


牛乳・乳製品の消費動向に 関する調査



平成5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

調査結果の要約と消費拡大のための課題

調査結果の要約	7
消費拡大のための課題	12

調査結果の詳細

I 牛乳に対する態度	17
1. 牛乳の位置づけ	17
1) 好きなもの, 嫌いなもの	17
2) 常備率	19
3) 飲用場所	20
4) 最近よく飲むもの	21
5) 牛乳と果汁100%ジュースとの関係	22
2. 牛乳の好きな人	23
3. 牛乳の飲用頻度と量	25
1) 牛乳の飲用頻度	25
2) 牛乳の飲用量	27
4. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	36
5. 牛乳を飲む理由	38
6. 牛乳をあまり飲まない理由	41
7. 牛乳の飲用機会	43
8. 牛乳に関する知識	45
1) 牛乳に関する知識	45

2) 牛乳に関する知識と飲用量との関係	51
9. 「骨粗鬆症」に対する知識	54
1) 「骨粗鬆症」という言葉の認知率	54
2) 「骨粗鬆症」の内容	56
3) 「骨粗鬆症」の予防のためにしていること	58
II 牛乳の購入・利用実態	61
1. 牛乳の購入頻度と量	61
2. 購入量と健康への気配り	66
3. 牛乳を買わない理由	67
4. 購入場所	68
5. 価格意識	70
6. 牛乳の種類認知と購入希望率	73
7. 牛乳を料理に使う頻度	75
III 乳製品等に対する意識	77
1. 乳製品等の位置づけ	77
1) 好きなもの、嫌いなもの	77
2) 牛乳と乳製品の関係	79
3) 常備率	80
2. 乳製品に関する知識	81
3. 乳製品等の利用状況	87

IV 牛乳に対する消費者の今後の意向	90
1. この1～2年の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）	90
2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）	93
3. 今後牛乳を飲みたい場所	96
4. 今後の牛乳の消費量（世帯ベース）	100
5. 乳製品に対する今後の意向	103

〔付 一般消費者用調査票と単純集計結果〕

はじめに

この報告書は、平成4年度に実施しました「牛乳・乳製品の消費動向に関する調査」の結果をとりまとめたものです。

昭和62年度から始めましたこの調査も、今回で6年目になります。このため、牛乳・乳製品の需要動向や消費者の意識がどのような方向に向かっているのか、時系列でも明解な動きを見ることができます。特に前回は牛乳の消費量の伸び悩みがみられたため、その後の動向が注目されます。また、本年はストレート果汁輸入自由化が牛乳の消費にどのように影響を及ぼしているのかという問題、及び家庭内以外での牛乳の飲用場面拡大にはどうしたらよいのかなど、今後の需要拡大のための基礎資料となるデータを得ることも目的としました。

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

平成5年3月

社団法人 全国牛乳普及協会
会 長 昌 谷 孝

調 査 設 計

調査の目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は昭和62年度に全国の消費者やオピニオンリーダー（モニター）の方々を対象に牛乳・乳製品の消費動向を調査したことに始まり、以来、平成3年度まで5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でおさえると共に、各年で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

- | | |
|--------|--|
| 昭和62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 |
| 昭和63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
・牛乳・乳製品の輸入自由化に対する意見 |
| 平成元年度 | ・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 |
| 平成2年度 | ・スポーツと栄養に関する知識
・スポーツをする人と飲物の関係
・牛乳と競合関係となる飲物 |
| 平成3年度 | ・牛乳の購入場面での選択基準
・飲用場面別の牛乳の競合商品 |

そして、今回平成4年度に実施する第6回調査においては、「牛乳・乳製品の需要動向・意識」及び「知識と飲用行動との関係」をさらに明確に時系列でおさえることを、引き続きテーマとする。特に前回は牛乳の消費量の伸び悩みがみられたため、その後の動向が注目される。

サブテーマとして、本年4月より、ストレート果汁の輸入自由化が行われたことに伴って、果汁100%ジュースの消費動向がどう変化するかを追跡する。また、牛乳の飲用は現在家庭内が中心であるが、それ以外での牛乳の飲用場面拡大にはどうしたらよいのか、そのヒントを得ることをもテーマとする。

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

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・乳製品の需要拡大のための方策を探る基礎資料とする。

テーマ1 牛乳・乳製品の購入・飲用実態と意識の時系列的変化を追う。

テーマ2 果汁100%ジュースとの競合関係の変化に注目する。

テーマ3 家庭外での牛乳の飲用場面拡大のための方向性を探る。

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・イメージの時系列変化を明らかにする。

2. 対象者

13才以上の男女個人及びその世帯の主婦的役割を担う者

6,000サンプル (単身世帯は本人)

3. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

* 層化多段抽出法の手順は以下の通り。

まず、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）

	設定
全国	6,000
北海道	285
東北	465
関東	2,040
中部	720
北陸	255
近畿	1,005
中国	390
四国	210
九州	630

	設定
全国	6,000
12大都市	1,305
15万以上の市	1,785
5万～15万の市	1,170
5万未満の市	390
郡部	1,350

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

平成4年 9月30日～10月14日

7. 回収状況 回収数 4,651サンプル (77.5%)

未回収数 1,349サンプル (22.5%)

未回収数	転居	長期不在	不在	拒否	住所不明	その他
1,349	139	85	406	518	85	116
100.0%	10.3	6.3	30.1	38.4	6.3	8.6

調査結果の要約と
消費拡大のための課題

〔調査結果の要約〕

1. 牛乳の飲用実態

(1)牛乳の飲用頻度・量ともに昨年を下回る

牛乳の飲用頻度は、1ヵ月平均で18回であり、昨年の19回に比べ減少している。また、平均飲用量は1日当たり平均141mlであり、これも昨年に比べるとわずかに減っている。

牛乳の消費量は、調査を開始した1987年以来、上昇傾向にあったが、昨年をピークに現在は停滞している。（本文中P 25, 27）

(2)高齢女性の飲用量が増大

牛乳の飲用量を年代別にみると、男女とも小中学生では、1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って飲用量が減り、それ以降は130ml前後と、ほぼ一定したプロフィールを示している。

これを男女別に時系列変化をみると、小学生では、男女とも伸びがみられるのに対し、10代では女子で大きく減少している。一方、50代以上の中高年女性では飲用量が堅調に伸びている。（本文中P 28, 29）

(3)牛乳は朝食時に飲まれることが多く、若い層では3食とも牛乳も

牛乳は3回の食事機会のうち、朝食時に飲まれることが最も多く、35%の人が「ほとんど毎朝」牛乳を飲んでいる。中でも、若い層ではどの食事機会にも牛乳を飲んでいる率が高く、特に10代の男性では、「3食いつでも牛乳」という様子がみられる。また、中高年では他の食事機会は少ないが、朝食時の飲用度が高く、せめて朝食には牛乳をとという姿勢がみられる。

（本文中P 43）

2. 牛乳の位置づけ

(1) ストレート果汁輸入自由化は牛乳の位置づけには影響なし

今年度よりストレート果汁の輸入が自由化されたが、牛乳に対し特に大きな影響はなかった。

好きな率や常備率の点では、牛乳が果汁100%ジュースを大きく上回っており（好きな率：牛乳58%、果汁45%、常備率：牛乳82%、果汁18%）、昨年からみて大きな変化はみられない。

一方、価格意識をみても、牛乳は割安感が32%に対し、果汁100%ジュースは5%と低く、価格意識の差は明らかである。さらに果汁100%ジュースは昨年に比べ割高感が高くなっており(37%→40%)、小売価格が比較的高いストレート果汁が販売されはじめたことによってか、逆に割高感が強まってきてしまっている。

ストレート果汁が輸入されるようになって、ジュース全体に占める率は少なく、また、商品の種類としてストレート果汁が増えても、濃縮還元のものも値段が安くなったわけではないので、100%果汁の需要が伸びて牛乳にインパクトを与えるほどの影響はみられなかったようだ。(本文中P 22, 70)

(2) ドリンクヨーグルトの人気アップ

ドリンクヨーグルトは好きな率、常備率、最近飲む率などが上っており、人気上昇していることがわかる。ドリンクヨーグルトの手軽さが受け入れられてきたということだろうか。また、ウーロン茶も好きな率、常備率が上昇している。これらの商品の人気アップしていることをみると、飲物においても、健康志向が強まってきているといえるのではないだろうか。

(本文中P 17, 19, 21)

3. 牛乳に関する知識

(1) 牛乳に関する知識は若い層ほど低い

「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」という知識を知っている率は、年齢別にみると中高年の男女で高いが、10代、20代の若い層では非常に低い。牛乳に含まれるカルシウムの効用は、若い層が牛乳を飲む上での、動機づけになっていないようだ。

また、「スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」というキャンペーンに対する賛成率も、若い人達で特に高いとは言えず、むしろ中高年の男女で高いという傾向がみられる。特に若い女性の賛成率の低いことに注意が必要であろう。(本文中P 52)

(2) 骨粗鬆症の認知率は依然順調に伸びている

骨粗鬆症という言葉の認知率は1988年以来急激な伸びを見せている。特に女性の認知率はめざましく、今回は30～50代で80%にもものぼっている。

骨粗鬆症に注意が必要といわれているこの層にはかなり浸透してきたようだ。本年は若い層では牛乳の飲用量が下がっているのに対し、中高年では飲用量は下がらず、逆に上昇した。これは骨粗鬆症キャンペーンの効果による所が大きいと推察される。(本文中P 54)

(3)骨粗鬆症の予防のために牛乳もよく飲まれている

骨粗鬆症の予防のためにしていることのトップは「小魚等を食べる」であるが、それとほぼ同率で「牛乳を飲む」も多い。男性でも36%が、女性では50%が、骨粗鬆症予防を意識して牛乳を飲んでいる。特に女性の30代以上はその傾向が強い。牛乳は骨粗鬆症の予防のために有効な食品であることが、よく理解されている結果といえよう。(本文中P 58, 60)

4. 牛乳の購入実態

(1)牛乳の購入頻度は減少傾向、量は前回は維持

牛乳の世帯当たりの購入頻度は、月平均で14.2回であり、前々回からわずかであるが、減少傾向が続いている。また購入量は、1世帯当たり1週間で3.6ℓであり、前回と同じ値となっている。

牛乳の購入量の減少は、家族人数が少ない層や、若い主婦の世帯で顕著にみられる。(本文中P 61, 62)

(2)牛乳の購入場所はコンビニエンスストアの伸びが著しい

最近1ヵ月間の牛乳の購入場所は、「スーパー」(79%)がダントツに多いが、「コンビニエンスストア」も19%が利用している。コンビニの利用率は1987年には12%の利用率であったのが、5年間で7%も伸びており、大きく躍進している。牛乳店からの宅配は1990年までは20%以上あったが、今回は17%まで減少した。(本文中P 68)

(3)濃厚牛乳よりローファットミルクの人気が高くなった

いろいろな種類の牛乳の中で、買いたいと思うものをみると、前回は「濃厚牛乳」と「ローファットミルク」が共に32%と、同率であったが、今回は前者は27%に下がり、後者は32%を維持し、結果として「ローファッ

トミルク」の方が人気が高いという結果となっている。(本文中P 73)

5. 乳製品の位置づけと利用状況

(1)アイスクリームは皆に好まれている乳製品

乳製品など4品目の中で、アイスクリームは最も「好き」な率が高く、70%の人に好まれている。特に10～20代の若い層で、アイスクリームを好きな人が8割と高いが、60才以上でも半数以上が好んでおり、皆に好まれている乳製品であることがわかる。また、アイスクリームは牛乳を全く飲まない人にも好まれている。(本文中P 77)

(2)ヨーグルトは次第に日本人の口に合ってきた

ヨーグルトを「好き」な率も59%と、比較的高い方であるが、「嫌い」な率も17%みられ、この4品目の中では、嫌いな人が多い方である。しかし、嫌いな率は年々減少してきていることから、ヨーグルトも次第に日本人の口に合ってきていることがわかる。ただし、中高年層ではヨーグルトを好きな人はまだ少なく、今後の伸びの余地が残されている。

また、乳製品の利用率をみても「ヨーグルト」の利用率は上がっており、家庭にも浸透していきていることが推察される。(本文中P 77, 87)

(3)生クリームの利用が増えている

乳製品の利用率の中で、「ヨーグルト」以外で伸びているものと言えば、「生クリーム」と「クリームチーズ」である。生クリームは1987年には17%の家庭で使われていたものが、今回は21%に、クリームチーズは1987年の5%が、1992年には10%へと増えている。洋風の料理やお菓子作りなどに利用され、次第に日本の家庭に馴染んできているようだ。(本文中P 87)

6. 今後の意向

(1)消費者は今後の牛乳の飲用量は、増えていくと予測している

今後2～3年の牛乳の飲用量は「増やしていく」が24%に対し、「減らしていく」は1%のみである。また、「増やしていく」は前回からみると、2%ほど増加していることから、今後は今回ほどの飲用量の減少は、みられ

ないと期待したい。しかしながら、競争の激しい飲物市場において、牛乳を順調に増加させていくためには、「増やしていきたいという気持」を大切に育成するような環境づくりが、求められるだろう。（本文中P 93）

(2) 今後は家庭内での飲用を増やしたい人が多い

現在の牛乳の飲用場所は、圧倒的に家庭内が多いが、今後の飲用場所も「家庭内で増やしたい」という人が、54%と過半数を占め、「家庭外」や「どちらでも」という人は、各々7%と少ない。やはり今後も、牛乳の飲用は家庭内が主流で進んでいくものと予測される。

ただし、若い層では「家庭外」や「どちらでも」という人が多く、今後は家庭以外の場所での飲用も増えていくだろう。（本文中P 96）

(3) 家庭外で牛乳を飲むとすれば、職場や自販機で買って

家庭外で牛乳を飲む場合は、「職場」で飲みたいという人が44%と高く、次いで「戸外の自動販売機」や「レジャー施設」「スポーツ施設」などでの希望も多い。また、「学校」も10代では約5割の希望がみられる。「職場」も、就業率がほぼ100%の20～50代の男性に限ってみると、5～7割の希望がみられる。職場は牛乳の普及にとって、今後期待できるルートである。（本文中P 98）

〔消費拡大のための課題〕

1. 若い人の牛乳飲用を動機づける販促活動を

「牛乳のカルシウムは、ストレスの解消や集中力の増進に役立つ」という意見に対する賛成率を、1987年から1992年までの6年間の推移でみると、目立った変化をみせていない。

中でも、10代20代の若い層での同意率は非常に低いままに推移し、若い層が牛乳を飲む上での動機づけになっていない。

また、「スポーツをやる人は、牛乳をたくさん飲んだ方がよい」というキャンペーンに対する認識も、10代、20代の若い人達で特に高いとは言えない。むしろ、中高年の男女の方が認識度が良い、という傾向が続いている。

今、牛乳の1日当たりの平均飲用量のプロフィールを、1987年から1992年について長期で追ってみると、男性でも女性でも、20代が1つのターニングポイントであることが読める。男性の20代は、10代の頃に比べれば、ほぼ半分に飲用量が減ってしまっており、女性も飲用量は大きく落ちている。

骨粗鬆症に対するキャンペーンが、中高年の牛乳飲用量の低迷にストップさせた効果があったが、20代の男女にも、牛乳を飲み続けた方がよいと、動機づける何らかの提案が、今必要ではなかろうか。例えば、それはスポーツ振興や美容、将来の健康などと、関連づけたものであってもよい。そのことに成功すれば、日本における牛乳の飲用場面がさらに拡大し、新しい展開が期待されるだろう。

2. 牛乳の飲用量の増加のためにもっと骨粗鬆症キャンペーンを

骨粗鬆症という言葉の認知率は、1988年以来急激な伸びを見せており、68%に達した。特に女性の認知率はめざましく、今回は30～50代で約80%にもものぼっている。

これを牛乳の飲用量の変化と合わせてみると、前回から今回にかけて、若い層では平均飲用量が減少しているのに対し、50代以上では男女とも減少せず、逆に増える傾向がある。つまり、昨年から今年にかけて、全体に低調な牛乳の伸びに対し、骨粗鬆症キャンペーンは、中高年の男女の牛乳の飲用量の減少に、歯止めをかけたと言えよう。今後さらにこのキャンペーンを続けることは、牛乳の消費量の拡大に寄与できるだろう。

3. 職域を通じた牛乳の飲用機会の増大を

現在牛乳は、主に家庭内で飲用されているが、今後、家庭外での飲用を促進することが消費量の拡大につながることは、再三課題としてとりあげられてきた。実際、家庭外での飲用を希望する声も少なからずみられ、そのルートとしては「職場」という声が高い。特に、現在、仕事を持っている率が高い20～50代の男性では、過半数が職場をあげている。さらに、現在の牛乳の飲用量が少ない人ほど「職場」をあげる率が高いことから、職場は気軽に牛乳を飲める場所として期待が高いものと言えるだろう。

また、現在の牛乳の飲用機会は、主に朝食に偏っているが、職場での飲用を促進すれば、牛乳の飲用機会の拡大も可能である。今後は職場でも手軽に牛乳を飲めるような環境作りをしていくことが、牛乳の消費量全体の底上げに寄与することができるだろう。

4. 大切に育てたい「牛乳を増やしたい」というマインドを

今後の牛乳の飲用量についてみると、個人レベルでは「増やしていく」は19%（1987年）、22%（1988年）、21%（1989年）、22%（1990年）、22%（1991年）、24%（1992年）となっており、「増やしていきたい」という気持ちはコンスタントに根強い。一方、主婦の目からみて、家族全体の牛乳消費量は「増えるだろう」という予測も、1987年以来ほぼ24%と一貫しており、残り7割は「今と同じ位飲むだろう」と予測している。

このようなデータをみていくと、個人としても、世帯としても、牛乳を今後増やしていきたいという気持ちは、根強くあることがうかがえる。

しかし、実際の市場をみていくと、消費者の気持ちほどに、牛乳の飲用量は伸びてゆかず、今回は月当たりの飲用頻度も18回、1日当たりの平均飲用量も平均141mlであり、1昨年に引き続き高原状態である。では、どんな飲物が好調なのだろうか。「最近よく飲む物」に着目してみると、日本茶、コーヒーなど主要飲料が低迷する中で、依然牛乳は40%とトップであり続けている。

量の多寡にかかわらず、他に比較的伸びている飲物はとみると、ウーロン茶、缶・ボトル入りコーヒーや紅茶、ドリンクヨーグルト、スポーツ飲料などがあげられるが、いずれも強力な競合品とは言い難い。一方、話題の果汁

100%ジュースについてみると、ストレート果汁の輸入自由化にもかかわらず、割高感も依然高く、期待ほどには今年は伸びなかった。このようにみえてくると、飲物市場全体が低迷する中で、比較的好調なものはウーロン茶やスポーツ飲料、缶・ボトル入りコーヒー、紅茶など健康性が強く、かつカジュアルなものに集約される。

これらのことを考慮にいれるならば、飲物市場は景気の後退とともに、低迷の時代はしばらく続くと、予測せざるをえないが、この中で牛乳を堅調に育てていくためには、牛乳を飲みたいとする人々の「マインド」を大切に育てていくことが、非常に重要な鍵となるように思われる。市場全体をおおっている健康志向に支えられて、牛乳の飲用を増やしていきたいという気持ちがあるので、それを着実に実らせなければならない。その際、健康的な中にも、カジュアルな雰囲気を持たせていくことが必須条件ではある。

調査結果の詳細

I 牛乳に対する態度

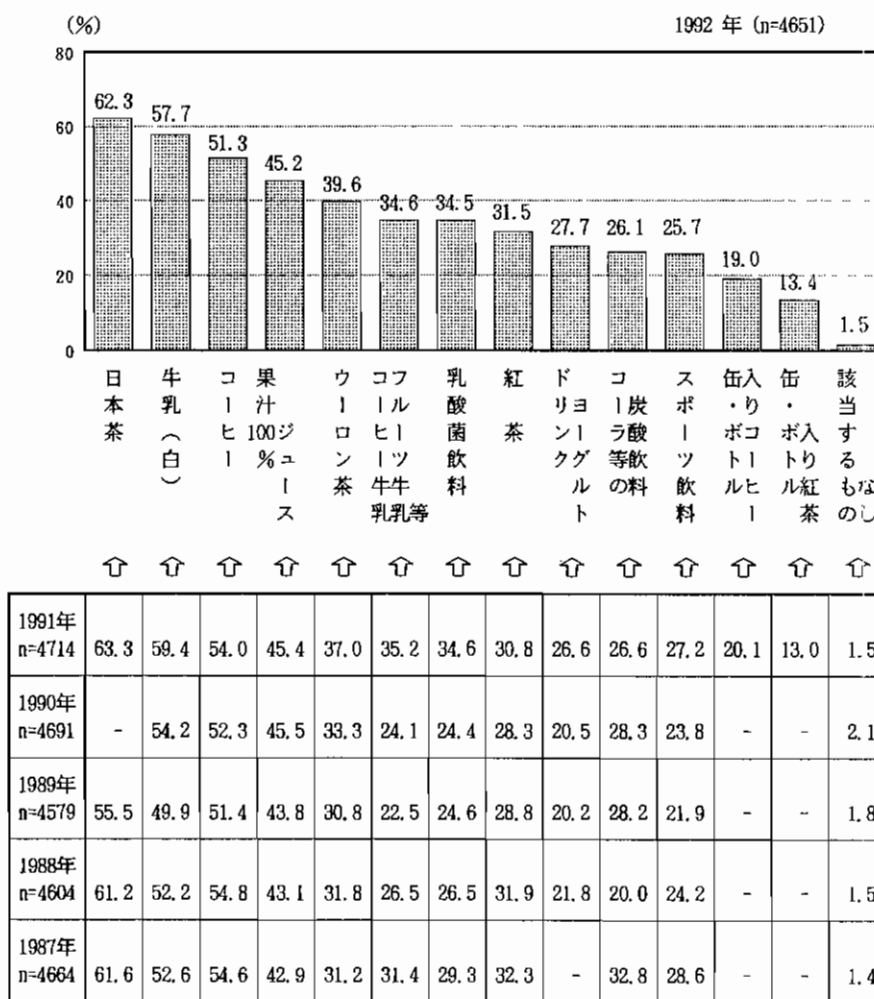
1. 牛乳の位置づけ

1) 好きなもの、嫌いなもの

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

好きな飲料として牛乳（白）をあげる人は58%であり、日本茶（62%）に次いで多く、3番目はコーヒー（51%）である。この数年の経過をみても、牛乳（白）を好きな人は、5割以上と安定して高い位置をしめている。また、ドリリンクヨーグルトとウーロン茶は、好きな人が年々多くなってきている点が注目される。

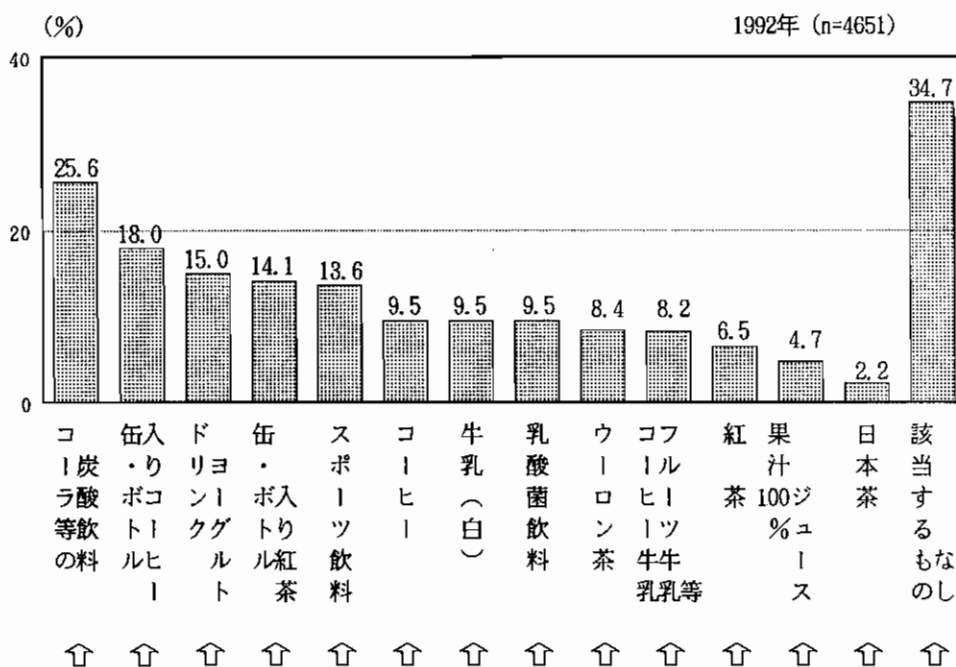
図I-1 好きな飲み物



次に同じ飲物について「嫌いなもの」を聞いた。

最も嫌いな人が多いのは、炭酸飲料（26%）である。牛乳（白）を嫌いだという人は、10%であり、過去5回と大きな差はみられない。

図I-2 嫌いな飲み物

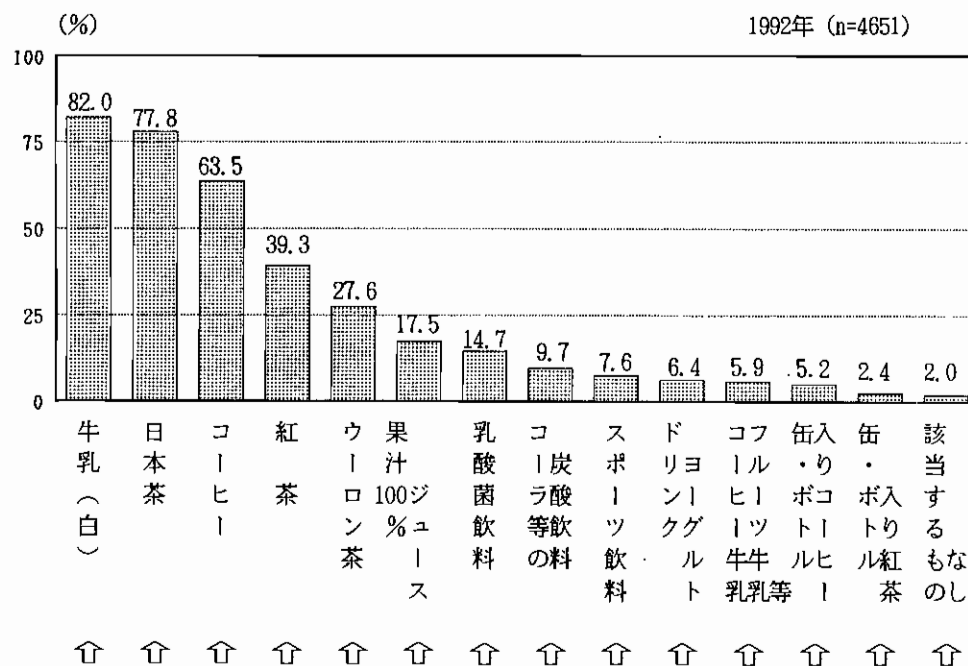


年	炭酸飲料	缶入りポト	ドリン	缶入り紅茶	スポーツ飲料	コーヒー	牛乳(白)	乳酸菌飲料	ウイロン茶	コフレット牛乳等	紅茶	果汁100%	日本茶	該当するものなし
1991年 n=4714	26.0	15.8	15.2	12.7	12.9	9.2	9.1	8.8	8.7	7.6	6.2	4.5	2.8	32.2
1990年 n=4691	30.2	-	14.9	-	12.5	8.6	9.0	8.2	9.2	7.5	5.6	5.4	-	27.2
1989年 n=4579	29.3	-	16.6	-	14.2	9.1	10.3	9.4	9.3	8.2	5.9	5.2	3.1	26.1
1988年 n=4604	30.5	-	16.8	-	15.0	9.1	10.6	8.9	10.8	8.7	5.6	6.8	2.5	26.1
1987年 n=4664	26.3	-	-	-	17.6	8.8	9.4	8.1	11.4	9.0	5.1	5.3	1.8	25.2

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82%で最も高く、日本茶（78%）を上回っている。時系列でみると、ウーロン茶とドリンクヨーグルトの常備率の上昇がみられる。この2品目は好きな率も上昇しており、徐々に家庭に浸透しつつある商品であることがわかる。

図I-3 家にいつもある飲み物



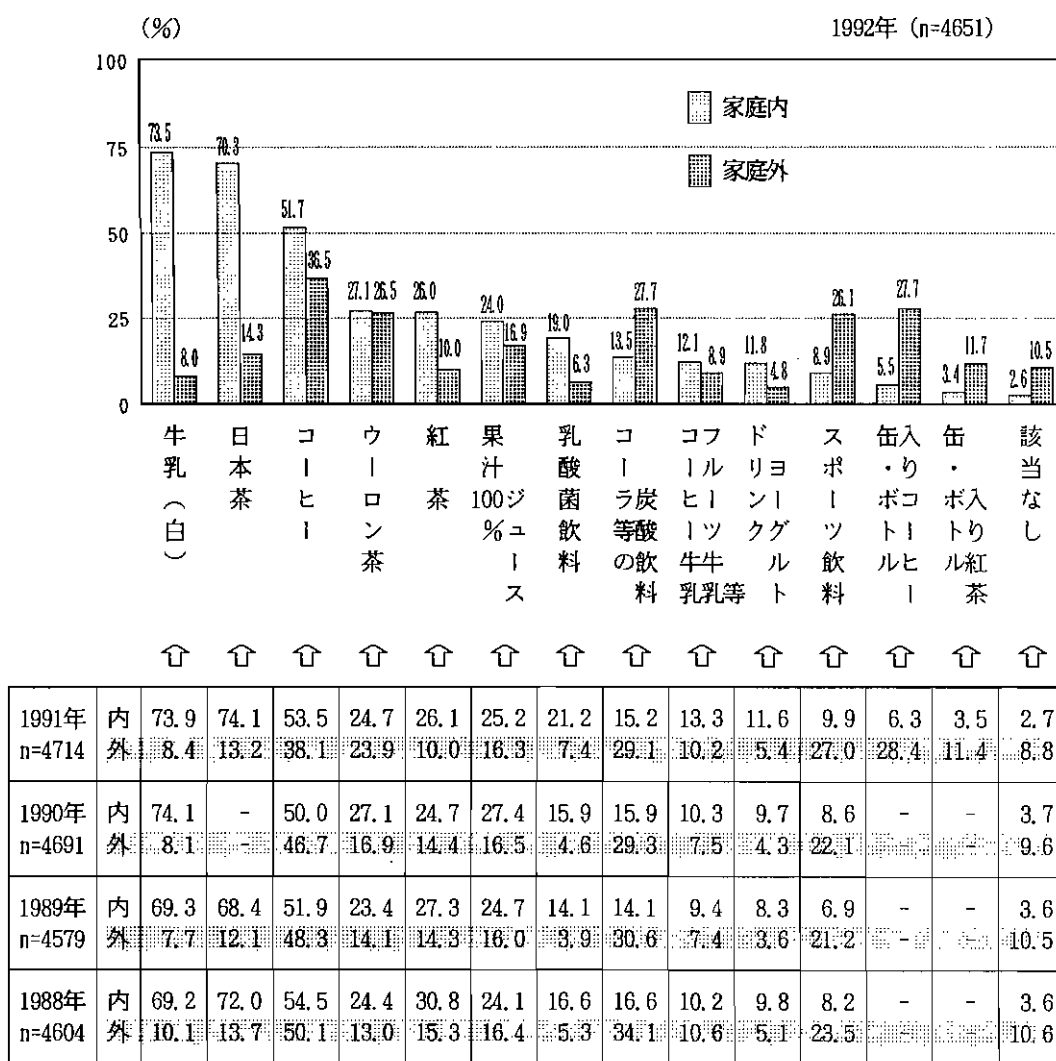
	牛乳（白）	日本茶	コーヒー	紅茶	ウーロン茶	果汁100%ジュース	乳酸菌飲料	コーラ炭酸等飲料	スポーツドリンク	ドリンクヨーグルト	コフィ乳牛等	缶入りポット	缶入り紅茶	該当するものなし
1991年 n=4714	82.4	80.1	65.6	37.9	24.4	17.7	15.3	10.1	6.7	5.9	5.8	6.4	2.6	1.7
1990年 n=4691	83.7	-	55.2	33.0	25.6	18.9	12.7	10.9	7.1	5.7	5.5	-	-	3.0
1989年 n=4579	78.3	75.1	62.6	42.0	25.9	18.4	12.0	11.6	6.2	5.5	5.0	-	-	2.9
1988年 n=4604	76.7	77.7	64.7	44.4	25.6	15.9	12.3	12.0	6.0	4.8	5.2	-	-	3.0
1987年 n=4664	77.3	81.1	70.3	48.5	27.2	14.7	15.5	14.5	8.0	-	7.4	-	-	2.6

