6	19.7	25.8	12.5
	ドリンクヨーグルト	60.0	11.1	4.4	6.2	34.8	8.7	7.8	6.5	2.7	6.0	20.8	0.6	2.3	14.0	2.8	3.6	0.6	2.8	12.5
	乳酸菌飲料	61.1	31.8	6.6	4.9	31.7	12.2	4.9	4.0	1.7	1.9	23.3	0.3	1.7	16.3	2.6	5.1	1.2	2.5	12.0
	果汁飲料	61.1	31.8	6.6	4.9	31.7	12.2	4.9	4.0	1.7	1.9	23.3	0.3	1.7	16.3	2.6	5.1	1.2	2.5	12.0
	野菜飲料	61.1	31.8	6.6	4.9	31.7	12.2	4.9	4.0	1.7	1.9	23.3	0.3	1.7	16.3	2.6	5.1	1.2	2.5	12.0
	豆乳	63.7	31.6	14.3	2.0	29.9	12.0	2.6	2.7	1.5	10.0	21.0	1.3	1.3	15.7	3.3	14.0	2.3	1.2	9.9
無糖のお茶飲料	29.3	44.2	46.5	45.8	8.2	29.2	30.4	6.9	34.7	10.6	11.2	15.7	22.3	15.2	4.9	2.5	6.5	1.9	6.0	
炭酸飲料	1.0	1.4	3.6	8.1	7.1	1.1	12.6	4.8	5.9	13.2	0.1	0.2	7.4	0.5	2.7	23.5	3.7	3.1	28.3	
スポーツ飲料	36.3	7.2	10.0	9.0	32.4	8.3	8.0	10.3	6.0	1.5	2.1	0.5	9.0	6.7	5.2	8.3	2.5	2.6	17.2	

(%)

1999年	白もの牛乳類	76.9	44.8	34.4	38.2	41.5	25.6	21.6	9.2	9.1	8.3	10.4	7.4	6.5	5.6	3.5	1.4	0.6	0.6	1.5
	カフェオレ	3.2	2.6	5.3	3.5	4.8	5.4	11.1	2.9	24.7	5.9	1.6	26.1	15.4	0.5	6.2	8.9	11.6	30.7	11.3
	コーヒー	1.6	5.7	13.6	27.4	7.1	8.3	16.8	4.4	44.2	1.6	0.5	21.7	34.3	0.7	8.4	7.4	42.3	10.3	4.8
	紅茶	3.4	8.8	18.4	12.6	2.8	6.2	10.4	2.7	24.5	2.3	3.3	20.5	21.4	2.3	11.8	7.6	18.4	27.3	9.6
果物/野菜のジュース	65.6	38.5	8.8	4.9	40.7	12.2	5.5	5.0	2.7	2.6	30.4	1.0	3.3	20.7	4.1	8.0	1.2	3.3	4.8	

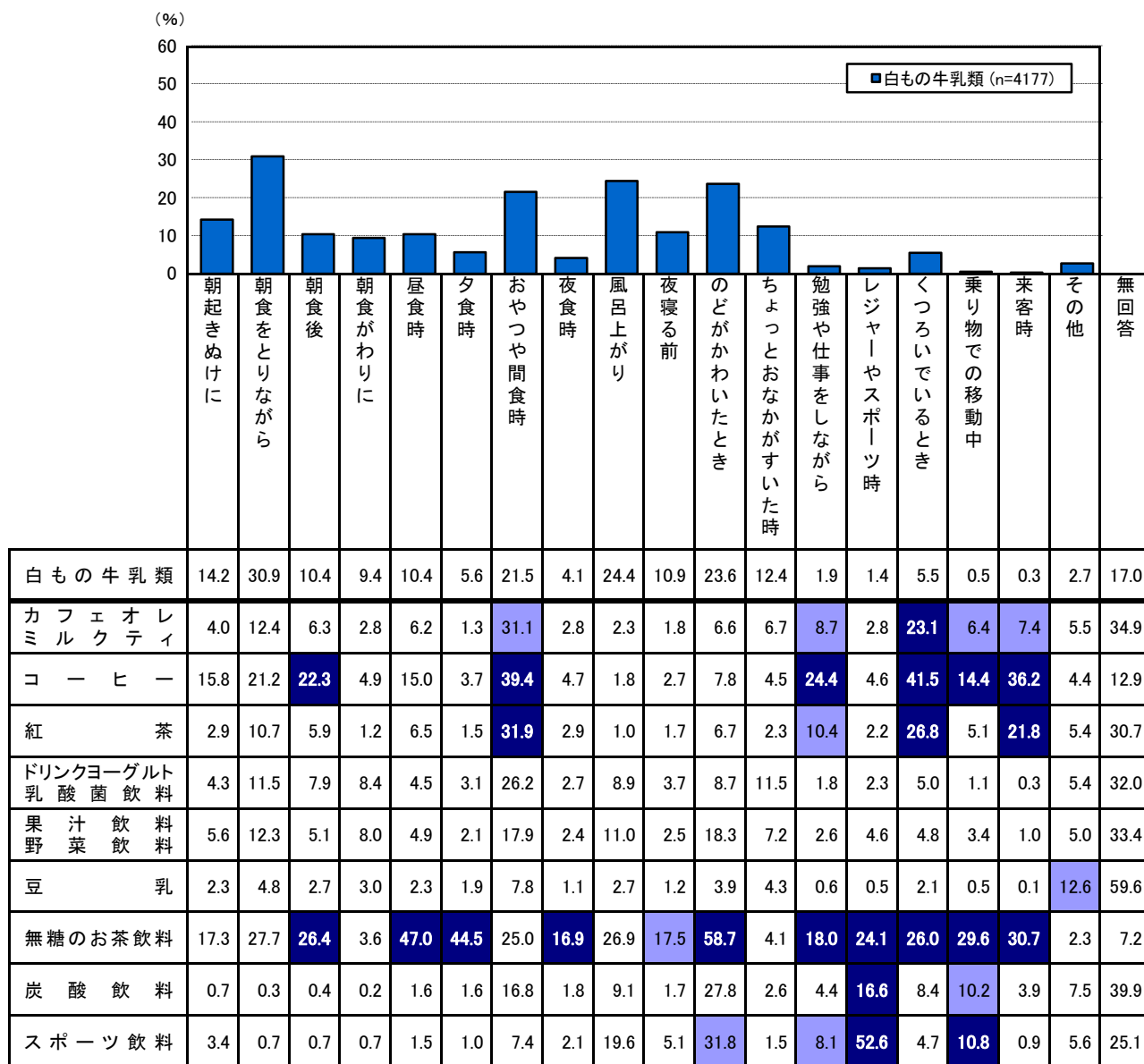
(%)

## 2) 飲用シーン

ふだんよく飲む飲料について、飲用シーンを聞いたところ、白もの牛乳類は「朝食をとりながら」31%と最も高く、「風呂上がり」「のどがかわいたとき」「おやつや間食時」と続く。無糖のお茶飲料は食事時や勉強・仕事をしながらなど多くのシーンで白もの牛乳類を上回っている一方、「朝食をとりながら」「朝食がわりに」「ちょっとおなかがすいたとき」といったシーンでは、10種類中白もの牛乳類がトップとなっており、白もの牛乳類に特徴的なシーンといえる。

なお、飲まない人も含む全体に聞いているため、無回答が多くなっている。

図表VI-3-23 問33 飲み物の飲用シーン (MA)



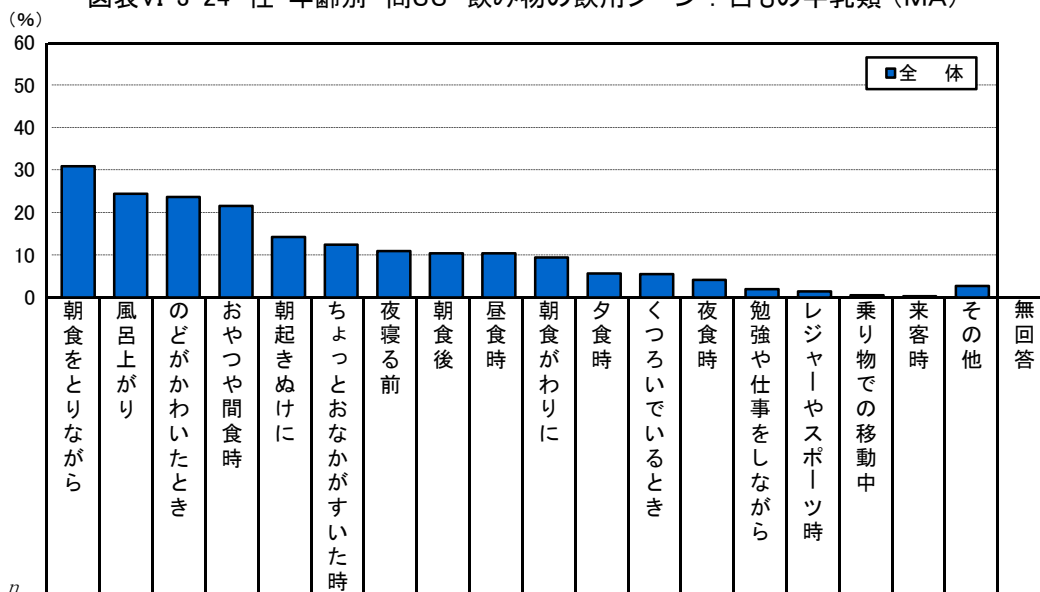
(%)

■ 白もの牛乳類より 5ポイント以上高い  
■ 白もの牛乳類より10ポイント以上高い

以下の図は、各飲料の飲用シーンを性・年齢別に示したものである。

性・年齢別にみると、「白もの牛乳類」は男性中学生では「昼食時」「のどがかわいたとき」「風呂上がり」など多くのシーンで全体の割合より10ポイント以上高い。男性10代でも5ポイント以上の差であるが、同様の傾向が見られる。女性では、中学生～20代の若い世代で「朝食をとりながら」が高い。女性中学生では「昼食時」、女性10代では「おやつや間食時」も高い。

図表VI-3-24 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：白もの牛乳類 (MA)



n		朝食をとりながら	風呂上がり	のどがかわいたとき	おやつや間食時	朝起きぬけに	ちよつとおながすいた時	夜寝る前	朝食後	昼食時	朝食がわりに	夕食時	くつろいでいるとき	夜食時	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答	
全体	4177	30.9	24.4	23.6	21.5	14.2	12.4	10.9	10.4	10.4	9.4	5.6	5.5	4.1	1.9	1.4	0.5	0.3	2.7	17.0	
男性	中学生	49	34.7	<b>36.7</b>	<b>38.8</b>	30.6	<b>24.5</b>	8.2	16.3	<b>22.4</b>	<b>49.0</b>	8.2	<b>16.3</b>	8.2	<b>22.4</b>	<b>12.2</b>	6.1	0.0	0.0	2.0	6.1
	10代 (中学生除)	132	<b>50.0</b>	26.5	30.3	27.3	15.2	14.4	17.4	13.6	14.4	9.8	15.2	12.1	11.4	3.8	1.5	0.8	0.8	0.0	10.6
	20代	243	31.7	30.9	27.2	17.7	19.8	8.2	16.9	9.5	8.6	9.1	11.1	5.8	8.6	1.6	2.5	0.8	0.8	2.9	18.1
	30代	301	31.6	20.3	18.6	12.0	15.0	9.6	11.6	8.6	6.0	12.3	4.7	4.0	4.3	0.7	1.3	1.0	0.0	5.3	19.3
	40代	292	30.1	26.0	19.5	16.4	14.4	12.0	11.6	7.9	10.6	10.6	4.5	4.1	4.8	0.7	0.7	0.3	0.3	3.1	18.5
	50代	383	26.1	24.3	<b>30.0</b>	15.9	12.5	10.2	10.7	11.0	7.6	11.0	5.2	7.3	3.1	2.3	1.0	0.3	0.0	2.3	16.4
	60代	311	25.4	24.4	27.3	16.7	13.8	9.6	6.8	9.3	8.7	7.4	5.8	1.9	2.6	1.6	3.5	1.3	0.3	1.3	20.9
	70代以上	235	25.1	11.5	18.7	18.3	8.5	5.1	4.3	14.0	10.6	5.5	3.0	2.6	1.7	0.4	1.3	0.0	0.0	1.7	28.1
女性	中学生	39	<b>43.6</b>	23.1	20.5	17.9	15.4	5.1	12.8	10.3	<b>56.4</b>	12.8	<b>15.4</b>	5.1	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	5.1	12.8
	10代 (中学生除)	126	<b>39.7</b>	25.4	24.6	<b>32.5</b>	12.7	13.5	10.3	10.3	6.3	4.8	8.7	<b>13.5</b>	7.1	5.6	0.0	0.0	0.8	1.6	16.7
	20代	252	<b>41.7</b>	25.0	16.7	23.0	16.7	14.3	13.5	5.6	9.5	<b>15.5</b>	8.3	7.5	4.0	2.0	1.2	0.8	0.8	5.2	15.1
	30代	354	35.0	25.4	20.9	<b>28.0</b>	16.4	15.3	11.9	6.2	8.2	10.5	3.7	5.6	5.4	2.5	0.8	0.6	0.0	4.2	15.0
	40代	369	32.5	26.6	24.1	25.5	15.2	16.0	11.9	7.0	9.2	10.6	4.1	4.9	4.3	1.9	1.4	0.3	0.3	3.0	13.6
	50代	422	30.3	27.7	25.6	24.9	14.9	<b>19.9</b>	12.8	11.4	9.2	11.8	5.0	6.2	2.1	3.1	1.2	0.7	0.5	1.7	14.7
	60代	368	23.9	25.5	24.7	<b>26.6</b>	12.2	14.7	9.8	14.4	10.9	5.2	2.7	5.7	1.1	0.5	0.8	0.0	0.0	1.9	14.9
	70代以上	301	25.6	18.6	20.3	20.9	10.0	7.3	5.0	<b>16.3</b>	14.3	4.7	2.7	3.0	1.3	0.7	1.3	0.0	0.0	1.7	19.3
男性計	1946	29.9	23.7	24.8	17.2	14.3	9.7	10.9	10.5	10.0	9.5	6.5	5.0	5.0	1.7	1.8	0.6	0.3	2.6	18.9	
女性計	2231	31.8	25.1	22.6	25.3	14.2	14.7	10.9	10.3	10.7	9.4	4.7	5.9	3.2	2.1	1.0	0.4	0.3	2.8	15.3	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い



全体では、「カフェオレ・ミルクティ」は「おやつや間食時」31%、「くつろいでいるとき」23%、「朝食をとりながら」12%の順に高い。

性・年齢別にみると、「おやつや間食時」は女性が男性に比べて10ポイント以上高く、特に女性中学生～40代では「おやつや間食時」が他の年代と比較して高い。この年代では、その他「朝食をとりながら」「勉強や仕事をしながら」などでも高い傾向があり、40代以下の世代の女性がより多くのイメージを持っていると言える。

