

---

**2000**

[第14回]

---

**牛乳・乳製品の  
消費動向に  
関する調査**

---

社団法人**全国牛乳普及協会**

後援：農林水産省 農畜産業振興事業団

## はじめに

牛乳消費が低迷しはじめて数年経ちました。消費動向調査では、この低迷状態を探り、欧米に比べてまだまだ少ない日本人の牛乳消費を再び上向きに転じさせる手掛りを求めて実施してきました。

今年度は、過去13回の時系列調査と併せ、①牛乳・乳製品について好きか嫌いか、②牛乳類が嫌いと答えた人にはその理由を聞いてみました。また、牛乳類などの飲用量が、2～3年前と比べ①増えたか減ったか、②減ったとすればどんな飲料に代わったか、③その理由は何かを具体的に調査対象者に聞いてみました。更に、調査対象者の食生活全般について聞き、牛乳の消費拡大の手掛りを求めております。

調査結果からは、白もの牛乳類の飲用者率は依然として増加しているが、一方、毎日2杯以上飲用している人が減少、飲用頻度の少ない人が増加し、全体として消費が減少しているのが分かります。牛乳・乳製品の消費について、世代別に消費者の価値観や生活スタイルが、大きく影響していることも見えてきました。また、報告書では、男女別・年齢別を中心に調査結果を載せてありますが、今回から高齢層の消費動向をより詳しく捉えるために、年代区分を従来の「60代以上」から「60代」と「70代以上」に分けて調査結果を集計・掲載してあります。

本年7月の食中毒事故を境に、「加工乳」「乳飲料」の消費が大幅に減り、その一部が「牛乳」の消費に廻るなど大きな変化が起きています。この変化が一時的なものか、定着するのは来年以降の調査を待たなければなりません。今年度の消費動向調査は5月末～6月初に実施された事故前のものですから、その点もご留意のうえご活用をお願い申し上げます。

2000年12月

社団法人 全国牛乳普及協会

会長 海野 研一

# 目 次

調査設計	1
調査の目的	3
調査テーマ	3
調査方法	3
サンプル構成	5
主な分析軸	10
調査結果の詳細	13
Ⅰ 白もの牛乳類の飲用実態	15
1. 白もの牛乳類の飲用頻度と飲用量	15
1) 白もの牛乳類の飲用頻度	15
2) 白もの牛乳類の飲用量	17
3) 子供（小学生以下）の飲用量	28
4) 白もの牛乳類の飲用者率	29
5) 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類	30
2. 白もの牛乳類の種類別飲用量	33
3. 白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の内訳	36
1) 白もの牛乳類の飲み方	36
2) 混合飲用の実態	39
4. 白もの牛乳類の飲用機会と飲用理由	42
1) 白もの牛乳類の飲用機会	42
2) 白もの牛乳類の飲用理由	46
5. 多様な白もの牛乳類の種類	48
Ⅱ 白もの牛乳類の購入実態	55
1. 白もの牛乳類全体の購入頻度と購入量	55
2. 白もの牛乳類の種類別購入量	63
3. 白もの牛乳類の購入場所	65
1) ふだん利用する場所	65
2) 主に利用する場所	68
3) 今後新たに利用したい場所	70
4) 宅配の利用理由	71

Ⅲ 乳製品について-----	74
1. バター／生クリーム（油脂類）の使用実態-----	74
1) 油脂類の使い方-----	74
2) バターについての意見-----	77
Ⅳ 生活の中の牛乳・乳製品-----	82
1. 自宅外での飲食・購入頻度-----	82
2. 家庭での牛乳・乳製品の常備-----	85
1) 牛乳・乳製品の常備実態-----	85
2) 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数-----	91
3. 牛乳・乳製品と他の食品-----	92
1) 牛乳・乳製品と他の食品のイメージ-----	92
2) 牛乳・乳製品の好き・嫌い-----	99
3) ふだんよく飲んでいる飲み物-----	110
4) 牛乳・乳製品とその他の飲み物の消費状況-----	116
4. 牛乳容器について-----	122
1) 注目する表示-----	122
2) 容器への要望-----	123
Ⅴ 健康意識-----	124
1. 白もの牛乳類についての意見-----	124
2. 「カルシウム」「コレステロール」「エネルギー」について-----	130
付録 1) 各年度のテーマとサンプル数-----	135
付録 2) 単純集計結果付き調査票-----	139

# 調査設計

## 調査の目的

『牛乳・乳製品の消費動向に関する調査』は、1987年度から1999年度まで13回にわたり、毎年全国の消費者に対し調査を実施し、牛乳・乳製品に関する購入実態、飲用実態、牛乳・乳製品に関する意識・知識などを時系列で把握してきた。今回の2000年度調査は、以下に示すような調査テーマを併せて聞くことで、牛乳・乳製品の消費拡大のための資料を得ることを目的とした。

## 調査テーマ

- 白もの牛乳類の飲み方の割合
- 白もの牛乳類との混合飲用の実態
- 白もの牛乳類と他の飲み物の消費状況
- 自宅外での牛乳・乳製品の飲食・購入
- 牛乳・乳製品の好き・嫌い
- 牛乳・乳製品と他の食品のイメージ
- バター、生クリーム（油脂類）の使い方
- 家庭での牛乳・乳製品の常備
- 白もの牛乳類の購入場所
- 牛乳の容器について

## 調査方法

### 1. 調査方法

- ・留置併用訪問面接法

### 2. 調査票の構成と調査項目

個人票 = 本人が回答

- ・牛乳・乳製品の飲食実態・飲食機会・飲食理由
- ・白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の実態
- ・白もの牛乳類と他の飲料の消費状況
- ・自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入
- ・牛乳・乳製品の好き・嫌い
- ・牛乳・乳製品と他の食品のイメージ
- ・バター、生クリーム（油脂類）について
- ・対象者の属性

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

- ・世帯の中の位置づけと年齢
- ・白もの牛乳類の購入実態
- ・宅配の利用について
- ・家庭での牛乳・乳製品の常備実態
- ・冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類
- ・牛乳の容器について

### 3. 調査対象者

全国 13 歳以上の男女個人 6,000 人 設定

### 4. 抽出方法 住民基本台帳より層化 2 段抽出

\* 層化 2 段抽出法の手順は以下の通り

まず、平成 7 年国勢調査時の人口に基づき地域と都市規模（各 5 分類）により層化する。第 1 次抽出単位として各層ごとに国勢調査時に設定された調査区の基本単位区を抽出し、第 2 次抽出単位として住民登録台帳より個人を抽出する。  
調査対象となる個人の抽出は、調査地点の住民登録台帳より、調査対象適格者（今回の場合は 13 歳以上の男女個人）を等間隔に系統抽出する。

### 5. 地 域

全国 6,000 サンプル

地 域 別	設 定 数	回 収 数
北 海 道	270	200
東 北	465	376
関 東 ・ 甲 信	2,070	1,501
東 海	705	812
北 陸	270	
近 畿	990	737
中 国	375	321
四 国	210	172
九 州	645	513
計	6,000	4,632

都 市 規 模 別	設 定 数	回 収 数
13 大 都 市	1,305	908
15 万 以 上 の 市	1,830	1,423
5 万 ~ 15 万 の 市	1,200	920
5 万 未 満 の 市	360	296
郡 部	1,305	1,085
計	6,000	4,632

### 6. 調査期間

2000 年 5 月 26 日（金）～ 6 月 12 日（月）

### 7. 回収状況

6,000 人設定 → 4,632 人有効回収（有効回収率 77.2%）

未回収数	転 居	長期不在	一時不在	拒 否	住所不明	そ の 他
1,368	200	101	258	570	55	184

### 8. 本報告書でデータを読むうえでの注意点

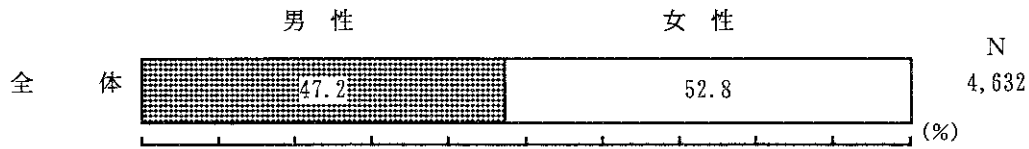
- この調査は消費者の視点にたちアンケートを実施している都合上、牛乳類の分類については、  
種類別 牛乳の他にも低脂肪乳、無脂肪乳、機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を白もの牛乳類としており、法律や規約上の種類別分類とは異なる。
- 択一式選択肢（SA）の場合、回答率の合計が 100.0%になるべきところで、そうならない箇所がある。これは各回答率を小数点以下第 2 位で四捨五入しているためである。
- MA と表記のあるものは複数回答である。

### 9. 調査結果の要約は「要約版」を参照

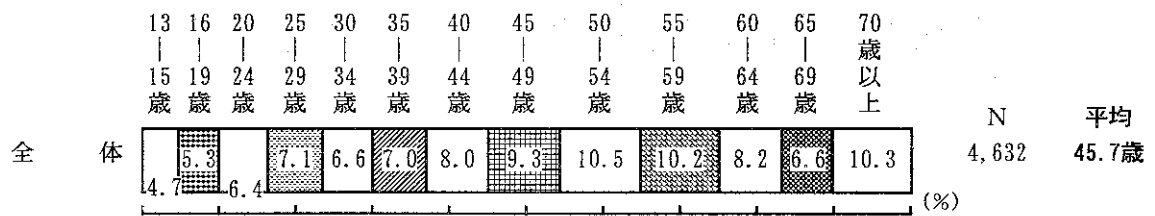
# サンプル構成

個人票

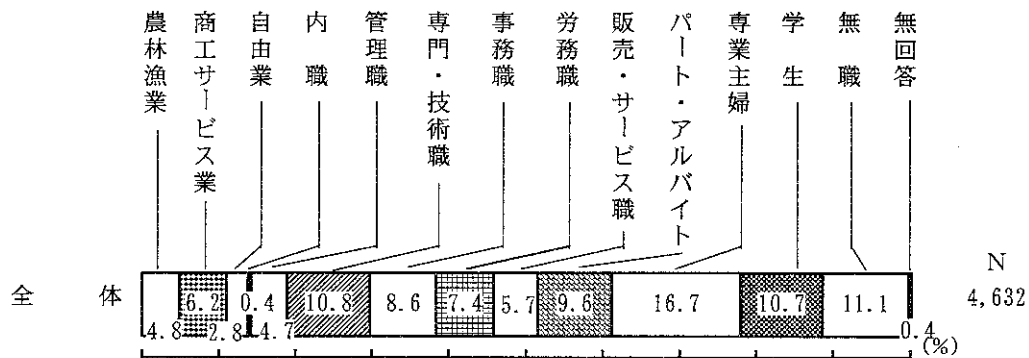
## 性別



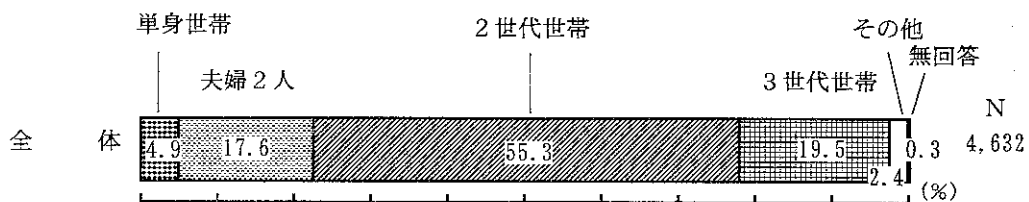
## 年齢



## 職業

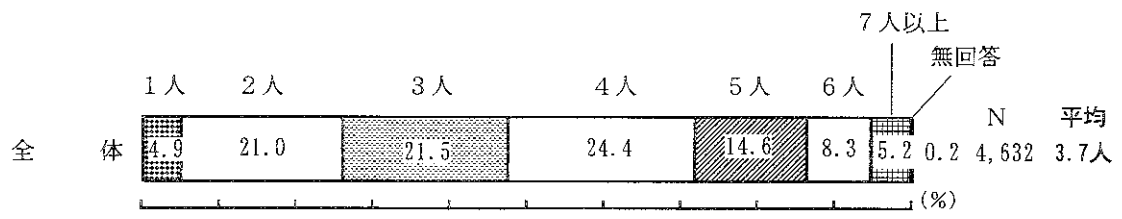


## 家族構成

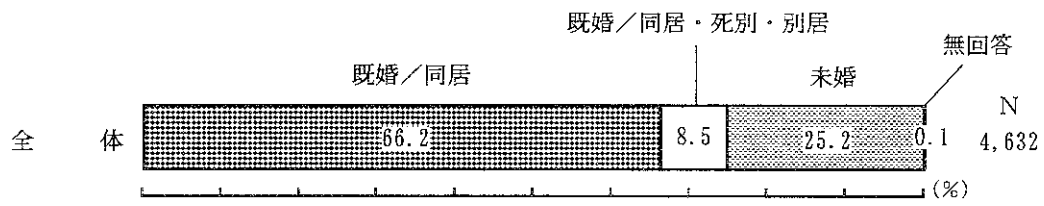




### 家族人数

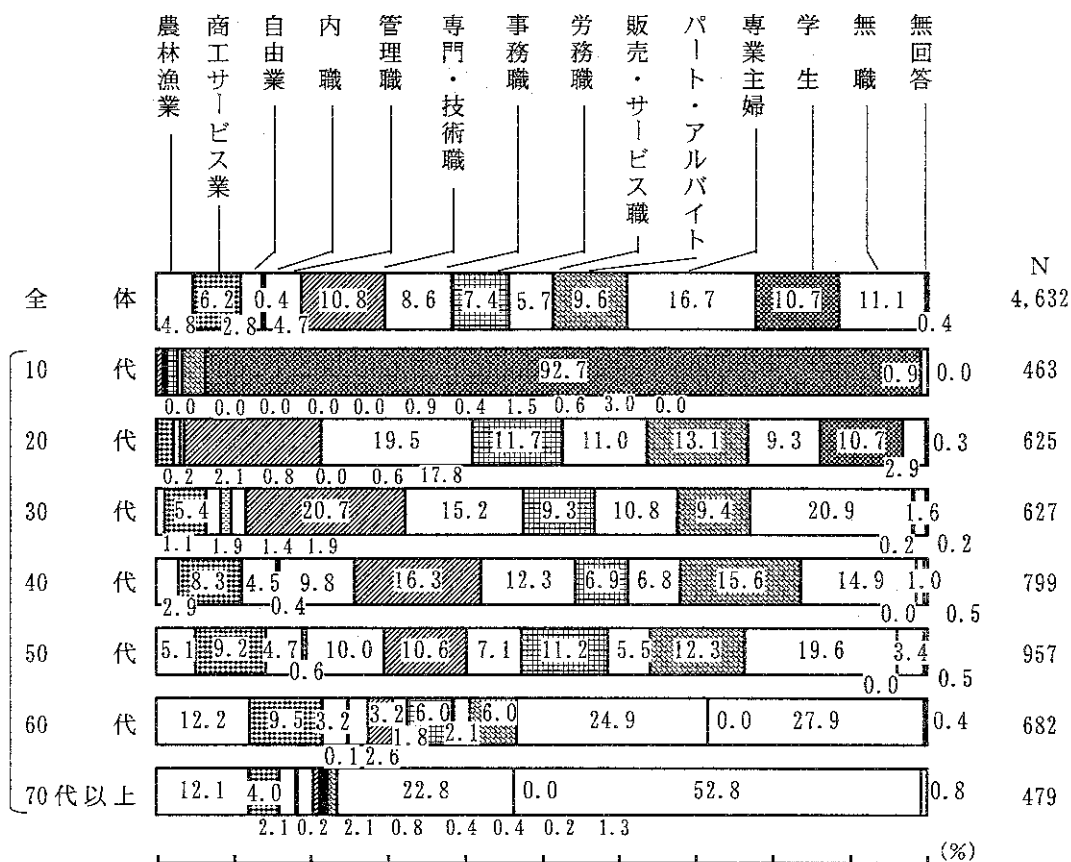


### 結婚の有無

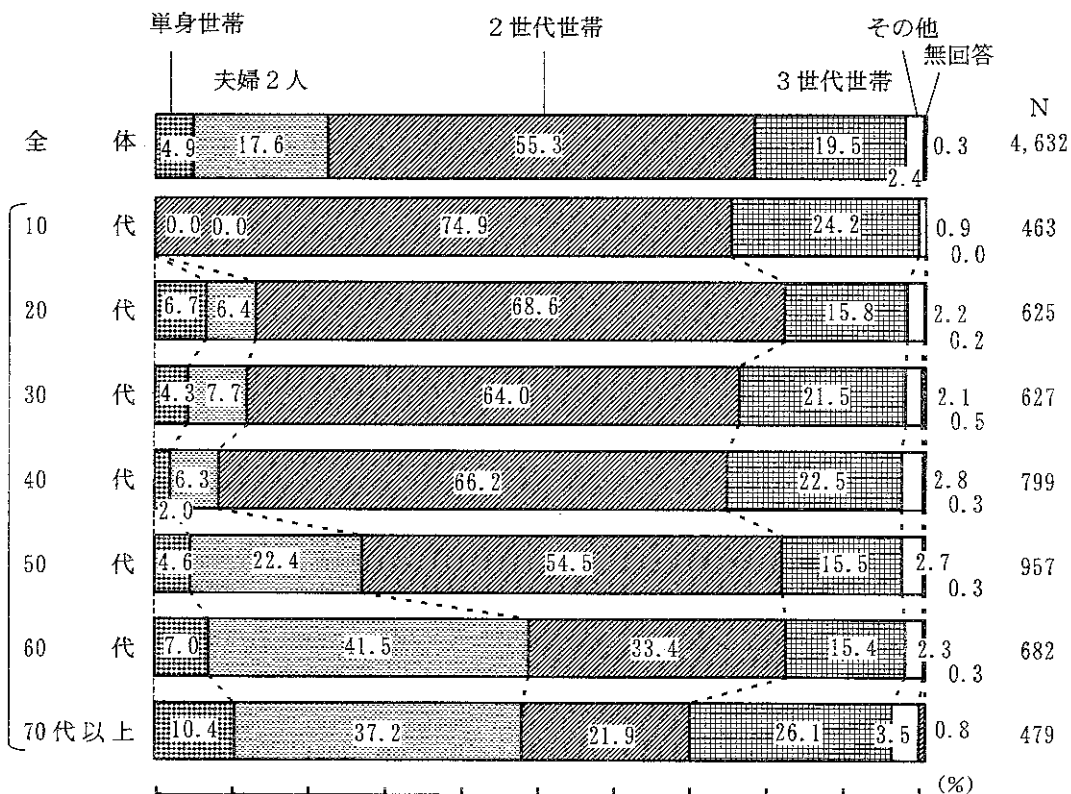


参考として各属性が年齢とどのような関係があるかをみた。

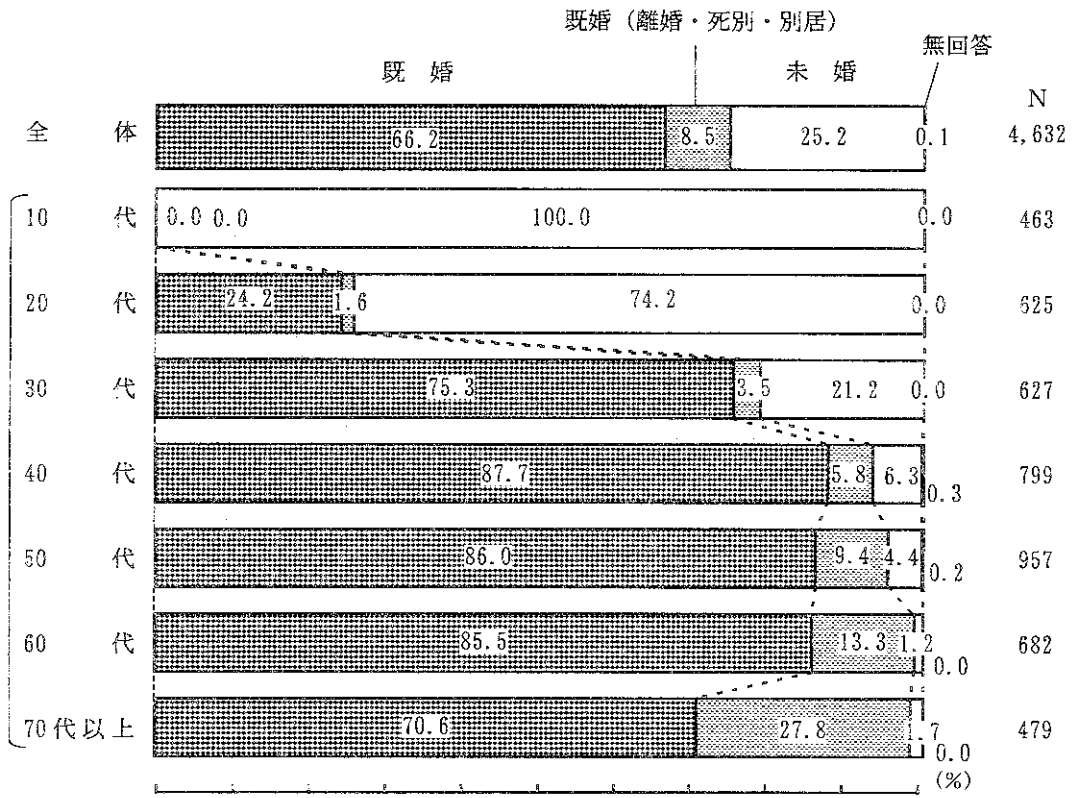
### 年齢別 職業



### 年齢別 家族構成

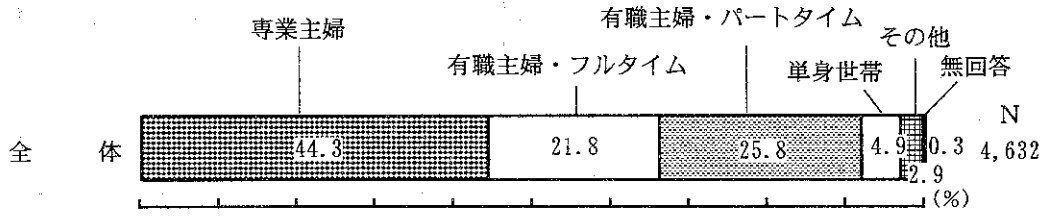


# 年齢別 結婚の有無

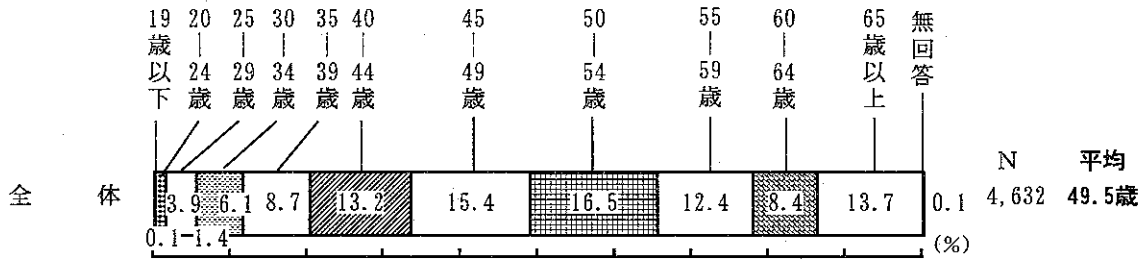


主婦（世帯）票

世帯の中での位置づけ



主婦年齢



## 主な分析軸

本報告書で利用した主な分析軸は次の通り（数字はサンプル数を示す）

### 〈性\*年齢〉

男 性	10	代	227
	20	代	282
	30	代	290
	40	代	368
	50	代	448
	60	代	354
	70	代以上	215
女 性	10	代	236
	20	代	343
	30	代	337
	40	代	431
	50	代	509
	60	代	328
	70	代以上	264
	男性	小計	2,184
	女性	小計	2,448

### 〈都市規模・居住地域〉

13	大	都	市	908	
15	万	以	上	市	1,423
5	万	以	上	市	920
5	万	未	満	市	296
郡				部	1,085

北	海	道	200		
東		北	376		
関	東	・	甲	信	1,501
東	海	・	北	陸	812
近				畿	737
中				国	321
四				国	172
九				州	513

### 〈職 業〉

自 営 ・ 家 族 従 業	農	林	漁	業	221					
	商	工	サ	ー	ビ	ス	業	285		
	自		由		業	130				
	内				職	20				
	管		理		職	218				
	勤 め 人	専	門	・	技	術	職	502		
		事		務		職	399			
労			務		職	343				
販		売	・	サ	ー	ビ	ス	職	262	
パ		ー	ト	・	ア	ル	バ	イ	ト	445
無 職		専	業	主	婦	775				
		学			生	497				
	無			職	516					

### 〈白もの牛乳類の飲用量からみたユーザー分類\*〉

毎日2杯以上ユーザー	1,021
毎日1杯ユーザー	880
ミドルユーザー	1,105
ライトユーザー	949
ノンユーザー	667

\* 分類の仕方は次ページ参照

<1週間の白もの牛乳類の購入量>

ほとんど買わない	221
2ℓ未満	1,106
3ℓ未満	1,094
5ℓ未満	1,105
5ℓ以上	1,020
無回答	86

<世帯主の職業>

自営・家族従業	1,037
勤め人：計	2,776
管理職	557
専門・技術職	718
事務職	429
労務職	516
販売・サービス職	364
パート・アルバイト	192
無職	788

<主婦職業/年代>

専業主婦	2,052
有職主婦	2,204
フルタイム	1,008
パートタイム・内職	1,196
単身・その他	362
30代以下	935
40代	1,325
50代	1,341
60代以上	1,026

※ 白もの牛乳類の飲用量からみたユーザー分類の方法

		1日の白もの牛乳類飲用量									
		コップ 6杯以上	5杯	4杯	3杯	2杯	1杯	半杯	全く 飲まない		
白もの 牛乳類 の飲用 頻度	毎日飲む	毎日2杯以上ユーザー (349ml)				毎日1杯ユーザー (131ml)					
	週5~6日	ミドルユーザー (121ml)									
	週3~4日										
	週1~2日								ライトユーザー (25ml)		
	月に2~3回										
	月に1回以下	ノンユーザー (1ml)									
	全く飲まない	ノンユーザー (1ml)									

※ ( ) 内は1日あたりの平均飲用量

## 調査結果の詳細

# I 白もの牛乳類の飲用実態

## 1. 白もの牛乳類の飲用頻度と飲用量

### 1) 白もの牛乳類の飲用頻度

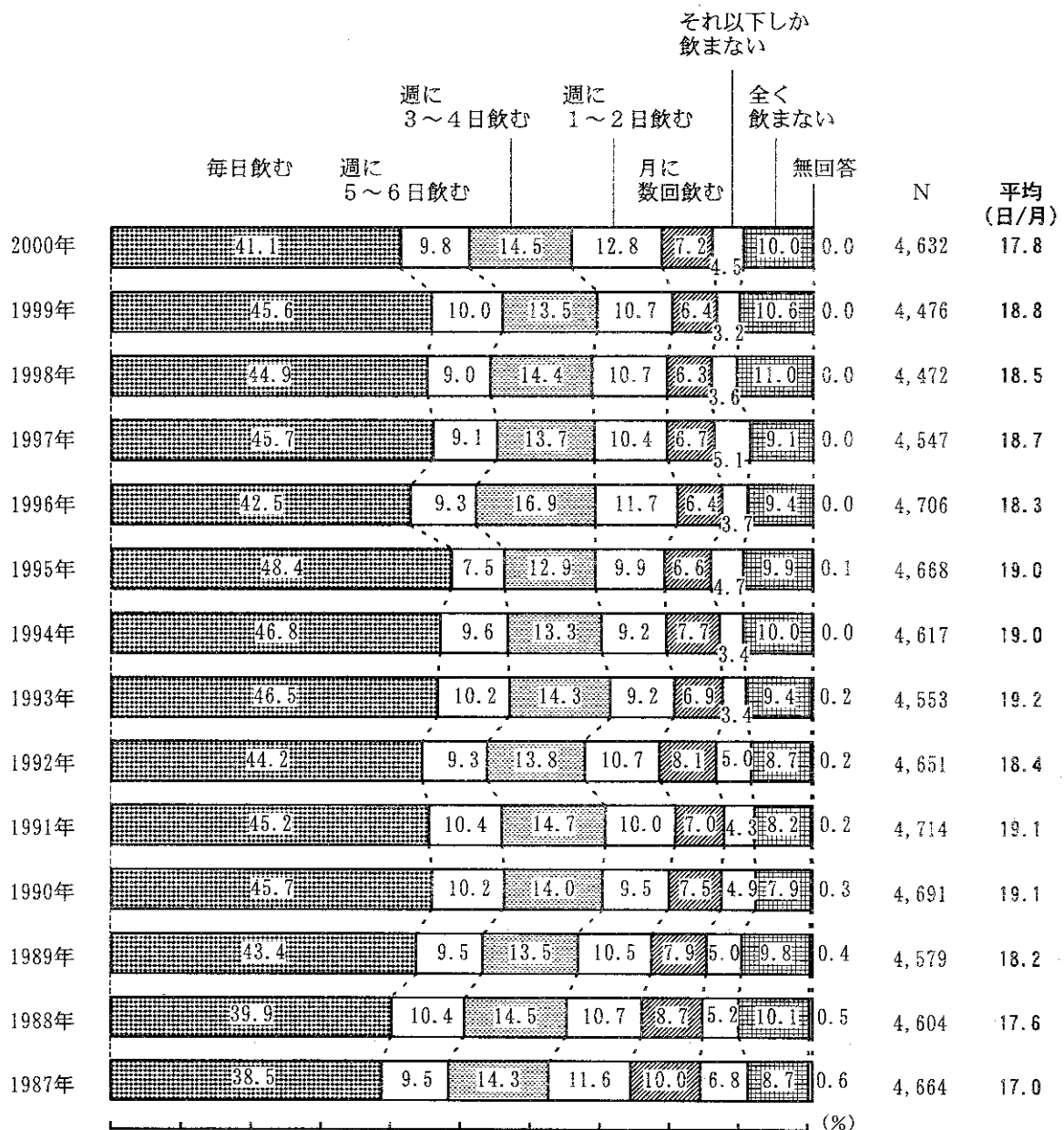
紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル（コーンフレークを含む）にかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、日頃どの程度白もの牛乳類を飲むかを聞いた。

「毎日飲む」人は41%と全体の4割を占めている。他方、「全く飲まない」という人は10%と1割である。

月あたりの平均回数は17.8回であり、昨年より大幅に減少している。

(注) ここでいう「白もの牛乳類」とは、普通の牛乳や低脂肪乳（ローファットミルク）や機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいう。コーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含まない。

図表 I - 1 白もの牛乳類の飲用頻度





性・年齢別に平均飲用回数をみると、男性では10代や70代以上で飲用頻度が高い。  
一方、女性では10代と20代でやや低い、他の年代では大きな差はみられない。

図表 I - 2 性・年齢別 白もの牛乳類の月あたりの飲用頻度 (平均値)

<男性>

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	男性計
2000年	21.1	14.1	15.0	15.0	15.2	18.3	20.4	16.6
						19.1 (60代以上)		
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上		男性計
1999年	22.7	16.0	16.4	16.5	16.9	19.3		17.8
1998年	22.4	15.1	16.7	16.2	16.9	18.6		17.5
1997年	21.5	14.7	16.8	15.5	17.2	19.4		17.6
1996年	21.9	15.7	15.4	15.9	18.5	19.1		17.7
1995年	21.9	17.2	17.0	15.6	17.2	19.6		17.9
1994年	20.8	15.6	17.2	16.3	18.6	20.5		18.2
1993年	21.9	16.8	18.4	17.8	18.3	20.5		18.9
1992年	20.9	14.4	15.7	15.2	18.7	20.4		17.6
1991年	22.0	16.4	16.6	17.2	18.0	20.3		18.4
1990年	18.8	16.4	18.9	18.5	20.5	21.4		18.3
1989年	20.0	15.7	16.7	16.0	17.6	19.1		17.4
1988年	18.9	14.8	16.3	15.8	17.5	19.1		17.1
1987年	19.5	14.5	13.6	15.0	17.3	18.5		16.2

<女性>

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	女性計
2000年	17.2	16.6	19.4	18.6	18.3	21.3	20.7	18.8
						21.1 (60代以上)		
	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上		女性計
1999年	18.0	16.7	21.5	19.4	20.1	20.5		19.7
1998年	19.2	16.7	21.2	20.0	20.4	19.1		19.5
1997年	19.2	16.2	20.3	20.0	21.5	20.6		19.8
1996年	19.0	16.3	19.5	18.7	19.8	19.8		18.9
1995年	18.1	18.5	21.3	19.3	20.4	21.2		20.0
1994年	17.5	17.0	21.0	19.8	20.7	21.1		19.7
1993年	17.2	17.0	18.8	20.5	20.4	22.2		19.6
1992年	17.6	16.3	19.4	19.6	20.9	20.8		19.2
1991年	18.6	18.3	20.2	19.9	20.2	20.6		19.7
1990年	17.6	17.4	20.4	19.7	21.0	21.6		19.7
1989年	17.2	17.9	19.5	18.9	19.3	19.1		18.8
1988年	17.9	17.3	18.0	18.8	18.3	17.3		18.0
1987年	16.9	16.8	18.0	17.7	18.2	18.2		17.7

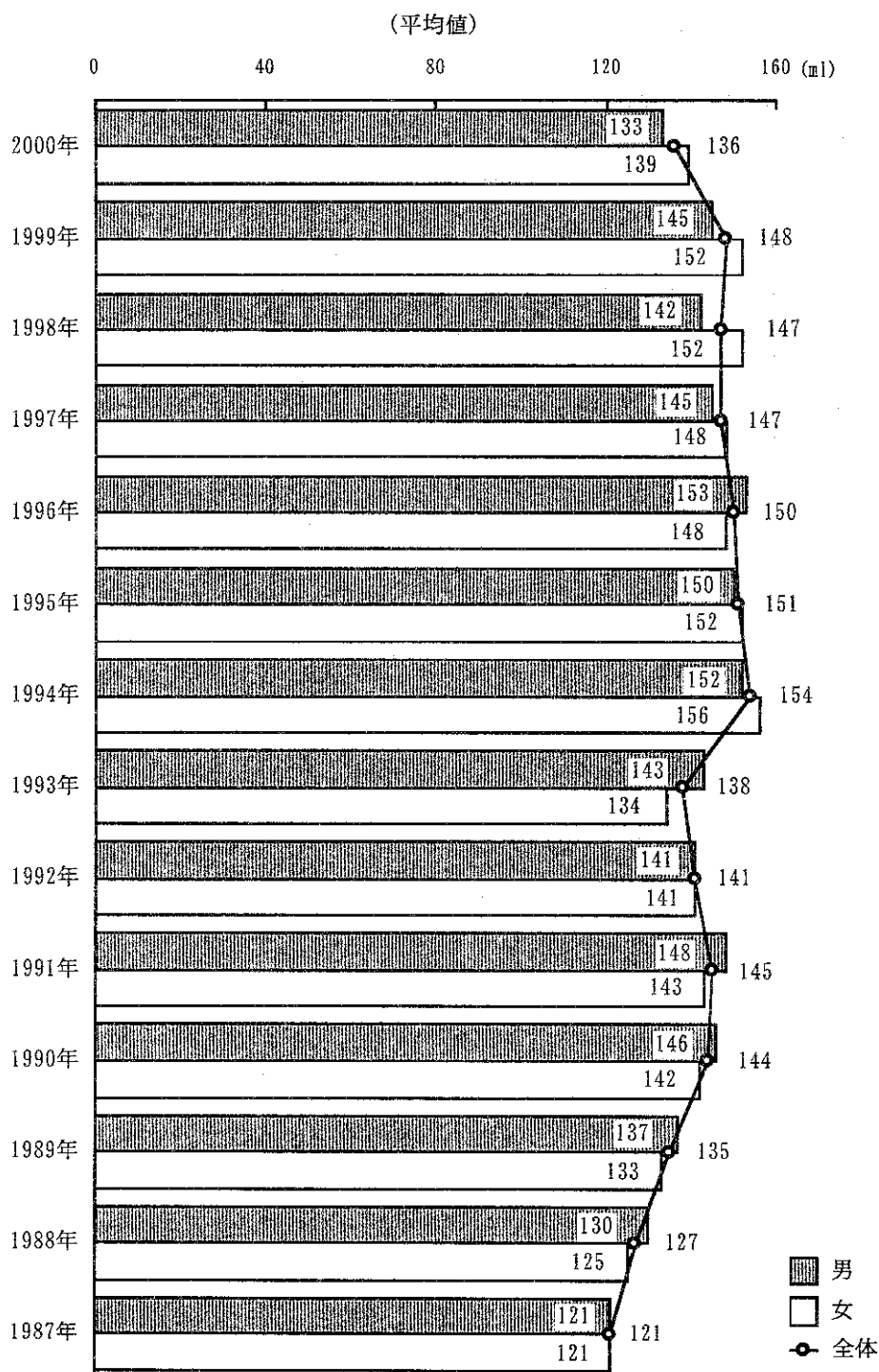
(回/月)

## 2) 白もの牛乳類の飲用量

回答を集計すると、13歳以上の人の1日あたりの平均飲用量は、2000年の全体で136ml、男性が133ml、女性が139mlである。

なお、実際の白もの牛乳類の消費量（推計）については次ページを参照されたい。

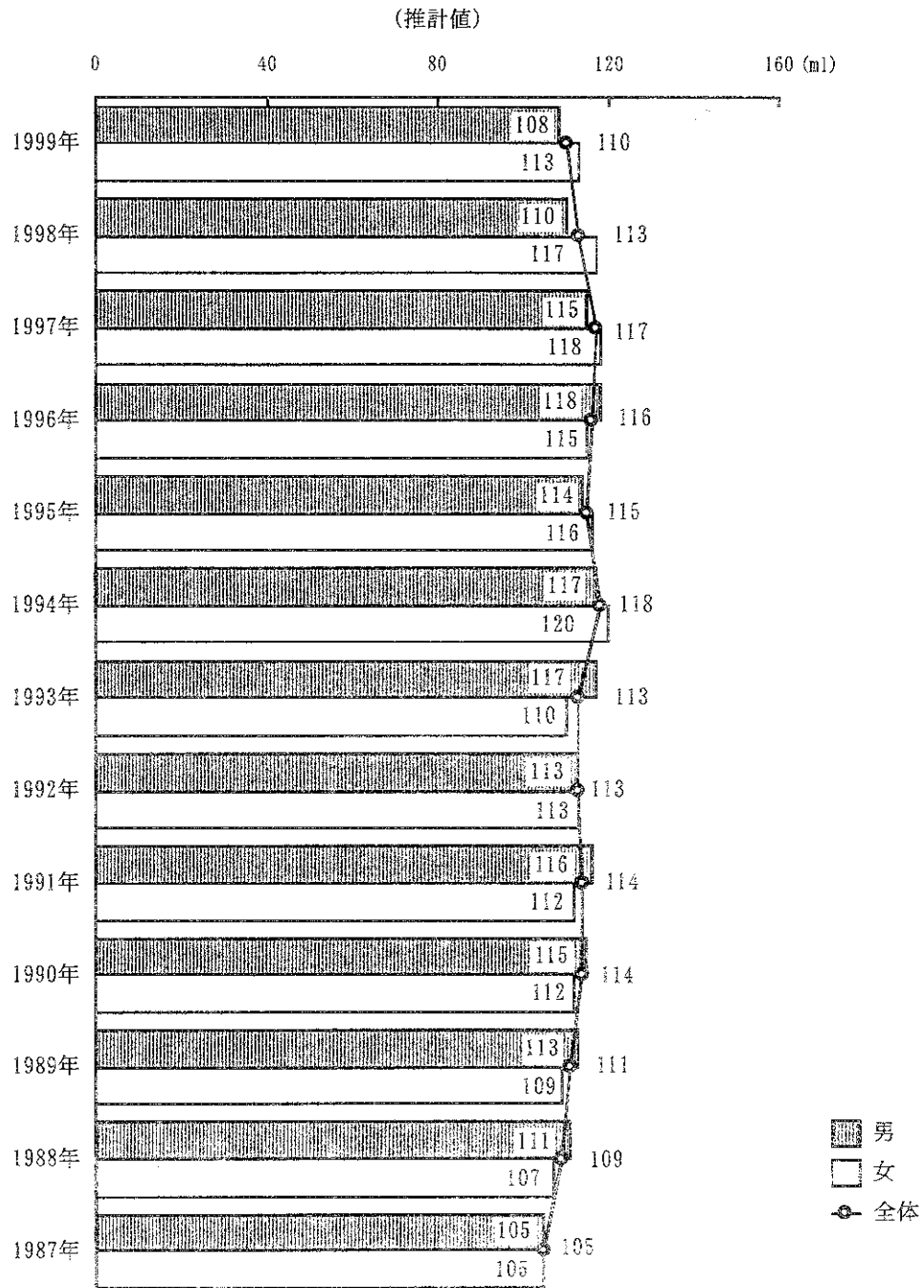
図表 I - 3 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量



〔参考〕 白もの牛乳類の消費量

ここにあげる消費量は、白もの牛乳類の生産量（牛乳・加工乳・乳飲料の合計）を推計して、総人口（各年3月現在住民基本台帳人口）で割ることにより算出した値である。なお、男女比は1999年までの本調査結果を反映した。

図表 I-4 1人1日あたりの白もの牛乳類消費量

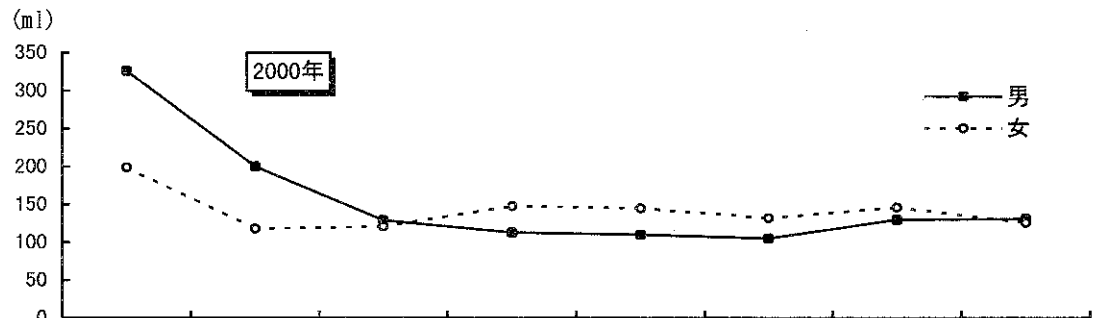


性・年齢別に白もの牛乳類飲用量をみると、13～15歳の男女の平均飲用量が多く、女性は16～19歳が底で、30代で回復し、その後安定的に推移する。男性は20代以降ほぼフラットになる傾向である。

13～15歳を100としたときの飲用量の割合は、男性20代で40%、女性20代で61%、男性40代で34%、女性40代で73%と大きく落ちている。

20代までは男性の飲用量が多いが、30代以降は女性の方が飲用量が多くなり、やや両者に差があるが、60代になるとかなり接近し、70代以上では再び男性の方が飲用量が多くなる。

図表 I-5 性・年齢別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量（平均値）

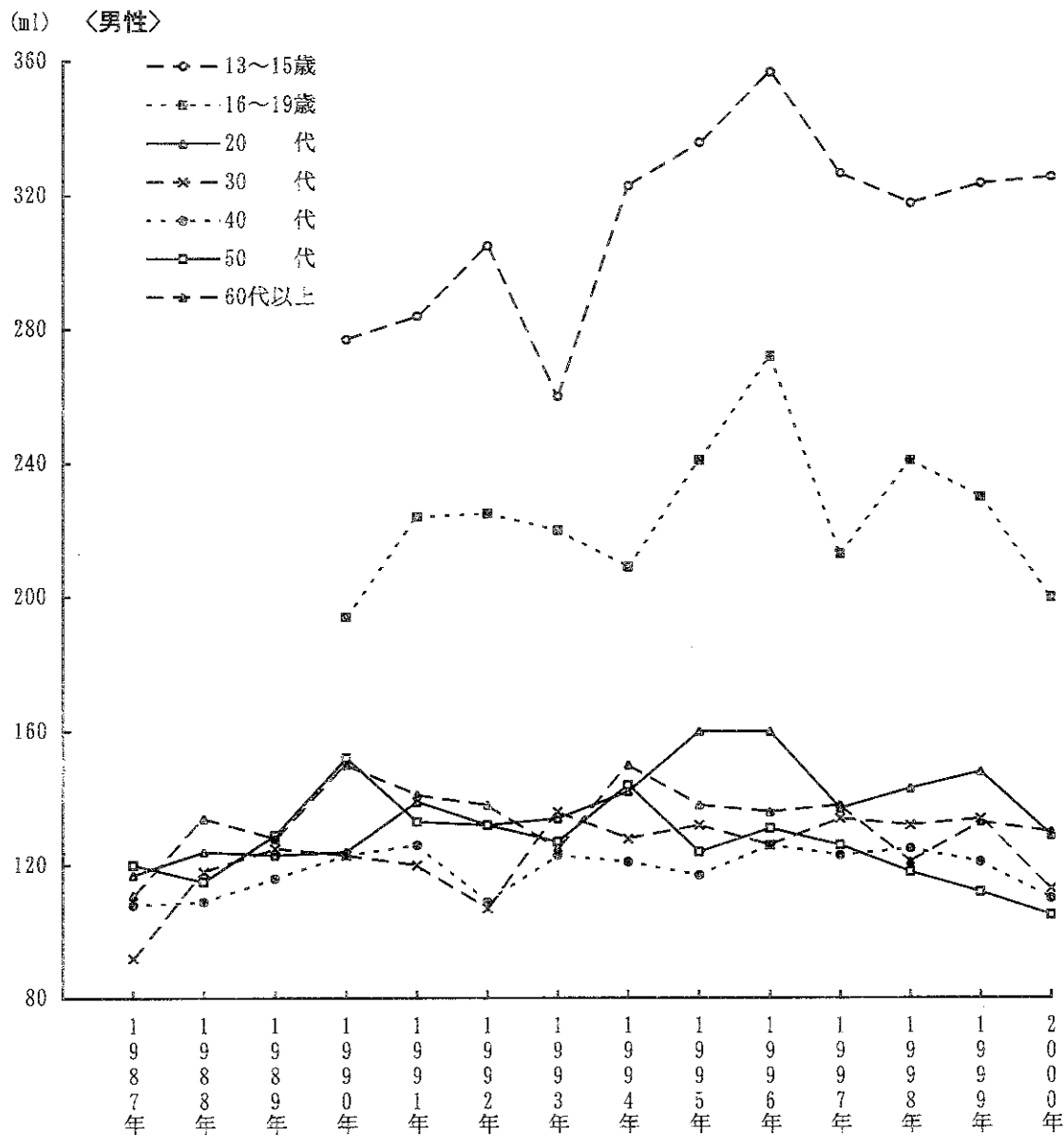


		13～15歳	16～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
2000年	男	326	200	129	113	110	105	130	131
	女	199	118	121	148	145	132	146	126
		13～15歳	16～19歳	20代	30代	40代	50代	60代以上	
1999年	男	324	230	148	134	121	112	133	
	女	238	157	126	173	145	148	143	
1998年	男	318	241	143	132	125	118	121	
	女	242	155	131	165	156	150	137	
1997年	男	327	213	137	134	123	126	138	
	女	195	157	123	158	147	157	143	
1996年	男	357	272	160	126	126	131	136	
	女	229	149	136	151	141	157	140	
1995年	男	336	241	160	132	117	124	138	
	女	207	131	153	158	152	151	142	
1994年	男	323	209	142	128	121	144	150	
	女	206	124	135	178	153	158	153	
1993年	男	260	220	134	136	123	127	125	
	女	178	108	122	128	135	140	144	
1992年	男	305	225	132	107	109	132	138	
	女	173	131	118	141	141	153	144	
1991年	男	284	224	139	120	126	133	141	
	女	206	122	130	148	151	140	134	
1990年	男	277	194	124	123	123	152	150	
	女	189	114	121	149	143	149	147	
1989年	男	269	192	123	125	116	129	128	
	女	208	113	135	133	133	135	126	
1988年	男	215	174	124	118	109	115	134	
	女	182	125	121	127	133	120	107	
1987年	男	247	168	117	92	108	120	111	
	女	160	113	122	120	116	125	118	

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

性・年齢別に白もの牛乳類飲用量の変化をみると、前回に比べ男性の場合 13～15 歳については微増しているが、その他の年代はいずれも減少状況にある。

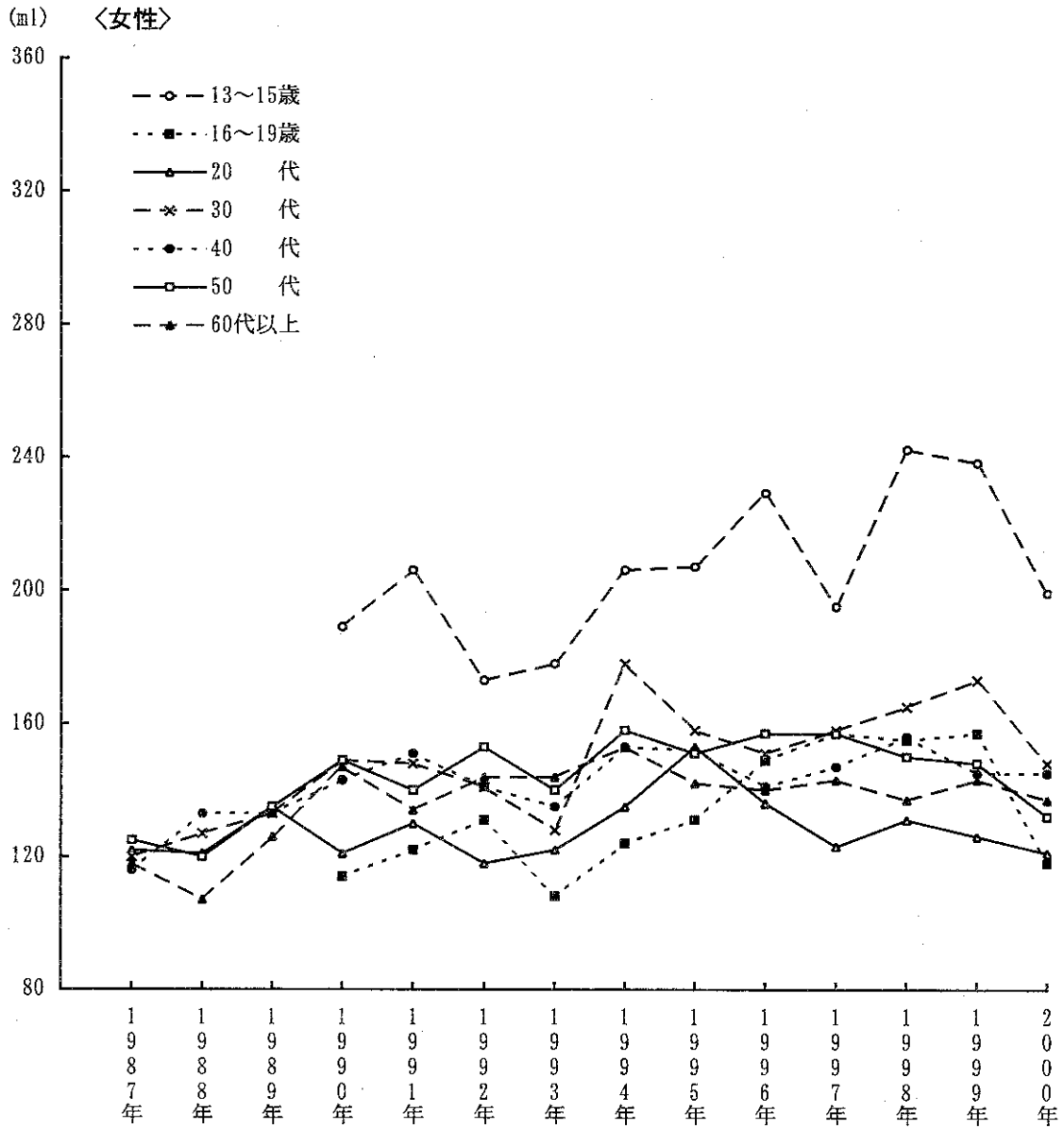
図表 I-6 性・年齢別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)



注) 10代は区分が共通している1990年以降を表示

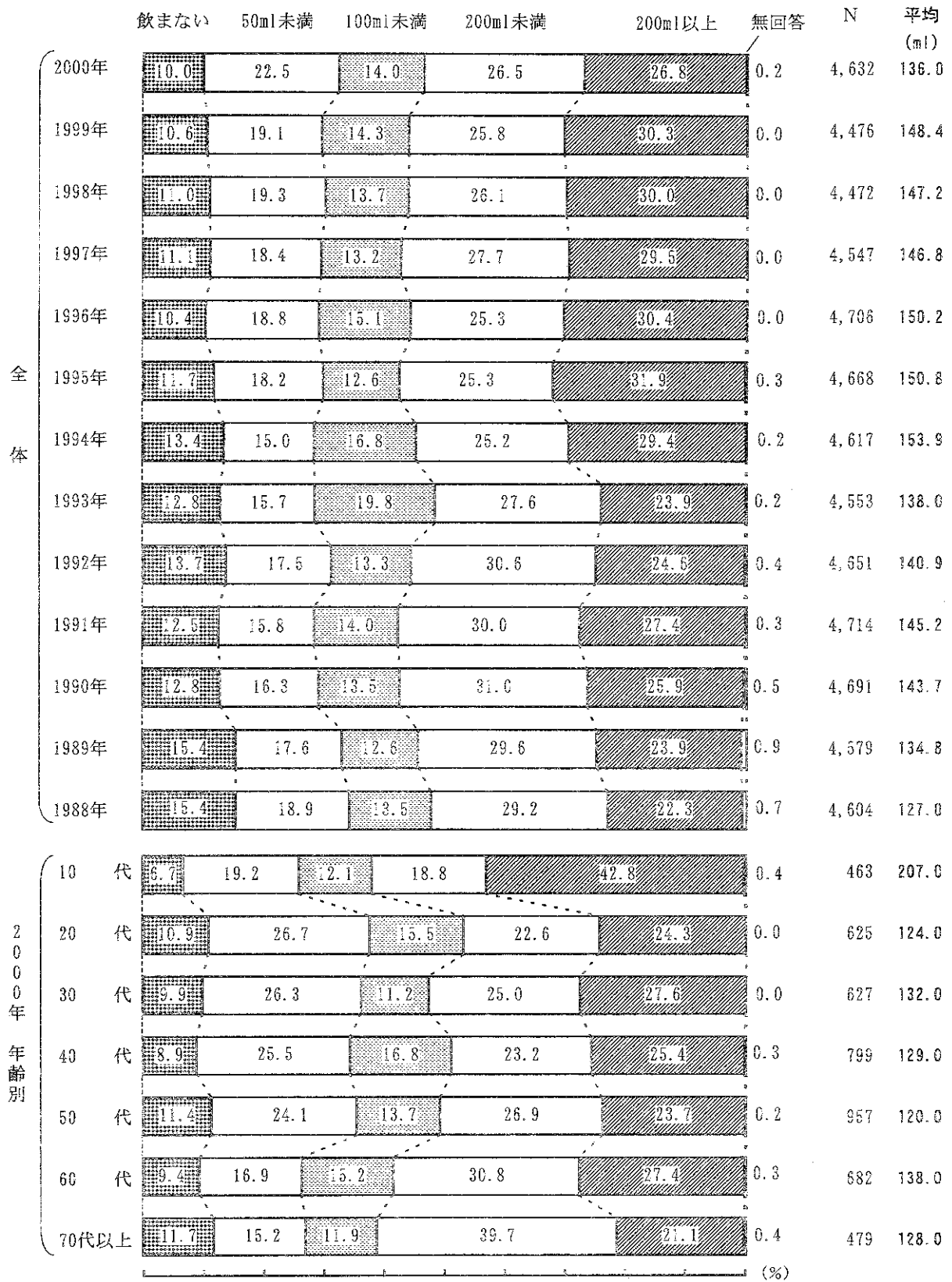
女性の飲用量は全体的に減少し、なかでも 13～15 歳、16～19 歳といった 10 代での減少が著しい。

図表 I-7 性・年齢別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量（平均値）

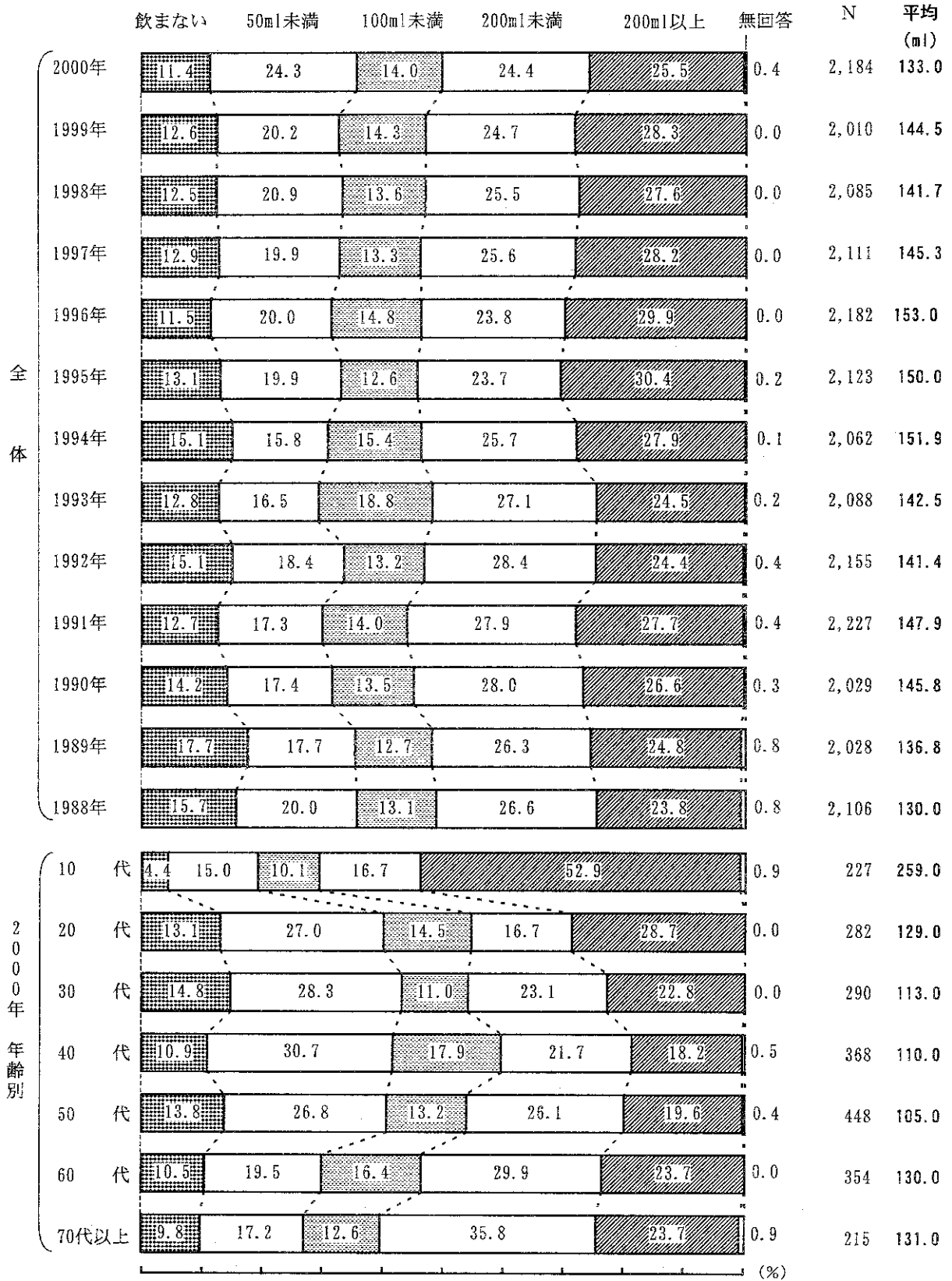


注) 10代は区分が共通している1990年以降を表示

図表 I-8 1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (全体)