3) 飲用場所

飲用場所を家庭内と家庭外で分けて聞くと、牛乳（白）や日本茶は家庭内で飲む率は高いが、家庭外は低く、専ら家庭内で飲まれている。これに対し、コーラなどの炭酸飲料、スポーツ飲料、缶・ボトル入りコーヒーは家庭外が多い。また、コーヒー（レギュラー／インスタント）は家庭内でも家庭外でもよく飲まれている。

時系列でみると、牛乳を飲む場所はほとんど変化していない。コーヒーやコーラ等の炭酸飲料を家庭外で飲む率は、年々低くなってきているのに対し、ウーロン茶を飲む率は、逆に上昇してきている。またコーヒーは家庭内外ともに、飲用者数が減っている。

図 I - 4 現在の牛乳の飲用場所

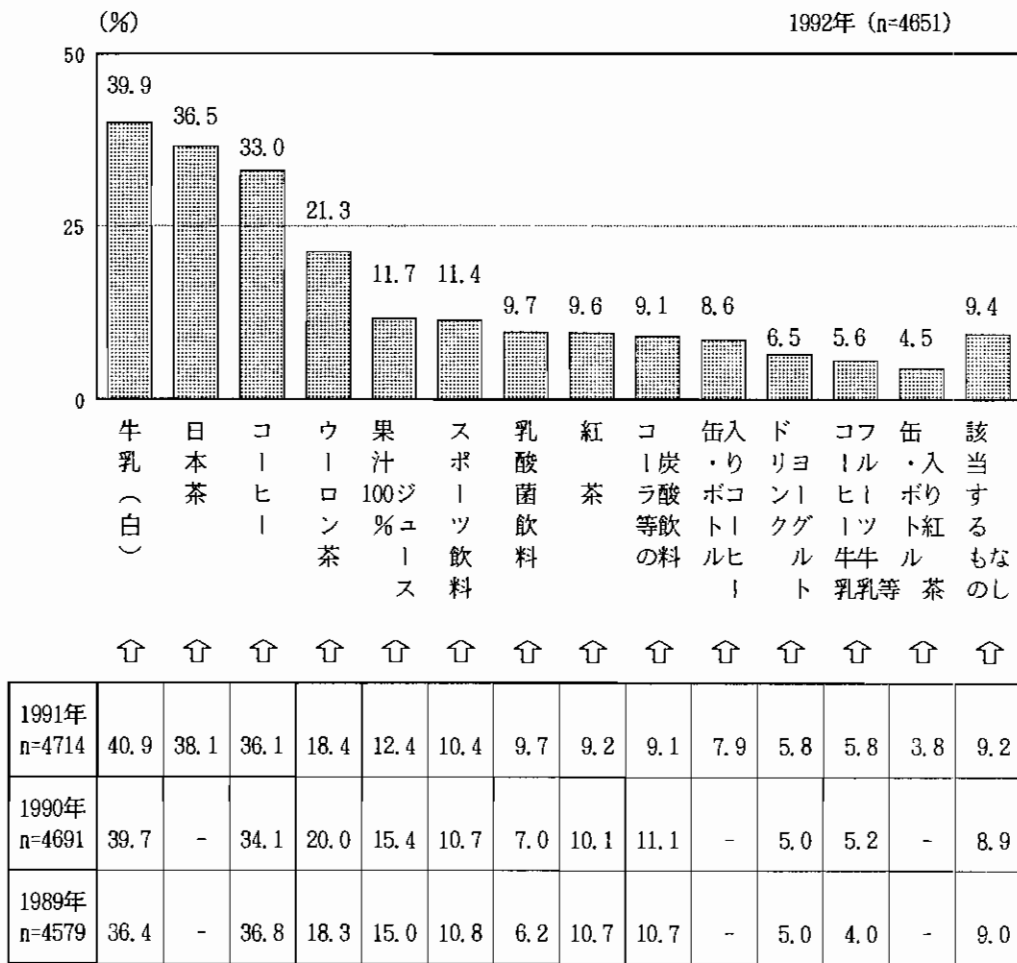


4) 最近よく飲むもの

最近よく飲まれる飲み物は何かというと、牛乳は40%の人が最近よく飲むとしてあげており、1989年以来トップの座を占め続けている。しかし実状をみると要約で先述したように牛乳の飲用頻度も量も減少し、消費の停滞がみられる。

苦しいのは日本茶、コーヒーも同様であり、主要な飲料での消費の不振は否めない。では、最近よく飲まれているのは何かとみてみると、ウーロン茶、スポーツ飲料、紅茶、缶・ボトル入りコーヒーや紅茶、ドリンクヨーグルトなどであり、いずれも1991年に比べて少しずつ増えている。どの飲料もメジャーなものではないが、主要飲料が停滞する中で、健康的でしかもカジュアルな雰囲気のあるものが健闘している。

図I-5 最近よく飲む物



5) 牛乳と果汁100%ジュースとの関係

今年度よりストレート果汁の輸入が自由化されたが、これは、牛乳の位置づけにどのように影響を与えているのだろうか。ここまでに見てきた各分析内容をまとめ、牛乳と果汁100%ジュースの関係を明らかにしよう。

まず好きな率は、牛乳は58%、果汁100%ジュースは45%である。共によく好まれており、両者とも、前回に比べほとんど変化がみられない。

次に常備率をみると、牛乳は82%と高いのに対し、果汁100%ジュースは18%に過ぎず、大きな差がみられる。これも、前回に比べ共に変化はみられない。

また、最近よく飲むものをみると、牛乳(40%)が果汁100%ジュース(12%)を大きく上回っている。さらに、果汁100%ジュースは時系列でみると、それを飲む割合がわずかながらも減少している。

以上のような諸点をまとめると、果汁100%ジュースはストレート果汁の輸入が自由化されても、その位置づけには顕著な動きはみられず、全体的に牛乳の優位性が保たれているようだ。ただし、果汁100%ジュースは好きな率が飲料率と比べて高いことから、今後の動きを注意して見守っていくことが必要だろう。

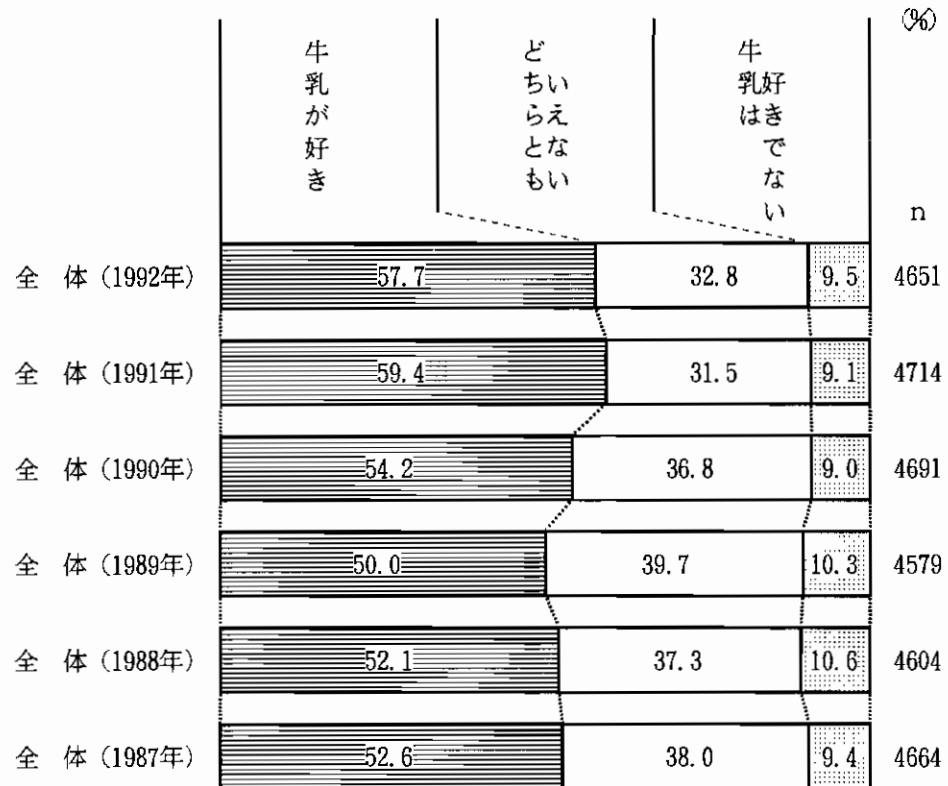
表I-1 牛乳と果汁100%ジュースの位置づけの違い
(%)

	年 度	牛 乳	果汁100%ジュース
好きな率	1992年	57.7%	45.2%
	1991年	59.4	45.4
家での常備率	1992年	82.0	17.5
	1991年	82.4	17.7
最近よく飲む物	1992年	39.9	11.7
	1991年	40.9	12.4

2. 牛乳の好きな人

牛乳を好きな人と嫌いな人の割合をみると、圧倒的に好きな人の割合が高く、牛乳を好きな率は6割近くを占める。一方、嫌いな人は10%と少なく、残り3割ほどはどちらともいえない、といったところである。

図I-6 牛乳の好き嫌い



牛乳は、どの年齢にも好まれているが、やや10代の女性で好きな率が低く、50%を下回っている。これに対し、50代以上の高齢の男性と30代以上の女性では牛乳を好きな人が60%を上回っている。特に40代の女性では、年々牛乳を好きな率が上昇している点が注目される。今後とも、10代の女性に牛乳を好きになってもらうような工夫が必要であろう。

なお、子供の牛乳の好き嫌いをみると、0才児では、3分の1が好きなだけであるが、1才以上では8割以上が好きである。ただし、小学校以上では年齢が上がるほど好きな率は微減する。

表I-2 性・年齢別牛乳を好きな率 (%)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		52.6	52.2	50.1	54.2	59.4	57.7
男 子	0才児	43.6	36.8	39.1	31.2	35.4	32.1
	1~3才	90.8	88.4	87.3	89.0	84.1	88.1
	4~6才	90.8	88.8	88.9	87.1	88.7	85.1
	小1-2年	85.1	81.5	81.0	83.5	87.4	88.1
	小3-4年	87.9	82.6	82.3			
	小5-6年	82.1	85.3	81.2	82.1	81.3	81.1
男 性	10代	52.0	46.8	51.7	48.9	56.0	58.6
	20代	51.2	49.5	42.0	45.8	62.3	53.6
	30代	46.8	53.1	51.6	47.8	57.5	55.0
	40代	48.3	47.0	45.5	52.2	60.0	51.5
	50代	55.2	51.2	50.6	60.8	58.1	60.1
	60才以上	61.8	63.8	56.0	64.5	66.8	65.5
女 子	0才児	41.1	29.5	30.6	35.1	33.3	22.8
	1~3才	91.9	87.8	85.5	85.1	85.9	79.7
	4~6才	90.8	81.0	85.9	84.4	85.0	81.0
	小1-2年	82.0	84.8	80.9	80.2	79.1	84.2
	小3-4年	83.2	77.1	75.8	73.9	77.2	80.4
	小5-6年	81.5	79.2	73.3			
女 性	10代	43.8	43.3	36.8	43.0	47.2	43.0
	20代	54.3	53.8	51.6	50.6	57.0	51.9
	30代	53.7	51.4	51.5	55.3	63.5	60.3
	40代	54.0	53.5	50.6	53.3	57.2	61.3
	50代	57.6	55.6	51.4	60.7	63.5	63.0
	60才以上	50.7	54.1	55.5	63.3	60.7	61.9
男性	小計	52.1	52.1	49.6	53.7	60.2	57.5
女性	小計	52.9	52.2	50.2	54.7	58.7	57.8

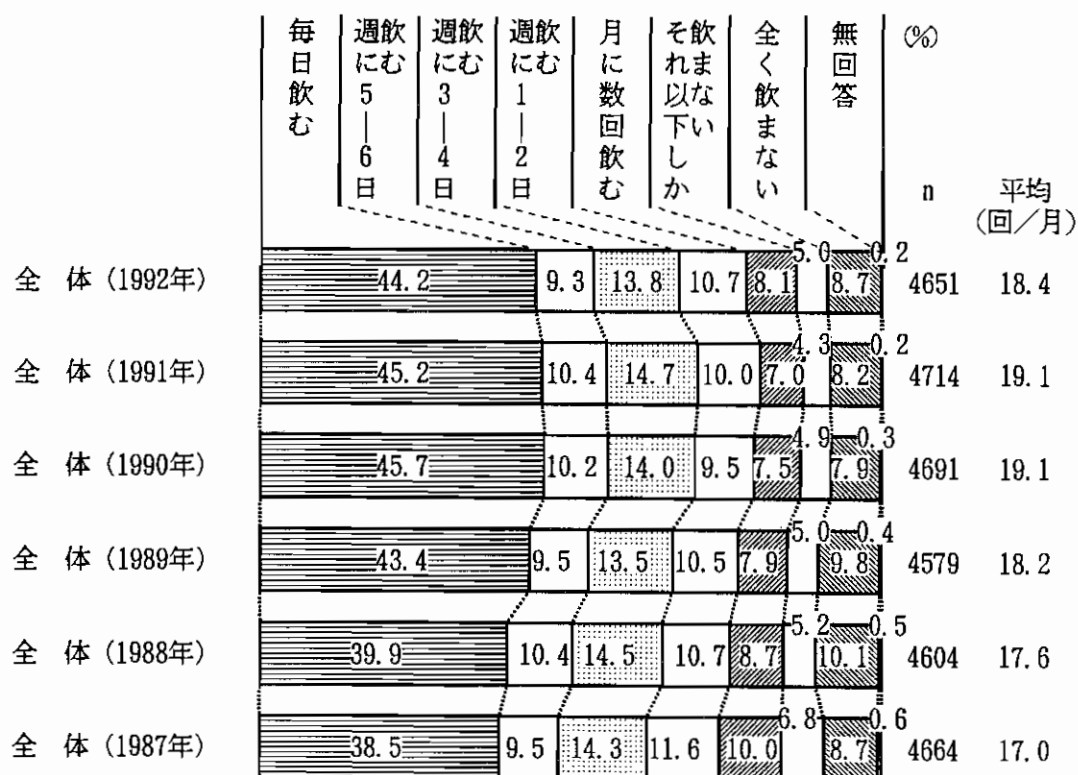
※ 小学生の子供の年齢区分は1989年まで2学年ずつの3区分であったが、1990年から3学年ずつの2区分とした。

3. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

牛乳を毎日飲んでいる人は44%であるのに対し、全く飲まない人は9%である。全体の飲用頻度は、平均すると1カ月(30日間)に18.4日飲んでいる計算になる。この平均値は前回よりやや下回っており、伸び続けていた飲用頻度が昨年より停滞し、今年はやや下降していることがわかる。

図I-7 牛乳を飲む頻度



性・年齢別にみると、男女とも年齢が高いほど、飲用頻度が高い。時系列でみると、前回に比べ、男女とも30代以下の若い世代での平均頻度の低下がみられる。今後はもっと若い層への働きかけが必要であるようだ。

表 I - 3 性・年齢別牛乳を飲む頻度

(単位 回/月)

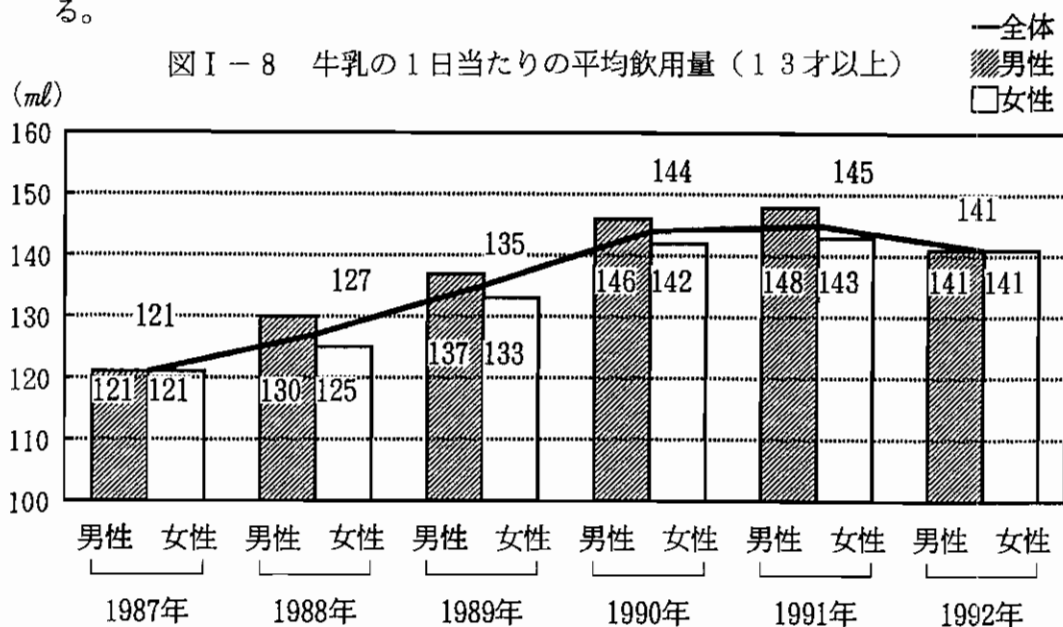
		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		17.0	17.6	18.2	19.1	19.1	18.4
男 性	10代	19.5	18.9	20.0	18.8	22.0	20.9
	20代	14.5	14.8	15.7	16.4	16.4	14.4
	30代	13.6	16.3	16.7	18.9	16.6	15.7
	40代	15.0	15.8	16.0	18.5	17.2	15.2
	50代	17.3	17.5	17.6	20.5	18.0	18.7
	60才以上	18.5	19.1	19.1	21.4	20.3	20.4
女 性	10代	16.9	17.9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

2) 牛乳の飲用量

牛乳の1日当たりの平均飲用量は、13才以上では141 mlで、前回の145 mlより4 ml減少した。本調査を開始した1987年から順調に伸びてきた牛乳の飲用量であるが、前回から伸びが停滞し、今回はやや減少傾向にある。

平均飲用量は今回は男女に差がなく、ともに141 mlである。前回までは全て女性より男性の方が飲用量が多かったことから、男性の飲用量の減少が女性に比べかなり大きいことが明らかである。

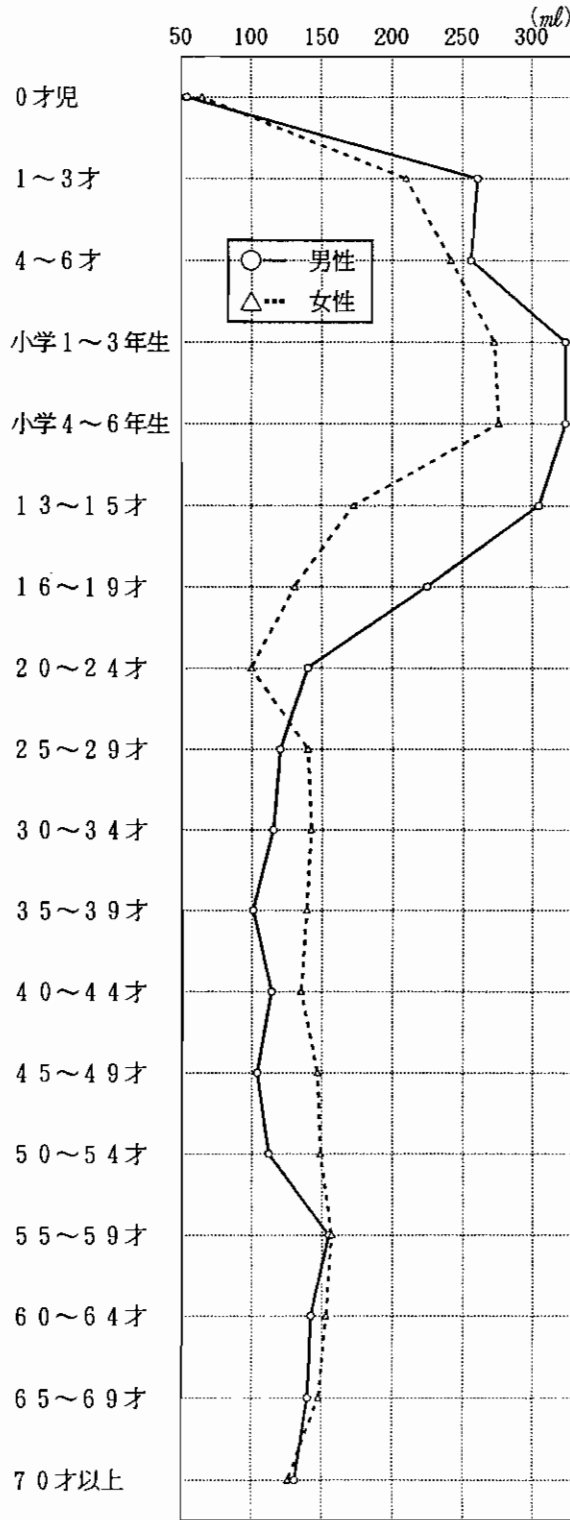
乳児期からの牛乳の飲用量の変化をみると、男女とも幼児から小中学生時代は1日200 ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、それ以降はほぼ一定で維持する、というプロフィールを示している。



※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 - 9 性・年齢別牛乳の1日当たりの平均飲用量

(ml)



区分	性	'87	'88	'89	'90	'91	'92
0才児	男	142	83	74	94	69	54
	女	181	41	80	57	77	65
1~3才	男	263	237	266	270	260	261
	女	239	214	219	245	242	210
4~6才	男	256	243	260	260	266	256
	女	217	200	216	228	234	242
小学1~3年生	男	279	281	292	292	296	324
	女	262	236	246	259	254	273
小学4~6年生	男	279	274	283			
	女	236	230	246	304	311	324
13~15才	男	247	215	269	277	284	305
	女	160	182	208	189	206	173
16~19才	男	168	174	192	194	224	225
	女	113	125	113	114	122	131
20~24才	男	122	126	123	133	132	140
	女	118	106	121	102	120	100
25~29才	男	114	122	123	114	147	120
	女	125	134	151	137	139	140
30~34才	男	82	131	129	131	110	115
	女	139	129	137	148	155	142
35~39才	男	100	106	122	116	130	101
	女	110	125	129	151	140	139
40~44才	男	104	112	117	120	118	114
	女	118	134	128	137	145	135
45~49才	男	113	106	115	126	136	104
	女	113	133	139	150	159	147
50~54才	男	124	117	125	159	128	112
	女	123	125	145	150	142	149
55~59才	男	117	113	132	144	137	155
	女	127	113	124	148	137	157
60~64才	男	118	140	130	148	139	142
	女	114	118	144	148	144	153
65~69才	男	110	141	138	148	132	140
	女	113	110	115	151	130	148
70才以上	男	104	119	118	158	152	131
	女	129	92	109	142	122	126

※ 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。

今回の平均飲用量を前回までと比べると、男女とも小学生で伸びがみられる。中学生では、男子はさらに伸びつづけ、平均飲用量が初めて300mlを超えたが、女子では飲用量の低下が大きく、前回からの伸びもみられなくなった。

13才以上を10才きざみで時系列変化を追ってみると、やはり10代の男性は平均飲用量が高いばかりか、その伸びも順調である。これに対して、女性の10代は以前は他の年代よりわずかに高かったが、今では他の年代の伸びもあり、男性のように突出しているということがなくなってしまっている。中高年では、50代、60代の男女の飲用量が伸びており、後述するが、骨粗鬆症キャンペーンの効果が現れてきているといえよう。

図I-10 牛乳の1日当たりの平均飲用量の変化(13才以上)

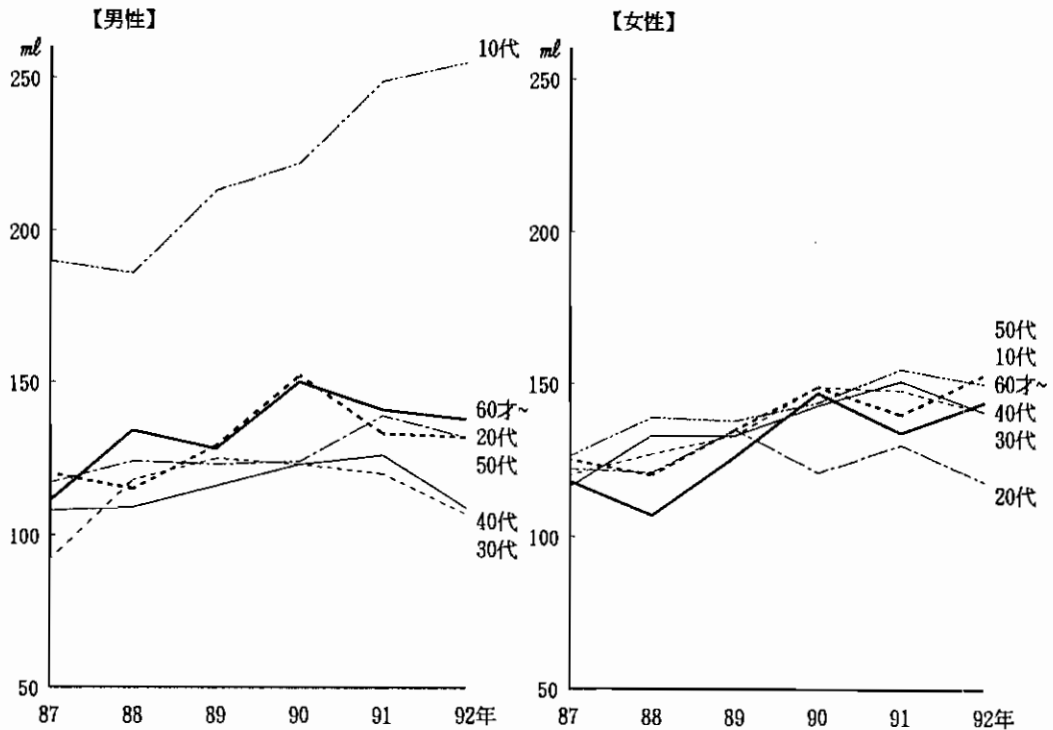


図 I - 1 1 牛乳の 1 日当たりの平均飲用量 (全体)

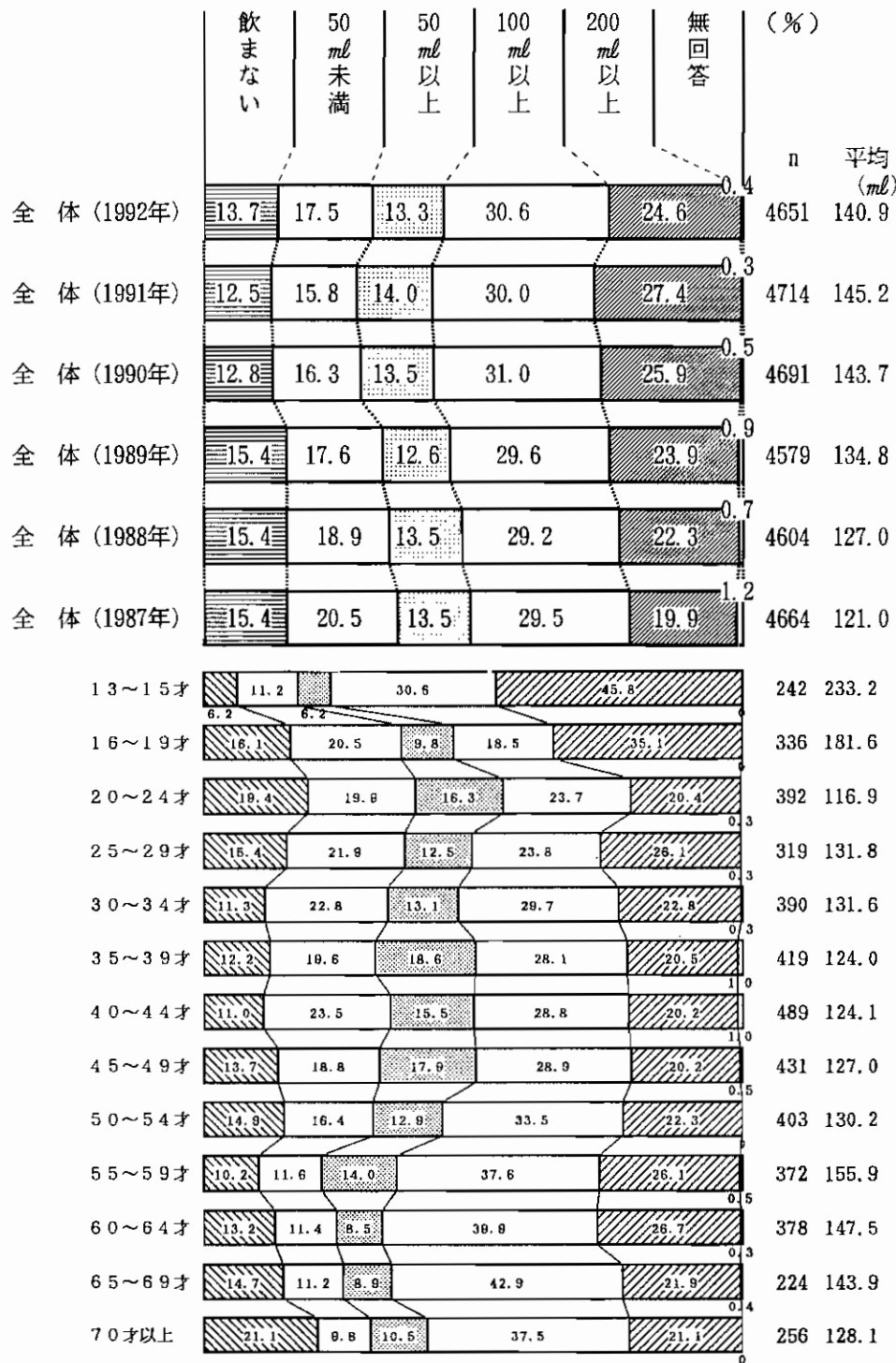


図 I - 1 2 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (男性)