男女とも、40代以下で割合が高い飲用シーンが多いことから、どちらかといえば、ヤング、ミドルエイジにとって「カフェオレ・ミルクティ」がより身近であると言える。

図表VI-3-25 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：カフェオレ、ミルクティ（MA）



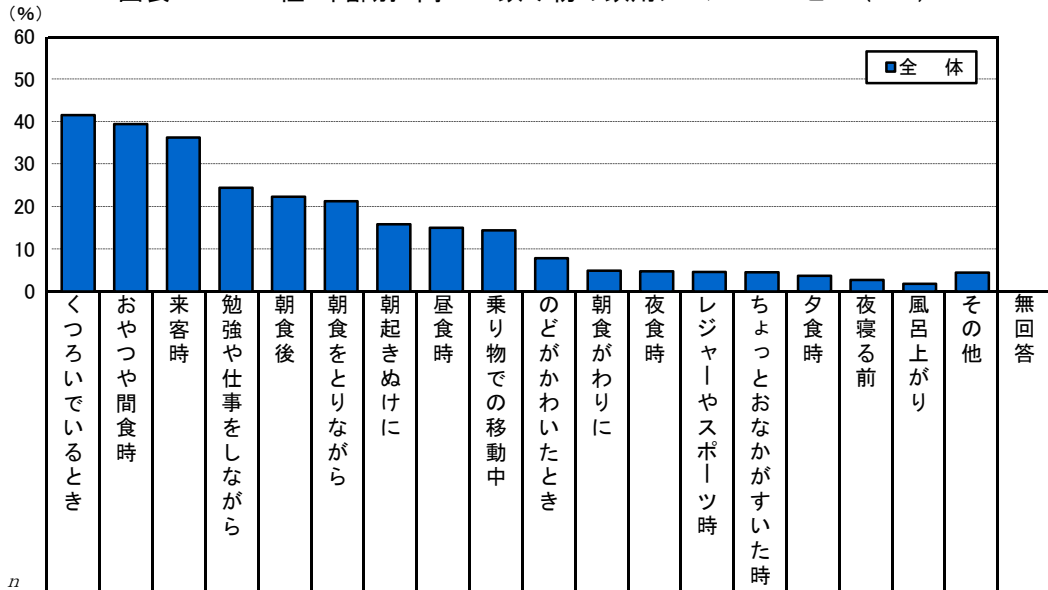
性・年齢別		n	全体	くつろいでいるとき	朝食をとりながら	勉強や仕事をしながら	来客時	ちよつとおながすいた時	のどがかわいたとき	乗り物での移動中	朝食後	昼食時	朝起きぬけに	朝食がわりに	夜食時	レジャーやスポーツ時	風呂上がり	夜寝る前	夕食時	その他	無回答
全体		4177	31.1	23.1	12.4	8.7	7.4	6.7	6.6	6.4	6.3	6.2	4.0	2.8	2.8	2.8	2.3	1.8	1.3	5.5	34.9
男性	中学生	49	30.6	20.4	22.4	12.2	10.2	4.1	14.3	6.1	6.1	4.1	8.2	0.0	6.1	2.0	4.1	0.0	6.1	6.1	22.4
	10代 (中学生除)	132	31.1	20.5	15.9	18.2	4.5	6.8	11.4	6.1	3.8	8.3	6.8	4.5	3.8	3.0	7.6	5.3	2.3	3.8	25.8
	20代	243	34.6	28.0	14.8	16.5	6.2	7.8	13.6	13.6	5.3	7.0	6.6	4.5	3.7	4.5	2.9	2.9	1.6	5.3	25.5
	30代	301	26.9	27.9	11.3	10.0	7.3	5.0	5.3	10.6	4.7	3.3	5.3	2.7	3.0	4.0	1.7	2.3	1.7	6.0	30.9
	40代	292	27.7	22.3	13.4	10.3	5.8	6.5	4.5	6.8	5.1	6.8	4.1	2.1	2.4	4.1	2.4	1.0	1.0	7.9	28.4
	50代	383	20.9	21.4	7.6	7.6	3.9	3.7	2.6	2.9	5.0	5.0	1.8	2.3	2.3	2.1	1.8	0.0	1.0	8.6	40.7
	60代	311	18.3	11.6	6.4	2.9	3.5	3.9	5.1	2.9	3.5	5.5	0.3	1.9	1.6	2.6	1.9	1.0	0.6	5.1	54.3
	70代以上	235	11.9	8.5	3.4	0.9	0.9	1.3	1.3	0.4	2.6	0.9	0.9	0.4	0.4	0.9	0.9	0.4	0.9	7.2	69.4
女性	中学生	39	48.7	20.5	25.6	20.5	12.8	7.7	5.1	7.7	5.1	2.6	2.6	2.6	5.1	0.0	5.1	7.7	2.6	7.7	17.9
	10代 (中学生除)	126	46.8	30.2	17.5	14.3	8.7	13.5	20.6	9.5	7.9	10.3	2.4	4.0	7.1	1.6	5.6	3.2	2.4	4.8	18.3
	20代	252	45.2	37.7	21.8	17.9	17.1	13.9	9.9	14.7	11.1	7.1	7.5	4.8	5.2	3.6	2.8	2.0	3.6	5.2	14.3
	30代	354	46.6	33.1	22.3	12.7	13.6	10.7	6.2	13.6	9.0	9.3	9.9	5.6	3.4	2.5	2.5	4.5	1.4	2.8	18.1
	40代	369	46.3	30.6	19.5	9.5	11.1	10.8	7.9	6.0	9.8	9.8	5.7	4.1	4.9	3.0	3.8	2.2	1.6	3.8	20.1
	50代	422	33.4	24.4	10.2	6.9	5.5	5.2	5.7	3.8	7.8	6.4	2.4	2.8	2.1	2.8	1.2	1.4	0.5	3.3	34.8
	60代	368	30.7	19.3	7.3	2.7	7.9	4.9	5.4	2.7	6.5	6.0	1.6	0.8	0.8	4.1	1.4	0.8	0.8	6.3	41.6
	70代以上	301	17.3	8.6	3.7	1.0	5.0	4.7	4.3	1.3	3.7	3.3	1.0	0.0	0.7	1.0	0.0	1.0	0.0	6.6	60.8
男性計	1946	24.0	20.1	10.2	8.7	4.8	4.8	5.8	6.0	4.4	5.0	3.4	2.4	2.5	3.0	2.4	1.4	1.3	6.6	39.6	
女性計	2231	37.4	25.6	14.3	8.7	9.6	8.4	7.2	6.8	7.9	7.2	4.4	3.0	3.0	2.7	2.2	2.2	1.3	4.6	30.8	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「コーヒー」は「くつろいでいるとき」42%、「おやつや間食時」39%、「来客時」36%の順に高い。

性・年齢別にみると、男性20代～50代、女性30代～50代では「くつろいでいるとき」が高く、女性の30代～60代では「おやつや間食時」も高いことから、“一息入れる時間・お菓子に合う飲料”として飲まれていることがわかる。男性20代～50代、女性30代、40代では「勉強や仕事をしながら」も高い。また男女30代、40代、男性20代では「朝起きぬけに」も高く、“目覚めの一杯”が好まれている年代と言える。男性20代～40代では「乗り物での移動中」も高い。飲用シーンの割合の高い層は、男性20代～40代、女性30、40代にかたまっており、働く世代、ミドルエイジに多く飲まれている飲料と言える。

図表VI-3-26 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：コーヒー（MA）



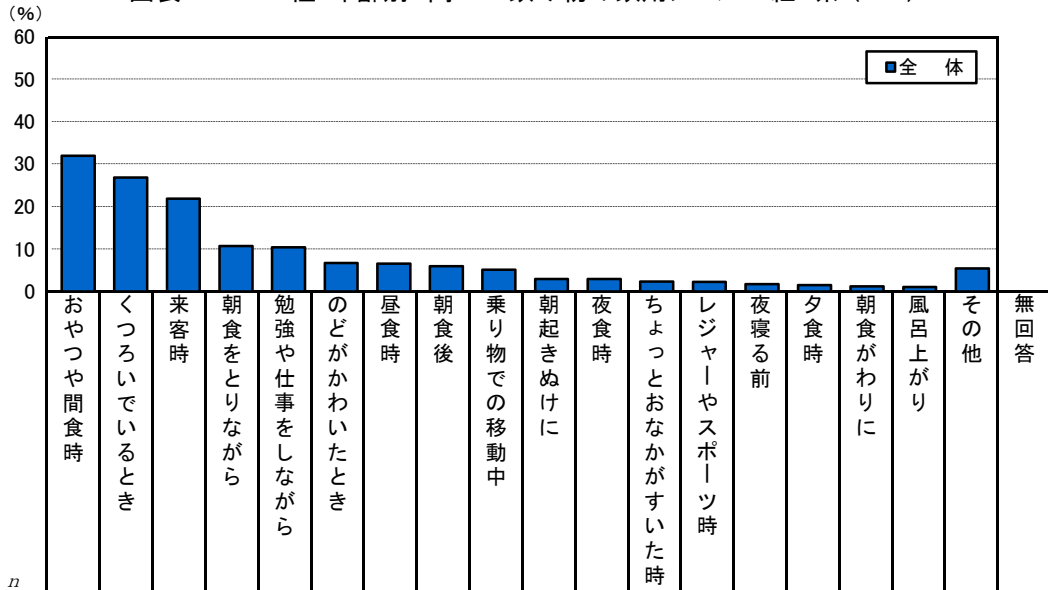
性・年齢別		n	くつろいでいるとき	おやつや間食時	来客時	勉強や仕事をしながら	朝食後	朝食をとりながら	朝起きぬけに	昼食時	乗り物での移動中	のどがかわいたとき	朝食がわりに	夜食時	レジャーやスポーツ時	ちよっとおながすいた時	夕食時	夜寝る前	風呂上がり	その他	無回答
全体		4177	41.5	39.4	36.2	24.4	22.3	21.2	15.8	15.0	14.4	7.8	4.9	4.7	4.6	4.5	3.7	2.7	1.8	4.4	12.9
男性	中学生	49	18.4	12.2	16.3	6.1	4.1	4.1	8.2	2.0	2.0	8.2	0.0	6.1	0.0	0.0	2.0	2.0	2.0	10.2	30.6
	10代 (中学生除)	132	17.4	17.4	15.2	25.0	7.6	12.9	9.8	3.8	8.3	6.1	3.0	5.3	0.0	3.0	2.3	0.0	0.8	7.6	22.7
	20代	243	50.2	39.1	37.0	37.4	21.0	25.1	23.0	18.5	30.5	12.8	9.9	8.6	4.1	5.3	5.3	4.1	3.3	5.8	5.3
	30代	301	50.8	36.5	38.9	35.5	24.9	25.6	22.9	15.3	32.2	11.6	7.3	7.0	5.6	5.6	4.3	5.0	2.0	3.0	7.6
	40代	292	51.7	39.4	38.4	39.7	26.7	28.8	27.4	22.9	24.3	8.9	6.8	7.5	6.8	3.4	4.5	4.5	2.1	2.7	6.2
	50代	383	50.4	39.2	39.9	31.3	22.5	21.4	17.5	16.4	14.6	8.9	6.5	2.6	5.2	4.2	3.1	2.6	2.1	3.1	5.7
	60代	311	35.4	33.1	29.9	15.1	23.8	16.1	11.6	12.2	10.9	6.1	4.2	1.0	8.0	4.5	2.3	1.9	1.0	2.9	17.7
	70代以上	235	23.8	29.4	20.4	5.5	16.2	9.8	5.1	7.7	5.1	3.4	0.0	1.3	2.1	1.3	1.3	1.7	0.4	5.5	31.1
女性	中学生	39	7.7	23.1	15.4	7.7	5.1	7.7	7.7	5.1	2.6	2.6	0.0	5.1	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	20.5	33.3
	10代 (中学生除)	126	15.9	22.2	16.7	17.5	8.7	14.3	6.3	4.0	2.4	6.3	0.8	7.9	0.0	7.1	3.2	4.8	0.8	13.5	25.4
	20代	252	37.7	36.1	37.3	27.4	21.4	23.0	13.5	10.7	13.5	6.0	4.4	7.9	2.0	4.8	4.4	3.2	1.6	8.3	14.3
	30代	354	48.3	48.9	48.0	33.3	26.3	24.6	22.0	16.4	17.5	7.9	7.3	6.5	4.0	6.5	4.8	3.4	2.8	4.2	6.5
	40代	369	58.5	50.7	50.7	32.5	33.3	34.1	24.4	23.3	19.0	10.0	6.8	7.3	8.4	4.6	5.1	4.6	3.0	2.4	3.8
	50代	422	47.9	49.8	45.5	24.6	25.8	26.3	16.1	16.1	10.0	8.1	5.9	4.3	5.5	6.2	4.3	1.2	1.9	3.3	6.9
	60代	368	38.0	47.8	37.0	11.4	23.9	16.8	7.3	15.2	6.5	6.8	1.4	1.4	5.2	4.6	3.5	1.4	2.2	3.3	14.7
	70代以上	301	23.3	33.9	21.6	4.0	12.6	8.6	5.3	13.3	3.3	4.3	0.7	1.0	1.3	2.7	1.7	0.7	0.3	2.3	29.9
男性計		1946	42.0	34.5	32.9	27.2	21.3	20.3	17.3	14.5	18.3	8.5	5.5	4.6	5.0	4.0	3.3	3.0	1.7	4.1	12.8
女性計		2231	41.1	43.7	39.0	22.0	23.2	22.0	14.5	15.3	11.0	7.2	4.3	4.8	4.3	5.0	3.9	2.5	1.9	4.6	13.0

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「紅茶」は「おやつや間食時」32%、「くつろいでいるとき」27%、「来客時」22%の順に高い。

性・年齢別にみると、女性中学生～40代では「おやつや間食時」が高く、女性10代～50代では「くつろいでいるとき」、女性20代～40代では「来客時」が高い。女性の10代～30代は他の年代よりも割合の高い飲用シーンが多く、様々な場面で飲んでいる様子がうかがえる。

図表VI-3-27 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：紅茶（MA）



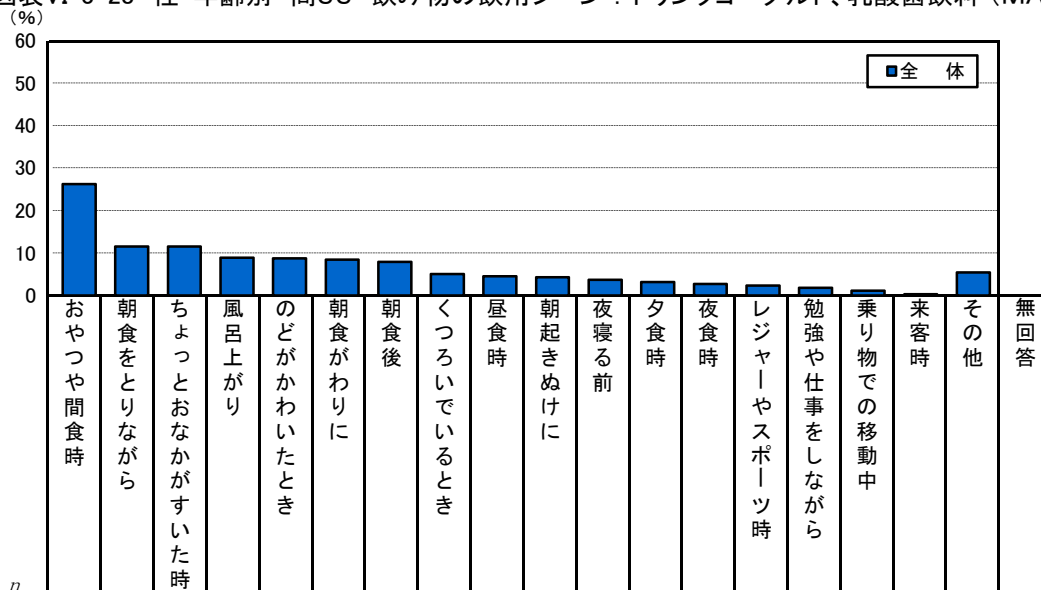
性・年齢別		n	おやつや間食時	くつろいでいるとき	来客時	朝食をとりながら	勉強や仕事をしながら	のどがかわいたとき	昼食時	朝食後	乗り物での移動中	朝起きぬけに	夜食時	ちよつとおなががすいた時	レジャーやスポーツ時	夜寝る前	夕食時	朝食がわりに	風呂上がり	その他	無回答
全体		4177	31.9	26.8	21.8	10.7	10.4	6.7	6.5	5.9	5.1	2.9	2.9	2.3	2.2	1.7	1.5	1.2	1.0	5.4	30.7
男性	中学生	49	30.6	18.4	10.2	14.3	10.2	12.2	2.0	4.1	4.1	6.1	4.1	4.1	0.0	2.0	6.1	0.0	4.1	8.2	30.6
	10代 (中学生除)	132	26.5	17.4	12.9	10.6	10.6	9.1	6.8	3.8	4.5	3.8	6.1	5.3	0.8	2.3	1.5	1.5	2.3	5.3	30.3
	20代	243	32.9	31.3	19.3	14.8	19.3	9.5	10.7	7.8	12.3	5.3	4.1	2.9	3.3	3.7	4.1	2.5	2.1	7.4	21.4
	30代	301	24.3	24.3	18.6	9.0	11.6	6.6	4.3	5.3	7.0	3.0	5.0	1.0	3.0	2.3	0.7	1.0	1.0	7.3	30.6
	40代	292	24.3	29.5	15.1	7.9	9.6	5.1	5.5	4.5	5.8	5.8	2.7	0.3	2.4	0.7	1.4	1.4	0.7	6.8	33.2
	50代	383	25.3	22.7	18.0	8.9	9.1	3.9	5.0	5.0	2.1	1.8	1.0	0.3	2.1	0.0	1.0	1.6	0.5	3.9	35.2
	60代	311	22.8	19.0	18.6	5.8	4.5	5.5	3.2	4.2	3.2	0.3	1.9	1.3	1.3	0.3	0.6	0.6	0.3	5.5	44.7
	70代以上	235	14.5	14.0	9.4	4.7	3.8	2.6	3.4	2.1	1.3	0.9	0.9	1.3	0.9	0.4	0.9	0.0	0.4	6.4	57.4
女性	中学生	39	41.0	23.1	17.9	15.4	12.8	7.7	2.6	7.7	2.6	2.6	7.7	2.6	0.0	0.0	0.0	2.6	2.6	10.3	20.5
	10代 (中学生除)	126	41.3	34.1	16.7	21.4	12.7	12.7	14.3	6.3	7.1	2.4	5.6	7.1	0.8	4.8	3.2	0.8	2.4	7.9	20.6
	20代	252	50.8	42.5	32.9	19.0	21.8	12.7	9.5	9.1	14.7	5.6	6.3	4.0	3.2	3.6	3.6	2.0	1.6	3.2	13.5
	30代	354	38.7	37.3	38.1	15.5	16.4	8.2	8.5	9.0	6.2	4.0	3.7	2.8	2.8	3.4	1.1	2.3	0.6	3.1	17.5
	40代	369	44.7	36.6	33.3	13.8	13.6	7.3	7.0	8.4	6.0	3.8	4.1	3.0	4.6	3.0	1.6	1.6	1.6	5.4	18.2
	50代	422	36.5	32.0	23.9	10.2	9.0	6.9	4.7	7.1	2.8	1.7	1.9	3.3	0.9	1.2	0.9	0.5	0.5	3.6	27.3
	60代	368	34.2	20.7	22.8	8.4	5.4	4.6	8.7	5.4	2.4	1.6	0.8	2.7	2.4	0.5	1.6	0.3	1.1	6.8	33.2
	70代以上	301	25.6	12.3	13.0	6.0	1.3	3.7	5.6	3.0	1.7	2.0	0.7	1.7	1.7	0.0	0.7	0.7	0.7	5.0	48.2
男性計	1946	24.5	22.9	16.3	8.7	9.6	5.9	5.2	4.7	5.0	2.9	2.8	1.4	2.0	1.2	1.5	1.2	1.0	6.1	36.2	
女性計	2231	38.3	30.2	26.6	12.5	11.0	7.4	7.5	7.0	5.2	2.9	3.0	3.1	2.4	2.0	1.6	1.2	1.1	4.8	26.0	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」は「おやつや間食時」26%、「朝食をとりながら」12%の順に高い。

