

食料統制撤廃直後のイギリス家庭における 牛乳利用に関する一考察

— John Empson の1956年調査の分析を中心として—

平 岡 祥 孝

目 次

- I. はじめに
- II. エンプソン調査の概要
 - 1. エンプソン調査の枠組み
 - 2. サンプル家庭の牛乳消費の実態
- III. 用途別分析
 - 1. 飲料における牛乳利用
 - 2. 調理における牛乳利用
 - 3. 朝食と果物における牛乳利用
 - 4. 小括
- IV. 消費階層別分析
- V. おわりに

I. はじめに

小稿の課題は、ジョン・エンプソン (John Empson) が1956年6月に実施した「家庭牛乳利用調査」(*The results of a small-scale survey carried out on the Milk Marketing Board Staff, June 1956*, 以下エンプソン調査と記す)の分析を通して、連合王国 (the United Kingdom、以下イギリスと記す)の一般家庭の日常食生活においてどのように牛乳が利用されていたかについて明らかにすることである。

イギリスでは、戦後においても戦時食料政策が遂行され、1945～50年の期間は事実上戦時統制期と同様であり、牛乳も他の食料品とともに配給制度下に置かれた。1950年に入ると、消費者は自らが希望する牛乳量を購入することが可能になった。54年には、食糧省 (Ministry of Food) の管理下にあった生産者生乳供給独占体組織であるミルク・マーケティング・ボード (Milk Marketing Board) も完全に自立的な活動を回復した。そして、その他の食料品に対する統制も徐々に解除され、55年は、消費者が食料品をすべて自由に選択し、購入することができる最初の年となったのである。¹⁾

この「家庭牛乳利用調査」は、食料統制が撤廃された直後の1956年6月に実施された。戦時牛乳政策の成果として、戦後イギリスにおける牛乳消費量の拡大は顕著であった。1956年の年間1人当たり牛乳消費量は、1954年および1955年とほぼ同じ程度であった。²⁾ イギリスでは、過去においても一般家庭における牛乳の広範囲な利用実態を把握しようとした調査が試みられていた。しかし、一日を通して食事ごとに少量かつ多様に利用される牛乳量を正確に計りつつ日誌形式で一定期間記録していくことは、極めて煩雑な作業であった。この煩雑さゆえに、詳細な牛乳家庭消費調査はこれまで困難であったと言える。

後述するように、エンプソン調査は、サンプル数は263と少ないことに加えて実施期間も1週間と短い。また、イングランドのテムズディットン

(Thames Ditton) 周辺のMMB職員の家庭に限定されているために、特定社会階層や地域性が反映された結果となっていることは否定できない。

しかし、エンプソン調査は、イングランド・ウェールズのミルク・マーケティング・ボード (Milk Marketing Board of England and Wales, 以下 MMB と略す) 本部事務局に勤務する職員の家庭に協力を求めることによって、一日中通して多岐に利用される牛乳量を計りかつ忠実に記録する上での問題を克服した。この点からも「家庭牛乳利用調査」の資料価値は大きいと言えよう。

したがって、小稿では、エンプソン調査の結果を分析することによって、一般家庭の食生活における牛乳の用途および消費実態を明らかにしたい。それに加えて、牛乳消費の視点からイギリスの食生活の特徴を明らかにすることを通して、当時のイギリス家庭の生活態様について触れることは有意義であると考えられる。なお、エンプソン調査の結果を分析する上で原調査報告書は入手不可能であったために、資料の制約を承知の上ではあるが、“The Utilization of Milk in the Home” (*The Farm Economist* Vol. VIII. Nos. 11&12, 1957所収) に発表されたデータを利用することにしたい。

II. エンプソン調査の概要

1. エンプソン調査の枠組み

まず最初に、エンプソン調査の概要を整理しておきたい。前述のとおり、このエンプソン調査は、MMB本部事務局職員の家庭を対象にして1956年6月に1週間にわたって実施された。エンプソン調査は、当該1週間において各家庭で利用され消費された牛乳の記録である。エンプソン調査の対象となった家庭の概要は、表Ⅱ-1に示している。

表Ⅱ-1に示されているとおり、調査対象家庭のサンプル数は263世帯であり、平均構成員数は3.17人である。合計人数は、大人・子供・幼児を合わせて834人である。平均構成員数は、イングランド・ウェールズの同

表Ⅱ-1 標本の概要

	世帯主週1人当たり所得 (ポンド)					
	20～	13～20	9～13	5～9	～5	全世帯平均
	1世帯当たり構成員数 (人)					
大人 (15歳～)	2.86	2.49	2.53	2.46	3.38	2.59
子供 (5～15歳)	0.65	0.70	0.39	0.13	—	0.48
幼児 (0～5歳)	0.09	0.17	0.10	0.03	—	0.10
家族構成員数 (人)	3.60	3.36	3.02	2.62	3.38	3.17
家庭数合計 (世帯)	43	78	97	37	8	263
家族構成員合計 (人)	155	262	293	97	27	834

