

平成 28 年度

牛乳・乳製品の消費動向に関する調査

報告書

目次

調査概要	1
調査結果	6
I. 白もの牛乳類の飲用実態	7
1. 白もの牛乳類の飲用頻度	7
(1) 白もの牛乳類の飲用頻度	7
(2) 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度	9
(3) 他のものと混ぜて飲む頻度	10
① コーヒーや紅茶など他の飲み物に入れて飲む	10
② シリアルなどにかける	11
(4) 季節による変動	12
2. 白もの牛乳類の飲用量	16
3. 白もの牛乳類の飲用シーン	19
4. 白もの牛乳類の飲用理由	21
II. この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識	23
1. 飲み方別飲用量の増減	23
(1) そのまま飲む量の増減	23
(2) 混ぜて飲む量の増減	24
(3) 全体での増減	25
2. 白もの牛乳類の飲用を阻害する要因	28
3. 白もの牛乳類の飲用意向	31
III. 白もの牛乳類の購入実態	33
1. 白もの牛乳類の購入頻度	33
2. 白もの牛乳類の購入量	35
3. 白もの牛乳類を購入する人	36
① 白もの牛乳の購入先	37
② 希望する購入容量	38
4. 白もの牛乳類の買い方の変化	39
5. 主に購入している白もの牛乳類	40
6. 成分調整牛乳・低脂肪牛乳を購入する理由	41
IV. 普段よく飲む飲み物	42
1. 普段よく飲む飲み物	42
2. 普段最もよく飲む飲み物	43
V. 白もの牛乳類を使った料理の実態	45
1. この1ヶ月の白もの牛乳類を使った料理行動	45
2. この1ヶ月の白もの牛乳類を使って作った料理	50
VI. 乳製品の飲食実態	52
1. ヨーグルトの飲食状況	52
(1) ヨーグルトの飲食頻度	52
(2) ヨーグルトの飲食量	53
(3) ヨーグルトのタイプ	54
2. チーズの食用状況	56
(1) チーズを食べる頻度	56

(2) チーズを食べる量	57
(3) チーズ料理	58
(4) チーズを購入する人	61
(5) 購入するチーズのタイプ	62
(6) ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いの認知状況	63
(7) 普段チーズを購入する時に意識すること	65
(8) チーズの購入場所	69
(1) バターの購入頻度	72
(2) バターを購入するときに意識すること	73
(3) バターの使い方	74
(4) バターについての評価	75
(5) バターがない時に使うもの	76
(6) バターの購入意向	77
VII. 白もの牛乳類のベネフィットについての認識	79
1. 白もの牛乳類のベネフィットについての認識	79
2. 見聞きしたことのある白もの牛乳類のベネフィット	80
3. 白もの牛乳類についてのニーズ	81
VIII. 我が国の人口動向、諸外国の消費動向	83
1. 我が国の人口動向	83
2. 諸外国の消費動向	85
調査票、参考資料	87

調査概要

調査概要

1. 調査目的

近年の飲用牛乳などの消費が減少していることを踏まえ、酪農・乳業の安定的発展を図る観点から、飲用牛乳を中心とした消費拡大を推進することが必要である。

このため、全国（沖縄県を除く）の中学生から後期高齢者までの消費者を対象としてアンケート調査を実施し、牛乳・乳製品の消費・購入・嗜好などに関する基本的な調査項目について、地域・年代などに偏りが生じないように調査設計した上で、消費構造の変化や消費動向を把握し、牛乳・乳製品の消費拡大に向けた取り組みなどに役立つ情報を得ることとした。

調査結果については、基本的な調査項目に関してクロス集計、時系列集計などを用いて考察する。また、直近11年間（平成16年度～）のデータ（過去データは、機構から提供）と併せ、これからのわが国の人口動向、諸外国の消費動向などを考慮した上で、今後10年程度の牛乳・乳製品の長期的な消費動向などについて簡易に見通すとともに、誰がいつどのような食べ方で牛乳・乳製品を消費し、牛乳を飲まない人を含め、どのようにすれば牛乳・乳製品の消費拡大につながるかなどについて明らかにすることとする。

2. 調査方法

■留置併用訪問面接法により、本人が調査票に回答

（注）留置法とは、対象者を訪問してその場では調査票の記入を依頼するだけとし、その後、再訪問して記入済み調査票を回収する手法である。

訪問面接法とは、調査員が対象者を訪問して、直接回答を聞き取る手法である。調査員が回答を確認しながら質問を進めていくので、回答抜けがなく、質の高い結果を得ることができる。

本調査では留置法と訪問面接法を併用している。

3. 調査内容

- （1）白もの牛乳類の飲用実態
- （2）この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化
- （3）白もの牛乳類の購入実態
- （4）普段よく飲む飲み物
- （5）白もの牛乳類を使った料理の実態
- （6）乳製品（ヨーグルト、チーズ、バター）の飲食実態
- （7）白もの牛乳類のベネフィットについての認識

4. 調査対象者

■全国の中学生以上の男女個人2,664人（回収ベース）

5. 抽出方法(エリアサンプリング)

■平成27年度国勢調査時の母集団人口に基づき、地域（9分類）と都市規模（4分類）により層化し、地域別都市規模別に比例配分を行い、それぞれに該当する地域（都市規模別）に応じて調査都市を抽出した。世帯から個人の抽出は、性・年齢別の世帯に沿って対象条件に適合する調査を行った。

6. サンプル設計について

■本年度調査では、アンケート調査を行うに当たって、平成 22 年度国勢調査を基にサンプル数を算出した前年度と同様に、本年度の母集団である平成 27 年度国勢調査に基づいてサンプル数の割合を算出し調査を実施した。本報告書で記載しているサンプル数は実際に回収されたサンプル数であり、ウエイト集計は行っていない。このため、過去の調査結果との比較には留意が必要である。

7. 調査地域とサンプル数

■回収サンプルの地域別内訳は下記の通り（沖縄除く）。
各地域別構成比は回収数全体集計後の値。

地域	回収数	構成比(%)
北海道	112	4.2
東北	192	7.2
関東	1,176	44.2
東海	224	8.4
北陸	40	1.5
近畿	432	16.2
中国	176	6.6
四国	72	2.7
九州	240	9.0
計	2,664	100.0

都市規模	回収数	構成比(%)
大都市	1,032	38.8
15万人以上	816	30.6
5～15万人未満	664	24.9
5万人未満の市	152	5.7
計	2,664	100.0

9. 調査期間

■平成 28 年（2016 年）11 月 15 日～平成 29 年（2017 年）1 月 6 日

10. 本報告書でデータを読むうえでの注意点

- この調査は消費者の視点にたちアンケートを実施している都合上、牛乳類の分類については、牛乳の他にも低脂肪乳、無脂肪乳、栄養成分強化牛乳（カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの）を白もの牛乳類としており、法律や規約上の種類別分類とは異なる。
- 単一回答（択一式選択肢）の場合、回答率の合計が 100.0%になるべきところで、そうならない箇所がある。これは各回答率を小数点以下第2位で四捨五入しているためである。
- 「SA」の表記は単一回答、「MA」の表記は複数回答、「n」はサンプル数を示す。
- 表示されているサンプル数は実際の回収サンプル数である。
- なお、図表および本文中の年度表記は西暦とした。

11. 回答者プロフィール

【性別（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	男性	1,332	50.0
2	女性	1,332	50.0
	不明	0	0.0
	全体	2,664	100.0

【年齢（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	12～15歳	342	12.8
2	16～19歳	322	12.1
3	20～24歳	154	5.8
4	25～29歳	176	6.6
5	30～34歳	126	4.7
6	35～39歳	206	7.7
7	40～44歳	188	7.1
8	45～49歳	146	5.5
9	50～54歳	171	6.4
10	55～59歳	159	6.0
11	60～64歳	120	4.5
12	65～69歳	218	8.2
13	70歳以上	336	12.6
	不明	0	0.0
	全体	2,664	100.0

【未婚（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	未婚	1,150	43.2
2	既婚	1,431	53.7
3	その他	79	3.0
	不明	4	0.2
	全体	2,664	100.1

【子供の有無（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	子供はいる	1,334	50.1
2	子供はいない	1,306	49.0
	不明	24	0.9
	全体	2,664	100.0

【職業（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	農林漁業	13	0.5
2	商工サービス業	40	1.5
3	自由業	84	3.2
4	内職	8	0.3
5	管理職	92	3.5
6	専門・技術職	212	8.0
7	事務職	489	18.4
8	労務職	56	2.1
9	販売・サービス職	144	5.4
10	パート・アルバイト	328	12.3
11	専業主婦	284	10.7
12	中学生	330	12.4
13	高校生	237	8.9
14	中高生以外の学生	119	4.5
15	無職	222	8.3
	不明	6	0.2
	全体	2,664	100.0

【学校や職場の給食・食堂の有無（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	給食がある	358	16.8
2	給食はないが、食堂を利用	324	15.2
3	どちらもない	1,380	64.8
	不明	66	3.1
	(非該当)	(536)	
	全体	2,128	100.0

【同居家族人数（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	1人（ひとり暮らし）	187	7.0
2	2人	616	23.1
3	3人	592	22.2
4	4人	681	25.6
5	5人	343	12.9
6	6人	157	5.9
7	7人以上	76	2.9
	不明	12	0.5
	全体	2,664	100.0

【回答者の調理等の役割（MA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	料理する	901	36.4
2	食料品の買物をする	946	38.2
3	どちらもしていない	1,324	53.5
	不明	31	1.3
	(非該当)	(187)	
	全体	2,477	100.0

【家族構成（SA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	夫婦2人	470	19.0
2	二世帯世帯	1,480	59.7
3	三世帯世帯	409	16.5
4	その他	86	3.5
	不明	34	1.4
	(非該当)	(187)	
	全体	2,477	100.0

【同居する家族（MA）】

No.	カテゴリー名	n	%
1	乳児・幼児	287	14.3
2	小学生	476	23.7
3	中学生	348	17.3
4	高校生	341	17.0
5	大学・短大・専門学校生	196	9.8
6	この中にはいない	904	45.0
	不明	22	1.1
	(非該当)	(470)	
	全体	2,007	100.0

12. 主な分析軸

【性別、性年代別、地域別】

	カテゴリー名	n	%
性別	男性	1,332	50.0
	女性	1,332	50.0
男性×年代	男性-中学生	181	6.8
	男性-10代（中学生除く）	149	5.6
	男性-20代	176	6.6
	男性-30代	157	5.9
	男性-40代	179	6.7
	男性-50代	155	5.8
	男性-60代	177	6.6
	男性-70代以上	158	5.9
女性×年代	女性-中学生	161	6.0
	女性-10代（中学生除く）	173	6.5
	女性-20代	154	5.8
	女性-30代	175	6.6
	女性-40代	155	5.8
	女性-50代	175	6.6
	女性-60代	161	6.0
	女性-70代以上	178	6.7
地域別	北海道	112	4.2
	東北	192	7.2
	関東	1,176	44.1
	東海	224	8.4
	北陸	40	1.5
	近畿	432	16.2
	中国	176	6.6
	四国	72	2.7
	九州	240	9.0
	不明	0	0.0
	全体	2,664	100.0

【白もの牛乳の飲用頻度】

No.	カテゴリー名	n	%
1	飲用者・計	2,367	88.9
2	毎日飲用	870	32.7
3	週1～6日飲用	1,091	41.0
4	月に2～3日以下飲用	406	15.2
5	非飲用者	296	11.1
	不明	1	0.0
	全体	2,664	100.0

【白もの牛乳の飲用量増減】

No.	カテゴリー名	n	%
1	この1年間に飲用量増加計	265	9.9
2	この1年間に飲用量変化なし	1,691	63.5
3	この1年間に飲用量減少計	429	16.1
4	牛乳は元々飲まない	258	9.7
	不明	21	0.8
	全体	2,664	100.0

調查結果

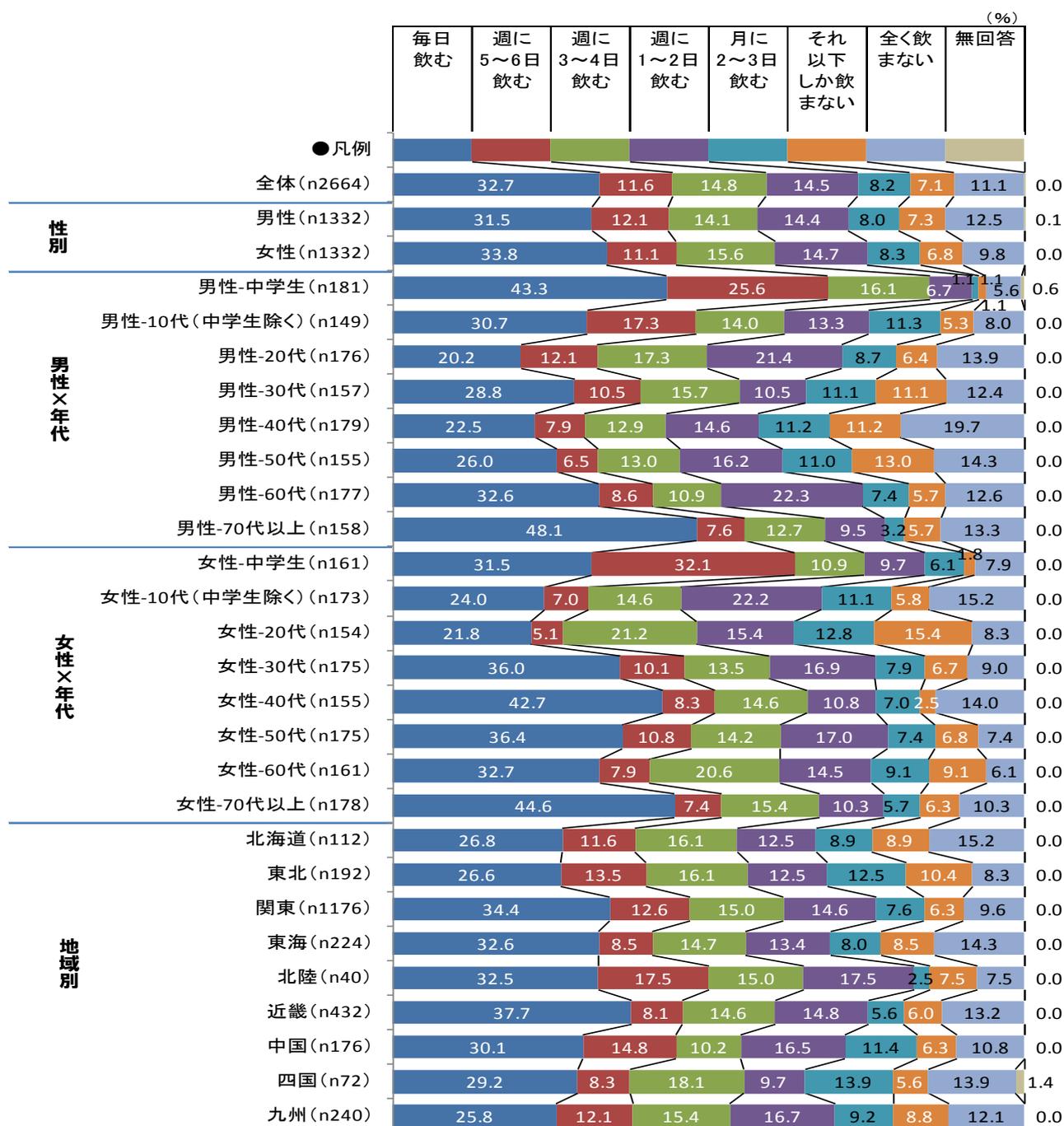
I. 白もの牛乳類の飲用実態

1. 白もの牛乳類の飲用頻度

(1) 白もの牛乳類の飲用頻度

- コーヒーや紅茶など他のものと混ぜて飲んだり、シリアルなどにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、普段どの程度白もの牛乳類を飲むかを質問した。
- 全体では白もの牛乳を「毎日飲む」は33%となり、一方で「全く飲まない」は11%であった。
- 性別では、「毎日飲む」は、女性が34%、男性は32%となった。
- 性年代別では、男性70代以上で「毎日飲む」が48%と最も高くなっている。その他、男性・中学生、女性70代以上、女性40代で「毎日飲む」が4割以上と高い一方で、男性20代や男性40代、女性の10代や女性20代では「毎日飲む」が20~24%と低くなっている。
- 地域別では、近畿で「毎日飲む」が38%と高い。

【図表 I-1-1】 性・年代別・地域別 問1 白もの牛乳類を飲む頻度 (SA)



[参考] 参考にこれまでの調査での白もの牛乳類の飲用頻度の推移をみる。

■白もの牛乳類の飲用頻度の時系列変化をみると、2016年度の平均（日/週）は3.7日で、昨年度の3.6日を上回り2010年度の水準に戻っている。白もの牛乳類の飲用機会は、依然として週7日の半分程度が現状である。

【図表 I-1-2】時系列 問1 白もの牛乳類の飲用頻度（SA）

	n	毎日飲む	週に 5～6日 飲む	週に 3～4日 飲む	週に 1～2日 飲む	月に 2～3日 飲む*	それ以下 しか飲ま ない	全く飲ま ない	無回答	平均 (日/週) [01年以前 は日/月]
1987年度	4,664	38.5	9.5	14.3	11.6	10.0	6.8	8.7	0.6	17.0
1988年度	4,604	39.9	10.4	14.5	10.7	8.7	5.2	10.1	0.5	17.6
1989年度	4,579	43.4	9.5	13.5	10.5	7.9	5.0	9.8	0.4	18.2
1990年度	4,691	45.7	10.2	14.0	9.5	7.5	4.9	7.9	0.3	19.1
1991年度	4,714	45.2	10.4	14.7	10.0	7.0	4.3	8.2	0.2	19.1
1992年度	4,651	44.2	9.3	13.8	10.7	8.1	5.0	8.7	0.2	18.4
1993年度	4,553	46.5	10.2	14.3	9.2	6.9	3.4	9.4	0.2	19.2
1994年度	4,617	46.8	9.6	13.3	9.2	7.7	3.4	10.0	0.0	19.0
1995年度	4,668	48.4	7.5	12.9	9.9	6.6	4.7	9.9	0.1	19.0
1996年度	4,706	42.5	9.3	16.9	11.7	6.4	3.7	9.4	0.0	18.3
1997年度	4,547	45.7	9.1	13.7	10.4	6.7	5.1	9.1	0.0	18.7
1998年度	4,472	44.9	9.0	14.4	10.7	6.3	3.6	11.0	0.0	18.5
1999年度	4,476	45.6	10.0	13.5	10.7	6.4	3.2	10.6	0.0	18.8
2000年度	4,632	41.1	9.8	14.5	12.8	7.2	4.5	10.0	0.0	17.8
2001年度	4,778	40.8	9.1	14.7	13.6	7.1	4.1	10.6	0.0	17.6
2002年度										
2003年度	4,177	41.8	11.2	14.5	10.7	6.1	5.5	10.3	0.0	4.3
2004年度	4,177	40.1	9.6	14.0	11.6	7.5	6.4	10.8	0.0	4.1
2005年度	3,896	39.5	9.8	15.5	11.9	7.2	6.0	10.2	0.0	4.1
2006年度	3,478	37.7	9.5	13.5	12.0	7.0	6.5	13.7	0.0	3.9
2007年度	3,486	38.5	9.0	13.7	11.5	8.5	6.1	12.7	0.0	3.9
2008年度	3,200	36.9	9.3	13.6	12.9	8.2	7.1	12.0	0.0	3.8
2009年度	3,200	37.9	7.5	13.7	12.3	8.6	7.4	12.6	0.0	3.8
2010年度	3,200	35.8	9.4	11.7	12.7	9.2	8.0	13.3	0.0	3.7
2011年度	3,200	35.3	8.6	12.8	13.7	6.8	7.0	15.8	0.0	3.6
2012年度	3,200	35.4	7.5	14.8	11.8	8.2	6.5	15.8	0.0	3.6
2013年度	3,200	33.4	8.8	14.1	13.1	7.1	7.7	15.8	0.0	3.6
2014年度	3,200	32.6	7.9	13.9	11.6	7.4	8.0	18.6	0.0	3.4
2015年度	3,200	34.5	8.6	12.8	13.3	6.3	6.4	18.1	0.0	3.6
2016年度	2,664	32.7	11.6	14.8	14.5	8.2	7.1	11.1	0.0	3.7

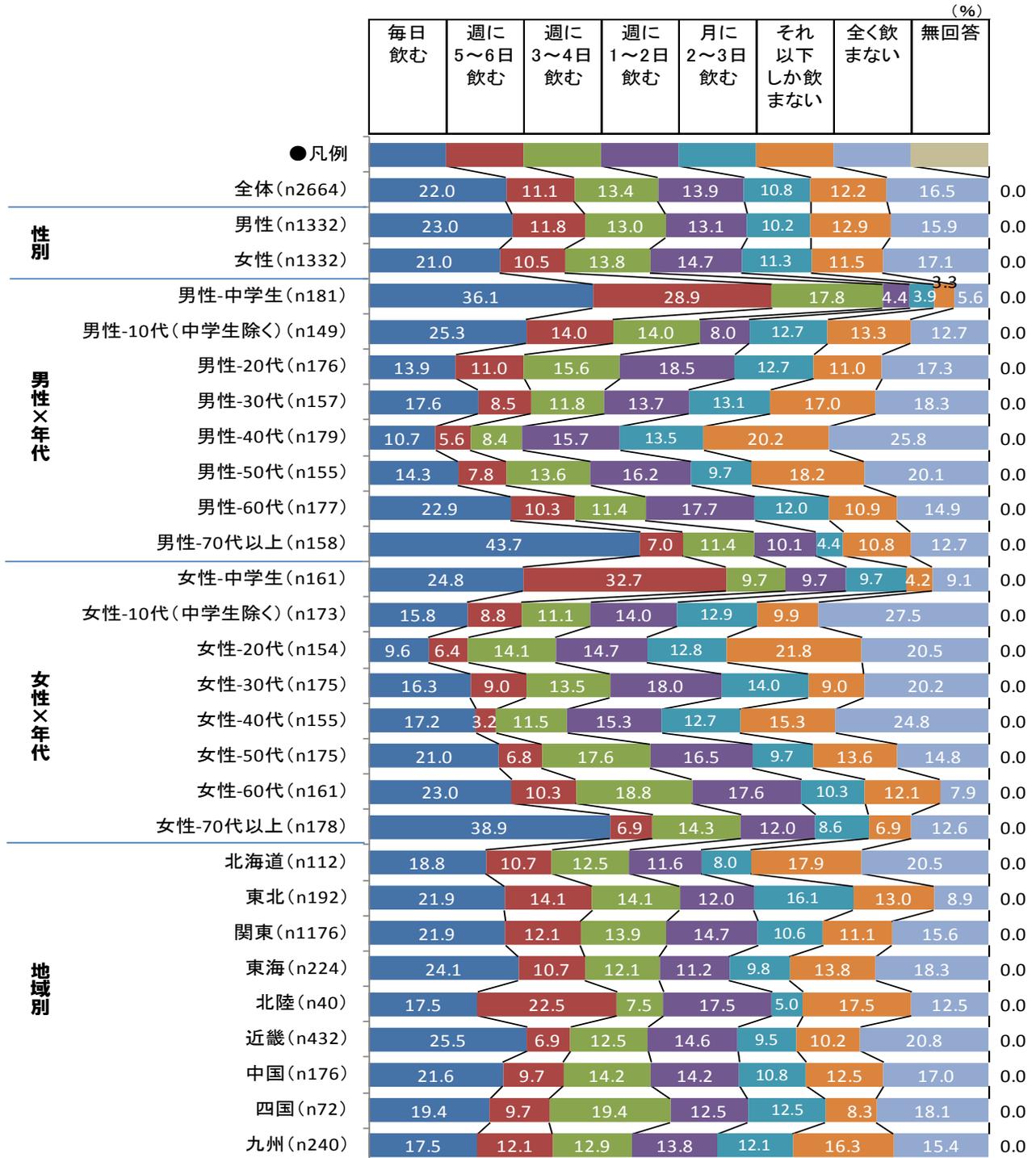
※斜線はデータなし

* 87～01年は「月に数回飲む」

(2) 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度

- そのまま飲む飲み方で、普段どの程度白もの牛乳類を飲むかを質問した。
- 全体では「毎日飲む」は22%で、「全く飲まない」という人はやや少なく17%であった。
- 性別では「毎日飲む」が男性は23%、女性は21%となった。
- 性年代別では、男女中学生で「毎日飲む」割合が高い(男子中学生 36%、女子中学生 25%)。男性では、20～50代で「毎日飲む」割合が2割未満と低調だが、70代以上では4割以上にのぼる。女性は、20代以上で年齢の上昇とともに「毎日飲む」割合が高くなる傾向があり、女性70代以上では39%となっている。
- 地域別では、「毎日飲む」割合は近畿(26%)や東海(24%)が全体より比較的高い。

【図表 I-1-3】性・年代別・地域別 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度(年間平均・SA)

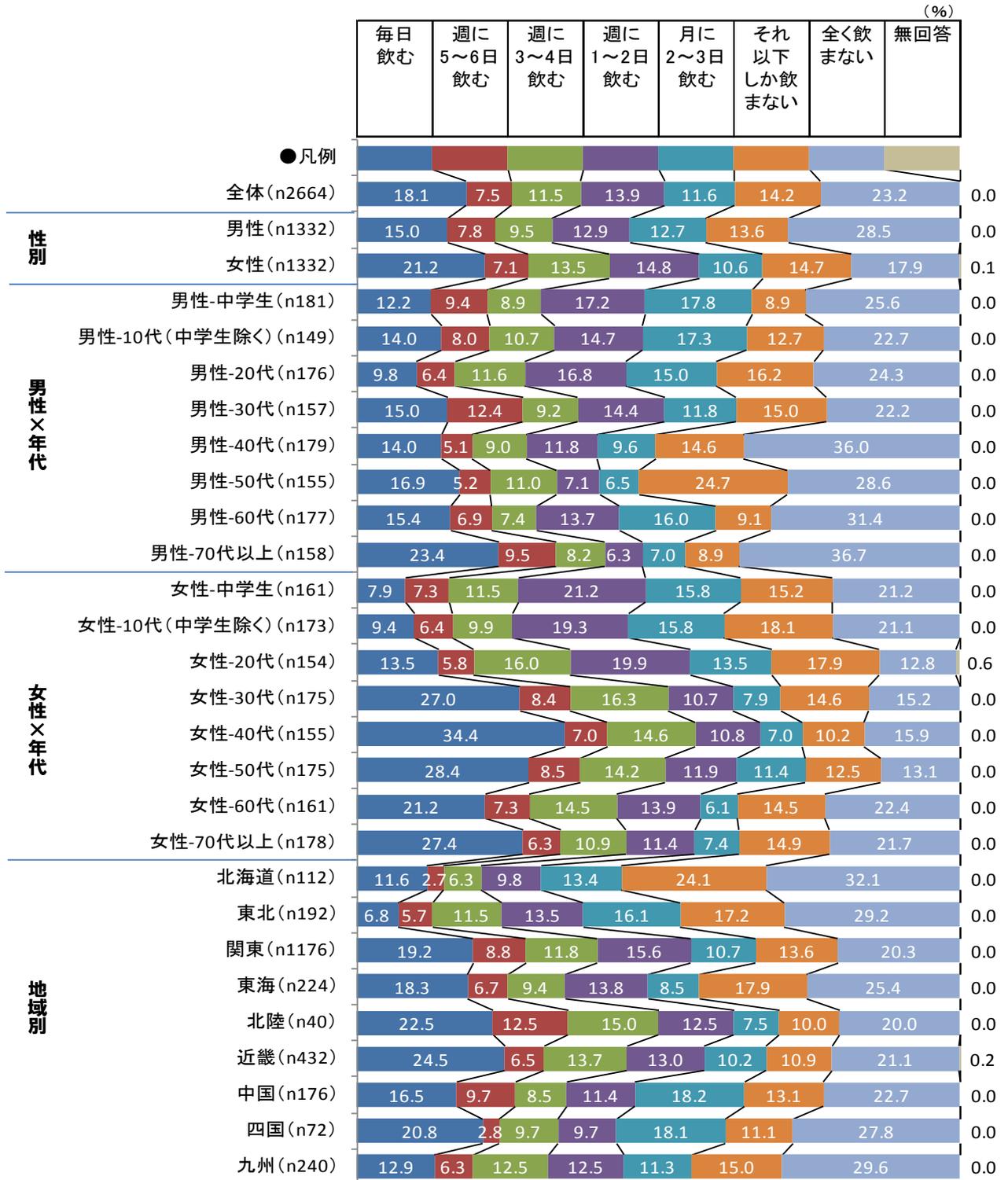


(3) 他のもものと混ぜて飲む頻度

① コーヒーや紅茶など他の飲み物に入れて飲む

- コーヒーや紅茶など他の飲み物に入れて飲む飲み方で、普段どの程度白もの牛乳類を飲むかを質問した。
- 全体では「毎日飲む」は18%で、「全く飲まない」が23%を占めた。
- 性別では、「毎日飲む」は女性で21%となっており、男性よりも6ポイント高い。
- 性年代別では、「毎日飲む」は女性40代が34%と最も高くなっている。
- 地域別では、「毎日飲む」割合は北陸(23%)、近畿(25%)、四国(21%)でやや高い。

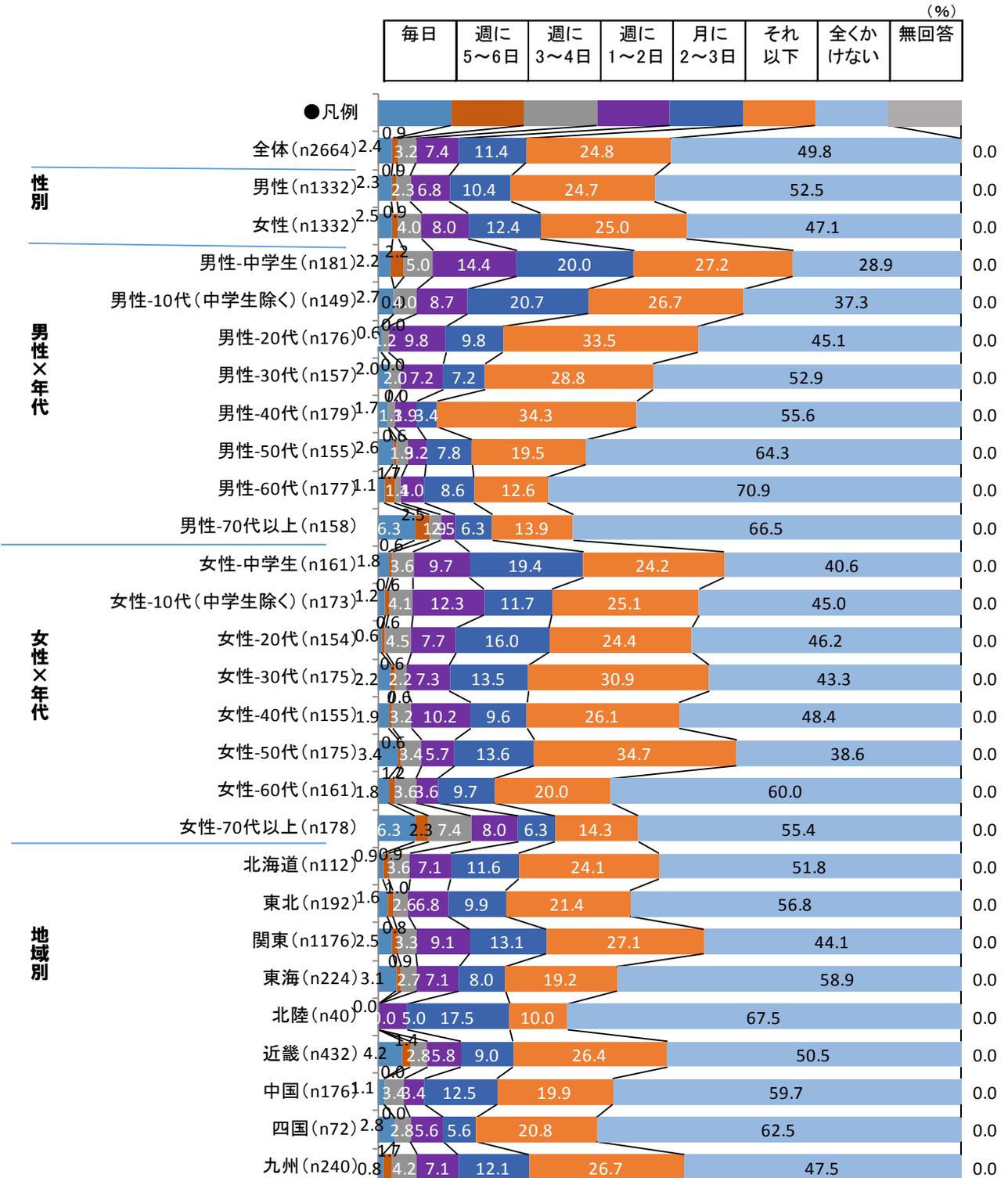
【図表 I-1-4】 性・年代別・地域別 問3-1 白もの牛乳類を他のもものと混ぜて飲む頻度(年間平均・SA)



②シリアルなどにかける

- シリアルなどにかけて飲む飲み方で、普段どの程度白もの牛乳類をシリアルにかけるかを質問した。
- 全体では「毎日かける」は2%で、「全くかけない」が約50%を占めた。
- 性別では、「毎日かける」の割合は男性2%、女性3%となっている。
- 性年代別では、「毎日かける」は男性、女性ともに70代以上が6%と最も高くなっている。
- 地域別では、「毎日かける」の割合は近畿（4%）が、他の地域と比べてやや高い。

【図表 I-1-4】性・年代別・地域別 問3-2 シリアルにかける頻度（年間平均・SA）

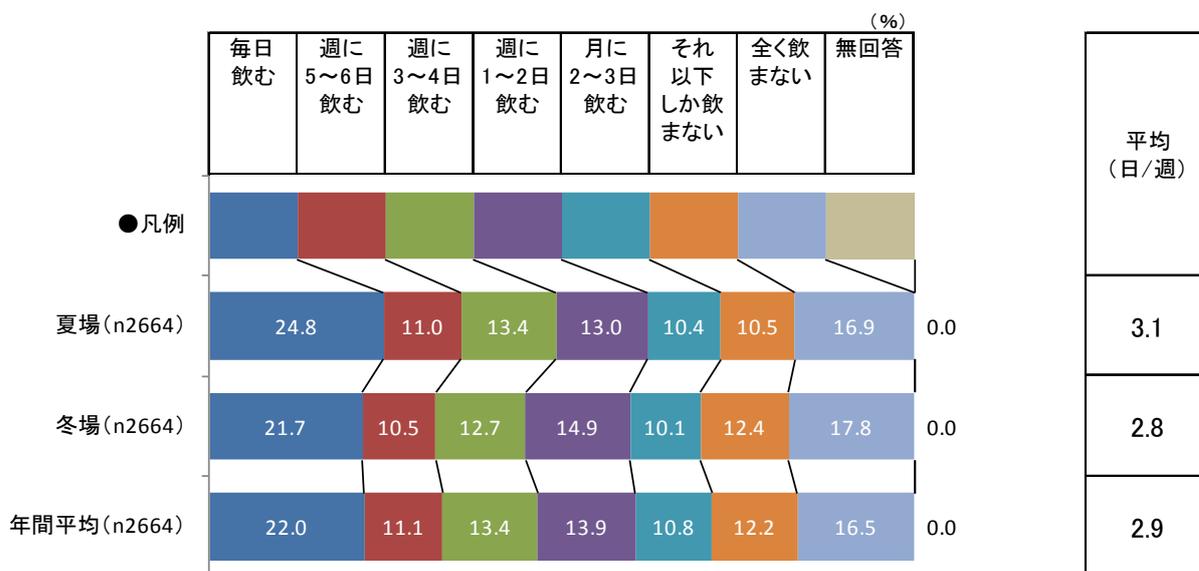


(4) 季節による変動

- 白もの牛乳類の飲み方別飲用頻度の季節による変動をみると、そのまま飲む飲み方では、夏場は平均(日/週)3.1日、冬場は平均2.8日となり、夏場の方がやや多く飲まれている。そのまま飲む飲み方では、夏場は「毎日飲む」人が25%と冬場の22%より3ポイント高くなっている。
- コーヒーや紅茶など他のものと混ぜて飲む飲み方では、夏場は平均(日/週)2.4日、冬場は2.4日となり、大きな差異はみられない。「毎日飲む」割合も夏場20%、冬場19%と大きな差異はない。
- シリアルなどにかける飲み方は夏場平均(日/週)0.6日、冬場は平均0.5日となっている。
- そのまま飲む飲み方のほうが他のものと混ぜて飲む飲み方より、季節変動による影響がやや大きくなっている。

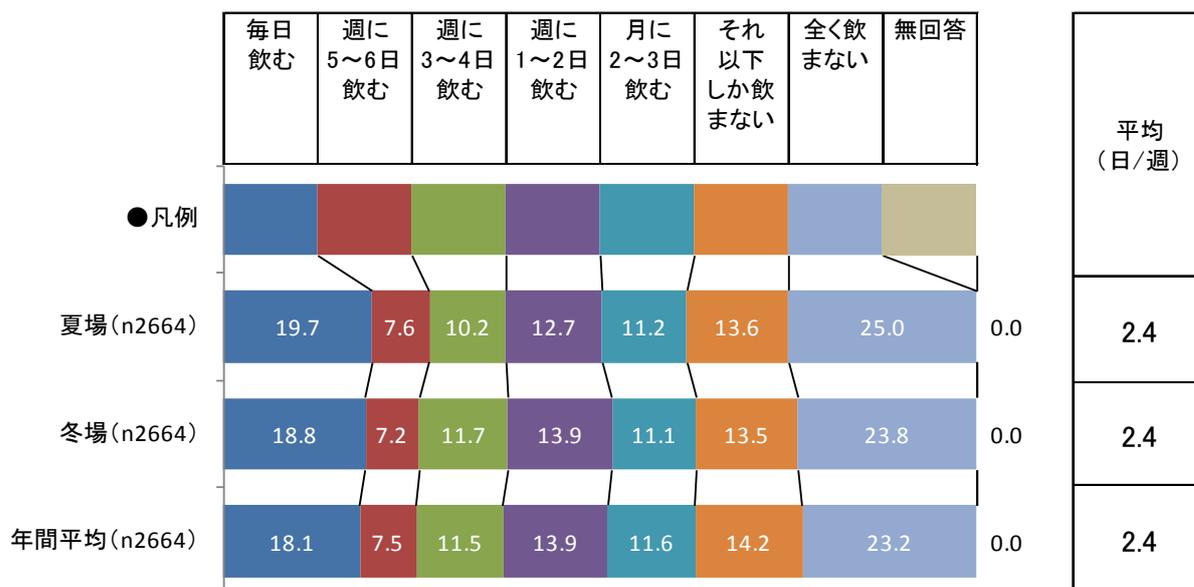
<そのまま飲む>

【図表 I-1-5】 季節変動/飲み方別 問2 白もの牛乳類の飲用頻度 (SA) (%)



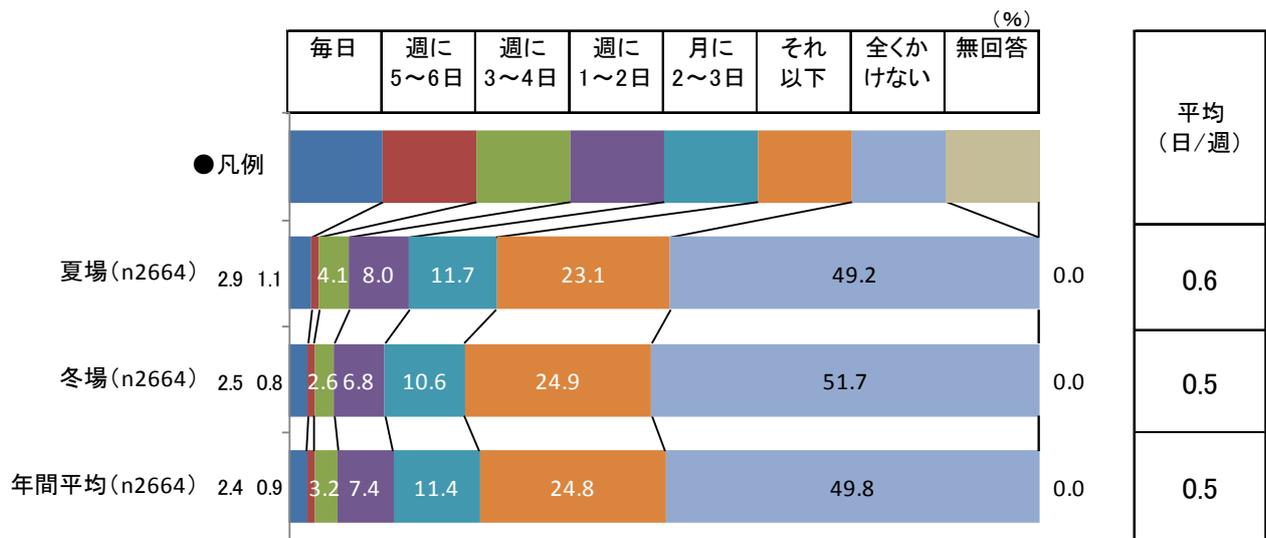
<コーヒー、紅茶など他の飲み物に入れて飲む>

【図表 I-1-6】 季節変動/飲み方別 問3 白もの牛乳類の飲用頻度 (SA) (%)



<シリアルなどにかける>

【図表 I-1-7】 季節変動/飲み方別 問3 白もの牛乳類の飲用頻度 (SA) (%)



■白もの牛乳類（そのまま飲む）の飲用頻度の時系列変化をみると、2016年度の平均（日/週）は2.9日（年間平均）となり、2015年度を上回った。飲用頻度は依然として低い水準にあるが、わずかながらも拡大がみられる。

【図表 I-1-7】時系列 問2 白もの牛乳類をそのまま飲む頻度（SA）

		(%)									平均 (日/週) [01年以前 は日/月]
		n	毎日飲む	週に 5～6日 飲む	週に 3～4日 飲む	週に 1～2日 飲む	月に 2～3日 飲む	それ以下 しか飲ま ない	全く飲ま ない	無回答	
夏 場	2004年度	4,177	31.7	8.9	14.0	12.6	7.9	7.8	17.2	0.0	3.5
	2005年度	3,896	30.5	9.2	14.9	12.9	8.3	8.0	16.0	0.1	3.4
	2006年度	3,478	29.1	8.8	13.0	12.4	8.1	9.0	19.6	0.0	3.2
	2007年度	3,486	28.8	7.7	13.6	12.9	9.0	8.3	19.8	0.0	3.2
	2008年度	3,200	26.9	8.3	13.0	13.2	10.1	7.9	20.4	0.2	3.1
	2009年度	3,200	27.3	6.5	13.3	14.1	9.9	9.7	19.3	-	3.0
	2010年度	3,200	25.5	6.9	10.4	13.5	11.0	11.0	21.7	-	2.8
	2011年度	3,200	26.8	7.2	11.6	14.0	7.3	9.6	23.5	0.0	2.9
	2012年度	3,200	27.0	5.8	13.1	12.8	8.1	8.8	24.4	0.0	2.9
	2013年度	3,200	25.2	7.4	11.9	13.0	7.9	10.1	24.6	0.0	2.8
	2014年度	3,200	25.6	6.8	11.7	12.0	7.7	10.2	25.9	0.0	2.8
	2015年度	3,200	26.2	7.4	12.1	12.7	6.9	8.6	26.0	0.0	2.9
2016年度	2,664	24.8	11.0	13.4	13.0	10.4	10.5	16.9	0.0	3.1	
冬 場	2004年度	4,177	26.8	7.3	13.4	15.8	9.0	9.5	18.1	0.0	3.1
	2005年度	3,896	26.1	7.4	15.1	15.8	8.3	9.5	17.7	0.1	3.1
	2006年度	3,478	25.0	7.8	13.3	14.1	8.9	10.4	20.5	0.0	2.9
	2007年度	3,486	25.2	6.8	12.8	15.1	9.0	10.4	20.8	0.0	2.9
	2008年度	3,200	23.6	6.9	12.2	15.3	10.5	10.0	21.5	0.1	2.8
	2009年度	3,200	24.5	6.3	11.8	15.4	10.5	11.1	20.4	-	2.8
	2010年度	3,200	21.7	6.9	9.9	14.6	10.9	12.7	23.3	-	2.6
	2011年度	3,200	24.2	6.3	10.9	15.1	7.6	11.0	24.9	0.0	2.7
	2012年度	3,200	24.5	5.6	11.9	13.6	9.0	10.7	24.8	0.0	2.7
	2013年度	3,200	22.6	6.6	11.6	14.2	8.3	11.5	25.1	0.0	2.6
	2014年度	3,200	22.6	6.4	11.4	13.7	7.6	11.5	26.7	0.0	2.6
	2015年度	3,200	23.6	6.9	10.7	15.0	7.1	9.9	26.7	0.0	2.7
2016年度	2,664	21.7	10.5	12.7	14.9	10.1	12.4	17.8	0.0	2.8	
年間 平均	2004年度	4,177	27.3	9.3	14.4	14.2	8.9	9.2	16.5	0.2	3.2
	2005年度	3,896	26.6	9.3	16.2	13.6	8.9	9.7	15.5	0.2	3.2
	2006年度	3,478	25.3	9.3	14.0	13.1	8.9	9.9	19.0	0.4	3.1
	2007年度	3,486	25.3	8.2	14.5	13.2	9.6	9.7	19.3	0.2	3.0
	2008年度	3,200	23.9	8.3	13.4	14.2	10.4	9.8	19.6	0.4	2.9
	2009年度	3,200	24.7	7.0	13.6	14.0	11.0	10.7	18.8	0.2	2.9
	2010年度	3,200	22.0	7.8	11.3	13.8	11.0	13.0	21.0	0.1	2.7
	2011年度	3,200	24.2	7.7	11.4	14.3	7.9	11.0	23.5	0.0	2.7
	2012年度	3,200	24.6	6.6	13.4	12.3	9.3	9.9	24.0	0.0	2.7
	2013年度	3,200	22.8	7.2	12.4	13.9	8.6	11.1	24.0	0.0	2.7
	2014年度	3,200	22.9	7.2	12.6	12.3	8.1	11.5	25.4	0.0	2.7
	2015年度	3,200	23.9	7.9	11.9	13.4	7.4	9.6	25.9	0.0	2.8
2016年度	2,664	22.0	11.1	13.4	13.9	10.8	12.2	16.5	0.0	2.9	

