
1999

【第13回】

牛乳乳製品の 消費動向に 関する調査

社団法人 **全国牛乳普及協会**
後援 農林水産省 農畜産業振興事業団

はじめに

牛乳の消費が低迷しはじめて数年経ちました。流通関係者の中には飲み物の種類がふえているので単品の消費は減るのが当たり前だという人がいます。近年の牛乳乳製品消費動向調査は、この低迷状態の原因を探り、欧米に比べてまだまだ少ない日本人の牛乳消費を再び上向きに転じさせる手掛りを求めて実施してきました。

日本人の平均的な食生活に不足しがちなカルシウムを補うのに牛乳が最も良いことは相当広く認識されてきましたし、安眠するためにホットミルクを飲む人もポツポツ出てきましたが、牛乳の効能は既に科学的に解明された特定物質の機能に止まりません。おいしく飲んでいるうちに食生活全体の栄養バランスがとれて美しく健康になるのが理想でしょう。

フランスで Cidil 社が似たような消費動向調査を実施していますが、最近の調査で牛乳のイメージとして「美しい身体を造るのに役立つ」という項目に同意した人が全体の 75%でしたが、日本ではどうでしょうか。また、イギリスに関する民間会社の資料で、牛乳を飲む量のうちシリアルで 25%、紅茶で 23%、コーヒーで 17%、そのままだが 12%という数字がありますが、これまでほとんどそのまま飲んでいた日本でも変化があるでしょうか。

今年はこのような点を項目に加えて調査しました。

関係者におかれましては、この調査結果を充分活用されて、牛乳乳製品の消費拡大活動されることをお願い申し上げます。

1999 年 11 月

社団法人 全国牛乳普及協会
会長 海野 研一

目 次

page

調査設計

調査の目的	3
調査テーマ	3
調査方法	3
サンプル構成	6
主な分析軸	11

調査結果の詳細

I 白もの牛乳類の飲用実態	15
1. 白もの牛乳類の飲用頻度と飲用量	15
1) 白もの牛乳類の飲用頻度	15
2) 白もの牛乳類の飲用量	17
3) 白もの牛乳類の飲用者率	28
4) 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類	29
2. 白もの牛乳類の種類別飲用量	32
3. 白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の内訳	35
1) 白もの牛乳類の飲み方	35
2) 混合飲用の実態	38
4. 白もの牛乳類の飲用機会と飲用理由	41
1) 白もの牛乳類の飲用機会	41
2) 白もの牛乳類の飲用理由	45
5. 多様な白もの牛乳類の種類	48
II 白もの牛乳類の購入実態	51
1. 白もの牛乳類全体の購入頻度と購入量	51
2. 白もの牛乳類の種類別購入量	59
3. 白もの牛乳類の購入場所	62
1) ふだん利用する場所	62
2) 主に利用する場所	65
3) 今後新たに利用したい場所	67
4) 宅配の利用理由	68

Ⅲ 乳製品について	71
1. ヨーグルトの飲食機会	71
2. ヨーグルトの飲食理由	75
3. バター（油脂類）の使用実態	79
1) 油脂類の使い方	79
2) バターについての意見	81
3) 家庭でのバターの使い方	86
Ⅳ 生活の中の牛乳乳製品	87
1. 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入	87
1) 自宅外での飲食・購入経験と頻度	87
2) 飲食・購入する場所	91
2. 家庭での牛乳乳製品の常備	93
1) 牛乳乳製品の常備実態	93
2) 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数	99
3) 冷蔵庫の中に白もの牛乳類を入れておくためのスペース	100
3. 白もの牛乳類と他の飲み物	102
1) 白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ	102
2) ふだんよく飲んでいる飲み物	107
4. 白もの牛乳類についての意見	113
1) 白もの牛乳類と健康について	113
2) メーカーやブランドについて	120
5. 白もの牛乳類についての情報源	125
Ⅴ 料理について	128
1. 白もの牛乳類の料理利用	128
1) 白もの牛乳類の料理利用の頻度と使用量	128
2) 白もの牛乳類を使って作ったことのある料理・お菓子	132
2. 料理・お菓子作りのための活字情報	141
1) 参考にする情報	141
2) 実際に作ったことがあるもの	147
付録1) 各年度のテーマとサンプル数	149
付録2) 単純集計結果付き調査票	153

調査設計

調査の目的

『牛乳乳製品の消費動向に関する調査』は、1987年度から1998年度まで12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1999年度調査は、以下に示すような調査テーマを併せて聞くことで、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した。

調査テーマ

- 白もの牛乳類の飲み方の割合
- 白もの牛乳類との混合飲用の実態
- 白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ
- 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入
- 白もの牛乳類の料理利用
- 白もの牛乳類、料理についての情報源
- バター（油脂類）の使い方
- 家庭での牛乳乳製品の常備
- 白もの牛乳類のための冷蔵庫の中のスペース
- メーカーやブランドについて

調査方法

1. 調査方法

- ・留置併用訪問面接法

2. 調査票の構成と調査項目

個人票 = 本人が回答

- ・牛乳乳製品の飲食実態・飲食機会・飲食理由
- ・白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の実態
- ・白もの牛乳類と他の飲料のイメージ
- ・自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入
- ・白もの牛乳類の料理利用と料理についての情報
- ・バター（油脂類）について
- ・対象者の属性

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

- ・世帯の中の位置づけと年齢
- ・白もの牛乳類の購入実態
- ・家庭での牛乳乳製品の常備実態
- ・冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類
- ・ブランド、メーカーについて
- ・白もの牛乳類の料理利用
- ・バターの使い方

3. 調査対象者

全国の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多段抽出

*層化多段抽出法の手順は以下の通り

まず、平成7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大字・町丁目を抽出し、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
北海道	270	229
東北	480	358
関東・甲信	2,070	1,479
東海	705	771
北陸	270	
近畿	990	668
中国	375	310
四国	195	150
九州	645	516
計	6,000	4,481

都市規模別	設定数	回収数
13大都市	1,320	904
15万以上の市	1,785	1,316
5万～15万の市	1,200	895
5万未満の市	375	301
郡部	1,320	1,065
計	6,000	4,481

6. 調査期間

1999年5月28日(金)～6月14日(月)

7. 回収状況

6,000人設定 → 4,476人有効回収（有効回収率 74.6%）

回収数	有効数	無効数
4,481	4,476	5

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,519	167	97	279	822	71	83

8. 本報告書でデータを読むうえでの注意点

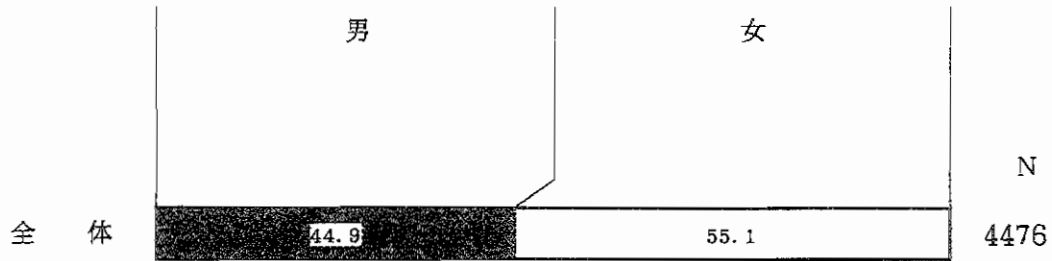
- この調査は消費者の視点にたちアンケートを実施している都合上、牛乳類の分類については、**種類別**牛乳の他にも低脂肪乳、無脂肪乳、栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を白もの牛乳類としており、法律や規約上の種類別分類とは異なる。
- 択一式選択肢（SA）の場合、回答率の合計が100.0%になるべきところで、そうならない箇所がある。これは各回答率を小数点以下第2位で四捨五入しているためである。
- MAと表記のあるものは複数回答である。

9. 調査結果の要約は「要約版」を参照

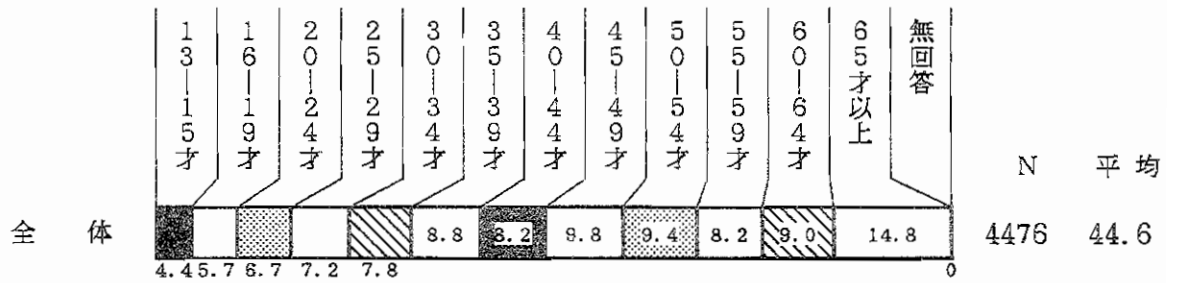
サンプル構成

個人票

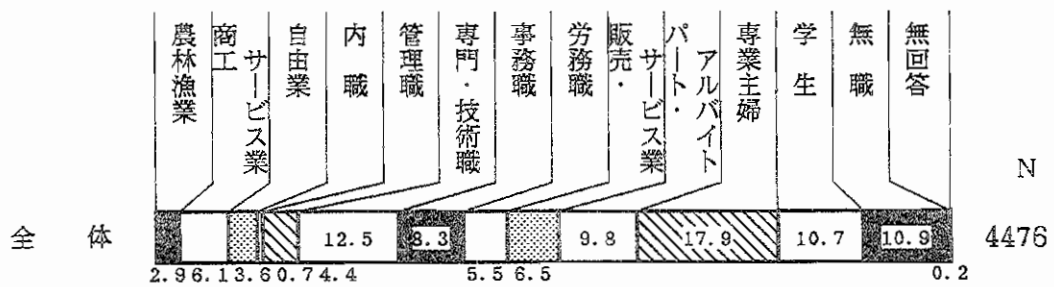
性別



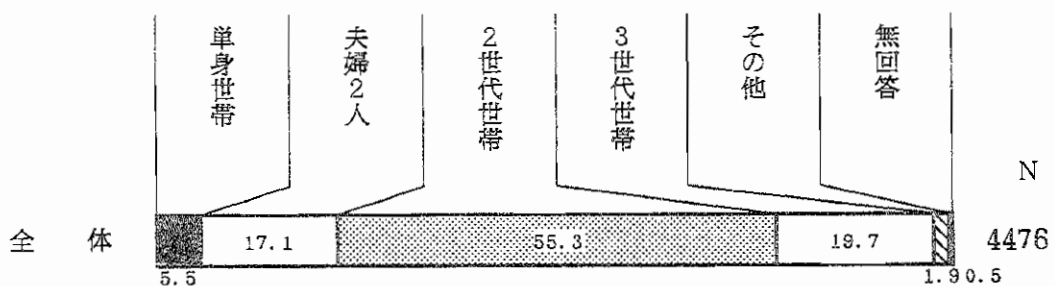
年齢



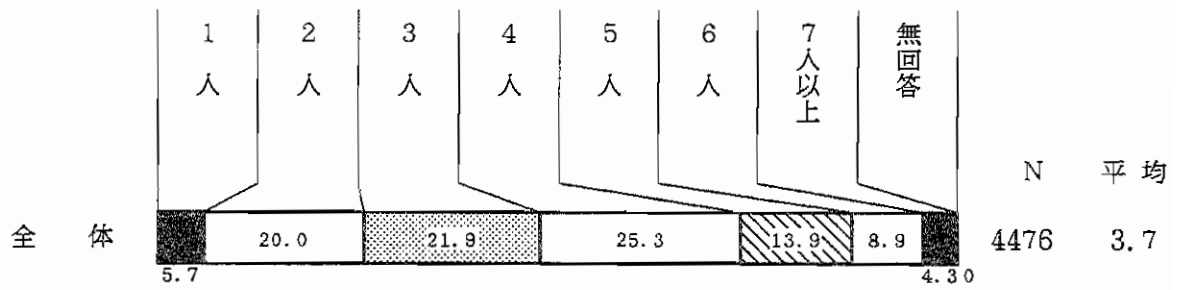
職業



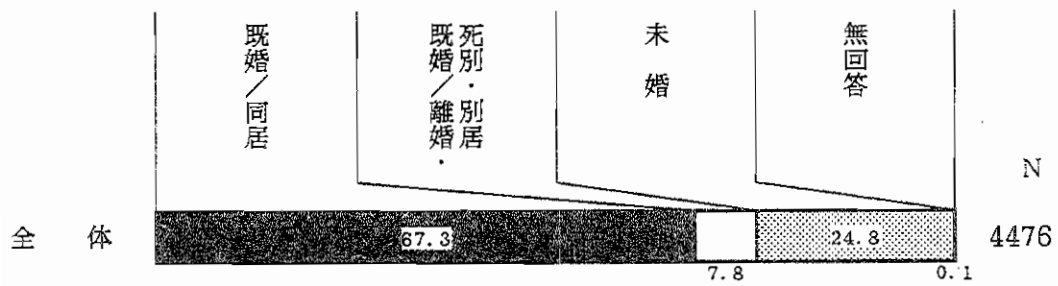
家族構成



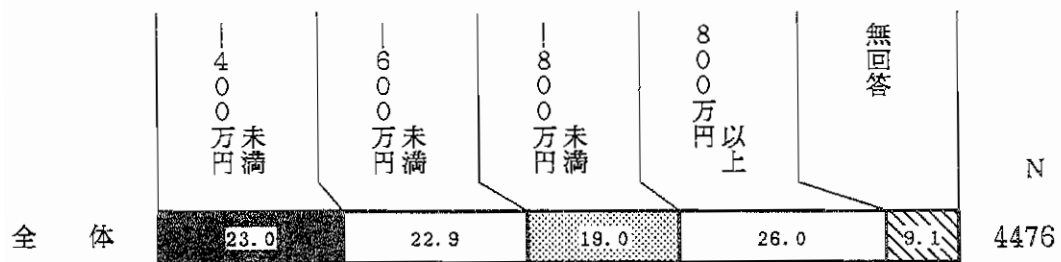
家族人数



結婚の有無

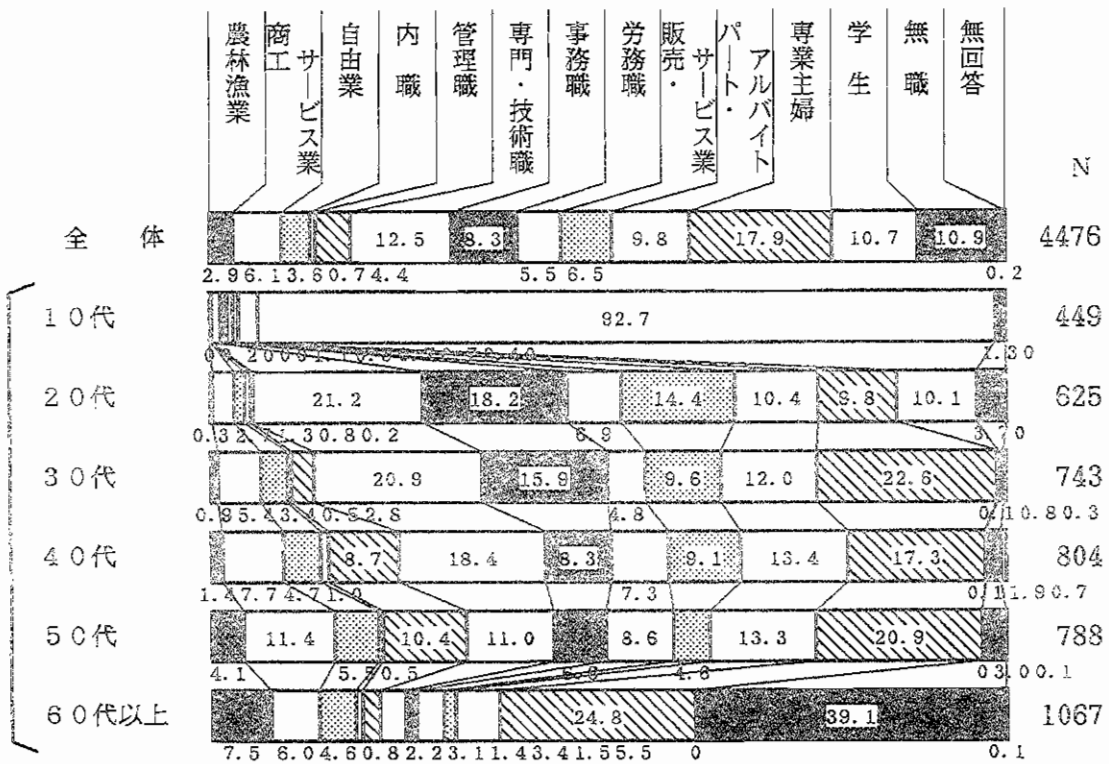


世帯年収

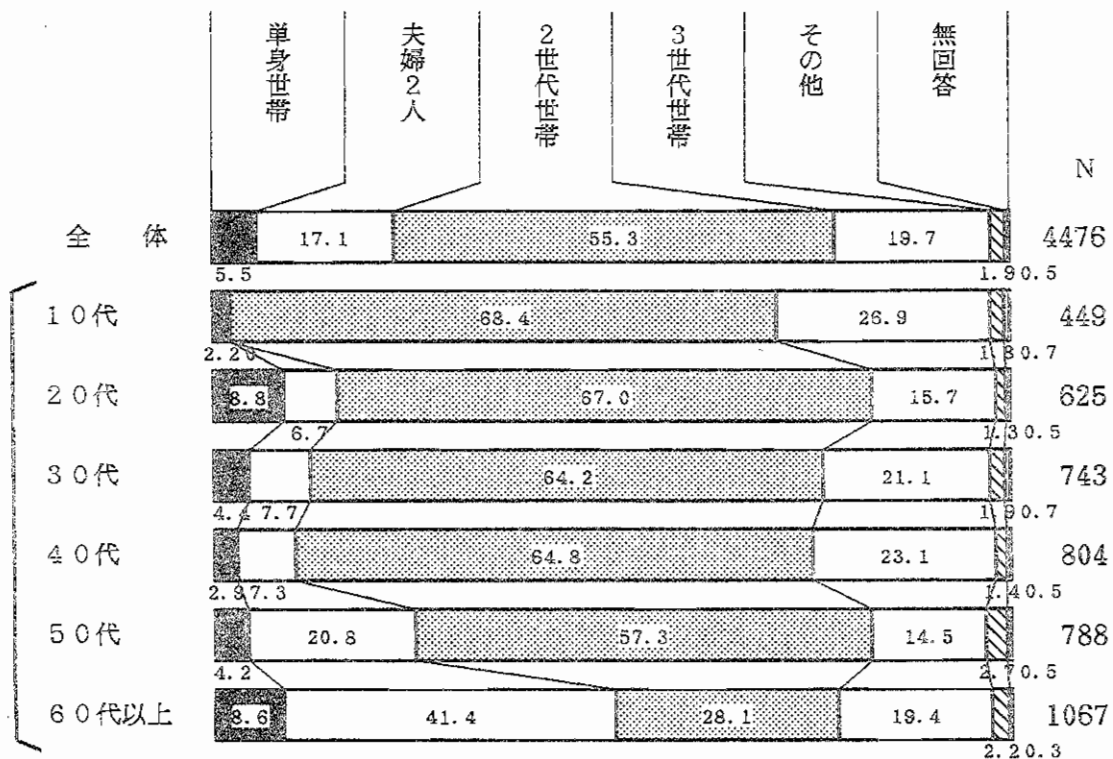


参考として各属性が年齢とどのような関連があるかをみた。

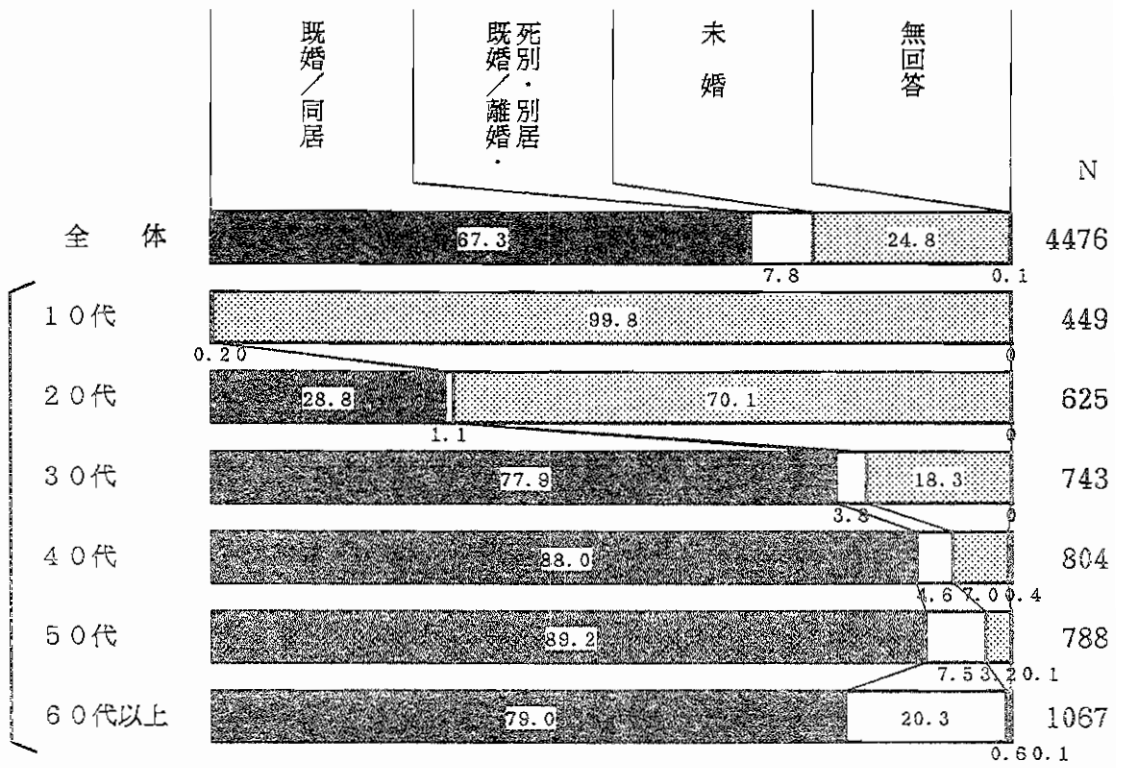
年齢別 職業



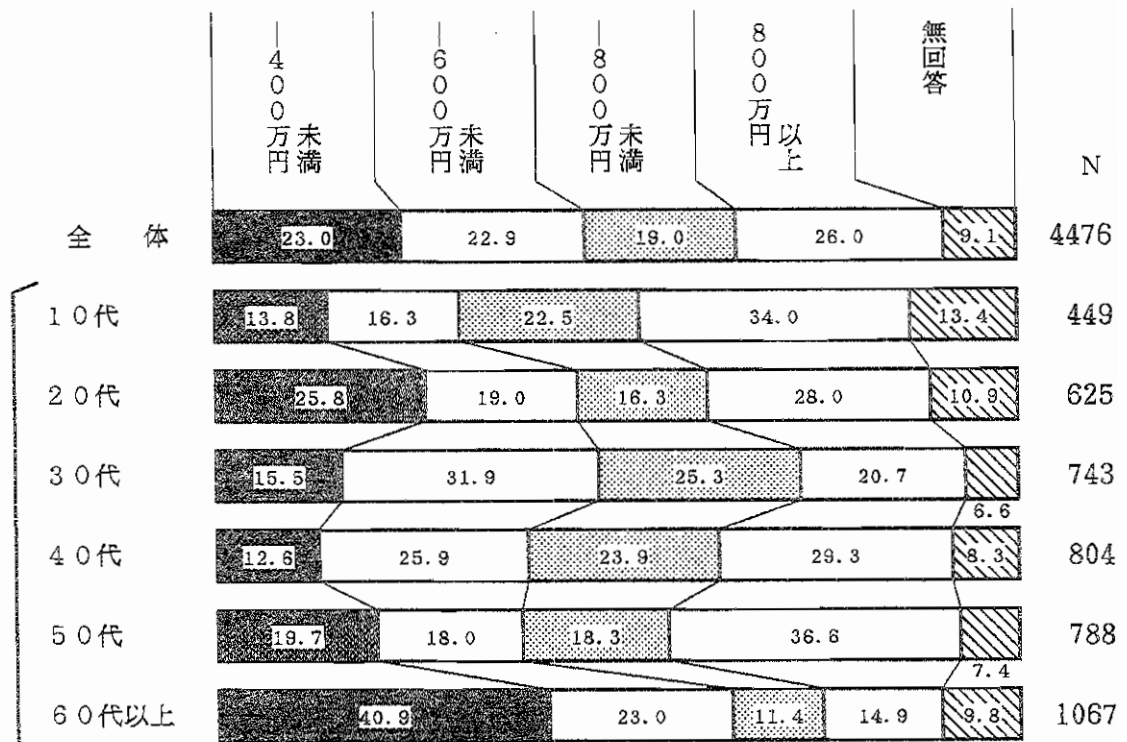
年齢別 家族構成



年齢別 結婚の有無

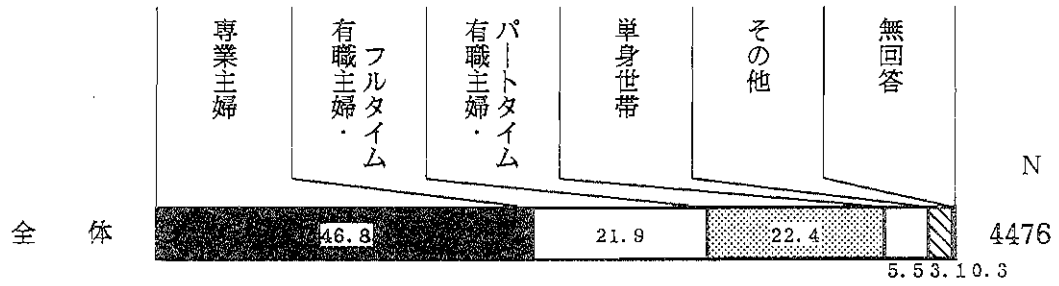


年齢別 世帯年収

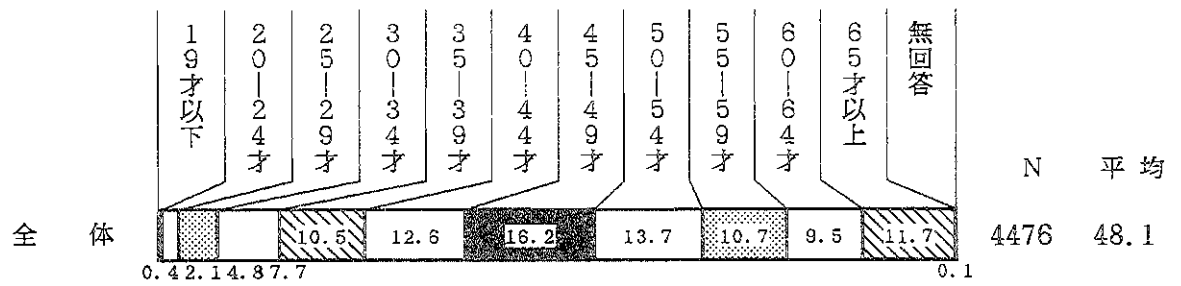


主婦（世帯）票

世帯の中での位置づけ



主婦年齢



主な分析軸

本報告書で利用した主な分析軸は次の通り（数字はサンプル数を示す）

〈性＊年齢〉

男性	10代	213
	20代	284
	30代	307
	40代	378
	50代	338
	60代以上	490
女性	10代	236
	20代	341
	30代	436
	40代	426
	50代	450
	60代以上	577
	男性小計	2,010
	女性小計	2,466

〈都市規模・居住地域〉

13大都市	904
15万以上市	1,315
5万以上市	895
5万未満市	301
郡部	1,061

北海道	229
東北	356
関東・甲信	1,477
東海・北陸	770
近畿	668
中国	310
四国	150
九州	516

〈職業〉

自営・家族従業	農林漁業	132
	商工サービス業	274
	自由業	163
	内職	30
勤め人	管理職	198
	専門・技術職	560
	事務職	370
	労務職	245
	販売・サービス職	289
	パート・アルバイト	437
無職	専業主婦	797
	学生	481
	無職	490

〈白もの牛乳類の飲用量からみたユーザー分類＊〉

毎日2杯以上ユーザー	1,163
毎日1杯ユーザー	877
ミドルユーザー	1,011
ライトユーザー	807
ノンユーザー	618

* 分類の仕方は次ページ参照

<1週間の白もの牛乳類の購入量>

ほとんど買わない	183
2ℓ未満	1,010
3ℓ未満	999
5ℓ未満	1,090
5ℓ以上	1,159
無回答	35

<世帯主の職業/世帯年収>

自営・家族従業	950
勤め人:計	2,595
管理職	574
専門・技術職	674
事務職	405
労務職	446
販売・サービス職	352
パート・アルバイト	144
無職	909
~400万円未満	1,030
~600万円	1,024
~800万円	849
800万円以上	1,166
非該当	9

<主婦職業/年代>

専業主婦	2,097
有職主婦	1,980
フルタイム	979
パートタイム・内職	1,001
単身・その他	386
30代以下	1,134
40代	1,298
50代	1,089
60代以上	952

※ 白もの牛乳類の飲用量からみたユーザー分類の方法

		1日の白もの牛乳類飲用量							
		コップ 6杯以上	5杯	4杯	3杯	2杯	1杯	半杯	全く 飲まない
白もの牛乳類の飲用頻度	毎日飲む	毎日2杯以上ユーザー (354ml)				毎日1杯ユーザー (129ml)			
	週5~6日	ミドルユーザー (118ml)							
	週3~4日								
	週1~2日								
	月に2~3回	ライトユーザー (25ml)							
	月に1回以下								
	全く飲まない	ノンユーザー (1ml)							

※ ()内は1日あたりの平均飲用量

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と飲用量

1) 白もの牛乳類の飲用頻度

紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル（コーンフレークを含む）にかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、日頃どの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。

「毎日飲む」人は46%と半数近くを占めている。他方、「全く飲まない」という人は11%と約1割である。

1987年からの時系列変化をみると、「週に5日以上」飲む人の比率は1990年まで増加し、それ以後はあまり変化がみられない。

月あたりの平均回数は18.8回であり、1990年以後ほとんど変化していない。

(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）や栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいう。コーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含まない。

図表 I -1 白もの牛乳類の飲用頻度

年	毎日飲む	週5に6日飲む	週3に4日飲む	週1に2日飲む	月に数回飲む	それ以下飲まない	全く飲まない	無回答	N	平均 (日/月)
1999年	45.6	10.0	13.5	10.7	6.4	3.2	10.6	0.0	4,476	18.8
1998年	44.9	9.0	14.4	10.7	6.3	3.6	11.0	0.0	4,472	18.5
1997年	45.7	9.1	13.7	10.4	6.7	5.1	9.1	0.0	4,547	18.7
1996年	42.5	9.3	16.9	11.7	6.4	9.4	3.7	0.0	4,706	18.3
1995年	48.4	7.5	12.9	9.9	6.6	9.9	4.7	0.1	4,668	19.0
1994年	46.8	9.6	13.3	9.2	7.7	3.4	10.0	0.0	4,617	19.0
1993年	46.5	10.2	14.3	9.2	6.9	9.4	3.4	0.2	4,553	19.2
1992年	44.2	9.3	13.8	10.7	8.1	5.0	8.7	0.2	4,651	18.4
1991年	45.2	10.4	14.7	10.0	7.0	8.2	4.3	0.2	4,714	19.1
1990年	45.7	10.2	14.0	9.5	7.5	4.9	7.9	0.3	4,691	19.1
1989年	43.4	9.5	13.5	10.5	7.9	5.0	9.8	0.4	4,579	18.2
1988年	39.9	10.4	14.5	10.7	8.7	5.2	10.1	0.5	4,604	17.6
1987年	38.5	9.5	14.3	11.6	10.0	6.8	8.7	0.6	4,664	17.0

(%)

性・年齢別に平均飲用回数をみると、男性では10代や60代以上で飲用頻度が高い。一方、女性では20代でやや低いが、他の年代では大きな差はみられない。

図表 I - 2 性・年齢別 白もの牛乳類の月あたりの飲用頻度 (平均値)

〈男性〉

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性計
1999年	22.7	16.0	16.4	16.5	16.9	19.3	17.8
1998年	22.4	15.1	16.7	16.2	16.9	18.6	17.5
1997年	21.5	14.7	16.8	15.6	17.2	19.4	17.5
1996年	21.9	15.7	15.4	15.9	18.5	19.1	17.7
1995年	21.9	17.2	17.0	15.6	17.2	19.6	17.9
1994年	20.8	15.6	17.2	16.3	18.6	20.5	18.2
1993年	21.9	16.8	18.4	17.8	18.3	20.5	18.9
1992年	20.9	14.4	15.7	15.2	18.7	20.4	17.6
1991年	22.0	16.4	16.6	17.2	18.0	20.3	18.4
1990年	18.8	16.4	18.9	18.5	20.5	21.4	18.3
1989年	20.0	15.7	16.7	16.0	17.6	19.1	17.4
1988年	18.9	14.8	16.3	15.8	17.5	19.1	17.1
1987年	19.5	14.5	13.6	15.0	17.3	18.5	16.2

〈女性〉

	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	女性計
1999年	18.0	16.7	21.5	19.4	20.1	20.5	19.7
1998年	19.2	16.7	21.2	20.0	20.4	19.1	19.5
1997年	19.2	16.2	20.3	20.0	21.5	20.6	19.8
1996年	19.0	16.3	19.5	18.7	19.8	19.8	18.9
1995年	18.1	18.5	21.3	19.3	20.4	21.2	20.0
1994年	17.5	17.0	21.0	19.8	20.7	21.1	19.7
1993年	17.2	17.0	18.8	20.5	20.4	22.2	19.6
1992年	17.6	16.3	19.4	19.6	20.9	20.8	19.2
1991年	18.6	18.3	20.2	19.9	20.2	20.6	19.7
1990年	17.6	17.4	20.4	19.7	21.0	21.6	19.7
1989年	17.2	17.9	19.5	18.9	19.3	19.1	18.8
1988年	17.9	17.3	18.0	18.8	18.3	17.3	18.0
1987年	16.9	16.8	18.0	17.7	18.2	18.2	17.7

(回/月)

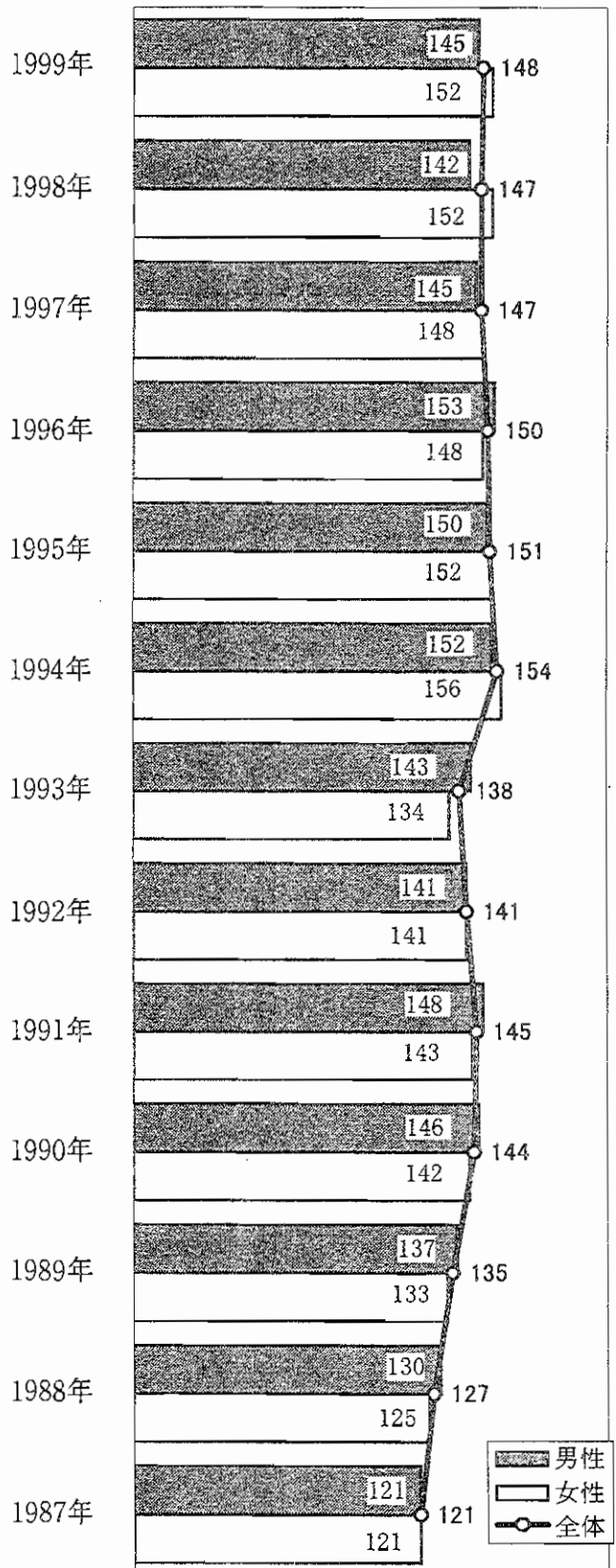
2) 白もの牛乳類の飲用量

13歳以上の人の1日あたりの平均飲用量は、1999年の全体で148ml、男性が145ml、女性が152mlである。

男女の飲用量の比は、男性100対女性105となっている。

80年代には増加したが、94年のピークの後には、消費量は全体に停滞気味である。

図表 I -3 1人1日あたりの
白もの牛乳類飲用量
(平均値) (ml)

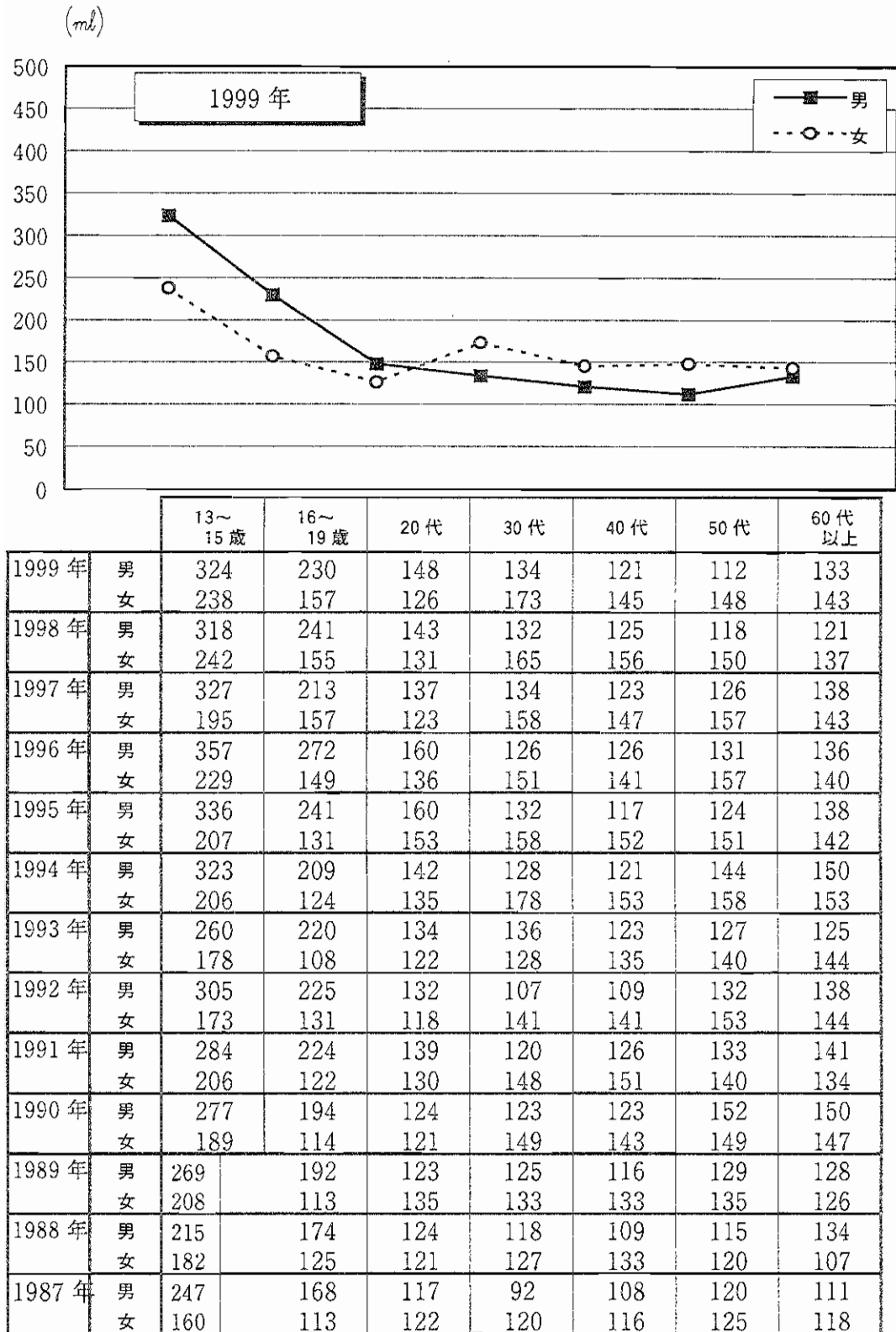


性・年齢別に白もの牛乳類飲用量をみると、10代の男女の平均飲用量が高く、20代以降は、男性はほぼフラットになる傾向であるが、女性は20代が底で、30代で回復し、その後安定的に推移する。

13～15歳を100としたときの飲用量の割合は、男性20代で46%、女性20代で53%、男性40代で37%、女性40代で61%と大きく落ちている。

20代までは男性の飲用量が多いが、30代以降は女性の方が飲用量が多くなり、やや両者に差があるが、60代になるとかなり接近してきている。

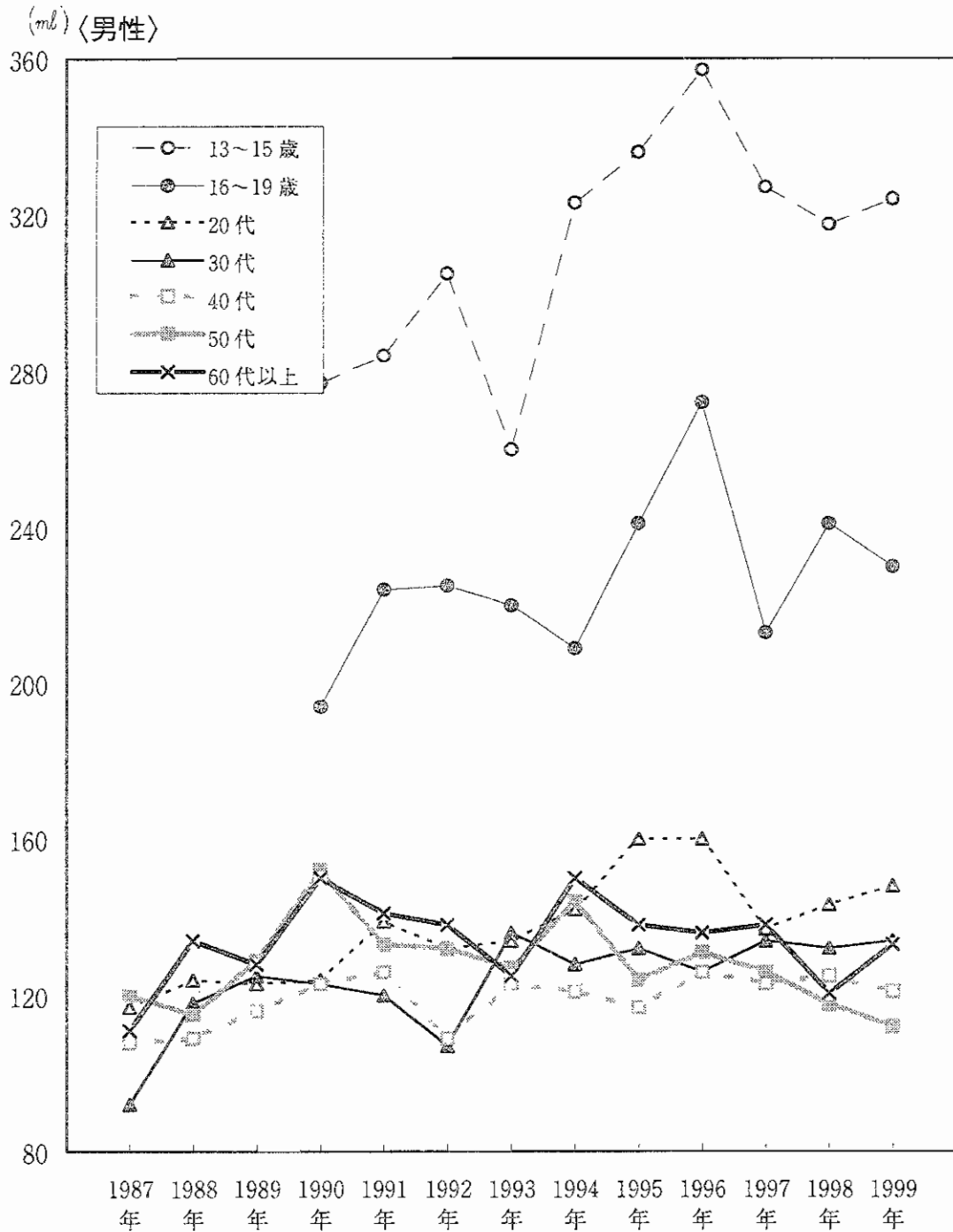
図表 I -4 性・年齢別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)



* 1989年までは「13~14歳」「15~19歳」であったのを、1990年から「13~15歳」「16~19歳」に変更した。

性・年齢別に白もの牛乳類飲用量の時系列変化をみると、10代、20代および60代以上の男女は、97年の落ち込みからやや回復しつつある。一方、50代の男性はここ数年、飲用量が微減状況にある。

図表 I -5 性・年齢別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)

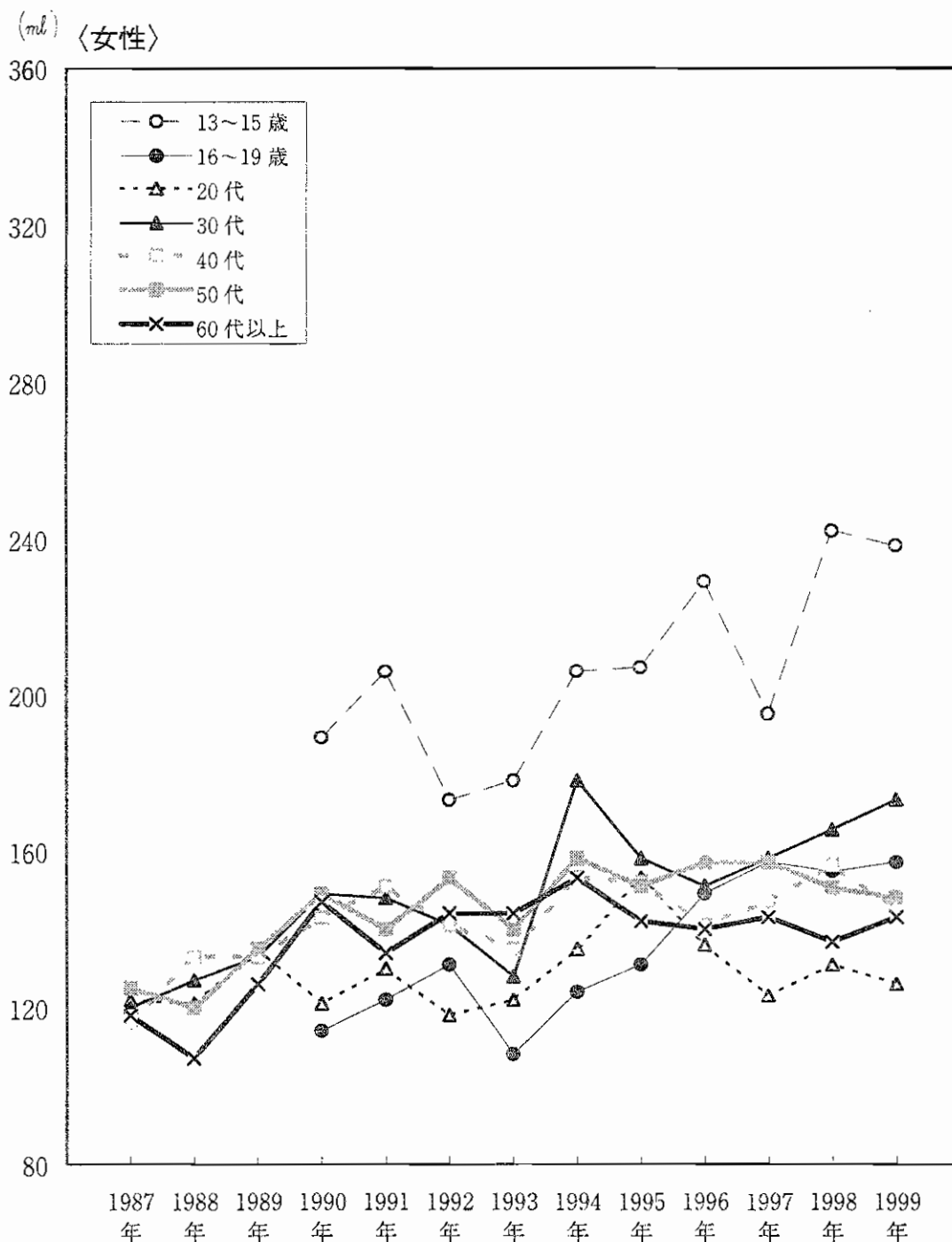


注) 10代は区分が共通している1990年以降を表示

長期の傾向としては、女性の飲用量は全体的には右上がり、徐々に多くなっているが、20代に限って言えば、飲用量がしばらく低迷している。

16～19歳の女性は、90年代の初めに比べると大幅に伸び、この3～4年ほどは相対的に高水準で安定している。

図表 I -6 性・年齢別1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量（平均値）



注) 10代は区分が共通している1990年以降を表示

図表 I -7 1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (全体)

		飲まない	50ml 未満	50ml 以上	100ml 以上	200ml 以上	無回答	N	平均 (ml)
全 体	1999年	10.6	19.1	14.3	25.8	30.3	0.0	4,476	148.4
	1998年	11.0	19.3	13.7	26.1	30.0	0.0	4,472	147.2
	1997年	11.1	18.4	13.2	27.7	29.5	0.0	4,547	146.8
	1996年	10.4	18.8	15.1	25.3	30.4	0.0	4,706	150.2
	1995年	11.7	18.2	12.6	25.3	31.9	0.3	4,668	150.8
	1994年	13.4	15.0	16.8	25.2	29.4	0.2	4,617	153.9
	1993年	12.8	15.7	19.8	27.6	23.9	0.2	4,553	138.0
	1992年	13.7	17.5	13.3	30.6	24.6	0.4	4,651	140.9
	1991年	12.5	15.8	14.0	30.0	27.4	0.3	4,714	145.2
	1990年	12.8	16.3	13.5	31.0	25.9	0.5	4,691	143.7
	1989年	15.4	17.6	12.6	29.6	23.9	0.9	4,579	134.8
	1988年	15.4	18.9	13.5	29.2	22.3	0.7	4,604	127.0
99 年 年 齢 別	10代	5.8	18.7	9.6	17.1	48.8	0.0	499	229.5
	20代	11.2	24.3	16.2	22.1	26.2	0.0	625	136.1
	30代	6.7	20.1	13.9	27.1	32.3	0.0	743	156.8
	40代	10.3	21.0	15.5	26.4	26.7	0.0	804	133.5
	50代	10.9	19.2	15.1	27.7	27.1	0.0	788	132.6
	60代以上	14.8	14.0	13.9	28.8	28.6	0.0	1,067	138.4

(%)

図表 I -8 1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (男性)

	飲まない	50ml 未満	50ml 以上	100ml 以上	200ml 以上	無回答	N	平均 (ml)	
全 体	1999年	12.6	20.2	14.3	24.7	28.3	0.0	2,010	144.5
	1998年	12.5	20.9	13.6	25.5	27.6	0.0	2,085	141.7
	1997年	12.9	19.9	13.3	25.6	28.2	0.0	2,111	145.3
	1996年	11.5	20.0	14.8	23.8	29.9	0.0	2,182	153.0
	1995年	13.1	19.9	12.6	23.7	30.4	0.2	2,123	150.0
	1994年	15.1	15.8	15.4	25.7	27.9	0.1	2,062	151.9
	1993年	12.8	16.5	18.8	27.1	24.5	0.2	2,088	142.5
	1992年	15.1	18.4	13.2	28.4	24.4	0.4	2,155	141.4
	1991年	12.7	17.3	14.0	27.9	27.7	0.4	2,227	147.9
	1990年	14.2	17.4	13.5	28.0	26.6	0.3	2,029	145.8
	1989年	17.7	17.7	12.7	26.3	24.8	0.8	2,028	136.8
	1988年	15.7	20.0	13.1	26.6	23.8	0.8	2,106	130.0
99年 年 齢 別	10代	3.8	11.7	8.9	18.3	57.4	0.0	213	275.1
	20代	12.0	24.3	15.5	19.0	29.3	0.0	284	148.0
	30代	12.1	23.8	13.4	26.7	24.2	0.0	307	133.6
	40代	13.5	23.8	13.5	26.2	22.9	0.0	378	120.7
	50代	14.2	22.5	16.6	26.3	20.5	0.0	338	112.2
	60代以上	15.3	14.9	15.5	27.1	27.1	0.0	490	133.3

(%)

図表 I -9 1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (女性)

		飲まない	50ml 未満	50ml 以上	100ml 以上	200ml 以上	無回答	N	平均 (ml)
全 体	1999年	8.9	18.2	14.3	26.6	32.0	0.0	2,466	151.5
	1998年	9.7	17.8	13.7	26.6	32.2	0.0	2,387	151.9
	1997年	9.5	17.1	13.2	29.6	30.6	0.0	2,436	148.1
	1996年	9.5	17.7	15.4	26.6	30.7	0.0	2,524	147.9
	1995年	10.5	16.7	12.6	26.6	33.2	0.4	2,545	151.5
	1994年	12.1	14.3	17.9	24.8	30.6	0.2	2,555	155.6
	1993年	12.8	15.1	20.6	28.0	23.3	0.2	2,465	134.1
	1992年	12.5	16.7	13.3	32.4	24.8	0.4	2,496	140.5
	1991年	12.3	14.4	14.1	31.8	27.1	0.3	2,487	142.8
	1990年	11.7	15.5	13.5	33.3	25.3	0.7	2,662	142.1
	1989年	13.6	17.5	12.5	32.2	23.3	0.9	2,551	133.1
1988年	15.1	17.9	13.9	31.4	21.0	0.7	2,498	125.0	
99年 年齢別	10代	7.6	25.0	10.2	16.1	41.1	0.0	236	188.3
	20代	10.6	24.3	16.7	24.6	23.8	0.0	341	126.3
	30代	3.0	17.4	14.2	27.3	38.1	0.0	436	173.2
	40代	7.5	18.5	17.4	26.5	30.1	0.0	426	144.9
	50代	8.4	16.7	14.0	28.7	32.2	0.0	450	147.9
	60代以上	14.4	13.2	12.5	30.2	29.8	0.0	577	142.7

(%)

参考までに、職業別、地域・都市規模別の白もの牛乳類の平均飲用量の変化を示した。1999年の結果では、学生の平均飲用量が多い。

図表 I -10 職業別 1人1日あたり白もの牛乳類飲用量 (平均値)

	全 体	自営・家族従業				勤 め 人						無 職		
		農林・ 漁業	サ ー ビ ス 業 商 工	自 由 業	内 職	管 理 職	専 門 技 術 職	事 務 職	労 務 職	サ ー ビ ス 職 販 売	ア ル バ イ ト パ ー ト	主 婦	学 生	無 職
1999年	148	125	142	137	126	118	142	130	103	129	142	165	226	135
1998年	147	119	141	134	175	134	141	137	121	112	148	159	233	118
1997年	147	130	142	146	132	109	135	133	137	126	138	159	215	142
1996年	150	129	144	152	125	144	139	133	124	123	138	156	237	140
1995年	151	128	140	160	119	116	134	143	136	140		160	225	135
1994年	154	180	150	153	185	138	149	135	131	128		167	199	133
1993年	138	113	142	131	218	123	127	112	131	116		148	182	128
1992年	141	131	134	127	141	122	129	122	107	119		153	198	139
1991年	145	121	135	132	160	140	144	122	122	125		150	200	140
1990年	144	139	148	157	113	141	134	124	120	121		152	183	137
1989年	135	110	141	129	128	107	128	120	115	123		145	174	122
1988年	127	115	127	130	126	122	121	109	121	111		129	165	110
1987年	121	113	109	116	115	128	111	108	107	103		128	158	111

(ml)

1999年 平均年齢	44.6	60.3	49.7	51.2	48.7	50.5	39.5	37.2	45.1	38.1	43.5	50.5	16.7	66.1
---------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(歳)

注) パート・アルバイトは1996年からカテゴリーを追加

図表 I -11 地域・都市規模別 1人1日あたり白もの牛乳類飲用量 (平均値)

		地 域 別								都 市 規 模 別				
		北 海 道	東 北	関 東 ・ 甲 信	東 海 ・ 北 陸	近 畿	中 国	四 国	九 州	13 大 都 市	15 万 以 上 市	5 万 以 上 市	5 万 未 満 市	郡 部
1999年	148	150	151	156	135	155	133	140	147	158	151	144	148	140
1998年	147	163	145	144	141	152	172	149	140	150	149	141	155	145
1997年	147	157	156	145	147	151	144	148	138	155	147	148	143	139
1996年	150	159	151	156	136	156	144	146	149	156	153	146	143	147
1995年	151	143	163	158	148	150	127	153	143	158	155	152	143	141
1994年	154	142	180	151	152	160	153	143	151	151	152	152	159	160
1993年	138	160	133	143	130	143	119	140	134	143	141	135	123	138
1992年	141	137	137	151	123	146	137	116	144	143	146	141	142	133
1991年	145	124	141	147	143	150	154	118	150	147	150	142	153	138
1990年	144	144	150	149	138	141	145	145	136	156	138	137	140	146
1989年	135	150	127	134	130	146	135	166	122	138	140	131	130	130
1988年	127	130	118	129	120	128	124	126	138	129	132	123	130	122
1987年	121	114	115	122	121	125	109	141	122	119	126	120	109	120

(ml)

1999年 平均年齢	44.6	43.1	44.7	43.1	44.0	46.2	48.4	45.4	45.3	42.7	44.8	43.5	44.6	46.6
---------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(歳)

家族構成別に牛乳飲用量をみると、夫婦2人での飲用量が比較的少ない。単身者は全体平均に近く、5人以上の家族で飲用量はやや多くなっている。二世帯世帯か否かという視点でみると、二世帯世帯の方が飲用量が多い。

世帯年収別では、年収が800万円以上と高い世帯で牛乳飲用量が多くなる傾向がみられる。

図表 I -12 その他の属性別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量(平均値)

<1999年>

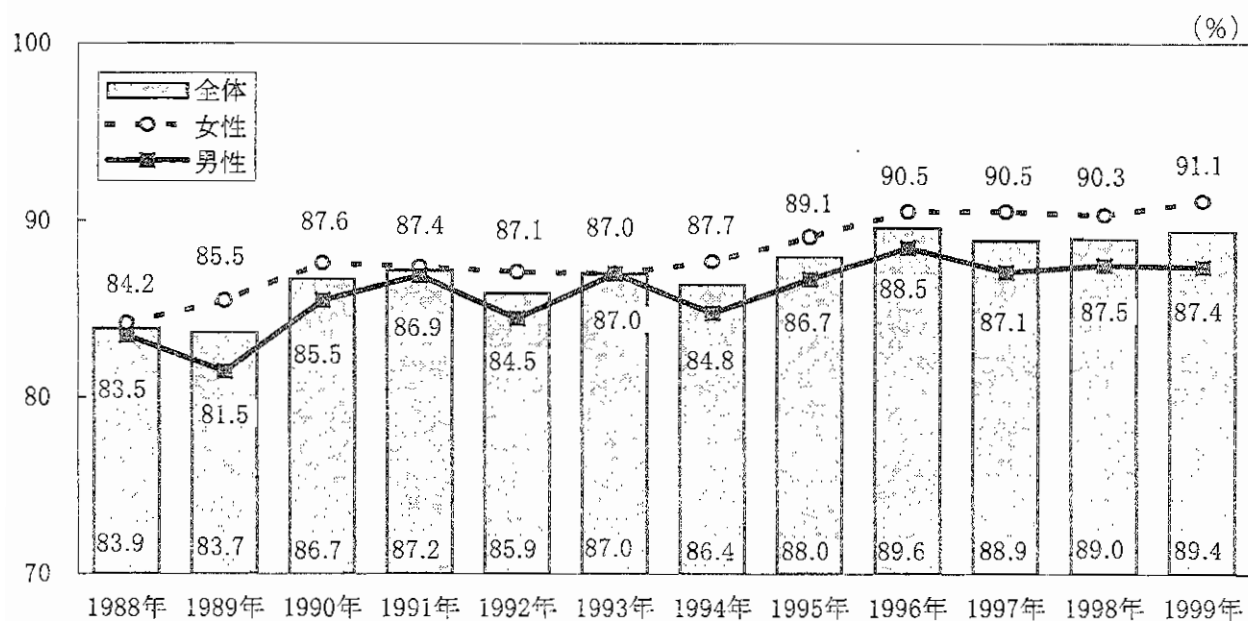
		N	飲用量
全 体		4,476	148
家 族 構 成	単身	246	147
	夫婦2人	764	136
	2～4人以内		
	計	2,246	151
	二世帯世帯	2,019	152
	その他	227	146
	5人以上		
	計	1,216	152
	二世帯世帯	456	154
	その他	760	151
世 帯 年 収	400万円未満	1,030	139
	600万円未満	1,024	144
	800万円未満	849	153
	800万円以上	1,166	162

