



第 8 回

牛乳・乳製品の消費動向に 関する調査



1995年3月

社団法人 全国牛乳普及協会

後援：農林水産省 畜産振興事業団

目 次

調査設計	
調査の目的	1
調査方法	3
調査結果の要約と今後の課題	
調査結果の要約	9
今後の課題	14
調査結果の詳細	
I 牛乳に対する態度	17
1. 飲み物の中での牛乳の位置づけ	17
1) 好きな飲み物・嫌いな飲み物	17
2) 常備率	19
3) 飲用場所	20
4) 最近よく飲むもの	21
2. 牛乳の好きな人	22
3. 飲み物のイメージ	24
4. 牛乳・乳製品を飲む場面	26
5. 牛乳の飲用頻度と量	29
1) 牛乳の飲用頻度	29
2) 牛乳の飲用量	31
6. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	40
7. 牛乳を飲む理由	42
8. 牛乳に関する知識	46
9. 「骨粗しょう症」について	49
1) 「骨粗しょう症」という言葉の認知率	49
2) 「骨粗しょう症」の認知内容	51
3) 「骨粗しょう症」になる心配	54
4) 「骨粗しょう症」の予防のためにしていること	56
5) 「骨粗しょう症」予防に必要なカルシウム量の知識	59
10. 健康への関心と実践	63
1) 食べ物に望むこと	63
2) 食べ方での配慮	66

II 牛乳の購入実態	68
1. 購入頻度と購入量	68
2. 牛乳を買わない理由	73
3. 家庭でのストック本数	74
4. 購入場所	76
5. 「特売」への態度	79
1) 特売で買うか	79
2) 特売は消費増に結びつくか	81
3) 特売の店にわざわざ出向くか	82
6. 「宅配」について	83
1) 宅配を利用する理由	83
2) 宅配を利用しない理由	85
III 乳製品に対する態度	88
1. ヨーグルト・チーズを食べる頻度	88
2. 好きなチーズの種類	92
3. 乳製品に関する知識	94
4. 家庭での乳製品の利用状況	96
グループインタビュー結果のまとめ	103

〔付 調査票と単純集計結果〕

はじめに

この報告書は、1994年度に実施した「牛乳・乳製品の消費動向に関する調査」をとりまとめたものです。

この調査は、1987年から実施し、今回は第8回になります。この8年間の牛乳・乳製品の消費動向や消費者意識の方向を明らかにしています。今年度は骨粗しょう症に関する知識や1日に必要なカルシウム量、食べ物に望むことなど、牛乳をとりまく背景を新しい話題として取り上げました。

今後もより一層牛乳や乳製品に親しんでいただくため、この報告書を参考資料としてご活用いただければ幸いです。

1995年3月

社団法人 全国牛乳普及協会
会長 鴻巣 健治

調 査 設 計

調査の目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は1987年度に全国の消費者やモニターの方々を対象に牛乳・乳製品の消費動向を調査したことに始まった。以来、1993年度まで7回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を行い、牛乳・乳製品の需要動向や意識を時系列におさえると共に、各年以下のとおりのテーマを設定し、それぞれ分析を行ってきた。

各年度のテーマ

- 1987年度
 - ・ 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
 - ・ 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
- 1989年度
 - ・ 牛乳・乳製品の種類の多様化に対して人々がどのように対応しているのか
 - ・ 各種宅配牛乳の利用実態と意見
 - ・ スポーツと牛乳・乳製品のかかわり
- 1990年度
 - ・ 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
 - ・ 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
 - ・ 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
 - ・ 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

第8回調査では、牛乳・乳製品の需要動向および意識等を時系列でおさえるとともに、今回の特別な課題である下記のテーマを深く掘り下げ、牛乳消費拡大のための方策を追求する。

調査の目的

以上のような発想のもとに特に次のテーマを中心に調査を進め、牛乳・乳製品の需要拡大に寄与するような資料を得る。

テーマ1 ティーンエイジャーの女の子への訴求方法を探る

女の子は中学生になるとなぜ急激に牛乳を飲むのをやめてしまうのか。そのライフスタイルや意識の変化に着目し、飲用量の低下を止める手掛かりを得る。

テーマ2 骨粗しょう症予防と牛乳の結びつきを明確に

骨粗しょう症は、名前の認知率だけは非常に高くなったが、その原因がカルシウム不足であることやどんな病気なのかまだ十分意識されていない。また骨が新陳代謝することなども知られていないため、骨粗しょう症の予防と牛乳が十分結び付けられていない傾向がみられる。

女性の長い一生の中で、牛乳ときちんと付き合うことが、高齢になってもより質の高い生活を送る上で重要なことであることがどの程度意識されているのかを明らかにし、意識向上のための伝達手段、訴求点は何かを明らかにする。

テーマ3 購買時点での牛乳の課題を明らかにする

スーパーなどでは特売の目玉商品として牛乳を売っているが、果たしてスーパーの特売は牛乳の消費量拡大に役立っているのかどうか。また、牛乳販売店利用の長所、短所を明らかにし、宅配利用増加の可能性を探る。

テーマ4 ターゲット別に牛乳消費拡大を考える

成長期の男女、若い男女、中高年の男女、高齢期の男女など層別にわけた場合、牛乳に対する思い入れや消費状況はそれぞれ異なる。消費拡大を考える場合、トータルとして消費拡大を考えるよりは、層を細かく分けてきめ細かに拡大策を考える方が効率的である。ターゲット別にキイポイントになるワードや方策を探る。

調査方法

1. 目的

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

2. 対象者

13才以上の男女個人6,000人

(ただし、購入等に関する質問に関してはその世帯の主婦的役割を担う人が回答する。単身世帯の場合は本人が全て回答)

3. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

* 層化多段抽出法の手順は以下の通り。

まず、平成2年国勢調査時の人口に基づき地域と都市規模(各5分類)により、層化する。

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

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

4. 地 域

全国6,000サンプル（下表参照）

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

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

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

1994年 9月22日～10月12日

7. 回収状況 回収数 4,617サンプル（77.0%）

未回収数 1,383サンプル（23.0%）

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,383	182	80	334	608	93	86
100.0%	13.2	5.8	24.1	44.0	6.7	6.2

※各年度の回収サンプル数

1993年	4,553	1989年	4,579
1992年	4,651	1988年	4,604
1991年	4,714	1987年	4,664
1990年	4,691			

なお、本調査の補完としてグループインタビューを実施した。

1. 対象者

首都圏在住の女子中学・高校生および、その年齢の娘を持つ母親

女子中学生	8名×2グループ	} 計6グループ
女子高校生	8名×2グループ	
中高生の娘を持つ母親	8名×2グループ	

2. 調査方法 グループインタビュー

3. 調査日時 1994年 7月20日～22日

調査結果の要約と
今後の課題

調査結果の要約

注) *印のついた項目は今回新しく調査したもの

1. 牛乳の飲用実態

(1)牛乳の飲用量がやや増加

牛乳の飲用頻度は1ヵ月平均19回で、1990年代に入ってから変化はみられないが、毎日牛乳を飲む人の割合は、年々増えてきている。

1日当たりの平均飲用量は154mlで過去最大である。13才以上全体の飲用量はこれまで男高女低だったが、今年は逆転し、女性の方が多くなった。

(本文中P 29.31)

(2)女性の飲用量が伸びている

男女とも、小学生では1日300ml前後牛乳を飲んでいるが、中学・高校と成長に従って飲用量が減り、20代以降はコップ1杯(140ml)前後になっている。1994年は30代~50代を中心に女性の飲用量が増加している。

(本文P 32.33)

* (3)牛乳は朝食やおやつ・間食、夜食・寝る前によく飲まれている

朝食時には2人に1人が牛乳を飲んでおり、おやつ・間食時は4人に1人、夜食・寝る前は5人に1人が牛乳を飲んでいる。(本文P26)

2. 牛乳を飲む背景

* (1)牛乳をたくさん飲む人ほど健康のためにスポーツをしている

10人中6人は自分の健康のために運動やスポーツを週に1回以上行っている。この頻度は牛乳をたくさん飲む人ほど多く、牛乳を1日に200ml以上飲む人の7割は週に1回以上体を動かしている。牛乳をよく飲む人は健康のためによく運動することも多い。(本文P40)

(2)牛乳は単に「栄養があるから」というだけでなく「カルシウムがあるから」飲む

牛乳は「カルシウムがあるから」「栄養があるから」という機能的な理由から飲む人が多くみられる。この調査を開始した1987年当時は「栄養があるから」が1位だったが、昨年ほぼ同率に並び、今年は「カルシウムがあるから」が逆転して1位となっている。単に「栄養」というだけではなく、具体的にカルシウムに注目が集まってきている。(本文P42)

(3)「牛乳はカルシウム食品」という知識はゆきわたっている

「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品」「骨や歯を守るために女性や中高年はできるだけ飲んだ方が良い」という知識は年々上昇し、ほぼ全員にゆきわたってきた。しかし、「牛乳のカルシウムはストレス解消に役立つ」などカルシウムの骨づくり以外の効果についてはよく知られておらず、血圧や肥満、コレステロールとの関係については理解していない人も多くみられる。

(本文P46)

3. 食べ物に求めること・牛乳のイメージ

* (1) 食べたい食べ物のトップは「骨が丈夫になるもの」

「骨粗しょう症」の知識が普及したこともあってか、「食べたい食べ物」として「骨が丈夫になるもの」を過半数があげている。また「体のバランスをよくするもの」をあげる人も多く、この2つは性・年齢にかかわらず、どの層でも共通して求められている。(本文P63)

* (2) ヤング女性は「肌がきれいになるもの」、ヤング男性は「背が高く」「パワー」「筋肉」

食べ物に求めるものは性・年齢によって大きな違いがある。

若い男性は「背が高くなる」「筋肉がしっかりする」「パワーが出る」、中高年男性は「成人病にならない」ものを求めている。

女性の場合、10代は男性と同じ「背が高くなる」の他に「太らない」「肌がきれいになる」ものも期待している。20代になると、身長より「太らない」「肌がきれいになる」「お通じがよくなる」ものが望まれる。中高年になると「骨が丈夫になる」「成人病にならない」「お通じがよくなる」と変化している。(本文P64)

* (3) 牛乳のイメージは「体によい」「健康的」

8割の人が牛乳に「体によい」「健康的」というイメージを持っている。一方、「カロリーが高い」「子供っぽい」「ダサイ」などのマイナスイメージは他の飲料に比べ相対的に少ない。

「おいしい」というイメージを持つ人は、果汁100%ジュースや缶コーヒーなどに比べると、あまり多くない。(本文P24)

4. 「骨粗しょう症」に関する知識

(1) 「骨粗しょう症」の理解は引き続き上昇

「骨粗しょう症」という言葉を知っている人は、1988年に24%だったが、年々上昇し、1994年には83%にのぼった。(本文P49)

* (2) 女性の2人に1人は「骨粗しょう症」を心配している

自分も「骨粗しょう症」になるかもしれないと「真剣に考える」または「時々考える」人は、男性に比べ女性の方が多く、女性は20代でも4割が、50代では7割以上が心配している。(本文P54)

* (3) 1日に必要なカルシウム量、牛乳に含まれるカルシウム量の知識は低い

「1日に必要なカルシウムの量」が600mgと知っている人は18%のみ。また、「必要量をとるためにあとどれくらい牛乳を飲んだらよいか」についても「わからない」が過半数を占めており、カルシウムの量への理解は充分ではない。(本文P 59, 60)

5. 牛乳の購入実態

(1) 牛乳の購入頻度、購入量は横ばい

牛乳の世帯当りの購入頻度は、月平均15回、1週間の平均購入量は3.8ℓであり、頻度、量ともに過去8年間ほぼ横ばいで推移している。(本文P 68, 69)

* (2) 冷蔵庫に入っている牛乳は、1ℓパック1本ないし2本

いつも冷蔵庫に入っている牛乳の量は、「1本」が47%、「2本」が31%と2本以下が8割を占める。家族人数が多い世帯、消費量が多い世帯でも庫内には「2本」どまりで、たくさん飲む世帯は、購入頻度を多くすることで対応している。(本文P 74, 75)

* (3) 特売で買っても総消費量は増えない

4世帯に3世帯は牛乳の特売を利用している。その際、銘柄にこだわる人と銘柄に関係なく買う人の割合はほぼ同率ある。しかし、特売で安く買うことで消費量が増える世帯は15%と少なく、大多数は「消費量は変わらない」と答

えている。また「牛乳の特売のためにいつも利用する店以外にわざわざ出向く」という人は5%とわずかにすぎない。(本文P 79, 81, 82)

6. 牛乳の購入経路

* (1) 「宅配」と「共同購入」は安定した経路、「コンビニ」は不足時の経路

牛乳を買うのに主に利用した店は、6割の人が「スーパー」をあげ、次いで「牛乳店からの宅配」(16%)や「共同購入」(10%)を利用する人も多くみられる。

一方、1ヵ月の間に牛乳を購入した店は「スーパー」が最も高く、「コンビニエンスストア」が第2位で3割の人に利用されている。「コンビニエンスストア」は主に利用する人が少なく、不足時の購入経路として利用されているようだ。

「牛乳店からの宅配」や「共同購入」はともに主に利用した率と1ヵ月の間に利用した率の差が小さく、安定して利用されている。(本文P 76)

* (2) 宅配のメリットは「新鮮なものが毎日飲めること」

牛乳店からの宅配は2割の世帯で利用されている。宅配は「牛乳を定期的に飲める」「新鮮なものが手に入る」という理由から利用されている。

宅配を利用していないのは「買物のついでにスーパーで買う」「好きな時に近くで買う方が便利」という理由が主であり、宅配の短所をあげた人は多くない。「量が調節できない」という意見も少なからずあった。(本文P 83, 85)

7. 乳製品に対する態度

* (1) 牛乳を飲まない人でもその半数はヨーグルト、チーズを食べる

ヨーグルトやチーズを月に数回以上食べる人は3人に2人みられる。牛乳を月に数回以下しか飲まない人でも、半数が月に数回以上ヨーグルトやチーズを食べている。(本文P 90)

* (2) チーズケーキ、プロセスチーズ、ピザ用・トースト用チーズ、スライスチーズが4強

「チーズケーキ」や「ピザ用・トースト用チーズ」は男性より女性に好まれており、特に若い女性では4人に3人が「チーズケーキ」を好きだと答えてい

る。「プロセスチーズ」や「スライスチーズ」は性・年齢による差が少なく、万人に好まれている。好きなチーズの種類は若い層ほど多くなっている。

(本文P 92, 93)

今後の課題

1. カルシウムは1日 600mgとるのが目安。そのためにあと1日1杯の牛乳を

「骨粗しょう症」の名前の認知率は非常に高く、将来骨粗しょう症になる心配を持っている人も多くみられる。その予防に牛乳がよいことはよく知られているが、実際に1日にどれだけのカルシウムが必要か、ということまでは理解されていない。牛乳はコップ1杯(200ml)で約200mgのカルシウムを含んでいる。1日600mgのカルシウムをとるには、毎日コップ1杯牛乳を飲む人でもあとコップ1杯、それと他の食品(乳製品や小魚など)も食べる必要がある。カルシウムの大切さを訴えるとともに、あとどれくらい牛乳が必要か、わかりやすい摂取目標を提示していくことが必要であろう。

2. 寝る前か間食時にもう一杯の牛乳を

牛乳は朝食時に飲んでいる人が多いが、朝食に飲んでいる人は、間食時や寝る前に飲むように心がけるとよい。寝る前にあたためた牛乳を飲むと昼間の疲れをほぐして、こちよ眠りの手助けとなることから、「寝る前には牛乳を」というフレーズの普及が望まれる。

3. ライフステージにあった飲み方の推奨を

食べ物に対して、ローティーンからハイティーンの年代の女の子はスリムで美しくなれるものを求めており、ヤング男性は、背を伸ばすだけでなくナイスボディ作りへの期待を持っている。中高年の場合は、「成人病にならない」や「お通じがよくなる」ことを望んでいる。

牛乳も単にカルシウムがあるというだけでなく、多様な効果を理解した上で飲むようにすすめるべきであり、骨粗しょう症など中高年になってからの問題で牛乳の飲用をすすめるだけでなく、それぞれのライフステージにあった牛乳の効用を訴えることが大切である。

4. 牛乳が飲めない場合は乳製品を

牛乳はお腹に合わないなどの理由で飲むことができない人がいたり、戸外や職場など牛乳を飲むことが難しい場合もあるが、チーズやヨーグルトでも十分に牛乳の効果を得ることはできる。牛乳を飲むことができない場合は、乳製品を積極的にとるようにアピールするべきだろう。

調査結果の詳細

I 牛乳に対する態度

1. 牛乳の位置づけ

1) 好きな飲み物, 嫌いな飲み物

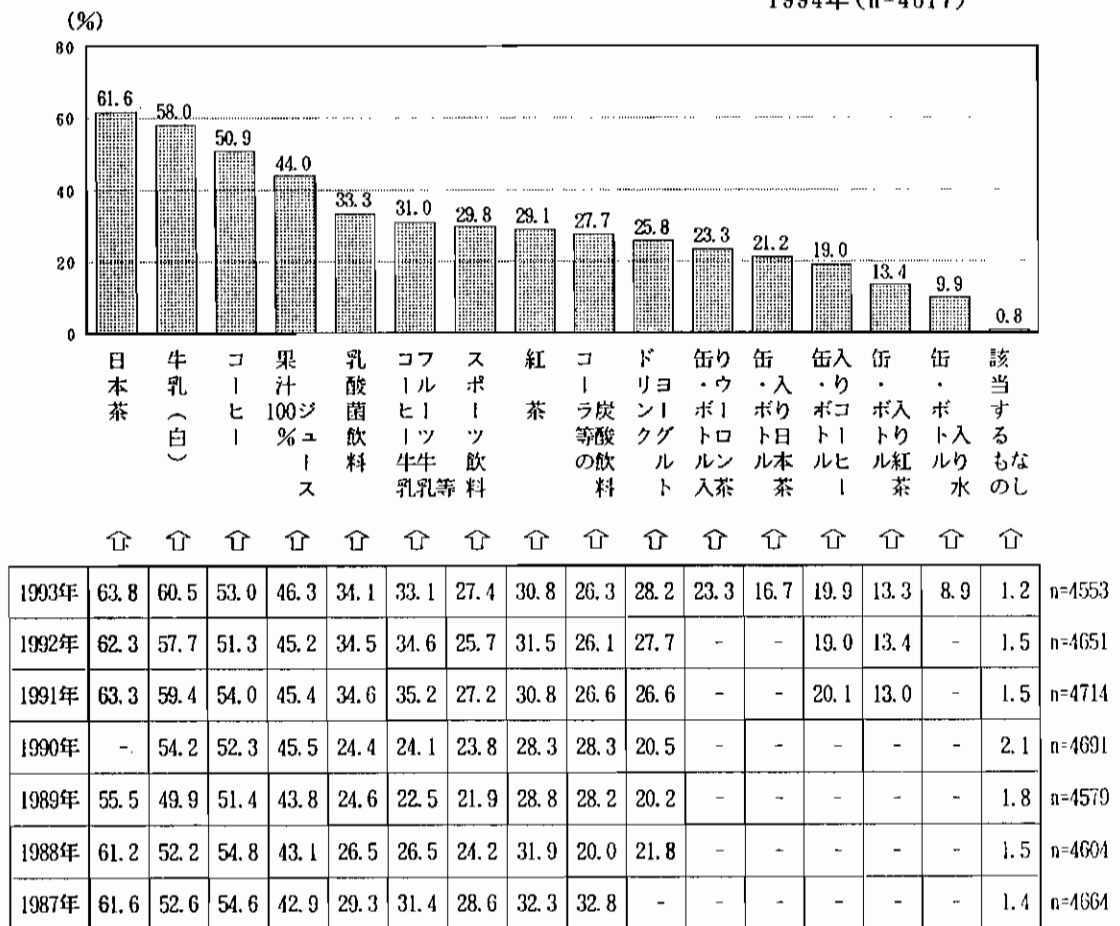
コーラなど炭酸飲料、果汁100%ジュース、コーヒーなど15品目の中で、牛乳がどのように位置づけられているのか見るために、まず「好きなもの」はどれかを聞いた。

好きな飲物として「牛乳(白)」をあげる人は58%であり、「日本茶」(62%)に次いで高い。3番目は「コーヒー」(51%)である。

「缶・ボトル入り日本茶」が1993年調査の17%から今回は21%と伸びてきている。

図I-1 好きな飲み物

1994年(n=4617)

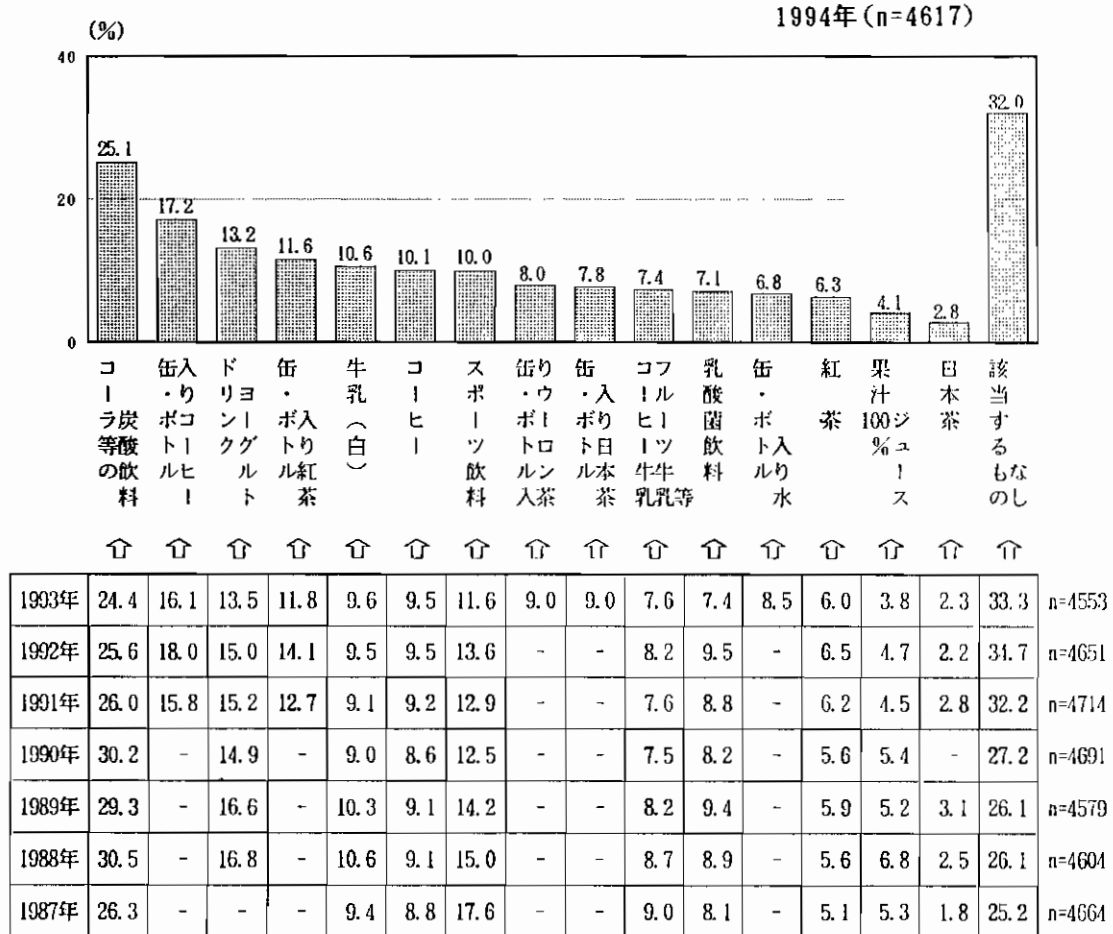


次に同じ飲物について「嫌いなもの」を聞いた。

「牛乳（白）」を嫌いと感じた人は11%であり、過去7回の調査と大きな差はみられない。

「ドリンクヨーグルト」を嫌いと感じた人は13%であるが、1988年から嫌いな人の率がわずかずつ減っていく傾向にある。

図I-2 嫌いな飲み物



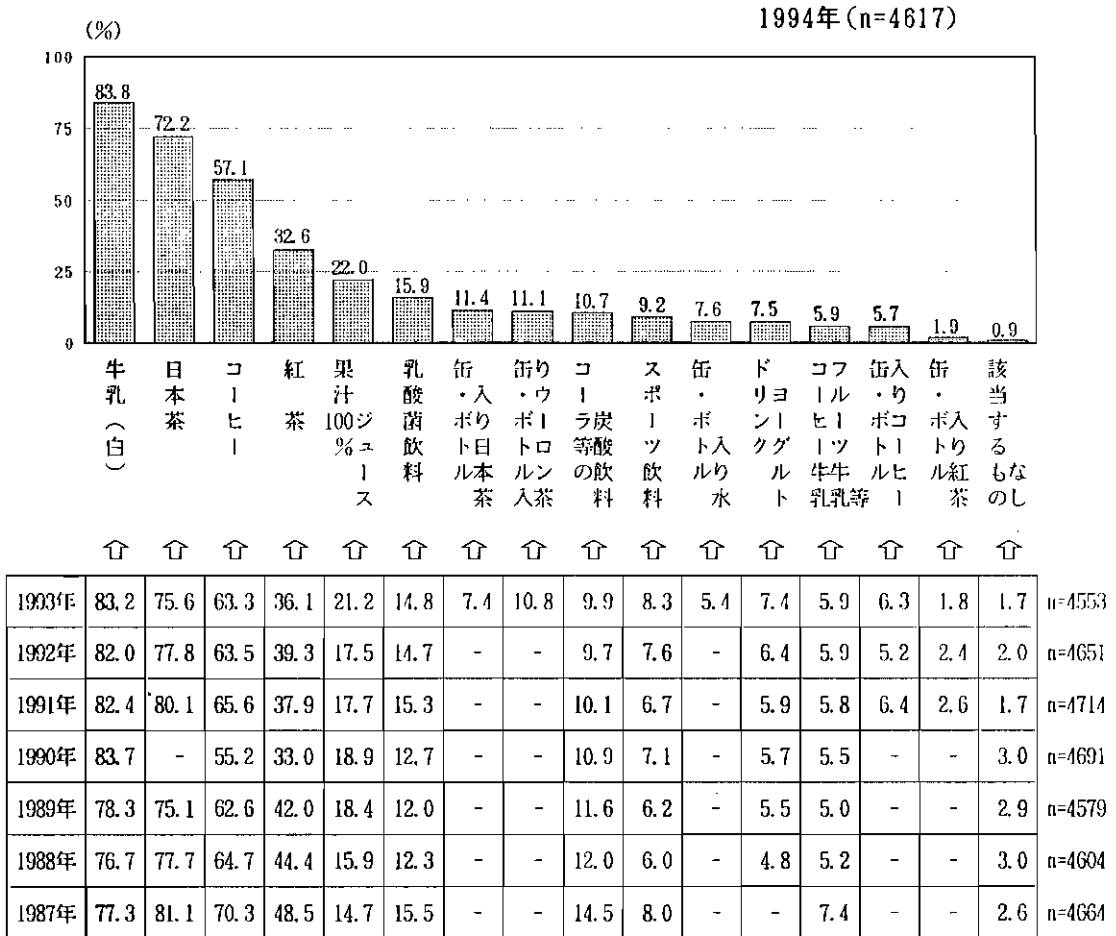
2) 常備率

「家にいつもあるもの」つまり常備率をみると、「牛乳（白）」が84%と最も高く、2位の「日本茶」（72%）を大きく上回っている。

「ドリンクヨーグルト」の常備率は8%であるが、時系列でみると増加傾向にあることがわかる。また、「果汁100%ジュース」も年々常備率が高くなっている。これに対し、「コーヒー」「紅茶」は減少傾向が続いている。

「缶・ボトル入り日本茶」は7%から11%へと伸びている。

図I-3 家にいつもある飲み物

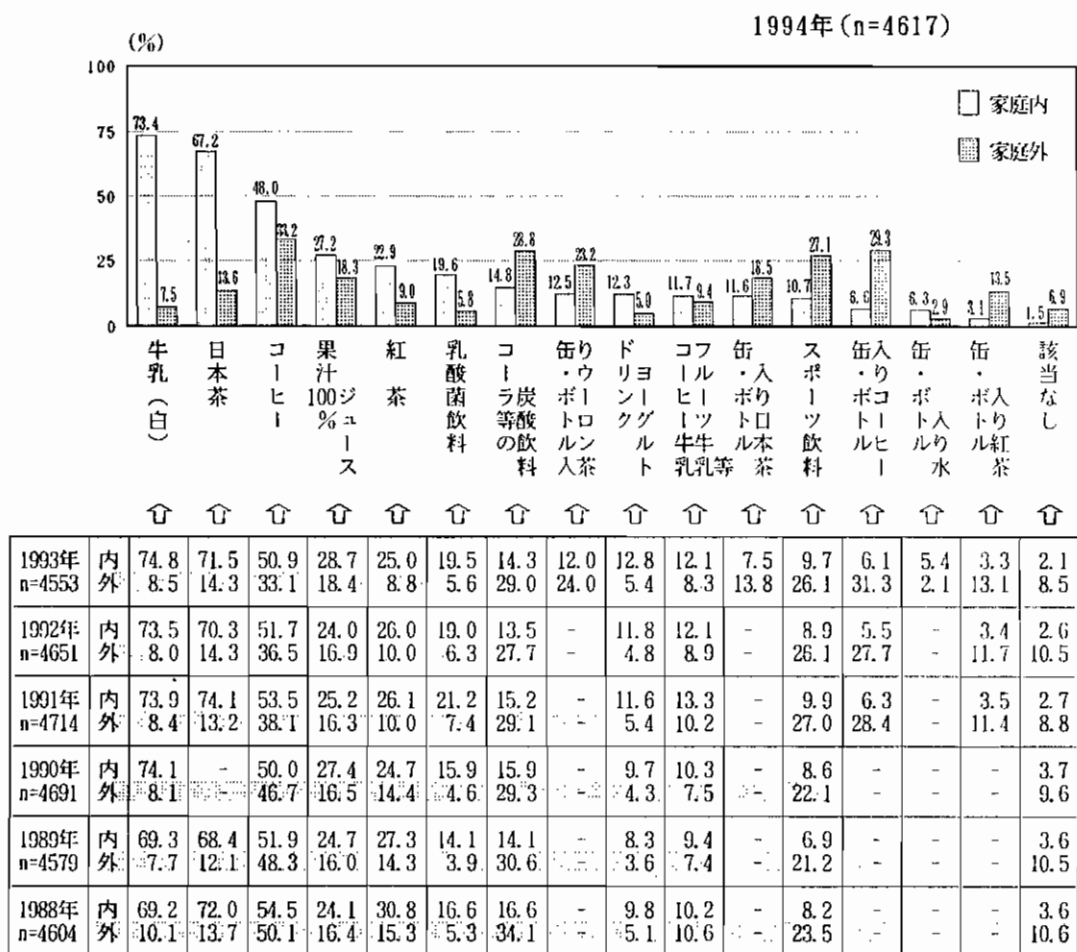


3) 飲用場所

家庭内、家庭外に分けて飲用場所を聞くと、「牛乳」「日本茶」は家庭内で飲む率が高いが、家庭外では低く、もっぱら家庭内で飲まれているということになる。これに対し、「コーラ等の炭酸飲料」や「スポーツ飲料」、水以外の「缶・ボトル入りの飲料」は家庭外が多い。

時系列でみると、「牛乳（白）」の飲用場所には大きな変化はみられない。これに対し、「缶・ボトル入り日本茶」は家庭内外ともに伸びている。

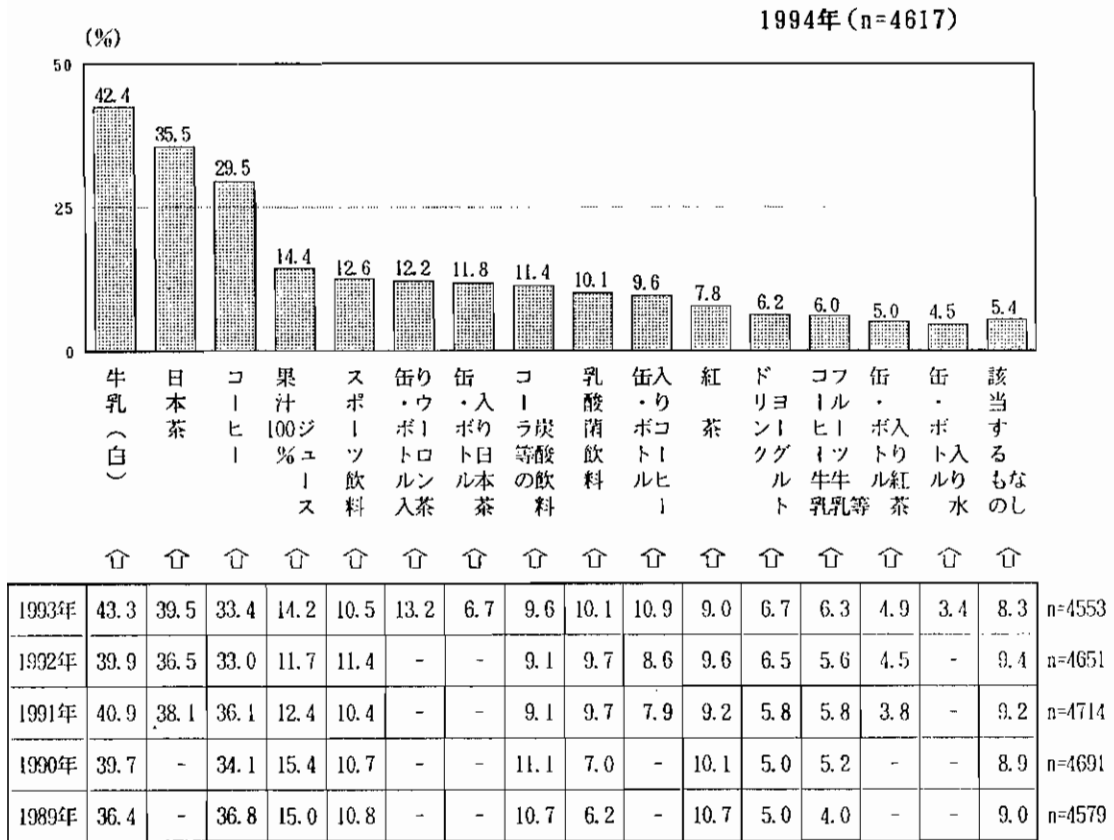
図 I - 4 飲用場所



4) 最近よく飲むもの

最近よく飲む飲み物としては、「牛乳（白）」（42%）、「日本茶」（36%）、「コーヒー」（30%）が1位、2位、3位をしめる。この順位は1991年以来変化していないが、「日本茶」「コーヒー」がやや率を下げているのに対し、「牛乳（白）」は高い率を保っている。また、「缶・ボトル入り日本茶」の伸びが目立つ。

