

牛乳・乳製品の消費動向に
関する総合調査

昭和63年3月

社団法人 全国牛乳普及協会

後援：農林水産省 畜産振興事業団

目 次

調査設計	1
調査の目的	1
調査計画	2
調査結果の要約と提言	
調査結果の要約	9
提言	21
調査結果の詳細ー 1 「一般消費者調査、モニター調査、アクセプ タンス調査（グループインタビュー）」	
I 牛乳に対する態度	29
1. 牛乳の位置づけ	29
2. 牛乳の好きな人	31
3. 牛乳のイメージ	32
1) 飲む人のイメージ	32
2) 飲みものを選ぶときの重視点	35
3) イメージ	37
4. 牛乳の飲用頻度と量	39
1) 牛乳の飲用頻度	39
2) 牛乳の飲用量	41
5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性	50
1) 現在の健康状態	50
2) 健康に対する配慮	51
3) アルコールやたばこと牛乳	53
4) 生活態度と牛乳	54
5) 購読雑誌と牛乳	58
6. 牛乳を飲む理由と飲用場面	59
1) 牛乳を飲む理由	59

2) 牛乳を飲む場面	64
3) 食事機会別牛乳の摂り方	70
7. 牛乳をあまり飲まない理由	81
8. 牛乳に関する知識と行動	85
1) 牛乳に関する知識	85
2) 牛乳に対する行動	90
Ⅱ 牛乳購入実態	92
1. 購入頻度と量	92
1) 購入頻度	92
2) 購入量	95
3) 購入量と健康への気くばり	96
4) 牛乳を買わない理由	98
2. 購入場所、売り場の評価	99
1) 購入場所	99
2) 購入時点で気をつけていること	101
3) 売り場の評価	104
3. 価格意識	106
Ⅲ 食べる牛乳	109
1. 飲食の割合	109
2. 牛乳料理飲食頻度	112
3. 料理に使う頻度と使わない場合の理由	114
4. 料理情報の入手経路	116
5. 料理法	118
Ⅳ 乳製品に対する意識	122
1. チーズ・バターのお好きな人	122
2. 乳製品に対する知識	124
3. 乳製品利用状況	126
4. 乳製品の摂取頻度	127
V 牛乳に対する消費者の今後の意向	129
1. 今後の牛乳の飲用量	129

2. 今後の牛乳の消費量	131
3. 乳製品に対する消費者の今後の意向	133
4. こんな牛乳があったら	134
5. 牛乳に対するこだわり	138

調査結果の詳細ー 2 「有識者調査、モニターの作文の分析、
海外事情調査」

VI 有識者調査	141
1. スーパー、コンビニエンスストア、デパートなどの流通関係者	141
2. 食品メーカーの商品開発担当者	143
3. 家電メーカーの商品開発担当者	145
4. 医 者	147
5. 日本でマーケティング活動に携わる外国人（欧米人）	151
6. 牛乳・乳製品先進国に長期滞在した主婦	153
7. 男性料理愛好家	155
8. スポーツトレーナー	157
9. 消費者運動家	161
10. 栄養士	165
VII モニターの作文の分析	169
1. 牛乳を利用したメニューに関するもの	170
2. 牛乳の効果・効能、病気との係りあいに関するもの	172
3. 牛乳嫌いの直し方に関するもの	173
4. 現状の牛乳に対する不満・要望に関するもの	174
5. 飲用以外の牛乳利用法の提案に関するもの	175
VIII 海外事情調査	178
1. 生産の概況	178
2. 流通事情	180
3. 消費状況	181
4. 消費拡大策	182
〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果	185

序

この報告書は、昭和62年度に実施した「牛乳・乳製品の消費動向に関する総合調査」の結果をとりまとめたものであります。

我が国における牛乳・乳製品の消費は、食生活の相違はあるものの、欧米諸国のそれに比べると格段に低い水準にあり、さらに近年その消費は低滞傾向で推移していますが、将来の需要を開発するためには、牛乳・乳製品の消費の実情を調査することが重要な課題であります。

このため、全国の消費者及びオピニオンリーダー（モニター）の方々を対象に、牛乳・乳製品に対する嗜好、購買・飲食の実態等をできるだけ広範囲に把握し、需要拡大の課題を明らかにするための総合調査を企画実施いたしました。

この調査報告を、今後の牛乳・乳製品の消費拡大のために活用していきたいと存じておりますが、関係者の皆様方も、参考資料として、ご活用いただければ幸いです。

最後に、この調査にご協力いただきました方々に、深甚な謝意を表します。

昭和63年3月

(社)全国牛乳普及協会

会長 昌 谷 孝

調 査 設 計

調 査 の 目 的

消費量の推移から見た最近の食に関する傾向をまとめてみると、味噌・醤油などの「基礎食品の衰退」、つくだに・せんべいなどの「加工度の高い食品の不人気」、バター・砂糖菓子などの「高カロリー食品の不調」、ドレッシングなどの「付加価値型食品の台頭」、ウーロン茶・海藻などにみる「自然食品・健康食品の人気」、豆腐などの「昔からの食品を見直す傾向」、インスタント食品・調理済食品など「便利さを追求する志向」などが指摘できる。

その中において牛乳は、数量でも金額でもここ数年低迷気味となっている。

「牛乳」「乳製品」という商品特性を考えた時、「高カロリー食品の不調」、「付加価値型食品の台頭」などとは抵触するものの、「自然・健康食品の人気」、「昔からの食品を見直す傾向」、「便利さを追求する志向」などとは抵触せず、活性化の糸口が探られてもいいはずである。

一方、昨今のヒット商品の特徴を見ると技術革新の結果、かなり高品質な商品が増え、改めて機能面について消費者が要求する必要性なくなっていること、および高感度な人間が増加してきて、感性に訴える商品に共感を覚える人が多くなっていることがいえる。

もはや機能を売り物にできる時代ではなくなったということである。つまり、「牛乳」「乳製品」でいえば「バランスのとれた栄養食品であること」、「おいしいこと」、「気軽に飲めること」、「割安である」、「どこでも手に入ること」など様々な機能的にすぐれた点があっても、それだけでは消費者の欲求を喚起するには不十分である。

現在、牛乳は一人当たり1日約100mlの消費量になっているが、さらにこれ以上の需要を上乗せするためには、機能面以外の付加価値が必要であろう。週にもう1杯、欲をいえば3日にもう1杯だけ牛乳に手をのばさせるためには、これまでの訴求とは異なるアプローチが要求されている。

商品が主張を持ったり意味を持ったりして、消費者の感性を刺激して、消費が

喚起されるということを見逃して、作り手や売り手の発想で作られた商品はいかに機能的に優れ、割安であろうとも消費の伸びは期待できない。これまでの牛乳は基礎食品であるということから、作り手や売り手の発想や都合で供給されていたという側面はないだろうか。

購入者や使用者の立場に立って考え直してみれば、もっと別の提案の仕方や、プレゼンテーションの在り方、売り方、飲ませ方、商品などがあるはずである。質の高い日常生活への志向から基礎食品へのこだわりが生まれ、従来の機能型の牛乳だけでなく、高付加価値の牛乳が迎えられてもよい土壌は充分醸成されている。消費者の生活に近づいて彼らの小さな声を聞き逃さない努力が必要である。

牛乳の機能的な優秀さを目玉とするのではなく、「主張したいメッセージ」を持って消費者に訴えかけていき、消費者がその鋭い感性で受け止めてくれたとき、その商品は価値を持ち、需要を伸ばしていける。

基礎食品である牛乳にもこのような感性マーケティング的な発想のアプローチが必要な時代になっているといえよう。

以上の趣旨のもとに、次の3つのテーマを設定した。

-
- | | |
|------|--|
| テーマ1 | 牛乳、乳製品の購入、飲用の実態を明らかにする |
| テーマ2 | 牛乳、乳製品需要の促進要因、阻害要因の発見をする
——飲用量、利用量の多い人とそうでない人とはどのように異なるのか—— |
| テーマ3 | 牛乳、乳製品需要の喚起のための新しい切り口の発見 |
-

調査計画

このテーマに基づき、以下の様な5本の調査を企画した。

- | | | |
|---|-----------------------------------|-------------|
| A | 一般消費者調査 | (関連テーマ 1、2) |
| B | オピニオンリーダー調査(モニター) | (" 2、3) |
| C | 有識者調査 | (" 3) |
| D | 外国における消費促進のための海外事情調査 | (" 2、3) |
| E | 新しい「牛乳」や「乳製品」の提案に対する
アクセプタンス調査 | (" 2、3) |

調 査 方 法

A 一般消費者調査

1. 目 的

牛乳・乳製品に関する購入実態、飲・食用実態、牛乳・乳製品に関する意識・イメージを明らかにする。

2. 調査対象者

13才以上の男女個人及びその世帯の主婦役割分担者（単身世帯は本人）

6,000サンプル

3. 地 域

全国（400地点）

4. 抽出方法

住民基本台帳より層化多段抽出

5. 調査方法

留置併用訪問面接法

6. 調査日時

昭和62年10月7日～21日

7. 回収状況

回収数 4,664サンプル (77.7%)

未回収数 1,336サンプル (22.3%)

	設 定
全 国	6,000
北海道	285
東北	480
関東	1,995
中部・北陸	975
近畿	1,005
中国	390
四国	210
九州	660

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

未回収数	転 居	長期不在	不 在	拒 否	住所不明	そ の 他
1,336	115	73	310	742	59	37
100.0%	8.6	5.4	23.2	55.5	4.5	2.8

B オピニオンリーダー調査

B-1 モニターにおける牛乳消費実態調査

1. 調査目的

牛乳・乳製品の宣伝普及拠点（モニター）を牛乳・乳製品に関するオピニオンリーダーとして位置づけ、一般消費者とオピニオンリーダーがどのような点で異なっているのかを分析し、牛乳・乳製品普及のための促進要因を探る。

2. 調査対象者 全国に居住するモニター 4,907人
3. サンプルング 全数
4. 調査方法 郵送調査
5. 調査日時 昭和62年10月12日発送～11月16日〆切
6. 回収状況 有効回収数 4,020人（81.9%）
未回収・無効回収数 887人（18.1%）
7. 分析 一般サンプルとの比較を主目的とするため、特に牛乳飲用量の多い人についてのみ分析を行なった。

B-2 モニターの作文の分析

1. 目的

課題作文を書いてもらい、内容分析を行ない、牛乳・乳製品普及のノウハウとなるような知見を明らかにする。

2. 対象者 モニター 4,907人
3. サンプルング 全数
4. 調査方法 B-1と同時に郵送で課題と作文用紙を発送、郵送回収
5. 調査日時 昭和62年10月12日発送～11月16日〆切
6. 作文の課題 (1) 牛乳嫌いをこうやって直した
(2) 私のまわりで牛乳の大好きな人
(3) 私と牛乳の付き合い
(4) 牛乳を飲んでよかったこと
(5) 牛乳の似合う風景
7. 回収状況 有効回収数 1,381人（28.1%）

C 有職者調査

1. 目的

牛乳・乳製品の消費拡大のための新しい切口を探すために、有職者にインタビューし、そこから新しい提案のためのヒントを得る。

2. 対象者

イ. 流通		ロ. 食品メーカー	
スーパーマーケット	3店	開発担当者	4名
デパート	1店		
ハ. 家電メーカー		ニ. 日本でマーケティング活動に携わる外国人	2名
開発担当者	4名		
ホ. 男性の料理愛好家	3名	ヘ. 牛乳・乳製品先進国に長期滞在した主婦	
		イギリス滞在者	1名
		西ドイツ滞在者	1名
		イタリア滞在者	1名
ト. スポーツトレーナー	2名	チ. 医師	
		大学医学部附属病院老人科	1名
		大学附属病院小児科	1名
		総合病院産婦人科	1名
		クリニック院長	1名
リ. 消費者運動家	2名	ヌ. 栄養士	3名

3. 調査方法 ヒアリング

4. 調査日時 昭和62年10月～11月

D 外国における消費促進のための海外事情調査

1. 目的

外国で牛乳や乳製品の消費促進のために行政やメーカー、処理業者、生産者がどのような活動を行ってきたか、という普及・消費拡大のための努力を明らかにし、そのノウハウを知る。

2. 調査対象国

アメリカ合衆国、フランス、オーストラリア

3. 調査方法

デスクリサーチ及びヒアリング

4. 調査日時

昭和62年11月～昭和63年1月

E 新しい「牛乳」や「乳製品」の提案に対するアクセプタンス調査

1. 目的

調査B、Cで得られた牛乳・乳製品普及のためのノウハウや新しい提案を世代別に提示し、そのアクセプタンスを問う。これと併せてこれまでの牛乳・乳製品が世代別にどう評価されてきたのかを知る。

2. 調査方法

グループインタビュー

3. 調査対象者

Gr. 1	ヤング	男性	—	15～24才（未婚）	7名
Gr. 2	ヤング	女性	—	15～24才（未婚）	7名
Gr. 3	中高年	男性	—	35～49才（既婚）	7名
Gr. 4	中高年	女性	—	35～49才（既婚・子供あり）	7名
Gr. 5	高齢者	男性	—	前半（50代）・後半（60代）	7名
Gr. 6	高齢者	女性	—	前半（50代）・後半（60代）	7名

各グループ内の構成は牛乳が好きな人と嫌いな人の両者が含まれているものとする。

4. 調査日時

昭和63年1月27～29日

グループインタビュー 出席者一覧

	名前	年齢	牛乳の好き・嫌い		名前	年齢	牛乳の好き・嫌い
G1 ヤング 男子	T	16	好き	G2 ヤング 女子	Fk	17	嫌い
	F	21	好き		Fr	17	好き
	I	22	嫌い		S	22	好き
	Ys	19	好き		Kn	21	好き
	Yd	24	好き		A	21	好き
G3 ミドル 男性	Sz	40	嫌い	G4 ミドル 女性	T	24	嫌い
	H	39	好き(飲まない)		Kg	21	嫌い
	Ky	40	好き		H	37	好き
	Y	40	好き		Y	38	嫌い
	Sk	43	好き		K	36	嫌い
	Ki	36	好き		O	39	嫌い
	Sm	47	好き		M	38	好き
G5 シニア 男性	S	63	好き(飲まない)	G6 シニア 女性	N	45	好き
	Og	66	好き		T	40	嫌い
	Ok	50	好き		F	52	嫌い
	A	57	嫌い		T	80	好き
				W	57	好き	
				I	57	好き	
				N	54	好き	
				M	50	嫌い	
				Y	54	嫌い	

調査実施機関

(株) 日本リサーチセンター

調査結果の要約と提言

調査結果の要約

1. みんなに好かれる牛乳

牛乳は、みんなに好かれる飲み物である。

13才以上の男女個人についてみると、53%が「牛乳が好き」と答えており、日本茶、コーヒーに次ぐ好感度の高い飲物となっている。嫌いは、9%と1割にみえない。

年齢によって好き嫌いの差が少なく、若い人から高齢の人まで、まべんなく好まれるのも、特徴的である。

2. 毎日飲む人は39%

牛乳を毎日飲む人は、全体の39%である。週に数回飲む人は35%、月に数回飲む人は10%、飲まない人は15%となっており、平均すると1カ月に17日ほど牛乳が飲まれていることになる。

性別にみると、男性の場合、10代では比較的高い飲用頻度を保っているのに対し、加齢と共に徐々に下り始め、30代で最も少なくなり、40代、50代になるに従って徐々に回復し、60代で飲用頻度がほぼ10代のレベルまで回復している。

一方、女性は、加齢と共に、毎日飲む人が増えてゆくというプロフィールを持っている。

3. 1人当たりの1日の飲用量は121ml（13才以上）

牛乳の1日当たりの平均飲用量は、13才以上で平均121ml、小学生までの子供では、平均251mlとなっている。

男女とも、小学生時代までは、1日200ml以上の牛乳を飲んでいるのに対し、中学生以上になると、急激に飲用量が下がってくる。男

性は、30～34才で最低の82 ml となり、その後徐々に回復し、100 ml を少し超えるラインに達する。一方女性は、中学生以後下った飲用量は妊娠、子育て期の20代から30代前半でやや回復し、その後は、コンスタントに100 ml をキープしている。男性と比べて、女性の方が大人になってから飲む量は多いといえる。

4. 牛乳の開発可能性はまだ大きい

牛乳が好きなのに飲まない人は1%、嫌いで飲まない人は7%、どちらともいえないで飲まない人が7%であり、合わせて15%が非飲用者となっている。

今後、飲用者率をあげるという点で開発の可能性のあるマーケットは、好きで飲まない1%と、どちらともいえないで飲まない7%の合わせて8%が拡大可能なマーケットである。

一方牛乳が好きであるにもかかわらず、1日当たり100 ml 以下しか飲まない層が全体の14%、200 ml 以下が21%と、合わせて35%もの人々が1日に200 ml 以下の飲用量となっている。これらのライトユーザーを週に1、2回もう1杯牛乳を飲んでもらうことで大幅に牛乳の飲用量は増えてゆくことになる。

5. 家庭では常備率も高い牛乳

牛乳は、家での常備率が77%でほぼ8割の家庭で、いつでも牛乳が飲める状態になっている。

好きな飲み物と、家に常備してある飲み物との関係を見てみると、日本茶とコーヒー、牛乳は、常備率も嗜好率も高い飲み物とされている。

日本茶、コーヒーなどに比べて、日持ちの上でハンディがある牛乳の常備率がこれほどまでに高いことは、いかに牛乳が家庭の中で重要な

役割を果たしているかがわかる。

6. 健康で若々しい人の飲む牛乳

牛乳は若々しく、健康的で、家庭的な人の飲むものというイメージが強いが、また同時に高齢な人にもふさわしいものともされてる。とりたてた、マイナスのイメージは今のところないようだ。一方、コーヒーは、都会的な、センスのよい、グルメな、などで高いプラスイメージがあり、牛乳のイメージとやや差が出ている。

7. 牛乳のイメージはナチュラル&ヘルシー

牛乳は「健康によい」「天然自然」「甘味の少ない」などで良い評価を得ており「ナチュラル&ヘルシー」が定着してるが、「話題性」「カッコよさ」「快い刺激のある」「清涼感のある」などでは、いづれも評価が低くなっている。

牛乳とほぼ対照的なのが、炭酸飲料で、健康性では評価が低いものの、「話題性」「清涼性」「刺激性」などでいずれも高い評価をうけている。またスポーツドリンクは、両者のほぼ中間で、「健康性」「清涼性」「話題性」などで共にそれなりの評価をされており、人気の秘密がうかがわれる。

8. ヤングはカッコよさで飲物を選ぶ？

飲み物を選ぶ基準は、全体的にみると「健康によいもの」「天然自然のもの」などナチュラル&ヘルシー志向が重視されているといえる。しかし、年齢別にみると、年齢が若いほど「快い刺激のあるもの」「清涼感のあるさわやかなもの」「口当たりのよいもの」「話題性のあるもの」「カッコよいイメージのあるもの」などを求める傾向が強

くなる。もちろん若者層もナチュラル&ヘルシー志向を支持する傾向は強いが、差別化の原因はナウイイメージなどにあることが多い。

このような感性的なイメージを求める若者層に牛乳をどう印象づけていくかが今後の課題となろう。

9. 朝食とおやつがビッグチャンス

牛乳を飲んだり食べたりする機会は、朝食と、間食時が多い。朝食時に、毎日という人は牛乳を飲む人の3人に1人、おやつに毎日飲む人は、5人に1人となっている。

また、牛乳をたくさん飲む人ほど朝食やおやつに欠かさず飲む傾向が見られる。ということは、朝ごはん時とおやつの時が最も牛乳をすすめやすい機会ということもいえよう。朝食には「牛乳だけ飲む」「ココアやコーヒーに入れて飲む」「オムレツなど牛乳を使った料理」「ごはんなど和食と一緒に飲む」などが主要な飲み方である。

若い層を中心に、牛乳と和食との組み合わせも抵抗なく受け入れられる様になってきている。

10. 「栄養とカルシウム」そして「味」

「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した理由が上位にきているが、三番目には「好きだから」五番目には「おいしいから」という理由も高く、味の面の動機づけも十分であることがうかがえる。とくに10代、20代などの若者層は「おいしいから」「好きだから」という味の面から牛乳を飲んでいる傾向が強くみられる。若者は、飲み物を栄養やカルシウムなど機能性で選ぶので

はなく、むしろ、好きだから飲むといった傾向が強く、牛乳も例外ではないようだ。牛乳が食べ物の1つである以上、おいしいことが基本条件であり、おいしいから、好きだから牛乳をのむという若者が、たくさん育ってきていることは、心強いかぎりである。このような消費者の味に対する根強い要望に応えるべく一層おいしい牛乳づくりを心がけていきたいものである。

11. 牛乳に対する理解が深い人ほど飲用量が多い

牛乳に関する意見の中で、最もよく理解されていることは「骨や歯を守るために、中高年もできるだけ牛乳を飲むべきだ」であり一般の人で60%が「そう思う」と回答している。きたるべき高齢化社会を健康に過ごすために、牛乳が不可欠な食品であることはよく認識されている。また、「牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品であること」も全体の57%は「そう思う」と答えており、牛乳とカルシウムの関係もキャンペーンの効果があったといえる。さらに「牛乳は健康的な生活のためになくてはならないものだ」にも54%の人が賛成しており、牛乳の必需品意識は定着しているといえよう。これが8割近い家庭での常備率につながっていると考えられる。

一方、理解度が低いと考えられるものは、「牛乳と血圧の関係」及び「牛乳とアルコールの関係」「牛乳のカルシウムとストレスの関係」などである。いずれについても、「わからない」という回答が3割から5割あり、人々によく理解されていないようだ。

これら3点については、人々の理解をもっと深めるようなPR活動が期待される。特に、「血圧との関係」は中高年からシニア層に「アルコールとの関係」はアルコールを飲む機会の多い中高年の男性に、「ストレスと集中力」との関係は中間管理職などに行なっていくことが

有効であると考える。

また、ヘビーユースのモニターと一般の人と比較すると、すべての項目にわたって、モニターの方が理解度が高いことから、牛乳に対する理解の促進は牛乳の飲用量の増大に直接つながることが読みとれる。かっこ良い飲み物「牛乳」という感性面の訴求と同時に「理論的」に理解してもらう訴求も大切だといえる。特に30代以降の男女には、理論的な理解が飲用量の増大につながる人が多いことから、機会をみつけて教育をしていくことが得策である。

12. 家庭内飲用が圧倒的に多い

牛乳を飲むのは、圧倒的に家庭内であり、86%の人が、「主として家庭内」と答えており、家庭以外で飲むことは僅かというのが現状である。家庭以外の場所としては10代は、学校で、20代以上は職場で飲むことが多い。

インタビューでは自動販売機をもっと設置してほしいこと、また、缶入り牛乳など長期間保存できるタイプの牛乳を増やしてほしいことなどが要望された。

また、外食が多くなっていることから、外食での飲用機会が増やせないだろうかという希望も強く出された。

13. さらに使い方の教育を

家庭での牛乳の利用の仕方は、そのまま飲むのが76%、他の飲み物に混ぜて飲むのが13%、料理やお菓子の材料で使うのが11%となっており、圧倒的に、そのまま飲むが多い。

実際に作られているメニューを見ると「スープ・シチュー・カレー」「プリン・ババロア・ゼリー」「グラタン」「ケーキ」「クッキー」「オム

レツ」などが上位にきており、一般的なものが多くなっている。

昨今の主婦は、「少しでも手をぬいておいしいものが食べたい」という根強い志向を持っており、このような志向にあった、簡単にできるおいしい牛乳料理を提案していくことが、牛乳の使用量をあげるのに役立つといえる。

14. 購入先はスーパーが多い

牛乳の購入先は、スーパーが圧倒的に多く、76%となっており、次が宅配で22%、3番目が一般食料品店・酒屋で13%、4番目が生協などの共同購入で同じく約13%となっている。

大都市では、コンビニエンスストアやパン菓子店や自動販売機からの購入が多く、都市規模が小さくなるのに従って、牛乳店からの宅配が多くなっている。

「その他」は、今のところ全体で2%にすぎないが、家庭外の牛乳飲用機会がもっと多様化すれば、これが増えてゆくと推察される。

15. 1週間の牛乳購入量は、1世帯4リットル

1週間の牛乳購入量は、世帯ベースで見ると、1週間に4リットルとなっている。

子供の年齢、家族人数の多さなどが、購入量に強い影響を与えている。また、家庭運営に対する気配りが細やかな主婦ほど牛乳をたくさん購入する傾向もみられる。

16. 「適当だ」と思われている牛乳の価格

牛乳の価格に対する満足度は、全体に高いといってよいだろう。割安だという人が全体の27%、適当な価格だという人が62%、割高

だという人が7%となっており、卵について割安感の強い食品となっている。

しかし、実際の購入場面では、販売量の確保、顧客獲得のため、値崩れをおこし、ユーザーに「牛乳は、正価で購入するものではなく、バーゲン時に買うもの」という意識を持たせてしまっているため、スーパーなどでは、価格訴求食品としての売り方が現実には多くなっている。一方、昨今は消費者の購買形態が、「安いものを特売時にまとめて買う」から「良いものを必要な時に買う」方向になって来ており、牛乳の特売展開は時代のニーズに合致しなくなっている。スーパーなどでも販売方法の転換が行なわれつつある。

17. バター、ヨーグルト、プロセスチーズがご三家

現在よく利用するものは、バターが最も多く、60%、次いでヨーグルトの41%、プロセスチーズの40%、粉チーズの27%と続いている。クリームチーズ、カッテージチーズ、サワークリーム、味付香付バターなどは、いまだ利用量は少ない。

家庭で料理に入れて利用する率の高いのはバターと粉チーズで、生クリーム、プロセスチーズ、ナチュラルチーズなども比較的よく料理に利用されている。クリームチーズ、練乳、スキムミルクなどは利用そのものが低いが、お菓子作りや料理作りにどのように使うかをもっと啓蒙していくことで、これらの乳製品の利用率は更に上がっていくことが期待される。

18. 乳製品の利用にバラエティーを

乳製品の利用頻度で多いのは「バターをパンにぬること」と「いろいろなタイプの乳飲料を飲むこと」の2つである。

「生クリーム料理」「ドリンクヨーグルトをのむ」などは、全くない人がいずれも30%を超えており、宣伝普及活動が必要だといえる。

19. 若者に人気のヨーグルト

ヨーグルトは、特に若者に好かれる乳製品であり、特に女性の人気が高く、10代の女性の84%、20代の女性の80%もがヨーグルトが好きだと答えている。10代、20代の女性の牛乳の飲用量は、他に比べてやや低かったことから、この層に、牛乳の代わりにヨーグルトを食べてもらうことが、効率的といえるかもしれない。

チーズは、20代の男女に人気があり、従来のプロセスチーズ、粉チーズとは異なる一味ちがったおしゃれなチーズをこの層に積極的に提案するのも、新たなチーズファンを育てる上で有効ではなかろうか。

20. 乳製品に対する理解は今ひとつ

乳製品に対する理解度は、牛乳に比べて全体に低く一般の人は「わからない」という回答を多く出している。特に「チーズやバターとコレステロール」の関係、「チーズとカルシウム」の関係など、わからないという答えが多くなっている。比較的よく認知されていることは、「チーズは高タンパク質食品であること」及び「アルコールを飲む時はチーズを食べながら飲むとよい」などである。アルコール→高タンパク質食品の必要性＝チーズという関連が、かなり理解されてきているといえよう。しかし、ヘビーユースのモニターと比べると一般の人は、すべての点で乳製品への理解が少なく、乳製品の利用度をあげるためにも、もっと乳製品への一般の人の理解を深めるPRが必要だといえる。

21. もっと料理法を紹介しよう

牛乳を料理にほとんど使わない理由は、「そのまま飲んだ方がおいしい」が圧倒的に多く65%にのぼっている。しかし「料理をするのがめんどろだ」も27%、「料理の仕方がわからない」も19%あり、牛乳を提供する側のもっていき方によっては、料理利用の促進をはかることも十分可能性があるといえる。

特に、主婦の高齢層ほど「料理の仕方がわからない」が多くなり、一方、若年層では「めんどろだ」が多くなっている。

高齢の人にも、若い人にもわかりやすい、とにかく「簡単な料理」の紹介をもっと活発に展開してゆくことが牛乳の料理利用促進に寄与するといえる。

22. 多様な料理情報経路

主婦の料理情報入手経路は、最も多いのが「テレビの番組」次が「料理の本」であるが、その他に注目されるのは知人、友人など「口コミによる情報」の多さである。インタビューにおいても、主婦同士互いに家庭を訪問しては、出された料理からヒントを得るといった話が多くなされた。ちょっとご馳走になったり、電話をかけた時に、教えてあげられるようなかんたんな料理法がいかに大切かがわかる。特に牛乳の購入量の多い主婦ほどいろいろな情報経路に接している。利用量の少ない人に有効なツールは、「テレビ番組」「口コミ」「料理の本」などで、これらの媒体には、初心者向けの、わかりやすい料理情報を流してゆくことが得策と考えられる。

23. 健康な人ほど牛乳をたくさん飲む

健康状態の良い人程牛乳をたくさん飲み、良くない人程飲まない傾

向がみられる。良くない人程たくさん飲んで欲しいのに逆の傾向が出ている。また、健康に悪いと思っていながらやっていることに着目すると、「たばこを吸う」「酒の飲みすぎ」「仕事や勉強のしすぎ」など体に無理をしている人程牛乳を飲まない傾向が見うけられる。健康状態の悪い人、体によくないと思っっていることの多い人程、健康によい牛乳を飲まないという現象が起きている。

24. 牛乳を飲むことは生活全般の健康の証し

日常の生活態度からみても、牛乳をよく飲んでいる人は、「朝食は必ずとる」「朝晩歯みがきをする」「好き嫌いなく何でも食べる」「塩分、糖分、脂肪分のとりすぎをひかえる」「運動をする」「定期的に健康診断をうける」などすべての点で、健康への配慮がいきとどいていることが汲みとれる。

1杯の牛乳を飲むことが、健康な生活管理の手始めであり、象徴でもあることを示していよう。牛乳を飲むことは、生活全般の健康さの証しといえるのである。

25. 楽しい家庭づくりは一杯の牛乳から

牛乳をたくさん購入する主婦ほど、朝食を必ず用意し、家族そろって食事する機会を持つように努力し、料理も好き、スポーツも好き、手作りのおやつもしばしば作るなど、健康で、かしこい奥さんを連想させる。牛乳を冷蔵庫の中に欠かさず用意することから、楽しい家庭づくりができることを、もっともっとPRしていいのではないだろうか。

26. 牛乳大好き奥さんは、心も体も健康

味にうるさい方、手間ひまかけて料理する方、家庭に人を呼んでごちそうするのが好き、朝食は洋食が多い、台所用品を揃えるのが好き、スポーツは見るよりする方が好きなど、牛乳の好きな主婦には食生活を大切に、家族や友人との和を好み、スポーツを心がけるなど、健康的な家庭生活をエンジョイしている人が多いことがうかがえる。

27. 少しずつ増えてゆく牛乳

今後2、3年の牛乳の飲用量は、増やしてゆくという人が19%、今と同じ位が80%、減少してゆくが1%となっており、全体としては、若干伸びてゆくと推察される。特に男性の30代、女性の20代～40代に増加意向が、多くみられる。

若い層には、感性面での訴求を中高年齢層には、理論面での説得をしていくことが、この数字を具現化してゆくのに役立つといえよう。

28. 多様な牛乳へのニーズ

決まった牧場から直送宅配システムの人気は37%と高いが、これは、牛乳に、個性的な感性、高いイメージ価値などを人々が求めていることを示している。牛乳は、今や価格や品質だけでなく、個性も問われる時代になっていると読みとるべきであろう。ダイエット専用牛乳に対するニーズも、女性を中心に非常に強い。

常温で保存できる牛乳、お腹がゴロゴロしない牛乳などはすでに発売されているにもかかわらず、まだ人々に充分知られていないため、こんな牛乳があったらの上位にランクされている。普及のためのさらなる努力が必要といえよう。容器の多様化へのニーズも、一般消費者ばかりでなく、流通関係者、業務用ユーザーなどから強く出ている。

これまでの紙パックづめにとらわれず、もっと各種のサイズ、多様な材質を用いた容器の開発も飲用量増大のきっかけを開くものと考えられる。

提 言

1. 来たるべき高齢化社会に備えて大人向けのマーケティングの展開を

子供の数は徐々に減少する傾向があり、逆に高齢化社会の進行と共に、老人の数は増加しつつある。

日本の寝たきり老人は骨粗しょう症によるものが多く、その意味で吸収されやすい牛乳のカルシウムを30代前後の若い時期にたくさん摂っておくとよいというアドバイスが医者からも聞かれている。

飲用量の変化を見ると、特に男性の30代は飲用量が最も落ちこむ年代であり、このような層に、牛乳を飲むようなアプローチがなされるべきだろう。また、お酒やタバコを飲む人ほど牛乳を飲まない傾向があるがこれは逆であり、飲む人ほど牛乳に親しんだ方がよい。

中高年と牛乳というマーケティングがこの2、3年必要であることが痛切に感じられる。来たるべき高齢化社会を健康に過ごすためにも、また牛乳の飲用量をあげるためにも、これらが当面の課題であろう。

2. 若い女性には牛乳とダイエットの関係を

また、若い女性に対しては「ダイエットと牛乳」という問題を訴求することも歓迎される。若い女性のダイエットへの関心は非常に強く、スリム＝健康、美しいというイメージが定着し、飲物に対しても「カロリーの低いこと」「美容によいこと」を求める傾向が強く、その中で牛乳を敬遠するような現象も出てきつつある。

無理なダイエットによって他の病気を誘引するなど健康をそこなう例も多く、ダイエットを望む女性達にバランスのとれた総合栄養食品である牛乳の良さを今こそアピールするべきである。

“ダイエット”が欲しいという要望が31%もあったことから低脂肪牛乳をはっきりと“ダイエット牛乳”として訴求していくのもよいのではなかろうか。

3. 牛乳のイメージアップのために感性面の訴求を

牛乳は「健康的な人が飲む」「家庭的な人が飲む」「若々しい人が飲む」などのイメージが強く、一般の人には大むね良いイメージを持たれている。

しかし、年齢の若い人には「ダサイ人が飲む」「都会的でない人が飲む」などの意識が強く、若者ほど牛乳に対してセンスの悪い飲みものだという意識が強い。

一方、飲み物を選ぶ時の基準はといえば、若い人ほど「快い刺激のあるもの」「清涼感のあるさわやかなもの」「話題性のあるもの」「カッコ良いイメージのあるもの」などを重要視する傾向が強い。それ故、牛乳が本来持っているイメージと若者達が飲物に求めているイメージとの間にギャップが生じ、そのことが若者と牛乳の間の距離を拡げる作用をしている。

従って、牛乳が健康飲料であること、自然飲料であることなど効用性による訴求の他に、若物のニーズにあった「話題性」「かっこよさ」など感性の点からの訴求がなされていくことが求められている。

若者には、栄養や自然など機能性、効用性によるアピールよりも、むしろ感性的な面の方が重要視されるのが昨今である。

4. 牛乳・乳製品に対する知識の普及を

チーズや牛乳とカルシウム、タンパク質、コレステロール、アルコールとの関係について、いずれの項目においても、ヘビーユースのモニターの方が一般の人に比べて理解が深い。

つまり、牛乳・乳製品に対する効用、効果などの理解が深まれば深まるほど、飲用量、使用量が多くなっていくことがよみとれる。

感性面での訴求も行なっていかなければならないが、一方ではメディアカルな面で理論的な説得も必要であるといえよう。

特にチーズなど乳製品に関する知識の普及は、牛乳に比べてヘビーユースのモニターと一般の人の差が大きい。

牛乳に対する知識の普及もさることながら、乳製品に関する知識の普及に力を入れることが要請されている。

5. 健康な家庭運営と行きとどいた家族の健康管理は、主婦の牛乳に対する配慮で決まる

主婦の健康管理への配慮と、牛乳の1週当りの購入量との関係を見ると、牛乳の購入量の多い人ほど「朝食は必ず用意する」「塩・砂糖など加減して利用する」「家族揃っての食事機会を持つ」「料理の本を見るのが好き」「人工添加物に気をつけて買物する」「1日に多種類の食品を使う努力をする」「栄養素を考えて献立を作る」「手作り

のおやつをしばしば作る」などの傾向が強く、牛乳が家庭運営、家族の健康管理のカナメとなっていることが明らかである。平たい言葉でいえば、牛乳を家族のためにたくさん用意する奥さんは、賢い良い奥さんであるということがいえる。そのことをもっと牛乳普及のためにアピールすべきであろう。

6. 購入場面の活性化を

牛乳・乳製品は、販売量の確保、顧客獲得のため、ダンピングに走り、値崩れを起こし、ユーザーに「牛乳は正価で購入するものではなく、バーゲン時に買うもの」という考えを持たせてしまっているため、価格訴求商品として売るといのが牛乳の売り方になっているスーパーが多い。

しかし昨今は、消費者の購買形態が、「安いものを特売時にまとめて買う」から「良いものを必要な時に買う」方向になってきているため、牛乳の特売展開は時代おくれになってきている。

今後は、良質な牛乳を正価で売るという方向に切り替えていくべきだとする意見もスーパーなどでは強く、価格による差別ではなく、品揃えや、質の相違に対応するような展開が必要であるという。

一方、消費者側からみても、現在の牛乳・乳製品売り場は、種類が豊富になり、選ぶ楽しさが出てきたとほいうものの、単に牛乳や乳製品が並べてあるだけだという意見も根強い。

牛乳・乳製品売り場を価格訴求商品売り場から、生活提案型売り場へと変身していくことが時代に逆行しない方向といえるだろう。

7. 家庭外飲用の促進を

牛乳を飲むのは、“家庭内”が86%となっており、家庭飲用が

圧倒的であった。

牛乳が家庭の常備飲料であることが逆に外での飲用を阻害する結果にもなっている。

しかし、牛乳の持つ“消化の良さ”“体を温める”“カルシウムを補給する”“バランスの良い栄養分”などの点を考えれば「スポーツのあと」「サラリーマンの外での朝食」「塾帰りの子供」「外食で、お酒を飲んだあと」等で牛乳を必要とする機会は多々あるのだから、適切な場所に、おいしく飲める牛乳を配置することに、もっと積極的になるべきではなからうか。スポーツクラブ、バー、スナックなどからそのような要望が出ている。

また、150円コーヒーショップのような、気軽にファッショナブルなミルクスタンドもヤングの女性、サラリーマンなどから強く要望されている。

旧態依然とした駅の立飲み牛乳のイメージからの脱却が望まれている。

8. 牛乳を使った簡単な料理法の教育を

牛乳は76%が飲用に、13%がコーヒーやココアに入れて飲まれ、11%が料理用だという。

実際に作られているメニューをみると、「スープ・シチュー・カレー」「プリン・ババロア・ゼリー」「グラタン」「ケーキ」「クッキー」「オムレツ」などのメニューが上位にきており、一般的なものが多い。

「少しでも手をぬいておいしいものが食べたい」というのが昨今の主婦の志向であり、このような志向にあった一味ちがった簡単にできるおいしい牛乳料理を提示していくことが牛乳の使用量をあげること

に結びつこう。肉料理、魚料理、リゾットなど、これまでにあまり作られていなかったものなどが新鮮でおもしろいのではなからうか。

料理情報は、TVの料理番組、料理の本、口コミ、新聞の料理記事、雑誌のグラビア記事、各種のパンフレットなどから得ることが多い。牛乳の購入量の多い主婦ほど料理情報の収集経路が多岐にわたっており、これらの媒体を情報源として使うことが多いことから、上記のような媒体を有効に使うことが効率的であろう。

現在の牛乳の購入場面は、牛乳を並べて売るだけで、あまりにおもしろ味がないという声が強かったことから、デパート、スーパーなど購入店で牛乳料理の方法などを提示するのも一案である。

9. おしゃれな牛乳ドリンクを

牛乳はナチュラル&ヘルシーという点では、高い評価を得ているが、飲物の感性的な側面「話題性」「かっこよさ」「快い刺激性」「清涼感」等では前述した様に今ひとつ評価が低かった。

一方、紅茶、コーヒーなどは都会的、グルメな感じなどで評価が高く、炭酸飲料は「快い刺激性」「清涼感」などで評価され、牛乳のイメージを補完するのに十分な“おしゃれさ”を持っている。

料理研究家の報告によれば、ブラジルでは“ビタミンナ”という季節の果物を入れて飲むミルクセーキは子供達に人気があり、ポピュラーであるという。

紅茶と一緒にロイヤルミルクティー、コーヒーと一緒にカフェオレ、果物と一緒にビタミンナ、チョコレートと一緒にチョコドリンク、炭酸飲料と一緒に牛乳ソーダなど牛乳を単独に飲んでもらうのではなく、他の飲物とのミックスで訴求していくのも得策である。他の飲物のもつ「話題性」と「快い刺激性」などオシャレなイメージが牛乳を再度、

活性化させる働きを持つ。特に若者に対する、訴求としては適しているといえよう。

10. 容器の多様化を

牛乳は冷蔵庫の中にあればあるだけ飲み、使うものである。とすれば1ℓにこだわらず、1.2ℓでも1.3ℓでも、冷蔵庫のスペースが変わらないとすれば、もう少し大型のものもあってよいのではないか。既にジュース類は、いろいろな大型容器が出ている。1.2ℓの容器の牛乳が入っていれば入っているだけ飲んでしまおうだろう。

病院などからは、業務用の大型容器がほしいという声が強かった。一方で、老人・病人用の100ml容器がほしいという声もあったが、今の様に、容器を紙パックで200、500、1000と限らないで多様にしてはどうだろうか。但し、パックのデザインや形がフレッシュで、魅力的であることが必須条件である。

調査結果の詳細－1

- A** 一般消費者調査
- B-1** モニターにおける牛乳消費実態調査
- E** アクセプタンス調査
(グループインタビュー)

本分析は、一般消費者調査とモニターにおける牛乳高消費世帯（ヘビーユーザー；1週間に6ℓ以上牛乳を購入）との比較及びグループインタビューから抜粋した内容により分析を行なった。

I 牛乳に対する態度

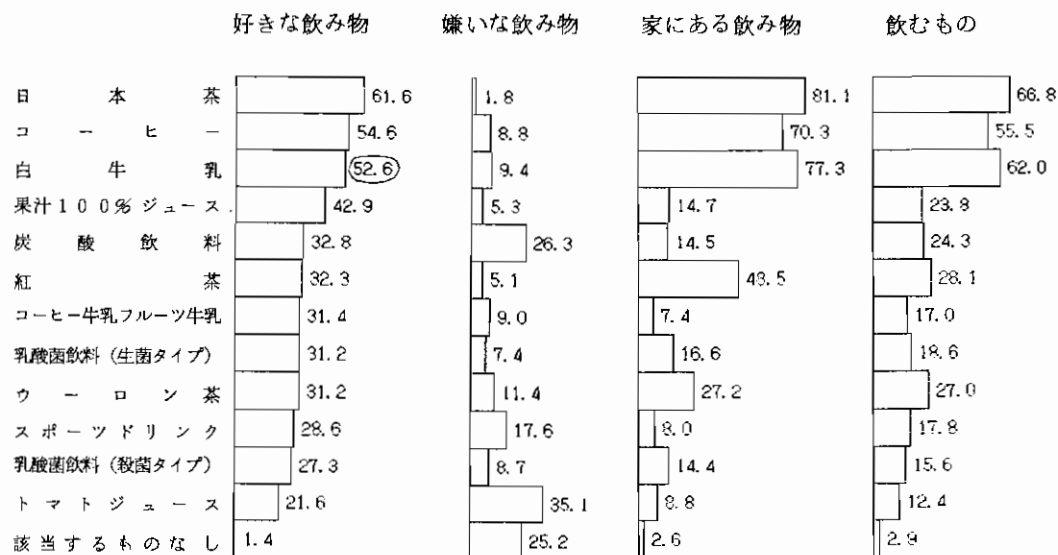
1. 牛乳の位置づけ

日本茶、コーヒー、白牛乳、果汁100%ジュース、炭酸飲料、紅茶、コーヒー牛乳、フルーツ牛乳などの色もの牛乳、乳酸菌飲料、ウーロン茶、スポーツドリンク、トマトジュースなど11種類の競合飲料の中で、牛乳はどのように位置づけられているのかを見るために、「好きなもの」「嫌いなもの」「家にあるもの」「飲むもの」という4つの問いに対し、各々はい、いいえで答えてもらった。

白牛乳は「好き」という点では、日本茶やコーヒーに次いで3番目の53%、「嫌い」という点では9%とごくわずかである。

家での常備率は、77%と日本茶に次いで高い率となっている。

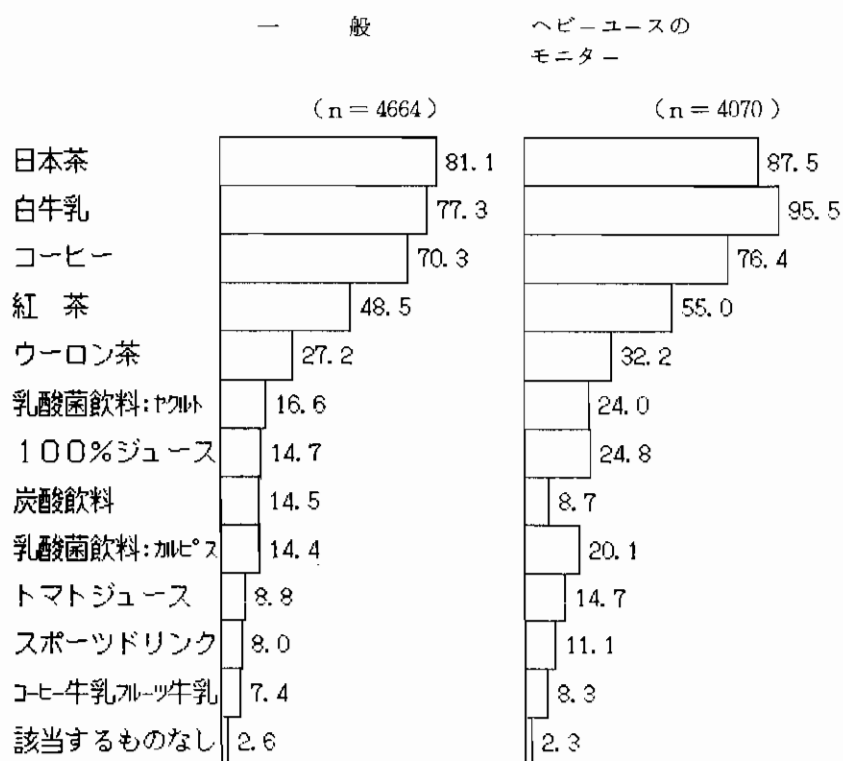
図I-1 牛乳の位置づけ (n = 4664)



牛乳を飲む人は62%であり、「好き」が53%であることを考え合わせると、好きではないが飲んでいる人が10%ほどいることが明らかとなった。

牛乳のモニターのうちヘビーユーザーの常備率は96%と圧倒的に高い。家に常備してあることが、牛乳のヘビーユーザーを育てる手始めであることがうかがわれる。(図I-2参照)

図I-2 牛乳の位置づけ 家にいつもある飲物

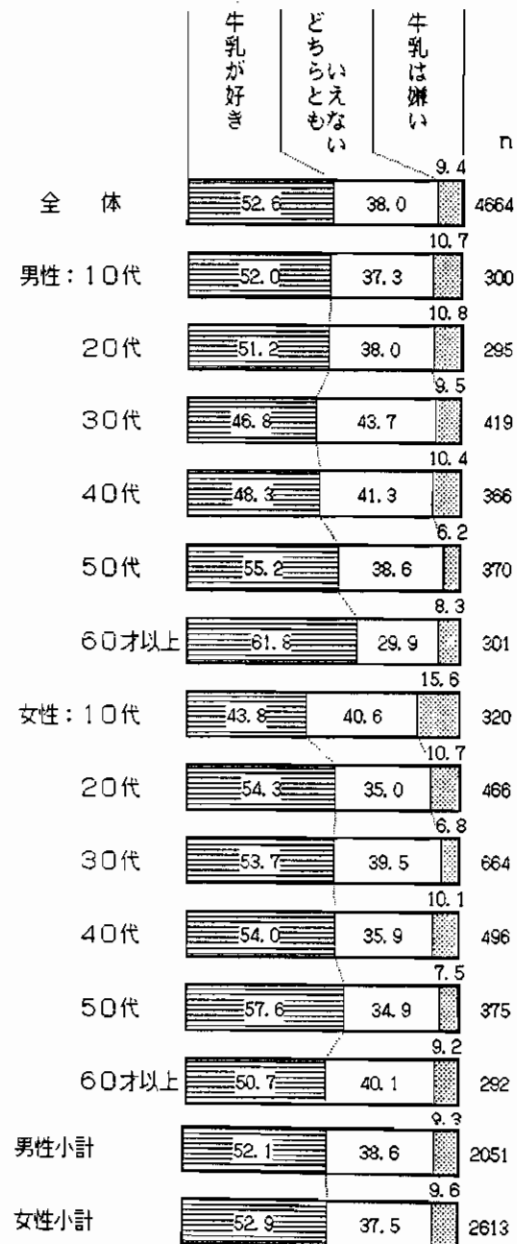


2. 牛乳の好きな人

牛乳の好きな人はどんな人であろうか。そのプロフィールをみてみよう。

まず、年齢別ではあまり大きな差はない。しかし、女性の10代で牛乳を好きな人が少なく、逆に男性では60才以上で好きな人が多いことが注目される。

図 I-3 牛乳の好き嫌い



3. 牛乳のイメージ

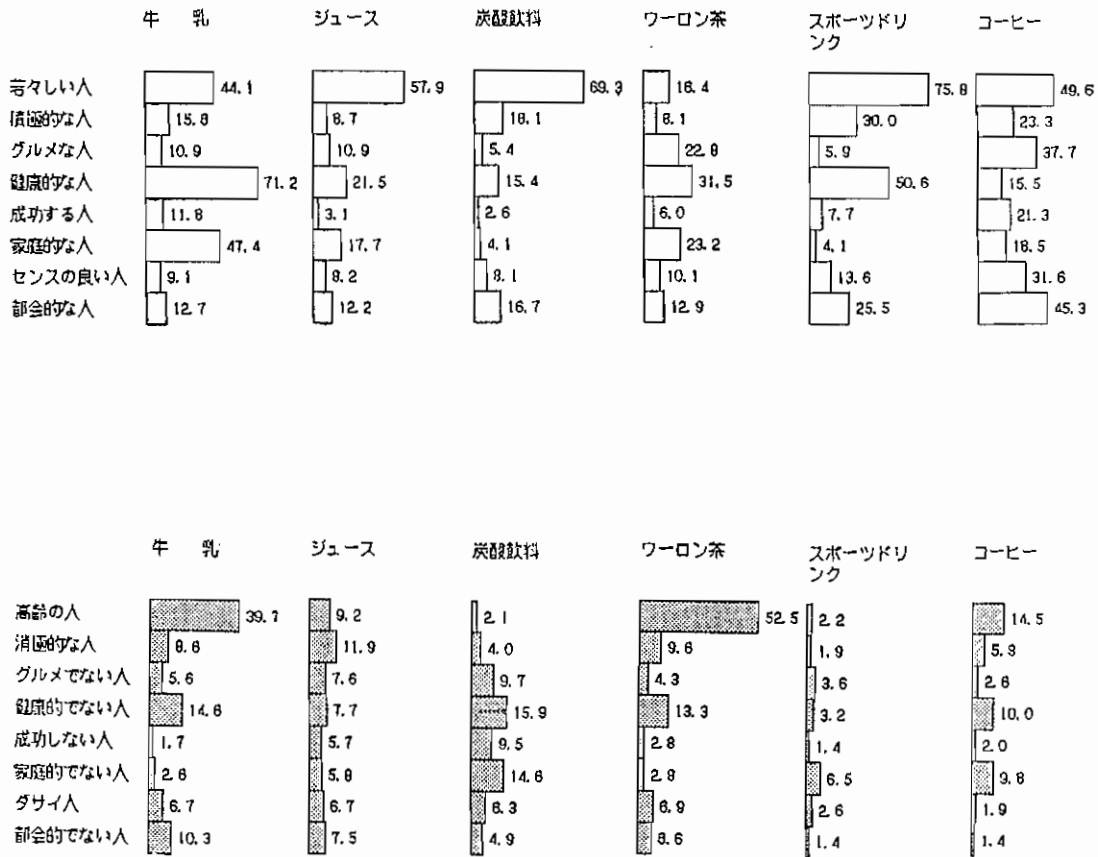
1) 飲む人のイメージ

「この飲み物を飲むのに適した人はどんな人か」という形で、飲みもの持っているイメージを聞いた。16項目の中であてはまるものをいくつでも答えてもらった。

すると、牛乳の場合は「健康的な人」「家庭的な人」というイメージが他の飲みものに比べ顕著に高く、「健康的な家庭飲料」としての位置づけがなされていると言える。

炭酸飲料とスポーツドリンクは「若々しい人」というイメージが高く、ウーロン茶の場合は「高齢の人」というイメージが高い。

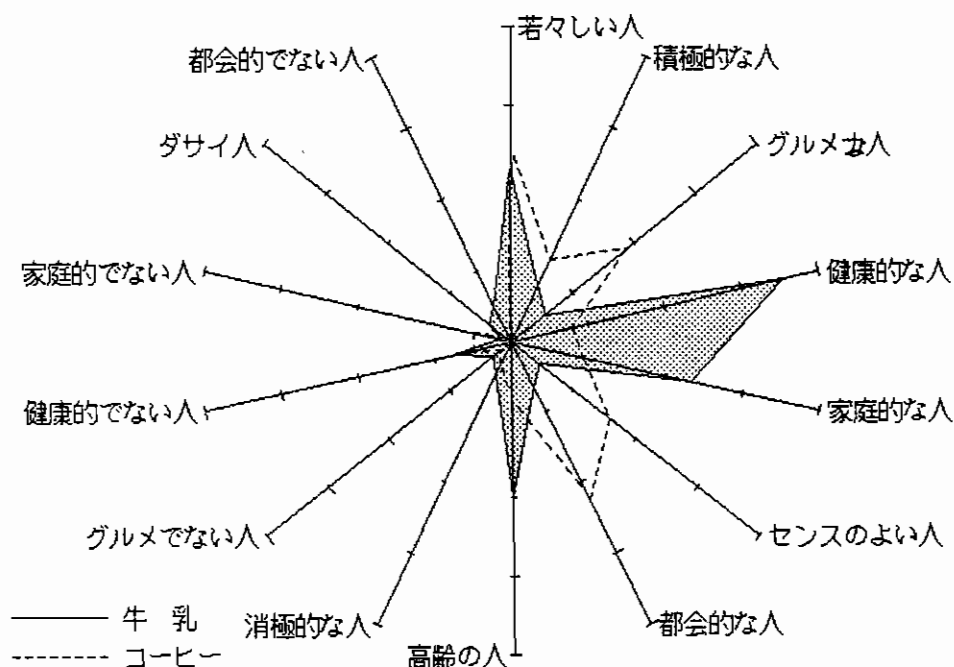
図1-4 次のような飲料を飲むのに適した人のイメージ



また、牛乳とコーヒーを比べると、牛乳は「健康的な人」「家庭的な人」のイメージが高く、しかも若い人にも高齢の人にも向いている飲みものとして受け取られているが、コーヒーは「健康的な人」というイメージは低いが、「都会的」で「グルメな人」というイメージが高い。又、若者向けの飲みものとイメージされている。

牛乳のたくさん入った「カフェオレ」などは、コーヒーのおしゃれなイメージを牛乳に付加できることから若者向けに積極的に訴求してゆくべき商品となろう。

図1-5 飲むのに適した人のイメージ



ここで、牛乳を飲む人のイメージを年齢別にみてみよう。

年齢が高くなるほど「高齢な人」「センスのよい人」というイメージが強いが、年齢が下がるほど「ダサイ人」「都会的でない人」が飲むというイメージが強くなっている。つまり、若者ほど牛乳に対して「センス」「都会的」という点で低いイメージを持っていることが明らかになった。

若者に対する牛乳のイメージの訴求が必要であることがわかる。

表1-1 飲むのに適した人のイメージ 牛乳

	全 体	若 者しい人	高 齢の人	標 榜的な人	追 随的な人	グ ルメな人	グ ルメでない	隣 的な人	隣 的なでない	社 会的に成功	社 会的に成功
全 体	4664 100.0	44.1	39.7	15.6	8.6	10.9	5.6	71.2	14.6	11.6	1.7
男性：10代	300 100.0	43.7	36.3	18.7	12.0	13.3	9.0	76.7	10.0	16.0	3.7
20代	295 100.0	40.3	32.9	14.2	7.5	8.5	4.4	70.5	14.9	8.5	1.0
30代	419 100.0	39.4	32.5	12.6	10.5	10.0	4.3	69.2	13.1	7.9	2.4
40代	366 100.0	37.4	38.3	15.8	8.5	13.1	5.5	71.6	12.8	11.2	2.7
50代	370 100.0	43.2	42.4	18.9	8.1	12.2	6.8	66.8	17.0	11.6	1.1
60才 以上	301 100.0	43.2	▽55.1	14.0	6.3	9.6	2.0	59.1	21.6	8.0	-
女性：10代	320 100.0	45.6	33.1	15.0	10.3	12.5	9.4	79.1	11.3	15.3	3.4
20代	466 100.0	45.1	34.3	16.3	7.3	9.2	5.8	79.6	9.4	14.2	0.9
30代	664 100.0	46.1	38.9	16.0	7.5	8.0	7.4	73.6	14.8	11.7	1.1
40代	496 100.0	51.0	43.3	18.5	11.5	12.9	4.6	71.0	17.3	13.3	2.2
50代	375 100.0	46.1	44.5	15.5	6.7	12.8	4.3	68.5	16.0	10.4	1.1
60才 以上	292 100.0	43.2	▽47.6	8.9	6.5	11.0	2.1	63.0	18.2	10.6	1.0
男性小計	2051 100.0	41.1	39.2	15.7	8.9	11.2	5.3	69.0	14.8	10.4	1.9
女性小計	2613 100.0	46.5	40.0	15.5	8.3	10.7	5.8	72.9	14.4	12.6	1.5

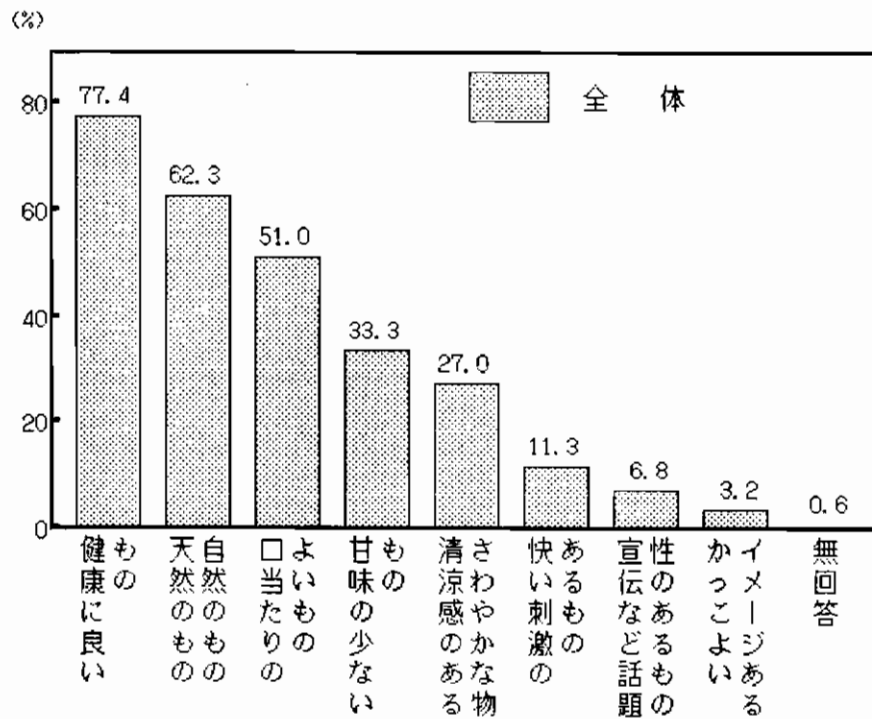
	全 体	家 庭的な人	家 庭的なでない	セ ンスのよい	タ クイ人	整 頓的な人	整 頓的なでない	無 回答
全 体	4664 100.0	47.4	2.6	9.1	6.7	12.7	10.3	3.8
男性：10代	300 100.0	47.7	4.3	7.7	△10.7	14.3	△20.3	2.3
20代	295 100.0	46.4	1.7	6.8	8.5	9.8	12.2	1.7
30代	419 100.0	44.9	2.4	6.4	7.6	9.3	11.0	6.4
40代	366 100.0	48.9	3.6	9.0	5.7	12.8	10.1	3.8
50代	370 100.0	48.6	3.8	12.4	5.4	14.3	7.8	4.9
60才 以上	301 100.0	44.5	2.7	▽12.6	2.7	11.3	4.0	6.3
女性：10代	320 100.0	47.2	3.1	8.4	△13.8	10.3	△23.4	1.3
20代	466 100.0	52.1	0.9	6.9	7.9	10.3	11.8	1.3
30代	664 100.0	49.5	2.1	6.5	4.7	12.2	6.6	3.2
40代	496 100.0	49.0	3.8	11.9	7.5	16.5	8.3	2.4
50代	375 100.0	43.7	1.1	10.4	4.5	16.3	6.9	6.4
60才 以上	292 100.0	40.8	2.7	▽12.3	3.4	14.0	6.5	7.5
男性小計	2051 100.0	46.9	3.1	9.1	6.7	11.9	10.8	4.4
女性小計	2613 100.0	47.8	2.3	9.0	6.7	13.2	10.0	3.4