■他のものと混ぜて飲む頻度の2016年度の平均（日/週）は2.4日（年間平均）で、前年度を上回った。

【図表 I-1-8】時系列 問3 白もの牛乳類を他のものと混ぜて飲む頻度（SA）

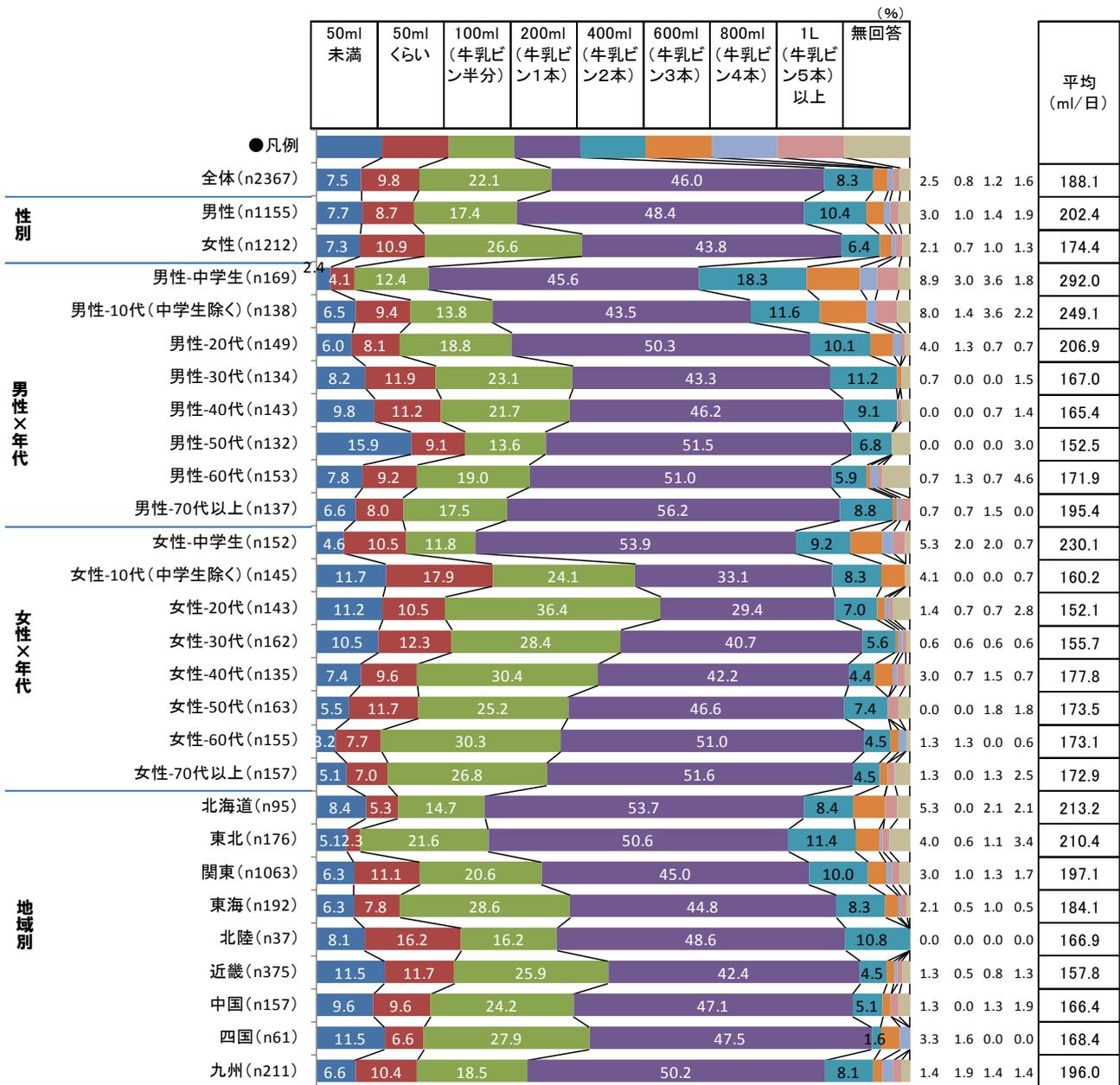
(%)

		n	毎日飲む	週に 5～6日 飲む	週に 3～4日 飲む	週に 1～2日 飲む	月に 2～3日 飲む	それ以下 しか飲ま ない	全く飲ま ない	無回答	平均 (日/週) [01年以前 は日/月]
夏 場	2004年度	4,177	21.1	5.8	8.8	12.1	8.7	11.1	32.4	0.0	2.4
	2005年度	3,896	20.1	5.7	9.9	12.0	8.9	11.6	31.6	0.1	2.3
	2006年度	3,478	19.3	5.8	8.7	11.1	9.1	12.0	33.9	0.0	2.2
	2007年度	3,486	19.2	4.9	9.9	11.4	9.6	10.6	34.4	0.0	2.2
	2008年度	3,200	19.9	5.5	10.2	11.3	9.3	11.1	32.6	0.2	2.3
	2009年度	3,200	21.5	5.9	8.6	11.5	9.2	11.9	31.5	0.0	2.4
	2010年度	3,200	21.5	5.9	9.3	11.2	8.8	11.4	31.8	0.0	2.4
	2011年度	3,200	20.7	5.3	9.4	11.4	8.5	10.2	34.4	0.1	2.2
	2012年度	3,200	21.0	4.5	8.9	11.3	6.9	10.7	36.5	0.0	2.2
	2013年度	3,200	20.2	5.1	9.4	11.0	7.1	11.7	35.3	0.0	2.2
	2014年度	3,200	20.7	5.2	9.4	10.1	7.2	11.9	35.5	0.0	2.3
	2015年度	3,200	21.3	4.7	9.1	11.4	6.6	9.7	37.2	0.0	2.3
2016年度	2,664	19.7	7.6	10.2	12.7	11.2	13.6	25.0	0.0	2.4	
冬 場	2004年度	4,177	19.5	6.1	9.5	12.0	9.7	11.6	31.7	0.0	2.3
	2005年度	3,896	18.6	5.6	10.5	12.8	9.7	11.5	31.3	0.1	2.3
	2006年度	3,478	17.9	5.9	9.4	11.5	9.6	11.9	33.6	0.0	2.2
	2007年度	3,486	18.0	5.2	10.0	12.0	9.3	11.1	34.3	0.0	2.2
	2008年度	3,200	19.1	5.5	10.0	11.3	10.0	11.6	32.3	0.2	2.3
	2009年度	3,200	20.2	5.5	9.0	12.4	9.1	12.4	31.4	0.0	2.3
	2010年度	3,200	19.8	6.1	9.8	11.4	9.5	11.4	32.0	0.0	2.3
	2011年度	3,200	19.4	5.0	10.3	12.3	8.4	10.7	33.8	0.1	2.2
	2012年度	3,200	19.5	5.0	9.3	11.3	7.6	11.4	35.9	0.0	2.1
	2013年度	3,200	18.7	5.6	9.9	11.7	7.7	12.0	34.4	0.0	2.2
	2014年度	3,200	19.5	5.2	9.9	11.0	7.2	11.9	35.4	0.0	2.2
	2015年度	3,200	20.1	5.0	9.2	12.6	7.0	9.5	36.5	0.0	2.2
2016年度	2,664	18.8	7.2	11.7	13.9	11.1	13.5	23.8	0.0	2.4	
年 間 平 均	2004年度	4,177	18.9	6.2	9.6	12.2	10.0	12.4	30.5	0.2	2.3
	2005年度	3,896	18.2	5.7	11.4	11.8	10.1	12.4	30.0	0.3	2.3
	2006年度	3,478	17.6	6.0	9.8	11.6	9.3	12.7	32.5	0.5	2.2
	2007年度	3,486	17.3	5.3	11.0	11.9	9.5	11.4	33.4	0.2	2.2
	2008年度	3,200	18.5	5.6	11.0	11.2	10.2	11.8	31.2	0.5	2.3
	2009年度	3,200	19.6	6.0	9.6	11.9	9.6	12.5	30.5	0.3	2.3
	2010年度	3,200	19.3	6.2	10.5	11.2	9.8	12.1	30.7	0.2	2.3
	2011年度	3,200	19.0	5.3	10.3	12.7	8.7	10.8	33.0	0.2	2.2
	2012年度	3,200	19.0	5.2	9.9	11.2	7.9	11.4	35.2	0.0	2.1
	2013年度	3,200	18.4	5.9	9.8	11.8	8.1	12.4	33.6	0.0	2.2
	2014年度	3,200	19.1	5.2	10.6	10.6	7.5	12.3	34.7	0.0	2.2
	2015年度	3,200	19.7	5.1	10.1	11.5	7.5	10.1	35.9	0.0	2.2
2016年度	2,664	18.1	7.5	11.5	13.9	11.6	14.2	23.2	0.0	2.4	

2. 白もの牛乳類の飲用量

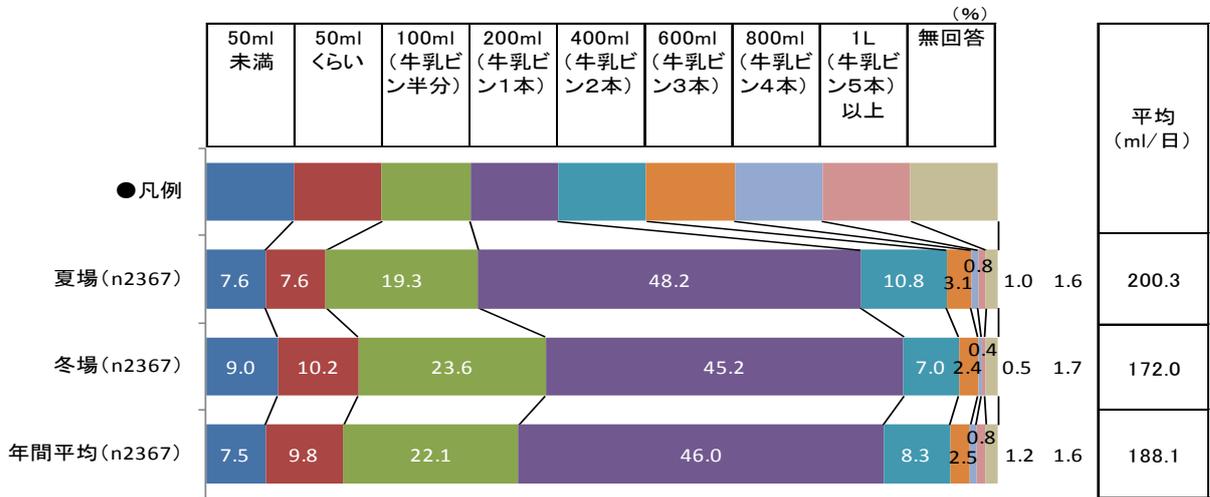
- そのまま飲む以外の場合を含めて、白もの牛乳類を飲むときには1日にどれくらいの量を飲むかを質問した。
- 全体では「200ml」が最も多く、46%を占めた。性別や性年代別、地域別でも「200ml」が最多となっている。
- 平均飲用量（ml/日）を算出したところ、全体で188.1mlとなった。性年代別で平均飲用量が最も多いのは、男子中学生の292.0mlで、逆に平均飲用量が最も少ないのは女性20代で、152.1mlとなっている。また、地域別では、北海道、東北で平均飲用量が多く、200mlを超える。

【図表 I-2-1】性・年代別・地域別 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量（年間平均・SA）＜飲用者ベース＞



- 白もの牛乳類飲用者の1日当たり飲用量の季節による変動をみると、平均量(ml/日)は夏場200.3ml、冬場172.0mlとなっており、夏場が冬場より28.3ml多く、冬場よりも夏場が飲まれていることがみてとれる。
- 性年代別にみると、全ての層において夏場の方が冬場より平均飲用量が多く、とくに男性の中学生は40.5ml/日、男性の10代は42.0ml/日と、夏場と冬場の飲用量の差が他の性年代と比べて大きくなっている。

【図表 I-2-2】 季節変動 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 (SA) <飲用者ベース>



【図表 I-2-3】 性・年齢別・地域別/季節変動 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 (SA) <飲用者ベース>

カテゴリー名		n	夏場	冬場	年間平均	夏場と冬場の差
全体		2,367	200.3	172.0	188.1	28.3
性別	男性	1,155	219.0	188.3	202.4	30.7
	女性	1,212	182.5	156.4	174.4	26.1
男性×年代	男性-中学生	169	312.4	271.9	292.0	40.5
	男性-10代 (中学生除く)	138	261.8	219.7	249.1	42.1
	男性-20代	149	222.3	201.8	206.9	20.5
	男性-30代	134	186.4	161.8	167.0	24.6
	男性-40代	143	189.2	159.4	165.4	29.8
	男性-50代	132	164.6	144.5	152.5	20.1
	男性-60代	153	184.6	147.5	171.9	37.1
	男性-70代以上	137	211.3	182.5	195.4	28.8
女性×年代	女性-中学生	152	230.8	210.2	230.1	20.6
	女性-10代 (中学生除く)	145	171.4	155.3	160.2	16.1
	女性-20代	143	157.5	143.7	152.1	13.8
	女性-30代	162	165.9	137.0	155.7	28.9
	女性-40代	135	184.3	148.3	177.8	36.0
	女性-50代	163	172.7	141.7	173.5	31.0
	女性-60代	155	192.3	158.4	173.1	33.9
	女性-70代以上	157	185.2	157.2	172.9	28.0
地域別	北海道	95	202.4	194.2	213.2	8.2
	東北	176	229.0	199.9	210.4	29.1
	関東	1,063	212.4	180.6	197.1	31.8
	東海	192	190.8	165.6	184.1	25.2
	北陸	37	183.1	148.0	166.9	35.1
	近畿	375	177.5	144.9	157.8	32.6
	中国	157	179.8	155.6	166.4	24.2
	四国	61	178.7	158.2	168.4	20.5
	九州	211	188.9	169.5	196.0	19.4

■白もの牛乳類の平均飲用量の時系列変化をみると、2015年度以降、減少から増加傾向に転じ、年間平均では2015年度を平均で13ml /日上回っている。また、2015年を夏場は15ml/日、冬場は7ml/日それぞれ上回った。

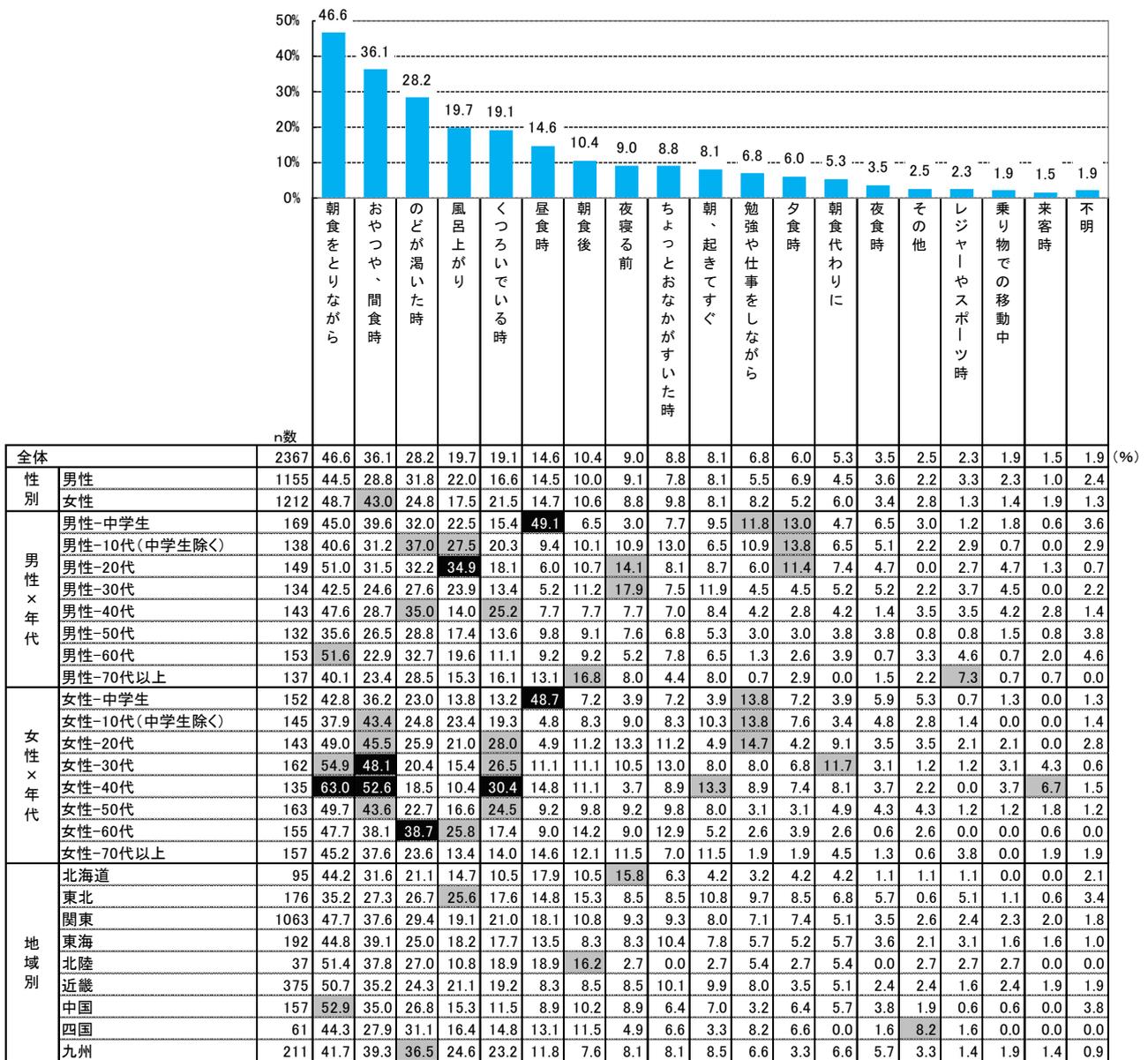
【図表 I-2-4】 季節変動/時系列 問4 白もの牛乳類を飲むときに1日に飲む量 (SA) <飲用者ベース> 年度に修正 (%)

		n	50ml 未満	50ml くらい	100ml (牛乳ビ ン半分)	200ml (牛乳ビ ン1本)	400ml (牛乳ビ ン2本)	600ml (牛乳ビ ン3本)	800ml (牛乳ビ ン4本)	1L (牛乳ビ ン5本) 以上	無回答	平均 (ml/日)
夏 場	2004年度	3,726	7.4	5.1	14.5	53.4	14.1	2.8	0.7	0.9	1.1	215.9
	2005年度	3,497	6.6	4.9	15.6	54.7	12.9	3.0	0.5	0.9	0.8	214.0
	2006年度	3,001	8.5	5.4	15.1	53.8	12.4	2.4	0.7	1.4	0.3	211.5
	2007年度	3,044	7.2	5.2	17.1	53.3	12.0	2.8	0.9	0.9	0.7	210.1
	2008年度	2,851	7.9	5.9	16.8	53.1	11.6	2.3	0.6	0.5	1.5	200.2
	2009年度	2,831	7.7	6.5	18.3	52.7	11.1	2.3	0.7	0.7	0.0	199.3
	2010年度	2,827	10.6	6.5	18.1	48.9	11.9	2.3	0.5	1.2	-	198.5
	2011年度	2,744	9.5	6.9	19.4	52.3	8.2	2.1	0.3	0.9	0.4	187.6
	2012年度	2,749	10.2	6.2	20.8	50.3	9.7	1.7	0.5	0.4	0.1	184.3
	2013年度	2,733	8.9	7.2	21.6	50.4	9.2	1.7	0.2	0.5	0.2	182.6
	2014年度	2,670	9.6	7.3	21.9	50.2	8.6	1.2	0.3	0.5	0.4	178.3
	2015年度	2,666	9.2	7.0	21.4	49.7	9.5	1.8	0.3	0.7	0.4	184.9
2016年度	2,367	7.6	7.6	19.3	48.2	10.8	3.1	0.8	1.0	1.6	200.3	
冬 場	2004年度	3,726	9.3	7.3	20.2	51.5	8.2	1.6	0.4	0.5	1.1	181.6
	2005年度	3,497	8.5	6.9	21.4	52.2	7.2	1.9	0.4	0.3	1.1	180.4
	2006年度	3,001	10.5	7.6	19.8	50.8	7.8	1.7	0.5	0.8	0.5	182.4
	2007年度	3,044	8.3	7.4	21.7	50.5	8.3	2.0	0.4	0.4	1.0	182.7
	2008年度	2,851	9.9	7.9	21.9	49.2	7.4	1.3	0.4	0.3	1.7	173.0
	2009年度	2,831	9.9	8.2	22.0	50.1	7.4	1.1	0.7	0.5	0.0	175.8
	2010年度	2,827	12.9	8.6	23.2	45.5	7.4	1.3	0.5	0.5	0.1	168.0
	2011年度	2,744	11.2	8.6	22.9	49.0	5.9	1.1	0.3	0.6	0.4	167.6
	2012年度	2,749	11.7	7.5	25.1	47.3	6.1	1.3	0.3	0.4	0.3	165.0
	2013年度	2,733	10.0	9.2	25.4	47.6	6.0	1.1	0.2	0.2	0.2	163.0
	2014年度	2,670	11.3	9.3	25.5	46.9	5.4	0.7	0.3	0.3	0.4	158.5
	2015年度	2,666	10.5	8.8	26.6	45.5	5.8	1.5	0.2	0.7	0.4	164.8
2016年度	2,367	9.0	10.2	23.6	45.2	7.0	2.4	0.4	0.5	1.7	172.0	
年 間 平 均	2004年度	3,726	7.5	6.9	18.5	52.8	9.5	2.0	0.8	1.0	1.0	197.2
	2005年度	3,497	6.8	6.3	19.9	53.3	9.1	2.3	0.6	0.8	0.8	195.8
	2006年度	3,001	8.9	6.6	19.1	51.8	9.1	1.9	1.0	1.3	0.4	197.4
	2007年度	3,044	7.2	6.8	19.5	52.6	9.1	2.3	0.6	1.1	0.9	197.3
	2008年度	2,851	8.4	7.7	19.2	52.4	8.3	1.9	0.4	0.3	1.3	183.6
	2009年度	2,831	8.2	7.4	21.2	51.1	9.2	1.4	0.6	0.8	0.0	187.7
	2010年度	2,827	10.9	8.1	21.6	46.8	8.8	1.8	0.6	1.4	-	187.0
	2011年度	2,744	9.7	9.0	21.2	49.9	7.0	1.6	0.4	0.9	0.3	178.4
	2012年度	2,749	10.3	7.4	23.9	48.3	7.6	1.5	0.2	0.6	0.1	175.0
	2013年度	2,733	8.2	8.7	25.0	48.7	7.1	1.1	0.5	0.3	0.3	171.5
	2014年度	2,670	9.6	9.0	24.3	48.3	6.6	0.8	0.4	0.5	0.4	168.6
	2015年度	2,666	9.6	8.3	24.5	47.6	7.2	1.6	0.4	0.7	0.2	175.1
2016年度	2,367	7.5	9.8	22.1	46.0	8.3	2.5	0.8	1.2	1.6	188.1	

3. 白もの牛乳類の飲用シーン

- 白もの牛乳類をそのまま飲む以外の場合を含めて、どのような時に飲むかを質問した。
- 全体では、「朝食をとりながら (47%)」、「おやつや間食時 (36%)」、「のどが渇いた時 (28%)」が上位に並ぶ。
- 性別では、女性で「朝食を取りながら (49%)」が多くあげられ、男性よりも4ポイント、上回る。
女性は、そのほか、「おやつや、間食時」や「くつろいでいる時」に牛乳を飲用するケースが多くなっている。
- 性年代別では、男性は男子中学生で「昼食時 (49%)」、男性20代で「風呂上がり (35%)」が全体を10ポイント以上上回る。女性も女子中学生で「昼食時 (49%)」、女性30～40代で「おやつや、間食時 (30代48%、40代53%)」、女性40代で「朝食をとりながら (63%)」、女性40代で「くつろいでいる時 (30%)」、女性60代で「のどが渇いた時 (39%)」が全体を10ポイント以上上回る。また、男女中学生の「昼食時」の飲用の多さは、給食時の飲用が背景にあると思われる。
- 地域別では、中国、北陸、近畿で「朝食をとりながら」がいずれも50%以上となっているが、中国地区では全体を6ポイント上回っている。

【図表 I-3-1】 性・年齢別・地域別 問5 白もの牛乳類の飲用シーン (MA) <飲用者ベース>



※ ■ = 全体より、10%以上高い ■ = 全体より、5%以上高い

- 2015年度と比較して、2016年度も同様の傾向となっており、大きな変動はみられなかった。
- 傾向でみると、「朝食をとりながら」47%と「おやつや、間食時」36%は横ばい、「のどが渴いた時」28%、「くつろいでいる時」19%「風呂上がり」20%などが昨年度に比べ上昇している。
- 「朝食をとりながら」は横ばいではあるが、牛乳の飲用シーンとしては最も多く、朝食時の飲料として「牛乳」をアピールすることは、多くの人の行動に沿っており、今後の消費量に寄与するものと思われる。
- 「その他」の回答としては「給食時」、「その時の気分で」、「眠れないとき」、「飲酒前に」、「プロテインと一緒に」、「食事代わりに」、などが主な飲用シーンとして挙げている。

【図表 I-3-2】時系列 問5 白もの牛乳類の飲用シーン (MA) <飲用者ベース>

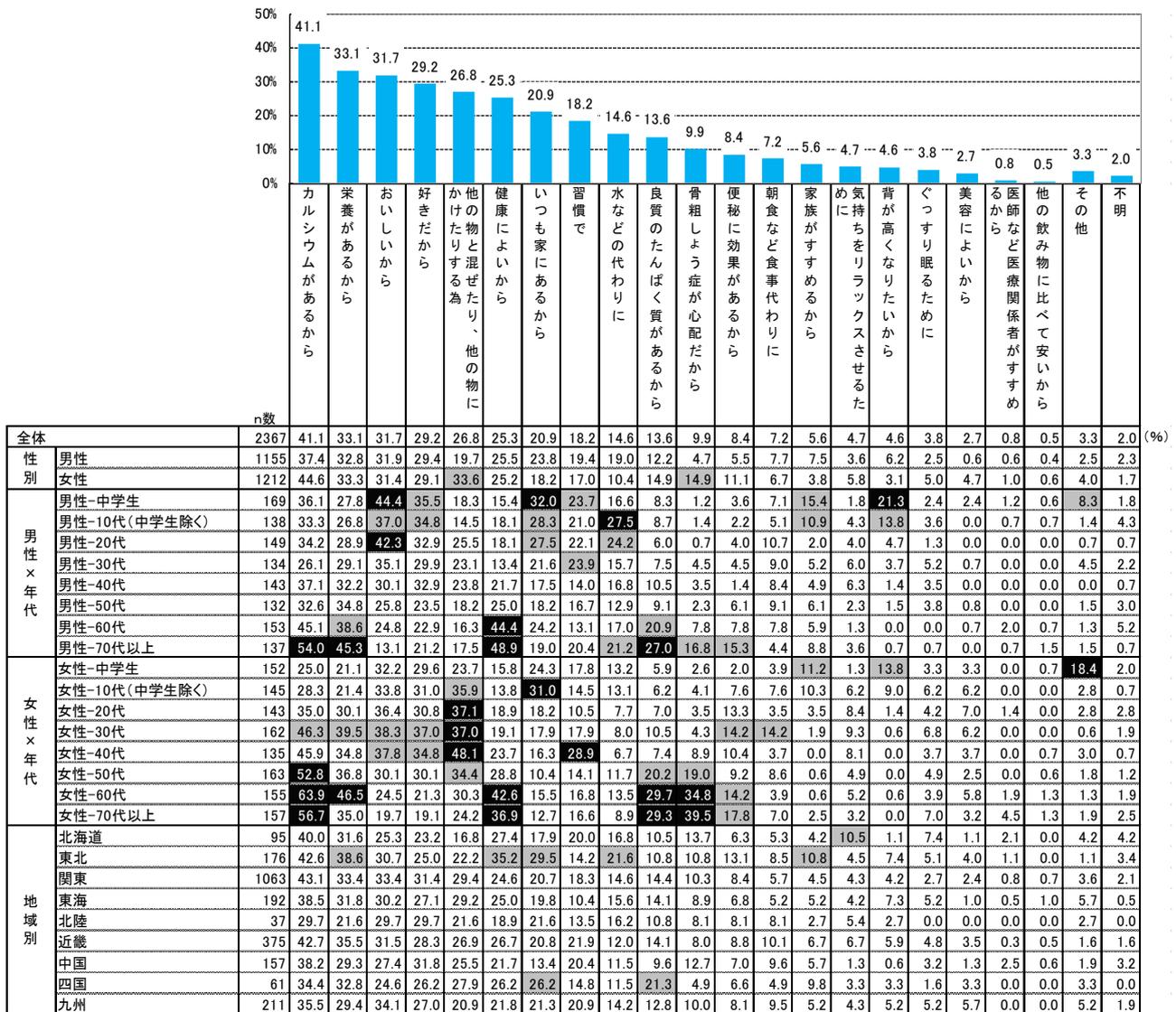
(%)

	n	朝食をとりながら	おやつや、間食時	のどが渴いた時	くつろいでいる時	風呂上がり	昼食時	朝起きぬけに	朝食後	夜寝る前	ちよつとおなかのすいた時	夕食時	勉強や仕事をしながら	朝食代わりに	夜食時	乗り物での移動中	来客時	レジャーやスポーツ時	その他	
2002年度	3,810	46.8	43.3	53.3	25.1	38.5	18.8	17.2	18.0	18.7	20.8	8.1	6.4	11.3	6.0	2.8	3.6	4.2	2.3	
2003年度																				
2004年度																				
2005年度	3,497	41.6	37.0	43.0	21.1	26.9	15.3	11.6	13.5	14.5	14.1	6.6	4.3	6.4	4.5	2.1	2.9	1.9	2.3	
2006年度	3,001	40.4	35.7	41.2	21.4	26.7	15.0	12.1	13.8	14.1	13.8	6.7	4.6	6.7	3.7	2.0	2.9	2.3	2.7	
2007年度	3,044	42.9	34.1	39.4	20.3	24.8	14.7	12.4	11.5	11.2	12.2	5.7	4.5	6.0	3.5	2.1	3.3	1.8	2.6	
2008年度	2,851	43.5	34.9	38.7	22.5	24.6	15.0	11.6	12.5	12.0	13.2	5.9	4.8	6.0	3.8	2.0	3.3	1.7	2.3	
2009年度	2,831	42.5	36.5	36.7	22.7	22.2	13.5	10.8	12.3	10.5	11.4	6.0	5.3	5.2	3.5	2.0	4.1	1.6	2.7	
2010年度	2,827	44.7	35.7	36.3	20.7	19.9	12.3	11.0	12.4	11.4	11.4	6.0	4.4	4.6	3.2	2.1	3.2	1.2	3.6	
2011年度	2,744	43.2	33.8	25.3	15.7	17.9	13.0	12.1	11.4	9.5	8.4	3.5	3.6	4.5	3.3	1.2	2.2	1.5	2.2	
2012年度	2,749	44.4	34.5	24.8	16.3	17.8	12.5	10.7	11.1	9.7	8.5	4.4	3.8	5.3	3.7	0.9	2.3	1.1	1.8	
2013年度	2,733	43.7	36.2	25.8	19.0	19.3	13.1	12.0	11.1	10.4	8.6	3.9	4.9	5.5	3.3	1.4	2.5	1.8	1.9	
2014年度	2,670	45.0	35.0	23.9	17.2	16.7	12.6	12.1	9.9	9.1	8.0	4.6	4.0	4.4	2.4	1.3	1.6	1.7	2.7	
2015年度	2,666	44.7	35.7	22.8	16.3	16.2	14.7	11.6	10.6	8.0	7.5	5.0	4.3	3.7	3.5	2.0	1.9	1.7	2.0	
2016年度	2,367	46.6	36.1	28.2	19.1	19.7	14.6	8.1	10.4	9.0	8.8	6.0	6.8	5.3	3.5	1.9	1.5	2.3	2.5	

4. 白もの牛乳類の飲用理由

- 白もの牛乳類を飲む人に、白もの牛乳類を飲む理由を質問した。
- 全体では、「カルシウムがあるから(41%)」、「栄養があるから(33%)」、「おいしいから(32%)」、「好きだから(29%)」、「他の物と混ぜたり、かけたりするため(27%)」、「健康によいから(25%)」が多くあげられている。
- 性別では、女性で「他の飲み物に入れたり、かけたりするため(34%)」、「骨粗しょう症が心配だから(15%)」が男性を10ポイント以上、上回る。
- 性年代別では、男性の70代以上の54%及び女性の50代以上は「カルシウムがあるから」が53~63%と高く、「骨粗しょう症が心配だから」も2割から3割近くを占める。「健康によいから」も女性60代以上で43%に達するほか、「栄養があるから」は男性70代以上45%、女性60代以上47%となっている。高齢者の健康志向にこたえる飲み物として認知されている。また、女性20~40代では「他の物と混ぜたり、かけたりするため」に飲むとした人が4割前後と高くなっている。

【図表 I-4-1】性・年齢別・地域別 問6 白もの牛乳類を飲む理由 (MA) <飲用者ベース>



※ 黒色 = 全体より、10%以上高い 灰色 = 全体より、5%以上高い

■白もの牛乳類を飲む理由の時系列変化を見ると、大きく変化したものは下記の通りとなっている（飲用者ベース）。

「健康によいから」・・・・・・・・・・2002年度⇒2016年度：▲21ポイント

「カルシウムがあるから」・・・・・・・・2000年度⇒2016年度：▲20ポイント

「骨粗しょう症が心配だから」・・・・2000年度⇒2016年度：▲19ポイント

「いつも家にあるから」・・・・・・・・2000年度⇒2016年度：▲12ポイント

「栄養があるから」・・・・・・・・・・2000年度⇒2016年度：▲16ポイント

■牛乳を飲む理由に変化が見られる。特に「健康や体に良い牛乳」に対する意識が牛乳には感じられていない様な回答になっている。

■牛乳を飲む「その他」の理由として、・給食に出るから、・たまに飲みたくなるので、・コーヒーを飲むときに入りたいので、・パンやクッキーとの相性が良いから、・胃酸過多を和らげる、・学校で飲むように進められるので、などがあつた。

【図表 I-4-2】時系列 問6 白もの牛乳類を飲む理由（MA）

																						(%)				
		カルシウムがあるから	栄養があるから	おいしいから	好きだから	他のものと混ぜたりする	健康によいから	習慣で	いつも家にあるから	良質のたんぱく質がある	水などの代わりに	骨粗しょう症が心配だから	便秘に効果があるから	朝食など食事代わりに	家族がすすめるから	気持ちをリラックスさせる	ぐっすり眠るために	美容に良いから	背が高くなりたいから	医療関係者がすすめる	他の飲み物に比べ安い	消化がよい	学校給食で飲む	それしかないから	その他	全く飲まない
		n																								
△全体ベース▽	1987年度	4,664	38.4	53.4	23.7	27.5	14.7	27.4	18.2	9.1	5.1	8.6	5.5	2.0	2.5	4.8	3.2	1.6	16.1							
	1988年度	4,604	44.4	55.7	23.0	25.9	11.5	29.7	14.0	9.2	6.2	9.0	6.6	2.4	2.8	5.3	2.4	1.6	15.4							
	1989年度	4,579	46.9	54.9	22.1	26.0	12.1	29.6	14.0	8.8	5.5	6.9	4.7	3.0	2.2	3.9	2.2	1.7	15.4							
	1990年度	4,691	54.3	58.3	23.0	26.6	13.5	30.7	14.2	8.4	5.7	7.7	5.9	2.7	2.1	4.1	2.5	2.0	12.8							
	1991年度	4,714	50.1	54.3	25.5	28.2	14.0	31.1	15.4	8.3	6.0	5.6	6.3	2.9	2.0	5.1	2.8	2.0	12.5							
	1992年度	4,651	51.3	52.8	25.2	28.2	14.7	30.3	14.5	8.5	6.3	4.9	5.5	2.7	2.3	3.7	2.1	2.1	13.7							
	1993年度	4,553	59.2	58.2	28.0	27.9	16.2	34.3	12.7	9.4	6.2	9.2	7.1	2.9	4.0	5.2	2.2	2.2	12.8							
	1994年度	4,617	58.7	53.9	26.5	26.5	14.3	31.0	13.4	8.6	6.5	5.7	5.7	2.5	2.8	4.5	2.9	13.4								
	1995年度	4,668	51.5	45.3	20.6	22.0	16.1	20.6	16.9	16.1	8.3	4.6	4.6	4.6	1.6	2.2	2.8	2.6	11.7							
	1996年度	4,706	50.3	40.7	22.2	23.3	15.5	19.9	17.3	19.3	7.9	5.7	3.1	3.1	3.6	3.2	10.4									
1997年度	4,547	55.4	41.0	24.4	23.5	13.1	27.8	15.2	17.3	24.1	16.0	8.1	7.6	3.1	3.3	11.1										
1999年度	4,476	54.8	45.1	32.9	29.2	18.0	31.4	19.1	20.6	25.1	17.9	9.7	7.7	5.2	5.3	4.7	2.2	5.2	2.4	10.6						
△飲用者ベース▽	2000度	4,171	61.2	49.2	34.9	30.9	19.0	33.3	20.7	21.5	28.5	18.1	10.5	9.2	4.9	5.1	5.2	2.5	4.8	2.7						
	2002度	3,810	60.6	49.2	29.9	29.7	25.7	45.9	20.0	26.9	20.8	19.4	27.3	14.9	7.9	5.3	3.9	5.0	4.1	3.7	1.8	2.0	2.1			
	2005度	3,497	55.4	42.6	27.6	28.5	24.9	41.6	19.4	21.3	16.8	16.6	23.3	13.1	7.9	4.8	5.3	4.9	3.8	3.1	1.9	1.6	2.1			
	2006度	3,001	56.8	45.1	27.7	28.1	27.4	40.5	19.7	23.2	16.1	14.6	22.5	13.1	7.9	6.7	4.9	4.9	3.7	3.4	2.0	1.6	3.5			
	2007度	3,044	48.0	38.6	27.4	27.8	23.0	34.2	21.3	21.6	13.8	16.3	18.8	10.1	8.0	5.9	4.7	4.2	2.7	2.9	1.0	1.2	3.0			
	2008度	2,851	48.3	37.6	29.4	29.9	24.3	33.6	22.2	23.0	14.2	15.4	19.0	11.1	7.9	4.6	4.5	3.5	2.3	2.6	1.2	1.4	3.3			
	2009度	2,831	48.7	38.7	28.3	28.0	31.1	33.4	21.9	23.1	13.7	16.3	13.7	10.8	7.6	5.0	5.0	4.1	3.0	2.8	1.0	1.5	3.6			
	2010度	2,827	45.2	34.3	28.8	27.4	33.5	30.0	19.8	21.5	13.9	15.9	15.0	11.4	6.6	5.3	4.7	4.1	2.3	2.3	0.8	0.8	3.2			
	2011度	2,744	44.1	34.9	26.8	25.9	24.7	27.7	19.1	19.5	10.8	13.0	10.8	9.2	7.0	5.2	3.8	3.5	2.6	2.0	1.0	0.4	3.6			
	2012度	2,749	46.7	38.0	26.3	26.3	26.8	28.4	19.3	20.8	13.5	11.3	11.4	9.7	7.7	6.6	5.2	4.1	2.8	2.2	0.9	0.9	3.3			
	2013度	2,733	47.1	36.9	27.8	25.9	30.7	28.5	21.1	21.4	15.0	12.3	12.6	9.2	8.1	6.9	4.4	3.7	2.7	2.2	1.0	0.6	3.4			
	2014度	2,670	42.0	36.6	26.4	24.9	23.8	24.7	18.7	16.7	13.0	10.8	11.2	9.1	6.8	4.9	3.6	3.7	2.5	1.7	0.9	0.5	3.8			
	2015度	2,666	39.8	33.0	26.6	26.5	25.8	23.5	19.8	17.4	11.8	11.5	10.7	7.6	5.8	4.9	3.9	2.8	2.3	1.8	0.7	0.6	3.9			
2016度	2,367	41.1	33.1	31.7	29.2	26.8	25.3	18.2	20.9	13.6	14.6	9.9	8.4	7.2	5.6	4.7	3.8	2.7	4.6	0.8	0.5	3.3				

※斜線はデータなし

※1998年、2001年、2003年、2004年はデータなし

※1999年以前は非飲用者も含む全体ベース

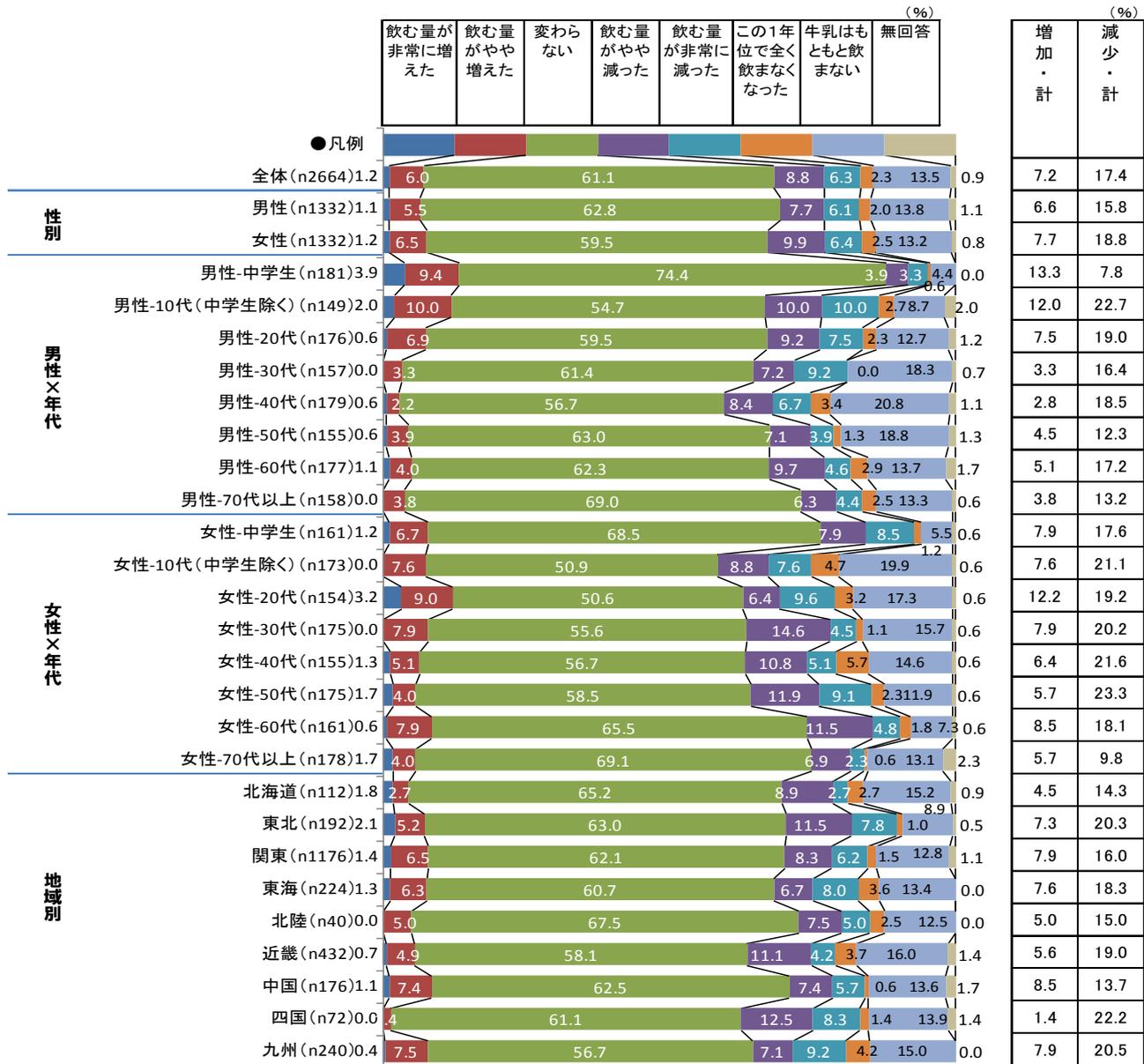
II. この1年間の白もの牛乳類の飲用量の変化に対する認識

1. 飲み方別飲用量の増減

(1) そのまま飲む量の増減

- この1年間に白もの牛乳類を飲む量が増えたか、減ったかを、そのまま飲む場合、他のものと混ぜて飲む場合、牛乳飲用全体に分けて質問した。
- 全体では、そのまま飲む場合、「減少計（非常に減った+やや減った+1年位で全く飲まなくなった）」は17%で、「増加計（非常に増えた+やや増えた）」(7%)を10ポイント上回った。
- 性別では、男性は「減少計」が「増加計」を約9ポイント上回り、女性は「減少計」が「増加計」を約11ポイント上回っている。
- 性年代別では、男子中学生のみ「増加計」が「減少計」を上回る。一方、女性10代では「減少計」が「増加計」を大きく上回り、その差は14ポイントに達する。
- 地域別でみると、「増加計」が高いのは特になく「減少計」が最も高いのは四国で22%に達する。

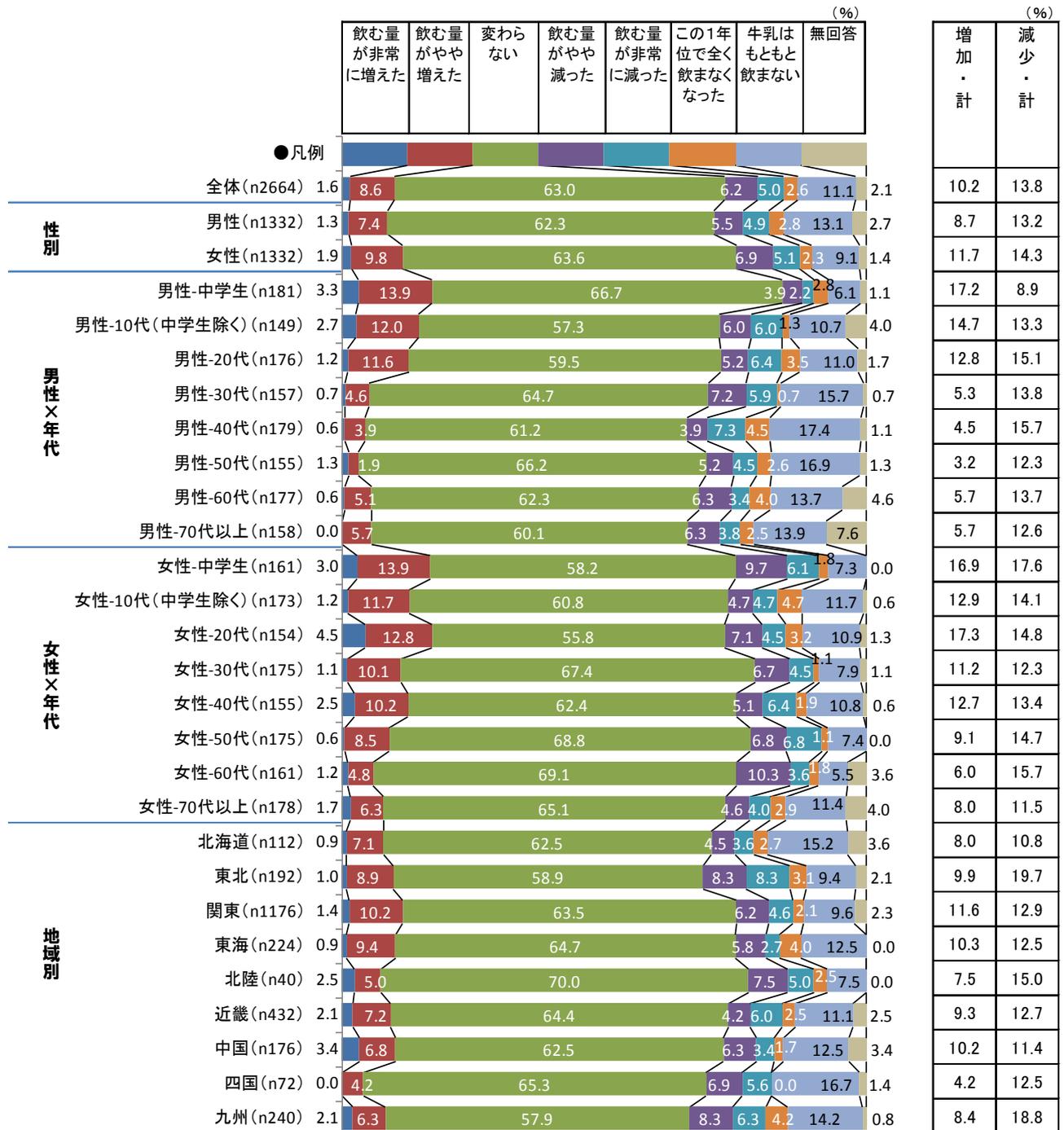
【図表II-1-1】性・年代別・地域別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減 (1) そのまま飲む場合 (SA)



(2) 混ぜて飲む量の増減

- 他のものと混ぜて飲む場合の全体では、「増加計」が10%、「減少計」が14%となり、「減少計」が4ポイント上回る。
- 性別では、男性で混ぜて飲む場合に「牛乳はもともと飲まない」との回答が13%と、女性よりも4ポイント高い。女性では「増加計」が12%、「減少計」が14%となっている。
- 性年代別では、男女中学生、男性10代・女性20代で「減少計」よりも「増加計」が高くなっている。一方、そのほかでは「減少計」が「増加計」を上回っている。
- 地域別では、いずれも「減少計」が「増加計」を上回っている。

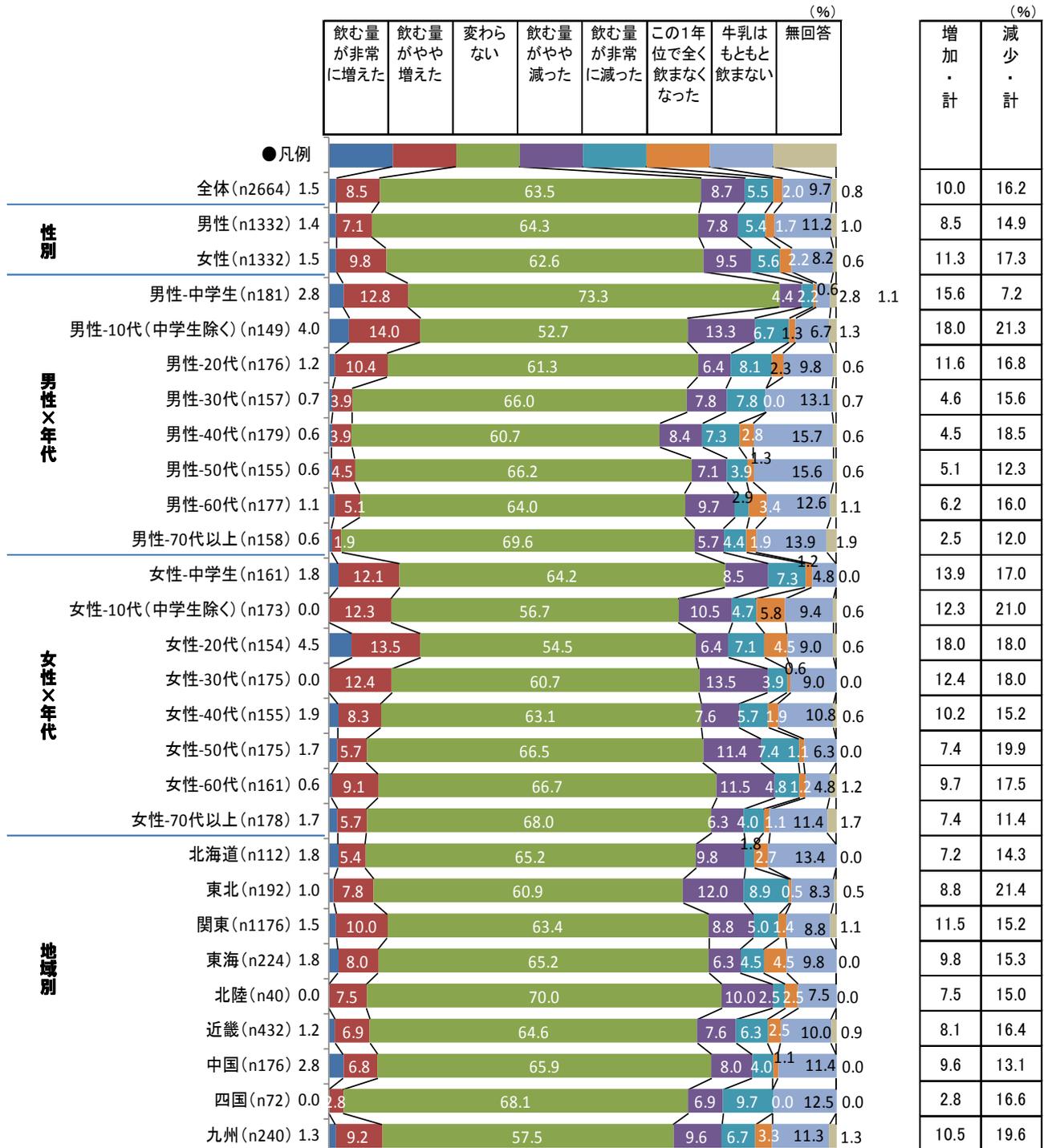
【図表II-1-2】性・年代別・地域別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減(2) 混ぜて飲む場合(SA)



