

牛乳・乳製品の消費動向に
関する調査

平成 3 年 3 月

社団法人 全国牛乳普及協会
後援：農林水産省 畜産振興事業団

目 次

調査設計

調査の目的	1
調査方法	2

調査結果の要約と消費拡大のための課題

調査結果の要約	7
消費拡大のための課題	12

調査結果の詳細

I 牛乳に対する態度	17
1 牛乳の位置づけ	17
2 牛乳の好きな人	22
3 牛乳のイメージ	23
1) 飲み物を選ぶ時の重視点	23
2) イメージ	25
4 牛乳の飲用頻度と量	27
1) 牛乳の飲用頻度	27
2) 牛乳の飲用量	29
5 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	37
1) 現在の健康状態	37
2) 健康に対する配慮	38
3) アルコールやタバコと牛乳	39
4) スポーツと牛乳	40
6 牛乳を飲む理由と飲用場面	41
1) 牛乳を飲む理由	41
2) 食事機会別牛乳のとりかた	44

7	牛乳をあまり飲まない理由	46
8	牛乳に関する知識	48
9	牛乳の種類認知と飲みたい牛乳	51
10	「骨粗鬆症」に対する知識	54
1)	言葉の認知率	54
2)	「骨粗鬆症」の内容	56
3)	「骨粗鬆症」の認知経路	57
11	スポーツと栄養	59
II	牛乳購入実態	61
1	牛乳購入頻度と量	61
1)	牛乳購入頻度	61
2)	牛乳購入量	63
3)	牛乳購入量と健康への気配り	65
4)	牛乳を買わない理由	66
2	購入場所	67
3	価格意識	69
III	食べる牛乳	72
1	牛乳料理の摂取頻度	72
2	牛乳を料理に使う頻度	73
3	牛乳を料理に使わない理由	74
4	料理情報の入手経路	76
5	料理法	77

IV 乳製品等に関する意識	78
1 乳製品等の位置づけ	78
2 乳製品に関する知識	81
3 乳製品の利用状況	83
4 乳製品の摂取頻度	87
5 国産品と輸入品の比較	88
6 輸入乳製品の購入実態	89
1) 輸入乳製品の購入頻度	89
2) 輸入乳製品の購入機会	90
V 牛乳に対する消費者の今後の意向	92
1 ここ1～2年の牛乳の飲用量の変化	92
2 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化	95
3 今後の牛乳の消費量	98
4 乳製品に対する今後の意向	101
5 こんな牛乳があったら	103

〔付 一般消費者用調査票と単純集計結果〕

はじめに

この報告書は、平成2年度に実施しました「牛乳・乳製品の消費動向に関する調査」の結果をとりまとめたものです。

昭和62年度から始めましたこの調査も、今回で4年目になります。このため、牛乳・乳製品の需要動向や消費者の意識がどのような方向に向かっているのか、時系列で見ても明解な動きを見ることができます。また、本年はスポーツと牛乳の栄養に関する知識や、様々な商品の輸入自由化が進められる中で、牛乳の競合となる商品は何かなど、今後の需要拡大のための基礎資料となるデータを得ることをも目的としました。

この調査報告書を、今後の牛乳・乳製品の消費拡大のための参考資料として、ご活用いただければ幸いです。

平成3年3月

社団法人 全国牛乳普及協会
会 長 昌谷 孝

調 査 設 計

調査の目的

昭和62年度は『牛乳・乳製品の消費動向に関する総合調査』ということで、全国の消費者やオピニオンリーダー（モニター）の方々を対象に消費動向を調査するとともに、諸外国の消費動向の研究及び、有識者に牛乳消費拡大のためのアイディアのヒアリングを行うなど多角的な視点から牛乳・乳製品の消費拡大のための資料を得た。

昭和63年度は、牛乳・乳製品の消費量がどのように変化したかを探ると共に、新たに「牛乳・乳製品の表示に関する知識と評価」「牛乳・乳製品の種類に関する知識の度合い」「輸入（外国産）の乳製品についての意見」などを追加した。

平成元年度は牛乳・乳製品の需要動向や意識を時系列でおさえること、及び「牛乳・乳製品の種類の多様化に対して人々がどのように対応しているのか」「各種宅配牛乳の利用実態と意見」「スポーツと牛乳・乳製品のかかわり」などを追加テーマとした。

そして、今回平成2年度は本調査も第4回を重ねることとなり、牛乳・乳製品の需要動向や意識をさらに明確に時系列でおさえることをメインテーマとし、追加テーマとして、昨年のテーマの1つである「スポーツと牛乳・乳製品とのかかわり」をさらに深く掘り下げ、「スポーツと栄養に関する知識」を探ることや「スポーツをする人と飲物の関係」を分析する。また、果汁類の輸入自由化が進められる中で、「牛乳と競合関係となる飲物」は何なのかを探っていくことをもテーマとする。

上記のように牛乳・乳製品のこれからの動向を探っていくことで、今後の需要拡大のための基礎資料を提供したい。

以上のような発想のもとに特に次のテーマを中心に調査を進め、牛乳・乳製品の需要拡大のための方策を探る基礎資料としたい。

- テーマ1 牛乳・乳製品の購入・飲用実態と意識の時系列的変化を追う。
- テーマ2 牛乳・乳製品に対する知識と購買行動との関係を探る。
- テーマ3 スポーツをする人と牛乳・乳製品とのかかわりをとらえる。
- テーマ4 スポーツと栄養とに関する知識の関係を探る。
- テーマ5 牛乳と競合関係となる飲物を探り、それへの対応を考える。

調査方法

一般消費者調査

1. 目的

牛乳・乳製品に関する購入実態、飲・食用実態、牛乳・乳製品に関する意識・イメージの時系列変化を明らかにする。

2. 対象者

13才以上の男女個人及びその世帯の主婦的役割を担う者

6,000サンプル (単身世帯は本人)

3. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

* 層化多段抽出法の手順は以下の通り。

まず、昭和60年国勢調査時の人口に基づき地域と都市規模（各5分類）により、層化する。

第1次抽出単位として各層毎に市町村を抽出し、第2次抽出単位として国勢調査の調査区を抽出し、第3次抽出単位で個人を抽出する。

調査対象となる個人の抽出は、調査地点の範囲内（調査地点は町・丁目・番地等で指定）の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は13才以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

4. 地域
 全国6,000サンプル(下表参照)

	設定
全 国	6,000
北海道	285
東北	480
関東	1,995
中部	690
北陸	285
近畿	1,005
中国	390
四国	210
九州	660

	設定
全 国	6,000
12大都市	1,305
15万以上都市	1,740
5万～15万都市	1,170
5万未満の都市	405
郡 部	1,380

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

平成2年10月3日～21日

7. 回収状況 回収数 4,691サンプル (78.2%)

未回収数 1,309サンプル (21.8%)

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,309	129	63	365	609	98	45
100.0%	9.9	4.8	27.9	46.5	7.5	3.4

調査結果の要約と
消費拡大のための提言

〔調査結果の要約〕

1. 牛乳の飲用実態

牛乳の飲用頻度、飲用量ともに増加傾向

牛乳の飲用頻度は1ヵ月の平均で19回であり、1987年の17回に比べ、順調に伸びている。また、飲用量も1日当たり平均144ml（13才以上）であり、前回に比べ6.7%伸びている。このことから、牛乳は飲用頻度、飲用量ともに、増加傾向にあることが明らかとなった。（本文中P27, 29）

牛乳の飲用量は特に高齢層で伸びている

牛乳の飲用量を年代別にみると、子供時代は1日200ml飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、それ以降はほぼ一定を維持するという飲用傾向になっている。ただし、前回と比べると、男女とも中年以降で飲用量の伸びがみられ、高齢層ほど伸び率が大きい。これには骨粗鬆症の認知率の高まりも影響しているだろう。（本文中P30）

大都市と郡部の牛乳の飲用量が伸びている

牛乳の飲用量を都市規模別にみると、12大都市と郡部の伸びが顕著である。前回までは中規模の都市生活者の飲用量が最も多かったが、大都市や周辺にも普及し、これが全国的な飲用量のアップにつながった。（本文中P35）

2. 牛乳の位置づけ

牛乳は誰にでも好かれ、家庭での常備率も高い

牛乳を好きな人は54%と、13品目の飲料の中で最も高い。この率は性や年齢による差はなく、誰からも好かれる牛乳というイメージが浮かんでくる。常備率も84%と高く、2位のコーヒーを大きく引き離している。牛乳は常に高率を維持しているが、コーヒーや紅茶は年々減少し、100%果汁ジュースが伸びてきている。飲料の世界は嗜好品全盛期が過ぎ、健康を意識した飲料へと移行しつつあるようだ。（本文中P17, 19）

ハチミツレモンは健闘しているが、機能性飲料*の現状は今1つ

話題のハチミツレモンは24%が好んでおり、11%が最近よく飲むと答えている。この率は炭酸飲料とほぼ同じである。一方、機能性飲料を好む人は、12%のみであり、よく飲む率も6%に過ぎない。機能性飲料の位置づけは現状ではまだ低いが、これからの動向を注目する必要がある。

*厚生省では、調査実施後「機能性食品」を「特定保健用食品」とし、効能表示に認可制を導入することとしている。（本文中P17,21）

3. 牛乳のイメージ

牛乳の健康イメージは依然高い

牛乳の健康イメージは依然高く、天然・自然イメージも高い。ただし、天然・自然イメージは果汁100%ジュースの方が高く、牛乳をしのいでいる。

機能性飲料は健康イメージもあるが、それより話題性イメージの方が強い。ハチミツレモンも同様に話題性イメージが高く、また、口当りのよさ、清涼感があるという点でも評価が高い。若者が好みそうな飲料であることがわかる。（本文中P25）

牛乳の割安感が高まっている

牛乳の割安感は卵に次いで高く、年々わずかに割安感が高まっている。これに対し、乳製品のバターやチーズは割高感が強い。100%果汁ジュースの割高感はずかしく下がっているものの、牛乳よりかなり割高と感じられている。機能性飲料は割高感が非常に強い。（本文中P69）

4. 牛乳に関する知識

牛乳とカルシウムとの関係の理解が進む

牛乳に関する知識のうち、「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」など、牛乳とカルシウムに関する項目に対し、そう思う人は毎年増えている。また、

牛乳を飲む理由として「栄養があるから」や「カルシウムがあるから」と答える人も年々増えている。これらを合わせて考えると、牛乳のカルシウムに関する知識の普及が、着実に進んでおり、かつ、それが実際の飲用行動に影響してきている。（本文中P48, 41）

スポーツと成人病との関係はよく理解されている

スポーツと栄養についての意見では、「適当なスポーツは成人病予防になる」ことを知っている人は75%と高く、このことはよく理解されている。しかし、「スポーツをする人はミネラルの補給が重要である」や「筋肉の収縮にカルシウムが重要な役割を果たす」「スポーツはカルシウムの吸収を助ける」などの認知は成人病予防に比べるとかなり低い。「スポーツをする人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」と思う人が多い割に、スポーツと各種栄養素との関係はきちんと理解している人は少ないようだ。具体的な栄養素の役割を訴えた上での、牛乳とスポーツとの関係の知識を普及することが必要ではなかろうか。（本文中P48, 59）

5. 「骨粗鬆症」の認知

「骨粗鬆症」の認知率が5割に迫る

「骨粗鬆症」という言葉の認知率は年々上昇し、今回は48%と、約半数の人が知るまでに普及した。

認知率は男性より女性の方が高いが、伸び率は男性の方が大きい。中高年の女性ばかりでなく、男性や若年層にも認知されるようになってきたことが全体の認知率を大きく引き上げた原因となっている。（本文中P54）

「骨粗鬆症」はマスメディアを通じて認知されている

「骨粗鬆症」の認知経路は「テレビ」や「新聞」が多く、マスメディアからの認知が多いことがわかる。また、「医者・病院で」や「健康に関する本」などからの認知も多い。特に牛乳飲用量の伸びが大きい60才以上の高齢層は「医者・病院で」の認知が高い。健康志向が高まる中、今後もマスメディ

アや医療機関からの普及活動が効果的とみられるので、その充実強化が望まれる。（本文中P57）

6. 牛乳の購入実態

牛乳の購入頻度と購入量ともに増えている

牛乳の購入頻度は月平均15.2回であり、前回より0.5回伸びている。また、1世帯1週間当たりの購入量をみると、前回までに比べ、1ℓ未満のライトユーザーが減り、4リットル以上のヘビーユーザーの割合が高くなっている。このため、購入量の平均値も前回の3.6ℓから、3.9ℓへと増加した。（本文中P61, 63）

牛乳の購入場所はスーパーが多い

牛乳の購入場所はスーパー（79%）、牛乳店からの宅配（20%）、コンビニエンスストア（16%）の順となっている。スーパーや牛乳店からの宅配は、ほとんど変化がないが、コンビニエンスストアではわずかに増えており、特に大都市での利用が高い。（本文中P67）

7. 乳製品の位置づけと利用状況

チーズは皆に好かれるが、ヨーグルトは特に若い人や女性が好き

乳製品の中ではヨーグルトが最も好まれており、次いでチーズが好まれている。特に、ヨーグルトは10代、20代の若い人に好まれ、中高年では比較的好きな率が低い。もっと中高年にもヨーグルトを食べてもらえるような工夫が必要だろう。（本文中P78）

ヨーグルトの常備率・利用率が上がっている

ヨーグルトの常備率は29%に過ぎないが、年々高くなってきている。利用率は48%と比較的高く、これも年々上昇している。ヨーグルトが徐々に家庭に馴染んできたようだ。（本文中P78, 83）

8. 輸入乳製品の利用状況

輸入乳製品の購入経験率は6割

約60%の主婦は輸入乳製品を購入したことがあり、そのうち約半数が月に1回以上購入している。購入経験率は若い主婦ほど高く、若い人ほど輸入乳製品に馴染んでいる様子が見える。（本文中P89）

輸入乳製品は安売りが購入のきっかけとなる

輸入乳製品の購入機会の中では、「安売りをしている時」という答えが最も高く、「なんとなく」買うという人や「珍しいものがあるから」買うという人も多い。「日常的に買う」という人は20%に過ぎない。（本文中P86）

9. 今後の意向

牛乳の飲用量は実感でも増えている

牛乳の飲用量がこの1～2年で「増えた」は24%であり、「減った」の10%を上回っている。この差は年々大きくなっており、牛乳の飲用量は、消費者自身の実感としても、増えていることがわかる。（本文中P92）

今後も増える牛乳の消費量

今後は牛乳の飲用量を「増やしていく」人は22%、「減らしていく」人は1%であり、今後も牛乳の飲用量は増えていくことが予想できる。また、ヘビーユーザーよりミドルやライトユーザーの方が「増やしていく」と考える人が多く、今後は飲用量の少ない人の伸びが期待できる。

（本文中P95, 96）

ヨーグルトを筆頭に乳製品の使用量も増えていく

「ヨーグルト」は乳製品の中で、今後最も使用量を増やしたいという率が高く、その割合も年々高くなっている。次いで、「バター」や「プロセスチーズ」「ナチュラルチーズ」の使用量を増やしたいという率が高く、今後は乳製品の消費量も増えていくことが期待できる。（本文中P101）

〔消費拡大のための課題〕

1. ギャルにもっと牛乳を

牛乳の飲用量は順調に伸びており、特に中高年層の飲用量の増加が顕著であった。これは、骨粗鬆症を予防する上でも大変望ましいことである。一方、16才～24才の若い女性の飲用量はほとんど増加していない。この年齢層はダイエットに対する関心が高く、エネルギー量をセーブする傾向があるが、成長期の無理なダイエットは、貧血症などを招きやすく、栄養バランスを崩しやすいので、バランスのとれた栄養摂取が重要となる。このようなことを考えると、ダイエットに関心の高い若い女性に、もっと牛乳やローファットミルクなどを飲むよう、力を入れていくことが必要であろう。

2. 牛乳に含まれる栄養素の役割の理解の促進を

骨粗鬆症の認知率が年々上昇し、牛乳に含まれるカルシウムについての知識の普及が着実に進んできており、普及活動の効果が現れてきている。しかし、スポーツに際してどのような栄養素がどのような働きをしているのかを理解している人はまだ少なく、また、スポーツと牛乳の栄養素との関係もよく理解していない人が多いようである。カルシウムを始めとする牛乳に含まれている栄養素の役割についての知識の普及が必要である。その際、スポーツ時における各種栄養素の働きについても説明することによって、スポーツをする人には牛乳がよいという理解が深まるであろう。

3. 飲料群の中での牛乳の地位の確立を

飲料に求められる機能としては、健康、天然・自然が依然強い。また、コーヒーや紅茶といった嗜好飲料の家庭における常備率は減少傾向にあり、代わりに果汁100%ジュースの常備率が上がってきている。このことから、飲料が嗜好飲料を中心とするものから、天然・自然飲料、健康を維持・促進できるような飲料へと移行しつつあることが見えてくる。この飲料群の中で、牛乳は健康イメージが最も高く、割安感が高い点でも、他の飲料に比べ、圧

倒的な地位を占めている。しかし、果汁 100%ジュースが、天然・自然イメージで勢力を伸ばし、新しい飲料群としてのハチミツレモンや機能性飲料が加わり始めている。このような現状の中で、牛乳は健康イメージの一層のアップールとともに、料理への使用の促進など、用途を広くすることによって、より確かな地位の確立を図っていくことが必要であると言えよう。

4. ヨーグルトキャンペーンを

ヨーグルトは乳製品の中で最も好まれており、常備率も年々上がっている。とはいえ、ヨーグルトが好きな人は主に若い人に多く、中高年では好きな人の率は低い。ヨーグルトは家庭に浸透してきているものの、中高年にはあまり食べられていないのが現実である。中高年のカルシウム不足を考えると、牛乳を飲むだけでなく、ヨーグルトなどの乳製品の摂取も有効である。中高年を対象にヨーグルトキャンペーンを行うことも1つの方法であろう。また、そのままのヨーグルトが口に合わない人のために、新しいヨーグルトの開発や料理方法の提案も必要であろう。

5. 乳製品の知識と利用法の普及促進を

乳製品の好きな人は、バター46%、チーズ50%となっており、家での常備率もバター65%、チーズ50%とかなり高いと言える。しかし、価格意識では、チーズの場合、割高感を持つ人が29%と高く、乳製品に対する知識では、牛乳に比べ、「わからない」という反応が多い(20%強)など、乳製品に対する評価は牛乳に比べ高くない。乳製品に関する正しい知識の普及、啓蒙と合わせて、乳製品の料理法や食べ方のPRが一層必要ではないだろうか。

調査結果の詳細

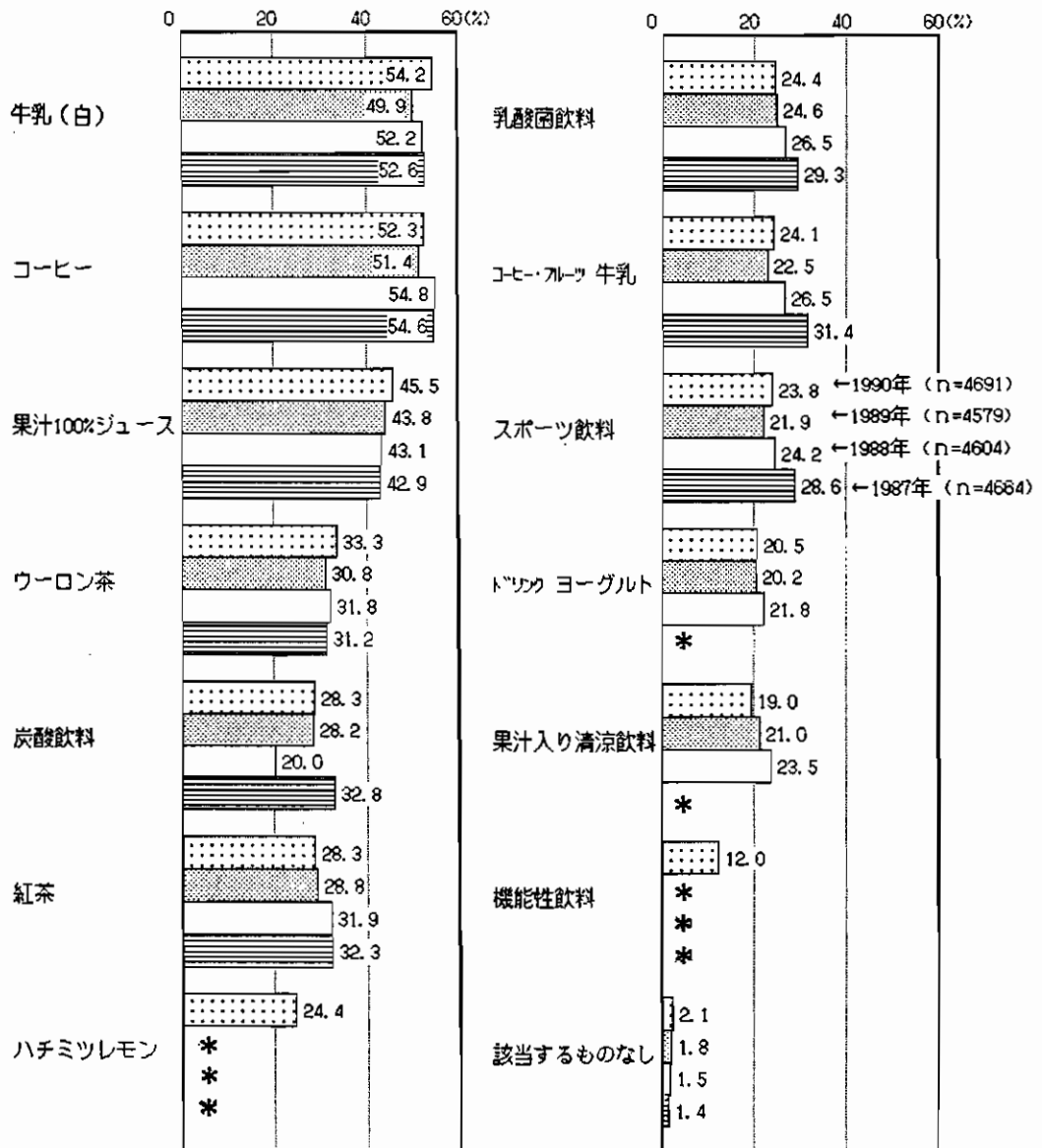
I 牛乳に対する態度

1. 牛乳の位置づけ

コーラなど炭酸飲料、果汁100%ジュースなどコーヒー13品目の中で、牛乳がどのように位置づけられているのか見るために、まず「好きなもの」はどれかを聞いた。

好きな飲物としては、牛乳（白）をあげる人が最も多く（54%）、次いでコーヒー（52%）が高い。牛乳（白）を好きな人は、過去3回のうちで最も多く、コーヒーを好きな人を上回っている。

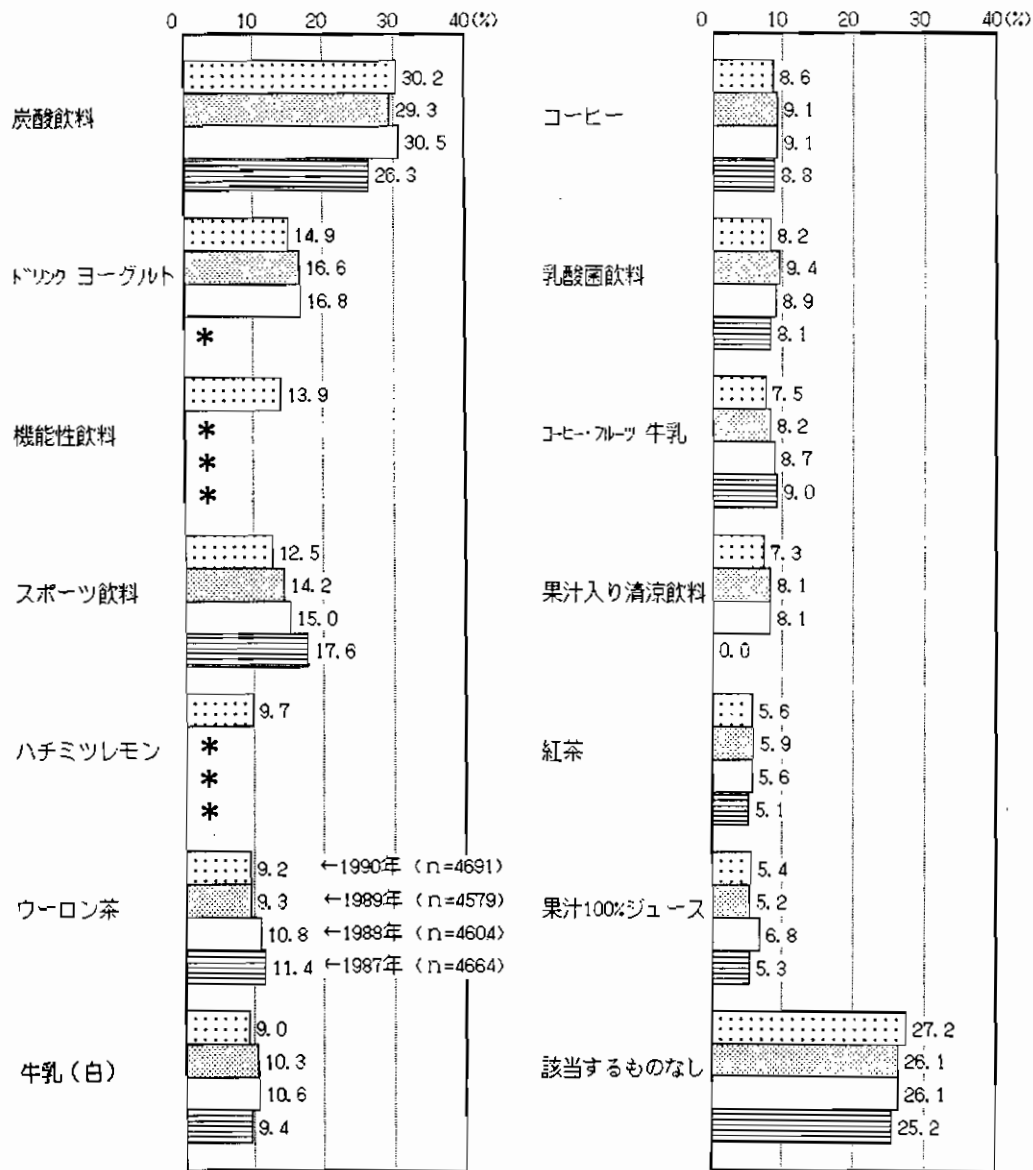
図I-1 好きな飲み物



次に同じ飲物について「嫌いなもの」を聞いた。

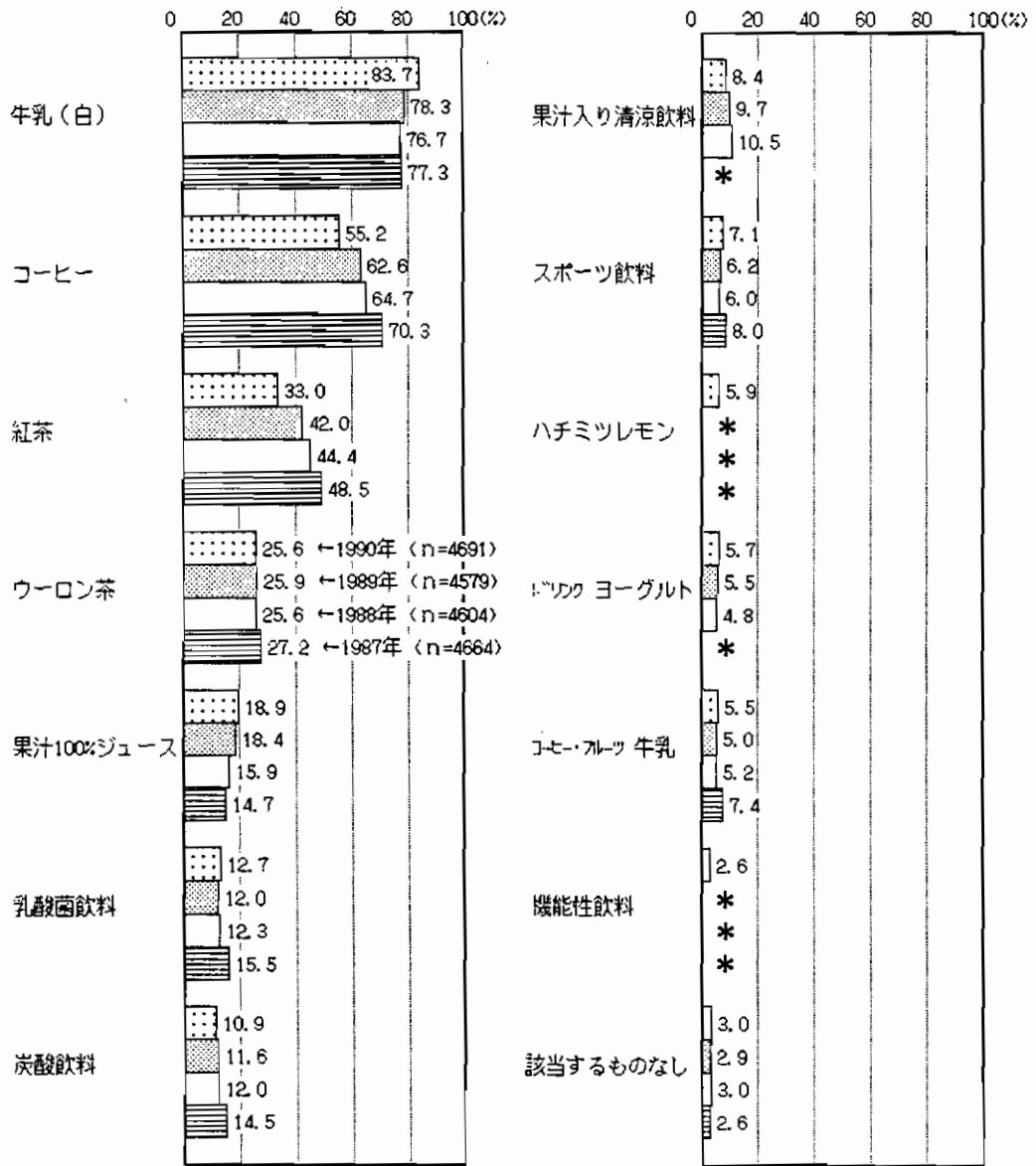
最も嫌いな人が多いのは炭酸飲料（30%）である。牛乳（白）を嫌いだという人は、9%のみである。

図 I - 2 嫌いな飲み物



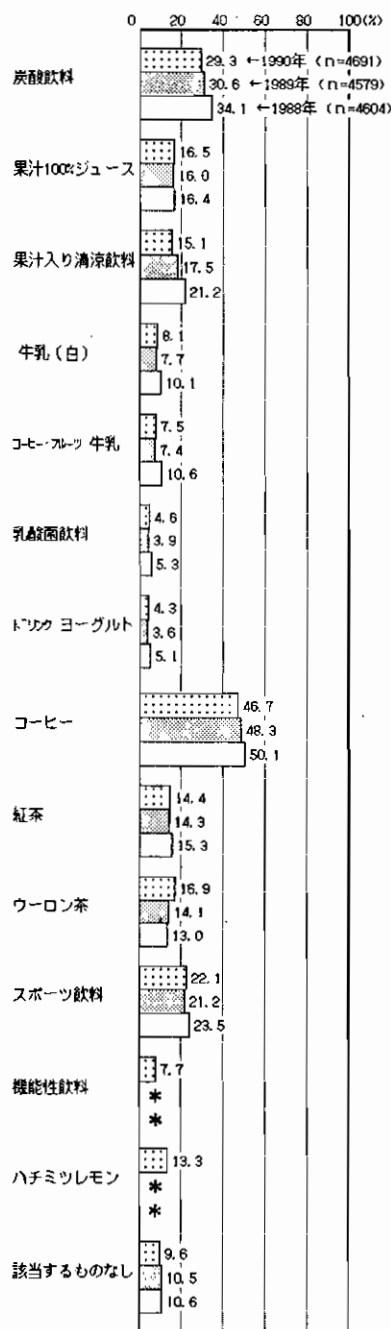
「家にいつもあるもの」を聞くと、牛乳（白）が84%で最も高い。時系列で見ると、牛乳（白）の常備率は今回特に高くなっている。また、果汁100%ジュースが年々上昇している点に注目できる。ただし、コーヒーや紅茶は年々常備率が下がっている。

図I-3 家にいつもある飲み物

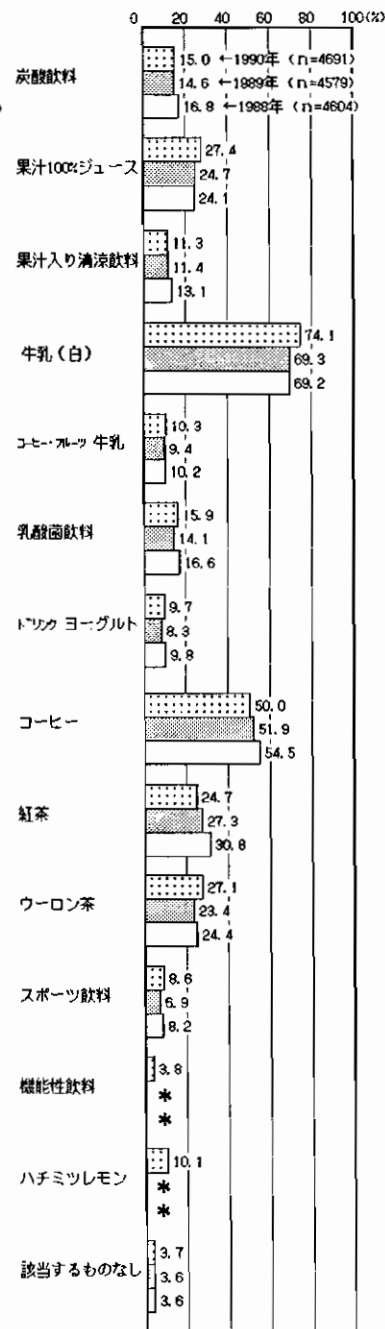


飲用場所を家庭内と家庭外で分けて聞くと、牛乳（白）は家庭内で飲む率は高いが、家庭外で飲む率は低く、専ら家で飲まれている。これに対し、コーヒーは家庭内と家庭外は半々であり、コーラなどの炭酸飲料、スポーツ飲料は家庭外が多い。時系列でみると、牛乳が家庭内で飲まれる率は、69%から74%へと増えており、家庭内での飲用が増えたことがうかがえる。

図I-4 家庭外で飲む物



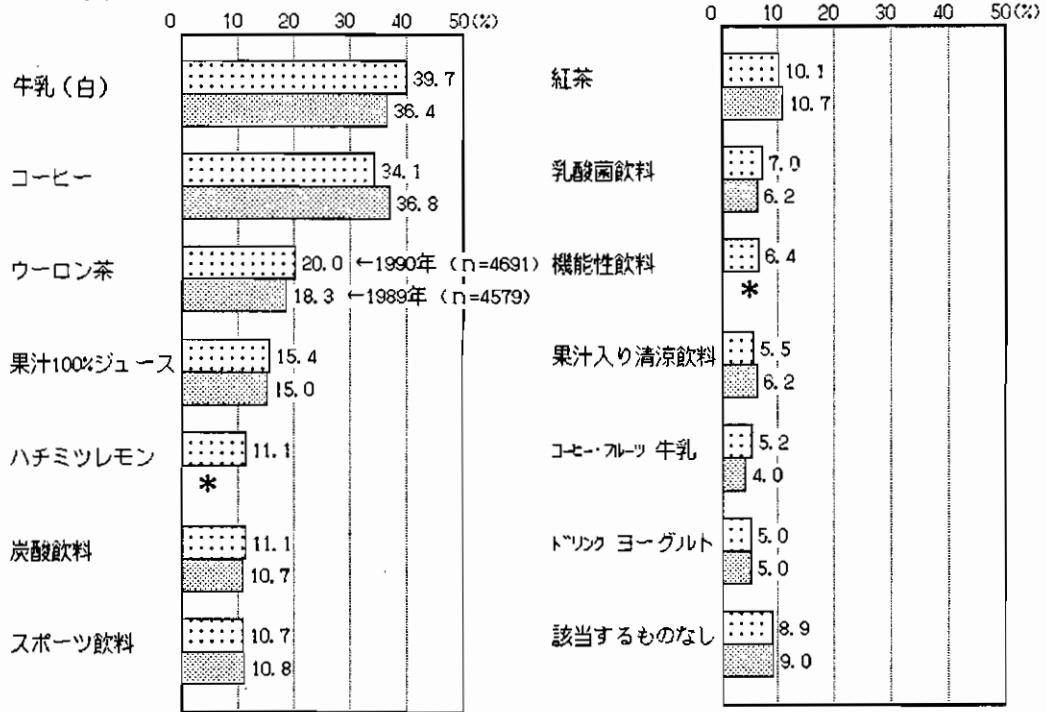
図I-5 家庭内で飲む物



「最近よく飲む物」はどれかを聞くと、牛乳（白）が40%で最も多く、
 コーヒーが34%で続いている。この両者は前はほぼ同率であったが、今
 回は牛乳（白）はやや増加し、コーヒーはやや減少している。