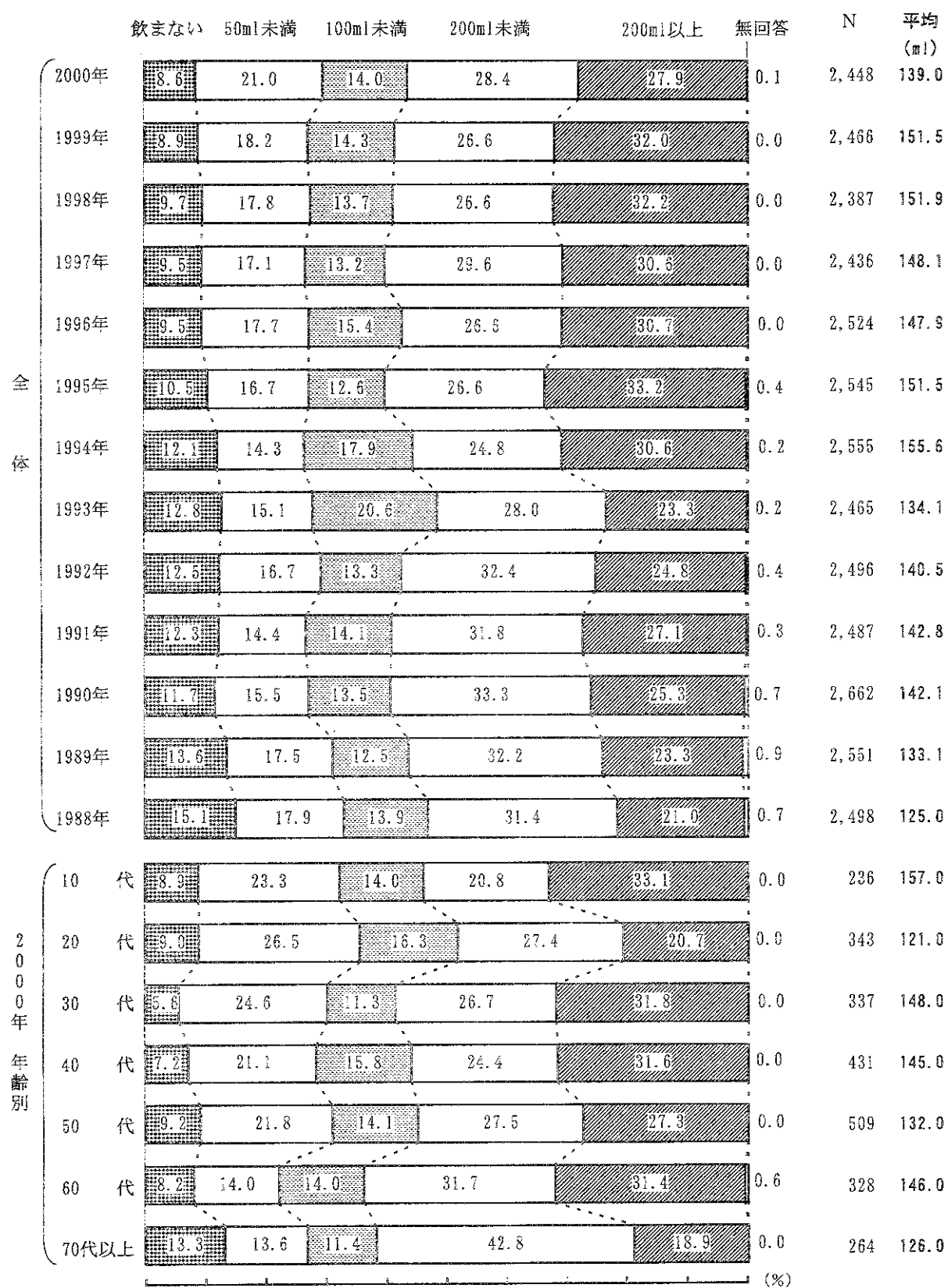


図表 I-9 1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (男性)





図表 I-10 1日あたりの白もの牛乳類飲用量（女性）



参考までに、職業別、地域・都市規模別の白もの牛乳類の平均飲用量の変化を示した。2000年の結果では、前回より減少したものの依然学生の平均飲用量が多い。

図表 I-11 職業別 1 人 1 日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)

	全 体	自営・家族従業				勤め人						無職		
		農 林 ・ 漁 業	商 工 サ ー ビ ス 業	自 由 業	内 職	管 理 職	専 門 技 術 職	事 務 職	労 務 職	販 売 サ ー ビ ス 職	パ ー ト ・ ア ル バ イ ト	主 婦	学 生	無 職
2000年	136	129	131	122	133	106	123	130	112	110	123	151	203	127
1999年	148	125	142	137	126	118	142	130	103	129	142	165	226	135
1998年	147	119	141	134	175	134	141	137	121	112	148	159	233	118
1997年	147	130	142	146	132	109	135	133	137	126	138	159	215	142
1996年	150	129	144	152	125	144	139	133	124	123	138	156	237	140
1995年	151	128	140	160	119	116	134	143	136	140		160	225	135
1994年	154	180	150	153	185	138	149	135	131	128		167	199	133
1993年	138	113	142	131	218	123	127	112	131	116		148	182	128
1992年	141	131	134	127	141	122	129	122	107	119		153	198	139
1991年	145	121	135	132	160	140	144	122	122	125		150	200	140
1990年	144	139	148	157	113	141	134	124	120	121		152	183	137
1989年	135	110	141	129	128	107	128	120	115	123		145	174	122
1988年	127	115	127	130	126	122	121	109	121	111		129	165	110
1987年	121	113	109	116	115	128	111	108	107	103		128	158	111

(ml)

2000年 平均年齢	45.7	61.6	52.0	51.7	46.9	50.8	40.5	38.3	43.7	39.6	43.4	52.4	16.3	67.4
---------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(歳)

注) パート・アルバイトは1996年からカテゴリーを追加

図表 I-12 地域・都市規模別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)

	全 体	地 域 別								都 市 規 模 別				
		北 海 道	東 北	関 東 ・ 甲 信	東 海 ・ 北 陸	近 畿	中 国	西 国 国	九 州	13 大 都 市	15 万 以 上	5 万 以 上 市	5 万 未 満 市	都 部
2000年	136	130	129	141	127	142	128	157	131	138	139	133	128	134
1999年	148	150	151	153	135	155	133	140	147	158	151	144	148	140
1998年	147	163	145	144	141	152	172	149	140	150	149	141	155	145
1997年	147	157	156	145	147	151	144	148	138	155	147	148	143	139
1996年	150	159	151	156	136	156	144	146	149	156	153	146	143	147
1995年	151	143	163	158	148	150	127	153	143	158	155	152	143	141
1994年	154	142	180	151	152	160	153	143	151	151	152	152	159	160
1993年	138	160	133	143	130	143	119	140	134	143	141	135	123	138
1992年	141	137	137	151	123	146	137	116	144	143	146	141	142	133
1991年	145	124	141	147	143	150	154	118	150	147	150	142	153	138
1990年	144	144	150	149	138	141	145	145	136	156	138	137	140	146
1989年	135	150	127	134	130	146	135	166	122	138	140	131	130	130
1988年	127	130	118	129	120	128	124	126	138	129	132	123	130	122
1987年	121	114	115	122	121	125	109	141	122	119	126	120	109	120

(ml)

2000年 平均年齢	45.7	46.6	48.4	43.9	46.9	46.3	47.7	49.2	44.1	43.7	44.8	45.7	47.4	48.3
---------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

(歳)

家族人数別に牛乳飲用量をみると、4人以下の家族では、全体平均（136ml）を下回り、5人以上の家族では上回る結果となった。

家族人数の多い層で、1人あたりの飲用量が多くなっている。

図表 I-13 その他の属性別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量（平均値）

＜2000年＞

		N	飲用量 (ml)
全 体		4,632	136
家 族 人 数 別	1 人	227	128
	2 人	971	130
	3 人	998	124
	4 人	1,128	134
	5 人	674	151
	6 人	384	143
	7 人	240	170

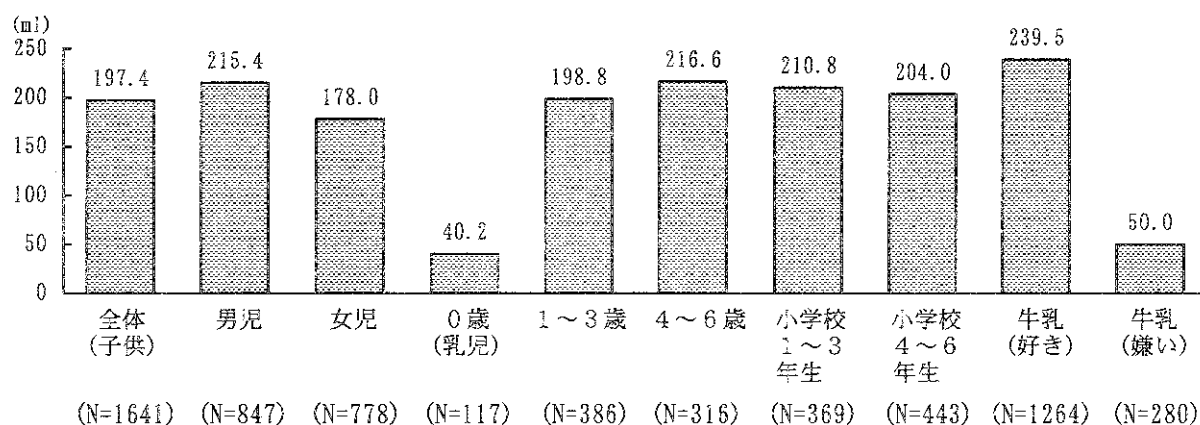
### 3) 子供（小学生以下）の飲用量

本調査の対象とならない12歳以下の子供の飲用量を探るため、調査対象世帯の主婦（または主婦役割の主な担当者）に、（12歳以下の子供が世帯内にいる場合のみ）子供の牛乳の飲用量（学校給食での飲用は除く）と好き・嫌いを聞いた。

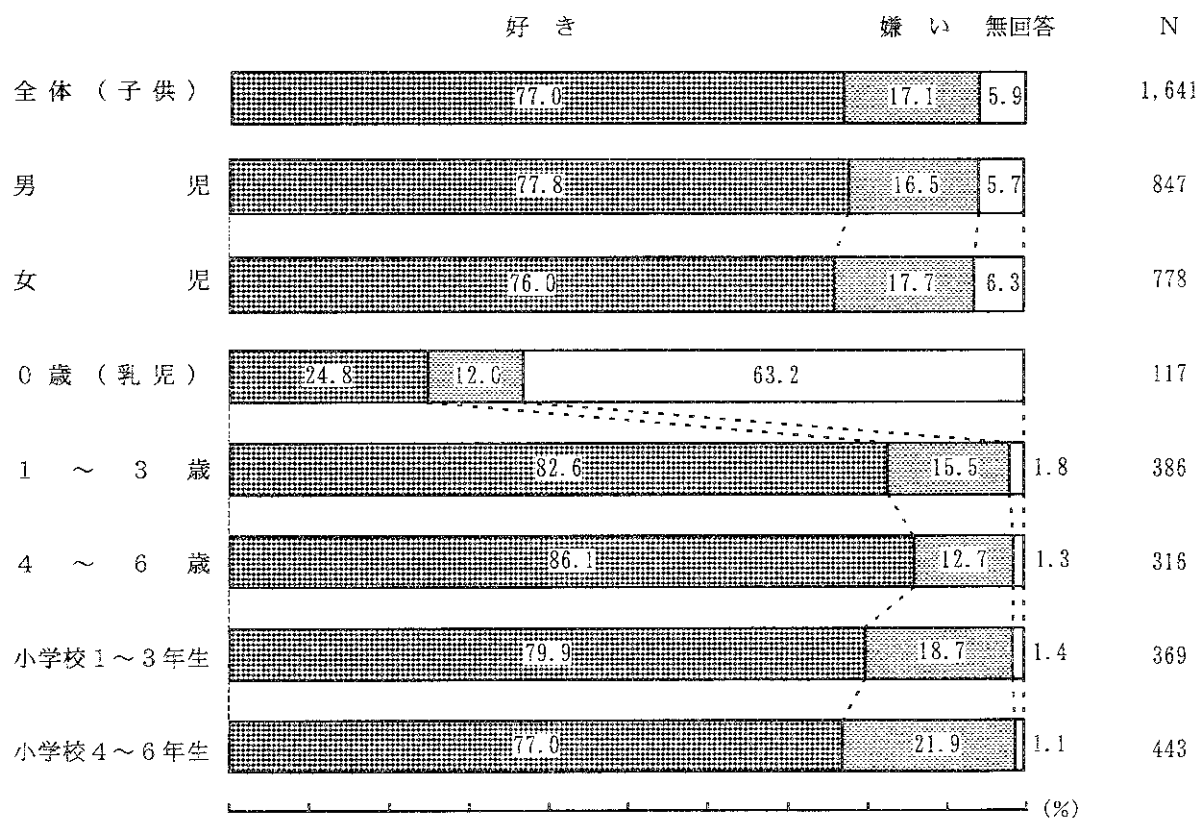
1日あたりの飲用量は、12歳以下の子供全体で197ml、男児が215ml、女児が178mlである。男女の差は37mlと意外に大きい。

牛乳の好き・嫌いについては、男女の差は小さい。牛乳は、4～6歳児で最も好まれていいる。小学生になると、「好き」はやや減り、4～6年生では2割以上が「嫌い」としている。

図表 I - 14 小学生以下の子供の1日あたりの飲用量



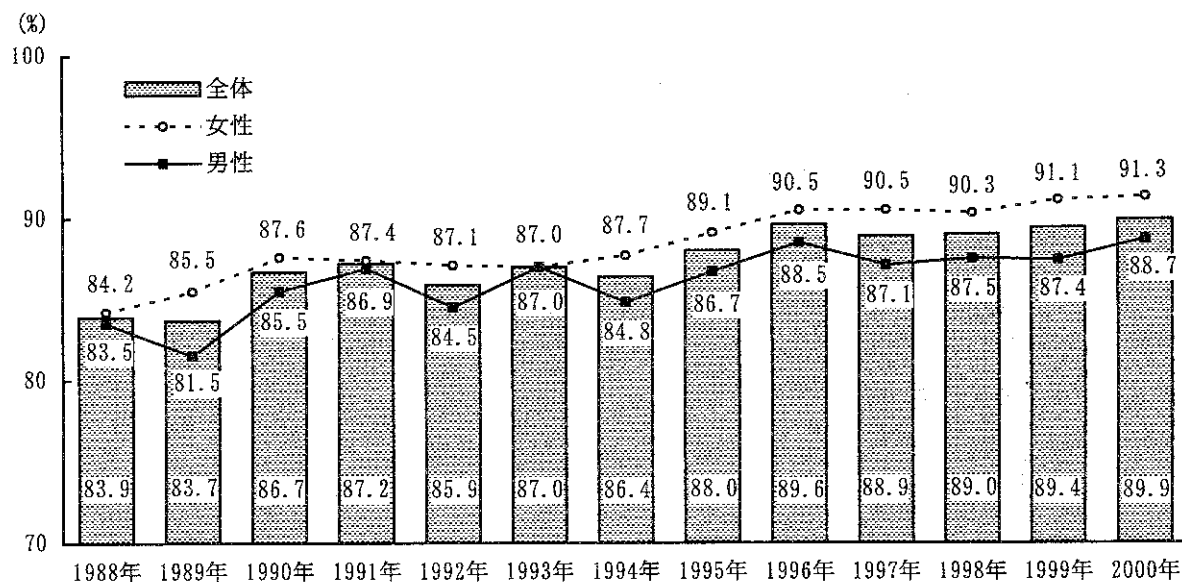
図表 I - 15 小学生以下の子供の牛乳の好き・嫌い



#### 4) 白もの牛乳類の飲用者率

白もの牛乳類の飲用者率の推移をみると、飲用者率は10年前と比べて2ポイント強伸び、ほぼ9割となっている。男女とも飲用者率は過去最高となったが、依然女性の飲用者率が男性を上回っている。

図表 I-16 白もの牛乳類の飲用者率



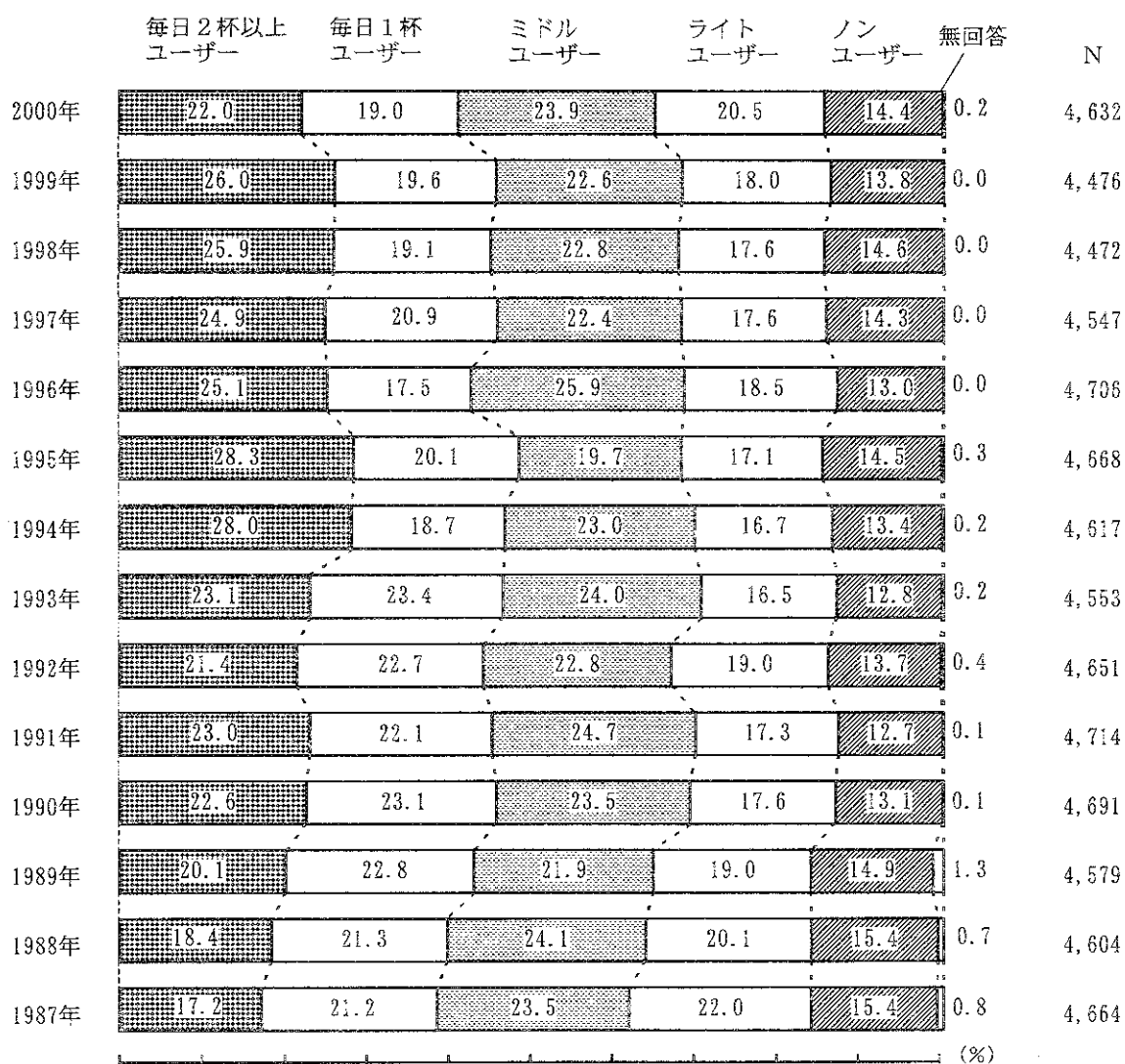
### 5) 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類

白もの牛乳類の飲用頻度と1日の飲用杯数から、牛乳の飲用量によるユーザー分類を行った。具体的な分類方法については、調査設計の「主な分析軸」の章(P10~11)を参照されたい。

5グループの全体構成比をみると、ミドルユーザーが24%と最も多く、次いで、毎日2杯以上ユーザー(22%)、ライトユーザー(21%)、毎日1杯ユーザー(19%)の順となる。

また、ノンユーザーは14%と少ないレベルで推移している。

図表 I-17 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類



ユーザー分類別の白もの牛乳類の平均飲用量は下表のとおりである。

毎日2杯以上というユーザーは、人数では22%であるが、総飲用量に締める割合は57%と非常に大きい。

94年と比べると、毎日2杯以上ユーザーの割合は28%から22%へと、その飲用量の割合も64%から57%へと減少した。

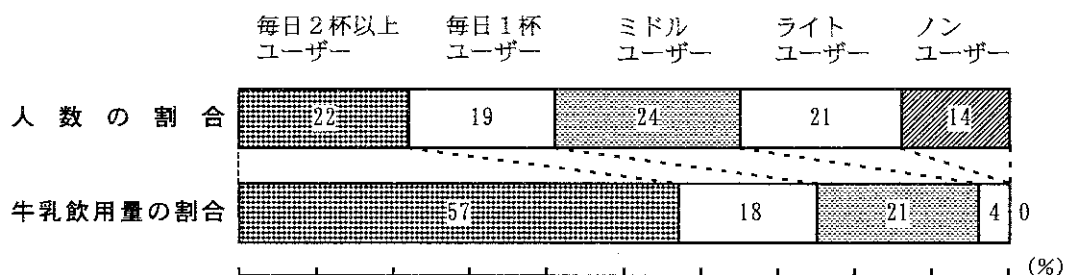
図表 I-18 牛乳のユーザー分類別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (平均値)

<1999年>

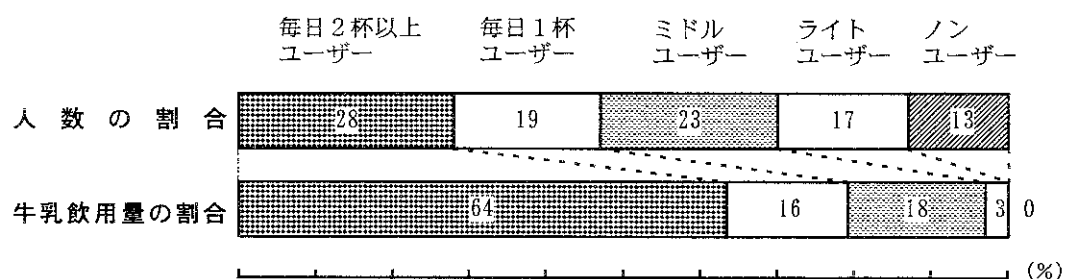
	全 体	毎日2杯以上 ユーザー	毎日1杯 ユーザー	ミドル ユーザー	ライト ユーザー	ノン ユーザー
N	4632	1021	880	1105	949	667
割合 (%)	100	22.0	19.0	23.9	20.5	14.4
平均年齢 (歳)	45.7	43.9	52.5	43.7	43.6	46.0
1人1日あたりの 飲用量 (ml)	136	349	131	121	25	1
総飲用量に占める 割合 (%)	100	57	18	21	4	0

図表 I-19 牛乳のユーザー分類別 1人1日あたりの白もの牛乳類飲用量 (94年との比較)

<2000年>



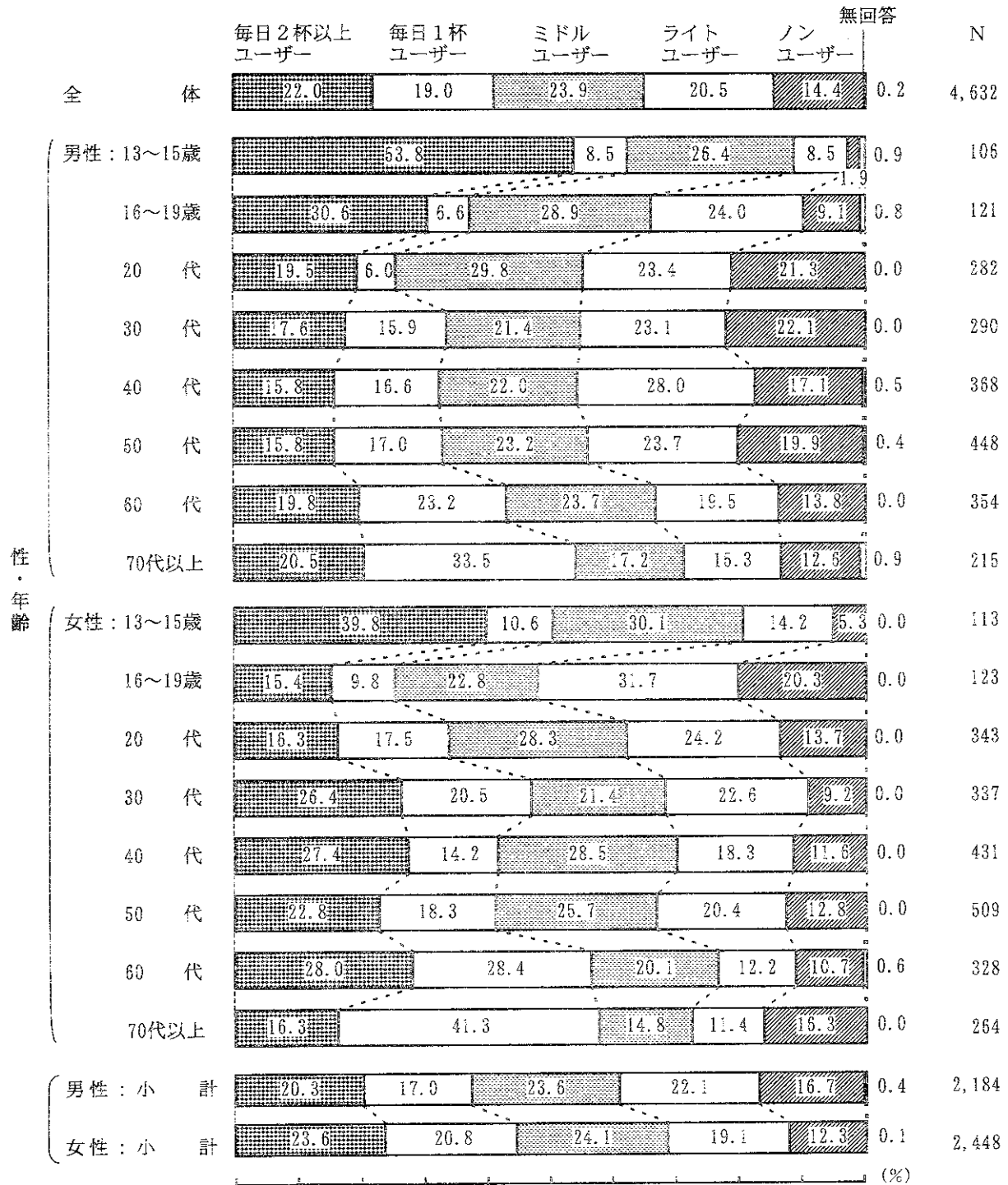
<1994年>





性・年齢別にみると、男女とも13～15歳に毎日2杯以上ユーザーは多く、特に男性の13～15歳では過半数を占めている。このほか、男性の16～19歳、女性の40代、60代に毎日2杯以上ユーザーは比較的多くみられる。

図表 I-20 性・年齢別 白もの牛乳類の飲用量によるユーザー分類



## 2. 白もの牛乳類の種類別飲用量

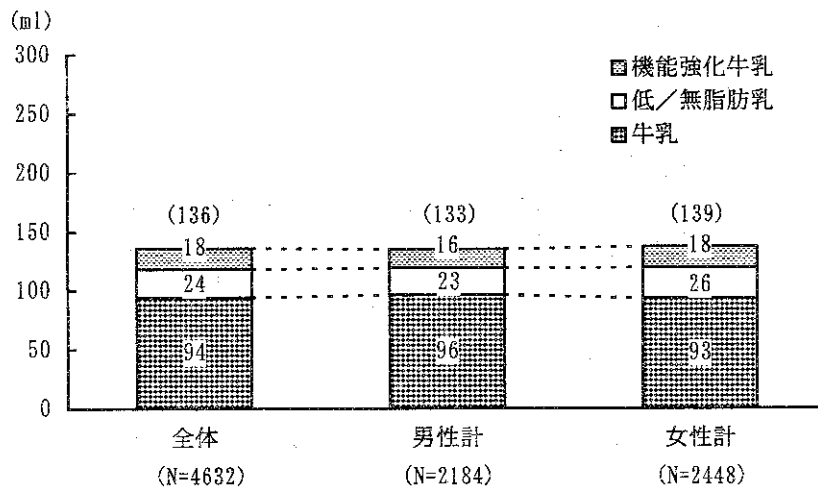
牛乳、低脂肪乳（ローファットミルク）／無脂肪乳、機能強化牛乳（カルシウム、鉄、ビタミンDなどを加えたもの）の3種に分け、飲用量の割合を聞いた。

全体で見ると、牛乳が69%、低脂肪乳／無脂肪乳が18%、機能強化牛乳が13%となっており、飲用する白もの牛乳類としては牛乳が約7割となっている。

男女別にみると、女性の方が低脂肪乳／無脂肪乳を飲んでいる割合がやや高い。

図表 I-21 白もの牛乳類の種類別 飲用量

<全 体>



	全 体	男性計	女性計
全 体	100	100	100
牛 乳	69	72	67
低/無脂肪乳	18	17	19
機能強化牛乳	13	12	13

(%)

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

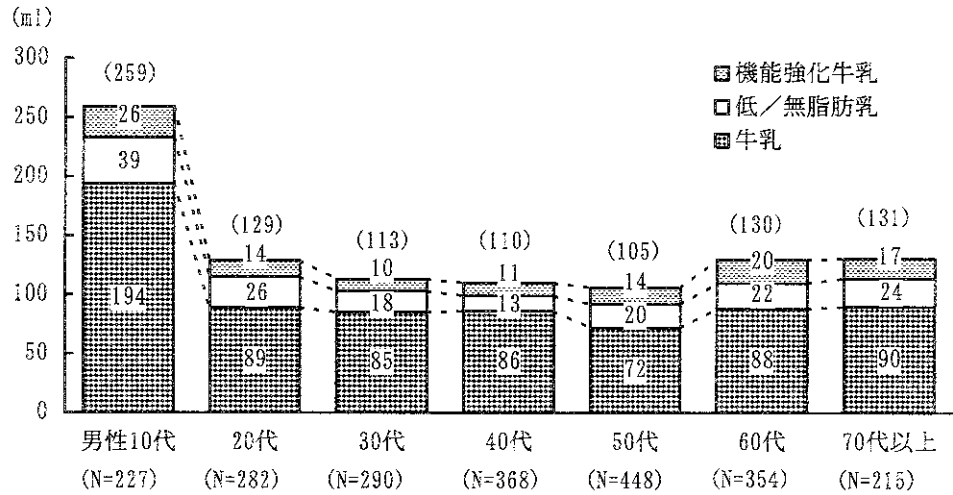
\* 表についても同様のことがいえる。

男女別 年齢別に飲用する白もの牛乳類の種類をみると、男性では、飲用量の多い 10代は牛乳の割合が 75%と高いのに対し、20代、50代は低脂肪乳/無脂肪乳の飲用割合が相対的に高い。

女性についてみると、低脂肪乳/無脂肪乳の飲用割合は 20代で 27%と特に高い。機能強化牛乳は 50代での飲用割合が高い。

図表 I-22 白もの牛乳類の種類別 性・年齢別 飲用量

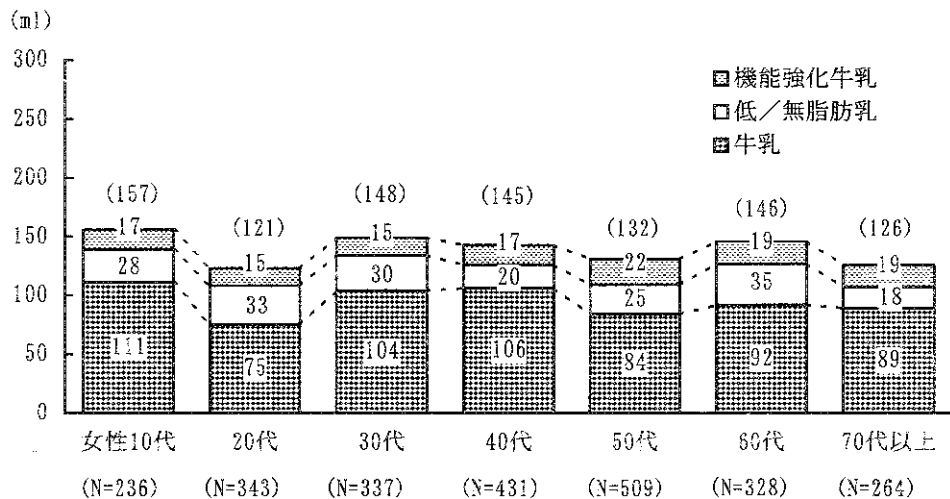
<年齢別男性 (N=2,184)>



	男性全体	男性10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
全 体	100	100	100	100	100	100	100	100
牛 乳	72	75	69	75	78	69	68	69
低/無脂肪乳	17	15	20	16	12	19	17	18
機能強化牛乳	12	10	11	9	10	13	15	13

(%)

<年齢別女性 (N=2,448)>



	女性全体	女性10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
全 体	100	100	100	100	100	100	100	100
牛 乳	67	71	62	70	73	64	63	71
低/無脂肪乳	19	18	27	20	14	19	24	14
機能強化牛乳	13	11	12	10	12	17	13	15

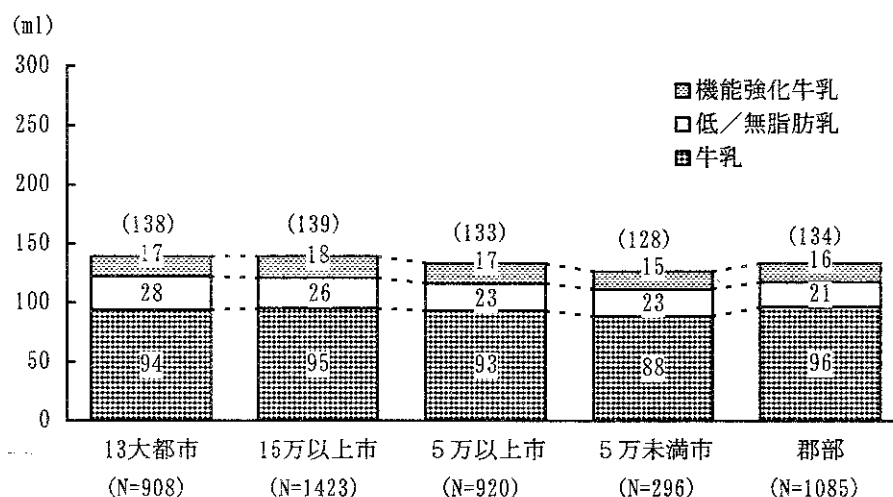
(%)

都市規模別にみると、低脂肪乳／無脂肪乳は13大都市での飲用が多い。

地域別では、低脂肪乳／無脂肪乳の割合は四国で高く、牛乳は北海道、東北、東海・北陸で高い。

図表 I-23 白もの牛乳類の都市規模別 地域別 種類別 飲用量

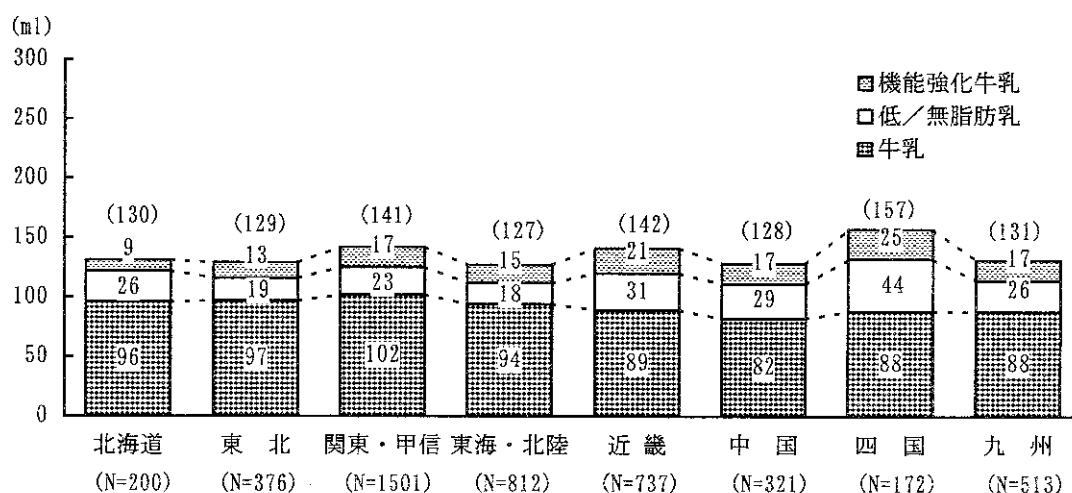
<都市規模別 (N=4,632)>



	13大都市	15万以上市	5万以上市	5万未満市	郡部
全 体	100	100	100	100	100
牛 乳	68	68	70	69	72
低/無脂肪乳	20	19	17	18	16
機能強化牛乳	12	13	13	12	12

(%)

<地域別 (N=4,632)>



	北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州
全 体	100	100	100	100	100	100	100	100
牛 乳	74	75	72	74	63	64	56	67
低/無脂肪乳	20	15	16	14	22	23	28	20
機能強化牛乳	7	10	12	12	15	13	16	13

(%)

### 3. 白もの牛乳類の飲み方と混合飲用の内訳

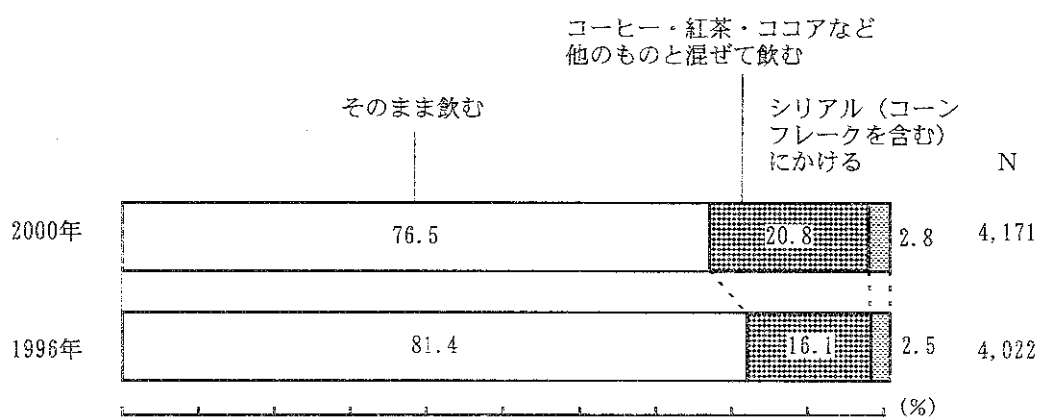
#### 1) 白もの牛乳類の飲み方

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

全体で見ると、「そのまま飲む」が77%、「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」が21%、「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」が3%となっている。

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

図表Ⅰ-24 白もの牛乳類の飲み方の割合（飲用者ベース）



男女別・年齢別に白もの牛乳類の飲み方の割合をみてみよう。

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

男性では、「そのまま飲む」のは30代で最も少なく、60代に最も多くなっている。

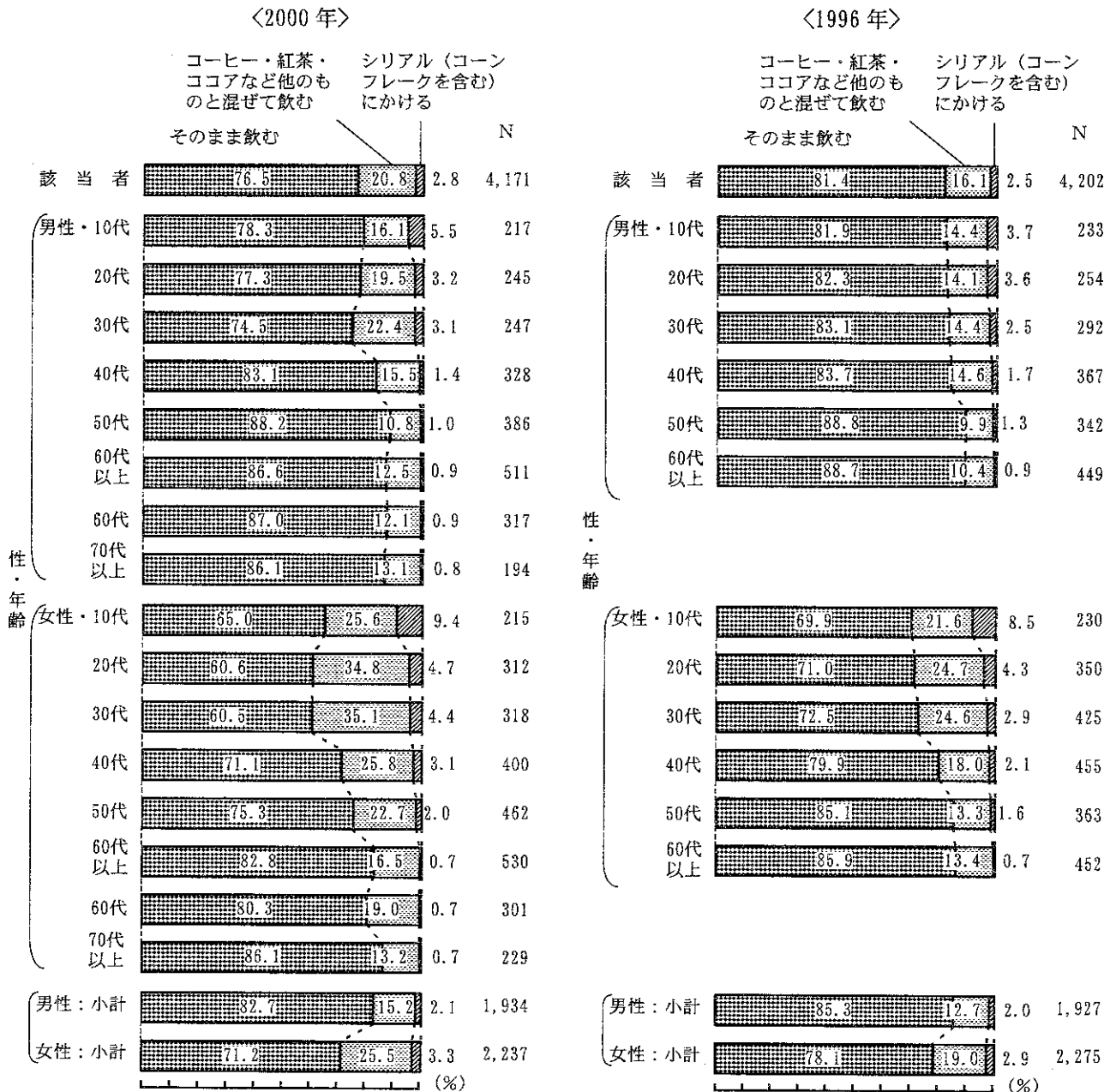
「コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む」は20代、30代に多く、2割程度を占める。「シリアル（コーンフレークを含む）にかける」のは10代で最も多く、年代が上がるにつれ少なくなる。

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

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

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

図表 I-25 性・年齢別 白もの牛乳類の飲み方の割合（飲用者ベース）

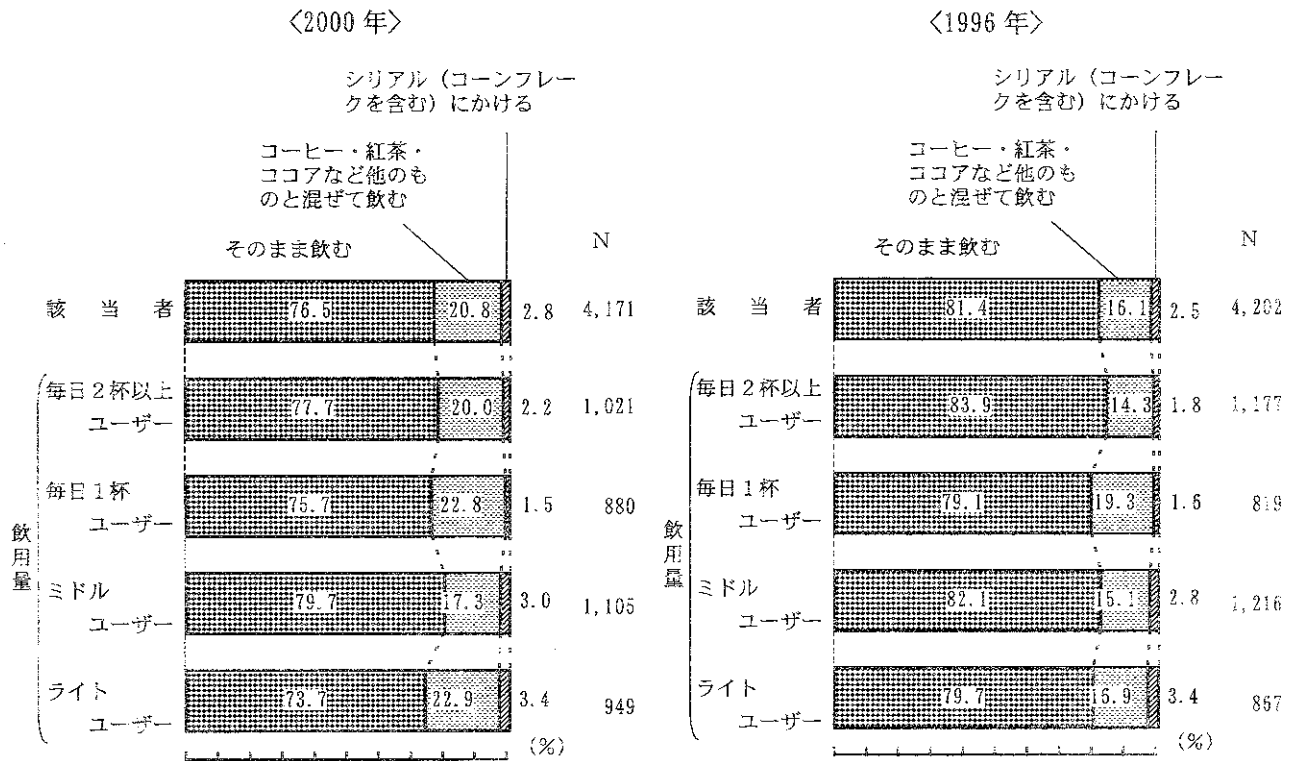


ユーザー分類別に牛乳の飲み方の割合をまとめてみた。

「ライトユーザー」の方がシリアルでの飲用割合が多い傾向がみられる。

96年と比較してみると、混合飲用はどの層でも多くなっている。

図表Ⅰ-26 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲み方の割合（飲用者ベース）



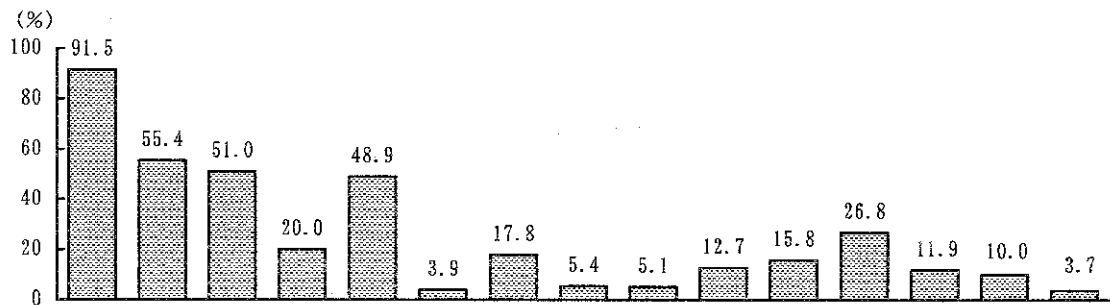
## 2) 混合飲用の実態

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

「白もの牛乳類と混ぜて飲んだことのあるもの」として経験を聞くと、「コーヒー」が92%と最も多く、次いで、「紅茶」(55%)、「ココア、チョコレートシロップ」(51%)、「バナナ、いちごなど果物」(49%)、「麦芽飲料」(27%)、「果物/野菜ジュース」(20%)、「きなこ/ごま」(18%)、などが多くなっている。

男女別では、各項目とも男性よりも女性で経験率が高くなっている。

図表 I-27 白もの牛乳類と混ぜて飲んだことのあるもの（経験）(MA)



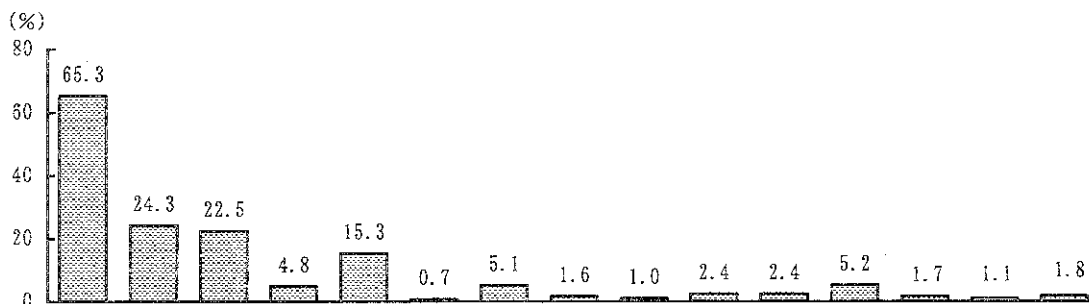
	N	コ ー ヒ ー	紅 茶	ココア、 チョコレートシロップ	果物/野菜のジュース	バナナ、いちごなど果物	シナモン、カモミール	きなこ/ごま	抹茶	果物/野菜の粉末	はちみつ	乳酸菌飲料	麦芽飲料	スムージーにして	アルコール飲料	その他
該当者	1,984	91.5	55.4	51.0	20.0	48.9	3.9	17.8	5.4	5.1	12.7	15.8	26.8	11.9	10.0	3.7
【性・年齢別】																
男性・10代	112	86.6	60.7	70.5	26.8	49.1	3.6	6.3	4.4	4.5	9.8	21.4	34.8	12.5	2.7	6.3
20代	118	95.8	57.6	54.2	17.8	44.1	5.9	8.5	4.6	5.1	11.0	18.6	33.9	13.6	23.7	3.4
30代	123	97.6	61.0	48.8	20.3	50.4	4.9	8.1	3.1	5.7	9.8	13.0	27.6	14.6	10.6	1.6
40代	127	95.3	51.2	40.9	17.3	46.5	1.6	8.7	2.4	3.9	7.9	14.2	19.7	6.3	6.3	3.1
50代	106	83.6	39.0	28.6	20.0	46.7	1.9	9.5	1.6	3.8	14.3	6.7	11.4	11.4	11.4	1.9
60代	95	86.3	38.9	29.5	18.9	45.3	1.1	16.8	0.8	5.3	12.6	11.6	8.4	4.2	5.3	5.3
70代以上	53	79.2	24.5	18.9	7.5	32.1	0.0	18.9	0.5	1.9	13.2	5.7	3.8	0.0	3.8	1.9
女性・10代	140	83.6	75.7	78.6	18.6	45.7	2.9	12.9	8.1	4.3	11.4	22.9	31.4	15.7	4.3	2.9
20代	213	95.8	74.2	62.0	25.8	54.5	6.6	21.1	14.3	7.0	16.4	23.9	40.8	23.5	28.2	6.1
30代	230	93.9	69.6	69.6	20.9	58.3	6.5	21.7	12.8	5.7	15.7	18.7	38.3	18.3	14.3	6.1
40代	238	95.4	52.1	60.1	19.3	54.6	5.0	19.3	10.0	5.5	13.0	16.4	33.6	11.3	6.7	2.5
50代	239	92.1	49.8	37.7	22.2	49.8	3.3	27.6	6.3	5.0	11.3	14.6	23.4	7.5	5.0	4.2
60代	122	87.7	36.9	29.5	14.8	41.8	1.6	36.1	3.0	4.1	15.6	6.6	9.0	3.3	0.8	0.8
70代以上	69	82.6	29.0	26.1	13.0	29.0	1.4	15.9	0.0	7.2	10.1	5.8	8.7	2.9	0.0	1.4
【性別】																
男性	733	91.1	50.1	44.1	19.2	46.0	3.0	10.1	2.4	4.5	10.9	13.8	21.8	9.8	9.7	3.4
女性	1,251	91.8	58.5	55.1	20.4	50.7	4.5	22.4	8.0	5.5	13.7	16.9	29.7	13.2	10.2	3.9



「ふだん白もの牛乳類と混ぜて飲んでいるもの」として、現在飲用を聞くと（複数回答）、  
「コーヒー」（65%）、「紅茶」（24%）、「ココア、チョコレートシロップ」（23%）、「バナナ、  
いちごなど果物」（15%）などが多くあげられている。

若い人の方が概して多様な飲み方をしている。ただし、きなこ／ごまなどは年齢の高い層  
で多く飲用されている。

図表Ⅰ-28 ふだん白もの牛乳類と混ぜて飲んでいるもの（MA）

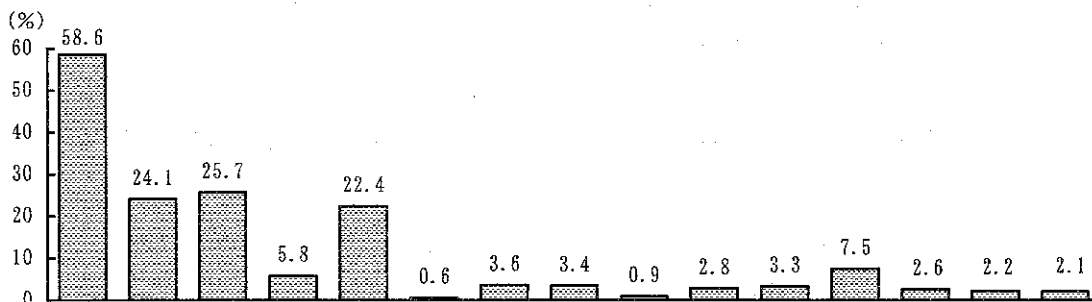


	N	コ ー ヒ ー	紅 茶	ココア、 チョコレートシロップ	果物／野菜のジュース	バナナ、いちごなど果物	シナモン、カモミール	などのスパイス、ハーブ	きなこ／ごま	抹茶	果物／野菜の粉末	はちみつ	乳酸菌飲料	麦芽飲料	スムージーにして	アルコール飲料	その他
該 当 者	1,984	65.3	24.3	22.5	4.8	15.3	0.7	5.1	1.6	1.0	2.4	2.4	5.2	1.7	1.1	1.8	
【性・年齢別】																	
男性・10代	112	54.5	25.9	37.5	8.0	16.1	1.8	1.8	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	7.1	0.9	0.0	1.8
20代	118	61.0	17.8	22.0	4.2	12.7	0.8	0.0	0.8	1.7	1.7	0.0	5.9	1.7	1.7	0.8	
30代	123	67.5	26.0	14.6	1.6	16.3	0.8	2.4	0.8	1.6	2.4	0.8	9.8	2.4	2.4	0.8	
40代	127	67.7	14.2	15.0	3.9	13.4	0.0	0.0	0.8	0.8	0.0	0.8	1.6	0.8	1.6	2.4	
50代	105	61.9	21.0	15.2	5.7	17.1	1.0	1.9	0.0	1.0	3.8	2.9	1.0	1.0	2.9	1.0	
60代	95	67.4	25.3	12.6	11.5	16.8	0.0	7.4	0.0	0.0	3.2	0.0	2.1	1.1	1.1	2.1	
70代以上	53	60.4	15.1	7.5	0.0	17.0	0.0	15.1	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	1.9	1.9	
女性・10代	140	48.6	32.1	44.3	5.0	11.4	0.0	2.9	0.7	0.7	2.9	6.4	10.7	3.6	2.1	1.4	
20代	213	67.1	34.3	24.9	4.2	11.7	0.5	2.3	1.9	0.5	1.9	2.8	6.6	2.8	0.5	1.9	
30代	230	69.1	30.0	34.3	3.0	15.1	0.9	3.5	2.2	0.9	1.7	1.7	7.8	1.7	0.4	3.5	
40代	238	71.4	23.9	25.2	4.2	16.8	2.1	3.4	2.9	1.3	1.7	2.1	5.0	3.4	1.7	1.7	
50代	239	70.7	21.8	13.0	7.1	17.2	0.0	10.9	3.3	1.7	5.4	3.8	4.6	0.8	0.4	2.5	
60代	122	65.6	19.7	13.9	4.1	17.2	0.0	15.5	2.5	0.8	3.3	0.8	1.6	0.0	0.0	0.0	
70代以上	69	53.8	13.0	11.6	4.3	14.5	0.0	13.0	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	
【性 別】																	
男 性	733	63.2	21.0	18.7	5.2	15.4	0.7	3.0	0.4	0.8	1.9	1.5	4.4	1.2	1.6	1.5	
女 性	1,251	66.6	26.3	24.8	4.5	15.2	0.6	5.3	2.2	1.0	2.7	2.8	5.8	2.0	0.8	1.9	

「白もの牛乳類と混ぜて飲むのが好きなもの」としては（複数回答）、「コーヒー」（59%）、  
「ココア、チョコレートシロップ」（26%）、「紅茶」（24%）、「バナナ、いちごなど果物」  
（22%）などが多くあげられている。

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

図表 I - 29 白もの牛乳類と混ぜて飲むのが好きなもの (MA)