2) 飲みものを選ぶときの重視点

一般的に人々は飲みものを選ぶときはどんなことを重視しているのだろうか。

下図に示すような8項目をあげて聞いたところ、「健康によいもの」という意見が最も多く、2番目が「天然のもの・自然のもの」であった。ナチュラル&ヘルシーが重視されていることがよみとれる。

図 I-6 飲み物を選ぶ時の重視点



これを年齢別にみると、年齢が若いほど「快い刺激のあるもの」「清涼感のあるさわやかなもの」「口当たりのよいもの」「話題性のあるもの」「カッコよいイメージのあるもの」などを求める傾向がある。

若者のこのようなニーズに対し、牛乳がどう応えていくかが今後の課題である。

また、ヘビーユースのモニターと比べると、モニターの方が「健康、天然・自然」志向が顕著である。牛乳の利用量の多い人にはこうしたナチュラル&ヘルシー志向が基底に強くあると言えよう。

図 I-7 飲み物を選ぶ時の重視点

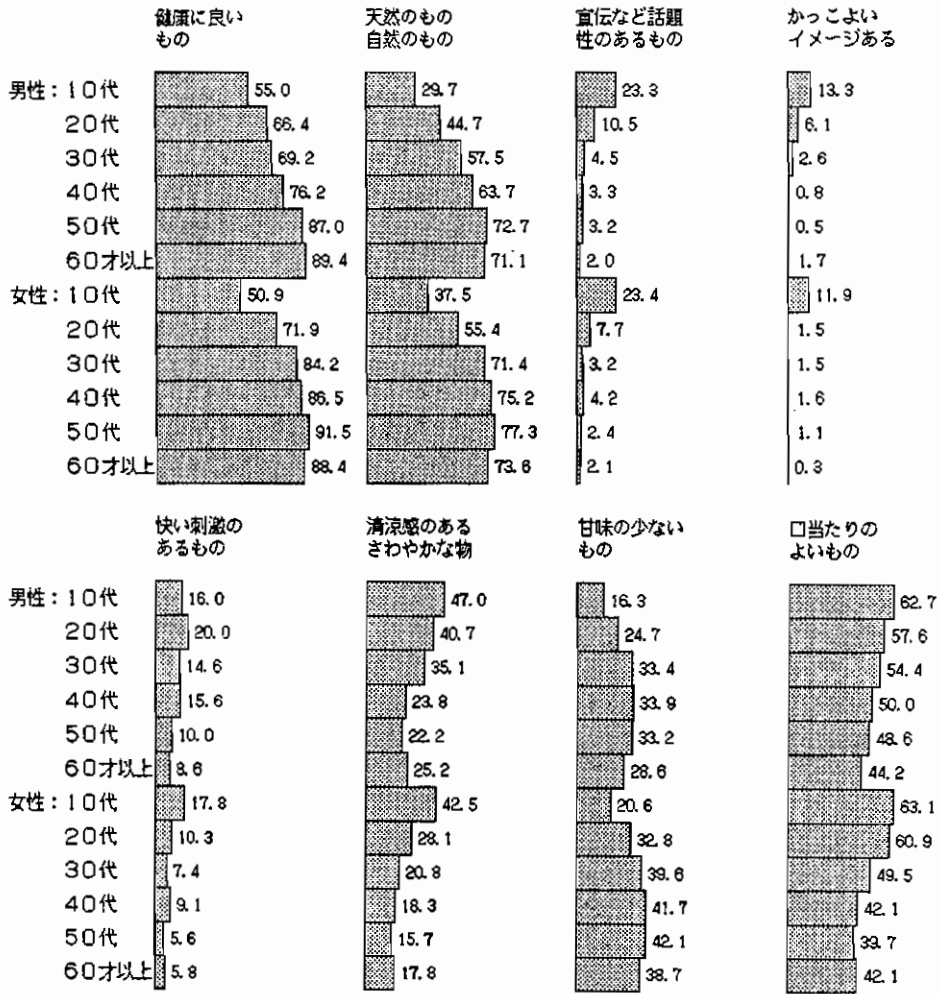
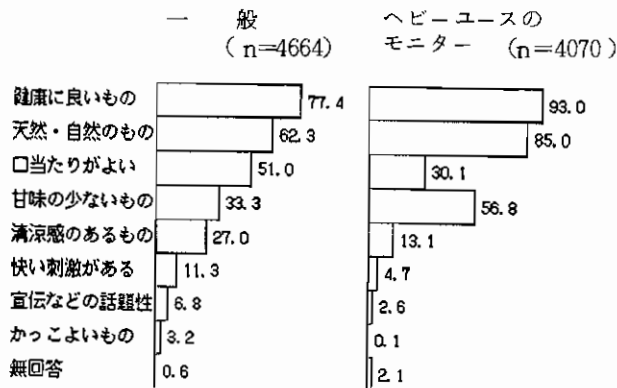


図 I-8 飲み物を選ぶ時の重視点



3) イメージ

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

牛乳については「健康によい」「天然・自然」「甘みの少ない」というイメージが強い。牛乳のこれらのイメージは飲みもの一般に対するニーズと一致しているが、牛乳は「話題性」「かっこよさ」「刺激性」「清涼感」といったイメージは低い。つまり、若者の求めるニーズとは合致していないといえる。

一方、炭酸飲料、スポーツドリンク、コーヒーは若者の好む飲物イメージを強く持っている。

牛乳の中に「話題性」「かっこよさ」「刺激性」「清涼感」などをのせたイメージ訴求ができると、若者にもっとマッチした飲み物として認識される道が開けるのではなかろうか。

図 I-9 飲物イメージ

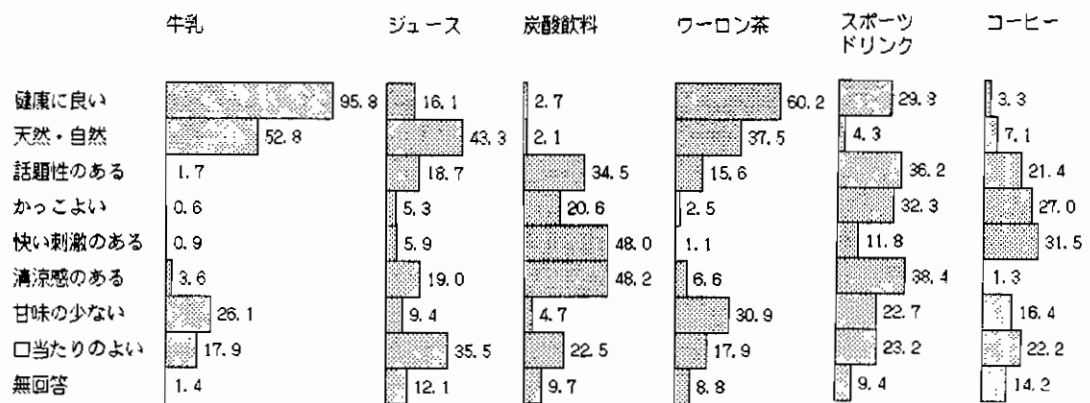


表1-2 性・年齢別にみた牛乳のイメージ

	全 体	健康 に よい もの	自然 の もの	甘 味 の 少 ない もの	口 に よい もの	さ わ やか な 物 質 の あ る もの	性 の あ る もの	快 楽 な もの	イ メ ジ が あ る もの	無 回 答
全 体	4664 100.0	95.8	52.8	26.1	17.9	3.6	1.7	0.9	0.6	1.4
男性：10代	300 100.0	95.3	△ 56.7	△ 29.0	19.7	6.3	2.3	1.3	1.0	0.7
20代	295 100.0	91.9	53.2	23.7	16.3	3.4	1.4	1.4	0.7	2.7
30代	419 100.0	94.0	51.6	22.0	15.3	2.9	1.4	0.5	1.2	2.4
40代	366 100.0	95.9	54.9	23.2	15.8	3.6	2.2	1.6	1.4	0.3
50代	370 100.0	95.9	49.2	24.1	22.4	3.8	2.7	1.6	0.5	1.6
60才 以上	301 100.0	93.7	45.5	25.9	18.3	5.0	0.3	1.3	0.3	3.3
女性：10代	320 100.0	95.3	55.6	26.9	19.7	6.6	2.2	0.6	0.3	1.6
20代	466 100.0	97.0	56.9	27.9	15.9	2.1	1.3	0.2	-	0.6
30代	664 100.0	97.3	56.9	26.5	16.9	2.1	1.7	0.3	0.5	0.8
40代	496 100.0	97.2	52.0	28.0	18.1	2.4	1.8	0.8	0.4	1.0
50代	375 100.0	96.5	50.1	26.1	18.9	4.3	1.1	0.5	0.3	1.1
60才 以上	292 100.0	95.9	45.2	29.5	19.5	4.1	2.7	1.0	1.7	1.4
男性小計	2051 100.0	94.5	51.8	24.4	17.9	4.0	1.8	1.3	0.9	1.8
女性小計	2613 100.0	96.7	53.5	27.4	17.9	3.3	1.7	0.5	0.5	1.0

牛乳のイメージについて、グループインタビューでは次のような意見がみられた。

— ケース I - 1 ミドル男性 —

Ky (40才) (好き) 基本的に牛乳に対する世の中の見方というのは嗜好品じゃないんですよ。一方、コーラとか缶コーヒーなんかは嗜好品なんですよ。だけど牛乳というのはもうちょっと重苦しいものがあるんですね。嗜好品を超えて、食事とまではいかないんですが、要するに栄養補給源というか、薬のような感じの栄養剤みたいな、ドリンク剤みたいな。これを完全に嗜好品だというようなイメージに変えられたら飲み方も変わってくるだろうと思うけれど、でもこの味では絶対嗜好品にはならないと思うんです。

Sm (47才) (好き) 品物として重いんだよね、扱い方が。

嗜好品的な飲みものを好む若者に対して、「健康、自然」イメージの“重く”のしかかっている牛乳がどのようにアプローチしていくべきか、今後の課題となっている。

4. 牛乳の飲用頻度と量

1) 牛乳の飲用頻度

牛乳はどれ位の頻度で飲まれているのだろうか。

毎日飲んでいる人が全体の39%を占め、殆ど飲まない人は15%ほどである。平均すると、1ヶ月(30日間)に17日間飲むという計算となる。

性別にみると、男性の場合10代と50代以上の飲用頻度が高いが、20~40代、特に30代の飲用頻度が低い。

また、ヘビーユースのモニターをみると、モニターの方は圧倒的に飲用頻度が高く、特に毎日飲む人が74%と高い。毎日飲むことが飲用量全体を押し上げていることが読みとれる。

図 I-10 性・年齢別牛乳を飲む頻度

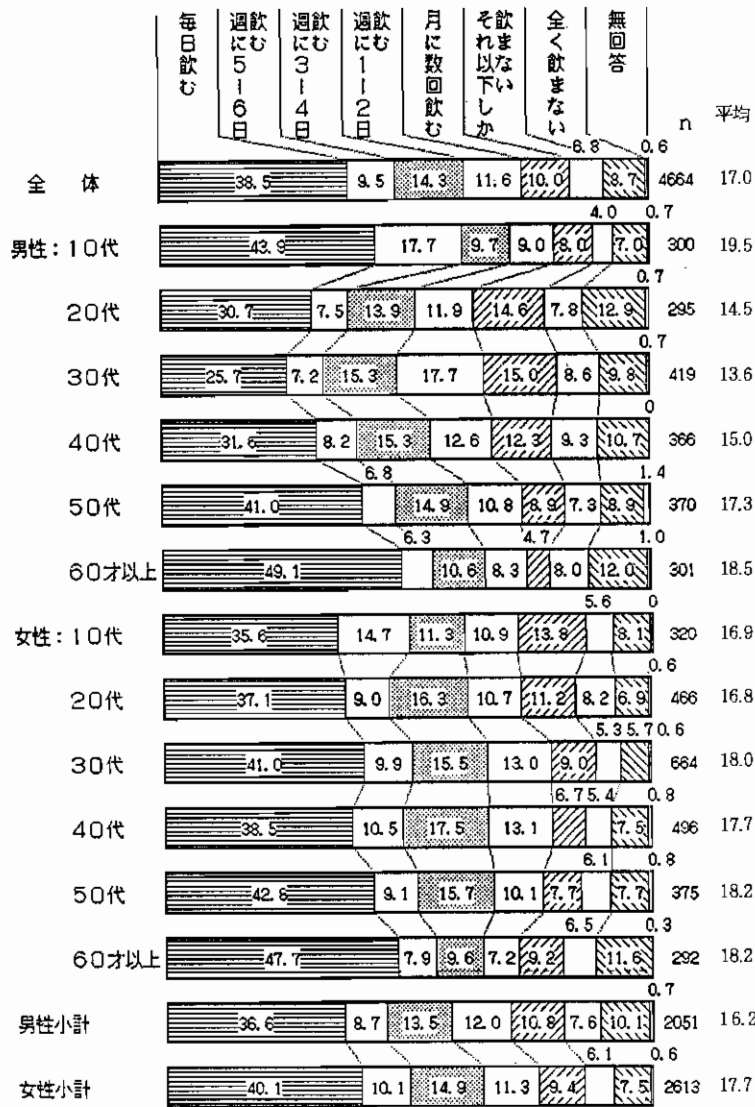
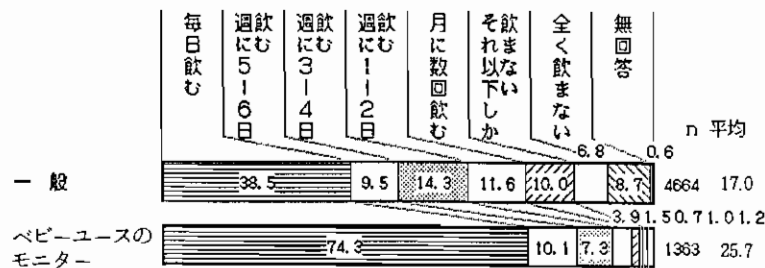


図 I-11 一般の人とヘビーユーザーの比較



2) 牛乳の飲用量

牛乳の1日あたりの平均飲用量は13才以上では121mlである。

乳児期からの牛乳の飲用量の変化をみると、男女とも小学生時代までは1日200ml以上とたくさん飲んでいるが、男子では15才以上で、女子では13才以上で飲用量が200mlを下回る。男性の場合は、学生から社会人になるにしたがって飲用量が減り、30代で最低となり、40代からわずかながら上昇する。女性の場合は、中学生位から大きく飲用量が減るが、110ml位にふみとどまり、各年代一定である。25才～34才の間の飲用量が多いのはちょうど妊娠期・授乳期・子育て期にあたるためであると考えられる。

職業別では学生が158mlと圧倒的に多く、管理職が127mlが続いている。管理職は部下の管理のみならず自分の健康管理も気をつけているということの表れだろうか。

都市規模でみると、人口15万人以上の市という中規模の都市での飲用量の多さが目立っている。

※ なお、この飲用量の算出は、牛乳の飲用頻度×1日あたりの飲用量（コップでの杯数）×140ml（コップ1杯の量）で行なわれている。

図1-12 牛乳の1日当たりの平均飲用量

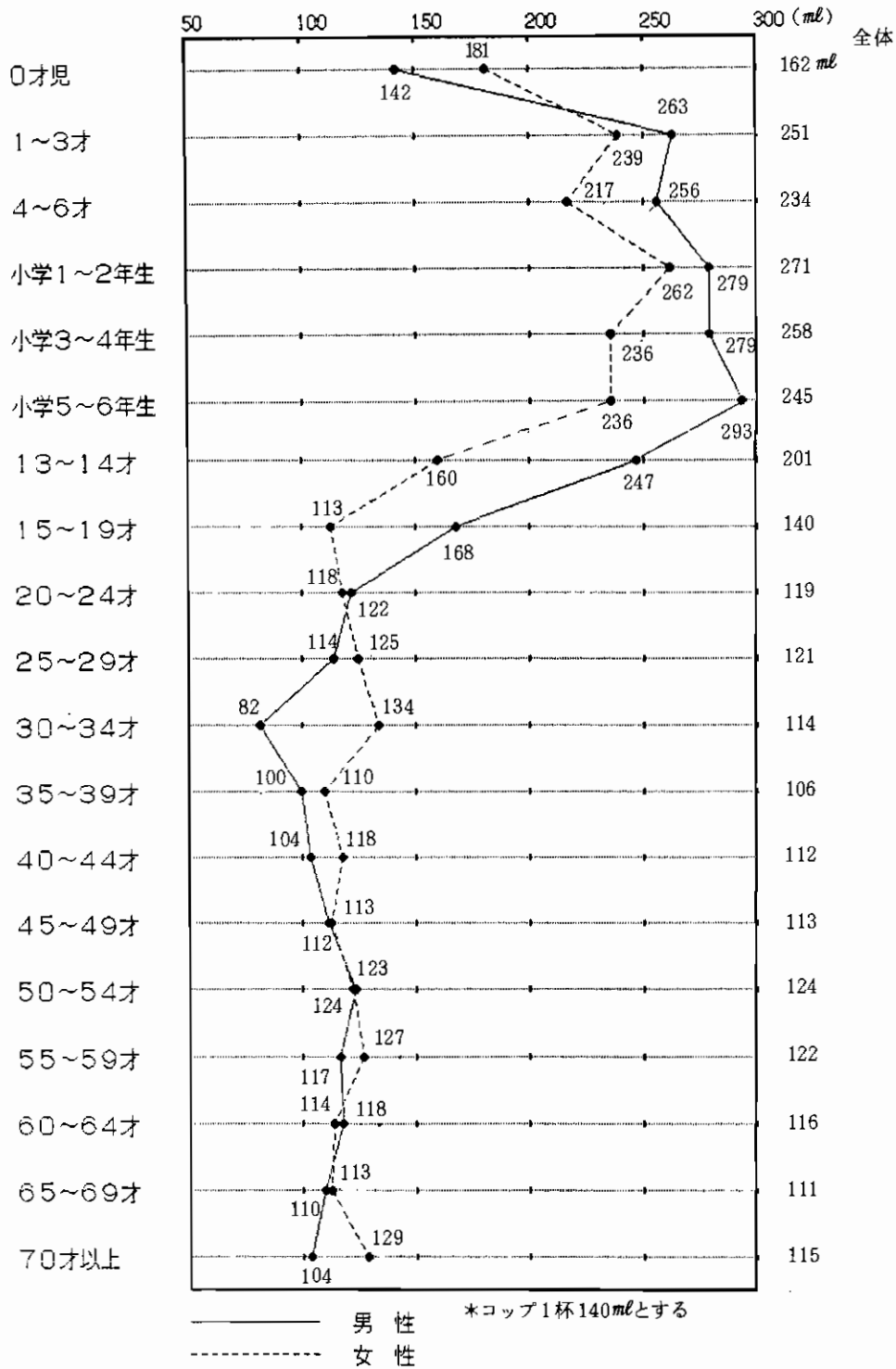


図 I-13 牛乳の1日当たりの平均飲用量 (全体)

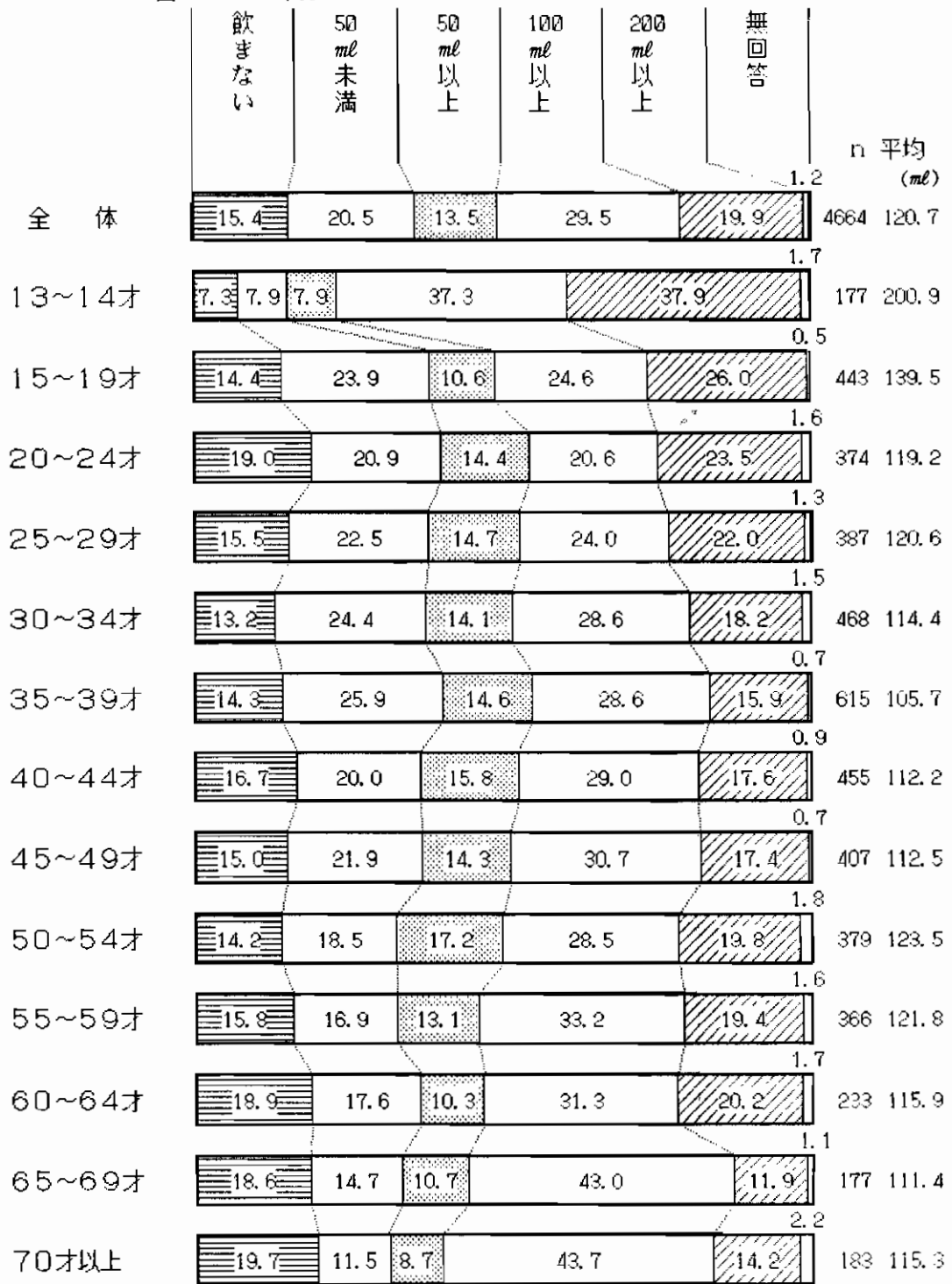


図1-14 牛乳の1日当たりの平均飲用量（男性）

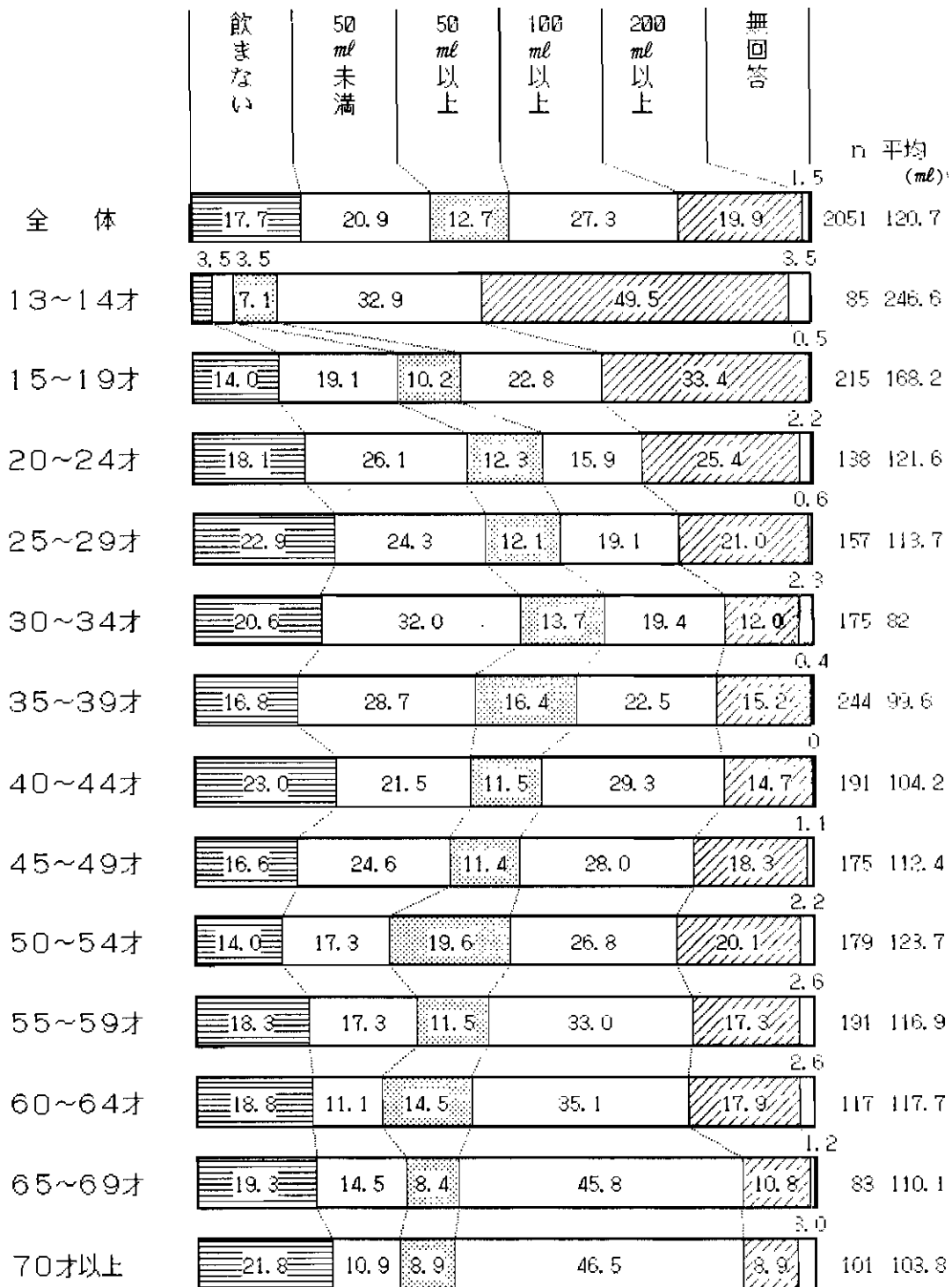


図1-15 牛乳の1日当たりの平均飲用量（女性）

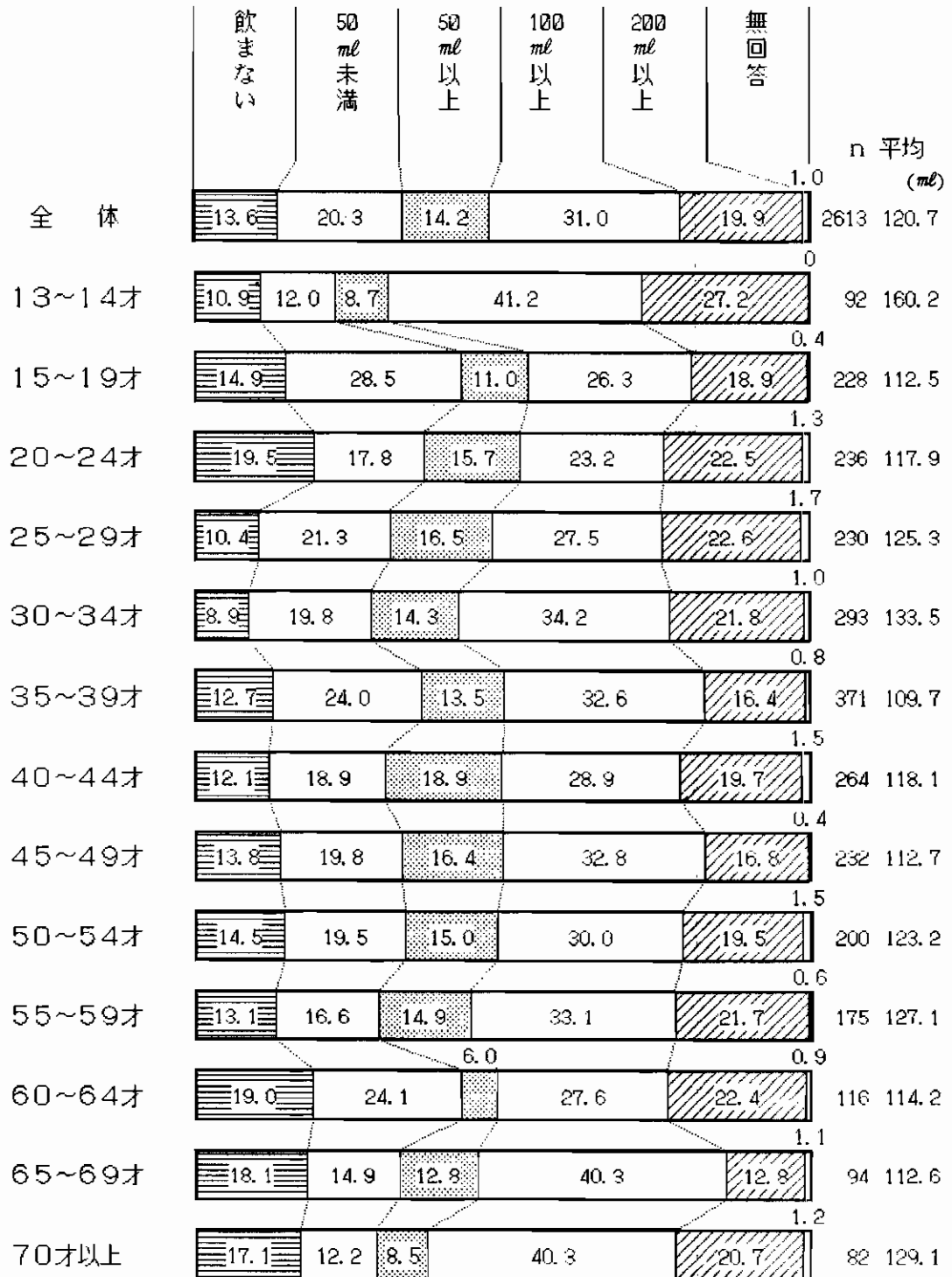
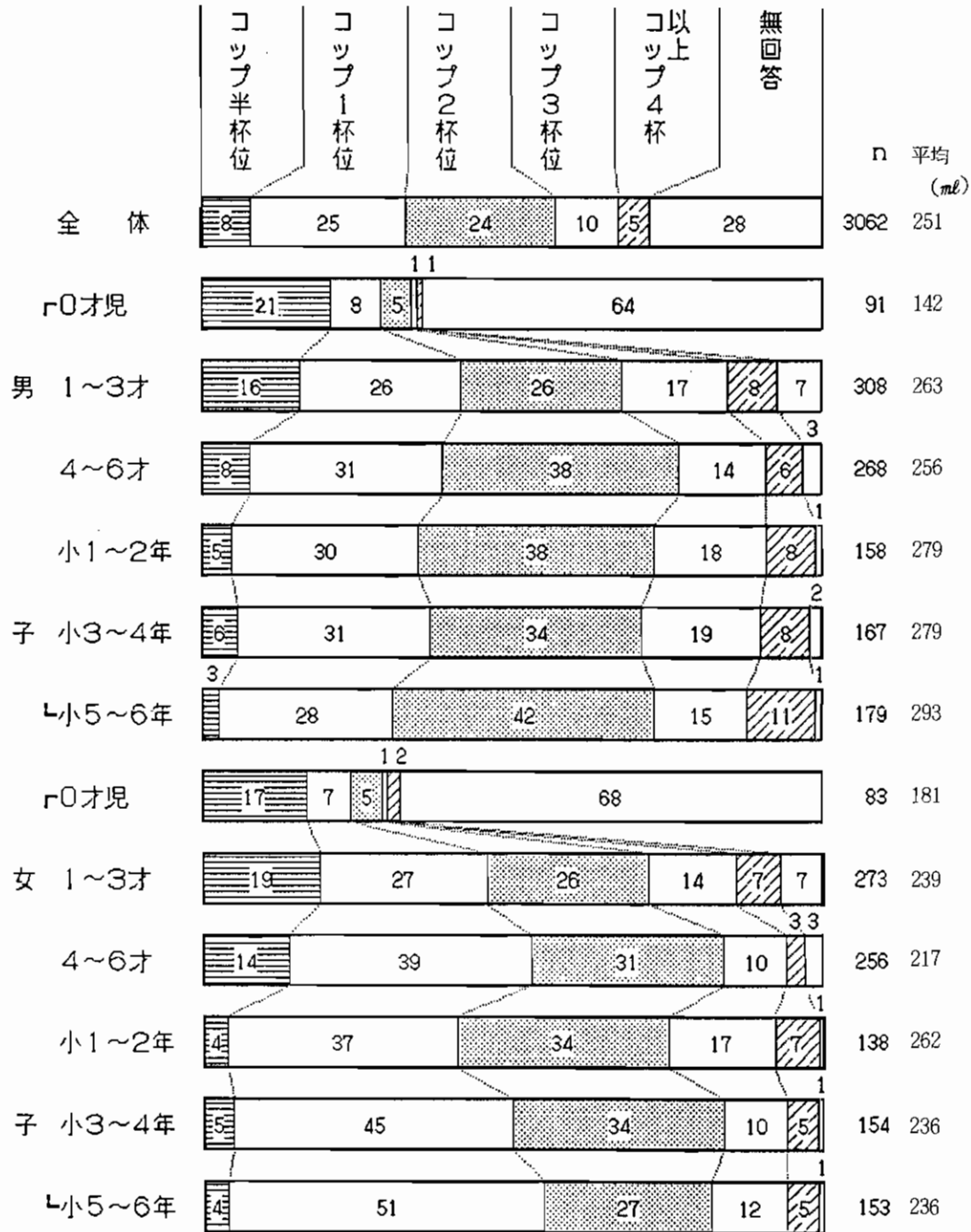


図1-16 牛乳の1日当たりの平均飲用量



*コップ1杯は140mlと計算

表 I-3 職業別牛乳の1日当たりの平均飲用量

	全 体	飲 ま ない	5 0 ml 未 満	5 0 ml 以 上	1 0 0 ml 以 上	2 0 0 ml 以 上	無 回 答	平均 (ml)
全 体	4664 100.0	15.4	20.5	13.5	29.4	19.9	1.2	120.7
農林漁業	170 100.0	17.6	17.6	14.7	28.8	19.4	1.8	112.7
商工 サービス業	323 100.0	19.2	21.7	14.6	25.1	17.6	1.9	108.8
自由業	165 100.0	15.2	19.4	13.3	31.5	17.6	3.0	116.3
内職	52 100.0	13.5	25.0	15.4	26.9	17.3	1.9	114.6
管理職	181 100.0	11.6	14.4	17.1	35.9	19.9	1.1	127.6
専門・技術職	443 100.0	12.4	26.2	15.6	26.6	17.6	1.6	110.7
事務職	477 100.0	15.7	24.1	14.3	30.0	15.7	0.2	107.8
労務職	367 100.0	19.6	22.3	13.6	25.1	18.5	0.8	107.2
販売・ サービス職	377 100.0	18.6	22.5	15.4	26.0	15.9	1.6	102.6
主婦	1057 100.0	12.2	19.7	14.0	31.6	21.7	0.9	127.6
学生	645 100.0	13.8	18.1	9.5	27.3	30.4	0.9	158.1
無職	338 100.0	22.2	13.6	10.9	37.0	14.5	1.8	110.7
無回答	69 100.0	14.5	26.1	8.7	33.3	14.5	2.9	110.9

表 I-4 地域別、都市規模別牛乳の1日当たりの平均飲用量

	全 体	飲 ま ない	5 0 ml 未 満	5 0 ml 以 上	1 0 0 ml 以 上	2 0 0 ml 以 上	無 回 答	平均 (ml)
全 体	4664 100.0	15.4	20.5	13.5	29.4	19.9	1.2	120.7
北海道	227 100.0	15.4	22.0	16.7	24.2	20.3	1.3	113.9
東 北	384 100.0	14.6	22.1	13.3	31.5	17.4	1.0	114.9
関 東	1354 100.0	14.5	21.2	14.8	28.2	20.3	1.0	121.7
中 部	906 100.0	16.8	20.5	11.8	28.8	20.5	1.5	120.8
近 畿	760 100.0	16.2	17.9	13.2	31.4	20.1	1.2	124.5
中 国	341 100.0	14.1	23.8	15.2	29.6	16.4	0.9	109.1
四 国	146 100.0	14.4	19.9	12.3	25.3	27.4	0.7	140.8
九 州	546 100.0	16.1	19.0	11.7	31.9	19.4	1.8	121.7
12大都市	949 100.0	15.0	22.0	13.0	29.9	19.3	0.8	119.4
15万以上市	1344 100.0	17.3	20.6	13.1	26.7	21.7	0.6	125.5
5万以上市	939 100.0	15.8	19.4	13.8	29.0	20.8	1.3	120.4
5万未満市	332 100.0	16.0	19.9	13.0	34.6	14.5	2.1	108.7
郡部	1100 100.0	13.2	20.4	14.4	30.9	19.2	2.0	119.9

なお、牛乳の好き嫌いと飲用量の関係を見たものが下図である。

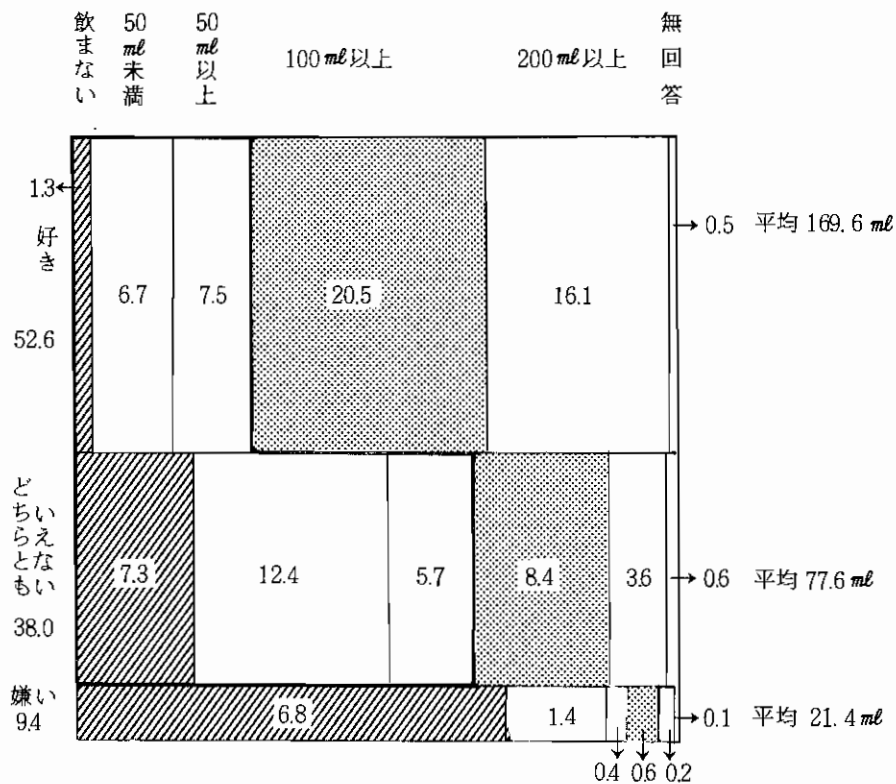
牛乳の好きな人は53%、嫌いな人は9%、どちらともいえない人が38%であり、はっきり嫌いだという人は少ない。

全体の比率からいうと、牛乳が好きなのに飲まない人は1%、嫌いで飲まない人は7%、どちらともいえないで飲まない人が7%であり、あわせて15%が非飲用者である。

今後、飲用者率をあげるという点で開発の可能性のあるマーケットは、好きで飲まない1%と、どちらともいえないで飲まない7%の合わせて8%が拡大可能なマーケットとして存在する。

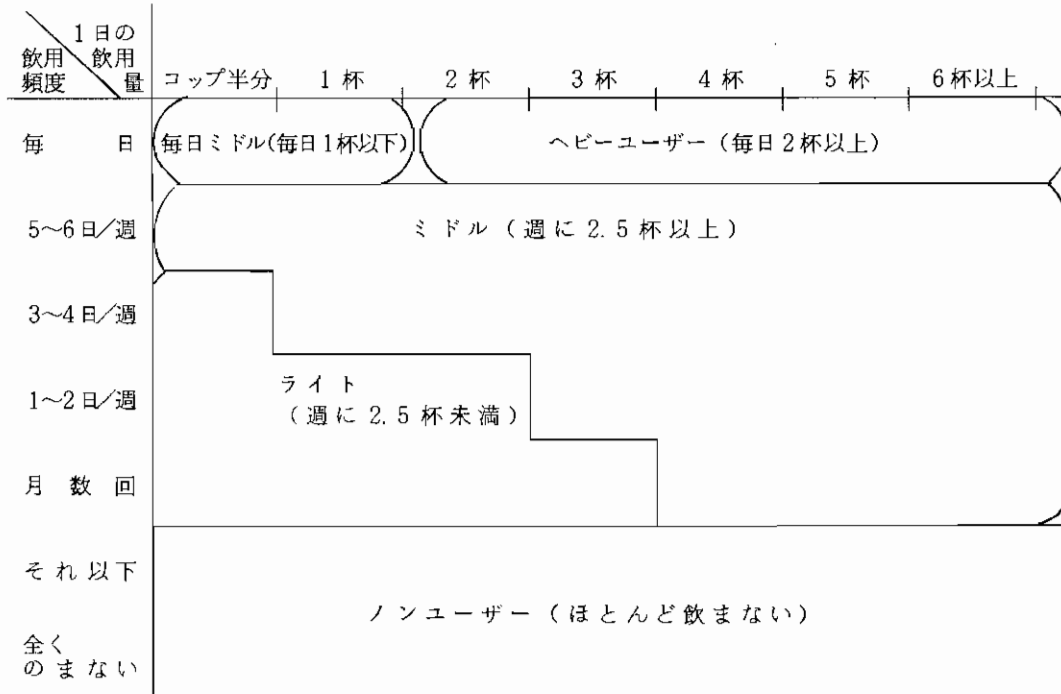
もう一つの飲用量拡大の方策としては、1人当りの飲用量の増加が考えられる。牛乳が好きであるにもかかわらず、1日当り100ml以下しか飲まない層が全体の14%、200ml以下が21%と合わせて35%もの人々が1日に200ml以下の飲用量となっている。これらのライトユーザーに週に1、2回もう1杯牛乳を飲んでもらうことで消費量は大幅に増えてゆくこととなる。

図I-17 牛乳の飲用量と好き嫌い



牛乳の飲用量と飲用頻度から、次のような分類を行なった。

図 I-18 牛乳を飲む人と飲まない人の比較



この分類を今後の分析の軸として用いていくものとする。

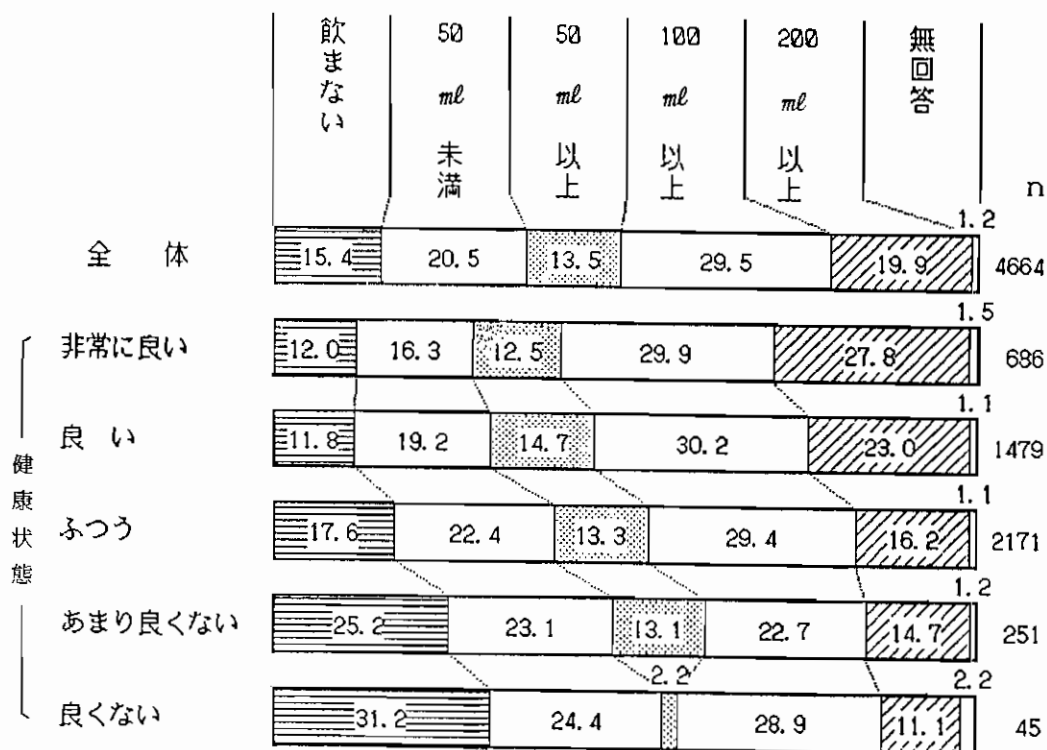
5. 牛乳の飲用量の多い人、少ない人の特性

1) 現在の健康状態

現在の健康状態と牛乳の飲用量の関係を示すと下図の如くなる。健康状態の良い人ほど牛乳をたくさんのみ、良くない人ほどのまない傾向がある。

良くない人にこそ飲んでほしいものである。

図 I-19 健康状態と牛乳の飲用量



2) 健康に対する配慮

では、次に牛乳の飲用量の多少と健康に対する気づかひの関係をみてみよう。

まず、現在健康のために注意している点は何かを尋ねた。すると、「朝食は必ずとる」「朝晩歯みがきをする」「好き嫌いなく何でも食べる」「人工添加物に注意」「健康食品をとる」などほぼ全ての項目で牛乳を飲まない人より、飲む人の方が気をつけている割合が高い。

表1-5 健康のために注意している点

	全 体	朝 食 は 必 ず と る	歯 み が き を 朝 晩 必 ず す る	何 で も 食 べ る 好 き 嫌 い な く	体 を 衰 え た ら 茶 分 け る	ひ か え る 塩 分 を	ひ か え る 糖 分 を	即 ち 早 寝 早 起 し の 生 活	ひ か え る 脂 肪 分 を	人 工 添 加 物 に 注 意
全 体	4664 100.0	64.1	49.1	48.3	47.7	40.1	32.2	32.1	27.8	27.3
飲まない	720 100.0	55.3	41.0	32.6	45.6	33.2	28.2	30.0	22.9	18.5
100ml未満	1588 100.0	61.2	46.7	48.3	47.8	36.7	30.1	28.6	25.6	24.8
100ml以上	1370 100.0	▽69.8	52.3	52.6	48.5	▽45.3	▽35.4	36.1	30.9	▽32.9
200ml以上	929 100.0	67.5	▽54.9	▽54.3	47.6	43.5	34.0	33.4	30.2	30.0

	全 体	肥 満 を 防 ぐ こ の 為 に 注 意 す る	定 期 的 に 健 康 検 査 を 受 け る	取 り す ぎ の カ ロ リ に 注 意 す る	健 康 食 品 を 取 り こ む	軽 い 運 動 を す る	中 位 の 運 動 を す る	ま た の 一 杯 の 牛 乳 を 飲 む	そ の 他	無 回 答
全 体	4664 100.0	24.0	23.9	22.4	12.7	11.2	10.4	8.8	1.5	1.7
飲まない	720 100.0	18.1	19.7	17.4	9.9	9.9	8.6	6.0	2.8	2.1
100ml未満	1588 100.0	21.9	21.7	21.2	10.9	9.2	9.5	7.4	0.9	1.9
100ml以上	1370 100.0	▽27.5	▽28.7	▽25.0	▽15.1	13.9	▽11.5	10.0	1.4	1.4
200ml以上	929 100.0	27.2	24.0	25.0	14.3	11.5	11.7	▽11.6	1.8	1.2

牛乳を飲む人は、多くの点で健康に対する配慮がゆきとどいていることがうかがえる。

1杯の牛乳を飲むことが、健康管理の手始めであり象徴でもあることをこの表は示している。

健康に悪いと思いつながらやっていることに着目してみよう。

牛乳の飲用量の多寡で差が大きく、飲用量の少ない人ほど「たばこを吸う」「酒の飲みすぎ」「仕事や勉強のしすぎ」など体によくないことをする人が多い。

つまり、牛乳の飲用量が少ない人の方が悪いと知りながら無理をしていることがうかがえる。

体に無理をしなければならぬ人ほど、牛乳をのんでほしいと考えるわけであり、このような「無理」をせざるをえない人々に対し、もっと牛乳をのんでもらえるようなアプローチが必要であろう。

健康管理の良い人は牛乳をたくさん飲み、健康状態が一層よくなり、無理をせざるをえない人ほど牛乳を飲まず、健康をそこなっていくという悪循環は、どこかで打ち切らねばならないだろう。

表1-6 健康に悪いと思いつながらやっていること

	全 体	運 動 不 足	睡 眠 不 足	た ば こ を 吸 う	激 動 取 り ま だ コ ー ヒ ー 等 刺 激	食 へ 過 ぎ	不 休 前 な 生 活	等 食 へ ま だ ス ナ ッ ク 菓 子	酒 の 飲 み ま だ
全 体	4664 100.0	38.7	29.9	26.1	22.5	21.4	17.6	14.7	14.1
飲まない	720 100.0	35.8	27.1	△ 33.2	21.9	16.4	16.5	14.6	△ 16.5
100ml 未 満	1588 100.0	41.9	30.9	27.9	24.8	22.1	19.0	14.1	16.4
100ml 以 上	1370 100.0	38.9	28.6	22.0	18.7	21.7	14.5	13.1	12.1
200ml 以 上	929 100.0	36.0	31.6	23.7	24.8	23.5	20.3	18.1	11.5

	全 体	仕 事 や 勉 強 の し ま だ	外 食 の し ま だ	無 理 な ダ イ エ ツ ト	そ の 他	特 に な い
全 体	4664 100.0	10.1	5.6	1.4	0.4	19.8
飲まない	720 100.0	△ 11.1	6.0	0.8	0.4	22.1
100ml 未 満	1588 100.0	11.3	7.2	1.7	0.4	16.8
100ml 以 上	1370 100.0	9.1	3.6	1.2	0.4	22.3
200ml 以 上	929 100.0	8.9	5.8	1.5	0.1	19.8

3) アルコールやたばこと牛乳

アルコールやたばこと牛乳の飲用量との関係を図示すると下図のようになる。

アルコールやたばこを飲む人ほど、牛乳を飲まない傾向がみられる。アルコールをたくさん飲む人、たばこをよくすう人ほど牛乳をのんでもらいたいのが全く逆の傾向となっている。

図 I-20 アルコール飲料頻度と牛乳の飲用量

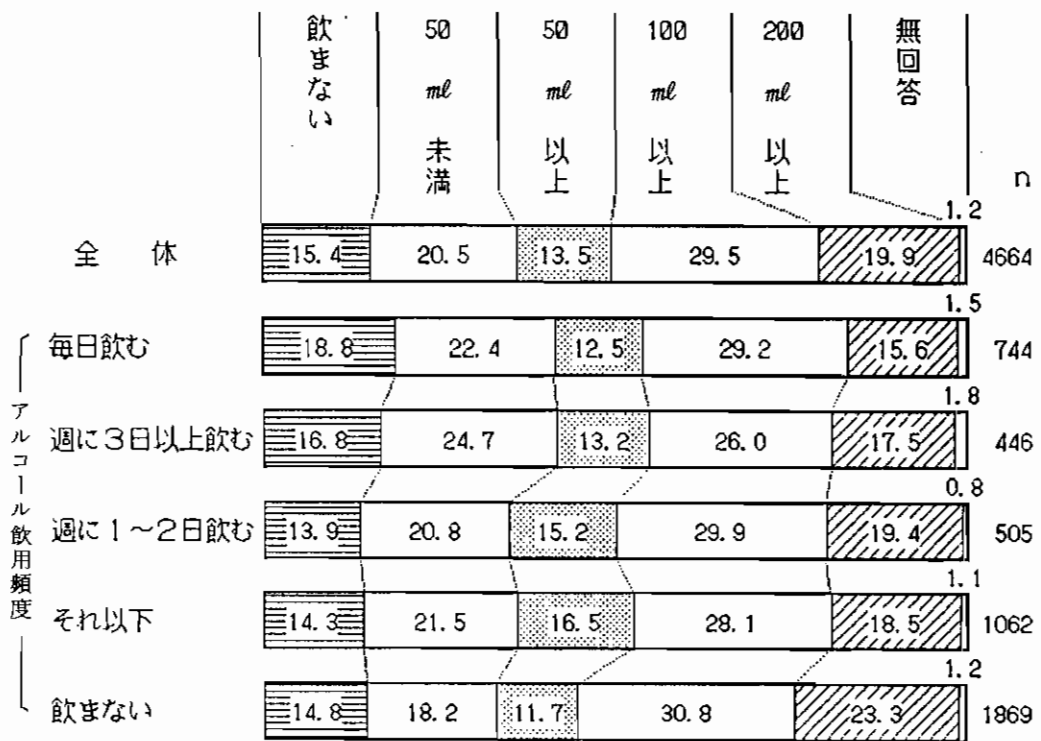
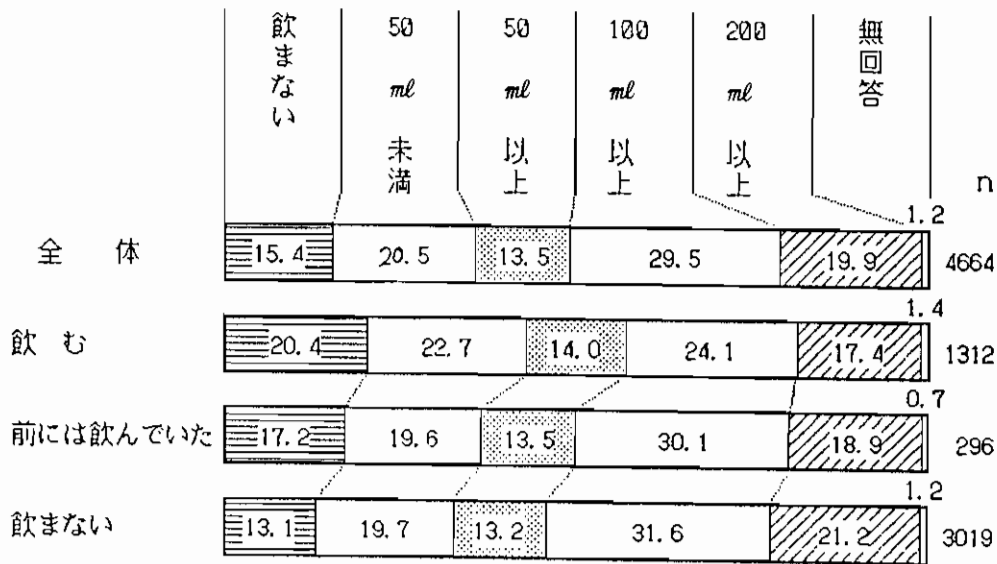


図 I-2.1 煙草と牛乳の飲用量



4) 生活態度と牛乳

牛乳をたくさん飲む人とそうでない人とで生活に対する考え方、態度はどのようにちがうのだろうか。

A～Wまでいろいろな生活態度について相反する2つの意見をあげ、そのどちらに自分は近いかを答えてもらい、これを牛乳の飲用量別にみたものが次頁の表 I-7 である。

牛乳を飲まない人に比較して牛乳を多く飲んでいる人の特徴をあげると以下のとおり。

- 家族そろって外出する機会が多い
- 味にうるさい方
- 手間ひまかけて料理する方
- 家事の中で料理が一番好き
- 家庭に客を呼んでごちそうするのは好き
- 朝食は洋食が多い
- 台所用品を揃えるのが好きな方
- 健康食品、自然食品をよく買う方
- スポーツは見るよりする方が好きな方
- クレジットカードはあまり利用しない方

つまり、牛乳を多く飲んでいる人は食生活を大切に、料理を楽しみ、家族や友人との和を好み、スポーツを心がけるなど、健康的な家庭生活をエンジョイしている人が多いことがうかがえる。

表 1-7 生活態度と牛乳の飲用量

【 A お金の使い方 】

	全 体	几帳面な方	雑 すむ方 無整理 無整理	無 回答
全 体	4664 100.0	53.4	43.8	2.8
飲まない	720 100.0	50.4	46.5	3.1
100ml 未満	1588 100.0	51.3	46.1	2.6
100ml 以上	1370 100.0	58.4	38.7	2.9
200ml 以上	929 100.0	51.7	45.4	2.9

【 B メーカーブランドへのこだわり 】

	全 体	高 くても ブランド 物を買う	わ たしは 安ければ 買う	無 回答
全 体	4664 100.0	32.6	64.1	3.3
飲まない	720 100.0	32.1	65.4	2.5
100ml 未満	1588 100.0	31.4	65.5	3.1
100ml 以上	1370 100.0	34.2	62.3	3.5
200ml 以上	929 100.0	33.4	63.2	3.4

【 C 買物の仕方 】

	全 体	決 ま った 店 で 買 う	あ ら ま り の 店 を 買 う	無 回 答
全 体	4664 100.0	45.7	51.8	2.6
飲まない	720 100.0	50.1	47.2	2.6
100ml 未満	1588 100.0	44.6	52.7	2.7
100ml 以上	1370 100.0	46.0	51.2	2.8
200ml 以上	929 100.0	44.0	54.4	1.6

【 D バーゲンセールの利用 】

	全 体	利 用 す る 方	あ ま り 利 用 し な い 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	42.8	54.6	2.6
飲まない	720 100.0	37.1	60.7	2.2
100ml 未満	1588 100.0	45.4	52.4	2.2
100ml 以上	1370 100.0	42.3	54.7	3.1
200ml 以上	929 100.0	43.5	54.0	2.5

【 E コンビニエンスストアの利用 】

	全 体	利 用 す る 方	利 用 し な い 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	23.9	72.7	3.4
飲まない	720 100.0	25.7	71.9	2.4
100ml 未満	1588 100.0	25.0	72.0	3.0
100ml 以上	1370 100.0	18.5	77.3	4.2
200ml 以上	929 100.0	28.3	68.4	3.3

【 F クレジットカードの利用 】

	全 体	使 う 人 数 が 多 い	あ ま り 利 用 し な い 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	10.4	86.6	3.0
飲まない	720 100.0	12.5	85.1	2.4
100ml 未満	1588 100.0	12.2	85.5	2.3
100ml 以上	1370 100.0	8.8	87.4	3.7
200ml 以上	929 100.0	8.5	86.3	3.2

【 G 食品の買い方 】

	全 体	ま ち の 買 い 方	そ の 他 の 買 い 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	29.1	67.7	3.2
飲まない	720 100.0	27.1	69.9	3.1
100ml 未満	1588 100.0	28.8	68.3	2.9
100ml 以上	1370 100.0	30.4	66.1	3.5
200ml 以上	929 100.0	29.0	68.1	2.9

【 H 通信販売の利用 】

	全 体	有 効 に 利 用 し た 方	あ ま り 利 用 し な い 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	18.5	78.4	3.1
飲まない	720 100.0	20.0	77.5	2.5
100ml 未満	1588 100.0	17.7	79.4	2.9
100ml 以上	1370 100.0	18.5	78.3	3.2
200ml 以上	929 100.0	19.2	77.4	3.4

【 I 目新しい商品への態度 】

	全 体	す ぐ ら と 買 い たい	周 り の 販 売 場 に 買 っ て 買 う	無 回 答
全 体	4664 100.0	15.2	81.4	3.4
飲まない	720 100.0	17.1	79.6	3.3
100ml 未満	1588 100.0	14.8	82.2	3.0
100ml 以上	1370 100.0	13.6	83.1	3.3
200ml 以上	929 100.0	16.9	79.2	3.9

