

牛乳・乳製品の消費動向に
関する調査

平成2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	1
調査の目的	1
調査方法	2
調査結果の要約と提言	
調査結果の要約	7
提 言	14
調査結果の詳細	
I 牛乳に対する態度	19
1 牛乳の位置づけ	19
2 牛乳の好きな人	23
3 牛乳のイメージ	24
1) 飲み物を選ぶ時の重視点	24
2) イメージ	26
4 牛乳の飲用頻度と量	28
1) 牛乳の飲用頻度	28
2) 牛乳の飲用量	30
5 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	40
1) 現在の健康状態	40
2) 健康に対する配慮	41
3) アルコールやタバコと牛乳	43
4) スポーツと牛乳	44
6 牛乳を飲む理由と飲用場面	45
1) 牛乳を飲む理由	45
2) 牛乳を飲む場面	50

3) 食事機会別牛乳のとりかた	52
7 牛乳をあまり飲まない理由	54
8 牛乳に関する知識	58
9 牛乳の種類認知と飲みたい牛乳	61
10 「骨粗鬆症」に対する知識	64
1) 言葉の認知率	64
2) 「骨粗鬆症」の内容	66
11 スポーツと牛乳	67
1) スポーツ後に飲むもの	67
2) スポーツ後に牛乳を飲まない理由	69
II 牛乳購入実態	70
1 牛乳購入頻度と量	70
1) 牛乳購入頻度	70
2) 牛乳購入量	73
3) 牛乳購入量と健康への気配り	75
4) 牛乳を買わない理由	76
2 購入場所・売場の評価	77
1) 購入場所	77
2) 売場の評価	79
3) 宅配利用経験	81
4) 宅配利用経路	83
5) 宅配を止めた理由	86
6) こんな宅配があったら	87
3 価格意識	89
1) 価格意識	89
2) 安くなったら購入量を増やしたいもの	91

3) 牛乳の質と価格の関係	93
III 食べる牛乳	94
1 飲食の割合	94
2 牛乳料理飲食頻度	96
3 牛乳を料理に使う頻度	97
4 牛乳を料理に使わない理由	98
5 料理情報の入手経路	100
6 料理法	102
IV 乳製品等に関する意識	104
1 乳製品等の位置づけ	104
2 乳製品に関する知識	107
3 乳製品の利用状況	109
4 乳製品の摂取頻度	113
V 牛乳に対する消費者の今後の意向	114
1 ここ1～2年の牛乳の飲用量の変化	114
2 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化	117
3 今後の牛乳の消費量	120
4 乳製品に対する今後の意向	123
5 こんな牛乳があったら	125

[付 一般消費者用調査票と単純集計結果]

序

我が国における飲用牛乳の消費は、昭和61年後半から、順調に推移してきましたが、最近、伸び率が鈍化し、消費拡大のあり方について、新たな展開が重要な課題となって参りました。

この報告書は、平成元年度に実施した「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。

本調査は3年目に当たり、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かを、時系列で分析・解明すると共に、今後の需要拡大のための基礎資料を得るため、企画・実施いたしました。

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2年3月

社団法人 全国牛乳普及協会

会長 昌谷 孝

調 査 設 計

調査の目的

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

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

本年平成元年度は、3年目にあたり、牛乳・乳製品の需要動向や意識がどのような方向に向かっているのかを、明確な形で時系列でおさえることが最も大きな目的である。さらに、今回は「牛乳・乳製品の種類の多様化に対して人々がどのように対応しているのか」「各種宅配牛乳の利用実態と意見」「スポーツと牛乳・乳製品のかかわり」などを追加テーマとして、牛乳・乳製品のこれからの動向を探ってゆき、需要拡大のための基礎資料を提供したい。

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

- テーマ1 牛乳・乳製品の購入・飲用実態と意識の時系列的変化を追う。
- テーマ2 牛乳・乳製品に対する知識と購買行動との関係を探る。
- テーマ3 牛乳・乳製品の多様化に対して人々がどのように対応しているか。
- テーマ4 各種宅配牛乳の利用実態と意見を明らかにする。
- テーマ5 スポーツと牛乳の関わりを把握する。

調査方法

一般消費者調査

1. 目的

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

2. 対象者

13才以上の男女個人及びその世帯の主婦役割分担者（単身世帯は本人）
6,000サンプル

3. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

* 層化多段抽出法の手順は以下の通り。

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

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

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

4. 地 域

全国6,000サンプル（下表参照）

	設 定
全 国	6,000
北海道	285
東 北	480
関 東	1,995
中 部	690
北 陸	285
近 畿	1,005
中 国	390
四 国	210
九 州	660

	設 定
全 国	6,000
12大都市	1,290
15万以上都市	1,740
5万～15万都市	1,185
5万未満の都市	405
郡 部	1,380

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

平成元年10月3日～21日

7. 回収状況 回収数 4,579サンプル（76.3%）

未回収数 1,421サンプル（23.7%）

未回収数	転 居	長期不在	不 在	拒 否	住所不明	そ の 他
1,421	127	83	391	636	97	87
100.0%	8.9	5.3	27.5	44.8	6.8	6.1

調査結果の要約と提言

〔調査結果の要約〕

1. 牛乳を毎日飲む人がさらに増えている

牛乳を毎日飲んでいる人の割合は、'87年39%から'88年40%、そして'89年は43%へと伸びた。1ヵ月平均では'87年17回から'89年18回へと1回の伸びとなっている。

特に、男性ではもともと平均飲用頻度の高い10代と、平均飲用頻度が低かった20代での伸びが大きく、若年層の飲用頻度の伸びが注目できる。また女性では、50代以上の高齢層の飲用頻度が伸びており、骨粗鬆症予備軍として好ましい傾向である。（本文中P28）

2. 1人1日当たりの牛乳飲用量も増加

牛乳の1人1日当たりの平均飲用量は、13才以上では135mlであり、前年の127mlに比べ、8mlの伸びがみられ、牛乳の飲用量は順調に増えているといえる。

乳児期からの飲用量の変化を年代別にみると、子供時代は1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、それ以上の年齢では男性は110ml前後、女性は130ml前後を維持するというプロフィールになっている。ただし時系列でみると、男女とも、飲用量が急激に落ち始める青年期年代での飲用量がわずかずつ増えてきている。このことから、若者も徐々に牛乳を多く飲むようになってきているといえそうだ。

（本文中P30）

3. 最近よく飲む飲み物は、白牛乳が36%でコーヒーとほぼ同じ

牛乳は過去2回と同様に、誰にでも好かれる飲物であるが、最近よく飲むものとしての位置づけも高い。最も高いものはコーヒーの37%であるが、

牛乳も36%とコーヒーとほぼ同率で高い。また、最も好きな人が多い日本茶をよく飲む率は32%と牛乳を下回っており、牛乳がいかによく飲まれている飲み物かがうかがえる。(本文中P22)

4. 牛乳のナチュラルイメージは

果汁100%ジュースのイメージを下回っている

牛乳は「健康に良い」「天然・自然」というイメージが高い。しかし、「天然・自然」というイメージでは、果汁100%ジュースが牛乳を上回っており、牛乳の「天然自然」イメージは時系列で見るとやや下がっている。これは、低脂肪乳や濃厚牛乳等種類の多様化に対し、消費者が敏感に反応したものと考えられる。今後、牛乳の消費拡大のためには種類の多様化の方向は必要であるが、あくまでも「天然・自然」イメージが崩れないような配慮をする必要があるだろう。(本文中P26)

5. 栄養・カルシウムがあるから牛乳を飲む

牛乳を飲む理由としては「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。このうち「カルシウムがあるから」は年々重視する割合が上がってきており、重要度が高まっている。

繊維飲料やプロテイン飲料、カルシウム飲料など機能性飲料が脚光をあびている中、天然の機能性飲料としての牛乳の価値が高まってきているようだ。

(本文中P45)

6. 朝食での牛乳の飲用習慣がさらに進む

朝食に牛乳をほぼ毎日飲んでいる人は'87年28%、'88年31%、'89年33%と、年々増えてきている。朝食時における牛乳の習慣化がさらに進んでいるようだ。この背景には後述するが、コーンフレークスの食用

頻度の高まりも影響しているだろう。

昼食時や夕食時などの機会に牛乳が飲まれる頻度は、大きく増えてはいない。朝食の場合と同様に「きっかけ」となるような商品やメニューの開発が期待されよう。（本文中 P 5 2）

7. 牛乳のカルシウムに関する知識は広く浸透

牛乳に関する知識項目のうち、「歯や骨を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」や「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」「牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ」などのカルシウムに関連する項目は、相対的に '87年'88年に比べ高くなっている。牛乳のカルシウムに関する知識は年々浸透してきているようだ。

ただし、カルシウム以外の知識である「牛乳は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」や「牛乳を普通に飲んでいる限り肥満の心配はない」などは、まだあまり多くの人に知られておらず、今後普及に力をいれていくべき項目であろう。（本文中 P 5 8）

8. 「骨粗鬆症」の認知率は 32%にあがる

「骨粗鬆症」の認知率は 32%と '88年に比べ9ポイントも伸びている。これは日本全国で約3千万人が知っていることとなる。認知率は男性より女性の方が高く、その伸びも女性の方が大きい。また、年齢が高いほど認知率が高く、30代以上では伸び率も10ポイント以上と大きい。中高年層の「骨粗鬆症」に対する関心が高まってきている。

'88年は都市規模による認知率の差がみられたが、今回'89年はその差が小さくなっている。キャンペーン効果が小規模の市や郡にまで浸透してきたようだ。（本文中 P 6 4）

9. 牛乳の嗜好の2極化がすすむ

牛乳の種類のうち、「濃厚牛乳」は72%「ローファットミルク」は62%の人に知られている。また、最も飲みたい人が多いものは「ビタミン入り牛乳など」(31%)であり、機能性飲料としての牛乳への期待が高い。次いで「濃厚牛乳」(27%)と「ローファットミルク」(22%)が多く、牛乳の濃さという点に関しては、好みが2極化しつつあるようだ。「濃厚牛乳」を飲みたい率は性別によるあまり大きな差はみられないが、「ローファットミルク」は若い女性に好まれている。牛乳の特性によって、ターゲットを意識的に絞ってアプローチしていくことが重要であろう。(本文中P61)

10. スポーツをたくさんやる人ほど牛乳を飲んでいる

スポーツ後に飲む飲み物は「スポーツ飲料」が44%と最も多い。「牛乳」は「日本茶」「ウーロン茶」に続いて第4位であり、飲用率としては24%となっている。スポーツをする頻度が高いほど、スポーツ後に牛乳を飲んでいる割合は高い。ほぼ毎日運動している場合は「スポーツ飲料」に次いで、牛乳を飲む割合が高く、第2位となっている。(本文中P67)

11. スポーツ後の牛乳の飲用を増やすには、後味の工夫と売り場の増加

スポーツ後に牛乳を飲まない理由は「後味が悪いから」が39%と最も高いが、「近くに牛乳が売っていないから」も25%と多い。

スポーツ後に牛乳と接する機会を増やすために、運動場やスポーツ施設の周囲に自動販売機の設置をしたり、スポーツクラブ内にミルクバーを作る等推進していくとよいだろう。また、後味については、牛乳そのものの後味の改良も必要だが、カフェオレやココア、ロイヤルミルクティなど飲みやすい形で牛乳が摂取できる商品があるので、これらの飲用を勧めるのも効果的だろう。(本文中P69)

12. 牛乳の購入頻度は15回／月，購入量は 3.6ℓ／週

牛乳の購入頻度は、週に2～3回の世帯が44％であり、過去2回同様比較的頻繁に購入する世帯が多い。月当たりの平均購入回数は15回である。また、1週間当たりの購入量は3.6ℓと、'88年と同じ数値であり、世帯当たりの購入量は現状維持で推移している。（本文中P70）

13. スーパーでの購入が依然多い

牛乳の購入先は「スーパー」が過去2回と同様に最も多く、79％の主婦がスーパーを利用している。次いで、「牛乳店からの宅配」が20％と健闘を続けている。「コンビニエンスストア」や「共同購入」「一般食料品店」なども、前回と比べほとんど変化がみられない。（本文中P77）

14. 宅配の利用経験は52％，現在利用率は26％

過去も含めて、牛乳を宅配で購入したことがある世帯は52％と過半数を占めるが、現在利用している世帯は26％である。主婦が20代の世帯の宅配経験率は30％と低いが、30代以上の世帯では50％以上が利用経験を持っている。

また、宅配経験は都市規模が小さいほど高く、郡部では現在も33％が宅配を利用している。（本文中P81）

15. 宅配の利用先は牛乳専門店が74％，生協も20％

現在宅配を利用している世帯の利用先は、「牛乳専門店」が74％と圧倒的に高く、「生協」が20％と続いている。これら以外の経路を利用する割合は1割未満と少ない。牛乳は購入頻度が高く、かつ重い商品であることから、他の商品などと同時に宅配するシステムの開発により需要を増やしていくことが期待される。（本文中P83）

16. 利用したい宅配は量や種類が自由に変更できるもの

牛乳の宅配を止めた理由として最も大きいものは「牛乳が余るときがある、量の調節がきかない」であり、半数がこれを原因としてあげている。続いて「価格が割高につく」や「集金が面倒」という理由も比較的多い。

利用したい宅配イメージとしては、「必要量を気軽に変更できる」（46%）や「いろいろなメーカーや種類のもがあり、気に入ったものを注文できる」（31%）といった希望が高い。過去からの宅配の形態に捕らわれず、より柔軟な対応のできる宅配のタイプを揃えることによって、宅配の利用率の上昇が期待できそうだ。日常の生鮮食料品や缶詰などの加工食品などとの抱き合わせ宅配など、異品目との提携などもアイデアである。

（本文中 P 8 6）

17. 牛乳は割安なもの追求型と高品質・高価格追求型の2極化へ

牛乳の価格は割安感が28%と割高感の7%を大きく上回っており、比較的割安な商品として認識されている。しかし、さらに「価格が安くなったら購入量を増やしたい」と考える主婦は、41%と依然多い。また、「質が良くておいしい牛乳なら、少々高くても買いたい」という主婦も52%みられる。

つまり、牛乳の価格意識としては、既に割安と感じながらも、さらに安いものを追求する意識と、味や質を追求するために、価格にはあまり頓着しない意識とに2極化されつつあるようだ。牛乳の消費量が多い若い世代では、より安いものを追求し、年齢が高いほど、価格より質を重視する傾向がみられ、それぞれの層にマッチした訴求が必要であろう。（本文中 P 8 9）

18. コーンフレークスの利用がさらに増える

牛乳の“飲と食”の割合は「そのまま飲む」が圧倒的に多く、牛乳を料理

に使う頻度は顕著には増えてはいない。この中で、食べる頻度としては低い
が「コーンフレークス」の伸びが大きく、注目できる。これは、最近急激に
シリアル食品の種類が増えてきたことや、食物繊維に注目が集まったことと
も関連があるだろう。（本文中 P 94, 102）

19. バターとマーガリンの力関係は？ 好まれているのはバター

バターは47%の人に好まれ、マーガリンを好きな率（41%）を上回っ
ている。一方、食べる率はマーガリンがバターを上回っている。バターは好
きな率と食べる率がほぼ一致しており、好きな人のみが食べているが、マー
ガリンは好きな率に比べ、食べる率が高い。マーガリンは好きでない人も価
格や使いやすさなどの点から食べているようだ。（本文中 P 104）

20. 料理に入れて使う乳製品はやっぱりバターが一番

現在家庭でよく利用している乳製品等というと、マーガリンがバターを上
回っているが、料理に入れて使う乳製品はバターがマーガリンを大きく上回
っている。マーガリンはパンに塗るなど、限られた用途のみで使用されてい
るのに対し、バターはいろいろな料理に使われ、台所で大活躍している。

（本文中 P 109）

21. 粉チーズやヨーグルトの利用率が増えている

マーガリンやバターに次いで、現在家庭でよく利用している乳製品として
は「ヨーグルト」「プロセスチーズ」「粉チーズ」などが多い。このうち、
「ヨーグルト」と「粉チーズ」は年々利用率が上がっており、家庭に定着し
てきている。（本文中 P 109）

【提 言】

1. カルシウム以外の知識の普及を

カルシウムに関する知識の普及は年々浸透し、多くの人に牛乳とカルシウムの関係が理解されるようになってきた。しかし、その一方、牛乳のカロリーやコレステロールなど、カルシウム以外の知識はカルシウムほど浸透していない。機能性食品としての牛乳を多面的に理解してもらうためにカルシウムの効用のみでなく、高カロリーでないこと、高タンパク食品であってもコレステロールの心配はないことなどを積極的に普及していく時期がそろそろきているだろう。

2. もっと利用しやすい宅配サービスを

牛乳の宅配の利用経験世帯は52%と過半数を占める。このうち、約半数は、現在も利用しているが、半数は既にやめてしまっている。宅配をやめた理由では、「牛乳が余る時がある、量の調整がきかない」が最も多く、その自由度がないことが、問題となっている。今後利用してみたい宅配としては「量を気軽に変更できる」や「多くの種類の中から気に入ったものを注文できる」などの希望が多く、新しい購入システムとしての宅配のあり方が問い直される時期が来ているようだ。牛乳以外のものも宅配するなど多様化した商品を扱い、かつ利用しやすいシステムを持った宅配の推進が期待される。

3. スポーツ後に牛乳を飲むための環境づくりを

「スポーツをする人は、牛乳をたくさん飲んだほうがよい」と考える人は68%と高いが、実際にスポーツ後に牛乳を飲んでいる人は24%に過ぎない。その理由としては、「後味が悪いから」、「近くに牛乳が売っていない」が多く、スポーツ後に牛乳を飲むための環境が整っていないことが明らかとなった。

スポーツ施設や運動場の周囲に牛乳や乳飲料の自動販売機の設置をすすめたり、スポーツ施設内にミルクバーを作るなど、環境づくりを推進していくとよいだろう。

牛乳のカルシウムは、スポーツ等をしながら飲むと吸収が一層よいことなどを訴求しつつ、牛乳の普及もスポーツと組み合わせて、総合的な健康づくりの中ですすめていくとよいだろう。

4. 飲みたい人に飲みたい種類の牛乳を

昨今は牛乳の多様化が進み、いろいろなタイプの牛乳がみられるようになってきたが、認知率の高いものは濃厚牛乳とローファットミルクの2タイプであり、他の種類の認知率は十分に高いとは言えない。種類の名前を知らないということは、その内容の理解はかなり低いと考えられる。

ダイエット中でカロリー制限をしたい人にはローファット牛乳を、味の濃い牛乳を飲みたい人には濃厚牛乳を、というように牛乳を飲む目的によって、飲み分けられるように、牛乳の種類とその特徴の広報が急務であるだろう。また、商品の“広報”に当たっては、ターゲットを絞った戦略が有効であろう。

5. コーンフレークス・キャンペーンを

牛乳の食べ方のうち、コーンフレークスと一緒に食べるという食べ方は、'87年の33%から今回40%へと徐々に伸びてきている。これは、食物繊維が脚光をあびてきたこと、コーンフレークスなどのシリアル類の種類が増えたことなどが影響していると考えられる。また、朝食の見直しにより、例え簡単なものでも、きちんと朝食をとることが体に良いことだという考え方が浸透し、それにシリアルがマッチした食べ物であることも、コーンフレークスの利用を押し上げているようだ。

シリアル食品と共同のキャンペーンを行うことも、より効果的な販売促進の手段となるだろう。

6. 乳製品の利用方法の普及を

乳製品の中では、バターを筆頭にヨーグルト、プロセスチーズ、粉チーズの利用率が高く、特にヨーグルトと粉チーズは年々その利用率が高まってきている。ただし、料理に入れて使っている率はバターと粉チーズは3割以上みられるものの、生クリームやプロセスチーズ等他の乳製品を料理に使う割合は大変低い。粉チーズに限らずチーズ類は料理の方法も多様であり、おいしく食べる方法もたくさんあるが、それがあまり知られていない。食卓を豊かに、手軽に乳製品を楽しんでもらえるように、これまで以上の普及活動が期待される。

調査結果の詳細

I 牛乳に対する態度

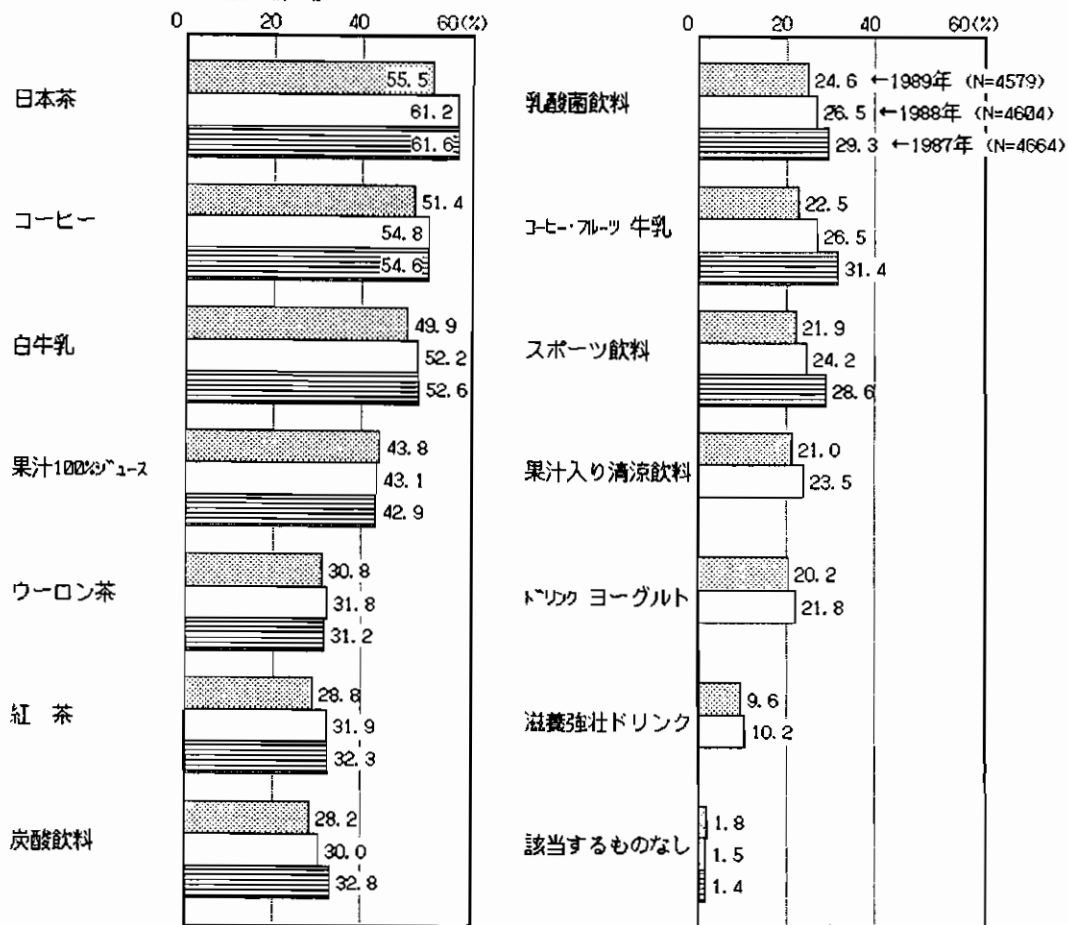
1. 牛乳の位置づけ

コーラなど炭酸飲料、果汁100%ジュース、滋養強壮ドリンクなど14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、「好きなもの」「嫌いなもの」「家にあるもの」「家庭内で飲むもの」「家庭外で飲むもの」「最近よく飲むもの」を聞いた。

好きな飲み物としては、日本茶をあげる人が最も多く（56%）、次いでコーヒー（51%）、白牛乳（50%）の順となっている。白牛乳を好きな人は、前回より若干下がっているが、これは全体的な反応数の低下によるものであり、特記するほどの低下とは認められない。

図1-1 牛乳の位置づけ

【好きな飲み物】

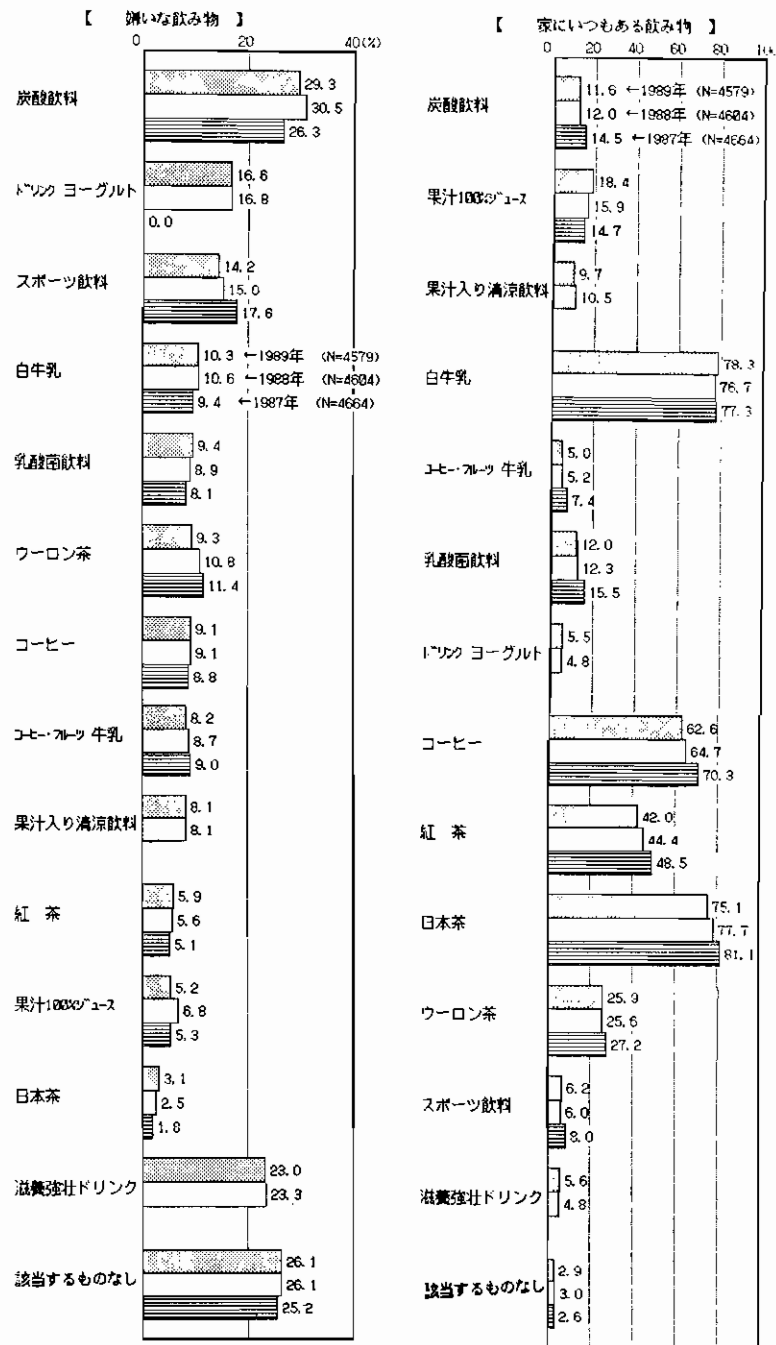


* 果汁入り清涼飲料、ドリンクヨーグルト
滋養強壮ドリンクは1988年から

白牛乳を嫌いだという人は、10%に過ぎず、過去2回との差はない。

家での常備率は、白牛乳が78%と最も高く、次いで日本茶の75%である。時系列で見ると、日本茶がやや下がっているのに対し、白牛乳が上がり、過去2回と比べると、順位が逆転している。また、果汁100%ジュースが年々上昇している点にも注目できる。

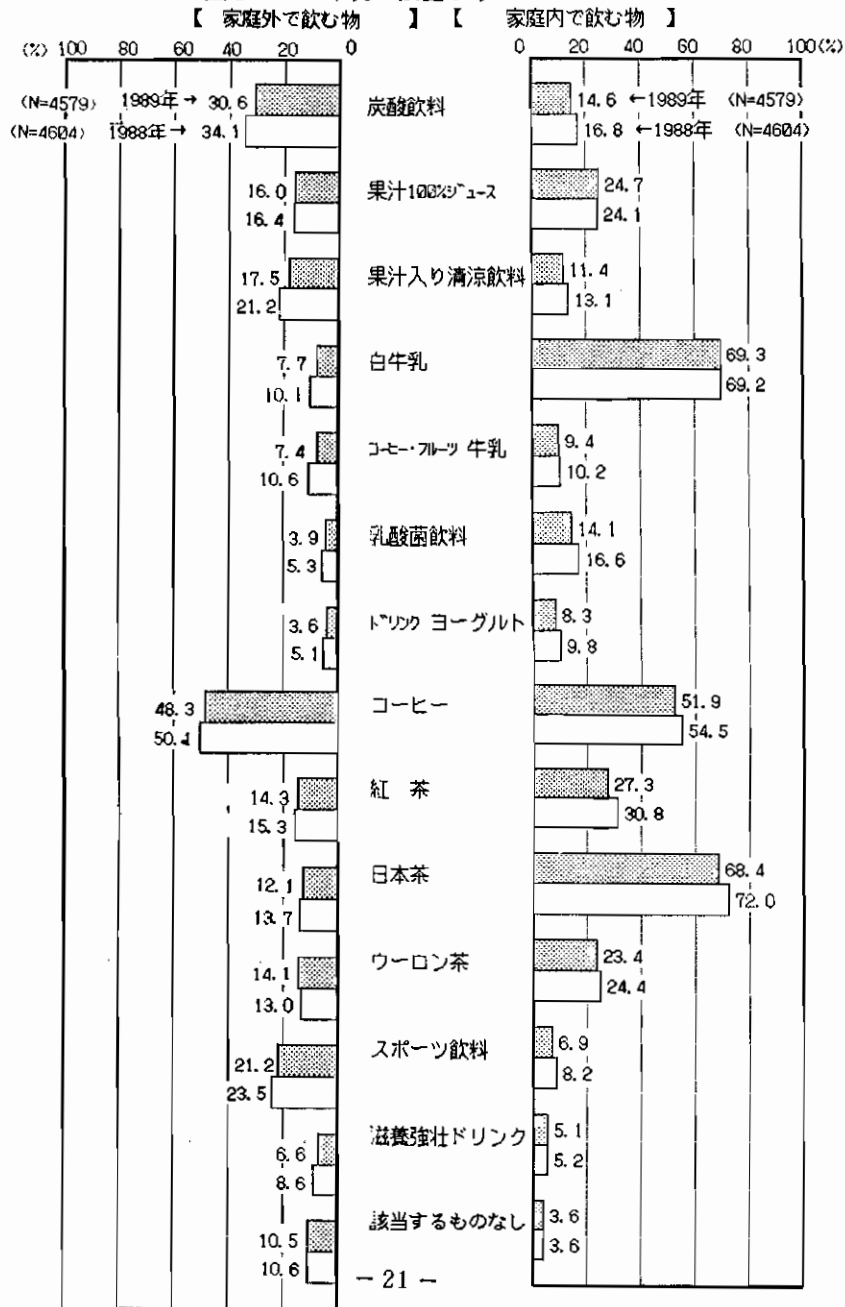
図I-2 牛乳の位置づけ



飲用場所を家庭内と家庭外で分けてみると、日本茶や白牛乳は家庭内で飲む率は高いが、家庭外で飲む率は低く、専ら家で飲まれている。これに対し、コーヒーは家庭内と家庭外は半々、コーラなどの炭酸飲料、スポーツ飲料は家庭外が多い。

時系列でみると、牛乳が家庭外で飲まれる率は、10%から8%へと、やや下がっており、今後とも、牛乳の消費を増加するために、もっと家庭外でも飲むように、推進し続けるとよいことがうかがわれる。

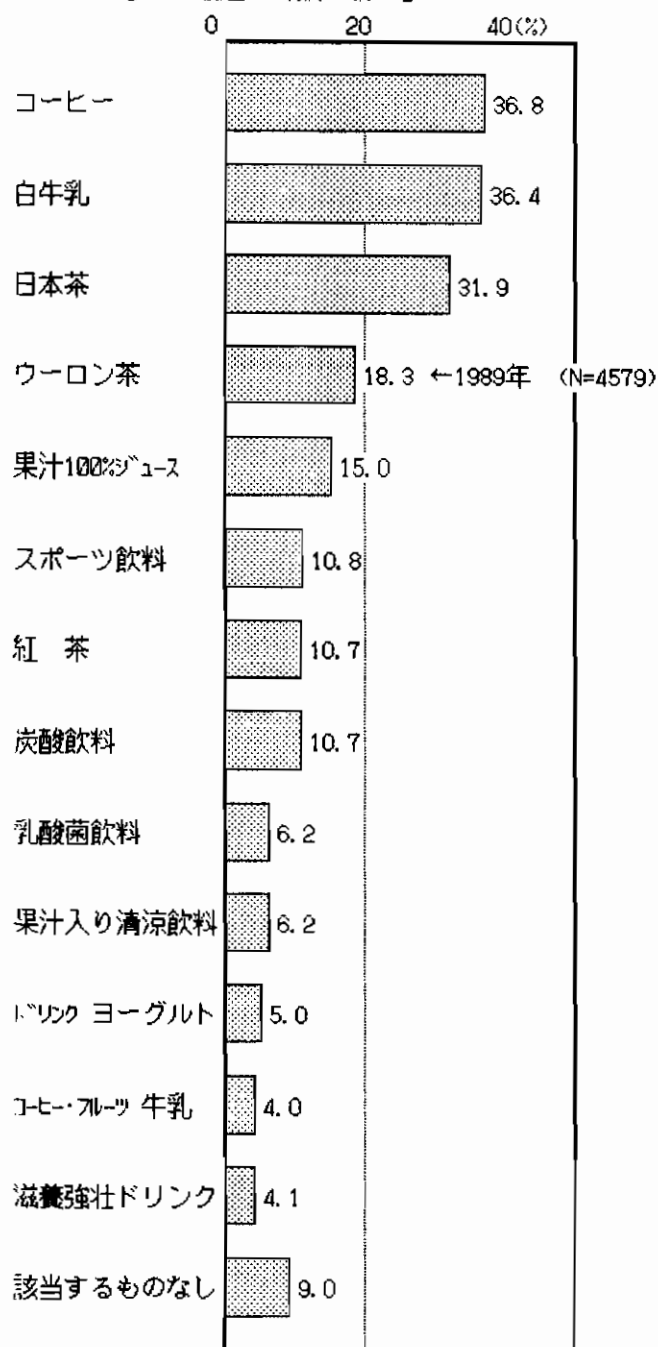
図 I-3 牛乳の位置づけ



また、「最近よく飲むもの」はどれかを聞くと、コーヒーが37%、牛乳が36%と、ほぼ同率で多い。これらは、日本茶の32%を上回っており、牛乳は日本茶以上に、よく飲まれていることがわかる。

図I-4 牛乳の位置づけ

【 最近よく飲む物 】



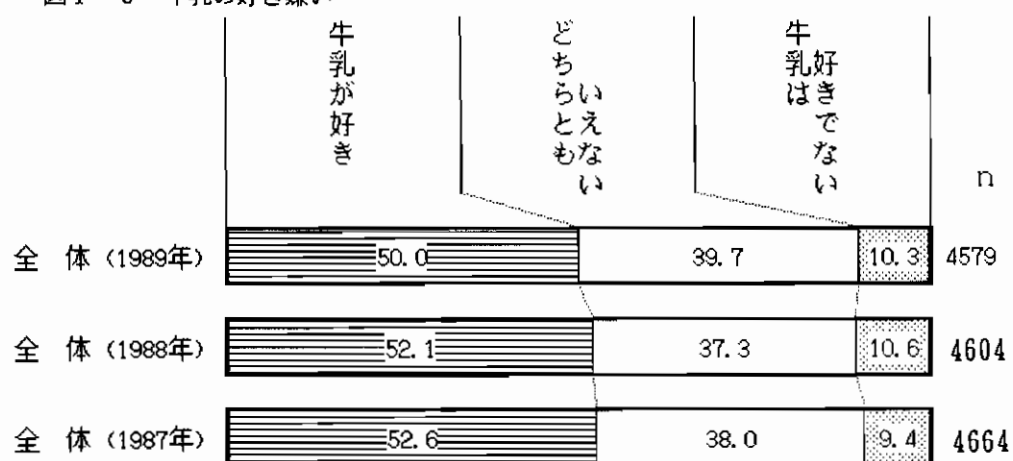
2. 牛乳の好きな人

全体の傾向としては、牛乳を好きな人はやや減少しているが、牛乳の好きな人はどんな人であるか見てみよう。

牛乳は、どの年齢にも好まれており、年齢による差はあまり大きくない。強いて言えば、男女とも60才以上で牛乳を好きな人が多いが、男性は20代で、女性は10代で好きな人が少ない。

時系列でみると、女性60才以上で好きな率が上がったが、男性20代では好きな率が下がっている。若い男性にも、もっと好かれる牛乳にするには、どうしたらいいか、工夫が必要であろう。

図I-5 牛乳の好き嫌い



表I-1 牛乳を好きな人 (%)

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

3. 牛乳のイメージ

1) 飲み物を選ぶときの重視点

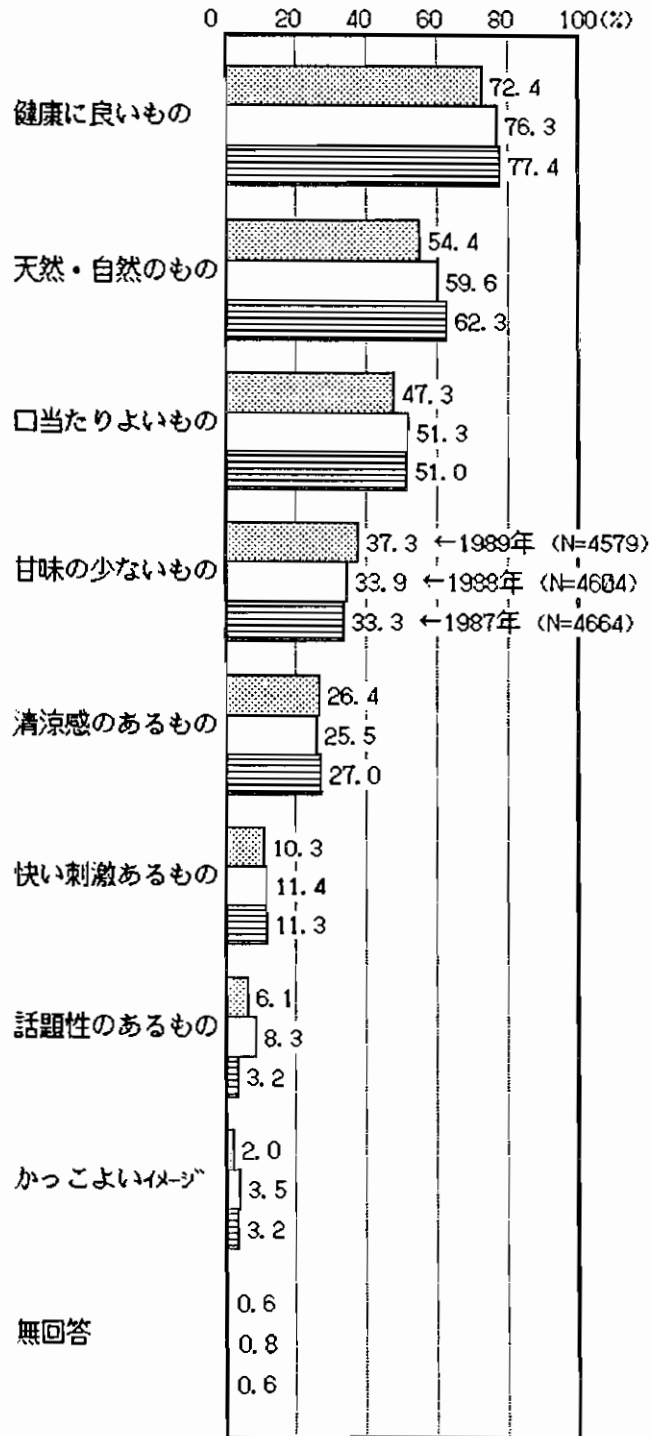
一般的に、人々は飲み物を選ぶときは、どんなことを重視しているのでしょうか。

飲み物を選ぶときの重視点として、8項目をあげて聞いたところ、「健康によいもの」が72%と最も多く、次いで「天然のもの・自然のもの」54%、「口当たりよいもの」47%の順である。

時系列でみると、順序は過去2回と全く同じであり、「ナチュラル&ヘルシー」志向が、相変わらず強いが、その割合がやや下がっている。特に男性で、その傾向がみられる。これに代わって、「甘味の少ないもの」が高くなっており、これは男女とも30代で高く、中高年層のカロリーに対する気づかいがうかがわれる。

なお、年齢別の特徴としては、過去2回と同様、年齢が高くなるほど、「健康」「天然・自然」を重視して選んでいるのに対し、年齢の若い人ほど「快い刺激」「清涼感」「口当たり」「話題性」「カッコよいイメージ」などのものを求めている傾向がみられる。

図I-6 飲み物選択時の重視点



表I-2 飲み物を選ぶ時の重視点

(%)

		健康によいもの			天然のもの 自然のもの			宣伝など話題性 あるもの			カッコよいイメージ のあるもの		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
男 性	10代	55.0	52.9	43.9	29.7	32.2	21.6	23.3	23.2	16.2	13.3	14.6	11.8
	20代	66.4	56.9	55.1	44.7	36.5	34.3	10.5	15.4	13.5	6.1	8.0	4.4
	30代	69.2	73.3	70.2	57.5	60.1	50.8	4.5	4.8	5.9	2.6	1.7	0.8
	40代	76.2	77.6	71.2	63.7	57.8	52.6	3.3	8.2	1.9	0.8	2.9	1.2
	50代	87.0	82.2	78.6	72.7	64.3	59.9	3.2	3.2	1.5	0.5	0.9	-
	60才以上	89.4	87.1	81.8	71.1	69.4	60.9	2.0	2.5	2.7	1.7	0.3	0.3
女 性	10代	50.9	50.7	46.9	37.5	36.6	34.4	23.4	28.2	20.2	11.9	12.8	7.3
	20代	71.9	72.0	69.4	55.4	57.1	49.9	7.7	8.4	10.8	1.5	2.1	1.2
	30代	84.2	85.6	78.3	71.4	68.6	62.3	3.2	4.3	3.5	1.5	2.2	0.6
	40代	86.5	86.1	81.9	75.2	71.6	66.9	4.2	3.6	2.4	1.6	1.0	0.7
	50代	91.5	88.1	85.3	77.3	74.9	71.1	2.4	4.5	2.3	1.1	0.5	0.8
	60才以上	88.4	84.7	86.0	73.6	65.6	65.2	2.1	4.1	1.3	0.3	0.3	-

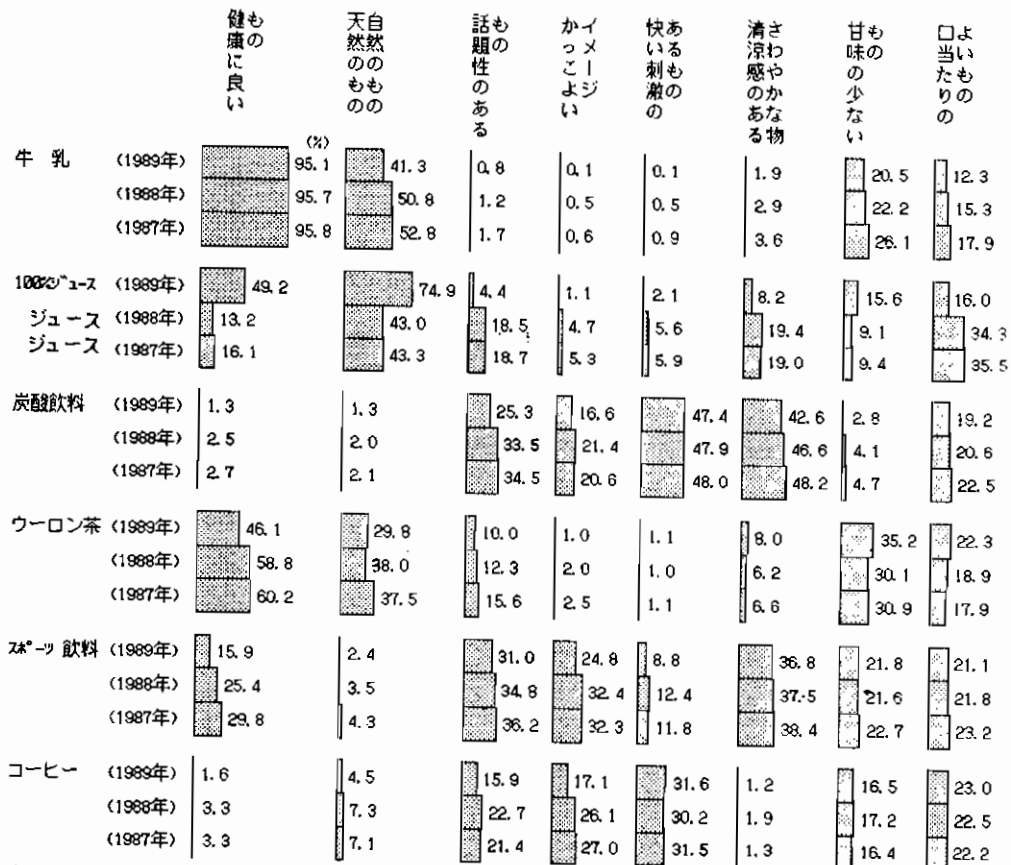
		快い刺激のあるもの			清涼感のある さわやかなもの			甘味の少ないもの			口当たりのよいもの		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
男 性	10代	16.0	22.6	19.9	47.0	44.3	51.0	16.3	18.8	20.3	62.7	59.2	61.1
	20代	20.0	22.1	20.4	40.7	40.5	44.2	24.7	28.8	28.5	57.6	59.9	56.6
	30代	14.6	15.6	18.8	35.1	29.8	28.5	33.4	26.2	37.4	54.4	56.7	50.3
	40代	15.6	13.2	12.3	23.8	20.8	30.9	33.9	30.6	35.8	50.0	57.0	48.8
	50代	10.0	12.9	9.9	22.2	23.7	18.7	33.2	36.3	32.5	48.6	47.1	45.8
	60才以上	8.6	6.2	7.6	25.2	23.6	23.6	28.6	35.7	33.9	44.2	38.2	39.1
女 性	10代	17.8	13.4	10.9	42.5	40.6	43.4	20.6	31.2	34.1	63.1	58.1	60.3
	20代	10.3	10.5	8.2	28.1	24.9	26.7	32.8	40.1	38.6	60.9	57.1	51.8
	30代	7.4	8.8	8.0	20.8	21.3	19.3	39.6	38.8	46.5	49.5	49.7	43.6
	40代	9.1	5.4	6.0	18.3	16.9	16.9	41.7	39.8	41.5	42.1	47.7	41.7
	50代	5.6	7.1	4.4	15.7	16.4	16.3	42.1	40.7	43.9	39.7	40.2	40.3
	60才以上	5.8	5.7	4.3	17.8	15.0	15.9	38.7	30.3	40.4	42.1	47.8	39.1