図 I - 5 最近よく飲む物

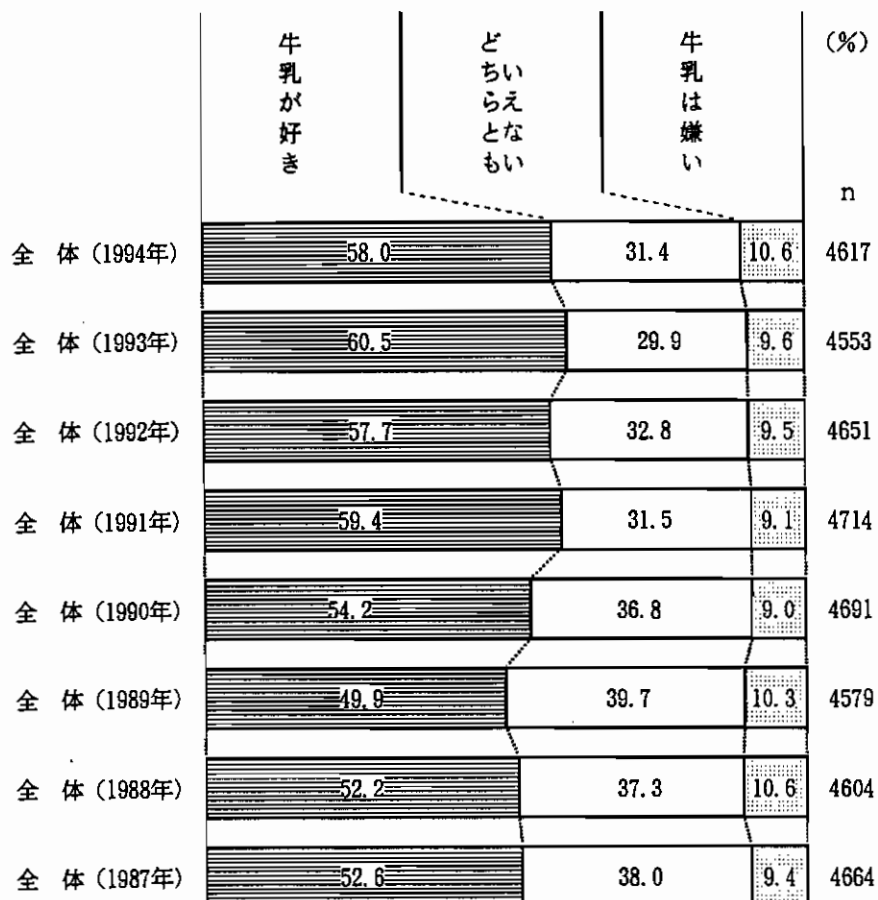


2. 牛乳の好きな人

牛乳が好きと答えた人は6割、嫌いと答えた人は1割、残り3割は好きでも嫌いでもない層である。

時系列でも、この数年、牛乳の好き・嫌いの割合に変化はない。牛乳は広く好まれている飲み物である。

図 I - 6 牛乳の好き嫌い



牛乳が好きという人の率は性別でみても年齢別にみてもどこでも高い。しかし、女性では年齢による差が大きいという特徴がある。10代の女性では好きの率が43%と最も低く、その後、年齢が高くなるほど好きな人の率が高くなる。過去7回の調査においても、ほぼ同様の結果がみられた。これに対し、男性では10代での落ち込みはみられず、年代による差は小さい。子供の好き嫌いをみると、0～6才児までは男女差がないが、小学校低学年から男女差のきざしがみえはじめ、高学年では男子88%、女子76%と明らかな差になって表れる。10代は男女による牛乳の嗜好の差が最も大きい年代である。

表I-1 性・年齢別 「牛乳が好き」な率 (%)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		52.6	52.2	49.9	54.2	59.4	57.7	60.5	58.0
男 子	0才児	43.6	36.8	39.1	31.2	35.4	32.1	44.8	31.6
	1～3才	90.8	88.4	87.3	89.0	84.1	88.1	86.1	88.4
	4～6才	90.8	88.8	88.9	87.1	88.7	85.1	84.7	86.2
	小1-3年	85.1	81.5	81.0	83.5	87.4	88.1	83.6	82.5
	小4-6年	87.9	82.6	82.3	82.1	81.3	81.1	80.8	87.7
	小4-6年	82.1	85.3	81.2	82.1	81.3	81.1	80.8	87.7
男 性	10代	52.0	46.8	51.7	48.9	56.0	58.6	60.1	57.0
	20代	51.2	49.5	42.0	45.8	62.3	53.6	55.1	52.6
	30代	46.8	53.1	51.6	47.8	57.5	55.0	62.5	57.5
	40代	48.3	47.0	45.5	52.2	60.0	51.5	58.5	53.2
	50代	55.2	51.2	50.6	60.8	58.1	60.1	61.4	60.9
	60才以上	61.8	63.8	56.0	64.5	66.8	65.5	67.9	66.7
女 子	0才児	41.1	29.5	30.6	35.1	33.3	22.8	29.6	30.0
	1～3才	91.9	87.8	85.5	85.1	85.9	79.7	85.7	88.4
	4～6才	90.8	81.0	85.9	84.4	85.0	81.0	82.9	85.3
	小1-3年	82.0	84.8	80.9	80.2	79.1	84.2	80.0	79.7
	小4-6年	83.2	77.1	75.8	73.9	77.2	80.4	74.4	75.6
	小4-6年	81.5	79.2	73.3	73.9	77.2	80.4	74.4	75.6
女 性	10代	43.8	43.3	36.8	43.0	47.2	43.0	44.0	42.9
	20代	54.3	53.8	51.6	50.6	57.0	51.9	58.3	51.2
	30代	53.7	51.4	51.5	55.3	63.5	60.3	57.6	59.6
	40代	54.0	53.5	50.6	53.3	57.2	61.3	63.1	59.7
	50代	57.6	55.6	51.4	60.7	63.5	63.0	65.9	62.6
	60才以上	50.7	54.1	55.5	63.3	60.7	61.9	65.0	62.0
男性 小計	52.1	52.1	49.6	53.7	60.2	57.5	61.1	58.5	
女性 小計	52.9	52.2	50.2	54.7	58.7	57.8	60.0	57.5	

※ 小学生の子供の年齢区分は1990年からは3学年ずつの2区分で
あるが、1989年までは2学年ずつの3区分であった。

※※ 0才児～小学生までの好き嫌いはその世帯の主婦が回答している

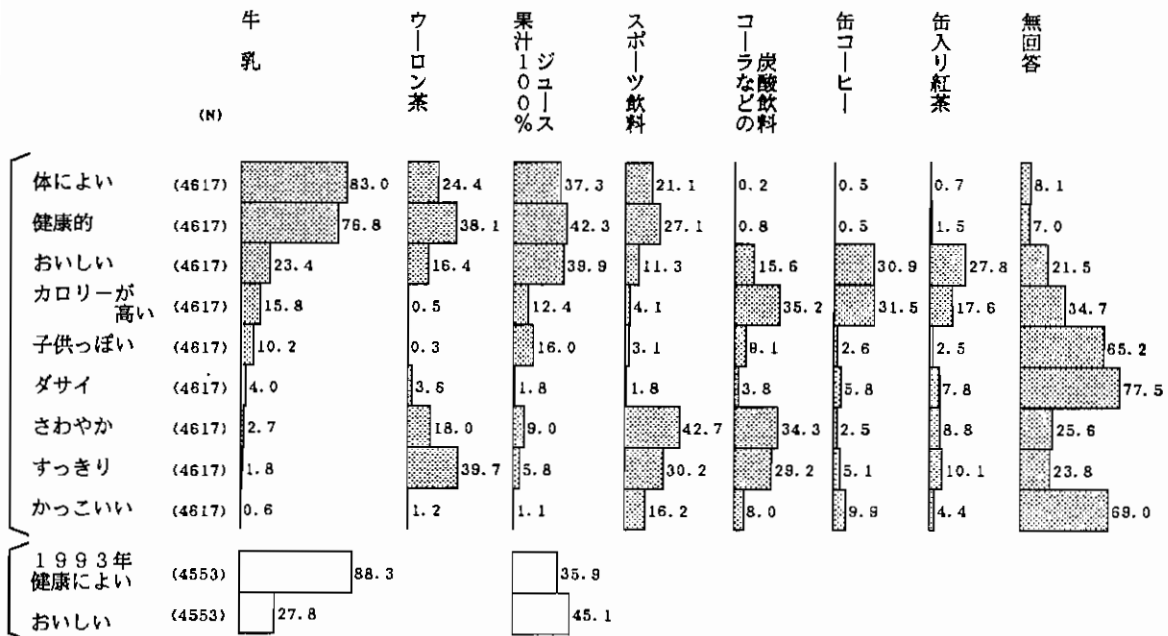
3. 飲み物のイメージ

牛乳に対しては約8割の人が「体に良い」「健康的」というイメージを抱いており、この点では他のどの飲料をも大きく引き離している。「カロリーが高い」というイメージは、ダイエット志向・低カロリー志向の強い今日では、マイナスイメージに属するが、牛乳は16%と、炭酸飲料、缶コーヒー、缶入り紅茶に比べ低く、「牛乳を飲むと太る」というマイナスイメージはこれらの飲料に比べると強くないといえよう。

また、「子供っぽい」というマイナスのイメージも牛乳は10%にとどまり、果汁100%ジュース(16%)より低い。

しかし、牛乳を「おいしい」とする割合は23%であり、果汁100%ジュース(40%)、缶コーヒー(31%)、缶入り紅茶(28%)に及ばない。「さわやか」「すっきり」という飲み心地に関するイメージでも炭酸飲料、スポーツ飲料、ウーロン茶などより低く評価されている。

図I-7 飲み物のイメージ (%)



牛乳に対するイメージを性・年齢別にみると、「体によい」「健康的」は性・年齢を問わず高い。「子供っぽい」は若い層ほど多い。「ダサイ」イメージを持つ人が若いほど多く、特に10代女性で高い。

一方、50代以上の高齢者で牛乳は「カロリーが高い」というイメージを持つ人が多い。

表I-2 性・年齢別 牛乳のイメージ (%)

		体によい	健康的	おいしい	カロリーが高い	子供っぽい	ダサイ	さわやか	すっきり	かっこいい
全体		83.0	76.8	23.4	15.8	10.2	4.0	2.7	1.8	0.6
男 性	10代	76.6	73.8	21.9	10.5	11.7	7.0	3.5	2.3	0.8
	20代	78.2	76.5	21.8	10.2	14.7	5.1	1.4	1.7	0.7
	30代	80.4	77.7	21.9	12.3	13.0	4.0	1.7	1.3	-
	40代	82.4	74.4	18.2	14.3	11.3	3.1	1.5	1.3	0.3
	50代	83.1	71.2	21.9	19.8	8.4	3.7	2.9	2.9	0.8
	60才以上	78.5	78.7	25.8	22.9	5.9	2.3	2.7	1.8	0.7
女 性	10代	81.6	78.9	22.2	10.3	20.7	11.5	8.4	3.8	0.8
	20代	85.1	78.5	26.2	9.9	11.6	3.8	1.9	0.7	0.2
	30代	88.5	80.7	26.0	10.2	9.2	3.9	1.6	1.2	0.6
	40代	90.7	77.4	23.3	15.9	7.3	2.6	2.8	2.2	0.6
	50代	86.9	76.1	26.4	22.3	6.8	3.2	2.0	1.4	0.7
	60才以上	77.8	76.4	22.6	23.4	9.1	2.5	3.8	2.3	1.1
男性 小計	80.1	75.5	22.0	15.8	10.4	3.9	2.3	1.9	0.5	
女性 小計	85.4	78.0	24.6	15.8	10.0	4.0	3.1	1.8	0.7	

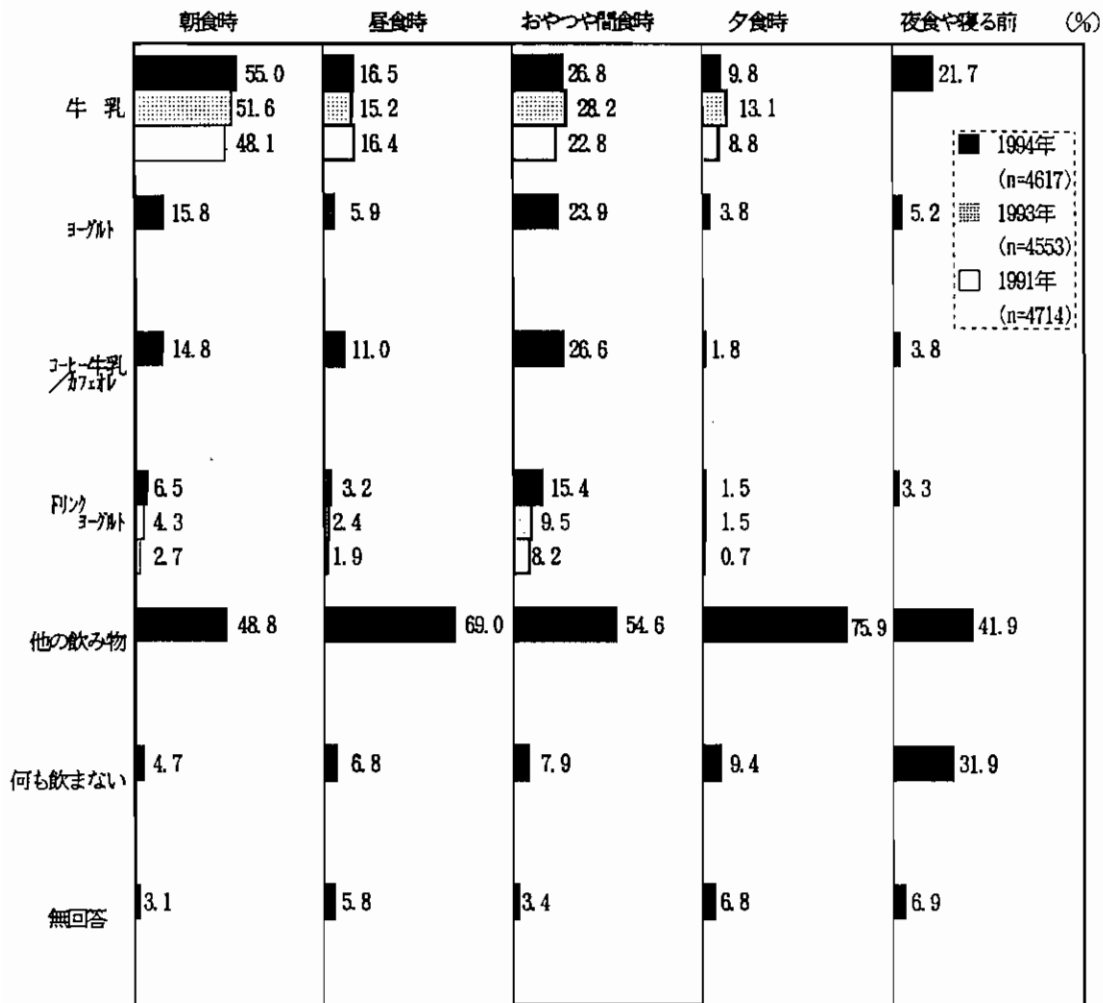
4. 牛乳・乳製品を飲む場面

牛乳を「朝食時」に飲むという人が圧倒的に多く、過半数の55%にのぼっている。朝食時の飲み物としては、日本茶、紅茶、コーヒーなどを含む他の飲物（49%）を上回っている。次に多いのが「おやつや間食時」（27%）、「夜食・寝る前」（22%）、「昼食時」（17%）である。

コーヒー牛乳、カフェオレなどは「おやつや間食時」に飲まれることが多く、27%で牛乳と並んでいる。ヨーグルト、ドリンクヨーグルトも主に「おやつや間食時」に飲まれている。

牛乳の飲用場面は過去2回の調査と大きな変化はないが、「朝食時」の飲用がわずかながら増加傾向にある。一方、ドリンクヨーグルトは「おやつや間食時」を中心に大きく伸びてきている。

図 I - 8 飲み物を飲む場面



「朝食時」に牛乳を飲む率は、性・年齢を問わず高い。過去2回の調査と比べると男女とも30代以降でのびており、特に女性の30～50代は6割近い人が飲むようになってきている。

「昼食時」「おやつや間食時」での飲用率には大きな変化がみられないが、「夕食時」の飲用は男性の50代以上と女性の40代以上で、1993年に比べ下がっている。

10代の男性では「夜食・寝る前」に牛乳を飲む人の率が33%と高い。

表I-3 性・年齢別 牛乳を飲む場面 (%)

		朝 食			昼 食			おやつ・間食			夕 食			夜食・ 寝る前
		1991年	1993年	1994年	1991年	1993年	1994年	1991年	1993年	1994年	1991年	1993年	1994年	1994年
全 体		48.1	51.6	55.0	16.4	15.2	16.5	22.8	28.2	26.8	8.8	13.1	9.8	21.7
男 性	10代	52.8	52.2	56.6	36.8	28.6	34.8	28.0	35.5	30.5	24.8	28.3	24.6	33.2
	20代	44.9	49.5	47.8	11.6	10.2	11.9	20.3	15.7	16.4	8.7	15.4	10.9	22.9
	30代	43.8	54.5	58.1	11.1	10.2	13.3	17.4	25.1	20.6	6.9	11.5	10.3	21.9
	40代	46.5	49.9	52.7	11.8	12.7	12.0	18.1	23.4	19.4	8.0	10.2	7.9	22.0
	50代	44.9	48.5	52.0	10.9	11.3	12.4	16.0	25.6	25.6	5.6	14.0	8.4	21.1
	60才以上	47.8	51.3	52.5	13.7	15.5	16.5	20.8	24.5	26.7	6.3	12.9	6.6	14.5
女 性	10代	46.2	44.7	48.3	32.0	28.2	29.1	19.6	23.3	28.4	12.0	11.3	15.7	23.4
	20代	55.6	52.2	56.1	13.6	12.8	16.0	20.2	27.6	27.1	6.1	7.9	10.1	22.4
	30代	52.5	49.2	60.7	17.8	15.5	17.2	34.4	38.3	31.8	9.0	12.3	10.0	21.7
	40代	47.4	52.5	56.0	11.8	13.5	12.9	29.4	30.9	29.7	8.5	12.7	8.4	23.1
	50代	48.7	54.2	57.9	13.8	13.7	16.2	21.7	33.3	31.1	7.1	15.0	5.4	22.1
	60才以上	43.9	57.6	56.1	18.1	16.1	15.0	24.0	29.1	29.1	6.1	11.0	7.8	18.6
男性	小計	46.7	50.9	53.1	15.4	14.3	16.1	19.8	24.7	23.2	9.6	14.7	10.6	21.7
女性	小計	49.4	52.2	56.5	17.2	15.9	16.9	25.5	31.1	29.7	8.0	11.8	9.1	21.7

「朝食時」にヨーグルトを食べる人の率は性・年齢による差が小さい。しかし、コーヒー牛乳、カフェオレ、ドリンクヨーグルトはどの飲用場面においても若い層ほど飲用率が高い。特に女性では年齢差が顕著である。

男女とも、60才以上は、「夜食・寝る前」には何も飲まないという人が4割と多い。

表I-4 性・年齢別 他の乳製品を飲む場面 (%)

		コーヒー牛乳/カフェオレ					ヨーグルト				
		朝食	昼食	間食	夕食	夜食	朝食	昼食	間食	夕食	夜食
全体		14.8	11.0	26.6	1.8	3.8	15.8	5.9	23.9	3.8	5.2
男 性	10代	18.0	17.2	34.0	3.5	6.3	14.5	6.3	24.6	6.6	10.2
	20代	20.8	14.3	26.3	3.1	9.2	18.4	4.4	16.4	4.8	6.8
	30代	17.9	11.6	28.6	2.0	6.0	16.3	4.3	17.6	3.0	2.7
	40代	14.1	7.9	20.5	1.3	3.1	11.0	2.3	15.1	4.9	4.6
	50代	9.0	7.7	19.0	-	1.6	11.9	3.7	14.8	2.1	5.5
	60才以上	8.8	5.4	19.5	1.4	1.6	12.4	6.8	21.9	2.9	2.3
女 性	10代	21.5	18.4	30.3	2.7	6.5	20.3	7.7	34.5	4.6	8.0
	20代	19.6	17.2	35.6	2.4	4.2	20.3	10.6	29.5	4.2	7.5
	30代	21.3	12.9	32.4	2.0	4.1	18.6	2.7	27.3	3.5	3.3
	40代	18.5	11.6	31.0	1.7	3.4	15.5	5.8	25.4	4.3	5.2
	50代	9.0	10.1	26.1	1.4	2.7	19.4	8.1	29.1	3.4	7.0
	60才以上	5.7	3.8	19.4	1.9	1.3	12.7	7.4	28.1	2.7	2.5
男性	小計	14.0	9.9	23.7	1.7	4.2	13.7	4.6	18.2	3.9	5.0
女性	小計	15.5	11.8	29.0	2.0	3.5	17.5	6.9	28.5	3.7	5.3
		ドリンクヨーグルト					何も飲まない				
		朝食	昼食	間食	夕食	夜食	朝食	昼食	間食	夕食	夜食
全体		6.5	3.2	15.4	1.5	3.3	4.7	6.8	7.9	9.4	31.9
男 性	10代	10.2	3.9	18.8	3.1	7.8	10.2	6.3	8.6	10.9	22.7
	20代	7.8	5.8	14.7	2.7	6.8	8.2	5.5	8.9	8.9	21.2
	30代	8.0	2.7	9.0	0.7	1.3	4.7	6.0	13.3	9.6	25.6
	40代	3.8	3.6	12.3	3.1	3.3	2.0	7.2	10.5	7.4	32.2
	50代	3.2	1.3	10.8	1.6	1.3	5.8	7.9	11.1	6.3	30.1
	60才以上	2.5	1.1	12.0	0.7	1.4	5.4	11.5	12.2	13.3	42.8
女 性	10代	10.7	5.4	25.7	0.8	6.9	6.9	5.7	4.6	6.1	31.4
	20代	11.8	5.2	21.5	1.9	4.0	4.0	4.5	5.4	10.8	28.8
	30代	6.4	1.4	19.9	1.2	2.3	3.3	6.1	4.5	9.0	28.3
	40代	6.3	3.4	17.7	0.9	3.9	3.2	6.3	5.6	8.8	31.5
	50代	7.4	4.5	16.7	1.8	3.4	3.8	7.0	5.9	11.3	34.9
	60才以上	3.6	2.3	8.6	0.2	1.5	3.0	6.1	6.8	9.1	43.0
男性	小計	5.4	2.9	12.6	1.9	3.3	5.7	7.7	10.9	9.5	30.4
女性	小計	7.4	3.5	17.7	1.1	3.4	3.8	6.0	5.5	9.4	33.2

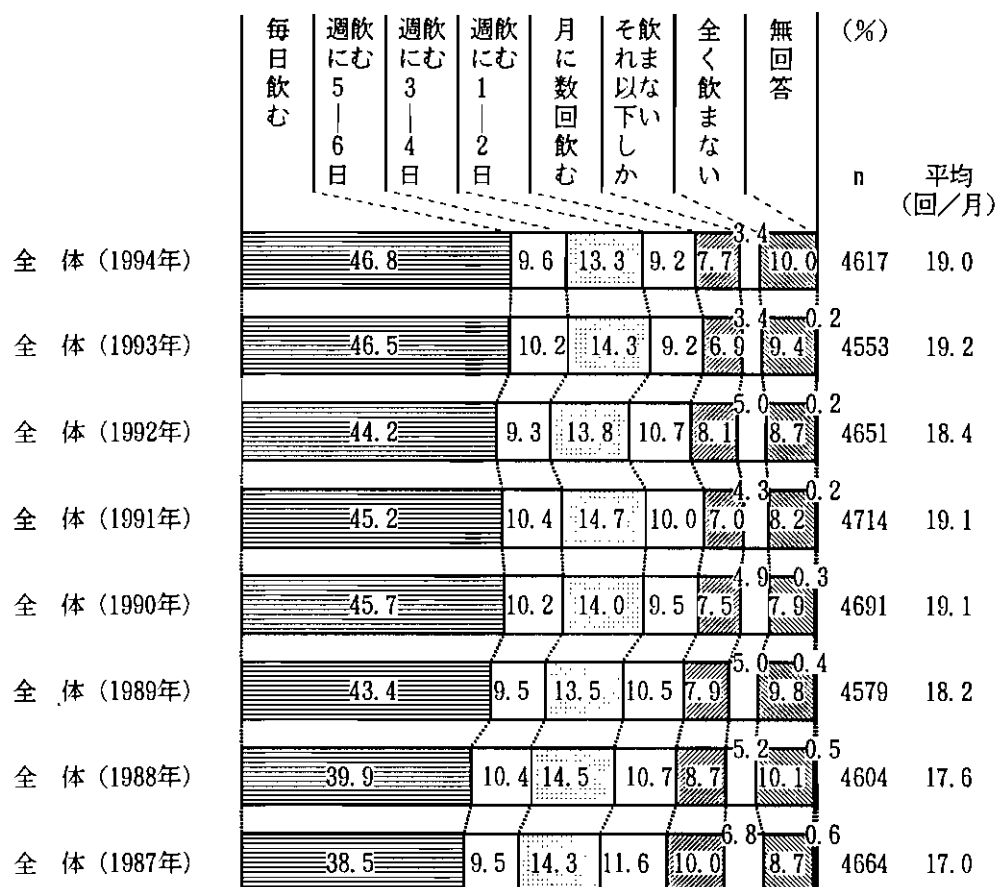
5. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

牛乳を「毎日飲む」人は4.7%であるのに対し、「全く飲まない」人は1.0%である。全く飲まない人も含めた全体の1ヵ月当たりの平均飲用日数を計算すると19.2日である。

時系列でも、1990年以降ほとんど変化していない。

図I-9 牛乳を飲む頻度



性・年齢別にみると、男性は20代で飲用頻度が一端落ち込み、50代以上で再び高くなる。これに対し、女性は10代、20代で低いが、30代で回復し、その後は年齢差がみられない。

この結果は過去7回の調査結果とほぼ同じである。

表I-5 性・年齢別 牛乳を飲む頻度(単位 回/月)

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

2) 牛乳の飲用量

13才以上の牛乳の1日当たり平均飲用量は154 mlである。1992年、1993年と減少傾向が続いたが、1994年は増加に転じた。

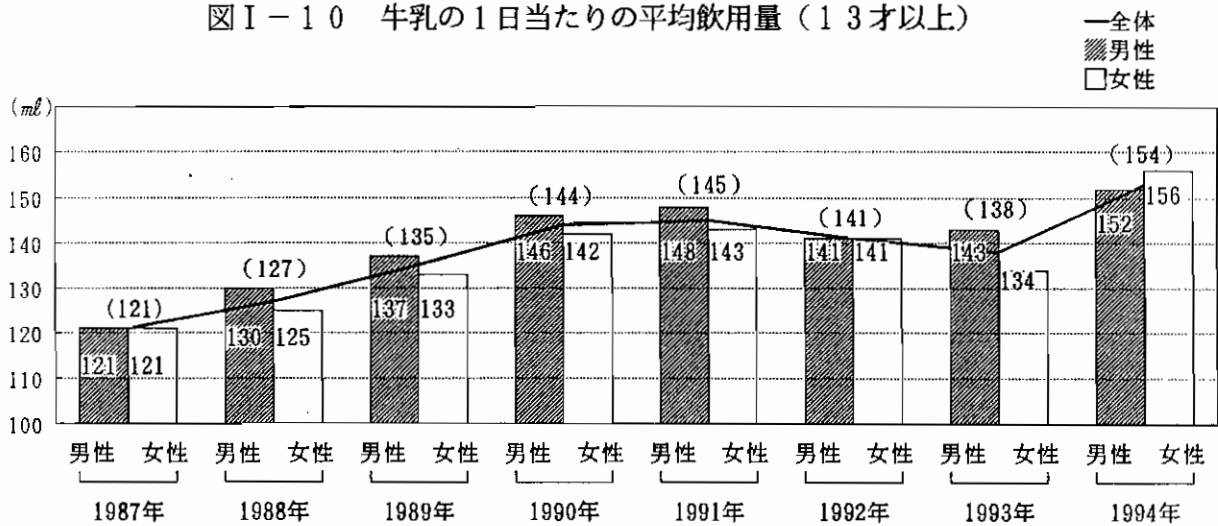
特に目立つのは女性の飲用量の増加であり、前回の134 mlから156 mlへと大幅に増えた。この結果、本調査を開始した1987年以来、始めて女性の飲用量が男性を上回った。

乳幼児からの牛乳飲用量の変化をみると、男女とも幼児から小学校高学年までは300 ml前後とたくさん飲んでいるが、女性では中学生頃から、男性はやや遅れて高校生頃から飲用量が急激に減る。飲用量の男女差はこの10代でもっとも開き、10代の女性は同年代の男性の6割程度しか飲んでいない。

女性は16～19才で124 mlと最低の量を示した後、30代、40代で再び飲用量が上向くが、男性はゆるやかに減り続け、40代で121 mlと最も少ない量を示す。

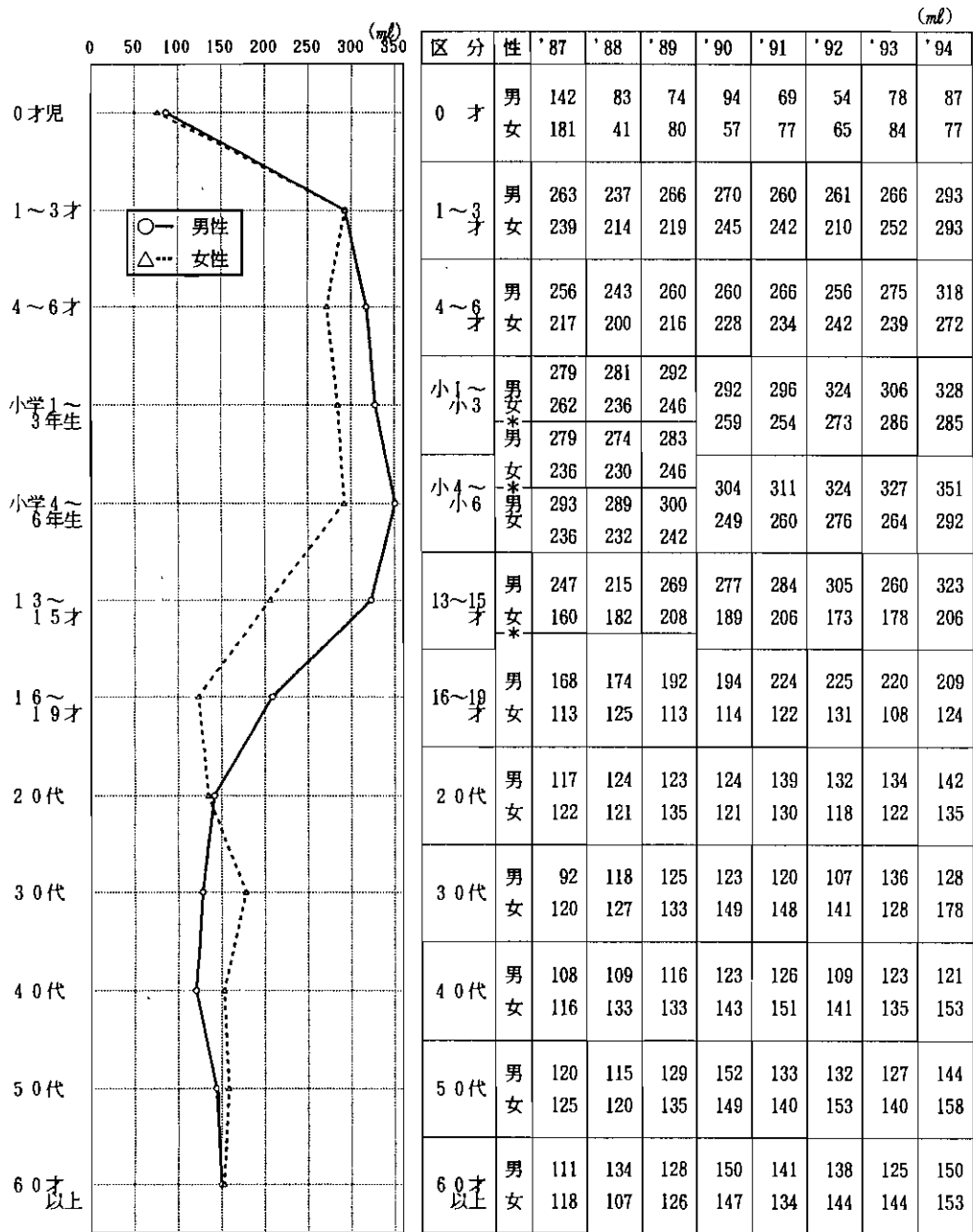
年齢によるおおまかな飲用量変化曲線は、これまでの調査とほぼ同じであるが、今回は30代、40代での男女差が大きくみられる。これはこの年代の女性の飲用量が大きく増加したことによる。

図I-10 牛乳の1日当たりの平均飲用量（13才以上）



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

図 I - 1 1 性・年齢別 牛乳の1日当たりの平均飲用量



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

※※ 0才~小学生までの飲用量はその世帯の主婦が回答している

性・年齢別の平均飲用量を時系列で追ってみると、今回、女性ほどの年代でも、飲用量が伸びており、16～19才を除いては過去最も多かった年の水準を回復又は上回っている。特に、30代の伸びが著しい。男性は、13～15才で大きく伸びた他、50代、60才以上でも伸びている。