(ml)

3) 白もの牛乳類の飲用者率

白もの牛乳類の飲用者率の推移をみると、飲用者率は10年前と比べて5%ほど伸び、ほぼ9割となっている。女性の飲用者率の方が男性を上回っている。

図表 I -13 白もの牛乳類の飲用者率



4) 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類

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

5グループの全体構成比をみると、毎日2杯以上ユーザーが26%と最も多く、次いで、ミドルユーザー(23%)、毎日1杯ユーザー(20%)、ライトユーザー(18%)の順となる。また、ノンユーザーは14%と少ないレベルで推移している。

1996年からの分布をみると、あまり大きく変わっていない。

図表 I -14 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類

	毎日 2杯以上 ユーザー	毎日 1杯 ユーザー	ミドル ユーザー	ライト ユーザー	ノン ユーザー	無回答	N
1999年	26.0	19.6	22.6	18.0	13.8	0.0	4,476
1998年	25.9	19.1	22.8	17.6	14.6	0.0	4,472
1997年	24.9	20.9	22.4	17.6	14.3	0.0	4,547
1996年	25.1	17.5	25.9	18.5	13.0	0.0	4,706
1995年	28.3	20.1	19.7	17.1	14.5	0.3	4,668
1994年	28.0	18.7	23.0	16.7	13.4	0.2	4,617
1993年	23.1	23.4	24.0	16.5	12.8	0.2	4,553
1992年	21.4	22.7	22.8	19.0	13.7	0.4	4,651
1991年	23.0	22.1	24.7	17.3	12.7	0.1	4,714
1990年	22.6	23.1	23.5	17.6	13.1	0.1	4,691
1989年	20.1	22.8	21.9	19.0	14.9	1.3	4,579
1988年	18.4	21.3	24.1	20.1	15.4	0.7	4,604
1987年	17.2	21.2	23.5	22.0	15.4	0.8	4,664

(%)

ユーザー分類別の白もの牛乳類の平均飲用量は下表のとおりである。

毎日2杯以上というユーザーは、人数では26%であるが、総飲用量に占める割合は62%と非常に大きい。

94年と比べると、毎日2杯以上ユーザーの割合は28%から26%へと、その飲用量の割合も64%から62%へと減少した。

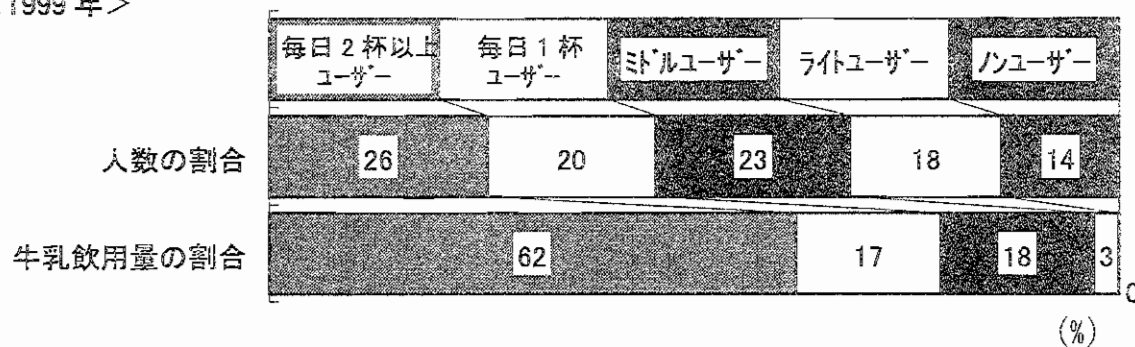
図表 I -15 牛乳のユーザー分類別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)

<1999年>

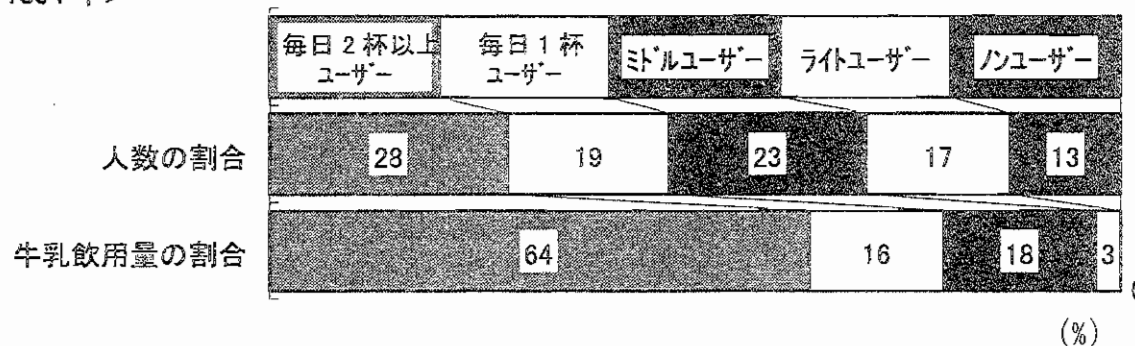
	全 体	毎日2杯以上 ユーザー	毎日1杯 ユーザー	ミドルユーザー	ライトユーザー	ノンユーザー
N	4,476	1,163	877	1,011	807	618
割合 (%)	100	26.0	19.6	22.6	18.0	13.8
平均年齢(才)	44.6	43.3	49.4	42.4	41.8	47.2
1人1日あたりの 飲用量 (ml)	148.4	354.0	128.7	117.7	24.7	1.0
1日あたりの 総飲用量 (ml)	664,118 (664,238)	411,702	112,870	118,995	19,933	618
総飲用量の 割合 (%)	100	62	17	18	3	0

図表 I -16 牛乳のユーザー分類別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (94年との比較)

<1999年>

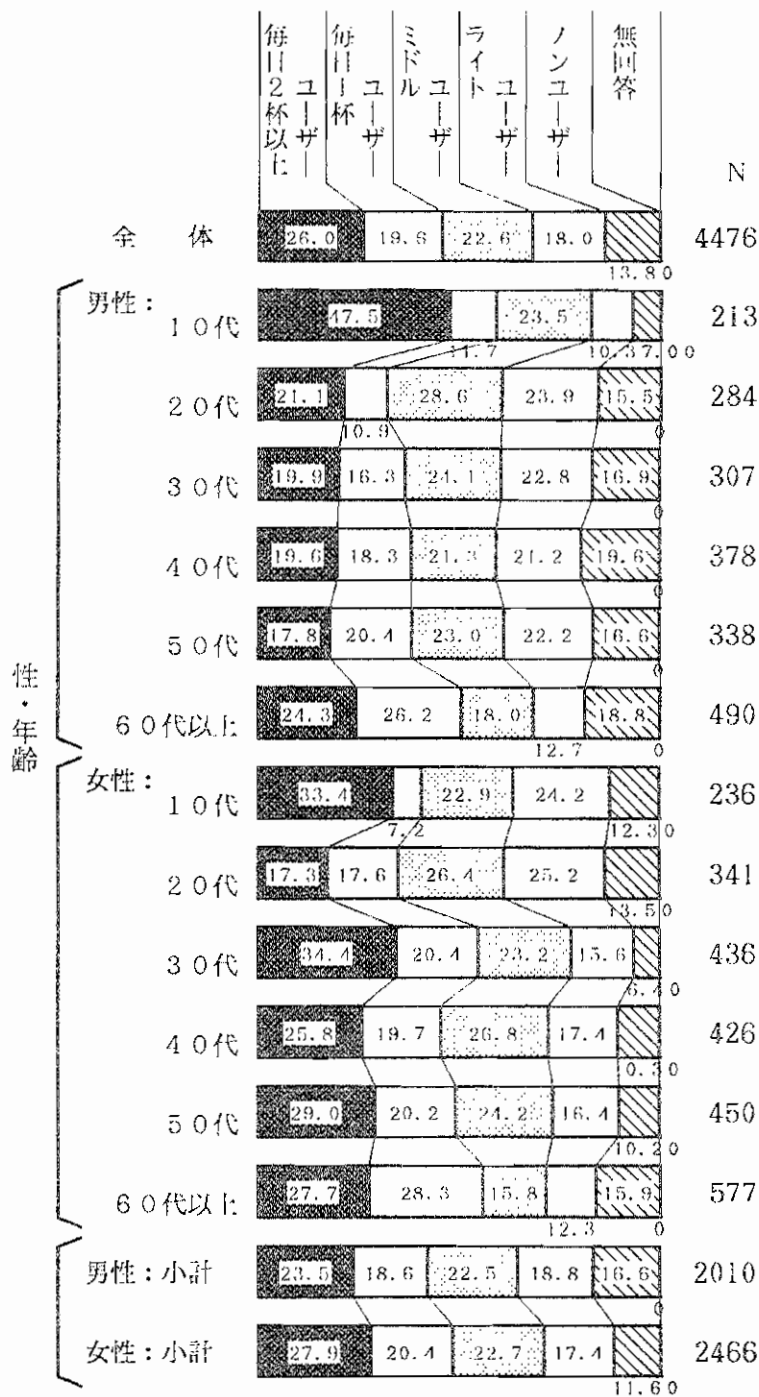


<1994年>



性・年齢別にみると、白もの牛乳類の平均飲用量の最も多かった10代男性で毎日2杯以上ユーザーが48%と多い。女性では、10代と30代、50代で毎日2杯以上ユーザーが約3割以上いる。

図表 I -17 性・年齢別 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類



2. 白もの牛乳類の種類別飲用量

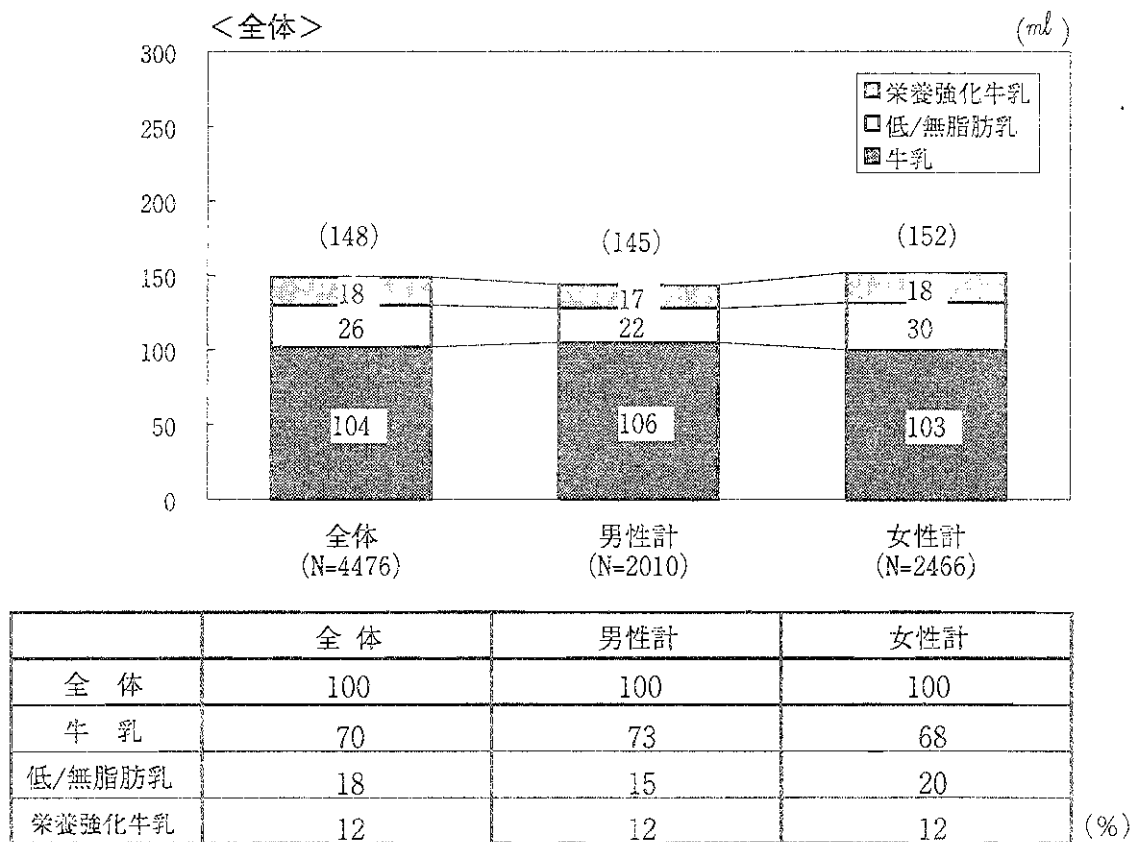
牛乳、低脂肪乳（ローファットミルク）／無脂肪乳、栄養強化牛乳（カルシウム、鉄、ビタミンDなどを加えたもの）の3種に分け、飲用量の割合を聞いた。

全体で見ると、牛乳が70%、低脂肪乳／無脂肪乳が18%、栄養強化牛乳が12%となっており、飲用する白もの牛乳類としては牛乳が7割となっている。

男女別にみると、女性の方が低脂肪乳／無脂肪乳を飲んでいる割合がやや高い。

98年と比較すると、牛乳の割合が73%から70%へやや落ちた。これは、牛乳について98年は普通牛乳と定義していたが、99年は、牛から搾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、と詳細に定義をしたことにより、消費者の意識がより明確になり限定されたことによる。

図表 I -18 白もの牛乳類の種類別 飲用量



*上図の種類別飲用量は飲用割合のパーセントで配分してあるため、合計が必ずしも種類別の数値と合致しない場合もある。

*表についても同様のことがいえる。

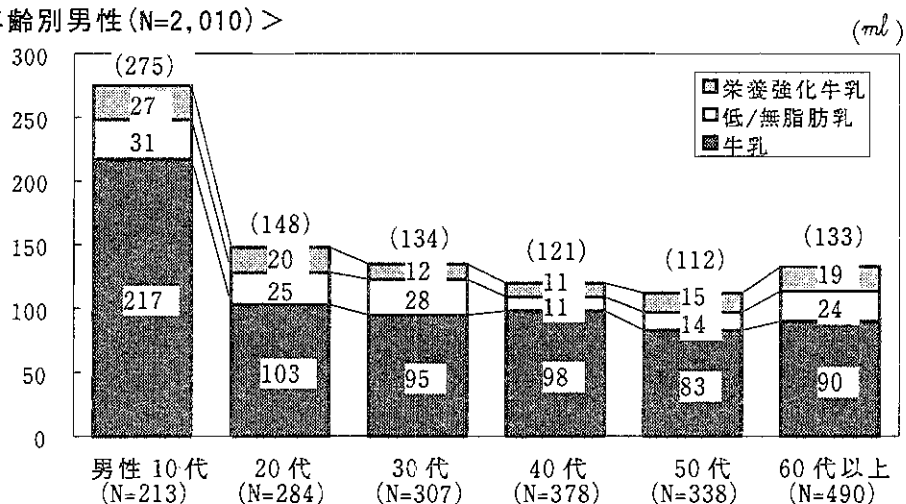
男女別 年齢別に飲用する白もの牛乳類の種類をみてみよう。

男性だけについてみると、飲用量の多い10代は牛乳の割合が79%と高いのに対し、20代、30代などは低脂肪乳/無脂肪乳の飲用割合が相対的に高い。さらに40代と50代ではまた牛乳の割合が高くなっている。

女性についてみると、低脂肪乳/無脂肪乳の飲用割合は20代で26%以上と特に多い。栄養強化牛乳は女性の60代以上での飲用割合が多い。

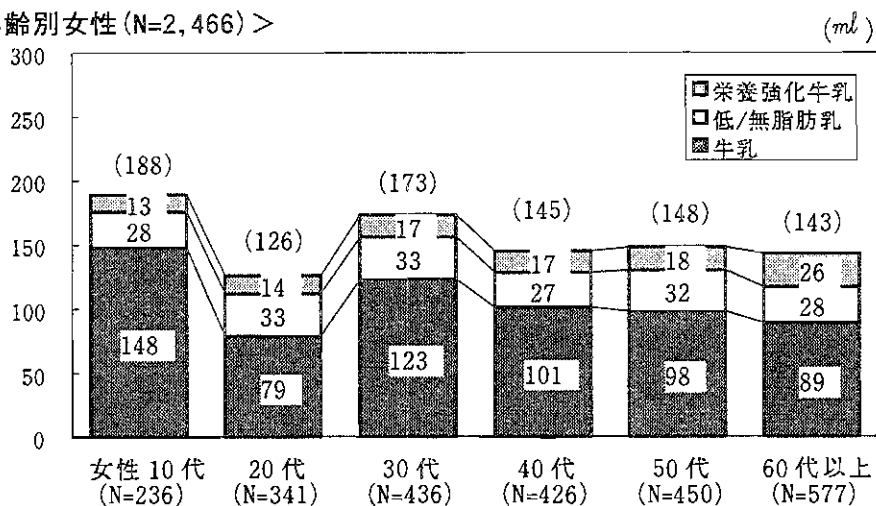
図表 I -19 白もの牛乳類の種類別 性・年齢別 飲用量

<年齢別男性(N=2,010)>



	男性全体	男性10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	(%)
全体	100 %	100	100	100	100	100	100	
牛乳	73	79	70	71	81	74	68	
低/無脂肪乳	15	11	17	21	9	13	18	
栄養強化牛乳	12	10	14	9	9	13	14	

<年齢別女性(N=2,466)>

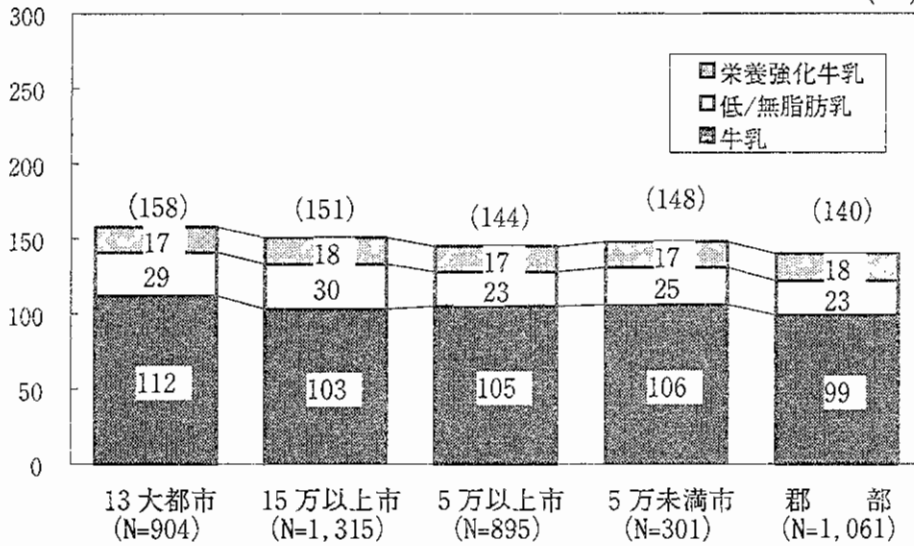


	女性全体	女性10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	(%)
全体	100	100	100	100	100	100	100	
牛乳	68	79	63	71	70	66	62	
低/無脂肪乳	20	15	26	19	19	22	20	
栄養強化牛乳	12	7	11	10	12	12	18	

都市規模別にみると、低脂肪乳／無脂肪乳は15万以上の市での飲用が多い。
地域別では、低脂肪乳／無脂肪乳の割合は中国や四国で多く、牛乳は北海道、東北が多い。

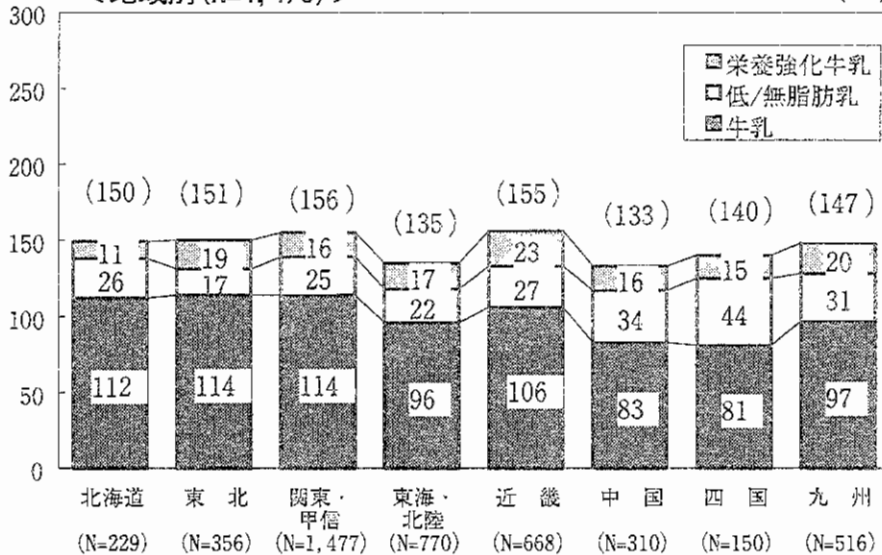
図表 I -20 白もの牛乳類の都市規模別 地域別 種類別 飲用量

<都市規模別(N=4,476)> (ml)



	13大都市 (N=904)	15万以上市 (N=1,315)	5万以上市 (N=895)	5万未満市 (N=301)	郡部 (N=1,061)
全体	100	100	100	100	100
牛乳	71	68	73	72	71
低/無脂肪乳	18	20	16	17	16
栄養強化牛乳	11	12	12	11	13

<地域別(N=4,476)> (ml)



	北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州
全体	100	100	100	100	100	100	100	100
牛乳	75	75	73	71	68	62	58	66
低/無脂肪乳	17	11	16	16	17	26	31	21
栄養強化牛乳	7	13	10	13	15	12	11	14

3. 白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の内訳

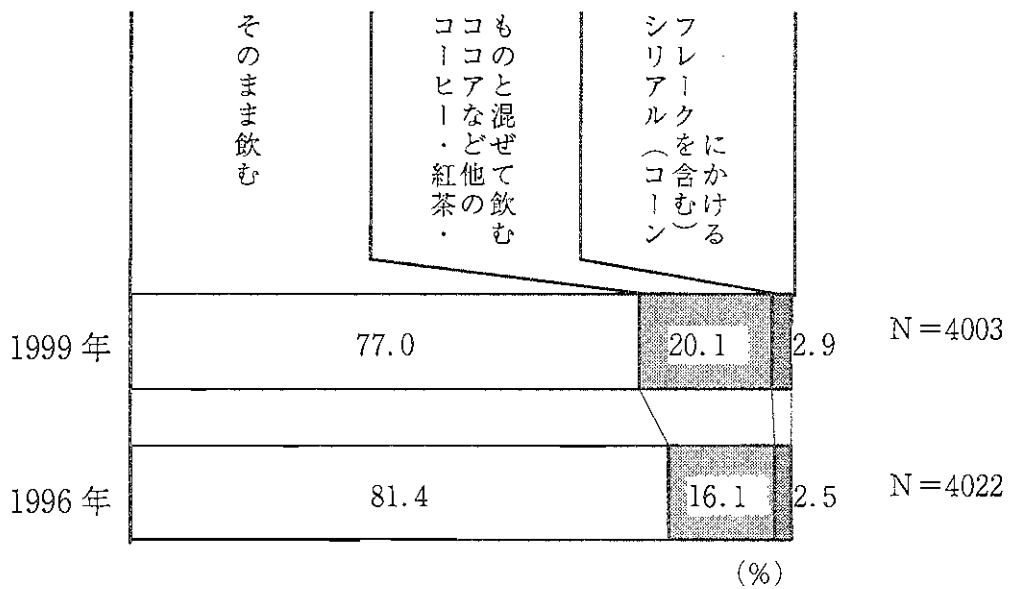
1) 白もの牛乳類の飲み方

白もの牛乳類を飲む時はどのような飲み方をするか、「そのまま飲む」「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」のそれぞれの割合を聞いた。

全体で見ると、「そのまま飲む」が77%、「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」が20%、「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」が3%となっている。

96年と比較すると、「そのまま飲む」が減り、コーヒーなどとの混合飲用が増えている。

図表 I -21 白もの牛乳類の飲み方の割合
(飲用者ベース)



男女別・年齢別に白もの牛乳類の飲み方の割合をみてみよう。

「そのまま飲む」は男性に多く、「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」は女性に多い。

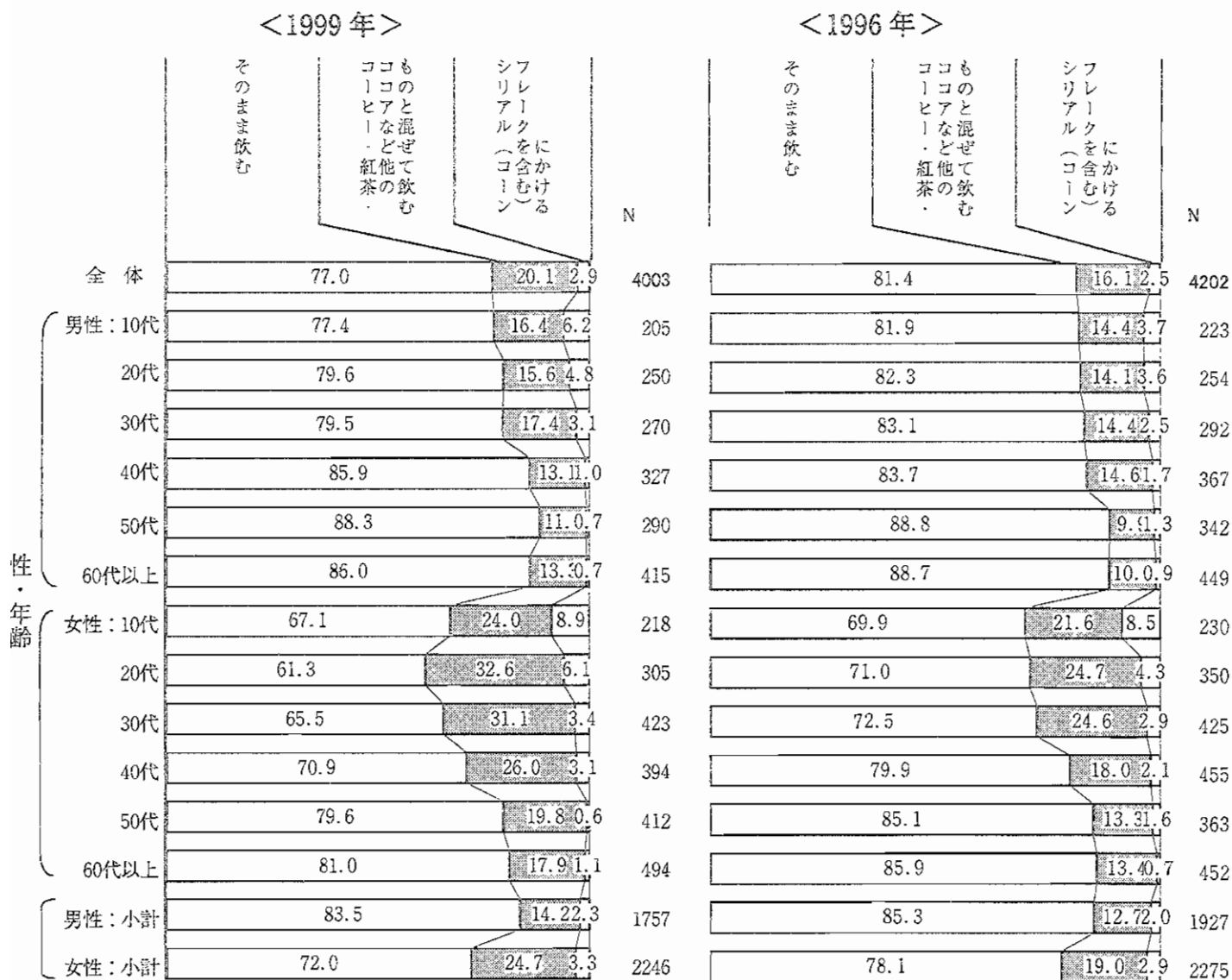
男性では、「そのまま飲む」のは10代で最も少なく、年代が上がるにつれ多くなる。一方、「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」のは10代で最も多く、年代が上がるにつれ少なくなる。

女性についても男性と同じく、「そのまま飲む」という割合は上の年代で多く、「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」のは若い年代ほど多い。「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」については20代、30代で多く、その割合は3割を超えている。

男女とも30代を境に、若い年代のほうが牛乳の飲み方が多様である傾向がうかがえる。

96年からの変化をみると、男性の変化は小さいが、女性の変化は大きく、20代・30代・40代など中間層で混合飲用が大きく伸びている。

図表 I -22 性・年齢別 白もの牛乳類の飲み方の割合（飲用者ベース）

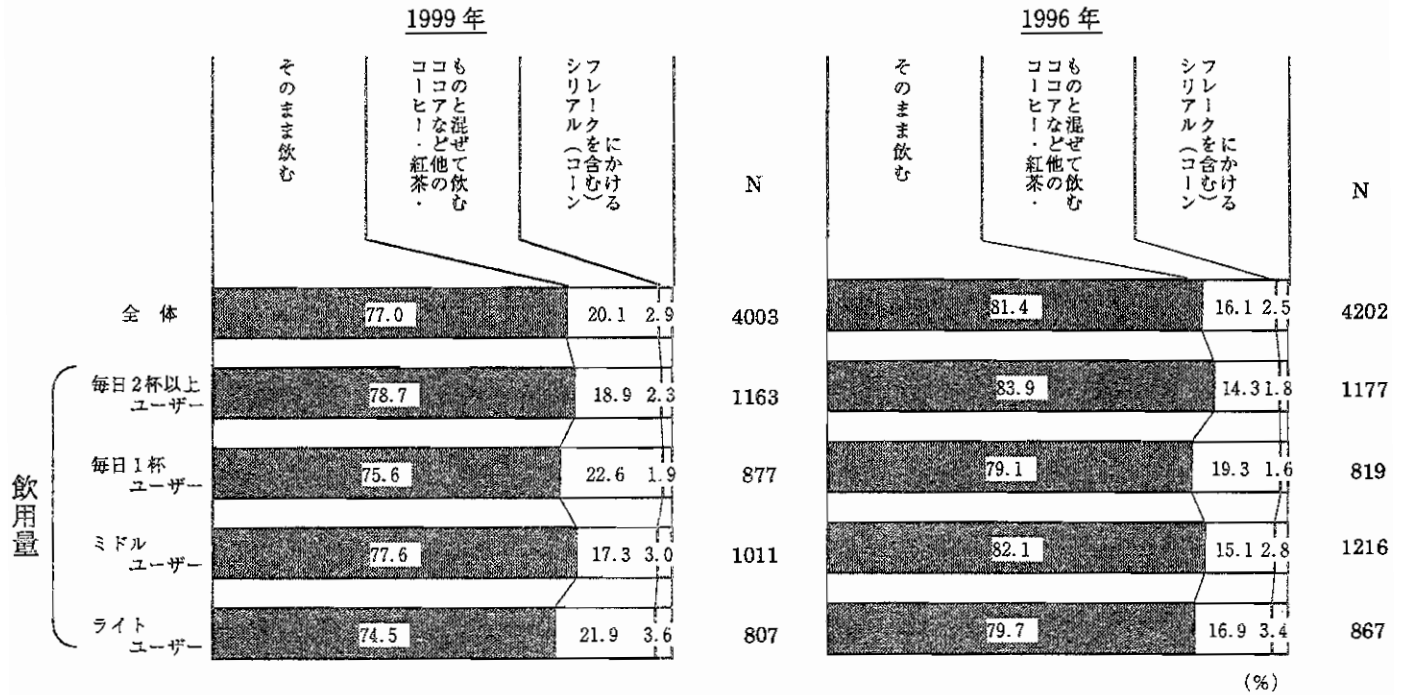


ユーザー分類別に牛乳の飲み方の割合をまとめてみた。

「ライトユーザー」の方がシリアルでの飲用割合が多い傾向がみられる。

96年と比較してみると、混合飲用はどの層でも多くなっている。

図表 I -23 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲み方の割合
(飲用者ベース)



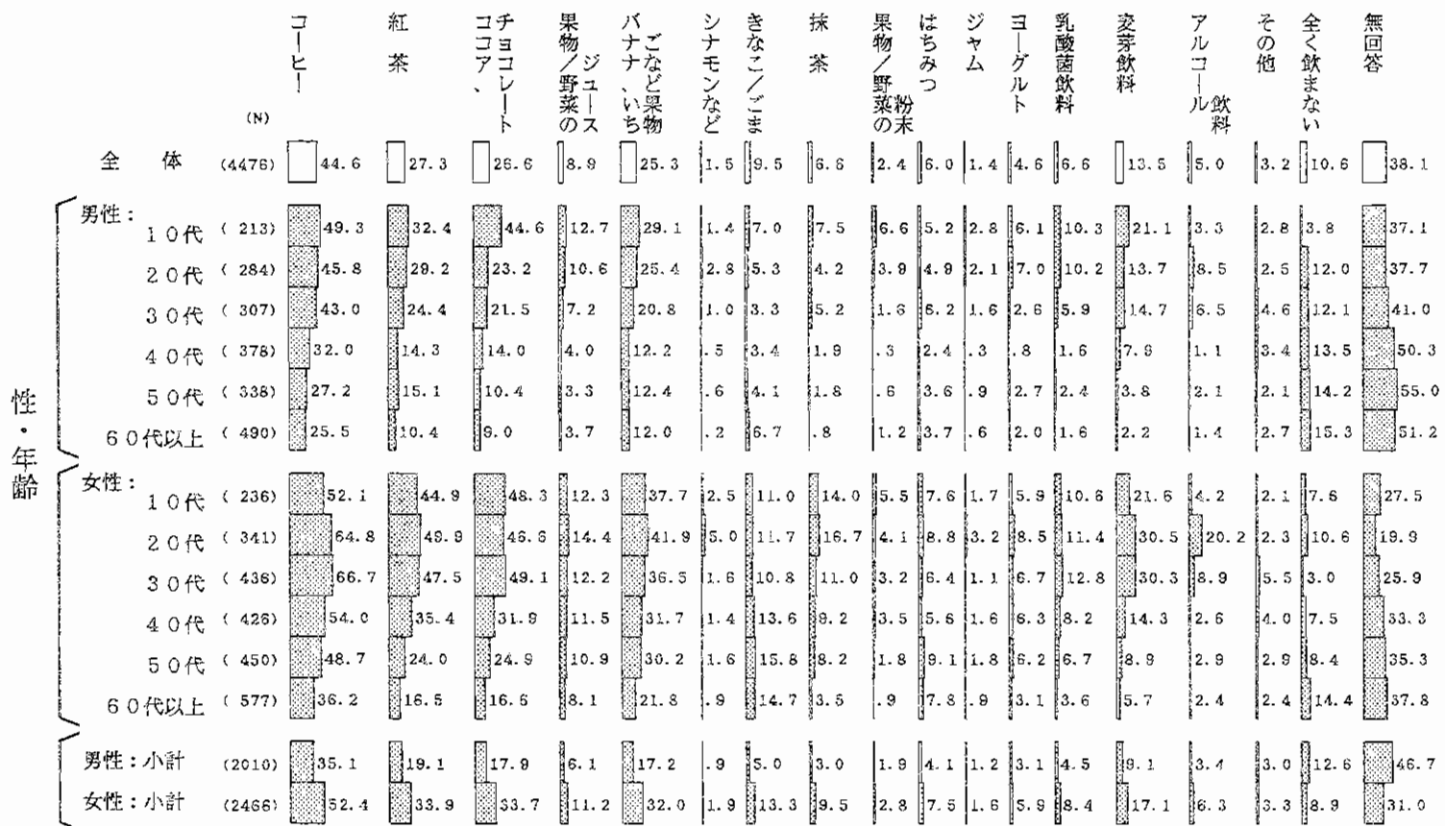
2) 混合飲用の実態

「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」という場合、具体的にはどのようなものと混ぜて飲むのかを複数回答で聞いた。

「白もの牛乳類と混ぜて飲んだことのあるもの」として経験を聞くと、「コーヒー」が45%と最も多く、次いで、「紅茶」「ココア、チョコレートシロップ」（それぞれ27%）、「バナナ、いちごなど果物」（25%）、「麦芽飲料」（14%）、「きなこ／ごま」（10%）、「果物／野菜のジュース」（9%）などが多くなっている。

男女別では、各アイテムとも男性よりも女性で多く、また若年層ほど経験率が高くなっている。

図表 I -24 白もの牛乳類と混ぜて飲んだことのあるもの（経験）（MA）

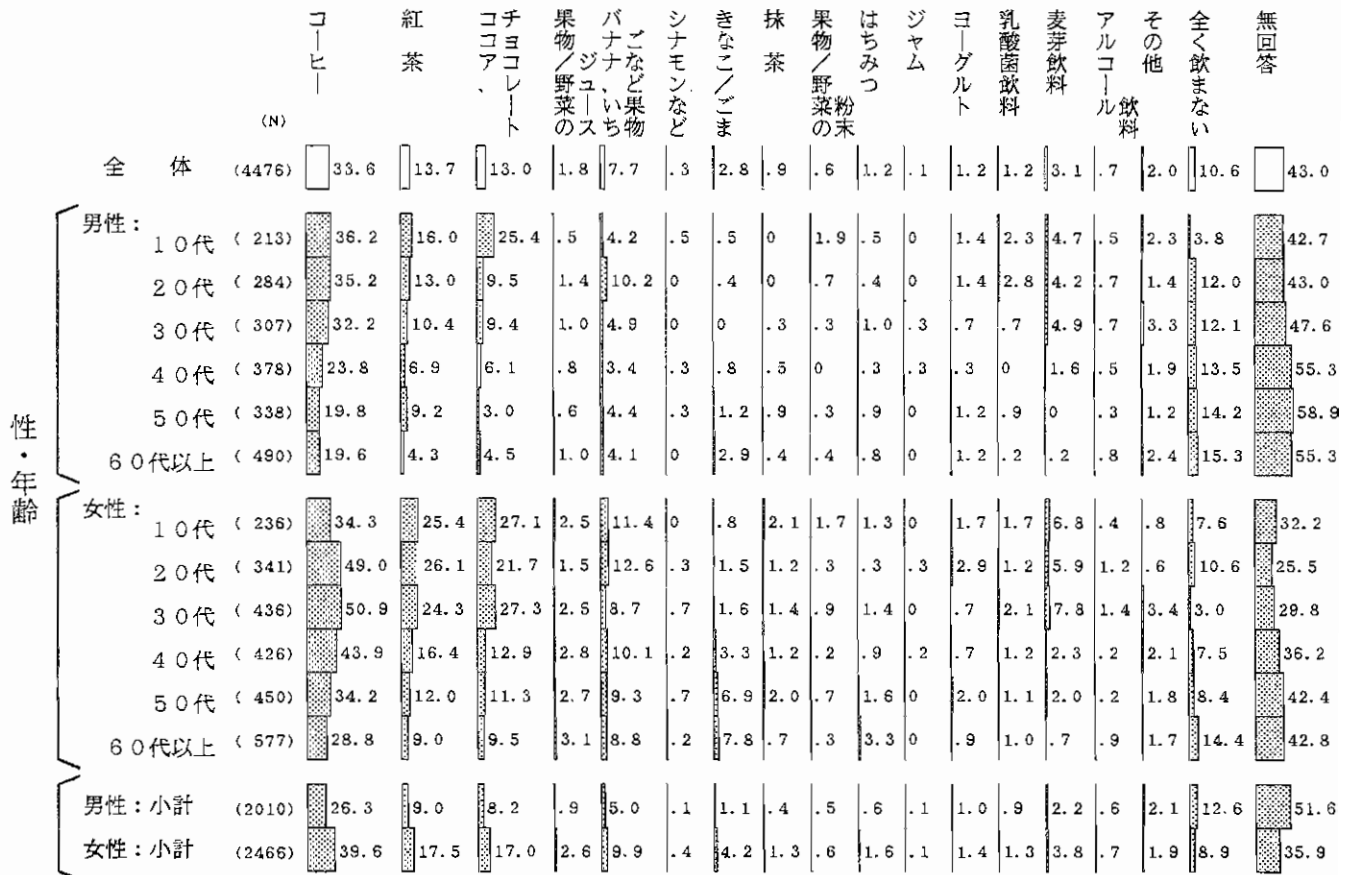


「ふだん白もの牛乳類と混ぜて飲んでいるもの」として、現在飲用を聞くと（複数回答）、
「コーヒー」（34%）、「紅茶」（14%）「ココア、チョコレートシロップ」（13%）、
「バナナ、いちごなど果物」（8%）などが多くあげられている。

いずれも女性の方が現在飲用率が高く、また若い人の方が概して多様な飲み方をしてい
る。

ただし、きなこ／ごまなどは年齢の高い層では多く飲用されている。

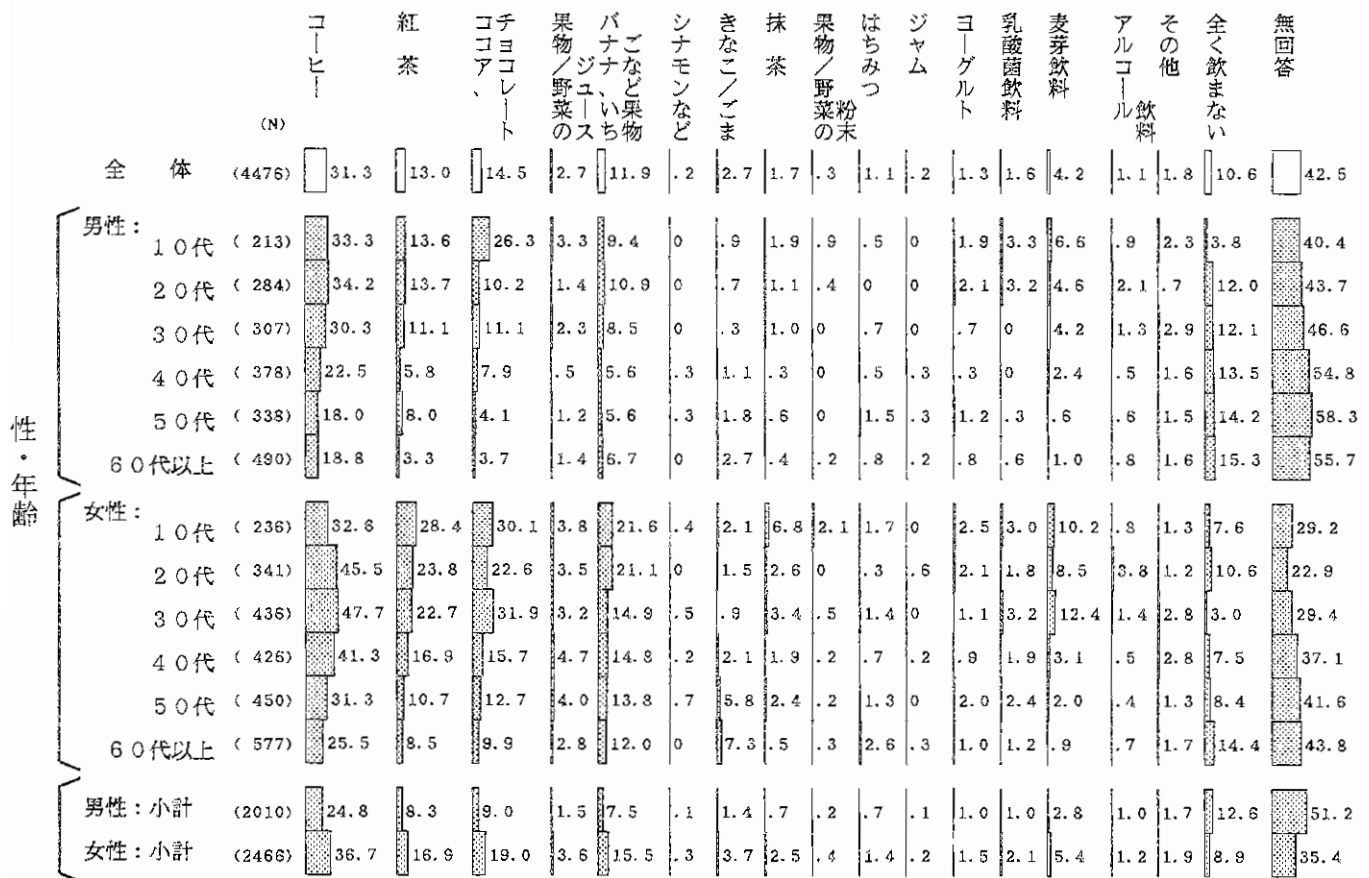
図表 I -25 ふだん白もの牛乳類と混ぜて飲んでいるもの（MA）



「白もの牛乳類と混ぜて飲むのが好きなもの」としては(複数回答)、「コーヒー」(31%)、「ココア、チョコレートシロップ」(15%)、「紅茶」(13%)、「バナナ、いちごなど果物」(12%)などが多くあげられている。

若い人や女性で多様な混合飲用を好む傾向がみられ、年齢の高い層では混合飲用の種類の多様性がみられない。

図表 I -26 白もの牛乳類と混ぜて飲むのが好きなもの (MA)



4. 白もの牛乳類の飲用機会と飲用理由

1) 白もの牛乳類の飲用機会

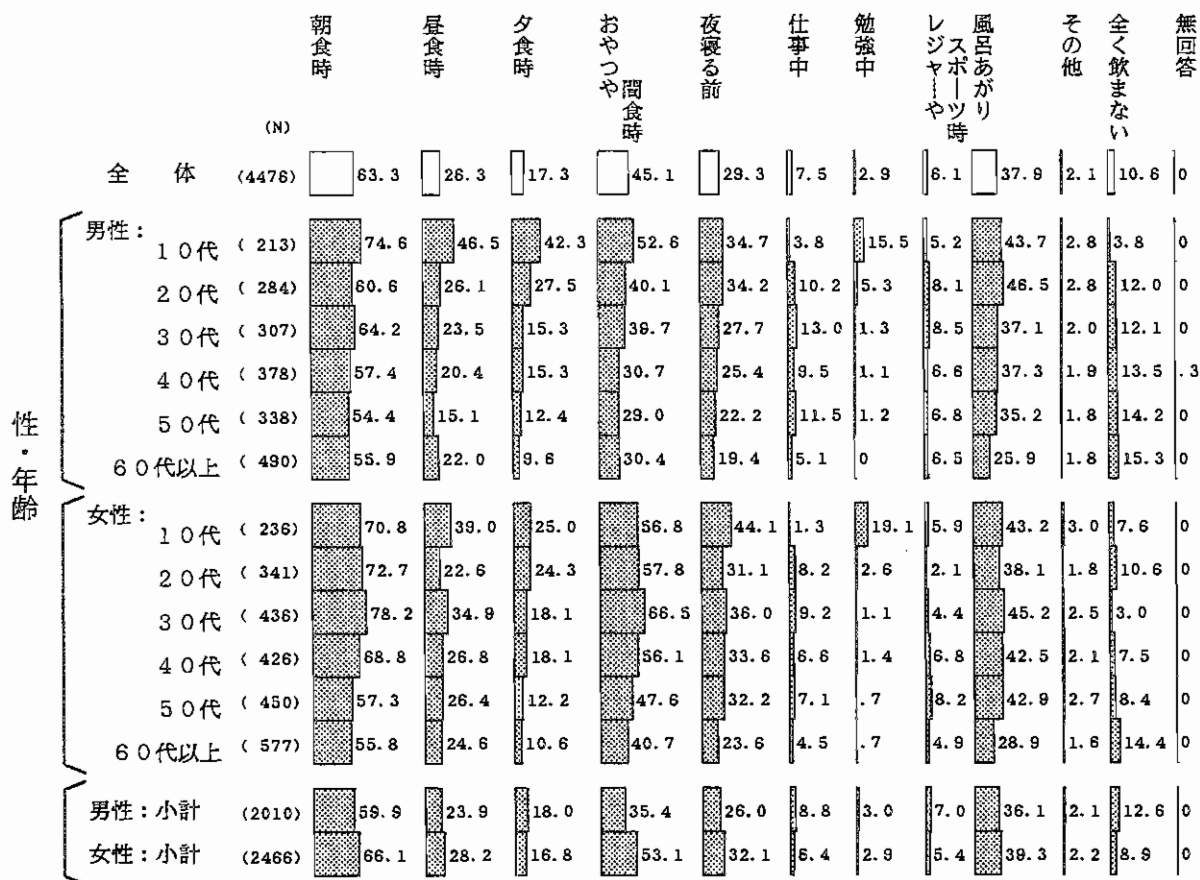
そのまま飲む以外の場合を含めて白もの牛乳類を飲むのはどのような時かを聞いた。

時々でも飲む機会のある時は（複数回答）、「朝食時」が63%と最も多く、次いで、「おやつや間食時」（45%）、「風呂あがり」（38%）、「夜寝る前」（29%）、「昼食時」（26%）、「夕食時」（17%）などの順に多くなっている。

男女別で見ると、「おやつや間食時」は男性で35%なのに対し女性では53%とその差が大きくなっている。その他、「夜寝る前」なども男女差がやや大きく、女性に多い。

概して若い人や女性の飲用機会が多様であるといえよう。

図表 I -27 白もの牛乳類の飲用機会：時々でも飲む機会のある時（MA）



時々でも飲む機会について、ユーザー分類別にみた。

延回答数からみると、「毎日2杯以上ユーザー」では平均3.3アイテムと飲用機会が最も多く、すべての機会をよく飲んでいる。

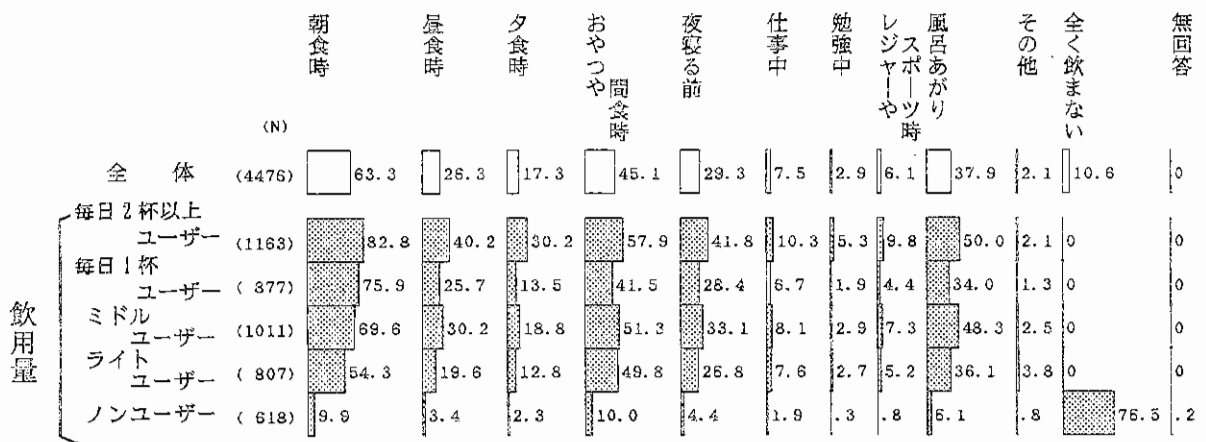
「毎日1杯ユーザー」では、「朝食時」への集中度が高い。

「ミドルユーザー」は、毎日ということではないが、多様な機会に牛乳を飲んでいることが明らかである。

「ライトユーザー」では「朝食時」の飲用をあげた人が5割近くにとどまっており、「おやつや間食時」とほぼ同レベルとなっている。おやつが多いということから、定期的な飲用機会の少なさがライトユーザーになっているといえるのではないだろうか。

月1回以下という「ノンユーザー」は、「朝食時」と「おやつや間食時」がほぼ同割合で拮抗している。

図表 I -28 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用機会：時々でも飲む機会のある時 (MA)



最も飲む機会が多い時として一つ選んでもらうと、「朝食時」が42%と最大である。その他ではぐんと比率が下がり、「おやつや間食時」(14%)、「風呂あがり」(10%)、「昼食時」「夜寝る前」(それぞれ8%)などの順に多くなっている。

男女別でみると、「おやつや間食時」は女性のほうがやや多く、「夕食時」では男性のほうがやや多くなっているが、その他の機会では差はみられない。

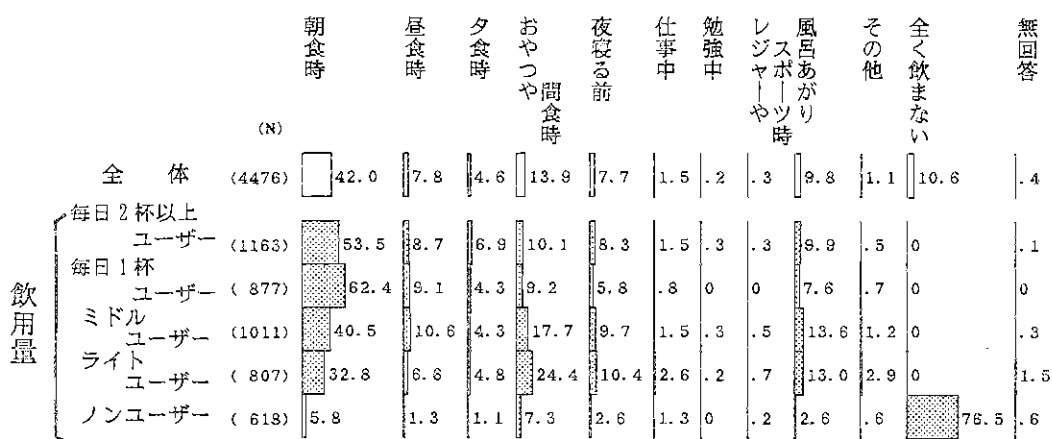
図表 I -29 白もの牛乳類の飲用機会：最も飲む機会の多い時



ユーザー分類別に最も飲む機会が多い時をみると、どのユーザーでも「朝食時」が最も多くなっているが、月に1回以下の「ノンユーザー」だけは「おやつや間食時」が多くなっている。

飲用頻度が上位のユーザーでは「朝食時」の割合が大きく、反対に、下位のユーザーでは「おやつや間食時」や「夜寝る前」などの割合が比較的大きくなっている。決まった機会に習慣的に牛乳を飲むのが「毎日2杯以上ユーザー」及び「毎日1杯ユーザー」であり、さまざまな機会に気の向くままに牛乳を飲むのが「ライトユーザー」「ノンユーザー」であることがうかがえる。

図表 I -30 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用機会：最も飲む機会が多い時



2) 白もの牛乳類の飲用理由

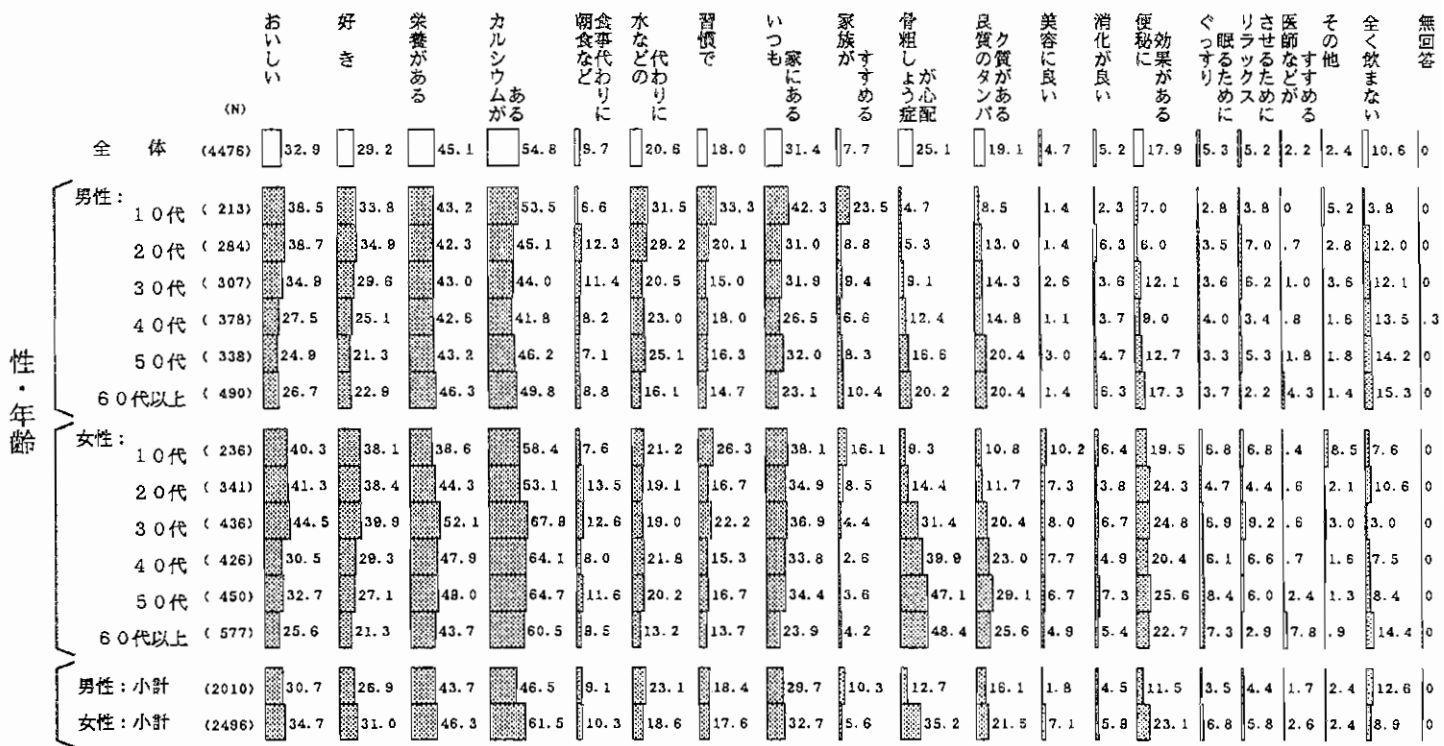
白もの牛乳類を飲む理由を飲用者に複数回答で聞いた。「カルシウムがある」が55%と最も多い。その他では、「栄養がある」(45%)、「おいしい」(33%)、「いつも家にある」(31%)、「好き」(29%)、「骨粗しょう症が心配」(25%)、「水などの代わりに」(21%)「良質のタンパク質がある」(19%)、「便秘に効果がある」(18%)などが多くなっている。

本年追加した「ぐっすり眠るために」は5%、「リラックスさせるために」も5%みられた。

男女別にみると、「骨粗しょう症が心配」「カルシウムがある」「便秘に効果がある」などは男性よりも女性で多く、男女差が大きくなっている。

年齢別では、「習慣で」「いつも家にある」などは若い年代で比較的多くあげられており、一方、「骨粗しょう症が心配」「良質のタンパク質がある」などは年代が上がるにつれ多くなっている。

図表 I -31 性・年齢別 白もの牛乳類の飲用理由 (MA)