2) イメージ

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

牛乳は、「健康によい」「天然・自然」「甘味の少ない」イメージが強く、「ナチュラル&ヘルシー」評価が定着している。一方、炭酸飲料は、「快い刺激」「清涼感」「話題性」イメージが強く、若者の好む項目で高い評価を得ている。100%果汁ジュースは前回までは、単に「ジュース」という表記であったが、「果汁100%」と限定したことによって、「ナチュラル&ヘルシー」イメージが強くなった。(つまり、一般消費者のこの2者のイメージは大きく異なっていたわけである。)牛乳の「天然・自然」イメージは、前回に比べわずかに薄らいでおり、果汁100%ジュースのそれは牛乳を大きく上回っている。牛乳は消費拡大のために種類の多様化の方向性は必要であるが、あくまでナチュラルイメージが崩れないよう配慮する必要があるだろう。

図I-7 飲み物のイメージ



牛乳のイメージを性・年齢別にみると、前回までは、女性は男性に比べて「天然・自然」のイメージが強かったが、今回は女性の「天然・自然」イメージが下がり、男女差はなくなった。

表I-2 性・年齢別牛乳のイメージ

(%)

		健康によいもの			天然のもの 自然のもの			甘味の少ないもの			口当りのよいもの		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		95.8	95.7	95.1	52.8	50.8	41.3	26.1	22.2	20.5	17.9	15.3	12.3
男 性	10代	95.3	93.3	93.6	56.7	53.8	41.6	29.0	25.8	22.6	19.7	13.4	12.5
	20代	91.9	96.3	94.2	53.2	51.2	39.8	23.7	20.7	19.7	16.3	17.7	12.0
	30代	94.0	95.0	92.2	51.6	50.5	45.2	22.0	23.6	21.0	15.3	15.9	15.1
	40代	95.9	93.7	96.0	54.9	53.8	41.3	23.2	19.5	20.3	15.8	15.0	12.0
	50代	95.9	94.7	94.3	49.2	41.2	36.4	24.1	18.7	18.4	22.4	14.3	9.6
	60才以上	93.7	96.3	92.7	45.5	46.1	37.9	25.9	21.3	20.9	18.3	17.4	11.8
女 性	10代	95.3	96.6	95.0	55.6	57.7	46.4	26.9	10.5	19.2	19.7	18.8	15.6
	20代	97.0	97.9	98.3	56.9	52.9	46.5	27.9	23.1	21.4	15.9	13.3	13.5
	30代	97.3	97.4	96.8	56.9	55.5	43.8	26.5	27.7	22.6	16.9	15.5	10.8
	40代	97.2	96.2	98.6	52.0	50.9	39.5	28.0	21.1	19.4	18.1	15.5	9.7
	50代	96.5	95.2	94.6	50.1	49.5	38.5	26.1	24.1	21.2	18.9	15.1	12.4
	60才以上	95.9	93.3	92.2	45.2	43.6	37.5	29.5	17.2	18.1	19.5	12.7	14.0
男性 小計		94.5	94.9	93.9	51.8	49.4	40.5	24.4	21.6	20.5	17.9	15.6	12.2
女性 小計		96.7	96.3	96.1	53.5	52.0	41.9	27.4	22.7	20.5	17.9	15.1	12.3

		清涼感のある さわやかなもの			宣伝など話題性 のあるもの			快い刺激のあるもの			かっこよいイメージ のあるもの		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		3.6	2.9	1.9	1.7	1.2	0.8	0.9	0.5	0.1	0.6	0.5	0.1
男 性	10代	6.3	3.8	3.4	2.3	1.3	1.0	1.3	-	0.3	1.0	0.3	0.3
	20代	3.4	3.7	0.7	1.4	2.0	1.1	1.4	1.0	0.4	0.7	1.7	-
	30代	2.9	4.8	1.1	1.4	0.7	0.8	0.5	1.0	-	1.2	1.2	-
	40代	3.6	3.2	2.1	2.2	2.1	0.2	1.6	1.3	0.2	1.4	1.1	-
	50代	3.8	2.0	3.0	2.7	1.5	0.3	1.6	-	-	0.5	0.3	-
	60才以上	5.0	2.5	2.7	0.3	1.1	0.2	1.3	1.1	0.3	0.3	-	0.3
女 性	10代	6.6	8.1	5.0	2.2	0.7	1.3	0.6	0.7	0.7	0.3	-	-
	20代	2.1	1.9	1.4	1.3	1.2	-	0.2	0.2	-	-	-	-
	30代	2.1	1.7	0.7	1.7	0.9	0.4	0.3	0.2	-	0.5	0.5	0.2
	40代	2.4	1.4	0.4	1.8	0.6	1.1	0.8	0.2	-	0.4	0.4	0.4
	50代	4.3	1.3	2.1	1.1	1.9	0.8	0.5	0.5	-	0.3	-	-
	60才以上	4.1	2.9	2.4	2.7	1.0	1.3	1.0	0.3	-	1.7	-	0.3
男性 小計		4.0	3.4	2.2	1.8	1.4	0.8	1.3	0.8	0.2	0.9	0.8	0.1
女性 小計		3.3	2.5	1.7	1.7	1.0	0.8	0.5	0.3	0.1	0.5	0.2	0.2

4. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

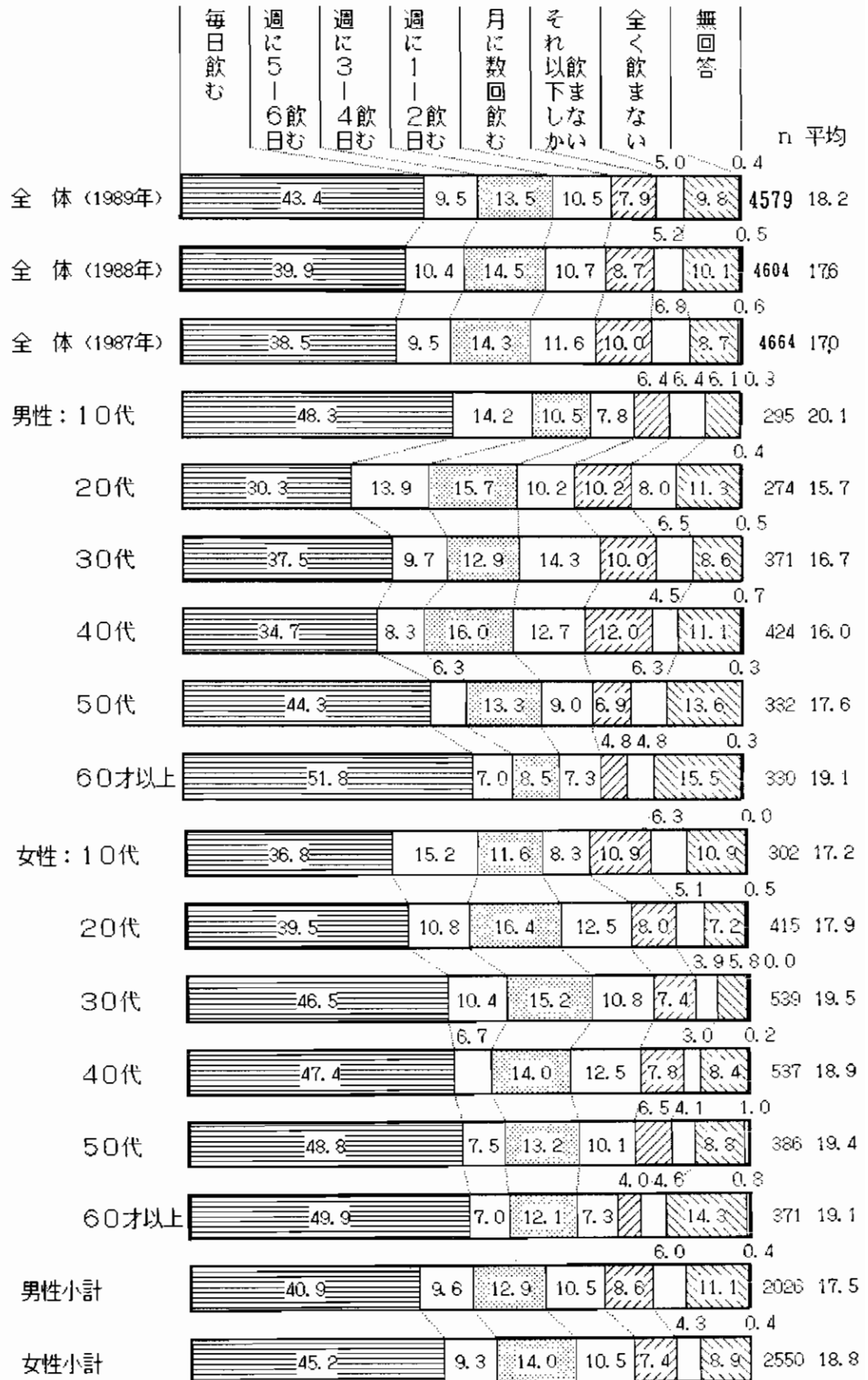
牛乳を毎日飲んでいる人は43%であるのに対し、全く飲まない人は10%である。全体の飲用頻度は、平均すると1カ月(30日間)に18.2日飲んでいる計算になる。前回に比べ、毎日飲む人の割合が3%増えており、平均日数も、0.6日増加している。このことから、飲用頻度は毎年順調に伸びているといえるだろう。

性・年齢別にみると、男性では、もともと平均飲用頻度が高い10代と、最も飲用頻度が低い20代で、頻度の伸びがみられ、若年層で頻繁に飲まれるようになってきている。これに対し、女性では、30代及び50代以上の高齢層の頻度が伸びてきている。

表I-4 性・年齢別牛乳を飲む頻度(単位 回/月)

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

図I-8 牛乳を飲む頻度



2) 牛乳の飲用量

牛乳の1日当たりの平均飲用量は、13才以上では135mlで、前回の127mlより8ml増加した。前回と前々回の伸びが6mlであることより、順調に伸びていると言えよう。

性別にみると、男性が平均130mlから136mlへと5%の増であったのに対し、女性は平均125mlから133mlへと6%の増となり、今回は男性より、女性の飲用量の伸びがやや大きい。

乳児期からの牛乳の飲用量の変化をみると、男女とも前回、前々回とほぼ同様の傾向を示し、子ども時代は1日200ml以上飲んでいるが、学生から社会人になるに従って、飲用量が減り、男性で110ml前後、女性で130ml位を維持するというプロフィールとなっている。

時系列で変化を追ってみると、男性では小学校5年生から19才で、女性では小学校5年生から14才にかけて、飲用量が増加している。男女とも、この年齢は、牛乳の飲用量が急激に低下する時期であるが、その時期の飲用量の増加が見られるという点で注目できる。また、男性の55才～69才でも130ml以上を維持するようになった点にも注目できる。

次に、職業別に牛乳平均飲用量をみると、やはり学生が174mlと圧倒的に多く、前回より5%増えている。次いで主婦の飲用量が145mlと多いが、これは前回比12%のアップである。また、商工サービス業も年々飲用量が伸び、140mlを超えている。一方、管理職は前々回は平均飲用量の高い職業であったが、今回は平均107mlと最低である。ストレス等の多い管理職の人こそ、牛乳を飲んでもらいたいものだ。

地域別にみると、今回は四国(166ml)北海道(150ml)、近畿(146ml)の順に多く、前回に比べ、特に四国の伸びが大きい。

都市規模別では、人口15万人以上の都市で最も多く、次いで12大都市で多く飲まれている。伸び率では、5万未満の都市で19%、12大都市で15%と高い点に注目できる。大都市の傾向が徐々に周辺に波及しているようだ。

図 I - 9 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (男性)

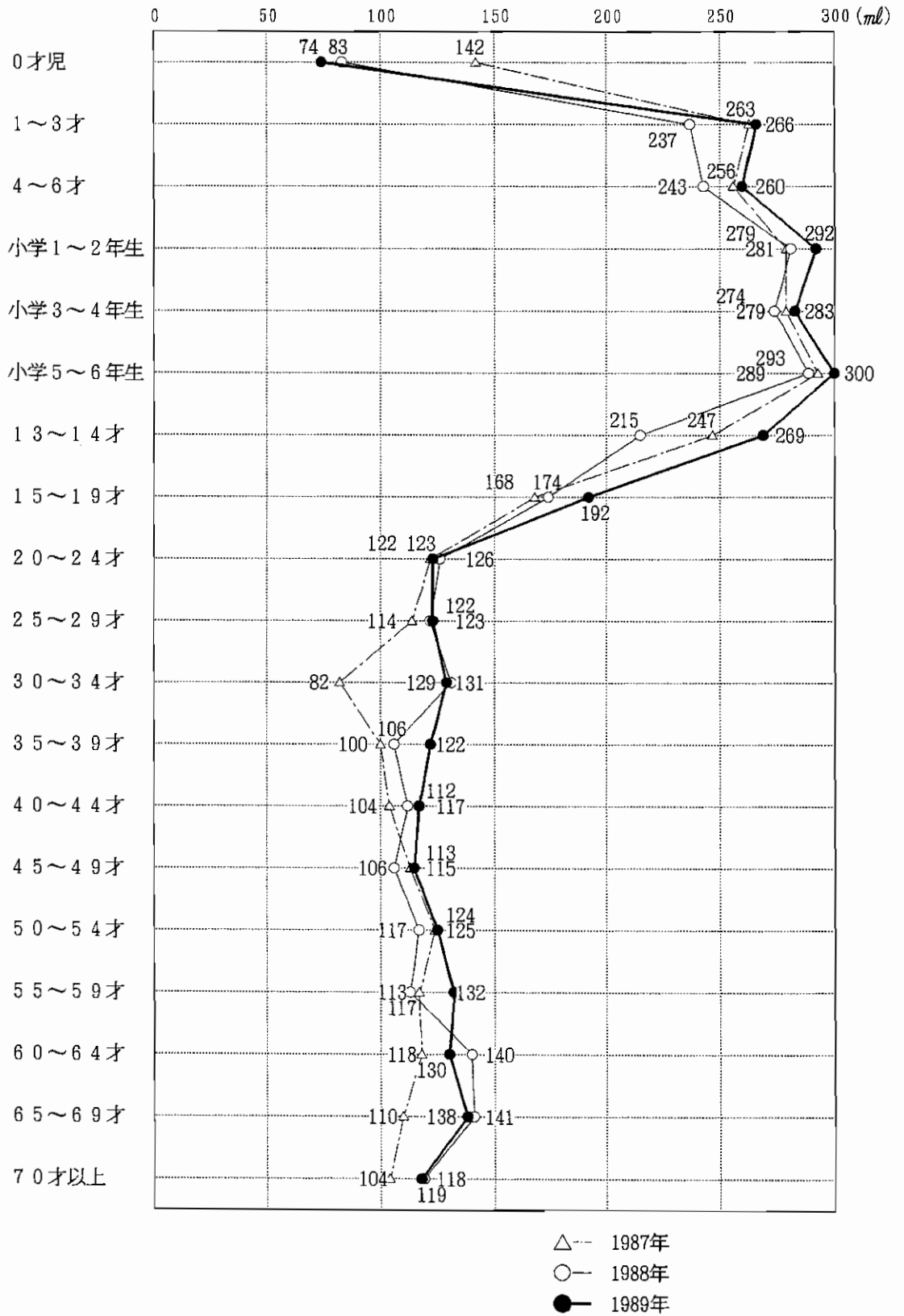
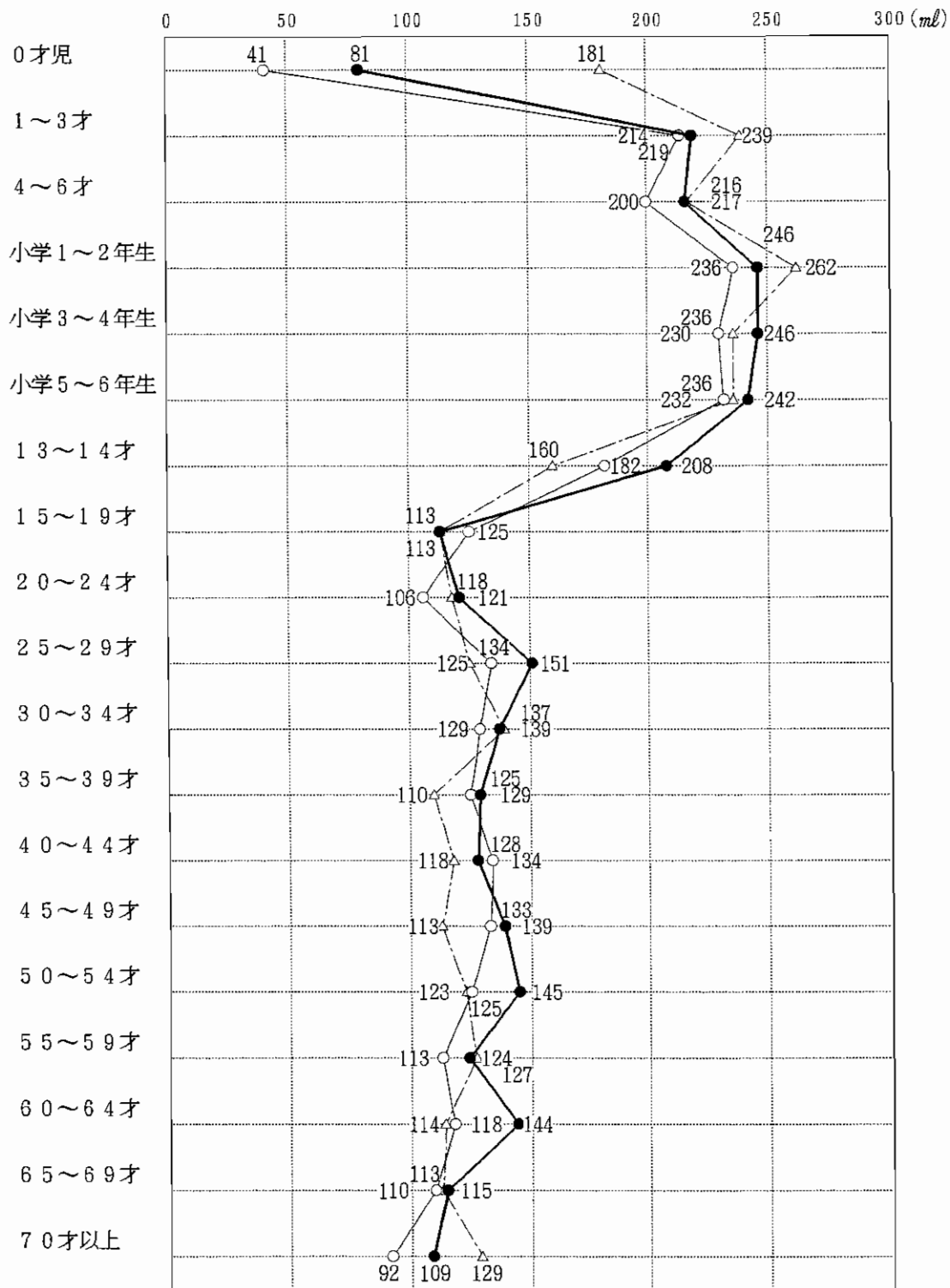
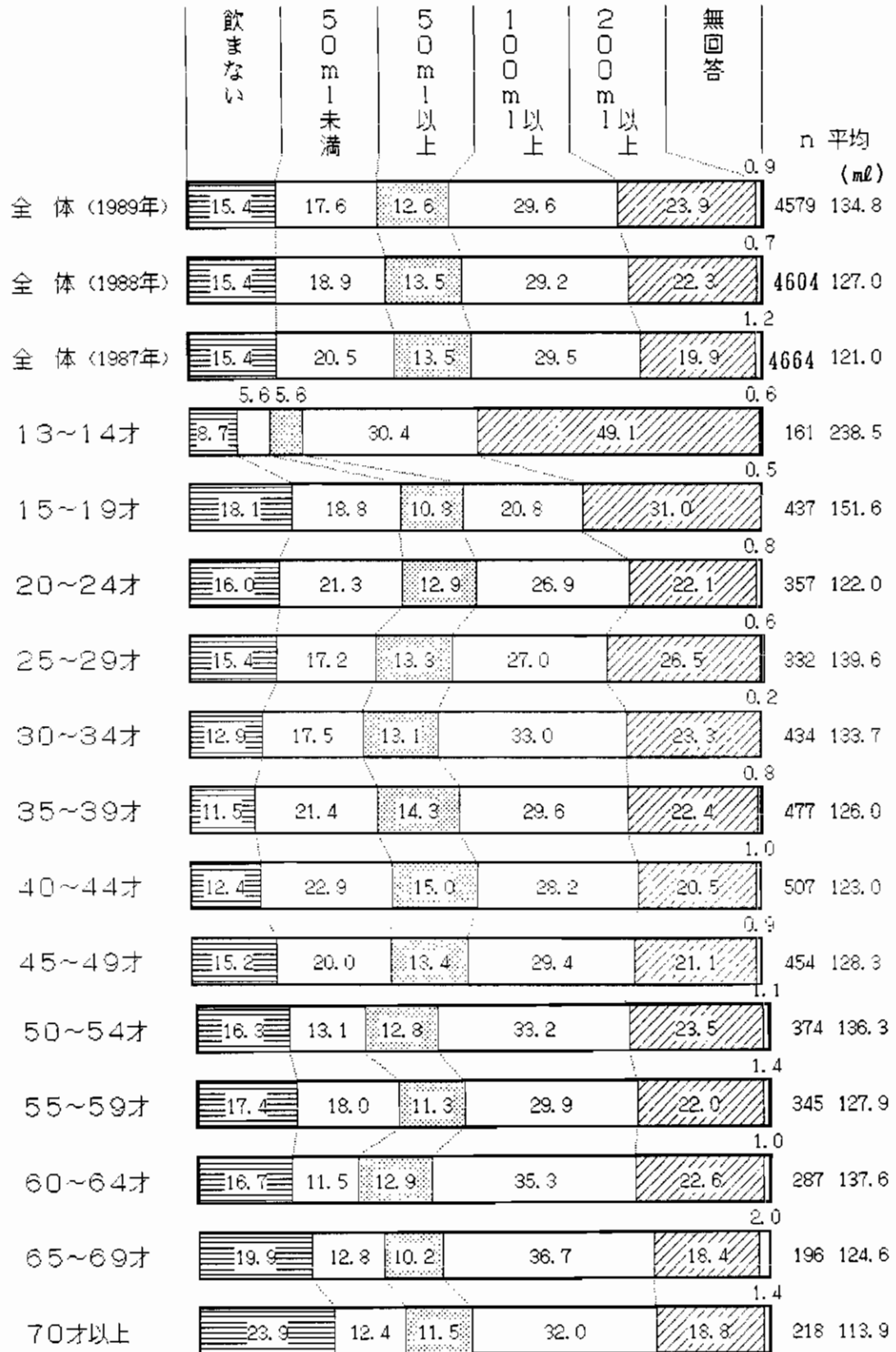


図 I - 10 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (女性)

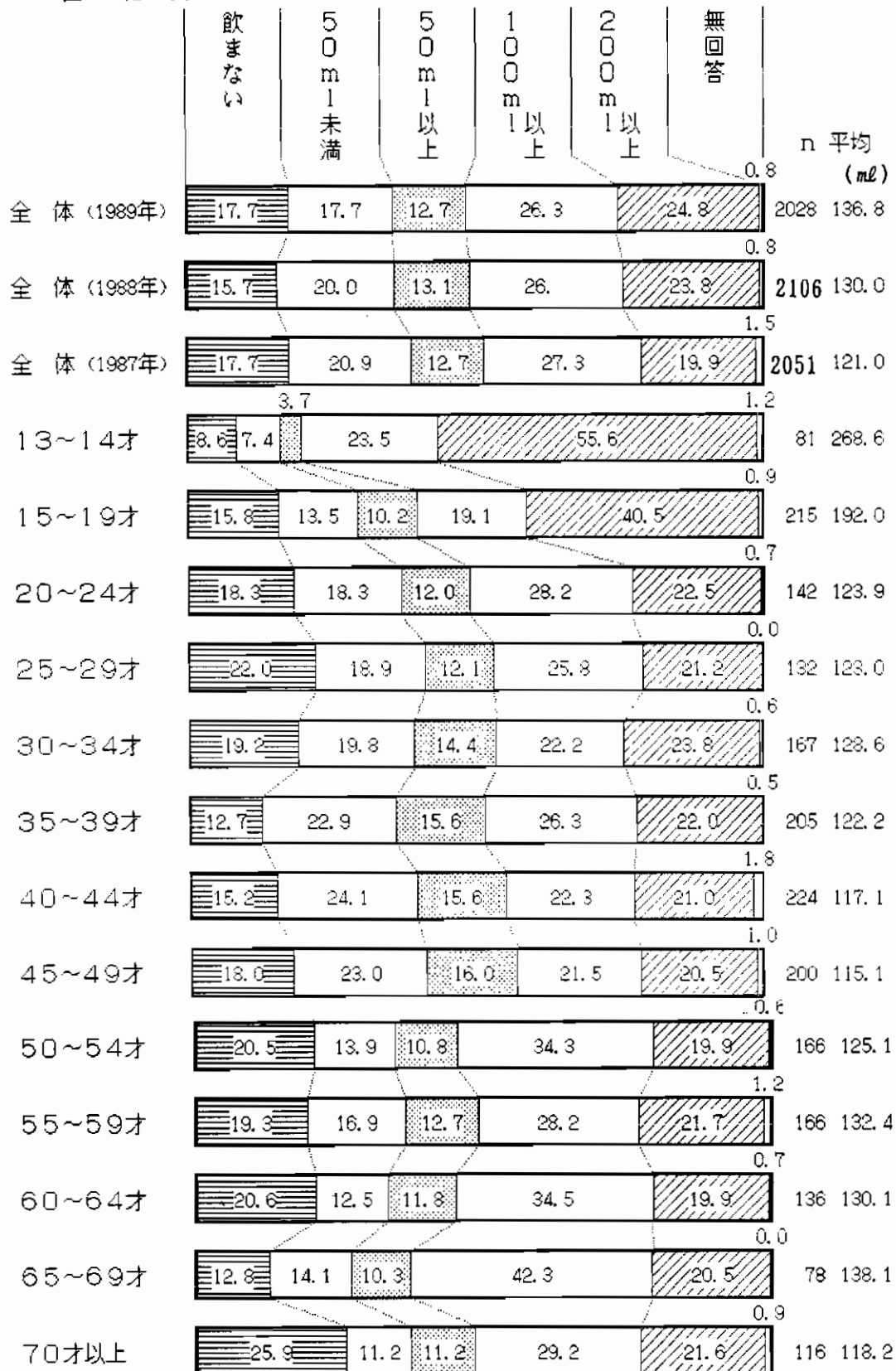


△-- 1987年
○-- 1988年
●-- 1989年

図I-11 牛乳の1日の当たりの平均飲用量(全体)



図I-12 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (男性)



図I-13 牛乳の1日の当たりの平均飲用量（女性）

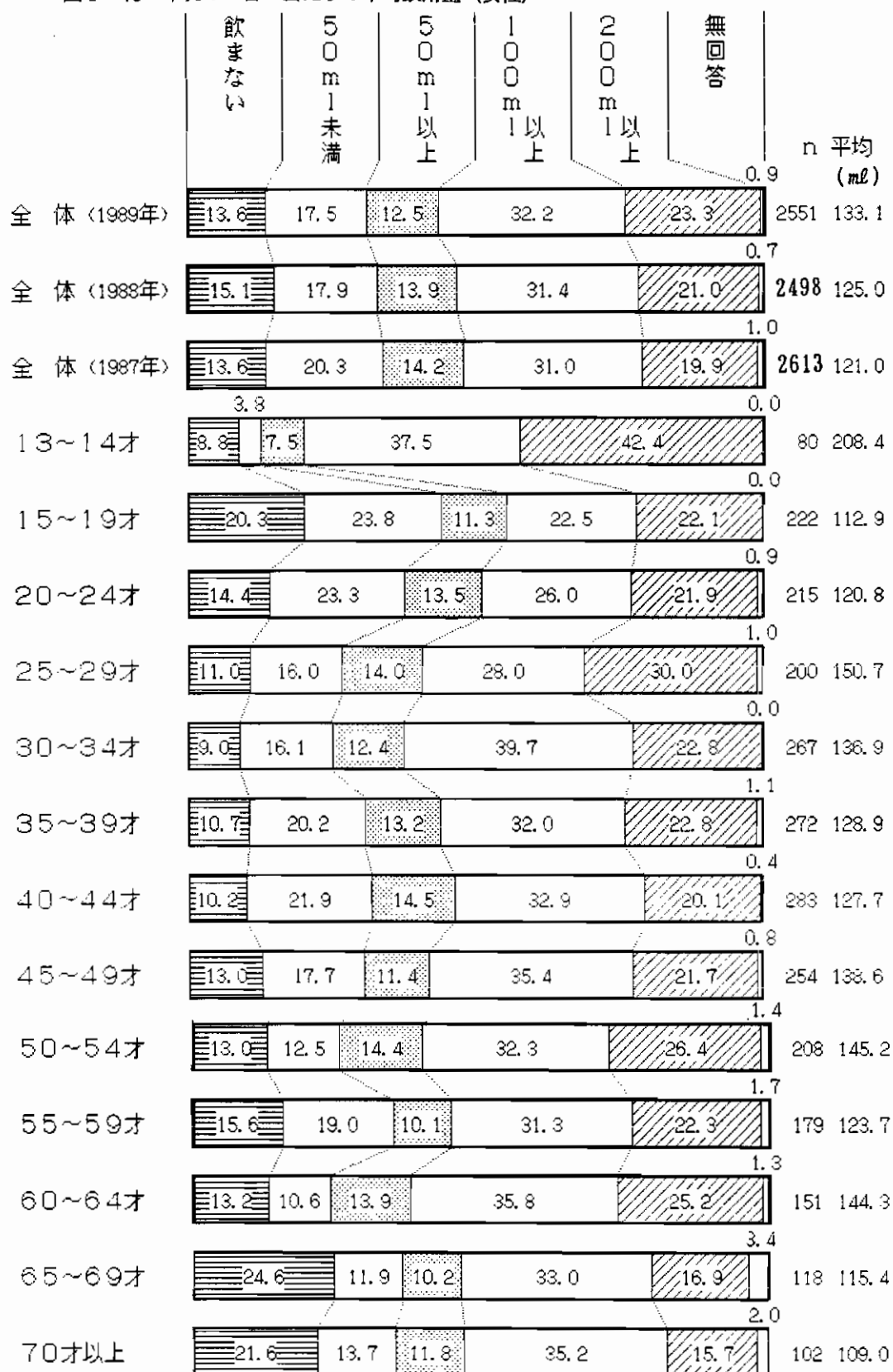
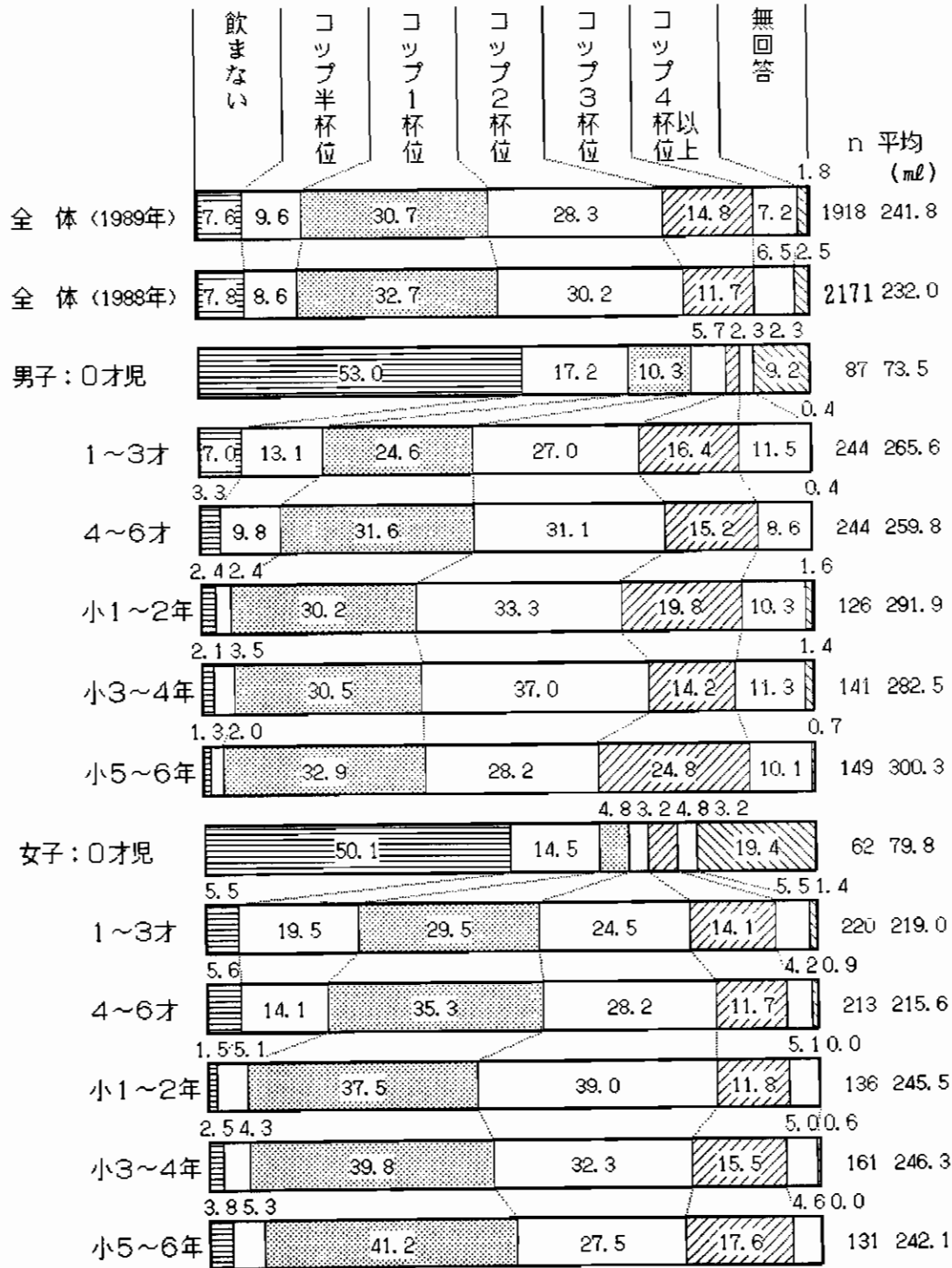


図1-14 牛乳の1日の当たりの平均飲用量 (子供)



※ なお、この飲用量の算出は、牛乳の飲用頻度×1日当たりの飲用量 (コップでの杯数)×140ml (コップ1杯の量)で行っている。
 ※ また、乳幼児の飲用量の平均の算出方法は前々回は「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、前回から「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。

表 I - 5 職業別 1 日当たりの平均飲用量 (単位 ml)

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

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

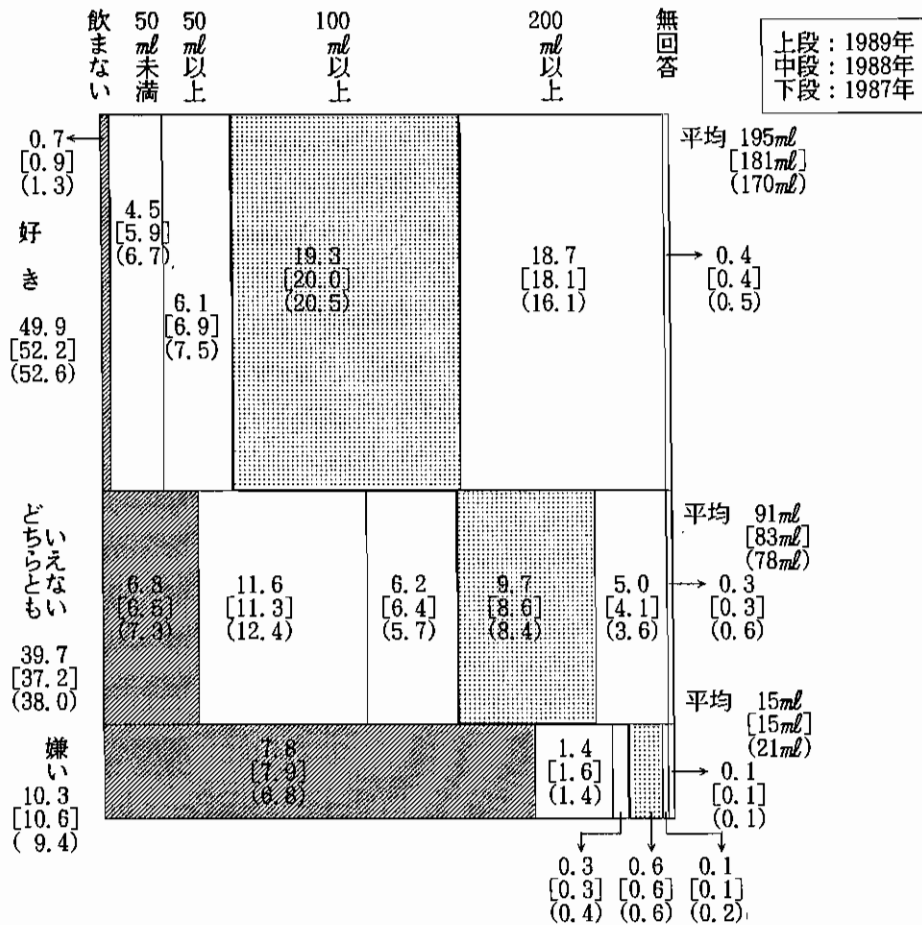
牛乳の好き嫌いとう飲用量の関係をみたものが下図である。

牛乳の好きな人は50%、どちらともいえない人が40%で、はっきり嫌いだという人は10%に過ぎない。

全体の比率からいうと、牛乳が好きなのに飲まない人は1%、どちらともいえないで飲まない人が7%、嫌いで飲まない人は8%で、あわせて16%が非飲用者である。これは、前回・前々回と変わらない。

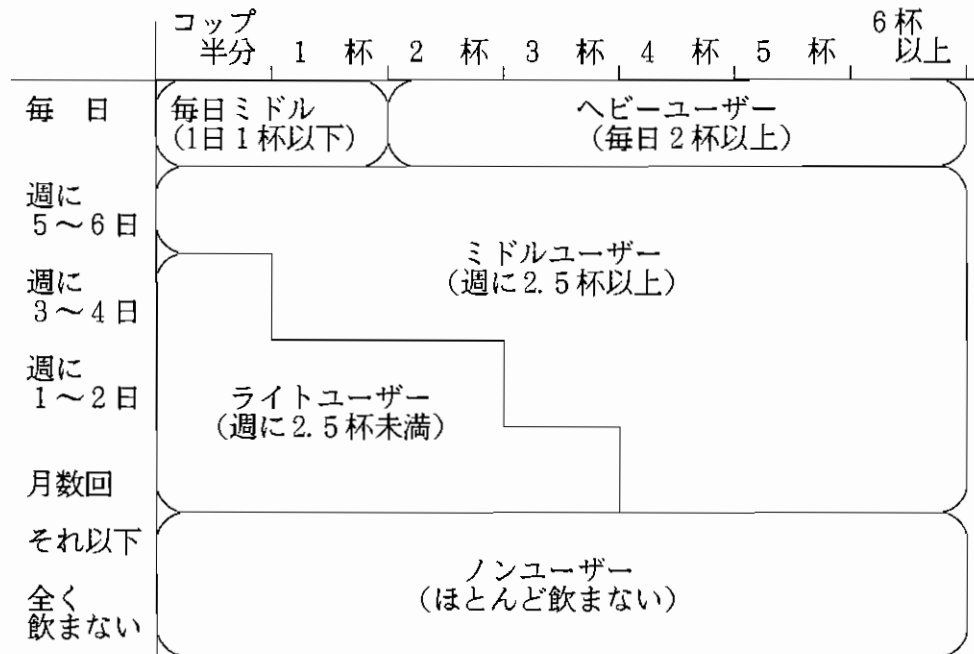
牛乳が好きであるにもかかわらず、1日当たり100ml以下しか飲まない層は全体の11%で、前回(13%)、前々回(14%)より少なくなっている。このため、牛乳を好きな人の平均飲用量は195mlと、前回より8%も多くなった。また、牛乳を好きでも嫌いでもない人の平均飲用量も、前回より10%伸びており、牛乳普及の効果が徐々に表れている。

図1-15 牛乳の飲用量と好き嫌い



牛乳の飲用量と飲用頻度から、次のような分類を行った。

図 I-16 分析のための牛乳ユーザー分類



この分類を、今後分析の軸として、用いていくものとする。

5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

1) 現在の健康状態

現在の健康状態と牛乳の飲用量の関係をみると、健康状態の良い人ほど牛乳をたくさん飲み、良くない人はあまり飲まない傾向がみられる。平均飲用量を前回と比べると、健康状態が非常によい人の飲用量が大きく伸びているが、そのみならず、よくない人の飲用量も大きく伸びている点に注目できる。

図 I-17 健康状態と牛乳の飲用量

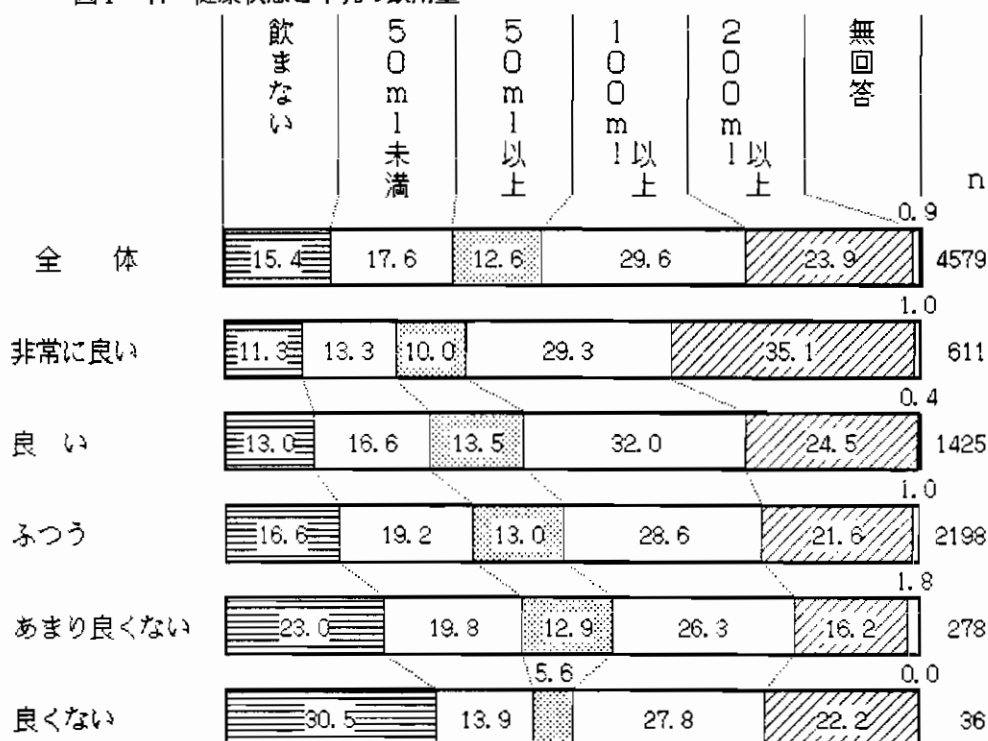


表 I-7 健康状態別 1日あたりの平均飲用量 (単位ml)

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

2) 健康に対する配慮

現在、健康のために注意している点を聞くと、「朝食は必ずとる」「糖分をひかえる」「カロリーのとり過ぎに注意する」「健康診断を定期的に受ける」などが過去2回に比べ増えている。

牛乳の飲用量別にみると、どの項目も、牛乳を飲む人ほど注意している割合が高い。つまり、牛乳を飲むことは健康意識の高さを示すバロメータとなっているといえよう。

表I-8 牛乳の飲用量別健康のために注意している点

(%)

	全 体 (n)			早寝早起きなど 規則正しい生活をする			軽い運動をする			中位の運動をする		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	32.1	32.3	31.4	11.2	11.2	11.6	10.4	8.6	9.1
飲まない	720	707	704	30.0	31.1	28.1	9.9	9.3	9.7	8.6	6.6	7.4
100 ml未満	1588	1492	1382	28.6	30.4	28.3	9.2	9.3	9.6	9.5	7.6	8.3
100 ml以上	1370	1345	1356	36.1	35.1	34.6	13.9	13.3	12.2	11.5	9.7	8.3
200 ml以上	929	1026	1096	33.4	32.1	33.8	11.5	12.7	14.3	11.7	10.2	12.2

	寝たら充分休息する			朝食は必ずとる			カロリーの取りすぎ注意			糖分をひかえる		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	47.7	43.9	48.3	64.1	59.7	67.1	22.4	21.8	26.1	32.2	31.5	34.0
飲まない	45.6	40.9	42.0	55.3	48.9	57.5	17.4	15.0	19.3	28.2	23.6	23.9
100 ml未満	47.8	45.2	48.9	61.2	56.6	61.9	21.2	20.9	23.3	30.1	29.1	29.9
100 ml以上	48.5	44.6	50.1	69.8	67.1	73.0	25.0	23.8	28.9	35.4	36.4	38.6
200 ml以上	47.6	43.8	49.5	67.5	62.7	72.6	25.0	25.4	30.8	34.0	34.2	40.1