	N	コ ー ヒ ー	紅 茶	コ コ ア、 チ ョ コ レ ー ト シ ロ ッ プ	果 物 / 野 菜 の ジ ュ ー ス	バ ナ ナ、 い ち ご な ど 果 物	シ ナ モ ン、 カ モ ミ ー ル	き な こ / ご ま	抹 茶	果 物 / 野 菜 の 粉 末	は ち み つ	乳 酸 菌 飲 料	麦 芽 飲 料	ス ム ー ジ ー に し て	ア ル コ ー ル 飲 料	そ の 他
該 当 者	1,984	58.6	24.1	25.7	5.8	22.4	0.6	3.6	3.4	0.9	2.8	3.3	7.5	2.6	2.2	2.1
【性・年齢別】																
男性・10代	112	50.9	23.2	38.4	8.0	18.8	1.8	1.8	2.7	0.0	1.8	9.8	11.6	4.5	0.0	4.5
20代	118	66.1	22.9	33.1	5.1	21.2	0.8	0.0	0.8	1.7	2.5	1.7	11.0	3.4	2.5	1.7
30代	123	63.4	22.8	22.8	8.1	22.0	0.0	0.8	1.6	0.0	1.6	0.8	9.8	3.3	2.4	0.8
40代	127	59.1	15.0	14.2	8.7	20.5	0.0	0.0	1.6	0.8	1.6	0.8	3.9	0.0	0.8	1.6
50代	105	59.0	15.2	9.5	3.8	18.1	0.0	1.0	0.0	1.0	3.8	1.9	2.9	2.9	4.8	0.0
60代	95	66.3	23.2	12.6	12.6	22.1	0.0	5.3	0.0	2.1	3.2	1.1	1.1	0.0	1.1	4.2
70代以上	53	52.8	9.4	3.8	0.0	9.4	0.0	11.3	0.0	0.0	3.8	0.0	1.9	0.0	1.9	1.9
女性・10代	140	45.7	32.9	46.4	4.3	25.0	0.7	2.9	3.6	1.4	2.1	8.6	11.4	5.7	1.4	2.1
20代	213	60.6	32.9	33.3	7.5	23.9	0.9	2.3	6.6	1.4	2.8	4.7	14.6	5.6	7.0	4.2
30代	230	65.7	35.2	37.4	3.9	27.0	1.7	3.5	3.0	0.9	4.3	4.8	12.6	2.6	3.0	3.0
40代	238	60.5	23.5	31.5	3.4	27.3	0.4	2.9	7.6	0.4	0.8	2.1	5.5	1.7	0.0	0.8
50代	239	54.0	22.6	15.1	6.3	22.2	0.0	7.1	4.6	0.4	4.2	2.9	3.8	1.7	2.5	2.1
60代	122	52.5	18.0	13.9	5.7	20.5	0.0	11.5	4.1	0.8	4.1	2.5	1.6	0.8	0.0	0.8
70代以上	69	58.0	10.1	11.6	2.9	14.5	1.4	2.9	0.0	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
【性 別】																
男 性	733	60.2	19.5	20.7	7.1	19.6	0.4	2.0	1.1	0.8	2.5	2.5	6.5	2.2	1.9	2.0
女 性	1,251	57.6	26.9	28.6	5.0	24.1	0.7	4.6	4.8	0.9	3.0	3.8	8.0	2.8	2.4	2.2

#### 4. 白もの牛乳類の飲用機会と飲用理由

##### 1) 白もの牛乳類の飲用機会

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

時々でも飲む機会のある時は（複数回答）、「朝食時」が67%と最も多く、次いで、「おやつや間食時」（49%）、「風呂あがり」（40%）、「夜寝る前」（29%）、「昼食時」（29%）、「夕食時」（19%）などの順に多くなっている。

男女別でみると、「おやつや間食時」は男性で40%なのに対し女性では56%とその差が大きくなっている。その他「昼食時」も男女差がやや大きく、女性に多い。

概して若い人や女性の飲用機会が多様であるといえよう。

図表 I - 30 白もの牛乳類の飲用機会：時々でも飲む機会のある時（MA）



	N	朝食時	昼食時	夕食時	おやつや間食時	夜寝る前	仕事中	勉強中	レジャーやスポーツ時	風呂あがり	その他
該当者	4,171	67.3	28.5	18.6	48.6	29.0	9.1	3.2	7.4	40.2	3.1
【性・年齢別】											
男性・10代	217	71.0	39.6	41.5	50.2	41.9	2.8	17.1	9.7	50.2	4.1
20代	245	64.1	24.5	24.5	42.9	32.7	11.0	4.1	7.8	49.0	3.3
30代	247	70.9	23.5	18.6	42.1	39.3	10.9	2.0	5.7	41.3	3.6
40代	328	65.5	22.3	17.4	40.5	31.7	14.3	1.8	7.6	43.6	3.7
50代	386	61.4	21.8	15.3	33.9	25.4	13.5	0.3	12.2	37.6	3.6
60代	317	62.8	21.1	12.0	37.9	19.6	8.8	1.6	10.4	33.8	2.2
70代以上	194	56.2	25.3	11.9	39.2	16.0	6.2	0.5	4.6	23.2	3.1
女性・10代	215	71.2	44.2	29.8	51.2	31.2	1.9	13.0	4.2	37.7	4.7
20代	312	79.8	31.4	24.0	59.9	31.4	12.8	5.4	4.8	43.9	3.5
30代	318	79.2	37.4	20.4	65.4	31.8	10.1	2.2	5.3	41.8	2.2
40代	400	70.8	34.3	20.3	60.8	30.3	8.3	1.8	7.8	47.8	2.8
50代	462	66.5	27.7	14.3	53.7	27.1	9.3	1.5	7.4	42.0	3.5
60代	301	61.1	24.9	9.0	47.2	30.9	5.6	0.7	7.6	35.5	2.3
70代以上	229	58.1	25.3	10.5	49.3	17.9	4.4	0.0	4.4	27.1	1.7
【性別】											
男性	1,934	64.4	24.7	19.3	40.2	29.1	10.3	3.4	8.7	39.9	3.4
女性	2,237	69.8	31.7	18.0	55.9	28.9	8.0	3.1	6.2	40.5	3.0

時々でも飲む機会について、ユーザー分類別にみた。

「毎日2杯以上ユーザー」は、総じて飲用機会が多く、すべての機会をよく飲んでいる。

「毎日1杯ユーザー」では、「朝食時」への集中度が高い。

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

「ライトユーザー」では「朝食時」の飲用をあげた人が5割強にとどまっており、定期的な飲用機会の少なさがライトユーザーになっているといえるのではないだろうか。

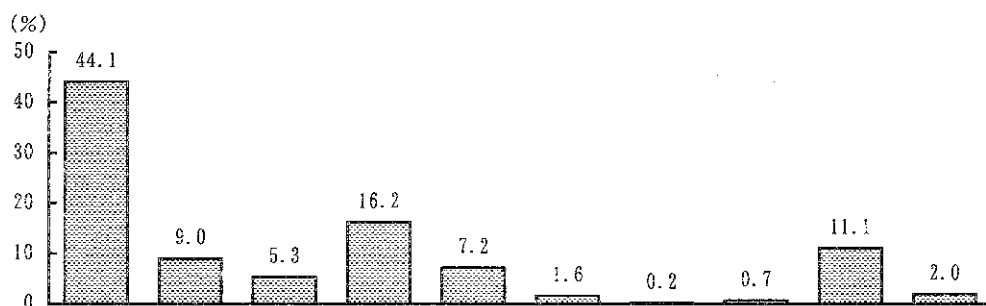
図表 I - 31 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用機会：時々でも飲む機会のある時 (MA)

	N	朝 食 時	昼 食 時	夕 食 時	お や つ や 間 食 時	夜 寝 る 前	仕 事 中	勉 強 中	レ ス ジ ポ ヤ ー   ツ や 時	風 呂 上 が り	そ の 他
該 当 者	4,171	67.3	28.5	18.6	48.6	29.0	9.1	3.2	7.4	40.2	3.1
【ユーザー分類別】											
毎日2杯以上 ユーザー	1,021	82.0	40.5	31.1	54.3	38.5	10.7	4.8	8.1	49.4	2.6
毎日1杯 ユーザー	880	72.8	21.3	12.0	40.7	20.8	5.6	1.8	5.8	29.7	2.0
ミドルユーザー	1,105	66.2	30.8	20.2	50.0	33.5	9.4	3.8	8.0	46.0	2.8
ライトユーザー	949	53.3	23.6	11.8	48.4	24.6	10.2	2.7	7.8	36.8	3.8

最も飲む機会が多い時として一つ選んでもらうと、「朝食時」が44%と最大である。その他では大きく比率が下がり、「おやつや間食時」(16%)、「風呂あがり」(11%)、「昼食時」(9%)、「夜寝る前」(7%)などの順に多くなっている。

男女別でみると、「おやつや間食時」は女性の方がやや多くなっている。

図表 I - 32 白もの牛乳類の飲用機会：最も飲む機会の多い時



	N	朝食時	昼食時	夕食時	おやつや間食時	夜寝る前	仕事	勉強	レスジョブや時	風呂上がり	その他
該当者	4,171	44.1	9.0	5.3	16.2	7.2	1.6	0.2	0.7	11.1	2.0
【性・年齢別】											
男性・10代	217	31.3	12.4	17.5	9.2	8.3	0.5	0.5	0.9	14.7	2.3
20代	245	35.1	5.7	10.6	12.2	11.8	3.3	0.0	0.4	15.1	3.3
30代	247	47.4	6.9	4.9	10.1	10.1	1.6	0.0	0.4	13.0	3.2
40代	328	47.0	5.5	3.4	14.9	7.6	3.4	0.0	0.0	14.6	2.4
50代	386	44.3	7.3	4.7	13.0	8.8	2.6	0.0	2.3	12.4	2.1
60代	317	47.0	8.5	3.5	18.3	5.7	1.6	0.0	1.3	11.0	1.6
70代以上	194	44.8	13.4	3.6	18.0	5.7	1.5	0.0	1.5	5.2	2.6
女性・10代	215	33.0	25.1	9.8	13.5	2.8	0.0	1.4	0.5	6.0	2.8
20代	312	51.3	4.2	4.2	17.0	4.5	1.3	1.0	0.0	11.5	1.0
30代	318	47.8	7.9	6.3	18.9	6.3	1.3	0.0	0.0	8.2	0.9
40代	400	43.8	7.0	2.8	21.3	7.5	0.8	0.0	0.8	11.3	2.3
50代	462	47.4	8.7	2.8	15.2	5.2	1.5	0.2	0.6	14.3	2.4
60代	301	45.8	11.0	2.3	17.3	11.0	1.7	0.0	0.7	6.0	0.7
70代以上	229	41.0	10.9	4.8	25.8	5.2	0.9	0.0	0.9	8.3	1.3
【性別】											
男性	1,934	43.0	8.1	6.4	13.8	8.3	2.2	0.1	1.0	12.5	2.4
女性	2,237	45.1	9.7	4.3	18.2	6.2	1.1	0.3	0.5	10.0	1.7

ユーザー分類別に最も飲む機会が多い時を見ると、どのユーザーでも「朝食時」が最も多くなっている。

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

図表 I - 33 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用機会：最も飲む機会の多い時

	N	朝 食 時	昼 食 時	夕 食 時	お や つ や 間 食 時	夜 寝 る 前	仕 事 中	勉 強 中	レス ジ ボ ヤ ー ツ や 時	風呂 上 が り	そ の 他
該 当 者	4,171	44.1	9.0	5.3	16.2	7.2	1.6	0.2	0.7	11.1	2.0
【ユーザー分類別】											
毎日2杯以上 ユーザー	1,021	50.9	9.8	7.3	10.1	6.4	0.8	0.1	0.4	9.1	1.4
毎日1杯 ユーザー	880	59.0	8.4	3.1	10.9	6.0	0.6	0.1	0.5	8.6	1.3
ミドルユーザー	1,105	38.7	11.3	6.5	16.7	9.0	1.2	0.3	0.6	12.0	1.7
ライトユーザー	949	32.8	6.8	3.7	24.4	7.2	3.2	0.3	1.5	15.3	2.5

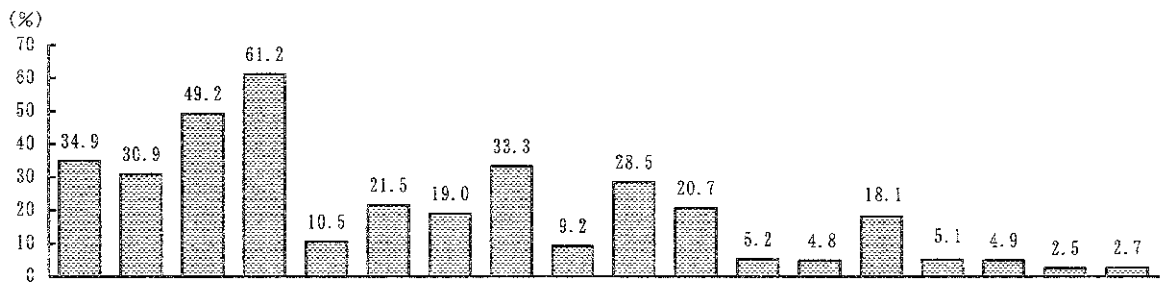
## 2) 白もの牛乳類の飲用理由

白もの牛乳類を飲む理由を飲用者に複数回答で聞いた。「カルシウムがある」が61%と最も多い。その他では、「栄養がある」(49%)、「おいしい」(35%)、「いつも家にある」(33%)、「好き」(31%)、「骨粗しょう症が心配」(29%)、「水などの代わりに」(22%)、「良質のタンパク質がある」(21%)、「便秘に効果がある」(18%)などが多くなっている。

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

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

図表Ⅰ-34 性・年齢別 白もの牛乳類の飲用理由 (MA)



	N	おいしい	好き	栄養がある	カルシウムがある	朝食など食事代わりに	水などの代わりに	習慣で	いつも家にある	家族がすすめる	骨粗しょう症が心配	良質のタンパク質がある	美容が良い	消化が良い	便秘に効果がある	くつすり眠るために	気持ちをリラックスさせるために	医師など医療関係者がすすめる	その他
該当者	4,171	34.9	36.9	49.2	61.2	10.5	21.5	19.0	33.3	9.2	28.5	20.7	5.2	4.8	18.1	5.1	4.9	2.5	2.7
【性・年齢別】																			
男性・10代	217	40.6	42.9	44.2	57.1	11.1	30.9	31.3	44.7	24.0	6.5	11.5	3.2	2.3	3.2	4.1	4.1	0.5	6.5
20代	245	37.1	37.6	42.4	53.5	11.4	33.5	21.2	36.7	8.2	5.7	11.8	1.6	2.4	10.2	4.9	6.5	0.4	2.4
30代	247	42.5	40.1	46.2	48.2	17.0	19.8	23.9	34.4	10.9	6.1	9.3	2.0	3.2	8.9	6.9	6.5	1.2	2.4
40代	328	32.3	29.0	48.5	49.1	9.8	28.0	17.7	33.8	11.3	10.4	16.8	1.2	4.3	11.0	4.6	4.9	1.5	2.4
50代	386	30.1	25.9	42.0	50.8	10.1	26.2	15.0	29.8	16.8	19.2	19.2	1.3	4.7	12.4	2.8	2.3	4.7	2.6
60代	317	28.7	26.8	46.4	55.5	8.8	22.4	18.3	30.3	15.5	23.7	22.1	0.9	4.1	18.0	2.8	2.5	3.8	0.9
70代以上	194	29.4	23.2	54.1	49.5	5.2	16.0	19.1	24.2	6.2	29.4	20.6	0.5	6.7	19.1	2.6	1.5	4.1	0.5
女性・10代	215	41.4	29.8	45.6	58.1	7.4	23.7	21.9	44.7	20.5	11.6	12.1	11.2	6.5	21.4	5.6	7.0	0.0	10.7
20代	312	44.6	38.8	55.8	67.9	12.8	16.0	25.3	34.3	8.0	17.3	13.5	11.5	5.8	25.3	6.4	8.3	1.0	2.5
30代	318	41.8	37.4	60.1	69.5	11.3	18.2	20.8	36.8	3.8	29.6	21.7	8.5	5.0	20.4	6.6	7.9	1.6	4.1
40代	400	38.8	29.5	56.8	71.8	11.0	22.0	14.5	36.3	1.0	45.5	31.3	8.8	5.8	22.8	5.5	5.3	1.5	1.5
50代	462	32.0	28.8	47.0	75.3	12.1	18.8	16.7	31.2	2.4	54.8	29.9	8.4	4.8	22.3	5.6	5.2	3.5	1.7
60代	301	26.6	24.6	48.2	71.4	8.6	13.6	15.6	28.2	3.0	57.1	31.9	5.3	7.0	29.2	7.3	3.7	5.3	1.0
70代以上	229	25.8	21.8	49.8	62.4	7.9	11.8	12.2	24.5	7.0	54.6	21.8	4.8	3.9	21.4	4.8	1.7	5.2	1.3
【性別】																			
男性	1,934	33.8	31.5	45.9	51.9	10.5	25.5	20.2	33.1	13.5	14.6	16.3	1.5	4.0	12.0	4.0	4.0	2.5	2.5
女性	2,237	35.9	30.4	52.1	69.3	10.5	18.0	18.0	33.5	5.4	40.5	24.4	8.4	5.5	23.4	6.0	5.6	2.6	2.9

白もの牛乳類を飲む理由（複数回答）をユーザー分類別にみた。

多くの項目で「毎日2杯以上ユーザー」「毎日1杯ユーザー」「ミドルユーザー」による回答が多くなっており、多様な理由で白もの牛乳類が飲まれている。

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

図表 I - 35 ユーザー分類別 白もの牛乳類の飲用理由 (MA)

	N	おいしい	好き	栄養がある	カルシウムがある	朝食など食事代わりに	水などの代わりに	習慣で	いつも家にある	家族がすすめる	骨粗しょう症が心配	ある 良質のタンパク質が	美容に良い	消化が良い	便秘に効果がある	ぐっすり眠るために	気持ちをリフレッシュ	医師など医療関係者が すすめるために	その他
該当者	4,171	34.9	30.9	49.2	61.2	10.5	21.5	19.0	33.3	9.2	28.5	20.7	5.2	4.8	18.1	5.1	4.9	2.5	2.7
【ユーザー分類別】																			
毎日2杯以上ユーザー	1,021	53.2	53.5	55.0	67.0	11.9	25.4	37.0	46.5	7.8	31.6	27.6	6.9	6.0	17.4	7.3	7.1	2.8	2.9
毎日1杯ユーザー	380	34.1	29.4	51.1	63.9	12.3	11.8	26.1	32.5	7.5	34.9	22.4	5.5	4.7	18.5	4.2	2.7	3.1	1.3
ミドルユーザー	1,105	36.4	31.0	52.5	64.4	10.5	21.9	11.9	34.1	9.9	30.8	21.3	5.6	5.2	19.4	5.4	4.4	2.3	2.6
ライトユーザー	949	20.2	13.2	42.0	54.2	7.9	23.5	5.1	23.9	10.7	20.9	13.4	3.7	3.8	18.5	3.7	5.2	2.4	2.4



## 5. 多様な白もの牛乳類の種類

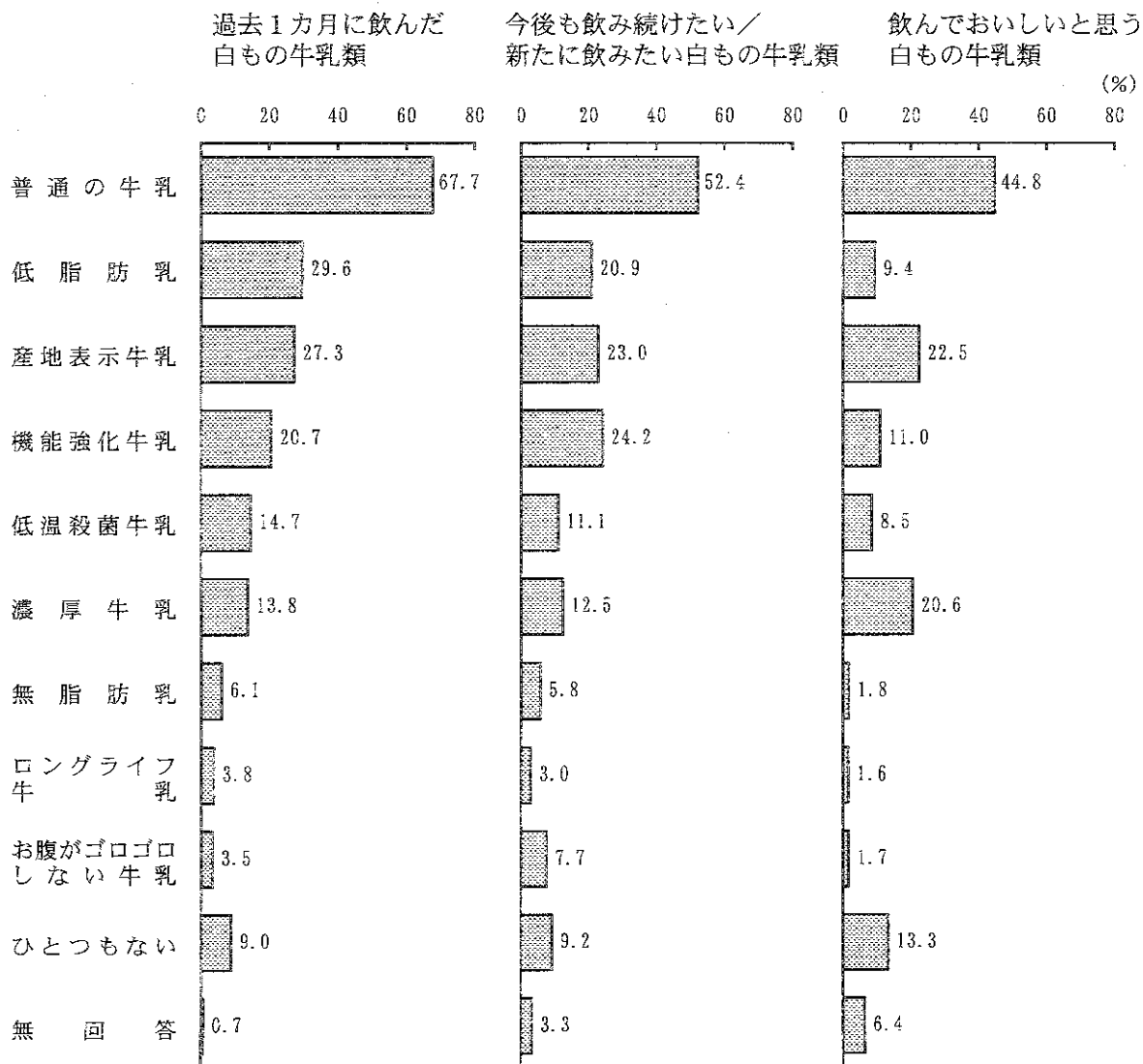
以下の商品について、「過去1カ月間に飲んだもの」「今後も飲み続けたいもの、あるいは、今は飲んでいなくても今後新たに飲みたいと思うもの」と「飲んでおいしいと思うもの」をそれぞれ複数回答で答えてもらった。

過去1カ月間の白もの牛乳類の飲用経験率をみると、「普通の牛乳」が68%と最も多く、次いで「低脂肪乳」(30%)、「産地表示牛乳」(27%)、「機能強化牛乳」(21%)が多くなっている。

今後の飲用意向でも「普通の牛乳」が52%と多く、「機能強化牛乳」(24%)、「産地表示牛乳」(23%)、「低脂肪乳」(21%)などが多くなっている。「機能強化牛乳」と「お腹がゴロゴロしない牛乳」では、意向率が飲用経験率を上回っている。

飲んでおいしいと思うものは、「普通の牛乳」(45%)、「産地表示牛乳」(23%)、「濃厚牛乳」(21%)の順で多くあげられ、なかでも「濃厚牛乳」は、飲用経験率・意向率を大きく上回っている。

図表Ⅰ-36 牛乳商品の過去1カ月間の飲用経験  
今後も飲み続けたい/今後新たに飲みたいもの  
飲んでおいしいと思うもの (各MA)

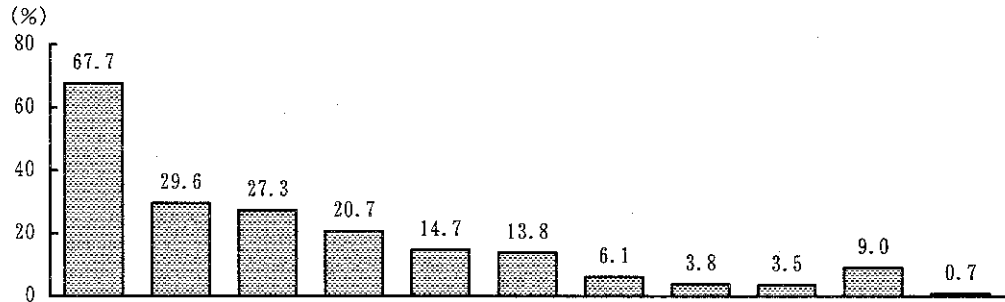


性・年齢別に過去1カ月間の飲用経験率をみたが、「普通の牛乳」は男女とも年齢の若い層での飲用が多い。

「低脂肪乳」は男性よりも女性で多く、かつ年齢の若い人で多くなっている。

「産地表示牛乳」や「機能強化牛乳」も男性より女性に多く、特に30～50代の女性の間層を中心に多くなっている。

図表 I - 37 性・年齢別 牛乳商品の過去1カ月間の飲用経験率 (MA)



	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	お腹がゴロゴロ	ひとつもない	無回答
全体	4,632	67.7	29.6	27.3	20.7	14.7	13.8	6.1	3.8	3.5	9.0	0.7
【性・年齢別】												
男性・10代	227	83.3	31.3	24.2	17.2	21.6	12.8	8.8	3.5	3.1	2.6	0.4
20代	282	66.0	26.6	27.3	18.1	18.1	15.2	7.8	3.2	3.9	12.8	0.0
30代	290	68.6	27.6	29.0	18.3	16.2	14.5	5.5	6.6	3.4	13.4	1.7
40代	368	72.6	21.5	25.5	18.2	15.5	14.1	4.9	3.0	3.3	9.5	0.0
50代	448	63.4	27.7	25.0	17.2	11.8	15.2	6.3	3.6	3.3	11.4	0.7
60代	354	59.6	25.1	25.1	18.1	8.5	9.6	4.8	3.4	4.2	9.0	1.7
70代以上	215	59.1	22.3	22.3	13.0	8.8	10.2	0.0	1.4	3.7	9.3	1.4
女性・10代	236	75.8	30.9	23.3	13.1	11.4	14.0	5.5	2.5	1.7	8.1	0.8
20代	343	71.4	39.9	25.7	24.2	14.9	12.0	10.8	2.6	2.9	10.2	0.0
30代	337	77.7	36.5	38.6	26.4	21.1	16.0	6.5	5.0	3.0	5.0	0.6
40代	431	76.3	32.3	34.8	25.5	20.4	19.0	5.3	6.3	3.0	5.3	1.2
50代	509	63.5	34.6	30.5	28.1	14.5	14.3	7.5	3.9	5.5	8.6	0.8
60代	328	54.9	32.9	23.8	23.5	11.3	12.8	5.5	4.9	4.0	8.5	0.3
70代以上	264	58.3	18.2	19.3	18.6	10.6	8.7	4.2	1.5	2.3	12.1	0.8
【性別】												
男性	2,184	67.0	25.9	25.6	17.4	14.0	13.3	5.5	3.6	3.6	10.0	0.8
女性	2,448	68.3	32.8	28.9	23.8	15.4	14.2	6.6	4.0	3.4	8.1	0.7

図表 I - 38 白もの牛乳類飲用量別 牛乳商品の過去1カ月間の飲用経験率 (MA)

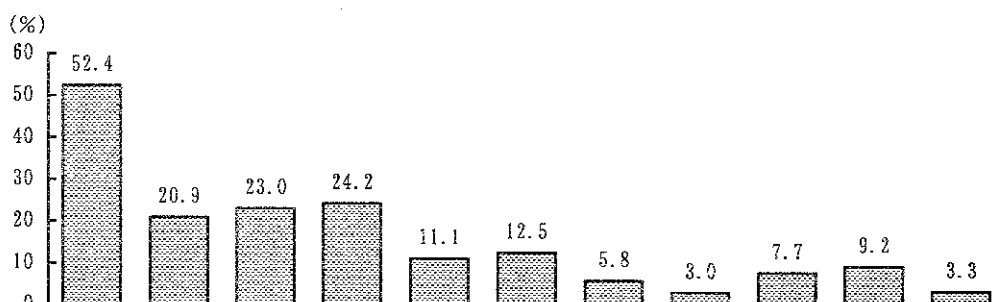
	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	ひとつもない	無回答
全体	4,632	67.7	29.6	27.3	20.7	14.7	13.8	6.1	3.8	3.5	9.0	0.7
【ユーザー分類別】												
毎日2杯以上ユーザー	1,021	80.2	36.5	38.3	28.0	20.7	18.2	7.9	5.7	2.4	0.0	0.3
毎日1杯ユーザー	880	72.5	31.1	27.5	20.2	14.5	13.3	5.8	3.1	2.6	0.3	0.5
ミドルユーザー	1,105	75.5	34.1	31.9	24.6	17.2	17.6	8.3	5.0	5.0	0.2	0.5
ライトユーザー	949	72.0	31.4	25.4	21.4	13.9	12.5	5.5	3.6	5.2	0.7	0.4
ノンユーザー	667	22.8	7.0	5.7	3.1	3.0	2.8	0.9	0.4	1.6	60.7	2.7

今後も飲み続けたい／新たに飲みたいと思うものとしては、どの年代でも「普通の牛乳」が多い。

「普通の牛乳」と「お腹がゴロゴロしない牛乳」に限っては女性より男性で人気が高く、それ以外の牛乳については、すべて女性で人気が高くなっている。

女性の20代では「低脂肪乳」が「普通の牛乳」に次いで多くあげられている。

図表 I-39 性・年齢別 牛乳商品の今後の飲用意向率 (MA)



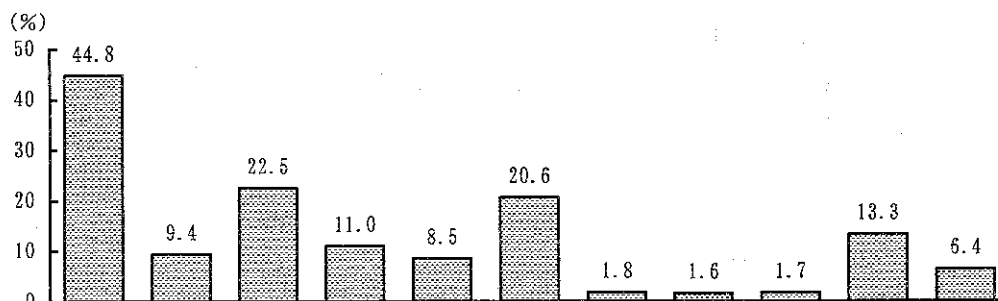
	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	ひとつもない	無回答
全体	4,632	52.4	20.9	23.0	24.2	11.1	12.5	5.8	3.0	7.7	9.2	3.3
【性・年齢別】												
男性・10代	227	65.2	21.1	20.3	21.1	13.7	10.1	7.0	2.2	9.7	7.5	1.3
20代	282	50.0	15.6	23.0	20.2	12.1	14.9	3.5	2.1	8.2	15.2	3.5
30代	290	57.9	20.0	29.3	21.4	14.5	14.8	6.9	3.4	7.2	13.1	3.8
40代	368	56.0	12.2	22.6	20.4	12.2	14.4	3.5	1.6	9.0	8.2	1.9
50代	448	49.8	18.1	20.3	21.9	6.0	15.0	4.5	1.8	7.4	11.6	3.8
60代	354	47.5	18.4	20.9	22.0	5.6	7.3	4.8	4.5	7.1	9.6	3.4
70代以上	215	48.8	14.9	19.1	13.0	6.5	7.0	1.9	1.4	5.6	10.7	4.7
女性・10代	236	51.3	22.5	22.0	19.5	7.6	11.9	8.9	2.1	10.6	8.9	3.8
20代	343	52.8	30.6	25.7	29.7	14.3	11.7	15.2	3.8	10.8	8.2	4.4
30代	337	60.5	27.9	32.3	32.9	19.6	18.7	6.2	4.5	6.2	5.6	2.1
40代	431	58.2	21.1	28.5	29.5	15.8	14.6	4.9	3.7	7.0	4.4	4.4
50代	509	46.4	25.5	21.6	30.6	12.0	13.2	6.1	3.7	8.8	8.6	1.6
60代	328	45.7	26.5	17.7	25.3	8.8	9.8	4.3	5.2	5.5	8.5	4.6
70代以上	264	47.7	13.6	15.5	19.3	4.5	5.7	3.4	0.8	4.2	11.0	3.8
【性別】												
男性	2,184	53.1	17.1	22.2	20.4	9.8	12.3	4.6	2.5	7.7	10.9	3.2
女性	2,448	51.8	24.3	23.7	27.6	12.4	12.6	6.9	3.6	7.6	7.7	3.4

図表 I - 40 白もの牛乳類飲用量別 牛乳商品の今後の飲用意向率 (MA)

	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	おしなない牛乳 お腹がゴロゴロ	ひとつもない	無回答
全体	4,632	52.4	20.9	23.0	24.2	11.1	12.5	5.8	3.0	7.7	9.2	3.3
【ユーザー分類別】												
毎日2杯以上ユーザー	1,021	64.5	25.6	30.4	27.6	15.8	15.9	6.4	3.7	4.5	0.7	2.4
毎日1杯ユーザー	880	60.3	23.5	23.4	24.1	10.3	11.0	5.5	2.6	4.9	1.4	2.7
ミドルユーザー	1,105	59.8	24.4	26.1	28.5	13.8	15.7	8.1	3.9	8.3	1.2	2.6
ライトユーザー	949	50.1	20.1	22.9	25.9	9.8	12.5	6.0	3.2	10.2	3.6	3.5
ノンユーザー	667	14.7	6.0	6.3	9.9	2.5	3.7	1.3	1.0	11.5	53.8	6.3

飲んでおいしいと思う白もの牛乳類についても、すべての年代で「普通の牛乳」が最も多くあげられている。「産地表示牛乳」「濃厚牛乳」については30～40代の女性の中間層を中心に多くあげられている。「低脂肪乳」は20代の女性で特に多く、際立つ。

図表 I-41 性・年齢別 飲んでおいしいと思う白もの牛乳類



	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	お腹がゴロゴロ	ひとつもない	無回答
全体	4,632	44.8	9.4	22.5	11.0	8.5	20.6	1.8	1.6	1.7	13.3	6.4
【性・年齢別】												
男性・10代	227	55.5	10.6	22.5	7.9	11.0	13.2	2.2	2.6	1.3	8.4	4.4
20代	282	46.8	8.9	23.0	7.8	8.9	25.2	1.8	2.8	1.4	17.0	4.6
30代	290	44.8	10.3	27.6	9.3	11.4	23.4	1.7	1.7	0.7	14.5	4.5
40代	368	49.7	4.9	20.9	6.0	7.9	22.8	0.5	1.1	2.4	10.6	6.3
50代	448	42.0	9.6	18.8	10.0	8.7	21.2	1.8	0.9	2.5	15.4	5.4
60代	354	41.2	9.0	19.5	12.1	4.0	16.4	2.3	2.3	2.5	17.2	6.5
70代以上	215	41.9	9.3	16.7	7.0	3.7	10.7	0.9	1.4	1.4	14.4	12.6
女性・10代	236	50.0	11.0	21.2	8.5	5.1	16.1	1.7	0.0	1.3	17.4	3.4
20代	343	49.0	15.2	25.4	13.4	9.0	20.7	3.5	1.2	0.6	11.7	3.8
30代	337	49.0	9.8	28.2	13.4	17.2	25.2	0.9	1.5	1.5	10.7	4.7
40代	431	47.3	8.6	29.7	13.2	11.8	27.8	1.6	2.1	1.2	8.4	6.5
50代	509	39.5	8.8	23.0	15.3	8.3	26.1	2.4	1.4	2.2	12.4	6.1
60代	328	34.1	10.7	19.2	12.8	6.1	17.1	2.4	2.4	2.4	15.5	12.5
70代以上	264	42.0	6.4	14.4	10.6	3.0	9.1	1.5	0.4	1.1	15.5	9.8
【性別】												
男性	2,184	45.6	8.8	21.2	8.8	7.9	19.6	1.6	1.7	1.9	14.1	6.1
女性	2,448	44.1	10.0	23.6	12.9	9.1	21.5	2.0	1.4	1.5	12.6	6.7

図表 I-42 ユーザー分類別 飲んでおいしいと思う白もの牛乳類

	N	普通の牛乳	低脂肪乳	産地表示牛乳	機能強化牛乳	低温殺菌牛乳	濃厚牛乳	無脂肪乳	ロングライフ牛乳	お腹がゴロゴロしない牛乳	ひとつもない	無回答
全体	4,632	44.8	9.4	22.6	11.0	8.5	20.6	1.8	1.6	1.7	13.3	6.4
【ユーザー分類別】												
毎日2杯以上ユーザー	1,021	56.4	12.6	28.6	13.4	12.3	25.6	1.6	2.5	1.1	2.3	5.1
毎日1杯ユーザー	880	48.9	10.0	23.3	13.9	7.8	19.5	2.5	1.4	1.1	5.0	6.8
ミドルユーザー	1,105	50.6	10.7	26.8	12.7	9.7	25.6	2.4	1.7	2.2	4.0	5.6
ライトユーザー	949	43.3	9.2	21.2	9.6	8.1	18.8	1.5	1.2	2.2	10.4	7.0
ノンユーザー	667	14.4	2.4	6.6	2.7	2.2	9.1	1.0	0.6	1.8	60.7	7.9

## II 白もの牛乳類の購入実態

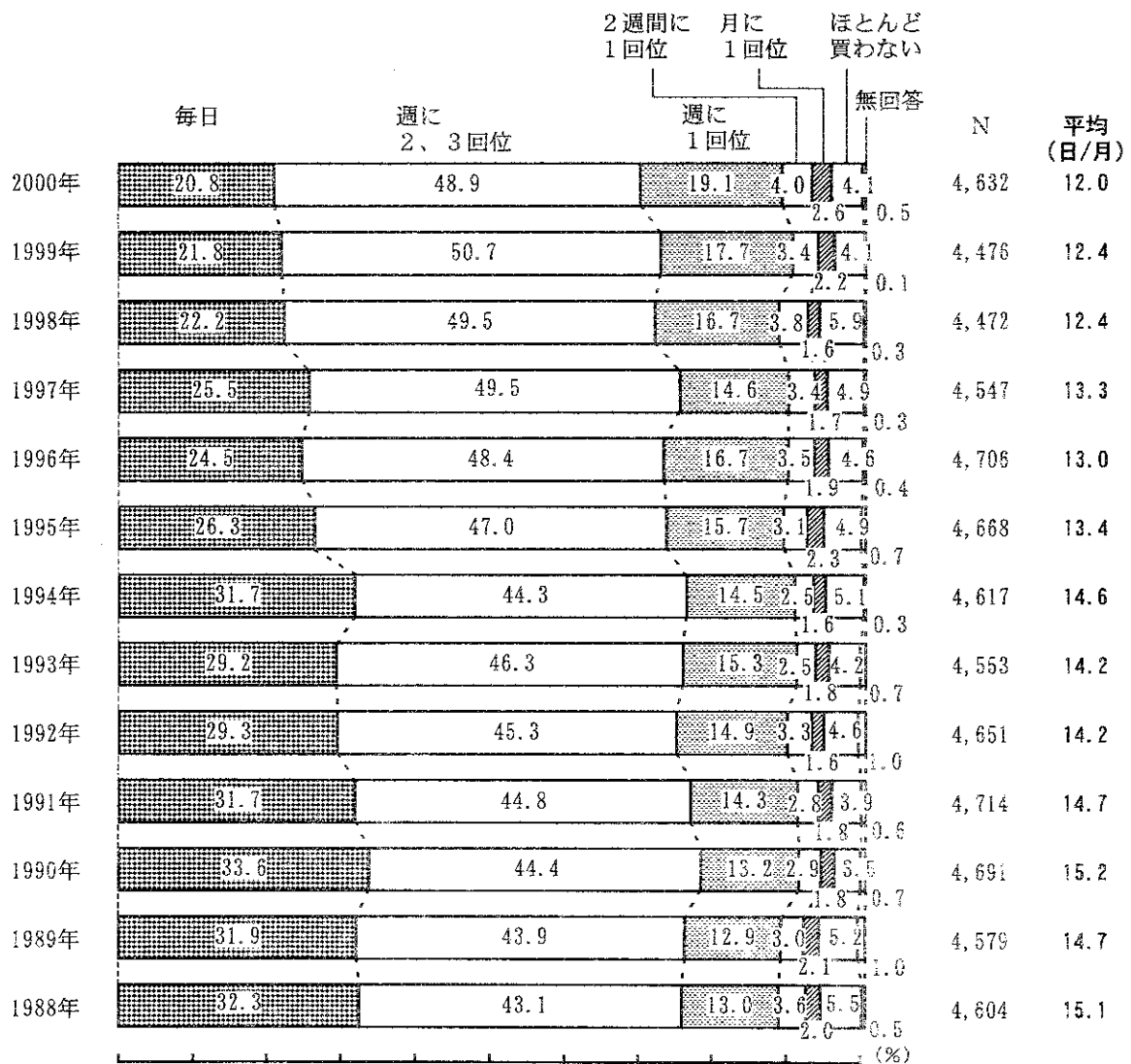
### 1. 白もの牛乳類全体の購入頻度と購入量

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

白もの牛乳類の購入頻度は、「毎日」の世帯が 21%、「週に 2～3 回位」の世帯が 49% である。1 世帯 1 カ月あたりの購入頻度は平均 12.0 回となっている。

時系列でみると、「毎日」という購入形態が、10 年前は全体の 3 割以上を占めていたが、徐々に減少し、今回は全体の 2 割となっている。その一方で、「週に 2～3 回位」「週に 1 回位」という購入形態が増加してきている。従って、1 カ月あたりの購入頻度は、減少傾向にある。

図表 II - 1 白もの牛乳類の購入頻度





1世帯1週間あたりの購入量は平均3.3ℓである。時系列でみると、1994年をピークにゆるやかではあるが、減少傾向にある。

図表Ⅱ-2 1週間あたりの白もの牛乳類購入量

年	8 ℓ 以上					無回答	N	平均 (ℓ)
	買わない	2 ℓ 未満	4 ℓ 未満	8 ℓ 未満	8 ℓ 以上			
2000年	4.8	23.9	39.5	23.5	6.5	1.9	4,632	3.3
1999年	4.1	22.6	37.9	26.7	7.9	0.8	4,476	3.5
1998年	5.9	22.0	39.3	24.2	8.1	0.6	4,472	3.5
1997年	4.9	18.8	40.7	27.1	7.8	0.8	4,547	3.6
1996年	4.6	21.2	39.9	24.9	8.2	1.2	4,706	3.5
1995年	4.9	20.6	38.4	25.9	8.6	1.5	4,668	3.6
1994年	5.1	18.3	38.2	27.2	9.9	1.3	4,617	3.8
1993年	4.2	19.4	39.5	26.9	7.9	2.1	4,553	3.6
1992年	4.6	20.6	37.3	27.2	8.0	2.4	4,651	3.6
1991年	3.9	21.2	38.0	27.5	7.4	1.9	4,714	3.6
1990年	3.5	17.1	39.6	28.6	9.1	2.2	4,691	3.9
1989年	5.2	19.7	38.7	26.7	7.2	2.5	4,579	3.6
1988年	5.5	20.4	39.5	25.6	7.6	1.4	4,604	3.6

(%)

主婦職業・年齢別に購入頻度の平均値をみると、専業主婦、有職主婦とも、40代で、購入頻度が高い。1週間あたりの平均購入量については、40代以外の各年代で有職主婦の方が専業主婦より多くなっている。

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

	全体	専業主婦					有職主婦				
		～29歳	30代	40代	50代	60代以上	～29歳	30代	40代	50代	60代以上
2000年	12.0	11.1		13.5	11.9	12.0	11.1		12.7	12.0	12.6
1999年	12.4	12.1		13.2	13.4	12.0	12.7		13.6	14.1	13.4
1998年	12.4	12.2		13.0	12.8	13.0	11.8		14.1	12.3	12.9
1997年	13.3	12.6		14.6	13.7	13.9	12.9		14.0	13.5	13.8
1996年	13.0	12.7		13.9	13.7	12.7	12.7		13.8	13.5	12.7
1995年	13.4	12.2		13.6	14.1	14.1	13.5		13.9	13.8	12.8
1994年	14.6	14.4	14.7	15.7	15.0		12.0	15.7	15.4	14.2	
1993年	14.2	12.7	14.7	15.2	14.2		10.1	14.2	14.7	14.2	
1992年	14.2	11.6	15.4	15.5	14.5		10.5	14.6	14.7	13.9	
1991年	14.7	13.3	15.3	15.7	14.4		11.3	15.3	15.6	15.5	
1990年	15.2	15.1	15.8	15.2	15.4		13.0	16.4	16.0	14.6	
1989年	14.7	15.1	16.0	15.1	14.8		12.3	15.2	15.1	14.3	
1988年	15.1	15.1	16.2	15.8	14.6		13.9	16.7	15.4	15.2	
1987年	14.3	14.3	15.5	15.5	13.8		11.8	15.6	14.8	13.6	

(回/月)

同居家族人数	3.7	4.2	4.4	3.6	3.2	4.4	4.4	3.5	3.0
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(2000年)

(人)

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

	全体	専業主婦					有職主婦				
		～29歳	30代	40代	50代	60代以上	～29歳	30代	40代	50代	60代以上
2000年	3.3	3.5		4.0	3.0	2.7	3.6		4.0	3.2	2.8
1999年	3.5	3.9		4.4	3.5	2.9	3.7		3.9	4.1	4.0
1998年	3.5	3.8		4.1	3.3	3.0	3.8		4.4	3.2	3.0
1997年	3.6	3.8		4.4	3.5	3.0	3.9		4.2	3.5	3.2
1996年	3.5	3.8		4.4	3.3	2.8	3.7		4.2	3.4	3.0
1995年	3.6	3.9		4.4	3.4	2.9	4.0		4.1	3.3	3.1
1994年	3.8	3.6	4.5	4.7	3.3		3.0	4.3	4.3	3.6	
1993年	3.6	3.3	4.3	4.2	3.1		2.6	3.9	4.1	3.3	
1992年	3.6	3.4	4.5	4.3	3.2		2.6	4.1	3.9	3.2	
1991年	3.6	3.4	4.2	4.2	3.2		2.7	4.0	4.1	3.3	
1990年	3.9	3.6	4.7	4.1	3.4		2.9	4.2	4.4	3.3	
1989年	3.6	3.8	4.2	4.0	3.1		2.7	4.0	3.7	3.3	
1988年	3.6	3.6	4.2	4.2	2.9		2.7	4.2	3.8	3.1	
1987年	4.0	4.2	4.7	4.8	3.4		2.6	4.9	4.2	3.4	

(ℓ/週)

同居家族人数	3.7	4.2	4.4	3.6	3.2	4.4	4.4	3.5	3.0
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

(2000年)

(人)

家族構成別にみると、家族人数に比例して購入頻度・購入量ともに多くなる傾向は変わらない。1999年に比べると、購入頻度が夫婦2人で、わずかに増加している。

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

	全 体	単身・他	夫婦2人	4人以内	5人以上
2000年	12.0	8.3	11.1	11.3	14.5
1999年	12.4	8.5	10.6	12.1	15.1
1998年	12.4	6.8	10.5	12.2	15.5
1997年	13.3	7.2	11.9	13.1	15.9
1996年	13.0	7.5	10.4	12.8	15.6
1995年	13.4	8.3	11.5	12.9	15.9
1994年	14.6	7.3	12.3	14.3	17.5
1993年	14.2	10.5	12.1	13.6	16.6
1992年	14.2	7.5	11.9	13.7	16.9
1991年	14.7	8.6	12.2	14.4	17.2
1990年	15.2	9.2	13.3	14.3	18.1
1989年	14.7	8.5	13.1	14.0	17.1
1988年	15.1	8.1	12.3	14.3	17.9
1987年	14.3	7.8	11.7	13.8	16.8

(回/月)

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

	全 体	単身・他	夫婦2人	4人以内	5人以上
2000年	3.3	1.3	2.2	3.1	4.7
1999年	3.5	1.5	2.3	3.4	4.8
1998年	3.5	1.3	2.3	3.3	5.1
1997年	3.6	1.6	2.5	3.5	5.0
1996年	3.5	1.4	2.2	3.4	4.8
1995年	3.6	1.5	2.3	3.5	4.8
1994年	3.8	1.6	2.5	3.7	5.0
1993年	3.6	1.9	2.5	3.5	4.7
1992年	3.6	1.6	2.3	3.6	4.7
1991年	3.6	1.6	2.5	3.5	4.6
1990年	3.9	1.9	2.8	3.6	4.9
1989年	3.6	1.4	2.5	3.4	4.5
1988年	3.6	1.3	2.4	3.4	4.4
1987年	4.0	1.8	2.8	3.8	5.0

(ℓ/週)

購入量を家族人数で割り、家族1人あたりの平均購入量を出してみた。1週間あたり1人あたりは892ml、1日あたりにすると127mlである。対象者の回答から集計した「1人あたりの白もの牛乳類飲用量」(136ml)を9ml下回る。

図表Ⅱ－7 1世帯1人あたりの平均白もの牛乳類購入量(平均値)

	2000年
A 1世帯1週間あたりの購入量	3.3ℓ
B 1世帯あたりの家族人数	3.7人
C 1世帯1人あたりの1週間購入量(A/B)	892ml
D 1世帯あたりの1日の購入量(C×1/7)	127ml
E 1人1日あたりの飲用量	136ml

地域・都市規模別に、購入頻度及び購入量を下にまとめた。

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

	全体	地域別								都市規模別				
		北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州	13大都市	15万以上の市	5万以上	5万未満の市	郡部
2000年	12.0	10.6	13.0	11.6	12.0	12.4	11.9	14.3	12.1	11.2	11.5	12.3	12.2	13.2
1999年	12.4	10.0	11.9	12.1	12.5	13.3	13.1	14.1	12.8	12.1	12.1	12.7	12.2	13.0
1998年	12.4	11.4	11.3	11.8	12.8	13.7	12.1	14.4	13.0	11.8	12.1	12.5	14.5	12.7
1997年	13.3	11.7	13.6	12.7	14.1	13.8	13.7	15.4	12.9	12.7	12.7	13.7	13.0	14.4
1996年	13.0	11.0	14.1	12.8	12.6	12.8	12.5	15.5	14.0	13.0	12.9	12.4	13.3	13.5
1995年	13.4	10.1	14.7	12.9	14.3	13.5	12.9	15.3	13.6	12.9	13.3	13.5	13.8	13.8
1994年	14.6	11.9	17.4	13.7	15.1	15.2	15.7	14.7	14.8	14.5	14.0	14.2	16.4	15.5
1993年	14.2	12.3	13.8	13.5	14.7	14.6	13.9	13.2	14.6	13.8	14.0	14.1	13.9	14.8
1992年	14.2	10.6	14.5	14.0	14.4	15.5	13.8	12.4	14.3	13.7	14.3	14.0	14.2	14.5
1991年	14.7	11.5	14.1	14.6	15.0	15.5	15.7	13.7	14.9	14.7	14.4	14.0	15.4	15.4
1990年	15.2	11.7	16.4	14.5	13.3	16.0	15.5	14.6	15.2	15.3	15.0	14.6	15.6	15.9
1989年	14.7	12.8	15.3	13.9	15.2	15.8	15.2	13.1	14.2	14.2	14.1	15.1	15.1	15.4
1988年	15.1	12.5	14.2	14.7	15.7	15.6	16.7	16.4	15.2	14.9	14.5	15.0	16.0	15.9
1987年	14.3	11.1	13.7	13.8	15.1	14.9	15.1	16.5	14.3	14.0	13.8	14.0	14.4	15.5

(回/月)

同居家族人数	3.7	3.2	4.0	3.7	4.0	3.5	3.6	3.3	3.6	3.4	3.6	3.7	3.6	4.1	(人:2000年)
1人あたりの購入頻度	3.2	3.3	3.3	3.1	3.0	3.5	3.3	4.3	3.4	3.3	3.2	3.3	3.4	3.2	(回:2000年)

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

	全体	地域別								都市規模別				
		北海道	東北	関東・甲信	東海・北陸	近畿	中国	四国	九州	13大都市	15万以上の市	5万以上	5万未満の市	郡部
2000年	3.3	2.7	3.6	3.5	3.2	3.2	3.1	3.0	3.1	3.2	3.2	3.4	3.1	3.4
1999年	3.5	3.4	3.6	3.6	3.4	3.5	3.3	3.3	3.5	3.5	3.5	3.5	3.7	3.6
1998年	3.5	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.6	3.4	3.3	3.3	3.4	3.5	3.7	3.6
1997年	3.6	3.5	3.8	3.6	3.6	3.7	3.6	3.6	3.3	3.5	3.5	3.7	3.7	3.7
1996年	3.5	3.2	3.7	3.7	3.4	3.3	3.3	3.5	3.6	3.7	3.4	3.5	3.3	3.6
1995年	3.6	2.8	4.0	3.8	3.6	3.6	3.2	3.1	3.3	3.7	3.7	3.6	3.3	3.5
1994年	3.8	3.6	4.4	3.8	3.8	3.8	4.1	3.5	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	4.0
1993年	3.6	3.6	3.6	3.7	3.6	3.5	3.5	3.9	3.5	3.6	3.6	3.7	3.5	3.8
1992年	3.6	3.2	3.6	3.9	3.6	3.7	3.4	3.1	3.5	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5
1991年	3.6	3.1	3.7	4.0	3.5	3.5	3.4	3.2	3.4	3.7	3.7	3.5	3.7	3.6
1990年	3.9	3.3	4.1	4.1	3.8	3.6	3.8	3.8	3.7	3.8	3.9	3.8	3.7	4.0
1989年	3.6	3.2	3.8	3.7	3.5	3.6	3.5	3.9	3.3	3.6	3.5	3.7	3.6	3.5
1988年	3.6	3.4	3.4	3.8	3.4	3.6	3.6	3.0	3.4	3.7	3.5	3.5	3.7	3.5
1987年	4.0	3.2	3.8	4.2	4.2	4.1	3.6	4.9	4.0	4.0	4.2	3.9	3.8	4.1

(L/週)

同居家族人数	3.7	3.2	4.0	3.7	4.0	3.5	3.6	3.3	3.6	3.4	3.6	3.7	3.6	4.1	(人:2000年)
1人あたりの購入量	0.89	0.84	0.90	0.95	0.80	0.91	0.86	0.91	0.86	0.94	0.89	0.92	0.86	0.83	(L:2000年)

2000年の結果を属性別にまとめた。

専業主婦と有職主婦を比べると、平均購入頻度、平均購入量ともにわずかに有職主婦が多い。主婦年齢別にみると、40代主婦が購入頻度、購入量ともに多くなっている。

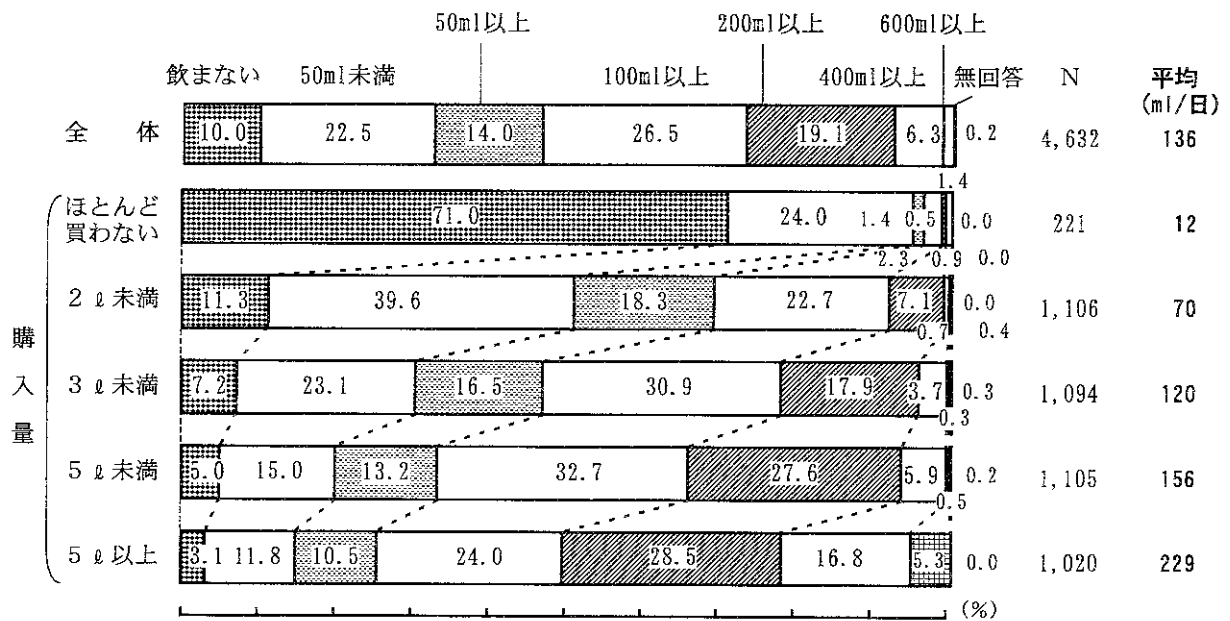
図表Ⅱ-10 主婦職業・年齢別

1世帯あたりの平均白もの牛乳類購入頻度と平均白もの牛乳類購入量（平均値）

		N	平均購入頻度 (回/月)	1週間の 牛乳購入量 (ℓ/週)	同居家族人数 (人)	世帯員1人あたりの 1週間の牛乳購 入量 (ml/週)
全 体		4,632	12.0	3.3	3.7	892
主婦職業	専業主婦	2,052	12.2	3.3	3.7	892
	有職主婦：計	2,204	12.4	3.5	4.0	875
	単身・その他	362	9.3	2.0	1.9	1053
主婦年齢	30代以下	935	10.6	3.3	4.0	825
	40代	1,325	13.1	3.9	4.4	886
	50代	1,341	11.8	3.1	3.4	912
	60代以上	1,026	12.3	2.7	2.8	964

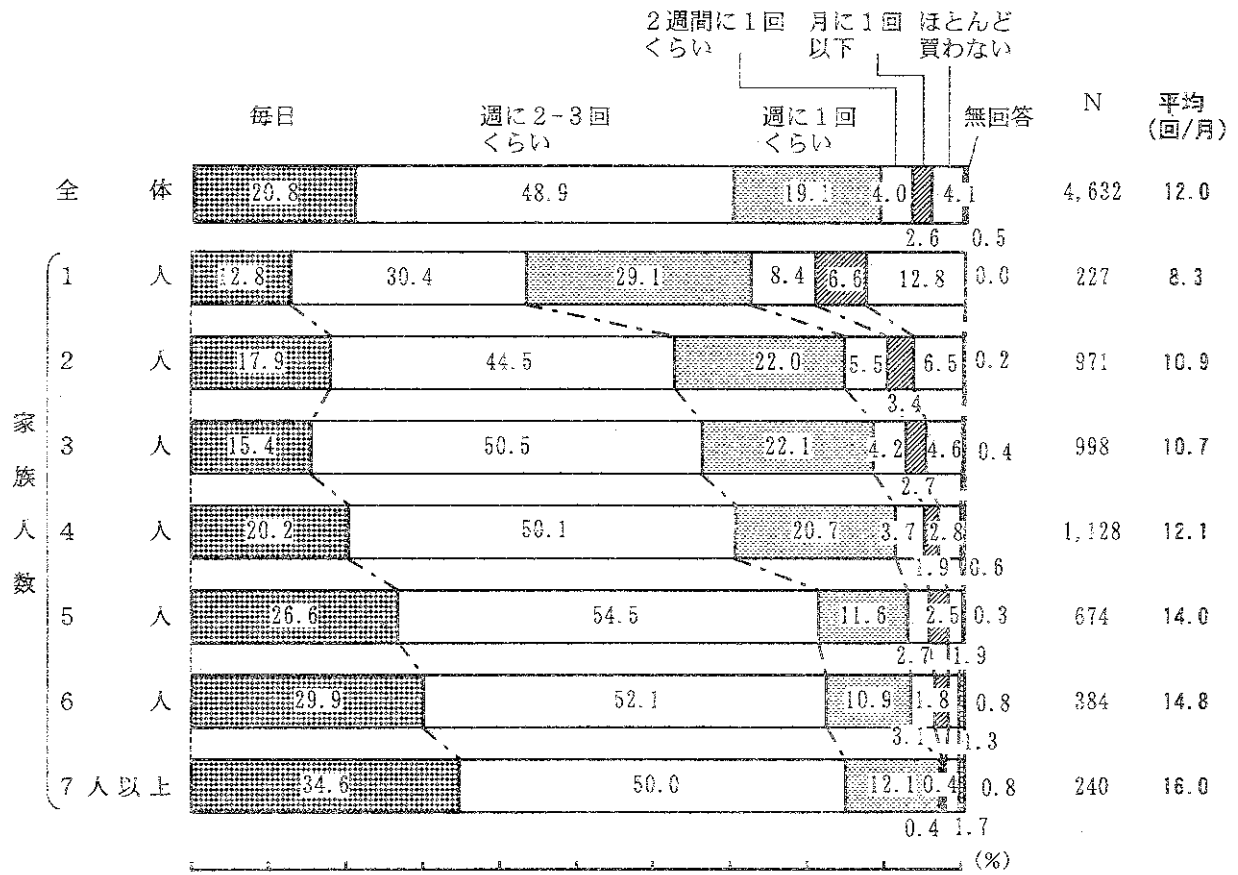
参考までに、白もの牛乳類の購入量と個人飲用量との関係を見てみよう。世帯購入量が多ければ当然のことながら個人飲用量も多くなっている。