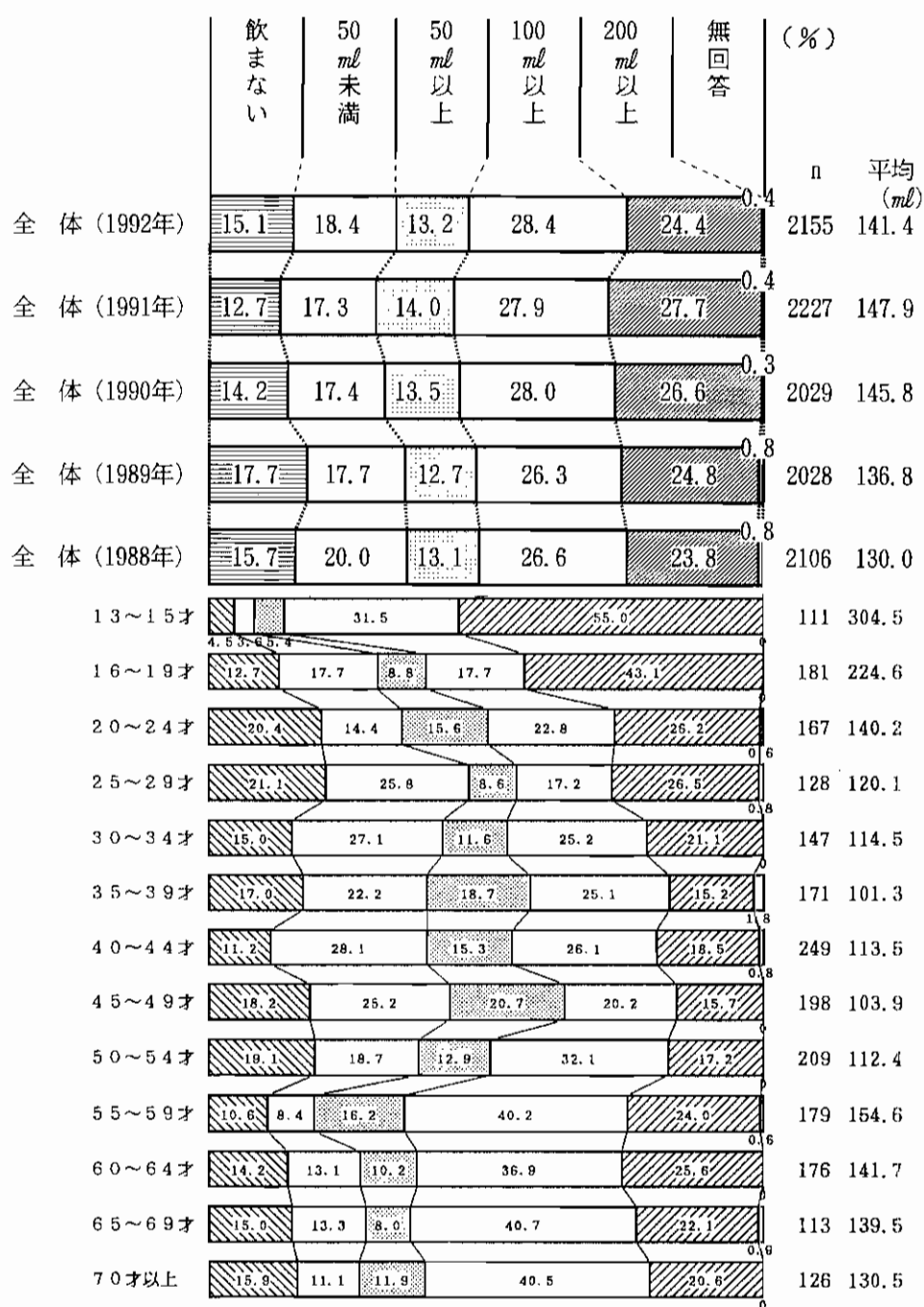
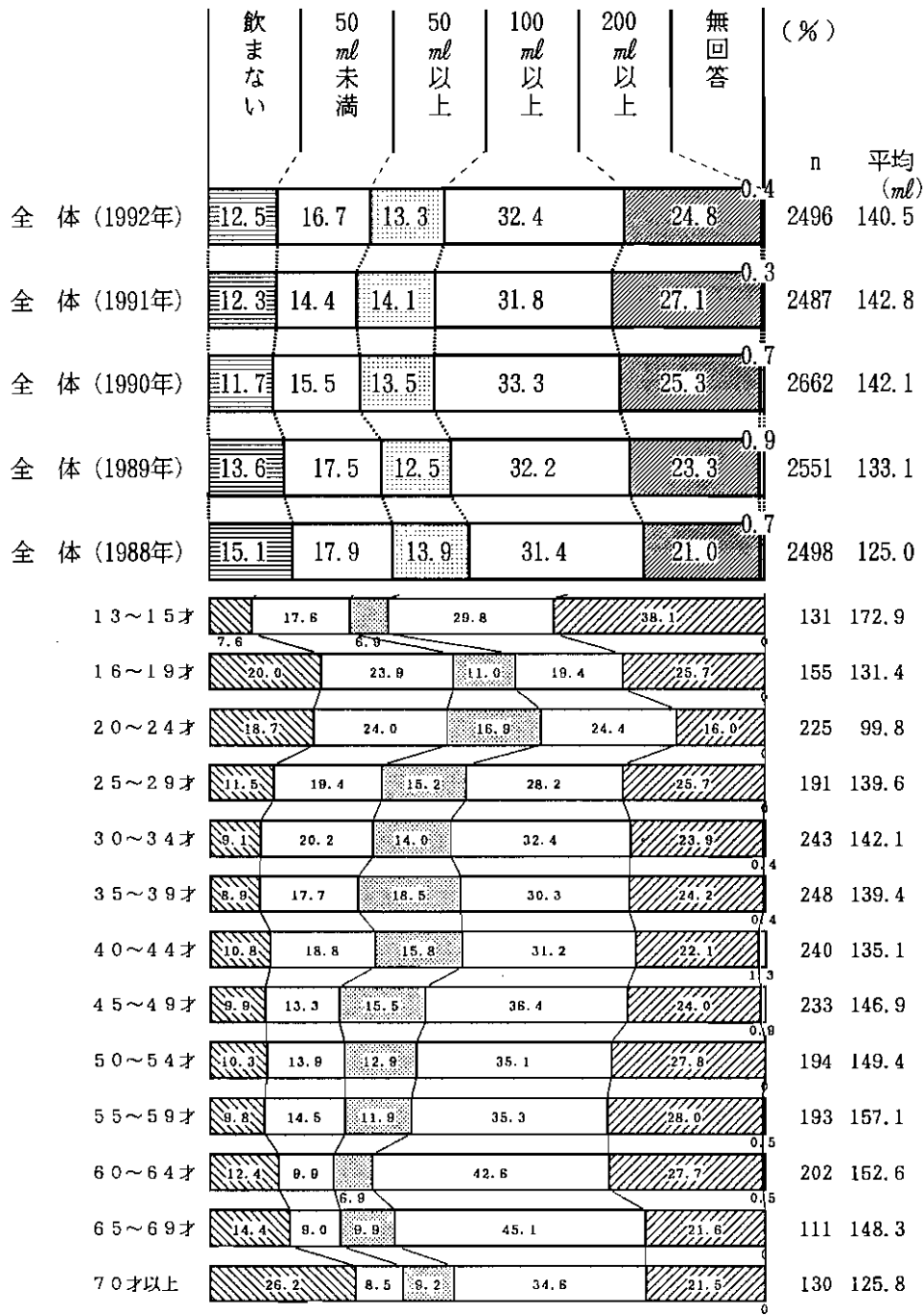
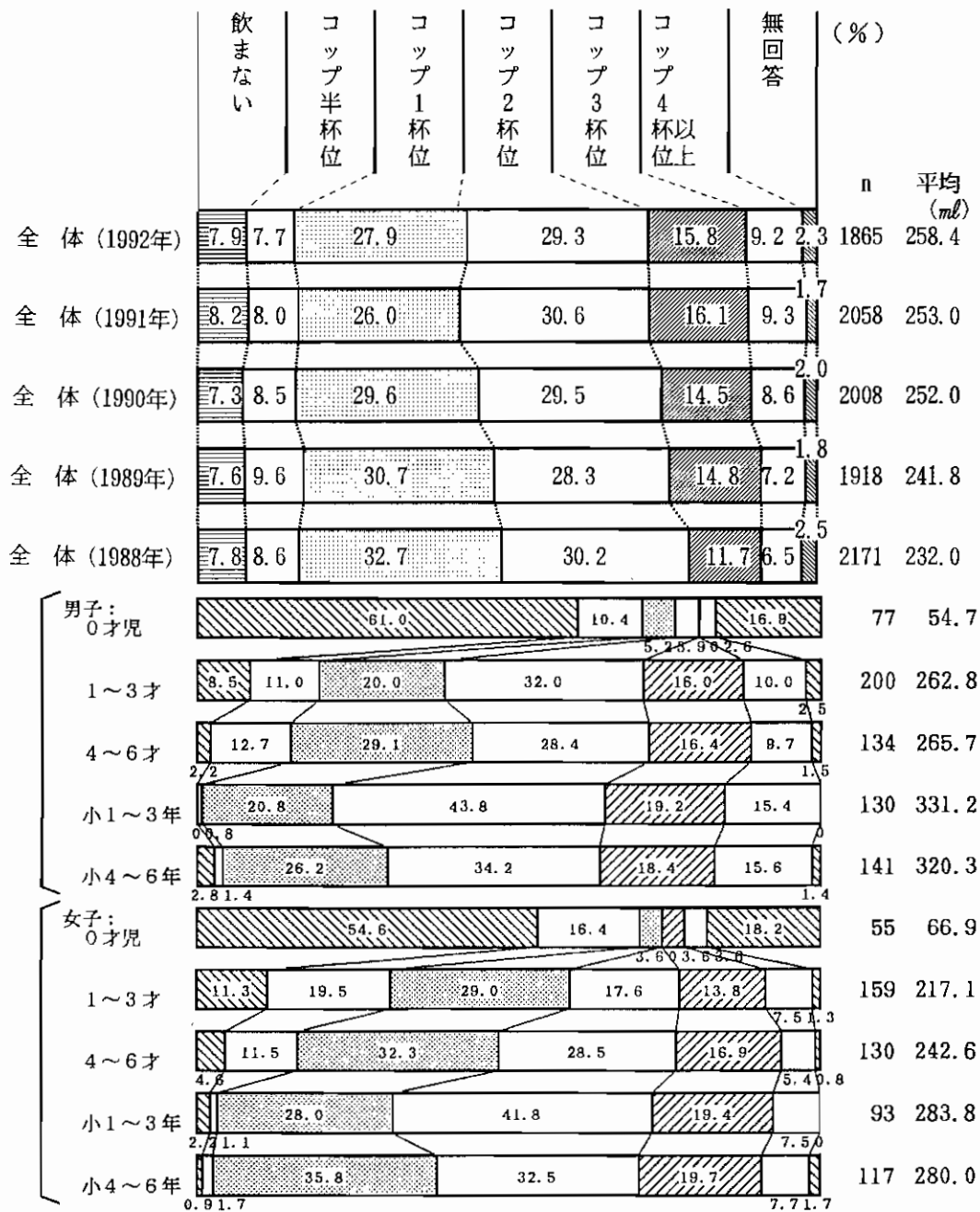


図 I - 1 3 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (女性)



図I-14 牛乳の1日当たりの平均飲用量（子供）



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

参考までに、職業別と地域別、都市規模別の平均値を下記に表示した。

表 I - 4 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
全 体		121	127	135	144	145	141
自家 営族 ・従 業	農林・漁業	113	115	110	139	121	131
	商工サービス業	109	127	141	148	135	134
	自由業	116	130	129	157	132	127
	内 職	115	126	128	113	160	141
勤 め	管 理 職	128	122	107	141	140	122
	専門技術職	111	121	128	134	144	129
	事 務 職	108	109	120	124	122	122
	労 務 職	107	121	115	120	122	107
	販売サービス職	103	111	123	121	125	119
無 職	主 婦	128	129	145	152	150	153
	学 生	158	165	174	183	200	198
	無 職	111	110	122	137	140	139

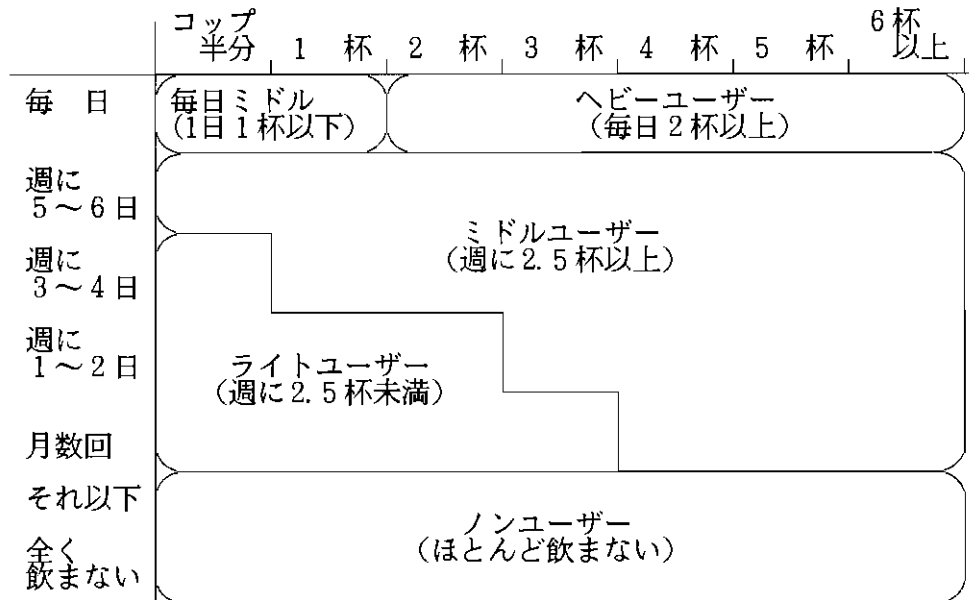
表 I - 5 地域別・都市規模別 1 日当たりの平均飲用量

(単位 ml)

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

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

図 I - 1 5 分析のための牛乳ユーザー分類



4. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

牛乳はどんな人が多く飲んでいるのだろうか、今まで見てきた属性以外の視点からみてみよう。

まず、現在の健康状態と牛乳の飲用量の関係をみると、健康状態の良い人ほど牛乳をたくさん飲み、良くない人はあまり飲まない傾向がみられる。

また、アルコールやたばこと牛乳の飲用量との関係をみると、アルコールやたばこを飲む人ほど、牛乳を飲まない傾向がみられる。

表 I - 6 健康状態・飲酒頻度・喫煙の有無別 1 日当たりの平均飲用量

(単位ml)

		1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体 (13才以上)		127	135	144	145	141
健康 状 態 別	非常によい	157	177	182	184	187
	よい	134	139	155	156	148
	ふつう	116	124	131	134	130
	あまりよくない	112	107	129	110	112
	よくない	65	114	142	126	185
全 体 (20才以上)		121	129	139	136	132
ア ル コ ー ル	毎日飲む	112	119	135	124	118
	週に3日以上飲む	117	129	127	136	132
	週に1~2日飲む	123	117	134	130	135
	それ以下	124	126	141	137	128
	飲まない	124	140	144	146	141
煙 草	吸 う	113	107	121	115	115
	前には吸っていた	133	143	141	141	136
	吸わない	123	137	146	147	140

さらに、現在健康のために注意している度合いを「規則正しい生活をする」「運動をしている」「朝食は必ずとる」「塩分をひかえる」などの項目をあげて聞いたところ、牛乳の飲用量が多い人ほど延べ回答率が高く、ヘビーユーザーでは平均5.8個答えているのに対し、ノンユーザーでは3.8個しか答えていない。

つまり、現在健康な人ほど、またアルコールの飲用量、喫煙量が少ない人ほど、よく牛乳を飲んでいることからすれば、牛乳の飲用量は健康への意識の高さを示すバロメータとなっているといえよう。

表 I - 7 牛乳の飲用量別現在健康のために注意している点 (%)

	規則正しい生活 早寝早起き	軽い運動する ジョギング等	中位運動する ジミキング等	充分休息する 疲れたら	朝食は必ずとる	すぎに注意 カロリー取り	糖分を控える	塩分を控える	脂肪分を控える	健康食や ビタミン剤
全体	32.7	15.3	9.0	48.6	67.0	26.5	32.1	40.9	29.8	14.7
ヘビーユーザー	38.3	19.4	11.2	52.1	74.4	31.4	38.3	47.9	33.3	17.0
毎日ミドルユーザー	41.0	21.8	7.9	51.6	77.7	32.0	38.7	49.2	37.5	17.9
ミドルユーザー	28.2	12.4	8.9	45.9	66.0	24.9	29.0	39.8	28.7	13.4
ライトユーザー	24.9	10.2	9.0	47.2	56.5	21.3	26.5	32.5	23.1	11.6
ノンユーザー	28.7	9.6	7.7	45.1	54.5	20.3	24.3	29.4	23.1	12.6

	よつに切める 乳糖をとる	何でも食べる 好き嫌いをなく	定期的に受ける 健康診断を定	はまめにやる 健康に良い事	注意する 食品添加物に	記事を読む 健康に関する	その他	特にな	(n) 延回答数
全体	29.8	50.7	29.2	10.4	27.0	24.1	1.6	6.7	4,651 496.1
ヘビーユーザー	48.4	57.9	31.8	14.3	34.4	28.6	2.0	2.5	995 583.2
毎日ミドルユーザー	37.0	57.9	35.1	13.4	30.6	31.0	2.1	3.5	1,058 585.9
ミドルユーザー	30.8	51.6	26.8	9.0	28.4	20.9	0.9	6.8	1,062 472.4
ライトユーザー	14.1	45.4	24.5	7.6	19.2	19.3	1.7	10.0	882 404.6
ノンユーザー	8.8	33.6	25.9	5.8	18.4	17.6	1.4	13.3	637 380.1

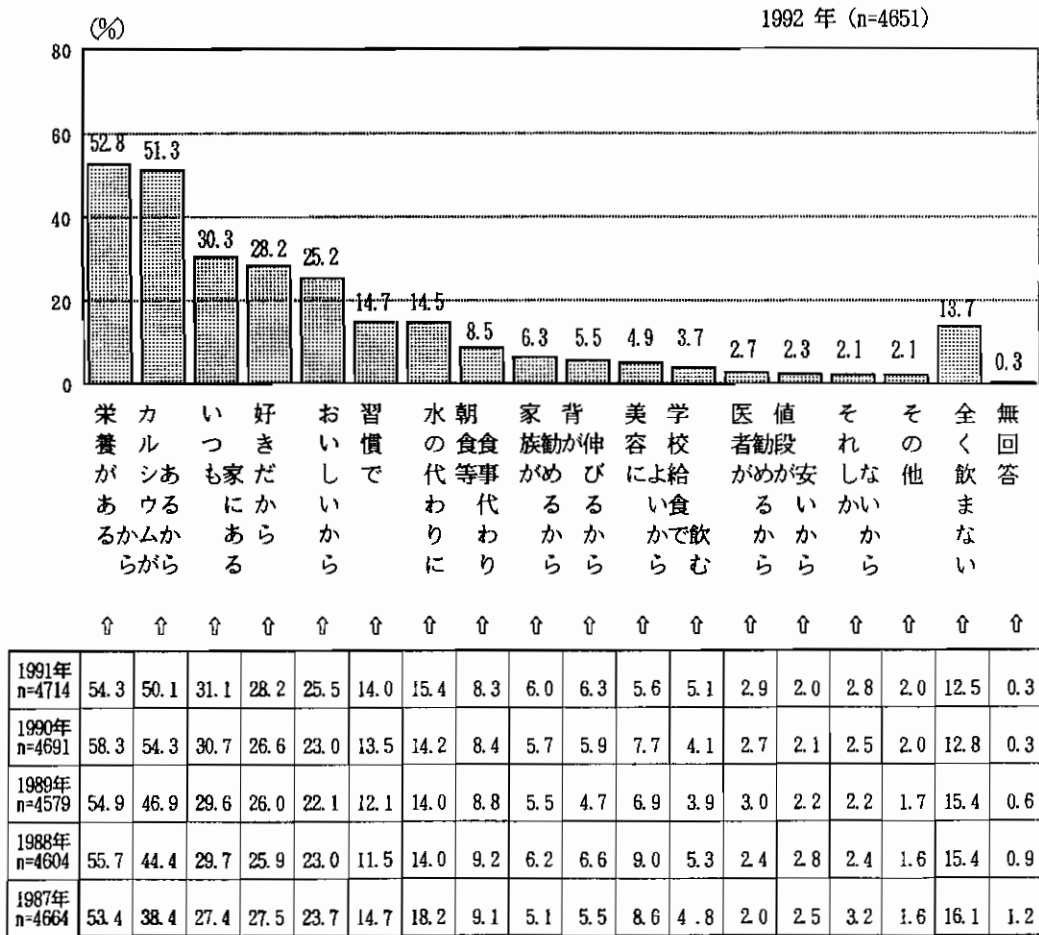
5. 牛乳を飲む理由

牛乳を飲む理由は「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した答えが多い。

また、「いつも家にあるから」という常備率の高さによる項目や、「好きだから」「おいしいから」という感性面からの答えも多い。

牛乳も機能だけによって飲まれているのではなく、感性面からも飲まれていることが注目される。

図 I - 16 牛乳を飲む理由



牛乳の飲用量の差からみると、ヘビーユーザーほど延べ回答率が高く、いろいろな理由から牛乳を飲んでいることがわかる。一方、飲用量が少ないほど「栄養」「カルシウム」といった機能や「いつも家にある」などの理由に集中している。

表 I - 8 牛乳飲用量別牛乳を飲む理由

(%)

	栄養があるから	カルシウムがあるから	いつも家にあるから	好きだから	おいしいから	習慣で	水の代わりに	食事代わりに朝食など	家族が勧めるから	背が伸びるから
全体	52.8	51.3	30.3	28.2	25.2	14.7	14.5	8.5	6.3	5.5
ヘビーユーザー	65.3	68.1	46.9	56.7	46.5	32.5	26.3	10.8	5.1	13.3
毎日ミドルユーザー	65.8	67.4	34.2	31.3	27.8	22.2	8.3	12.5	7.6	3.7
ミドルユーザー	62.3	57.6	34.7	29.4	27.3	9.6	17.2	10.0	7.2	6.1
ライトユーザー	49.7	42.5	23.4	11.5	14.2	2.4	15.9	5.6	9.6	2.4

	美容によいから	学校給食で飲むから	医者が勧めるから	値段が安いから	物がないからそれしか飲み	その他	全く飲まない	無回答
全体	4.9	3.7	2.7	2.3	2.1	2.1	13.7	0.3
ヘビーユーザー	7.9	6.0	3.4	3.5	2.2	2.3	-	0.2
毎日ミドルユーザー	5.7	3.4	4.0	3.2	1.3	2.0	-	0.4
ミドルユーザー	5.9	6.0	3.0	3.2	1.6	2.0	-	0.1
ライトユーザー	2.9	1.5	1.9	0.3	5.2	3.6	-	1.0

(n) 延回答数
 4,651 269.1
 995 397.0
 1,058 300.8
 1,062 283.2
 882 193.6

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

これを前回と比べると、機能面をあげる人は若い層では減少し、高齢層では増えている。逆に「おいしい」や「好き」は10代の若者の間で増えている。今後ますます、若い層は感性面から、高齢層は機能面から飲むという傾向が進むのではないだろうか。

表I-9 性・年齢別牛乳を飲む理由（上位5位）

(%)

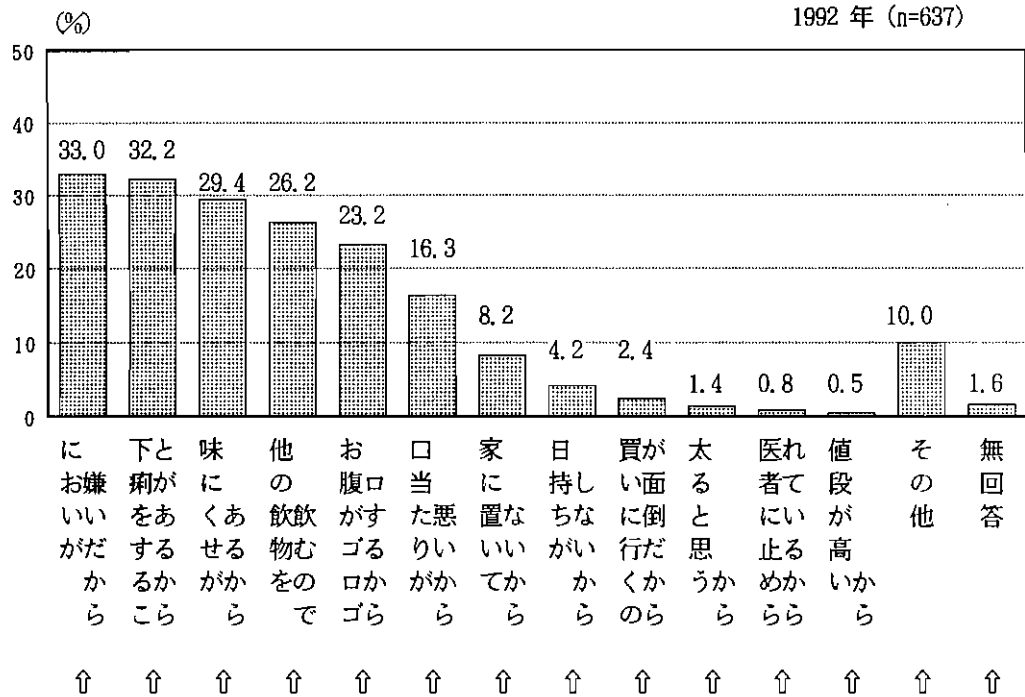
		栄養がある		カルシウムが弱		いつも家にある		好き		おいしい	
		1991年	1992年	1991年	1992年	1991年	1992年	1991年	1992年	1991年	1992年
全 体		54.3	52.8	50.1	51.3	31.1	30.3	28.2	28.2	25.5	25.2
男 性	10代	44.3	41.1	38.4	39.0	43.4	39.7	30.5	39.0	26.4	33.6
	20代	47.1	43.1	41.7	35.3	34.8	32.9	36.2	30.2	29.0	23.7
	30代	54.4	47.5	37.5	39.9	30.3	34.9	29.3	24.5	24.8	26.4
	40代	55.1	51.7	49.0	44.5	32.5	32.2	26.9	20.6	23.2	22.1
	50代	49.5	51.8	42.4	49.2	28.9	30.2	24.1	29.6	20.3	25.0
	60才以上	54.9	56.9	54.2	54.0	28.1	25.5	24.8	26.3	22.8	19.5
女 性	10代	44.0	37.4	35.8	35.7	32.9	36.7	27.8	31.1	26.6	29.7
	20代	55.9	51.9	49.5	48.3	32.2	25.5	39.2	30.8	34.5	26.9
	30代	64.1	60.3	61.3	58.9	33.8	31.2	32.6	32.6	31.1	32.8
	40代	59.2	60.7	58.6	64.1	31.6	30.7	23.4	25.8	23.2	23.5
	50代	56.1	61.5	60.5	66.1	25.5	25.6	24.0	27.4	23.7	23.0
	60才以上	57.4	55.5	60.5	62.5	21.9	24.6	20.4	24.4	20.2	19.4
男性計		51.4	49.5	44.4	44.5	32.6	32.1	28.1	27.7	24.1	24.5
女性計		56.9	55.7	55.3	57.2	29.8	28.7	28.2	28.6	26.8	25.8

6. 牛乳をあまり飲まない理由

牛乳をほとんど、または、全く飲まない人に、牛乳を飲まない理由を聞いたところ、「においが嫌い」が33%で最も多い。次に「下痢をすることがあるから」(32%)、「味にくせがあるから」(29%)と続いている。

時系列でみると、「他の飲み物を飲む」が年々増加しており、牛乳もいろいろな競合商品の中で、生き残りを迫られている現状がうかがえる。

図 I - 17 牛乳を飲まない理由



	においが嫌いだから	下痢をすることがあるから	味にくせがあるから	他の飲み物を飲む	お腹がすくから	口当たりが悪いから	家に置いておくから	日持ちしないから	買いかぶるから	太ると思われるから	医者に止められるから	値段が高いから	その他	無回答
1991年 n=589	34.5	29.4	30.2	24.6	24.1	16.1	7.8	3.1	1.7	0.8	1.0	0.7	9.0	1.9
1990年 n=580	41.0	32.9	31.9	19.1	24.3	21.6	9.5	5.9	1.7	3.3	0.5	0.3	6.0	0.7
1989年 n=681	34.7	29.1	30.7	20.7	25.6	17.9	8.1	5.1	1.3	3.4	0.7	1.0	8.4	1.2
1988年 n=707	33.9	29.8	31.3	17.8	28.0	19.7	7.4	6.1	2.0	3.8	1.4	1.1	7.5	3.7
1987年 n=720	34.3	32.5	27.9	21.9	27.6	7.2	8.2	6.0	2.4	3.3	1.8	1.3	7.4	1.7

性・年齢別にみると、「においが嫌い」「味にくせがある」「口当たりが悪いから」などの感性的な理由は若い人に多くあげられている。特に女性に多くあげられており、女の子の感性にも合う新商品が望まれる。

一方、「下痢をすることがあるから」「お腹がゴロゴロするから」は特に男性の中年層で多い。これらの点を解消する商品は存在するが、アピールはまだ中年男性に充分届いてはいないようだ。

表 I - 10 性・年齢別牛乳を飲まない理由（上位7位）（％）

		においが 嫌いだから	とかがあるから 下痢をする	味にくせが あるから	他の飲み物を 飲むので	お腹がゴロ ゴロするから	口 当たりが 悪いから	家 置いて ないから	(n)
全 体		33.0	32.2	29.4	26.2	23.2	16.3	8.2	637
男 性	10代	39.3	21.4	32.1	21.4	21.4	28.6	7.1	28
	20代	26.2	21.3	29.5	37.7	18.0	18.0	9.8	61
	30代	25.5	29.4	21.6	43.1	23.5	13.7	9.8	51
	40代	17.2	53.1	17.2	28.1	42.2	10.9	6.3	64
	50代	20.3	52.5	23.7	23.7	27.1	8.5	11.9	59
	60才以上	14.5	51.6	8.1	21.0	32.3	4.8	8.1	62
	女 性	10代	68.3	7.3	61.0	19.5	9.8	39.0	7.3
20代		40.6	20.3	37.5	34.4	20.3	34.4	9.4	64
30代		45.5	27.3	31.8	25.0	20.5	18.2	2.3	44
40代		42.9	26.5	34.7	18.4	10.2	22.4	8.2	49
50代		35.9	23.1	41.0	28.2	15.4	7.7	7.7	39
60才以上		38.7	32.0	30.7	13.3	25.3	4.0	8.0	75
計		男性小計	22.2	40.3	20.9	29.5	28.3	12.6	8.9
	女性小計	44.2	23.7	38.1	22.8	17.9	20.2	7.4	312

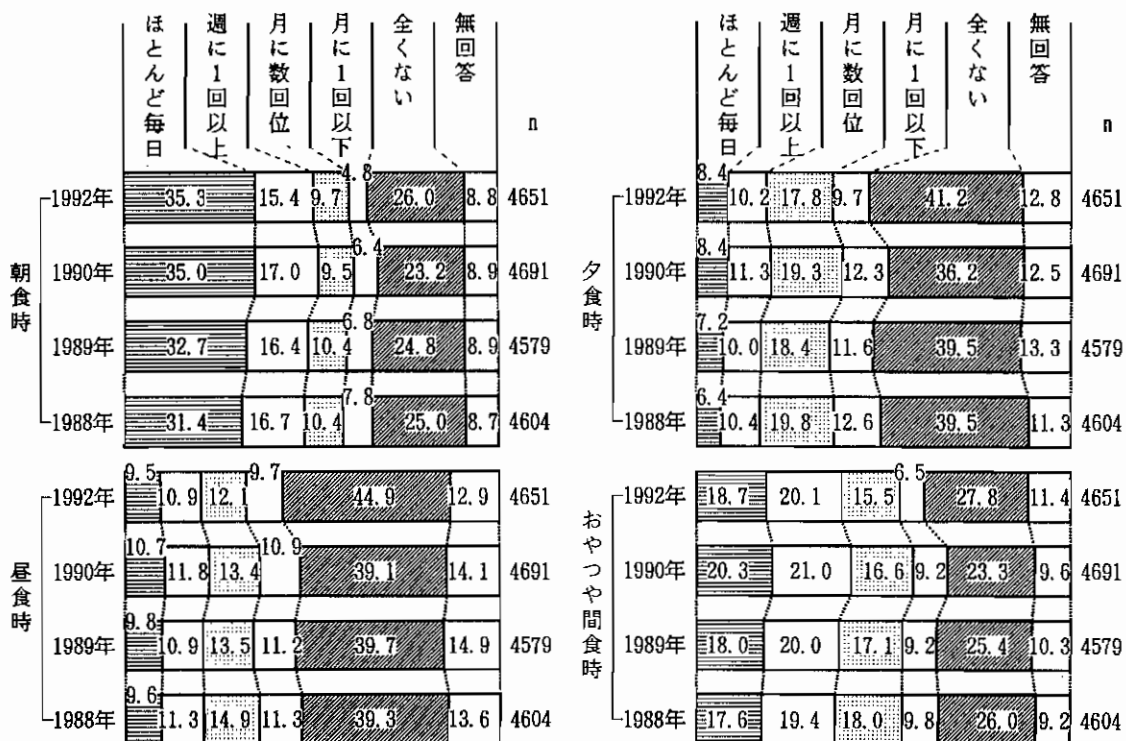
7. 牛乳の飲用機会

牛乳を飲んだり、牛乳を使った料理を食べたりするのは、どのような機会が多いのだろうか。朝食、昼食、夕食、間食にわけて、それぞれの場面での摂取頻度を聞いた。

すると、やはり牛乳は朝食時に取る人が多く、35%の人が「ほとんど毎日」取っている。次いでおやつや間食時に取る人が多く、昼食時、夕食時に頻繁に取る人はあまり多くない。

時系列変化をみると、朝食時に牛乳を取る人は年々増えていたが、今回は2年前に比べ「全くない」が増加しており、朝食に牛乳を取る人が減少していることがわかる。同様に昼食時、夕食時も「全くない」が増加し、各々の機会に牛乳を取る人の減少がみられる。つまり、牛乳の飲用量の減少は飲用機会の減少によるものでもあることが推測される。

図 I - 18 食事機会別の牛乳摂取頻度 (%)



性・年齢別にみると、10代の男性はどの機会でも、頻繁に牛乳を取っている率が高い。夕食時でさえも、毎日牛乳を飲む人が20%以上もみられ、朝食やおやつに限らず、3食いつでも牛乳という習慣的な摂取傾向がみられる。ただし、これ以上の年代の男性では、どの機会においても、頻繁に牛乳を摂取する率は低い。

一方、女性は10代で摂取率が高いものの、男性ほどではない。20代になると、朝食や昼食での牛乳の摂取率は、かなり低くなってしまふ。30代以上では、全体的に高めの摂取率であるが、特に間食時には、4人に1人が毎日牛乳を飲むほどである。これはおやつと一緒に摂取しているためと推測される。

また、50代以上の層では男女とも、朝食時に摂取する率が高くなっている。中高年になって意識的に牛乳を飲んでいる姿がうかがえる。

表I-11 性・年齢別食事機会別の牛乳摂取率

(ほとんど毎日飲む率)
(%)