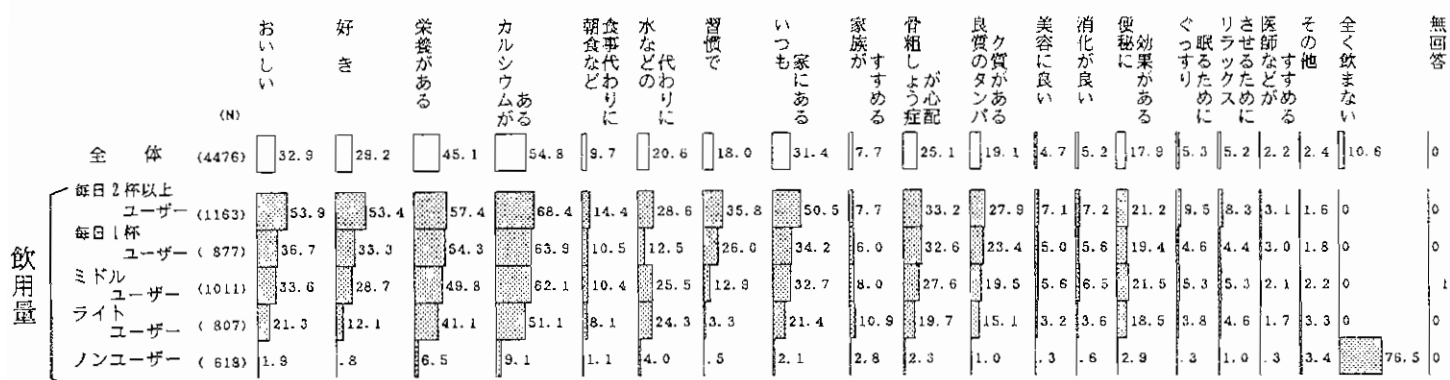


白もの牛乳類を飲む理由（複数回答）をユーザー分類別にみた。

「おいしい」「好き」などは、飲用頻度の上位のユーザーほど多くあげている。多くの項目で「毎日2杯以上ユーザー」「毎日1杯ユーザー」による回答が多くなっており、多様な理由で白もの牛乳類が飲まれている。

下位のユーザーでは、「おいしい」「好き」などの主体的な理由は比較的少なく、反対に、「家族がすすめる」「水などの代わりに」など、消極的・受動的な理由をあげるケースがやや目立つ。また飲用理由そのものが少ない。

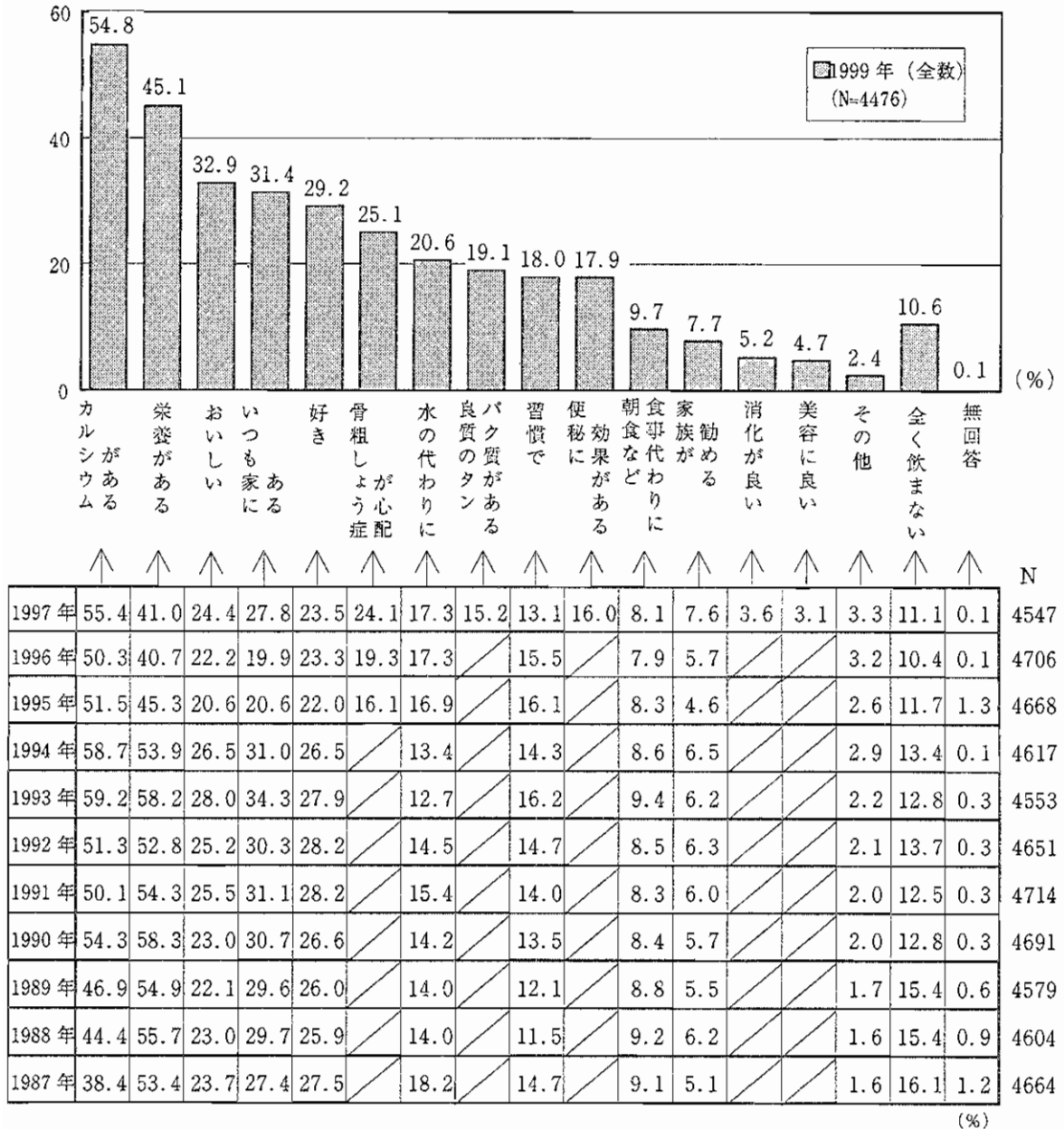
図表 I -32 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用理由 (MA)



97年調査と同一項目のみに注目して時系列変化をみた。99年は飲用者のみに飲用理由を聞いているため、非飲用者を含めた全数で割り戻して(97年とベースをそろえて)比較を行った。

長期トレンドでみると、これまで伸びていた「カルシウムがある」、「骨粗しょう症が心配」はやや落ち着きをみせ、本年は「おいしい」が大幅に伸びている。

図表 I -33 白もの牛乳類の飲用理由 一時系列比較のできる項目のみ (MA)



※1999年調査は、この他に「ぐっすり眠るために」「気持ちをリラックスさせるために」「医師など医療関係者がすすめる」を追加した。
 ※1998年では調査項目として入っていなかった。

5. 多様な白もの牛乳類の種類

以下の商品について、「過去1ヵ月間に飲んだもの」と、「今後も飲み続けていきたいもの、あるいは、今は飲んでいなくても今後新たに飲みたいと思うもの」をそれぞれ複数回答で答えてもらった。

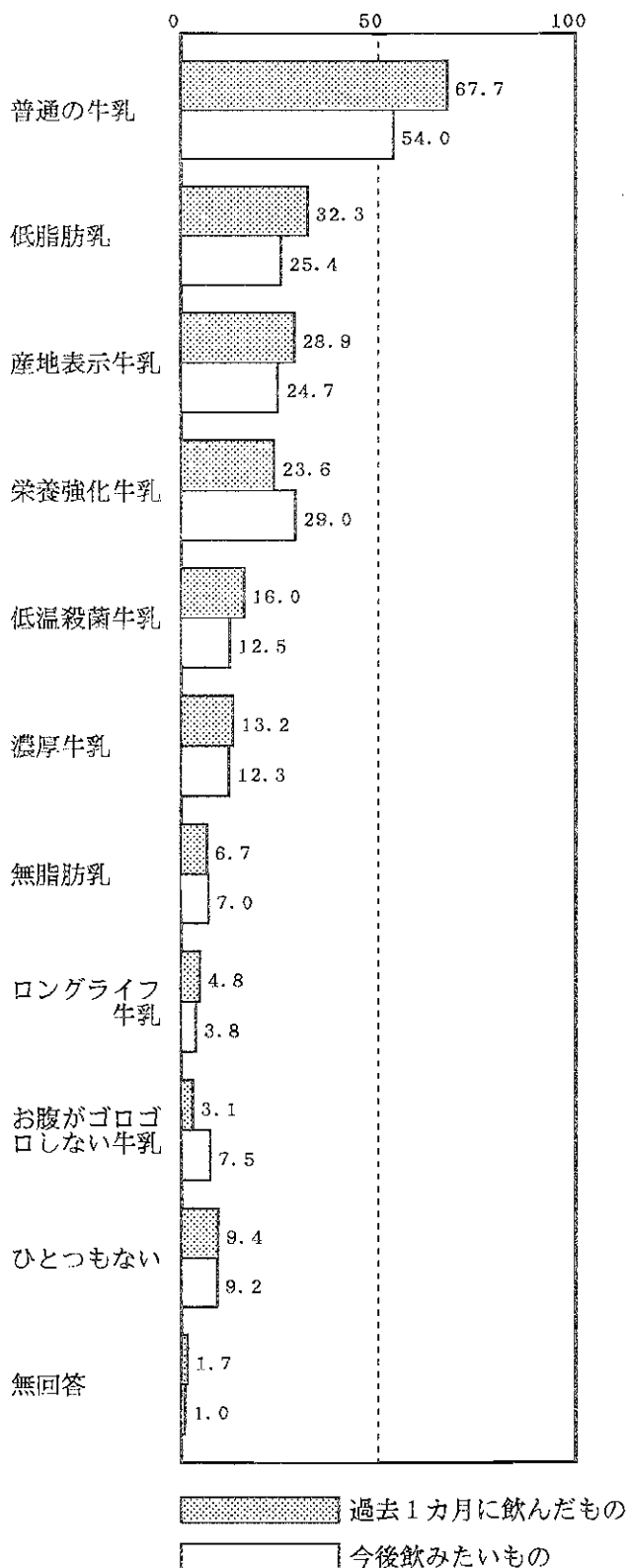
過去1ヵ月間の白もの牛乳類の飲用経験率をみると、「普通の牛乳」が68%と高く、次いで「低脂肪乳」(32%)、「産地表示牛乳」(29%)、「栄養強化牛乳」(24%)が多くなっている。

今後の飲用意向でも「普通の牛乳」が54%と多く、「栄養強化牛乳」(29%)、「低脂肪乳」「産地表示牛乳」(それぞれ25%)などが多くなっている。

飲用経験率よりも意向率の方が高いのは、「無脂肪乳」「お腹がゴロゴロしない牛乳」「栄養強化牛乳」である。

反対に、「普通の牛乳」「低脂肪乳」などは飲用経験率よりも意向率の方がかなり低くなっている。

図表 I -34 牛乳商品の過去1ヵ月間の飲用経験と今後も飲み続けたい／今後新たに飲みたいもの (各MA) N=4,476 (%)

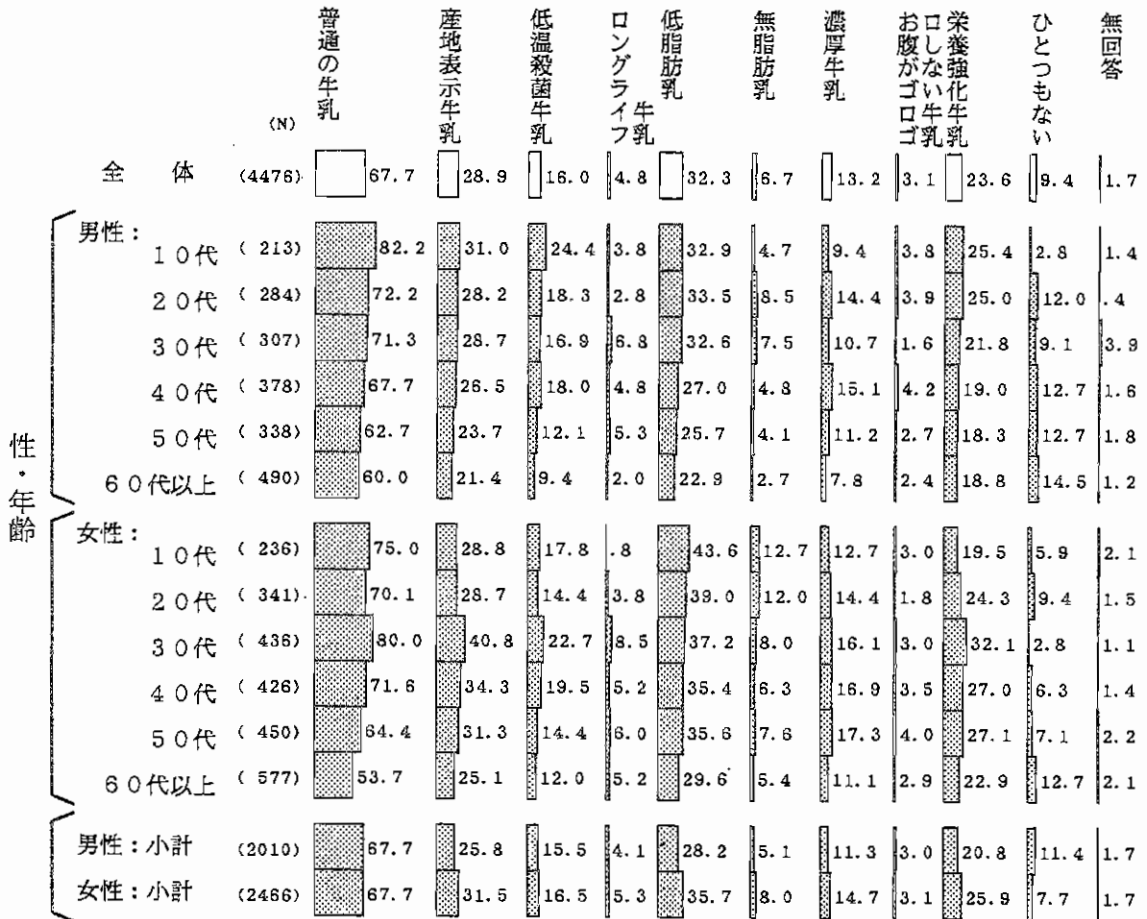


性・年齢別に過去1ヵ月間の飲用経験率をみたが、「普通の牛乳」は男女とも年齢の若い層での飲用が多い。

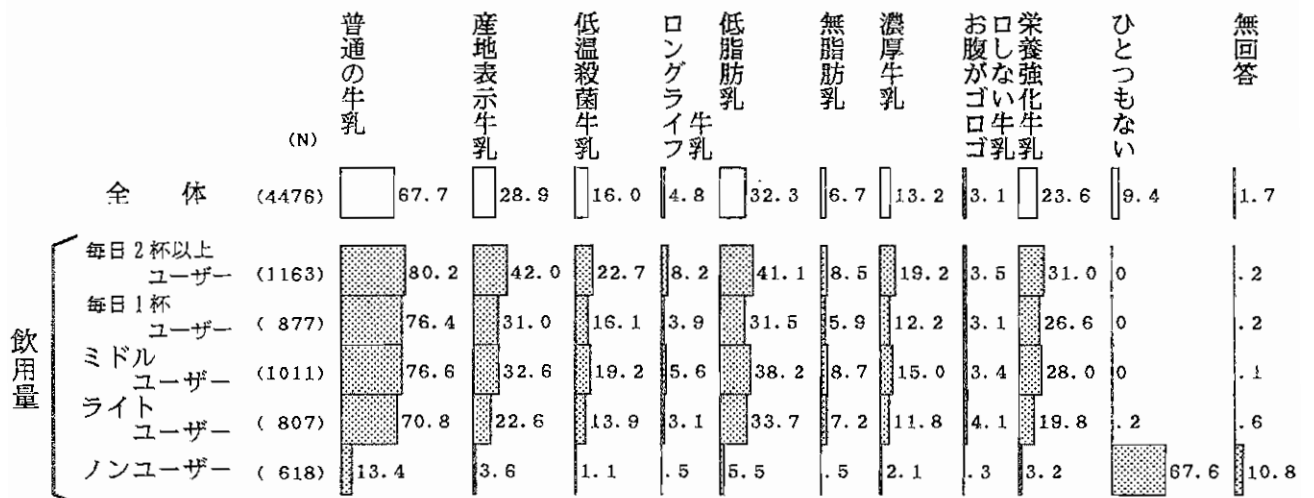
「低脂肪乳」は男性よりも女性で多く、かつ年齢の若い人で多くなっている。

「産地表示牛乳」や「栄養強化牛乳」も男性より女性に多いが、特に30代など中間層にやや多くなっている。

図表 I -35 性・年齢別 牛乳商品の過去1ヵ月間の飲用経験率 (MA)

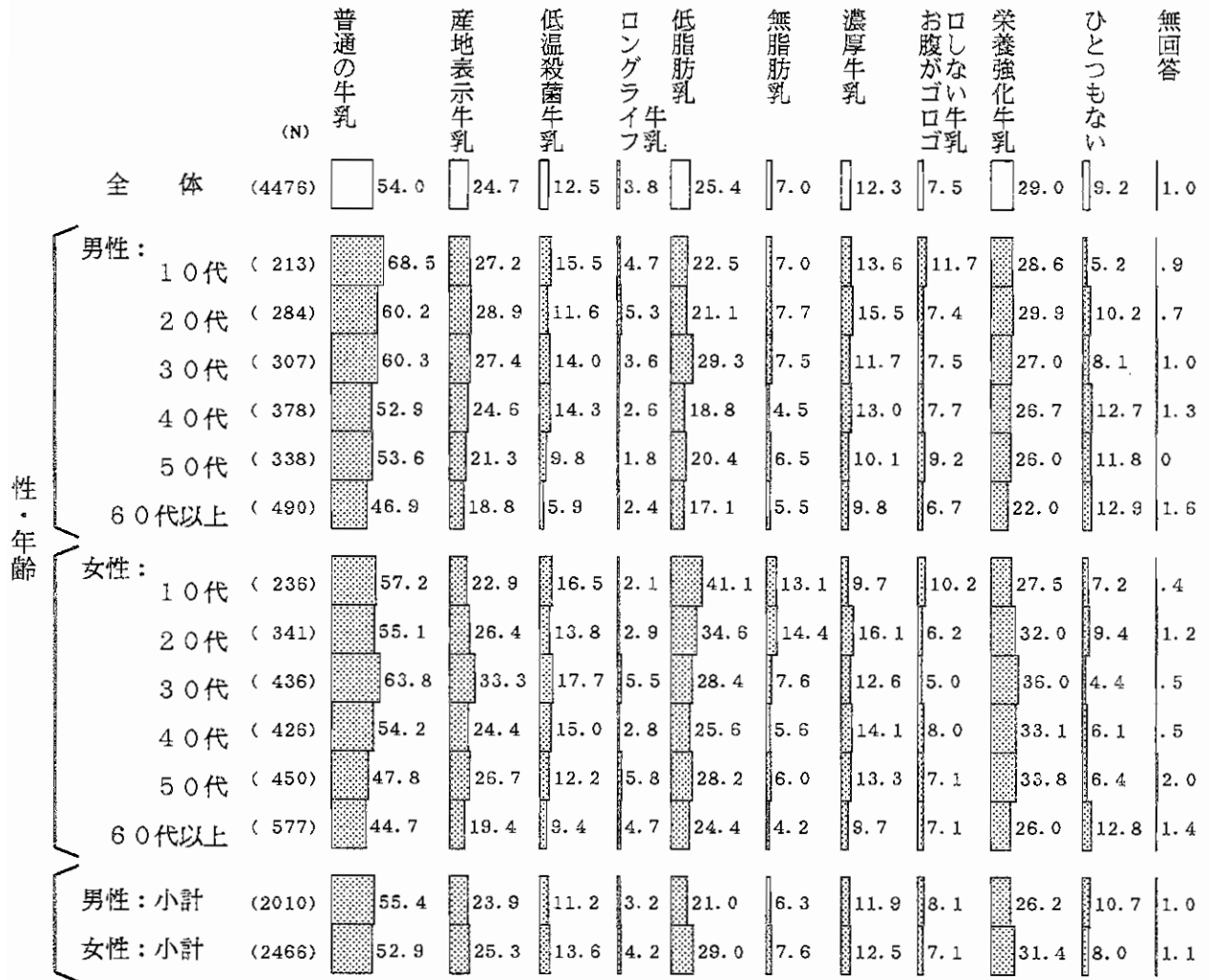


図表 I -36 白もの牛乳類飲用量別 牛乳商品の過去1ヵ月間の飲用経験率 (MA)



今後も飲み続けたい／新たに飲みたいと思うものとしては、やはりどの年代でも「普通の牛乳」が最も多い。しかし「低脂肪乳」「栄養強化牛乳」は男性よりも女性で人気が高く、女性の若い人での人気の高さが顕著である。「栄養強化牛乳」は30～50代の女性に人気がある。

図表 I -37 性・年齢別 牛乳商品の今後の飲用意向率 (MA)



図表 I -38 白もの牛乳類飲用量別 牛乳商品の今後の飲用意向率 (MA)



II 白もの牛乳類の購入実態

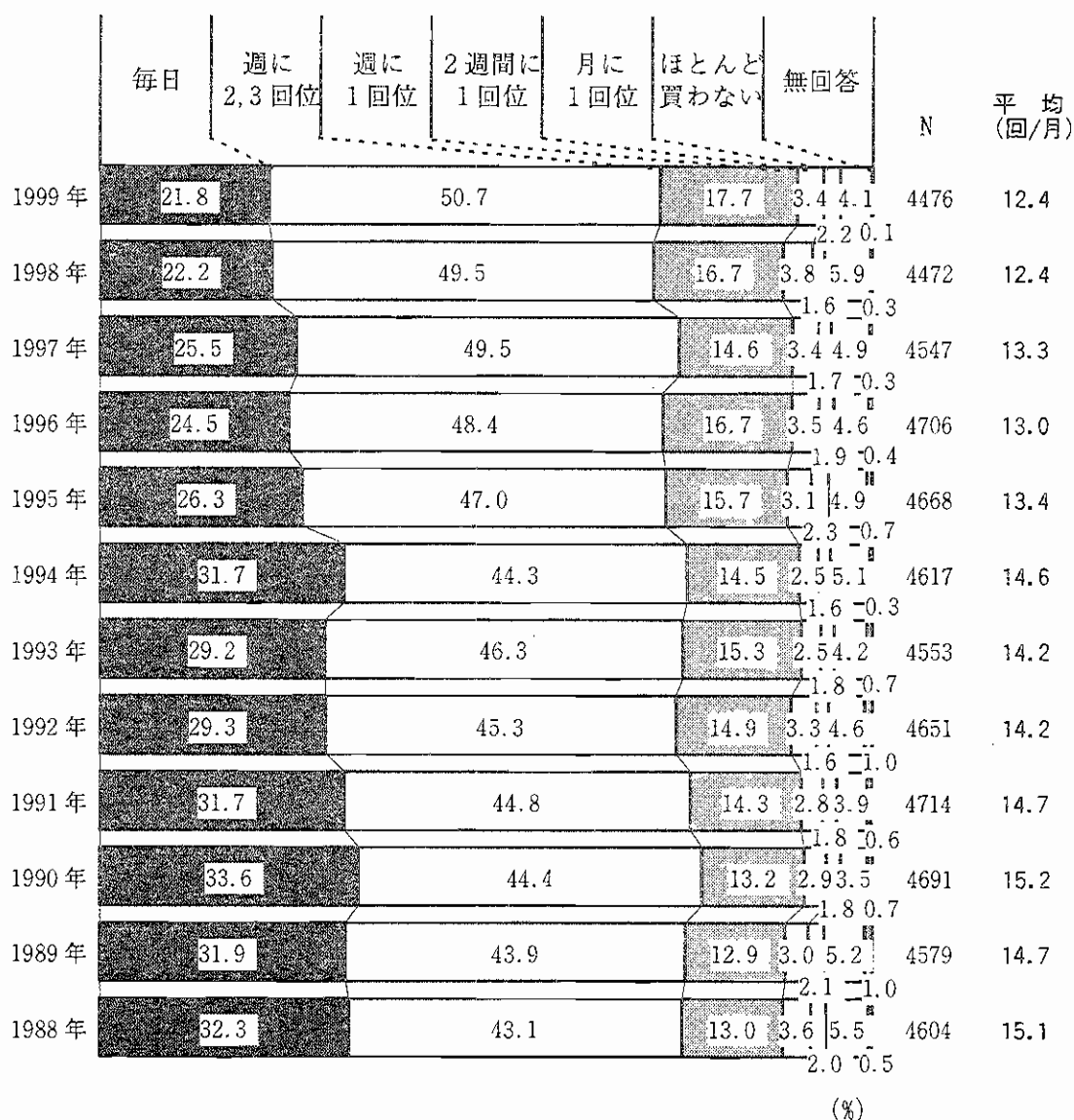
1. 白もの牛乳類全体の購入頻度と購入量

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

白もの牛乳類の購入頻度は、「毎日」の世帯が22%、「週に2～3回位」の世帯が51%である。1世帯1ヵ月あたりの購入頻度は平均12.4回であり、1998年と同一となっている。

時系列でみると、「毎日」という購入形態が近年では減少しつつあり、10年前に比べ10ポイント下がっている。その一方で、「週に2～3回位」「週に1回位」という世帯が増加傾向にある。従って、1ヵ月あたりの購入頻度については徐々に下降しつつある。

図表 II -1 白もの牛乳類の購入頻度



1世帯1週間あたりの購入量は平均3.5lであり、1998年と同じである。時系列でも、ほとんど変化はみられない。

図表 II -2 1週間あたりの白もの牛乳類購入量

	買わない	2l未満	4l未満	8l未満	8l以上	無回答	N	平均 (l)
1999年	4.1	22.6	37.9	25.7	7.9	0.8	4476	3.5
1998年	5.9	22.0	39.3	24.2	8.1	0.6	4472	3.5
1997年	4.9	18.8	40.7	27.1	7.8	0.8	4547	3.6
1996年	4.6	21.2	39.9	24.9	8.2	1.2	4706	3.5
1995年	4.9	20.6	38.4	25.9	8.6	1.5	4668	3.6
1994年	5.1	18.3	38.2	27.2	9.9	1.3	4617	3.8
1993年	4.2	19.4	39.5	26.9	7.9	2.1	4553	3.6
1992年	4.6	20.6	37.3	27.2	8.0	2.4	4651	3.6
1991年	3.9	21.2	38.0	27.5	7.4	1.9	4714	3.6
1990年	3.5	17.1	39.6	28.6	9.1	2.2	4691	3.9
1989年	5.2	19.7	38.7	26.7	7.2	2.5	4579	3.6
1988年	5.5	20.4	39.5	25.6	7.6	1.4	4604	3.6

(%)

主婦職業・年齢別に購入頻度の平均値をみると、年齢にかかわらず専業主婦よりも有職主婦の方が購入頻度が高い。1週間あたりの平均購入量については、50代、60代以上では有職主婦の方が専業主婦よりはるかに多くなっている。平均購入頻度、平均購入量ともに、50代、60代以上の有職主婦での伸びが顕著である。

図表 II -3 主婦職業・年齢別 1世帯あたりの平均白もの牛乳類購入頻度（平均値）

	全体	専業主婦					有職主婦				
		～29才	30代	40代	50代	60代以上	～29才	30代	40代	50代	60代以上
1999年	12.4	12.1	13.2	13.4	12.0	12.7	13.6	14.1	13.4		
1998年	12.4	12.2	13.0	12.8	13.0	11.8	14.1	12.3	12.9		
1997年	13.3	12.6	14.6	13.7	13.9	12.9	14.0	13.5	13.8		
1996年	13.0	12.7	13.9	13.7	12.7	12.7	13.8	13.5	12.7		
1995年	13.4	12.2	13.6	14.1	14.1	13.5	13.9	13.8	12.8		
1994年	14.6	14.4	14.7	15.7	15.0	12.0	15.7	15.4	14.2		
1993年	14.2	12.7	14.7	15.2	14.2	10.1	14.2	14.7	14.2		
1992年	14.2	11.6	15.4	15.5	14.5	10.5	14.6	14.7	13.9		
1991年	14.7	13.3	15.3	15.7	14.4	11.3	15.3	15.6	15.5		
1990年	15.2	15.1	15.8	15.2	15.4	13.0	16.4	16.0	14.6		
1989年	14.7	15.1	16.0	15.1	14.8	12.3	15.2	15.1	14.3		
1988年	15.1	15.1	16.2	15.8	14.6	13.9	16.7	15.4	15.2		
1987年	14.3	14.3	15.5	15.5	13.8	11.8	15.6	14.8	13.6		

(回/月)

同居家族人数	3.7	4.3	4.3	3.5	2.9	4.0	4.0	4.1	4.2
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(人)

(1999年)

図表 II -4 主婦職業・年齢別 1世帯1週間あたりの平均白もの牛乳類購入量（平均値）

	全体	専業主婦					有職主婦				
		～29才	30代	40代	50代	60代以上	～29才	30代	40代	50代	60代以上
1999年	3.5	3.9	4.4	3.5	2.9	3.7	3.9	4.1	4.0		
1998年	3.5	3.8	4.1	3.3	3.0	3.8	4.4	3.2	3.0		
1997年	3.6	3.8	4.4	3.5	3.0	3.9	4.2	3.5	3.2		
1996年	3.5	3.8	4.4	3.3	2.8	3.7	4.2	3.4	3.0		
1995年	3.6	3.9	4.4	3.4	2.9	4.0	4.1	3.3	3.1		
1994年	3.8	3.6	4.5	4.7	3.3	3.0	4.3	4.3	3.6		
1993年	3.6	3.3	4.3	4.2	3.1	2.6	3.9	4.1	3.3		
1992年	3.6	3.4	4.5	4.3	3.2	2.6	4.1	3.9	3.2		
1991年	3.6	3.4	4.2	4.2	3.2	2.7	4.0	4.1	3.3		
1990年	3.9	3.6	4.7	4.1	3.4	2.9	4.2	4.4	3.3		
1989年	3.6	3.8	4.2	4.0	3.1	2.7	4.0	3.7	3.3		
1988年	3.6	3.6	4.2	4.2	2.9	2.7	4.2	3.8	3.1		
1987年	4.0	4.2	4.7	4.8	3.4	2.6	4.9	4.2	3.4		

(l/週)

同居家族人数	3.7	4.3	4.3	3.5	2.9	4.0	4.0	4.1	4.2
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(人)

(1999年)

家族構成別にみると、家族人数に比例して購入頻度・購入量ともに多くなる傾向は変わらない。1998年に比べると、購入頻度・購入量ともに「単身・その他」で伸びているのが注目される。

図表 II -5 家族構成別 1世帯あたりの平均白もの牛乳類購入頻度 (平均値)

	全 体	単身・他	夫婦2人	4人以内	5人以上
1999年	12.4	8.5	10.6	12.1	15.1
1998年	12.4	6.8	10.5	12.2	15.5
1997年	13.3	7.2	11.9	13.1	15.9
1996年	13.0	7.5	10.4	12.8	15.6
1995年	13.4	8.3	11.5	12.9	15.9
1994年	14.6	7.3	12.3	14.3	17.5
1993年	14.2	10.5	12.1	13.6	16.6
1992年	14.2	7.5	11.9	13.7	16.9
1991年	14.7	8.6	12.2	14.4	17.2
1990年	15.2	9.2	13.3	14.3	18.1
1989年	14.7	8.5	13.1	14.0	17.1
1988年	15.1	8.1	12.3	14.3	17.9
1987年	14.3	7.8	11.7	13.8	16.8

(回/月)

図表 II -6 家族構成別 1世帯1週間あたりの平均白もの牛乳類購入量 (平均値)

	全 体	単身・他	夫婦2人	4人以内	5人以上
1999年	3.5	1.5	2.3	3.4	4.8
1998年	3.5	1.3	2.3	3.3	5.1
1997年	3.6	1.6	2.5	3.5	5.0
1996年	3.5	1.4	2.2	3.4	4.8
1995年	3.6	1.5	2.3	3.5	4.8
1994年	3.8	1.6	2.5	3.7	5.0
1993年	3.6	1.9	2.5	3.5	4.7
1992年	3.6	1.6	2.3	3.6	4.7
1991年	3.6	1.6	2.5	3.5	4.6
1990年	3.9	1.9	2.8	3.6	4.9
1989年	3.6	1.4	2.5	3.4	4.5
1988年	3.6	1.3	2.4	3.4	4.4
1987年	4.0	1.8	2.8	3.8	5.0

(l/週)

購入量を家族人数で割り、家族1人あたりの平均購入量を出してみた。1週間あたり1人あたりは946ml、1日あたりにすると135mlである。平均購入量は、1998年に比べ、世帯レベルでは変化がないが、家族1人あたりで見るとやや下がっていることになる。

図表 II -7 1世帯1人あたりの平均白もの牛乳類購入量 (平均値)

	1999年
A 1世帯1週あたりの購入量	3.5 l
B 1世帯あたりの家族人数	3.7人
C 1世帯1人あたりの1週間の購入量 (A/B)	946ml
D 1世帯1人あたりの1日の購入量 (C×1/7)	135ml
E 1人あたり1日あたりの飲用量	148ml

地域・都市規模別に、購入頻度及び購入量を下にまとめた。

図表 II -8 地域・都市規模別 1世帯あたりの平均白もの牛乳類購入頻度 (平均値)

	全体	地域別								都市規模別				
		北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州	13大都市	15万以上の市	5万以上	5万未満の市	郡部
1999年	12.4	10.0	11.9	12.1	12.5	13.3	13.1	14.1	12.8	12.1	12.1	12.7	12.2	13.0
1998年	12.4	11.4	11.3	11.8	12.8	13.7	12.1	14.4	13.0	11.8	12.1	12.5	14.5	12.7
1997年	13.3	11.7	13.6	12.7	14.1	13.8	13.7	15.4	12.9	12.7	12.7	13.7	13.0	14.4
1996年	13.0	11.0	14.1	12.8	12.6	12.8	12.5	15.5	14.0	13.0	12.9	12.4	13.3	13.5
1995年	13.4	10.1	14.7	12.9	14.3	13.5	12.9	15.3	13.6	12.9	13.3	13.5	13.8	13.8
1994年	14.6	11.9	17.4	13.7	15.1	15.2	15.7	14.7	14.8	14.5	14.0	14.2	16.4	15.5
1993年	14.2	12.3	13.8	13.5	14.7	14.6	13.9	18.2	14.6	13.8	14.0	14.1	13.9	14.8
1992年	14.2	10.5	14.5	14.0	14.4	15.5	13.8	12.4	14.3	13.7	14.3	14.0	14.2	14.5
1991年	14.7	11.5	14.1	14.6	15.0	15.5	15.7	13.7	14.9	14.7	14.4	14.0	15.4	15.4
1990年	15.2	11.7	16.4	14.5	16.3	16.0	15.5	14.6	15.2	15.3	15.0	14.6	15.6	15.9
1989年	14.7	12.8	15.3	13.9	15.2	15.8	15.2	18.1	14.2	14.2	14.1	15.1	15.1	15.4
1988年	15.1	12.5	14.2	14.7	15.7	15.6	16.7	16.4	15.2	14.9	14.5	15.0	16.0	15.9
1987年	14.3	11.1	13.7	13.8	15.1	14.9	15.1	16.5	14.3	14.0	13.8	14.0	14.4	15.5

(回/月)

同居家族人数	3.7	3.5	4.0	3.6	4.1	3.4	3.5	3.6	3.5	3.3	3.5	3.7	3.9	4.0	(人:1999年)
1人あたりの購入頻度	3.4	2.9	3.0	3.4	3.0	3.9	3.7	3.9	3.7	3.7	3.5	3.4	3.1	3.3	(回:1999年)

図表 II -9 地域・都市規模別 1世帯1週間あたりの平均白もの牛乳類購入量 (平均値)

	全体	地域別								都市規模別				
		北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州	13大都市	15万以上の市	5万以上	5万未満の市	郡部
1999年	3.5	3.4	3.6	3.6	3.4	3.5	3.3	3.3	3.5	3.5	3.5	3.5	3.7	3.6
1998年	3.5	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.6	3.4	3.3	3.3	3.4	3.5	3.7	3.6
1997年	3.6	3.5	3.8	3.6	3.6	3.7	3.6	3.6	3.3	3.5	3.5	3.7	3.7	3.7
1996年	3.5	3.2	3.7	3.7	3.4	3.3	3.3	3.5	3.6	3.7	3.4	3.5	3.3	3.6
1995年	3.6	2.8	4.0	3.8	3.6	3.6	3.2	3.1	3.3	3.7	3.7	3.6	3.3	3.5
1994年	3.8	3.6	4.4	3.8	3.8	3.8	4.1	3.5	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	4.0
1993年	3.6	3.6	3.6	3.7	3.6	3.5	3.5	3.9	3.5	3.6	3.5	3.7	3.5	3.8
1992年	3.6	3.2	3.6	3.9	3.6	3.7	3.4	3.1	3.5	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5
1991年	3.6	3.1	3.7	4.0	3.5	3.5	3.4	3.2	3.4	3.7	3.7	3.5	3.7	3.6
1990年	3.9	3.3	4.1	4.1	3.8	3.6	3.8	3.8	3.7	3.8	3.9	3.8	3.7	4.0
1989年	3.6	3.2	3.8	3.7	3.5	3.6	3.5	3.9	3.3	3.6	3.5	3.7	3.6	3.5
1988年	3.6	3.4	3.4	3.8	3.4	3.6	3.6	3.0	3.4	3.7	3.5	3.5	3.7	3.5
1987年	4.0	3.2	3.8	4.2	4.2	4.1	3.6	4.9	4.0	4.0	4.2	3.9	3.8	4.1

(ℓ/週)

同居家族人数	3.7	3.5	4.0	3.6	4.1	3.4	3.5	3.6	3.5	3.3	3.5	3.7	3.9	4.0	(人:1999年)
1人あたりの購入量	0.9	1.0	0.9	1.0	0.8	1.0	0.9	0.9	1.0	1.1	1.0	0.9	0.9	0.9	(ℓ:1999年)

1999年の結果を属性別にまとめた。

専業主婦と有職主婦を比べると、平均購入頻度、平均購入量ともにわずかに有職主婦が多い。主婦年齢についてみると、40代主婦が購入頻度、購入量ともに高くなっている。

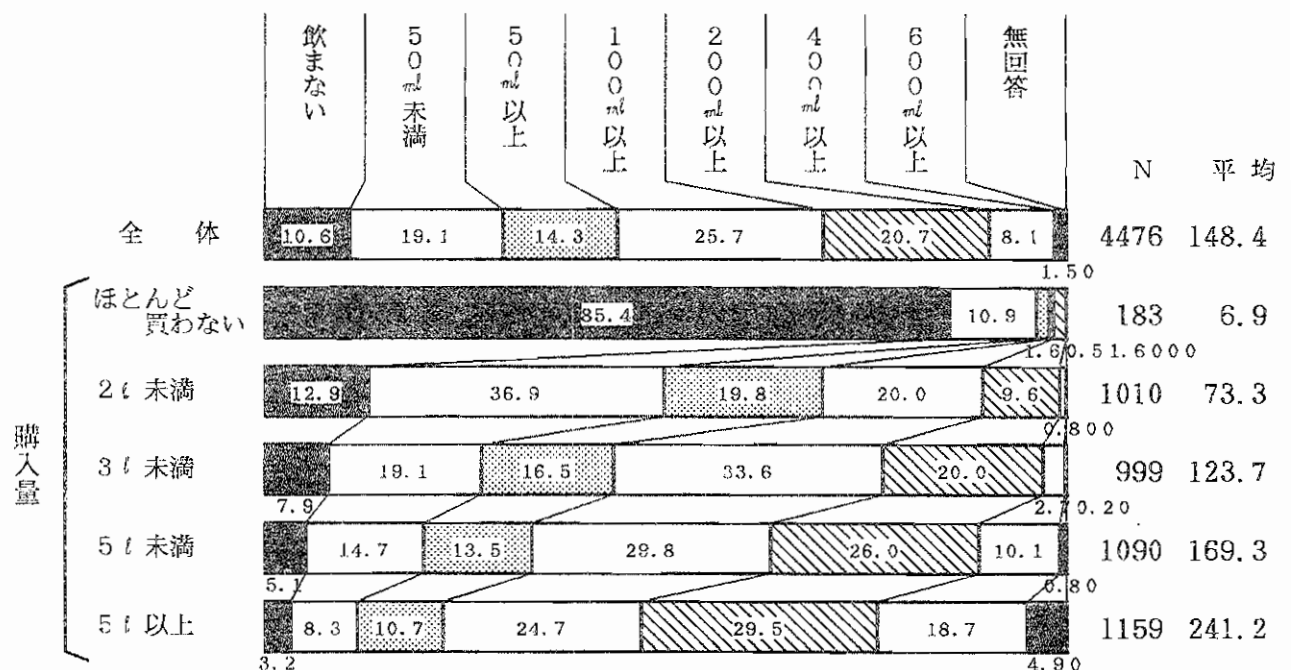
図表 II -10 主婦職業・年齢別

1世帯あたりの平均白もの牛乳類購入頻度と平均白もの牛乳類購入量（平均値）

		N	平均購入頻度 (回/月)	1週間の牛乳購入量 (l/週)	同居家族人数 (人)	世帯1人あたりの 1週間の牛乳購入量 (ml/週)
全 体		4476	12.4	3.5	3.7	946
主婦職業	専業主婦	2097	12.6	3.6	3.7	973
	有職主婦；計	1980	12.8	3.7	4.0	925
	単身・その他	386	9.7	2.0	1.8	1,111
主婦年齢	30代以下	1134	11.6	3.6	4.0	900
	40代	1298	13.1	4.2	4.3	977
	50代	1089	12.9	3.3	3.4	971
	60代以上	952	12.0	2.8	2.7	1,037

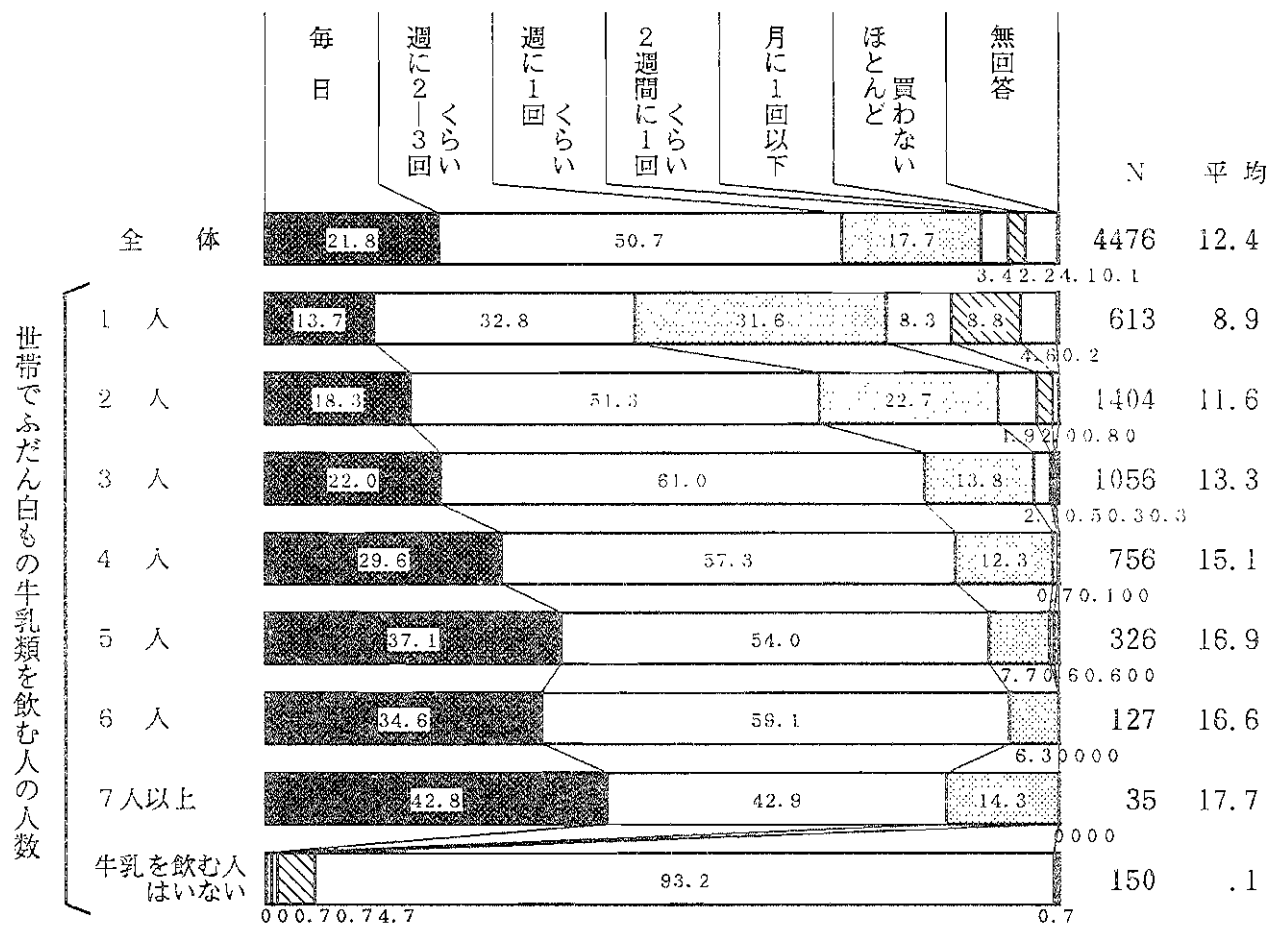
参考までに、白もの牛乳類の購入量と個人飲用量との関係を見てみよう。世帯購入量が多ければ当然のことながら個人飲用量も多くなっている。

図表 II -11 1世帯あたりの週の白もの牛乳類購入量（週）と1人あたりの平均飲用量（1日）



白もの牛乳類の頻度と世帯でふだん白もの牛乳類を飲む人の人数との関係を見た。

図表 II -12 世帯でふだん白もの牛乳類を飲む人の人数別 白もの牛乳類の購入頻度



2. 白もの牛乳類の種類別購入量

「牛乳」、「低脂肪乳/無脂肪乳」、「栄養強化牛乳」の3種類について、それぞれ1週間あたりの購入量をリットル単位で聞いた。

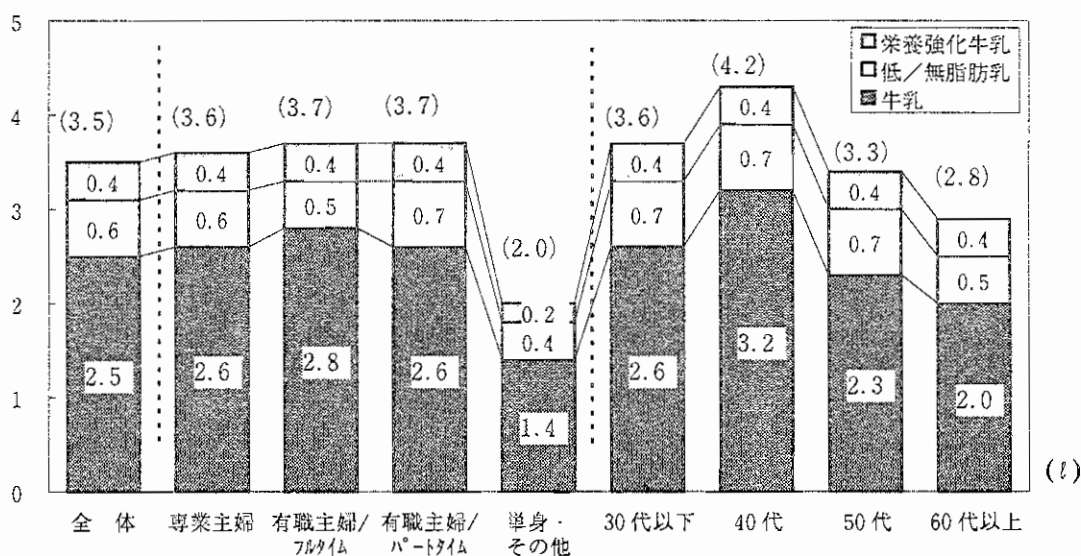
1週間あたりの平均購入量は、「牛乳」が2.5l、「低脂肪乳/無脂肪乳」が0.6l、「栄養強化牛乳」が0.4lである。購入量の平均値から白もの牛乳類全体に占める割合をみると、「牛乳」が71%、「低脂肪乳/無脂肪乳」が17%、「栄養強化牛乳」は11%である。

個人での飲用割合は(図表I-18)、「牛乳」70%、「低脂肪乳/無脂肪乳」18%、「栄養強化牛乳」12%となっており、世帯での種類別購入量の割合とほぼ符合しているといえる。

主婦職業別では、「牛乳」の占める割合は有職主婦(フルタイム)でやや高く、「低脂肪乳/無脂肪乳」は有職主婦(パートタイム)と単身・その他でやや高い。「栄養強化牛乳」については主婦職業によって相違はみられない。

主婦年齢別にみると、「牛乳」は40代、「低脂肪乳/無脂肪乳」は50代、「栄養強化牛乳」は60代以上でそれぞれ割合が高くなっている。

図表 II -13 主婦職業・年齢別 1世帯1週間あたりの牛乳・低/無脂肪乳・栄養強化牛乳の購入量とその割合



	(N=4476)	(N=2097)	(N=979)	(N=1001)	(N=386)	(N=1134)	(N=1298)	(N=1089)	(N=952)
	全体	専業主婦	有職主婦/フルタイム	有職主婦/パートタイム	単身・その他	30代以下	40代	50代	60代以上
全体	100	100	100	100	100	100	100	100	100
牛乳	71	72	76	70	70	70	74	68	69
低/無脂肪乳	17	17	14	19	20	19	16	21	17
栄養強化牛乳	11	11	11	11	10	11	9	12	14
同居家族人数	3.7	3.7	4.0	3.9	1.8	4.0	4.3	3.4	2.7
家族一人あたりの購入量	0.9	1.0	0.9	0.9	1.1	0.9	1.0	1.0	1.0

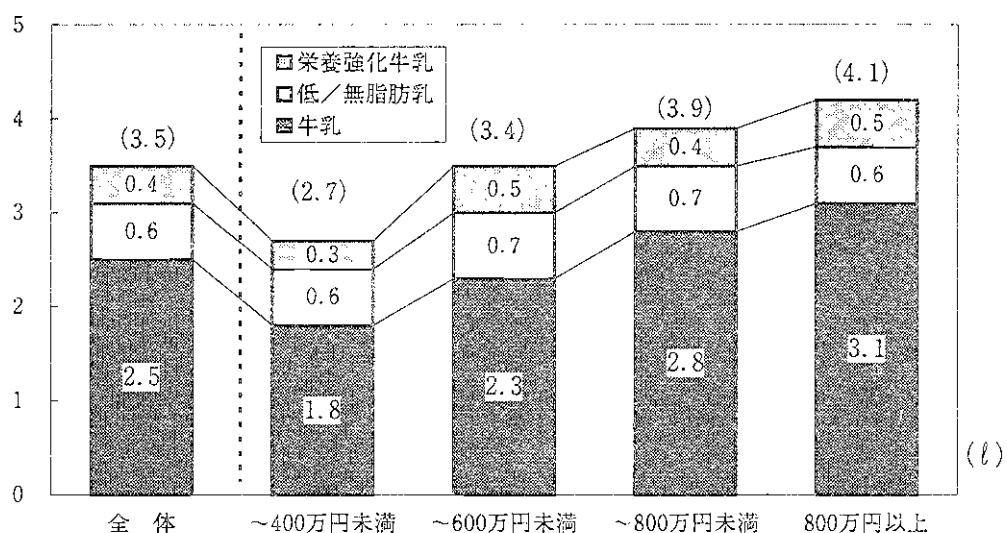
*上図の種類別の購入量は購入割合のパーセントで配分してあるため、合計が必ずしも種類別の数値と合致しない場合もある。

*表についても同様のことがいえる。

世帯年収別でみると、世帯年収が高くなるとともに白もの牛乳類全体の購入量が増えている。年収の増加とともに「牛乳」の購入量は増えるが、「低脂肪乳/無脂肪乳」と「栄養強化牛乳」の購入量はあまり変わらない。

購入量の割合については、世帯年収が高くなるにつれ「牛乳」の占める割合が増え、一方、「低脂肪乳/無脂肪乳」の占める割合が減る。「栄養強化牛乳」の占める割合は「～600万円未満」の世帯でやや高くなっている。

図表 II -14 世帯年収別 1世帯1週間あたりの
牛乳・低/無脂肪乳・栄養強化牛乳の購入量とその割合

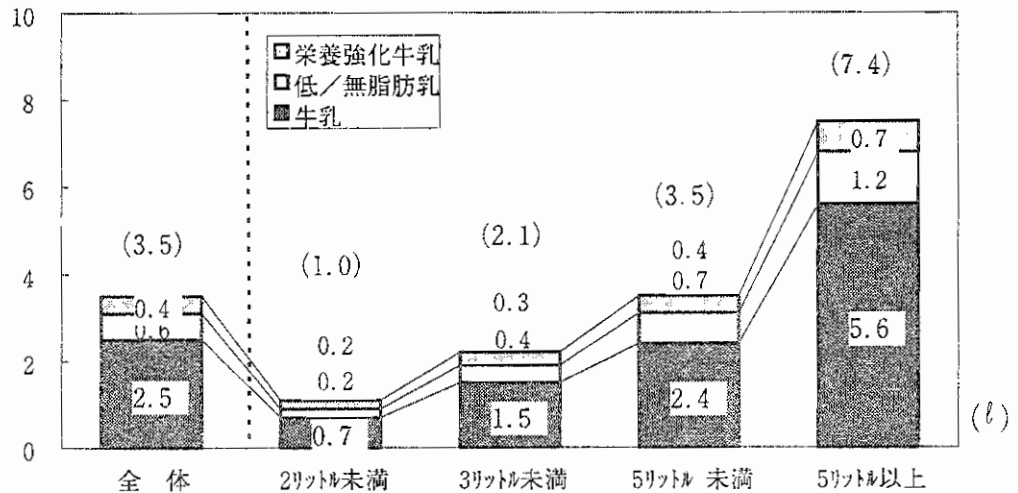


	(N=4476)	(N=1030)	(N=1024)	(N=849)	(N=1166)	
	全体	～400万円未満	～600万円未満	～800万円未満	800万円以上	
全体	100	100	100	100	100	
牛乳	71	67	66	72	74	
低/無脂肪乳	17	22	20	18	14	(%)
栄養強化牛乳	11	11	14	10	12	
同居家族人数	3.7	2.7	3.7	4.1	4.1	(人)
家族一人あたりの購入量	0.9	1.0	0.9	1.0	1.0	(l)

白もの牛乳類の購入量別に種類をみていくと、購入量が多くても少なくても「牛乳」、「低脂肪乳／無脂肪乳」、「栄養強化牛乳」など多様な白もの牛乳類が購入されている。

しかし、購入量の多い方が「牛乳」の割合は多くなり、その他の種類の白もの牛乳類の割合はやや下がっていく。

図表 II -15 白もの牛乳類購入量別 1世帯1週間あたりの
牛乳・低/無脂肪乳・栄養強化牛乳の購入量とその割合



	(N=4476)	(N=1010)	(N=999)	(N=1090)	(N=1159)
全体	100	100	100	100	100
牛乳	71	64	68	69	75
低/無脂肪乳	17	18	18	20	16
栄養強化牛乳	11	18	14	11	9
同居家族人数	3.7	3.0	3.4	3.8	4.5
家族一人あたりの購入量	0.9	0.3	0.6	0.9	1.6

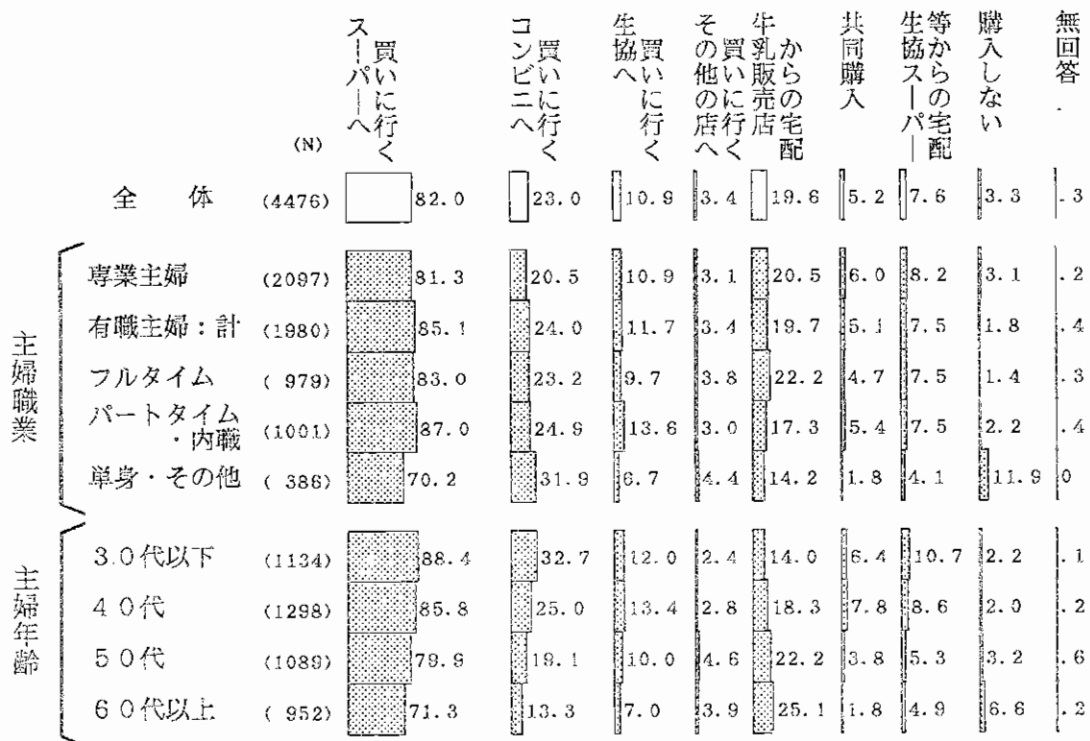
3. 白もの牛乳類の購入場所

1) ふだん利用する場所

白もの牛乳類をどのような場所で購入しているかを聞いた。ふだん利用しているのは（複数回答）、「スーパーへ買いに行く」が82%と最も多い。その他、「コンビニへ買いに行く」（23%）、「牛乳販売店からの宅配」（20%）、「生協へ買いに行く」（11%）などが比較的多くなっている。

主婦年齢別で見ると、「スーパーへ買いに行く」「コンビニへ買いに行く」のは若い年代で多く、一方、50～60代以上では「牛乳販売店からの宅配」が多くなっている。

図表 II -16 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所（MA）



白もの牛乳類を購入するのにふだん利用している場所を、都市規模別にみると、いずれにおいても「スーパーへ買いに行く」が最も多いが、郡部ではやや少くなっている。「コンビニへ買いに行く」「生協へ買いに行く」のは都市規模が大きくなるほど多くなり、他方、「牛乳販売店からの宅配」は都市規模が小さくなるほど多い。

地域別にみると、「スーパーへ買いに行く」が最も多いのはいずれの地域でも同じである。特に、北海道、関東・甲信が多い。「コンビニへ買いに行く」のが多いのは関東・甲信と北海道である。反対に、この地域は「牛乳販売店からの宅配」が他の地域に比べ少ない。「生協へ買いに行く」のは北海道、東北、近畿が多い。九州では「生協スーパーからの宅配」が他の地域に比べやや多くなっている。

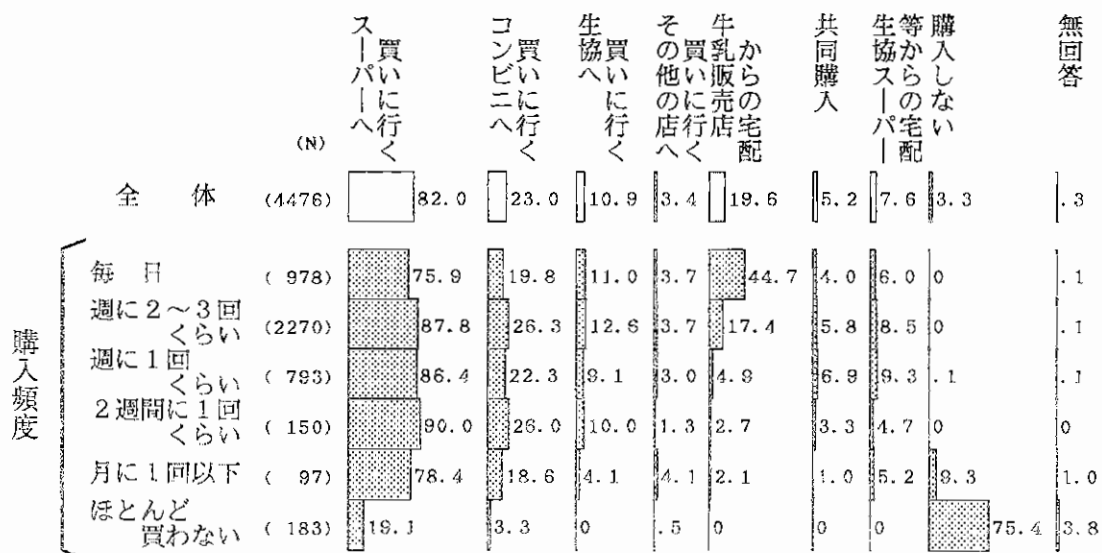
図表 II -17 都市規模・地域別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所 (MA)