【 J 家族そろっての外出 】

	全 体	機 会 が 多 い	あ ま り な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	31.0	66.4	2.6
飲まない	720 100.0	26.0	△ 71.3	2.8
100ml 未満	1588 100.0	30.3	67.6	2.1
100ml 以上	1370 100.0	33.7	63.4	2.8
200ml 以上	929 100.0	32.8	64.7	2.5

【 K 主婦が職業を持つことについて 】

	全 体	難 し い と 考 え て い な い	家 事 に 専 念 し て い な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	51.8	44.7	3.5
飲まない	720 100.0	51.3	46.0	2.8
100ml 未満	1588 100.0	54.3	42.6	3.1
100ml 以上	1370 100.0	48.9	46.9	4.2
200ml 以上	929 100.0	52.5	44.2	3.2

【 L 男性の家事負担について 】

	全 体	手 伝 っ た 方 が	手 伝 わ な い 方 が	無 回 答
全 体	4664 100.0	72.2	24.7	3.1
飲まない	720 100.0	△ 65.3	31.9	2.9
100ml 未満	1588 100.0	73.9	23.4	2.7
100ml 以上	1370 100.0	72.9	23.5	3.6
200ml 以上	929 100.0	73.8	23.4	2.8

【 M 味について 】

	全 体	味 方 が よ い	味 な い 方 が よ い	無 回 答
全 体	4664 100.0	49.8	47.9	2.3
飲まない	720 100.0	45.7	△ 52.1	2.2
100ml 未満	1588 100.0	50.1	47.8	2.1
100ml 以上	1370 100.0	49.4	48.0	2.6
200ml 以上	929 100.0	53.2	44.7	2.2

【 N 料理の仕方 】

	全 体	手 間 ひ ま な け て 料 理 す る 方	細 断 り の 料 理 す る 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	28.9	64.5	6.6
飲まない	720 100.0	25.0	△ 67.2	7.8
100ml 未満	1588 100.0	27.6	65.3	7.1
100ml 以上	1370 100.0	▽ 32.2	61.8	6.0
200ml 以上	929 100.0	29.7	65.0	5.3

【 O 料理は好きか 】

	全 体	一 番 好 き の 中 で	苦 手 な 中 で	無 回 答
全 体	4664 100.0	39.9	53.2	6.9
飲まない	720 100.0	30.7	△ 62.1	7.2
100ml 未満	1588 100.0	37.6	55.5	6.9
100ml 以上	1370 100.0	44.7	48.3	6.9
200ml 以上	929 100.0	43.9	49.7	6.4

【 P 家庭に客を呼ぶことについて 】

	全 体	こ の ほ う が よ い	あ ま り し な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	34.9	60.7	4.4
飲まない	720 100.0	30.7	△ 64.6	4.7
100ml 未満	1588 100.0	33.4	62.7	3.9
100ml 以上	1370 100.0	37.0	59.1	3.9
200ml 以上	929 100.0	37.8	57.4	4.8

【Q 朝食は和食、洋食】

	全 体	和 食 が 多 い	洋 食 が 多 い	無 回 答
全 体	4664 100.0	68.5	28.6	2.9
飲まない	720 100.0	73.5	23.5	3.1
100ml 未満	1588 100.0	69.3	28.0	2.6
100ml 以上	1370 100.0	66.4	30.5	3.1
200ml 以上	929 100.0	66.2	▽31.5	2.3

【R 台所用品について】

	全 体	好 ま る 方	無 選 着	無 回 答
全 体	4664 100.0	51.6	43.1	5.3
飲まない	720 100.0	42.6	△51.8	5.6
100ml 未満	1588 100.0	50.3	44.6	5.0
100ml 以上	1370 100.0	▽55.9	38.7	5.4
200ml 以上	929 100.0	54.5	40.8	4.7

【S 健康食品・自然食品について】

	全 体	よ く 買 う 方	方 と わ れ な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	30.7	65.0	4.3
飲まない	720 100.0	24.4	△70.8	4.7
100ml 未満	1588 100.0	28.0	68.3	3.8
100ml 以上	1370 100.0	▽35.9	59.6	4.5
200ml 以上	929 100.0	32.6	63.5	3.9

【T おしゃれについて】

	全 体	羨 し む 方	無 選 着 な 方	無 回 答
全 体	4664 100.0	51.6	44.4	4.0
飲まない	720 100.0	45.8	49.9	4.3
100ml 未満	1588 100.0	52.2	43.8	4.0
100ml 以上	1370 100.0	54.9	41.1	4.0
200ml 以上	929 100.0	50.6	46.2	3.2

【U 新しい情報機器への関心度】

	全 体	関 心 が あ る	関 心 が な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	40.9	55.2	3.9
飲まない	720 100.0	41.3	54.3	4.4
100ml 未満	1588 100.0	39.7	57.1	3.2
100ml 以上	1370 100.0	39.7	55.4	4.9
200ml 以上	929 100.0	44.3	52.5	3.1

【V 居間の仕様について】

	全 体	好 ま る 方	洋 風 が 好 ま れ な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	60.1	36.9	3.0
飲まない	720 100.0	59.3	37.2	3.5
100ml 未満	1588 100.0	59.7	37.4	2.9
100ml 以上	1370 100.0	62.0	34.7	3.2
200ml 以上	929 100.0	58.3	39.4	2.3

【W スポーツについて】

	全 体	見 方 が 好 ま る	見 方 が 好 ま れ な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	44.4	51.9	3.7
飲まない	720 100.0	38.3	△57.6	4.0
100ml 未満	1588 100.0	44.6	52.1	3.3
100ml 以上	1370 100.0	43.5	53.0	3.5
200ml 以上	929 100.0	▽50.3	45.9	3.9

5) 購読雑誌と牛乳

牛乳を多く飲んでいる人と飲んでいないの間では雑誌の読書傾向はどのように異なるのだろうか。普段よくよむ雑誌の種類をあげてもらった。

牛乳を飲む量が多い人がよく読んでいる雑誌は婦人教養誌・リビング誌である。牛乳を飲まない人は、そもそも雑誌を読まない人が多い。特にライフスタイル傾向の強い女性誌や主婦向け総合誌、料理専門誌の購読率は低い。牛乳をのまない人に向けての訴求をするならば、一般週刊誌や少年男性まんが誌などが適切なのではなかろうか。

表1-8 普段よく読む雑誌

	全 体	本 格週刊誌	主婦 向け 雑誌	婦 人 教 養 誌	婦 人 週 刊 誌	ラ イ フ ス タ イ ル 雑 誌	芸 文 誌	リ ビ ン グ 誌	一 般 週 刊 誌	写 真 週 刊 誌	日 刊 雑 誌	ガ ク コ ミ ック 雑 誌
全 体	4664 100.0	19.4	13.6	4.5	13.6	9.6	8.8	12.5	17.8	10.0	5.7	9.5
飲 ま ない	720 100.0	17.4	△8.3	3.1	13.1	△5.3	9.4	7.9	16.0	9.7	5.0	9.3
100ml 未 満	1588 100.0	21.7	14.7	3.9	14.9	9.9	9.2	11.7	18.8	12.8	4.7	10.6
100ml 以 上	1370 100.0	18.2	15.3	▽5.6	12.9	10.9	8.2	13.6	18.2	7.2	6.7	8.8
200ml 以 上	929 100.0	18.8	13.6	5.1	13.1	10.5	8.5	▽15.7	17.3	9.7	6.5	8.7

	全 体	少 年 ・ 男 性 が ま ん が	情 報 誌	男 性 誌	文 芸 誌	雑 誌 ・ 専 門 誌	料 理 専 門 誌	ミ ニ コ ミ 誌	其 他	購 読 し な い	無 回 答
全 体	4664 100.0	14.5	6.5	5.6	3.9	19.4	15.6	1.7	3.9	17.2	2.1
飲 ま ない	720 100.0	15.4	6.3	7.9	3.2	18.5	△8.3	1.5	3.5	25.1	2.4
100ml 未 満	1588 100.0	13.5	6.5	5.9	3.7	19.8	14.5	1.6	3.4	16.1	2.0
100ml 以 上	1370 100.0	11.2	5.5	3.6	4.7	18.8	19.8	1.7	3.6	15.9	2.3
200ml 以 上	929 100.0	19.7	8.2	6.1	3.8	20.5	17.0	1.8	5.3	14.3	1.5

6. 牛乳を飲む理由と飲用場面

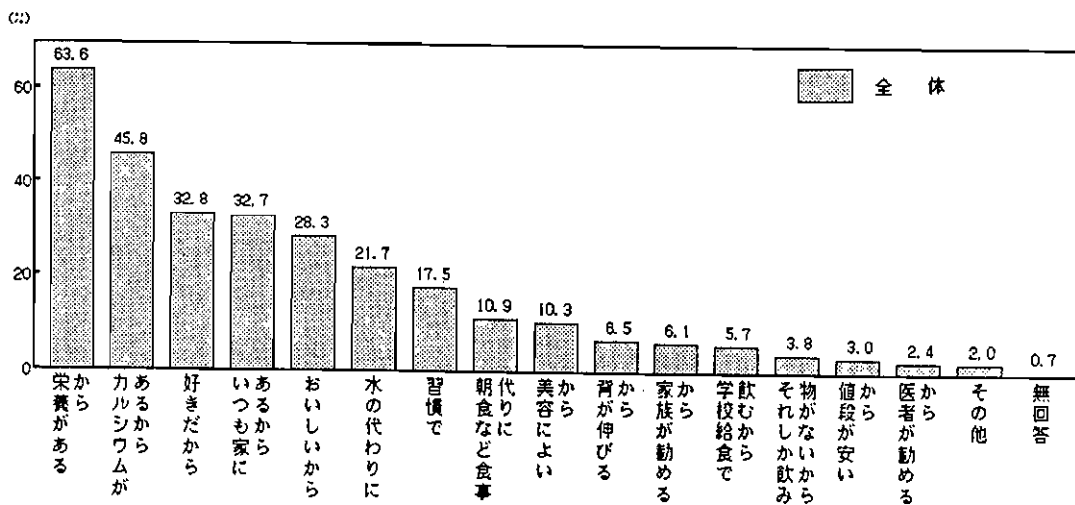
1) 牛乳を飲む理由

では、人々はどのようにして牛乳を飲むのだろうか。その理由を下図に示す16の項目を提示して問うた。

「栄養があるから」「カルシウムがあるから」という機能面を重視した答が最も多い。また、「好き、おいしい」という理由の次に、「いつも家にあるから」という答が多く、常備してあることが飲用の動機となっていることがわかる。

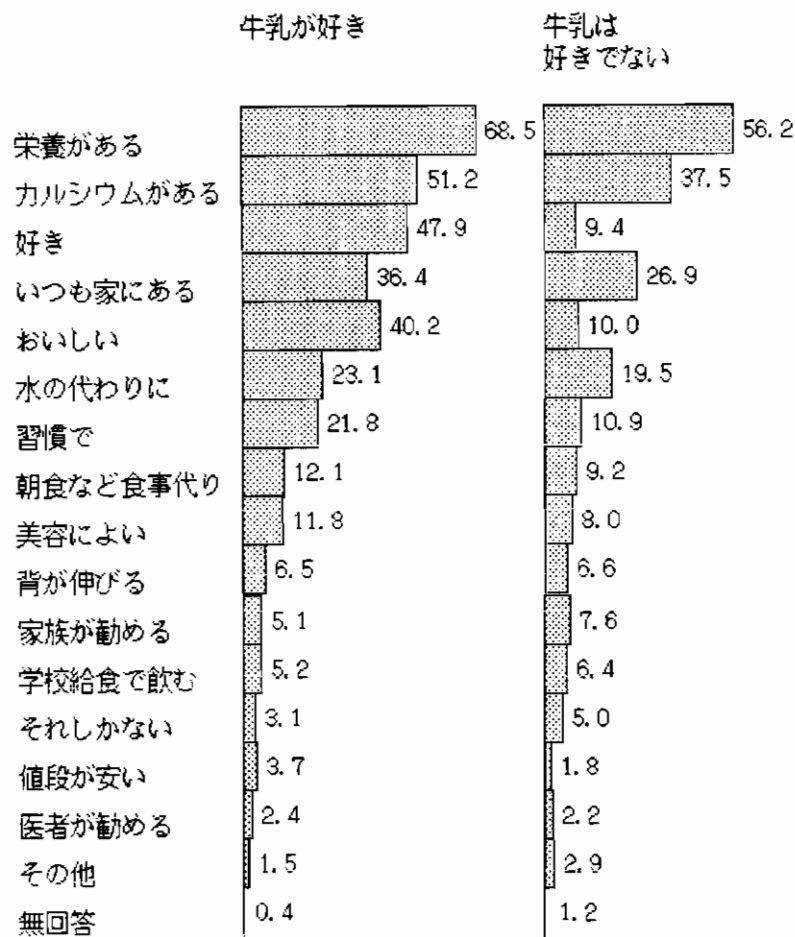
牛乳の飲用理由は、まずは栄養面などの機能性が重視され、次に「好き」という感性があげられ、次が常備されているという物理的な理由が出てくる。

図 I-22 牛乳を飲む理由



また、牛乳を飲む理由を牛乳を好きであるか否かの別でみると、牛乳を「好き」ではないけれども、もっぱら「栄養があるから」と納得ずくで飲んでいる人のいることが明らかである。

図1-23 牛乳を飲む理由



年齢別にみると、高齢層には「栄養がある」「カルシウムがある」など栄養面を考えて飲む人が多いが、若年層は「好きだから」「おいしいから」など感性的理由で飲んでいる。また若年層の「習慣性」が強いことも注目される。

牛乳が若者の間で感性及び習慣で飲まれていることは、今後消費を考える上で大変喜ばしいことである。

表 I-9 性・年齢別牛乳を飲む理由

	全 体	感 性 的 理 由 が あ る	カ ル シ ウ ム が あ る	好 ま し い 理 由 が あ る	い つ も 飲 ま な が ら い る	お い し い か ら	水 の 代 わ り に	風 味 が あ る	相 違 い が あ る	養 分 が あ る	味 が あ る	飲 み か ら い る	味 が あ る	味 が あ る	味 が あ る	味 が あ る
全 体	3914 100.0	63.6	45.8	32.8	32.7	28.3	21.7	17.5	10.9	10.3	6.5	6.1	5.7	3.8	3.0	
男性：10代	265 100.0	54.3	36.2	△37.4	35.5	33.2	22.6	27.9	6.8	0.4	34.0	12.1	24.9	6.8	1.1	
20代	232 100.0	54.7	39.2	40.1	40.1	34.9	27.2	22.9	15.5	4.7	7.3	4.7	2.2	6.0	2.6	
30代	339 100.0	59.0	37.2	28.9	33.0	25.4	27.4	15.3	10.3	4.4	2.4	9.1	2.7	5.9	2.9	
40代	293 100.0	69.3	37.5	30.4	33.8	27.3	26.6	15.7	8.9	6.1	4.8	8.2	1.7	3.4	3.8	
50代	305 100.0	68.2	41.3	29.8	34.8	23.0	23.0	16.1	11.8	3.3	1.6	9.8	1.6	2.0	4.9	
60才以上	238 100.0	▽72.3	▽50.0	31.9	20.6	20.6	12.6	15.1	11.3	3.8	0.8	6.3	0.8	1.3	2.1	
女性：10代	276 100.0	50.0	34.4	△35.5	36.0	34.9	21.4	21.1	10.1	18.1	24.5	8.0	26.9	6.5	0.4	
20代	393 100.0	60.3	49.6	43.8	32.6	37.1	20.4	17.6	13.2	8.1	2.3	4.1	1.3	4.8	1.8	
30代	587 100.0	68.0	50.9	30.5	35.1	28.3	23.9	16.9	10.9	14.5	3.1	3.1	4.9	4.3	3.4	
40代	428 100.0	65.9	56.3	29.4	31.3	24.8	21.0	14.5	11.7	15.2	3.7	2.8	3.7	1.9	3.0	
50代	320 100.0	65.9	53.8	27.8	27.8	27.5	16.9	13.4	7.2	14.4	0.9	3.1	1.6	1.6	4.1	
60才以上	238 100.0	▽71.4	▽51.7	30.3	26.9	21.8	13.9	18.9	13.9	9.2	2.5	6.7	0.8	1.7	5.0	
男性小計	1672 100.0	63.0	40.0	32.7	33.1	27.1	23.6	18.4	10.6	3.8	8.1	8.6	5.5	4.2	3.0	
女性小計	2242 100.0	64.1	50.2	32.8	32.4	29.2	20.3	16.9	11.2	15.1	5.3	4.2	5.8	3.5	2.9	

	全 体	感 性 的 理 由 が あ る	そ の 他	無 回 答
全 体	3914 100.0	2.4	2.0	0.7
男性：10代	265 100.0	0.4	1.5	0.4
20代	232 100.0	-	2.2	0.9
30代	339 100.0	1.8	1.5	0.6
40代	293 100.0	1.7	0.7	0.3
50代	305 100.0	3.9	0.3	1.3
60才以上	238 100.0	5.9	2.9	1.3
女性：10代	276 100.0	-	2.9	0.7
20代	393 100.0	1.8	4.3	0.3
30代	587 100.0	0.9	2.4	0.9
40代	428 100.0	1.2	0.9	0.9
50代	320 100.0	4.7	2.2	0.9
60才以上	238 100.0	9.2	2.5	-
男性小計	1672 100.0	2.3	1.4	0.8
女性小計	2242 100.0	2.4	2.5	0.7

グループインタビューの中から具体的な発言をみてみよう。
若いグループでは、

ケース I - 2 ヤング女子

S (22才好き) 私はおなかがおかしくなったりとかいままで全然なくて、もともと丈夫なんで、そういうことでは牛乳に関してはあまり考えたことないんですが、家に常に入れてあるということと、飲みなさいと子供の頃から言われてきたということで飲んでます。

(中略)

司会 なんで乳製品とらなきゃいけないと思ったんですか。

T (24才嫌い) わりと体調が悪いときとか、ひとり暮らしだから偏るんじゃないかなという常に不安があるんです。だからやはりたまに体調悪いなと思ったときは、やっぱり牛乳とか飲んでないから、そういう面でちょっと足りないかなと思うときがあるんです。

若者の典型であるSさんは「常備してあること」と「習慣性」が飲用理由であるが、若者の中にもTさんのように健康のために飲用するという人もみられる。これは特にひとりぐらしの人に多いようだ。

一方、シニアグループでは、

ケース I - 3 シニア男性

S (63才好き) そのおいしいかどうかの前にね、これは滋養になるんだと。

Ok (50才好き) 飲み物の中で、牛乳は体にいいという。

S それが第一目標なんですね。

Ok 価値評価ですね(笑)。

司会 それはたくさん出回ってきたときから？ 大体、子供の頃から？

Ok いやいや、少ないときです。潤沢になるにしたがって……私どもはそうです。体にいいという、だからもちろん、それはおいしいはずありませんけれどもね。まずいいものではありませんからね、自分にとって。

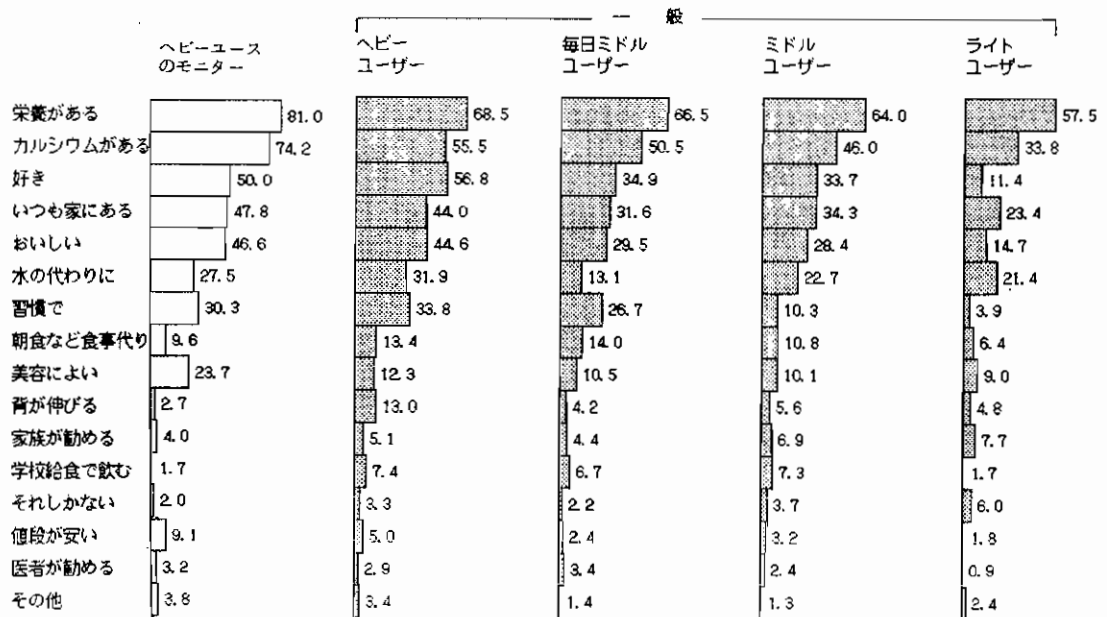
戦中・戦後の食糧難の時代の影響もあって牛乳を完全に「栄養」の面から飲むものにとらえている。

さらに、飲用量の差からみると、モニター、一般に拘わらず、ヘビーユーザーは上位6位くらいまでの様々な理由が相乗効果をなして飲んでいる。

一方、飲用量が少なくなるほど「栄養」や「常備してあること」などのみに収れんされる。

ヘビーユーザーを育てるためには、カルシウムがあるという栄養面の教育、家に常備させること、水代わりに飲ませること、習慣性をつけること、美容性・背が高くなるなどの効果を強調することなどが有効であろう。

図1-24 飲用量別牛乳を飲む理由



2) 牛乳を飲む場面

牛乳を飲む場合、家庭内と家庭外のどちらで飲むことが多いのだろうか。

全体でみると、主として家庭内という人が86%と圧倒的に多い。家庭外が主という人は6%ほどであり、残りの7%は家庭内と家庭外が半々である。

家庭以外のところでも飲んでいることが多いのは10代及び学生、専門技術職、労務職、販売・サービス職などであるが、一般にデスクワークであると推察される人は主に家庭内で飲んでいるようだ。

家庭外での飲用機会をもう少し増していくことが牛乳の消費量増加の1つのキープポイントであることが読みとれる。

図1-25 牛乳を飲むのは家庭内、家庭外どちらが多いか

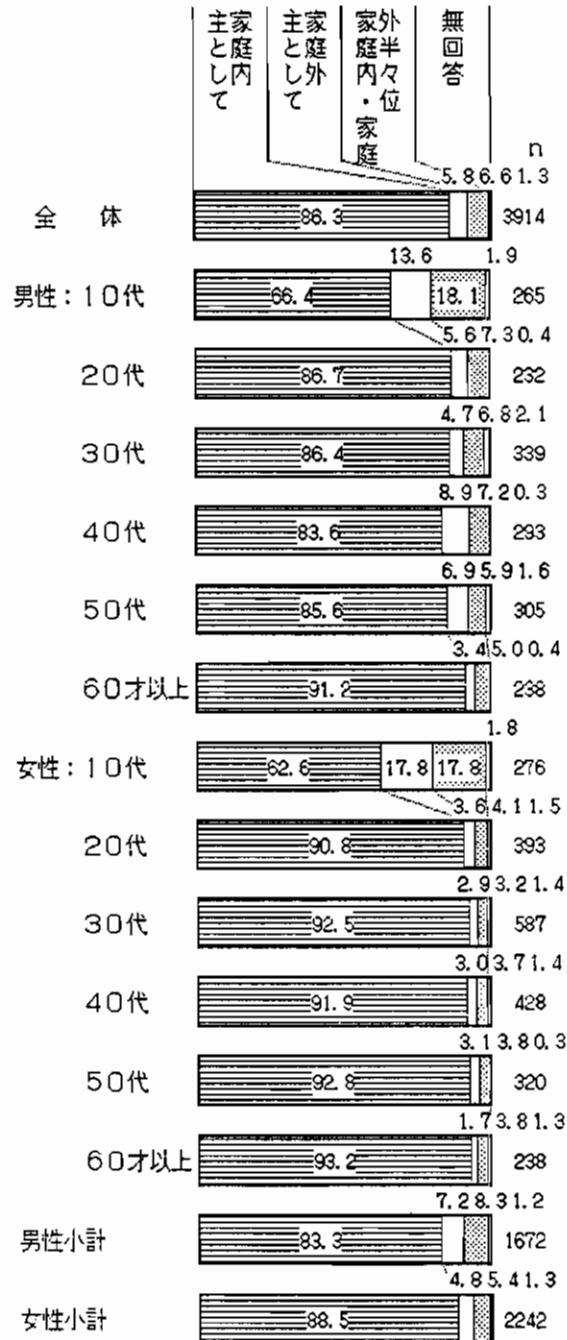
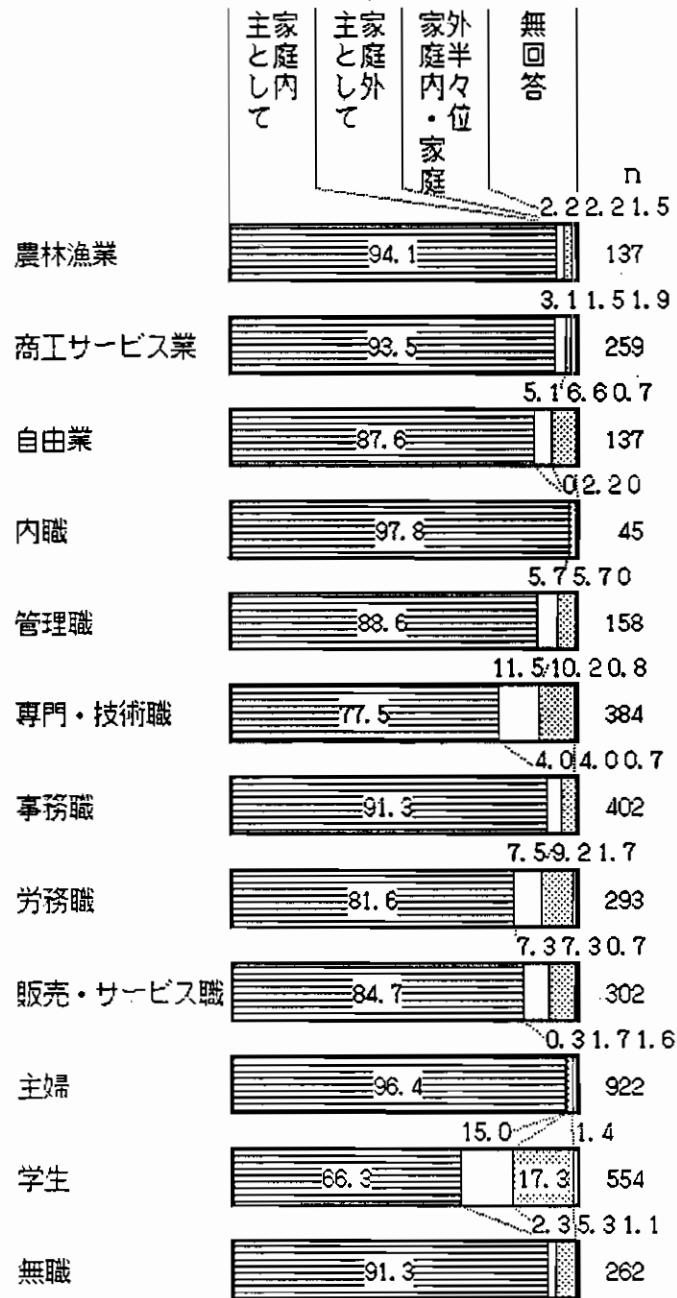
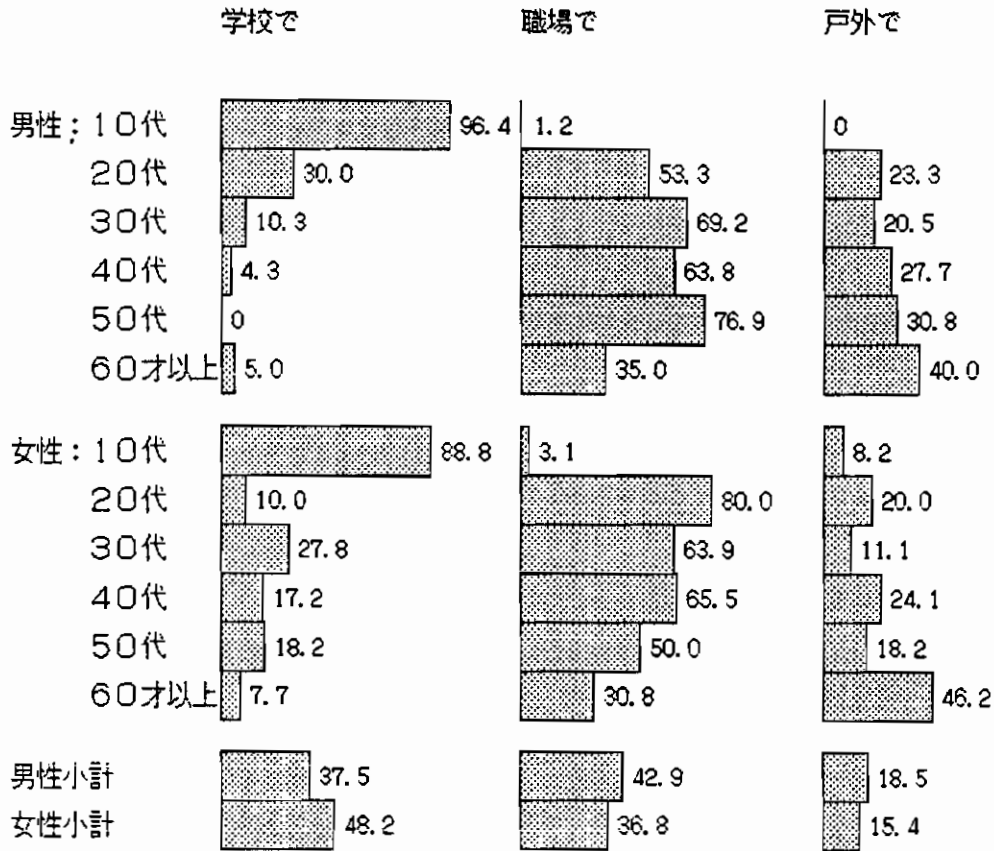


図 I-26 職業別牛乳を飲むのは家庭内、家庭外どちらが多いか



では、家庭以外のどんなところで牛乳は飲まれているのであろうか。まず、10代は学校が主であるが、20代～50代は職場が多い。60才以上は、戸外での飲用機会が比較的多いのが目をひく。

図1-27 家庭外で牛乳を飲むのはどんな所か



グループインタビューの中から戸外での飲用場面をみてみよう。

ケースⅠ-4 ヤング男性

司会 みなさんは家で飲むことは言ってたけど、学校以外に外で飲むことはないんですか。
T (16才好き) 家と学校以外、ないなあ。
Ys (19才好き) 買って飲むものじゃないような気がする。どうせ家にいっぱいあるから外でお金出して飲むというのは-----。
司会 外歩いていてのどが乾いたときは何を飲むんですか。
Ys スポーツ飲料、コーヒー牛乳、なるべく炭酸は避けてますけど、たまには飲みますけど、牛乳というのは売ってないんじゃないんですか、そんなには、自動販売機で。

牛乳とは、家の外で「お金を出してまで飲むものじゃない」という感覚が強いようだ。手軽なところ、例えば自動販売機などで売ってないことも戸外で飲まないことの背景になっている。自販機の少ないことは、ミドル男性にも指摘されていた。

ケースⅠ-5 ミドル男性

Sk (43才好き) 少ないですね、自動販売機は。区役所なんかへ行くと必ずあるんですが。
H (39才好き) (のまない) 紙パックの自動販売機は大抵牛乳屋の前ぐらいしかないですから。缶に牛乳入れれば、ぼくはあまり缶から牛乳飲もうとは思わないけど、自動販売機から売れていくという販売経路はできるでしょうね。缶コーヒーとかコーラみたいな缶に牛乳入れて売ればいいじゃないですか。

ケースⅠ-6 ミドル女性

M (39才好き) うちの近くに牛乳の販売機があるんですが、結局買う人が少ないのね。どうしても必要なとき、子供が小学校でパックを使うので買ったんです。そうしたら日にちが過ぎてたんです。それで入ってるんですよ。気持悪いなとなんとなく思っちゃったんですね。だからもう買わないですけどね。

牛乳の自動販売機はまだ少なく、缶入りにして売ればさらに利用者が増えそうである。しかし、ケースⅠ-6にもあるように、一度トラブルに出合うとその後の利用に影響が大きいので品質管理には充分気をつけなくてはならないだろう。

この他には戸外での飲用場面について次のような意見がみられた。

ケース I - 7 シニア男性

Ok (50才好き) よくあるじゃないですか、営業で外へ出ていますと駅のスタンドとかね。安いんじゃない、割りと。(中略)

大変少なくなりましたが、スタンドなんかにはまだ瓶入りの牛乳置いているでしょう。あれが好きなんです。

Og (66才好き) 冷たいのが80円で温めると100円しますね、今駅ではね。よく飲みますよ。(中略)

Ky 私は喫茶店に行くときよく牛乳飲みますね。コーヒーは飲みたくないですね、いろいろな機会です。コーヒーにはほぼ近接した値段で安いものという、牛乳が安いです。これのガムシロップ抜き。ガムシロップ抜きというのは普通の牛乳なんです。でも胃にいいという意識がありますから、要するに喫茶店で胃にいいものという、牛乳というのはわりあいいいんじゃないかという、自己暗示みたいなものですね。

ケース I - 8 ヤング女性

S (22才好き) 喫茶店に行ってもアイスマルク頼みたいと思うんだけど、喫茶店ではみんなコーヒーとか飲んでるのに、ミルクを頼むのなんかいやだなと思って、じゃコーヒーにしようかなと思ったりはしますけど。

司会 なんでいやなの。

S なんかカッコ悪いというのかな、うまく表現できないんですが。頼む人もいないと思うし、あんまりそういうの見たことないから友達もコーヒー、紅茶になっちゃって、アイスマルクとかいうと、ひとりで白いのが出てくると、なんか喫茶店の場を壊しそうな気がする。ひとりで違うもの飲んでるような気がして。

司会 みんなで飲めばいいじゃない。

S みんな牛乳嫌いだから、何で飲むのという感じで、そういう人の目もあるんですけど、牛乳を喫茶店で飲むのはおかしいみたいな、なんで牛乳をこんなところで飲まなきゃいけないみたいな感じで。

外食の場面では、営業職の男性に駅のスタンドが愛用されている。喫茶店では、中年男性が「胃にいい」という理由で飲んでいるが、若者は牛乳を注文すると「雰囲気を壊しそう」ということでオーダーしにくいようである。

そこで、家庭外消費を増やすための提案をみてみよう。

— ケース I - 9 ミドル男性 —

Sm (47才 好き) 今のドトールみたいな、コーヒーも安く、食べ物もついてという感じだけど、店の構えというのはものすごく明るいでしょう。それに比べ牛乳スタンドのイメージというのはあまり明るくはないですね。そこに若いギャルが寄って行って、入って行ってさあ飲みますかと言ったら、やっぱり飲まないですよ。

Sm 150円とかいうコーヒー屋さんには牛乳置いてあるの？

司会 置いてないですね。ああいうところは多用化したらはやらないですから単品じゃないですか。

Sm だとすれば、ああいう小さい、明るいスタンド形式の、女の子が入れるような店づくりとかね。(中略)

Sk (43才 好き) ディスコで飲ませるとか、エネルギーを出したやつを補給するのに、ディスコあたりで赤い牛乳もらったり。

Sm そういうのは店単位で買ってもらうんですね。お客さんにはただで。そこでお金を取るから飲まないんであって、牛乳は飲み放題という感じで出す。

Sk 入場料に加えてもいい。

Sm これも単品でお金を取る形にすると普及しない。ついてるんだという形だったら、もっと飲むと思いますよ。

— ケース I - 10 ヤング男性 —

Yd (24才 好き) 僕ね、まえに横浜のバーで飲んで酔っ払ってバイクで帰ろうとしたら、バーのマスターがちょっと待ってと言うんです。何ですかといったらこれ飲んでいきなよといって牛乳を渡されたんです。

司会 要するにそれも酔いをさますということ。

Yd やっぱりそうなんじゃないですか。

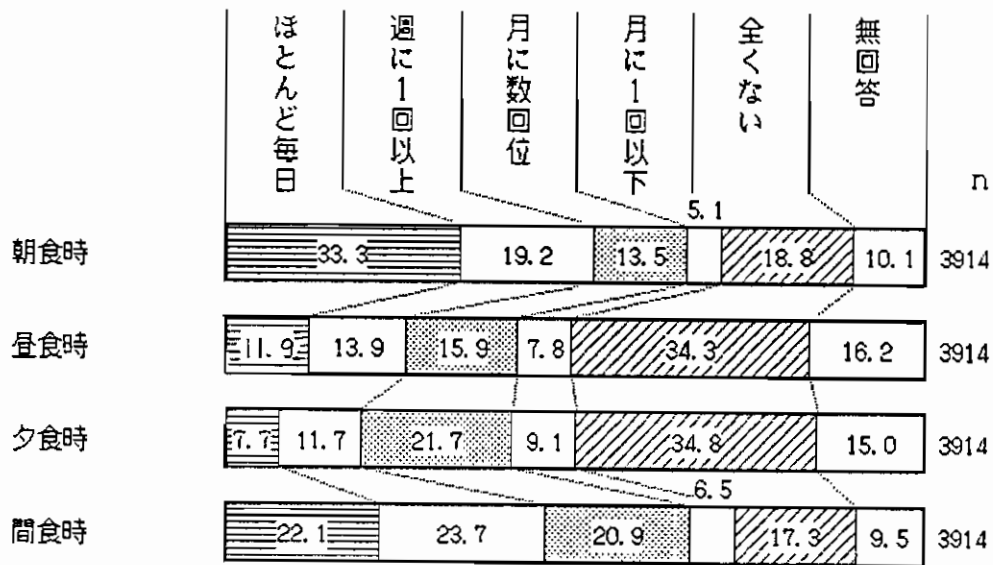
司会 だったらバーとかでも、お客さんが酔いつぶれそうだったらミルクを出そうキャンペーンみたいなものをやるのはどうですか。

ミルクスタンドについては若い女の子でも気軽に入れるような雰囲気づくりをすること、ディスコやバーやスポーツクラブなどで出すことが、家庭外での牛乳飲用機会を増やすことになりそうだ。

3) 食事機会別牛乳の摂り方

では、牛乳はどんな時に飲まれているのだろうか。食事機会ごとにみてみよう。

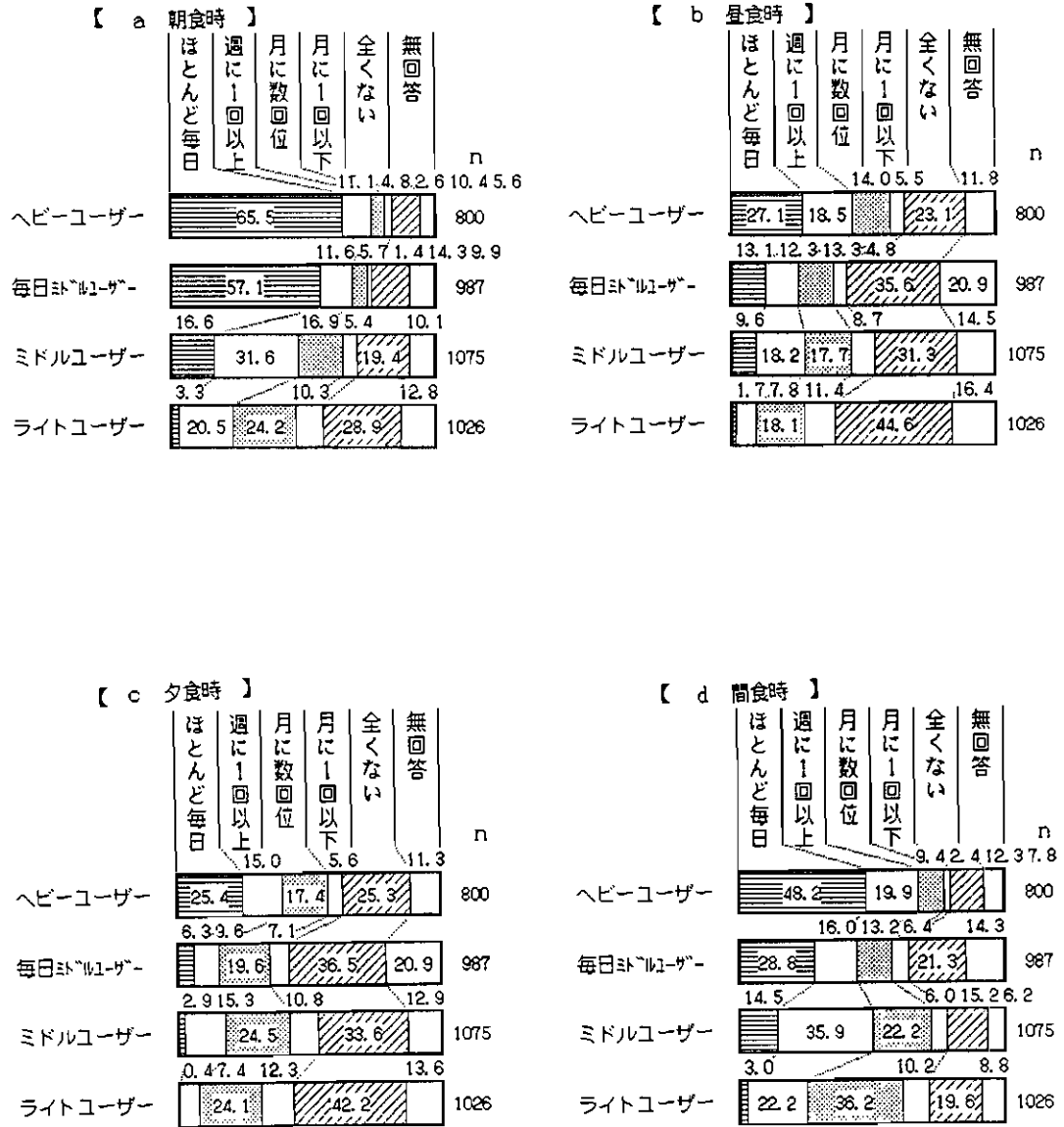
図1-28 食事機会別牛乳を飲んだり、牛乳料理を食べる頻度



牛乳は朝食時と間食時によく飲まれているが、昼食時や夕食時に飲む人は少ない。

これを牛乳の飲用量別にみると、朝食と間食は飲用量が多い人と少ない人の差が大きい。あまり牛乳を飲まない人には、朝食時や間食時にもっと飲むようにすすめるとよいだろう。(図1-29参照)

図1-29 飲用量別摂取頻度



続いて各々の機会の牛乳の摂り方をみると、摂取機会が高い朝食と間食の場合は「牛乳だけ飲む」割合が多い。

朝食時に「牛乳だけ飲む」割合は10代の男子でとくに高い。コーンフレークスの朝食は年齢が若いほど多い。その理由をグループインタビューよりみると以下のケースI-11のとおり。

昼食時は「パン類といっしょに飲む」が最も高いが、これは若い女性が目立つ。男性の場合は10代が学校で飲む以外は、昼食に牛乳を飲む率は低く、5割以下である。

夕食時は「牛乳を使った料理」が最も高い。料理に用いるのは若年層で高いが、50代以上の高令層ではあまり多くない。

また、若年層では、和食とのマッチングがみられる。

間食時は、いろいろな食べ方をされるが、若年層ほど多様な利用のしかたをしているようだ。

ケースI-11 ヤング女子

司会 コーンフレークってほかの人食べますか？

Fr 好きです。

(17才)
好き

Kn 私も好きです。朝は時間がないとき多いんです。1種類でいろんな栄養が入ってるから、それを食べていくと、わりともつんです、見た目よりは。見た目は軽そうだけど、私は牛乳好きだから、冷たいのを食べていきますよ、よく。

図 I-30 牛乳の摂り方 a 朝食時

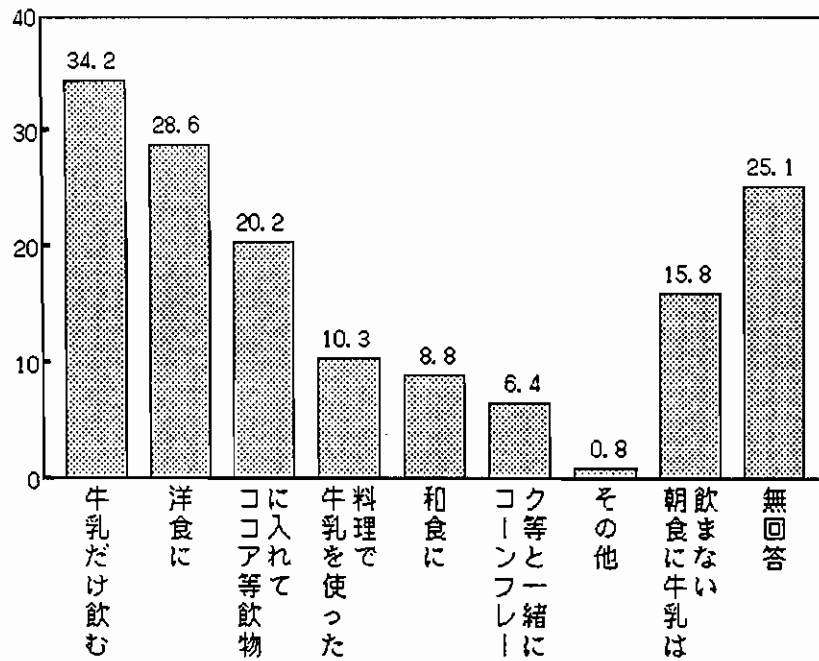


表 I-10

	全体	牛乳だけ飲む	洋食に	ココア等飲料に入れて	料理で牛乳を使った	和食に	コーンフレと一緒に	その他	飲まない朝食に牛乳は	無回答
全体	4564 100.0	34.2	28.6	20.2	10.3	8.8	6.4	0.8	15.8	25.1
男性：10代	300 100.0	31.7	29.7	18.7	8.0	8.7	8.7	-	20.3	16.0
20代	295 100.0	32.5	29.5	14.2	7.1	8.5	6.1	-	16.9	26.4
30代	419 100.0	35.3	31.7	22.2	9.8	7.6	6.0	0.2	12.2	24.1
40代	366 100.0	29.2	24.3	13.4	7.4	8.2	4.9	1.1	17.5	30.6
50代	370 100.0	33.5	22.2	13.2	6.2	10.8	1.4	0.8	17.6	29.7
60才以上	301 100.0	25.6	15.6	10.0	4.0	8.3	1.7	1.3	18.6	32.9
女性：10代	320 100.0	30.6	35.3	24.4	12.2	9.4	13.8	0.3	17.2	21.3
20代	466 100.0	38.0	41.0	28.1	12.9	10.7	9.0	1.1	12.2	20.0
30代	664 100.0	36.9	35.5	31.2	16.3	9.8	9.8	1.1	13.0	19.0
40代	496 100.0	35.5	25.6	21.2	13.1	8.3	6.5	0.6	16.7	26.2
50代	375 100.0	34.4	21.9	16.8	9.3	6.4	3.5	1.3	16.0	28.0
60才以上	292 100.0	31.8	19.2	13.7	8.6	7.5	1.4	1.0	16.1	33.9
男性小計	2051 100.0	33.0	25.7	15.6	7.2	8.7	4.7	0.6	16.9	26.7
女性小計	2613 100.0	35.1	30.8	23.9	12.7	8.9	7.7	0.9	14.8	23.8

図 I-31 牛乳の摂り方 b 昼食時

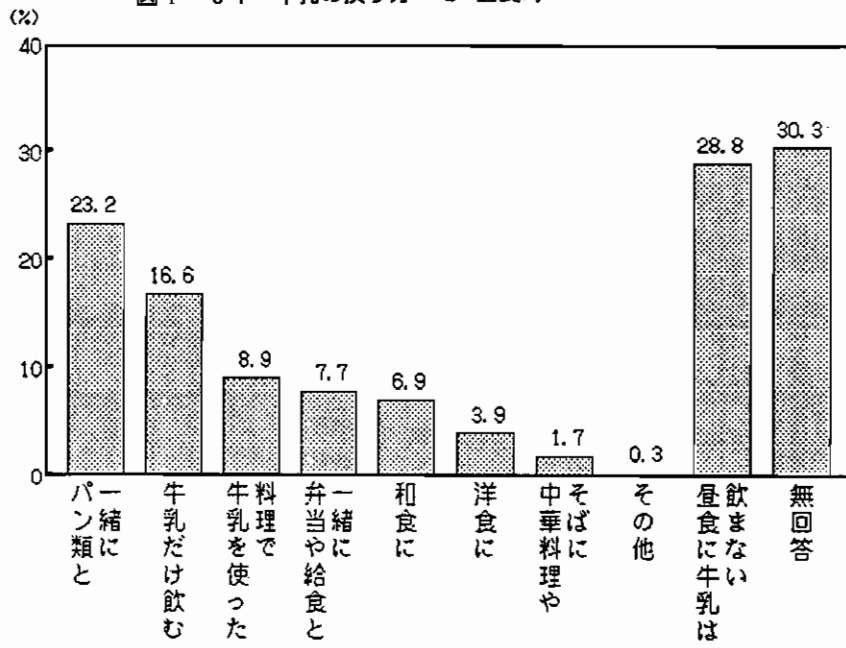


表 I-11

	全体	パン類と一緒に	牛乳だけ飲む	牛乳を使った料理で	弁当や給食と一緒に	和食に	洋食に	中華料理やそばに	その他	飲まない昼食に牛乳は	無回答
全体	4664 100.0	23.2	16.6	8.9	7.7	6.9	3.9	1.7	0.3	28.8	30.3
男性: 10代	300 100.0	19.7	22.7	8.3	30.0	6.7	5.3	2.7	-	24.3	17.7
20代	295 100.0	21.7	16.9	8.5	6.1	6.4	2.7	1.0	-	31.9	30.5
30代	419 100.0	21.5	14.3	6.7	4.5	6.2	2.4	1.9	0.5	25.7	29.1
40代	366 100.0	20.8	15.0	6.3	6.0	10.1	2.5	1.1	-	28.1	34.4
50代	370 100.0	16.8	17.6	6.5	2.7	5.1	2.7	2.4	-	31.6	37.0
60才以上	301 100.0	16.3	12.6	4.3	1.0	5.6	1.0	0.7	0.7	31.2	39.5
女性: 10代	320 100.0	30.6	18.8	9.4	29.4	8.4	6.9	0.6	0.6	23.1	20.9
20代	466 100.0	37.6	17.0	15.0	5.4	8.2	8.6	3.4	0.4	23.4	23.4
30代	664 100.0	30.1	17.8	11.6	6.2	9.2	5.7	2.0	0.6	26.7	25.9
40代	496 100.0	19.6	15.9	10.7	4.2	5.4	3.6	1.0	0.2	30.8	33.1
50代	375 100.0	16.8	17.9	7.2	2.1	5.1	1.9	1.3	0.5	30.1	36.5
60才以上	292 100.0	17.5	12.3	7.2	2.4	4.5	0.7	0.7	0.3	29.5	39.7
男性小計	2051 100.0	19.5	16.4	6.7	7.9	6.7	2.7	1.7	0.2	30.7	31.5
女性小計	2613 100.0	26.2	16.8	10.6	7.5	7.1	4.9	1.6	0.5	27.2	29.3

図 I-32 牛乳の摂り方 c 夕食時

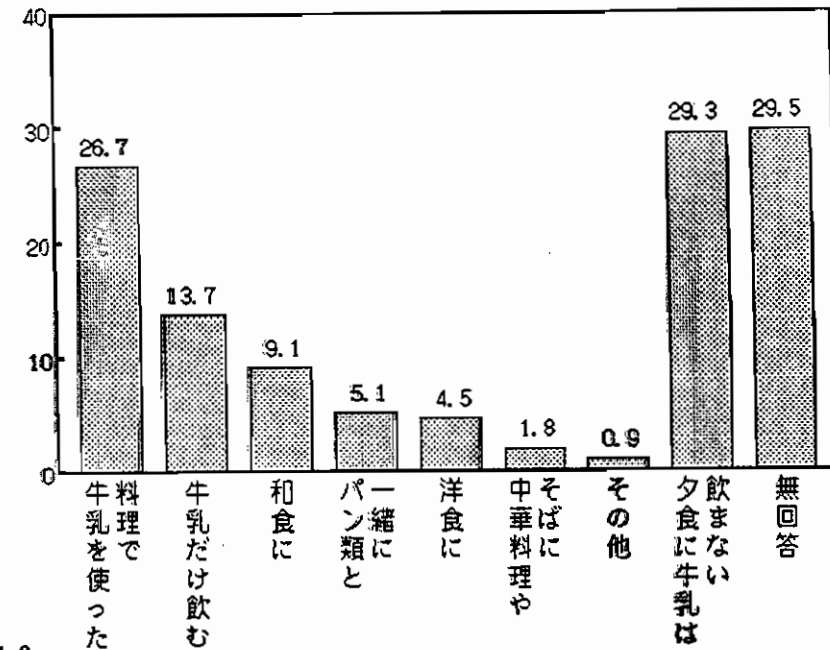


表 I-12

	全体	料理で牛乳を使った	牛乳だけ飲む	和食に	パン類と一緒	洋食に	中華料理やそばに	その他	夕食に牛乳は飲まない	無回答
全体	4664 100.0	26.7	13.7	9.1	5.1	4.5	1.8	0.9	29.3	29.5
男性: 10代	300 100.0	25.7	21.3	13.0	6.7	7.0	4.3	1.0	33.7	18.3
20代	295 100.0	19.7	17.6	12.2	7.1	6.1	2.7	0.7	28.5	28.8
30代	419 100.0	26.3	13.4	7.4	2.9	2.9	1.0	0.7	32.5	27.7
40代	366 100.0	22.7	16.4	10.9	4.4	3.6	1.1	0.5	27.9	32.5
50代	370 100.0	△ 17.3	13.0	8.1	4.6	3.0	1.9	0.5	32.4	36.2
60代以上	301 100.0	△ 13.6	7.6	△ 3.0	1.0	0.7	0.7	0.3	35.2	43.5
女性: 10代	320 100.0	29.4	15.3	15.0	10.0	8.1	2.8	0.6	28.4	22.5
20代	466 100.0	37.3	14.2	9.7	7.1	7.3	3.0	0.9	26.2	23.0
30代	664 100.0	40.7	13.3	11.6	5.1	5.6	1.2	1.5	23.3	22.6
40代	496 100.0	29.6	10.1	7.9	3.8	3.2	1.4	2.0	27.8	31.7
50代	375 100.0	△ 21.3	14.1	△ 4.3	4.8	2.4	1.1	0.8	29.1	37.3
60代以上	292 100.0	△ 16.4	9.9	△ 4.8	3.8	3.1	0.7	0.3	34.6	38.0
男性小計	2051 100.0	21.1	14.8	9.0	4.3	3.8	1.9	0.6	31.6	31.2
女性小計	2613 100.0	31.1	12.8	9.1	5.6	5.0	1.7	1.1	27.4	28.2

図 I-33 牛乳の摂り方 d 間食時

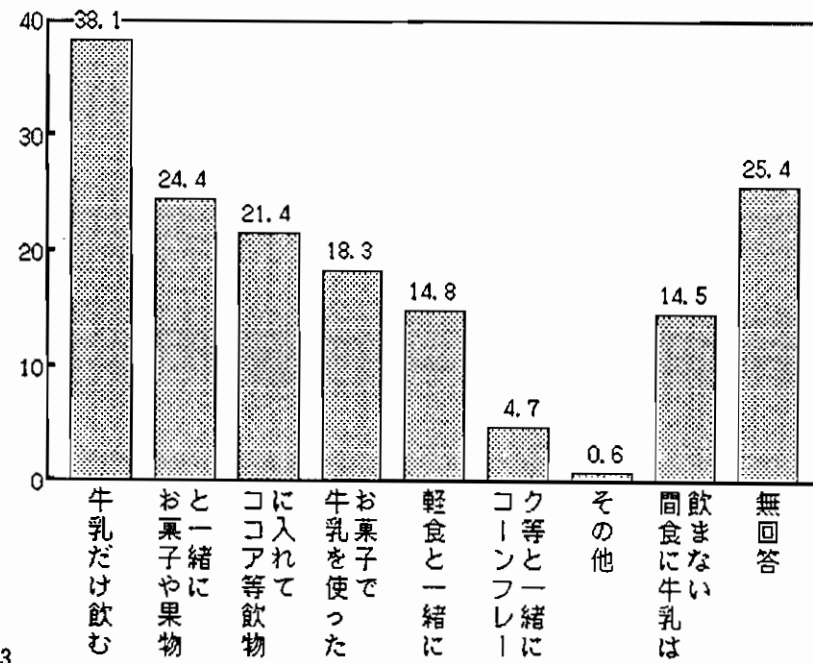


表 I-13

	全 体	牛 乳 只 け 飲 む	お 菓 子 や 果 物 と 一 緒 に	コ コ ア 等 飲 料 に 入 れ て	お 菓 子 で 牛 乳 を 使 っ た	軽 食 と 一 緒 に	コ ー ン ス フ レ ー と 一 緒 に	そ の 他	飲 ま な い 間 食 に 牛 乳 は	無 回 答
全 体	4664 100.0	38.1	24.4	21.4	18.3	14.8	4.7	0.6	14.5	25.4
男性：10代	300 100.0	39.7	34.9	19.0	18.0	23.9	10.0	0.3	17.3	16.3
20代	295 100.0	43.1	20.0	16.3	12.9	18.3	3.7	0.3	14.6	26.4
30代	419 100.0	36.3	18.9	16.9	13.8	15.3	1.7	0.5	19.6	25.3
40代	366 100.0	36.9	15.6	14.8	12.3	12.6	3.0	0.5	17.5	30.9
50代	370 100.0	37.3	11.4	12.4	10.3	10.5	1.9	1.1	17.3	34.6
60才 以上	301 100.0	30.9	10.3	13.6	△8.0	6.6	1.3	1.0	19.9	36.9
女性：10代	320 100.0	34.1	△39.4	27.8	△31.9	22.9	12.9	0.6	13.4	17.8
20代	466 100.0	49.8	39.5	△33.7	28.1	17.4	4.7	0.2	7.7	19.5
30代	664 100.0	37.2	34.0	31.9	26.2	13.6	4.8	0.8	9.5	19.3
40代	496 100.0	38.7	24.4	22.8	22.0	16.5	8.1	0.6	12.7	23.6
50代	375 100.0	38.7	16.5	17.1	13.3	9.1	2.4	0.8	14.9	28.8
60才 以上	292 100.0	30.8	16.8	15.1	10.3	12.0	1.7	0.3	17.1	33.6
男性小計	2051 100.0	37.3	18.0	15.5	12.5	14.3	3.4	0.6	17.8	28.5
女性小計	2613 100.0	38.8	29.4	26.0	22.8	15.1	5.7	0.6	11.9	22.9

牛乳の利用機会と利用のしかたについて、グループインタビューのケースをみてみよ。

ケース I - 12 ヤング男子

司会 どんなときにどれぐらい飲みますか。

T 朝コップ1杯、それから昼は学校で買いに行って飲んで、それから夜1杯飲んで、寝
(16才) るまえに1杯飲んで。
(好き)

司会 そうすると1日4杯ですか。

T そのくらいです。(中略)

T お茶はよく飲みます。お茶を飲むといっても飲むのはここ1年ぐらいで、それまで飲
まなくて、つい最近飲むようになった。

司会 そのまえは何を飲んでたんですか。

T だから牛乳です。

司会 ご飯のときも牛乳なんですか。

T ご飯のときも牛乳。

司会 ご飯のときって牛乳飲みますか？

Ys 飲みますよ。

(19才)
(好き)

I 気持ち悪いような感じ。

(22才)
(嫌い)

Ys パンとか。

司会 パンなら私だってわかりますよ。

Ys ご飯だって横においといて、のど乾いたら飲むんです。みそ汁あったってコーラでご
飯食べる人いますよ。

I コーヒーでご飯食べる人もいます。

生まれながら豊富な牛乳に囲まれて育った世代には「牛乳＝パン」という結びつきだけではなく、もっと自由に牛乳を生活の中に位置づけることができるようだ。

ミドルやシニアのグループでは「和食に牛乳」という組み合わせに違和感を持つという意見が多数であった。

ケース I - 13 シニア男性

司会 でも、ご飯とお味噌汁のお食事がありますよね。そのあとに牛乳飲むというのは特別変な感じではないですか。

Og 別ですからね。ご飯と一緒に味噌汁と同じような格好で飲むということではできないん
(66才) (好き) じゃないですか。

Ok ただ感覚的にあれですね。味噌汁飲んだ直後に牛乳飲むというのは、どうも自分の腹
(50才) (好き) の中に違和感があると思う。だから少し間をおいて飲むとか、そういう時間的なものが。