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



白もの牛乳類の購入頻度と家族人数との関係を見た。

図表Ⅱ-12 家族人数別 白もの牛乳類の購入頻度



## 2. 白もの牛乳類の種類別購入量

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

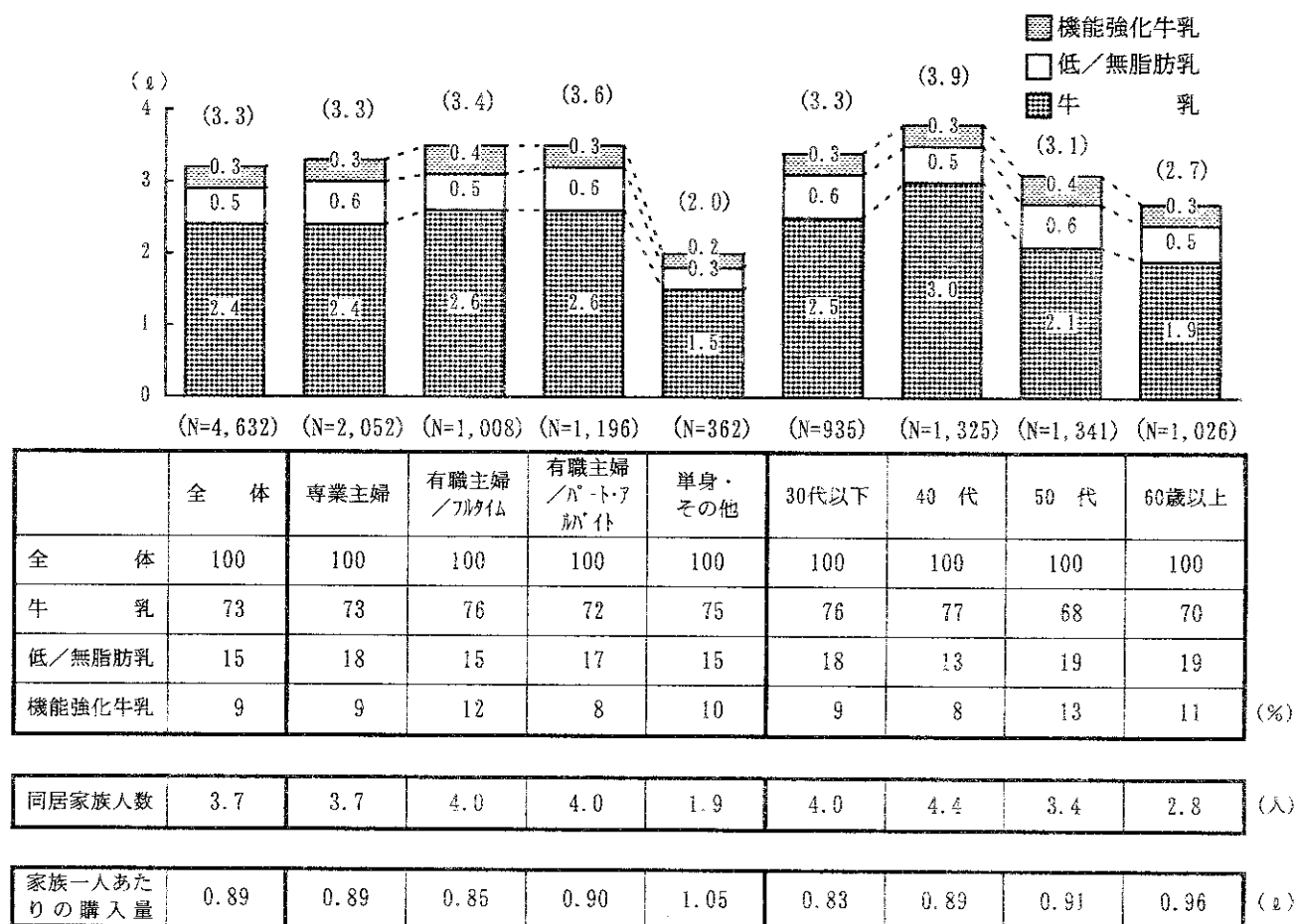
1週間あたりの平均購入量は、「牛乳」が2.4ℓ、「低脂肪乳／無脂肪乳」が0.5ℓ、「機能強化牛乳」が0.3ℓである。購入量の平均値から白もの牛乳類全体に占める割合をみると、「牛乳」が73%、「低脂肪乳／無脂肪乳」が15%、「機能強化牛乳」が9%である。

個人での飲料割合は（図表Ⅰ-21）、「牛乳」69%、「低脂肪乳／無脂肪乳」18%、「機能強化牛乳」13%となっており、世帯での種類別購入量の割合とおおむね符合しているといえる。

主婦職業別では、「牛乳」の占める割合は有職主婦（フルタイム）でやや高く、「低脂肪乳／無脂肪乳」は専業主婦と有職主婦（パートタイム）でやや高い。「機能強化牛乳」についても有職主婦（フルタイム）でやや高い。

主婦年齢別にみると、「牛乳」は30代以下、40代、「機能強化牛乳」は50代でそれぞれ割合が高くなっている。

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



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

\* 表についても同様のことがいえる。

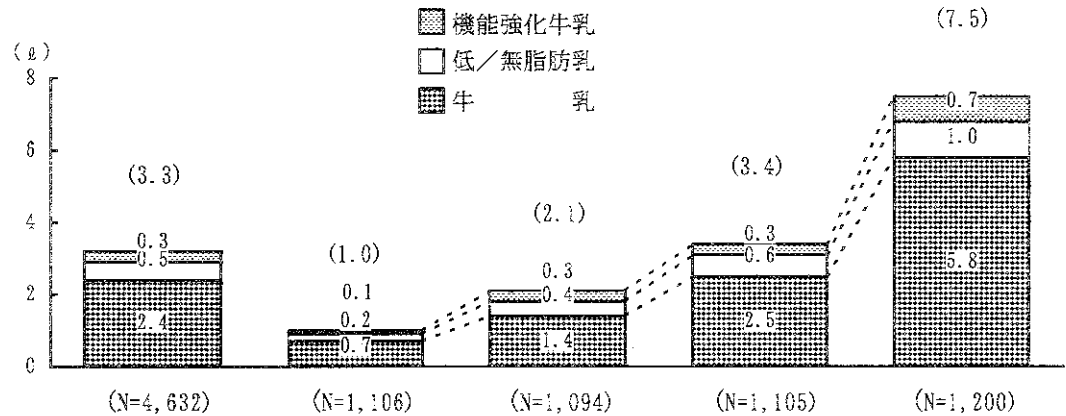


白もの牛乳類の購入量別に種類をみていくと、購入量の多少にかかわらず「牛乳」「低脂肪乳／無脂肪乳」「機能強化牛乳」など多様な白もの牛乳類が購入されている。

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

図表Ⅱ-14 白もの牛乳類購入量別

1世帯1週間あたりの牛乳・低／無脂肪乳・機能強化牛乳の購入量とその割合



	全 体	2 ℓ 未満	3 ℓ 未満	5 ℓ 未満	5 ℓ 以上	
全 体	100	100	100	100	100	
牛 乳	73	70	67	74	77	
低 / 無 脂 肪 乳	15	20	19	18	13	
機 能 強 化 牛 乳	9	10	14	9	9	(%)
同 居 家 族 人 数	3.7	3.0	3.5	3.9	4.6	(人)
家 族 一 人 あ た り の 購 入 量	0.89	0.33	0.60	0.87	1.63	(ℓ)

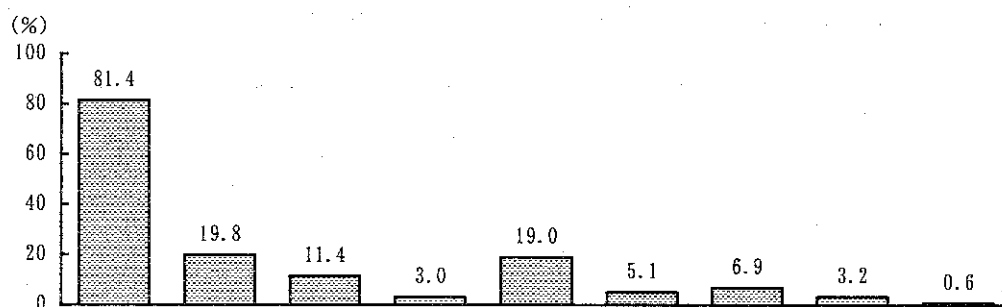
### 3. 白もの牛乳類の購入場所

#### 1) ふだん利用する場所

白もの牛乳類をどのような場所で購入しているかを聞いた。ふだん利用しているのは（複数回答）、「スーパーへ買いに行く」が 81%と最も多い。その他、「コンビニへ買いに行く」（20%）、「牛乳販売店からの宅配」（19%）、「生協へ買いに行く」（11%）などが比較的多くなっている。

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

図表Ⅱ-15 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所（MA）



	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他の店(自販機を含む)へ買いに行く	牛乳販売店からの宅配	共同購入	生協、スーパー、コンビニエンスストアなどからの宅配	白もの牛乳類を購入しない	無回答
全体	4,632	81.4	19.8	11.4	3.0	19.0	5.1	6.9	3.2	0.6
【主婦職業別】										
専業主婦	2,052	81.2	17.2	12.3	3.0	19.7	5.7	7.4	3.1	0.6
有職主婦(計)	2,204	83.7	20.9	11.3	2.9	18.9	5.3	7.1	2.5	0.3
フルタイム	1,008	82.1	21.0	9.7	3.1	22.5	4.3	6.4	2.7	0.3
パート・アルバイト	1,196	85.0	20.8	12.5	2.8	15.8	6.1	7.6	2.4	0.3
単身・その他	362	69.6	26.8	6.9	3.6	15.5	0.6	2.8	8.0	1.4
【主婦年齢別】										
30代以下	935	85.8	27.5	11.9	2.2	12.4	6.5	8.3	3.0	0.0
40代	1,325	85.7	21.6	13.7	3.5	18.6	7.6	9.8	1.5	0.5
50代	1,341	80.0	18.0	11.3	2.3	20.1	3.4	5.1	4.0	0.4
60代以上	1,026	73.8	12.8	8.2	4.1	24.0	2.5	3.9	4.5	1.3

白もの牛乳類を購入するのにふだん利用している場所を、都市規模別にみると、いずれにおいても「スーパーへ買いに行く」が最も多いが、郡部ではやや少なくなっている。「コンビニへ買いに行く」「生協へ買いに行く」のは「13大都市」「15万以上の市」といった都市規模が大きいところに多い。一方、「牛乳販売店からの宅配」は「5万以上の市」「5万未満の市」「郡部」で比較的多く利用されている。

地域別にみると、「スーパーへ買いに行く」が最も多いのはいずれの地域でも同じである。特に、近畿、関東・甲信に多い。「コンビニへ買いに行く」のが多いのは関東・甲信と北海道である。これらの地域は「牛乳販売店からの宅配」が他の地域に比べ少ない。「生協へ買いに行く」のは北海道、東北、四国に多い。このほか、九州では「生協・スーパー等からの宅配」が他の地域に比べやや多くなっている。

図表Ⅱ-16 都市規模・地域別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所（MA）

	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	含む）へ買いに行く その他の店（自販機を	牛乳販売店からの宅配	共同購入	生協、スーパー、コンビニエンスストアなどの宅配	白もの牛乳類を購入しない	無回答
全 体	4,632	81.4	19.8	11.4	3.0	19.0	5.1	6.9	3.2	0.6
【都市規模別】										
13大都市	908	82.5	27.1	13.0	3.5	12.4	5.5	6.6	3.9	0.0
15万以上市	1,423	82.6	20.7	13.8	2.3	16.0	6.0	6.7	3.1	0.4
5万以上市	920	82.2	19.2	11.8	2.6	20.1	5.3	7.1	2.9	0.5
5万未満市	296	80.1	11.1	10.5	3.4	19.5	2.4	7.1	3.4	1.4
郡 部	1,085	78.7	15.2	6.7	3.8	27.2	3.9	7.0	2.9	1.1
【地域別】										
北 海 道	200	75.5	23.5	27.0	4.0	10.0	7.0	5.5	4.5	1.0
東 北	376	79.5	14.4	16.8	5.1	21.8	4.3	3.2	2.7	0.8
関東・甲信越	1,501	83.5	28.1	9.9	3.3	14.8	5.6	8.3	3.3	0.1
東海・北陸	812	79.7	18.6	8.6	1.7	23.9	4.8	5.7	4.2	0.7
近 畿	737	84.8	14.5	12.3	3.5	18.2	4.2	6.4	1.6	1.2
中 国	321	77.9	10.6	6.9	2.2	24.0	6.9	5.0	2.8	0.3
西 国	172	79.7	9.9	15.7	2.9	27.3	4.1	5.8	6.4	0.6
九州(除く沖縄)	513	79.5	16.4	9.9	2.1	19.9	4.1	9.9	2.5	0.4

白もの牛乳類を購入するのにふだん利用している場所と購入頻度との関係のみた。

購入頻度の多少にかかわらず、「スーパーへ買いに行く」が最も多い。ただし、「毎日」購入する世帯では、「スーパーへ買いに行く」の比率がやや下がり、「牛乳販売店からの宅配」が47%とかなり多くなる。「コンビニへ買いに行く」のは、購入頻度が「2週間に1回くらい」と「週に2～3回くらい」の世帯でやや多くなっている。

図表Ⅱ-17 購入頻度別 白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所（MA）

	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他の店（自販機を含む）へ買いに行く	牛乳販売店からの宅配	共同購入	生協、スーパー、コンビニエンスストアなどからの宅配	白もの牛乳類を購入しない	無回答
全体	4,632	81.4	19.8	11.4	3.0	19.0	5.1	6.9	3.2	0.6
【購入頻度別】										
毎日	963	72.9	18.4	10.8	3.6	46.8	3.2	5.5	0.1	0.7
週に2～3回くらい	2,263	87.8	21.6	14.4	2.9	15.8	6.3	7.7	0.1	0.3
週に1回くらい	885	84.7	19.9	8.9	3.1	6.7	6.6	8.8	0.0	0.1
2週間に1回くらい	187	93.6	25.1	3.2	4.8	1.1	1.1	1.6	1.1	0.5
月に1回以下	121	88.4	16.5	6.6	3.3	0.8	0.0	3.3	2.5	0.8
ほとんどの買いわない	192	20.8	3.1	1.0	0.0	1.6	0.5	0.5	71.9	3.6

白もの牛乳類の購入場所と、世帯あたりの週の購入量との関係のみた。購入量にかかわらず「スーパーへ買いに行く」が最も多い。

図表Ⅱ-18 世帯あたりの週の購入量と白もの牛乳類の購入場所：ふだん利用する場所（MA）

	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他の店（自販機を含む）へ買いに行く	牛乳販売店からの宅配	共同購入	生協、スーパー、コンビニエンスストアなどからの宅配	白もの牛乳類を購入しない	無回答
全体	4,632	81.4	19.8	11.4	3.0	19.0	5.1	6.9	3.2	0.6
【購入頻度別】										
ほとんどの買いわない	221	32.1	5.0	2.3	0.0	0.5	0.5	1.4	62.9	1.8
2ℓ未満	1,106	76.9	19.1	7.1	2.8	22.7	2.4	4.6	0.2	0.6
3ℓ未満	1,094	84.3	19.9	11.6	3.6	18.3	5.5	6.5	0.1	0.2
5ℓ未満	1,105	87.6	18.7	11.9	2.4	21.3	5.4	8.1	0.0	0.5
5ℓ以上	1,020	87.8	25.0	17.6	4.2	17.3	8.4	9.8	0.2	0.3

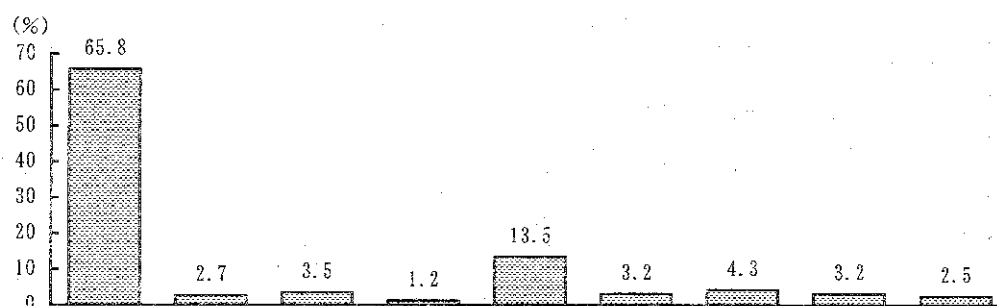
## 2) 主に利用する場所

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

主婦年齢別にみると、「スーパーへ買いに行く」が各年代とも最も多くなっているが、若い年代ほどウエートが大きくなり、30代以下の主婦と60代以上の主婦では、10ポイントの差がみられる。一方、「牛乳販売店からの宅配」については、上の年代ほどウエートが大きくなり、60代以上の主婦では約2割を占めるが、30代以下の主婦では少なくその差は12ポイントにおよぶ。

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

図表Ⅱ-19 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：主に利用する場所



	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	その他の店(自販機を含む)へ買いに行く	牛乳販売店からの宅配	共同購入	生協、スーパー、コンビニエンスストアなどからの宅配	白もの牛乳類を購入しない	無回答
全 体	4,632	65.8	2.7	3.5	1.2	13.5	3.2	4.3	3.2	2.5
【主婦職業別】										
専業主婦	2,052	65.7	1.2	3.7	1.2	14.0	3.9	4.5	3.1	2.8
有職主婦(計)	2,204	67.5	2.6	3.4	1.0	13.1	3.1	4.4	2.5	2.2
フルタイム	1,008	64.0	2.8	3.3	1.1	16.7	2.8	4.4	2.7	2.4
パート・アルバイト	1,196	70.5	2.5	3.5	1.0	10.1	3.4	4.4	2.4	2.1
単身・その他	362	56.9	11.9	3.0	1.7	13.3	0.3	2.2	8.0	2.8
【主婦年齢別】										
30代以下	935	70.8	4.8	3.0	0.6	7.2	4.3	5.1	3.0	1.2
40代	1,325	66.7	2.0	3.5	1.1	12.1	4.7	6.1	1.5	2.3
50代	1,341	65.6	2.5	4.0	0.9	14.8	2.2	2.9	4.0	3.1
60代以上	1,026	60.5	2.1	3.3	2.2	19.4	1.9	2.7	4.5	3.3

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

地域別では、いずれの地域でも「スーパーへ買いに行く」が最も多い。特に、近畿、関東・甲信で多い。北海道と関東・甲信では「牛乳販売店からの宅配」が他の地域に比べ少なくなっている。

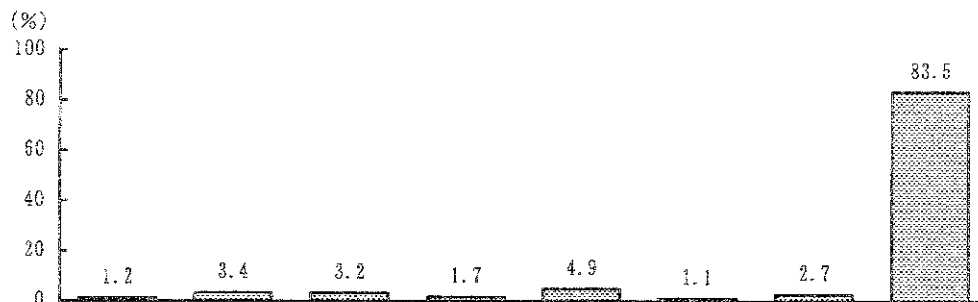
図表Ⅱ-20 都市規模・地域別 白もの牛乳類の購入場所：主に利用する場所

	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	含む）へ買いに行く その他の店（自販機を	牛乳販売店からの宅配	共同購入	からの宅配 コンビニエンスストアなど 生協、スーパー、コン	ない 白もの牛乳類を購入し	無回答
全 体	4,632	65.8	2.7	3.5	1.2	13.5	3.2	4.3	3.2	2.5
【都市規模別】										
13大都市	908	66.9	5.2	4.0	1.2	8.8	3.6	4.3	3.9	2.2
15万以上市	1,423	67.0	3.3	3.7	0.9	11.6	3.8	4.4	3.1	2.3
5万以上市	920	67.8	2.3	3.7	0.7	13.7	3.3	3.8	2.9	1.8
5万未満市	296	67.2	1.0	4.4	1.0	12.5	1.7	5.7	3.4	3.0
郡 部	1,085	61.5	0.8	2.5	2.0	20.0	2.6	4.1	2.9	3.6
【地 域 別】										
北 海 道	200	59.0	2.5	13.5	1.0	7.0	5.5	3.0	4.5	4.0
東 北	376	61.4	3.2	5.6	2.9	17.0	2.7	1.3	2.7	3.2
関東・甲信越	1,501	68.1	4.1	2.9	1.0	10.1	3.5	5.3	3.3	1.7
東海・北陸	812	64.8	2.2	1.8	0.9	16.3	3.3	3.7	4.2	2.8
近 畿	737	70.3	1.5	3.8	1.4	12.1	2.4	3.7	1.6	3.3
中 国	321	64.2	1.2	2.2	1.2	17.4	5.0	3.4	2.8	2.5
四 国	172	64.0	1.2	1.2	1.2	19.2	1.2	2.9	6.4	2.9
九州(除く沖縄)	513	62.2	2.7	3.7	0.8	16.6	2.5	6.4	2.5	2.5

### 3) 今後新たに利用したい場所

白もの牛乳類を購入するのに今後新たに利用したい場所を聞いてみたが（複数回答）、最も多い「牛乳販売店」で4.9%、以下「コンビニエンスストアへ買いに行く」（3.4%）、「生協へ買いに行く」（3.2%）、「生協・スーパー等からの宅配」（2.7%）となっており、いずれも低い比率にとどまる。全体の8割以上は「なし／無回答」としている。

図表Ⅱ-21 主婦職業・年齢別 白もの牛乳類の購入場所：今後新たに利用したい場所（MA）



	N	スーパーへ買いに行く	コンビニエンスストアへ買いに行く	生協へ買いに行く	含む)へ買いに行く)	牛乳販売店からの宅配	共同購入	からの宅配	なし・無回答
全 体	4,632	1.2	3.4	3.2	1.7	4.9	1.1	2.7	83.5
【主婦職業別】									
専業主婦	2,052	1.2	3.2	2.8	1.5	4.3	1.4	2.6	84.4
有職主婦(計)	2,204	1.1	3.9	3.7	1.5	5.4	1.0	2.7	82.6
フルタイム	1,008	1.0	3.0	3.6	1.3	5.9	1.3	2.9	83.2
パート・アルバイト	1,196	1.2	4.6	3.8	1.8	4.9	0.8	2.6	82.0
単身・その他	362	1.4	1.9	1.9	3.0	5.5	0.6	3.0	84.5
【主婦年齢別】									
30代以下	935	1.1	2.9	3.9	2.0	7.3	1.6	3.4	79.5
40代	1,325	1.2	3.9	3.6	1.8	5.1	1.7	2.9	82.1
50代	1,341	1.4	3.7	3.4	1.3	4.0	0.7	2.3	84.4
60代以上	1,026	0.9	2.9	1.6	1.7	3.7	0.7	2.1	87.8

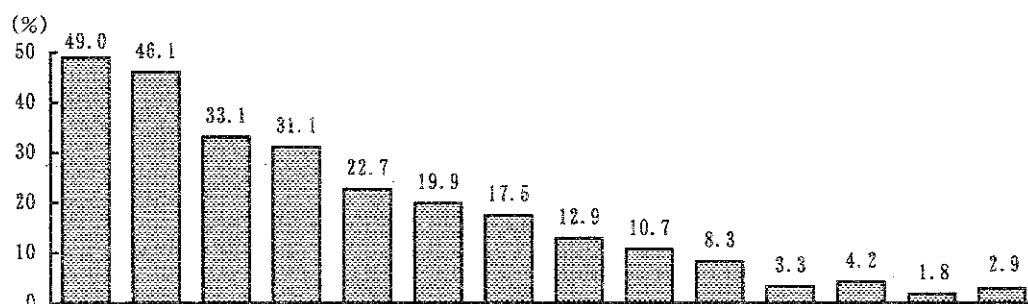
#### 4) 宅配の利用理由

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

全体では、「定期的に配達してくれる」が49%と最も多く、次いで「買い出し不要で便利」(46%)が多くあげられている。その他、「新鮮なものが手に入る」(33%)、「ビン牛乳はおいしい」(31%)、「店のものよりも品質が良い」(23%)、「他のものと一緒に配達」(20%)、「特定の牛乳が手に入る」(18%)などが多くなっている。

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

図表Ⅱ-22 主婦職業・年齢別 宅配の利用理由 (MA) (宅配利用者ベース)



	N	定期的に配達してくれる	買い出し不要で便利	新鮮なものが手に入る	ビン牛乳はおいしい	店のものよりも品質が良い	他のものと一緒に配達	特定の牛乳が手に入る	牛乳は重い	好きな銘柄の牛乳が手に入る	近所のお付き合い、知人に誘われて	牛乳を売っている店が近くにない	その他	特に理由はない	無回答	
該当者	1,346	49.0	46.1	33.1	31.1	22.7	19.9	17.5	12.9	10.7	8.3	3.3	4.2	1.8	2.9	
【主婦職業別】																
専業主婦	640	49.1	44.2	33.8	30.8	22.8	21.4	19.5	14.4	11.6	8.4	3.9	4.2	1.4	3.3	
有職主婦(計)	638	49.7	46.9	33.1	30.7	22.6	19.7	15.7	11.6	9.9	8.5	2.5	4.2	1.9	2.5	
フルタイム	314	51.9	54.5	35.0	31.5	18.2	16.9	14.3	10.5	9.2	9.9	3.2	3.2	2.2	2.9	
パート・アルバイト	324	47.5	39.5	31.2	29.9	26.9	22.5	17.0	12.7	10.5	7.1	1.9	5.2	1.5	2.2	
単身・その他	67	41.8	58.2	26.9	38.8	23.9	7.5	13.4	11.9	10.4	5.0	4.5	4.5	4.5	3.0	
【主婦年齢別】																
30代以下	236	52.1	47.5	28.8	25.0	22.0	30.1	12.7	20.3	14.4	5.1	1.7	6.8	1.3	0.8	
40代	437	46.2	41.2	32.7	26.8	23.8	24.7	16.0	14.2	10.1	8.5	1.6	3.9	1.4	3.4	
50代	369	47.2	47.2	34.7	35.5	25.2	14.9	21.1	8.4	7.6	9.8	3.0	3.3	2.4	3.5	
60代以上	303	53.1	51.2	35.3	37.0	18.8	11.2	18.8	10.9	12.5	8.9	7.3	4.0	1.7	3.0	



宅配の利用理由を都市規模別にみると、「牛乳は重い」「店のものよりも品質が良い」などの理由は都市規模が大きくなるほど多くなる。郡部では「買い出し不要で便利」という理由は半数以上であげられ、特に多い。一方、「店のものよりも品質が良い」「他のものと一緒に配達」は他に比べ少ない。「5万以上の市」では、「新鮮なものが手に入る」「ビン牛乳はおいしい」といった品質に関する理由が多くあげられている。

同じく、地域別にみると、「定期的に配達してくれる」「買い出し不要で便利」という理由はいずれの地域でも多くなっているが、「定期的に配達してくれる」は東北で特に多くあげられ、「買い出し不要で便利」は関東・甲信で特に少なくなっている。このほか、「他のものと一緒に配達」は関東・甲信で多い。

図表Ⅱ-23 都市規模・地域別 宅配の利用理由 (MA) (宅配利用者ベース)

	N	定期的に配達してくれる	買い出し不要で便利 買いに行かなくていいの	新鮮なものが手に入る	ビン牛乳はおいしい	店で売っているものよりも品質が良い	他のものと同じように配達してくれる	カルシウム強化牛乳など	特定の牛乳が手に入る	牛乳は重い	好きな銘柄の牛乳が手に入る	近所のお付き合い、知人に誘われて	牛乳を売っている店が近くにない	その他	特に理由はない	無回答
該当者	1,346	49.0	46.1	33.1	31.1	22.7	19.9	17.5	12.9	10.7	8.3	3.3	4.2	1.8	2.9	
【都市規模別】																
13大都市	210	49.5	47.1	34.3	28.5	31.9	29.0	20.0	21.4	15.7	8.6	1.9	5.7	1.9	2.4	
15万以上市	385	50.0	45.1	31.6	32.1	24.1	22.0	18.9	18.1	9.8	5.7	2.6	3.4	1.6	3.5	
5万以上市	283	48.1	40.6	39.2	37.1	25.8	17.0	15.9	12.0	9.5	6.4	3.2	5.3	1.1	3.5	
5万未満市	81	53.1	45.7	35.8	35.8	18.5	19.8	22.2	8.5	14.8	13.5	2.5	3.7	0.0	0.0	
郡部	386	47.7	50.8	29.0	26.2	15.0	15.0	14.8	4.7	8.3	11.1	4.9	3.6	2.8	2.6	
【地域別】																
北海道	43	46.5	48.8	30.2	14.0	13.6	25.5	18.5	20.9	18.6	4.7	4.7	2.3	4.7	4.7	
東北	105	61.0	51.4	38.1	37.1	17.1	12.4	14.3	13.3	5.7	11.4	4.8	2.9	0.0	5.7	
関東・甲信越	405	47.7	41.0	30.6	27.9	24.9	28.9	18.3	13.6	8.1	9.4	3.5	4.7	3.0	2.2	
東海・北陸	261	47.1	49.0	33.0	31.0	18.4	14.2	19.2	9.6	11.5	8.4	4.2	3.4	2.3	2.7	
近畿	197	49.2	47.2	34.0	34.0	26.4	15.7	16.2	15.2	10.2	4.6	0.5	4.1	1.0	2.0	
中国	111	52.3	49.5	38.7	36.9	24.3	19.8	11.7	16.2	14.4	7.2	4.5	3.6	0.0	1.8	
四国	59	57.6	49.2	30.5	37.3	11.9	15.9	20.3	3.4	13.6	15.3	0.0	3.4	0.0	3.4	
九州(除く沖縄)	165	43.0	45.5	33.3	30.3	27.3	16.4	18.8	12.7	13.3	7.3	3.6	6.7	1.2	4.2	

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

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

一方、「共同購入」「生協・スーパー等からの宅配」では、「他のものと一緒に配達」「牛乳は重い」など利便に関する理由が「牛乳販売店からの宅配」に比べ多くなっている。その他、「共同購入」では、「店のものよりも品質が良い」「好きな銘柄の牛乳が手に入る」が比較的多くあげられている。

図表Ⅱ-24 宅配のルート別 宅配の利用理由（MA）（宅配利用者ベース）

	N	定期的に配達してくれる	で便利 買いに行かなくていいの	新鮮なものが手に入る	ビン牛乳はおいしい	も品質が良い 店で売っているものより	達してくれる 他のものといつしよに配	特定の牛乳が手に入る カルシウム強化牛乳など	牛乳は重い	好きな銘柄の牛乳が手に 入る	近所のお付き合い、知人 に誘われて	くれない 牛乳を売っている店が近	そ の 他	特に理由はない	無 回 答
該 当 者	1,346	49.0	46.1	33.1	31.1	22.7	19.9	17.5	12.9	10.7	8.3	3.3	4.2	1.8	2.9
【宅配ルート別】															
牛 乳 販 売 店 か ら の 宅 配	878	53.6	48.1	37.2	45.2	19.4	4.2	24.8	8.7	9.5	10.4	4.0	3.8	1.9	0.7
共 同 購 入	234	43.2	41.0	26.9	9.8	31.6	44.9	3.0	19.2	14.5	5.6	2.6	5.6	1.3	5.6
生協、スーパ ー、コンビニエ ンスストアな どからの宅配	318	42.5	45.6	25.2	9.1	26.4	47.8	6.6	20.8	11.6	4.7	1.9	5.0	2.2	6.6

### III 乳製品について

#### 1. バター／生クリーム（油脂類）の使用実態

##### 1) 油脂類の使い方

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

バターの使い方としては、「パンにぬる」が51%と最も多く、「調理に使う」が48%、「お菓子作りに使う」が24%、「その他」が1%となっている。「使わない」は16%である。

生クリームは「お菓子作りに使う」が35%と多く、「調理に使う」18%、「パンにぬる」が4%となっている。一方、「使わない」とする人は半数近く、47%となっている。

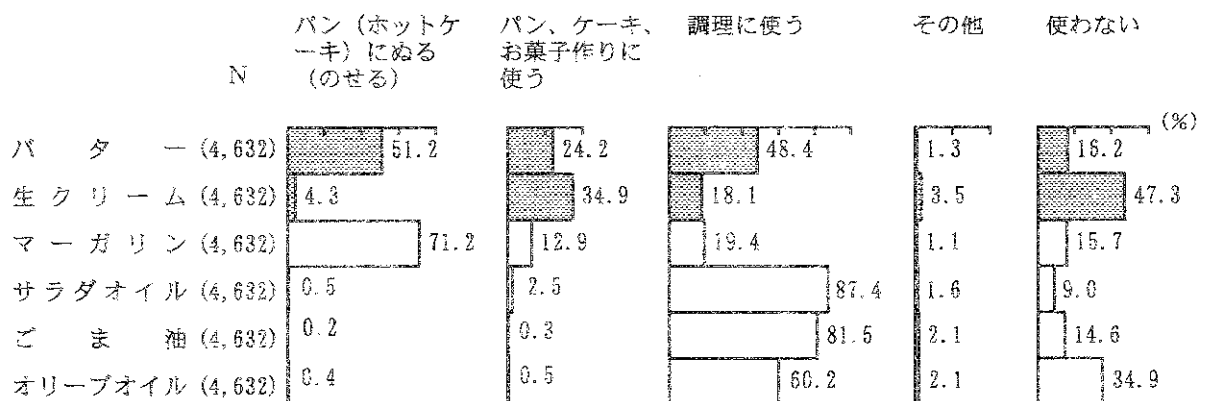
マーガリンは、「パンにぬる」が71%と多い。「調理に使う」が約2割、「お菓子作りに使う」は1割強にとどまる。16%が「使わない」としている。

サラダオイルは、「調理に使う」が87%と多いが、約1割が「使わない」としている。

ごま油は、「調理に使う」が82%と多く、「使わない」という人は15%である。

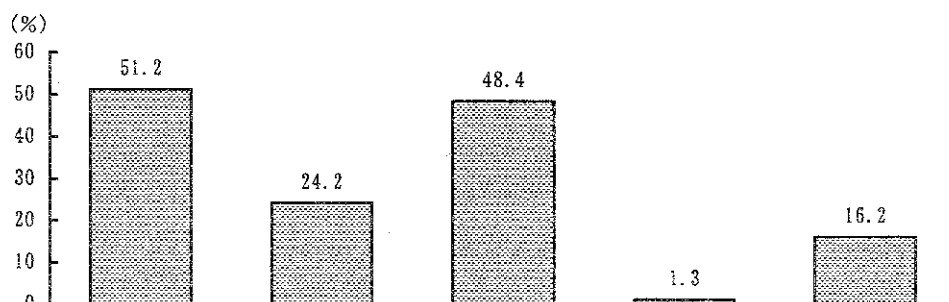
オリーブオイルは、「調理に使う」が60%であり、一方、3人に1人は使わないとしている。

図表Ⅲ-1 油脂類の使用目的 (MA)



バターを使い方を性・年齢別にみると、男性では、いずれの年代でも「パンにぬる」人が多くなっている。一方、女性では、「パンにぬる」人よりも、「調理に使う」人が多くなっている。「お菓子作りに使う」人は3人に1人の割合となっている。「お菓子作りに使う」人は10～30代で多く、「調理に使う」人は30代、40代で多くなっている。

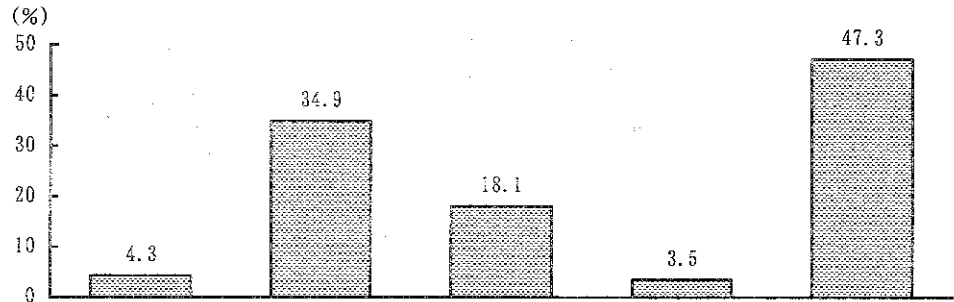
図表Ⅲ-2 性・年齢別 油脂類の使用目的：バター (MA)



	N	パンにぬる(のせる)パン(ホットケーキ)	パン作りに使う(パン、ケーキ、お菓子)	調理に使う	その他	使わない
全 体	4,632	51.2	24.2	48.4	1.3	16.2
【性・年齢別】						
男性・10代	227	55.9	18.9	36.1	2.2	16.7
20代	282	54.6	11.0	39.4	1.8	19.5
30代	290	55.9	11.7	46.6	1.0	13.1
40代	368	53.3	20.9	40.2	3.0	13.3
50代	448	52.7	13.8	35.5	2.2	18.3
60代	354	56.8	8.5	35.0	1.7	18.6
70代以上	215	49.3	10.7	32.6	1.4	24.2
女性・10代	236	51.7	56.8	47.5	1.7	8.9
20代	343	48.4	39.7	56.0	0.9	13.7
30代	337	50.1	45.1	70.6	0.6	7.7
40代	431	51.0	43.9	66.4	0.5	11.8
50代	509	50.3	23.2	61.5	0.8	17.3
60代	328	45.7	19.5	53.0	0.9	18.9
70代以上	264	40.9	10.2	37.5	0.4	29.2
【性 別】						
男 性	2,184	54.1	13.7	38.0	2.0	17.4
女 性	2,448	48.7	33.5	57.8	0.8	15.2

生クリームを使い方を性・年齢別にみると、男女ともに「お菓子作りに使う」人が最も多く、特に女性 10～40 代では半数以上の使用率となっている。「調理に使う」人は女性の 30 代、40 代を中心に多くなっている。また、「使わない」とする人は、男性では半数を超え、女性でも 4 割におよんでいる。

図表Ⅲ-3 性・年齢別 油脂類の使用目的：生クリーム (MA)



	N	パン(ホットケーキ)にぬる(のせる)	作りを使うパン、ケーキ、お菓子	調理に使う	その他	使わない
全 体	4,632	4.3	34.9	18.1	3.5	47.3
【性・年齢別】						
男性・10 代	227	6.2	42.3	14.1	4.4	43.2
20 代	282	7.8	23.0	11.7	6.4	55.7
30 代	290	4.1	27.6	17.2	3.4	51.7
40 代	368	3.3	35.6	14.4	3.5	48.1
50 代	448	1.8	24.3	13.4	5.4	54.9
60 代	354	1.1	16.7	13.6	3.7	61.0
70代以上	215	2.3	12.6	8.8	2.3	68.8
女性・10 代	236	10.2	69.1	17.4	1.7	21.6
20 代	343	7.3	50.7	19.2	2.6	38.2
30 代	337	5.6	52.2	30.0	2.4	31.8
40 代	431	6.5	57.1	30.4	3.7	24.8
50 代	509	2.9	34.4	23.0	2.6	46.8
60 代	328	2.7	24.1	18.0	3.4	55.2
70代以上	264	1.1	14.4	11.0	2.7	69.7
【性 別】						
男 性	2,184	3.5	26.0	13.5	4.3	54.6
女 性	2,448	5.0	42.9	22.2	2.8	40.8

## 2) バターについての意見

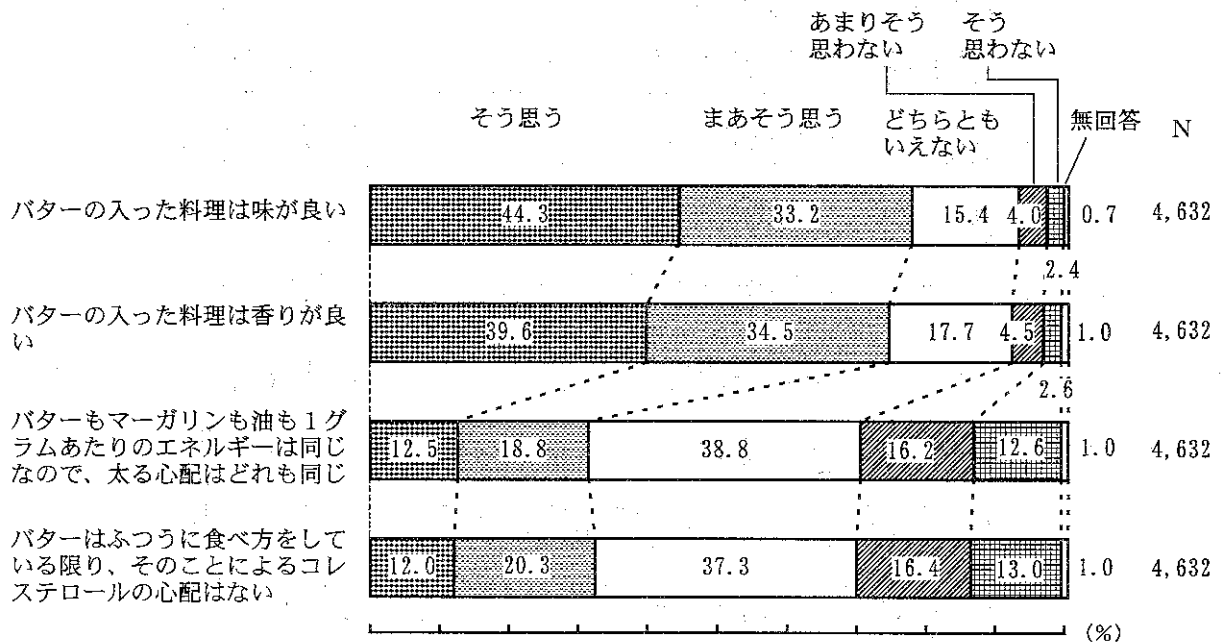
バターに関して4つの意見をあげて、そう思うか、そう思わないかを聞いた。

「バターの入った料理は味が良い」という意見について、「そう思う」という人は44%である。「まあそう思う」という人も含めると、8割近くがこの意見を肯定していることになる。

「バターの入った料理は香りが良い」という意見についても、肯定する人の割合が多い。「そう思う」人は40%、「まあそう思う」人は35%と多くなっている。

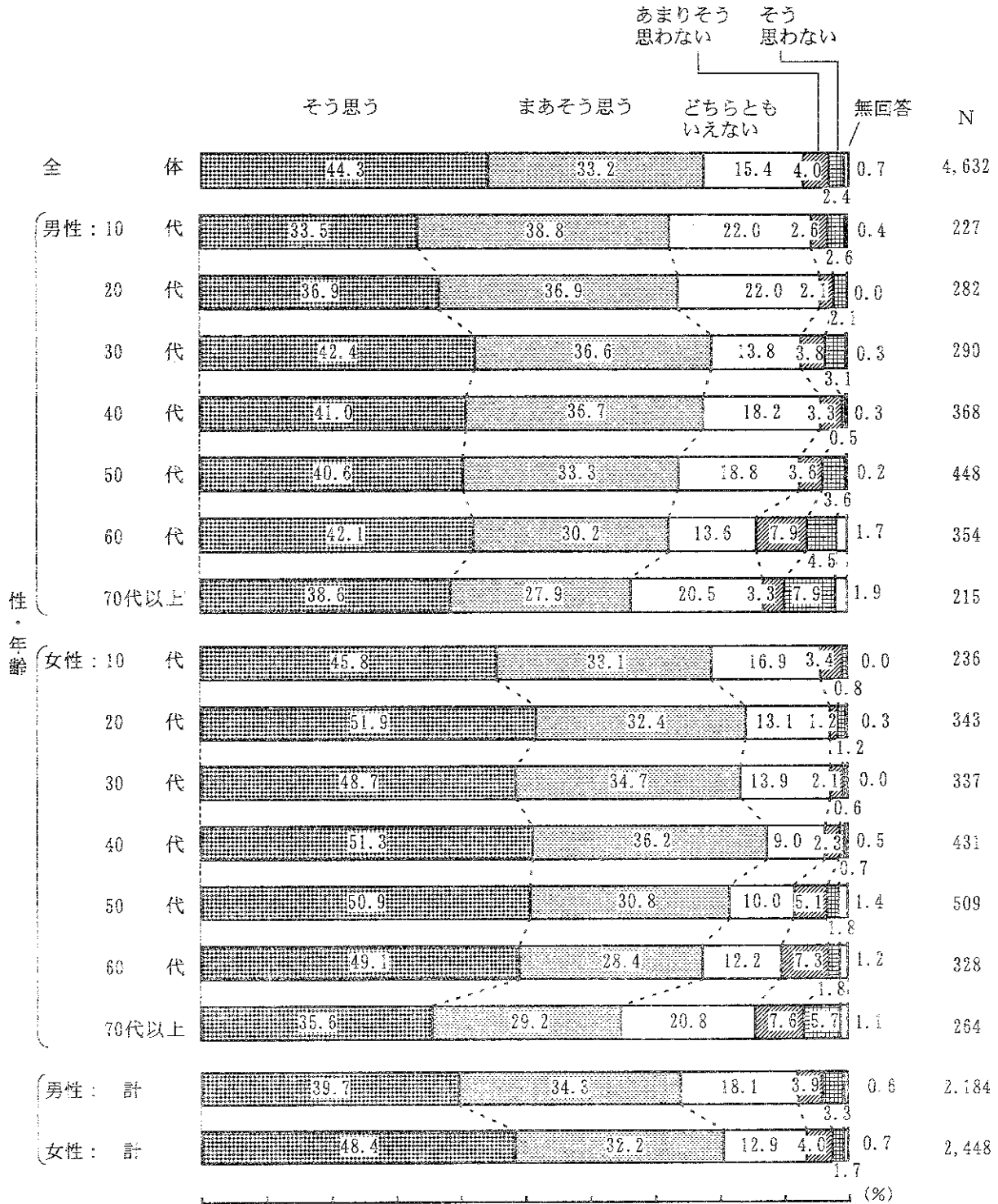
「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのエネルギーは同じなので、太る心配はどれも同じ」「バターはふつうの食べ方をしている限り、そのことによるコレステロールの心配はない」という2つの意見については同様の傾向を示し、それぞれおよそ4割の人が「どちらともいえない」と答えている。否定する人の割合も多く、「そう思わない」「あまりそう思わない」という人を合わせると3割程度となる。

図表Ⅲ-4 バターについての意見



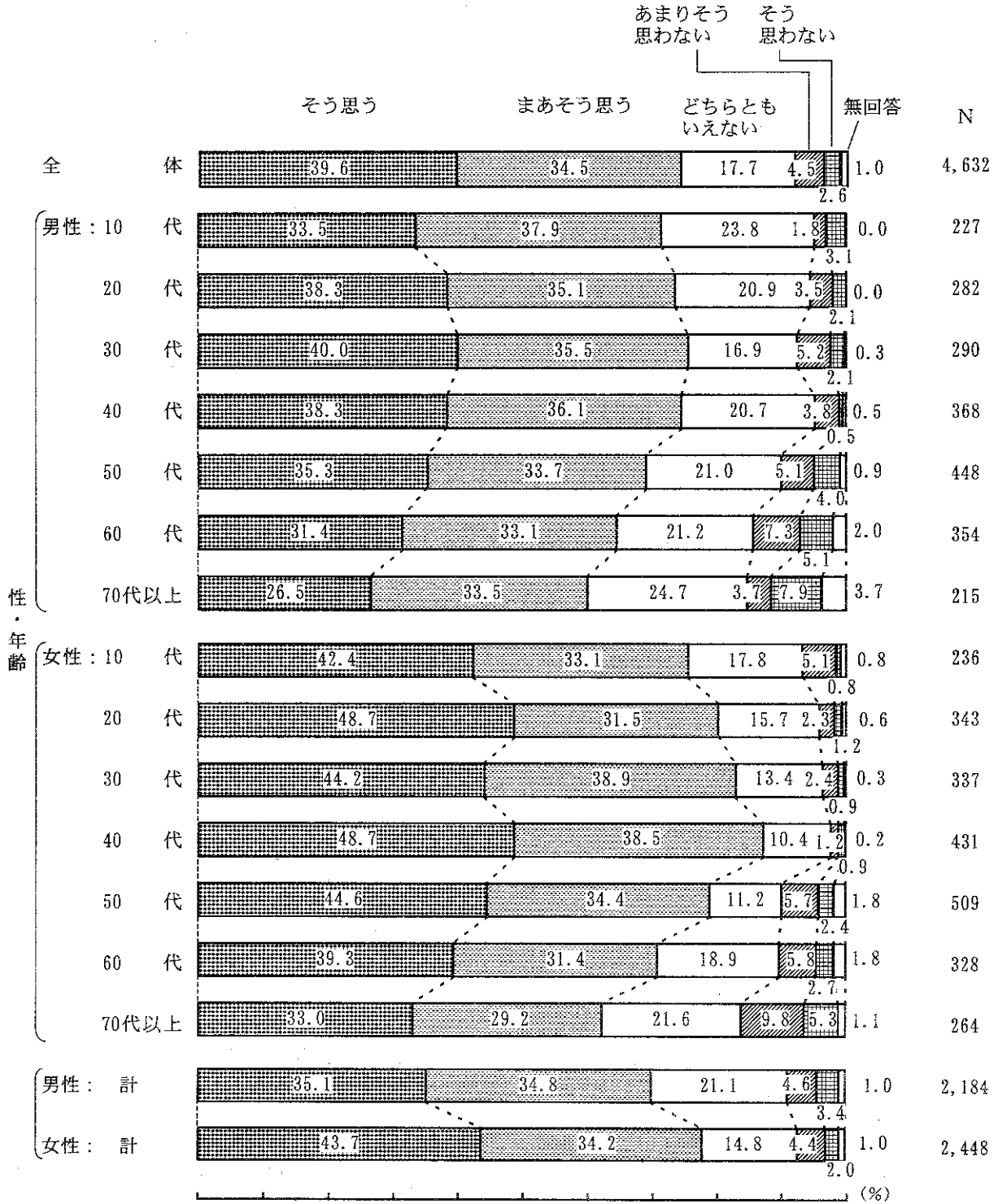
「バターが入った料理は味が良い」という意見について、性・年齢別にみると、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は男性よりも女性で多い。女性の20～50代では8割以上が肯定している。

図表Ⅲ-5 性・年齢別 バターについての意見  
「バターが入った料理は味が良い」



「バターが入った料理は香りが良い」という意見についても、味についての意見と同様、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は女性で多い。女性では、20～40代で8割以上の人が肯定している。

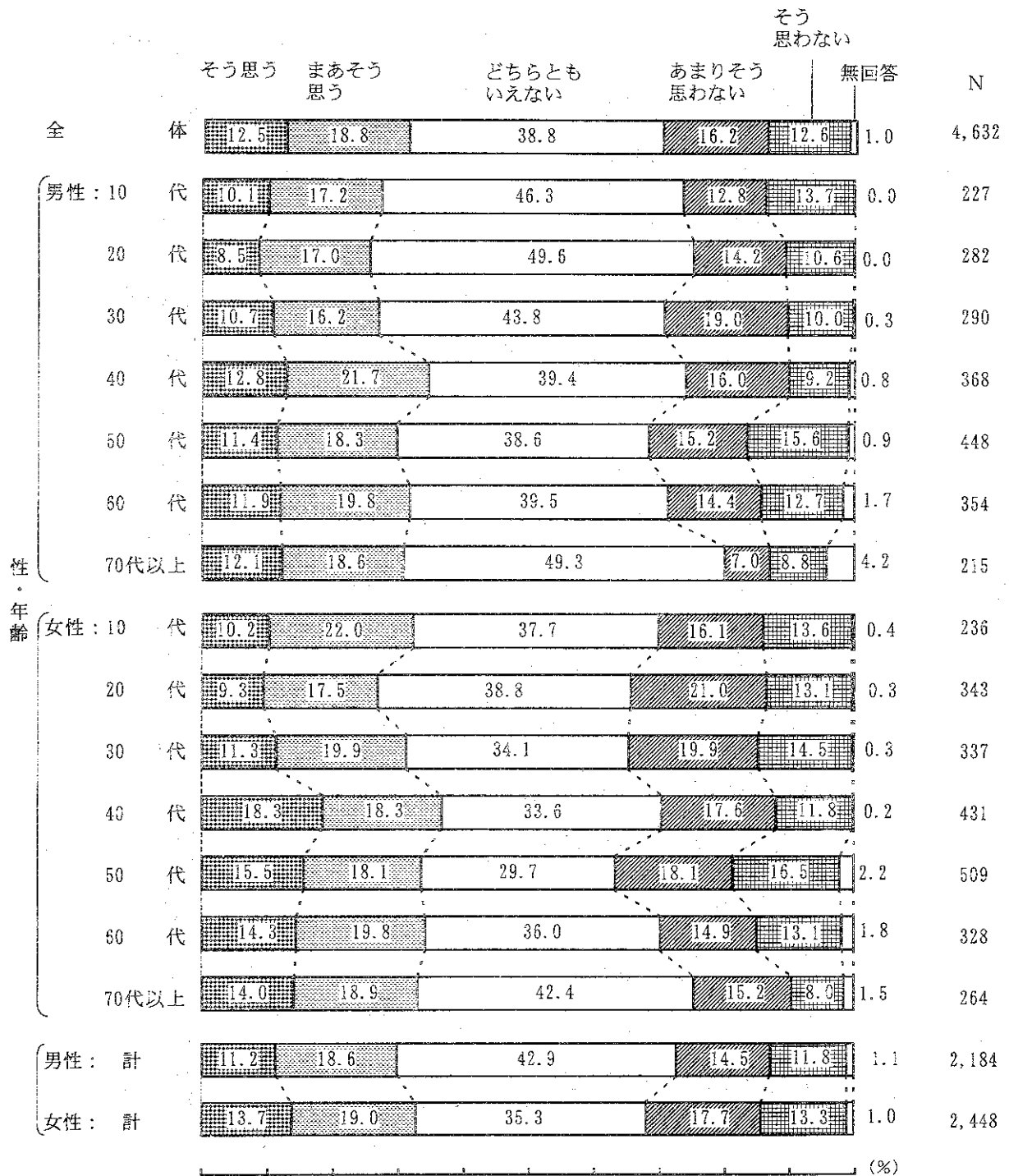
図表Ⅲ-6 性・年齢別 バターについての意見  
「バターが入った料理は香りが良い」





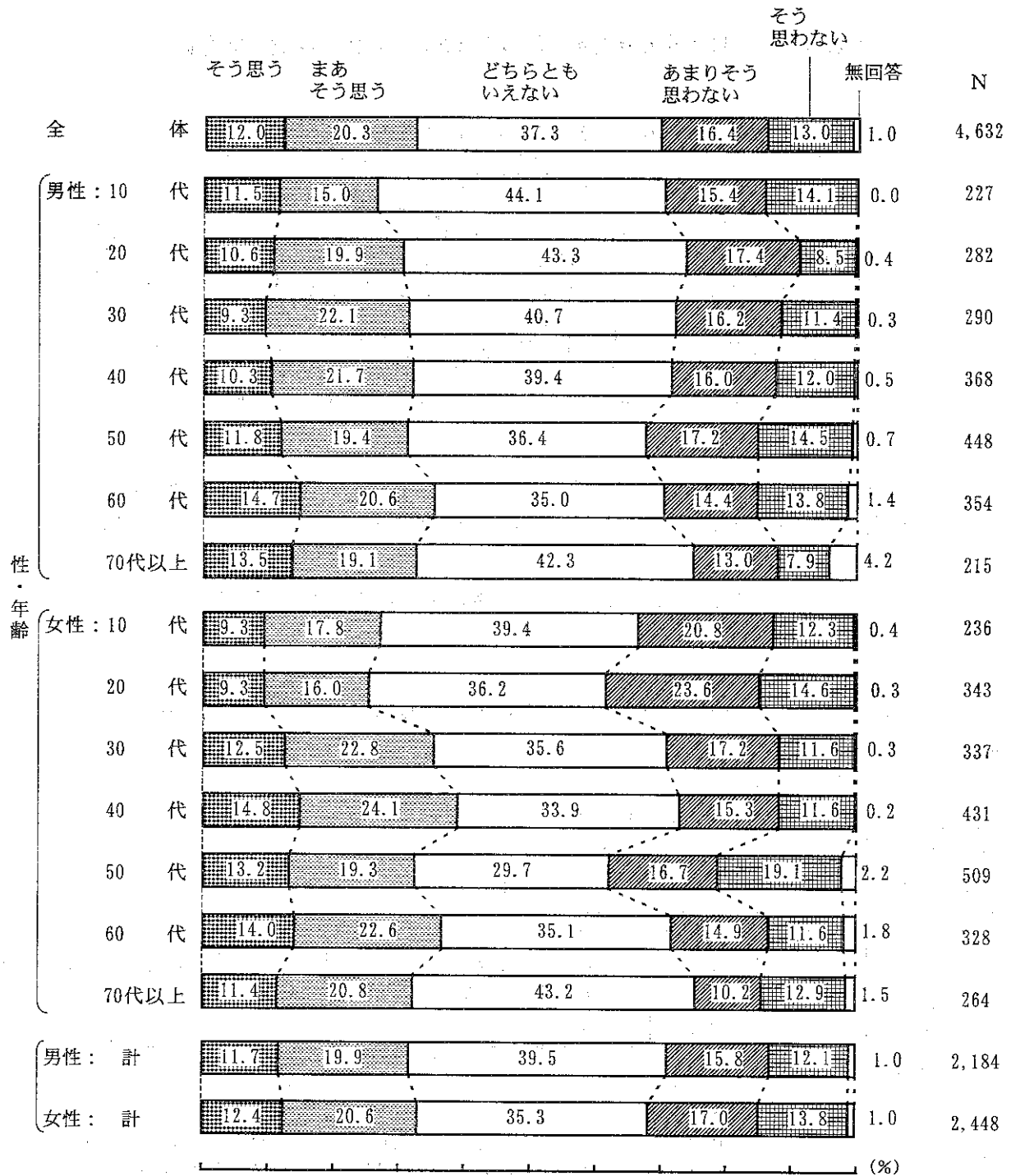
「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのエネルギーは同じなので、太る心配はどれも同じ」という意見について、性・年齢別にみると、女性の方で否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）がやや多い。男性では「どちらともいえない」とする人が多く、4割以上を占めている。