		朝食時	昼食時	夕食時	間食時
男 性	10代	39.0	24.0	20.5	23.3
	20代	26.1	3.7	7.8	14.2
	30代	29.6	7.9	5.3	15.7
	40代	31.1	3.6	8.3	11.4
	50代	39.4	7.0	8.5	12.4
	60才以上	42.7	8.7	7.7	18.3
女 性	10代	29.4	23.1	9.4	14.7
	20代	32.9	5.3	6.7	15.6
	30代	34.4	8.6	7.3	25.1
	40代	34.9	9.9	7.6	24.1
	50代	40.3	9.0	8.3	23.0
	60才以上	40.2	10.0	7.0	22.8
男性小計		35.0	8.6	9.4	15.5
女性小計		35.6	10.4	7.6	21.4

8. 牛乳に関する知識

1) 牛乳に関する知識

「牛乳はカルシウムを、効率的にとれる食品である」「骨や歯を守るために女性や中高年の人は、できるだけ牛乳を飲んだ方がよい」「牛乳は健康的な生活のために、なくてはならないもの」と考える人が多い。

時系列でみると、「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」「牛乳を普通に飲んでいる限り、肥満の心配はない」の2つがわずかに「そう思う」人が増えており、知識の普及がみられたようだ。

図 I - 19 牛乳に関する知識

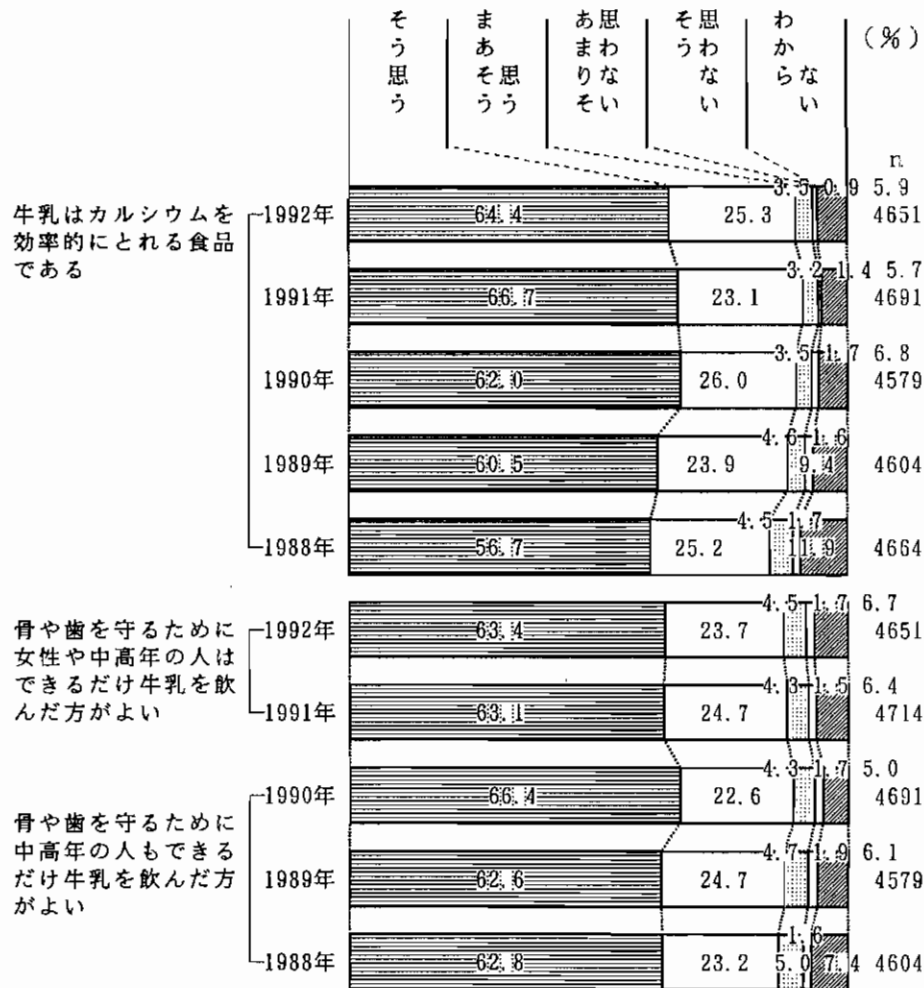


図 I - 19 牛乳に関する知識 (つづき)

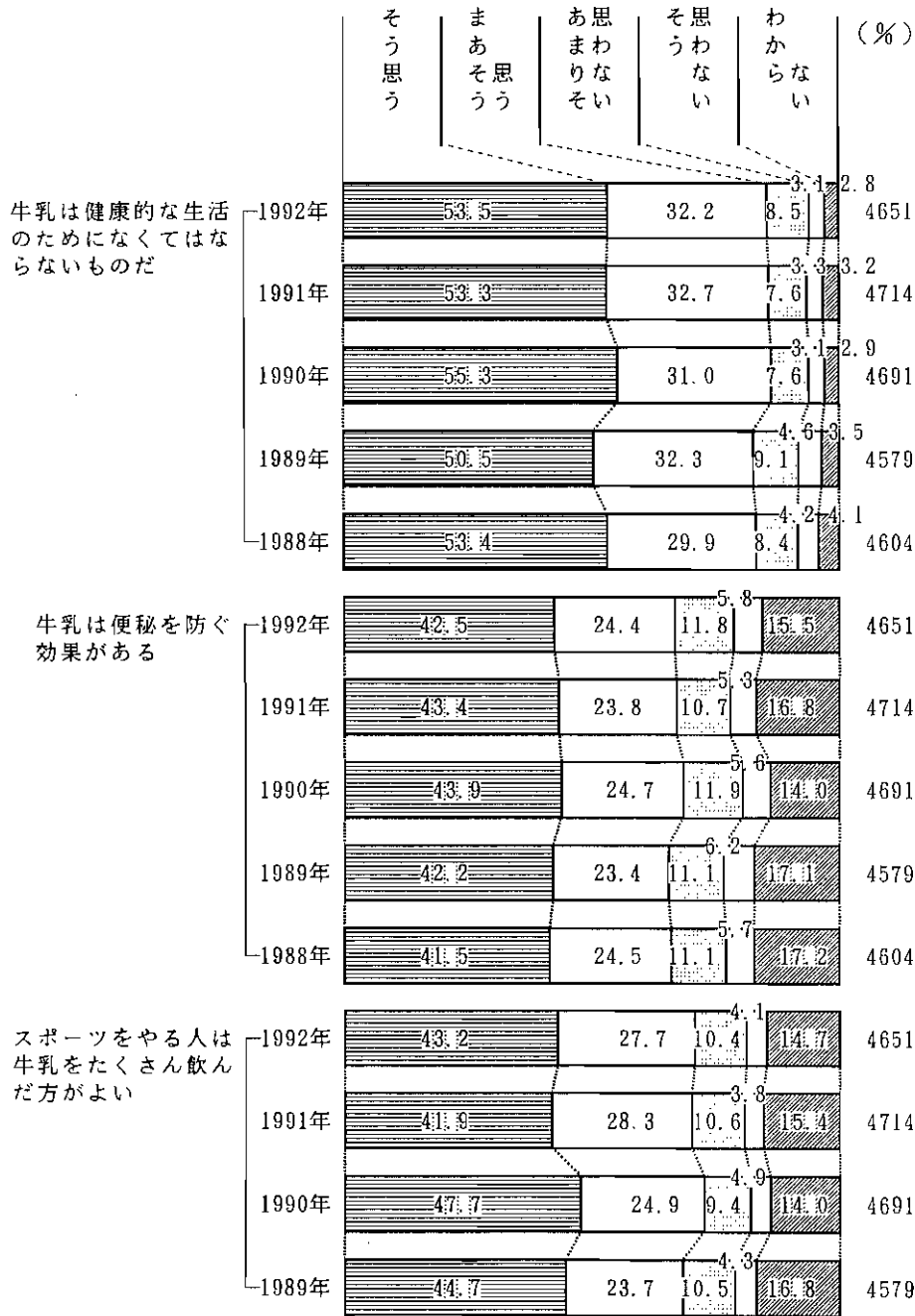


図 I - 19 牛乳に関する知識 (つづき)

	1991年	1991年	1990年	1989年	1988年	4651	4714	4691	4579	4604	(%)
	30.8	24.8	15.6	6.3	22.4						
	31.8	24.7	15.8	5.7	22.0						
	30.4	25.4	14.7	7.3	22.1						
	28.0	24.2	15.4	7.1	25.3						
	28.7	24.2	15.9	6.5	24.7						
牛乳のカルシウムとストレスの解消や集中力の増進に役立つ	1992年	13.5	17.1	20.7	14.3	34.3	4651				
	1991年	13.7	16.0	20.8	16.0	33.5	4714				
普通の飲み方をして いる限り牛乳を飲んで コレステロールを心配 することはない	1990年	26.3	22.3	12.9	8.3	30.2	4691				
	1989年	26.1	22.6	12.1	7.8	31.4	4579				
	1988年	31.7	22.6	10.4	5.3	30.0	4604				
	1992年	24.4	21.3	16.3	7.9	30.1	4651				
アルコールをたくさん飲 む人は牛乳を飲むべ きだ	1991年	25.1	20.7	17.8	7.2	29.3	4714				
	1990年	21.5	22.5	18.2	8.8	28.9	4691				
	1989年	22.0	20.3	16.4	10.8	30.5	4579				
	1988年	27.3	20.4	15.4	9.6	27.3	4604				

図 I - 19 牛乳に関する知識 (つづき)

		そう 思う	まあ そう 思う	あ ま り な い そ い	そ う わ な い	わ か ら な い	(%)	
牛乳を普通に飲んで いる限り、肥満の心 配はない	1992年	15.7	14.7	23.1	24.5	22.0	4651	
	1991年	15.3	14.6	22.5	25.2	22.5	4714	
	1990年	14.6	14.1	21.6	28.1	21.5	4691	
	1989年	14.9	13.2	21.4	25.8	24.7	4579	
牛乳はカロリーが 高すぎる	1988年	5.2	13.0	34.4	28.4	19.0	4604	
牛乳は高血圧の人に 無理なく血圧を下 げる効果がある	1992年	8.2	13.5	19.8	7.8	50.7	4651	
	1991年	9.0	14.0	19.5	7.9	49.5	4714	
	1990年	7.2	14.0	19.5	9.1	50.2	4691	
	1989年	8.6	13.5	17.8	8.6	51.5	4579	
	1988年	8.7	13.9	17.8	7.9	51.7	4604	
コーヒー牛乳などの 乳飲料には牛乳が 含まれている	1992年	26.2		26.5	18.7	14.6	14.0	4651
	1991年	27.0		25.9	16.1	16.2	14.6	4714
コーヒー牛乳などの 乳飲料には牛乳が たっぷり含まれている	1990年	4.8	10.5	27.4		43.8	13.5	4691
	1989年	4.6	9.3	25.3		45.1	15.7	4579
	1988年	4.0	11.1	26.5		41.2	17.2	4604

牛乳に関する知識の質問に正しく答えられた人に高い得点を与え、牛乳に関する知識度スケールを作成した。（具体的には、「そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点、それ以外の回答には0点を与えて、全ての項目の和の得点を算出した。）

すると、牛乳に関する知識の度合いは、前回に比べ、ほとんど同じ傾向がみられる。

図 I - 20 牛乳に関する知識度

	低い	中の下	中の上	高い	(%)
					n
1992年	28.5	24.2	22.9	24.4	4651
1991年	28.4	23.8	22.9	25.0	4714

*なお、得点が7点以下を「低い」、8～10点を「中の下」、11～13点を「中の上」、14点以上を「高い」とした。

これを性・年齢別にみると、女性に比べ男性の方が知識度が低く、かつ男女とも、若い層ほど牛乳に関する知識度が低い。若年層は現在感性面によって牛乳を飲む傾向が強いが、今後は理解も伴っていくように、若者への知識の普及も必要なのではなかろうか。

これを牛乳の好き嫌い別にみると、牛乳が好きな人ほど、牛乳について正しい理解が得られている。

表 I - 1 2 属性別牛乳の知識度

(平均点)

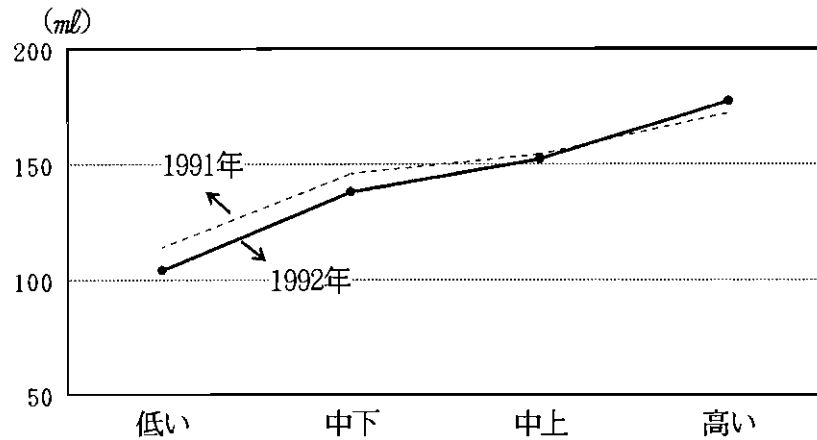
		1991年	1992年
男 性	10代	8.8	9.0
	20代	9.3	8.9
	30代	9.4	9.4
	40代	10.5	10.0
	50代	10.4	10.0
	60才以上	10.5	10.7
女 性	10代	9.6	9.6
	20代	10.1	9.5
	30代	10.6	10.6
	40代	11.5	11.5
	50代	11.2	11.5
	60才以上	10.6	10.7
男性小計		9.9	9.7
女性小計		10.6	10.6
牛 乳 の 好 き 嫌 い 別	牛乳が 好き	11.0	11.1
	牛乳は 好きでない	8.1	7.9
	どちらとも いえない	9.6	9.4

2) 牛乳に関する知識と飲用量の関係

では、牛乳に関する知識度と牛乳の飲用量の関係は、どうなっているのだろうか。牛乳に関する知識度別に飲用量をみると、やはり、牛乳に関する知識が高いほど牛乳の飲用量が多く、平均値で60mlもの差がみられる。今回は全体の平均飲用量がわずかに下がったが、前回と比べると、知識が高い層での飲用量は増加している点が、注目される。

牛乳をあまり飲まない層にも、牛乳がいかに健康維持にとって有効な飲み物であるかの知識を普及することが、牛乳の飲用量を底辺から押し上げる上で必要である。

図 I - 2 1 牛乳に関する知識度別牛乳の1日当たりの平均飲用量



ここで、いくつかの牛乳に関する知識の項目について、性・年齢別の時系列変化をみてみよう。

まず、「牛乳のカルシウムは、ストレスの解消や集中力の増進に役立つ」についてみると、この項目に対する賛成率は、調査開始の1987年からみると、全体としては目立った変化を見せてはいない。年齢別にみると、最も賛成率が高いのは、中高年の男女であり、10代、20代の若い層での賛成率は非常に低い。ここからも、牛乳に含まれるカルシウムの効用は、若い層が牛乳を飲む上での動機づけになっていないことがうかがえる。

また、「スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」に対する賛成率も、若い人達ではあまり高くなく、中高年の男女で高いという傾向が続いている。特に、若い女性の賛成率の低い点が問題である。

表 I - 1 3 牛乳に関する知識

牛乳のカルシウムはストレス解消、集中力に役立つ（そう思う率）
（%）

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
男 性	10代	25.3	21.3	21.6	21.7	21.7	23.6
	20代	21.7	17.1	19.7	26.0	26.4	24.1
	30代	19.3	24.0	19.6	23.8	26.9	23.9
	40代	24.9	25.1	27.8	28.3	32.3	31.3
	50代	25.9	31.9	30.1	31.3	32.5	26.0
	60才以上	20.9	28.7	23.9	28.5	27.3	29.9
女 性	10代	17.8	26.8	21.2	26.6	23.4	24.8
	20代	20.4	26.8	25.8	29.7	30.5	27.2
	30代	31.6	33.5	31.9	32.6	36.5	34.2
	40代	37.1	38.6	36.5	39.4	41.0	37.8
	50代	31.7	32.8	35.9	32.1	39.5	43.9
	60才以上	23.6	28.7	30.5	36.1	35.2	33.9

表I-14 牛乳に関する知識

「スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」(そう思う率)

(%)

		1989年	1990年	1991年	1992年
男 性	10代	49.3	49.6	44.3	44.9
	20代	40.9	43.0	44.6	38.6
	30代	39.2	40.6	35.1	31.8
	40代	45.5	49.2	44.5	43.2
	50代	45.2	50.8	46.7	45.1
	60才以上	43.0	47.8	42.0	48.2
女 性	10代	34.4	38.4	37.3	36.7
	20代	33.5	34.9	31.9	34.9
	30代	41.6	47.2	32.4	39.3
	40代	54.4	57.7	51.4	48.6
	50代	56.8	55.2	49.7	54.8
	60才以上	47.4	53.8	45.2	47.2

9. 骨粗鬆症に対する知識

1) 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがある人は、今年(1992年)は68%であり、約7割の認知率となった。これは時系列で見ると、年々10ポイントずつ伸びており、大きく伸びてきている。

これを性・年齢別にみると、30代以上の中高年の女性の認知率が高い。骨粗鬆症になりやすいと言われている層には、よく知れ渡ってきているようだ。時系列変化をみると、どの年代も大きく伸びてはいるが、やはり若い世代、特に男性の10代では、他の年代に比べ伸び率が低いのが気になる。

図 I - 2 2 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

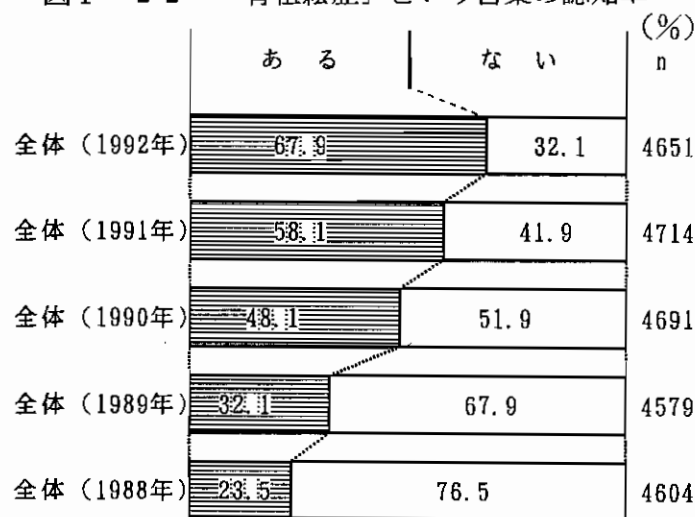
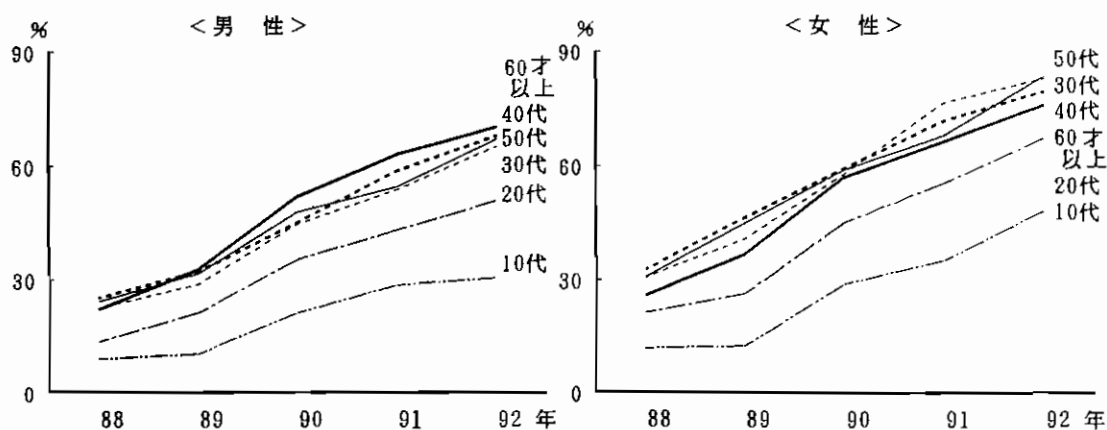


図 I - 2 3 性・年齢別「骨粗鬆症」という言葉の認知率



この認知率は、牛乳をよく飲む層ほど高く、ヘビユーザーでは72%もの人が認知している。一方、ノンユーザーでも57%と過半数が認知しており、全体的に認知率が上がった。

性別にみると、認知率は男性より女性の方が高く、4人に3人はこの言葉を知っている程にまで広がった。

さらに、地域別にみると、ほとんどの地域で6割以上の認知率となり、全国的に高い伸びがみられる。都市規模別にみると、特に大都市での認知率が高いが、その差は小さく、広く情報が行き渡っていることがうかがえる。

表I-15 「骨粗鬆症」という言葉の認知率 (%)

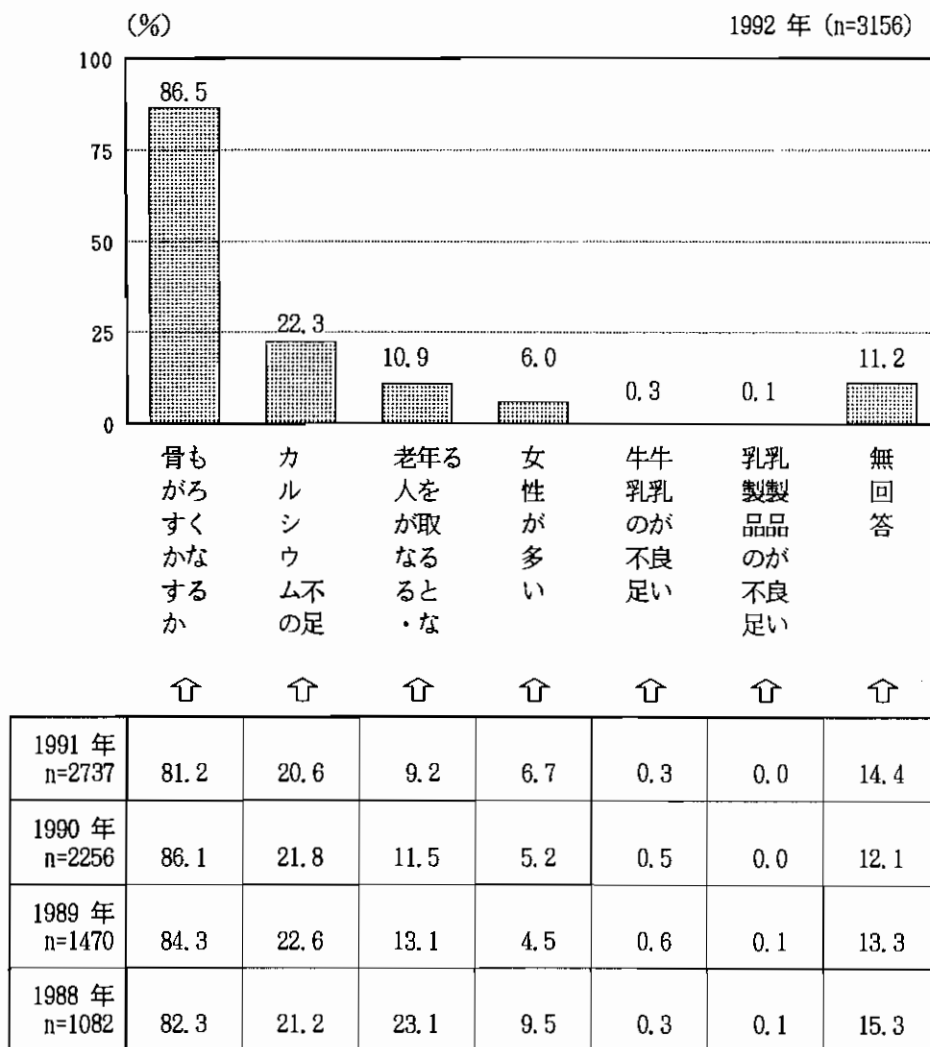
		1988	1989	1990	1991	1992			1988	1989	1990	1991	1992	
全 体		23.5	32.1	48.1	58.1	67.9	地 域 別	北海道	16.6	33.2	46.6	49.4	73.6	
牛 乳 飲 用 量	ヘビユーザー	27.1	37.8	58.1	63.6	72.0		東 北	17.0	27.8	46.6	49.7	62.2	
	毎日ミル	31.5	37.1	53.5	63.6	75.3		関 東	26.2	32.1	50.7	59.3	67.3	
	ミルユーザー	22.4	31.1	45.7	58.2	67.6		中部・北陸	20.7	32.5	47.3	56.4	66.1	
	ライトユーザー	18.3	28.3	39.4	52.4	62.7		近 畿	28.6	36.9	48.4	61.3	73.7	
	ノンユーザー	17.0	23.2	37.4	46.0	56.7		中 国	22.4	29.8	51.1	60.7	67.4	
									四 国	13.6	37.6	35.9	49.7	58.0
性 別	男 性	19.9	26.8	42.2	51.7	60.3		九 州	24.1	27.4	44.5	61.9	67.5	
	女 性	26.5	36.3	52.6	63.8	74.4		都 市	12大都市	28.0	32.9	52.0	60.3	71.4
年 令 別	10 代	10.3	11.2	25.4	31.9	39.3		規 模	15万上市	25.7	34.5	50.5	59.6	69.2
	20 代	18.0	24.2	41.4	50.6	60.3		5万上市	22.7	30.3	47.0	58.9	67.6	
	30 代	27.3	35.9	52.8	66.8	75.8		5万未満市	16.8	41.5	42.0	58.4	66.6	
	40 代	29.5	40.1	52.9	65.1	73.7	別	郡 部	19.9	27.3	44.5	53.3	63.3	
	50 代	27.6	38.8	54.2	61.2	75.1								
	60才以上	23.9	34.8	54.5	64.7	73.1								

2) 「骨粗鬆症」の内容

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

骨粗鬆症の主な症状である「骨がすかすか、もろくなる」に対しては87%と、かなり高い割合で理解されている。しかし、「カルシウムの不足」、「老人がなる」「女性が多い」ということに対しては、理解度がかなり低い。「牛乳の不足」「乳製品の不足」という理解は1%にも満たない。

図 I - 2 4 骨粗鬆症の具体的内容



この骨粗鬆症に対する理解項目がいくつあったかをみると、1つのみ正解が60%であり、2つ以上答え得た人は29%ほどに過ぎない。単に骨が弱くなることのみでなく、どんな人がどんな原因でなる病気なのかという詳しい情報の普及も必要かもしれない。

なお、性・年齢別にみると、やはり、男性に比べ女性の方が平均が高く、特に30～40代の女性が詳しいことがわかる。中年女性は単に名前を知っているだけでなく、内容まできちんと理解しているようだ。

図 I - 2 5 骨粗鬆症の内容の認知度

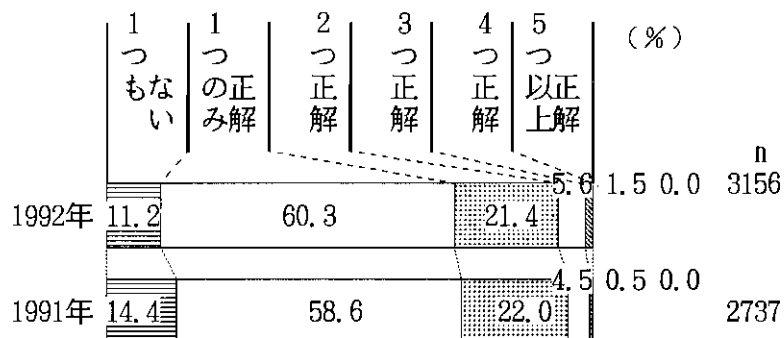


表 I - 1 6 性・年齢別骨粗鬆症の内容の認知度 (平均値)

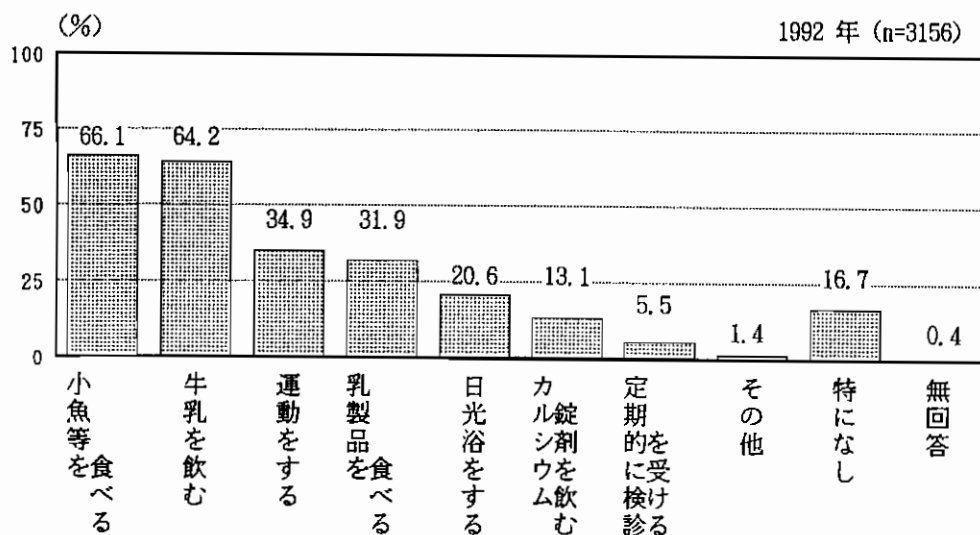
		1991年	1992年
全 体		1.2	1.4
男 性	10代	1.0	1.3
	20代	1.2	1.4
	30代	1.2	1.4
	40代	1.2	1.4
	50代	1.2	1.4
	60才以上	1.0	1.3
女 性	10代	1.1	1.4
	20代	1.3	1.4
	30代	1.3	1.6
	40代	1.2	1.5
	50代	1.1	1.4
	60才以上	1.0	1.3
男性	小計	1.1	1.4
女性	小計	1.2	1.4

3) 「骨粗鬆症」の予防のためにしていること

骨粗鬆症という言葉を知っている人に対し、その予防のためにしていることがあるかを聞くと、「小魚等を食べる」が66%で最も多い。次いで「牛乳を飲む」が64%と多く、牛乳も骨粗鬆症の予防のために有効であることを知って実行している人が多いことがわかる。また、「乳製品を食べる」という人も32%みられ、乳製品もよく利用されている。

性・年齢別にみると、「牛乳を飲む」を始めとして、どの項目も年齢が高いほど行っている人が多い。延べ回答数をみると、高齢層では平均3つの回答をしており、積極的に骨粗鬆症の予防を心掛けている様子がうかがえる。