図I-12 牛乳の1日当たりの平均飲用量の変化（13才以上）

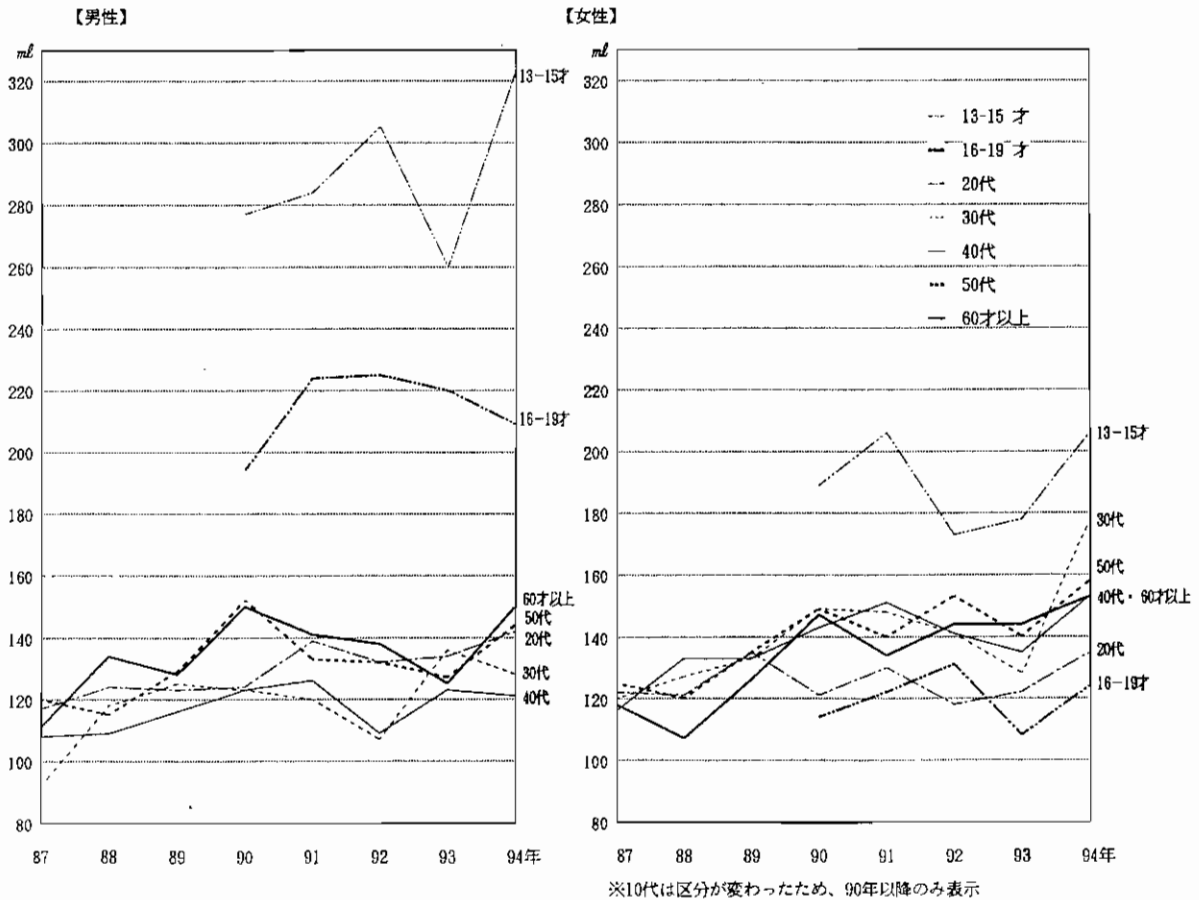


図 I - 13 牛乳の1日当たりの平均飲用量（全体）

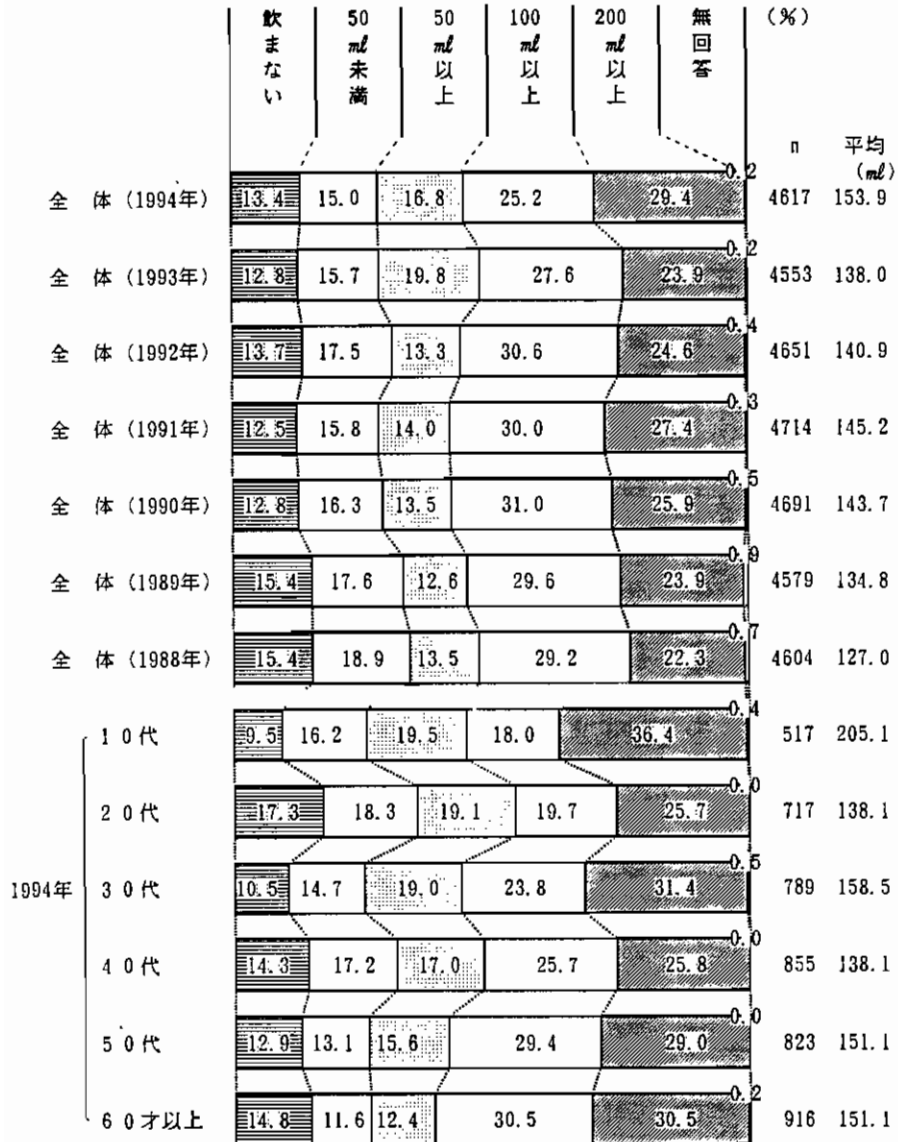
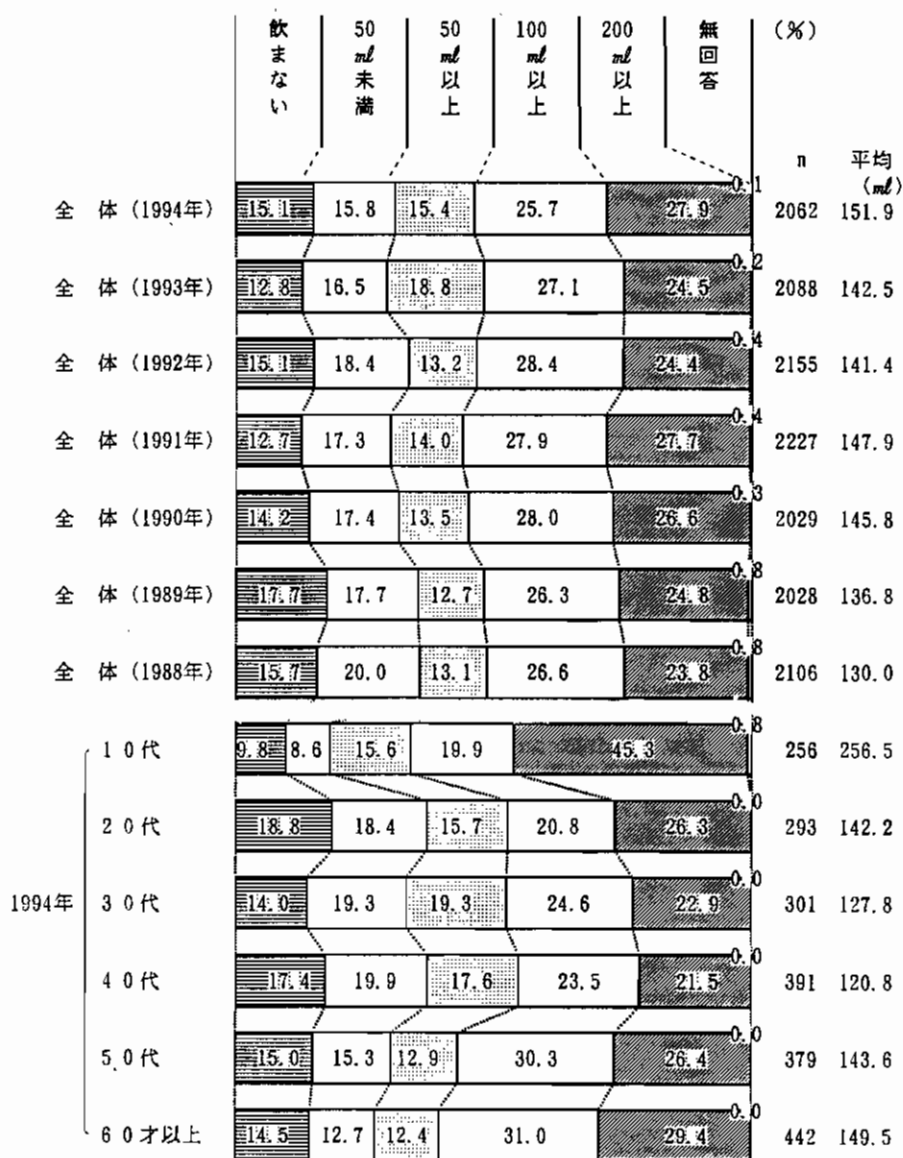
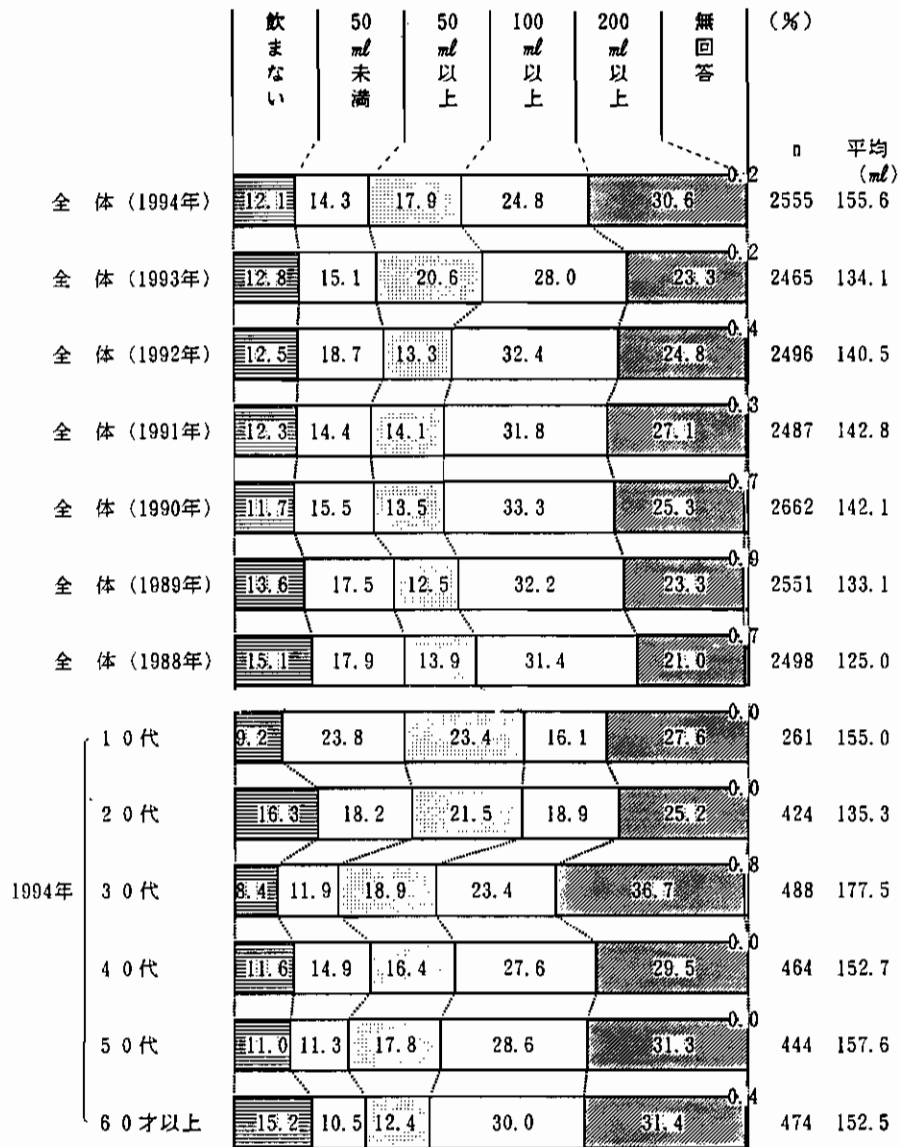


図 I - 1 4 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (男性)



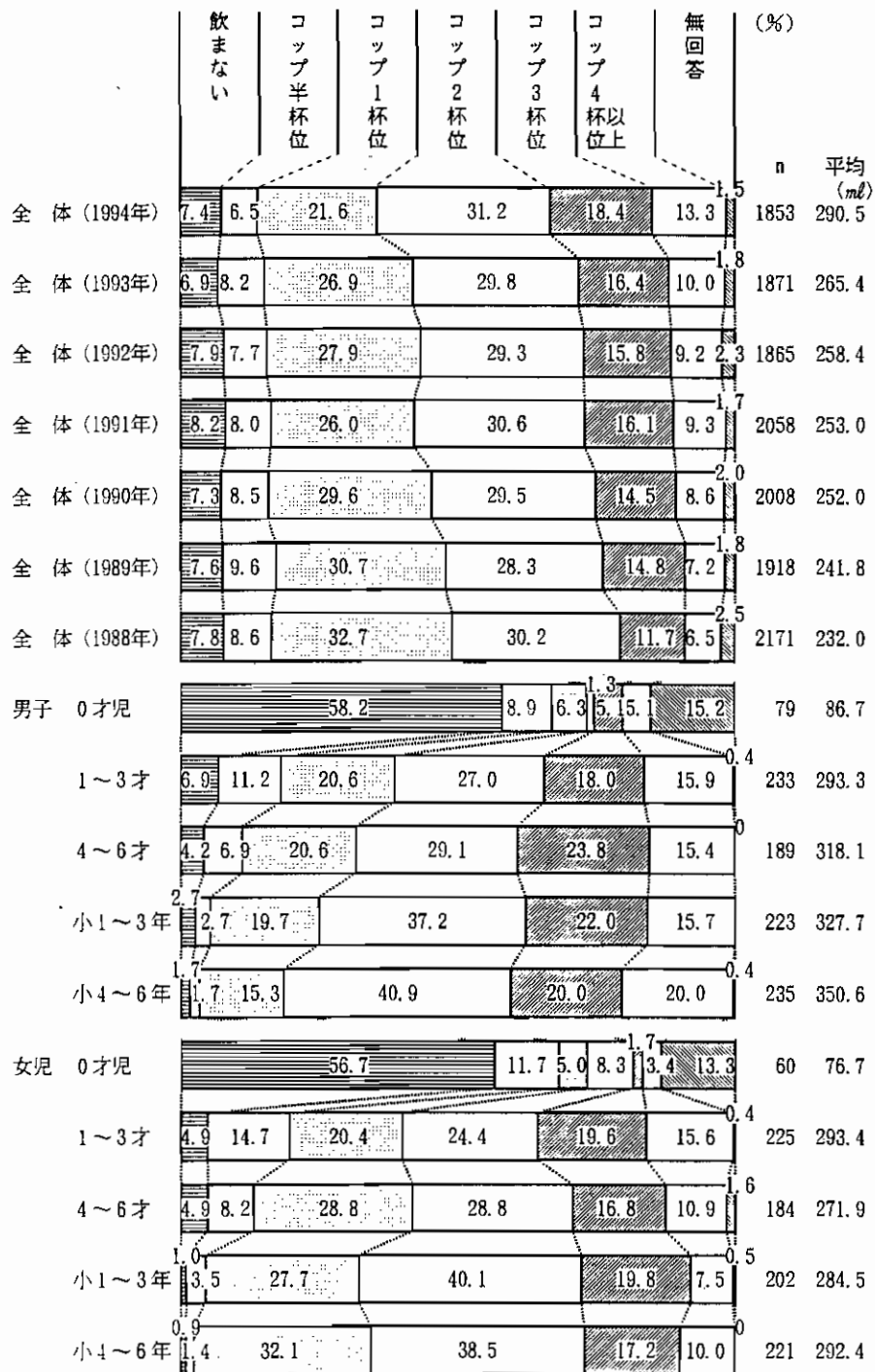
今回女性の飲用量が大きく増えたが、牛乳を「飲まない」という人の率は12%とほとんど変わっていない。今回の飲用量の増加は、今まで飲まなかった人が飲むようになったわけではなく、今まで飲んでいた人の飲用量が増えたものと考えられる。

図 I - 15 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (女性)



牛乳を全く飲まない子供の割合は約7%で、1988年以来ほとんど変化していない。

図I-16 牛乳の1日当たりの平均飲用量(子供)



参考までに、職業別と地域別、都市規模別の平均飲用量を下に示した。

表 I - 6 職業別 1日当たりの平均飲用量

(単位ml)

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

表 I - 7 地域別・都市規模別 1日当たりの平均飲用量

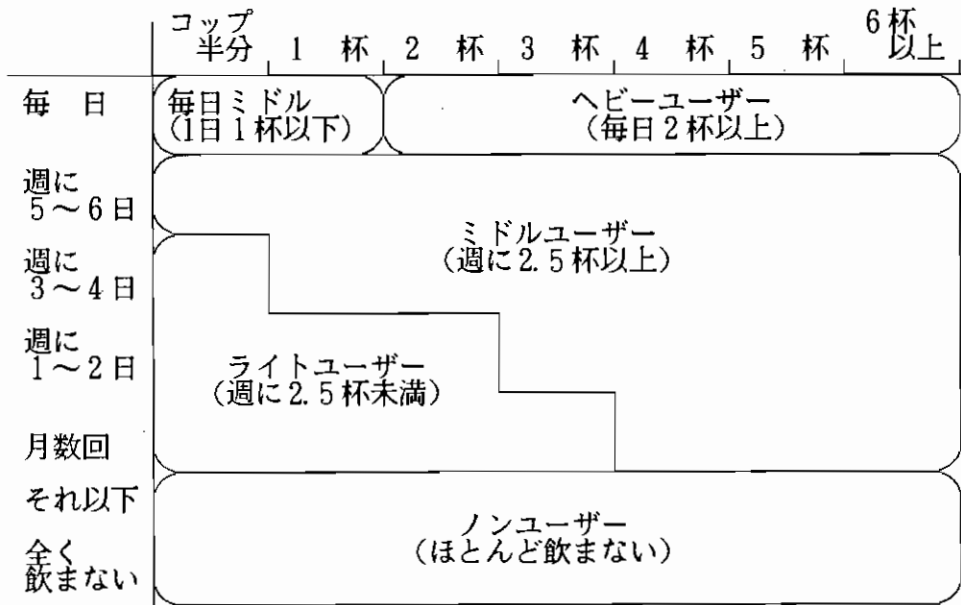
(単位ml)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		121	127	135	144	145	141	138	154
地 域 別	北海道	114	130	150	144	124	137	160	142
	東 北	115	118	127	150	141	137	133	180
	関 東	122	129	134	149	147	151	143	151
	中部・北陸	121	120	130	138	143	123	130	152
	近 畿	125	128	146	141	150	146	143	160
	中 国	109	124	135	145	154	137	119	153
	四 国	141	126	166	145	118	116	140	143
	九 州	122	138	122	136	150	144	134	151
都 市 規 模 別	12大都市	119	129	138	156	147	143	143	151
	15万以上市	126	132	140	138	150	146	141	152
	5万以上市	120	123	131	137	142	141	135	152
	5万未満市	109	130	130	140	153	142	123	159
	郡 部	120	122	130	146	138	133	138	160

牛乳の飲用量と飲用頻度から、回答者を次のように分類した。

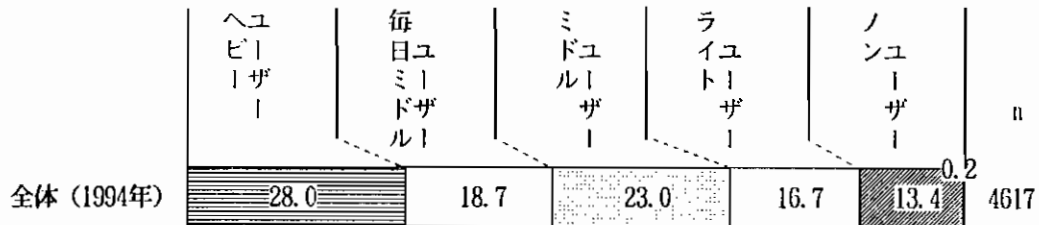
この分類を、今後分析の軸として、用いていくものとする。

図 I - 17 分析のための牛乳ユーザー分類



5グループの構成比は以下のとおりである。

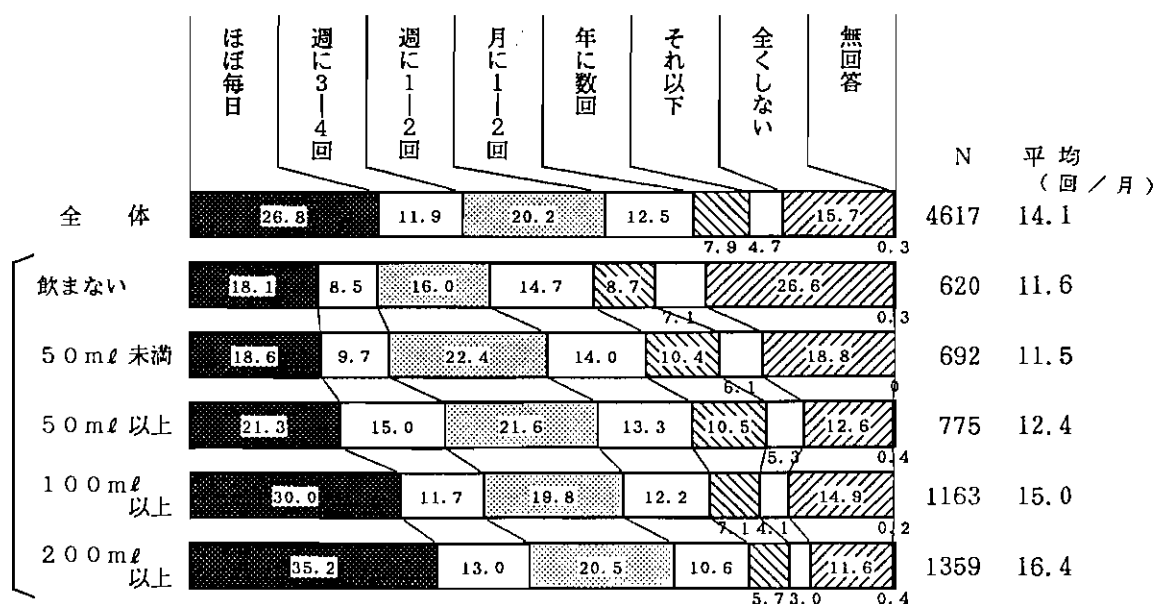
図 I - 18 分析のための牛乳ユーザー分類 (%)



6. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

全体として、10人中6人は自分の健康のために週に1回以上スポーツを行っている。スポーツを行う頻度は牛乳をたくさん飲む人ほど高い。健康意識の高さと牛乳飲用は深く結びついている。

図 I - 19・牛乳の飲用量別 健康のために日頃スポーツをしている頻度



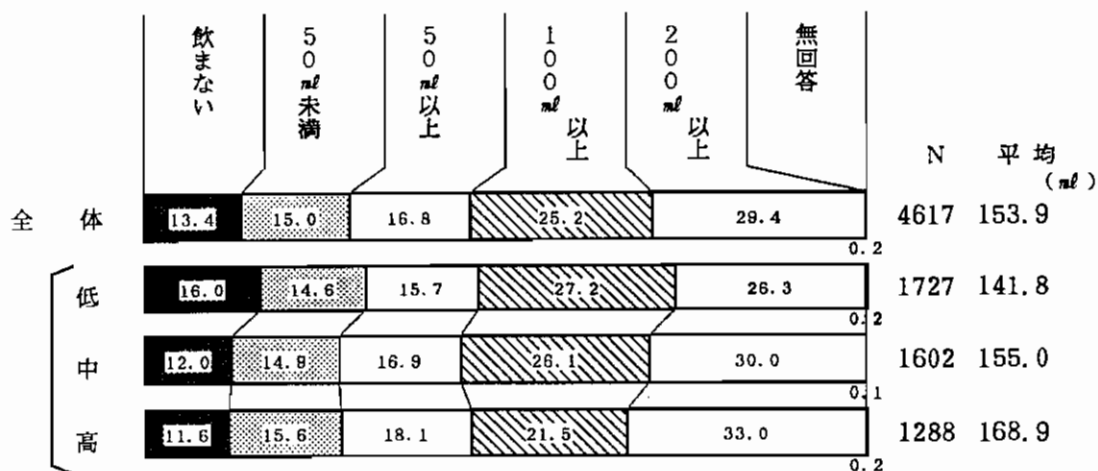
以下にあげるような項目をあげて、日常生活における生活感度の高さを調べ、それと牛乳飲用量との関連をみたものが下表である。

表 I - 8 生活感度 (%)

	ノート保有 予定を書込む	映画関心ある 話題の本や	雑誌よくみる フアッション	自分の為 レコードCD	オ店に行く レンタルビデオ	マンガ本を 時々買う	衛星放送に 関心がある	で音楽を聞く ウォークマン
全 体	37.5	25.9	25.0	23.1	21.6	20.3	17.7	16.9

	使うのが好き ワープロ等	外旅行経験有 3年間に海	早めに買う方 広告の商標を	情報詳しい おいしい店	オI.V.を視聴 外国語のラジ	しばしば買う 情報雑誌を	一つもない	無回答	n
全 体	15.1	13.3	12.5	10.8	5.8	5.7	18.8	0.5	4,617

図 I - 20 生活感度別 牛乳の1日当たりの平均飲用量

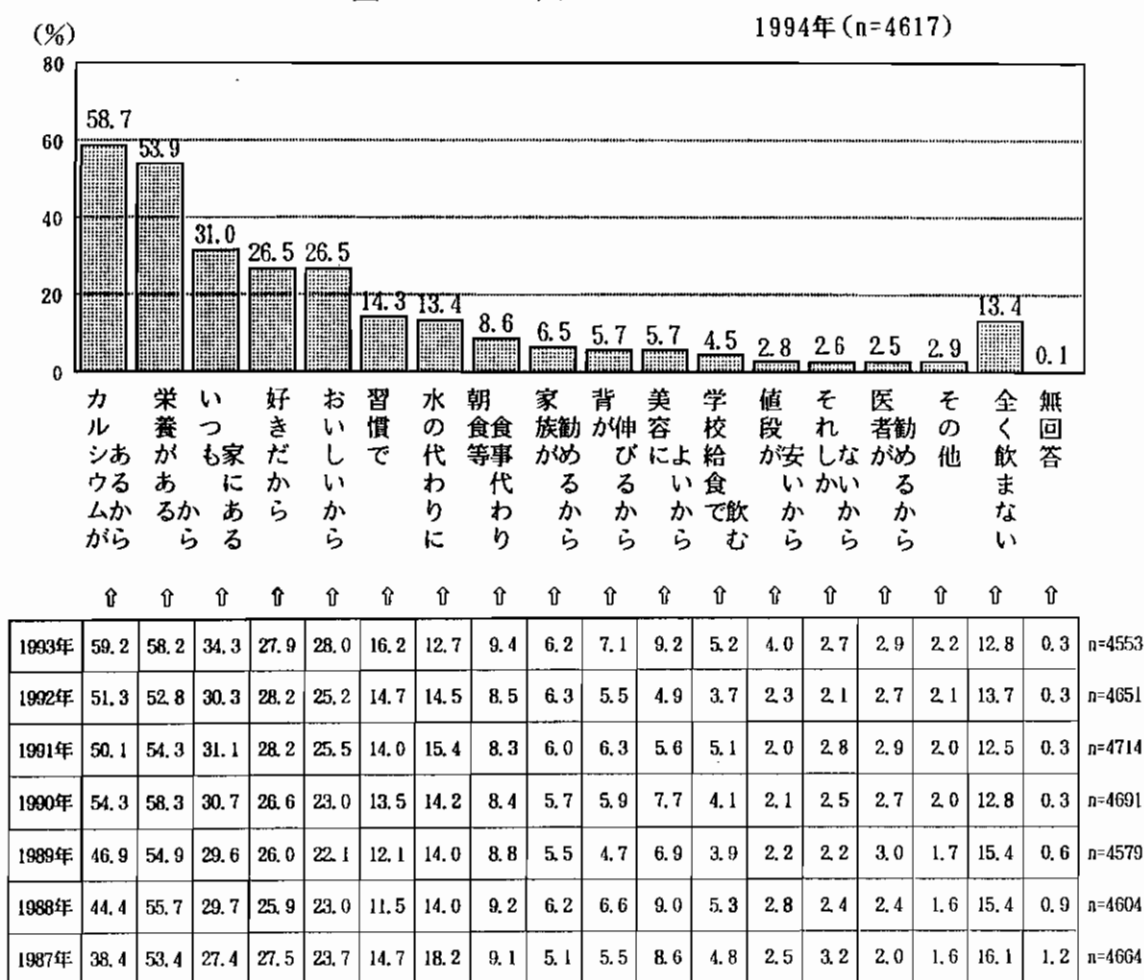


7. 牛乳を飲む理由

牛乳を飲む理由としては「カルシウムがあるから」「栄養があるから」という機能面を重視した答えが「好きだから」「おいしいから」という感性面の答えより多い。

時系列でみると、1992年までは「栄養があるから」の方が「カルシウムがあるから」よりも高率であったが、1993年にほぼ同率に並び、今回は「カルシウムがあるから」をあげる人の方が多くなっている。近年のカルシウムへの関心の高さ、骨粗しょう症の認知度の高さが反映しているものと考えられる。また「おいしいから」という理由は今回わずかではあるが減少したが、1989年から1993年まで漸増傾向が続いている。

図 I - 21 牛乳を飲む理由



牛乳を飲む理由を飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど多くの理由をあげている。飲用量が少ない人では「カルシウムがある」「栄養がある」といった機能面や「いつも家にある」などの理由に答えが集中している。

時系列でみると、飲用量の多い層でも少ない層でも、機能面の理由に答えが集中する傾向がうかがえる。

表 I - 9 牛乳飲用量別 牛乳を飲む理由（上位5位） (%)

	カルシウムがあるから		栄養があるから		いつも家にある		おいしい		好きだから		延回答率	
	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994	1993	1994
全体	59.2	58.7	58.2	53.9	34.3	31.0	28.0	26.5	27.9	26.5	298.4	279.5
ヘビーユーザー	75.6	75.9	73.4	67.1	52.2	44.7	49.8	43.8	53.4	49.9	434.8	390.6
毎日ミドル	73.4	73.8	71.5	66.1	36.0	29.9	30.4	25.4	29.9	23.7	324.3	283.5
ミドルユーザー	65.0	65.5	66.0	63.3	38.1	37.2	28.8	30.3	27.9	28.7	304.5	298.6
ライトユーザー	53.9	51.2	51.8	48.6	28.4	25.6	14.5	14.8	11.1	8.8	217.2	206.6

性・年齢別にみると、男女を問わずどの年齢層でも「カルシウムがある」「栄養がある」の率が高い。中でも、女性の30代以降で「カルシウムがある」からの高いことが目立つ。

また、10代では「背が伸びるから」という理由で飲む人が目立って多く10代の男性で38%、女性で26%にのぼっている。「美容によい」も20代、30代女性で10%以上の人があげており、性・年齢によって牛乳に期待する具体的効果に違いがみられる。

「好きだから」という感性面の理由から飲む人は若い層に多いが、10代では「いつも家にあるから」が男性で44%、女性で38%と高い。同様に「水がわり」「習慣で」という率も10代の男性で特に高く、家庭での常備が若い層の飲用を下支えしていることがうかがえる。

表 I - 10 性・年齢別 牛乳を飲む理由 (%)

	カルシウム あふんから	栄養がある から	家にあるから いつも	好きだから	おいしいから	習慣で	水の代わりに	食事の代りに 朝食など	家族が勧める から
全 体	58.7	53.9	31.0	26.5	26.5	14.3	13.4	8.6	6.5
男性：10代	53.1	50.4	43.8	32.8	27.0	23.0	22.7	7.4	12.5
20代	41.3	44.0	35.2	30.4	30.4	15.4	15.4	8.5	8.5
30代	47.8	55.8	31.9	29.9	27.6	14.6	10.6	9.6	8.6
40代	48.1	48.6	28.6	21.7	20.2	11.5	14.3	5.6	8.2
50代	55.4	54.9	32.2	24.8	25.1	14.2	13.5	7.1	8.5
60才 以上	61.8	57.9	30.8	23.8	18.7	10.0	13.6	10.4	8.1
女性：10代	47.9	46.7	38.3	31.8	28.7	17.2	11.5	7.7	11.1
20代	54.0	53.5	29.2	30.2	29.7	17.7	10.8	11.1	6.4
30代	70.3	56.8	28.3	29.9	33.8	16.2	12.9	7.0	2.7
40代	68.5	55.2	29.7	23.3	26.7	11.6	14.7	10.8	2.4
50代	69.6	56.5	28.2	23.4	26.8	13.1	14.9	9.2	3.4
60才 以上	66.5	58.0	26.4	23.0	23.6	12.0	9.3	7.8	3.4
男性小計	52.0	52.4	33.0	26.5	24.3	14.1	14.6	8.1	9.1
女性小計	64.1	55.1	29.4	26.5	28.2	14.4	12.4	9.0	4.3