(3) 全体での増減

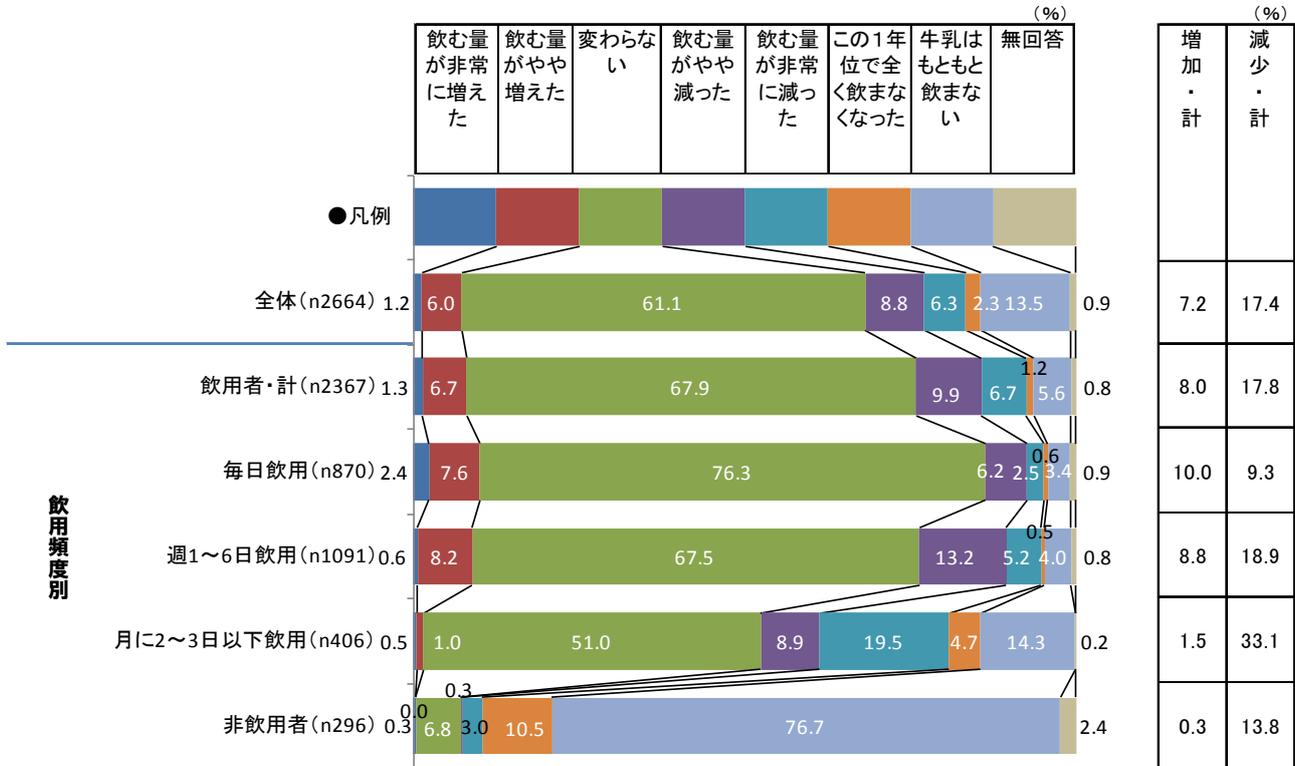
- 白もの牛乳類の飲用全体では、「増加計」が10%、「減少計」が16%となり、「減少計」が6ポイント上回る。
- 性別では、男性で「増加計」が9%、「減少計」が15%、女性で「増加計」が11%、「減少計」が17%となっている。男性の方が「変わらない」や「牛乳はもともと飲まない」が多くなっている。
- 性年代別では、男子中学生のみ「増加計」が「減少計」を上回る。そのほか女性20代は増加、減少の割合が同じとなっていますが、それ以外の性・年代別ではいずれも「減少・計」が「増加・計」上回る。
- 地域別では、全ての地域で「減少計」が「増加計」を上回っている。

【図表II-1-3】性・年代別・地域別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減 (3) 全体 (SA)

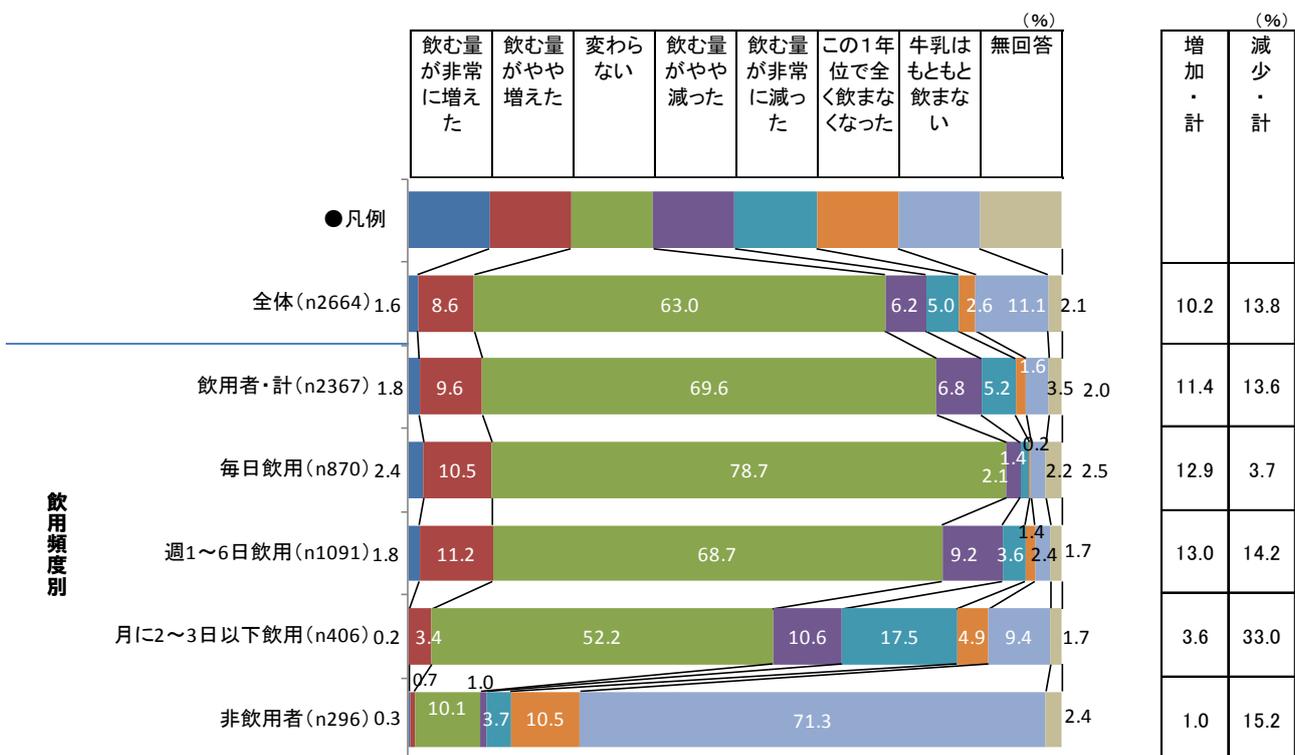


- 白もの牛乳類の飲用頻度別に、飲用量増減の感じ方をみた。
- 毎日飲用者は、そのまま飲む場合と混ぜて飲む場合双方において、「増加計」が「減少計」を上回る。
- 週1～6日という中程度の層では、そのまま飲む場合で「減少計」が「増加計」を10ポイント以上上回る。
- 月に2～3日以下という低頻度層では、「減少計」がそのまま飲む場合と混ぜて飲む場合双方において33%にのぼる。

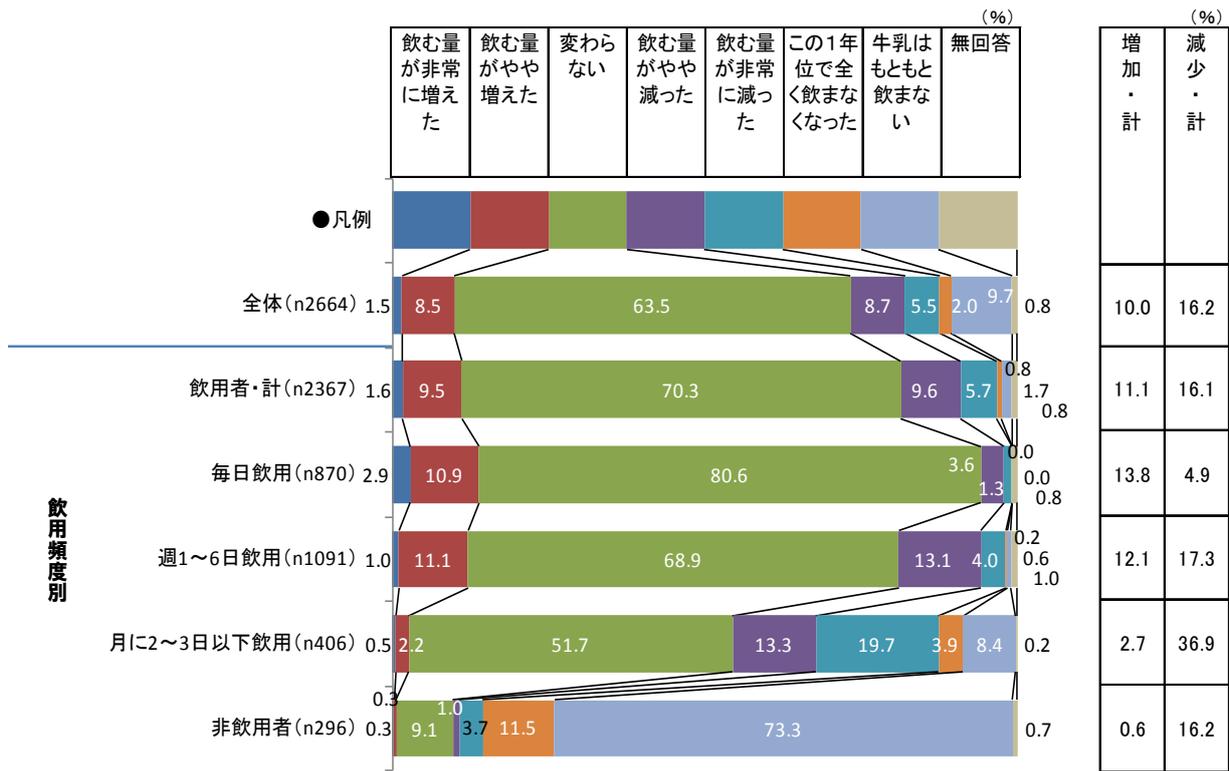
【図表II-1-4】飲用行動別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減（1）そのまま飲む場合（SA）



【図表II-1-5】飲用行動別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減（2）混ぜて飲む場合（SA）



【図表Ⅱ-1-6】飲用行動別 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減 (3) 全体 (SA)



■「減少計」が「増加計」を上回る傾向は2015年度も続いている。

【図表Ⅱ-1-7】時系列 問7 白もの牛乳類の飲用量の増減

(1)そのまま飲む場合 (SA)

	n数	飲用量非常に増えた	飲用量やや増えた	変わらない	飲用量やや減った	飲用量非常に減った	この一年で全く飲まなくなった	牛乳はもともと飲まない	無回答	増加・計 (%)	減少・計 (%)
2007	3486	1.7	5.9	60.2	9.2	4.9	2.4	14.6	1.1	7.6	16.5
2008	3200	1.7	5	60.7	8.5	5	2.8	14.3	2.0	6.7	16.3
2010	3200	1.8	4.7	59.6	7.7	6.2	2.8	14.9	2.3	6.5	16.7
2011	3200	0.6	3.9	65	5.8	4.5	2	18	0.2	4.5	12.3
2012	3200	0.5	3.9	63.1	5.1	3.8	1.0	22.6		4.4	9.9
2013	3200	0.3	3.6	63.0	6.0	3.8	1.2	22.2		3.9	10.9
2014	3200	0.5	3.5	63.1	5.5	5.0	2.2	20.3	0.0	4.0	12.7
2015	3200	0.6	3.6	63.7	6.1	4.1	2.0	19.9	0.0	4.2	12.2
2016	2664	1.2	6.0	61.1	8.8	6.3	2.3	13.5	0.8	7.2	17.4

(2)混ぜて飲む場合 (SA)

	n数	飲用量非常に増えた	飲用量やや増えた	変わらない	飲用量やや減った	飲用量非常に減った	この一年で全く飲まなくなった	牛乳はもともと飲まない	無回答	増加・計 (%)	減少・計 (%)
2007	3486	1.9	8.4	58.4	5.1	3.3	3.2	15.9	3.9	10.3	11.6
2008	3200	2.3	7.4	59.4	4.9	3.1	3.4	15.4	4.1	9.7	11.4
2010	3200	2.5	8.3	58.2	5.2	4.4	3.9	14.5	3.0	10.8	13.5
2011	3200	0.7	5.2	65.8	4.1	3.1	2.2	18.8	0.1	5.9	9.4
2012	3200	0.8	5.9	53.7	3.4	2.8	1.2	32.0		6.8	7.5
2013	3200	0.6	6.0	56.5	3.7	2.8	1.4	29.1		6.6	7.9
2014	3200	0.8	4.7	65.0	4.0	3.8	2.4	19.2	0.0	5.5	10.2
2015	3200	0.6	4.6	67.1	4.2	3.4	1.7	18.4	0.0	5.2	9.3
2016	2664	1.6	8.6	63.0	6.2	5.0	2.6	11.1	1.9	10.2	13.8

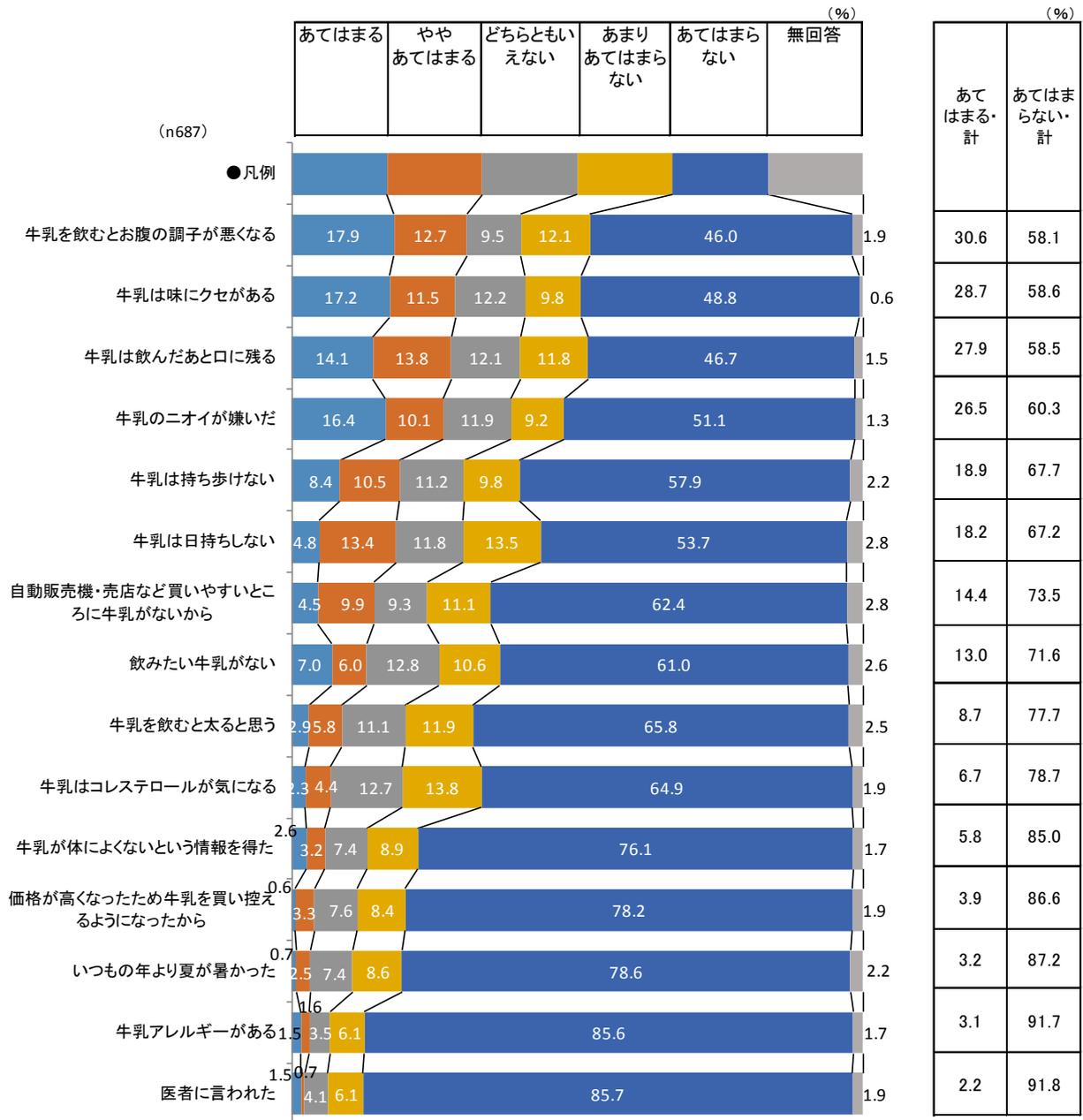
(3)全体 (SA)

	n数	飲用量非常に増えた	飲用量やや増えた	変わらない	飲用量やや減った	飲用量非常に減った	この一年で全く飲まなくなった	牛乳はもともと飲まない	無回答	増加・計 (%)	減少・計 (%)
2007	3486	1.7	8.3	63.6	8.6	4.1	1.2	10.8	1.6	10.0	13.9
2008	3200	1.8	7.7	65.5	7.8	3.9	1.6	10.5	1.1	9.5	13.3
2010	3200	2.0	8.5	62.0	7.6	5.5	1.7	11.3	1.4	10.5	14.8
2011	3200	0.7	5.5	68.1	6.6	3.6	1.6	13.7	0.2	6.2	11.8
2012	3200	0.7	6.1	68.2	5.5	3.4	0.8	15.3		6.8	9.8
2013	3200	0.5	6.3	67.6	5.9	3.6	1.0	15.0		6.8	10.5
2014	3200	0.6	5.1	66.5	5.8	4.1	1.8	16.0	0.0	5.7	11.7
2015	3200	0.6	5.4	66.6	6.3	3.7	1.6	15.8	0.0	6.0	11.6
2016	2664	1.5	8.5	63.5	8.7	5.5	2.0	9.7	0.6	10.0	16.2

2. 白もの牛乳類の飲用を阻害する要因

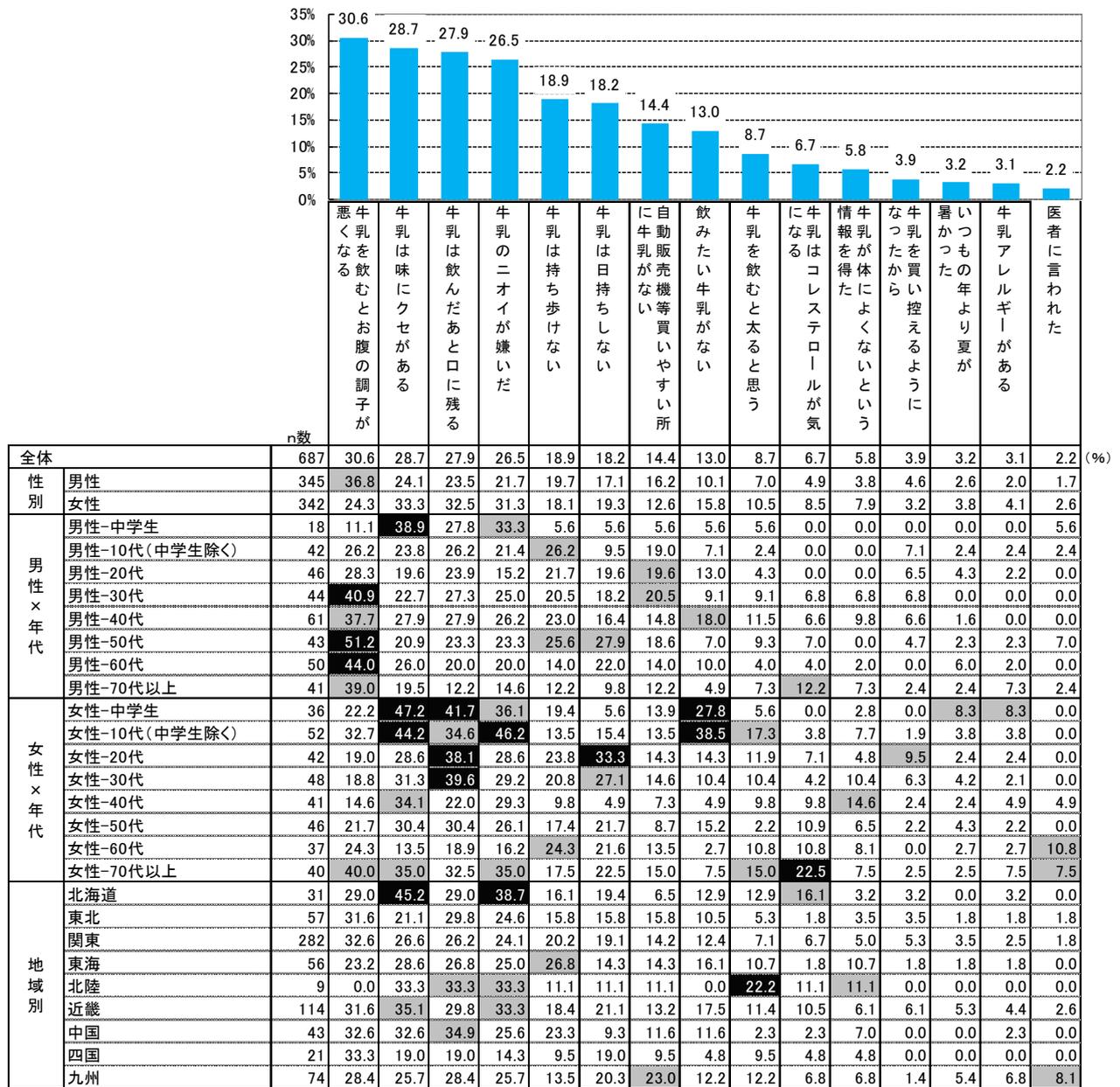
- この1年間に白もの牛乳類を飲む量が全体として減った、あるいは牛乳はもともと飲まない人に、牛乳を飲む量が減った理由または牛乳を飲まない理由（15項目）について、どの程度あてはまるかを5段階で質問した。
- 「あてはまる」「ややあてはまる」を合わせた「あてはまる計」をみると、「牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる（31%）」、「牛乳は味にクセがある（29%）」、「牛乳は飲んだあと口に残る（28%）」、「牛乳のニオイが嫌いだ（27%）」が上位に並ぶ。

【図表II-2-1】問8 飲用量減少・非飲用理由（SA）＜飲用量が減少した人/非飲用者ベース＞



- 「あてはまる」「ややあてはまる」を合わせた「あてはまる計」を性別でみると、男性で「牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる」が37%で、女性と比べて13ポイント高くなっている。
- 性年代別では、男性の50代で「牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる」が50%以上と高い。また、女性の中学生から20代では、「牛乳は味にクセがある」「牛乳のニオイが嫌いだ」「牛乳は飲んだあと口に残る」の割合が高くなっている。また、女性の中学生および10代では「飲みたい牛乳がない」がそれぞれ28%、39%と他層より高いポイントが特徴的である。

【図表Ⅱ-2-2】性・年代別・地域別 問8 飲用量減少・非飲用理由 「あてはまる計」(SA) <飲用量が減少した人/非飲用者ベース>



※ ■ = 全体より、10%以上高い ■ = 全体より、5%以上高い

【図表Ⅱ-2-3】 時系列 問8 飲用量減少・非飲用理由 「あてはまる計」(SA) <飲用量が減少した人/非飲用者ベース>

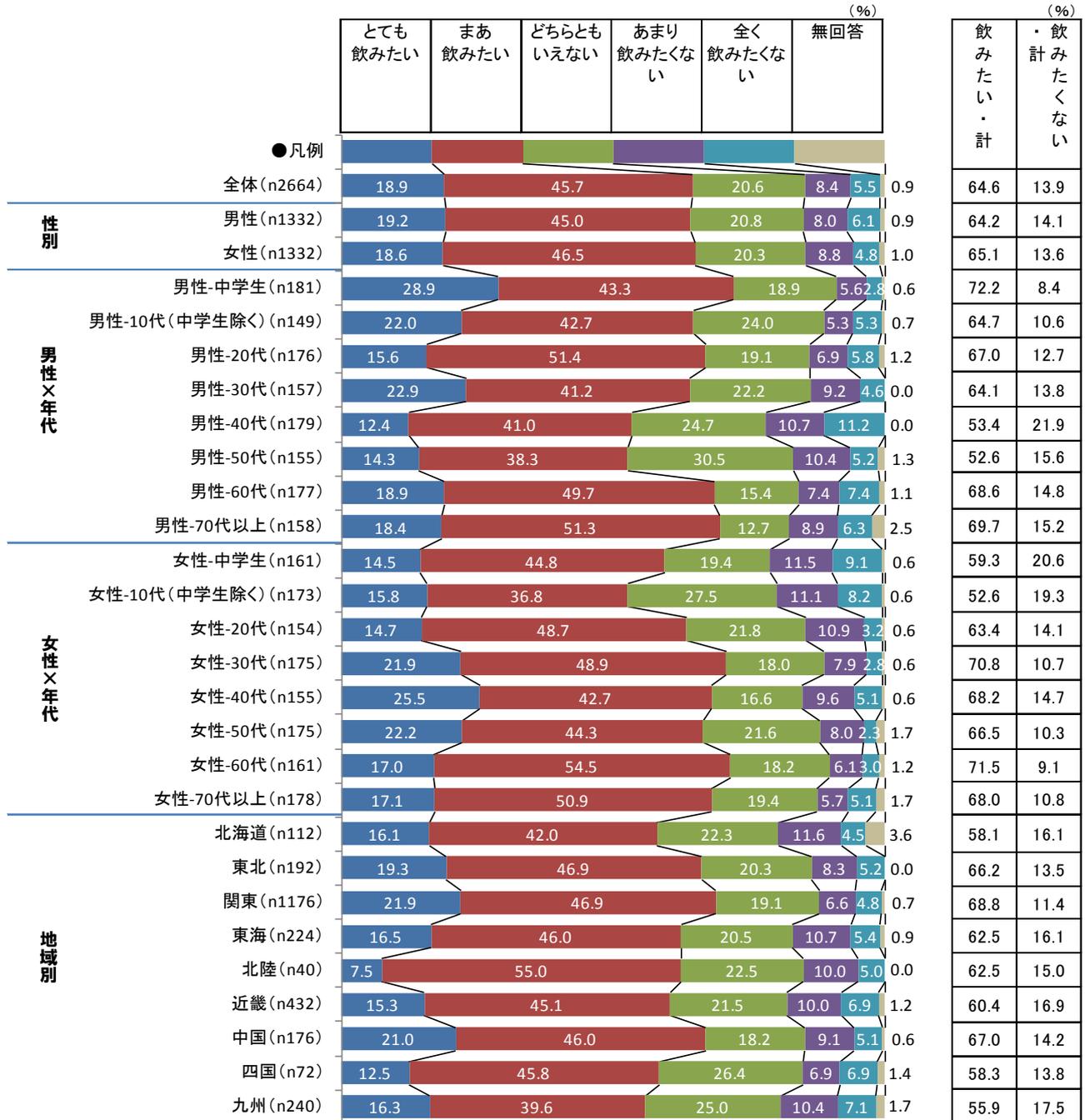
(%)

	n数	牛乳は味にクセがある	牛乳のニオイが嫌い	牛乳は飲んだあと口に残る	牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなる	牛乳を飲むと太ると思う	牛乳はコレステロールが気になる	牛乳は日持ちしない	牛乳は持ち歩けない	自動販売機・売店など買いやすいところに牛乳がない	飲みたい牛乳がない	牛乳が体によくないという情報を本などで得た	医者に言われた	牛乳アレルギーがある	価格が高くなったため買い控えようになった	いつもの年より夏が暑かった
2008	741	29.3	27.6	32.0	37.2	10.5	12.6	16.1	18.8	10.6	12.8	6.9	3.5	4.9	8.7	—
2010	807	29.7	27.1	31.5	34.6	6.8	8.5	15.1	16.6	9.5	11.3	6.3	3.7	3.9	5.4	4.5
2011	785	38.2	35.6	36.8	38.4	8.1	11.3	13.3	14.2	10.2	12.6	5.9	3.8	4.9	3.8	3.1
2012	763	40.3	40.0	37.4	44.0	7.4	10.7	12.4	13.2	6.0	10.3	4.5	3.6	6.0	2.8	2.6
2013	787	40.9	39.1	39.1	40.5	6.5	8.9	14.1	17.2	9.8	13.8	5.9	3.6	5.0	2.0	4.2
2014	844	38.0	35.5	37.3	38.7	8.2	9.0	13.2	14.6	10.1	15.0	5.7	3.6	5.9	5.8	2.3
2015	840	37.1	32.6	36.0	35.5	7.6	10.7	15.6	15.3	8.6	13.0	4.9	3.0	5.7	5.5	2.0
2016	687	28.7	26.5	27.9	30.6	8.7	6.7	18.2	18.9	14.4	13.0	5.8	2.2	3.1	3.9	3.2

3. 白もの牛乳類の飲用意向

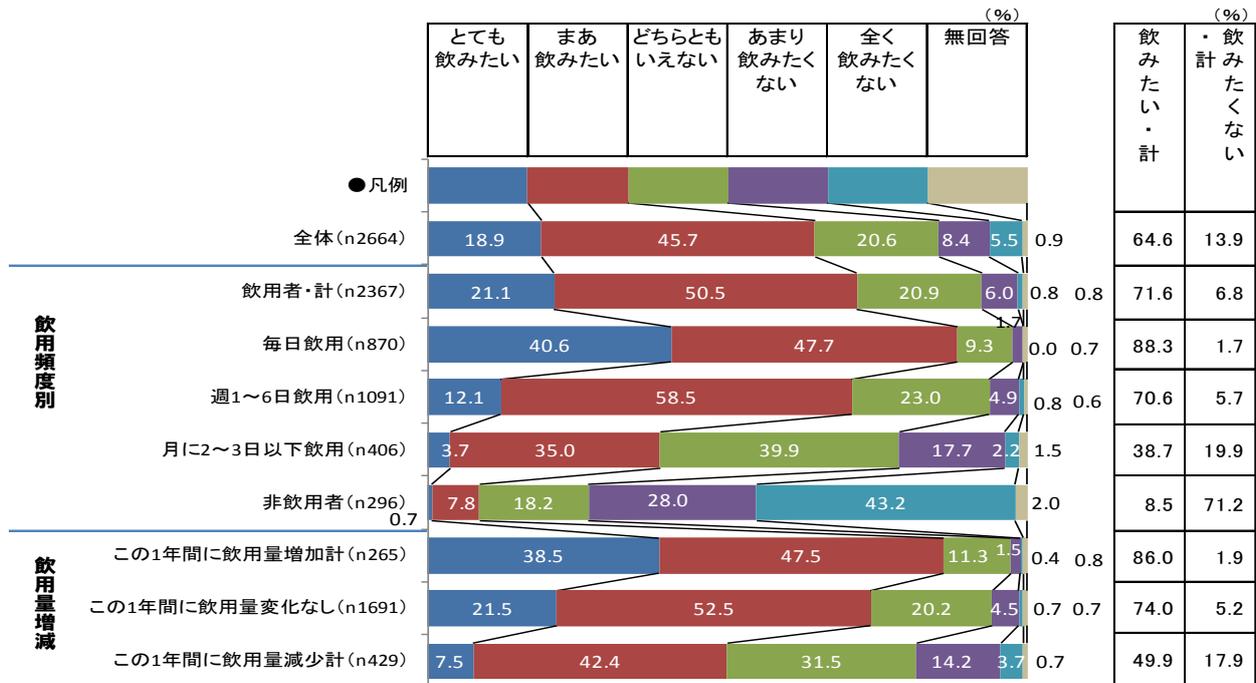
- 現在の飲用有無にかかわらず、今後、牛乳をどの程度飲みたいと思うかを5段階で質問した。
- 白もの牛乳類非飲用者を含む全体では、「とても飲みたい」が19%、「まあ飲みたい」が46%となっており、「飲みたい計」は65%となっている。一方、「全く飲みたいくない」は6%、「あまり飲みたいくない」は8%で、「飲みたいくない計」は14%となっている。
- 性別では、女性の「飲みたい計」が65%で、男性の64%を1ポイント上回る。
- 性年代別では、男子中学生が72%と最も高く、女性30代、60代で「飲みたい計」が7割強となっている。
- 地域別では、「飲みたい計」は関東で69%と高いが、九州では56%と地域別では最も低い。

【図表Ⅱ-3-1】性・年代別・地域別 問9 白もの牛乳類の飲用意向 (SA)

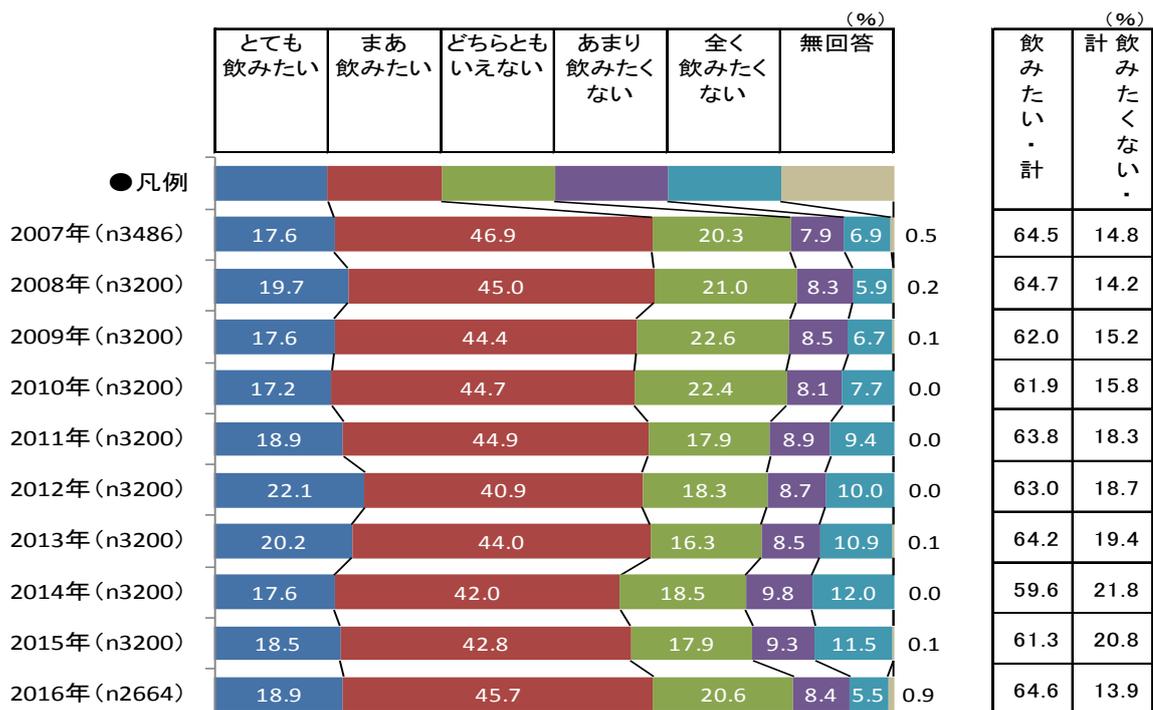


- 現在の飲用頻度別にみると、「とても飲みたい」と回答した人は飲用者全体では19%、毎日飲用する人では41%となった。「飲みたい計（とても飲みたい+まあ飲みたい）」をみると、毎日飲用する人の約9割が飲用意向を示している。
- この1年間の飲用量増減別に見ると、「飲みたい計」は増加した人で86%、変化なしの人で74%と高い。この1年間に飲用量が減少した人でも、半数の50%が飲用意向を示している。
- 2007年度からの時系列で白もの牛乳類の飲用意向をみると、「飲みたくない計」の増加傾向がとまり、「飲みたい計」が6割台を昨年から維持している。

【図表II-3-2】 飲用行动別 問9 白もの牛乳類の飲用意向（SA）



【図表II-3-3】 時系列 問9 白もの牛乳類の飲用意向（SA）

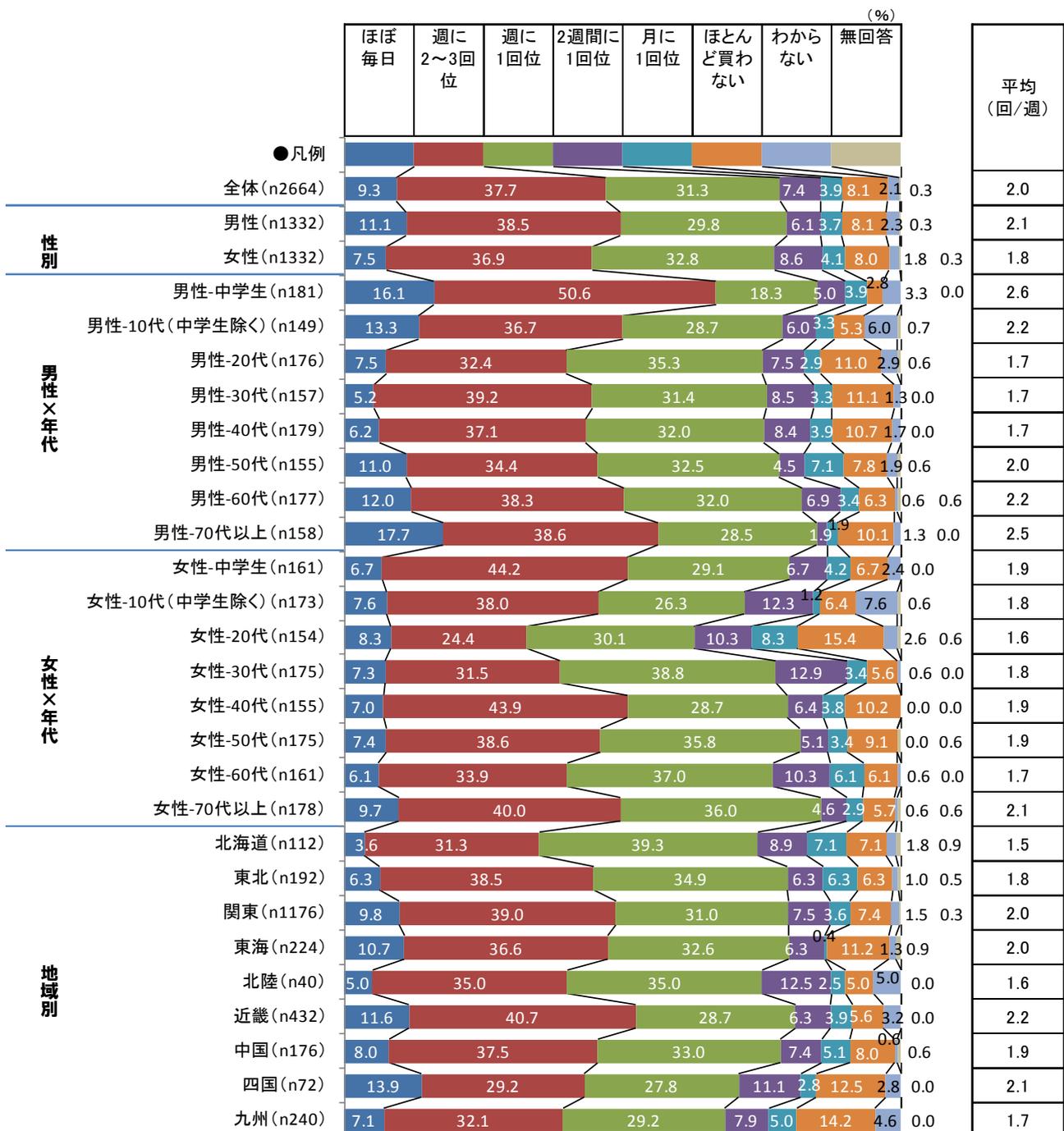


Ⅲ. 白もの牛乳類の購入実態

1. 白もの牛乳類の購入頻度

- 世帯として白もの牛乳類をどの位の頻度で購入するかを質問した。
- 全体では、「週に2~3回位」が38%で最も多く、次に「週に1回位」が31%となっている。「ほぼ毎日」は9%と1割弱で、週あたりの平均購入頻度は2回である。
- 性別では、「ほぼ毎日」+「週に2~3回位」の計は男性で50%（平均購入頻度2.1回）、女性で44%（同1.8回）と、性別による差は小さい。
- 性年代別では、「ほぼ毎日」+「週に2~3回位」の計は男子中学生（平均購入頻度2.6回）で67%と高い。女性は40代（同1.9回）と70代以上（同2.1回）で50~51%と高くなっている。
- 地域別では、四国で「ほぼ毎日」が14%と高い。平均購入頻度は近畿で2.2回と最も多い。

【図表Ⅲ-1-1】性・年代別・地域別 問10 白もの牛乳類を購入する頻度（SA）



■白もの牛乳類を購入する頻度を時系列で見ると、「ほぼ毎日」＋「週に2～3回位」計が減少している傾向が明らかで、2014年度以降は5割を下回った。一方で「週に1回位」の割合は増加傾向にあり、2015年、2016年度は3割を超えている。「ほとんど買わない」の割合は増加傾向にあったが、2016年度は2015年度に引続き減少傾向にある。

【図表Ⅲ-1-2】時系列 問10 白もの牛乳類を購入する頻度（SA）

		(%)							(%)
	n	ほぼ毎日	週に2～3回位	週に1回位	2週間に1回位	月に1回位	ほとんど買わない	わからない 無回答	ほぼ毎日 ＋ 週に2～3回位
1988年度	4,604	32.3	43.1	13.0	3.0	2.6	5.5	0.5	75.4
1989年度	4,579	31.9	43.9	12.9	3.0	2.1	5.2	1.0	75.8
1990年度	4,691	33.6	44.4	13.2	2.9	1.8	3.5	0.7	78.0
1991年度	4,714	31.7	44.8	14.3	2.8	1.8	3.9	0.6	76.5
1992年度	4,651	29.3	45.3	14.9	3.3	1.6	4.6	1.0	74.6
1993年度	4,553	29.2	46.3	15.3	2.5	1.8	4.2	0.7	75.5
1994年度	4,617	31.7	44.3	14.5	2.5	1.6	5.1	0.3	76.0
1995年度	4,668	26.3	47.0	15.7	3.1	2.3	4.9	0.7	73.3
1996年度	4,706	24.5	48.4	16.7	3.5	1.9	4.6	0.4	72.9
1997年度	4,547	25.5	49.5	14.6	3.4	1.7	4.9	0.3	75.0
1998年度	4,472	22.2	49.5	16.7	3.8	1.6	5.9	0.3	71.7
1999年度	4,476	21.8	50.7	17.7	3.4	2.2	4.1	0.1	72.5
2000年度	4,632	20.8	48.9	19.1	4.0	2.6	4.1	0.5	69.7
2001年度	4,778	18.3	49.1	20.0	4.5	2.5	4.9	0.7	67.4
2004年度	4,177	19.5	41.5	20.7	4.3	3.0	6.7	4.4	61.0
2005年度	3,896	17.6	41.6	20.6	5.6	3.6	7.0	4.1	59.2
2006年度	3,478	14.5	39.0	22.4	5.3	4.3	8.9	5.5	53.5
2008年度	3,200	17.3	41.3	23.9	5.0	3.4	7.3	1.9	58.6
2009年度	3,200	16.4	42.1	23.1	6.2	3.5	7.4	1.3	58.5
2010年度	3,200	13.9	39.9	25.2	6.0	4.0	8.0	1.3	53.8
2011年度	3,200	12.2	41.1	26.9	4.5	3.3	8.9	3.1	53.3
2012年度	3,200	9.7	42.7	28.1	5.4	2.8	8.8	2.4	52.4
2013年度	3,200	9.1	43.3	27.1	5.0	3.3	9.1	3.1	52.4
2014年度	3,200	8.7	38.2	28.3	4.8	3.6	12.4	3.8	47.0
2015年度	3,200	7.0	39.0	31.5	5.8	3.1	10.1	3.4	46.0
2016年度	2,664	9.3	37.7	31.3	7.4	3.9	8.1	2.4	47.0

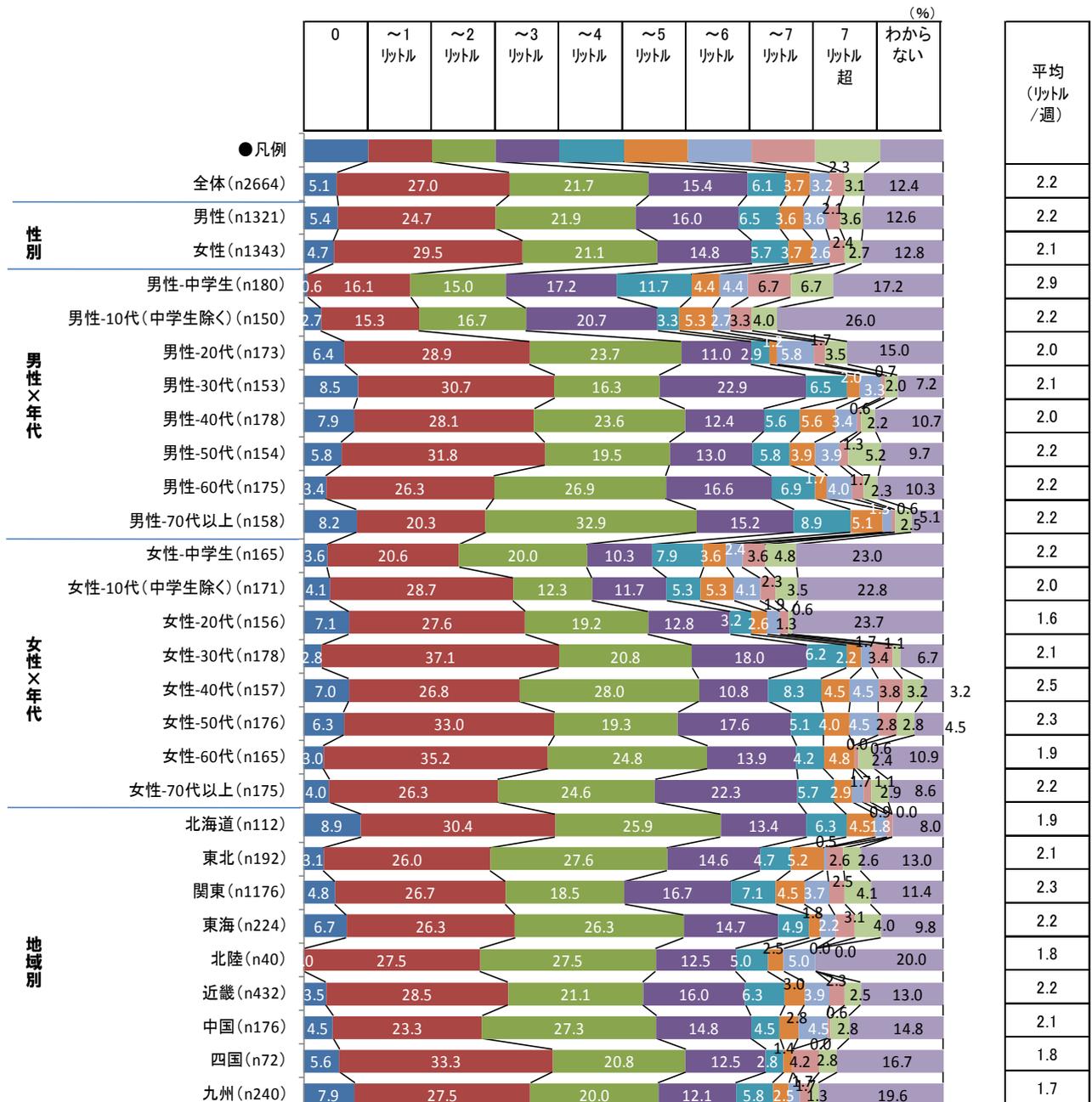
※2001年までは主婦役割主担当者が回答

※2004年、2005年、2006年、2008年、2011～2013年の無回答は、「わからない」＋「無回答」

2. 白もの牛乳類の購入量

- 世帯として、平均して1週間に白もの牛乳類をどの位購入しているかを質問した。
- 全体では、「1リットル以下」が27%、「1リットル超2リットル以下」が22%と多く、平均（リットル/週）は2.2リットルとなっている。
- 性年代別で見ると、平均購入量は男子中学生で2.9リットル、女性40代で2.5リットルと多い。
- 地域別では、平均購入量は各地域で1.7から2.3リットルとなっている。