図 I - 2 6 骨粗鬆症の予防のためにしていること



表I-17 性・年齢別骨粗鬆症の予防のためにしていること

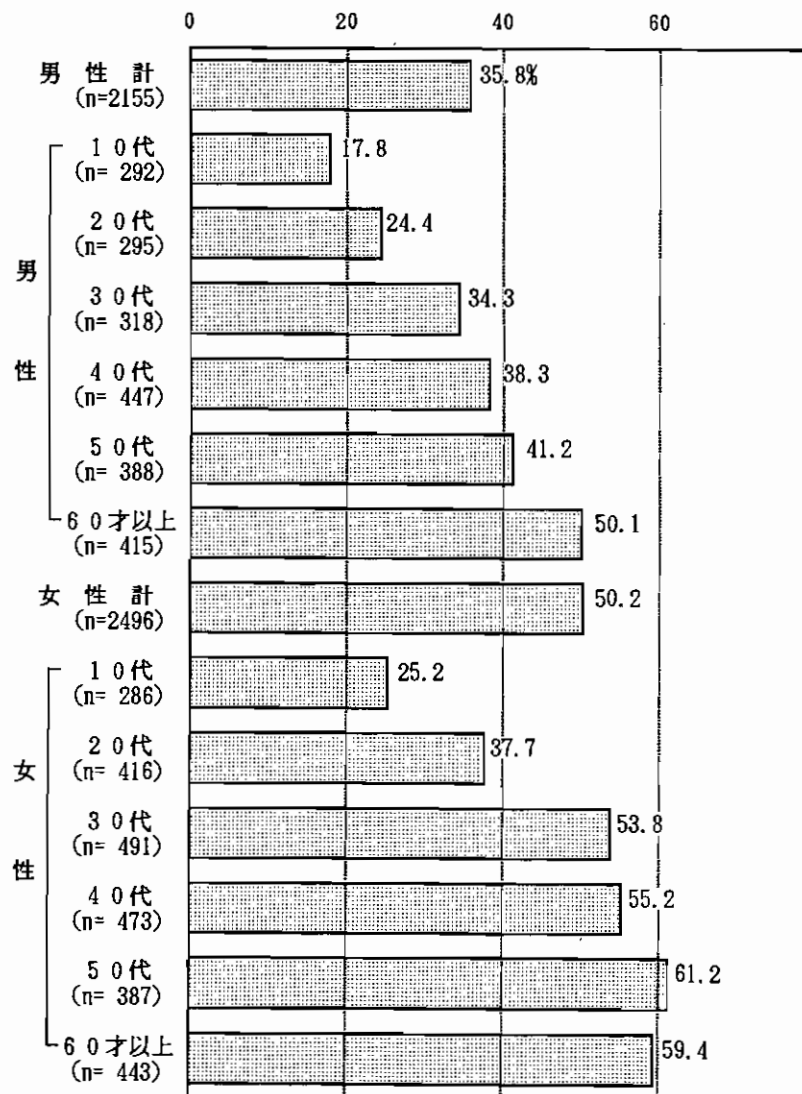
		小魚を 食べる	牛乳を 飲む	運動を する	牛乳製品を 食べる	日光を 浴びる	カルシウム サプリメント	検査を 定期的に 受ける	その他	特になし	無答	(%)
全 体		66.1	64.2	34.9	31.9	20.6	13.1	5.4	1.4	16.7	0.4	(11) 総回答数 3,156 254.7
男 性	10代	41.6	58.4	39.3	21.3	19.1	7.9	-	1.1	29.2	-	89 217.9
	20代	43.3	48.0	26.7	24.7	12.7	6.0	1.3	-	37.3	-	150 200.0
	30代	57.5	52.7	23.2	26.1	15.0	9.7	1.4	-	26.1	0.5	207 212.2
	40代	65.0	56.4	31.0	26.1	17.2	11.9	6.3	1.3	22.4	0.3	303 237.9
	50代	70.0	61.5	38.8	33.1	25.0	13.8	8.1	0.4	15.8	0.8	260 267.3
	60才以上	76.6	71.5	50.2	35.4	25.1	15.1	11.7	1.7	6.5	0.3	291 294.1
	女性小計	63.3	59.4	35.7	29.1	19.8	11.7	6.1	0.8	20.3	0.4	1,300 246.6
女 性	10代	47.8	52.2	27.5	26.8	12.3	6.5	1.4	0.7	29.0	1.4	138 205.6
	20代	50.5	56.3	27.6	32.6	15.4	7.5	0.7	3.9	23.3	0.7	279 218.5
	30代	62.3	65.0	28.3	37.7	18.7	10.8	1.2	1.0	17.7	0.2	406 242.9
	40代	75.5	69.6	39.5	30.1	22.4	13.1	3.5	1.3	10.4	-	375 265.4
	50代	78.9	73.6	40.4	36.6	26.4	18.3	7.8	1.2	8.4	-	322 291.6
	60才以上	79.5	78.3	39.0	34.8	25.9	23.5	13.7	2.1	6.0	0.9	336 303.7
	女性小計	68.1	67.6	34.4	33.9	21.1	14.1	5.0	1.7	14.2	0.4	1,856 260.5

調査対象者全体の中で、「骨粗鬆症」ということを意識して牛乳を飲んでいる人が何パーセントいるかを、前ページの表から計算してみると、女性で50%、男性で36%と男性でも3人に1人みられる。

当然のことながら女性は骨粗鬆症になりやすいことから、30代を過ぎると半数以上が骨粗鬆症を意識して牛乳を飲むようになっている。

中高年の男女にとって、骨粗鬆症に対する不安は、牛乳飲用の動機と深く結びついていることが明らかである。

図I-27 骨粗鬆症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) (%)



Ⅱ 牛乳の購入・利用実態

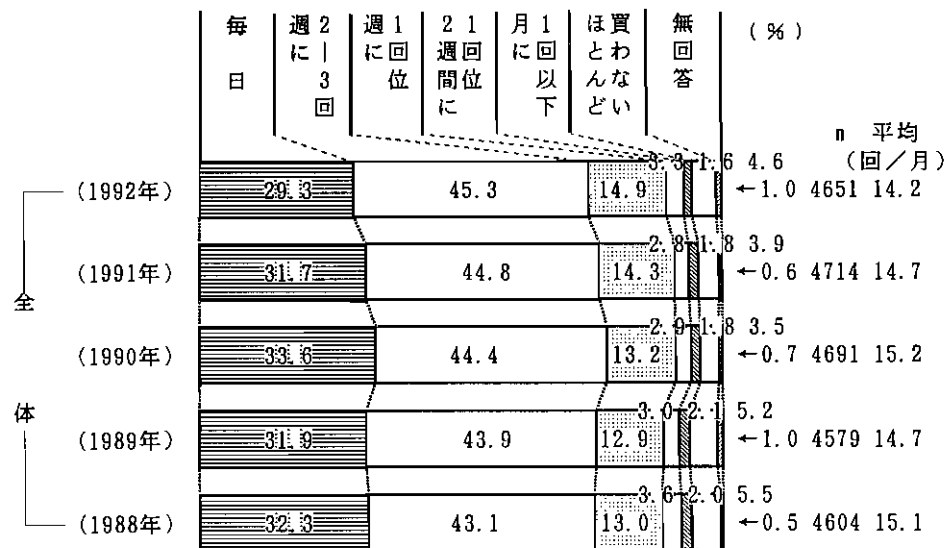
1. 購入頻度と購入量

本章から、世帯別に牛乳の購入及び利用がどのように行なわれているかを
 みることにする。

回答者は調査対象世帯の主婦である。単身世帯等では本人である。

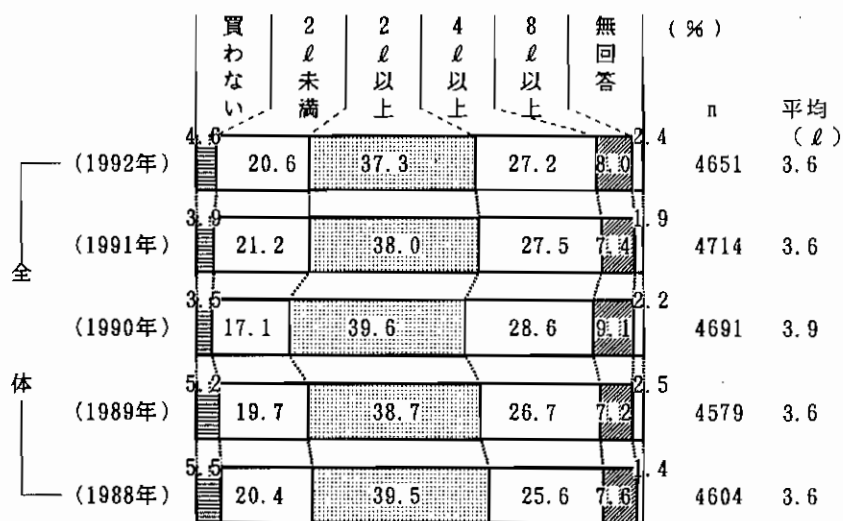
まず、牛乳購入頻度をみると、毎日購入する人は29%、週に2~3回購
 入する人は45%である。1ヶ月(30日)の平均購入回数を算出すると、
 14.2回であり、この3年ほど下降傾向がみられる。

図Ⅱ-1 牛乳購入頻度



次に、牛乳の購入量をみていこう。1世帯の1週間当たりの購入量は、平均3.6ℓであり、前回と同レベルである。平均購入頻度が減少しているのに購入量に変化がみられないことから、1回当たりの購入量はわずかに増加していることが推測できる。

図Ⅱ-2 1週間の牛乳購入量



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

主婦属性別にみると、購入頻度・量ともに専業主婦の場合も有職主婦の場合も、30～40代の世帯で高く、この世代では多くの牛乳が消費されている。ただし、時系列でみると、どちらも、29歳以下の若い主婦の世帯での減少がみられ、若い世帯での購入減がうかがわれる。

表Ⅱ－1 主婦属性別牛乳購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2
専業主婦	～29才	14.3	15.1	15.1	15.1	13.3	11.6
	30代	15.5	16.2	16.0	15.8	15.3	15.4
	40代	15.5	15.8	15.1	15.2	15.7	15.5
	50才～	13.8	14.6	14.8	15.4	14.4	14.5
有職主婦	～29才	11.8	13.9	12.3	13.0	11.3	10.5
	30代	15.6	16.7	15.2	16.4	15.3	14.6
	40代	14.8	15.4	15.1	16.0	15.6	14.7
	50才～	13.6	15.2	14.3	14.6	15.5	13.9

表Ⅱ－2 主婦属性別牛乳購入量

(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6
専業主婦	～29才	4.2	3.6	3.8	3.6	3.4	3.4
	30代	4.7	4.2	4.2	4.7	4.2	4.5
	40代	4.8	4.2	4.0	4.1	4.2	4.3
	50才～	3.4	2.9	3.1	3.4	3.2	3.2
有職主婦	～29才	2.6	2.7	2.7	2.9	2.7	2.6
	30代	4.9	4.2	4.0	4.2	4.0	4.1
	40代	4.2	3.8	3.7	4.4	4.1	3.9
	50才～	3.4	3.1	3.3	3.3	3.3	3.2

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、時系列変化をみると、家族人数が少ない層で購入量の減少がみられる。このことから今回の消費量の停滞は、人数の少ない世帯での消費量の減少によるところが大きいと推測される。

表Ⅱ－3 家族構成別牛乳購入頻度

(単位 回/月)

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

表Ⅱ－4 家族構成別牛乳購入量

(単位 ℓ/週)

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

なお、地域・都市規模別の平均頻度、購入量は以下のとおり。

表Ⅱ－５ 地域別・都市規模別牛乳購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		14.3	15.1	14.7	15.2	14.7	14.2
地 域 別	北海道	11.1	12.5	12.8	11.7	11.5	10.5
	東 北	13.7	14.2	15.3	16.4	14.1	14.5
	関 東	13.8	14.7	13.9	14.5	14.6	14.0
	中部・北陸	15.1	15.7	15.2	16.3	15.0	14.4
	近 畿	14.9	15.6	15.8	16.0	15.5	15.5
	中 国	15.1	16.7	15.2	15.5	15.7	13.8
	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
都 市 規 模 別	12大都市	14.0	14.9	14.2	15.3	14.7	13.7
	15万以上市	13.8	14.5	14.1	15.0	14.4	14.3
	5万以上市	14.0	15.0	15.1	14.6	14.0	14.0
	5万未満市	14.4	16.0	15.1	15.6	15.4	14.2
	郡 部	15.5	15.9	15.4	15.9	15.4	14.5

表Ⅱ－６ 地域別・都市規模別牛乳購入量

(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
全 体		4.0	3.6	3.6	3.9	3.6	3.6
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2	3.3	3.1	3.2
	東 北	3.8	3.4	3.8	4.1	3.7	3.6
	関 東	4.2	3.8	3.7	4.1	4.0	3.9
	中部・北陸	4.2	3.4	3.5	3.8	3.5	3.6
	近 畿	4.1	3.6	3.6	3.6	3.5	3.7
	中 国	3.6	3.6	3.5	3.8	3.4	3.4
	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
都 市 規 模 別	12大都市	4.0	3.7	3.6	3.8	3.7	3.6
	15万以上市	4.2	3.5	3.5	3.9	3.7	3.7
	5万以上市	3.9	3.5	3.7	3.8	3.5	3.7
	5万未満市	3.8	3.7	3.6	3.7	3.7	3.5
	郡 部	4.1	3.5	3.5	4.0	3.6	3.5

2. 購入量と健康への気くばり

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

ほとんどの項目において、牛乳の購入量の多い世帯ほど、あてはまると答える率が高く、延べ回答率をみても、購入量の多い世帯ほど、多くの項目に答えており、主婦が家族の健康に注意を払っていることがわかる。つまり、家族の健康管理に気をつけている主婦ほど、牛乳をたくさん購入し、利用しており、牛乳購入量は賢い主婦のバロメーターとしても考えられよう。

表Ⅱ-7 牛乳購入量別健康管理への配慮

(%)

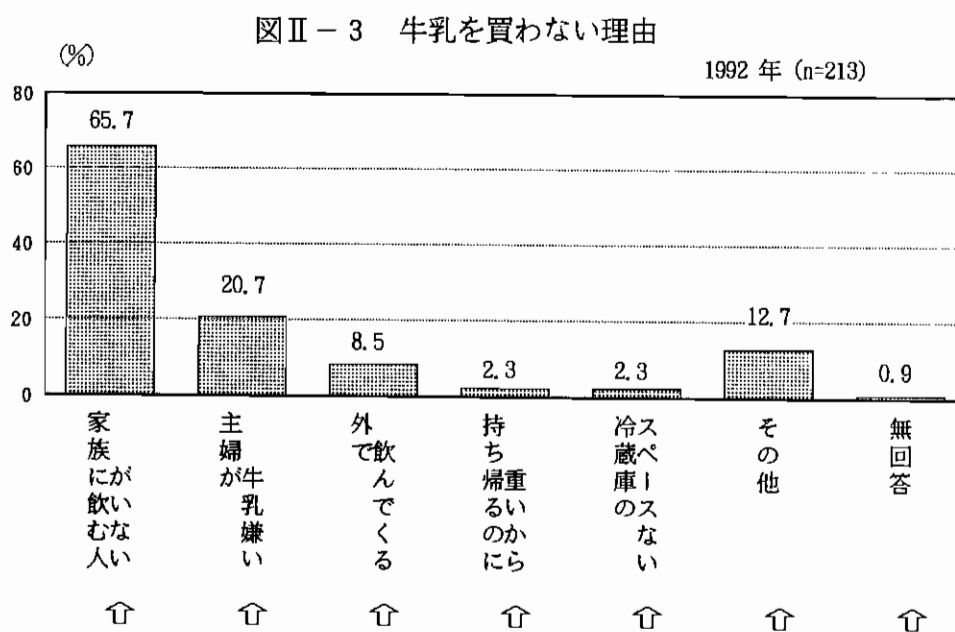
	全 体	必ず 朝食は毎朝 使用する	加減して 塩、砂糖、 油利用	家事する ように 家務削減 して食	食器使 う努力 1日に多 種類	見栄の 料理の本 等を	気をつけ る買物 食品添加 物等	栄養素を 考える て献立 立てる
全 体	4,651 100.0	86.1	64.9	63.2	61.2	56.2	55.9	42.7
買わない	213 100.0	76.1	49.3	39.0	34.3	31.5	39.4	22.5
3リットル 未満	1,892 100.0	83.9	62.8	59.0	56.5	53.3	51.1	38.5
6リットル 未満	1,476 100.0	89.3	68.8	69.0	67.8	59.7	60.2	46.4
6リットル 以上	960 100.0	90.4	69.0	71.1	69.1	64.1	65.2	52.1

	全 体	友人 地域に 仲良く いる	するの が好き 手拭き 手作り	う心が けが する 体を 動かす よ	住ま い の 整 理	人を 呼んで 遊ぶ 好き	無 回 答	延 回 答 数
全 体	4,651 100.0	42.1	31.4	25.9	25.1	17.7	1.5	573.9
買わない	213 100.0	33.8	17.4	20.2	22.5	9.4	2.8	398.2
3リットル 未満	1,892 100.0	39.9	30.2	23.2	25.6	17.9	1.0	542.9
6リットル 未満	1,476 100.0	44.0	33.5	27.6	23.8	17.9	0.7	608.7
6リットル 以上	960 100.0	47.3	35.0	31.1	27.4	20.0	0.5	642.3

3. 牛乳を買わない理由

牛乳をほとんど買わない世帯の主婦に対し、なぜ買わないのか、その理由を聞いたところ、「家族に飲む人がいないから」が66%と最も多く、次いで「主婦が牛乳が嫌いだから」(21%)、「家で牛乳を飲まなくても、外で飲んでくるから」(9%)の順になっている。

時系列でみると、「家族に飲む人がいないから」が年々増えてきているが、これは子供人数の減少、核家族化などによる家族人数の減少が、背景にあるのではないかと推察される。

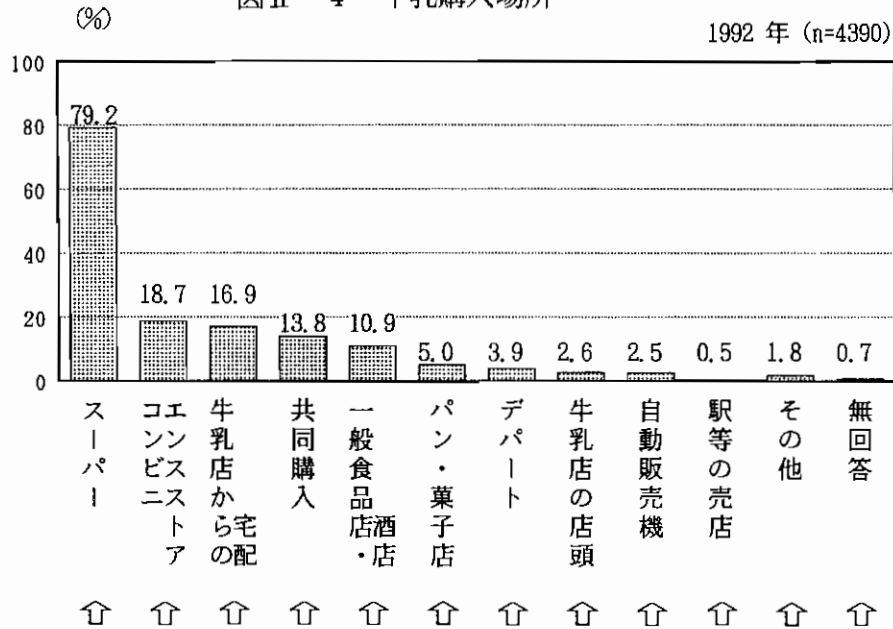


年	家族にが飲むない	主婦が牛乳嫌い	外で飲んでくる	持ち帰重るいのか	冷蔵ペ庫のすない	その他	無回答
1991年 (n=186)	65.1	14.0	11.3	2.7	0.5	14.5	2.2
1990年 (n=164)	63.4	22.0	11.1	*	1.2	11.6	3.0
1989年 (n=240)	59.2	20.8	11.3	*	1.3	14.2	7.5
1988年 (n=254)	60.6	17.3	7.5	*	0.0	13.8	10.6
1987年 (n=248)	55.6	24.2	15.3	*	1.2	12.9	2.0

4. 購入場所

最近1ヶ月間に牛乳を買った店を聞いたところ、「スーパー」が79%で最も高く、第2位を大きく引き離している。第2位は「コンビニエンスストア」で19%が利用している。これは、前回まで第2位の「牛乳店からの宅配」17%を上回っており、時系列でも、「コンビニエンスストア」の利用率の伸びが顕著である。一方、「牛乳店からの宅配」を利用する人は年々減少傾向にあり、牛乳の購入経路の代替わりの様子がみられる。

図Ⅱ-4 牛乳購入場所



年	スーパー	コンビニストア	牛乳店から宅配	共同購入	一般食品店・店	パン・菓子店	デパート	牛乳店の店頭	自動販売機	駅等の売店	その他	無回答
1991年 (n=4499)	80.3	17.8	18.6	15.7	10.5	5.8	3.7	2.1	2.2	0.8	2.0	0.2
1990年 (n=4495)	79.2	15.7	20.1	12.3	11.8	5.4	4.2	2.3	2.1	0.6	1.8	0.7
1989年 (n=4294)	78.9	13.8	20.2	12.8	11.8	6.5	3.7	2.7	2.5	0.6	1.7	0.7
1988年 (n=4327)	75.9	14.6	21.5	13.8	13.2	6.8	3.6	3.6	2.6	0.7	1.6	0.7
1987年 (n=4393)	75.5	11.5	21.9	12.9	13.4	6.7	3.6	4.2	2.6	0.6	2.1	0.7

牛乳の購入量別にみると、購入量が多い世帯ほど多様な形態で購入しており、「コンビニエンスストア」や「共同購入」などで購入する世帯も多い。

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

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

表Ⅱ－9 牛乳の購入場所（％）

	スーパー	コンビニエンスストア	牛乳店からの宅配	生乳の店での購入	一般食料品店・酒屋	パン・菓子店	デパート	牛乳店以外の店	自給自足	駅などの店	その他	無回答	(n)	有効回答数	
全体	79.2	18.7	16.9	13.8	10.9	5.0	3.9	2.6	2.5	0.5	1.8	0.7	4,390	156.5	
牛乳購入量別	3リットル未満	75.6	15.1	17.0	10.4	9.4	4.3	3.1	2.1	2.5	0.7	1.5	0.4	1,892	142.1
	6リットル未満	82.4	21.2	17.7	15.4	11.2	4.6	4.2	3.0	2.7	0.3	1.8	0.5	1,476	165.0
	8リットル以上	82.0	22.7	15.4	18.6	13.6	7.1	5.1	2.9	2.4	0.4	2.4	1.1	960	173.7
	12リットル以上	82.0	22.7	15.4	18.6	13.6	7.1	5.1	2.9	2.4	0.4	2.4	1.1	960	173.7
世帯規模別	12大都市	80.9	25.7	11.8	13.9	10.7	6.1	2.1	2.7	2.0	0.2	1.7	0.5	954	158.3
	15万以上市	80.5	19.9	16.1	13.8	9.4	6.0	4.6	1.5	3.0	0.4	1.5	0.4	1,294	157.1
	5万以上市	81.1	18.7	15.0	13.8	8.6	4.5	5.6	3.0	2.4	0.8	1.0	0.9	875	155.4
	5万未満市	79.8	10.6	19.9	12.8	16.0	3.9	4.6	2.1	2.5	1.8	3.2	0.4	282	157.6
	郡部	73.7	12.7	23.8	14.0	13.8	3.7	3.0	3.8	2.5	0.2	2.4	1.1	985	154.7
主婦属性別	専業主婦	80.6	16.5	16.5	15.1	11.3	4.7	4.0	2.7	2.1	0.4	2.0	0.6	2,166	156.5
	有職主婦	78.7	19.1	18.1	13.4	10.8	5.2	3.7	2.4	2.5	0.4	1.5	0.8	1,938	156.6
	単身・その他	71.3	32.5	12.2	7.0	8.7	6.6	4.9	3.5	5.9	1.7	1.4	0.3	286	156.0
主婦年齢別	20代以下	80.1	33.0	7.8	12.7	6.4	4.4	5.8	1.4	5.0	0.8	1.7	0.3	361	159.4
	30代	83.4	23.2	15.2	22.4	11.5	6.3	4.6	2.0	2.8	0.8	1.7	0.6	901	174.5
	40代	80.4	18.6	17.0	14.4	10.6	5.4	3.4	2.3	2.1	0.2	1.7	0.7	1,512	156.8
	50代以上	75.4	13.2	19.9	8.6	11.9	4.2	3.6	3.5	2.2	0.5	1.9	0.9	1,588	145.8

5. 価格意識

牛乳や他の日常食品について、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えて、割安か、割高かを聞いた。

すると、割安感が最も高いものは「卵」であり、56%が割安と考えている。卵は、常に割安感が最も強いものであるが、今回割安感が一層強くなっている。

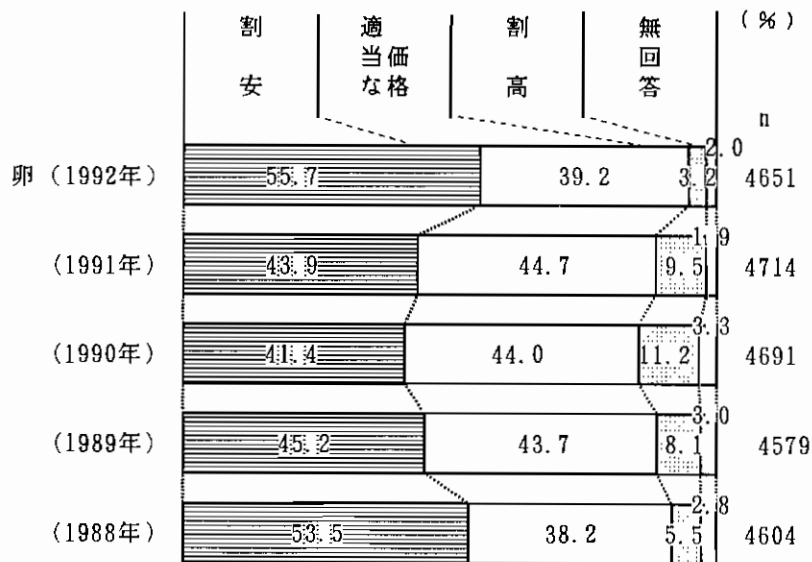
次いで「牛乳」の割安感が高く、32%の人が割安と感じており、割高だという考え方は4%弱である。

「バター」は割安だと思ふ人はほとんどおらず、割高感が34%と高い。一方、「マーガリン」は、割安感が19%と高く、値段の点ではバターとマーガリンには大きな差があることがわかる。

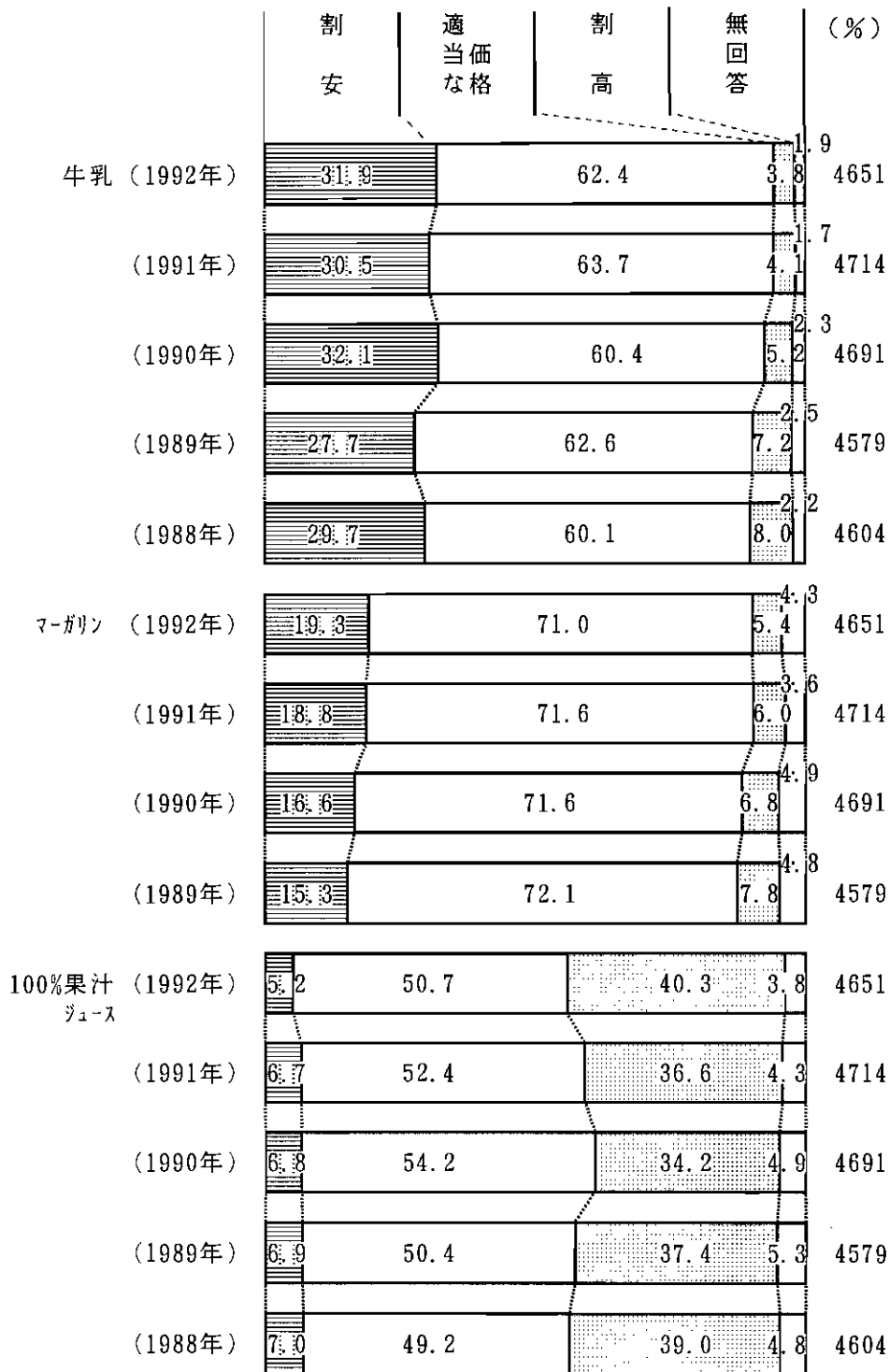
また、チーズもバターと同様、割高感が3割とやや高い食品である。チーズの中では、「プロセスチーズ」に比べ「ナチュラルチーズ」の方が割高感が強いが、大きな差はみられない。

1992年よりストレート果汁の輸入自由化がなされたが、果汁100%ジュースは「割高だ」という意識が40%と非常に強く、牛乳と比べて価格面で太刀打ちが難しかったようだ。また、1991年から1992年にかけて輸入自由化にも関わらず、割高感が高くなってしまっているのも、果汁にとってマイナス要因となった。

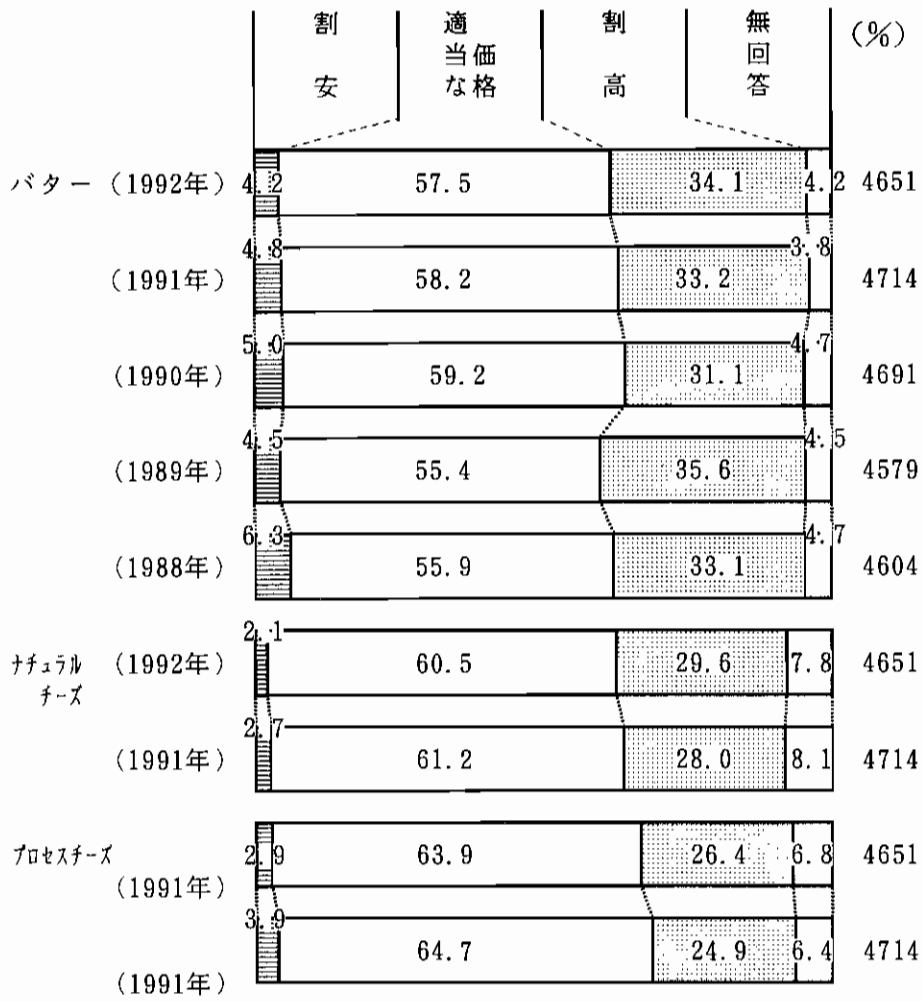
図 II - 5 価格意識



図Ⅱ－5 価格意識（続き）



図Ⅱ-5 価格意識（続き）



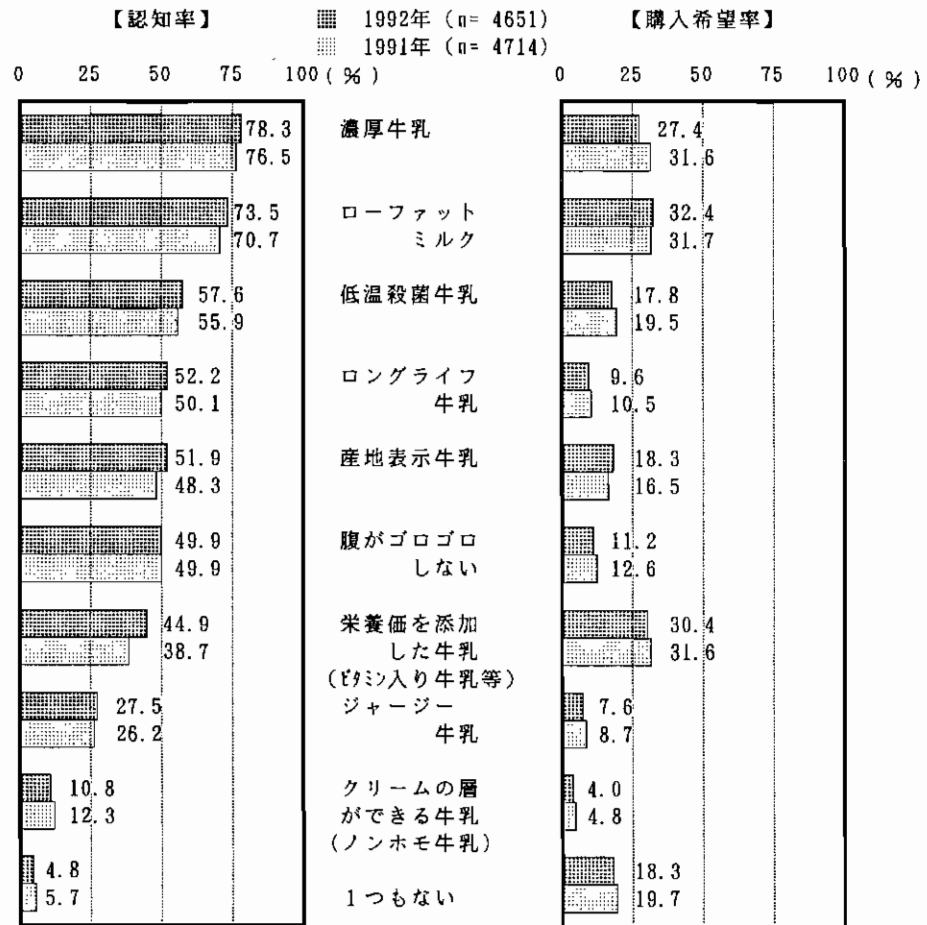
6. 牛乳の種類認知と購入希望率

いろいろな牛乳の種類を示し、それらの認知率を聞いたところ、「濃厚牛乳」が78%で、最もよく知られている。次いで「ローファットミルク（低脂肪乳）」（74%）、「低温殺菌牛乳」（58%）などが高い。「ロングライフ牛乳」や「おなががゴロゴロしない牛乳」なども、半数の主婦に知られている。ただし、「ノンホモ牛乳」はまだ認知率が1割と低い。