白もの牛乳類を購入するのにふだん利用している場所と購入頻度との関係を見た。

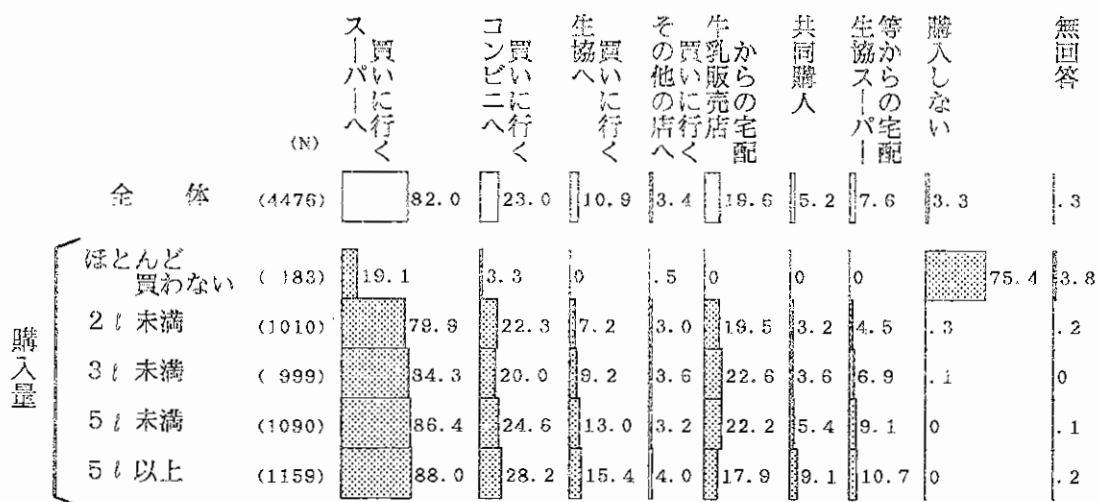
購入頻度の多少にかかわらず、「スーパーへ買いに行く」が最も多い。ただし、「毎日」購入する世帯では、「スーパーへ買いに行く」の比率がやや下がり、「牛乳販売店からの宅配」が45%とかなり多くなる。「コンビニへ買いに行く」のは、購入頻度が「週に2~3回くらい」と「2週間に1回くらい」の世帯でやや多くなっている。

図表 II -18 購入頻度別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所 (MA)



白もの牛乳類の購入場所と、世帯あたりの週の購入量との関係を見た。購入量にかかわらず「スーパーへ買いに行く」が最も多い。購入量が多くなれば、利用する場所も多様である。

図表 II -19 世帯あたりの週の購入量と白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所 (MA)



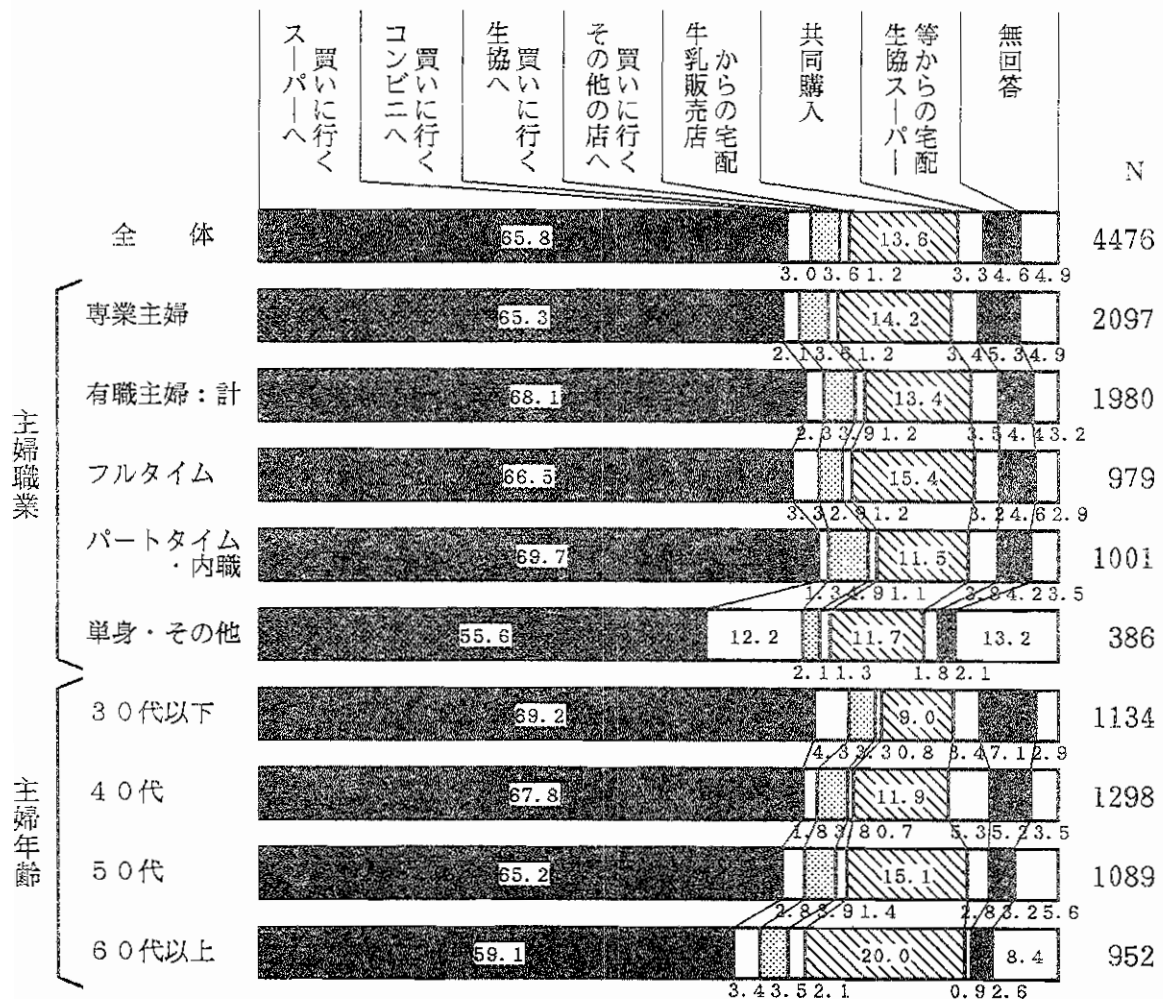
2) 主に利用する場所

白もの牛乳類を購入するのに主に利用している場所については、「スーパーへ買いに行く」が66%と最も多い。次に多いのは「牛乳販売店からの宅配」の14%である。「コンビニへ買いに行く」「生協へ買いに行く」などは1割に満たない。

主婦年齢別にみると、「スーパーへ買いに行く」が各年代とも最も多くなっているが、若い年代ほどウエートが大きくなり、30代以下の主婦と60代以上の主婦では、10ポイントの差がみられる。一方、「牛乳販売店からの宅配」については、上の年代ほどウエートが大きくなり、60代以上の主婦では2割に達するが、30代以下の主婦では少なく差は11ポイントである。

その他、「共同購入」「生協スーパー等からの宅配」については若い年代の主婦でやや多くなっている。

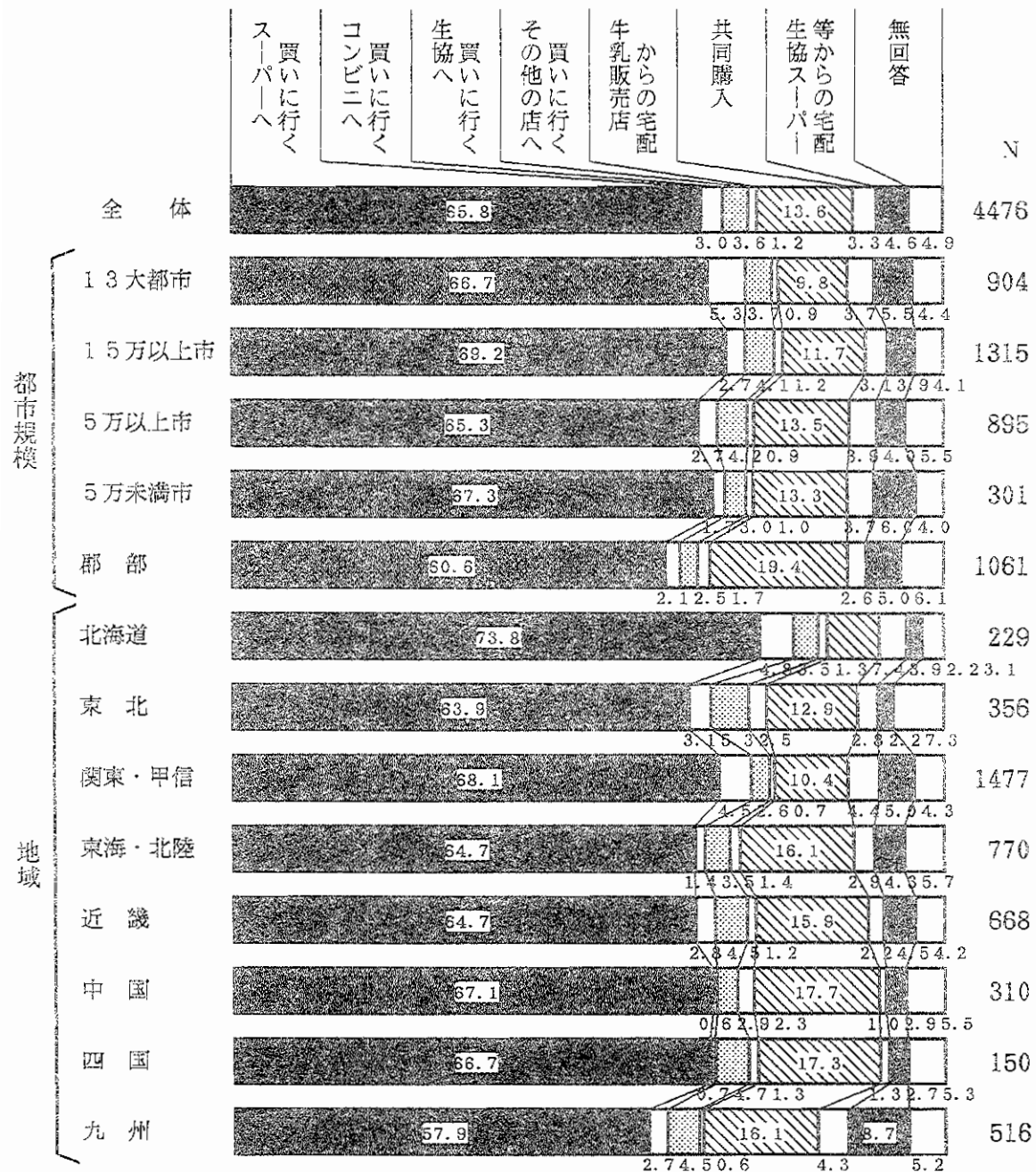
図表 II -20 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：主に利用する場所



白もの牛乳類を購入するのに主に利用している場所について、都市規模別にみると、いずれの都市規模においても「スーパーへ買いに行く」が最も多いが、郡部では他に比べやや低くなっている。一方、「牛乳販売店からの宅配」は郡部で2割近くに達している。

地域別では、いずれの地域でも「スーパーへ買いに行く」が最も多い。特に、北海道、関東・甲信で多い。北海道と関東・甲信では「牛乳販売店からの宅配」が他の地域に比べ少ない。九州では「生協スーパーからの宅配」が1割ほどあり、他の地域に比べ多くなっている。

図表 II -21 都市規模・地域別 白もの牛乳類の購入場所：主に利用する場所



3) 今後新たに利用したい場所

白もの牛乳類を購入するのに今後新たに利用したい場所を聞いてみたが（複数回答）、いずれの場所も回答件数が非常に少なく、「なし／無回答」が9割近くにまで達している。多くの人は、白もの牛乳類を購入するためにスーパーを利用しており、今後新たに利用したい場所について特に希望はないようである。

図表 II -22 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：今後新たに利用したい場所 (MA)

		(N)	ス ー パ ー に 行 く	コ ン ビ ニ エ ン ス ト に 行 く	生 協 会 に 行 く	そ の 他 の 店 に 行 く	牛 乳 販 売 店 に 行 く	共 同 購 入 の 宅 配	生 協 会 の 宅 配	等 か ら の 宅 配	な し ／ 無 回 答	
全 体		(4476)	1.0	2.6	2.4	1.0	3.3	.7	2.3			87.9
主婦職業	専業主婦	(2097)	.9	2.8	2.2	1.1	3.2	.8	2.4			87.9
	有職主婦：計	(1980)	1.1	2.5	2.8	.8	3.3	.8	2.3			87.7
	フルタイム	(979)	1.3	2.6	2.8	.9	2.9	.7	2.3			87.3
	パートタイム ・内職	(1001)	.8	2.4	2.8	.7	3.7	.8	2.3			88.0
	単身・その他	(386)	1.3	2.3	1.8	1.6	3.9	.3	2.1			88.3
主婦年齢	30代以下	(1134)	.8	1.4	2.4	1.1	5.1	1.2	2.7			87.0
	40代	(1298)	.8	3.2	2.9	1.2	3.2	.4	2.9			86.8
	50代	(1089)	1.9	3.0	2.8	1.2	2.4	.8	1.7			87.4
	60代以上	(952)	.5	2.7	1.5	.6	2.3	.4	1.8			90.8

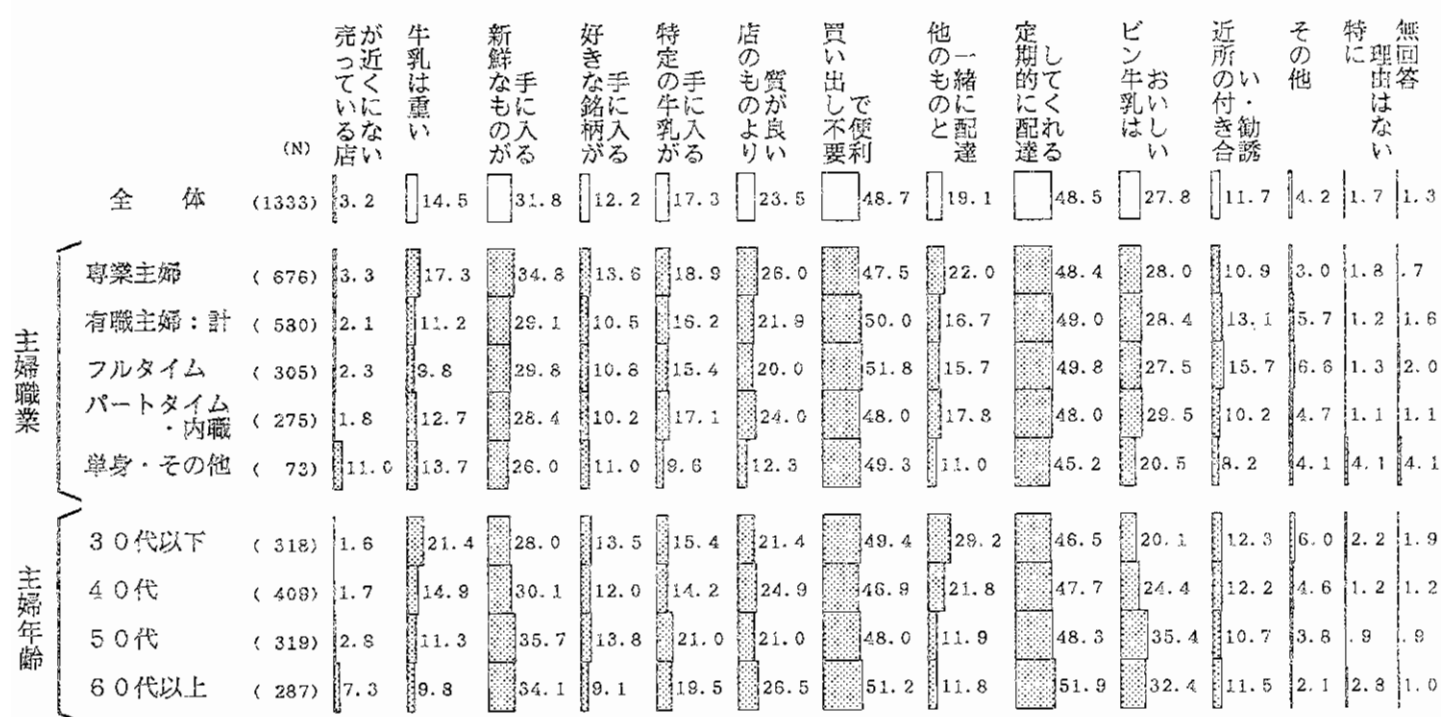
4) 宅配の利用理由

白もの牛乳類を購入するのにふだん利用する場所として宅配（「牛乳販売店からの宅配」「共同購入」「生協スーパー等からの宅配」）をあげた世帯に、宅配の利用理由を複数回答で聞いた。

全体では、「買い出し不要で便利」と「定期的に配達してくれる」がそれぞれ49%と最も多い。その他、「新鮮なものが手に入る」（32%）、「ビン牛乳はおいしい」（28%）、「店のものより質が良い」（24%）、「他のものと一緒に配達」（19%）、「特定の牛乳が手に入る」（17%）、「牛乳は重い」（15%）などが多くなっている。

主婦年齢別にみると、「牛乳は重い」「他のものと一緒に配達」などの理由は若い年代ほど多くあげている。一方、「新鮮なものが手に入る」「特定の牛乳が手に入る」「ビン牛乳はおいしい」など品質に関する理由は年代が高くなるほど多くあげている。

図表 II -23 主婦職業・年齢別 宅配の利用理由 (MA)
(宅配利用者ベース)



宅配の利用理由を都市規模別にみると、「牛乳は重い」「店のものよりも品質が良い」などの理由は都市規模が大きくなるほど多くなる。「買い出し不要で便利」「他のものと一緒に配達」など利便に関する理由は「13大都市」と「5万未満市」で比較的多く指摘されている。「5万未満市」では他に比べ、「ビン牛乳はおいしい」という理由が極端に少なくなっている。

同じく、地域別にみると、「買い出し不要で便利」「定期的に配達してくれる」という理由はいずれの地域でも多くなっているが、中国では特に多くみられ、一方、北海道では少なくなっている。「新鮮なものが手に入る」「好きな銘柄が手に入る」という理由は北海道で多くみられる。「牛乳は重い」は関東・甲信と近畿が多い。

図表 II -24 都市規模・地域別 宅配の利用理由：宅配利用者（MA）
（宅配利用者ベース）

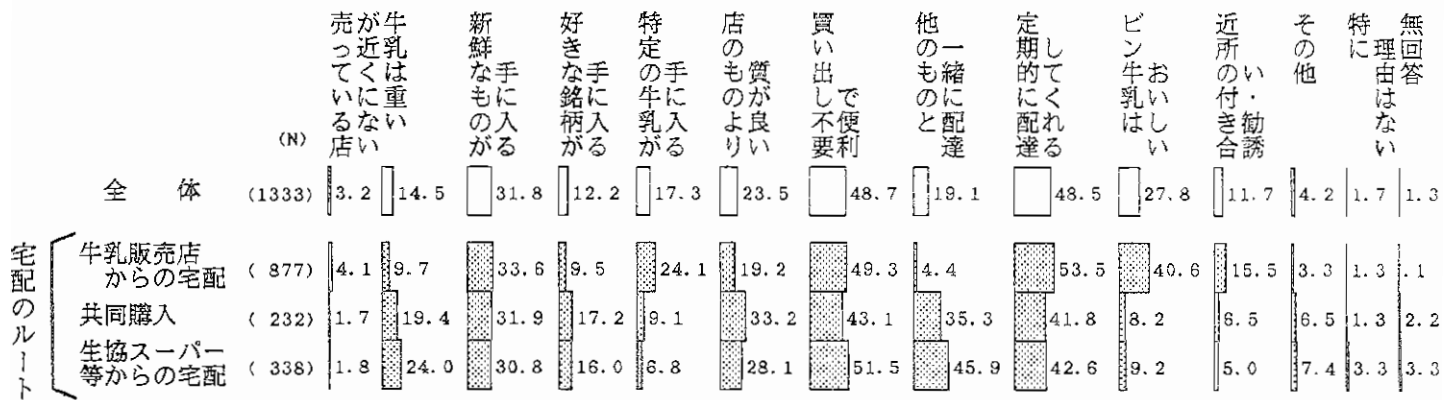
	(N)	売が近 つてに いる重 ない店	牛乳は 重い	新鮮な 手に入 るもの	好きな 手に入 る銘柄	特定 手に入 る牛乳	店の 質が良 いもの	買 出 し 不 便 利	他 の 一 緒 に 配 達	定 期 的 に 配 達 し て く れ る	ビ ン 牛 乳 は お い し い	近 所 の 付 き 合 い ・ 勧 誘	そ の 他	特 に 理 由 は な い	無 回 答	
全 体	(1333)	3.2	14.5	31.8	12.2	17.3	23.5	48.7	19.1	48.5	27.8	11.7	4.2	1.7	1.3	
都市規模	13大都市	(221)	3.9	24.0	35.3	12.2	16.3	30.8	57.9	24.0	48.9	27.6	8.1	4.1	2.3	0
	15万以上市	(352)	1.7	18.8	32.7	13.6	20.5	27.6	48.6	19.6	50.6	30.7	12.8	4.0	1.6	2.3
	5万以上市	(269)	1.5	13.8	30.5	13.0	16.0	23.8	43.5	20.4	45.0	29.7	13.4	4.5	1.5	0
	5万未満市	(96)	6.3	9.4	35.4	8.3	13.5	19.8	57.3	27.1	44.8	10.4	7.3	7.3	3.1	0
	郡 部	(395)	6.1	7.1	29.1	11.1	16.7	16.5	45.1	12.8	49.6	28.1	12.7	3.5	2.3	2.3
地域	北海道	(49)	4.1	8.2	42.9	20.4	22.4	18.4	42.9	22.4	32.7	24.5	6.1	2.0	0	0
	東 北	(100)	3.0	8.0	32.0	7.0	17.0	21.0	47.0	11.0	55.0	27.0	9.0	6.0	1.0	2.0
	関東・甲信	(404)	3.5	21.8	30.0	11.9	16.3	28.0	52.2	27.7	50.0	26.2	10.6	4.2	1.2	1.5
	東海・北陸	(247)	2.4	8.5	34.0	14.6	21.9	21.1	47.4	12.6	46.6	30.0	19.0	4.0	1.6	1.6
	近 畿	(199)	2.5	17.6	28.6	11.6	15.6	26.6	47.7	15.6	43.2	29.6	10.1	1.5	2.0	1.5
	中 国	(90)	3.3	8.9	31.1	11.1	17.8	14.4	55.6	10.0	57.8	32.2	8.9	6.7	2.2	0
	四 国	(47)	0	10.6	31.9	6.4	21.3	8.5	51.1	19.1	48.9	31.9	14.9	4.3	6.4	0
	九 州	(197)	4.6	12.2	33.5	12.7	12.7	24.4	42.6	20.3	48.2	24.4	8.6	6.6	2.0	1.0

宅配の利用理由をルート別（「牛乳販売店」「共同購入」「生協・スーパー」）にみた。

「牛乳販売店からの宅配」では、「ビン牛乳はおいしい」という理由が他に比べ極めて多くなっている。その他、「定期的に配達してくれる」「特定の牛乳が手に入る」「近所の付き合い・勧誘」なども比較的多くみられる。

一方、「共同購入」「生協スーパーからの宅配」では、「他のものと一緒に配達」「牛乳は重い」など利便に関する理由が「牛乳販売店からの宅配」に比べ多くなっている。その他、とりわけ「共同購入」では、「店のものよりも品質が良い」が比較的多くあげられている。

図表 II -25 宅配のルート別 宅配の利用理由 (MA)
(宅配利用者ベース)



Ⅲ 乳製品について

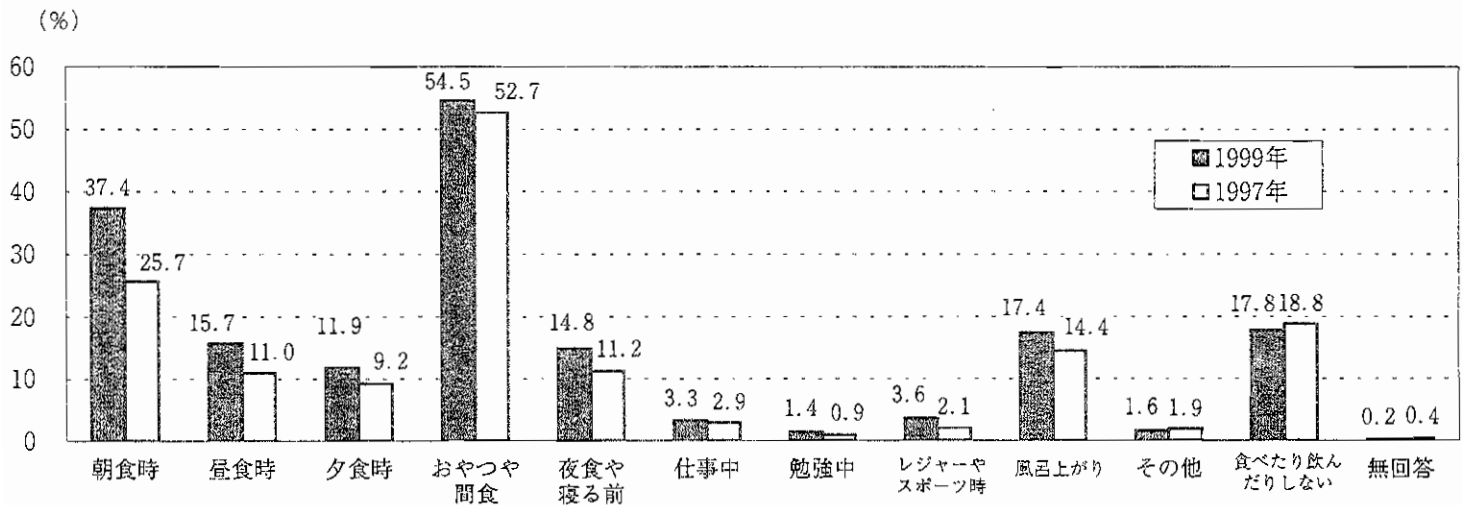
1. ヨーグルトの飲食機会

ヨーグルトはどのような時に食べたり飲んだりするかを複数回答で聞いた。全体では、「おやつや間食時」が55%と最も多い。その他、「朝食時」(37%)、「風呂上がり」(17%)、「昼食時」(16%)、「夜食や夜寝る前」(15%)、「夕食時」(12%)などの機会が多くなっている。なお、ヨーグルトを「食べたり飲んだりしない」という人は18%である。

1997年と比較してみると、「おやつや間食時」が最も多いのは変わらないものの、飲食機会は、「朝食時」をはじめその他の多くの機会を増えている。

ヨーグルトの飲用機会がおやつや間食時から食事時や夜食などへと多様化していることがうかがえる。

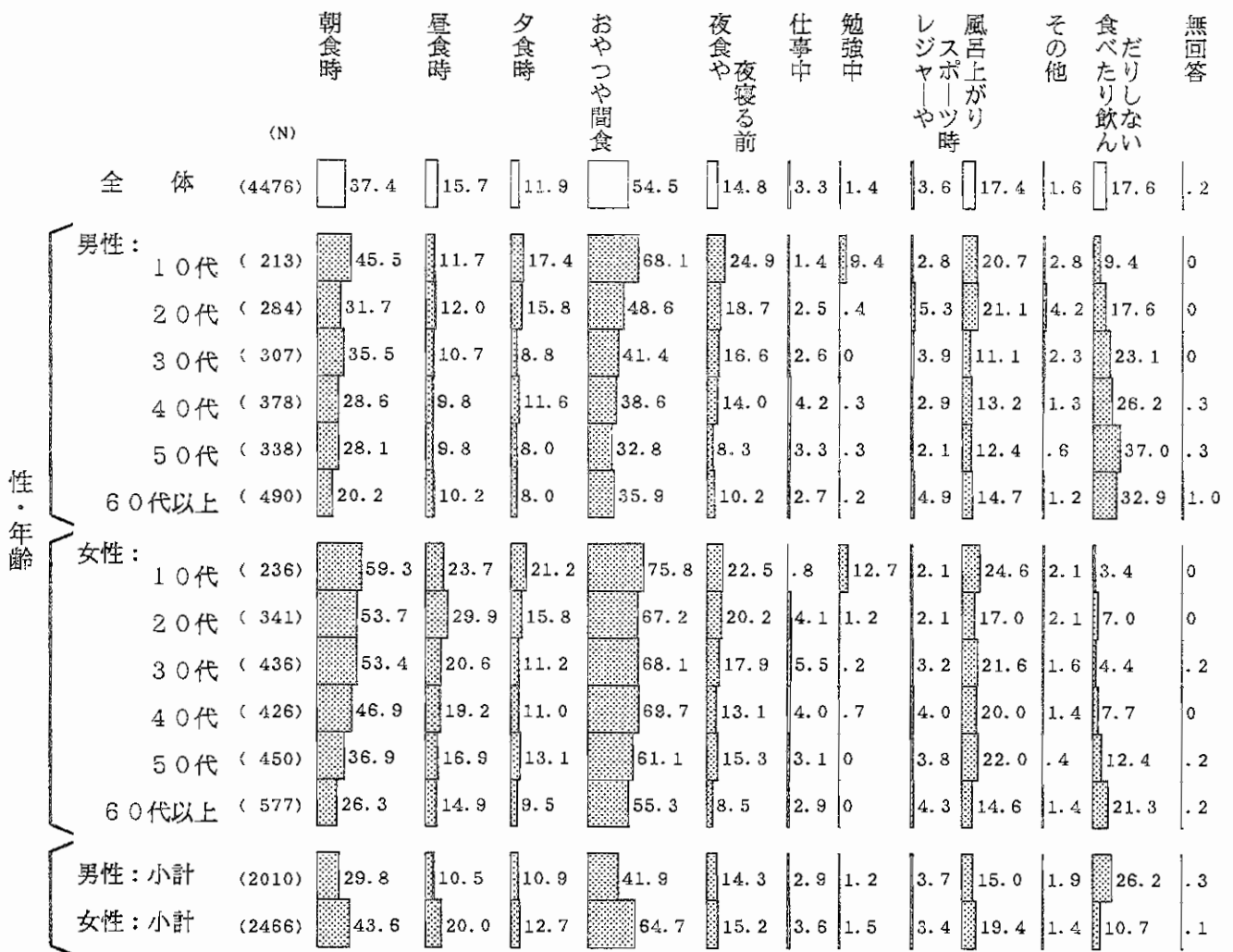
図表 Ⅲ-1 ヨーグルトの飲食機会 (MA)



男女別でみると、ほとんどの機会に男性よりも女性で多くなっている。特に、「おやつや間食時」「朝食時」で男女差が大きい。「食べたり飲んだりしない」のは男性で26%、女性で11%となっており、10ポイント以上の差がある。

性・年齢別では、いずれの機会でも若い年代ほどヨーグルトを飲食する人が多い。たとえば、「朝食時」についてみると、女性10代では59%が飲食すると答えているのに対し、女性60代以上では26%と、30ポイント以上の差がある。「食べたり飲んだりしない」のは年齢の高い層で多く、特に、男性50代ではヨーグルトを飲食しない人が4割近くまで達している。

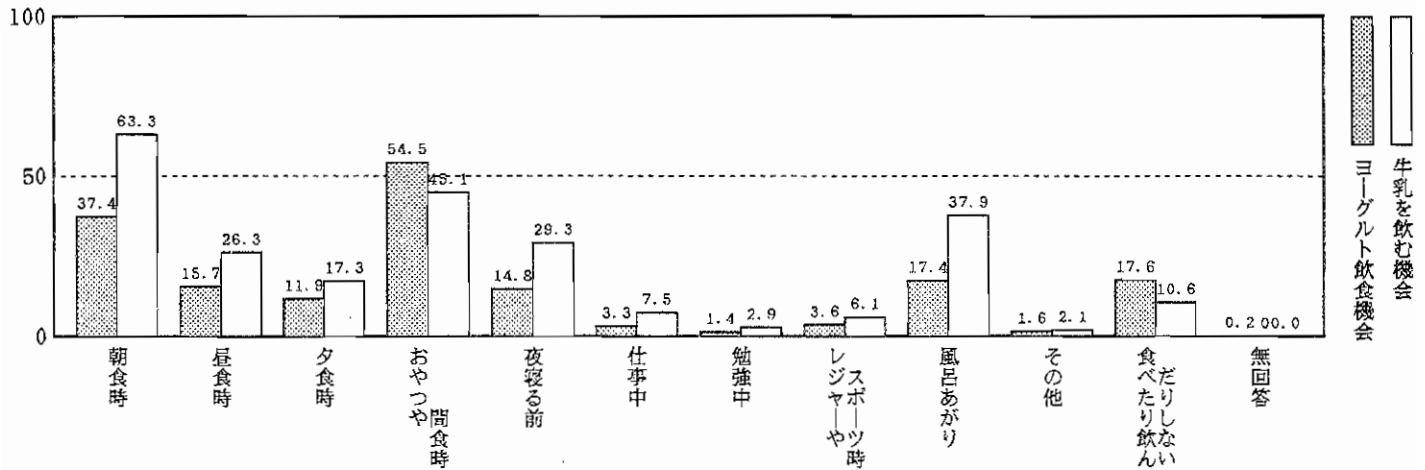
図表 III-2 性・年齢別 ヨーグルトの飲食機会 (MA)



ヨーグルトの飲食機会を、白もの牛乳類の飲用機会（時々でも飲む機会のある時）と比較してみた。飲用機会が最も多いのは、白もの牛乳類では「朝食時」であるが、ヨーグルトは「おやつや間食」となっている。「朝食時」にヨーグルトを食べる人も多くなっているが、白もの牛乳類との差は大きい。

図表 Ⅲ-3 ヨーグルトの飲食機会と白もの牛乳類の飲用機会の比較 (MA)

(全数ベース/n=4467)



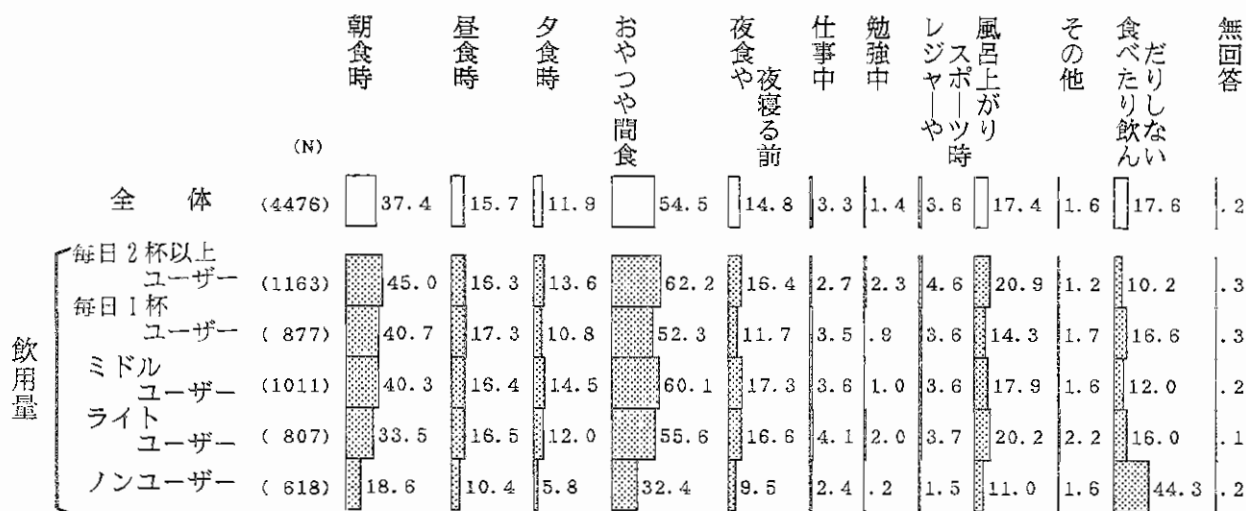
ヨーグルトの飲食機会と白もの牛乳類の飲用量との関係を見た。

白もの牛乳類のヘビーユーザーほどヨーグルトの飲用機会が多く、ライトユーザーほど飲用機会は少ない。

白もの牛乳類のノンユーザーがヨーグルトを食べることで乳製品を補完するという考え方があがるが、白もの牛乳類のノンユーザーの56%はヨーグルトのユーザーであるが、44%はノンユーザーである。つまり白もの牛乳類のノンユーザー(618人)の44.3%(273人)は牛乳もヨーグルトも飲まない人たちである。これらの人々は全体(4476人)から見ると6%ほどに相当する。

全体をまとめると、白もの牛乳類とヨーグルトの両方を飲食する人が82%、白もの牛乳類のみの人が4%、ヨーグルトのみの人が8%、どちらも飲食しない人が6%となる。

図表 Ⅲ-4 白もの牛乳類飲用量別 ヨーグルトの飲食機会 (MA)



白もの牛乳類とヨーグルトの飲食者のまとめ

全体	牛乳とヨーグルトの両方を飲食する人	牛乳のみの人	ヨーグルトのみの人	牛乳もヨーグルトも飲食しない人
4476 (100)	3687 (82.4)	171 (3.8)	345 (7.7)	273 (6.1)

() 内は割合：%

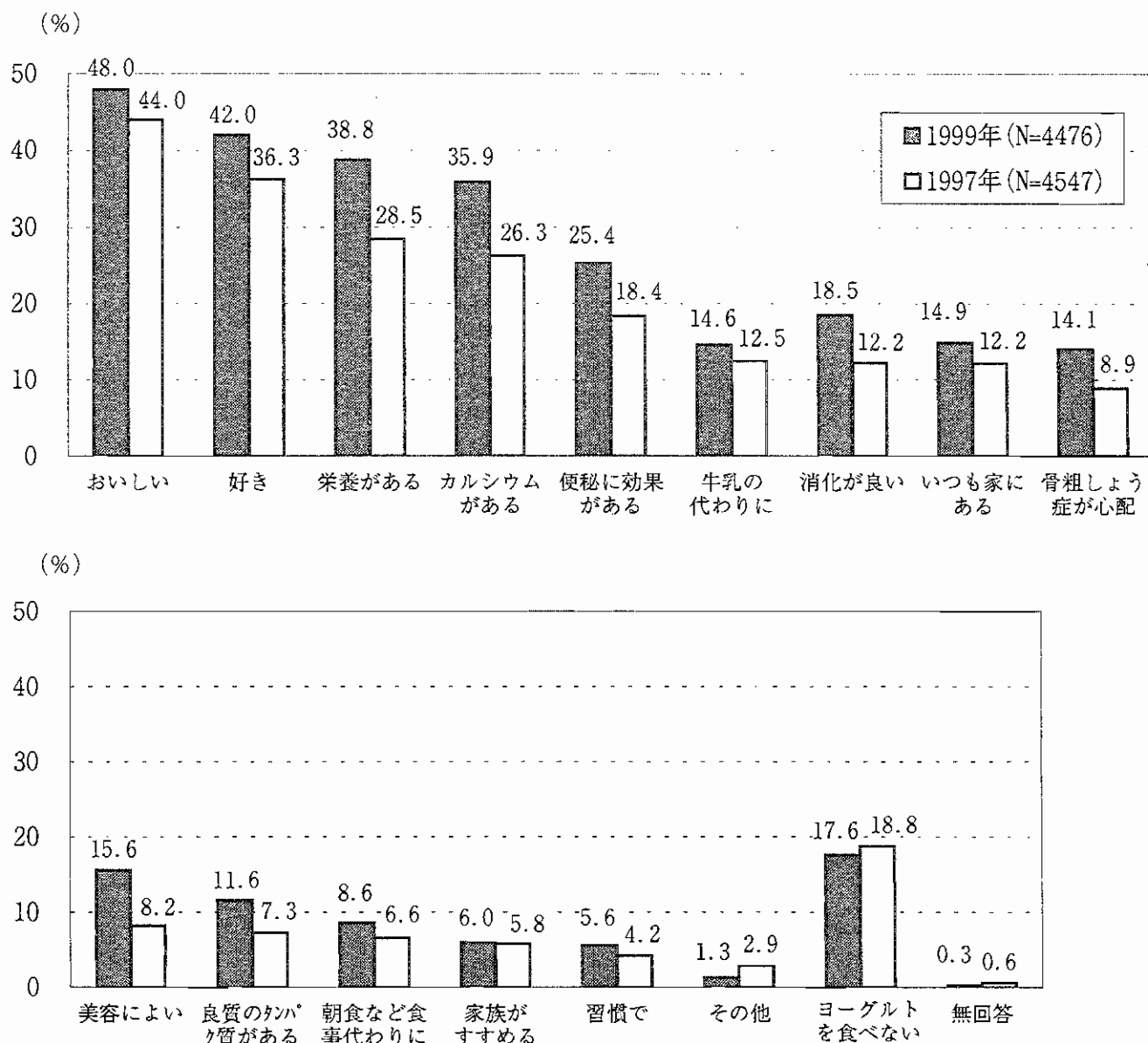
2. ヨーグルトの飲食理由

ヨーグルトを食べたり飲んだりする理由を聞くと（複数回答）、「おいしい」が48%と最も多い。続いて、「好き」（42%）、「栄養がある」（39%）、「カルシウムがある」（36%）、「便秘に効果がある」（25%）などの理由が多くなっている。

1997年と比較すると、飲用理由としてあげられている割合が全体に大きくなり、ヨーグルトが積極的に食べられている様子がうかがえる。「おいしい」「好き」の味覚が上位となっている点は変わらない。また、「栄養がある」「カルシウムがある」などの機能的な理由も大きくポイントを伸ばしている。その他、「便秘に効果がある」「消化が良い」「美容に良い」などもヨーグルトを食べる理由としてウェートを増しつつある。

おいしくて、栄養的にも美容的にもすぐれていることが昨今のヨーグルトの食用（飲用）量の増加に結びついている。

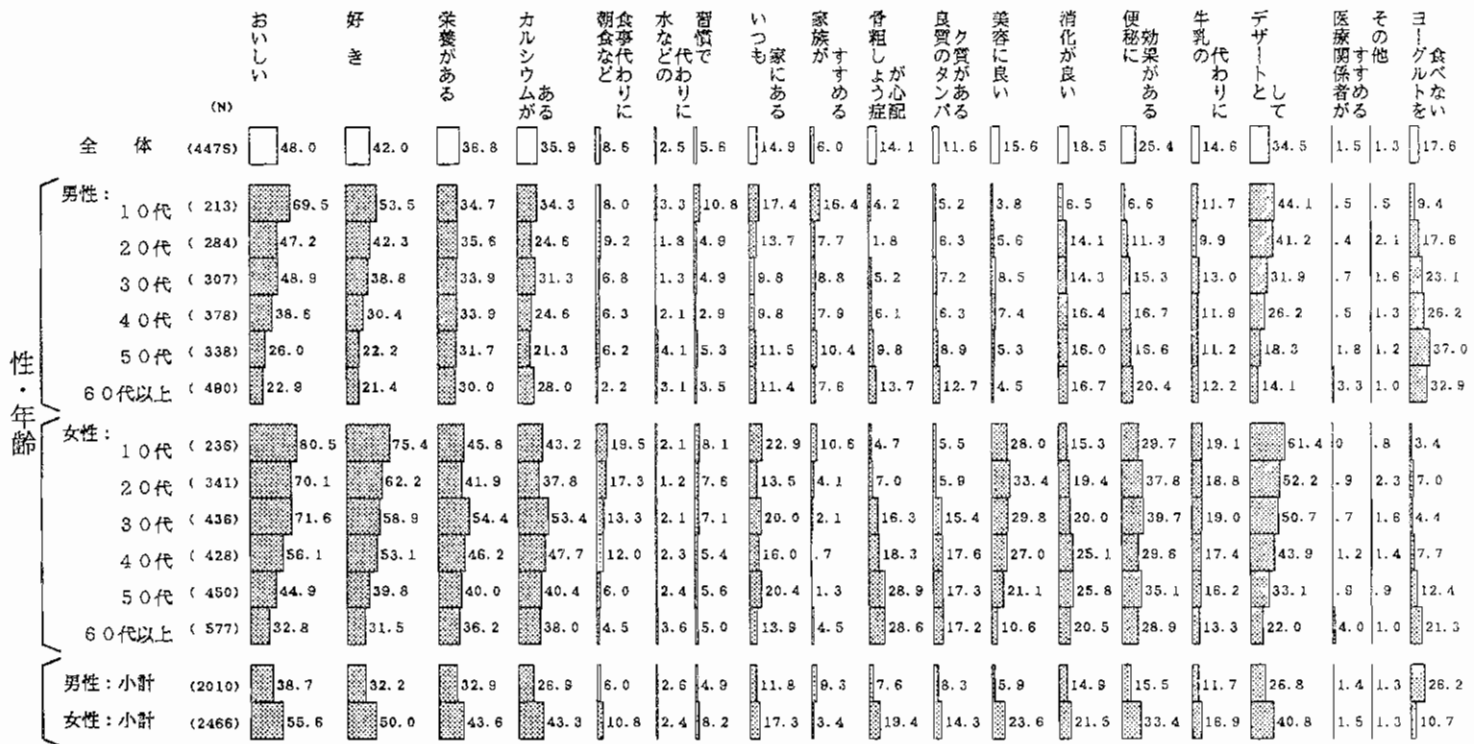
図表 Ⅲ-5 ヨーグルトの飲食理由（MA）



男女別で見ると、ほとんどの項目で男性よりも女性で多くあげられている。男性のほうが多くあげているのは「家族がすすめる」だけである。

性・年齢別では、「おいしい」「好き」「デザートとして」などは男女とも若い年代で多くあげられている。一方、年代が上がるにつれ多くなるのは、「骨粗しょう症が心配」「良質のタンパク質がある」「消化が良い」など健康を気遣う理由である。その他、10代、20代の女性で「朝食など食事代わりに」、20代、30代の女性で「美容に良い」が多いことなどが注目される。

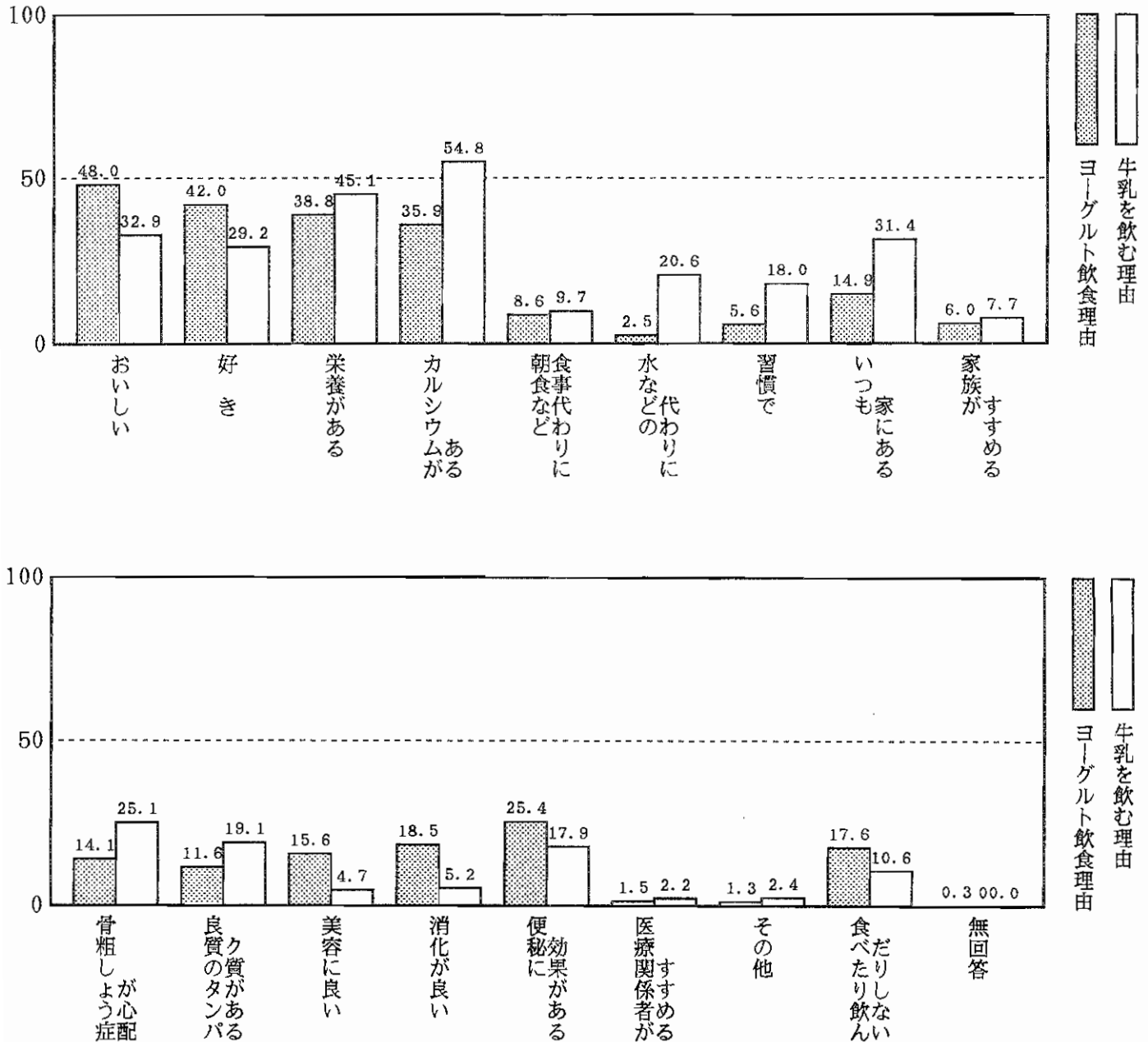
図表 Ⅲ-6 性・年齢別 ヨーグルトの飲食理由 (MA)



ヨーグルトの飲食理由を白もの牛乳類の飲用理由と比較すると、「おいしい」「好き」など嗜好に関わる理由はヨーグルトで多く、「カルシウムがある」「骨粗しょう症が心配」など機能的理由は白もの牛乳類で多くなっている。その他、ヨーグルトで多くなっているのは、「美容に良い」「消化が良い」「便秘に効果がある」などの理由であり、一方、白もの牛乳類では、「習慣で」「いつも家にある」などの理由が比較的多くなっている。

図表 Ⅲ-7 ヨーグルトの飲食理由と牛乳の飲用理由 (MA)

N=4476

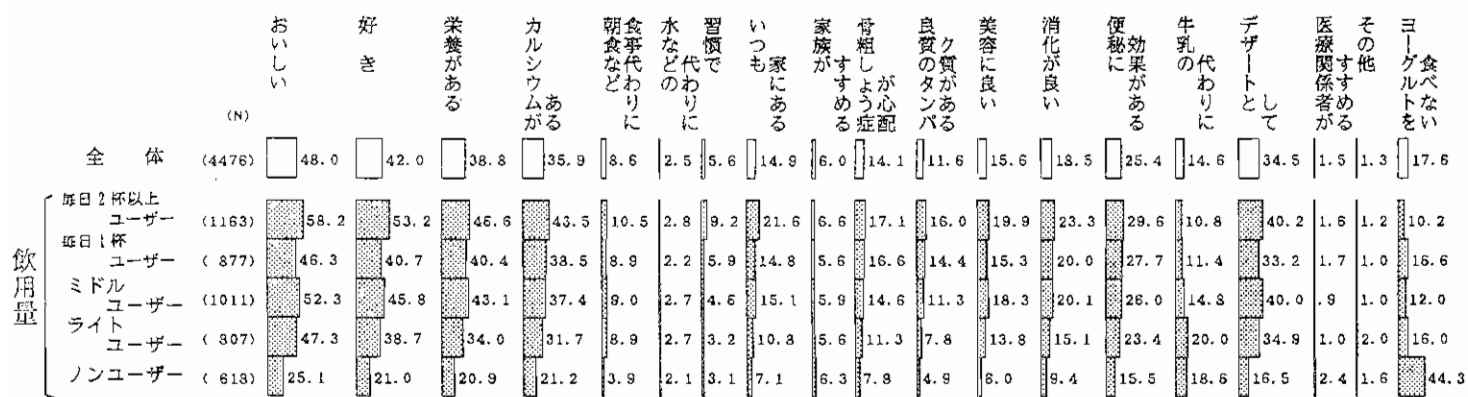


ヨーグルトの飲食理由と白もの牛乳類の飲用量との関係を見た。

白もの牛乳の飲用量の多い層は、「栄養がある」「カルシウムがある」「骨粗しょう症が心配」「良質のタンパク質がある」「消化が良い」など健康にまつわる理由、および「おいしい」「好き」など嗜好性に関連する理由もともに多い。

一方、飲用量の少ない「ライトユーザー」「ノンユーザー」では、ヨーグルトの飲食理由として「牛乳の代わりに」をあげる人が2割近くと多くなっている。

図表 Ⅲ-8 白もの牛乳類飲用量別 ヨーグルトの飲食理由 (MA)



3. バター（油脂類）の使用実態

1) 油脂類の使い方

バター、マーガリン、サラダオイル、ごま油、オリーブオイルについて、それぞれ日頃どのように使っているかを複数回答で聞いた。

バターの使い方としては、「パンにぬる」が48%と最も多く、「炒めものなどの料理に使う」が40%、「お菓子作りに使う」が32%、「その他」が4%となっている。「使わない」は22%である。

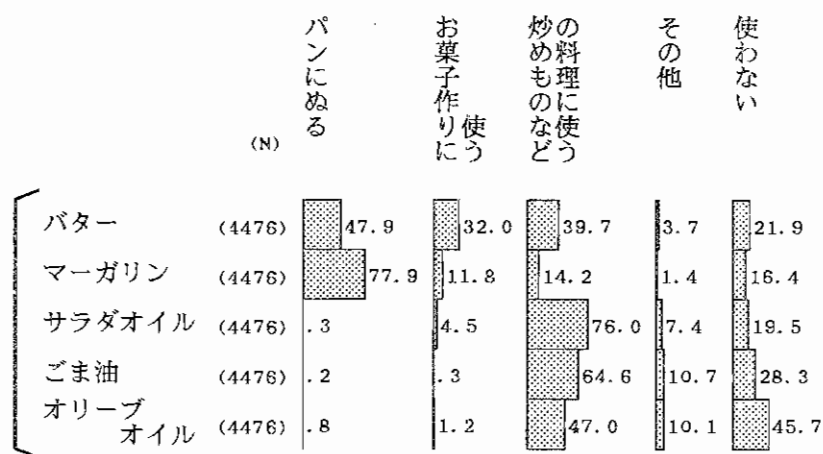
マーガリンは、「パンにぬる」が78%と多い。「炒めものなどの料理に使う」「お菓子作りに使う」は1割台にとどまる。16%が「使わない」としている。

サラダオイルは、「炒めものなどの料理に使う」が76%と多いが、2割が「使わない」としている。

ごま油は、「炒めものなどの料理に使う」が65%と多く、「使わない」という人は28%である。

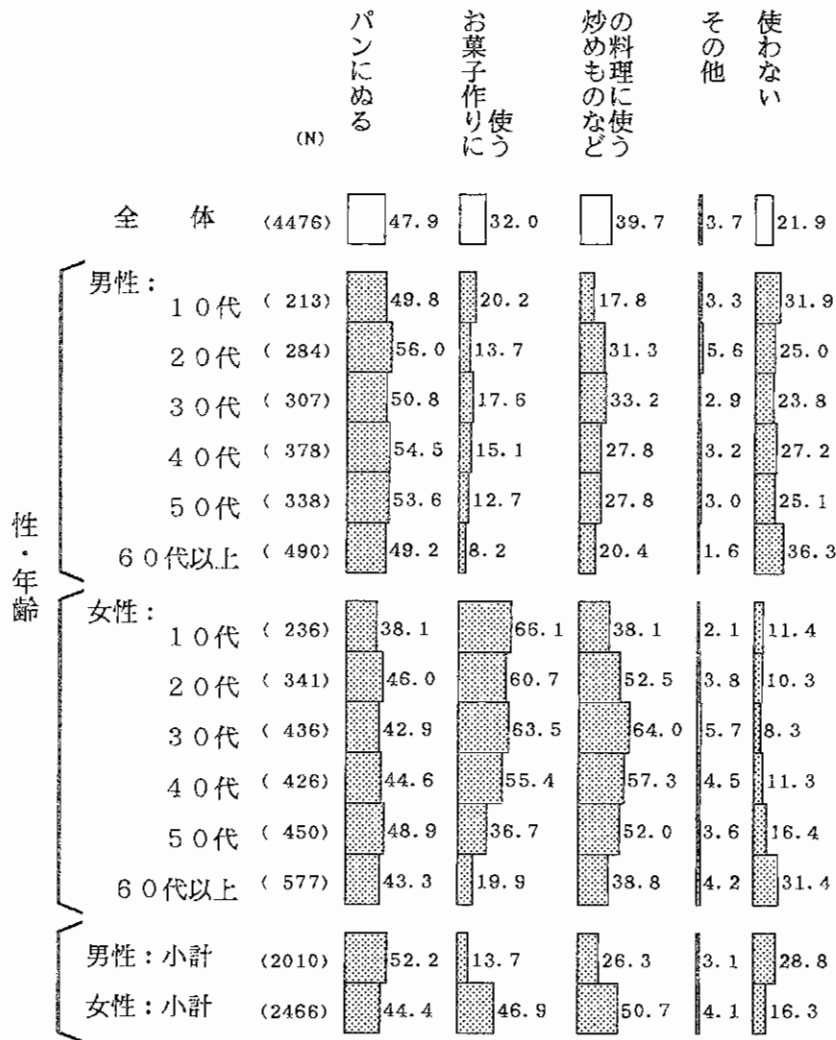
オリーブオイルは、「炒めものなどの料理に使う」が47%であり、一方、「使わない」という人も46%と多くなっている。

図表 III-9 油脂類の使用目的 (MA)



バターの使い方を性・年齢別にみると、男性では、いずれの年代でも「パンにぬる」人が多くなっている。一方、女性では、「パンにぬる」人よりも、「お菓子作りに使う」あるいは「炒めものなどの料理に使う」人が多くなっている。「お菓子作りに使う」人は10～30代で多く、「炒めものなどの料理に使う」人は30代、40代で多くなっている。

図表 Ⅲ-10 性・年齢別 油脂類の使用目的：バター (MA)



2) バターについての意見

バターに関して4つの意見をあげて、そう思うか、そう思わないかを聞いた。

「バターの入った料理は味が良い」という意見について、「そう思う」という人は48%である。「まあそう思う」という人も含めると、8割近くがこの意見を肯定していることになる。

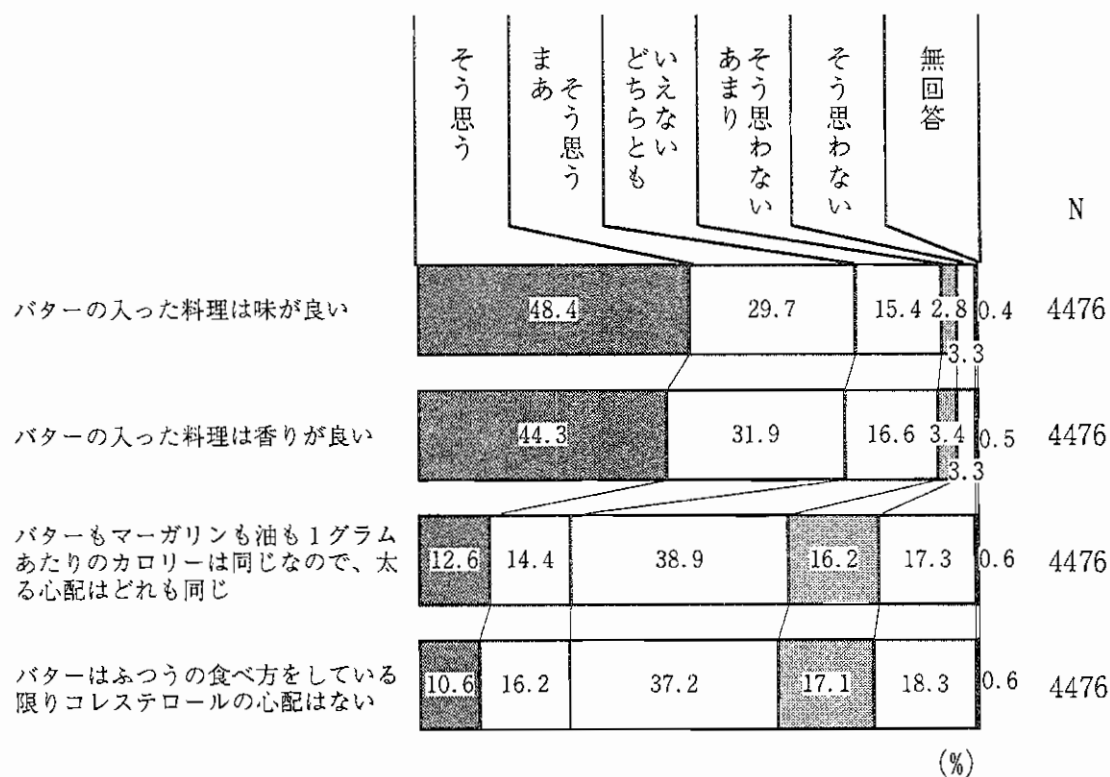
「バターの入った料理は香りが良い」という意見についても、肯定する人の割合が多い。「そう思う」人は44%、「まあそう思う」人は32%と多くなっている。