	背が伸びる から	美容によい から	体が強くなる から	健康がよい から	それがないから 少し飲みたい	医者が勧める から	その他	全く飲まない	無回答	n
全 体	5.7	5.7	4.5	2.8	2.6	2.5	2.9	13.4	0.1	4,617
男性：10代	38.3	2.0	18.4	0.4	5.5	0.8	2.3	8.8	0.4	256
20代	4.1	-	2.0	2.4	4.4	0.7	2.4	18.8	-	293
30代	2.7	2.3	3.7	4.0	3.7	2.3	2.7	14.0	-	301
40代	3.3	2.3	4.1	1.5	3.6	2.6	2.8	17.4	-	391
50代	2.4	2.1	1.1	1.3	2.1	2.9	2.4	15.0	-	379
60才 以上	0.9	1.8	0.2	5.9	0.7	4.3	2.0	14.5	-	442
女性：10代	26.1	9.2	21.1	1.5	6.9	0.4	3.8	9.2	-	261
20代	1.9	15.3	2.4	2.4	3.3	0.7	5.2	16.3	-	424
30代	4.1	10.2	4.7	3.1	1.2	0.2	3.9	8.4	0.4	488
40代	3.4	6.5	4.3	3.2	2.2	1.3	3.0	11.6	-	464
50代	0.7	6.5	2.0	3.4	1.1	3.6	2.7	11.0	-	444
60才 以上	0.8	5.5	0.8	3.0	0.8	8.2	1.3	15.2	-	474
男性小計	7.0	1.8	4.1	2.8	3.1	2.5	2.4	15.1	0.0	2,062
女性小計	4.7	8.8	4.7	2.9	2.2	2.6	3.2	12.1	0.1	2,555

8. 牛乳に関する知識

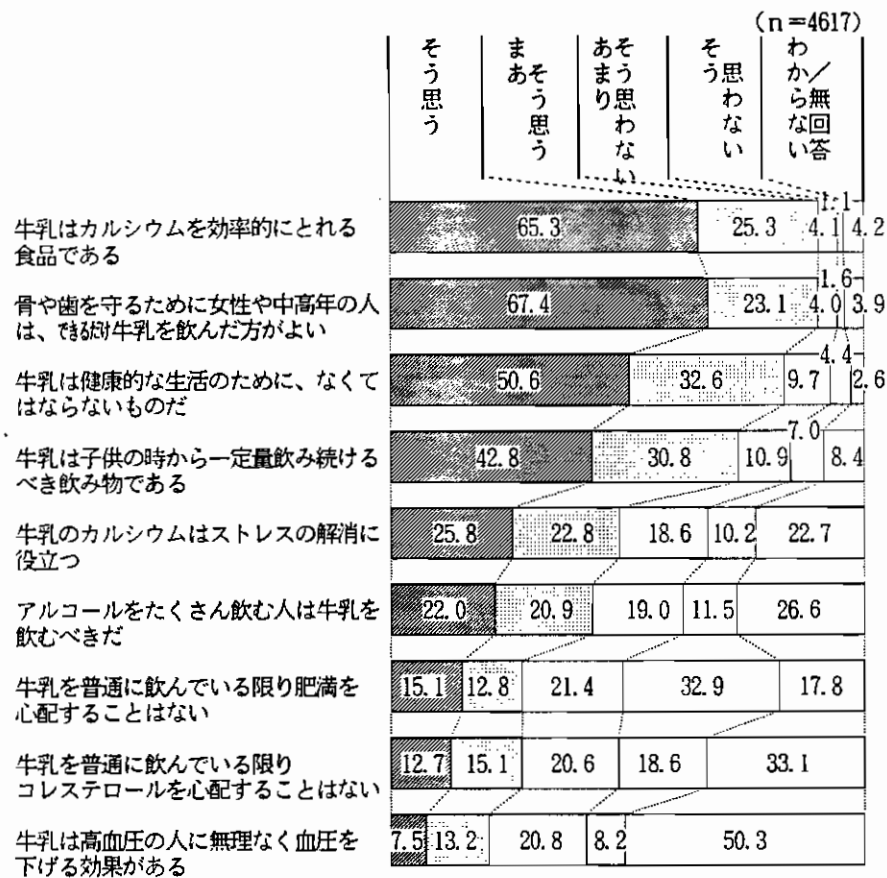
牛乳に関して9つの項目をあげてそう思うか、そう思わないかを聞いた。

「骨や歯を守るために、女性や中高年の人はできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「牛乳は健康な生活のために、なくてはならないものだ」「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」の4点については大多数の人が肯定している。

このように「牛乳は健康によい飲み物」「カルシウム源」という知識は広く深く浸透しているが、カルシウムについては「骨や歯を守る」以外の具体的な効果について、正しい知識を持つ人が少ない。

また、「普通に飲んでいる限り肥満を心配することはない」「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」については否定的な考え方をする人が多い。

図 I - 2 2 牛乳に関する知識



時系列でみると、「カルシウムはストレスの解消に役立つ」が大きく低下した。カルシウムの必要性を啓発していく中で、「骨を丈夫にする、骨をつくる」という効果が強調されたため、カルシウムの他の効用がややかすんでしまったのではないだろうか。

また、「コレステロールの心配はない」「肥満の心配はない」などの点でも、正しい知識を持つ人がやや減少している。「骨」以外の諸効果についてももっと知らせていく必要がある。

表 I - 1 1 牛乳に関する知識 (%)

(「そう思う」と「まあそう思う」の和)

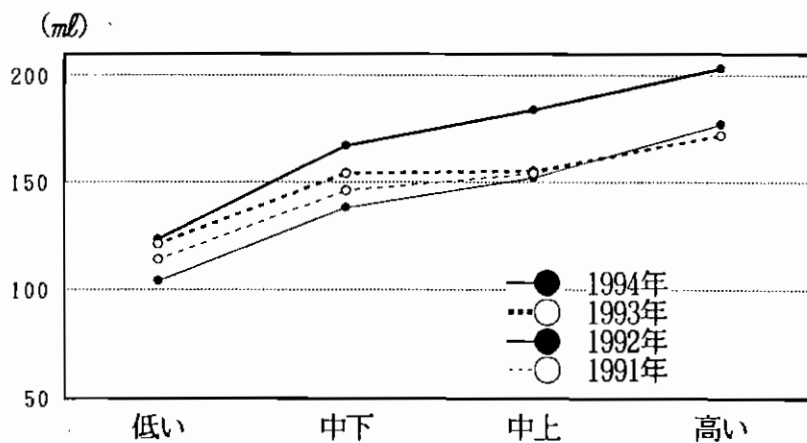
	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
a) 牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ	83.3	82.8	86.3	86.0	85.7	86.7	83.2
b) アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ	47.7	42.3	44.0	45.8	45.7	45.9	42.9
c) 牛乳を普通に飲んでいる限り、肥満を心配することはない	—	28.1	28.7	29.9	30.4	30.0	27.9
d) 牛乳のカルシウムはストレスの解消に役立つ	52.9	52.2	55.8	56.5	55.6	60.1	48.6
e) 骨や歯を守るために女性や中高年の人はできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	86.0	87.3	89.0	87.8	87.1	89.9	90.5
f) 牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	81.9	84.4	88.0	89.8	89.7	90.6	90.6
g) 牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある	22.6	22.1	21.2	23.0	21.7	23.3	20.7
h) 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
i) 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

* eは1990年以前は「骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだほうがよい」という表現であった。(1991年より「女性や」を追加)

dは1993年以前は「ストレスの解消や集中力の増進に役立つ」という表現であった。(「集中力の増進」を削除)

知識の程度と飲用量との関連をみると、牛乳に関する正しい知識を多く持っている人ほど、1日当たりの平均飲用量が多いという結果がみられる。正しい知識の普及は飲用量の増加のためにも必要である。

図 I - 2 3 牛乳に関する知識度別 牛乳の1日当たりの平均飲用量



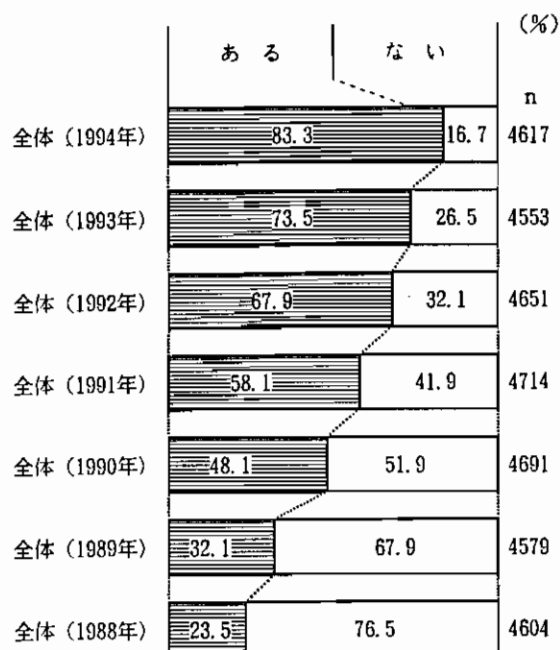
9. 骨粗しょう症に関する知識

1) 「骨粗しょう症」という言葉の認知率

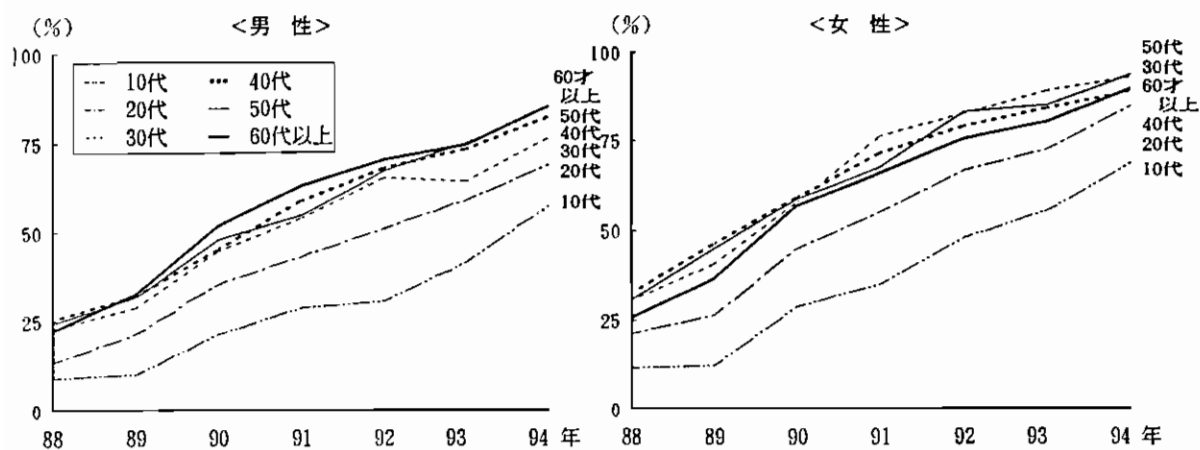
「骨粗しょう症」という言葉を聞いたことがある人は年を追うごとに増加し、今年（1994年）は83%に達した。

性・年齢別にみても、男女ともどの年齢層でも認知率が上昇している。特に、骨粗しょう症の危険度が高いといわれる女性の30代以降では、9割以上の人が認知している。

図I-24 「骨粗しょう症」ということばを聞いた経験



図I-25 性・年齢別 「骨粗しょう症」という言葉の認知率



「骨粗しょう症」の認知率は牛乳をよく飲む層ほど高く、ヘビーユーザーでは88%に達している。一方、ノンユーザーでも77%が認知している。

地域別にみると、九州を除くすべての地域で8割以上の高い認知率となり、全国的に高い伸びを示している。

都市規模別では都市規模の大小にかかわらず、8割以上の認知率を示している。

表I-12 「骨粗鬆症」という言葉の認知率 (%)

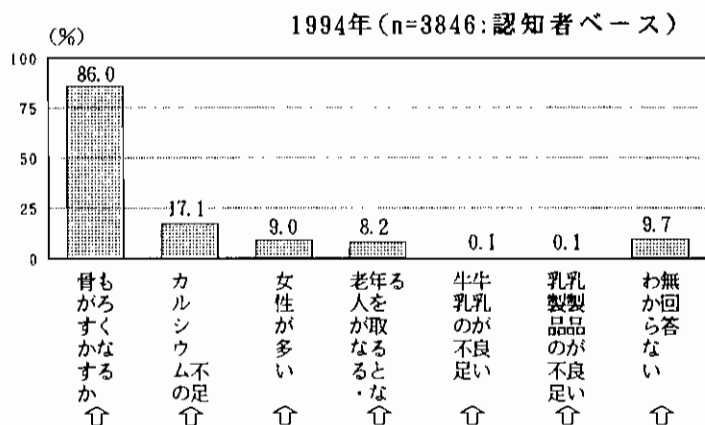
		1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		23.5	32.1	48.1	58.1	67.9	73.5	83.3
牛 乳 飲 用 量	ヘビーユーザー	27.1	37.8	58.1	63.6	72.0	77.3	87.9
	毎日ミル	31.5	37.1	53.5	63.6	75.3	77.6	87.2
	ミルユーザー	22.4	31.1	45.7	58.2	67.6	72.7	82.4
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4	52.4	62.7	70.6	78.0
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4	46.0	56.7	64.2	76.5
地 域 別	北海道	16.6	33.2	46.6	49.4	73.6	78.4	87.3
	東北	17.0	27.8	46.6	49.7	62.2	71.8	82.2
	関東	26.2	32.1	50.7	59.3	67.3	72.7	82.7
	中部・北陸	20.7	32.5	47.3	56.4	66.1	70.5	84.0
	近畿	28.6	36.9	48.4	61.3	73.7	76.6	84.1
	中国	22.4	29.8	51.1	60.7	67.4	75.3	88.9
	四国 九州	13.6 24.1	37.6 27.4	35.9 44.5	49.7 61.9	58.0 67.5	79.4 71.4	81.8 78.9
都 市 規 模 別	12大都市	28.0	32.9	52.0	60.3	71.4	75.2	86.1
	15万以上市	25.7	34.5	50.5	59.6	69.2	73.8	83.2
	5万以上市	22.7	30.3	47.0	58.9	67.6	73.9	83.0
	5万未満市	16.8	41.5	42.0	58.4	66.6	75.9	81.0
	郡 部	19.9	27.3	44.5	53.3	63.3	70.4	81.9

2) 「骨粗しょう症」の内容

骨粗しょう症ということばを知っている人に、骨粗しょう症の具体的な内容について自由回答でたずねた。その結果、骨粗しょう症の主症状である「骨がすかすか、もろくなる」という点の理解は86%と極めて高い率であった。しかし、原因である「カルシウムの不足」や「老人がなる」「女性に多い」というようなリスク層（病気にかかりやすい層）について言及した人は少ない。また、「牛乳が良い」「乳製品が良い」という予防法まで答えた人は0.1%とごくわずかである。

この結果を「骨粗しょう症」という言葉を知らない人も含めた調査対象者全体の中で、どれぐらいの人がそう答えているのか計算し直したもの（全体ベース）で時系列比較をした。「骨がすかすか、もろくなる」は前回の61%から72%へと大きく伸びた。しかし、「カルシウムの不足」「女性に多い」の認知率の伸びはわずかで、「老人に多い」は前回の10%から7%へと低下し、今後に課題を残している。

図I-26 骨粗しょう症の具体的内容

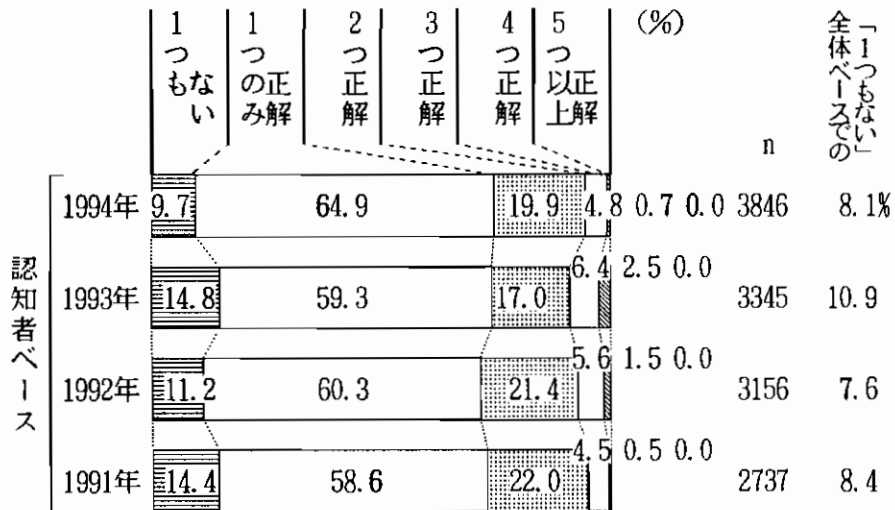


	年	割合 (%)							n
		骨もろくすかなるか	カルシウムの不足	女性が多い	老人が取るとなる	牛乳乳乳の不良	乳製品が不良	わからぬ	
全 体 ベ ー ス	1994年	71.6	14.3	7.5	6.9	0.1	0.0	8.1	4617
	1993年	60.7	13.3	6.2	9.6	0.2	0.1	10.6	4553
	1992年	58.7	15.1	4.1	7.4	0.2	0.1	7.6	4651
	1991年	47.1	12.0	3.9	5.3	0.2	0.0	8.4	4714
	1990年	41.4	10.5	2.5	5.5	0.2	0.0	5.8	4691
	1989年	27.1	7.3	1.4	4.2	0.2	0.0	4.3	4579
	1988年	19.3	5.0	2.2	5.4	0.1	0.0	3.6	4604

* 「全体ベース」とは、「骨粗しょう症」という言葉を知らない人も含めた全体での反応率である。

この骨粗しょう症に対する正解項目がいくつあったかをみると、言葉を知っていた人のうち、1つのみ正解が65%であり、2つ以上正しく答えた人は25%にすぎない。内容を1つもあげられなかった人（つまり言葉のみの人）は、言葉を知っている人の10%である。これは全体ベースで計算すると8%となる。調査対象者全体のうち、骨粗しょう症という言葉を知っていて、内容まで理解している人は75%、言葉だけ知っている人が8%、言葉も聞いたことがないという人が16%ということになる。

図I-27 骨粗しょう症の内容の認知度



性・年齢別にみると「骨がすかすか、もろくなる」は性・年齢にかかわらずよく知られていて差がない。その他の項目については30、40代でやや認知率が高いが、若年層、高齢層で低い。また、「女性に多い」をあげた人は、女性認知者の10%にすぎない。病名や症状のみでなく、今後は原因、リスク層、予防方法などを合わせて理解を深めていくことが必要であろう。

表I-13 性・年齢別 骨粗しょう症の具体的内容（認知者ベース）

	骨がすかすか もろくなる	カルシウムの不足	女性が多い	年をとるとなる 老人かなる	牛乳がよい 牛乳の不足	乳製品がよい 乳製品の不足	その他	わからない	(%)	n
全体	86.0	17.1	9.0	8.2	0.1	0.1	1.4	9.7		3,846
男性：10代	85.6	17.1	4.8	5.5	0.7	-	-	11.0		146
20代	89.1	18.4	6.5	6.5	-	-	-	7.5		201
30代	86.0	23.1	10.9	6.1	0.4	0.4	0.9	8.3		229
40代	86.3	18.7	7.5	11.2	-	-	0.9	10.6		321
50代	87.2	19.0	7.5	8.1	-	-	1.6	7.8		321
60才以上	81.9	12.0	8.2	7.4	-	-	1.1	12.2		376
女性：10代	84.0	16.0	8.8	5.5	-	-	1.1	10.5		181
20代	87.0	19.1	10.5	7.2	-	-	1.1	10.8		361
30代	88.8	21.4	14.5	12.1	-	-	1.1	8.1		454
40代	87.2	19.3	11.1	11.1	0.5	-	2.2	7.7		414
50代	89.4	13.9	10.1	6.7	-	-	1.2	6.3		416
60才以上	79.8	10.6	3.3	6.3	0.2	0.2	3.5	15.0		426
男性小計	85.7	17.6	7.8	7.8	0.1	0.1	0.9	9.7		1,594
女性小計	86.2	16.8	9.9	8.5	0.1	0.0	1.8	9.6		2,252

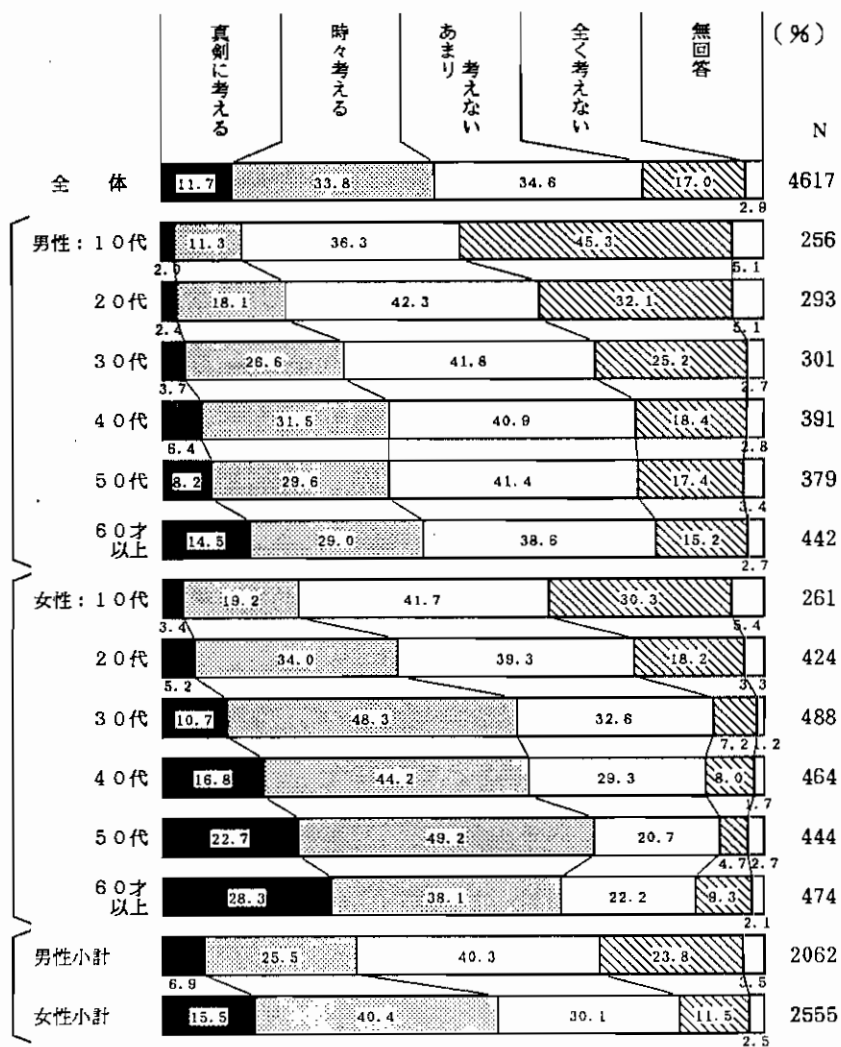
3) 「骨粗しょう症」になる心配

骨粗しょう症を将来自分の身に起こりうる問題としてとらえているかどうかをたずねたところ、「真剣に考える」という人は12%、「時に考える」をも含めると46%にのぼり、2人に1人は骨粗しょう症を自分にも関わりのある問題として受けとめている。

性・年齢別にみると、「真剣に考える」「時々考える」という人の率は、男性より女性の方が高く、かつ、年齢が高くなるほど高率である。女性の30～40代では6割、50代以上では7割前後の人が骨粗しょう症を身近な問題としてとらえている。

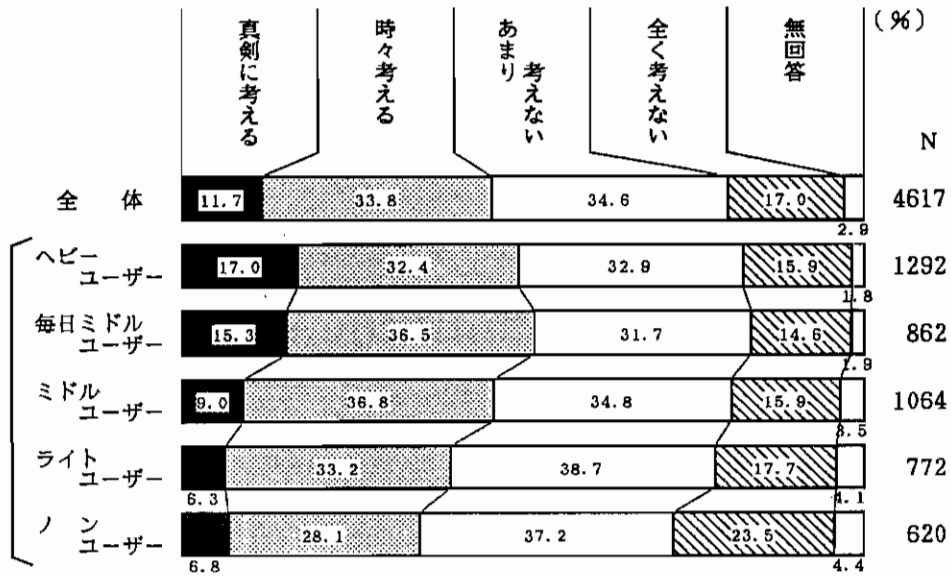
一方、男性では60才以上でも、自分のこととして考える人は4割程度にとどまっており、骨粗しょう症は「他人事」という人の方が多い。

図I-28 将来「骨粗しょう症になる」という心配の有無



牛乳飲用量別にみると、飲用量の多い人ほど骨粗しょう症の心配をしている人の率が高く、骨粗しょう症への関心が牛乳飲用を促進していることがうかがえる。

図 I - 2 9 牛乳飲用量別 将来「骨粗しょう症になる」という心配の有無



4) 「骨粗しょう症」の予防のためにしていること

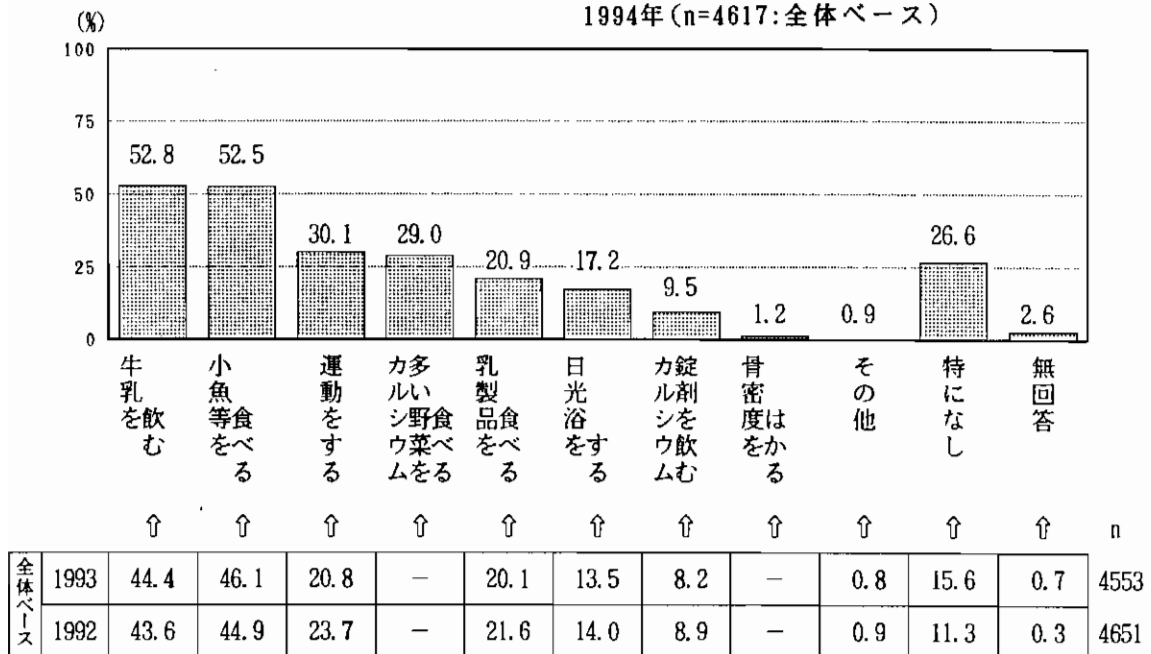
骨粗しょう症を防ぐために具体的にどのような行動をとっているかを見ると、全体ベースで約半数の人が「牛乳を飲む」「小魚を食べる」と答えた。ついで、「運動をする」「カルシウムの多い野菜を食べる」が約3割みられた。「骨密度をはかった」ことのある人は1.2%であった。

時系列でみると、「牛乳を飲む」「小魚を食べる」がともに前回より大きく伸びている。また、「運動をする」も前回の21%から30%へと伸び、カルシウムの摂取ばかりでなく、運動の必要性も認識されつつある。

一方、「乳製品を食べる」「カルシウム錠剤を飲む」などは前回とほとんど差がみられない。

図 I - 30 骨粗しょう症の予防のためにしていること

1994年(n=4617:全体ベース)



骨粗しょう症の予防のためにしていることを性・年齢別にみると、ほとんどすべての項目で女性の方が実行している人の率が高い。男女とも年齢が高くなるほど、どの予防行動も実行率が高くなるが、女性は30代頃からかなり意識的に努力しており、30～50代の男女差は大きい。60才以上になると男性もぐんと高くなり、予防行動面の男女差はほとんどなくなる。

また、男女とも40代以上では「小魚等を食べる」が「牛乳を飲む」よりやや高率であるのに対し、10～20代の若い層では「小魚を食べる」という率は低い。

「チーズ等の乳製品を食べる」人は女性では、20代以上で2割をこえるが、男性では50代以上でやっと2割レベルに達する。「カルシウムの多い野菜を食べる」でも同様の傾向がみられる。男性は骨粗しょう症を自分の問題としてとらえる意識が薄いことにもよるが、牛乳、小魚以外のカルシウム源など一般的栄養知識が女性に比べ、乏しいことも影響してはいないだろうか。

表I-14 性・年齢別 骨粗しょう症予防のためにしていること (%)

	牛乳を飲む	小魚等を食べる	運動をする	カルシウムが多い野菜を食べる	チーズ等の乳製品を食べる	日光浴をする	カルシウムサプリメントを飲む	骨密度をはかる	その他	特になし	無回答	n
全体	52.8	52.5	30.1	29.0	20.9	17.2	9.5	1.2	0.9	26.6	2.6	4,617
男性：10代	40.2	28.1	24.6	14.1	12.9	9.8	5.9	0.8	1.2	48.4	3.5	256
20代	35.2	29.4	22.5	13.7	11.6	8.2	5.5	-	0.7	47.1	4.8	293
30代	41.2	38.5	22.9	17.6	15.9	9.6	6.3	0.3	0.7	39.2	3.3	301
40代	43.2	51.4	27.6	24.3	15.3	14.3	6.1	0.5	0.8	32.7	2.8	391
50代	48.8	58.3	31.1	29.0	20.3	15.0	10.3	0.5	0.8	27.2	2.4	379
60才以上	61.1	67.2	39.6	42.3	26.0	27.6	12.0	2.7	1.1	17.2	2.7	442
女性：10代	40.2	31.8	25.3	14.6	16.9	10.7	5.7	0.4	0.4	40.6	3.8	261
20代	47.6	33.5	21.5	19.3	20.8	13.2	5.9	0.2	0.9	34.9	3.3	424
30代	57.6	53.9	30.1	29.1	22.3	17.6	10.0	1.0	0.4	19.9	0.8	488
40代	61.9	63.4	31.9	32.3	26.5	16.8	11.2	0.9	1.1	16.6	1.3	464
50代	69.8	73.9	36.3	43.0	27.9	24.8	15.1	2.9	0.9	9.7	2.3	444
60才以上	63.3	67.3	37.6	45.4	23.6	26.4	13.5	2.5	1.5	14.8	1.9	474
男性小計	46.3	48.2	29.0	25.3	17.8	15.2	8.1	0.9	0.9	33.3	3.2	2,062
女性小計	58.1	55.9	31.0	32.0	23.5	18.9	10.6	1.4	0.9	21.2	2.1	2,555

骨粗しょう症の予防のために意識して牛乳を飲んでいる人の率を性・年齢別に時系列比較したものを下に示した。

どの層も1993年に比べ、大きく伸びており、特にこれまで低率であった10～20代の伸びがめざましい。

表I-15 性・年齢別 骨粗しょう症の予防のために意識して牛乳を飲んでいる割合 (全体ベース) (%)

		1992年	1993年	1994年
全 体		43.6	44.4	52.8
男 性	10代	17.8	23.9	40.2
	20代	24.4	28.2	35.2
	30代	34.3	30.0	41.2
	40代	38.3	40.4	43.2
	50代	41.2	44.9	48.8
	60才以上	50.1	50.0	61.1
	女 性	10代	25.2	21.8
20代		37.7	36.8	47.6
30代		53.8	53.6	57.6
40代		55.2	59.3	61.9
50代		61.2	57.6	69.8
60才以上		59.4	59.6	63.3
男性 小計		35.8	37.4	46.3
女性 小計	50.2	50.4	58.1	