出所) Empson (1957) p. 16 Table 1

表Ⅱ-2 牛乳の用途

	1人当たり消費量 (ポイント/週)	1世帯当たり消費量 (ポイント/週)	全消費量に対する比率 (%)
紅茶	1.76	5.60	31.3
コーヒー	0.73	2.33	13.0
直接飲用	0.70	2.21	12.4
シリアルおよびポリッジ	0.68	2.15	12.0
カスタード	0.38	1.21	6.8
ミルクプディング	0.30	0.96	5.4
その他の飲料	0.27	0.86	4.8
ココア	0.20	0.64	3.6
その他調理分	0.18	0.57	3.2
ペット飼養用	0.18	0.57	3.2
ブラマンジェ	0.14	0.45	2.5
ヨークシャープディング	0.07	0.21	1.2
フルーツ添加物	0.03	0.09	0.5
その他の利用分	0.01	0.01	0.1
合計	5.63	17.63	100.0

出所) Empson (1957) p. 17 Table 2

平均値に近い数値である。このサンプルの特徴的な点は、263世帯のうち大人のみから構成される家庭が169世帯を占めていることである。大部分の家庭は1人以上の賃金労働者がいるが、表Ⅱ-1では、世帯主の週当た

り所得のみを基準として5段階の区分けをしている。したがって、家族所得の尺度よりもむしろある程度の社会的階級の尺度と言えるかもしれない。

後述する表Ⅱ-2に示されているとおり、調査期間1週間の平均牛乳消費量は、サンプル家庭1世帯当たり17.86ポイント、世帯構成員1人当たり5.63ポイントであった。この牛乳消費量の水準は全国水準を上回っており³⁾、MMBが1955年に実施した調査の対象となった9都市の如何なる調査結果よりも高い水準であった。⁴⁾

2. サンプル家庭の牛乳消費の実態

表Ⅱ-2は、牛乳の用途別割合を示している。紅茶、コーヒー、ココアおよびその他の飲料との組み合わせの割合と直接飲用の割合を合計するならば65.1%となり、消費される牛乳のうち圧倒的に高い比率を示している。そして各種料理への利用は19.1%であった。その内訳は、シリアル、ポリッジ、フルーツ12.5%、ペット飼養向け3.2%、その他利用0.1%であった。表Ⅱ-2から、牛乳との組み合わせで最も重要な飲料は紅茶であることは明白である。当該組み合わせは31.3%を占めている。加えて、牛乳の利用が広範囲にわたっていることも読み取れる。

牛乳消費量に影響を与える要因は、各食事ごとの家族員数と1人当たり牛乳消費量である。表Ⅱ-3は、1週間の各曜日における食事ごとに参加する家族員数の比率を示している。表Ⅱ-3から、食事に対する家族参加の様子をおおよそ把握することができる。昼食を中心にして見ると、やはり週末は家庭で食事を摂る比率が高いことが明らかである。

月曜日から金曜日にかけて50%強の人が、早朝すなわち起きぬけに何か飲用している（早朝飲用、Early-morning drink）。土曜日および日曜日には当該比率は高くなっている。朝食は、1週間を通してほぼ家族全員がそろっている。平日（労働日、working day）においてブランチ軽食（Mid-morning snack）を家庭で摂る比率は約20%であるが、土曜日では

表Ⅱ-3 曜日別各食事に就く家族構成員数の比率

曜 日	食事の種類						
	早朝飲用 向 (%)	朝 食 (%)	ブランチ 軽 食 (%)	昼 食 (%)	午後軽食 (%)	夕 食 (%)	夜 食 (%)
月曜日	53	97	20	37	29	87	70
火曜日	52	96	19	37	27	86	68
水曜日	52	96	20	37	31	86	69
木曜日	52	96	21	34	29	87	66
金曜日	52	94	21	34	28	88	72
土曜日	56	98	32	79	49	78	72
日曜日	63	97	49	84	63	82	72

出所) Empson (1957) p.19 Table 4

32%、日曜日では49%と高くなっている。また、平日に昼食 (Middy meal) を家庭で摂る比率は34~37%であるが、土曜日では79%、日曜日では84%と極めて高くなる。このような傾向は、アフタヌーンティーのような午後軽食 (Afternoon snack) においても見られる。夕食 (Evening meal) では、土曜日 (78%) を除いて80%台であり、夜食 (Late-evening snack) では、1週間を通じて70%前後である。