なお、今回注目しているハチミツレモンは11%が飲んでおり、炭酸飲料
 と同じ位飲まれていることがわかる。また、機能性飲料は6%であり、果汁
 入り清涼飲料よりよく飲まれている。

図I-6 最近よく飲む物



* 果汁入り清涼飲料、ドリンクヨーグルトは1988年から、ハチミツレモン、
 機能性飲料は1990年から

2. 牛乳の好きな人

牛乳を好きな人と嫌いな人の割合をみると、圧倒的に好きな人の割合が高い。牛乳は、どの年齢にも好まれており、年齢による差はあまり大きくない。強いて言えば、男女とも50才以上で牛乳を好きな人が多いが、男性は20代で、女性は10代で好きな人が50%に満たない。

時系列でみると、男女とも40才以上で好きな率が上がったが、10～30代の男性では好きな率が下がっている。若い男性にも、もっと好かれる牛乳にするにはどうしたらいいか、工夫が必要であろう。

図 I - 7 牛乳の好き嫌い

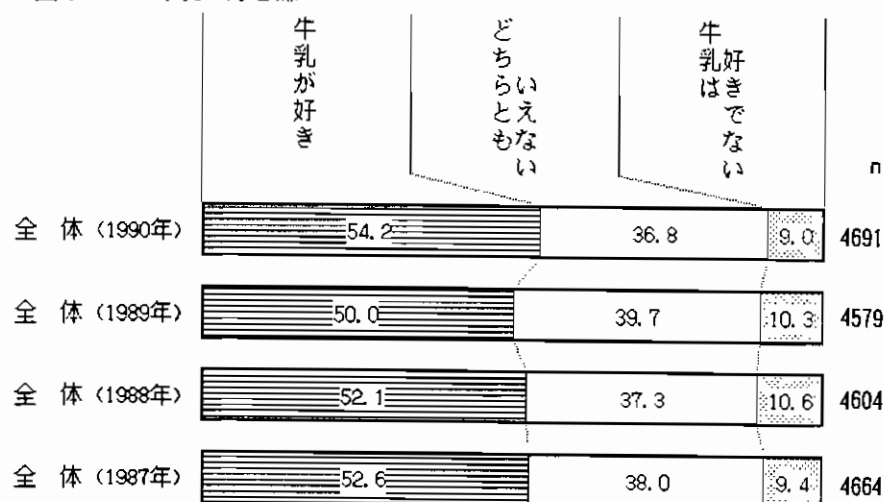


表 I - 1 牛乳を好きな人 (%)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		52.6	52.2	50.1	54.2
男 性	10代	52.0	46.8	51.7	48.9
	20代	51.2	49.5	42.0	45.8
	30代	46.8	53.1	51.6	47.8
	40代	48.3	47.0	45.5	52.2
	50代	55.2	51.2	50.6	60.8
	60才以上	61.8	63.8	56.0	64.5
女 性	10代	43.8	43.3	36.8	43.0
	20代	54.3	53.8	51.6	50.6
	30代	53.7	51.4	51.5	55.3
	40代	54.0	53.5	50.6	53.3
	50代	57.6	55.6	51.4	60.7
	60才以上	50.7	54.1	55.5	63.3
男性 小計	52.1	52.1	49.6	53.7	
女性 小計	52.9	52.2	50.2	54.7	

3. 牛乳のイメージ

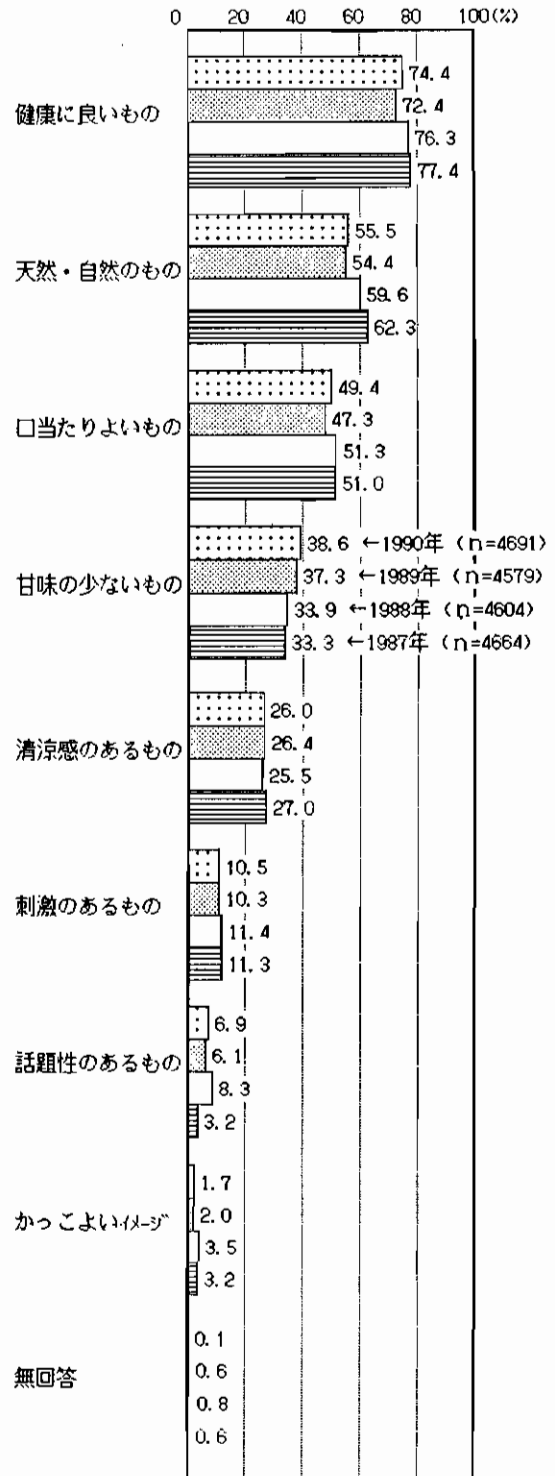
1) 飲み物を選ぶときの重視点

一般的に、人々は飲み物を選ぶときは、どんなことを重視しているのでしょうか。

飲み物を選ぶときの重視点として、8項目をあげて聞いたところ、「健康によいもの」が74%と最も多く、次いで「天然のもの・自然のもの」56%、「口当たりのよいもの」49%の順となっている。

時系列でみると、順序は過去3回と全く同じであり、「ナチュラル&ヘルシー」志向が、相変わらず強い。また、「甘味の少ないもの」がわずかに伸びている。

図I-8 飲み物選択時の重視点



なお、年齢別の特徴としては、年齢が高くなるほど、「健康」「天然・自然」を重視して選んでいるのに対し、年齢の若い人ほど「快い刺激」「清涼感」「口当たり」「話題性」「カッコよいイメージ」などのものを求めている傾向がみられる。

表 I-2 性・年齢別飲み物選択時の重視点

		健康に良いもの	天然・自然のもの	話題性のあるもの	イメージがよいもの	快い刺激のあるもの	清涼感のあるもの	甘味の少ないもの	口当たりがよいもの	無味等	(n)
全体		74.4	55.5	6.9	1.7	10.5	26.0	38.6	49.4	0.1	4,691
男性	10代	52.2	21.7	21.3	7.7	22.1	49.3	25.0	65.1	-	272
	20代	57.0	41.2	10.8	4.0	19.1	42.6	27.4	59.9	0.4	277
	30代	70.2	47.5	7.2	0.8	13.0	29.8	39.8	52.2	0.3	362
	40代	76.6	56.6	5.1	1.2	10.7	25.1	39.9	47.1	-	431
	50代	79.0	61.1	2.4	0.9	9.7	22.2	36.5	47.1	-	329
	60才以上	82.7	67.0	1.7	-	11.5	23.5	38.8	40.8	-	358
女性	10代	48.3	33.7	20.7	5.3	11.1	38.4	31.6	61.3	0.3	323
	20代	67.8	49.0	8.4	2.0	9.5	28.1	41.0	56.2	0.2	441
	30代	81.0	63.7	5.6	0.7	7.7	22.2	43.1	48.2	0.2	568
	40代	80.5	64.5	3.1	1.0	8.9	19.9	41.9	44.0	0.4	518
	50代	88.9	69.7	3.7	0.2	6.2	14.3	45.0	43.4	-	433
	60才以上	88.1	66.0	1.1	-	4.5	14.8	39.8	38.0	-	379
小計	男性小計	71.0	50.8	7.4	2.1	13.8	30.8	35.4	51.1	0.1	2,029
	女性小計	77.0	59.1	6.5	1.4	8.0	22.4	41.0	48.1	0.2	2,662

2) イメージ

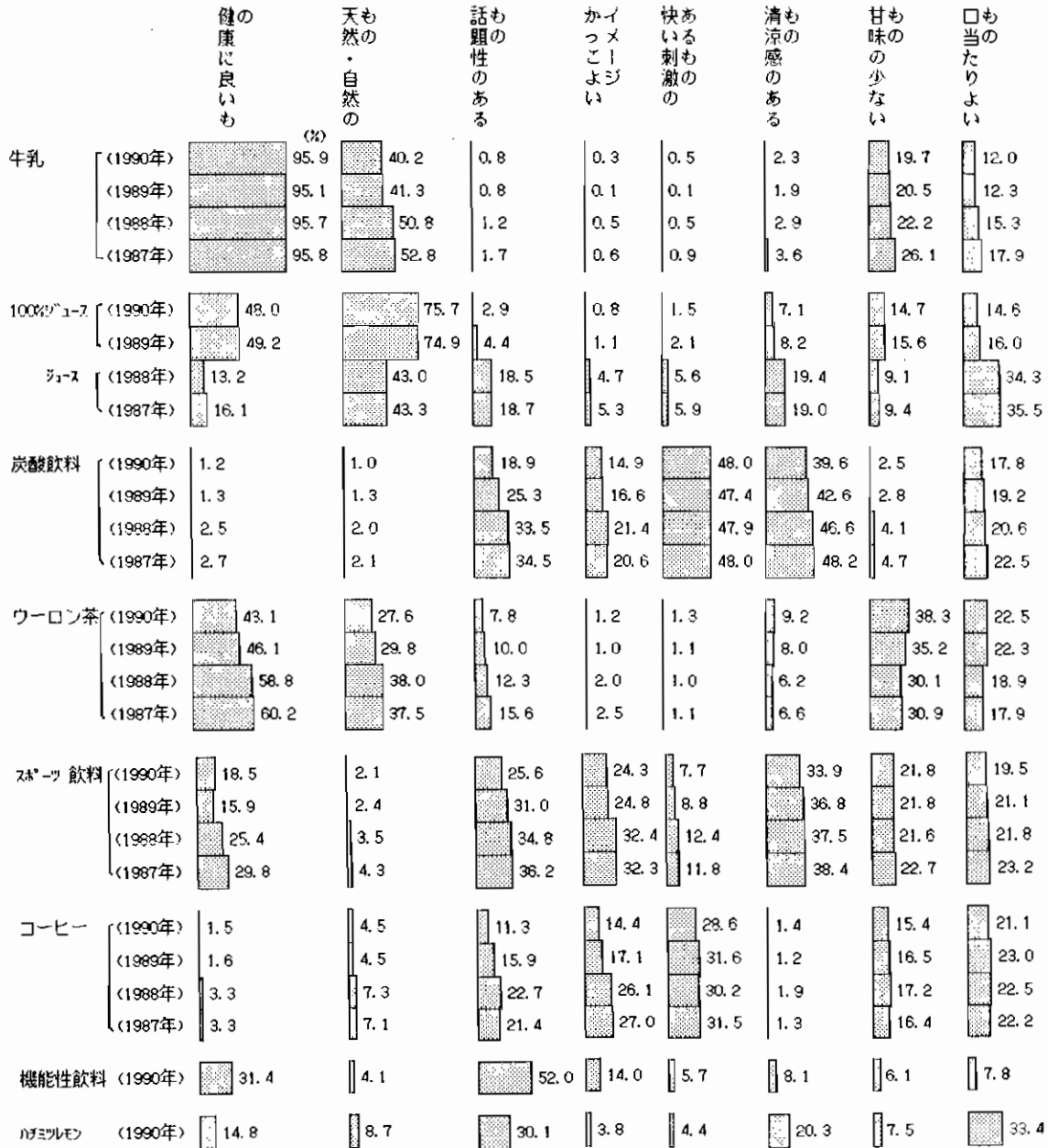
飲み物を選ぶときの重視点を聞いた上で、あらためて牛乳やジュース、炭酸飲料、コーヒーなどの飲み物のイメージ評価を聞いた。

牛乳は、「健康によい」「天然・自然」イメージが強く、「ナチュラル&ヘルシー」評価が定着している。一方、炭酸飲料は、「快い刺激」「清涼感」イメージが強く、若者の好む項目で高い評価を得ている。100%果汁ジュースも牛乳と同様に「ナチュラル&ヘルシー」イメージが強く、特に「天然・自然」イメージが牛乳より高い点に注目できる。

今回注目している機能性飲料とハチミツレモンは共に「話題性がある」というイメージが強い。また、機能性飲料は「健康によい」、ハチミツレモンは「口当たりがよい」のイメージが高いが、ともに牛乳とはイメージの乖離が大きく、現時点では牛乳の競合とは言えないだろう。

* 果汁 100%ジュースは1988年以前は単に「ジュース」と表現していた。

図 I - 9 飲み物のイメージ



4. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

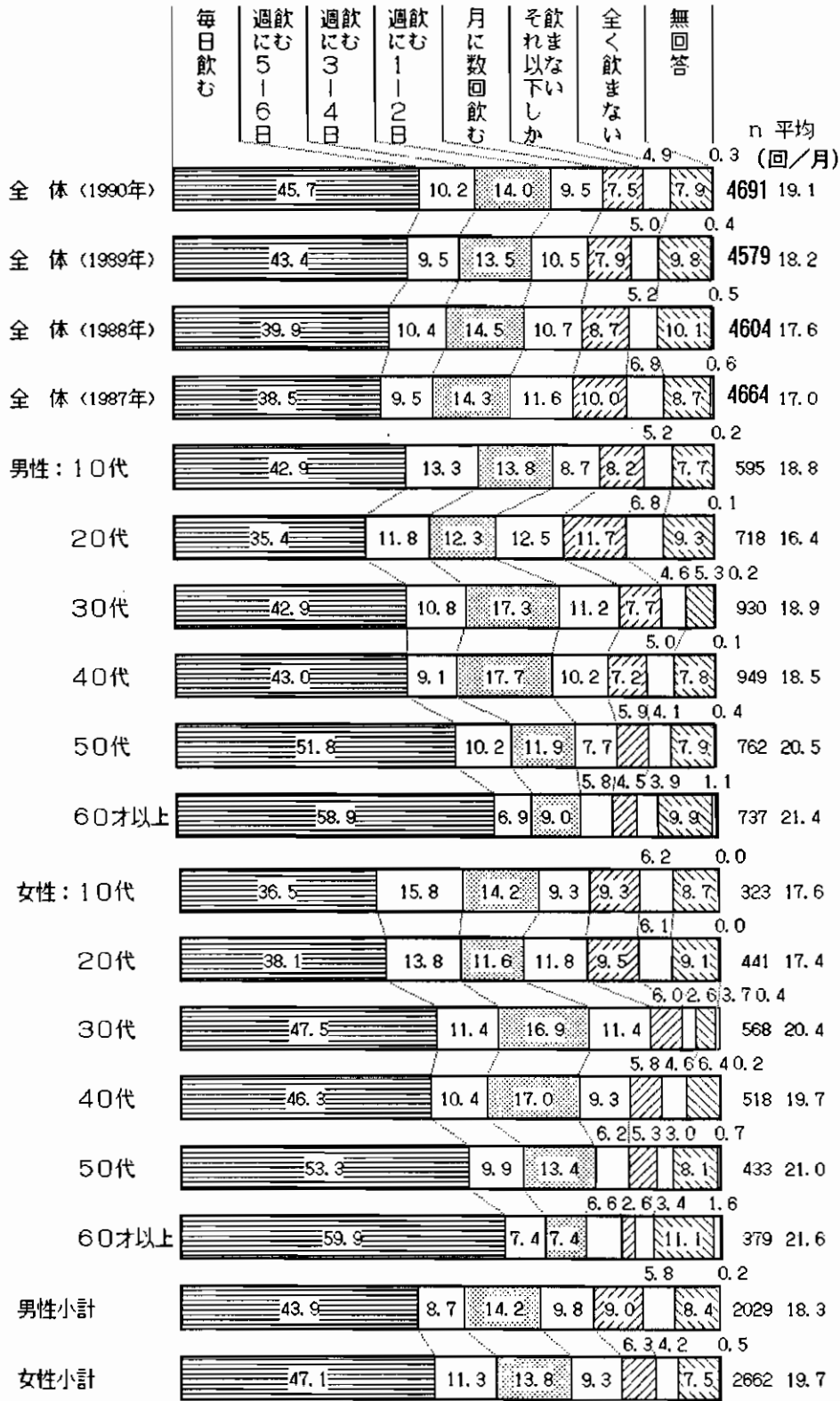
牛乳を毎日飲んでいる人は45%であるのに対し、全く飲まない人は8%である。全体の飲用頻度は、平均すると1カ月(30日間)に19.1日飲んでいる計算になる。前回に比べ、平均日数は0.9日増加しており、飲用頻度は毎年順調に伸びていることがわかる。

性・年齢別にみると、男女とも年齢が高くなるほど、飲用頻度が高い。時系列の変化をみると、男性では30代以上で、女性では40代以上で頻度の伸びがみられる。高齢層のみならず、壮年層も牛乳をよく飲むようになってきたようだ。

表I-3 性・年齢別牛乳を飲む頻度(単位回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		17.0	17.6	18.2	19.1
男 性	10代	19.5	18.9	20.0	18.8
	20代	14.5	14.8	15.7	16.4
	30代	13.6	16.3	16.7	18.9
	40代	15.0	15.8	16.0	18.5
	50代	17.3	17.5	17.6	20.5
	60才以上	18.5	19.1	19.1	21.4
女 性	10代	16.9	17.9	17.2	17.6
	20代	16.8	17.3	17.9	17.4
	30代	18.0	18.0	19.5	20.4
	40代	17.7	18.8	18.9	19.7
	50代	18.2	18.3	19.3	21.0
	60才以上	18.2	17.3	19.1	21.6
男性 小計		16.2	17.1	17.4	18.3
女性 小計		17.7	18.0	18.8	19.7

図I-10 牛乳を飲む頻度

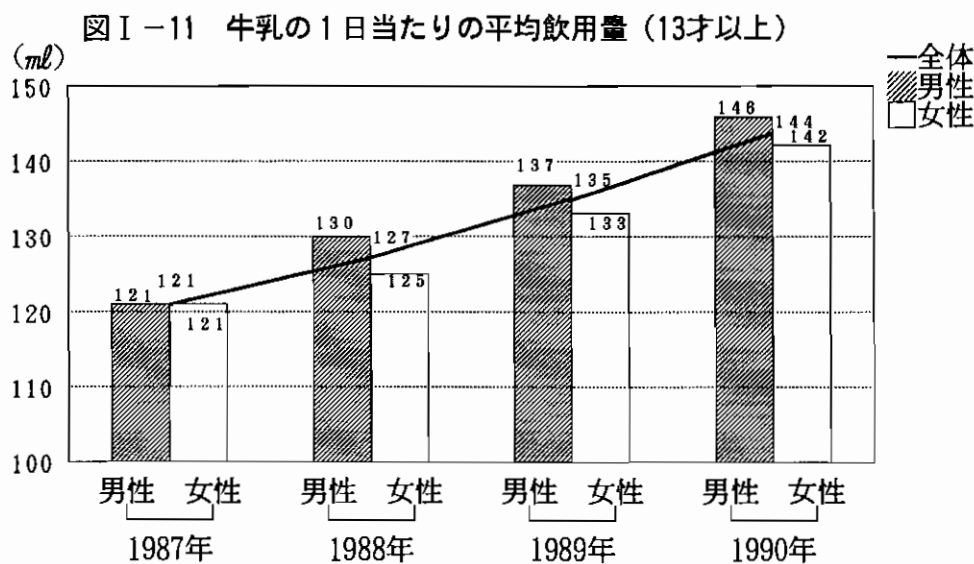


2) 牛乳の飲用量

牛乳の1日当たりの平均飲用量は、13才以上では144mlで、前回の135mlより9ml増加した。1987年から毎年6ml, 8ml, 9mlずつ伸びており、順調に伸びていると言えよう。

性別にみると、男性の平均は146mlに対し、女性では142mlであり、飲用量には4mlの差があるが、男女とも今回の平均値は前回に比べ7%伸びており、飲用量の伸びには差はみられない。

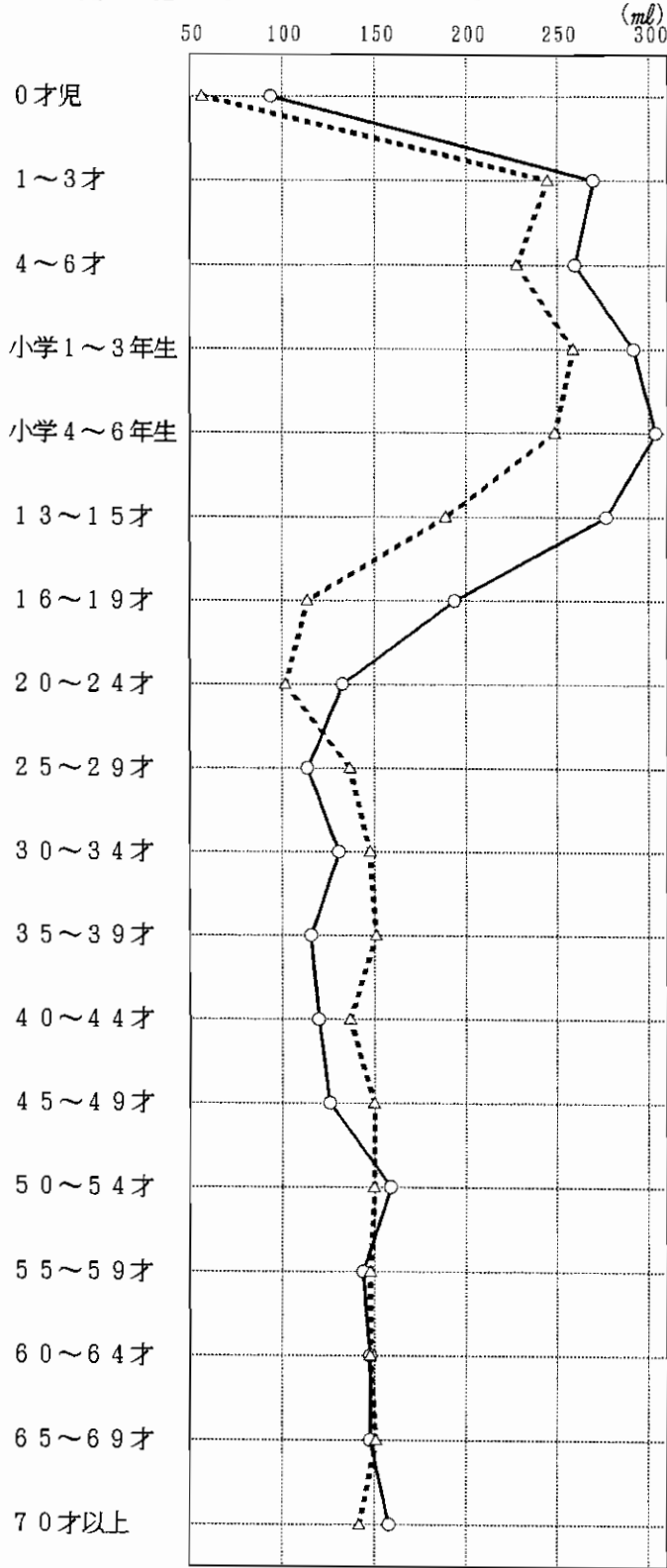
乳児期からの牛乳の飲用量の変化をみると、男女とも過去3回と同様に、子ども時代は1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、それ以降はほぼ一定で維持する、というプロフィールを示している。若い女性層(16~29歳)において、飲用量の伸び悩み傾向がみられる。一方、今回は男性では30代以上で、女性では45才以上で前回に比べ大きく飲用量が伸びており、50代以上では男女とも150ml前後飲んでいる。これは前回までの70才以上が男女とも110mlほどの飲用量であったことを考えると、いかに大きな伸びであるかわかるだろう。



※なお、この飲用量の算出は、牛乳の飲用頻度×1日当たりの飲用量(コップでの杯数)×140ml(コップ1杯の量)で行っている。
 ※小学生の子供の年齢区分は前回まで2学年ずつの3区分であったが、今回から3学年ずつの2区分とした。同様に13~14才の区分を今回から13~15才とし、次の区分を16~19才と変えた。

表 I - 4 性別牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (ml)

図 I - 12 牛乳の1日の当たりの平均飲用量



区分	性	'87	'88	'89	'90
0才	男	142	83	74	94
0才	女	181	41	80	57
1~3才	男	263	237	266	270
1~3才	女	239	214	219	245
4~6才	男	256	243	260	260
4~6才	女	217	200	216	228
小学1~3年生	男	279	281	292	292
小学1~3年生	女	262	236	246	259
小学4~6年生	男	279	274	283	304
小学4~6年生	女	236	230	246	249
13~14才	男	247	215	269	277
13~14才	女	160	182	208	189
15~19才	男	168	174	192	194
15~19才	女	113	125	113	114
20~24才	男	122	126	123	133
20~24才	女	118	106	121	102
25~29才	男	114	122	123	114
25~29才	女	125	134	151	137
30~34才	男	82	131	129	131
30~34才	女	139	129	137	148
35~39才	男	100	106	122	116
35~39才	女	110	125	129	151
40~44才	男	104	112	117	120
40~44才	女	118	134	128	137
45~49才	男	113	106	115	126
45~49才	女	113	133	139	150
50~54才	男	124	117	125	159
50~54才	女	123	125	145	150
55~59才	男	117	113	132	144
55~59才	女	127	113	124	148
60~64才	男	118	140	130	148
60~64才	女	114	118	144	148
65~69才	男	110	141	138	148
65~69才	女	113	110	115	151
70才以上	男	104	119	118	158
70才以上	女	129	92	109	142

※ 0歳児の飲用量の平均の算出方法は1987年は「飲まない」の項目がなく、飲まない人は無回答扱いで平均値算出から除かれていたが、1988年から「飲まない」を立て、これに0を与えて算出した。このため平均値がみか上や下っている。

図I-13 牛乳の1日の当たりの平均飲用量(全体)

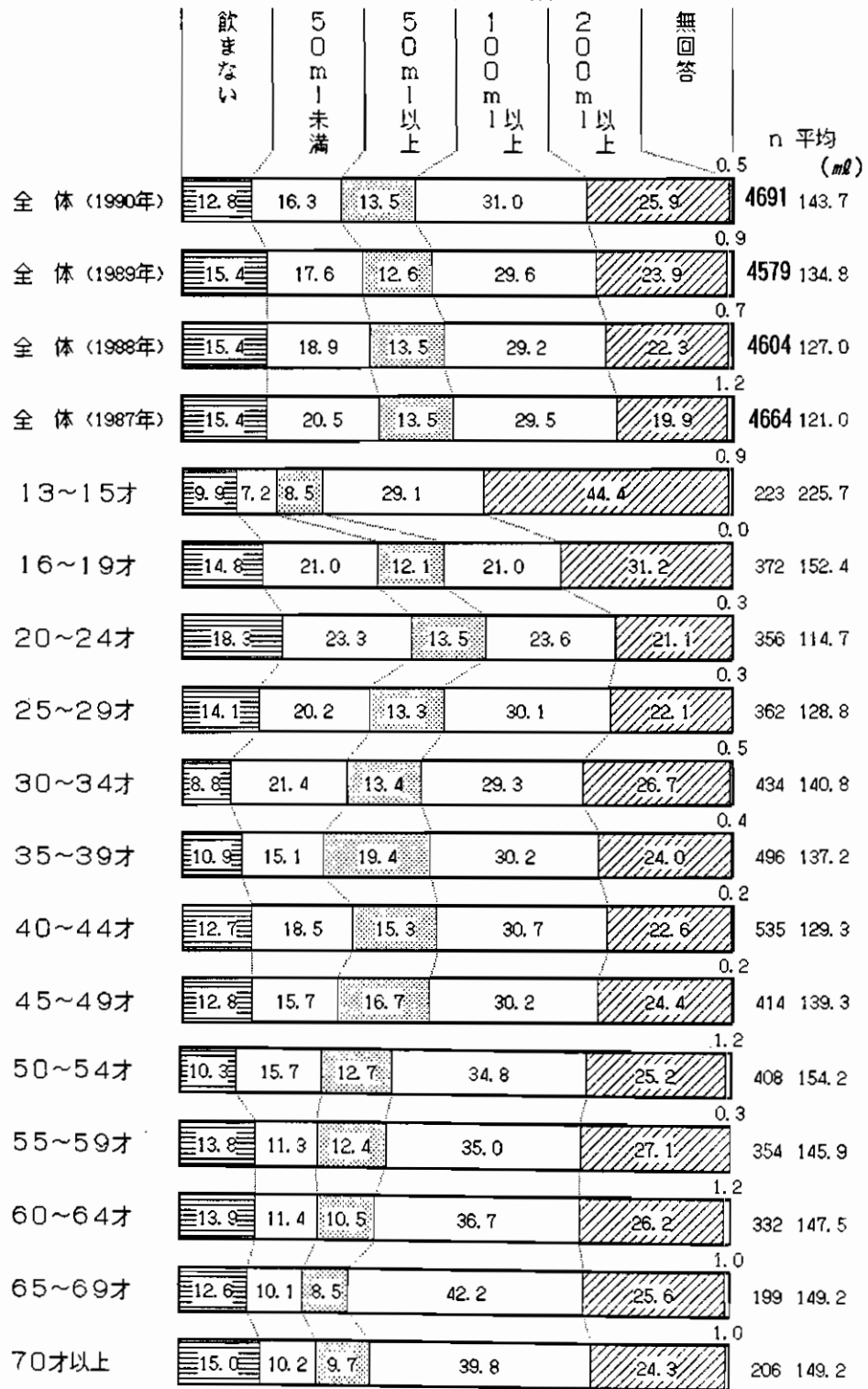


図 I - 14 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (男性)

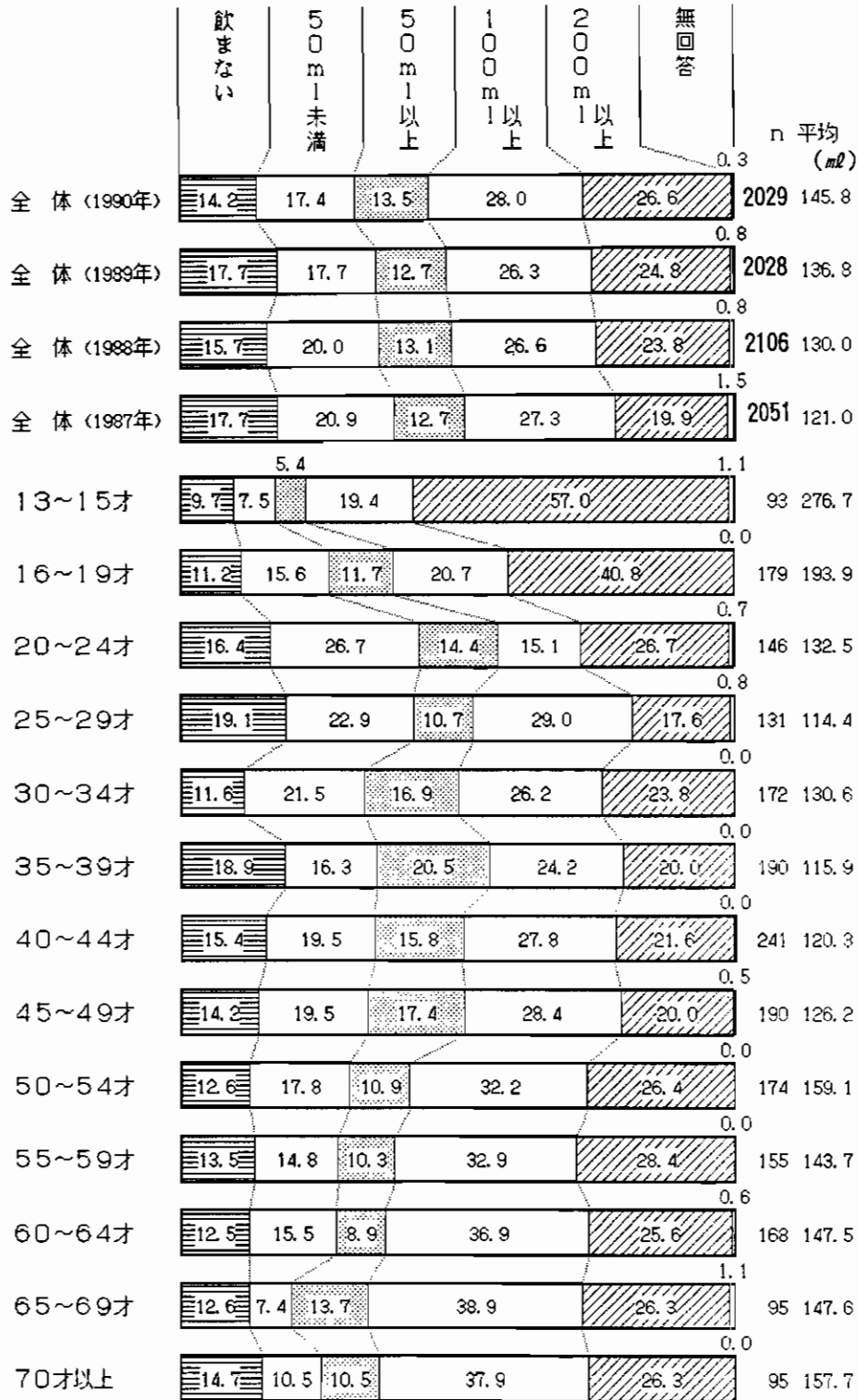
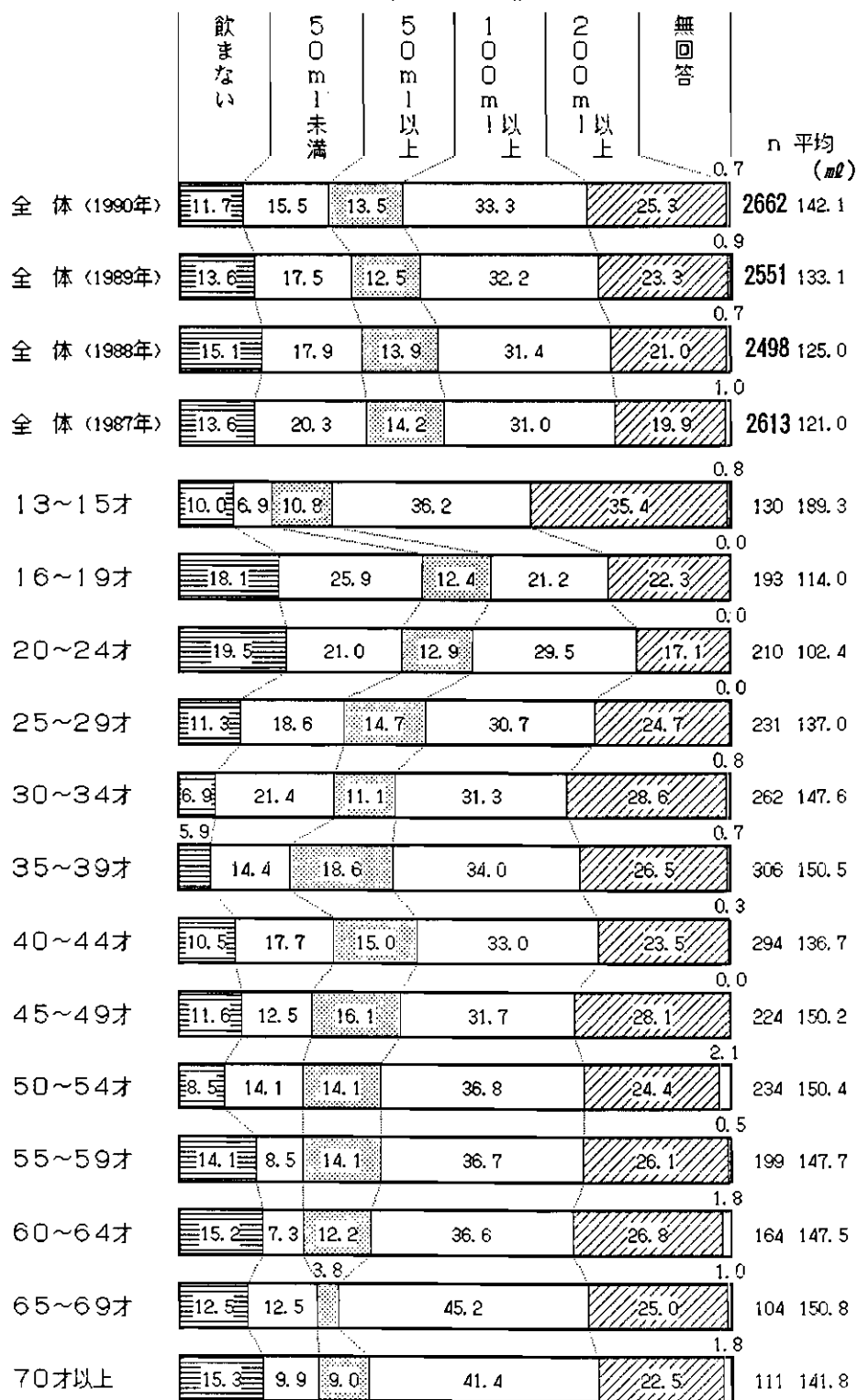
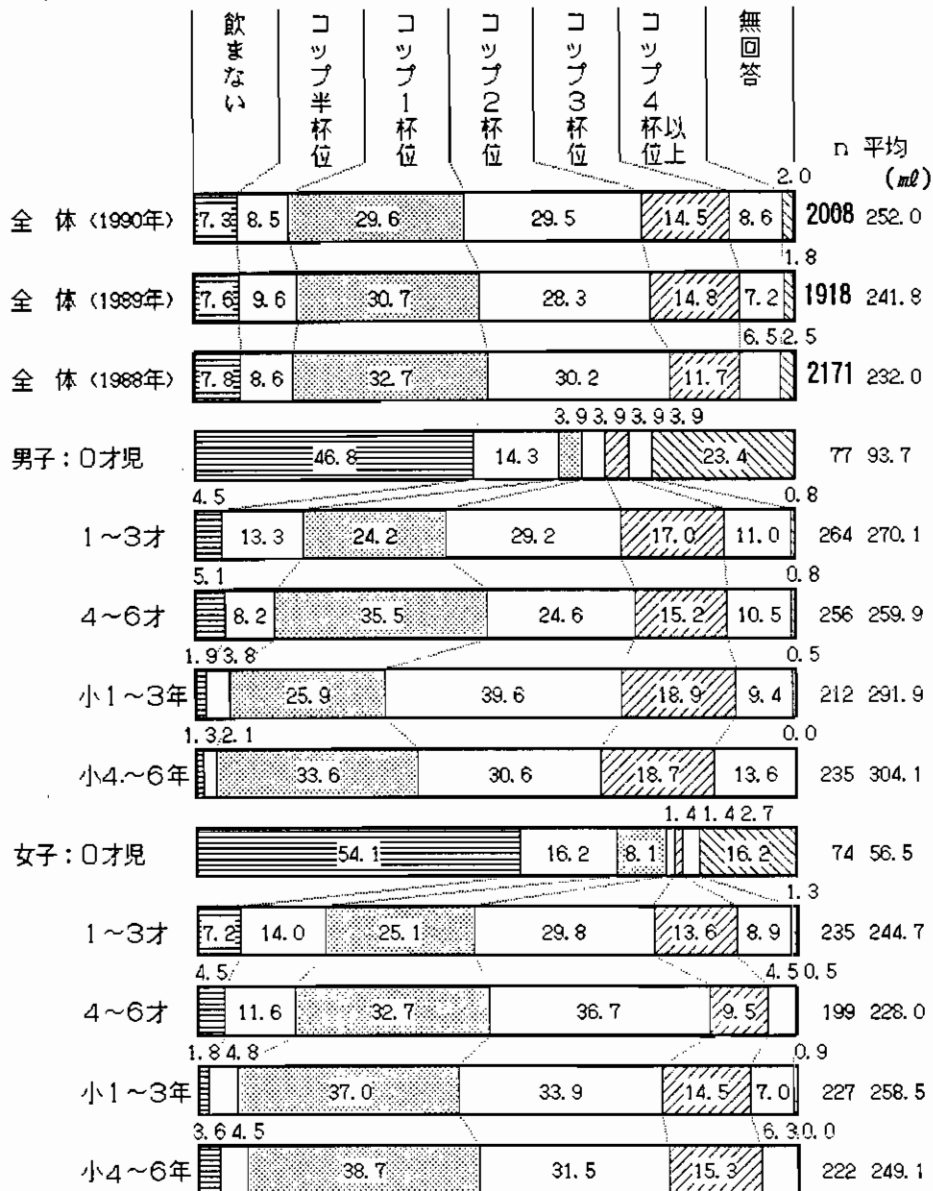