性・年齢別にみると、男性中学生では「くつろいでいるとき」、女性10代、20代では「おやつや間食時」が高い。また、女性中学生、20代では「朝食がわりに」が全体よりも10ポイント以上高く、「朝食をとりながら」は女性中学生では10ポイント以上、女性20代でも5ポイント以上高いことから、朝食メニューとして利用している様子がうかがえる。

図表VI-3-28 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料（MA）



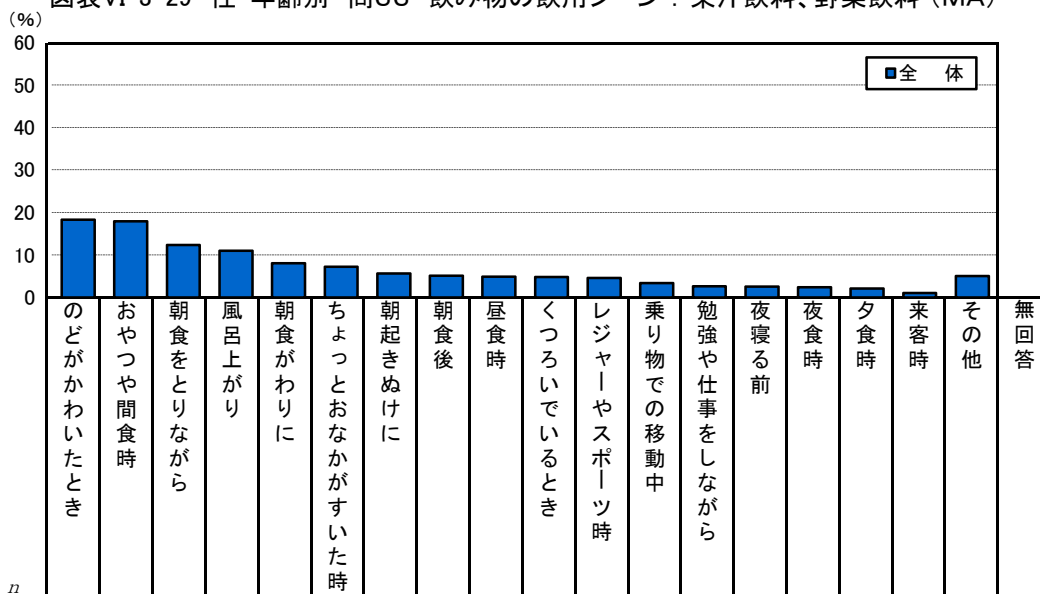
性・年齢別		n	おやつや間食時	朝食をとりながら	ちよつとおながすいた時	風呂上がり	のどがかわいたとき	朝食がわりに	朝食後	くつろいでいるとき	昼食時	朝起きぬけに	夜寝る前	夕食時	夜食時	レジャーやスポーツ時	勉強や仕事をしながら	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答
全体		4177	26.2	11.5	11.5	8.9	8.7	8.4	7.9	5.0	4.5	4.3	3.7	3.1	2.7	2.3	1.8	1.1	0.3	5.4	32.0
男性	中学生	49	30.6	14.3	14.3	10.2	14.3	8.2	10.2	16.3	4.1	2.0	2.0	2.0	2.0	4.1	0.0	0.0	2.0	4.1	22.4
	10代 (中学生除)	132	28.0	11.4	18.9	8.3	8.3	9.1	11.4	7.6	3.8	5.3	1.5	4.5	6.8	3.0	2.3	2.3	0.8	3.0	24.2
	20代	243	30.5	14.4	7.8	10.7	6.6	10.3	7.4	4.1	3.7	3.7	4.9	4.5	4.1	2.9	3.7	1.2	0.8	4.9	28.8
	30代	301	22.9	11.3	13.3	8.3	8.3	11.3	7.0	4.3	3.3	6.0	3.0	2.3	4.7	1.7	2.3	1.7	0.3	8.6	27.6
	40代	292	23.3	11.6	9.6	6.2	6.2	8.9	9.9	4.8	4.1	2.4	3.1	5.5	3.8	1.7	0.7	1.0	0.0	9.2	27.7
	50代	383	20.1	11.7	7.8	7.3	8.1	4.4	7.0	2.1	2.6	3.9	5.2	2.6	1.6	2.6	2.3	1.0	0.0	6.3	35.5
	60代	311	17.4	8.0	5.5	6.4	8.0	2.6	5.8	4.5	4.2	2.9	4.5	3.9	2.6	3.2	1.3	0.6	0.3	5.5	44.7
	70代以上	235	17.4	6.8	1.7	4.7	3.8	0.9	3.4	1.3	3.4	0.4	1.3	2.1	0.9	1.7	0.0	0.4	0.0	6.0	56.6
女性	中学生	39	30.8	28.2	17.9	15.4	5.1	23.1	12.8	5.1	2.6	7.7	2.6	5.1	2.6	0.0	2.6	2.6	0.0	0.0	25.6
	10代 (中学生除)	126	39.7	17.5	14.3	11.1	15.9	7.9	9.5	6.3	5.6	7.1	6.3	6.3	6.3	0.0	4.8	0.8	1.6	4.8	20.6
	20代	252	38.9	21.0	21.4	9.5	8.7	19.4	8.7	7.5	6.3	8.7	2.4	2.4	4.0	2.0	3.2	3.6	0.0	4.4	20.2
	30代	354	29.7	13.6	15.5	9.6	9.0	16.4	7.3	3.7	4.2	7.1	5.1	2.3	2.0	2.3	2.3	1.7	0.0	5.4	22.6
	40代	369	32.5	13.8	16.8	10.6	11.9	13.3	8.1	6.5	6.0	5.4	4.1	3.5	2.2	2.4	2.4	0.3	0.3	2.7	24.9
	50代	422	25.6	11.4	14.0	12.3	10.4	7.3	8.5	5.2	5.5	4.3	3.8	2.8	1.9	2.6	1.7	0.7	0.7	5.2	30.1
	60代	368	23.4	7.3	10.3	9.2	9.2	2.7	10.3	7.3	5.4	2.4	3.3	1.4	1.9	3.3	0.8	0.3	0.5	4.9	35.9
	70代以上	301	26.2	3.3	5.6	8.6	7.3	1.7	6.0	5.0	4.3	1.7	3.3	2.3	0.7	0.7	0.3	1.0	0.0	4.7	44.9
男性計		1946	22.4	10.8	8.7	7.4	7.3	6.6	7.2	4.1	3.5	3.4	3.6	3.5	3.1	2.4	1.7	1.1	0.3	6.5	35.2
女性計		2231	29.5	12.1	13.9	10.3	9.9	9.9	8.4	5.8	5.2	5.0	3.9	2.7	2.3	2.1	1.9	1.1	0.4	4.5	29.3

■ 全体より5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「果汁飲料・野菜飲料」は「のどがかわいたとき」「おやつや間食時」18%、「朝食をとりながら」12%の順に高い。

性・年齢別にみると、女性10代で様々なシーンが挙がっている。男女中学生では「おやつや間食時」が高く、女性10～30代でも高い。女性20代では「朝食がわりに」「朝食をとりながら」が全体よりも10ポイント以上高く、朝食メニューとして利用されている点で「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」と同様の傾向が見られる。

図表VI-3-29 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：果汁飲料、野菜飲料（MA）



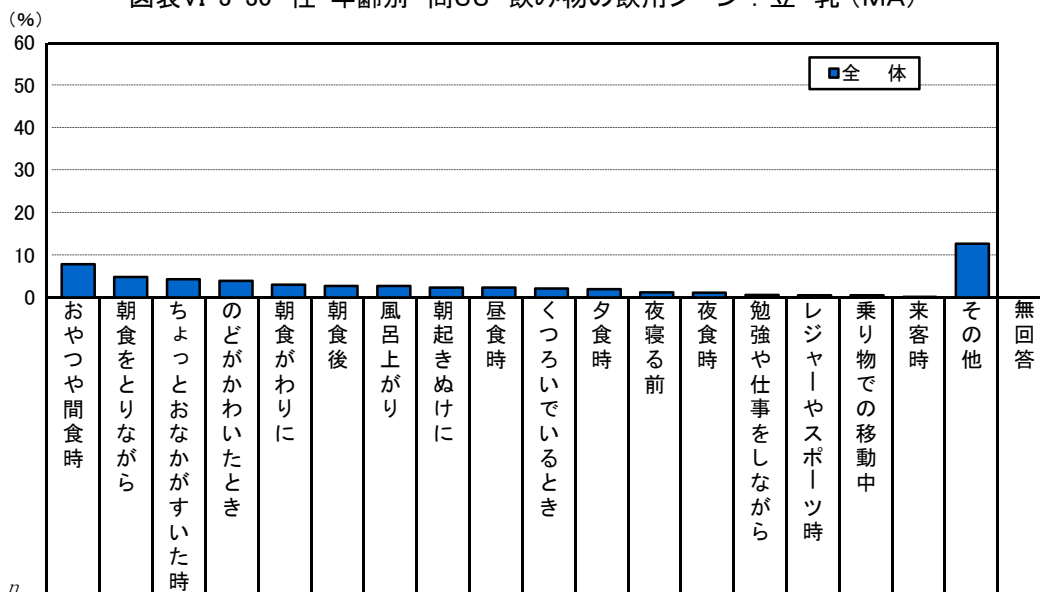
		n	のどがかわいたとき	おやつや間食時	朝食をとりながら	風呂上がり	朝食がわりに	ちよっとおながすいた時	朝起きぬけに	朝食後	昼食時	くつろいでいるとき	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	勉強や仕事をしながら	夜寝る前	夜食時	夕食時	来客時	その他	無回答	
全体		4177	18.3	17.9	12.3	11.0	8.0	7.2	5.6	5.1	4.9	4.8	4.6	3.4	2.6	2.5	2.4	2.1	1.0	5.0	33.4	
性・年齢別	男性	中学生	49	28.6	26.5	12.2	18.4	2.0	2.0	0.0	2.0	2.0	8.2	2.0	4.1	0.0	0.0	4.1	6.1	2.0	4.1	32.7
		10代(中学生除)	132	24.2	22.0	15.9	12.1	6.8	6.8	6.1	6.8	3.0	7.6	2.3	3.0	4.5	1.5	1.5	3.0	0.8	6.1	28.0
		20代	243	18.9	20.2	14.0	10.7	11.1	8.2	7.4	5.3	9.9	6.6	4.5	3.7	4.9	4.5	3.3	7.0	1.6	5.3	27.2
		30代	301	16.3	13.6	8.6	9.0	8.6	9.0	7.3	5.3	4.0	6.0	3.7	5.0	3.0	2.0	2.3	2.0	2.0	7.3	30.6
		40代	292	16.8	16.8	11.0	10.6	9.9	5.8	5.8	5.1	3.8	4.5	3.8	1.4	2.4	4.1	3.1	2.1	0.0	7.5	28.8
		50代	383	20.1	12.0	15.9	12.8	8.4	6.0	4.7	4.4	3.1	3.9	5.7	2.3	1.8	3.9	2.1	1.3	0.3	3.7	33.7
		60代	311	19.6	10.9	8.7	8.0	2.6	4.5	2.9	3.2	2.3	6.1	6.8	4.2	1.3	1.3	2.3	1.6	0.6	4.2	44.1
		70代以上	235	11.9	13.2	4.7	7.2	1.7	3.0	0.9	3.0	2.6	0.9	2.1	1.7	1.7	0.0	1.3	1.3	0.9	6.0	54.0
女性	中学生	39	20.5	30.8	12.8	10.3	5.1	5.1	5.1	0.0	0.0	0.0	5.1	0.0	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	7.7	30.8	
	10代(中学生除)	126	23.8	27.8	20.6	11.1	9.5	5.6	5.6	10.3	13.5	10.3	7.1	4.8	9.5	3.2	5.6	7.9	2.4	4.0	23.8	
	20代	252	18.3	27.0	22.6	14.3	19.0	15.5	8.3	7.9	8.7	6.7	7.5	8.3	5.6	5.2	4.8	3.6	3.6	4.0	19.8	
	30代	354	16.4	24.3	15.5	11.9	9.9	8.8	9.0	6.5	6.2	2.8	4.2	4.0	3.1	2.8	0.8	1.7	0.8	4.2	24.6	
	40代	369	22.5	21.1	17.6	12.5	13.3	9.8	8.4	5.7	5.1	3.5	4.9	2.4	1.9	2.2	2.2	2.2	0.3	4.9	27.1	
	50代	422	19.2	14.7	11.1	13.3	8.1	6.9	5.0	6.4	4.7	5.5	5.7	4.3	2.1	3.1	2.4	0.9	0.5	4.3	31.8	
	60代	368	16.3	17.1	7.6	11.1	3.0	6.3	4.6	3.8	5.4	4.3	3.0	3.3	1.4	1.1	1.9	0.3	1.1	5.2	37.5	
	70代以上	301	14.0	17.3	4.7	7.0	2.3	5.0	2.3	2.7	3.0	3.3	3.3	0.7	0.0	0.7	2.3	0.7	1.3	4.0	51.5	
男性計		1946	18.3	15.0	11.2	10.3	7.0	6.1	4.8	4.5	4.0	5.0	4.4	3.1	2.5	2.6	2.4	2.5	0.9	5.5	35.4	
女性計		2231	18.3	20.4	13.3	11.7	8.9	8.2	6.2	5.6	5.8	4.6	4.8	3.7	2.6	2.5	2.4	1.8	1.2	4.5	31.6	

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「豆乳」は「おやつや間食時」8%、「朝食をとりながら」5%「ちょっとおなかのすいたとき」4%の順に高い。

性・年齢別にみると、男女中学生、女性20代で「その他」が高い以外、性・年齢別での違いは顕著ではない。各飲用シーンの割合も、他の飲料と比較して低いことから、「豆乳」は日常の特定のシーンに浸透している飲料ではなく、“たまたま飲む”飲料と捉えられていると考えられる。

図表VI-3-30 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：豆乳(MA)