これらの認知率を前回と比べると、ほとどの種類も順調に伸びている。

また、これらについて購入希望を聞くと、「ローファットミルク」が32%、「栄養価を添加した牛乳」が30%、「濃厚牛乳」が27%の順で高い。前回に比べると、「濃厚牛乳」の購入希望率がやや下がっている。

図Ⅱ-6 牛乳の種類認知率と購入希望率



主婦の年齢別に種類の認知をみると、20～30代の若い主婦では、延べ回答率が高く、平均5つぐらいの種類を知っているが、50代以上の高齢層では3つぐらいと少ない。

購入希望率も、やはり年齢が高い主婦は、若い層に比べると購入意向が低く、あまり積極的にいろいろな種類を試してみたいとは、思っていないようである。ただし、具体的にみると、「お腹がゴロゴロしない牛乳」は主婦の年齢が高いほど希望が高く、「栄養価を添加した牛乳」は若い主婦の希望が高い。小さい子どもがいることの多い若い層では、栄養価への関心が高いようだ。

現在の購入量別に買いたい種類をみると、牛乳の購入量の多い世帯ほど、いろいろな牛乳の購入意向が高い。特に「濃厚牛乳」は購入量による差が大きい。

表Ⅱ-10 牛乳の種類別の認知（％）

	濃厚牛乳	ローファットミルク	低糖質牛乳	ロングライフ牛乳	産地表示牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	栄養価を添加した牛乳	ジャージー牛乳	がきぎき牛乳 クリームの層	無回答	(n) 延回答数
全体	78.3	73.5	57.6	52.2	51.9	49.9	44.9	27.5	10.8	4.8	4,651 451.4
20代以下	83.2	76.6	61.1	53.4	54.2	66.4	49.9	32.1	11.7	2.5	393 491.1
30代	87.0	84.0	70.3	67.1	59.7	65.1	53.3	34.8	14.9	1.9	934 538.1
40代	81.3	78.0	60.3	56.4	54.2	51.0	46.0	28.4	11.0	2.5	1,558 469.1
50代以上	71.0	63.7	48.5	41.1	45.8	37.4	38.6	22.0	8.4	7.9	1,710 384.4

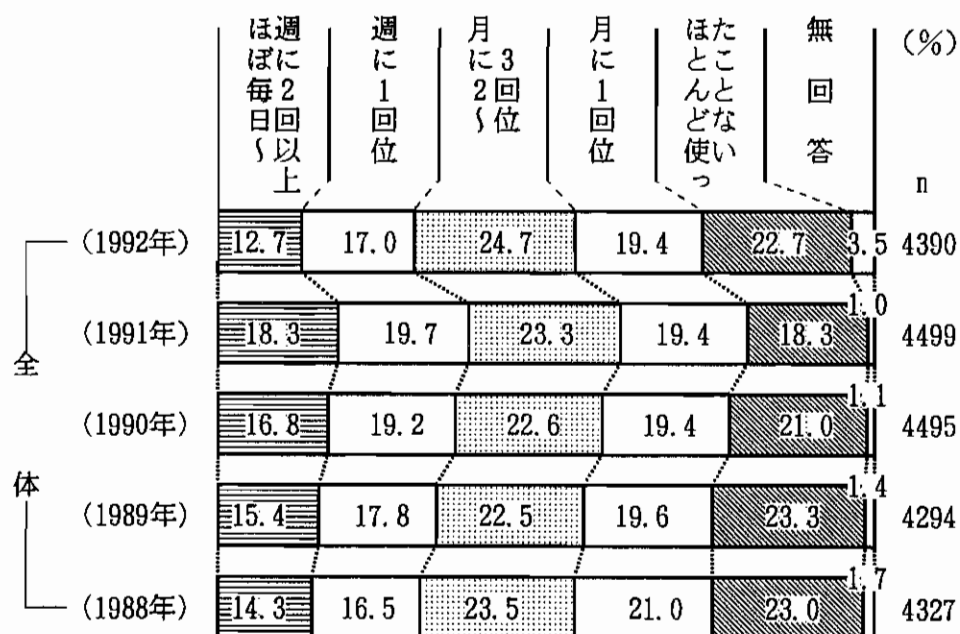
表Ⅱ-11 牛乳の種類別購入希望率（％）

	ローファットミルク	栄養価を添加した牛乳	濃厚牛乳	産地表示牛乳	低糖質牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	ロングライフ牛乳	ジャージー牛乳	がきぎき牛乳 クリームの層	無回答	(n) 延回答数	
全体	32.4	30.4	27.4	18.3	17.8	11.2	9.6	7.6	4.0	18.3	4,651 177.0	
主婦年齢別	20代以下	29.5	36.9	26.5	18.8	19.1	8.4	9.2	6.4	18.6	393 183.1	
	30代	30.9	33.1	31.9	18.7	24.4	9.0	9.3	5.6	15.2	934 188.3	
	40代	34.4	31.6	29.3	18.7	17.9	11.9	10.3	8.1	3.9	1,558 180.9	
	50代以上	32.9	26.7	23.9	18.0	14.1	12.3	9.7	5.4	2.7	1,710 167.6	
	買わない	8.0	10.3	4.7	4.7	2.3	10.3	2.3	2.8	0.5	71.8	213 117.7
牛乳の購入量別	3リットル未満	32.4	31.5	24.5	15.4	14.3	12.7	9.5	6.7	3.5	17.4	1,892 167.9
	6リットル未満	36.0	31.2	31.4	22.4	20.5	10.9	9.9	8.8	4.8	12.9	1,476 188.8
	6リットル以上	34.5	32.7	33.0	21.9	25.1	9.4	11.7	9.0	4.5	12.1	960 193.9

7. 牛乳を料理に使う頻度

では、牛乳は家庭ではどれくらい料理やお菓子作りに使われているのだろうか。その頻度を聞くと、「週に2回以上」使う世帯は13%、「週に1回位」使う世帯は17%である。これを時系列でみると、週に2回以上使うという比較的頻繁に牛乳を料理に使っている世帯は、前回まで年々増加し続けていたが、今回は急に減少した。これは牛乳の購入頻度の減少と、関連があるのではないだろうか。

図Ⅱ－7 牛乳を料理に使う頻度



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

また、都市規模別に牛乳を料理に使う頻度をみると、都市規模が大きいほど頻繁に使っており、郡部などでは「ほとんど使ったことがない」が22%と高い。大都市のみでなく、郡部にもいろいろな牛乳の使い方を普及する必要があるだろう。

表Ⅱ-11 牛乳を料理に使う頻度 (%)

		ほぼ毎日	週に4-5回は使っている	週に2-3回は使っている	週に1回は使っている	月に2-3回は使っている	月に1回は使っている	ほとんど使っていない	無回答	(n)	平均
全 体		1.8	2.1	8.8	17.0	24.7	19.4	22.7	3.5	4,390	3.2 (回/月)
主婦属性別	専業主婦	2.4	2.6	10.1	17.3	27.2	17.5	19.7	3.2	2,166	3.7
	有職主婦	1.2	1.8	7.7	17.9	23.8	21.8	22.3	3.3	1,938	2.9
	単身・その他	1.0	0.3	6.3	9.1	11.9	17.1	47.2	7.0	286	1.9
主婦年齢別	20代以下	2.5	1.4	9.1	16.6	22.4	21.3	23.5	3.0	361	3.3
	30代	2.6	3.8	11.4	22.5	27.1	18.5	11.3	2.8	901	4.2
	40代	1.3	1.6	8.6	18.7	27.4	21.4	18.3	2.6	1,512	3.1
	50代以上	1.8	1.8	7.3	12.6	21.3	17.4	33.1	4.7	1,588	2.8
都市規模別	12大都市	2.5	2.3	10.8	19.5	26.7	15.5	20.1	2.5	954	3.7
	15万以上市	1.8	2.1	9.4	16.8	24.6	20.3	22.6	2.6	1,294	3.2
	5万以上市	1.7	2.1	6.3	15.9	23.2	22.4	25.5	3.0	875	2.9
	5万未満市	1.1	2.5	9.9	15.6	24.1	19.5	23.0	4.3	282	3.1
	郡 部	1.5	1.9	8.0	16.4	24.5	19.1	22.6	5.9	985	3.1

Ⅲ 乳製品等に対する意識

1. 乳製品等の位置づけ

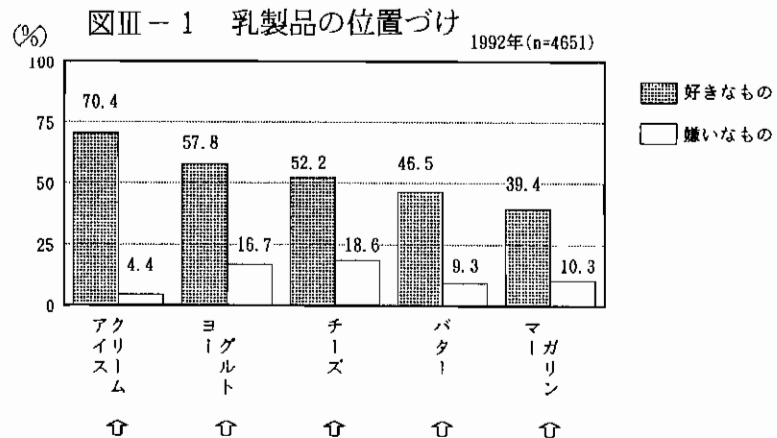
1) 好きなもの、嫌いなもの

チーズ、バター、ヨーグルト、マーガリンの4品目に、今回はアイスクリームを加え、好き嫌い、家庭での常備状況を聞いた。

まず、好き嫌いをみると、アイスクリームを好きな人が70%で最も高く、次いでヨーグルト(58%)、チーズ(52%)を好きな人が多い。チーズは、好きな率が年々増加傾向にあったが、今回はあまり伸びていない。

嫌いな率は、どれも好きな率の3分の1以下であり、乳製品を嫌いな人は少ない。特にアイスクリームを嫌いな人は、4%のみと少なく、いかにアイスクリームが多くの人に好まれている食品かがわかる。

時系列でみると、ヨーグルトを嫌いな率が年々減少してきており、次第にヨーグルトが日本人の口にあってきたことがうかがえる。



	アイスクリーム		ヨーグルト		チーズ		バター		マーガリン	
	好き	嫌い	好き	嫌い	好き	嫌い	好き	嫌い	好き	嫌い
1991年 n=4714	-	-	58.8	17.3	53.9	18.5	52.3	8.8	44.2	9.7
1990年 n=4691	-	-	58.4	17.9	50.0	20.4	45.6	9.6	39.7	10.7
1989年 n=4579	-	-	56.1	19.3	47.4	21.9	47.1	9.8	41.0	10.5
1988年 n=4604	-	-	56.8	21.2	49.4	22.5	52.8	10.5	-	-
1987年 n=4664	-	-	57.9	19.3	49.9	22.1	54.2	8.4	-	-

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

好きな率を年齢別にみると、アイスクリームは特に10～20代の若年層で好きな人が8割と多いが、60才以上でも5割以上が好んでおり、幅広い年代に好まれていると言えよう。ヨーグルトでも、同じような年齢による差がみられ、共に中高年の男性で好きな人は少ない。中高年男性にももっと乳製品に親しんでもえるような工夫が必要ではないだろうか。

また、都市規模別にみると、都市規模が大きい方が多様な乳製品を好んでいる。都市規模の小さい地域にも、もっと乳製品を普及していくことが重要だろう。

表Ⅲ-1 好きな乳製品 (%)

		バター	チーズ	ヨーグルト	アイスクリーム	アザラン	(n)
全 体		46.5	52.2	57.8	70.4	39.4	4,651
男 性	10代	49.7	58.9	79.8	84.2	40.8	292
	20代	48.5	60.3	62.4	76.9	37.6	295
	30代	48.1	54.1	54.1	70.4	39.3	318
	40代	47.0	49.2	42.3	61.3	39.4	447
	50代	50.0	56.7	43.3	55.9	35.3	388
	60才以上	46.5	49.4	35.9	56.9	38.8	415
	女 性	10代	30.8	52.8	82.9	86.7	26.6
20代		44.0	58.4	72.1	81.0	32.2	416
30代		52.5	57.0	73.3	77.8	47.9	491
40代		46.1	44.2	58.8	75.5	45.0	473
50代		49.9	46.5	54.0	64.9	42.6	387
60才以上		41.8	44.2	47.2	62.5	40.4	443
計	男性小計	48.2	54.2	50.8	66.1	38.5	2,155
	女性小計	45.1	50.4	63.8	74.2	40.1	2,496
都市規模別	12大都市	50.2	55.8	59.8	73.3	39.8	994
	15万以上市	48.8	53.0	58.0	70.1	40.9	1,370
	5万以上市	44.9	50.7	58.8	70.2	38.8	918
	5万未満市	41.2	51.3	56.2	69.5	37.3	308
	郡 部	43.0	49.2	55.3	68.6	38.1	1,061

2) 牛乳と乳製品の関係

牛乳の飲用量と乳製品の好き嫌いとの関係をみると、牛乳の飲用量の多い人ほどバター、チーズなどを好み、逆に牛乳の飲用量の少ない人は乳製品を好まないという傾向がある。

しかし、ヨーグルトやアイスクリームは、牛乳のノンユーザーやライトユーザーであっても好きな人が多くみられる。

表Ⅲ-2 牛乳の飲用量別 好きな乳製品 (%)

	全 体	バ タ ー	チ ー ズ	ヨ ー グ ル ト	ア イ ス ク リ ー ム	マ ー ガ リ ン
全 体	4,651 100.0	46.5	52.2	57.8	70.4	39.4
ヘビー ユーザー	995 100.0	54.9	60.8	68.1	74.4	47.2
毎日ミドル ユーザー	1,058 100.0	49.9	54.6	58.7	69.0	43.1
ミドル ユーザー	1,062 100.0	46.0	54.0	63.5	73.4	39.0
ライト ユーザー	882 100.0	41.0	47.2	51.7	68.1	32.9
ノン ユーザー	637 100.0	36.6	38.8	38.9	65.0	30.8

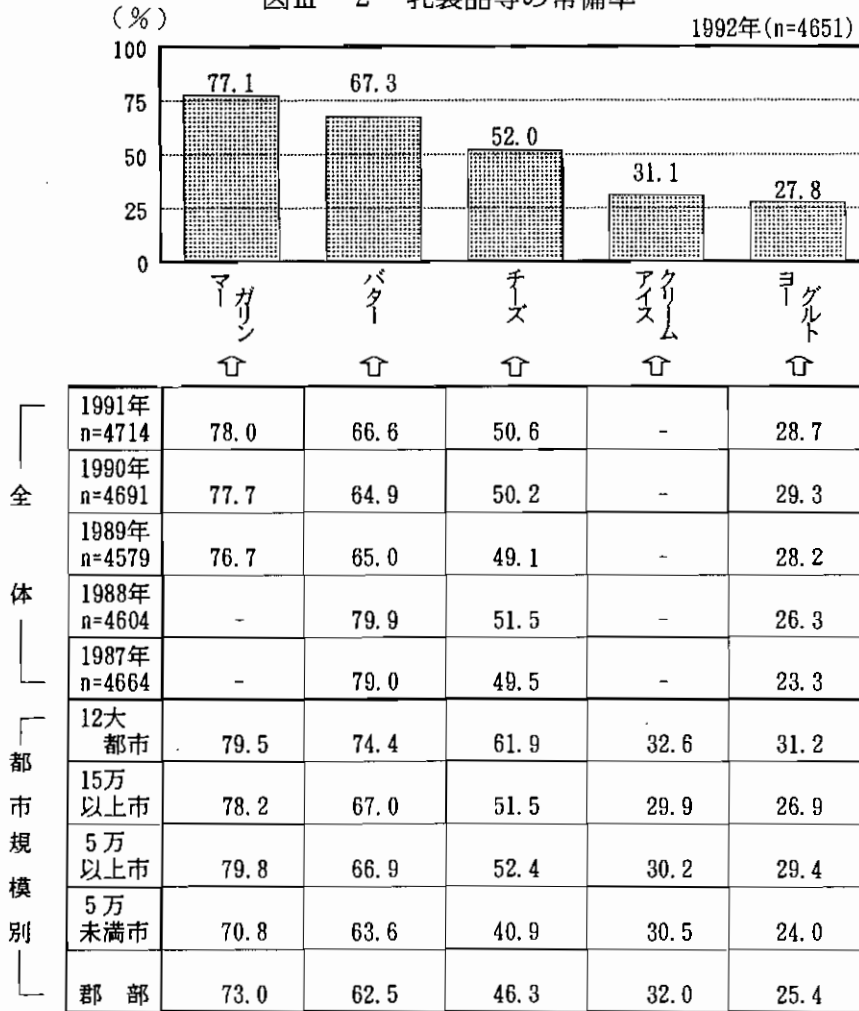
3) 常備率

家庭での常備率をみると、マーガリンが最も高く77%、次いでバターが67%である。チーズも52%と半数以上の家庭で常備している。ヨーグルトとアイスクリームは3割の家庭で常備されている。

時系列でみると、今回はチーズの常備率が伸びている点が注目される。

また、都市規模別にみると、マーガリン、バター、チーズ、及びヨーグルトでは、都市規模が大きいほど、常備率が高い傾向がみられる。しかし、アイスクリームでは、その傾向がみられない。アイスクリームは都市型の食品ではなく、どの都市規模でも好まれている商品であると言えるだろう。

図Ⅲ-2 乳製品等の常備率



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

2. 乳製品に関する知識

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

ここにあげた項目の中で、最もよく理解されていたのは、「チーズは高タンパク質食品である」であり、『そう思う』（「そう思う」と「まあそう思う」の計）は76%と高い。また、「チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である」、「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」、「歯や骨を守るために、中高年の人もできるだけチーズを食べた方がよい」などの項目も『そう思う』が60%と高く、よく理解されている。

時系列でみると、「アルコールとチーズの関係」や「チーズがカルシウムの効率的な摂取に役立つ」「歯や骨のためにチーズを食べた方がよい」などの項目で、年々『そう思う』率が高まってきており、チーズの効用に関して理解が高まってきていることが分かる。

図Ⅲ－3 乳製品に関する知識

	そう 思 う	ま あ う 思 う	あ ま り 思 わ ない	わ か ら ない	n	(%)
チーズは高タンパク質食品である	(1992年)	49.2	27.0	4.7	1.2	4651
	(1991年)	50.4	26.2	4.7	1.6	4714
	(1990年)	49.1	26.0	4.5	1.6	4691
	(1989年)	47.2	25.7	4.1	2.2	4579
	(1988年)	46.8	24.8	5.3	1.8	4604

図Ⅲ-3 乳製品に関する知識（続き）

	年	そう 思う	まあ 思う	まあ ない 思う	そう わ ない	わ か ら ない	(%)	n
アルコールを飲む 時はチーズなどを 食べながら飲む方 が良い	(1992年)	41.3		24.7	8.8	4.1	21.2	4651
	(1991年)	40.5		26.5	8.9	4.6	19.6	4714
	(1990年)	41.0		23.5	8.7	5.3	21.6	4691
	(1989年)	39.5		21.7	8.8	5.3	24.7	4579
	(1988年)	39.9		21.7	10.0	5.6	22.8	4604
チーズはカルシウム を効率的にとれる 食品である	(1992年)	37.5		30.6	9.8	2.3	19.8	4651
	(1991年)	34.6		31.3	10.4	2.6	21.1	4714
	(1990年)	33.6		28.4	9.9	3.9	24.2	4691
	(1989年)	31.6		29.6	9.0	3.8	26.0	4579
	(1988年)	31.3		28.5	11.0	3.8	25.4	4604
骨や歯を守るため に、中高年の人も できるだけチーズ を食べる方がいい	(1992年)	37.0		29.0	12.6	3.4	17.9	4651
	(1991年)	34.2		29.4	12.9	4.1	19.3	4714
	(1990年)	33.4		27.2	13.8	5.7	22.2	4691
	(1989年)	31.8		28.3	12.0	5.7	22.2	4579
	(1988年)	33.2		26.8	13.2	5.8	21.0	4604

図Ⅲ-3 乳製品に関する知識（続き）

	（％）	n					
	そう 思う	まあ 思う	あそ な ま う い り 思 わ	そ 思 う わ な い	わ か ら な い		
チーズは普通の 食べ方をしてい る限り、コレステ ロールを心配するこ とない	(1992年)	21.1	22.4	16.3	9.4	30.9	4651
	(1991年)	19.9	21.8	17.8	10.0	30.3	4714
	(1990年)	25.6	23.0	14.0	9.5	27.8	4691
	(1989年)	24.2	24.2	11.7	9.1	30.8	4579
	(1988年)	28.7	23.8	12.0	7.3	28.2	4604
バターは普通 の食べ方をして いる限り、コレステ ロールを心配する ことない	(1992年)	12.8	19.3	21.2	19.8	27.0	4651
	(1991年)	12.2	19.4	22.0	20.4	26.0	4714
	(1990年)	14.8	20.7	19.6	20.3	24.6	4691
	(1989年)	16.6	19.8	17.1	17.9	28.6	4579
	(1988年)	19.6	21.8	16.8	15.7	26.1	4604
コーヒー用クリームに は乳脂肪、植物 性脂肪がある	(1992年)	36.7	14.7	5.2	3.5	39.9	4651
	(1991年)	37.4	14.8	5.0	3.5	39.4	4714

乳製品の知識についても、牛乳の場合と同様に知識度*を算出してみた。前回と同様のポイントでランクを分けてみたところ、前回に比べ今回はわずかに知識度の高い人が増えているようである。

図Ⅲ-4 乳製品に関する知識度（％）

	低 い	中 の 下	中 の 上	高 い	n
1992年	24.2	28.8	24.1	22.9	4651
1991年	25.6	28.7	24.2	21.5	4714

このチーズに関する知識は、やはりチーズが好きの人ほど豊富に持っている。

また、知識度を性・年齢別にみると、男性に比べ女性の方が知識を持っており、特に30代以上の女性で高い知識を持っている割合が高い。この層が主婦である率が高いことから、主婦には知識が行き渡っていることが推測される。

表Ⅲ-3 属性別 乳製品に関する知識度（平均値）

		1991年	1992年
男 性	10代	4.5	4.4
	20代	5.7	5.4
	30代	6.1	6.2
	40代	6.7	6.6
	50代	6.3	6.5
	60才以上	6.2	6.5
女 性	10代	4.9	4.8
	20代	6.0	6.2
	30代	7.2	7.2
	40代	7.2	7.5
	50代	6.9	7.4
	60才以上	6.4	6.4
男性計		6.0	6.0
女性計		6.5	6.7
チーズ の好き 嫌い	好き	6.9	7.1
	どちらとも 嫌	5.8	5.1
	嫌い	5.1	5.9

※知識度とは、具体的には、「そう思う」に2点、「ややそう思う」に1点それ以外の回答には0点を与え、全ての項目の和を算出した。この得点が3点以下は「低い」、4～6点は「中の下」、7～9点は「中の上」、10点以上は「高い」とした。

ここで「牛乳が好きな人」と「乳製品が好きな人」がどのような関係になっているのかをみよう。

例えば、牛乳の嫌いな人が補完としてチーズなどの乳製品に関心が高く、よく食べていれば、牛乳・乳製品全体の市場としては、それなりに評価できるところである。

ところが牛乳の嫌いな人はチーズなど乳製品についての知識もなく、あまり食べない、ということになればある種の啓蒙が必要であろう。

そこで牛乳と乳製品の関係をみてみた。

はじめに、牛乳の飲用量と乳製品の知識度の関連をみたところ、牛乳のヘビーユーザーほど「チーズ等の乳製品への理解度・知識度」も高いという明らかな相関がみられた。

図Ⅲ－５ 牛乳の飲用量別 乳製品に関する知識度

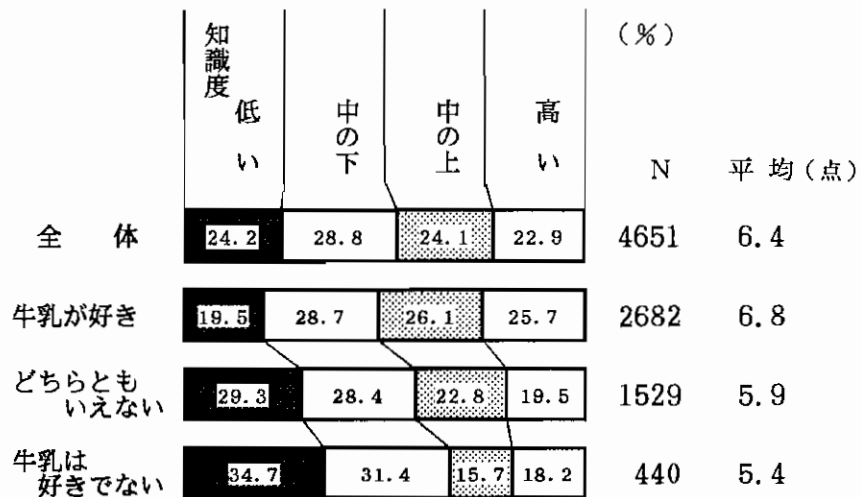
	知識度				N	平均(点)
	低い	中の下	中の上	高い		
全体	24.2	28.8	24.1	22.9	4651	6.4
ヘビーユーザー	17.9	27.0	27.4	27.7	995	7.1
毎日ミドルユーザー	19.0	27.3	26.9	26.8	1058	6.9
ミドルユーザー	23.9	29.7	25.2	21.2	1062	6.3
ライトユーザー	29.9	30.0	20.9	19.2	882	5.8
ノンユーザー	34.4	31.7	16.5	17.4	637	5.3

次に、牛乳に対する好悪と乳製品に対する知識度も、明確な正の相関があり、牛乳を好きな人ほど、チーズなど乳製品への理解度が深い。

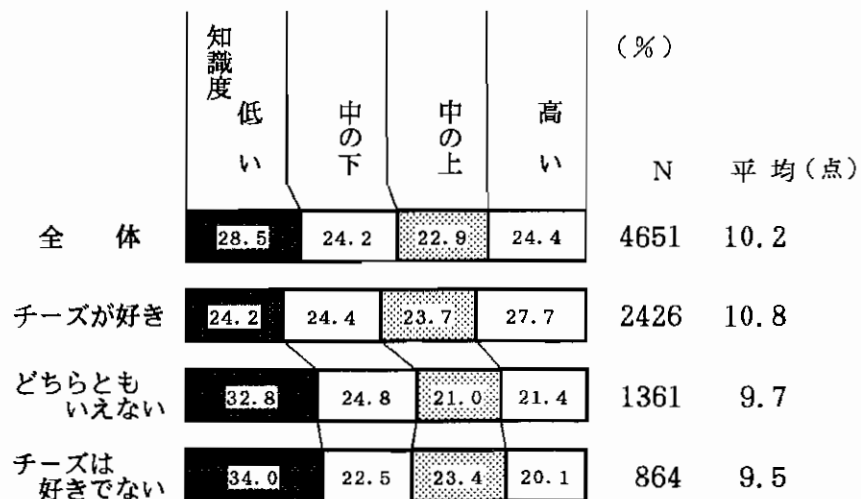
逆に、チーズへの好悪と牛乳に対する知識度との関連をみていくと、チーズなど乳製品の好きな人は、牛乳に対する理解度もより高いという結果になっている。

このようにみえてくると、牛乳と乳製品の好悪や飲用量、食用量は切っても切れない正の相関があり、互いに足りないところを補完するという関係にはなっていないことが推察される。但し、アイスクリームは先述したように別であり、牛乳の嫌いな人でもアイスクリームだけは食べている。

図Ⅲ－６ 牛乳の好嫌別 乳製品に関する知識度



図Ⅲ－７ チーズの好嫌別 牛乳に関する知識度

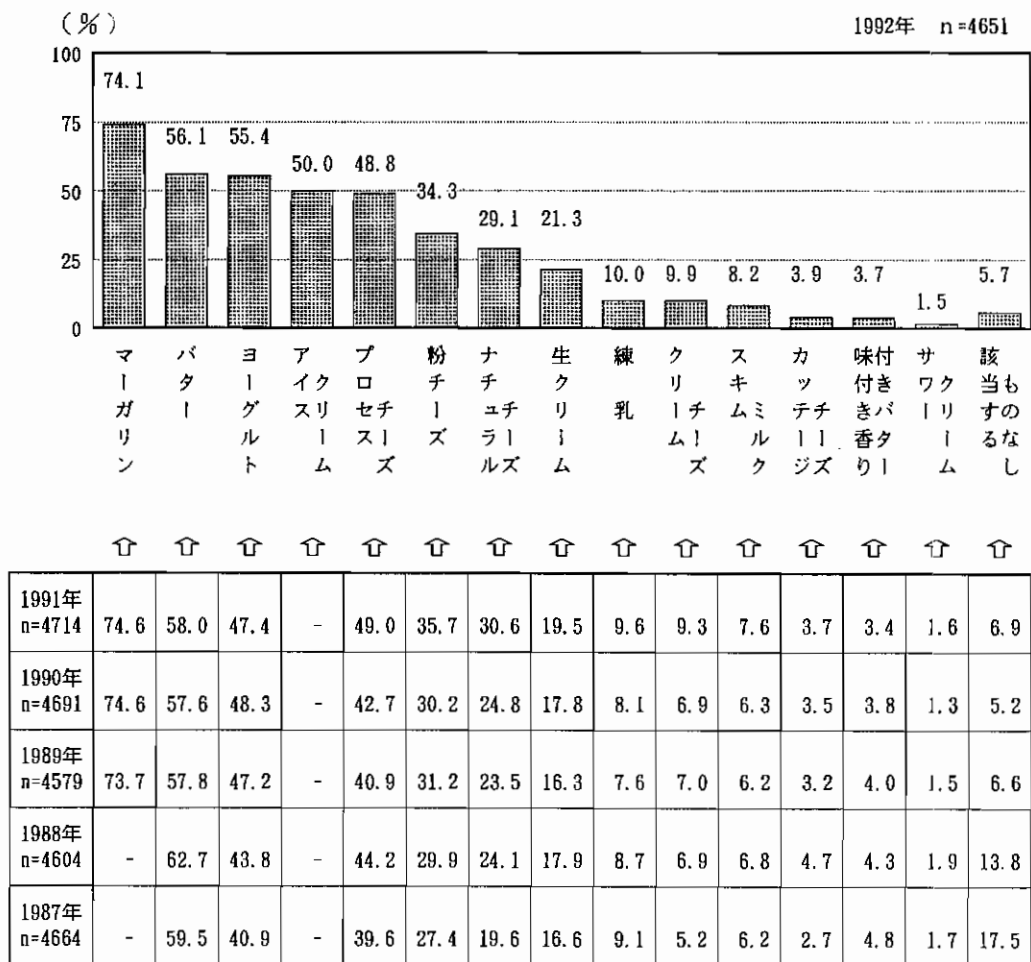


3. 乳製品等の利用状況

乳製品等はどんなものが利用されているだろうか。世帯の主婦に聞いた。

まず、『現在よく利用しているもの』で最も多いものは「マーガリン」であり、74%の世帯で使われている。その他「バター」「ヨーグルト」「アイスクリーム」などが、半数以上の家庭で利用されている。「アイスクリーム」や「ヨーグルト」は常備しないまでも、時々利用する家庭も多いようだ。時系列でみると、「ヨーグルト」と「生クリーム」の利用率が大きく伸びている。前はチーズ類の伸びが顕著であったが、今回は伸びはみられない。