	塩分をひかえる			脂肪分をひかえる			ビタミン剤や健康食品を とる			好き嫌いなく何でも食 べる		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	40.1	39.2	39.9	27.8	26.2	24.9	12.7	10.6	13.1	48.3	42.4	48.0
飲まない	33.2	30.0	29.4	22.9	20.8	17.6	9.9	6.2	10.8	32.6	27.3	30.3
100 ml未満	36.7	36.9	35.5	25.6	24.3	21.5	10.9	9.7	11.4	48.3	40.7	45.5
100 ml以上	45.3	46.1	46.5	30.9	28.8	29.1	15.1	12.6	13.3	52.6	47.9	54.6
200 ml以上	43.5	40.5	44.1	30.2	29.6	29.1	14.3	12.2	16.3	54.3	48.4	54.1

	朝晩必ず歯磨きをする			健康診断を定期的に受ける			健康に良い事はまめにやる			食物中の農薬人工添加物 注意		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	49.1	42.1	49.9	23.9	22.8	27.6	8.8	8.4	9.7	27.3	23.5	25.4
飲まない	41.0	32.0	42.2	19.7	19.1	25.0	6.0	5.5	6.3	18.5	13.7	15.8
100 ml未満	46.7	37.7	44.9	21.7	21.0	23.7	7.4	7.0	7.6	24.8	18.7	21.9
100 ml以上	52.3	49.2	54.4	28.7	27.7	31.2	10.0	9.7	11.1	32.9	29.0	28.7
200 ml以上	54.9	46.4	56.2	24.0	21.6	29.3	11.6	10.8	12.9	30.0	27.9	31.9

	健康に関する記事等を見る			その他			特になし		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	24.0	20.8	22.0	1.5	1.0	1.3	1.7	7.3	5.1
飲まない	18.1	15.1	15.6	2.8	0.4	1.7	2.1	14.7	11.4
100 ml未満	21.9	18.3	18.9	0.9	1.1	1.4	1.9	7.0	5.3
100 ml以上	27.5	24.7	25.1	1.4	1.0	1.0	1.4	4.0	3.0
200 ml以上	27.2	23.4	26.4	1.8	1.2	1.1	1.2	6.0	3.6

3) アルコールやたばこと牛乳

アルコールやたばこと牛乳の飲用量との関係を見ると、アルコールやたばこを飲む人ほど牛乳を飲まない傾向がみられる。平均飲用量を時系列で見ると、アルコールやたばこを飲まない人の飲用量の伸びは、10%以上と高いが、煙草を前には吸っていたが、現在は吸わない人の飲用量の伸びも8%と大きい。この層の人は健康意識から、たばこを止めたのではないだろうか。

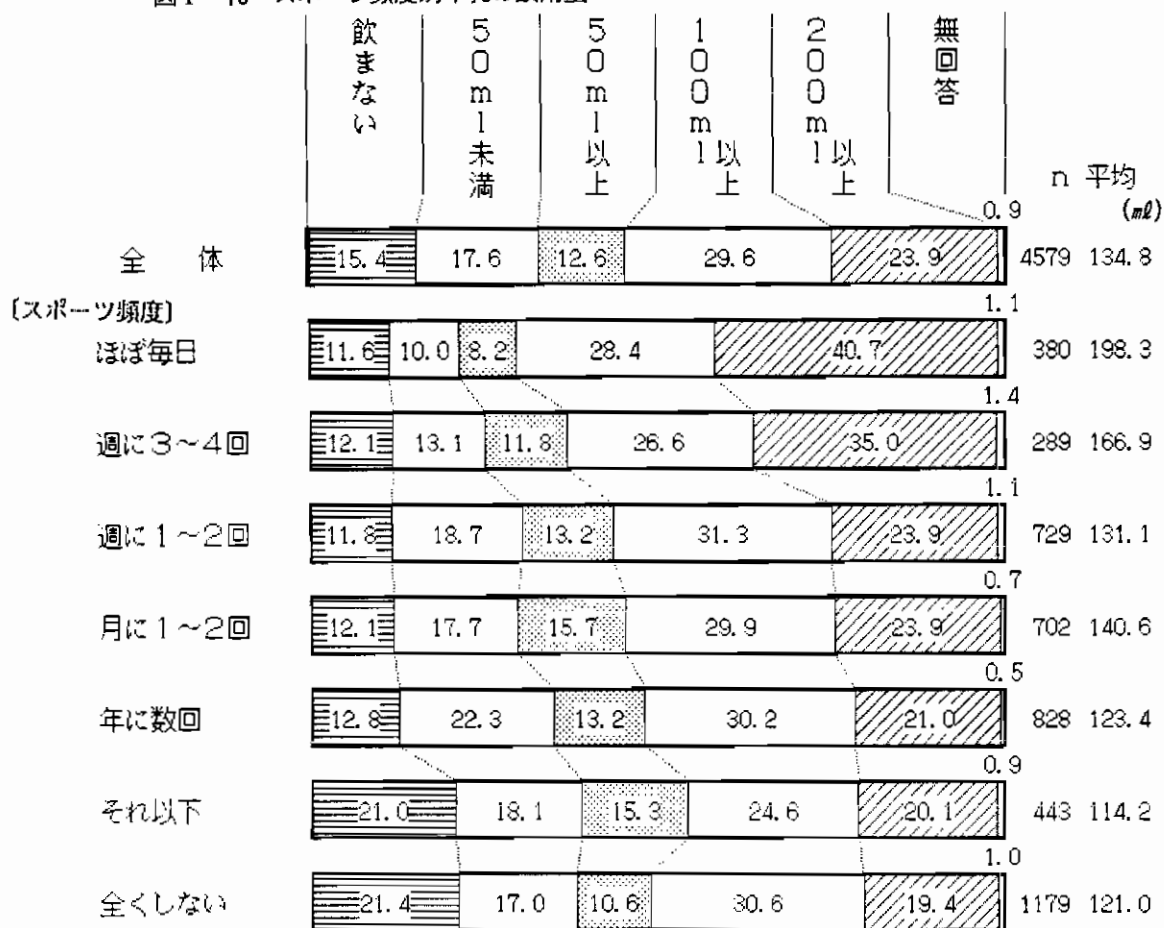
表I-9 アルコール飲用頻度別・喫煙の有無別
牛乳平均飲用量 (単位:ml) (20才以上)

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

4) スポーツと牛乳

スポーツをしている頻度と牛乳の飲用量との関係を見ると、スポーツを頻繁に行っている人ほど、牛乳の飲用量が多い。単に牛乳を飲むだけでなく、スポーツも行うことで、より健康に過ごせることをアピールしていくとよいだろう。

図 I-18 スポーツ頻度別牛乳の飲用量



6. 牛乳を飲む理由と飲用場面

1) 牛乳を飲む理由

牛乳を飲む理由は「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した答えが多い。時系列で比較してみても、この順位は3年間維持している。特に「カルシウムがあるから」は年々上昇しており、重要度が増していると言えよう。反対に、「好きだから」「おいしいから」という感性面での答えや、「水の代わりに」「習慣で」も前回より増加は見られず、前々回より低い数値を保っている。

飲用量の差からみると、ヘビーユーザーほど複数の理由に回答しており、飲用量が少なくなるほど「栄養」「カルシウム」や「常備してある」などの理由に集中している。「カルシウムがある」はミドルユーザー及びヘビーユーザーで、回答の割合が年々高くなっており、牛乳の知識の普及が飲用量を引き上げているといえるだろう。

性・年齢別にみると、高齢層ほど「栄養がある」「カルシウムがある」など、栄養面を考えて飲む人が多い。特に、男性は高齢層でこの傾向が強くなっており、女性は20代以上で「カルシウムがある」の伸び率が顕著である。若年層ほど「好きだから」「おいしいから」といった、感性的理由が多くみられ、この傾向は今回も維持している。

図1-19 牛乳を飲む理由

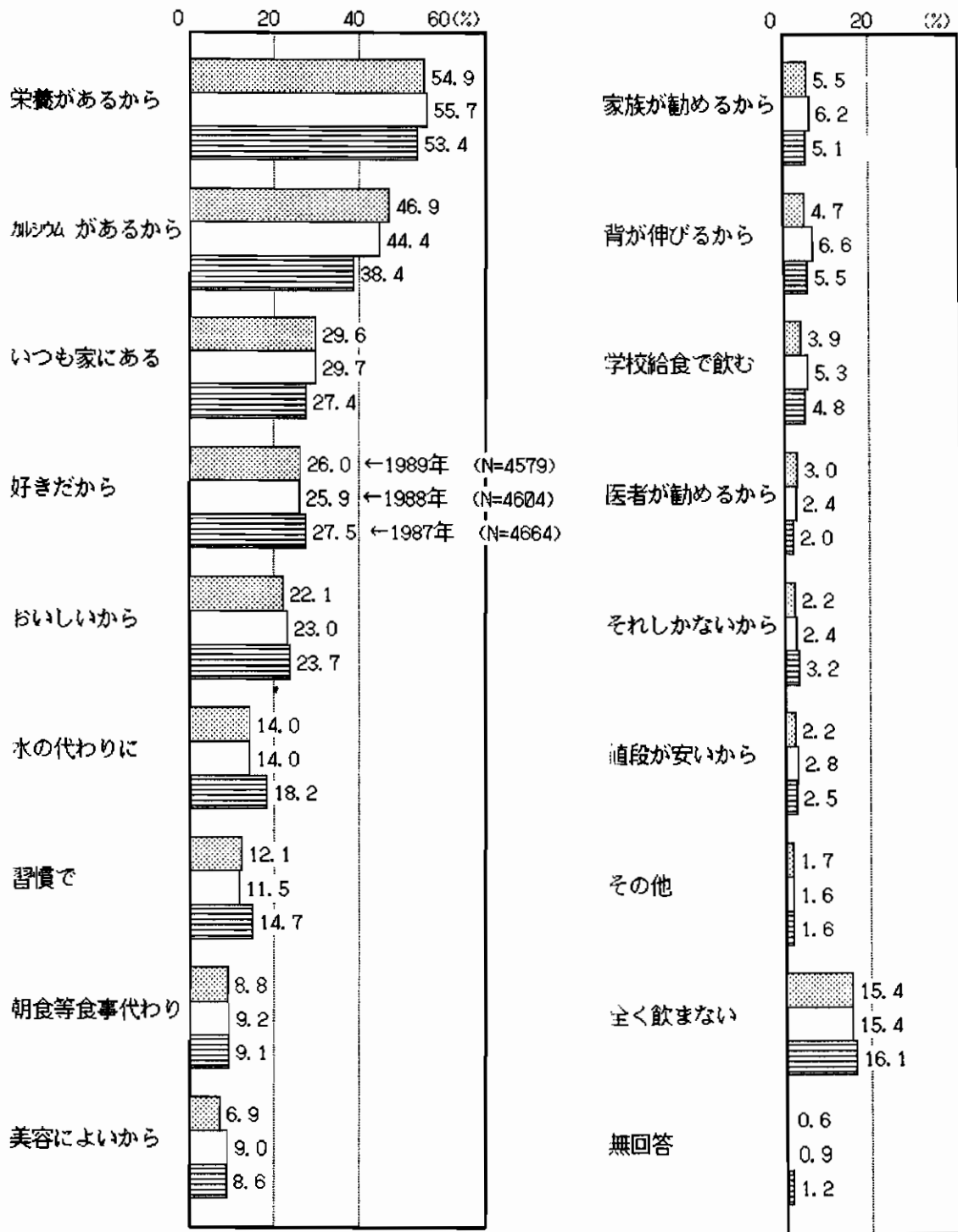


図 I - 20 牛乳飲用量別牛乳を飲む理由

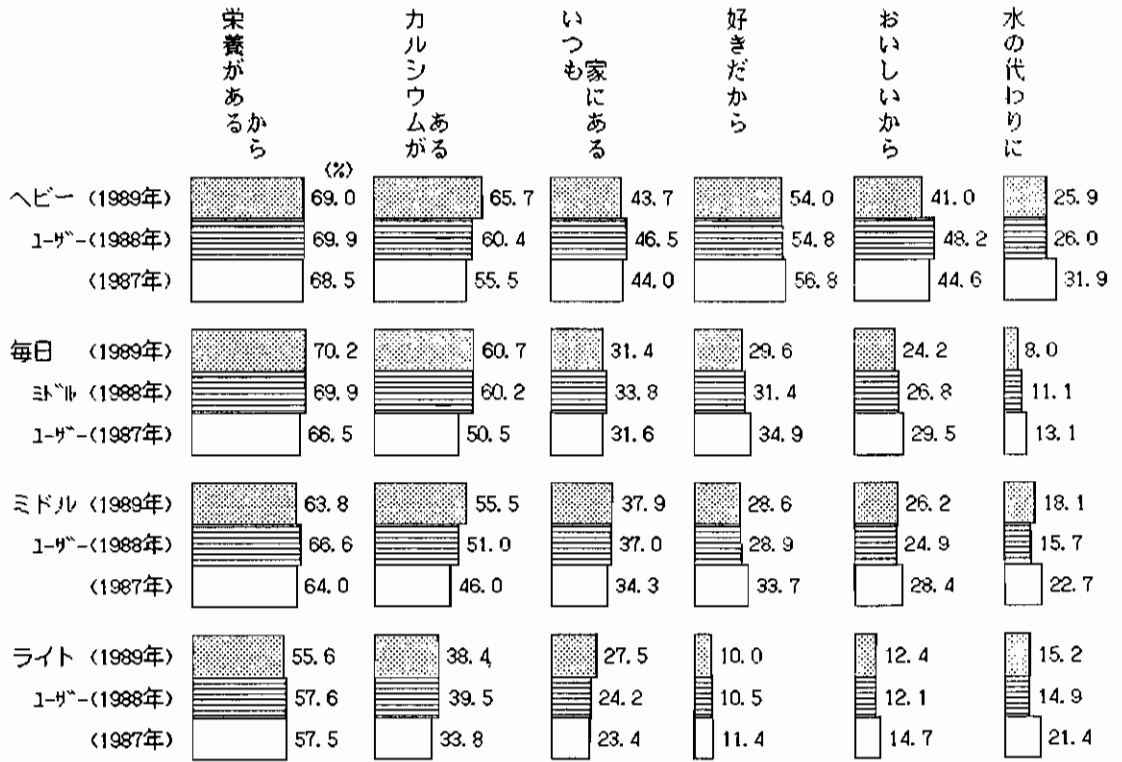


表1-10 性・年齢別牛乳を飲む理由

(%)

年次		全 体 (n)			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		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4664	4604	4579	53.4	55.7	54.0	38.4	44.4	46.0	27.4	20.7	29.6
男 性	10代	300	314	296	48.0	44.9	40.5	32.0	36.9	33.1	31.4	38.5	39.5
	20代	295	299	274	43.0	44.8	48.9	30.8	37.8	39.1	31.5	30.1	31.8
	30代	419	416	372	47.7	55.5	53.5	30.1	39.2	40.1	26.7	33.9	35.8
	40代	366	379	424	55.5	55.4	55.2	30.0	40.9	38.0	27.1	30.3	30.2
	50代	370	342	332	56.2	59.1	54.2	34.0	40.9	40.1	28.7	28.0	30.7
	60才以上	301	356	330	57.2	58.7	60.0	30.5	43.3	47.9	16.2	26.4	27.0
女 性	10代	320	298	302	43.1	45.0	37.4	29.7	32.6	34.4	32.8	36.2	32.8
	20代	466	429	415	50.9	57.1	54.7	41.8	46.2	50.6	27.5	29.8	28.7
	30代	664	582	539	60.1	60.5	61.0	45.0	50.7	55.3	31.0	32.3	32.3
	40代	496	497	537	56.9	64.0	63.9	48.6	49.9	56.4	27.0	27.6	26.8
	50代	375	378	387	56.2	55.3	57.4	45.9	54.8	59.2	23.7	24.3	20.7
	60才以上	292	314	371	58.2	57.3	57.4	42.1	49.7	52.8	21.9	19.1	22.4
男性 小計	2051	2106	2028	51.4	53.5	52.5	32.6	39.9	39.7	27.0	31.0	32.3	
女性 小計	2613	2498	2551	55.0	57.6	56.7	43.1	48.1	52.5	27.8	28.5	27.4	

年次		好きだから			おいしいから			水の代わりに			習慣で		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		27.5	25.0	26.0	23.7	23.0	22.1	18.2	14.0	14.0	14.7	11.5	12.1
男 性	10代	33.0	28.0	31.4	29.3	24.2	22.0	20.0	10.4	19.3	24.3	16.9	20.3
	20代	31.5	27.1	26.3	27.1	25.4	21.9	21.4	19.1	15.3	17.6	12.0	14.2
	30代	23.4	27.2	25.0	20.6	23.6	26.9	22.2	18.5	16.7	12.4	11.5	11.3
	40代	24.3	25.6	22.9	21.9	21.6	20.0	21.3	15.8	13.7	12.6	8.2	9.9
	50代	24.6	21.6	24.1	18.0	18.7	18.4	19.0	14.0	11.7	13.3	9.9	9.0
	60才以上	25.2	27.5	23.0	16.3	21.6	16.1	10.0	9.8	11.5	11.9	11.0	8.8
女 性	10代	30.6	28.9	31.1	29.7	27.2	26.6	18.5	14.4	14.6	18.7	16.4	17.5
	20代	36.9	31.9	34.7	31.8	29.8	27.2	17.2	11.0	13.5	14.8	14.9	15.2
	30代	27.0	25.8	27.1	25.0	24.7	27.6	21.1	17.2	15.6	14.0	11.0	13.5
	40代	25.4	24.5	22.5	21.4	21.7	20.5	18.1	14.1	13.8	12.5	0.5	11.5
	50代	23.7	22.8	22.5	23.5	18.3	10.1	14.4	8.5	14.5	11.4	9.5	7.0
	60才以上	24.7	10.4	23.2	17.8	18.2	16.2	11.3	4.8	8.4	15.4	2.2	9.7
男性 小計	26.7	26.2	25.2	22.1	22.5	20.9	19.2	16.0	14.6	15.0	11.4	11.9	
女性 小計	28.1	25.7	26.6	25.1	23.5	23.0	17.4	12.3	13.5	14.5	11.6	12.3	

年次		朝食など食事代わりに			美容によいから			背が伸びるから			家族が勧めるから		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		0.1	0.2	8.8	8.6	0.0	6.0	5.5	0.0	4.7	5.1	0.2	5.5
男 性	10代	0.0	5.4	3.7	0.4	3.2	1.7	30.0	34.4	27.0	10.7	11.5	13.2
	20代	12.2	7.7	15.0	3.7	4.7	2.6	5.7	6.0	4.4	3.7	8.4	5.1
	30代	8.3	10.8	7.8	3.6	3.8	3.5	1.0	2.9	1.1	7.4	0.1	7.0
	40代	7.1	11.3	10.1	4.0	6.1	4.0	3.8	3.7	2.4	6.6	8.7	7.5
	50代	9.7	7.6	7.8	2.7	4.1	3.0	1.3	1.5	1.2	8.1	6.4	6.9
	60才以上	6.0	9.3	9.4	3.0	3.9	2.7	0.6	2.8	1.5	5.0	6.7	6.4
女 性	10代	8.7	8.4	7.0	15.6	17.4	14.2	21.0	24.5	17.2	6.9	9.7	6.6
	20代	11.1	14.2	12.0	15.3	18.2	15.2	1.9	2.8	1.9	3.5	4.4	3.9
	30代	9.6	8.1	9.1	12.8	14.3	8.3	2.7	4.3	2.4	2.7	2.6	1.9
	40代	10.1	8.2	8.0	13.1	13.5	9.3	3.2	3.8	3.5	2.4	2.6	3.4
	50代	6.1	8.7	9.3	12.3	6.3	10.1	0.8	1.3	1.6	2.6	2.4	3.9
	60才以上	11.3	8.9	5.7	7.5	5.7	4.0	2.0	1.3	0.3	5.5	6.7	4.6
男性 小計	8.6	8.0	8.9	3.1	4.3	3.0	6.6	7.9	5.7	7.0	8.5	7.6	
女性 小計	9.6	9.4	8.6	13.0	12.9	10.0	4.5	5.5	3.0	3.8	4.2	3.8	

表I-10(つづき)

(%)

年次		学校給食で飲むから			値段が安いから			医者が働めるから			それしか飲物がないから		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		4.8	5.3	3.9	2.5	2.8	2.2	2.0	2.4	3.0	3.2	2.4	2.2
男性	10代	22.0	21.3	14.9	1.0	1.3	0.7	0.4	0.3	-	6.0	8.3	5.7
	20代	1.7	2.0	-	2.0	2.0	2.6	-	1.3	-	4.7	3.0	2.9
	30代	2.2	2.4	1.9	2.3	3.8	1.9	1.5	1.2	1.1	4.8	2.9	4.0
	40代	1.4	3.4	2.8	3.0	3.7	2.6	1.4	2.9	2.1	2.7	2.6	1.4
	50代	1.3	4.7	0.3	4.0	2.3	1.5	3.2	2.9	5.1	1.6	0.6	0.9
	60才以上	0.6	2.0	1.2	1.7	5.3	3.6	4.7	6.2	6.4	1.0	1.7	-
女性	10代	22.8	20.5	20.9	0.3	1.7	1.7	-	0.3	0.7	5.6	4.4	2.6
	20代	1.0	2.1	1.9	1.5	2.3	1.0	1.5	0.7	1.0	4.0	2.8	3.6
	30代	4.3	5.3	3.9	3.0	2.4	2.0	0.8	1.0	2.0	3.8	1.4	2.4
	40代	3.2	3.4	2.4	2.6	2.4	1.7	1.0	2.6	2.2	1.6	1.4	2.2
	50代	1.4	1.3	1.3	3.5	3.4	3.6	4.0	3.4	5.4	1.4	1.3	0.8
	60才以上	0.7	0.6	-	4.1	2.5	3.2	7.5	6.7	10.0	1.4	-	0.5
男性 小計		4.5	5.7	3.4	2.4	3.2	2.2	1.9	2.5	2.5	3.4	3.1	2.4
女性 小計		5.0	5.0	4.3	2.5	2.5	2.2	2.1	2.3	3.4	3.0	1.8	2.1

年次		その他			無回答		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		1.7	1.6	1.7	0.6	0.9	0.6
男性	10代	1.3	2.5	1.7	0.4	0.6	0.3
	20代	1.7	2.0	1.1	0.7	1.3	0.7
	30代	1.2	2.6	0.8	0.5	0.7	-
	40代	0.6	1.6	1.4	0.2	0.8	0.7
	50代	0.2	1.2	1.2	1.1	0.6	0.3
	60才以上	2.3	0.6	0.6	1.0	0.3	0.3
女性	10代	2.5	2.3	1.0	0.6	1.3	0.3
	20代	3.6	2.1	3.0	0.3	0.5	0.5
	30代	2.1	1.4	2.2	0.8	1.5	0.7
	40代	0.8	1.2	1.1	0.8	1.2	0.2
	50代	1.9	0.8	2.3	0.8	1.6	1.3
	60才以上	2.0	1.0	2.4	-	0.3	1.3
男性 小計		1.1	1.8	1.1	0.7	0.7	0.4
女性 小計		2.1	1.4	2.2	0.6	1.1	0.7

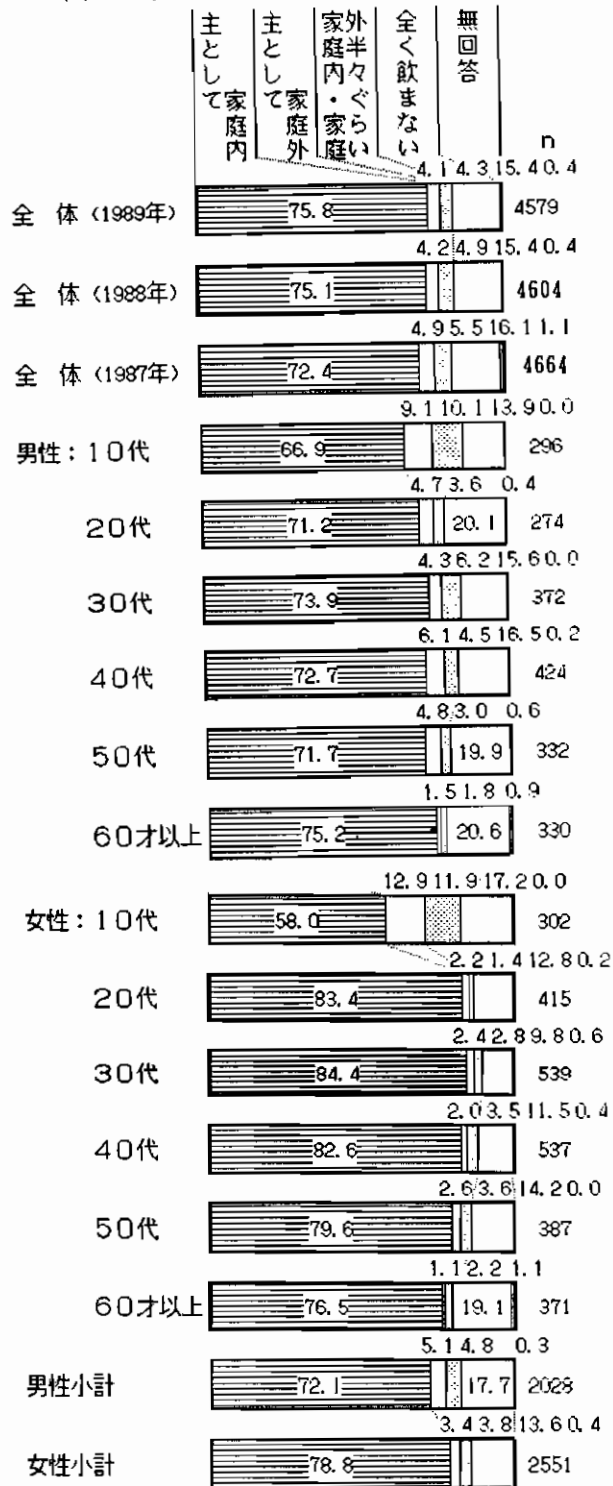
2) 牛乳を飲む場面

牛乳を飲む場合、家庭内と家庭外のどちらで飲むことが多いのだろうか。

全体でみると、主として家庭内という人が圧倒的に多く76%である。家庭外が主という人は4%であり、家庭内と家庭外が半々という人も4%である。時系列で見ると、年々主として家庭内で飲む人が増えている。

性・年齢別にみると、主として家庭外で飲んでいる人は10代が多く、20代以上では家庭外で飲んでいる人はごくわずかである。なお、男性に比べ、女性が家庭内で飲む人の割合は多い。

図I-21 牛乳を飲む場面



家庭以外では、どんなところで牛乳は飲まれているのだろうか。

飲用場所を聞いてみると、10代では学校での飲用が主であるが、20代からは職場での飲用が多くなる。

時系列で見ると、特に50代以上の男性で、前回に比べ、職場で飲む人が増えている点に注目できる。

表1-11 性・年齢別家庭外で牛乳を飲む場所

(%)

年次		全 体 (n)			学 校 で			職 場 で			戸 外 で		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		487	420	385	42.5	41.2	42.6	40.0	44.5	41.6	17.0	17.9	14.0
男 性	10代	84	65	57	96.4	93.8	91.2	1.2	-	3.5		6.2	8.8
	20代	30	30	23	30.0	30.0	21.7	53.3	50.0	56.5	23.3	26.7	26.1
	30代	39	44	39	10.3	6.8	2.6	69.2	72.7	74.4	20.5	27.3	15.4
	40代	47	45	45	4.3	4.4	13.3	63.8	80.0	57.8	27.7	24.4	24.4
	50代	39	28	26	-	25.0	3.8	76.9	57.1	76.9	30.8	21.4	19.2
	60才以上	20	19	11	5.0	15.8	-	35.0	26.3	63.6	40.0	63.2	18.2
女 性	10代	98	70	75	88.8	98.6	94.7	-	-	4.0	8.2	2.9	2.7
	20代	30	26	15	10.0	15.4	33.3	80.0	84.6	73.3	20.0	15.4	-
	30代	36	39	28	27.8	17.9	39.3	63.9	69.2	39.3	11.1	12.8	17.9
	40代	29	23	30	17.2	13.0	26.7	85.5	73.9	60.0	24.1	17.4	10.0
	50代	22	22	24	18.2	18.2	16.7	50.0	54.5	66.7	18.2	18.2	8.3
	60才以上	13	9	12	7.7	11.1	-	30.8	55.6	33.3	46.2	33.3	58.3
男性 小計		259	231	201	37.5	36.8	32.3	42.9	45.0	48.3	18.5	22.9	17.4
女性 小計		228	189	184	48.2	46.6	53.8	36.8	43.9	34.2	15.4	11.6	10.3

3) 食事機会別牛乳の摂り方

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

これを牛乳の飲用量別にみると、飲用量の少ない人は、どの食事時点でも牛乳を飲む頻度が低い。これは時系列でも、特に大きな差はない。

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

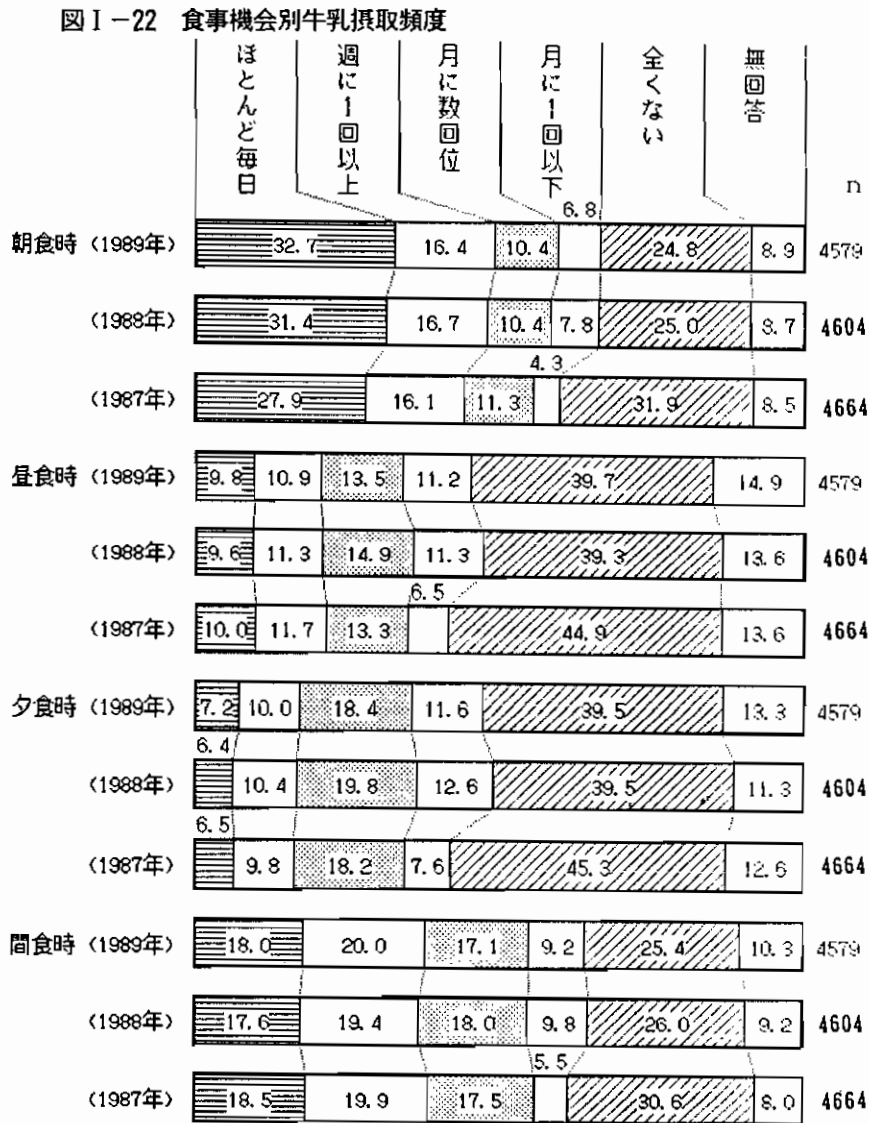


表1-12 飲用量別牛乳摂取頻度

(%)

〔朝食時〕	全 体 (n)			ほとんど毎日			週に1回以上			月に数回～ それ以下		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
年 次	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	27.9	31.4	32.6	16.1	16.7	16.4	15.6	18.2	17.2
ヘビーユーザー	800	845	919	65.5	66.7	68.4	11.1	8.6	10.0	7.4	6.4	6.8
毎日ミドル	987	987	1046	57.1	59.9	57.9	11.6	9.2	9.8	7.1	9.5	11.1
ミドルユーザー	1095	1110	1004	16.6	20.9	19.7	31.6	33.7	34.5	22.3	21.4	19.4
ライトユーザー	1026	927	868	3.3	4.2	4.3	20.5	23.4	22.6	34.5	35.4	36.3

〔昼食時〕	全 体 (n)			ほとんど毎日			週に1回以上			月に数回～ それ以下		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
年 次	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	10.0	9.6	9.8	11.7	11.3	10.9	19.8	26.2	24.7
ヘビーユーザー	800	845	919	27.1	24.6	23.8	18.5	15.1	12.9	19.5	22.6	21.3
毎日ミドル	987	987	1046	13.1	13.5	12.4	12.3	11.8	11.7	18.1	25.5	25.7
ミドルユーザー	1095	1110	1004	9.6	7.7	7.9	18.2	17.6	17.1	26.4	32.8	30.4
ライトユーザー	1026	927	868	1.7	1.4	1.5	7.8	7.7	7.9	29.5	33.7	31.7

〔夕食時〕	全 体 (n)			ほとんど毎日			週に1回以上			月に数回～ それ以下		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
年 次	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	6.5	6.4	7.2	9.8	10.4	10.0	25.8	32.4	30.0
ヘビーユーザー	800	845	919	25.4	21.7	23.6	15.0	13.4	12.9	23.0	25.2	24.4
毎日ミドル	987	987	1046	6.3	6.8	6.9	9.6	19.0	8.9	26.7	29.9	30.6
ミドルユーザー	1095	1110	1004	2.9	2.9	3.2	15.3	16.1	15.8	35.3	38.1	34.7
ライトユーザー	1026	927	868	0.4	0.6	0.5	7.4	7.9	7.6	36.4	39.0	35.1

〔間食時〕	全 体 (n)			ほとんど毎日			週に1回以上			月に数回～ それ以下		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
年 次	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	18.5	17.6	18.0	19.9	19.4	20.0	23.0	27.8	26.3
ヘビーユーザー	800	845	919	48.2	45.2	44.1	19.9	16.0	18.6	11.8	16.9	14.2
毎日ミドル	987	987	1046	28.8	23.6	23.0	16.0	16.6	17.7	19.6	24.4	23.6
ミドルユーザー	1095	1110	1004	14.5	14.2	14.4	35.9	33.1	35.2	28.2	27.5	26.3
ライトユーザー	1026	927	868	3.0	2.6	2.6	22.2	22.0	21.5	46.4	46.1	46.6

7. 牛乳をあまり飲まない理由

牛乳をほとんど、または、全く飲まない人の、牛乳を飲まない理由としては「においが嫌い」が35%と、過去2回と同様に最も多い。次に、「味にくせがあるから」(31%)、「下痢をすることがあるから」(29%)と続き、前回と同じ順序である。

「におい」や「味」は、今後も牛乳の普及のために、留意し続けなくてはならないポイントであろう。

性・年齢別にみると、「下痢をすることがあるから」や「お腹がゴロゴロするから」は女性では下がっているが、男性では下がっていない。この点に関するアピールは、男性向けにはまだ充分ではないようだ。

図1-23 牛乳を飲まない理由

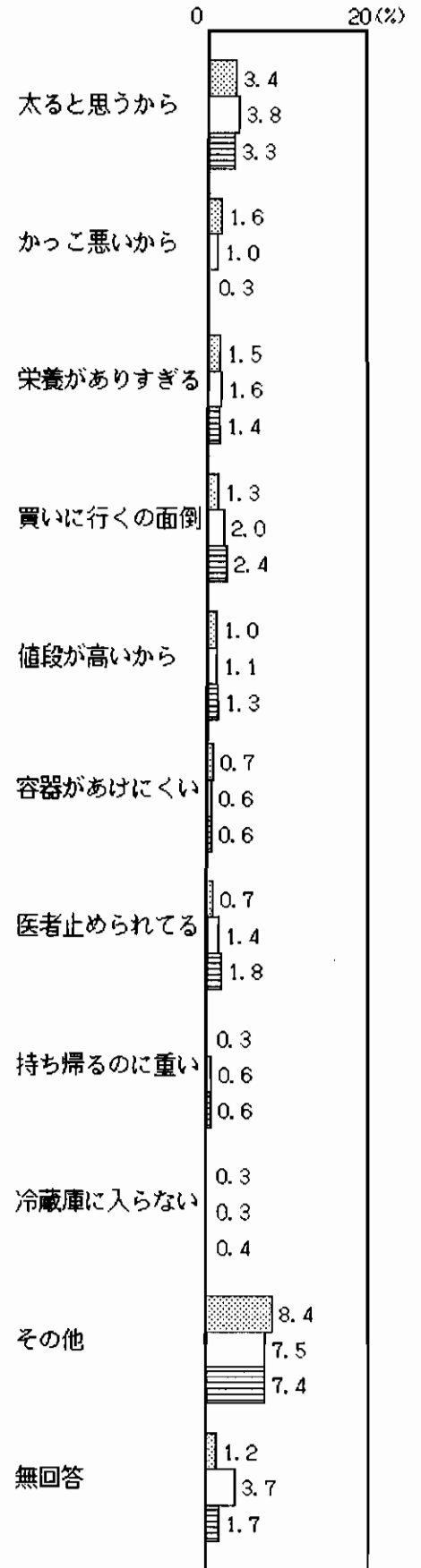
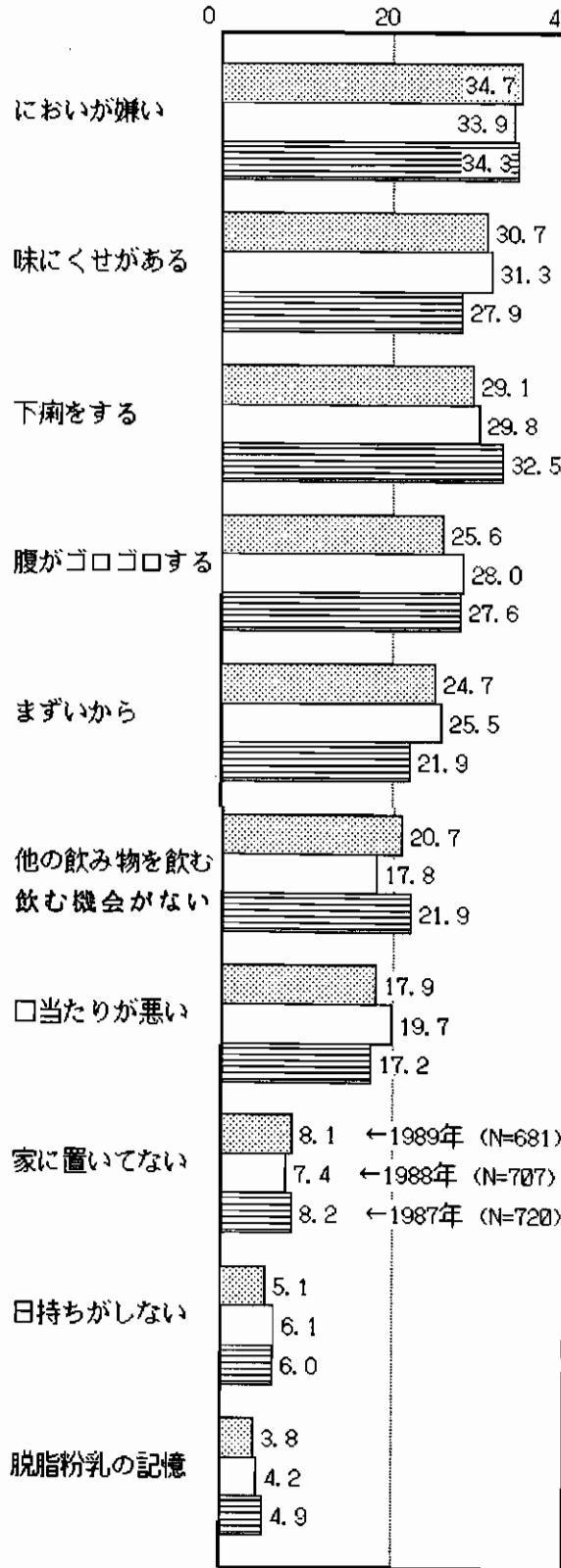


表1-13 性・年齢別あまり牛乳を飲まない理由

(%)

年次	全 体 (n)			においが嫌いだから			味にくせがあるから			下痢をすることがあるから			お腹がゴロゴロするから			
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	
全 体	720	707	684	34.3	33.9	34.5	27.9	31.3	30.6	32.5	29.8	28.9	27.6	28.0	25.4	
男 性	10代	33	39	38	30.4	35.9	31.6	38.4	38.5	31.8	21.2	17.9	18.4	15.2	15.4	18.4
	20代	61	55	53	31.1	27.3	32.1	21.3	20.1	41.5	36.1	27.3	41.5	30.1	30.4	30.2
	30代	77	59	57	23.4	18.8	19.3	20.8	13.6	21.1	41.6	30.0	42.1	31.2	30.5	33.3
	40代	73	67	66	28.8	28.4	31.8	21.9	32.8	31.8	38.4	37.3	40.9	32.9	32.8	30.4
	50代	60	60	60	23.3	23.3	34.8	21.7	30.0	30.3	50.0	41.7	28.8	38.3	28.3	28.8
	60才以上	60	50	67	16.7	18.0	19.4	25.0	18.0	20.9	40.0	38.0	41.8	28.7	22.0	35.8
女 性	10代	44	44	52	59.1	63.6	53.8	43.2	59.1	53.8	25.0	0.1	5.8	25.0	11.4	5.8
	20代	70	71	51	45.7	33.8	45.1	32.9	36.8	33.3	22.9	16.9	9.8	18.8	31.6	13.7
	30代	73	60	52	45.2	48.5	28.8	42.5	42.4	21.2	24.7	28.8	13.5	18.4	33.3	11.5
	40代	64	57	61	45.3	35.1	49.2	31.3	35.1	36.1	37.5	35.1	34.4	28.1	20.8	23.0
	50代	52	70	51	28.8	44.3	41.2	17.3	24.3	25.5	21.2	31.4	31.4	30.8	32.9	27.5
	60才以上	53	69	70	32.1	33.3	31.4	28.4	24.8	18.6	20.8	29.0	27.1	28.3	21.7	30.0
男性 小計	364	330	347	26.1	24.8	28.0	23.4	26.4	30.3	39.3	34.5	36.8	31.3	28.5	31.4	
女性 小計	356	377	337	42.7	41.9	41.2	32.6	35.5	30.9	25.6	25.7	21.1	23.9	27.6	19.3	

年次	まずいから			口当たりが悪いから			飲む機会がないから			家に置いてないから			日持ちがしないから			
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	
全 体	21.9	25.5	24.8	17.2	19.7	17.8	21.9	17.8	20.6	8.2	7.4	8.0	6.0	6.1	5.1	
男 性	10代	45.5	46.2	36.8	30.3	25.6	21.1	30.3	25.8	28.9	18.2	15.4	13.2	3.0	7.7	7.9
	20代	27.9	38.2	22.6	11.5	18.2	15.1	23.0	23.8	22.6	8.2	12.7	13.2	11.5	10.9	7.5
	30代	22.1	23.7	17.5	10.4	10.2	10.5	29.9	20.3	26.3	5.2	8.5	10.5	10.4	5.1	8.8
	40代	15.1	38.8	30.3	16.4	14.0	15.2	19.2	16.4	24.2	6.8	6.0	3.0	4.1	9.0	1.5
	50代	6.7	11.7	31.8	15.0	18.3	13.6	25.0	25.0	18.7	6.7	8.3	7.6	5.0	3.3	-
	60才以上	16.7	16.0	11.9	8.3	8.0	0.0	18.3	14.0	10.4	16.7	6.0	9.0	-	4.0	3.0
女 性	10代	45.5	50.0	48.1	43.2	38.8	46.2	22.7	18.2	28.8	9.1	6.8	3.8	-	-	3.8
	20代	27.1	29.6	35.3	28.6	29.6	19.6	27.1	29.0	29.4	10.0	9.9	15.7	7.1	11.3	11.8
	30代	10.2	18.2	19.2	23.3	27.3	25.0	10.2	10.0	30.8	5.5	-	9.6	6.8	3.0	9.0
	40代	31.3	21.1	21.3	12.5	19.3	21.3	15.6	5.3	8.2	9.4	5.3	4.9	7.8	7.0	4.9
	50代	9.8	18.6	15.7	7.7	18.6	11.8	19.2	12.9	7.8	3.8	7.1	3.9	5.8	10.0	2.0
	60才以上	11.3	8.7	12.9	9.4	13.0	12.9	15.1	14.5	11.4	3.8	5.8	5.7	5.7	-	4.3
男性 小計	20.3	28.5	24.5	14.0	15.2	13.5	23.0	20.0	22.5	9.3	9.1	8.9	6.0	6.7	4.3	
女性 小計	23.6	22.8	24.6	20.5	23.0	22.3	19.0	15.4	18.7	7.0	5.8	7.1	5.9	5.6	5.0	