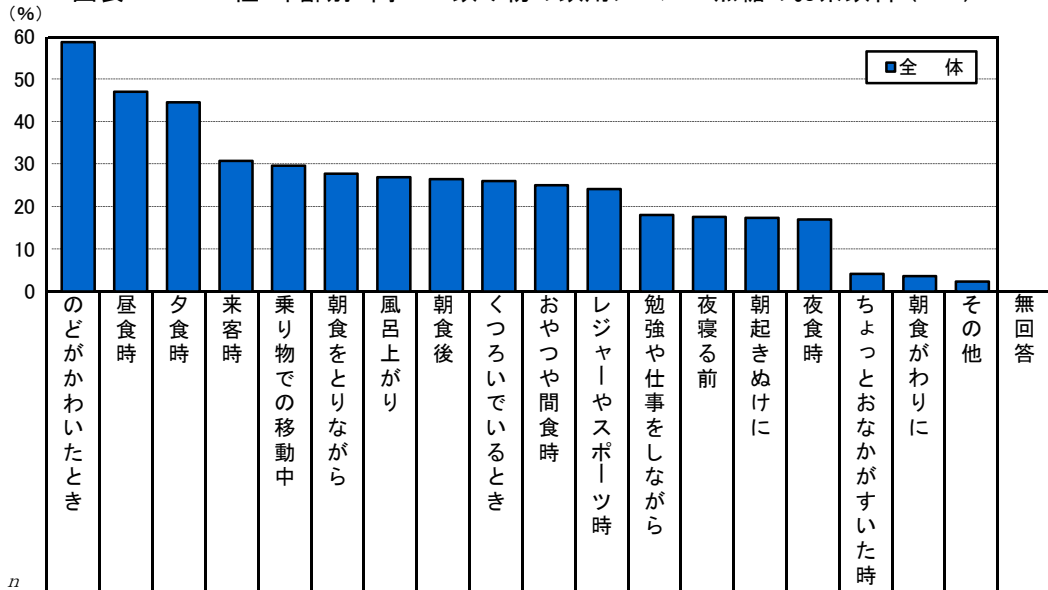
		n	おやつや間食時	朝食をとりながら	ちょっとおなかのすいたとき	のどがかわいたとき	朝食がわりに	朝食後	風呂上がり	朝起きぬけに	昼食時	くつろいでいるとき	夕食時	夜寝る前	夜食時	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答		
全体		4177	7.8	4.8	4.3	3.9	3.0	2.7	2.7	2.3	2.3	2.1	1.9	1.2	1.1	0.6	0.5	0.5	0.1	12.6	59.6		
性・年齢別	男性	中学生	49	6.1	2.0	4.1	4.1	0.0	2.0	0.0	2.0	0.0	2.0	0.0	2.0	2.0	0.0	0.0	2.0	0.0	18.4	59.2	
		10代(中学生除)	132	3.8	3.8	2.3	4.5	1.5	3.0	2.3	0.8	3.0	4.5	2.3	0.8	1.5	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	16.7	60.6
		20代	243	4.9	2.9	2.1	4.5	2.1	3.3	3.3	2.1	0.4	2.9	1.6	0.8	0.4	1.6	0.0	0.4	0.4	14.8	61.3	
		30代	301	7.3	3.7	2.0	1.3	3.0	0.3	1.7	2.3	1.7	1.0	0.7	1.7	0.7	0.0	1.3	0.0	0.0	16.9	61.1	
		40代	292	7.9	4.1	5.8	4.1	3.1	4.1	3.1	0.7	2.4	1.4	3.8	0.7	0.7	0.7	0.0	0.7	0.0	14.4	53.8	
		50代	383	7.8	6.3	4.2	4.7	3.7	2.9	1.8	2.3	1.6	1.3	1.0	1.6	0.8	1.0	0.8	0.8	0.3	12.3	57.7	
		60代	311	8.4	2.9	4.2	6.1	1.6	2.6	1.9	1.9	2.3	2.9	3.5	2.3	1.6	0.3	0.6	0.6	0.0	8.7	63.0	
		70代以上	235	6.0	2.6	3.0	3.8	1.7	1.3	1.7	1.3	0.9	1.7	2.1	0.4	0.4	0.0	0.4	0.4	0.0	8.1	71.1	
女性	中学生	39	5.1	7.7	0.0	0.0	5.1	2.6	2.6	5.1	0.0	0.0	0.0	2.6	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	25.6	53.8		
	10代(中学生除)	126	11.9	4.8	4.8	4.8	7.1	3.2	2.4	3.2	4.8	4.8	3.2	0.8	3.2	0.8	0.0	0.8	0.0	15.9	55.6		
	20代	252	8.3	4.8	7.5	2.0	5.6	3.2	2.0	4.0	2.4	2.0	3.2	1.2	2.0	1.2	0.0	0.4	0.0	18.7	52.4		
	30代	354	10.2	8.2	5.4	4.0	4.2	1.7	3.7	4.5	3.1	2.0	1.1	1.4	0.6	0.8	0.3	0.6	0.0	13.3	53.1		
	40代	369	11.7	6.2	4.6	3.3	3.5	3.8	3.0	2.2	2.2	1.4	1.1	1.4	1.9	0.5	0.5	1.1	0.3	10.6	57.5		
	50代	422	7.3	7.6	6.4	5.2	3.1	3.1	4.3	2.8	3.6	2.6	2.4	0.9	1.2	0.5	0.7	0.7	0.0	9.7	58.1		
	60代	368	6.3	3.3	4.3	4.3	2.4	3.5	4.1	1.6	3.3	2.2	1.6	0.5	1.1	0.5	0.0	0.0	0.3	11.7	59.8		
	70代以上	301	7.0	3.0	2.7	2.3	1.0	2.0	2.0	0.7	2.3	2.0	1.0	1.0	0.7	0.0	0.7	0.0	0.0	8.3	72.1		
男性計		1946	6.9	3.9	3.5	4.2	2.5	2.5	2.2	1.7	1.6	2.0	2.1	1.3	0.9	0.6	0.6	0.5	0.1	13.0	60.8		
女性計		2231	8.6	5.6	5.0	3.7	3.5	2.9	3.2	2.7	2.9	2.2	1.7	1.1	1.3	0.6	0.4	0.5	0.1	12.2	58.5		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「無糖のお茶飲料」は「のどがかわいたとき」59%、「昼食時」47%、「夕食時」45%の順に高い。

性・年齢別にみると、男性中学生、女性中学生～40代では、割合が高い飲用シーンが多く、特に女性20代では割合が高いことから、生活に浸透している様子がうかがえる。女性中学生～20代では、他の年代ではそれほど高くない飲用シーンでも、割合が高いことから、多様な場面で飲用していると言える。

図表VI-3-31 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：無糖のお茶飲料（MA）



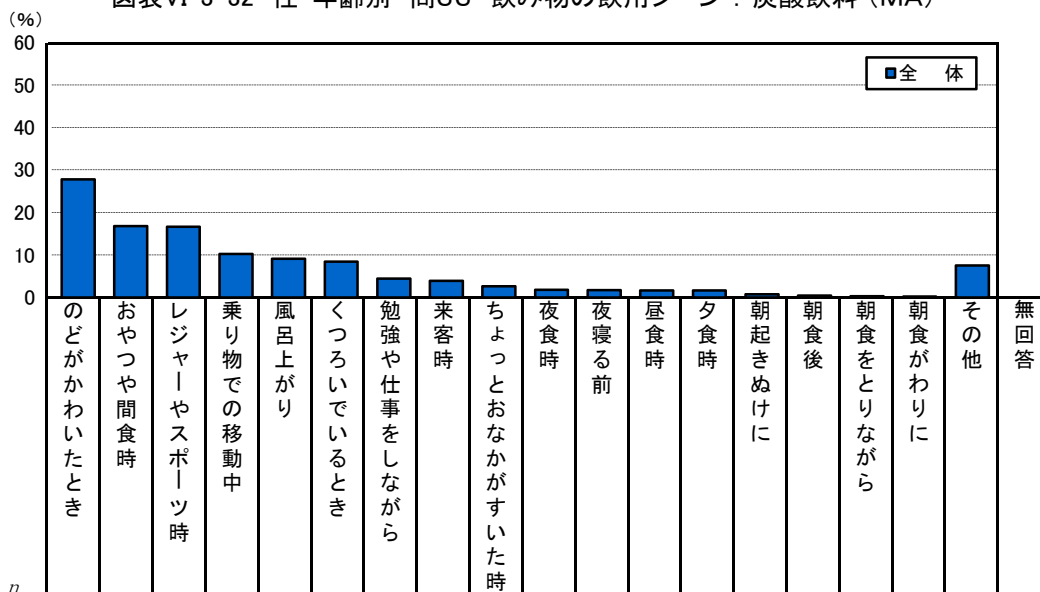
n		のどがかわいたとき	昼食時	夕食時	来客時	乗り物での移動中	朝食をとりながら	風呂上がり	朝食後	くつろいでいるとき	おやつや間食時	レジャーやスポーツ時	勉強や仕事をしながら	夜寝る前	朝起きぬげに	夜食時	ちよっとおながすいた時	朝食がわりに	その他	無回答		
全体	4177	58.7	47.0	44.5	30.7	29.6	27.7	26.9	26.4	26.0	25.0	24.1	18.0	17.5	17.3	16.9	4.1	3.6	2.3	7.2		
性・年齢別	男	中学生	49	69.4	18.4	36.7	20.4	34.7	26.5	30.6	14.3	24.5	26.5	38.8	24.5	20.4	18.4	32.7	8.2	4.1	2.0	0.0
		10代(中学生除)	132	59.1	46.2	43.9	19.7	22.7	25.0	27.3	14.4	18.9	16.7	19.7	19.7	22.0	15.9	18.2	3.8	3.0	2.3	9.1
		20代	243	64.6	48.1	46.5	23.0	35.4	24.7	28.4	21.0	27.2	19.3	25.9	22.2	21.0	19.8	21.4	8.2	4.5	2.5	4.5
		30代	301	56.5	49.8	47.2	26.2	31.6	26.2	26.9	20.6	23.9	19.6	22.9	21.3	19.9	15.3	17.3	1.7	4.0	1.0	5.3
		40代	292	57.9	45.2	39.7	26.4	29.1	20.5	22.6	21.9	24.0	23.3	23.3	22.3	13.7	14.7	16.4	3.4	4.1	2.4	5.1
		50代	383	51.7	40.5	35.8	28.2	24.3	19.8	20.1	26.1	20.6	17.2	23.8	17.5	15.9	14.9	13.8	3.1	3.1	2.1	9.4
		60代	311	49.2	38.9	36.7	28.9	23.5	26.4	19.6	30.5	25.4	25.4	21.5	10.9	9.6	17.7	13.8	3.5	5.8	3.5	11.6
		70代以上	235	47.7	42.1	39.6	26.0	11.1	30.2	11.9	36.6	28.1	22.1	11.5	10.2	6.0	14.5	10.2	3.4	1.7	3.8	16.2
性・年齢別	女	中学生	39	64.1	23.1	51.3	41.0	43.6	30.8	48.7	28.2	28.2	41.0	41.0	33.3	25.6	33.3	5.1	0.0	0.0	2.6	
		10代(中学生除)	126	65.9	61.1	55.6	19.8	36.5	30.2	38.1	27.8	28.6	38.1	31.0	28.6	27.8	21.4	25.4	12.7	4.8	1.6	3.2
		20代	252	74.6	65.1	60.3	38.9	48.8	38.1	38.1	27.0	33.3	32.9	37.3	32.9	34.9	23.8	31.3	7.9	5.6	2.0	2.8
		30代	354	69.8	53.7	56.8	31.6	42.4	29.4	36.7	19.8	24.9	24.3	31.1	22.6	22.6	20.9	16.9	2.0	2.3	0.8	2.8
		40代	369	70.7	49.1	52.3	36.6	37.4	28.5	39.6	24.1	26.6	27.1	33.3	19.2	22.2	16.5	17.6	4.6	4.3	3.8	4.1
		50代	422	60.2	44.1	40.0	35.3	30.6	30.8	26.8	27.7	26.1	28.4	23.7	17.1	16.1	18.0	14.7	2.6	1.9	2.1	6.2
		60代	368	50.0	45.4	40.8	37.5	25.5	27.4	25.3	34.0	28.0	27.4	19.8	9.5	12.8	16.3	12.5	4.1	2.4	1.9	10.3
		70代以上	301	45.8	48.2	37.9	33.6	11.0	32.2	15.3	34.9	28.9	29.6	7.0	4.7	8.0	13.3	13.0	3.0	4.3	2.0	11.6
男性計	1946	55.0	43.4	40.6	26.1	26.0	24.4	22.3	24.9	24.1	20.9	22.1	17.8	15.2	16.1	16.0	3.9	3.9	2.5	8.4		
女性計	2231	61.9	50.2	47.9	34.7	32.7	30.6	31.0	27.8	27.7	28.6	25.8	18.2	19.6	18.3	17.7	4.3	3.3	2.1	6.1		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

全体では、「炭酸飲料」は「のどがかわいたとき」28%、「おやつや間食時」「レジャーやスポーツ時」17%の順に高い。

性・年齢別にみると、男性中学生～20代、女性中学生、10代では割合が高い飲用シーンが多い。

図表VI-3-32 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：炭酸飲料（MA）



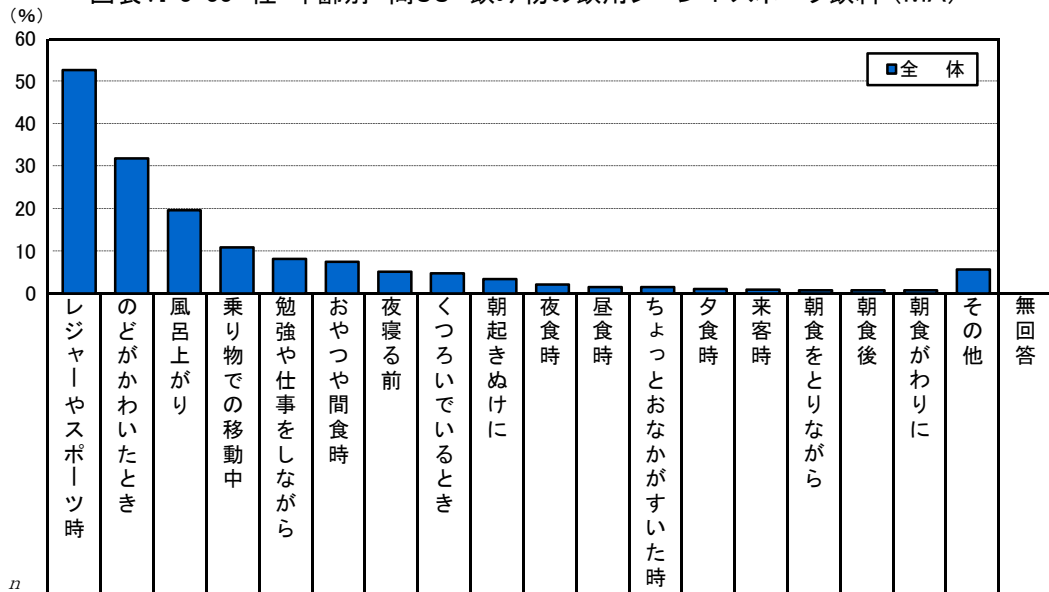
性・年齢別		n	のどがかわいたとき	おやつや間食時	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	風呂上がり	くつろいでいるとき	勉強や仕事をしながら	来客時	ちよっとおながすいた時	夜食時	夜寝る前	昼食時	夕食時	朝起きぬけに	朝食後	朝食をとりながら	朝食がわりに	その他	無回答
全体		4177	27.8	16.8	16.6	10.2	9.1	8.4	4.4	3.9	2.6	1.8	1.7	1.6	1.6	0.7	0.4	0.3	0.2	7.5	39.9
男性	中学生	49	42.9	40.8	18.4	18.4	14.3	16.3	12.2	18.4	2.0	2.0	2.0	2.0	0.0	6.1	4.1	2.0	0.0	4.1	18.4
	10代 (中学生除)	132	39.4	37.9	15.2	19.7	11.4	18.2	9.8	5.3	6.1	6.8	3.0	4.5	3.8	3.0	0.0	0.8	0.0	6.1	15.9
	20代	243	42.8	26.7	27.2	18.1	16.5	18.9	13.6	8.6	7.8	4.1	4.5	6.6	6.6	2.1	1.6	0.8	0.8	3.3	20.6
	30代	301	35.5	22.3	17.6	11.3	13.0	12.3	6.6	4.7	4.3	1.7	2.3	1.3	2.3	1.0	0.0	0.3	0.0	5.6	28.6
	40代	292	35.6	22.3	21.6	7.9	11.3	8.9	5.5	3.1	2.7	2.4	1.7	1.0	1.4	0.3	0.3	0.3	0.0	7.5	29.5
	50代	383	32.6	8.1	23.2	9.9	8.4	8.6	4.4	2.1	1.0	1.3	1.8	1.8	1.3	0.5	0.0	0.0	0.5	5.7	37.3
	60代	311	24.8	7.4	17.0	9.0	5.8	4.8	3.2	1.9	0.6	1.3	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.8	51.4
	70代以上	235	14.0	3.8	7.7	2.1	6.0	4.3	1.3	0.9	0.9	0.9	0.4	0.4	0.4	0.9	0.4	0.4	0.0	8.5	67.2
女性	中学生	39	28.2	35.9	20.5	28.2	10.3	28.2	15.4	12.8	7.7	5.1	2.6	0.0	0.0	0.0	2.6	2.6	0.0	5.1	25.6
	10代 (中学生除)	126	30.2	44.4	10.3	20.6	10.3	15.1	6.3	7.1	7.9	4.8	4.0	5.6	4.0	1.6	1.6	1.6	0.8	11.1	22.2
	20代	252	31.7	30.2	17.1	13.9	13.1	10.7	6.7	6.3	7.1	3.2	2.0	4.4	2.8	0.8	1.2	0.4	0.0	8.7	26.2
	30代	354	28.8	21.5	19.8	11.3	10.5	5.4	4.5	5.9	2.3	1.4	1.4	0.6	1.7	0.3	0.3	0.0	0.0	8.8	32.5
	40代	369	32.0	19.8	17.9	11.4	8.9	8.4	2.4	4.3	1.9	1.6	1.6	1.1	1.6	0.8	0.3	0.3	0.5	7.6	33.1
	50代	422	22.0	8.3	16.8	8.1	5.5	5.7	2.1	1.9	0.9	0.2	2.4	0.5	0.2	0.0	0.2	0.2	0.0	8.3	46.4
	60代	368	16.3	6.8	9.8	4.1	6.5	3.3	0.3	2.2	0.8	1.4	0.5	0.3	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	10.9	57.6
	70代以上	301	12.0	5.0	5.0	5.6	5.0	3.0	0.3	1.7	0.0	0.0	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.3	68.1
男性計		1946	32.0	17.0	19.1	10.6	10.2	10.2	6.1	3.9	2.9	2.2	1.8	2.0	2.1	1.0	0.4	0.4	0.2	6.2	36.6
女性計		2231	24.1	16.6	14.4	9.9	8.2	6.8	3.0	3.9	2.4	1.5	1.6	1.3	1.1	0.4	0.4	0.3	0.1	8.7	42.8