図 I - 15 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (女性)



図I-16 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (子供)



参考までに、職業別と地域別、都市規模別の平均値を下記に表示した。

表 I - 5 職業別 1 日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		121	127	135	144
自家 営族 ・従 業	農林・漁業	113	115	110	139
	商工サービス業	109	127	141	148
	自由業	116	130	129	157
	内 職	115	126	128	113
動 め	管 理 職	128	122	107	141
	専門技術職	111	121	128	134
	事 務 職	108	109	120	124
	労 務 職	107	121	115	120
	販売サービス職	103	111	123	121
無 職	主 婦	128	129	145	152
	学 生	158	165	174	183
	無 職	111	110	122	137

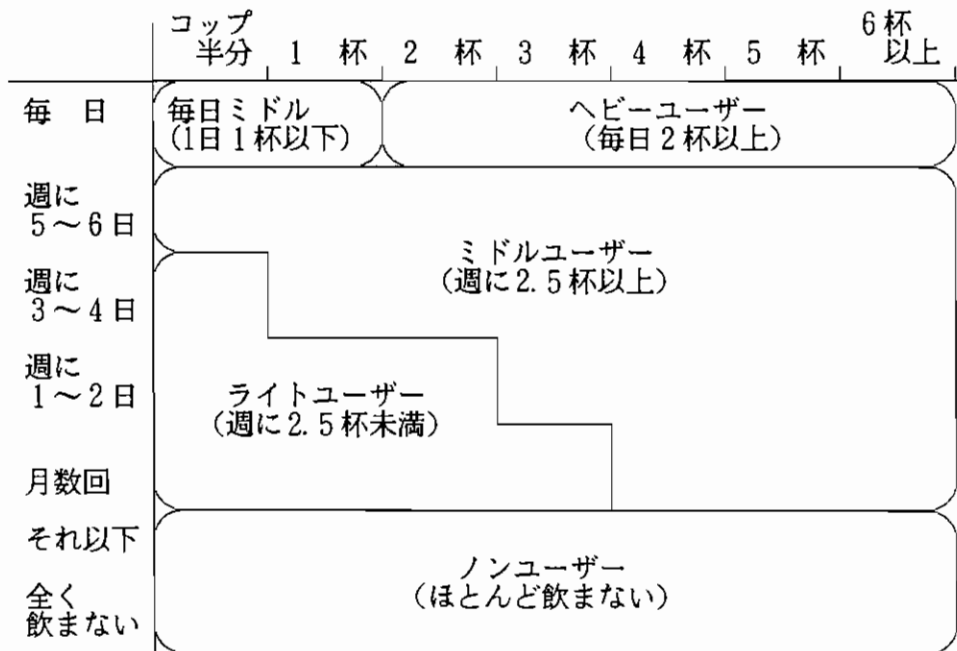
表 I - 6 地域別・都市規模別 1 日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		121	127	135	144
地 域 別	北海道	114	130	150	144
	東 北	115	118	127	150
	関 東	122	129	134	149
	中部・北陸	121	120	130	138
	近 畿	125	128	146	141
	中 国	109	124	135	145
	四 国	141	126	166	145
	九 州	122	138	122	136
都 市 規 模 別	12大都市	119	129	138	156
	15万上市	126	132	140	138
	5万上市	120	123	131	137
	5万未満市	109	130	130	140
	郡 部	120	122	130	146

牛乳の飲用量と飲用頻度から、次のような分類を行った。
 この分類を、今後分析の軸として、用いていくものとする。

図 I-17 分析のための牛乳ユーザー分類



5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

1) 現在の健康状態

現在の健康状態と牛乳の飲用量の関係をみると、健康状態の良い人ほど牛乳をたくさん飲み、良くない人はあまり飲まない傾向がみられる。平均飲用量を時系列で比べると、健康状態が非常によい人の飲用量が大きく伸びているが、そのみならず、よくない人の飲用量も大きく伸びている点に注目できる。健康状態が悪い人ばかりでなく、普通の人にももっと飲んでもらえるように働きかけていくとよいだろう。

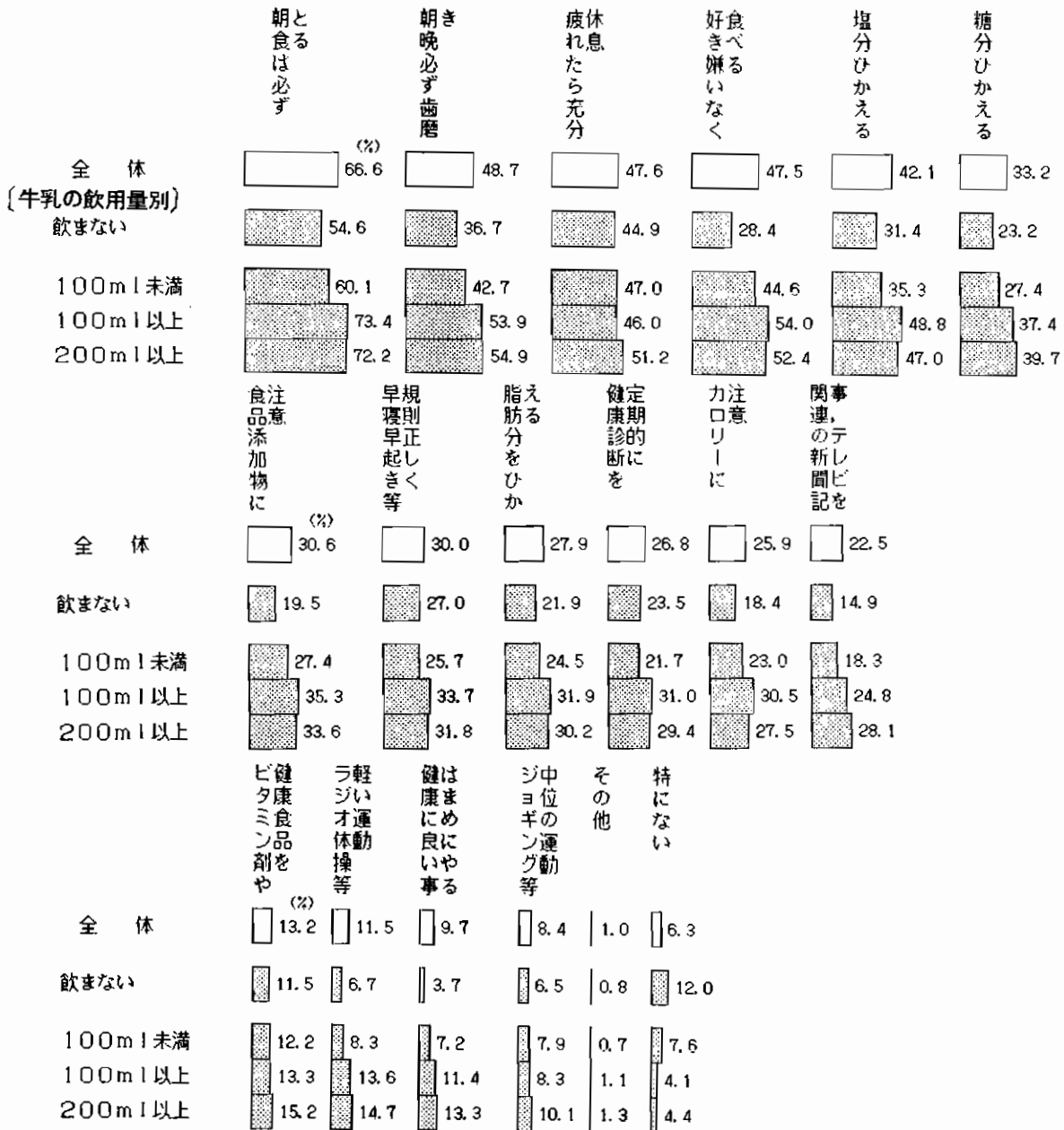
表 I - 7 健康状態別 1日あたりの平均飲用量 (単位 ml)

	1988年	1989年	1990年
全 体	127	135	144
非常によい	157	177	182
よい	134	139	155
ふつう	116	124	131
あまりよくない	112	107	129
よくない	65	114	142

2) 健康に対する配慮

現在、健康のために注意している点を聞くと、どの項目も、牛乳を飲む人ほど注意している割合が高い。つまり、牛乳を飲むことは健康意識の高さを示すバロメータとなっているといえよう。

図1-18 牛乳の飲用量別健康のために注意している点



3) アルコールやたばこと牛乳

アルコールやたばこと牛乳の飲用量との関係を見ると、アルコールやたばこを飲む人ほど牛乳を飲まない傾向がみられる。平均飲用量を時系列で見ると、アルコールやたばこを飲まない人の飲用量の伸びより、飲む人の伸びの方が高い。アルコールやたばこを飲む人も健康に留意して牛乳を飲むようになってきたようだ。

表 I - 8 アルコール飲用頻度別・喫煙の有無別
牛乳平均飲用量 (単位 ml) (20才以上)

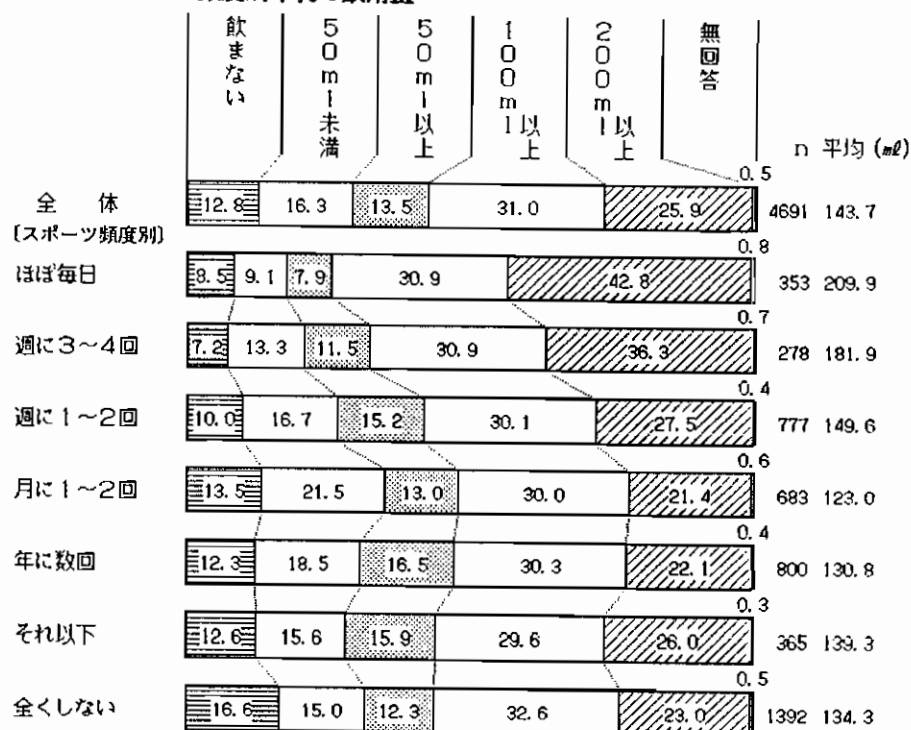
		1988年	1989年	1990年
全 体		121	129	139
ア ル コ ー ル	毎日飲む	112	119	135
	週に3日以上飲む	117	129	127
	週に1~2日飲む	123	117	134
	それ以下	124	126	141
	飲まない	124	140	144
煙 草	吸 う	113	107	121
	前には吸っていた	133	143	141
	吸わない	123	137	146

4) スポーツと牛乳

スポーツをしている頻度と牛乳の飲用量との関係を見ると、スポーツを頻繁に行っている人ほど、牛乳の飲用量が多い。

単に牛乳を飲むだけでなく、スポーツも行うことで、より健康に過ごせることをアピールしていくとよいだろう。

図 I-19 スポーツ頻度別牛乳の飲用量

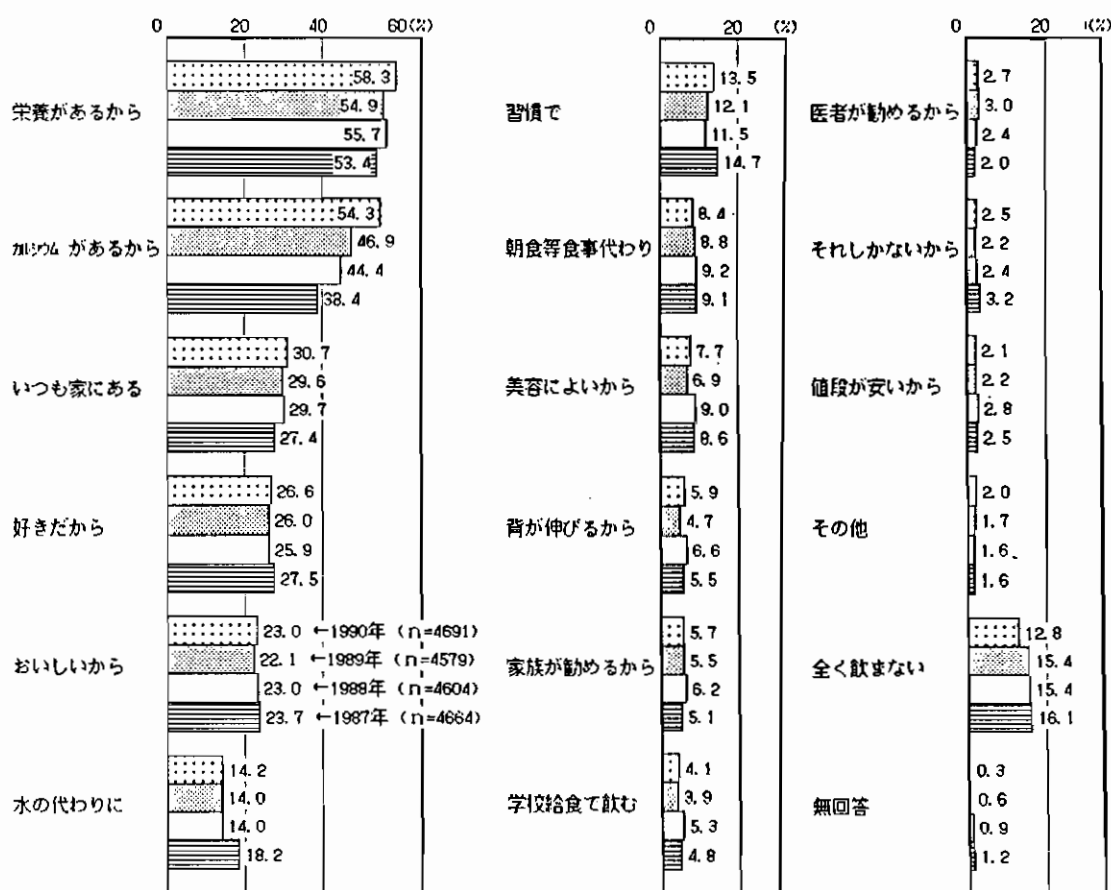


6. 牛乳を飲む理由と飲用場面

1) 牛乳を飲む理由

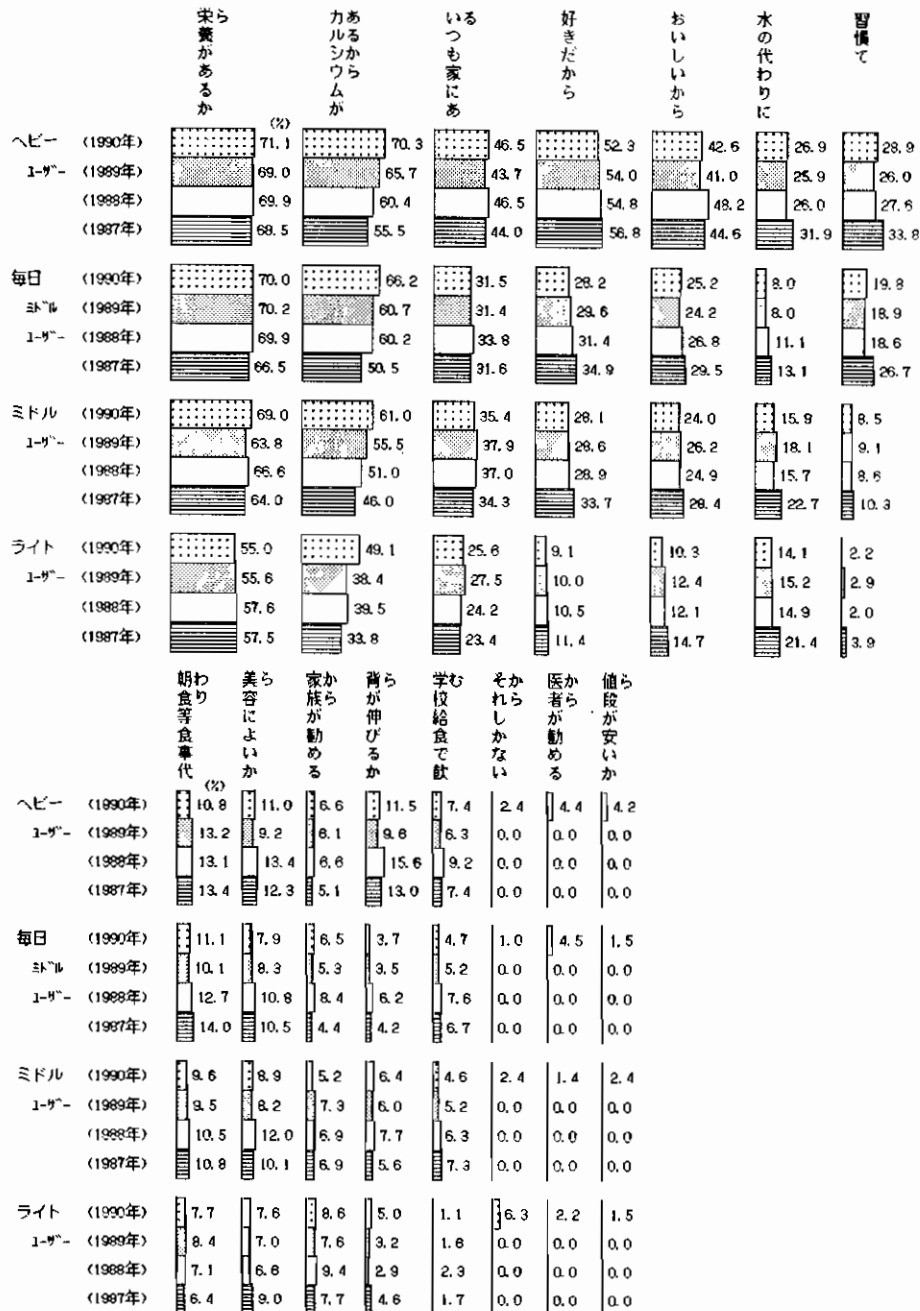
牛乳を飲む理由は「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した答えが多い。時系列で比較してみても、この順位は4年間維持している。特に「カルシウムがあるから」は年々上昇しており、重要度が増していると言えよう。反対に、「好きだから」「おいしいから」という感性面での答えや、「水の代わりに」「習慣で」などの回答は、時系列での変化はみられない。

図 I-20 牛乳を飲む理由



飲用量の差からみると、ヘビーユーザーほど複数の理由に回答しており、飲用量が少なくなるほど「栄養」「カルシウム」や「いつも家にある」などの理由に集中している。「カルシウムがある」はどの層においても、回答の割合が年々高くなっているが、今回は特にライトユーザーの伸びが大きく、ライトユーザーにも牛乳の知識が普及されつつあるようである。

図 I - 21 牛乳飲用量別牛乳を飲む理由



性・年齢別にみると、若い層は「おいしいから」という好みから、飲む人が多いが、高齢層では「栄養がある」「カルシウムがある」など、栄養面を考えて飲む人が多い。

表 I - 9 性・年齢別牛乳を飲む理由（上位7位）

		栄養があるか	カルシウムがあるから	いつも飲んでいる	好きだから	おいしいから	水の代わりに	習慣で
全 体		58.3	54.3	30.7	26.6	23.0	14.2	13.5
男 性	10代	49.6	41.9	43.4	34.9	26.8	20.6	20.2
	20代	48.4	37.5	30.0	29.2	24.2	14.8	13.0
	30代	59.9	47.0	28.5	28.2	23.2	17.1	13.5
	40代	56.8	50.8	32.5	21.8	19.5	16.7	10.4
	50代	62.9	51.4	28.3	24.3	19.1	14.9	14.3
	60才以上	60.3	55.0	24.3	23.7	19.8	10.6	11.7
女 性	10代	45.8	39.9	37.8	29.7	26.6	16.1	17.6
	20代	53.3	52.4	33.3	33.1	29.7	12.7	14.5
	30代	63.2	64.8	33.6	28.5	26.6	13.7	14.4
	40代	63.7	62.4	29.2	22.6	21.6	15.6	12.4
	50代	66.1	67.4	25.6	25.2	20.3	9.7	12.0
	60才以上	58.8	61.2	25.1	21.6	18.2	10.8	11.1
小 計	男性小計	56.9	48.0	30.8	26.5	21.8	15.7	13.5
	女性小計	59.4	59.2	30.7	26.7	23.9	13.1	13.6

2) 食事機会別牛乳の摂り方

食事機会ごとの牛乳を飲む頻度をみてみよう。牛乳は朝食と間食時によく飲まれており、特に、朝食時での飲用頻度が伸びている点に注目できる。

これを牛乳の飲用量別にみると、飲用量の少ない人は、どの食事時点でも牛乳を飲む頻度が低い。

牛乳の消費促進のためには、朝食、間食のみならず、昼食や夕食時にも牛乳の飲用の機会を増やすようにし、さらに料理への活用も促進するとよいだろう。

図 I - 22 食事機会別牛乳摂取頻度

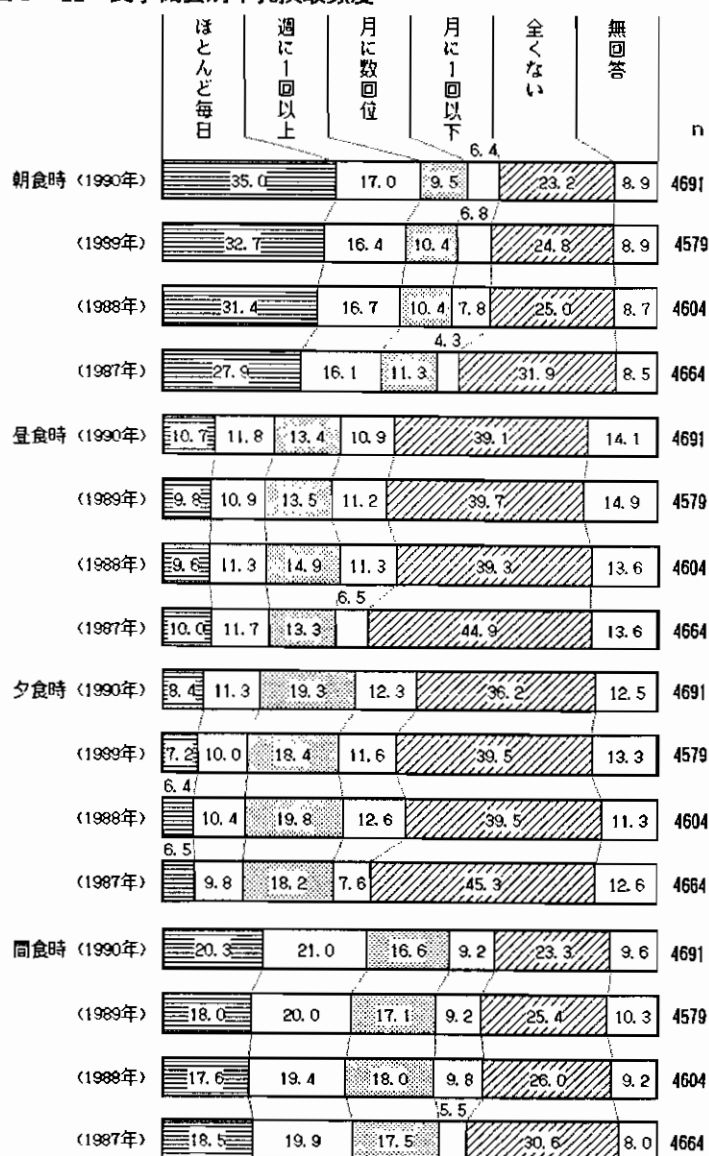


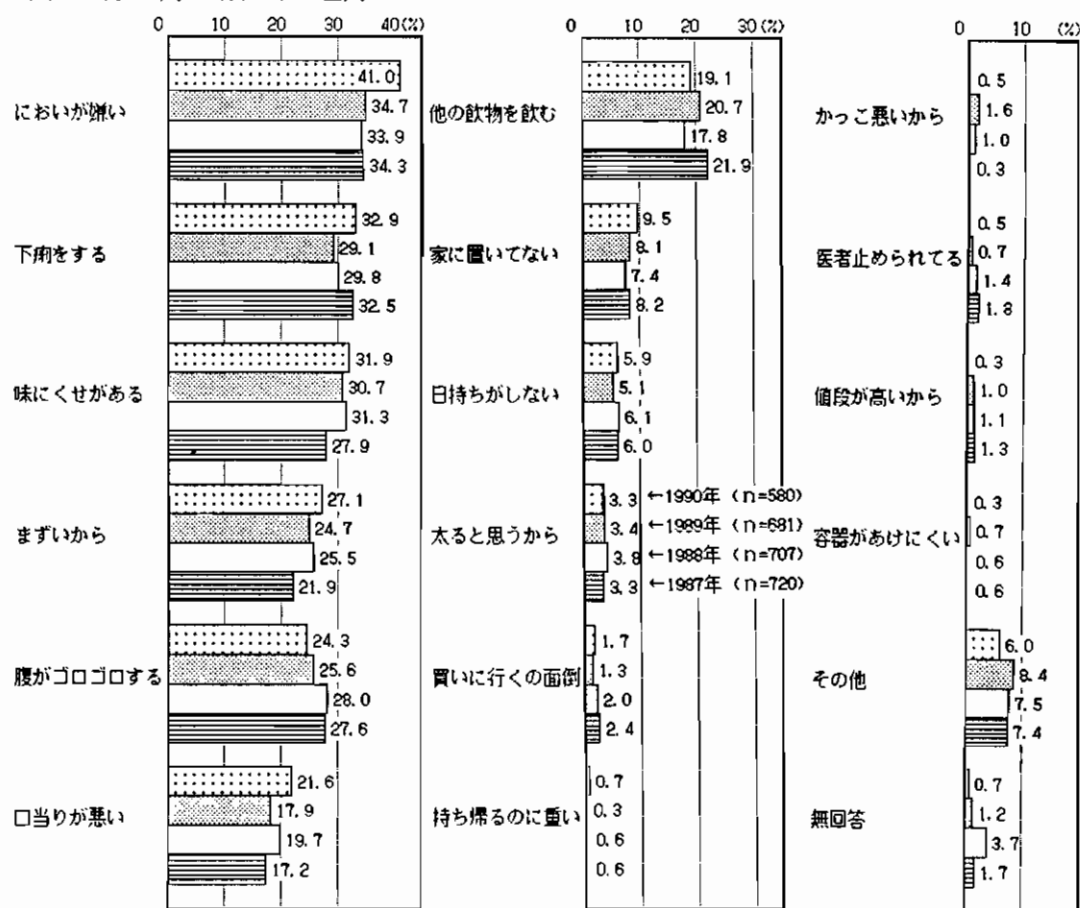
表 I - 10 牛乳飲用量別食事機会別牛乳摂取頻度

a [朝食時]	ほとんど毎日	週1回以上	月数回位	月1回以下	全くない	無回答	(n)
全体	35.0	17.0	9.5	6.4	23.2	8.9	4,691
ヘビーユーザー	67.0	10.5	3.1	2.9	10.0	6.4	1,059
毎日ミドルユーザー	58.1	10.3	6.0	4.3	13.0	8.2	1,082
ミドルユーザー	22.0	33.7	11.9	6.3	15.7	10.3	1,103
ライトユーザー	5.2	22.5	22.0	11.5	27.4	11.4	827
ノンユーザー	2.1	3.1	5.9	9.3	71.2	8.5	615
b [昼食時]	ほとんど毎日	週1回以上	月数回位	月1回以下	全くない	無回答	(n)
全体	10.7	11.8	13.4	10.9	39.1	14.1	4,691
ヘビーユーザー	26.2	14.5	13.1	8.2	24.7	13.2	1,059
毎日ミドルユーザー	11.3	10.7	11.6	11.4	38.4	16.6	1,082
ミドルユーザー	7.4	16.9	16.9	12.1	31.4	15.3	1,103
ライトユーザー	1.7	10.0	18.0	14.4	42.7	13.2	827
ノンユーザー	0.8	2.0	4.9	8.0	74.0	10.4	615
c [夕食時]	ほとんど毎日	週1回以上	月数回位	月1回以下	全くない	無回答	(n)
全体	8.4	11.3	19.3	12.3	36.2	12.5	4,691
ヘビーユーザー	25.1	13.6	17.8	8.2	22.7	12.6	1,059
毎日ミドルユーザー	6.6	10.7	18.1	11.3	36.7	16.6	1,082
ミドルユーザー	3.7	15.9	23.7	13.7	29.7	13.3	1,103
ライトユーザー	1.2	9.3	22.7	14.8	41.5	10.5	827
ノンユーザー	0.7	2.8	11.7	15.6	62.9	6.3	615
d [間食時]	ほとんど毎日	週1回以上	月数回位	月1回以下	全くない	無回答	(n)
全体	20.3	21.0	16.6	9.2	23.3	9.6	4,691
ヘビーユーザー	45.1	18.7	9.2	5.5	12.4	9.2	1,059
毎日ミドルユーザー	25.6	15.7	14.2	9.4	22.4	12.7	1,082
ミドルユーザー	14.3	36.8	18.0	6.3	16.0	8.5	1,103
ライトユーザー	3.5	23.0	31.2	12.5	20.7	9.2	827
ノンユーザー	1.3	3.4	11.5	15.9	61.0	6.8	615

7. 牛乳をあまり飲まない理由

牛乳をほとんど、または、全く飲まない人に、牛乳を飲まない理由を聞いたところ、「においが嫌い」が41%で最も多い。これは、過去3回に比べ、最も高くなっている。次に「下痢をすることがあるから」(33%)、「味にくせがあるから」(32%)と続いている。また、「お腹がゴロゴロする」は年々減少しており、この症状に対応した牛乳が発売された効果が出てきていると言えるだろう。

図 I-23 牛乳を飲まない理由



性・年齢別にみると、「においが嫌い」「味にくせがある」「まずい」などの感性的な理由は若い人に多くあげられ、「下痢をすることがあるから」「お腹がゴロゴロするから」は特に男性の中年層が多い。これらの点に関するアピールは、男性向けにはまだ充分ではないようだ。

表I-11 性・年齢別牛乳を飲まない理由（上位7位）

		においが嫌い	下痢をすることがある	味にくせがある	まずいから	腹がゴロゴロする	口当たりが悪い	他の飲物を飲む
全 体		41.0	32.9	31.9	27.1	24.3	21.6	19.1
男 性	10代	42.9	28.6	42.9	46.4	25.0	39.3	17.9
	20代	34.7	46.9	26.5	36.7	28.6	18.4	32.7
	30代	25.0	39.3	25.0	23.2	32.1	19.6	23.2
	40代	23.8	38.1	23.8	22.2	28.6	19.0	25.4
	50代	30.0	55.0	22.5	12.5	32.5	10.0	15.0
	60才以上	32.6	37.0	28.3	23.9	19.6	15.2	17.4
	10代	55.3	12.8	44.7	46.8	12.8	25.5	34.0
女 性	20代	54.7	25.0	43.8	43.8	21.9	26.6	15.6
	30代	51.4	25.7	40.0	20.0	22.9	25.7	14.3
	40代	56.4	23.6	36.4	12.7	25.5	20.0	9.1
	50代	48.9	40.0	24.4	13.3	24.4	26.7	4.4
	60才以上	40.4	25.0	28.8	25.0	17.3	19.2	17.3
	小計	30.1	41.1	27.0	26.2	28.0	19.1	22.7
小計	51.3	25.2	36.6	27.9	20.8	23.8	15.8	

8 牛乳に関する知識

「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「骨や歯を守るために中高年の人でもできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳は健康的な生活のために、なくてはならないもの」と考える人が多い。また、「スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」と、考える人も48%と多い。

時系列で見ると、「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」、「骨や歯を守るために中高年の人でもできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」、「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」と思う人は毎年増えており、牛乳のカルシウムに関する知識が普及してきていることがわかる。