年次	脱脂粉乳の記憶がある			太ると思うから			買いに行くのが面倒だから			栄養があまりすぎるから			医者に止められているから		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4.9	4.2	3.8	3.3	3.8	3.4	2.4	2.0	1.3	1.4	1.6	1.5	1.8	1.4	0.7
男 性	10代	3.0	-	2.6	-	2.6	-	2.6	2.6	3.0	-	-	-	-	-
	20代	3.3	1.8	1.9	1.6	-	-	4.9	3.6	1.9	-	-	1.9	1.6	-
	30代	0.5	8.5	10.5	2.0	3.4	5.3	2.6	1.7	-	5.2	1.7	-	1.3	1.7
	40代	4.1	3.0	1.5	1.4	4.5	-	2.7	-	1.5	-	4.5	-	-	1.5
	50代	5.0	5.0	3.0	3.3	1.7	-	3.3	3.3	-	1.7	1.7	1.5	1.7	1.7
	60才以上	1.7	-	3.0	-	6.0	1.5	3.3	2.0	-	1.7	-	1.5	5.0	4.0
女 性	10代	-	2.3	1.9	4.5	2.3	5.8	2.3	-	3.8	-	-	1.0	-	1.9
	20代	2.0	8.5	5.0	5.7	5.6	3.0	5.7	1.4	2.0	-	-	2.0	1.4	1.4
	30代	13.7	0.1	5.8	4.1	6.1	5.8	-	-	3.8	-	-	-	1.4	-
	40代	9.4	7.0	6.6	1.6	3.5	3.3	-	1.8	1.6	-	-	1.6	3.1	-
	50代	1.9	2.0	2.0	11.5	5.7	2.0	-	1.4	-	3.8	5.7	-	3.8	2.0
	60才以上	1.0	-	1.4	3.8	2.9	11.4	1.0	5.8	-	1.0	2.9	5.7	1.9	2.0
男性 小計	4.1	3.3	3.7	1.6	3.0	1.2	3.0	2.1	0.9	1.0	1.5	0.9	1.0	1.5	0.6
女性 小計	5.6	5.0	3.9	5.1	4.5	5.6	1.7	1.9	1.8	0.8	1.6	2.1	2.0	1.3	0.9

表I-13 (つづき)

(%)

年次		値段が高いから			かっこ悪い			持ち帰るのに重いから			容器があげにくいから			冷蔵庫に入れるスペースがない		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		1.3	1.1	1.0	0.3	1.0	1.0	0.0	0.0	0.3	0.0	0.0	0.7	0.4	0.3	0.3
男性	10代	-	-	2.6	-	5.1	15.8	-	-	-	-	-	2.6	-	-	-
	20代	-	-	-	-	1.8	1.0	1.0	-	-	-	-	-	-	1.8	1.0
	30代	2.6	-	-	-	-	1.8	-	-	-	2.6	-	-	1.3	-	-
	40代	1.4	3.0	-	-	1.5	-	1.4	1.5	-	1.4	1.5	-	-	-	-
	50代	-	-	-	3.3	1.7	1.5	1.7	1.7	-	-	1.7	1.5	1.7	-	1.5
	60才以上	1.7	2.0	1.5	-	-	-	1.7	-	-	-	-	-	1.7	-	-
女性	10代	-	-	1.0	-	-	3.8	-	-	-	2.3	-	-	-	-	-
	20代	1.4	2.8	-	-	1.4	-	-	1.4	-	-	1.4	2.0	-	-	-
	30代	2.7	1.5	1.0	-	-	-	-	-	1.0	-	-	1.9	-	-	-
	40代	1.6	1.8	3.3	-	-	-	-	-	1.6	-	-	1.6	-	-	-
	50代	-	1.4	-	-	1.4	-	-	-	-	-	1.4	-	-	1.4	-
	60才以上	1.0	-	1.4	-	-	-	-	1.4	-	-	-	-	-	-	-
男性 小計	1.1	0.9	0.6	0.5	1.5	2.6	1.1	0.6	-	0.6	0.6	0.6	0.6	0.3	0.6	
女性 小計	1.4	1.3	1.5	-	0.5	0.6	-	0.5	0.6	0.3	0.5	0.9	-	0.3	-	

年次		その他			無回答		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		7.4	7.5	8.3	1.7	3.7	1.6
男性	10代	3.0	5.1	10.5	3.0	2.8	2.6
	20代	9.8	7.3	1.0	-	3.0	-
	30代	7.8	13.6	5.3	-	8.5	1.8
	40代	2.7	1.5	-	-	-	-
	50代	6.3	-	4.5	-	8.3	3.0
	60才以上	1.7	8.0	6.0	6.7	6.0	-
女性	10代	4.5	4.5	11.5	-	-	1.0
	20代	7.1	7.0	9.8	-	1.4	-
	30代	4.1	12.1	15.4	2.7	1.5	1.9
	40代	4.7	8.8	11.5	3.1	3.5	-
	50代	23.1	14.3	11.8	1.0	2.0	5.0
	60才以上	13.2	5.8	14.3	3.8	5.8	2.0
男性 小計	5.8	5.8	4.3	1.4	4.8	1.2	
女性 小計	9.0	9.0	12.5	2.0	2.7	2.1	

8 牛乳に関する知識

「骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい」
「牛乳は健康的な生活のために、なくてはならないもの」「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」と考える人が多い。また、今年の新項目である「スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」と、考える人も45%と多い。

時系列でみると、「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」と思う人は毎年増えており、今回は62%にのぼる。一方、「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」にそう思うと答えた率は下がっている。カルシウムに関する情報の普及は効果を得ているが、コレステロールについては、普及していないようだ。「牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある」も前回よりそう思う率が上がっていないことから、もっとカルシウム以外の知識の普及に力を入れていくとよいと考えられる。

なお、「牛乳を普通に飲んでいる限り、肥満の心配はない」は前回までは「牛乳はカロリーが高すぎる」という表現であり、そう思う率がかなり低かったが、今回この表現に変えて、そう思う率が増えた。牛乳のカロリーについて、正しく理解されていればこの差はないはずである。若い女性のダイエット志向が高いことから、牛乳のカロリーについても、もっと普及に力を入れていかななくてはならないといえるだろう。

図 I-24 牛乳に関する知識

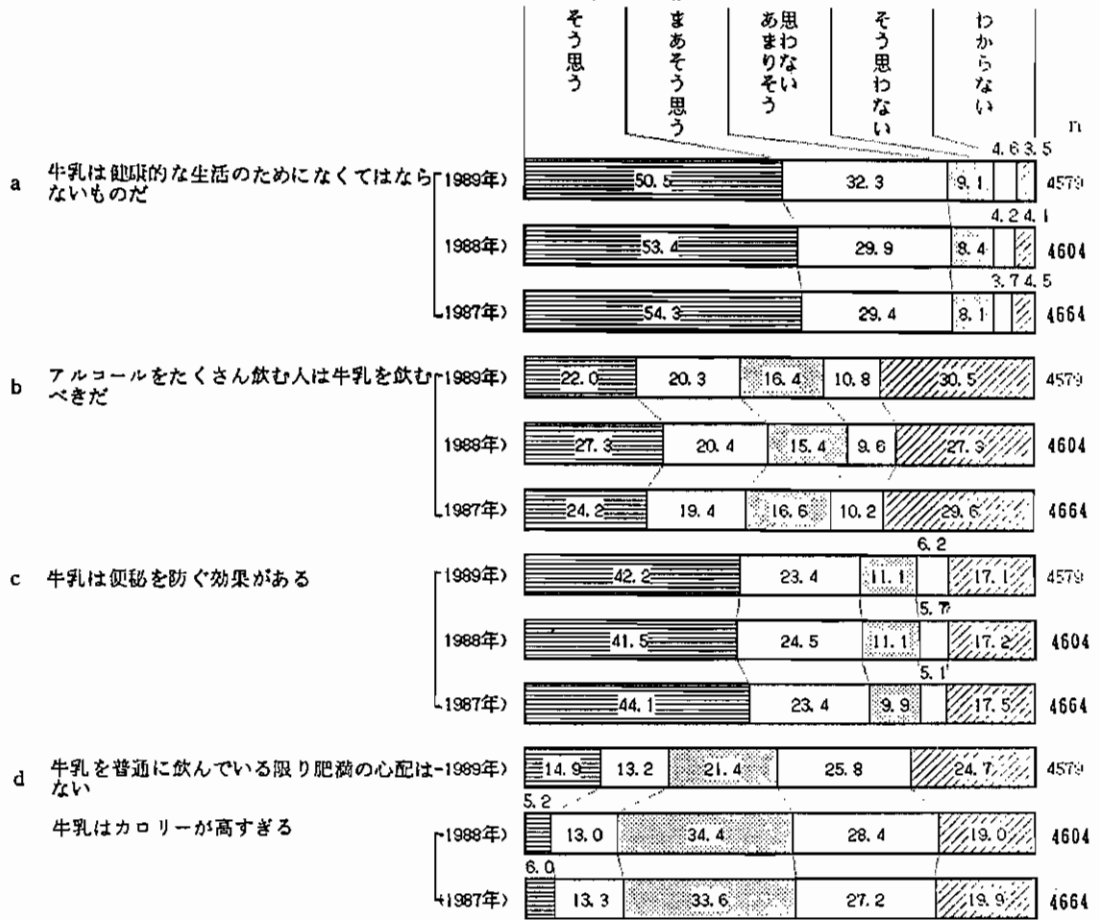
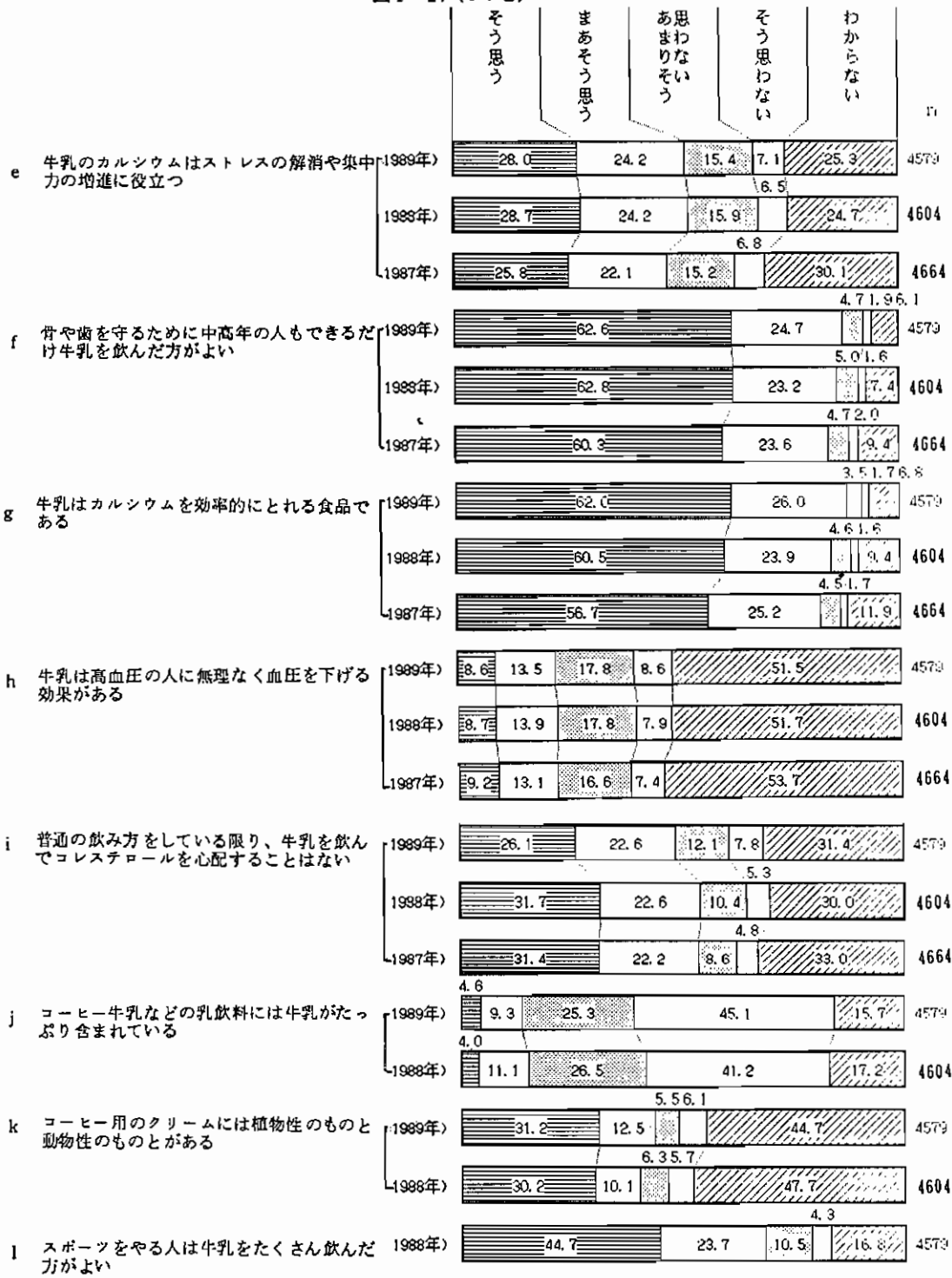


図1-24 (つづき)



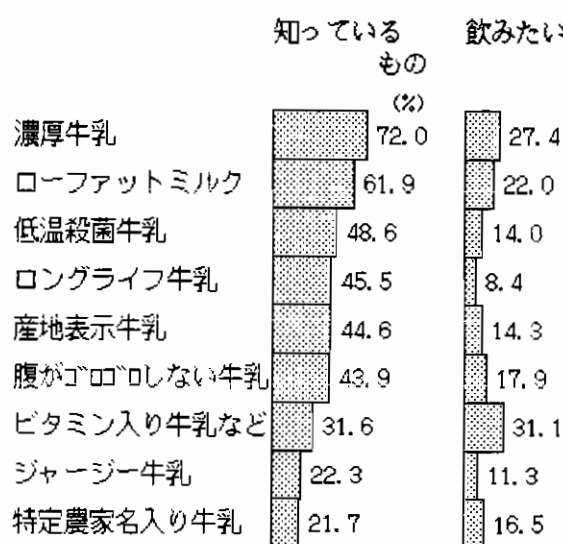
9 牛乳の種類認知と飲みたい種類

いろいろな牛乳の種類を示し、それらの認知率を聞いたところ、「濃厚牛乳」が72%と、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）」（62%）「低温殺菌牛乳」（49%）などが高い。「ジャージー牛乳」や「特定の農家の名前がブランドになっている牛乳」の認知率は2割ほどと、高くない。

延べ回答率を年齢別にみると、30代を中心とした比較的若い層の認知率が高く、牛乳への関心の高さがうかがえる。

また、この中で飲みたいものは何かを聞くと、「ビタミン入り牛乳など」が31%と最も高い。この牛乳の認知率は特に高くないにも関わらず、飲用意向が高い点で、注目できる。次いで、「濃厚牛乳」や「ローファットミルク（低脂肪乳）」の飲用意向も高い。濃厚と低脂肪の飲み分けが進みそうだ。この2者のうち、前者は性別によって希望率に差はないが、後者は女性の方が高く、女性のダイエット志向の高さがうかがえる。また、「お腹がゴロゴロしない牛乳」も17%と認知率が低い割に健闘しているが、特に10代と30～40代の男性の希望が高い。

図1-25 知っている牛乳・飲みたい牛乳



牛乳の飲用量別にみると、牛乳を全く飲まない人は、牛乳の種類を知っている割合が低く、飲みたい牛乳も少ない。ただし、「お腹がゴロゴロしない牛乳」のみ、飲みたい率が飲用量の多い人と同じ位高い。牛乳を飲むとお腹の具合が悪くなる人でも、なんとか牛乳を飲もうとしている様子が見える。

表 I-14 知っている牛乳

	濃縮牛乳	ミルク ソフト	低糖質牛乳	牛乳 ロングライフ	産地表示牛乳	口しなな牛乳 お腹がゴロゴロ	牛乳など ビタミン入り	牛乳 ジャージー	ブランド牛乳 特定産地の牛乳	無糖	(n) 延回答数
全 体	72.0	61.9	48.6	45.5	44.6	43.9	31.6	22.3	21.7	8.8	4,579 400.9
男性：10代	67.9	52.4	44.9	38.2	40.5	40.9	24.7	16.6	18.6	10.1	296 354.8
20代	71.5	59.1	51.5	50.4	47.8	57.3	34.3	23.4	27.0	8.0	274 430.3
30代	75.8	65.3	52.4	54.0	51.9	48.4	34.1	22.8	23.4	6.5	372 434.6
40代	67.2	55.0	42.5	43.4	36.3	37.5	25.7	19.3	19.8	11.6	424 358.3
50代	65.4	44.0	37.3	37.3	37.0	31.6	22.6	14.8	16.6	13.3	332 319.9
60才 以上	58.5	41.8	40.9	26.7	36.4	20.0	21.8	16.7	13.9	14.5	330 291.2
女性：10代	72.2	61.9	44.4	36.8	40.7	49.7	29.5	24.5	22.2	8.9	302 390.8
20代	84.8	83.9	57.6	57.8	52.8	67.2	43.1	30.8	26.3	1.7	415 506.0
30代	84.0	81.6	61.8	62.5	55.3	61.0	42.5	31.0	30.2	2.6	539 512.5
40代	77.3	69.8	51.0	53.6	47.1	39.7	34.8	24.2	23.3	5.0	537 425.8
50代	70.3	61.8	48.3	41.1	43.4	38.8	32.0	21.7	21.2	10.1	387 388.7
60才 以上	58.0	45.8	40.4	27.5	38.0	27.8	23.7	14.6	12.7	19.1	371 307.6
男性小計	67.8	53.1	44.8	41.8	41.5	38.9	27.1	18.9	19.8	10.7	2,028 364.4
女性小計	75.5	69.0	51.6	48.5	47.1	48.0	35.1	25.0	23.2	7.3	2,551 430.3
飲まない	55.3	44.7	36.2	29.8	31.7	36.1	20.0	14.6	16.1	20.9	704
100ml 未満	72.8	62.1	47.0	43.9	43.8	45.4	28.2	22.1	21.1	7.3	1,382
100ml 以上	73.7	63.6	51.5	49.6	47.1	44.0	35.7	23.9	23.1	7.2	1,356
200ml 以上	80.0	70.9	54.9	52.6	51.0	47.3	38.2	25.5	24.6	4.8	1,096

表 I-15 飲みたい牛乳

	牛乳など ビビン入り	濃厚牛乳	ミルク フアイト	ロシない牛乳 お風呂がコロコロ	ブランド牛乳 特定産地の名	産地名牛乳	低糖質牛乳	牛乳 ジャージー	牛乳 ロングライフ	無糖	(n) 延回答数
全 体	31.1	27.4	22.0	17.9	16.5	14.3	14.0	11.3	8.4	25.7	4,579 188.6
男性：10代	35.1	30.1	17.9	22.6	20.3	17.2	16.6	16.2	12.8	24.0	296 212.8
20代	30.7	29.2	15.7	16.1	17.5	17.2	16.8	15.0	12.4	27.7	274 198.3
30代	30.6	33.1	16.9	22.6	20.4	16.7	18.0	14.0	8.1	23.4	372 203.8
40代	31.6	28.3	18.4	22.6	16.7	12.7	11.3	9.7	7.8	25.0	424 184.1
50代	27.1	22.3	18.1	15.4	10.2	13.3	9.3	6.6	6.0	32.2	332 160.5
60才 以上	25.2	25.5	19.4	17.3	7.9	10.9	13.0	7.0	8.5	34.5	330 169.2
女性：10代	33.8	24.5	31.1	24.2	22.5	16.2	14.2	11.6	11.3	20.9	302 210.3
20代	37.6	29.2	28.7	15.7	27.0	19.3	16.6	16.9	8.0	18.3	415 217.3
30代	34.1	31.9	24.1	15.0	22.4	16.5	15.8	14.3	7.8	18.0	539 199.9
40代	28.7	25.3	23.5	16.4	12.1	9.9	15.3	9.9	7.1	24.4	537 172.6
50代	31.3	26.4	24.8	15.2	9.3	14.0	10.1	8.3	7.5	30.5	387 177.4
60才 以上	27.0	21.6	21.6	15.1	10.2	9.7	10.8	6.7	7.0	34.8	371 164.5
男性小計	30.0	28.1	17.8	19.7	15.5	14.5	14.0	11.2	9.0	27.7	2,028 187.5
女性小計	32.0	26.9	25.3	16.5	17.2	14.2	14.0	11.4	7.9	24.1	2,551 189.5
飲まない	13.2	7.7	5.5	19.5	5.1	3.3	4.0	4.3	3.1	61.1	704
100ml 未満	33.1	26.9	23.4	21.1	16.1	12.6	11.8	10.4	8.2	21.8	1,382
100ml 以上	34.8	30.2	25.8	14.6	19.0	17.6	16.7	11.8	9.0	18.4	1,356
200ml 以上	36.1	37.0	26.3	17.4	21.3	20.0	20.2	16.8	11.4	16.2	1,096

1 0 骨粗鬆症に対する知識

1) 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

「骨粗鬆症」ということばを、聞いたことがあるという人は32%であり、前回に比べ、9%も増えている。難しい名前の病気であるにもかかわらず、よく認知されている。

性別にみると、男性より女性の認知率が高く、前回からの伸び率も大きい。また年令別にみると、年令が上がるほど認知率も上がり、30代以上は前回比10%ほどの高い伸び率が見られる。中高年の骨粗鬆症に対する関心が高まってきているようだ。

さらに、地域別にみると、前回より地域差はなくなり、前回低かった地域で高い伸びがみられる。都市規模別にみると、前は規模が大きいほど、認知率が高かったが、郡部を除いてその差がなくなった。情報量の差が、小さくなったようだ。牛乳の飲用量別にみると、たくさん飲む人ほど認知率が高く、その差は前回より大きくなった。

図1-26 「骨粗鬆症」の認知

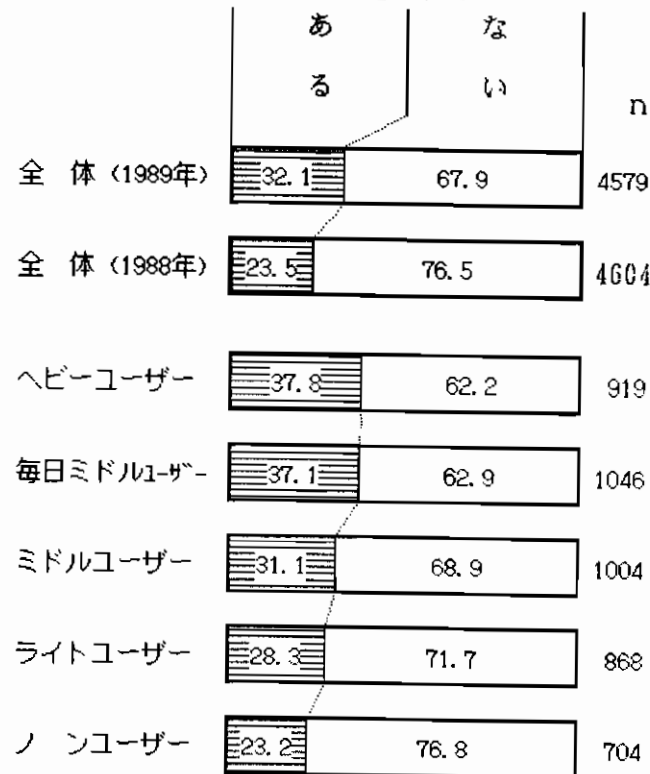


表 1-16 「骨粗鬆症」という言葉の認知率

(%)

		1988	1989
全 体		23.5	32.1
性別	男 性	19.9	26.8
	女 性	26.5	36.3
年令別	10代	10.3	11.2
	20代	18.0	24.2
	30代	27.3	35.9
	40代	29.5	40.1
	50代	27.6	38.8
	60才以上	23.9	34.8
牛乳飲用量	ヘビーユーザー	27.1	37.8
	毎日ミドル	31.5	37.1
	ミドルユーザー	22.4	31.1
	ライトユーザー	18.3	28.3
	ノンユーザー	17.0	23.2

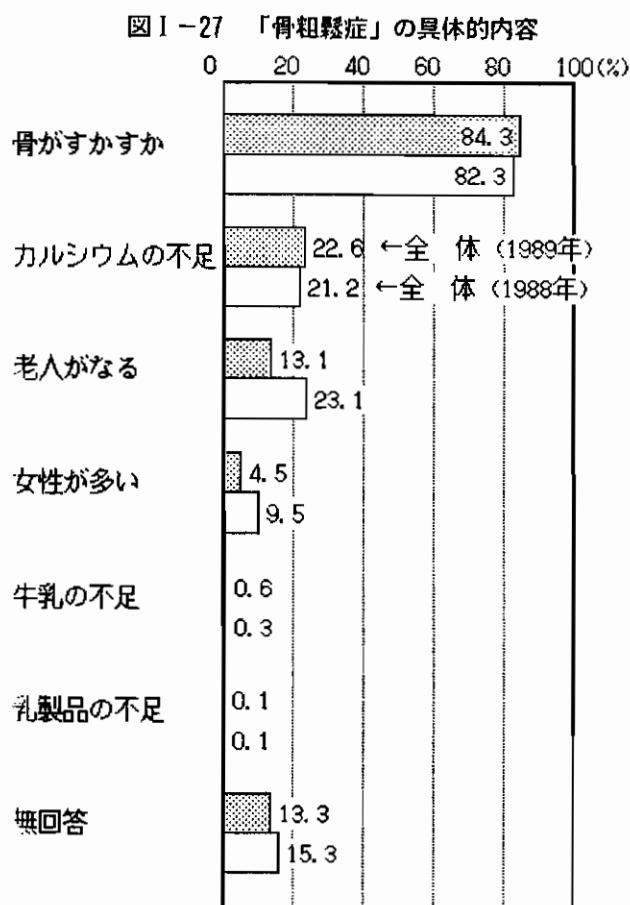
		1988	1989
地域別	北海道	16.6	33.2
	東北	17.0	27.8
	関東	26.2	32.1
	中部・北陸	20.7	32.5
	近畿	28.6	36.9
	中国	22.4	29.8
	四国	13.6	37.6
	九州	24.1	27.4
	都市規模別	12大都市	28.0
	15万上市	25.7	34.5
	5万上市	22.7	30.3
	5万未満市	16.8	41.5
	郡 部	19.9	27.3

2) 「骨粗鬆症」の内容

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

骨粗鬆症の主な症状である「骨がすかすかもろくなる」に対しては、84%とかなり高い割合で認識されている。しかし、「カルシウムの不足」「老人がなる」「女性が多い」ということに対しては、理解度がかなり低い結果となっている。特に、「老人がなる」については、前回より下がっている。

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



1.1 スポーツと牛乳

1) スポーツ後に飲む飲み物

先述の牛乳に関する知識の中で、「スポーツをする人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい」という意見に対し、『そう思う』（「そう思う」と「ややそう思う」の和）と答えた人が7割と、多かったことを紹介したが、実際には、スポーツをしたときには、どのような飲み物を飲んでいるのだろうか。

年に数回以上スポーツをしている人のみに聞いたところ、スポーツ後に飲んでいる飲み物で最も多いものは「スポーツ飲料」であり、44.2%がこれを飲んでいる。次いで、「日本茶」「ウーロン茶」と口当りのいいお茶類が続き、これらとほぼ同率で「白牛乳」が飲まれている。

これを、スポーツをする頻度別にみると、白牛乳は頻度が高い人ほど、飲んでいる割合が高い点に注目できる。

図I-28 スポーツ後に飲む飲み物

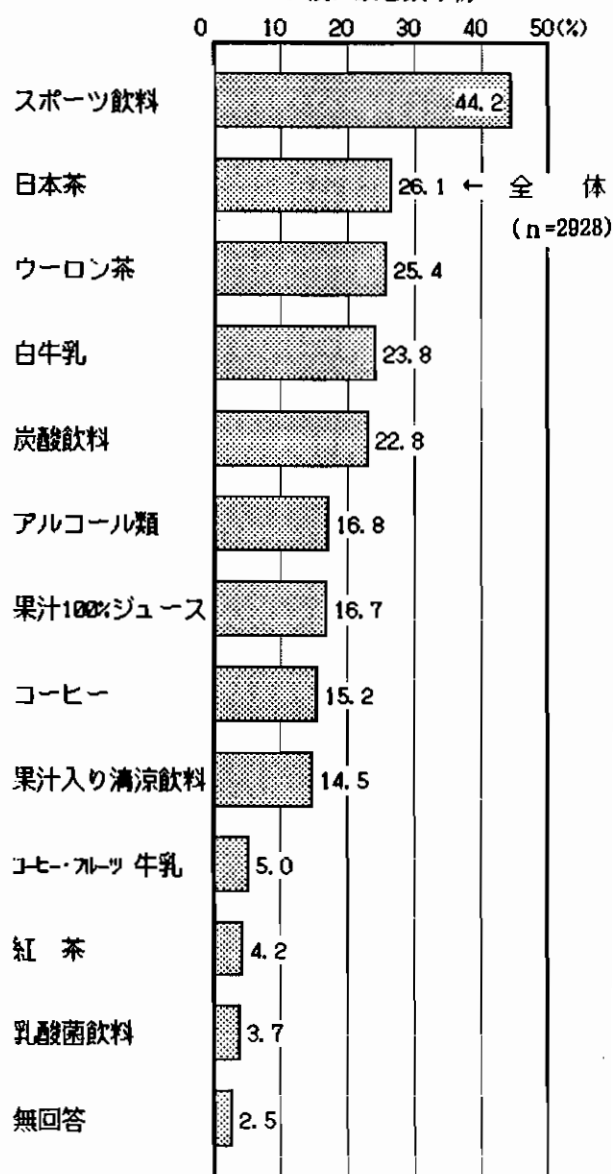
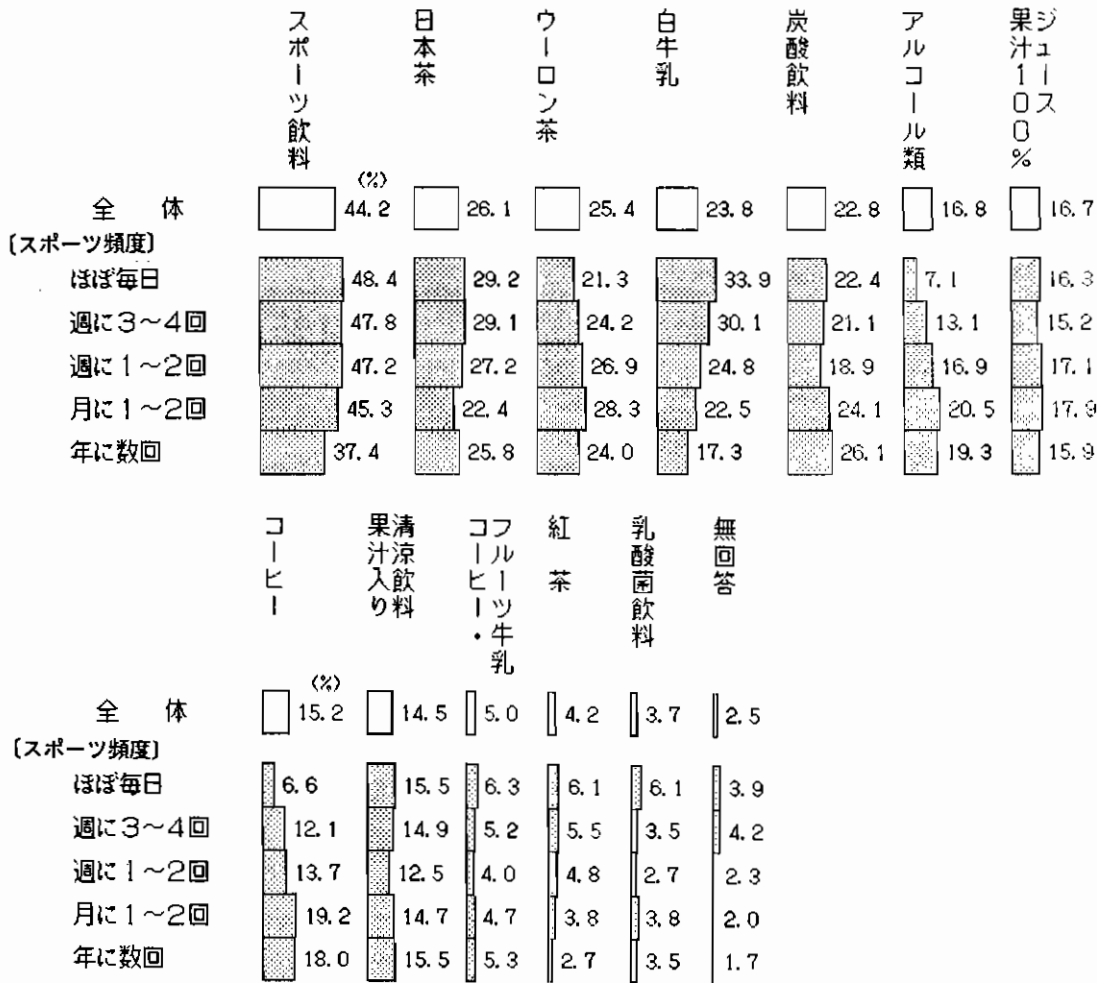


図 I-29 スポーツ頻度別スポーツ後に飲む飲み物

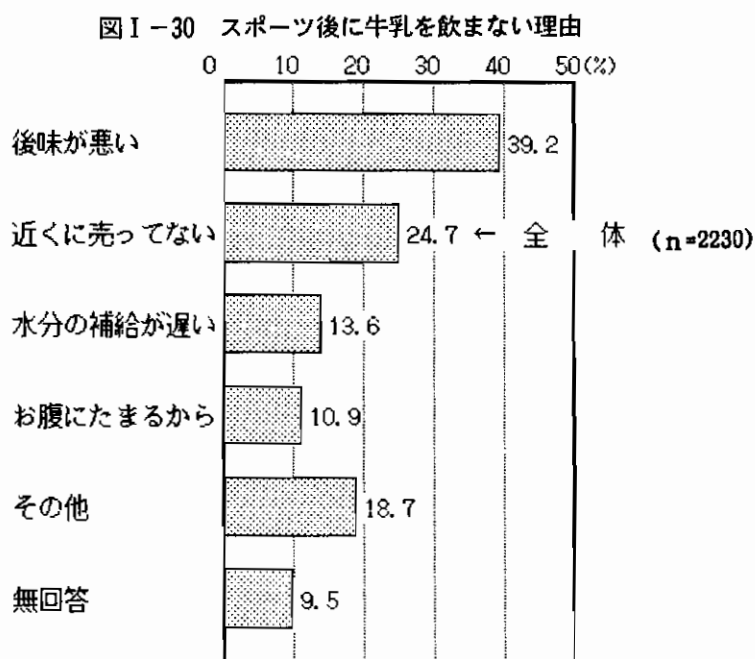


2) スポーツ後に牛乳を飲まない理由

スポーツの後に白牛乳を飲むと答えなかった人に対し、なぜ牛乳を飲まないのか、その理由を聞いた。

その理由としては「牛乳を飲むと後味が悪いから」が39%と最も高い。次いで「近くに売っていない」が25%と続いている。「牛乳はおなかにたまる」「牛乳では水分の補給が遅い」という理由は高くなく、飲料の性質としては、牛乳の評価は必ずしも低いわけではないようだ。

スポーツ後にもっと牛乳を飲んでもらうために、後味をよくすることは難しいかもしれないが、スポーツ施設の近くで牛乳を売ることをより積極的に推進していくとよいだろう。



Ⅱ 牛乳購入の実態

1. 購入頻度と購入量

本章から、世帯別に牛乳の購入がどのように行なわれているか、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。

1) 購入頻度

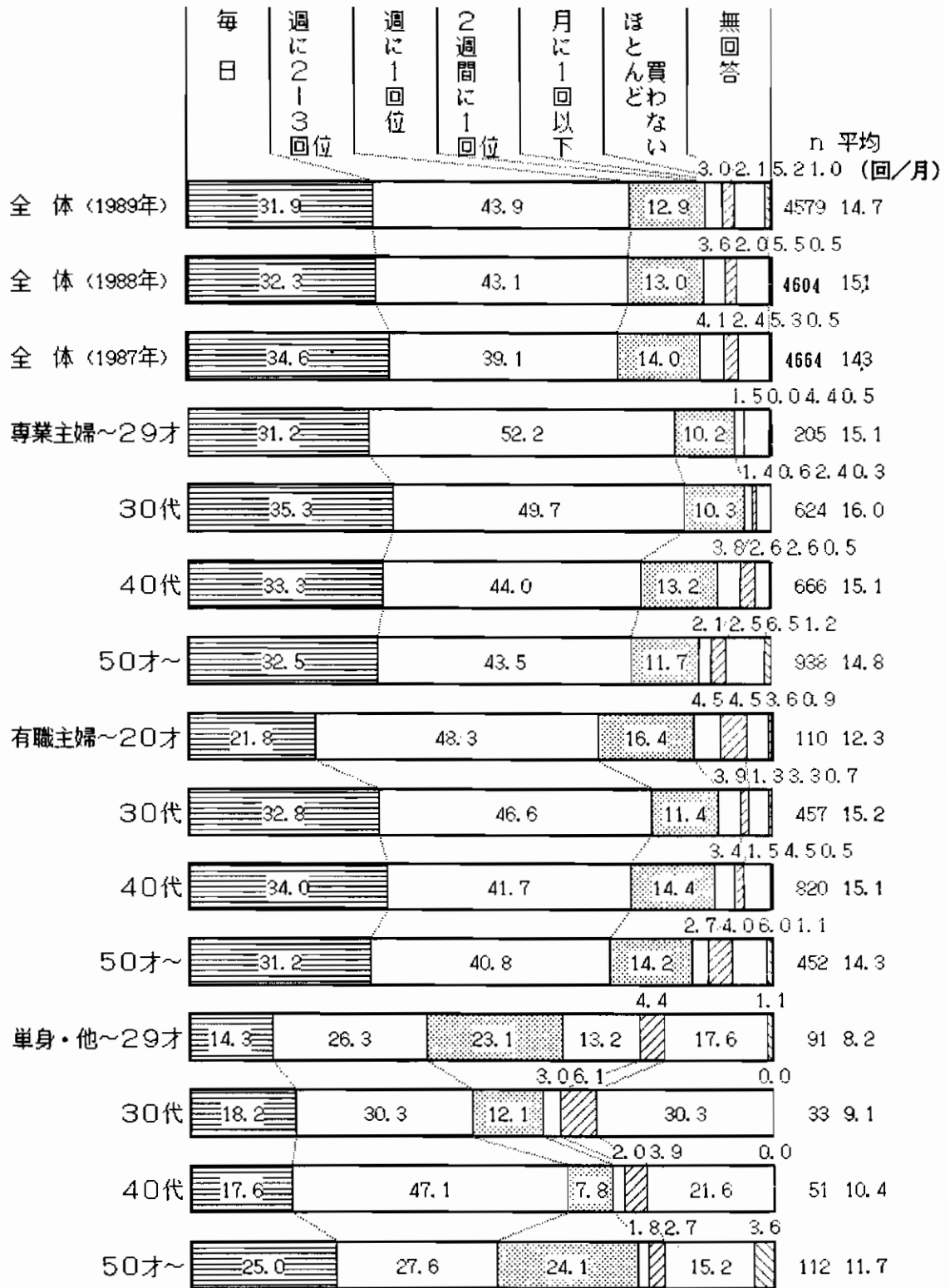
まず、牛乳購入頻度をみると、毎日購入する人は32%、週に2~3回購入する人は44%であり、過去2回同様、比較的頻繁に購入する世帯が多い。1ヶ月(30日)の平均購入回数を算出すると、14.7回であり、前回の15.1回よりはやや下がったものの、大きな差ではない。

主婦属性別にみると、専業主婦・有職主婦ともに、30代・40代の購入頻度が高い。単身・その他では、主婦に比べ、購入頻度が低く、牛乳を購入しない世帯も2割前後みられる。前回と比べると、有職主婦の20代と50代の購入頻度がやや下がっているが、前々回よりは上回っている。

地域別にみると、過去2回と同様に、北海道の平均購入頻度が最も低く、四国が最も高い。北海道は微増しているが、四国の増加率が高く、差を大きくしている。

都市規模別では、都市規模が小さいほど、購入頻度が高いが、前回に比べ、5万未満の都市や郡部の購入頻度が下がり、その差は小さくなっている。

図II-1 牛乳購入頻度



表Ⅱ-1 主婦属性別牛乳の購入頻度 (単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年
全 体		14.3	15.1	14.7
専 業 主 婦	～29才	14.3	15.1	15.1
	30代	15.5	16.2	16.0
	40代	15.5	15.8	15.1
	50才～	13.8	14.6	14.8
有 職 主 婦	～29才	11.8	13.9	12.3
	30代	15.6	16.7	15.2
	40代	14.8	15.4	15.1
	50才～	13.6	15.2	14.3
単 身 ・ 他	～29才	7.8	8.4	8.2
	30代	9.2	10.7	9.1
	40代	10.5	8.3	10.4
	50才～	11.3	11.9	11.7

表Ⅱ-2 地域別・都市規模別牛乳の購入頻度

(単位 回/月)

		1987年	1988年	1989年
全 体		14.3	15.1	14.7
地 域 別	北海道	11.1	12.5	12.8
	東北	13.7	14.2	15.3
	関東	13.8	14.7	13.9
	中部・北陸	15.1	15.7	15.2
	近畿	14.9	15.6	15.8
	中国	15.1	16.7	15.2
	四国	16.5	16.4	18.1
	九州	14.3	15.2	14.2
都 市 規 模 別	12大都市	14.0	14.9	14.2
	15万上市	13.8	14.5	14.1
	5万上市	14.0	15.0	15.1
	5万未上市	14.4	16.0	15.1
	郡部	15.5	15.9	15.4

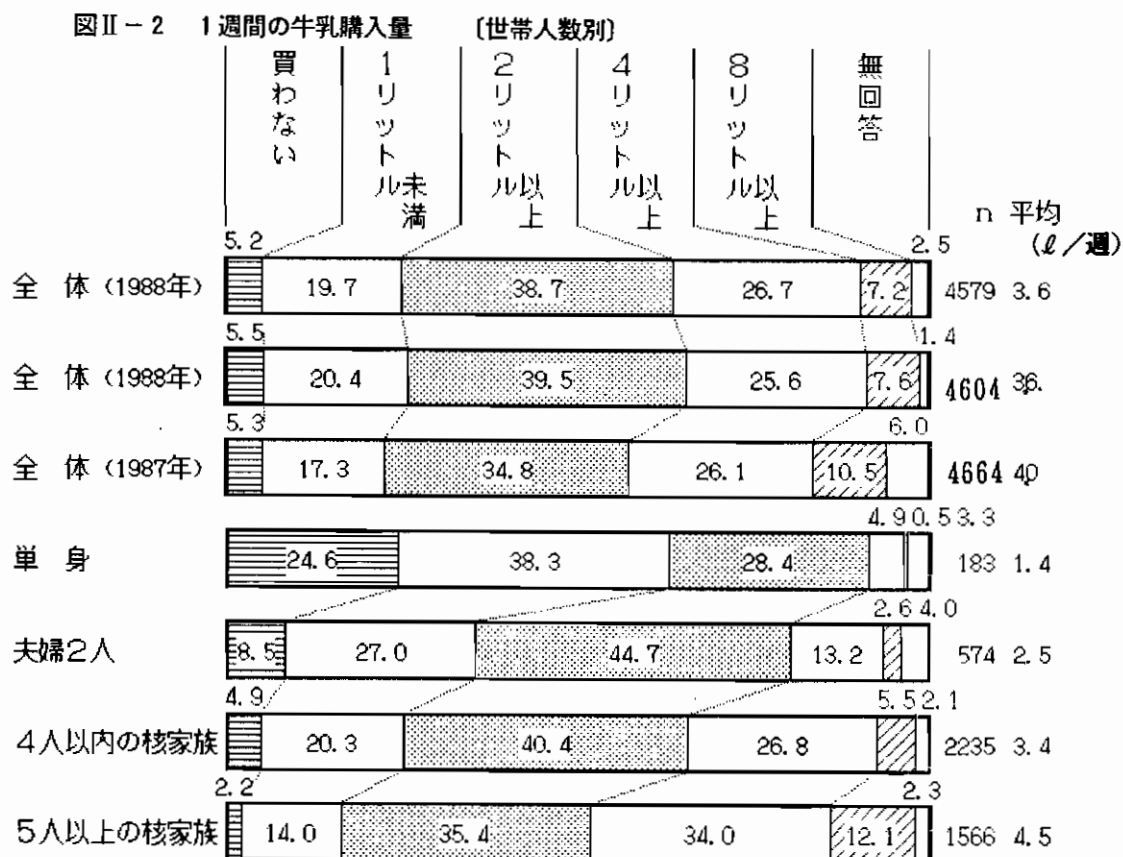
2) 購入量

次に、牛乳の購入量をみていこう。1世帯の1週間当たりの購入量は、平均3.6ℓである。これは前回と同じ数値であり、購入量は現状維持で推移しているようだ。

家族構成別に1週間の購入量をみると、単身・その他は買わないが25%を占め、平均購入量も1.4ℓと、他より極端に少ない。これに比べ、家族数が多くなるにしたがって、たくさん買う人が多くなる。

地域別・都市規模別にみると、前回とほぼ同様の傾向がみられる。つまり、地域別では、北海道と九州の購入量がやや少ないが、都市規模別では、ほとんど差がない。

主婦属性別にみると、過去2回と同様、専業主婦・有職主婦ともに、30代・40代の購入量がかかなり多く、時系列で比較してもほとんど変化は見られない。



表Ⅱ-3 地域別・都市規模別牛乳の購入量

(単位 ℓ/週)

		1987年	1988年	1989年
全 体		4.0	3.6	3.6
地 域 別	北海道	3.2	3.4	3.2
	東北	3.8	3.4	3.8
	関東	4.2	3.8	3.7
	中部・北陸	4.2	3.4	3.5
	近畿	4.1	3.6	3.6
	中国	3.6	3.6	3.5
	四国九州	4.9	3.0	3.9
都 市 規 模 別	12大都市	4.0	3.7	3.6
	15万上市	4.2	3.5	3.5
	5万上市	3.9	3.5	3.7
	5万未満市	3.8	3.7	3.6
	郡 部	4.1	3.5	3.5

表Ⅱ-4 主婦属性別・家族構成別牛乳購入量

(単位 ℓ/週)