図表Ⅲ-7 性・年齢別 バターについての意見  
「バターもマーガリンも油も1グラムあたりのエネルギーは同じなので、太る心配はどれも同じ」



「バターはふつうの食べ方をしている限り、そのことによるコレステロールの心配はない」という意見について、性・年齢別にみると、女性の方で否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）がやや多い。特に、女性の20代と50代に否定的な人が多くみられる。

図表Ⅲ-8 性・年齢別 バターについての意見  
「バターはふつうの食べ方をしている限り、そのことによるコレステロールの心配はない」



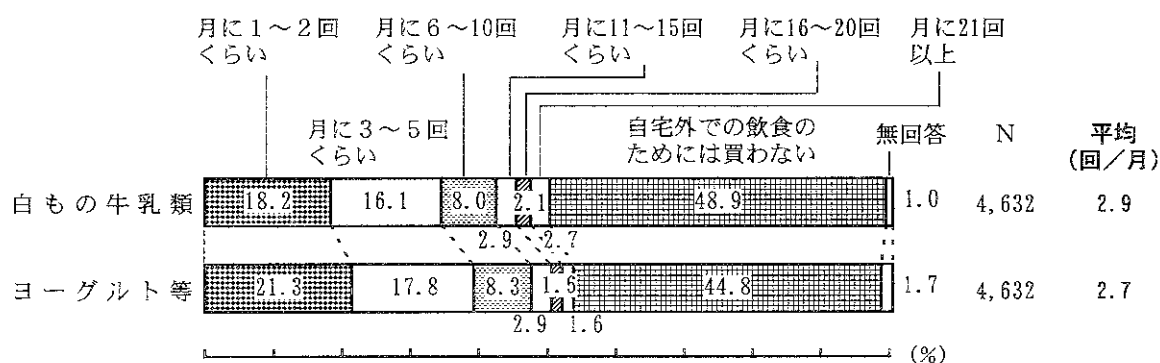
## IV 生活の中の牛乳・乳製品

### 1. 自宅外での飲食・購入の頻度

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

月あたりの購入回数の平均は、白もの牛乳類は 2.9 回、ヨーグルトは 2.7 回である。白もの牛乳類、ヨーグルトともに「月に 1～2 回くらい」の人が多くなっている。

図表Ⅳ－1 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数（平均値）



性・年齢別にみると、白もの牛乳類については、月あたりの購入回数の平均値は、男性では 10 代 (3.2 回)、女性では 40 代 (3.7 回) で多くなっている。一方、女性の 70 代以上では 2.3 回と最も少ない。

ヨーグルトについては、月あたりの購入回数の平均値が女性 20 代で 3.7 回と特に多くなっている。

図表Ⅳ－2 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数（平均値）

	全体 (N=4632)	男性: 小計 (N=2184)	女性: 小計 (N=2448)
白もの牛乳類	2.9	2.8	3.0
ヨーグルト等	2.7	2.4	2.9

(回)

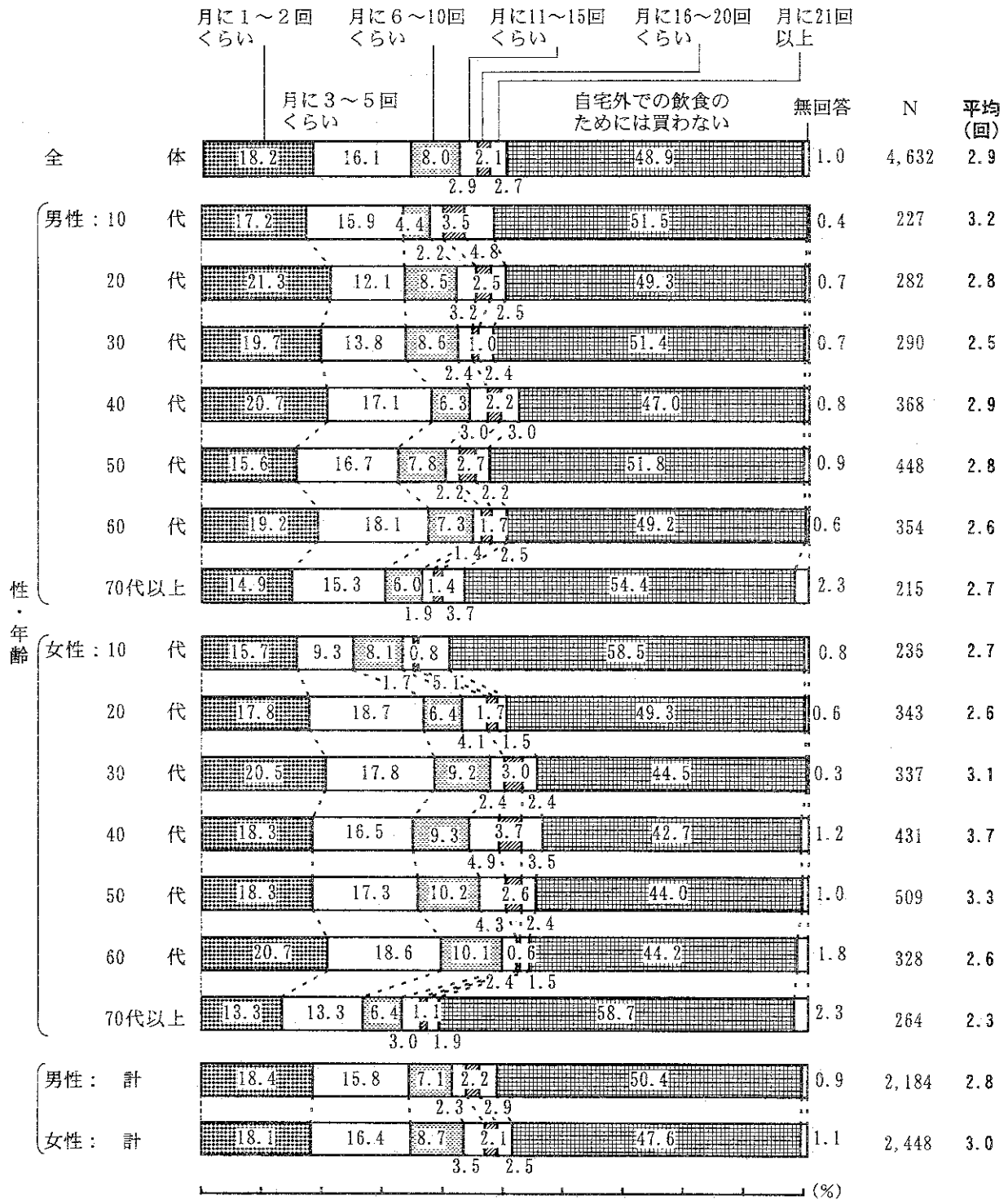
	全体 (N=4632)	男性: 10代 (N=227)	20代 (N=282)	30代 (N=290)	40代 (N=368)	50代 (N=448)	60代 (N=354)	70代以上 (N=215)
白もの牛乳類	2.9	3.2	2.8	2.5	2.9	2.8	2.6	2.7
ヨーグルト等	2.7	2.7	2.6	2.3	2.2	2.4	2.2	2.4

(回)

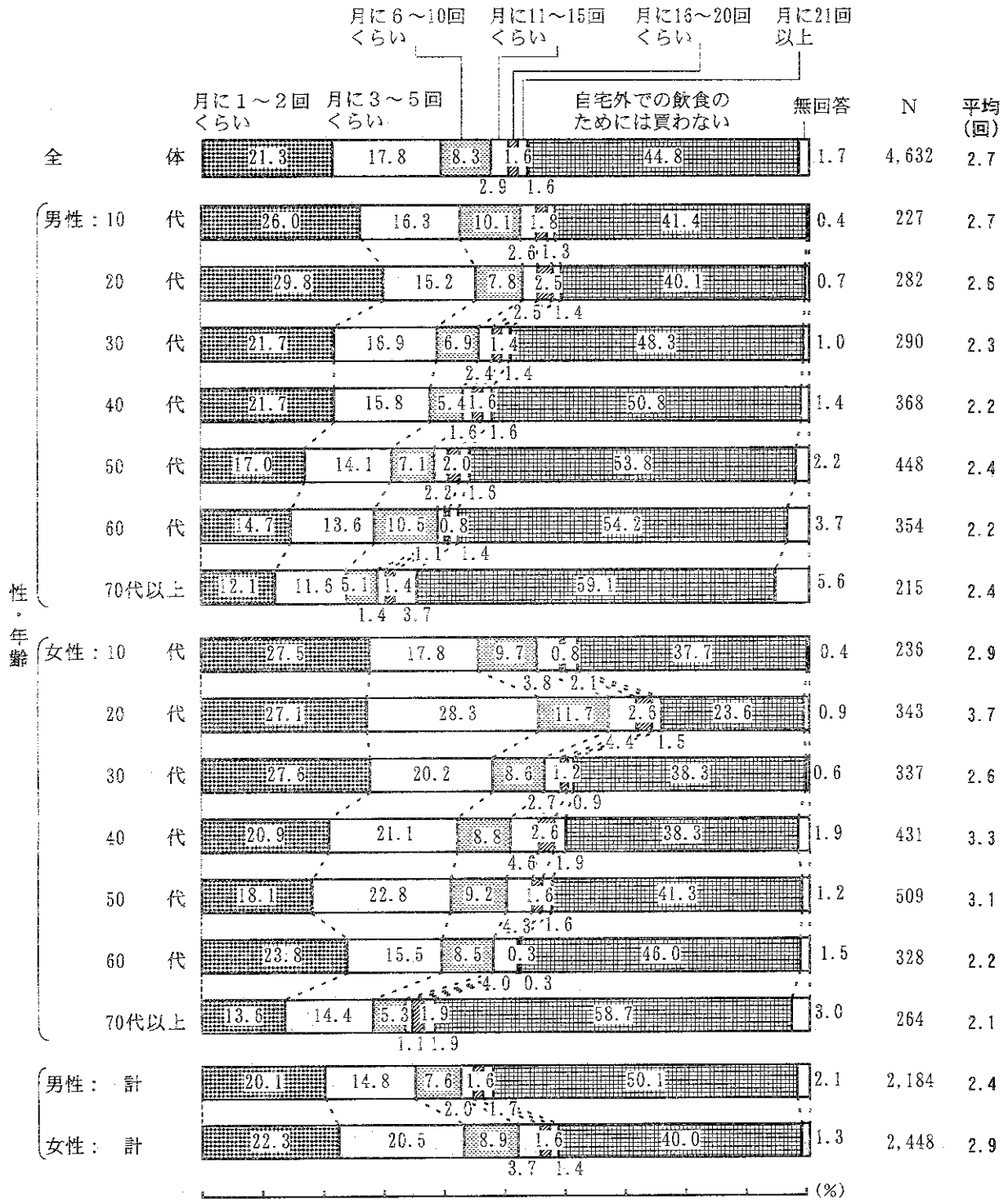
	全体 (N=4632)	女性: 10代 (N=236)	20代 (N=343)	30代 (N=337)	40代 (N=431)	50代 (N=509)	60代 (N=328)	70代以上 (N=264)
白もの牛乳類	2.9	2.7	2.6	3.1	3.7	3.3	2.6	2.3
ヨーグルト等	2.7	2.9	3.7	2.6	3.3	3.1	2.2	2.1

(回)

図表Ⅳ-3 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数  
「白もの牛乳類」



図表IV-4 性・年齢別 自宅外で飲食するための月あたりの購入回数  
「ヨーグルト(含むドリンクヨーグルト)」



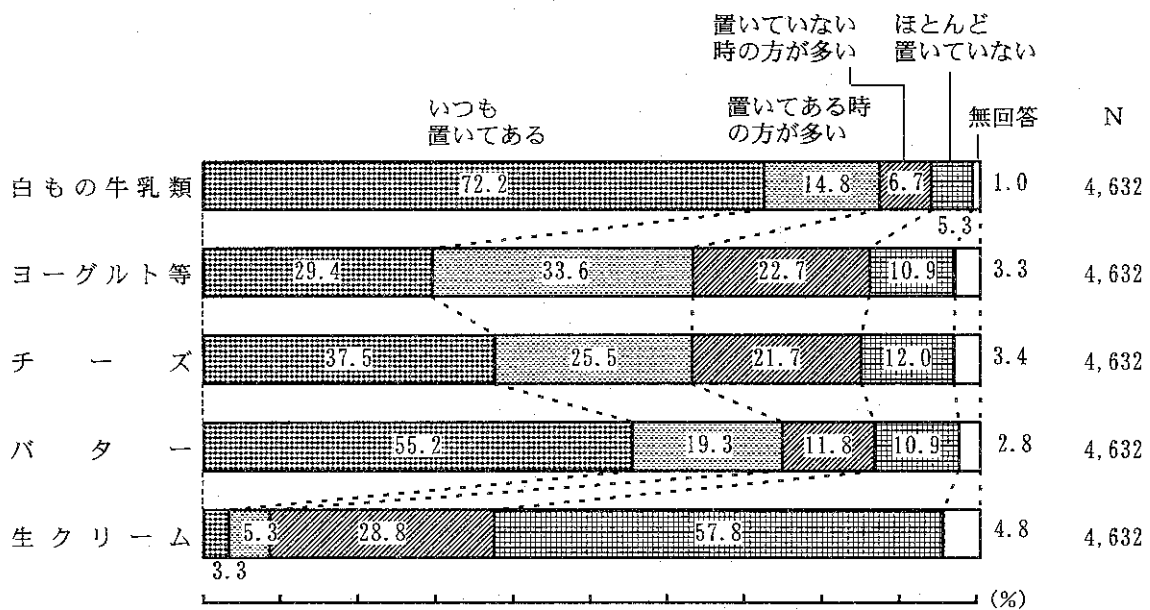
## 2. 家庭での牛乳・乳製品の常備

### 1) 牛乳・乳製品の常備実態

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

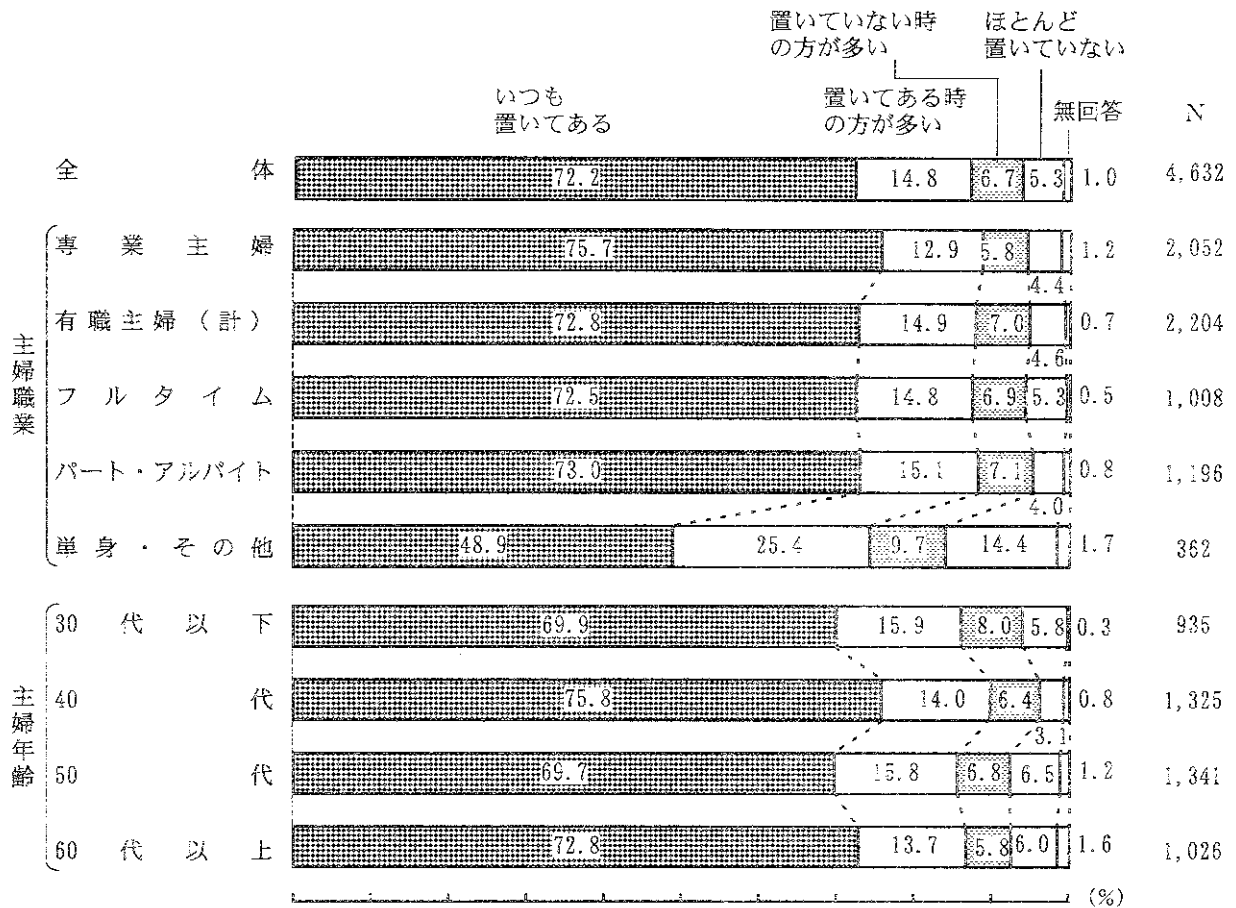
「白もの牛乳類」を「いつも置いてある」という世帯は72%である。同じく、「いつも置いてある」世帯をみると、「ヨーグルト等」は29%、「チーズ」は38%、「バター」は55%、「生クリーム」は3%となっている。「白もの牛乳類」「バター」については、多くの世帯が「常備」しているといえる。

図表Ⅳ-5 家庭での牛乳・乳製品の常備



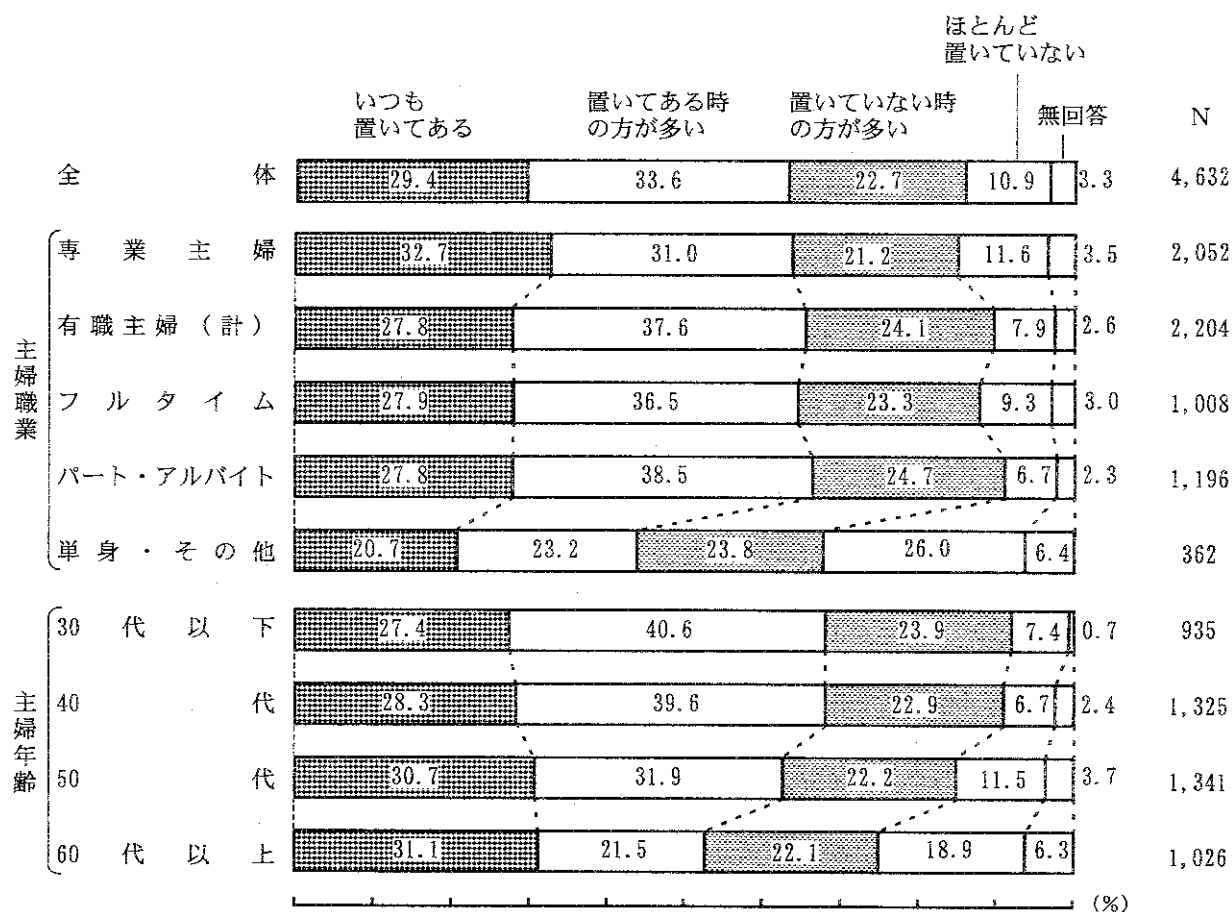
白もの牛乳類が冷蔵庫の中に置いてある頻度を主婦職業別にみると、専業主婦の方が有職主婦よりわずかに多い。このほか、単身世帯は常備が49%と一般世帯に比較して大きく落ちる。主婦年齢別では、40代で「いつも置いてある」という人が他の年代に比べ多くなっている。

図表IV-6 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳・乳製品の常備実態：白もの牛乳類



ヨーグルトが冷蔵庫の中の置いてある頻度を主婦職業別にみると、「いつも置いてある」という人は専業主婦で3割以上とやや多い。単身では21%と低い。主婦年齢別では、「いつも置いてある」という人は年代が高いほど多くなるが、一方で、60代では「ほとんど置いていない」という人も2割弱と多くなっている。

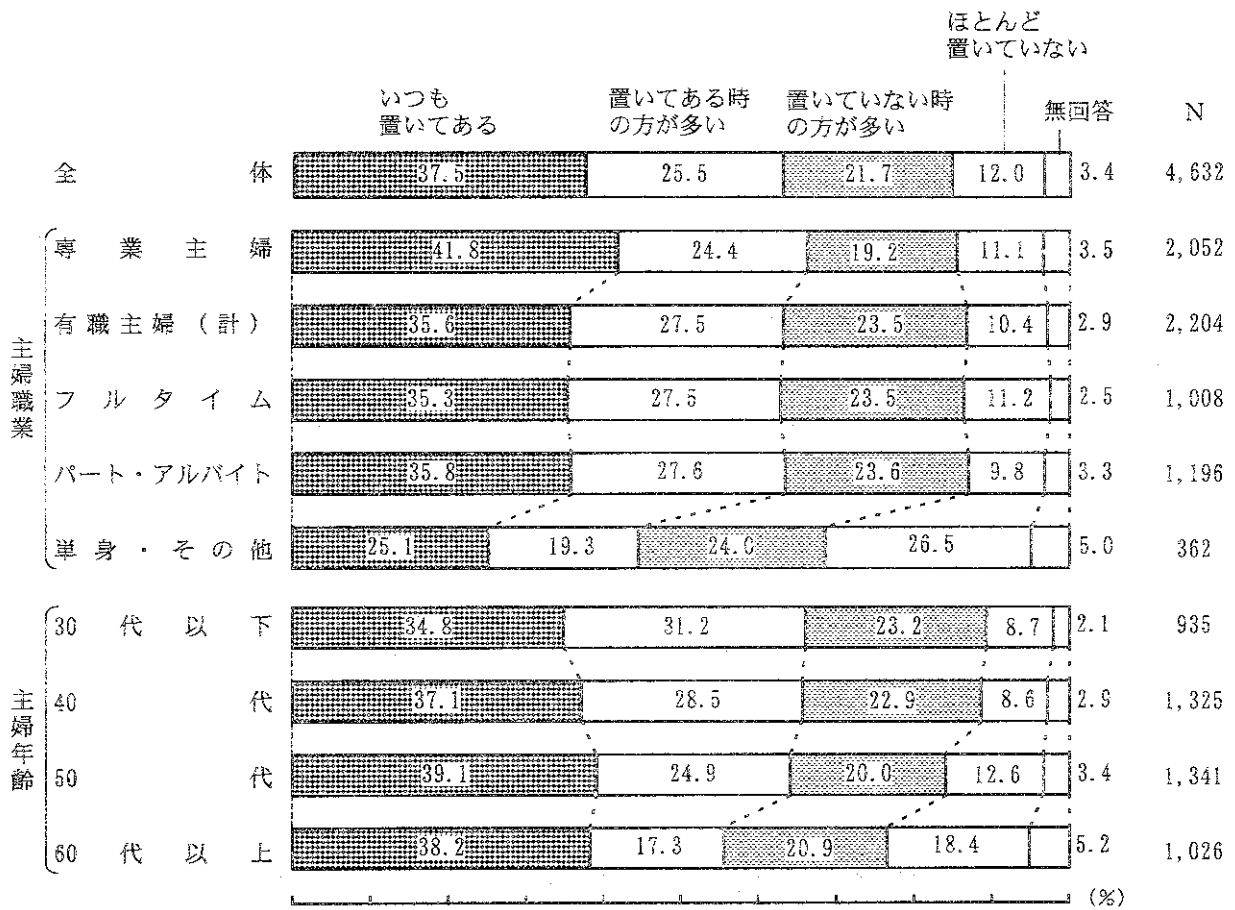
図表IV-7 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳・乳製品の常備実態：ヨーグルト





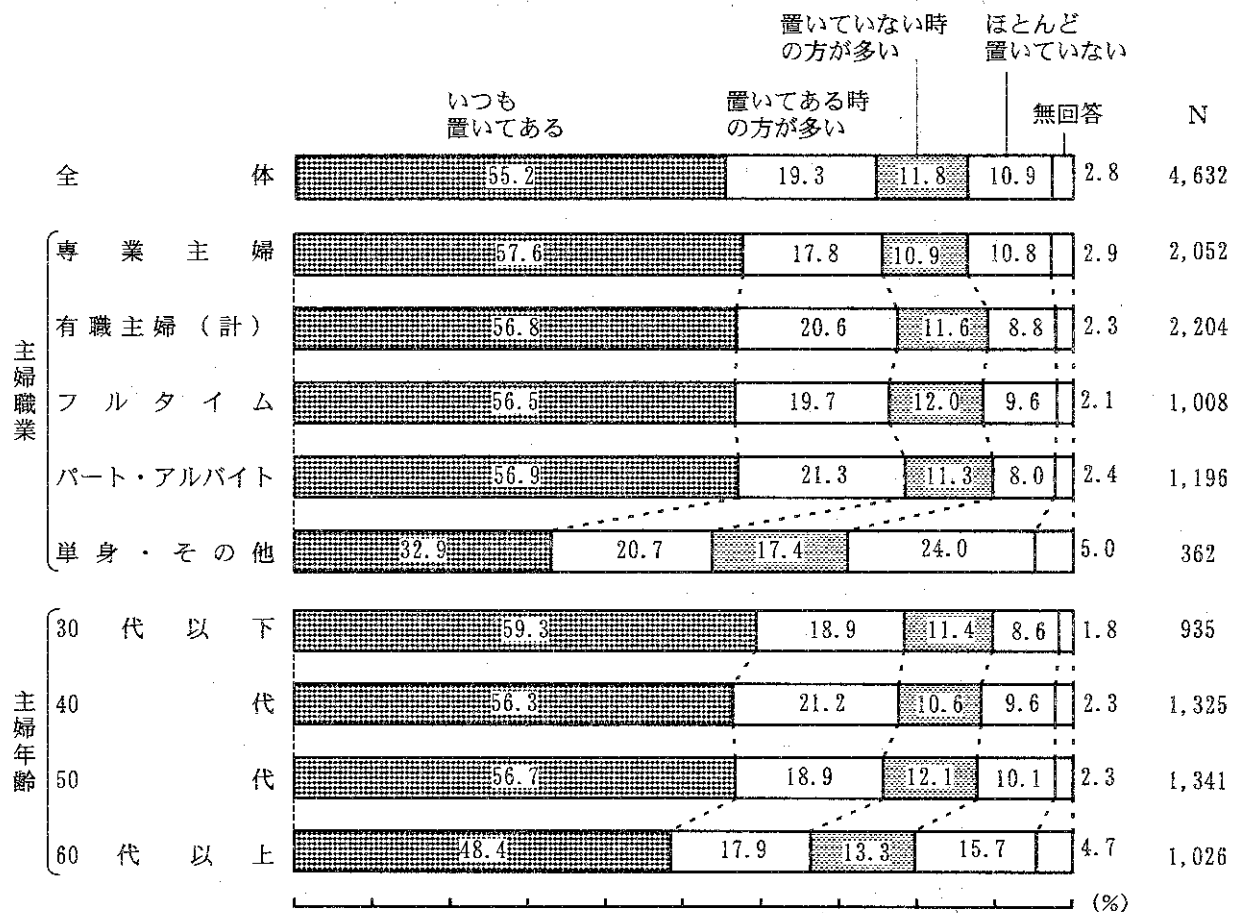
チーズが冷蔵庫の中に置いてある頻度を主婦職業別にみると、専業主婦で「いつも置いてある」という人が4割を超え多くみられる。単身では常備は25%にとどまる。主婦年齢別では、30代以下で「いつも置いてある」という人が他の年代に比べ少なくなっている。

図表Ⅳ-8 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳・乳製品の常備実態：チーズ



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

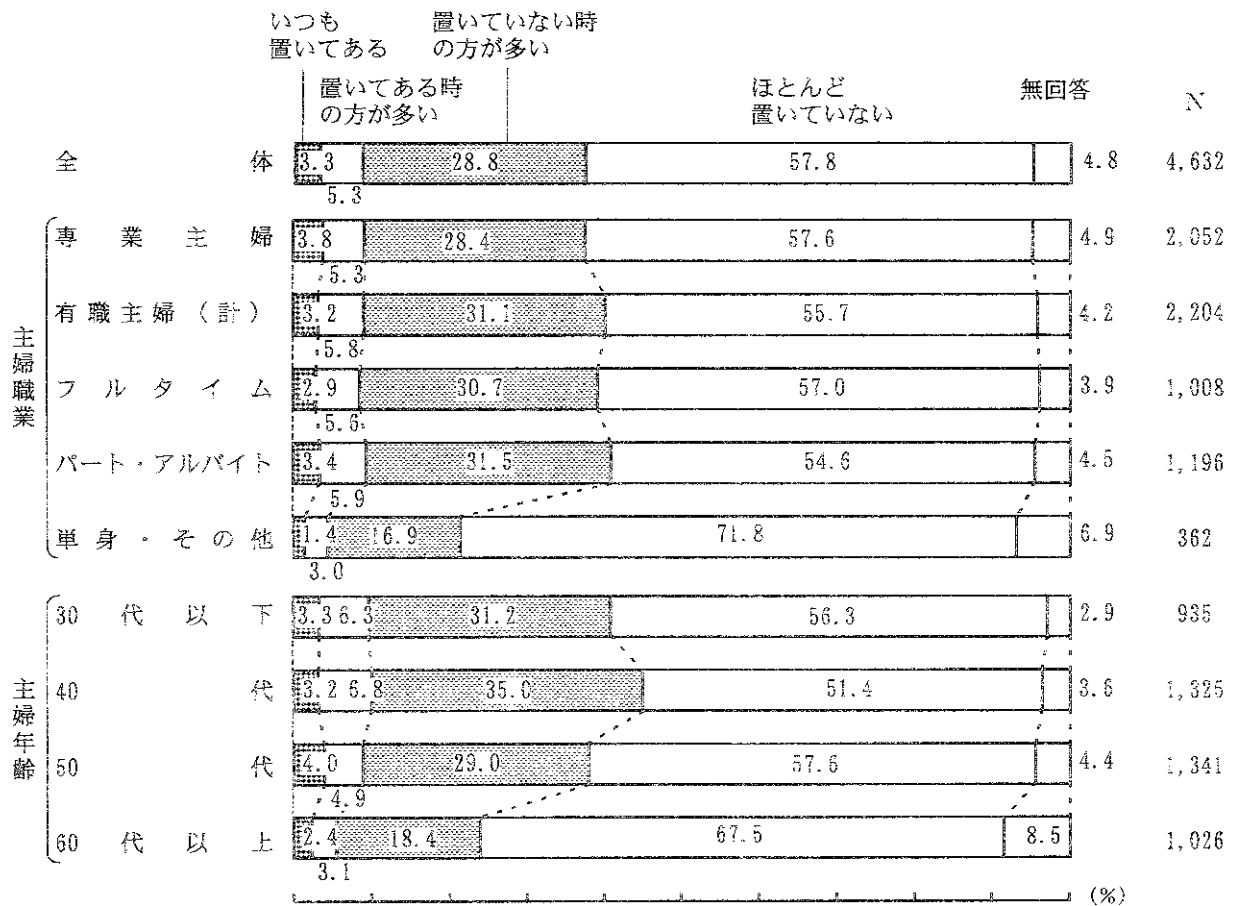
図表IV-9 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳・乳製品の常備実態：バター



生クリームが冷蔵庫の中に置いてある頻度は、専業、有職ともに「ほとんど置いていない」という人が過半を占め、主婦職業別ではほとんど相違はない。

主婦年齢別では、「いつも置いてある」「置いてある時の方が多し」が60代以上で少なくなっている。

図表IV-10 主婦職業別 主婦年齢別 牛乳・乳製品の常備実態：生クリーム

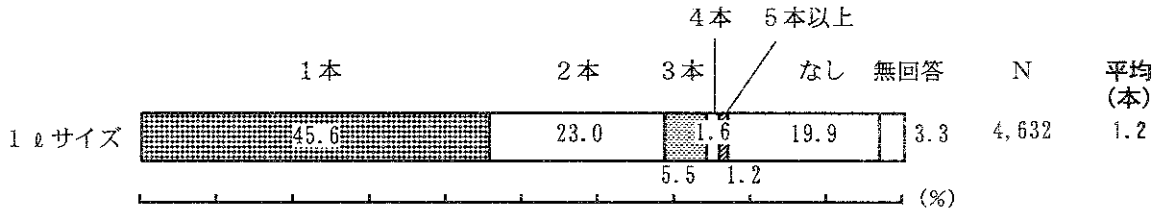


## 2) 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数

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

冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類は、平均1.2本（1リットルサイズ）となっている。内訳は、「1本」という世帯が46%と最も多く、続いて、「2本」が23%、「3本」が6%、「4本」が2%、「5本以上」が1%となっている。「なし」という世帯は20%である。

図表Ⅳ-11 冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数：1リットルサイズ



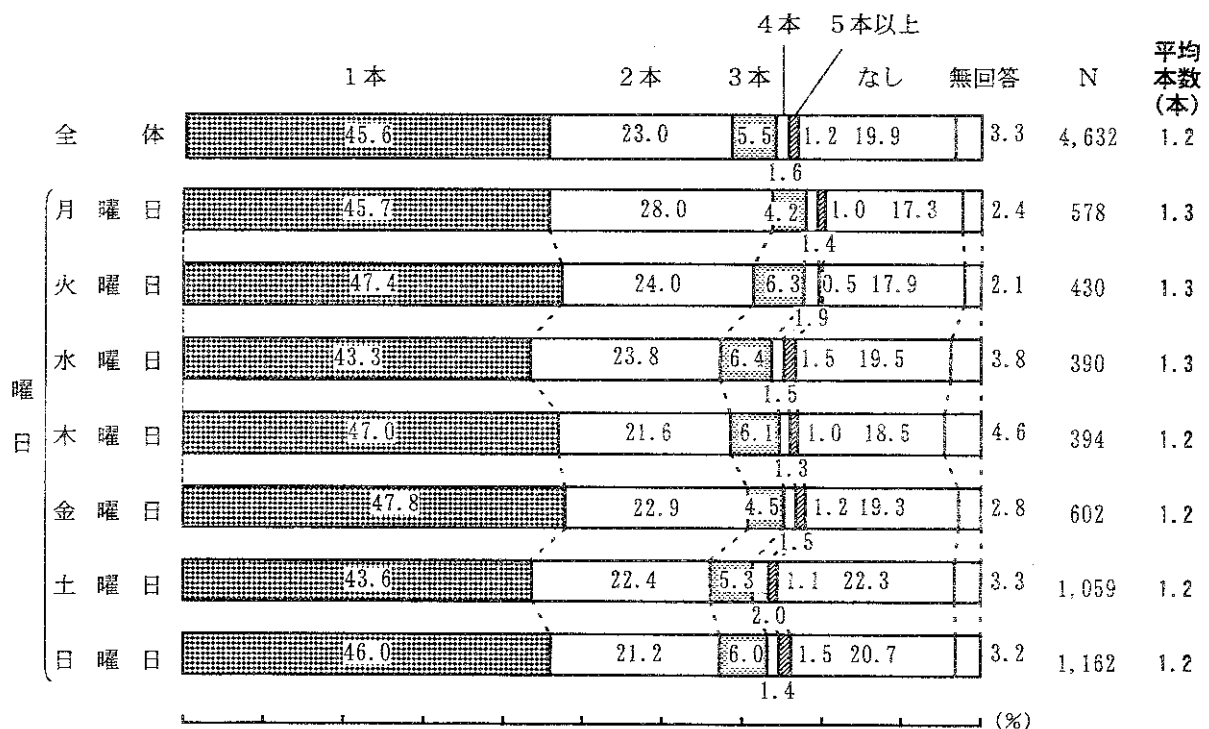
冷蔵庫の中に置いてある白もの牛乳類の本数と曜日との関係を見てみた。

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

複数本（「2本」から「5本以上」）の白もの牛乳類が置いてある世帯の割合は、月曜日が最も多い（34.6%）。反対に、最も少ないのは木曜日である（30.0%）。

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

図表Ⅳ-12 曜日別 冷蔵庫に置いてある白もの牛乳類の本数：1リットルサイズ



### 3. 牛乳・乳製品と他の食品

#### 1) 牛乳・乳製品と他の食品のイメージ

「牛乳・乳製品全体」「牛乳」「チーズ」「ヨーグルト」「バター」「野菜・果物それらのジュース」「魚介類」「肉」「日本茶」「マーガリン」「サラダオイル」の牛乳・乳製品とその他食品全11品目について、それぞれの食品にふさわしいイメージを複数回答で聞いた。

牛乳・乳製品全体にふさわしいイメージとしては、「健康によい」が最も多く8割以上の人にあげられている。このほか「カルシウムがある」「子供の成長に有益」というイメージも強く、半数以上の人にあげられている。

牛乳も、牛乳・乳製品全体と同様に「健康によい」「カルシウムがある」「子供の成長に有益」が多くあげられている。一方、本来牛乳の効用である「リラックスできる」「肌が美しくなる」「体型が美しくなる」などは低率にとどまる。

チーズは、「健康によい」が最も多く半数を超える。次いで「カルシウムがある」「子供の成長に有益」「活力を増す」などが多くあげられている。

ヨーグルトは、「健康によい」が最も多く7割以上の人にあげられている。次いで「子供の成長に有益」「カルシウムがある」が多く3割の人にあげられている。牛乳・乳製品の中では「肌が美しくなる」が最も多くあげられている。

バターについても、「健康によい」が最も多くあげられているが、その比率は3割と他の牛乳・乳製品に比べると際立って低い。一方、「活力を増す」「満足感が得られる」は、牛乳・乳製品の中で最も高い比率となっている。

牛乳・乳製品以外の食品についてみると、野菜・果物それらのジュースは「肌が美しくなる」が3割を超え、全11品目の中で最も高い比率となっている。

魚介類は、「カルシウムがある」が4割以上と牛乳に次いで高い比率となっている。

肉は、「活力を増す」「満足感が得られる」が全11品目の中で最も高い比率となっている。

日本茶は、「リラックスできる」が最も多くあげられており、他の食品と比べても際立って高い比率となっている。また、「日頃かかせない」についても全11品目の中で最も高い比率となっている。

マーガリン、サラダオイルは、全般的にイメージが希薄であるが、サラダオイルについては、「日頃かかせない」で高い比率となっている。

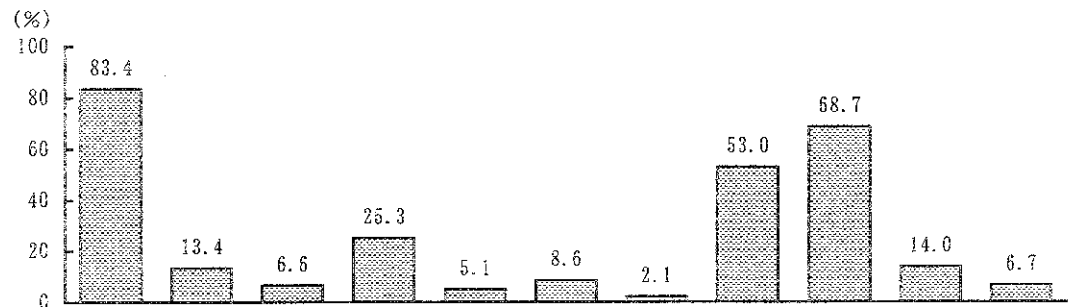
図表IV-13 牛乳・乳製品と他の食品のイメージ (MA)

(N=4,632)

		健康によい	活力を増す	リラックスできる	日頃かかせない	満足感が得られる	肌が美しくなる	体型が美しくなる	子供の成長に有益	カルシウムがある	完全食品である	疲労を抑える
牛乳・乳製品	牛乳製品・品体	83.4	13.4	6.6	25.3	5.1	8.6	2.1	53.0	68.7	14.0	6.7
	牛乳	80.5	12.4	8.4	29.0	5.2	7.6	2.1	54.4	69.7	14.1	6.6
	チーズ	56.4	16.5	1.8	6.8	9.7	4.4	1.2	29.6	36.8	10.2	4.3
	ヨーグルト	71.5	7.9	6.9	12.1	6.3	25.3	6.9	30.0	29.5	6.6	4.1
	バター	31.0	24.3	1.0	11.7	12.7	1.9	0.4	11.6	8.1	4.6	3.3
他の食品	野菜・果物 それらのジュース	73.5	12.4	14.5	14.6	8.9	33.1	8.2	19.2	3.3	4.7	12.8
	魚介類	64.9	23.0	1.6	31.5	11.1	4.4	3.1	32.5	42.2	7.4	5.5
	肉	31.5	58.9	1.0	21.2	28.4	1.2	0.9	28.5	4.3	4.5	10.0
	日本茶	55.7	5.5	57.6	39.9	10.9	15.3	4.7	3.9	1.5	3.6	17.1
	マーガリン	26.9	18.7	0.8	20.4	6.3	1.7	0.5	6.7	3.6	3.0	1.6
	サラダオイル	26.0	17.2	0.8	36.3	4.5	3.7	0.7	5.4	0.7	3.4	2.1

牛乳・乳製品全体のイメージを、性・年齢別にみると、男女ともすべての年代で「健康に  
よい」が最も多くあげられている。「カルシウムがある」は男性より女性に多く、なかでも  
女性の20代～40代では8割と特に多くなっている。このほか、「肌が美しくなる」は女性  
の若い年代で比較的多くあげられている。

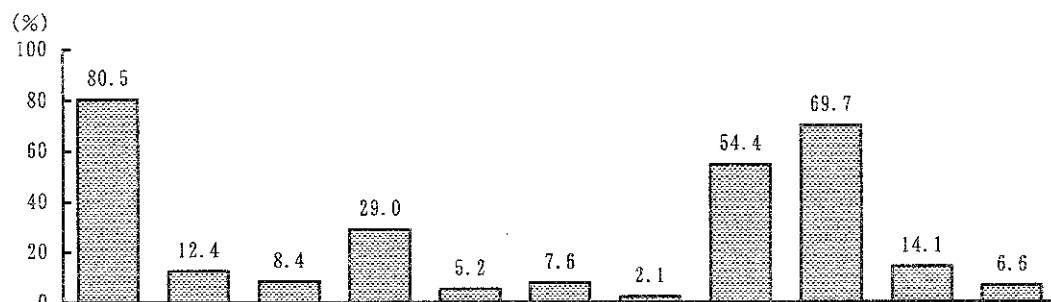
図表IV-14 性・年齢別 牛乳・乳製品全体のイメージ



	N	健康に よい	活力を 増す	リラク スでき る	日頃か かせな い	満足感 が得ら れる	肌が美 しくな る	体型が 美しく なる	子供の 成長に 有益	カルシ ウムが ある	完全食 品であ る	疲労を 抑える
全 体	4,632	83.4	13.4	6.6	25.3	5.1	8.6	2.1	53.0	68.7	14.0	6.7
【性・年齢別】												
男性・10代	227	84.1	15.9	7.0	26.0	6.2	5.7	4.4	45.8	75.3	9.7	5.7
20代	282	80.9	11.3	6.7	23.4	4.6	6.4	0.7	50.4	71.6	9.2	4.6
30代	290	85.2	8.6	5.2	18.6	3.8	4.5	1.7	55.9	69.7	10.7	4.8
40代	368	81.0	13.3	7.9	20.4	4.1	3.8	1.4	64.4	66.6	14.1	4.6
50代	448	80.1	11.2	4.7	17.9	4.5	4.7	1.3	46.4	62.3	11.6	4.9
60代	354	85.3	15.5	3.1	19.2	2.0	4.0	1.4	41.5	58.2	13.0	5.9
70代以上	215	79.5	14.9	4.7	18.6	4.2	6.0	2.8	31.6	53.0	13.5	5.1
女性・10代	236	81.8	14.0	6.8	25.0	4.2	14.8	4.7	57.2	77.5	11.0	6.4
20代	343	85.1	9.9	10.5	27.4	9.3	16.6	1.7	58.6	80.2	10.2	5.5
30代	337	86.6	12.5	9.2	32.6	5.6	13.6	2.4	68.8	78.9	14.8	5.9
40代	431	87.9	14.4	9.5	38.1	6.3	8.6	2.6	66.8	78.9	20.4	7.9
50代	509	84.5	16.5	5.1	29.7	5.7	12.0	2.6	55.4	68.2	18.7	8.4
60代	328	80.8	15.5	7.6	29.6	6.7	11.9	1.5	46.0	61.3	18.0	12.8
70代以上	264	81.1	14.4	3.8	20.5	3.8	6.8	1.9	37.1	57.2	13.6	10.2
【性 別】												
男 性	2,184	82.2	12.8	5.5	20.2	4.1	4.9	1.8	48.9	65.0	11.8	5.1
女 性	2,448	84.4	14.1	7.6	29.8	6.1	12.0	2.4	56.7	72.0	15.9	8.2

牛乳のイメージを、性・年齢別にみると、女性の10代、20代を除くすべての年代で「健康によい」が最も多くあげられている。一方、女性の10代、20代では、「カルシウムがある」が最も多くあげられている。「子供の成長に有益」は、男女とも30代、40代の中間層に多い。このほか、「肌が美しくなる」は女性の10代でやや多くあげられている。

図表Ⅳ-15 性・年齢別 牛乳のイメージ

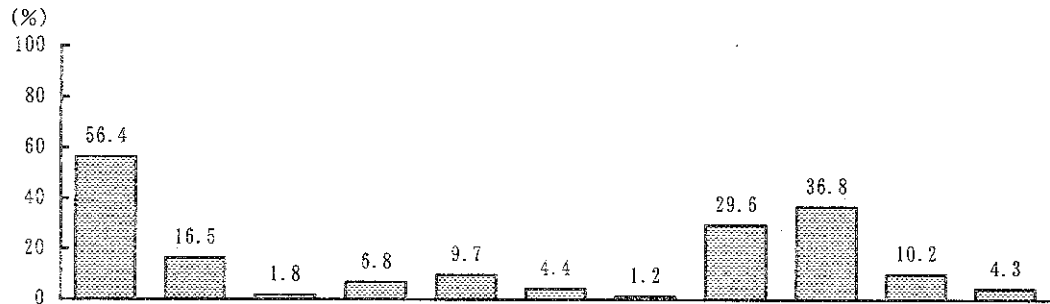


	N	健康に よい	活力を 増す	リラク スでき る	日頃か かせ ない	満足感 が得 られ る	肌が美 しく なる	体型が 美し くなる	子供 の成 長に 有益	カル シウ ムが ある	完全 食品 であ る	疲労 を抑 える
全 体	4,632	80.5	12.4	8.4	29.0	5.2	7.6	2.1	54.4	69.7	14.1	6.6
【性・年齢別】												
男性・10代	227	81.5	13.7	7.9	31.3	5.7	3.5	4.8	48.9	78.0	8.4	6.2
20代	282	78.7	11.3	9.9	25.2	3.9	5.3	1.1	54.6	75.5	12.1	5.0
30代	290	83.1	8.3	8.6	21.4	3.4	3.8	1.7	60.0	76.2	11.0	4.1
40代	368	82.3	12.2	9.0	26.1	4.1	4.9	2.2	63.0	68.5	17.7	6.0
50代	448	76.3	12.5	7.6	20.1	5.1	5.4	1.3	46.4	63.4	12.5	7.6
60代	354	77.7	12.4	4.2	23.7	3.1	2.8	0.0	40.1	53.1	9.0	5.9
70代以上	215	77.7	16.3	4.7	19.5	4.7	6.0	1.9	29.3	49.8	12.1	3.7
女性・10代	236	77.5	12.3	8.9	28.0	5.9	14.0	4.7	59.7	80.9	10.6	6.4
20代	343	81.0	11.7	11.1	30.0	9.0	9.9	1.2	62.7	81.9	10.8	3.5
30代	337	83.4	12.2	9.8	37.1	5.0	11.0	2.1	73.6	78.9	13.9	7.1
40代	431	83.8	11.4	12.1	42.7	4.9	8.1	2.1	68.2	78.7	20.4	7.7
50代	509	82.5	14.5	7.7	32.6	5.9	12.0	2.2	57.8	69.2	20.6	8.4
60代	328	80.5	12.8	9.8	33.8	6.4	11.9	3.0	45.1	62.2	16.5	9.8
70代以上	264	78.0	12.9	3.4	26.9	5.7	4.9	2.3	36.4	58.0	12.5	8.3
【性 別】												
男 性	2,184	79.4	12.2	7.5	23.6	4.3	4.5	1.7	49.6	66.0	12.1	5.7
女 性	2,448	81.4	12.6	9.2	33.7	6.1	10.3	2.4	58.7	73.0	15.9	7.4



チーズのイメージを、性・年齢別にみると、男女ともすべての年代で「健康によい」が最も多い。「活力を増す」は、男性の60代と女性の50代で多くあげられている。また、「満足感が得られる」は、男性20代、女性の10代、20代で特に多い。

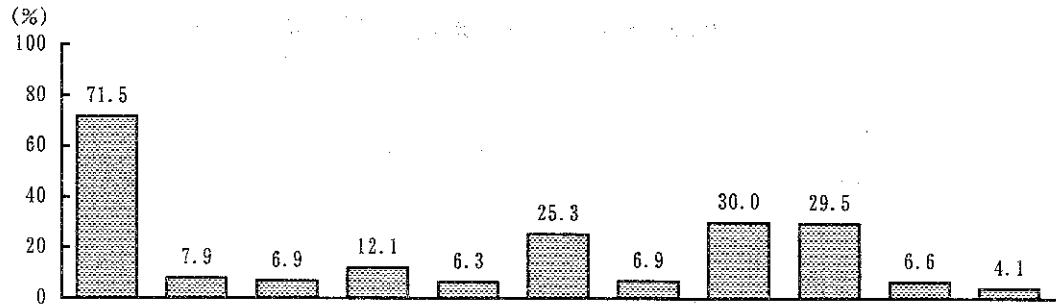
図表IV-16 性・年齢別 チーズのイメージ



	N	健康によい	活力を増す	リラックスできる	日頃かかせない	満足感が得られる	肌が美しくなる	体型が美しくなる	子供の成長に有益	カルシウムがある	完全食品である	疲労を抑える
全 体	4,632	56.4	16.5	1.8	6.8	9.7	4.4	1.2	29.6	36.8	10.2	4.3
【性・年齢別】												
男性・10代	227	49.3	7.9	1.3	4.4	8.8	5.3	2.2	20.3	37.9	6.2	3.1
20代	282	54.3	12.8	3.2	6.7	14.9	3.2	1.8	24.1	34.8	9.6	2.8
30代	290	58.6	11.4	1.7	5.9	12.8	1.7	0.3	32.1	35.9	9.7	4.5
40代	368	58.4	15.2	1.1	7.1	9.0	3.3	1.4	33.7	35.6	12.0	4.3
50代	448	58.5	17.2	1.1	6.3	5.4	3.6	0.9	24.1	28.3	12.3	3.6
60代	354	52.8	20.9	1.4	6.2	4.2	2.3	0.0	23.4	27.4	10.7	4.5
70代以上	215	58.6	16.3	1.4	5.6	1.9	1.4	0.5	12.6	21.9	9.3	0.9
女性・10代	236	45.8	17.8	1.7	4.2	15.3	6.8	1.7	30.1	43.6	8.5	5.1
20代	343	47.2	14.9	2.3	4.7	23.0	7.6	2.0	30.6	45.8	8.7	4.1
30代	337	59.1	16.6	2.4	9.5	12.2	6.8	0.9	45.1	56.7	9.8	4.7
40代	431	60.6	16.9	2.3	7.9	11.1	6.3	1.9	41.3	45.7	9.3	4.4
50代	509	65.5	21.4	1.6	9.8	8.3	4.7	1.8	32.6	37.1	12.8	5.7
60代	328	55.2	18.0	2.7	9.5	4.6	5.5	0.9	30.8	30.2	11.6	6.4
70代以上	264	54.2	16.3	1.5	3.4	5.3	2.3	0.8	18.6	29.5	8.0	3.8
【性 別】												
男 性	2,184	56.1	15.1	1.6	6.1	8.0	3.0	1.0	25.1	31.6	10.3	3.6
女 性	2,448	56.7	17.7	2.1	7.4	11.2	5.7	1.5	33.6	41.4	10.1	4.9

ヨーグルトのイメージでは、「肌が美しくなる」「体型が美しくなる」といった美容的効果に関連するイメージが、女性の若い人を中心に多くあげられている。

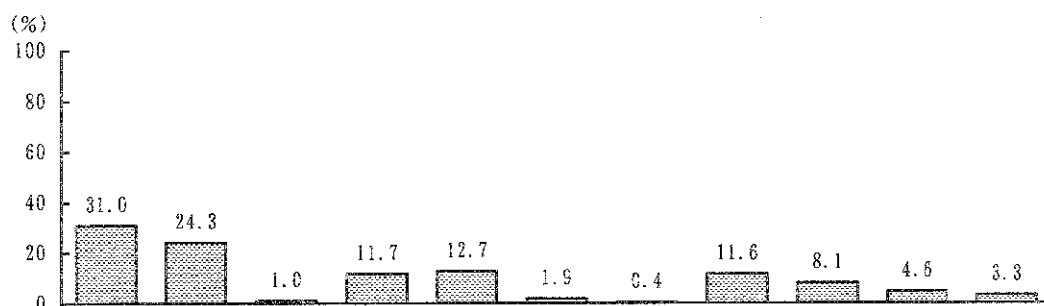
図表Ⅳ-17 性・年齢別 ヨーグルトのイメージ



	N	健康によい	活力を増す	リラックスできる	日頃かかせない	満足感が得られる	肌が美しくなる	体型が美しくなる	子供の成長に有益	カルシウムがある	完全食品である	疲労を抑える
全 体	4,632	71.5	7.9	6.9	12.1	6.3	25.3	6.9	30.0	29.5	6.6	4.1
【性・年齢別】												
男性・10代	227	66.5	7.5	10.1	9.7	10.1	19.4	7.9	26.0	32.2	3.1	2.6
20代	282	72.3	8.2	6.7	10.3	9.2	19.1	7.4	28.4	30.1	6.7	1.8
30代	290	75.2	5.9	3.8	6.6	6.2	20.0	5.5	32.8	29.3	6.9	2.4
40代	368	70.1	6.3	7.3	7.9	4.3	20.1	6.5	36.4	32.1	6.3	3.8
50代	448	72.3	9.6	4.2	7.1	2.9	15.8	4.5	24.3	16.7	6.3	2.7
60代	354	64.4	7.1	3.1	9.6	2.8	12.7	0.8	22.3	17.5	4.8	3.4
70代以上	215	65.6	8.4	6.5	8.8	3.3	8.4	0.9	14.9	22.8	5.6	2.8
女性・10代	236	69.1	8.9	12.7	16.9	15.3	41.5	16.1	34.7	39.0	8.1	6.8
20代	343	71.1	6.4	10.2	18.7	11.4	48.4	17.5	33.8	37.9	5.5	3.5
30代	337	74.2	7.1	7.4	14.8	6.2	37.7	10.7	45.7	46.6	6.8	4.7
40代	431	78.2	7.9	9.3	15.1	5.1	38.7	7.4	37.4	36.9	6.7	6.3
50代	509	76.4	9.4	7.1	16.3	6.9	29.7	5.5	28.1	28.1	10.4	4.7
60代	328	70.7	7.9	5.2	14.6	5.2	18.9	3.4	24.7	22.3	7.3	4.9
70代以上	264	65.9	9.1	4.2	10.6	3.8	13.6	3.4	23.9	25.0	5.7	5.7
【性 別】												
男 性	2,184	69.8	7.6	5.7	8.4	5.2	16.7	4.8	26.9	25.0	5.8	2.8
女 性	2,448	73.1	8.1	7.9	15.4	7.4	33.0	8.7	32.7	33.5	7.4	5.1

バターで際立った点をあげると、女性の20代～40代では、「活力を増す」が最も多くあげられている。また、「満足感が得られる」については、男女とも20代～40代で多くあげられている。このほか、「子供の成長に有益」が、女性の50代以上の高年代で特に多くあげられている。

図表IV-18 性・年齢別 バターのイメージ



	N	健康によい	活力を増す	リラックスできる	日頃かかせない	満足感が得られる	肌が美しくなる	体型が美しくなる	子供の成長に有益	カルシウムがある	完全食品である	疲労を抑える
全 体	4,632	31.0	24.3	1.0	11.7	12.7	1.9	0.4	11.6	8.1	4.6	3.3
【性・年齢別】												
男性・10代	227	25.6	17.6	2.6	9.3	9.3	2.6	0.4	8.8	13.2	2.2	4.8
20代	282	26.6	18.8	1.1	9.9	17.7	3.2	0.7	8.5	6.4	4.3	2.5
30代	290	30.3	24.1	0.0	9.7	16.9	0.7	0.7	6.6	7.2	3.3	0.7
40代	368	32.9	19.0	1.1	9.0	11.1	1.6	0.5	12.5	7.9	3.8	2.4
50代	448	39.5	22.5	0.7	10.9	6.9	1.6	0.4	12.7	6.9	6.3	2.5
60代	354	37.6	23.4	1.1	11.6	6.2	2.0	0.0	13.0	8.5	5.6	4.0
70代以上	215	46.5	20.5	0.5	6.0	2.8	1.9	0.0	9.8	9.3	5.1	1.9
女性・10代	236	24.6	23.3	2.1	18.6	15.3	0.8	0.0	8.1	8.5	4.7	4.7
20代	343	16.9	26.2	1.2	13.1	20.7	2.0	0.6	5.5	6.1	4.7	4.1
30代	337	20.2	31.2	0.9	12.5	19.0	3.0	0.0	10.1	8.3	4.2	3.9
40代	431	26.5	29.5	1.4	12.3	20.0	2.3	0.7	13.2	7.7	2.3	4.9
50代	509	33.2	30.1	0.6	13.4	12.2	2.2	0.2	15.5	7.1	5.7	4.1
60代	328	34.5	24.1	0.6	17.1	9.8	1.5	0.3	17.4	8.8	5.5	2.4
70代以上	264	39.0	21.6	1.1	7.2	6.4	1.1	0.8	14.0	10.2	4.9	3.4
【性 別】												
男 性	2,184	34.4	21.1	1.0	9.8	10.1	1.9	0.4	10.7	8.2	4.6	2.7
女 性	2,448	27.9	27.2	1.1	13.4	15.0	2.0	0.4	12.3	7.9	4.5	4.0