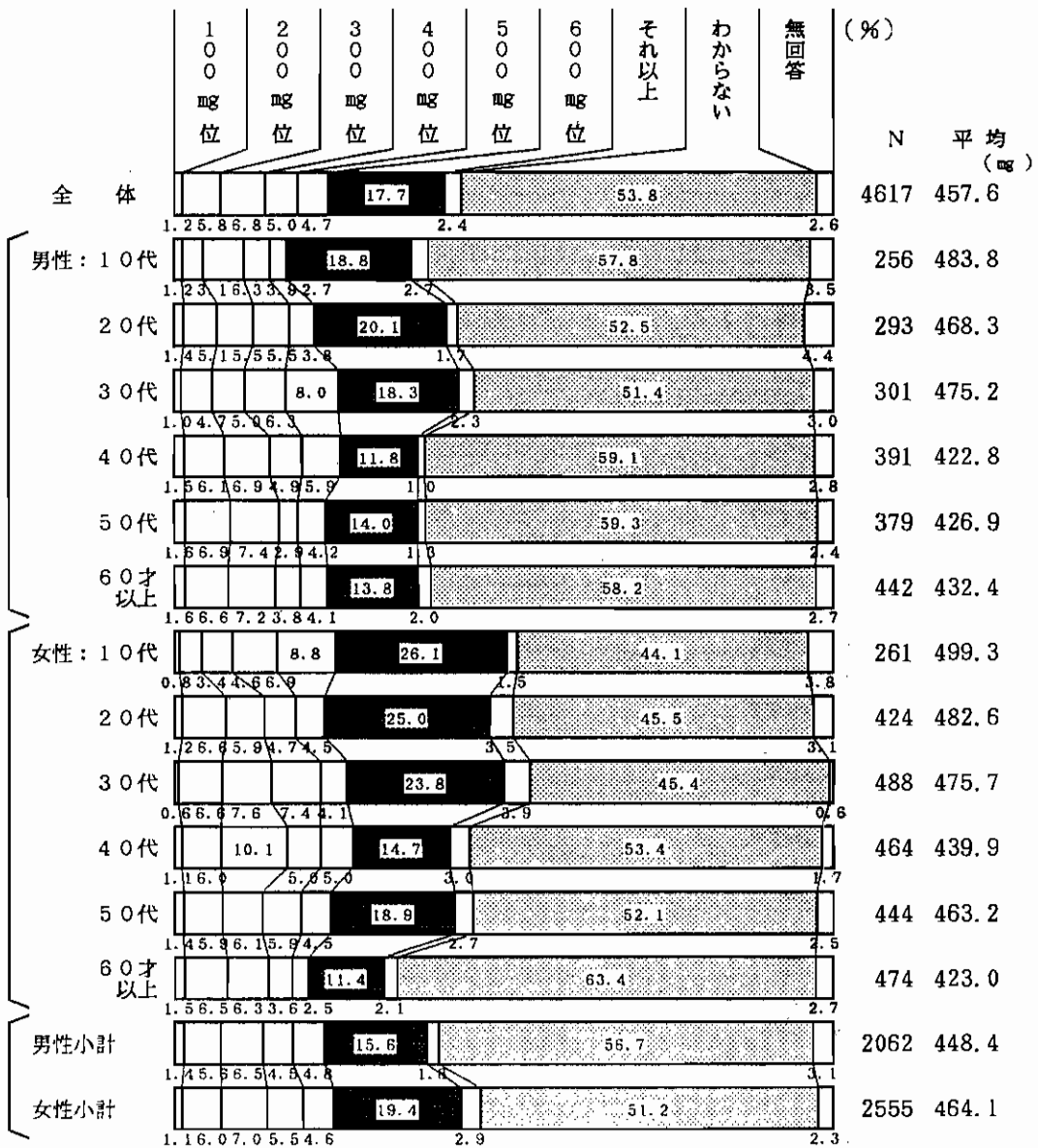
5) 骨粗しょう症予防に必要なカルシウム量の知識

1日当りのカルシウム必要量を「600mg位」と正しく答えられた人は、全体で18%であった。しかし、カテゴリーの数値が600mgまでだったので、一番多そうなところに○をつけようという回答者心理が働いたかもしれない。したがって正答率18%は多少割引いて考える必要があるだろう。「わからない」が半数を占めており、年齢が高いほど「わからない」の率も高い。

数値を答えた人の平均値は458mgで成人必要量600mgよりかなり低い。

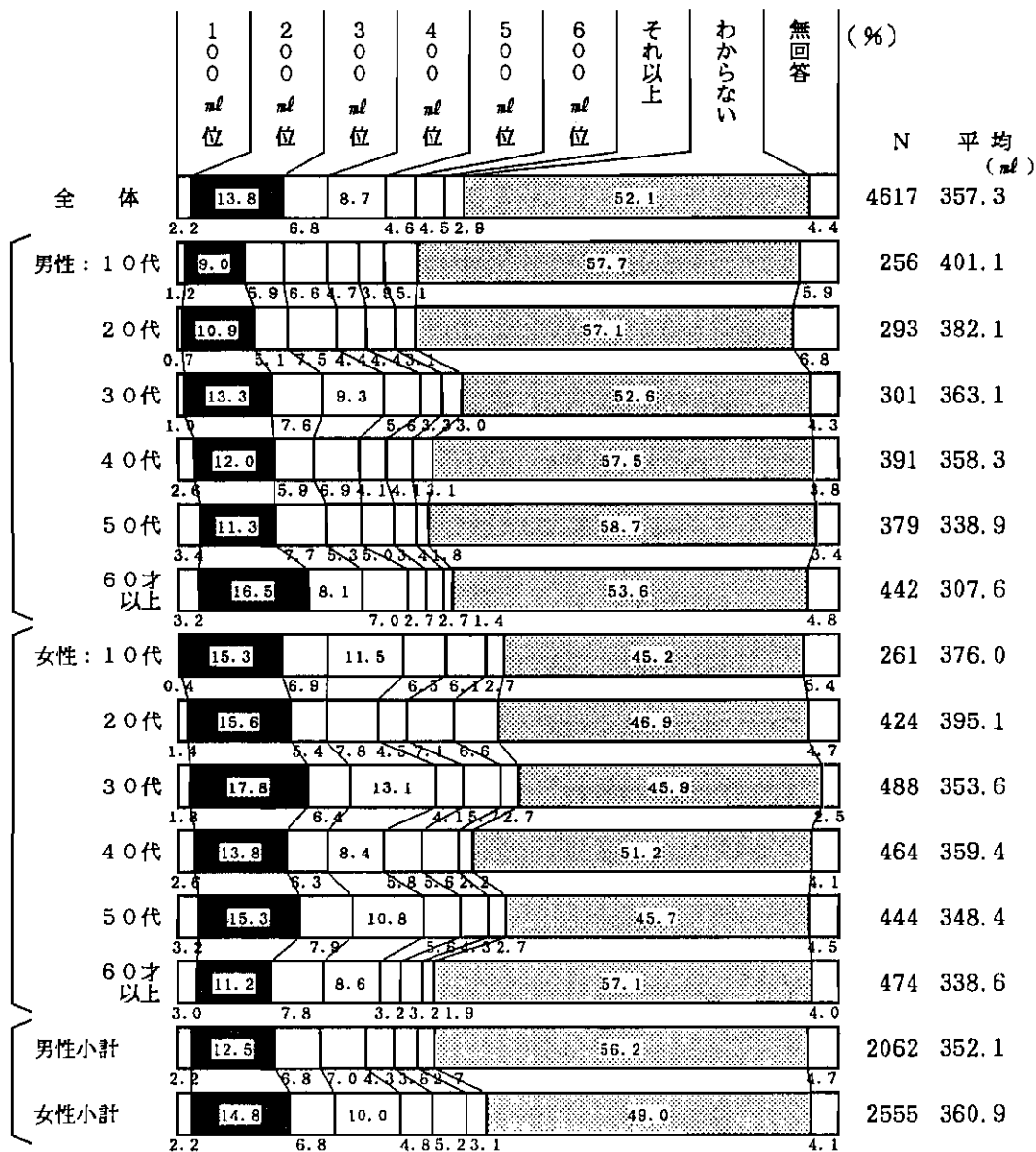
骨粗しょう症の認知レベルが8割を超えたもののその科学的根拠やカルシウム必要量などの知識はまだほとんど普及していないといえよう。

図I-31 「骨粗しょう症」予防のために1日に必要なカルシウム量



必要カルシウム量に達するには1日にあとどれぐらいの牛乳を飲んだらいいかをたずねたが、カルシウム必要量と同様、「わからない」が半数を占める。最も多いのは「200ml位」であり、「あと1日コップ1杯飲みましょう」というメッセージを知っている人もみられる。必要な牛乳量を回答した人の平均は約360mlである。「カルシウムが必要」「牛乳はカルシウムが多い」とは知っていても、牛乳に含まれるカルシウム量などの知識は普及していないようだ。

図I-32 カルシウム必要量のために、あと必要な牛乳の量



骨粗しょう症予防に必要なカルシウム量と、あとどれ位の牛乳を飲んだらよいかを実際の牛乳飲用量別にみたものが下の表である。

牛乳をかなりたくさん飲む層でも両問とも「わからない」が半数を占める。

表 I - 16 牛乳飲用量別 「骨粗しょう症」 予防のために
1日に必要なカルシウム量 (%)

	100 mg 位	200 mg 位	300 mg 位	400 mg 位	500 mg 位	600 mg 位	それ 以上	わ か ら な い	無 回 答	n 平均 (mg)
全 体	1.2	5.8	6.8	5.0	4.7	17.7	2.4	53.7	2.6	4,617 457.6
飲まない	0.8	4.0	4.8	2.9	3.9	11.9	1.0	66.8	3.9	620 452.2
50ml未満	1.4	6.4	5.2	4.6	4.9	17.1	1.9	55.2	3.3	692 454.0
50ml以上	2.2	5.8	6.1	4.8	4.3	17.0	2.1	54.5	3.4	775 448.0
100ml 以上	1.3	7.0	8.2	5.3	4.6	18.2	2.6	50.4	2.4	1,163 448.5
200ml 以上	0.7	5.4	7.7	6.0	5.2	20.7	3.3	49.5	1.5	1,359 472.8

表 I - 17 牛乳飲用量別 カルシウム必要量のために、
あと必要な牛乳の量 (%)

	100 ml 位	200 ml 位	300 ml 位	400 ml 位	500 ml 位	600 ml 位	それ 以上	わ か ら な い	無 回 答	n 平均 (ml)
全 体	2.2	13.8	6.8	8.7	4.6	4.5	2.9	52.2	4.4	4,617 357.3
飲まない	0.6	6.8	3.4	4.0	2.3	2.7	3.4	70.8	6.0	620 395.8
50ml未満	1.7	15.3	4.2	7.9	4.0	4.0	3.8	54.3	4.6	692 359.5
50ml以上	2.5	15.2	6.6	8.0	4.5	3.5	2.2	52.4	5.2	775 338.0
100ml 以上	3.0	17.0	7.8	10.1	4.6	4.5	2.4	46.3	4.3	1,163 339.1
200ml 以上	2.3	12.6	9.0	10.3	5.9	6.2	3.0	47.7	3.1	1,359 372.2

参考までに、カルシウム必要量の判断と、あと必要な牛乳飲用量の判断とのクロス結果を下に示した。「カルシウム600mgが必要で、あと牛乳コップ1杯ぐらいが不足」という現在の日本人の平均的なカルシウム摂取状況に該当する回答をした人は、全体の4%にすぎない。

表I-18 カルシウム必要量別 カルシウム必要量のために、
あと必要な牛乳の量(%)

	100 ml 位	200 ml 位	300 ml 位	400 ml 位	500 ml 位	600 ml 位	それ 以上	わか らない	無 回 答	n	平均 (ml)
全 体	2.2	13.8	6.8	8.7	4.6	4.5	2.9	52.2	4.4	4,617	357.3
100mg位	21.1	43.9	15.8	1.8	5.3	-	-	12.3	-	57	216.0
200mg位	10.4	40.4	13.3	13.7	7.8	3.7	1.1	9.3	0.4	270	282.0
300mg位	5.4	29.2	22.4	12.2	11.2	4.5	1.9	12.8	0.3	312	318.1
400mg位	1.3	30.2	9.1	34.5	10.3	2.2	1.3	11.2	-	232	338.3
500mg位	1.4	21.3	14.8	15.7	19.9	6.0	6.5	13.9	0.5	216	388.1
600mg位	2.0	17.7	10.4	16.5	4.6	16.9	7.9	23.6	0.4	818	413.8
それ以上	0.9	18.9	5.4	10.8	8.1	7.2	31.5	15.3	1.8	111	485.9
わからない	0.8	5.1	2.2	2.5	1.6	0.8	0.4	83.5	3.0	2,480	320.1

10. 健康への関心と実践

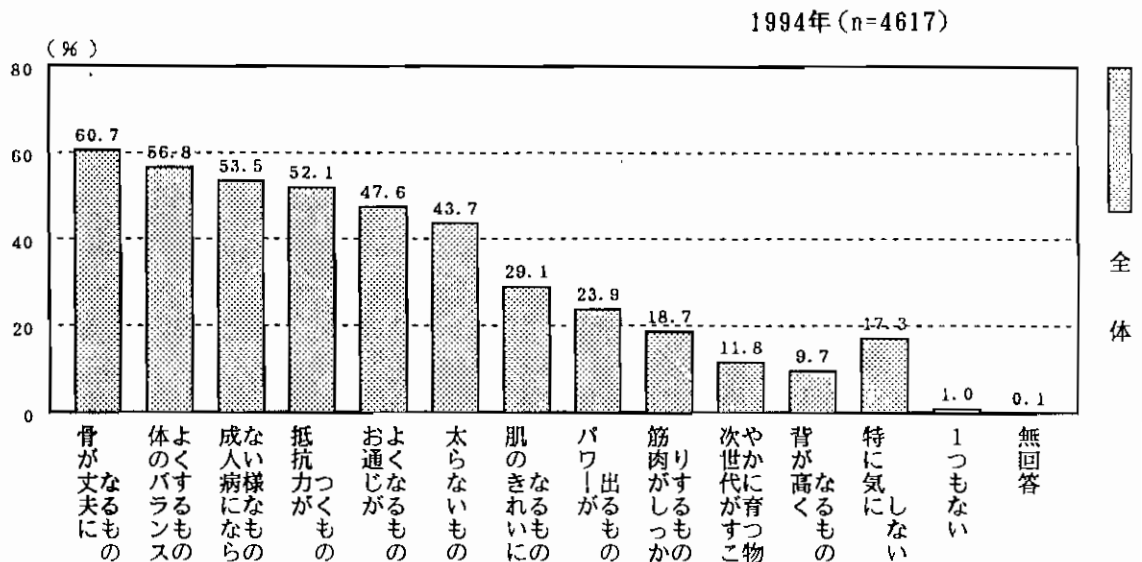
1) 食べ物に望むこと

健康への効果として日常の食べ物に、何を望むかを尋ねると、「骨が丈夫になるもの」が61%とトップにあげられた。ついで、「体のバランスをよくするもの」(57%)や「成人病にならないもの」「抵抗力がつくもの」「お通じがよくなるもの」が約50%と高い。「日常生活が維持できれば特に気にしない」という人は17%で、全体の約8割の人は何らかの役に立つものを食べたいと望んでいる。「気にしない」「1つもない」を除いた延べ回答数をみると、1人平均4項目をあげている。

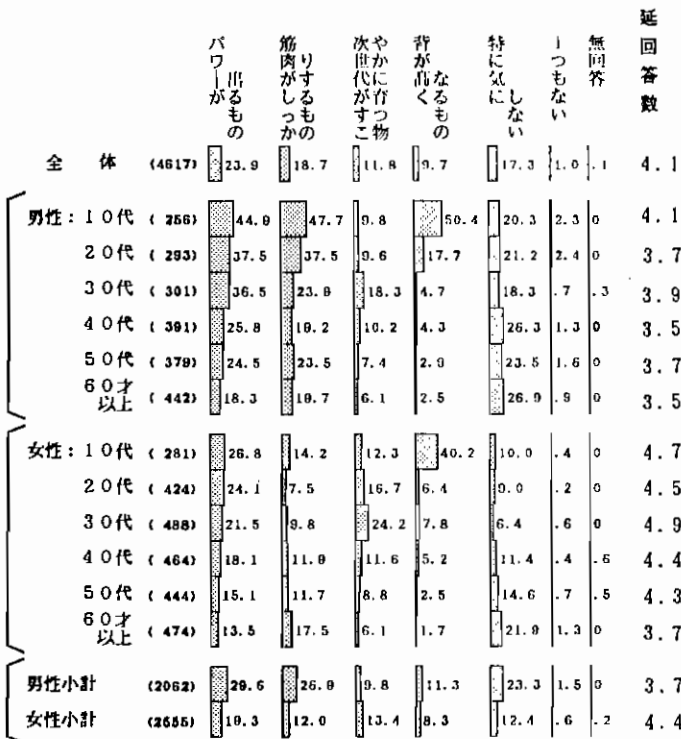
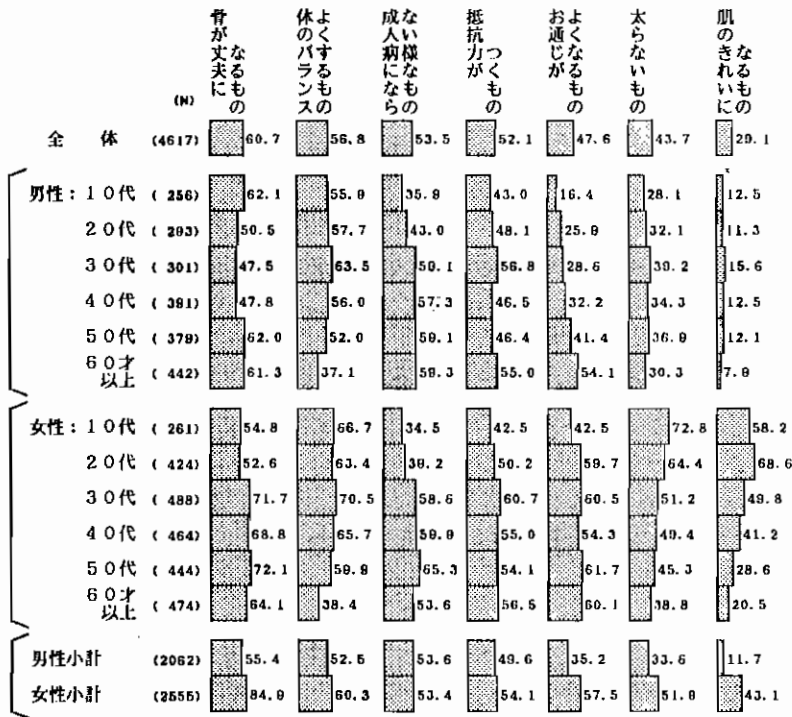
性・年齢別にみると、「骨が丈夫に」「体のバランスをよく」はどの年齢層でも高率であるが、特に女性で著しい。また、「お通じがよくなるもの」は女性で58%、男性35%と圧倒的に女性が高い。

若い層に着目すると、女性10、20代は「太らないもの」「肌のきれいになるもの」「背が高くなるもの」を食事に望み、男性10代は「背が高くなるもの」「筋肉がしっかりするもの」「パワーがつくもの」を望む率が高い。特に、「背が高くなるもの」は男性10代の50%、女性10代の40%が望んでいる。若い男性は「背が高く、筋肉たくましく」なれる食べ物を、若い女性は「背が高く、スリムで肌が美しく」なれる食べ物をそれぞれ求めている。

図I-33 食べ物に望むこと



図I-34 性・年齢別 食べ物に望むこと (%)



牛乳のユーザー区分別にみると、牛乳のヘビーユーザーは「骨が丈夫になるもの」をはじめ役に立つ食べ物を望む率が高い。ノンユーザーは「特に気にしない」が27%と高く、他の項目への回答率も低い。この結果は食生活をベースにした健康づくりへの関心の高さと牛乳飲用量とは深く結びついていることを示していよう。

表I-19 牛乳のユーザー区分別 食べ物に望むこと(%)

	骨が丈夫になるもの	体のよくなるもの バランス	成人病にならないもの	抵抗力がつくもの	よく通じが お通じが	太らないもの	肌のきれいに なるもの
全体	60.7	56.8	53.5	52.1	47.6	43.7	29.1
ヘビーユーザー	70.7	60.1	55.3	56.4	53.5	45.7	31.0
毎日ミドルユーザー	65.1	55.8	56.7	51.3	53.6	42.7	28.1
ミドルユーザー	63.3	61.3	57.7	53.9	46.7	45.3	31.1
ライトユーザー	49.7	53.1	47.8	49.0	41.3	46.1	28.2
ノンユーザー	42.7	48.2	45.0	45.5	36.0	35.3	23.9

	パワーが出るもの	筋肉がしっか りするもの	やかに育つ物 次世代がすこ	背が高く なるもの	特に気に しない	1つもない	無回答	n	延 回 答 数
全体	23.9	18.7	11.8	9.7	17.3	1.0	0.1	4,617	4.1
ヘビーユーザー	26.5	21.5	12.9	13.1	15.1	0.3	0.2	1,292	4.5
毎日ミドルユーザー	20.5	19.3	11.7	5.7	14.8	1.2	0.2	862	4.1
ミドルユーザー	25.7	20.4	13.7	10.9	14.8	0.8	-	1,064	4.3
ライトユーザー	21.6	14.0	9.8	9.1	19.0	1.0	-	772	3.7
ノンユーザー	22.9	15.0	8.5	6.6	27.3	2.4	0.3	620	3.3

2) 食べ方での配慮

食べ物、飲み物のとり方で日頃気をつけている点としては、「朝食を必ずとる」「いろいろな種類の食品をとる」が57%と上位にあげられた他、「お酒を飲みすぎない」「ビタミン、カルシウム剤をとる」を除くどの項目も約半数の人が「気をつけている」と答えている。

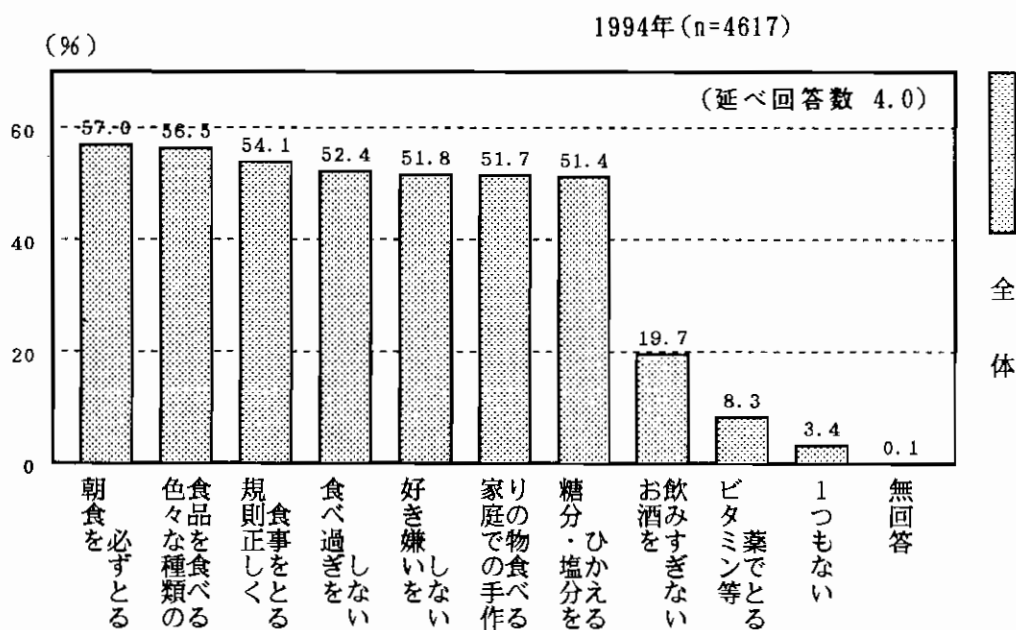
「1つもない」を除いた延べ回答数は1人平均4項目であった。

性・年齢別にみると、男性より女性の方が食事のとり方に気をつけている。ただし、「朝食を必ずとる」という点では男女とも20代が最も低く、20代男性で37%、女性で43%にとどまっている。

また、10代は「なるべく家庭で手作りのものを食べる」と答えた人が3割と低いことが目立つ。

牛乳のユーザー区別にみると、すべての項目について飲用量の多い層ほど気をつけている率が高く、健康への関心と牛乳飲用量とがパラレルな関係にあることを示している。

図I-35 食べ物をとる時、気をつけていること



表I-20 性・年齢別 食べ物をとる時、気をつけていること (%)

	朝食を必ずとる	色々の種類の食品を食べる	規則正しく食事をする	食べ過ぎをしない	好き嫌いをしない	家庭での手作りの物食べる	糖分・塩分をひかえる	飲みすぎないお酒を	ビタミン等薬をとる	1つもない	無回答	n	延回答数
全体	57.0	56.5	54.1	52.4	51.8	51.7	51.4	19.7	8.3	3.4	0.1	4,617	4.0
男性:10代	55.1	41.0	34.4	30.5	48.8	28.5	26.2	8.2	2.7	11.7	-	256	2.8
20代	37.2	38.9	38.9	32.1	43.0	30.4	30.7	25.3	6.5	9.9	-	293	2.8
30代	44.2	50.5	46.8	41.9	47.8	38.2	36.5	29.2	5.0	6.0	0.3	301	3.4
40代	52.9	50.4	48.3	46.0	50.9	47.3	44.0	30.7	5.9	1.8	-	391	3.8
50代	59.1	54.6	52.8	52.5	50.1	54.4	55.4	34.3	9.8	5.0	-	379	4.2
60才以上	68.8	62.2	67.9	64.7	58.4	64.3	65.2	37.1	14.5	2.0	-	442	5.0
女性:10代	55.6	40.2	42.9	55.9	54.4	28.7	35.2	3.4	5.4	3.1	-	261	3.2
20代	43.4	41.7	42.0	52.6	45.3	39.9	40.1	11.8	7.5	5.0	-	424	3.2
30代	57.0	69.9	60.9	51.0	52.3	55.9	56.6	10.2	8.8	1.0	-	488	4.2
40代	59.5	64.9	59.9	55.2	50.6	61.4	61.9	15.1	7.1	1.3	0.2	464	4.4
50代	66.9	71.6	62.6	61.5	58.1	69.8	67.8	16.0	10.4	0.7	0.2	444	4.9
60才以上	68.8	66.9	67.9	65.6	56.1	67.9	65.8	12.9	11.0	0.6	-	474	4.8
男性小計	54.2	50.9	50.0	46.7	50.5	46.2	45.4	29.0	8.0	5.4	0.0	2,062	3.8
女性小計	59.3	61.0	57.3	57.1	52.8	56.1	56.3	12.2	8.6	1.8	0.1	2,555	4.2

表I-21 牛乳のユーザー区別 食べ物をとる時、気をつけていること (%)

	朝食を必ずとる	色々の種類の食品を食べる	規則正しく食事をする	食べ過ぎをしない	好き嫌いをしない	家庭での手作りの物食べる	糖分・塩分をひかえる	飲みすぎないお酒を	ビタミン等薬をとる	1つもない	無回答	n	延回答数
全体	57.0	56.5	54.1	52.4	51.8	51.7	51.4	19.7	8.3	3.4	0.1	4,617	4.0
ヘビーユーザー	64.6	66.6	61.1	55.0	60.5	59.9	58.4	21.7	8.1	1.5	-	1,292	4.6
毎日ミドルユーザー	63.1	63.8	62.6	59.2	55.0	58.9	58.1	19.7	8.8	2.7	0.2	862	4.5
ミドルユーザー	56.0	55.8	50.8	49.6	51.8	49.5	50.2	18.5	7.0	3.6	-	1,064	3.9
ライトユーザー	49.6	45.6	44.8	50.8	44.7	42.0	43.0	18.0	7.6	4.3	-	772	3.5
ノンユーザー	43.4	40.5	44.5	44.8	37.6	40.0	40.2	19.5	9.0	7.3	0.2	620	3.2

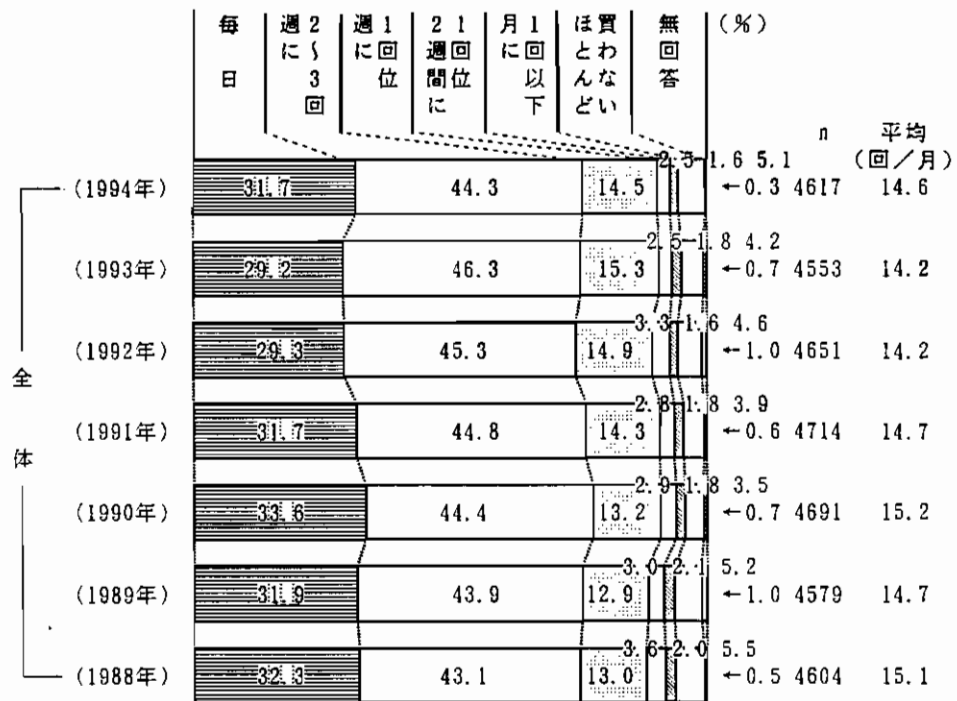
II 牛乳の購入実態

1. 購入頻度と購入量

本章の回答者は調査対象世帯の主婦である。単身者世帯では本人である。

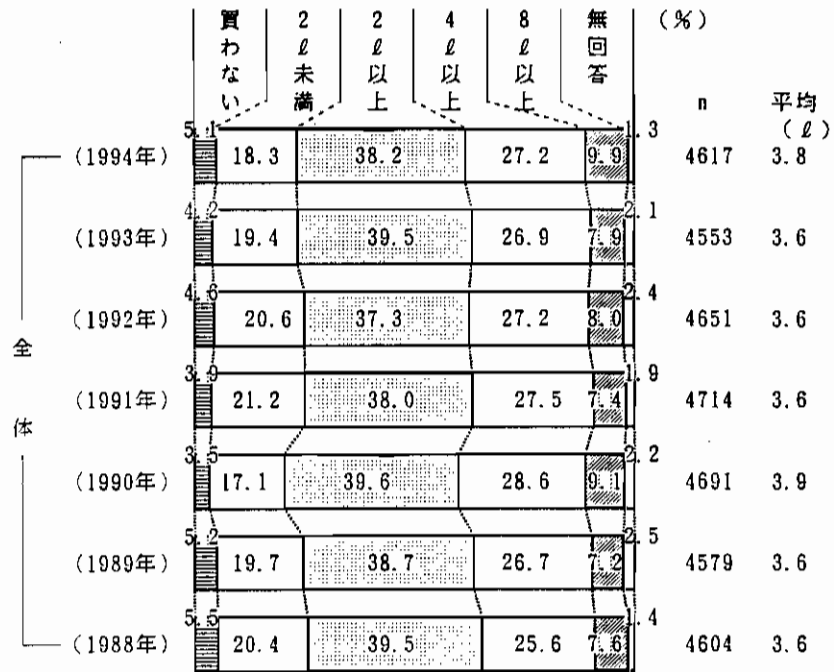
牛乳を毎日購入する人は32%、週に2~3回購入する人は44%である。1ヵ月(30日)の平均購入回数を算出すると、14.6回であり、8年間の推移をみるとほぼ横バイである。

図II-1 牛乳購入頻度



1世帯の1週間当たりの購入量は、平均3.8ℓであり、過去3年に比べ、わずかながら増加し、1990年のレベルに近づいた。

図Ⅱ-2 1週間の牛乳購入量



主婦属性別に牛乳の購入頻度をみると、29才以下の有職の主婦は他の層に比べ頻度がやや低い。

購入量は、30～40代の主婦の世帯で平均が4ℓ以上と多いが、29才以下及び50才以上の世帯ではやや少なく、特に有職主婦の世帯で少ない。

時系列で比較すると、ここ数年主婦属性別の傾向は変わっていないが、どの層においても前年に比べ、購入量が増加している。

表Ⅱ－1 主婦属性別 牛乳購入頻度 (回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6
専 業 主 婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1	13.3	11.6	12.7	14.4
	30代	15.5	16.2	16.0	15.8	15.3	15.4	14.7	14.7
	40代	15.5	15.8	15.1	15.2	15.7	15.5	15.2	15.7
	50才～	13.8	14.6	14.8	15.4	14.4	14.5	14.2	15.0
有 職 主 婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0	11.3	10.5	10.1	12.0
	30代	15.6	16.7	15.2	16.4	15.3	14.6	14.2	15.7
	40代	14.8	15.4	15.1	16.0	15.6	14.7	14.7	15.4
	50才～	13.6	15.2	14.3	14.6	15.5	13.9	14.2	14.2

表Ⅱ－2 主婦属性別 牛乳購入量 (ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8
専 業 主 婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6	3.4	3.4	3.3	3.6
	30代	4.7	4.2	4.2	4.7	4.2	4.5	4.3	4.5
	40代	4.8	4.2	4.0	4.1	4.2	4.3	4.2	4.7
	50才～	3.4	2.9	3.1	3.4	3.2	3.2	3.1	3.3
有 職 主 婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9	2.7	2.6	2.6	3.0
	30代	4.9	4.2	4.0	4.2	4.0	4.1	3.9	4.3
	40代	4.2	3.8	3.7	4.4	4.1	3.9	4.1	4.3
	50才～	3.4	3.1	3.3	3.3	3.3	3.2	3.3	3.6