次に、表Ⅱ-4 を見てみよう。表Ⅱ-4 は、曜日ごとの各食事における1家庭当たり平均牛乳消費量を示している。全体的に見ると、牛乳消費量の約3分の2は朝食、夕食および夜食の3回の食事を通じてである。土曜日および日曜日では、昼食、ブランチ軽食および午後軽食に消費される牛乳量が増加する。とりわけ、昼食時ではほぼ2倍以上となる。1日当たりの牛乳消費量について平日と土曜日・日曜日を比較すると、土曜日では14%、日曜日では25%増加している。

表Ⅱ-5 によると、このような週末における家庭の牛乳消費量の増加は、食事時点の1人当たり牛乳消費量の増加よりも、むしろ食事に参加する家族構成員の人数増加が要因であることがわかる。表Ⅱ-5 は、曜日ごとの各食事における家族構成員1人当たり牛乳消費量を示しているが、顕著な

表II-4 曜日別各食事における1世帯当たり平均牛乳利用量

曜日	食事の種類										合計	
	早朝飲用向け (パイント)	朝食 (パイント)	ブランチ軽食 (パイント)	昼食 (パイント)	午後軽食 (パイント)	夕食 (パイント)	夜食 (パイント)	夜食 (パイント)	(パイント)	指数		
月曜日	0.15	0.69	0.12	0.31	0.12	0.52	0.51	2.42	100			
火曜日	0.15	0.65	0.11	0.31	0.11	0.52	0.52	2.37	98			
水曜日	0.14	0.67	0.11	0.30	0.13	0.54	0.52	2.41	100			
木曜日	0.15	0.69	0.13	0.32	0.11	0.55	0.50	2.45	101			
金曜日	0.14	0.65	0.12	0.30	0.12	0.55	0.54	2.43	100			
土曜日	0.16	0.66	0.17	0.60	0.18	0.46	0.52	2.75	114			
日曜日	0.18	0.60	0.28	0.77	0.22	0.46	0.53	3.04	125			
合計	1.07	4.61	1.04	2.91	0.99	3.60	3.64	17.86				
比率(%)	6	26	6	16	6	20	20	100				

出所) Empson (1957) p. 18 Table 5

表II-5 曜日別各食事に就く家族構成員1人当たり牛乳消費量

曜日	食事の種類										平均 (パイント)
	早朝飲用向け (パイント)	朝食 (パイント)	ブランチ軽食 (パイント)	昼食 (パイント)	午後軽食 (パイント)	夕食 (パイント)	夜食 (パイント)	夜食 (パイント)	夜食 (パイント)	夜食 (パイント)	
月曜日	0.09	0.22	0.19	0.27	0.13	0.19	0.23	0.19	0.23	0.19	0.19
火曜日	0.09	0.21	0.19	0.27	0.13	0.19	0.24	0.19	0.24	0.19	0.19
水曜日	0.08	0.22	0.18	0.25	0.14	0.20	0.24	0.20	0.24	0.19	0.19
木曜日	0.09	0.23	0.19	0.29	0.12	0.20	0.24	0.20	0.24	0.20	0.20
金曜日	0.09	0.22	0.18	0.28	0.13	0.20	0.23	0.20	0.23	0.20	0.20
土曜日	0.09	0.21	0.17	0.24	0.12	0.18	0.23	0.18	0.23	0.19	0.19
日曜日	0.09	0.20	0.18	0.29	0.11	0.18	0.23	0.18	0.23	0.19	0.19
平均(パイント)	0.08	0.22	0.18	0.27	0.12	0.19	0.23	0.19	0.23	0.19	0.19

出所) Empson (1957) p. 19 Table 6

変化は見られないのである。食事別平均値による上位は、昼食では0.27ポイント、夜食では0.23ポイント、朝食では0.22ポイントである。全平均値で見ると約0.19ポイントである。

Ⅲ. 用途別分析

1. 飲料における牛乳利用

表Ⅲ－1は、調査期間1週間における全サンプル家庭の食事ごとの飲料と組み合わせた牛乳消費量を示している。飲料との組み合わせによる牛乳消費の形態は、1週間を通してほぼ一定である。当然のことながら、紅茶との組み合わせであるミルクティー (tea with milk) が最も多い。比率では早朝飲用 (early morning tea) が最も高く91%であり、午後軽食 (afternoon tea) 74%、夕食68%、朝食 (morning tea) 65%の順となっている。数量では朝食が最も多く416ポイントであり、夕食381ポイント、早朝飲用233ポイント、午後軽食180ポイントの順となるが、この差は言うまでもなく紅茶の飲用量の多寡による。

ブランチ軽食および夜食では、コーヒーとの組み合わせが注目される。⁵⁾ 比率で見ると、ブランチ軽食では56%、夜食では24%であり、数量ではそれぞれ142ポイント、218ポイントであった。また、夜食ではココアとの組み合わせも15% (131ポイント) を占める。さらに重要な点は、夜食における牛乳直接飲用 (plain milk) が顕著であることである。比率では29%であり、数量では258ポイントである。