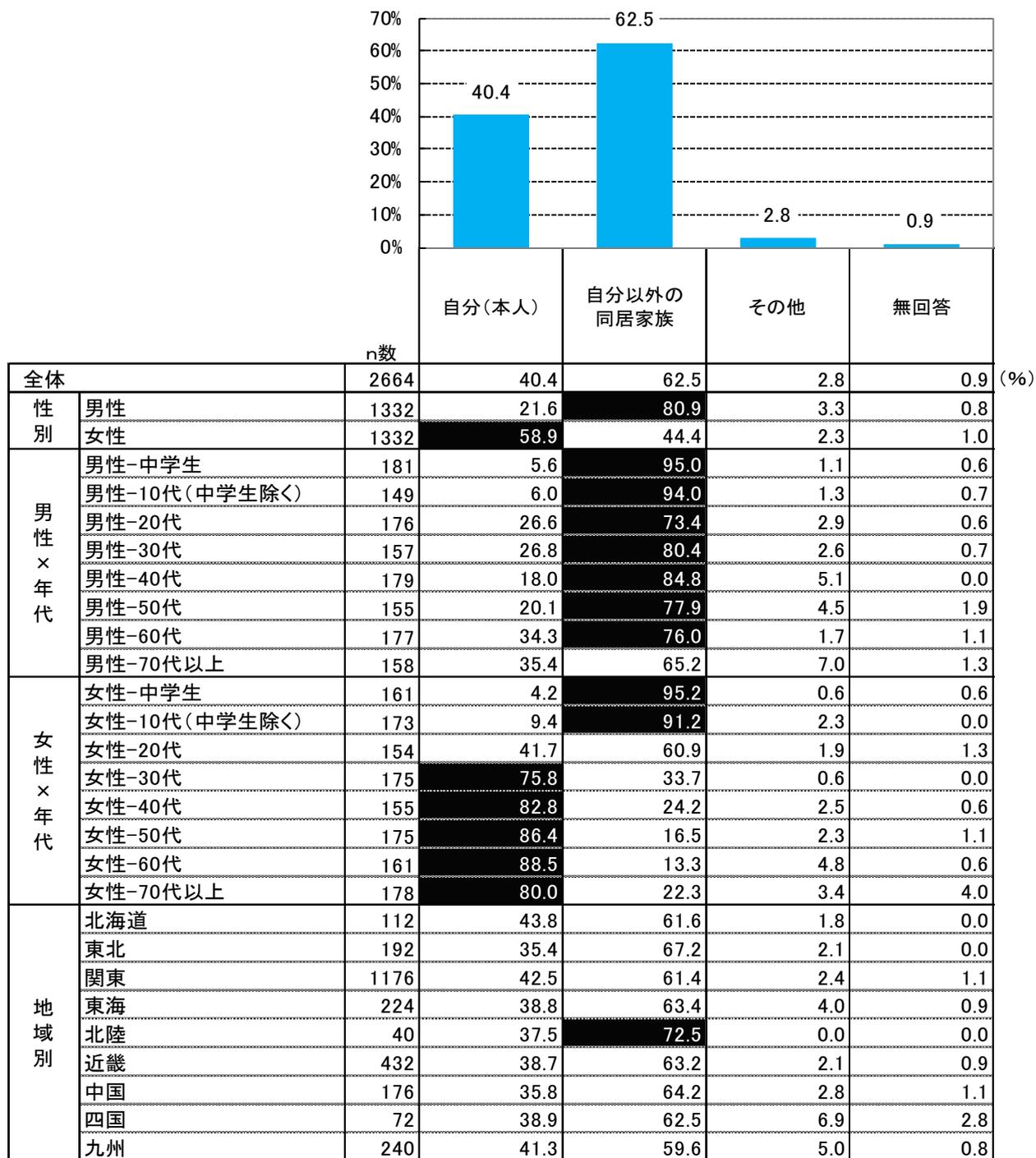
【図表Ⅲ-2-1】性・年代別・地域別 問11 一週間の白もの牛乳類の購入量（SA）



3. 白もの牛乳類を購入する人

- 世帯の中で白もの牛乳類の購入者を複数回答で質問した。
- 全体では、「自分（本人）」が40%、「自分以外の同居している家族」が63%となっている。
- 性別で見ると、男性は「自分以外の同居している家族」が81%、女性は「自分（本人）」が60%と多い。
- 「その他」として、・宅配便、・生協、・ヘルパー、・職場の回答があった

【図表Ⅲ-3-1】性・年代別・地域別 問12 白もの牛乳類を購入する人（MA）



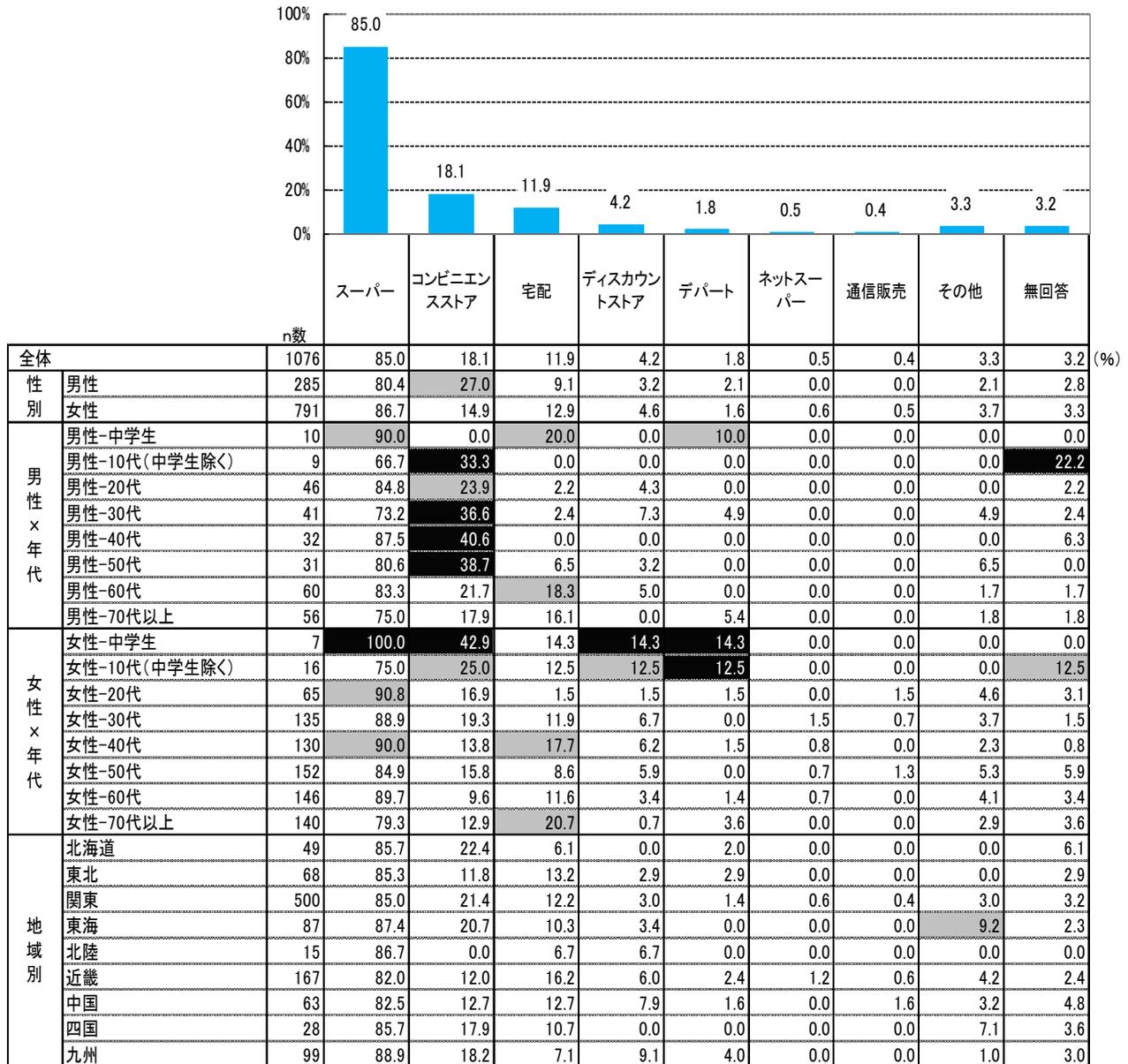
※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

①白もの牛乳の購入先

■白もの牛乳類を自分で購入する人に、白もの牛乳の購入先を質問した。

- 「スーパー」が全体の85%を占める。
- 「その他」として、・生協・薬局・共同購入の回答があった

【図表Ⅲ-4-1】性・年代別・地域別 問13 白もの牛乳の購入先 (MA)



※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

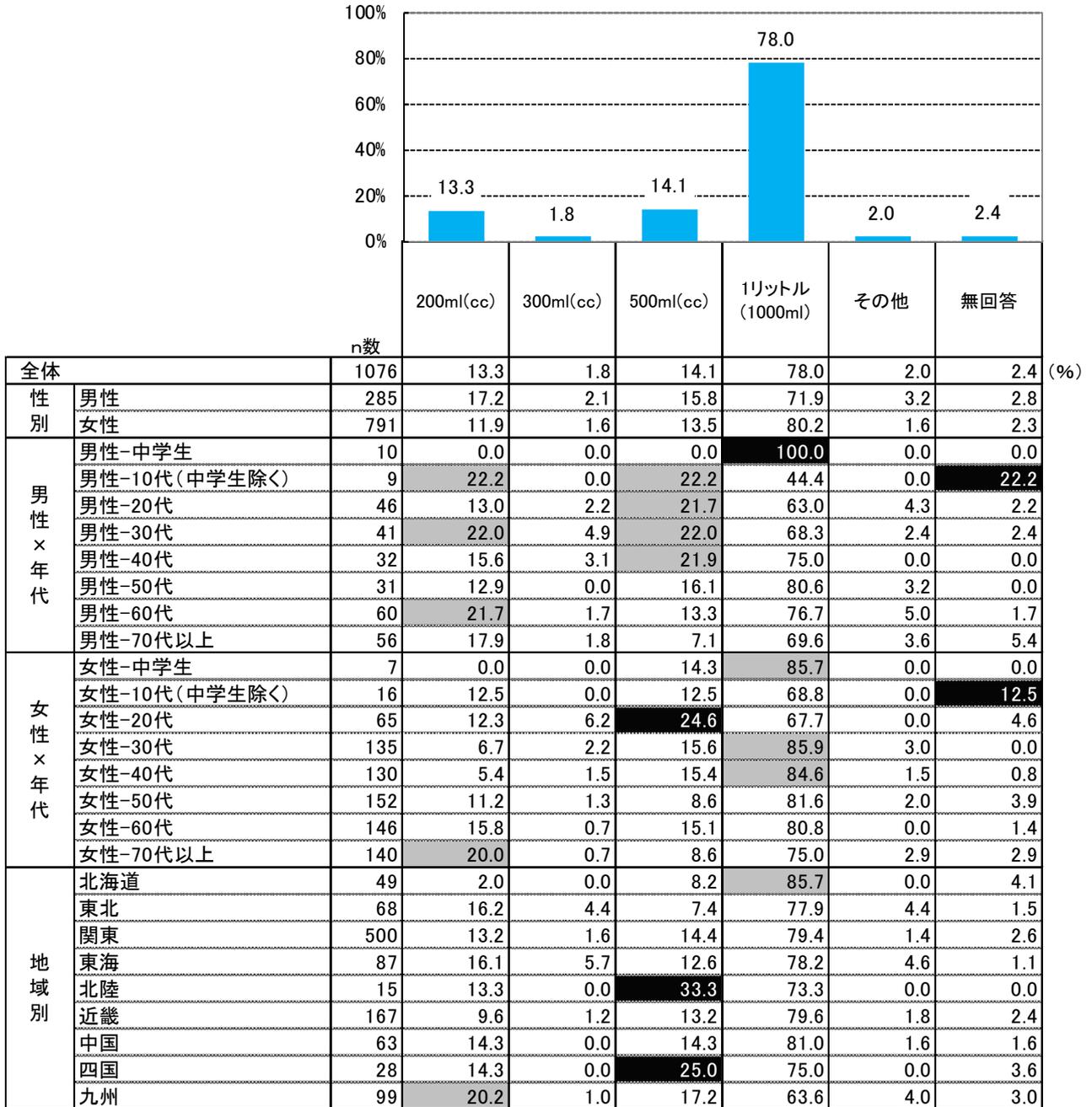
②希望する購入容量

■白もの牛乳類を自分で購入する人に、白もの牛乳の希望する購入量を質問した。

■「1リットル」が全体の約8割を占める。

■「その他」として、・900ml、・2000ml、・100mlの回答があった

【図表Ⅲ-4-1】性・年代別・地域別 問13 白もの牛乳の希望する購入量 (MA)



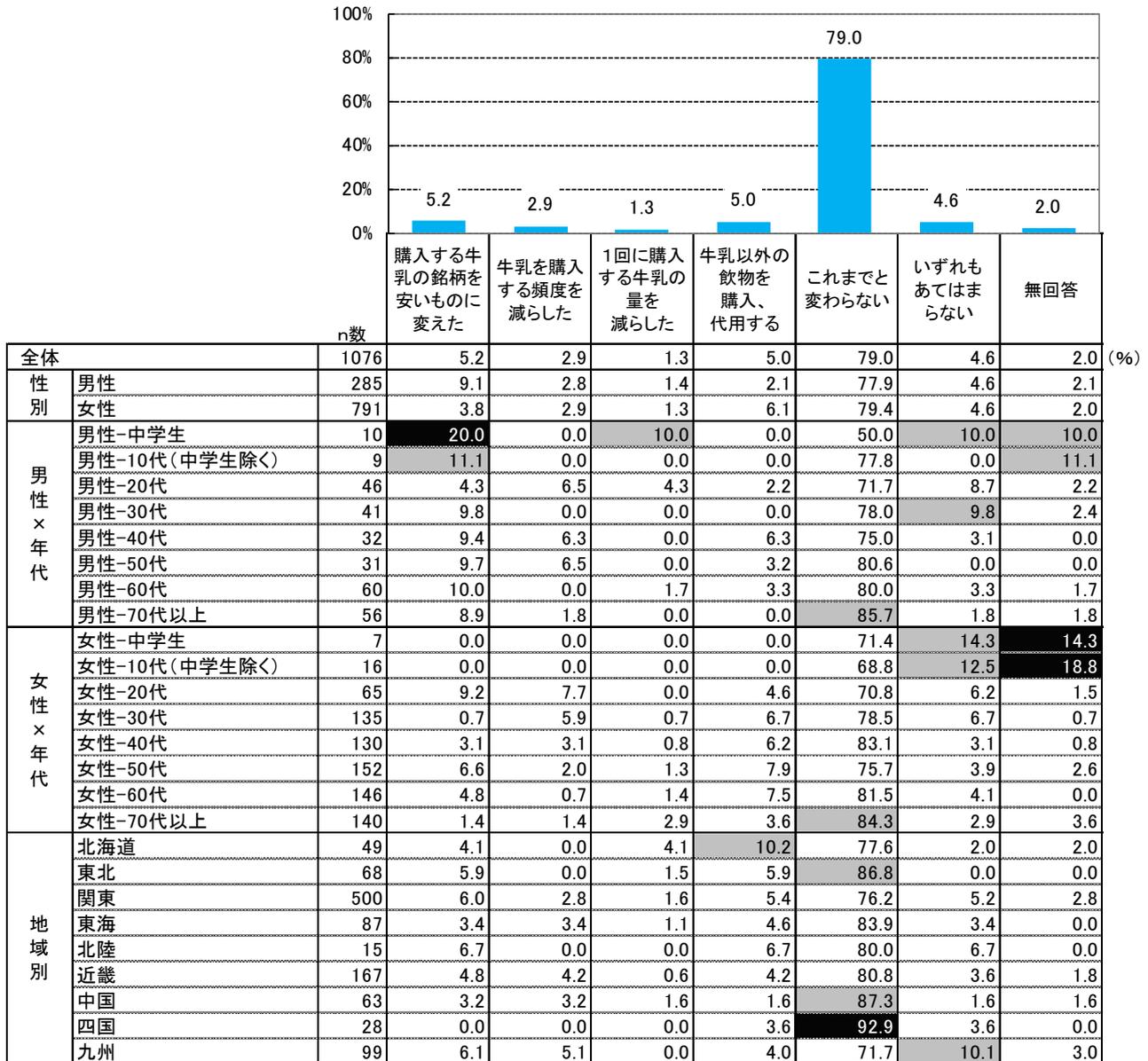
※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

4. 白もの牛乳類の買い方の変化

■ 白もの牛乳類を自分で購入する人に、この1年間に買い方が変わったかを質問した。

■ 「これまでと変わらない」が全体の約8割を占める。

【図表Ⅲ-4-1】性・年代別・地域別 問13 白もの牛乳の「買い方」は変わったか (SA)



※ = 全体より、10%以上高い

 = 全体より、5%以上高い

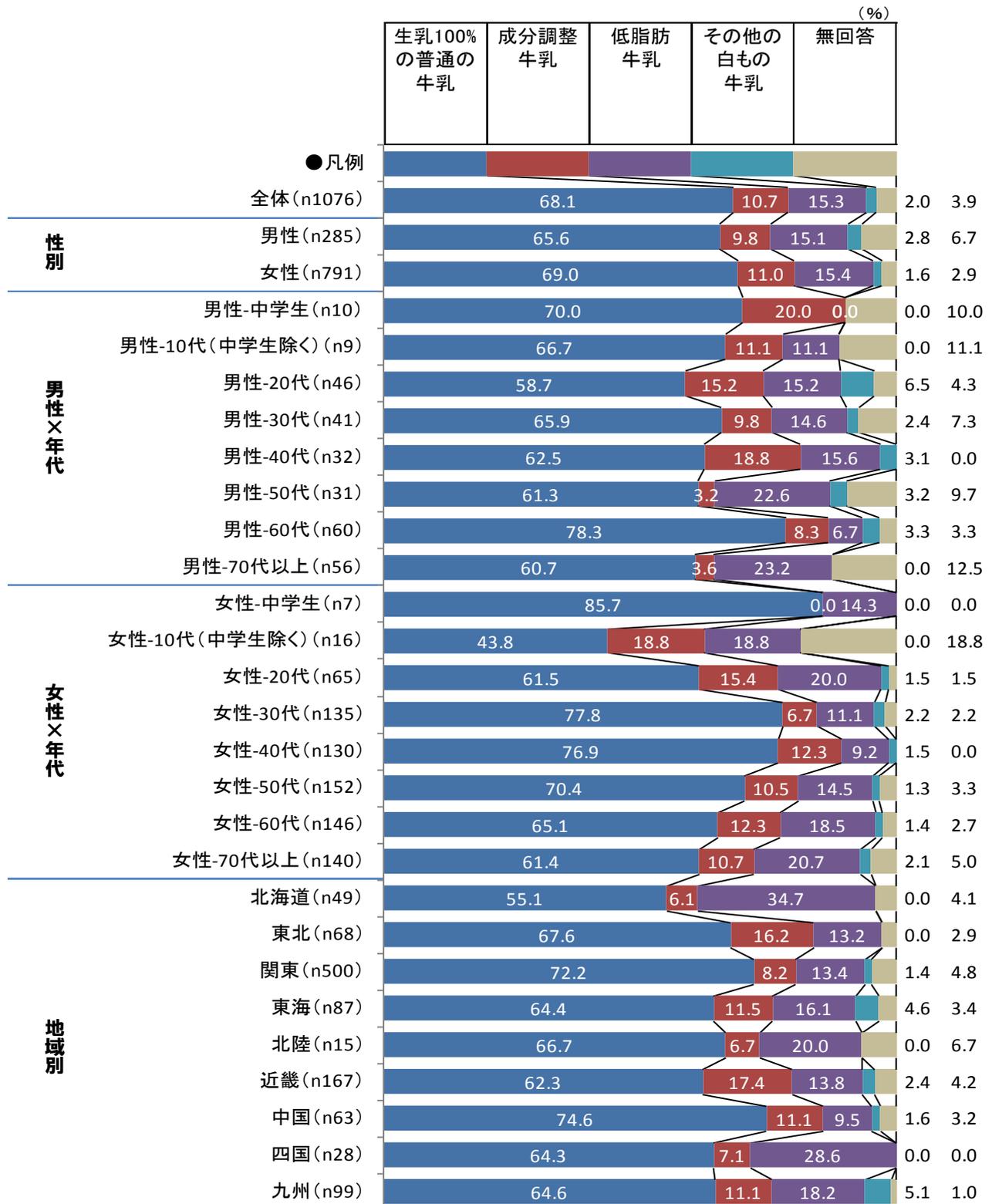
【図表Ⅲ-4-2】時系列 問13 白もの牛乳の「買い方」は変わったか (SA)

年次	n数	購入する牛乳の銘柄を安いものに変えた	牛乳を購入する頻度を減らした	1回に購入する牛乳の量を減らした	牛乳以外の飲物を購入、代用する	これまでと変わらない	いずれもあてはまらない	無回答
2010	1167	10.5	3.1	1.8	3.7	77.3	3.3	0.4
2011	1138	7.4	2.5	2.3	2.5	80.2	5.1	0.0
2012	1137	5.6	1.9	1.0	2.2	83.8	5.4	0.0
2013	1158	6.1	1.9	1.1	2.1	84.6	4.0	0.2
2014	1144	8.4	2.6	1.3	2.9	79.9	4.8	0.0
2015	1208	8.0	3.0	1.1	2.2	80.4	4.6	0.7
2016	1076	5.2	2.9	1.3	5.0	79.0	4.6	2.0

5. 主に購入している白もの牛乳類

- 普段主に購入している白もの牛乳類を購入者に聞いたところ、「生乳100%の普通の牛乳」が68%で最も多く、「低脂肪牛乳」は15%、「成分調整牛乳」は11%となっている。
- 性年代別では、女性10代で「生乳100%の普通の牛乳」が目立って低く、5割を下回る。

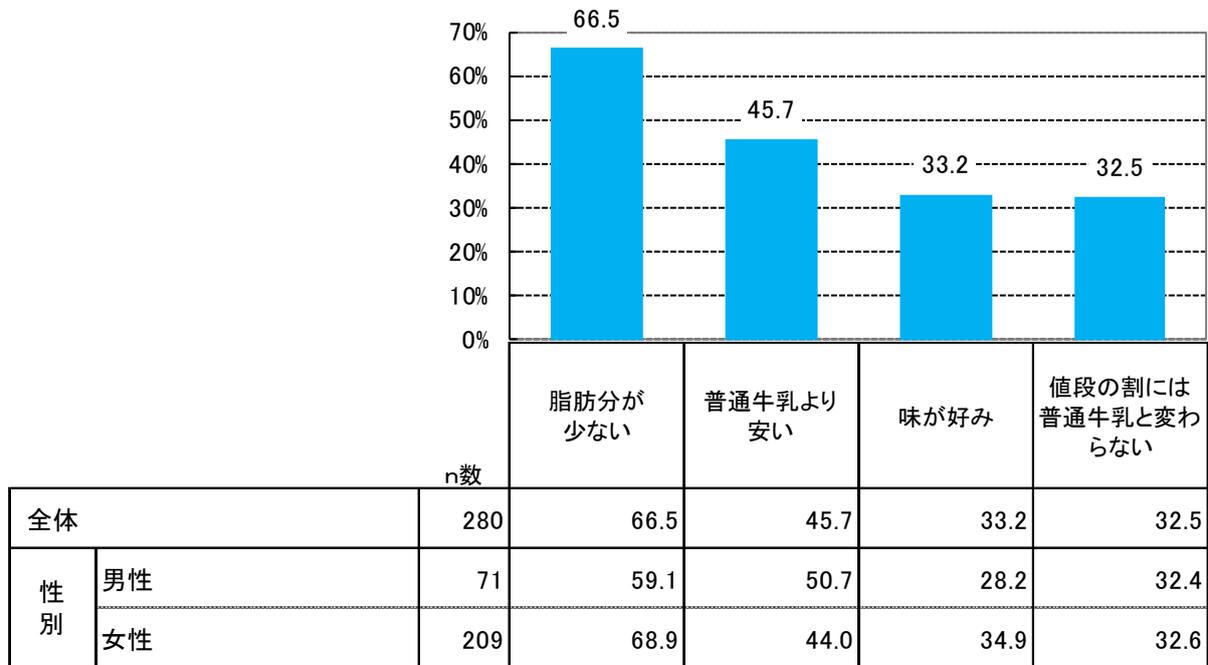
【図表Ⅲ-5-1】性・年代別・地域別 問14 普段購入している白もの牛乳（SA）



6. 成分調整牛乳・低脂肪牛乳を購入する理由

■「成分調整牛乳」「低脂肪乳」を購入する人の購入理由は、「脂肪分が少ない」が67%と最も多く、次いで「普通牛乳より安い」が46%であり、いずれも「味が好み」の33%を大きく上回っている。

【図表Ⅲ-6-1】性・年代別 問15 成分調整牛乳・低脂肪乳購入理由 (MA) <成分調整牛乳・低脂肪乳購入者ベース>



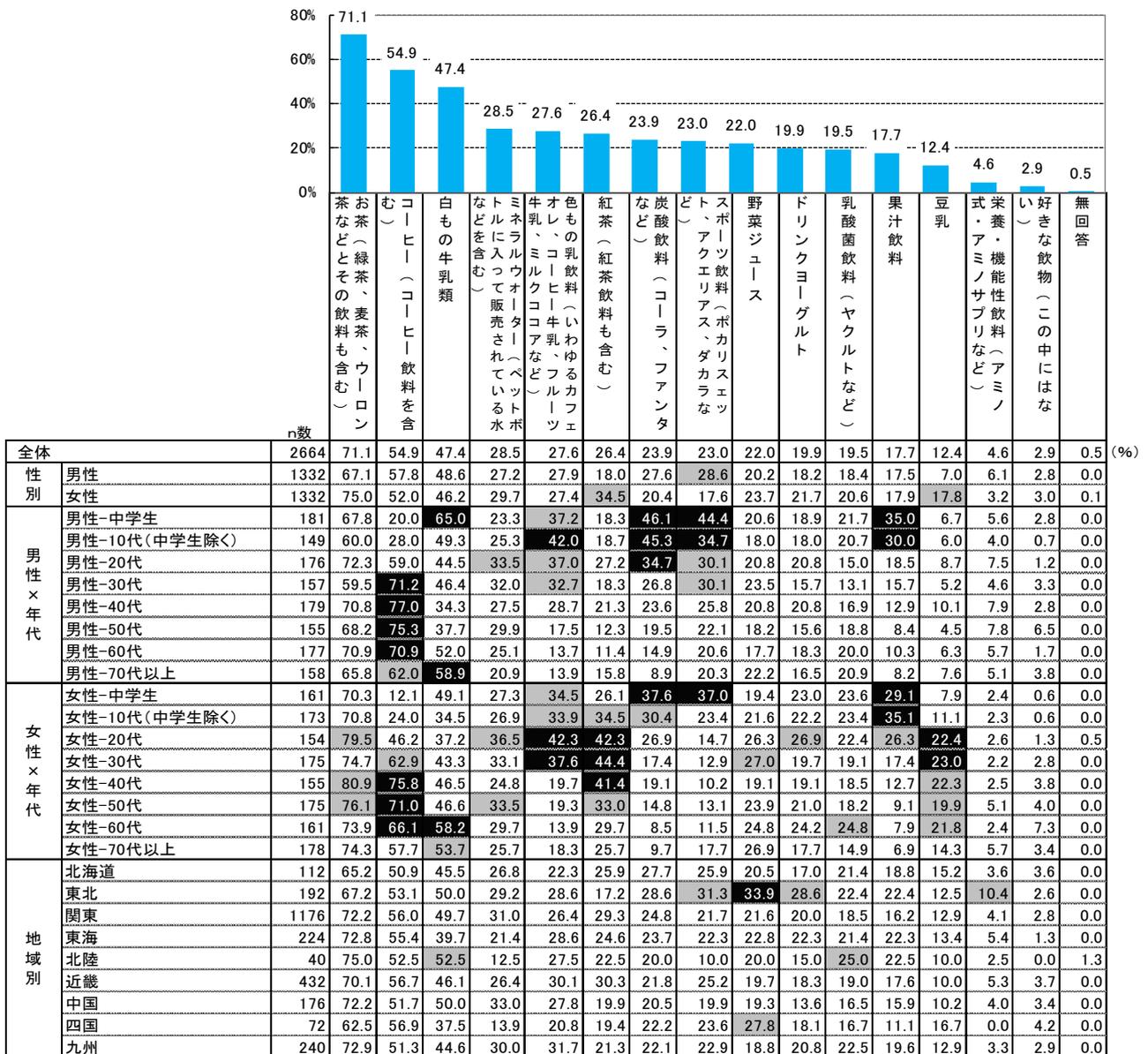
※あてはまる計

IV. 普段よく飲む飲み物

1. 普段よく飲む飲み物

- 普段よく飲む飲み物の種類を質問した。
- 全体では「お茶飲料」が71%で最も多く、次いで「コーヒー（飲料）」が55%、「白もの牛乳類」が47%で上位に並ぶ。以下、「ミネラルウォーター（29%）」、「色もの乳飲料（28%）」、「紅茶（飲料）（26%）」、「炭酸飲料（24%）」、「スポーツ飲料（23%）」、「野菜ジュース（22%）」、と続く。
- 性別では、「白もの牛乳類」は男性で49%、女性で46%と男性の方がわずかに多い。
- 性年代別では、「白もの牛乳類」は男子中学生で65%と全体より17.6ポイント高いほか、男性10代、男性70代以上、女子中学生、女性60代、70代以上で全体より2~12ポイント高くなっている。
- 地域別では、「白もの牛乳類」は北陸が53%と最も高くなっている。

【図表IV-1-1】性・年代別・地域別 問16 普段よく飲む飲み物（MA）



※ ■ = 全体より、10%以上高い、 ■ = 全体より、5%以上高い、

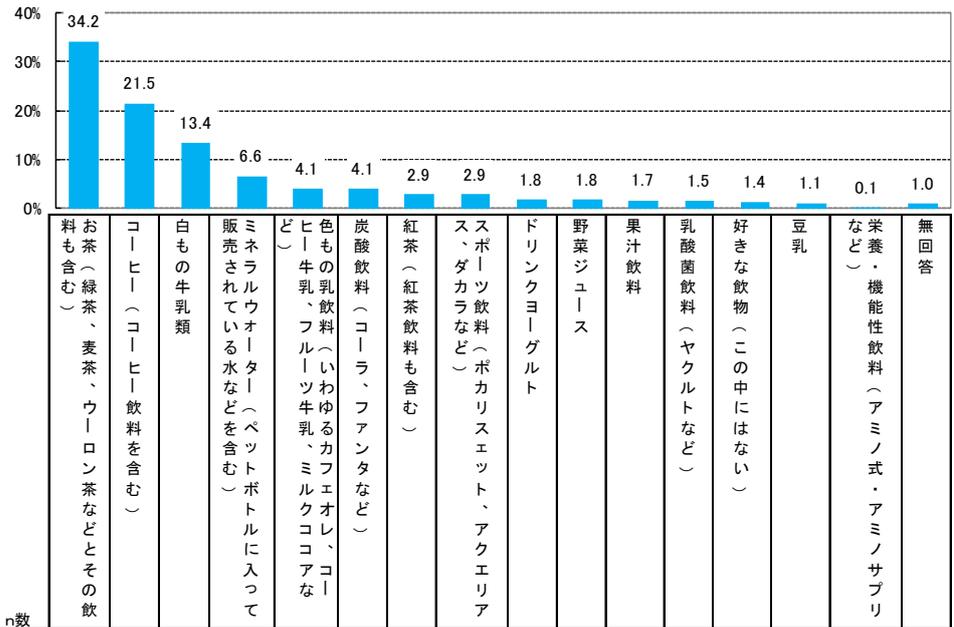
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16
白も色ドリン乳酸直果汁飲野菜:豆乳 炭酸飲料 コーヒー 紅茶 無糖(スポーツ) 栄養 ミネラル この F 無回答

※ ■ = 全体より、10%以上高い、 ■ = 全体より、5%以上高い、

2. 普段最もよく飲む飲み物

- 普段よく飲用する飲み物の中で最もよく飲むものを質問した。
- 全体では「お茶飲料」が34%で最も多く、次いで「コーヒー（飲料）（22%）」、ついで多い「白もの牛乳類」は13%となっている。
- 性別では、「白もの牛乳類」は男性で15%、女性で12%となっている。
- 性年代別で見ると、「白もの牛乳類」は男子中学生で25%に達し、全体より10ポイント以上高くなっている。このほか女子中学生や女性70代でも19~25%で、特に女性70代が高くなっている。
- 「その他の飲み物」として、・無添加炭酸水、・水道水、・酒類、・青汁、・水素水、酵素水類、・電子水の回答があった。

【図表IV-2-1】 性・年代別・地域別 問17 普段もっともよく飲む飲み物（SA）



	n数	割合 (%)																
		お茶	コーヒー	白もの牛乳類	販売されている水など	ミネラルウォーター	色の牛乳飲料	炭酸飲料	紅茶	スポーツ飲料	ドリンクヨーグルト	野菜ジュース	果汁飲料	乳酸菌飲料	好きな飲み物	豆乳	栄養・機能性飲料	無回答
全体	2664	34.2	21.5	13.4	6.6	4.1	4.1	2.9	2.9	1.8	1.8	1.7	1.5	1.4	1.1	0.1	1.0	
性別	男性	1332	29.4	24.6	14.5	5.5	4.3	5.4	1.7	4.2	2.0	1.4	1.7	1.7	0.5	0.2	1.2	
	女性	1332	38.8	18.4	12.3	7.8	3.9	2.8	3.9	1.7	1.6	2.2	1.7	1.4	1.0	1.6	0.0	0.8
男性×年代	男性-中学生	181	32.8	2.8	25.0	4.4	6.7	9.4	1.7	7.2	1.1	0.6	4.4	1.7	0.6	1.1	0.0	0.6
	男性-10代(中学生除く)	149	28.7	4.0	20.7	6.0	5.3	12.7	4.0	6.0	1.3	0.7	6.7	2.0	0.0	1.3	0.7	0.0
	男性-20代	176	32.4	18.5	9.2	9.2	4.6	7.5	1.7	5.2	4.0	1.2	1.2	1.2	2.3	0.0	0.0	1.7
	男性-30代	157	27.4	35.7	9.2	7.2	7.2	2.0	0.7	3.9	0.0	2.6	0.7	0.7	2.0	0.0	0.0	0.7
	男性-40代	179	23.0	38.8	6.7	6.7	3.9	3.9	2.8	3.4	1.7	2.2	0.6	0.0	1.1	1.1	0.6	3.4
	男性-50代	155	26.7	37.2	13.0	3.2	1.9	2.6	0.6	2.6	1.9	1.3	0.6	2.6	2.6	0.0	0.6	2.6
	男性-60代	177	29.7	36.0	13.1	4.6	1.7	3.4	0.6	1.7	2.9	1.1	0.0	1.7	2.9	0.6	0.0	0.0
	男性-70代以上	158	34.8	24.1	19.6	1.9	3.2	1.3	1.9	3.2	2.5	1.3	0.0	3.8	1.9	0.0	0.0	0.6
女性×年代	女性-中学生	161	40.0	3.6	19.4	7.3	3.0	7.3	3.0	4.8	2.4	1.8	3.0	2.4	0.0	1.2	0.0	0.6
	女性-10代(中学生除く)	173	42.7	3.5	9.9	7.6	6.4	4.7	5.3	4.1	0.6	2.9	5.8	2.3	2.3	0.6	0.0	1.2
	女性-20代	154	41.7	8.3	7.7	12.2	5.8	5.1	9.0	1.9	1.9	1.3	1.3	1.9	0.6	1.3	0.0	0.0
	女性-30代	175	39.3	23.6	8.4	10.1	6.7	0.6	2.8	1.1	0.6	1.1	2.2	0.0	0.0	2.2	0.0	1.1
	女性-40代	155	36.3	31.8	1.9	8.9	3.8	1.3	4.5	1.3	2.5	0.6	0.6	1.3	1.9	2.5	0.0	0.6
	女性-50代	175	32.4	31.3	11.9	7.4	3.4	1.1	3.4	0.6	1.1	3.4	0.0	0.0	1.1	1.1	0.0	1.7
	女性-60代	161	40.6	25.5	13.3	5.5	0.6	0.6	1.8	0.0	3.6	1.2	0.6	2.4	1.8	1.2	0.0	1.2
女性-70代以上	178	37.7	18.9	24.6	4.0	1.1	1.7	2.3	0.0	0.6	5.1	0.0	1.1	0.6	2.3	0.0	0.0	
地域別	北海道	112	33.9	20.5	9.8	10.7	1.8	7.1	0.9	5.4	3.6	0.9	0.9	1.8	1.8	0.9	0.0	0.0
	東北	192	23.4	25.5	15.6	7.8	5.2	6.3	2.1	2.1	3.1	3.6	2.1	1.0	1.0	0.5	0.0	0.5
	関東	1176	34.2	21.3	14.0	7.3	3.7	3.8	3.7	2.7	1.4	2.0	1.3	1.4	1.2	1.2	0.1	0.8
	東海	224	36.6	23.2	9.8	3.6	2.7	5.4	2.7	1.3	1.8	1.8	3.6	1.8	3.1	1.3	0.0	1.3
	北陸	40	35.0	22.5	15.0	2.5	5.0	2.5	2.5	2.5	2.5	0.0	5.0	2.5	0.0	0.0	2.5	0.0
	近畿	432	33.3	22.0	13.7	6.3	5.8	3.5	2.3	4.2	1.4	1.4	1.6	1.6	0.7	0.5	0.0	1.9
	中国	176	37.5	23.9	17.6	4.0	2.3	2.8	0.0	4.5	0.0	0.0	2.3	1.1	1.1	1.1	0.6	1.1
	四国	72	27.8	22.2	13.9	4.2	8.3	4.2	2.8	0.0	4.2	2.8	1.4	2.8	1.4	2.8	0.0	1.4
	九州	240	41.0	15.0	9.6	7.5	4.6	2.9	3.8	2.5	2.9	1.7	1.7	2.1	2.1	1.3	0.0	1.3

※ 黒色 = 全体より、10%以上高い、灰色 = 全体より、5%以上高い、

【図表IV-2-2】時系列 問16 普段よく飲む飲み物 (MA)

	n	白もの牛乳類	色もの乳飲料	ドリンクヨーグルト	乳酸菌飲料	果汁飲料	野菜ジュース	豆乳	炭酸飲料	コーヒー(飲料)	紅茶(飲料)	お茶飲料	スポーツ飲料	栄養・機能性飲料	ミネラルウォーター	好きな飲み物(この中にはない)	無回答
2002年度	4,277	67.9	/	19.5	/	28.2	28.3	9.9	24.0	64.0	34.2	86.3	32.9	/	30.7	0.3	0.1
2005年度	3,896	64.0	/	22.7	/	27.2	29.7	18.2	20.5	63.4	31.2	85.2	32.1	/	29.4	0.4	0.1
2006年度	3,478	49.5	/	15.4	19.0	18.4	23.2	9.9	15.4	61.1	22.5	72.9	23.9	10.2	20.8	0.6	0.1
2007年度	3,486	51.5	24.6	13.9	18.7	19.1	27.3	9.0	16.6	61.2	24.9	74.5	25.9	9.9	25.4	0.2	0.1
2008年度	3,200	56.7	19.6	11.8	16.4	17.1	24.1	7.8	19.2	55.1	22.0	65.2	25.1	8.9	22.2	0.7	0.1
2009年度	3,200	54.8	25.9	14.6	19.8	19.2	24.0	8.4	21.0	60.8	22.6	71.7	24.3	8.5	26.8	0.3	0.0
2010年度	3,200	48.8	24.7	12.7	18.3	19.3	23.6	8.9	22.7	63.0	22.6	70.1	26.3	6.2	27.7	0.2	0.0
2011年度	3,200	53.2	23.1	13.8	17.7	19.2	28.1	9.0	23.9	61.4	24.4	74.2	25.0	6.8	30.3	0.8	0.1
2012年度	3,200	56.2	22.8	15.3	18.8	21.1	28.9	10.3	26.6	64.2	25.1	73.2	26.8	8.4	32.3	0.4	0.0
2013年度	3,200	51.8	22.6	16.1	16.5	19.5	29.2	11.0	25.4	64.7	26.4	74.9	23.4	8.1	32.6	0.7	0.2
2014年度	3,200	50.2	23.5	18.4	16.6	17.9	27.1	10.3	21.9	65.1	26.7	72.8	21.2	5.8	30.8	0.5	0.0
2015年度	3,200	52.3	21.1	16.4	15.7	14.5	22.6	11.3	21.4	66.9	24.6	75.1	20.5	5.5	30.7	0.2	0.0
2016年度	2,664	47.4	27.6	19.9	19.5	17.7	22.0	12.4	23.9	54.9	26.4	71.1	23.0	4.6	28.5	2.9	0.5

※斜線はデータなし

※02年、05年は、06年・07年・08年とは質問形式が異なる

■最もよく飲む飲み物を2007年度からの時系列変化で見ると、「お茶飲料」や「コーヒー(飲料)」が大きなシェアを占めている。

【図表IV-2-3】時系列 問17 普段もっともよく飲む飲み物 (SA)

	n	白もの牛乳類	色もの乳飲料	ドリンクヨーグルト	乳酸菌飲料	果汁飲料	野菜ジュース	豆乳	炭酸飲料	コーヒー(飲料)	紅茶(飲料)	お茶飲料	スポーツ飲料	栄養・機能性飲料	ミネラルウォーター	無回答
2002年度	4,259	15.2	/	0.5	/	1.5	1.3	0.3	2.0	21.6	1.6	51.2	1.8	/	2.5	0.5
2005年度	3,877	15.4	/	0.6	/	0.9	1.9	1.2	1.1	20.6	2.0	49.1	2.3	/	4.8	0.1
2006年度	3,478	11.8	/	0.9	1.5	1.3	1.5	1.2	2.4	26.5	2.5	40.2	2.4	1.0	5.5	1.2
2007年度	3,475	10.8	3.1	1.0	1.1	1.0	2.8	1.1	1.8	22.5	2.4	42.3	2.8	0.6	5.9	0.7
2008年度	3,178	16.0	3.0	0.9	1.5	1.8	2.4	0.9	2.6	24.2	2.1	35.7	2.8	0.6	5.2	0.3
2009年度	3,193	11.7	2.9	0.8	1.3	1.3	2.0	0.6	3.0	24.5	2.5	39.9	2.5	0.6	5.9	0.7
2010年度	3,192	10.9	3.2	0.8	1.2	1.3	1.7	0.7	3.3	26.6	2.5	37.0	2.4	0.3	6.4	1.4
2011年度	3,194	10.8	3.3	0.5	1.0	1.1	1.6	1.1	4.3	23.4	2.8	39.6	2.7	0.6	7.0	0.2
2012年度	3,191	10.8	3.0	0.7	0.8	1.3	1.4	1.2	4.0	25.2	2.9	39.0	2.6	0.3	6.4	0.2
2013年度	3,182	10.1	2.9	0.7	0.4	1.0	1.8	1.1	4.0	27.0	2.9	38.9	2.0	0.3	6.7	0.1
2014年度	3,187	11.0	3.5	1.3	1.0	1.8	2.1	1.0	5.4	22.9	3.0	36.0	3.4	0.4	6.9	0.1
2015年度	3,191	9.1	3.2	0.9	0.6	0.7	1.6	1.1	3.2	27.1	3.3	39.9	2.0	0.5	6.5	0.3
2016年度	2,664	13.4	4.1	1.8	1.5	1.7	1.8	1.1	4.1	21.5	2.9	34.2	2.9	0.1	6.6	1.0

※斜線はデータなし

※02年、05年の「最もよく飲む飲み物」は、ふだんよく飲む飲み物がある人ベース

※02年、05年は、06年以降とは質問形式が異なる

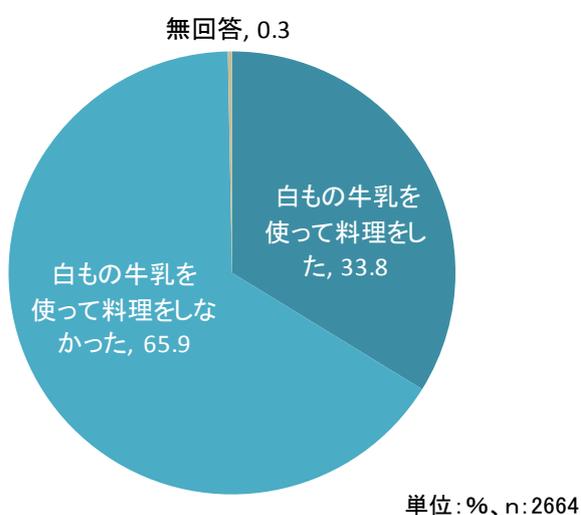
※16年、好きな飲み物(この中にはない)1.4%は含まれていない

V. 白もの牛乳類を使った料理の実態

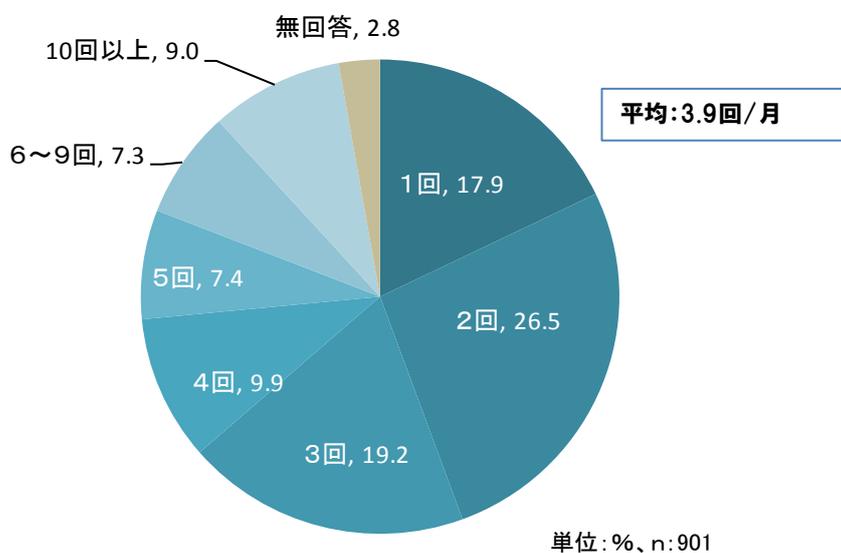
1. この1ヶ月の白もの牛乳類を使った料理行動

- 白もの牛乳類を使って、この1ヵ月間にデザートやお菓子を含めて料理を作ったかを質問した。次に、料理を作ったと回答した人に、その料理回数と料理に使用した白もの牛乳類の量を質問した。
- 白もの牛乳類を使って料理をしたのは、全体で34%となった。
- 料理回数は「2回(27%)」とする人が最も多く、「3回(19%)」、「1回(18%)」と続く。平均料理回数は3.9回である。
- 白もの牛乳類の料理使用量は、1ヶ月間で「1カップ(200ml)」が23%で最も多く、次いで「500ml」が21%である。平均使用量は424.7mlである。

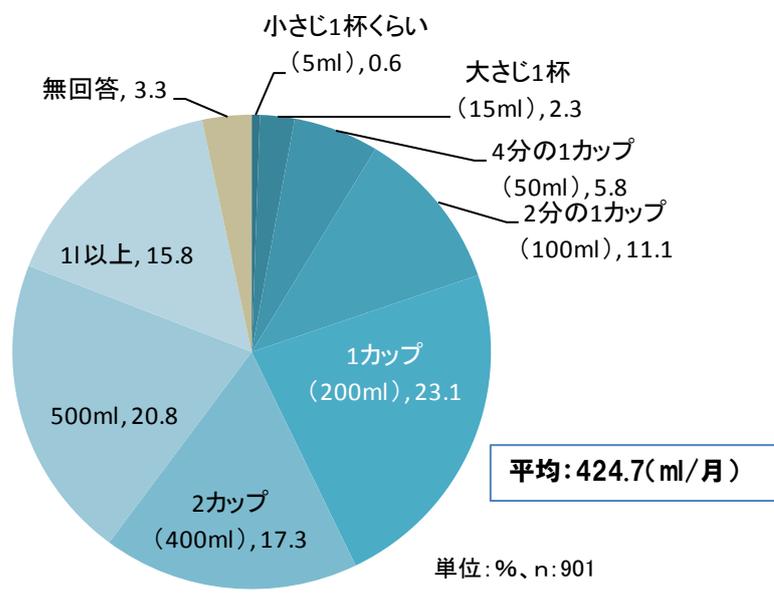
【図表V-1-1】 問18 白もの牛乳類を使った料理行動 (SA)



【図表V-1-2 問】 18-1 白もの牛乳類の料理回数 (SA) <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人ベース>