家族構成別にみると、購入量・頻度ともに家族人数が多いほど多い。ただし、前回に比べ、単身世帯の購入量・頻度がやや下がり、5人以上の世帯で増加したため、世帯人数による差が広がっている。

表Ⅱ－3 家族構成別 牛乳購入頻度 (回/月)

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

表Ⅱ－4 家族構成別 牛乳購入量 (ℓ/週)

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

なお、地域・都市規模別の平均購入頻度、購入量を下に示した。

表Ⅱ－5 地域別・都市規模別 牛乳購入頻度 (回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2	14.2	14.6
地 域 別	北海道	11.1	12.5	12.8	11.7	11.5	10.5	12.3	11.9
	東 北	13.7	14.2	15.3	16.4	14.1	14.5	13.8	17.4
	関 東	13.8	14.7	13.9	14.5	14.6	14.0	13.5	13.7
	中部・北陸	15.1	15.7	15.2	16.3	15.0	14.4	14.7	15.1
	近 畿	14.9	15.6	15.8	16.0	15.5	15.5	14.6	15.2
	中 国	15.1	16.7	15.2	15.5	15.7	13.8	13.9	15.7
	四 国 九 州	16.5 14.3	16.4 15.2	18.1 14.2	14.6 15.2	13.7 14.9	12.4 14.3	18.2 14.6	14.7 14.8
都 市 規 模 別	12大都市	14.0	14.9	14.2	15.3	14.7	13.7	13.8	14.5
	15万上市	13.8	14.5	14.1	15.0	14.4	14.3	14.0	14.0
	5万上市	14.0	15.0	15.1	14.6	14.0	14.0	14.1	14.2
	5万未満市	14.4	16.0	15.1	15.6	15.4	14.2	13.9	16.4
	郡 部	15.5	15.9	15.4	15.9	15.4	14.5	14.8	15.5

表Ⅱ－6 地域別・都市規模別 牛乳購入量 (ℓ/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6	3.6	3.8
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2	3.3	3.1	3.2	3.6	3.6
	東 北	3.8	3.4	3.8	4.1	3.7	3.6	3.6	4.4
	関 東	4.2	3.8	3.7	4.1	4.0	3.9	3.7	3.8
	中部・北陸	4.2	3.4	3.5	3.8	3.5	3.6	3.6	3.8
	近 畿	4.1	3.6	3.6	3.6	3.5	3.7	3.5	3.8
	中 国	3.6	3.6	3.5	3.8	3.4	3.4	3.5	4.1
	四 国 九 州	4.9 4.0	3.0 3.4	3.9 3.3	3.8 3.7	3.2 3.4	3.1 3.5	3.9 3.5	3.5 3.7
都 市 規 模 別	12大都市	4.0	3.7	3.6	3.8	3.7	3.6	3.6	3.8
	15万上市	4.2	3.5	3.5	3.9	3.7	3.7	3.5	3.7
	5万上市	3.9	3.5	3.7	3.8	3.5	3.7	3.7	3.8
	5万未満市	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5	3.8
	郡 部	4.1	3.5	3.5	4.0	3.6	3.5	3.8	4.0

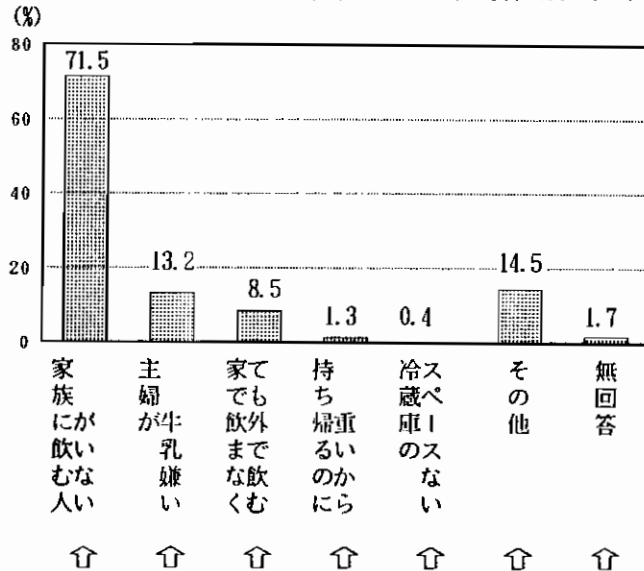
2. 牛乳を買わない理由

牛乳をほとんど買わない世帯の非購入理由は、「家族に牛乳を飲む人がひとりもないから」が72%で最も多く、次いで「主婦が牛乳嫌い」（13%）、「家で牛乳を飲まなくても、外で飲んでくる」（9%）などである。「持ち帰るのに重いから」は1%とわずかであった。

時系列でみると、「家族に飲む人がいない」という理由が増加し、「主婦が牛乳嫌い」が減っている。

図Ⅱ-3 牛乳を買わない理由

1994年(n=235 :牛乳非購入世帯)



	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	n
1993年	58.4	28.9	12.1	1.6	0.0	12.1	3.2	190
1992年	65.7	20.7	28.5	2.3	2.3	12.7	0.9	213
1991年	65.1	14.0	11.3	2.7	0.5	14.5	2.2	186
1990年	63.4	22.0	11.1	-	1.2	11.6	3.0	164
1989年	59.2	20.8	11.3	-	1.3	14.2	7.5	240
1988年	60.6	17.3	7.5	-	0.0	13.8	10.6	254
1987年	55.6	24.2	15.3	-	1.2	12.9	2.0	248

3. 家庭でのストック本数

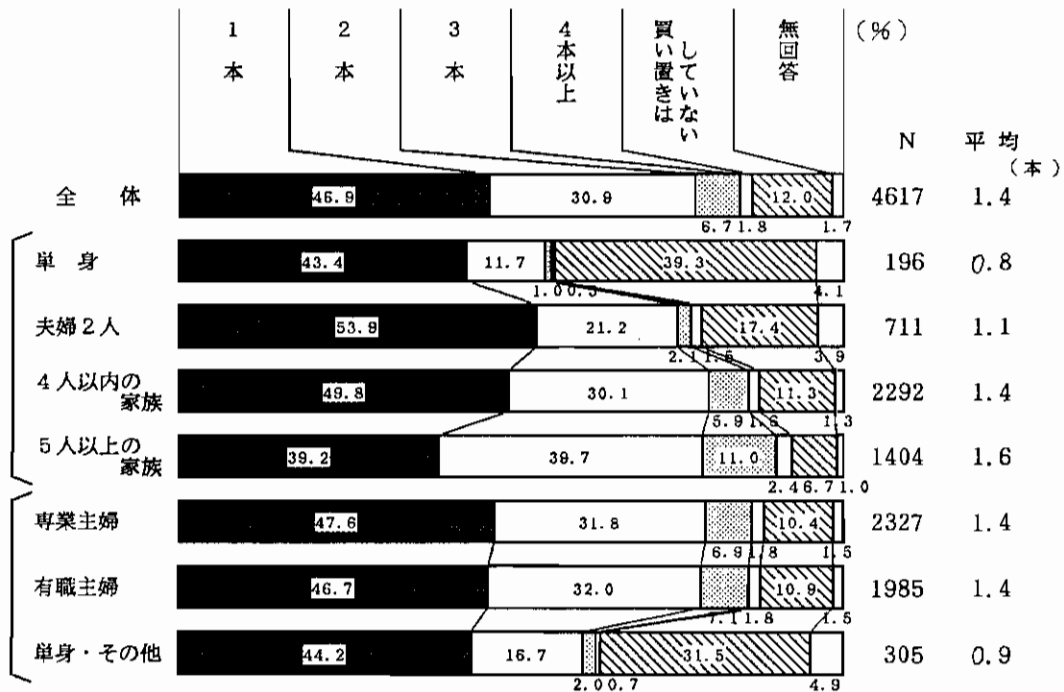
冷蔵庫にいつも1ℓのパックで何本分の牛乳が入っているかをみると、「1本」が46%で半数近く、ついで「2本」(31%)であった。「買い置きはしない」という世帯は12%である。

家族構成別にみると、単身世帯では「買い置きはしない」が39%にのぼり、冷蔵庫に牛乳が入っている家が6割を切っている。とかく栄養がかたよりがちの単身世帯に対し、簡単に栄養バランスをとれる牛乳の常備をもっとはたらきかける必要があるだろう。

また、家族人数が多い世帯でも、冷蔵庫に入っている本数は2本までが多く、牛乳を3本以上置いている世帯は全体の9%、5人以上の大世帯でも1割強にすぎない。

ストック本数の点では主婦が有職か無職かによる差はみられなかった。

図II-4 家族人数別・主婦属性別
冷蔵庫に入っている1ℓパックの平均本数



1週間の牛乳購入量と冷蔵庫に入っている牛乳本数との関連をみると、「週6ℓ以上」の世帯でも「3本以上」入れている世帯は24%にすぎない。牛乳の消費量に正比例して、庫内本数は増えるものではなく、たくさん飲む世帯は、購入頻度を多くすることで消費量をカバーしていることがうかがえる。

購入頻度別に見ると、頻度の高い世帯ほど庫内に「2本」の比率が高く、頻度が低いほど庫内本数も少ない。一般的に牛乳をまとめ買いしてストックするという習慣はないといえよう。

表Ⅱ-7 牛乳購入量別 冷蔵庫に入っている1ℓパックの平均本数

	1本	2本	3本	4本以上	買っていない 置きはしない	無回答	n	平均 (本)
全体	46.9	30.9	6.7	1.8	12.0	1.7	4,617	1.4
2リットル未満	51.7	4.9	0.6	0.1	38.4	4.4	1,084	0.7
2リットル以上	65.0	25.7	3.3	0.3	5.0	0.8	1,762	1.3
4リットル以上	35.3	52.6	6.9	2.6	2.0	0.6	663	1.7
6リットル以上	20.8	53.4	18.8	5.4	1.3	0.2	1,048	2.0

表Ⅱ-8 牛乳購入頻度別 冷蔵庫に入っている1ℓパックの平均本数

	1本	2本	3本	4本以上	買っていない 置きはしない	無回答	n	平均 (本)
全体	46.9	30.9	6.7	1.8	12.0	1.7	4,617	1.4
毎日	38.4	41.1	8.9	2.1	8.8	0.8	1,465	1.6
週に2~3回位	52.5	35.3	7.1	1.8	2.7	0.7	2,044	1.5
週に1回位	69.3	13.9	4.6	1.8	9.4	0.9	668	1.2
2週間に1回以下	15.7	0.9	0.5	0.2	72.5	10.1	426	0.2

4. 購入場所

最近1ヵ月間に牛乳を買った場所を「利用した店すべて（複数回答）」と「最も多く利用している店（単数回答）」に分けてたずねた。

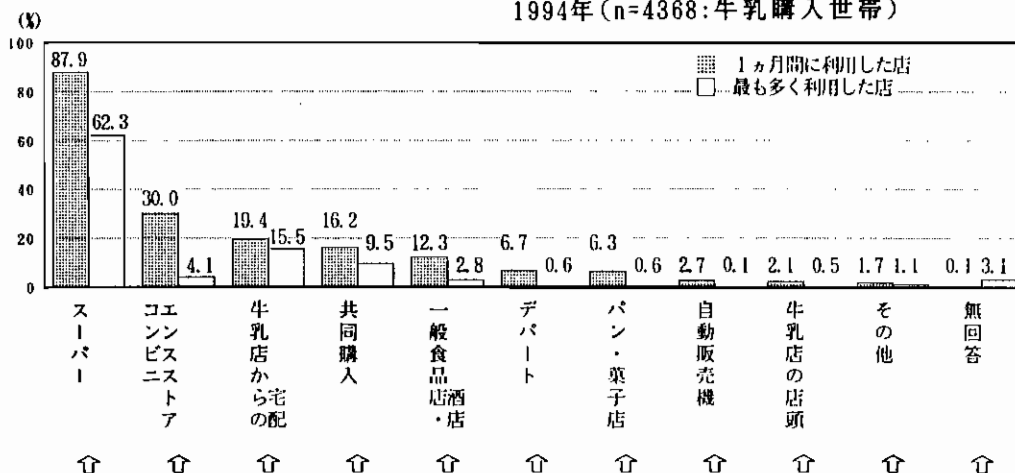
利用した店すべてでは「スーパー」が88%と、他を大きく引き離している。ついで、「コンビニエンスストア」（30%）、「牛乳店からの宅配」（19%）、「共同購入」（16%）である。

最も多く利用した店では「スーパー」が62%と圧倒的に多いが、2位は「牛乳店からの宅配」（16%）、3位が「共同購入」（10%）である。「コンビニエンスストア」は複数回答では30%と高かったが、最も多く利用した率は4%にすぎない。コンビニエンスストアは牛乳を切らした時など間に合わせに利用する人が多いものとみられる。

利用経験レベル（1ヵ月間に利用した店を複数回答）で時系列比較すると、「スーパー」「コンビニエンスストア」がともに大きく伸びている。特に、「コンビニ」の伸びが大きい。「宅配」「共同購入」は前回レベルとほぼ変わらない。

図Ⅱ-5 牛乳購入場所

1994年(n=4368:牛乳購入世帯)



年	スーパー	コンビニエンスストア	牛乳店からの宅配	共同購入	一般食品店・酒店	デパート	パン・菓子店	自動販売機	牛乳店の店頭	その他	無回答	世帯数
1993年	79.3	17.9	19.4	16.1	9.1	4.2	4.2	1.8	1.8	2.2	0.5	4330
1992年	79.2	18.7	16.9	13.8	10.9	3.9	5.0	2.5	2.6	1.8	0.7	4390
1991年	80.3	17.8	18.6	15.7	10.5	3.7	5.8	2.2	2.1	2.0	0.2	4499
1990年	79.2	15.7	20.1	12.3	11.8	4.2	5.4	2.1	2.3	1.8	0.7	4495
1989年	78.9	13.8	20.2	12.8	11.8	3.7	6.5	2.5	2.7	1.7	0.7	4294
1988年	75.9	14.6	21.5	13.8	13.2	3.6	6.8	2.6	3.6	1.6	0.7	4327
1987年	75.5	11.5	21.9	12.9	13.4	3.6	6.7	2.6	4.2	2.1	0.7	4393

※ 1993年以前は1ヵ月に利用した店（複数回答）のみ

牛乳の購入量別にみると、1週間の購入量が多い世帯ほど多様なルートから購入しており、「コンビニエンスストア」「共同購入」の利用も多い。

都市規模別でみると、都市規模が大きいほど「コンビニエンスストア」の利用率が高く、都市規模が小さいほど「牛乳店の宅配」「一般食料品店」がよく利用されている。

单身その他の世帯では「コンビニエンスストア」の利用が有職主婦または専業主婦の世帯に比べ多い。また、若い主婦ほど「コンビニエンスストア」の利用率が高い。逆に年齢が高い主婦の世帯ほど「牛乳店からの宅配」の利用率が高く、50代以上の主婦では22%が利用している。「共同購入」は30代主婦で高い。

表Ⅱ-9 属性別牛乳の購入場所（複数回答）
（購入量・都市規模・主婦職業・主婦年齢別）（%）

	スーパー	コンビニエンスストア	牛乳店からの宅配	生乳などの共同購入	一般食料品店・酒屋	デパート	パン・菓子店	自動販売機	牛乳販売店の店頭	その他	無回答	n	
全体	87.8	30.0	18.4	16.2	12.3	6.7	6.3	2.7	2.1	1.7	0.1	4,368	
購入量	3リットル未満	85.3	26.8	19.9	11.8	10.0	5.1	5.9	2.5	1.9	0.1	1,777	
	3リットル以上	89.1	30.9	20.8	19.0	11.8	6.4	5.9	3.0	2.2	0.1	1,497	
	6リットル以上	91.2	34.4	16.9	20.3	17.2	9.5	7.5	2.6	2.4	2.0	1,048	
都市規模	12大都市	89.1	42.0	13.5	15.2	9.3	4.2	8.9	3.0	1.7	0.1	891	
	15万以上市	90.0	30.8	17.2	15.7	10.1	5.8	6.9	2.5	1.5	0.1	1,296	
	5万以上市	88.4	28.9	19.1	15.6	11.5	8.2	4.5	2.9	2.5	1.7	873	
	5万未満市	81.1	17.9	29.2	17.9	11.3	5.5	4.8	3.8	2.4	2.1	291	
	郡部	85.6	22.8	25.0	17.9	18.6	8.9	5.1	2.4	2.9	2.1	0.3	1,017
主婦職業	専業主婦	88.8	28.2	19.5	16.8	12.1	7.4	6.3	2.6	2.3	1.8	0.0	2,214
	有職主婦	88.1	30.6	20.2	16.7	12.7	6.2	6.3	2.9	1.9	1.6	0.2	1,914
	单身・その他	77.5	40.8	13.3	7.5	10.0	4.2	6.3	2.9	2.5	1.7	-	240
主婦年齢	20代以下	90.4	50.6	10.5	14.2	12.0	8.0	6.2	4.3	0.3	0.6	0.3	324
	30代	91.2	37.7	17.8	24.5	13.3	9.6	6.2	2.3	1.7	2.5	0.2	878
	40代	90.5	31.3	19.0	18.9	11.4	7.5	6.4	2.3	1.8	1.1	0.1	1,394
	50代以上	83.6	21.3	22.3	10.4	12.5	4.3	6.3	3.1	2.9	1.9	0.1	1,763

なお、主に利用する購入場所別に1週間当たりの購入量をみると、スーパーを主に利用する人(4.0ℓ)に比べ牛乳店からの宅配を主に利用する人(3.9ℓ)はやや少なく、共同購入を主に利用する人(4.2ℓ)はやや多い。コンビニエンスストアを主に利用する人の購入量は3.4ℓとかなり少ない。

表Ⅱ-1.0 牛乳の主な購入場所別 1週間当たりの牛乳購入量
(牛乳購入世帯のみ) (%)

	2リットル未満	2リットル以上	4リットル以上	6リットル以上	8リットル以上	無回答	n	平均 (ℓ)
全体	19.4	40.3	15.2	13.6	10.4	1.1	4,368	4.0
スーパー	20.0	39.4	14.5	14.4	10.8	0.9	2,722	4.0
牛乳店からの 宅配	18.6	44.8	18.6	9.9	7.7	0.3	676	3.9
生協などの 共同購入で	13.1	42.6	17.7	14.0	12.6	-	413	4.2
コンビニ エンスストア	30.9	34.8	10.1	13.5	7.9	2.8	178	3.4
一般食料品店 ・酒屋	19.5	35.0	15.4	15.4	13.8	0.8	123	4.8
デパート	20.0	28.0	16.0	20.0	12.0	4.0	25	3.9
パン・菓子店	16.0	56.0	16.0	8.0	4.0	-	25	3.2
牛乳販売店の 店頭	5.0	45.0	20.0	5.0	20.0	5.0	20	4.8
自動販売機	20.0	40.0	-	20.0	-	20.0	5	3.2
その他	14.9	42.6	8.5	14.9	14.9	4.3	47	4.4

5. 特売への態度

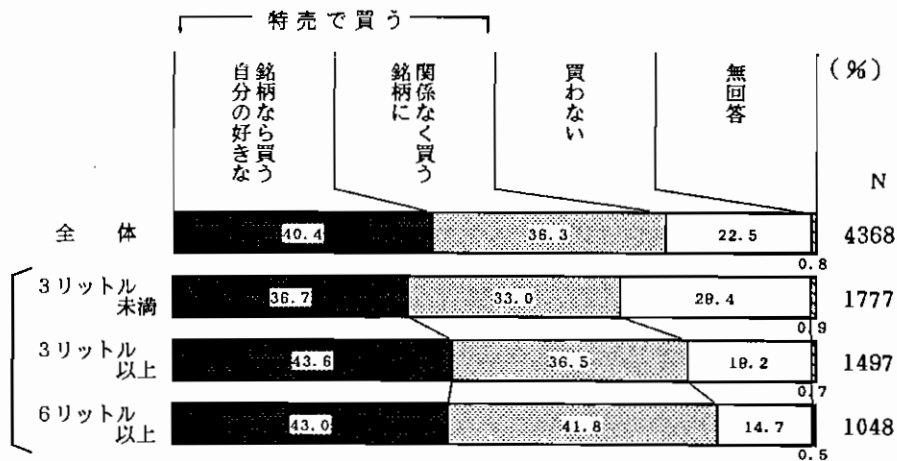
1) 特売で買うか

牛乳を特売していた場合、それが「自分の好きな銘柄だったら買う」という人が40%をしめ、「銘柄に関係なく買う」（36%）とほぼ拮抗している。合わせると4人に3人は特売で牛乳を買っている。「特売では買わない」という人は23%であった。

1週間の牛乳購入量が多い層ほど特売利用率は高いが、銘柄にこだわる人、こだわらない人の比率は消費量の多い層でも少ない層でもほぼ半数である。

主婦の属性別にみると、「特売で買う」という率は30代で高い。

図Ⅱ-6 牛乳購入量別 牛乳を特売で買うことの有無



表Ⅱ-11 主婦属性別 牛乳を特売で買うことの有無 (%)

	自分の好きな銘柄なら買う (%)	銘柄に関係なく買う (%)	買わない (%)	無回答 (%)	n
全体	40.5	36.3	22.5	0.8	4,368
専業主婦	40.6	36.4	22.2	0.8	2,214
有職主婦	40.8	36.7	21.8	0.7	1,914
単身・その他	37.1	31.3	30.8	0.8	240
20代以下	39.5	37.3	22.2	0.9	324
30代	42.3	39.4	17.7	0.7	878
40代	42.5	36.6	20.3	0.6	1,394
50代以上	38.2	34.2	26.7	0.9	1,763

牛乳の主な購入場所別に特売への態度をみると、スーパー主利用者は8割以上が「特売で買う」と答えている。牛乳店からの宅配の利用者は「買わない」が多い。また、コンビニエンスストア主利用者は銘柄にこだわらない人が比較的多いが、一般食料品店や共同購入の主利用者は、好きな銘柄へのこだわりが強い傾向がみられる。

表Ⅱ－12 主な購入場所別 牛乳を特売で買うことの有無（％）

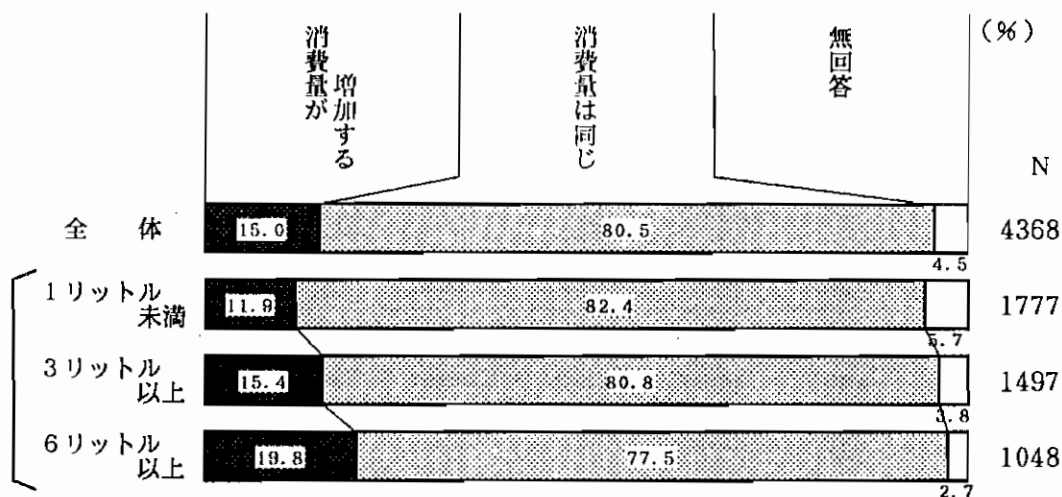
	銘柄なら好きな 自分の好きな 買う	関係なく 銘柄に 買う	買わない	無回答	n
全 体	40.5	36.3	22.5	0.8	4,368
スーパー	44.3	41.3	14.3	0.1	2,722
牛乳店からの 宅配	30.0	26.2	41.7	2.1	676
生協などの 共同購入で	37.3	28.8	32.7	1.2	413
コンビニ エンスストア	29.2	39.3	30.9	0.6	178
一般食料品店 酒屋	42.3	25.2	32.5	-	123

2) 特売は消費増に結びつくか

特売していたらたくさん飲むか、それともストックするだけで消費量は変わらないかをたずねたところ、「消費量は変わらない」という人が8割と大多数であった。

1週間の牛乳購入量の多い世帯では「特売なら消費量が増える」という世帯が2割にのぼる。また、20代の主婦では「増える」率がやや高めである。しかし、特売は、もともと購入量の少ない世帯や単身世帯、高齢の主婦の世帯などの消費増にはあまり結びついていない。

図Ⅱ-7 牛乳購入量別 牛乳を特売で買うことによる消費量の増減



表Ⅱ-13 主婦属性別 牛乳を特売で買うことによる消費量の増減 (%)

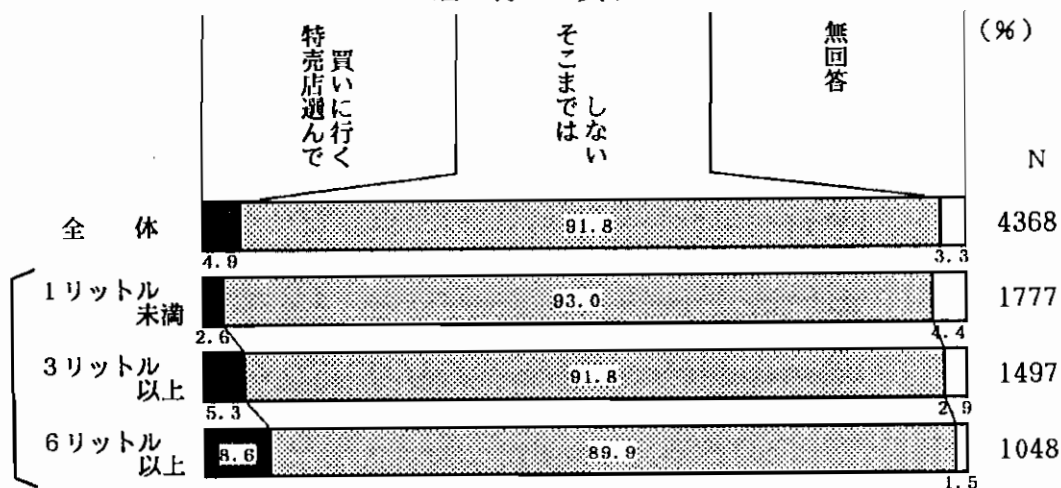
	消費量が増加する (%)	消費量は同じ (%)	無回答 (%)	n
全体	15.0	80.6	4.5	4,368
専業主婦	15.7	79.7	4.6	2,214
有職主婦	14.6	81.2	4.1	1,914
単身・その他	10.8	83.3	5.8	240
20代以下	18.8	77.8	3.4	324
30代	14.6	81.8	3.6	878
40代	15.9	80.8	3.4	1,394
50代以上	13.7	80.4	5.9	1,763

3) 特売の店にわざわざ出向くか

牛乳を「特売で買うために、いつも利用する店以外にも出向く」という人は、全体で5%とごくわずかであり、「そこまではしない」という人がほとんどであった。

週に6ℓ以上購入する世帯でも「特売の店にわざわざ出向く」という人は、1割に満たない。主婦属性による差もみられなかった。牛乳を主にスーパーで購入する主婦では「わざわざ出向く」人が他に比べやや多いが、それでも6%のみである。「牛乳の特売は、していれば買うが、そのためにわざわざその店に出向くほどのことではない」というのが一般的な主婦の態度である。

図Ⅱ-8 牛乳の購入量別 牛乳の特売があるといつもの店以外の店に行つて買う



表Ⅱ-14 主婦属性別 牛乳の特売があるといつもの店以外の店に行つて買う (%)

	特売店週に行く	そこまではしない	無回答	n
全体	4.9	91.8	3.3	4,368
専業主婦	6.1	90.8	3.1	2,214
有職主婦	3.9	92.7	3.4	1,914
単身・その他	3.3	92.9	3.8	240
20代以下	7.4	90.7	1.9	324
30代	5.2	92.3	2.5	878
40代	4.8	92.3	2.9	1,394
50代以上	4.4	91.4	4.1	1,763

表Ⅱ-15 主な牛乳の購入場所別 牛乳の特売があるといつもの店以外の店に行つて買う (%)

	特売店週に行く	そこまではしない	無回答	n
全体	4.9	91.8	3.3	4,368
スーパー	6.7	91.6	1.7	2,722
牛乳店からの宅配	1.8	80.4	7.8	676
生協などの共同購入で	1.9	92.7	5.3	413
コンビニエンスストア	3.4	94.9	1.7	178
一般食料品店・酒屋	1.6	85.9	2.4	123

6 宅配について

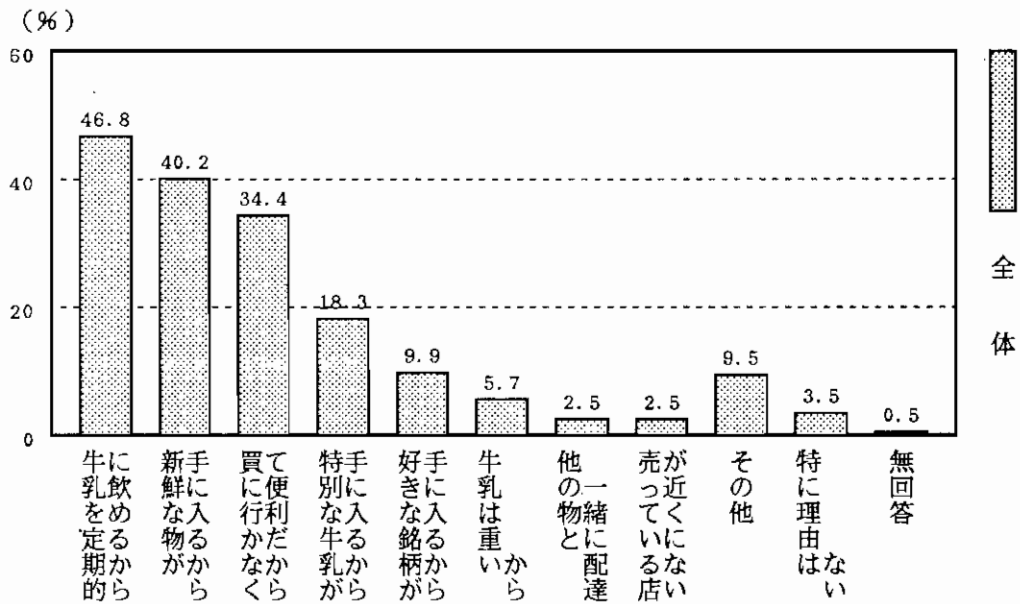
1) 宅配を利用する理由

牛乳店からの宅配を利用する理由としては「定期的に飲める」が47%で最も多く、ついで「新鮮なものが手に入る」(40%)、「買いに行かなくてよいから便利」(34%)などが主なものである。

「カルシウム強化牛乳など特別な牛乳が手に入る」(18%)、「好きな銘柄が手に入る」(10%)など、牛乳の種類や銘柄へのこだわりから宅配を利用する人は相対的に少なく、「新鮮さ」「便利性」から利用している人が多い。

図Ⅱ-9 牛乳店からの宅配を利用する理由(2つまで)

1994年(n=849: 宅配利用者)



牛乳購入量別に宅配利用理由をみると、購入量の少ない世帯では「定期的に飲める」「新鮮なものが手に入る」をあげる率が高めである。「量は少なくても新鮮な牛乳を毎日飲みたい」という要求には宅配がマッチしていることを示している。

主婦属性別にみると、専業主婦の世帯では「カルシウム強化牛乳など特別な牛乳が手に入る」など利便性以外の理由で利用する率がやや高めである。

年齢別では、50才以上と20代以下の主婦の世帯で「買物に行かなくてすむので便利」をあげる人が多く、高齢者や小さな子供のいる世帯では「家に届く」ことが重視されている。

また、主婦の年齢が高い世帯では「カルシウム強化牛乳など特別な牛乳が手に入る」を上げる率が高めである。

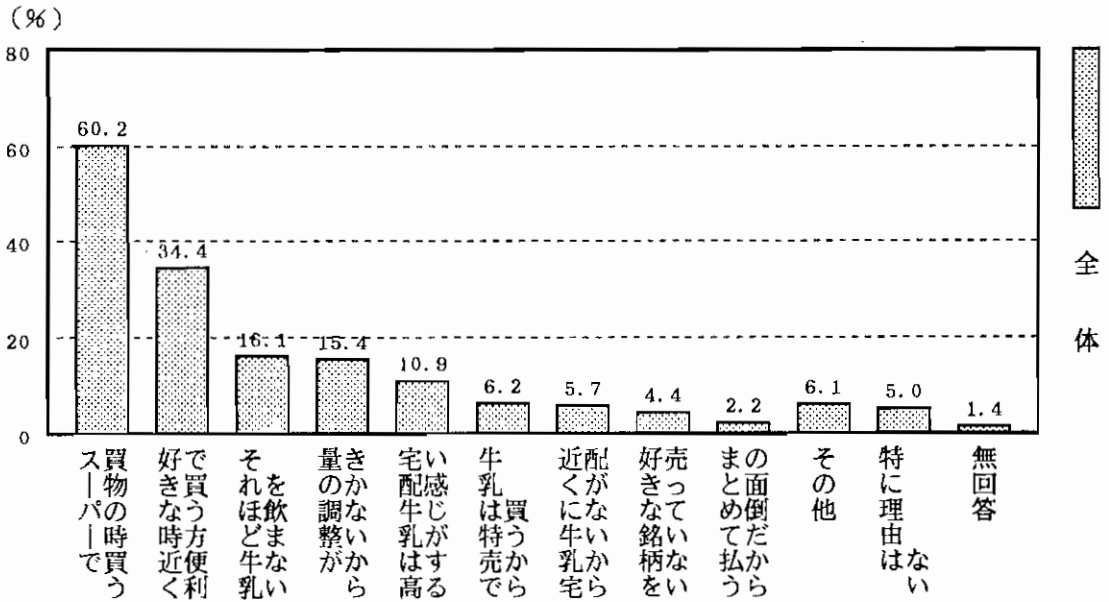
表Ⅱ-16 属性別 牛乳店からの宅配を利用する理由 (宅配利用者のみ)
(牛乳購入量・主婦職業・主婦年齢別) (%)