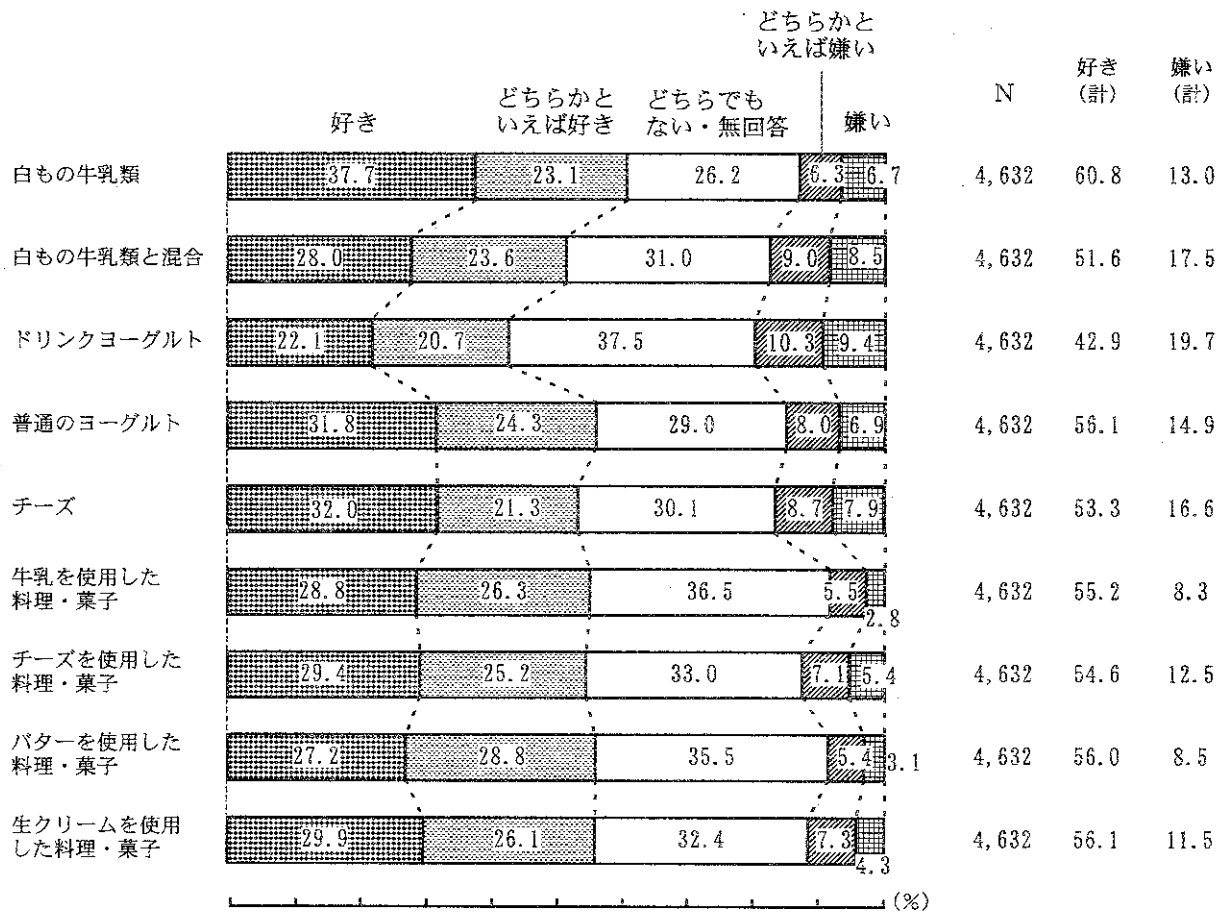
## 2) 牛乳・乳製品の好き・嫌い

牛乳・乳製品、ならびに牛乳・乳製品を使った料理・菓子について、好き・嫌いを聞いてみた。

牛乳・乳製品では、牛乳、普通のヨーグルト、チーズ、白もの牛乳類と混合、ドリンクヨーグルトの順に好き（計）（「好き」「どちらかといえば好き」）が多くなっている。ドリンクヨーグルト、白もの牛乳類と混合については嫌い（計）（「嫌い」「どちらかといえば嫌い」）とする人が2割程度と比較的多くみられる。

牛乳・乳製品を使った料理・菓子については、いずれも55～56%の人が好き（計）としており、それらの差はわずかである。一方、嫌い（計）については、「チーズを使用した料理・菓子」「生クリームを使用した料理・菓子」にやや多くみられる。

図表IV-19 牛乳・乳製品の好き嫌い

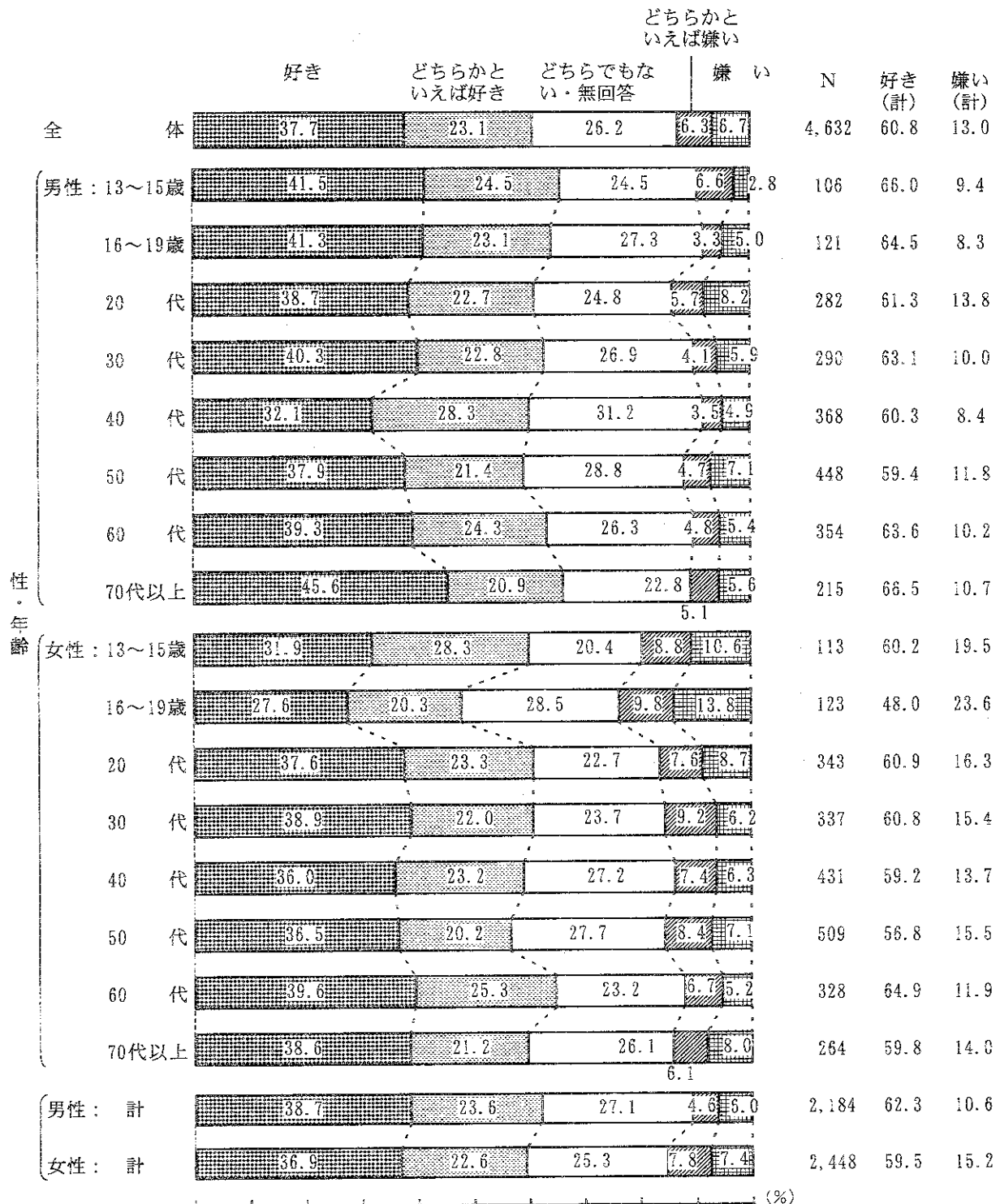


白もの牛乳類の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、60代を除くすべての年代で女性より男性で好き（計）（「好き」「どちらかといえば好き」）が多くなっている。白もの牛乳類を嫌いとする人は女性の若い人に多くみられる。

16～19歳では、性別による差が特に大きく、好き（計）は男性の方が女性より17ポイント多く、嫌い（計）（「嫌い」「どちらかといえば嫌い」）に関しては、女性の方が男性より15ポイント多くなっている。

牛乳・乳製品の中では唯一、白もの牛乳類は、好き（計）において男性が女性を上回っている。

図表IV-20 好き嫌い（白もの牛乳類）

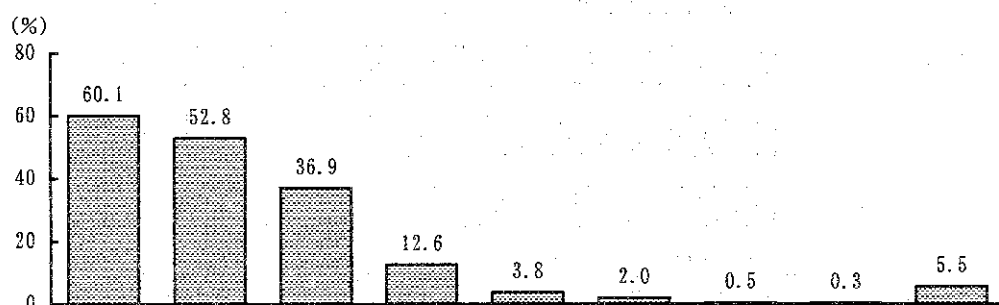


白もの牛乳類を、嫌い（「嫌い」「どちらかといえば嫌い」という人に、その理由を複数回答で聞いた。

「牛乳臭がどうも嫌だ」「口当たり、味になじめないから」「飲むとおなかがゴロゴロしたり、下痢をすることがあるから」などが主な理由である。

「牛乳臭がどうも嫌だ」「口当たり、味になじめないから」については男性より女性に多くあげられ、特に若い人に多くあげられている。「飲むとおなかがゴロゴロしたり、下痢をすることがあるから」は、圧倒的に男性に多く、白もの牛乳類が嫌いという男性の半数がこの理由をあげている。特に男性の40代以上で多くあげられている。

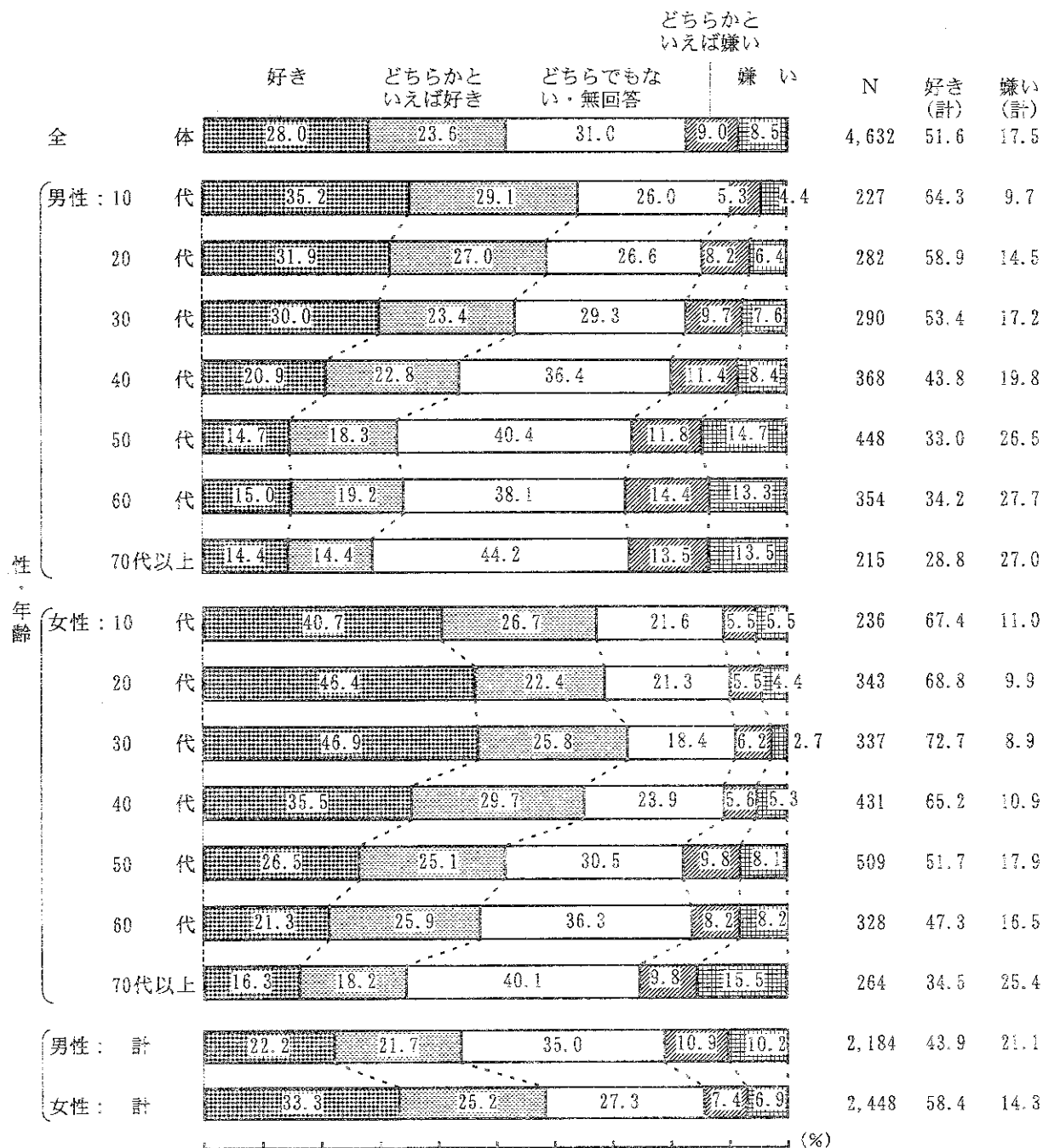
図表Ⅳ-21 白もの牛乳類の嫌いな理由



	N	牛乳臭がどうも嫌だ	口当たり、味になじめないから	飲むとおなかがゴロゴロ	下痢をすることがあるから	アレルギーがあるから	太る気がするから	ダサイと思うから	子供と飲むと見られるから	その他
全 体	604	60.1	52.8	36.9	12.6	3.8	2.0	0.5	0.3	5.5
【性・年齢別】										
男性・10代	20	70.0	55.0	30.0	15.0	0.0	5.0	5.0	5.0	5.0
20代	39	64.1	69.2	25.6	17.9	0.0	7.7	0.0	0.0	7.7
30代	29	58.6	65.5	48.3	10.3	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0
40代	31	51.6	32.3	58.1	12.9	3.2	0.0	0.0	0.0	6.5
50代	53	41.5	35.8	60.4	3.8	7.5	0.0	0.0	0.0	3.8
60代	36	36.1	33.3	52.8	2.8	2.8	0.0	0.0	0.0	8.3
70代以上	23	47.8	39.1	65.2	8.7	8.7	4.3	4.3	4.3	0.0
女性・10代	51	72.5	78.4	17.6	13.7	0.0	3.9	0.0	0.0	3.9
20代	56	78.6	76.8	21.4	17.9	1.8	0.0	0.0	0.0	8.9
30代	52	73.1	71.2	17.3	15.4	3.8	1.9	0.0	0.0	9.6
40代	59	66.1	42.4	22.0	23.7	5.1	1.7	0.0	0.0	3.4
50代	79	57.0	41.8	46.8	12.7	1.3	1.3	1.3	0.0	5.1
60代	39	59.0	43.6	30.8	5.1	10.3	0.0	0.0	0.0	7.7
70代以上	37	51.4	45.9	45.9	8.1	8.1	2.7	0.0	0.0	2.7
【性 別】										
男 性	231	51.1	46.3	49.4	9.5	3.9	2.6	0.9	0.9	4.8
女 性	373	65.7	56.8	29.2	14.5	3.8	1.6	0.3	0.0	5.9

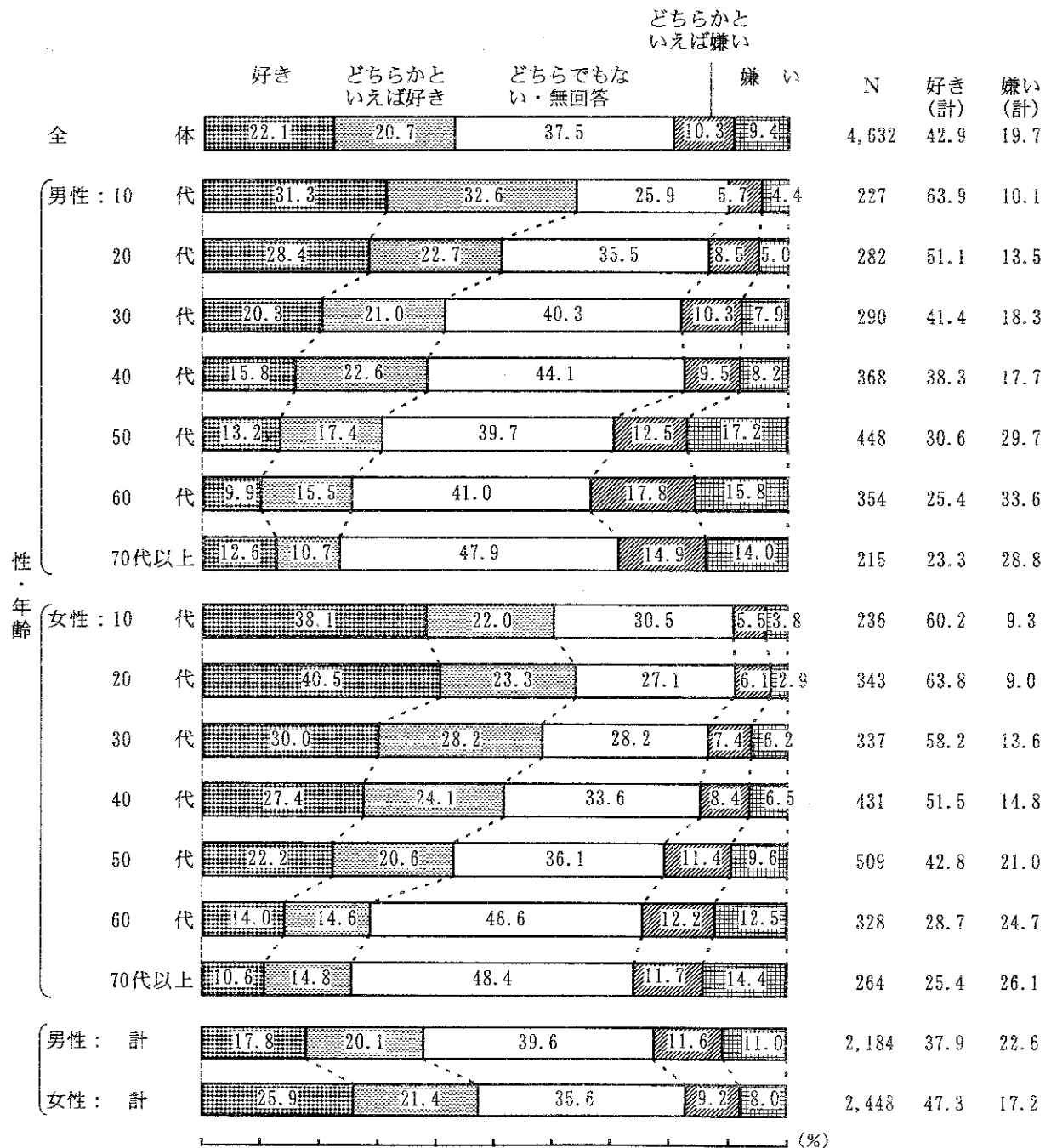
白もの牛乳類とコーヒー、紅茶、ココアなどを混ぜた飲み物の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、「好き」とする人は、女性の10代~30代に多く、それぞれ4割以上を占め、「どちらかといえば好き」をあわせた、好き(計)は7割程度を占める。一方、嫌い(計)「嫌い」「どちらかといえば嫌い」という人は、男性の50代以上に多くみられる。

図表Ⅳ-22 好き嫌い(白もの牛乳類と混合)



ドリンクヨーグルトの好き・嫌いを、性・年齢別にみると、ドリンクヨーグルトを好む人は、男女ともに若い人に多く、好き（計）（「好き」「どちらかといえば好き」）は、男性の10代、女性の10代、20代で6割以上を占めている。特に女性の20代では「好き」とする人が4割と多い。一方、ドリンクヨーグルトを好まない人は、男性の50代以上に多くみられ、3割前後の人が嫌い（計）（「嫌い」「どちらかといえば嫌い」）としている。

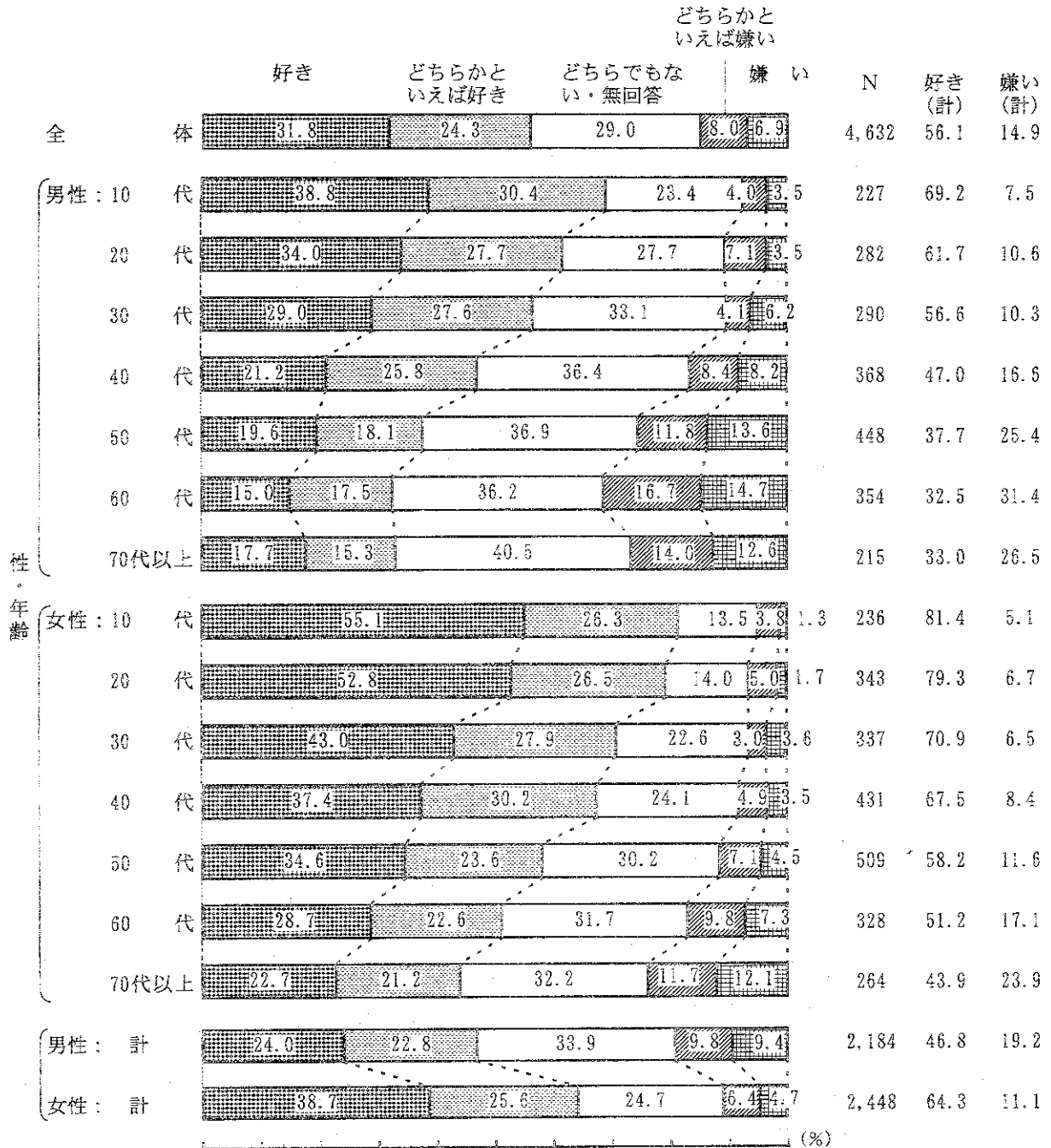
図表IV-23 好き嫌い（ドリンクヨーグルト）





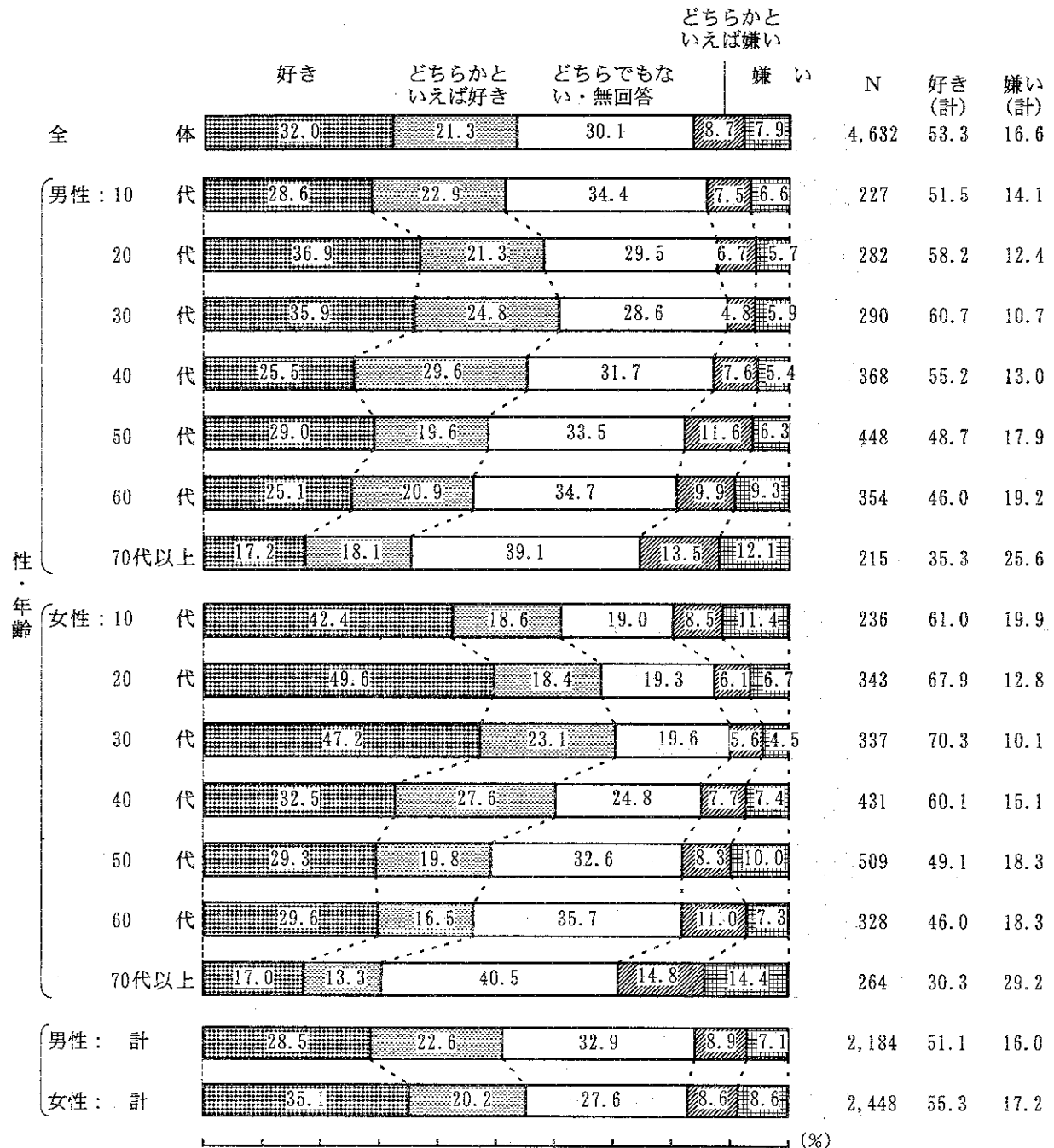
普通のヨーグルトの好き・嫌いを、性・年齢別にみると、性別による差が大きく、好き(計)「好き」「どちらかといえば好き」は、女性の方が男性より17ポイント多くなっている。男女とも概して若い年代ほど、好き(計)な人は多く、女性の10代、20代では8割の人が好き(計)としている。

図表IV-24 好き嫌い(普通のヨーグルト)



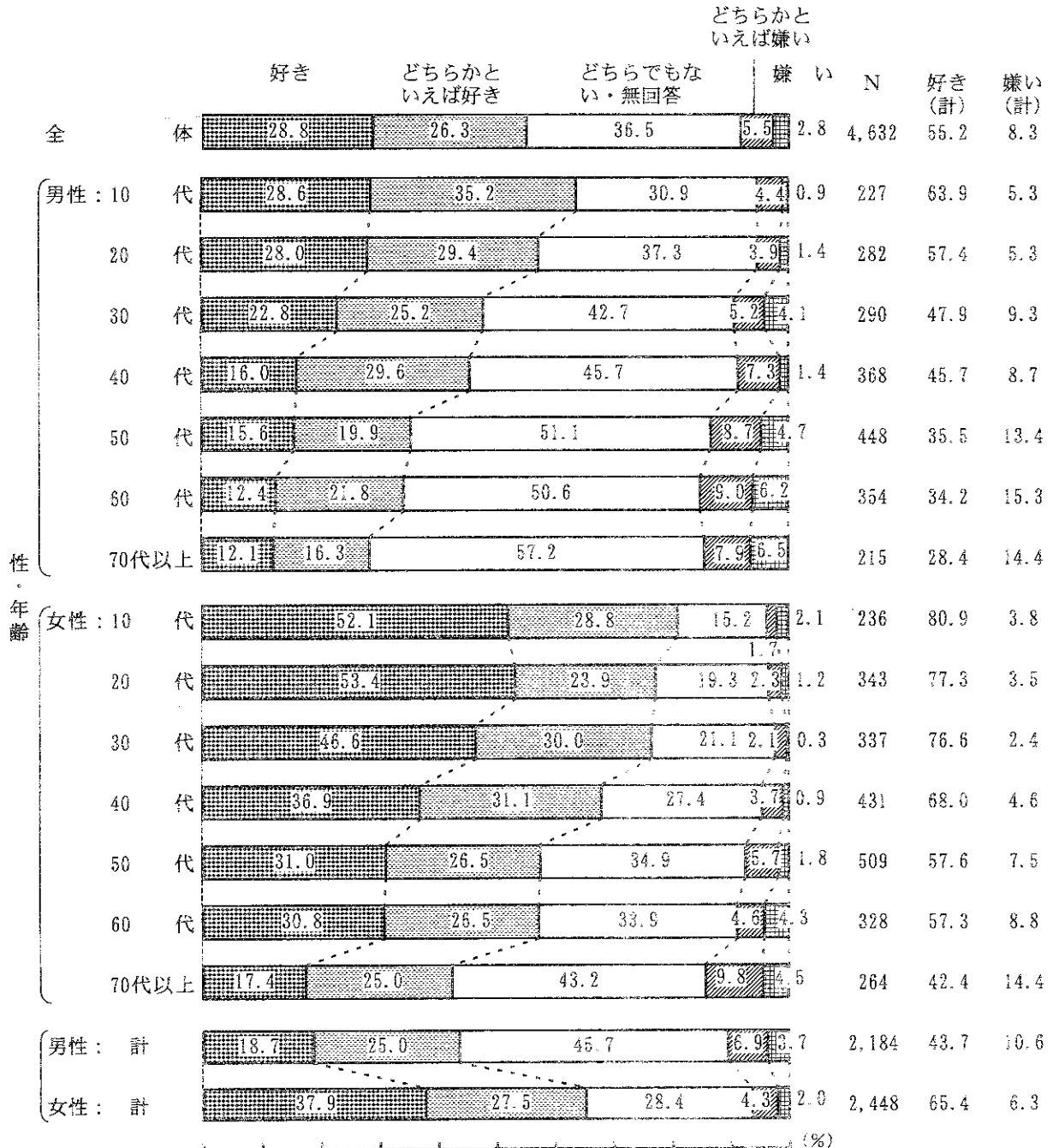
チーズの好き・嫌いを、性・年齢別にみると、「好き」とする人は、女性の20代、30代に特に多く、ほぼ半数を占め、「どちらかといえば好き」をあわせた、好き(計)は7割程度を占める。一方、嫌い(計)、「嫌い」「どちらかといえば嫌い」という人は、男女とも70代以上に多くみられる。

図表IV-25 好き嫌い(チーズ)



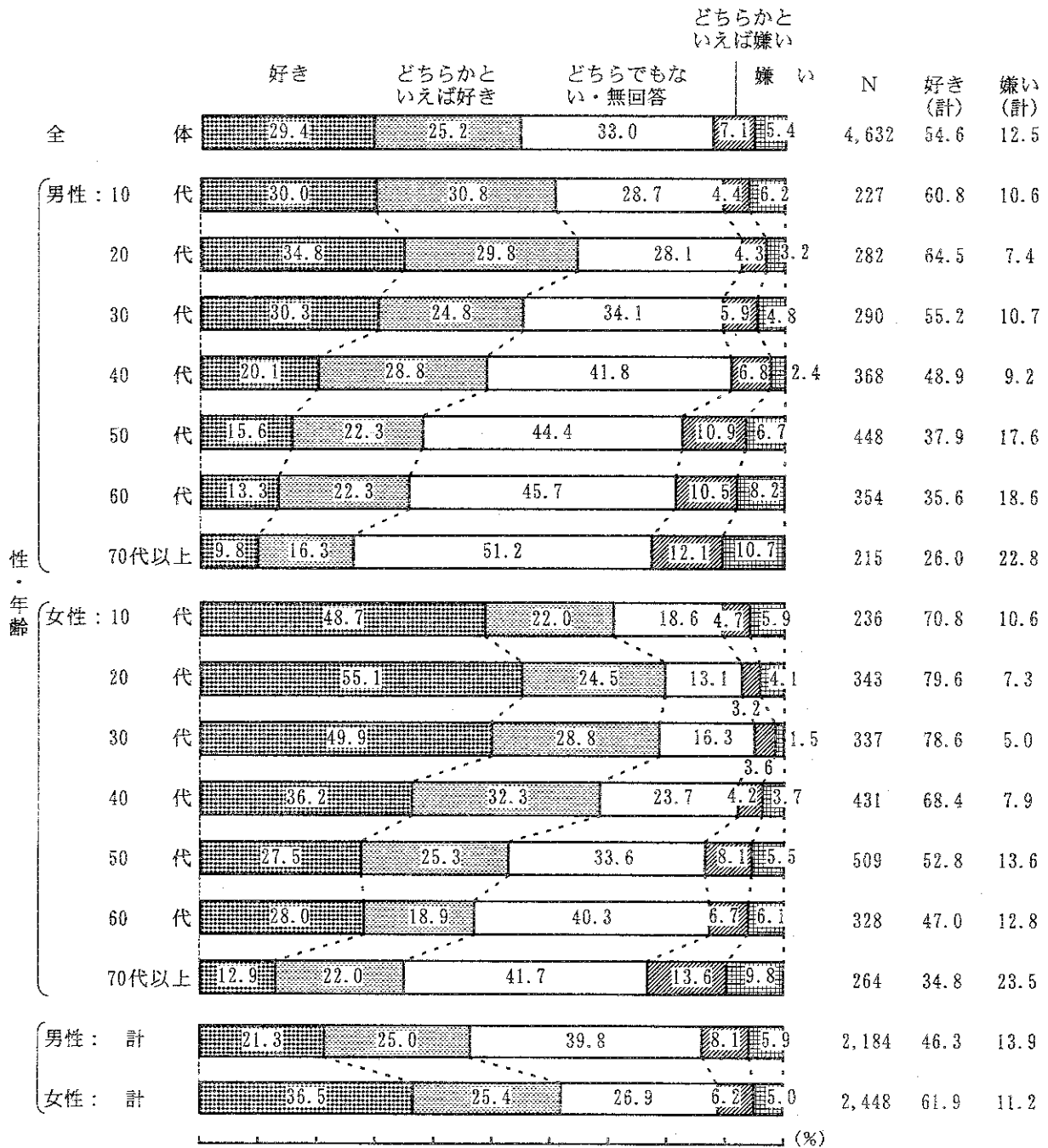
牛乳を使用した料理・菓子の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、性別による差が大きく、好き（計）（「好き」「どちらかといえば好き」）は、女性の方が男性より 21 ポイント多くなっている。男女とも概して若い年代ほど、好きな人は多く、女性の 10 代では、好き（計）は 8 割を占めている。

図表Ⅳ-26 好き嫌い（牛乳を使用した料理・菓子）



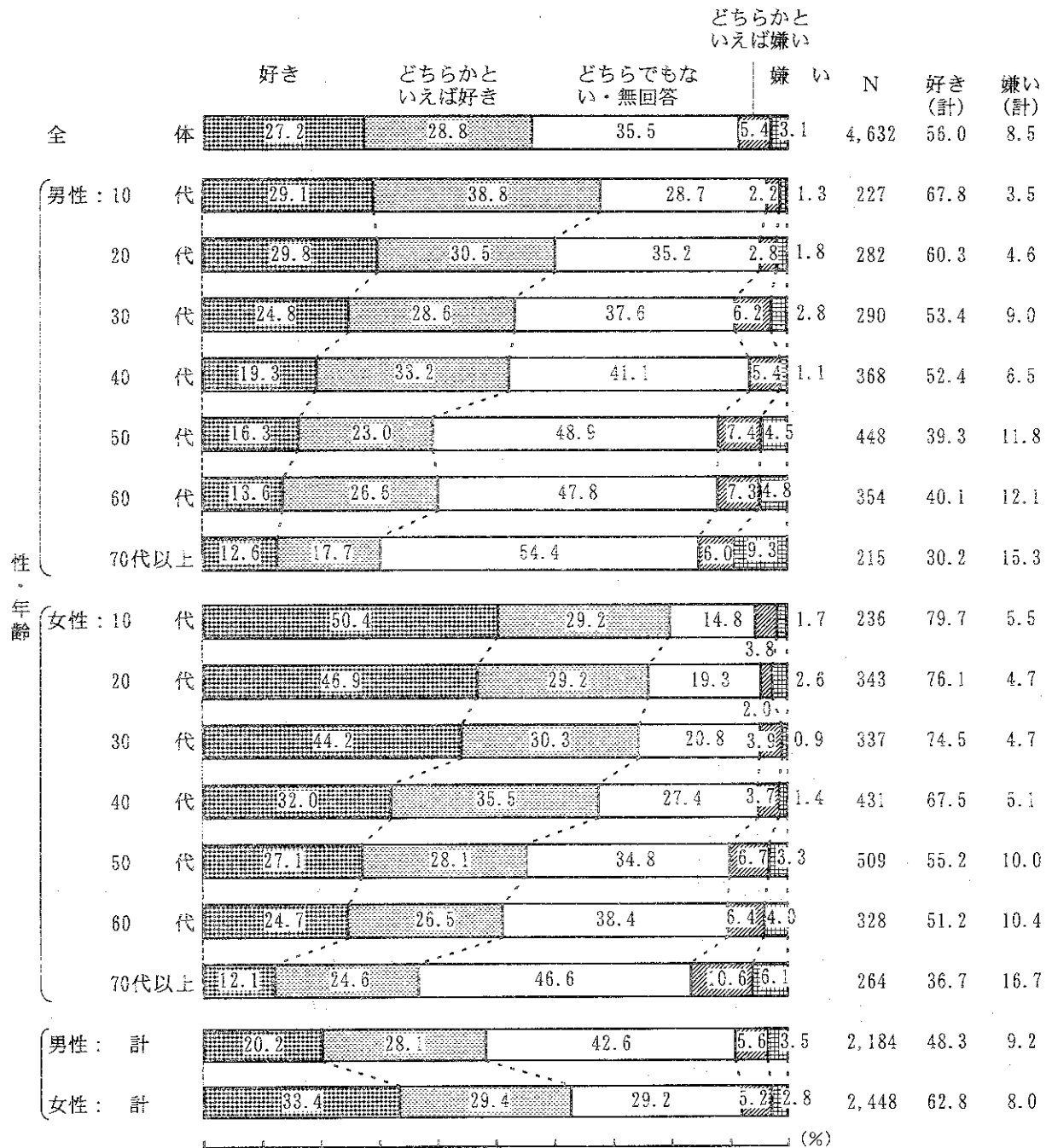
チーズを使用した料理・菓子の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、男女とも 20 代を中心に若い年代に好まれている。なかでも、女性の 20 代では半数以上の人「好き」とし、「どちらかといえば好き」をあわせた、好き（計）は 8 割を占めている。

図表Ⅳ-27 好き嫌い（チーズを使用した料理・菓子）



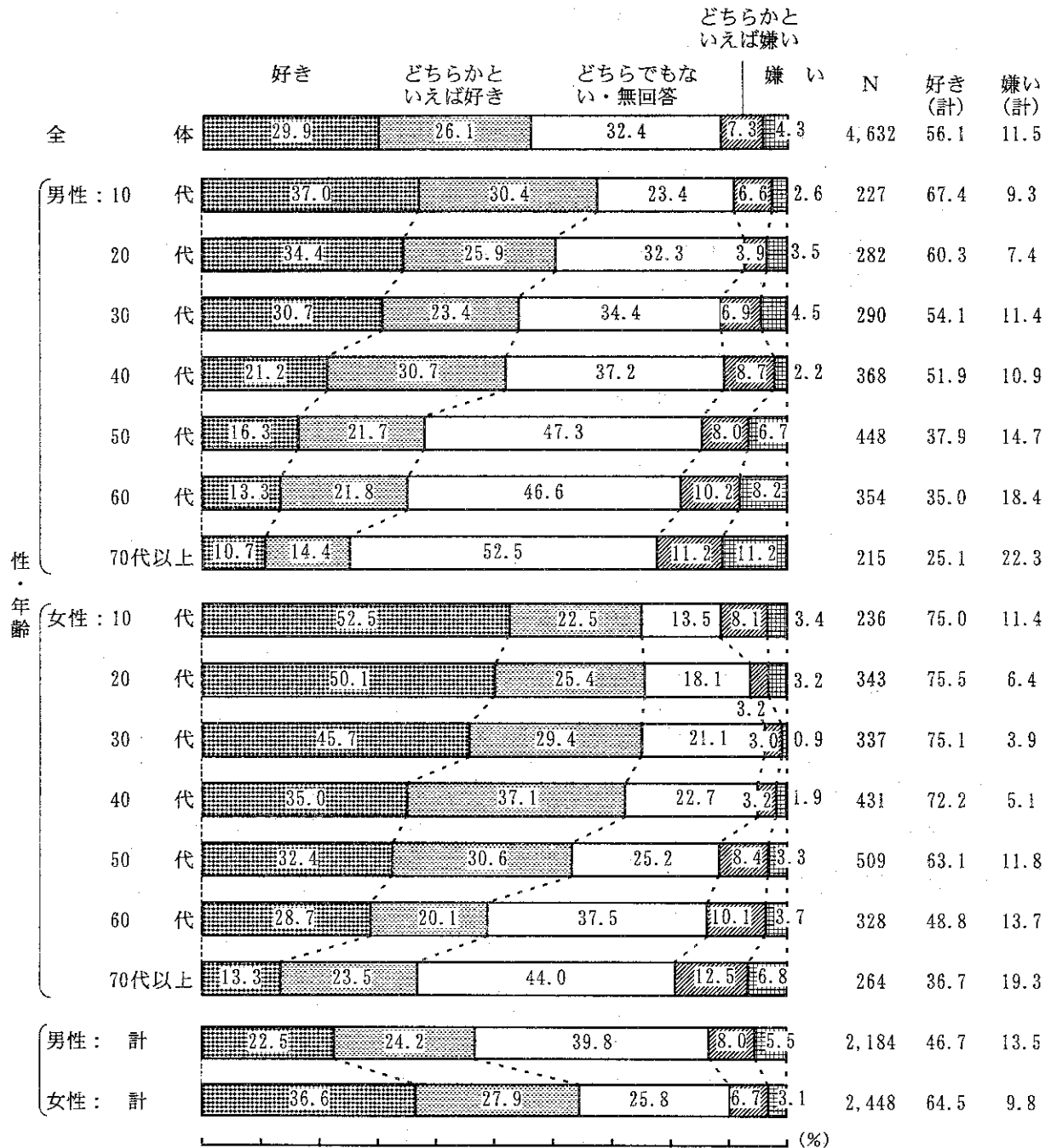
バターを使用した料理・菓子の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、性別による差が大きく、好き(計)〔「好き」「どちらかといえば好き」〕は、女性の方が男性より15ポイント多くなっている。男女とも若い年代ほど、好きな人は多く、女性の10代では、好き(計)は8割を占めている。

図表IV-28 好き嫌い(バターを使用した料理・菓子)



生クリームを使用した料理・菓子の好き・嫌いを、性・年齢別にみると、女性の10代～40代を中心に好き（計）（「好き」「どちらかといえば好き」）は多く、いずれも7割以上を占めている。牛乳やバターを使用した料理・菓子と同様に、若い年代ほど好きな人が多い傾向にあるが、一段と年代による差が大きくなっている。

図表IV-29 好き嫌い（生クリームを使用した料理・菓子）



### 3) ふだんよく飲んでいる飲み物

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

「朝食」では、「白もの牛乳類」(46%)が最も多く飲まれており、「日本茶」(44%)、「コーヒー」(37%)、がそれに続いて多く飲まれている。

「昼食」では、「日本茶」(51%)が最も多く飲まれており、他の飲料を大きく引き離している。

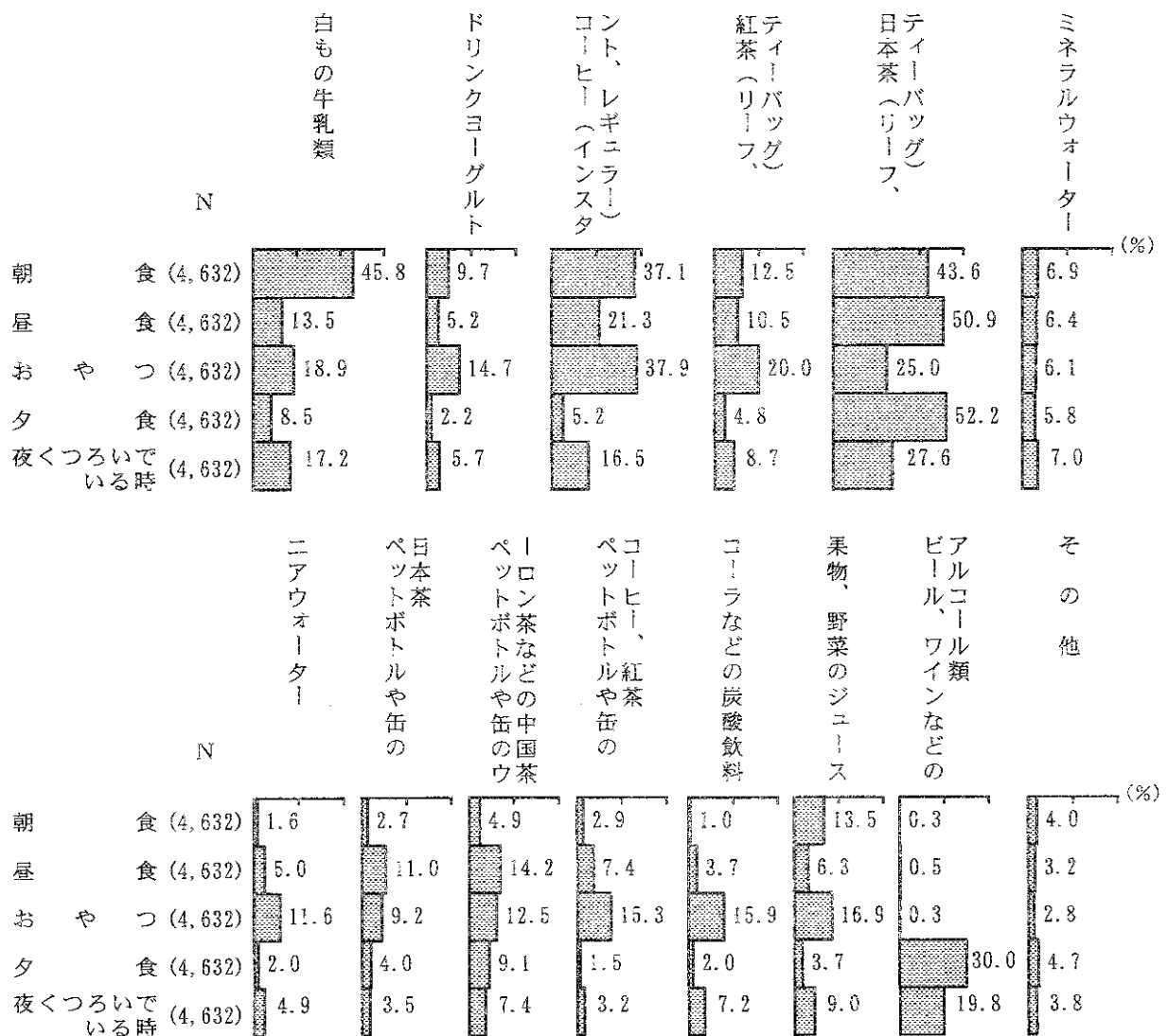
「おやつ」では、「コーヒー」(38%)、「日本茶」(25%)、「紅茶」(20%)などが多く飲まれている。

「夕食」では、「日本茶」(52%)が最も多く飲まれている。次に多いのは「ビールなどのアルコール類」(30%)である。

「夜くつろいでいる時」は、「日本茶」(28%)、「ビールなどのアルコール類」(20%)、「白もの牛乳類」(17%)、「コーヒー」(17%)などが比較的多く飲まれている。

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

図表IV-30 機会別 よく飲んでいる飲み物 (MA)



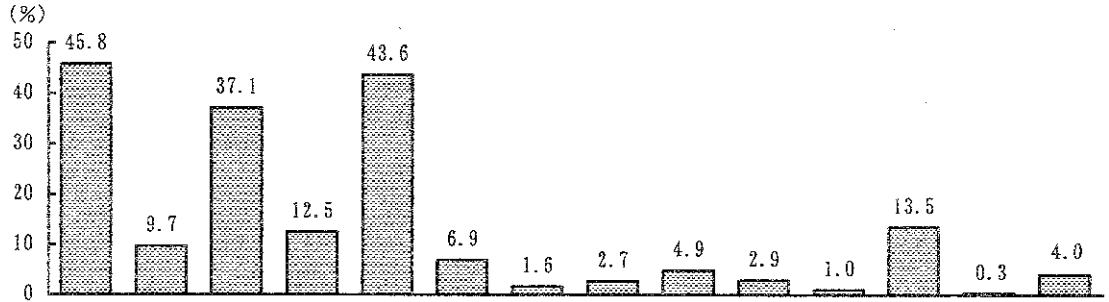
〈朝食〉

朝食に飲まれる飲み物を性・年齢別にみてもみた。

白もの牛乳類は男女、年齢を問わず4割以上の人々に飲まれている。特に20～30代の女性、10代の男性では朝食に白もの牛乳類を飲んでいる人が半数を超える。

コーヒーは30～40代の女性に、日本茶は年齢の高い層に多く飲まれている。

図表Ⅳ-31 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -朝食- (MA)



	N	白もの牛乳類	ドリンクヨーグルト	レギュラー コーヒー(インスタント)	紅茶(リーフ、 ティーバッグ)	日本茶(リーフ、 ティーバッグ)	ミネラルウォーター	ニアウォーター	ペットボトルや 缶の日本茶	ペットボトルや缶の 中国茶	ペットボトルや缶の コーヒー、紅茶	コーラなどの炭酸飲料	果物、野菜のジュース	ビール、ワインなどの アルコール類	その他
全 体	4,632	45.8	9.7	37.1	12.5	43.6	6.9	1.6	2.7	4.9	2.9	1.0	13.5	0.3	4.0
【性・年齢別】															
男性・10代	227	51.1	11.0	21.6	14.5	25.1	8.8	4.8	3.1	5.3	4.4	4.4	11.0	0.4	6.2
20代	282	40.1	13.1	42.6	12.4	24.8	13.1	6.4	5.3	11.0	8.9	1.8	18.1	0.4	3.9
30代	290	43.8	9.3	46.2	11.0	30.7	4.8	1.7	3.4	6.2	9.7	0.3	12.4	0.3	3.4
40代	368	42.4	9.0	48.1	9.2	46.5	5.2	1.6	3.0	3.3	3.0	1.1	14.9	0.3	1.1
50代	448	41.3	6.7	33.9	8.5	50.9	3.6	0.4	2.2	3.8	2.9	0.7	8.0	0.4	3.3
60代	354	49.4	6.8	28.0	7.3	54.8	5.6	0.0	1.7	3.7	1.4	1.1	9.0	1.1	2.3
70代以上	215	45.6	5.6	18.6	6.0	56.3	3.3	0.9	0.0	0.9	0.9	0.0	7.9	0.0	3.3
女性・10代	236	40.3	9.3	12.3	21.2	25.8	8.9	5.1	5.5	12.3	1.7	4.2	19.1	0.0	10.6
20代	343	51.0	13.7	43.1	18.7	31.2	12.0	2.0	6.4	9.0	4.7	0.9	21.0	0.3	5.5
30代	337	52.8	13.6	54.3	18.7	33.8	5.6	1.2	2.4	3.9	2.1	0.9	15.1	0.3	4.5
40代	431	47.6	8.8	58.5	13.0	41.5	5.8	0.7	2.6	4.6	1.6	0.5	16.9	0.0	4.4
50代	509	46.4	12.6	43.0	15.5	52.7	7.3	0.6	1.6	3.1	1.4	0.2	12.8	0.2	3.7
60代	328	47.6	8.5	24.1	12.5	58.2	7.9	0.3	0.9	2.7	0.0	0.6	12.8	0.3	2.1
70代以上	264	40.5	6.4	14.8	6.1	64.8	6.4	0.0	0.8	1.1	0.0	0.0	9.5	0.0	4.5
【性 別】															
男 性	2,184	44.4	8.6	35.3	9.7	42.6	6.1	2.0	2.7	4.8	4.3	1.2	11.5	0.5	3.2
女 性	2,448	47.1	10.7	38.8	15.1	44.6	7.6	1.2	2.7	4.9	1.7	0.9	15.2	0.2	4.7



〈昼食〉

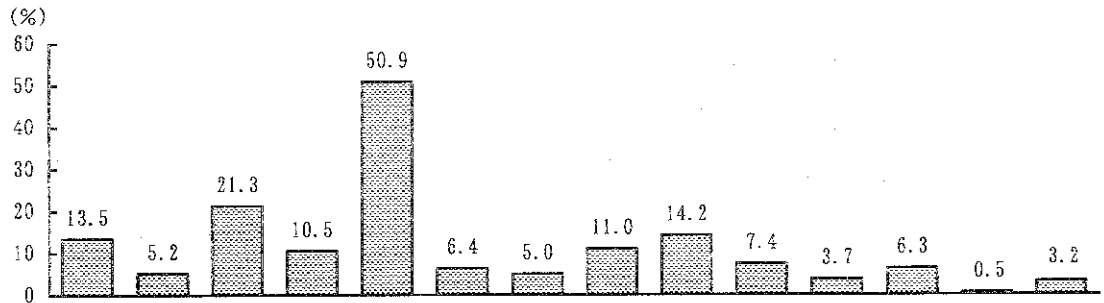
白もの牛乳類は14%の飲用率であるが、10代の男性は30%、女性は28%が昼食に飲んでおり、他の層を抜いてダントツに多い。

日本茶は高齢層に、コーヒーは30~40代の中間層によく飲まれている。

ペットボトルや缶の日本茶、中国茶は20代を中心に若い男女に、お昼に愛飲されている。

ニアウォーターも10代の男女では比較的多くあげられている。若い世代では昼食時の飲み物の多様化が進んでいる。

図表Ⅳ-32 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -昼食- (MA)

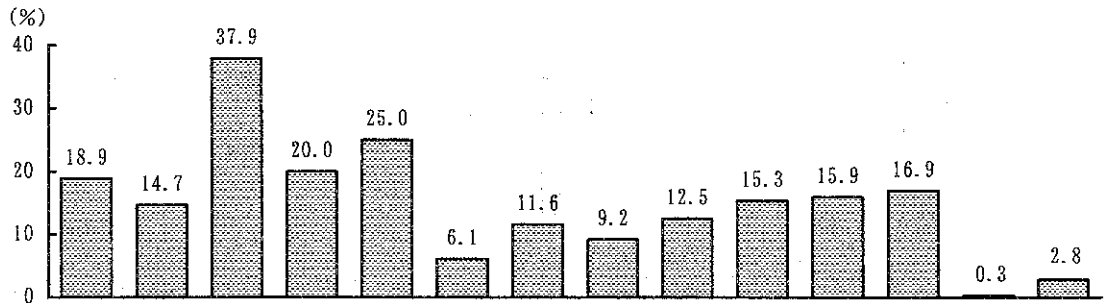


	N	白もの牛乳類	ドリンクヨーグルト	レギュラー コーヒー (インスタント)	紅茶 (リーフ、 ティーバッグ)	日本茶 (リーフ、 ティーバッグ)	ミネラル ウォーター	ニア ウォーター	ペット ボトルや 缶の日本 茶	ペット ボトルや 缶の ウーロン 茶などの 中国茶	ペット ボトルや 缶の コーヒー、 紅茶	コーラ などの 炭酸飲料	果物、 野菜の ジュース	ビール、 ワイン などの アルコール 類	その他
全 体	4,632	13.5	5.2	21.3	10.5	50.9	6.4	5.0	11.0	14.2	7.4	3.7	6.3	0.5	3.2
【性・年齢別】															
男性・10代	227	30.0	4.4	8.4	6.6	17.6	8.8	15.4	17.2	15.0	11.5	11.9	7.9	0.0	4.0
20代	282	9.6	5.0	18.8	12.4	33.7	15.2	15.6	21.6	25.9	17.4	9.2	8.5	1.1	2.5
30代	290	9.0	2.1	26.2	10.7	39.7	11.0	5.9	22.1	23.4	14.5	5.2	5.5	0.3	2.1
40代	368	9.2	3.3	31.8	7.1	54.6	4.9	5.7	9.8	13.9	9.0	4.3	4.3	0.5	1.6
50代	448	10.0	4.9	20.8	6.0	54.5	4.7	1.8	8.7	10.9	7.6	4.0	3.6	0.7	3.3
60代	354	10.5	4.0	16.9	7.1	59.3	4.2	0.8	5.4	6.8	2.8	1.7	4.8	1.1	1.4
70代以上	215	14.9	3.3	7.4	8.4	62.8	1.9	0.9	0.9	2.8	1.4	0.5	3.3	0.9	1.9
女性・10代	236	28.4	6.8	7.2	13.1	18.2	7.2	17.8	23.7	30.9	13.1	8.1	9.7	0.0	6.8
20代	343	7.0	5.2	24.2	21.6	47.5	9.6	8.2	23.9	30.3	15.2	3.2	12.0	0.3	4.4
30代	337	16.0	6.8	33.8	16.6	50.4	5.9	2.4	9.5	12.5	3.9	2.1	8.0	0.9	5.6
40代	431	14.6	7.7	33.4	12.5	55.7	5.3	2.1	7.7	13.2	5.1	2.1	5.6	0.2	3.7
50代	509	13.4	6.9	25.1	10.0	62.5	4.5	2.4	5.7	10.0	3.7	1.8	6.1	0.4	2.6
60代	328	14.3	4.0	13.1	9.1	61.9	4.3	0.3	3.4	5.8	1.2	1.8	6.1	0.0	2.1
70代以上	254	12.9	6.8	9.5	4.5	68.6	4.5	1.1	1.9	3.4	1.1	0.4	4.5	0.4	4.5
【性 別】															
男 性	2,184	12.3	3.9	19.9	8.1	47.6	7.0	6.0	11.9	14.0	9.0	5.0	5.2	0.7	2.4
女 性	2,448	14.6	6.4	22.6	12.6	53.8	5.8	4.2	10.1	14.5	5.9	2.5	7.3	0.3	4.0