図 I - 24 牛乳に関する知識

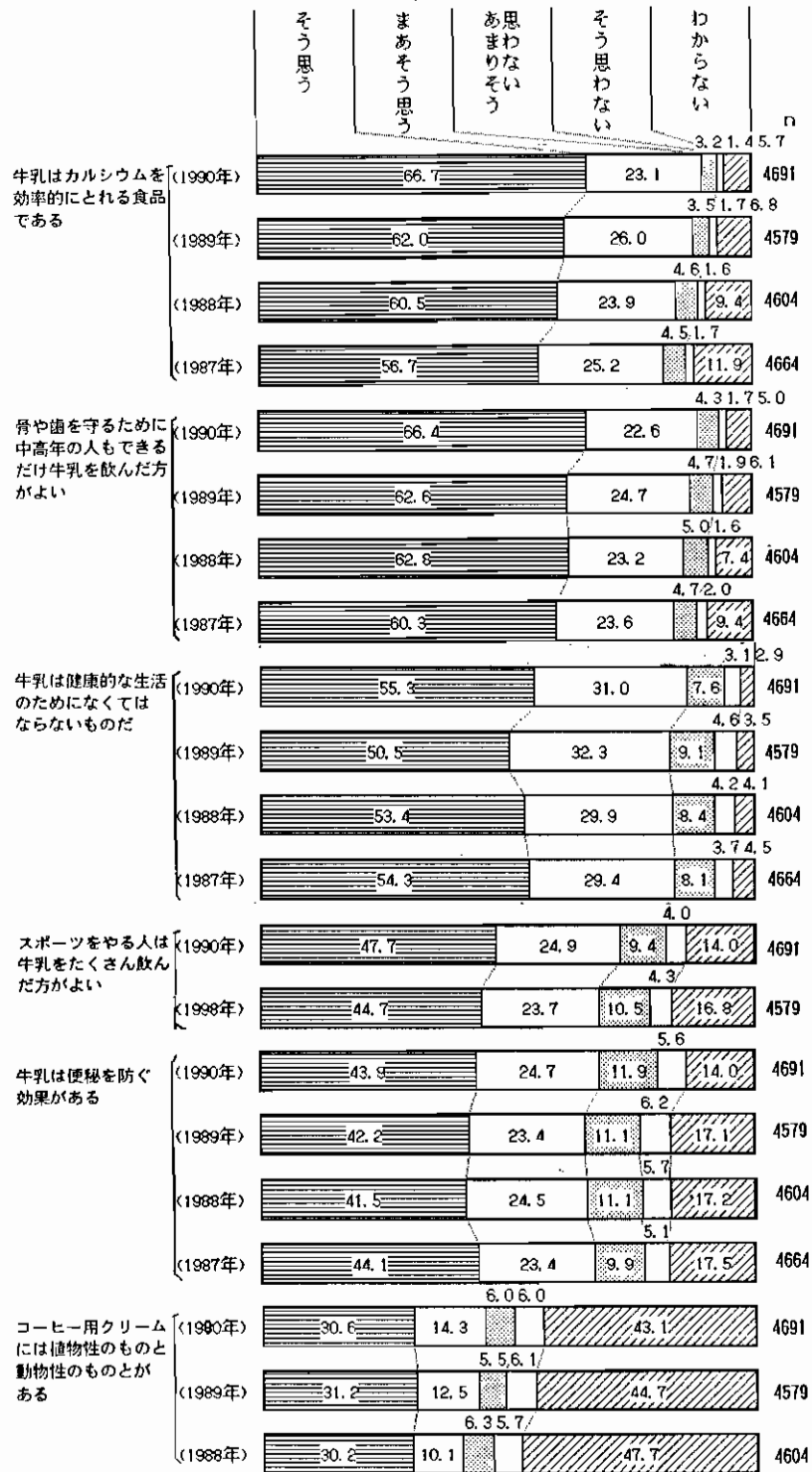
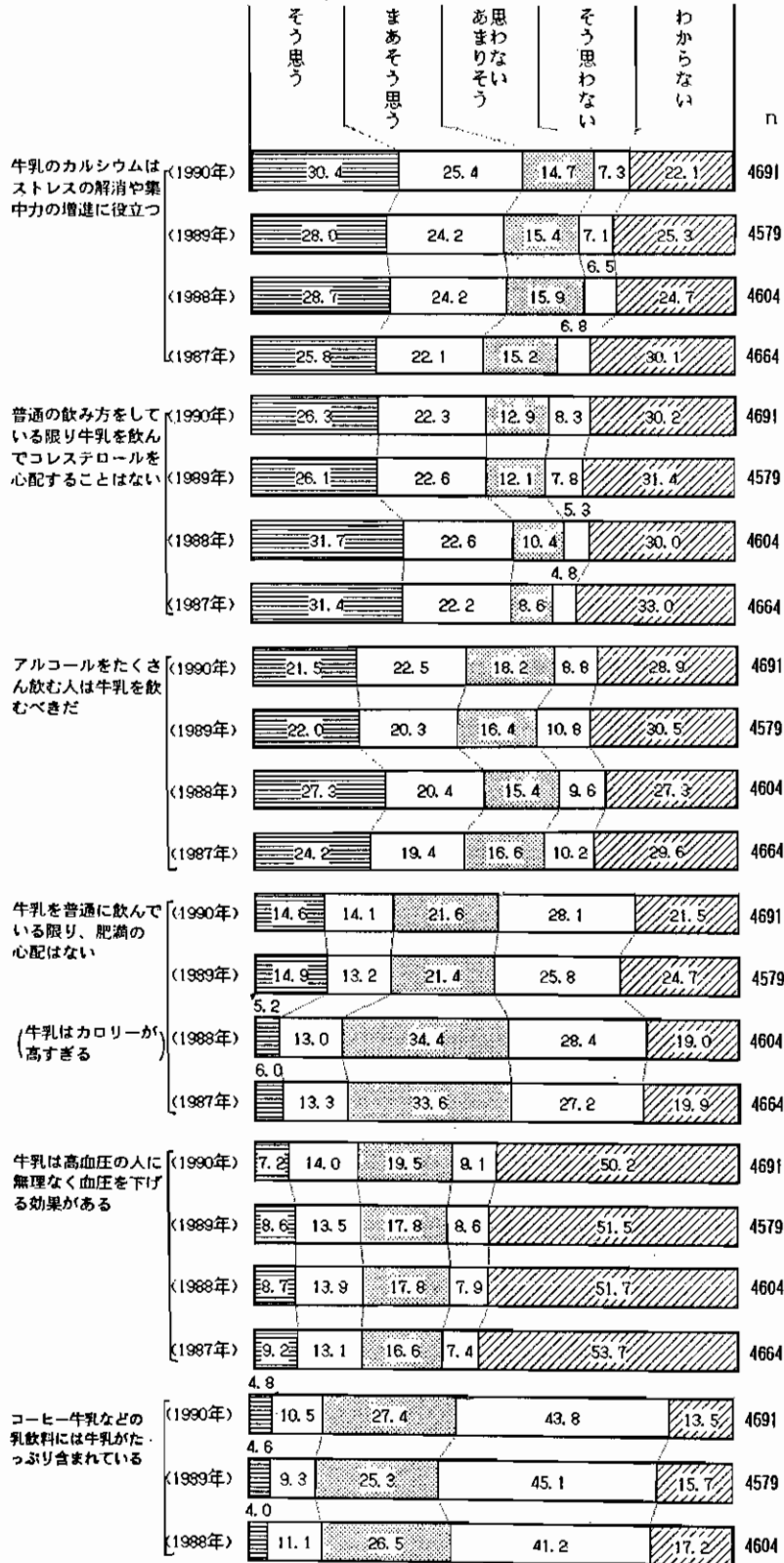


図 I-24 (つづき)



9 牛乳の種類認知と飲みたい種類

いろいろな牛乳の種類を示し、それらの認知率を聞いたところ、「濃厚牛乳」が73%で、最もよく知られている。次いで「ローファットミルク（低脂肪乳）」（66%）「低温殺菌牛乳」（50%）などが高い。時系列で見ると、「ローファットミルク」の伸びが著しい。

一方、「ジャージー牛乳」や「特定の農家の名前がブランドになっている牛乳」の認知率は2割ほどと、高くなく、大きな伸びもみられない。

また、この中で飲みたいものは何かを聞くと、「ビタミン入り牛乳など」が32%で最も高い。この牛乳の認知率は特に高くないにも関わらず、飲用意向が高い点で、注目できる。次いで、「濃厚牛乳」や「ローファットミルク（低脂肪乳）」の飲用意向も高い。時系列で見ると、「濃厚牛乳」ではほとんど伸びがみられないが、「ローファットミルク」ではわずかに伸び、「濃厚牛乳」との差が小さくなった。濃厚と低脂肪の飲み分けがさらに進んでいくようだ。

この2者のうち、「濃厚牛乳」は女性より男性の希望率が高いが、「ローファットミルク」は女性の方が高く、女性のダイエット志向の高さがうかがえる。

図 I-25 知っている牛乳

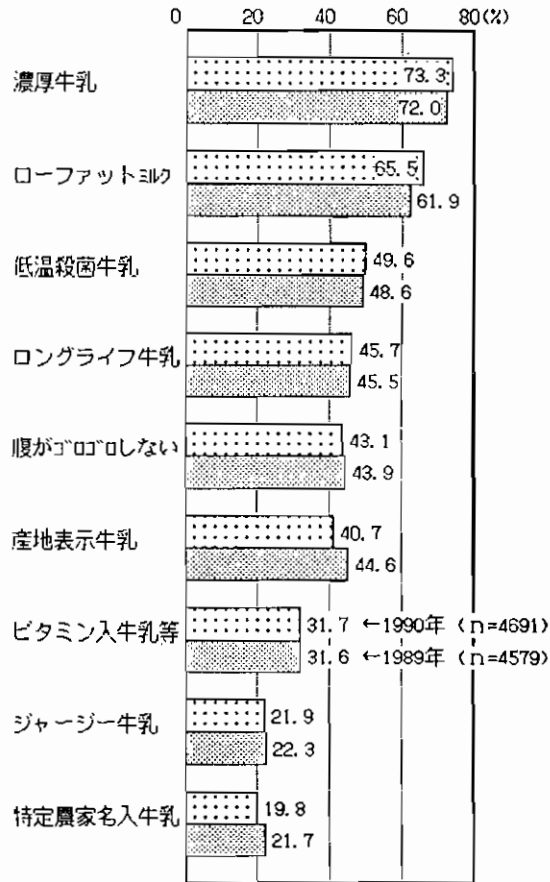
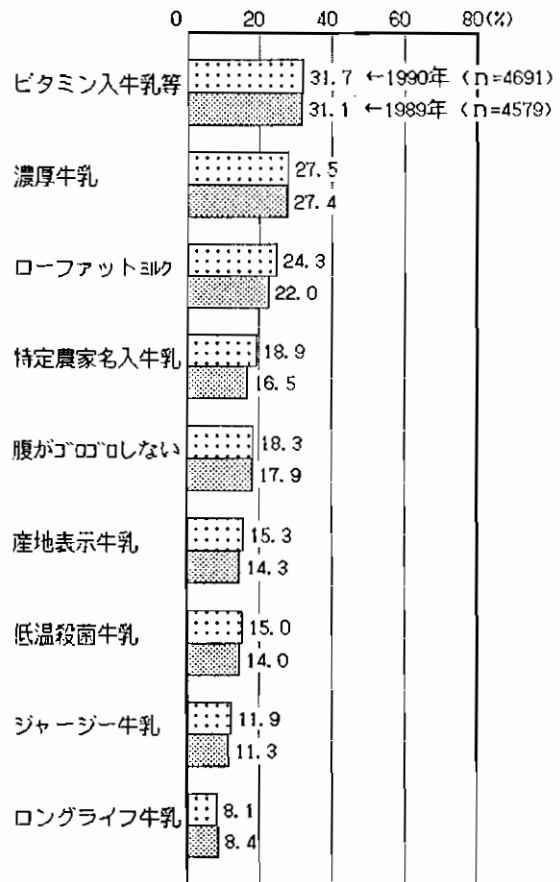


図 I-26 飲みたい牛乳



表I-12 知っている牛乳

	濃縮牛乳	ミルク ロフアイト	低糖質牛乳	牛乳 ロングライフ	お乳が ココロ	産地表示牛乳	牛乳がど ビタミン入り	牛乳 ジャージー	牛乳 ブランド牛乳 特産品の名	無回答	(n) 延回答数
全 体	73.3	65.5	49.6	45.7	43.1	40.7	31.7	21.9	19.8	6.6	4,691 397.9
男性：10代	69.1	55.5	42.6	33.5	37.1	36.8	27.2	14.3	16.2	6.6	272 338.9
20代	70.0	58.1	46.9	41.5	49.8	39.7	36.8	21.7	21.3	9.4	277 395.2
30代	76.5	65.7	52.5	54.4	53.9	43.4	36.5	26.8	23.5	4.1	362 437.3
40代	69.8	59.4	49.2	49.0	38.7	39.0	27.4	18.1	17.9	7.7	431 376.2
50代	68.7	56.8	44.4	38.3	32.2	34.7	22.8	16.1	14.9	9.4	329 338.3
60才 以上	55.3	45.8	43.6	29.6	22.9	34.6	21.8	17.6	13.4	15.9	358 300.5
女性：10代	77.7	65.6	52.0	37.8	44.0	39.6	33.4	21.1	21.4	3.7	323 396.3
20代	82.8	80.7	58.0	56.7	62.8	47.4	43.3	27.4	26.1	1.8	441 487.0
30代	84.5	84.5	63.7	62.9	60.0	49.1	43.5	32.6	27.1	2.5	568 510.4
40代	81.5	75.9	54.1	54.6	44.4	47.3	30.9	25.7	22.4	2.7	518 439.5
50代	70.0	62.6	42.7	39.0	32.8	35.6	27.5	18.2	15.7	8.1	433 352.2
60才 以上	61.2	53.8	33.8	30.6	26.6	32.5	21.9	13.2	11.6	12.7	379 297.9
男性小計	68.2	57.0	46.8	41.7	38.9	38.1	28.5	19.2	17.8	8.9	2,029 365.1
女性小計	77.1	72.0	51.8	48.7	46.3	42.7	34.1	23.9	21.3	4.9	2,662 422.8

表I-13 飲みたい牛乳

	牛乳がど ビタミン入り	濃縮牛乳	ミルク ロフアイト	牛乳 ブランド牛乳 特産品の名	お乳が ココロ	産地表示牛乳	低糖質牛乳	牛乳 ジャージー	牛乳 ロングライフ	無回答	(n) 延回答数
全 体	31.7	27.5	24.3	18.9	18.3	15.3	15.0	11.9	8.1	20.7	4,691 191.7
男性：10代	37.5	28.7	18.0	26.5	23.2	19.1	16.9	14.3	7.0	22.4	272 213.6
20代	30.3	28.5	18.8	18.8	17.7	15.2	14.8	15.2	9.0	21.7	277 190.0
30代	29.0	33.1	20.4	23.2	20.7	16.9	20.7	17.1	7.2	18.0	362 206.3
40代	30.2	32.0	21.1	14.8	18.3	15.3	12.3	11.6	6.5	22.0	431 184.1
50代	25.8	29.5	24.6	14.3	22.5	14.6	11.2	10.9	8.5	21.6	329 183.5
60才 以上	24.9	25.1	19.3	14.0	18.4	13.7	13.7	8.1	5.6	27.7	358 170.5
女性：10代	31.3	21.4	31.3	26.3	26.0	17.3	18.3	14.9	12.7	18.0	323 217.5
20代	37.4	22.9	28.6	22.7	16.3	16.1	13.8	13.6	8.2	18.1	441 197.7
30代	35.4	33.1	24.1	24.5	14.4	16.9	19.7	14.4	7.6	14.3	568 204.4
40代	32.0	29.7	26.4	18.1	15.6	13.7	15.6	9.1	9.7	20.8	518 190.7
50代	35.3	23.1	27.3	14.5	17.1	12.5	12.7	8.8	9.9	21.0	433 182.2
60才 以上	28.0	20.1	27.4	9.5	16.1	13.5	9.5	6.6	6.1	26.4	379 163.2
男性小計	29.3	29.7	20.5	18.2	20.0	15.7	14.8	12.7	7.2	22.2	2,029 190.3
女性小計	33.5	25.8	27.2	19.4	17.1	15.0	15.2	11.3	8.9	19.5	2,662 192.9

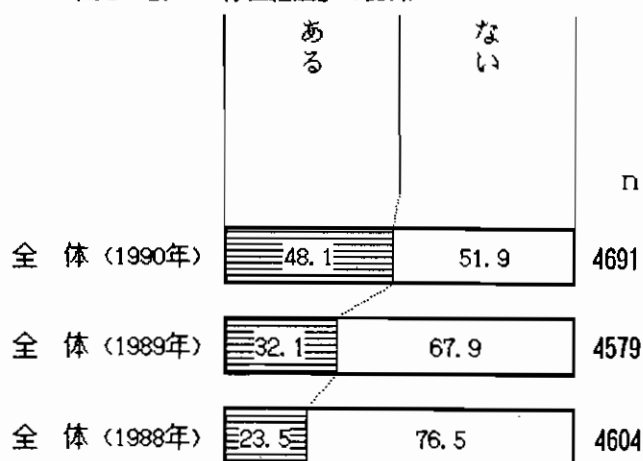
10 骨粗鬆症に対する知識

1) 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがあるという人は、年々高くなり、今年（1990年）は48%である。つまり、13才以上の日本人の約半数が認知しているということになる。難しい名前の病気であるにもかかわらず、よく認知されている。

この認知率は牛乳をよく飲む層ほど高く、ヘビーユーザーでは58%と半数以上の人々が認知している。一方、ノンユーザーでも3人に1人は認知しており、全体的に認知率が上がったことがうかがえる。

図 I - 27 「骨粗鬆症」の認知



性別にみると、認知率は男性より女性の方が高く、5割を超えている。ただし、伸び率は男性の方が大きく、60%近い伸び率となっている。

また年齢別にみると、30代以上は5割以上の認知率となっている。10代の認知率はまだ25%に過ぎないが、30代以上と同様に伸びは大きい。全ての年齢層で骨粗鬆症に対する関心が高まってきているようだ。

さらに、地域別にみると、ほとんどの地域で4割以上の認知率となり、全国的に高い伸びがみられる。都市規模別にみると、特に大規模な市と郡部での伸びが大きい。この結果、都市規模が大きいほど認知率が高いが、その差は小さくなった。益々情報量の差が小さくなったようだ。

表I-14 「骨粗鬆症」という言葉の認知

(%)

		1988	1989	1990
全 体		23.5	32.1	48.1
性 別	男性	19.9	26.8	42.2
	女性	26.5	36.3	52.6
年 令 別	10代	10.3	11.2	25.4
	20代	18.0	24.2	41.4
	30代	27.3	35.9	52.8
	40代	29.5	40.1	52.9
	50代	27.6	38.8	54.2
	60才以上	23.9	34.8	54.5
牛 乳 飲 用 量	ヘビユーザー	27.1	37.8	58.1
	毎日ミドル	31.5	37.1	53.5
	ミドルユーザー	22.4	31.1	45.7
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4
	地 域 別	北海道	16.6	33.2
東北		17.0	27.8	46.6
関東		26.2	32.1	50.7
中部・北陸		20.7	32.5	47.3
近畿		28.6	36.9	48.4
中国		22.4	29.8	51.1
四国		13.6	37.6	35.9
九州		24.1	27.4	44.5
都市規模別		12大都市	28.0	32.9
15万以上市	25.7	34.5	50.5	
5万以上市	22.7	30.3	47.0	
5万未満市	16.8	41.5	42.0	
郡 部	19.9	27.3	44.5	

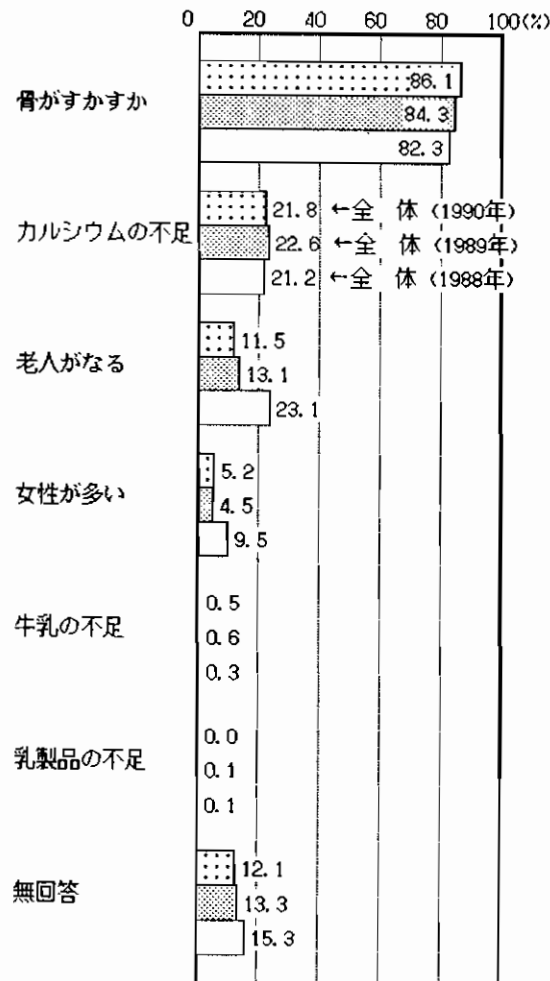
2) 「骨粗鬆症」の内容

では、骨粗鬆症ということばを知っている人は、この病気に対してどの程度認識しているであろうか。骨粗鬆症の具体的な内容について、自由回答で聞いた。

骨粗鬆症の主な症状である「骨がすかすか、もろくなる」に対しては86%と、かなり高い割合で認識されている。しかし、「カルシウムの不足」、「老人がなる」「女性が多い」ということに対しては、理解度がかなり低い結果となっている。特に、「老人がなる」については、年々下がっている。

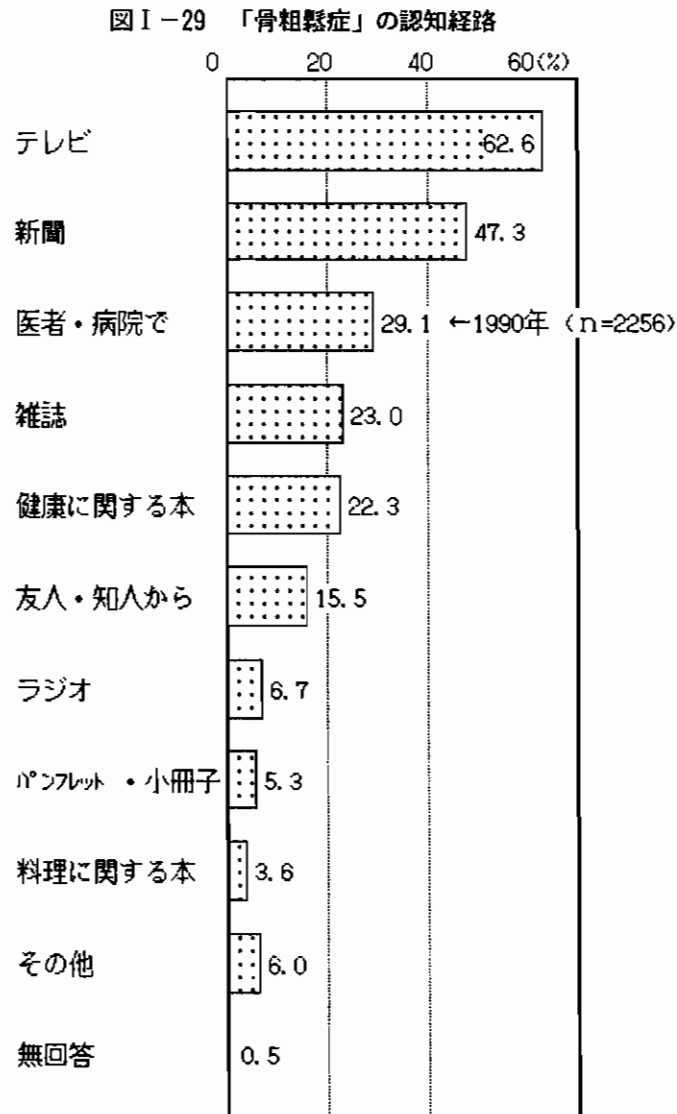
「牛乳の不足」「乳製品の不足」に対する理解も1%に満たない。牛乳や乳製品と骨粗鬆症との関連についての理解が、まだ不足している。もっと牛乳や、乳製品との関連についての普及が必要であろう。

図 I - 28 「骨粗鬆症」の具体的内容



3) 「骨粗鬆症」の認知経路

さらに、骨粗鬆症ということばを知っている人にその認知経路を聞くと、「テレビ」が63%で最も多い。次いで「新聞」47%が多く、マスメディアを通じての認知が多いことがわかる。また、「医者・病院で」や「健康に関する本」など、医療の専門機関からという回答も多い。



性・年齢別にみると、男性に比べ女性は「医者・病院で」や「健康に関する本から」という専門機関からの認知が多く、「友人・知人に聞いて」という「クチコミ」からの情報入手も多い。一方、男性は「新聞」や「ラジオ」といったマスメディアからの入手が多い傾向がみられる。

また、「医者・病院で」や「健康に関する本から」は高齢層ほど高い。高齢層ほど、専門機関からの情報入手が多いようだ。

表 I-15 性・年齢別「骨粗鬆症」の認知経路

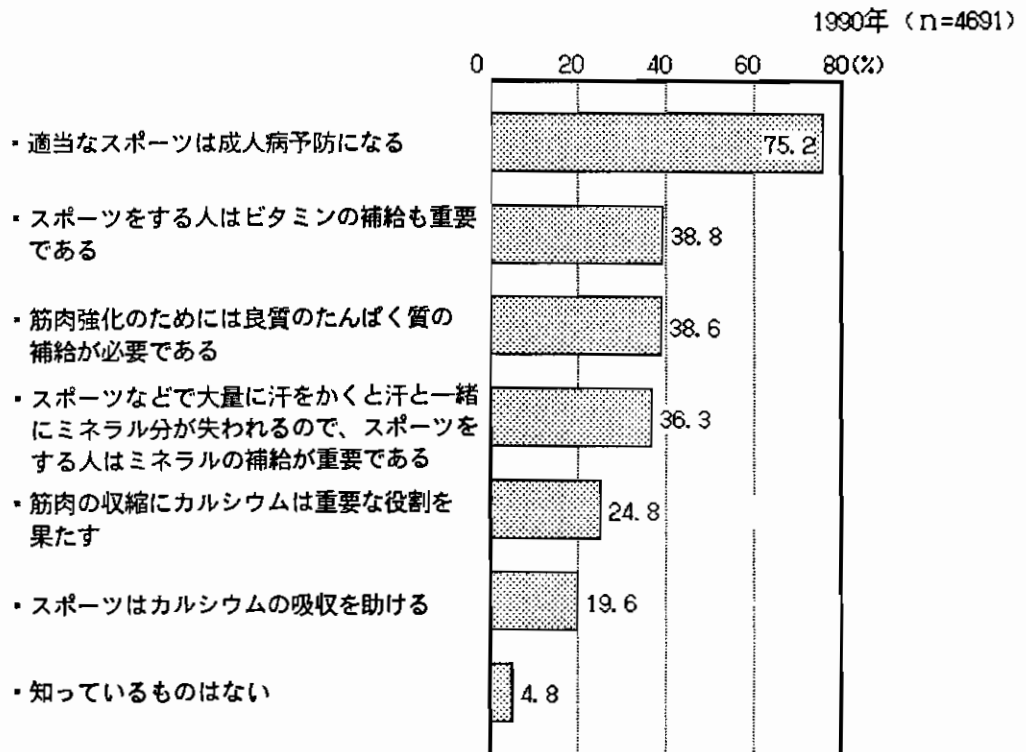
	テレビ	新聞	医者・病院で	雑誌	本から 健康に関する	友人・知人に 聞いて	ラジオ	パ、小冊子 パンフレット	本から 料理に関する	その他	無回答	(n)
全 体	62.6	47.3	29.1	23.0	22.3	15.5	6.7	5.3	3.6	6.0	0.5	2,256
男性：10代	67.2	39.7	13.8	22.4	3.4	13.8	3.4	5.2	-	6.9	-	58
20代	62.2	39.8	19.4	17.3	10.2	6.1	6.1	1.0	1.0	9.2	1.0	98
30代	60.5	51.2	23.5	27.2	17.3	8.6	4.3	6.8	0.6	4.9	0.6	162
40代	62.6	58.5	25.6	23.6	16.4	12.8	7.7	5.1	1.0	3.6	0.5	195
50代	62.0	50.0	24.1	24.7	24.1	16.5	10.1	5.7	2.5	4.4	1.3	158
60才 以上	61.8	45.7	33.3	18.3	28.5	14.0	13.4	8.6	5.4	3.2	-	186
女性：10代	60.2	33.3	15.1	18.3	18.3	18.3	4.3	1.1	2.2	22.6	-	93
20代	58.8	42.7	30.2	31.7	22.6	11.6	2.0	4.0	2.5	11.1	0.5	199
30代	56.8	46.2	31.6	19.5	20.1	14.3	2.4	3.3	3.3	5.2	-	329
40代	70.7	53.7	32.9	28.0	27.0	20.2	8.5	7.5	5.9	5.5	0.3	307
50代	61.6	45.9	31.8	22.0	29.0	18.4	9.4	5.1	6.7	3.5	0.8	255
60才 以上	67.6	43.5	37.5	18.5	25.0	22.7	6.5	6.0	5.1	4.2	0.9	216
男性小計	62.2	49.4	25.1	22.5	19.0	12.3	8.3	5.8	2.1	4.8	0.6	857
女性小計	62.9	46.0	31.5	23.3	24.2	17.5	5.7	4.9	4.6	6.8	0.4	1,399

1.1. スポーツと栄養

先述の牛乳に関する知識の中で、「スポーツをする人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」という意見に対し、『そう思う』（「そう思う」と「ややそう思う」の和）と答えた人が7割と、多かったことを紹介したが、スポーツと栄養についてどの程度の知識が持たれているのだろうか。

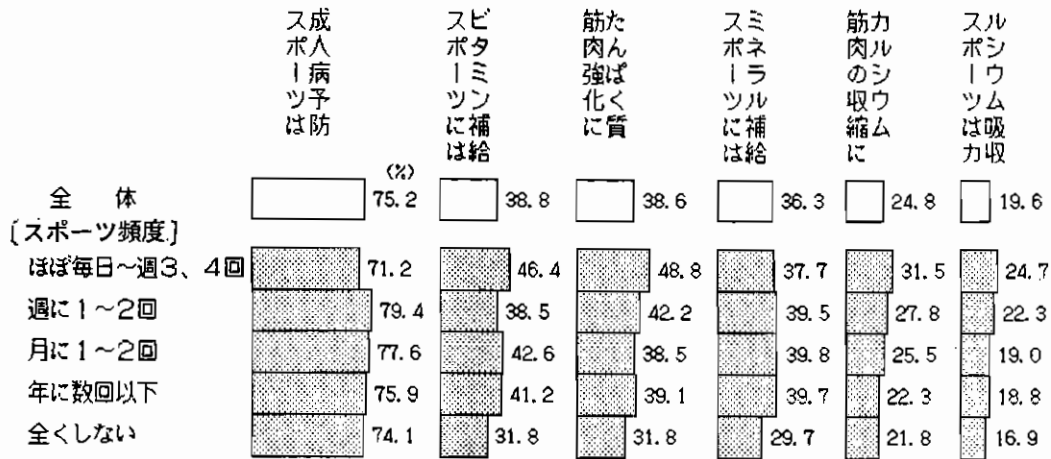
スポーツと栄養に関する項目を6つ提示し、そのような意見を聞いたことがあるかどうかを聞いた。「適当なスポーツは成人病予防になる」ことを知っている人は75%で最も多い。次いで「スポーツする人はビタミンの補給も必要である」と「筋肉強化のためには良質のたんぱく質の補給が必要である」が共に39%、「スポーツをする人はミネラルの補給が重要である」が36%で続いている。スポーツが成人病の予防となることは広く知れ渡っているが、各種栄養源がスポーツに欠かせないことは、あまり知れ渡っていない。スポーツと各種栄養素との関係については、もっと普及活動に力を入れていかなくてはならないだろう。

図I-30 スポーツと栄養について知っている意見



なお、現在スポーツを行う頻度別にみると、スポーツをわずかでもする人に比べ、全くしない人は各項目に回答する率が低い。スポーツをしない人にこそ、スポーツと栄養に関する知識を得てもらい、積極的にスポーツを行うよう推進していくとよいだろう。

図 I-31 スポーツ頻度別スポーツと栄養について知っている意見



II 牛乳購入の実態

1. 購入頻度と購入量

本章から、世帯別に牛乳の購入がどのように行なわれているかをみるとする。

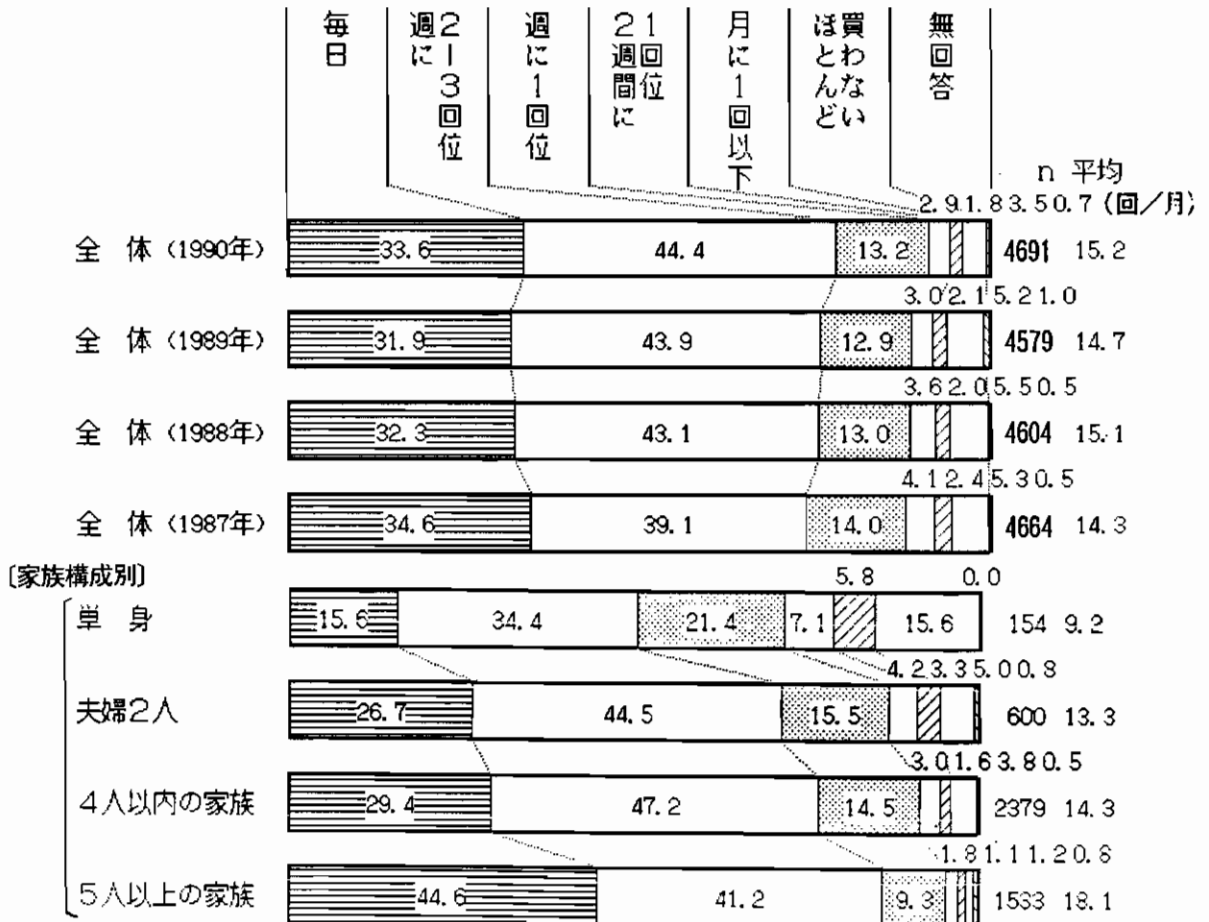
回答者は調査対象世帯の主婦である。単身世帯等では本人である。

1) 購入頻度

まず、牛乳購入頻度をみると、毎日購入する人は34%、週に2~3回購入する人は44%であり、前回に比べ、週に2回以上購入する世帯がわずかに増加した。1ヶ月(30日)の平均購入回数を算出すると、15.2回であり、前回の14.7回よりわずかに上昇した。

家族構成別にみると、家族人数が多いほど、牛乳を頻繁に購入している。

図II-1 牛乳購入頻度



主婦属性別にみると、今回は特に、専業主婦の50才以上で伸びがみられ、専業主婦では年代による差はみられなくなった。有職主婦では30代・40代の伸びが大きく、この年齢層と29才以下及び50才以上の層との差が広まった。単身・その他の世帯では、全体的に購入頻度が低い、40代を中心に平均頻度の伸びがみられる。

地域別にみると、北海道の平均購入頻度が最も低い。前回との伸び率をみると、東北、関東、中部・北陸地域で1ポイントほど伸びているのに注目できる。

都市規模別では、前回までは都市規模が小さいほど、購入頻度が高かったが、今回は規模の大きな所ほど伸びが大きい。都市規模による牛乳の購入頻度の差はなくなりつつあるようだ。