2. 調理における牛乳利用

表Ⅱ－2によれば、牛乳消費量の19.1%は料理用に利用されている。表Ⅲ－2は、調査期間1週間を通じた食事ごとの牛乳利用を示している。実質的には、昼食時と夕食時のわずか2回の調理における利用量である。量的には、カスタード用、ミルクプディング用、ブラマンジュ用の順となる。

表Ⅲ-1 食事別飲料との組み合わせによる牛乳消費量（調査期間1週間における全サンプル家庭総計）

	食 事 の 種 類						
	早朝飲用向け (%)	朝 食 (%)	ブランチ軽食 (%)	昼 食 (%)	午後軽食 (%)	夕 食 (%)	夜 食 (%)
牛乳直接飲用	7	15	15	16	20	16	29
紅茶	91	65	21	51	74	68	11
コーヒー	2	16	56	30	3	14	24
ココア	-	1	5	-	2	1	15
その他の飲料	-	3	3	3	1	1	21
合 計	100	100	100	100	100	100	100
	食 事 の 種 類						
	早朝飲用向け (ポイント)	朝 食 (ポイント)	ブランチ軽食 (ポイント)	昼 食 (ポイント)	午後軽食 (ポイント)	夕 食 (ポイント)	夜 食 (ポイント)
牛乳直接飲用	17	96	38	32	49	90	258
紅茶	233	416	53	108	180	381	100
コーヒー	7	99	142	64	6	78	218
ココア	-	8	14	-	5	9	131
その他の飲料	-	16	9	7	2	5	187
合 計	257	635	256	211	242	563	894

出所) Empson (1957) p. 20 Table 7

表Ⅲ-2 食事別調理向け牛乳利用

	食 事 の 種 類						
	早期飲用向け (%)	朝 食 (%)	ブランチ軽食 (%)	昼 食 (%)	午後軽食 (%)	夕 食 (%)	夜 食 (%)
ミルクプディング	-	-	-	32	-	24	-
カスタード	-	-	-	40	-	30	-
ブラマンジュ	-	-	-	11	-	17	-
ヨークシャープディング	-	-	-	8	-	5	-
バタープディング	-	-	-	9	-	24	-
その他の料理	-	-	-	100	-	100	-
合 計	-	-	-	100	-	100	-
	食 事 の 種 類						
	早期飲用向け (パイント)	朝 食 (パイント)	ブランチ軽食 (パイント)	昼 食 (パイント)	午後軽食 (パイント)	夕 食 (パイント)	夜 食 (パイント)
ミルクプディング	-	1	2	170	-	78	1
カスタード	-	1	3	212	1	97	5
ブラマンジュ	-	-	1	59	3	54	-
ヨークシャープディング	-	-	1	40	-	15	1
バタープディング	-	11	2	48	9	77	1
その他の料理	-	13	9	529	13	321	8
合 計	257	13	9	529	13	321	8

出所) Empson (1957) p. 21 Table 9

表Ⅲ-3 月曜日・土曜日・日曜日における料理向け牛乳利用家庭の比率

	食 事 の 種 類							
	早朝飲用向け (%)	朝 食 (%)	ブランチ軽食 (%)	昼 食 (%)	午後軽食 (%)	夕 食 (%)	夜 食 (%)	
月曜日								
ミルクプディング				11		5		
カスタード				13		12	1	
ブラマンジュ				2		4		
ヨークシャープディング バタープディング				2		2		
その他の料理		3		6		8		
土曜日								
ミルクプディング				17		2		
カスタード				21		3	1	
ブラマンジュ				6		4		
ヨークシャープディング バタープディング				7		2		
その他の料理		2		13	2	11		
日曜日								
ミルクプディング				12		2		
カスタード				40		3	1	
ブラマンジュ				8	11	4		
ヨークシャープディング バタープディング				25		1		
その他の料理		2	2	13	4	12		

88 出所) Empson (1957) p. 22 Table 10

とりわけ昼食時のカスタードへの利用が最も多く、212ポイントであった。

表Ⅲ-3は、平日の事例として月曜日および土曜日と日曜日における食事ごとの牛乳利用について牛乳総家庭消費量に対する百分比で示している。全体的には、1週間を通して料理向けの利用率は相対的に小さいと言えよう。特徴的なことは、カスタードへの牛乳利用量比率は土曜日に高まるが、日曜日にはさらに増加することである。また、土曜日昼食時にはミルクプディングが多く食べられ、日曜日昼食時にはヨークシャー・バタープディングが多く食べられている。ここに、家庭料理から見るイギリス家庭の食生活様式の特徴がうかがえる。