<おやつ>

白もの牛乳類は19%と5人に1人の割合で飲用されているが、10代の男性及び70代以上の女性に特に多い。ニアウォーター、コーラなどの炭酸飲料は男女とも10代に、コーヒーは30代、40代の女性に多い。日本茶はおやつの時も年齢の高い層に多く飲まれている。

図表IV-33 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -おやつ- (MA)

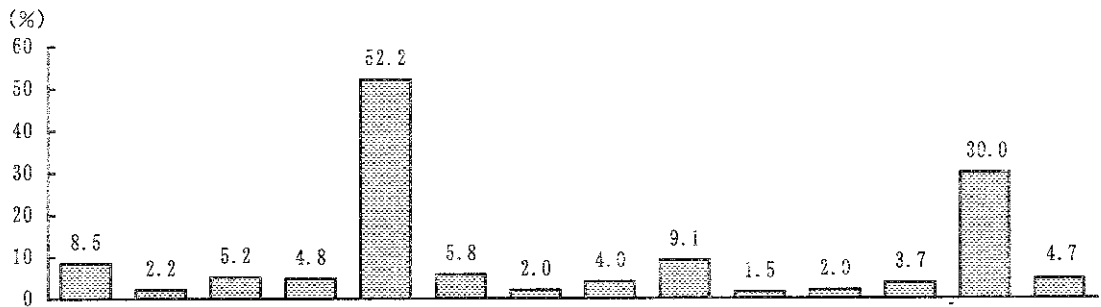


	N	白もの牛乳類	ドリンクヨーグルト	コーヒー (インスタント、 レギュラー)	紅茶 (リーフ、 ティーバッグ)	日本茶 (リーフ、 ティーバッグ)	ミネラルウォーター	ニアウォーター	ペットボトルや 缶の日本茶	ペットボトルや缶の ウーロン茶などの中国茶	ペットボトルや缶の コーヒー、紅茶	コーラなどの炭酸飲料	果物、野菜のジュース	ビール、ワインなどの アルコール類	その他
全 体	4,632	18.9	14.7	37.9	20.0	25.0	6.1	11.6	9.2	12.5	15.3	15.9	16.9	0.3	2.8
【性・年齢別】															
男性・10代	227	26.0	15.9	15.0	8.8	4.0	8.8	34.8	10.6	7.9	15.9	44.1	23.8	0.4	3.1
20代	282	16.7	11.3	29.1	15.6	12.4	11.7	17.7	13.1	15.6	29.8	28.7	16.7	0.7	0.4
30代	290	9.7	10.0	44.8	19.0	15.5	7.6	18.6	12.1	19.3	30.0	24.5	11.7	0.3	1.0
40代	368	13.0	7.6	45.4	11.7	21.5	7.3	9.5	12.0	14.4	22.0	19.6	10.3	0.5	0.8
50代	448	13.4	9.4	37.9	10.5	25.0	6.7	6.5	9.6	11.8	14.7	10.0	16.1	0.0	2.5
60代	354	18.4	12.1	32.5	13.0	28.0	3.4	4.8	4.0	8.8	11.9	11.0	15.3	0.3	2.5
70代以上	215	18.1	18.6	24.7	11.6	35.8	3.3	3.3	2.8	4.2	6.5	6.0	11.6	0.0	2.8
女性・10代	236	18.6	23.7	18.6	24.2	14.0	8.1	35.2	12.7	24.2	17.4	33.9	22.5	0.0	7.2
20代	343	19.8	15.7	40.2	35.3	17.5	6.7	17.8	14.3	17.8	20.4	15.7	23.3	1.2	5.2
30代	337	22.8	14.8	50.7	35.0	20.8	5.9	11.9	10.1	11.9	14.2	18.1	17.5	0.3	4.7
40代	431	24.1	16.5	55.5	27.1	28.3	4.2	9.3	11.4	13.9	15.1	14.4	15.8	0.0	2.1
50代	509	21.0	21.6	47.2	24.4	33.6	4.9	6.3	6.3	11.0	7.9	8.6	15.3	0.4	1.6
60代	328	18.9	17.1	35.4	20.1	43.6	5.2	2.7	5.2	9.1	8.8	3.0	18.0	0.3	2.1
70代以上	264	25.4	13.6	21.2	16.7	39.0	3.0	0.8	4.9	4.9	2.7	2.3	22.7	0.4	5.3
【性 別】															
男 性	2,184	15.8	11.4	34.4	12.8	20.9	6.9	12.4	9.3	12.1	18.8	19.3	14.8	0.3	1.8
女 性	2,448	21.6	17.7	41.0	26.4	28.7	5.3	10.9	9.2	12.9	12.3	12.9	18.7	0.4	3.6

〈夕食〉

夕食時の飲み物として白もの牛乳類は10代の男性では31%、女性で14%と若い世代では比較的多く飲まれている。絶対的に多いのは日本茶とアルコール類であり、日本茶は年齢の高い層に多く、アルコール類は20代以上の男性に多い。

図表IV-34 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -夕食- (MA)



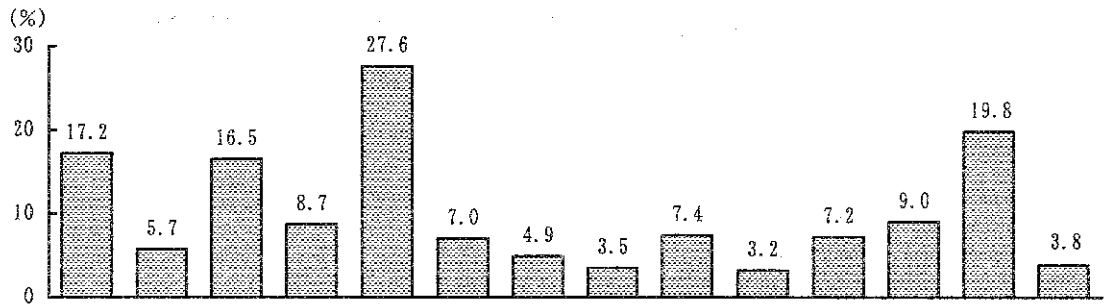
	N	白もの牛乳類	ドリンクヨーグルト	レギュラー コーヒー(インスタント)	紅茶(リーフ、 ティーバッグ)	日本茶(リーフ、 ティーバッグ)	ミネラルウォーター	ニアウォーター	ペットボトルや 缶の日本茶	ウーロン茶などの中国茶 ペットボトルや缶の	ペットボトルや缶の コーヒー、紅茶	コーラなどの炭酸飲料	果物、野菜のジュース	アルコール類 ビール、ワインなどの	その他	
全 体	4,632	8.5	2.2	5.2	4.8	52.2	5.8	2.0	4.0	9.1	1.5	2.0	3.7	30.0	4.7	
【性・年齢別】																
男性・10代	227	31.3	4.0	1.3	8.4	31.7	8.8	5.7	6.6	11.5	3.1	8.4	6.2	4.8	8.4	
20代	282	11.3	2.1	5.7	5.3	41.8	15.2	7.4	7.1	17.7	4.3	5.3	5.3	28.4	3.5	
30代	290	6.9	3.1	9.7	3.4	38.3	6.9	1.4	7.5	16.9	3.1	3.4	3.4	42.8	4.5	
40代	368	5.7	1.4	4.2	2.7	45.1	3.8	2.7	2.4	5.7	2.2	1.9	0.8	54.3	2.2	
50代	448	8.7	2.5	7.6	3.3	51.3	2.9	0.9	1.6	4.5	0.7	1.1	3.8	52.7	3.3	
60代	354	5.1	1.7	2.0	2.5	48.6	3.7	0.3	1.4	4.2	0.6	0.3	3.7	51.7	3.1	
70代以上	215	5.6	2.8	2.3	2.3	55.3	3.3	0.5	0.5	0.9	0.9	0.0	1.9	37.7	3.7	
女性・10代	236	14.4	5.5	3.8	6.4	40.7	9.7	5.9	8.9	23.3	1.3	5.5	5.1	1.3	10.6	
20代	343	8.2	1.7	6.1	8.7	52.8	8.7	3.2	9.9	17.2	2.9	2.0	7.9	21.0	5.5	
30代	337	9.5	1.8	8.0	5.9	53.4	5.9	0.9	5.6	9.5	0.3	1.5	3.3	24.6	7.7	
40代	431	6.3	2.3	7.9	5.3	58.0	5.3	0.9	3.5	10.0	1.4	0.7	3.2	25.3	4.6	
50代	509	7.1	1.5	6.7	4.9	64.0	4.3	1.0	2.4	5.7	0.6	1.0	3.7	25.9	3.9	
60代	328	4.0	2.1	1.2	5.5	65.2	4.0	0.9	1.2	4.5	0.6	0.6	1.8	18.2	2.7	
70代以上	264	3.4	0.8	1.1	2.7	70.1	3.4	0.0	0.4	2.3	0.4	0.0	2.3	8.7	4.3	
【性 別】																
男 性	2,184	9.8	2.4	5.0	3.8	45.2	6.0	2.5	3.6	8.4	2.0	2.6	3.5	41.9	3.8	
女 性	2,448	7.3	2.1	5.4	5.6	58.5	5.7	1.6	4.3	9.7	1.1	1.4	3.9	19.4	5.4	

〈夜くつろぐ時〉

夜くつろぐ時の白もの牛乳類は 17%であるが、10 代の男性では3割となっており、特に多い。

日本茶は男女とも高齢層に、コーヒーは 40 代を中心に中間層に多い。ニアウォーター、コーラなどの炭酸飲料などは 10 代など若い層に目立って多い。アルコール類は当然ながら 20~50 代の男性に多くみられる。

図表IV-35 性・年齢別 ふだんよく飲んでいるもの -夜くつろぐ時- (MA)



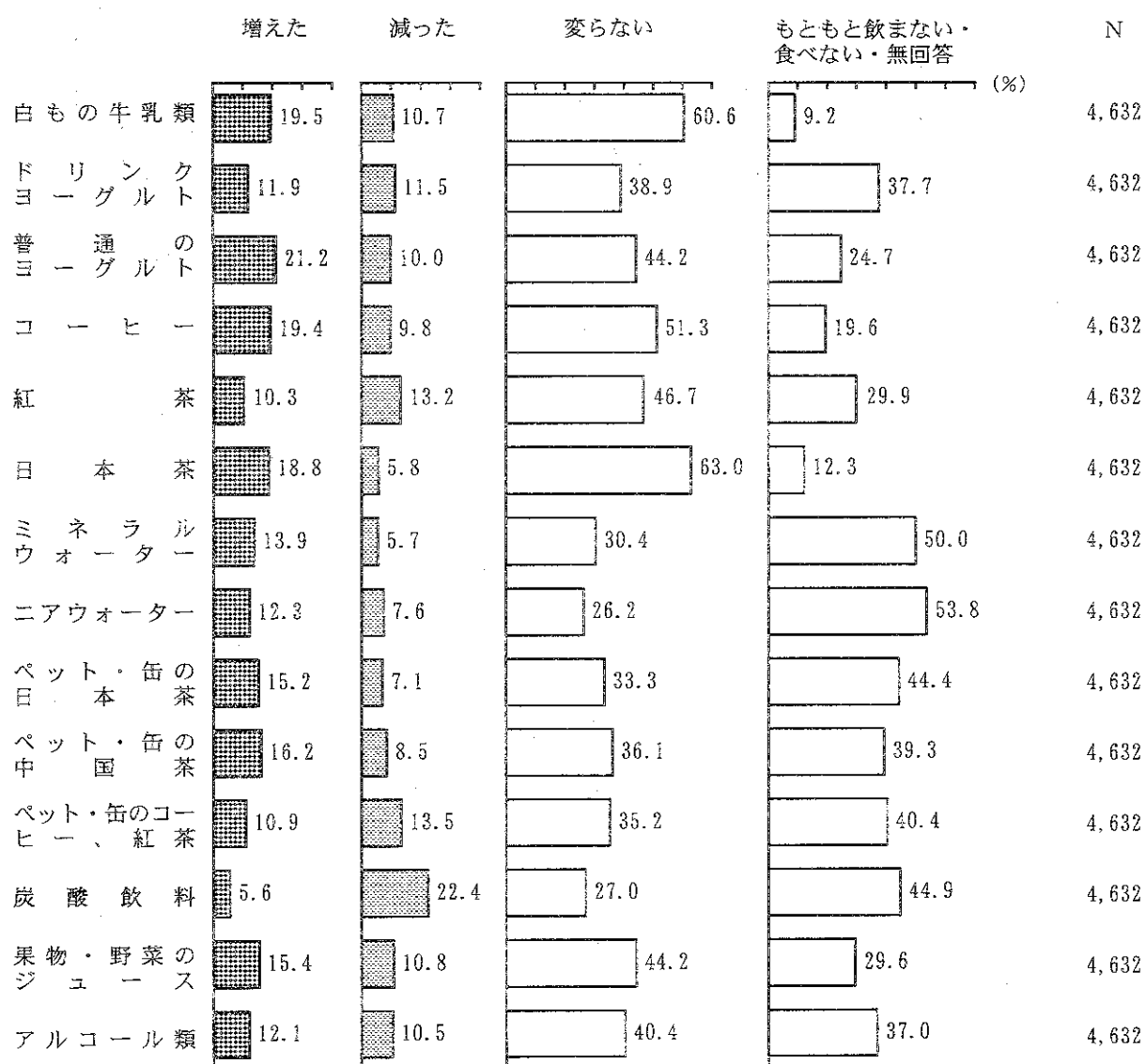
	N	白もの牛乳類	ドリンクヨーグルト	レギュラー コーヒー(インスタント)	紅茶(リーフ、 ティーバッグ)	日本茶(リーフ、 ティーバッグ)	ミネラルウォーター	ニアウォーター	ペットボトルや 缶の日本茶	ウーロン茶などの中国茶 ペットボトルや缶の	ペットボトルや缶の コーヒー、紅茶	コーラなどの炭酸飲料	果物、野菜のジュース	アルコール類 ビール、ワインなどの	その他	
全 体	4,632	17.2	5.7	16.5	8.7	27.6	7.0	4.9	3.5	7.4	3.2	7.2	9.0	19.8	3.8	
【性・年齢別】																
男性・10代	227	30.0	8.4	15.0	9.3	12.3	8.8	14.5	7.5	10.1	7.0	26.9	11.5	3.1	4.0	
20代	282	20.6	4.6	18.1	9.2	15.6	14.5	12.1	5.0	13.8	9.9	18.1	14.2	26.2	2.5	
30代	290	20.3	5.9	16.2	4.8	15.5	5.9	6.6	4.5	10.0	5.2	10.7	12.8	40.0	4.5	
40代	368	17.4	4.3	20.7	6.5	26.1	5.7	4.6	2.2	6.0	2.7	6.8	7.6	35.1	2.4	
50代	448	15.4	4.5	17.9	5.6	29.0	6.0	2.5	2.2	6.0	1.1	3.3	5.6	28.8	3.6	
60代	354	14.4	2.3	8.8	3.1	29.7	3.7	0.6	1.1	4.2	1.1	2.0	5.9	19.2	2.0	
70代以上	215	9.8	3.7	3.7	1.4	33.0	2.3	1.9	0.0	1.4	0.5	0.9	5.1	16.3	2.8	
女性・10代	236	16.5	8.1	14.8	17.8	14.8	7.6	13.6	8.1	19.5	5.9	16.1	16.1	5.9	8.5	
20代	343	15.2	7.9	19.5	18.4	24.2	10.5	9.6	8.7	12.8	6.4	8.7	13.1	15.2	5.0	
30代	337	19.6	6.2	27.3	13.4	25.5	8.0	2.4	3.6	5.3	3.6	8.0	10.4	24.3	4.5	
40代	431	16.7	5.3	29.5	11.4	32.0	6.7	3.7	4.6	6.7	2.3	4.9	7.2	20.0	3.7	
50代	509	17.7	9.2	16.5	9.4	36.3	8.3	2.6	1.8	6.3	1.4	3.3	9.6	16.9	3.7	
60代	328	17.1	5.5	7.9	9.1	38.4	5.8	1.2	0.3	3.7	0.0	1.8	8.5	9.1	3.0	
70代以上	264	12.5	3.4	2.7	1.5	40.9	3.8	0.8	1.5	1.9	1.1	0.4	1.9	2.7	4.9	
【性 別】																
男 性	2,184	17.9	4.6	15.0	5.7	23.8	6.6	5.5	3.0	7.2	3.6	8.8	8.6	25.5	3.1	
女 性	2,448	16.7	6.7	17.9	11.5	31.1	7.4	4.4	3.9	7.6	2.8	5.7	9.4	14.6	4.5	

#### 4) 牛乳・乳製品とその他の飲み物の消費状況

牛乳・乳製品とその他の飲み物の全 14 品目について、それぞれの消費状況を 2～3 年前と比べて回答してもらった。

「増えた」は、普通のヨーグルト、白もの牛乳、コーヒー、日本茶の順に多くあげられている。他方、「減った」は、炭酸飲料、ペット・缶のコーヒー紅茶、ドリンクヨーグルトの順に多くあげられている。また、「増えた」と「減った」を比較してみると、日本茶、普通のヨーグルトでは、「増えた」人の方が大きく上回っている。逆に、炭酸飲料では「減った」人の方が大きく上回っている。

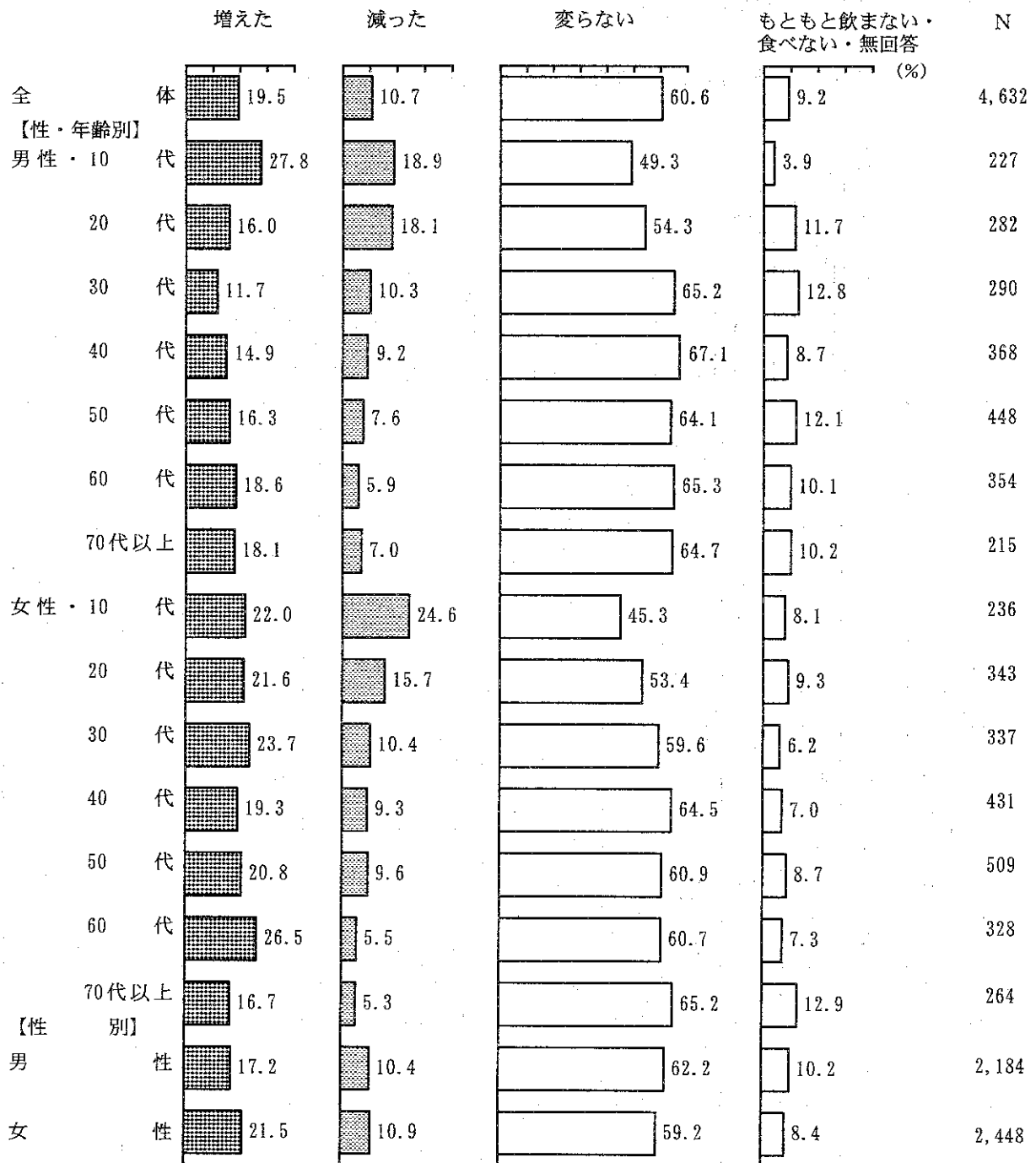
図表IV-36 2～3年前と比較した飲み物の消費状況



全体では、「変わらない」という回答が6割と多い。また、「増えた」人の方が「減った」人を上回っている。

性・年齢別にみると、「増えた」は、男性の10代、女性の30代と60代に多くみられる。一方、「減った」は、若い年代ほど多い傾向にあり、男性の20代と女性の10代では「減った」人が「増えた」人を上回っている。

図表IV-37 2～3年前と比較した白もの牛乳類の消費状況

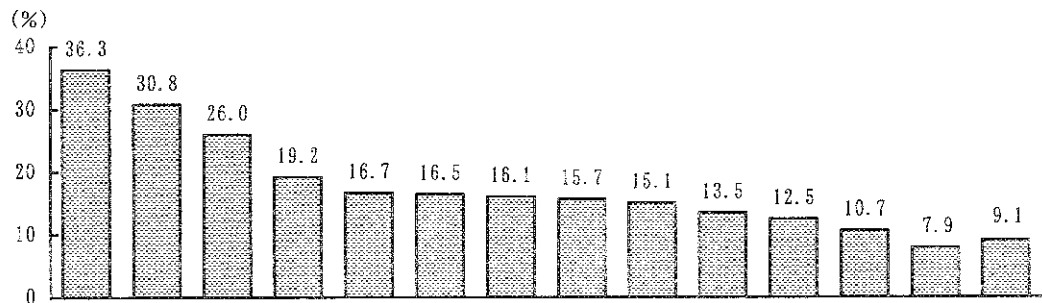


白もの牛乳類の飲む量が、2～3年前に比べ「減った」と回答した人（496人）に、白もの牛乳類の代わりに何を飲んでいるかを複数回答で聞いた。

全体でみると、「日本茶（リーフ・ティーバッグ）」が最も多く、次いで、「コーヒー（インスタント・レギュラー）」「ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶」「果物、野菜のジュース」が多くあげられた。

サンプル数が少ないが参考までに、性・年齢別にみると、20代以下の男女で「ニアウォーター」「ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶」、30代の男女で「コーヒー（インスタント・レギュラー）」が多くなっている。このほか、男性の10代で、「コーラなどの炭酸飲料」の多さが際立っている。

図表Ⅳ-38 白もの牛乳類の代わりに飲用しているもの（MA）



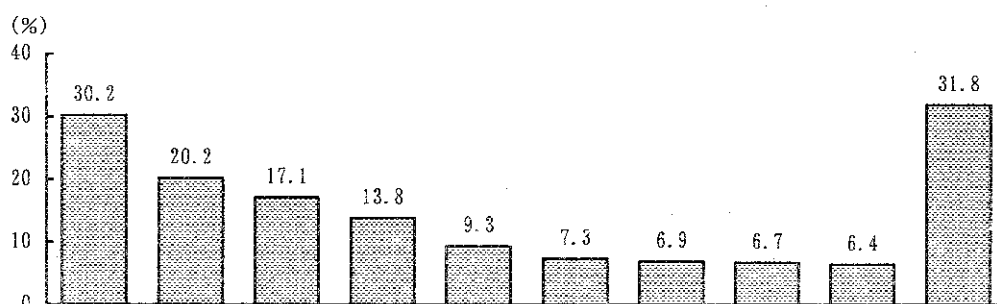
	N	日本茶 (リーフ・ティーバッグ)	コーヒー (インスタント、 レギュラー)	ペットボトルや缶の ウーロン茶などの中国茶	果物、野菜のジュース	ペットボトルや缶の日本茶	ドリンクヨーグルト	ニアウォーター	ミネラルウォーター	紅茶 (リーフ・ティーバッグ)	コーラなどの炭酸飲料	ペットボトルや缶の コーヒー、紅茶	ビール・ワインなどの アルコール飲料	その他	「白もの牛乳類」のかわりに 飲んでいる飲み物はない
該 当 者	496	36.3	30.8	26.0	19.2	16.7	16.5	16.1	15.7	15.1	13.5	12.5	10.7	7.9	9.1
【性・年齢別】															
男性・10代	43	30.2	34.9	27.9	14.0	18.6	16.3	41.9	14.0	20.9	46.5	27.9	2.3	7.0	2.3
20代	51	31.4	25.5	41.2	13.7	27.5	17.6	19.6	25.5	11.8	19.6	17.6	19.6	5.9	7.8
30代	30	26.7	53.3	23.3	26.7	23.3	3.3	13.3	16.7	6.7	10.0	13.3	30.0	3.3	10.0
40代	34	38.2	26.5	14.7	14.7	17.6	20.6	5.9	17.6	0.0	5.9	5.9	11.8	5.9	8.8
50代	34	29.4	23.5	8.8	17.6	14.7	8.8	5.9	8.8	8.8	0.0	2.9	11.8	14.7	17.6
60代	21	33.3	23.8	14.3	9.5	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	9.5	0.0	4.8	19.0	14.3
70代以上	15	60.0	20.0	6.7	20.0	0.0	26.7	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	13.3	13.3	20.0
女性・10代	58	32.8	12.1	48.3	22.4	20.7	23.7	31.0	17.2	22.4	27.6	20.7	5.2	8.6	8.6
20代	54	42.6	33.3	35.2	29.6	37.0	18.5	31.5	18.5	37.0	11.1	18.5	9.3	1.9	5.6
30代	35	28.6	54.3	28.6	11.4	11.4	14.3	5.7	20.0	28.6	2.9	14.3	14.3	14.3	14.3
40代	40	45.0	47.5	22.5	22.5	7.5	20.0	7.5	10.0	12.5	5.0	2.5	12.5	7.5	5.0
50代	49	49.0	26.5	12.2	20.4	2.0	22.4	4.1	14.3	12.2	4.1	4.1	6.1	8.2	6.1
60代	18	22.2	33.3	27.8	27.8	11.1	11.1	5.6	16.7	0.0	16.7	16.7	5.6	0.0	5.6
70代以上	14	42.9	14.3	0.0	7.1	7.1	21.4	7.1	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	21.4
【性 別】															
男 性	228	33.3	30.3	22.8	16.2	17.5	13.6	15.8	15.4	8.8	16.2	12.7	13.6	8.8	10.1
女 性	268	38.8	31.3	28.7	21.6	16.0	19.0	16.4	16.0	20.5	11.2	12.3	8.2	7.1	8.2

白もの牛乳類の代わりに他の飲み物を飲んでいると回答した人（450人）に、白もの牛乳類の代わりに、他の飲み物を選んだ理由を複数回答で聞いた。

「清涼感のある飲み物がよかったから」が最も多く、以下「水分補給にはミネラルウォーター、ニアウォーターがよいので」「牛乳の口当たり、味になじめないから」「機能性飲料が手軽に買えるようになったから」などが多くあげられている。

サンプル数が少ないが参考までに、性・年齢別にみると、10代の男女で「清涼感のある飲み物がよかったから」、10代の男性で「水分補給にはミネラルウォーター、ニアウォーターがよいので」が特に多くなっている。このほか、男性の30代と女性の50代で、「コレステロールが気になるから」をあげる人が比較的多くなっている。

図表IV-39 白もの牛乳類から他飲料への代替理由（MA）



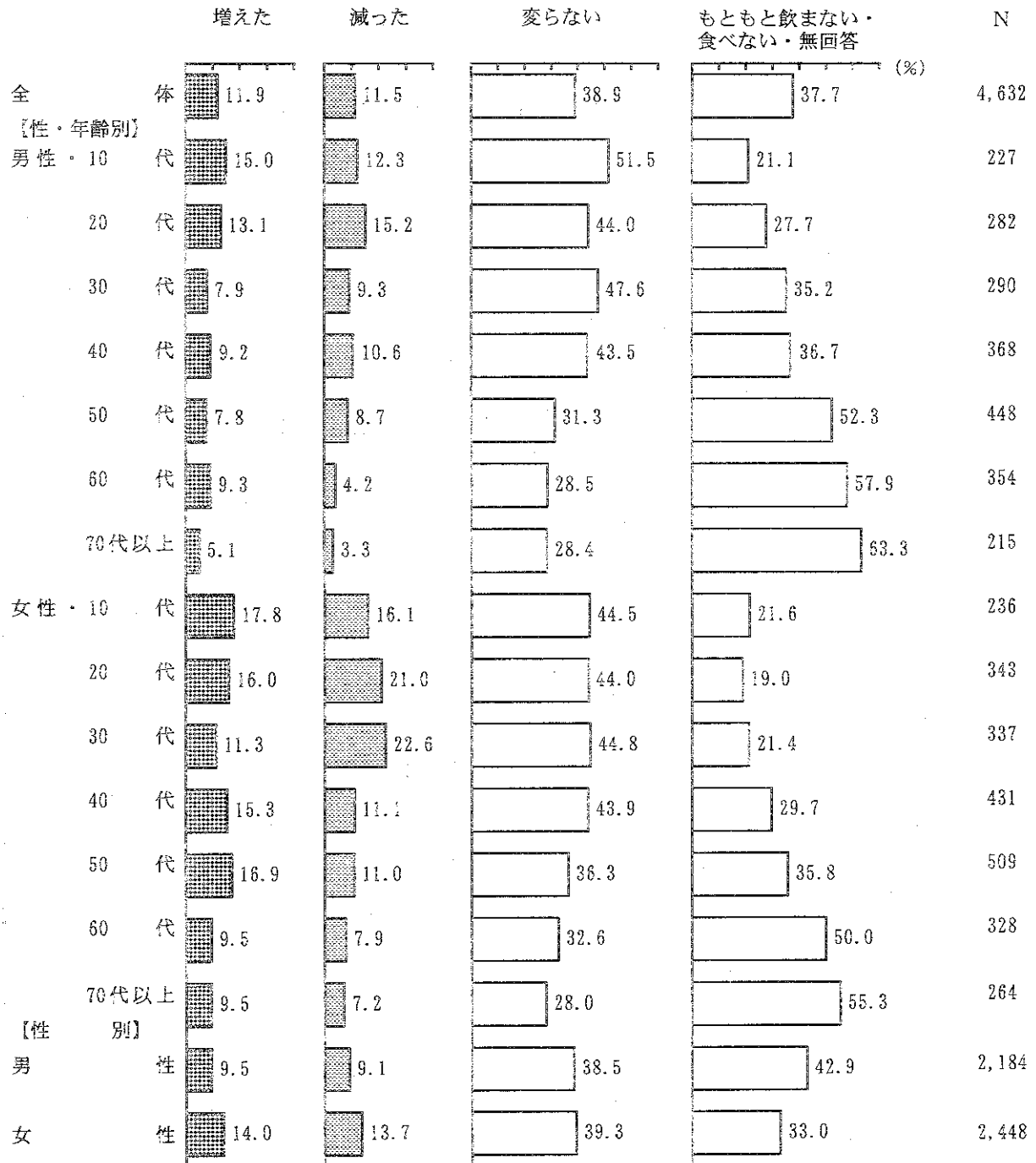
	N	清涼感のある飲み物がよかったから	水分補給にはミネラルウォーター・ニアウォーターがよいので	牛乳の口当たり、味になじめないから	機能性飲料が手軽に買えるようになったから	コレステロールが気になるから	牛乳は手軽に買えないから	性のある飲み物がよいため、話題を伝えている	ダイエット中だから	たくなつたので、卒業し何となく牛乳を卒業した	その他
該 当 者	450	30.2	20.2	17.1	13.8	9.3	7.3	6.9	6.7	6.4	31.8
【性・年齢別】											
男性・10代	42	50.0	35.7	19.0	21.4	2.4	4.8	19.0	2.4	9.5	28.6
20代	47	38.3	25.5	10.6	17.0	4.3	10.6	10.6	2.1	6.4	27.7
30代	27	33.3	14.8	3.7	18.5	25.9	11.1	11.1	3.7	3.7	29.6
40代	31	16.1	25.8	12.9	25.8	6.5	16.1	3.2	9.7	3.2	41.9
50代	28	10.7	14.3	10.7	14.3	17.9	3.6	0.0	10.7	7.1	39.3
60代	18	27.8	22.2	11.1	5.6	11.1	5.6	0.0	0.0	0.0	22.2
70代以上	12	25.0	0.0	25.0	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	16.7	25.0
女性・10代	53	43.4	20.8	26.4	7.5	3.8	1.9	13.2	7.5	3.8	32.1
20代	51	35.3	23.5	17.6	15.7	3.9	13.7	3.9	7.8	9.8	25.5
30代	30	26.7	16.7	20.0	20.0	6.7	3.3	3.3	10.0	3.3	43.3
40代	38	28.9	13.2	18.4	7.9	5.3	7.9	7.9	7.9	7.9	31.6
50代	46	17.4	10.9	15.2	8.7	23.9	2.2	2.2	13.0	8.7	34.8
60代	16	25.0	18.8	18.8	6.3	12.5	0.0	0.0	6.3	6.3	18.8
70代以上	11	0.0	27.3	45.5	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	45.5
【性 別】											
男 性	205	31.2	22.9	12.7	17.6	9.8	8.8	8.3	4.4	6.3	31.2
女 性	245	29.4	18.0	20.8	10.6	9.0	6.1	5.7	8.6	6.5	32.2



全体では、「増えた」人と「減った」人に大差はなく、拮抗している。

性・年齢別にみると、「増えた」は、女性の10代と50代にやや多くみられる。一方、「減った」は、女性の20代、30代で2割以上と多くなっている。男性の30～50代、女性の20代と30代では「減った」人が「増えた」人を上回っている。

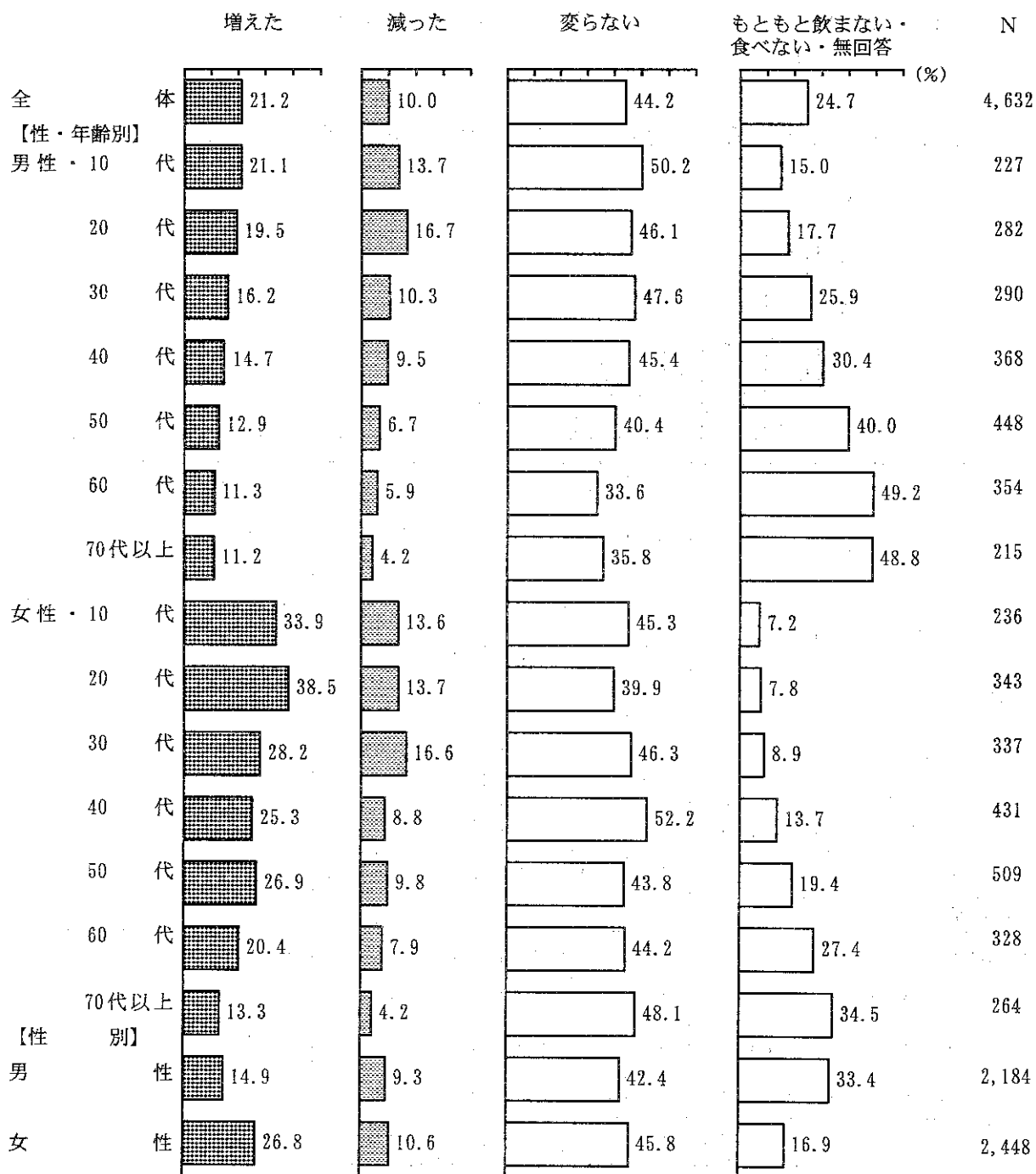
図表IV-40 2～3年前と比較したドリンクヨーグルトの消費状況



全体では、「増えた」人が「減った」人の倍以上となっている。

性・年齢別にみると、すべての年代で「増えた」人が「減った」人を上回っている。なかでも、女性の10代、20代でその差は大きくなっている。

図表IV-41 2～3年前と比較した普通のヨーグルトの消費状況



#### 4. 牛乳容器について

##### 1) 注目する表示

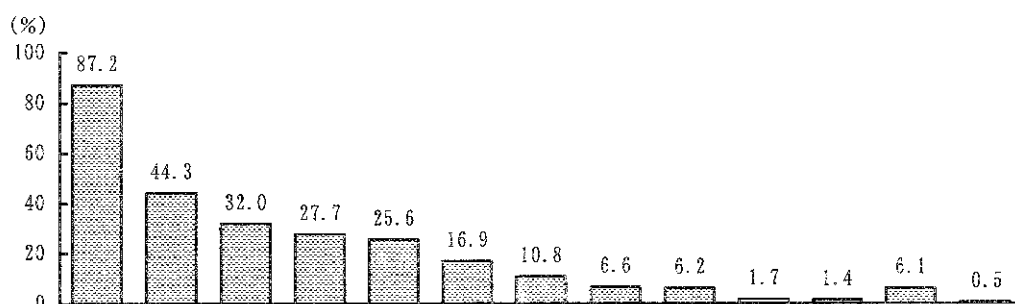
牛乳を購入する時、牛乳パックの表示のどこを主に見るかを聞いた。

「品質保持期限」が 87%と最も多くの人にあげられた。次は「メーカー名」44%、「種類別」32%、「栄養成分」28%と続いている。

若い主婦は「品質保持期限」「種類別」を見る傾向が強い。

また、購入量との関連でみると、購入量が多い方が「品質保持期限」「種類別」「商品名」などを見る傾向が強い。

図表Ⅳ-42 主婦の年齢別 購入量別 購入時によく見る牛乳パックの表示 (MA)



	N	品質保持期限	メーカー名	種類別	栄養成分	商品名	産地	殺菌温度	公正マーク	原材料	広告欄	その他	特になにも見ない	無回答
全体	4,632	87.2	44.3	32.0	27.7	25.6	16.9	10.8	6.6	6.2	1.7	1.4	6.1	0.5
【主婦年齢別】														
30代以下	935	91.0	39.6	34.8	25.2	29.7	15.3	10.8	3.7	4.6	2.2	2.1	4.4	0.2
40代	1,325	91.6	46.6	36.6	29.1	26.3	17.5	12.5	5.3	6.8	1.7	1.2	3.3	0.3
50代	1,341	85.6	43.8	31.2	29.2	25.6	17.4	10.7	6.3	7.0	1.8	1.4	6.9	0.5
60歳以上	1,026	80.3	46.5	25.0	26.3	21.2	16.9	8.9	11.5	6.0	0.9	1.1	10.2	0.9
【購入量別】														
ほとんど買わない	221	54.3	21.7	14.0	14.9	14.5	5.4	5.4	5.4	4.5	1.8	4.5	33.9	4.5
2ℓ未満	1,106	86.3	41.4	25.7	26.2	21.7	14.1	8.2	5.3	4.5	1.2	0.6	7.1	0.4
3ℓ未満	1,094	89.1	46.8	34.1	29.3	26.8	17.4	10.8	7.0	5.8	1.5	1.2	4.1	0.4
5ℓ未満	1,105	89.6	47.1	34.6	29.8	27.4	18.3	10.9	7.5	7.3	2.3	1.2	4.2	0.2
5ℓ以上	1,020	91.8	47.4	39.5	28.3	29.5	20.7	15.0	7.0	7.9	1.9	2.2	2.9	0.0

## 2) 容器への要望

牛乳の容器に対する要望を主婦に聞いた。

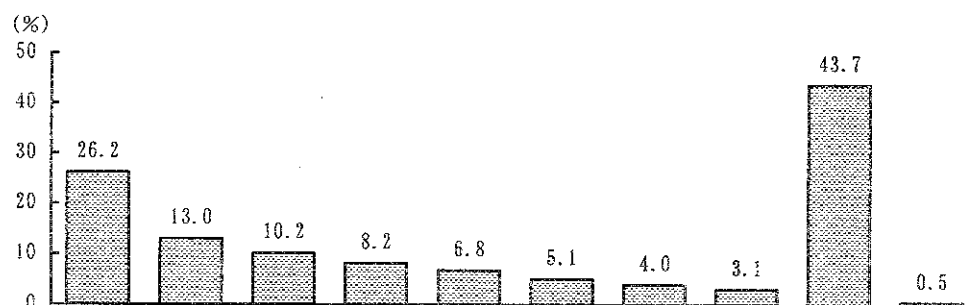
「特にない」が44%と最も多くなっているが、残りの半数以上の人は何らかの要望を出している。

要望の中で最も多いものは「注ぎ口付きの紙パック」で26%、次に「料理のレシピの表示」13%、「1ℓのガラスびん」10%、「750mlの中間サイズの紙パック」8%などが続いている。

50代の主婦では3割が「注ぎ口付きの紙パック」を望んでいる。また、若い主婦からは「料理のレシピの表示」「1ℓのガラスびん」への要望が多い。

購入量との関連で見ると、購入量の少ない世帯では「750mlの中間サイズの紙パック」や「500mlのガラスびん」「500mlのポリ容器」といった比較的容量の小さい容器を望む人が多く、購入量の多い世帯では「料理のレシピの表示」や「1ℓのガラスびん」などの要望がやや多い。

図表Ⅳ-43 主婦年齢別 都市規模別 購入量別 牛乳の容器に希望すること (MA)



	N	注ぎ口付きの紙パック	料理のレシピの表示	1ℓのガラスびん	750mlの中間サイズの紙パック	500mlのガラスびん	1ℓ以上のポリ容器	500mlのポリ容器	その他	特にない	無回答
総数	4,632	26.2	13.0	10.2	8.2	6.8	5.1	4.0	3.1	43.7	0.5
【主婦年齢別】											
30代以下	935	21.0	16.0	12.2	8.2	7.0	5.9	3.6	3.7	43.4	0.1
40代	1,325	26.9	14.6	11.5	8.5	6.6	5.5	5.4	3.1	40.8	0.4
50代	1,341	29.8	12.2	9.5	7.2	7.3	4.7	2.9	2.5	44.2	0.3
60歳以上	1,026	25.2	9.1	7.4	9.2	6.1	4.6	3.9	3.3	47.3	1.1
【購入量別】											
ほとんど買わない	221	11.8	4.5	4.1	6.3	7.2	0.9	2.3	1.4	70.6	0.5
2ℓ未満	1,106	24.8	11.8	7.4	11.0	9.9	4.3	5.9	2.3	43.4	0.6
3ℓ未満	1,094	29.3	13.7	10.2	10.1	6.6	4.7	4.8	2.7	40.7	0.5
5ℓ未満	1,105	26.5	13.1	11.1	7.4	5.9	6.5	3.3	3.4	43.4	0.4
5ℓ以上	1,020	27.5	15.5	13.3	4.4	4.4	6.1	2.2	4.6	41.8	0.1

## V 健康意識

### 1. 白もの牛乳類についての意見

白もの牛乳類について人々がどのように思っているかを聞いた。

「牛乳は健康的な生活のためになくってはならないものだ」という意見について、「そう思う」人は48%、「まあそう思う」人は36%、合わせて8割を超える人がこの意見を肯定している。

「牛乳をふつうに飲んでいる限り、そのことによる肥満を心配することはない」という意見について、「そう思う」人は40%、「まあそう思う」人は26%、合わせて66%の人が肯定している。一方、否定する人は2割を占める。

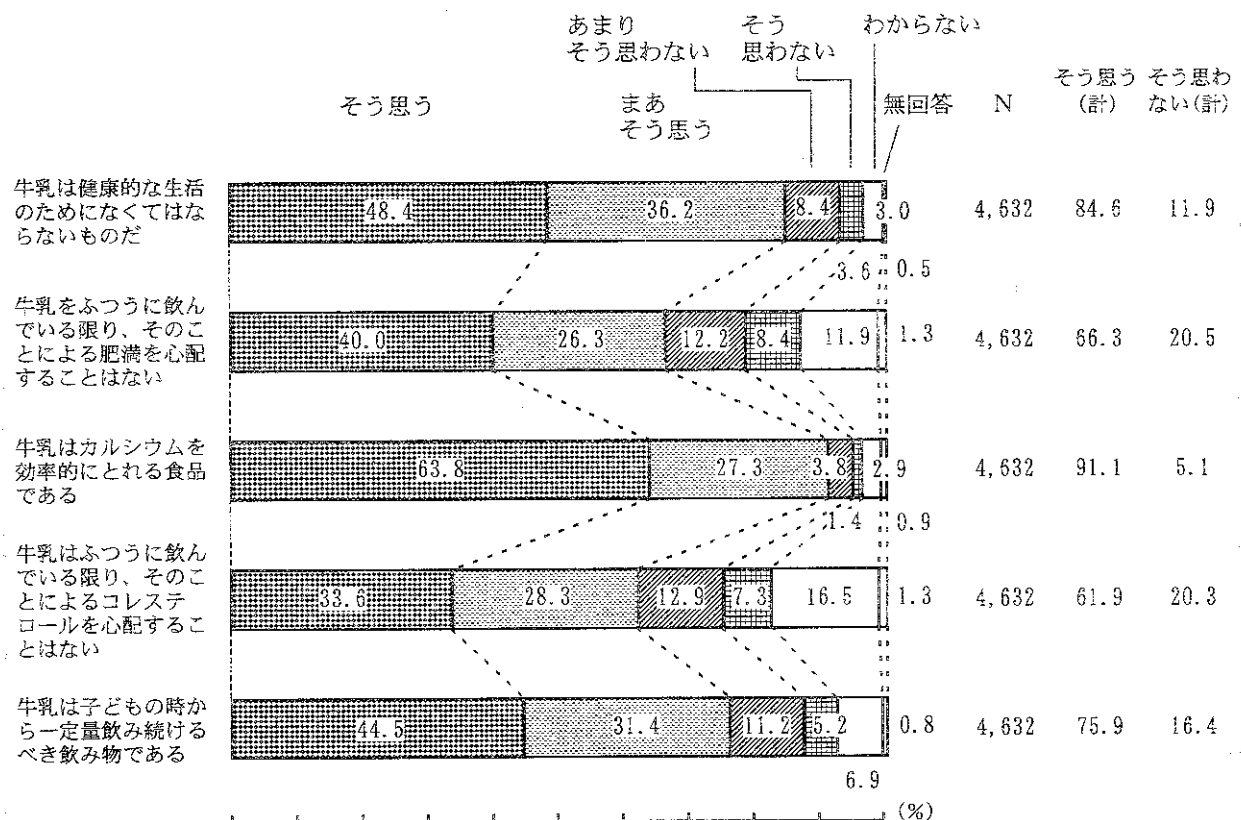
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」という意見については、9割以上の人が肯定している。

「牛乳をふつうに飲んでいる限り、そのことによるコレステロールを心配することはない」という意見については、「そう思う」は34%、「まあそう思う」は28%であり、合わせて62%の人が肯定している。一方、否定する人は2割強を占める。

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

多くの方は、白もの牛乳類はカルシウム源であり、健康のために良いと考えているようである。

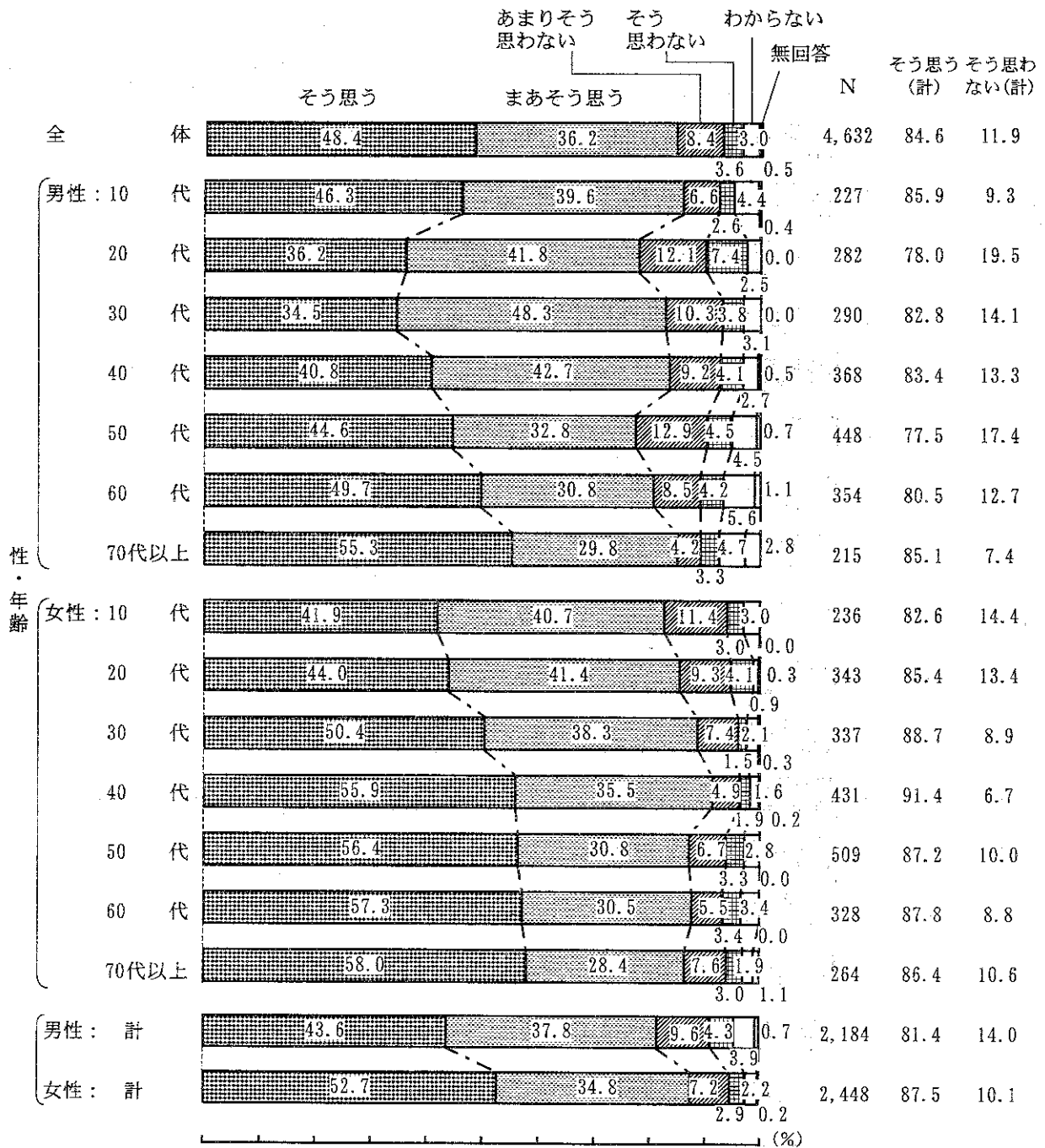
図表V-1 白もの牛乳類についての意見



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

「牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ」という意見について、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は、男性よりも女性で多い。特に女性40代に多く、91%の人が肯定している。

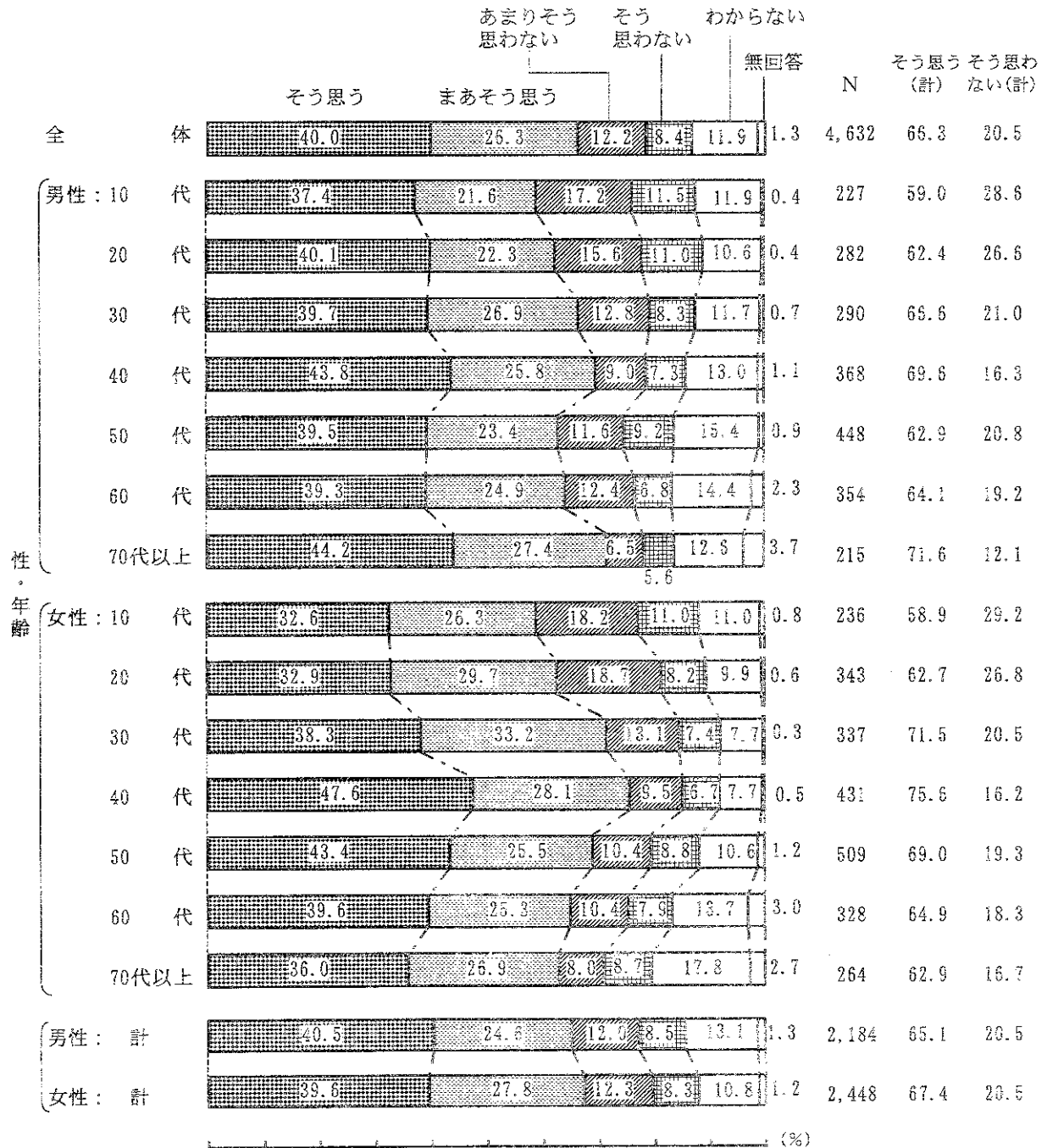
図表V-2 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見  
「牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ」



「牛乳をふつうに飲んでいる限り、そのことによる肥満を心配することはない」という意見については、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）はいずれの年代でも過半数と多く、特に女性の40代で多い。