「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのカロリーは同じなので、太る心配はどれも同じ」という意見については、およそ4割の人が「どちらともいえない」と答えている。否定する人の割合も多く、「そう思わない」と「あまりそう思わない」という人を合わせると、34%となる。

「バターはふつうの食べ方をしている限りコレステロールの心配はない」という意見については、「そう思わない」人が18%、「あまりそう思わない」人が17%となっており、合わせて35%がこの意見を否定している。

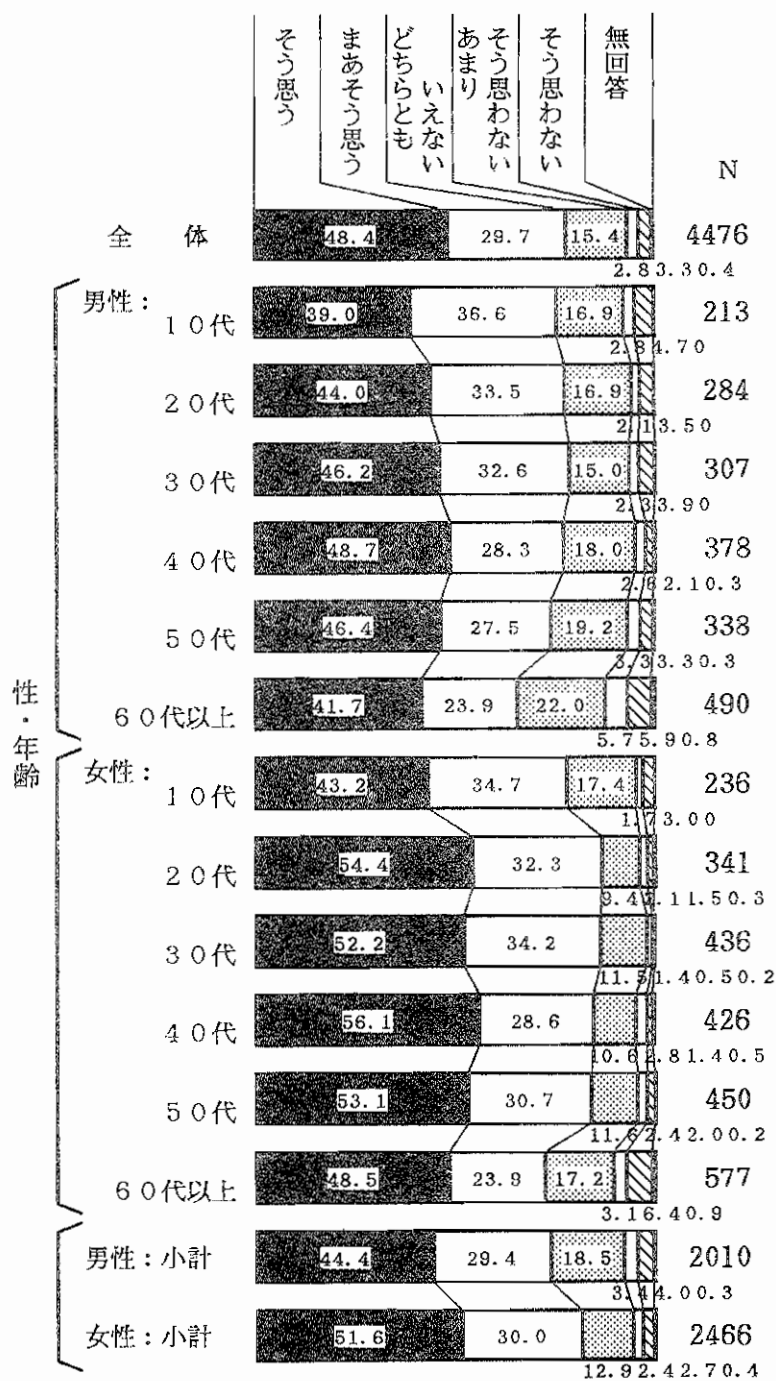
バターの入った料理は味・香りが良いことは認めつつも、カロリーやコレステロール過多を心配している人が多いようである。

図表 Ⅲ-11 バターについての意見



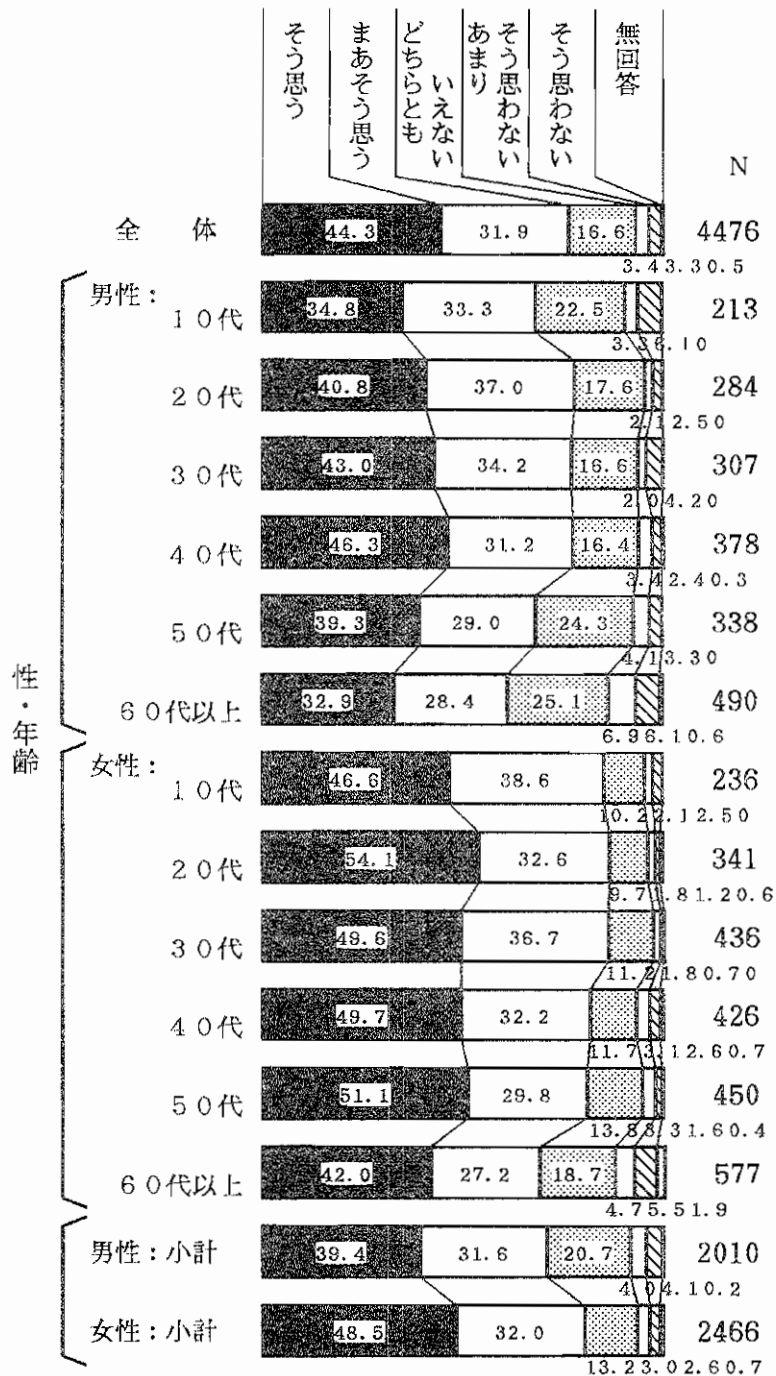
「バターが入った料理は味が良い」という意見について、性・年齢別にみると、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は男性よりも女性が多い。女性の20～50代では8割以上が肯定している。

図表 Ⅲ-12 性・年齢別 バターについての意見
「バターの入った料理は味が良い」



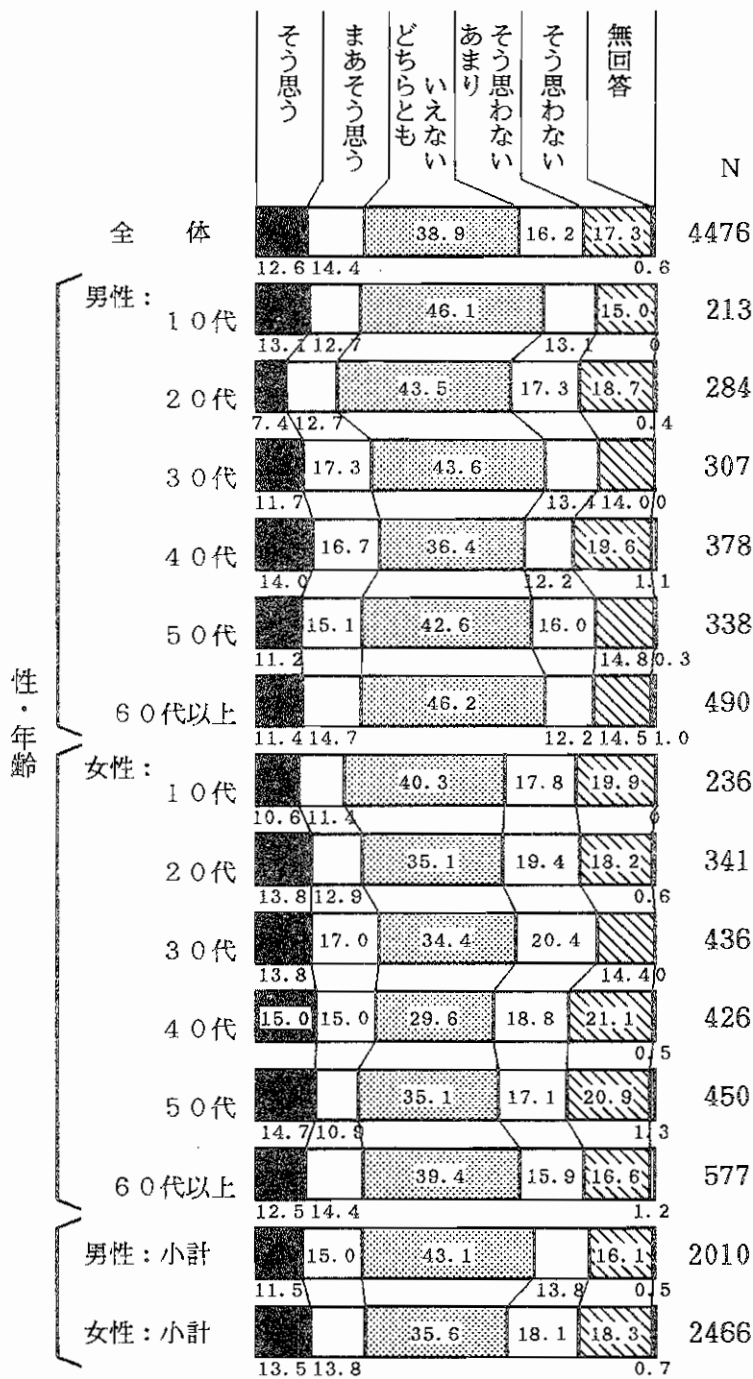
「バターが入った料理は香りが良い」という意見についても、味についての意見と同様、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は女性が多い。女性では、10～50代まで8割以上の人が肯定している。

図表 Ⅲ-13 性・年齢別 バターについての意見
「バターの入った料理は香りが良い」



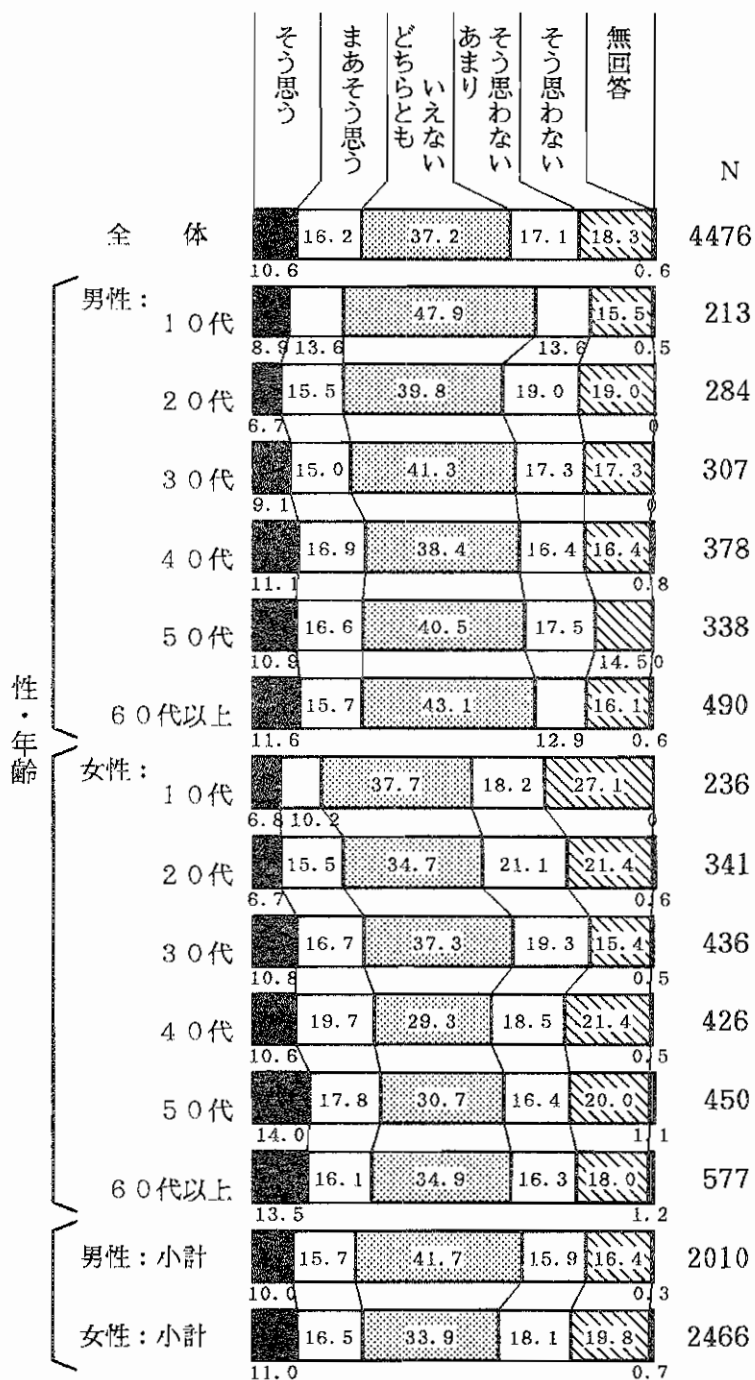
「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのカロリーは同じなので、太る心配はどれも同じ」という意見について、性・年齢別にみると、女性のほうで否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）がやや多い。

図表 Ⅲ-14 性・年齢別 バターについての意見
「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのカロリーは同じなので、太る心配はどれも同じ」



「バターはふつうの食べ方をしている限りコレステロールの心配はない」という意見について、性・年齢別にみると、女性のほうで否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）がやや多い。特に、女性の10～20代では4割を超える人が否定的である。

図表 Ⅲ-15 性・年齢別 バターについての意見
「バターはふつうの食べ方をしている限りコレステロールの心配はない」



3) 家庭でのバター の 使い方

調査対象世帯（主婦または主婦役割の主な担当者、単身世帯では本人）に対し、ふだんバターをどのように使っているかを聞いた。

全体では、バターを使う世帯は 86%、使わない世帯は 14%となっている。バターを使う世帯をベースに、「パンにぬる」「パン・ケーキ・お菓子作りに使う」「炒めものなどの料理に使う」「その他の用途」の 4 項目についてバターの使い方の割合をまとめてみた。

「パンにぬる」が 46%、「パン・ケーキ・お菓子作りに使う」が 17%、「炒めものなどの料理に使う」が 35%、「その他の用途」が 2%となっている。

主婦職業別にみると、専業主婦と有職主婦で使い方にほとんど相違はみられない。ただし、単身・その他の世帯では、「パンにぬる」の割合が大きく増える一方で、「パン・ケーキ・お菓子作りに使う」割合が減る。

主婦年齢別では、「パンにぬる」のは上の年代ほど割合が大きくなり、一方、「パン・ケーキ・お菓子作りに使う」は若い年代ほどウェイトが大きくなる。

図表 Ⅲ-16 主婦職業別 主婦年齢別 家庭でのバターの使い方の割合
(バター使用者ベース)

	全体 (N=3841)	専業主婦 (N=1787)	有職主婦/ フルタイム (N=870)	有職主婦/ パートタイム (N=889)	単身・その他 (N=282)
全体	100	100	100	100	100
パンにぬる	46	46	46	43	57
お菓子作りなどに使う	17	18	17	20	9
料理に使う	35	34	36	36	33
その他の用途	2	2	2	1	2

	全体 (N=3841)	30代以下 (N=1028)	40代 (N=1151)	50代 (N=944)	60代以上 (N=715)
全体	100	100	100	100	100
パンにぬる	46	39	42	51	57
お菓子作りなどに使う	17	23	22	14	8
料理に使う	35	37	35	34	33
その他の用途	2	1	1	2	2

(%)

IV 生活の中の牛乳乳製品

1. 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入

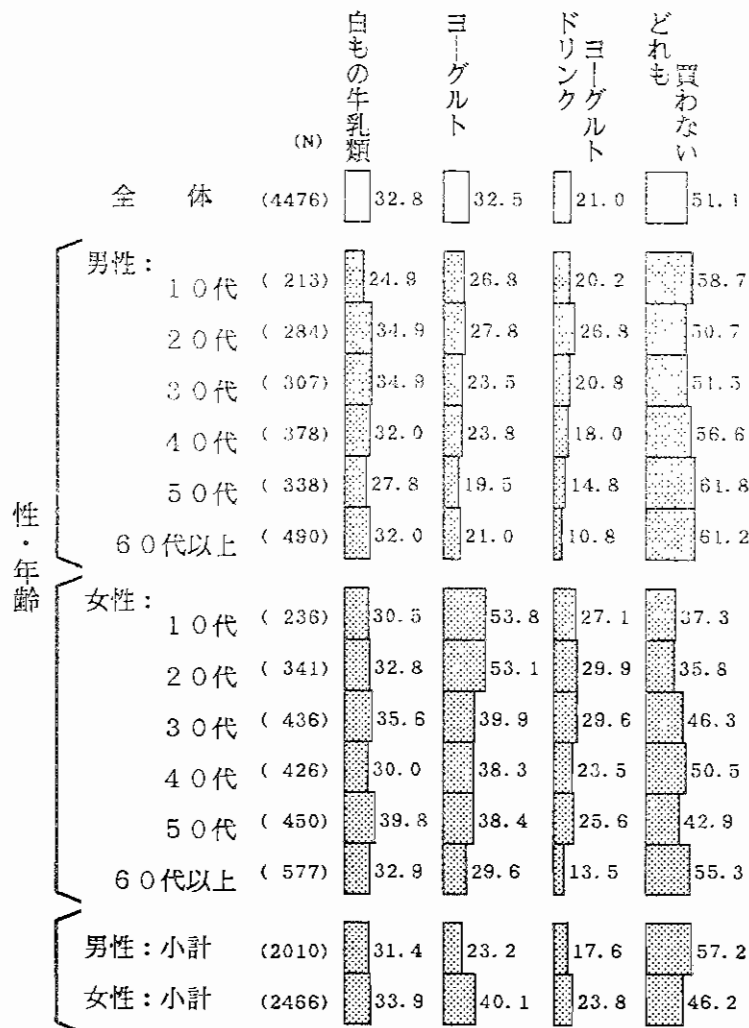
1) 自宅外での飲食・購入経験と頻度

自宅外で食べたり飲んだりするために、白もの牛乳類やヨーグルトなどを買うことがあるかどうかを聞いた。

自宅外での飲食のために「白もの牛乳類」を購入することがある人は33%、同じく、「ヨーグルト」を購入することがある人も33%である。「ドリンクヨーグルト」は21%となっている。一方、「自宅外での飲食のためにはどれも買わない」という人は51%である。

性・年齢別にみると、「白もの牛乳類」については、性別、年代によってほとんど相違はない。「ヨーグルト」については、男性よりも女性で多く、特に10代、20代の女性では5割を超える。男女とも年代が若くなるほど多くなる。「ドリンクヨーグルト」は、男性の20代、女性の10~30代でやや多くなっている。一方、男女とも60代以上ではかなり少なくなる。

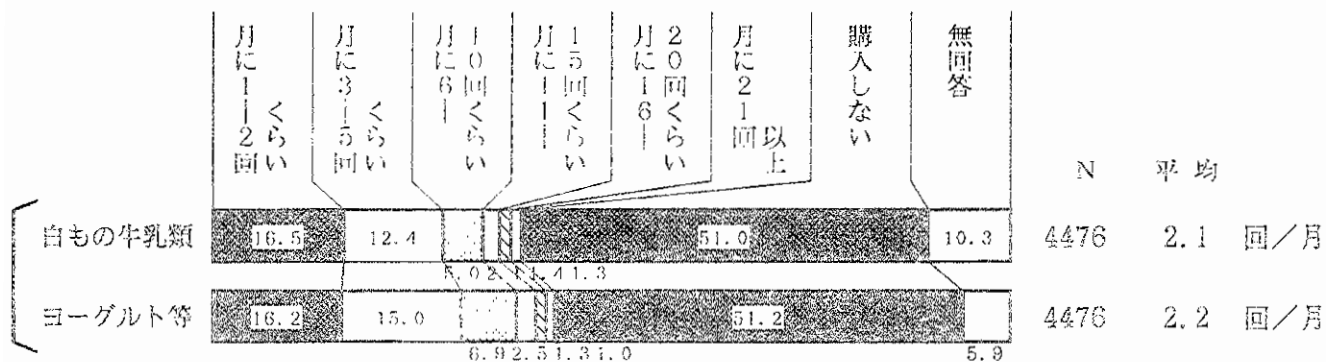
図表 IV -1 性・年齢別 自宅外で飲食するために購入するもの (MA)



白もの牛乳類やヨーグルト（ドリンクヨーグルト）を、だいたい月に何回くらい自宅外で買ったり飲食したりするかを聞いた。

月あたりの購入回数の平均は、白もの牛乳類は2.1回、ヨーグルト（ドリンクヨーグルト）は2.2回である。白もの牛乳類、ヨーグルト（ドリンクヨーグルト）ともに「月に1～2回くらい」の人が多くなっている。

図表 IV -2 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数（平均値）



性・年齢別にみると、白もの牛乳類については、月あたりの購入回数の平均値が男女とも20代で2.3回と最も多くなっている。一方、女性60代では1.3回と最も少ない。

ヨーグルト（ドリンクヨーグルト）については、月あたりの購入回数の平均値が女性20代で3.5回と最も多くなっている。

図表 IV -3 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数（平均値）

	全体 (N=4476)	男性： 小計 (N=2010)	女性： 小計 (N=2466)
白もの牛乳類	2.1	1.9	2.2
ヨーグルト等	2.2	1.8	2.6

(回)

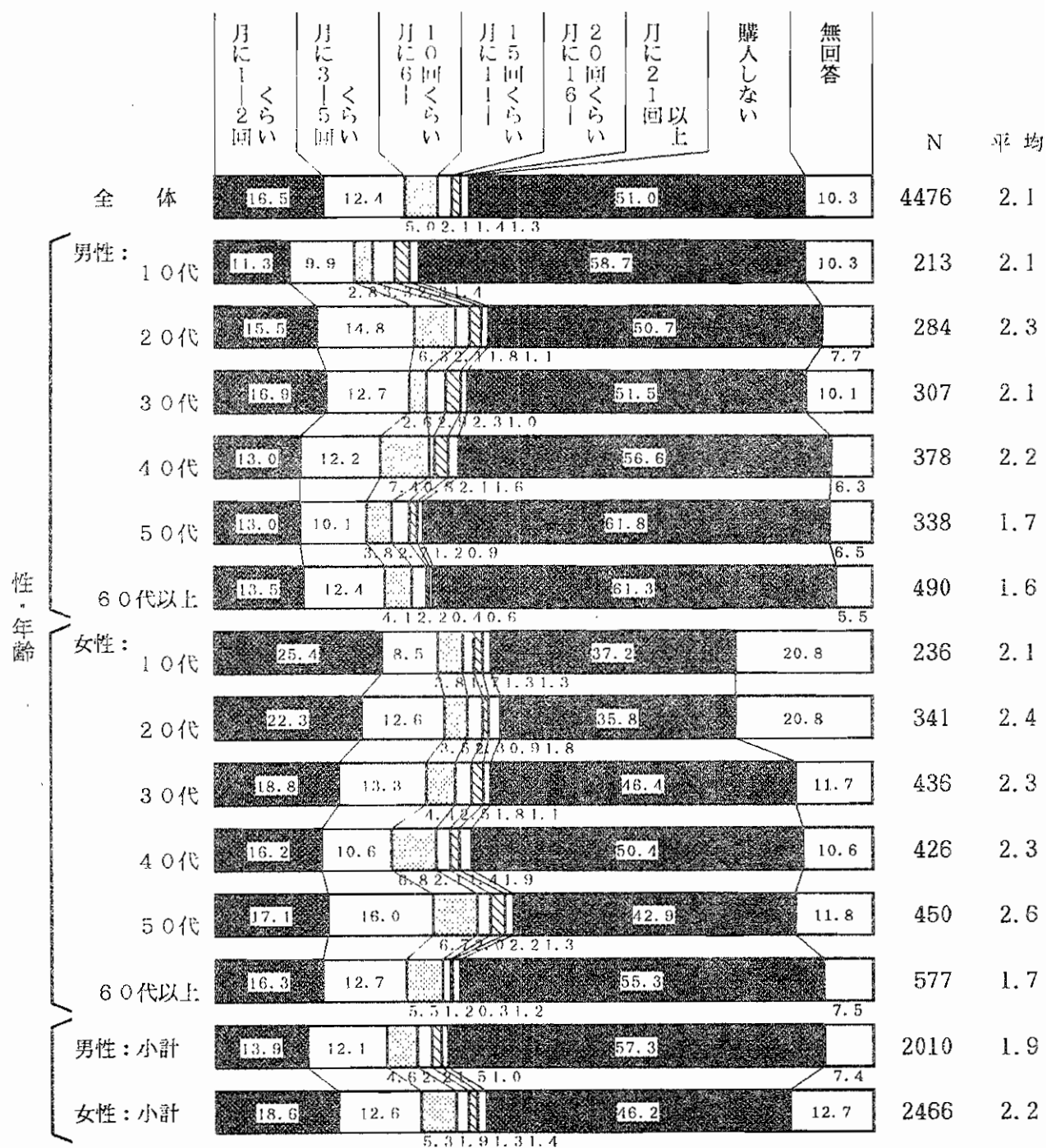
	全体 (N=4476)	男性： 10代 (N=213)	20代 (N=284)	30代 (N=307)	40代 (N=378)	50代 (N=338)	60代以上 (N=490)
白もの牛乳類	2.1	2.1	2.3	2.1	2.2	1.7	1.6
ヨーグルト等	2.1	2.1	2.4	2.3	2.3	2.6	1.7

(回)

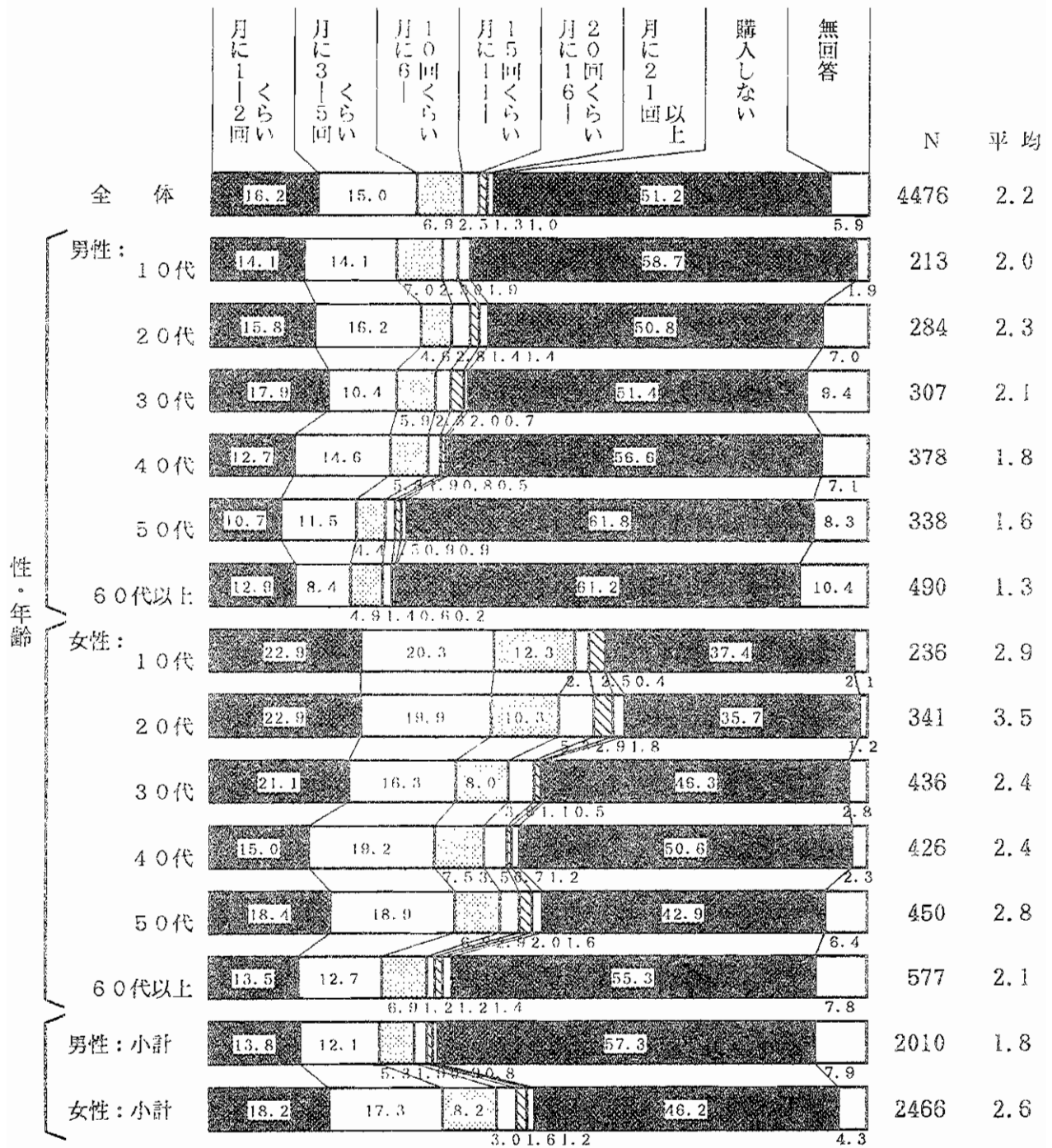
	全体 (N=4476)	女性： 10代 (N=236)	20代 (N=341)	30代 (N=436)	40代 (N=426)	50代 (N=450)	60代以上 (N=577)
白もの牛乳類	2.2	2.0	2.3	2.1	1.8	1.6	1.3
ヨーグルト等	2.2	2.9	3.5	2.4	2.4	2.8	2.1

(回)

図表 IV -4 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数
「白もの牛乳類」



図表 IV -5 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数
「ヨーグルト（ドリンクヨーグルト）」



2) 飲食・購入する場所

白もの牛乳類やヨーグルト（ドリンクヨーグルト）を自宅外のどのような場所ですり飲んだりするかを複数回答で聞いた。

白もの牛乳類については、「スーパーなど一般小売店」が26%と最も多く、次いで、「コンビニエンスストア」が22%と多くなっている。

世帯購入の白もの牛乳類の購入場所は「スーパー」が82%、「コンビニエンスストア」が23%であったことを考えると、自宅外での飲食のための個人購入では、「コンビニエンスストア」のウェイトが高くなっている。「スーパー」は、世帯購入では単独で82%あったが、自宅外での飲食のための個人購入ではすべての店を含めて26%となっており、個人購入でのウェイトは低い。職場・学校、娯楽施設、屋外などの自販機はそれぞれ5%ほどであり、その中で最も多いのは「職場・学校の自販機」である。「喫茶店・レストラン」と「駅のスタンド・売店」はほぼ同じレベルである。

男女別では、「スーパーなど一般小売店」は女性で多く、「コンビニエンスストア」は男女ほぼ同じである。

性・年齢別にみると、「コンビニエンスストア」は男女20代で多く、「スーパーなど一般小売店」は女性の40～50代で多くなっている。また、女性20代では、「職場、学校の自販機・売店」が比較的多くなっている。

図表 IV -6 性・年齢別 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入：白もの牛乳類 (MA)



ヨーグルト（ドリンクヨーグルト）については、「コンビニエンスストア」が29%、「スーパーなど一般小売店」が28%と多い。

白もの牛乳類の個人購入では、「コンビニエンスストア」が22%、「スーパーなど一般小売店」が26%であったことからすると、ヨーグルトの方が両者とも購入率が高くなっている。

性・年齢別にみると、男女とも「コンビニエンスストア」は若い年代ほど多くなる。「スーパーなど一般小売店」は男性よりも女性で多く、特に女性20代で多くなっている。男女とも10代は「職場、学校などの自販機・売店」が他の年代に比べ多い。

図表 IV -7 性・年齢別 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入：ヨーグルト等（MA）



2. 家庭での牛乳乳製品の常備

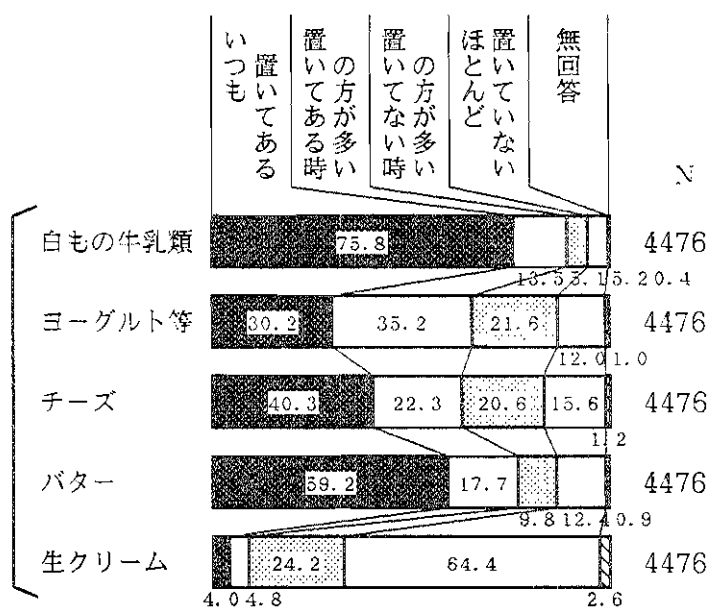
1) 牛乳乳製品の常備実態

調査対象世帯（主婦または主婦役割の主な担当者、単身世帯では本人）に、牛乳乳製品が冷蔵庫の中に置いてある頻度を聞いた。

「白もの牛乳類」を「いつも置いてある」という世帯は76%である。同じく、「いつも置いてある」世帯をみると、「ヨーグルト等」は30%、「チーズ」は40%、「バター」は60%、「生クリーム」は4%となっている。「白もの牛乳類」「バター」については、多くの世帯が「常備」しているといえる。

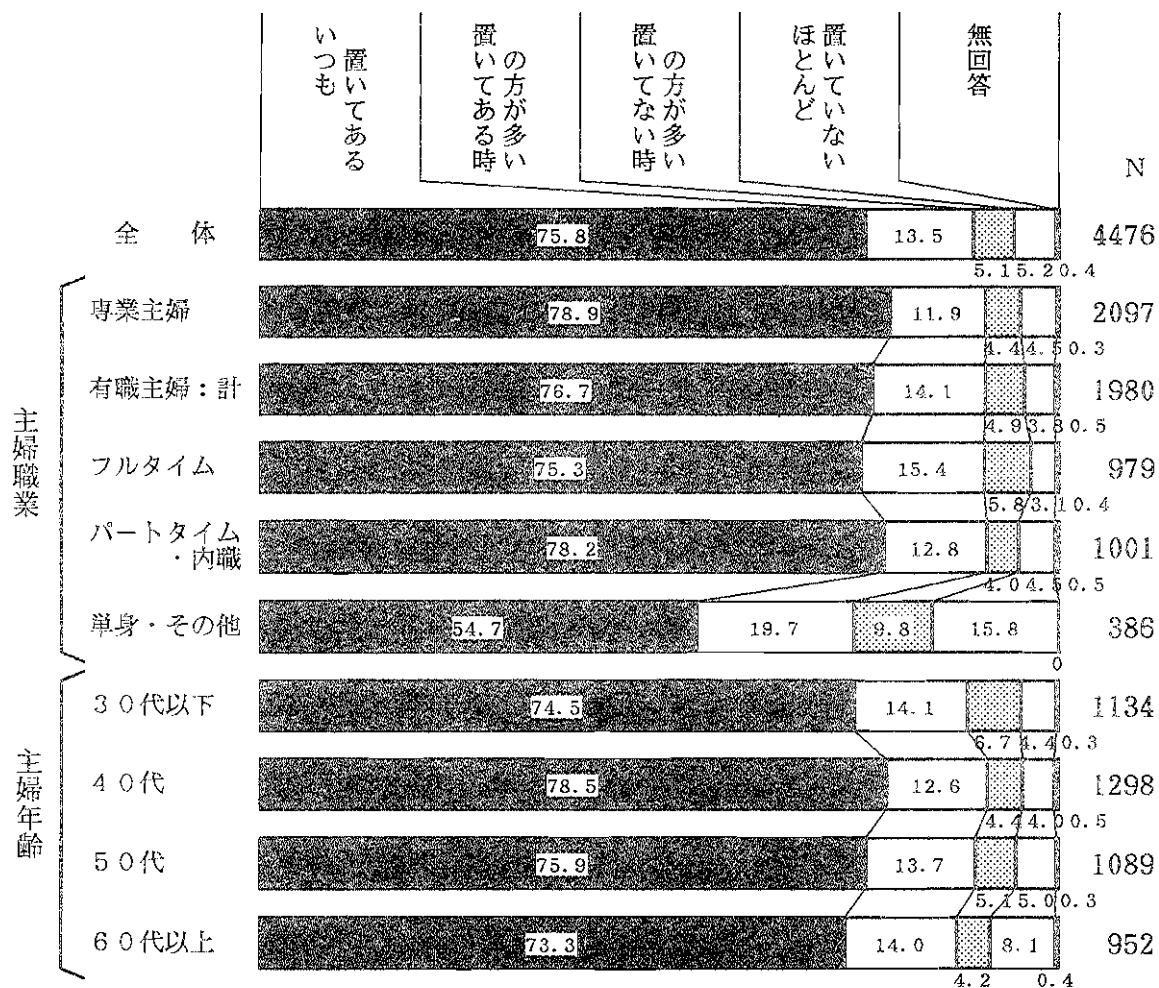
「白もの牛乳類」について、「いつも置いてある」と「置いてある時の方が多い」を合わせると、ほぼ9割に達する。これは、個人レベルでみた「白もの牛乳類」の飲用者率とおおよそ一致する。

図表 IV -8 家庭での牛乳乳製品の常備



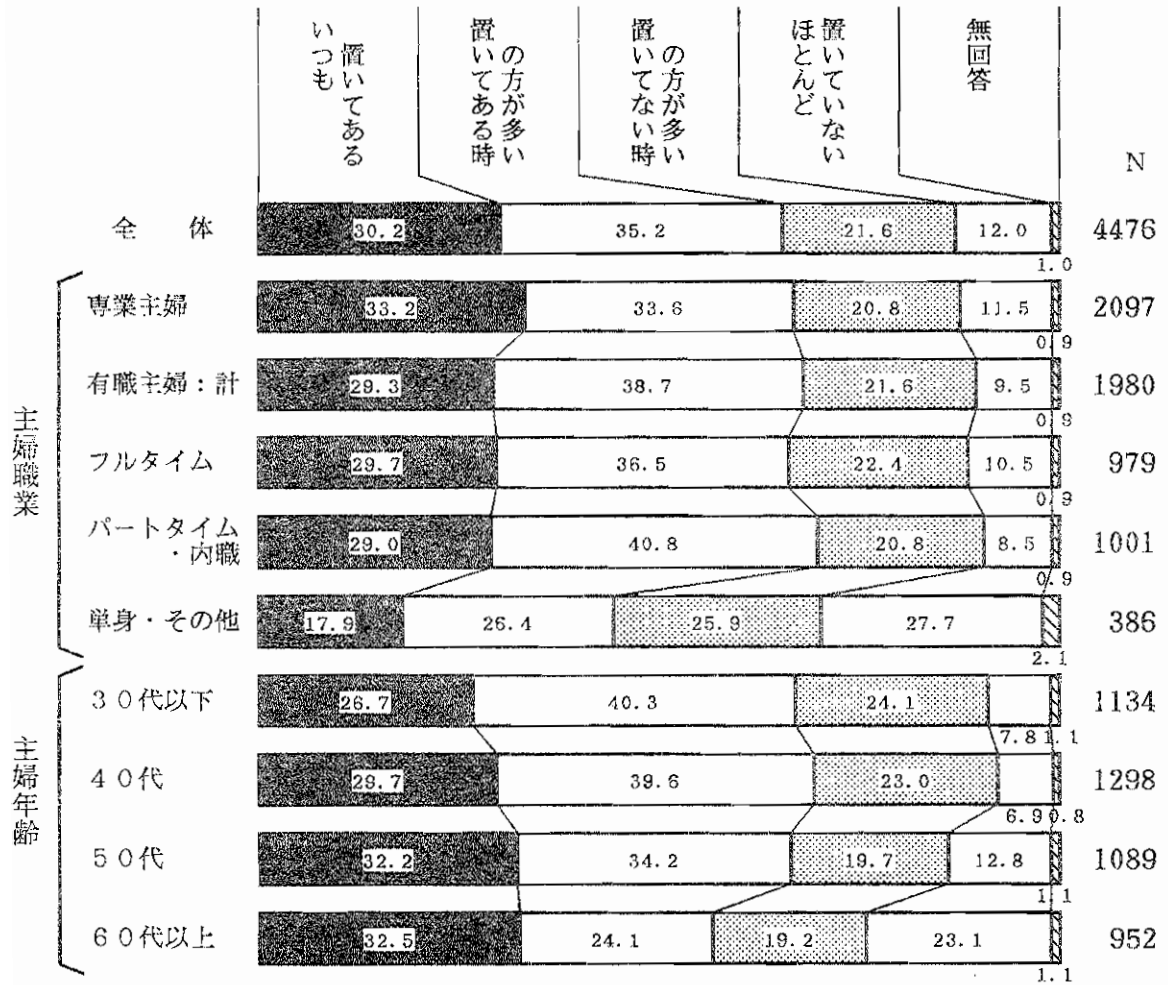
白もの牛乳類が冷蔵庫の中に置いてある頻度を主婦職業別にみると、専業主婦と有職主婦ではほとんど相違はない。単身世帯は常備が55%と一般世帯に比して大きく落ちる。主婦年齢別では、40代で「いつも置いてある」という人が他の年代に比べ多くなっている。

図表 IV -9 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳乳製品の常備実態：白もの牛乳類



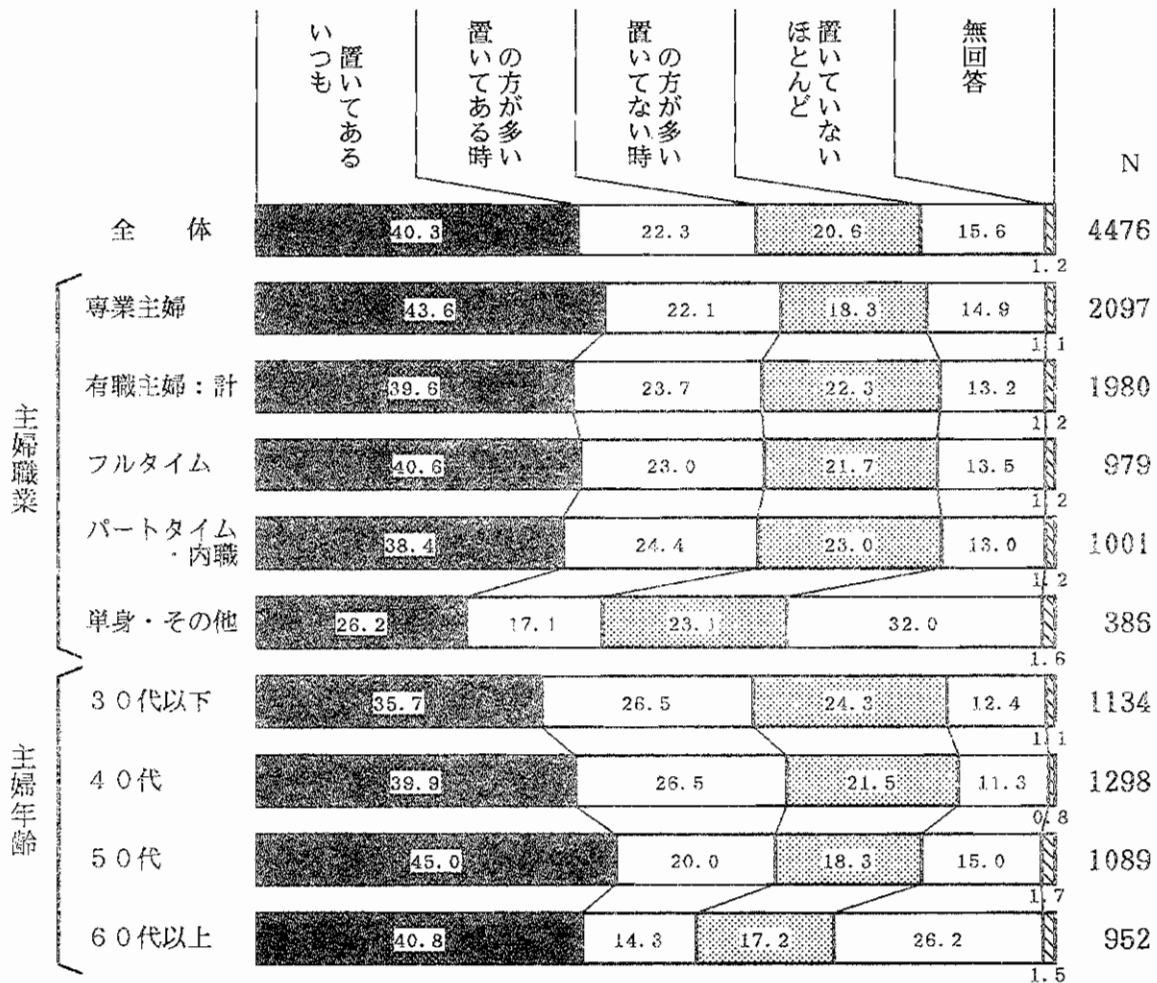
ヨーグルトが冷蔵庫の中に置いてある頻度を主婦職業別にみると、「いつも置いてある」という人は専業主婦でやや多い。単身では18%とやや低い。主婦年齢別では、「いつも置いてある」という人は年代が高いほど多くなるが、一方で、60代では「ほとんど置いていない」という人も多くなっている。

図表 IV -10 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳乳製品の常備実態：ヨーグルト



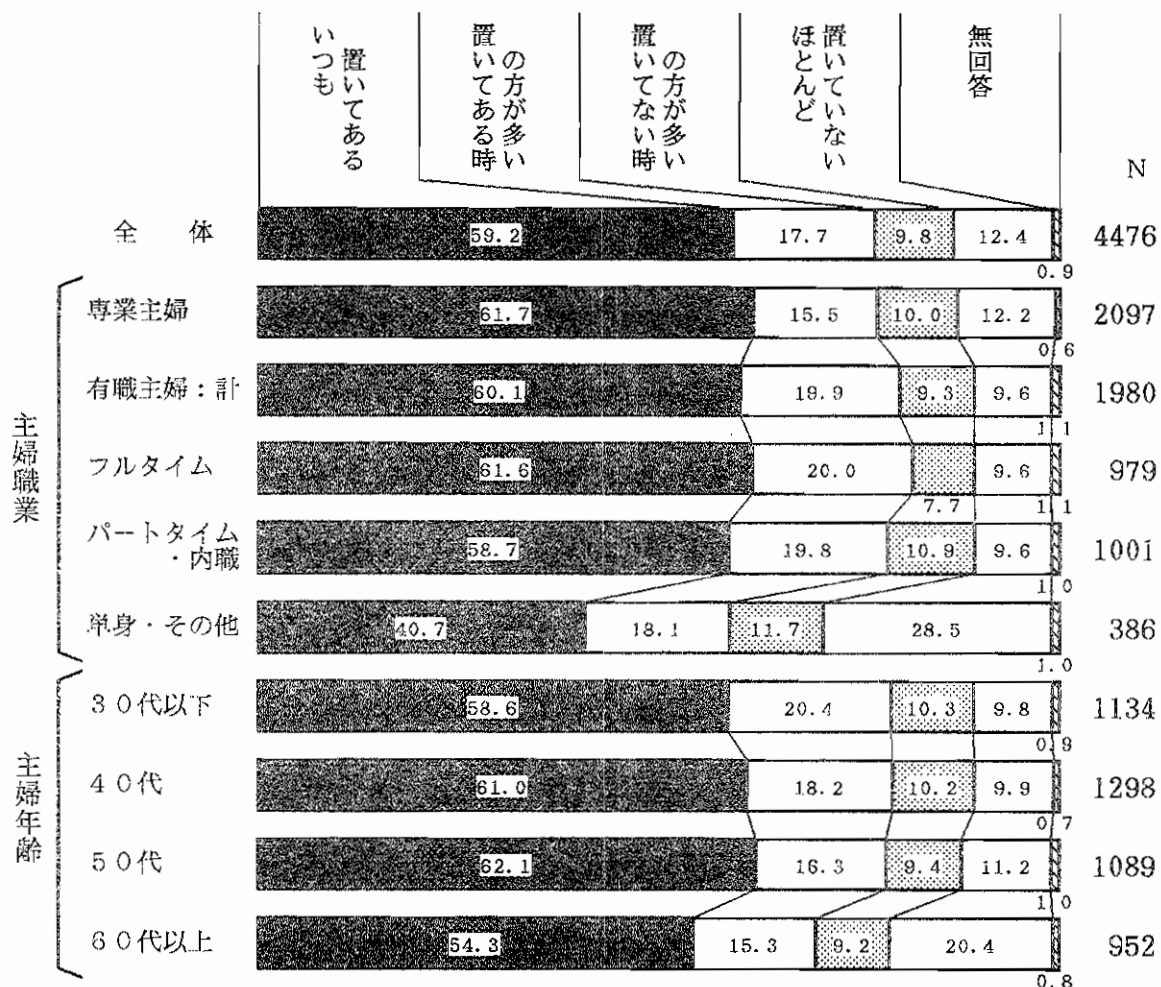
チーズが冷蔵庫の中に置いてある頻度を主婦職業別にみると、専業主婦で「いつも置いてある」という人がやや多い。単身では常備は26%にとどまる。主婦年齢別では、50代で「いつも置いてある」という人が他の年代に比べ多くなっている。

図表 IV -11 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳乳製品の常備実態：チーズ



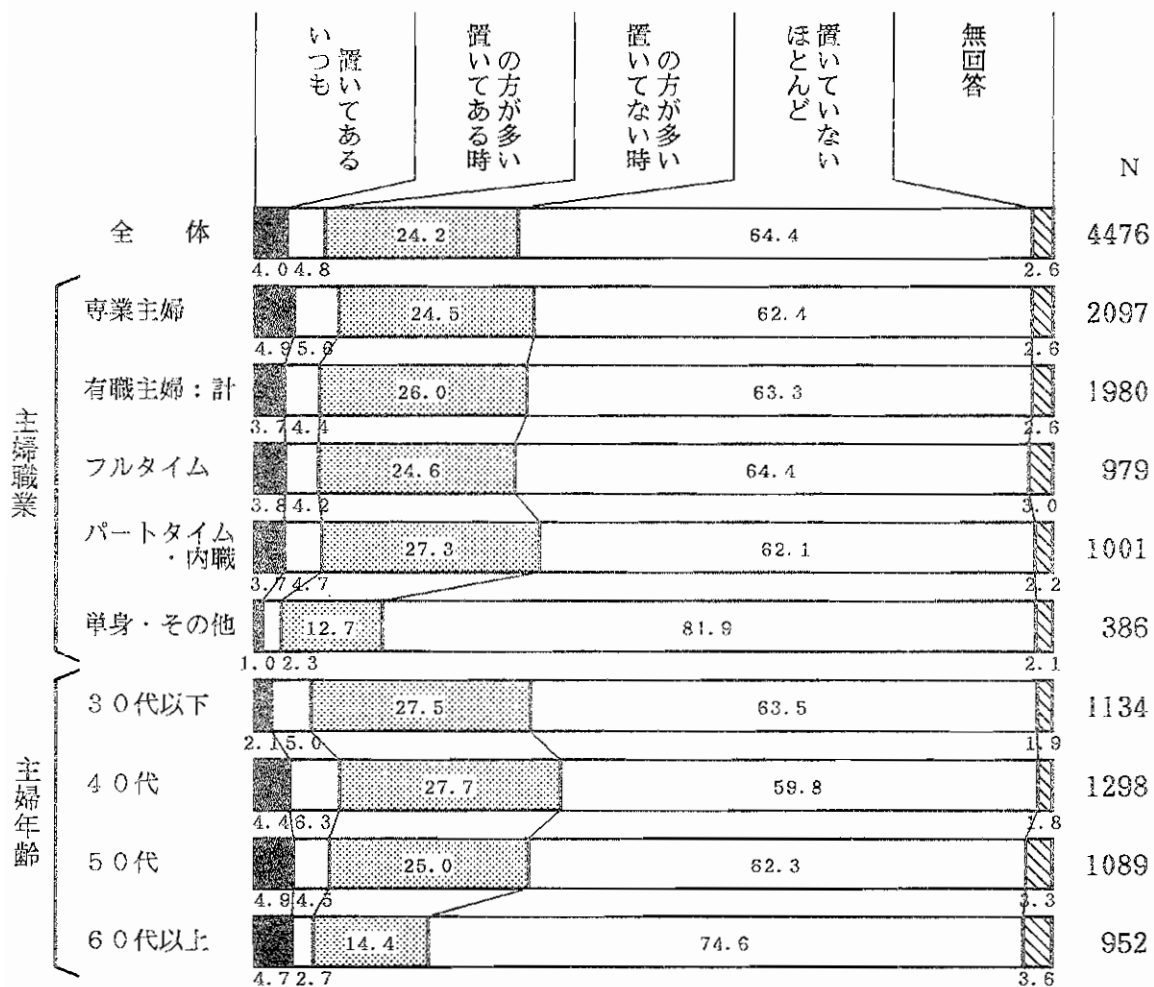
バターが冷蔵庫の中に置いてある頻度は、専業主婦と有職ではほとんど相違はない。主婦年齢別では、「いつも置いてある」という人が60代以上でやや少なくなっている。

図表 IV -12 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳乳製品の常備実態：バター



生クリームが冷蔵庫の中に置いてある頻度は、「ほとんど置いていない」という人が過半を占めるものの、専業主婦で「いつも置いてある」「置いてある時の方が多い」という人がやや多い。主婦年齢別では、「いつも置いてある」「置いてある時の方が多い」が40代でやや多くなっている。

図表 IV -13 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳乳製品の常備実態：生クリーム

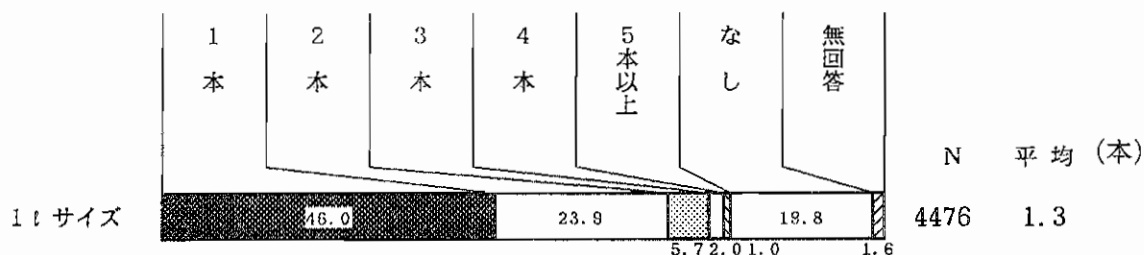


2) 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数

調査対象世帯（主婦または主婦役割の主な担当者、単身世帯では本人）で、調査の当日、冷蔵庫の中に白もの牛乳類が何本あるかを聞いた。

冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類は、平均1.3本（1リットルサイズ）となっている。内訳は、「1本」という世帯が46%と最も多く、続いて、「2本」が24%、「3本」が6%、「4本」が2%、「5本以上」が1%となっている。「なし」という世帯は20%である。

図表 IV -14 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数：1リットルサイズ



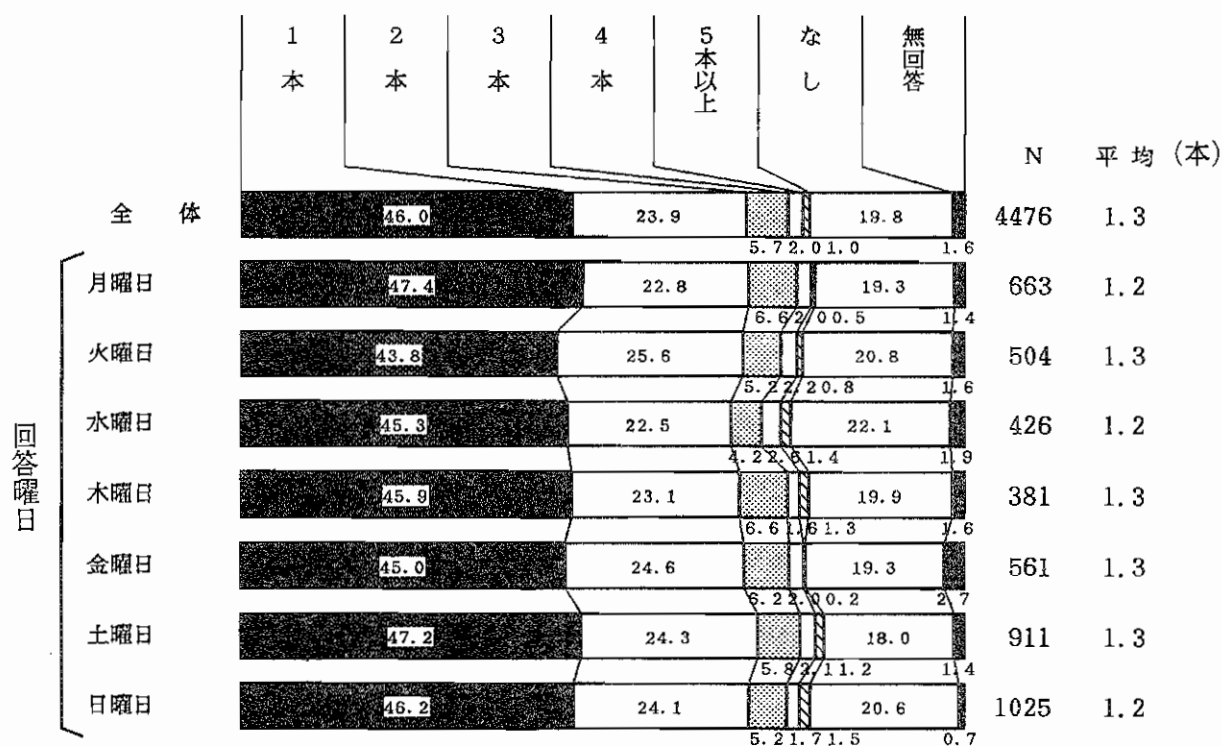
冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数と曜日との関係を見てみた。