3. 朝食と果物における牛乳利用

表Ⅱ-2によれば、牛乳消費量の12.5%は朝食（シリアル、ポリッジ）や果物とともに利用されている。表Ⅲ-4は、曜日ごとにシリアルと牛乳を組み合わせる家庭の比率を示している。朝食において牛乳を利用している家庭は、平日では56~60%であるが、土曜日では54%、日曜日では41%となっている。また、夕食や夜食での当該比率は2~5%である。1週間の調査期間において朝食や果物とともに牛乳を利用する実態は、前述の

表Ⅲ-4 シリアルと牛乳を組み合わせる家庭の比率

曜 日	食事の種類						
	早朝飲 向 (%)	朝 食 (%)	ブ ラ ン チ 食 (%)	昼 食 (%)	午 後 軽 食 (%)	夕 食 (%)	夜 食 (%)
月曜日	2	57			1	3	5
火曜日		56				3	4
水曜日		59				3	3
木曜日	1	60				3	4
金曜日	1	57				2	3
土曜日	1	54				3	2
日曜日	1	41				2	4

出所) Empson (1957) p. 22 Table 11

場合とは対照的である。牛乳消費量は平日において同量であるが、週末には減少する。平日では、調理時間を節約できる簡便なシリアル中心の朝食形態であり、土曜日および日曜日では、ある程度調理時間を要する朝食（イングリッシュ・ブレックファースト）が主流であると、筆者は推測する。⁶⁾ なお、果物とともに牛乳を利用する家庭は極めて少ない。⁷⁾

4. 小括

このように、主な牛乳利用の形態は、①直接飲用またはその他飲料との組み合わせ、②調理用、③朝食との組み合わせ、であった。表Ⅲ-5は、これらの牛乳利用形態を集約整理し、その他雑多な用途およびペット飼養分を加えたものである。

表Ⅲ-5によれば、牛乳が利用される食事に関する限り、早朝飲用向けは二番目に重要であることがわかる。早朝時に利用される牛乳の90%以上は他の飲料との組み合わせであり、ほとんど大部分は紅茶との組み合わせであるアーリーモーニングティーに利用された。朝食は、1家庭当たり牛乳消費量のかなりの数量が利用される食事であった。

ブランチ軽食における牛乳利用は早朝飲用向けの場合と同様に重要であるが、平日の労働時間中に食事を摂る総人数の割合は相対的に小さいと考えられる。昼食では、調理向けに牛乳を利用するために牛乳利用量は大きくなる。昼食で消費される牛乳の70%弱は調理用であった。午後軽食では、牛乳と紅茶との組み合わせであるアフタヌーンティーが中心となる。夕食時では、他の飲料と組み合わせて利用される牛乳量は、調理向けの利用量とともに大きい。ここで注意しなければならないことは、夜食時における牛乳利用量である。夜食は、主要な牛乳利用食であるが、飲料向けが大部分を占めている。表Ⅲ-1から明らかなように、直接飲用およびコーヒーやココアとの組み合わせが中心となる。

さらに牛乳利用の詳細を確認するために、表Ⅲ-6を取り上げたい。表

表Ⅲ-5 食事別1家庭当たり牛乳利用の実態

用途	食事の種類							
	早朝飲用向け (パイント/食事)	朝食 (パイント/食事)	ブランチ軽食 (パイント/食事)	昼食 (パイント/食事)	午後軽食 (パイント/食事)	夕食 (パイント/食事)	夜食 (パイント/食事)	
1家庭当たり利用量	0.14	0.35	0.14	0.12	0.13	0.31	0.48	
飲料向け		0.28				0.01	0.02	
朝食用		0.01	0.01	0.29	0.01	0.17		
調理用								
その他の料理・ ペット用	0.01	0.02		0.01		0.02	0.02	
合計	0.15	0.66	0.15	0.42	0.14	0.51	0.52	
用途	食事の種類							
	早朝飲用向け (%)	朝食 (%)	ブランチ軽食 (%)	昼食 (%)	午後軽食 (%)	夕食 (%)	夜食 (%)	
全家庭数に対する比率								
飲料向け	92	53	94	28	92	60	93	
朝食用	2	42		1	1	3	3	
調理用		1	3	69	5	34	1	
その他の料理・ ペット用	6	4	3	2	2	3	3	
合計	100	100	100	100	100	100	100	100

出所) Empson (1957) p. 23 Table 12

Ⅲ－6は、1週間の調査期間における食事ごとの1人当たり平均牛乳消費量を表したものである。1人当たり平均牛乳消費量が最大となる食事は昼食であり、0.270ポイントである。昼食時では調理向けの牛乳が重要であり、0.187ポイントの利用量であった。とりわけミルクプディングとカスタードへの利用が多く、それぞれ0.060ポイント、0.075ポイントであった。