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い



全体では、「スポーツ飲料」は「レジャーやスポーツ時」53%、「のどがかわいたとき」32%、「風呂上がり」20%の順に高い。  
 性・年齢別にみると、男女中学生～40代、男性50代では「レジャーやスポーツ時」が高い。女性中学生では、割合が高い飲用シーンが多い。

図表VI-3-33 性・年齢別 問33 飲み物の飲用シーン：スポーツ飲料（MA）



n		レジャーやスポーツ時	のどがかわいたとき	風呂上がり	乗り物での移動中	勉強や仕事をしながら	おやつや間食時	夜寝る前	くつろいでいるとき	朝起きぬけに	夜食時	昼食時	ちよつとおながすいた時	夕食時	来客時	朝食をとりながら	朝食後	朝食がわりに	その他	無回答		
全体	4177	52.6	31.8	19.6	10.8	8.1	7.4	5.1	4.7	3.4	2.1	1.5	1.5	1.0	0.9	0.7	0.7	0.7	5.6	25.1		
性・年齢別	男	中学生	49	81.6	36.7	8.2	16.3	10.2	18.4	4.1	6.1	8.2	2.0	2.0	0.0	0.0	4.1	2.0	2.0	0.0	2.0	2.0
		10代 (中学生除)	132	67.4	40.2	24.2	20.5	17.4	17.4	9.1	9.1	4.5	6.1	3.8	6.1	3.8	1.5	1.5	3.0	3.0	3.0	6.8
		20代	243	67.1	48.6	26.7	18.1	18.5	11.1	8.6	7.8	9.1	4.9	2.1	4.9	2.5	3.3	2.1	1.6	1.6	4.5	7.4
		30代	301	64.5	42.2	26.6	11.3	11.6	10.3	8.3	5.6	4.7	2.3	2.7	2.3	1.3	1.3	0.7	0.7	1.3	3.3	11.3
		40代	292	62.7	37.3	21.6	10.6	6.5	5.8	4.5	5.5	2.7	1.7	1.4	2.7	1.0	0.7	0.7	0.7	0.7	6.2	15.4
		50代	383	59.5	34.7	20.4	11.7	7.6	5.5	5.0	5.5	2.1	2.6	1.6	0.5	0.3	0.3	0.0	0.3	0.8	1.6	19.6
		60代	311	40.5	32.8	16.7	9.6	7.4	5.5	2.6	3.5	1.6	1.9	1.0	0.6	1.0	0.3	0.0	0.6	0.0	5.5	36.3
		70代以上	235	23.4	20.0	9.4	3.8	4.3	2.6	2.1	2.1	0.0	0.9	0.4	0.0	0.0	0.4	0.0	0.4	0.0	5.5	52.3
性・年齢別	女	中学生	39	89.7	35.9	30.8	35.9	25.6	25.6	12.8	15.4	10.3	5.1	2.6	0.0	5.1	2.6	7.7	2.6	0.0	0.0	0.0
		10代 (中学生除)	126	66.7	37.3	24.6	11.1	15.1	20.6	8.7	11.9	5.6	5.6	7.1	4.8	5.6	3.2	5.6	2.4	2.4	4.8	7.9
		20代	252	69.8	37.7	27.8	15.1	11.1	14.3	11.1	7.5	7.5	4.4	4.4	2.8	2.0	1.2	0.8	1.2	2.0	6.3	10.3
		30代	354	58.5	31.4	23.7	9.9	6.8	5.9	3.7	2.5	3.7	1.4	0.8	0.3	0.3	0.3	0.3	0.6	0.6	8.5	17.8
		40代	369	61.5	32.8	23.0	13.0	8.1	7.0	5.7	4.6	3.5	2.4	0.5	1.4	0.3	0.5	0.3	0.3	0.5	6.2	21.1
		50代	422	49.1	26.3	16.8	9.0	4.3	3.3	3.6	3.8	2.4	0.7	0.9	0.2	0.5	0.7	0.0	0.0	0.0	6.2	28.9
		60代	368	36.4	21.2	14.9	6.8	3.8	3.8	3.0	1.6	2.2	0.3	0.0	0.5	0.3	0.5	0.5	0.3	0.3	8.4	38.6
		70代以上	301	15.9	14.3	5.3	3.3	2.3	4.3	1.3	1.3	0.7	0.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.3	62.8
男性計	1946	55.4	36.3	20.3	11.7	9.7	7.8	5.4	5.3	3.4	2.6	1.7	2.0	1.1	1.1	0.6	0.9	0.9	4.1	21.5		
女性計	2231	50.1	27.8	19.0	10.0	6.7	7.2	4.8	4.1	3.4	1.7	1.4	1.0	0.9	0.7	0.7	0.5	0.6	6.9	28.2		

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「白もの牛乳類」は毎日飲用している人は、「朝食をとりながら」が44%と全体と比較して10ポイント以上高い。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「朝食をとりながら」「風呂上がり」「おやつや間食時」が10ポイント以上高い。「のどがかわいたとき」も加え、そのまま&混ぜて&かけて飲む人、そのまま&混ぜて併用している人は、これらのシーンの割合が他の飲用パターンと比較して高い。またこれらの層では割合が高い飲用シーンが多く、多様な牛乳摂取の仕方をしている人の方が、多くのシーンで白もの牛乳類を飲用していると言える。

図表VI-3-34 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：白もの牛乳類（MA）

		<i>n</i>	朝食をとりながら	風呂上がり	のどがかわいたとき	おやつや間食時	朝起きぬけに	ちよつとおなががすいた時	夜寝る前	朝食後	昼食時	朝食がわりに	夕食時	くつろいでいるとき	夜食時	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答
全体		4177	30.9	24.4	23.6	21.5	14.2	12.4	10.9	10.4	10.4	9.4	5.6	5.5	4.1	1.9	1.4	0.5	0.3	2.7	17.0
飲用頻度	飲用者・計	3726	34.6	27.4	26.5	24.1	15.9	13.8	12.2	11.6	11.6	10.6	6.2	6.2	4.6	2.1	1.6	0.5	0.3	3.0	6.9
	毎日飲用	1676	44.4	29.7	26.3	23.6	20.0	15.5	15.0	15.0	12.9	11.0	7.6	6.7	6.1	2.4	2.0	0.6	0.4	1.5	4.2
	週1～6日飲用	1468	30.8	29.5	30.2	27.3	15.6	15.1	11.4	10.2	12.9	12.0	6.3	6.8	3.6	2.0	1.5	0.7	0.3	2.2	4.5
	月に2～3日以下飲用	582	16.2	15.3	17.5	17.7	5.0	6.2	6.4	5.7	4.8	5.8	2.1	3.1	2.4	1.7	0.3	0.0	0.0	9.5	21.0
	非飲用者	451	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	44.8	34.5	32.8	33.1	18.5	18.5	17.5	10.4	15.4	14.1	8.5	9.7	7.9	3.8	2.7	0.6	0.6	2.3	2.7
	そのまま&混ぜて併用	1457	36.4	30.8	29.0	26.1	18.3	16.7	14.2	11.5	11.5	11.4	6.1	7.3	4.5	2.7	2.0	0.7	0.3	1.5	3.2
	そのまま飲用のみ	975	30.3	24.2	24.1	19.4	14.7	10.8	9.4	15.5	12.6	8.8	6.7	3.8	4.0	0.9	0.7	0.5	0.1	2.3	4.0
	混ぜて飲用のみ	241	21.6	6.6	8.3	14.1	3.7	3.7	1.7	2.5	2.9	2.9	1.2	3.3	0.0	0.4	0.4	0.0	0.4	13.3	40.2

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「カフェオレ・ミルクティ」は大きな差はない。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「おやつや間食時」「くつろいでいるとき」が全体と比較して10ポイント以上高く、割合が高い飲用シーンも多い。混ぜて飲用のみの人では「朝食をとりながら」が全体より10ポイント以上高く、「朝食後」「朝起きぬけ」にも高く、他の飲用パターンとの違いが見られる。

図表VI-3-35 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：カフェオレ、ミルクティ（MA）

		n	おやつや間食時	くつろいでいるとき	朝食をとりながら	勉強や仕事をしながら	来客時	ちよつとおなががすいた時	のどがかわいたとき	乗り物での移動中	朝食後	昼食時	朝起きぬけに	朝食がわりに	夜食時	レジャーやスポーツ時	風呂上がり	夜寝る前	夕食時	その他	無回答
全体		4177	31.1	23.1	12.4	8.7	7.4	6.7	6.6	6.4	6.3	6.2	4.0	2.8	2.8	2.8	2.3	1.8	1.3	5.5	34.9
飲用頻度	飲用者・計	3726	33.8	24.8	13.5	9.3	8.1	7.4	7.1	6.9	6.8	6.6	4.2	3.0	3.1	3.0	2.5	1.9	1.4	4.7	31.6
	毎日飲用	1676	35.3	24.2	16.2	9.1	8.2	7.6	7.0	6.6	7.4	6.3	5.0	2.6	3.0	3.3	2.1	2.0	1.4	4.3	31.1
	週1～6日飲用	1468	35.1	25.5	12.0	9.9	9.1	7.1	7.9	7.4	6.9	7.7	4.0	3.2	3.3	2.9	3.5	2.2	1.5	4.7	30.9
	月に2～3日以下飲用	582	26.1	24.7	9.3	8.4	5.2	7.4	5.5	6.2	4.8	5.0	2.7	3.6	2.7	2.2	1.0	1.0	1.2	6.0	34.7
	非飲用者	451	9.3	8.4	3.3	3.5	1.6	1.1	2.0	2.9	2.0	2.4	1.6	0.9	0.2	1.8	0.2	1.1	0.7	12.2	62.3
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	48.7	39.2	21.8	17.9	14.2	13.3	11.8	11.6	9.7	9.8	5.6	4.7	6.4	3.8	3.5	2.9	3.8	2.6	12.9
	そのまま&混ぜて併用	1457	39.7	28.0	16.4	9.9	9.1	7.1	7.8	7.5	8.0	7.7	5.1	3.4	3.2	3.6	2.8	2.3	1.0	3.8	23.7
	そのまま飲用のみ	975	16.2	11.5	2.4	3.3	3.3	2.7	2.9	2.5	1.8	2.4	0.8	0.5	0.9	1.7	0.9	0.6	0.3	6.6	57.0
	混ぜて飲用のみ	241	34.4	24.1	23.2	10.8	7.9	10.4	9.1	8.3	14.1	8.7	11.2	5.0	5.4	2.9	4.1	3.7	2.5	5.4	23.7

(%)

全体より 5ポイント以上高い

全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「コーヒー」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「来客時」「勉強や仕事をしながら」「朝食をとりながら」が、そのまま&混ぜて併用して飲む人は、「くつろいでいるとき」「おやつや間食時」が全体と比較して5ポイント以上高い。

図表VI-3-36 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：コーヒー（MA）

		n	くつろいでいるとき	おやつや間食時	来客時	勉強や仕事をしながら	朝食後	朝食をとりながら	朝起きぬけに	昼食時	乗り物での移動中	のどがかわいたとき	朝食がわりに	夜食時	レジャーやスポーツ時	ちよつとおながすいた時	夕食時	夜寝る前	風呂上がり	その他	無回答
全体		4177	41.5	39.4	36.2	24.4	22.3	21.2	15.8	15.0	14.4	7.8	4.9	4.7	4.6	4.5	3.7	2.7	1.8	4.4	12.9
飲用頻度	飲用者・計	3726	42.6	40.7	37.0	24.7	22.8	21.8	15.7	15.2	14.5	8.0	4.6	4.8	4.6	4.6	3.8	2.8	1.9	3.9	11.5
	毎日飲用	1676	40.0	42.3	38.8	22.9	22.2	22.1	13.8	14.2	12.9	7.8	3.1	4.5	4.4	4.4	3.6	2.4	1.8	3.1	11.6
	週1～6日飲用	1468	45.5	39.6	36.4	26.2	24.2	22.1	16.6	16.3	15.1	7.4	5.0	5.1	4.8	4.3	4.0	3.1	2.1	4.2	10.8
	月に2～3日以下飲用	582	42.6	38.7	33.3	26.5	20.8	20.3	19.1	15.5	17.5	10.1	7.6	4.6	4.6	5.8	4.1	2.9	1.4	5.3	13.1
	非飲用者	451	32.6	29.3	29.3	22.0	18.6	16.4	16.6	12.6	14.0	6.2	7.3	4.7	4.9	4.2	2.2	2.4	1.8	8.6	24.8
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	43.4	41.5	41.5	34.2	22.2	27.4	19.4	18.2	15.6	9.4	4.7	8.6	5.7	5.3	5.7	3.9	2.0	5.9	8.5
	そのまま&混ぜて併用	1457	47.1	45.8	39.7	25.1	26.1	24.8	16.8	16.1	15.4	8.5	4.3	4.4	4.8	4.7	3.4	3.2	2.3	3.4	7.0
	そのまま飲用のみ	975	36.4	33.1	30.1	19.0	19.4	12.5	11.8	12.1	11.5	5.9	3.8	2.5	3.1	2.7	2.9	1.8	0.9	3.4	20.4
	混ぜて飲用のみ	241	44.4	41.9	37.8	27.0	23.7	30.7	19.9	17.0	19.1	9.5	6.6	6.6	5.0	7.9	4.1	2.9	3.3	2.9	6.6

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「紅茶」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「おやつや間食時」「くつろいでいるとき」が全体と比較して10ポイント以上高く、他の飲用シーンでも、他の飲用パターンに比べ割合が高い項目が多い。

図表VI-3-37 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：紅茶 (MA)