1リットルサイズの平均本数は、火曜日、木曜日、金曜日、土曜日が1.3本、月曜日、水曜日、日曜日が1.2本となっている。

複数本（「2本」から「5本以上」）の白もの牛乳類が置いてある世帯の割合は、土曜日が最も多い（33.4%）。反対に、最も少ないのは水曜日である（30.7%）。

白もの牛乳類が置いてない世帯の割合が多くなるのは水曜日である。反対に、土曜日は置いていない世帯が最も少ない。

図表 IV -15 曜日別 冷蔵庫においてある白もの牛乳類の本数：1リットルサイズ



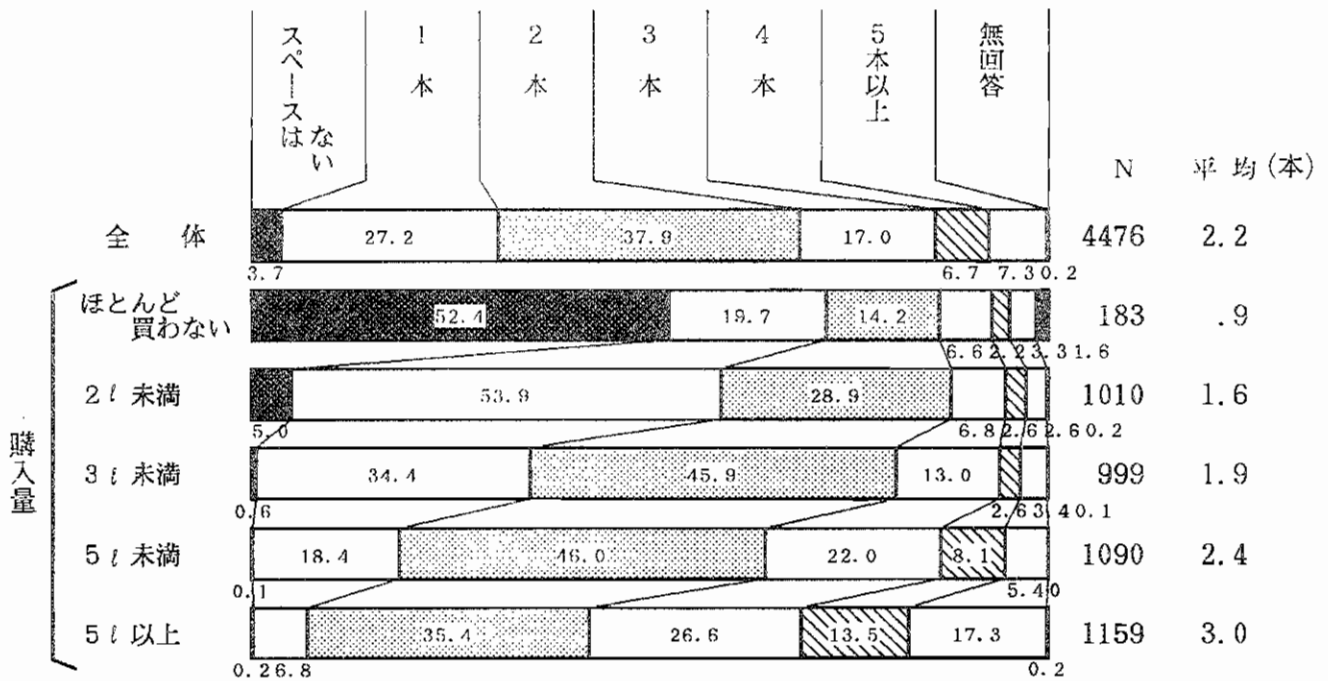
3) 冷蔵庫の中に白もの牛乳類を入れておくためのスペース

調査対象世帯（主婦または主婦役割の主な担当者、単身世帯では本人）では、冷蔵庫にはふだん、白もの牛乳類を1リットルパックにして何本くらい入れておくスペースが確保されているかを聞いた。

確保されているスペースは、全体では、平均2.2本分（1リットルサイズ）となっている。調査の当日置いてあった1リットルパックは平均1.3本であったから、1本分のスペースが空いていることとなる。

世帯あたりの週の白もの牛乳類の購入量との関係を見ると、購入量が多くなるほど確保されているスペースも大きくなる。週あたり5本以上の購入者は平均3本のスペースを確保している。

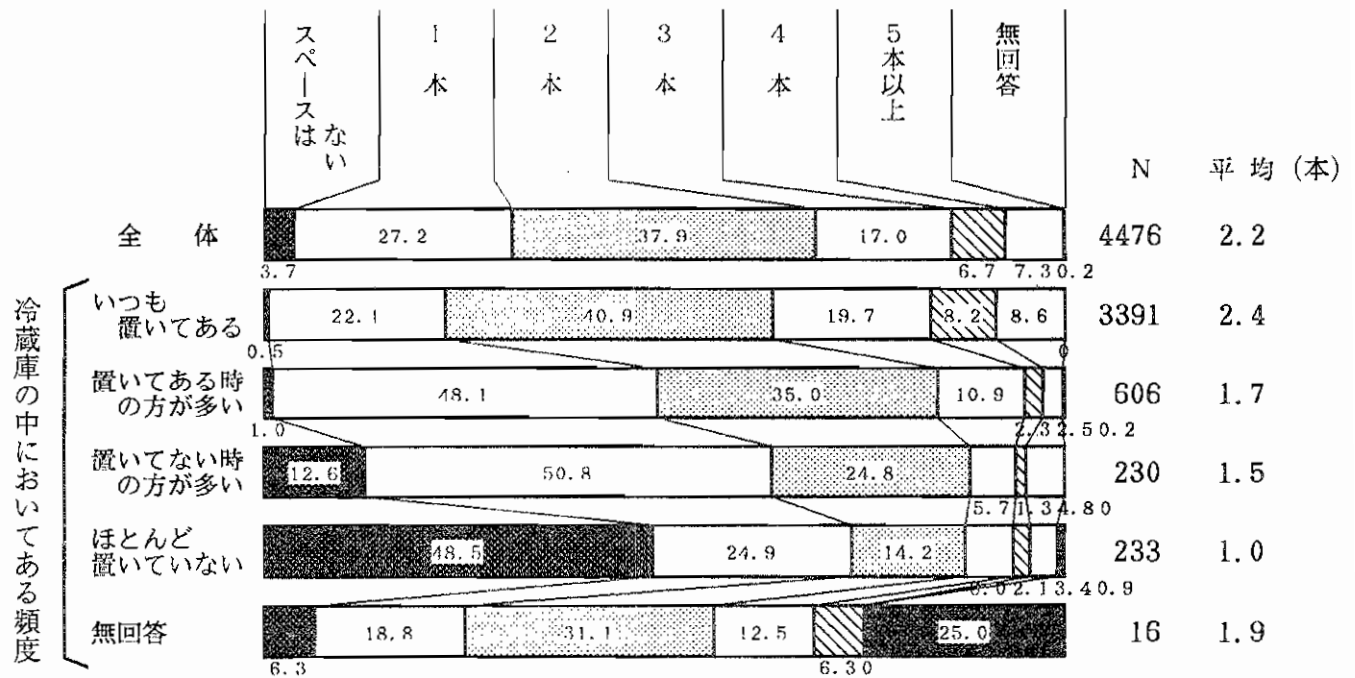
図表 IV -16 世帯あたりの購入量別 冷蔵庫の中に白もの牛乳類を入れておくためのスペース



同じく、白もの牛乳類が冷蔵庫の中に置いてある頻度と冷蔵庫に確保されているスペースとの関係を見てみた。

白もの牛乳類が冷蔵庫の中にいつも置いてあるという世帯では、確保されているスペースも大きくなる。反対に、白もの牛乳類をほとんど置いていない世帯では確保されているスペースも小さく、半数近くの家帯が「スペースはない」と答えている。

図表 IV -17 白もの牛乳類を置いてある頻度別 冷蔵庫の中に白もの牛乳類を入れておくためのスペース



3. 白もの牛乳類と他の飲み物

1) 白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ

「白もの牛乳類」「ミルクティ／カフェオレ」「コーヒー」「紅茶」「日本茶」「ニアウォーター」「果物／野菜のジュース」の7種類について、それぞれの飲み物にふさわしいイメージを複数回答で聞いた。

白もの牛乳類にふさわしいイメージは、「健康的な」が最も多い。その他、「自然な」「元気になる」「いつでもそばにある」「シンプルな」「安心できる」「親しみのある」などが多くあげられている。

ミルクティ／カフェオレは、「オシャレな」が最も多い。「あたたかい」「ほっとする」「リラックスできる」などもふさわしいイメージとして多くあげられている。

白もの牛乳類が、紅茶やコーヒーを加えることで、「ほっとする」「おしゃれな」「リラックスできる」「大人っぽい」など本来白もの牛乳類になかったイメージを補完していることが興味深い。白もの牛乳を単独で飲んでもらう時と、混合飲用にした時では全く違う飲み物とされ、それぞれイメージのすみわけがされている。

コーヒーは、「ほっとする」「大人っぽい」が多い。その他、「リラックスできる」「いつでもそばにある」「あたたかい」「親しみがある」などもふさわしいイメージとして多くあげられている。

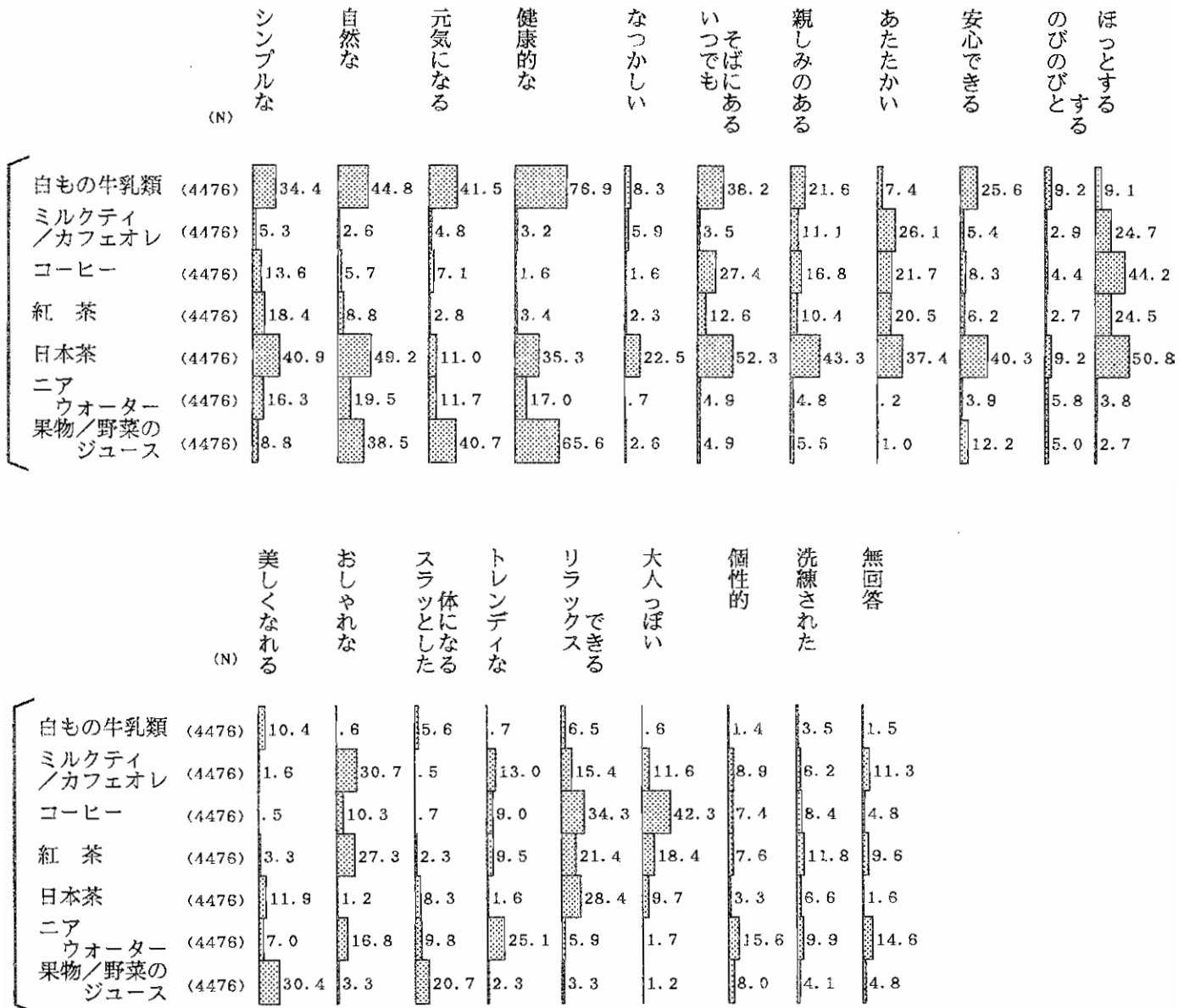
紅茶は、「おしゃれな」「ほっとする」「リラックスできる」「あたたかい」「大人っぽい」などがふさわしいイメージである。

日本茶は、「いつでもそばにある」「ほっとする」「自然な」「親しみのある」「シンプルな」「安心できる」「あたたかい」「健康的な」「リラックスできる」などがふさわしいイメージである。

ニアウォーターは、「トレンドイナ」がふさわしいイメージとして最も多くあげられている。

果物／野菜のジュースは、「健康的な」が最も多く、その他、「元気になる」「自然な」「美しくなれる」「スラッとした体になる」なども多くなっている。

図表 IV -18 白もの牛乳類と他の飲料のイメージ (MA)



白もの牛乳類のイメージを、性・年齢別にみると、男女ともすべての年代で「健康的な」が多くなっている。

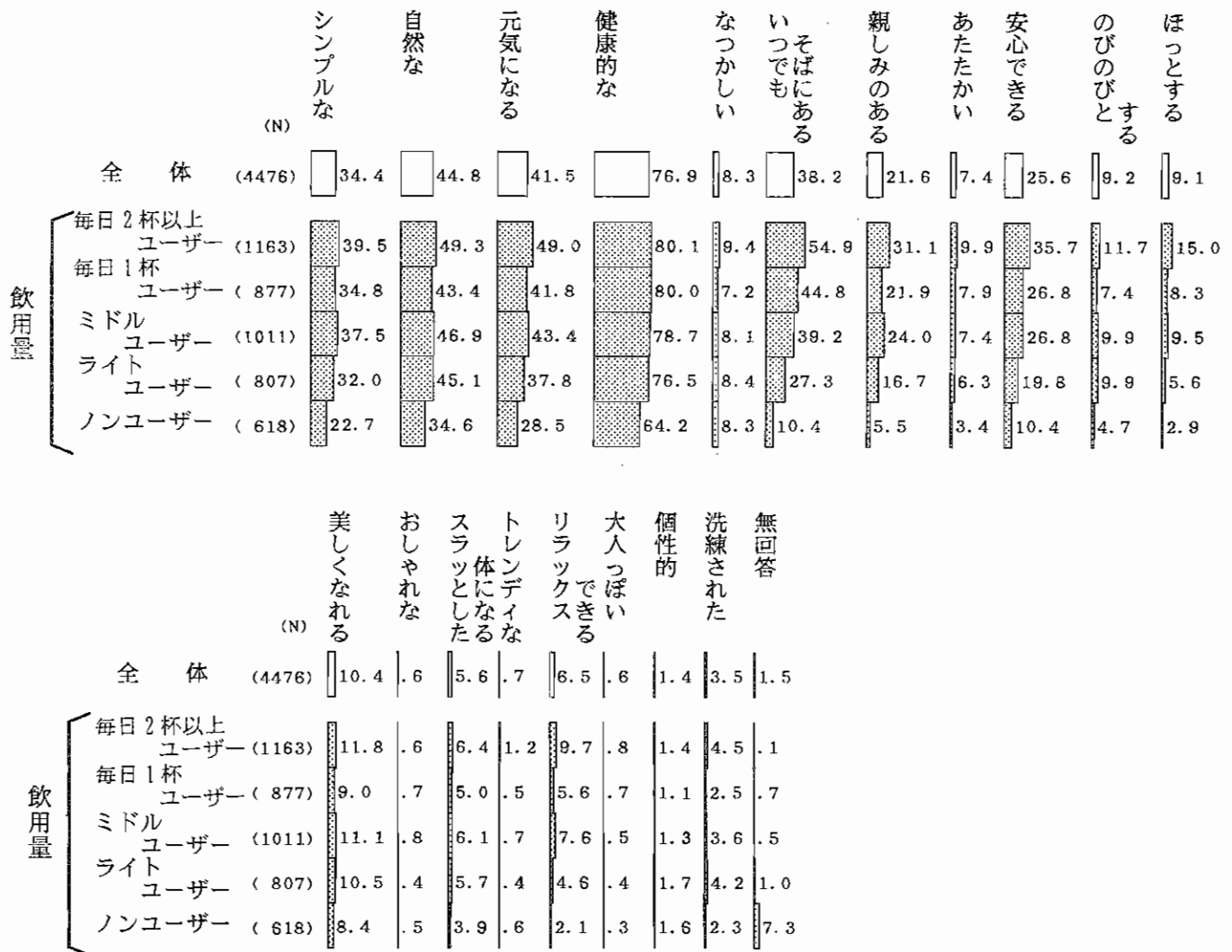
「シンプルな」「自然な」「元気になる」などは男性では若い人に多いイメージである。女性ではこれらの3つの主要なイメージは30代、40代の中間層に特に多い。

図表 IV -19 性・年齢別 白もの牛乳類のイメージ (MA)

		(N)	シンプルな	自然な	元気になる	健康的な	なつかしい	いつでもそばにある	親しみのある	あたたかい	安心できる	のびのびとする	ほっとする	美しくなれる	おしゃれな	スラッとした体になる	トレンドイライラックスできる	大人っぽい	個性的	洗練された		
全体		(4476)	34.4	44.8	41.5	76.9	8.3	38.2	21.6	7.4	25.6	9.2	9.1	10.4	1.6	5.6	1.7	6.5	1.6	1.4	3.5	
性・年齢	男性:																					
	10代	(213)	47.4	46.9	41.8	76.5	4.7	38.9	27.7	4.7	24.9	9.4	9.9	8.0	1.9	4.2	1.9	6.6	1.9	5.2	6.1	
	20代	(284)	45.4	51.4	37.3	77.8	12.3	33.1	25.4	7.7	22.9	11.6	9.9	9.9	1.4	7.0	1.4	8.5	0	2.5	6.7	
	30代	(307)	37.5	53.1	38.3	75.2	11.1	35.8	24.1	7.5	23.5	8.5	9.1	7.5	1.3	3.6	1.0	7.8	1.7	1.3	2.9	
	40代	(378)	29.9	45.5	40.2	76.2	6.1	32.8	18.5	6.3	22.2	7.1	7.1	9.0	1.8	5.3	1.8	3.7	1.8	1.5	2.4	
	50代	(338)	26.3	45.6	36.7	76.6	6.8	35.8	17.2	5.6	22.5	7.1	5.9	8.3	1.9	5.0	1.3	6.5	1.6	1.9	4.1	
	60代以上	(490)	26.1	33.7	34.1	72.4	5.7	28.8	17.3	4.7	23.7	4.5	8.2	6.5	1.6	3.9	1.4	5.1	1.6	1.6	2.0	
	女性:																					
	10代	(236)	37.7	41.8	45.3	83.1	13.6	46.6	29.7	10.2	22.0	18.6	13.1	14.0	1.4	7.6	1.4	10.6	1.8	3.8	11.0	
	20代	(341)	36.7	47.2	42.8	81.2	11.4	37.5	24.9	9.7	23.8	17.6	10.9	15.5	1.9	8.8	1.6	6.7	0	1.8	5.0	
	30代	(436)	40.8	56.4	50.5	83.0	11.5	47.7	26.6	12.2	28.9	13.5	12.6	11.5	0	5.7	1.2	8.5	1.5	1.9	2.3	
	40代	(426)	40.1	48.4	50.0	77.2	8.9	48.6	23.5	9.2	30.8	9.2	8.7	12.7	1.5	6.8	1.4	7.5	1.2	1.4	1.9	
	50代	(450)	33.8	42.0	42.4	76.2	7.6	45.3	17.3	5.6	32.4	5.8	8.2	11.8	1.7	4.9	1.1	4.4	1.1	1.7	2.7	
60代以上	(577)	26.2	35.5	38.6	72.8	4.7	31.2	17.2	6.2	24.8	5.2	7.8	10.4	1.9	5.4	1.5	5.0	1.5	1.9	1.9		
男性:小計	(2010)		33.6	44.8	37.7	75.5	7.6	33.6	20.8	6.0	23.2	7.6	8.2	8.1	1.6	4.3	1.7	6.1	1.6	1.5	3.7	
女性:小計	(2466)		35.1	44.8	44.6	78.1	8.9	42.1	22.2	8.5	27.5	10.5	9.8	12.3	1.6	6.3	1.7	6.7	1.5	1.3	3.4	

白もの牛乳類のイメージと飲用量との関係をもてみた。「いつでもそばにある」「親しみのある」「安心できる」などは、白もの牛乳類の飲用量が増えるにつれイメージとしてあげる人が多くなる。

図表 IV -20 飲用量別 白もの牛乳類のイメージ (MA)



ミルクティ／カフェオレなど牛乳に紅茶やコーヒーを加えた混合乳のイメージは、牛乳にはなかった「おしゃれな」「ほっとする」「あたたかい」「 트렌ディな」「リラックスできる」「大人っぽい」などコーヒーや紅茶のイメージを加えたものになっており、それらを強く意識しているのは男性よりも女性に多く、かつ若い人に多い。

特に「おしゃれな」は10代の女性では5割以上となっている。

図表 IV -21 性・年齢別 ミルクティ／カフェオレのイメージ (MA)

		(N)	シンプルな	自然な	元気になる	健康的な	なつかしい	いつでもそばにある	親しみのある	あたたかい	安心できる	のびのびとする	ほっとする	美しくなれる	おしゃれな	スラッとした体になる	트렌ディな	リラックスできる	大人っぽい	偏性的	洗練された
全体		(4476)	5.3	2.6	4.8	3.2	5.9	3.5	11.1	26.1	5.4	2.9	24.7	1.6	30.7	.5	13.0	15.4	11.6	8.9	6.2
性・年齢	男性:																				
	10代	(213)	10.3	4.2	10.8	3.8	5.6	3.3	13.6	27.2	8.5	8.0	28.6	.9	34.7	.9	14.6	16.0	15.5	4.7	7.0
	20代	(284)	6.7	1.8	2.8	2.1	7.0	3.2	13.0	23.6	4.6	2.5	23.2	2.1	35.2	.7	22.2	13.7	15.5	10.9	7.0
	30代	(307)	6.2	3.6	5.5	6.2	5.2	4.9	10.7	29.3	5.5	1.6	21.8	.3	29.3	.3	15.0	14.7	13.0	10.1	5.9
	40代	(378)	4.2	.5	2.1	3.4	7.7	1.6	9.3	29.9	4.2	1.6	22.0	2.6	29.1	0	12.4	12.2	11.1	8.7	5.3
	50代	(338)	3.6	1.8	3.6	3.3	5.3	1.5	7.4	21.6	2.4	2.1	14.8	.3	29.0	.3	9.8	11.2	8.0	13.9	7.1
	60代以上	(490)	4.1	2.9	4.3	3.3	3.9	2.0	6.9	14.7	2.7	2.4	13.1	1.4	20.0	.6	8.2	10.6	8.0	9.4	3.5
	女性:																				
	10代	(236)	11.0	3.8	6.8	2.1	5.5	6.8	16.1	31.8	14.4	5.9	35.2	5.1	50.8	1.7	20.3	21.6	25.4	5.5	8.1
	20代	(341)	3.8	.6	2.6	.9	7.3	4.7	13.8	31.4	10.3	3.2	34.9	1.8	42.2	0	19.9	19.9	14.1	7.6	6.2
	30代	(436)	5.7	3.2	6.0	3.4	4.8	5.5	15.1	39.2	8.3	1.8	37.8	1.4	37.4	.8	14.2	26.1	10.6	9.6	7.1
	40代	(426)	2.3	2.6	4.2	2.6	8.0	4.0	12.0	34.7	4.0	3.8	33.8	1.2	32.9	.5	11.7	19.0	11.0	8.5	5.6
	50代	(450)	4.9	2.2	5.1	3.3	4.9	1.8	11.3	19.8	1.6	2.9	23.6	2.7	27.1	.4	13.1	12.9	12.2	10.0	7.8
	60代以上	(577)	5.9	3.8	6.2	3.5	5.7	4.3	9.0	17.9	5.0	2.1	16.8	.7	20.3	.2	5.7	10.7	6.6	7.6	5.5
男性:小計	(2010)	5.4	2.3	4.4	3.6	5.7	2.6	9.6	23.5	4.2	2.7	19.5	1.3	28.4	.4	12.9	12.6	11.2	9.6	5.7	
女性:小計	(2466)	5.3	2.8	5.2	2.8	9.0	4.3	12.4	28.1	6.4	3.0	29.0	1.8	32.7	.5	13.0	17.6	11.9	8.4	6.6	

2) ふだんよく飲んでいる飲み物

「朝食」「昼食」「おやつ」「夕食」「夜くつろいでいる時」の5つの機会別に、よく飲んでいる飲み物を複数回答で聞いた。

「朝食」では、「白もの牛乳類」(49%)が最も多く飲まれており、「日本茶」(47.3%)、「コーヒー」(39%)がそれに続いて多く飲まれている。

「昼食」では、「日本茶」(60%)が最も多く飲まれており、他の飲料を大きく引き離している。

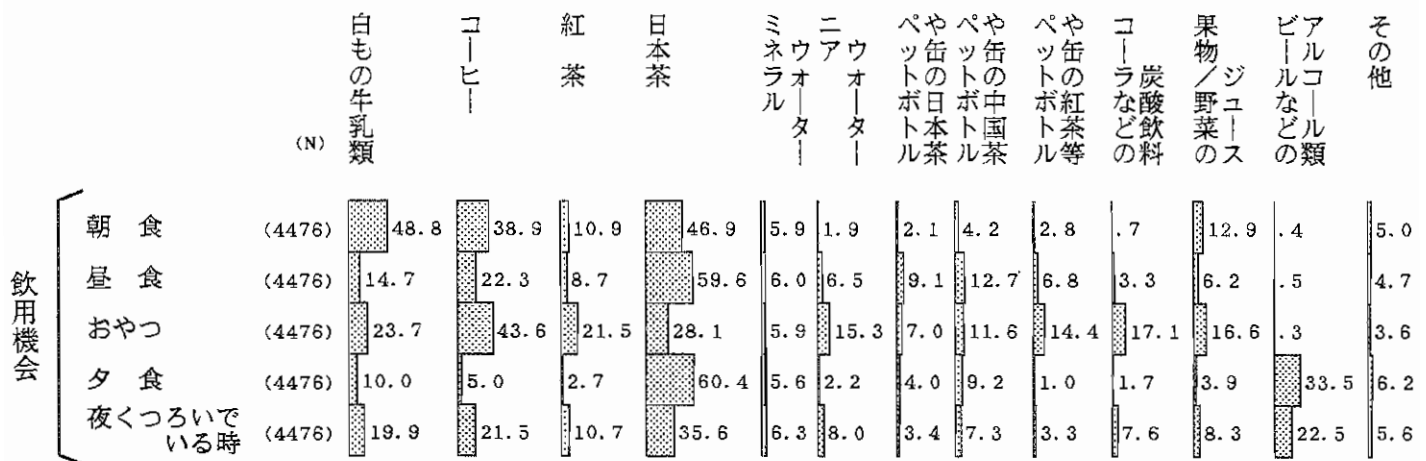
「おやつ」では、「コーヒー」(44%)、「日本茶」(28%)、「白もの牛乳類」(24%)などが多く飲まれている。

「夕食」では、「日本茶」(60%)が最も多く飲まれている。次に多いのは「ビールなどのアルコール類」(34%)である。

「夜くつろいでいる時」は、「日本茶」(36%)、「ビールなどのアルコール類」(23%)、「コーヒー」(22%)、「白もの牛乳類」(20%)などが比較的多く飲まれている。

いずれの機会でも、総じて「日本茶」がよく飲まれている。「白もの牛乳類」は「朝食」では「日本茶」よりも多く飲まれているが、「昼食」「夕食」では「日本茶」に大きく差をつけられている。

図表 IV -22 機会別 よく飲んでいる飲み物 (MA)



<朝食>

朝食に飲まれる飲み物を性・年齢別にみても。

白もの牛乳類は男女、年齢を問わずほぼ5割の人々に飲まれている。特に10代の男性は62%が朝食に白もの牛乳類を飲んでいる。

コーヒーは20~50代に、日本茶は年齢の高い層に多く飲まれている。

果物/野菜ジュースは、率は高くないが性・年齢を問わずどの層でも1~2割みられている。

図表 IV -23 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -朝食- (MA)

		(N)	白もの牛乳類	コーヒー	紅茶	日本茶	ミネラルウォーター	ニアウォーター	ペットボトル	や缶の日本茶	や缶の中国茶	や缶の紅茶等	コーラなどの炭酸飲料	果物/野菜ジュース	ビールなどの類	その他
全体		(4476)	48.8	38.9	10.9	46.9	5.9	1.9	2.1	4.2	2.8	.7	12.9	.4	5.0	
性・年齢	男性:															
	10代	(213)	62.4	21.1	16.0	25.4	7.5	3.3	2.3	6.6	2.8	2.3	18.8	0	9.4	
	20代	(284)	49.6	46.5	8.1	28.2	7.4	3.5	3.2	9.5	6.7	.7	14.8	.7	6.7	
	30代	(307)	48.2	46.3	8.5	33.6	9.8	2.3	3.6	8.5	8.8	1.3	12.1	0	5.5	
	40代	(378)	45.0	48.4	8.7	47.9	4.8	1.9	2.4	3.2	3.2	0	10.6	.3	4.8	
	50代	(338)	41.4	39.3	7.1	58.9	3.3	.9	1.5	2.4	.9	.6	10.7	.6	3.6	
	60代以上	(490)	47.8	24.5	5.1	61.6	4.7	.4	2.0	1.2	.2	.2	9.0	1.0	3.3	
	女性:															
	10代	(236)	49.6	16.9	16.9	30.5	5.5	5.5	2.5	9.7	1.3	.4	17.8	0	12.3	
	20代	(341)	50.4	44.0	14.1	28.7	11.1	4.1	2.3	8.5	5.0	2.6	16.1	0	6.2	
	30代	(436)	55.7	54.6	15.8	34.6	4.4	2.5	1.6	2.5	4.6	.2	12.2	0	5.0	
	40代	(426)	50.2	56.6	17.8	48.1	6.8	.5	1.9	3.1	1.9	.2	12.4	0	3.8	
	50代	(450)	47.8	38.7	8.7	60.2	4.4	1.1	1.8	2.4	.9	.7	16.4	.7	3.8	
60代以上	(577)	44.5	24.4	9.2	66.4	4.3	.7	1.7	1.7	.9	.3	10.9	.5	3.3		
男性:小計	(2010)	48.1	37.6	8.2	45.7	5.9	1.8	2.4	4.6	3.4	.7	11.9	.5	5.1		
女性:小計	(2466)	49.4	39.9	13.2	47.9	5.8	2.0	1.9	3.9	2.3	.7	13.8	.2	5.0		

<昼食>

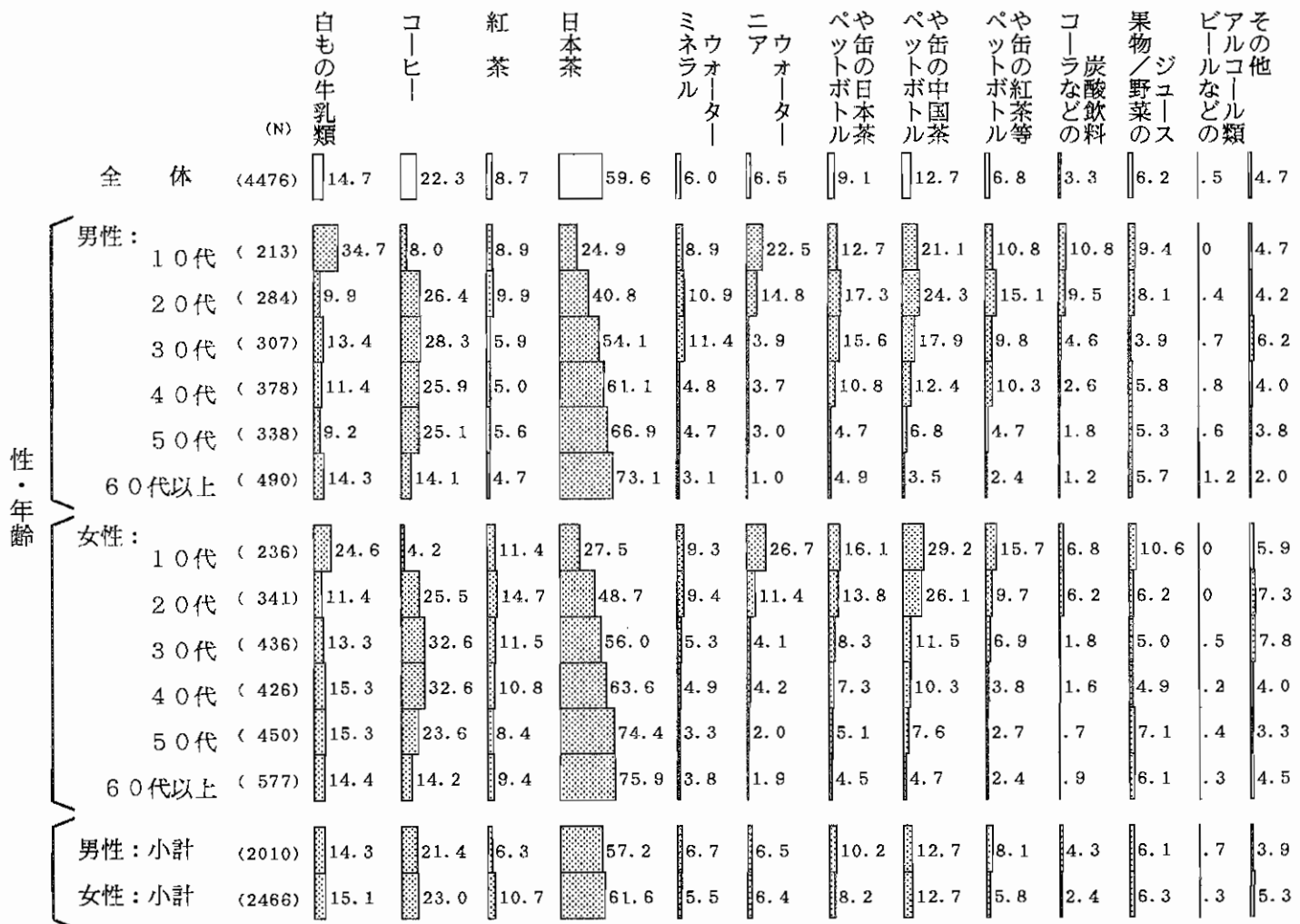
白もの牛乳類は15%の飲用率であるが、10代の男性は35%、女性は25%が昼食に飲んでおり、他の層を抜いてダントツに多い。給食の影響であろう。

日本茶は高齢層に、コーヒーは20~50代の中間層によく飲まれている。

ペットボトルや缶の日本茶、中国茶は10代20代の若い男女に、お昼に愛飲されている。

ニアウォーターも10代の男女では4人に1人に上っている。若い世帯では昼食時の飲み物の多様化が進んでいる。

図表 IV -24 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -昼食- (MA)



<おやつ>

白もの牛乳類は24%と4人に1人の飲用であるが、10代の男性及び30代の女性に目立って多い。

コーヒーは20~50代に、ニアウォーター、コーラ等炭酸飲料は10代、20代の若い世代に多い。

日本茶はおやつ時も50代、60代に多い。

図表 IV -25 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -おやつ- (MA)

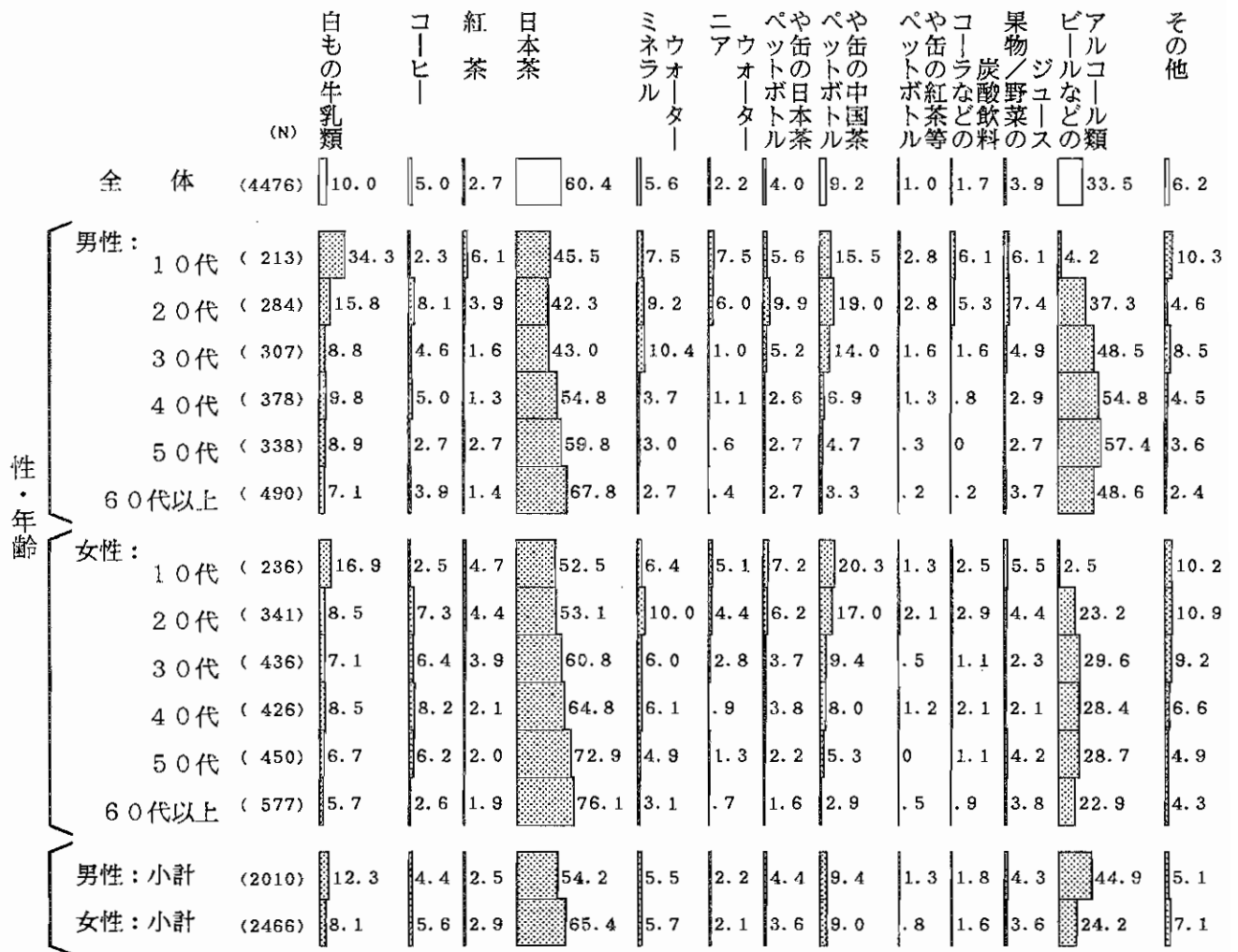


<夕食>

夕食時の飲み物として「白もの牛乳類」は10代の男性では34%、女性で17%と若い世代では多くみられている。絶対的に多いのは日本茶とアルコール類であり、日本茶は年齢の高い層に多く、アルコール類は20代以上の男性に多い。お茶は女性に、アルコールは男性に多い。

ペットボトルや缶の中国茶は10代、20代の男女で20%近くみられ、伝統的なお茶からこれらの缶やペットボトルに変わっていった様子が見えてくる。

図表 IV -26 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -夕食- (MA)



4. 白もの牛乳類についての意見

1) 白もの牛乳類と健康について

白もの牛乳類について人々がどのように思っているかを聞いた。

「牛乳は健康的な生活のためになくってはならないものだ」という意見について、「そう思う」人は49%、「まあそう思う」人は35%、合わせて8割を超える人がこの意見を肯定している。

「牛乳をふつうに飲んでいる限り、肥満を心配することはない」という意見について、「そう思う」人は22%、「まあそう思う」人は19%、合わせて41%である。一方、否定する人は、「そう思わない」人は22%、「あまりそう思わない」人は21%、合わせて43%となり、肯定する人よりも否定する人の方が2ポイントほど多くなっている。

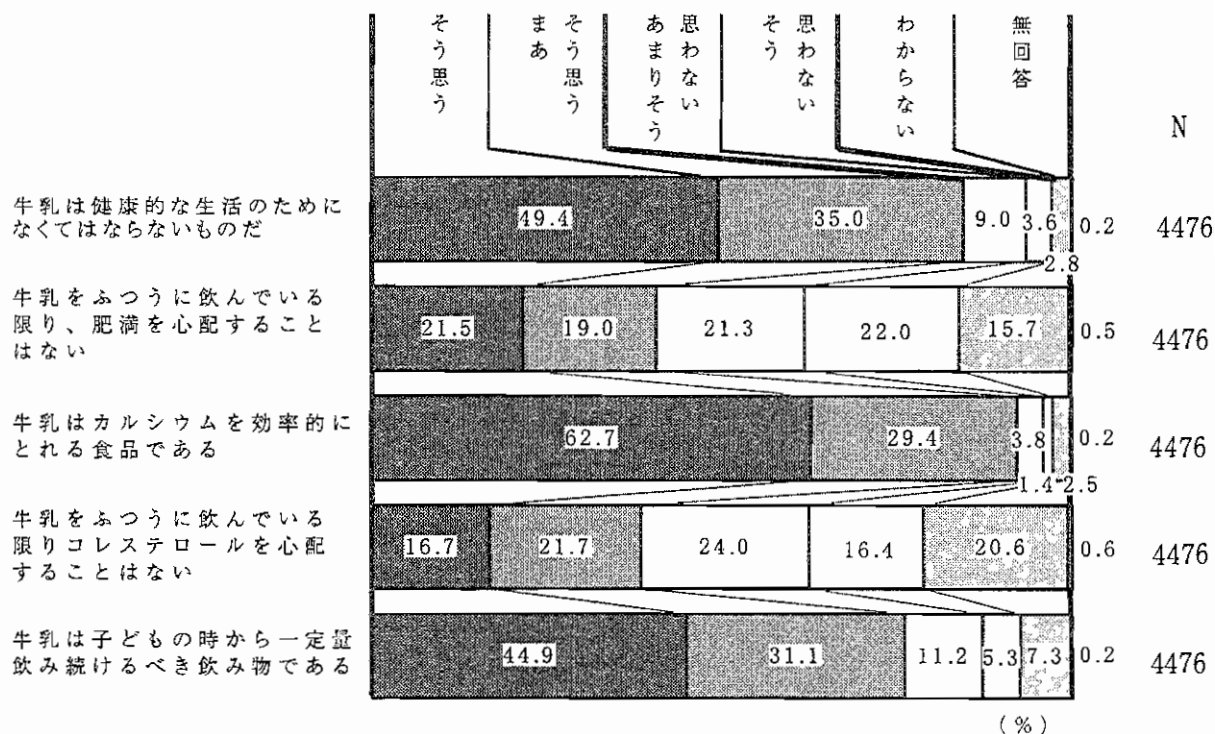
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」という意見については、9割以上の人が肯定している。

「牛乳をふつうに飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない」という意見については、「そう思う」は17%、「まあそう思う」は22%であり、合わせて39%の人が肯定している。一方、「そう思わない」人は16%、「あまりそう思わない」人は24%であり、合わせて40%がこの意見を否定しており、賛否が拮抗している。

「牛乳は子どもの時から一定量の飲み続けるべき飲み物である」という意見については、「そう思う」が45%、「まあそう思う」が31%であり、合わせて76%の人が肯定している。

多くの方は、白もの牛乳類はカルシウム源であり、健康のために良いと考えているようであるが、一方で、肥満やコレステロールの増加につながるのではないかと心配する人も多い。

図表 IV -28 白もの牛乳類についての意見



1988年からの時系列で見ると、「牛乳は健康的な生活のためにはなくてはならないものだ」はほとんど変わらず、多くの人に支持されている。「牛乳をふつうに飲んでいる限り、肥満を心配することはない」「牛乳をふつうに飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない」という意見については、依然として肯定する人は半数以下ではあるが、1994年に比べそれぞれ10ポイント近く増えている。「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」は88年から99年にかけてほぼ10%増加し、ほとんどの人が意見に賛成している。「牛乳は子供の時から一定量飲み続けるべき飲み物である」は94年と99年の5年間にわずかに上昇し、76%の賛成率となっている。

図表 IV -29 白もの牛乳類についての意見

(%)

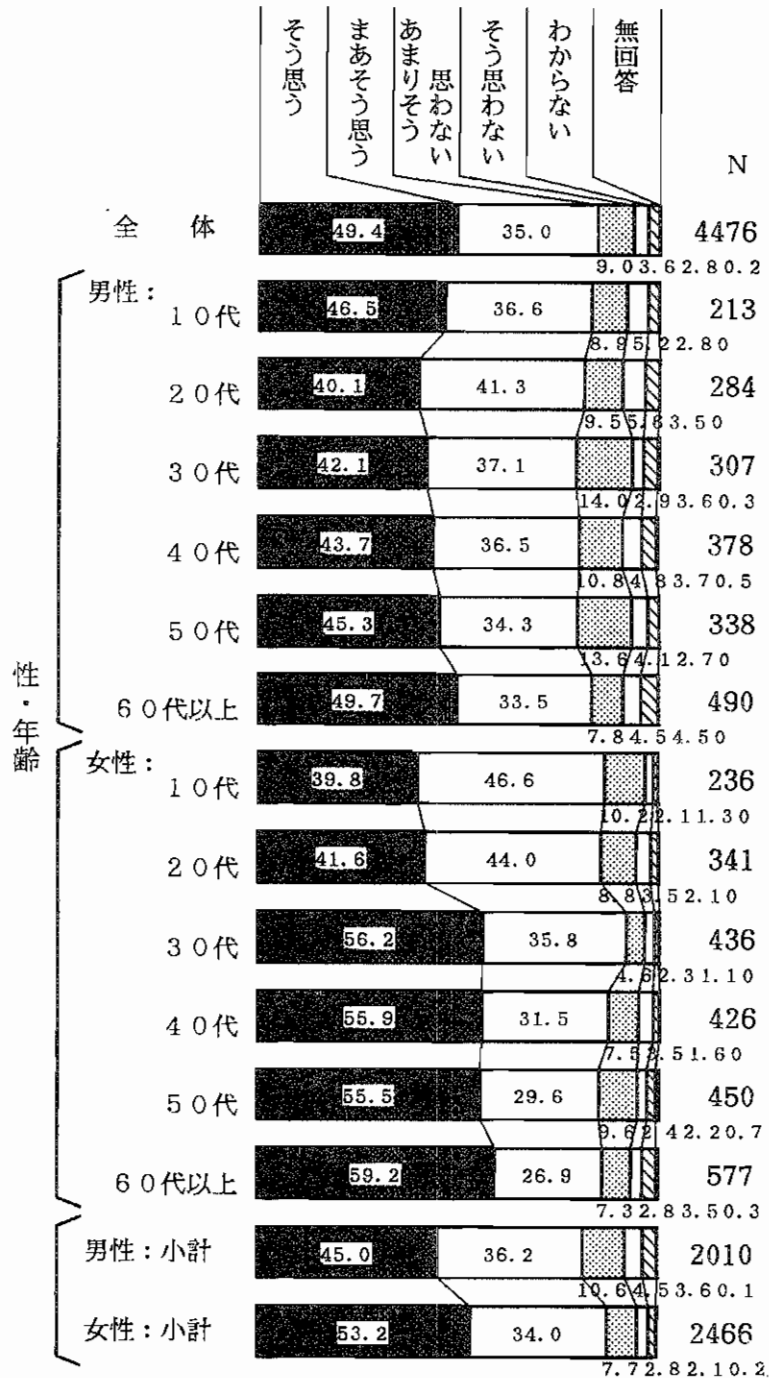
(「そう思う」と「まあそう思う」の和)

	1988年 (N=4604)	1989年 (N=4579)	1990年 (N=4691)	1991年 (N=4714)	1992年 (N=4651)	1993年 (N=4553)	1994年 (N=4617)	1999年 (N=4476)
a) 牛乳は健康的な生活のためにはなくてはならないものだ	83.3	82.8	86.3	86.0	85.7	86.7	83.2	84.4
b) 牛乳を普通に飲んでいる限り、肥満を心配することはない	-	28.1	28.7	29.9	30.4	30.0	27.9	40.5
c) 牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	84.4	88.0	89.8	91.0	89.7	90.6	90.6	92.1
d) 牛乳を普通に飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない	-	-	-	29.7	30.6	29.6	27.8	38.4
e) 牛乳は子供の時から一定量飲み続けるべき飲み物である	-	-	-	-	-	-	73.6	76.0

白もの牛乳類についての意見に対して人々がどのように思っているか、性・年齢別にみた。

「牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ」という意見について、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は、男性よりも女性が多い。特に女性30代では「そう思う」が6割以上であり、「まあそう思う」も含めると92%とほとんどの人が肯定している。

図表 IV -30 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見
「牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ」

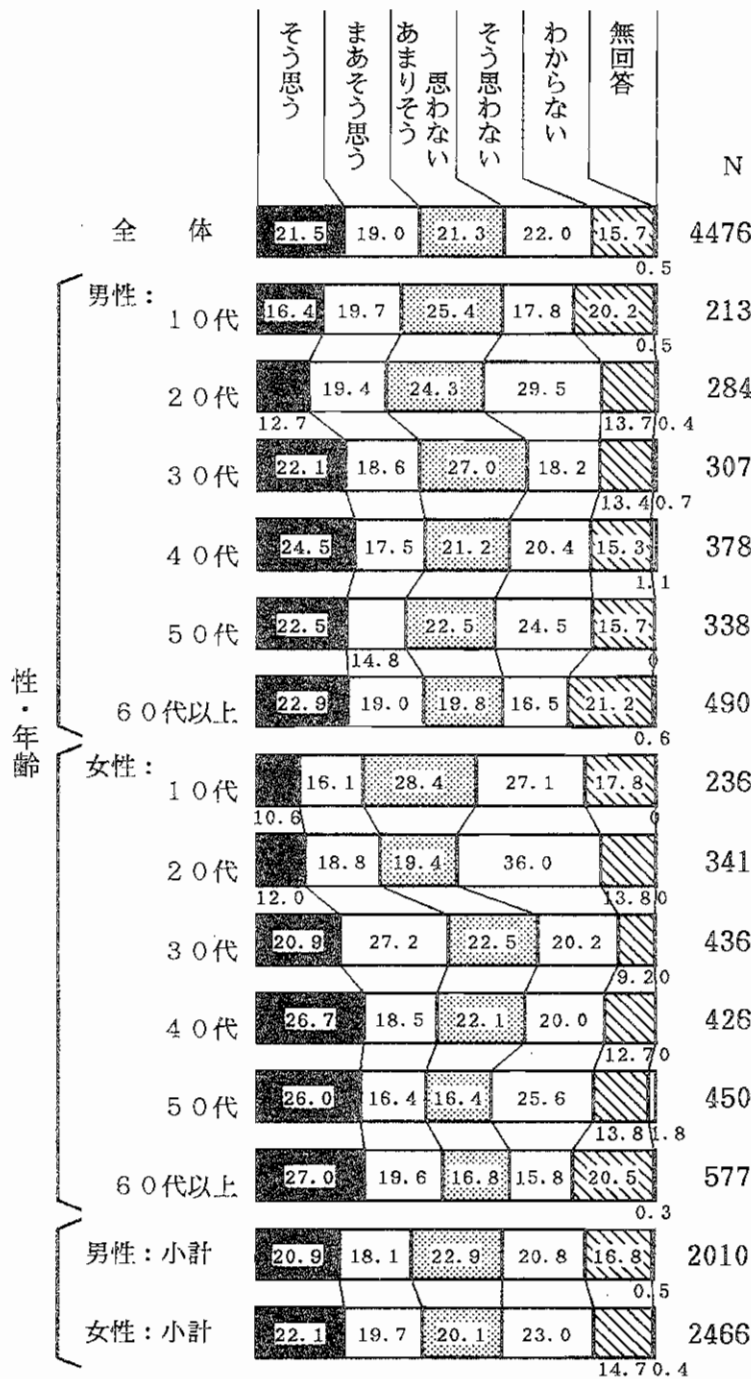


「牛乳をふつうに飲んでいる限り、肥満を心配することはない」という意見については、全体として、肯定41%、否定43%とほぼ拮抗しているが、「わからない」も16%と多い。

男女とも20代で否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）がやや多く、一方で、10代は「わからない」が男女とも多い。男女とも30代、40代、60代では、否定する人より肯定する人が多くなっている。

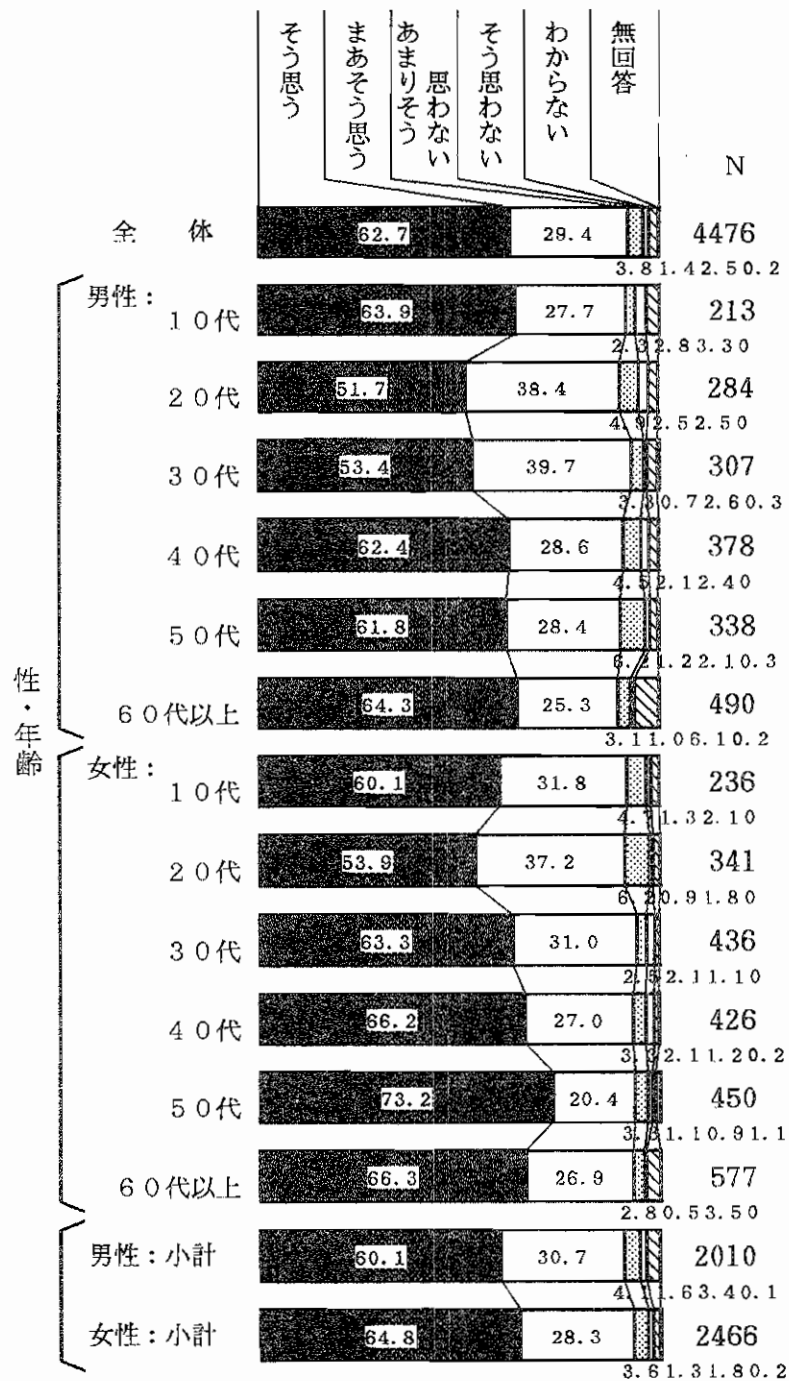
つまり10代は「わからない」人がやや多く、20代は疑問を感じる人がやや増え、30代以降は肯定がわずかに多くなるという変化をしている。

図表 IV -31 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見
「牛乳をふつうに飲んでいる限り、肥満を心配することはない」



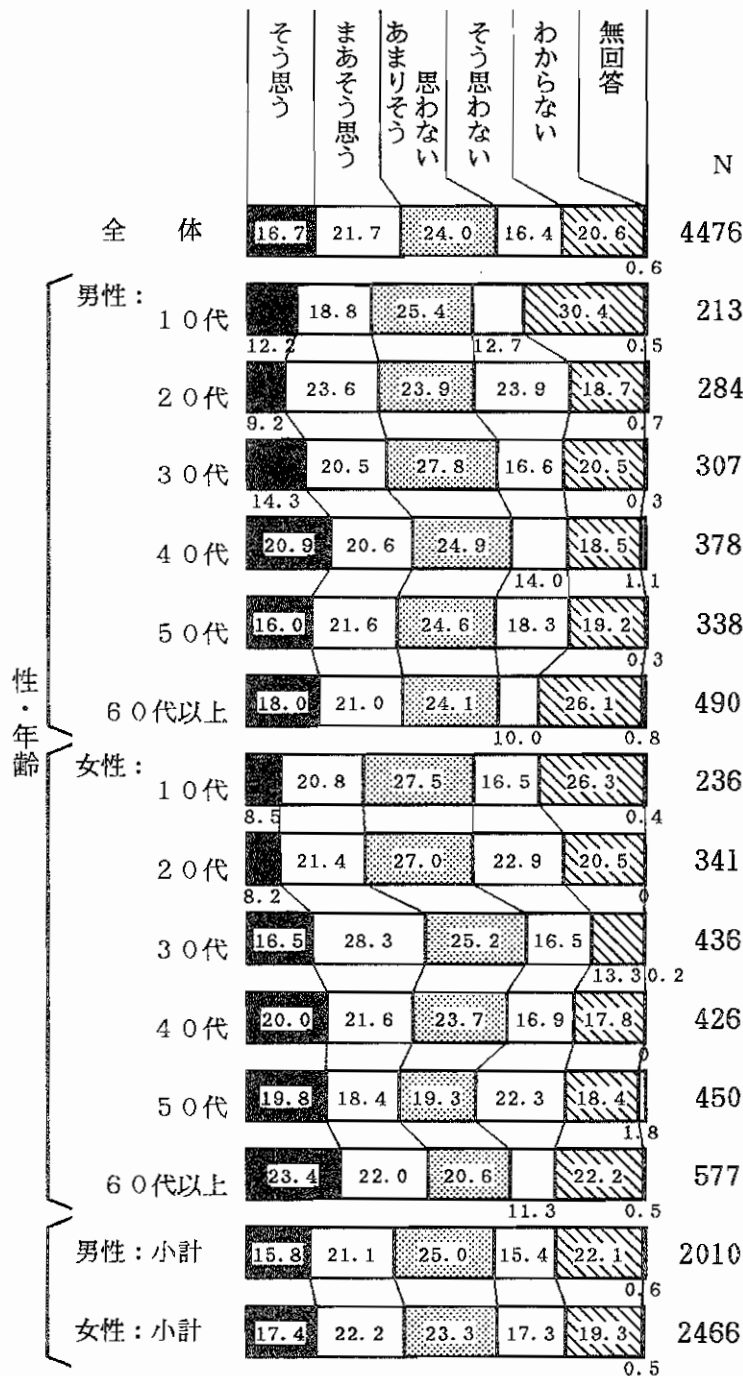
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」という意見については、「そう思う」が6割以上と断然多く、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は合わせて9割にのぼる。性・年齢でみると男性よりも女性でやや多くなっており、特に40～60代の女性では7割近い人々が「そう思う」と肯定している。