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

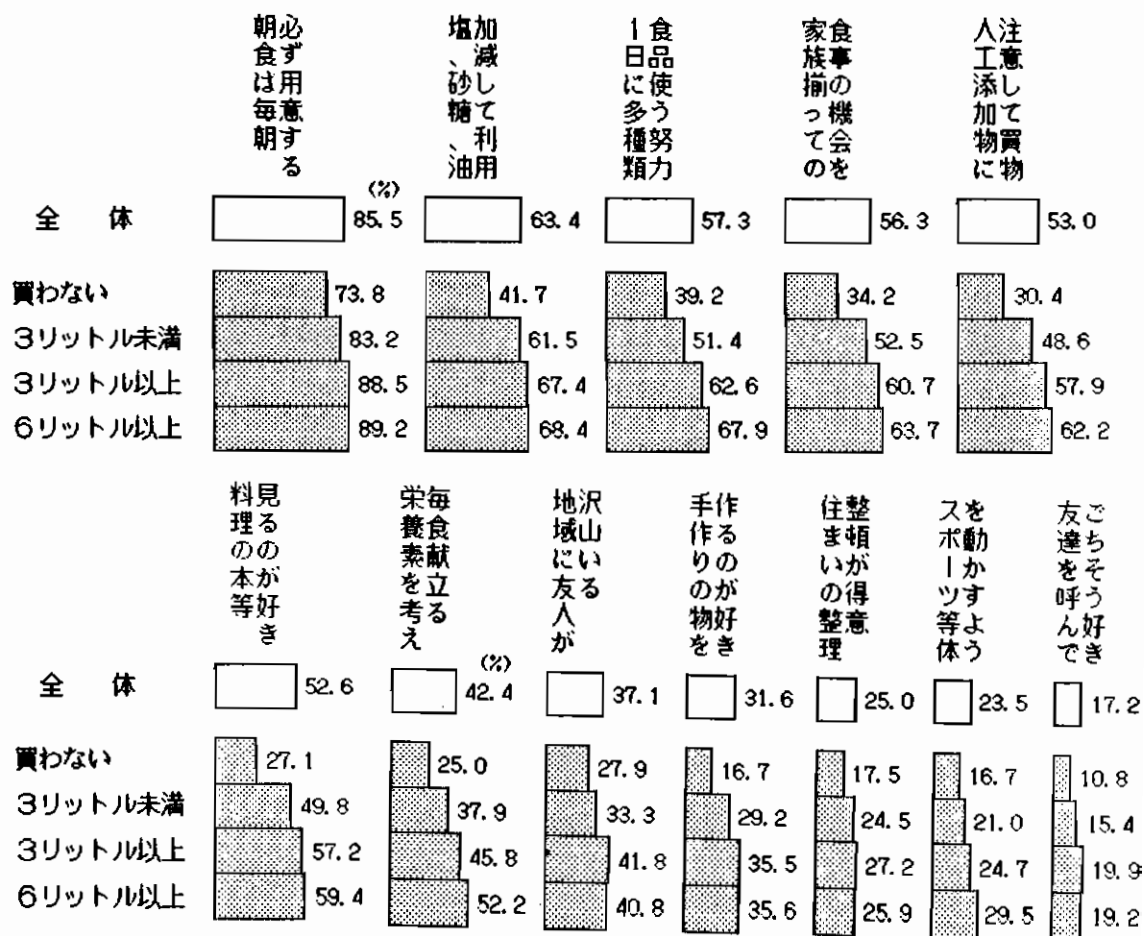
なお、1987年の数値は購入量をリットル単位の整数で答えたものであるが、1988年より、リットル単位の小数点以下1位までで答えている。これは、より精密な数値を得るための措置であり、今回もこの方法をとっている。

3) 購入量と健康への気くばり

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

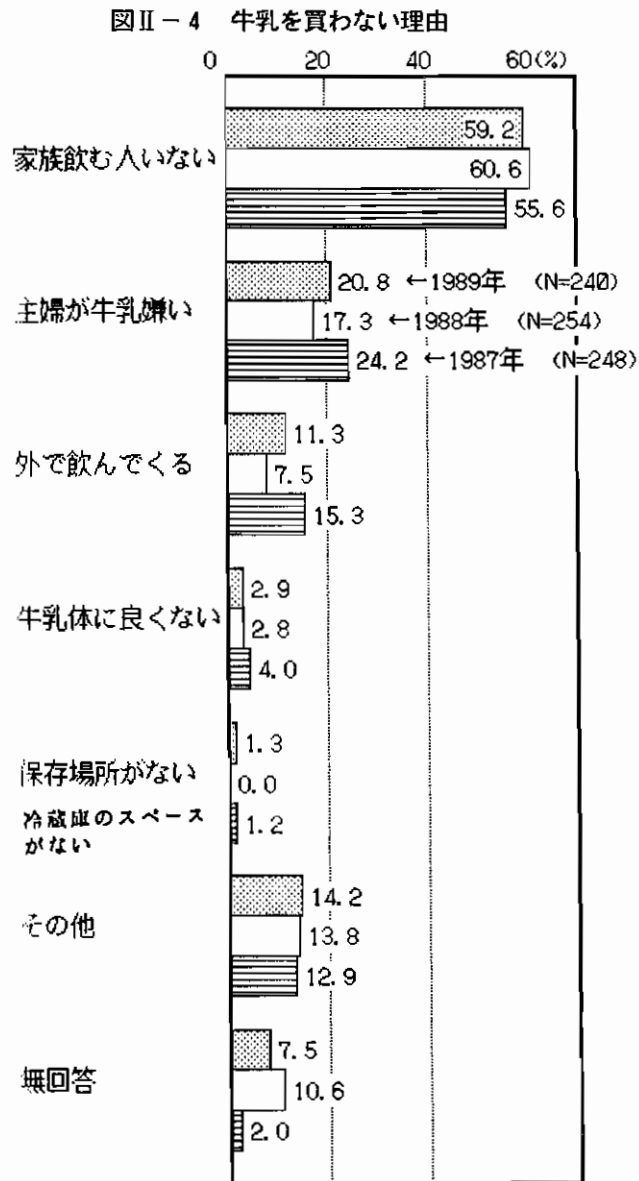
ほとんどの項目において、牛乳の購入量の多い世帯ほど、あてはまると答える率が高く、主婦が家族の健康に注意を払っていることがわかる。つまり、家族の健康管理に気をつけている主婦ほど、牛乳をたくさん購入し、利用しており、牛乳購入量はよい主婦のバロメーターとなると言えよう。

図Ⅱ-3 牛乳購入量別健康管理への配慮



4) 牛乳を買わない理由

牛乳をほとんど買わない世帯の主婦に対し、なぜ買わないのか、その理由を聞いたところ、「家族に飲む人がいないから」が59%と最も多く、次いで「主婦が牛乳が嫌いだから」(20%)、「家で牛乳を飲まなくても、外で飲んでくるから」(11%)の順になっている。この順序は過去2回と変化はなく、数値もほとんど変わっていない。



2. 購入場所・売場の評価

1) 購入場所

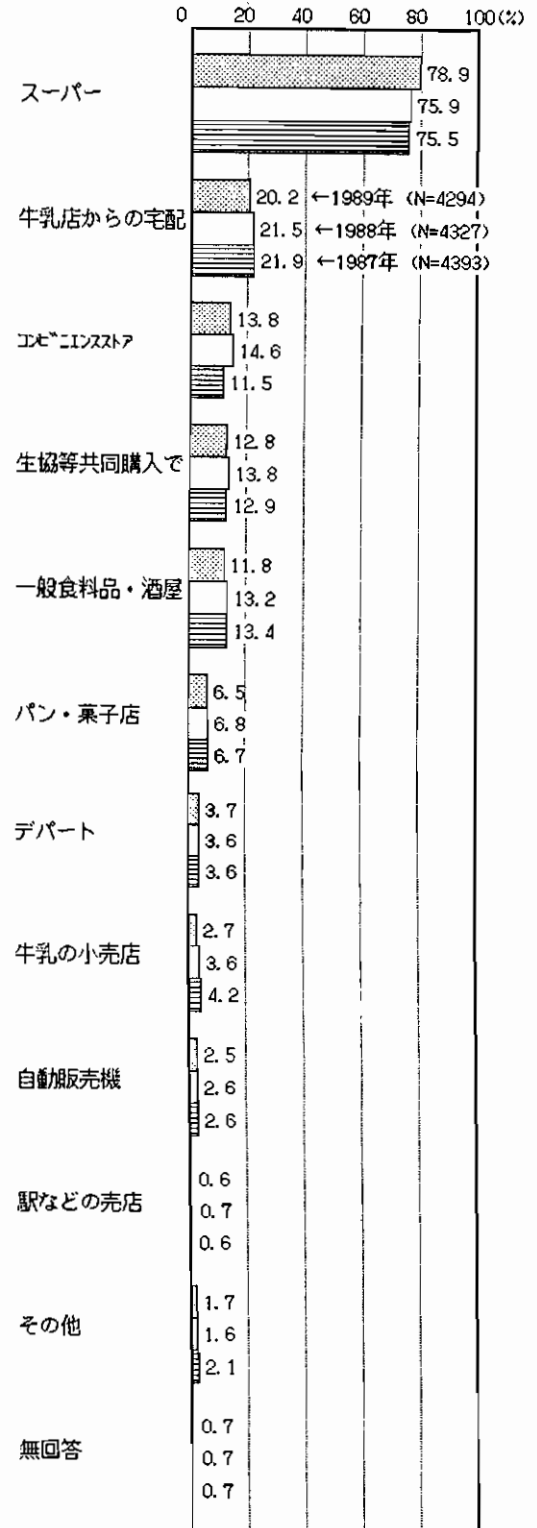
最近1ヶ月間に牛乳を買った店を聞いたところ、「スーパー」を利用している人が78%と、「牛乳店からの宅配」を用いる人(20%)より、約4倍高い。時系列でみると、「牛乳店からの宅配」や「生協などの共同購入」「コンビニエンスストア」「一般食料品店・酒屋」は伸びがみられないが、「スーパー」は3ポイント伸びている。

都市規模別にみると、「スーパー」や「コンビニエンスストア」「自動販売機」は、規模が大きいほど利用され、「牛乳店からの宅配」「一般食料品店・酒屋」は規模が小さいほど利用されているが、スーパーでの利用は都市規模が小さいほど伸びが大きい。

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」が多く、「牛乳店からの宅配」や「牛乳小売店の店頭」は、高齢層の主婦が多いが、スーパーも増えつつある。

つまり、牛乳の供給先としては宅配を始め多様にあるが、どの層においても、「スーパー」の伸びが著しいことに注目できる。

図Ⅱ-5 牛乳購入場所



表II-5 都市規模別・主婦属性別 牛乳購入先

(%)

年次		全 体 (n)			スーパー			牛乳店からの宅配			一般食料品店、酒屋		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4393	4327	4294	75.5	75.9	78.9	21.9	21.5	20.2	13.4	13.2	11.8
都市規模別	12大都市	903	881	873	77.2	79.3	83.7	16.2	16.1	14.3	10.6	11.5	10.0
	15万以上市	1262	1243	1232	81.2	80.3	81.3	16.6	17.8	16.6	14.0	10.1	10.1
	5万以上市	882	870	858	77.2	77.7	78.0	20.0	21.0	21.3	12.6	11.8	9.4
	5万未満市	315	317	298	74.9	70.0	75.5	26.0	24.3	23.5	11.7	17.0	14.1
	郡 部	1031	1016	1033	65.7	68.0	73.7	33.9	30.3	27.6	16.2	18.6	16.7
主婦属性別	専業主婦	2425	2445	2316	76.7	75.7	78.9	20.9	21.2	20.4	12.8	12.4	12.4
	有職主婦	1712	1647	1746	74.7	77.4	79.3	24.5	23.3	20.7	14.7	14.4	11.7
	単身・他	256	235	232	69.1	68.5	75.4	14.5	11.9	14.7	10.5	14.0	6.5
性別	20代以下	496	435	374	82.9	80.9	88.0	15.9	15.4	12.0	12.1	11.5	9.1
	30代	1211	1191	1069	79.0	79.6	81.5	22.0	20.5	19.7	12.7	12.5	12.0
	40代	1361	1375	1465	77.2	77.1	80.6	20.4	21.3	19.9	15.1	13.5	11.3
	50代以上	1311	1323	1377	67.8	69.8	72.4	25.9	24.7	23.3	12.7	14.3	13.1

年次		生協などの協同購入			コンビニエンスストア			パン・菓子店			牛乳の小売店の店頭		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		12.9	13.8	12.8	11.5	14.6	13.8	6.7	6.8	6.5	4.2	3.6	2.7
都市規模別	12大都市	13.0	14.6	12.9	15.7	21.5	19.6	9.2	10.2	8.5	4.9	3.6	3.0
	15万以上市	13.3	15.0	14.4	13.5	15.1	14.9	9.4	8.4	8.8	3.6	3.5	1.9
	5万以上市	13.7	12.4	14.5	9.9	12.0	12.8	4.9	5.5	4.4	3.4	3.7	1.6
	5万未満市	14.3	15.1	8.1	7.6	10.4	7.7	4.1	3.5	4.4	2.5	2.5	3.7
	郡 部	11.1	12.2	10.8	7.7	11.4	10.2	3.7	4.0	4.6	5.7	4.0	3.9
主婦属性別	専業主婦	16.2	16.4	14.2	10.1	13.2	12.8	6.4	6.7	6.5	4.2	4.1	2.5
	有職主婦	9.3	11.1	11.8	11.4	14.1	13.6	7.0	6.6	6.8	4.3	2.7	2.8
	単身・他	5.1	5.1	7.3	23.8	31.9	25.0	7.8	9.4	5.6	3.9	4.3	3.9
性別	20代以下	11.1	13.3	11.5	22.8	29.9	28.9	8.5	8.3	6.1	2.4	2.8	0.8
	30代	19.6	19.1	19.7	11.8	15.1	16.3	6.9	6.9	7.4	3.6	3.1	1.5
	40代	13.0	12.4	13.5	11.3	13.8	12.6	7.6	6.8	6.7	3.9	3.2	2.9
	50代以上	7.2	10.4	7.1	7.0	9.8	8.9	5.0	6.3	5.8	5.8	4.8	3.9

年次		デパート			自動販売機			駅などの売店			その他		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		3.6	3.6	3.7	2.6	2.6	2.5	0.6	0.7	0.6	2.1	1.6	1.7
都市規模別	12大都市	1.3	2.2	1.7	3.1	3.2	3.4	0.8	1.0	0.7	1.4	0.6	1.8
	15万以上市	5.7	3.9	4.9	3.2	3.5	3.2	0.6	1.0	0.7	2.0	1.8	1.4
	5万以上市	3.3	4.6	3.7	2.7	2.3	2.4	0.5	0.7	0.6	1.9	1.1	1.4
	5万未満市	4.1	3.5	5.4	1.6	1.6	1.3	-	0.6	0.7	1.0	1.6	1.3
	郡 部	3.1	3.5	3.5	1.6	1.6	1.5	0.7	0.3	0.4	3.3	2.6	2.3
主婦属性別	専業主婦	3.8	4.1	3.4	2.3	2.4	2.2	0.5	0.7	0.5	2.1	1.6	1.8
	有職主婦	3.4	3.0	4.3	2.4	2.6	2.6	0.5	0.7	0.7	2.2	1.5	1.8
	単身・他	2.7	2.1	2.2	7.0	5.1	5.2	1.6	1.7	0.4	1.6	1.7	1.3
性別	20代以下	6.3	3.2	3.5	3.0	3.4	4.0	0.4	0.7	0.5	2.2	2.5	1.3
	30代	2.4	3.0	4.8	2.2	2.6	3.8	0.6	0.6	0.3	2.1	1.5	2.0
	40代	3.8	3.5	3.3	2.2	2.8	1.7	0.4	0.5	0.5	1.6	1.3	2.0
	50代以上	3.4	3.4	3.4	3.2	2.2	2.0	0.8	1.1	1.0	2.6	1.6	1.2

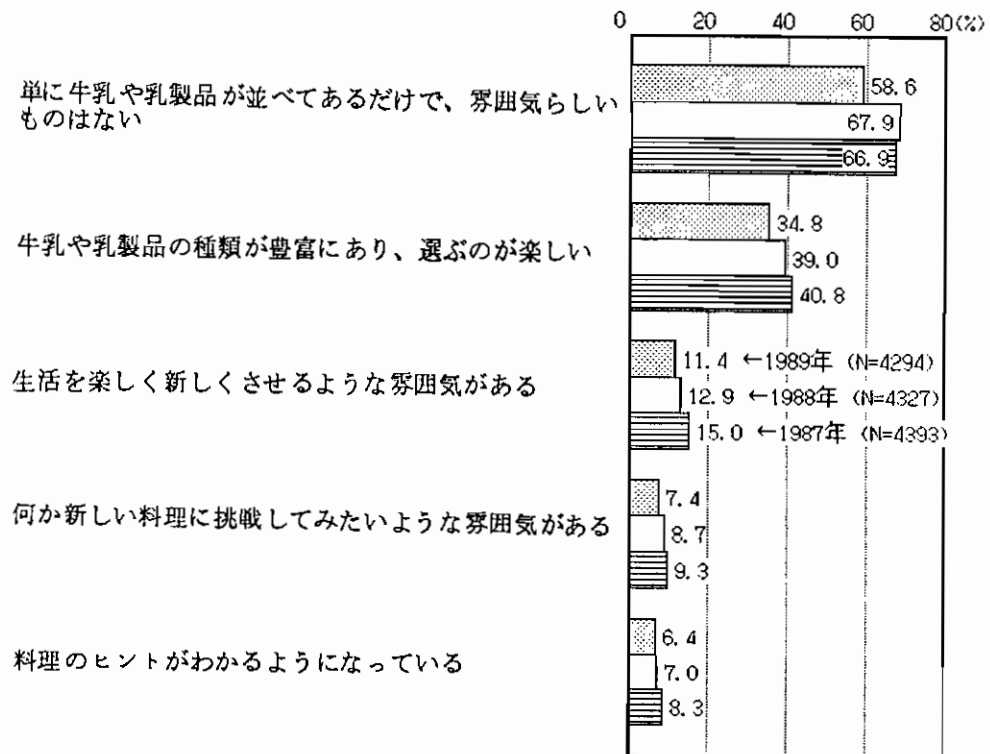
2) 売場の評価

では、牛乳の売場はどのように評価されているのだろうか。

評価項目をあげ、聞いてみたところ、「単に牛乳や乳製品が並べてあるだけで、雰囲気らしいものは何もない」という評価が、59%と最も多いが、前年に比べると、9ポイントも減っている。一方、「牛乳・乳製品が豊富にあり選ぶのが楽しい」や「生活を楽しく新しくさせるような雰囲気がある」も年々減っている。

つまり、牛乳売場の評価としては、つまらないところが少なくはなったが、特に工夫してあるというイメージがみられるところが増えたわけではない、といったところのようだ。今後は各店舗に対し、今以上に牛乳売場としてプラスに評価されるような工夫をするよう、推進していくべきであろう。

図Ⅱ-6 日頃利用する牛乳・乳製品売場の感じ



都市規模別にみると、規模が大きいほど「単に並べてある」が高いが、前回と比べると、規模が大きいほどその割合は下がり、差が小さくなった。

購入先別にみると、スーパー、コンビニエンスなどの量販店ほど「単に並べてあるだけ」と、不評であるが、その割合は前回に比べ、大きく減少している。とはいえプラスの評価は伸びておらず、さらなる努力が必要だろう。

表II-6 都市規模別・牛乳の購入先別 牛乳売場の雰囲気 (％)

		全 体 (n)			料理のヒントがわかる よくなっている			何か新しい料理に挑戦 したい雰囲気がある			生活を楽しく新しくさせ るような雰囲気がある		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4393	4327	4294	8.3	7.0	6.4	9.3	8.7	7.4	15.0	12.9	11.4
都 市 規 模 別	12大都市	903	881	873	7.1	5.2	5.6	7.3	6.9	6.2	13.8	10.7	10.1
	15万以上市	1262	1243	1232	7.8	6.1	5.5	8.7	8.8	6.6	14.8	12.7	11.3
	5万以上市	882	870	858	8.4	9.7	6.8	9.6	9.7	9.2	15.0	13.3	11.7
	5万未満市	315	317	298	11.7	5.7	7.7	11.4	5.0	6.7	17.5	15.5	12.8
	郡 部	1031	1016	1033	8.8	8.0	7.6	10.8	10.5	8.0	15.5	14.0	12.1
購 入 先 別	スーパー	3316	3268	3387	8.4	6.7	6.4	9.2	8.2	7.0	15.5	13.3	11.6
	コンビニエンスストア	503	630	593	8.0	5.9	7.9	7.8	7.0	8.1	17.5	16.0	15.2
	食品店酒屋	588	573	508	8.2	6.5	6.3	8.5	7.7	7.7	16.8	15.2	13.8
	パン菓子屋	295	295	281	11.2	6.4	6.4	12.5	9.5	7.1	19.3	19.0	11.0
	デパート	158	154	159	9.5	8.4	8.8	12.0	14.3	11.3	20.3	16.9	19.5
	共同購入	565	596	551	11.9	11.9	10.0	9.9	10.7	8.7	14.5	14.1	9.4
	牛乳店店頭	186	156	115	12.9	9.0	11.3	14.0	14.1	13.0	21.5	17.9	18.3
	牛乳店宅配	964	931	868	7.7	7.0	4.5	10.0	9.5	8.9	14.6	11.7	10.3
	自動販売機	114	113	109	15.8	9.7	5.5	11.4	12.4	7.3	21.9	14.2	14.7
	駅等の売店	26	32	26	7.7	6.3	3.8	3.8	12.5	3.8	26.9	9.4	11.5
	その他	92	68	73	8.7	8.8	2.7	7.6	8.2	5.5	16.3	16.2	13.7

		単に牛乳や乳製品が 並べてあるだけ			牛乳や乳製品の種類が あり、選ぶのが楽しい		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		60.8	67.9	58.6	40.8	39.0	34.8
都 市 規 模 別	12大都市	67.7	73.7	62.2	42.5	36.2	38.0
	15万以上市	68.1	69.7	59.1	41.5	43.1	32.5
	5万以上市	66.2	68.3	60.7	42.3	40.2	38.6
	5万未満市	63.2	65.6	55.4	42.9	37.2	31.9
	郡 部	66.2	61.2	54.1	36.7	35.7	32.4
購 入 先 別	スーパー	71.3	72.6	62.3	45.8	43.0	38.3
	コンビニエンスストア	71.2	74.4	62.1	45.9	48.4	40.3
	食品店酒屋	70.6	70.2	62.6	37.2	39.4	34.3
	パン菓子屋	68.1	70.5	60.1	45.8	48.1	39.1
	デパート	73.4	62.3	61.0	49.4	51.3	46.5
	共同購入	66.5	65.6	56.6	38.1	39.3	31.8
	牛乳店店頭	62.4	66.0	50.4	43.0	43.6	40.9
	牛乳店宅配	58.7	58.8	49.9	38.3	36.1	32.9
	自動販売機	60.5	73.5	61.5	48.2	52.2	48.6
	駅等の売店	73.1	65.6	53.8	42.3	56.3	50.0
	その他	66.3	52.9	53.4	30.4	27.9	23.3

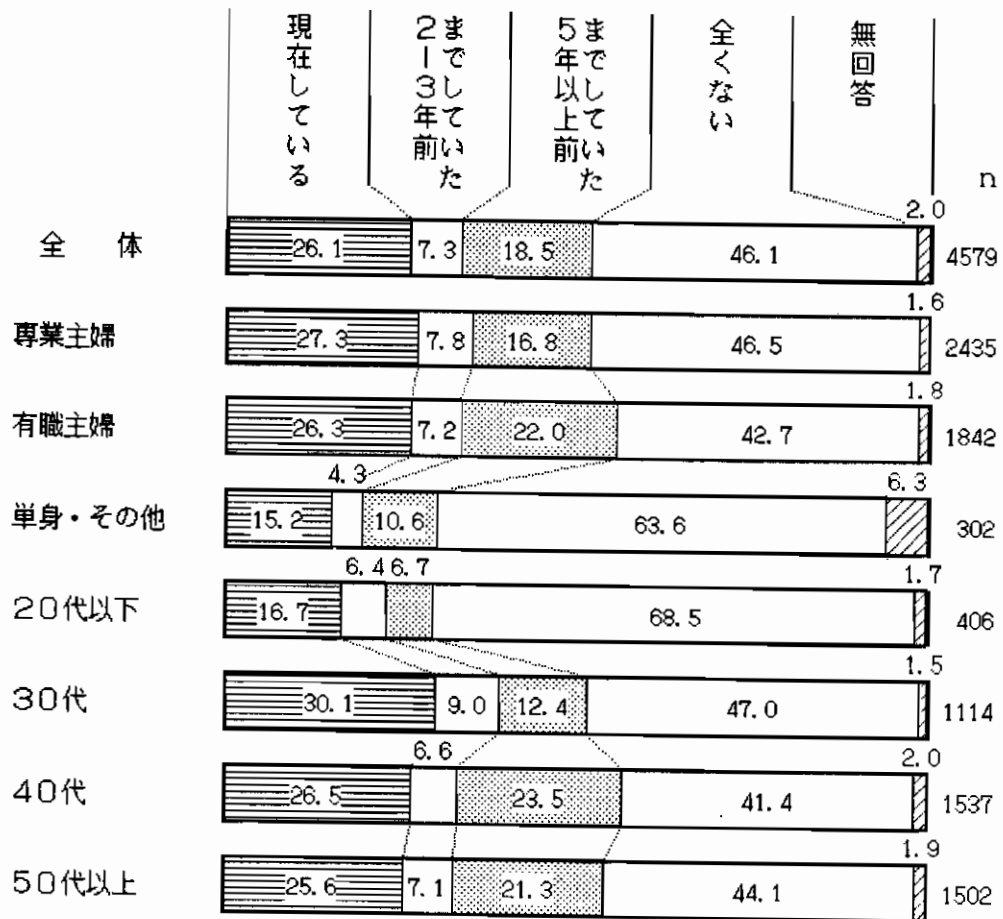
3) 宅配の利用経験

「牛乳小売店からの宅配」の現在の利用率は2割と低いが、その他の経路をも含めると、宅配はどれくらい利用されているのだろうか。

利用経験を聞いたところ、現在宅配を利用している世帯は26%と、約4世帯に1世帯の割合である。また、全く宅配をしたことがない世帯が46%と半数を占める。

利用経験を主婦属性別にみると、単身・他の世帯は、主婦のいる世帯に比べ、宅配を利用している率は半数に過ぎない。また、20代以下の世帯では7割が利用経験がないが、30代以上では、半数は利用したことがある。

図II-7 牛乳宅配経験



また、都市規模別の宅配経験率は、規模が小さいほど高く、郡部では現在33%の世帯で利用している。地域別では、四国で最も現在の使用率が高いが、中部以西での現在利用率が高い。北海道の利用率が低い点が気になるが、広大な面積を占める北海道では、宅配というシステムそのものが、多くは存在しないのではないのだろうか。さらに、牛乳の購入量別にみると、牛乳の購入量が多い世帯ほど、現在宅配を利用している割合が高い。

表Ⅱ-7 牛乳宅配経験

	現在 している	2 まで して いた 2 1 3 年 前	5 まで して いた 5 年 以 上 前	全 く な い	無 回 答	(n)
全 体	26.1	7.3	18.5	46.1	2.0	4,579
12大都市	21.5	5.0	21.4	51.3	0.9	927
15万上市	21.9	6.3	19.3	50.5	2.0	1,310
5万上市	27.5	6.7	19.4	44.7	1.7	916
5万未満市	28.9	10.7	14.8	40.9	4.7	318
郡 部	32.9	10.0	6.5	39.1	2.4	1,108
北海道	11.5	3.0	14.0	70.6	0.9	235
東 北	25.7	10.5	14.7	45.9	3.1	381
関 東	21.2	5.9	22.0	49.8	1.2	1,476
中部・北陸	31.2	8.3	18.4	39.7	2.4	794
近 畿	28.0	5.4	20.6	43.3	2.6	718
中 国	31.7	8.0	13.5	45.2	1.5	325
四 国	40.0	8.8	10.4	35.2	5.6	125
九 州	29.5	11.0	16.0	41.3	2.1	525
買わない	0.4	4.2	12.1	81.3	2.1	240
3リットル 未満	24.8	7.4	18.2	48.1	1.7	1,834
3リットル 以上	30.9	7.7	19.3	40.8	1.4	1,520
6リットル 以上	28.5	7.7	20.7	41.9	1.3	871

4) 宅配経路

どこから宅配をしていたのか、その経路を聞くと、現在宅配を利用している世帯では、「牛乳専門店」が74%と、圧倒的多数を占める。次に、「生協」が続く。数は少ないながらも、「スーパー」「コンビニエンスストア」「デパート」などからの宅配も利用されている。

また、現在は利用していないが、前に利用していた経路を聞くと、やはり「牛乳専門店」が47%と最も多いが、次いで「スーパー」、「生協」の順になっており、2位と3位が現在の利用経路と入れ替わっている。

現在の利用経路を主婦属性別にみると、「牛乳専門店」は専業主婦の50代以上で9割が利用しているのに対し、「生協」は有職主婦より専業主婦の利用度が高く、特に専業主婦の30代は38%もの人が利用している。

現在の利用経路を都市規模別にみると、「牛乳専門店」や「スーパー」は規模が小さいほど多く、「生協」は規模が大きい方が高い。また、「生協」は関東や近畿及び九州で、多く利用されている。

図II-8 宅配経路

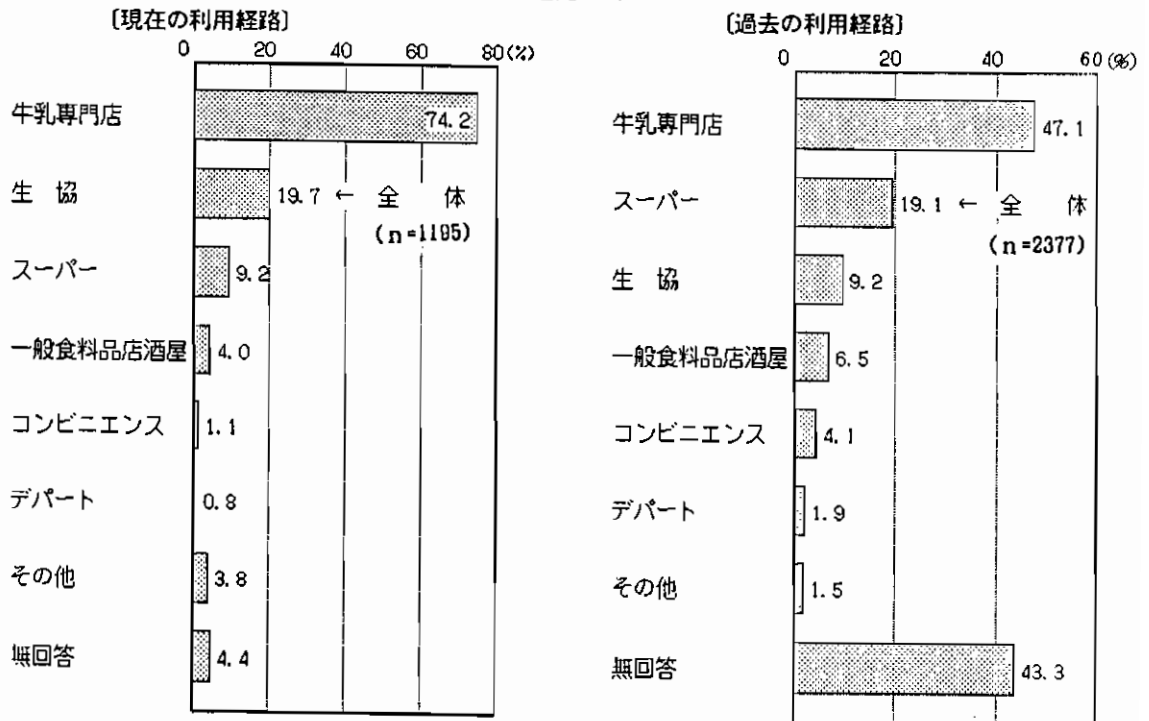


表 II - 8 牛乳宅配元 現在利用しているもの

	牛乳店 店舗	生協	スパー	一般 ・酒屋 ・酒屋 ・酒屋	ス コン ミニ エ ン	デ パ ー ト	その他	無 回 答	(n)	
全 体	74.2	19.7	9.2	4.0	1.1	0.8	3.8	4.4	1,195	
主婦 属性	専業主婦： 20代以下	70.7	31.7	19.5	4.9	2.4	-	4.9	-	41
	30代	64.0	37.9	8.9	2.5	1.0	1.0	4.4	0.5	203
	40代	70.3	23.4	9.1	2.9	2.3	1.7	5.1	4.0	175
	50代以上	91.1	6.1	8.5	3.7	0.8	0.8	1.6	3.3	246
	有職主婦： 20代以下	70.0	25.0	5.0	-	-	-	-	5.0	20
	30代	69.3	28.3	8.7	5.5	1.6	0.8	4.7	2.4	127
	40代	72.1	15.9	9.7	3.5	0.9	0.4	4.9	6.6	226
	50代以上	72.1	8.1	9.9	9.0	-	-	4.5	10.8	111
	単身・その他 20代以下	71.4	-	-	-	-	-	-	28.6	7
	30代	80.0	40.0	-	-	-	-	-	-	5
40代	50.0	16.7	33.3	16.7	-	-	-	16.7	6	
50代以上	88.9	-	-	3.7	-	-	-	7.4	27	
都市 規模	12大都市	66.3	27.1	8.0	1.5	-	2.0	6.5	3.0	199
	15万以上市	74.2	22.0	8.4	2.8	2.1	0.7	2.8	3.1	287
	5万以上市	69.0	23.4	7.5	3.2	0.8	-	3.6	6.7	252
	5万未満市	79.3	9.8	13.0	6.5	-	-	4.3	6.5	92
	郡 部	80.8	14.0	10.7	6.3	1.4	0.8	3.3	3.8	365
地 域	北海道	66.7	7.4	3.7	14.8	-	-	7.4	7.4	27
	東 北	77.6	10.2	11.2	4.1	2.0	-	3.1	9.2	98
	関 東	66.8	26.2	7.7	2.2	1.3	0.3	5.4	3.2	313
	中部・北陸	77.0	14.9	10.5	5.2	1.6	1.2	5.2	6.0	248
	近 畿	78.1	21.9	10.9	2.5	0.5	1.0	1.5	1.0	201
	中 国	80.6	15.5	3.9	4.9	-	-	1.9	3.9	103
	四 国	84.0	16.0	8.0	-	2.0	-	2.0	6.0	50
	九 州	71.6	23.9	11.6	6.5	0.6	1.9	3.2	4.5	155

表Ⅱ-9 牛乳宅配元 前に利用していたもの

	牛乳専門店	スーパー	生協	酒屋・ 一般食料店	コンビニ エニオン	デパート	その他	無回答	(n)	
全体	47.1	19.1	9.2	6.5	4.1	1.9	1.5	43.3	2,377	
主婦 属性	専業主婦： 20代以下	28.6	11.1	12.7	4.8	3.2	1.6	60.3	63	
	30代	35.7	17.7	15.2	5.3	5.3	2.2	50.6	322	
	40代	47.3	18.5	13.6	7.6	4.6	1.4	40.2	368	
	50代以上	49.1	19.0	6.1	6.7	2.9	0.8	44.4	511	
	有職主婦： 20代以下	48.7	15.4	5.1	2.6	2.6	5.1	-	43.6	39
	30代	42.6	18.6	10.7	9.1	5.0	2.5	2.1	44.6	242
	40代	52.3	20.7	7.9	6.8	3.9	2.3	1.2	40.1	484
	50代以上	54.9	20.8	3.9	3.5	3.1	3.1	1.2	38.0	255
	単身・その他 20代以下	57.9	10.5	5.3	15.8	10.5	5.3	-	36.8	19
	30代	33.3	33.3	33.3	22.2	11.1	-	11.1	22.2	9
	40代	64.7	17.6	5.9	5.9	11.8	-	11.8	23.5	17
	50代以上	38.6	22.7	-	2.3	2.3	-	2.3	56.8	44
都市圏 規模	12大都市	50.8	20.3	12.4	4.1	6.3	1.1	3.2	40.0	443
	15万以上市	50.2	18.3	12.1	5.6	3.7	1.8	1.1	38.1	622
	5万以上市	47.5	19.8	8.1	7.3	4.1	1.8	1.2	42.4	491
	5万未満市	42.2	20.8	4.0	8.1	2.9	2.3	0.6	48.6	173
	郡部	42.6	17.9	6.5	7.9	3.4	2.5	1.2	50.0	648
地域	北海道	50.7	28.4	14.9	22.4	9.0	4.5	-	26.9	67
	東北	43.3	10.3	6.2	3.6	2.1	2.1	2.6	45.4	194
	関東	53.6	20.2	11.7	6.5	5.7	1.1	1.5	36.3	724
	中部・北陸	45.0	23.0	5.7	7.8	5.4	2.6	1.1	48.5	460
	近畿	46.4	17.8	10.3	4.1	2.6	0.5	2.1	43.8	388
	中国	41.0	15.6	6.9	6.4	1.2	2.3	1.2	49.1	173
	四国	31.1	12.2	4.1	5.4	1.4	1.4	1.4	62.2	74
	九州	44.4	19.2	10.4	6.1	3.0	3.7	1.3	46.1	297

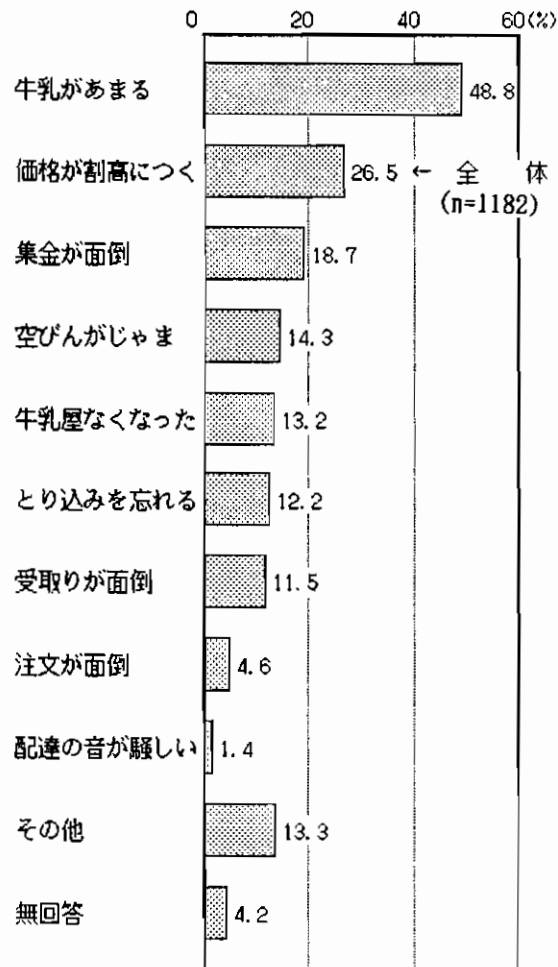
5) 宅配を止めた理由

では、宅配を利用したことがあるが止めてしまった人は、なぜ止めてしまったのだろうか。その理由を止めた人だけに聞いた。

止めた理由としては「牛乳が余るときがある、量の調整がきかない」が最も多く、49%もの人があげている。次に「価格が割高につく」(27%)「集金が面倒」(19%)の順となっている。配達する人や販売店の管理が面倒になるかもしれないが、自由に量の調節ができるよう工夫をするとよいだろう。

なお、主婦属性別にみると、「集金が面倒」は専業主婦より、有職主婦や単身・その他の世帯で多い。

図Ⅱ-9 牛乳宅配を止めた理由



表Ⅱ-10 牛乳宅配を止めた理由

	牛乳があまる	価格が割高につく	集金が面倒	空びんがじゃま	牛乳屋なくなった	とり込みを忘れる	受取りが面倒	注文が面倒	配達の音が騒しい	その他	無回答	(n)	疑問符数
全体	48.8	26.5	18.7	14.3	13.2	12.2	11.5	4.6	1.4	13.3	4.2	1,182	168.7
専業主婦	50.1	26.0	16.7	14.5	12.0	12.0	12.5	5.5	1.7	13.7	5.0	599	169.7
有職主婦	47.4	27.5	20.4	14.5	14.3	13.0	10.8	3.5	0.9	12.3	3.2	538	167.8
単身・その他	48.9	20.0	24.4	8.9	15.6	4.4	6.7	4.4	2.2	20.0	6.7	45	162.2
20代以下	50.9	24.5	15.1	9.4	7.5	9.4	20.8	13.2	1.9	22.6	5.7	53	181.0
30代	42.4	35.3	19.7	12.2	10.1	12.2	15.1	5.9	0.8	17.6	4.6	238	175.9
40代	49.8	27.1	19.5	15.4	12.6	11.3	10.6	3.9	0.9	12.8	3.5	462	167.4
50代以上	50.9	21.1	17.6	15.0	16.4	13.6	9.4	3.3	2.1	10.3	4.5	426	164.2

6) こんな宅配があったら

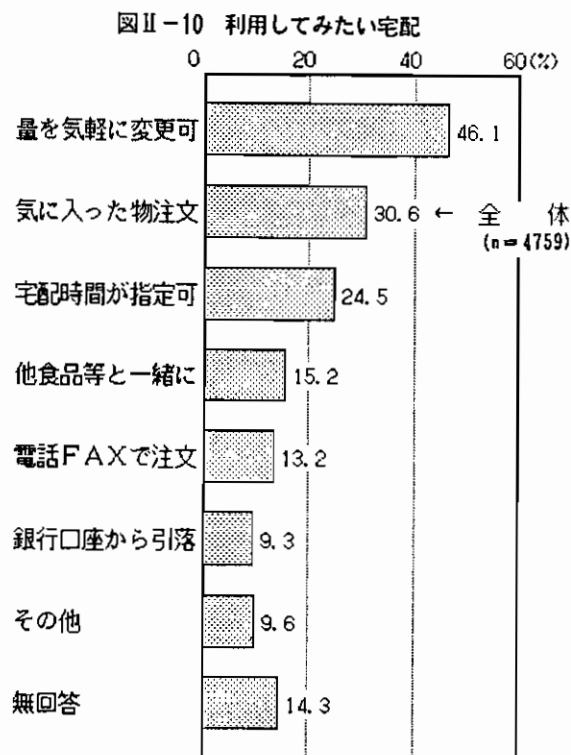
では、どんな宅配なら、利用したいのだろうか。宅配の利用経験の有無に関わらず、全ての人に聞いた。

最も利用意向の高いものは「必要量を気軽に変更できる」であり、46%と半数の人が望んでいる。これは、宅配を止めた最大の理由と一致しており、宅配のネックが浮き彫りにされたと言えるだろう。

次いで希望の高かったのは「いろいろなメーカーや種類のものがあり、気に入ったものを注文できる」(31%)、「宅配時間が指定できる」(25%)などである。

主婦属性別にみると、年令の若い主婦ほど、「必要量を気軽に変更できる」や「気に入ったものを注文できる」、「宅配時間が指定できる」など、いろいろな宅配の様式を希望する率が高い。

また、牛乳の購入量別にみても購入量の多い人ほど、多くの項目を希望する率が高い。つまり、購入量の多い人は、もっと宅配が便利になれば、もっと使いたいと考えていることの現れであろう。このような宅配になるよう工夫すれば、もっと宅配の利用率は上がるだろう。



表Ⅱ-11 利用してみたい宅配

	必要事項を気軽に 入力できる	物を注文 が楽に入力した	指定できる 宅配時間がある	一緒に宅配 他の音響等と	で手軽に注文 電話やFAX	口座から引落 支払いは銀行	その他	無回答	(n)	延回答数
全 体	46.1	30.6	24.5	15.2	13.2	9.3	9.6	14.3	4,579	162.8
専業主婦	47.6	31.6	24.3	16.3	13.8	8.3	9.4	13.6	2,435	164.9
有職主婦	46.0	30.9	25.5	14.0	12.4	10.7	9.2	14.0	1,842	162.7
単身・その他	34.4	21.5	20.9	13.9	13.6	9.3	14.2	22.2	302	150.0
20代以下	47.8	44.6	35.5	19.2	21.9	13.3	9.6	6.9	406	198.8
30代	51.5	37.1	27.9	19.7	15.3	11.8	7.5	10.5	1,114	181.3
40代	47.5	27.8	23.4	13.8	12.2	8.9	9.5	12.6	1,537	155.7
50代以上	40.7	25.2	20.3	12.5	10.5	6.8	11.4	20.4	1,502	147.8
50代以上	- 28.6	- 10.7	- 16.1	14.3	8.9	7.1	+ 15.2	+ 27.7	112	128.6

表Ⅱ-12 牛乳購入量別利用してみたい宅配

	必要事項を気軽に 入力できる	物を注文 が楽に入力した	指定できる 宅配時間がある	一緒に宅配 他の音響等と	で手軽に注文 電話やFAX	口座から引落 支払いは銀行	その他	無回答	(n)
全 体	46.1	30.6	24.5	15.2	13.2	9.3	9.6	14.3	4,579
買わない	17.1	15.4	11.3	9.2	4.6	5.0	21.3	38.3	240
3リットル未満	46.6	29.3	22.6	14.6	12.5	8.1	8.5	14.2	1,834
3リットル以上	50.1	33.4	26.6	16.3	14.1	10.3	9.5	10.7	1,520
6リットル以上	48.7	34.6	29.5	17.6	16.0	11.9	9.4	10.4	871