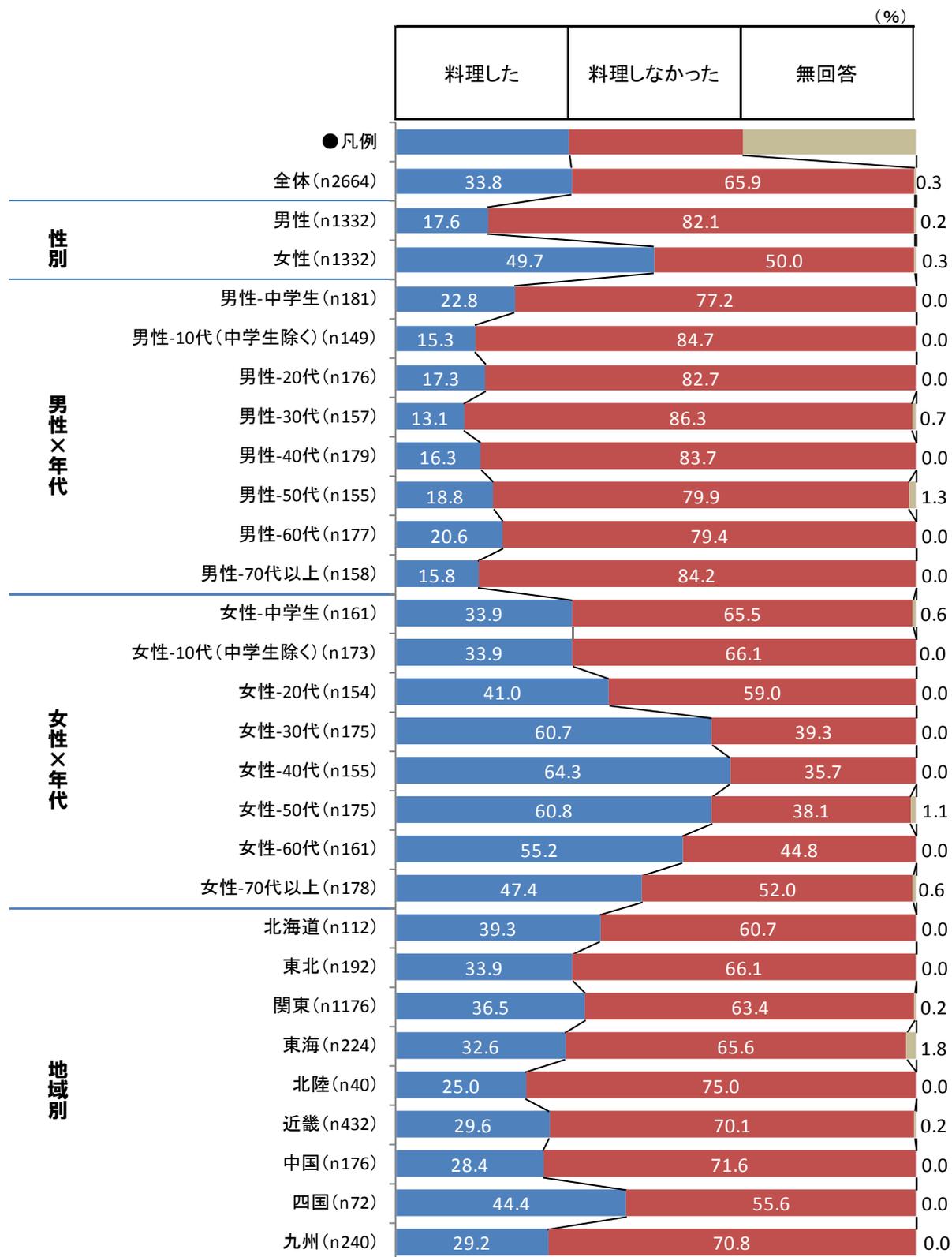


【図表V-1-3】 問18-3 白もの牛乳類の料理使用量 (SA) <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人ベース>



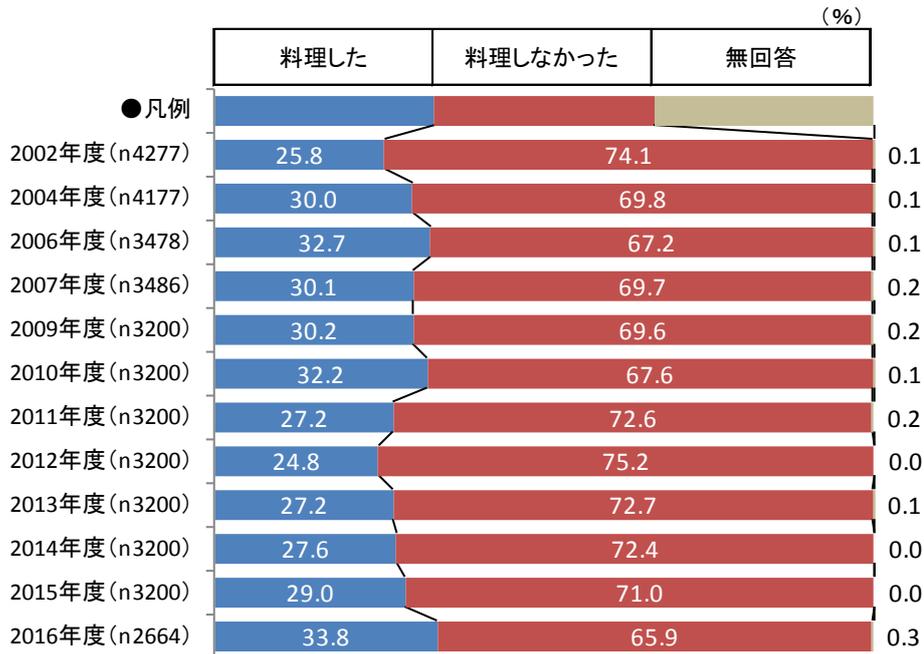
- 調査時点を含む1ヶ月間に牛乳を使って料理をした割合を性別にみると、女性は5割近い。
- 性年代別では、女性の40代で64%、30代、50代で61%と高くなっている。
- 地域別では、四国で44%と高く、次いで北海道の約4割、そのほか東北、関東、東海でも3割に達する。

【図表V-1-4】性・年代別・地域別 問18 白もの牛乳類を使った料理行動（SA）



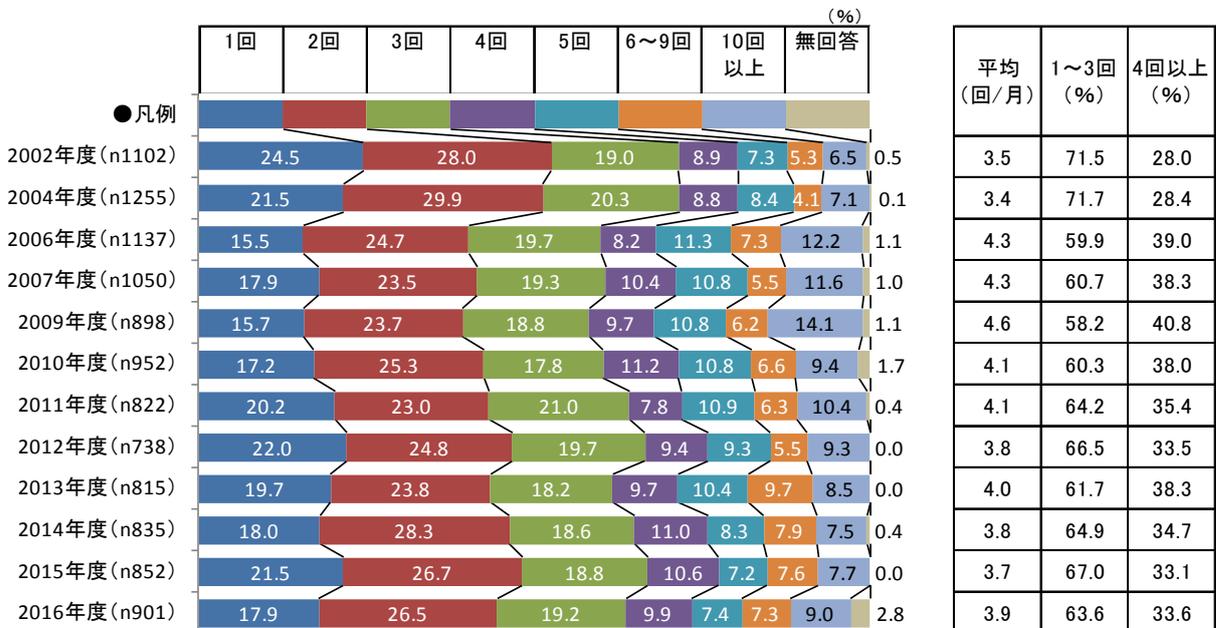
■調査時点を含む1ヶ月間に牛乳を使って料理をした割合を時系列で見ると、2012年以降微増傾向が続いている。

【図表V-1-5】時系列 問18 この1ヶ月間の白もの牛乳類を使った料理行動 (SA)



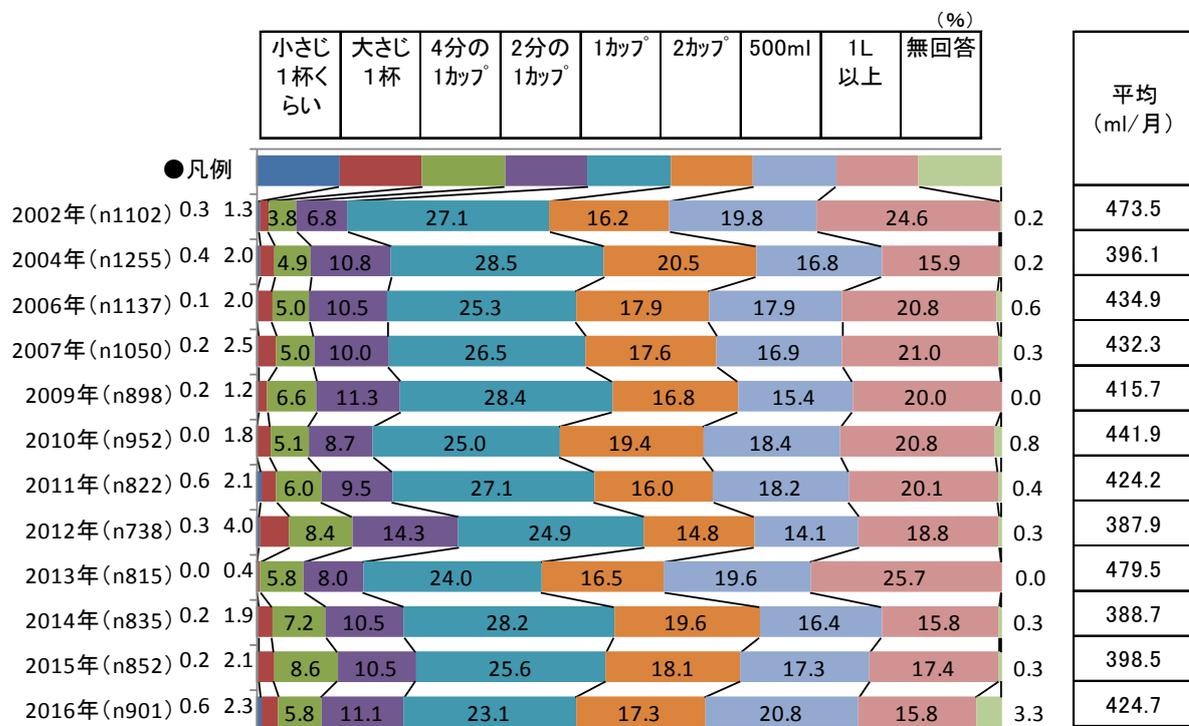
■調査時点を含む1ヶ月間に牛乳を使って料理をした回数を時系列で見ると、2016年度は月平均3.9回となり、微減傾向が下げ止まっている。

【図表V-1-6】時系列 問18-1 白もの牛乳類の料理回数 (SA) <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人ベース>



■白もの牛乳類の料理使用量を時系列で見ると、2016年度は月平均424.7ml となり、2015年度よりも約26ml 増加した。

【図表V-1-7】時系列 問18-3 白もの牛乳類の料理使用量（SA）
 <この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人ベース>

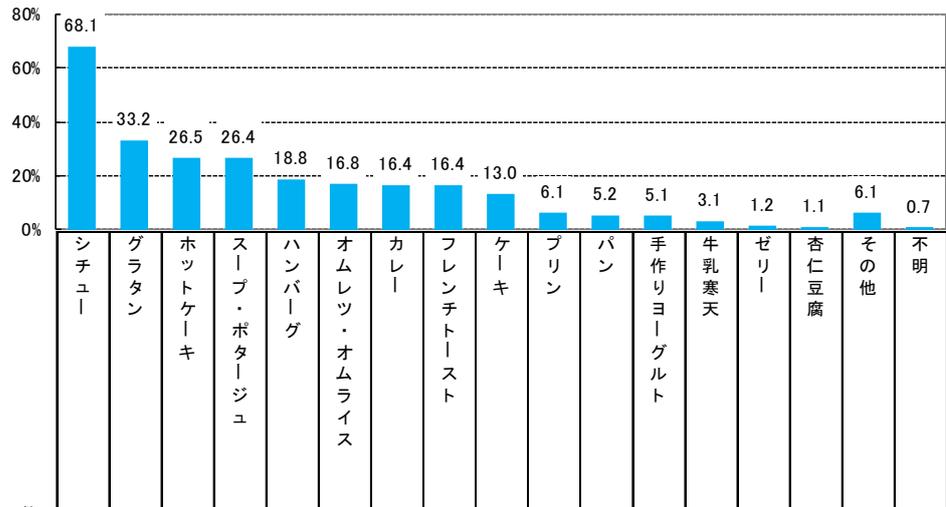


2. この1ヶ月の白もの牛乳類を使って作った料理

- 調査時点の1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人に、その種類を質問した。
- 全体では「シチュー」が68%と突出して高く、次いで「グラタン」が33%、「ホットケーキ」が27%、「スープ、ポタージュ」が26%となっている。
- 「その他」として、・スイートポテト、・パスタ、・卵焼き、・フルーチェ、・野菜のクリーム煮、・ドーナツの回答があった。

【図表V-2-1】 性・年齢別・地域別 問18-2 この1ヶ月の牛乳を使った料理 (MA)

<この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした人ベース>



		n数	シチュー	グラタン	ホットケーキ	スープ・ポタージュ	ハンバーグ	オムレツ・オムライス	カレー	フレンチトースト	ケーキ	プリン	パン	手作りヨーグルト	牛乳寒天	ゼリー	杏仁豆腐	その他	不明
全体		901	68.1	33.2	26.5	26.4	18.8	16.8	16.4	16.4	13.0	6.1	5.2	5.1	3.1	1.2	1.1	6.1	0.7
性別	男性	233	63.9	29.2	22.3	24.9	16.3	16.3	20.6	11.6	15.0	6.9	7.3	4.3	1.7	1.3	1.3	5.2	1.7
	女性	668	69.6	34.6	28.0	26.9	19.6	16.9	15.0	18.1	12.3	5.8	4.5	5.4	3.6	1.2	1.0	6.4	0.3
男性 × 年代	男性-中学生	41	68.3	41.5	31.7	17.1	24.4	14.6	19.5	17.1	19.5	14.6	17.1	9.8	0.0	0.0	2.4	7.3	0.0
	男性-10代(中学生除く)	23	56.5	17.4	26.1	21.7	17.4	26.1	21.7	13.0	21.7	17.4	13.0	0.0	4.3	4.3	4.3	0.0	0.0
	男性-20代	30	53.3	23.3	33.3	20.0	23.3	30.0	16.7	20.0	26.7	6.7	3.3	3.3	3.3	3.3	0.0	6.7	3.3
	男性-30代	20	45.0	20.0	15.0	15.0	15.0	15.0	10.0	25.0	20.0	0.0	5.0	0.0	5.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	男性-40代	29	69.0	44.8	20.7	34.5	20.7	13.8	10.3	6.9	13.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性-50代	29	62.1	27.6	17.2	20.7	6.9	6.9	24.1	10.3	10.3	10.3	0.0	3.4	3.4	0.0	3.4	10.3	3.4
	男性-60代	36	69.4	30.6	13.9	27.8	2.8	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	2.8	0.0	2.8	0.0	5.6	5.6
	男性-70代以上	25	80.0	16.0	16.0	44.0	20.0	8.0	48.0	4.0	12.0	4.0	8.0	12.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0
女性 × 年代	女性-中学生	56	53.6	28.6	25.0	16.1	17.9	8.9	16.1	14.3	19.6	14.3	5.4	3.6	1.8	1.8	5.4	12.5	1.8
	女性-10代(中学生除く)	58	46.6	36.2	46.6	20.7	19.0	13.8	8.6	10.3	31.0	12.1	10.3	5.2	3.4	0.0	1.7	5.2	0.0
	女性-20代	64	67.2	29.7	17.2	29.7	10.9	14.1	18.8	15.6	18.8	4.7	3.1	1.6	4.7	0.0	0.0	9.4	1.6
	女性-30代	108	75.0	36.1	36.1	24.1	18.5	19.4	10.2	18.5	8.3	2.8	5.6	1.9	2.8	0.9	0.0	7.4	0.0
	女性-40代	101	70.3	42.6	27.7	26.7	17.8	15.8	9.9	29.7	9.9	6.9	4.0	5.0	3.0	1.0	1.0	5.9	0.0
	女性-50代	107	76.6	41.1	22.4	33.6	20.6	22.4	8.4	22.4	9.3	4.7	2.8	7.5	4.7	1.9	0.0	4.7	0.0
	女性-60代	91	67.0	33.0	30.8	27.5	24.2	20.9	25.3	14.3	5.5	1.1	3.3	7.7	4.4	0.0	0.0	3.3	0.0
	女性-70代以上	83	84.3	22.9	19.3	31.3	25.3	13.3	25.3	12.0	8.4	6.0	3.6	9.6	3.6	3.6	2.4	6.0	0.0
地域別	北海道	44	68.2	40.9	25.0	25.0	22.7	15.9	27.3	15.9	4.5	4.5	6.8	4.5	6.8	0.0	0.0	2.3	0.0
	東北	65	64.6	33.8	24.6	23.1	9.2	23.1	16.9	20.0	13.8	10.8	7.7	7.7	6.2	4.6	4.6	4.6	0.0
	関東	429	70.9	32.2	27.7	26.3	17.7	17.5	15.9	17.5	12.6	5.4	5.1	4.7	1.6	0.5	1.2	4.2	0.5
	東海	73	74.0	26.0	20.5	27.4	17.8	26.0	11.0	12.3	15.1	9.6	2.7	4.1	5.5	0.0	1.4	13.7	1.4
	北陸	10	90.0	70.0	30.0	40.0	20.0	10.0	30.0	30.0	20.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	20.0	0.0
	近畿	128	64.1	35.9	29.7	29.7	30.5	15.6	17.2	14.1	16.4	4.7	7.0	2.3	3.1	1.6	0.8	7.0	0.0
	中国	50	56.0	30.0	30.0	24.0	14.0	14.0	8.0	22.0	14.0	6.0	0.0	14.0	4.0	0.0	0.0	10.0	4.0
	四国	32	62.5	25.0	28.1	18.8	18.8	12.5	25.0	12.5	12.5	3.1	3.1	9.4	3.1	3.1	0.0	9.4	0.0
	九州	70	64.3	37.1	18.6	27.1	14.3	4.3	17.1	11.4	10.0	7.1	7.1	2.9	2.9	4.3	0.0	5.7	1.4

※ ■ = 全体より、10%以上高い、 ■ = 全体より、5%以上高い、

【図表V-2-2】 時系列 問18-2 この1ヶ月間の牛乳を使った料理 (MA)

<この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理した人ベース>

(%)

年次	n数	シチュー	スープ、ポタージュ	グラタン	カレー	オムレツ、オムライス	ハンバーグ	フレンチトースト	ホットケーキ	ケーキ	パン	手作りヨーグルト	牛乳寒天	プリン	ゼリー	杏仁豆腐	その他	無回答
2010	952	63.3	23.3	30.2	16.3	17.2	21.3	12.2	36	6.8	5.6	6.4	6.1	7.5	2.4	1.9	7.6	0.1
2011	822	65.3	22.4	33.6	18.6	15.6	18.6	12.0	28.8	8.7	5.7	6.5	4.4	7.1	2.0	2.2	8.2	0.4
2012	738	57.6	23.9	30.1	19.8	16.9	18.8	13.5	30.7	9.5	5.3	5.3	4.9	5.1	1.9	4.0	9.0	0.0
2013	815	74.1	26.0	31.3	17.3	18.1	20.2	17.7	34.4	8.2	6.0	4.5	4.2	5.5	1.9	1.6	6.4	0.0
2014	835	70.7	25.2	35.5	14.3	17.8	18.1	14.4	32.3	8.0	4.9	4.1	3.0	5.0	1.1	1.2	6.6	0.1
2015	852	68.7	24.6	31.8	13.2	14.6	14.6	12.4	28.4	8.0	5.7	4.1	2.8	4.8	1.3	1.8	8.6	0.0
2016	901	68.1	26.4	33.2	16.4	16.8	18.8	16.4	26.5	13.0	5.2	5.1	3.1	6.1	1.2	1.1	6.1	0.7

VI. 乳製品の飲食実態

1. ヨーグルトの飲食状況

(1) ヨーグルトの飲食頻度

■日頃どのくらいの頻度でヨーグルトを飲食するかを質問した。

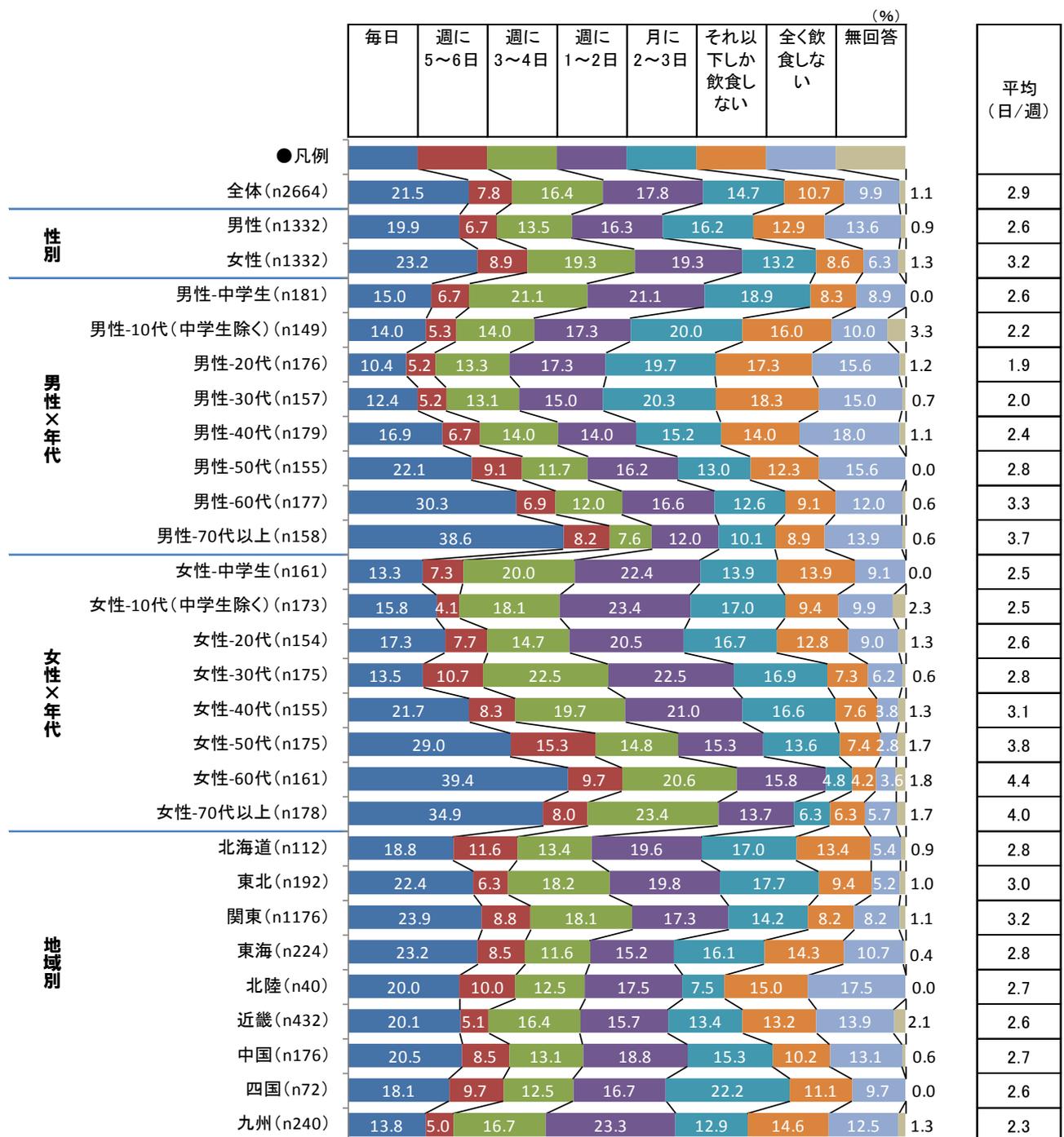
■全体では、「毎日」飲食する人は22%で、週に1日以上飲食する人の合計は64%となっている。平均飲食頻度(日/週)は2.9日。一方、「全く飲食しない」という人は11%である。

■性別では、週に1日以上飲食する人の計は男性で56%、女性で71%となり、女性の方が15ポイント高い。

■性年代別にみると、男性の60代、70代以上では「毎日」が30~39%と高く、平均飲食頻度も3.3~3.7日となっている。女性は50代を超える各年代で「毎日」がほぼ3割以上と高く平均飲食頻度も3.8~4.4日となっている。

■地域別では、平均飲食頻度は関東で3.2日、東北で3.0日と高い。

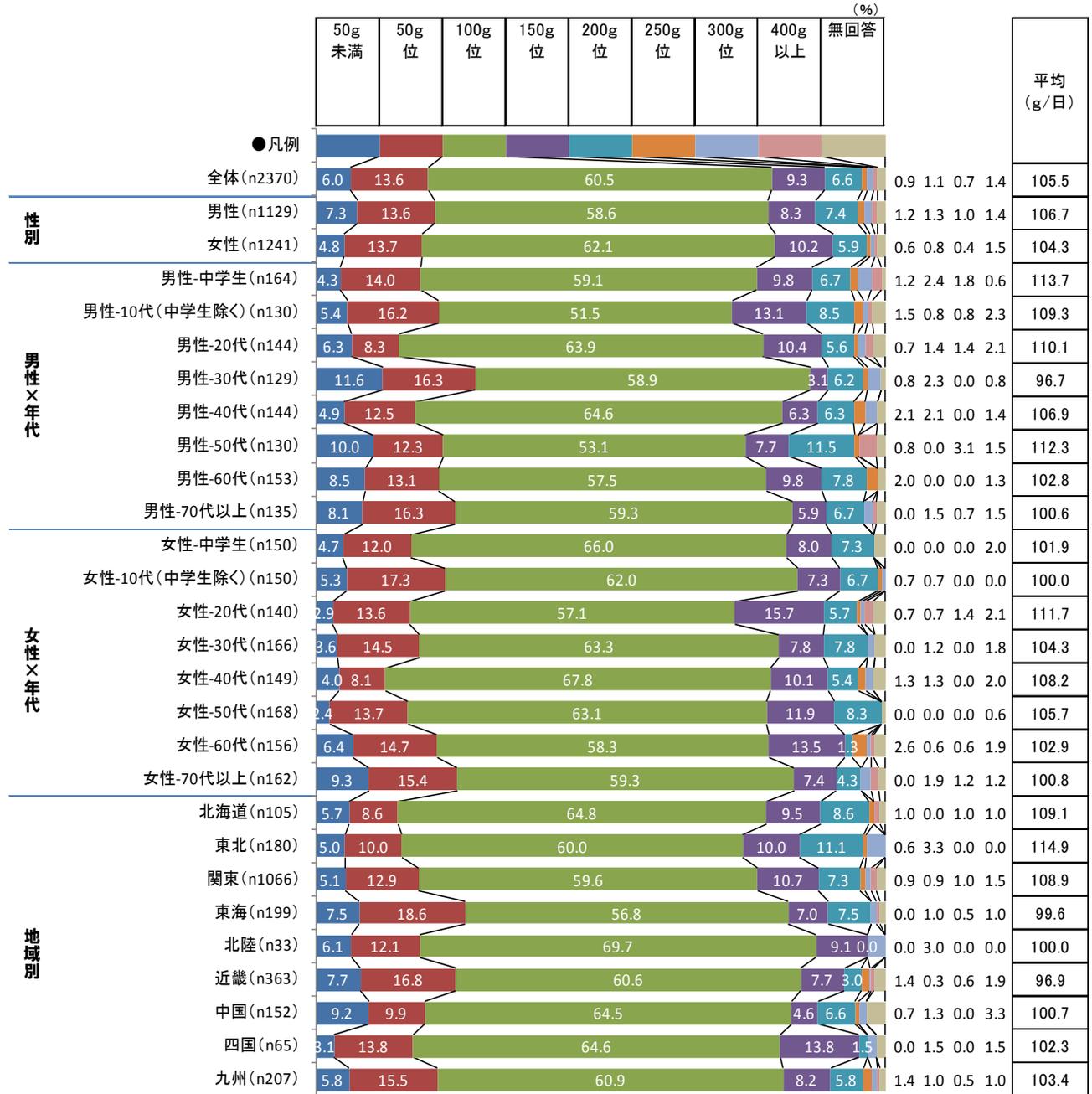
【図表VI-1-1】性・年代別・地域別 問19 日頃、ヨーグルトを飲食する頻度(SA)



(2) ヨーグルトの飲食用量

- ヨーグルトを食べる（飲む）ときの一日の飲食用量を質問した。
- 全体では「100g位」と答えた人が61%と多く、平均では一日に105.5gとなっている。
- 性別では、平均飲食用量は男性で106.7g、女性で104.3gとなっている。
- 性年代別では、男性は中学生で、女性は20代で平均飲食用量がやや多くなっている。

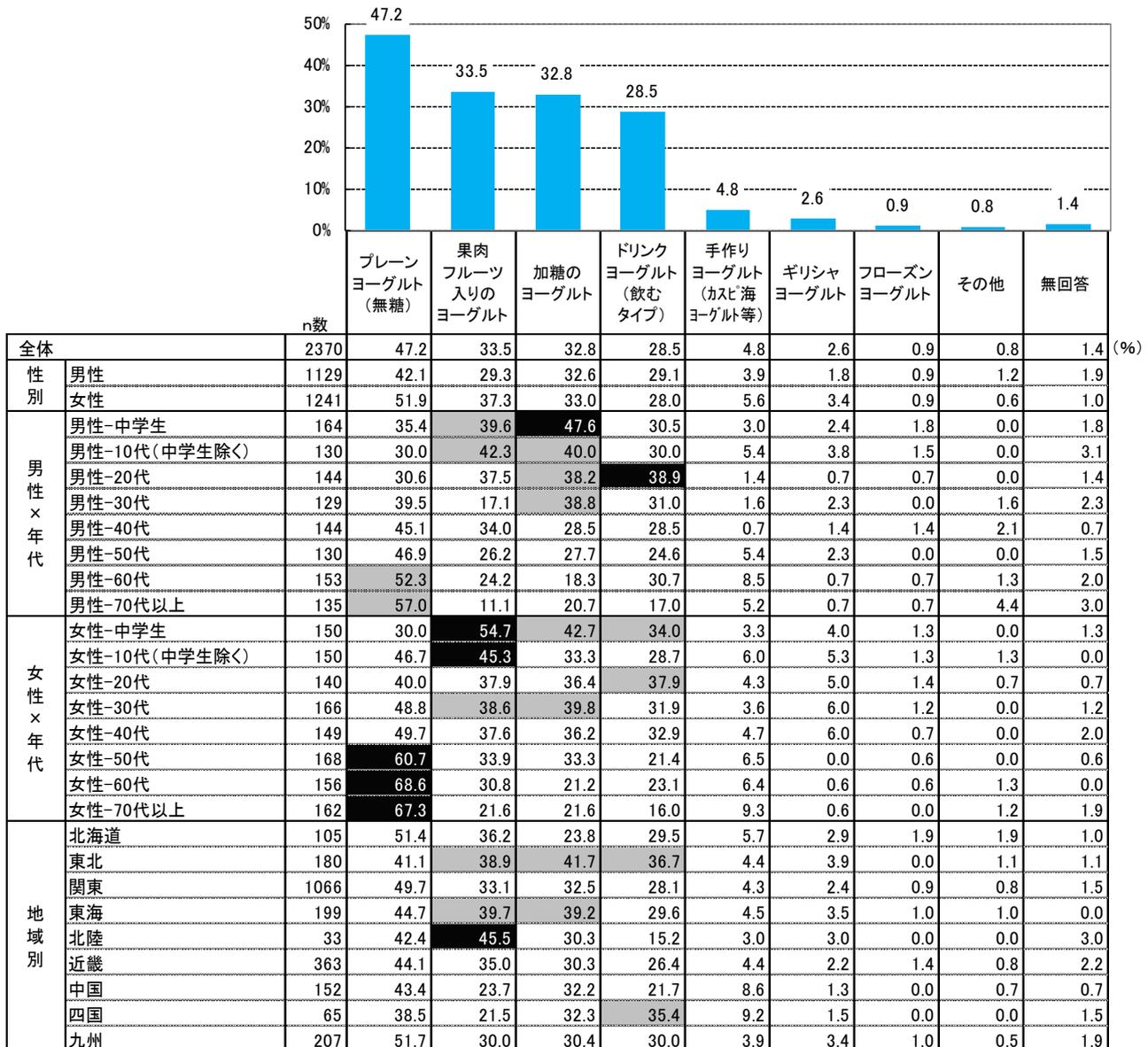
【図表VI-1-2】 性・年代別・地域別 問20 ヨーグルトを飲食するときに1日に飲食する量（SA） <飲食者ベース>



(3) ヨーグルトのタイプ

- ヨーグルトを飲食する人に、どのようなタイプのヨーグルトを飲食することが多いかを質問した。
- 全体では、「プレーンヨーグルト（無糖）」が47%、「果肉フルーツ入りのヨーグルト」が34%、「加糖のヨーグルト」が33%、となっている。
- 性別で見ると、女性では「果肉フルーツ入りのヨーグルト（37%）」で男性の8ポイントを大きく上回る。
- 性年代別では、男女とも若年層で「加糖のヨーグルト」や「果肉フルーツ入りのヨーグルト」を食べる割合が高いのが目立つ。「プレーンヨーグルト（無糖）」は男性60代以上の世代で50%以上と多く、女性の50代から70代以上ではいずれも60%を超えている。
- 「その他」として、「LG21」、「自家製ヨーグルト」、などの回答があった

【図表VI-1-3】性・年代別・地域別 問21 飲食するヨーグルトのタイプ（MA）＜ヨーグルト飲食者ベース＞



※ ■ = 全体より、10%以上高い

■ = 全体より、5%以上高い

■日頃ヨーグルトを飲食する頻度を時系列でみると、2016年度の「週に1日以上食べる」割合は64%となっており、過去10年の中で最も高い割合となっている。

【図表VI-1-4】時系列 問19 日頃ヨーグルトを飲食する頻度 (SA)

(%)										
	n	毎日 食べる/ 飲む	週に 5~6日 食べる/ 飲む	週に 3~4日 食べる/ 飲む	週に 1~2日 食べる/ 飲む	月に 2~3日 食べる/ 飲む	それ以下 しか 食べない/ 飲まない	全く 食べない/ 飲まない	無回答	週に 1日以上 食べる ・計
2005年度	3,896	16.5	5.8	15.3	21.0	17.7	9.0	14.6	0.1	58.6
2006年度	3,478	16.3	5.6	13.1	19.1	17.6	10.4	17.7	0.1	54.1
2007年度	3,486	15.2	5.2	13.4	20.9	18.1	10.7	16.4	0.1	54.7
2008年度	3,200	14.6	5.0	13.9	20.3	17.6	11.8	16.8	0.1	53.8
2009年度	3,200	15.0	6.3	12.2	18.9	17.8	12.1	17.7	0.1	52.4
2010年度	3,200	15.2	5.2	13.2	17.6	18.2	12.7	17.9	0.0	51.2
2011年度	3,200	15.4	5.7	11.1	20.1	16.4	12.1	18.9	0.3	52.3
2012年度	3,200	18.4	5.5	13.3	17.3	14.6	10.9	20.1	0.0	54.4
2013年度	3,200	17.2	4.8	13.1	18.5	14.1	11.8	20.4	0.0	53.7
2014年度	3,200	19.5	5.6	13.6	18.3	13.1	10.5	19.3	0.0	57.1
2015年度	3,200	21.7	5.8	13.3	18.2	12.9	10.0	18.1	0.0	59.0
2016年度	2,664	21.5	7.8	16.4	17.8	14.7	10.7	9.9	1.1	63.5

■1日のヨーグルトの飲食量を時系列でみると、2016年度は2015年度と比較して100g位以下計が減少し、150g位が増加という結果となった。200g以上の摂取は2006年以降漸減傾向にあったが、2015年度から増加に転じ、2016年度も増加となっている。

【図表VI-1-5】時系列 問20 ヨーグルトを飲食するときに1日に飲食する量 (SA) <ヨーグルト飲食者ベース>

(%)													
	n	50g未満	50g位	100g位	150g位	200g位	250g位	300g位	400g 以上	無回答	50g以下 ・計	100g位	200g 以上・計
2005年度	3,324	7.8	9.9	61.4	8.3	9.3	1.6	0.8	0.6	0.2	17.7	69.7	12.5
2006年度	2,858	7.3	9.7	60.1	9.6	9.4	1.7	1.2	0.8	0.2	17.0	69.7	13.3
2007年度	2,910	8.0	11.5	59.6	8.6	8.7	1.8	0.9	0.6	0.2	19.5	68.2	12.2
2008年度	2,695	10.8	12.7	59.1	7.4	7.7	1.0	0.8	0.5	0.0	23.5	66.5	10.0
2009年度	2,677	8.7	12.5	59.6	9.0	7.7	0.9	0.7	0.8	0.0	21.2	68.6	10.1
2010年度	2,663	11.6	12.9	55.8	8.0	8.8	1.0	0.5	1.0	0.4	24.5	63.8	11.7
2011年度	2,586	9.9	16.6	59.2	6.7	5.7	0.8	0.4	0.6	0.1	26.5	65.9	7.6
2012年度	2,615	8.5	14.6	62.8	5.7	6.0	0.6	1.3	0.5	0.1	23.1	68.5	8.4
2013年度	2,598	8.4	15.2	62.0	7.0	5.3	0.6	0.8	0.6	0.1	23.6	68.9	7.3
2014年度	2,632	8.4	17.8	59.0	6.9	5.3	0.6	1.1	0.6	0.2	26.2	66.0	7.7
2015年度	2,658	6.8	15.7	61.6	7.5	6.1	0.9	0.5	0.8	0.1	22.5	69.1	8.3
2016年度	2,370	6.0	13.6	60.5	9.3	6.6	0.9	1.1	0.7	1.4	19.6	69.7	9.2

■飲食するヨーグルトのタイプを時系列でみると、2016年度は2015年度と比較して、「プレーンヨーグルト(無糖)」 「加糖のヨーグルト」は減少しているが、「果肉フルーツ入りのヨーグルト」や「ドリンクヨーグルト」は増加している。

【図表VI-1-6】時系列 問21 飲食するヨーグルトのタイプ (MA) <ヨーグルト飲食者ベース>

(%)											
	n	プレーン ヨーグルト (無糖)	加糖の ヨーグルト	果肉 フルーツ 入りの ヨーグルト	ドリンク ヨーグルト (飲む タイプ)	手作り ヨーグルト (カスピ海 ヨーグルト 等)	フローズン ヨーグルト	ギリシャ ヨーグルト	その他	無回答	
2005年度	3,324	48.9	40.9	46.2	25.2	10.8	1.7		1.3	0.2	
2006年度	2,858	44.8	40.5	41.1	24.4	7.7	1.2		1.0	0.3	
2007年度	2,910	42.1	42.0	38.8	21.4	6.2	0.7		0.8	0.2	
2008年度	2,695	42.6	40.1	39.3	20.8	6.5	1.4		1.6	0.0	
2009年度	2,677	43.8	40.3	41.0	22.0	4.6	1.0		1.2	0.1	
2010年度	2,663	44.8	39.3	38.1	19.3	4.5	0.4		1.1	0.3	
2011年度	2,586	46.0	36.5	34.2	15.9	4.3	0.6		0.6	0.3	
2012年度	2,615	45.4	38.0	36.1	17.9	3.0	0.4		0.6	0.0	
2013年度	2,598	44.1	39.4	36.7	21.7	3.1	0.6		0.6	0.2	
2014年度	2,632	49.5	35.5	31.4	22.0	2.6	0.9		0.5	0.1	
2015年度	2,658	50.3	35.8	31.3	19.8	4.2	0.6		0.8	0.1	
2016年度	2,370	47.2	32.8	33.5	28.5	4.8	0.9	2.6	0.8	1.4	

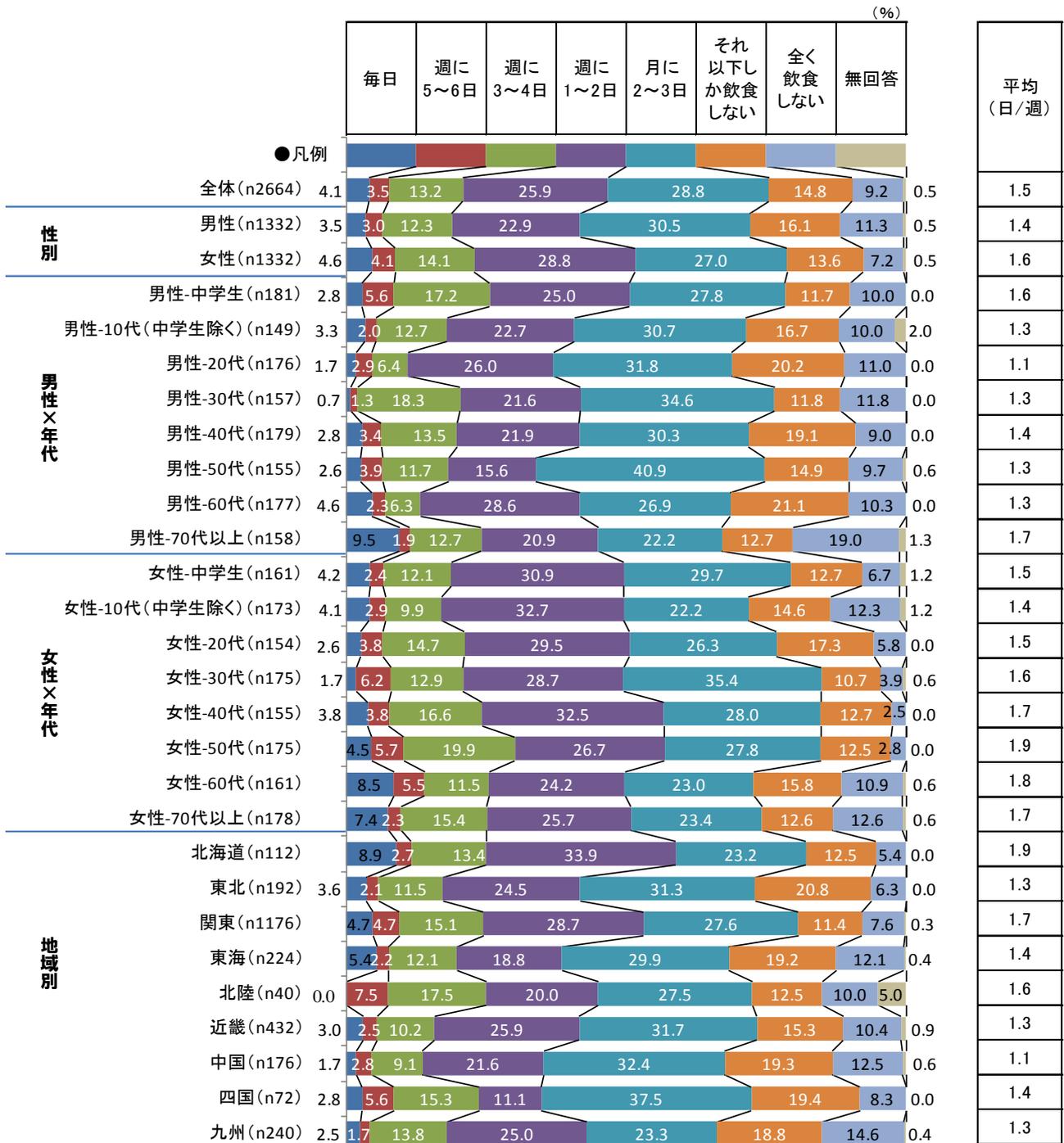
※斜線はデータなし

2. チーズの食用状況

(1) チーズを食べる頻度

- 日頃どの位の頻度でチーズを食べているかを質問した。
- 全体では、「毎日」食べる人は4%であり、週に1日以上食べる人は合わせて47%である。一方、「全く食べない」という人は9%となった。
- 性別では、週に1日以上食べる人は男性で42%、女性で52%となり、女性の方が高頻度でチーズを食べている。
- 性年代別では、女性は20代、40代、50代、70代以上の世代が週に1日以上食べる人が50%以上となっている。男性は中学生が週に1日以上食べる人が5割以上と多い。
- 地域別では、北海道、関東でチーズを食べる頻度がやや高くなっている。

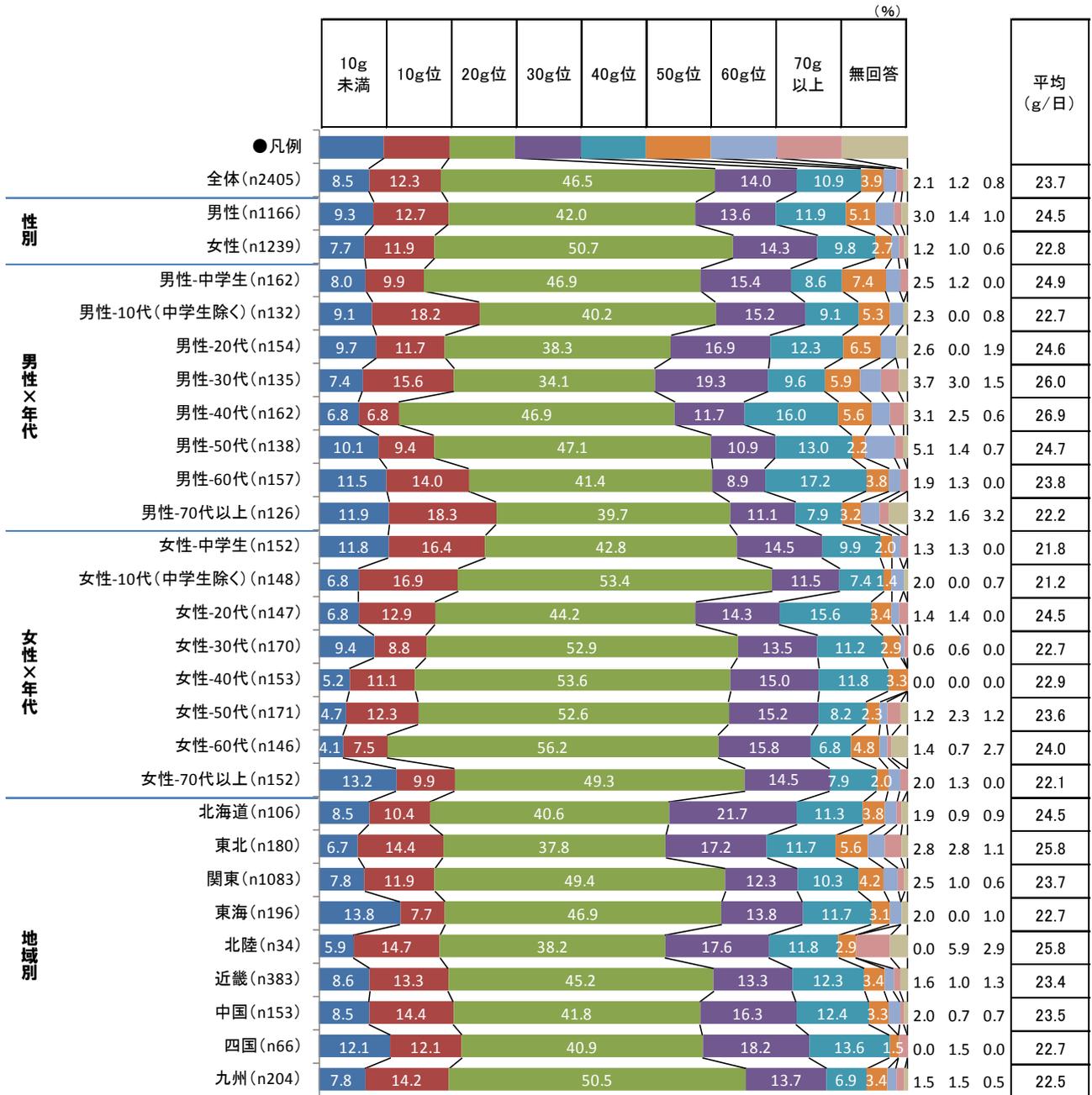
【図表VI-2-1】性・年代別・地域別 問22 日頃、チーズを食べる頻度 (SA)



(2) チーズを食べる量

- 1日に食べるチーズの量を質問した。
- 全体では「20g位」と答えた人が47%を占め、平均では1日に合計23.7gとなっている。
- 性別の平均では、男性で24.5g、女性で22.8gとなっている。
- 性年代別で男性40代は26.9gと最も多く、女性では20代が24.5gと最も多くなっている。