司会 でも、食後というのは。

Ok すぐに飲むのではなくて、少し間をおいてからという感じはある。

ここで、グループインタビューの参加者で最も年長者であったTさんの牛乳とのつきあいの歴史をみてみよう。

ケース I - 14 シニア女性

T 私は80才、もうちょっとかもしれないんですが、牛乳は大好きでございます。生ま
(80才) (好き) れたのは北海道なので牧場を持っておりまして、母が9人子供を生みまして、お乳が出
なかつたもので、うちの子供のためにと、牛も何十頭かいたんでしょうが、今から70
何年か前にホルスタインを用意して、うちの子供たちはそれを浴びるようにみんな飲み
まして、牛乳で育ったぐらいで、ですから牛乳には私は切っても切れないあれを持って
おります。

関東大震災の翌年に東京に来たんですが、初めて東京の牛乳を飲んだら、あまりにも
薄いのでみんなびっくりしまして、これほんとの牛乳なのかしらというぐらいでした。
北海道は牛乳がものすごく濃いんです。毎日うちの子供たちや家族のために、大きなカ
ンに一杯牛乳が来ていました。だからほんとに私は牛乳が好きで、いまでも牛乳はとっ
てもよくいただきます。

私は子供は6人生みましたが、うちの子供たちにもよく牛乳飲ませましたからみんな
な好きで、牛乳は飲むだけではなくてお料理にもけっこう使っております。

(中略)

F 肌がおきれいなのは、牛乳のおかげなんでしょうね。今でもどれぐらいお飲みになる
(52才) (嫌い) んですか。

T 朝は牛乳1合は必ず、1合以上飲んでます。主人は2合飲んでます。朝はパンなんで
す。ですから最初に主人も私も牛乳飲んで、パンをいただくときコーヒーとか紅茶、コ
コア、毎日交代に飲むんです。そのとき必ず牛乳を入れて飲んでます。もっと飲んでる

んじゃないでしょうか。1ℓパック、2日半ぐらいでなくなりますから。

T ときには人がいらしたりしてお相伴すると1日でなくなることもあります。なにしろ5本ぐらい買っておくんです。そして入れといてどどん飲んでますから、5本だっですぐなくなっちゃいますね。

お客様には牛乳であげないですけど、紅茶に入れるとかココアに入れるとか。シチューは市販のシチュー使ったことなく、自分で牛乳たっぷり入れて作りますし、ホワイトソースを作っておくんです。そして要るだけずつ使うんです。なにしろ牛乳が好きなんです。牛乳のものといったら目がないんです。ヨーグルトも好きですし。とくに夏なんかジュースなんか飲んだことあまりないですね。夏になるとすごく飲みます、牛乳を。

どこかへ行って暑いとなると駅で、メーカーなんか関係ないんです。何でも飲むんです、牛乳であれば。

(中略)

きょうだいみんな丈夫ですよ。私が80才で、2つ違いぐらいでみんないるんですが、どの人も入院したことはありません。私もお産の時だけです。やっぱり牛乳のせいだったのかなと思います。ときどききょうだい寄り合って、私たちきょう代いはみんなブスだけど、みんな丈夫でいいわねって言ってますけど、やっぱり牛乳のせいじゃないかなと今になって思うんです。ほんとにみんな丈夫です。みんなころころしてますけど。

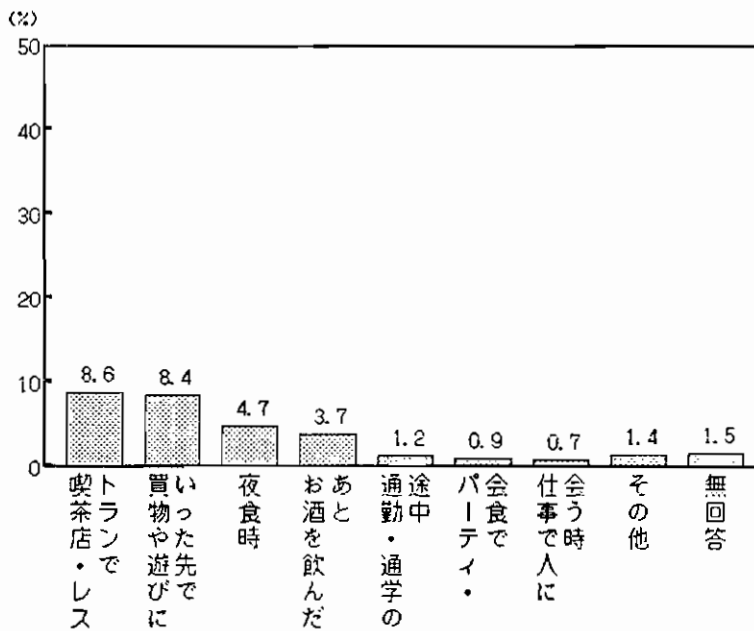
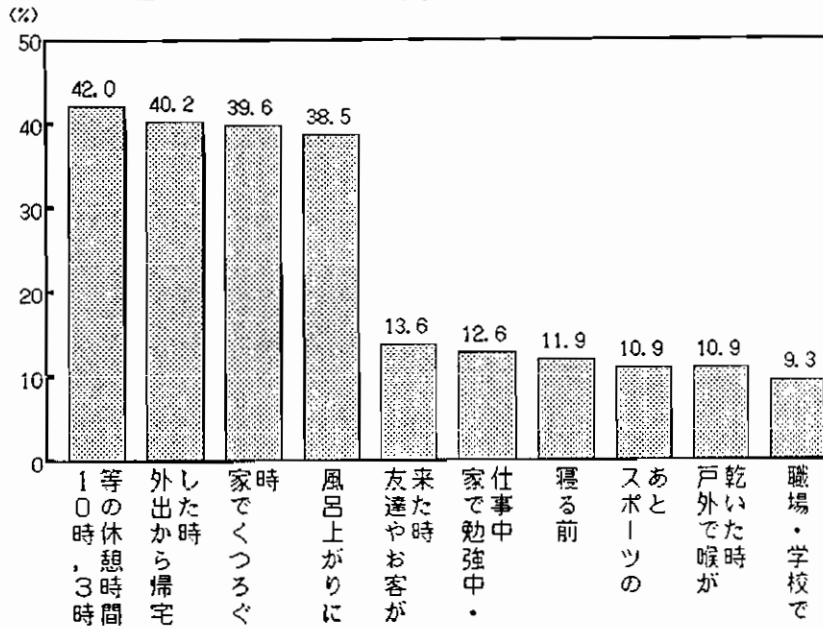
司会 やはり骨を丈夫にするとかそういうことは-----。

T それはあるかもしれませんね。骨折ったことってないですもの。

この年代の人でこれほど牛乳とのつきあいが長く深い人は多くはないが、さすがに長いだけあって、牛乳の恩恵を強くこうむっている。牛乳を長年に渡り飲みつづけると、このように心身共に健康であるという生きた証であろう。

また、参考までにおやつや間食時とはどんな時と見なされているかをみると、「10時や3時」「外出から帰宅した時」「家でくつろぐ時」「風呂あがり」の4つの場面が主なものとしてあげられた。

図1-34 おやつや間食時とはどのような時か



7. 牛乳をあまり飲まない理由

牛乳をほとんどまたは全く飲まない人は、どうして飲まないのだろうか。その理由を問うたところ、「においが嫌い」「下痢をする」「お腹がゴロゴロする」「味にくせがある」「まずい」などが多くあげられた。

年齢別にみると、若者は「におい」「味」「まずい」「口あたり」など嗜好にマッチするか否かを基準にしているが、中高年は「下痢」や「お腹がゴロゴロする」など体調を訴える場合が多い。

図 I-35 あまり牛乳を飲まない理由

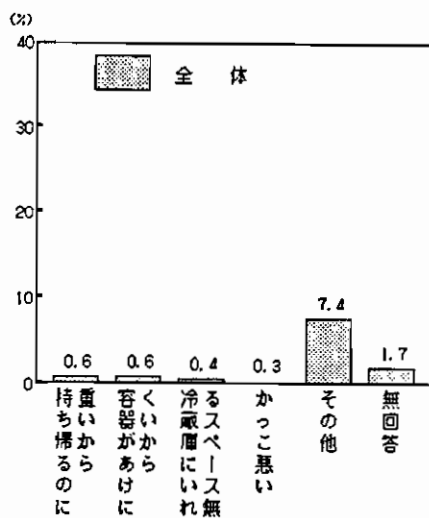
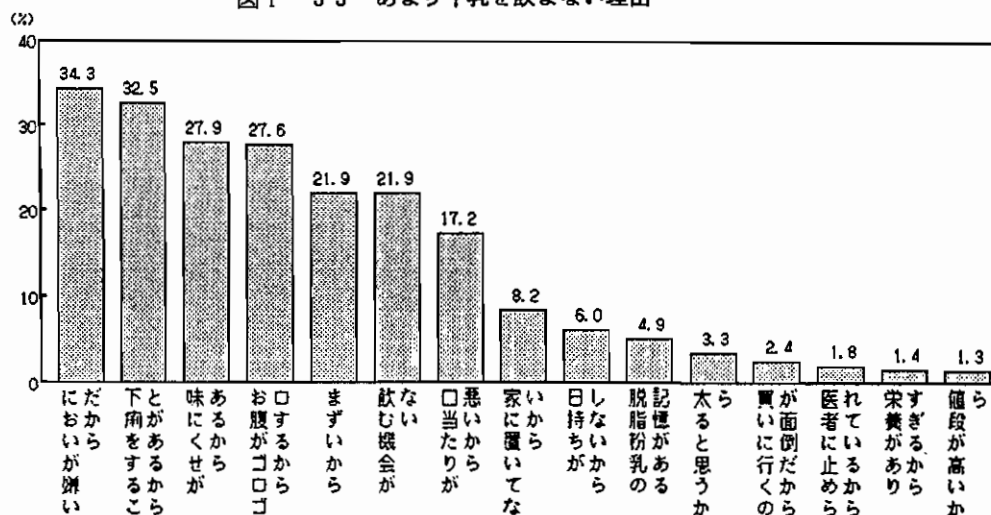


表1-14 性・年齢別あまり牛乳を飲まない理由

	全 体	だ から におい が嫌い	下 かある から と かある から	あ る か ら 味 が き つ い	お 腹 が こ ろ こ ろ	ま ず い か ら	飲 ま な い 飲 み 難 い	口 が き つ い か ら	腹 に こ も ら な い か ら	日 光 が し ん が ら い か ら	肥 満 が あ る の が こ ろ こ ろ	大 き い か ら
全 体	720 100.0	34.3	32.5	27.9	27.6	21.9	21.9	17.2	8.2	6.0	4.9	3.3
男性：10代	33 100.0	39.4	21.2	36.4	15.2	45.5	30.3	30.3	18.2	3.0	3.0	-
20代	61 100.0	31.1	36.1	21.3	36.1	27.9	23.0	17.5	8.2	11.5	3.3	1.6
30代	77 100.0	23.4	41.6	20.8	31.2	22.1	29.9	10.4	5.2	10.4	6.5	2.6
40代	73 100.0	28.8	38.4	21.9	32.9	15.1	19.2	16.4	6.8	4.1	4.1	1.4
50代	60 100.0	23.3	50.0	21.7	38.3	6.7	25.0	15.0	6.7	5.0	5.0	3.3
60才 以上	60 100.0	16.7	40.0	25.0	26.7	16.7	18.3	8.3	16.7	-	1.7	-
女性：10代	44 100.0	59.1	25.0	43.2	25.0	45.5	22.7	43.2	9.1	-	-	4.5
20代	70 100.0	45.7	22.9	32.9	18.6	27.1	27.1	28.6	10.0	7.1	2.9	5.7
30代	73 100.0	45.2	24.7	42.5	16.4	19.2	19.2	23.3	5.5	6.8	13.7	4.1
40代	64 100.0	45.3	37.5	31.3	28.1	31.3	15.6	12.5	9.4	7.8	9.4	1.6
50代	52 100.0	28.8	21.2	17.3	30.8	9.6	19.2	7.7	3.8	5.8	1.9	11.5
60才 以上	53 100.0	32.1	20.8	26.4	28.3	11.3	15.1	9.4	3.8	5.7	1.9	3.8
男性小計	364 100.0	26.1	39.3	23.4	31.3	20.3	23.9	14.0	9.3	6.0	4.1	1.6
女性小計	356 100.0	42.7	25.6	32.6	23.9	23.6	19.9	20.5	7.0	5.9	5.6	5.1

	全 体	胃 が 痛 い か ら	医 生 に 止 め ら れ て い る か ら	す り か ら あ り か ら	腹 が こ ろ こ ろ か ら	特 に 重 い か ら あ り か ら	口 が き つ い か ら あ り か ら	冷 や い か ら あ り か ら	か つ き つ い か ら	そ の 他	無 き か ら
全 体	720 100.0	2.4	1.8	1.4	1.3	0.6	0.6	0.4	0.3	7.4	1.7
男性：10代	33 100.0	-	-	3.0	-	-	-	-	-	3.0	3.0
20代	61 100.0	4.9	1.6	-	-	1.6	-	-	-	9.8	-
30代	77 100.0	2.6	1.3	5.2	2.6	-	2.6	1.3	-	7.8	-
40代	73 100.0	2.7	-	-	1.4	1.4	1.4	-	-	2.7	-
50代	60 100.0	3.3	1.7	1.7	-	1.7	-	1.7	3.3	8.3	-
60才 以上	60 100.0	3.3	5.0	1.7	1.7	1.7	-	1.7	-	1.7	6.7
女性：10代	44 100.0	2.3	-	-	-	-	2.3	-	-	4.5	-
20代	70 100.0	5.7	1.4	-	1.4	-	-	-	-	7.1	-
30代	73 100.0	-	1.4	-	2.7	-	-	-	-	4.1	2.7
40代	64 100.0	-	3.1	-	1.6	-	-	-	-	4.7	3.1
50代	52 100.0	-	3.8	3.8	-	-	-	-	-	23.1	1.9
60才 以上	53 100.0	1.9	1.9	1.9	1.9	-	-	-	-	13.2	3.8
男性小計	364 100.0	3.0	1.6	1.9	1.1	1.1	0.8	0.8	0.5	5.8	1.4
女性小計	356 100.0	1.7	2.0	0.8	1.4	-	0.3	-	-	9.0	2.0

牛乳が嫌いな理由をグループインタビューから探ってみよう。

ケース I - 15 ヤング男子

I 飲みませんね。小学校のときに給食で飲んだとき以来飲んでません。
(22才)
(嫌い)

I 小学校のときは強制的に飲まされたことがあるから、飲もうと思えば無理しても飲めるかな、鼻つまんでこうやって。

司会 何で鼻つまむの。

I 臭いがいやなんです。

Fu 体質的に飲めないというわけじゃないんですか。アレルギーとか。
(21才)
(好き)

I そういうのはないけど、もともと牛乳というのを飲みつけてなかったからだろうと思うんです。

ケース I - 16 ヤング女子

Kg 私は嫌いなんです。1日1回も飲まないことが多い、月に1杯飲んでるかなという程度です。そのまま直接飲むのは。冷たいのもホットでも飲みたいと思わないですね。
(21才)
(嫌い) 口あたりが悪いし、1回フィルターにかけて飲むんだったら少しは飲みやすくなるかなというぐらい。ただ料理に使う分には牛乳使うのは好きですね。オムレツ作るときにどぶどぶ入れて。

牛乳をたまに飲むと、すぐおなかをこわすような気がしちゃうんです。実際こわしたことは多分ないと思うんですけど、なんか飲んだらちょっとゆるくなったかなというのがあります。よくごろごろするという話は聞きますが、それはとくにないんです。ないけど、牛乳がこってりしてるように思うんです。水とかお茶みたいにさっぱりはしてないんです。舌に味が残るから。

あとはげっぶしたときに、牛乳ってにおいが口に戻ってくるから、そういうのが好きじゃないです。

ケース I - 17 ミドル男性

Sz (40才 嫌い) 私は先ほど皆さんおっしゃったように下痢するんです。小さいときからそういうイメージがすごくあるんです。それでいわゆる大人になって飲んでもやっぱりなるんです。それで嫌いということになるんです。

Sm (47才 好き) かなり先入観があるね。初めみんな下痢をするということが頭に必ずあるから、朝は飲めないんですよ。朝電車で通勤する間におなか痛くなったらどうしようとか、それがひとつあるんだと思う。

司会 でもみんな苦勞して飲もうと努力はしてるんですね。

Sz チーズとかの乳製品は食べれるんですよ。温かくすると大丈夫なんですね。ですから今ときどき温めて、砂糖入れて、口当りよくして飲んでるんですけどね。

(中略)

Sk (43才 好き) 今でも下痢しますよ。でもお構いなく飲んで、腸を慣らすんです。そうするとあきらめてくれますよ、多分。たまに体調の悪いときはほんとに下痢しますが、絶対慣れてきますね、無理して飲んでると。栄養だというんで飲んでると。

ケース I - 18 シニア男性

A (57才 嫌い) ええ、飲んで飲めないこともないんですけど、どうしてかあまり飲む気にならないんですね。まあ、我々は戦争中であまり子供の頃、牛乳飲まなかったからでしょうね。

S (63才 好き) これはみんな貴重品ですよ。病気になるとそれを食べさせてくれるから。(牛乳・ゆで卵・バナナ)

Ok (50才 好き) そうですね。病気でないと口に入らなかった世代ではないでしょうか。(中略)

A 子供の頃、私は多分変なおい、動物臭いにおいで嫌いになったんじゃないかと、今思い出しているんです。

司会 これは贅沢品だと思っても。

A そういう意識はあまりないわけですね、子供のときですから。ただ貴重品だとは思っていますけど。それで病気したりすると、何か無理して飲んだみたいだがにおいがね、そういうような記憶を今思い出しているんですけど。やはり、動物臭いにおいだったのかな、あの時。それが原因で嫌いになったというわけではないんですけど。

年齢に関係なく、牛乳の「におい」が嫌いという声は多い。特にあたためた時のにおいが嫌いと言っている。しかし、このような「におい」が嫌いという人はチーズやバターに加工されたり、スープなど料理にすると食べられるようだ。

もう一つ多い理由は、「下痢」または「お腹がゴロゴロする」ということであるが、これは飲むと必ず下痢をするからというわけではなく「下痢をしそうな気がする」ということである。こういう人々も料理をしたものや温めたものなら食べられるようだ。

下痢をしても「お構いなく飲んで腸を慣らす」（Skさん・ミドル男性）という強硬派もいるが、それは一般論とはなっていないようだ。

牛乳の臭いについては技術的な方面からの検討が必要であるが、「牛乳を飲むと下痢をする」という先入感はどうしたら打ち破ることができるだろうか。

8. 牛乳に関する知識と行動

1) 牛乳に関する知識

「牛乳は健康的な生活のために必要である」や「骨や歯を守るために、中高年の人でもできるだけ飲んだ方がよい」又「牛乳はカルシウムを効率よくとれる食品である」と考える人が多い。

しかし、「牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある」と考える人は少なく、その面の効果はあまり信じられていない。

「アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ」という意見に対しては反応が分かれ、「わからない」という回答が多い。

血圧との関係、アルコールとの関係、カルシウムとストレスの関係、コレステロールとの関係など「わからない」という回答が多いことから、これらのことに対するPRが必要である。

図 I-36 牛乳に関する知識

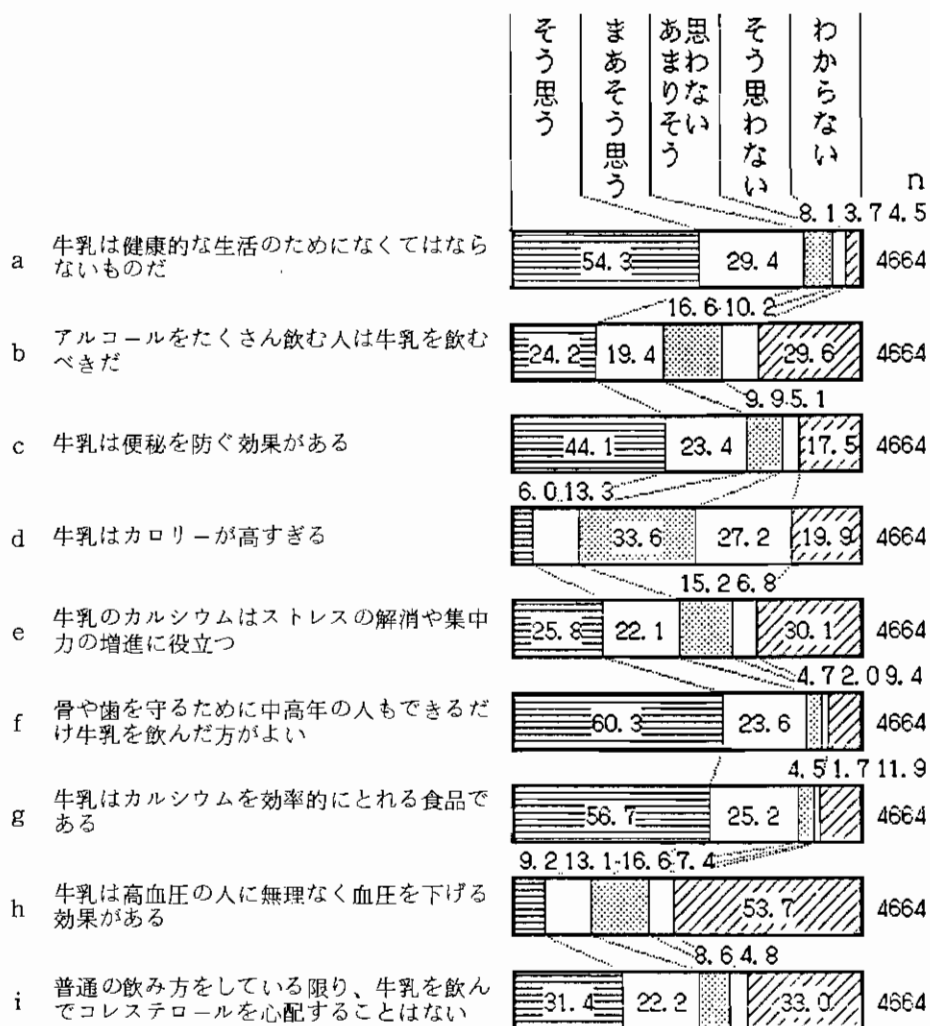
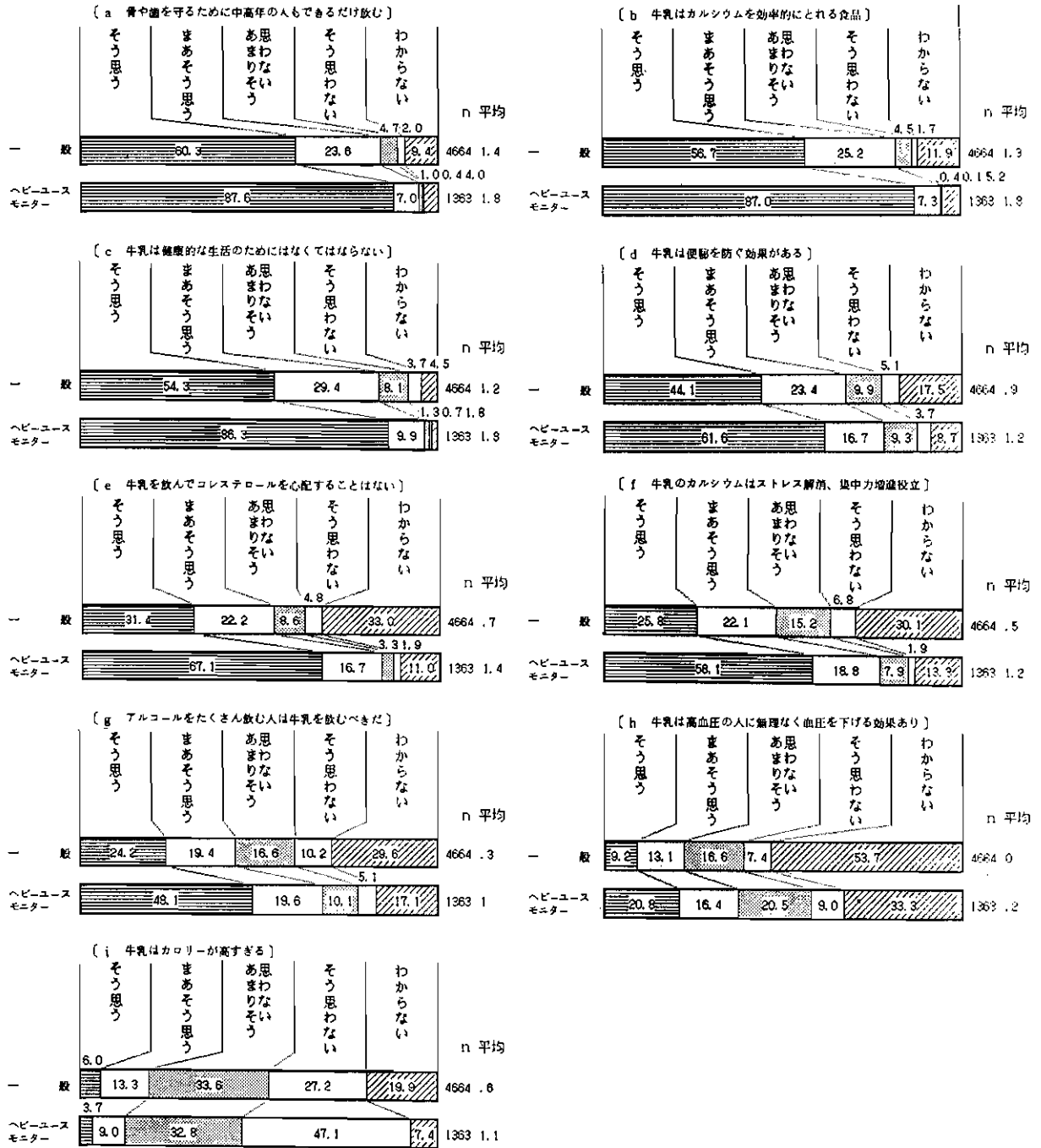


図 I-37 は、ヘビーユースのモニターと一般の人とで牛乳に対する理解度がどのように異なるかを示したものである。

モニターの方がすべての点で牛乳に対する理解が進んでいることが明らかである。一般の人に対し牛乳に対する理解を深めるための作業が必要であろう。

図 I-37 飲用量別牛乳に関する知識



グループインタビューから牛乳に関する知識のようすを探ってみよう。

ケース I - 19 シニア男性

司会 Aさんもさっき牛乳にはカルシウムがいっぱいあって、子供だけではなくて中高年以上も飲めと。

A (57才) そうそう、それでうちの家内がそのとおりにやっているんですがね。
嫌い

ケース I - 20 ミドル男性

Sk (43才) 飲んでますね。今はお酒はお付き合いでけっこう飲むでしょう。牛乳飲んで寝ると翌日2日酔いしないんです、ほくの場合は。日本酒が大好きなんです、日本酒3合以上飲むと、翌日だめなんです。それが牛乳をコップ2杯ぐらいグーッと飲んで寝ると翌日はわりあい気持ち悪くないですよ。ウイスキーの牛乳割りというのは最高ですね。これはいけますよ。ほくも抵抗あったんですが、一度お試しいただくと、ものすごくすっきりしますよ。

司会 牛乳どのくらいにウイスキーどのくらい。

Sk 牛乳2に対しウイスキー8位のかんじ。これは飲みつけるとすっきりしますね。全然悪酔いしないですね。絶対おすすめしたいです。

(中略)

Ky (40才) 先ほど牛乳とウイスキーのお話ありましたが、牛乳は胃の中に膜をつくるというか、脂肪分は大体胃で吸収されるというふうに聞いているんですが。

司会 お酒を飲む方っていうのは、一生懸命牛乳を飲もうと努力をするんですか。

Sk ほくなんかそうですね。

Sm (47才) 最近意外と努力するね。
好き

Sk 絶対にいいような気がほくはしますね。お酒を飲んだあと飲む人は、無理しても絶対飲むべきだと思います。下痢しようが何しようが。

ケース I - 21 ヤング女子

Kn (21才) ダイエットしました。部活とかやめるとやっぱり太るんですよ。牛乳はカロリー高いですからね。
好き

司会 ローファットはどんな味しますか？

Kn ローファットは飲まなかったです。牛乳はダイエット中は全然飲まなかったです。

A 私は牛乳はやめなかったんですけど、中学校のとき太っていて、そのときに同級生で
(21才) やっぱり太っていた女の子がいきなり夏休みやせてきたんです。話聞いたら、牛乳とヨー
(好き) グルトとサラダとフルーツだけで過ごしたら何キロもやせたって。その子5キロか8
キロぐらいやせたと思うんです。

司会 何でその子は牛乳とヨーグルトにしたんですかね？

A 何でしょうね。体によさそうだから選んだんじゃないですか。

ケース I - 22 シニア女性

N 牛乳でとることがカルシウムを吸収しやすいんですよ。小魚とかそういうのももち
(54才) ろん大切でしょうが、牛乳からとるカルシウムが一番吸収しやすいんですよ、人間の
(好き) 体は。いろんな本にもそう書いてありますし、お医者様もそうおっしゃいますね。

そして女の人は閉経になるとカルシウムがどんどん出ていってしまうでしょう。です
から閉経になる前から女の人は絶対に牛乳をとらなければいけないんです。そして太り
たくない人は脱脂粉乳を飲めばいいんです。

司会 普通の牛乳だったら太っちゃうわけですか。

N 脂肪がありますから、とても肥満の人はやはりいっぱい飲んだら太ると思いますよ。
(中 略) ほんとに骨をもろくする骨粗しょう症という病気ありますでしょう、骨がか
さかさになるんですね。

W 年をとると、骨の中がさがさになってるんですよ。
(57才)
(好き)

N がさがさになってるし、背も小さくなるし、ころべばだめという。

M じゃ今からでも飲んだほうがいいわけですね。

(50才)
(嫌い)

N ええ。だからどんなことをしても牛乳というのは。それは更年期障害という本を読め
ば必ず出てますよ。

酒を飲んだあとで牛乳を飲むとよいということが、中年以上の男性で広く信じられているようだ。（ヤング男子も知ってはいるが、実行している人は少ないようだ）。

牛乳のカロリーについて、特にダイエットに興味のあるヤング女子の声を聞いてみた。彼女らの間には「牛乳＝乳脂肪＝高カロリー」という図式が成り立っている。ダイエット中はバランスのとれた食事をしなくてはという気持ちは持っても、かなり無理なダイエットを行なっている。ダイエット中の栄養バランスを維持する食品として牛乳が適切であることをもっとPRしていくべきであろう。

ヤング女子に比べシニアの女性は栄養について博識であり、かつまじめである。カルシウムの果たす役割、重要性をよく理解している。彼女らのような博識な人々が牛乳の消費拡大にあたってオピニオンリーダー的役割を果たしてくれるよう策を施すべきであろう。

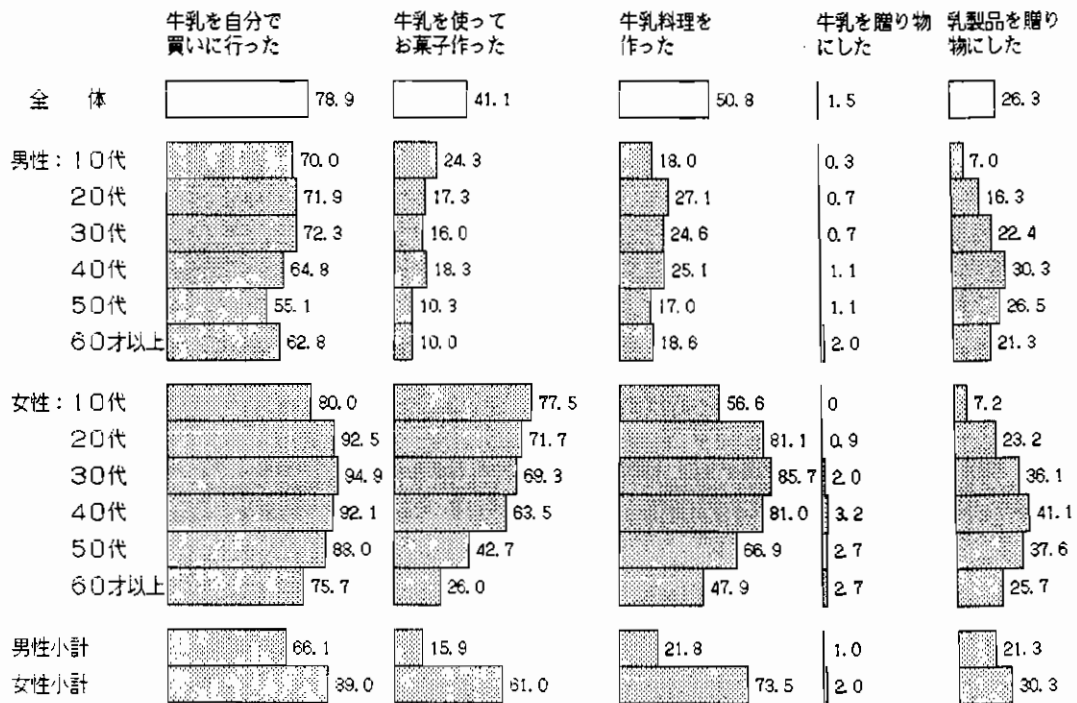
2) 牛乳に対する行動

牛乳を買いに行ったり、牛乳を使って何か作ったりしたことがあるかどうか、その経験を聞いた。

牛乳に対する行動は男性と女性では大きく異なっている。まず自分で牛乳を買いに行った経験率は、女性は90%近いのに対し男性は66%である。特に40代以上の男性の経験率の低いことが目立つ。

牛乳を使ってお菓子や料理を作った経験率は、女性では年齢が若いほど高い。牛乳を贈り物にしたことのある人はまだ少ないが、乳製品を贈り物にしたことのある人は約4人に1人と多い。これは30代～50代の女性で特に多くみられる。

図1-38 性・年齢別牛乳に対する行動の経験



Ⅱ 牛乳購入実態

1. 購入頻度と量

1) 購入頻度

本章からは世帯別に牛乳の購入実態をみていく。回答者は、当該世帯の主婦である。但し、単身世帯は本人が回答している。

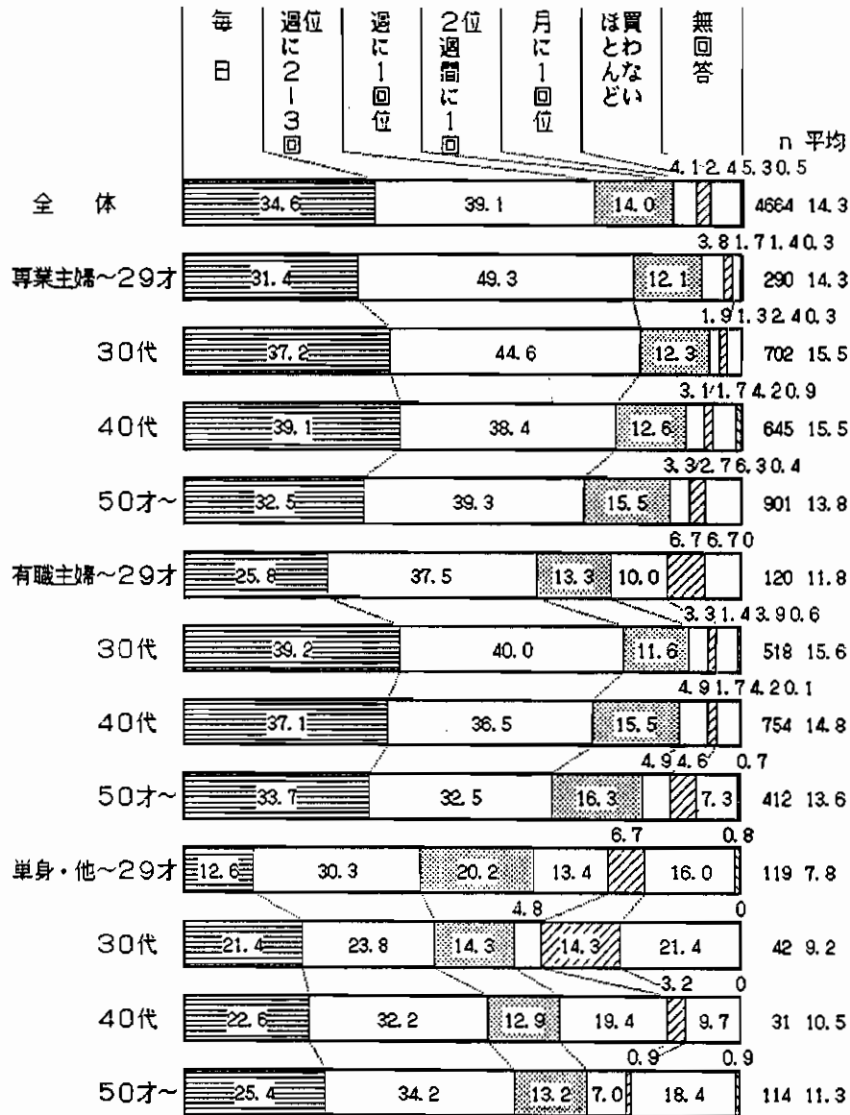
牛乳を毎日購入する人は35%、週に2～3回購入する人は39%、週に1回の購入は14%である。平均すると約2日に1回の割合であり、あまりまとめ買いはしていないようだ。

購入頻度は、主婦が有職又は専業主婦であるに関係なく、30～40代が最も高い。29才以下では専業主婦より有職主婦の購入頻度が低く、週に1回などのまとめ買いの傾向がややみられる。

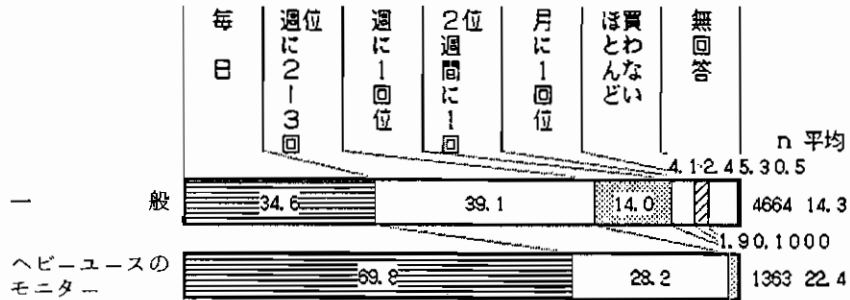
単身者の場合は、他の世帯形態と比べ購入頻度が低いが、同じ単身者でも年齢が上がるほど高くなっている。

また、購入量の多いヘビーユースのモニターでは7割が毎日購入している。

図Ⅱ-1 主婦職業年齢別牛乳の購入頻度

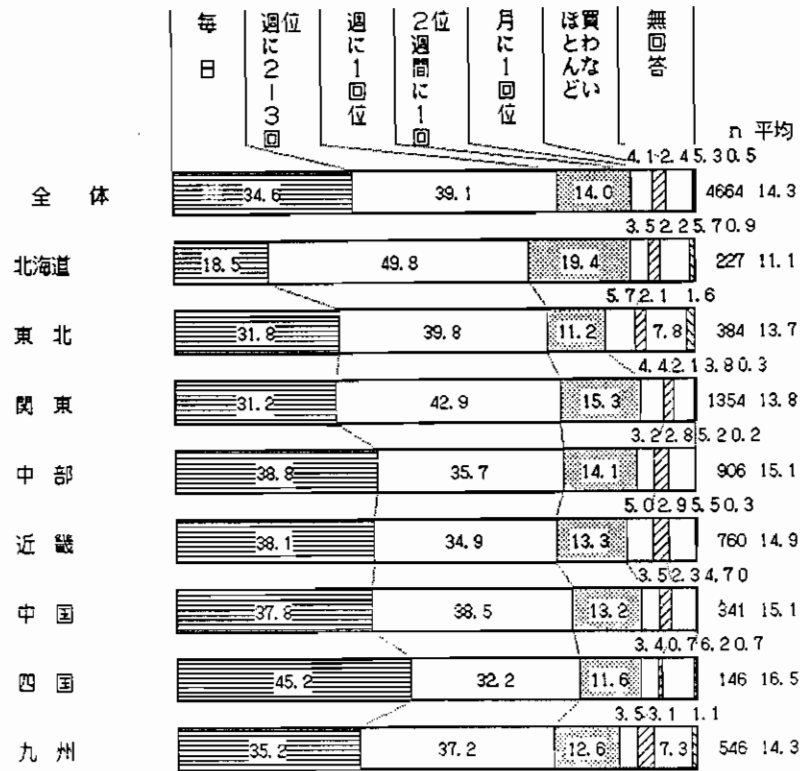


図Ⅱ-2 牛乳の購入頻度

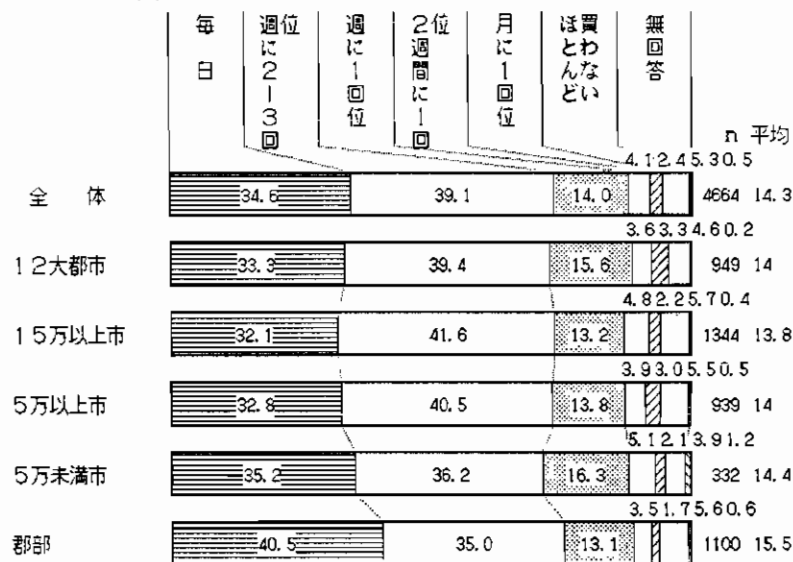


地域別では、北海道の購入頻度が低く、四国の頻度が高い。都市規模別ではやや郡部での購入頻度が高い。

図Ⅱ-3 地域別牛乳の購入頻度



図Ⅱ-4 都市規模別牛乳の購入頻度



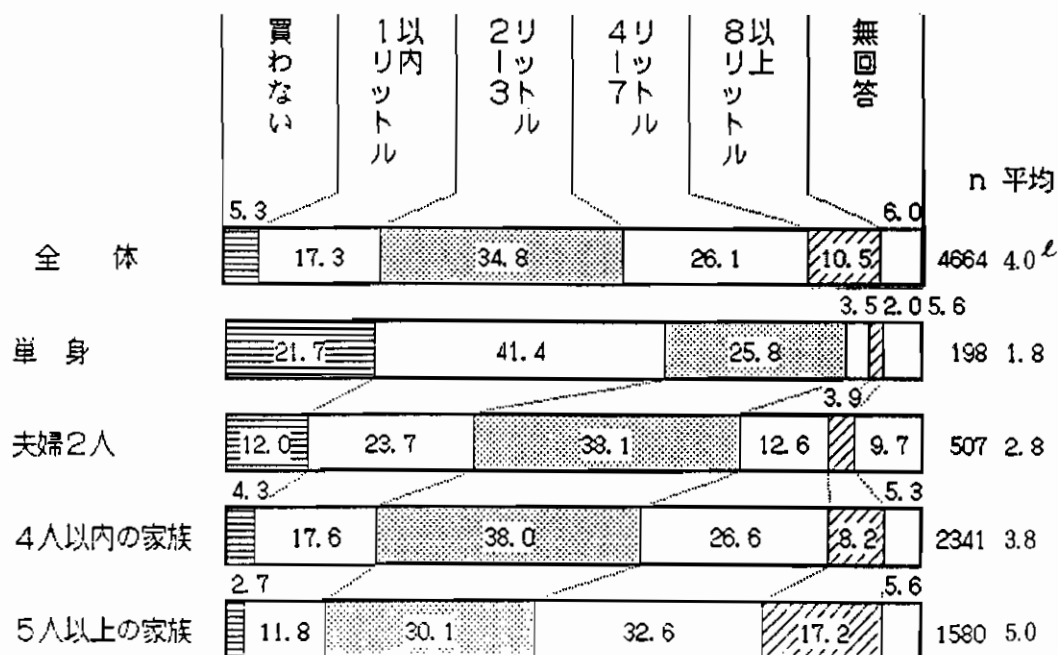
2) 購 入 量

次に1週間当りの購入量をみてみよう。

牛乳の購入量は、全国平均で1週間4.0ℓである。調査対象者の平均世帯人数は4.0人であることから、1人当りは1.0ℓ/週、1日当りは143mlという計算となる。

実際の飲用量は、13才以上平均で121ml、小学生以下で251mlであったことから、ほぼ世帯当りの購入量と個人からみた飲用量は合致しているとみてよいだろう。

図Ⅱ-5 世帯人数別1週間の牛乳購入量



地域別、主婦特性別に牛乳の購入量を示すと次のようである。

表Ⅱ-1 1週間の牛乳購入量（世帯）

地 域		都 市 規 模		主 婦 特 性		
全 体	平均 4.0 ℓ	全 体	平均 4.0 ℓ	全 体	平均 4.0 ℓ	
北 海 道	3.2	1 2 大 都 市	4.0	専 業 主 婦	2 0 代	4.2
東 北	3.8	1 5 万 以 上 市	4.2		3 0 代	4.7
関 東	4.2	5 万 以 上 市	3.9		4 0 代	4.8
中 部	4.2	5 万 未 満 市	3.8		5 0 代	3.4
近 畿	4.1	郡 部	4.1	有 職 主 婦	2 0 代	2.6
中 国	3.6				3 0 代	4.9
四 国	4.9	4 0 代	4.2			
九 州	4.0	5 0 代	3.4			

地域、都市規模などでは規則的な差は出ていない。又主婦年令でみると、専業であっても有職であっても30代・40代は牛乳の購入量が多い。

子供の年令及び家族人数の多さがこれらの数値に影響をおよぼしていよう。

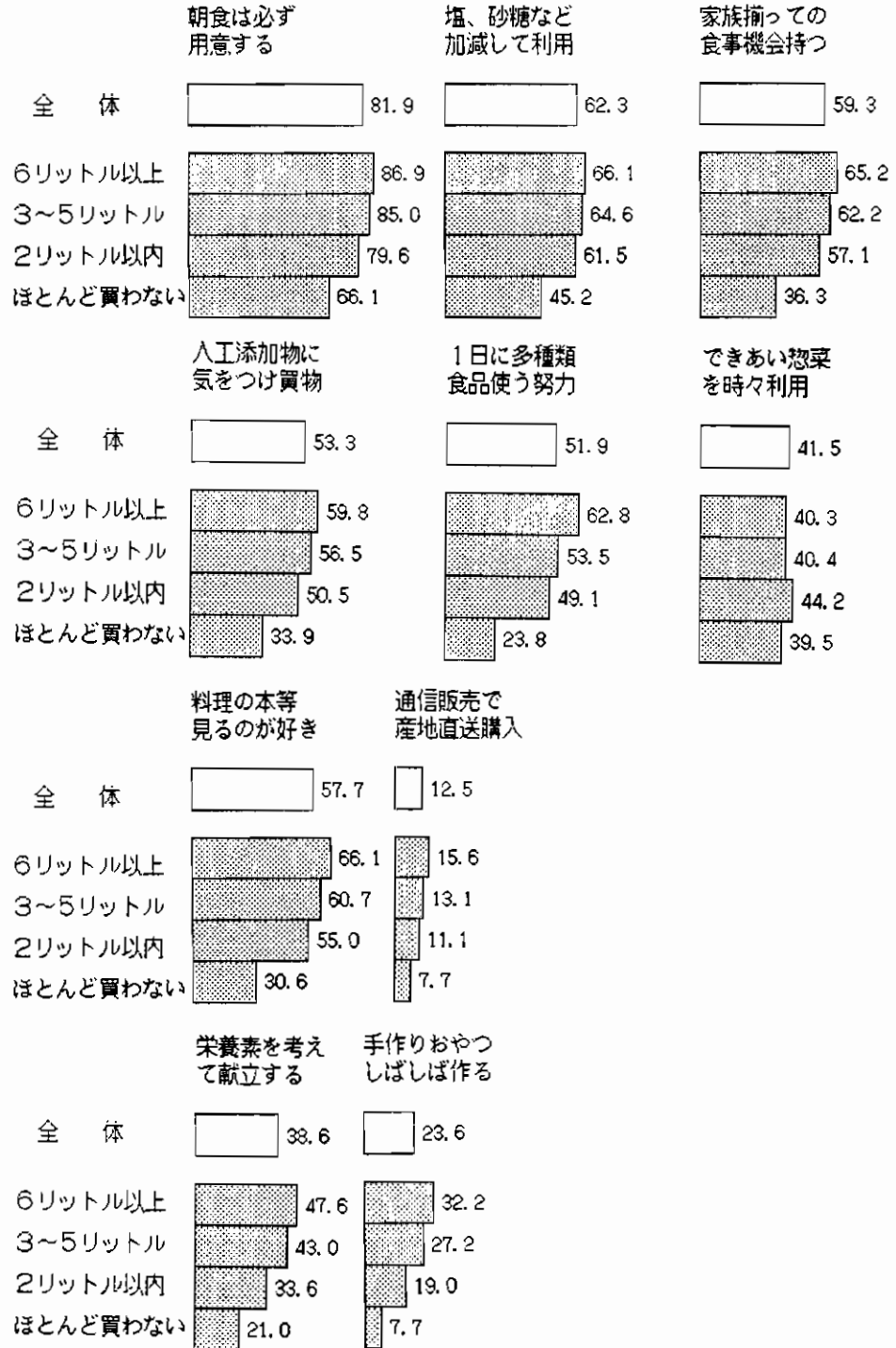
3) 購入量と健康への気くばり

牛乳を多く購入している世帯とそうでない世帯とでは、家族の健康に対する主婦の配慮はどのように異なるのであろうか。主婦に対して、健康に対する配慮と考えられる項目をあげ、「あなたの日頃の生活にあてはまるものが次の中にありますか」という質問で聞いた。

すると、ほとんどの項目において牛乳の購入量の多い世帯ほど家族の健康を気づかっている様子がみられている。

特に、「1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している」は、購入量による差が大きい。つまり、牛乳を購入するということは、健康への気配りの第一歩であると言えるだろう。

図Ⅱ-6 牛乳購入量別健康管理への配慮

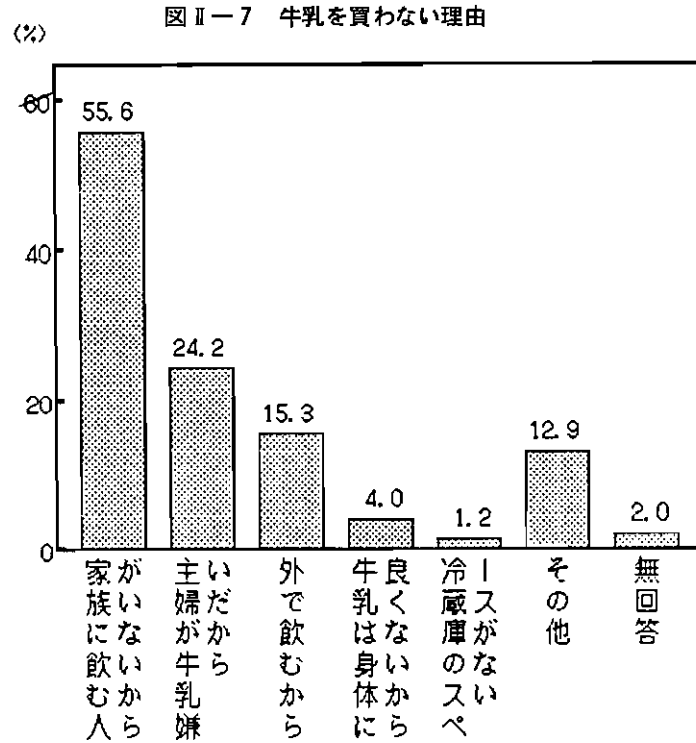


4) 牛乳を買わない理由

牛乳をほとんど買わない人はどうして買わないのだろうか。その理由を聞いた。

すると、家族に「牛乳を飲む人がいない」という理由が最も多く、5割をこえる。

また「主婦が牛乳嫌いだから」という理由も多い。家庭の食生活に対する主婦の嗜好の影響はかなり大きいようだ。「外で飲むから」という理由は小学生以下の子どもを持つ世帯に多い。



表Ⅱ-2 子供の大きさ別牛乳を買わない理由

	全 体	が い な い か ら 家 族 に 飲 む 人	主 婦 が 牛 乳 嫌 い だ か ら	外 で 飲 む か ら	牛 乳 は 身 体 に 良 く な い か ら	冷 蔵 庫 の ス ペ ー ス が な い	そ の 他	無 回 答
全 体	248 100.0	55.6	24.2	15.3	4.0	1.2	12.9	2.0
小学生以下の 子供なし	220 100.0	57.3	24.1	15.0	3.2	0.9	13.2	2.3
小学生以下の 子供あり計	28 100.0	42.9	25.0	17.9	10.7	3.6	10.7	-
○産児	2 100.0	-	50.0	-	-	-	50.0	-
未就学児	11 100.0	36.4	9.1	18.2	27.3	9.1	9.1	-
小学生	15 100.0	53.3	33.3	20.0	-	-	6.7	-

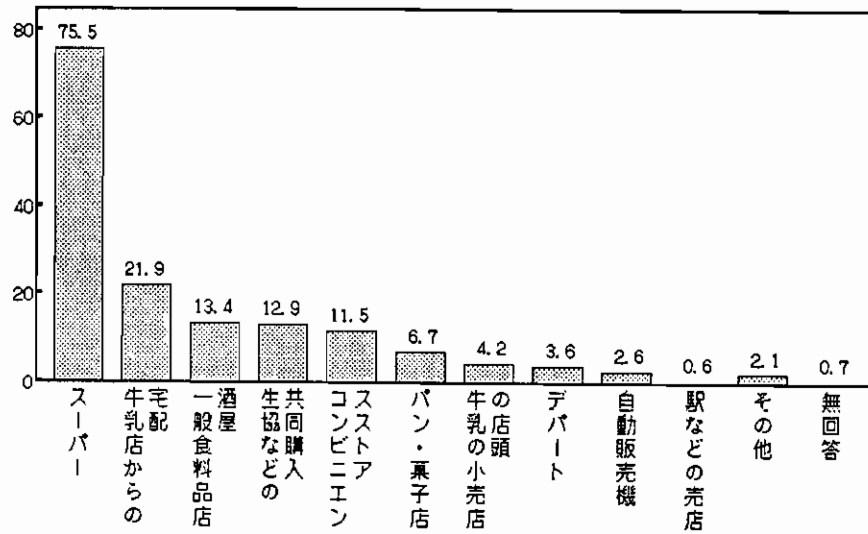
2. 購入場所・売り場の評価

1) 購入場所

牛乳はどんなところで買われているのだろうか。購入場所を聞いたところ75%以上の方がスーパーから購入している。牛乳店からの宅配を用いている人は2割ほどにすぎない。これらの従来の方法に比べ、生協などの共同購入が13%あることが注目される。

これを都市規模別にみると、郡部ではスーパーでの購入率が低く、牛乳店からの宅配を利用している率が高い。牛乳店からの宅配は都市規模が小さくなるほど多くなっているのに対し、逆に都市規模が大きくなるほど利用が多いのはコンビニエンスストアやパン・菓子店である。

図Ⅱ-8 牛乳購入先



表Ⅱ-3 都市規模別牛乳購入先

	全体	スーパー	牛乳店からの宅配	一般食料品店	生協などの共同購入	コンビニエンスストア	パン・菓子店	牛乳の小売店	デパート	自動販売機	駅などの売店	その他	無回答
全体	4393 100.0	75.5	21.9	13.4	12.9	11.5	6.7	4.2	3.6	2.6	0.6	2.1	0.7
12大都市	903 100.0	77.2	16.2	10.6	13.0	△15.7	△9.2	4.9	1.3	3.1	0.8	1.4	0.2
15万以上市	1262 100.0	81.7	16.6	14.0	13.3	13.5	9.4	3.6	5.7	3.2	0.6	2.0	0.6
5万以上市	882 100.0	77.2	20.0	12.6	13.7	9.9	4.9	3.4	3.3	2.7	0.5	1.9	1.2
5万未満市	315 100.0	74.9	26.0	11.7	14.3	7.6	4.1	2.5	4.1	1.6	-	1.0	0.6
郡部	1031 100.0	△65.7	▽33.9	16.2	11.1	7.7	3.7	5.7	3.1	1.6	0.7	3.3	0.6

また、コンビニエンスストアの利用者は単身者や20代以下の若年層に多い。共同購入は、主に専業主婦が利用しており、牛乳の購入量が多い人の利用率が高い。

表Ⅱ-4 主婦の特性及び購入量別牛乳購入先

		全 体	ス ー パ ー	牛 乳 店 か ら の 定 配	一 般 食 料 店	共 同 購 入 の 生 産 者 の 直 売	コ ン ビ ニ エ ン ス ト ア	パ ン ・ 菓 子 店	牛 乳 の 店 頭 の 小 売 店	デ パ ー ト
職 業	全 体	4393 100.0	75.5	21.9	13.4	12.9	11.5	6.7	4.2	3.6
	専業主婦	2425 100.0	76.7	20.9	12.8	6.2	10.1	6.4	4.2	3.8
	有職主婦	1712 100.0	74.7	24.5	14.7	9.3	11.4	7.0	4.3	3.4
	単身・その他	256 100.0	△69.1	14.5	10.5	5.1	23.9	7.8	3.9	2.7
主 婦 年 令	20代以下	496 100.0	△82.9	15.9	12.1	11.1	22.9	8.5	2.4	6.3
	30代	1211 100.0	79.0	22.0	12.7	19.6	11.8	6.9	3.6	2.4
	40代	1361 100.0	77.2	20.4	15.1	13.0	11.3	7.6	3.9	3.8
	50代以上	1311 100.0	67.8	25.9	12.7	7.2	7.0	5.0	5.8	3.4
購 入 量	6リットル 以上	979 100.0	△78.3	△24.6	15.7	5.1	12.9	8.5	4.9	3.5
	3～5 リットル	1506 100.0	77.0	22.4	14.5	6.1	12.0	7.2	3.7	4.7
	2リットル 以内	1649 100.0	74.3	18.6	11.7	9.6	10.8	5.6	4.0	2.9

		全 体	自 動 販 売 機	駅 の 売 店	其 他	無 回 答
職 業	全 体	4393 100.0	2.6	0.6	2.1	0.7
	専業主婦	2425 100.0	2.3	0.5	2.1	0.6
	有職主婦	1712 100.0	2.4	0.5	2.2	0.7
	単身・その他	256 100.0	7.0	1.6	1.6	1.2
主 婦 年 令	20代以下	496 100.0	3.0	0.4	2.2	0.2
	30代	1211 100.0	2.2	0.6	2.1	0.4
	40代	1361 100.0	2.2	0.4	1.6	0.6
	50代以上	1311 100.0	3.2	0.8	2.6	1.0
購 入 量	6リットル 以上	979 100.0	2.3	0.7	3.2	0.2
	3～5 リットル	1506 100.0	2.9	0.4	2.0	0.5
	2リットル 以内	1649 100.0	2.5	0.7	1.8	0.4

グループインタビューの中では、購入チャネルについて次のような意見が聞かれた。

ケースⅡ-1 シニア女性

F メーカーに限られますよ、配達する牛乳屋は。だから自分の欲しい牛乳は、スーパー(52才) (嫌い) に行っても買うしかありません。

N いつでも好きなときに買えるという意味ですよ、スーパーは。(54才) (好き)

司会 やっぱり自分でいろんな種類の牛乳を選びたいという感じですか。

F うちなんか毎日配達だと余ってくるんですね、どんどん。もったいないので、要るときに買うという、それが一番ですね。それに集金が来ますので、いないとき来たり面倒だから自分で買うほうがいい。

Y 必要なときに、必要な分だけ、好きな値段で買ったほうがね。うちの近所でもとって(54才) (嫌い) らっしゃるお家というのは、何軒かないこともないんですよ、マンションの場合には。でも私の並びにはいない。引越する前の所では何人か、赤ちゃんがあるお家なんか見かけましたが、現在の所では一軒もないような気がしますね。

宅配の牛乳を欲しいという声はあるが、専業主婦にとっては宅配は持ち運びをしなくてよいかもしれないが、集金の手間を考えるとあまり好ましくないようだ。それより、好きなものを好きな時に必要な分だけ買えることでスーパーを好んでいる。