		<i>n</i>	おやつや間食時	くつろいでいるとき	来客時	朝食をとりながら	勉強や仕事をしながら	のどがかわいたとき	昼食時	朝食後	乗り物での移動中	朝起きぬけに	夜食時	ちよつとおなががすいた時	レジャーやスポーツ時	夜寝る前	夕食時	朝食がわりに	風呂上がり	その他	無回答
全体		4177	31.9	26.8	21.8	10.7	10.4	6.7	6.5	5.9	5.1	2.9	2.9	2.3	2.2	1.7	1.5	1.2	1.0	5.4	30.7
飲用頻度	飲用者・計	3726	33.5	28.1	22.7	11.2	10.7	6.8	6.9	6.1	5.3	2.8	3.0	2.4	2.2	1.6	1.6	1.1	1.0	4.7	29.0
	毎日飲用	1676	34.3	26.7	23.7	10.1	9.1	5.9	6.0	4.7	4.6	2.0	2.3	2.1	2.3	1.6	0.9	0.9	0.7	4.6	29.8
	週1～6日飲用	1468	33.9	30.0	23.2	12.7	12.5	7.1	7.6	7.8	5.2	3.5	3.1	2.4	2.2	1.8	2.0	1.0	1.4	4.6	27.5
	月に2～3日以下飲用	582	30.1	27.7	18.7	10.7	10.5	8.6	7.6	5.8	7.2	3.6	4.8	3.3	2.1	1.0	2.4	1.9	0.7	5.2	30.4
	非飲用者	451	18.6	16.0	14.4	6.9	7.8	5.5	3.1	4.7	4.0	3.5	2.2	2.0	2.2	2.0	1.1	1.8	1.3	11.3	45.2
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	45.2	39.9	30.4	19.5	20.3	10.3	11.2	9.8	7.4	5.3	6.4	3.2	4.1	2.6	3.9	1.4	2.1	3.3	15.1
	そのまま&混ぜて併用	1457	36.9	28.9	25.1	11.3	10.4	7.1	7.2	6.5	6.5	3.0	3.1	2.5	2.2	1.8	0.9	1.4	0.9	4.4	24.1
	そのまま飲用のみ	975	20.9	20.2	14.2	4.7	5.5	3.3	4.0	3.6	1.8	1.2	1.2	1.2	0.9	1.1	0.9	0.5	0.5	4.9	44.7
	混ぜて飲用のみ	241	34.0	26.6	22.4	14.5	11.2	8.7	3.7	6.2	6.6	3.3	2.9	2.9	2.5	0.4	2.1	1.7	0.8	5.8	31.5

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「ドリンクヨーグルト・乳酸菌飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「おやつや間食時」「朝食をとりながら」等が全体と比較して5ポイント以上高く、他の飲用パターンとは違いが見られる。

図表VI-3-38 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：ドリンクヨーグルト、乳酸菌飲料（MA）

		n	おやつや間食時	朝食をとりながら	ちよっとおながすいた時	風呂上がり	のどがかわいたとき	朝食がわりに	朝食後	くつろいでいるとき	昼食時	朝起きぬけに	夜寝る前	夕食時	夜食時	レジャーやスポーツ時	勉強や仕事をしながら	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答
全体		4177	26.2	11.5	11.5	8.9	8.7	8.4	7.9	5.0	4.5	4.3	3.7	3.1	2.7	2.3	1.8	1.1	0.3	5.4	32.0
飲用頻度	飲用者・計	3726	27.6	12.3	12.0	9.6	9.0	8.7	8.3	5.2	4.6	4.6	4.0	3.3	2.9	2.4	2.0	1.2	0.4	4.8	29.3
	毎日飲用	1676	27.0	11.7	10.9	8.8	9.1	7.6	8.5	4.4	4.2	4.1	3.8	2.9	2.4	2.4	1.7	1.0	0.4	4.8	30.5
	週1～6日飲用	1468	28.9	13.2	13.7	10.5	9.9	9.4	8.7	5.9	5.0	5.2	4.2	3.6	3.1	2.5	2.2	1.6	0.5	4.4	27.4
	月に2～3日以下飲用	582	26.3	11.9	10.8	9.6	6.7	10.1	7.0	5.5	4.6	4.8	4.1	3.6	3.6	1.9	2.1	0.5	0.0	5.7	30.8
	非飲用者	451	14.0	4.9	7.5	3.3	5.5	5.3	4.0	3.8	3.3	1.3	1.6	1.3	0.9	1.3	0.9	0.7	0.0	10.6	54.5
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	35.6	20.4	17.5	11.0	13.8	14.1	14.1	8.9	5.9	8.5	5.3	3.6	4.5	2.3	2.1	2.0	0.8	2.6	18.0
	そのまま&混ぜて併用	1457	27.2	11.8	11.3	10.2	9.5	9.5	8.9	4.1	4.5	4.3	4.3	3.3	2.3	2.7	2.1	1.1	0.5	5.1	26.8
	そのまま飲用のみ	975	23.2	7.0	8.5	7.0	5.8	4.4	5.7	4.5	3.8	2.6	3.1	2.9	2.7	2.1	1.0	0.7	0.0	5.1	39.1
	混ぜて飲用のみ	241	22.0	13.3	12.4	10.0	6.6	9.5	6.2	3.3	2.9	3.7	2.5	3.7	1.7	1.7	2.9	0.8	0.4	5.8	34.9

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「果汁飲料・野菜飲料」は大きな差はない。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「のどがかわいたとき」「おやつや間食時」「朝食をとりながら」「風呂上がり」が全体と比較して5ポイント以上高く、他の飲用パターンとは違いが見られる。

図表VI-3-39 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：果汁飲料、野菜飲料 (MA)

		n	のどがかわいたとき	おやつや間食時	朝食をとりながら	風呂上がり	朝食がわりに	ちよっとおながすいた時	朝起きぬけに	朝食後	昼食時	くつろいでいるとき	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	勉強や仕事をしながら	夜寝る前	夜食時	夕食時	来客時	その他	無回答
全体		4177	18.3	17.9	12.3	11.0	8.0	7.2	5.6	5.1	4.9	4.8	4.6	3.4	2.6	2.5	2.4	2.1	1.0	5.0	33.4
飲用頻度	飲用者・計	3726	19.1	18.7	12.9	11.8	8.1	7.2	5.8	5.3	5.1	4.9	4.7	3.5	2.6	2.6	2.3	2.3	1.1	4.5	31.8
	毎日飲用	1676	17.3	18.6	12.4	10.7	6.8	6.9	5.4	5.4	4.8	3.3	4.3	3.2	2.9	2.3	2.0	2.0	1.1	3.8	33.5
	週1～6日飲用	1468	22.1	20.4	14.2	12.2	8.1	7.8	5.8	5.2	5.7	6.3	4.8	4.2	2.5	2.7	2.9	2.5	1.5	4.8	29.5
	月に2～3日以下飲用	582	17.0	14.6	11.5	13.7	11.5	6.7	7.2	5.2	4.5	6.0	5.7	2.6	2.1	3.6	1.9	2.6	0.2	5.5	32.5
	非飲用者	451	11.3	11.8	7.3	4.9	7.5	6.7	3.3	3.8	3.3	3.8	3.8	2.4	2.7	1.6	2.9	0.9	0.4	9.3	46.6
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	24.5	26.0	20.7	16.3	12.6	10.1	10.3	7.9	8.9	7.0	6.7	4.1	4.4	4.1	4.7	5.4	2.1	4.4	19.4
	そのまま&混ぜて併用	1457	18.9	20.0	13.5	11.3	7.5	6.7	5.6	5.4	5.4	4.9	4.6	4.0	2.7	2.5	2.1	1.7	0.9	4.6	29.4
	そのまま飲用のみ	975	17.0	12.7	7.4	9.3	5.0	5.8	3.5	4.3	3.4	3.3	4.1	2.4	1.1	1.7	1.6	1.6	0.4	4.0	41.5
	混ぜて飲用のみ	241	17.0	15.4	11.2	9.1	7.1	7.1	6.2	2.1	1.2	5.8	3.3	1.2	2.9	2.1	1.7	0.0	1.2	5.4	41.1

(%)



■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別、飲用パターン別では、「豆乳」は大きな差はない。

図表VI-3-40 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：豆乳(MA)

		<i>n</i>	おやつや間食時	朝食をとりながら	ちよつとおなががすいた時	のどがかわいたとき	朝食がわりに	朝食後	風呂上がり	朝起きぬけに	昼食時	くつろいでいるとき	夕食時	夜寝る前	夜食時	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	来客時	その他	無回答
全体		4177	7.8	4.8	4.3	3.9	3.0	2.7	2.7	2.3	2.3	2.1	1.9	1.2	1.1	0.6	0.5	0.5	0.1	12.6	59.6
飲用頻度	飲用者・計	3726	8.4	5.1	4.3	4.1	3.2	2.8	2.9	2.4	2.5	2.1	1.9	1.2	1.2	0.6	0.4	0.6	0.1	12.1	58.4
	毎日飲用	1676	7.9	5.6	4.1	3.5	2.7	3.0	2.9	2.4	2.7	2.0	2.5	1.3	0.8	0.5	0.7	0.4	0.1	10.4	59.9
	週1～6日飲用	1468	8.9	4.9	4.5	4.7	3.5	2.7	3.2	2.4	2.6	2.3	1.4	1.5	1.5	0.8	0.2	0.7	0.0	12.9	56.9
	月に2～3日以下飲用	582	8.6	4.0	4.6	4.1	3.6	2.9	2.2	2.4	1.5	2.2	1.4	0.3	1.5	0.5	0.2	0.7	0.2	14.8	57.7
	非飲用者	451	3.1	2.7	4.2	2.4	1.8	1.6	1.3	1.1	1.1	1.6	1.8	0.7	0.4	0.2	0.7	0.0	0.2	16.9	69.2
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	10.4	8.8	7.0	5.4	4.5	4.2	5.6	3.8	3.6	4.4	3.3	2.1	2.0	1.1	0.5	1.1	0.2	13.3	49.5
	そのまま&混ぜて併用	1457	9.0	4.9	4.7	4.0	3.0	3.2	3.3	2.6	2.2	2.0	1.4	1.1	1.3	0.5	0.5	0.2	0.1	11.6	57.4
	そのまま飲用のみ	975	6.6	4.1	2.3	3.6	2.5	2.6	1.4	1.9	1.8	1.4	1.8	1.0	0.6	0.4	0.4	0.5	0.0	10.2	64.6
	混ぜて飲用のみ	241	8.3	1.7	3.3	3.3	2.5	1.7	0.8	1.2	1.2	1.2	1.7	0.8	1.7	0.8	0.0	0.0	0.0	15.4	65.6

(%)

 全体より 5ポイント以上高い  
 全体より10ポイント以上高い



牛乳飲用頻度別では、「無糖のお茶飲料」は非飲用者では「昼食時」「朝食をとりながら」「朝食後」が5ポイント以上高い。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は、「乗り物での移動中」「風呂上がり」「レジャーやスポーツ時」が全体と比較して10ポイント以上高く、他の飲用シーンでも割合が高い。

図表VI-3-41 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：無糖のお茶飲料（MA）

		n	のどがかわいたとき	昼食時	夕食時	来客時	乗り物での移動中	朝食をとりながら	風呂上がり	朝食後	くつろいでいるとき	おやつや間食時	レジャーやスポーツ時	勉強や仕事をしながら	夜寝る前	朝起きぬけに	夜食時	ちよっとおながすいた時	朝食がわりに	その他	無回答
全体		4177	58.7	47.0	44.5	30.7	29.6	27.7	26.9	26.4	26.0	25.0	24.1	18.0	17.5	17.3	16.9	4.1	3.6	2.3	7.2
飲用頻度	飲用者・計	3726	59.2	46.3	44.4	30.5	30.3	26.9	27.3	25.4	25.6	25.0	24.6	18.0	17.5	16.8	16.7	3.9	3.3	2.1	7.1
	毎日飲用	1676	56.6	43.3	41.8	29.0	28.9	22.4	25.7	22.7	23.0	24.0	23.2	15.2	14.3	13.4	14.4	3.0	2.6	1.8	8.8
	週1～6日飲用	1468	60.6	48.6	46.9	32.4	31.3	29.5	28.1	27.2	27.6	25.8	25.9	19.8	19.9	18.9	17.6	4.2	3.8	2.1	5.9
	月に2～3日以下飲用	582	62.9	49.3	45.4	29.7	31.4	33.5	30.1	28.2	28.2	25.6	25.3	21.5	20.8	21.5	20.8	5.8	3.8	2.6	5.3
	非飲用者	451	54.8	52.3	45.7	32.4	23.7	33.9	23.5	35.3	29.0	25.1	20.0	18.6	17.7	21.1	19.1	5.5	6.0	3.8	7.5
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	67.9	52.0	50.8	35.4	42.1	33.0	37.1	26.0	28.6	29.3	34.9	26.6	26.3	23.1	23.0	5.6	3.9	1.8	4.7
	そのまま&混ぜて併用	1457	58.1	48.1	46.7	31.9	31.0	27.0	27.9	25.7	24.9	24.6	24.5	16.5	16.9	15.6	15.8	3.5	2.6	2.1	6.7
	そのまま飲用のみ	975	53.4	40.5	36.8	27.0	21.4	23.2	19.4	26.6	25.6	23.4	17.7	13.4	11.5	15.3	12.5	3.0	3.9	1.8	10.2
	混ぜて飲用のみ	241	68.0	44.8	42.7	27.0	31.5	22.4	26.6	17.4	20.7	20.3	23.2	19.9	22.4	14.9	17.8	4.6	2.5	2.9	4.6

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「炭酸飲料」は月に2～3日以下飲用では「のどがかわいたとき」が全体と比較して5ポイント以上高い。

飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は「おやつや間食時」等が5ポイント以上高い。

図表VI-3-42 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：炭酸飲料（MA）

		n	のどがかわいたとき	おやつや間食時	レジャーやスポーツ時	乗り物での移動中	風呂上がり	くつろいでいるとき	勉強や仕事をしながら	来客時	ちよつとおなががすいた時	夜食時	夜寝る前	昼食時	夕食時	朝起きぬけに	朝食後	朝食をとりながら	朝食がわりに	その他	無回答
全体		4177	27.8	16.8	16.6	10.2	9.1	8.4	4.4	3.9	2.6	1.8	1.7	1.6	1.6	0.7	0.4	0.3	0.2	7.5	39.9
飲用頻度	飲用者・計	3726	28.0	17.2	17.0	10.6	9.4	8.4	4.2	4.1	2.6	1.8	1.7	1.6	1.6	0.6	0.4	0.3	0.2	7.3	39.1
	毎日飲用	1676	24.8	15.2	16.4	9.4	7.2	6.9	3.5	3.8	1.7	1.1	1.0	0.6	1.0	0.4	0.2	0.2	0.0	7.3	42.4
	週1～6日飲用	1468	29.1	18.1	17.7	11.9	10.9	9.4	4.8	4.4	2.5	2.2	2.2	2.2	1.8	0.9	0.5	0.5	0.3	7.3	37.7
	月に2～3日以下飲用	582	34.7	20.6	16.7	10.7	12.2	10.3	5.0	4.1	5.3	3.1	2.4	2.9	3.1	0.5	0.7	0.0	0.2	7.4	33.2
	非飲用者	451	25.9	13.3	13.5	7.1	6.2	8.2	6.0	2.9	3.1	1.8	1.8	1.3	1.1	1.3	0.4	0.4	0.2	9.3	46.6
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	37.7	28.6	22.5	17.5	13.8	13.0	7.3	5.0	3.5	3.0	2.7	2.7	2.7	0.8	0.8	0.6	0.5	6.4	24.7
	そのまま&混ぜて併用	1457	28.0	16.7	17.7	10.0	8.9	7.5	3.0	4.5	2.4	1.9	1.4	1.3	1.5	0.7	0.5	0.5	0.1	7.2	39.7
	そのまま飲用のみ	975	21.6	10.3	13.4	7.4	7.2	6.1	3.4	2.1	1.4	0.4	1.1	0.7	1.0	0.2	0.1	0.0	0.0	7.3	48.2
	混ぜて飲用のみ	241	29.0	18.3	16.2	8.7	8.3	9.1	4.1	5.4	5.8	1.2	2.5	2.5	2.5	0.4	0.0	0.0	0.0	8.7	38.2

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
■ 全体より10ポイント以上高い

牛乳飲用頻度別では、「スポーツ飲料」は月に2～3日以下飲用では「のどがかわいたとき」が全体と比較して5ポイント以上高い。  
 飲用パターン別では、そのまま&混ぜて&かけて飲む人は「レジャーやスポーツ時」が全体と比較して10ポイント以上高く、他のシーンでも高い。