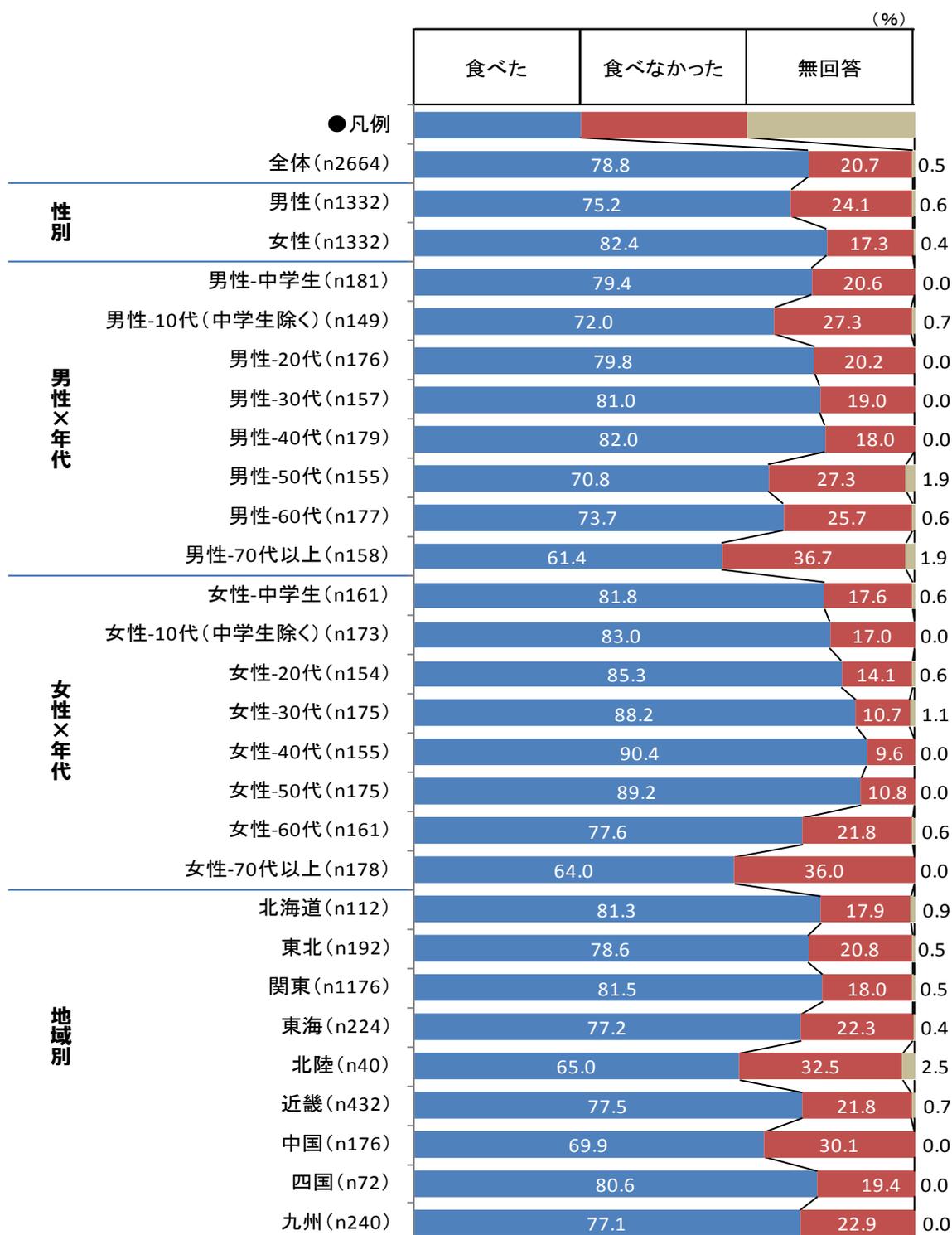
【図表VI-2-2】性・年代別・地域別 問23 1日に食べるチーズの合計量 (SA)



(3) チーズ料理

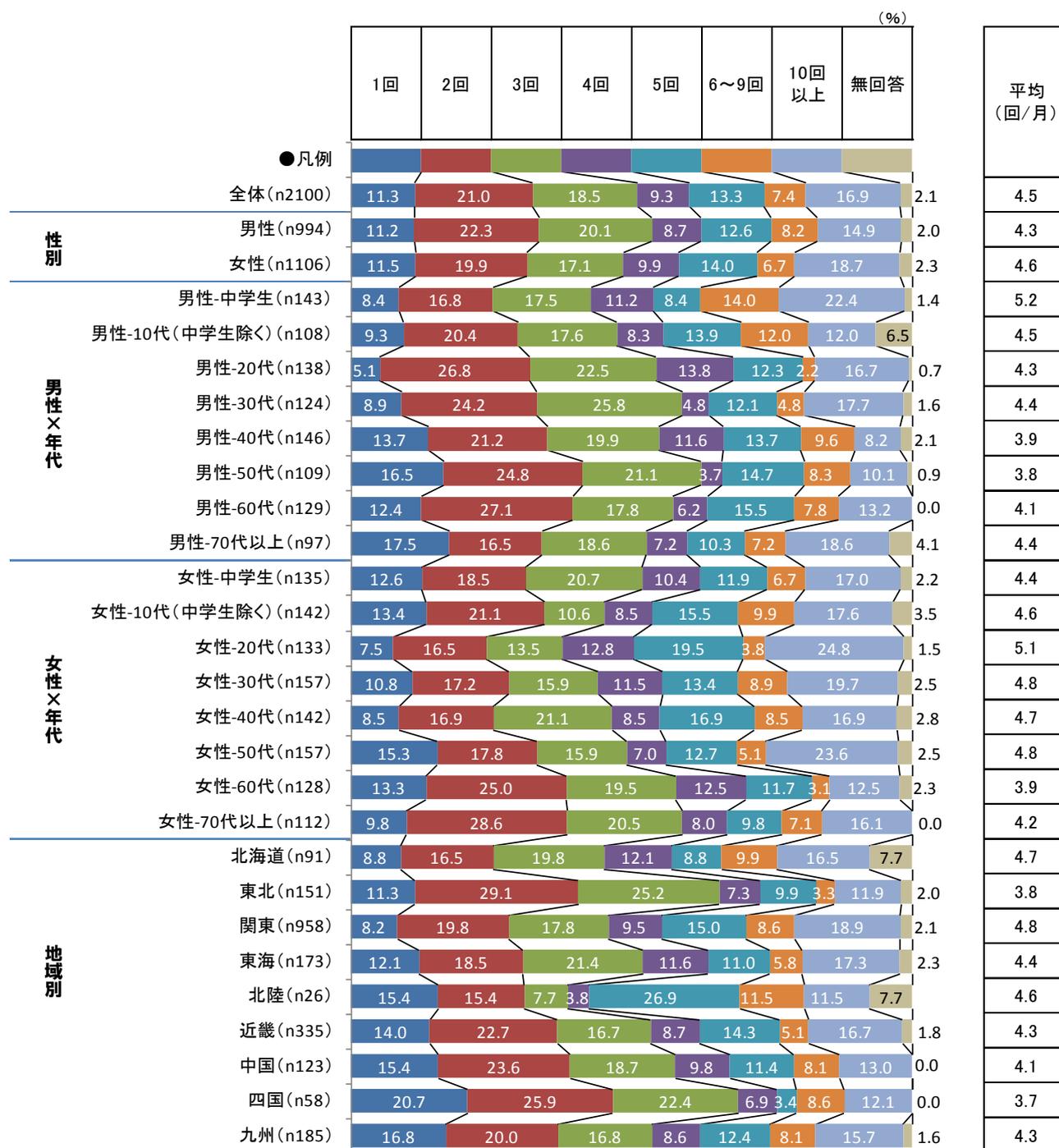
- 調査時点を含む1ヶ月間にチーズを使った料理を食べた人は、全体で79%となっている。
- 性別で見ると、チーズ料理を食べた人は男性が75%、女性が82%となり、女性の方が約7ポイント高い。
- 性年代別では、男性では30代、40代で8割を超え、女性は、10代（中学生を除く）から50代を中心に85%前後となっており、チーズ料理を多く食べている傾向がうかがえる。男性70代以上、女性70代以上では、「食べた」割合が低い。
- 地域別では、チーズ料理を食べる割合は北陸および中国ではやや低くなっている。

【図表VI-2-3】性・年代別・地域別 問24 この1ヶ月間にチーズ料理を食べたか（SA）



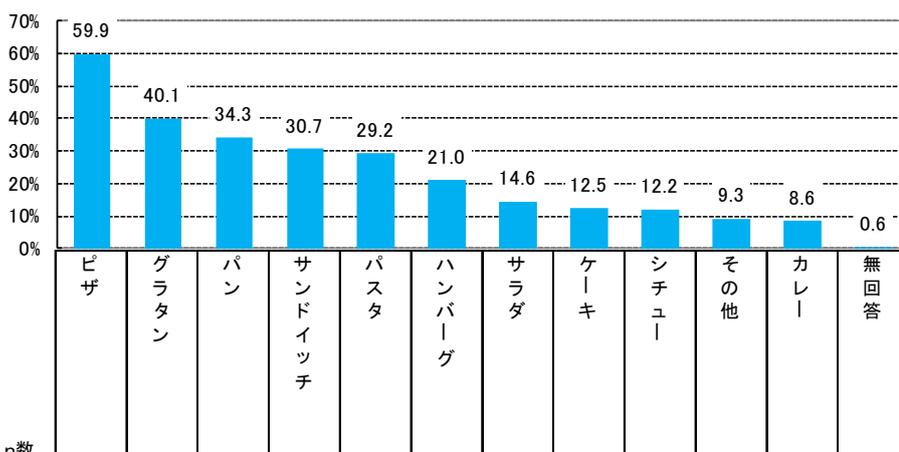
- 調査時点を含む1ヶ月間にチーズ料理を食べた人の回数は、全体では「2回」が21%で最も多く、次いで「3回」が19%、「10回以上」が17%となっている。平均は4.5回である。
- 性別で見ると、平均飲食回数は男性で4.3回、女性では4.6回と、女性の方がやや多い。
- 性年代別では、男性は男子中学生、女性は20代が、チーズ料理を食べる回数が多く、男子中学生と女性20代はいずれも平均回数が5.0回を超えている。
- 地域別では、関東で平均回数が4.8回と最も多い。

【図表VI-2-4】性・年代別・地域別 問24-1 この1ヶ月間にチーズ料理を食べた回数（SA）



- 1ヶ月間にどんなチーズ料理を食べたかを見ると、全体では「ピザ」が60%で最も多く、次いで「グラタン(40%)」、「パン(34%)」、「サンドウィッチ(31%)」「パスタ(29%)」、と続いている。
- 性別では、女性で「ピザ」が59%と多く、男性は61%と高い。
- 性年代別では、男子中学生、男性10代で「ハンバーグ」、「カレー」が、女性は30代、「パン」50代で「サンドイッチ」が、それぞれ全体よりも10ポイント以上高くなっている。
- 地域別では、北陸では「ピザ」、北海道で「パン」や「パスタ」など比較的多くあげられている。
- 「その他」のチーズ料理として、スープ、鍋、酒のつまみ、ハンバーガー、リゾット、チーズフォンデュ、ドリア、タコライス、チーズフライ、チーズちくわ、の回答があった。

【図表VI-2-5】性・年代別・地域別 問24-2 飲食するチーズ料理 (MA)



		n数	ピザ	グラタン	パン	サンドウィッチ	パスタ	ハンバーグ	サラダ	ケーキ	シチュー	その他	カレー	無回答	(%)
全体		2100	59.9	40.1	34.3	30.7	29.2	21.0	14.6	12.5	12.2	9.3	8.6	0.6	
性別	男性	994	60.7	36.6	31.7	30.2	28.7	23.1	14.0	13.1	14.9	7.1	10.4	0.6	
	女性	1106	59.1	43.3	36.7	31.2	29.7	19.1	15.2	11.9	9.9	11.2	7.0	0.5	
男性×年代	男性-中学生	143	68.5	42.0	35.7	23.8	25.2	31.5	12.6	15.4	15.4	9.1	13.3	0.7	
	男性-10代(中学生除く)	108	62.0	34.3	26.9	31.5	34.3	34.3	14.8	14.8	14.8	9.3	19.4	0.0	
	男性-20代	138	60.9	38.4	33.3	24.6	35.5	21.0	15.9	10.1	11.6	5.1	13.0	0.7	
	男性-30代	124	68.5	34.7	27.4	33.9	32.3	17.7	16.9	11.3	9.7	4.8	9.7	0.0	
	男性-40代	146	56.8	32.2	36.3	34.2	27.4	21.9	10.3	15.8	13.0	4.8	7.5	0.7	
	男性-50代	109	61.5	33.0	27.5	33.9	23.9	20.2	11.9	11.9	10.1	8.3	3.7	2.8	
	男性-60代	129	55.8	43.4	34.1	31.8	26.4	19.4	17.1	11.6	17.8	7.0	5.4	0.0	
	男性-70代以上	97	48.5	33.0	28.9	28.9	23.7	18.6	12.4	13.4	29.9	10.3	11.3	0.0	
女性×年代	女性-中学生	135	60.7	35.6	32.6	20.7	26.7	24.4	10.4	16.3	9.6	11.1	11.9	1.5	
	女性-10代(中学生除く)	142	58.5	47.9	29.6	20.4	26.8	21.8	13.4	9.9	12.7	13.4	9.2	0.7	
	女性-20代	133	56.4	40.6	35.3	29.3	31.6	23.3	12.8	14.3	9.0	14.3	6.0	0.8	
	女性-30代	157	63.7	46.5	44.6	33.1	31.8	21.0	15.3	10.8	8.3	10.8	7.0	0.6	
	女性-40代	142	64.1	48.6	38.0	35.9	31.0	17.6	16.9	12.0	5.6	11.3	11.3	0.0	
	女性-50代	157	59.9	46.5	42.0	41.4	30.6	12.7	18.5	14.0	8.9	10.8	3.8	0.6	
	女性-60代	128	57.0	39.1	33.6	33.6	30.5	12.5	16.4	10.2	10.2	10.9	2.3	0.0	
	女性-70代以上	112	50.0	39.3	35.7	33.9	27.7	19.6	17.9	7.1	16.1	6.3	3.6	0.0	
地域別	北海道	91	53.8	40.7	39.6	17.6	38.5	13.2	18.7	9.9	17.6	12.1	5.5	1.1	
	東北	151	53.6	41.1	30.5	28.5	24.5	28.5	12.6	10.6	15.2	9.9	9.3	0.0	
	関東	958	63.4	40.4	34.1	35.1	31.4	21.2	15.9	13.5	12.8	9.9	9.1	0.4	
	東海	173	57.8	37.0	36.4	24.3	29.5	22.5	16.2	11.6	10.4	11.6	12.7	1.2	
	北陸	26	73.1	42.3	38.5	15.4	23.1	15.4	23.1	11.5	7.7	7.7	7.7	0.0	
	近畿	335	55.8	42.1	34.0	29.6	28.1	23.6	12.2	12.5	13.4	8.7	8.1	0.3	
	中国	123	54.5	34.1	32.5	28.5	27.6	11.4	13.8	14.6	3.3	7.3	6.5	0.8	
	四国	58	62.1	37.9	36.2	27.6	22.4	13.8	5.2	3.4	12.1	5.2	10.3	1.7	
	九州	185	60.0	41.6	34.6	29.2	22.7	21.1	13.0	12.4	10.3	5.9	4.9	1.1	

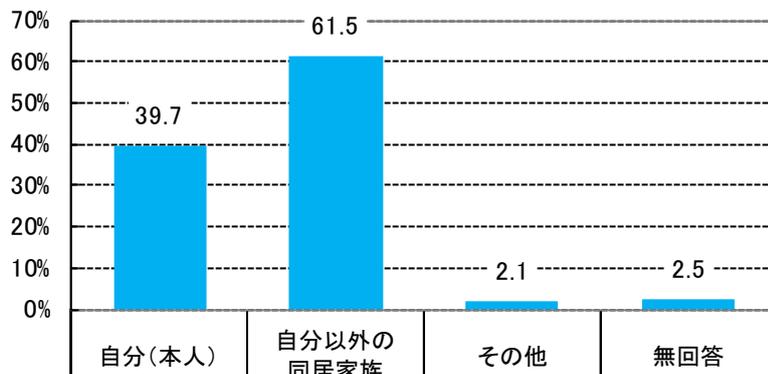
※ ■ = 全体より、10%以上高い
■ = 全体より、5%以上高い

(4) チーズを購入する人

■世帯の中でチーズを購入する人は誰か、複数回答で質問した。

■全体では、「自分(本人)」が40%、「自分以外の同居している家族」が62%となっている(白もの牛乳の購入者と同様の回答となっている)。

【図表VI-2-6】性・年代別・地域別 問25 チーズを購入する人(MA)



		n数	自分(本人)	自分以外の同居家族	その他	無回答	(%)
全体		2664	39.7	61.5	2.1	2.5	
性別	男性	1332	18.8	81.1	2.5	2.9	
	女性	1332	60.2	42.3	1.8	2.1	
男性×年代	男性-中学生	181	3.9	91.7	0.6	5.6	
	男性-10代(中学生除く)	149	5.3	94.0	0.0	2.7	
	男性-20代	176	20.2	77.5	2.9	3.5	
	男性-30代	157	20.3	79.7	3.9	0.7	
	男性-40代	179	23.0	80.9	2.8	0.0	
	男性-50代	155	24.7	75.3	2.6	3.9	
	男性-60代	177	28.6	76.6	2.3	2.9	
	男性-70代以上	158	24.1	72.8	5.1	3.8	
女性×年代	女性-中学生	161	7.3	90.9	2.4	1.2	
	女性-10代(中学生除く)	173	8.2	90.6	1.8	1.8	
	女性-20代	154	43.6	60.3	1.9	1.9	
	女性-30代	175	78.7	28.7	0.0	1.1	
	女性-40代	155	86.6	20.4	0.6	0.6	
	女性-50代	175	91.5	15.3	0.0	1.1	
	女性-60代	161	87.3	10.9	3.0	5.5	
	女性-70代以上	178	76.6	23.4	4.6	3.4	
地域別	北海道	112	42.9	57.1	0.9	1.8	
	東北	192	35.9	66.7	1.6	1.0	
	関東	1176	42.1	60.6	1.4	2.7	
	東海	224	39.7	61.6	2.7	1.8	
	北陸	40	30.0	67.5	0.0	2.5	
	近畿	432	35.9	63.9	3.0	2.1	
	中国	176	38.1	58.5	2.8	5.1	
	四国	72	37.5	61.1	2.8	4.2	
	九州	240	39.6	60.8	4.2	1.7	

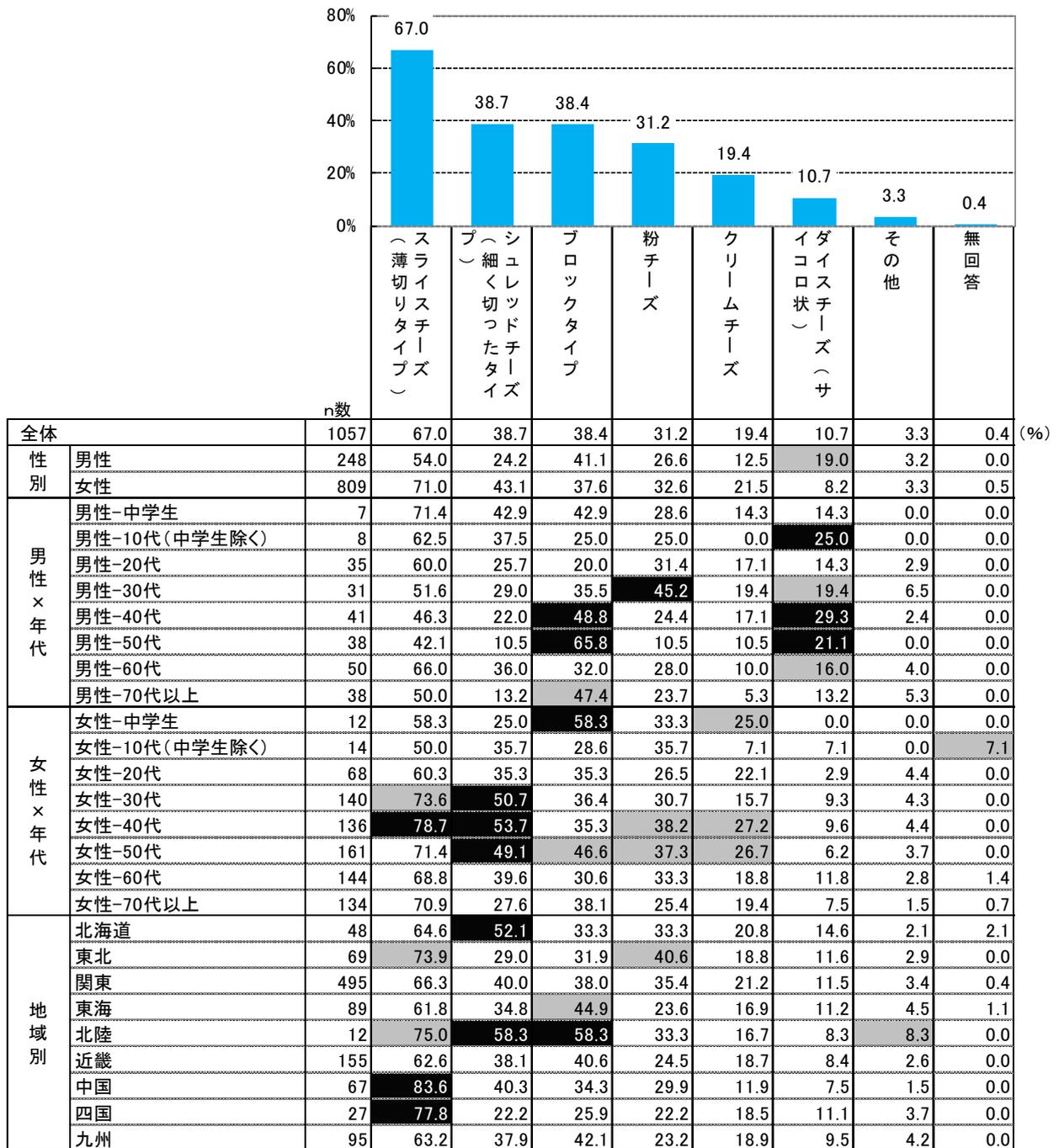
※ = 全体より、10%以上高い

 = 全体より、5%以上高い

(5) 購入するチーズのタイプ

- 自分でチーズを購入する人に、どのようなタイプのチーズを購入することが多いか質問した。
- 形状は、「スライスチーズ」が67%で最も多く、次いで「シュレッドチーズ」が39%、「ブロックタイプ」が38%、「粉チーズ」が31%となっている。
- 性別で見ると、男性では「スライスチーズ」が最多で54%となっている。
女性では「スライスチーズ」「シュレッドチーズ」「ブロックタイプ」「粉チーズ」の購入が多くなっている。
- 性年代別では、男性の40代、50代の年代で「ブロックタイプ」が5〜7割と高いのが目立つ。女性では40代、50代で、様々なタイプのチーズを購入している様子がうかがえる。
- 「その他」として、とろけるチーズ、・カマンベールチーズ、・6Pチーズ、・さけるチーズの回答があった

【図表VI-2-7】性・年代別・地域別 問26-1 購入するチーズのタイプ (MA) <チーズ購入者ベース>

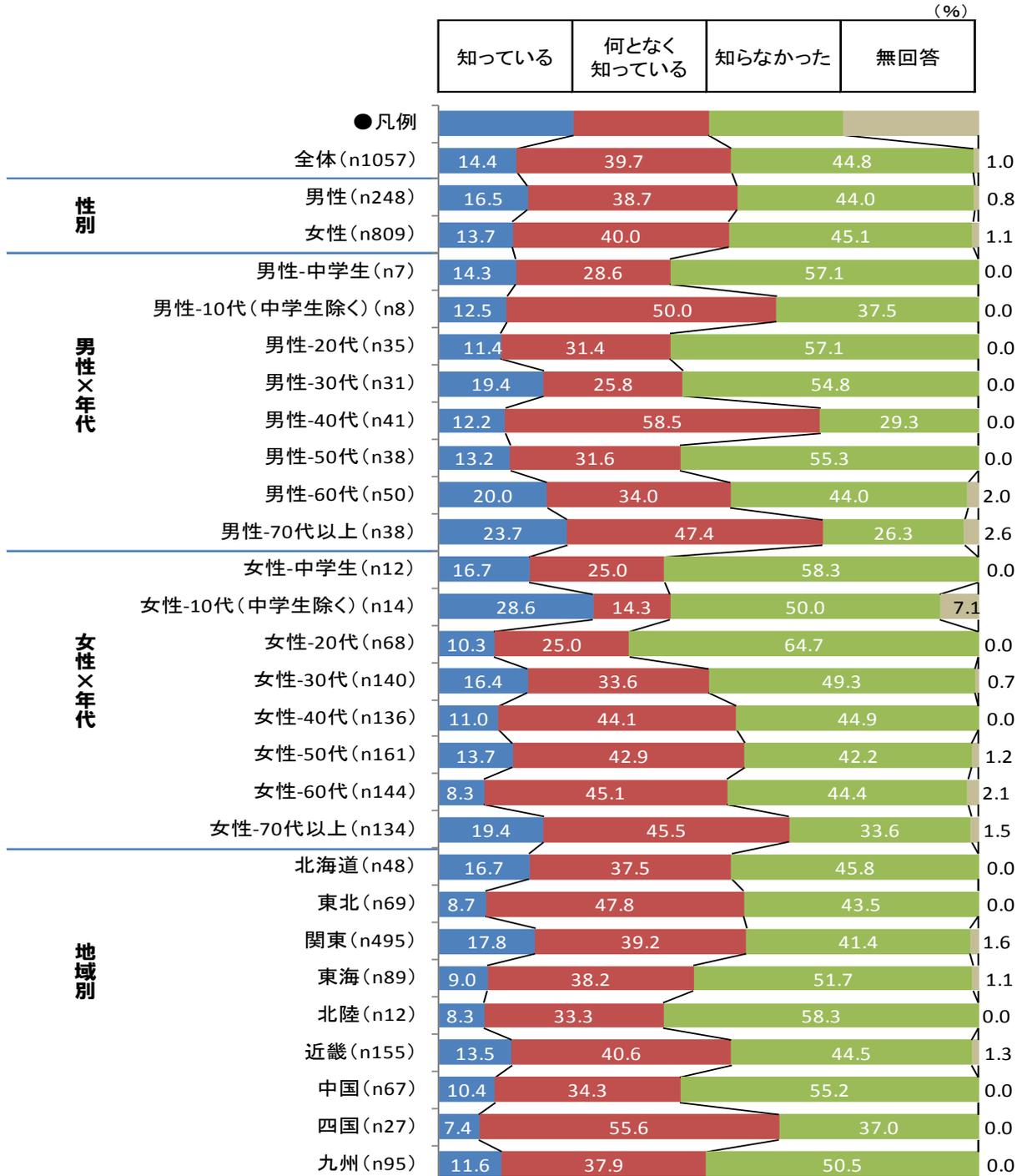


※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

(6) ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いの認知状況

- 自分でチーズを購入する人に、ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いを知っているか質問した。
- 全体では、「知っている」が14%、「何となく知っている」が40%となり、認知している人は5割を超えている。
- 性別で見ると、認知に大きな差はみられないが、男性の方が「知っている」の回答がやや多い。
- 性年代別では、男性60代、70代以上で「知っている」が2割以上と高い。「知っている」+「何となく知っている」の計で見ると、男性10代、40代、60代、70代以上および女性の30代以上で5割を超える。
- 地域別では、北海道や東北、関東、近畿、四国で「知っている」+「何となく知っている」の計が5割以上となっている。

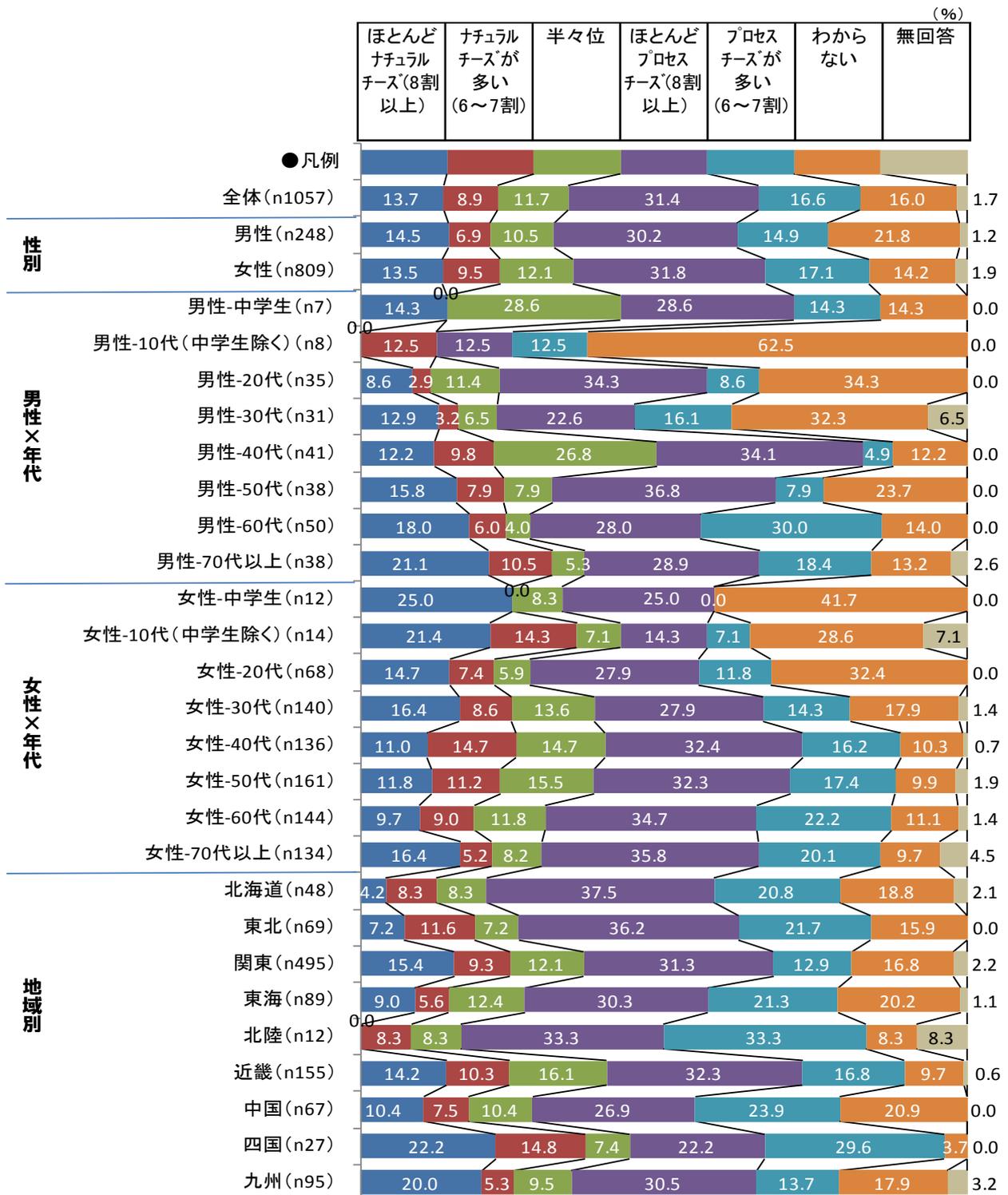
【図表VI-2-8】性・年代別・地域別 問26-2 ナチュラルチーズ、プロセスチーズの違いの認識（SA）＜チーズ購入者ベース＞



※この「ナチュラルチーズとプロセスチーズの違いの認知状況」という質問は、平成24年度（2012年度）から設定した。

- 自分で購入するチーズはナチュラルチーズかプロセスチーズかを質問したところ、全体では「ほとんどプロセスチーズ（8割以上）」という人が31%と最も多く、「プロセスチーズが多い（6～7割）」を合わせたプロセス派は48%を占めた。一方、ナチュラル派（「ほとんどナチュラルチーズ（8割以上）」＋「ナチュラルチーズが多い（6～7割）」は23%、「半々くらい」は12%、「わからない」は16%となっている。
- 性年代別では、男性の年代が高いほどナチュラル派が多い。また、女性の10代（中学生を除く）にナチュラル派が多く、女性の20代から上の世代にはプロセス派が多い。

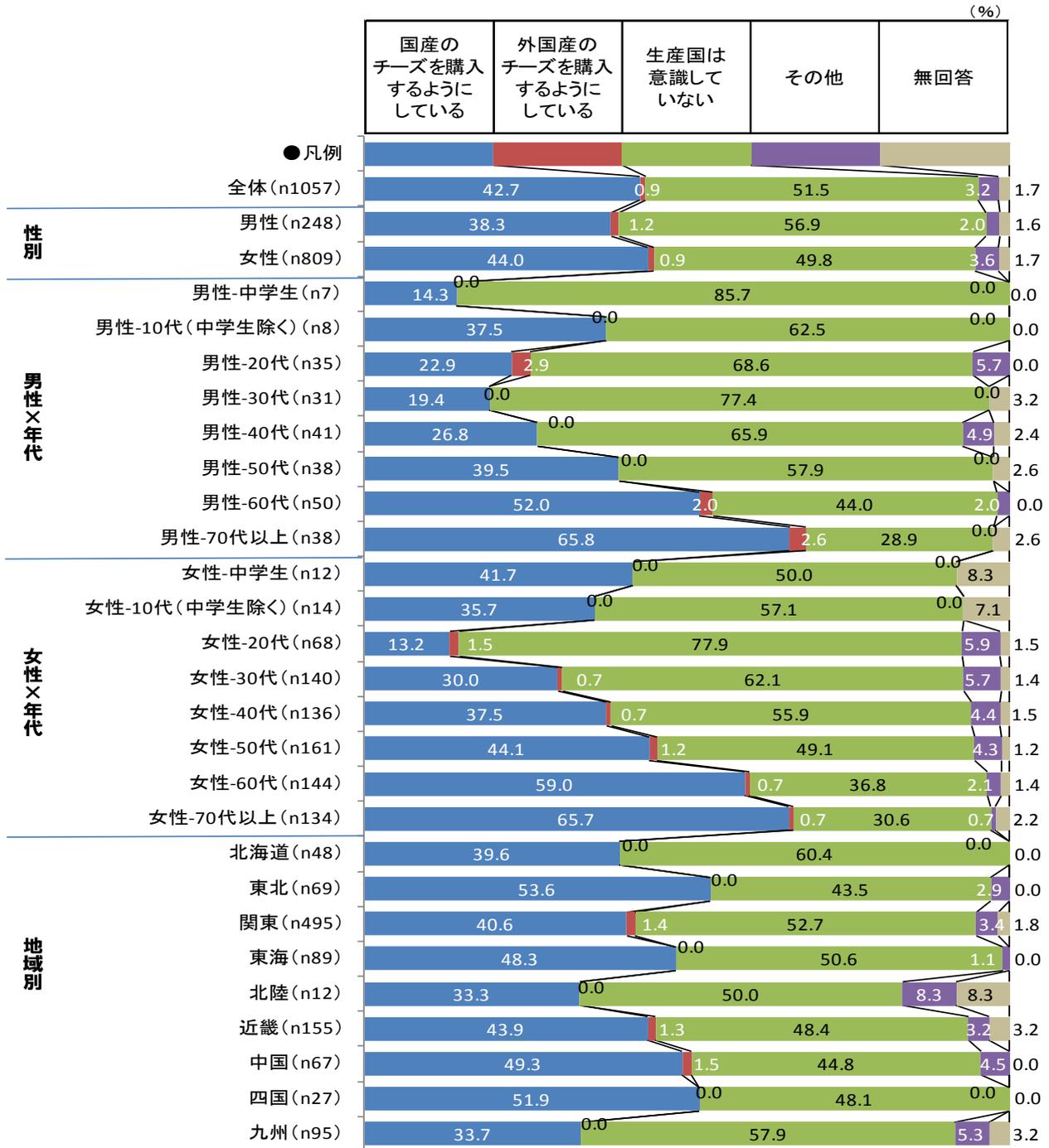
【図表VI-2-9】性・年代別・地域別 問27 購入するチーズの割合（ナチュラルかプロセス・SA）＜チーズ購入者ベース＞



(7) 普段チーズを購入する時に意識すること

- 普段チーズ購入時に意識することを質問したところ、全体では「国産のチーズを購入するようにしている」が43%、「生産国は意識していない」が52%で、「外国産のチーズを購入するようにしている」はわずか1%となった。
- 性別では、女性で「国産のチーズを購入するようにしている」割合が44%を占め、男性（38%）より高い。男性は、6割弱が「生産国は意識していない」と回答している。
- 性年代別で見ると、男女ともに年代が上昇するほど、国産を選ぶ割合が高くなる傾向がみられ、男子中学生及び女性の20代が性別年代別では最も国産の意識が薄い。

【図表VI-2-10】 性・年代別・地域別 問28 チーズ購入時の意識する事（SA）＜チーズ購入者ベース＞



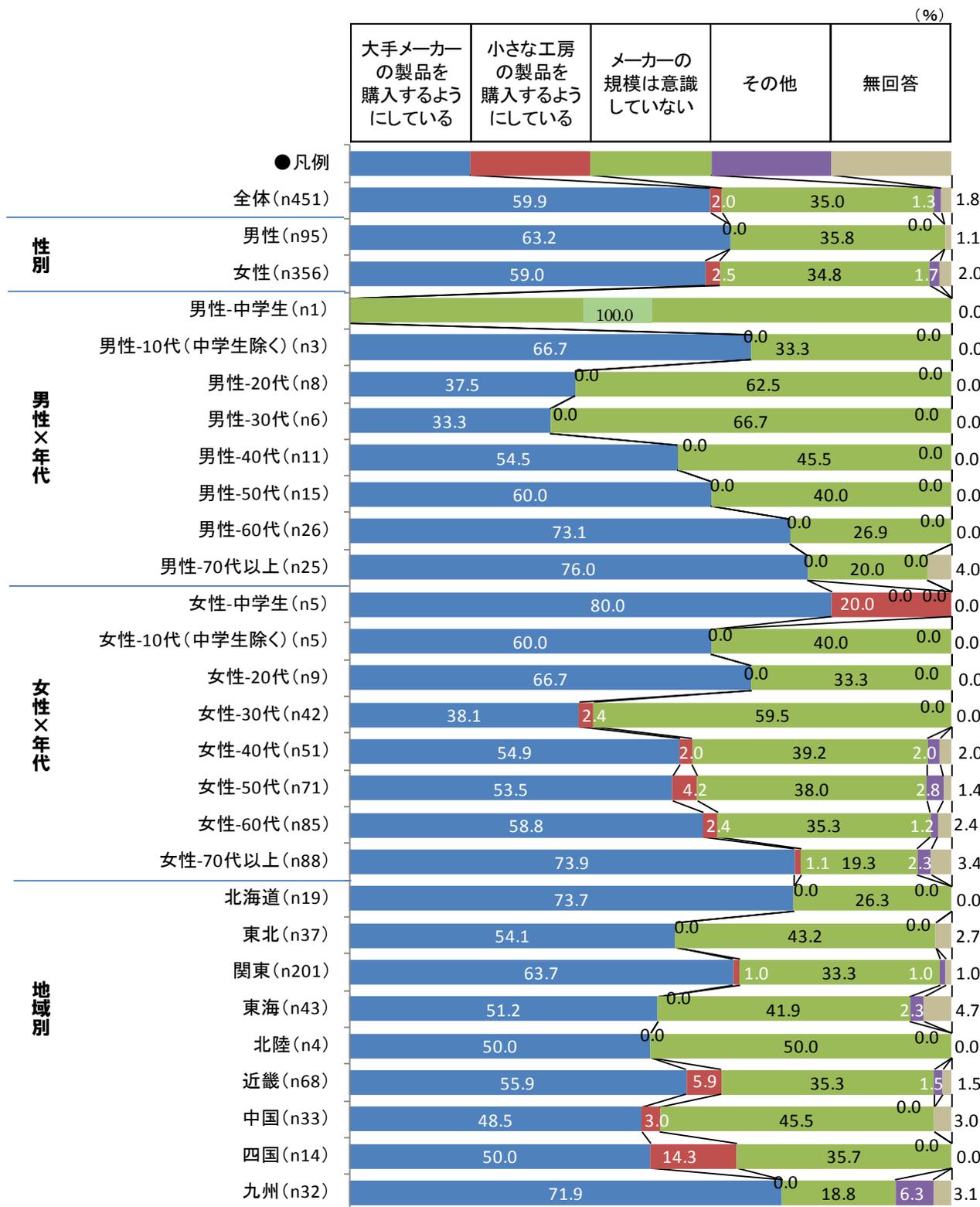
- 普段チーズ購入時に意識することの質問の中で、意識する理由を自由回答でたずねた。「国産のチーズを買うように意識している」人の理由は「安心、安全、信用、信頼」をあげる人が131件と多く、国産チーズ派は食の安全を重視して購入していることがわかる。
- 「外国産のチーズを購入するようにしている」人は少ないが、その理由は「美味しさ、味、好み」である。
- 「生産国を意識していない」人は、「こだわりはない、何となく」が53件と最も多いが、「安さ、価格」をあげる人が32件、「美味しさ、味、好み」をあげる人が31件、となっている。

【図表VI-2-11】 問28 チーズ購入時の意識する事・その理由（自由回答）

順位	意識する事・その理由	件数
	■国産チーズを購入	360
1	安心、安全、信用、信頼	131
2	美味しさ、味、好み	57
3	安さ、価格	46
4	国産	30
5	食べなれている、昔から	27
6	こだわりはない、何となく	24
7	メーカー・商品を決めている	12
8	料理に使う(用途による)	9
8	成分、添加物を気にして	8
10	店によくある、並んでいる	4
11	品質が良い	3
12	外国産は癖がある	2
12	種類が多い	2
-	その他	5
	■外国産チーズを購入	9
1	美味しさ、味、好み	6
2	安さ、価格	1
2	いつもの	1
2	中国産以外なら、不安	1
	■生産国は意識しない	162
1	こだわりはない、何となく	53
2	安さ、価格	32
3	美味しさ、味、好み	31
4	料理に使う(用途による)	11
5	メーカー・商品を決めている	6
6	安心、安全、信用、信頼	5
7	外国産がいい、本場、種類が多い	4
8	生協	3
8	成分、添加物を気にして	3
10	国産	3
11	食べなれている、昔から	2
11	見た目	2
11	中国産以外なら、不安	2
11	味は変わらない	2
-	その他	3
	■その他	19
1	価格	7
2	味	3
3	無添加	2
3	容量	2
4	中国産は避ける。	2
4	生産地(生産国)	1
4	宅配メーカー	1
4	国産品	1

- 国産チーズを購入するよう意識している人に、購入に際して意識することを質問したところ、全体では「大手メーカーの製品を購入するようにしている」が60%を占めた。
- 「小さな工場の製品を購入するようにしている」はわずか2%にとどまり、「メーカーの規模は意識していない」が35%を占めている。

【図表VI-2-12】性・年代別・地域別 問28-1 国産チーズ購入で意識する事（SA）＜国産チーズ購入者ベース＞



- 「大手メーカーの製品を購入するようにしている人の理由としては、「安心、安全」 56 件、「信用、信頼、品質」 11 件「大手メーカーは安全、安心」 6 件、と安全な食品への要望が購入につながっている。
- 「メーカーの規模は意識しない」人では、その理由には「安い、価格」、「美味しい、味が好み」をあげる人が上位であった。

【図表VI-2-13】 問28-1 国産チーズ購入で意識する事・その理由（自由回答）

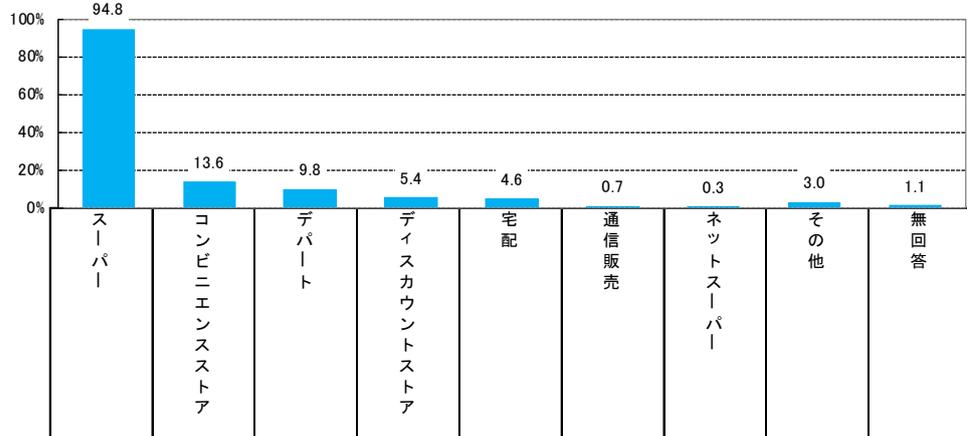
順位	意識する事・その理由	件数
	■大手メーカーの製品を購入	126
1	安心、安全	56
2	信用、信頼、品質	11
3	食べなれている、使いなれている	11
4	メーカー、商品を決めている、好き	10
5	美味しい、味が好み	9
6	安い、価格	8
7	大手メーカーは安全、安心	6
8	スーパーなどどこでも手に入る	4
9	なんとはなく、こだわりはない	4
10	国産ならば	3
11	衛生的	2
12	種類が豊富	1
-	その他	1
	■小さな工場の製品を購入	2
1	見た目	1
2	おいしそう	1
	■メーカーの規模は意識しない	90
1	安い、価格	24
2	美味しい、味が好み	22
3	なんとはなく、こだわりはない	12
4	安心、安全	10
5	国産ならば	5
5	スーパーなどどこでも手に入る	5
7	規模は関係ない	3
7	添加物、余分なものがない	3
9	メーカー、商品を決めている、好き	2
9	信用、信頼、品質	2
-	その他	2
	■その他	2
1	個別包装	1
1	気分次第	1

(8) チーズの購入場所

■チーズの購入場所を質問したところ、全体では「スーパー」が95%にのぼった。この他の購入場所は少なく、次いで「コンビニエンスストア」14%となっている。

■性別では、男性で「コンビニエンスストア」が多く、2割を超える。

【図表VI-2-14】性・年代別・地域別 問29 チーズの購入場所 (MA) <チーズ購入者ベース>



		n数	スーパー	コンビニエンスストア	デパート	デイスクラウドストア	宅配	通信販売	ネットスーパー	その他	無回答
全体		1057	94.8	13.6	9.8	5.4	4.6	0.7	0.3	3.0	1.1
性別	男性	248	90.3	23.0	8.1	6.0	2.4	0.8	0.0	2.4	2.4
	女性	809	96.2	10.8	10.4	5.2	5.3	0.6	0.4	3.2	0.7
男性×年代	男性-中学生	7	100.0	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性-10代(中学生除く)	8	100.0	37.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性-20代	35	82.9	31.4	2.9	8.6	2.9	0.0	0.0	0.0	2.9
	男性-30代	31	87.1	35.5	12.9	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2	6.5
	男性-40代	41	87.8	24.4	7.3	2.4	0.0	0.0	0.0	4.9	4.9
	男性-50代	38	92.1	31.6	5.3	7.9	0.0	2.6	0.0	2.6	0.0
	男性-60代	50	96.0	10.0	6.0	6.0	8.0	2.0	0.0	2.0	0.0
	男性-70代以上	38	89.5	7.9	15.8	2.6	2.6	0.0	0.0	2.6	2.6
女性×年代	女性-中学生	12	91.7	41.7	8.3	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性-10代(中学生除く)	14	92.9	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1
	女性-20代	68	97.1	22.1	7.4	4.4	1.5	0.0	0.0	0.0	1.5
	女性-30代	140	97.1	12.9	9.3	6.4	3.6	0.7	0.7	2.1	0.7
	女性-40代	136	97.1	7.4	10.3	5.1	7.4	0.7	0.0	4.4	0.0
	女性-50代	161	98.1	13.0	11.8	6.8	6.2	0.6	0.6	2.5	0.6
	女性-60代	144	95.1	4.9	11.8	2.8	6.9	0.7	0.7	6.3	0.0
女性-70代以上	134	93.3	8.2	11.2	4.5	5.2	0.7	0.0	3.0	1.5	
地域別	北海道	48	93.8	2.1	12.5	2.1	2.1	0.0	0.0	0.0	4.2
	東北	69	98.6	15.9	7.2	8.7	1.4	1.4	0.0	0.0	0.0
	関東	495	94.7	14.1	9.3	4.6	6.1	1.0	0.4	1.8	1.6
	東海	89	97.8	15.7	6.7	1.1	3.4	0.0	0.0	5.6	0.0
	北陸	12	91.7	0.0	16.7	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
	近畿	155	93.5	11.0	13.5	4.5	5.8	0.6	0.6	5.2	0.0
	中国	67	94.0	7.5	3.0	9.0	3.0	0.0	0.0	6.0	1.5
	四国	27	85.2	25.9	7.4	0.0	3.7	0.0	0.0	3.7	0.0
	九州	95	95.8	20.0	14.7	12.6	2.1	0.0	0.0	5.3	0.0

※ = 全体より、10%以上高い

 = 全体より、5%以上高い

チーズを食べる頻度

■日頃チーズを飲食する頻度を時系列で見ると、2016年度の「毎日食べる」割合は4%となっており、2015年に次いで高い割合となっている。

【図表VI-1-4】時系列 日頃チーズを飲食する頻度 (SA)

チーズを食べる頻度

(%)

	n	毎日	週に 5~6日	週に 3~4日	週に 1~2日	月に 2~3日	それ以下し か飲食しな い	全く飲食しな い	無回答
2010年度	3200	2.9	2.3	8.3	21.9	28.8	19.5	16.3	0.1
2011年度	3200	3.8	2.6	8.0	21.3	29.1	17.9	17.3	0.0
2012年度	3200	3.2	2.6	8.7	22.9	26.9	16.7	19.1	0.0
2013年度	3200	3.6	1.9	9.1	25.5	26.0	16.7	17.2	0.1
2014年度	3200	3.9	3.3	9.1	23.2	25.8	17.9	16.7	0.0
2015年度	3200	4.5	3.0	10.8	23.6	26.2	16.9	14.9	0.0
2016年度	2664	4.1	3.5	13.2	25.9	28.8	14.8	9.2	0.5