図Ⅲ-8 現在よく利用している乳製品等



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

主婦属性別で見ると、単身・その他では、主婦のいる家庭に比べ、ほとんど全ての乳製品を利用する率が低い。こういう栄養バランスがとりにくい世帯には、特に乳製品は有効であるので、積極的に利用されるよう普及する必要があるだろう。

バターやヨーグルト、プロセスチーズなどの多くの乳製品では、30～40代の主婦がいる世帯で利用率が高いが、20代以下の若い主婦や50代以上の主婦の世帯では、相対的に利用率が低い。まだ料理に慣れない若い主婦や、乳製品を使い慣れない高齢層の主婦にも、使いやすい乳製品の普及が望まれる。

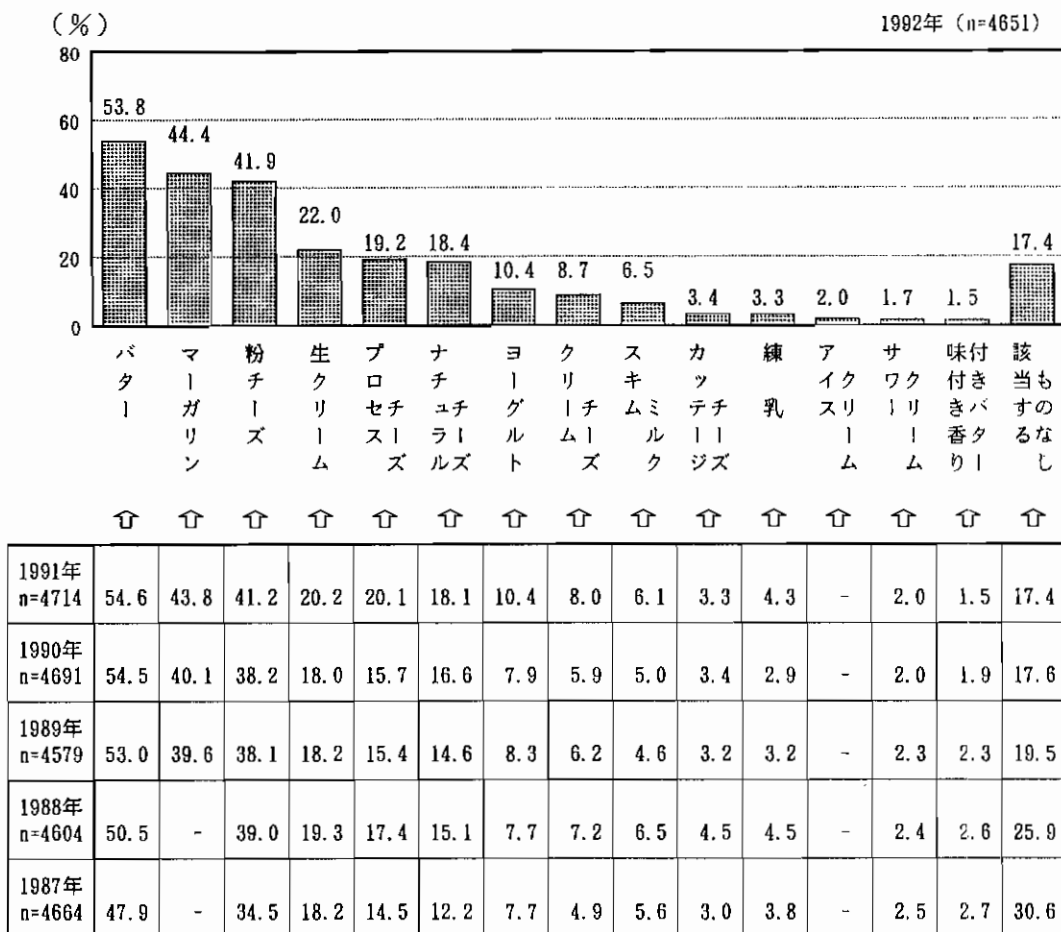
表Ⅲ－４ 主婦属性別現在よく利用している乳製品等（％）

	全 体	マ ー ガ リ ン	バ タ ー	ヨ ー グ ル ト	ア イ ス ク リ ー ム	プ ロ セ ス チ ー ズ	粉 チ ー ズ	オ ナ ミ ラ ル チ ー ズ	生 ク リ ー ム
全 体	4,651 100.0	74.1	56.1	55.4	50.0	48.8	34.3	29.1	21.3
専業主婦	2,281 100.0	75.6	58.0	56.8	51.2	50.2	37.4	30.5	24.0
有職主婦	2,006 100.0	77.1	57.6	57.6	51.4	49.7	33.8	29.2	20.4
単身・その他	364 100.0	48.6	35.4	34.3	34.6	35.2	18.1	19.5	9.3
20代以下	393 100.0	68.4	48.6	56.7	53.9	46.8	31.6	29.0	16.5
30代	934 100.0	81.2	59.2	66.8	62.8	56.4	38.8	34.0	26.9
40代	1,558 100.0	77.7	58.9	59.8	54.2	51.2	37.0	32.0	25.5
50代以上	1,710 100.0	69.5	54.4	46.0	39.2	43.9	30.6	24.4	16.1

次に『家庭で料理に入れて使っているもの』を聞くと、「バター」が54%で最も多い。次いで「マーガリン」「粉チーズ」が、40%以上と高いが、この他の乳製品の料理への利用率は2割以下と低い。

ただし、時系列で見ると、やはり「生クリーム」の利用率が年々高くなってきており、生クリームが日本の家庭に浸透しつつあることがわかる。

図Ⅲ-9 家庭で料理に入れて使っている乳製品



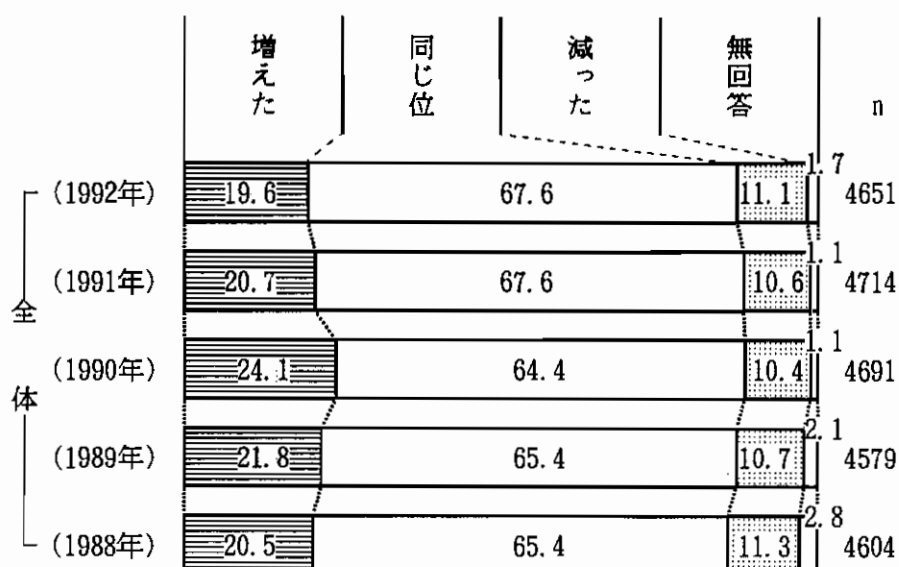
※「マーガリン」は1989年から比較対象のため、項目に加えた。このため、それ以前のバターのデータには「マーガリン」との混同があった可能性もみられる。

IV 牛乳に対する消費者の今後の意向

1. この1～2年の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）

この1～2年の牛乳の飲用量を聞いたところ、「増えた」と答えた人は、20%であり、68%の人が「同じ位」、11%の人が「減った」と答えている。つまり、「増えた」が「減った」を大きく上回っている。だが、牛乳の飲用量が今回は前回に比べのび悩んでいたことを考えれば、この程度の回答で（増えた－減った＝8.5%プラス）、結果としての飲用量は、トントンに過ぎないのだと解釈するべきなのだろう。今回は前回に比べ、本調査での牛乳の平均飲用量がやや減少していた（第I章参照）が、この質問にも同様の減少傾向が現れているようである。

図IV-1 この1～2年の牛乳飲用量の変化（%）



性・年齢別にみると、「増えた」人は、男性より女性に多い。「減った」人は男性の10～30代、女性の10～20代に多い。若い層は現在の平均飲用量も多いため、今後も継続して飲用し、牛乳の飲用量の底上げの牽引力となってもらいたいものである。

これに対し、50才以上の高齢層では「減った」人の割合が他の年代に比べて小さく、平均飲用量は少ないながらも、堅実に飲用している様子が見える。

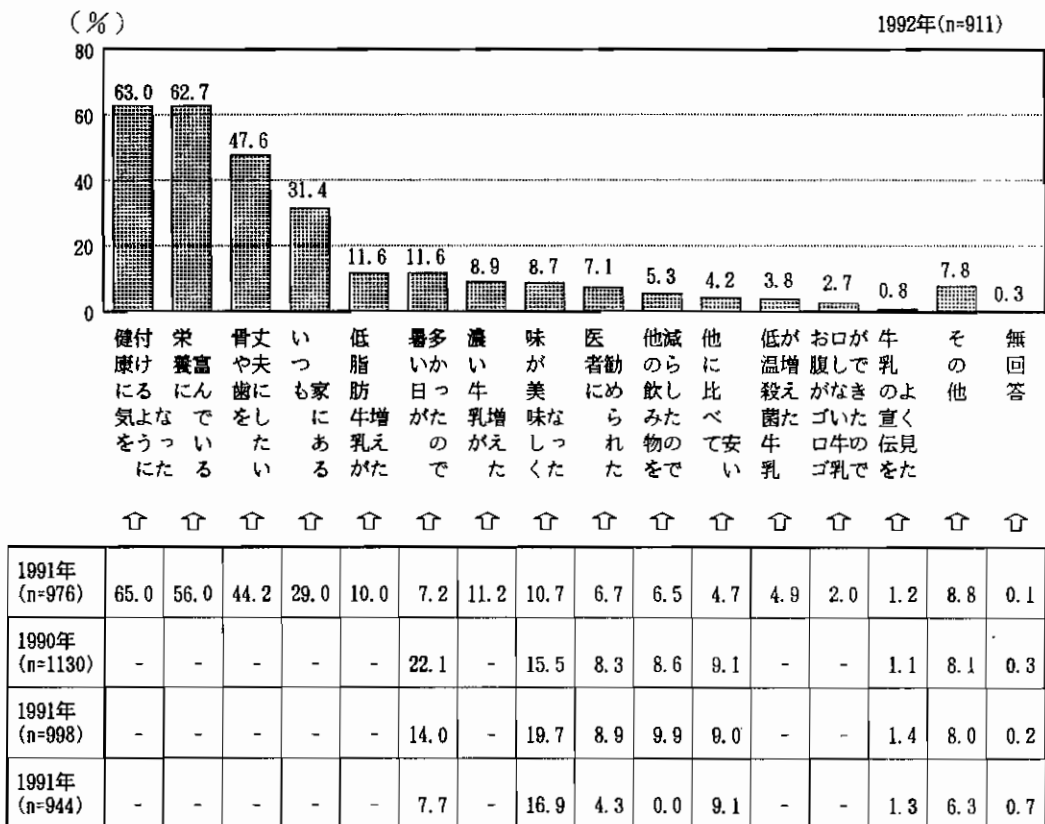
牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「増えた」人が多い。ライトユーザーは「増えた」人より、「減った」人が多い。飲用量が減ってライトユーザーになってしまった人には、今後は飲用量の回復をはかるよう、普及が必要であろう。

表IV-1 この1～2年の牛乳飲用量の変化(%)

		増えた	同位	減った	無回答	(n)
全 体		19.6	67.6	11.1	1.7	4,651
男 性	10代	19.2	62.0	18.8	-	292
	20代	20.3	61.7	17.3	0.7	295
	30代	13.2	71.7	14.2	0.9	318
	40代	15.7	70.7	11.2	2.5	447
	50代	16.5	72.2	7.5	3.9	388
	60才以上	15.4	76.4	5.1	3.1	415
	女 性	10代	18.5	57.3	23.1	1.0
20代		23.6	59.6	15.1	1.7	416
30代		22.6	65.2	11.2	1.0	491
40代		21.8	69.8	7.0	1.5	473
50代		25.6	66.7	6.5	1.3	387
60才以上		20.5	72.0	5.4	2.0	443
計		男性小計	16.5	69.8	11.6	2.0
	女性小計	22.2	65.7	10.7	1.4	2,496
牛乳飲用量別	ヘビーユーザー	36.5	61.1	2.3	0.1	995
	毎日ミドルユーザー	19.8	77.7	2.2	0.3	1,058
	ミドルユーザー	21.6	69.4	8.8	0.3	1,062
	ライトユーザー	9.9	66.2	23.5	0.5	882
	ノンユーザー	2.7	60.0	26.5	10.8	637

牛乳の飲用量が『増えた』理由の上位3位は「健康に気をつけるようになった」、「栄養に富んでいる」がともに63%、「歯や骨を丈夫にしたい」が48%であり、牛乳の健康・栄養イメージが、飲用量の増加を促しているといえる。また、「濃い牛乳が増えたので」（9%）や「低脂肪牛乳が増えたので」（12%）などの回答もみられ、牛乳の種類が増えたことが飲用量の増加に少なからず、寄与していることがわかる。

図IV-2 この1～2年の牛乳飲用量が『増えた』理由



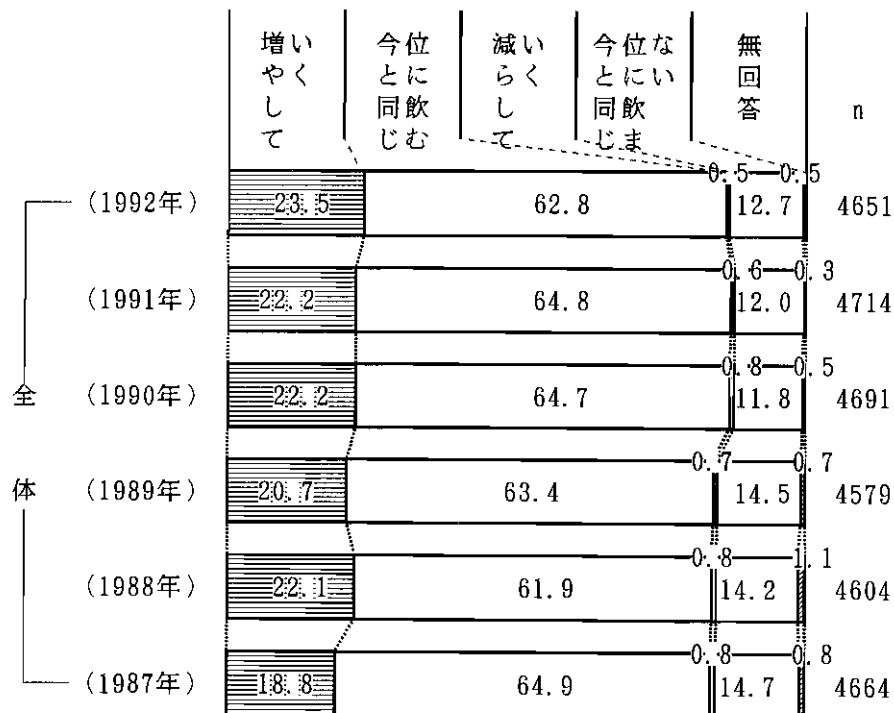
※「他に比べて安い」は1990、1989年には「他の飲物に比べて割安だから」という表現であり、1988年には「牛乳の価格が安くなったので」という表現であった。

2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）

では、今後2～3年後の牛乳の飲用量については、どう考えられているのだろうか。

今後飲用量を「増やしていく」と考える人が24%に対し、63%は「今と同じくらいに飲む」、そして、「減らしていく」は1%のみである。「増やしていく」が「減らしていく」を大きく上回っていたとしても、過去の例でも述べたように、実際にはそのマインドほど、飲用量は増えてはいかない。健康意識に支えられた「増やしていきたい」というマインドを顕在化させ、育成化するための地道な販促活動が求められる。

図IV-3 今後2～3年の牛乳飲用量の変化（%）



性・年齢別にみると、男女とも40～50代で「増やしていく」という人が多いが、若年層や高齢層では相対的に少ない。

飲用量別にみると、ヘビーユーザーよりも、ミドルやライトユーザーの方が「今後増やしていく」と考える人が多い。ヘビーユーザーでは現状維持という人が多いが、ミドルユーザーやライトユーザーでの増加が見込まれることから、この層の重点的な育成が考えられてもよいのではなかろうか。

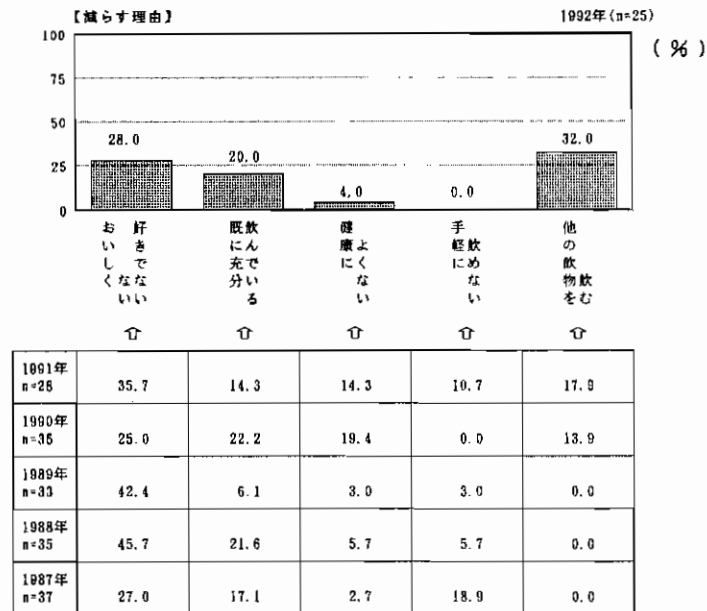
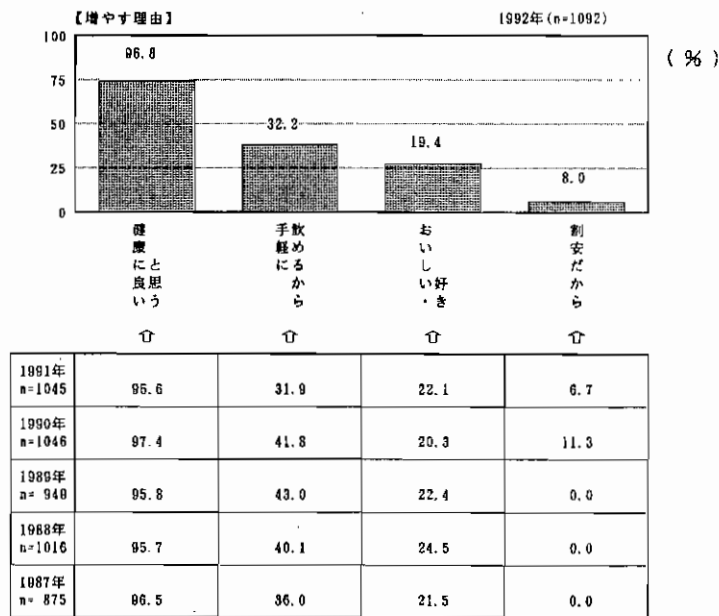
表IV-2 今後2～3年の牛乳飲用量の変化(%)

	全 体	増 や し て い く	今 く ら い に 飲 む と 同 じ	減 ら し て い く	あ ま り 飲 ま ぬ と 同 じ 操 業	無 回 答
全 体	4,651 100.0	23.5	62.8	0.5	12.7	0.5
男性：10代	292 100.0	17.8	68.5	2.1	11.6	-
20代	295 100.0	17.3	64.4	0.3	18.0	-
30代	318 100.0	19.8	63.2	0.9	15.7	0.3
40代	447 100.0	26.2	58.2	-	15.2	0.4
50代	388 100.0	20.6	63.9	-	14.9	0.5
60才 以上	415 100.0	18.1	67.7	0.5	12.3	1.4
女性：10代	286 100.0	22.7	61.5	2.1	13.6	-
20代	416 100.0	20.0	67.1	0.2	12.3	0.5
30代	491 100.0	27.7	63.1	-	9.0	0.2
40代	473 100.0	32.3	58.1	0.8	7.8	0.8
50代	387 100.0	32.0	57.6	0.3	8.8	1.3
60才 以上	443 100.0	21.0	62.3	0.2	16.0	0.5
男性小計	2,155 100.0	20.3	64.0	0.6	14.6	0.5
女性小計	2,496 100.0	26.2	61.7	0.5	11.1	0.6
ヘビー ユーザー	995 100.0	19.8	79.1	0.8	0.1	0.2
毎日ミドル ユーザー	1,058 100.0	20.2	79.0	0.3	0.3	0.2
ミドル ユーザー	1,062 100.0	27.4	70.9	0.7	0.9	0.1
ライト ユーザー	882 100.0	33.2	55.0	0.5	10.8	0.6
ノ ン ユーザー	637 100.0	14.9	7.2	0.5	75.2	2.2

今後、牛乳の飲用量を『増やしていく』と考える理由としては、「健康によいと思うから」が97%と圧倒的に高く、「手軽に飲めるから」32%、「おいしい・好き」が19%と続いている。

一方、『減らしていく』と考える理由は、「おいしくないから・好きでないから」が28%で最も高い。今後牛乳の飲用量を減らさないためにも、「おいしい牛乳」「おいしく飲める・食べられる牛乳」の提案も待たれる。

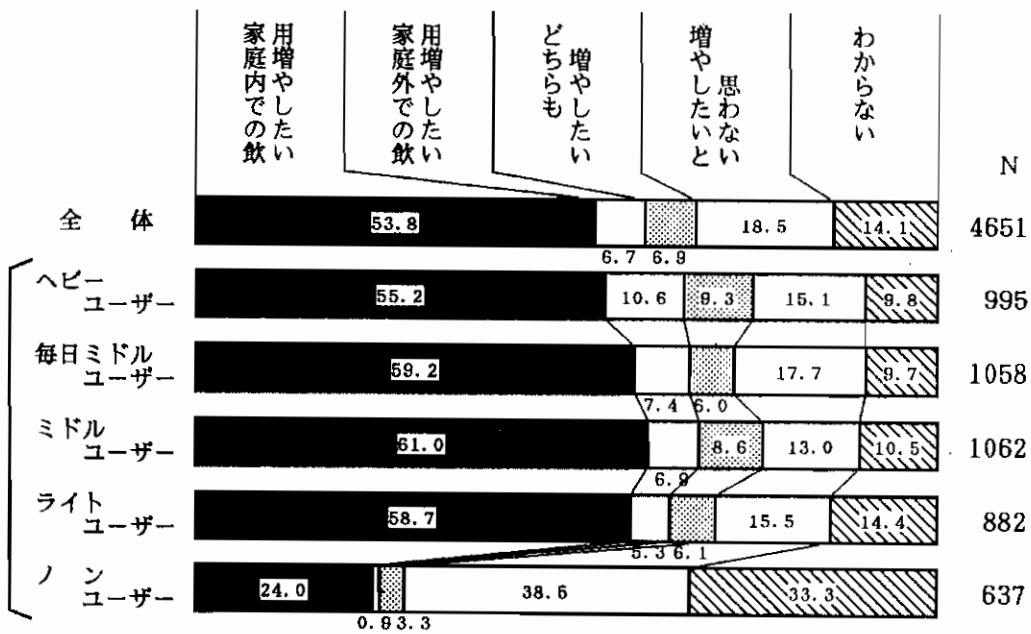
図IV-4 今後2～3年の牛乳飲用量の変化の理由



3. 今後牛乳を飲みたい場所

そこで、今後牛乳を飲む場所としては、家庭内と家庭外ではどちらを増やしていきたいかを聞いた。すると、「家庭内での飲用を増やしたい」が54%と過半数を占めたのに対し、「家庭外での飲用を増やしたい」や「どちらでも増やしたい」は各々7%と少ない。今後も牛乳の飲用場所としては、家庭内が主流で進んでいくものと予測される。

図IV-5 今後増やしていきたい牛乳の飲用場所(%)



これを性・年齢別にみると、年齢が高いほど「家庭内での飲用を増やしたい」という人が多いが、若い層では「家庭外」や「どちらも」という人もやや多くみられる。

現在の牛乳の飲用量別にみると、やはり飲用量が多い人ほど「家庭内」のみでなく、「家庭外」や「どちらでも」増やしたい人が多い。

また、現在の牛乳の飲用場所別にみると、現在家庭内で飲んでいる人は家庭内で飲みたい率が高く、家庭外で飲んでいる人は家庭内でしか飲んでいない人に比べ、今後家庭外で飲みたいという意向が強い。

表IV-3 今後増やしていきたい牛乳の飲用場所(%)

		用増やしたい 家庭内での飲	用増やしたい 家庭外での飲	増やしたい どちらも	増やしたいと 思わない	わからない	(n)
全 体		53.8	6.7	6.9	18.5	14.1	4,651
男 性	10代	42.8	8.9	6.8	21.9	19.5	292
	20代	40.3	7.5	11.2	20.7	20.3	295
	30代	47.8	9.4	4.7	21.7	16.4	318
	40代	50.3	10.3	7.2	15.2	17.0	447
	50代	45.9	9.0	6.7	21.9	16.5	388
	60才以上	56.6	6.0	4.1	21.0	12.3	415
	女 性	10代	45.8	7.0	8.4	19.9	18.9
20代		53.6	5.3	7.5	19.0	14.7	416
30代		63.7	6.1	8.4	12.0	9.8	491
40代		65.1	5.3	5.3	16.3	8.0	473
50代		62.8	5.7	8.3	14.2	9.0	387
60才以上		56.9	1.6	6.1	22.1	13.3	443
計		男性小計	48.0	8.5	6.6	20.1	16.7
	女性小計	58.9	5.0	7.2	17.0	11.8	2,496
現 在 の 飲 用 場 所	家庭内でも家 庭外でも飲む	51.5	11.8	15.1	14.1	7.5	305
	家庭内のみで 飲む	59.5	7.3	6.8	15.5	10.9	3,113
	家庭外のみで 飲む	38.5	15.4	7.7	18.5	20.0	65
	どちらも 飲まない	40.3	3.1	5.2	27.5	23.9	1,168

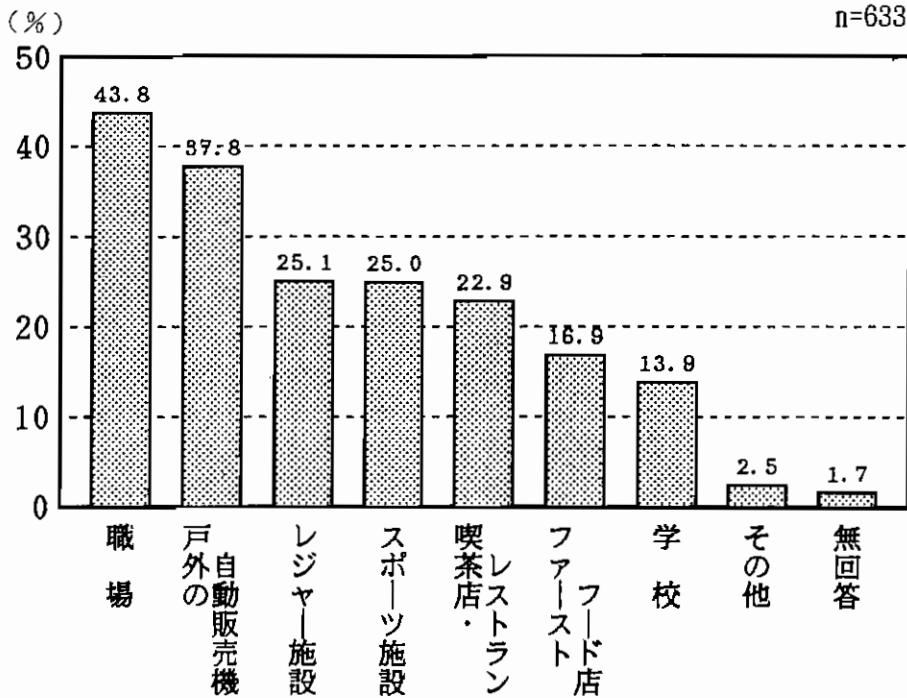
では、具体的にはどんなところで牛乳を飲みたいと考えられているのだろうか。「家庭外」または「どちらでも」と答えた人に対し、具体的な場所を聞いた。

すると、「職場」が44%であり、半数近い人の反応があった。次いで、「戸外の自動販売機」が38%、「レジャー施設」「スポーツ施設」が共に25%で多い。

性・年齢別にみると、「学校」は10代で約半数の人が飲みたいと答えている。また、「職場」は男性の20～50代、つまり就業率がほぼ100%の人々の間では、5～7割の人が飲みたいと答えており、学校や職場は、そこにいる人々にとっては期待されているルートであることがわかる。

現在の牛乳の飲用量別にみると、「スポーツ施設」「レジャー施設」など多くの場所では、飲用量が多いほど飲みたいという率が高いが、「職場」は飲用量が少ないほど意向が高い。職場は現在の飲用量が少ない人でも、手軽に牛乳を飲める所であるようだ。今後は職域を通じた普及活動が有効である。

図IV-6 家庭外で牛乳を飲めるとよいと思う場所



表IV-4 家庭外で牛乳を飲めるとよいと思う場所

(%)

	職場	戸外の自動販売機	レジヤ施設	スポーツ施設	喫茶店・レストラン	フード店 ファースト	学校	その他	無回答	(n)	
全体	43.8	37.8	25.1	25.0	22.9	16.9	13.9	2.5	1.7	633	
男性	10代	13.0	34.8	21.7	34.8	8.7	21.7	47.8	2.2	46	
	20代	52.7	36.4	16.4	29.1	20.0	12.7	9.1	1.8	55	
	30代	66.7	31.1	26.7	26.7	20.0	22.2	2.2	-	45	
	40代	69.2	33.3	23.1	20.5	16.7	6.4	3.8	-	78	
	50代	59.0	55.7	23.0	18.0	16.4	6.6	1.6	1.6	61	
	60才以上	31.0	31.0	14.3	14.3	35.7	-	2.4	4.8	42	
	女性	10代	15.9	27.3	15.9	22.7	22.7	38.6	65.9	4.5	44
20代		52.8	28.3	20.8	18.9	28.3	24.5	13.2	3.8	53	
30代		39.4	39.4	36.6	32.4	22.5	36.6	12.7	2.8	71	
40代		44.0	44.0	36.0	32.0	36.0	12.0	8.0	4.0	50	
50代		31.5	44.4	33.3	27.8	35.2	13.0	3.7	1.9	54	
60才以上		20.6	44.1	29.4	20.6	14.7	5.9	11.8	5.9	8.8	34
計		男性小計	51.4	37.6	21.1	23.5	19.0	11.0	10.1	1.5	1.2
	女性小計	35.6	37.9	29.4	26.5	27.1	23.2	18.0	3.6	2.3	306
牛乳飲用量別	ヘビユーザ	35.9	46.5	28.3	27.8	22.7	22.7	18.2	1.5	1.5	198
	毎日ミドルユーザ	48.9	34.0	25.5	27.0	28.4	14.2	7.8	2.8	1.4	141
	ミドルユーザ	44.5	36.6	23.8	23.8	17.7	16.5	16.5	3.7	1.2	164
	ライトユーザ	52.5	30.7	21.8	20.8	26.7	12.9	9.9	-	2.0	101
	ノンユーザ	37.0	29.6	18.5	14.8	14.8	7.4	14.8	11.1	7.4	27