2) 購入時点で気をつけていること

牛乳を購入する時気をつけていることとして一番多くの人からあげられたのは「製造年月日」であり、91%であった。

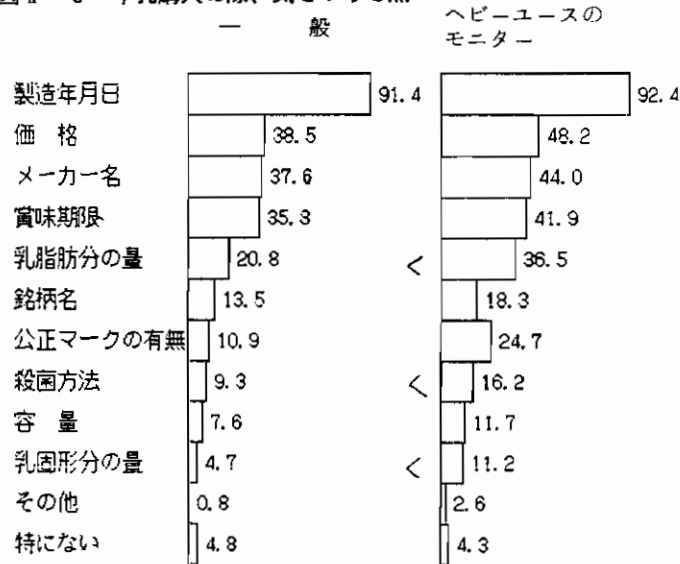
次いで「価格」「メーカー名」「賞味期限」と続く。牛乳の成分や味は上位にはランクされていない。牛乳は、メーカーに対する信頼が厚く、価格訴求的な商品として意識されていることがわかる。

ヘビーユースのモニターと一般の人とを比較すると、モニターの方が乳脂肪分や乳固形分量などについても、より関心が強いことがわかる。

牛乳の製法内容にまで気を配っていることがうかがえる。

都市規模による差に着目してみると、大都市の方が乳脂肪分の量、メーカー名などにも関心を持つ率が高いという傾向がみられる。

図Ⅱ-9 牛乳購入の際、気をつける点



表Ⅱ-5 都市規模別牛乳購入の際、気をつける点

	全 体	製 造 年 月 日	価 格	メ ー カ ー 名	賞 味 期 限	乳 脂 肪 分 の 量	銘 柄 名	「 ク ッ プ い て ま か 公 正 マ ー ク 」 の 有 無	殺 菌 方 法	容 量	乳 固 形 分 の 量
全 体	4393 100.0	91.4	38.5	37.6	35.8	20.8	13.5	10.9	9.3	7.6	4.7
12大都市	903 100.0	89.7	38.8	41.2	33.8	22.5	15.7	10.3	8.9	8.3	4.1
15万以上市	1262 100.0	92.8	39.7	37.6	38.7	22.6	14.9	10.5	10.6	8.2	5.9
5万以上市	882 100.0	92.0	40.9	39.1	35.6	21.9	12.6	11.8	9.9	6.9	5.4
5万未満市	315 100.0	93.7	35.6	26.7	30.8	17.1	12.4	8.9	9.2	4.4	3.8
郡部	1031 100.0	90.2	35.5	36.3	35.6	17.3	10.8	11.8	7.7	7.7	3.4

	全 体	そ の 他	特 に な し
全 体	4393 100.0	0.8	4.8
12大都市	903 100.0	1.4	4.1
15万以上市	1262 100.0	0.6	3.4
5万以上市	882 100.0	0.7	5.0
5万未満市	315 100.0	1.3	4.1
郡部	1031 100.0	0.3	7.1

グループインタビューから購入時点の問題に関する声をひろってみよう。

ケースⅡ-2 ミドル女性

司会 安い日にまとめて買ったりますか？

K (36才) 私は、あまり値段は気にしないで買っちゃいますけど。あんまり高いのは買いません
(嫌い) が、大体200円前後なら買います。

T (40才) 私は安い牛乳買ってきます。が飲みますし、多いときは4本ぐらい買って3日ぐ
(嫌い) らいでなくなっちゃうから。宅配もとってますし、まとめ買います。

H でもスーパーなんかは閉店間際に行くと牛乳でもお値段ぐっと下げて出てますね。

司会 安いからたくさん買うというものでもないのかしら。

H 牛乳の場合はそうですね。

(37才)
好き

K なるべく日付の新しいのを買いたいと思います。

ケースⅡ-3 シニア男性

S (63才) いろいろありますよスーパーへ行けば。ただその中でね、たとえば私の場合は飲んで
好きのま
ない) いた頃は、選択の第一条件は新しくて安いやつを飲んだということです。

通常飲む場合は----- 僕の場合はですよ。まず新鮮で値段がやすいもの、これ探す
わけです。

Og (66才)
好き

日付は一応見ますね。たとえばあいうストアへ行きますと日にちがたって売れ残っ
ているやつを前面に置いてあるわけですよ。比較的新しいのは奥に置いてあります。だ
から必ず奥のほうへ手を伸ばして持ってきますわね、それは常識だね。しかし、中の表
示を見て脂肪がどうかはもう関係ないというか。差はないと思いますから銘柄によ
って。

O k (50才)
好き

それは一緒なんだね、やっぱり----- 鮮度は気にするんですね。大体1週間ぐら
いしかもたないというのも表示されていなかったかしらね。

O g 賞味期間というのが書いてありますね。

O k ええ、1週間ぐらいいんですよ。保存期間を逆算して、それ確かにありますね。

男性と女性と比べると、やはり女性の方が価格意識が強い印象を受ける。
しかし、シニア男性でもミドル女性と同じ位、購入時にいろいろなことを考
えていることがわかる。

3) 売り場の評価

では牛乳の売り場はどんな雰囲気であると受けとられているのだろうか、売り場の評価をみてみよう。

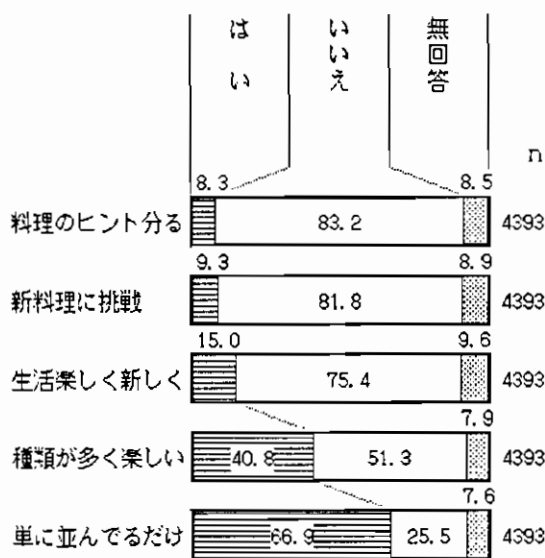
牛乳売り場は「料理のヒントがわかるようになって」いたり「何か新しい料理に挑戦したくなるような雰囲気がある」とは評価されておらず、「単に牛乳や乳製品が並べてあるだけで、雰囲気らしいものは何もない」という評価が7割を占める。

スーパー、コンビニエンスストア、一般食品店、デパート等に対しては「単に並べてあるだけ」という声が高く、パン・菓子店やデパート、牛乳の小売店には、新しい雰囲気を感じている人がやや多い。とは言え、それも数パーセントに過ぎない。店の中に料理のヒントとなるようなパンフレットやカードを置いたり、新しい料理の紹介などを進めていくような工夫が求められている。

表Ⅱ-6 購入先別牛乳売場の雰囲気

単に牛乳や乳製品が並べてある

図Ⅱ-10 牛乳売場の雰囲気



	全 体	はい	いいえ	無 回 答
全 体	4393 100.0	66.8	25.5	7.6
スーパー	3316 100.0	71.3	23.8	4.9
コンビニエ ンスストア	503 100.0	71.2	25.6	3.2
一般食品店 酒屋	588 100.0	70.6	24.8	4.6
パン・菓子店	295 100.0	68.1	26.1	5.8
デパート	158 100.0	73.4	22.8	3.8
生協などの 共同購入	565 100.0	66.5	28.0	5.5
牛乳の小売店 の店頭	186 100.0	62.4	29.6	8.1
牛乳店からの 宅配	964 100.0	58.7	28.0	13.3
自動販売機	114 100.0	60.5	35.1	4.4
駅などの売店	26 100.0	73.7	23.1	3.8
その他	92 100.0	66.3	22.8	10.9
無回答	29 100.0	37.9	17.2	44.8

a 料理のヒントがわかる

	全 体	はい	いい え	無 回答
全 体	4393 100.0	8.3	83.2	8.5
スーパー	3316 100.0	8.4	85.9	5.7
コンビニエ ンスストア	503 100.0	8.0	89.1	3.0
一般食料品店 酒屋	588 100.0	8.2	86.2	5.6
パン・菓子店	295 100.0	11.2	84.4	4.4
デパート	158 100.0	9.5	85.4	5.1
生協などの 共同購入	565 100.0	11.9	81.1	7.1
牛乳の小売店 の店頭	186 100.0	12.9	76.3	10.8
牛乳店からの 宅配	964 100.0	7.7	78.8	13.5
自動販売機	114 100.0	15.8	78.1	6.1
駅などの売店	26 100.0	7.7	84.6	7.7
その他	92 100.0	8.7	81.5	9.8
無回答	29 100.0	6.9	44.8	48.3

b 新しい料理に挑戦してみたい

	全 体	はい	いい え	無 回答
全 体	4393 100.0	9.3	81.9	8.9
スーパー	3316 100.0	9.2	84.7	6.1
コンビニエ ンスストア	503 100.0	7.8	88.9	3.4
一般食料品店 酒屋	588 100.0	8.5	85.0	6.5
パン・菓子店	295 100.0	12.9	82.0	5.4
デパート	158 100.0	12.0	82.3	5.7
生協などの 共同購入	565 100.0	9.9	83.0	7.1
牛乳の小売店 の店頭	186 100.0	14.0	74.7	11.3
牛乳店からの 宅配	964 100.0	10.0	76.6	13.5
自動販売機	114 100.0	11.4	82.5	6.1
駅などの売店	26 100.0	3.8	84.6	11.5
その他	92 100.0	7.6	82.6	9.8
無回答	29 100.0	6.9	44.8	48.3

c 生活を楽しく新しくさせる

	全 体	はい	いい え	無 回答
全 体	4393 100.0	15.0	75.4	9.6
スーパー	3316 100.0	15.5	77.7	6.8
コンビニエ ンスストア	503 100.0	17.5	78.7	3.8
一般食料品店 酒屋	588 100.0	16.8	77.0	6.1
パン・菓子店	295 100.0	19.3	75.3	5.4
デパート	158 100.0	20.3	74.1	5.7
生協などの 共同購入	565 100.0	14.5	77.7	7.8
牛乳の小売店 の店頭	186 100.0	21.5	68.3	10.2
牛乳店からの 宅配	964 100.0	14.6	70.7	14.6
自動販売機	114 100.0	21.9	73.7	4.4
駅などの売店	26 100.0	26.9	57.7	15.4
その他	92 100.0	16.3	72.8	10.9
無回答	29 100.0	6.9	41.4	51.7

e 種類が豊富にあり、選ぶ楽しさ

	全 体	はい	いい え	無 回答
全 体	4393 100.0	40.8	51.3	7.9
スーパー	3316 100.0	45.8	49.3	4.9
コンビニエ ンスストア	503 100.0	45.9	50.7	3.4
一般食料品店 酒屋	588 100.0	△37.2	57.0	5.8
パン・菓子店	295 100.0	45.8	50.8	3.4
デパート	158 100.0	49.9	45.6	5.1
生協などの 共同購入	565 100.0	38.1	55.0	6.9
牛乳の小売店 の店頭	186 100.0	43.0	46.2	10.8
牛乳店からの 宅配	964 100.0	38.3	48.7	13.1
自動販売機	114 100.0	48.2	47.4	4.4
駅などの売店	26 100.0	42.3	46.2	11.5
その他	92 100.0	30.4	59.8	9.8
無回答	29 100.0	20.7	31.0	48.3

3. 価格意識

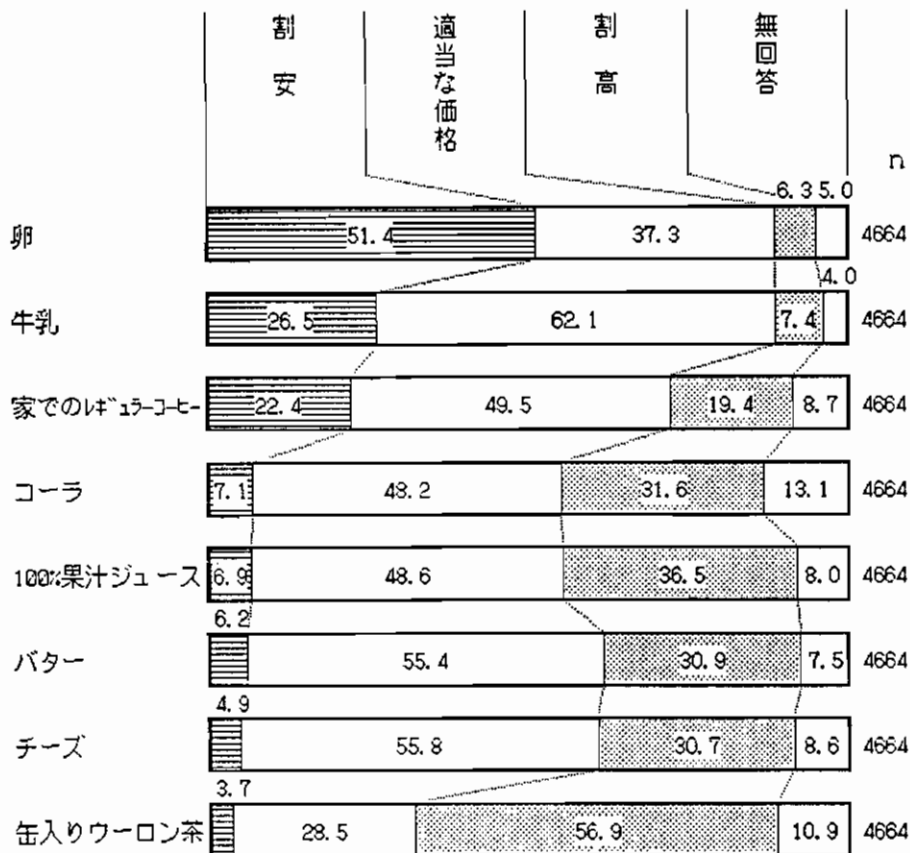
牛乳の価格を栄養やおいしさ楽しさなどを考えあわせた上で、他の7つの食品と比較してみた。

すると、この中では卵に対して割安感をもつ人が最も多く半数の人は割安だと考えていた。牛乳については割安と考える人は卵に次いで多く、4人に1人である。また、60%の人は適当な価格であると考えている。バターやチーズは牛乳に比べ割安と考える人が少ない。5割の人が適当な価格であると答えているが、3割の人は割高と答えている。

さらに牛乳について詳しくみると、牛乳を割安と考える人は一般の人よりもヘビーユースのモニターで多い。

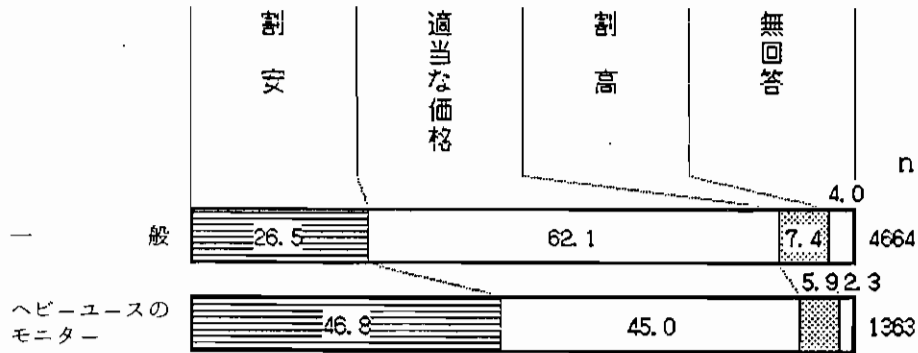
また、一般の人の中でも購入量が多いほど割安感を持つ人は多い。割高感を持つ人は牛乳購入量の少ない人でも多い人でもあまり変わらない。

図II-11 価格について

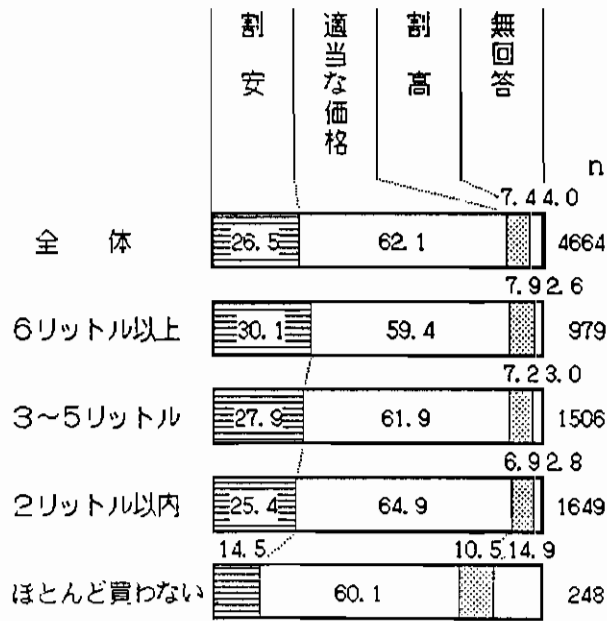


牛乳の価格は現状でほぼ適当であると感じる人が多いことから、価格を下げることによって購入量の増加をめざすより他の要因（産地、成分）による差別化をめざすべきであろう。

図Ⅱ-12 牛乳の価格について



図Ⅱ-13 飲用量別牛乳の価格評価



グループインタビューより意見をみてみよう。

ケースⅡ-4 シニア女性

- 司会 やっぱ安いとパッと買っちゃいたいと思いますか。
- I うんと買います。うれしくなっちゃう。
- (57才好き)
司会 Iさんのお宅はたくさん使うからですよ。それでもおいしいのじゃなきゃいやなんですよ。
- I そうそう。だから生協のが好きだから。いちばん牛乳って感じだから —。
- (中略)
- F もっと値段が安くなればみんな……………。
- (52才嫌い)
司会 高いんだ、今は。
- Y 私は高いとは感じたことないですね。
- (54才嫌い)
I 私も高いとは思っていない。
- F 高くはないけど、外国から見たらまだ高いらしいですよ。
- M 安いかわからないけど、その分おいしかったらね。いいものが安ければいいと思う。
- (50才嫌い) いいものを納得のいく値段で売ってくればそれが一番の宣伝ですよ。

ケースⅡ-5 シニア男性

- S だけど、僕は牛乳よりミネラルのほうが高いというのは、よくわからないんですよ。
- (63才好き
のまない) 牛乳のほうが安いでしょう。これ今1本幾らですか200円しないでしょう。ミネラルで1リッターというとなら500円ぐらいになるんじゃないですか。こっちは飼料やって牛を世話して、その上ミネラルより安いというのはどうもよくわからない。
- O k 牛乳は安んじゃないですか。野菜ジュースより多分安いでしょう。トマトジュース
- (50才好き) のほうが少し高いでしょう。
- O g 卵なんかもそうですね。全然値段変わらなんでしょう。
- (66才好き)
S 変わりませんね、あれは成功しましたね。
- O g もう20～30年変わっていないですね、卵の値段は。

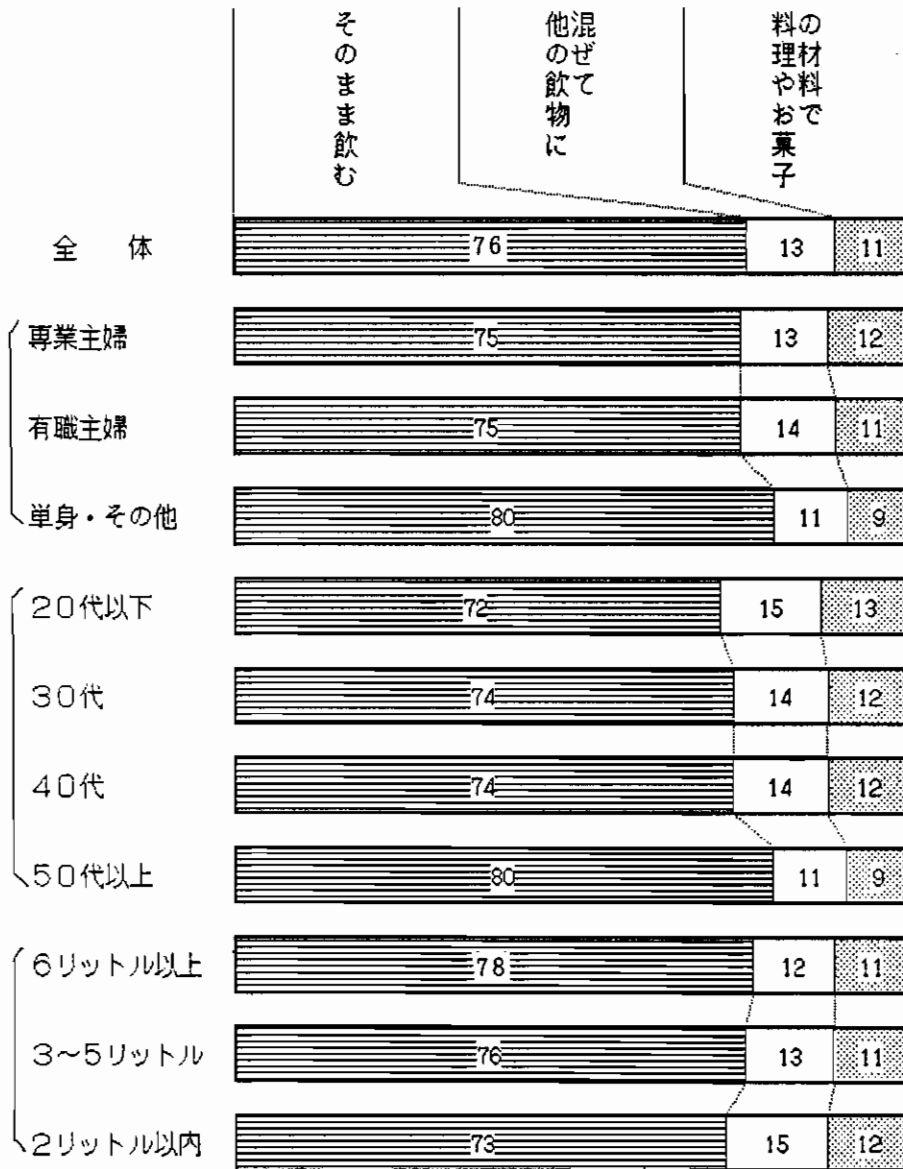
やはり正直な話、安いものがあればうれしいというのが主婦の本音だろう。しかし、現在の平均価格(200円位/ℓ)を特に高く感じてはいない。むしろ差別化され、個性のある商品ならもう少し高くなっててもかまわないという傾向さえ出ている。

Ⅲ 食べる牛乳

1. 飲食の割合

世帯あたりの牛乳の消費のしかたを「そのまま飲む」「コーヒー、紅茶、ココアなど他のものと混ぜて飲む」「料理やお菓子の材料として使う」の3つに分けて、その計が10割になるように飲用と食用の割合を聞いた。すると全体の平均としては「そのまま飲む」が76%、「他の飲みものと混ぜて飲む」が13%、「料理やお菓子の材料として」が11%と圧倒的にそのまま飲む割合が高い。

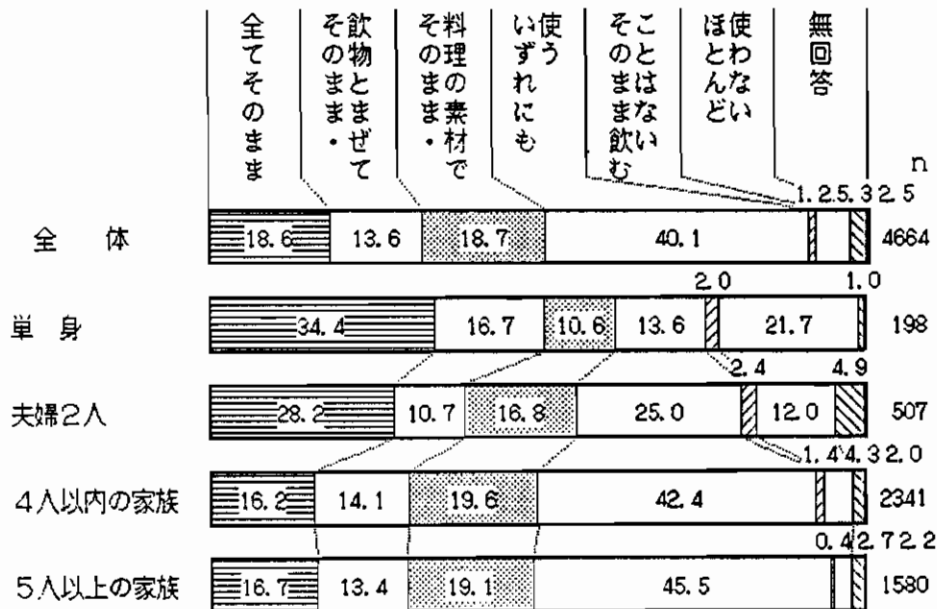
図Ⅲ-1 牛乳の摂り方の割合



牛乳の摂り方の3つの方法を組み合わせてパターンを作り、そのパターン分布をみた。すると、単身者では料理に使ったり、他の飲みものと混ぜて飲む人は少なく、3分の1の人は全てそのまま飲むという形で消費している。

家族人数が増えるほど、牛乳の使い方はバラエティー豊かである。また地域別にみると関東地方の人はバラエティーに富んだ使い方をしている。

図Ⅲ-2 家族人数別牛乳の摂り方



表Ⅲ-1 地域別牛乳の摂り方

	全体	全てそのまま	そのまま・飲物とまぜて	そのまま・料理の素材で	いずれにも	そのまま飲み	ほとんどない	無回答
全体	4664 100.0	18.6	13.6	18.7	40.1	1.2	5.3	2.5
北海道	227 100.0	15.0	14.1	21.6	39.6	0.4	5.7	3.5
東北	384 100.0	24.7	11.2	20.3	△29.7	0.5	7.8	5.7
関東	1354 100.0	16.2	13.7	17.3	46.0	1.1	3.8	1.9
中部	906 100.0	22.0	13.2	21.2	36.2	0.9	5.2	1.3
近畿	760 100.0	19.5	15.8	16.7	39.5	1.8	5.5	1.2
中国	341 100.0	14.1	15.8	18.5	44.0	1.5	4.7	1.5
四国	146 100.0	21.2	19.2	16.4	△31.5	1.4	6.2	4.1
九州	546 100.0	16.7	9.7	19.0	40.5	1.6	7.3	5.1

2. 牛乳料理飲食頻度（個人ベース）

牛乳を使った料理や飲みものの中で最も頻ぱんに食されているものは「牛乳を使った飲みもの」、つまりココア、カフェオレ、ミルクティーなどである。

12%の人がほとんど毎日飲んでいる。

牛乳を使った料理をほとんど毎日食べる人はごくわずかであり、週に1回程度から月に数回という人が多い。

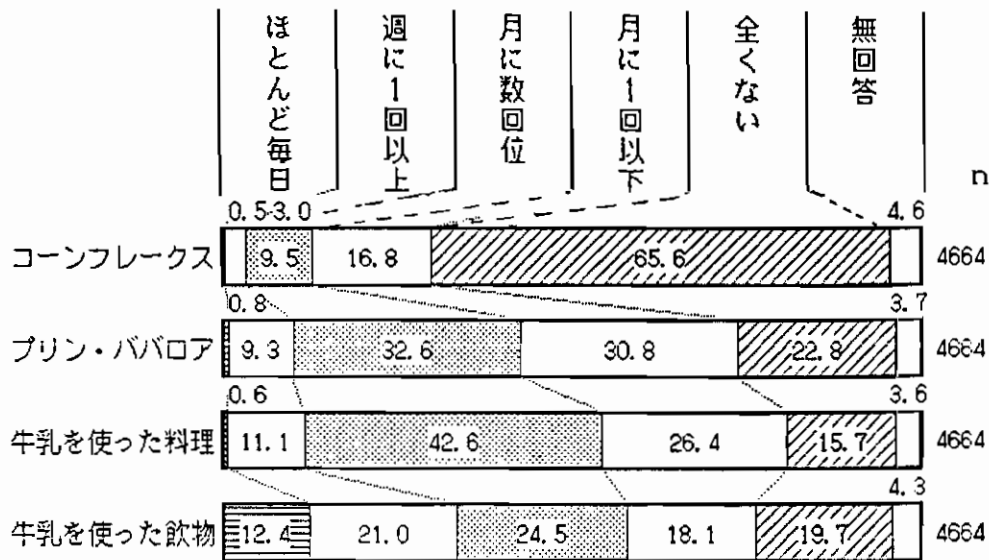
プリンやババロアなどの牛乳を使ったお菓子を食べる頻度は牛乳を使った料理の場合よりやや低い。

コーンフレークスの食用頻度はかなり低く、全く食べないという人が3分の2を占める。コーンフレークスは季節性の高い食品であるため、暑い季節であればもう少し頻ぱんに食べられていたかもしれない。（今回の調査は10月）

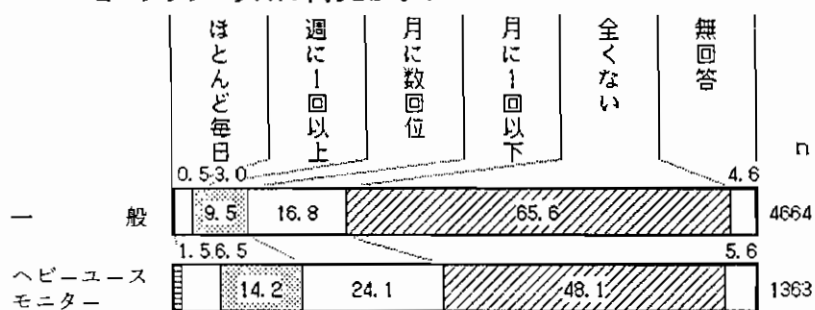
これらの食用頻度をヘビーユースのモニターと比べてみると、どの食べ方でもモニターの方が頻度が高い。特に牛乳を使ったお菓子や料理の頻度の高さが目立っている。

牛乳の消費量の拡大のためには、料理やお菓子づくりを推進していくことが望ましいだろう。

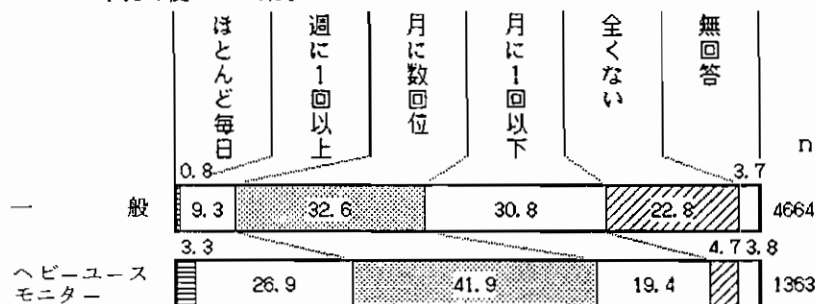
図Ⅲ-3 牛乳料理の飲食頻度



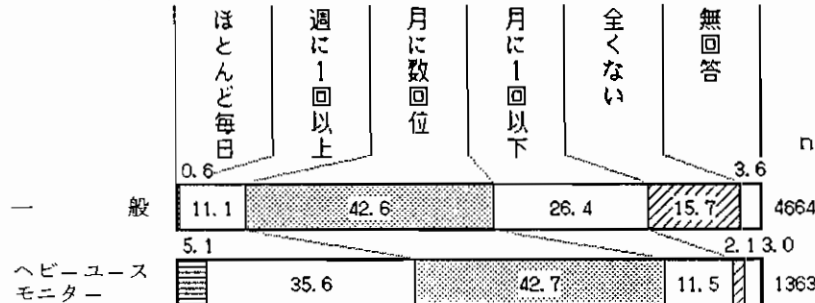
図Ⅲ-4 牛乳料理の飲食頻度
コーンフレークスに牛乳をかけて



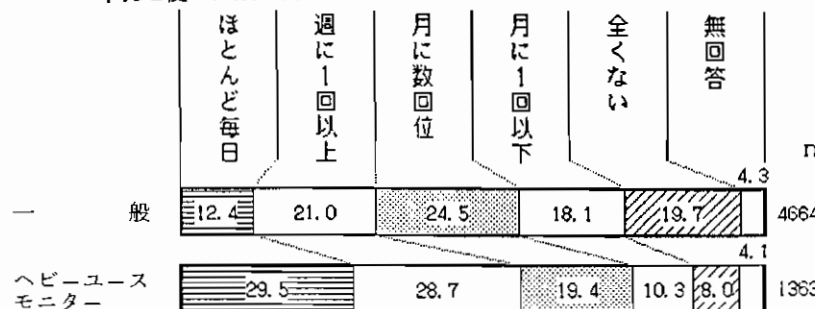
牛乳を使ったお菓子



牛乳を使った料理



牛乳を使った飲み物

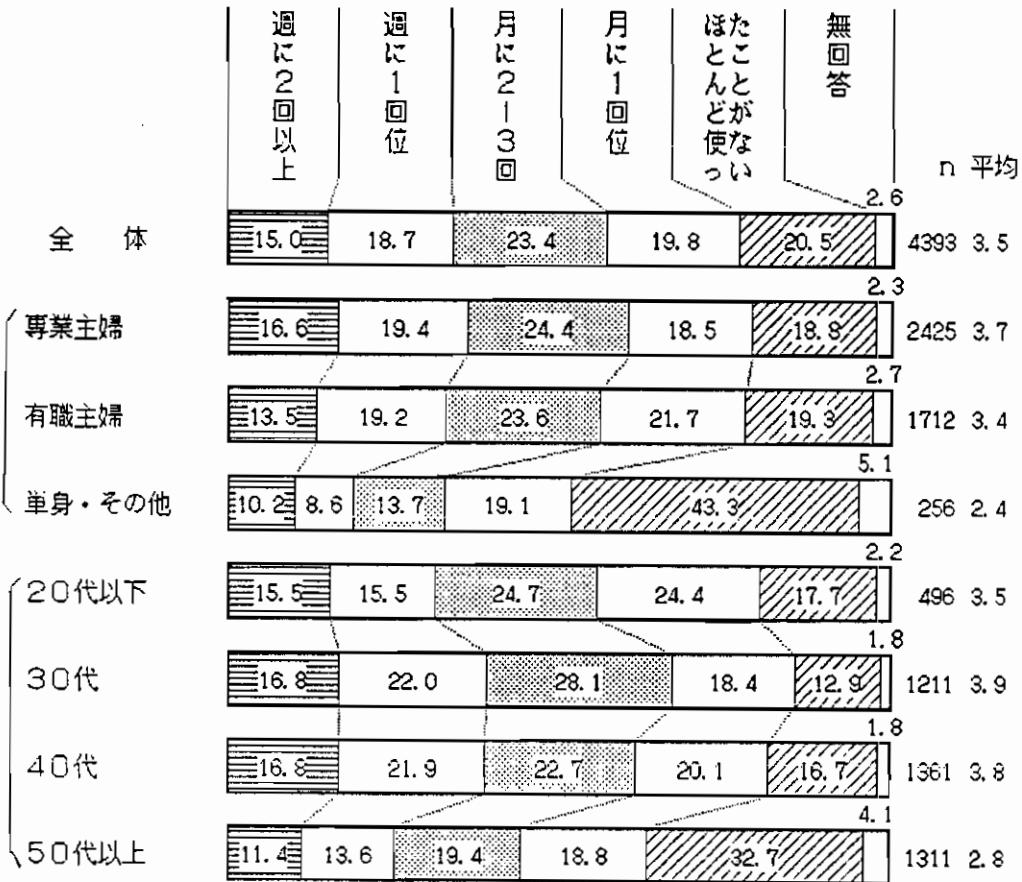


3. 料理に使う頻度と使わない場合の理由

では、もう一度世帯単位にもどり、牛乳を料理に用いる頻度をみよう。週に1回以上使っている家族は3世帯に1世帯の割合である。専業主婦の世帯と有職主婦の世帯では頻度に差がないが、単身世帯での使用頻度がかなり低い。また、主婦が20代より30～40代の使用頻度が高く、50代以上の率が低い。高齢層へ向けてのアピールが検討課題である。

牛乳を料理にほとんど使ったことのない人にその理由を問うと、「そのまま飲んだ方がおいしい」という答えが最も多かったが、「料理をするのがめんど

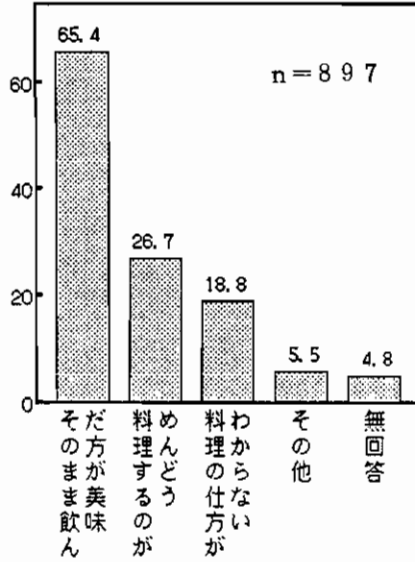
図Ⅲ-5 主婦特別牛乳を料理に使う頻度



う」「料理のしかたがわからない」という声も少なくはない。

「料理のしかたがわからない」は主婦の年齢が上がるほど多く、「料理をするのがめんどろ」はやや若い主婦にみられる。若い人にも、高齢の人にもわかりやすい、簡単な料理の紹介をもっと活発に展開していくことが望まれる。

図Ⅲ-6 料理に牛乳を使わない理由



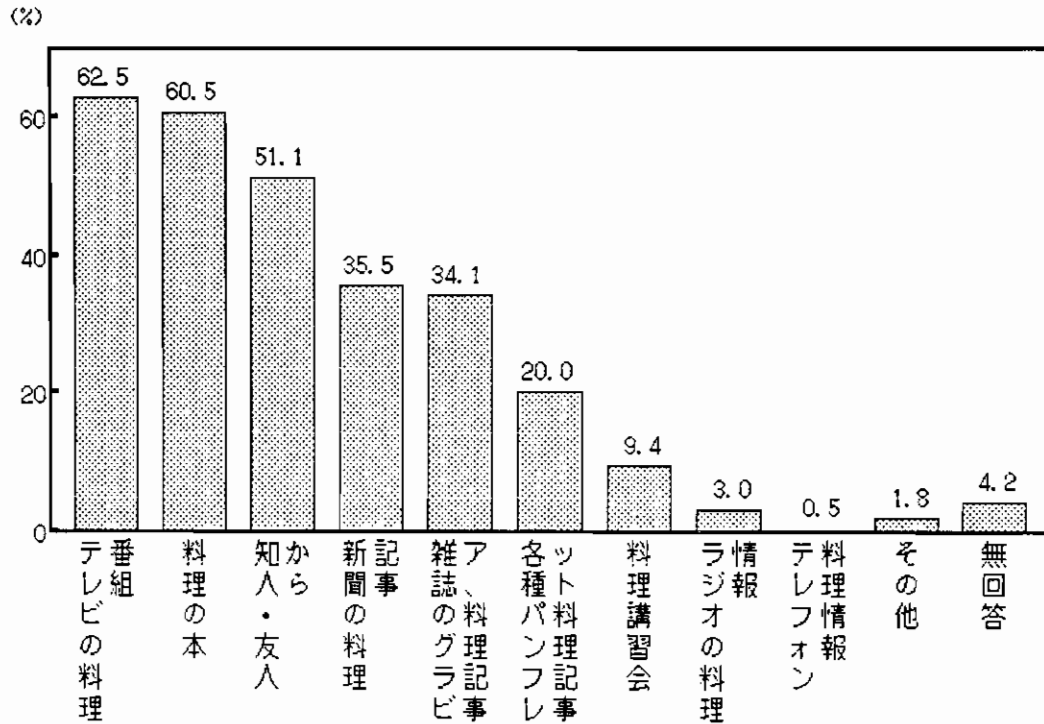
表Ⅲ-2 主婦特性別料理に牛乳を使わない理由

	全 体	その方が 美味しく 飲める	めんどろ にするのか	料理の仕 方がわか らないか	その他	無 回 答
全 体	899 100.0	65.4	26.7	18.8	5.5	4.8
専業主婦: 20代以下	29 100.0	58.6	△27.6	10.3	10.3	-
30代	77 100.0	66.2	23.4	14.3	10.4	7.8
40代	82 100.0	63.4	22.0	15.9	2.4	7.3
50代以上	269 100.0	▽70.3	19.3	▽18.2	5.2	5.6
有職主婦: 20代以下	20 100.0	60.0	30.0	15.0	5.0	20.0
30代	65 100.0	56.9	35.4	13.8	6.2	1.5
40代	132 100.0	65.9	30.3	9.7	6.1	-
50代以上	114 100.0	▽72.8	29.8	19.3	5.3	3.5
单身・その他: 20代以下	39 100.0	46.2	53.8	23.1	-	5.1
30代	14 100.0	78.6	28.6	71.4	-	7.1
40代	13 100.0	38.5	23.1	38.5	7.7	-
50代以上	45 100.0	57.8	28.9	20.0	4.4	8.9

4. 料理情報の入手経路

牛乳を料理に使わない理由で「料理のしかたがわからない」があげられたが、主婦はどんなところから料理の情報を得ているのであろうか。よく利用しているものをいくつかでも答えてもらった。

図Ⅲ-7 料理情報経路



最も多くの人々が料理情報を得ている媒体は「テレビの料理番組」である。「料理の本」という人も6割と多い。この2大マス媒体に比べ、「知人・友人から」というクチコミも5割と多いことが注目される。「各種パンフレットの料理記事」の利用者も2割ほどある。

売り場に牛乳を使った料理のパンフレットを置くことなど、牛乳料理の幅を広げてもらうようなPR作戦を検討してはどうだろうか。

牛乳の購入量の多い人や牛乳を料理に利用する頻度の多い人はいろいろな経路の料理情報をよく利用している。つまり、牛乳の購入量が多い世帯の主婦ほど料理づくりに関心が高いということを示唆している。

表Ⅲ-3 牛乳購入量別料理情報経路

	全 体	テ レ ビ の 料 理	料 理 の 本	知 ら ぬ 人 ・ 友 人	新 聞 の 料 理	ア ラ ブ の ク ラ ブ	各 種 パ ン フ レ	料 理 博 覧 会	ラ ジ オ の 料 理	テ レ ビ の 料 理	其 他	無 回 答
全 体	4664 100.0	62.5	60.5	51.1	35.5	34.1	20.0	9.4	3.0	0.5	1.8	4.2
6リットル 以上	979 100.0	△67.5	△68.6	△54.9	43.7	39.1	23.8	12.4	2.6	0.3	1.8	2.3
3～5 リットル	1506 100.0	64.3	65.3	52.9	37.5	36.3	21.0	10.1	3.6	0.7	1.7	3.2
2リットル 以内	1649 100.0	60.8	57.1	48.9	33.0	33.6	18.4	8.1	3.0	0.5	1.5	4.1
ほとんど 使わない	248 100.0	45.2	29.0	43.1	17.7	19.4	12.1	3.6	1.6	-	4.4	11.7

表Ⅲ-4 牛乳を料理に利用する頻度別料理情報経路

	全 体	テ レ ビ の 料 理	料 理 の 本	知 ら ぬ 人 ・ 友 人	新 聞 の 料 理	ア ラ ブ の ク ラ ブ	各 種 パ ン フ レ	料 理 博 覧 会	ラ ジ オ の 料 理	テ レ ビ の 料 理	其 他	無 回 答
全 体	4393 100.0	63.7	62.3	51.6	36.6	35.1	20.6	9.8	3.1	0.5	1.6	3.6
週に4回以上	189 100.0	△68.3	70.9	54.5	46.6	45.0	33.3	16.4	3.7	2.1	1.6	2.6
週に2～3回	471 100.0	67.7	△77.7	△57.5	48.6	46.5	28.5	15.5	5.5	0.4	1.7	1.1
週に1回位	820 100.0	67.6	69.5	56.2	44.3	38.7	23.9	11.8	2.3	0.6	2.1	1.7
月に2～3回	1030 100.0	67.1	69.1	54.2	38.2	40.0	22.3	11.2	3.5	0.3	1.0	2.0
月に1回位	869 100.0	63.2	61.9	48.9	34.8	33.9	18.6	6.2	2.8	0.6	1.0	2.3
ほとんど使 わない	893 100.0	55.1	40.6	44.5	23.0	21.2	11.3	6.0	2.4	0.2	2.8	8.3

料理情報の入手経路についてグループインタビューでは次のような意見がみられた。

ケースⅢ-1 ミドル女性

- 司会 お料理の情報とかはどういうところで得るんですか。
- T お友達の家でごちそうになったり、外食をしたりとか。
(40才嫌い)
- N 私は水曜日にボーリングやってるんですが、みんなでボーリング終わった後持ち寄る
(45才好き) んですよ。そのときに料理の仕方とかの情報交換をします。あと生協の試食会とか。
- H 生協の注文書にも簡単なのが載ってます。こういうお料理の仕方があるのかなという
(37才好き) 参考になるようなことも出てますので。
- O うちでとってる牛乳は、牛乳を使った料理がそのパックに載ってるんです。それは何
(39才嫌い) か月かで変わるみたいです。カッテージチーズの作りかたではレモンを入れるとか、牛乳とニラを使った牛乳雑炊とか。
- H スーパーにも料理用のカードが出ますね。ご自由にお取りくださいって。それは周期的に6種類ぐらいのお料理が変わるんですね。それを子供に持ってきてもらって、できそうなのはそれで試みてみたりしています。
- 司会 新しい本買ったりしないで上手にやってますね。
- M うちには買います。ほとんどお料理番組見てるんです。だからノートがたまってくる
(38才好き) んです。おいしいというから真似をして作るとそうでもないのがありますが、でもこんなものでというのがすごくおいしかったり。

このように、ある程度主婦業にも習熟してくると必ずしも本だけに頼らず、友人や知人に聞いたり、料理カードを使ったりなどクチコミの効果、ミニコミの効果も大きいと推察される。

5. 料理法

牛乳を使った料理ではどんな料理が多くつくられているのだろうか。最も多くの人を作っているメニューは「スープ・シチュー・カレー」である。

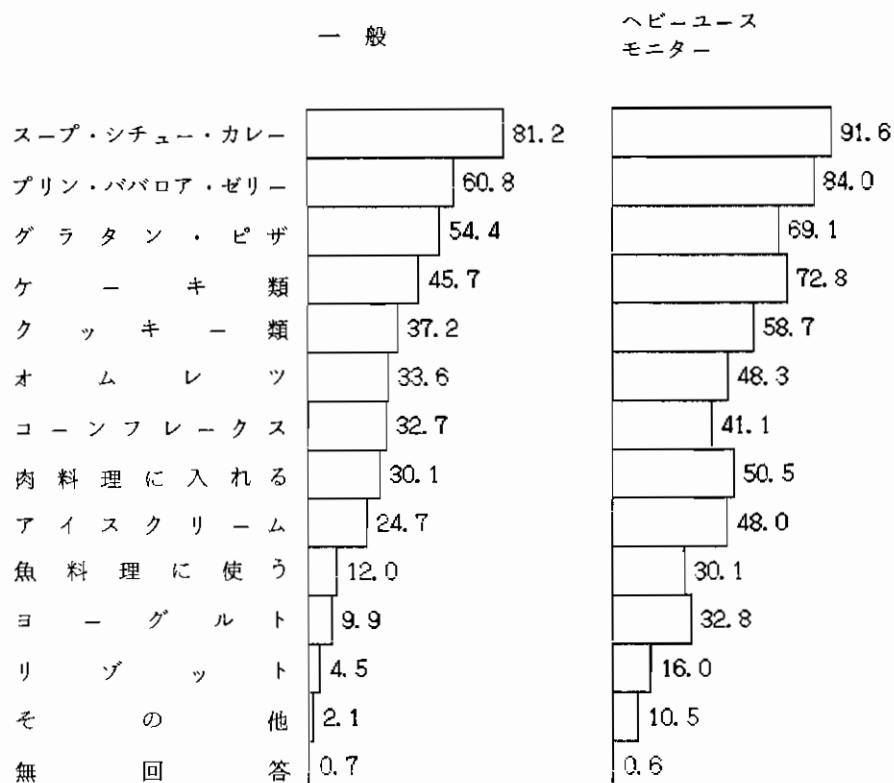
グループインタビューでも、牛乳が余ると牛乳でスープを作るという声が聞かれた。(ケースⅢ-2)

スープなどは、牛乳を料理に使う頻度が少ない人でもよく作っているメニュー

ーである。「プリン・パバロア・ゼリー」などの冷菓もよく作られている。

牛乳の消費量が少ない世帯や牛乳料理をする頻度が低い世帯では、あまりいろいろなメニューは作られていない。

図Ⅲ-8 作ったことのある牛乳料理



グラタンやピザを作ったことのある主婦の比率は加齢と共に低下する。

魚料理や肉料理に牛乳を使ったことのある人の率が20代の主婦で低い。

表Ⅲ-5 主婦年令別・牛乳を料理に利用する頻度別作ったことのある牛乳料理

	全 体	ス ト リ ン ・ カ レ イ	プ ロ テ ン ・ ゼ リ ン	グ ラ ン ド ・ ラ イ ン	ケ ー キ 類	ク マ キ 類	オ ム レ ッ	ク ラ ム ・ フ レ イ	入 れ る 肉 料 理 に
全 体	3379 100.0	81.2	60.8	54.4	45.7	37.2	33.6	32.7	30.1
20代以下	397 100.0	80.6	68.8	59.9	49.4	38.8	39.5	33.5	△19.9
30代	1033 100.0	86.0	67.8	60.3	51.1	40.4	38.1	37.6	31.3
40代	1109 100.0	81.4	62.9	54.6	48.2	42.9	30.7	36.0	31.9
50代以上	829 100.0	75.5	△45.1	▽43.8	△34.0	△25.0	29.3	△21.8	31.4
週に2回以上	660 100.0	85.5	71.5	68.3	59.7	48.3	48.8	49.8	42.1
週に1回位	820 100.0	86.0	66.3	58.7	50.1	41.1	38.0	37.1	33.3
月に2~3回	1030 100.0	83.8	60.4	56.4	41.7	34.8	30.2	28.4	28.2
月に1回位	869 100.0	70.4	48.0	37.4	35.7	28.0	22.1	20.5	20.3

	全 体	ア ク リ ム ・ ア イ ス	魚 料 理 に 使 う	ヨ グ ル ト	リ ッ ツ ト	そ の 他	無 回 答
全 体	3379 100.0	24.7	12.0	9.9	4.5	2.1	0.7
20代以下	397 100.0	△19.1	△7.8	8.6	6.8	3.0	0.3
30代	1033 100.0	30.1	12.1	10.3	4.4	1.7	0.3
40代	1109 100.0	27.1	13.0	▽11.6	4.7	1.8	0.9
50代以上	829 100.0	△17.4	12.5	7.8	3.4	2.3	1.0
週に2回以上	660 100.0	33.5	20.2	15.3	10.2	3.3	0.6
週に1回位	820 100.0	29.3	13.7	12.4	5.4	0.9	0.6
月に2~3回	1030 100.0	21.3	9.9	7.4	2.5	2.2	0.5
月に1回位	869 100.0	17.7	6.6	6.3	1.7	2.1	0.9

ケースⅢ-2 ミドル女性

H 余りそうだなと思ったら早目にホワイトクリームにして、小さく分けて冷凍してお
(37才好き) くんです。そしたら子供が、朝スープのときでもすぐつくってあげられるから。

(中 略)

○ 一番牛乳を使うのは、うちではクレープなんです。クレープは粉100に対して300
(39才嫌い) ml ぐらい使うから。(中 略) うちも毎週2、3本は来ます
ので、少し日がたってくるといやだから、火を通したいからクレープをやります。そう
すると一気に600 ml くらい使っちゃうから、そういうふうにしてます。

K うちの主人がいろんなの作るの好きで、牛乳にお酢混ぜてチーズ作ったりとか。酸を
(36才嫌い) 入ると固まるからカッテージチーズみたいなのができたり。お豆腐作ろうとか、そう
いうのが好きなんです。

ケースⅢ-3 ヤング女性

A 私もお料理というか、それほど御飯のお料理には使えないんだけど、牛乳寒天おいし
(21才好き) いでしょう。牛乳と缶みかんで牛乳寒天つくるんです。それを何層にも重ねて、絶妙
なバランスがあるんです、みかんと牛乳に。すごくおいしくて、それが一番と牛乳たっ
ぷり使います。あとはいちごつぶしたり、コーンフレーク食べたり、そういうので最
近とってますけど。

グループインタビューでは以上の様な料理があげられた。

料理以外にも牛乳を使ってこんなことをしている。

ケースⅢ-4 ミドル女性

N 私は、牛乳余って、捨てるにはもったいないというときはお風呂に入れるんです。そ
(45才好き) うするとなんとなく肌がすべすべしたような感じがしますけど。腐っていないので捨
てるにはもったいないというときは、パックで2本分ぐらいお湯の中に入れるとか、洗面
器にお湯と半々ぐらいにして顔を洗うとか。気のせいかすべすべしたような感じがしま
すけど。

M ゆずを入れると浴槽が汚れますね。牛乳はどうなんですか。

(38才好き) N やはり脂肪がありますから、あとはよく洗いますけれど。

司会 家族の評判はどうですか。

N 男の子はいやがります。

司会 出るときシャワーかなんかかぶるんですか。

N そのままです。牛乳風呂とか酒風呂がいいって聞きますから。

T 底のほうに残ったら植木にやるとか。
(40才嫌い)

IV 乳製品に対する意識

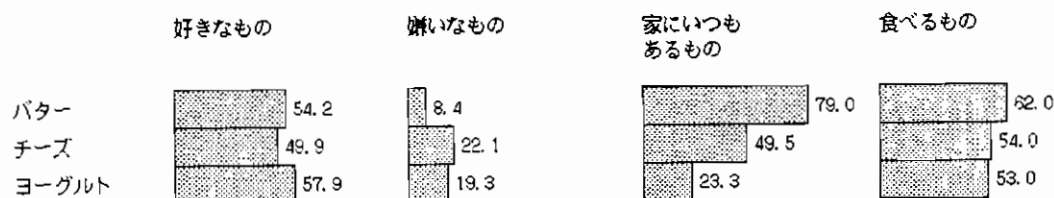
1. チーズ・バター好きの人

チーズ、バター、ヨーグルトについて牛乳と同様に好きなもの、嫌いなもの、家にあるものを聞いた。

チーズを好きな人は50%、バター、ヨーグルトも50%強の人が好きである。バターを嫌いな人より、チーズやヨーグルトを嫌う人が多い。バター、チーズ、ヨーグルトのうち年齢による嗜好の差が顕著であるのはヨーグルトであり、若い人ほど好んでいる。

牛乳の飲用量の多い人には、乳製品も好きな人が多い。ヨーグルトは特にその傾向が目立つ。また、都市規模別に好きな乳製品をみると、バターやチーズは郡部よりも大都市で好きな人の率がやや高いが、ヨーグルトについてはこうした都市規模による差異を示していない。

図Ⅳ-1 乳製品の位置づけ



表Ⅳ-1 乳製品の位置づけ a 好きなもの

	全 体	バ タ ー	チ ー ズ	ヨ ー グ ル ト	飲 ま な し の 物
全 体	6027 100.0	55.5	52.1	61.2	10.7
一般	4564 100.0	54.2	49.9	57.9	12.6
ヘビーユース モニター	1363 100.0	59.9	59.7	72.3	4.4

表Ⅳ-2 都市規模別乳製品の位置づけ a 好きなもの

	全 体	バ タ ー	チ ー ズ	ヨ ー グ ル ト
全 体	4664 100.0	54.2	49.9	57.9
12大都市	949 100.0	↑ 59.4	54.2	59.6
15万以上市	1344 100.0	54.1	48.0	55.9
5万以上市	939 100.0	54.3	48.6	59.0
5万未満市	332 100.0	51.8	49.1	55.7
郡部	1100 100.0	50.6	49.8	58.6

表N-3 性・年齢別乳製品の位置づけ

	a 好きなもの			b 嫌いなもの			
	全体	バター	チーズ	ヨーグルト	バター	チーズ	ヨーグルト
全体	4664 100.0	54.2	49.9	57.9	8.4	22.1	19.3
男性：10代	300 100.0	42.0	48.3	△76.3	11.7	19.0	8.3
20代	295 100.0	56.3	58.6	62.0	10.5	17.3	19.3
30代	419 100.0	58.9	53.5	47.5	3.6	22.0	27.2
40代	366 100.0	55.2	51.4	42.6	6.3	18.6	28.7
50代	370 100.0	47.8	49.5	39.2	8.1	18.9	27.8
60才以上	301 100.0	54.2	47.5	36.5	①1.0	②3.3	▽28.2
女性：10代	320 100.0	44.7	50.3	△84.1	11.3	23.4	6.9
20代	466 100.0	53.2	57.3	79.8	8.8	19.5	9.2
30代	664 100.0	62.3	48.9	64.2	6.8	25.3	14.5
40代	496 100.0	58.5	47.0	58.5	5.8	23.0	19.4
50代	375 100.0	56.0	45.9	52.5	8.5	23.2	18.9
60才以上	292 100.0	△49.3	△38.4	42.8	③3.7	④9.9	⑤29.1
男性小計	2051 100.0	52.7	51.5	49.8	8.1	19.9	23.8
女性小計	2613 100.0	55.5	48.6	64.3	8.5	23.8	15.8

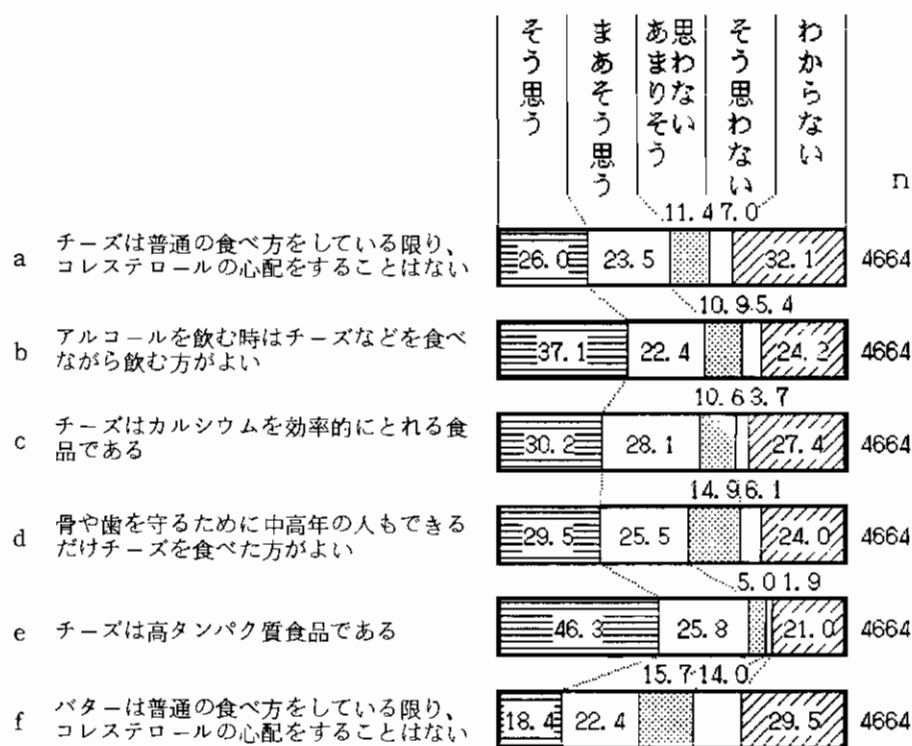
	c 家にいつもあるもの			d 食べるもの			
	全体	バター	チーズ	ヨーグルト	バター	チーズ	ヨーグルト
全体	4664 100.0	79.0	49.5	23.3	62.0	54.0	53.0
男性：10代	300 100.0	81.3	48.3	20.0	59.7	60.0	73.0
20代	295 100.0	74.9	41.0	16.3	62.4	59.3	52.5
30代	419 100.0	78.5	52.5	28.2	68.5	59.9	43.9
40代	366 100.0	79.0	51.4	23.8	63.4	56.8	40.7
50代	370 100.0	80.5	51.9	23.8	58.4	53.2	35.4
60才以上	301 100.0	69.1	42.5	19.9	54.2	43.2	30.6
女性：10代	320 100.0	85.3	44.7	17.5	57.8	57.2	79.1
20代	466 100.0	81.5	46.8	23.0	60.9	62.0	75.1
30代	664 100.0	82.5	50.2	28.0	69.9	53.0	60.2
40代	496 100.0	81.3	60.1	26.8	63.7	54.0	56.0
50代	375 100.0	75.5	50.9	22.9	61.1	47.5	45.1
60才以上	292 100.0	70.9	44.9	20.2	53.1	36.3	32.2
男性小計	2051 100.0	77.5	48.5	22.5	61.5	55.6	45.3
女性小計	2613 100.0	80.1	50.3	24.0	62.5	52.7	59.1