チーズを食べる量

■1日のチーズの飲食量を時系列で見ると、2016年度は2015年度と比較して「10g位」のほか、「30g位」から「50g位」が増加しているが、「10g未満」及び「60g位」以上は減少という結果となった。

【図表VI-1-5】時系列 チーズを飲食するときに1日に飲食する量 (SA)

チーズを食べる量

(%)

	n	10g未満	10g位	20g位	30g位	40g位	50g位	60g位	70g位以上	無回答
2010年度	2686	16.3	11.1	41.5	10.6	12.3	4.5	2.0	1.2	0.5
2011年度	2687	13.5	10.2	48.1	11.1	10.4	3.3	2.4	0.2	0.0
2012年度	2655	10.9	12.1	51.2	10.5	10.0	2.6	1.9	0.0	0.0
2013年度	2694	11.4	12.5	48.4	11.6	8.9	3.4	2.4	0.2	0.0
2014年度	2707	12.3	13.4	48.2	10.4	9.3	2.5	2.4	1.3	0.1
2015年度	2744	10.9	12.1	47.2	12.9	10.5	2.6	2.4	1.4	0.1
2016年度	2405	8.5	12.3	46.5	14.0	10.9	3.9	2.1	1.2	0.8

購入するチーズのタイプ

■購入するチーズのタイプを時系列で見ると、2016年度は過去6年間と比較して、「スライスチーズ」、「シュレッドチーズ」、「クリームチーズ」、「ダイスチーズ」が最も高い割合となっている。

【図表VI-1-6】時系列 飲食するチーズのタイプ (MA) <チーズ購入者ベース>

(%)

	n	スライス チーズ (薄切りタ イプ)	ブロック タイプ (固形)	シュレッド チーズ (細く切っ たタイプ)	粉チーズ	クリーム チーズ	ダイス チーズ (サイコロ 状)	その他	無回答
2010年度	1,172	65.6	47.5	30.5	34.5	13.3	5.5	3.9	0.9
2011年度	1,091	63.9	47.0	33.5	31.8	16.0	5.5	2.3	0.5
2012年度	1,114	65.2	46.2	33.9	31.7	15.4	5.3	2.2	0.1
2013年度	1,118	66.0	50.0	36.6	33.7	17.4	5.7	2.4	0.0
2014年度	1,163	63.2	44.6	34.9	27.9	14.3	8.1	2.8	0.4
2015年度	1,193	63.8	48.0	35.8	28.8	12.5	7.6	2.8	0.1
2016年度	1,057	67.0	38.4	38.7	31.2	19.4	10.7	3.3	0.4

チーズの購入場所

■購入するチーズの購入場所を時系列で見ると、2016年度は過去6年間と比較して、「コンビニエンスストア」、「ディスカウントストアなどの店」が増加し、最も高い割合となっている。

【図表VI-1-6】時系列 飲食するチーズの購入場所 (MA) <チーズ購入者ベース>

チーズの購入場所 (%)

	n	スーパー	コンビニエンスストア	デパート	ディスカウントストアなどの店	宅配・通信販売・ネットスーパー	その他	無回答
2010年度	1172	92.8	6.6	3.7	2.5	5.3	2.0	1.4
2011年度	1091	94.2	7.5	8.0	3.9	3.7	2.0	1.3
2012年度	1114	95.4	7.1	6.3	4.7	5.3	1.5	0.1
2013年度	—	—	—	—	—	—	—	—
2014年度	1163	94.7	7.5	8.5	4.9	5.8	2.2	0.3
2015年度	1193	95.6	8.5	7.5	4.7	4.4	1.4	0.1
2016年度	1057	94.8	13.6	9.8	5.4	5.6	3.0	1.1

購入動機・嗜好

■購入するチーズの購入動機・嗜好を時系列で見ると、「国産のチーズを購入するようにしている」が2016年度は過去の5年間と比較して、特に低い割合となっている。

【図表VI-1-6】 チーズ購入時に意識すること (SA) <チーズ購入者ベース>

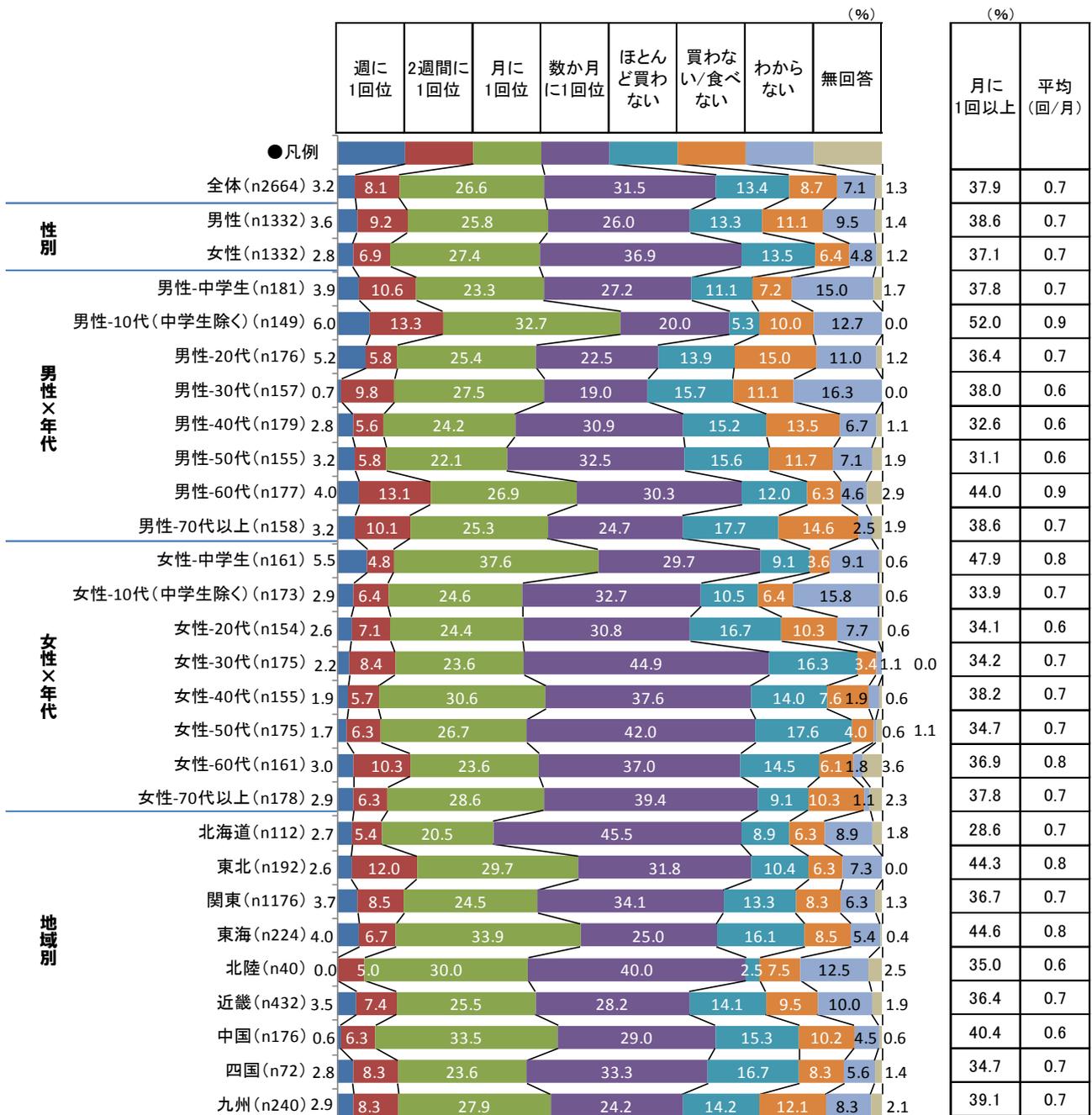
チーズ購入時に意識すること (%)

	n	国産のチーズを購入するようにしている	外国産のチーズを購入するようにしている	生産国は意識していない	その他	無回答
2010年度	—	—	—	—	—	—
2011年度	1091	45.7	1.0	49.5	1.2	2.6
2012年度	1114	46.4	1.9	50.8	0.7	0.1
2013年度	1118	46.0	1.0	52.4	0.6	0.1
2014年度	1163	47.9	1.4	48.8	1.7	0.2
2015年度	1193	45.3	1.6	52.0	1.1	0.0
2016年度	1057	42.7	0.9	51.5	3.2	1.7

3. バターの食用状況 (1) バターの購入頻度

- 日頃どの位の頻度でバターを購入しているかを質問した。
- 全体では、「数カ月に1回位」と答えた人が32%と最も多く、次いで「月に1回位」が27%となっている。「月に1回以上」は38%で、月平均購入回数は0.7回となっている。
- 性別では、女性で「数カ月に1回位」が37%と最も多く、次いで「月に1回位」が27%と多い。
- 地域別では、東北と東海、中国で「月に1回以上」の割合が4割強と多い。

【図表VI-3-1】性・年代別・地域別 問31 日頃、バターを購入する頻度（SA）

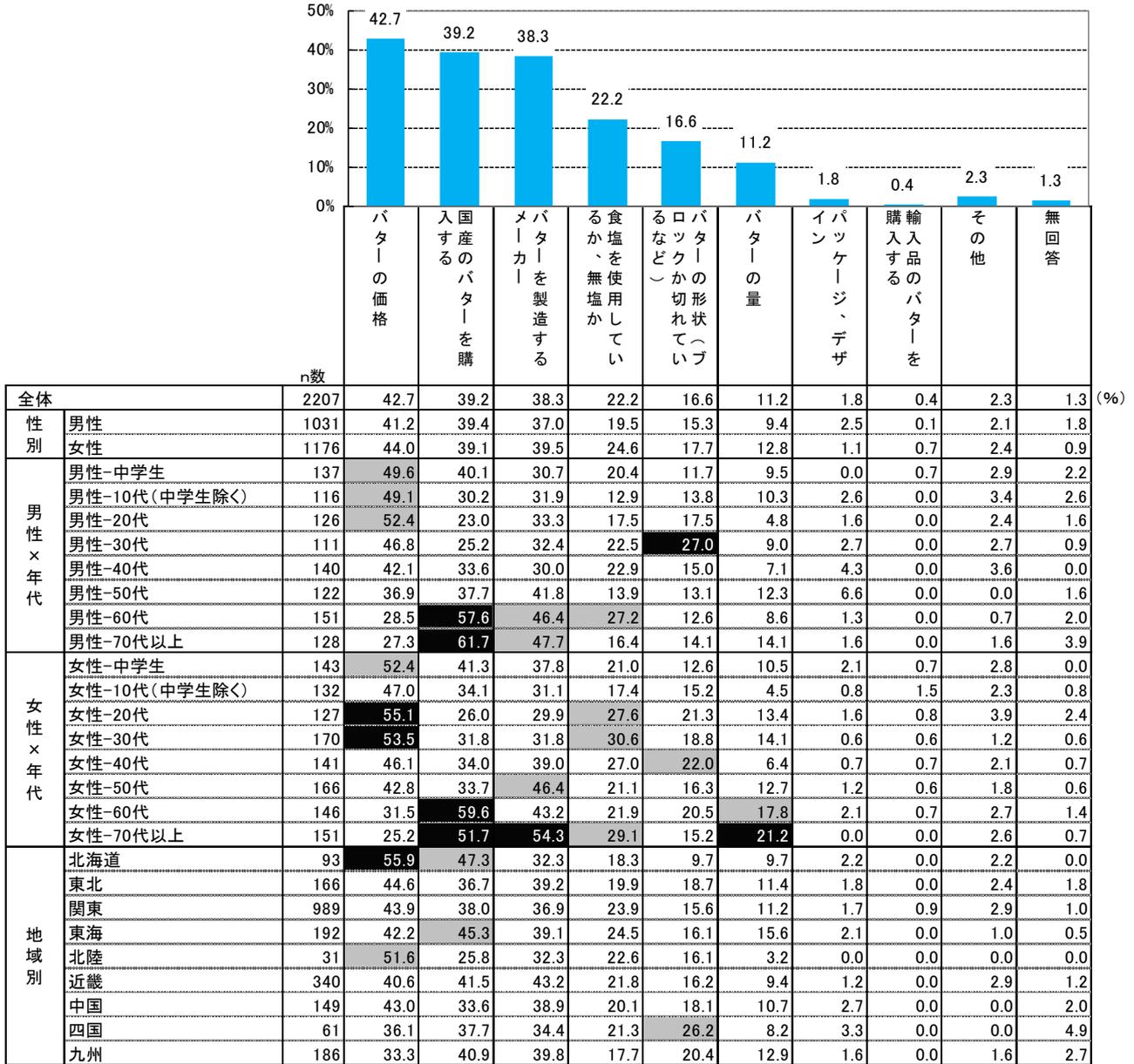


(2) バターを購入するときに意識すること

※追加項目「国産バターを購入する」「輸入品のバターを購入する」を回答項目に追加した。

- バターを購入する人に、どのようなことを意識して購入するかを質問した。
- 「バターの価格」が43%で最も多く、次いで「国産バターを購入する」が39%「バターを製造するメーカー」が38%となっている。
- 性年代別で見ると、男性は20代以下、女性は30代以下の各年代で「バターの価格」、60代、70代以上では「国産のバターを購入する」がそれぞれ高い傾向がみられる。

【図表VI-3-2】性・年代別・地域別 問32 バター購入時の意識 (MA) <バター購入者ベース>

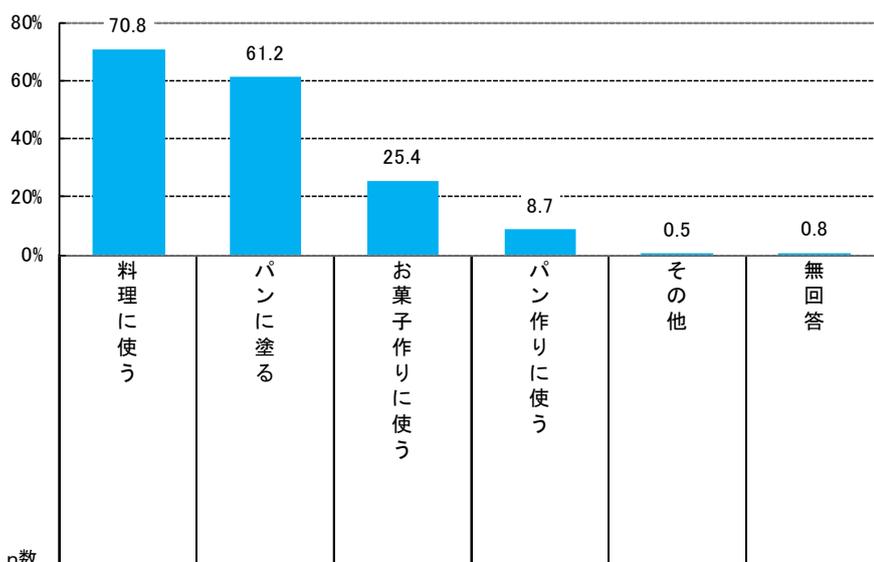


※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

(3) バターの使い方

- バターを購入する人に、どのように利用するかを質問した。
- 「料理に使う」が71%で最も多く、次いで「パンに塗る」が61%で、この2つの利用が主となっている。
- 性年代別でみると、女性の10代と20代、70代以上を除いて「料理に使う」が80%程度と高くなっている。男性の50代以上の各年代で「パンに塗る」が高く、女性は中学生から40代までの各年代で「お菓子作りに使う」が高いのが特徴的である。
- 地域別でみると、北海道で「料理に使う」が約9割と高い。

【図表VI-3-3】性・年代別・地域別 問33 バターの利用方法 (MA) <バター購入者ベース>



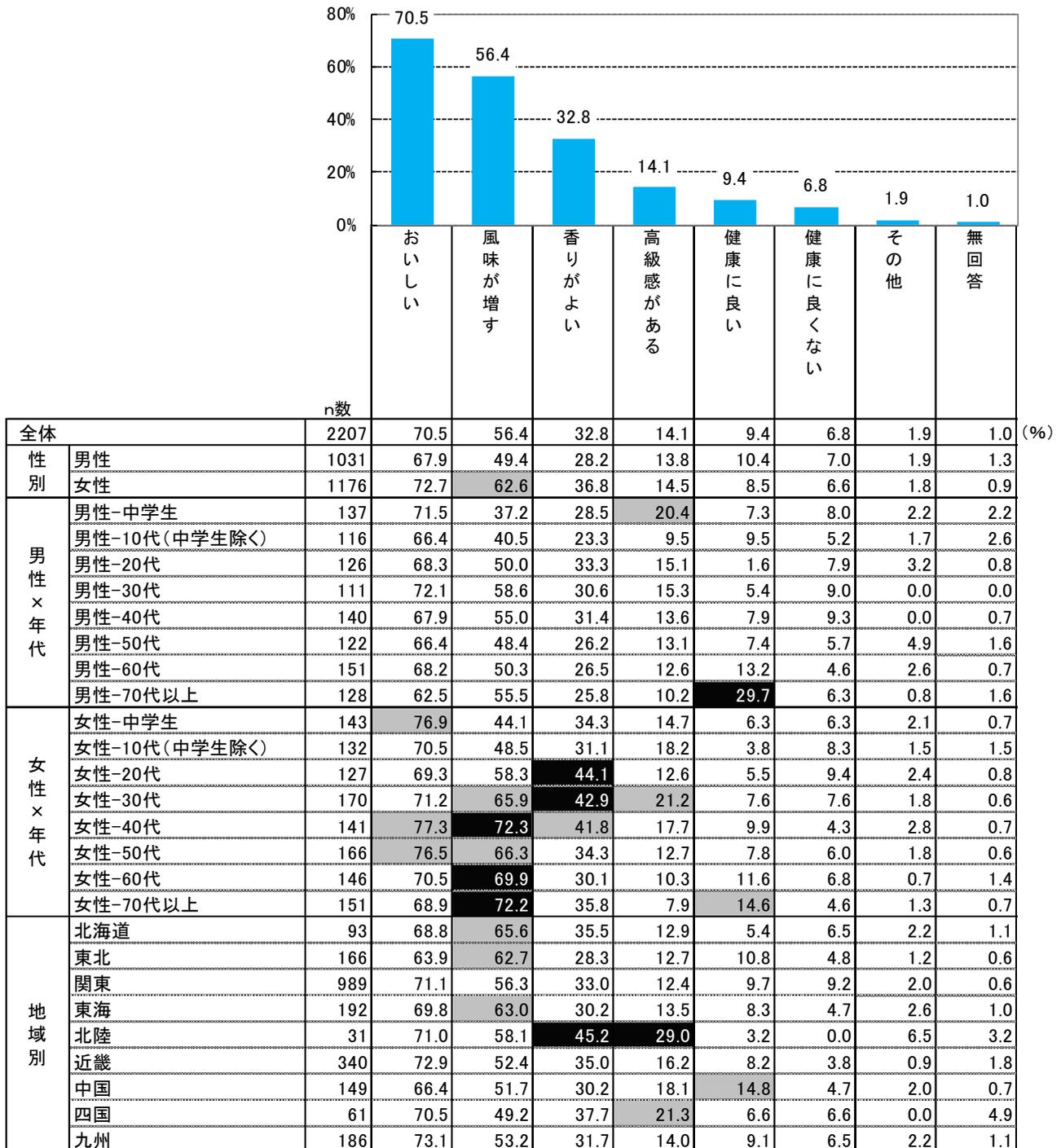
		n数	料理に使う	パンに塗る	お菓子作りに使う	パン作りに使う	その他	無回答	(%)
全体		2207	70.8	61.2	25.4	8.7	0.5	0.8	
性別	男性	1031	65.2	65.3	19.1	7.0	0.7	0.7	
	女性	1176	75.7	57.7	31.0	10.1	0.4	0.9	
男性×年代	男性-中学生	137	70.8	63.5	35.0	10.2	0.7	0.7	
	男性-10代(中学生除く)	116	68.1	62.1	19.0	8.6	0.0	0.9	
	男性-20代	126	69.8	65.9	15.1	3.2	0.8	0.0	
	男性-30代	111	64.0	63.1	16.2	4.5	0.0	0.0	
	男性-40代	140	67.9	60.7	21.4	10.7	0.7	0.7	
	男性-50代	122	56.6	67.2	16.4	6.6	0.8	0.8	
	男性-60代	151	64.9	66.2	19.9	7.9	1.3	0.7	
	男性-70代以上	128	58.6	73.4	7.8	3.1	0.8	1.6	
女性×年代	女性-中学生	143	81.1	55.2	44.8	11.2	0.7	0.0	
	女性-10代(中学生除く)	132	62.9	60.6	43.2	12.9	0.8	0.8	
	女性-20代	127	69.3	61.4	38.6	7.1	0.0	0.8	
	女性-30代	170	79.4	55.9	38.2	13.5	0.0	1.2	
	女性-40代	141	78.0	56.0	36.9	14.9	0.7	0.0	
	女性-50代	166	80.1	56.0	28.3	9.6	0.0	0.6	
	女性-60代	146	80.8	52.7	11.6	8.2	0.0	2.1	
	女性-70代以上	151	70.9	64.2	8.6	3.3	1.3	1.3	
地域別	北海道	93	89.2	41.9	12.9	8.6	0.0	0.0	
	東北	166	66.9	69.3	21.1	7.2	0.0	0.6	
	関東	989	72.5	59.6	26.9	10.3	0.7	0.5	
	東海	192	76.6	53.1	27.1	7.3	1.0	0.5	
	北陸	31	71.0	51.6	35.5	9.7	0.0	0.0	
	近畿	340	65.6	65.9	24.1	8.5	0.3	1.2	
	中国	149	63.1	67.1	30.2	6.0	0.7	0.7	
	四国	61	63.9	60.7	24.6	4.9	0.0	4.9	
	九州	186	67.7	69.4	23.1	5.9	0.5	1.1	

※ ■ = 全体より、10%以上高い
■ = 全体より、5%以上高い

(4) バターについての評価

- バターを購入する人に、バターについての評価を質問した。
- 「おいしい」が71%で最も多く、次いで「風味が増す」が56%、「香りが良い」が33%となっている。
- 性年代別でみると、女性の中学生、40代、50代で「おいしい」が77%と高く、「風味が増す」は女性の40代と60代、70代で70%前後と高くなっている。

【図表VI-3-4】性・年代別・地域別 問34 バターについての評価 (MA) <バター購入者ベース>

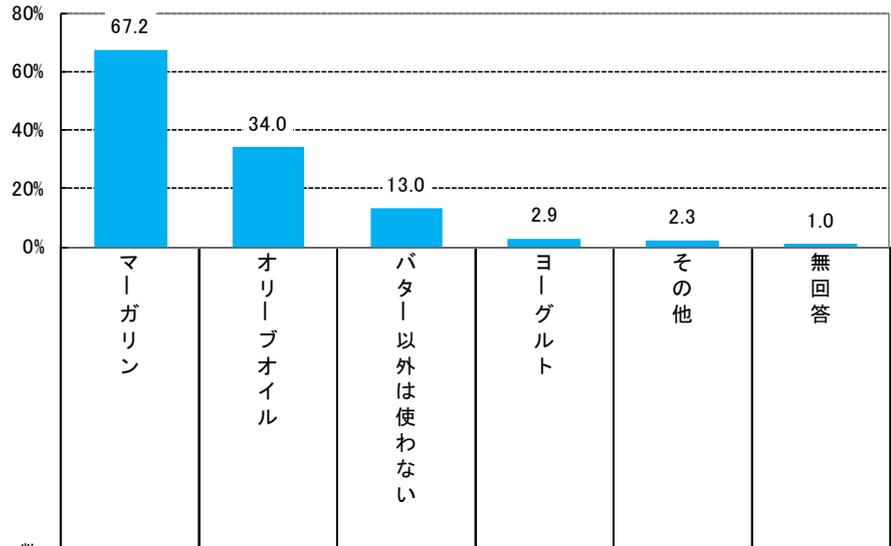


※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

(5) バターがない時に使うもの

- バターを購入する人に、バターがない時に代わりに使うものを質問した。
- 「マーガリン」が67%で最も多く、次いで「オリーブオイル」が34%、「バター以外は使わない」が13%となっている。
- 性別年代別でみると、「マーガリン」は男性では、中学生、40代、50代が全体の平均を5ポイント以上上回っているが、女性で5ポイント以上上回っている年代はない。また、「オリーブオイル」は女性の50代、60代、70代以上で50%前後と利用している人が多い。

【図表VI-3-5】性・年代別・地域別 問35 バターがない時に使うもの (MA) <バター購入者ベース>



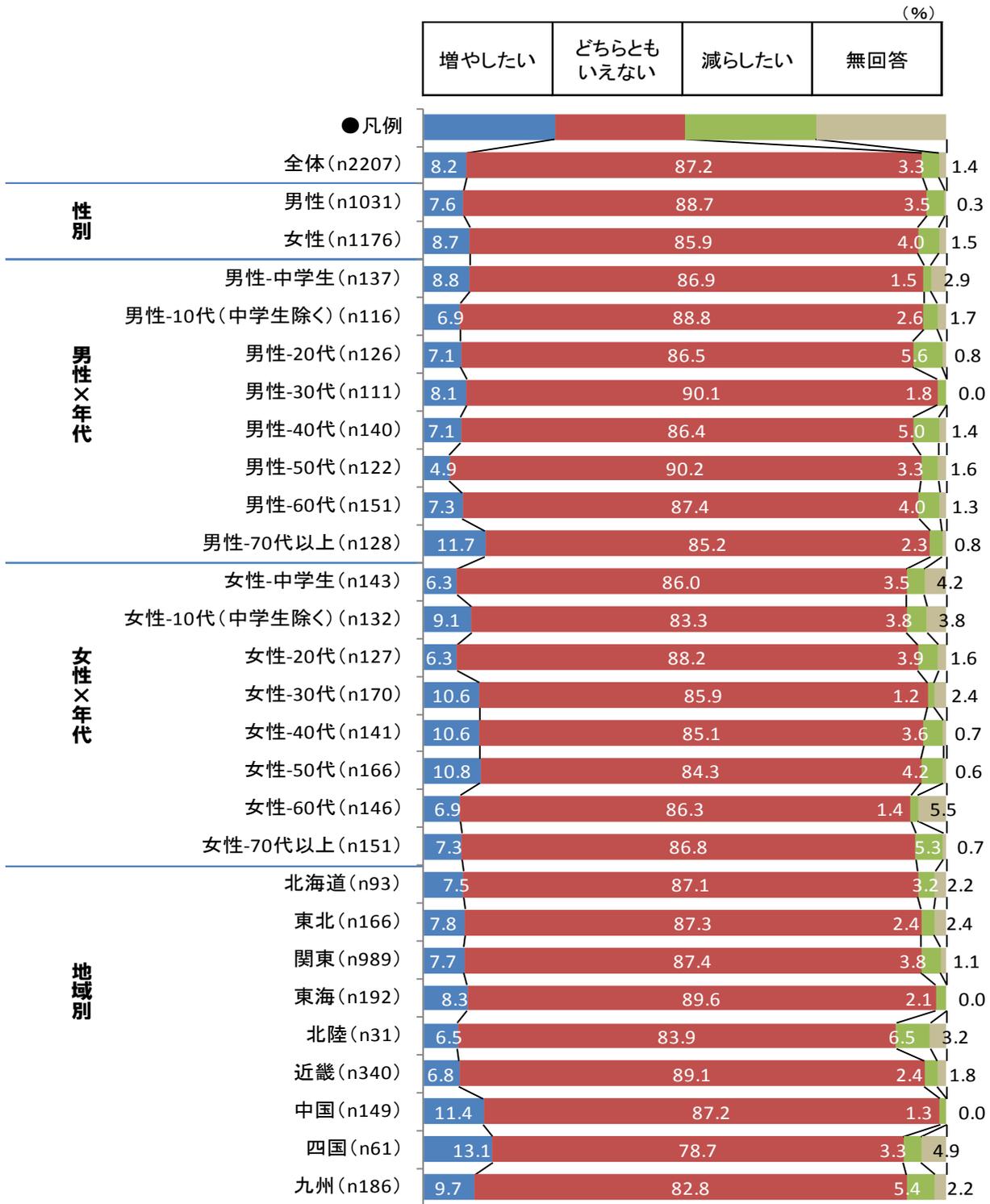
		n数	マーガリン	オリーブオイル	バター以外は使わない	ヨーグルト	その他	無回答	(%)
全体		2207	67.2	34.0	13.0	2.9	2.3	1.0	
性別	男性	1031	70.4	26.6	13.7	2.4	1.7	1.1	
	女性	1176	64.5	40.6	12.3	3.3	2.7	1.0	
男性×年代	男性-中学生	137	74.5	20.4	9.5	3.6	2.2	1.5	
	男性-10代(中学生除く)	116	69.8	25.0	17.2	2.6	0.9	1.7	
	男性-20代	126	70.6	25.4	13.5	0.8	0.8	0.0	
	男性-30代	111	67.6	23.4	20.7	1.8	0.9	0.9	
	男性-40代	140	73.6	25.7	12.1	2.1	2.1	0.0	
	男性-50代	122	75.4	23.8	13.1	0.8	1.6	1.6	
	男性-60代	151	67.5	31.1	13.2	1.3	2.0	0.7	
	男性-70代以上	128	64.1	36.7	11.7	6.3	3.1	2.3	
女性×年代	女性-中学生	143	70.6	26.6	11.9	3.5	5.6	0.0	
	女性-10代(中学生除く)	132	71.2	25.8	9.8	3.0	1.5	1.5	
	女性-20代	127	65.4	33.9	18.1	2.4	1.6	0.8	
	女性-30代	170	62.9	35.9	18.2	1.2	1.8	1.2	
	女性-40代	141	64.5	42.6	10.6	4.3	2.8	0.0	
	女性-50代	166	62.7	50.6	9.6	1.8	2.4	1.2	
	女性-60代	146	61.0	48.6	11.0	4.1	3.4	1.4	
	女性-70代以上	151	58.9	57.0	9.3	6.6	2.6	2.0	
地域別	北海道	93	58.1	41.9	12.9	3.2	0.0	0.0	
	東北	166	77.7	31.3	10.2	3.0	1.2	1.2	
	関東	989	64.8	36.4	14.3	2.3	2.2	0.7	
	東海	192	70.8	30.2	13.5	2.1	1.0	0.5	
	北陸	31	67.7	41.9	3.2	3.2	0.0	0.0	
	近畿	340	69.1	29.4	12.6	4.1	2.6	1.8	
	中国	149	71.8	26.2	8.7	4.7	3.4	1.3	
	四国	61	60.7	29.5	9.8	0.0	6.6	4.9	
	九州	186	66.7	38.7	14.5	3.8	3.2	1.1	

※ = 全体より、10%以上高い
 = 全体より、5%以上高い

(6) バターの購入意向

- バターを購入する人に今後のバターの購入意向について質問した。
- 全体では、「どちらともいえない」と回答した人が87%を占め、「増やしたい」が8%、「減らしたい」が4%となっている。
- 性別では、「増やしたい」が1割以上となっているのは、男性70代以上、女性30代～50代となっている。
- 地域別では、中国、四国で「増やしたい」が1割以上とやや多くなっている。

【図表VI-3-6】性・年代別・地域別 問36 バターの購入意向（SA）＜バター購入者ベース＞



- バターの購入意向についての理由では「増やしたい」とした人は「美味しい、風味が良い」32件と味への評価が高い。ついで「料理、お菓子、パンなどに使う」31件、「マーガリンは体に良くない」23件が続く。
- 「どちらともいえない」では「高い、価格が上がったので」が72件と2位、「減らしたい」でも12件と多くなっており、価格が大きな影響を与えている。

【図表VI-3-7】問36 バターの購入意向・その理由（自由回答）

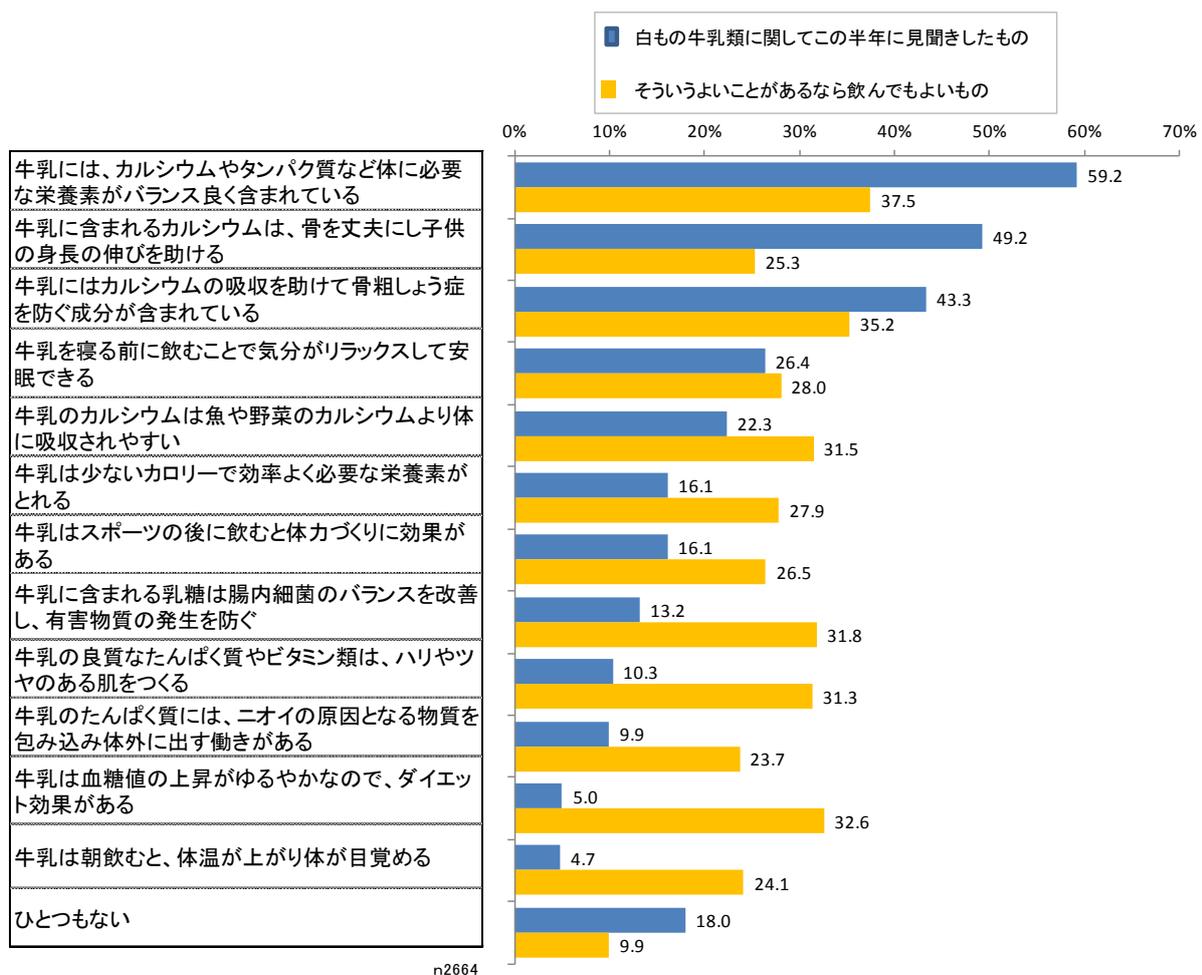
	意識する事・その理由	件数
	■増やしたい	120
1	美味しい、風味が良い	32
2	料理、お菓子、パンなどに使う	31
3	マーガリンは体に良くない	23
4	体に良い、栄養がある	12
5	品薄に備えて、ストック	7
6	価格が安定してきた	4
7	安くなるならば	3
8	食べたい	3
9	いつもある	2
10	子供のために(家族の要望)	1
-	その他	2
	■どちらともいえない	499
1	これまでのまま、今くらいでよい	182
2	高い、価格が上がったので	72
3	あまり使わない、食べない	57
4	必要があれば買う、なくなれば	44
5	マーガリンを使う、代用する	26
6	カロリーやコレステロールが気になる	24
7	特に問題がないので	22
8	健康面を考えると	15
9	料理、お菓子、パンなどに使う	13
10	特に必要ではない	11
11	太る、ダイエットを気にして	7
12	料理などでに使うだけ	5
13	安くなれば、価格によって	4
14	美味しい、風味が良い	2
15	その時の気分、状況	2
16	オリーブオイルなどを使う	1
17	品薄なので	1
18	他で代用する	1
-	その他	10
	■減らしたい	52
1	カロリーやコレステロールが気になる	19
2	高い、価格が上がったので	12
3	体に良くない	11
4	太る、ダイエットを気にして	4
5	賞味期限以内で使い切れない	2
6	好みでない	1
7	オリーブオイルなどを使う	1
9	その他	2

Ⅶ. 白物の牛乳類のベネフィットについての認識

1. 白物の牛乳類のベネフィットについての認識

- 「この半年に見聞きしたもの」「そういうよいことがあるなら飲んでもよいもの」について質問した。
- 「この半年に見聞きしたもの」は、「牛乳には、カルシウムやたんぱく質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている」が59%で最も多かった。これに、「牛乳に含まれるカルシウムは、骨を丈夫にし、子どもの身長伸びを助ける」が49%、「牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている」が43%で続く。
- 「そういうよいことがあるなら飲んでもよいもの」と思うものでは、「牛乳には、カルシウムやたんぱく質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている」が最も多く38%、次いで「牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている」が35%で続く。全般的に、牛乳のカルシウムを評価する結果となっている。
- 「牛乳のたんぱく質には、ニオイの原因となる物質を包み込み体外に出す働きがある」「牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある」「牛乳を朝飲むと、体温が上がり体が目覚める」は「この半年に見聞きしたもの」では1割に満たないが「そういうよいことがあるなら飲んでもよいもの」では2割を超えている。また、「牛乳に含まれる乳糖は腸内細菌のバランスを改善し、有害物質の発生を防ぐ」への評価は32%で、「この半年に見聞きしたもの」の13%に対し18ポイント以上高い。これらのベネフィットは、今後の牛乳普及のための効果的な訴求ポイントであり、広報活動で強くアピールすべきであると考えられる。

【図表Ⅶ-1】 問30 見聞きしたことのある白物の牛乳類のベネフィットとニーズ (MA)

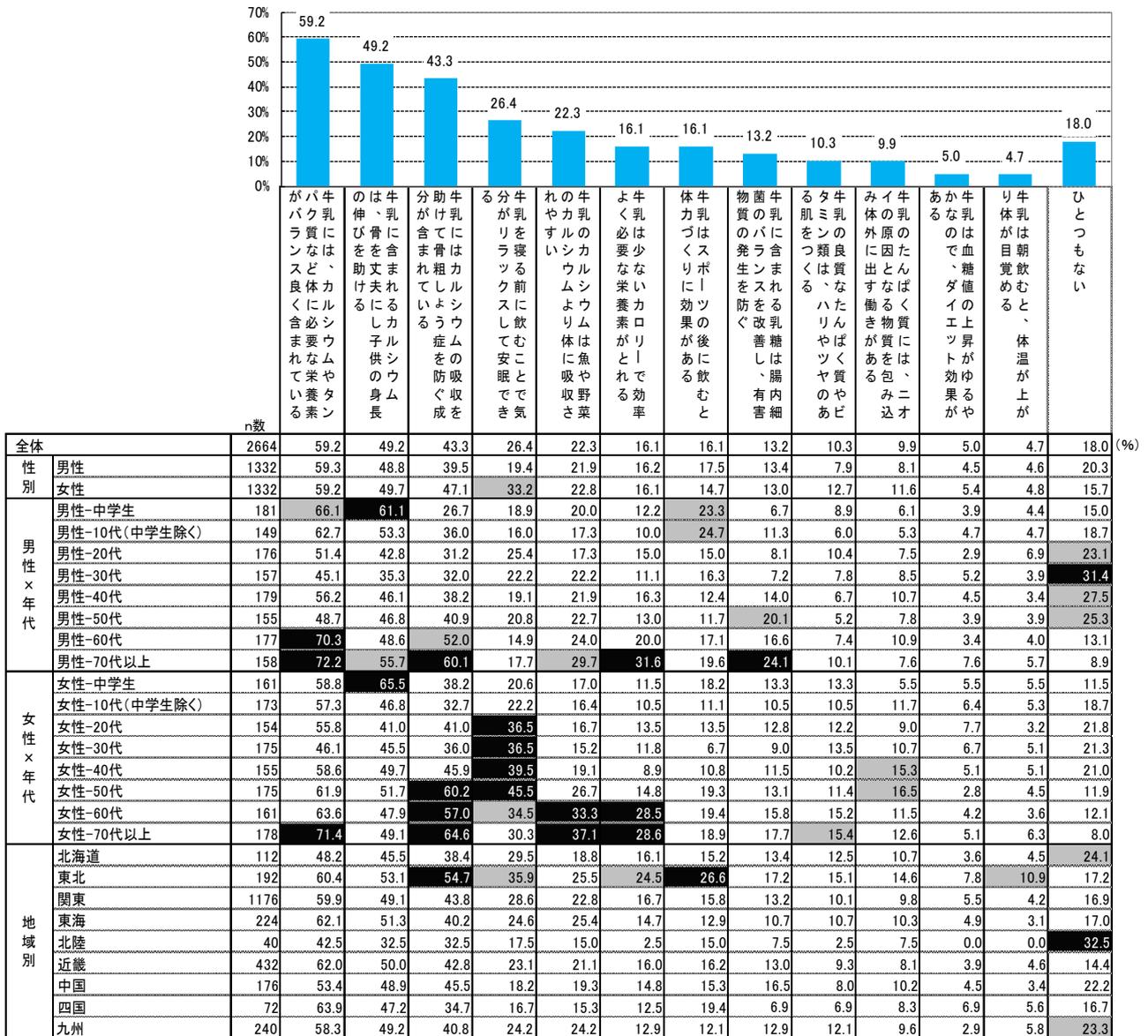


2. 見聞きしたことの白もの牛乳類のベネフィット

■白もの牛乳類に関してこの半年くらいの間に見たり聞いたりしたものについて性別で見ると、女性は男性に比べ、「カルシウム（骨を丈夫にする、骨粗しょう症防止等）」や「リラックス効果」について見聞きしている割合が高い。

■性年代別では、男女中学生で「牛乳に含まれるカルシウムは、骨を丈夫にし、子供の身長を助ける」が、女性50代以上の各年代では「牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている」、女性の20～50代で「牛乳を寝る前に飲むことで気分がリラックスして安眠できる」、女性60代、70代以上では「牛乳は少ないカロリーで効率よく必要な栄養素がとれる」、「牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている」、「牛乳のカルシウムは魚や野菜のカルシウムより体に吸収されやすい」が、それぞれ全体を10ポイント以上、上回っている。

【図表VII-2】性・年代別・地域別 問30（1） 白もの牛乳類に関してこの半年に見聞きしたもの（MA）



※ ■ = 全体より、10%以上高い

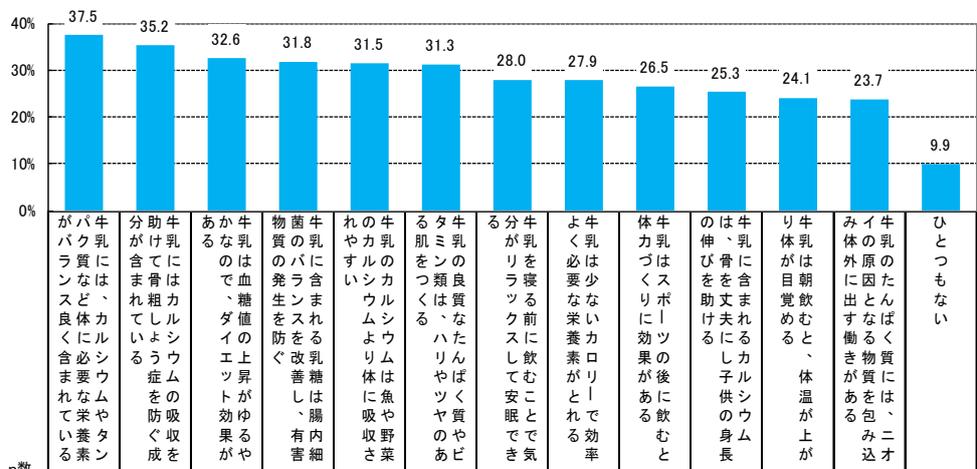
■ = 全体より、5%以上高い

3. 白もの牛乳類についてのニーズ

■「そういうよいことがあるなら飲んでもよい牛乳」について性別でみると、「牛乳の良質なたんぱく質やビタミン類は、ハリやツヤのある肌をつくる」は女性で高く、男性よりも20ポイント以上上回る。また、「牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある」でも、女性は男性より14ポイント上回る。全般に男性よりも女性の方が高い値となっており、健康志向を反映している。

■性年代別でみると、「美肌効果」は10～50代の女性、「ダイエット効果」は10～40代の女性で特に高いニーズを示している。このほか「体づくり」に効果がある」は男性10代～30代と女子中学生に、「骨を丈夫にして身長を伸ばす」は男女中学生、女性40代で、「骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている」「腸内細菌のバランスを改善し、有害物質の発生を防ぐ」は女性50代で、それぞれ特に高いニーズとなっている。

【図表VII-3-1】性・年代別・地域別 問30(2) そういうよいことがあるなら飲んでもよい牛乳 (MA)



		n数	37.5	35.2	32.6	31.8	31.5	31.3	28.0	27.9	26.5	25.3	24.1	23.7	9.9
全体		2664	37.5	35.2	32.6	31.8	31.5	31.3	28.0	27.9	26.5	25.3	24.1	23.7	9.9
性別	男性	1332	37.6	32.5	25.4	29.3	28.7	19.9	26.9	27.3	28.2	25.7	21.0	22.9	11.7
	女性	1332	37.3	38.0	39.6	34.3	34.2	42.6	29.1	28.4	24.7	24.9	27.2	24.4	8.1
男性×年代	男性-中学生	181	37.8	20.0	15.6	20.0	24.4	13.9	25.0	19.4	31.1	43.3	23.3	17.2	8.9
	男性-10代(中学生除く)	149	37.3	27.3	21.3	21.3	18.0	20.7	28.7	26.0	36.0	30.0	23.3	21.3	10.0
	男性-20代	176	38.7	32.9	31.8	26.6	30.6	26.6	34.7	28.3	36.4	24.3	31.8	26.6	11.0
	男性-30代	157	32.0	30.7	31.4	34.0	33.3	28.1	34.0	29.4	42.5	25.5	24.8	31.4	15.7
	男性-40代	179	34.3	32.6	25.3	32.0	28.1	18.5	22.5	28.1	20.2	20.2	19.1	25.8	15.2
	男性-50代	155	40.3	37.7	26.6	34.4	33.8	18.8	27.3	31.8	24.0	23.4	19.5	24.7	13.6
	男性-60代	177	41.1	39.4	27.4	36.6	32.6	15.4	20.0	26.9	16.6	18.3	12.6	20.6	9.1
	男性-70代以上	158	39.2	39.9	24.7	29.7	28.5	18.4	24.7	29.1	20.9	20.3	13.9	16.5	10.1
女性×年代	女性-中学生	161	38.8	29.7	37.6	27.9	30.3	38.2	28.5	32.1	32.1	45.5	27.9	18.8	9.1
	女性-10代(中学生除く)	173	29.8	26.9	46.8	31.6	25.1	46.2	33.9	32.2	25.7	22.2	26.3	18.7	8.2
	女性-20代	154	32.1	28.8	44.9	30.8	35.9	53.2	28.2	30.8	21.8	16.0	26.9	28.8	9.0
	女性-30代	175	38.2	39.3	46.6	38.2	39.3	51.7	34.8	24.2	26.4	25.3	30.3	27.5	6.2
	女性-40代	155	38.9	44.6	49.0	42.0	40.1	49.7	26.8	34.4	22.9	31.2	29.9	35.7	7.6
	女性-50代	175	38.6	48.9	36.4	43.8	36.4	42.6	33.0	30.7	23.9	23.3	30.1	26.7	9.1
	女性-60代	161	42.4	44.8	35.8	33.3	37.0	34.5	26.7	24.8	27.9	20.0	28.5	24.2	4.8
	女性-70代以上	178	39.4	40.0	21.1	26.3	29.7	25.7	20.6	19.4	17.1	16.0	17.7	16.0	10.9
地域別	北海道	112	30.4	31.3	33.0	32.1	28.6	34.8	21.4	24.1	19.6	22.3	21.4	20.5	12.5
	東北	192	45.3	46.9	35.4	35.4	37.5	32.3	39.6	40.1	36.5	28.1	24.0	26.6	6.3
	関東	1176	39.2	36.2	34.5	33.6	32.1	33.1	29.4	28.6	27.0	25.6	26.4	24.6	9.3
	東海	224	35.7	33.9	29.5	28.6	27.7	27.2	24.6	25.9	17.9	27.7	21.4	20.5	10.7
	北陸	40	47.5	37.5	25.0	32.5	35.0	22.5	32.5	12.5	32.5	20.0	15.0	20.0	15.0
	近畿	432	32.4	30.8	29.6	26.6	29.4	28.5	24.1	22.9	25.7	21.8	22.9	21.1	10.2
	中国	176	39.2	33.0	27.8	35.2	31.8	31.3	22.7	27.3	27.8	26.1	19.9	23.3	6.3
	四国	72	34.7	33.3	36.1	30.6	34.7	34.7	26.4	29.2	33.3	23.6	26.4	27.8	12.5
	九州	240	34.6	34.2	32.5	30.0	30.0	30.0	29.2	29.6	24.2	27.9	23.3	25.8	14.2

※ = 全体より、10%以上高い = 全体より、5%以上高い

2. 見聞きしたことの白もの牛乳類のベネフィット 時系列表 (M.A)