表Ⅱ-1 主婦属性別牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2
専業主婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1
	30代	15.5	16.2	16.0	15.8
	40代	15.5	15.8	15.1	15.2
	50才～	13.8	14.6	14.8	15.4
有職主婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0
	30代	15.6	16.7	15.2	16.4
	40代	14.8	15.4	15.1	16.0
	50才～	13.6	15.2	14.3	14.6
単身・その他	～29才	7.8	8.4	8.2	8.7
	30代	9.2	10.7	9.1	10.1
	40代	10.5	8.3	10.4	15.2
	50才～	11.3	11.9	11.7	12.1

表Ⅱ-2 地域別・都市規模別牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

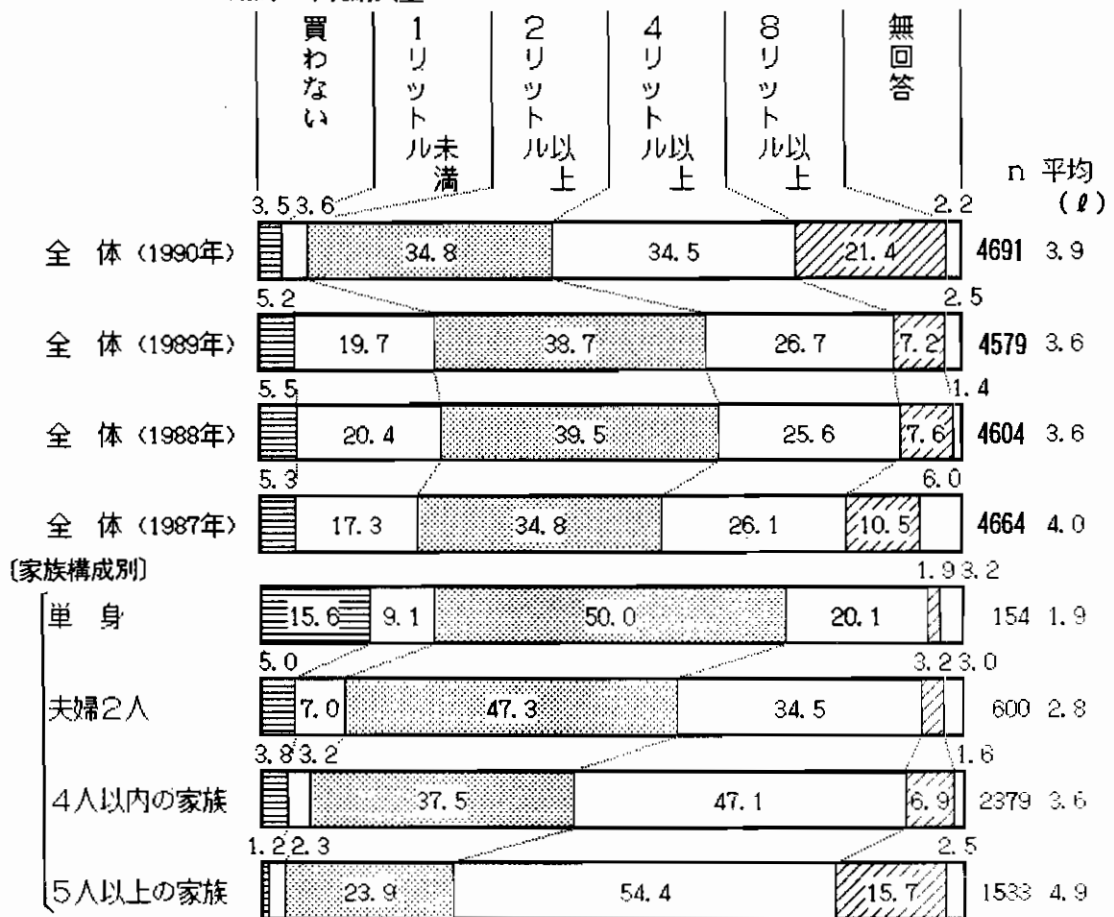
		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2
地域別	北海道	11.1	12.5	12.8	11.7
	東北	13.7	14.2	15.3	16.4
	関東	13.8	14.7	13.9	14.5
	中部・北陸	15.1	15.7	15.2	16.3
	近畿	14.9	15.6	15.8	16.0
	中国	15.1	16.7	15.2	15.5
	四国	16.5	16.4	18.1	14.6
	九州	14.3	15.2	14.2	15.2
	都市規模別	12大都市	14.0	14.9	14.2
15万上市	13.8	14.5	14.1	15.0	
5万上市	14.0	15.0	15.1	14.6	
5万未満市	14.4	16.0	15.1	15.6	
郡 部	15.5	15.9	15.4	15.9	

2) 購入量

次に、牛乳の購入量をみていこう。1世帯の1週間当たりの購入量は、平均3.9ℓである。これは前回の3.6ℓよりやや増えている。この原因としては、過去3回にわたり2割前後みられた「1ℓ未満」購入していた率が今回は4%に下がり、代わりに「4ℓ以上」の層が増加したことによると考えられる。

家族構成別にみると、家族数が多いほど、大量に買う人が多い。家族人数が多いほど、頻繁に買い、それが大量購入につながっていることがわかる。

図II-2 1週間の牛乳購入量



なお、1987年の数値は購入量をリットル単位の整数で答えたものであるが、1988年より、リットル単位の小数点以下1位までで答えている。これは、より精密な数値を得るための措置であり、今回もこの方法をとっている。

主婦属性別にみると、専業主婦・有職主婦ともに、30代・40代の購入量が他の層に比べ、かなり多い。時系列で比較すると、専業主婦では30代、有職主婦では40代の増加が著しい。

家族構成別の時系列変化をみると、単身・その他の伸び率が最も高い。ひとり暮らしの人も健康を気づかって牛乳を買うようになってきたようだ。

地域別では前回とほぼ同様の傾向がみられる。伸び率では関東と九州が他に比べやや高い。都市規模別ではほとんど差がないが、郡部での伸びが著しい。

表Ⅱ-3 主婦属性別・家族構成別牛乳購入量
(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9
専 業 主 婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6
	30代	4.7	4.2	4.2	4.7
	40代	4.8	4.2	4.0	4.1
	50才～	3.4	2.9	3.1	3.4
有 職 主 婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9
	30代	4.9	4.2	4.0	4.2
	40代	4.2	3.8	3.7	4.4
	50才～	3.4	3.1	3.3	3.3
家 族 構 成	単身・他	2.3	1.3	1.4	1.9
	夫婦2人	3.2	2.4	2.5	2.8
	4人以上	4.0	3.4	3.4	3.6
	5人以上	5.2	4.4	4.5	4.9

表Ⅱ-4 地域別・都市規模別牛乳の購入量
(単位 ℓ/週)

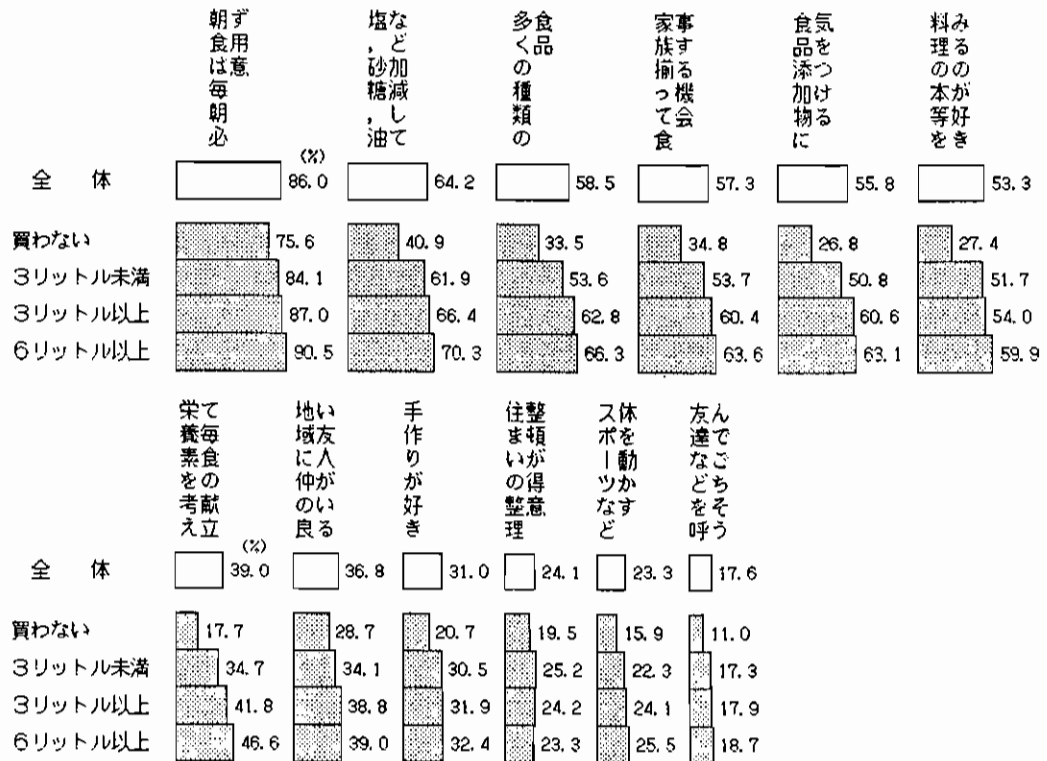
		1987年	1988年	1989年	1990年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2	3.3
	東北	3.8	3.4	3.8	4.1
	関東	4.2	3.8	3.7	4.1
	中部・北陸	4.2	3.4	3.5	3.8
	近畿	4.1	3.6	3.6	3.6
	中国	3.6	3.6	3.5	3.8
	四国	4.9	3.0	3.9	3.8
	九州	4.0	3.4	3.3	3.7
	都市規模別	12大都市	4.0	3.7	3.6
	15万以上市	4.2	3.5	3.5	3.9
	5万以上市	3.9	3.5	3.7	3.8
	5万未満市	3.8	3.7	3.6	3.7
	郡 部	4.1	3.5	3.5	4.0

3) 購入量と健康への気くばり

家族の健康に対する主婦の配慮の度合いは、牛乳の購入量によって、どのように異なるかをみるために、健康に対する配慮に関する12項目について自分にあてはまるかどうか聞いた。

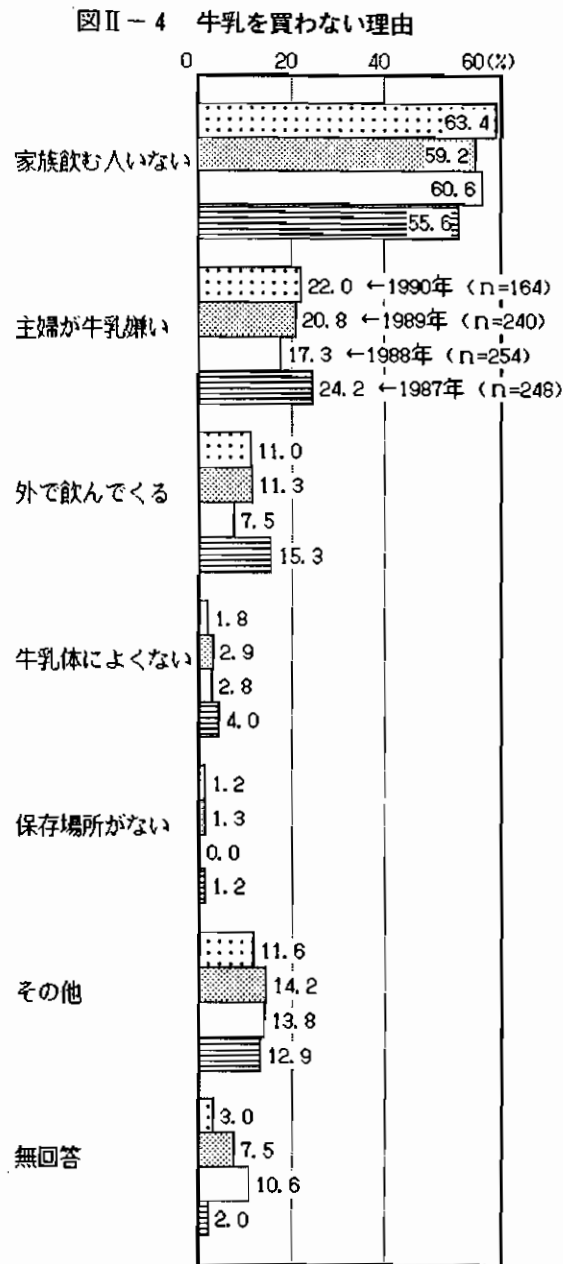
ほとんどの項目において、牛乳の購入量の多い世帯ほど、あてはまると答える率が高く、主婦が家族の健康に注意を払っていることがわかる。つまり、家族の健康管理に気をつけている主婦ほど、牛乳をたくさん購入し、利用しており、牛乳購入量はよい主婦のバロメーターとなると言えよう。

図II-3 牛乳購入量別健康管理への配慮



4) 牛乳を買わない理由

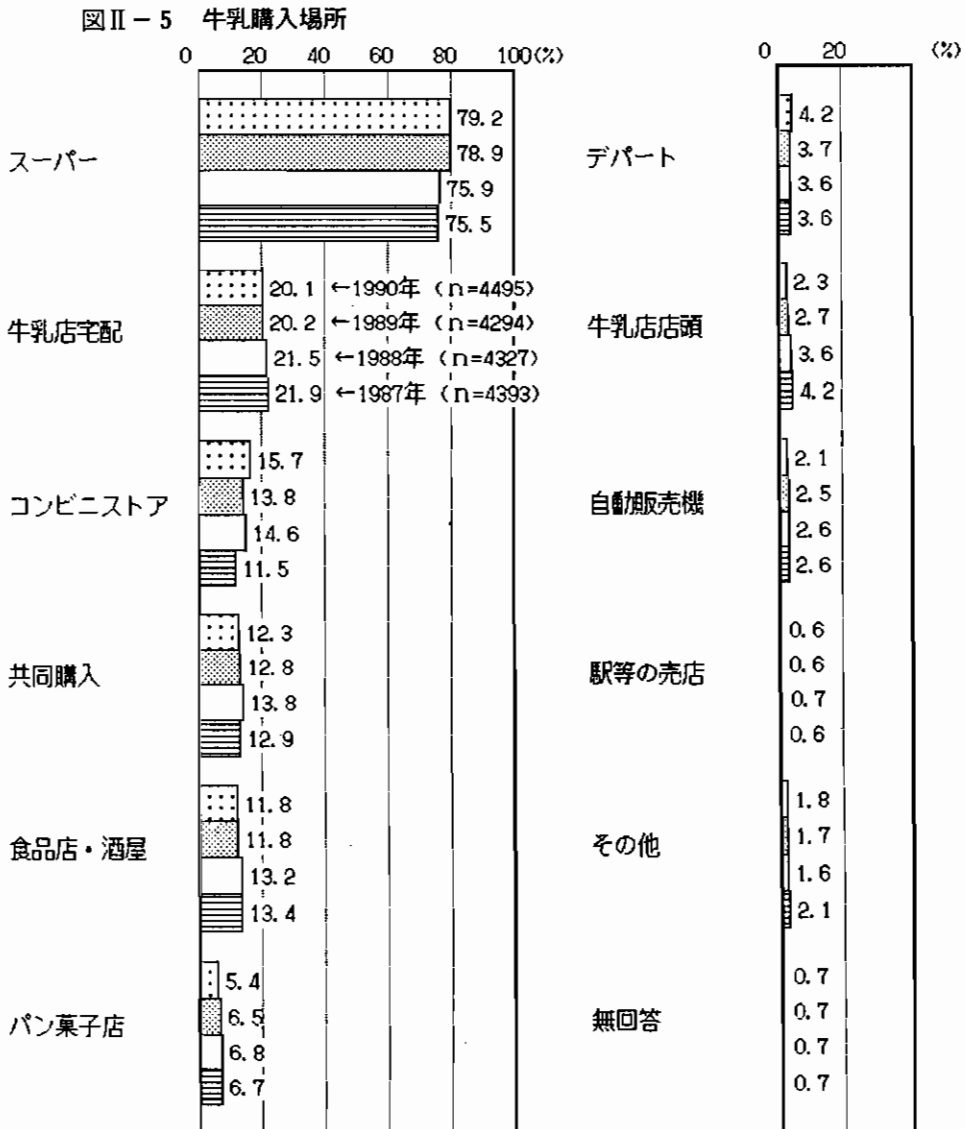
牛乳をほとんど買わない世帯の主婦に対し、なぜ買わないのか、その理由を聞いたところ、「家族に飲む人がいないから」が63%と最も多く、次いで「主婦が牛乳が嫌いだから」(22%)、「家で牛乳を飲まなくても、外で飲んでくるから」(11%)の順になっている。この順序は過去2回と変化はない。ただし、「家族に飲む人がいないから」が前回に比べやや増えている点が気になる。



2. 購入場所

最近1ヶ月間に牛乳を買った店を聞いたところ、「スーパー」を利用して
いる人が79%で最も高い。次いで、「牛乳店からの宅配」が20%である
が、「スーパー」に比べ、4分の1に過ぎない。

時系列でみると、「スーパー」や「牛乳店からの宅配」は、ほとんど変化
がないが、「コンビニエンスストア」でわずかに伸びている点に注目できる。



都市規模別にみると、「スーパー」や「コンビニエンスストア」などは、規模が大きいほど利用率が高く、「牛乳店からの宅配」「一般食料品店・酒屋」は規模が小さいほど利用されている。

主婦の属性別では、単身・その他は「コンビニエンスストア」の利用が主婦に比べ多い。若い主婦ほど「スーパー」や「コンビニエンスストア」の利用が多い。「牛乳店からの宅配」は、高齢層の主婦が多い。

表Ⅱ-5 牛乳購入場所

		スーパー	牛乳宅配	コンビニエンスストア	共同購入	倉庫・酒屋	パン菓子店	(n)
全体		79.2	20.1	15.7	12.3	11.8	5.4	4,495
都市規模別	12大都市	80.4	15.3	24.0	12.9	9.2	7.2	932
	15万以上市	82.4	18.0	15.0	11.3	9.7	5.3	1,283
	5万以上市	80.5	16.6	14.4	13.7	10.4	5.4	883
	5万未満市	81.5	25.0	12.0	13.3	11.4	4.5	308
	都部	72.9	27.9	11.5	11.7	17.6	4.1	1,089
主婦属性別	専業主婦	79.6	19.6	14.9	13.3	12.0	5.5	2,404
	有職主婦	79.7	21.1	15.6	12.0	12.1	5.3	1,841
	単身・その他	72.4	16.4	24.0	5.2	7.6	5.2	250
	20代以下	82.3	12.9	31.1	9.3	10.1	6.8	396
	30代	81.4	20.1	17.7	19.4	12.7	5.9	1,055
	40代	81.4	19.5	16.0	13.4	11.8	4.9	1,497
	50代以上	74.8	22.5	10.1	7.3	11.5	5.0	1,529

		デパート	牛乳店頭	自販機	販売の店	その他	無回答	(n)
全体		4.2	2.3	2.1	0.6	1.8	0.7	4,495
都市規模別	12大都市	3.2	2.5	2.5	0.8	1.7	0.3	932
	15万以上市	4.8	1.9	2.3	0.5	1.1	0.5	1,283
	5万以上市	4.1	1.7	1.0	0.8	1.9	0.3	883
	5万未満市	7.1	1.3	1.3	0.6	0.6	1.6	308
	都部	3.4	3.5	2.7	0.6	2.9	1.2	1,089
主婦属性別	専業主婦	4.5	2.5	1.7	0.5	1.6	0.7	2,404
	有職主婦	3.8	2.3	2.5	0.7	2.0	0.7	1,841
	単身・その他	3.2	1.2	2.8	2.0	2.8	0.4	250
	20代以下	4.5	0.5	3.0	0.8	1.3	0.8	396
	30代	4.7	2.0	2.2	0.7	2.7	0.7	1,055
	40代	4.3	2.3	1.8	0.4	1.9	0.4	1,497
	50代以上	3.6	3.1	2.2	0.9	1.3	0.9	1,529

3. 価格意識

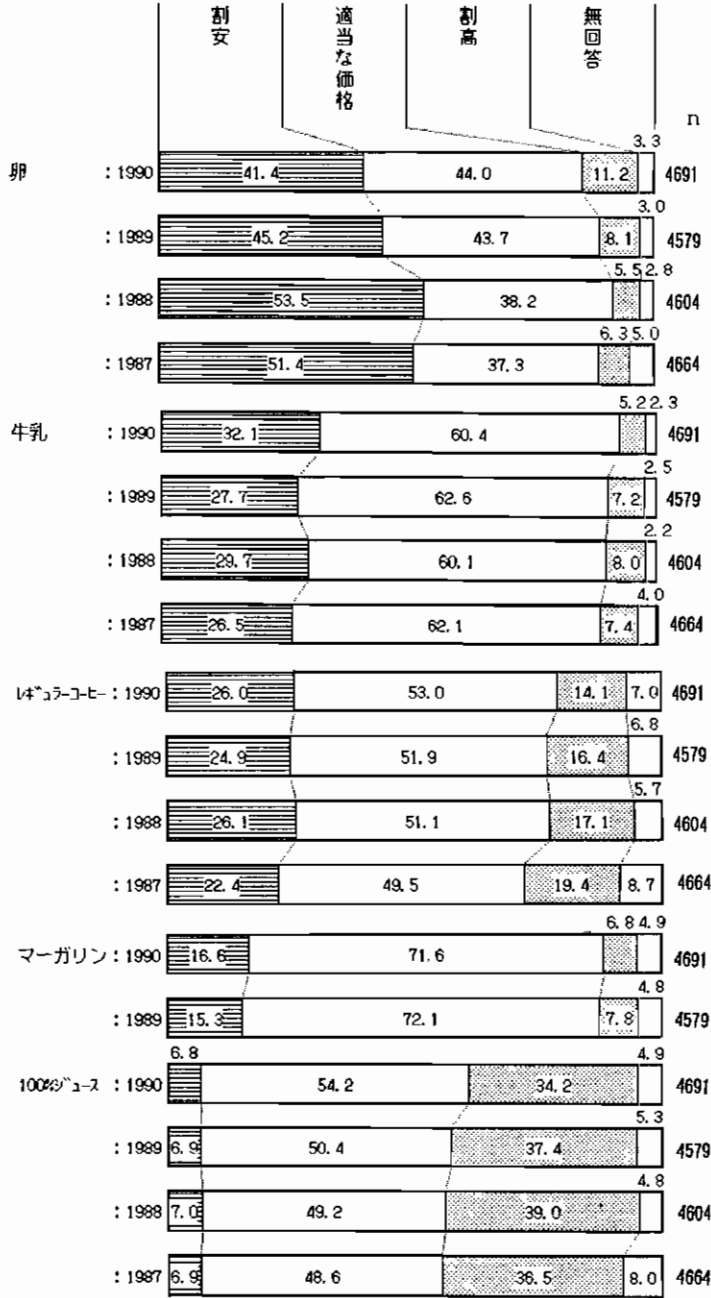
牛乳や他の日常食品について、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えて、割安か、割高かを聞いた。今回は機能性飲料を加え、10種類の食品で比較をおこなったところ、割安感が最も高いものは「卵」であり、41%が割安と考えている。ただし、年々割安感を感じる率が減っている。

次いで「牛乳」の割安感が高く、32%の人が割安と感じている。価格が適当であるとする人が60%と多いのに対し、割高とする人は5%にすぎない。時系列でみると、牛乳については割安感はやや高くなってきている。

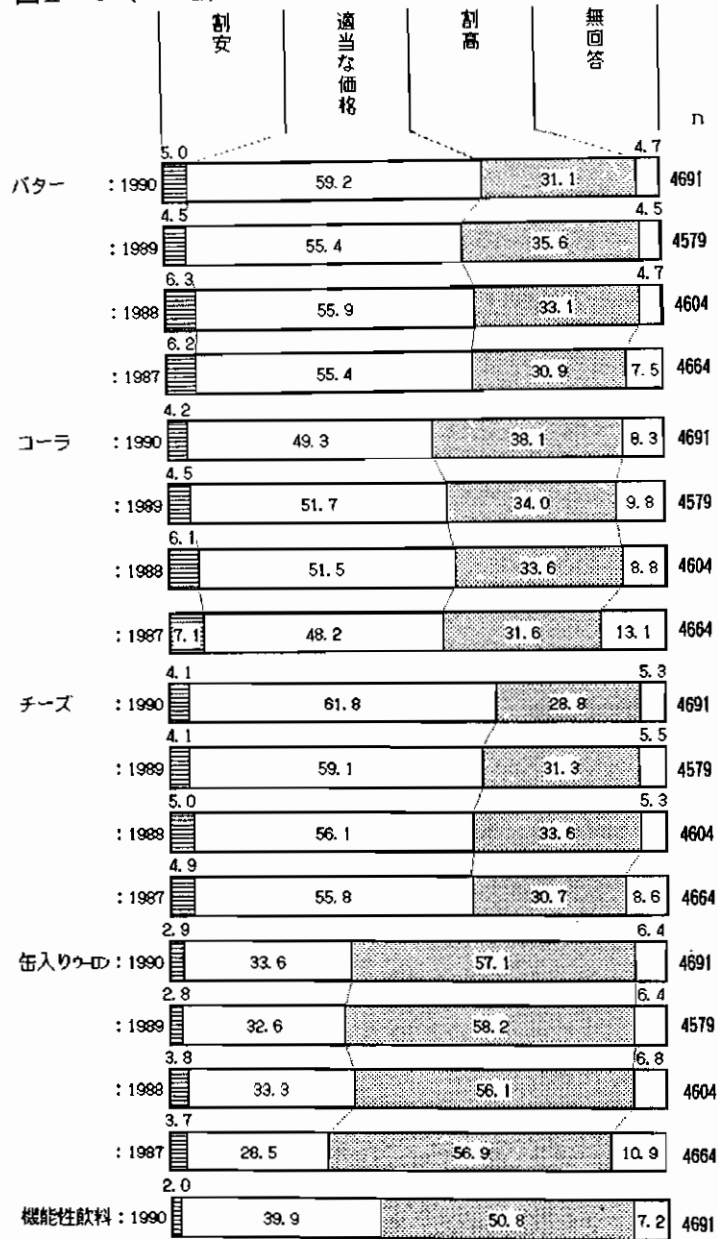
「バター」や「チーズ」は割高感が3割と高い。「100%果汁ジュース」の割高感も34%と高いが、やや減少傾向にある。

「機能性飲料」は割高感が51%と高く、この10種類の中では「缶入りウーロン茶」に次いで、2番めに高い。「機能性飲料」は健康イメージが高い飲物ではあるが、価格の点で普及に歯止めがかかっているようだ。

図Ⅱ-6 価格意識



図Ⅱ-6 (つづき)



Ⅲ 食べる牛乳

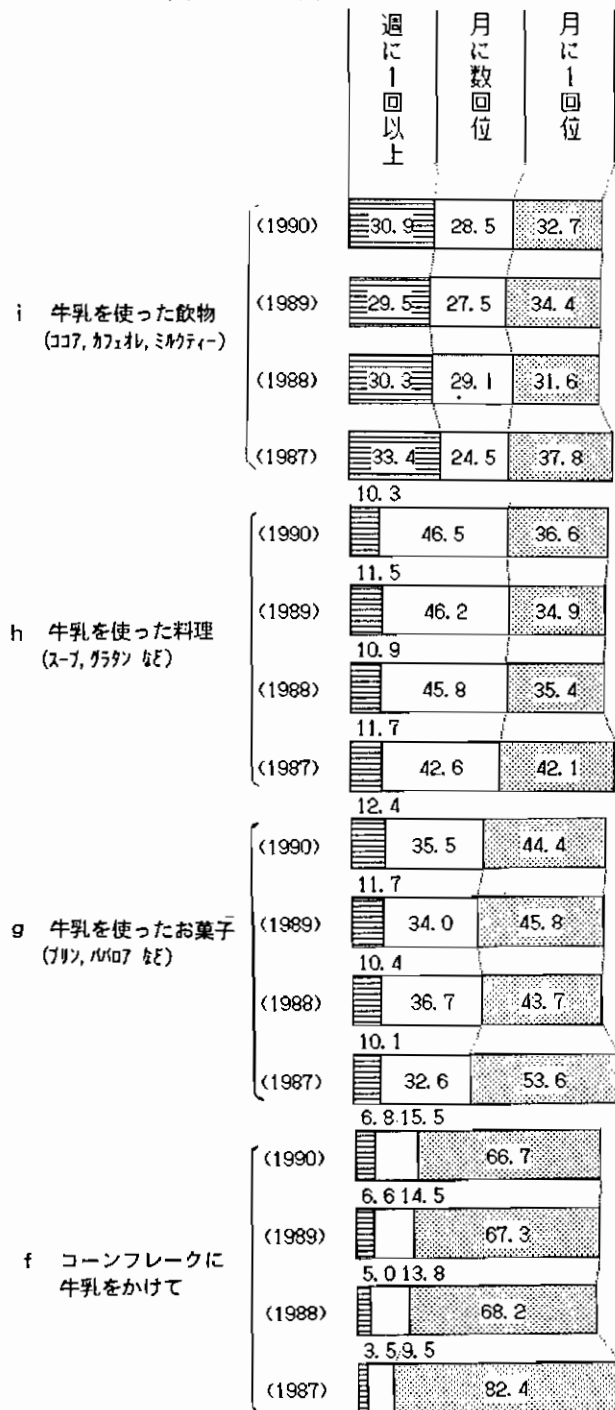
1. 牛乳料理の摂取頻度

牛乳を使った料理や飲みものはどれくらいの頻度で食されているのだろうか。いくつかのメニューをあげて聞いた。

この中で、最も頻度が高いものは、カフェオレ、ココア、ミルクティーなどの「牛乳を使った飲みもの」であり、31%が週に1回以上飲んでいる。「牛乳を使った料理」やプリン、ババロアなどの「牛乳を使ったお菓子」は食用頻度が低く、前回と比べても、大きな増加はみられない。

「コーンフレークス」は、食用頻度自体は低いですが、年々微増している。今後の動きに注目する必要がある。

図Ⅲ-1 牛乳料理の摂取頻度

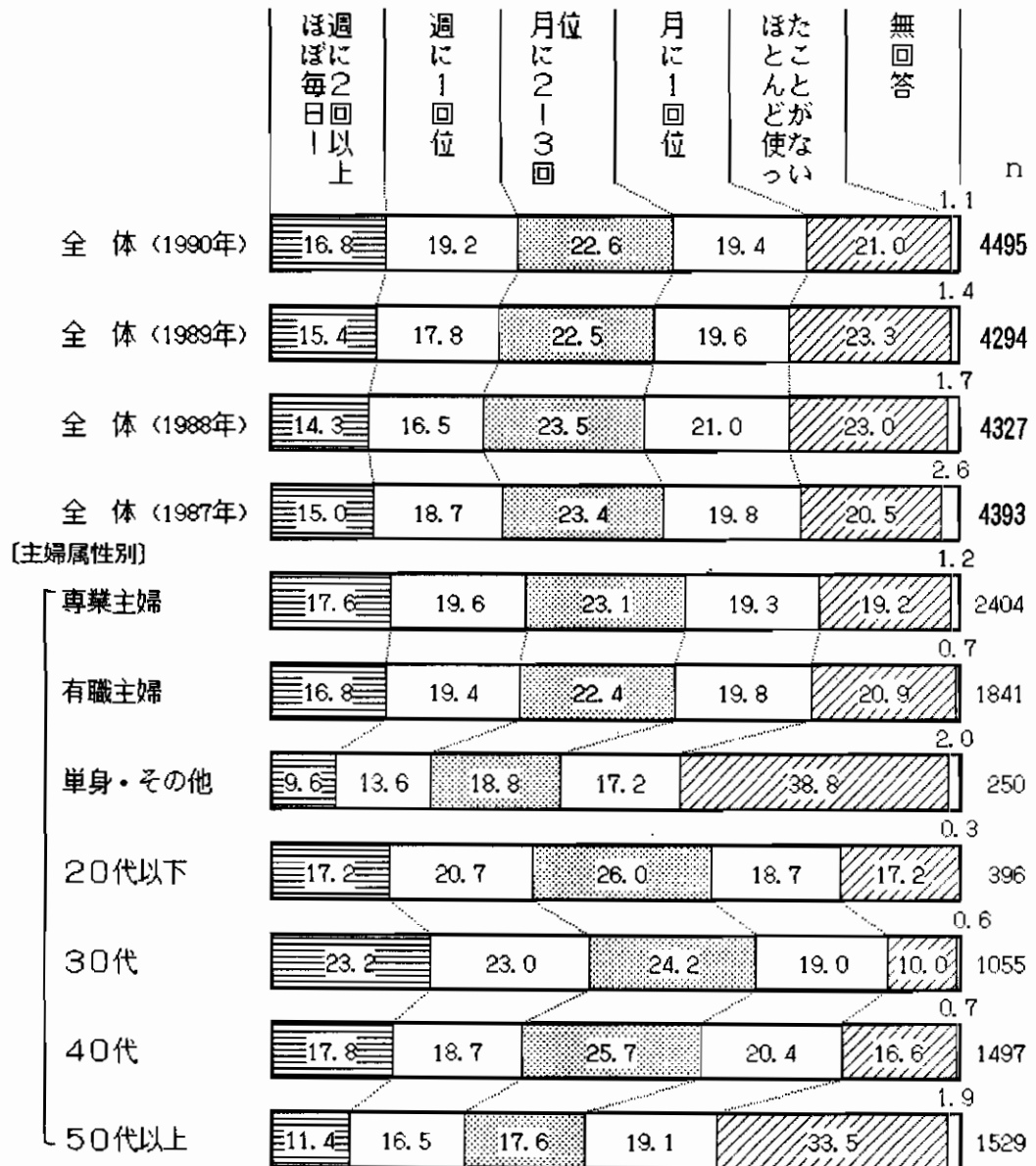


2. 牛乳を料理に使う頻度

また、牛乳を料理に使う頻度を具体的に聞くと、週に2回以上使う世帯は17%、週に1回位使う世帯は19%である。この2つをたして、週に1回以上使っている世帯をみると、36%であり、この3年間微増している。

主婦属性別に比べると、専業主婦の方が、有職主婦より、若干使う頻度が高い。年代別にみると、30代の使用頻度が最も高く、それ以上は年令が上がるに従って、頻度が下がっている。高齢の主婦にもなじむような、料理の紹介をしていくことが望まれる。

図Ⅲ-2 牛乳を料理に使う頻度

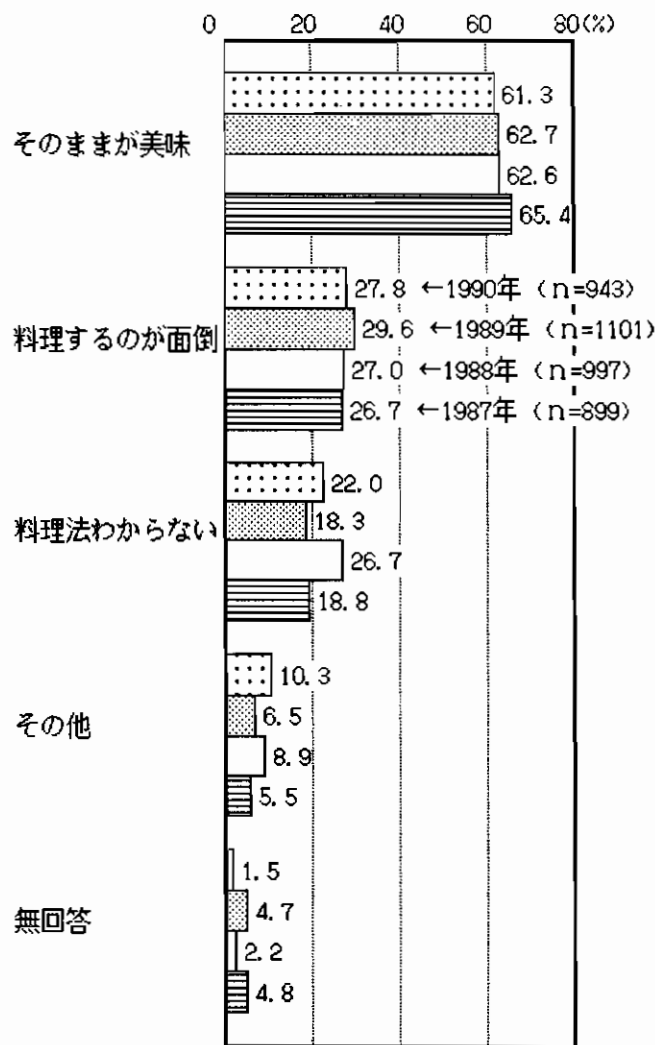


3. 牛乳を料理に使わない場合の理由

牛乳をほとんど料理に使わない世帯に対して、どうして牛乳を料理に使わないのか、その理由を聞いた。

すると、牛乳を「そのまま飲んだ方がおいしい」が61%で最も多い。しかし、時系列でみるとわずかずつ減っている。また、「料理をするのがめんどう」「料理のしかたがわからない」という理由は、「そのままの方がおいしい」の3分の1ほどに過ぎないが、年々減少はしていない。

図Ⅲ-3 料理に牛乳を使わない理由



主婦属性別にみると、「料理のしかたがわからない」は、専業主婦では、年齢差はみられないが、有職主婦では年齢が低いほど高い。料理の経験も浅く、忙しい有職主婦にも、手早く簡単に作れる料理を紹介していく必要があるだろう。