	牛乳を定期的 に飲めるから	新鮮な物が 手に入るから	買物に行く 用がたから	特別な牛乳 が手に入る から	好きな牛乳 が手に入る から	牛乳は重 いから	他の物と 一緒に配 送	が近く にない 店	その他	特に理由 はない	無回答	n
全 体	46.8	40.2	34.4	18.3	9.9	5.7	2.5	2.5	9.5	3.5	0.5	849
「購入量」 3リットル未満	51.1	42.1	35.3	18.0	9.3	5.1	2.0	2.8	6.2	2.3	0.6	354
3リットル以上	48.1	38.5	33.7	17.6	9.9	4.5	2.9	2.2	10.3	4.2	0.3	312
6リットル以上	37.3	38.4	34.5	17.5	10.2	0.0	2.3	1.7	15.3	5.1	-	177
「主婦職業」 専業主婦	45.9	38.1	36.0	21.1	10.7	6.7	1.9	2.8	7.2	3.5	0.2	431
有職主婦	48.4	43.0	32.1	15.0	8.8	4.1	3.1	1.8	12.2	3.0	0.5	386
単身・その他	37.5	34.4	40.6	18.8	12.5	9.4	3.1	6.3	9.4	-	3.1	32
「主婦年齢」 20代以下	58.8	32.4	38.2	11.8	11.8	2.9	-	2.9	11.8	5.9	-	34
30代	44.9	38.5	20.5	17.3	9.0	3.8	2.6	3.8	13.5	3.8	1.3	156
40代	45.3	38.1	30.0	18.1	6.8	6.4	3.8	1.5	12.8	5.7	0.4	265
50代以上	47.5	42.0	38.3	19.3	12.2	6.1	1.8	2.5	5.6	1.8	0.3	394

2) 宅配を利用しない理由

宅配を利用しない理由は「スーパーで買物のついでに買うから」(60%)が最も多い。ついで「好きな時に近くで買う方が便利だから」(34%)が高い。「それほど牛乳を飲まない」(16%)、「量の調整がきかないからたまってしまう」(15%)も比較的高い。支払い方法、銘柄を非利用理由としてあげる人はわずかであった。

図Ⅱ-10 牛乳店からの宅配を利用しない理由(2つまで)
1994年(n=3519: 宅配非利用者)



属性別に非利用理由をみると、どの層でも「スーパーで買物のついでに買う」「好きな時に近くで買う方が便利」が1、2位をしめているが、牛乳の購入量が週3ℓ未満の層では「それほど牛乳を飲まないから」も上位にあげられている。また、購入量が多い層では「宅配は割高」と考える人が他層より多い。

宅配の非利用理由に主婦の有職か無職かによる差はみられないが、単身世帯では有職または専業主婦の世帯より「それほど牛乳を飲まない」という理由をあげる率が高い。

表Ⅱ-17 属性別 宅配を利用しない理由（宅配非利用者のみ）
（牛乳購入量・家族形態・主婦職業・主婦年齢別）（％）

	スーパーで買物のついでに買う	好きな時に近くで買う方が便利	それほど牛乳を飲まない	量が少ないから	宅配牛乳は高い	牛乳は特売で買うから	近くに牛乳宅配がないから	売っていない	のり物だから	その他	特に理由はない	無回答	n
全体	60.2	34.4	16.1	15.4	10.9	6.2	5.7	4.4	2.2	6.1	5.0	1.4	3,519
「購入量」													
3リットル未満	54.5	33.3	33.8	16.4	5.2	4.1	3.7	3.4	1.7	4.0	4.8	1.2	1,423
3リットル以上	63.6	34.8	5.1	17.1	12.7	6.6	6.4	4.9	1.9	7.4	5.7	1.6	1,185
6リットル以上	66.6	36.1	0.3	11.8	18.0	9.3	8.2	5.2	3.4	7.9	4.2	1.0	871
「家族構成」													
単身	45.8	40.5	32.1	10.7	8.4	4.6	6.8	3.1	3.1	4.6	4.6	0.8	131
夫婦2人	60.8	35.6	18.3	13.8	6.5	5.0	5.8	4.4	1.5	5.7	5.5	1.3	523
4人以内の家族	60.7	35.2	16.4	16.9	10.6	6.1	5.8	4.3	2.2	5.5	4.5	1.1	1,839
5人以上の家族	60.8	31.7	11.8	14.2	13.9	7.3	5.1	4.8	2.5	7.3	5.7	2.0	1,013
「主婦職業」													
専業主婦	61.4	34.2	14.5	15.3	11.8	7.0	5.3	4.7	1.9	6.2	4.8	1.6	1,783
有職主婦	60.5	34.4	16.6	16.0	10.1	5.4	5.8	3.8	2.6	6.1	4.8	1.2	1,528
単身・その他	48.1	37.5	26.0	12.5	7.7	5.3	7.2	5.3	1.9	4.8	7.2	1.0	208
「主婦年齢」													
20代以下	58.6	34.1	20.7	12.8	12.8	5.8	8.6	3.4	2.8	4.8	5.5	0.7	290
30代	54.3	32.1	12.0	18.0	17.2	6.2	6.8	4.2	2.6	8.8	5.1	1.7	722
40代	63.1	34.8	15.8	17.0	10.6	6.6	5.0	4.6	3.0	6.0	3.8	1.4	1,129
50代以上	61.4	35.5	17.5	13.3	7.4	5.9	5.0	4.6	1.2	4.9	5.8	1.3	1,369

主に利用する購入場所別に宅配非利用理由をみたものが下表である。

表Ⅱ－18 主に牛乳を買う場所別 宅配を利用しない理由 (%)
(宅配非利用者のみ)

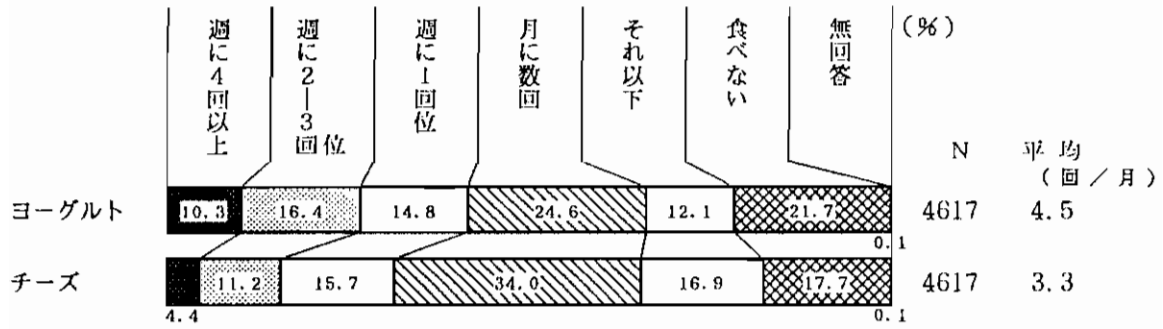
	スーパーで 買物の時	近所の方で 買物する時 近く	それ以外 の場所	配達員が 来ないから	宅配牛乳は 味がする	牛乳は 買わない	近所には 牛乳店	配達員が 来ないから	配達員が 来ないから	配達員が 来ないから	その他	特に理由 はない	無回答	n
全 体	69.2	34.4	16.1	15.4	10.9	6.2	5.7	4.4	2.2	6.1	5.0	1.4	3,519	
スーパー	69.9	34.1	16.6	15.1	11.3	7.5	5.0	3.9	2.3	2.7	3.4	0.9	2,616	
生協などの 共同購入で	26.6	21.9	11.1	18.1	12.8	2.3	6.5	7.0	1.3	20.4	10.6	2.8	388	
コンビニ エンスストア	39.3	54.3	25.4	13.9	6.4	1.2	8.1	2.3	3.5	2.9	6.9	-	173	
一般食料品店 酒屋	34.2	57.5	15.8	15.8	6.7	4.2	12.5	5.8	0.8	3.3	5.8	-	120	

Ⅲ 乳製品に対する態度

1. ヨーグルト、チーズを食べる頻度

「ヨーグルトを食べない」人は22%、「チーズを食べない」という人は18%である。食べる頻度はヨーグルトの方が高く、「週1回以上」が42%であるのに対し、チーズを「週1回以上」食べる人は31%である。

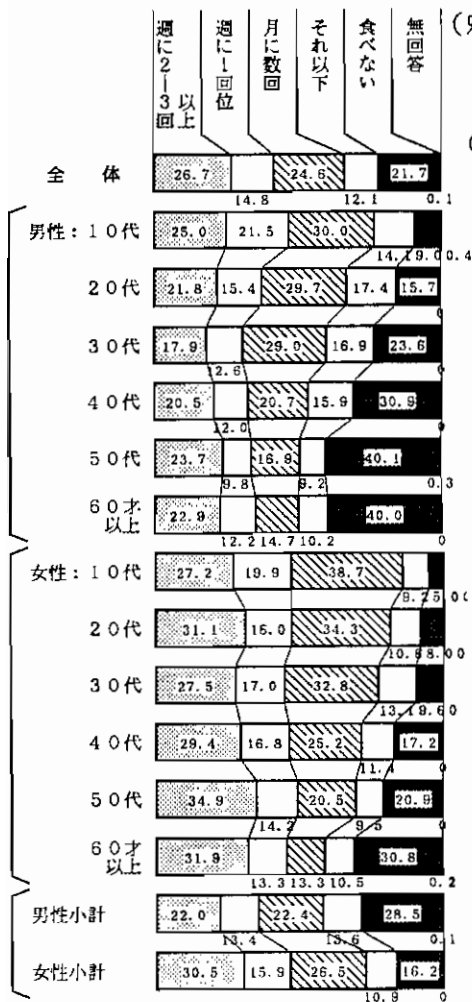
図Ⅲ-1 ヨーグルトやチーズを食べる頻度



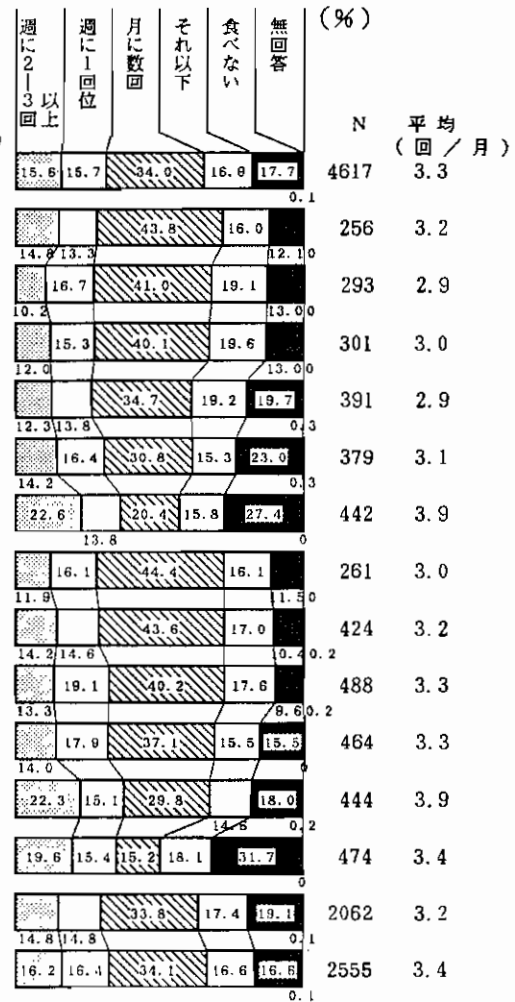
性・年齢別にみると、ヨーグルト、チーズともに年齢が高くなるほど「食べない」という人が多くなる。ヨーグルトでは特に年齢差が大きく、10代で「ヨーグルトを食べない」という人は男性9%、女性5%とわずかであるのに対し、50代以上の男性では40%、60才以上の女性では31%と多い。ところが、高齢層では「週2～3回以上」と高頻度で食べるヘビーユーザーも多く、ライトユーザーが少ない。高齢層ではよく食べる人と、食べない人に二極分化しているといえよう。

ヨーグルトの場合、男性より女性の方が食べる人の率、食べる頻度ともに高く、女性に好まれている食品といえる。チーズの食べ方には男女差はみられない。

図Ⅲ-2 性・年齢別
ヨーグルトを食べる頻度

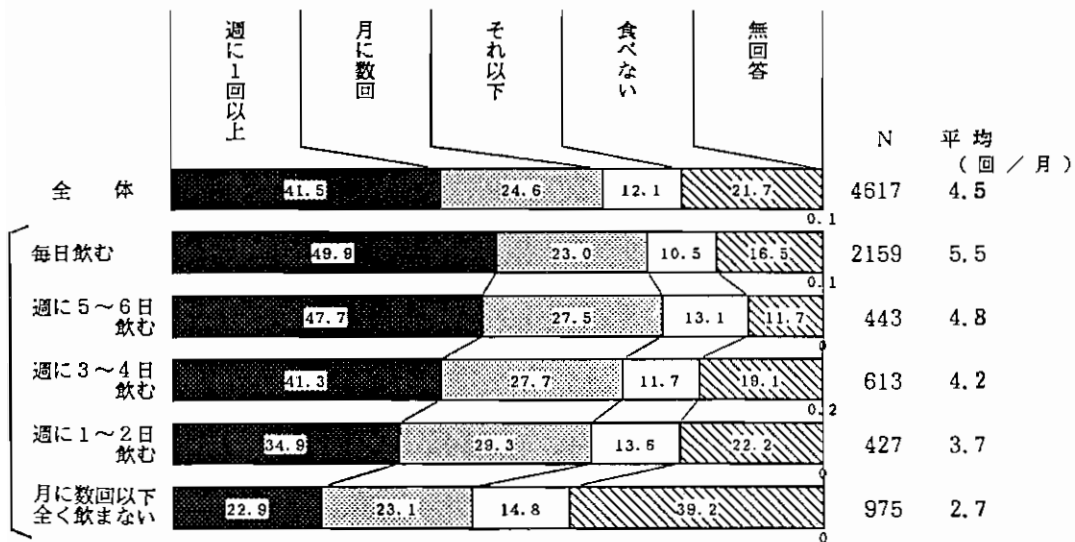


図Ⅲ-3 性・年齢別
チーズを食べる頻度

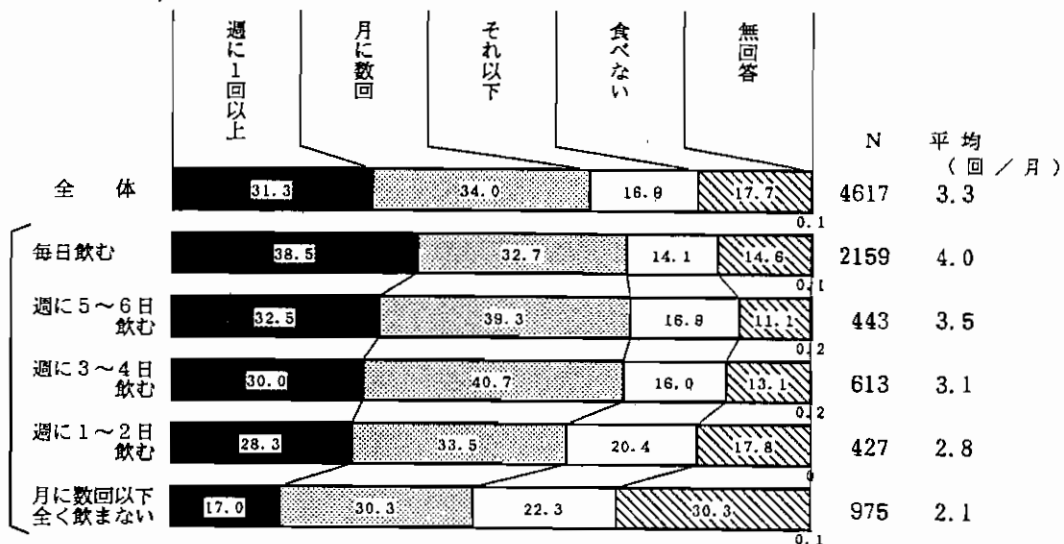


牛乳の飲用量とヨーグルト、チーズの食べ方との関係を見ると、牛乳をよく飲む人ほどヨーグルト、チーズもよく食べるという関係がみられる。しかし牛乳を月に数回以下か全く飲まない層の46%が月に数回以上ヨーグルトを食べ、47%が月に数回以上チーズを食べている。つまり、牛乳ノンユーザーまたはライトユーザーの約半数は乳製品で拾いあげることができる。若い層でヨーグルトを食べる率が高いことは若年層の牛乳ノンユーザーのフォローに乳製品が果たす役割が大きいことを示唆していよう。

図Ⅲ-4 牛乳の飲用頻度別 ヨーグルトを食べる頻度 (%)



図Ⅲ-5 牛乳の飲用頻度別 チーズを食べる頻度 (%)



なお、ヨーグルトやチーズの食用頻度と牛乳の飲用頻度との関係を全体に占める割合に計算しなおすと下の図の通りである。牛乳を全く飲まず、ヨーグルトやチーズを全く食べない人は各5%ずつであり、ごくわずかにすぎない。

図Ⅲ-6 ヨーグルトと牛乳の飲・食用頻度の関係
(全体に占める割合：%)

		ヨーグルト					
		週 4 回以 上	週 2 回 3位	週 に 1 回位	月 に 数 回	そ れ 以 下	食 べ な い
牛 乳	毎日飲む	6.9	9.0	7.5	10.7	5.0	7.7
	週に5~6日飲む	0.7	2.1	1.7	2.6	1.3	1.1
	週に3~4日飲む	1.0	2.2	2.3	3.7	1.6	2.5
	週に1~2日飲む	0.7	1.2	1.4	2.7	1.3	2.1
	月に数回以下	2.7	0.9	1.3	3.0	2.2	3.0
	全く飲まない	0.5	0.8	0.6	1.7	1.0	5.3

図Ⅲ-7 ヨーグルトと牛乳の飲・食用頻度の関係
(全体に占める割合：%)

		チーズ					
		週 4 回以 上	週 2 回 3位	週 に 1 回位	月 に 数 回	そ れ 以 下	食 べ な い
牛 乳	毎日飲む	2.9	6.8	8.3	15.3	6.6	6.8
	週に5~6日飲む	0.4	1.1	1.6	3.8	1.6	1.1
	週に3~4日飲む	0.4	1.3	2.3	5.4	2.1	1.7
	週に1~2日飲む	0.2	0.8	1.6	3.1	1.9	1.6
	月に数回以下	0.2	0.6	1.0	4.1	2.9	2.1
	全く飲まない	0.3	0.5	0.9	2.3	1.8	4.3

2. 好きなチーズの種類

チーズ製品の中では「チーズケーキ」が最も好まれている（47％）。ついで「プロセスチーズ」「ピザ・トースト用チーズ」「スライスチーズ」でそれぞれ約4割の人が「好きなチーズ」としてあげている。「どれも好きでない」という人は15％であり、8割以上は好きなチーズがある。

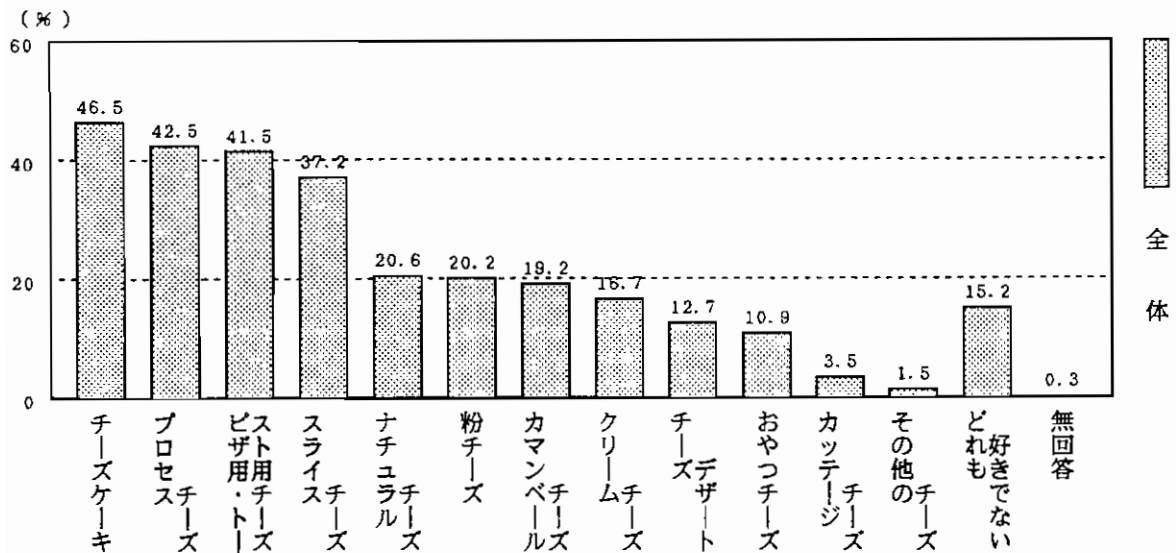
性・年齢別にみると、「チーズケーキ」「ピザ用・トースト用チーズ」「クリームチーズ」「チーズデザート」「おやつチーズ」などは若い層ほど人気があり、特に女性に好まれている。「ナチュラルチーズ」「カマンベールチーズ」などは20～40代で好まれており、男女差はほとんどない。

「プロセスチーズ」「スライスチーズ」は男女とも各年齢層に平均して好まれており、万人向けのチーズといえよう。

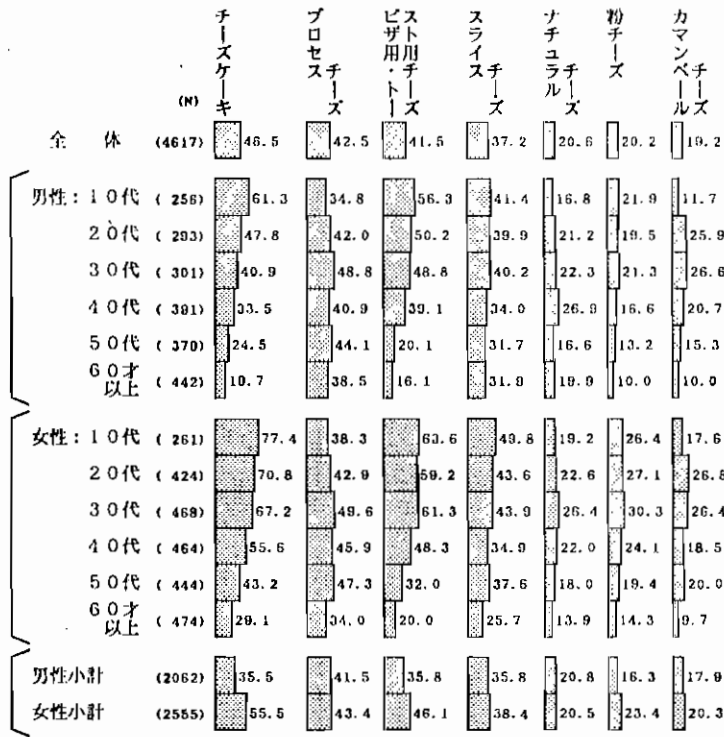
好きなチーズの延べ回答数をみると、全体平均で2.7種類があげられ、若い人ほど好きなチーズの種類数が多い。

図Ⅲ－8 好きなチーズの種類

1994年 (n=4617)



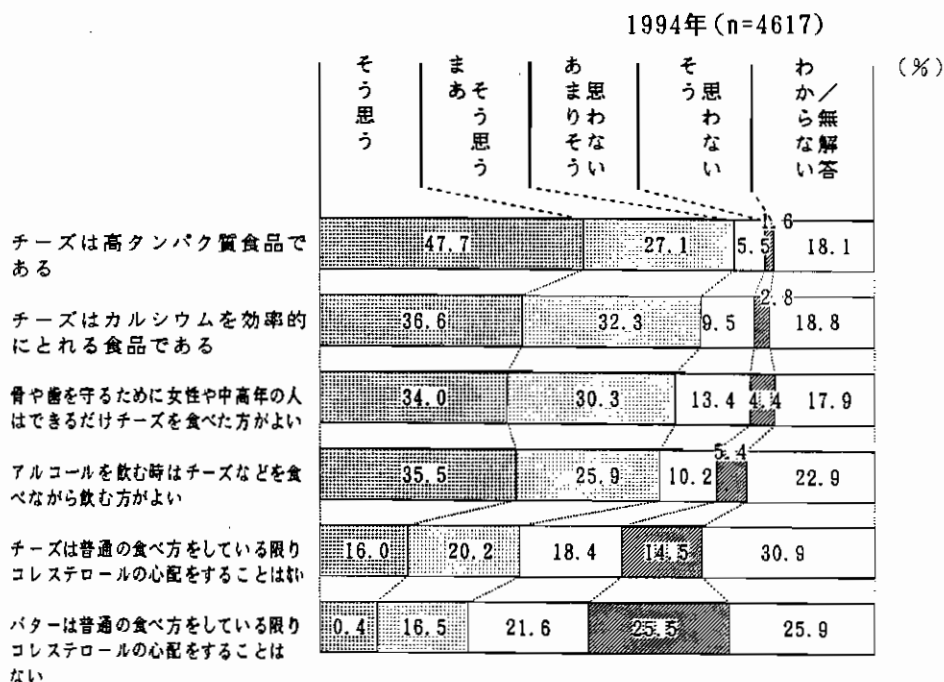
図Ⅲ-9 性・年齢別 好きなチーズの種類 (%)



3. 乳製品に関する知識

乳製品に関して6つの項目をあげてそう思うか、そう思わないかを聞いた。「チーズは高タンパク食品」に対しては「まあそう思う」まで含めると75%が肯定し、「チーズはカルシウムを効率的にとれる食品」「骨や歯を守るために女性や中高年はチーズを食べた方がよい」「アルコールを飲むときにはチーズを食べた方がよい」などを肯定する人も6割以上と高い。しかし、「チーズのコレステロールは心配ない」に対しては肯定36%、否定33%と意見が分かれ「バターのコレステロールは心配ない」に対しては肯定27%に対し、否定47%と「そう思わない」人の方が多い。「コレステロール」や「アルコールとの関係」については「わからない」という反応も多く、牛乳に比べると乳製品は、まだ十分に理解されていないといえよう。

図Ⅲ-10 乳製品に関する知識



時系列でみると、「コレステロール」との関係についてはチーズもバターも年々「そう思う」率が下がっている。正しい知識の普及が急務である。

表Ⅲ－１ 乳製品に関する知識（時系列）（％）

（「そう思う」と「ややそう思う」の和）

	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年
a) チーズは普通の食べ方をしている限り、コレステロールの心配をすることはない	52.5	48.4	48.6	41.7	43.5	41.9	36.2
b) アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい	61.6	61.2	64.5	67.0	66.0	63.6	61.4
c) チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である	59.8	61.2	62.0	65.9	68.1	67.4	68.9
d) 骨や歯を守るために女性や中高年の人は、できるだけチーズを食べた方がよい	60.0	60.1	60.6	63.6	66.0	64.8	64.3
e) チーズは高タンパク質食品である	71.6	72.9	75.1	76.6	76.2	74.6	74.8
f) バターは普通の食べ方をしている限りコレステロールの心配をすることはない	41.4	36.4	35.5	31.6	32.1	30.8	26.9

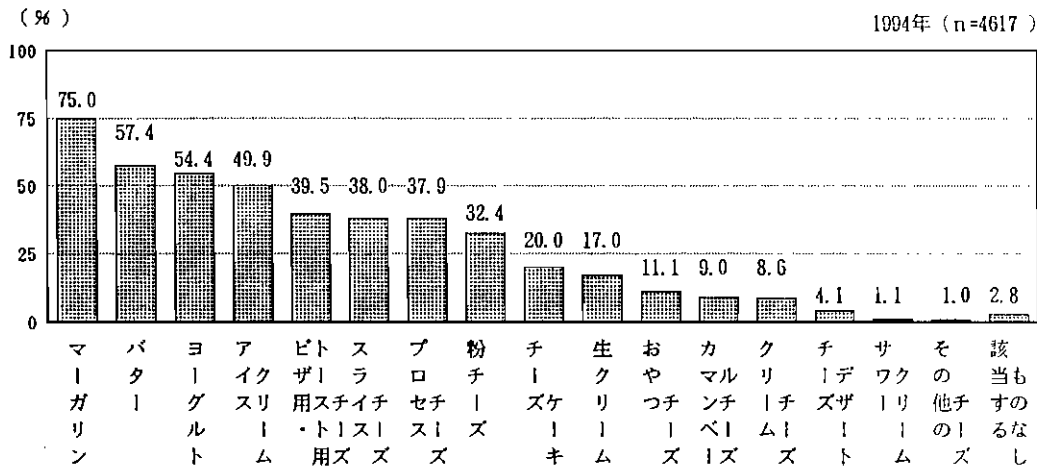
* dは1990年以前は「骨や歯を守るために中高年の人もできるだけチーズを食べた方がよい」という表現であった。（1991年より「女性や」を追加）

4. 家庭での乳製品の利用状況

「現在家庭でよく利用している乳製品」で最も多いものは「マーガリン」であり、75%の世帯で使われている。ついで「バター」「ヨーグルト」「アイスクリーム」が約半数以上の家庭で使われている。

今回新たに追加したカテゴリーを除き、時系列で見ると、上位4位までの順位、利用率に大きな変化はみられないものの、プロセスチーズが1991年をピークに年々減少傾向にある。

図Ⅲ-11 家庭でよく利用している乳製品等



	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	
1993年	73.4	54.2	53.6	49.2	-	-	40.2	28.2	-	15.6	-	-	7.8	-	0.9	-	4.8	4553
1992年	74.1	56.1	55.4	50.0	-	-	48.8	34.3	-	21.3	-	-	9.9	-	1.5	-	5.7	4651
1991年	74.6	58.0	47.4	-	-	-	49.0	35.7	-	19.5	-	-	9.3	-	1.6	-	6.9	4714
1990年	74.6	57.6	48.3	-	-	-	42.7	30.2	-	17.8	-	-	6.9	-	1.3	-	5.2	4691
1989年	73.7	57.8	47.2	-	-	-	40.9	31.2	-	16.3	-	-	7.0	-	1.5	-	6.6	4579
1988年	-	62.7	43.8	-	-	-	44.2	29.9	-	17.9	-	-	6.9	-	1.9	-	13.8	4604
1987年	-	59.5	40.9	-	-	-	39.6	27.4	-	16.6	-	-	5.2	-	1.7	-	17.5	4664

単身その他の家庭では、有職主婦または専業主婦の家庭に比べ、利用している乳製品の種類が少ない。また、乳製品を種類多く利用しているのは30代～40代主婦の家庭で、20代以下の若い主婦や50才以上の高齢層の主婦は利用種類が少ないことが目立つ。

表Ⅲ－２ 主婦属性別 家庭でよく利用している乳製品の種類（％）

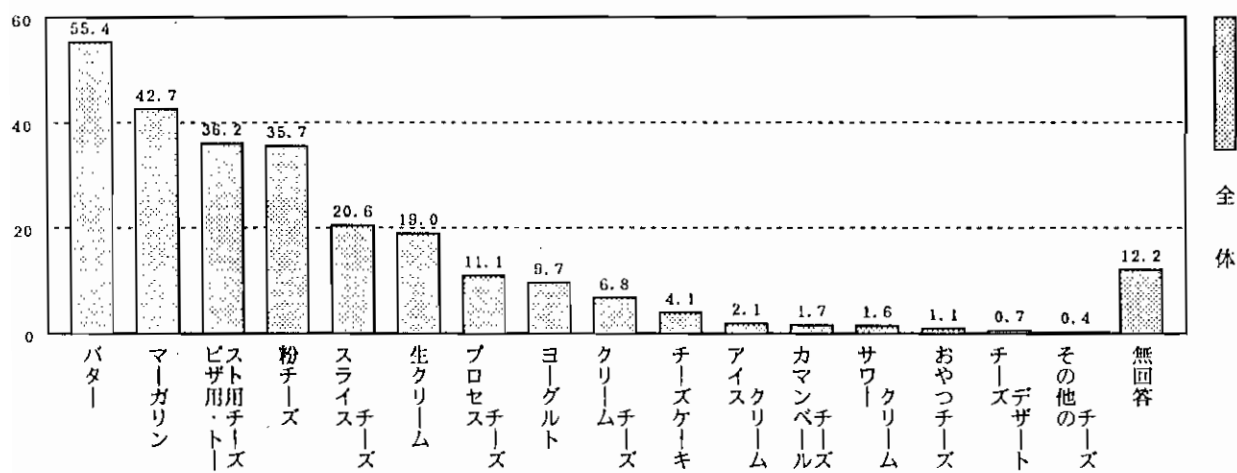
	マーガリン	バター	ヨーグルト	アイスクリーム	ビスト用チーズ	スライスチーズ	プロセスチーズ	粉チーズ	チーズケーキ
全体	75.0	57.4	54.4	49.9	39.5	38.0	37.9	32.4	20.0
専業主婦	75.6	59.5	56.1	49.5	39.4	39.0	38.6	34.6	19.1
有職主婦	77.3	56.9	54.3	53.0	42.2	39.3	38.4	32.0	21.8
単身・その他	65.7	44.3	41.6	32.8	23.3	21.6	29.5	17.7	16.7
20代以下	69.1	57.8	54.3	49.7	39.6	32.4	27.7	30.9	17.9
30代	81.1	59.2	63.2	62.2	50.4	44.7	37.5	35.5	18.1
40代	78.7	60.4	61.0	56.5	50.3	41.5	39.8	37.4	24.4
50代以上	70.4	54.3	45.3	39.2	26.4	33.2	38.6	27.5	18.0