図表VI-3-43 飲用頻度・パターン別 問33 飲み物の飲用シーン：スポーツ飲料（MA）

		n	レジャーやスポーツ時	のどがかわいたとき	風呂上がり	乗り物での移動中	勉強や仕事をしながら	おやつや間食時	夜寝る前	くつろいでいるとき	朝起きぬけに	夜食時	昼食時	ちよつとおなががすいた時	夕食時	来客時	朝食をとりながら	朝食後	朝食がわりに	その他	無回答
全体		4177	52.6	31.8	19.6	10.8	8.1	7.4	5.1	4.7	3.4	2.1	1.5	1.5	1.0	0.9	0.7	0.7	0.7	5.6	25.1
飲用頻度	飲用者・計	3726	54.4	32.4	20.1	11.0	8.1	7.5	5.2	4.7	3.5	2.1	1.5	1.4	1.0	0.9	0.7	0.6	0.7	5.4	23.5
	毎日飲用	1676	52.6	28.5	18.0	9.3	6.7	6.2	3.9	3.3	2.5	1.6	1.1	1.3	0.6	0.7	0.2	0.1	0.5	5.3	26.4
	週1～6日飲用	1468	56.7	33.6	21.6	11.6	9.2	8.3	6.1	5.8	4.2	2.5	1.8	1.2	1.1	1.0	1.1	1.0	0.5	5.7	21.0
	月に2～3日以下飲用	582	54.0	40.5	22.5	13.9	9.3	8.9	6.4	6.0	4.6	2.7	1.9	2.6	1.7	1.5	0.9	1.4	1.4	5.2	21.5
	非飲用者	451	37.3	26.6	15.7	9.3	8.4	7.3	4.7	4.7	2.9	2.2	1.6	1.6	1.1	0.7	0.7	0.9	1.1	7.1	38.4
飲用パターン	そのまま&混ぜて&かけて	661	69.6	39.5	28.9	13.8	10.1	13.8	8.5	6.7	7.3	4.1	2.3	2.3	1.7	1.7	1.8	1.1	1.4	6.2	10.4
	そのまま&混ぜて併用	1457	55.2	32.1	20.6	11.3	8.3	6.1	4.5	4.8	3.0	1.8	1.7	1.3	1.2	1.0	0.4	0.6	0.6	5.6	23.1
	そのまま飲用のみ	975	43.5	29.1	14.8	8.3	6.7	5.1	3.7	3.3	1.9	1.2	1.0	1.3	0.5	0.4	0.4	0.7	0.3	4.2	31.8
	混ぜて飲用のみ	241	52.7	30.3	17.4	10.0	7.9	5.4	7.1	3.7	4.1	3.3	2.5	1.2	0.8	0.0	0.8	0.0	0.4	7.1	26.1

(%)

■ 全体より 5ポイント以上高い  
 ■ 全体より10ポイント以上高い

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

年 度	サンプル数	テ ー マ
1999 年度	4,476	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白もの牛乳類の飲み方の割合</li> <li>・白もの牛乳類との混合飲用の実態</li> <li>・白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ</li> <li>・自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入</li> <li>・白もの牛乳類の料理利用</li> <li>・白もの牛乳類、料理についての情報源</li> <li>・バター（油脂類）の使い方</li> <li>・家庭での牛乳乳製品の常備</li> <li>・白もの牛乳類のための冷蔵庫の中のスペース</li> <li>・メーカーやブランドについて</li> </ul>
2000 年度	4,632	<ul style="list-style-type: none"> <li>・種類別の牛乳の飲用量、購入量</li> <li>・牛乳・乳製品と他の食品のイメージ</li> <li>・自宅外での牛乳・乳製品の飲食・購入</li> <li>・牛乳・乳製品の好き・嫌い</li> <li>・バター・生クリーム（油脂類）の使い方</li> <li>・小学生以下の牛乳の飲用</li> <li>・家庭での牛乳・乳製品の常備</li> <li>・牛乳の容器について</li> <li>・牛乳と栄養に関する健康意識</li> </ul>
2001 年度	4,778	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白もの牛乳類の飲み方の割合</li> <li>・白もの牛乳類との混合飲用の実態</li> <li>・自宅外での牛乳の飲食・購入</li> <li>・牛乳・乳製品と他の飲料のおいしさ</li> <li>・牛乳・乳製品についての知識</li> <li>・バター・生クリーム（油脂類）の使い方</li> <li>・ヨーグルト・チーズの食頻度</li> <li>・家庭での牛乳・乳製品の常備実態</li> <li>・健康などへの関心</li> <li>・白もの牛乳類の購入場所</li> <li>・牛乳容器の表示</li> <li>・食中毒事故と飲用／購入態度の変化</li> </ul>
2002 年度	4,277	<ul style="list-style-type: none"> <li>・12歳以下のこどもの白もの牛乳類の飲用実態</li> <li>・白もの牛乳類と他の飲料のイメージ・飲用機会</li> <li>・白もの牛乳類のもつ様々なベネフィットの認識</li> <li>・白もの牛乳類を使った料理の実態</li> <li>・牛乳容器の表示と切欠きについて</li> <li>・BSEと白もの牛乳類・乳製品の飲食の変化</li> </ul>
2003 年度	4,177	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白もの牛乳類を飲用したい場所</li> <li>・白もの牛乳類と一緒に食べる食べ物</li> <li>・白もの牛乳類の飲用量の増減とその理由・きっかけ</li> <li>・白もの牛乳類の購入・宅配に関する意識</li> <li>・ヨーグルトの飲食・手作りの実態</li> <li>・乳製品・肉類の産地意識</li> <li>・健康と食生活に関する認識と情報源</li> </ul>
2004 年度	4,177	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白もの牛乳類と混ぜて飲むもの</li> <li>・白もの牛乳類の飲用量の増減</li> <li>・牛乳を飲んでおなかの調子が悪くなる状況</li> <li>・白もの牛乳類の購入量と購入意識</li> <li>・牛乳を使った料理の実態</li> <li>・ヨーグルトの飲食・手作りの実態</li> <li>・健康や食生活に関する認識</li> <li>・競合飲料のイメージと飲用シーン</li> </ul>

**<付録 2>  
単純集計結果付き調査票**

白もの牛乳類（注）についてお聞きします

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

【すべての方に】（N=4177）

**問1** あなたは、日頃どの程度白もの牛乳類をお飲みになりますか。

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

1	毎日飲む	40.1	5	月に2～3日飲む	7.5
2	週に5～6日飲む	9.6	6	それ以下しか飲まない	6.4
3	週に3～4日飲む	14.0	7	全く飲まない	10.8
4	週に1～2日飲む	11.6			

NA -

白もの牛乳類の飲み方についてお聞きします

【すべての方に】（N=4177）

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

コーヒーなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたり、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除いてお答えください。ただし、あたためたり、氷を入れたり、砂糖・ハチミツ等甘味料だけを加えたりする飲み方は、そのまま飲む飲み方に含めます。

		そのまま飲む							NA
		毎日飲む	週に5～6日飲む	週に3～4日飲む	週に1～2日飲む	月に2～3日飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない	
夏場は	→	31.7	8.9	14.0	12.6	7.9	7.8	17.2	-
冬場は	→	26.8	7.3	13.4	15.8	9.0	9.5	18.1	0.0
年間平均すると	→	27.3	9.3	14.4	14.2	8.9	9.2	16.5	0.2



【すべての方に】(N=4177)

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

(それぞれ1つずつ○印)	他のものと混ぜて飲む								NA
	毎日飲む	週に5〜6日飲む	週に3〜4日飲む	週に1〜2日飲む	月に2〜3日飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない		
夏場は →	21.1	5.8	8.8	12.1	8.7	11.1	32.4	-	
冬場は →	19.5	6.1	9.5	12.0	9.7	11.6	31.7	0.0	
年間平均すると →	18.9	6.2	9.6	12.2	10.0	12.4	30.5	0.2	

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

【白もの牛乳類を飲む方(問1で「1〜6」とお答えの方)に】(N=3726)

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

夏場、冬場、年間平均でお知らせください。

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

(それぞれ1つずつ○印)

	1日に白もの牛乳類を飲む量								NA
	50 ml 未満	50 ml くらい	100 ml (牛乳瓶半分)	200 ml (牛乳瓶1本)	400 ml (牛乳瓶2本)	600 ml (牛乳瓶3本)	800 ml (牛乳瓶4本)	1 L (牛乳瓶5本) 以上	
夏場は →	7.4	5.1	14.5	53.4	14.1	2.8	0.7	0.9	1.1
冬場は →	9.3	7.3	20.2	51.5	8.2	1.6	0.4	0.5	1.1
年間平均すると →	7.5	6.9	18.5	52.8	9.5	2.0	0.8	1.0	1.0

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】(N=3726)

**問5** あなたは、白もの牛乳類を飲む時にどのような飲み方をしますか。

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

	夏場は ↓	冬場は ↓	年間 平均すると ↓
a. そのまま飲む（あたためたり、氷を入れたり、砂糖を加えたりする飲み方を含む）	66.1%	62.0%	64.1%
b. コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む	29.1%	33.9%	31.5%
c. シリアル（オートミール、コーンフレーク等）やくだものなどにかける	4.7%	4.2%	4.4%
合計	100%	100%	100%

【白もの牛乳類をコーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む方

（問5の夏場、冬場、年間平均のいずれかでもb.に「1～100%」とお答えの方）に】(N=2450)

**問6** 混ぜて飲む場合はどのような“もの”とでしょうか。次の(1)、(2)、(3)それぞれについて、いくつでもお知らせください。

- (1) 牛乳と混ぜて飲んだことがあるものはどれですか。
- (2) ふだん牛乳と混ぜて飲んでいるものはどれですか。
- (3) 牛乳と混ぜて飲むのが好きなものはどれですか。

(それぞれいくつでも○印)

	(1)牛乳と混ぜて飲んだことがあるもの (いくつでも○印) ↓	(2)ふだん牛乳と混ぜて飲んでいるもの (いくつでも○印) ↓	(3)牛乳と混ぜて飲むのが好きなもの (いくつでも○印) ↓
1) コーヒー	91.2	74.9	70.5
2) 紅茶	54.2	29.1	26.9
3) ココア・チョコレートシロップ	58.9	33.2	37.4
4) 果汁飲料・野菜飲料	9.9	2.6	2.7
5) パナナ・いちごなど果物	51.6	17.6	26.4
6) きなこ／ごま	25.1	7.2	7.3
7) 抹茶	17.1	3.2	5.3
8) 麦芽飲料(ミロなど)	27.1	5.3	7.1
9) ヨーグルト	11.3	4.4	3.8
10) アルコール飲料	8.2	1.1	2.0
11) この中にはない	0.6	3.8	3.6

NA 0.2 1.3 1.3

【すべての方に】 (N=4177)

**問7** あなたは、牛乳を飲むとおなかの調子が悪くなる(なった)ことがありますか。  
(1つだけ○印)

1	牛乳を飲むといつも悪くなる	5.9
2	ときどき悪くなる	7.7
3	たまに悪くなることがある	19.5
4	悪くなることはない	66.7 → 問 11 へ
NA		0.2

【牛乳を飲むとおなかの調子が悪くなることがある方 (問7で「1~3」とお答えの方) に】  
(N=1382)

**問8** それはどのような症状ですか。(いくつでも○印)

1	おなかがゴロゴロする	41.4
2	おなかが張る	9.4
3	おなかが痛くなる	22.5
4	下痢をする	60.5
5	その他 (具体的に )	3.3
NA		-

**問9** どれくらい牛乳を飲むと、おなかの調子が悪くなりますか。次の中から最も近いものをお知らせください。(1つだけ○印)

1	50ml 未満	7.4	5	400ml (牛乳瓶2本)	17.6
2	50ml くらい	4.1	6	600ml (牛乳瓶3本)	5.9
3	100ml (牛乳瓶半分)	14.4	7	800ml (牛乳瓶4本)	1.4
4	200ml (牛乳瓶1本)	46.1	8	1L (牛乳瓶5本) 以上	2.2
NA					0.9

**問 10** あなたは、おなかの調子が悪くならないように、牛乳をあたためたり、コーヒー、紅茶、ココアなどと混ぜて飲んでいきますか。あてはまるものをお知らせください。  
(いくつでも○印)

1	あたためる	43.8
2	コーヒーと混ぜる	32.3
3	紅茶と混ぜる	11.9
4	ココアと混ぜる	17.9
5	その他のものと混ぜる (具体的に )	3.9
6	飲む量を控えめにする	37.0
7	牛乳は飲まない	14.7
NA		2.0

この1年間の白もの牛乳類の飲み方の変化についてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

問 11 あなたは、この1年間に白もの牛乳類を飲む量が増えましたか、それとも減りましたか。(1)そのまま飲む場合、(2)混ぜて飲む場合、(3)全体では、それぞれについてお知らせください。

(それぞれ1つずつ○印)	(1)そのまま飲む場合 ↓	(2)混ぜて飲む場合 ↓	(3)全体では ↓
飲む量が非常に増えた	1.8	2.7	1.9
飲む量がやや増えた	7.9	10.3	11.4
変わらない	59.0	57.6	62.6
飲む量がやや減った	9.7	5.5	8.4
飲む量が非常に減った	7.3	4.0	5.0
牛乳はもともと飲まない	12.9	13.9	9.6
NA	1.4	6.0	1.1

白もの牛乳類の購入についてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

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

1 ほぼ毎日	19.5	4 2週間に1回くらい	4.3	7 わからない	4.2
2 週に2~3回くらい	41.5	5 月に1回以下	3.0		
3 週に1回くらい	20.7	6 ほとんど買わない	6.7		
		NA		0.2	

【すべての方に】

**問13** お宅では、平均すると1週間に白もの牛乳類をどのような場所でどのくらい購入していますか。

下記の記入例に従い、購入する場所ごとに、リットルを単位として小数点以下1位までお答えください。なお、白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書きください。

<記入例>

1週間に1リットルパックを2本と200ml瓶を3本買っている場合(100mlは0.1リットルです)

約  .  リットル

**1週間あたり購入する量**

a. スーパーへ買いに行く	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="2.134"/>
b. コンビニエンスストアへ買いに行く	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.110"/>
c. 生協へ買いに行く	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.137"/>
d. その他の店(自動販売機を含む)へ買いに行く	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.023"/>
<hr/>						
e. 牛乳販売店からの宅配	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.369"/>
f. スーパー、コンビニエンスストア、デパートからの宅配	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.018"/>
g. 生協の個人宅配	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.125"/>
<hr/>						
h. 共同購入	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.094"/>
i. その他	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="0.044"/>
<hr/>						
1週間に購入する量の合計	約	<input type="text"/>	.	<input type="text"/>	リットル	<input type="text" value="3.054"/>

\* わからない

【すべての方に】

**問14** お宅ではふだん、普通の牛乳や低脂肪乳(ローファットミルク)や機能強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)を1週間にどのくらいお買いになっていますか。

リットルを単位として小数点以下1位までお答えください。

なお、それぞれの白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書きください。

**1週間あたり購入する量**

牛乳 (牛からしぼったままの乳を加熱殺菌しただけのもので、パッケージに「**種類別**牛乳」と表記されているもの) 約  .  リットル **2.554**

低脂肪乳 (ローファットミルク)、無脂肪乳 約  .  リットル **0.433**

機能強化牛乳 (カルシウム、鉄分、ビタミンD、乳脂肪分などを加えたもの) 約  .  リットル **0.287**

\* わからない

【すべての方に】(N=4177)

問 15 あなたが白もの牛乳類を購入するとき、重視することは何ですか。

(1) いつも買っているものを選んで理由

(2) 新製品を買う場合など、いつもと異なるものを購入するとき重視すること  
それぞれについて、主なものを3つまでお選びください。

(それぞれ主なもの3つまで○印)	(1)いつも買っているものを選んで理由 ↓	(2)いつもと異なるものを購入するとき ↓
脂肪分	15.5	12.6
殺菌温度	4.7	4.0
栄養機能	12.8	12.6
コク・うま味	26.6	18.1
生産地	8.4	9.8
値段	36.7	33.6
鮮度・日付	51.2	37.5
生乳100%かどうか	11.9	10.5
ESL製法かどうか	0.2	0.5
HACCPの認証があるかどうか	1.0	1.1
商品名(ネーミング)	5.2	6.5
メーカー(ブランド)	18.6	18.6
容器のデザイン	0.7	2.1
キャッチフレーズ	0.4	3.1
店の信用性	9.3	5.8
その他( )	1.4	1.3
自分では買わない	23.4	27.5
NA	0.2	1.7

ヨーグルトについてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

問 16 あなたは、どのようなタイプのヨーグルトを食べたり、飲んだりすることが多いですか。

(いくつでも○印)

1	プレーンヨーグルト (無糖)	44.0
2	加糖のヨーグルト	35.9
3	果肉フルーツ入りのヨーグルト	42.0
4	ドリンクヨーグルト (飲むタイプ)	27.8
5	手作りヨーグルト (カスピ海ヨーグルト等)	12.5
6	フローズンヨーグルト	3.4
7	ヨーグルトは全く食べない、飲まない	17.7→ 問 21 へ

NA -

【ヨーグルトを食べたり飲んだりする方 (問 16 で「1~6」とお答えの方) に】(N=3438)

問 17 あなたは、ヨーグルトをどのような時に食べたり、飲んだりしますか。次の中からいくつでもお知らせください。(いくつでも○印)

1	朝食時	50.2	6	仕事中	2.4
2	昼食時	13.6	7	勉強中	0.6
3	夕食時	15.4	8	レジャーやスポーツ時	2.1
4	おやつや間食	56.0	9	風呂上がり	17.1
5	夜食や寝る前	14.4	10	その他( )	2.4