注目すべき点は、夜食での消費量が0.230ポイントと次に大きく、朝食時の0.220ポイントを上回っていることである。なお、朝食時での牛乳利用の増加は、シリアルとの組み合わせが要因である。ブランチ軽食時では0.180ポイントであるが、夕食時の0.190ポイントに匹敵すると言っても過言ではない。夜食では直接牛乳飲用が0.062ポイントと最も多い。また、ブランチ軽食と夜食では、牛乳と紅茶以外の他の飲料との組み合わせが重要であることを示している。

IV. 消費階層別分析

エンプソン調査では、サンプル家庭を週1人当たり牛乳消費量を基準として3つの階層に区分している。具体的には、週1人当たり牛乳消費量6.51ポイント以上の家庭を消費高位階層（Group I）、同4.51～6.50ポイントの家庭を消費中位階層（Group II）、それ以下の家庭を消費低位階層（Group III）に区分している。消費高位階層には89家庭、消費中位階層には111家庭、消費低位階層には63家庭がそれぞれ含まれた。Group Iに属する家庭の家族構成員1人当たり週平均牛乳消費量は7.75ポイントと高い。Group IIIの場合では3.54ポイントであったので、両Group間では2倍以上の格差が見られたことになる。

表Ⅳ－1は、週1人当たり消費量を通して3つのGroupにおける用途別牛乳消費量を比較している。まず注目すべき点は、紅茶とともに消費する牛乳量にGroup間の顕著な格差が見られることである。Group IIIでは1.35ポイント、Group IIでは1.78ポイント、Group Iでは2.10ポイントであっ

表Ⅲ-6 各食事別1人当たり平均牛乳消費量

用途	食・事の種類							
	早朝飲用向け (ポイント)	朝食 (ポイント)	ブランチ軽食 (ポイント)	昼食 (ポイント)	午後軽食 (ポイント)	夕食 (ポイント)	夜食 (ポイント)	
飲用								
牛乳直接飲用	0.005	0.018	0.025	0.011	0.023	0.018	0.062	
紅茶	0.075	0.075	0.035	0.038	0.082	0.076	0.024	
コーヒー	0.002	0.018	0.094	0.022	0.003	0.016	0.052	
ココア		0.002	0.009		0.003	0.002	0.032	
その他		0.003	0.006	0.003	0.001	0.001	0.045	
合計	0.082	0.116	0.169	0.074	0.112	0.113	0.215	
朝食用								
シリアル	0.001	0.083			0.001	0.003	0.007	
果物	0.001	0.001		0.003		0.002		
ポリッジ		0.009						
合計	0.002	0.093		0.003	0.001	0.005	0.008	
調理用								
ミルクプディング			0.001	0.060		0.016		
カスタード			0.002	0.075		0.019	0.001	
ブラマンジュ			0.001	0.021	0.001	0.011		
ヨークシャープディング			0.001	0.014		0.003		
バタープディング								
その他の料理		0.002	0.001	0.017	0.004	0.016		
合計		0.002	0.006	0.187	0.005	0.065	0.001	
その他の種々の用途	0.006	0.009	0.005	0.006	0.002	0.007	0.006	
合計	0.090	0.022	0.180	0.270	0.120	0.190	0.230	

出所) Empson (1957) p. 24 Table 13

表IV-1 階層別牛乳消費の実態

用途	週1人当たり消費量 (ポイント)			比率 (%)		
	Group I (高位階層)	Group II (中位階層)	Group III (低位階層)	Group I (高位階層)	Group II (中位階層)	Group III (低位階層)
1. 紅茶	2.10	1.78	1.35	27	33	58
2. 牛乳飲料						
コーヒー	1.07	0.70	0.42	14	13	12
ココア	0.30	0.18	0.13	4	3	4
その他	0.49	0.22	0.12	6	4	3
小計	1.86	1.10	0.67	24	20	19
3. 牛乳直接飲用	1.01	0.73	0.28	13	14	8
4. 調理用						
カスタード	0.50	0.35	0.29	7	6	8
ミルクプディング	0.46	0.29	0.15	6	5	4
ブラマンジェ	0.23	0.12	0.08	3	2	2
ヨークシャープディング	0.10	0.06	0.04	1	1	1
その他	0.25	0.19	0.09	3	3	3
小計	1.54	1.01	0.65	20	17	18
5. シリアル・ポリッジ・果物	0.93	0.70	0.45	12	13	13
6. ペット用・その他利用分	0.31	0.13	0.14	4	3	4
7. 合計	7.75	5.45	3.54	100	100	100

出所) Empson (1957) p. 26 Table 14

た。まさに、低位階層から高位階層につれて牛乳消費量は増加している。しかしながら、牛乳消費量全体の増加には比例していない。また、直接牛乳飲用においても同様の傾向が見られる。Group IIIでは0.28ポイントであるが、Group Iでは1.01ポイントであり、約3.6倍の格差がある。