3. 価格意識

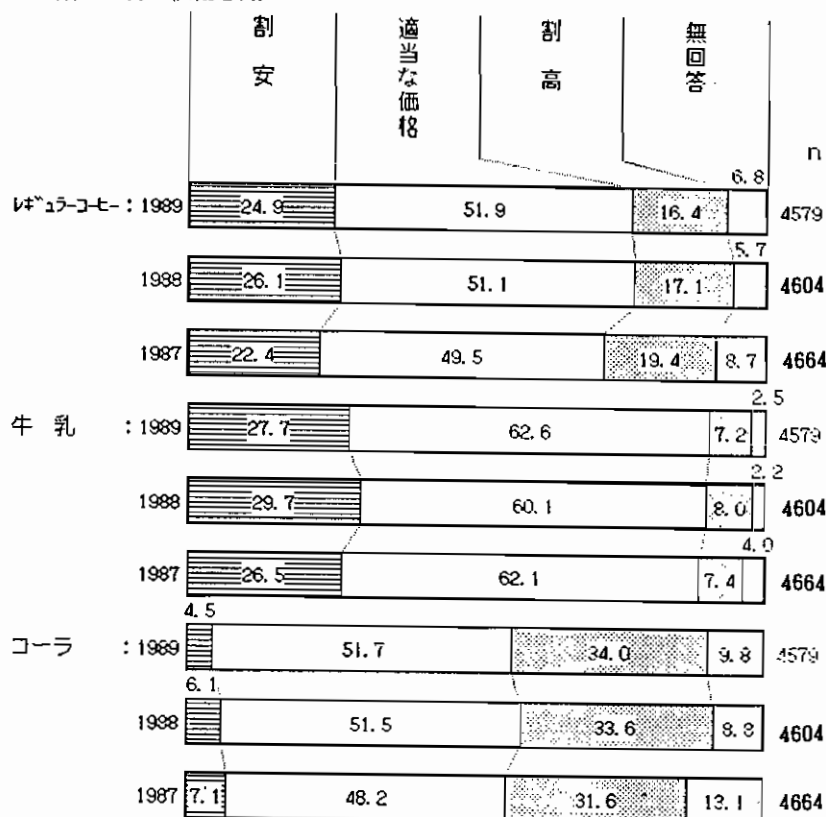
1) 価格意識

牛乳や他の日常食品について、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えて、割安か、割高かを聞いた。今回はマーガリンを加え、8つの食品で比較をおこなったところ、割安感が最も高いものは「卵」であるが、前回と比べるとやや割安感を感じる率が減っている。

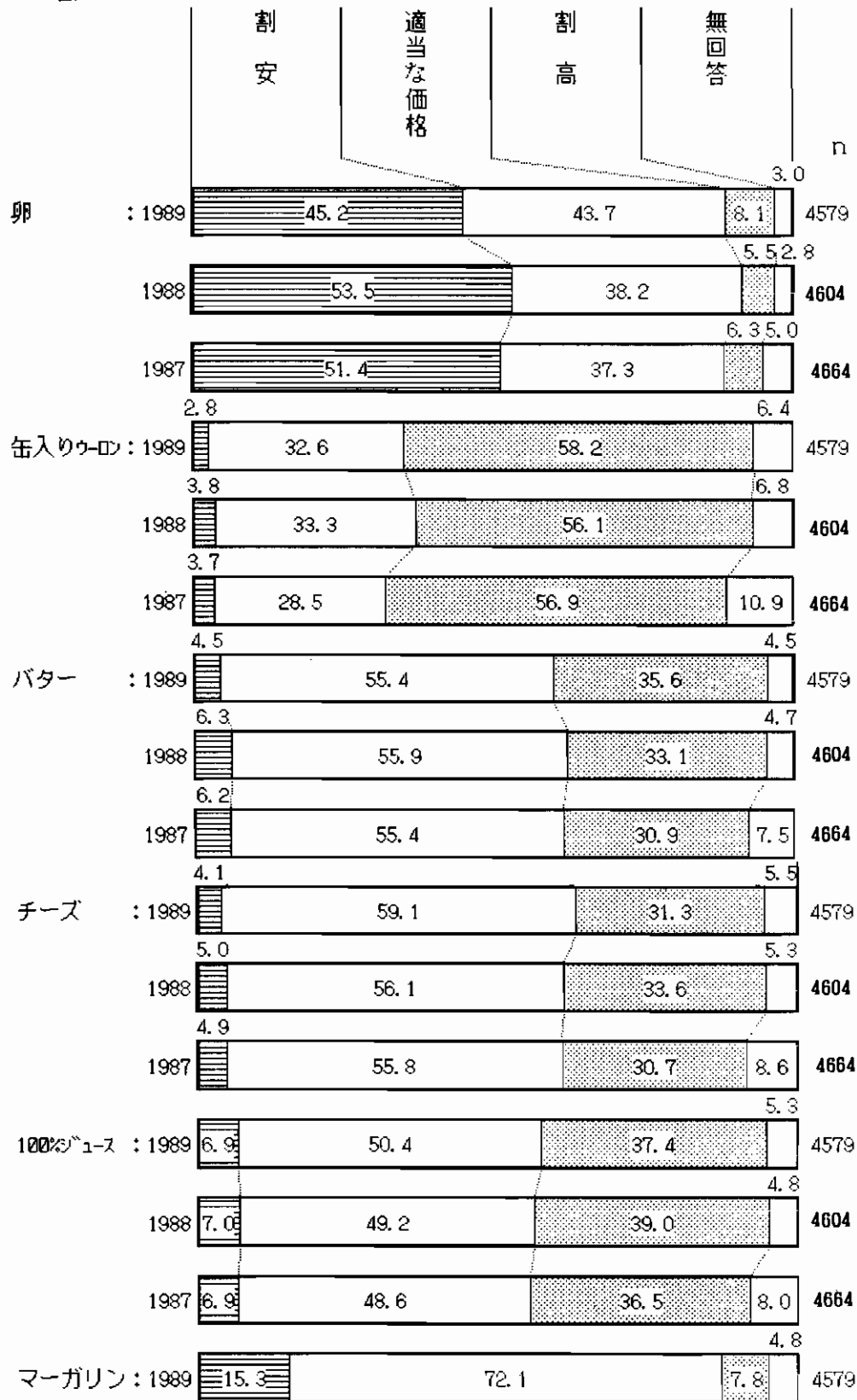
次いで「牛乳」の割安感が高く、28%の人が割安と感じている。牛乳に関しては、価格が適当であるとする人が、63%と多く、割高とする人は7%にすぎない。時系列的にも大きな変動はなく、牛乳の割安感は維持され続けているようだ。

「バター」や「チーズ」の割安感はやはり低く、割高感が3割と高い。時系列でみると、特に「バター」で、わずかであるが、割高感の高まりがみられる。なお、「マーガリン」は適当な価格であるとする人が72%と高く、手頃な商品として、位置づけられているようだ。

図II-11 価格意識



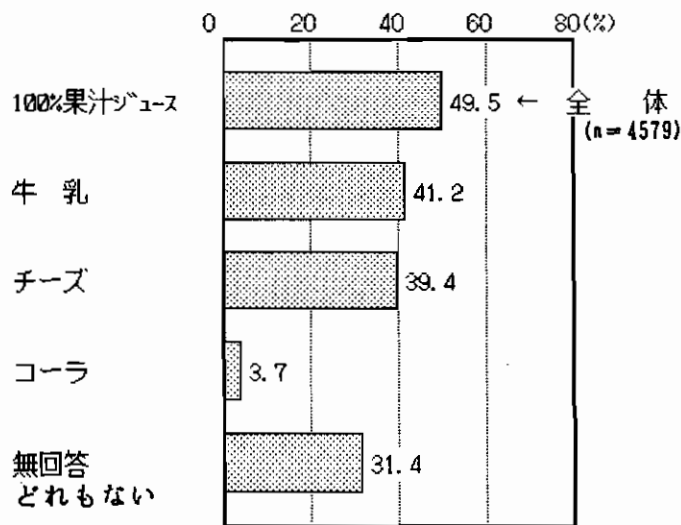
図II-11 (つづき)



2) 価格が安くなったら購入量を増やしたいもの

では、もっと価格が安くなったら、購入量を増やしたいと考えるものにはどんなものがあるだろうか。牛乳を始めとする4品目について聞いたところ、「果汁 100%ジュース」を増やしたという人が、50%と最も多い。次いで「牛乳」が41%、「チーズ」が39%と続いている。「果汁 100%ジュース」や「チーズ」は割安感の低い商品であるため、値下げによる影響が大きいのは当然だと考えられるが、「牛乳」は割安感の高い商品にも関わらず、値下げの影響が強いようだ。牛乳・チーズ共に現在割高感を持っている人ほど、値下げされれば、購入意向が高いが、割安感を持っている人でさえ、値下げによる影響があると感じている。

図II-12 もっと安くなったら購入量を増やしたい飲み物・食べ物



表II-13 もっと安くなったら購入量を増やしたい飲み物・食べ物

	(%)	
	牛乳	チーズ
割安	47.2	49.7
適当な価格	38.0	33.3
割高	54.9	54.1

なお、主婦属性別にみると、年齢の若いほど、値下げによる影響が強いが、50代以上への影響は低い。

表Ⅱ-14 もっと安くなったら購入量を増やしたい飲み物、食べ物

	ジュース 100%果汁	牛乳	チーズ	コーラ	無糖	(n)
全 体	49.5	41.2	39.4	3.7	31.4	4,579
専業主婦	49.4	41.1	39.7	3.0	32.0	2,435
有職主婦	51.7	42.6	40.6	3.9	28.7	1,842
単身・その他	36.1	32.8	30.5	8.3	42.4	302
20代以下	67.7	43.3	49.3	10.3	20.0	406
30代	58.2	46.9	47.4	4.4	23.8	1,114
40代	50.7	39.4	40.7	3.4	30.3	1,537
50代以上	37.2	38.5	30.0	1.7	40.6	1,502

3) 牛乳の質と価格の関係

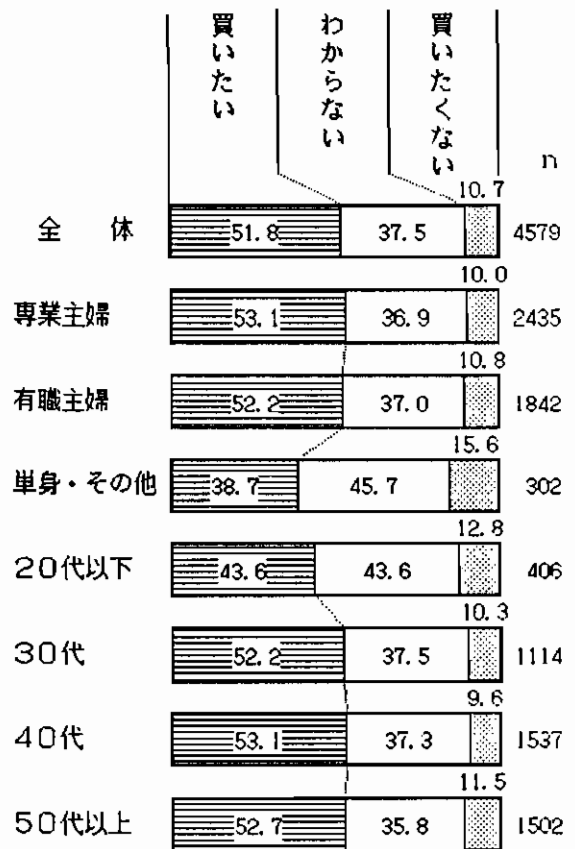
さらに、先程の問とは逆に「質がよくておいしいと言われている牛乳なら普通の牛乳よりも価格が少々高くても買いたいと思うか」と聞いた。

すると、買いたいと言う人が51%と約半数を占め、買いたくないの11%を大きく上回る。つまり、普通の牛乳の価格としては、安いものを希望するが、質がよくておいしいという条件が付けば、少々価格が高くても、買われる可能性は高いということのようだ。

買いたいという人は、年令が高い主婦ほど多く、専業主婦でも、有職主婦でも差がみられない。

また、現在の牛乳の価格意識別にみると、割安感が強い人ほど、購入意向は高く、割高感の高い人ほど、購入意向は低い。

図II-13 質がよくておいしい牛乳なら、少々高くても買いたいか



表II-15 質がよくておいしい牛乳なら、少々高くても買いたいか

	買いたい	わからない	買いたくない	(n)
全体	51.8	37.5	10.7	4,579
割安	60.5	32.3	7.2	1,268
適当な価格	49.9	39.5	10.6	2,867
割高	44.8	32.3	22.9	328

Ⅲ 食べる牛乳

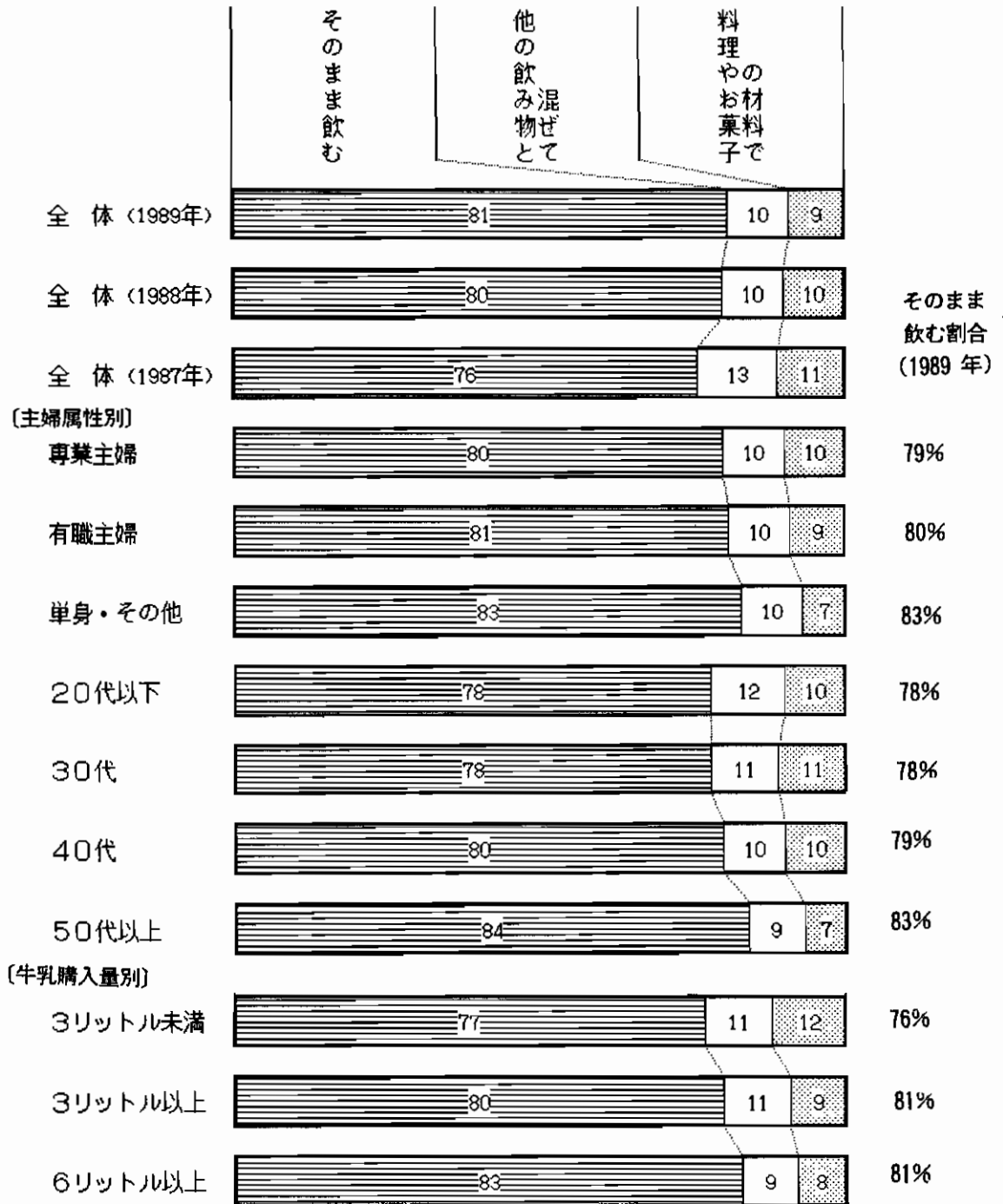
1. 飲食の割合

牛乳はどのように飲まれ、あるいは利用されているのだろうか。家庭での消費のしかたについて、「そのまま飲む」「コーヒー、紅茶、ココアなど他のものと混ぜて飲む」「料理やお菓子の材料として使う」の3つに分けて、合計が100%となるように、飲用と食用の割合を聞いた。

全体では「そのまま飲む」が81%、「他の飲み物に混ぜて飲む」が10%、「料理や菓子の材料として」が9%と、「そのまま飲む」割合が圧倒的に多い。これは、前回とほとんど同じ結果である。

主婦属性別にみると、年齢が高いほど「そのまま飲む」割合が、わずかではあるが高くなる傾向にある。単身・その他は主婦に比べ、料理やお菓子の材料として使う率が低い。また、牛乳の購入量別では、購入量が少ないほど「そのまま飲む」傾向が強まり、この傾向は前年と変わらない。

図Ⅲ-1 牛乳の採り方の割合



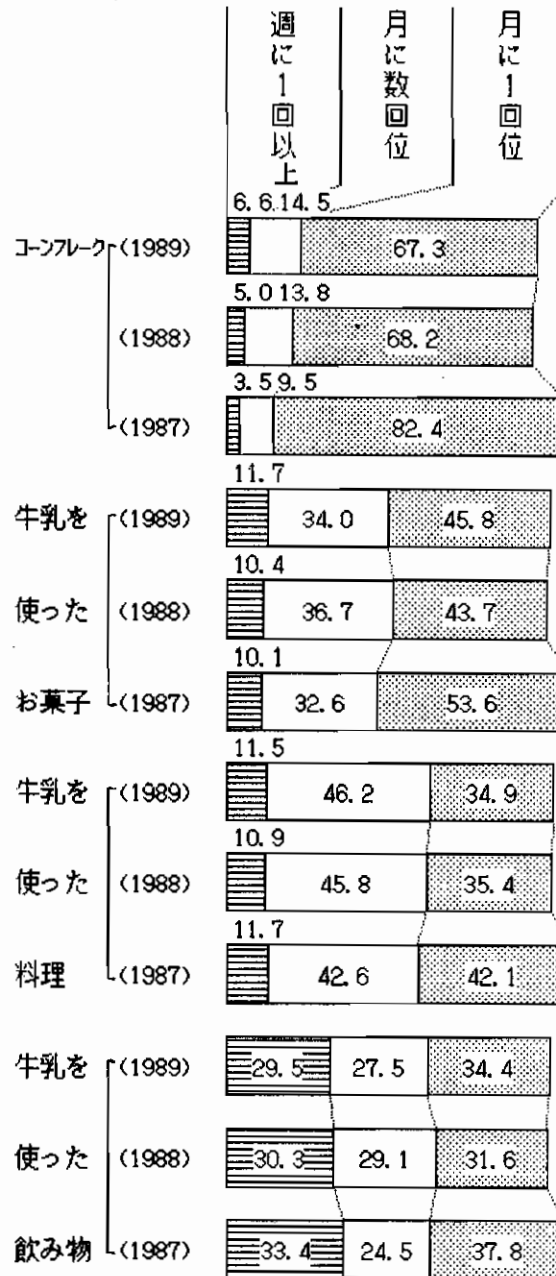
2. 牛乳料理食用頻度

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

この中で、最も頻度が高いものは、カフェオレ、ココア、ミルクティーなどの「牛乳を使った飲み物」であり、30%が週に1回以上飲んでいいる。「牛乳を使った料理」やプリン、パバロアなどの「牛乳を使ったお菓子」は食用頻度が低く、前回と比べても、大きな増加はみられない。

「コーンフレークス」は、食用頻度自体は低いだが、年々微増している。ひき続き、コーンフレークスなどのシリアル食品を食卓に普及させていくことによって、牛乳の消費量の増加を図ることが可能であろう。

図Ⅲ-2 牛乳料理の摂取頻度

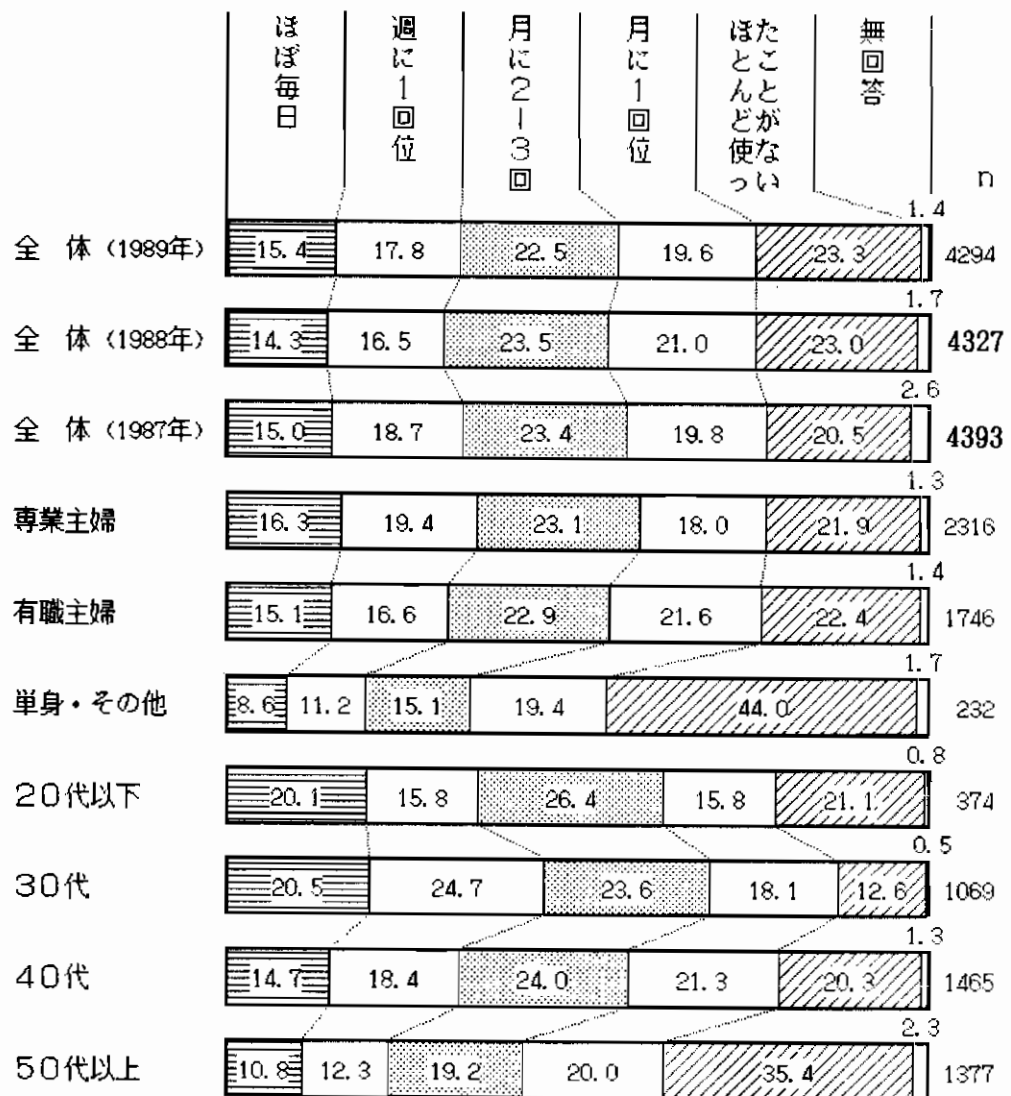


3. 牛乳を料理に使う頻度

また、牛乳を料理に使う頻度を具体的に聞くと、ほぼ毎日使う世帯は15%、週に1回位使う世帯は18%である。この2つをたして、週に1回以上使っている世帯をみると、33%と前回の31%より、やや増えている。

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

図Ⅲ-3 牛乳を料理に使う頻度



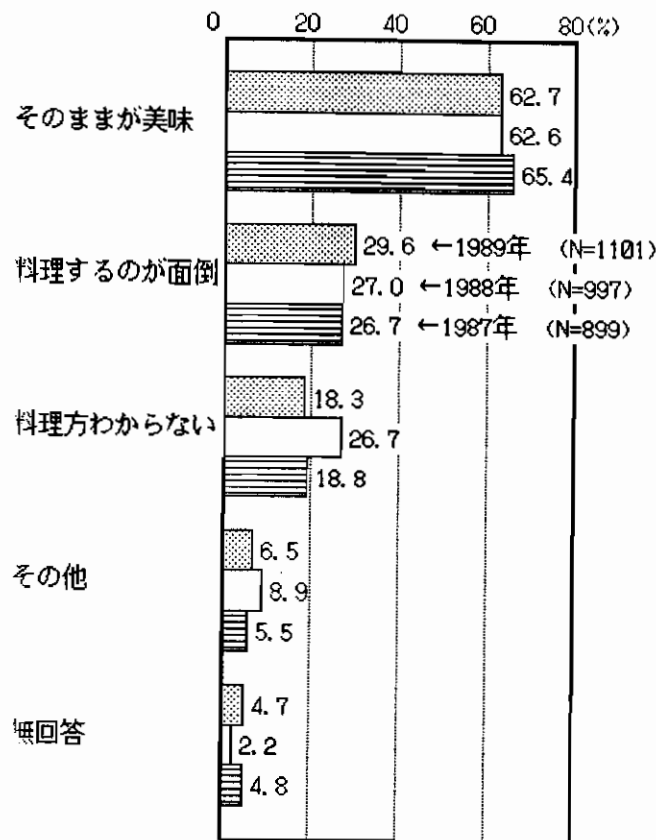
4. 牛乳を料理に使わない場合の理由

牛乳をほとんど料理に使わない世帯は、どうして牛乳を料理に使おうとしないのだろうか。その理由をほとんど使わない世帯に聞いた。

その理由として最も多いのは、牛乳を「そのまま飲んだ方がおいしい」の63%である。また、「料理をするのがめんどろ」「料理のしかたがわからない」という理由もあげられたが、このうち「料理をするのがめんどろ」は前回より高くなっている。

主婦属性別にみると、「料理のしかたがわからない」は、ほとんどの層が前回より減少しているが、20代の有職主婦では増加している。料理の経験も浅く、忙しい有職主婦にも、手早く簡単に作れる料理を紹介していく必要があるだろう。

図Ⅲ-4 料理に牛乳を使わない理由



表Ⅲ-1 主婦属性別 料理に牛乳を使わない理由

(%)

年次		全 体 (n)			そのまま飲んだ方が おいしい			料理するのが面倒			料理の仕方がわから ない		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		899	997	1001	65.4	62.6	62.7	26.7	27.0	29.6	18.8	26.9	18.3
専 業 主 婦	20代以下	29	34	24	58.6	41.2	50.0	27.6	23.5	8.3	10.3	29.4	20.8
	30代	77	74	73	66.2	66.2	67.1	23.4	21.6	30.1	14.3	24.3	12.3
	40代	82	100	114	63.4	62.0	64.0	22.0	22.0	19.3	15.9	26.0	9.6
	50代以上	269	322	296	70.3	67.1	67.9	19.3	23.6	26.4	18.2	26.1	22.0
有 職 主 婦	20代以下	20	18	20	60.0	61.1	45.0	30.0	33.3	35.0	15.0	27.8	35.0
	30代	65	72	54	56.9	58.3	70.4	35.4	29.2	25.9	13.8	23.6	14.8
	40代	132	140	170	65.9	66.4	61.2	30.3	25.7	34.1	19.7	25.7	12.4
	50代以上	114	132	146	72.8	65.2	61.6	29.8	31.8	28.8	19.3	25.0	17.8
単 身 ・ 他	20代以下	39	41	35	46.2	51.2	37.1	53.8	46.3	65.7	23.1	30.0	37.1
	30代	14	17	8	78.6	41.2	75.0	28.6	41.2	62.5	71.4	29.4	25.0
	40代	13	12	13	38.5	33.3	76.9	23.1	25.0	30.8	38.5	25.0	38.5
	50代以上	45	35	46	57.8	54.3	47.8	28.9	37.1	39.1	20.0	37.1	23.9

年次		その他			無回答		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		5.5	8.0	6.5	4.8	2.2	4.7
専 業 主 婦	20代以下	10.3	14.7	20.8	-	5.9	4.2
	30代	10.4	4.1	4.1	7.8	4.1	5.5
	40代	2.4	14.0	11.4	7.3	3.0	4.4
	50代以上	5.2	6.5	3.0	5.6	1.6	4.4
有 職 主 婦	20代以下	5.0	5.6	-	20.0	5.6	10.0
	30代	6.2	16.7	9.3	1.5	2.8	1.9
	40代	6.1	12.1	10.6	-	2.1	4.1
	50代以上	5.3	6.8	6.2	3.5	1.5	6.2
単 身 ・ 他	20代以下	-	7.3	-	5.1	-	2.0
	30代	-	5.9	-	7.1	5.9	-
	40代	7.7	16.7	-	-	-	7.7
	50代以上	4.4	2.9	6.5	8.9	-	6.5

5. 料理情報の入手経路

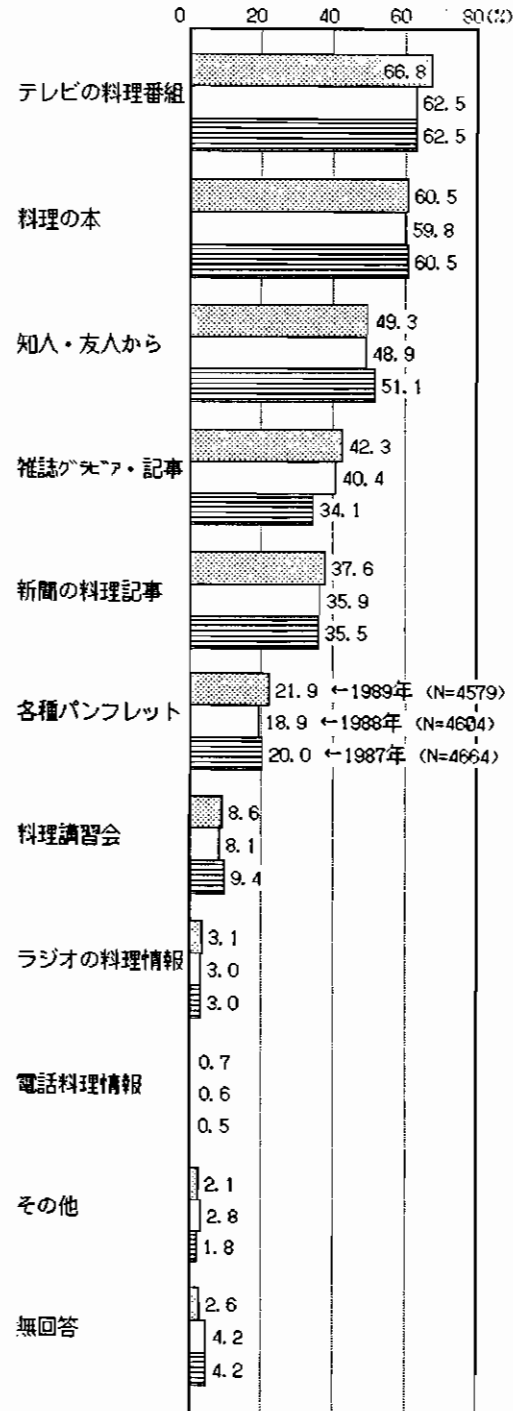
では、主婦はどんなところから料理の情報を得ているのだろうか。

最も多くの人々が料理情報を得ている媒体は、「テレビの料理番組」と「料理の本」である。次いで、「知人・友人から」のクチコミが多い。この内、特に「テレビの料理番組」は前回に比べ、大きく伸びている。これは、昨今のグルメブームにのった料理番組等が多く放映されるようになった影響であろう。

また、「新聞」や「雑誌」の料理記事もよく利用されており、これらの文字や写真を中心とするマスメディア媒体が、年々伸びている点に注目できる。

1週間の牛乳購入量別にみると、購入量の多い人ほど、これらの媒体の利用率が高い。過去2回に比べると、購入量の少ない人ほど、媒体の利用率の上昇度が高い。牛乳をたくさん買ってない人も料理への関心が高まってきているようだ。

図Ⅲ-5 料理情報媒体



表Ⅲ-2 1週間の牛乳購入量別 料理情報入手経路

(%)

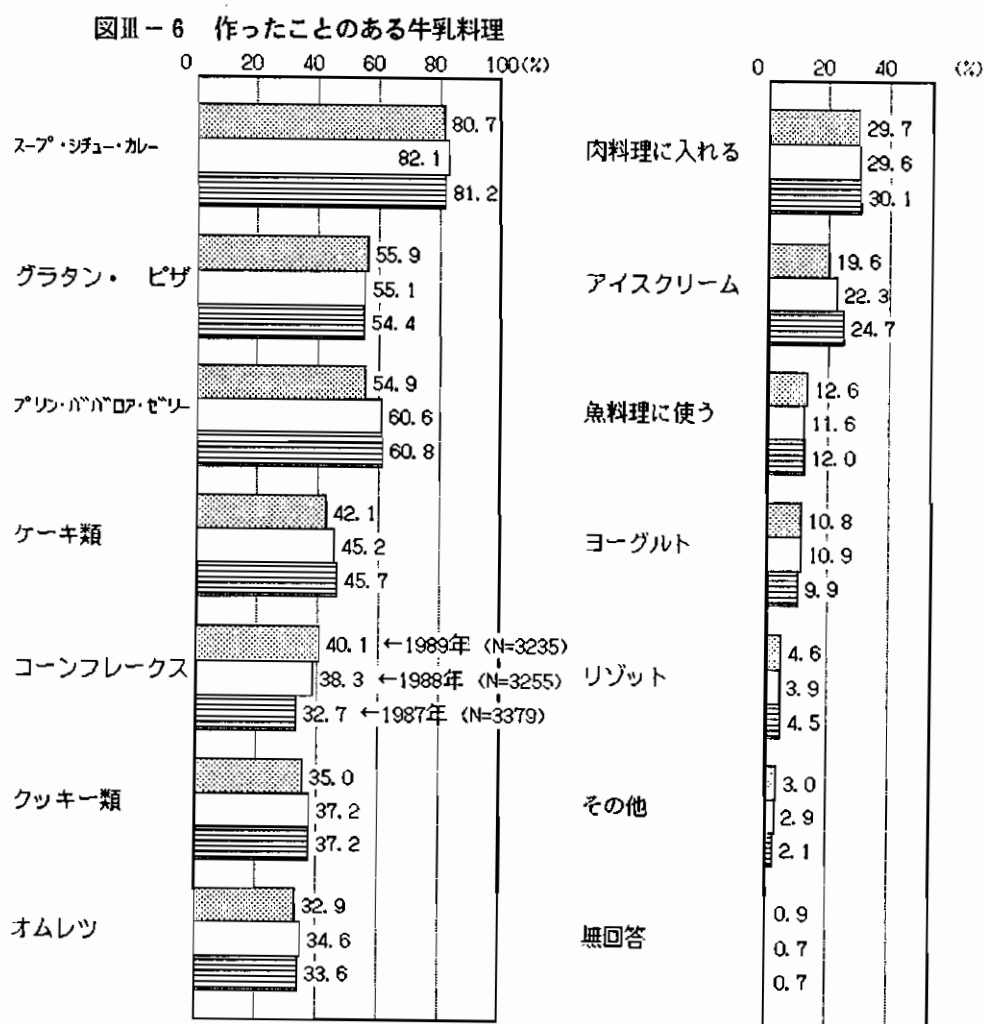
年次	全 体 (n)			テレビの料理番組			料理の本			知人・友人から		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4664	4604	4579	62.5	62.5	66.8	60.5	59.8	60.5	51.1	48.9	49.3
買わない	248	254	240	45.2	50.4	53.3	29.8	32.7	41.7	43.1	37.0	37.1
3ℓ未満	1649	1903	1834	60.8	62.7	66.2	57.1	57.4	56.8	48.9	46.5	47.3
3ℓ以上	1506	1520	1520	64.3	83.2	68.1	65.3	63.4	65.6	52.9	50.3	53.2
6ℓ以上	979	857	871	67.5	64.8	71.0	68.6	67.7	66.8	54.9	55.7	51.1

年次	雑誌のグラビア、 料理記事			新聞の料理記事			各種パンフレット 料理記事			料理講習会		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	34.1	40.4	42.3	35.5	35.9	37.6	20.0	18.9	21.9	9.4	8.1	8.6
買わない	19.4	19.7	25.4	17.7	18.5	22.1	12.1	10.2	9.6	3.6	3.9	6.7
3ℓ未満	33.6	37.7	39.3	33.0	32.5	33.4	18.4	17.2	20.8	8.1	7.4	7.7
3ℓ以上	36.3	44.5	46.4	37.5	39.1	41.4	21.0	21.4	23.2	10.0	9.0	9.5
6ℓ以上	39.1	45.6	48.3	43.7	43.8	45.7	23.8	20.9	25.9	12.4	9.6	9.5

年次	ラジオの料理情報			テレフォン料理情報			その他			無回答		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	3.0	3.0	3.1	0.5	0.6	0.7	1.8	2.8	2.1	4.2	2.9	2.6
買わない	1.6	0.8	5.1	-	-	0.4	4.4	5.1	5.4	11.7	13.0	9.2
3ℓ未満	3.0	3.1	2.9	0.5	0.6	0.5	1.5	2.8	2.2	4.1	2.8	2.8
3ℓ以上	3.6	3.1	2.4	0.7	0.5	0.7	1.7	2.0	2.0	3.2	1.6	0.9
6ℓ以上	2.6	3.3	4.5	0.3	1.2	1.0	1.8	3.6	1.0	2.3	1.4	0.9

6. 料理法

牛乳を使った料理としては、どのような料理がつくられているのだろうか。作ったことのある料理を聞いたところ、最も多く作られているメニューは、「スープ・シチュー・カレー」であり、81%もの世帯で作られている。次いで、「グラタン・ピザ」「プリン・ババロア・ゼリー」の順に多い。前回と比べると、「プリン・ババロア・ゼリー」がやや伸び悩んだため、「グラタン・ピザ」と順序が入れ替わった。一方、「コーンフレークス」は年々順調に伸びている。これは、特に若い層で顕著であり、今後の牛乳の需要を引き上げていく原動力の1つになるだろう。



表Ⅲ-3 主婦層性別 作ったことのある牛乳料理

(%)

年次	全 体 (n)			スープ・シチュー ・カレー			プリン・パバロア ・ゼリー			グラタン・ピザ		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	3379	3255	3235	81.2	82.1	80.7	60.8	60.6	54.9	54.4	55.1	55.9
職業別	専業主婦	1912	1871	1778	81.5	82.6	81.1	62.8	61.0	55.2	56.9	57.7
	有職主婦	1335	1256	1331	81.7	81.9	80.9	59.3	61.1	55.7	51.2	50.8
	単身・他	132	128	126	71.2	77.3	73.0	47.7	48.4	42.1	50.0	49.2
年齢別	20代以下	397	336	292	80.6	83.6	82.9	68.8	66.1	59.2	59.9	63.7
	30代	1033	1009	929	86.0	86.6	85.1	67.8	65.5	62.5	60.3	60.2
	40代	1109	1098	1149	81.4	81.9	82.0	62.9	64.1	57.8	54.6	55.3
	50代以上	829	809	858	75.5	76.3	73.7	45.1	47.3	41.4	43.8	45.1

年次	ケーキ類			クッキー類			オムレツ			コーンフレークス		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	45.7	45.2	42.1	37.2	37.2	35.0	33.6	34.6	32.9	32.7	38.3	40.1
職業別	専業主婦	47.8	47.7	42.2	37.4	37.8	34.4	36.2	35.0	34.2	33.4	38.6
	有職主婦	43.5	42.5	42.4	37.6	37.2	36.3	30.9	33.1	31.4	31.6	38.5
	単身・他	37.9	35.2	37.3	29.5	28.9	28.6	24.2	43.8	29.4	33.3	32.0
年齢別	20代以下	49.4	47.0	47.3	38.8	40.5	42.1	39.5	45.5	43.5	33.5	50.9
	30代	51.1	50.8	47.8	40.4	39.8	38.3	38.1	36.8	38.9	37.6	43.9
	40代	48.2	47.5	45.2	42.9	42.5	40.0	30.7	33.6	29.6	36.0	37.9
	50代以上	34.0	34.4	29.7	25.0	25.5	22.1	29.3	28.9	27.2	21.8	26.6

年次	肉料理に入れる			アイスクリーム			魚料理に使う			ヨーグルト		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	30.1	29.6	29.7	24.7	22.3	19.6	12.0	11.6	12.6	9.9	10.9	10.8
職業別	専業主婦	31.1	30.1	31.0	26.3	23.3	20.3	13.2	12.1	14.3	10.4	11.3
	有職主婦	29.6	29.0	28.1	23.3	21.3	19.2	10.8	11.5	10.7	9.6	10.5
	単身・他	21.2	29.7	28.6	15.9	17.2	15.1	5.3	7.0	10.3	6.1	7.8
年齢別	20代以下	19.9	26.5	25.0	19.1	21.1	18.8	7.8	12.2	12.7	8.6	8.3
	30代	31.3	27.1	28.0	30.1	27.0	25.3	12.1	11.0	11.1	10.3	12.7
	40代	31.9	30.6	32.9	27.1	25.1	21.2	13.0	11.8	14.1	11.6	12.7
	50代以上	31.4	32.1	29.3	17.4	13.2	11.8	12.5	11.9	12.5	7.8	7.3

年次	リゾット			その他			無回答		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体	4.5	3.9	4.6	2.1	2.9	3.0	0.7	0.7	0.9
職業別	専業主婦	5.2	4.1	4.7	2.1	2.9	2.9	0.5	0.5
	有職主婦	3.4	3.3	4.4	1.8	2.4	3.1	0.7	1.0
	単身・他	5.3	7.8	4.0	4.5	7.0	4.0	2.3	1.6
年齢別	20代以下	6.8	7.1	6.8	3.0	4.5	6.2	0.3	0.3
	30代	4.4	4.5	3.8	1.7	1.7	2.8	0.3	0.6
	40代	4.7	3.5	5.2	1.8	3.1	1.7	0.9	0.6
	50代以上	3.4	2.6	3.8	2.3	3.5	3.8	1.0	1.2

IV 乳製品等に対する意識

1. 乳製品等の位置づけ

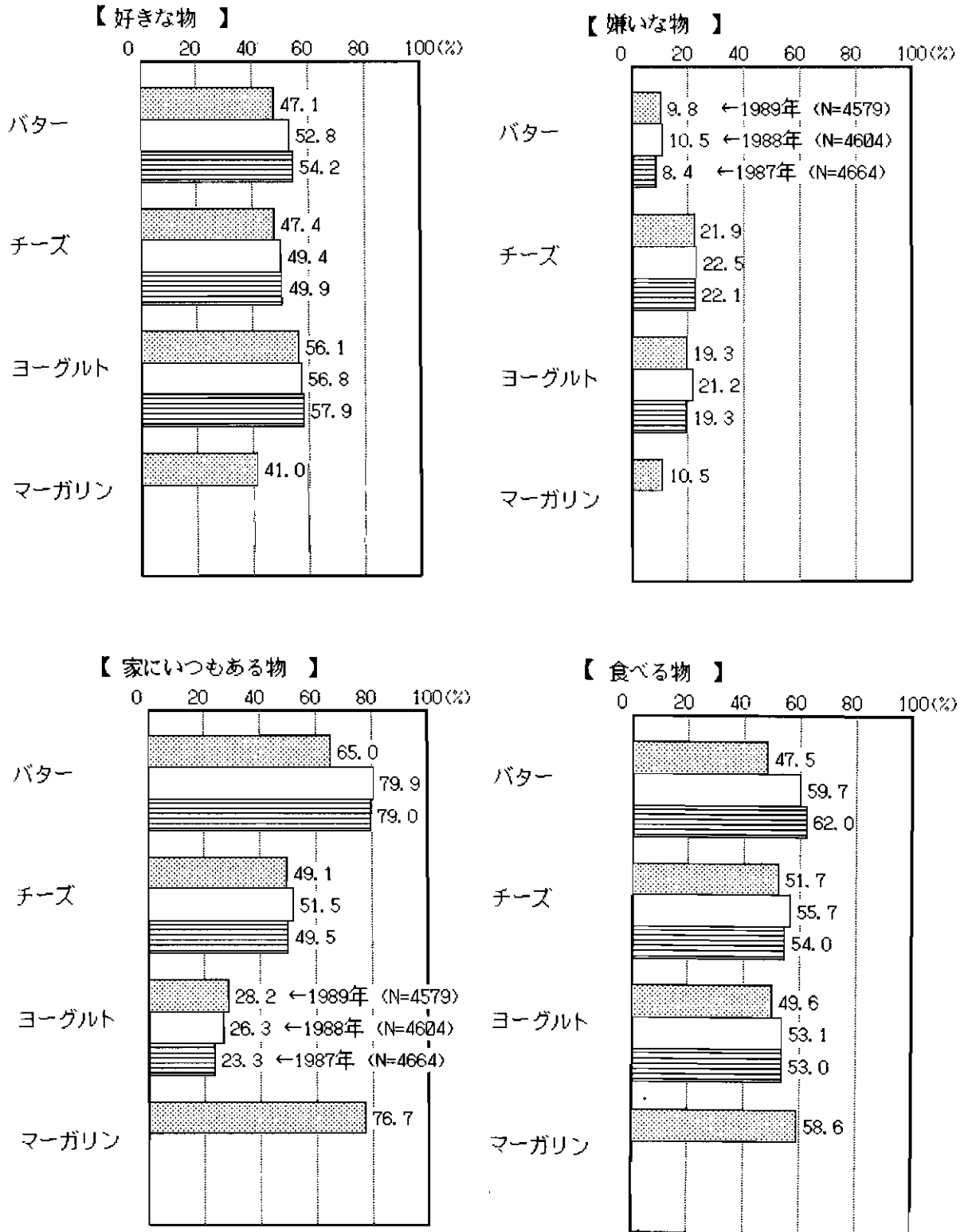
チーズ、バター、ヨーグルト及び今回からマーガリンを加えた、乳製品等についての好き嫌い、家庭での常備や利用状況を聞いた。

バター、チーズ、ヨーグルトのいずれも約半数の人が好んでいるが、マーガリンを好きな人は41%とやや低い。嫌いなものは、バターに比べ、チーズやヨーグルトをあげる人が多い。家での常備率は、マーガリンが最も高く77%、次いでバターが65%である。ヨーグルトは、嗜好ではチーズを上回っているが、常備率では、チーズの方が高い。また、従来の乳製品では、食べるものと好きなものとは、ほぼ一致した結果となっているが、マーガリンのみ、好きな率に比べ食べる率が高い。マーガリンは特に好かれていないが、使いやすさ、価格などの点から、よく食べられているようだ。

また、時系列でみると、チーズやヨーグルトの位置づけは変わらないが、バターは嗜好率が下がったのみでなく、常備率・食用率も下がっている。前回まではマーガリンが入っていなかったために、バターとの混同もあったかもしれない。