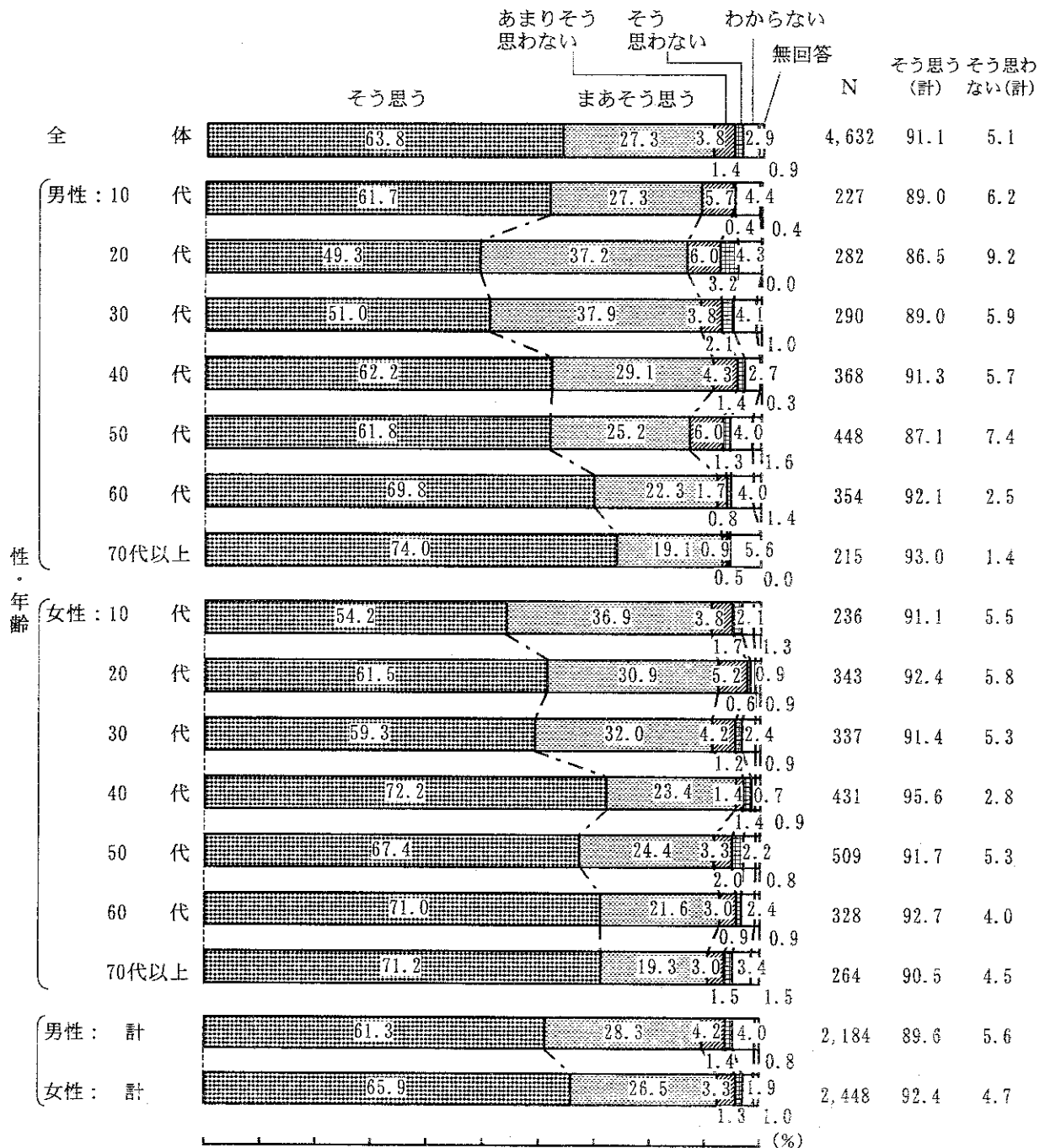
男女とも10代、20代で否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）が多くみられる。

図表V-3 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見  
「牛乳をふつうに飲んでいる限り、そのことによる肥満を心配することはない」



「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」という意見については、「そう思う」が6割以上と断然多く、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は9割にのぼる。男性の60代、70代、女性の40代、60代、70代では7割以上の人々が「そう思う」としている。

図表V-4 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見  
「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である」

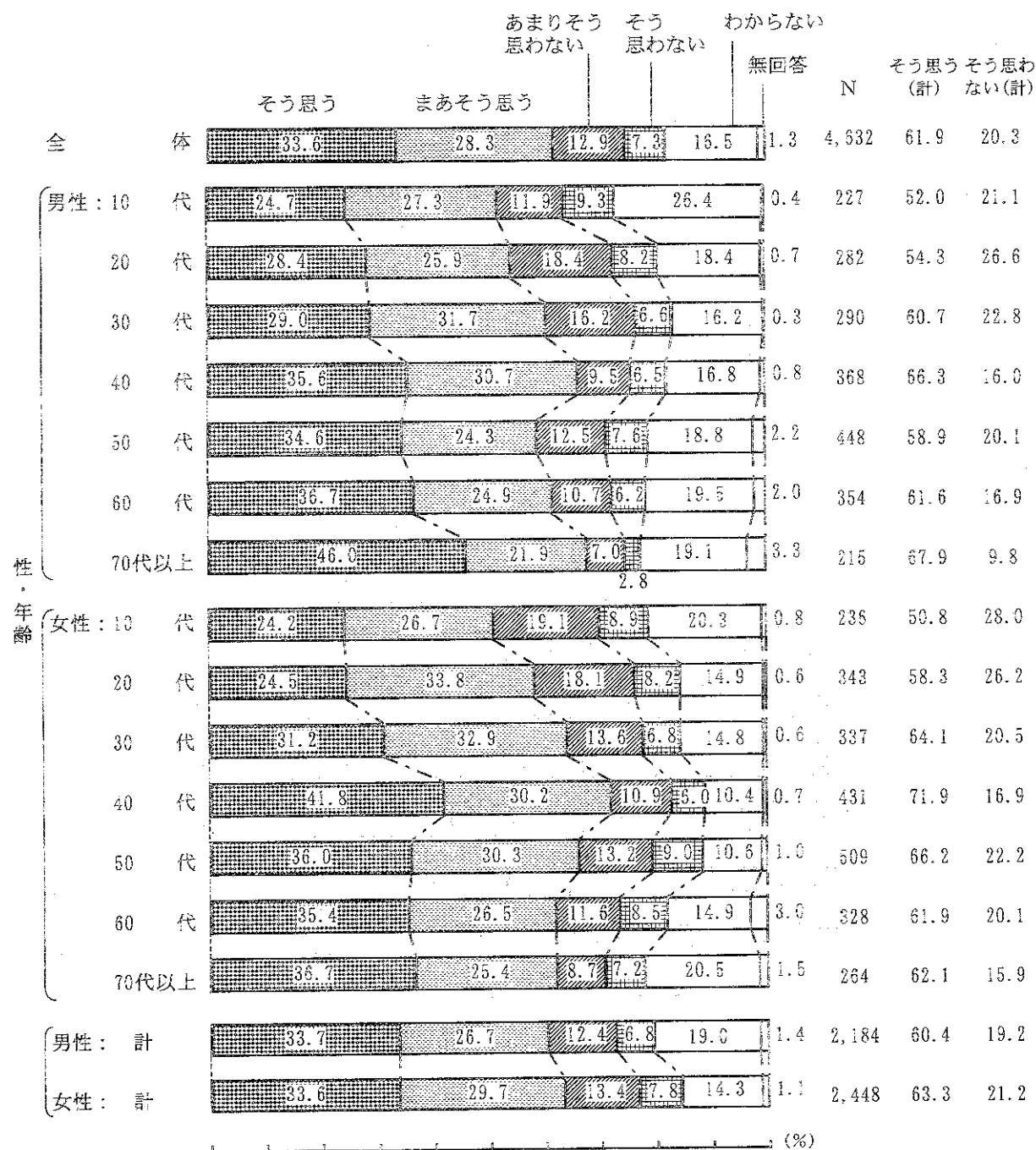




「牛乳はふつうに飲んでいる限り、そのことによるコレステロールを心配することはない」という意見については、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）が62%となっており、過半数を占め、否定する人（「そう思わない」「あまりそう思わない」）を大きく上回る。また、「わからない」とする人も17%と比較的多くみられる。

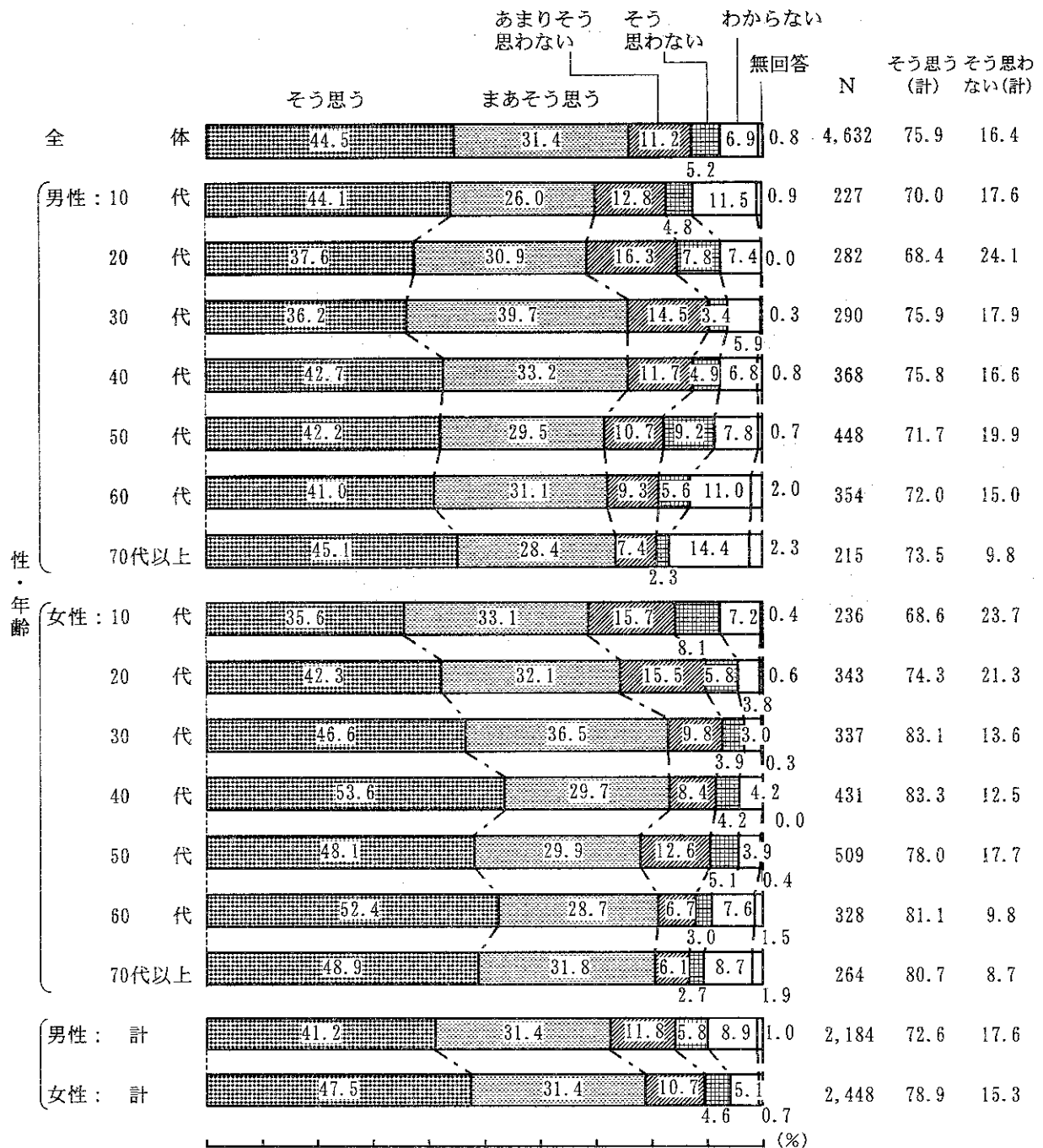
肯定する人、否定する人、ともに男性より女性にやや多くみられる。一方、「わからない」とする人は男性に多くなっている。また、肯定する人は40代の女性で最も多く、7割を超える。

図表V-5 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見  
「牛乳はふつうに飲んでいる限り、そのことによるコレステロールを心配することはない」



「牛乳は子どもの時から一定量飲み続けるべき飲み物である」という意見について、肯定する人（「そう思う」「まあそう思う」）は全体に多く、特に女性の30代、40代が多い。

図表V-6 性・年齢別 白もの牛乳類についての意見  
「牛乳は子どもの時から一定量飲み続けるべき飲み物である」



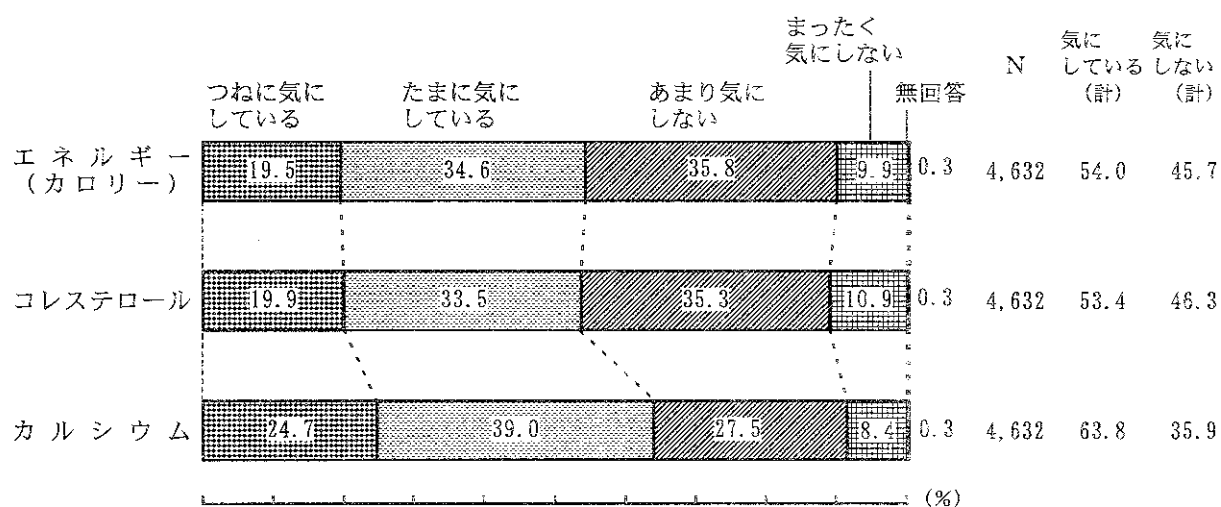
## 2. 「カルシウム」「コレステロール」「エネルギー（カロリー）」について

今回参考として、「エネルギー（カロリー）」「コレステロール」「カルシウム」の摂取について、飲食の際に、気にしているかどうかを聞いた。

「カルシウム」については、ほぼ3人に2人、「エネルギー（カロリー）」「コレステロール」については半数以上が気にしている（計）（「つねに気にしている」「たまに気にしている」）と回答している。

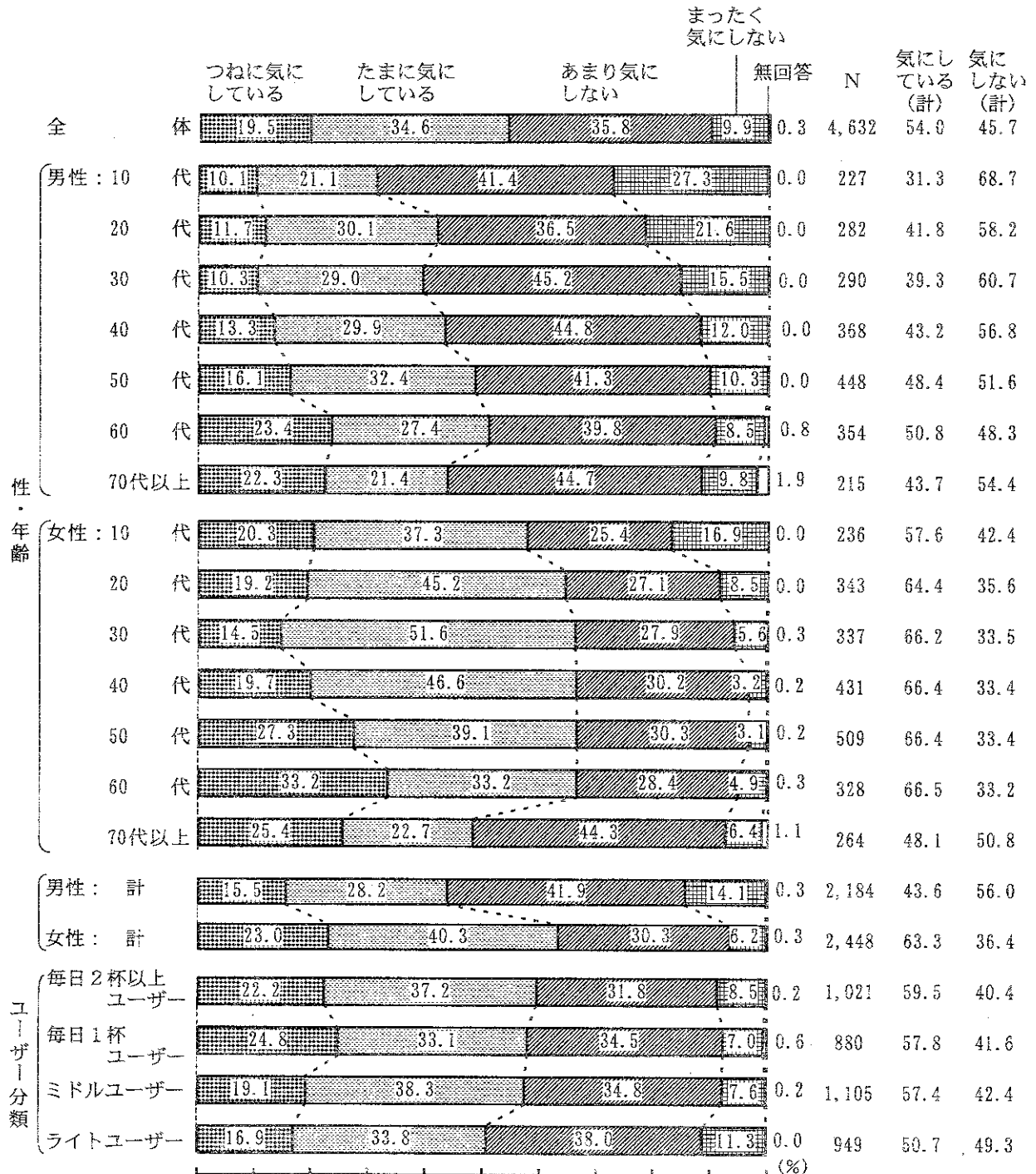
なお、「カルシウム」の摂取については、4人に1人が、「つねに気にしている」としている。

図表V-7 健康意識



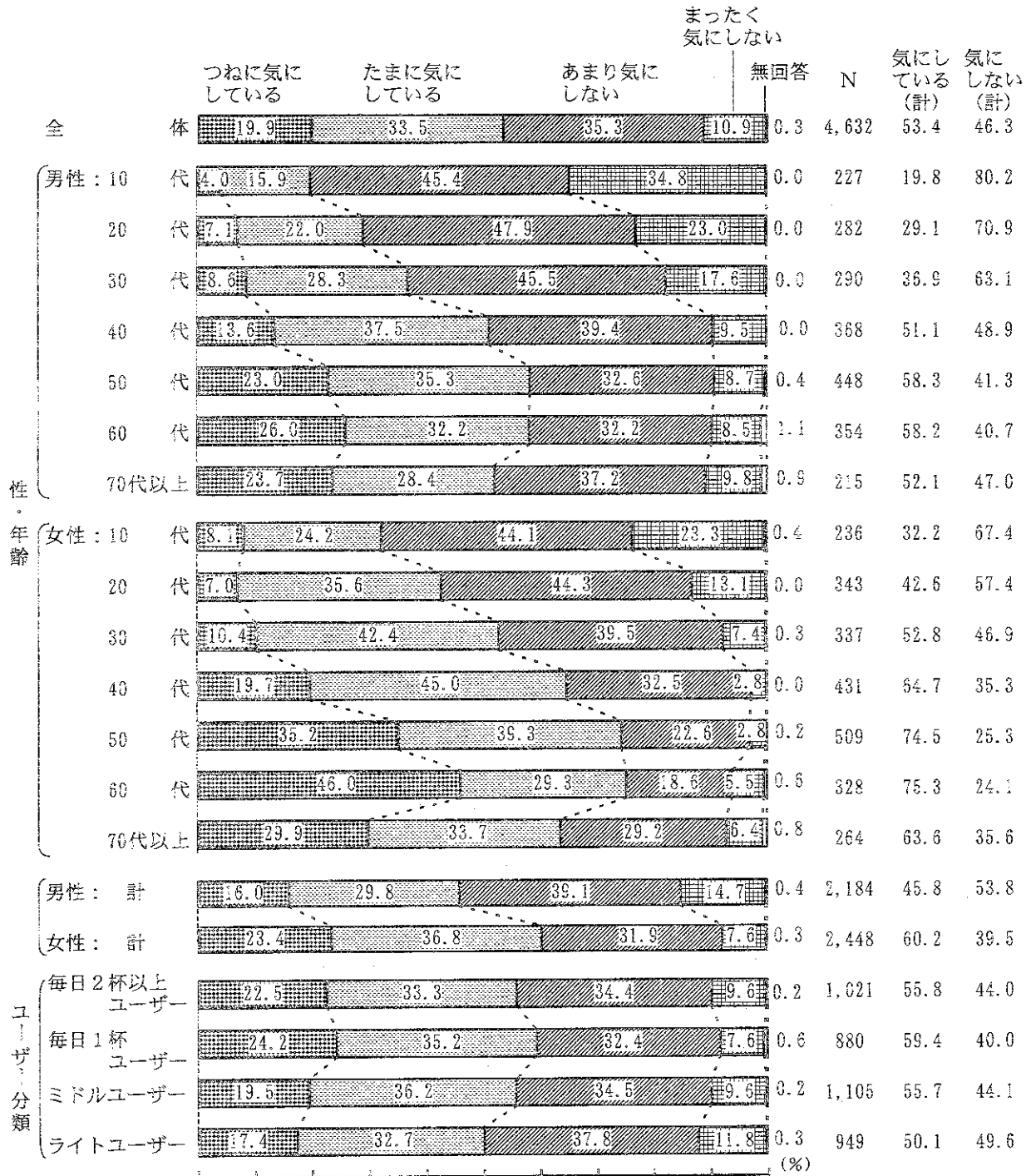
「エネルギー（カロリー）」を気にする人は、男性より女性に多い。特に、女性の50代と60代では「つねに気にしている」人が3割前後と多い。

図表V-8 性・年齢別 ユーザー分類別「エネルギー（カロリー）」



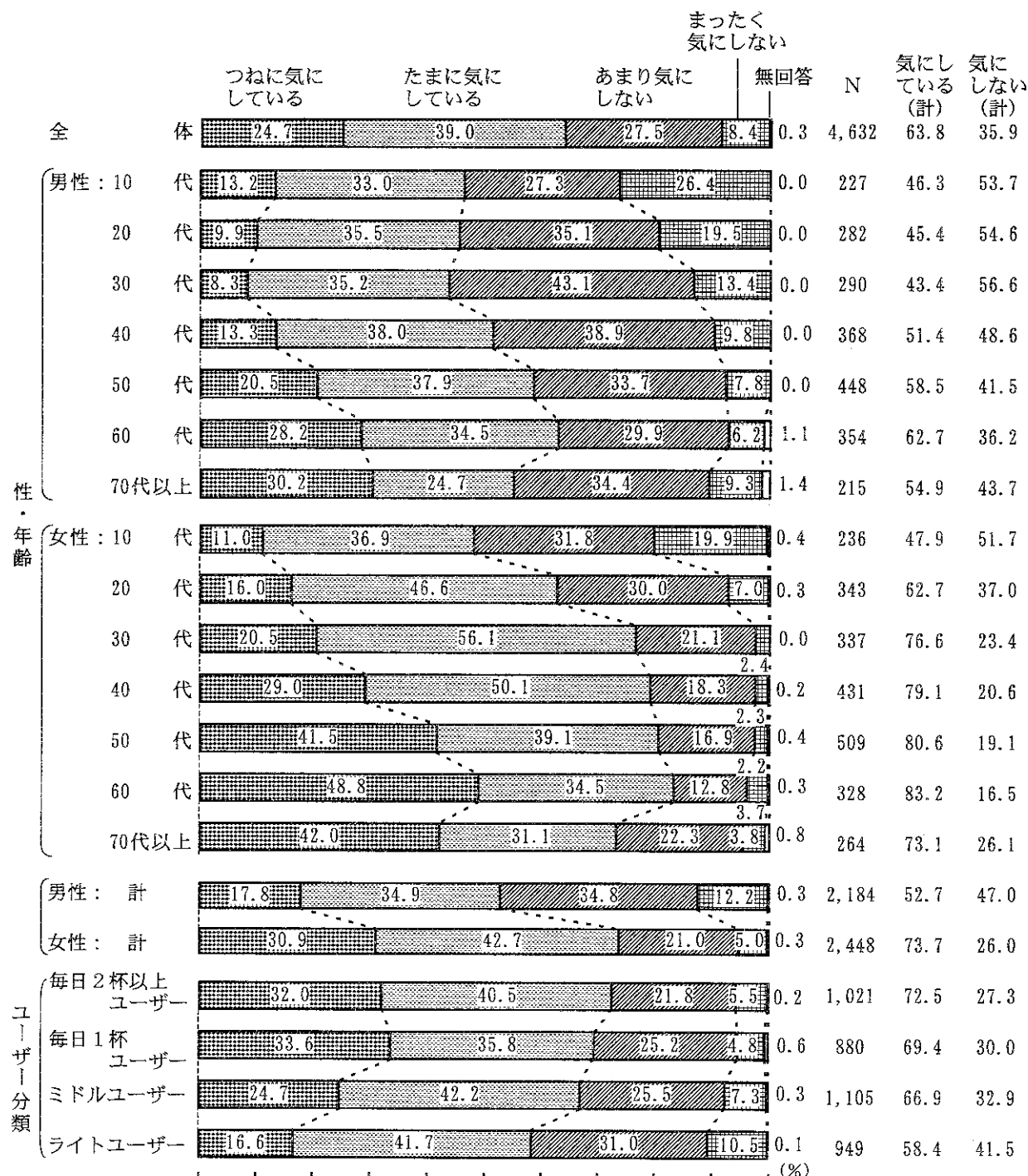
「コレステロール」を気にする人は、男女とも50～60代を中心に多くなっている。女性の50代、60代では4人に3人は「コレステロール」を気にしている（計）（「つねに気にしている」「たまに気にしている」）としている。特に、女性の60代では「つねに気にしている」とする人が半数近い。

図表V-9 性・年齢別 ユーザー分類別「コレステロール」



「カルシウム」を気にする人は、男性より女性に多く、女性の30代以上では、4人に3人以上が気にしている（計）（「つねに気にしている」「たまに気にしている」）としている。また、「つねに気にしている」は、女性の50代以上で4割以上と特に多い。

図表V-10 性・年齢別 ユーザー分類別「カルシウム」



<付録 1 >

各年度のテーマとサンプル数

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



年 度	サンプル数	テ ー マ
1998 年度	4,472	<ul style="list-style-type: none"> <li>・牛乳を1日2回以上飲んでもらうための方策</li> <li>・牛乳の飲用機会を増やすための訴求ポイント</li> <li>・家庭でのしつけのあり方と牛乳飲用</li> <li>・健全なダイエットのための牛乳の役割</li> <li>・種類別の牛乳の飲用量、購入量</li> <li>・牛乳販売店からの宅配利用</li> <li>・牛乳普及のための有効な広告チャネル</li> <li>・牛乳容器のあり方</li> <li>・昨今の不況の影響</li> <li>・単身世帯、一人暮らしを支える牛乳</li> <li>・国産ナチュラルチーズの振興策</li> </ul>
1999 年度	4,476	<ul style="list-style-type: none"> <li>・白もの牛乳類の飲み方の割合</li> <li>・白もの牛乳類との混合飲用の実態</li> <li>・白もの牛乳類と他の飲み物のイメージ</li> <li>・自宅外での牛乳乳製品の飲食・購入</li> <li>・白もの牛乳類の料理利用</li> <li>・白もの牛乳類、料理についての情報源</li> <li>・バター（油脂類）の使い方</li> <li>・家庭での牛乳乳製品の常備</li> <li>・白もの牛乳類のための冷蔵庫の中のスペース</li> <li>・メーカーやブランドについて</li> </ul>
2000 年度	4,632	<ul style="list-style-type: none"> <li>・種類別の牛乳の飲用量、購入量</li> <li>・牛乳・乳製品と他の食品のイメージ</li> <li>・自宅外での牛乳・乳製品の飲食・購入</li> <li>・牛乳・乳製品の好き・嫌い</li> <li>・バター・生クリーム（油脂類）の使い方</li> <li>・小学生以下の牛乳の飲用</li> <li>・家庭での牛乳・乳製品の常備</li> <li>・牛乳の容器について</li> <li>・健康意識</li> </ul>

＜付録 2＞

単純集計結果付き調査票

## 白もの牛乳類（注）についてお聞きします

（注）ここでいう白もの牛乳類とは、普通の牛乳や低脂肪乳（ローファットミルク）や機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいいます。  
 コーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含みません。

【全員に】

問1 あなたは、日頃どの程度白もの牛乳類をお飲みになりますか。紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル（コーンフレークを含む）にかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めてお答えください。

（1つだけ○印）

41.1	9.8	14.5	12.8	7.2	4.5	10.0
毎日 飲む	週に 5～6日飲む	週に 3～4日飲む	週に 1～2日飲む	月に 2～3日飲む	それ以下しか 飲まない	全く 飲まない
						↓
						（3ページの問8へ）

【問1で1～6に答えた方に】

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

牛乳（牛からしぼったままの乳を加熱殺菌しただけのもので、パッケージに「 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">種類別</span> 牛乳」と表記されているもの）	6   9   4 %
低脂肪乳（ローファットミルク）、無脂肪乳	1   8   1 %
機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンD、乳脂肪分などを加えたもの）	1   2   5 %
合 計	1   0   0 %

【問1で1～6に答えた方に】

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

8.1	45.9	25.9	6.9	1.4	1.0	0.6
コップ 半杯くらい	コップ 1杯くらい	コップ 2杯くらい	コップ 3杯くらい	コップ 4杯くらい	コップ 5杯くらい	コップ 6杯以上

〔問1で1～6に答えた方に〕

問4 あなたは、白もの牛乳類を飲む時にどのような飲み方をしますか。ふだんの量を100%とした時、それぞれのくらの割合になるかをお知らせください。ただし、スープやグラタンなど料理に使っているものは除いてください。

a. そのまま飲む	76.5%
b. コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む	20.8%
c. シリアル（コーンフレークを含む）にかける	2.8%
合 計	100%

問5 (1)混ぜて飲む場合はどのような“もの”とでしょうか。また、(2)ふだん混ぜて飲んでいるもの、(3)混ぜて飲むのが好きなもの、はどれでしょうか。それぞれ具体的にお知らせください。（いくつでも○印）

	(1)牛乳と混ぜて 飲んだことのあるもの	(2)ふだん牛乳と 混ぜて飲んでいるもの	(3)牛乳と混ぜて 飲むのが好きなもの
	↓	↓	↓
コーヒー	91.5	65.3	58.6
紅 茶	55.4	24.3	24.1
ココア、チョコレートシロップ	51.0	22.5	25.7
果物/野菜のジュース	20.0	4.8	5.8
バナナ、いちごなど果物	48.9	15.3	22.4
シナモン、カモミールなどのスパイス、ハーブ	3.9	0.7	0.6
きなこ/ごま	17.8	5.1	3.6
抹茶	12.5	1.6	3.4
果物/野菜の粉末	5.1	1.0	0.9
はちみつ	12.7	2.4	2.8
乳酸菌飲料（ヤクルト、カルピスなど）	15.8	2.4	3.3
麦芽飲料（ミロなど）	26.8	5.2	7.5
スムージー（シャーベット状の飲み物）にして	11.9	1.7	2.6
アルコール飲料	10.0	1.1	2.2
その他（ ）	3.7	1.8	2.1

〔問1で1～6に答えた方に〕

問6 あなたが白もの牛乳類を飲むのは、どのような時ですか。そのまま飲む以外の場合も含めて、(1)時々でも飲む機会のある時（いくつでも○印）、(2)最も飲む機会が多い時（1つだけ○印）をお答えください。

	(1)時々でも飲む機会のある時 (いくつでも○印)	(2)最も飲む機会が多い時 (1つだけ○印)
	↓	↓
朝食時	67.3	44.1
昼食時	28.5	9.0
夕食時	18.6	5.3
おやつや間食時	48.6	16.2
夜寝る前	29.0	7.2
仕事中	9.1	1.6
勉強中	3.2	0.2
レジャーやスポーツ時	7.4	0.7
風呂上がり	40.2	11.1
その他（ ）	3.1	2.0

〔問1で1～6に答えた方に〕

問7 あなたが白もの牛乳類を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお答えください。(いくつでも○印)

- |                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| 34.9 おいしい       | 28.5 骨粗しょう症が心配      |
| 30.9 好き         | 20.7 良質のタンパク質がある    |
| 49.2 栄養がある      | 5.2 美容に良い           |
| 61.2 カルシウムがある   | 4.8 消化が良い           |
| 10.5 朝食など食事代わりに | 18.1 便秘に効果がある       |
| 21.5 水などの代わりに   | 5.1 ぐっすり眠るために       |
| 19.0 習慣で        | 4.9 気持ちをリラックスさせるために |
| 33.3 いつも家にある    | 2.5 医師など医療関係者がすすめる  |
| 9.2 家族がすすめる     | 2.7 その他( )          |

〔全員に〕

- 問8 (1)白もの牛乳類にはいろいろな種類がありますが、次のうち、あなたがこの1カ月くらいの間に飲んだものはどれですか。(いくつでも○印)
- (2)今後も飲み続けていきたいもの、あるいは、今は飲んでいなくても、今後新たに飲みたいと思うものはどれですか。(いくつでも○印)
- (3)あなたが飲んでおいしいと思うものはどれですか。(いくつでも○印)

(1)過去1カ月に 飲んだもの (いくつでも○印)	(2)今後も飲み続け たいもの/新た に飲みたいもの (いくつでも○印)	(3)飲んでお いしいと 思うもの (いくつでも○印)
---------------------------------	---	--------------------------------------

	↓	↓	↓
普通の牛乳(下のどれにも該当しないもの) .....	67.7	52.4	44.8
産地表示牛乳(産地名がブランドになっているもの) .....	27.3	23.0	22.5
低温殺菌牛乳(62℃～65℃で30分かけて殺菌している牛乳) .....	14.7	11.1	8.5
ロングライフ牛乳(LL牛乳、60日間常温で保存できるもの) .....	3.8	3.0	1.6
低脂肪乳(ローファットミルク、乳脂肪分の割合が低いもの) .....	29.6	20.9	9.4
無脂肪乳(乳脂肪分がほとんど入っていないもの) .....	6.1	5.8	1.8
濃厚牛乳(乳脂肪分の割合が高いもの) .....	13.8	12.5	20.6
お腹がゴロゴロしない牛乳 .....	3.5	7.7	1.7
機能強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの) .....	20.7	24.2	11.0
ひとつもない .....	9.0	9.2	13.3

〔全員に〕

問9 白もの牛乳類について次のような意見があります。あなたのご意見を「そう思う」から「そう思わない」までの5段階で1つずつお選びください。(それぞれ1つだけ○印)

	そう 思う	まあ そう 思う	あ まり 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い
牛乳は健康的な生活のためになくってはならないものだ .....	48.4	36.2	8.4	3.6	3.0
牛乳はふつうに飲んでいる限り、そのことによる肥満を心配することはない .....	40.0	26.3	12.2	8.4	11.9
牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である .....	63.8	27.3	3.8	1.4	2.9
牛乳はふつうに飲んでいる限り、そのことによるコレステロールを心配することはない .....	33.6	28.3	12.9	7.3	16.5
牛乳は子どもの時から一定量飲み続けるべき飲み物である .....	44.5	31.4	11.2	5.2	6.9

〔全員に〕

問10 あなたは、ふだんどのような飲み物を飲んでいますか。朝食、昼食、おやつ、夕食、夜くつろいでいる時の5つの機会別に、あなたがよく飲んでいるものをいくつでもお知らせください。（それぞれいくつでも○印）

	朝食によくは 飲むものは	昼食によくは 飲むものは	おやつによくは 飲むものは	夕食によくは 飲むものは	夜くつろいでいる 時のよく飲む ものは
	↓	↓	↓	↓	↓
白もの牛乳類	45.8	13.5	18.9	8.5	17.2
ドリンクヨーグルト	9.7	5.2	14.7	2.2	5.7
コーヒー（インスタント、レギュラー）	37.1	21.3	37.9	5.2	16.5
紅茶（リーフ、ティーバッグ）	12.5	10.5	20.0	4.8	8.7
日本茶（リーフ、ティーバッグ）	43.6	50.9	25.0	52.2	27.6
ミネラルウォーター	6.9	6.4	6.1	5.8	7.0
ニアウォーター（桃の天然水、ナイスワン、 ビタミンウォーターなど）	1.6	5.0	11.6	2.0	4.9
ペットボトルや缶の日本茶	2.7	11.0	9.2	4.0	3.5
ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶	4.9	14.2	12.5	9.1	7.4
ペットボトルや缶のコーヒー、紅茶	2.9	7.4	15.3	1.5	3.2
コーラなどの炭酸飲料	1.0	3.7	15.9	2.0	7.2
果物、野菜のジュース	13.5	6.3	16.9	3.7	9.0
ビール、ワインなどのアルコール類	0.3	0.5	0.3	30.0	19.8
その他（ ）	4.0	3.2	2.8	4.7	3.8

〔全員に〕

問11 それでは、(1)白もの牛乳類、(2)普通のヨーグルト、ドリンクヨーグルト、のそれぞれについて、だいたい月に何回くらい自宅外で買ったり飲食したりしますか。（それぞれ1つだけ○印）

	(1)白もの牛乳類を自宅外 で買ったり飲食する月 あたりの回数は (1つだけ○印)	(2)普通のヨーグルト、ド リンクヨーグルトを自 宅外で買ったり飲食す る月あたりの回数は (1つだけ○印)
	↓	↓
月に1～2回くらい	18.2	21.3
月に3～5回くらい	16.1	17.8
月に6～10回くらい	8.0	8.3
月に11～15回くらい	2.9	2.9
月に16～20回くらい	2.1	1.6
月に21回以上	2.7	1.6
自宅外での飲食のためには買わない	48.9	44.8

〔全員に〕

問12 あなたは、次にあげる飲み物・食品消費状況を2～3年前と比べてお知らせください。(それぞれ1つだけ○印)

『2～3年前と比べると、飲む・食べる量が……』	増えた	変わらない	減った	も飲べない も食べない ともない
白もの牛乳類	19.5	60.6	10.7	8.1
ドリンクヨーグルト	11.9	38.9	11.5	31.8
普通のヨーグルト	21.2	44.2	10.0	19.5
コーヒー(インスタント、レギュラー)	19.4	51.3	9.8	14.9
紅茶(リーフ、ティーバッグ)	10.3	46.7	13.2	23.7
日本茶(リーフ、ティーバッグ)	18.8	63.0	5.8	7.9
ミネラルウォーター	13.9	30.4	5.7	44.1
ニアウォーター(桃の天然水、ナイスワン、 ビタミンウォーターなど)	12.3	26.2	7.6	47.6
ペットボトルや缶の日本茶	15.2	33.3	7.1	38.6
ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶	16.2	36.1	8.5	33.4
ペットボトルや缶のコーヒー、紅茶	10.9	35.2	13.5	34.5
コーラなどの炭酸飲料	5.6	27.0	22.4	39.4
果物、野菜のジュース	15.4	44.2	10.8	24.5
ビール、ワインなどのアルコール類	12.1	40.4	10.5	32.7

(問13もお答えください)

〔問12「白もの牛乳類」で「減った」とお答えになった方にお聞きします。〕

問13 あなたは、その減った「白もの牛乳類」のかわりに、何を飲んでいますか。次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも○印)

6.5	ドリンクヨーグルト
30.8	コーヒー(インスタント、レギュラー)
15.1	紅茶(リーフ、ティーバッグ)
36.3	日本茶(リーフ、ティーバッグ)
15.7	ミネラルウォーター
16.1	ニアウォーター(桃の天然水、ナイスワン、 ビタミンウォーターなど)
16.7	ペットボトルや缶の日本茶
26.0	ペットボトルや缶のウーロン茶などの中国茶
12.5	ペットボトルや缶のコーヒー、紅茶
13.5	コーラなどの炭酸飲料
19.2	果物、野菜のジュース
10.7	ビール・ワインなどのアルコール飲料
7.9	その他( )
9.1	「白もの牛乳類」のかわりに飲んでいる飲み物はない → (6ページの問15へ)

〔問13で1から13にお答えになった方にお聞きします。〕

問14 「白もの牛乳類」のかわりに、他の飲み物を選んだ理由をお聞かせください。次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも○印)

17.1	牛乳の口当たり、味になじめないから	30.2	清涼感のある飲み物がよかったから
9.3	コレステロールが気になるから	6.9	宣伝をしている、話題性のある飲み物がよかったから
6.7	ダイエット中だから	6.4	何となく牛乳を卒業したくなったので
7.3	牛乳は手軽に買えないから	20.2	水分補給にはミネラルウォーター、ニアウォーターがよいので
13.8	機能性飲料が手軽に買えるようになったから	31.8	その他( )

## 牛乳・乳製品についてお聞きします

〔全員に〕

問15 牛乳・乳製品についてあなたがあてはまるものを、次にあげた中から1つずつお選びください。

(それぞれ1つだけ○印)

	好 き	ど い ち ら か と い え ば 好 き	ど い ち ら か と い え ば 嫌 い	嫌 い
白もの牛乳類	37.7	23.1	25.6	6.3
白もの牛乳類と他のものを混ぜて飲む (コーヒー/紅茶/ココア等)	28.0	23.6	28.2	9.0
ドリンクヨーグルト	22.1	20.7	34.0	10.3
普通のヨーグルト	31.8	24.3	26.1	8.0
チーズ	32.0	21.3	27.5	8.7
牛乳を使用した料理・菓子	28.8	26.3	33.5	5.5
チーズを使用した料理・菓子	29.4	25.2	30.2	7.1
バターを使用した料理・菓子	27.2	28.8	33.0	5.4
生クリームを使用した料理・菓子	29.9	26.1	30.2	7.3

(問16も  
お答え  
ください)

〔問15で『白もの牛乳類』を、「どちらかといえば嫌い」または「嫌い」とお答えになった方にお聞きします。〕

問16 あなたは、なぜ「白もの牛乳」が嫌いですか。次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも○印)

- 52.8 口当たり、味になじめないから
- 60.1 牛乳臭がどうも嫌だ
- 36.9 飲むとおなかゴロゴロしたり、下痢をすることがあるから
- 0.3 牛乳を外で飲んでると、子供っぽく見られると思うから
- 2.0 太る気がするから
- 0.5 ダサイと思うから
- 12.6 牛乳に対してイヤな思い出があるから(学校給食でなまぬるい牛乳を飲まされた等)
- 3.8 アレルギーがあるから
- 5.5 その他( )

〔全員に〕

問17 あなたは、次の油脂類などを日頃どのようにお使いになりますか。それぞれの使い方をお知らせください。

(それぞれいくつでも○印)

	パン(お饼)に ぬる(のせる)	パン、ケーキ、 お菓子作りに使う	調理に使う	その他	使わない
バター	51.4	24.2	48.4	1.3	16.2
マーガリン	71.2	12.9	19.4	1.1	15.7
サラダオイル	0.5	2.5	87.4	1.6	9.0
ごま油	0.2	0.3	81.5	2.1	14.6
オリーブオイル	0.4	0.5	60.2	2.1	34.9
生クリーム	4.3	34.9	18.1	3.5	47.3

〔全員に〕

問18 バターについて次のような意見があります。あなたはどのようにお考えになりますか。

(それぞれ1つだけ○印)

	そう 思う	まあ そう 思う	どちらとも いえない	あまり そう 思わない	そう 思わない
バターの入った料理は味が良い	44.3	33.2	15.4	4.0	2.4
バターの入った料理は香りが良い	39.6	34.5	17.7	4.5	2.6
バターもマーガリンも油も1グラムあたりの カロリーは同じなので、太る心配はどれも同じ	12.5	18.8	38.8	16.2	12.6
バターはふつうの食べ方をしている限り、その ことによるコレステロールの心配はない	12.0	20.3	37.3	16.4	13.0



## 食生活についてお聞きします

[全員に]

問19 次にいろいろな食品が並んでいます。それぞれの食品にふさわしいイメージをいくつでもお選びください。  
(それぞれいくつでも○印)

		健康によい	活力を増す	リラックスできる	日頃かせない	満足感が得られる	肌が美しくなる	体型が美しくなる	子供の成長に有益	カルシウムがある	完全食品である	疲労を抑える
牛乳・乳製品	牛乳・乳製品全体	83.4	13.4	6.6	25.3	5.1	8.6	2.1	53.0	68.7	14.0	6.7
	牛乳	80.5	12.4	8.4	29.0	5.2	7.6	2.1	54.4	69.7	14.1	6.6
	チーズ	56.4	16.5	1.8	6.8	9.7	4.4	1.2	29.6	36.8	10.2	4.3
	ヨーグルト	71.5	7.9	6.9	12.1	6.3	25.3	6.9	30.0	29.5	6.6	4.1
	バター	31.0	24.3	1.0	11.7	12.7	1.9	0.4	11.6	8.1	4.6	3.3
他の食品	野菜・果物それらのジュース	73.5	12.4	14.5	14.6	8.9	33.1	8.2	19.2	3.3	4.7	12.8
	魚介類	64.9	23.0	1.6	31.5	11.1	4.4	3.1	32.5	42.2	7.4	5.5
	肉	31.5	58.9	1.0	21.2	28.4	1.2	0.9	28.5	4.3	4.5	10.0
	日本茶	55.7	5.5	57.6	39.9	10.9	15.3	4.7	3.9	1.5	3.6	17.1
	マーガリン	26.9	18.7	0.8	20.4	6.3	1.7	0.5	6.7	3.6	3.0	1.6
	サラダオイル	26.0	17.2	0.8	36.3	4.5	3.7	0.7	5.4	0.7	3.4	2.1

[全員に]

問20 あなたはふだん、どんな食事をしていますか。朝食、昼食、夕食ごとに、次の中から1つずつお選びください。  
(それぞれ1つだけ○印)

	朝 食 ↓	昼 食 ↓	夕 食 ↓
自分や家族が作ったもの(弁当を含む)	87.0	62.3	92.4
購入した弁当やそうざい	1.3	13.1	1.9
職場・学校の食堂で作られたもの(給食を含む)	0.3	13.5	0.7
一般の食堂やレストランで作られたもの	0.3	7.2	2.3
その他	2.7	1.3	0.9
ほとんど食べない	7.4	0.6	0.5

〔全員に〕

問21 ふだん、ごはん、パン、めん類のうち何を主食にしていますか。朝食、昼食、夕食ごとに、次の中から1つずつお選びください。（それぞれ1つだけ○印）

	朝 食	昼 食	夕 食
	↓	↓	↓
主にごはん（味噌汁と一緒に）	49.7	28.6	63.4
主にごはん（味噌汁はなし）	7.4	41.9	27.5
主にパン	33.7	8.6	0.4
主にめん類	0.3	16.6	2.6
主にシリアル類（コーンフレーク等）	0.6	0.1	0.0
その他	0.9	1.6	1.2
主食類は食べない	6.0	0.8	3.4

〔全員に〕

問22 あなたは、自分の食生活について、どのように感じていますか。次のそれぞれの項目について、あなたのご意見を『そう思う』から『そう思わない』の4段階で1つずつお答えください。（それぞれ1つだけ○印）

	そう思う	どちらかといえば そう思う	どちらかといえば そう思わない	そう 思わない
栄養のバランスがとれている	20.9	52.8	19.9	6.0
規則正しい食事をしている	34.9	40.5	16.1	8.1
品質や鮮度のよい食品をとっている	34.2	51.5	10.8	2.8
添加物の少ない食品をとっている	23.2	44.6	25.0	6.3

〔全員に〕

問23 あなたは飲食の際、エネルギー（カロリー）、コレステロール、ならびにカルシウムの摂取に気を配っていますか。次の中から1つずつお選びください。（それぞれ1つだけ○印）

	つねに 気にしている	たまに 気にしている	あまり 気にしない	まったく 気にしない
エネルギー（カロリー）	19.5	34.6	35.8	9.9
コレステロール	19.9	33.5	35.3	10.9
カルシウム	24.7	39.0	27.5	8.4

〔全員に〕

問24 あなたはご自身の体格を太っていると思いますか。それともやせていると思いますか。次の中から1つお選びください。（1つだけ○印）

13.9	25.0	43.4	11.5	6.0
太っている	どちらかといえば 太っている	ふつう・ ちょうどよい	どちらかといえば やせている	やせている

〔全員に〕

問25 あなたは、サプリメント（栄養補助剤・食品）を使っていますか。それぞれについてお答えください。（それぞれ1つだけ○印）

	つねに 使用・服用	必要に応じて 使用・服用	ごくまれに 使用・服用	使用・服用 しない
液状またはゼリー状の総合栄養食品 （カロリーメイト〔液状〕、ウイダーインゼリーなど）	0.8	4.4	11.9	81.9
滋養強壮ドリンク剤 （リポビタミンD、アリナミンV、リゲイン、ユンケルなど）	2.2	17.1	26.4	53.7
栄養分が添加されたニアウォーター・スポーツドリンク （サプリ、ビタミンウォーター、ポカリスエット、 ゲータレードなど）	3.6	23.8	25.6	46.2
栄養添加食品 （カロリーメイト〔固型〕、栄養強化米など）	1.0	6.1	14.6	77.3
栄養分補給用の錠剤・顆粒 （チョコラBB、ハイシーBメイトなど）	4.1	9.7	10.4	74.9

【フェイスシート】

CARD⑧⑨⑩=103

あなたご自身のことについてお答えください。

〔全員に〕

F1 性別

47.2	52.8
男性	女性

〔全員に〕

F2 年齢

45	.7	才
----	----	---

〔全員に〕

F3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答えください。（1つだけ○印）

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
4.8 農林漁業	4.7 管理職	16.7 専業主婦
6.2 商工サービス業	10.8 専門・技術職	10.7 学生
2.8 自由業	8.6 事務職	11.1 無職
0.4 内職	7.4 労務職	
	5.7 販売・サービス職	
	9.6 パート・アルバイト	

〔全員に〕

F4 あなたは結婚なさっていますか。（1つだけ○印）

66.2	8.5	25.2
既婚（同居）	既婚（離婚・死別・別居）	未婚（結婚したことがない）

〔女性の方のみ〕

F5 現在あなたは、次のいずれかにあてはまりますか。あてはまるものをお知らせください。

0.9	1.5	96.6
妊娠中	産後の授乳期	どちらでもない

ご協力ありがとうございます。

次のページからは、お宅で主婦の役割を主になさっている方にご記入願います。

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

〔全員に〕

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

44.3	21.8	25.8	4.9	2.9
専業主婦	有職主婦 (フルタイム)	有職主婦 (パート・アルバイト)	単身世帯	(その他)

〔全員に〕

Q2. あなたご自身の年齢をお知らせください。（1つだけ○印）

0.1	19才以下	8.7	35～39才	12.4	55～59才
1.4	20～24才	13.2	40～44才	8.4	60～64才
3.9	25～29才	15.4	45～49才	13.7	65才以上
6.1	30～34才	16.5	50～54才		

〔全員に〕

Q3. 世帯主の方の職業を次の中からお知らせください。（1つだけ○印）

〔自営・家族従業〕	〔勤め〕	〔無職〕
6.4 農林漁業	12.0 管理職	17.0 無職
10.0 商工サービス業	15.5 専門・技術職	
5.7 自由業	9.3 事務職	
0.3 内職	11.1 労務職	
	7.9 販売・サービス職	
	4.1 パート・アルバイト	

〔全員に〕

Q4. 同居している家族人数をご自分も含めてお知らせください。（1つだけ○印）

4.9	21.0	21.5	24.4	14.6	8.3	5.2
1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人以上

〔全員に〕

Q5. お宅の家族構成（同居している家族）を、次の中から1つだけお選びください。（1つだけ○印）

4.9	17.6	55.3	19.5	2.4
単身世帯	夫婦2人	2世代世帯 (親と子)	3世代世帯 (親、子、孫)	(その他)
↳ (Q9へ)		↓		

〔Q5で3～5にお答えになった方に〕

Q6. ところで、お宅には小学生以下のお子さん（お孫さん）がいらっしゃいますか。（1つだけ○印）

32.4	67.2
いる	いない
↓	↳ (11ページのQ8へ)
(11ページのQ7へ)	

【Q6で「いる」とお答えになった方に】

Q7. そのお子さん（お孫さん）のうち、小さい方から2人までの方についてそれぞれ以下の間にお答えください。  
(それぞれ1つだけ○印)

	『1番小さいお子さん』	『2番目に小さいお子さん』
性別は	51.3 男      47.9 女	52.3 男      46.5 女
年齢は	10.7 0才（乳児） 29.2 1～3才 17.2 4～6才 19.1 小学校1～3年生 23.6 小学校4～6年生	0.2 0才（乳児） 12.4 1～3才 23.2 4～6才 29.2 小学校1～3年生 33.7 小学校4～6年生
牛乳の好き嫌いは	75.1 好き 16.7 嫌い	80.7 好き 17.8 嫌い
1日に牛乳を飲む量は （学校給食は除いて お答えください） コップ1杯は140mlくらい です。	18.6 飲まない 13.0 コップ半杯 30.4 コップ1杯位 20.3 コップ2杯位 9.4 コップ3杯位 2.7 コップ4杯位 1.8 コップ5杯位 1.3 コップ6杯以上	12.8 飲まない 11.9 コップ半杯 31.9 コップ1杯位 24.7 コップ2杯位 14.4 コップ3杯位 1.8 コップ4杯位 1.1 コップ5杯位 0.9 コップ6杯以上

【Q5で3～5にお答えになった方に】

Q8. お宅の同居家族には、小学生・中学生・高校生のお子さん（お孫さん）がいらっしゃいますか。また、それぞれのお子さんはふだん平日の夕食をどのようにとられていますか。

小学生	21.9 いる 76.9 いない	94.8 夕食はだいたい親と一緒にとる 2.6 夕食を親と一緒にとることはない・少ない
中学生	19.2 いる 72.9 いない	92.7 夕食はだいたい親と一緒にとる 5.7 夕食を親と一緒にとることはない・少ない
高校生	21.9 いる 70.6 いない	82.7 夕食はだいたい親と一緒にとる 16.6 夕食を親と一緒にとることはない・少ない

## 白もの牛乳類（注）の購入についてお聞きします

（注）ここでいう白もの牛乳類とは、普通の牛乳や低脂肪乳（ローファットミルク）や機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）などの白い牛乳類をいいます。  
 コーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含みません。

〔全員に〕

Q 9. お宅では、白もの牛乳類をどのくらいの頻度で購入していますか。（1つだけ○印）

20.8	48.9	19.1	4.0	2.6	4.1
毎 日	週に 2～3回くらい	週に 1回くらい	2週間に 1回くらい	月に 1回以下	ほとんど 買わない

〔全員に〕

Q10. お宅では、平均すると1週間に白もの牛乳類をどのくらい購入していますか。下記の記入例に従い、リットルを単位として小数点以下1位までお答えください。

なお、白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書きください。

約   リットル／1週間あたり

<記入例>

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

約   リットル／1週間あたり

〔全員に〕

Q11. お宅ではふだん、普通の牛乳や低脂肪乳（ローファットミルク）や栄養強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を1週間にどのくらいお買いになっていますか。リットルを単位として、小数点以下1位までお答えください。

なお、それぞれの白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書きください。

牛乳（牛からしぼったままの乳を加熱殺菌しただけのもので、  
 パッケージに「種類別」牛乳」と表記されているもの） 約   リットル／1週間

低脂肪乳（ローファットミルク）、無脂肪乳 約   リットル／1週間

機能強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンD、乳脂肪分  
 などを加えたもの） 約   リットル／1週間

〔全員に〕

Q12. お宅では、白もの牛乳類をどのような場所で購入していますか。

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

	(1)ふだん利用する のはどこですか (いくつでも○印)	(2)主に利用するの はどこですか (1つだけ○印)	(3)今後新たに利用した いのはどこですか (いくつでも○印)
スーパーへ買いに行く	81.4	65.8	1.2
コンビニエンスストアへ買いに行く	19.8	2.7	3.4
生協へ買いに行く	11.4	3.5	3.2
その他の店(自販機を含む)へ買いに行く	3.0	1.2	1.7
牛乳販売店からの宅配	19.0	13.5	4.9
共同購入	5.1	3.2	1.1
生協、スーパー、コンビニエンスストア、 デパートからの宅配	6.9	4.3	2.7
白もの牛乳類を購入しない	3.2	3.2	

(Q13もお答えください)

〔白もの牛乳類を宅配でとっている方(Q12(1)で5~7に答えた方)に〕

Q13. お宅で白もの牛乳類を宅配でとっているのはどのような理由からですか。次の中からいくつでもお選びください。(いくつでも○印)

3.3 牛乳を売っている店が近くにない	19.9 他のもものといっしょに配達してくれる
12.9 牛乳は重い	49.0 定期的に配達してくれる
33.1 新鮮なものが手に入る	31.1 ビン牛乳はおいしい
10.7 好きな銘柄の牛乳が手に入る	8.3 近所のお付き合い、知人に誘われて
17.5 カルシウム強化牛乳など特定の牛乳が手に入る	4.2 その他( )
22.7 店で売っているものよりも品質が良い	1.8 特に理由はない
46.1 買いに行かなくていいので便利	

〔全員に〕

Q14. お宅では、次のものが冷蔵庫の中に置いてありますか。置いてある頻度をお知らせください。

(それぞれ1つだけ○印)

	いつも 置いてある	置いてある 時の方が多い	置いていない 時の方が多い	ほとんど置い ていない
白もの牛乳類	72.2	14.8	6.7	5.3
ヨーグルト(ドリンクヨーグルトを含む)	29.4	33.6	22.7	10.9
チーズ	37.5	25.5	21.7	12.0
バター	55.2	19.3	11.8	10.9
生クリーム	3.3	5.3	28.8	57.8

〔全員に〕

Q15. お宅では、今日、冷蔵庫の中に白もの牛乳類が何本ありますか。(1)1リットルサイズのもの、(2)それ以外の容量のもの、のそれぞれについてお答えください。(それぞれ1つだけ○印)

	1本	2本	3本	4本	5本以上	なし
1リットルサイズのもの	45.6	23.0	5.5	1.6	1.2	19.9
それ以外の容量のもの	10.1	7.9	3.7	1.6	1.6	63.5

〔全員に〕

Q16. お答えいただいている今日は何曜日ですか。(1つだけ○印)

12.5	9.3	8.4	8.5	13.0	22.9	25.1
月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日

〔全員に〕

Q17. あなたは牛乳を購入するとき、牛乳パックの表示のどこを主にご覧になりますか。次の中から、ふだんよくご覧になるものをいくつでもお選びください。(いくつでも○印)

87.2	品質保持期限	27.7	栄養成分	16.9	産地
44.3	メーカー名	6.2	原材料	10.8	殺菌温度
32.0	種類	6.6	公正マーク	1.4	その他( )
25.6	商品名	1.7	広告欄	6.1	特に何も見ない

〔全員に〕

Q18. あなたは牛乳の容器がどのようなものであればよいと思いますか。次の中からいくつでもお知らせください。(いくつでも○印)

13.0	容器に料理のレシピの表示があるもの	4.0	500 mlのポリ容器
8.2	750 mlといった中間サイズの紙パック	26.2	日本酒のように注ぎ口のついている紙パック
10.2	1 lのガラスびん	3.1	その他( )
6.8	500 mlのガラスびん	43.7	特にない
5.1	1 lまたはそれ以上のポリ容器		

～長い間、ご協力ありがとうございました。～



2000年 牛乳・乳製品の消費動向に関する調査  
〔第14回〕

2000年12月発行

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

\*\*\*

後 援 農 林 水 産 省  
農畜産業振興事業団  
調査実施機関 社団法人 中央調査社