牛乳消費量に関してGroup IとGroup IIIの間で大きな格差が生じる要因としては、家族構成員の食事ごとの参加人数、および食事ごとの1人当たり消費量が考えられよう。表IV-2を通して、これらの要因を確認することができる。表IV-2によれば、朝食時の牛乳消費量格差は、Group Iにおける週1人当たり牛乳消費量が0.8ポイント高いことが原因であり、食事参加人数格差は0.04ポイントと相対的には重要ではなかったと言える。ブランチ軽食、昼食および午後軽食における両Groupの格差の要因は、食事参加人数と消費水準の違いがそれぞれ半々を占めている。ただし、昼食では若干異なる傾向が見られ、食事参加者週1人当たり牛乳消費量はGroup Iでは1.34ポイントであり、Group IIIの0.54ポイントの約2.5倍である。夕食および夜食では、食事参加人数よりも消費水準が格差の主たる要因であった。

表IV-2 食事別週1人当たり牛乳消費量格差

食 事	Group III (低位階層) (ポイント/人・週)	Group I (高位階層) (ポイント/人・週)	格 差 要 因		
			食事参加人数 (ポイント/人・週)	消費量水準 (ポイント/人・週)	合 計 (ポイント/人・週)
早朝飲料	0.25	0.46	0.10	0.11	0.21
朝食	1.03	1.83	0.04	0.76	0.80
ブランチ軽食	0.18	0.46	0.10	0.18	0.28
昼食	0.54	1.34	0.20	0.60	0.80
午後軽食	0.22	0.40	0.08	0.10	0.18
夕食	0.67	1.58	0.18	0.73	0.91
夜食	0.65	1.68	0.24	0.79	1.03
合 計	3.54	7.75	0.94	3.27	4.21

出所) Empson (1957) p. 27 Table 16

さらに、表Ⅳ-3は、格差発生要因としての食事参加人数を排除した形で相対的な牛乳消費水準のみを比較している。すなわち、表Ⅳ-3では、Group I と Group III との間における牛乳消費量を比較して、両Group間の格差が週1人当たり0.1ポイントを超える場合にそれらの用途のみを示している。表Ⅳ-3に記された項目は、Group I と Group III における牛乳消費水準格差の60%（週1人当たり格差全体量3.27ポイントのうち1.96ポイント）を表している。

同表から読み取れる当該格差の要因は4点指摘することができる。①朝食時に利用される牛乳量、②朝食時、ブランチ軽食時および夕食時におけ

表Ⅳ-3 主要食食品目別牛乳消費量階層間格差

	Group I (高位階層)	Group III (低位階層)	格 差	百分比 表示格差 (%)
	(週1人当たりポイント数量)			
<u>朝食</u>				
シリアル	0.77	0.44	+0.33	+75
コーヒー	0.20	0.06	+0.14	+223
紅茶	0.55	0.43	+0.12	+28
<u>ブランチ軽食</u>				
コーヒー	0.25	0.13	+0.12	+92
<u>昼食</u>				
ミルクプディング	0.32	0.13	+0.19	+146
<u>夕食</u>				
紅茶	0.57	0.40	+0.17	+43
コーヒー	0.16	0.05	+0.11	+220
直接飲用	0.14	0.30	+0.11	+367
<u>夜食</u>				
直接飲用	0.50	0.17	+0.33	+194
その他飲用	0.37	0.15	+0.22	+147
ココア	0.24	0.12	+0.12	+100
紅茶	0.10	0.19	-0.09	-47
上記小計分	4.07	2.11	1.96	
その他品目分	3.68	2.37	1.31	
合 計	7.75	4.48	3.27	

出所) Empson (1957) p. 28 Table 17

るコーヒーとの組み合わせに利用される牛乳量、③昼食時のミルクプディング向け牛乳利用量、④夜食時における直接牛乳飲用量および他の飲料との組み合わせ牛乳利用量、である。

V. おわりに

前述したように、このエンプソン調査はサンプル数が263世帯と少ないことに加えて、調査期間が1週間に制限されたために、イギリス家庭の牛乳消費をめぐる一般的な状況あるいは年間の状況を検討することは不可能であった。しかし、たとえ限定された調査結果であっても、詳細な記録を分析することを通して、イギリス家庭では牛乳が多様な用途に利用されていること、およびイギリス人の食生活様式の一端が明らかになった。

1週間に消費される牛乳の31%は紅茶とともに利用されていた。コーヒーとの組み合わせでも13%利用されており、直接飲用の12%よりも高かった。また、朝食料理には12%利用されていた。このように、牛乳はそれ自体の利用というよりも、むしろ各種の飲料や料理の「食材」(raw material)として購入されたのである。言い換えるならば、牛乳需要は派生需要であると言えよう。