白もの牛乳類に関してこの半年に見聞きしたもの

白もの牛乳類に関してこの半年に見聞きしたもの														%	
	n	牛乳には、カルシウムやタンパク質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている	牛乳は朝飲むと、体温が上がり体が目覚める	牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある	牛乳を寝る前に飲むことで気分がリラックスして安眠できる	牛乳に含まれるカルシウムは、骨を丈夫にし子供の身長の伸びを助ける	牛乳のたんぱく質には、ニオイの原因となる物質を包み込み体外に出す働きがある	牛乳の良質なたんぱく質やビタミン類は、ハリやツヤのある肌をつくる	牛乳は少ないカロリーで効率よく必要な栄養素がとれる	牛乳に含まれる乳糖は腸内細菌のバランスを改善し、有害物質の発生を防ぐ	牛乳はスポーツの後に飲むと体力づくりに効果がある	牛乳のカルシウムは魚や野菜のカルシウムより体に吸収されやすい	牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている	ひとつもない	無回答
2008年	3200	58.4	3.5	3.7	28.0	47.2	7.9	9.5	14.9	11.9	7.0	22.8	48.6	21.2	0.3
2009年	3200	56.7	3.2	4.4	24.2	45.4	10.7	8.7	15.7	12.8	7.2	21.5	46.0	22.8	0.3
2010年	3200	55.8	4.2	3.7	27.3	46.7	10.3	9.7	16.4	12.4	7.8	21.5	45.1	24.3	0.4
2011年	3200	55.8	4.3	3.8	25.6	44.6	9.6	8.4	17.1	10.8	11.0	21.9	44.1	25.3	0.0
2012年	3200	48.7	3.7	47.0	23.8	41.9	11.9	8.7	13.9	10.7	11.1	20.2	42.0	32.1	0.0
2013年	3200	48.6	4.9	5.0	25.2	42.3	9.5	9.0	15.6	11.6	14.3	19.9	40.1	32.7	0.0
2014年	3200	57.1	4.9	5.1	25.7	49.2	11.2	11.0	19.6	14.1	16.5	22.9	47.3	25.4	0.0
2015年	3200	55.6	4.6	4.9	25.8	46.0	10.8	9.8	16.5	13.5	14.4	23.3	45.1	25.0	0.0
2016年	2664	59.2	4.7	5.0	26.4	49.2	9.9	10.3	16.1	13.2	16.1	22.3	43.3	18.0	0.0

3. 白もの牛乳類についてのニーズ 時系列表 (M.A)

白物牛乳類についてのニーズ

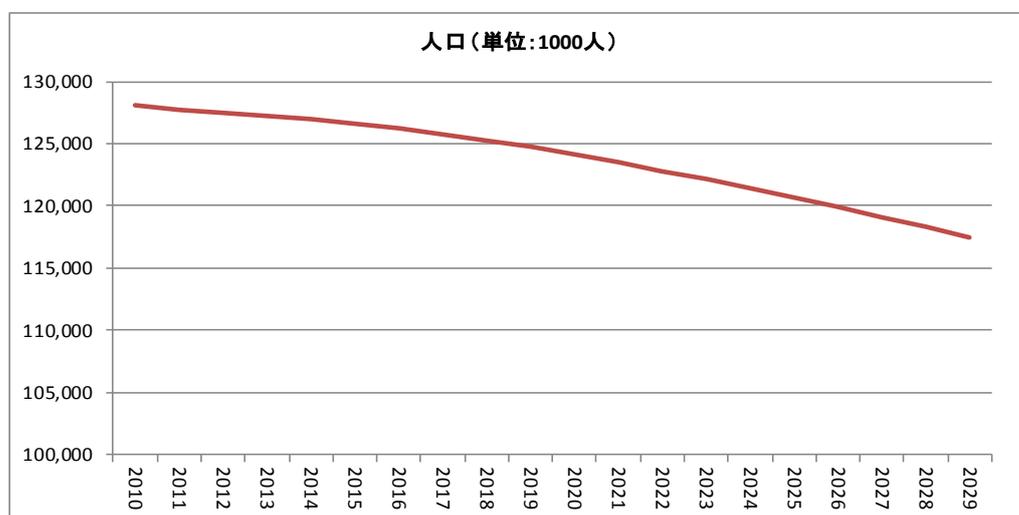
白物牛乳類についてのニーズ														%	
	n	牛乳には、カルシウムやタンパク質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている	牛乳は朝飲むと、体温が上がり体が目覚める	牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある	牛乳を寝る前に飲むことで気分がリラックスして安眠できる	牛乳に含まれるカルシウムは、骨を丈夫にし子供の身長の伸びを助ける	牛乳のたんぱく質には、ニオイの原因となる物質を包み込み体外に出す働きがある	牛乳の良質なたんぱく質やビタミン類は、ハリやツヤのある肌をつくる	牛乳は少ないカロリーで効率よく必要な栄養素がとれる	牛乳に含まれる乳糖は腸内細菌のバランスを改善し、有害物質の発生を防ぐ	牛乳はスポーツの後に飲むと体力づくりに効果がある	牛乳のカルシウムは魚や野菜のカルシウムより体に吸収されやすい	牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている	ひとつもない	無回答
2008年	3200	43.4	19.4	29.3	28.2	26.2	21.9	28.3	28.1	30.2	18.6	34.7	44.0	15.3	0.9
2009年	3200	39.3	18.8	26.9	25.6	22.8	20.6	27.2	27.0	28.0	17.9	33.3	40.3	16.6	1.0
2010年	3200	42.0	22.9	27.6	26.9	24.3	23.4	28.3	28.3	29.7	20.0	33.4	41.6	15.9	1.2
2011年	3200	36.2	19.8	25.4	25.3	21.1	20.6	25.1	26.0	26.2	20.9	31.1	38.0	20.1	0.0
2012年	3200	37.5	20.6	25.8	25.9	20.4	21.0	26.1	26.9	25.8	21.7	33.2	38.6	20.1	0.0
2013年	3200	34.3	23.4	27.7	26.4	22.0	22.7	27.7	27.1	28.4	21.6	32.9	36.5	20.1	0.0
2014年	3200	34.8	20.3	24.7	24.5	21.6	20.2	25.1	24.4	26.7	20.5	30.9	36.0	22.3	0.0
2015年	3200	32.3	19.0	23.8	24.0	19.0	18.1	23.4	22.2	24.6	19.4	27.8	32.4	24.3	0.0
2016年	2664	37.5	24.1	32.6	28.0	25.3	23.7	31.3	27.9	31.8	26.5	31.5	35.2	9.9	0.0

Ⅷ. 我が国の人口動向、諸外国の消費動向

1. 我が国の人口動向

- 我が国の人口は2017年時点で約1億2711万人である。今後、我が国は人口減少が予測され、2020年には約1億2410万人、2017年との比較では▲2%となると考えられている。牛乳・乳製品も人口減少の影響から、消費市場の縮小が懸念される。また年代別では0～14歳の割合が減少する一方、65歳以上の高齢者が大きく増加することへの対応が必要である。
- 一方、世帯数に関しては、核家族化や晩婚化、高齢者単独世帯の増加などの背景があると考えられ、世帯数は緩やかに増加していき、2020年まで対前年比はプラスとなることが予測される。このことから牛乳・乳製品に関しては、容量の少量化や多品種少量生産などの少人数家族への対応が求められることが考えられる。
- これからのわが国の人口動向、諸外国の消費動向などを考慮したうえで、今後10年間程度の牛乳・乳製品の長期的な消費動向などについて簡易な見通しをするとともに、誰がいつどのような食べ方で牛乳・乳製品を消費しているのかなどについて明らかにする。

【図表Ⅷ-1-1】我が国の将来人口予測



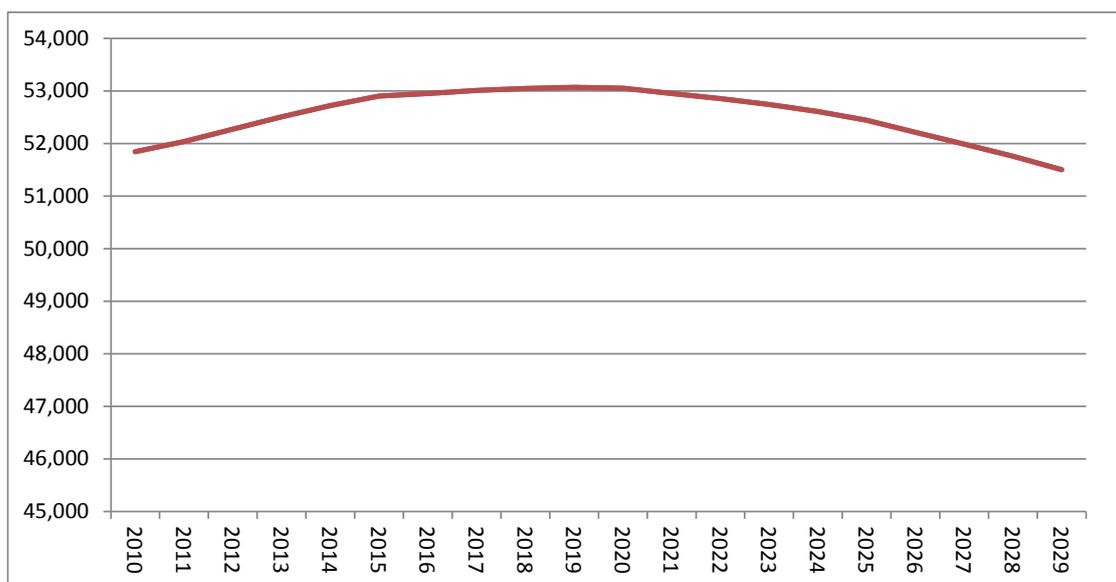
※国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」

【図表Ⅷ-1-2】我が国の将来人口予測(詳細)

年次	人口(1,000人)				割合(%)		
	総数	0～14歳	15～64歳	65歳以上	0～14歳	15～64歳	65歳以上
平成 22 (2010)	128,057	16,839	81,735	29,484	13.1	63.8	23.0
23 (2011)	127,753	16,685	81,303	29,764	13.1	63.6	23.3
24 (2012)	127,498	16,493	80,173	30,831	12.9	62.9	24.2
25 (2013)	127,247	16,281	78,996	31,971	12.8	62.1	25.1
26 (2014)	126,949	16,067	77,803	33,080	12.7	61.3	26.1
27 (2015)	126,597	15,827	76,818	33,952	12.5	60.7	26.8
28 (2016)	126,193	15,574	75,979	34,640	12.3	60.2	27.5
29 (2017)	125,739	15,311	75,245	35,182	12.2	59.8	28.0
30 (2018)	125,236	15,056	74,584	35,596	12.0	59.6	28.4
31 (2019)	124,689	14,800	74,011	35,877	11.9	59.4	28.8
32 (2020)	124,100	14,568	73,408	36,124	11.7	59.2	29.1
33 (2021)	123,474	14,318	72,866	36,290	11.6	59.0	29.4
34 (2022)	122,813	14,049	72,408	36,356	11.4	59.0	29.6
35 (2023)	122,122	13,766	71,920	36,436	11.3	58.9	29.8
36 (2024)	121,403	13,505	71,369	36,529	11.1	58.8	30.1
37 (2025)	120,659	13,240	70,845	36,573	11.0	58.7	30.3
38 (2026)	119,891	12,959	70,349	36,584	10.8	58.7	30.5
39 (2027)	119,102	12,706	69,799	36,597	10.7	58.6	30.7
40 (2028)	118,293	12,466	69,187	36,640	10.5	58.5	31.0
41 (2029)	117,465	12,242	68,522	36,701	10.4	58.3	31.2

※国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」

【図表Ⅷ-1-3】我が国の将来世帯数予測



※国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(2013(平成25)年1月推計)

【図表Ⅷ-1-4】我が国の将来世帯数予測 (詳細)

年次	一般世帯数 (1,000世帯)							一般世帯人員 (1,000人)	平均世帯人員 (人)
	総数	単独	核 家 族 世 帯				その他		
			総数	夫婦のみ	夫婦と子	ひとり親と子			
平成 22 (2010)	51,842	16,785	29,278	10,269	14,474	4,535	5,779	125,546	2.42
23 (2011)	52,033	16,923	29,455	10,376	14,457	4,622	5,655	125,218	2.41
24 (2012)	52,271	17,100	29,644	10,510	14,419	4,716	5,527	124,937	2.39
25 (2013)	52,503	17,279	29,824	10,639	14,377	4,808	5,400	124,660	2.37
26 (2014)	52,717	17,460	29,984	10,760	14,327	4,897	5,273	124,340	2.36
27 (2015)	52,904	17,637	30,116	10,861	14,274	4,982	5,150	123,968	2.34
28 (2016)	52,950	17,757	30,148	10,889	14,204	5,055	5,045	123,535	2.33
29 (2017)	53,006	17,895	30,177	10,932	14,113	5,132	4,934	123,051	2.32
30 (2018)	53,046	18,029	30,196	10,972	14,018	5,206	4,821	122,524	2.31
31 (2019)	53,065	18,156	30,202	11,010	13,918	5,274	4,707	121,961	2.30
32 (2020)	53,053	18,270	30,189	11,037	13,814	5,338	4,594	121,356	2.29
33 (2021)	52,949	18,348	30,096	11,013	13,696	5,387	4,505	120,706	2.28
34 (2022)	52,853	18,440	30,000	11,003	13,559	5,437	4,413	120,018	2.27
35 (2023)	52,739	18,524	29,896	10,995	13,418	5,483	4,319	119,307	2.26
36 (2024)	52,606	18,598	29,784	10,987	13,276	5,522	4,223	118,578	2.25
37 (2025)	52,439	18,648	29,664	10,973	13,132	5,558	4,127	117,824	2.25
38 (2026)	52,214	18,664	29,496	10,929	12,988	5,579	4,053	117,039	2.24
39 (2027)	51,989	18,687	29,324	10,891	12,827	5,605	3,979	116,216	2.24
40 (2028)	51,755	18,708	29,145	10,855	12,664	5,626	3,902	115,378	2.23
41 (2029)	51,501	18,716	28,961	10,815	12,500	5,646	3,824	114,522	2.22

※国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(平成25年1月推計)

2. 諸外国の消費動向

■世界の牛乳・乳製品の消費動向をしてみる。米国農務省によると、北米・南米・EU・アジア等の諸外国の牛乳の消費量は、2017年は1億8386万3千トンとなるものと予測しており、増加傾向は続いており2012年から7%増になる。同様にチーズの消費量も2012年⇒2017年で6%増、2017年は1862万4千トン、バターは2012年⇒2017年で14%増、2017年は964万9千トンの予測となっている。世界的な視点でみると、牛乳・乳製品の消費量は増加傾向が続いている。

【図表VIII-2-1】世界の牛乳の消費量

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
※単位:千トン						
North America						
Canada	3,040	2,982	2,946	2,923	2,945	2,960
Mexico	4,168	4,160	4,180	4,185	4,183	4,186
United States	27,740	27,334	27,060	26,789	26,521	26,500
Sub-total	34,948	34,476	34,186	33,897	33,649	33,646
South America						
Argentina	2,133	2,065	2,044	2,100	1,743	1,779
Brazil	8,562	9,036	9,660	10,925	10,141	10,948
Sub-total	10,695	11,101	11,704	13,025	11,884	12,727
European Union	33,800	33,800	34,046	33,800	33,600	33,400
Former Soviet Union						
Belarus	1,089	1,001	1,050	1,050	1,050	1,055
Russia	11,000	10,150	9,825	9,500	9,250	9,085
Ukraine	5,588	5,316	5,538	5,385	5,190	5,009
Sub-total	17,677	16,467	16,413	15,935	15,490	15,149
South Asia						
India	52,000	54,400	57,000	59,750	62,750	65,200
Asia						
China	13,517	14,350	15,111	15,360	14,600	14,700
Korea,South	1,578	1,587	1,540	1,529	1,488	1,458
Japan	4,045	3,975	3,911	3,935	3,965	3,955
Taiwan	340	356	369	384	400	403
Sub-total	19,480	20,268	20,931	21,208	20,453	20,516
Oceania						
Australia	2,511	2,494	2,600	2,700	2,675	2,725
New Zealand	425	451	495	497	497	500
Sub-total	2,936	2,945	3,095	3,197	3,172	3,225
TOTAL SELECTED COUNTRIES	171,536	173,457	177,375	180,812	180,998	183,863

資料:米国農務省[SDA「World Markets and Trade」December 2016]

【図表VIII-2-2】世界のチーズの消費量

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
※単位:千トン						
North America						
Canada	400	403	407	418	433	438
Mexico	349	368	370	391	405	418
United States	4,786	4,839	4,977	5,152	5,353	5,440
Sub-total	5,535	5,610	5,754	5,961	6,191	6,296
South America						
Argentina	513	507	510	506	481	490
Brazil	724	750	754	773	787	799
Sub-total	1,237	1,257	1,264	1,279	1,268	1,289
European Union	8,597	8,656	8,816	8,936	8,936	8,936
Former Soviet Union						
Belarus	66	65	67	69	71	71
Russia	1,214	1,140	1,072	1,048	1,060	1,060
Ukraine	194	198	197	184	192	204
Sub-total	1,474	1,403	1,336	1,301	1,323	1,335
Asia						
Japan	282	285	278	295	300	305
Korea	101	107	118	137	134	144
Philippines	21	16	20	21	23	25
Sub-total	404	408	416	453	457	474
Oceania						
Australia	240	220	239	244	244	254
New Zealand	39	39	40	35	38	40
Sub-total	279	259	279	279	282	294
TOTAL SELECTED COUNTRIES	17,526	17,593	17,865	18,209	18,457	18,624

資料:米国農務省[SDA「World Markets and Trade」December 2016]

【図表VIII-2-3】世界のバター消費量

※単位：千トン

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
North America						
Canada	99	102	99	106	114	115
Mexico	226	234	221	228	249	252
United States	792	782	794	836	870	940
Sub-total	1,117	1,118	1,114	1,170	1,233	1,307
South America						
Argentina	38	41	38	41	40	42
Brazil	88	87	80	84	87	90
Sub-total	126	128	118	125	127	132
European Union	2,027	2,031	2,162	2,105	2,110	2,110
Former Soviet Union						
Belarus	59	49	53	43	44	49
Russia	340	357	376	350	337	332
Ukraine	96	100	116	97	96	96
Sub-total	495	506	545	490	477	477
Asia						
India	4,525	4,735	4,876	5,030	5,194	5,395
Japan	77	72	75	77	77	77
Taiwan	20	19	22	25	21	22
Sub-total	4,622	4,826	4,973	5,132	5,292	5,494
Oceania						
Australia	82	85	89	95	100	104
New Zealand	21	22	22	22	24	25
Sub-total	103	107	111	117	124	129
TOTAL SELECTED COUNTRIES	8,490	8,716	9,023	9,139	9,363	9,649

資料：米農務省[SDA「World Markets and Trade」December 2016]

- 1人あたりの牛乳・乳製品の供給量を見ると（国際連合のデータベース「FAOSTAT」）、全世界では増加の傾向が見られる。ただし、日本では、牛乳の供給量が減少傾向にあり、チーズ、バターの供給量が伸び悩んでいるが、とくに、チーズの減少傾向もみられる。

【図表VIII-2-4】世界の牛乳・チーズ・バター、1人1日あたりの供給量

牛乳

※単位：グラム

地域	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	日本を100とした場合(%)
Japan	136.32	136.60	136.22	138.15	136.39	133.14	131.04	132.57	134.00	127.00	100.0
World + (Total)	122.79	124.26	121.48	124.14	127.99	130.13	131.99	137.29	137.00	139.00	109.4
Europe + (Total)	260.18	258.05	256.62	254.25	256.76	260.98	247.71	254.62	245.00	250.00	196.9
European Union + (Total)	228.05	223.71	232.75	224.09	225.35	221.60	212.02	213.83	214.00	208.00	163.8
Americas + (Total)	265.75	276.97	259.89	259.49	269.30	262.84	262.49	280.04	267.00	270.00	212.6
Asia + (Total)	74.31	74.46	74.23	79.14	83.36	87.97	93.06	96.49	99.00	101.00	79.5
Net Food Importing Developing Countries + (Total)	89.46	90.81	92.55	94.45	93.71	93.42	99.29	101.93	117.00	118.00	92.9

資料：FAOSTAT

チーズ

※単位：グラム

地域	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	日本を100とした場合(%)
Japan	7.13	6.99	7.00	6.80	7.34	7.14	7.09	7.49	7.00	7.00	100.0
World + (Total)	7.32	7.47	7.54	7.56	7.61	7.70	7.69	7.77	8.00	8.00	114.3
Europe + (Total)	30.47	32.05	32.73	33.16	33.62	34.58	35.24	36.16	36.00	36.00	514.3
European Union + (Total)	41.40	42.75	43.14	43.05	43.39	44.11	44.90	45.85	45.00	45.00	642.9
Americas + (Total)	18.55	18.57	18.55	18.40	18.45	18.50	18.25	18.43	19.00	19.00	271.4
Asia + (Total)	1.08	1.07	1.07	1.07	1.19	1.21	1.19	1.22	1.00	1.00	14.3
Net Food Importing Developing Countries + (Total)	2.40	2.37	2.49	2.74	2.58	2.54	2.53	2.64	3.00	3.00	42.9

資料：FAOSTAT

バター

※単位：グラム

地域	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	日本を100とした場合(%)
Japan	1.90	1.73	1.88	2.00	1.86	1.93	1.83	1.92	2.00	2.00	100.0
World + (Total)	3.28	3.36	3.45	3.50	3.52	3.55	3.61	3.60	4.00	4.00	200.0
Europe + (Total)	9.65	9.71	9.75	9.91	9.44	9.35	9.76	9.41	9.00	9.00	450.0
European Union + (Total)	11.46	11.21	11.14	11.18	10.93	10.88	11.23	10.81	10.00	10.00	500.0
Americas + (Total)	3.04	3.03	3.08	3.08	3.20	3.07	3.01	3.00	3.00	3.00	150.0
Asia + (Total)	2.50	2.66	2.81	2.86	3.00	3.09	3.16	3.25	3.00	3.00	150.0
Net Food Importing Developing Countries + (Total)	2.18	2.13	2.18	2.22	2.18	2.23	2.17	2.17	2.00	2.00	100.0

資料：FAOSTAT

調查票、參考資料

平成28年度牛乳・乳製品の消費動向に関する調査 調査票

■ご記入にあたって■

1. 各質問の回答は、あなたのご意見に最も近いものを選び、質問の最後に(1つだけ○印)とあれば「1つだけ」、(いくつでも○印)とあれば「いくつでも」あてはまる番号を○で囲んでください。
2. 「その他」に該当する場合は番号を○で囲み、()内に具体的な内容をご記入ください。
3. ほとんどの質問が回答を選んでいただくものですが、数字をご記入いただく質問もあります。
4. 質問によってはご回答いただく方が限られる場合があります。矢印(→)や【 】の指示に従ってお進みください。

■白もの牛乳類(注)についてお聞きします。■

(注)ここでいう「白もの牛乳類」とは、生乳100%の普通の牛乳や、成分調整牛乳、低脂肪牛乳、機能強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)などの白い牛乳類をいいます。市販のいわゆるコーヒ牛乳やフルーツ牛乳などは含まれません。

【全ての方に】

問1 あなたは、日頃、どの程度白もの牛乳類をお飲みになりますか。

コーヒ、紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアル(オートミール、コーンフレーク等)にかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めてお答えください。

ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除きます。(1つだけ○印)

- | | | | | |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. 毎日飲む | 2. 週に5~6日飲む | 3. 週に3~4日飲む | 4. 週に1~2日飲む | 5. 月に2~3日飲む |
| 6. それ以下しか飲まない | 7. 全く飲まない | | | |

■白もの牛乳類の飲み方についてお聞きします。■

【全ての方に】

問2 あなたは、日頃、どの程度、白もの牛乳類をそのままお飲みになりますか。

夏場、冬場、年間平均でお知らせください。

コーヒなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたり、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除いてお答えください。

ただし、温めたり、氷を入れたり、砂糖・ハチミツ等の甘味料だけを加えたりする飲み方は、そのまま飲む飲み方に含めます。

(それぞれ1つずつ○印)	そのまま飲む						
	毎日飲む	飲5週にむすに	飲3週にむすに	飲1週にむすに	飲2月にむすに	飲しそな	全
ア) 夏場は	1	2	3	4	5	6	7
イ) 冬場は	1	2	3	4	5	6	7
ウ) 年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7

【全ての方に】

問3 あなたは、日頃、どの程度、白もの牛乳類をコーヒ、紅茶やココアなど他の飲み物に入れて、お飲みになったり、シリアルなどにかけますか。

夏場、冬場、年間平均でお知らせください。

(それぞれ1つずつ○印)	コーヒ、紅茶やココアなど他の飲み物に入れて飲む						
	毎日飲む	飲5週にむすに	飲3週にむすに	飲1週にむすに	飲2月にむすに	飲しそな	全
ア) 夏場は	1	2	3	4	5	6	7
イ) 冬場は	1	2	3	4	5	6	7
ウ) 年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7

-2-

(それぞれ1つずつ○印)	シリアルなどにかける						
	毎日	5週にむすに	3週にむすに	1週にむすに	2月にむすに	それ以下	全
ア) 夏場は	1	2	3	4	5	6	7
イ) 冬場は	1	2	3	4	5	6	7
ウ) 年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7

白もの牛乳類を全く飲まない方(問1で「7」とお答えの方)は、問7にお進みください。

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】

問4 あなたは、白もの牛乳類を飲むときは1日に合計でどれくらいの量を飲みますか。夏場、冬場、年間平均でお知らせください。コーヒーなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたりなど、そのまま飲む以外の場合も含めて、「牛乳ビン1本分200ml」を目安としてお答えください。ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使っているものは除きます。

		1日に白もの牛乳類を飲む量							
		50 ml 未 満	50 ml く ら い	100 ml (牛 乳 ビ ン 半 分)	200 ml (牛 乳 ビ ン 1 本)	400 ml (牛 乳 ビ ン 2 本)	600 ml (牛 乳 ビ ン 3 本)	800 ml (牛 乳 ビ ン 4 本)	1 ℓ (牛 乳 ビ ン 5 本) 以 上
ア)	夏場は	1	2	3	4	5	6	7	8
イ)	冬場は	1	2	3	4	5	6	7	8
ウ)	年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7	8

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】

問5 あなたは、ふだん、白もの牛乳類をどのような時に飲みますか。そのまま飲む以外の場合も含めて、次の中からすべてお知らせください。(いくつでも○印)

1. 朝、起きてすぐ	7. おやつや、間食時	13. 勉強や仕事をしながら
2. 朝食をとりながら	8. 夜食時	14. レジャーやスポーツ時
3. 朝食後	9. 風呂上り	15. くつろいでいる時
4. 朝食代わりに	10. 夜寝る前	16. 乗り物での移動中
5. 昼食時	11. のどが渇いた時	17. 来客時
6. 夕食時	12. ちょっとおなかのすいた時	18. その他()

【白もの牛乳類を飲む方（問1で「1～6」とお答えの方）に】

問6 あなたが白もの牛乳類を飲む理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。(いくつでも○印)

1. おいしいから	12. 良質のタンパク質があるから
2. 好きだから	13. 美容によいから
3. 栄養があるから	14. 便秘に効果があるから
4. カルシウムがあるから	15. 健康によいから
5. 朝食など食事代わりに	16. ぐっすり眠るために
6. 水などの代わりに	17. 気持ちをリラックスさせるために
7. 他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするため	18. 背が高くなりたいから
8. 習慣で	19. 医師など医療関係者がすすめるから
9. いつも家にあるから	20. 他の飲み物に比べて安いから
10. 家族がすすめるから	21. その他()
11. 骨粗しょう症が心配だから	

■■■この1年間の白もの牛乳類の飲み方の変化についてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問7 あなたは、この1年間に白もの牛乳類を飲む量が増えましたか、それとも減りましたか。(ア)そのまま飲む場合、(イ)混ぜて飲む場合、(ウ)全体では、それぞれについてお知らせください。

		非飲 むに 量 増 え た	や飲 む 増 量 え が た	変 わ ら な い	や飲 む 減 量 つ が た	非飲 むに 量 減 が つ た	飲こ まの な1 年 位 つ で た 全 く	飲牛 乳 は も と も と
		ア)	そのまま飲む場合	1	2	3	4	5
イ)	混ぜて飲む場合	1	2	3	4	5	6	7
ウ)	全体では	1	2	3	4	5	6	7

問7の(ウ)で「1」「2」「3」とお答えの方
全体では「飲む量が非常に増えた」「飲む量がやや増えた」「変わらない」方
⇒問9へ

問7の(ウ)で「4」「5」「6」「7」とお答えの方
全体では「飲む量がやや減った」「飲む量が非常に減った」「この1年くらいで全く飲まなくなった」「牛乳はもともと飲まない」方
⇒問8へ

問9へ

問8へ

【牛乳を飲む量が減った方／飲まない方（問7の(ウ)で4、5、6、7」とお答えの方)に】

問8 次のア)～ソ)のことがらは、あなたの牛乳を飲む量が減った理由、あるいはあなたが牛乳を飲まない理由としてどのくらいあてはまりますか。それぞれについて、「1 あてはまる」から「5 あてはまらない」までのいずれかの数字をお選びください。

		あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
(それぞれ1つずつ○印)						
ア)	牛乳は味にクセがあるから	1	2	3	4	5
イ)	牛乳のニオイが嫌いだから	1	2	3	4	5
ウ)	牛乳は飲んだあと口に残るから	1	2	3	4	5
エ)	牛乳を飲むとお腹の調子が悪くなるから	1	2	3	4	5
オ)	牛乳を飲むと太ると思うから	1	2	3	4	5
カ)	牛乳はコレステロールが気になるから	1	2	3	4	5
キ)	牛乳は日持ちしないから	1	2	3	4	5
ク)	牛乳は持ち歩けないから	1	2	3	4	5
ケ)	自動販売機・売店など買いやすいところに牛乳がないから	1	2	3	4	5
コ)	飲みたい牛乳がないから	1	2	3	4	5
サ)	牛乳が体によくないという情報を本などで得たから	1	2	3	4	5
シ)	医者に言われたから	1	2	3	4	5
ス)	牛乳アレルギーがあるから	1	2	3	4	5
セ)	価格が高くなったため牛乳を買い控えるようになったから	1	2	3	4	5
ソ)	いつもの年より夏が暑かったから	1	2	3	4	5

【全ての方に】

問9 あなたは、今後、牛乳をどの程度飲みたいと思いますか。「1 とても飲みたい」から「5 全く飲みたいくない」までの数字の中から1つお選びください。(1つだけ○印)

1. とても飲みたい	2. まあ飲みたい	3. どちらともいえない	4. あまり飲みたいくない	5. 全く飲みたいくない
------------	-----------	--------------	---------------	--------------

■■■■白もの牛乳類の購入についてお聞きします。■■■■

【全ての方に】

問10 お宅では、ふだん白もの牛乳類をどのくらいの頻度で購入していますか。ご自身でわからない場合は、ご家族に聞くなどしてお答えください。(1つだけ○印)

1. ほぼ毎日	2. 週に2～3回位	3. 週に1回位	4. 2週間に1回位	5. 月に1回位
6. ほとんど買わない	7. わからない			

【全ての方に】

問11 お宅では、平均すると1週間に白もの牛乳類をどのくらい購入していますか。ご自身でわからない場合は、ご家族に聞くなどしてお答えください。下記の記入例に従い、リットルを単位として小数点以下1位までお答えください。なお、白もの牛乳類を全く買わない場合は「0」とお書きください。わからない場合は、「* わからない」をお選びください。

<記入例>

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

約 リットル

1週間に購入する量の合計	→	約	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/> <input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	.	<input style="width: 30px; height: 20px;" type="text"/>	リットル	*わからない
--------------	---	---	---	---	---	------	--------

【全ての方に】

問12 お宅では、ふだんどなたが白もの牛乳類を購入していますか。あてはまる方についてすべてお答えください。
(いくつでも○印)

1. 自分(本人)	2. 自分以外の同居している家族	3. その他()
-----------	------------------	-----------

⇒ 「1 自分(本人)」を選んだ方は問13へ
⇒ 「1 自分(本人)」を選ばなかった方は問16へ

【ご自分で白もの牛乳を購入する方(問12で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問13-1 あなたは、ふだん牛乳をどこで購入していますか。(いくつでも○印)

1. スーパー	3. デパート	5. 宅配	7. ネットスーパー
2. コンビニエンスストア	4. ディスカウントストア	6. 通信販売	8. その他()

問13-2 あなたが、購入を希望する牛乳の容量はどれですか。(いくつでも○印)

1. 200ml(CG)	3. 500ml(CG)	5. その他() ml(CG)
2. 300ml(CG)	4. 1リットル(1000ml)	

問13-3 この1年くらいの間に、あなたの白もの牛乳の「買い方」は変わりましたか。(1つだけ○印)

1. 購入する牛乳の銘柄を安いものに変えた	4. 牛乳以外の飲み物を購入し、代用するようになった
2. 牛乳を購入する頻度を減らした	5. これまでと変わらない
3. 1回に購入する牛乳の量を減らした	6. いずれもあてはまらない

【ご自分で白もの牛乳を購入する方(問12で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問14 あなたがふだん主に購入している白もの牛乳は、次のどれですか。(1つだけ○印)

1. 生乳100%の普通の牛乳 ⇒問16へ	2. 成分調整牛乳 ⇒問15へ
3. 低脂肪牛乳 ⇒問15へ	4. その他の白もの牛乳 ⇒問16へ

【問14で「2 成分調整牛乳」または「3 低脂肪牛乳」とお答えの方に】

問15 あなたはどのような理由で成分調整牛乳または低脂肪牛乳を購入していますか。
次のア)~エ)のそれぞれについて、「1 あてはまる」から「5 あてはまらない」までのいずれかの数字をお選びください。

		あてはまる	ややあてはまる	いどちらもない	あてはまらない	あてはまらない
	(それぞれ1つずつ○印)					
ア)	普通牛乳よりも価格が安いので	1	2	3	4	5
イ)	味が普通牛乳よりも好みなため	1	2	3	4	5
ウ)	普通牛乳より脂肪分が少なく体に良さそうなので	1	2	3	4	5
エ)	値段の割には普通牛乳と変わらないので	1	2	3	4	5

■■■■ふだんよく飲む飲み物についてお聞きします。■■■■

【全ての方に】

問16 あなたが、ふだんよく飲む飲み物を、次の中からお知らせください。(いくつでも○印)

問17 あなたは、問16でお答えのふだんよく飲む飲み物のなかで、最もよく飲むものはどれですか。(1つだけ○印)

		問16 ふだんよく飲む (いくつでも○印)	問17 最もよく飲む (1つだけ○印)
ア)	白もの牛乳類	1	1
イ)	色もの乳飲料(いわゆるカフェオレ、コーヒー牛乳、フルーツ牛乳、ミルクココアなど)	2	2
ウ)	ドリンクヨーグルト	3	3
エ)	乳酸菌飲料(ヤクルトなど)	4	4
オ)	果汁飲料	5	5
カ)	野菜ジュース	6	6
キ)	豆乳	7	7
ク)	炭酸飲料(コーラ、ファンタなど)	8	8
ケ)	コーヒー(コーヒー飲料も含む)	9	9
コ)	紅茶(紅茶飲料も含む)	10	10
サ)	お茶(緑茶、麦茶、ウーロン茶などとその飲料も含む)	11	11
シ)	スポーツ飲料(ポカリスエット、アクエリアス、ダカラなど)	12	12
ス)	栄養・機能的飲料(アミノ式・アミノサプリなど)	13	13
セ)	ミネラルウォーター(ペットボトルに入って販売されている水などを含む)	14	14
ソ)	この中にはない どのような飲み物かご記入ください()	15	-

■■■牛乳を使った料理（デザートやお菓子を含む）についてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問18 あなたは、この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理(デザートやお菓子を含む)をしましたか。(1つだけ○印)

1. した ⇒問18-1へ	2. しなかった ⇒問19へ
---------------	----------------

【この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした方に】

問18-1 その回数をお知らせください。

この1ヶ月間に白もの牛乳類を使った料理の回数	→	<input type="text"/>	<input type="text"/>	回
------------------------	---	----------------------	----------------------	---

【この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした方に】

問18-2 それはどんな料理でしたか。次の中からあてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも○印)

1. シチュー	5. オムレツ、オムライス	9. ケーキ	13. プリン
2. スープ、ポタージュ	6. ハンバーグ	10. パン	14. ゼリー
3. グラタン	7. フレンチトースト	11. 手作りヨーグルト	15. 杏仁豆腐
4. カレー	8. ホットケーキ	12. 牛乳寒天	16. その他()

【この1ヶ月間に白もの牛乳類を使って料理をした方に】

問18-3 この1ヶ月間にあなたが料理(デザートやお菓子を含む)に使った白もの牛乳類の量にいちばん近いものを、次の中からお知らせください。お答えいただきたいのは、1人分の量ではなく、料理に使った量全体です。(1つだけ○印)

1. 小さじ1杯くらい(5ml)	2. 大さじ1杯(15ml)	3. 4分の1カップ(50ml)	4. 2分の1カップ(100ml)
5. 1カップ(200ml)	6. 2カップ(400ml)	7. 500ml	8. 1ℓ以上

■■■ヨーグルトについてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問19 あなたは、日頃どの程度ヨーグルトを食べたり飲んだりしていますか。食べるタイプ、飲むタイプ両方含めてお答えください。(1つだけ○印)

1. 毎日食べる/飲む	2. 週に5~6日食べる/飲む	3. 週に3~4日食べる/飲む
4. 週に1~2日食べる/飲む	5. 月に2~3日食べる/飲む	6. それ以下しか食べない/飲まない
7. 全く食べない/飲まない ⇒問22へ		

【ヨーグルトを食べる/飲む方(問19で「1~6」とお答えの方)に】

問20 あなたが、ヨーグルトを食べる(飲む)ときは、1日に合計でどのくらいの量(食べる量+飲む量)になりますか。市販のヨーグルト1人用1カップが約100gです。(1つだけ○印)

1. 50g未満	2. 50gくらい	3. 100gくらい	4. 150gくらい	5. 200gくらい
6. 250gくらい	7. 300gくらい	8. 400g以上		

【ヨーグルトを食べる/飲む方(問20で「1~6」とお答えの方)に】

問21 あなたは、どのようなタイプのヨーグルトを食べたり飲んだりすることが多いですか。(いくつでも○印)

1. プレーンヨーグルト(無糖)	4. ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	7. ギリシャヨーグルト
2. 加糖のヨーグルト	5. 手作りヨーグルト(カスピ海ヨーグルト等)	8. その他()
3. 果肉フルーツ入りのヨーグルト	6. フローズンヨーグルト	

■■■チーズについてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問22 あなたは、日頃どの程度チーズを食べていますか。(1つだけ○印)

1. 毎日食べる	2. 週に5~6日食べる	3. 週に3~4日食べる
4. 週に1~2日食べる	5. 月に2~3日食べる	6. それ以下しか食べない
7. 全く食べない ⇒問24へ		

【チーズを食べる方(問22で「1~6」とお答えの方)に】

問23 あなたは、チーズを食べるときは、1日に合計でどのくらいの量になりますか。市販のスライスチーズ1枚が約20gです。(1つだけ○印)

1. 10g未満	2. 10gくらい	3. 20gくらい	4. 30gくらい	5. 40gくらい
6. 50gくらい	7. 60gくらい	8. 70g以上		

【全ての方に】

問24 あなたは、この1ヶ月間にチーズを使った料理を食べましたか。(1つだけ○印)

1. 食べた ⇒問24-1へ 2. 食べなかった ⇒問25へ

【この1ヶ月間にチーズ料理を食べた方に】

問24-1 その回数をお知らせください。

この1ヶ月間にチーズを使った料理を食べた回数 → 回

【この1ヶ月間にチーズを使った料理を食べた方に】

問24-2 それはどんな料理でしたか。次の中からあてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも○印)

- | | | | |
|---------|----------|------------|---------------------------------|
| 1. ピザ | 4. ハンバーグ | 7. サラダ | 10. ケーキ |
| 2. グラタン | 5. シチュー | 8. サンドウィッチ | 11. その他() |
| 3. パスタ | 6. カレー | 9. パン | |

【全ての方に】

問25 お宅では、ふだんあなたがチーズを購入していますか。あてはまる方についてすべてお答えください。(いくつでも○印)

1. 自分(本人) 2. 自分以外の同居している家族 3. その他()

⇒ 「1 自分(本人)」を選んだ方は問26-1へ

⇒ 「1 自分(本人)」を選ばなかった方は問30へ

【ご自分でチーズを購入する方(問25で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問26-1 あなたは、どのようなタイプのチーズを購入しますか。(いくつでも○印)

- | | | |
|------------------------|------------------|--------------------------------|
| 1. ブロックタイプ | 4. ダイスチーズ(サイコロ状) | 7. その他() |
| 2. スライスチーズ(薄切りタイプ) | 5. 粉チーズ | |
| 3. シュレッドチーズ(細かく切ったタイプ) | 6. クリームチーズ | |

問26-2 あなたは、「ナチュラルチーズ」「プロセスチーズ」の違いについて、ご存じですか。(1つだけ○印)

※「ナチュラルチーズ」とは、加熱処理を加えず、チーズ中にある乳酸菌や酵素、熟成目的に添加したカビ等がそのまま残っているチーズです。一方、「プロセスチーズ」は、数種類のチーズを混合し、加熱溶解し、殺菌した後に成型したものです。

1. 知っている 2. 何となく知っている 3. 知らなかった

【ご自分でチーズを購入する方(問25で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問27 あなたが購入するチーズは、ナチュラルチーズですか、プロセスチーズですか。(1つだけ○印)

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. ほとんどナチュラルチーズ(8割以上) | 4. ほとんどプロセスチーズ(8割以上) |
| 2. ナチュラルチーズが多い(6~7割) | 5. プロセスチーズが多い(6~7割) |
| 3. 半々くらい | 6. わからない |

【ご自分でチーズを購入する方(問25で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問28 あなたは、普段チーズを購入する時にどのようなことを意識していますか。また、それはどのような理由ですか。(1つだけ○印)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. 国産のチーズを購入するようにしている | *その理由
() |
| 2. 外国産のチーズを購入するようにしている | |
| 3. 生産国は意識していない | |
| 4. その他() | |

【国産のチーズを購入するようにしている方(問28で「1」とお答えの方)に】

問28-1 あなたは、国産のチーズを購入するときどのようなことを意識していますか。また、それはどのような理由ですか。(1つだけ○印)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. 大手メーカーの製品を購入するようにしている | *その理由
() |
| 2. 小さな工場の製品を購入するようにしている | |
| 3. メーカーの規模は意識していない | |
| 4. その他() | |

【ご自分でチーズを購入する方(問25で「1 自分(本人)」とお答えの方)に】

問29 あなたは、ふだんチーズをどこで購入していますか。(いくつでも○印)

- | | | | |
|---------------|---------------|---------|--------------------------------|
| 1. スーパー | 3. デパート | 5. 宅配 | 7. ネットスーパー |
| 2. コンビニエンスストア | 4. ディスカウントストア | 6. 通信販売 | 8. その他() |

■■■健康や食生活についてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問30 次にあげる白もの牛乳類に関することがらについて、(1)、(2)にあてはまるものをすべてお答えください。

- (1) あなたが、この半年くらいの間に、テレビや新聞、雑誌などで見たり聞いたりしたものはどれですか。(いくつでも○印)
 (2) あなたが、「そういう良いことがあるなら牛乳を飲んでもよい」と思うものはどれですか。(いくつでも○印)

	↓	(1) この半年位の間に 見たり、聞いたり したもの (いくつでも○印)	(2) 「そういう良いことがある なら飲んでもよい」と思う もの (いくつでも○印)
ア) 牛乳には、カルシウムやたんぱく質など体に必要な栄養素がバランス良く含まれている		1	1
イ) 牛乳を朝飲むと、体温が上がり体が目覚める		2	2
ウ) 牛乳は血糖値の上昇がゆるやかなので、ダイエット効果がある		3	3
エ) 牛乳を寝る前に飲むことで気分がリラックスして安眠できる		4	4
オ) 牛乳に含まれるカルシウムは、骨を丈夫にし子供の身長を助ける		5	5
カ) 牛乳のたんぱく質には、ニオイの原因となる物質を包み込み体外に出す働きがある		6	6
キ) 牛乳の良質なたんぱく質やビタミン類は、ハリやツヤのある肌をつくる		7	7
ク) 牛乳は少ないカロリーで効率よく必要な栄養素がとれる		8	8
ケ) 牛乳に含まれる乳糖は腸内細菌のバランスを改善し、有害物質の発生を防ぐ		9	9
コ) 牛乳はスポーツの後に飲むと体力づくりに効果がある		10	10
サ) 牛乳のカルシウムは魚や野菜のカルシウムよりも体に吸収されやすい		11	11
シ) 牛乳にはカルシウムの吸収を助けて骨粗しょう症を防ぐ成分が含まれている		12	12
ス) ひとつもない		13	13

■■■バターについてお聞きします。■■■

【全ての方に】

問31 お宅では、ふだんバターをどのくらいの頻度で購入していますか。ご自身でわからない場合は、ご家族に聞くなどしてお答えください。(1つだけ○印)

1. 週に1回位	2. 2週間に1回位	3. 月に1回位	4. 数か月に1回位	5. ほとんど買わない
6. 買わない/食べない	⇒最後のページのF1へ		7. わからない	⇒最後のページのF1へ

【バターを購入するようにしている方(問31で「1~5」とお答えの方)に】

問32 お宅では、バターを購入するときどのようなことを意識していますか。(いくつでも○印)

1. バターを製造するメーカー	2. バターの大きさや量(g)	3. パッケージ、デザイン
4. バターの形状(ブロックか切れているかなど)	5. バターの価格	6. 食塩を使用しているか、無塩か
7. 国産のバターを購入する	8. 輸入品のバターを購入する	
9. その他()		

問33 お宅では、バターをどのようにお使いですか。(いくつでも○印)

1. パンに塗る	2. 料理に使う
3. お菓子作りに使う	4. パン作りに使う
5. その他()	

問34 あなたは、バターについてどのように思いますか。次の中からあてはまるものをすべてお答えください。(いくつでも○印)

1. おいしい	2. 高級感がある	3. 香りが良い
4. 風味が増す	5. 健康に良い	6. 健康に良くない
7. その他()		

問35 お宅にバターがないときに、バターの代わりに使うものはありますか。使うものをすべてお答えください。(いくつでも○印)

1. マーガリン	2. ヨーグルト
3. オリーブオイル	4. その他()
5. バター以外は使わない	

問36 今後、お宅ではバターの購入を増やしたいと思いませんか、減らしたいと思いませんか。また、それはどのような理由ですか。(いくつでも○印)

1. 増やしたい 2. どちらともいえない 3. 減らしたい	* その理由 ()
--------------------------------------	---------------

■■■あなたご自身についてお知らせください。統計分析に必要ですので、ありのままお答えください。■■■

【全ての方に】

F 1 性別

1. 男性	2. 女性
-------	-------

F 2 年齢

<div style="border-left: 1px dashed black; border-right: 1px dashed black; width: 90%; margin: 0 auto;"></div>	才
--	---

F 3 あなたは結婚されていますか。(1つだけ○印)

1. 未婚	2. 既婚	3. その他
-------	-------	--------

F 4 お子さんはいらっしゃいますか。(1つだけ○印)

1. いる	2. いない
-------	--------

F 5 あなたのご職業は何ですか。あてはまるものを1つだけお答えください。(1つだけ○印)

自営・家族従業	1. 農林漁業	2. 商工サービス業	3. 自由業	4. 内職	
お勤め	5. 管理職	6. 専門・技術職	7. 事務職	8. 労務職	9. 販売・サービス職
	10. パート・アルバイト				
無職	11. 専業主婦	12. 中学生	13. 高校生	14. 中高生以外の学生	15. 無職

【学生および有職の方（F5で「1～3、5～10、12～14」とお答えの方）へ】

F 5-1 あなたの学校や職場では、給食や食堂がありますか。(1つだけ○印)

1. 給食がある	2. 給食はないが学校や職場の食堂を利用している	3. どちらもない
----------	--------------------------	-----------

【全ての方に】

F 6 同居しているご家族の人数を、ご自分も含めてお知らせください。(1つだけ○印)

1. 1人(ひとり暮らし)	2. 2人	3. 3人	4. 4人	5. 5人	6. 6人	7. 7人以上
---------------	-------	-------	-------	-------	-------	---------

↓
【同居している家族人数が2人以上の方（F6で「2～7」とお答えの方）に】

F 7 あなたはご家族の中で、次のようなことを主に担当なさっていますか。あてはまるものをお答えください。(いくつでも○印)

1. 料理をする	2. 食料品の買物をする	3. どちらもしていない
----------	--------------	--------------

↓
【同居している家族人数が2人以上の方（F6で「2～7」とお答えの方）に】

F 8 お宅の家族構成(同居している家族)を、次の中から1つだけお選びください。(1つだけ○印)

1. 夫婦2人	2. 二世帯世帯(親と子)	3. 三世帯世帯(親、子、孫)	4. その他()
---------	---------------	-----------------	-----------

↓
【F8で「2、3、4」とお答えの方に】

F 9 では、同居しているご家族に、次のような方はいらっしゃいますか。該当するものをいくつでもお答えください。※ご本人は含めません。(いくつでも○印)

1. 乳児・幼児	2. 小学生	3. 中学生	4. 高校生	5. 大学・短大・専門学校生
6. この中にはいない				

アンケートにご協力いただきましてありがとうございます。