年齢別にみると、ヨーグルトは若い人には好まれるが、中高年にはあまり好まれておらず、その傾向は依然弱まっていない。

図IV-1 乳製品等の位置づけ



表IV-1 性・年齢別乳製品の位置づけ

(%)

好きなもの		全 体 (n)			バ タ ー			チ ー ズ			ヨ ー グ ル ト			マーガ リン
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1989年
全 体		4664	4604	4579	54.2	52.8	47.1	49.9	49.4	47.4	57.9	56.8	56.1	41.0
男 性	10代	300	314	296	42.0	49.4	39.0	48.3	40.4	47.6	76.3	74.5	71.6	36.1
	20代	295	299	274	56.3	52.2	52.9	58.6	58.5	57.7	62.0	66.6	59.5	37.6
	30代	419	416	372	58.9	58.7	48.9	53.5	54.6	51.6	47.5	50.7	50.0	41.1
	40代	366	379	424	55.2	54.4	47.9	51.4	46.4	42.9	42.6	40.1	38.4	38.0
	50代	370	342	332	47.8	54.1	47.9	49.5	48.0	46.1	39.2	41.2	36.4	35.5
	60才以上	301	356	330	54.2	52.5	44.8	47.5	50.6	43.6	36.5	36.2	33.6	36.1
女 性	10代	320	298	302	44.7	43.0	44.4	50.3	51.0	51.7	84.1	80.2	84.1	34.4
	20代	466	429	415	53.2	50.3	47.7	57.3	55.5	53.5	79.8	80.9	78.6	41.7
	30代	664	582	539	62.3	57.0	52.1	48.0	46.4	49.9	64.2	64.6	66.2	53.1
	40代	496	407	537	58.5	55.1	45.6	47.0	49.5	45.8	58.5	54.9	57.4	45.8
	50代	375	378	387	56.0	52.1	47.8	45.9	45.8	42.9	52.5	50.0	49.6	39.0
	60才以上	292	314	371	49.3	48.4	42.3	38.4	37.3	38.0	42.8	40.1	47.2	41.8
男性 小計	2051	2106	2028	52.7	53.8	47.1	51.5	51.1	47.8	49.8	50.0	47.1	37.5	
女性 小計	2613	2498	2551	55.5	52.0	47.0	48.6	47.0	47.0	64.3	62.0	63.2	43.7	

嫌いなもの		全 体 (n)			バ タ ー			チ ー ズ			ヨ ー グ ル ト			マーガ リン
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1989年
全 体		4664	4604	4579	8.4	10.5	9.8	22.1	22.5	21.9	19.3	21.2	19.3	10.5
男 性	10代	300	314	296	11.7	14.0	12.5	19.0	22.6	23.0	8.3	13.4	9.8	12.2
	20代	295	299	274	10.5	9.7	6.6	17.3	14.7	20.1	19.3	18.4	16.4	12.8
	30代	419	416	372	3.6	7.0	6.5	22.0	22.1	15.1	27.2	22.6	23.9	8.3
	40代	366	370	424	6.3	0.0	5.4	18.6	21.6	21.9	28.7	35.6	29.5	8.3
	50代	370	342	332	8.1	9.6	9.0	18.9	22.8	20.8	27.8	33.6	32.5	13.0
	60才以上	301	356	330	11.0	11.0	10.9	23.3	20.2	23.9	28.2	28.4	29.7	14.5
女 性	10代	320	298	302	11.3	14.1	12.3	23.4	25.5	21.0	6.9	8.7	8.3	14.2
	20代	466	429	415	8.8	11.9	8.2	19.5	17.7	18.1	9.2	7.7	8.9	10.4
	30代	664	582	539	6.8	7.0	8.9	25.3	24.1	22.1	14.5	14.6	11.5	5.0
	40代	496	497	537	5.8	8.2	11.5	23.0	22.3	22.3	19.4	23.3	19.0	9.7
	50代	375	378	387	8.5	11.9	10.9	23.2	25.7	22.7	18.9	22.0	20.7	9.6
	60才以上	292	314	371	13.7	15.9	15.2	29.8	30.3	30.7	29.1	29.0	22.9	14.0
男性 小計	2051	2106	2028	8.1	9.9	8.3	19.9	20.8	20.7	23.8	25.7	24.4	11.2	
女性 小計	2613	2498	2551	8.5	11.0	11.1	23.8	23.8	22.8	15.8	17.4	15.3	10.0	

家にいつも あるもの		全 体 (n)			バ タ ー			チ ー ズ			ヨ ー グ ル ト			マーガ リン
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1989年
全 体		4604	4604	4579	79.0	79.9	65.0	49.5	51.5	49.1	23.3	20.3	28.2	76.7
男 性	10代	300	314	296	81.3	82.2	65.5	48.3	51.3	48.0	20.0	21.7	24.0	76.0
	20代	295	299	274	74.9	73.2	66.1	41.0	45.8	45.6	16.3	27.8	27.7	71.2
	30代	419	416	372	78.5	79.3	64.0	52.5	51.0	49.2	28.2	28.1	33.1	78.5
	40代	366	370	424	79.0	81.5	70.3	51.4	49.3	50.7	23.8	29.3	25.5	77.1
	50代	370	342	332	80.5	79.2	66.6	51.9	54.4	50.9	23.8	26.0	22.0	73.2
	60才以上	301	356	330	69.1	71.3	57.9	42.5	51.4	44.8	19.9	23.6	23.0	68.8
女 性	10代	320	298	302	85.3	85.6	65.6	44.7	45.0	38.4	17.5	22.1	25.8	76.2
	20代	466	429	415	81.5	81.6	67.0	46.8	51.5	48.9	23.0	28.4	31.1	82.9
	30代	664	582	539	82.5	82.3	63.1	50.2	53.3	50.6	28.0	30.8	30.6	82.7
	40代	496	497	537	81.3	82.7	64.6	60.1	57.3	59.6	28.8	25.2	30.7	82.1
	50代	375	378	387	75.5	82.0	70.0	50.9	57.1	51.9	22.9	25.7	29.7	74.9
	60才以上	292	314	371	70.9	74.5	59.3	44.9	44.6	45.0	20.2	22.6	20.9	68.2
男性 小計	2051	2106	2028	77.5	77.9	65.2	48.5	50.0	48.4	22.5	26.2	26.0	74.4	
女性 小計	2613	2498	2551	80.1	81.6	64.8	50.3	52.3	49.5	24.0	26.4	29.9	78.6	

表IV-1 (つづき)

(%)

食べるもの		全 体 (n)			バ タ ー			チ ー ズ			ヨ ー グ ル ト			マーガ リン
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1989年
全 体		4664	4604	4579	62.0	59.7	47.5	54.0	55.7	51.7	53.0	53.1	49.6	58.6
男 性	10代	300	314	296	59.7	55.1	43.2	60.0	56.7	52.7	73.0	85.9	62.8	55.1
	20代	295	299	274	62.4	57.5	50.4	59.3	64.5	62.0	52.5	62.5	55.5	51.8
	30代	419	416	372	68.5	62.7	53.2	59.9	59.4	54.0	43.9	44.2	44.6	63.2
	40代	366	379	424	63.4	61.2	52.4	56.8	57.0	50.9	40.7	39.6	34.4	58.3
	50代	370	342	332	58.4	60.2	47.6	53.2	53.5	47.6	35.4	35.1	24.7	47.3
	60才以上	301	356	330	54.2	53.7	42.1	43.2	48.3	44.2	30.6	26.4	27.3	51.8
女 性	10代	320	298	302	57.8	54.4	43.0	57.2	57.7	57.6	79.1	78.5	75.8	52.6
	20代	466	429	415	60.9	60.8	54.5	62.0	65.0	61.9	75.1	79.7	72.8	66.3
	30代	664	582	539	69.9	64.4	48.6	53.0	57.0	52.3	60.2	64.1	60.5	72.5
	40代	496	497	537	63.7	63.6	43.9	54.0	55.7	53.4	56.0	52.9	51.2	62.9
	50代	375	378	387	61.1	60.1	45.2	47.5	50.5	47.0	45.1	47.6	42.9	54.8
	60才以上	292	314	371	53.1	54.8	43.9	36.3	39.5	37.2	32.2	36.0	41.2	52.6
男性 小計	2051	2016	2028	61.5	58.6	48.5	55.6	56.5	51.6	45.3	44.7	40.5	55.0	
女性 小計	2613	2498	2551	62.5	60.6	46.7	52.7	55.0	51.7	59.1	60.2	56.9	61.5	

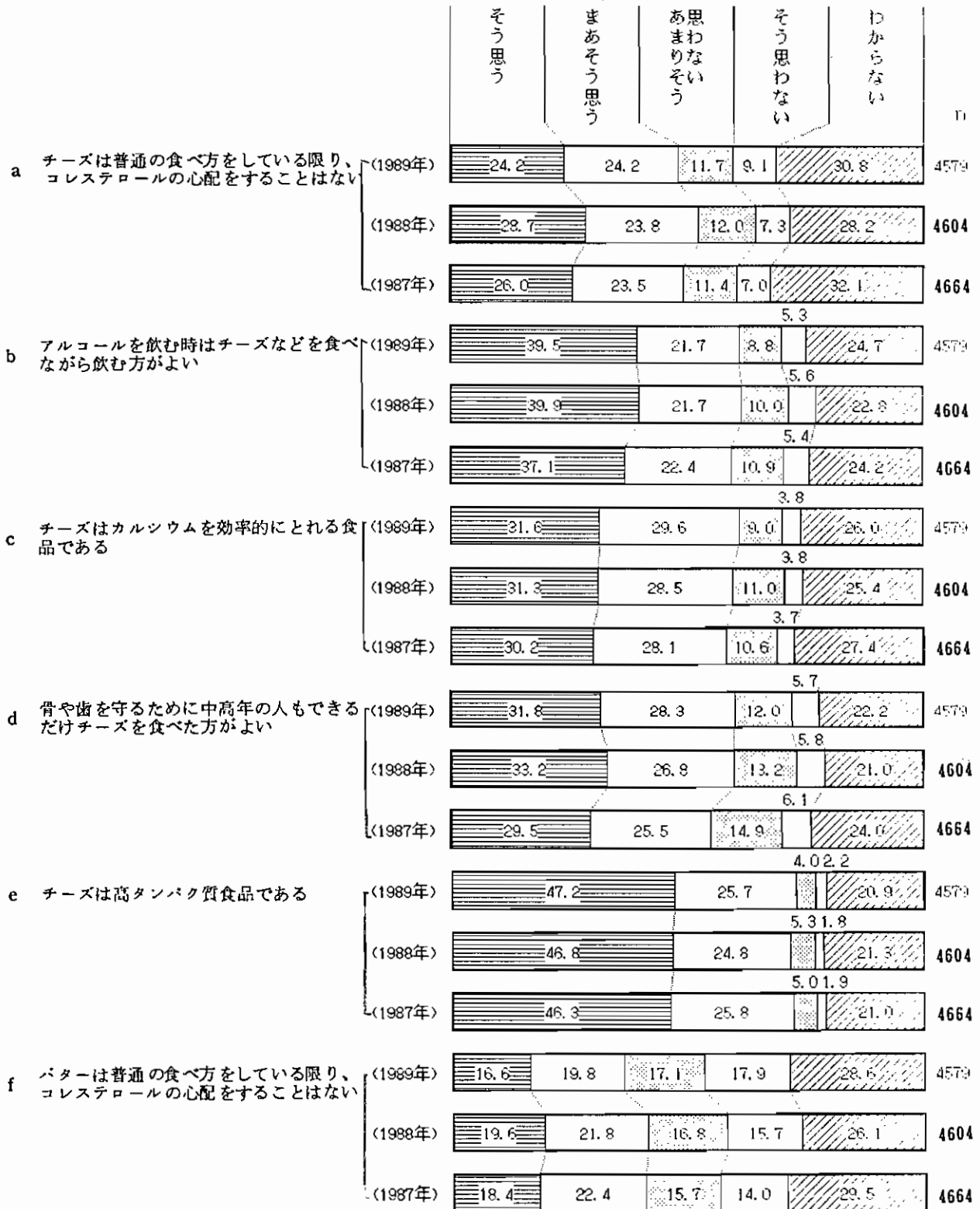
2. 乳製品に対する知識

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

ここにあげた項目の中で、最もよく理解されていたのは、「チーズは高タンパク質食品である」であり、『そう思う』（「そう思う」と「まあそう思う」の和）は73%と高い。次いで「チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である」と「アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい」が、61%で並んでいる。

時系列変化をみると、チーズ及びバターについて、「普通の食べ方をしてる限り、コレステロールの心配をすることがない」と考える人がやや減っている。乳製品においても、牛乳と同様に、カルシウムやタンパク質については理解されてきているが、コレステロールなどについては不足しているので、今後はコレステロールなどを中心とした普及活動に転換していくとよいだろう。

図IV-2 乳製品に関する知識



3. 乳製品等の利用状況

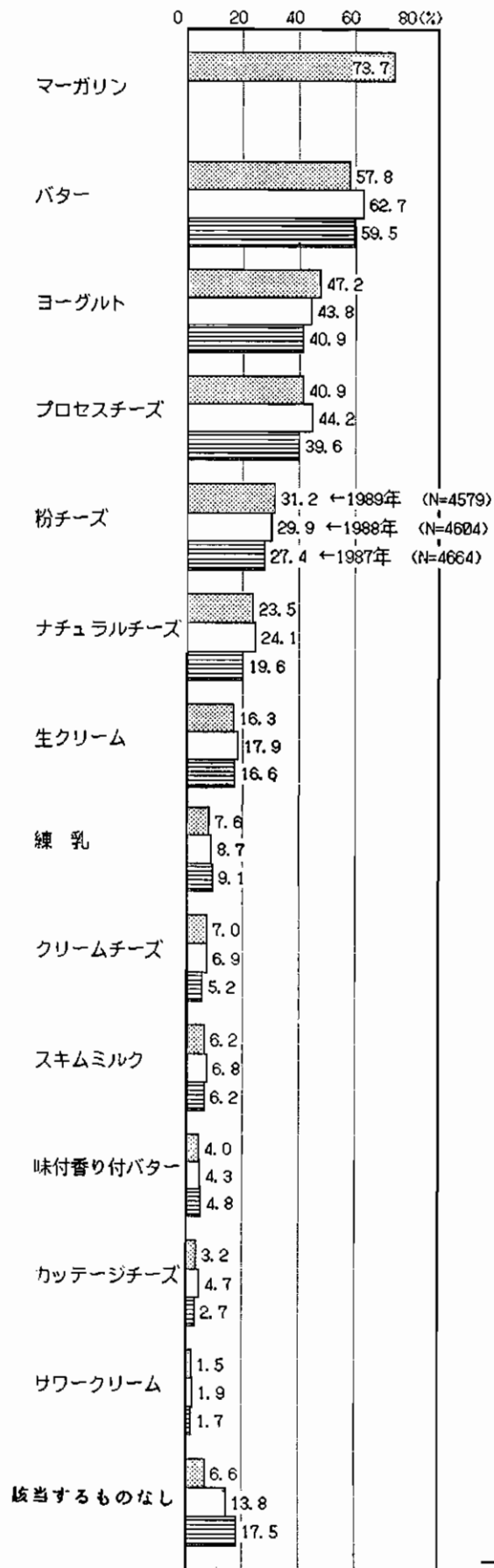
乳製品等は何んなものが利用されているだろうか。世帯の主婦に聞いた。

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74%の世帯で使われている。次いで、「バター」が58%と多いが、バターの使用率は前回より下がっている。「ヨーグルト」、「プロセスチーズ」、「粉チーズ」なども、30%以上の家庭で利用されている。このうち、「ヨーグルト」と「粉チーズ」は年々利用率が微増している点に注目できる。

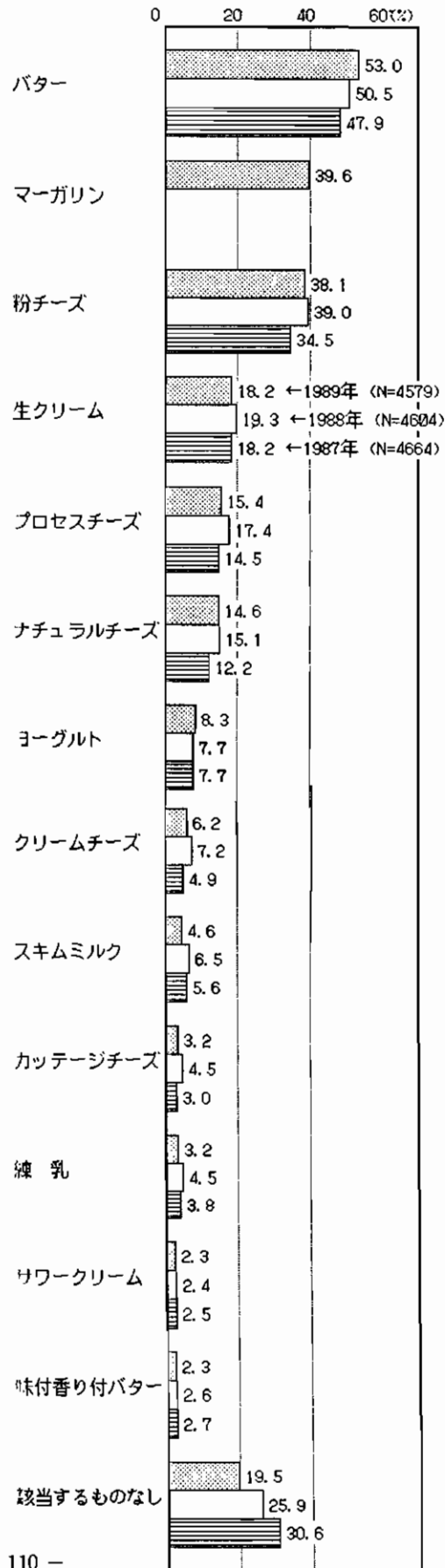
主婦属性別でみると、バターは年齢が若いほど、利用率の低下がみられるが、逆に粉チーズは、若いほど利用されるようになってきている。また、ヨーグルトの利用率が伸びているが、これは30～40代の伸びによるところが大きい。中年層にヨーグルト料理が普及し始めたようだ。

次に『家庭で料理に入れて使っているもの』を聞くと、「バター」が53%と最も多く、年々その利用率が上がっている。次いで「マーガリン」「粉チーズ」などが、3割以上の高い利用率となっている。この他の乳製品の料理への利用率は2割未満にすぎず、時系列的にも、ほとんど伸びがみられない。ただし、「ナチュラルチーズ」は30代で、「ヨーグルト」は20代で伸びがみられる。

図IV-3 現在よく利用している乳製品



図IV-4 家庭で料理に入れて使っている乳製品



表IV-2 主婦層性別 現在よく利用している乳製品

(%)

年次		全体 (n)			プロセスチーズ			粉チーズ			ナチュラルチーズ		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		4464	4604	4579	39.6	44.2	40.9	27.4	29.9	31.2	19.6	24.1	23.5
職業別	専業主婦	2543	2582	2435	42.0	44.2	41.8	28.7	32.0	32.2	20.3	24.9	23.8
	有職主婦	1810	1730	1842	38.4	45.5	41.9	27.9	28.7	32.7	19.6	23.7	23.6
	単身・他	311	292	302	28.0	37.3	27.5	13.8	18.2	14.2	14.5	19.9	20.2
年齢別	20代以下	529	475	406	44.8	44.6	40.9	23.1	19.1	27.8	16.6	24.2	25.1
	30代	1262	1220	1114	41.1	49.3	44.8	31.5	33.3	36.4	22.5	27.9	26.7
	40代	1430	1445	1537	43.8	48.0	44.0	32.9	34.3	36.4	23.1	26.6	26.0
	50代以上	1427	1458	1502	32.2	36.3	35.0	19.6	23.0	23.3	14.5	18.5	18.2

年次		クリームチーズ			カッテージチーズ			バター			ヨーグルト		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		5.2	6.9	7.0	2.7	4.7	3.2	59.5	62.7	57.8	40.9	43.8	47.2
職業別	専業主婦	6.3	7.7	7.5	3.1	5.2	3.4	61.3	64.5	59.4	42.6	44.9	48.6
	有職主婦	4.3	6.2	6.9	2.0	4.3	3.0	59.3	62.4	58.4	40.1	44.4	48.2
	単身・他	1.9	3.1	3.3	2.9	2.1	2.6	45.7	48.6	41.1	32.2	30.1	29.5
年齢別	20代以下	3.8	4.8	5.4	1.7	3.8	3.7	59.4	65.5	55.2	51.4	52.2	52.2
	30代	5.7	7.0	7.5	2.4	5.2	3.7	62.2	64.6	58.0	47.9	54.3	58.3
	40代	7.0	8.9	8.7	2.6	5.4	3.2	61.9	64.8	60.1	41.8	44.4	50.1
	50代以上	3.6	5.5	5.3	3.4	3.8	2.7	54.8	58.2	56.5	29.9	31.6	35.2

年次		生クリーム			練乳			スキムミルク			味付・香付バター		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		16.6	17.9	16.3	9.1	8.7	7.6	6.2	6.8	6.2	4.8	4.3	4.0
職業別	専業主婦	18.1	19.9	18.1	9.6	8.9	7.4	7.2	7.4	6.9	4.9	4.4	4.4
	有職主婦	15.9	16.9	15.4	9.0	8.6	8.1	5.1	6.5	5.4	5.0	4.5	3.5
	単身・他	9.0	5.8	7.3	5.5	6.5	5.6	3.5	3.1	5.6	3.2	3.4	3.3
年齢別	20代以下	13.0	13.9	14.0	7.9	8.0	6.2	4.7	5.1	4.9	2.5	3.8	5.7
	30代	20.5	21.7	20.4	10.4	8.8	7.1	5.1	6.1	6.1	5.9	6.0	4.9
	40代	19.7	20.7	19.3	10.0	10.7	9.7	7.1	7.8	7.0	5.7	4.8	3.7
	50代以上	11.4	13.2	10.9	7.4	6.8	6.2	6.7	6.9	5.9	3.9	2.7	3.1

年次		サワークリーム			該当するものなし		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全体		1.7	1.9	1.5	17.5	13.8	6.6
職業別	専業主婦	2.2	2.2	2.1	16.0	12.5	6.1
	有職主婦	1.4	1.7	0.9	16.9	13.8	5.6
	単身・他	-	0.3	-	32.8	20.0	17.2
年齢別	20代以下	0.8	1.1	1.5	13.8	11.4	6.9
	30代	2.2	2.4	2.0	13.9	10.0	4.0
	40代	2.4	2.0	1.5	15.0	11.1	3.9
	50代以上	1.0	1.6	1.1	24.5	20.4	10.6

表IV-3 主婦属性別 家庭で料理に入れて使っている乳製品

(%)

		全 体 (n)			プロセスチーズ			粉チーズ			ナチュラルチーズ		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4464	4604	4579	14.5	17.3	15.4	34.5	39.0	38.1	12.2	15.1	14.6
職 業 別 ・	専業主婦	2543	2582	2435	15.9	18.7	15.9	35.9	40.0	40.6	13.3	16.5	16.0
	有職主婦	1610	1730	1842	13.8	16.5	15.8	35.6	40.4	38.4	12.0	13.9	14.0
	単身・他	311	292	302	6.8	12.0	9.9	17.4	21.6	15.9	4.8	8.9	7.0
年 令 別	20代以下	529	475	406	17.8	22.9	19.5	34.8	40.6	40.1	12.3	18.3	18.7
	30代	1262	1220	1114	16.8	21.1	19.8	41.2	46.8	44.8	16.6	18.3	20.4
	40代	1430	1445	1537	15.9	17.9	15.4	38.3	41.5	42.8	12.8	16.3	15.7
	50代以上	1427	1458	1502	9.9	12.1	11.3	24.7	29.4	28.2	7.7	10.0	8.2

		クリームチーズ			カッテージチーズ			バター			ヨーグルト		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4.9	7.2	6.2	3.0	4.5	3.2	47.9	50.5	53.0	7.7	7.7	8.3
職 業 別 ・	専業主婦	5.5	8.1	6.6	3.3	4.7	3.5	49.5	51.5	54.4	9.0	8.6	9.5
	有職主婦	4.5	6.6	5.8	2.7	4.2	2.9	48.3	51.1	54.2	6.6	6.8	7.5
	単身・他	1.9	2.7	4.6	1.6	3.8	2.6	33.1	38.7	34.4	3.2	5.1	3.3
年 令 別	20代以下	5.3	7.2	6.7	2.8	4.8	4.7	52.7	52.8	58.9	6.8	8.8	10.3
	30代	6.3	8.6	8.7	3.3	4.8	3.8	51.0	55.5	58.0	10.8	10.2	10.8
	40代	5.2	8.8	6.8	3.0	4.9	3.4	48.8	51.3	54.1	7.3	7.3	8.7
	50代以上	3.1	4.4	3.5	2.7	3.6	2.2	42.5	44.9	47.0	5.7	5.6	5.7

		生クリーム			練 乳			スキムミルク			味付・香付バター		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		18.2	19.3	18.2	3.8	4.5	3.2	5.6	6.5	4.6	2.7	2.6	2.3
職 業 別 ・	専業主婦	19.9	21.6	20.0	4.3	4.8	3.2	6.1	7.2	5.4	2.6	2.6	2.6
	有職主婦	17.6	18.0	17.6	3.5	4.4	3.5	5.1	6.0	3.9	3.0	2.7	2.1
	単身・他	8.7	6.5	8.3	1.3	2.1	1.3	3.5	2.7	3.0	1.0	2.1	1.3
年 令 別	20代以下	17.8	21.5	19.7	3.8	4.6	2.5	4.5	5.9	4.2	3.4	4.0	2.7
	30代	23.8	24.2	24.1	4.4	5.8	3.9	5.4	6.8	4.9	3.6	2.5	2.7
	40代	19.1	21.3	20.2	3.7	5.3	4.0	6.4	7.6	5.5	2.2	3.3	2.7
	50代以上	12.5	12.4	11.6	3.4	2.5	2.1	5.1	5.3	3.7	2.0	1.6	1.5

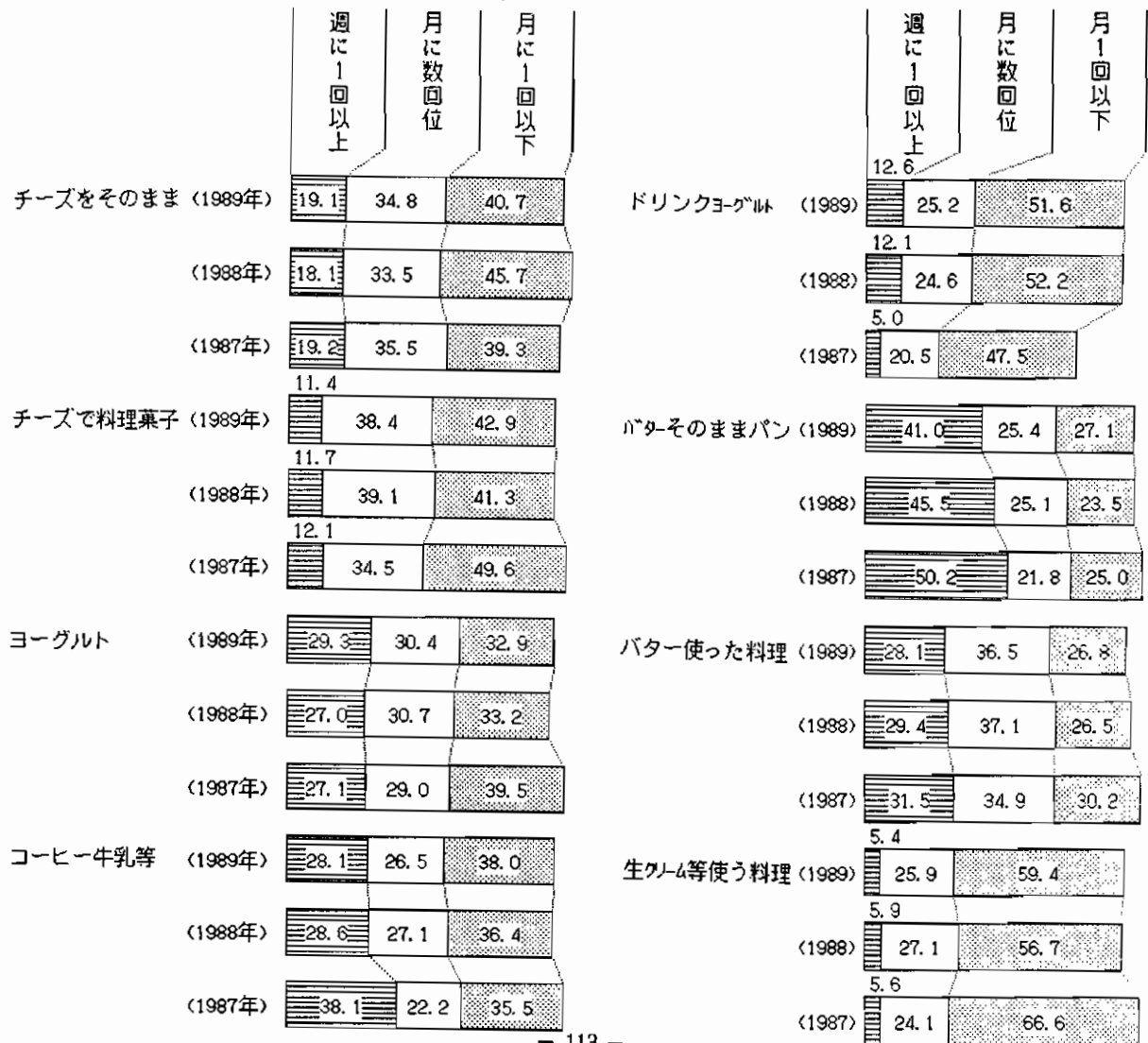
		サワークリーム			該当するものなし		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		2.5	2.4	2.3	30.6	25.9	19.5
職 業 別 ・	専業主婦	3.3	2.6	3.1	28.3	24.2	17.9
	有職主婦	1.5	2.3	1.4	30.3	25.4	18.2
	単身・他	1.9	1.7	2.0	51.8	44.2	39.7
年 令 別	20代以下	2.3	3.2	3.2	24.8	23.6	17.2
	30代	3.2	2.8	2.4	24.1	18.0	12.4
	40代	2.9	3.2	2.8	28.3	22.8	16.2
	50代以上	1.6	1.2	1.5	40.9	36.4	28.1

4. 乳製品の摂取頻度（個人ベース）

個人レベルでの乳製品の摂取頻度を、乳製品の料理のしかたや使い方別にみてみよう。週1回以上利用する率に注目すると、「バターをそのままパンにぬって」は41%と最も多く、次いで「バターを使った料理」（28%）「ヨーグルト」（29%）及び「コーヒー牛乳などの乳飲料」（29%）などの頻度が高い。

これらの頻度の時系列変化をみると、「バターをそのままパンにぬって」は年々下がっているが、「ヨーグルト」や「ドリンクヨーグルト」などは、わずかながらも、上がっている。この他の「チーズ」や「生クリーム」などを使った料理は、ほとんど伸びておらず、このような乳製品を使った料理をもっとよく食べるように、さらに推進していく必要があるだろう。

図IV-5 乳製品の摂取頻度



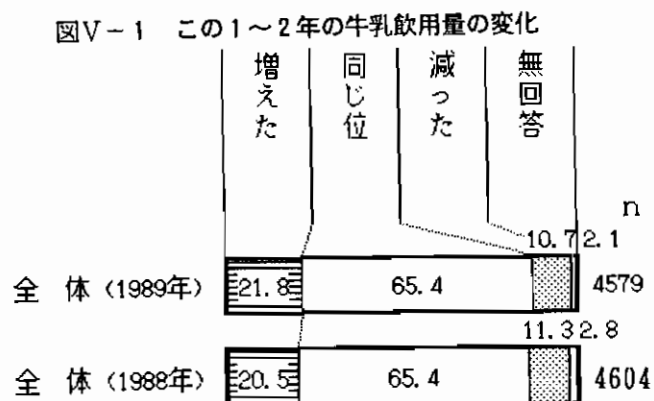
V 牛乳に対する消費者の今後の意向

1. この1～2年の牛乳の飲用量の変化（個人ベース）

この1～2年の牛乳の飲用量を聞いたところ、「増えた」と答えた人は、22%であった。65%の人が「同じ位」、11%の人が「減った」と答えている。つまり、さし引き11%ほどの増加となっており、前回とほぼ同様の結果となった。

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

牛乳の飲用量別にみると、ヘビーユーザーほど「増えた」人が多く、その割合も上がっている。また、ライトユーザーでも、「増えた」率は減っておらず、全体として、増えつつあることがわかる。



表V-1 性・年齢別 この1～2年の牛乳の飲用量の変化 (%)

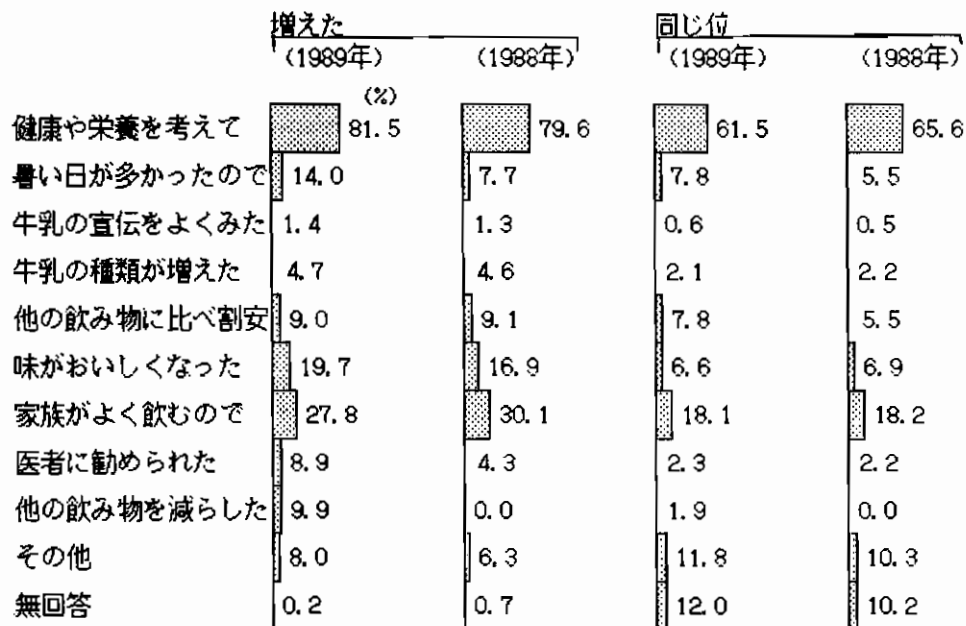
年次		全 体 (n)		増えた		同じくらい		減った	
		1988年	1989年	1988年	1989年	1988年	1989年	1988年	1989年
全 体		4604	4579	20.5	21.8	65.4	65.4	11.3	10.7
男 性	10代	314	296	23.2	24.7	58.6	59.1	16.2	16.2
	20代	299	274	15.1	17.9	62.5	59.5	20.7	21.2
	30代	416	372	17.3	17.7	70.0	72.3	10.1	9.1
	40代	379	424	14.0	15.8	72.6	74.5	11.3	6.6
	50代	342	332	20.2	19.9	71.6	66.3	5.8	10.5
	60才以上	356	330	19.9	17.3	69.9	69.7	5.3	8.8
女 性	10代	298	302	19.1	21.9	56.7	54.0	22.5	22.8
	20代	429	415	27.7	28.9	56.6	58.1	14.0	12.8
	30代	582	539	23.2	21.2	64.9	66.6	9.5	11.5
	40代	497	537	24.5	26.1	64.4	66.5	8.2	5.6
	50代	378	387	20.4	25.8	65.6	65.4	9.5	5.7
	60才以上	314	371	16.6	21.6	70.4	66.8	7.6	6.5
男性 小計		2106	2028	18.2	18.6	67.9	67.7	11.3	11.4
女性 小計		2498	2551	22.5	24.3	63.2	63.5	11.3	10.2

表V-2 牛乳飲用量別 この1～2年の牛乳の飲用量の変化 (%)

年次	全 体 (n)		増えた		同じくらい		減った	
	1988年	1989年	1988年	1989年	1988年	1989年	1988年	1989年
全 体	4604	4579	20.5	21.8	65.4	65.4	11.3	10.7
ヘビーユーザー	845	919	37.8	41.8	59.9	57.6	2.1	0.5
毎日ミドル	981	1046	24.2	24.2	72.7	72.9	2.5	2.4
ミドルユーザー	1110	1004	23.0	24.1	69.6	67.4	7.2	8.4
ライトユーザー	927	868	11.5	12.0	68.5	68.8	19.6	19.0

牛乳の飲用量が『増えた』理由としては、「健康や栄養のことを考えて」が82%と圧倒的に多い。このカテゴリーは、時系列で見るとやや高くなっているが、これは前回に比べ、「栄養」という言葉を追加したためだろう。とはいえ、牛乳の健康イメージが、飲用量の増加を促しているといえるだろう。また、「家族がよく飲むので」も28%と多く、家族の影響も強いことがわかる。今年の新しいカテゴリーとして、「他の飲み物に比べて割安だから」*と「他の飲み物を減らしたので」の2つを増やしたが、どちらもあまり大きな要因ではないようだ。

図V-2 この1~2年の牛乳飲用量の変化の理由



* 「他の飲物に比べて割安だったから」は前回までは「牛乳の価格が安くなったので」という内容であった。

2. 今後2～3年後の牛乳の飲用量の変化

では、今後2～3年後の牛乳の飲用量については、どう考えられているだろうか。

今後飲用量を「増やしていく」と考える人は21%であり、前回と大きな変化はみられない。

性・年齢別にみると、男女とも、60才以上で「増やしていく」という人が少ない。男性では、20代を中心に若い層は「増やしていく」が増加しているが、30代以上では、その割合が減少している。

飲用量別にみると、現在の飲用量が少ない人ほど、「今後増やしていく」と考える人が多くなっている。このことから、牛乳の飲用量は、全体的に増加していくと予測できる。

図V-3 今後2～3年の牛乳飲用量の変化

	増 や し て い く	今 飲 と む 同 じ 位 に	減 ら し て い く	今 飲 と ま な い 位 に	無 回 答	n
全 体 (1989年)	20.7	63.4		0.7	14.5	4579
全 体 (1988年)	22.1	61.9		0.8	14.2	4604
全 体 (1987年)	18.8	64.9		0.8	14.7	4664

表V-3 性・年齢別 今後2～3年の牛乳の飲用量の変化

(%)

年次		全 体 (n)			増やしていく			今と同じくらい飲む			減らしていく		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4664	4604	4579	18.8	22.1	20.7	64.9	61.9	63.4	0.8	0.8	0.7
男 性	10代	300	314	296	20.7	19.7	19.3	64.9	63.4	67.2	1.7	2.9	3.7
	20代	295	299	274	16.3	14.7	20.4	61.7	67.2	60.2	0.7	1.0	-
	30代	419	416	372	20.3	17.8	16.9	60.9	66.1	66.7	0.7	0.7	0.3
	40代	366	379	424	18.9	23.2	17.9	60.3	58.3	66.3	0.3	0.5	0.5
	50代	370	342	332	16.2	24.3	20.2	66.8	59.6	56.9	0.4	0.3	0.9
	60才以上	301	356	330	10.6	20.2	13.9	68.1	64.6	63.9	0.3	0.3	-
女 性	10代	320	298	302	15.9	19.1	16.6	68.8	65.1	65.2	3.1	0.7	3.0
	20代	466	429	415	22.1	19.3	21.2	65.0	63.6	65.5	1.3	0.7	1.0
	30代	664	582	539	20.5	29.4	25.2	67.6	60.1	65.7	0.3	0.7	0.2
	40代	496	497	537	23.0	27.8	24.8	62.7	59.4	61.8	0.6	0.4	0.2
	50代	375	378	387	16.9	24.1	27.1	65.0	57.4	59.2	0.3	0.8	-
	60才以上	292	314	371	14.0	16.9	19.4	66.9	60.8	60.6	0.3	0.6	0.3
男性 小計	2051	2016	2028	17.4	20.1	18.0	63.6	63.2	63.8	0.7	0.9	0.8	
女性 小計	2613	2498	2551	19.9	23.7	22.9	65.9	60.8	63.1	0.9	0.6	0.6	

表V-4 牛乳飲用量別今後2～3年の牛乳の飲用量の変化

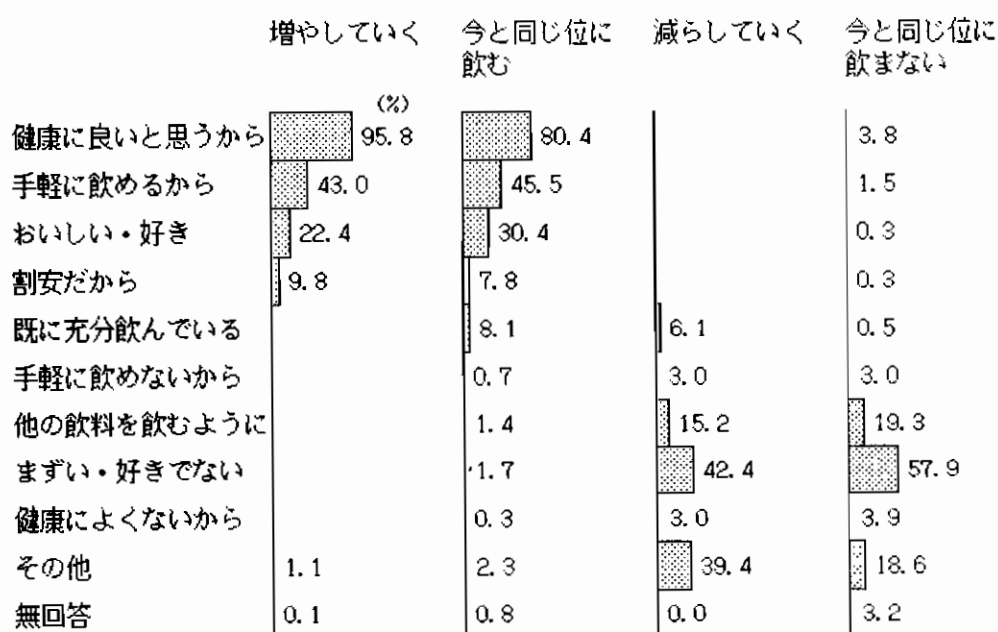
(%)

年次		全 体 (n)			増やしていく			今と同じくらい飲む			減らしていく		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4664	4604	4579	18.8	22.1	20.7	64.9	61.9	63.4	0.8	0.8	0.7
ヘビーユーザー		800	845	919	13.4	19.6	16.8	85.3	78.7	82.2	1.0	0.9	0.7
毎日ミドル		987	981	1046	13.0	20.7	19.8	85.2	78.0	78.6	0.4	0.4	0.4
ミドルユーザー		1075	1110	1004	23.8	25.1	26.4	73.2	72.8	71.7	1.2	0.9	0.8
ライトユーザー		1026	927	868	25.2	30.6	27.9	61.7	57.5	58.8	0.8	0.8	1.0
ノンユーザー		720	707	704	15.8	11.3	10.7	7.2	7.8	9.4	0.3	0.7	0.9

今後、牛乳の飲用量を『増やしていく』と考える理由としては、「健康に良いと思うから」が、前回と同様に96%と高く、「手軽に飲めるから」(43%)や「おいしい・好き」(22%)と続いている。この内「手軽に飲めるから」が年々増えている点に注目できる。

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

図V-4 今後2～3年の牛乳飲用量の変化の理由



表V-5 飲用量の変化別 今後2～3年の牛乳の飲用量の変化 (%)

年次	全体 (n)			健康によいと思うから			手軽に飲めるから			おいしい・好きだから		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
増えていく	875	1018	949	96.5	95.7	95.8	36.0	40.1	43.0	21.5	24.5	22.4
今と同じ位飲む	3027	2850	2902	81.3	79.7	80.4	47.4	48.0	45.5	34.3	30.9	30.4
減らしていく	37	35	33	-	-	-	-	-	-	-	-	-
今同様飲まない	687	653	662	7.4	5.4	3.8	2.8	1.5	1.5	0.6	0.2	0.3

年次	おいしくないから			既に充分飲んでいる			手軽に飲めないから			健康によくないから		
	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
増えていく	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
今と同じ位飲む	1.2	1.2	1.7	7.2	4.9	8.1	0.5	0.9	0.7	0.4	0.2	0.3
減らしていく	27.0	45.7	42.4	17.1	21.6	6.1	18.9	5.7	3.0	2.7	5.7	3.0
今同様飲まない	48.2	57.3	57.0	1.5	1.0	0.5	9.5	6.9	-	5.2	3.8	3.9