平日(労働日)においては、ほとんどの家庭では家族全員で朝食を摂っている。週末においては、昼食を家庭で摂る割合が増加している。平日において調理用に牛乳を利用する家庭は相対的に皆無であった。しかし、週末には調理用牛乳の利用割合が増加する。カスタードとヨークシャープディングへの利用が顕著であった。土曜日や日曜日の昼食では、時間をかけて作られる伝統的な家庭料理を楽しむ傾向にあると考えられる。

牛乳消費量が家庭によって異なることも注目すべき点である。牛乳消費の高位階層(週1人当たり平均7.75ポイント)と低位階層(同3.54ポイント)では、大きな格差が見られた。この格差は、食生活の態様が異なることにも起因していると考えられる。高位階層では実際に他の家庭よりも牛

乳を多く消費しているが、紅茶以外の飲料との組み合わせにおける利用が特徴である。とりわけ、「就寝前飲料」(bedtime drink) の選択肢に幅があることを指摘しておきたい。

注

- 1) 1950年代前半のイギリスにおける牛乳消費の実態に関する全般的な分析は、さしあたり平岡(2001)を参照されたい。
- 2) MAFF(1958) p. 10。ちなみに戦前における年間1人当たり牛乳消費量は217.1ポンド(重量)であったが、1945年では314.0ポンド、1950年では347.4ポンド、1955年では332.6ポンドであった。
- 3) 1956年における週1人当たり牛乳消費量は、全国平均では4.83ポイントであった。また、同年週1人当たり牛乳支出額は、全国平均では29.74ペンスであった。
- 4) この点について詳しくは、MMB(1955)を参照されたい。
- 5) 1956年における週1人当たり全国平均消費量は、紅茶2.88ポンド、コーヒー0.38ポンドであるが、1955年を基準とした増加率では、紅茶3%、コーヒー6%であった。1954~57年の期間においてコーヒーの摂取量は増加傾向を示しており、戦前の約2倍となっていた。その主たる理由としては、インスタントコーヒーの普及が挙げられよう。いわゆるミルクコーヒー(coffee with milk)の形態で飲用された。
- 6) 一般的には、この伝統的な朝食にベーコン・ハムと鶏卵が利用される。1956年における週1人当たり全国平均消費量は、ベーコン・ハム5.11ポンド、鶏卵4.35個であった。
- 7) 果物消費量は、所得階層別比較において消費量格差が顕著な財である。

参考文献

- [1] Board of Trade (1956) "Food Consumption Levels in the United Kingdom", *Board of Trade Journal*, Vol. 171, No. 3106. pp. 340~341.
- [2] Brown, J. A. C. (1955) "Economics, Nutrition and Family Budget", *Proceedings of the Nutrition Society*, Vol. XIV, No. 1, pp. 63~70.
- [3] Central Statistical Office (1957) *Annual Abstract of Statistics*, No. 94, Her Majesty's Stationery Office.

- [4] Empson, John (1957a) "A Review of the Fresh Milk Market in England and Wales, 1939 to 1956", *Journal of Agricultural Economics*, Vol. XII, No. 3, pp. 349~360.
- [5] Empson, John (1957b) "The Utilization of Milk in the Home", *The Farm Economist*, Vol. VIII, No. 11 & 12, pp. 15~30.
- [6] Empson, J. D. (1958) "Economics, Market Research and the Market for Milk", *Journal of Agricultural Economics*, Vol. XIII, No. 2, pp. 169~182.
- [7] Milk Marketing Board of England and Wales (1955) *Sales of Milk in Nine British Towns*, Milk Marketing Board of England and Wales.
- [8] Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (1957) *Domestic Food Consumption and Expenditure: 1955*, Her Majesty's Stationery Office.
- [9] Ministry of Agriculture, Fisheries and Food (1958) *Domestic Food Consumption and Expenditure: 1956*, Her Majesty's Stationery Office.
- [10] Ministry of Food (1953) *Decontrol of Food and Marketing of Agricultural Produce, Cmd. 8989*, Her Majesty's Stationery Office.
- [11] Slater, J. M. (1991) *Fifty Years of National Food Survey, 1940-1990*, Her Majesty's Stationery Office.
- [12] 平岡祥孝 (1995) 「第2次世界大戦下のイギリスにおける牛乳消費に関する一考察—戦時食料政策との関連を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第27号、pp. 87~114.
- [13] 平岡祥孝 (1999) 「第2次世界大戦下におけるイギリスの牛乳流通政策に関する一考察」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第31号、pp. 147~168.
- [14] 平岡祥孝 (2000) 「戦後統制期のイギリスにおける食料消費に関する一考察—牛乳の消費動向を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第32号、pp. 111~132.
- [15] 平岡祥孝 (2000) 「牛乳購入自由化直後のイギリスにおける牛乳消費に関する一考察—1950年代前半を中心として—」『北海道武蔵女子短期大学紀要』第27号、pp. 87~114.