2. 乳製品に対する知識

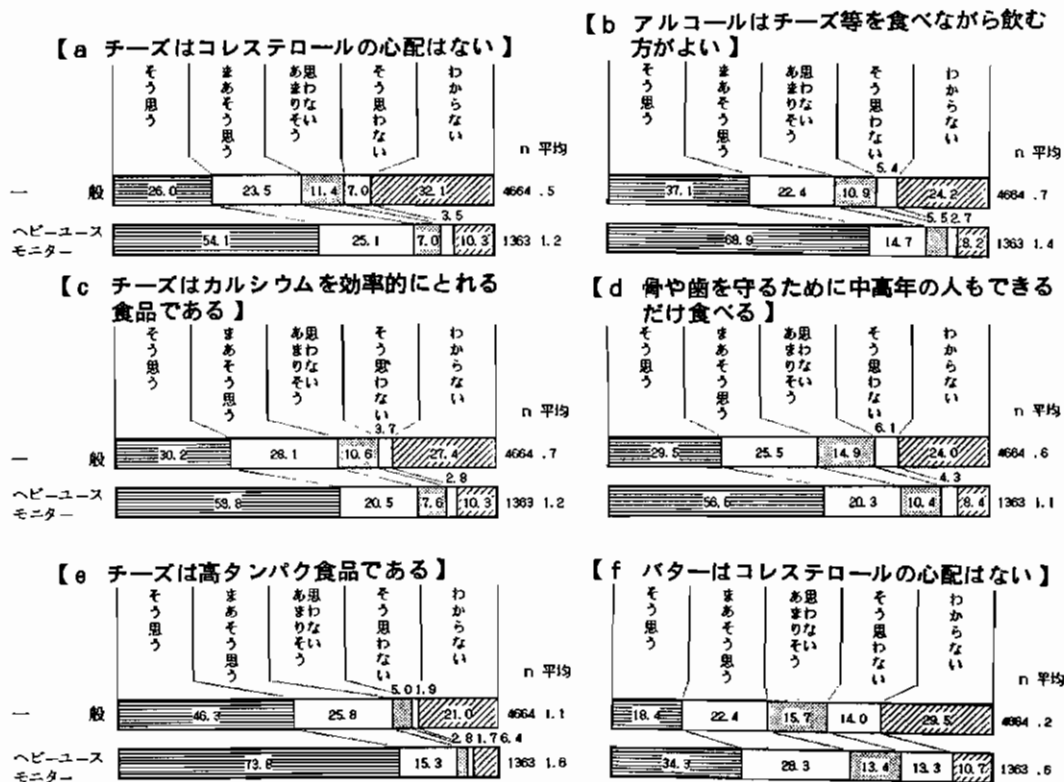
乳製品に対する知識を牛乳の場合と比べてみよう。「コレステロールの心配のない」ことや「カルシウムの効率的な摂取ができる」ことについては、乳製品は牛乳の場合ほど肯定的回答が多くない。

つまり、牛乳に比べチーズはコレステロールが心配であるし、バターはチーズよりなお心配であると受けとられている。酒を飲むときはチーズなどを食べるとよいという意見には賛成者が多い。

図N-2 乳製品の知識



図N-3 一般の人とヘビーユースのモニター之差



上図は、牛乳のヘビーユースのモニターと一般の人とで乳製品に対する知識がどう違うかをみたものである。

ヘビーユースのモニターは、諸々の点で乳製品に対する理解が深く、そのことが乳製品に対する利用度を押しあげていることがわかる。

図N-4 乳製品の位置づけ a 好きなもの

	一般	ヘビーユース モニター
バター	54.2	59.9
チーズ	49.9	59.7
ヨーグルト	57.9	72.3

3. 乳製品利用状況

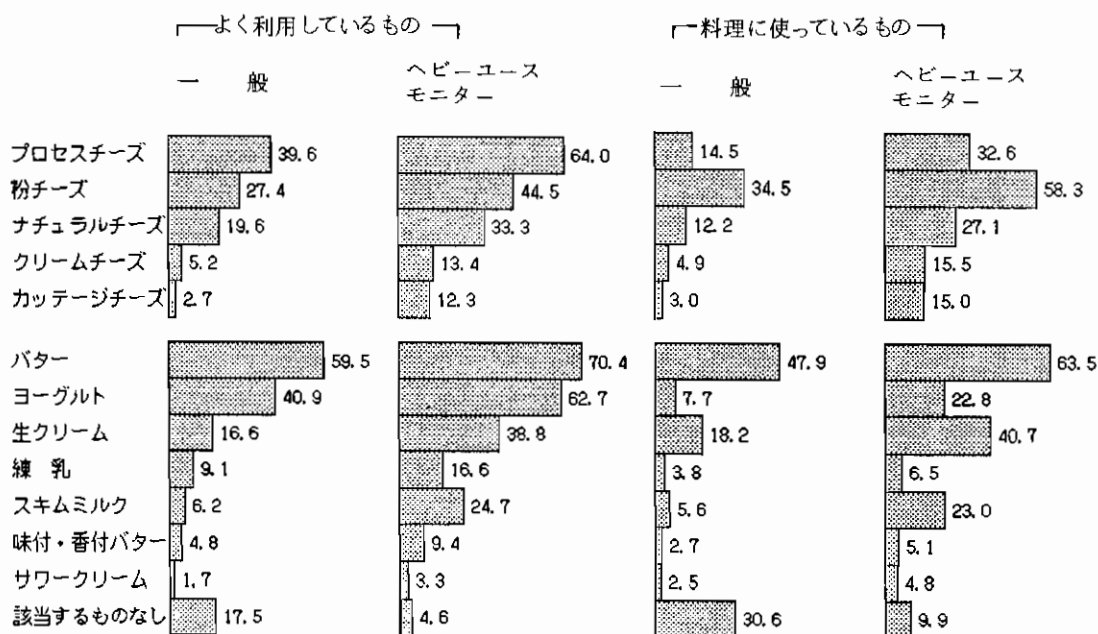
では、乳製品の中ではどんなものがよく利用されているのだろうか。現在よく利用されている乳製品はバター、ヨーグルト、プロセスチーズ、粉チーズなどである。クリームチーズ、サワークリームはまだ日本の家庭には入り込んでいないようである。

ベビーユースのモニターは、一般の人に比べ牛乳を消費する量や料理に使う頻度が高いのみでなく、乳製品の利用率も高い。牛乳と乳製品の利用は相関関係にあるようだ。

これらの乳製品の中で、家庭で料理に一番用いられているのはやはりバターであり、次いで粉チーズである。ヨーグルトとプロセスチーズは利用されている率は高いが料理には用いられず、そのまま食べられているようだ。

一方、生クリームは、料理にもよく用いられている。生クリームやサワークリーム、エバミルク（練乳）の利用のしかたがグループインタビューで紹介されたので、例をあげておこう。

図Ⅳ-5 乳製品の利用状況

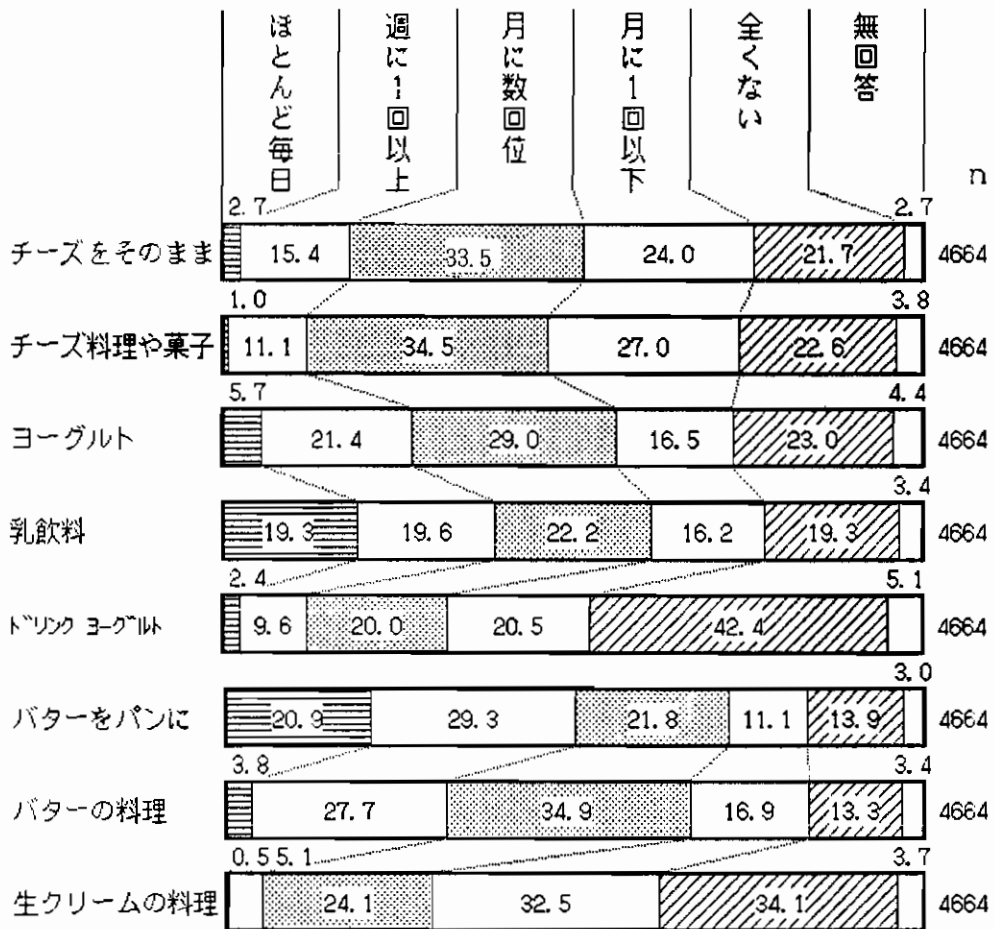


4. 乳製品の摂取頻度（個人ベース）

では、個人レベルでの乳製品の摂取頻度はどうであろうか。乳製品そのもの及び料理のしかた、使い方にみてみよう。

比較的多く食べられている食べ方は、「バターをパンにつける」「乳飲料を飲む」である。これは「ほとんど毎日」が2割を占める。チーズはそのまま食べる頻度と料理やお菓子で食べる頻度の差が少ないが、バターは料理に用いるよりそのままパンにぬる方が圧倒的に多い。生クリームを用いた料理はバター料理に比べ頻度が低く、まだ日本人の舌に親しいものとはなっていないようだ。

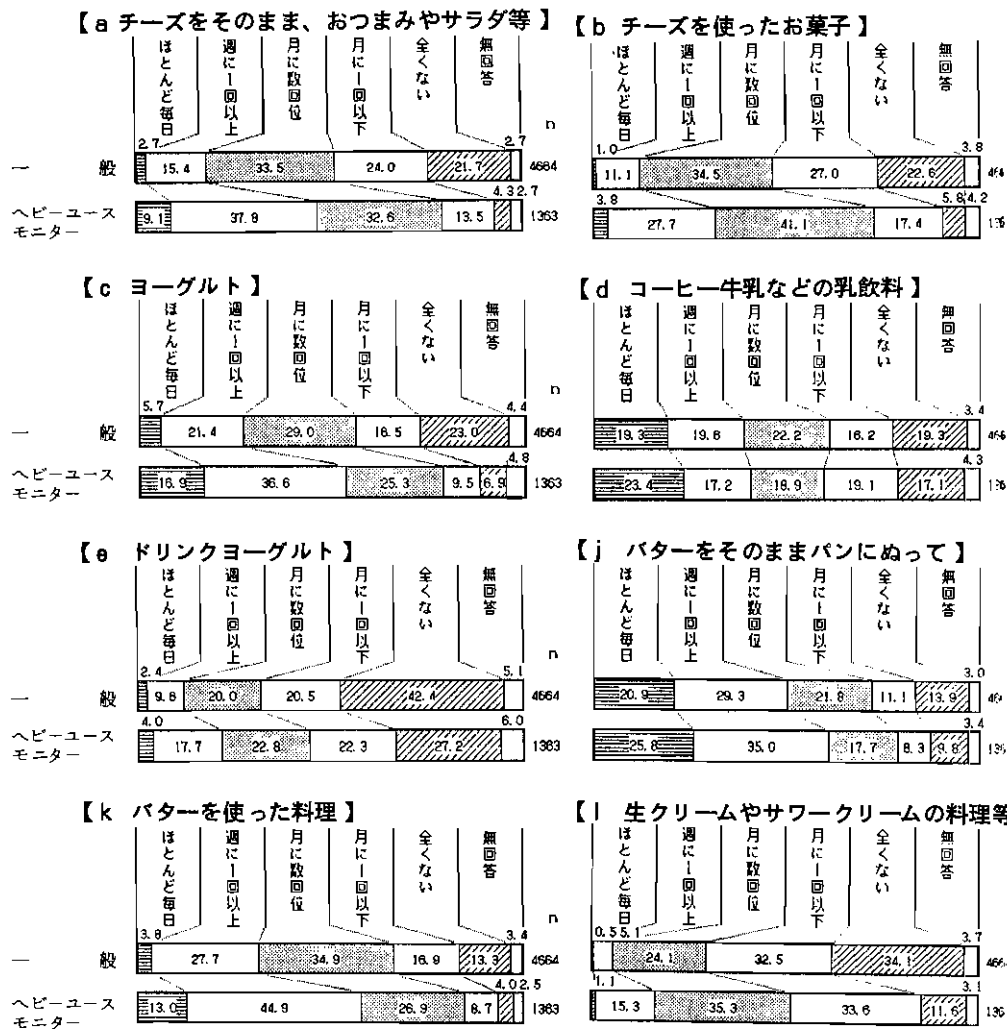
図Ⅳ-6 摂取頻度(個人ベース)



ヘビユースのモニターと比べると、やはりどの利用のしかたにおいても一般の人の摂取頻度は低い。特に差の大きいものはチーズをそのまま使うチーズを使った料理やお菓子、ヨーグルト、バターを使った料理である。

ドリンクヨーグルトについては、まだ発売されて日も浅く、なじみがうすいためか、ヘビユースのモニターでさえも「全くない」が3割弱を占めている。

図N-7 乳製品の摂取頻度



V 牛乳に対する消費者の今後の意向

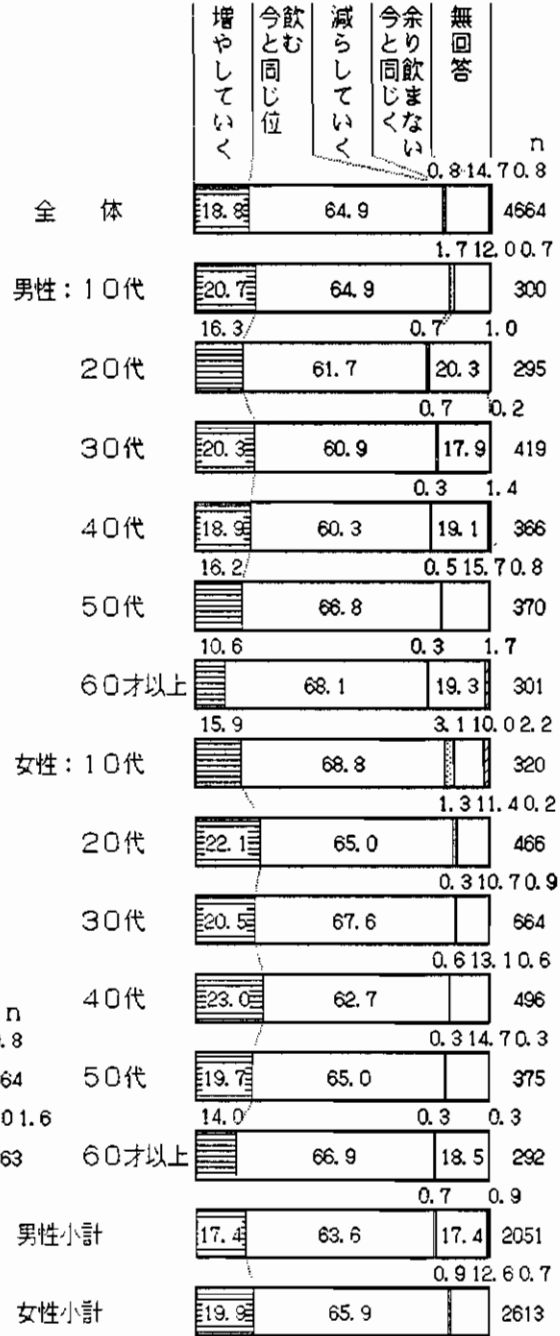
1. 今後の牛乳の飲用量（個人レベル）

今後牛乳の飲用量を増やしていこうと考えている人は19%である。65%の人は今と同じ位飲むと答えている。

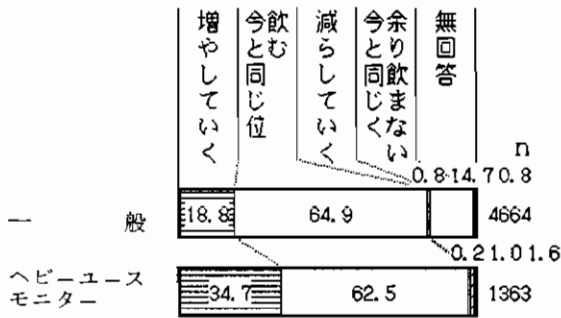
今後、牛乳の飲用量を増やしていくと考える人は、男性の30代でやや多い。この年代の人々は今の飲用量は少ないが、これからはもっと飲もうと考えているようである。

また、ヘビーユースのモニターは現在、たくさん飲んでいるにもかかわらず、今後はもっと飲もうと考えている。

図V-1 性・年齢別今後2・3年の牛乳の飲用量



図V-2 今後2・3年の牛乳の飲用量



牛乳を飲む量を増やしていこうと考える理由として、「牛乳は健康に良い」ということが多くの人からあげられた。この理由をあげる人はヘビーユーザーに多い。

減らしていこうと考える理由としては「おいしくない」ことをあげる人が多い。牛乳をきれいな理由も「味」「におい」などがネックとなっており、この点をどう克服していくかが課題である。

図 V-3 今後の飲用意向別今後2・3年の牛乳の飲用量について、その理由

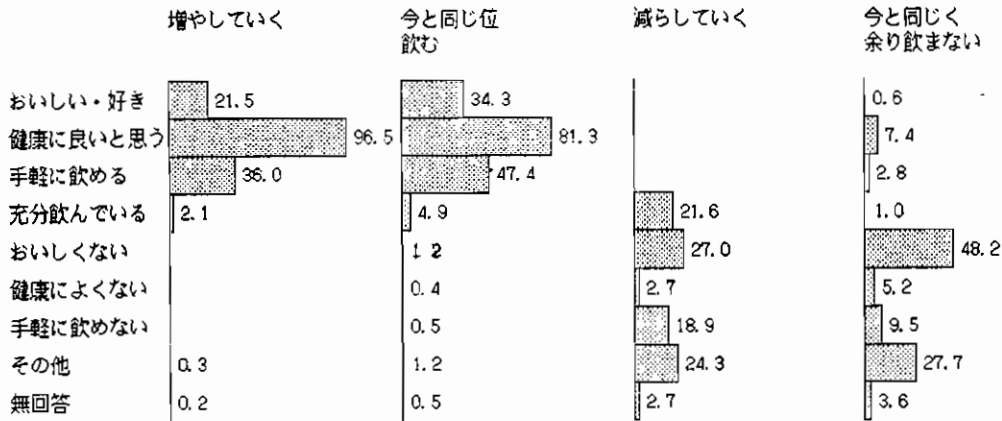
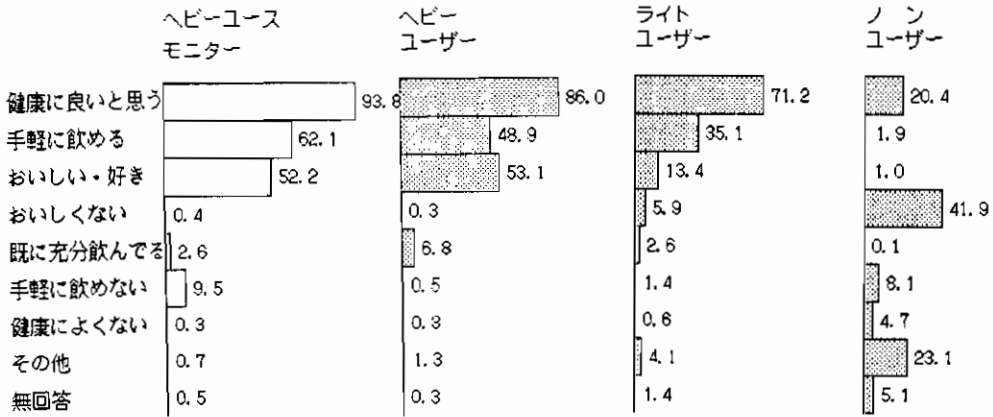


図 V-4 牛乳飲用量別今後2・3年の牛乳の飲用量について、その理由

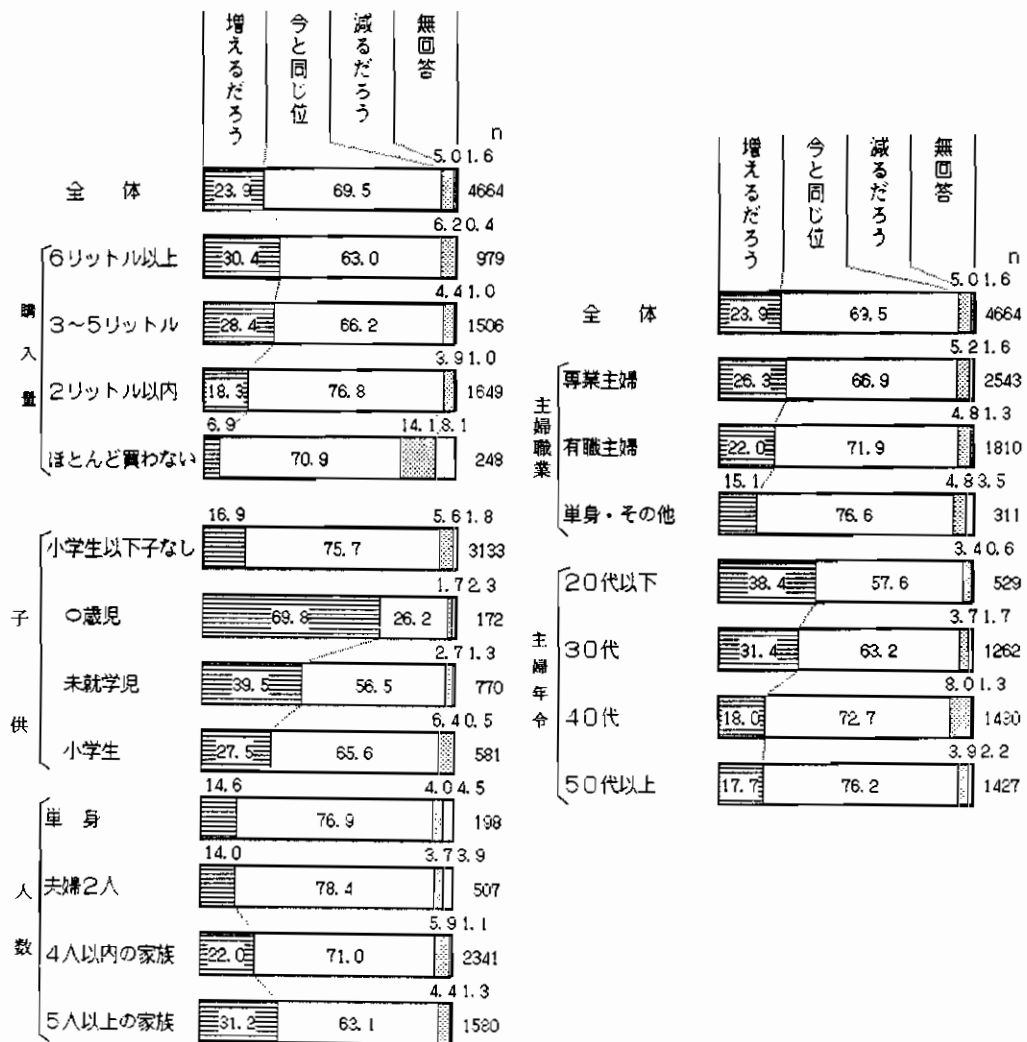


2. 今後の牛乳の消費量（世帯レベル）

次に世帯を単位として牛乳の消費量の変化をみよう。世帯あたりの牛乳の消費量では、増えるだろうと考える世帯は4世帯に1世帯である。7割の世帯では2～3年後も今と変わらないと考えている。

増えるだろうと考える世帯は、現在主婦が20代～30代と若い世帯、0才～小学生までの子どものいる世帯、家族人数の多い世帯など、現在すでにかなり多く牛乳を消費している世帯である。

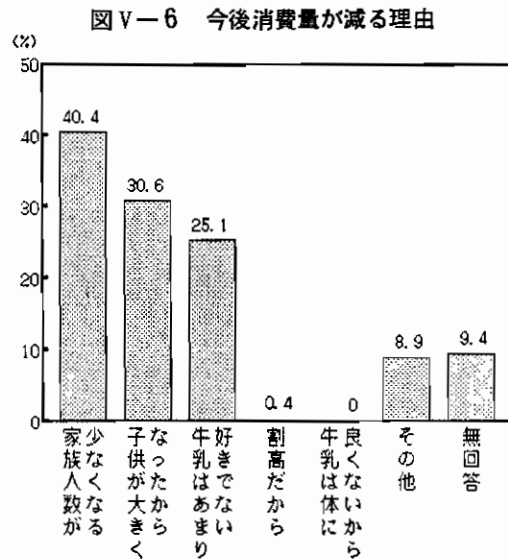
図V-5 購入量別・世帯構成別・主婦特性別今後の家族全体の牛乳消費量



一方、今後2～3年の間に牛乳の消費量が減るだろうと予測する世帯は5%ほどである。その理由をみると「家族人数が少なくなる」こと、「子どもが大きくなる」こと「牛乳はあまり好きでない」ことが多くあげられ、価格や体調に合わないことはほとんどあげられなかった。

「家族人数が少なくなる」は主婦年齢が上がるほど増え「子どもが大きくなったから」は30代の主婦や現在未就学児を持つ世帯で高い。

子どもが就学すると、家庭での飲用量が減ると予想されているようだ。



表V-1 主婦特性別・世帯構成別今後消費量が減る理由

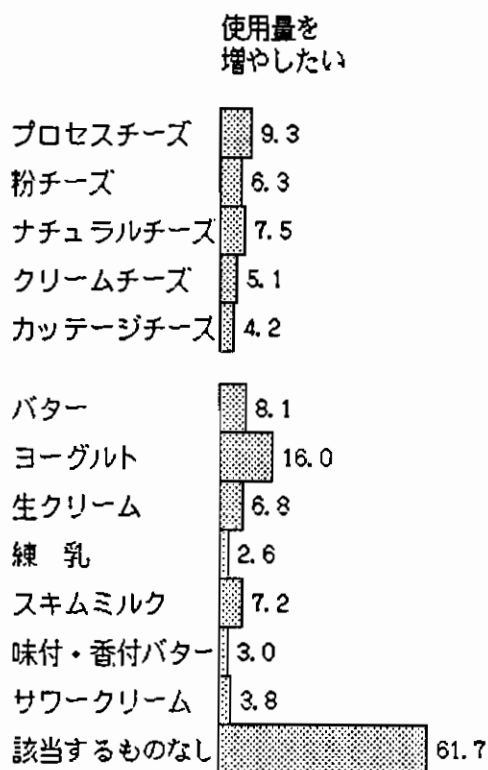
	全 体	少 な く な る 家 族 人 数	子 供 が 大 き く な っ た か ら	好 ま な い 牛 乳 は あ ま り	割 高 だ か ら	好 ま な い 牛 乳 は あ ま り	そ の 他	無 回 答
全 体	235 100.0	40.4	30.6	25.1	0.4	-	8.9	9.4
専業主婦	133 100.0	37.6	32.3	24.1	0.8	-	8.3	10.5
有職主婦	87 100.0	48.3	33.3	24.1	-	-	6.9	5.7
単身・その他	15 100.0	20.0	-	40.0	-	-	26.7	20.0
20代以下	18 100.0	5.6	27.8	44.9	-	-	16.7	11.1
30代	47 100.0	12.8	44.7	14.9	-	-	17.0	14.9
40代	115 100.0	46.1	30.4	27.0	0.9	-	6.1	9.6
50代以上	55 100.0	33.9	20.0	23.6	-	-	5.5	3.6
小学生以下の 子供なし	174 100.0	50.6	23.6	-	27.5	0.6	8.0	8.0
小学生以下の 子供あり	61 100.0	11.5	50.8	-	18.0	-	11.5	13.1
○歳児	3 100.0	-	33.3	-	33.3	-	33.3	-
未就学児	21 100.0	4.8	61.9	-	9.5	-	9.5	19.0
小学生	37 100.0	16.2	45.9	-	21.6	-	10.8	10.8
単 身	8 100.0	12.5	-	-	75.9	-	12.5	12.5
夫婦2人	19 100.0	31.6	10.5	-	47.4	-	10.5	10.5
4人以内の 家族	138 100.0	39.9	31.2	-	22.5	0.7	11.6	10.1
5人以上の 家族	69 100.0	47.9	39.1	-	18.8	-	2.9	7.2

3. 乳製品に対する消費者の今後の意向

一方、乳製品に対しては今後どのようにしていこうと消費者は考えているのだろうか。

今後使用量を増やしていきたいものは何かと聞いたところ、最も多くの人からあげられたのはヨーグルトであった。ヨーグルトは、現在比較的良好に食べられてはいるものの、まだ、全体としては量は少なく、今後消費量が伸びることを期待できそうである。

図 V-7 乳製品の使用



4. こんな牛乳があったら

では、どんな牛乳を一般消費者は欲しているのだろうか。こんな牛乳があったらいいなと思うものを答えてもらったところ、「決まった牧場からの直送で宅配してくれる牛乳」の人气が最も高い。

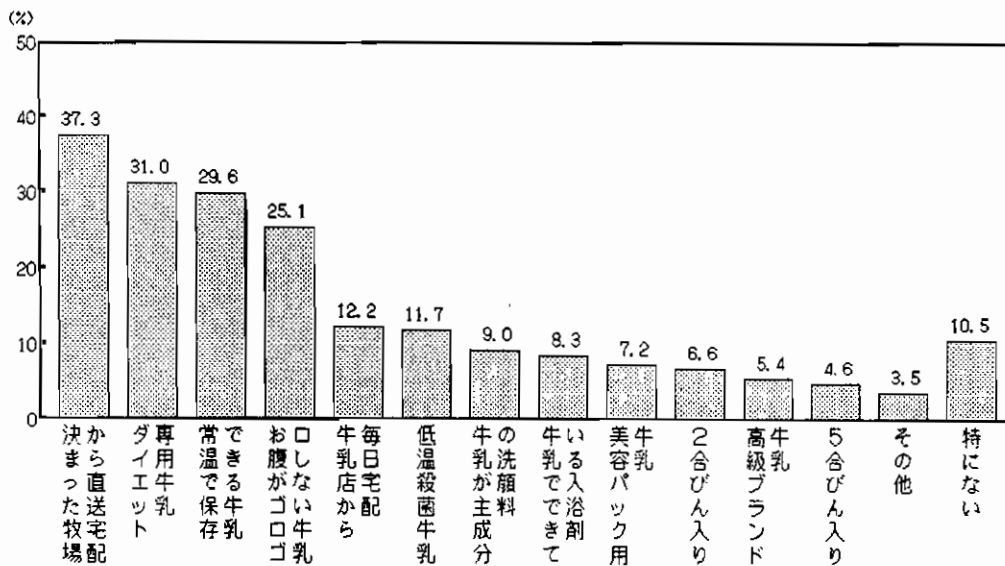
次いで「ダイエット専用牛乳」「常温保存できる牛乳」「お腹がゴロゴロしない牛乳」への希望が高い。これはいずれもすでに発売されている牛乳であり、消費者へのPRがもっと必要であることが感じられる。

「ダイエット専用牛乳」に対しては10代～40代の女性の希望が高い。牛乳は「栄養がありすぎる」「牛乳を飲むと太る」と考えている人が希望しているようだ。また、若い女性が希望するものとしては「牛乳が主成分の洗顔料」「牛乳できて入浴剤」「美容パック用牛乳」などである。

「お腹がゴロゴロしない牛乳」は30代男性や現在牛乳でお腹がゴロゴロしたり、下痢をしたりする人が希望している。

高級ブランド牛乳への希望は全体としてはあまり高くないが、10代の若者の希望がやや高い。若者はブランド志向が強い。

図V-8 「こんな牛乳があったら」と思うもの



表V-2 性・年齢別「こんな牛乳があったら」と思うもの

	全 体	から 凍干 凍干 凍干 凍干	高 用 牛 乳 ダ イ エ ラ ト	常 用 牛 乳 で き る 牛 乳	お し な い 牛 乳 か ゴ ロ ゴ ロ	無 日 本 産 牛 乳 店 か ら	低 糖 類 牛 乳	牛 乳 が 主 分 の 添 付 料	牛 乳 が 主 分 で な い 人 類 の 牛 乳	牛 乳 の 用 途 が 不 明	と ま り 大 り	牛 乳 の ラ ン ド
全 体	4664 100.0	37.3	31.0	29.6	25.1	12.2	11.7	9.0	8.3	7.2	6.6	5.4
男性：10代	300 100.0	34.3	19.3	24.3	28.7	12.3	11.0	3.0	3.7	1.7	9.7	11.7
20代	295 100.0	37.3	19.0	30.8	27.5	12.9	12.9	5.4	5.1	3.1	7.1	8.1
30代	419 100.0	42.7	23.6	24.1	32.9	10.3	16.0	5.0	6.0	2.4	6.0	5.3
40代	366 100.0	39.1	23.0	31.4	29.2	7.4	9.6	4.9	7.9	2.2	4.1	4.1
50代	370 100.0	32.2	18.4	36.5	28.6	11.6	12.4	3.8	5.9	2.4	8.4	7.0
60才 以上	301 100.0	31.2	14.6	38.5	26.6	15.9	11.0	4.0	4.0	2.0	10.0	3.3
女性：10代	320 100.0	39.1	55.9	17.2	24.7	12.5	7.2	17.6	14.7	20.3	5.3	8.4
20代	466 100.0	39.5	45.7	26.6	19.1	13.9	12.4	14.4	12.4	14.2	4.9	4.9
30代	664 100.0	42.5	36.9	30.1	18.1	11.7	13.9	12.7	9.5	11.4	5.6	3.0
40代	496 100.0	37.9	44.2	30.6	24.0	11.9	11.7	12.3	11.1	9.9	7.3	4.8
50代	375 100.0	35.5	32.8	33.6	24.8	12.3	10.1	8.0	9.1	5.6	6.4	3.7
60才 以上	292 100.0	26.7	19.2	31.2	25.3	15.1	9.2	9.9	6.2	3.4	6.2	4.1
男性小計	2051 100.0	36.5	19.9	30.8	29.2	11.5	12.3	4.4	5.6	2.3	7.4	6.4
女性小計	2613 100.0	37.9	39.6	28.6	22.0	12.7	11.3	12.6	10.5	11.0	5.9	4.6

	全 体	と ま り 大 り	お し な い	持 た ない
全 体	4664 100.0	4.6	3.5	10.5
男性：10代	300 100.0	4.3	3.3	12.3
20代	295 100.0	4.4	4.4	13.2
30代	419 100.0	4.3	4.5	10.7
40代	366 100.0	4.4	3.8	10.7
50代	370 100.0	4.1	3.0	15.1
60才 以上	301 100.0	4.7	3.7	15.6
女性：10代	320 100.0	3.8	2.5	6.6
20代	466 100.0	4.1	3.9	5.4
30代	664 100.0	6.5	3.0	7.4
40代	496 100.0	4.8	3.4	6.0
50代	375 100.0	2.9	4.0	12.8
60才 以上	292 100.0	5.5	2.7	18.5
男性小計	2051 100.0	4.3	3.8	12.8
女性小計	2613 100.0	4.8	3.3	8.7

表 V-3 牛乳を飲まない理由別こんな牛乳があったら

	全 体	ダイ エツア ド	ア まろ く る 牛 乳	低 脂 質 牛 乳	5 分 々 り	2 分 々 り	飲 み 方 か ら 選 び た 理 由	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 口 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら	牛 乳 の 味 か ら	牛 乳 の 香 気 か ら
全 体	720 100.0	19.3	14.0	5.6	2.1	1.9	20.0	3.5	3.1	35.8	7.2	6.1	7.4	8.1	22.8												
においが嫌いだから	247 100.0	17.4	9.3	4.0	2.0	1.2	22.3	3.6	3.6	25.5	8.5	6.1	7.7	30.0													
下痢をすることがあるから	234 100.0	19.7	12.8	6.0	0.9	2.1	20.1	2.1	2.6	(70.9)	6.8	5.6	7.3	12.0													
味にくせがあるから	201 100.0	15.9	8.0	4.0	2.0	2.0	17.4	5.0	2.0	27.9	10.0	7.5	8.0	30.3													
お腹がゴロゴロするから	199 100.0	22.6	11.6	3.5	2.0	3.0	17.1	2.5	1.0	(76.9)	6.5	5.5	7.5	13.1													
まずいから	158 100.0	11.4	3.8	4.4	1.9	0.6	17.7	4.4	4.4	23.4	10.1	10.1	10.8	31.6													
飲む機会がない	158 100.0	24.1	24.1	8.2	1.9	1.9	25.9	5.7	3.8	34.2	7.0	4.4	8.9	13.9													
口当たりが悪いから	124 100.0	20.2	9.7	7.3	2.4	1.6	18.5	6.5	3.2	29.0	12.1	8.1	7.3	29.0													
家に置いてないから	59 100.0	25.4	23.7	5.1	3.4	5.1	20.3	10.2	1.7	27.1	13.6	6.8	15.3	10.2													
日持ちがしないから	43 100.0	25.6	30.2	14.0	2.3	2.3	20.9	2.3	2.3	37.2	4.7	4.7	-	16.3													
殺菌処理の回数がある	35 100.0	28.6	8.6	8.6	8.6	-	37.1	8.6	-	37.1	5.7	2.9	8.6	8.6													
太らと思うから	24 100.0	(19.2)	16.7	8.3	-	-	20.8	4.2	-	25.0	12.5	-	8.3	4.2													
裏にに行くのが面倒だから	17 100.0	5.9	23.5	5.9	5.9	5.9	23.5	(17.6)	5.9	29.4	5.9	-	17.6	23.5													
医者に止められているから	13 100.0	15.4	-	-	-	-	-	-	7.7	38.5	-	-	-	30.8													
栄養が足りないから	10 100.0	(50.0)	10.0	20.0	-	-	-	10.0	-	30.0	-	10.0	10.0	-													
値段が高いから	9 100.0	33.3	33.3	33.3	11.1	-	22.2	-	-	22.2	11.1	22.2	-	11.1													
持ち帰るのに重いから	4 100.0	-	25.0	25.0	25.0	25.0	25.0	(50.0)	-	75.0	-	-	-	-													
容器があげにくいから	4 100.0	-	-	-	-	-	-	25.0	-	-	-	-	25.0	50.0													
冷蔵庫にいれるスペース無	3 100.0	-	66.7	-	-	-	-	33.3	-	66.7	-	33.3	-	33.3													
かっこ悪い	2 100.0	-	-	-	-	-	-	50.0	50.0	-	-	-	50.0	-													
その他	53 100.0	20.8	9.4	5.7	-	-	13.2	1.9	3.8	13.2	7.5	3.8	1.9	22.6													
無回答	12 100.0	16.7	-	-	-	-	-	-	-	8.3	8.3	16.7	16.7	58.3													

グループインタビューの中で、典型的なブランド志向の子どもの例があったので紹介する。

ケースV-1 ミドル男性

Ky うちの子どもは非常にブランドがうるさい。例えば加工乳が嫌いなんです。先ほ
(40才好き)ど薄いのはいやだと言っていました、薄くなくちゃいやなんです。加工乳で、いわゆる脂肪分を追加したみたいなやつは全然飲まない。チーズ臭いといって飲まない。成分無調整という、何も加工してない、ただ熱処理してあるやつで、しかもいろんな銘柄があるんです。しかしその中で飲むブランドは決まっています。それ以外はイヤなんです。

この子どもはかなりのヘビーユーザーでありこだわり派といえよう。このような子どもは今後もっと増えるにちがいない。

また、ヤング女性では次のような意見が出た。

ケースV-2 ヤング女性

Kn 自然化粧品のコーナーによくミルクローションとか、牛乳のマークがついてるのあり
(21才好き)ますね。そういうのは効きそうな気がします。においかいだことあるけど、すごくいいにおいなんです。牛乳のにおいじゃないけど、とにかくいいにおいなんです。栄養あるから、牛乳ってつるつるになりそうな気がします。飲んでもいいから、肌にもいいんじゃないかって。

司会 ダイエット専用牛乳とか。

Kn やせさせてくれる牛乳があったらいい。牛乳って脂肪が入っているんだから、脂肪分解してくれる牛乳なんてないんですよ。(笑)

やはり若い女性では美容のことが最大の関心事のようだ。

5. 牛乳に対するこだわり

牛乳はイメージの上では基礎食品的であると感じられているが、味噌や醤油などいろいろな基礎食品に対して人々はどれほどこだわっているのだろうか。

ここにあげた基礎食品の中では「味噌」「米」にこだわる人が最も多く4割を占める。続いて「日本茶」「醤油」「パン」「コーヒー」である。「牛乳」には2割の人がこだわりを持っている。ただし、ヘビーユースのモニターでは牛乳に対するこだわり度が高く、日本茶や醤油と匹敵するほどである。一方、バターやチーズに対するこだわりはまだかなり低い。

全体として食べものに対するこだわりは郡部より都市の方で強い傾向がみられる。

図V-9 こだわって選んでいる基礎食品

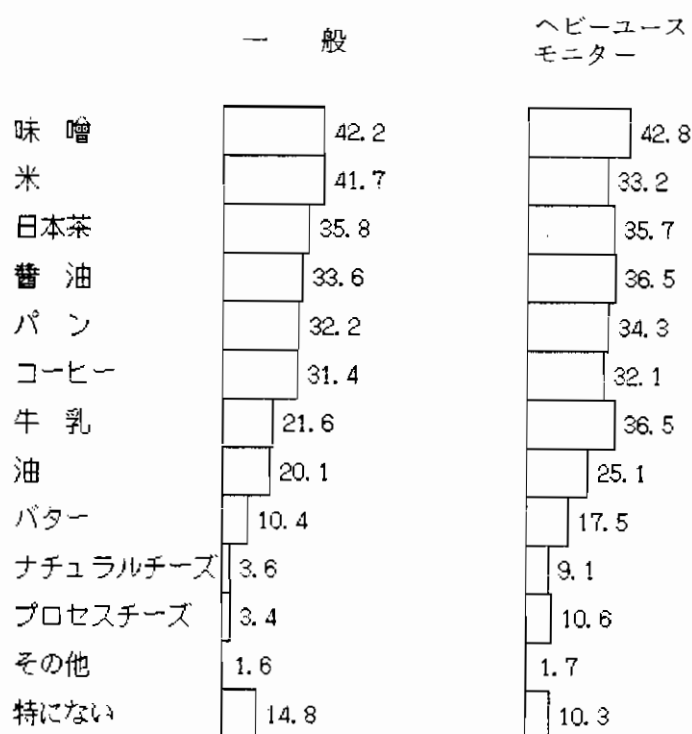


表 V-4 都市規模別こだわって選んでいる基礎食品

	全 体	味 噌	米	豆 菜	醤 油	パ ン	コ ト	牛 乳	油	バ ター	チ ズ マ リ ル	プ ロ セ ス	其 他	特 定 な い
全 体	466.4 100.0	42.2	41.7	35.8	33.6	32.2	31.4	21.6	20.1	10.4	3.6	3.4	1.6	14.8
12大都市	949 100.0	46.7	△53.7	△40.0	35.1	39.9	△39.2	△24.6	21.8	15.2	5.3	4.1	2.2	10.0
15万以上市	1344 100.0	42.0	43.5	37.9	33.6	31.7	32.4	22.4	19.3	9.2	2.8	3.6	1.6	13.5
5万以上市	939 100.0	44.3	42.6	33.5	35.7	33.9	29.2	22.4	21.5	9.5	3.3	3.5	1.6	15.0
5万未満市	332 100.0	36.7	32.2	29.2	△27.7	25.3	28.9	17.5	18.1	9.9	3.6	3.0	1.2	19.9
都部	1100 100.0	38.4	31.3	33.4	32.5	26.7	26.1	18.6	19.0	8.5	3.3	2.7	1.1	19.0

牛乳や乳製品に対してこだわっている内容をみると、鮮度や製造年月日、味ブランドをあげる人が多い。しかし、濃度や殺菌方法、成分をあげる人はそれほど多くはない。

この傾向は購入時点で気をつけることとほぼ一致している。

今後、牛乳の種類による差別化のためには、もっと成分などに関心を持ってもらう必要があり、それをどのようにアピールしていくかが課題であるだろう。

表 V-5 牛乳・乳製品に対するこだわり (主なもの)

牛 乳		バ タ ー	
鮮度・製造年月日	218	メーカー・ブランド	67
味 (コク・風味)	197	味	63
メーカー・ブランド	113	鮮度・製造年月日	52
濃度 (高いもの)	84	加工添加物が少ない	11
加工添加物が少ない	39	塩分が少ないもの	10
殺菌方法・低温殺菌	32	植物性・マーガリン	8
生協牛乳	27	安全性	6
パッケージの開け易さ	26	香り	5
ピン牛乳	25	パッケージ	5
低脂肪	23	安価	5
売り場の清潔・温度	20	売り場 (清潔)	5
乳牛の飼育方法飼料	18		
臭いがきつくない	18		
安全性	17		
商品特性	16		
乳脂肪が豊富	16		
安価	15		
脂肪分	14		
賞味期限	13		
成分無調整牛乳	11		
成分	11		
宅配牛乳	11		
牧場から直接購入	10		
ロングライフでない	10		
適正な価格	9		

ナチュラルチーズ		プロセスチーズ	
味 (しつこくない)	25	味	22
メーカー・ブランド	19	メーカー・ブランド	17
鮮度・製造年月日	15	鮮度・製造年月日	17
加工添加物が少ない	10	加工添加物が少ない	6
安価	5		
臭い	5		

調査結果の詳細－2

C 有識者調査

B－2 モニターの作文の分析

D 海外事情調査

VI 有 識 者 調 査

1. スーパー、コンビニエンスストア、デパートなどの流通関係者

面接対象者	スーパース 牛乳担当バイヤー	コンビニエンスストアF フレッシュデリカ部	スーパーM 食品部	デパートT 商品本部商品担当係長	ま と め
牛乳の販売動向	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品のトータル市場は停滞傾向から脱していない。 牛乳の売れ行きは、豆乳の衰退、販売キャンペーンの効果、乳質アップなどにより61年11月頃から良くなってきているが、飲用以外の乳製品の販売は落ちこんでいる。 また、円高により国産品が押されぎみである。 	<ul style="list-style-type: none"> 昨年の暮から牛乳の売れ行きは伸びている。天候に恵まれたこと、乳脂肪分がアップしたこと、キャンペーンの効果などによる。 しかし、牛乳は成熟商品であって新たな市場拡大は考えにくい。今後は今年の実績が若干上下するという程度で推移していくだろう。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳の売れ行きは、3～4年前に比較すると持ち直して来ている。これは豆乳ブームがすぎたこと、天候に恵まれたことによる。 乳製品は輸入品が伸びたため全体として若干増加した。 今後牛乳は幼児の減少等の要因によって横這い、あるいは減少するだろう。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品とも売上は横這いである。牛乳を都心型デパートで買うような人はいないので、特売もしない。 チーズなどの乳製品の売上も伸びていない。 今後はデパートでの牛乳・乳製品の売上の伸びは期待薄である。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳の売れ行きは、豆乳ブームが去ったこと、乳質アップ、キャンペーンの効果により、このところ伸びてはきている。 しかし、今後は幼児の減少等の要因によって、新たな市場拡大は望めない。
売り場、売り方の問題	<ul style="list-style-type: none"> 販売量確保、利益確保のためダンピングに走り、値崩れを起こし、ユーザーに「牛乳は正価で購入するものではなく、バーゲン時にまとめ買いするもの」という考えを持たせてしまっている。 現状においては価格訴求商品として売るのが牛乳の売り方であり、そのように売り場設定もしている。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・飲料の販売には力を入れている。牛乳は中でもウエイトが高く、主力品番としての位置づけにある。 コンビニエンスストアのため、特売やキャンペーンは全く行っていない。 特濃牛乳、低温殺菌牛乳、ワンショットタイプなど、品質・容量面でのバラエティ化が進み、販売し易くなった。 	<ul style="list-style-type: none"> 消費者の購買形態が「安いものを特売時にまとめて買う」から「良いものを必要な時に買う」になってきているため、牛乳の特売展開は時代遅れになっている。 今後は良質の牛乳を、正価で売るという方向に切りかえていくべきだ。 価格による差別でなく、品揃えが質の相違に対応するような展開が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> スーパーとの商品差別化を図るために、「牧場牛乳」と銘をうって、3種の産直牛乳をおいている。値段が高い割には売上は良い。 販促はほとんどやっていない。産直牛乳の製品特徴や入荷日をPOPで示しているのみ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は価格訴求商品として特売展開しているため、ユーザーに「牛乳はバーゲン時にまとめて買うもの」という考えを持たせてしまっている。 品質、容量面でのバラエティに富んだ品揃えによる販売方法が効果をあげている。
牛乳のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 品質が問われず、価格のみが問われるという実態から牛乳のイメージはあまり良くない。 イメージアップのためには品質に対するユーザーの理解を深める努力、価格に対する信頼を高める努力が必要。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は「健康」というイメージが最も強く、乳脂肪分アップによりこのイメージも高まっているが、定着したものとは言えない。もっと「美味しい」「爽快」という飲料イメージを高めていく必要がある。 他の飲料とミックスして、その飲料のイメージを活用して、牛乳のイメージアップを図ることも有効。 	<ul style="list-style-type: none"> 若い主婦層は、「健康＝スリム」というイメージを持っており、乳脂肪分の高い牛乳は健康のイメージに合わなくなっている。 若い層に対して、牛乳に対する好意的イメージをいかに植えつけて行くかが今後の大きなテーマだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳のイメージは「子供が成長のために、あるいは健康を維持するために飲む」で概して良いが、そのイメージしかない。 「美味しさ、楽しさ」というイメージには遠く、これは今の時代の流れに逆行している。牛乳を使用した別の商品を作ることによって、新しいイメージ作りをした方が良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は「健康」というイメージがあるが、「美味しい」「楽しい」「爽快」というような今の時代のイメージには遠い。また若い層の「健康＝スリム」というイメージにも合わなくなっている。 牛乳を使った別の商品を作って、イメージアップを図ることが必要。
販売を高める工夫	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーは「まとめ買い」から「必要な時に、必要な物を、必要な量だけ」という方向になってきており、価格訴求のダンピング戦略でなく、高品質イメージを重視した差別化戦略が有効。 ユーザーのニーズの多様化に応じて、牛乳の商品バラエティを考えるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を飲用としてのみでなく、調理素材として活用する。また、他の飲料とミックスした飲料を開発するなど、新用途商品新ジャンル商品の開発が必要。 キャンペーンを定期的にはる。 280ml缶タイプの牛乳が一部の若者に受けているが、細分化されたユーザーのニーズにこまめに対応していく必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> 品質の相違に基づく、商品バラエティを豊富にする。 パックサイズを増加させる。 ヤング主婦層、ヤングレディに対するイメージキャンペーンを実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> 特徴のある牛乳を本数を限定して販売することによって、固定客をつかむようにしている。「牧場、新鮮、自然、健康、産直」等を打ち出して差別化を図っている。 牛乳は頭打ちなので、牛乳を使った新しいドリンクを作った方が良い。 今の人材は料理にすぐ手をかけるか、全く手をぬくかの両極に分かれる傾向があるので、量をさばくにはインスタント食品と関連づけて売ることも考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーは「まとめ買い」から「良いものを必要な時に買う」という傾向になってきている。価格に訴えるだけでなく、高品質イメージを重視した差別化戦略が有効となる。 品質、容量面での多様化を図り、新商品の開発を考える。 キャンペーンを定期的に行なう。
その他					

2. 食品メーカーの商品開発担当者

面接対象者	食品メーカー A 冷凍食品部	食品メーカー H 調査室	食品メーカー N 宣伝部	食品メーカー O 食品研究所	ま と め
牛乳の現状とイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 現在の牛乳のイメージには美味しさが欠けている。牛乳にも味の濃淡などの多様化が必要。 容器も現在のブリックパックだけでは味気ない。びん入り牛乳がかえって新鮮で品質の良いイメージを与える。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は健康食品として良いイメージを消費者に与えているため、他の健康食品ブームにより多少需要が減ることはあっても、その後安定した市場を回復できる商品だ。 牛乳、乳製品には良いイメージがある。消費者の中の「何となく健康」というイメージを販売サイドが生かしきっていない。 		<ul style="list-style-type: none"> 牛乳というとすぐ栄養となるが、商品の質的変換している時期であり、牛乳自体の頭打ちは仕方がない。 一時期アメリカでカルシウム入り飲料がブームになったが、新たな機能性食品の開発をしなくても、牛乳、乳製品は消費者にはいいカルシウム食品だから、充分に対応できるはず。大いに宣伝、啓蒙すべきだ。 	牛乳はカルシウムのある自然食品であり、それ自体、とても良い食品である。何となく健康というイメージも良い。大いに宣伝啓蒙すべきである。
牛乳・乳製品と関連商品	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を使った製品は今まであまり考えたことがない。 牛乳は日持ちがしないので、洋風レトルト食品もクリームを使っている。 食品メーカーには牛乳は浸透していない。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を使う製品として「フルーチェ」を作っているが、この場合「当社商品+牛乳」ということになる。別の商品を必要とする製品はできるだけさげ、当社商品のみで満足し得る製品の開発を考えるべきで、これが牛乳を使うことを必須とする商品が少ない原因である。 マカロニグラタンやスープは将来的な伸びを期待している商品だが、現状はあまり伸びていない。当社の牛乳に対する期待度は低い。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳をかけて食べるシリアル食品を販売しているが、ここ2～3年で需要は大幅に伸びている。ここ数年連続で前年の売上をクリアしており、日本の市場に対するマーケティング投資の効果があらわれ始めた。 他社の市場参入もマーケット拡大に貢献している。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳使用製品としては、「シャーベ」があるのみ。自社製品に他社の商品を買って加えなくてもよいものと考えている。 	加工食品として牛乳を加えるのはメーカーとしては、あまり積極的にはなれない。牛乳のお金がオンされ消費者は、結局高くつくからである。しかしシリアル食品などの市場では牛乳は欠かせないものとなっている。
今後のマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は子供の飲み物のイメージが強く、大人のマーケットを広げるためにもバラエティ化を考える必要がある。 ①世代別…子供、大人、老人向け ②オケーション別…食事と牛乳、レジャー時、スポーツ時など ③グレード別…高級牛乳 ④用途別…ドリンク、栄養補給 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳はメーカーによる製品の差異がないことから、販売店を確保してしまえば大丈夫だというメリットがある。 しかし品質、パッケージの面での差別化の努力がもっとあっても良い。 製品の企業間のちがいがはっきり出た方が良い。 	<ul style="list-style-type: none"> 働く主婦が増えて、朝食にシリアル食品を用いる傾向が出てきている。そのために大人向けの商品にも力を入れている。 広告訴求の対象は若い女性とニューファミリーに絞っている。 現在の牛乳過剰を解決するには、面倒な料理メニューの提案より、牛乳をそのまま使えるシリアル食品は牛乳販の好素材だ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳はカルシウム吸収が良いと言われてはいるが、どれだけ良いのか、大学（東大農芸化学内藤教室）とタイアップして科学的に突きつめて啓蒙すべきだ。 既存の外食チェーン店とのタイアップや乳業メーカーのショップを出店すべきだ。 駅のミルクスタンドにクロワッサン、サンドイッチと牛乳、ミルクセーキなど。マックシェイク以外の新しいメニューの開発など。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳の販拡のためには、大人向けの商品に力を入れるべき。 外食チェーンとのタイアップや新しいメニューの開発を。 品質、パッケージの面での差別化が必要。
牛乳・乳製品の販拡の努力について	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を使ったメニューの啓蒙をすべきだ。牛乳を使った料理、グラタン、ドリアなどは今後メニューとして伸びていくだろうし、牛乳を調味料として料理に加えることで美味しくなるメニューも考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は「飲料」と「食品」の2つの位置づけがあり、今まではこの2つの面に支えられて市場を拡大してきた。 しかし「飲料」としてのマーケティングと「食品」としてのマーケティングは違うから、将来の牛乳の柱はどの方向になるのかを販売サイドが正確に判断する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> シリアル食品と牛乳の共同販拡を牛乳普及協会に働きかけている。 栄養士を販促プロジェクトチームに入れキャンペーンをすることを計画しているが、森永、雪印、明治とは同じ食品メーカーなのでタイアップは難しいであろう。 シリアル食品の浸透は牛乳の需要の伸びにつながるから共同広告、共同キャンペーンを牛乳協会とタイアップしてやっていきたい。 	<ul style="list-style-type: none"> 料理コンクールをいくらやっても、家庭で作るのはクリームシチューぐらいで、余ったので使用する程度。 スーパーでの販拡は無理だ。牛乳だけで考えたら今以上の発展はない。牛乳という名称を使わないものでやったらどうか。 	<ul style="list-style-type: none"> シリアル食品との共同販拡を。 「食品」として開発するのが「飲料」として開発するのははっきりすべきだ。 牛乳という名称にこだわらずに開発を。
その他					