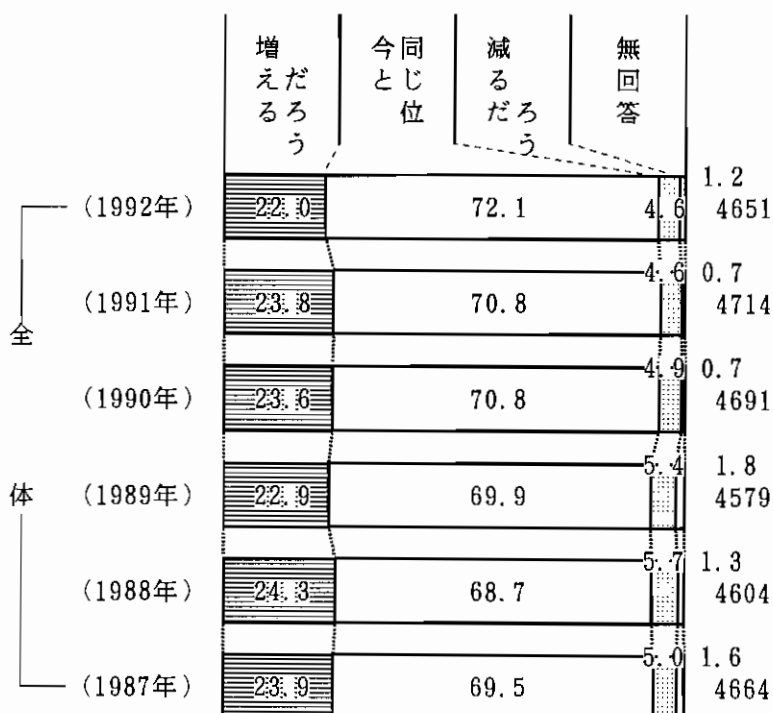
4. 今後の牛乳の消費量（世帯レベル）

次に、世帯を単位とした今後の牛乳消費についてみてみよう。

世帯当たりの牛乳消費量が、今後「増えるだろう」とみる世帯は22%、2～3年後も「今と同じくらい」が72%であり、「減るだろう」とみるのは5%に過ぎない。世帯としても、全体としては増えていくと感じられている。

ただし、時系列でみると、「増えるだろう」という世帯は前回に比べ、わずかながらも減少傾向にあり、今までのような消費量の伸びは、期待できないかもしれない。

図IV-7 今後の家族全体の牛乳消費量の変化（%）



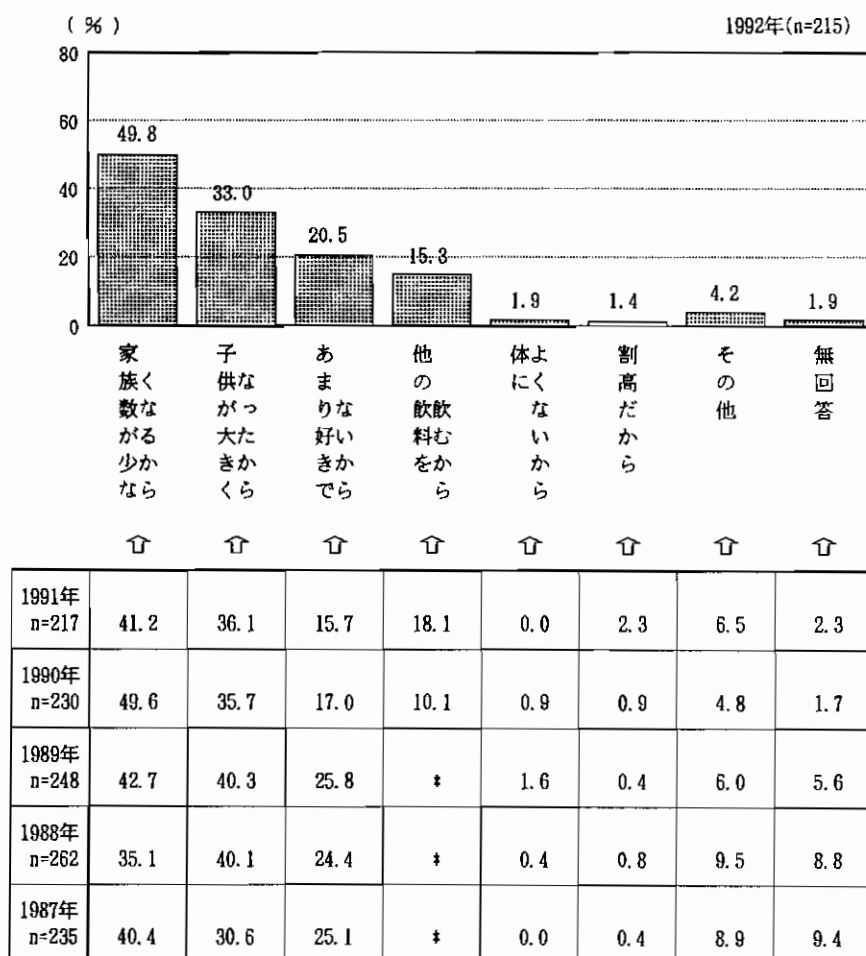
属性別にみると、牛乳の消費量が「増えるだろう」と予測する世帯は、小学生以下の子供がいる世帯の方が、いない世帯より多く、かつ、小さい子どもがいる世帯で特に多い。

表IV-5 今後の家族全体の牛乳消費量の変化(%)

	全 体	増 える だ ら う	今 と 同 じ 位	減 る だ ら う	無 回 答
全 体	4,651 100.0	22.0	72.1	4.6	1.2
小学生以下の 子供なし	3,377 100.0	15.8	77.3	5.4	1.4
小学生以下の 子供あり：計	1,274 100.0	38.4	58.3	2.4	0.9
0歳児	132 100.0	64.4	31.8	2.3	1.5
未就学児	623 100.0	41.4	55.7	2.1	0.8
小学生	481 100.0	28.1	68.6	2.9	0.4

今後、牛乳の消費量が「減るだろう」とみる世帯は5%であったが、その理由は、「家族人数が少なくなるから」「子どもが大きくなったから」の2つが、主なものとしてあげられている。「他の飲物を飲むから」は15%の人があげており、前回に比べると減っているものの、牛乳の競合商品について、なお引き続き注目する必要があるだろう。

図IV-8 今後家族全体の牛乳消費量が減る理由



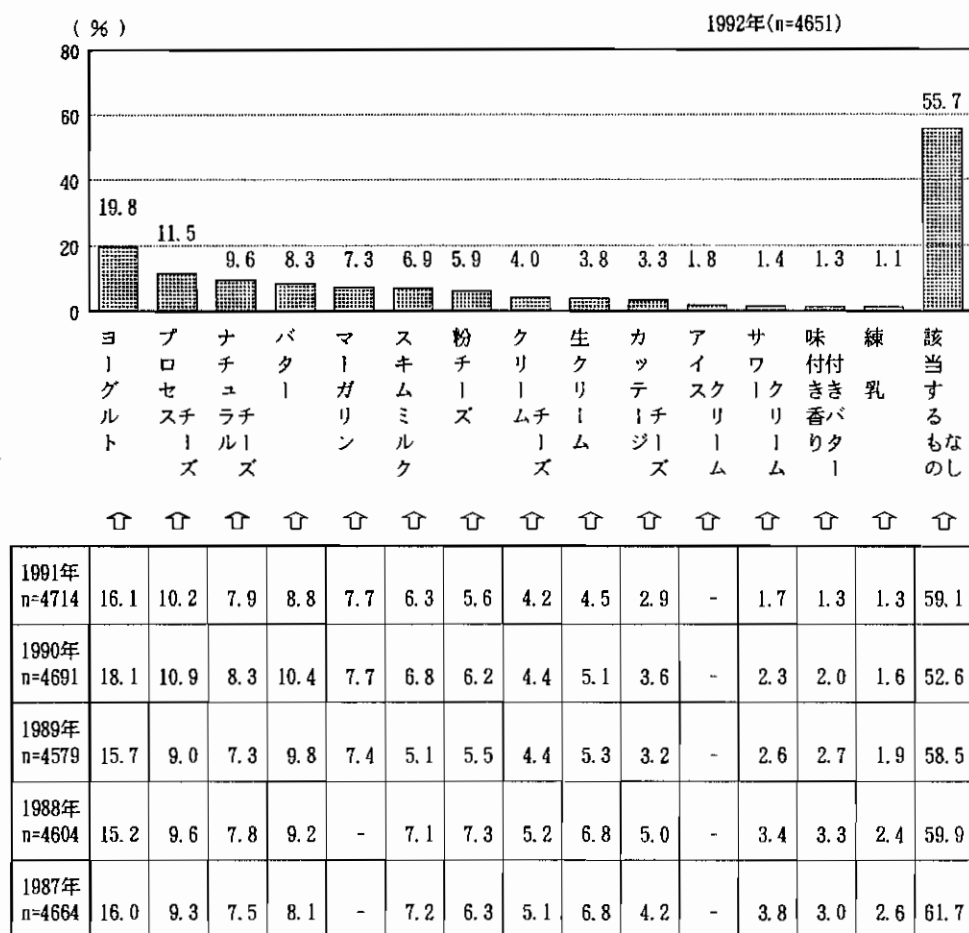
※「他の飲み物を飲むから」は1990年より追加した項目である。

5. 乳製品に対する消費者の今後の意向

今後使用量を増やしたい乳製品は、どれかを聞くと、「ヨーグルト」が最も多く20%である。次いで「プロセスチーズ」「ナチュラルチーズ」「バター」が高い。

時系列でみると、今回は「ヨーグルト」の伸びが顕著である。「ヨーグルト」は現在の使用率も上昇しているが、今後も使用率が伸びることが期待される。また、「ナチュラルチーズ」も前回に比べ、今後の使用意向は高くなっていることから、今後の使用量の増加が予測される。

図IV-10 今後使用量を増やしたい乳製品等



主婦年齢別にみると、乳製品全般にわたり、若い人ほど使用量を増加したい傾向が強い。乳製品は、栄養分を効率よく摂取するのに適した食品であるので、高齢層のいる家庭に対して、もっと乳製品を食べたくなるように推進していくことが必要であろう。

表IV-6 今後使用量を増やしたい乳製品等(%)

	ヨーグルト	プロセスチーズ	ナチュラルチーズ	バター	アガリン	スキムミルク	粉チーズ	クリームチーズ	生クリーム
全体	19.8	11.5	9.6	8.3	7.3	6.9	5.9	4.0	3.8
専業主婦	20.0	12.5	9.6	7.5	7.1	7.8	5.9	3.6	3.6
有職主婦	20.4	11.3	9.9	9.6	7.6	6.8	6.3	4.5	4.4
単身・その他	14.8	6.3	7.4	6.3	6.9	2.2	3.3	3.0	1.9
20代以下	26.0	15.3	12.5	6.6	4.1	5.9	5.6	5.6	3.8
30代	26.8	15.2	12.4	8.6	7.0	8.4	4.8	5.1	4.6
40代	21.4	13.0	10.1	10.1	7.4	7.3	7.3	4.3	4.2
50代以上	13.3	7.5	7.0	7.1	8.3	6.3	5.3	2.7	3.2

	カマンベールチーズ	アイスクリーム	サワークリーム	味付バター	練乳	無回答	(n)
全体	3.3	1.8	1.4	1.3	1.1	55.7	4,651
専業主婦	3.4	1.9	1.3	1.1	1.3	54.4	2,281
有職主婦	3.2	1.4	1.4	1.3	0.9	55.2	2,006
単身・その他	3.6	4.1	1.1	2.2	0.5	67.0	364
20代以下	4.6	4.6	1.0	2.3	1.0	51.9	393
30代	4.8	1.6	1.7	1.0	0.9	48.4	934
40代	2.8	1.8	1.5	1.5	1.2	52.2	1,558
50代以上	2.7	1.4	1.1	1.0	1.1	63.1	1,710

〈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選び、番号に○をつけて下さい。(いくつでも)

	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 れもで あすか ↓	家庭は 内どれ で飲で むすか ↓	家庭は 外どれ で飲で むすか ↓	最近 はよど くれ 飲で むすか ↓
n=4651						
牛 乳 (白)	57.7	9.5	82.0	73.5	8.0	39.9
コーヒ-牛乳・フルーツ牛乳 など	34.6	8.2	5.9	12.1	8.9	5.6
乳 酸 菌 飲 料	34.5	9.5	14.7	19.0	6.3	9.7
ドリンクヨーグルト	27.7	15.0	6.4	11.8	4.8	6.5
コーラなどの炭酸飲料	26.1	25.6	9.7	13.5	27.6	9.1
果汁100%ジュース	45.2	4.7	17.5	24.0	16.9	11.7
日 本 茶	62.3	2.2	77.8	70.3	14.3	36.5
コ ー ヒ ー (インスタントコーヒ-/レギュラーコーヒ-)	51.3	9.5	63.5	51.7	36.5	33.0
缶コーヒ-・ ボトル入りコーヒ-	19.0	18.0	5.2	5.5	27.7	8.6
紅 茶 (リーフティ/ティバッグ)	31.5	6.5	39.3	26.0	10.0	9.6
缶紅茶・ボトル入り紅茶	13.4	14.1	2.4	3.4	11.7	4.5
ウ ー ロ ン 茶	39.6	8.4	27.6	27.1	26.5	21.3
ス ポ ー ツ 飲 料	25.7	13.6	7.6	8.9	26.1	11.4
NA	1.5	31.7	2.0	2.6	10.5	9.4
記入例……… ビール	①4	14	①4	①4	14	14

(全員に)

問 2 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 = 4651

1	毎日飲む	44.2	5	月に数回飲む	8.1
2	週に5~6日飲む	9.3	6	それ以下しか飲まない	5.0
3	週に3~4日飲む	13.8	7	全く飲まない	8.7
4	週に1~2日飲む	10.7			

→問 3へ

NA 0.2

【問 2で 6~ 7に答えた方に】

問 3 あなたがあまり牛乳を飲まない理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 637

1	味にくせがあるから	29.4	9	お腹がゴロゴロするから	23.2
2	においが嫌いだから	33.0	10	下痢をすることがあるから	32.2
3	口当たりが悪いから	16.3	11	家に置いてないから	8.2
4	太ると思うから	1.4	12	他の飲み物を飲むので牛乳を	
5	買いに行くのが面倒だから	2.4		飲む機会がないから	26.2
6	日持ちがしないから	4.2	13	その他	10.0
7	値段が高いから	0.5		(具体的に)
8	医者に止められているから	0.8			

NA 1.6

(全員に)

問 4 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何ml位飲みますか。だいたい結構ですから次の中から1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n = 4651

1	コップ半杯位	5.7	5	コップ4杯位	1.7
2	コップ1杯位 (200 ml)	49.7	6	コップ5杯位	1.1
3	コップ2杯位	20.0	7	コップ6杯以上	0.7
4	コップ3杯位	7.1	8	全く飲まない	13.7

NA 0.3

問 5 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=4651	1	おいしいから	25.2	10	いつも家にあるから	30.3
	2	好きだから	28.2	11	それしか飲み物がないから	2.1
	3	栄養があるから	52.8	12	家族が勧めるから	6.3
	4	カルシウムがあるから	51.3	13	医者が勧めるから	2.7
	5	背が伸びるから	5.5	14	値段が安いから	2.3
	6	美容によいから	4.9	15	学校給食で飲むから	3.7
	7	朝食など食事代わりに	8.5	16	その他	2.1
	8	水の代わりに	14.5		(具体的に)
	9	習慣で	14.7	17	全く飲まない	13.7

NA 0.3

(全員に)

問 6 あなたが牛乳を飲んだり、牛乳を使った料理を食べたりするのは、どんな機会ですか。それぞれの機会につき、その頻度をお答えください。(1つずつ)

	n=4651	ほとんど毎日	週に1回以上	月に数回位	月に1回以下	全くない	NA
a 朝食時		35.3	15.4	9.7	4.8	26.0	8.8
b 昼食時		9.5	10.9	12.1	9.7	44.9	12.9
c 夕食時		8.4	10.2	17.8	9.7	41.2	12.8
d おやつや間食として		18.7	20.1	15.5	6.5	27.8	11.4

(全員に)

問 7 この1~2年あなたご自身の牛乳を飲む量は、増えましたか。減りましたか。(1つだけ)

n=4651	1	増えた	19.6	2	同じ位	67.6	3	減った	11.1
									NA 1.7

問 7-1へ

【問 7で 1「増えた」と答えた方に】

問 7-1 それはどのような理由によりますか。具体的にいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 911

- | | | | |
|-----------------|------|-----------------|------|
| 1 牛乳は栄養に富んでいるから | 62.7 | 9 お腹がゴロゴロしない牛乳が | |
| 2 健康に気をつけるように | | でたので | 2.7 |
| なったから | 63.0 | 10 他のものと比べて安いので | 4.2 |
| 3 骨や歯を丈夫にしたいので | 47.6 | 11 牛乳の宣伝をよくみたので | 0.8 |
| 4 暑い日が多かったので | 11.6 | 12 いつも家にあるから | 31.4 |
| 5 味がおいしくなったので | 8.7 | 13 医者に勧められたので | 7.1 |
| 6 濃い牛乳が増えたので | 8.9 | 14 他の飲み物を減らしたので | 5.3 |
| 7 低脂肪牛乳が増えたので | 11.6 | 15 その他 | 7.8 |
| 8 低温殺菌牛乳が増えたので | 3.8 | (具体的に |) |

NA 0.3

(全員に)

問 8 では、あなた自身、今後2～3年の牛乳の飲用量についてどう思いますか。(1つだけ)

n = 4651

- | | | | |
|--------------|------|------------------|------|
| 1 増やしていく | 23.5 | 3 減らしていく | 0.5 |
| 2 今と同じくらいに飲む | 62.8 | 4 今と同じようにあまり飲まない | 12.7 |

NA 0.5

(全員に)

問 9 それは主にどのような理由からですか。次の中からあてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4651

- | | | | |
|---------------|------|-------------------|-------------|
| 1 おいしいから、 | | 6 おいしくないから、 | |
| 好きだから | 27.6 | 好きでないから | 8.7 |
| 2 健康に良いと思うから | 74.0 | 7 健康に良くないから | 0.9 |
| 3 手軽に飲めるから | 38.1 | 8 手軽に飲めないから | 0.8 |
| 4 既に充分飲んでいるから | 5.1 | 9 他の飲料を飲むようになったので | 4.6 |
| 5 割安だから | 6.1 | 10 その他 | 3.3 (具体的に) |

NA 0.9

(全員に)

問10 あなたは今後牛乳を飲む場所として、家庭内と家庭外とでは、どちらを増やしていきたいと思いますか。(1つだけ)

n = 4651	1 家庭内での飲用を増やしたい	53.8	4 増やしたいと思わない	18.5
	2 家庭外での飲用を増やしたい	6.7	5 わからない	14.1
	3 どちらも増やしたい	6.9		

【問10 で 2, 3 と答えた方に】

問10-1 家庭外で牛乳を飲みたい場所としてはどんなところがありますか。牛乳が飲めるとよいと思うところをお答えください。(いくつでも)

n = 633	1 学校	13.9	5 ファーストフード店	16.9
	2 職場	43.8	6 喫茶店・レストラン	22.9
	3 スポーツ施設	25.0	7 戸外の自動販売機	37.8
	4 レジャー施設	25.1	8 その他(具体的に) 2.5

NA 1.7

(全員に) こつそしょうしょう

問11 あなたは「骨粗鬆症」ということばを聞いたことがありますか。(1つだけ)

n = 4651	1 ある	67.9	2 ない	32.1
----------	------	------	------	------

問11-1 具体的にどのような内容ですか。

n = 3156	骨がすかすかになる, もろくなる	86.5	乳製品の不足, 乳製品がよい	0.1
	老人がなる, 年をとるとなる	10.9	女性が多い	6.0
	カルシウムの不足	22.3	わからない, 無回答	11.2
	牛乳の不足, 牛乳がよい	0.3		

【問11で 1「ある」と答えた方に】

問11-2 あなたは「骨粗鬆症」予防の為、どんなことをしていますか。(いくつでも)

n = 3156	1 運動をする	34.9	6 小魚等を食べる	66.1
	2 日光浴をする	20.6	7 定期的に検診を受ける	5.4
	3 牛乳を飲む	64.2	8 その他(1.4
	4 チーズ等の乳製品を食べる	31.9	9 特になし	16.7
	5 カルシウム錠剤を飲む	13.1		

NA
0.4

(全員に)

問12 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『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 = 4651		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
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	53.5	32.2	8.5	3.1	2.8
b	アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ	24.4	21.3	16.3	7.9	30.1
c	牛乳は便秘を防ぐ効果がある	42.5	24.4	11.8	5.8	15.5
d	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	15.7	14.7	23.1	24.5	22.0
e	牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ	30.8	24.8	15.6	6.3	22.4
f	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	63.4	23.7	4.5	1.7	6.7
g	牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	64.4	25.3	3.5	0.9	5.9
h	牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある	8.2	13.5	19.8	7.8	50.7
i	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	13.5	17.1	20.7	14.3	34.3
j	コーヒー牛乳などの乳飲料には牛乳が含まれている	26.2	26.5	18.7	14.6	14.0
k	スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい	43.2	27.7	10.4	4.1	14.7

(全員に)

問13 次にあげる a～c の質問についてそれぞれあてはまる乳製品等をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

		a	b	c				
		好きど なれ もので のす はか	嫌いど なれ もので のす はか	家のは にほ いど つれ もので あす るか				
n = 4651								
バ	タ	ー	46.5	9.3	67.3		
チ	ー	ズ	52.2	18.6	52.0		
ヨ	ー	グ	ルト	57.8	16.7	27.8	
アイ	ス	ク	リ	ーム	70.4	4.4	31.1
マ	ー	ガ	リ	ン	39.4	10.3	77.1
NA		6.1	57.3	5.1				

(全員に)

問14 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)

		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
n = 4651						
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	21.1	22.4	16.3	9.4	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	41.3	24.7	8.8	4.1	21.2
c	チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である	37.5	30.6	9.8	2.3	19.8
d	骨や歯を守るために中高年の人もできるだけチーズを食べた方がよい	37.0	29.0	12.6	3.4	17.9
e	チーズは高タンパク質食品である	49.2	27.0	4.7	1.2	17.9
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	12.7	19.3	21.2	19.8	27.0
g	コーヒー用のクリームには乳脂肪のものと植物性脂肪のものがある	36.7	14.7	5.2	3.5	39.9

(全員に)

問15 ところで、あなたの健康状態は全体としていかがですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n = 4651

1	非常によい	10.3	4	あまり良くない	7.5
2	よい	31.4	5	良くない	1.0
3	ふつう	49.6			

NA 0.3

(全員に)

問16 あなたは自分の健康のために日頃どんなことに注意していますか。注意していることがこの中にあればいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4651

1	早寝早起きなど規則正しい生活をする	32.7	10	ビタミン剤や健康食品を取る	14.7
2	ラジオ体操、散歩などの軽い運動をする	15.3	11	乳製品をとるように努める	29.8
3	ジョギング、なわとび、テニスなどの中位の運動をする	9.0	12	好き嫌いなく何でも食べる	50.7
4	疲れたら充分休息する	48.6	13	健康診断を定期的にする	29.2
5	朝食は必ずとる	67.0	14	健康に良いといわれたことはまめにやってみる	10.4
6	カロリーの取りすぎに注意をする	26.5	15	食品添加物に注意する	27.0
7	糖分をひかえる	32.1	16	健康に関する新聞記事、テレビ番組などをよく見る	24.1
8	塩分をひかえる	40.9	17	その他	1.6
9	脂肪分をひかえる	29.8		(具体的に)	
			18	特になし	6.7

(全員に)

問17 あなたは煙草を喫いますか。(1つだけ)

n = 4073

(20才以上)

1	喫う	29.3	2	以前喫っていたが止めた	9.5	3	喫わない	60.9
---	----	------	---	-------------	-----	---	------	------

NA 0.4

(全員に)

問18 あなたはアルコール類をどれくらい飲みますか。(1つだけ)

n = 4073

(20才以上)

1	毎日飲む	20.0	4	それ以下	21.9
2	週に3日以上飲む	10.2	5	飲まない	34.3
3	週に1~2日飲む	13.2			

NA 0.4

【フェイスシート】

◇◇ あなたご自身のことについてお答え下さい。 ◇◇

F 1 性別

1 男	46.3	2 女	53.7
-----	------	-----	------

F 2 年齢

1 13～15才	5.2	6 35～39才	9.0	11 60～64才	8.1
2 16～19才	7.2	7 40～44才	10.5	12 65～69才	4.8
3 20～24才	8.4	8 45～49才	9.3	13 70才以上	5.5
4 25～29才	6.9	9 50～54才	8.7		
5 30～34才	8.4	10 55～59才	8.0		

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。
(1つだけ)

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
1 農林漁業 2.7	5 管理職 5.9	10 主婦 21.3
2 商工サービス業 6.4	6 専門・技術職 9.8	11 学生 13.6
3 自由業 3.7	7 事務職 11.6	12 無職 7.5
4 内職 1.0	8 労務職 7.6	
	9 販売・サービス職 8.3	

NA 0.6

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)

1 単身世帯 4.4	4 3世代世帯(親、子、孫) 19.4
2 夫婦2人 14.9	5 その他 1.9
3 2世代世帯(親と子) 59.0	(具体的に)

NA 0.4

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。(1つだけ)

1 1人(単身世帯) 4.4	5 5人 17.2
2 2人 17.1	6 6人 8.8
3 3人 17.4	7 7人以上 4.3
4 4人 30.7	

NA 0.0

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=4651	1	専業主婦	49.0	3	単身世帯	4.4
	2	有職主婦 (パートアルバイトを含む)	43.1	4	その他 (具体的に)	2.1

(全員に)

NA 1.3

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ)

n=4651	1	~19才	0.5	5	35~39才	11.5	9	55~59才	9.9
	2	20~24才	2.5	6	40~44才	18.0	10	60~64才	7.2
	3	25~29才	5.5	7	45~49才	15.5	11	65~69才	3.8
	4	30~34才	8.5	8	50~54才	12.0	12	70才以上	3.8

(全員に)

NA 1.2

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。

(1つだけ)

n=4651	1	いる	27.4	2	いない	72.6	→問4へ
--------	---	----	------	---	-----	------	------

【問3で1の方に】

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

	1番小さいお子さん n=1240		2番目に小さいお子さん n=630	
性別は	1 男	55.2	2 女	44.8
年齢は	1 0才(乳児)	10.6	NA	0.3
	2 1~3才	29.0		
	3 4~6才(小学校入学前)	21.3		
	4 小学校1~3年生	18.0		
	5 小学校4~6年生	20.8		
牛乳の好き嫌いは	1 好き	78.3	NA	8.9
	2 嫌い	12.8		
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	10.3	NA	3.0
	2 コップ半杯	8.8		
	3 コップ1杯位	24.7		
	4 コップ2杯位	28.5		
	5 コップ3杯位	15.5		
	6 コップ4杯位	4.8		
	7 コップ5杯位	2.5		
	8 コップ6杯以上	1.9		

(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 = 4651	1	毎日	29.3	4	2週間に1回以下	3.3
	2	週に2~3回位	45.3	5	月に1回以下	1.6
	3	週に1回位	14.9	6	ほとんど買わない	4.6→問5へ

NA 1.0

【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 = 213	1	家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	65.7
	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	20.7
	4	冷蔵庫のスペースがないから	2.3
	5	持ち帰るのに重いから	2.3
	6	その他	12.7 (具体的に)

NA 0.9

(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 . リットル

【問 4で 1～ 5の方に】

問 7 お宅では、牛乳をどこで買うことが多いですか。この1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 = 4390	1	スーパー	79.2	7	牛乳販売店の店頭	2.6
	2	コンビニエンスストア	18.7	8	牛乳店からの宅配	16.9
	3	一般食料品店・酒屋	10.9	9	自動販売機	2.5
	4	パン・菓子店	5.0	10	駅などの売店	0.5
	5	デパート	3.9	11	その他	1.8
	6	生協などの共同購入で	13.8		(具体的に)

NA 0.7

【問 4で 1～ 5の方に】

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

n = 4390	1	ほぼ毎日	1.8	5	月に2～3回は使っている	24.7
	2	週に4～5回は使っている	2.1	6	月に1回位は使っている	19.4
	3	週に2～3回は使っている	8.8	7	ほとんど使ったことがない	22.7
	4	週に1回位は使っている	17.0			

NA 3.5

(全員に)

問 9 あなたは今後お宅全体で牛乳の消費量はどうなっていくと思いますか。(1つだけ)

n = 4651	1	増えるだろう	22.0	2	今と同じ位	72.1	3	減るだろう	4.6
----------	---	--------	------	---	-------	------	---	-------	-----

NA 1.2

【問 9で 3と答えた方に】

問10 減るといのはどのような理由からですか。あなたのお考えに近いものを全てお知らせ下さい。(いくつでも)

n = 215	1	家族人数が少なくなるから	49.8	5	割高だから	1.4		
	2	子供が大きくなったから	33.0	6	他の飲物を飲むようになる			
	3	牛乳は体に良くないから	1.9		から(具体的に)	15.3	NA
	4	牛乳はあまり好きでないから	20.5	7	その他(具体的に)	4.2	1.9

(全員に)

問11 牛乳類にはいろいろなものがありますが、あなたは次のうちのどれをご存知ですか。またこのうち、あなたが買いたいと思うのはどれでしょうか。(各々いくつでも)

		知っているもの	買いたいもの
		n=4651	
a	ローファットミルク(低脂肪乳) (乳脂肪の割合が低く、カルシウム・蛋白質の割合が高い)	73.5	32.4
b	濃厚牛乳 (乳脂肪の割合が高くコクがある)	78.3	27.4
c	ロングライフ牛乳(LL牛乳) (特殊なパックに入っており長時間常温で保存できる)	52.2	9.6
d	低温殺菌牛乳 (62~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	57.6	17.8
e	クリームの層ができる牛乳 (ノンホモ牛乳)	10.8	4.0
f	産地表示牛乳 (産地名がブランドになっている牛乳)	51.9	18.3
g	ジャージー牛乳 (ジャージー種の牛からしぼった高脂肪牛乳)	27.5	7.6
h	お腹がゴロゴロしない牛乳 (乳糖分解乳など)	49.9	11.2
i	栄養価を添加した牛乳 (ビタミンE、カルシウム、鉄分などを加えたもの)	44.9	30.4
	NA	4.8	18.3

(全員に)

問12 次にあげる乳製品等の中で、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、これから使用量を増やして行きたいと思うものは、それぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。

(いくつでも)

n=4651		現在よく利用 利用しているもの	家庭で料理に 入れて使っているもの	使用量を 増やしたいもの
		↓	↓	↓
a	プロセスチーズ	48.8	19.2	11.5
b	ナチュラルチーズ	29.1	18.4	9.6
c	クリームチーズ	9.9	8.7	4.0
d	カッテージチーズ	3.9	3.4	3.3
e	粉チーズ	34.3	41.9	5.9
f	ヨーグルト	55.4	10.4	19.8
g	アイスクリーム	50.0	2.0	1.8
h	サワークリーム	1.5	1.7	1.4
i	生クリーム	21.3	22.0	3.8
j	バター	56.1	53.8	8.3
k	レーズンバターなどの味付き または、香り付きバター	3.7	1.5	1.3
l	練乳(コンデンスミルク)	10.0	3.3	1.1
m	スキムミルク	8.2	6.5	6.9
n	マーガリン	74.1	44.4	7.3
NA		5.7	17.4	55.7

(全員に)

問13 あなたは次の飲物や食べ物の価格を、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えてみて割安だと思いませんか。それぞれにつきお答え下さい。

(1つずつ) n=4651

	割 安	適当な価格	割 高	NA	
a	牛 乳	31.9	62.4	3.8	1.9
b	卵	55.7	39.2	3.2	2.0
c	バター	4.2	57.5	34.1	4.2
d	マーガリン	19.3	71.0	5.4	4.3
e	プロセスチーズ	2.9	63.9	26.4	6.8
f	ナチュラルチーズ	2.1	60.5	29.6	7.8
g	100%果汁ジュース	5.2	50.7	40.3	3.8

(全員に)

問14 あなたの日頃の生活にあてはまることが次の中にありますか。あるものの番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4651

- | | | |
|----|------------------------------------|------|
| 1 | 朝食は毎朝必ず用意する | 86.1 |
| 2 | 食品添加物などに気をつけて食品の買物をする | 55.9 |
| 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 | 61.2 |
| 4 | 塩、砂糖、油などを使う時は考えながら加減して利用している | 64.9 |
| 5 | 蛋白質、カルシウム、ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている | 42.7 |
| 6 | 朝食、夕食など家族揃って食事できる機会を持つようにしたい | 63.2 |
| 7 | 友だちなど人を呼んでごちそうするのが好き | 17.7 |
| 8 | 料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き | 56.2 |
| 9 | 手芸など手作りのものを作るのが好き | 31.4 |
| 10 | スポーツなどをして体を動かすように心がけている | 25.9 |
| 11 | 住まいの整理整頓が得意 | 25.1 |
| 12 | 地域に仲の良い友人がたくさんいる | 42.1 |

NA 1.5

【長い間ご協力ありがとうございました】

牛乳・乳製品の消費動向に関する調査

平成5年3月発行

発行 (社) 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