図表 IV -32 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」



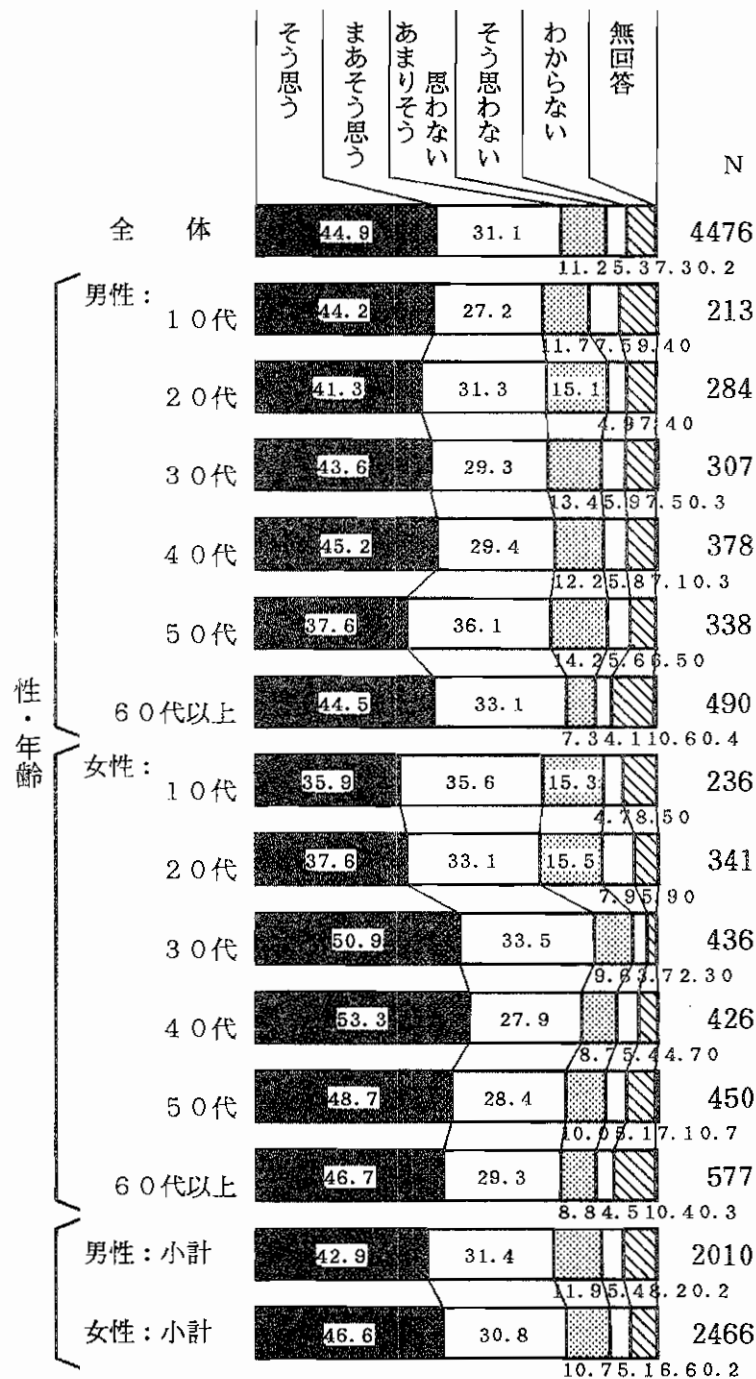
「牛乳をふつうに飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない」という意見については、全体としては否定的に考える人が40%、肯定する人が38%となっており、ほぼ拮抗している。しかし、「わからない」も20%と多く、特に男性10代では「わからない」が30%にもものぼっている。特に男女とも20代で否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）が多い。一方で、女性30代では、否定する人より肯定する人が多くなっている。30代以上は賛否が拮抗しているが、10代、20代は男女とも肯定よりも否定が上回っている。若い世代は牛乳のコレステロールへの理解が薄い。

図表 IV -33 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見
「牛乳をふつうに飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない」



「牛乳は子どもの時から一定量の飲み続けるべき飲み物である」という意見について、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は全体に多いが、特に女性の30代、40代が多い。子育ての真っ最中であることが背景にあらう。

図表 IV -34 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見
「牛乳は子どもの時から一定量の飲み続けるべき飲み物である」



2) メーカーやブランドについて

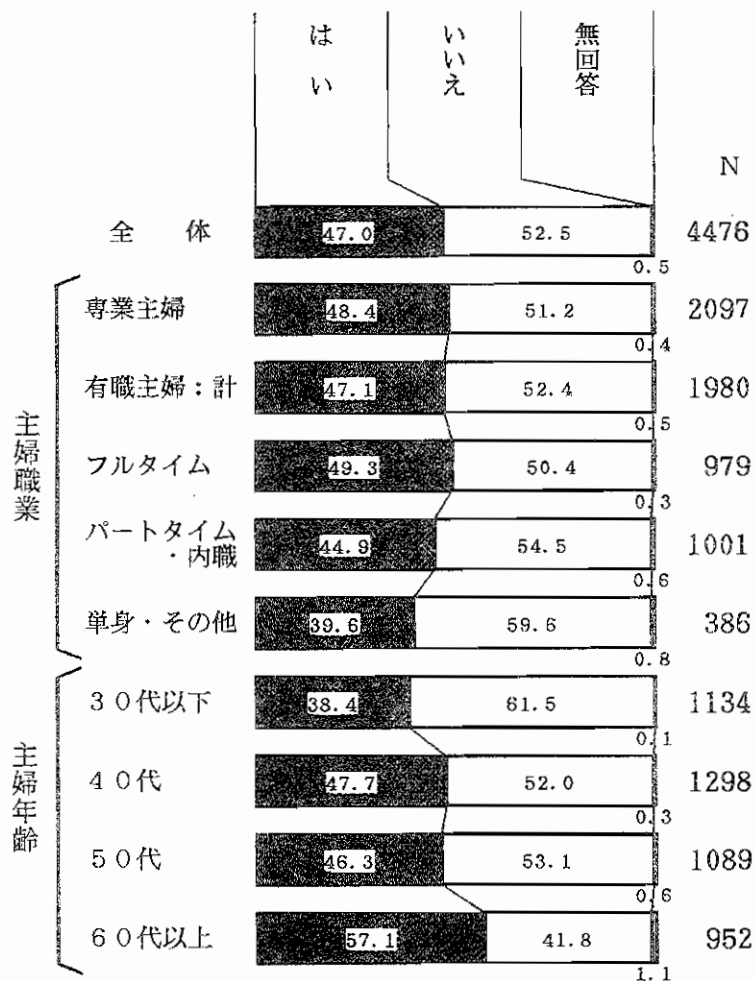
調査対象世帯（主婦または主婦役割の主な担当者、単身世帯では本人）に対し、白もの牛乳類のメーカーやブランドについてどのように考えているかを聞いた。

まず、白もの牛乳類はいつもブランドを決めて同じものを買っているかどうか聞くと、全体では、「いつもブランドを決めて同じものを買っている」主婦が47%、そうでない主婦が53%となっている。

主婦職業別では、専業主婦と有職主婦で相違はみられない。

主婦年齢別で見ると、60代以上の主婦でいつもブランドを決めて同じものを買っている人が多くなっているが、30代以下の主婦では最も少ない。

図表 IV -35 主婦職業別 主婦年齢別 メーカーやブランドについて
「白もの牛乳類はいつもブランドを決めて同じものを買っているか」

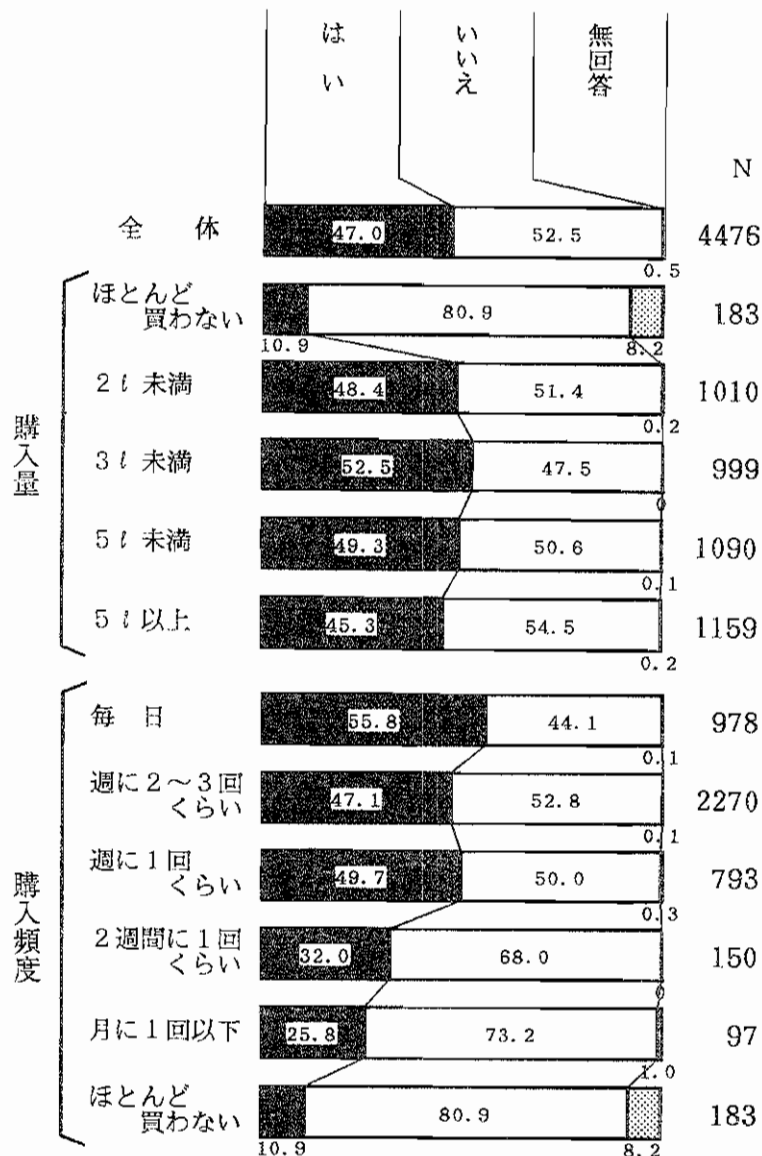


白もの牛乳類はいつもブランドを決めて同じものを買っているかどうかと、世帯あたりの週の購入量、購入頻度との関係を見た。

週あたりの購入量が多くなるにつれて、いつもブランドを決めて同じものを買っている主婦の割合が減少している。

同じく、購入頻度との関係を見ると、購入頻度が高いほど、いつもブランドを決めて同じものを買っている主婦の割合が多くなる。白もの牛乳類を毎日買うという主婦の56%がいつもブランドを決めて同じものを買っていると答えている。これは毎日購入する世帯は牛乳販売店からの宅配が多いことと関連していよう。

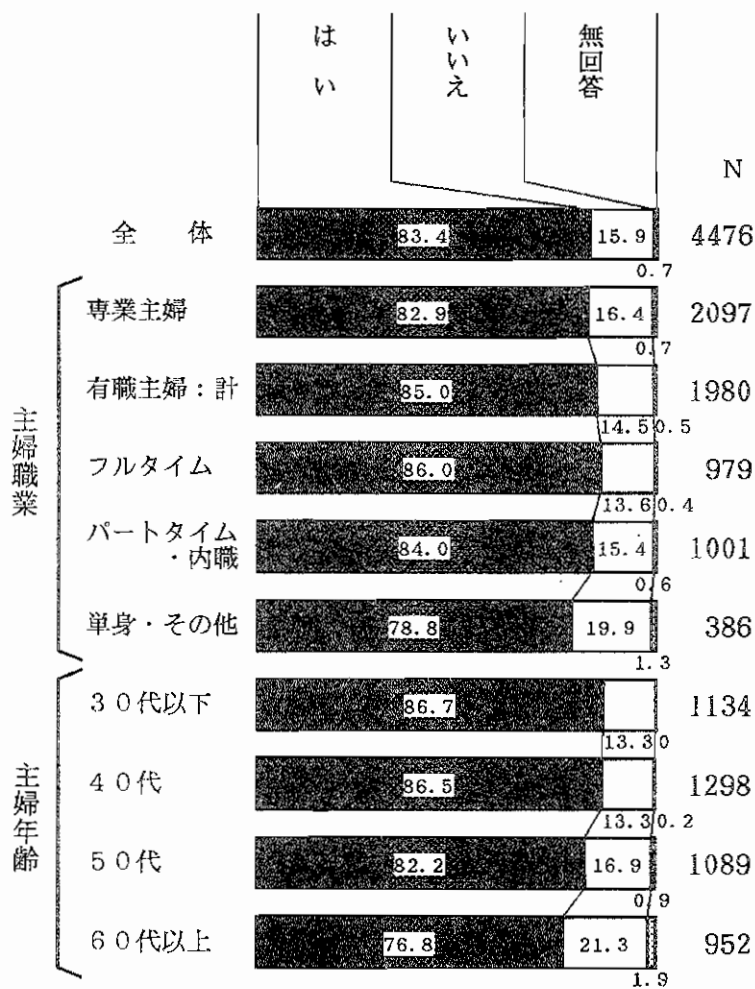
図表 IV -36 週の購入量別 購入頻度別 メーカーやブランドについて
「白もの牛乳類はいつもブランドを決めて同じものを買っているか」



次に、白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うと思うかどうか聞いた。
 全体では、メーカーやブランドによって味が違うと思う主婦が83%、そうでない主婦が16%となっている。

専業主婦と有職主婦で相違はみられないが、主婦年齢別で見ると、若い年代ほど、メーカーやブランドによって味が違うと思う主婦の割合が多くなっている。

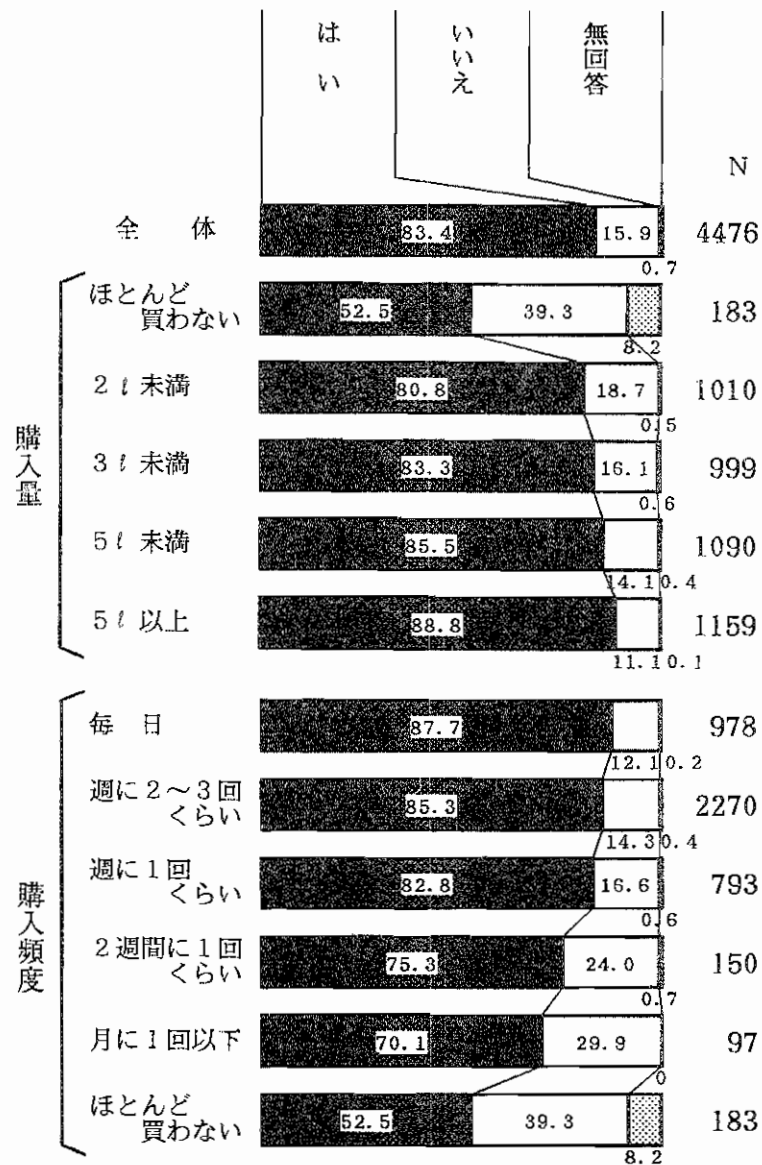
図表 IV -37 主婦職業別 主婦年齢別 メーカーやブランドについて
 「白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うと思うか」



メーカーやブランドによって味が違うと思うかどうかと、世帯あたりの週の購入量、購入頻度との関係をみた。

週あたりの購入量が多くなるにつれ、購入頻度が高いほど、メーカーやブランドによって味が違うと思う主婦が多くなる。白もの牛乳類を週に5ℓ以上買う主婦、もしくは毎日買うという主婦の88%が、メーカーやブランドによって味が違うと思うと答えている。

図表 IV -38 週の購入量別 購入頻度別 メーカーやブランドについて
「白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うと思うか」



「白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うかどうか」と「いつもブランドを決めて同じものを買っているかどうか」との関係を見た。

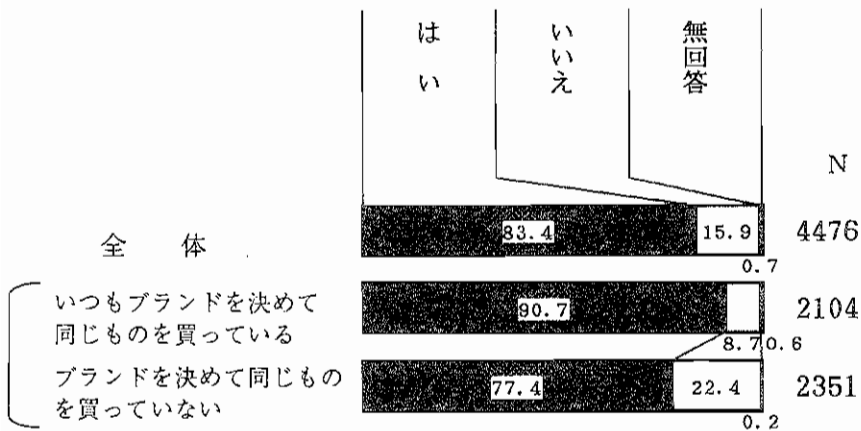
「いつもブランドを決めて買っている」人では、91%はメーカーやブランドによって味が違うととらえているのに対し、「ブランドを決めて買っていない」人では、味が違うという人は77%にとどまり、両者に14%の差が出ている。

ブランドを決めて買っているというブランドロイヤリティの高い層は、味が違うからという理由が背景となっているようである。

図表 IV -39 メーカーやブランドについて

「白もの牛乳類はいつもブランドを決めて同じものを買っているか」と「白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うと思うか」との関係

「白もの牛乳類はメーカーやブランドによって味が違うと思うか」



5. 白もの牛乳類についての情報源

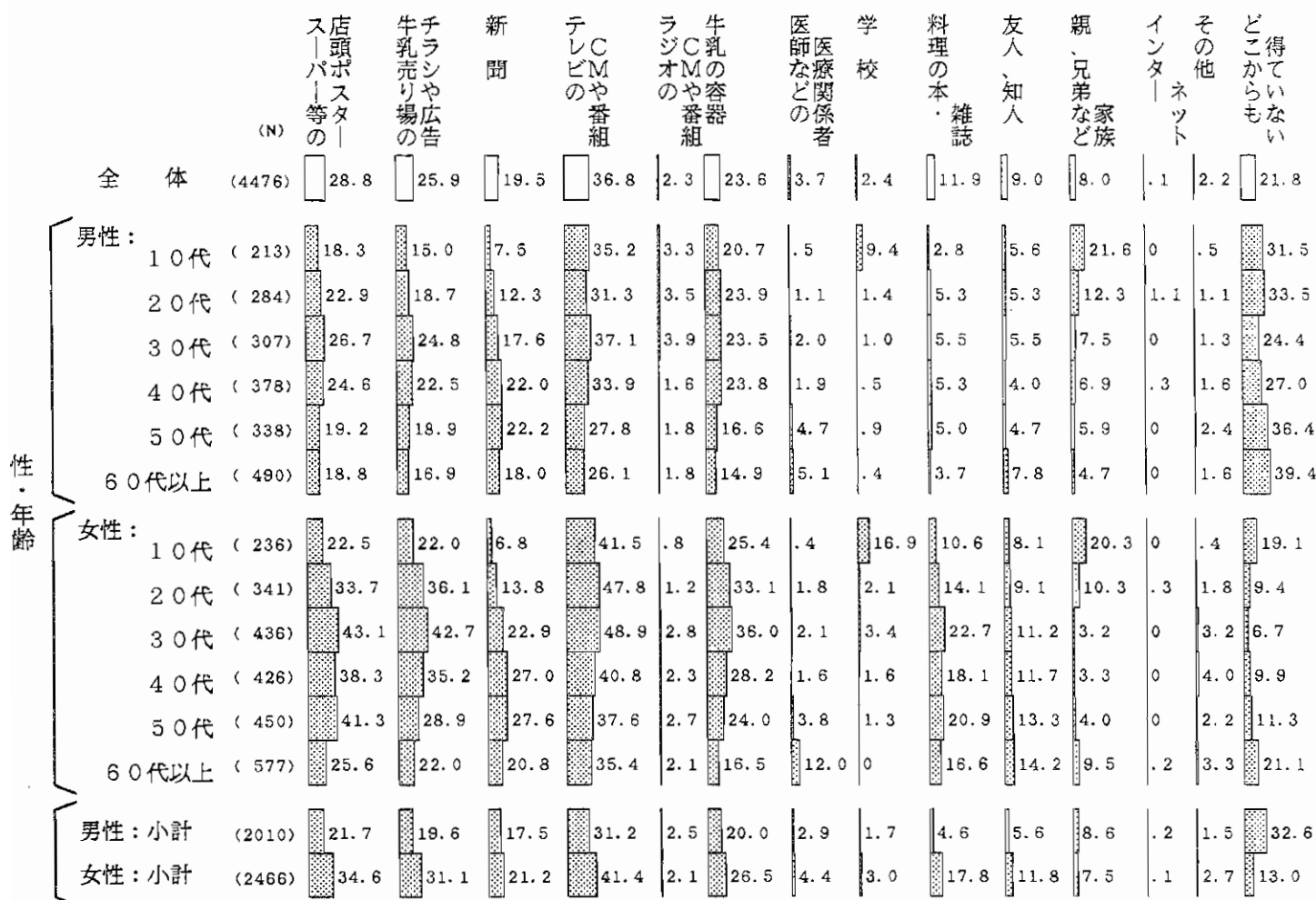
白もの牛乳類についての情報をどこから得ているかを複数回答で聞いた。

「テレビのCMや番組」が37%と最も多い。続いて、「スーパー等の店頭ポスター」(29%)、「牛乳売り場のチラシや広告」(26%)、「牛乳の容器」(24%)、「新聞」(20%)、「料理の本・雑誌」(12%)、「友人、知人」(9%)、「親、兄弟など家族」(8%)、「医師などの医療関係者」(4%)、「学校」「ラジオのCMや番組」「その他」(それぞれ2%)、「インターネット」(0%)の順に多くなっている。

性別では、男性よりも女性のほうが白もの牛乳類についての情報に接する機会が多い。男性の1/3は「どこからも得ていない」と答えている。

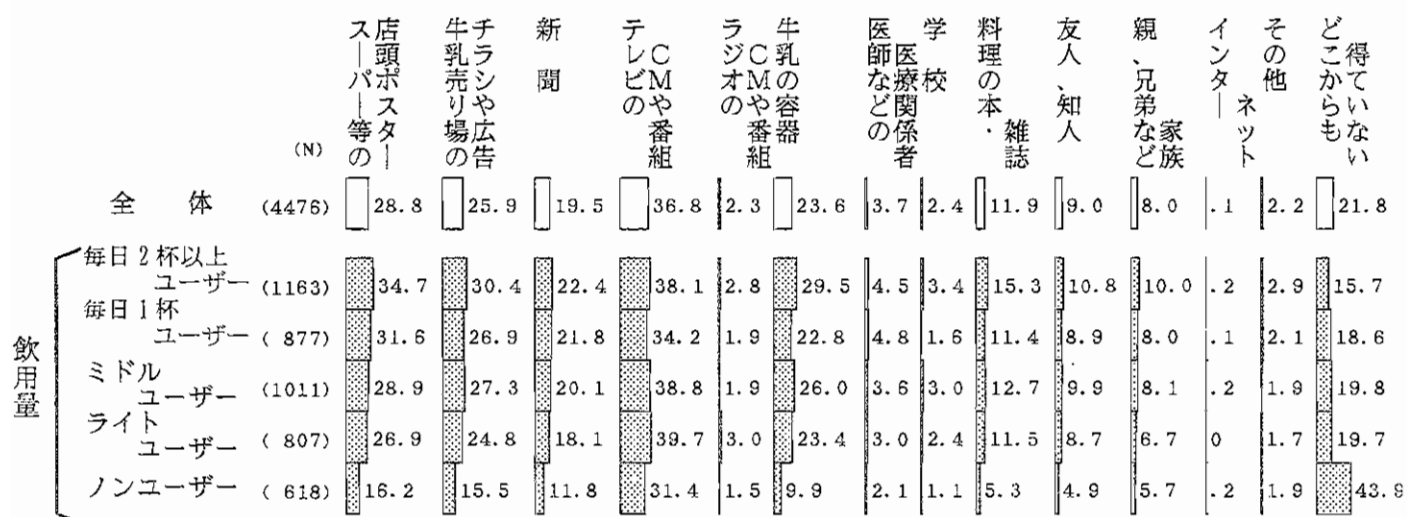
性・年齢別にみると、「テレビのCMや番組」や「スーパー等の店頭ポスター」など多くの項目で、女性30代による回答が多くなっている。

図表 IV -40 性・年齢別 白もの牛乳類についての情報入手経路 (MA)



白もの牛乳類の飲用量別に、牛乳類の情報をどこから得ているかをみた。多くの項目で飲用量が多い人ほどスーパーの店頭ポスター、牛乳売り場のチラシ広告、テレビのCMや番組、牛乳の容器など、多様な情報入手経路から情報を得ている。

図表 IV -41 白もの牛乳類飲用量別 白もの牛乳類についての情報入手経路 (MA)

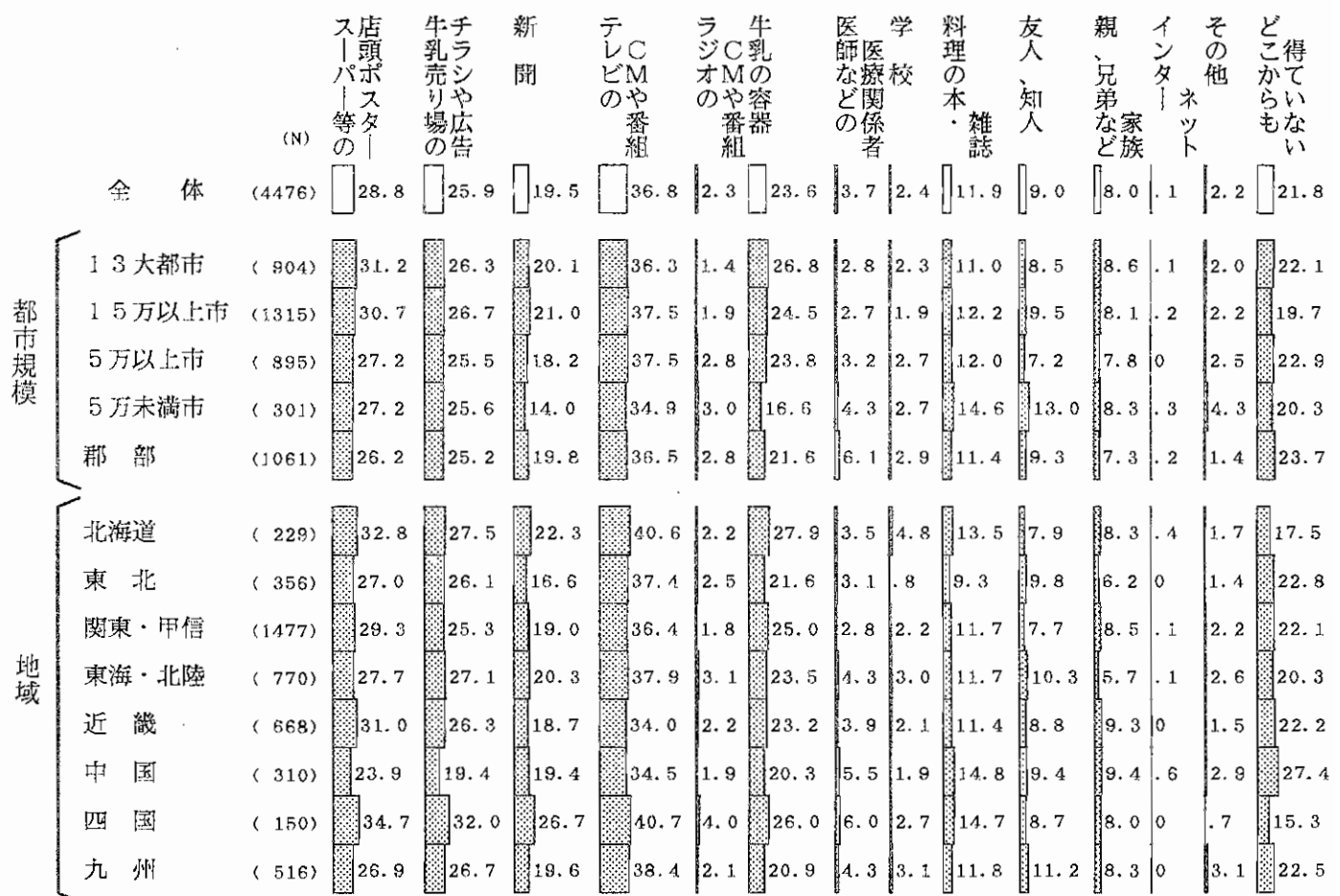


同じく、都市規模別、地域別に、白もの牛乳類についての情報をどこから得ているかをみた。

都市規模別にみると、「5万未満市」で「新聞」「牛乳の容器」がやや少なくなっているものの、都市規模による差はほとんどみられない。

地域別にみると、北海道と四国では多くの項目で回答が多く、「どこからも得ていない」が少ない。一方、中国では多くの項目で回答が比較的少なく、「どこからも得ていない」という人が多くなっている。

図表 IV -42 都市規模別 地域別 白もの牛乳類についての情報入手経路 (MA)



V 料理について

1. 白もの牛乳類の料理利用

1) 白もの牛乳類の料理利用の頻度と使用量

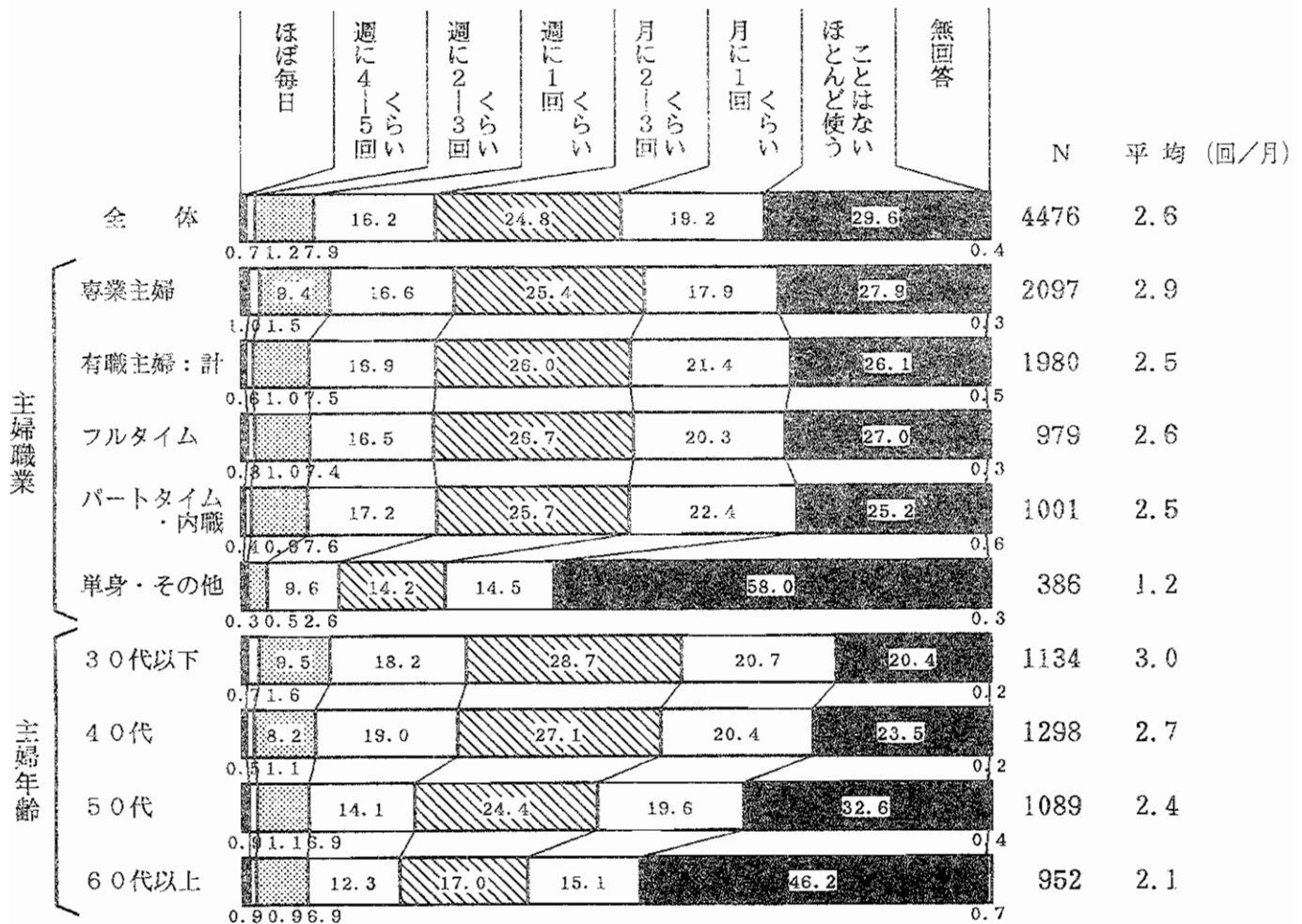
白もの牛乳類を、スープなどの料理やお菓子作りに使うことがどのくらいあるかを主婦に聞いた。

週に2回以上使う人は10%、週に1回が16%、月に2～3回が25%、月に1回が19%、ほとんど使わないが30%となっており、分布は多様である。平均すると、月に2.6回ということになった。

専業主婦は2.9回、有職主婦では2.5回と専業主婦の方が回数は多い。単身・その他は1.2回と最も少ない。

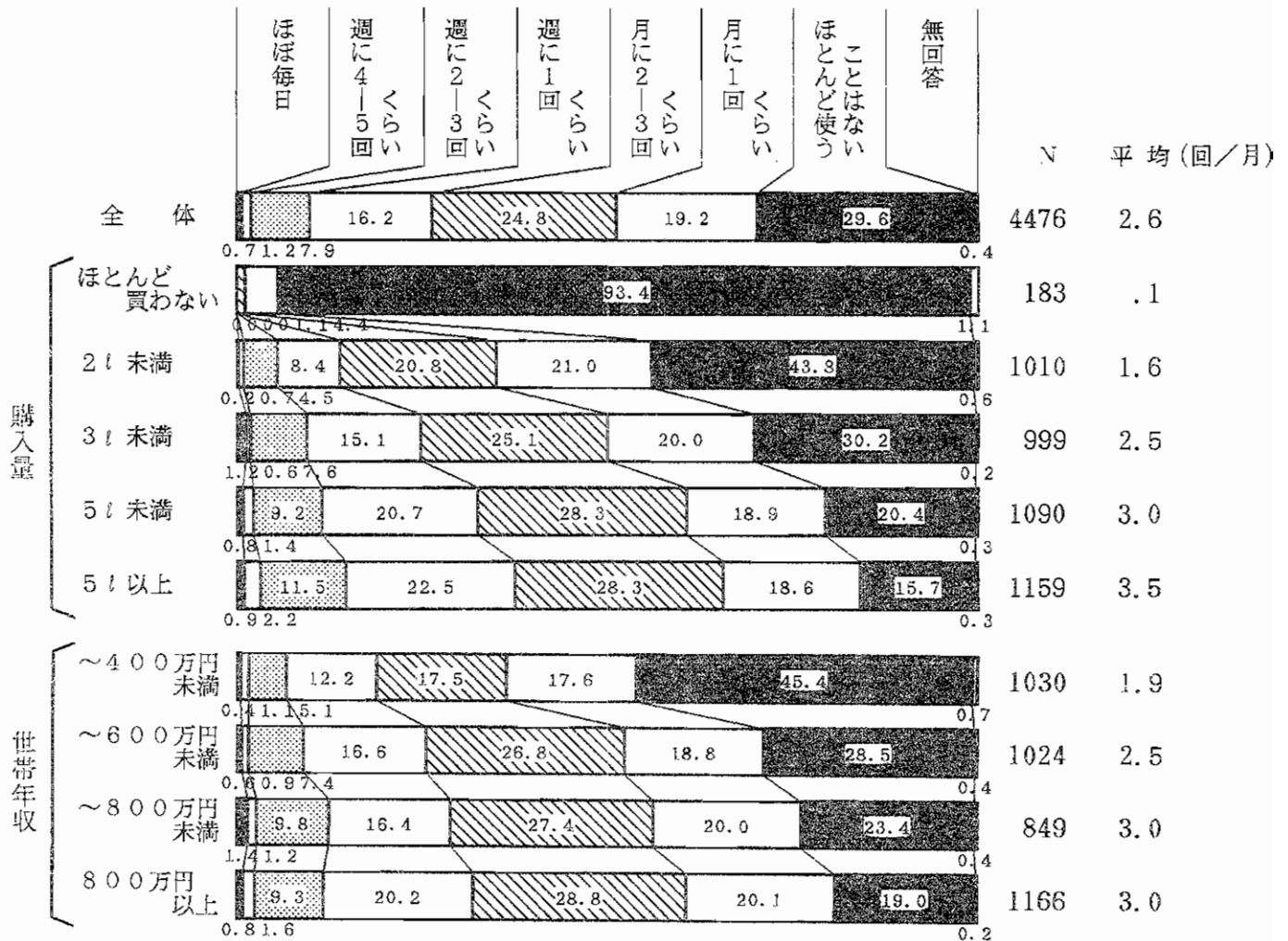
年齢で見ると、年齢の低い方が回数が多く、年齢が高くなると少なくなっている。

図表 V-1 主婦職業別 主婦年齢別 白もの牛乳類を料理やお菓子作りに使う頻度



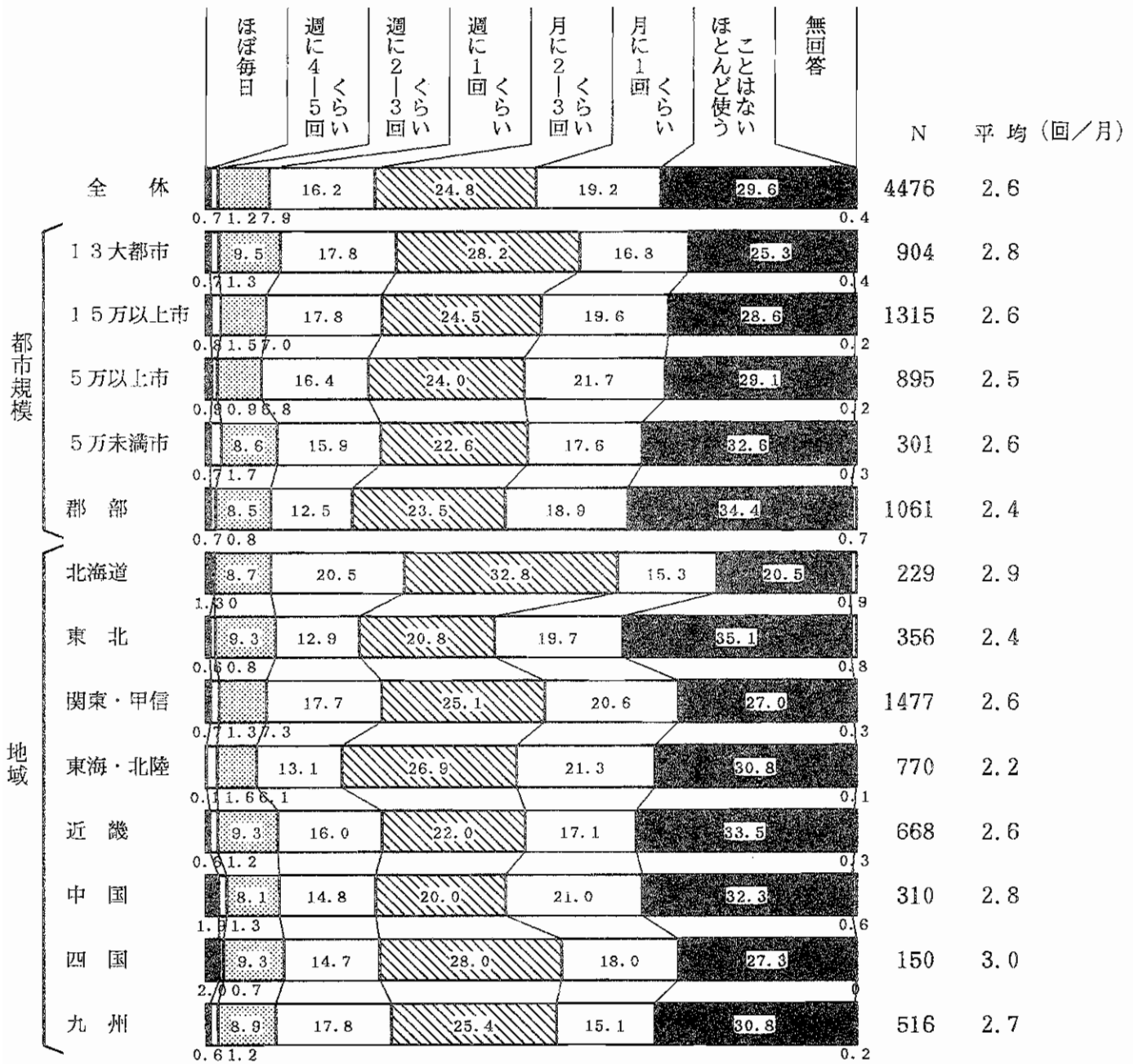
購入量別に白もの牛乳類の料理利用の頻度をみると、購入量の多い世帯ほど料理利用の頻度も顕著に高くなっている。また世帯年収でみると、世帯年収の高い方が料理利用率も高くなっており、両者に相関がみられる。

図表 V-2 購入量別 世帯年収別 白もの牛乳類を料理やお菓子作りに使う頻度



都市規模別、地域別に料理利用の頻度をみると、都市規模の大きい方が料理利用の頻度が高くなる傾向がみられる。

図表 V-3 都市規模別 地域別 白もの牛乳類を料理やお菓子に使う頻度



ちなみに1995年の結果と比較すると、99年の方がどの層でも料理・お菓子利用はわずかに増加している。

図表 V-4 1ヵ月あたり料理使用量 (95年と99年の比較)

	全 体 (N=4668)	専業主婦 (N=2179)	有職主婦 (N=2122)	単身・その他 (N=367)	
1995年	0.7	0.7	0.8	0.3	(1)
	全 体 (N=4476)	専業主婦 (N=2097)	有職主婦 (N=1980)	単身・その他 (N=386)	
1999年	0.8	0.8	0.9	0.4	(1)

2) 白もの牛乳類を使って作ったことのあるお料理・お菓子

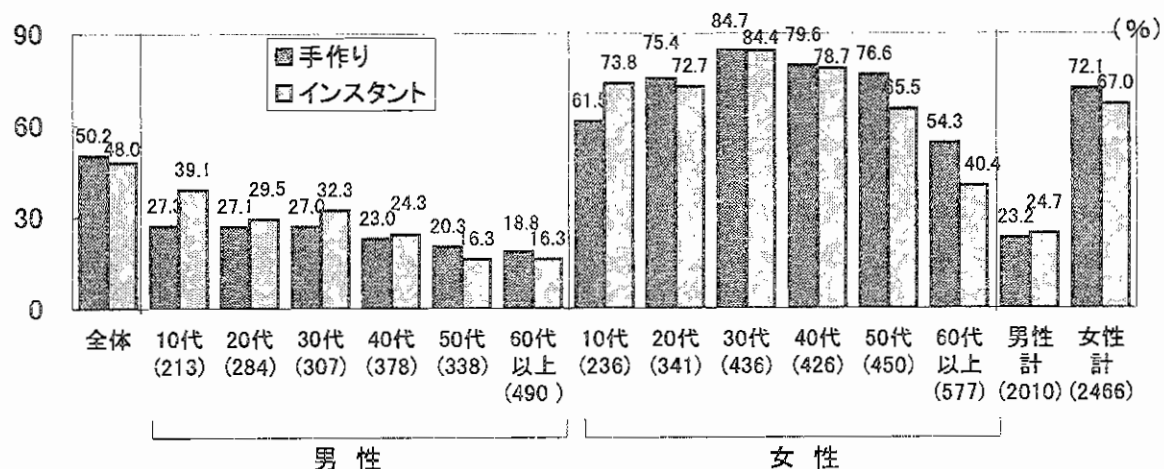
この1年くらいに白もの牛乳類を使ってお料理やお菓子を作ったことがあるかを全員に聞いた。

インスタント系を作ったことのある人は48%、手作り系を作ったことのある人は50%であり、両者ほぼ拮抗している。

しかし性・年齢別で大きな違いがみられ、インスタント系も手作り系も女性で調理率が高くなっている。

微差ではあるが男性はインスタント系が多く、女性は手作り系が多い。手作り系もインスタント系も、最も調理率の高いのは30代の女性である。

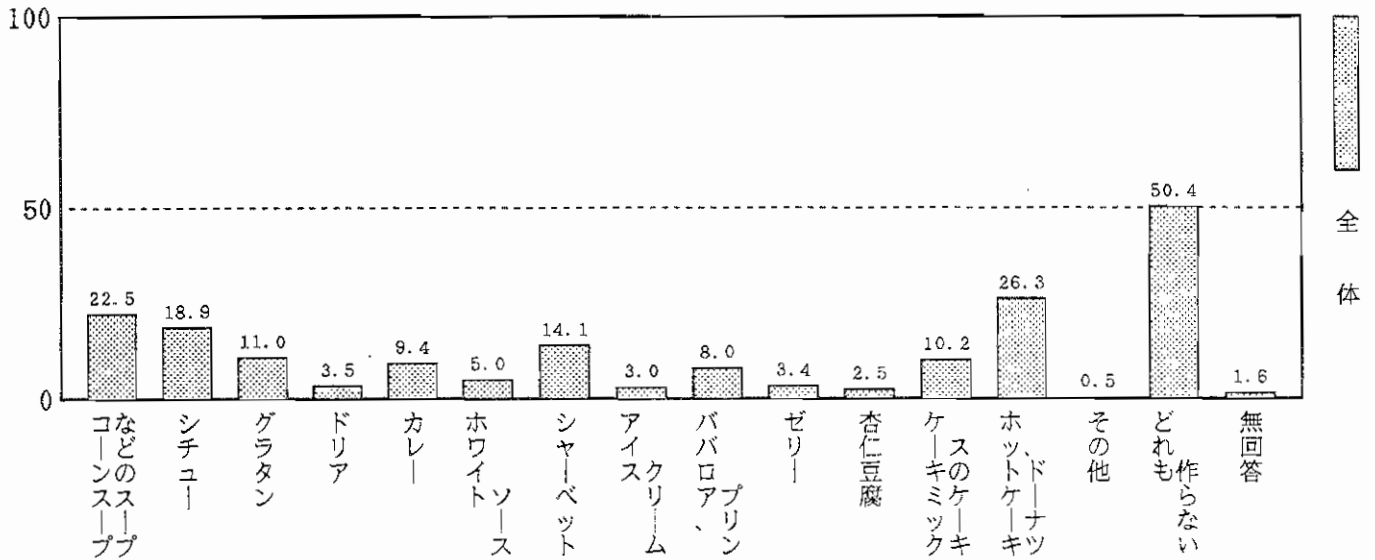
図表 V-5 性・年齢別 白もの牛乳類を使って料理やお菓子を作った経験



具体的に白もの牛乳類を使ってどのようなものを作っているのかを聞いてみると、インスタント系では、ホットケーキ・ドーナツ、コーンスープなどのスープ、シチュー、シャーベット、ケーキミックスなどが多く、手作り系では、シチュー、グラタン、カレー、コーンスープなどのスープ、ホットケーキ・ドーナツ、ホワイトソース、フレンチトーストなどが多い。

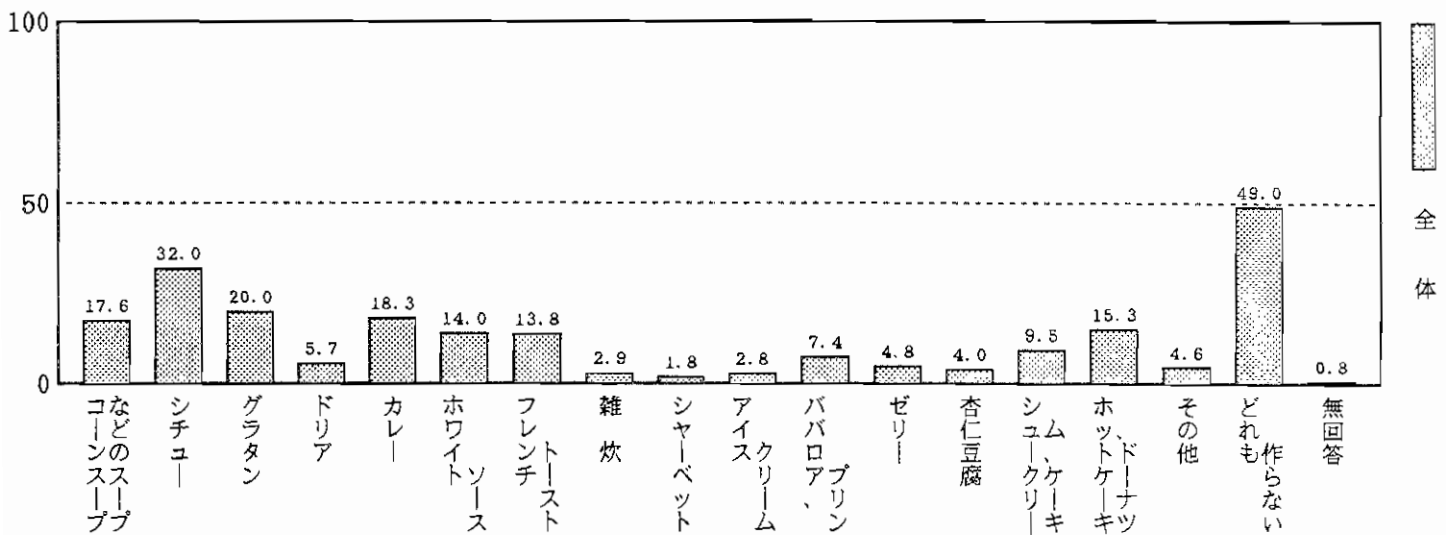
図表 V-6 この1年くらいに作ったもの
「インスタント系」

N=4476



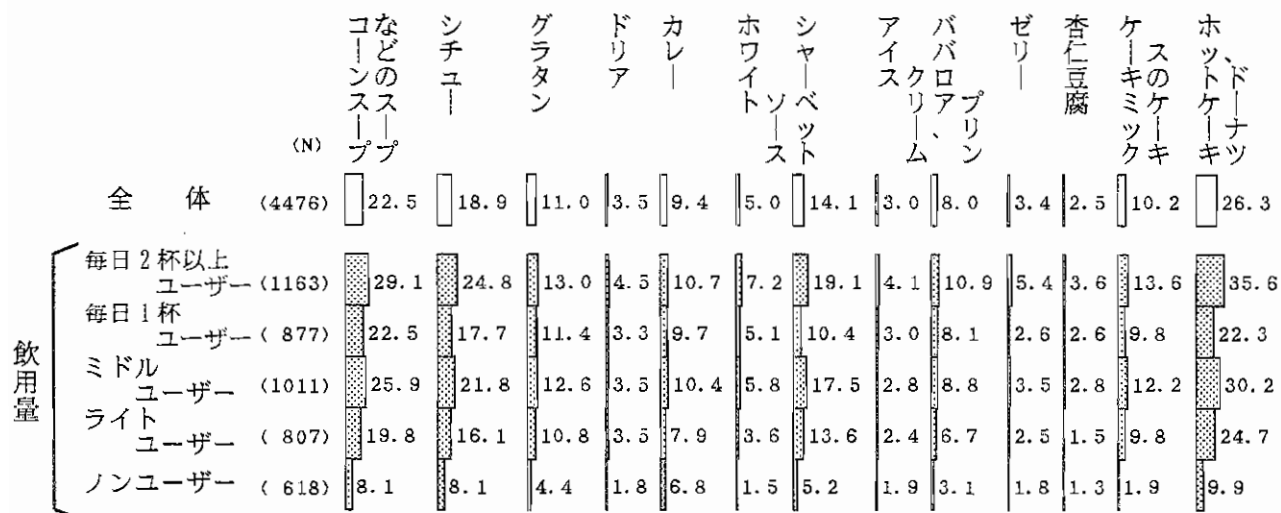
「手作り系」

N=4476



飲用量とインスタント系の手作り率との関連をみると、毎日2杯以上ユーザーほどコーンスープなどのスープ類、シチュー、シャーベット、ホットケーキ・ドーナツなどの調理率が高く、飲用量の多い層はインスタントの乳製品を作る割合も多いことが明らかとなった。

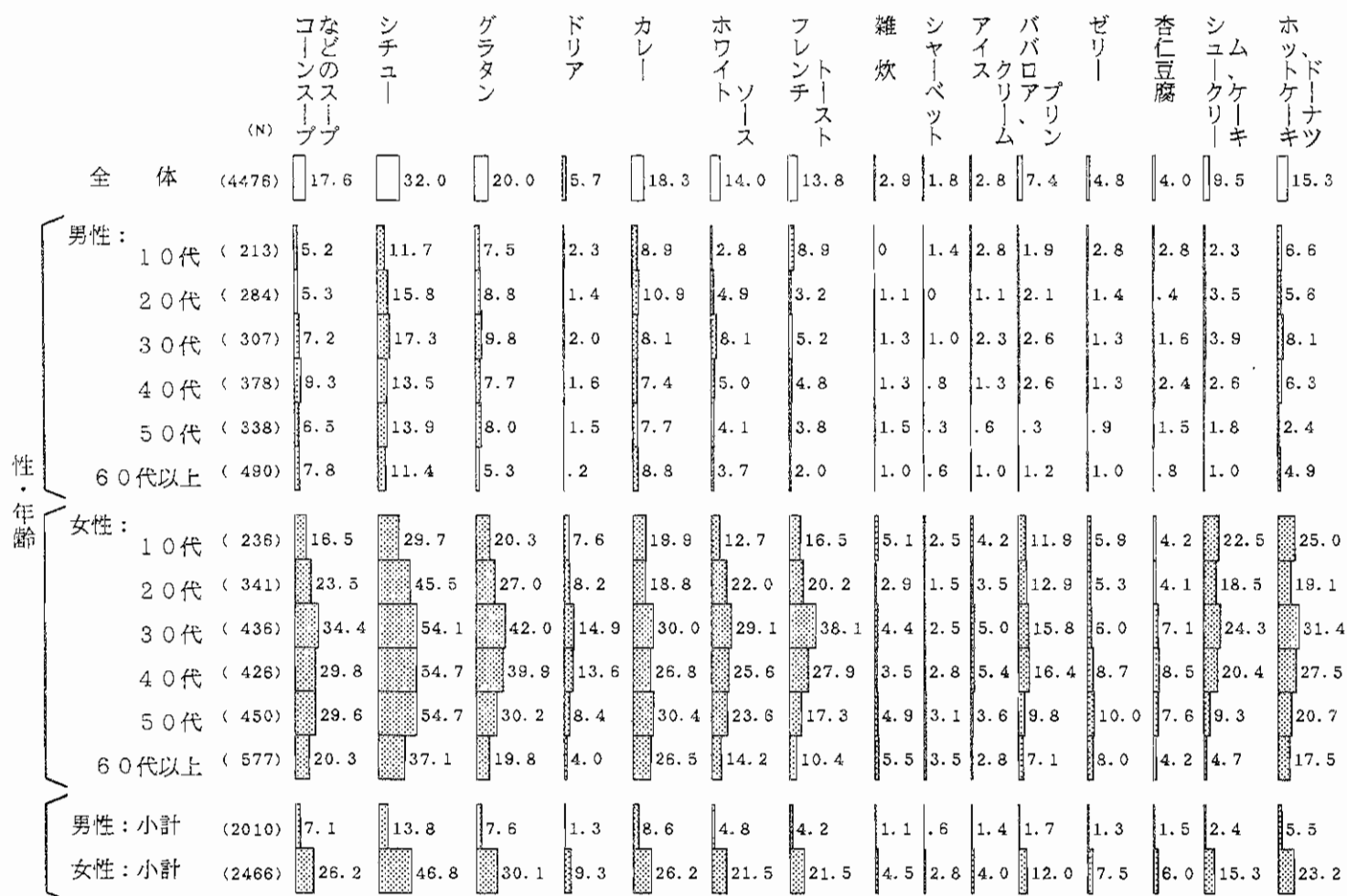
図表 V-8 この1年くらいに作ったもの -インスタント系-



手作り系は男性が作ることは非常に少なく、女性の参加がほとんどである。具体的に作っているものは、シチュー、グラタン、カレー、コーンスープ、ホワイトソース、フレンチトーストなどが料理系では多く、お菓子系では、シュークリーム、ケーキやホットケーキが多い。

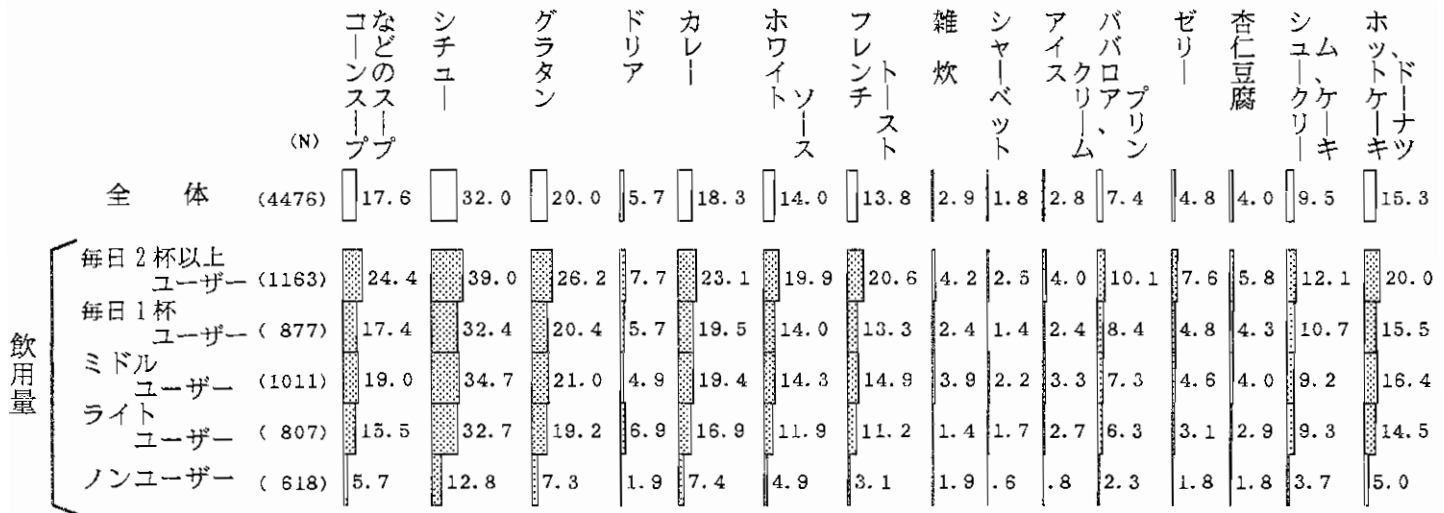
スープ、シチュー、グラタンなどの料理系は30代、40代の女性に多く、フレンチトーストは30代に特に多い。シュークリーム、ホットケーキなどのお菓子系は30代、40代のほか、10代でも多い。

図表 V-9 この1年くらいに作ったもの -手作り系-



飲用量と手作り系の白もの牛乳類の料理メニューをみると、コーンスープ、シチュー、グラタン、カレー、ホワイトソース、ホットケーキ・ドーナツなどいずれも毎日2杯以上ユーザーでの作成が多く、ライトユーザーでは割合が低くなっている。