3. 家電メーカーの商品開発担当者

面接対象者	家電メーカー T 調理機器商品企画	家電メーカー M 電化本部	台所用品メーカー Z 商品部	台所用品メーカー E 推進課	ま と め
牛乳・乳製品と 関連商品	<ul style="list-style-type: none"> 現在「ヨーグルトメーカー」を販売している。開発コンセプトは無添加のパン、減塩漬物といった「健康志向」への対応と、「手を抜いた手作り志向派」を狙って開発した。 その他にもチーズメーカー、プリンメーカー等も考えたが、牛乳・乳製品のユーザーサイドの人気の今一つなので開発に消極的。 	<p><牛乳関連機器></p> <ul style="list-style-type: none"> コーヒー挽き機…挽きたてのコーヒーでカフェオレをつくるのがはやっていて伸びている。 パン焼き機…水より栄養のある牛乳をつかう。 <p>牛乳関連ではこの二つが伸びている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 当社の製品では、牛乳を食材料として使うヨーグルトメーカー、プリンメーカーがあり、需要はあまり多くないがコンスタントに安定して売れている。 	<ul style="list-style-type: none"> 当社では、牛乳・乳製品関連商品としてプリンメーカー、ヨーグルトメーカー、ホットサンド、クレープ焼き盤がある。炊飯ジャーでも、今までのお米を炊くだけでなく、外国の魚貝類を入れて炊ける御飯を紹介している。 	
牛乳・乳製品の イメージ	<ul style="list-style-type: none"> 現在の「健康志向は、スリムな体型、過不足のない栄養補給」であり、牛乳は栄養過多のイメージがある。 また、牛乳のイメージとして、早朝牛乳配達のおじさんや、駅の売店で牛乳びんを手にして疲れたサラリーマンにつながり、暗いイメージがある。牛乳にはこういったハードなイメージがあり、ヤング層には受けない。ユーザーの一步先を見た発想の転換が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> “あそび”の要素があっていい。白がはたしていいのかどうか。 キレがほしい。牛乳は飲んだ後、口に残る。ジュースやコーラ類も同様だが、ポカリスエット等にはないから、伸びている。飲み物自体にもソフト化が進んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> 過去、コーヒー・フルーツ牛乳に、本当の牛乳が入っていないということでイメージダウンしたことがあった。使用目的・嗜好性による原料の格差を明確にすべきだった。 健康的なイメージ、牛乳を飲めば背が高くなるイメージを大いに利用すべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳のカロリーを消費者やメーカーが意識しているが、今の表示では牛乳はカロリーが高くて太るという逆効果を与えてしまっている。はっきりした根拠も持たず、ローファットにしたり、消費者も自分勝手に解釈している。メーカーも商品の区別をしてバラエティを出そうとしたことは全面的な失敗であったと思う。 	<ul style="list-style-type: none"> 現在の健康＝スリムな体型という消費者の志向の中で、牛乳はカロリーが高いというイメージを与えてしまっている。 飲み物自体がソフト化している状況の中で、牛乳は飲んだ後、口に残る。キレがほしい。
牛乳の現状 と問題点	<ul style="list-style-type: none"> サラリーマンの朝食はサラダ、コーヒーというのが一般的で、ホテルのモーニングにも牛乳は出てこない。 ヤングのアウトドア飲料でもない。 味が良くなく、飲んだ後ジュースか水が飲みたくなる。 牛乳は頭で理解しないと飲めない商品になっている。 		<ul style="list-style-type: none"> 乳業メーカーは、高脂肪、高級牛乳等が伸びていると思っているが、パン食時代の清涼飲料（オレンジジュース、トマトジュース）に対抗する牛乳製品を開発すべきだ。 主婦の外勤化が進む中で、簡単に我家の味、買ってきた惣菜に牛乳を加えた料理を研究すべきだ。牛乳使用料理の啓発をすべきで、使用量が少なくともトータルで考えるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 炭酸飲料の普及が大きく、小さな時からその味を覚え牛乳ばなれを拡大させている。 牛乳はいろいろな使い方もあるのに、チーズ、バター製品の使い方が先に普及してしまっている。 一部マスコミの影響で牛乳の多様化がなされているが、もっと表示をきっちりとし、カルシウムが多いとか、栄養過多の人のためとか明示すべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 清涼飲料に対抗する牛乳製品を開発すべきだ。 簡単な牛乳使用料理を普及すべきだ。 牛乳の多様化が進んでいるが、表示をきっちりとし、カルシウムが多いとか、栄養過多の人のためとか明示すべきだ。
牛乳・乳製品の 拡販の努力について	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳屋さん若い女性を活用する。 機械メーカーとタイアップした拡販策。 牛乳をベースにした商品の開発。 新たな飲食店でのメニュー化の努力。 現在売れている食品（コーヒー、スナック菓子）との組み合わせ利用の開発。 主婦以外のユーザー層への販路開拓。 食品ジャンルから他のジャンルへの商品用途の拡大による売上アップ、イメージアップ。 	<ul style="list-style-type: none"> ファッションの中に牛乳を。単品でなく献立の中に牛乳を。調理時間の短縮化の中に牛乳を。食卓の演出の中に牛乳を。ビジネスホテルの朝食に牛乳を。—これらのソフトの開発が行なわれれば、それに応じてハードの側でも機器の開発をすすめる。メーカーの開発は川下志向である。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳のもつ健康的なイメージ、牛乳を飲めば背が高くなるイメージを強調すべきだ。そのためには、飲みやすい容量、包装容器を考える必要がある。 外食産業に対して、ジュースのみでなく牛乳を使った飲みもの（ミルクセーキ等）の拡販を行うべきだ。外で飲めば、家庭でも飲むようになる。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域の店を借りて料理講習会をやると、近所の主婦が集まるので反応がすぐ判り効果的。一部の人でなく一般大衆を引き込むべきだ。 牛乳料理は安い材料、素材でできるものを使うべきで、缶詰、冷凍食品を使用する先生と組むことが今後の牛乳の消費拡大につながる。 スーパーでは、牛乳と乳酸飲料が隣合わせで、関連したバター、チーズが別の売場にある。主婦の買物の動線のことを考えるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 外食産業に対して、牛乳を使った飲み物料理の拡販の努力。 今、よく売れている食品、コーヒー、スナック菓子との組み合わせ、また、冷凍食品など手軽な食材料との組み合わせ利用の開発。
そ の 他		<ul style="list-style-type: none"> 決め手は夕食に牛乳を。味気ない冷凍食品でも牛乳をうまく使っておいしいメインディッシュにできる。牛乳を夕食に使う料理法を研究してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ネスルが「和食にコーヒー」の宣伝をし、需要拡大のため和食の後にコーヒーを飲むという新しい習慣をつけようと努力している。このような広告を牛乳協会もすべきだ。 	<p><牛乳を使った料理について></p> <ul style="list-style-type: none"> 簡単な缶詰、冷凍食品のクック料理のレンジ、オーブン利用の料理なら普及する。 牛乳を使ったお菓子や飲み物をもっとあきさせないように紹介すべきだ。 	

4. 医 者 — 1

面接対象者	ク リ ニ ッ ク M 院 長	T 大 学 病 院 老 人 科 N 先 生	総 合 病 院 産 婦 人 科 I 先 生	T I 大 学 病 院 小 児 科 M 先 生	ま と め
<p>健康生活と牛乳・乳製品</p>	<p><高カロリーの栄養失調></p> <ul style="list-style-type: none"> 現在の日本人の生活環境は、ストレスが多く、運動不足の上、いろいろな食べ物があふれているため、過食・過飲の状態である。高カロリーの栄養を摂取していても内容がアンバランスのため栄養失調に近く、成人病が増加している。牛乳・乳製品がその治療食として効果あると共に、老後の健康生活に大きなプラスをもたらす。 <p><肝臓・胃の病気に効く牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 肝臓の病気には牛乳・乳製品は非常によい。 牛乳は胃壁を守る役目をしている。胃の患者には毎日牛乳を飲むようすすめている。 <p><イライラと牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 犯罪をおかした人を調べてみると、牛乳・乳製品はほとんど摂っておらず、カルシウムが非常に不足していたことがわかった。牛乳を飲んでイライラをなくすことが大切。 <p><太り過ぎには低脂肪牛乳を></p> <ul style="list-style-type: none"> 太り過ぎは脂肪のとり過ぎによるもので、不飽和脂肪酸が過酸性脂質になり、これが様々な病気をひきおこす。太っている人は低脂肪の牛乳を。 <p><スポーツと牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 80歳以上生きて天寿を全うするにはスポーツを生涯やり続けることだ。スポーツをするということは蛋白質をとることなので、良質の蛋白質源である牛乳をスポーツ後に飲むと良い。これは汗で失われるカルシウムも補給されることになる。 	<p><老人と牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> 老人は食が細く、好き嫌が多く、食事の内容が偏っている。牛乳はバランスのとれた食べ物なので、すすめているがなかなか飲んでもらえない。年をとってくると、これまでの食習慣を変えるのがむずかしい。小さい頃から牛乳を飲む習慣のない人は苦労している。 <p><老人とスポーツ></p> <ul style="list-style-type: none"> 急に健康にめざめて、いきなりジョキングなど始めるのはよくない。せいぜい歩きなさいと、散歩をすすめている。 	<p><妊娠後半期に必要な栄養></p> <ul style="list-style-type: none"> 妊産婦にとって大切な栄養成分は、蛋白質、カロリー、鉄、カルシウムなど。栄養が必要なのは妊娠後半期からで、牛乳・乳製品など栄養価の高い食品をとることが大切。特に、母体の血液量が増えて、血液の質が薄くなり、赤血球が減って、鉄分が不足し、貧血がおこる。レバー、牛乳など鉄分の多い食品をとることが大切。 <p><妊婦に必要なカルシウム></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳はカルシウムが多く、吸収率も高く、妊婦には欠かせない食品だ。しかし、妊娠前半期はカルシウムが必要なので積極的に飲むべきであるが、飲みすぎに注意した方がよい。 <p><つわり、妊娠中毒症と牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> つわりの時は、牛乳の量を減らして少しずつ回数多く飲んだ方がいい。 妊娠中毒症は良質の動物性蛋白質と植物性の脂肪を多目にとる。塩分を減らすため、バターは無塩バターにする。 	<p><子供の栄養></p> <ul style="list-style-type: none"> 新生児には母乳を与えるという考え方が主流になってきている。また粉ミルクの質もとても良くなっているため、健康状態に応じて粉ミルクも与えている。 乳児(4週間~1歳)は4カ月すぎると離乳食を始めるので、牛乳を少しずつ与えるようにしている。ヨーグルトなどもよい。 幼児期・学童期は、年齢に応じて牛乳・乳製品をとる必要がある。骨の成長を促すため、牛乳のカルシウムが必要になるが、バランスのとれた食事と適度な運動を通じてカルシウムを吸収していくことが大切。 <p><子供の牛乳の好き嫌い></p> <ul style="list-style-type: none"> 子供の好き嫌いは、気分からと体質から2種類ある。 牛乳アレルギー素因のある子供は飲むのを自然と嫌がる。 また、牛乳の与えすぎで牛乳嫌いになる子供がいるが、子供の体自身がセーブする方向に自然と向かうからだ。牛乳だけでなく、いろいろな乳製品をまぜて取らせる工夫がほしい。 <p><子供の太りすぎ、やせすぎ></p> <ul style="list-style-type: none"> 肥満の子供は牛乳を飲まないでジュースを飲む子が多い。 牛乳を飲みすぎてやせた子もいる。食事の前に牛乳を飲んで、ごはんが食べられなくなるからだ。牛乳をそのまま飲むのは1日400ccまで。料理の材料として使って食べさせるのは問題ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 4先生とも、牛乳・乳製品は、栄養価が高く、病気の治療と健康維持の面から、極めて大切な食品であると考えている。しかし、それぞれの専門分野によって、必要程度、摂取方法などは多少違いがある。 どの位飲んだらよいかについて、M先生は「血糖値・コレステロールさえ気をつければどれだけ飲んでもさしつかえない。毎日牛乳2本飲むこと」と大いに飲むようすすめている。 N先生は「老人は骨粗しょう症になりやすく、便秘の人が多いため、毎日コップ1杯はぜひ飲んでほしい」とコレステロールとの関係から若干ひかえめにのべている。 産婦人科のI先生は「妊婦にとって栄養が必要なのは妊娠後半期から産じょく期で、牛乳・乳製品などの栄養価の高い食品をとる必要がある。 小児科のM先生は「牛乳はその栄養内容からみておいに飲ませるべきだ。牛乳を与えすぎて他の食事とのバランスをくずさないように注意しながら、そのまま牛乳を飲ませるのは1日400ccまで。」と上限を切って指導している。

4. 医 者 - 2

面接対象者	ク リ ニ ッ ク M 院 長	T 大 学 病 院 老 人 科 N 先 生	総 合 病 院 産 婦 人 科 I 先 生	T I 大 学 病 院 小 児 科 M 先 生	ま と め
世 代 と 牛 乳 ・ 乳 製 品	<p><毎日・牛乳2本></p> <ul style="list-style-type: none"> 日本人はカルシウム、蛋白質、鉄分の摂取が問題だ。最近の子供は背が伸びるが、骨が細くて骨折する子供が多くなっている。牛乳の嫌いな子は骨折しやすい。 老人も骨折したり、ぎっくり腰になる人が多くなっている。40歳をすぎると牛乳を飲まない人が多くなるため、骨粗しょう症になりやすく骨の病気が多くなってくる。 <p>毎日牛乳2本飲むこと、牛乳をたくさん使ったフランス料理をたくさん食べるのが有効。</p> <p><高齢化社会と牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 人生80年時代の成人病に強い老化防止の食生活には、牛乳・乳製品は欠かせない食品となる。 <p><各界のトップに牛乳・乳製品を></p> <ul style="list-style-type: none"> 最近、各界のトップの人が急死しているが、かつて、各界トップの健康人にインタビューした経験から言うと、健康な人は食事にいろいろと心がけて、それぞれの健康法を工夫している。これからのトップは運動に心がけると共に牛乳を水がわりに飲む食習慣をつけることが大切だ。 	<p><寝たきり老人とカルシウム></p> <ul style="list-style-type: none"> 日本では寝たきり老人が非常に増えている。その中で骨粗しょう症のため寝たきりになる人が日本では多い。特に女性。原因は骨のカルシウムが不足しているため、カルシウムの摂取量が欧米の約1/2しかないからだ。その意味で、牛乳は非常に吸収されやすいカルシウムが含まれているので大変良い。また30代前後の骨量が高ければ骨粗しょう症になりにくいので、若い時に牛乳を飲んでカルシウムを摂っておくべきだ。 <p><便秘に牛乳を></p> <ul style="list-style-type: none"> 老人は消化器が衰え、便秘が多くなる。牛乳を飲むことは効果がある。 <p><牛乳とコレステロール></p> <ul style="list-style-type: none"> コレステロールが含まれているので牛乳を飲むのはよくないのじゃないかというが、これはまちがいだ。全くコレステロールを取らないのも問題がある。1日にとるカロリーのバランスを考えて、毎日牛乳をコップ1杯飲むことをすすめている。 <p><良質の蛋白質を></p> <ul style="list-style-type: none"> 老人は低蛋白血症で、血液中のたん白質が落ちてくる。その面からも牛乳・乳製品をとってほしい。 	<p><若い女性のおしゃれと牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> 若い女性の中に、スタイルを気にして、ダイエットしている人がいるが、ほどほどにしないと健康をそこねる。また、太っている女性は、食事制限をして、脂肪を減らすのはよいが、食事が偏って、ほかの病気を誘引する心配がある。ダイエットする時は、むしろ牛乳を飲んで、不足する他の栄養素を補うようにすべきだ。 <p><妊婦の母体に必要な牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> お腹の赤ちゃんは、母親の栄養の程度にかかわらず、自分に必要な栄養を母体から吸収する。栄養が十分でないで母体に影響し、妊娠貧血を起こすことが多い。したがって、母体の健康を守るために牛乳・乳製品など鉄分、動物性蛋白質の多い食品をとることが必要。 	<p><牛乳アレルギー></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳アレルギーは、アレルギー素因を持つ子供がその環境と反応しあって発生するものだが、誤解が多いのが現状。異種蛋白をそのまま飲むことによってアレルギーが引き起こされるわけだから牛乳アレルギーの子供には牛乳を加工したヨーグルトを食べてもらうとか牛乳を料理に使用して与えるなど、3歳ぐらいまでは注意して与える必要がある。 	<p>どの世代にとっても健康を維持するために牛乳は不可欠であることを、医師の立場から述べられているが、それぞれの専門分野から重要な指摘をしている。</p> <p><子供の牛乳アレルギーについて (M先生)></p> <ul style="list-style-type: none"> 異種蛋白をそのまま飲むことが問題なのであって、牛乳アレルギーの子供にはヨーグルトや料理した形で牛乳を与えるべきだ。 <p><ダイエット牛乳 (I先生)></p> <ul style="list-style-type: none"> 食事制限をして脂肪を減らすのはよいが、食事が偏って他の病気を誘引する心配がある。むしろ、牛乳を飲んで不足する他の栄養素を補うべきだ。 <p><高齢化社会と牛乳 (M院長、N先生)></p> <ul style="list-style-type: none"> 日本の寝たきり老人の中に骨粗しょう症によるものが多い。カルシウムの摂取量が少ないため、その意味で吸収されやすいカルシウムを含む牛乳が大変良い。特に30代前後の骨量が多いと骨粗しょう症になりにくいのでこの時期つとめてカルシウムをとる必要がある。人生80年代、成人病に強い老化防止の食生活には、牛乳・乳製品は欠かせない。
専 門 領 域 か ら み た 現 状 の 牛 乳	<ul style="list-style-type: none"> バターは成人病の面からいうとパンにつけて食べるのはよいが、バター炒めなど大量に使うものはほどほどに。 ヨーグルトはビフィズ菌が多く、健康の味方で、整腸作用があるので老人にもすすめたい。 牛乳・乳製品は冷蔵庫の保存温度、夏の保存に注意が必要。チーズについてはカビについての知識を消費者に知らせる必要がある。 	<p><ビタミンDの添加を></p> <ul style="list-style-type: none"> アメリカでは牛乳にビタミンDを添加することが義務づけられている。ビタミンDは腸管からのカルシウム吸収を促進する。ビタミンDは身体の中で作りだされるが、腎機能が落ちてくるとビタミンDの作用も落ちてくるので、カルシウムが吸収されにくくなる。 <p><コレステロールのカットを></p> <ul style="list-style-type: none"> コレステロールの程度に応じて段階的に分けた牛乳があってもよい。 <p><カロリーカットの牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> カロリーを制限されている人も多いからローファットの牛乳が必要。今出ているのはおいしくないの、おいしいローファットを。 <p><老人の嗜好にあった乳製品を></p> <ul style="list-style-type: none"> ヨーグルトなどは老人の嗜好に合わない。老人は長い間かかって嗜好がこり固まっているので、それをつき崩すような商品がほしい。 	<p><アイスクリームなど甘味のは控えめに></p> <ul style="list-style-type: none"> アイスクリームや乳酸菌飲料は、口当たりがよく甘味があるので、食べすぎると糖尿病にかかりやすくなるので控えめにする。 <p><妊産婦の体に応じた牛乳・乳製品を></p> <ul style="list-style-type: none"> 妊婦は胎児の要求する栄養分を与える必要がある。胎児の成長に応じて適時適切な食品をとるべきだ。牛乳も胎児の成長に合わせて必要量をとる。そのために牛乳は普通牛乳のほかに低脂肪のもの、濃厚牛乳、鉄分の多いものなどがあるとい。 <p><すすめたい牛乳料理></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳は料理に使うとよく、牛乳を使った料理の講習会など普及活動をしたらよい。 	<p><特殊な粉ミルクを安くおいしく></p> <ul style="list-style-type: none"> 蛋白質代謝異常の乳児に与える粉ミルクはとてありがたいが、値段が普通の粉ミルクの4倍もし、また、味も劣る。普通の粉ミルクの値段や味に近づいてほしい。 <p><添加物の明記を></p> <ul style="list-style-type: none"> 子供たちに牛乳をそのまま飲ませるには限界があるから、チーズやヨーグルトなどの乳製品を開発するのは良いことだ。しかし添加物にアレルギーを起こす子供がいるので、成分を全部表示してほしい。消費者に内容を十分理解させたいので選ばせるよう配慮してほしい。 	<p><牛乳にビタミンDの添加を></p> <ul style="list-style-type: none"> カルシウムの吸収を促進するビタミンD添加牛乳を開発してほしい。 <p><コレステロールカットの牛乳の開発を望む></p> <p><おいしいローファット牛乳の開発を></p> <p><老人の嗜好にあった乳製品を開発してほしい></p> <p><妊産婦の体に応じた牛乳・低脂肪の牛乳・鉄分の多い牛乳などを望む></p> <p><アイスクリーム、乳製品の甘味をひかえめに></p> <p><特殊な粉ミルクを安くおいしく></p> <ul style="list-style-type: none"> 蛋白質代謝異常の乳児用の粉ミルクを普通の粉ミルクと同じ位の価格と味に。 <p><添加物の明記を望む></p> <ul style="list-style-type: none"> 乳製品の添加物は成分内表を全部表示して消費者が選べるようにしてほしい。

5. 日本でマーケティング活動に携わる外国人（欧米人）

面接対象者	S 代 理 店 コ ミ ュ ニ ケ ー タ ー	コ ン サ ル タ ン ト カ ン パ ニ ー G 国 際 事 業 部	ま と め
日本とアメリカの牛乳の味の差	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳はアメリカの牛乳に比べておいしくない。アメリカの牛乳は乳脂肪が多く、コク、丸みがあるのに対し、日本の牛乳は水っぽい。日本人はそれしかないから水っぽい牛乳を飲んでいるが、もっとコクのあるまろやかな牛乳が出れば、多少の価格差はあっても必然的に切り換えていくのではないか。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳はアメリカの牛乳に比べておいしくない。薄い感じがする。 栄養の面で考えると日本はファッションになっている。アメリカ人は強い骨、歯を作るために牛乳をよく飲んでいる。日本では本来ならば牛乳をもっと飲むべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳はアメリカの牛乳に比べておいしくない。コク、丸みがなく水っぽい。
今までの牛乳の広告	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳の広告で印象に残っているものはない。 アメリカではプロポーションの良い美人の女性が牛乳を飲む広告が印象深く、オーストラリアでは中年のおじさんが「牛乳は体に良い、一日一杯必ず飲もう、俺もそうしている」といって飲むCMが非常に印象が強い。どちらも大人を対象にして、健康・美容に良いと訴えている。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本で牛乳の広告はほとんど印象に残っていない。 アメリカでは10年以上前に「ミルクは誰にでも良いものを持っている」というキャンペーンをやっていて、マーク・スピッツが金メダルをとった時「僕は牛乳が好きで牛乳と〇〇を食べるのが好き」とやった。決め手として「牛乳はナチュラル」という歌を作ってキャンペーンし、この歌はトップテンに乗るぐらいで、覚えてもらえるインパクトがあった。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳の広告で印象に残ったものはない。 アメリカでは大人を対象にして、スポーツ選手を使って体に良いことを訴え、キャンペーンを続けている。
これからの牛乳の広告	<ul style="list-style-type: none"> 子供を対象にしたマーケティングは意味がなく、大人のマーケット拡大を考えた方が良い。 ①色々なタイプの大人が牛乳を飲むシリーズ。「牛乳は体に良い」というメッセージを送る。 ②フィットネスを意識させるために、エクササイズの後で女性が牛乳を飲むシリーズ。 ③牛乳の製品特徴を生かした広告。ローファットは低脂肪だから肥満の人に良いというように。 	<ul style="list-style-type: none"> CMは日本はイメージになっているのに対し、アメリカではこれを買うとこれだけ良いのだという違いがある。 女性に対しては化粧品として、肌の艶をよくするというもっていき方、牛乳風呂もいい。 母親に対しては、蛋白質は子供の頭の働きに良い、体を強くし、スタミナがでて勉強ができると宣伝する方が、料理教室よりも有効であろう。 	<ul style="list-style-type: none"> 大人を対象にした広告を考えた方が良い。女性には美容、フィットネスのために、母親には子供の健康のために牛乳は良いというメッセージを送る。
牛乳の消費を伸ばすために	<ul style="list-style-type: none"> アメリカは日本より健康管理意識が5～6年進んでいるが、ヨーグルト、低脂肪チーズなど、健康を意識した商品が増えている。日本でも5～6年先には、今のアメリカ並みの健康意識を持つようになるが、そのための高蛋白、低脂肪の牛乳バラエティーの充実が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> カマンベールは、やわらかく食べごろになったら値段が安くなっていたことがあった。食べ方をもっと知るべきだ。 モザレラ、パルメザン、カマンベールなどチーズの品が少ない。もっといろいろ置いてほしい。 もっと食べ方を普及すべきであるし、その食材に合った商品の供給も必要である。イタリア料理には本物のパルメザンチーズにかなうものはない。乳製品の消費拡大につながるのに良い製品が日本にはない。 	<ul style="list-style-type: none"> 健康を意識した商品の1つとして低脂肪の高蛋白の牛乳など、バラエティーの充実が必要。 チーズなど、食べ方の普及をすべきだ。乳製品、特にチーズは様々なものを供給すべきだ。
そ の 他	<ul style="list-style-type: none"> 豆乳の広告で「アルカリだから体に良い」というのがあったが、単にアルカリが良い訳でなく、日本人の食生活が酸性に偏りやすいからであり、そのような具体的に裏づけた上で、アルカリ食品、牛乳の広告展開をした方が説得力がある。 	<ul style="list-style-type: none"> チーズも日本で売れることを考えるならば日本人にいやがられるチーズの味を取ってしまうことも考えられる。海苔を入れるとか。チーズの名前だけで受けつけない人もいるので、チーズの名称を取ってしまうこともいいのではないか。 	

6. 牛乳・乳製品先進国に長期滞在した主婦

面接対象者	イギリス Hさん	ドイツ Aさん	イタリア Yさん	まとめ
牛乳・乳製品の購入方法	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳宅配が普及していて、スーパーよりも新鮮で種類が多いので、牛乳屋から購入していた。1日おきの配達で、電気自動車で、玄関の横に空きびん(5合びん)を置いておくと交換に牛乳を置いていく。 バター、チーズはスーパー、デリカテッセンで購入していた。ショウケースは大きく、種類も豊富だった。 	<ul style="list-style-type: none"> スーパーから購入、価格は安い。 スーパーでは牛乳チルドのショウケースは日本の倍ぐらいで、ロングライフは山積みされている。 チルドよりロングの方が安いので、小さい子供のいる家庭ではロングの方が安かった。 ヨーグルトなど乳製品も価格が安いので多く購入した。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳はスーパーで購入、牛乳・乳製品の種類が多く、チーズの占める割合が大きい。 日本人は新鮮な牛乳を求めるが、イタリア人はロングライフを購入する人が多く、店によってはロングライフしか置いていない。 	<ul style="list-style-type: none"> イギリスでは牛乳の宅配が普及している。 ドイツ、イタリアではスーパーからの購入がほとんどだ。スーパーでは牛乳・乳製品の種類が多く、ショウケースもかなり大きい。 ロングライフは山積みされていて、安いのでドイツでもイタリアでも購入する割合が多い。
牛乳・乳製品を使った料理・食品	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は飲み物が第一で、料理・ケーキには若干使うのみ。伝統的牛乳料理にライスプディングがある。 料理にはチーズ、ケーキには牛乳・生クリームをよく使った。 生クリームの種類が多く、シングル(紅茶・コーヒー)、ダブル(もっと脂肪の濃いもの)、ホイッピングがあって使い易かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ドイツの食事は質素で、料理はしないし、夕食でもハムとパンで、良くてスープがでる程度。 料理より手作りのパンケーキを多く作っている。それに牛乳を使用する。4~6月分のクッキーをいっぺんに作って保存している。 ドイツにいる時は、クリームシチュー、グラタン、ケーキ、カステラを作っていたし、冷蔵庫に牛乳、生クリーム、バターを常備していた。 	<ul style="list-style-type: none"> イタリア人は牛乳を飲まない。 牛乳よりもチーズで料理に使う。モッツアレラという生チーズで、スープ、スパゲティの食前用のチーズとしておいしい。チーズは食前食中、食後に食べる。 赤ちゃんの離乳食にもパルメザンチーズをおろして食べさせる。 料理用の生クリームがあり、使いやすい。 シャーベット状のアイスクリームもよく食べる。 バターは無塩で、使用も多く、価格も安い。 	<ul style="list-style-type: none"> イギリスは飲み物として、ドイツでは主にパンケーキ、クッキーに牛乳を使い、イタリアでは牛乳はそのまま飲まない。 イギリスではチーズを料理に使う、生クリームは種類が多く、用途に合わせて使いやすい。 イタリア人はチーズをよく食べる。生チーズが主で料理にも使うし、そのままも食べる。離乳食もチーズをおろして食べさせる。
牛乳・乳製品のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 歯、骨格を丈夫にするために牛乳を水がわりに飲んでいる。 赤ちゃん・子供・妊婦に医師が飲むように勧めている。 母乳の出ない人には、脂肪分の調整した牛乳があって、母乳からすぐ牛乳にしている。日本より大量に飲んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> 水が良くないので日本人はミネラルウォーターと牛乳を飲んでしたが、ドイツ人は牛乳は料理・菓子材料として使っていた。 	<ul style="list-style-type: none"> 健康のために、病院のメーンディッシュにモッツアレラチーズがついているし、栄養価が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> イギリスでは牛乳は日本と同様、歯・骨格を丈夫にするものとイメージされ、大量に飲まれている。 ドイツは料理・菓子の材料としての位置づけ。 イタリアでは牛乳よりチーズが健康のためにと、多量に食べられている。
牛乳・乳製品の消費を伸ばすために	<ul style="list-style-type: none"> 日本の牛乳は高い。 また、牛乳の味が臭い。イギリスのは本当の牛乳の味がする。日本では価格の高いものでも満足できるものはない。 子供達には清涼飲料よりも体に良いことを、年寄りには栄養が高く骨に良いことを広めること。脂肪・カルシウムの内容の違う用途別牛乳を作るべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> ドイツではホテルでコーヒーを頼むとカフェオレがでてくる。ココアに牛乳で、子供にも良く、牛乳とつながっている。 日本では価格の点で料理に使いにくい。 大量に消費させるためには、今後シリアル食品との結びつきを大いに考えるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品の価格が日本は高い。もう少し安ければもっと使用できる。 料理に使用する範囲が広いチーズモッツアレラのような生チーズを作ってほしい。日本の生チーズは歯にべたべたついて良くない。プロセスは石けん臭い。 パルメザンチーズもそのまま砕いて売っているが、そんなのを輸入してほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本では牛乳・乳製品の価格が高い。安ければ、もっと使用できる。 牛乳の味が臭い。
その他				

7. 男性料理愛好家

面接対象者	D さん	K さん	S さん	ま と め
牛乳・乳製品の現状と問題点	<ul style="list-style-type: none"> ブラジルに住んでいたがジャージイ並みのおいしい牛乳であったが、日本の牛乳はまずい。 	<ul style="list-style-type: none"> 俳優という職業は旅に出ることが多く、生活が不規則になる。 そういう時に、牛乳とヨーグルトを栄養飲料として、つとめて飲んでいる。 「〇〇牛乳」といっても牛乳のイメージは乏しい。バター・チーズのイメージの方がつよい。 	<ul style="list-style-type: none"> 明治以来たかだか100年これだけ牛乳が飲まれるのはでき過ぎ。お茶や味噌汁がある食生活の中ではかなり飲まれている。 牛乳は飲み物か、ファッションを狙うのか、ポカリスと目的の違う飲み物であり、食品であると割り切るべきだ。 	
牛乳・乳製品を使った料理・食品	<ul style="list-style-type: none"> おやつにアイスクリーム、プリン、料理にホワイトソースなど考えられる。しかし、牛乳は食品の主材料ではないので多すぎると元の材料の味をなくすし、多くても月に数回程度しか作らないであろうから、もっと、ストレートに牛乳を飲ませることを考えるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品をもっと料理に、 ・カレー：ヨーグルト、生クリームをたくさん入れる。 ・シチュー：ヨーグルトを入れる。 ・ポルシチ・ビーフストロガノフ：生クリームを入れる。 ・魚：クリーム煮 主婦は料理を知らないだけでなく、応用をしない。牛乳は飲むものと思いで応用しようとしなさい。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を大量に使用する料理を伸ばすことが必要だが、個食化の時代に家族全員で食べる料理は望めない。 ・当然、牛乳を必要とするものにもっと的を絞り、オートミール等を普及すべきだ。料理ではミルクゼリー。 朝の食事は狙い目で、紅茶はミルクティ、ココアという習慣を作るべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品を用いた料理を普及すべきだが、大量に使用する料理、また、頻りに牛乳料理を作ることは望めない。牛乳をもっとストレートに飲ませること、または、牛乳を使う簡単な料理、たとえばオートミール等を普及すべきだ。
牛乳・乳製品のイメージ	<ul style="list-style-type: none"> 昔からカステラと牛乳をいっしょに食べるのが、人生の最高の食べ物と信じていたし、こんなにおいしいものはないと思っていた。 スポーツやっている人は牛乳をガブガブのんでいたし、牛乳を飲めば体が大きくなると思っていた。子供達の体力向上、老人の骨を丈夫にするなどのイメージを大切にすべきである。 		<ul style="list-style-type: none"> 牛乳はジュースと比べると、甘味が無い。お茶と比べるとこってりしている。飲み物としても食べ物としても中途半端。 コーラのようにスカッとさせるさわやかさが無いし、果汁を加えても消費者は手を出さないだろう。牛乳は牛乳として意識して飲ませるべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳は、子供達の体力向上、老人の骨を丈夫にするなどの牛乳のイメージを大切に飲ませるべきだ。
牛乳・乳製品の消費を伸ばすために	<ul style="list-style-type: none"> ブラジルでは「ビタミンナ」という季節の果物を入れたミルクセーキがあって、子供達が喜んで飲んでいて、日本でも家庭や牛乳スタンドでビタミンナを飲むキャンペーンをしたらどうか。牛乳本来の素直な使い方をし、簡単に子供でも作れるものをやるべきだ。 牛乳のカルシウムは老人の骨に良いので元気な高齢者にTVなどで生の声でキャンペーンすべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> もっと牛乳に眼を向けさせるキャンペーンを ・健康に気をつけるサラリーマンが水がわりに飲むように。 ・単品だけで考えないで、ココア、オートミール、コーンフレークといっしょに。 ・家庭でも、職場でも、ホテルでも、いつでも飲める状態に。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳を感覚で選ばせるのは無理で、牛乳＝健康食品の観念を潜在的に持たせ、知識で飲ませるようにする。 牛乳は体に良いというメリットをあげ、具体的な牛乳料理献立の1週間分作って提示するなど意識改革をすべきだ。 幼い頃からの嗜好習慣は大人になっても続くので、幼い時からお茶がわりに牛乳を飲むようにさせるのが普及に役立つ。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳＝健康食品の観念を持たせ、もっと牛乳に眼を向けさせるキャンペーンをすべきだ。 果物を入れたミルクセーキなど、牛乳本来の使い方をし、簡単に子供でも作れるものを普及すべきだ。
その他	<ul style="list-style-type: none"> 人間に対して一番良いのは母乳であり、その代用が牛乳であること、そして「命を守るために水があり、その次は牛乳である」ことを声を大にして言うべきだ。 	<p>ミルク粥のすすめ</p> <p>こどもから年寄りまで、年代層を問わず誰にでもおいしく食べてもらえる。 コメと牛乳はよく合う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> スーパーでは、飲み物のコーナーに牛乳があるが、肉・魚、卵、牛乳と食べ物コーナーとして意識して買わせることが必要。 	

8. スポーツトレーナー - 1

面接対象者	K スポーツセンター 運動生理部	P スポーツクラブ 営業本部	ま と め
健康生活 と牛乳・乳製品	<ul style="list-style-type: none"> 健康は適度な運動と栄養バランスのとれた食生活によってもたらされる。そのためには、牛乳・乳製品が極めて重要な意味をもっている。 <やる気と牛乳> 1時間以上を要するようなスポーツの場合、長時間になると血糖値が下がって、疲れが出てきて、やる気がなくなる。そんな時、ミルクやカフェオレを飲むとやる気が出てくる。 <脳の働きと牛乳> 血液中の糖分は脳の働きにも使われる。頭を使っている時は、血糖値が低下してきて疲れしてくる。この場合もミルクやカフェオレが効果的。 <牛乳を飲んで太るは誤り> 肥満はエネルギーのとりすぎによる脂肪の蓄積であって、「牛乳で太る」ことは直接関係ない。むしろ、牛乳から良質のタンパク質をとり、健康的なスタイルを保つべきだ。 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツクラブの飲料の自動販売機では、牛乳は1割しか飲まれていない。スイミングスクールなどでは、冷たい牛乳は売れないので自販機を止めている。 スポーツクラブに来る成人会員は、太りすぎ、やせすぎ、ストレスの解消のためで、これは日常の運動不足と偏食が原因。スポーツを一定期間続け、バランスのとれた食事をする必要がある。そのためには完全食品である牛乳・乳製品は体質改善に必須の食品である。継続して摂るようにしたいものである。 	<ul style="list-style-type: none"> スポーツに牛乳・乳製品は極めて大切な食品である。 長時間スポーツをすると血糖値が下がってきて疲れやすくなる。牛乳の栄養成分が血糖値を上げるのに役立つ。 健康を維持するためには、スポーツと共にバランスのとれた食生活が大切で、そのためには牛乳・乳製品を摂取することが必須である。
レジャー、遊び と牛乳・乳製品	<ul style="list-style-type: none"> <運動前にカフェオレを飲む> 早朝おきぬけにジョギングする人が増えているが、朝は肝臓のグリコーゲンがゼロに近いので、何か胃に食べ物を入れた方がよい。牛乳のたっぷり入ったカフェオレを飲むといい。 特に糖尿病の人は、カロリー制限をしているので、少ないカロリーでバランスをとるには運動の前後に牛乳・乳製品をとることが良い。 <スポーツドリンクではカルシウムはとれない> 激しい運動をすると体温が1度位上がり、汗とともにナトリウム、クローム、マグネシウム、カリウムが体内から出る。スポーツドリンクでは、失われたカルシウムを補給できない。そのためには、牛乳を飲むことが効果的。 	<ul style="list-style-type: none"> <オリンピック選手と牛乳・乳製品> オリンピック選手に、牛乳・乳製品が多く愛飲されている。 また、他の団体スポーツの強化にも栄養価の高い牛乳が飲まれている。牛乳のPRに、有名スポーツ選手を使ったポスターなど効果があるのではないか。 <スポーツの後に牛乳を> スポーツ後の飲み物としてスポーツドリンク、コーラなどが宣伝されているが、牛乳も工夫することにより、もっとさわやかで栄養がとれ、疲労がとれる新商品を望む。 「スポーツのあとに牛乳を」とすすめた。 	<ul style="list-style-type: none"> <スポーツの前にカフェオレを> ただ「牛乳を飲もう」といっただけでは若者はついてこない。むしろ、若者の人気のあるコーヒーに目をつけ、カフェオレをすすめたらどうか。 <スポーツの後に牛乳を> スポーツのあと、のどの渇きを潤すため、疲労をとるために牛乳を飲むことが効果的。そのために、もっとさわやかな新商品の開発が望まれる。 <スポーツドリンクではカルシウムはとれない> スポーツの後、汗とともにカルシウムが失われるが、スポーツドリンクでは補給できない。牛乳が有効。

8. スポーツトレーナー - 2

面接対象者	K スポーツセンター 運動生理部	P スポーツクラブ 営業本部	ま と め
世 代 と 牛 乳 ・ 乳 製 品	<p><子供に必要なカルシウム摂取を> 最近、骨折する子供が増えている。身長伸びがよく、骨の太さが追いつかないため、カルシウムをよくとって運動をし、太い骨を作ることが大切だ。 そのためにはカルシウムの多い牛乳・乳製品をとることが効果的だ。</p> <p><高校・大学生も牛乳を> スポーツマンとして、体をきたえるためには、骨を丈夫にしなければならない。牛乳を飲み、十分にカルシウムを摂取して、さらに運動によって骨に強い刺激を与えることが大切。</p> <p><中高年齢層に必要なカルシウム> 運動不足になると、骨のカルシウムがとけて骨が細くなる。たくさん牛乳をのんで、カルシウムを補給し、さらに運動をして骨を丈夫にしておくことが大切。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 当スポーツクラブの会員は、50代から60代の中高年齢層が多い。40代後半から老化現象に気がついて、健康生活に関心を持つようになる。 若い時から体をきたえていくとともに、食事、特に牛乳・乳製品による栄養補給が老化の防止につながる。 	<p><子供に牛乳を> 身長伸びる割に骨がもろい子供が多い。運動をよくすると共に牛乳・乳製品を摂ることが大切。</p> <p><中高年齢層に牛乳を> 運動不足になると、骨のカルシウムがとけて骨が細くなる。 たくさん牛乳を飲んで運動をすることが老化の防止になる。</p>
牛乳・乳製品の普及について	<p><ポスターによる牛乳・乳製品の宣伝></p> <ul style="list-style-type: none"> スポーツクラブではスポーツドリンクのポスターはあるが、牛乳のポスターはない。目を引くようなキャッチフレーズのポスターを。 <p><栄養士さんへの講習> 栄養士さんへ、牛乳・乳製品の知識を講習することによって、販路拡大につながるのじゃないか。</p> <p><新製品の開発と試飲> スポーツクラブで、新製品の試飲に協力する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 当スイミングクラブは小中学生が多いが、プールから上がった時に、温かい飲物があると良い。自動販売機による温かい牛乳は無理だろうか。 また、水泳のマタニティスクールに通う妊婦も多くなったが、彼女たちにとっては、ジュースやコーラでなく牛乳のカルシウムが必要はずで、関心を引くパンフレットやポスターでPRすべきだ。 ヨーグルトは消化が早く、スポーツ後の疲労回復によいので、スポーツとヨーグルトも、もうひとつPRすべき。 	<ul style="list-style-type: none"> 「なぜ売れないか」「どうしたら売れるか」について徹底分析し、牛乳の市場開発に努めるべきだ。 <p><スポーツクラブへの牛乳の宣伝></p> <ul style="list-style-type: none"> スポーツドリンクのポスターはあるが、牛乳のポスターはない。 プールのあとで、温かい牛乳が飲める自販機の設置の工夫。 消化のよい「ヨーグルトをスポーツの後に」をPRしたらどうか。

9. 消費者運動家－1

面接対象者	T 生 協 営 業 部	S 生 協 消 費 対 策 室	ま と め
組織の概要	<ul style="list-style-type: none"> 昭和32年に、組合員300人で発足。現在は、組合員27万世帯、供給高618億円となっている。 「内容や品質が確かで、より安いものを」という消費者の願いに立って、CO-OP商品や産直品を店舗共同購入で供給。 	<ul style="list-style-type: none"> 22年前に「牛乳の集団飲用」の呼びかけから始まり、会員数200人からスタートし、現在、組合員数は15万人を越えている。 班を基礎にした共同購入システムで素材を中心とした単品結集が根幹になっている。単に価格を下げるだけでなく、「素性を確かめる運動」が消費材・開発の基礎になっている。 	
牛乳・乳製品事業について	<ul style="list-style-type: none"> 店舗ではCO-OP牛乳として、低温殺菌牛乳、UHT、LL牛乳が揃っている。 共同購入は、普通のCO-OP牛乳と北海道の牛乳、LL牛乳を扱っている。CO-OP、北海道の牛乳は別配で週2回の配送をしている。1班5本以上。LL牛乳は通常の共同購入品といっしょの配送。共同購入の牛乳の中ではLL牛乳が60%になっている。 市販の牛乳との違いは、組合員により開発された牛乳で、味や容器の改善、新製品の開発も組合員によってやっている。 	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏では千葉県に工場を持っている。'87年4月に栃木県にも工場をつくった。2工場合わせて、日量65tくらい。 原乳は当生協の考え方に共鳴した生産者を使っている。 配送は、各班へ週2回生協職員が配送する。 市販との違いは予約共同購入であること。 	<ul style="list-style-type: none"> 両生協とも牛乳・乳製品は共同購入の柱とし積極的に取り組んでいる。 T生協は低温殺菌からLL牛乳までの品揃えをしている。 S生協は単品結集という方針で自前の工場を持ち、原乳も当生協の考え方に共鳴した生産者から買っている。 T生協は店舗でも扱っているが両生協とも共同購入方式により「班」へ配送している。 市販牛乳との違いは、両生協とも牛乳の改善、開発は組合員（消費者）自らが行なっていることである。
牛乳・乳製品の特性と改善すべき点、新製品の開発など	<ul style="list-style-type: none"> LL牛乳については、長期間保存中の品質の変性問題、容器の過酸化水素残留の問題など批判があるが、半年間の組合員討議を経て、これらの問題について納得した上で開発した。 低温殺菌牛乳はノンホモジナイズの牛乳を飲みたいという組合員の要望が多かったため開発した。当生協としては、いろいろな牛乳があって、その中のひとつとして飲んでもらうという意味で開発した。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳をできるだけ自然に近い状態で飲みたいということで、75℃/15秒のHTST牛乳の実験をした。現在はセンターから班へ、班から組合員が受けとるまでは常温でやっているため、そのような条件に耐えられるか、試行してみた。 また、価格の問題もあるので、それらを考慮して決めていく予定。当生協は単品結集なので、切り替える時は1本にする。 8月と1月に原乳が余るので、それをどういう形で食べていくかという問題がある。ヨーグルト、チーズ、バターなどの乳製品を独自に作れないかという課題を研究している。現在は、ナチュラルチーズの実験をしている。 	<ul style="list-style-type: none"> T生協では多様な種類の牛乳を組合員に提供しよう努めている。 S生協では75℃15秒殺菌のHTST牛乳の実験を開始した。 乳製品の開発については、S生協では、余乳を使った乳製品をどのように食べていくかという課題にとりくんでいる。

9. 消費者運動家－2

面接対象者	T 生 協 営 業 部	S 生 協 消 費 対 策 室	ま と め
牛乳・乳製品の料理について	<ul style="list-style-type: none"> ・特別に牛乳・乳製品を使った料理の普及はやっていない。 ・重点普及商品に牛乳が入った場合は、牛乳の歴史から始まって、料理の紹介などもする。 	<ul style="list-style-type: none"> ・コメはパンなどに比べて、副菜として自由に相手を選べる優位性が非常に高いという特性がある。牛乳をコメを中心とした毎日の食生活の中に積極的にとり入れた料理を開発していくことを考えてはどうか。 	
牛乳・乳製品の販売普及について	<p><価格について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・当生協の牛乳は非常に安く、低温殺菌牛乳も198円で発売するが、他の低温殺菌に比べて驚異的に安い。基本的な考え方として、誰でも買える価格であることを大事にして、いいものを安く売っている。牛乳は日常的に飲むものだから、利益を度外視して安く売っていく努力をしている。 <p><PRについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・日常的にPRする方法として、店舗におけるポスターと、ちらしがあるが、牛乳消費拡大だけを狙った宣伝はしない。 <p><消費者に訴えたいこと></p> <ul style="list-style-type: none"> ・牛乳に期待するのは乳脂肪分ではなく、カルシウムやたんぱく質だと思う。濃厚飼料をたくさん食べさせることによって、乳脂肪分を高めてきたが、むしろ無脂乳固型分をどう高めていくかという方向にもっていきたい。 <p><生産者に対する期待></p> <ul style="list-style-type: none"> ・蛋白質やカルシウムを増やしていくにはどんな飼料がいいのか、本当にいい牛乳とは何か、生産者と共に探っていきたい。 	<p><市販の牛乳について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・市販のLTL牛乳の理化学テストを行なったところ、7サンプルのうち半分くらいに大腸菌が発見された。また、容量不足もあった。 <p><牛乳の容器について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブリックパックの場合、扱い方により問題が生ずることがある。容器に取り扱い上の注意を表示した方がいい。 <p><PRについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ・牛乳のスライドを2本作った。また、生産の実態にも触れる目的で、工場見学も50回くらいやった。 <p><価格について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・独自の工場を持ったので、処理工程、価格、流通などすべてガラス張りになっている。価格は組合員の納得を得ている。 <p><行政に対する要望></p> <ul style="list-style-type: none"> ・LTL牛乳、輸入の問題などいろいろな意見をとり入れてほしい。近郊酪農を守る視点に立ってほしい。 	<p><価格について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・両生協とも、組合員の納得する価格をと努力している。 ・T生協は牛乳は日常的に大量に飲むものだから、利益を度外視して低価格にしている。 ・S生協は独自の工場を持っているため価格はガラス張り、組合員の納得を得ている。 <p><生産者との提携について></p> <ul style="list-style-type: none"> ・T生協は現在栃木県の中でLTL牛乳を作っているが、産地提携も考えている。「本当にいい牛乳とは何か」を生産者と共に探っていきたいと考えている。 ・S生協もまた近郊酪農を守るという方針のもとで、生産者と手を結び素性の確かな原乳を得ている。
そ の 他			

10. 栄養士 - 1

面接対象者	H 小 学 校 栄 養 士	C 区 役 所 児 童 課	N 総 合 病 院 栄 養 課	ま と め
健康生活 と牛乳・乳製品	<p><H小学校の学校給食></p> <ul style="list-style-type: none"> 目黒区の住宅地にある児童数 571 人の小学校。栄養士 1 人、調理人 5 人。 <p><献立と牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 栄養士が 2 カ月先のものを作成する。 牛乳は 1 人に 1 本 (180cc) をつける。 主食はパン・ごはん、パンのときはなるべくチーズパン、ピザトーストのように乳製品の入ったものをつかう。 おかずやデザートにも、コンスープ、ピザ、グラタン、ヨーグルトなど、牛乳・乳製品入りのものを出す。 献立は「東京都学校給食栄養摂取の標準」を基礎として作成する。牛乳は 1 食当り 206g、乳製品類 2g となっている。 ヨーグルトやアイスクリームは好まれるが、限られた予算の中では増やすことが困難。 <p><家庭における牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 母親たちに講習会を開き、牛乳を使った料理の実習もし、家庭でも牛乳・乳製品を欠かさないよう伝えている。 	<p><C区内の保育園と給食></p> <ul style="list-style-type: none"> 区内には 7ヶ所の保育園があり 539 名の園児がいる。 保育園には 3～4 人の調理士がいて給食している。栄養士は 2 人で栄養指導を行っている。 <p><献立></p> <ul style="list-style-type: none"> 厚生省の標準栄養所要量を基準に、各年齢に合わせて献立をたてている。乳児、1～2歳、3歳以上の 3種類作り、各保育所に配って指導している。昼食、午前午後のおやつ献立を作る。 牛乳は毎日欠かさず給食し、乳製品もほとんど毎日出している。 乳製品ではバターをパンやホットケーキに使い、チーズは毎週 1 回使う。ヨーグルト、生クリームも時々使うが、乳酸菌飲料は使用していない。 	<p><N大O病院の給食></p> <ul style="list-style-type: none"> 入院患者は常時 270 人位、栄養士 5 人、調理士 5 人、パート 5 人で給食をやっている。 献立の作成、入院患者、外来患者の食事栄養指導を行っている。 <p><献立と牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 脂質をきらい患者以外には原則として 1 日 1 本牛乳をつけている。 小児科、肝臓病には 2 本、妊婦には牛乳 2 本、ヨーグルト 1 本など病気により調整している。 チーズやヤクルトなどの乳製品や牛乳を使った料理も出している。 <p><献立の考え方></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品を献立に組入れるときは、カルシウム、蛋白質、ビタミン A、ビタミン B₂ に注目して必要栄養素を確保するように考える。特にカルシウムは牛乳から吸収率がよいので、つとめて牛乳をつけるようにしている。 また患者によっては、カルシウムより良質の蛋白質と考えて献立をたてる。 	<ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品は、学校給食、保育園給食、病院給食とも、献立の柱となっていることがうかがえる。
牛乳・乳製品の料理	<ul style="list-style-type: none"> 10月の献立の中で牛乳を使った料理は「むしパン」「ホワイトシチュー」「白菜のクリームスープ」など。むしパンは牛乳を入れると味がよく非常に好評。牛乳料理の本が少なく、この方面の教材書が望まれる。 乳製品は価格が高いため、特にバターは敬遠してしまう。チーズは「ピザ」として使うことが多い。ワンタンの皮にチーズを包んで揚げるチーズロールは好評。 主食に米飯がとり入れられるにつれて日本食と牛乳がうまくマッチせず、子供から「牛乳の代りに味噌汁を、お茶を」などの要望が出され、牛乳の量をどうしたら確保できるかを考えている。「牛乳粥」を試作している。 	<ul style="list-style-type: none"> 10月の献立の中で牛乳・乳製品の料理おやつはコンスープ、チキンカレー、ヨーグルトサラダやプリンなど、1、2歳児にはカステラやゼリーも出している。コンスープは好評、シチュー、グラタンもよく食べ、生クリームのおやつも好まれる。 牛乳を使った料理は園児に喜ばれるのでどんな料理が良いのかも勉強中。洋風のものだけでなく、日本食に合った牛乳・乳製品の料理、おやつの作り方がないものかと考えている。そのような料理の本を是非入手したいし、料理講習会があれば参加したい。 	<ul style="list-style-type: none"> 病院の給食は、病気をなおすための薬としての食事として意味がある。牛乳・乳製品を残す患者には是非食べるよう指導する。牛乳の代りにヨーグルト、アイスクリームなどを与えたり、牛乳を使った料理を出す。 牛乳・乳製品の料理はその患者の病状に応じて、いろいろ工夫して作っている。 牛乳を飲めない人には、コーヒーや紅茶に入れたり、ヨーグルトにもいろいろなものを混ぜて食べる指導をしている。 	<ul style="list-style-type: none"> 園児、小学生とも牛乳を使った料理は好評で、喜ばれる料理の工夫をしているが、牛乳を使った料理の本がなかなか手に入らず、そのような教科書が望まれている。また、料理講習会への参加希望もでてくる。 特に、和食と牛乳、ごはんにはマッチした牛乳料理の工夫が必要なのではないかと給食の現場ではいろいろ試作されている。

10. 栄養士 - 2

面接対象者	H 小 学 校 栄 養 士	C 区 役 所 児 童 課	N 総 合 病 院 栄 養 課	ま と め
世 代 と 牛 乳 ・ 乳 製 品	<p><「牛乳を飲むとおなかが痛む」は、大人の発想></p> <ul style="list-style-type: none"> 本校の子供には牛乳嫌いはほとんどいない。「牛乳を飲むとおなかが痛む、下痢をする」は子供にはみられない。よく飲み方の指導をすれば大丈夫だ。 <p><牛乳アレルギーについて></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳アレルギーの子供がクラスに2~3人いるが、本当にアレルギーでなく、何かの原因で牛乳が嫌いになったということもある。医者とも相談して健康のために牛乳を飲めるようにしたい。 <p><ジュース・コーラと牛乳・乳製品></p> <ul style="list-style-type: none"> 子供はジュースやコーラが好きで、牛乳に比べて嗜好率が高い。しかし、ヨーグルトやアイスクリームも好まれている。子供の好きな乳製品の新品種が開発されるといい。 	<p><園児と牛乳の好き嫌い></p> <ul style="list-style-type: none"> ほとんどの園児は牛乳・乳製品は大好きだが、クラスに1~2人牛乳を欲しがらない子がいる。乳糖不耐症や牛乳アレルギーの子で、母親と話し合っって少量ずつ与えたり、温めたりして飲ませている。医者とも相談して無理のないよう対応している。 好きな子は、家に帰ってから水がわりに1ℓ近くも飲む子がいるが、これは飲み過ぎで脂肪のとりすぎになる。 <p><家庭での食事指導></p> <ul style="list-style-type: none"> 園児の健康は保育園の給食だけではどうにもならないので保育園と家庭の食事のバランスをとりながら育てて行く事が大切。保護者向けに「給食だより」を作って家庭と密接な連絡をとるようにしている。特に家に帰っても牛乳を1本飲むように指導している。 	<p><牛乳の好き嫌い、牛乳アレルギーについて></p> <ul style="list-style-type: none"> 乳幼児、小中学生には牛乳嫌いが少ない。50歳以上の人に乳糖不耐症の人が多い。始めは1口ずつから飲むように指導している。 牛乳アレルギーについては、医師が確認してはっきりアレルギーとされた患者には牛乳を与えない。実際はアレルギーと思いきこんでいる人が多い。 <p><若者と牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> 10代~20代の若い患者の中には牛乳は「給食レベル」で、カッコ悪いとべっ視する人がいる。またTVのCMをみて牛乳よりスポーツドリンクの方が体力をつけるのによいと信じている人が多い。もっと、容器など工夫してファッション化しないと若者はイメージ的に牛乳離れをおこしてしまう。 <p><老人と牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> 老人は、牛乳・乳製品は高級食品で、病気のとき健康食品として飲むものとイメージしている人が多い。退院後も毎日牛乳を飲むよう指導している。 	<p><牛乳アレルギーについて></p> <ul style="list-style-type: none"> ほとんどは、自分の思いこみで、少しずつ飲ませる工夫などで牛乳が飲めるようにしている。 <p><子供・若者の牛乳ばなれについて></p> <ul style="list-style-type: none"> 子供は、ジュースやコーラが好きで、牛乳より好んで飲んでいる。子供が好きな乳製品が開発されるといい。 子供の健康のためには、家庭での食事も大切で、家でも牛乳を飲むように母親に伝えている。 10代~20代の若者は牛乳はカッコ悪い飲み物というイメージがあり、むしろスポーツドリンクの方が体力をつけると誤解している人もいる。牛乳が健康によいことのPRと共に、容器などもファッション化して牛乳ばなれを防ぐ工夫が必要だ。 <p><老人と牛乳></p> <ul style="list-style-type: none"> 健康を維持するために、日常の食生活の中に必ず牛乳をとり入れることを指導している。
専 門 領 域 から み た 牛 乳 の 現 状	<p><牛乳・乳製品の価格></p> <ul style="list-style-type: none"> 給食の牛乳は区の助成金がつくため、市販に比べて非常に安く入手できるが、乳製品については補助がないため市価に近い価格で買わざるを得ない。乳製品の価格を少しでも安くしてほしい。 <p><10ℓ入り牛乳容器></p> <ul style="list-style-type: none"> 大量に使う学校給食の場合、1ℓ容器では不便だ。10ℓ入り位の容器も作ってほしい。 ヨーグルトやバター、チーズも家庭用だけでなく業務用の大箱の販売を望む。 	<p><もっと大きな容器を></p> <ul style="list-style-type: none"> 給食の現場には1ℓ入りの容器で配達されているが、もっと大きな容器があれば能率的だという声が出ている。 <p><牛乳の特性について></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳は各メーカーで工夫されていて、新製品も次々と出ている。無殺菌牛乳などについても勉強していきたい。 	<p><牛乳・乳製品の価格について></p> <ul style="list-style-type: none"> 当病院では、牛乳は工場から直接仕入れるので、価格も比較的安く入っている。しかし乳製品は限られた予算の中では賄いきれず、他のもので代用せざるを得なくなっている。乳製品の価格を安くしてほしい。 <p><牛乳・乳製品の商品特性について></p> <ul style="list-style-type: none"> 低脂肪の牛乳を安く出してしまい、また乳糖ぬきのものなどがほしい。 牛乳を少量ずつ、ゆっくり飲む老人などのために100cc容器も作ってほしい。またチーズも25ℓ程度の小さいものがほしい。 アイスクリーム、ヨーグルトの甘さをおさえてほしい。 <p><牛乳・乳製品の知識の普及></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳・乳製品が健康生活に欠かせないものであることを知らせる必要がある。 	<p><牛乳・乳製品の価格について></p> <ul style="list-style-type: none"> 牛乳は各給食とも市販より安く手に入れていて、これ以上高くならなければよいところだが、乳製品については、献立の中で使いたくても価格が高くて使いきれないで、代用のものを使わざるを得ない状態のようだ。特にチーズ、バターなどの基礎的なものが安くなることが望まれている。 <p><容器の容量の工夫></p> <ul style="list-style-type: none"> 大量に料理に使う給食現場では1ℓ容器では小さすぎて能率が悪い。もっと大きな容器が望まれている。 病院など様々な食べ方をしている人が多いところでは、100cc容器や、チーズの小量パックも望まれている。

VII モニターの作文の分析

全国から寄せられた牛乳・乳製品に関するモニターの作文1,381通の意見内容から牛乳・乳製品の消費に係わるキーワードを抽出し、代表的なものをまとめてみると次のようになる。

- | | |
|--------------------------------|----------|
| 1. 牛乳を利用したメニューに関するもの | (1,444件) |
| 2. 牛乳の効果・効能または病気と牛乳の係りあいに関するもの | (1,126件) |
| 3. 牛乳嫌いの直し方に関するもの | (215件) |
| 4. 現状の牛乳に対する不満・要望に関するもの | (133件) |
| 5. 飲用以外の牛乳利用法の提案に関するもの | (79件) |

注 1人のモニターが複数提案をしているので件数の合計がモニター人数を上回る

応募者の特性がモニターであり、牛乳に関心が高く、更に主婦が多かったせいでもあろうが、牛乳メニューに関するものがトップであり、次いで牛乳の効果・効能、換言すれば健康、病気予防、病気との係りあいの内容の多いことがわかる。

では、具体的にどんな内容かを、各ジャンル別に整理してみることにする。

1 牛乳を利用したメニューに関するもの

牛乳メニューは極めて多岐にわたっており、その出現度合をメニュー群別に多い順にまとめてみると次のようになる。

① おやつ・デザート類	(443件)
- ケーキ	
- プリン	
-ゼリー	
- 牛乳寒天	
- アイスクリーム・シャーベット	
- ヨーグルト	
② 煮込み料理を中心としたメニュー	(377件)
- シチュー	
- カレー	
- グラタン	
③ ドリンク類	(140件)
- カフェオレ (ミルクコーヒー)	
- ジュース・ミルクセーキ	
④ スープ類	(118件)
- スープ	
- 味噌汁・吸物	
⑤ 米飯料理	(106件)
- かゆ・雑炊	
- たき込みご飯	
⑥ 穀類・パン	(63件)
- パン	
- コーンフレーク	
⑦ チーズ・バター	(40件)
⑧ 種 類	(23件)

牛乳はおやつ・デザート用の材料であったり、料理の為の素材であったり、その使われ方は主婦のアイデアやキャンペーン効果により広がりを見せている。

同じシチューでもホワイト系は当然のことながらブラウン系（ビーフシチュー）やカレー、ビーフストロガノフなどに使われ、おいしい、コクのあるメニューづくりに欠かせないものとなっている。

更に注目すべきは牛乳が洋風料理から、かゆ・雑炊・たき込みご飯など和風料理への展開をみせていることである。数年前学校給食で「タケチャンマンライス」（ミルクファイバーライス）が話題になり、子供を介して家庭にも導入されたが、和風料理の素材としても使えることがモニターの間では徐々に浸透しつつある。

また、アメリカでは朝食の代表といわれているシリアル食品も、モニターの食卓には多少出現している。

シリアル食品と牛乳の関係は切っても切り離せない関係であり、都会的な新しい朝食のイメージは女性のダイエット、ビューティ志向と結びついていく。当然牛乳の消費量とは相関する。昨今参入企業が多くなってからというもの、それまで伸び悩みをみせていたシリアル食品業界も活性化してきており、相乗効果が期待できる。

飲料の世界に目をおとすとカフェオレが目につく。作文ではミルクコーヒーという表現も多数みられたが、今や朝の明るい陽ざしの中でのカフェオレでなければいけないだろう。

このように牛乳のメニューバラエティはモニターの間では従来のおやつ・デザート・クリームシチュー・グラタンの世界から徐々に新しいメニューへ広がりを見せており、今後は一般の消費者にどうアプローチしていくかが大きな課題となろう。

2 牛乳の効果・効能、病気との係りあいに関するもの

元来牛乳と健康との結びつきは強く、やはりこの内容のものが多かった。

① カルシウムに係るもの	(4 3 2 件)
- カルシウム	
- 丈夫な歯、骨	
- 背が伸びる	
② 病気予防・病気を直す・入院中の食事	(3 3 9 件)
- ガ ン	
- 胃腸病(胃かいようなど)	
- 精神安定	
③ 美容・ダイエット	(1 4 9 件)
- 美しくなる	
- ダイエット	
- 若さの持続	
- 便秘、吹出もの	
④ 栄 養 素	(1 0 7 件)
- ビタミン	
- 蛋 白 質	
- 鉄 分	

このテーマの内容を読んでいると子供、老人、病人のイメージが強い。子供の発育のためのカルシウム、老人の骨折、成人病予防のための牛乳、胃かいようを直すための牛乳……といったことが多い。

つまり、牛乳の基本的な効果・効能に係るものである。

この中で注目されるのは女性のヘルス&ビューティの世界である。いつまでも美しく、若くありたいと願うのは女性の永遠の願望であり、牛乳で便秘を直し、ダイエットをし、美しくなりたいということである。これは後述の牛乳風呂や牛乳洗顔とともに牛乳消費の1つの切口として充分考えられる。

3 牛乳嫌いの直し方に関するもの

牛乳嫌いの直し方（牛乳をどうやって摂取させるかといった方が適切かもしれないが）として次の点が多い。

① 料理に入れる	(5 6 件)
② コーヒー・紅茶に入れる	(3 6 件)
③ 他の飲料（乳酸菌飲料等）と混ぜる	(1 6 件)
④ 砂糖を加える	(1 4 件)

前述のメニューの項とも関連するが、牛乳嫌いの人には料理としてわからなくして食べさせてしまうとか他の飲料に変えて飲ませるといったケースが多かった。

4 現状の牛乳に対する不満・要望に関するもの

ここでは、今後の商品開発の参考になる点が出現している。

① 味・品質に関するもの	(58件)
- 昔の牛乳はおいしかった	
←→ 今の牛乳は水っぽい	
(コクのある牛乳が欲しい)	
- 牧場の牛乳はおいしい	
② パッケージに関するもの	(24件)
- 紙パックはくさい	
- " ダサイ	
- 瓶入りの牛乳がいい	
- もっと夢のあるパッケージにしたら	
③ 販売チャネルに関するもの	(29件)
- 自販機をもっと増やしてほしい	
- 牛乳を売っている店が少ない	

味・品質まわりではもっと濃い、ほんとうの牛乳が欲しいという声が多い。この点たしかに、牛乳そのものの商品バラエティは少なく、消費者が自分の好きな濃度の牛乳を選択できないのが現状である。濃度（あるいは味）のバラエティ化を展開し、加えて現状の紙パックのみのパッケージを再考、新たなパッケージ開発（デザインも含め）があってもいいのではないだろうか。

たとえば、牧場でとれたての濃い牛乳をガラス瓶に入れ、おいしさ感のあるデザインをほどこした雰囲気のあるもの、あるいは自動販売機用の手軽なガラス瓶……といったもの。

牛乳もバラエティ化、差別化の時期がきていると考えられ、消費喚起に大き

な意義があると思われる。

5 飲用以外の牛乳利用法の提案に関するもの

牛乳の飲用以外の利用法としては、料理に使うというのが多かったが、牛乳風呂、洗顔用に使うというのが面白い。古来牛乳風呂は肌によいく（洗顔も同じ理屈であるが）といわれてきたが、風呂に牛乳を入れるのはもったいない、ぜいたくという意識から一般的には普及していなかった。

酒屋で「風呂用の酒」が発売されて、これが静かなるブームとのことだが、これは非可飲措置をほどこし安価に消費者に提供しているという。

工夫によっては風呂用牛乳、洗顔用の牛乳もできるだろう。女性をひきつける商品としては面白いのではないだろうか。牛乳とヘルス&ビューティ、イメージ的にもピッタリくると思われる。

以上、モニターの作文を読み、その内容から今後の牛乳消費のヒント、切口をまとめよう。

1. ヘルス&ビューティの世界

牛乳そのものの効果・効能はベースにあるが、子供、老人、病人の世界から切り離し、ダイエット、若さ、美しさへのイメージ転換をはかる。



これは飲用の世界にとどまらず、ダイエット牛乳、風呂用牛乳、洗顔用牛乳、化粧品の開発も考えられる。

2. 食を楽しむ時代における牛乳の利用の拡大

現在、牛乳を使うメニューは一般的には固定化されており、楽しい、新しいメニュー提案が必要であろう。



洋風料理のみならず、和風料理にも導入。飲用のみならず料理用としても常備する。

3. 食事のファッション化

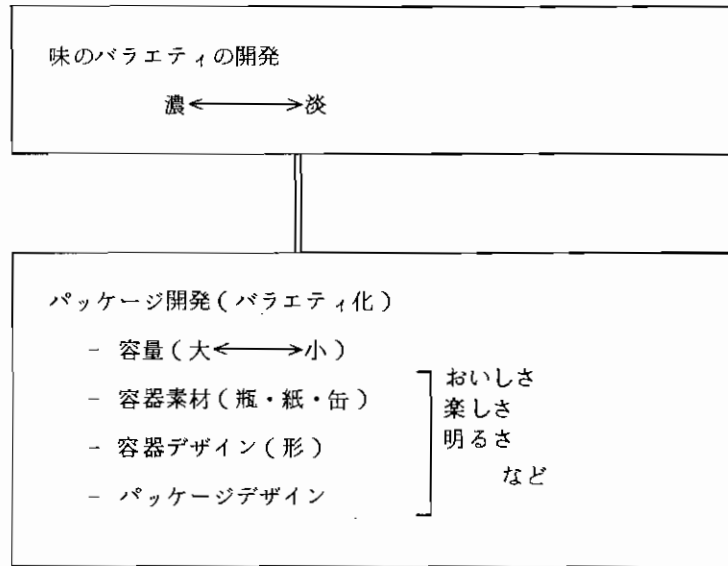
ファッションを付加した朝食（もしくは新しい朝食）



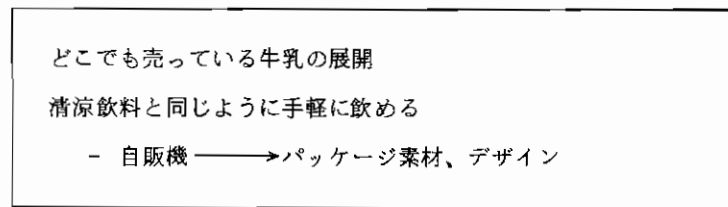
牛乳たっぷりのカフェオレとクロワッサン
シリアル食品と牛乳

→ 都会的

4. 製品開発



5. 販売チャネル



VIII 海外事情調査

1. 生産の概況

(1) 1983年～1985年の生乳生産量

国		年	'83	'84	'85
オーストラリア	生産量(千トン)		6,101	6,219	6,219
	飲用乳向(%)		26.5	26.4	26.9
アメリカ	生産量(千トン)		63,271	61,356	65,232
	飲用乳向(%)		40.8	43.8	—
フランス	生産量(千トン)		26,079	26,054	25,422
	飲用乳向(%)		14.4	15.3	15.9
日本	生産量(千トン)		7,042	7,138	7,380
	飲用乳向(%)		60.7	60.5	58.4

注) (1) 生産量は、次の出所の数字をトン換算した。(1ℓ = 1.03Kg、1ポンド = 0.453Kg)

オーストラリア : Australian Dairy Corporation

アメリカ : Business Statistics 1984 by U. S. Department of Commerce 及び Statistical Abstract of the United States 1987

フランス : Annual Dairy Service by S. C. E. E. S.