	生クリーム	おやつチーズ	カンペンチーズ	クリームチーズ	チーズデザート	サワークリーム	その他のチーズ	無回答	n	延回答数
全体	17.0	11.1	9.0	8.6	4.1	1.1	1.0	2.8	4,617	4.6
専業主婦	18.3	12.6	10.2	9.8	4.3	1.5	1.1	2.5	2,327	4.7
有職主婦	16.8	10.2	7.6	7.5	3.8	0.7	0.7	1.8	1,985	4.6
単身・その他	7.5	5.2	9.8	6.9	4.3	0.7	1.6	10.8	305	3.3
20代以下	13.0	14.7	9.0	6.6	6.4	0.6	0.9	2.3	346	4.3
30代	17.0	22.3	6.7	8.5	6.2	0.9	0.7	1.4	907	5.1
40代	22.2	10.2	8.9	10.2	4.5	1.2	1.2	1.5	1,448	5.1
50代以上	13.9	5.8	10.2	7.9	2.4	1.3	0.9	4.3	1,804	4.0

「家庭で料理に入れて使っている、又は、料理として作る乳製品」をみると、「バター」が55%で最も多い。ついで「マーガリン」43%、「ピザ用・トースト用チーズ」「粉チーズ」が約3分の1の家庭で使われている。「スライスチーズ」や「生クリーム」は2割の世帯で使われている。それ以外の乳製品の料理への利用率は1割から1割以下と低い。

図Ⅲ-12 家庭で料理に使っている／料理として作る乳製品の種類

1994年(n=4617)



主婦属性別にみると、30～40代の主婦が最も積極的に料理に乳製品を利用している。50才以上の主婦では平均利用数が2種類と少なく、「バター」「マーガリン」以外に料理への利用の広がりがみられない。料理経験の浅い若い主婦や新しい乳製品を使いこなせない高齢主婦にも使いやすい乳製品やメニューの普及が望まれる。

表Ⅲ-3 主婦属性別 家庭で料理に使っている
／料理として作る乳製品の種類 (%)

	バター	マーガリン	ビストロ 用チーズ	粉チーズ	スライス チーズ	生クリーム	プロセス チーズ	ヨーグルト	クリーム チーズ
全体	55.4	42.7	36.2	35.7	20.6	19.0	11.1	9.7	6.8
専業主婦	56.9	42.0	37.6	36.9	19.6	20.4	11.0	10.0	8.0
有職主婦	55.6	44.9	37.0	36.7	22.8	19.0	11.7	10.0	6.1
単身・その他	41.6	33.4	21.0	20.0	13.4	7.9	8.2	6.2	3.3
20代以下	62.4	41.3	46.5	38.2	22.5	18.8	10.4	8.1	3.8
30代	61.6	44.8	51.3	40.5	25.0	23.3	13.2	11.8	10.0
40代	57.9	45.2	43.7	40.4	23.5	23.8	11.4	11.7	9.3
50代以上	49.2	39.9	21.6	29.7	15.9	13.4	10.0	7.7	4.0

	チーズ ケーキ	アイス クリーム	カマン ベールズ	サワー クリーム	おやつ チーズ	チーズ デザート	その他 のチーズ	無回答	n	延 回 答 数
全体	4.1	2.1	1.7	1.6	1.1	0.7	0.4	12.2	4,617	2.5
専業主婦	4.2	1.9	2.2	2.3	1.2	0.8	0.5	11.6	2,327	2.6
有職主婦	4.4	2.4	1.2	1.0	1.2	0.7	0.4	10.5	1,985	2.6
単身・その他	1.3	1.0	0.3	0.7	0.7	0.3	0.7	27.9	305	1.6
20代以下	2.0	2.9	1.7	1.4	1.2	-	0.6	8.7	346	2.6
30代	5.5	2.2	1.7	1.9	1.5	0.7	0.6	6.8	907	3.0
40代	6.0	2.6	1.7	1.8	1.1	1.1	0.4	8.0	1,448	2.8
50代以上	2.3	1.5	1.7	1.4	0.9	0.6	0.4	18.4	1,804	2.0

グループインタビュー
結果のまとめ

A. 中・高校生と牛乳

I 中・高生のライフスタイル

1. 中・高生の日

就寝時間が遅い子は朝食を抜くケースが多い。特に高学年では朝食を食べない子、食べてもほんの一口という子が多く、昼食・夕食に比べると朝食が軽視されている。かわりに家庭外での間食回数が多くなってきている。牛乳は朝食時、特にパン食と結びつきが強いため、朝食抜きは飲用量に影響が大である。

朝食をきちんととること、どうしても食べられなければせめて牛乳1杯飲んでいくことの大切さを本人、親に自覚させることが必要であろう。

2. 食生活とその内容

家庭外では牛乳よりも他の飲み物を飲む。牛乳は家で飲むもの、又は給食で飲まされるもの、という意識が強く、トレンドな飲み物ではないと思われる。家庭外で、自分の小遣いで買って飲む時には牛乳以外の飲み物を飲むことが多い。弁当には牛乳よりもお茶系かジュースが好まれる。

3. 興味・関心のあること

楽しみは部活や友達とおしゃべり、横浜、渋谷などにぎやかな町をブラつくこと。

「背が高くなりたい」という願望は「スリムになりたい」というダイエット願望よりも強く、切実である。背の低い子の悩みは深く、牛乳が嫌いでも「牛乳を飲むと背が伸びる」という考えのもとに一生懸命牛乳を飲んでいる。母親のインタビューでも「うちの子どもは背が高くなりたい一心で牛乳を飲んでいる」という発言が多くだされた。中高生には、牛乳はダイエットや健康よりも身長が高くなるということの方がずっと重要なメッセージである。

4. 接触媒体

部活・塾などで遅くなったり、不規則な生活をしていても、ビデオなどを活用して友達の間でも話題になっているドラマ、音楽番組などは一応ほとんどの子が見ている。

TVのコマーシャルにも関心が高く、友人間でCMもよく話題になる。

雑誌は自分で買う他、友人間で上手に分担して買うなどしてたくさんの種類を読んでいる。中学生ではプチセブン・セブンティーン、Myojo、高校生ではセブンティーン、Mcシスター、プチセブンがよく読まれている。

5. 好きなCM、嫌いなCM

タレントを使ったCMの場合、タレントの好き嫌いが、即CMの好き嫌、つまり商品の好き嫌いに直結してしまう。このためタレントの選択は慎重になるべきであろう。

中学生では「好きなタレント」に女性も数多くあげられているが、高校生では「好きなタレント」に女性はほとんど出現せず、男性が（中高年層も含んで）多くあげられた。

II 牛乳とのつきあい方

1 牛乳飲用量の増減

給食という強制が外れると、もともと牛乳が嫌いな子は全く飲まなくなり、牛乳が好きな子も家庭外で自分で飲み物を買う時には、牛乳以外の飲料を選択している。これが結果的に家庭外飲用を減少させている。現在、中高生に好まれている競合飲料は炭酸飲料、ジュース、紅茶、麦茶である。

この年代で牛乳の飲用が前より増えた子は、その理由に「背が高くなりたいから」をあげている。他に「お通じによいから」もあり、飲料としての味や雰囲気よりも健康上の理由で飲まれている。

2 牛乳の味・イメージ

牛乳を好きな子も嫌いな子も共通して牛乳は「飲んだ後、口に残る」「さっぱりしない」と答えている。これが食事の場面以外で牛乳が選択されない最大の理由である。

3 牛乳を使った飲み物、料理、お菓子

牛乳を飲むのが嫌いな子も、アイスクリーム、ヨーグルト、チーズ等は好きな子が多い。乳製品が全くダメという子はまれである。

また「そのままでは飲めないが、何かと混ぜると飲める」という子も多く、乳

飲料や乳製品とのバリエーションが増えれば牛乳離れ層のトータルな牛乳摂取量を増やすことが可能ではなかろうか。

4 牛乳普及協会のCM

「何のCMかわかりにくい」「柱谷選手がカッコよくない」というのが中高生の反応である。また「スポーツの後に牛乳」というコンセプトについては「牛乳ではさわやかになれない、さっぱりしない」という反応と、「疲れたときの牛乳はウマイ!」という反応とに分かれた。

B. 中・高生の母親と牛乳

I 母親のライフスタイル

1 母親のタイムスケジュール

中高生の母親の年代(40~50代)では、子供も手が離れ、体もまだまだ元気であるため、「三食昼寝つき」という古典的専業主婦は今や少数派で、「三食・パート・趣味活動」という行動的な主婦が多い。

車の免許を持っていることも、主婦の行動半径を広げる一方、夫・子供の送迎という新たな仕事をもたらしている。

2 日常の関心事

この年代になると子供の将来、家族の健康とともに自分達の老後が関心の対象となってくる。幸福な老後のための健康づくり、生き甲斐づくりにとりかかる年代といえる。「毎日のバランスの良い食事が健康のもと」という考え方が浸透しており、カロリーを控え、カルシウム、鉄分などのミネラルを多く摂るといった栄養知識や骨粗しょう症の知識もゆきわたっている。

3 娘に望む生き方

「経済的・精神的に自立した人になって欲しい」というのもこの年代の母親が娘に望む生き方である。「早く結婚して普通の幸せを」という発言はきかれなかった。

4 牛乳の宅配への関心

40～50代の宅配への関心は低い。宅配を必要としているのは、元気とヒマのある40～50代の主婦ではなく、老人世帯、フルタイムの主婦、乳幼児がいて外に出にくい主婦などであると思っている。

宅配利用のネックとして次の4点が指摘された。

- ① わずらわしい — 「毎日来るのでたまってしまう」「旅行などで出かける時困る」
- ② 置きっぱなしが気になる — 「夏は傷むのでは？盗られたり変なものを入れられはしないか」
- ③ 宅配=200mlビンのイメージが強い — 「冷蔵庫に入れにくい、じゃまくさい」
- ④ 宅配=割高

高齢化社会に向かい、高齢者だけの世帯が増えたこと、及び結婚後もフルタイムで仕事を持ち続ける女性も増加している現在、牛乳宅配の潜在需要は大きい。これらのニーズに応えていくには宅配の利便性のPRとともに、配達方法にフレキシビリティを持たせることや牛乳ボックスの工夫などがなされる必要があるだろう。

5 特売について

特売だから買いためするという主婦は少ない。理由は以下の様なものである。

- ・新鮮な牛乳を飲みたい
- ・冷蔵庫のキャパシティに限度があり、沢山はストックできない
- ・そもそも牛乳は高いものではない。いつでも安く売っている
- ・価格より質や好みを重視する

II 牛乳とのつきあい方

1 牛乳の位置づけとイメージ

「牛乳は子供にいくらかでも飲ませたい飲み物」「牛乳さえ飲んでいれば安心」と牛乳の健康飲料としての位置づけ、信頼、はきわめて高く、子供や母親自身が牛乳が嫌いな場合でも必ず家に常備している。

2 飲用量の変化

家庭内での牛乳の飲用は減っていないが、給食がなくなって子供が外で飲む機会が減ったという母親が多い。なぜ外で飲まなくなっているかについては「子供は牛乳はカッコ悪いと思っている」「外ではダサイと言われる」などイメージ面の理由があげられた。母親の方も家で牛乳を飲んでいれば外では何を飲もうと安心と子供の選択に任せている。

3 牛乳を摂らせる工夫

子供が牛乳を飲まないことは母親にとってかなり気がかりなことであり、コーヒーやココア、ミロと混ぜる、ポタージュや野菜の牛乳煮を作るなど、あの手この手を使って子供の口に入れようとしている。

しかし、母親自身の牛乳料理のレパートリーがあまり広くなく、ポタージュ以外のメニュー名があまり出て来なかった。活動的で忙しい母親向きに簡単でかつ子供にウケる牛乳料理メニューの普及も必要である。

ヨーグルト・チーズなどの乳製品は調理の手間もかからず子供も好きであり、今後の消費の伸びが期待される。

《付》一般消費者用調査票と
単純集計結果

(全員に)

問1 次にあげる a～f の質問について、それぞれあてはまる飲み物をいくつかも選び、番号に○をつけて下さい。(いくつでも)
(N=4617)

	a	b	c	d	e	f
	好き なども れので はす か ↓	嫌い なども れので はす か ↓	家 には いど つれ も あ す る か ↓	家 庭は 内ど で れ 飲 で む す の か ↓	家 庭は 外ど で れ 飲 で む す の か ↓	最 近は よど くれ 飲 で む す の か ↓
牛乳 (白)	58.0	10.6	83.8	73.4	7.5	42.4
コーヒー牛乳・フルーツ牛乳など	31.0	7.4	5.9	11.7	9.4	6.0
乳酸菌飲料	33.3	7.1	15.9	19.6	5.8	10.1
ドリンクヨーグルト	25.8	13.2	7.5	12.3	5.0	6.2
コーラなどの炭酸飲料	27.7	25.1	10.7	14.8	28.8	11.4
果汁100%ジュース	44.0	4.1	22.0	27.2	18.3	14.4
日本茶	61.6	2.8	72.2	67.2	13.6	35.5
缶・ボトル入り日本茶 (緑茶・麦茶・ほうじ茶など)	21.2	7.8	11.4	11.6	18.5	11.8
コーヒー (インスタントコーヒー/レギュラーコーヒー)	50.9	10.1	57.1	48.0	33.2	29.5
缶コーヒー・ ボトル入りコーヒー	19.0	17.2	5.7	6.6	29.3	9.6
紅茶 (リーフティ/ティバッグ)	29.1	6.3	32.6	22.9	9.0	7.8
缶紅茶・ボトル入り紅茶	13.4	11.6	1.9	3.1	13.5	5.0
缶・ボトル入りウーロン茶	23.3	8.0	11.1	12.5	23.2	12.2
缶・ボトル入り水	9.9	6.8	7.6	6.3	2.9	4.5
スポーツ飲料	29.8	10.0	9.2	10.7	27.1	12.6
NA	0.8	32.0	0.9	1.5	6.9	5.4
記入例……………ビール	①6	16	①6	①6	16	16

(全員に)

- * 問2 あなたは次の飲み物についてどのようなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお選び下さい。

(N=4617)

	牛乳	ウーロン茶	果汁100%ジュース	スポーツ飲料	コーラ炭酸などの飲料	缶コーヒー	缶入り紅茶	NA
子供っぽい	10.2	0.3	16.0	3.1	9.1	2.6	2.5	65.2
さわやか	2.7	18.0	9.0	42.7	34.3	2.5	8.8	25.6
ダサイ	4.0	3.6	1.8	1.8	3.8	5.8	7.8	77.5
健康的	76.8	38.1	42.3	27.1	0.8	0.5	1.5	7.0
すっきり	1.8	39.7	5.8	30.2	29.2	5.1	10.1	23.8
カロリーが高い	15.8	0.5	12.4	4.1	35.2	31.5	17.6	34.7
おいしい	23.4	16.4	39.9	11.3	15.6	30.9	27.8	21.5
体によい	83.0	24.4	37.3	21.1	0.2	0.5	0.7	8.1
かっこいい	0.6	1.2	1.1	16.2	8.0	9.9	4.4	69.0

(全員に)

- * 問3 あなたはどのような機会に次のような食べ物や飲み物をとっていますか。次のそれぞれの機会につき、時々でもよいので飲んでいるものをいくつでもあげて下さい。(いくつでも)

(N=4617)

	朝食時	昼食時	おや間つ食や時	夕食時	夜食寝やる前
牛乳(白)	55.0	16.5	26.8	9.8	21.7
コーヒ-牛乳/カフェレ	14.8	11.0	26.6	1.8	3.8
ヨーグルト	15.8	5.9	23.9	3.8	5.2
ドリンクヨーグルト	6.5	3.2	15.4	1.5	3.3
他の飲み物	48.8	69.0	54.6	75.9	41.9
何も飲まない	4.7	6.8	7.9	9.4	31.9

NA

3.1 5.8 3.4 6.8 6.9

(全員に)

問4 あなたは、日ごろどの程度牛乳をお飲みになりますか。(1つだけ)

(N=4617)

1 毎日飲む	46.8	5 月に数回飲む	7.7
2 週に5~6日飲む	9.6	6 それ以下しか飲まない	3.4
3 週に3~4日飲む	13.3	7 全く飲まない	10.0
4 週に1~2日飲む	9.2		

NA=0.0

(全員に)

問5 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何杯飲みますか。1杯は140ml位です。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)

(N=4617)

1 コップ半杯位	4.3	5 コップ4杯位	2.9
2 コップ1杯位	40.9	6 コップ5杯位	1.5
3 コップ2杯位	26.4	7 コップ6杯以上	1.0
4 コップ3杯位	9.4	8 全く飲まない	13.4

NA=0.2

(全員に)

問6 あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。飲まない方は「全く飲まない」に○印をつけて下さい。(いくつでも)

(N=4617)

1 おいしいから	26.5	10 いつも家にあるから	31.0
2 好きだから	26.5	11 それしか飲み物がないから	2.6
3 栄養があるから	53.9	12 家族が勧めるから	6.5
4 カルシウムがあるから	58.7	13 医者が勧めるから	2.5
5 背が伸びるから	5.7	14 値段が安いから	2.8
6 美容によいから	5.7	15 学校給食で飲むから	4.5
7 朝食など食事代わりに	8.6	16 その他	2.9
8 水の代わりに	13.4	(具体的に)	
9 習慣で	14.3	17 全く飲まない	13.4

NA=0.1

(全員に)

問7 牛乳等について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』までの

5段階で1つずつお答え下さい。
(1つずつ)

(N=4617)

そう 思う	まあ 思う	あまり 思わ ない	そう 思わ ない	わ か ら な い
----------	----------	-----------------	----------------	-----------------------

a	牛乳は健康的な生活のためには ならないものだ	50.6	32.6	9.7	4.4	2.6
b	アルコールをたくさん飲む人は牛乳を 飲むべきだ	22.0	20.9	19.0	11.5	26.6
c	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	15.1	12.8	21.4	32.9	17.8
d	牛乳のカルシウムはストレスの解消に 役立つ	25.8	22.8	18.6	10.2	22.7
e	骨や歯を守るために女性や中高年の人 はできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	67.4	23.1	4.0	1.6	3.9
f	牛乳はカルシウムを効率的にとれる食 品である	65.3	25.3	4.1	1.1	4.2
g	牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下 げる効果がある	7.5	13.2	20.8	8.2	50.3
h	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	12.7	15.1	20.6	18.6	33.1
* i	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	42.8	30.8	10.9	7.0	8.4

(全員に)

問8 あなたはヨーグルトをどの位の頻度で食べますか。(1つだけ)

(N=4617)

1	週に4回以上	10.3	3	週に1回位	14.8	5	それ以下	12.1
2	週に2~3回位	16.4	4	月に数回	24.6	6	食べない	21.7

NA=0.1

(全員に)

問9 あなたはチーズををどの位の頻度で食べますか。(1つだけ)

(N=4617)

1	週に4回以上	4.4	3	週に1回位	15.7	5	それ以下	16.9
2	週に2~3回位	11.2	4	月に数回	34.0	6	食べない	17.7

NA=0.1

(全員に)

問10 以下にあげるチーズの中で、あなたが好きなものはどれですか。

(N=4617)

(いくつでも)

1	プロセスチーズ	42.5	8	スライスチーズ	37.2
2	ナチュラルチーズ	20.6	9	おやつチーズ	10.9
3	クリームチーズ	16.7	10	チーズケーキ	46.5
4	カッテージチーズ	3.5	11	チーズデザート	12.7
5	カマンベールチーズ	19.2	12	その他のチーズ	1.5
6	粉チーズ	20.2	13	どれも好きでない	15.2
7	ピザ用、トースト用チーズ	41.5			NA=0.3

(全員に)

問11 乳製品について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』までの5段階で1つずつお答え下さい。

(1つずつ)
(N=4617)

	そう思う	まあ そう思う	あまり 思わない	そう 思わない	わから ない
a チーズは普通の食べ方をしている限り、 コレステロールの心配をすることはない	16.0	20.2	18.4	14.5	30.9
b アルコールを飲む時はチーズなどを 食べながら飲む方がよい	35.5	25.9	10.2	5.4	22.9
c チーズはカルシウムを効率的にとれる 食品である	36.6	32.3	9.5	2.8	18.8
* d 骨や歯を守るために女性や中高年の人 は、できるだけチーズを食べた方がよい	34.0	30.3	13.4	4.4	17.9
e チーズは高タンパク質食品である	47.7	27.1	5.5	1.6	18.1
f バターは普通の食べ方をしている限り コレステロールの心配をすることはない	10.4	16.5	21.6	25.5	25.9

(全員に)

こつもしょうしょう

問12 あなたは「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがありますか。

1	ある	83.3	2	ない	16.3
---	----	------	---	----	------

(1つだけ)
(N=4617)
NA=0.4

問12-1 具体的にどのような内容ですか。(N=3846)

骨がすかすか、もろくなる	86.0	牛乳の不足、牛乳がよい	0.1
カルシウムの不足	17.1	乳製品の不足、乳製品がよい	0.1
女性が多い	9.0	その他	1.4
老人がなる、年をとるとなる	8.2	わからない	9.7

* 問12-2 あなたは、あなた自身が将来「骨粗鬆症になる」という心配を持っていますか。(1つだけ)

(N=4617)

1	真剣に考える	11.7	3	あまり考えない	34.6
2	時々考える	33.8	4	全く考えない	17.0

NA=2.9

問12-3 あなたは「骨粗鬆症」予防の為にどんなことをしていますか。(いくつでも)

1	運動をする	30.1	6	小魚等を食べる	52.5	(N=4617)
2	日光浴をする	17.2	7	カルシウム錠剤を飲む	9.5	
3	牛乳を飲む	52.8	8	骨密度をはかる	1.2	
4	チーズ等の乳製品を食べる	20.9	9	その他	0.9	
5	カルシウムの多い野菜を食べる	29.0	10	特になし	26.6	

NA=2.6

* 問12-4 「骨粗鬆症」予防するために、1日あたりどれ位のカルシウム量が必要だと思いますか。(1つだけ) (N=4617)

1	100mg位	1.2	5	500mg	4.7	NA=2.6
2	200mg位	5.8	6	600mg	17.7	
3	300mg位	6.8	7	それ以上	2.4	
4	400mg位	5.0	8	わからない	53.7	

* 問12-5 「問12-4」でお答えの量のカルシウムを取るには、あと牛乳は1日どのくらいとる必要があると思いますか。(1つだけ) (N=4617)

1	100ml位	2.2	5	500ml	4.6	NA=4.4
2	200ml位	13.8	6	600ml	4.5	
3	300ml位	6.8	7	それ以上	2.9	
4	400ml位	8.7	8	わからない	52.2	

(全員に)

問13 あなたは自分の健康のために、日頃どれ位の頻度で運動やスポーツを(軽く体を動かすのも含めて)していますか。当てはまる番号を1つだけお選び下さい。(1つだけ) (N=4617)

1	ほぼ毎日	26.8	5	年に数回	7.9
2	週に3~4回	11.9	6	それ以下	4.7
3	週に1~2回	20.2	7	全くしない	15.7
4	月に1~2回	12.5			NA=0.3

(全員に)

* 問14 どういう食べ物をあなたは食べたいですか。“おいしい”ことを除けばどのようなことを望みますか。次の中からいくつでもお選び下さい。

(N=4617)

(いくつでも)

1	筋肉がしっかりするもの	18.7	9	風邪をひいたりしないなど	52.1
2	骨が丈夫になるもの	60.7		抵抗力がつくもの	
3	お通じがよくなるもの	47.6	10	成人病にならないようなもの	53.5
4	パワーが出るもの	23.9	11	次の世代がすこやかに育つ	11.8
5	太らないもの	43.7		ようなもの	
6	肌のきれいになるもの	29.1	12	日常生活が維持できれば特に	17.3
7	背が高くなるもの	9.7		気にしない	
8	体のバランスをよくするもの	56.8	13	1つもない	1.0

NA=0.1

(全員に)

* 問15 あなたは食べ物をとる時、どんなことに気をつけていますか。(N=4617)

当てはまるものを次の中からいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

1	食べすぎをしない	52.4	7	いろいろな種類の食品を食べる	56.5
2	規則正しく食事をとる	54.1	8	糖分、塩分などをなるべく	51.4
3	なるべく家庭での	51.7		ひかえる	
	手作りのものを食べる		9	ビタミン、カルシウムなどを	8.3
4	好き嫌いをしない	51.8		薬でとるようにする	
5	お酒を飲みすぎないようにする	19.7	10	1つもない	3.4
6	朝食を必ずとる	57.0		NA=0.1	

(全員に)

問16 次に、日常生活に関するいくつかの項目がならんでいます。あなたに当てはまる番号にいくつでも○をつけて下さい。(いくつでも) (N=4617)

1	ウォークマンで音楽やラジオを聞く	16.9
2	マンガ本を時々買う	20.3
3	ファッション誌をよくみる	25.0
4	おいしい店情報などにくわしい	10.8
5	この3ヵ月にレコードやCDを自分のために買った	23.1
6	レンタルビデオ店にしばしば行く	21.6
7	衛星放送に関心がある	17.7
8	外国語のラジオやテレビをよく視聴している	5.8
9	ベストセラーや話題の本や映画に関心がある	25.9
10	映画、コンサートなどの情報雑誌をしばしば買う	5.7
11	ワープロ、パソコンなどを使うのが好き	15.1
12	新聞やテレビの広告で見た商品を早めを買ってみる方	12.5
13	手帳などスケジュールを書き込むノートを持っている	37.5
14	海外旅行にこの3年間位行った	13.3
15	1つもない	18.8

NA=0.5

【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。 ◇◇

(N=4617)

F 1 性別

1 男	44.7	2 女	55.3
-----	------	-----	------

F 2 年齢

(N=4617)

1	13~15才	4.4	6	35~39才	8.7	11	60~64才	7.9
2	16~19才	6.8	7	40~44才	9.3	12	65~69才	6.0
3	20~24才	8.1	8	45~49才	9.2	13	70才以上	5.9
4	25~29才	7.4	9	50~54才	9.3			
5	30~34才	8.4	10	55~59才	8.5			

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。

(N=4617)

(1つだけ)

〔自営・家族従業〕			〔勤め〕			〔無職〕		
1	農林漁業	2.6	5	管理職	4.4	10	主婦	22.7
2	商工サービス業	5.9	6	専門・技術職	10.8	11	学生	12.5
3	自由業	3.5	7	事務職	10.8	12	無職	8.9
4	内職	0.9	8	労務職	7.5			
			9	販売・サービス職	9.3			NA=0.3

F 4 お宅の家族構成はどうなっていますか。次の中からあてはまるものを

1つだけお答え下さい。(1つだけ)

(N=4617)

1	単身世帯	4.2	4	3世代世帯(親、子、孫)	19.5
2	夫婦2人	15.4	5	その他	
3	2世代世帯(親と子)	58.6		(具体的に)	2.0

NA=0.3

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。(1つだけ) (N=4617)

1	1人(単身世帯)	4.2	5	5人	16.5
2	2人	18.0	6	6人	9.1
3	3人	18.9	7	7人以上	4.8
4	4人	28.2			NA=0.2

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

(全員に)

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

(N=4617)

1	専業主婦	50.4	3	単身世帯	4.4
2	有職主婦 (パートアルバイトを含む)	43.0	4	その他 (具体的に)	1.9
					NA=0.3

(全員に)

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ) (N=4617)

1	～19才	0.2	5	35～39才	11.0	9	55～59才	9.9
2	20～24才	2.0	6	40～44才	15.2	10	60～64才	7.9
3	25～29才	5.3	7	45～49才	16.2	11	65～69才	5.2
4	30～34才	8.6	8	50～54才	13.7	12	70才以上	4.5

(全員に)

NA=0.3

問3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。(N=4617)

(1つだけ)

1	いる	26.9	2	いない	73.1
---	----	------	---	-----	------

【問3で1の方に】

問3-1 そのお子さんの内、小さい方から2人についてそれぞれ以下の問にお答え下さい。(1つずつ) (N=1207) (N=652)

	1番小さいお子さん		2番目に小さいお子さん			
性別は	1 男	53.5	2 女	46.5		
年齢は	1	0才(乳児)	11.2	1	0才(乳児)	0.6
	2	1～3才	29.6	2	1～3才	15.5
	3	4～6才	16.9	3	4～6才	25.9
	4	小学校1～3年生	20.4	4	小学校1～3年生	27.5
	5	小学校4～6年生	21.8	5	小学校4～6年生	29.6
牛乳の好き嫌いは	1	好き	79.5	1	好き	81.6
	2	嫌い	12.5	2	嫌い	17.3
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答え下さい)	1	飲まない	9.8	1	飲まない	3.1
	2	コップ半杯	7.0	2	コップ半杯	5.7
	3	コップ1杯位	21.1	3	コップ1杯位	22.7
	4	コップ2杯位	28.9	4	コップ2杯位	35.7
	5	コップ3杯位	18.1	5	コップ3杯位	18.9
	6	コップ4杯位	6.5	6	コップ4杯位	8.3
	7	コップ5杯位	3.7	7	コップ5杯位	3.2
	8	コップ6杯以上	2.9	8	コップ6杯以上	2.0

(全員に)

問4 お宅ではどれくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(1つだけ)(N=4617)

1	毎日	31.7	4	2週間に1回以下	2.5
2	週に2~3回位	44.3	5	月に1回以下	1.6
3	週に1回位	14.5	6	ほとんど買わない→問5へ	5.1

NA=0.3

【問4で6の方に】

問5 お宅で牛乳を買わないのはなぜですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)(N=235)

1	家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	71.5
2	家で牛乳を飲まなくても外で飲んでいるから	8.5
3	主婦が牛乳嫌いだから	13.2
4	冷蔵庫のスペースがないから	0.4
5	持ち帰るのに重いから	1.3
6	その他	14.5

NA=1.7

(全員に)

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

約 . リットル

<記入例>

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

約 2 . 6 リットル

問7 お宅では平均すると1lパックが何本くらい冷蔵庫に入っているようにしていますか。(1つだけ)(N=4617)

1	1本	46.9	3	3本	6.7	5	買い置きはしない	12.0
2	2本	30.9	4	4本以上	1.8			NA=1.7

【牛乳を買う方に、問4で1~5の方に】

- * 問8 お宅では、牛乳をどこで買うことが多いですか。この1ヵ月間に買ったことがあるお店をすべてお知らせ下さい。(いくつでも) (N=4368)
 その中で最も多く利用しているのはどれですか。1つだけお答え下さい。

	利用するもの (いくつでも)	主に利用するもの (1つだけ)
スーパー	87.9	62.3
コンビニエンスストア	30.0	4.1
一般食料品店・酒屋	12.3	2.8
パン・菓子店	6.3	0.6
デパート	6.7	0.6
生協などの共同購入で	16.2	9.5
牛乳販売店の店頭	2.1	0.5
牛乳店からの宅配	19.4	15.5
自動販売機	2.7	0.1
その他(具体的に)	1.7	1.1
NA	0.1	3.1

* 【牛乳を買う方に、問4で1~5の方に】

- 問8-1 あなたは牛乳を特売で買いますか。(1つだけ) (N=4368)

1 自分の好きな銘柄ならば買う	40.5	3 買わない	22.5
2 銘柄に関係なく買う	36.3		NA=0.8

- * 問8-2 特売で買うと消費量は増えますか、それとも買いためするだけで増えませんか。あてはまるものを1つお答え下さい。(1つだけ) (N=4368)

1 消費量が増加する	15.0	2 消費量は同じ	80.6
------------	------	----------	------

NA=4.5

- * 問8-3 では牛乳の特売があると知ると、いつも買う店でない所でもわざわざ行って買いますか。(1つだけ) (N=4368)

1 特売の店を選んで買いに行く	4.9	2 そこまではしない	91.8
-----------------	-----	------------	------

NA=3.3

【牛乳店からの宅配を利用している方（問8で8と答えた方）に】

- * 問9-1 なぜ牛乳店からの宅配を利用しているのですか。次の中から主なものを2つまでお選び下さい。（○は2つまで）（N=849）

1	牛乳を売っている店が近くにないから	2.5
2	牛乳は重いから	5.7
3	新鮮なものが手に入るから	40.2
4	好きな銘柄の牛乳が手に入るから	9.9
5	カルシウム強化牛乳など特別な牛乳が手に入るから	18.3
6	買いに行かなくていいので便利だから	34.4
7	他のものといっしょに配達してくれるから	2.5
8	牛乳を定期的に飲めるから	46.8
9	その他	9.5
10	特に理由はない	3.5

NA=0.5

【牛乳店からの宅配を利用していない方（問8で8に○がつかなかった方）に】

- 問9-2 なぜ牛乳店からの宅配を利用していないのですか。次の中から主なものを2つまでお選び下さい。（○は2つまで）（N=3519）

1	それほど牛乳を飲まないから	16.1
2	牛乳は特売で買うから	6.2
3	好きな銘柄が売っていないから	4.4
4	まとめて払うのが面倒だから	2.2
5	スーパーで買物のついでに買うから	60.2
6	量の調整がきかないのでたまってしまうことがあるから	15.4
7	近くに牛乳宅配店がないから	5.7
8	宅配牛乳は高い感じがするから	10.9
9	好きな時に近くで買う方が便利だから	34.4
10	その他	6.1
11	特に理由はない	5.0

NA=1.4

(全員に)

問10 次にあげる乳製品等のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、もしくは料理として作るものはそれぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(N=4617)

(いくつでも)

	現 在 で よ い く る 利 用 の	↓	家 入 り 又 て 庭 で も 作 る 料 理 の た り に し	↓
プロセスチーズ	37.9		11.1	
クリームチーズ	8.6		6.8	
カマンベールチーズ	9.0		1.7	
粉チーズ	32.4		35.7	
ピザ用、トースト用チーズ	39.5		36.2	
スライスチーズ	38.0		20.6	
おやつチーズ	11.1		1.1	
チーズケーキ	20.0		4.1	
チーズデザート	4.1		0.7	
その他のチーズ()	1.0		0.4	
ヨーグルト	54.4		9.7	
アイスクリーム	49.9		2.1	
サワークリーム	1.1		1.6	
生クリーム	17.0		19.0	
バター	57.4		55.4	
マーガリン	75.0		42.7	
NA	2.8		12.2	

【長い間ご協力ありがとうございました】

第8回 牛乳・乳製品の消費動向に関する調査

1995年3月発行

発行 ㈱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702号

電話 (03) 3262-7181(代)

後 援 農 林 水 産 省
畜 産 振 興 事 業 団

調査実施機関 株式会社 日本リサーチセンター