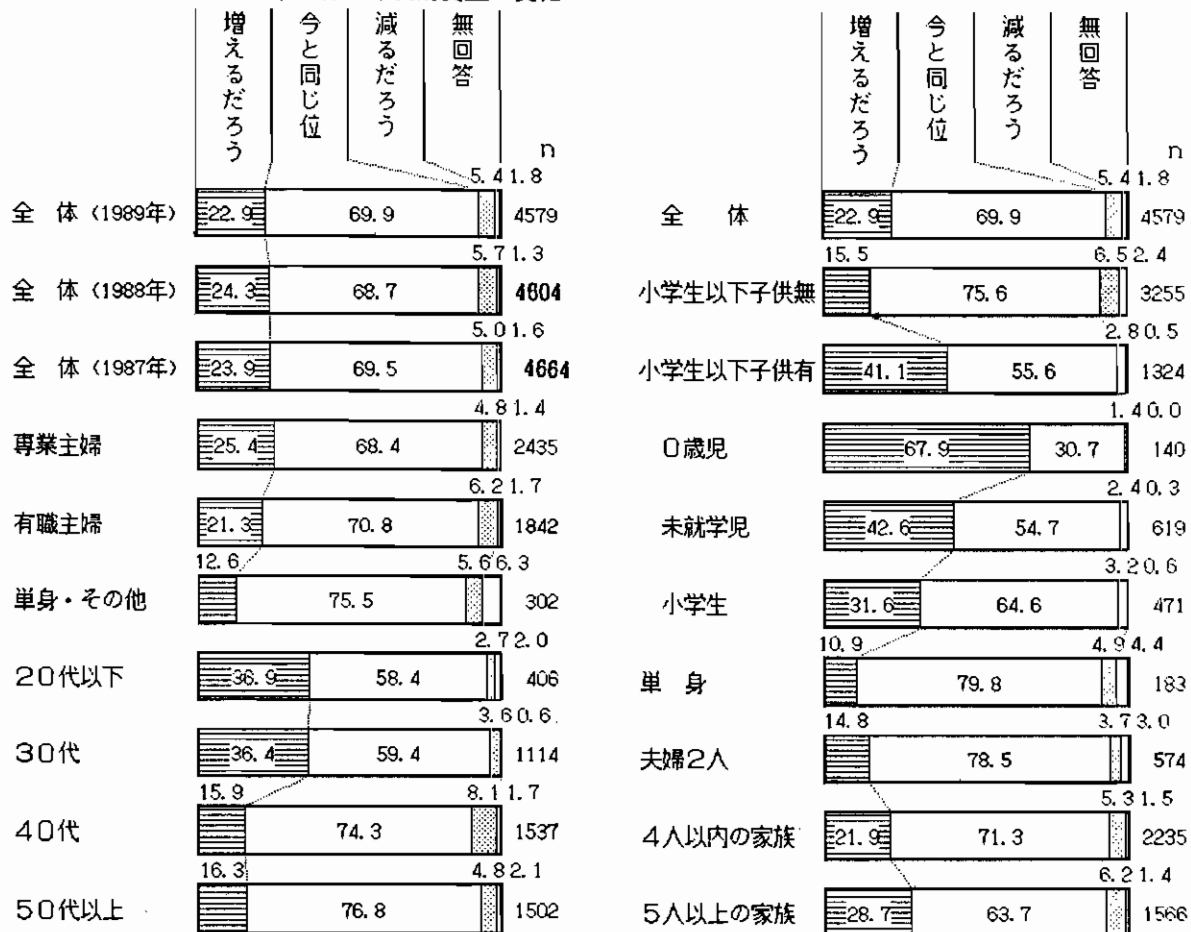
3. 今後の牛乳の消費量（世帯レベル）

次に、世帯を単位とした今後の牛乳消費についてみてみよう。

世帯当たりの牛乳消費量が、今後「増えるだろう」とみる世帯は23%、2～3年後も「今と同じくらい」が70%、「減るだろう」とみるのは5%に過ぎない。この傾向は前回とほとんど差はみられない。

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、主婦が20代～30代に多く、小さい子どもがいる世帯で特に多い。また、世帯人数が多いほど、増えると予測する人は多い。

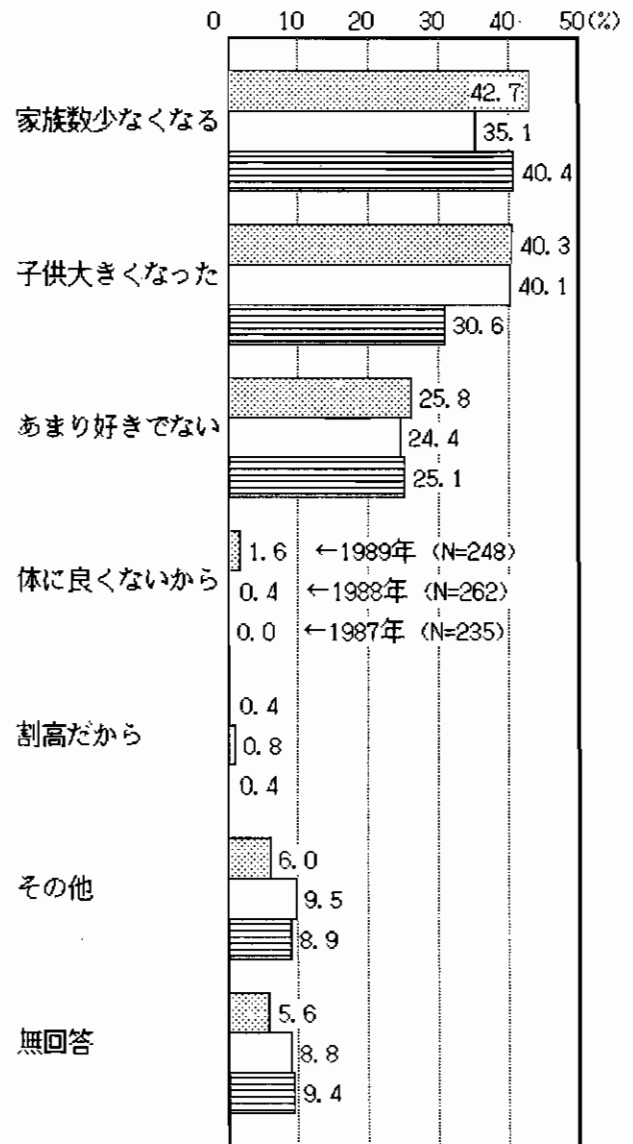
図V-5 今後の家族全体の牛乳消費量の変化



今後、牛乳の消費量が「減るだろう」とみる世帯は5%であったが、その理由は、「家族人数が少なくなるから」「子どもが大きくなったから」「牛乳はあまり好きでないから」の3つが、主なものとしてあげられている。

「子どもが大きくなったから」は、主婦が30～40代で高いが、前回と比べると、この層でこの理由をあげる人が増えている点が、特に気になる。主婦が30～40代というと、子どもまだ成長期の場合が多いため、この層には、逆にもっと牛乳の消費量を増やすようにPRする必要があるだろう。

図V-6 今後の家族全体の牛乳消費量が減る理由



表V-6 主婦属性別 今後消費量が減る理由

(%)

年次		全 体 (n)			家族人数が少なくなる			子供が大きくなった から			牛乳は体に良くない から		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		235	262	248	40.4	35.1	42.7	30.6	40.1	40.3	-	0.4	1.6
年 令 別	20代以下	18	15	11	5.6	13.3	27.3	27.8	27.8	18.2	-	-	-
	30代	47	54	40	12.8	11.1	10.0	44.7	44.7	52.5	-	-	-
	40代	115	118	125	46.1	44.1	54.4	30.4	30.4	46.4	-	-	0.8
	50代以上	55	75	72	63.6	42.7	43.1	20.0	20.0	26.4	-	1.3	4.2

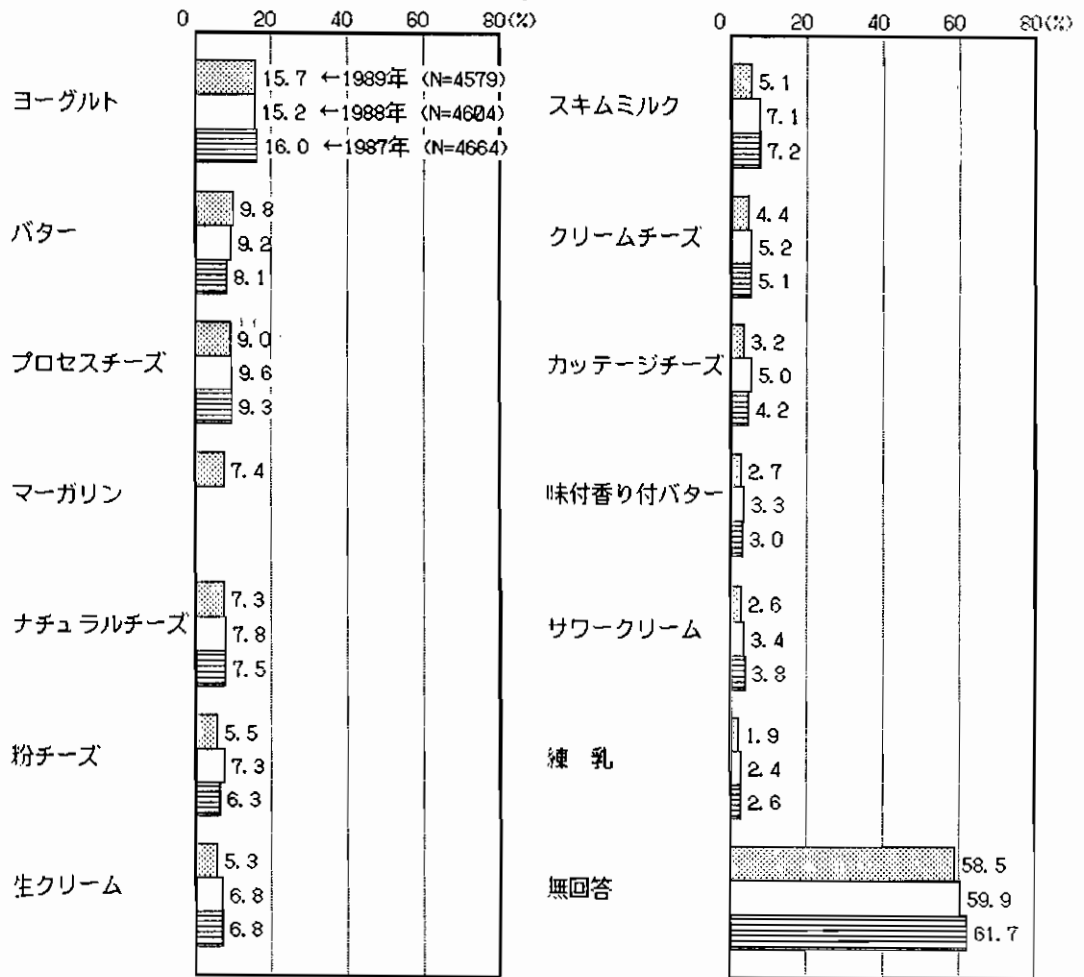
年次		牛乳はあまり好きで ない			割高だから			その他			無回答		
		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		25.1	24.4	25.8	0.4	0.8	0.4	8.0	9.5	6.0	9.4	8.8	5.6
年 令 別	20代以下	44.4	46.7	45.5	-	-	-	16.7	26.7	18.2	11.1	13.3	-
	30代	14.0	20.4	30.0	-	1.9	2.5	17.0	9.3	12.5	14.9	7.4	12.5
	40代	27.0	21.2	20.8	0.9	0.8	-	6.1	7.6	1.6	9.6	5.1	2.4
	50代以上	23.6	28.0	29.2	-	-	-	5.5	9.3	8.3	3.6	14.7	8.3

4. 乳製品に対する消費者の今後の意向

今後使用量を増やしたい乳製品は、どれかを聞くと、「ヨーグルト」が最も多く16%である。次いで「バター」(10%)「プロセスチーズ」(9%)が高いが、どれも現在よく料理に入れて使われているものである。他のチーズ類も増やしたい意向が3~7%ほどみられるが、前回からの伸びはほとんどみられない。

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

図V-7 使用量を増やしたい乳製品等



表V-6 主婦層性別 使用量を増やしたい乳製品

(%)

		全 体 (n)			プロセスチーズ			粉チーズ			ナチュラルチーズ		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		4464	4604	4579	9.6	9.3	9.0	7.8	6.3	5.5	7.8	7.5	7.3
年 令 別	20代以下	475	529	496	13.7	13.4	11.3	7.4	6.0	6.2	10.5	10.0	9.6
	30代	1220	1262	1114	11.4	12.7	12.2	8.4	7.9	5.8	9.8	9.7	9.9
	40代	1445	1430	1537	10.0	8.5	8.1	8.2	6.1	5.9	8.4	7.7	8.0
	50代以上	1458	1427	1502	6.4	5.5	7.0	5.4	5.0	4.7	4.8	4.2	4.1

		クリームチーズ			カッテージチーズ			バター			ヨーグルト		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		5.2	5.1	4.4	5.0	4.2	3.2	9.2	8.1	9.8	15.2	16.0	15.7
年 令 別	20代以下	8.2	7.0	7.1	8.8	7.0	4.7	9.7	5.9	9.4	22.7	21.9	20.0
	30代	6.3	7.1	5.6	6.6	5.9	4.9	10.2	8.6	11.1	19.7	18.9	20.0
	40代	6.2	5.2	3.9	5.3	3.8	2.5	8.6	9.3	9.2	13.8	15.9	15.4
	50代以上	2.3	2.5	3.3	2.1	2.0	2.3	8.8	7.4	9.5	10.6	11.2	11.7

		生クリーム			練 乳			スキムミルク			味付・香付バター		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		6.8	6.8	5.3	3.4	2.6	1.9	7.1	7.2	5.1	3.3	3.0	2.7
年 令 別	20代以下	9.1	10.6	7.6	5.1	3.2	3.0	9.1	10.0	6.2	4.2	3.8	3.9
	30代	8.7	8.6	7.1	2.7	3.7	2.0	9.8	8.8	7.0	4.4	3.4	3.5
	40代	7.6	6.4	4.8	2.4	2.7	1.6	7.4	6.9	4.4	3.7	3.1	2.3
	50代以上	3.6	4.0	3.8	1.3	1.2	1.8	4.0	5.1	4.1	1.8	2.2	2.2

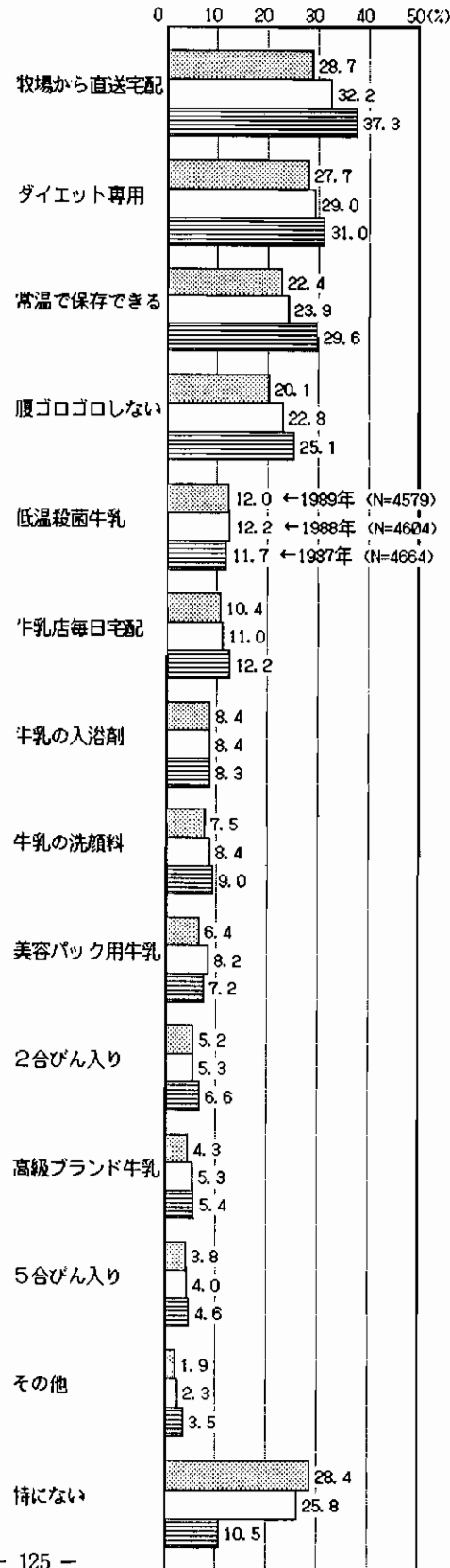
		サワークリーム			該当するものなし		
年 次		1987年	1988年	1989年	1987年	1988年	1989年
全 体		3.4	3.8	2.6	59.9	61.7	58.5
年 令 別	20代以下	5.9	5.1	3.9	50.3	55.0	51.0
	30代	4.3	5.0	4.0	51.5	54.0	49.4
	40代	3.9	3.4	1.9	59.5	60.6	57.8
	50代以上	1.4	2.0	2.0	70.2	72.1	67.4

5. こんな牛乳があったら

一般消費者は、どんな牛乳を望んでいるのだろうか。「こんな牛乳があったらいいなあ」と思うものを答えてもらったところ、「決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳」の人气が最も高く、次いで「ダイエット専用牛乳」「常温で保存できる牛乳」「お腹がゴロゴロしない牛乳」などの希望も高い。これらに対する希望率は、年々下がっているが、これは、既にこのような牛乳を売っているということが知られてきていることの現れであろう。このような状況の中で、「低温殺菌牛乳」「牛乳の入浴剤」の希望率は前回とほぼ変わらず、健闘を続けている。

これを年齢別にみると、「決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳」は、30代を中心とする中年層に多く、「ダイエット専用牛乳」は10代の女性が最も多いが、20代～40代の女性にも希望が多い。また、女性の希望が強いものは「美容パック用牛乳」「牛乳が主成分の洗顔料」「牛乳のできている入浴剤」などであり、『牛乳＝健康』というだけでなく、『牛乳＝美容』という発想も定着してきているようだ。

図V-8 「こんな牛乳があったら」と思うもの



〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果

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

(全員に)

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

n=4579	a	b	c	d	e	f
	好き な もの です か ↓	嫌 い な もの です か ↓	家 の は い ど つ れ も あ す る か ↓	家 庭 内 で 飲 む の か ↓	家 庭 外 で 飲 む の か ↓	最 近 は よ く 飲 む の か ↓
コーラなどの炭酸飲料	28.2	29.3	11.6	14.6	30.6	10.7
果汁100%ジュース	43.8	5.2	18.4	24.7	16.0	15.0
果汁入り清涼飲料	21.0	8.1	9.7	11.4	17.5	6.2
牛乳	49.9	10.3	78.3	69.3	7.7	36.4
コーヒー牛乳・フルーツ牛乳 など	22.5	8.2	5.0	9.4	7.4	4.0
乳酸菌飲料	24.6	9.4	12.0	14.1	3.9	6.2
ドリンクヨーグルト	20.2	16.6	5.5	8.3	3.6	5.0
コーヒー	51.4	9.1	62.6	51.9	48.3	36.8
紅茶	28.8	5.9	42.0	27.3	14.3	10.7
日本茶	55.5	3.1	75.1	68.4	12.1	31.9
ウーロン茶	30.8	9.3	25.9	23.4	14.1	18.3
スポーツ飲料	21.9	14.2	6.2	6.9	21.2	10.8
滋養強壮ドリンク	9.6	23.0	5.6	5.1	6.6	4.1
NA	1.8	26.1	2.9	3.6	10.5	9.0
記入例……ビール	14	14	14	14	14	14

(全員に)

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

(3つまで)

1	健康に良いもの	72.4
2	天然のもの・自然のもの	54.4
3	宣伝など話題性のあるもの	6.1
4	かっこよいイメージのあるもの	2.0
5	快い刺激のあるもの	10.3
6	清涼感のあるさわやかなもの	26.4
7	甘味の少ないもの	37.3
8	口当たりのよいもの	47.3

n=4579

NA 0.6

(全員に)

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

	a	b	c	d	e	f
	牛乳 ↓	果汁100% ↓	炭酸飲料 ↓	ウーロン茶 ↓	スポーツ飲料 ↓	コーヒ ↓
健康に良いもの	95.1	49.2	1.3	46.1	15.9	1.6
天然のもの・自然のもの	41.3	74.9	1.3	29.8	2.4	4.5
宣伝など話題性のあるもの	0.8	4.4	25.3	10.0	31.0	15.9
かっこよいイメージのあるもの	0.1	1.1	16.6	1.0	24.8	17.1
快い刺激のあるもの	0.1	2.1	47.4	1.1	8.8	31.6
清涼感のあるさわやかなもの	1.9	8.2	42.6	8.0	36.8	1.2
甘味の少ないもの	20.5	15.6	2.8	35.2	21.8	16.5
口当たりのよいもの	12.3	16.0	19.2	22.3	21.1	23.0

n=4579

NA 1.9 5.9 13.1 12.2 14.1 18.5

(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=4579	1	毎日飲む	43.3	5	月に数回飲む	7.9
	2	週に5~6日飲む	9.5	6	それ以下しか飲まない	5.0
	3	週に3~4日飲む	13.5	7	全く飲まない	9.9
	4	週に1~2日飲む	10.5			

→問5へ

NA 0.4

【問4で6～7に答えた方に】

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

n = 684	1	まずいから	24.6	11	容器があげにくいから	0.7	
	2	味にくせがあるから	30.6	12	冷蔵庫に入れるスペースがないから	0.3	
	3	においが嫌いだから	34.5	13	医者に止められているから	0.7	
	4	口当たりが悪いから	17.8	14	お腹がゴロゴロするから	25.4	
	5	太ると思うから	3.4	15	下痢をすることがあるから	28.9	
	6	栄養がありすぎるから	1.5	16	家に置いてないから	8.0	
	7	買いに行くのが面倒だから	1.3	17	他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会がないから	20.6	
	8	持ち帰るのに重いから	0.3	18	脱脂粉乳の記憶があるから	3.8	
	9	日持ちがしないから	5.1	19	かっこ悪いから	1.6	
	10	値段が高いから	1.0	20	その他(具体的に)	8.3	
	NA						1.6

(全員に)

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

n = 4579	1	コップ半杯位	6.2	5	コップ4杯位	1.7	
	2	コップ1杯位(200ml)	48.6	6	コップ5杯位(1ℓ)	1.0	
	3	コップ2杯位	19.3	7	コップ6杯以上	0.2	
	4	コップ3杯位	7.1	8	全く飲まない	15.4	
	NA						0.5

(全員に)

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

n = 4579	1	おいしいから	22.1	10	いつも家にあるから	29.6
	2	好きだから	26.0	11	それしか飲み物がないから	2.2
	3	栄養があるから	54.9	12	家族が勧めるから	5.5
	4	カルシウムがあるから	46.9	13	医者が勧めるから	3.0
	5	背が伸びるから	4.7	14	値段が安いから	2.2
	6	美容によいから	6.9	15	学校給食で飲むから	3.9
	7	朝食など食事代わりに	8.8	16	その他(具体的に)	1.7
	8	水の代わりに	14.0	17	全く飲まない	15.4
	9	習慣で	12.1	NA		0.6

(全員に)

問8 牛乳を飲むのは家庭内と家庭外では、どちらの場合が多いですか。

(1つだけ)

n=4579

1	主として家庭内	75.8
2	主として家庭外	4.1
3	家庭内・家庭外半々ぐらい	4.3
4	全く飲まない	15.4
	NA	0.4

【問8で2、3に答えた方に】

問8-1 家庭外で飲むのは主にどんなところですか。あてはまるもの全てをお答え下さい。(いくつでも)

n=385

1	学校で	42.6	3	戸外で	14.0
2	職場で	41.6	4	その他(具体的に	7.0
)	
				NA	1.3

(全員に)

問9 あなたが牛乳を飲んだり、牛乳を使った料理を食べたりするのはどんな機会ですか。それぞれの機会につきその頻度をお答え下さい。(1つずつ)

n=4579

	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	32.6	16.4	10.4	6.8	24.8	8.9
b	昼食時	9.8	10.9	13.5	11.2	39.7	14.9
c	夕食時	7.2	10.0	18.4	11.6	39.5	13.3
d	おやつや間食として	18.0	20.0	17.1	9.2	25.4	10.3

(全員に)

問10 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=4579

1	ある	32.1	2	ない	67.9
---	----	------	---	----	------

問10-1 具体的にどのような内容ですか。

骨がすかすかになる, もろくなる	84.3	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	13.1	女性が多い	4.5
カルシウムの不足	22.6	わからない, NA	13.3
牛乳の不足, 牛乳がよい	0.6		

(全員に)

問11 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』『そう思わない』でお答え下さい。(1つずつ)

		n = 4579				
		そ う 思 う	ま あ う 思 う	そ あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い NA
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	50.6	32.3	9.1	4.6	3.5
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	20.3	16.4	10.8	30.5
c	牛乳は便秘を防ぐ効果がある	42.1	23.4	11.1	6.2	17.1
d	牛乳を普通に飲んでいる限り肥満の心配はない	14.9	13.2	21.4	25.8	24.7
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	27.9	24.2	15.4	7.1	25.3
f	骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	62.5	24.7	4.7	1.9	6.1
g	牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	62.0	26.0	3.5	1.7	6.8
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	8.6	13.5	17.8	8.6	51.5
i	普通の飲み方をしている限り、牛乳を飲んでコレステロールを心配することはない	26.1	22.6	12.1	7.8	31.4
j	コーヒー牛乳などの乳飲料には牛乳がたっぷり含まれている	4.6	9.3	25.3	45.1	15.7
k	コーヒー用のクリームには植物性のものと動物性のものがある	31.2	12.5	5.5	6.1	44.7
l	スポーツをやる人は牛乳をたくさん飲んだ方がよい	44.6	23.7	10.5	4.3	16.8

(全員に)

問12 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=4579	1 増えた 21.8	2 同じ位 65.4	3 減った 10.7
--------	------------	------------	------------

NA 2.1

(全員に)

問12-1 それはどのような理由によりますか。具体的にお答え下さい。

(いくつでも)

n=4579	1 健康や栄養のことを考えて	58.5	6 牛乳の味がおいしくなったので	9.1
	2 暑い日が多かったので	8.6	7 家族がよく飲むので	18.3
	3 牛乳の宣伝をよくみたので	0.8	8 医者に勧められたので	3.6
	4 牛乳の種類が増えたので	2.6	9 他の飲み物を減らしたので	3.6
	5 他の飲み物に比べて割安だから	7.2	10 その他(具体的に)	16.1

NA 11.8

(全員に)

問13 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=4579	1 増やしていく	20.7
	2 今と同じくらいに飲む	63.4
	3 減らしていく	0.7
	4 今と同じようにあまり飲まない	14.5

NA 0.7

(全員に)

問14 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=4579	1 おいしいから、好きだから	24.0	6 おいしくないから、好きでないから	9.8
	2 健康に良いと思うから	71.4	7 健康によくないから	0.9
	3 手軽に飲めるから	38.0	8 手軽に飲めないから	1.0
	4 既に充分飲んでいるから	5.8	9 他の飲料を飲むようになったので	4.0
	5 割安だから	7.0	10 その他(具体的に)	4.7

NA 1.5

(全員に)

問15 次にあげる a～d の質問についてそれぞれあてはまる乳製品等をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

				a	b	c	d
				好き なども れので はすか	嫌い なども れので はすか	家のは にどの つれも であ るか	あの はな たど がれ 食で すべ るか
n = 4579				↓	↓	↓	↓
バ	タ	-	-----	47.1	9.8	65.0	47.5
チ	-	ズ	-----	47.4	21.9	49.1	51.7
ヨ	-	グルト	-----	56.1	19.3	28.2	49.6
マ	-	ガリン	-----	41.0	10.5	76.7	58.6

NA 9.2 53.3 5.8 8.5

(全員に)

問16 乳製品について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』『そう思わない』でお答え下さい。(1つずつ)

		そ う 思 う	ま あ う 思 う	あ ま り 思 わ ない	そ う 思 わ ない	わ か ら な い N A
n = 4579						
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	24.2	24.2	11.7	9.1	30.8
b	アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい	39.5	21.7	8.8	5.3	24.7
c	チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である	31.6	29.6	9.0	3.8	26.0
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	31.8	28.3	12.0	5.7	22.2
e	チーズは高タンパク質食品である	47.2	25.7	4.0	2.2	20.9
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	16.6	19.8	17.1	17.9	28.5

(全員に)

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

(a~l 1つずつ)

n = 4579

		週に1回以上	月に数回位	月に1回以下
a	チーズをそのまま、又はおつまみやサラダ等に入れて	19.1	34.8	40.7
b	チーズを使った料理やお菓子(ピザ、チーズトースト、チーズケーキなど)	11.4	38.4	42.9
c	ヨーグルト	29.3	30.4	32.9
d	コーヒー牛乳などの乳飲料	28.1	26.5	38.0
e	ドリンクヨーグルト	12.6	25.2	51.6
f	コーンフレークスに牛乳をかけて	6.6	14.5	67.3
g	牛乳を使ったお菓子(プリン、パバロアなど)	11.7	34.0	45.8
h	牛乳を使った料理(スープ、グラタンなど)	11.5	46.2	34.9
i	牛乳を使った飲み物(ココア、カフェオレ、ミルクティーなど)	29.5	27.5	34.4
j	バターをそのままパンなどにぬって	41.0	25.4	27.1
k	バターを使った料理(バターいためなど)	28.1	36.5	26.8
l	生クリームやサワークリームを使った料理やお菓子	5.4	25.9	59.4

(全員に)

NA 23.9 11.5 8.7

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

n = 4579

1	ダイエット専用牛乳	27.7	8	高級ブランド牛乳	4.3
2	常温で保存できる牛乳	22.4	9	飲んでもお腹がゴロゴロしない牛乳	20.1
3	低温殺菌牛乳	12.0	10	美容パック用牛乳	6.4
4	5合びん(900ml)入りのびん牛乳	3.8	11	牛乳でできている入浴剤	8.4
5	2合びん(360ml)入りのびん牛乳	5.2	12	牛乳が主成分の洗顔料	7.5
6	決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳	28.7	13	その他(具体的に)	1.9
7	牛乳店から毎日宅配される牛乳	10.4	14	特になし, NA	28.4

(全員に)

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

(各々いくつでも)

n= 4579		
	知 っ て い る も の	飲 み た い も の
• 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)	61.9	22.0
• 濃 厚 牛 乳 ----- (乳脂肪の割合が高くコクがある)	72.0	27.4
• ロングライフ牛乳 (LL牛乳) ----- (特殊なパックに入っており長期間常温で保存できる)	45.5	8.4
• 低 温 殺 菌 牛 乳 ----- (62~65℃で30分かけて殺菌している牛乳)	48.6	14.0
• 特定の農家の名前がブランド名になっている牛乳 --- (〇〇さんちの牛乳など)	21.7	16.5
• 産 地 表 示 牛 乳 ----- (産地名がブランドになっている牛乳)	44.6	14.3
• ジャ ー ジ ー 牛 乳 ----- (ジャージー種の牛からしぼった高脂肪牛乳)	22.3	11.3
• お腹がゴロゴロしない牛乳 ----- (乳糖分解乳など)	43.9	17.9
• ビタミン入り牛乳など ----- (ビタミンE、カルシウム、鉄分などを加えたもの)	31.6	31.1

NA 8.8 25.7

(全員に)

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

n=4579	1 非常に良い	13.3	4 あまり良くない	6.1
	2 良い	31.1	5 良くない	0.8
	3 ふつう	48.0	NA	0.7

(全員に)

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

n=4579

1	早寝早起きなど規則正しい生活をする	31.4
2	ラジオ体操、散歩などの軽い運動をする	11.6
3	ジョギング、なわとび、テニスなどの中位の運動をする	9.1
4	疲れたら充分休息する	48.3
5	朝食は必ずとる	67.1
6	カロリーの取りすぎに注意をする	26.1
7	糖분을ひかえる	34.0
8	塩分をひかえる	39.9
9	脂肪分をひかえる	24.9
10	ビタミン剤や健康食品を取る	13.1
11	好き嫌いなく何でも食べる	48.0
12	朝晩必ず歯磨きをする	49.9
13	健康診断を定期的に受ける	27.6
14	健康に良いといわれたことはまめにやってみる	9.7
15	食べ物の中の農薬や人工添加物に注意する	25.4
16	健康に関する新聞記事、テレビ番組などをよく見る	22.0
17	その他(具体的に)	1.3
18	特になし、NA	5.1

(全員に)

問22 あなたは煙草を喫いますか。(1つだけ)

n=3981
(20才以上)

1	喫う	28.9
2	以前喫っていたが止めた	8.4
3	喫わない	62.4
	NA	0.3

(全員に)

問23 あなたはアルコール類をどれくらい飲みますか。(1つだけ)

n=3981
(20才以上)

1	毎日飲む	18.6	4	それ以下	21.8
2	週に3日以上飲む	9.7	5	飲まない	35.1
3	週に1~2日飲む	14.5		NA	0.3

(全員に)

問24 あなたはどれ位スポーツをしていますか。(1つだけ)

n=4579	1	ほぼ毎日	8.3	5	年に数回	18.1	
	2	週に3~4回	6.3	6	それ以下	9.7	
	3	週に1~2回	15.9	7	全くしない	25.7	
	4	月に1~2回	15.3				
						NA	0.6

【問24で1~5に答えた方に】

問25 あなたはスポーツをした後どんな飲み物を飲みますか。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=2928	1	コーラなどの炭酸飲料	22.8
	2	果汁100%ジュース	16.7
	3	果汁入り清涼飲料	14.5
	4	白牛乳	23.8
	5	コーヒ-牛乳・フルーツ牛乳	5.0
	6	乳酸菌飲料	3.7
	7	スポーツ飲料	44.2
	8	コーヒ-	15.2
	9	紅茶	4.2
	10	麦茶・ほうじ茶などの日本茶	26.1
	11	ウーロン茶	25.4
	12	ビールなどのアルコール類	16.8
		NA	2.5

【問25で牛乳を飲むと答えなかった方に】

問25-1 あなたがスポーツ後に牛乳を飲まないのはどうしてですか。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=2230	1	近くに牛乳が売っていないから	24.7
	2	牛乳を飲むと後味がわるいから	39.2
	3	牛乳はおなかにたまるから	10.9
	4	牛乳では水分の補給が遅いから	13.6
	5	その他(具体的に)	18.7
		NA	9.5

〔フェイスシート〕

あなた自身のことについてお答え下さい。

F 1 性別

n=4579

1 男 44.3	2 女 55.7
----------	----------

F 2 年 令

n=4579

1 13～14才 3.5	6 35～39才 10.4	11 60～64才 6.3
2 15～19才 9.5	7 40～44才 11.1	12 65～69才 4.3
3 20～24才 7.8	8 45～49才 9.9	13 70才以上 4.8
4 25～29才 7.3	9 50～54才 8.2	
5 30～34才 9.5	10 55～59才 7.5	

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。

n=4579

〔自営・家族従業〕	〔勤 め〕	〔無 職〕
1 農林漁業 3.6	5 管理職 4.4	10 主婦 22.4
2 商工サービス業 6.6	6 専門・技術職 9.2	11 学生 14.0
3 自由業 3.7	7 事務職 11.6	12 無職 7.6
4 内職 1.0	8 労務職 7.6	
	9 販売・サービス職 7.7	NA 0.7

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

n=4579

1 単身世帯 4.0	4 3世代世帯(親、子、孫) 22.0
2 夫婦2人 12.5	5 その他 2.0
3 2世代世帯(親と子) 59.1	(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)

n=4579

1 1人(単身世帯) 4.0	5 5人 18.1
2 2人 14.9	6 6人 10.9
3 3人 16.8	7 7人以上 5.2
4 4人 29.8	
	NA 0.3

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

(全員に)

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

n = 4579	1	専業主婦	53.2	3	単身世帯	4.0
	2	有職主婦 (パート、アルバイトを含む)	40.2	4	その他 (具体的に)	2.1

NA 0.5

(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 = 4579	1	～19才	0.5	5	35～39才	13.9	9	55～59才	8.0
	2	20～24才	2.5	6	40～44才	17.9	10	60才以上	12.2
	3	25～29才	5.9	7	45～49才	15.6			
	4	30～34才	10.4	8	50～54才	12.6			

NA 0.4

(全員に)

問3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。

n = 4579	1	いる	28.9	2	いない	問4へ	70.4
						NA	0.7

(1つだけ)

↓【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いにお答え下さい。(1つずつ)

n = 1234	性別は	1番小さいお子さん		2番目に小さいお子さん		n = 694
		1 男 52.6	2 女 47.4	1 男 50.9	2 女 49.1	
年齢は	1	0才(乳児)	11.3	1	0才(乳児)	1.3
	2	1～3才	28.9	2	1～3才	15.4
	3	4～6才(小学校入学前)	21.2	3	4～6才(小学校入学前)	28.1
	4	小学校1～2年生	12.1	4	小学校1～2年生	16.3
	5	小学校3～4年生	12.4	5	小学校3～4年生	21.5
	6	小学校5～6年生	13.7	6	小学校5～6年生	16.0
			NA 0.3			NA 1.4
牛乳の好き嫌いは	1	好き 79.8	2 嫌い 12.9	1	好き 78.7	2 嫌い 18.7
			NA 7.3			NA 2.6
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	9.6	1	飲まない	3.7
	2	コップ半杯位	10.5	2	コップ半杯位	8.1
	3	コップ1杯位(200ml)	30.1	3	コップ1杯位(200ml)	32.1
	4	コップ2杯位	25.9	4	コップ2杯位	32.4
	5	コップ3杯位	14.2	5	コップ3杯位	16.0
	6	コップ4杯位	4.4	6	コップ4杯位	3.7
	7	コップ5杯位	1.9	7	コップ5杯位	1.9
	8	コップ6杯以上	1.2	8	コップ6杯以上	1.0
			NA 2.3			NA 1.0

(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=4579

1	毎日	31.9	4	2週間に1回位	3.0
2	週に2~3回位	43.8	5	月に1回以下	2.1
3	週に1回位	12.9	6	ほとんど買わない	→問5へ 5.2

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=240

1	家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	59.2
2	家で牛乳を飲まなくても外で飲んでくるから	11.2
3	主婦が牛乳嫌いだから	20.8
4	冷蔵庫のスペースがないから	1.2
5	牛乳は身体に良くないから	2.9
6	その他(具体的に)	14.2

NA 7.5

(全員に)

問6 お宅では、平均すると1週間に牛乳をどのくらい購入していますか。

下記の記入例に従いリットルを単位として、小数点以下1位まででお答え下さい。なお、牛乳を全く買わない方は「0」とお書き下さい。

n=4579

約

平均	3
----	---

 .

6

 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4で1~5の方に】

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

n=4294

1	スーパー	78.9	7	牛乳の小売店の店頭	2.7
2	コンビニエンスストア	13.8	8	牛乳店からの宅配	20.2
3	一般食料品店・酒屋	11.8	9	自動販売機	2.5
4	パン・菓子店	6.5	10	駅などの売店	0.6
5	デパート	3.7	11	その他	1.7
6	生協などの共同購入で	12.8		(具体的に)	

NA 0.7

【問4で1～5の方に】

問8 あなたが日頃利用する牛乳や乳製品売場はどんな感じの所ですか。次のそれぞれにつき「はい」、「いいえ」でお答えください。(a～e 1つずつ)

n=4294		はい	いいえ
a	料理のヒントがわかるようになっている	6.4	X
b	何か新しい料理に挑戦してみたいような雰囲気がある	7.4	X
c	生活を楽しく新しくさせるような雰囲気がある	11.4	X
d	単に牛乳や乳製品が並べてあるだけで、雰囲気らしいものはない	58.6	X
e	牛乳や乳製品の種類が豊富にあり、選ぶのが楽しい	34.8	X

NA 23.0

【問4で1～5の方に】

問9 お宅では牛乳はどのような飲み方、食べ方をしますか。全体の量を100%としたときそれぞれどのくらいの割合になるかをお知らせ下さい。

n = 4294		平均		割合	注
1	そのまま飲む	8	0	%	③⑤～③⑧
2	コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む	1	0	%	③⑨～④①
3	料理やお菓子の素材として使う		9	%	④②～④④
合計		1	0	0 %	

【問4で1～5の方に】

問10 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=4294		割合
1	ほぼ毎日	2.2
2	週に4～5回は使っている	2.7
3	週に2～3回は使っている	10.5
4	週に1回は使っている	17.8
5	月に2～3回は使っている	22.5
6	月に1回は使っている	19.6
7	ほとんど使ったことがない	23.3

問11へ

NA 1.4

【問10で1～6の方に】

問11 牛乳を使った料理として、あなたが作ったことがあるものを次の中からすべてお知らせください。(いくつでも)

問13へ
n=3235

1	プリン・パバロア・ゼリー・寒天	54.9	8	リゾット(洋風かゆ)	4.6
2	ケーキ類	42.1	9	オムレツ	32.9
3	クッキー類	35.0	10	コーンフレークス・オートミール	40.1
4	スープ・シチュー・カレー	80.7	11	肉料理に入れる	29.7
5	グラタン・ピザ	55.9	12	魚料理に使う	12.6
6	ヨーグルト	10.8	13	その他	3.0
7	アイスクリーム	19.6		(具体的に)	

NA 0.9

【問10で7の方に】

問12 どうして料理に牛乳をお使いにならないのですか。その理由をお知らせ下さい。(いくつでも)

n=1001

1	料理の仕方がわからない	18.3
2	そのまま飲んだ方がおいしい	62.7
3	料理するのがめんどろ	29.6
4	その他(具体的に)	6.5

NA 4.7

(全員に)

問13 あなたは今後お宅の家族全体で牛乳の消費量はどうなっていくと思いますか。(1つだけ)

n=4579

1	増えるだろう	22.9	2	今と同じくらい	69.9	3	減るだろう	5.4	→問14へ
---	--------	------	---	---------	------	---	-------	-----	-------

NA 1.8

【問13で3の方に】

問14 減るという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=248

1	家族人数が少なくなるから	42.7
2	子供が大きくなったから	40.3
3	牛乳は体に良くないから	1.6
4	牛乳はあまり好きでないから	25.8
5	割高だから	0.4
6	その他(具体的に)	6.0

NA 5.6

(全員に)

問15 お宅では宅配で牛乳をお買いになったことがありますか。(1つだけ)

n = 4579

1	現在している	26.1
2	2～3年前までしていた	7.3
3	5年以上前までしていた	18.5
4	全く宅配で買ったことはない	46.1
	NA	2.0

【問15で1～3の方に】

問15-1 それはどこからの宅配でしょうか。現在利用しているものと過去に利用したことがあるものに分け、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 = 1195

n = 2377

	現在利用 しているもの	前に利用 していたもの
牛乳専門店	74.2	47.1
デパート	0.8	1.9
スーパー	9.2	19.1
コンビニエンス	1.1	4.1
一般食料品店・酒屋	4.0	6.5
生協(CO-OP)	19.7	9.2
その他(具体的に)	3.8	1.5

NA 4.4

43.3

【問15で2～3の方に】

問15-2 あなたが宅配を利用するのを止めたのはどのような理由からですか。(いくつでも)

n = 1182

1	受取りがめんどろ	11.5	7	牛乳が余るときがある 量の調整がきかない	48.8
2	注文がめんどろ	4.6	8	価格が割高につく	26.5
3	とり込むのを忘れてしまう	12.2	9	近所に牛乳屋がなくなった	13.2
4	空びんがじゃまになる	14.3	10	その他	13.3
5	配達音が騒々しい	1.4		(具体的に)	
6	集金がめんどろ	18.7			

NA 4.2

(全員に)

問16 ではどんな宅配なら利用してみたいと考えますか。(いくつでも)

1	電話やFAXで手軽に注文できる	13.2
2	いろいろなメーカーや種類のものがあり、気に入ったものを注文できる	30.6
3	必要量を気軽に変更できる	46.1
4	宅配時間が指定できる	24.5
5	他の食品や日用品と一緒に届けてくれる	15.2
6	支払いは銀行口座から引きおとしてくれる	9.3
7	その他(具体的に)	9.6
	NA	14.3

(全員に)

問17 次にあげる乳製品等のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、これから使用量を増やしていきたいと思うものは、それぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。

(いくつでも)

	現在よく利用 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
	↓	↓	↓
プロセスチーズ	40.9	15.4	9.0
ナチュラルチーズ	23.5	14.6	7.3
クリームチーズ	7.0	6.2	4.4
カッテージチーズ	3.2	3.2	3.2
粉チーズ	31.2	38.1	5.5
ヨーグルト	47.2	8.3	15.7
サワークリーム	1.5	2.3	2.6
生クリーム	16.3	18.2	5.3
バター	57.8	53.0	9.8
レーズンバターなどの味付き または、香り付きバター	4.0	2.3	2.7
練乳(コンデンスミルク)	7.6	3.2	1.9
スキムミルク	6.2	4.6	5.1
マーガリン	73.7	39.6	7.4
	NA 6.6	19.5	58.5

(全員に)

問18 あなたは次の飲み物や食べ物の価格を、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えてみて割安だと思いませんか、割高だと思いませんか。それぞれにつきお答え下さい。(1つずつ)

n = 4579		割 安	適当な価格	割 高	NA
a	家で飲むレギュラーコーヒー	24.9	51.9	16.4	6.8
b	牛 乳	27.7	62.6	7.2	2.5
c	コ ー ラ	4.5	51.7	34.0	9.8
d	卵	45.1	43.7	8.1	3.0
e	缶入りウーロン茶	2.8	32.6	58.2	6.4
f	バ タ ー	4.5	55.4	35.6	4.5
g	マーガリン	15.3	72.1	7.8	4.8
h	チ ー ズ	4.1	59.2	31.3	5.5
i	100%果汁ジュース	6.9	50.4	37.4	5.3

(全員に)

問19 あなたは次にあげるような飲み物や食べ物がもっと安くなったら、購入量を増やしたいと思いませんか。それぞれ1つずつお答え下さい。

(a ~ d 1つずつ)

n = 4579		増やしたい	変わらない
a	コ ー ラ	1 3.7	X
b	牛 乳	2 41.2	X
c	100%果汁ジュース	3 49.5	X
d	チ ー ズ	4 39.4	X
NA		31.4	

(全員に)

問20 質が良くておいしいと言われている牛乳なら、普通の牛乳の価格よりも価格が少々高くても、あなたは買いたいと思いませんか。(1つだけ)

n = 4579

1 買いたいと思う 51.8 2 わからない 37.5 3 買いたくない 10.7

(全員に)

問21 あなたの日頃の生活にあてはまるものが次の中にありますか。あるものの番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n=4579

1	朝食は毎朝必ず用意する	85.5
2	人工添加物などに気をつけて食品の買物をする	53.0
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	57.3
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	63.4
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	42.4
6	朝食、夕食など家族揃って食事できる機会を持つようにしている	56.3
7	友だちなど人を呼んでごちそうするのが好き	17.2
8	料理に関する本、雑誌、記事などを見るのが好き	52.6
9	手芸など手づくりのものを作るのが好き	31.6
10	スポーツなどをして体を動かすように心がけている	23.5
11	住まいの整理整頓が得意	25.0
12	地域に仲の良い友人がたくさんいる	37.1

NA 1.0

(全員に)

問22 あなたは料理の為の情報をどういうところから得ていますか。あなたがよく利用するものを次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n=4579

1	料理の本	60.5
2	雑誌のグラビア・料理の記事	42.3
3	新聞の料理記事	37.6
4	テレビの料理番組	66.8
5	知人・友人から	49.3
6	料理講習会	8.6
7	ラジオの料理情報	3.1
8	テレフォン料理情報	0.7
9	各種パンフレットの料理記事	21.9
10	その他(具体的に)	2.1

NA 2.6