表Ⅲ－１ 主婦属性別料理に牛乳を使わない理由

		料理法 わからない	美味 そのままか	面倒 料理するの	(n)
全 体		22.0	61.3	27.8	943
専 業 主 婦	20代以下	26.3	57.9	31.6	19
	30代	21.6	68.6	23.5	51
	40代	22.6	63.1	25.0	84
	50代以上	21.4	64.5	24.7	304
有 職 主 婦	20代以下	22.2	61.1	27.8	18
	30代	35.6	53.3	31.1	45
	40代	17.4	65.8	21.9	155
	50代以上	18.5	61.7	30.2	162
単 身 ・ 他	20代以下	25.8	41.9	45.2	31
	30代	20.0	20.0	90.0	10
	40代	20.0	50.0	20.0	10
	50代以上	37.0	45.7	41.3	46

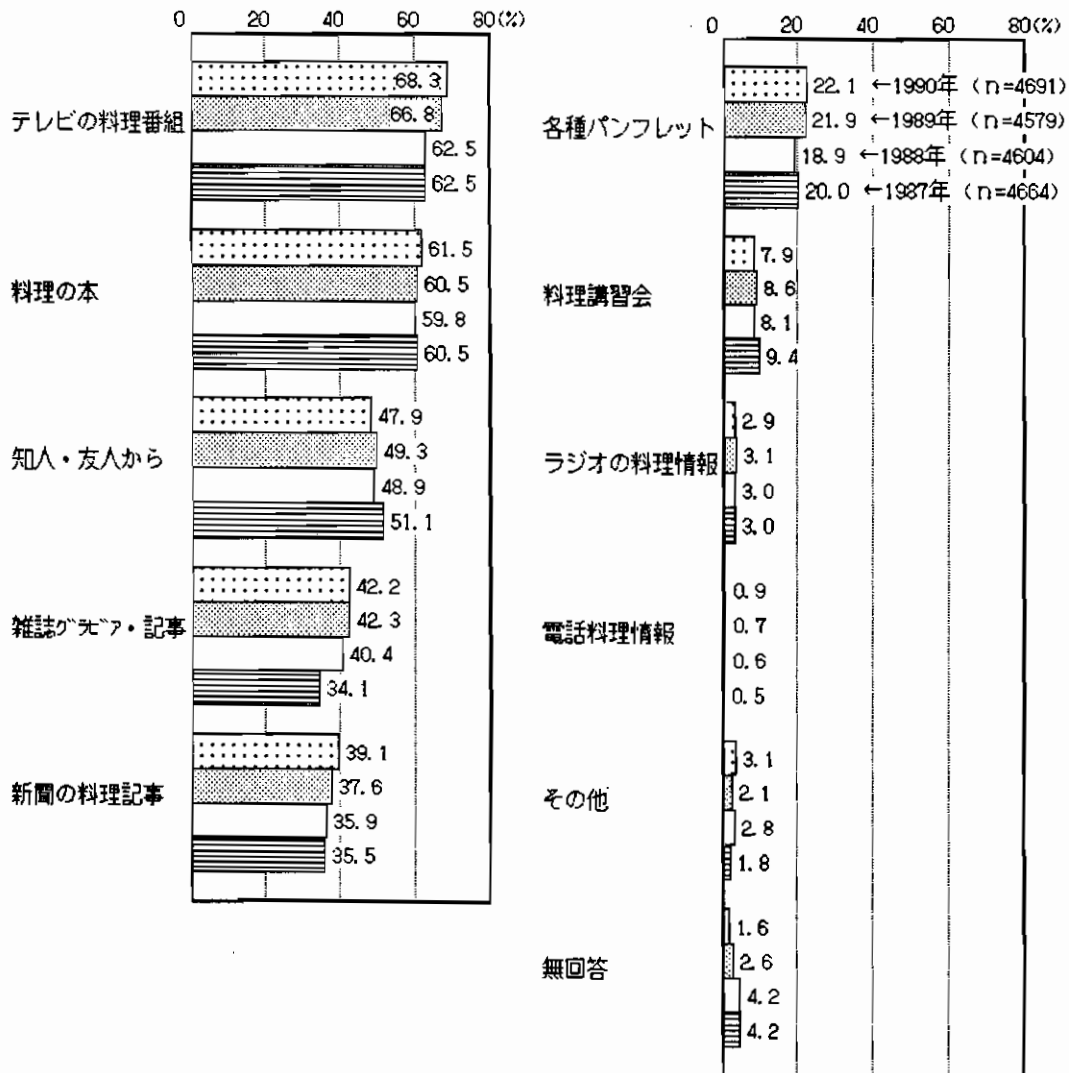
4. 料理情報の入手経路

では、主婦はどんなところから料理の情報を得ているのだろうか。

料理情報を得ている媒体は、「テレビの料理番組」が68%で最も多く、次いで「料理の本」が62%で多い。また、「知人・友人から」のクチコミも48%と半数近くの人が利用している。「新聞」や「雑誌」の料理記事もよく利用されており、これらの文字や写真を中心とするマスメディア媒体が料理情報には有効であることがわかる。

時系列でみると、「テレビの料理番組」と「新聞の料理記事」では増加傾向がみられる。昨年から引き続き、グルメブームの影響がでているのだろう。

図Ⅲ-4 料理情報の入手経路

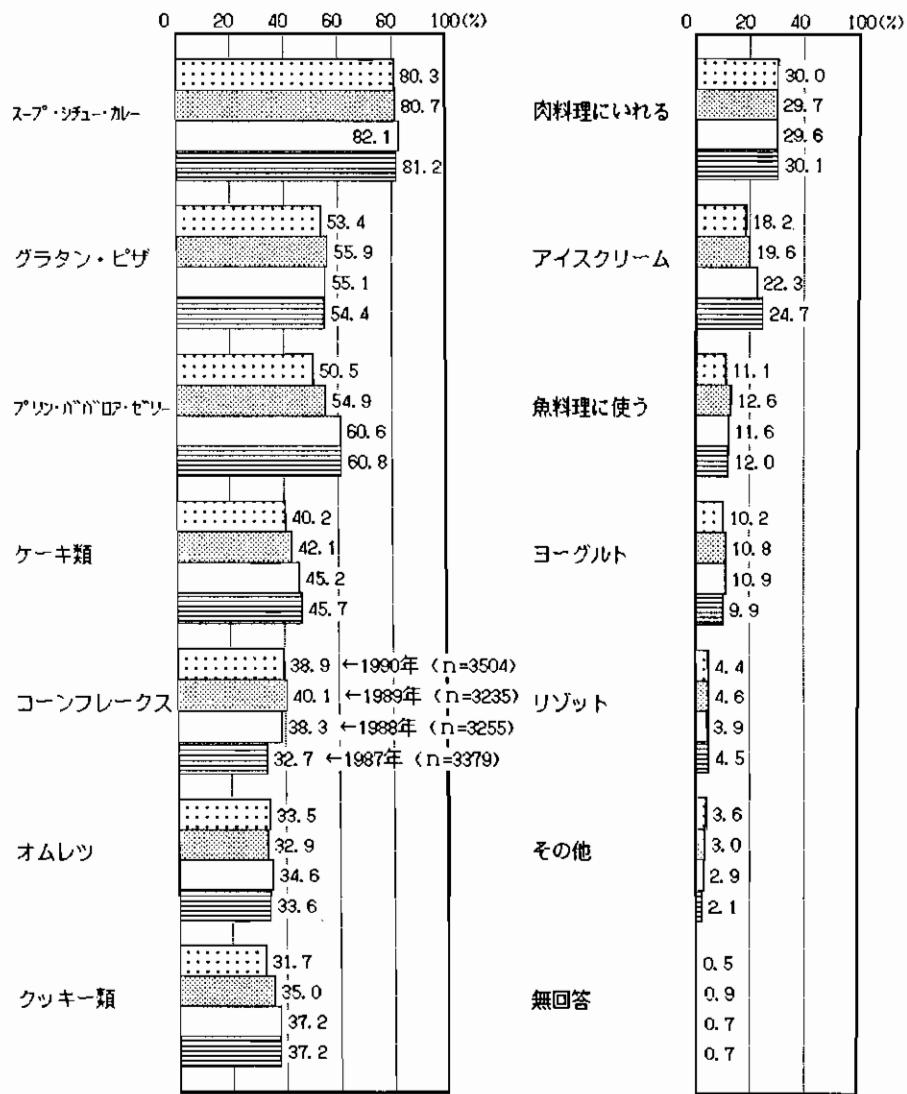


5. 料理法

牛乳を使った料理としては、どのような料理がつけられているのだろうか。作ったことのある料理を聞いたところ、最も多く作られているメニューは、「スープ・シチュー・カレー」であり、80%もの世帯で作られている。次いで、「グラタン・ピザ」「プリン・ババロア・ゼリー」の順に多い。

時系列でみると、「プリン・ババロア・ゼリー」や「ケーキ類」「クッキー類」「アイスクリーム」といったお菓子類が作られる割合が下がっている。これはダイエットブームの影響ではないだろうか。牛乳や乳製品を使った甘くないダイエットメニューの開発・普及が必要だろう。

図Ⅲ-5 作ったことのある牛乳料理



IV 乳製品等に対する意識

1. 乳製品等の位置づけ

チーズ、バター、ヨーグルト及びマーガリンについての好き嫌い、家庭での常備や利用状況を聞いた。

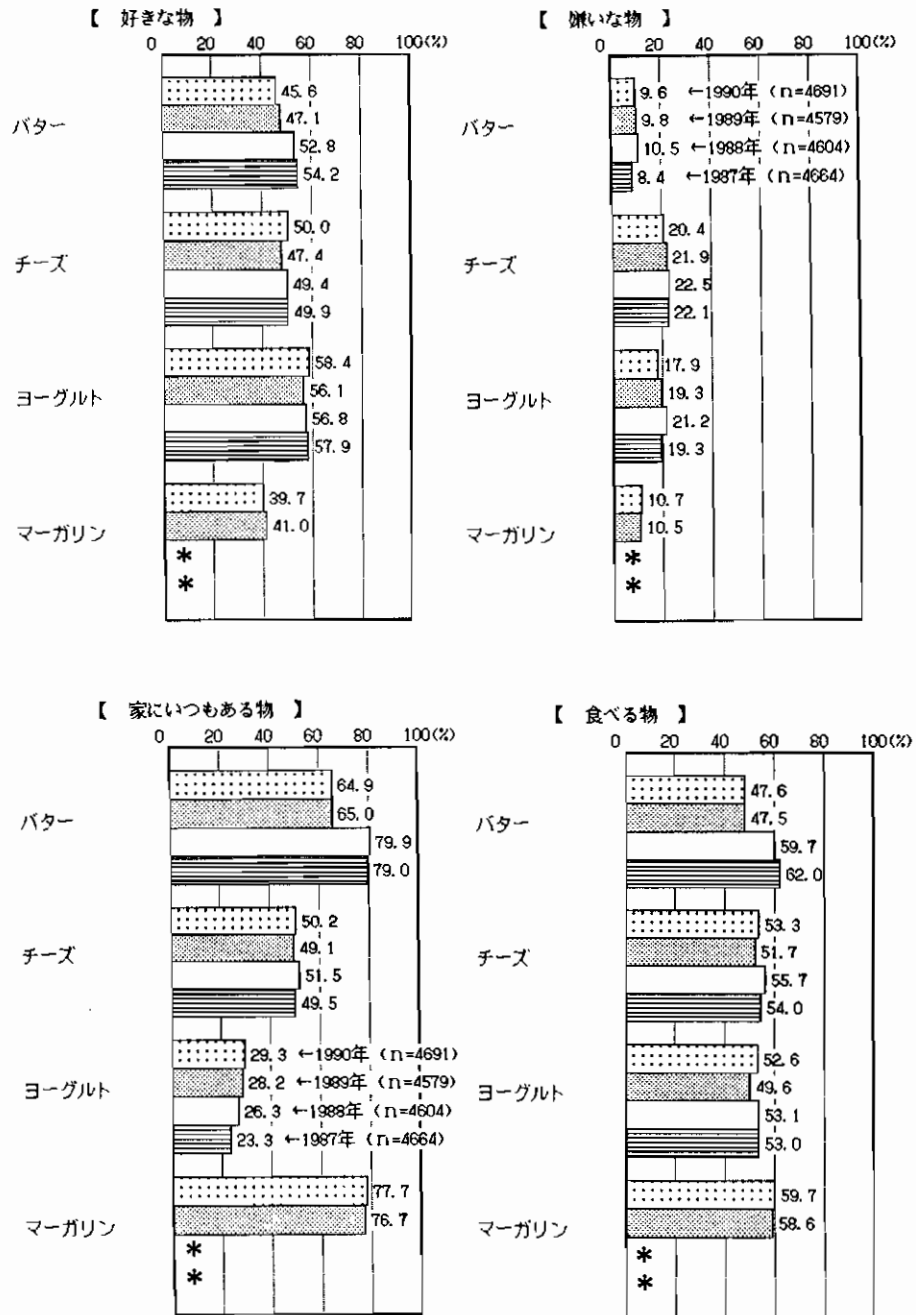
まず、好き嫌いをみると、ヨーグルトを好きな人が58%で最も高く、次いでチーズ(50%)、バター(46%)を好きな人が多い。マーガリンを好きな人は40%であり、他の3品目に比べると、やや低い。なお、バターを好きな率は年々減少傾向にある。

次に、家での常備率をみると、マーガリンが最も高く78%、次いでバターが65%である。ヨーグルトは、常備率は29%であり、特に高くはないが、年々増加傾向がみられる。

また、実際に食べる率はチーズとヨーグルトは53%でほぼ同率であるが、マーガリンは60%と、他3品目よりやや高い。

※「マーガリン」は1989年より、項目に加えた。このため、それ以前のバターのデータには「マーガリン」との混同があった可能性も考えられる。

図IV-1 乳製品等の位置づけ



好きな率を年齢別にみると、チーズはどの年齢の人にも好まれている。これに対し、バターやマーガリンは10代には好まれていない。また、ヨーグルトは若い人には好まれるが、中高年にはあまり好まれていない。もっと中高年にもヨーグルトに親しんでもらうよう工夫が必要だろう。

表IV-1 乳製品等の位置づけ [好きなもの]

		バター	チーズ	ヨーグルト	マーガリン	無回答	(n)
全 体		45.6	50.0	58.4	39.7	8.4	4,691
男 性	10代	33.8	55.5	76.8	36.0	4.0	272
	20代	52.3	62.8	63.2	36.8	7.9	277
	30代	51.9	55.2	53.3	37.8	7.2	362
	40代	49.4	53.6	44.5	39.2	10.0	431
	50代	45.6	48.6	42.2	34.0	12.8	329
	60才以上	48.3	50.6	35.8	39.9	12.8	358
	女 性	10代	36.2	50.8	85.8	31.6	1.9
20代		44.4	57.6	78.5	37.0	3.2	441
30代		48.2	52.8	68.8	47.9	3.7	568
40代		46.1	43.2	56.6	42.7	8.3	518
50代		45.3	38.6	55.4	42.7	9.9	433
60才以上		41.7	36.7	41.7	42.2	20.1	379
小 計		男性小計	47.4	54.1	51.1	37.5	9.4
	女性小計	44.3	46.9	64.0	41.4	7.6	2,662

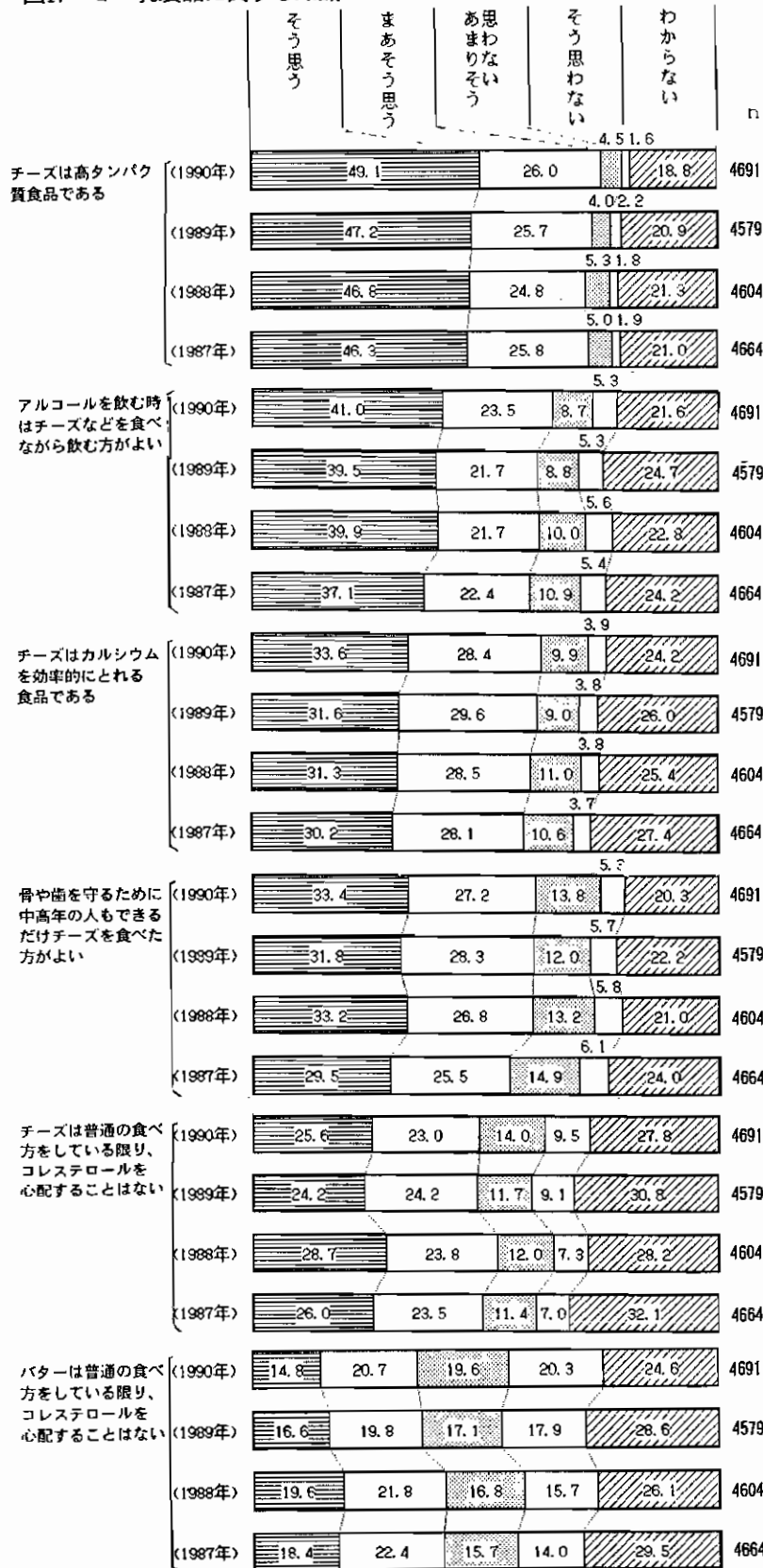
2. 乳製品に対する知識

乳製品に対する知識は、牛乳に比べ「わからない」という反応が多く、牛乳ほどには理解されていないようだ。

ここにあげた項目の中で、最もよく理解されていたのは、「チーズは高タンパク質食品である」であり、『そう思う』（「そう思う」と「まあそう思う」の和）は75%と高い。次いで「チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である」と「アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい」が、6割でほぼ並んでいる。なお、この2点については年々『そう思う』率が高まっている。乳製品とカルシウムの関係やアルコールとの関係が理解されつつあるようだ。

また、チーズ及びバターとコレステロールとの関係はそれぞれ『そう思う』率が5割に満たない。特にバターとコレステロールとの関係については、年々『そう思う』率が下がっている。今後はコレステロールなどを中心とした普及活動にも力を入れていく必要があるだろう。

図IV-2 乳製品に関する知識



3. 乳製品等の利用状況

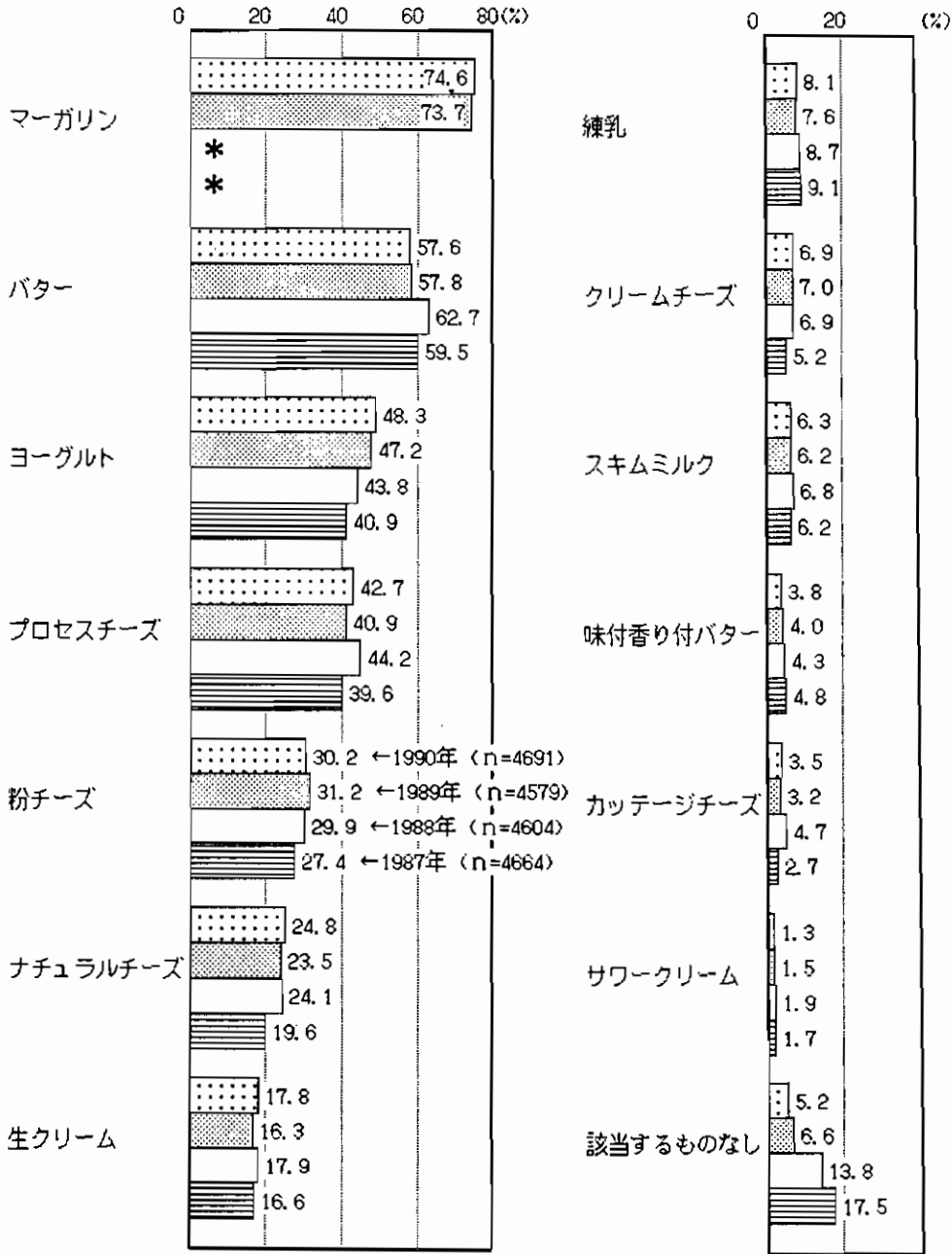
乳製品等とはどんなものが利用されているだろうか。世帯の主婦に聞いた。

まず、『現在よく利用しているもの』で最も多いものは「マーガリン」であり、75%の世帯で使われている。その他「バター」「ヨーグルト」「プロセスチーズ」「粉チーズ」などが30%以上の家庭で利用されている。時系列で見ると、「ヨーグルト」と「ナチュラルチーズ」は年々利用率が微増している点に注目できる。

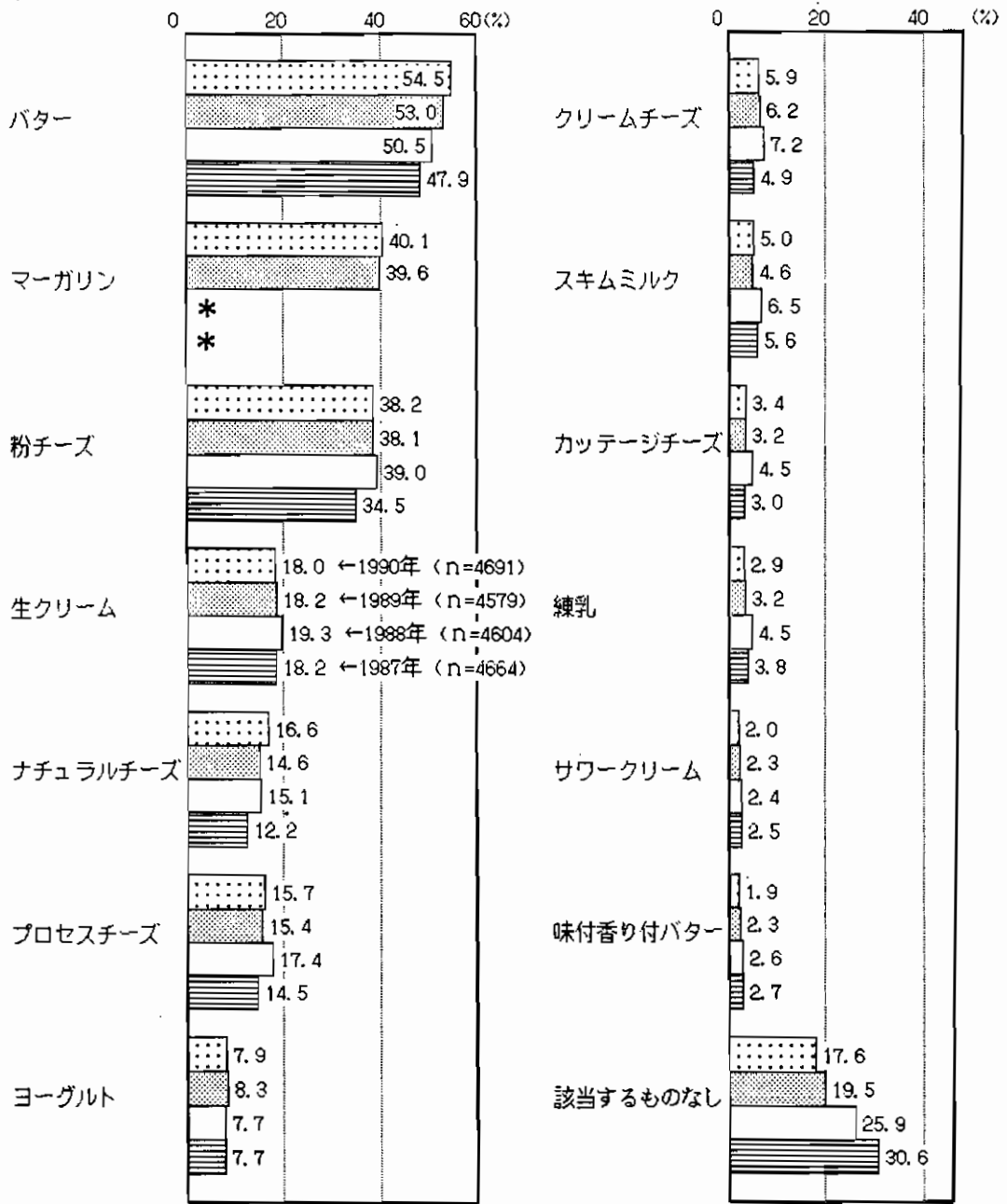
次に『家庭で料理に入れて使っているもの』を聞くと、「バター」が53%と最も多く、年々その利用率が上がっている。次いで「マーガリン」「粉チーズ」が、3割以上の利用率となっている。その他の乳製品の料理への利用率は2割未満に過ぎない。ただし、「該当するものなし」の割合が年々減少しており、乳製品を料理に使う割合は高くなってきていることがわかる。また、「ナチュラルチーズ」の利用率が年々高くなってきている点にも注目できる。

※「マーガリン」は1989年より、項目に加えた。このため、それ以前のバターのデータには「マーガリン」との混同があった可能性もみられる。

図IV-3 現在よく利用している乳製品



図IV-4 家庭で料理に入れて使っている乳製品



主婦属性別で見ると、マーガリンやバターは年齢による利用率の差はみられないが、ヨーグルト、プロセスチーズなどの多くの乳製品では、40代以下に比べ、50才以上の利用率が低い。また、粉チーズや生クリームなどでは20代以下の利用率も低い。まだ料理に慣れない若い主婦や乳製品を使い慣れない高齢層の主婦にも、使いやすい乳製品の普及が望まれる。

表IV-2 主婦属性別現在よく利用している乳製品

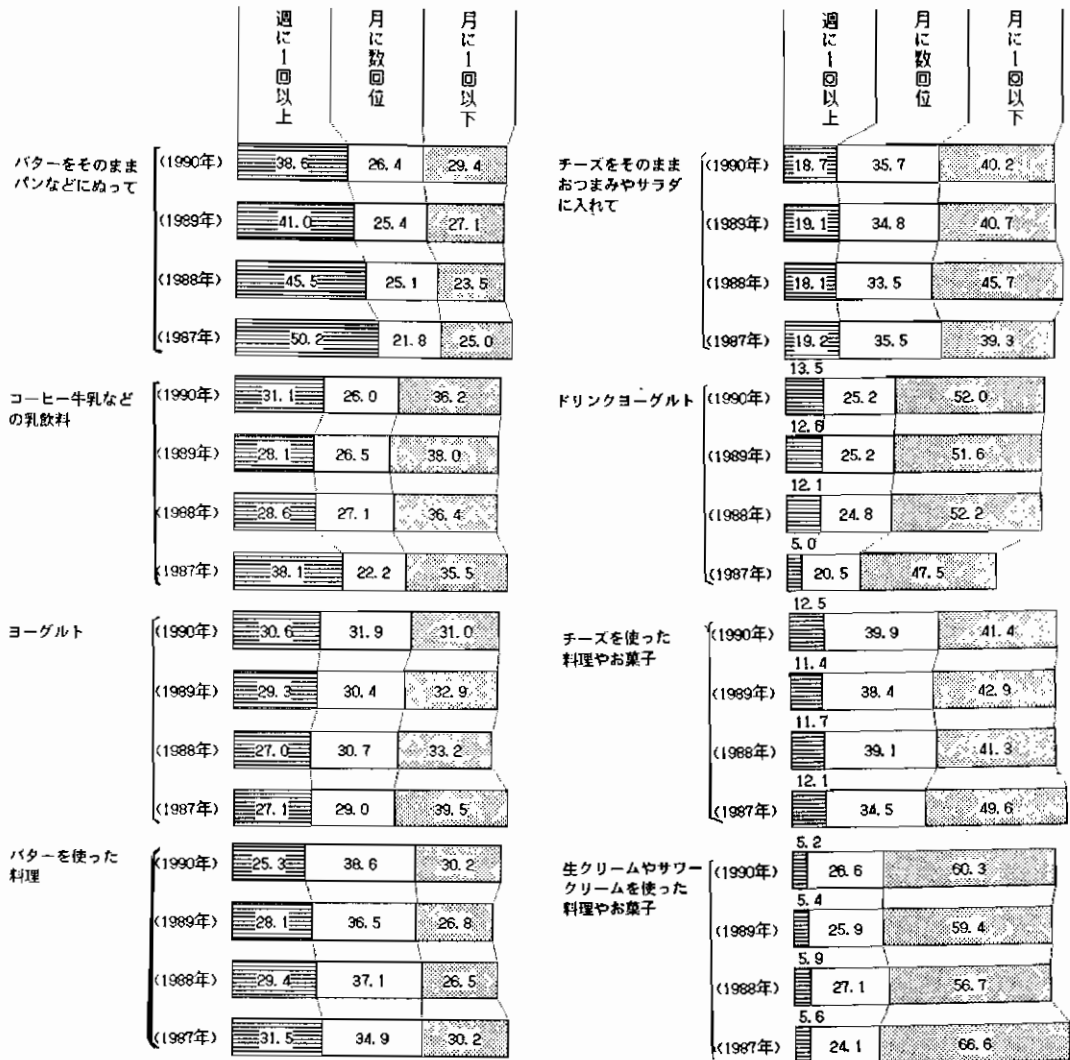
		マーガリン	バター	ヨーグルト	プロセスチーズ	粉チーズ	ナチュラルチーズ	生クリーム	(n)
全 体		74.6	57.6	48.3	42.7	30.2	24.8	17.8	4,691
主婦属性別	専業主婦	75.4	59.2	48.9	44.1	31.8	26.6	19.4	2,492
	有職主婦	76.5	57.0	49.3	42.8	29.6	23.4	16.7	1,913
	単身・その他	55.2	47.6	37.4	30.1	21.0	18.2	11.5	286
	20代以下	72.3	58.8	54.5	42.4	29.6	27.7	14.0	415
	30代	79.6	59.3	60.3	46.3	34.1	28.5	21.3	1,087
	40代	77.3	60.2	51.5	47.6	34.7	27.2	20.7	1,543
	50代以上	70.0	53.8	36.2	36.1	23.4	19.4	13.9	1,621
		練乳	クリームチーズ	スキムミルク	味付きバター	カニチーズ	サワークリーム	焼きたるもの	(n)
全 体		8.1	6.9	6.3	3.8	3.5	1.3	5.2	4,691
主婦属性別	専業主婦	8.9	7.9	7.6	3.9	3.4	1.6	5.2	2,492
	有職主婦	7.7	6.0	5.2	4.0	3.7	0.9	4.0	1,913
	単身・その他	4.2	4.9	2.8	2.1	2.8	1.7	13.6	286
	20代以下	8.9	5.3	3.9	3.1	1.9	1.0	4.6	415
	30代	10.8	9.5	5.9	5.0	4.1	1.8	2.7	1,087
	40代	8.0	7.1	5.2	4.0	4.0	1.1	3.8	1,543
	50代以上	6.3	5.6	8.3	3.1	2.8	1.3	7.8	1,621

4. 乳製品の摂取頻度（個人ベース）

個人レベルでの乳製品の摂取頻度を、乳製品の料理のしかたや使い方に別に見てみよう。週1回以上利用する率に注目すると、「バターをそのままパンにぬって」が39%で最も多く、次いで「コーヒー牛乳などの乳飲料」「ヨーグルト」「バターを使った料理」などが高い。

これらの頻度の時系列変化をみると、「バターをそのままパンにぬって」は年々下がっているが、「ヨーグルト」や「ドリンクヨーグルト」、及び、「チーズを使った料理やお菓子」は、わずかながらも、上がっている。ヨーグルトは次第に食卓に馴染んできているようだ。

図IV-5 乳製品の摂取頻度

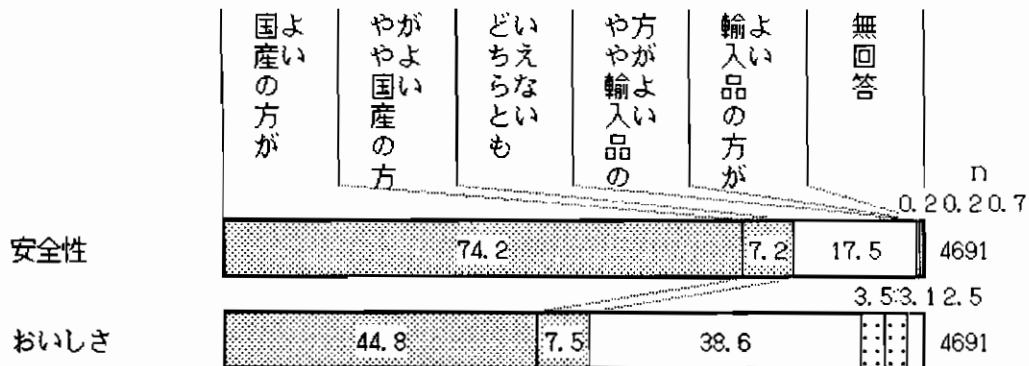


5. 国産品と輸入品の比較（個人ベース）

国産の乳製品と輸入の乳製品を「安全性」と「おいしさ」という2つの観点から比べてみた。すると、「安全性」という点では、「国産の方がよい」と「やや国産の方がよい」の和が81%になっている。

一方、「おいしさ」については、「国産の方がよい」と「やや国産の方がよい」の和が52%に対し、「輸入品の方がよい」と「やや輸入品の方がよい」の和は7%に過ぎない。「どちらともいえない」という態度保留の人が多いが、「おいしさ」の点でも、国産品の方が評価が高い。