(2) 飲用向け比率は、アメリカの場合、加工用向け割合から逆算した。ただし、これを計算するためのアメリカの1985年データはまだ発表されていない。

(3) 参考までに、上表中1985(アメリカは1984)年の生産量にそれぞれの飲用乳向(%)を乗じて、これを1985年の人口(厚生省人口問題研究所編:人口統計資料集1986)で除して国民1人当り飲用乳量(ℓ/年)を示すと次のとおりである。

オーストラリア : 103ℓ/人/年

アメリカ : 109 "

フランス : 72 "

日本 : 34 "

4か国いずれも需要を上回る生産状況にあるため、輸出振興(オーストラリア、アメリカ)、生産調整(フランス、日本)、余剰買上(アメリカ)、価格保証(日本、オーストラリア)、消費宣伝広告(アメリカ、日本)等、直接、間接の対策を講じている。

(2) 1983年～1985年の主要乳製品生産量（1,000トン）

国	年	'83	'84	'85
オーストラリア	バター	60.4	61.7	59.6
	脱脂粉乳	36.9	38.6	39.2
	チーズ	124.9	133.1	132.5
アメリカ	バター	588.5	499.8	565.3
	脱脂粉乳	679.5	524.9	633.3
	チーズ	2,183.2	2,117.2	2,276.3
フランス	バター	612.8	577.8	548.9
	脱脂粉乳	815.8	778.7	679.8
	チーズ	1,186.6	1,226.7	1,256.6
日本	バター	74.3	77.6	88.9
	脱脂粉乳	154.2	155.3	181.5
	チーズ	67.8	69.3	68.4

国別	過剰乳製品対策
オーストラリア	乳製品輸出増大のため、国内用乳製品に課税したものの（消費者負担）を財源として乳製品輸出補助金を交付している。またこの補助金により酪農家の乳価低落を防止している。オーストラリア乳製品は、アメリカ、フランス産よりはるかに安く日本に輸入されている。
アメリカ	余剰乳製品の無制限買入したものを福祉対策用（高齢貧困者）に配給してかなり在庫を減らすことに成功した。一方、消費宣伝対策も功を奏して在庫減要因となり、'87年は、福祉用を $\frac{1}{2}$ に減らさざるを得ないという。
フランス	伝統的に乳製品輸出国であり、その輸出超過額は、輸出入総額（乳製品）の60%強に達する。しかし、ここ一兩年輸出が減り、輸入が増える傾向が見られ、出超額が減少傾向にあるという。業界が自主的に努力しているので政府は何ら特別の対策を講じていない。

2. 流通事情

国 別	牛 乳 ・ 乳 製 品 の 流 通 概 況
オーストラリア	<p>ビクトリア州が全体の60%近くを生産しているため、他の州と若干異なった流通状況を示している。</p> <p>一般には、酪農家と集乳業者（乳業者）の間には、州政府の監督による飲用乳確保のための契約または割合の制度がある。生産された飲用乳は、流通業者（卸）から小売業者に渡される。小売業者の中で4大スーパーが食品市場全体の80%のシェアを誇り、牛乳・乳製品市場の90%を抑えている。生乳は、27%が飲用乳に向けられ、残り73%が乳製品向けとなっている。乳製品卸売業者（または乳業者）は、生産された乳製品の46%を国内消費に向け、残り54%を輸出業者によって輸出している。飲用乳の宅配は配達区域を定めて行われている。</p>
アメリカ	<p>あらゆる面で大規模化集中化が進んでいるので、流通機構は簡単である。酪農家は、生乳をトラックで乳業者の中央加工・流通センターに持ち込む。この中央センターから牛乳、乳製品は小売業者、レストラン、学校給食等へ配送される。乳業者は、一時保管や地方配送のため衛星センターを設けることもある。乳製品の輸出入は、生産量の1%そこそこのので流通面にほとんど影響がない。飲用乳の家庭配達は、かつては乳製品とともにかなり行われていたが、今日ではほとんど行われていない。</p>
フランス	<p>酪農家は、農協（48%）または私企業（52%）のいずれかの集乳業者に生乳を出荷する。集乳業者は、処理加工業者（農協、私企業または外国業者）に渡す。生産された牛乳・乳製品は、卸売業者が引取って小売業者に届ける。卸売業者は、メーカー系小売（共同仕入）またはチェーン店共同組織が卸業務を営むため圧迫されてシェアが低落している。小売業者の中では、スーパーマーケットが50%、ハイパーマーケットが25%のシェアを占め、残りを一般小売店と特殊小売（酪農家直売、チーズ商）が分け合っている。</p>

※ ハイパーマーケット：'60年代に欧州で出現した小売の業態である。食品・非食品の壁がなく、倉庫陳列型小売である。郊外立地が主で粗利10%以上を得ているという。

英国では平屋で売場面積50,000平方フィート（1,407.5坪）以上で駐車場と倉庫を有するものを言う。

米国には、まだ余りないが、ディスカウント・ストアに属するものと言われ、売場面積1,000～2,500坪位のことを言うと言われる。

3. 消費状況

国 別	牛 乳	乳 製 品
オーストラリア	<p>飲用乳の80%は、いわゆる全乳であるが、近年低脂肪乳の消費が著しく伸びて最近1年間で低脂肪乳の市場シェアが8%から12%にはね上がった。低脂肪化は、食品全体に見られる傾向で震源地は成人及び10代女性である。各州協議の調査によれば牛乳消費に3グループありと言う。①市場の50%を占める伝統派。②牛乳飲用の習慣のない所で育った人達で市場の25%を占める。③残り25%は拘泥派とでもいうべき人々（高脂肪や粘液形成特性に注目している）で牛乳消費に選択的、制限的である。</p> <p>通常の家料理での牛乳使用量がどの位あるのかの数字は見当らない。恐らくそれは、飲用乳消費量は全体の1%にも満たないものであろう。</p>	<p>バターは、従来の加塩ものから減塩または無塩ものに僅かずつ移行しつつある。スプレッドとしてのバターは、マーガリンに叶わないのでバターに油分を添加して軟らかくしたものが出廻り始めた。バターの市場シェアは30%。</p> <p>チーズは、従来輸入のチェダータイプが愛用されたが、国内で開発された非チェダータイプが政府の後押しもあり、消費が伸びつつある。</p>
アメリカ	<p>近年の傾向として高脂肪から低脂肪への傾向が牛乳も乳製品も共に強まりつつある。'82年と'86年の1人当り消費量の同種製品中のウェイトの変化を見ると、全乳は60%から55%へ、低脂肪乳は35%から39%へ、脱脂乳は5%から6%へと変化している。</p> <p>消費者の購入飲用乳の半分以上がそのまま飲まれているが、残りは他の食品に加えたり、注いだりして利用されており、料理用に消費されているのは、飲用乳全体の約14%と見積られている。この中には、プレパック食品中の牛乳固型分や料理に使用されるバターやチーズは含まれていない。</p> <p>紙やプラスチックの容器入り飲用乳については、微生物分解による品質低下を心配する人々によってガラスビン使用に逆転させられるかも知れない。</p>	<p>低脂肪化の傾向については、飲用乳同様であり、'82年と'86年の1人当り消費量の同種製品中の比率の変化を見ると、クリームカテージチーズが78%から74%に低下し、低脂肪カテージチーズは22%から26%に増大している。</p>

フ ラ ン ス	<p>最近10年間に低脂肪乳が全脂乳に取って代る勢いで伸びていることとか、新鮮な低温殺菌乳の消費が停滞し、超高温殺菌乳やロングライフ牛乳がぐんぐん消費が伸びており、牛乳消費構造が地殻変動を起していると言われる。飲用乳市場でのUHTのシェアは70%にも達している。</p> <p>飲用乳購入1ℓについて$\frac{1}{4}$はそのまま、またはコーヒー等に入れて飲まれており、残り$\frac{3}{4}$は料理用に使われている。(しかし、この$\frac{3}{4}$中には、オートミール、コーンフレークその他に加えたり注いだりしたもの、あるいはフルーツその他を加えてシェイクしたものも含まれていると思われる。)</p>	<p>12~17才の若者達は、朝または食後に取るヨーグルト(好みによりフルーツをまぜる)の最大の消費者である。かくして新鮮な牛乳デザートが朝から食後に出来るようになった。飲用ヨーグルトのヨープレイが初出現したのは'82年。以来ぐんぐん消費が伸びている。また匂いの強くない「新チーズ」も出現した。</p>
---------	--	---

4. 消費拡大策

過剰対処基本方針と消費拡大措置	
オーストラリア	<p>生産者を支持しつつ、消費者負担を財源として輸出補助を行い、輸出増大によって余剰を解消せんとする基本方針を補完するものとして牛乳・乳製品の消費拡大措置が講じられている。</p> <p>飲用乳については、消費者の25%を占めると見られる無習慣派を目標にした消費宣伝をテレビで行うことになっている。乳業者においても消費者の低脂肪指向に追随してフレーバーや低脂肪の飲用乳の開発及び販売促進に力を入れている。</p> <p>バターについては、酪農公社は天然の品質を強調し、マーガリンの合成物質性を評価しない態度で消費拡大運動をしている。10代女性の脂肪不安の克服にも努力をしている。バターのスーパーマーケットブランド指向が衰え、メーカーブランド指向が強まって来たので各メーカーは自社ブランドの評価を高めようと努力し始めた。チーズについては、酪農公社は、国産ナチュラルチーズの多用途性と高品質を強調し、各種タイプの利用方法を消費者に教え込もうとしている。チーズ販売でのスーパーの役割は大きいので、自社製品の販売棚を設けて貰おうと各メーカーは懸命である。</p> <p>酪農公社は、牛乳・乳製品の消費拡大のために年間1,100万ドルの費用を支出している。</p>

<p>アメリカ</p>	<p>1983年酪農・煙草調整法によって米国における牛乳余剰を減少させ、酪農産品の消費を増大させるために酪農産品に対する助成、調査研究及び栄養教育に関する国家計画が策定され、承認されている。余剰乳製品の全量買上げ、社会福祉向け放出措置は措くとして、'83年法により設置された酪農振興・調査委員会が全米の酪農家から出荷乳100ポンド(45.3Kg)当たり15セントのきょ出金を集め、10セント以下を各州に残し、残り5%以上を使用して牛乳・乳製品の消費拡大宣伝を新聞、雑誌、ラジオ、テレビその他あらゆるマスメディアを利用して行っている。'88年度('87年7月~'88年6月)のこの委員会の消費宣伝支出予定は1.21億ドルとされている。</p> <p>委員会及び各州の消費宣伝運動の効果は、確かに大きなものがあつたとされる。しかし民間部門での各メーカーの消費宣伝額は、主要23社で見ても年間10万ドルから500万ドルまでとかなりの幅がある。売上に対する宣伝費の率は0.11%から2.5%まで平均0.69%となっている。</p>
<p>フランス</p>	<p>ECの牛乳生産調整割当制を受け入れているが、政府の統制を嫌う酪農業者は自主的に生産割当を行っている。牛乳・乳製品については、広く国民の間に自然食品、健康食品としてのイメージが定着しており、政府としても消費宣伝措置は、民間の自助的活動としての消費宣伝のみでよいと考えているようである。民間業界で消費宣伝活動を実施しているが、マンネリ化非効率化防止のため6カ月ごとに見直しを行っている。</p> <p>注目すべきは、労働組合等が労働者を守るため賃上げ要求を行うだけでなく、労働者の生産物を世間に周知させ、販売促進を図ること、消費の伸びが落ちている製品の消費にブーストをかけて伸びを図ることなども組合活動の中にも含めていることである。</p>

〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果

〈付〉 一般消費者用調査票と単純集計結果

(全員に)

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

n = 4664

	a	b	c	d
	好き なども れでは すか	嫌い なども れでは すか	家のは いど つれ もあ すか	あの はた だ が れ 飲 む す か
	↓	↓	↓	↓
コーラなどの炭酸飲料	32.8	26.3	14.5	24.3
果汁 100% ジュース	42.9	5.3	14.7	23.8
トマトジュース	21.6	35.1	8.8	12.4
白牛乳	52.6	9.4	77.3	62.0
コーヒー牛乳・ フルーツ牛乳など	31.4	9.0	7.4	17.0
乳酸菌飲料(ヤクルトなど)	31.2	7.4	16.6	18.6
乳酸菌飲料(カルピスなど)	27.3	8.7	14.4	15.6
コーヒー	54.6	8.8	70.3	55.5
紅茶	32.3	5.1	48.5	28.1
日本茶	61.6	1.8	81.1	66.8
ウーロン茶	31.2	11.4	27.2	27.0
スポーツドリンク (ポカリスエットなど)	28.6	17.6	8.0	17.8
ない・DK・NA	1.4	25.2	2.6	2.9

(全員に)

問2 次のような飲料を飲むのに適した人はどんなイメージの人ですか。あてはまる番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4664		a	b	c	d	e	f
		牛乳 ↓	ジュース ↓	炭酸飲料 ↓	ウーロン茶 ↓	スポーリング ↓	コーヒー ↓
若々しい人		44.1	57.9	69.3	16.4	75.8	49.6
高齢の人		39.7	9.2	2.1	52.5	2.2	14.5
積極的な人		15.6	8.7	18.1	8.1	30.0	23.3
消極的な人		8.6	11.9	4.0	9.6	1.9	5.8
グルメな人		10.9	10.9	5.4	22.8	5.9	37.7
グルメでない人		5.6	7.6	9.7	4.3	3.6	2.6
健康的な人		71.2	21.5	15.4	31.5	50.6	15.5
健康的でない人		14.6	7.7	15.9	13.3	3.2	10.0
社会的に成功する人		11.6	3.1	2.6	6.0	7.7	21.3
社会的に成功しない人		1.7	5.7	9.5	2.8	1.4	2.0
家庭的な人		47.4	17.7	4.1	23.2	4.1	18.5
家庭的でない人		2.6	5.8	14.6	2.8	6.5	9.8
センスのよい人		9.1	8.2	8.1	10.1	13.6	31.6
ダサイ人		6.7	6.7	6.3	6.9	2.6	1.9
都会的な人		12.7	12.2	16.7	12.9	25.5	45.3
都会的でない人		10.3	7.5	4.9	6.6	1.4	1.4
ない・DK・NA		3.8	12.7	11.3	10.4	7.5	7.5

(全員に)

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

n = 4664

1	健康に良いもの	77.4
2	天然のもの・自然のもの	62.3
3	宣伝など話題性のあるもの	6.8
4	カッコよいイメージのあるもの	3.2
5	快い刺激のあるもの	11.3
6	清涼感のあるさわやかなもの	27.0
7	甘味の少ないもの	33.3
8	口当たりのよいもの	51.0

②

(3つまで)

ない・DK・NA 0.6

(全員に)

問4 次の飲み物はどのようなイメージを持っていますか。それぞれあてはまる飲み物をいくつでも選び、番号に○印をつけて下さい。(いくつでも)

	n = 4664					
	a	b	c	d	e	f
	牛乳	ジュース	炭酸飲料	ウーロン茶	スポドリ ツク	コーヒー
	↓	↓	↓	↓	↓	↓
健康に良いもの	95.8	16.1	2.7	60.2	29.8	3.3
天然のもの・自然のもの	52.8	43.3	2.1	37.5	4.3	7.1
宣伝など話題性のあるもの	1.7	18.7	34.5	15.6	36.2	21.4
かっこよいイメージのあるもの	0.6	5.3	20.6	2.5	32.3	27.0
快い刺激のあるもの	0.9	5.9	48.0	1.1	11.8	31.5
清涼感のあるさわやかなもの	3.6	19.0	48.2	6.6	38.4	1.3
甘味の少ないもの	26.1	9.4	4.7	30.9	22.7	16.4
口当たりのよいもの	17.9	35.5	22.5	17.9	23.2	22.2
ない・DK・NA	1.4	12.1	9.7	8.8	9.4	14.2

(全員に)

問5 あなたは、日ごろどの程度牛乳をお飲みになりますか。(1つだけ)

n = 4664	
1 毎日飲む	38.5
2 週に5~6日飲む	9.5
3 週に3~4日飲む	14.3
4 週に1~2日飲む	11.6
5 月に数回飲む	10.0
6 それ以下しか飲まない	6.8
7 全く飲まない	8.7
DK・NA	0.6

⑳ 問6へ

【問5で6~7に答えた方に】

問6 あなたがあまり牛乳を飲まない理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 720	
1 まずいから	21.9
2 味にくせがあるから	27.9
3 においが嫌いだから	34.3
4 口当たりが悪いから	17.2
5 太ると思うから	3.3
6 栄養がありすぎるから	1.4
7 買いに行くのが面倒だから	2.4
8 持ち帰るのに重いから	0.6
9 日持ちがしないから	6.0
10 値段が高いから	1.3
11 容器があげにくいから	0.6
12 冷蔵庫に入れるスペースがないから	0.4
13 医者に止められているから	1.8
14 お腹がゴロゴロするから	27.6
15 下痢をすることがあるから	32.5
16 家に置いてないから	8.2
17 他の飲み物を飲むので牛乳を飲む機会がないから	21.9
18 脱脂粉乳の記憶があるから	4.9
19 かっこ悪いから	0.3
20 その他(具体的に)	7.4
DK・NA	1.7

㉑ ㉒

問16へ

【問5で1～5に答えた方に】

問7 あなたは牛乳を飲む時は1日に合計で何ml位飲みますか。だいたい結構ですから次の中からお答え下さい。(1つだけ)

n = 3914	1 コップ半杯位 (100 ml)	7.8	5 コップ4杯位 (800 ml)	1.1	③7
	2 コップ1杯位 (200 ml)	61.0	6 コップ5杯位 (1000 ml)	0.9	
	3 コップ2杯位 (400 ml)	21.7	7 コップ6杯以上 (1200 ml)	0.2	
	4 コップ3杯位 (600 ml)	6.5	DK・NA	0.7	

【問5で1～5に答えた方に】

問8 あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 3914	1 おいしいから	28.3	9 習慣で	17.5	③8 ③9
	2 好きだから	32.8	10 いつも家にあるから	32.7	
	3 栄養があるから	63.6	11 それしか飲み物がないから	3.8	
	4 カルシウムがあるから	45.8	12 家族が勧めるから	6.1	
	5 背が伸びるから	6.5	13 医者が勧めるから	2.4	
	6 美容によいから	10.3	14 値段が安いから	3.0	
	7 朝食など食事代わりに	10.9	15 学校給食で飲むから	5.7	
	8 水の代わりに	21.7	16 その他(具体的に)	2.0	
DK・NA				0.7	

【問5で1～5に答えた方に】

問9 牛乳を飲むのは家庭内、家庭外とでは、どちらの場合が多いですか。(1つだけ)

n = 3914	1 主として家庭内	86.3	④0
	2 主として家庭外	5.8	
	3 家庭内・家庭外半々ぐらい	6.6	
DK・NA		1.3	

【問9で2、3に答えた方に】

問9-1 家庭外で飲むのは主にどんなところですか。あてはまるもの全てをお答え下さい。(いくつでも)

n = 487	1 学校で	42.5	3 戸外で	17.0	④1
	2 職場で	40.0	4 その他(具体的に)	6.6	
DK・NA					1.8

【問5で1～5に答えた方に】

問10 あなたが牛乳を飲んだり、牛乳を使った料理を食べたりするのはどんな機会ですか。それぞれの機会につきその頻度をお答え下さい。(1つずつ)

		n = 3914					DK・NA
		ほとんど毎日	週に1回以上	月に数回位	月に1回以下	全くない	
問10 a	朝食時	33.3	19.2	13.5	5.1	18.8	10.1
問10 b	昼食時	11.9	13.9	15.9	7.8	34.3	16.2
問10 c	夕食時	7.7	11.7	21.7	9.1	34.9	15.0
問10 d	おやつや間食として	22.1	23.8	20.9	6.5	17.3	9.5

【朝食で召し上がる方(問10aで1～4と答えた方)に】

問11 朝食時にはどのようにして牛乳を召し上がっていますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。(いくつでも)

n = 2783				DK・NA
1	牛乳だけ飲む	57.3		
2	ココア、コーヒー、紅茶など他の飲み物に入れて	33.9		
3	ごはんなど和食と一緒に、または和食の後に	14.7		
4	パンなど洋食と一緒に、または洋食の後に	47.9		
5	コーンフレークやオートミールなどと一緒に	10.7		
6	オムレツやスープなど牛乳を使った料理で	17.2		
7	その他(具体的に) 1.3	
				0.8

【昼食で召し上がる方(問10bで1～4と答えた方)に】

問12 昼食時にはどのようにして牛乳を召し上がっていますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。(いくつでも)

n = 1937				DK・NA
1	牛乳だけ飲む	40.0		
2	ごはんなど和食と一緒に、または和食の後に	16.7		
3	サンドイッチやハンバーガーなどパン類と一緒に	56.0		
4	スパゲッティーなど洋食と一緒に、または洋食の後に	9.4		
5	中華料理やうどん、そばなどと一緒に、または中華料理やそばの後に	4.0		
6	グラタンやオムレツ、スープなど牛乳を使った料理で	21.5		
7	弁当や給食と一緒に	18.5		
8	その他(具体的に) 0.8	
				1.3

【夕食で召し上がる方（問10cで1～4と答えた方）に】

問13 夕食時にはどのようにして牛乳を召し上がっていますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。（いくつでも）

n = 1963

- | | | |
|---|---------------------------------|-------|
| 1 | 牛乳だけ飲む | 32.5 |
| 2 | ごはんなど和食と一緒に、または和食の後に | 21.6 |
| 3 | サンドイッチやハンバーガーなどパン類と一緒に | 12.0 |
| 4 | スパゲッティなど洋食と一緒に、または洋食の後に | 10.6 |
| 5 | 中華料理やうどん、そばなどと一緒に、または中華料理やそばの後に | 4.2 |
| 6 | グラタンやオムレツ、スープなど牛乳を使った料理で | 63.5 |
| 7 | その他（具体的に |) 2.2 |

④⑧

DK・NA 2.1

【おやつや間食で召し上がる方（問10dで1～4と答えた方）に】

問14 おやつや間食時にはどのようにして牛乳を召し上がっていますか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。（いくつでも）

n = 2868

- | | | |
|---|------------------------|-------|
| 1 | 牛乳だけ飲む | 62.0 |
| 2 | お菓子や果物と一緒に | 39.7 |
| 3 | プリン、ケーキなど牛乳をつかったお菓子で | 29.7 |
| 4 | パンやハンバーガーなどの軽食と一緒に | 24.0 |
| 5 | ココア、コーヒー、紅茶など他の飲み物に入れて | 34.7 |
| 6 | コーンフレークス、オートミールと一緒に | 7.6 |
| 7 | その他（具体的に |) 1.0 |

④⑨

DK・NA 2.2

【おやつや間食で召し上がる方（問10dで1～4と答えた方）に】

問15 おやつや間食時とはどのような時ですか。次の中からあてはまるものをいくつでもお選びください。（いくつでも）

n = 2868

- | | | | | | |
|---|---------------|------|----|------------|-------|
| 1 | 10時、3時などの休憩時間 | 42.0 | 10 | 外出から帰宅したとき | 40.2 |
| 2 | スポーツのあと | 10.9 | 11 | お酒を飲んだあと | 3.7 |
| 3 | 買物や遊びにいった先で | 8.4 | 12 | パーティ・会食で | 0.9 |
| 4 | 友達やお客が来た時 | 13.6 | 13 | 仕事で人に会う時 | 0.7 |
| 5 | 家で勉強中・工作中 | 12.6 | 14 | 家でくつろぐ時 | 39.6 |
| 6 | 通勤・通学の途中 | 1.2 | 15 | 風呂上がりに | 38.5 |
| 7 | 職場・学校で | 9.3 | 16 | 寝る前 | 11.9 |
| 8 | 喫茶店・レストランで | 8.6 | 17 | 夜食時 | 4.7 |
| 9 | 戸外で喉が乾いた時 | 10.9 | 18 | その他（具体的に |) 1.4 |

⑤⑩

⑤⑪

DK・NA 1.5

(全員に)

問16 では、あなた自身、今後2・3年の牛乳の飲用量についてどう思いますか。
(1つだけ)

n = 4664	1 増やしていく 18.8	3 減らしていく 0.8	⑤
	2 今と同じくらいに飲む 64.9	4 今と同じようにあまり飲まない 14.7	
		DK・NA 0.8	

(全員に)

問17 それは主にどのような理由からですか。次の中からあてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664	1 おいしいから、好きだから 26.4	5 おいしくないから 8.2	⑥
	2 健康に良いと思うから 72.0	6 健康によくはないから 1.2	
	3 手軽に飲めるから 38.0	7 手軽に飲めないから 2.0	
	4 既に充分飲んでいるから 3.9	8 その他(具体的に) 5.1	
		DK・NA 1.5	

(全員に)

問18 牛乳について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』『そう思わない』でお答え下さい。(1つずつ)

		そ う 思 う	ま あ う 思 う	あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い	
n = 4664	a 牛乳は健康的な生活のためにはならないものだ	54.3	29.4	8.1	3.7	4.5	④
	b アルコールをたくさん飲む人は牛乳を飲むべきだ	24.2	19.4	16.6	10.2	29.5	⑤
	c 牛乳は便秘を防ぐ効果がある	44.0	23.4	9.9	5.1	17.5	⑥
	d 牛乳はカロリーが高すぎる	6.0	13.3	33.7	27.2	19.9	⑦
	e 牛乳のカルシウムはストレスの解消や集中力の増進に役立つ	25.8	22.1	15.2	6.8	30.1	⑧
	f 骨や歯を守るために中高年の人もできるだけ牛乳を飲んだ方がよい	60.3	23.6	4.7	2.0	9.4	⑨
	g 牛乳はカルシウムを効率的にとれる食品である	56.8	25.2	4.5	1.7	11.9	⑩
	h 牛乳は高血圧の人に無理なく血圧を下げる効果がある	9.2	13.1	16.6	7.4	53.7	⑪
	i 普通の飲み方をしている限り、牛乳を飲んでコレステロールを心配することはない	31.4	22.2	8.6	4.8	33.1	⑫

(全員に)

問19 あなたは次のようなことをしたことがありますか。あなたにあてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664	1	牛乳を自分で買いに行ったこと	78.9	⑥3
	2	牛乳を使ってゼリー、ケーキなどのお菓子づくりをしたこと	41.1	
	3	牛乳を使ってシチュー、スープなどの料理を作ったこと	50.8	
	4	牛乳を贈り物にしたこと	1.5	
	5	乳製品を贈り物にしたこと	26.3	
ない・DK・NA			13.0	

(全員に)

問20 次にあげる a～d の質問についてそれぞれあてはまる乳製品をいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664				a	b	c	d
				好き など もれ の は す か ↓	嫌 い な ど も れ の は す か ↓	家 の に は い ど つ れ も あ す か ↓	あ の な た が れ が 食 べ る か ↓
バ	タ	ー	54.2	8.4	79.0	62.0
チ	ー	ズ	49.9	22.1	49.5	54.0
ヨ	ー	ダ ルト	57.9	19.3	23.3	53.0
ない・DK・NA				12.6	59.5	13.8	13.4

(全員に)

問21 乳製品について次のような意見があります。あなたのご意見を『そう思う』『そう思わない』でお答え下さい。(1つずつ)

n = 4664		そ う 思 う	ま そ あ う 思 う	あ ま り 思 わ な い	そ う 思 わ な い	わ か ら な い	
a	チーズは普通の食べ方をしている限り、コレステロールの心配をすることはない	26.0	23.5	11.4	7.0	32.1	⑥8
b	アルコールを飲む時はチーズなどを食べながら飲む方がよい	37.1	22.4	10.9	5.4	24.2	⑥9
c	チーズはカルシウムを効率的にとれる食品である	30.2	28.1	10.6	3.7	27.4	⑦0
d	骨や歯を守るために中高年の人もできるだけチーズを食べた方がよい	29.5	25.5	14.9	6.1	24.0	⑦1
e	チーズは高タンパク質食品である	46.2	25.8	5.0	1.9	21.0	⑦2
f	バターは普通の食べ方をしている限り、コレステロールの心配をすることはない	18.4	22.4	15.7	14.0	29.5	⑦3

(全員に)

問22 では、あなたは次のような牛乳料理や乳製品をどの程度飲んだり、食べたりしていますか。それぞれにつき頻度をお答え下さい。(1つずつ)

		n = 4664					D K · N A
		ほ と ん ど 毎 日	週 に 1 回 以 上	月 に 数 回 位	月 に 1 回 以 下	全 く な い	
a	チーズをそのまま、又はおつまみやサラダ等に入れて	2.7	15.4	33.5	24.0	21.7	2.7
b	チーズを使った料理やお菓子(ピザ、チーズトースト、チーズケーキなど)	1.0	11.1	34.6	27.0	22.6	3.8
c	ヨーグルト	5.7	21.4	28.9	16.5	23.0	4.4
d	コーヒー牛乳などの乳飲料	19.3	19.6	22.3	16.2	19.3	3.4
e	ドリンクヨーグルト	2.4	9.6	20.0	20.5	42.4	5.1
f	コーンフレークスに牛乳をかけて	0.5	3.0	9.5	16.8	65.5	4.6
g	牛乳を使ったお菓子(プリン、ババロアなど)	0.8	9.3	32.6	30.8	22.8	3.7
h	牛乳を使った料理(スープ、グラタンなど)	0.6	11.1	42.6	26.4	15.7	3.6
i	牛乳を使った飲み物(ココア、カフェオレ、ミルクティーなど)	12.4	21.0	24.5	18.1	19.7	4.3
j	バターをそのままパンなどにぬって	20.9	29.3	21.8	11.1	13.9	3.0
k	バターを使った料理(バターいためなど)	3.8	27.7	35.0	16.9	13.3	3.4
l	生クリームやサワークリームを使った料理やお菓子	0.5	5.1	24.1	32.5	34.0	3.7

(全員に)

問23 次のような牛乳があったとしたら、あなたはもっと牛乳を飲んだり、使ったりするようになると思いますか。「こんな牛乳があったら」と思うものを次の中からいくつかでもお選び下さい。(いくつかでも)

n = 4664						⑬ 3.5
1	ダイエット専用牛乳	31.0	7	牛乳店から毎日宅配される牛乳	12.2	
2	常温で保存できる牛乳	29.6	8	高級ブランド牛乳	5.4	⑱
3	低温殺菌牛乳	11.7	9	飲んでもお腹がゴロゴロしない牛乳	25.1	
4	5合びん(900cc)入りのびん牛乳	4.6	10	美容パック用牛乳	7.2	
5	2合びん(360cc)入りのびん牛乳	6.6	11	牛乳でできている入浴剤	8.3	
6	決まった牧場から直送で宅配してくれる牛乳	37.3	12	牛乳が主成分の洗顔料	9.0	
			13	その他(具体的に)		
				ない・DK・NA	10.5	

(全員に)

問24 ところで、あなたの健康状態は全体としていかがですか。あてはまるもの1つだけお答え下さい。(1つだけ)

n = 4664

1	非常に良い	14.7	4	あまり良くない	5.4	⑳
2	良い	31.7	5	良くない	1.0	
3	ふつう	46.5		DK・NA	0.7	

(全員に)

問25 あなたは自分の健康のために日頃どんなことに注意していますか。注意していることがこの中にあればいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664

1	早寝早起きなど規則正しい生活をする	32.1	10	ビタミン剤や健康食品を取る	12.7
2	ラジオ体操、散歩などの軽い運動をする	11.2	11	好き嫌いなく何でも食べる	48.3
3	ジョギング、なわとび、テニスなどの中位の運動をする	10.4	12	朝晩必ず歯磨きをする	49.1
4	疲れたら充分休息する	47.7	13	健康診断を定期的に受ける	23.9
5	朝食は必ずとる	64.1	14	健康に良いといわれたことはまめにやってみる	8.8
6	カロリーの取りすぎに注意をする	22.4	15	食べ物の中の農薬や人工添加物に注意する	27.3
7	糖分をひかえる	32.2	16	健康に関する新聞記事、テレビ番組などをよく見る	24.0
8	塩分をひかえる	40.1	17	その他	1.5
9	脂肪分をひかえる	27.8		(具体的に)	
				DK・NA	1.7

(全員に)

問26 あなたは健康に悪いと思いがらやることがありますか。次の中であてはまるものがありましたら、いくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664

1	たばこを吸う	29.2 (20才以上)	8	スナック菓子・インスタント食品などの食べすぎ	14.7	㉑
2	酒の飲みすぎ	15.8 (20才以上)	9	外食のしすぎ	5.6	
3	不規則な生活	17.6	10	食べ過ぎ	21.4	㉒
4	睡眠不足	29.9	11	無理なダイエット	1.4	
5	運動不足	38.7	12	その他	0.4	(具体的に)
6	仕事や勉強のしすぎ	10.1				
7	コーヒー・清涼飲料などの刺激物の取りすぎ	22.5	13	特にない・NA	19.8	

(全員に)

問27 あなたは日常生活でストレスやイライラを感じることはありますか。(1つだけ)

n = 4664

1	しばしば感じる	18.9	3	あまり感じない	25.6	㉓
2	たまに感じる	50.8	4	全く感じない	3.9	
				DK・NA	0.8	

(全員に)

問28 あなたは煙草を飲みますか。(1つだけ)

n = 4044
(20才以上)

- | | | | |
|------------------|------|--------|------|
| 1 飲む | 31.6 | 3 飲まない | 60.2 |
| 2 前には飲んでいましたが止めた | 7.1 | | |

27

DK・NA 0.8

(全員に)

問29 あなたはアルコール類をどれくらい飲みますか。(1つだけ)

n = 4044
(20才以上)

- | | | | |
|------------|------|--------|------|
| 1 毎日飲む | 18.2 | 4 それ以下 | 23.8 |
| 2 週に3日以上飲む | 10.9 | 5 飲まない | 34.1 |
| 3 週に1~2日飲む | 12.0 | | |

28

DK・NA 0.8

(全員に)

問30 次にいろいろな『生活の態度』が一對ずつあげてあります。それぞれについてどちらがあなたに近いかをひとつずつお選び下さい。どちらともいえない場合でも強いていずれかにお答え下さい。

n = 4664

- | | | | | |
|---|---|-------------------------------------|------|--------|
| A | 1 | お金の使い方は几帳面な方 | 53.4 | NA 2.8 |
| | 2 | 無駄遣いする方 | 43.8 | |
| B | 1 | 値段は少々高くても有名メーカーブランドのものをかう | 32.6 | NA 3.3 |
| | 2 | 値段が安ければメーカーブランドにこだわらずかう方 | 64.1 | |
| C | 1 | 買物はいつも決まった店でかう方 | 45.7 | NA 2.6 |
| | 2 | いろいろな店を較べてかう方 | 51.8 | |
| D | 1 | バーゲンセールを利用することが多い方 | 42.8 | NA 2.6 |
| | 2 | バーゲンセールはあまり利用しない方 | 54.6 | |
| E | 1 | コンビニエンスストア(夜おそくまで開いている小型スーパー)を利用する方 | 23.9 | NA 3.4 |
| | 2 | コンビニエンスストアはあまり利用しない方 | 72.7 | |
| F | 1 | クレジットカードを使って買物をする方が多い方 | 10.4 | NA 3.0 |
| | 2 | クレジットカードはあまり利用しない方 | 86.6 | |
| G | 1 | 食品などはまとめ買いをする方 | 29.1 | NA 3.2 |
| | 2 | そのつどかう方 | 67.7 | |
| H | 1 | 通信販売を有効に利用したい方 | 18.5 | NA 3.1 |
| | 2 | 通信販売をあまり利用したくない方 | 78.4 | |
| I | 1 | 目新しい商品がでたらすぐにも買って試したい | 15.2 | NA 3.4 |
| | 2 | 目新しい商品がでて、周りの評判を聞いてから買いたい | 81.4 | |
| J | 1 | 家族そろって外出する機会が多い | 31.0 | NA 2.6 |
| | 2 | 家族そろって外出することはあまりない | 66.4 | |
| K | 1 | これからの主婦は職業を持って働いた方がよいと思う | 51.8 | NA 3.5 |
| | 2 | 主婦はやはり家事に専念して、家庭を第1に考える方がよいと思う | 44.7 | |
| L | 1 | 男でも家事や買物を手伝った方がよい | 72.2 | NA 3.1 |
| | 2 | 男は家事や買物を手伝う必要はない | 24.7 | |
| M | 1 | 味にうるさい方 | 49.8 | NA 2.3 |
| | 2 | 味にうるさくない方 | 47.9 | |

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

N	1	手間ひまかけて料理する方	28.9	NA 6.6	④②
	2	短時間で料理する方	64.5		
O	1	家事の中で料理が一番好き	39.9	NA 6.9	④③
	2	家事の中で料理は苦手な方	53.2		
P	1	家庭に客を呼んでごちそうするのは好き	34.9	NA 4.4	④④
	2	家庭に客を呼んでごちそうすることはあまりしない			
Q	1	朝食は和食が多い	68.5	NA 2.9	④⑤
	2	朝食は洋食が多い	28.6		
R	1	台所用品を揃えるのが好きな方	51.6	NA 5.3	④⑥
	2	台所用品には無頓着	43.1		
S	1	健康食品・自然食品をよく買う方	30.7	NA 4.3	④⑦
	2	健康食品・自然食品にはとらわれない方			
T	1	おしゃれを楽しむ方	51.6	NA 4.0	④⑧
	2	おしゃれには無頓着な方			
U	1	パソコン・ワープロ・留守番電話など新しい情報機器に関心がある	40.9	NA 3.9	④⑨
	2	新しい情報機器には関心がない			
V	1	居間は畳敷の方が好き	60.1	NA 3.0	④⑩
	2	居間はじゅうたんやソファーなどの洋風が好き			
W	1	スポーツは見るよりも自分でする方が好き	44.4	NA 3.7	④⑪
	2	スポーツは自分でやるよりも見る方が好き			

(全員に)

問31 あなたが普段よく読む雑誌は次の中のどれですか。いくつでもあげてください。(いくつでも)

n = 4664

1	女性週刊誌(女性自身、女性セブン、微笑など)	19.4	⑤② ⑤③
2	主婦向け総合誌(主婦の友、婦人倶楽部、ミセスなど)	13.6	
3	婦人教養誌(婦人公論、婦人之友など)	4.5	
4	ファッション傾向の強い新女性誌(nonno、J J、Oliveなど)	13.6	
5	ライフスタイル傾向の強い新女性誌 (クロワッサン、with、コスモポリタンなど)	9.6	
6	芸能誌(週刊明星など)	8.8	
7	リビング誌(暮しの手帳、リビングブックなど)	12.5	
8	一般週刊誌(週刊朝日、週刊ポスト、週刊新潮など)	17.8	
9	写真週刊誌(フォーカス、フライデー、など)	10.0	
10	月刊総合誌(文芸春秋、世界、正論など)	5.7	
11	女性向けまんが・コミック誌 (別冊マーガレット、レディスコミック、YOU など)	9.5	
12	少年・男性まんが・コミック誌 (少年ジャンプ、ビッグコミック、ヤングマガジンなど)	14.5	
13	情報誌(びあ、テレビガイド、とらばーゆ、FM誌など)	6.5	
14	男性誌(プレイボーイ、ホットドックプレスなど)	5.6	
15	文芸誌(群像、小説新潮、月刊カドカワなど)	3.9	
16	趣味・専門誌(釣り、スポーツなどの雑誌も含む)	19.4	
17	料理専門誌(NHKきょうの料理、栄養と料理など)	15.6	
18	ミニコミ誌(消費者レポート、WIFE など)	1.7	
19	その他() 3.9	
20	雑誌は読まない		

〔フェイスシート〕

あなた自身のことについてお答え下さい。

F 1 性別

n = 4664

1 男 44.0	2 女 56.0
----------	----------

54

F 2 年 令

1 13~14才 3.8	6 35~39才 13.2	11 60~64才 5.0
2 15~19才 9.5	7 40~44才 9.8	12 65~69才 3.8
3 20~24才 8.0	8 45~49才 8.7	13 70才以上 3.9
4 25~29才 8.3	9 50~54才 8.1	
5 30~34才 10.0	10 55~59才 7.8	

55

56

F 3 あなたの職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答え下さい。

〔自営・家族従業〕	〔勤 め〕	〔無 職〕
1 農林漁業 3.6	5 管理職 3.9	10 主婦 22.7
2 商工サービス業 6.9	6 専門・技術職 9.5	11 学生 13.8
3 自由業 3.5	7 事務職 10.2	12 無職 7.2
4 内職 1.1	8 労務職 7.9	NA 1.5
	9 販売・サービス職 8.1	

57

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

1 単身世帯 4.2	4 3世代世帯 25.4 (祖父母、夫婦、子供)
2 夫婦2人 10.9	5 その他 5.8 (具体的に)
3 夫婦と子供 52.9	NA 0.8

58

F 5 また、あなたの家族は何人家族ですか。（1つだけ）

1 1人(単身世帯) 4.2	5 5人 18.0
2 2人 12.7	6 6人 10.0
3 3人 17.4	7 7人以上 6.0
4 4人 31.1	NA 0.4

59

〈平均4.0人〉

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

(全員に)

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

n = 4664

1 専業主婦	54.5	3 単身者	4.2	⑥①
2 有職主婦	38.8	4 その他	1.9	
(具体的に)				
NA				0.5

(全員に)

問2 あなたご自身の年齢をお知らせ下さい。(1つだけ)

1 ~19才	0.7	5 35~39才	16.4	9 55~59才	7.7	⑥①
2 20~24才	3.1	6 40~44才	16.5	10 60才以上	10.2	
3 25~29才	7.6	7 45~49才	14.2	NA	0.3	
4 30~34才	10.7	8 50~54才	12.7			
NA						

(全員に)

問3 ところで、お宅には小学生以下のお子さんがいらっしゃいますか。(1つだけ)

1 いる	32.8	2 いない	66.6 → 問4	⑥②
NA				

【問3で1の方に】

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

n = 809

n = 1531

	1番小さいお子さん		2番めに小さいお子さん	
性別は	1 男 54.0	2 女 46.0	1 男 49.4	2 女 50.6
年齢は	1 0才(乳児)	11.2	1 0才(乳児)	0.7
	2 1~3才	29.8	2 1~3才	17.3
	3 4~6才(小学校入学前)	20.5	3 4~6才(小学校入学前)	28.7
	4 小学校1~2年生	10.6	4 小学校1~2年生	19.4
	5 小学校3~4年生	14.3	5 小学校3~4年生	16.9
	6 小学校5~6年生	13.1	6 小学校5~6年生	16.9
	NA		0.5	
牛乳の好き嫌いは	1 好き 77.2	2 嫌い 13.7	1 好き 75.9	2 嫌い 14.1
	NA		9.1	
1日に牛乳を飲む量は(学校給食を含めてお答え下さい)	1 コップ半杯位	11.9	1 コップ半杯位	7.5
	2 コップ1杯位	30.5	2 コップ1杯位	31.6
	3 コップ2杯位	28.3	3 コップ2杯位	31.7
	4 コップ3杯位	12.3	4 コップ3杯位	14.0
	5 コップ4杯位	3.8	5 コップ4杯位	3.8
	6 コップ5杯位	2.1	6 コップ5杯位	1.0
	7 コップ6杯以上	0.4	7 コップ6杯以上	0.5
	⑥③④⑤⑥ NA		⑥⑦⑧⑨⑩ NA	
	10.7		9.9	

(全員に)

問4 お宅ではどれくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(1つだけ)

n = 4664

1 毎日	34.6	4 2週間に1回位	4.1
2 週に2~3回位	39.0	5 月に1回以下	2.4
3 週に1回位	14.0	6 ほとんど買わない	→問5へ 5.3

⑦①

DK・NA 0.5

【問4で6の方に】

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

↓

問14へ

n = 248

1 家族で牛乳を飲む人がひとりもないから	55.6
2 家で牛乳を飲まなくても外で飲んでくるから	15.3
3 主婦が牛乳嫌いだから	24.2
4 冷蔵庫のスペースがないから	1.2
5 牛乳は身体に良くないから	4.0
6 その他(具体的に) 12.9

⑦②

DK・NA 2.0

【問4で1~5の方に】

問6 お宅では、平均すると1週間に牛乳をどのくらい購入していますか。

約

平均

4.0

リットル

⑦③~⑦⑤

【問4で1~5の方に】

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

n = 4393

1 スーパー	75.5	7 牛乳の小売店の店頭	4.2
2 コンビニエンスストア	11.5	8 牛乳店からの宅配	21.9
3 一般食料品店・酒屋	13.4	9 自動販売機	2.6
4 パン・菓子店	6.7	10 駅などの売店	0.6
5 デパート	3.6	11 その他	2.1
6 生協などの共同購入で	12.9	(具体的に)

⑦⑥

DK・NA 0.7

【問4で1~5の方に】

問8 あなたはどんなことに気をつけて牛乳を買っていますか。あなたが牛乳を購入する時に気をつけていることを全てお答え下さい。(いくつでも)

n = 4393

1 製造年月日	91.4	7 乳固形分量	4.7
2 賞味期限	35.8	8 殺菌方法	9.3
3 価格	38.5	9 容量	7.6
4 メーカー名	37.6	10 「公正」マークがついているか	10.9
5 銘柄名	13.5	11 その他	0.8
6 乳脂肪分量	20.8	(具体的に)
		12 特になし・NA	4.8

⑦⑦

【問4で1～5の方に】

問9 あなたが日頃利用する牛乳や乳製品売場はどんな感じの所ですか。次のそれぞれにつき「はい」、「いいえ」でお答えください。(1つずつ)

		はい	いいえ	DK
n = 4393	a 料理のヒントがわかるようになっている	8.3	83.2	8.5
	b 何か新しい料理に挑戦してみたいような雰囲気がある	9.3	81.9	8.9
	c 生活を楽しく新しくさせるような雰囲気がある	15.0	75.4	9.6
	d 単に牛乳や乳製品が並べてあるだけで、雰囲気らしいものはない	66.8	25.5	7.6
	e 牛乳や乳製品の種類が豊富にあり、選ぶのが楽しい	40.8	51.3	7.9

【問4で1～5の方に】

問10 お宅では牛乳はどのような飲み方、食べ方をしますか。全体の量を10としたときそれぞれどのくらいの割合になるかをお知らせ下さい。

1	そのまま飲む	平均	7.6	割	⑫⑬
2	コーヒー・紅茶・ココアなど他のものと混ぜて飲む		1.3	割	⑭⑮
3	料理やお菓子の素材として使う		1.1	割	⑯⑰
合 計			10	割	

【問4で1～5の方に】

問11 お宅では牛乳をお菓子づくりやスープなどの料理に使うことがありますか。(牛乳をかけて食べるコーンフレークスやオートミールなども料理とします)(1つだけ)

n = 4393	1	ほぼ毎日	1.6	⑱
	2	週に4～5回は使っている	2.7	
	3	週に2～3回は使っている	10.7	
	4	週に1回位は使っている	18.7	
	5	月に2～3回は使っている	23.4	
	6	月に1回位は使っている	19.8	
	7	ほとんど使ったことがない	20.5	
問12へ		DK・NA	2.6	

【問11で1～6の方に】

問12 牛乳を使った料理として、あなたが作ったことがあるものを次の中からすべてお知らせください。(いくつでも)

↓ n = 3379

問14へ

1	プリン・パバロア・ゼリー・寒天	60.8	8	リゾット(洋風かゆ)	4.5	⑲ ⑳
2	ケーキ類	45.7	9	オムレツ	33.6	
3	クッキー類	37.2	10	コーンフレークス・オートミール	32.7	
4	スープ・シチュー・カレー	81.2	11	肉料理に入れる	30.1	
5	グラタン・ピザ	54.4	12	魚料理に使う	12.0	
6	ヨーグルト	9.9	13	その他	2.1	
7	アイスクリーム	24.7		(具体的に)	

DK・NA 0.7

【問11で7の方に】

問13 どうして料理に牛乳をお使いにならないのですか。その理由をお知らせ下さい。(いくつでも)

n = 899

1	料理の仕方がわからない	18.8	⑳
2	そのまま飲んだ方がおいしい	65.4	
3	料理するのがめんどろ	26.7	
4	その他(具体的に	5.5	

DK・NA 4.8

(全員に)

問14 あなたは今後お宅の家族全体での牛乳の消費量はどうなっていくと思いますか。(1つだけ)

n = 4664

1	増えるだろう	23.9	2	今と同じくらい	69.4	3	減るだろう	5.0	→問15へ	㉑
---	--------	------	---	---------	------	---	-------	-----	-------	---

DK・NA 1.6

【問14で3の方に】

問15 減るといのはどのような理由からですか。あなたのお考えに近いものを全てお知らせ下さい。(いくつでも)

n = 235

1	家族人数が少なくなるから	40.4	㉒
2	子供が大きくなったから	30.6	
3	牛乳は体に良くないから	0.0	
4	牛乳はあまり好きでないから	25.1	
5	割高だから	0.4	
6	その他(具体的に	8.9	

DK・NA 9.4

(全員に)

問16 次にあげる乳製品のうちで、お宅でよく利用するもの、料理に入れて使っているもの、これから使用量を増やしていきたいと思うものは、それぞれどれですか。あてはまるものをいくつでもお答え下さい。(いくつでも)

n = 4664		現在よく利用しているもの	家庭で料理に入れて使っているもの	使用量を増やしたいもの
1	プロセスチーズ	39.6	14.5	9.3
2	ナチュラルチーズ	19.6	12.2	7.5
3	クリームチーズ	5.2	4.9	5.1
4	カッテージチーズ	2.7	3.0	4.2
5	粉チーズ	27.4	34.5	6.3
6	ヨーグルト	40.9	7.7	16.0
7	サワークリーム	1.7	2.5	3.8
8	生クリーム	16.6	18.2	6.8
9	バター	59.5	47.9	8.1
10	レーズンバターなどの味付き または、香り付きバター	4.8	2.7	3.0
11	練乳(コンデンスミルク)	9.1	3.8	2.6
12	スキムミルク	6.2	5.6	7.2
なし・DK・NA		17.5	30.6	61.7

(全員に)

問17 あなたは次の食品の中でちょっとこだわって選んでいるものは何ですか。あてはまるものをいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 4664		⑩	⑪
1	米 41.7	8 牛乳 21.6	問18へ 3.6
2	パン 32.2	9 バター 10.4	
3	味噌 42.2	10 ナチュラルチーズ 3.4	
4	醤油 33.6	11 プロセスチーズ 1.6	
5	油 20.1	12 その他 (具体的に)	
6	コーヒー 31.4		
7	日本茶 35.8		
DK・NA		14.8	

【問17で8~11の方に】

問18 あなたは牛乳や乳製品に対してどのようなこだわりをもっていますか。味、パッケージ、売場、雰囲気、商品特性など思いつくままに自由にお書き下さい。

(全員に)

問19 あなたは次の食物の価格を、栄養やおいしさ、楽しさなどから考えてみて割安だと思えますか、割高だと思えますか。それぞれにつきお答え下さい。(1つずつ)

n = 4664		割 安	適当な価格	割 高	DK NA
a	家で飲むレギュラーコーヒー	22.4	49.4	19.4	8.7
b	牛 乳	26.5	62.1	7.4	4.0
c	コーラ	7.1	48.3	31.6	13.1
d	卵	51.4	37.3	6.3	5.0
e	缶入りウーロン茶	3.7	28.5	56.9	10.9
f	バター	6.2	55.4	30.9	7.5
g	チーズ	4.9	55.8	30.7	8.6
h	100%果汁ジュース	6.9	48.6	36.5	8.0

(全員に)

問20 あなたの日頃の生活にあてはまるものが次の中にありますか。あるものの番号にいくつでも○印をつけて下さい。(いくつでも)

n = 4664	1	朝食は毎朝、家族や自分自身のために必ず用意する	81.9	④ 12.5
	2	人工添加物などに気をつけて食品の買物をする	53.3	
	3	コロッケ、とんかつなどできあいの惣菜を時々利用する	41.5	
	4	通信販売などで地方の名産品など、おいしいものを産地直送で買ったことがある		
	5	1日にできるだけ多くの種類の食品を使うように努力している	51.9	
	6	食塩、砂糖、油など使う時は考えながら加減して利用している	62.3	
	7	蛋白質、カルシウム、ビタミンなど栄養素を考えて毎食の献立を立てている	38.6	
	8	朝食、夕食など家族揃って食事できる機会を持つようにしている	59.3	
	9	手作りのおやつをしばしば作っている	23.6	
	10	料理の本、記事、雑誌などを見るのが好き	57.7	
ない・DK・NA			2.7	

(全員に)

問21 あなたは料理の為の情報をどういうところから得ていますか。あなたがよく利用するものを次の中からいくつでもお選び下さい。(いくつでも)

n = 4664	1	料理の本	60.5	6	料理講習会	9.4	④ 1.8
	2	雑誌のグラビア・料理の記事	34.1	7	ラジオの料理情報	3.0	
	3	新聞の料理記事	35.5	8	テレフォン料理情報	0.5	
	4	テレビの料理番組	62.5	9	各種パンフレットの料理記事	20.0	
	5	知人・友人から	51.1	10	その他(具体的に)		
ない・DK・NA							4.2

////// 長い間ありがとうございました //////////////