NA 0.1

【ヨーグルトを食べたり飲んだりする方 (問 16 で「1~6」とお答えの方) に】(N=3438)

問 18 あなたがヨーグルトを食べる(飲む)理由を、次の中からいくつでもお選びください。

(いくつでも○印)

1	おいしいから	46.5	11	免疫活性作用があるから	9.3
2	好きだから	41.8	12	健康によいから	55.1
3	栄養があるから	34.2	13	美容によいから	14.4
4	カルシウムがあるから	31.5	14	おしゃれ・さわやかなイメージがあるから	1.0
5	良質のタンパク質があるから	7.9	15	朝食など食事代わりに	9.7
6	骨粗しょう症が心配だから	14.2	16	牛乳の代わりに	15.0
7	消化がよいから	10.2	17	家族がすすめるから	7.1
8	便秘に効果があるから	25.9	18	いつも家にあるから	10.6
9	整腸作用があるから	38.5	19	習慣で	6.9
10	ピロリ菌を抑制するから	9.7	20	その他( )	1.9

NA 0.1



【手作りヨーグルトを食べる／飲む方（問 16 で「5」とお答えの方）に】(N=521)

問 19 お宅では、いつ頃から手作りヨーグルトを作っていますか。(1つだけ○印)

1	この1年以内に作り始めた	29.4
2	1年以上前、2年以内に作り始めた	35.9
3	2年以上前から作っている	33.4
	NA	1.3

【手作りヨーグルトを食べる／飲む方（問 16 で「5」とお答えの方）に】(N=521)

問 20 お宅では、手作りヨーグルトを作るのに1週間に何Lぐらい牛乳を使いますか。

次の中から最も近いものをお知らせください。(1つだけ○印)

1	牛乳1L未満	24.4	5	牛乳2.5L	3.8	9	牛乳6L	0.8
2	牛乳1L	28.4	6	牛乳3L	9.6	10	牛乳7L以上	1.3
3	牛乳1.5L	9.0	7	牛乳4L	2.3			
4	牛乳2L	15.7	8	牛乳5L	2.3			
							NA	2.3

牛乳を使った料理（デザートやお菓子を含む）についてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

問 21 あなたは、白もの牛乳類を使って料理(デザートやお菓子を含む)をすることがあります。次の中から、あなたが白もの牛乳類を使って作るものをお知らせください。ただし、シリアルにかけたり、手作りヨーグルトに使っている場合は除きます。

(いくつでも○印)

1	洋食	33.0	5	デザート・お菓子	29.4
2	和食	2.3	6	離乳食	1.2
3	中華料理	1.1	7	牛乳を使った料理はしない	53.9
4	エスニック料理	0.7			
				NA	0.5

→ 問 23 へ

【白もの牛乳類を使って料理をする方（問 21 で「1~6」とお答えの方）に】(N=1903)

問 22 あなたは、どのようなときに白もの牛乳類を使った料理(デザートやお菓子を含む)をすることが多いですか。次の中から、あてはまるものをお知らせください。

(いくつでも○印)

1	朝食むけ	16.0	5	おやつ	59.1	9	その他	1.4
2	昼食むけ	6.7	6	お弁当	1.3		( )	
3	夕食むけ	64.4	7	行事・パーティー	7.3			
4	夜食むけ	4.9	8	病人の食事	1.4			

NA 0.7

【すべての方に】(N=4177)

問 23 あらためてお聞きします。あなたは、この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理(デザートやお菓子を含む)をしましたか。(1つだけ○印)

1	した	30.0	2	しなかった	69.8	問 25 へ
					NA	0.1

【この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした方に】(N=1255)

問 23-1 その回数をお知らせください。

この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理の回数

3	.	4	回
---	---	---	---

問 23-2 この1ヶ月間にあなたが料理(デザートやお菓子を含む)に使った白もの牛乳の量にいちばん近いものを、次の中からお知らせください。

お答えいただきたいのは、1人分の量ではなく、料理に使った量全体です。

(1つだけ○印)

1	小さじ1杯くらい(5cc)	0.4	5	1カップ(200cc)	28.5	
2	大さじ1杯(15cc)	2.0	6	2カップ(400cc)	20.5	
3	4分の1カップ(50cc)	4.9	7	500ml	16.8	
4	2分の1カップ(100cc)	10.8	8	1ℓ以上	15.9	
					NA	0.2

問 24 1年間を通してみて、あなたがこの1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理(デザートやお菓子を含む)の回数とその使用量は、ほかの季節に比べて、多いですか、それとも少ないですか。次の中からお知らせください。

(1つずつ○印)

【料理の回数は】

1	この1ヶ月間は多いほう	8.3
2	同じくらい	62.8
3	この1ヶ月間は少ないほう	28.9

NA —

【料理で使った量は】

1	この1ヶ月間は多いほう	7.5
2	同じくらい	65.2
3	この1ヶ月間は少ないほう	26.8

NA 0.6

健康や食生活についてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

問 25 あなたは、次にあげる「ことば・用語」をご存じですか。それぞれについてお答えください。

(それぞれ1つずつ○印)	内容まで知っている	内容は知らないが 聞いたこと 見たことがある	内容も知らないし 聞いたことも 見たこともない	NA
生活習慣病 →	61.1	33.7	4.9	0.3
体脂肪 →	73.4	22.9	3.4	0.3
BMI指数 →	13.9	30.9	54.5	0.6
スローフード運動 →	18.6	22.4	58.6	0.4
食育 →	13.9	24.3	61.3	0.5
食品のトレーサビリティ →	3.7	9.8	86.1	0.4
QOL(Quality of Life) →	9.0	16.0	74.5	0.4
3-A-Day(スリー・ア・デイ) →	1.7	6.8	91.0	0.5
ESL製法の牛乳 →	3.1	23.7	72.7	0.6
LL牛乳 →	7.9	25.4	65.9	0.8
加工乳 →	46.0	44.8	8.8	0.4
乳飲料 →	54.3	38.7	6.6	0.3
成分調整牛乳 →	40.6	42.4	16.6	0.4
スキムミルクパウダー →	37.3	40.1	22.2	0.4
賞味期限 →	87.0	11.6	1.1	0.2
消費期限 →	75.0	18.1	6.5	0.3
牛乳の三次機能 →	2.9	19.0	77.4	0.7
特定保健用食品 →	17.4	41.8	40.3	0.5
栄養機能食品 →	15.7	47.5	36.4	0.4
栄養素密度 →	5.2	28.2	66.1	0.5
GI値(グリセミック・インデックス) →	2.7	11.7	85.2	0.4
HACCP →	4.0	11.2	84.5	0.4

【すべての方に】(N=4177)

次の文章をお読みになってから、以下の質問にお答えください。

「3-A-Day」。

これまでの食事に牛乳やヨーグルト、チーズなどをちょっと加える。

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

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

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

毎日3回、または3品、気軽な新習慣。ちょっと続けてみてください。

あなたのからだ、きっとよろこびますよ。

問 26 上の文章は、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」についての説明ですが、あなたは「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」についてご存じでしたか。(1つだけ○印)

1 知っている 2.0      2 だいたい知っている 7.1      3 知らない 90.9

NA 0.0

問 27 では、あなたは、広告などで次のようなマークやロゴを見たことがありますか。

(1つだけ○印)

1 見たことがある 5.2      2 見たことはない 94.7 → 問 29 へ

NA 0.1

【見たことがある方(問 27 で「1」とお答えの方に)】(N=218)

問 28 あなたは、上のマークやロゴを何でご覧になりましたか。(いくつでも○印)

1 テレビ 25.7      3 パンフレット・小冊子 55.0      5 その他 4.6  
( )  
2 新聞 33.5      4 ホームページ 4.1

NA 0.9

【すべての方に】(N=4177)

問 29 あなたは、ふだんの食生活で、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」を実践していますか。

(1つだけ○印)

1 毎日実践している	9.8
2 毎日ではないが実践している	31.6
3 実践していない	58.5
NA	0.0

問 30 あなたは、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」に関心がありますか。(1つだけ○印)

1 とても関心がある	8.4	3 あまり関心はない	33.9
2 まあ関心がある	43.2	4 まったく関心はない	14.4
		NA	0.1

問 31 あなたは、「3-A-Day(スリー・ア・デイ)」を実践してみようと思いますか。(1つだけ○印)

1 とてもそう思う	13.5	3 あまりそう思わない	27.3
2 まあそう思う	47.6	4 まったくそう思わない	11.5
		NA	0.1

いろいろな飲み物についてお聞きします

【すべての方に】(N=4177)

問 32 次にいろいろな飲み物が並んでいます。それぞれの飲み物にふさわしいイメージをいくつかでもお選びください。(それぞれいくつでも○印)

	白もの牛乳類	ミルクテイ カフェオレ	コーヒー	紅茶	乳酸菌飲料 ドリンクヨーグルト	野菜飲料 果汁飲料	豆乳	(緑茶、麦茶、 ウーロン茶など) 無糖のお茶飲料	炭酸飲料 (コーラ、ファンタなど)	(ポカリスエットなど) スポーツ飲料
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
1) シンプルな	40.4	4.7	16.7	19.5	4.4	6.6	14.3	46.5	3.6	10.0
2) 自然な	46.1	2.6	5.8	9.4	11.1	31.8	31.6	44.2	1.4	7.2
3) 元気になる	37.8	5.1	8.1	2.3	34.8	31.7	29.9	8.2	7.1	32.4
4) 健康的な	70.8	3.1	2.1	3.8	60.0	61.1	63.7	29.3	1.0	36.3
5) なつかしい	9.7	7.8	2.1	3.1	6.0	1.9	10.0	10.6	13.2	1.5
6) いつでもそばにある	38.0	5.3	34.9	15.8	6.2	4.9	2.0	45.8	8.1	9.0
7) 親しみのある	22.9	13.6	20.3	13.7	7.8	4.9	2.6	30.4	12.6	8.0
8) あたたかい	7.5	31.5	30.4	28.3	0.6	0.3	1.3	15.7	0.2	0.5
9) 安心できる	24.3	6.3	9.7	7.8	8.7	12.2	12.0	29.2	1.1	8.3
10) のびのびとする	10.1	2.7	3.8	2.7	6.5	4.0	2.7	6.9	4.8	10.3
11) ほっとする	10.1	32.7	51.1	31.3	2.7	1.7	1.5	34.7	5.9	6.0
12) 美しくなる	9.0	1.1	0.5	2.8	20.8	23.3	21.0	11.2	0.1	2.1
13) おしゃれな	0.8	29.1	11.8	25.8	2.8	2.5	1.2	1.9	3.1	2.6
14) スラッとした きれいな体になる	6.1	0.4	0.6	1.4	14.0	16.3	15.7	15.2	0.5	6.7
15) リラックスできる	6.3	19.2	37.1	24.8	2.3	1.7	1.3	22.3	7.4	9.0
16) 大人っぽい	0.9	14.0	41.4	19.7	0.6	1.2	2.3	6.5	3.7	2.5
17) 個性的	1.3	6.4	6.2	6.6	3.6	5.1	14.0	2.5	23.5	8.3
18) 洗練された	4.6	7.8	10.1	11.1	2.8	2.6	3.3	4.9	2.7	5.2

NA 3.2 14.8 6.3 12.5 12.5 12.0 9.9 6.0 28.3 17.2

【すべての方に】(N=4177)

問 33 では、あなたは、次のような飲み物を、どのような時に飲みますか。次の中から、あてはまるものをお答えください。(それぞれいくつでも○印)

	白もの牛乳類 ↓	ミルクテイ カフェオレ ↓	コーヒー ↓	紅茶 ↓	乳酸菌飲料 ドリンクヨーグルト ↓	野菜飲料 果汁飲料 ↓	豆乳 ↓	(緑茶、麦茶、 ウーロン茶など) 無糖のお茶飲料 ↓	炭酸飲料 (コーラ、ファンタなど) ↓	(ポカリスエットなど) スポーツ飲料 ↓
1) 朝起きぬけに	14.2	4.0	15.8	2.9	4.3	5.6	2.3	17.3	0.7	3.4
2) 朝食をとりながら	30.9	12.4	21.2	10.7	11.5	12.3	4.8	27.7	0.3	0.7
3) 朝食後	10.4	6.3	22.3	5.9	7.9	5.1	2.7	26.4	0.4	0.7
4) 朝食がわりに	9.4	2.8	4.9	1.2	8.4	8.0	3.0	3.6	0.2	0.7
5) 昼食時	10.4	6.2	15.0	6.5	4.5	4.9	2.3	47.0	1.6	1.5
6) 夕食時	5.6	1.3	3.7	1.5	3.1	2.1	1.9	44.5	1.6	1.0
7) おやつや間食時	21.5	31.1	39.4	31.9	26.2	17.9	7.8	25.0	16.8	7.4
8) 夜食時	4.1	2.8	4.7	2.9	2.7	2.4	1.1	16.9	1.8	2.1
9) 風呂上がり	24.4	2.3	1.8	1.0	8.9	11.0	2.7	26.9	9.1	19.6
10) 夜寝る前	10.9	1.8	2.7	1.7	3.7	2.5	1.2	17.5	1.7	5.1
11) のどがかわいたとき	23.6	6.6	7.8	6.7	8.7	18.3	3.9	58.7	27.8	31.8
12) ちょっとおなかがすいたとき	12.4	6.7	4.5	2.3	11.5	7.2	4.3	4.1	2.6	1.5
13) 勉強や仕事をしながら	1.9	8.7	24.4	10.4	1.8	2.6	0.6	18.0	4.4	8.1
14) レジャーやスポーツ時	1.4	2.8	4.6	2.2	2.3	4.6	0.5	24.1	16.6	52.6
15) くつろいでいるとき	5.5	23.1	41.5	26.8	5.0	4.8	2.1	26.0	8.4	4.7
16) 乗り物での移動中	0.5	6.4	14.4	5.1	1.1	3.4	0.5	29.6	10.2	10.8
17) 来客時	0.3	7.4	36.2	21.8	0.3	1.0	0.1	30.7	3.9	0.9
18) その他 ( )	2.7	5.5	4.4	5.4	5.4	5.0	12.6	2.3	7.5	5.6
NA	17.0	34.9	12.9	30.7	32.0	33.4	59.6	7.2	39.9	25.1

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

【すべての方に】(N=4177)

F1 性別

1 男性	46.6	2 女性	53.4	NA	-
------	------	------	------	----	---

F2 年齢

47	.4	才
----	----	---

F3 あなたは結婚なさっていますか。(1つだけ○印)

1 未婚	24.9	2 既婚	72.2	3 その他	2.9	NA	0.1
------	------	------	------	-------	-----	----	-----

F4 お子さんはいらっしゃいますか。(1つだけ○印)

1 いる	68.5	2 いない	31.3	NA	0.3
------	------	-------	------	----	-----

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

【自営・家族従業】		【勤め】		【無職】	
1 農林漁業	2.9	5 管理職	4.6	11 専業主婦	17.2
2 商工サービス業	4.7	6 専門・技術職	11.9	12 中学生	2.1
3 自由業	3.3	7 事務職	8.1	13 高校生	4.3
4 内職	0.2	8 労務職	5.8	14 中高生以外の学生	2.7
		9 販売・サービス職	6.1	15 無職	15.7
		10 パート・アルバイト	10.4		

NA 0.2

【学生および有職の方（F5で「1～3、5～10、12～14」とお答えの方）へ】(N=2787)

F5-1 あなたの学校や職場では、給食や食堂がありますか。(1つだけ○印)

1 給食がある	8.5
2 給食はないが学校や職場の食堂を利用している	17.4
3 どちらもない	67.1

NA 7.0



【すべての方に】(N=4177)

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

1	1人(ひとり暮らし)	6.8	4	4人	22.4	7	7人以上	4.1
2	2人	23.2	5	5人	13.6			
3	3人	22.9	6	6人	7.0			
							NA	0.1

【同居している家族人数が2人以上の方(F6で「2~7」とお答えの方)に】(N=3890)

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

1	料理をする	45.3	3	どちらもしていない	46.7
2	食料品の買物をする	45.8			
					NA 0.5

【同居している家族人数が2人以上の方(F6で「2~7」とお答えの方)に】(N=3890)

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

1	夫婦2人	20.1
2	2世代世帯(親と子)	57.1
3	3世代世帯(親、子、孫)	19.9
4	その他( )	2.7
		NA 0.2

【F8で「2、3、4」とお答えの方に】(N=3103)

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

1	乳児・幼児	17.7	4	高校生	18.9
2	小学生	22.9	5	大学・短大・専門学校生	10.4
3	中学生	17.7	6	この中にはない	40.1
					NA 0.7

長時間にわたりご協力いただき、ありがとうございました。