図IV-6 乳製品の国産品と輸入品の比較



* 一般的に消費者が直接購入・使用する輸入乳製品はナチュラルチーズ、プロセスチーズ、アイスクリーム、フロゼンヨーグルト等であり、これらに対する調査結果である。

6. 輸入乳製品の購入実態（世帯ベース）

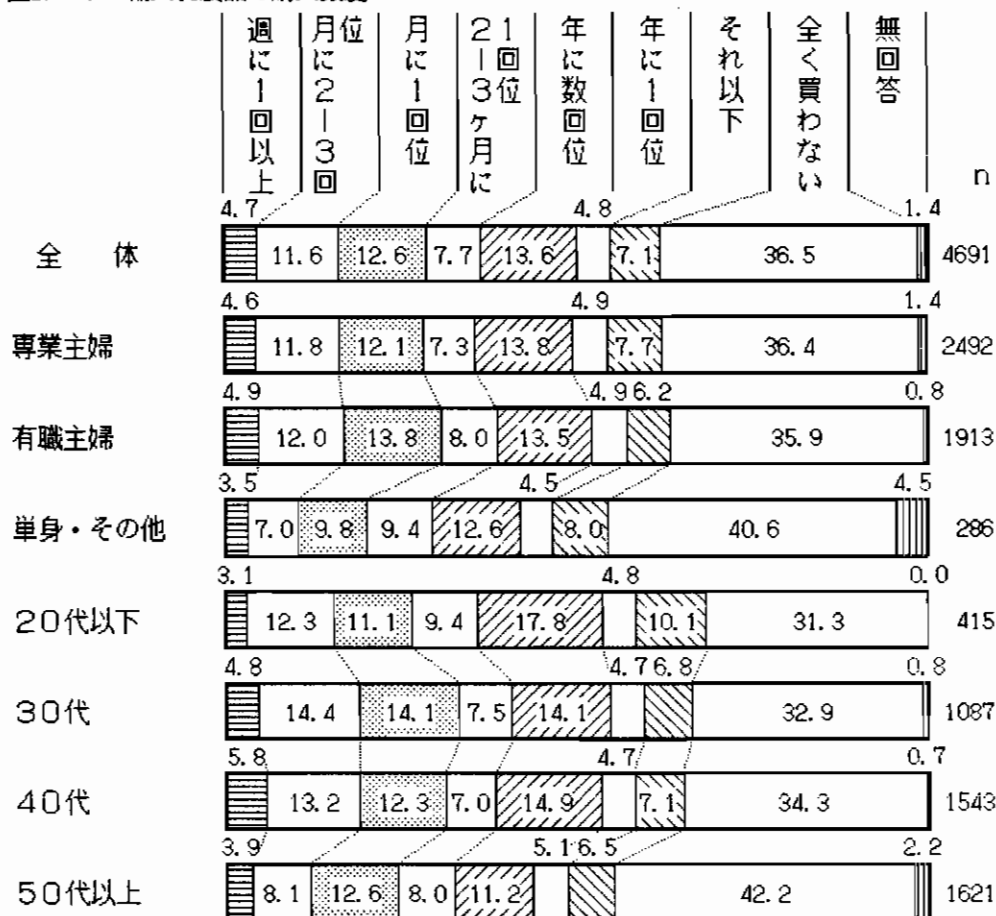
1) 輸入乳製品の購入頻度

では、実際に輸入乳製品はどれくらいの頻度で購入されているのか、主婦に聞いた。

すると、「全く買わない」という世帯が37%と、全世帯の3分の1を占めている。輸入乳製品の購入経験率は約60%のようだ。購入頻度をみると、「週に1回以上」というヘビーユーザーは5%のみである。「週1回以上」から「月に1回位」までを合わせても、29%であり、比較的頻繁に使用している世帯は3割ほどであることがわかる。

主婦の属性別にみると、専業主婦と有職主婦では、ほとんど差はみられないが、単身・その他では、購入頻度が低い。また、主婦の年齢が若いほど、購入頻度が高い傾向がみられる。若い人ほど輸入乳製品に慣れているようだ。

図IV-7 輸入乳製品の購入頻度

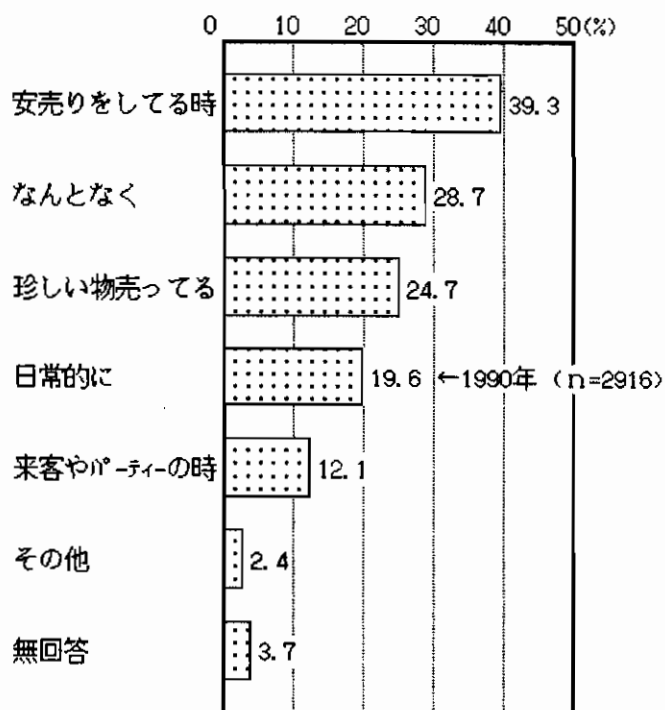


2) 輸入乳製品の購入機会

では、輸入乳製品を購入したことがある人は、どんな時に輸入乳製品を買っているのだろうか。

最も多い機会は「安売りをしているとき」であり、39%が買っている。次いで「なんとなく」「珍しいものを売っているとき」が多い。「日常的に」買うという人は20%に過ぎない。輸入乳製品はまだ特別の時のものであり、家庭に馴染むところまではいっていないようだ。

図IV-8 輸入乳製品の購入機会



主婦の属性別にみると、「安売りをしているとき」は20代以下では少ない。また、「来客やパーティの時」は30代以下で高い。若い主婦層はパーティの時などに上手に購入しているようだ。

また、輸入乳製品を購入する頻度別にみると、購入頻度が高い人ほど「日常的に」買う率が高く、「なんとなく」や「珍しいものを売っている時」に買う率は低い。「なんとなく」や「珍しいものを売っている時」に買う率が高いのは、購入頻度が年数回以下の人である。

表IV-3 主婦属性 購入頻度別輸入乳製品の購入機会

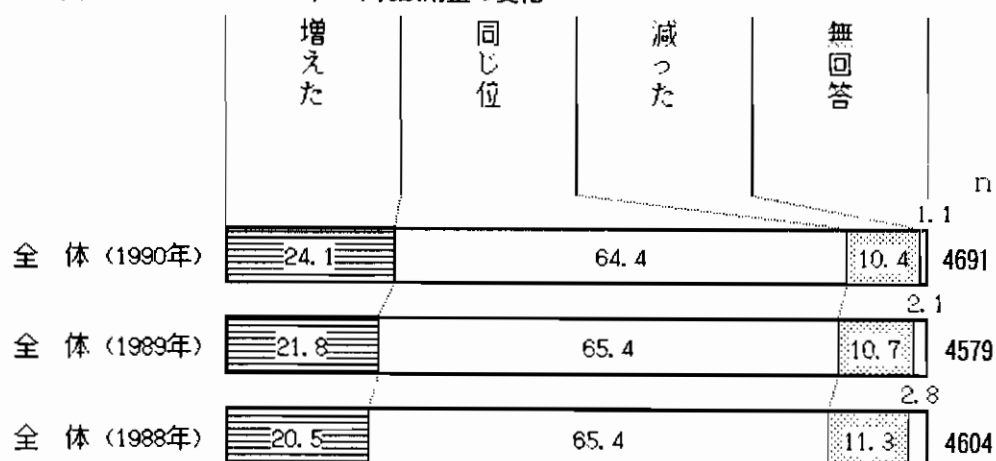
	安売りをしている時	なんとなく	珍しいものを売っている時	日常的に	来客やパーティの時	その他	無回答	(n)
全体	39.3	28.7	24.7	19.6	12.1	2.4	3.7	2,916
専業主婦	38.9	27.2	25.0	20.0	13.1	2.3	4.1	1,549
有職主婦	40.2	29.1	24.8	19.9	11.4	2.2	3.2	1,210
単身・その他	36.3	40.1	20.4	12.7	7.6	3.8	2.5	157
20代以下	33.0	35.4	27.4	16.5	15.1	3.5	1.8	285
30代	41.7	26.4	24.3	19.0	15.0	2.2	2.8	720
40代	40.1	28.2	25.0	21.1	10.3	2.0	3.9	1,003
50代以上	38.5	28.7	23.8	19.3	10.9	2.6	4.8	901
週に1回以上	42.9	15.5	15.5	53.4	10.5	0.5	4.6	219
月に2~3回位	45.1	20.3	18.2	37.8	13.6	1.8	3.7	543
月に1回位	42.0	25.6	18.7	25.1	9.1	3.2	4.7	593
2~3ヶ月に1回位	43.9	29.3	24.3	13.0	16.9	3.0	2.8	362
年に数回位	40.4	32.1	33.0	5.9	13.5	2.7	2.3	639
年に1回位	29.1	32.6	39.2	1.8	13.2	2.2	5.3	227
それ以下	22.2	46.5	26.1	3.3	7.5	1.8	3.6	333

V 牛乳に対する消費者の今後の意向

1. この1～2年の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）

この1～2年の牛乳の飲用量を聞いたところ、「増えた」と答えた人は、24%であった。64%の人が「同じ位」、10%の人が「減った」と答えている。時系列でみると、「増えた」が年々増加し、「減った」が減少している。これより、牛乳の飲用量は個人の実感としても増加傾向にあると言えるだろう。

図V-1 この1～2年の牛乳飲用量の変化



性・年齢別にみると、「増えた」人は、男性より女性に多い。「減った」人は男性の10～20代、女性の10代が多い。若い層は増加も多いが減少も多く、変化が激しい世代であるのに対し、50才以上の高齢層の増加は、特に大きいほどではないが、減少が少ないことから、今後飲用量が伸びていく世代となるだろう。

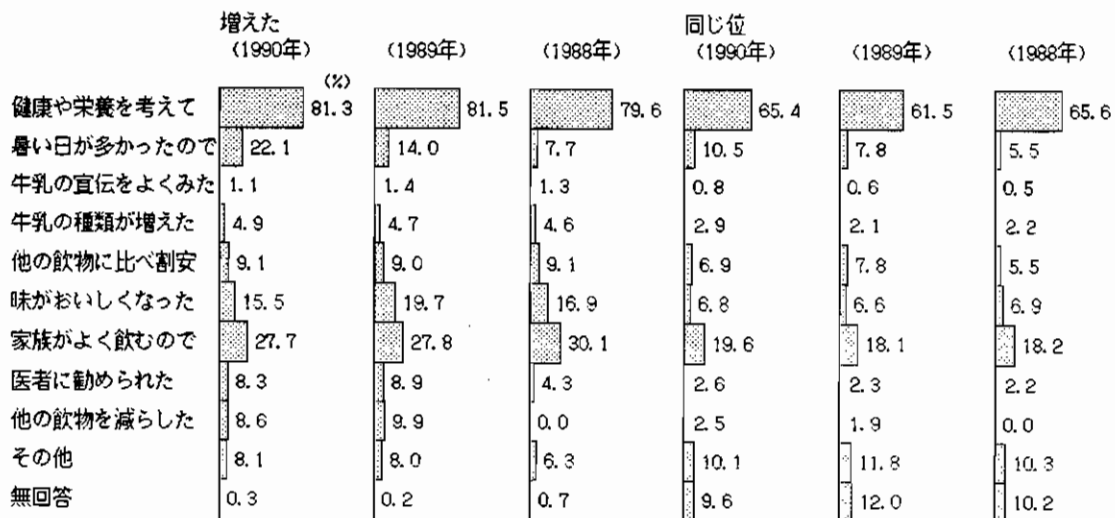
牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「増えた」人が多く、その割合も上がっている。ライトユーザーはヘビーユーザーに比べると、「増えた」人は少ないが、「同じくらい」が64%を占めており、現状維持の傾向であるようだ。

表V-1 性・年齢、牛乳飲用量別この1～2年の牛乳飲用量の変化

		増えた	同じ位	減った	無回答	(n)
全 体		24.1	64.4	10.4	1.1	4,691
男 性	10代	24.6	58.8	16.5	-	272
	20代	18.8	61.0	19.5	0.7	277
	30代	18.8	69.6	10.2	1.4	362
	40代	22.0	70.1	7.2	0.7	431
	50代	23.7	64.7	9.4	2.1	329
	60才以上	21.5	71.2	4.5	2.8	358
	女 性	10代	20.1	54.8	24.8	0.3
20代		26.1	59.9	13.6	0.5	441
30代		23.8	66.0	9.7	0.5	568
40代		29.3	62.2	7.9	0.6	518
50代		30.0	63.7	4.8	1.4	433
60才以上		25.6	67.5	4.5	2.4	379
小 計		男性小計	21.5	66.6	10.5	1.3
	女性小計	26.1	62.7	10.3	0.9	2,662
牛 乳 飲 用 量 別	ヘビー ユーザー	40.3	57.1	2.4	0.2	1,059
	毎日ミドル ユーザー	25.4	71.9	2.6	0.1	1,082
	ミドル ユーザー	26.0	66.5	7.4	0.1	1,103
	ライト ユーザー	14.5	63.8	21.6	-	827
	ノン ユーザー	3.3	60.8	28.3	7.6	615

牛乳の飲用量が『増えた』理由としては、「健康や栄養のことを考えて」が81%と圧倒的に多い。牛乳の健康イメージが、飲用量の増加を促しているといえるだろう。また、「家族がよく飲むので」も28%と多く、家族の影響も強いことがわかる。また、「暑い日が多かったので」が今回は22%で、年々増えている。今年の夏の暑さも、牛乳の飲用量に影響を与えたようだ。

図V-2 この1～2年の牛乳飲用量の変化の理由



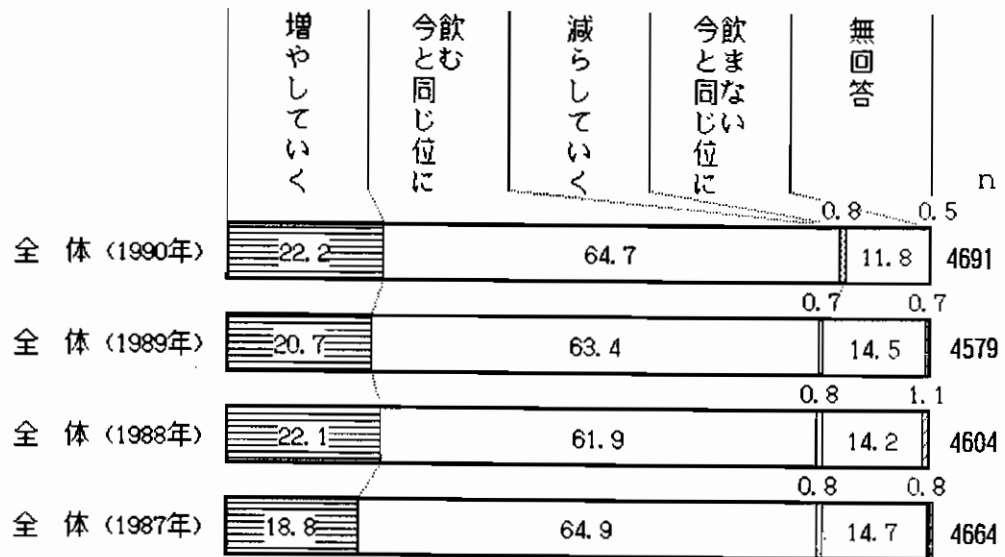
* 「他の飲物に比べて割安だから」は、1988年まで、「牛乳の価格が安くなったので」という表現であった。

2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化

では、今後2～3年後の牛乳の飲用量については、どう考えられているだろうか。

今後飲用量を「増やしていく」と考える人は22%に対し、65%は「今と同じくらいに飲む」、「減らしていく」は1%のみである。つまり、全体的な傾向としては、今後も牛乳の飲用量は増えていくだろうと予測できる。時系列でも、この傾向に大きな変化はみられない。

図V-3 今後2～3年の牛乳飲用量の変化



性・年齢別にみると、男女とも、中年層では「増やしていく」という人が多いが、若年層や高齢層では相対的に少ない。今後、これらの層がもっと飲用量を増やしていきたいとなるようなキャンペーンが望まれる。

飲用量別にみると、ヘビーユーザーよりも、ミドルやライトユーザーの方が「今後増やしていく」と考える人が多い。ヘビーユーザーでは現状維持という人が多いが、全体的に増加していくと予測できる。

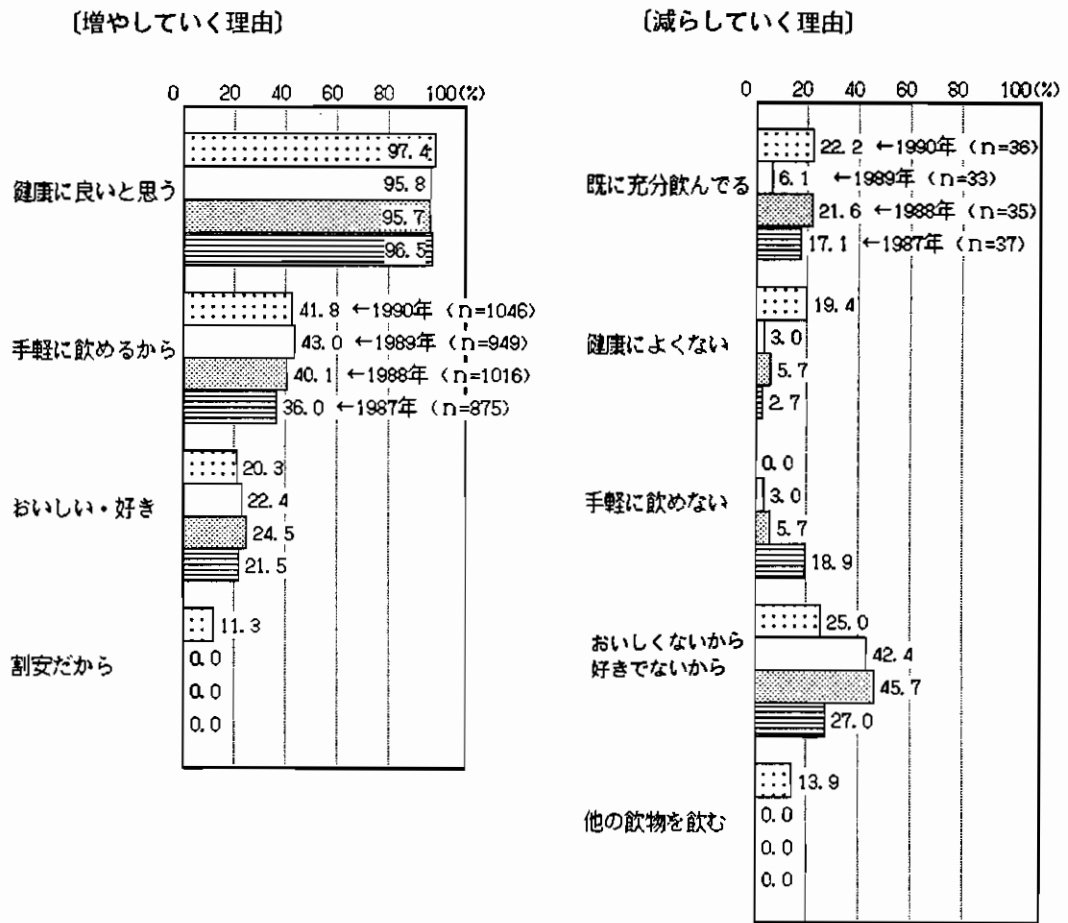
表V-2 性・年齢、牛乳飲用量別今後2～3年の牛乳飲用量の変化

		増やしていく	飲む 量と 同じ位	減らしていく	飲まない 量と 同じ位	無回答	(n)
全 体		22.2	64.7	0.8	11.8	0.5	4,691
男 性	10代	15.4	71.0	1.8	11.8	-	272
	20代	22.4	59.6	1.4	16.6	-	277
	30代	22.1	63.0	0.8	13.3	0.8	362
	40代	21.1	65.4	-	13.0	0.5	431
	50代	17.0	68.4	0.3	13.7	0.6	329
	60才以上	19.6	67.9	-	12.0	0.6	358
女 性	10代	18.0	63.5	2.2	16.1	0.3	323
	20代	20.0	63.7	1.4	15.0	-	441
	30代	25.2	66.9	1.2	6.0	0.7	568
	40代	30.5	60.2	0.2	8.5	0.6	518
	50代	26.8	62.1	0.5	9.9	0.7	433
	60才以上	20.1	66.8	-	12.1	1.1	379
小 計	男性小計	19.8	65.8	0.6	13.3	0.4	2,029
	女性小計	24.0	63.9	0.9	10.7	0.6	2,662
牛 乳 飲 用 量 別	ヘビー ユーザー	18.4	80.1	0.7	0.6	0.3	1,059
	毎日ミドル ユーザー	18.2	81.0	0.3	0.5	0.1	1,082
	ミドル ユーザー	26.5	71.9	0.5	0.9	0.2	1,103
	ライト ユーザー	33.7	53.8	1.2	11.1	0.1	827
	ノ ン ユーザー	12.2	11.7	1.6	71.7	2.8	615

今後、牛乳の飲用量を『増やしていく』と考える理由としては、「健康に良いと思うから」が97%と高く、「手軽に飲めるから」「おいしい・好き」と続いている。

一方、『減らしていく』と考える理由は、「おいしくないから・好きでないから」が最も高い。今後牛乳の飲用量を減らさないためにも、「おいしい牛乳」へ向けての工夫が必要であろう。

図V-4 今後2～3年の牛乳飲用量の変化の理由

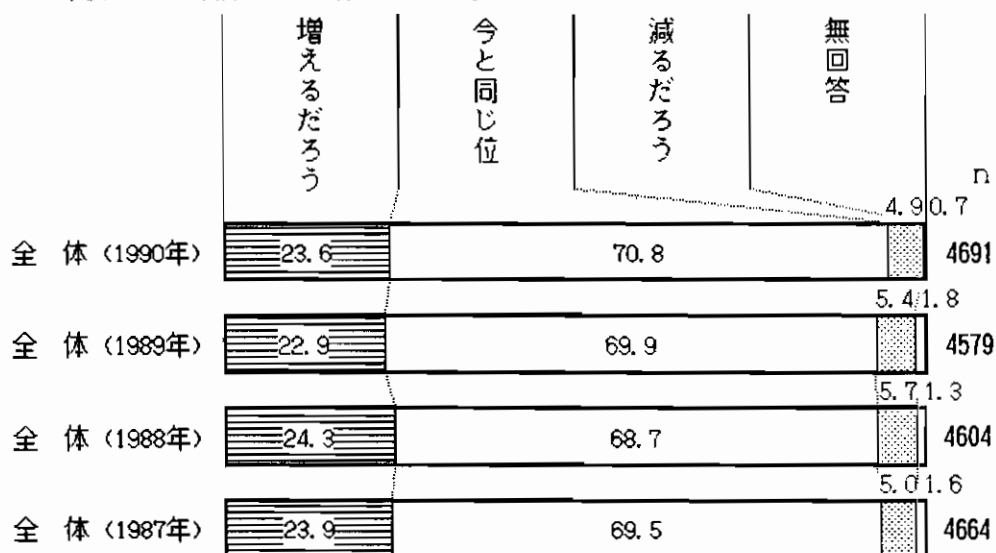


3. 今後の牛乳の消費量（世帯レベル）

次に、世帯を単位とした今後の牛乳消費についてみてみよう。

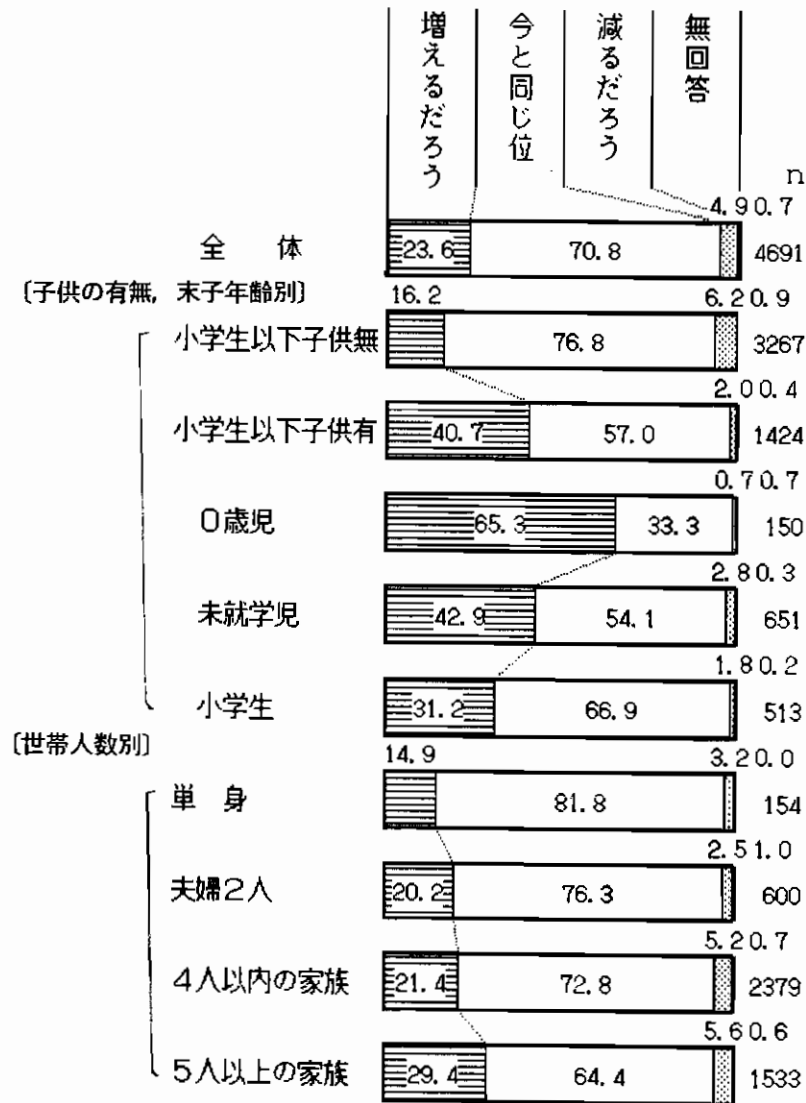
世帯当たりの牛乳消費量が、今後「増えるだろう」とみる世帯は24%、2～3年後も「今と同じくらい」が71%、「減るだろう」とみるのは5%に過ぎない。世帯としても、全体としては増えていくと感じられているようだ。この傾向は前回とほとんど差はみられない。

図V-5 今後の家族全体の牛乳消費量の変化



属性別にみると、牛乳の消費量が「増えるだろう」と予測する世帯は、子供がいる世帯の方が、いない世帯より多く、かつ、小さい子どもがいる世帯で特に多い。また、世帯人数が多いほど、増えると予測する人は多い。

図V-6 子供の有無，世帯年齢別今後の家族全体の牛乳消費量の変化

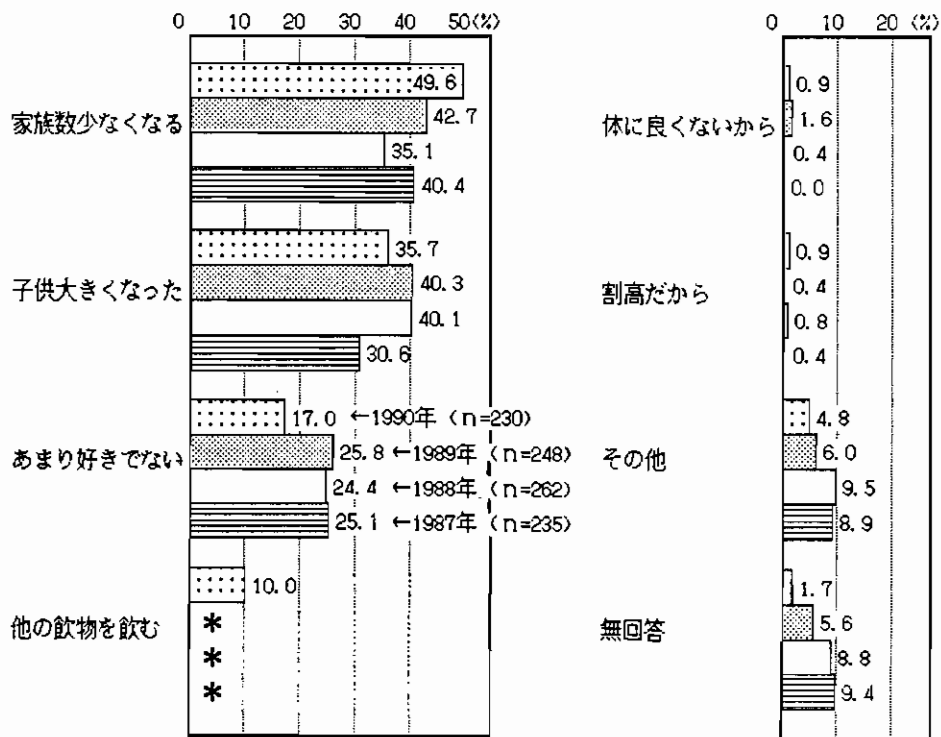


今後、牛乳の消費量が「減るだろう」とみる世帯は5%であったが、その理由は、「家族人数が少なくなるから」「子どもが大きくなったから」「牛乳はあまり好きでないから」の3つが、主なものとしてあげられている。今回から「他の飲物を飲むから」という項目を追加したが、これに答えたのは10%のみであり、特に高くはない。

時系列でみると、「家族人数が少なくなるから」がやや高くなっているが、「牛乳はあまり好きでないから」は急激に減少している。牛乳を嫌いな率は変化が見られなかったことを考えると、牛乳が「嫌いだから飲まない」という人は減少してきたと言えそうだ。

* 「他の飲み物を飲むから」は今回より追加した項目である。

図V-7 今後の家族全体の牛乳消費量が減る理由

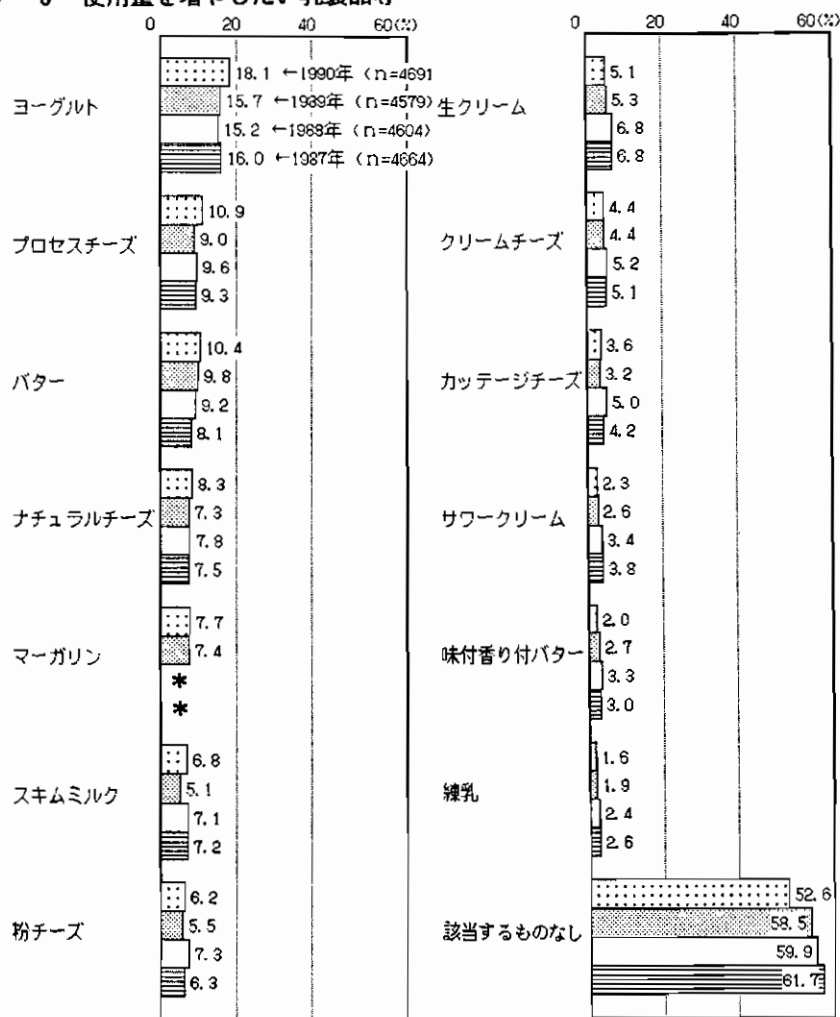


4. 乳製品に対する消費者の今後の意向

今後使用量を増やしたい乳製品は、どれかを聞くと、「ヨーグルト」が最も多く18%である。次いで「プロセスチーズ」「バター」が高い。これら上位にあげられたものは、どれも現在よく料理に入れて使われているものである。

時系列でみると、「ヨーグルト」を始めとして、「プロセスチーズ」「バター」「ナチュラルチーズ」などの上位の項目で、年々使用意向が高くなっている。また、「該当するものなし」が年々減少しており、今回は特にその割合が低い。つまり、今後は牛乳のみでなく、乳製品の消費も上昇すると予測できる。

図V-8 使用量を増やしたい乳製品等



主婦年齢別にみると、乳製品全般にわたり、若い人ほど使用量を増加したい傾向が高い。50代以上の層では「該当するものなし」が多いが、牛乳・乳製品は栄養分を効率よく摂取するのに適した食品であり、高齢層に対してもっと牛乳・乳製品を食べるように推進していくことが必要であろう。

表V-3 主婦年齢別使用量を増やしたい乳製品等

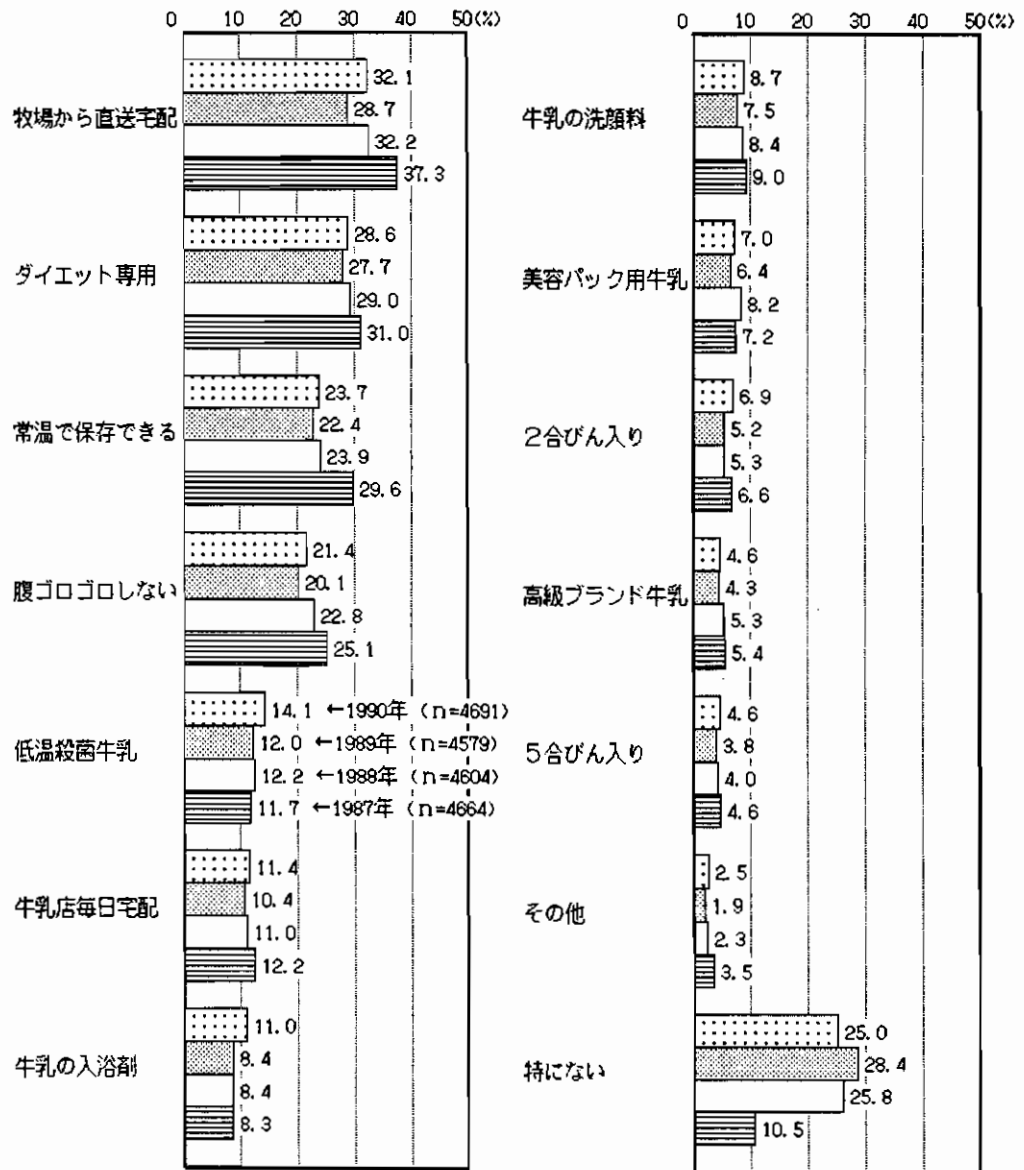
		ヨーグルト	プロセスチーズ	バター	ナチュラルチーズ	マーガリン	スキムミルク	生クリーム	(n)
全 体		18.1	10.9	10.4	8.3	7.7	6.8	6.2	4,691
主婦 属性別	専業主婦	18.1	11.0	10.2	8.1	7.3	7.4	6.2	2,492
	有職主婦	18.6	11.2	10.8	8.7	8.4	6.3	6.6	1,913
	単身・その他	15.0	8.0	8.7	7.7	6.3	5.6	3.1	286
	20代以下	23.1	14.9	10.6	13.0	5.3	7.2	6.3	415
	30代	25.0	15.0	11.8	11.1	7.1	7.0	6.0	1,087
	40代	18.1	9.7	11.3	8.3	8.7	7.7	7.2	1,543
	50代以上	12.4	8.5	8.4	5.3	7.6	5.5	5.4	1,621
			生クリーム	クリームチーズ	カマンベールチーズ	ソフトクリーム	付着タイプ 味付き・香	練乳	なし 該当するもの
全 体		5.1	4.4	3.6	2.3	2.0	1.6	52.6	4,691
主婦 属性別	専業主婦	5.1	4.2	3.4	2.4	1.9	1.7	53.7	2,492
	有職主婦	5.5	5.0	4.2	2.4	2.2	1.8	49.5	1,913
	単身・その他	2.4	2.1	2.1	1.0	1.4	-	64.3	286
	20代以下	6.0	4.8	6.7	2.2	1.7	1.4	46.3	415
	30代	7.3	5.6	4.6	2.6	1.9	2.2	43.8	1,087
	40代	4.8	5.5	3.4	3.3	2.5	1.9	51.3	1,543
	50代以上	3.8	2.5	2.5	1.2	1.7	1.0	61.2	1,621