図表 V-10 この1年くらいに作ったもの - 手作り系 -



その他にどんなものを作っているのかを具体的に記入してもらった。手作り系では卵料理、ケーキ類、デザート類、パン類など多様である。

図表 V-11 この1年くらいに作ったもの（その他）－手作り系－

	料理名	件数
卵料理	オムレツ（ブレーン、チーズ）	26
	卵焼き	11
	卵料理	3
	小計	40
ケーキ類	ヨーグルト（キノコ、ケーキなど）	9
	クレープ	6
	クッキー	4
	カスタードクリーム	2
	チーズケーキ	2
	ケーキ類	2
	マフィン	1
	スコーン	1
	たんさん入りまんじゅう	1
	ワッフル	1
	カップケーキ	1
	小計	30
	デザート類	牛乳寒天
ブラマンジェ		2
さつまいもの牛乳煮		2
イチゴムース		1
大福		1
アイスクーキ		1
小計	16	
パン類	パン	25
	蒸しパン	3
小計	28	
ジュース類	バナナミルク・ジュース	8
	ジュース・セーキ・シェイク（果物入り、ミックス）	6
	イチゴミルク・ジュース	3
	カフェオレ	2
	飲み物（ココアなど）	1
	カルピス	1
小計	21	
その他おやつ類	お好み焼き（の生地）	8
	スイートポテト	2
	小計	10

夕食おかず類

ハンバーグ	19
スパゲッティ・パスタ (のソース)	8
天ぷら (の衣)	6
鍋物	3
ミートボール	1
ビーフストロガノフ	1
ハヤシライス	1
レバーの下味付	1
肉のクリーム煮	1
鶏肉の牛乳煮	1
ポークビーンズ	1
鮭の蒸し煮	1
チャーハン	1
焼肉	1
フライもの	1
ヒレカツ	1
白菜のクリーム煮	1
小計	49

その他おかず類

コロッケ (クリームなど)	3
スクランブルエッグ	1
キッシュ	1
ごま豆腐	1
かぼちゃのミルク煮	1
マッシュポテト	1
チンゲン菜の牛乳煮	1
ほうれん草のクリーム煮	1
かき揚げ	1
茶碗蒸	1
おみそ汁	1
デミグラスソース	1
小計	14

お粥・他

リゾット	1
離乳食	3
ミルク・牛乳粥	3
ミルク・牛乳もち	2
パン粥	1
小計	10

その他

バター	1
チーズ (カッテージなど)	4
野菜ジュース	1
小計	6

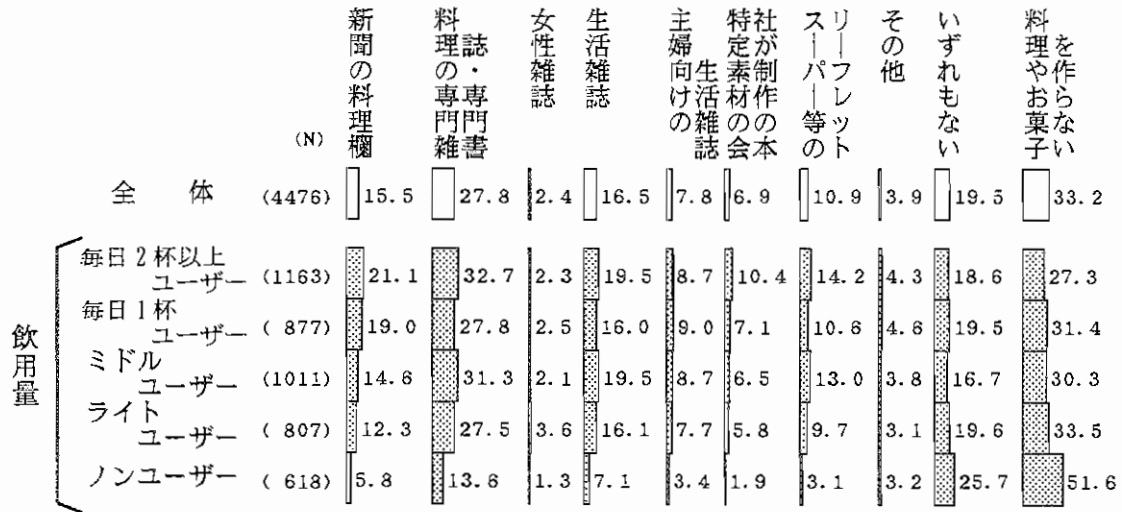
総計	224
----	-----

図表 V-12 この1年くらいに作ったもの（その他） -インスタント系-

料理名 (インスタント)	
4	ココア
1	アイスマルクコーヒー
1	コーヒー牛乳
1	リンゴジュース、バナナジュース
1	プロテイン入り牛乳
1	豆乳
9	小計
1	かき氷
1	蒸しパン
2	小計
1	インスタントのクリーム、カスタードクリーム
	ヨーグルトの中に牛乳を入れて一晩おくと、発酵する。
1	生クリーム
1	パスタソース (クリームチーズソースにまぜる)
3	小計
1	天ぶらのころもを水のかわりに牛乳を使う。
	冷たいので、サクリとして、胃にもたれない。
1	離乳食
1	ハンバーグ
1	ハンバーグのつなぎ、コロケ
1	厚焼き玉子
5	小計
19	合計

白もの牛乳類のユーザー別にみると、飲用量の多い方が料理やお菓子の料理情報への関心が全体に高く、逆にライトユーザーは関心が低い。特に「料理の専門雑誌・専門書」「新聞の料理欄」などは差がみられ、毎日2杯以上ユーザーの接触が多い。

図表 V-14 参考にする活字情報—現在使っているのは— (MA)

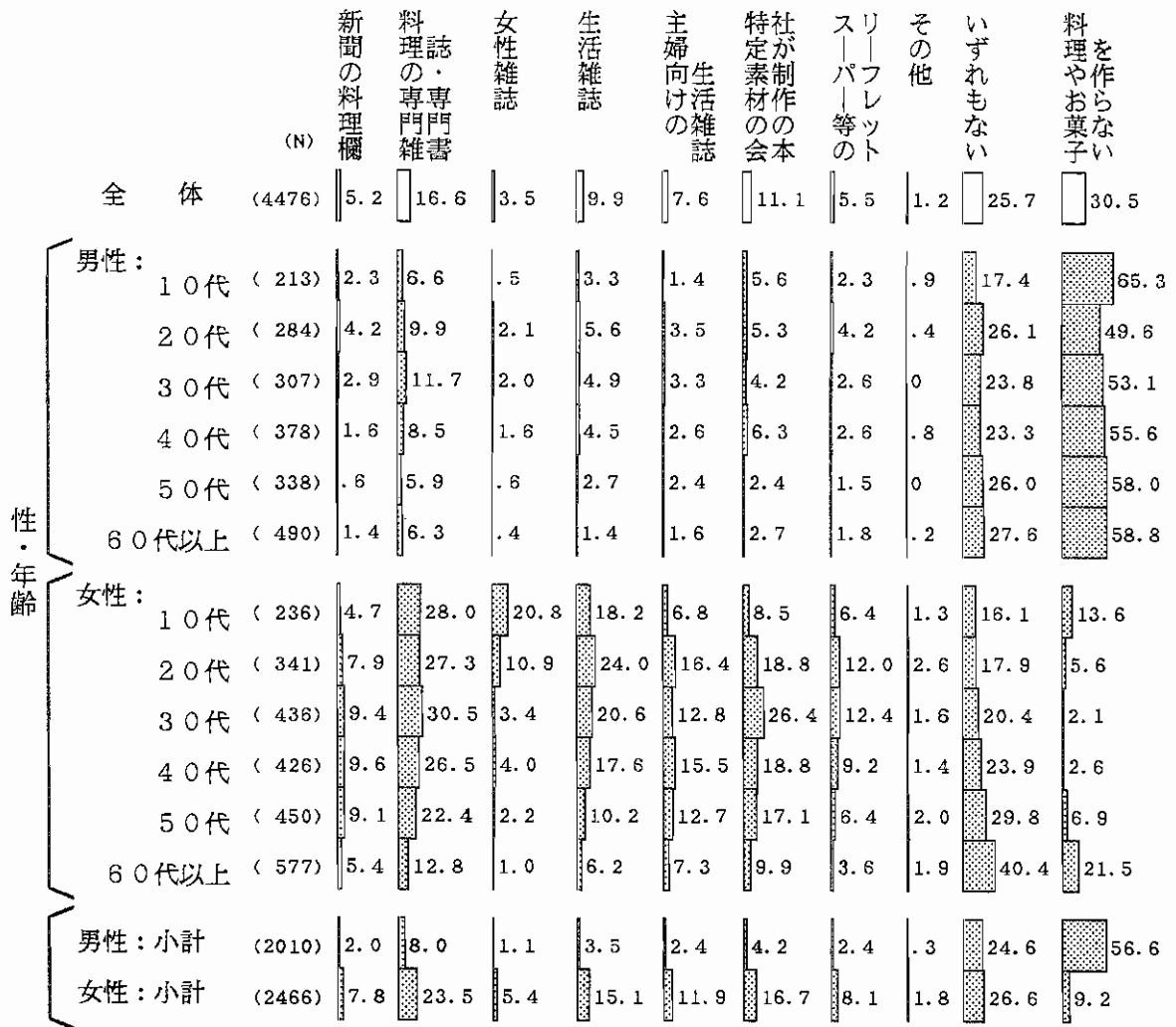


② 使ってみたいもの

使ってみたいという視点でみると、男性は 30 代で「料理の専門雑誌・専門書」が 12%みられる他は特記するものはない。

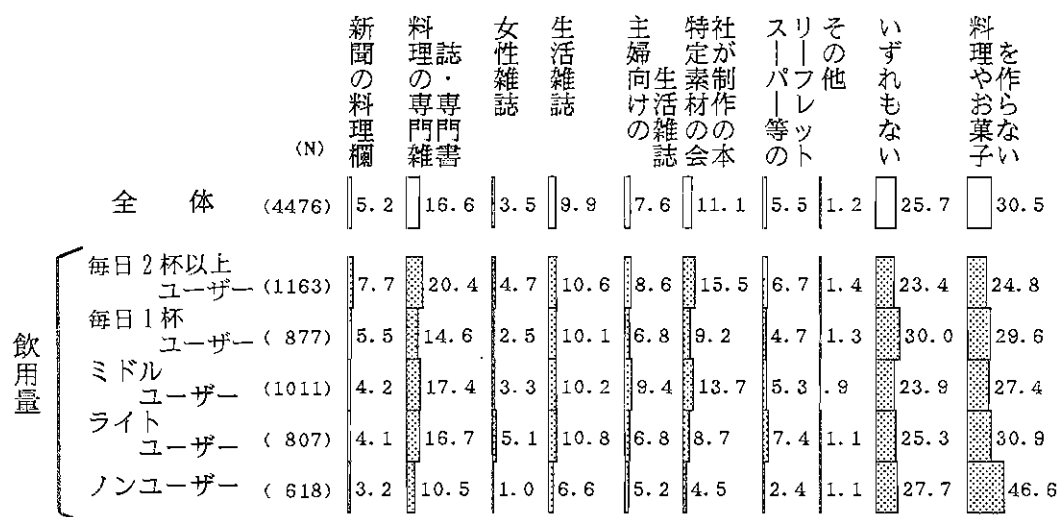
女性は「料理の専門雑誌・専門書」「生活雑誌」などが 20~50 代までの人々に求められている。「特定素材の会社が制作の本」は、20 代から 50 代までの幅広い層に 2 割前後で使ってみたいとされている。

図表 V-15 参考にする活字情報—使ってみたいのは— (MA)



白もの牛乳類の毎日2杯以上ユーザーとライトユーザーでは、使ってみたいという点ではそれほど大きな差がなく、ライトユーザー、ミドルユーザーでも「料理の専門雑誌・専門書」「生活雑誌」「特定素材の会社が制作の本」などへの要望が10~20%みられている。

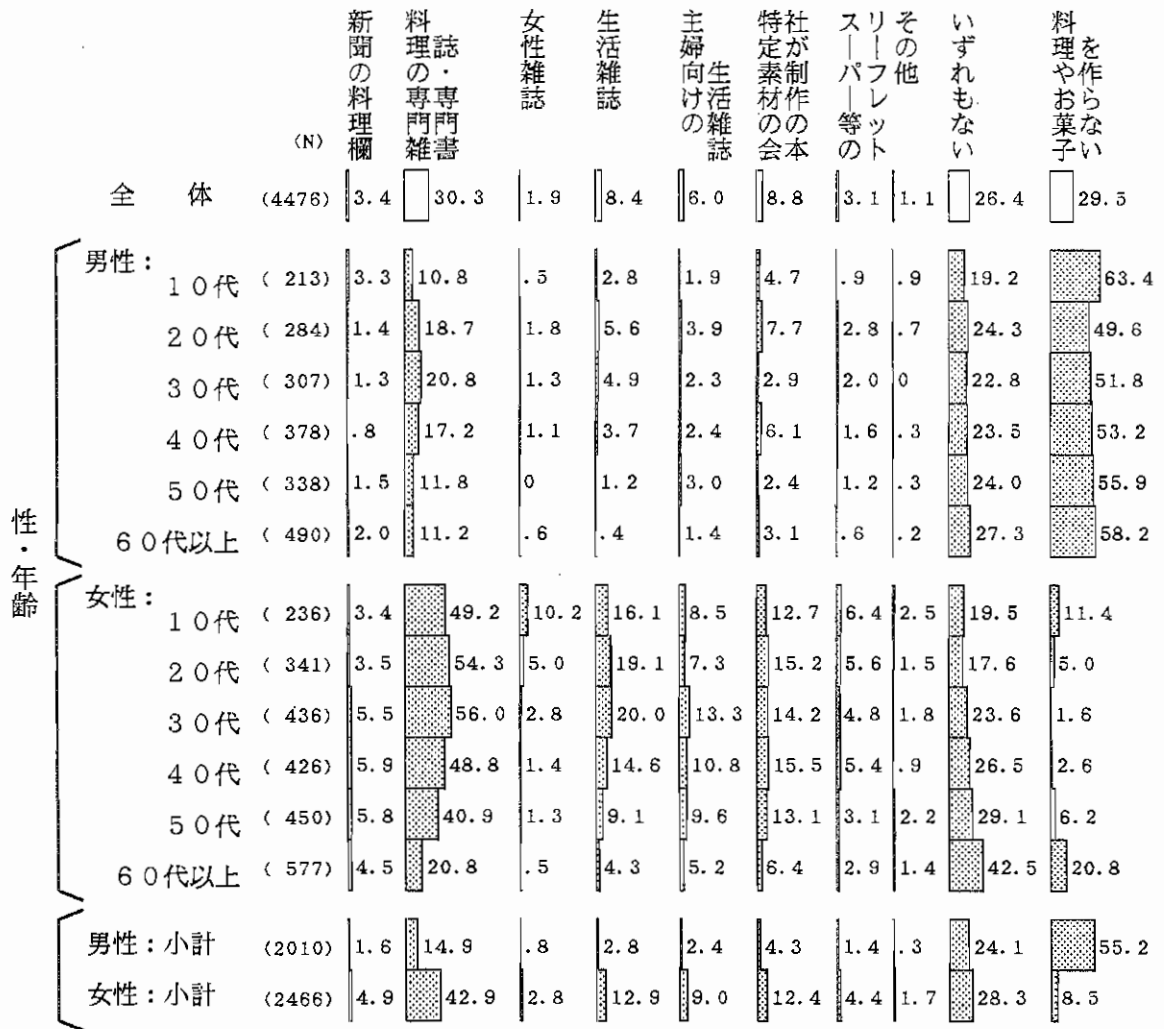
図表 V-16 参考にする活字情報－使ってみたいのは－ (MA)



③ 家にそろえたいもの

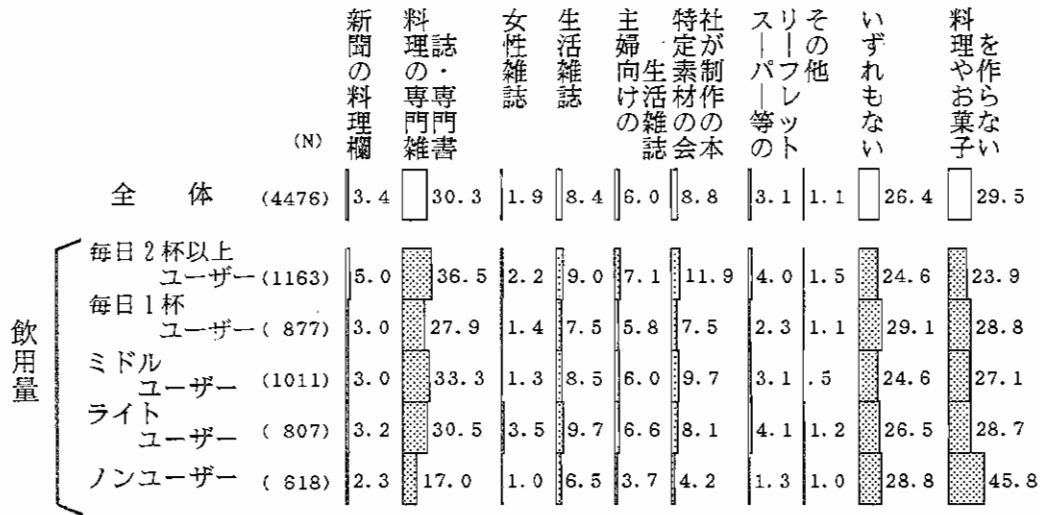
家にそろえたいという視点では「料理の専門雑誌・専門書」などがダントツで多い。女性の10～50代までではほぼ半数の人があげている。次いで「生活雑誌」であり、10代から40代の女性で人気がある。

図表 V-17 参考にする活字情報—家にそろえたいのは— (MA)



白もの牛乳類の飲用量の多少にかかわらず、「料理の専門雑誌・専門書」へのニーズが高い。

図表 V-18 参考にする活字情報—家にそろえたいのは— (MA)

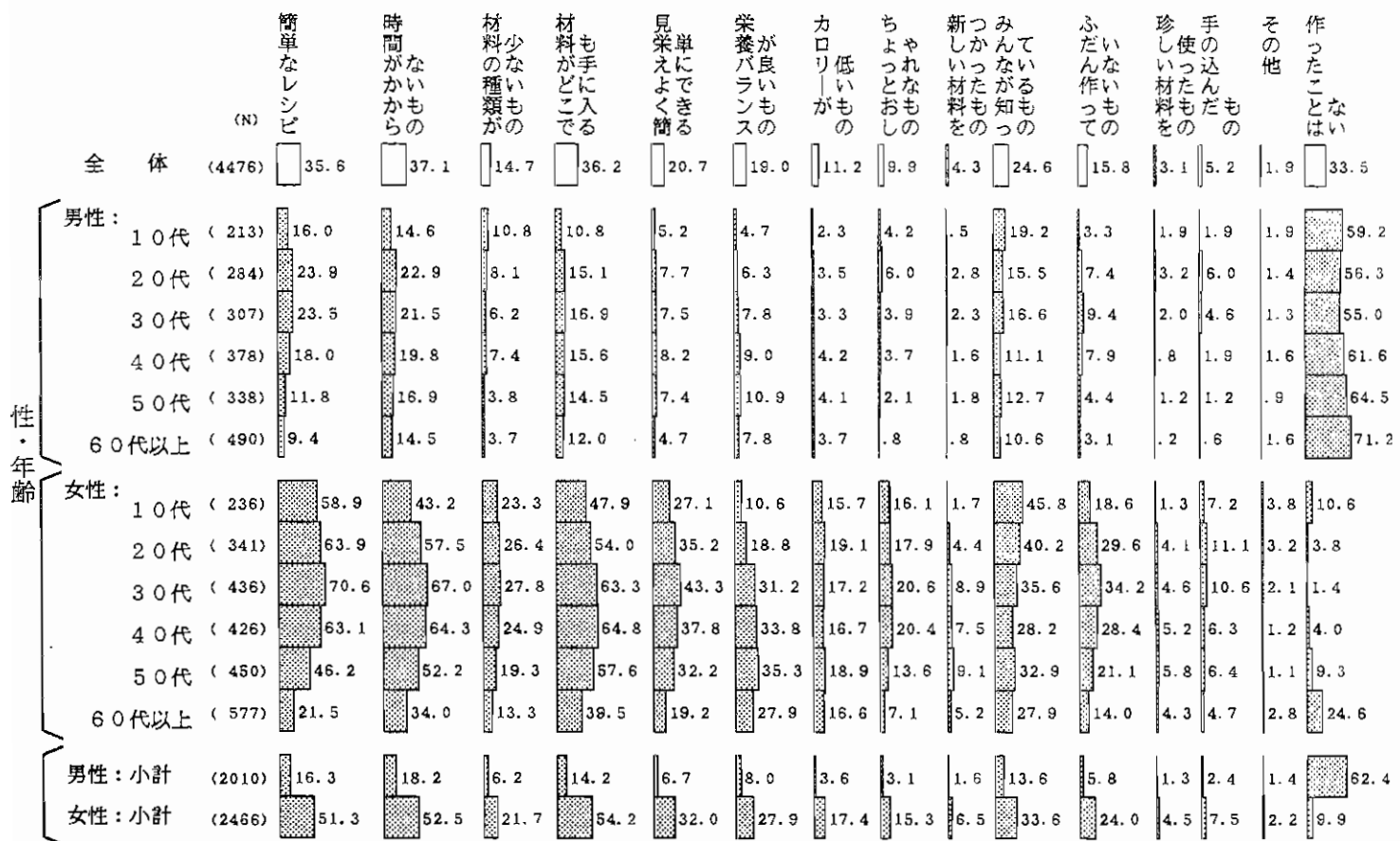


2) 実際に作ったことがあるもの

料理本をみて実際に作ったことがあるものは何かをみていくと、「時間がかからないもの」37%、「材料がどこでも手に入るもの」36%、「簡単なレシピ」36%の3つである。

男性でもこれら3タイプの料理は、「作ったことがある」が1～2割に及んでいる。女性でもこの3タイプが最もよく作られており5割を超える。女性では次いで「みんなが知っているもの」「見栄えよく簡単にできる」が3割強で続き、さらには「栄養バランスが良いもの」「ふだん作っていないもの」「材料の種類が少ないもの」などが比較的多くあげられた。

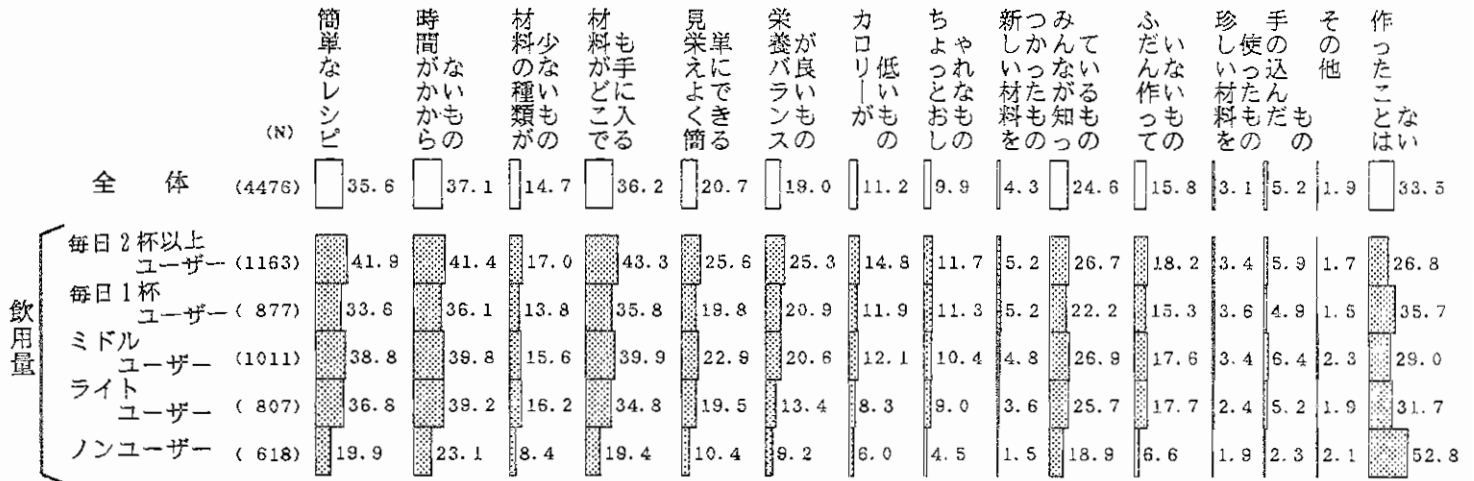
図表 V-19 料理等の本を見て実際に作ったことがあるもの (MA)



白もの牛乳類の毎日2杯以上ユーザーでは料理本を参考に作ったことがある比率が高く、反対に、ノンユーザーでは作ったことがないという比率がやや高い。

毎日2杯以上ユーザーであっても「簡単なレシピ」「時間がかからない」「材料がどこでも手に入る」の3原則は同様であるが、「栄養バランスが良いもの」などへの要望は他の層に比してやや高い。

図表 V-20 料理等の本を見て実際に作ったことがあるもの (MA)



＜付録 1＞各年度のテーマと
サンプル数

年度	サンプル数	テーマ
1987年度	4,664	<ul style="list-style-type: none"> ・ 諸外国の消費動向の研究 ・ 有識者から牛乳消費拡大のためのアイデアを収集
1988年度	4,604	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳・乳製品の表示に関する知識と評価 ・ 牛乳・乳製品の種類に関する知識の度合い
1989年度	4,579	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳・乳製品の種類の多様化への対応 ・ 各種宅配牛乳の利用実態と意見 ・ スポーツと牛乳・乳製品のかかわり
1990年度	4,691	<ul style="list-style-type: none"> ・ スポーツと栄養に関する知識 ・ 輸入乳製品の利用実態と意見
1991年度	4,714	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳の購買場面での選択基準の再度検証 ・ 飲用場面別の牛乳の競合商品 ・ 牛乳に関する知識と飲用量の関係
1992年度	4,651	<ul style="list-style-type: none"> ・ 果汁100%ジュースとの競合関係の変化 ・ 家庭外での牛乳の飲用場面拡大のための方向性
1993年度	4,553	<ul style="list-style-type: none"> ・ 知識と購買行動の関係 ・ 牛乳の伸び悩みがどのような方向にいくか ・ 果汁100%ジュースの行方
1994年度	4,617	<ul style="list-style-type: none"> ・ ティーンエイジャーの女の子への訴求方法 ・ 骨粗しょう症予防と牛乳の結びつき ・ 購買時点での牛乳の課題 (特売の利用状況、宅配の利用理由)
1995年度	4,668	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳をとりまくライフスタイルを明らかにする ・ 「牛乳は太る」のイメージの解明を ・ 骨粗しょう症予防とカルシウム、牛乳の関係を明確に
1996年度	4,706	<ul style="list-style-type: none"> ・ ライフスタイルと牛乳との関係 ・ 消費実感としての牛乳の需要量の変化 ・ 色々な牛乳商品の飲用・購入実態 ・ 骨粗しょう症とカルシウム、牛乳の関係について ・ 1987年から1996年の10年間の変化をみる
1997年度	4,547	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳飲用量の変化とその理由 ・ 牛乳とチーズ・ヨーグルトの消費量 ・ 牛乳と他の飲料 ・ 健康意識と牛乳 ・ 現在の家族の姿と健康

年度	サンプル数	テーマ
1998 年度	4,472	<ul style="list-style-type: none"> ・ 牛乳を1日2回以上飲んでもらうための方策 ・ 牛乳の飲用機会を増やすための訴求ポイント ・ 家庭でのしつけのあり方と牛乳飲用 ・ 健全なダイエットのための牛乳の役割 ・ 種類別の牛乳の飲用量、購入量 ・ 牛乳販売店からの宅配利用 ・ 牛乳普及のための有効な広告チャネル ・ 牛乳容器のあり方 ・ 昨今の不況の影響 ・ 単身世帯、一人暮らしを支える牛乳 ・ 国産ナチュラルチーズの振興策
1999 年度	4,476	<ul style="list-style-type: none"> ・ 白もの牛乳類の飲み方の割合 ・ 白もの牛乳類との混合飲用の実態 ・ 白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ ・ 自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入 ・ 白もの牛乳類の料理利用 ・ 白もの牛乳類、料理についての情報源 ・ バター（油脂類）の使い方 ・ 家庭での牛乳乳製品の常備 ・ 白もの牛乳類のための冷蔵庫の中のスペース ・ メーカーやブランドについて

< 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）や栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいいます。

コーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含みません。

〔全員に〕（N=4476）

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。紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル（コーンフレークを含む）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下さい。（1つだけ○印）

1 毎日飲む	45.6	5 月に2～3回飲む	6.4
2 週に5～6日飲む	10.0	6 それ以下しか飲まない	3.2
3 週に3～4日飲む	13.5	7 全く飲まない	10.6
4 週に1～2日飲む	10.7		

NA

-

〔全員に〕（N=4476）

問2 あなたが飲む白もの牛乳類はどれですか。下記の区分で1週間に飲む量の割合をお答え下さい。

	平均値	
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「 <input type="text" value="種類別"/> 牛乳」と表記されているもの）	68.6	%
低脂肪乳（ローファットミルク）、無脂肪乳	18.9	%
栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンD、乳脂肪分などを加えたもの）	12.5	%
合計	100.0	%

〔全員に〕（N=4476）

問3 あなたは、白もの牛乳類を飲むときは1日に合計で何杯分飲みますか。コップ1杯は140mlくらいです。他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたりなどの場合も含めて、だいたい結構ですから、次の中から1つだけお答え下さい。（1つだけ○印）

1 コップ半杯くらい	9.4	5 コップ4杯くらい	2.4
2 コップ1杯くらい	42.4	6 コップ5杯くらい	1.1
3 コップ2杯くらい	26.4	7 コップ6杯以上	0.5
4 コップ3杯くらい	7.1	8 全く飲まない	10.6

NA

-

〔全員に〕 (N=4476)

問4 あなたは、ふだん白もの牛乳類を結局1日に平均して合計で何 ml くらいお飲みになりますか。

2 | 0 | 8 | .3 ml

〔問1で1～6に答えた方に〕 (N=4003)

問5 あなたは、白もの牛乳類を飲む時はどのような飲み方をしますか。ふだんの量を100%とした時、それぞれどのくらいの割合になるかをお知らせ下さい。ただし、スープやグラタンなど料理に使っているものは除いて下さい。

a. そのまま飲む	7 7 .0 %
b. コーヒー・紅茶・ココアなど 他のものと混ぜて飲む	2 0 .1 %
c. シリアル (コーンフレークを 含む) にかける	2 .9 %
合 計	1 0 0 .0 %

問6 (1)混ぜて飲む場合はどのような“もの”とでしょうか。また、(2)ふだん混ぜて飲んでいるもの、(3)混ぜて飲むのが好きなもの、はどれでしょうか。それぞれ具体的にお知らせ下さい。(いくつでも○印) (N=4476)

	(1)牛乳と混ぜて 飲んだこと のあるもの	(2)ふだん牛乳と 混ぜて飲んで いるもの	(3)牛乳と混ぜて 飲むのが 好きなもの
コーヒー	44.6	33.6	31.3
紅茶	27.3	13.7	13.0
ココア、チョコレートシロップ	26.6	13.0	14.5
果物/野菜のジュース	8.9	1.8	2.7
バナナ、いちごなど果物	25.3	7.7	11.9
シモン、カミールなどのスパイス、ハーブ	1.5	0.3	0.2
きなこ/ごま	9.5	2.8	2.7
抹茶	6.6	0.9	1.7
果物/野菜の粉末	2.4	0.6	0.3
はちみつ	6.0	1.2	1.1
ジャム	1.4	0.1	0.2
ヨーグルト	4.6	1.2	1.3
乳酸菌飲料 (ヤクルト、カルピスなど)	6.6	1.2	1.6
麦芽飲料 (ミロなど)	13.5	3.1	4.2
アルコール飲料	5.0	0.7	1.1
その他 ()	3.2	2.0	1.8
全く飲まない	10.6	10.6	10.6
NA	38.1	43.0	42.5

〔全員に〕 (N=4476)

問7 あなたが白もの牛乳類を飲むのは、どのような時ですか。そのまま飲む以外の場合も含めて、(1)時々でも飲む機会のある時(いくつでも○印)、(2)最も飲む機会が多い時(1つだけ○印)をお答え下さい。

	(1) 時々でも 飲む機会のある時 (いくつでも○印) ↓	(2) 最も飲む 機会が多い時 (1つだけ○印) ↓
朝食時	63.3	42.0
昼食時	26.3	7.8
夕食時	17.3	4.6
おやつや間食時	45.1	13.9
夜寝る前	29.3	7.7
工作中	7.5	1.5
勉強中	2.9	0.2
レジャーやスポーツ時	6.1	0.3
風呂上がり	37.9	9.8
その他 ()	2.1	1.1
全く飲まない	10.6	10.6
NA	0.0	0.4

〔全員に〕 (N=4476)

問8 あなたが白もの牛乳類を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお答え下さい。(いくつでも○印)

1 おいしい	32.9	10 骨粗しょう症が心配	25.1
2 好き	29.2	11 良質のタンパク質がある	19.1
3 栄養がある	45.1	12 美容に良い	4.7
4 カルシウムがある	54.8	13 消化が良い	5.2
5 朝食など食事代わりに	9.7	14 便秘に効果がある	17.9
6 水などの代わりに	20.6	15 ぐっすり眠るために	5.3
7 習慣で	18.0	16 気持ちをリラックスさせるために	5.2
8 いつも家にある	31.4	17 医師など医療関係者がすすめる	2.2
9 家族がすすめる	7.7	18 その他 ()	2.4
		19 全く飲まない	10.6
		NA	0.0

〔全員に〕 (N=4476)

- 問9 (1) 白もの牛乳類にはいろいろな種類がありますが、次のうち、あなたがこの1ヵ月
 くらいに飲んだものはどれですか。(いくつでも○印)
 (2) 今後も飲み続けていきたいもの、あるいは、今は飲んでいなくても今後新たに飲
 みたいと思うものはどれですか。(いくつでも○印)

	(1)過去1ヵ月 に飲んだもの (すべて○印)	(2)今後も飲み 続けたいもの /新たに飲み たいもの (すべて○印)
	↓	↓
普通の牛乳(下のどれにも該当しないもの)	67.7	54.0
産地表示牛乳(産地名がブランドになっているもの)	28.9	24.7
低温殺菌牛乳(62℃~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	16.0	12.5
ロングライフ牛乳(LL牛乳、60日間常温で保存できるもの)	4.8	3.8
低脂肪乳(ローファットミルク、乳脂肪分の割合が低いもの)	32.3	25.4
無脂肪乳(乳脂肪分がほとんど入っていないもの)	6.7	7.0
濃厚牛乳(乳脂肪分の割合が高いもの)	13.2	12.3
お腹がゴロゴロしない牛乳	3.1	7.5
栄養強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)	23.6	29.0
ひとつもない	9.4	9.2
	NA	1.7
		1.0

〔全員に〕 (N=4476)

- 問10 白もの牛乳類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1つずつお選び下さい。
 (それぞれ1つずつ○印)

	そう 思う	ま あ そう 思う	あ ま り そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い	NA
牛乳は健康的な生活のためにはなくてはならないものだ	49.5	35.0	9.0	3.6	2.8	0.2
牛乳をふつうに飲んでいる限り肥満を心配することはない	21.5	19.0	21.3	22.0	15.7	0.5
牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	62.6	29.4	3.8	1.4	2.5	0.2
牛乳をふつうに飲んでいる限り、コレステロールを心配することはない	16.7	21.7	24.0	16.4	20.6	0.6
牛乳は子どもの時から一定量飲み続けるべき飲み物である	44.9	31.1	11.2	5.3	7.3	0.2

〔全員に〕 (N=4476)

問11 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
いくつでもお選び下さい。(いくつでも○印)

	白 もの 牛 乳 類 ↓	ミ ル ク テ イ / カ フ エ オ レ ↓	コ ー ヒ ー ↓	紅 茶 ↓	日 本 茶 ↓	オ ー プ ラ ス な ど ビ タ ミ ン ウ オ ー タ ー 、 (レ モ ン の 雫 、 桃 の 天 然 水 、 ニ ア ウ オ ー タ ー ↓	果 物 / 野 菜 の ジ ュ ー ス ↓
シンプルな	34.4	5.3	13.6	18.4	40.9	16.3	8.8
自然な	44.8	2.6	5.7	8.8	49.2	19.5	38.5
元気になる	41.5	4.8	7.1	2.8	11.0	11.7	40.7
健康的な	76.9	3.2	1.6	3.4	35.3	17.0	65.6
なつかしい	8.3	5.9	1.6	2.3	22.5	0.7	2.6
いつでもそばにある	38.2	3.5	27.4	12.6	52.3	4.9	4.9
親しみのある	21.6	11.1	16.8	10.4	43.3	4.8	5.5
あたたかい	7.4	26.1	21.7	20.5	37.4	0.2	1.0
安心できる	25.6	5.4	8.3	6.2	40.3	3.9	12.2
のびのびとする	9.2	2.9	4.4	2.7	9.2	5.8	5.0
ほっとする	9.1	24.7	44.2	24.5	50.8	3.8	2.7
美しくなる	10.4	1.6	0.5	3.3	11.9	7.0	30.4
おしゃれな	0.6	30.7	10.3	27.3	1.2	16.8	3.3
スラッとした きれいな体になる	5.6	0.5	0.7	2.3	8.3	9.8	20.7
トレンドイな	0.7	13.0	9.0	9.5	1.6	25.1	2.3
リラックスできる	6.5	15.4	34.3	21.4	28.4	5.9	3.3
大人っぽい	0.6	11.6	42.3	18.4	9.7	1.7	1.2
個性的	1.4	8.9	7.4	7.6	3.3	15.6	8.0
洗練された	3.5	6.2	8.4	11.8	6.6	9.9	4.1
NA	1.5	11.3	4.8	9.6	1.6	14.6	4.8

〔全員に〕 (N=4476)

問12 あなたは、ふだんどのような飲み物を飲んでいますか。朝食、昼食、おやつ、夕食、夜くつろいでいる時の5つの機会別に、あなたがよく飲んでいるものをいくつかもお知らせ下さい。(それぞれいくつでも○印)

	朝食に よく飲む ものは ↓	昼食に よく飲む ものは ↓	おやつに よく飲む ものは ↓	夕食に よく飲む ものは ↓	夜くつろ いでいる 時よく飲 むものは ↓
白もの牛乳類	48.8	14.7	23.7	10.0	19.9
コーヒー (インスタント、レギュラー)	38.9	22.3	43.6	5.0	21.5
紅茶 (リーフ、ティーバッグ)	10.9	8.7	21.5	2.7	10.7
日本茶 (リーフ、ティーバッグ)	46.9	59.6	28.1	60.4	35.6
ミネラルウォーター	5.9	6.0	5.9	5.6	6.3
ニアウォーター (レモンの雫、桃の天然水、 ビタミンウォーター、オープラスなど)	1.9	6.5	15.3	2.2	8.0
ペットボトルや缶の日本茶	2.1	9.1	7.0	4.0	3.4
ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶	4.2	12.7	11.6	9.2	7.3
ペットボトルや缶のコーヒー、紅茶	2.8	6.8	14.4	1.0	3.3
コーラなどの炭酸飲料	0.7	3.3	17.1	1.7	7.6
果物/野菜のジュース	12.9	6.2	16.6	3.9	8.3
ビール、ワインなどのアルコール類	0.4	0.5	0.3	33.5	22.5
その他 ()	5.0	4.7	3.6	6.2	5.6
NA	1.8	2.7	3.4	3.4	6.4

〔全員に〕 (N=4476)

問13 あなたは、自宅外で食べたり飲んだりするために、白もの牛乳類やヨーグルトなどを買いますか。お買いになるものをすべてお教え下さい。(いくつでも○印)

1 白もの牛乳類	32.8
2 ヨーグルト	32.5
3 ドリンクヨーグルト	21.0
4 自宅外での飲食のためにはどれも買わない	51.1

NA 0.2

問14 では、自宅外のどのような場所を買ったり飲食したりしますか。(1) 白もの牛乳類、(2) ヨーグルト、ドリンクヨーグルト、のそれぞれについてお答え下さい。(N=4476)

(いくつでも○印)

	(1) 白もの牛乳類 を自宅外で 買ったり飲食する 場所は (いくつでも○印)	(2) ヨーグルト、 ドリンクヨーグルト を自宅外で 買ったり飲食する 場所は (いくつでも○印)
	↓	↓
コンビニエンスストア	21.8	28.7
スーパーなど一般小売店 (デパート、生協を含む)	26.1	28.2
職場、学校の中の自販機・売店	6.4	7.1
娯楽施設、スポーツ施設の自販機・売店	4.7	4.1
屋外にある自販機	4.4	4.1
駅のスタンド・売店	3.3	2.1
喫茶店・レストラン	3.5	4.7
その他 ()	1.3	1.0
購入しない	51.1	51.1

NA 9.6 5.7

問15 それでは、だいたい月に何回くらい自宅外で買ったり飲食したりしますか。

(1) 白もの牛乳類、(2) ヨーグルト、ドリンクヨーグルト、のそれぞれについて、自宅外で買ったり飲食したりする回数をお答え下さい。(それぞれ1つずつ○印) (N=4476)

	(1) 白もの牛乳類を 自宅外で 買ったり飲食する 月あたりの回数は (1つだけ○印)	(2) ヨーグルト、 ドリンクヨーグルトを 自宅外で 買ったり飲食する 月あたりの回数は (1つだけ○印)
	↓	↓
月に1~2回くらい	16.5	16.2
月に3~5回くらい	12.4	15.0
月に6~10回くらい	5.0	6.9
月に11~15回くらい	2.1	2.5
月に16~20回くらい	1.4	1.3
月に21回以上	1.3	1.0
購入しない	51.1	51.1

NA 10.3 5.9

料理についてお聞きします

〔全員に〕 (N=4476)

問16 あなたは白もの牛乳類を使って、この1年くらいに次のようなものを作りましたか。
作ったことのあるものをすべてお選び下さい。(いくつでも○印)

インスタント系		手作り系	
1 コーンスープなどインスタントのスープ	22.5	1 コーンスープなどのスープ	17.6
2 インスタントのシチュー	18.9	2 シチュー	32.0
3 インスタントのグラタン	11.0	3 グラタン	20.0
4 インスタントのドリア	3.5	4 ドリア	5.7
5 インスタントカレー	9.4	5 カレー	18.3
6 インスタントのホワイトソース	5.0	6 ホワイトソース	14.0
		7 フレンチトースト	13.8
		8 雑炊	2.9
7 インスタントのシャーベット (フルーチェなど)	14.1	9 シャーベット	1.8
8 インスタントのアイスクリーム	3.0	10 アイスクリーム	2.8
9 インスタントのパパロア、プリン	8.0	11 パパロア、プリン	7.4
10 インスタントのゼリー	3.4	12 ゼリー	4.8
11 インスタント杏仁豆腐	2.5	13 杏仁豆腐	4.0
12 ケーキミックスを使ったケーキ	10.2	14 シュークリーム、ケーキなど	9.5
13 ホットケーキミックスを使ったホットケーキ、ドーナツなど	26.3	15 ホットケーキ、ドーナツなど	15.3
14 その他 (具体的にいくつでもお書き下さい)	0.5	16 その他 (具体的にいくつでもお書き下さい)	4.6
15 どれも作らない	50.4	17 どれも作らない	49.0
NA	1.6	NA	0.8

〔全員に〕 (N=4476)

問17 あなたは、料理やお菓子を作る時、どのような活字情報を参考にしますか。

(いくつでも○印)

	(1)現在使っているのは ↓	(2)使ってみたのは ↓	(3)家にそろえておきたいのは ↓
新聞の料理欄	15.5	5.2	3.4
料理の専門雑誌・専門書	27.8	16.6	30.3
『anan』『FRAU』などの女性雑誌	2.4	3.5	1.9
『オレンジページ』などスーパーでも売っている生活雑誌	16.5	9.9	8.4
『すてきな奥さん』など書店中心に売っている主婦向けの生活雑誌	7.8	7.6	6.0
牛乳、チーズ、ハム、豆腐など、特定素材の会社や団体が作っている料理の本(冊子)	6.9	11.1	8.8
スーパーなどに置いてある料理のリーフレット	10.9	5.5	3.1
その他()	3.9	1.2	1.1
いずれもない	19.5	25.7	26.4
料理やお菓子を作らない	33.2	30.5	29.5
NA	0.4	3.1	2.4

〔全員に〕 (N=4476)

問18 あなたが料理やお菓子の本・雑誌を見て実際に作ったことがあるのはどのようなものですか。(いくつでも○印)

1 簡単なレシピ	35.6	9 新しい材料をつかったもの	4.3
2 時間がかからないもの	37.1	10 みんなが知っている(一般的な)もの	24.6
3 材料の種類が少ないもの	14.7	11 ふだん作っていないもの	15.8
4 材料がどこでも手に入るもの	36.2	12 珍しい材料を使ったもの	3.1
5 見栄えがよく、簡単にできるもの	20.7	13 手の込んだもの	5.2
6 栄養バランスが良いもの	19.0	14 その他()	1.9
7 カロリーが低いもの	11.2	15 料理やお菓子を作ったことはない	33.5
8 ちょっとおしゃれなもの	9.9		
		NA	0.8

〔全員に〕 (N=4476)

問19 あなたは、白もの牛乳類についての情報をどこから得ていますか。あてはまるものをいくつでもお選び下さい。(いくつでも○印)

1 スーパーなどの店頭ポスター	28.8	8 学校	2.4
2 牛乳売り場のチラシや広告(POP)	25.9	9 料理の本・雑誌	11.9
3 新聞	19.5	10 友人、知人	9.0
4 テレビのCMや番組	36.8	11 親、兄弟など家族	8.0
5 ラジオのCMや番組	2.3	12 インターネット	0.1
6 牛乳の容器	23.6	13 その他()	2.2
7 医師、看護師、保健士など医療関係者	3.7	14 どこからも得ていない	21.8
		NA	0.1

ヨーグルトについてお聞きします

〔全員に〕 (N=4476)

問20 ヨーグルトは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下さい。(いくつでも○印)

1 朝食時	37.4	7 勉強中	1.4
2 昼食時	15.7	8 レジャーやスポーツ時	3.6
3 夕食時	11.9	9 風呂上がり	17.4
4 おやつや間食	54.5	10 その他 ()	1.6
5 夜食や寝る前	14.8	11 ヨーグルトを食べたり	
6 工作中	3.3	飲んだりしない	17.6
		NA	0.2

〔全員に〕 (N=4476)

問21 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下さい。(いくつでも○印)

1 おいしい	48.0	10 骨粗しょう症が心配	14.1
2 好き	42.0	11 良質のタンパク質がある	11.6
3 栄養がある	38.8	12 美容に良い	15.6
4 カルシウムがある	35.9	13 消化が良い	18.5
5 朝食など食事代わりに	8.6	14 便秘に効果がある	25.4
6 水などの代わりに	2.5	15 牛乳の代わりに	14.6
7 習慣で	5.6	16 デザートとして	34.5
8 いつも家にある	14.9	17 医師などの医療関係者がすすめる	1.5
9 家族がすすめる	6.0	18 その他 ()	1.3
		19 ヨーグルトを食べたり	
		飲んだりしない	17.6
		NA	0.3

バター（油脂類）についてお聞きします

〔全員に〕（N=4476）

問22 あなたは、次の油脂類を日頃どのようにお使いになりますか。それぞれの使い方をお知らせ下さい。（いくつでも○印）

	パンにぬる	パン・ケーキお菓子作りに使う	炒めものなどの料理に使う	その他	使わない	NA
バター →	47.9	32.0	39.7	3.7	21.9	0.9
マーガリン →	77.9	11.8	14.2	1.4	16.4	1.4
サラダオイル →	0.3	4.5	76.0	7.4	19.5	2.0
ごま油 →	0.2	0.3	64.6	10.7	28.3	1.8
オリーブオイル →	0.8	1.2	47.0	10.1	45.7	2.4

〔全員に〕（N=4476）

問23 バターについて次のような意見があります。あなたはどのようにお考えになりますか。（それぞれ1つずつ○印）

	そう思う	まあそう思う	いえない どちらとも	あまり そう思わない	そう思わない	NA
バターの入った料理は味が良い →	48.5	29.7	15.4	2.8	3.3	0.4
バターの入った料理は香りが良い →	44.4	31.9	16.6	3.4	3.3	0.5
バターもマーガリンも油も1グラムあたりのカロリーは同じなので、太る心配はどれも同じ →	12.6	14.4	38.9	16.2	17.3	0.6
バターはふつうの食べ方をしている限りコレステロールの心配はない →	10.6	16.2	37.3	17.1	18.3	0.6

【フェイスシート】

□□ あなたご自身のことについてお答え下さい。□□

[全員に] (N=4476)

F1 性別

1 男	44.9	2 女	55.1
NA		-	

[全員に] (N=4476)

F2 年齢

44.6	才
-------------	---

[全員に] (N=4476)

F3 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。(1つだけ○印)

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
1 農林漁業	5 管理職	11 専業主婦
2 商工サービス業	6 専門・技術職	12 学生
3 自由業	7 事務職	13 無職
4 内職	8 労務職	
	9 販売・サービス職	
	10 パート・アルバイト	
NA		0.2

[全員に] (N=4476)

F4 あなたは結婚なさっていますか。(1つだけ○印)

1 既婚(同居)	67.3
2 既婚(離婚・死別・別居)	7.8
3 未婚(結婚したことがない)	24.8
NA	0.1

ここからは、お宅での白もの牛乳類や乳製品の購入の仕方、飲み方、食べ方などについてお聞きします。お宅で食料品の買い物など主婦の役割を主になさっている方（単身世帯の方はご自身）が答え下さい。

〔全員に〕（N=4476）

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

1 専業主婦	46.8	4 単身世帯	5.5
2 有職主婦（フルタイム）	21.9	5 その他（ ）	3.1
3 有職主婦（パート・アルバイト）	22.4		
			NA 0.3

〔全員に〕（N=4476）

Q2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。（1つだけ○印）

1 19才以下	0.4	5 35～39才	10.5	9 55～59才	10.7
2 20～24才	2.1	6 40～44才	12.6	10 60～64才	9.5
3 25～29才	4.8	7 45～49才	16.4	11 65才以上	11.7
4 30～34才	7.7	8 50～54才	13.7		
					NA 0.1

〔全員に〕（N=4476）

Q3 世帯主の方の職業を次の中からお知らせ下さい。（1つだけ○印）

〔自営・家族従業〕		〔勤め〕		〔無職〕	
1 農林漁業	4.7	5 管理職	12.8	11 無職	20.3
2 商工サービス業	10.5	6 専門・技術職	15.1		
3 自由業	5.8	7 事務職	9.0		
4 内職	0.2	8 労務職	10.0		
		9 販売・サービス職	7.9		
		10 パート・アルバイト	3.2		
					NA 0.5

〔全員に〕（N=4476）

Q4 お宅の世帯年収は全部でどのくらいになりますか。他人にもらすことは絶対にしませんので、ご家族全部の収入を税込みで、ボーナス、内職、利息収入なども含めて概算でお教え下さい。（1つだけ○印）

1 ～400万円未満	23.0	4 800～1000万円未満	13.8	
2 400～600万円未満	22.9	5 1000万円以上	12.3	
3 600万円～800万円未満	19.0			
				NA 9.1

〔全員に〕（N=4476）

Q5 同居している家族人数をご自分も含めてお知らせ下さい。（1つだけ○印）

1 1人	5.7	4 4人	25.2	6 6人	8.9
2 2人	20.0	5 5人	13.9	7 7人以上	4.3
3 3人	21.9				
					NA 0.0

〔全員に〕 (N=4476)

Q6 お宅の家族構成（同居している家族）を、次の中から1つだけお選び下さい。

（1つだけ○印）

1	単身世帯	5.5
2	夫婦2人	17.1
3	2世代世帯（親と子）	55.3
4	3世代世帯（親、子、孫）	19.7
5	その他（ ）	1.9
	NA	0.5

〔Q6で3、4、5に答えた方に〕 (N=3444)

Q7 では、同居している家族の中で一番下の人はどのような方ですか。（1つだけ○印）

1	学齢前	19.1
2	小学生	15.6
3	中学生	10.3
4	高校・大学生	18.0
5	それ以上	36.4
6	子どもはいない	0.4
	NA	0.2

白もの牛乳類（注）の購入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）や栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいいます。

コーヒーストックやフルーツ牛乳などは含みません。

〔全員に〕 (N=4476)

Q8 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	毎日	21.8	4	2週間に1回くらい	3.4
2	週に2～3回くらい	50.7	5	月に1回以下	2.2
3	週に1回くらい	17.7	6	ほとんど買わない	4.1
				NA	0.1

〔全員に〕 (N=4476)

Q9 お宅では、平均すると1週間に白もの牛乳類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、白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書き下さい。

約

	3
--	---

 .

5

 リットル/1週間あたり

〈記入例〉

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

約

	2
--	---

 .

6

 リットル/1週間あたり

〔全員に〕 (N=4476)

Q10 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）や栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を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、少数点以下1位まででお答え下さい。なお、それぞれの白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書き下さい。

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「

--

牛乳」と表記されているもの）

約

	2
--	---

 .

5

 リットル
/1週間

低脂肪乳（ローファットミルク）、無脂肪乳

約

	0
--	---

 .

6

 リットル
/1週間

栄養強化牛乳（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

	0
--	---

 .

4

 リットル
/1週間

〔全員に〕 (N=4476)

Q11 お宅では、白もの牛乳類をどのような場所で購入していますか。

- (1) ふだん白もの牛乳類を買うのに利用しているのはどこですか。(いくつでも○印)
 (2) その中で、主に利用しているのはどこですか。(1つだけ○印)
 (3) 今後新たに利用したいのはどこですか。(いくつでも○印)

	(1) ふだん 利用するのは どこですか (いくつでも○印)	(2) 主に 利用するのは どこですか (1つだけ○印)	(3) 今後 新たに利用 したいのは どこですか (いくつでも○印)
	↓	↓	↓
スーパーへ買いに行く	82.0	65.7	1.0
コンビニエンスストアへ買いに行く	23.0	3.0	2.6
生協へ買いに行く	10.9	3.6	2.4
その他の店(自販機を含む)へ買いに行く	3.4	1.2	1.0
牛乳販売店からの宅配	19.6	13.6	3.3
共同購入	5.2	3.3	0.7
生協、スーパー、コンビニエンスストア、 デパートからの宅配	7.6	4.6	2.3
白もの牛乳類を購入しない	3.3	/	/
		62.0	
NA	0.3	4.9	25.8

〔白もの牛乳類を宅配でとっている方(Q11(1)で5~7に答えた方)に〕 (N=1333)

Q12 お宅で白もの牛乳類を宅配でとっているのはどのような理由からですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも○印)

1 牛乳を売っている店が近くにない	3.2
2 牛乳は重い	14.5
3 新鮮なものが手に入る	31.8
4 好きな銘柄の牛乳が手に入る	12.2
5 カルシウム強化牛乳など特定の牛乳が手に入る	17.3
6 店で売っているものよりも品質が良い	23.5
7 買いに行かなくていいので便利	48.7
8 他のものといっしょに配達してくれる	19.1
9 定期的に配達してくれる	48.5
10 ビン牛乳はおいしい	27.8
11 近所のお付き合い、知人に誘われて	11.7
12 その他()	4.2
13 特に理由はない	1.7
NA	1.3

〔全員に〕 (N=4476)

Q13 お宅では、次のものが冷蔵庫の中に置いてありますか。置いてある頻度をお知らせ下さい。(それぞれ1つずつ○印)

	いつも置いてある	置いてある時の方が多い	置いてない時の方が多い	ほとんど置いていない	NA
白もの牛乳類	→ 75.8	13.5	5.1	5.2	0.4
ヨーグルト (ドリンクヨーグルトを含む)	→ 30.2	35.2	21.6	12.0	1.0
チーズ	→ 40.3	22.3	20.6	15.6	1.2
バター	→ 59.2	17.7	9.8	12.4	0.9
生クリーム	→ 4.0	4.8	24.2	64.5	2.6

〔全員に〕 (N=4476)

Q14 お宅では、今日、冷蔵庫の中に白もの牛乳類が何本ありますか。(1) 1リットルサイズのもの、(2) それ以外の容量のもの、のそれぞれについてお答え下さい。(それぞれ1つずつ○印)

	1本	2本	3本	4本	5本以上	なし	NA
1リットルサイズのもの	→ 46.1	23.9	5.7	2.0	1.0	19.8	1.6
それ以外の容量のもの	→ 8.9	7.6	3.7	1.5	1.7	68.7	7.8

〔全員に〕 (N=4476)

Q15 お答えいただいている今日は何曜日ですか。(1つだけ○印)

1 月曜日	14.8	5 金曜日	12.5
2 火曜日	11.3	6 土曜日	20.4
3 水曜日	9.5	7 日曜日	22.9
4 木曜日	8.5		

NA 0.1

〔全員に〕 (N=4476)

Q16 お宅の冷蔵庫にはふだん、白もの牛乳類を1リットルパックにして何本くらい入れておくスペースが確保されていますか。(1つだけ○印)

1 1本	27.2	4 4本	6.7
2 2本	37.9	5 5本以上	7.3
3 3本	17.0	6 スペースはない	3.7

NA 0.2

〔全員に〕 (N=4476)

Q17 お家でふだん白もの牛乳類を飲む方の人数をお知らせ下さい。(1つだけ○印)

1 1人	13.7	5 5人	7.3
2 2人	31.4	6 6人	2.8
3 3人	23.6	7 7人以上	0.8
4 4人	16.9	8 牛乳を飲む人はいない	3.4
		NA	0.2

〔全員に〕 (N=4476)

Q18 白もの牛乳類のメーカーやブランドについてあてはまるものをそれぞれ1つずつお選び下さい。(それぞれ1つずつ○印)

	はい	いいえ
牛乳はいつもブランドを決めて同じものを買っていますか	47.0	52.5
		NA 0.5
	そう思う	そう思わない
牛乳はメーカーやブランドによって味が違うと思いますか	83.4	15.9
		NA 0.7

料理についてお聞きします

〔全員に〕 (N=4476)

Q19 お宅では、白もの牛乳類をスープなどの料理やお菓子作りに使うことがどのくらいありますか。(1つだけ○印)

1 ほぼ毎日	0.7	5 月に2~3回くらい	24.8
2 週に4~5回くらい	1.2	6 月に1回くらい	19.2
3 週に2~3回くらい	7.9	7 ほとんど使うことはない	29.7
4 週に1回くらい	16.2		
		NA	0.4

〔全員に〕 (N=4476)

Q20 お宅では、料理やお菓子作りに使う白もの牛乳類の量はどのくらいですか。

1ヵ月合計でどのくらいの量になるかお答え下さい。

なお、白もの牛乳類を全くお使いにならない場合は「0」とお書き下さい。

約

	0
--	---

 .

	8
--	---

 リットル

バターについてお聞きします

〔全員に〕 (N=4476)

Q21 お宅ではふだん、バターをどのようにお使いになっていますか。パンにぬる、パン・ケーキ・お菓子作りに使う、炒めものなどの料理に使う、などの場合について、それぞれの割合を合計が「100」となるようにお知らせ下さい。なお、バターを全くお使いにならない場合は「0」とお書き下さい。

パンにぬる	4 6 .1	%	
パン・ケーキ・お菓子作りに使う	1 7 .3	%	
炒めものなどの料理に使う	3 4 .9	%	
その他 ()	1 .6	%	
合 計			
	1 0 0	%	

※ バターの使用者ベース

日常生活についてお聞きします

〔全員に〕 (N=4476)

Q22 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。あるものの番号をいくつでもお選び下さい。(いくつでも○印)

1 朝食は毎朝必ず用意する	87.0
2 食品添加物などに気をつけて食品の買い物をする	52.1
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	61.9
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	66.0
5 タンパク質、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	42.0
6 朝食、夕食など家族そろって食事をするようにしている	54.7
7 友だちなど人を呼んでごちそうするのが好き	14.1
8 料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き	50.9
9 手芸など手作りのものを作るのが好き	26.8
10 スポーツなどをして体を動かすように心がけている	26.6
11 住まいの整理整頓が好き	30.9
12 地域に仲の良い友人がたくさんいる	38.3

NA 0.7

～～ご協力下さいましてありがとうございました。～～

1999年牛乳乳製品の消費動向に関する調査

[第13回]

1999年12月発行

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

後援 農林水産省
農畜産業振興事業団

調査実施機関 株式会社 日本リサーチセンター