5. こんな牛乳があったら

一般消費者は、どんな牛乳を望んでいるのだろうか。「こんな牛乳があったらいいなあ」と思うものを答えてもらったところ、「決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳」の人气が最も高く、次いで「ダイエット専用牛乳」「常温で保存できる牛乳」「お腹がゴロゴロしない牛乳」などの希望も高い。

時系列でみると、「低温殺菌牛乳」や「牛乳の入浴剤」を望む率が高くなってきている点に注目できる。どちらも最近話題になってきており、今後の伸びが期待される。

図V-9 「こんな牛乳があったら」と思うもの



これを年齢別にみると、「ダイエット専用牛乳」は10代の女性が最も多いが、20代～40代の女性にも希望が多い。また、女性の希望が強いものは「美容パック用牛乳」「牛乳が主成分の洗顔料」「牛乳でできている入浴剤」などであり、『牛乳=健康』というだけでなく、『牛乳=美容』という発想も定着してきているようだ。

表V-4 性・年齢別「こんな牛乳があったら」と思うもの

	ダイエット専用	美容パック用	牛乳が主成分の洗顔料	牛乳でできている入浴剤	牛乳が主成分の歯磨き粉	牛乳パック用	牛乳が主成分の化粧水	牛乳が主成分の乳液	牛乳が主成分のボディクリーム	牛乳が主成分のシャンプー	牛乳が主成分のボディーソープ	牛乳が主成分のヘアオイル	牛乳が主成分のヘアスプレー	牛乳が主成分のヘアマスク	牛乳が主成分のヘアエクステ	牛乳が主成分のヘアエクストラクト	牛乳が主成分のヘアコンディショナー	牛乳が主成分のヘアエッセンス	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント	牛乳が主成分のヘアトリートメント
全体	32.1	28.6	23.7	21.4	18.1	11.4	11.0	8.7	7.0	6.9	4.6	2.5	25.0	4,691																										
男性	30.9	19.5	17.3	23.9	11.0	12.5	9.6	8.1	4.0	10.3	9.9	6.3	29.8	272																										
10代	28.9	22.4	19.5	24.9	16.2	9.4	7.2	4.3	1.4	6.1	7.2	4.3	29.2	277																										
20代	35.1	20.4	23.8	25.4	19.3	9.1	7.5	3.0	1.7	7.7	5.2	4.4	24.0	362																										
30代	30.2	21.3	25.8	21.8	11.1	10.0	6.5	4.2	2.3	6.3	4.9	0.7	29.2	431																										
40代	26.7	22.2	23.1	26.4	13.4	12.2	6.1	3.3	2.1	7.0	4.6	2.1	30.4	329																										
50代以上	25.4	12.8	30.4	18.7	18.2	16.5	7.5	5.0	1.7	8.9	4.7	1.1	32.1	358																										
女性	33.7	50.8	14.2	21.7	12.7	11.8	24.8	21.4	19.2	8.0	9.7	4.0	16.7	323																										
10代	37.0	39.2	20.6	20.9	13.4	9.5	16.3	13.8	14.3	5.4	4.8	2.5	17.5	441																										
20代	36.1	34.7	24.8	17.3	15.3	12.0	12.1	9.9	9.7	5.8	3.2	4.6	18.0	568																										
30代	35.7	33.0	24.3	19.7	12.4	9.5	14.5	12.4	9.7	6.4	1.2	5.0	23.7	518																										
40代	32.1	34.9	30.7	18.7	15.5	13.6	9.7	9.2	8.3	6.7	2.8	6.5	24.7	433																										
50代以上	27.4	22.7	24.3	23.2	10.8	12.1	8.4	7.4	4.5	6.6	2.9	1.3	31.7	379																										
男性小計	29.6	19.7	23.8	23.4	14.9	11.6	7.3	4.5	2.2	7.6	5.9	2.3	29.1	2,029																										
女性小計	34.0	35.4	23.6	19.9	13.5	11.3	13.9	11.9	10.6	6.4	3.6	4.3	21.9	2,662																										

〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果

Handwritten text, possibly a signature or name, located in the upper middle section of the page.

(全員に)

問1 次にあげる a～f の質問について、それぞれあてはまる飲み物を選び番号に○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4691

	a	b	c	d	e	f
	好き な も れ の は す か ↓	嫌 い な も れ の は す か ↓	家 に は い ど つ れ も あ す る か ↓	家 庭 内 で れ ど 飲 む の か ↓	家 庭 外 で れ ど 飲 む の か ↓	最 近 は よ く れ ど 飲 む の か ↓
コーラなどの炭酸飲料	28.3	30.2	10.9	15.0	29.3	11.1
果汁100%ジュース	45.5	5.4	18.9	27.4	16.5	15.4
果汁入り清涼飲料	19.0	7.3	8.4	11.3	15.1	5.5
牛乳(白)	54.2	9.0	83.7	74.1	8.1	39.7
コーヒー牛乳・フルーツ牛乳 など	24.1	7.5	5.5	10.3	7.5	5.2
乳酸菌飲料	24.4	8.2	12.7	15.9	4.6	7.0
ドリンクヨーグルト	20.5	14.9	5.7	9.7	4.3	5.0
コーヒ	52.3	8.6	55.2	50.0	46.7	34.1
紅茶	28.3	5.6	33.0	24.7	14.4	10.1
ウーロン茶	33.3	9.2	25.6	27.1	16.9	20.0
スポーツ飲料	23.8	12.5	7.1	8.6	22.1	10.7
機能性飲料(ファイブミニ、 鉄骨飲料、オリゴCCなど)	12.0	13.9	2.6	3.8	7.7	6.4
ハチミツレモン	24.4	9.7	5.9	10.1	13.3	11.1

記入例……ビール **14** **14** **14** **14** **14** **14**
 NA 2.1 27.2 3.0 3.7 9.6 8.9

(全員に)

問2 あなたは飲み物を選ぶ時、どんなことを重視して選びますか。次の中からあなたにあてはまるものを3つまで選び番号に○印をつけて下さい。

(3つまで)

n = 4691

1	健康に良いもの	74.4
2	天然のもの・自然のもの	55.5
3	宣伝など話題性のあるもの	6.9
4	カッコよいイメージのあるもの	1.7
5	快い刺激のあるもの	10.5
6	清涼感のあるさわやかなもの	26.0
7	甘味の少ないもの	38.6
8	口当たりのよいもの	49.4

NA 0.1

(全員に)

問3 次の飲み物はどのようなイメージを持っていますか。それぞれあてはまる飲み物をいくつでも選び、番号に○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4691

	a	b	c	d	e	f	g	h
	牛乳	果汁100%ジュース	炭酸飲料	ウーロン茶	スポーツ飲料	コーヒ	機能性飲料 (鉄骨飲料、オリゴ糖など)	ハチミツレモン
健康に良いもの	95.9	48.0	1.2	43.1	18.5	1.5	31.4	14.8
天然のもの・自然のもの	40.2	75.7	1.0	27.6	2.1	4.5	4.1	8.7
宣伝など話題性のあるもの	0.8	2.9	18.9	7.8	25.6	11.3	52.0	30.1
カッコよいイメージのあるもの	0.3	0.8	14.9	1.2	24.3	14.4	14.0	3.8
快い刺激のあるもの	0.5	1.5	48.0	1.3	7.7	28.6	5.7	4.4
清涼感のあるさわやかなもの	2.3	7.1	39.6	9.2	33.9	1.4	8.1	20.3
甘味の少ないもの	19.7	14.7	2.5	38.3	21.8	15.4	6.1	7.5
口当たりのよいもの	12.0	14.6	17.8	22.5	19.5	21.1	7.8	33.4

NA 1.6 7.4 13.9 12.6 14.8 24.3 17.8 17.2

(全員に)

問4 あなたは、日ごろどの程度牛乳をお飲みになりますか。(1つだけ)

n = 4691

1	毎日飲む	45.7	5	月に数回飲む	7.5
2	週に5~6日飲む	10.2	6	それ以下しか飲まない	4.9
3	週に3~4日飲む	14.0	7	全く飲まない	7.9
4	週に1~2日飲む	9.5			

問5へ

NA 0.3

【問4で6～7に答えた方に】

問5 あなたがあまり牛乳を飲まない理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n=580	1	まずいから	27.1	11	医者に止められているから	0.5
	2	味にくせがあるから	31.9	12	お腹がゴロゴロするから	24.3
	3	においが嫌いだから	41.0	13	下痢をすることがあるから	32.9
	4	口当たりが悪いから	21.6	14	家に置いてないから	9.5
	5	太ると思うから	3.3	15	他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会がないから	19.1
	6	買いに行くのが面倒だから	1.7	16	かっこ悪いから	0.5
	7	持ち帰るのに重いから	0.7	17	その他(具体的に)
	8	日持ちがしないから	5.9		6.0	
	9	値段が高いから	0.3			
	10	容器があげにくいから	0.3			
					NA	0.7

(全員に)

問6 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何ml位飲みますか。だいたい結構ですから次の中からお答え下さい。(1つだけ)

n=4691	1	コップ半杯位	6.3	5	コップ4杯位	1.5
	2	コップ1杯位(200ml)	49.4	6	コップ5杯位(1ℓ)	1.4
	3	コップ2杯位	21.4	7	コップ6杯以上	0.3
	4	コップ3杯位	6.7	8	全く飲まない	12.8
					NA	0.2

(全員に)

問7 あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。飲まない方は「全く飲まない」に○印をつけて下さい。(いくつでも)

n=4691	1	おいしいから	23.0	10	いつも家にあるから	30.7
	2	好きだから	26.6	11	それしか飲み物がないから	2.5
	3	栄養があるから	58.3	12	家族が勧めるから	5.7
	4	カルシウムがあるから	54.3	13	医者が勧めるから	2.7
	5	背が伸びるから	5.9	14	値段が安いから	2.1
	6	美容によいから	7.7	15	学校給食で飲むから	4.1
	7	朝食など食事代わりに	8.4	16	その他(具体的に)
	8	水の代わりに	14.2	17	全く飲まない	
	9	習慣で	13.5			
					NA	0.3

(全員に)

問8 あなたが牛乳を飲んだり、牛乳を使った料理を食べたりするのはどんな機会ですか。それぞれの機会につきその頻度をお答え下さい。(1つずつ)

n = 4691		ほとんど毎日	週に1回以上	月に数回位	月に1回以下	全くない	NA
a	朝食時	35.0	17.0	9.5	6.4	23.2	8.9
b	昼食時	10.7	11.8	13.4	10.9	39.1	14.1
c	夕食時	8.4	11.3	19.3	12.3	36.2	12.5
d	おやつや間食として	20.3	21.0	16.6	9.2	23.3	9.6

(全員に)

問9 あなたは「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがありますか。

(1つだけ)

n=4691	1	ある	48.1	2	ない	51.9
--------	---	----	------	---	----	------

問9-1 具体的にどのような内容ですか。

n=2256	骨がすかすかになる, もろくなる	86.1	乳製品の不足, 乳製品がよい	0.0
	老人がなる, 年をとるとなる	11.5	女性が多い	5.2
	カルシウムの不足	21.8	わからない, NA	12.1
	牛乳の不足, 牛乳がよい	0.5		

【問9で1「ある」と答えた方に】

問9-2 あなたはどこで「骨粗鬆症」という言葉をお聞きになりましたか。

(いくつでも)

n=2256	1	新聞	47.3	6	友人・知人に聞いて	15.5
	2	雑誌	23.0	7	健康に関する本から	22.3
	3	テレビ	62.6	8	料理に関する本から	3.6
	4	ラジオ	6.7	9	パンフレット、小冊子	5.3
	5	医者・病院で	29.1	10	その他 (6.0
)	

NA 0.5

(全員に)

問10 牛乳等について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』までの5段階でお答え下さい。(1つずつ)

n=4691		そ う 思 う	ま あ う 思 う	あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い NA
a	牛乳は健康的な生活のためにはならないものだ	55.3	31.0	7.6	3.1	2.9
b	アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ	21.5	22.5	18.2	8.8	28.9
c	牛乳は便秘を防ぐ効果がある	43.9	24.7	11.9	5.6	14.0
d	牛乳を普通に飲んでいる限り肥満の心配はない	14.6	14.1	21.6	28.1	21.5
e	牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ	30.4	25.4	14.7	7.3	22.1
f	骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	66.4	22.6	4.3	1.7	5.0
g	牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	66.7	23.1	3.2	1.4	5.7
h	牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある	7.2	14.0	19.5	9.1	50.2
i	普通の飲み方をしている限り、牛乳を飲んでコレステロールを心配することはない	26.3	22.3	12.9	8.3	30.2
j	コーヒー牛乳などの乳飲料には牛乳がたっぷり含まれている	4.8	10.5	27.4	43.8	13.5
k	コーヒー用のクリームには植物性のものと動物性のものがある	30.6	14.3	6.0	6.0	43.1
l	スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい	47.7	24.9	9.4	4.0	14.0

(全員に)

問11 この1～2年あなたご自身の牛乳を飲む量は、増えましたか。減りましたか。(1つだけ)

n=4691

1 増えた 24.1	2 同じ位 64.4	3 減った 10.4
------------	------------	------------

NA 1.1

(全員に)

問11-1 それはどのような理由によりますか。具体的にお答え下さい。

(いくつでも)

n=4691

1 健康や栄養のことを考えて 62.4	6 牛乳の味がおいしくなったので 8.5
2 暑い日が多かったので 12.7	7 家族がよく飲むので 19.6
3 牛乳の宣伝をよくみたので 0.8	8 医者に勧められたので 3.8
4 牛乳の種類が増えたので 3.3	9 他の飲み物を減らしたので 3.9
5 他の飲み物に比べて割安だから 6.7	10 その他(具体的に 14.4)

NA 9.4

(全員に)

問12 では、あなた自身、今後2～3年の牛乳の飲用量についてどう思いますか。

(1つだけ)

n=4691

1 増やしていく 22.2
2 今と同じくらいに飲む 64.7
3 減らしていく 0.8
4 今と同じようにあまり飲まない 11.8

NA 0.5

(全員に)

問13 それは主にどのような理由からですか。次の中からあてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4691

1 おいしいから、好きだから 24.3	6 おいしくないから、好きでないから 8.3
2 健康に良いと思うから 75.8	7 健康によくないから 0.9
3 手軽に飲めるから 40.1	8 手軽に飲めないから 1.0
4 既に充分飲んでいるから 6.6	9 他の飲料を飲むようになったので 4.0
5 割安だから 8.4	10 その他(具体的に 3.9)

NA 1.1

(全員に)

問14 次にあげる a～d の質問についてそれぞれあてはまる乳製品等をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

			a	b	c	d
			好き なども れので はす か	嫌い なども れので はす か	家 には いど つれ でも あす るか	あ なた ど が れ 食 で す るか
			↓	↓	↓	↓
n = 4691						
バ	タ	-----	45.6	9.6	64.9	47.6
チ	-----	ズ	50.0	20.4	50.2	53.3
ヨ	-----	グ ル ト	58.4	17.9	29.3	52.6
マ	-----	ガ リ ン	39.7	10.7	77.7	59.7
NA			8.4	54.3	5.0	7.5

(全員に)

問15 乳製品について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』『そう思わない』でお答え下さい。(1つずつ)

		そ う 思 う	ま あ う 思 う	そ あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い NA
n = 4691						
a	チーズは普通の食べ方をしている限り、 コレステロールの心配をすることはない	25.6	23.0	14.0	9.5	27.8
b	アルコールを飲む時はチーズなどを食べ ながら飲む方がよい	41.0	23.5	8.7	5.3	21.6
c	チーズはカルシウムを効率的にとれる食 品である	33.6	28.4	9.9	3.9	24.2
d	骨や歯を守るために中高年の人もできる だけチーズを食べた方がよい	33.4	27.2	13.8	5.3	20.3
e	チーズは高タンパク質食品である	49.1	26.0	4.5	1.6	18.8
f	バターは普通の食べ方をしている限り、 コレステロールの心配をすることはない	14.8	20.7	19.6	20.3	24.6

(全員に)

問16 あなたは次の点で国産の乳製品と輸入の乳製品ではどちらがよいと思いますか。次のそれぞれについて1つずつお答え下さい。(1つずつ)

n=4691		国産方がよい	やや方がよい	どちらともない	やや方がよい	輸入がよい	NA
a	安全性	74.2	7.2	17.5	0.2	0.2	0.7
b	おいしさ	44.8	7.5	38.6	3.5	3.1	2.5

(全員に)

問17 では、あなたは次のような牛乳料理や乳製品をどの程度飲んだり、食べたりしていますか。a~l それぞれにつき「週に1回以上使うもの」「月に数回使うもの」「月に1回以下」のものというように頻度をお答え下さい。

(a~l 1つずつ)

n=4691		週に1回以上	月に数回	月に1回以下
a	チーズをそのまま、又はおつまみやサラダ等に入れて	18.7	35.7	40.2
b	チーズを使った料理やお菓子(ピザ、チーズトースト、チーズケーキなど)	12.5	39.9	41.4
c	ヨーグルト	30.6	31.9	31.0
d	コーヒー牛乳などの乳飲料	31.1	26.0	36.2
e	ドリンクヨーグルト	13.5	25.2	52.0
f	コーンフレークスに牛乳をかけて	6.8	15.5	66.7
g	牛乳を使ったお菓子(プリン、パバロアなど)	12.4	35.5	44.4
h	牛乳を使った料理(スープ、グラタンなど)	10.3	46.5	36.6
i	牛乳を使った飲み物(ココア、カフェオレ、ミルクティーなど)	30.9	28.5	32.7
j	バターをそのままパンなどにぬって	38.6	26.4	29.4
k	バターを使った料理(バターいためなど)	25.3	38.6	30.2
l	生クリームやサワークリームを使った料理やお菓子	5.2	26.6	60.3
NA		23.0	10.7	8.2

(全員に)

問18 次のような牛乳があったとしたら、あなたはもっと牛乳を飲んだり、使ったりするようになると思いますか。「こんな牛乳があったら」と思うものを次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 4691

- | | | |
|----|----------------------|------|
| 1 | ダイエット専用牛乳 | 28.6 |
| 2 | 常温で保存できる牛乳 | 23.7 |
| 3 | 低温殺菌牛乳 | 14.1 |
| 4 | 5合びん(900 ml)入りのびん牛乳 | 4.6 |
| 5 | 2合びん(360 ml)入りのびん牛乳 | 6.9 |
| 6 | 決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳 | 32.1 |
| 7 | 牛乳店から毎日宅配される牛乳 | 11.4 |
| 8 | 高級ブランド牛乳 | 4.6 |
| 9 | 飲んでもお腹がゴロゴロしない牛乳 | 21.4 |
| 10 | 美容パック用牛乳 | 7.0 |
| 11 | 牛乳でできている入浴剤 | 11.0 |
| 12 | 牛乳が主成分の洗顔料 | 8.7 |
| 13 | その他(具体的に | 2.5 |
| 14 | 特にない・NA | 25.0 |

(全員に)

問19 牛乳類にはいろいろなものがありますが、あなたは次のうちのどれをご存知ですか。またこのうちあなたが飲みたいと思うのはどれでしょうか。

(各々いくつでも)

	知 っ て い る も の	飲 み た い も の
n=4691		
• ローファットミルク (低脂肪乳) ----- (乳脂肪の割合が低く、カルシウム・蛋白質の割合が高い)	65.5	24.3
• 濃 厚 牛 乳 ----- (乳脂肪の割合が高くコクがある)	73.3	27.5
• ロングライフ牛乳 (LL牛乳) ----- (特殊なパックに入っており長期間常温で保存できる)	45.7	8.1
• 低 温 殺 菌 牛 乳 ----- (62~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	49.6	15.0
• 特定の農家の名前がブランド名になっている牛乳 --- (〇〇さんちの牛乳など)	19.8	18.9
• 産 地 表 示 牛 乳 ----- (産地名がブランドになっている牛乳)	40.7	15.3
• ジャ ー ジ ー 牛 乳 ----- (ジャージー種の牛からしぼった高脂肪牛乳)	21.9	11.9
• お腹がゴロゴロしない牛乳 ----- (乳糖分解乳など)	43.1	18.3
• ビタミン入り牛乳など ----- (ビタミンE、カルシウム、鉄分などを加えたもの)	31.7	31.7
	NA 6.6	20.7

(全員に)

問20 ところで、あなたの健康状態は全体としていかがですか。あてはまるもの1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n=4691

1 非常に良い	11.1	4 あまり良くない	6.2
2 良 い	30.7	5 良くない	0.8
3 ふ つ う	50.6		

NA 0.6

(全員に)

問21 あなたは自分の健康のために日頃どんなことに注意していますか。注意していることがこの中にあればいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4691

- | | | |
|----|---------------------------|------|
| 1 | 早寝早起きなど規則正しい生活をする | 30.0 |
| 2 | ラジオ体操、散歩などの軽い運動をする | 11.5 |
| 3 | ジョギング、なわとび、テニスなどの中位の運動をする | 8.4 |
| 4 | 疲れたら充分休息する | 47.6 |
| 5 | 朝食は必ずとる | 66.6 |
| 6 | カロリーの取りすぎに注意をする | 25.9 |
| 7 | 糖分をひかえる | 33.2 |
| 8 | 塩分をひかえる | 42.1 |
| 9 | 脂肪分をひかえる | 27.9 |
| 10 | ビタミン剤や健康食品を取る | 13.2 |
| 11 | 好き嫌いなく何でも食べる | 47.5 |
| 12 | 朝晩必ず歯磨きをする | 48.7 |
| 13 | 健康診断を定期的に受ける | 26.8 |
| 14 | 健康に良いといわれたことはまめにやってみる | 9.7 |
| 15 | 食品添加物に注意する | 30.6 |
| 16 | 健康に関する新聞記事、テレビ番組などをよく見る | 22.5 |
| 17 | その他(具体的に) | 1.0 |
| 18 | 特にない・NA | 6.3 |

(全員に)

問22 あなたは煙草を喫いますか。(1つだけ)

n=4096
(20才以上)

- | | | |
|---|-------------|------|
| 1 | 喫う | 28.4 |
| 2 | 以前喫っていたが止めた | 9.1 |
| 3 | 喫わない | 62.0 |

NA 0.6

(全員に)

問23 あなたはアルコール類をどれくらい飲みますか。(1つだけ)

n=4096
(20才以上)

- | | | | | | |
|---|----------|------|---|------|------|
| 1 | 毎日飲む | 17.7 | 4 | それ以下 | 22.9 |
| 2 | 週に3日以上飲む | 10.4 | 5 | 飲まない | 33.9 |
| 3 | 週に1~2日飲む | 14.5 | | | |

NA 0.7

(全員に)

問24 あなたはどれ位スポーツをしていますか。(1つだけ)

n=4691

1	ほぼ毎日	7.5	5	年に数回	17.1
2	週に3~4回	5.9	6	それ以下	7.8
3	週に1~2回	16.6	7	全くしない	29.7
4	月に1~2回	14.6			

NA 0.9

(全員に)

問25 スポーツと栄養について次のような意見があります。これらの意見のうち、あなたはどれをご存知ですか。(いくつでも)

n=4691

1	適当なスポーツは成人病予防になる	75.2
2	スポーツなどで大量に汗をかくと、汗と一緒にナトリウム、カリウム、鉄そしてカルシウムなどのミネラル分が失われるので、スポーツをする人はミネラルの補給が重要である	36.3
3	スポーツをする人はビタミンの補給も必要である	38.8
4	筋肉の収縮にカルシウムは重要な役割を果たす	24.8
5	スポーツはカルシウムの吸収を助ける	19.6
6	筋肉強化のためには良質のたんぱく質の補給が必要である	38.6

NA 4.8

〔フェイスシート〕

あなた自身のことについてお答え下さい。

F 1 性別

n=4691

1 男 43.3	2 女 56.7
-----------------	-----------------

F 2 年 令

n=4691

1 13～15才 4.8	6 35～39才 10.6	11 60～64才 7.1
2 16～19才 7.9	7 40～44才 11.4	12 65～69才 4.2
3 20～24才 7.6	8 45～49才 8.8	13 70才以上 4.4
4 25～29才 7.7	9 50～54才 8.7	
5 30～34才 9.3	10 55～59才 7.5	

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。

n=4691

〔自営・家族従業〕	〔勤 務 職〕	〔無 職〕
1 農林漁業 3.4	5 管理職 4.4	10 主婦 23.3
2 商工サービス業 6.4	6 専門・技術職 9.3	11 学生 13.7
3 自由業 3.7	7 事務職 10.5	12 無職 7.6
4 内職 1.2	8 労務職 7.3	
	9 販売・サービス職 8.6	

NA 0.8

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

n=4691

1 単身世帯 3.3	4 3世代世帯（親、子、孫） 21.2
2 夫婦2人 12.8	5 その他 2.1 （具体的に）
3 2世代世帯（親と子） 60.3	

NA 0.4

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。（1つだけ）

n=4691

1 1人（単身世帯） 3.3	5 5人 17.4
2 2人 14.7	6 6人 10.3
3 3人 18.4	7 7人以上 5.1
4 4人 30.7	

NA 0.1

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

(全員に)

問1 あなたご自身は、あなたの世帯の中でどういう位置づけにあたりますか。次の中からあてはまるものを1つだけお選び下さい。(1つだけ)

n=4691	1 専業主婦 53.1	3 単身世帯 3.3
	2 有職主婦 40.8 (パート、アルバイトを含む)	4 その他 2.2 (具体的に)

(全員に)

NA 0.7

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ)

n=4691	1 ~19才 0.5	5 35~39才 13.7	9 55~59才 9.2
	2 20~24才 2.2	6 40~44才 17.4	10 60~64才 6.8
	3 25~29才 6.2	7 45~49才 15.5	11 65~69才 3.4
	4 30~34才 9.5	8 50~54才 12.5	12 70才以上 2.6

NA 0.5

(全員に)

問3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。

n=4691	1 いる 30.4	2 いない 69.2 → 問4へ
--------	-----------	------------------

(1つだけ)

↓ 【問3で1の方に】

NA 0.5

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

n=1321

n=693

	1番小さいお子さん	2番目に小さいお子さん
性別は	1 男 52.8 2 女 47.2	1 男 51.1 2 女 48.9
年齢は	1 0才(乳児) 11.4 2 1~3才 28.9 3 4~6才(小学校入学前) 20.4 4 小学校1~3年生 18.4 5 小学校4~6年生 20.4 NA 0.5	1 0才(乳児) 0.1 2 1~3才 16.9 3 4~6才(小学校入学前) 26.8 4 小学校1~3年生 28.3 5 小学校4~6年生 27.0 NA 0.9
牛乳の好き嫌いは	1 好き 79.9 2 嫌い 12.6 NA 7.5	1 好き 79.4 2 嫌い 17.7 NA 2.9
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答え下さい)	1 飲まない 9.0 2 コップ半杯位 8.9 3 コップ1杯位(200ml) 28.6 4 コップ2杯位 28.1 5 コップ3杯位 14.0 6 コップ4杯位 4.5 7 コップ5杯位 2.4 8 コップ6杯以上 1.7	1 飲まない 3.9 2 コップ半杯位 7.9 3 コップ1杯位(200ml) 31.6 4 コップ2杯位 31.9 5 コップ3杯位 15.6 6 コップ4杯位 4.8 7 コップ5杯位 2.3 8 コップ6杯以上 1.4

NA 2.8

NA 0.6

(全員に)

問4 お宅ではどれくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(1つだけ)

n=4691	1	毎日	33.6	4	2週間に1回	2.9	
	2	週に2~3回	44.4	5	月に1回以下	1.8	
	3	週に1回	13.2	6	ほとんど買わない	3.5	
							→問5へ

NA 0.7

【問4で6の方に】

問5 お宅で牛乳を買わないのはなぜですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=164	1	家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	63.4
	2	家で牛乳を飲まなくても外で飲んでくるから	11.0
	3	主婦が牛乳嫌いだから	22.0
	4	冷蔵庫のスペースがないから	1.2
	5	牛乳は身体に良くないから	1.8
	6	その他(具体的に	11.6

NA 3.0

(全員に)

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

n=4691

約

平均	3
----	---

 .

9

 リットル

< 記入例 >

1週間に1リットルパックを2本と200mlビン		を3本買っている場合				
(100mlは0.1ℓです)						
約	<table border="1"><tr><td></td><td>2</td></tr></table>		2	.	<table border="1"><tr><td>6</td></tr></table> リットル	6
	2					
6						

【問4で1~5の方に】

問7 お宅では、牛乳をどこで買うことが多いですか。この1カ月間に買ったことがあるお店をすべてお知らせ下さい。(いくつでも)

n=4495	1	スーパー	79.2	7	牛乳の小売店の店頭	2.3
	2	コンビニエンスストア	15.7	8	牛乳店からの宅配	20.1
	3	一般食料品店・酒屋	11.8	9	自動販売機	2.1
	4	パン・菓子店	5.4	10	駅などの売店	0.6
	5	デパート	4.2	11	その他	1.8
	6	生協などの共同購入で	12.3	(具体的に)

NA 0.7

【問4で1～5の方に】

問8 お宅では牛乳をお菓子づくりやスープなどの料理に使うことがありますか。
 (牛乳をかけて食べるコーンフレークスやオートミールなども料理とします) (1つだけ)

n=4495

1	ほぼ毎日	2.2
2	週に4～5回は使っている	3.1
3	週に2～3回は使っている	11.5
4	週に1回は使っている	19.2
5	月に2～3回は使っている	22.6
6	月に1回は使っている	19.4
7	ほとんど使ったことがない	21.0

問10 へ

NA 1.1

【問8で1～6の方に】

問9 牛乳を使った料理として、あなたが作ったことがあるものを次の中からすべてお知らせください。(いくつでも)

n=3504

1	プリン・パパロア・ゼリー・寒天	50.5	8	リゾット(洋風かゆ)	4.4
2	ケーキ類	40.2	9	オムレツ	33.5
3	クッキー類	31.7	10	コーンフレークス・オートミール	38.9
4	スープ・シチュー・カレー	80.3	11	肉料理に入れる	30.0
5	グラタン・ピザ	53.4	12	魚料理に使う	11.1
6	ヨーグルト	10.2	13	その他	3.6
7	アイスクリーム	18.2		(具体的に)

問11 へ

NA 0.5

【問8で7の方に】

問10 どうして料理に牛乳をお使いにならないのですか。その理由をお知らせ下さい。(いくつでも)

n=943

1	料理の仕方がわからない	22.0
2	そのまま飲んだ方がおいしい	61.3
3	料理するのがめんどろ	27.8
4	その他(具体的に	10.3

)

NA 1.5

(全員に)

問11 あなたは今後お宅の家族全体で牛乳の消費量はどうなっていくと思いますか。(1つだけ)

n=4691	1 増えるだろう 23.6	2 今と同じくらい 70.8	3 減るだろう 4.9	→問12へ
--------	---------------	----------------	-------------	-------

NA0.7

【問11で3の方に】

問12 減るといのはどのような理由からですか。あなたのお考えに近いものを全てお知らせ下さい。(いくつでも)

n=230	1 家族人数が少なくなるから 49.6	5 割高だから 0.9
	2 子供が大きくなったから 35.7	6 他の飲物を飲むようになるから (具体的に) 10.0
	3 牛乳は体に良くないから 0.9	
	4 牛乳はあまり好きでないから 17.0	7 その他 (具体的に) 4.8

NA 1.7

(全員に)

問13 次にあげる乳製品等のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、これから使用量を増やしていきたいと思うものは、それぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n=4691	現在よく利用	家庭で料理に入れ	使用量を
	しているもの	て使っているもの	増やしたいもの
プロセスチーズ	42.7	15.7	10.9
ナチュラルチーズ	24.8	16.6	8.3
クリームチーズ	6.9	5.9	4.4
カッテージチーズ	3.5	3.4	3.6
粉チーズ	30.2	38.2	6.2
ヨーグルト	48.3	7.9	18.1
サワークリーム	1.3	2.0	2.3
生クリーム	17.8	18.0	5.1
バター	57.6	54.5	10.4
レーズンバターなどの味付き または、香り付きバター	3.8	1.9	2.0
練乳 (コンデンスミルク)	8.1	2.9	1.6
スキムミルク	6.3	5.0	6.8
マーガリン	74.6	40.1	7.7
NA	5.2	17.6	52.6

(全員に)

問14 あなたはチーズなどの乳製品の輸入品はどの程度お買いになりますか。

(1つだけ)

n=4691

1 週に1回以上 4.7	5 年に数回位 13.6
2 月に2~3回位 11.6	6 年に1回位 4.8
3 月に1回位 12.6	7 それ以下 7.1
4 2~3カ月に1回位 7.7	8 全く買わない 36.5 → 問15へ

NA 1.4

【問14で1~7の方に】

問14-1 あなたは、どんな時に輸入乳製品をお買いになりますか。

(いくつでも)

n=2916

1 日常的に 19.6
2 来客やパーティなどの時 12.1
3 安売りをしている時 39.3
4 珍しいものが売っている時 24.7
5 なんとなく 28.7
6 その他 (2.4)

NA 3.7

(全員に)

問15 あなたは次の飲み物や食べ物の価格を、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えてみて割安だと思いますか、割高だと思いますか。それぞれにつきお答え下さい。(1つずつ)

n=4691		割 安	適当な価格	割 高	NA
a	家で飲むレギュラーコーヒー	26.0	53.0	14.1	7.0
b	牛 乳	32.1	60.4	5.2	2.3
c	コーラなどの炭酸飲料	4.2	49.3	38.1	8.3
d	卵	41.4	44.0	11.2	3.3
e	缶入りウーロン茶	2.9	33.6	57.1	6.4
f	バ タ ー	5.0	59.2	31.1	4.7
g	マーガリン	16.6	71.6	6.8	4.9
h	チ ー ズ	4.1	61.8	28.8	5.3
i	100%果汁ジュース	6.8	54.2	34.2	4.9
j	機能性飲料 (ファイブミニ、鉄骨飲料、オリゴCCなど)	2.0	39.9	50.8	7.2

(全員に)

問16 あなたの日頃の生活にあてはまるものが次の中にありますか。あるものの番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4691

- 1 朝食は毎朝必ず用意する 86.0
- 2 食品添加物などに気をつけて食品の買物をする 55.8
- 3 1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している 58.5
- 4 塩、砂糖、油などを使う時は考えながら加減して利用している 64.2
- 5 蛋白質、カルシウム、ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている 39.0
- 6 朝食、夕食など家族揃って食事できる機会を持つようにしている 57.3
- 7 友だちなど人を呼んでごちそうするのが好き 17.6
- 8 料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き 53.3
- 9 手芸など手づくりのものを作るのが好き 31.0
- 10 スポーツなどをして体を動かすように心がけている 23.3
- 11 住まいの整理整頓が得意 24.1
- 12 地域に仲の良い友人がたくさんいる 36.8

NA 1.0

(全員に)

問17 あなたは料理の為の情報をどういうところから得ていますか。あなたがよく利用するものを次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 4691

- 1 料理の本 61.5
- 2 雑誌のグラビア・料理の記事 42.2
- 3 新聞の料理記事 39.1
- 4 テレビの料理番組 68.3
- 5 知人・友人から 47.9
- 6 料理講習会 7.9
- 7 ラジオの料理情報 2.9
- 8 テレフォン料理情報 0.9
- 9 各種パンフレットの料理記事 22.1
- 10 その他(具体的に 3.1)

NA 1.6