牛乳乳製品消費拡大特別事業

平成20年度

牛乳販売店消費者ニーズ把握実態調査事業

調査結果報告

社団法人　全国牛乳流通改善協会
後　援　農　林　水　産　省
（独）農畜産業振興機構
（社）日本酪農乳業協会

目　次

Ⅰ　調査事業の概要

【１】事業の目的

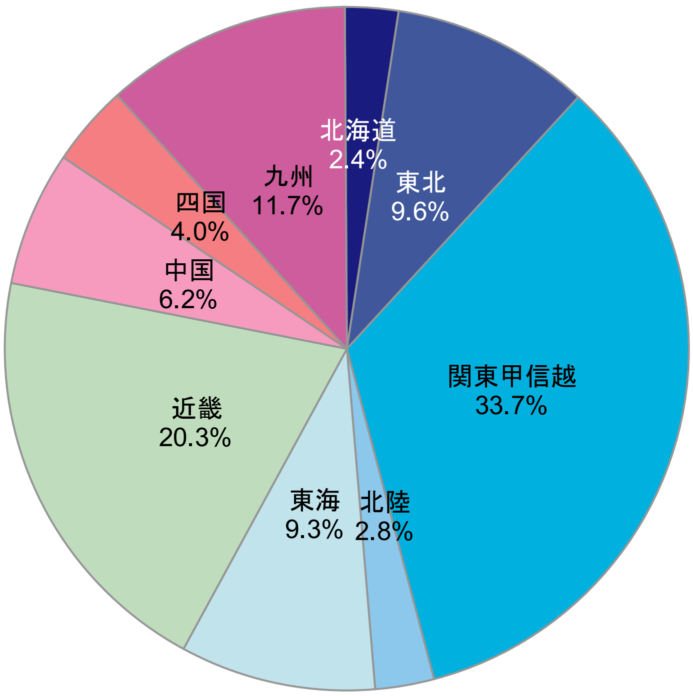
牛乳・乳製品、酪農業界に影響を与える新たな事象や変化等に対する消費者ニーズ（意識や行動の実態など）の把握実態調査を実施し、その結果を今後の流通活性化と飲用牛乳需要拡大定着化に繋げることを目的とする。

【２】事業の実施

牛乳販売店を通して全国5,000件の宅配顧客を対象に、質問紙留め置き法によるアンケートを実施し、当該業界に対するニーズを把握する。

（1）事業実施地域数：45都道府県
（2）調査実施期間：2008年10月～11月
（3）調査対象サンプル数：5,000配布
（4）回収数：4808　うち有効回収数4800（有効回収率96.0%）

【３】回収サンプルの地域別構成（単位：%／N=4,800）



＜回収サンプルの地域別構成＞

ブロックNo.	ブロック名	No.	都道府県名	有効回収	ブロック件数	構成比（%）
1	北海道	1	北海道	115	115	2.4
2	東北	2	青森県	55	462	9.6
		3	岩手県	52		
		4	宮城県	110		
		5	秋田県	110		
		6	山形県	65		
		7	福島県	70		
3	関東甲信越	8	茨城県	125	1,617	33.7
		9	栃木県	89		
		10	群馬県	125		
		11	埼玉県	265		
		12	千葉県	175		
		13	東京都	331		
		14	神奈川県	230		
		15	山梨県	63		
		16	長野県	95		
		17	新潟県	119		
4	北陸	18	富山県	30	135	2.8
		19	石川県	50		
		20	福井県	55		
5	東海	21	岐阜県	81	448	9.3
		22	愛知県	205		
		23	三重県	95		
		24	静岡県	67		
6	近畿	25	滋賀県	85	974	20.3
		26	京都府	145		
		27	大阪府	385		
		28	兵庫県	190		
		29	奈良県	69		
		30	和歌山	100		
7	中国	31	鳥取県	43	297	6.2
		32	岡山県	85		
		33	広島県	123		
		34	山口県	46		
		－	島根県	－		
8	四国	35	徳島県	75	190	4.0
		36	香川県	70		
		37	愛媛県	10		
		38	高知県	35		
9	九州	39	福岡県	155	562	11.7
		40	佐賀県	36		
		41	長崎県	21		
		42	熊本県	90		
		43	大分県	80		
		44	宮崎県	85		
		45	鹿児島県	95		
計				4,800		100.0

Ⅱ　調査結果の要約

調査結果から要点を整理すると、「強みへの再集中でスーパーの脅威を回避し、景況の悪化を乗り切り基盤固め」が課題として見い出せた。

成果・強み

「普通牛乳」と「情報提供」を宅配牛乳店の強みに出来る可能性

✓普通牛乳の購入者が増えて購入商品のトップに（P14）

✓「情報提供」は宅配牛乳店満足度アップの鍵(P29)

✓「情報提供」「品質・安全性」はスーパーより高評価（P24）

✓牛乳宅配ユーザーは価格を重視する人（34%）より、品質を重視する人（63%）の方が多い（P11）

問題点・弱み

価格がネックとなり満足度低下、ストレッチ幅（商品数、金額）縮小

✓宅配牛乳店の満足度が大幅低下（非常に満足が19ポイント低下）（P18）

✓購入意向商品、上限意向金額が低下（P26,28）

✓価格については満足されてない（P21）

✓「価格」「品揃え」でスーパーより低評価（P24）

✓価格重視層は宅配牛乳店の満足度低く、スーパーへシフト傾向（P25）

✓普通牛乳の購入率が再低下する恐れ（P26）

チャンス

家庭内の宅配牛乳非飲用者に向けた牛乳価値情報アプローチにチャンス

✓同居者世帯の55%が世帯人員の全員は宅配牛乳を飲んでいない（特に30代以上の同居者）（P27）

✓牛乳のメタボ予防効果（コレステロール、脳卒中、体脂肪、血圧）の魅力度は高いが認知度が低い（P31）

✓牛乳のカルシウム吸収率と1日必要摂取量のカバー率など、具体的数値で提示すると魅力がアップ（P32）

✓牛乳が「国産食品」である事は改めて魅力として捉えられた（P32）

脅威

景況の悪化によりスーパー店頭購入の脅威が拡大する可能性

✓牛乳宅配ユーザーの収入は減少傾向で、収入の減少は牛乳購入量にマイナスに作用する（P9,13）

✓牛乳購入でスーパーを併用する人が多く、節約志向、特売でスーパーへ流出（P20,22,23）

※牛乳値上げの認識は約8割と多かったが、多くの食品で共通しており、相対的には食パンやマヨネーズほど多くはなかった（P10）

※牛乳購入量が減った人は15%いたが、相対的には他の食品より少なかった（P12）

課題・方向性

強みへの再集中でスーパーの脅威を回避し、景況の悪化を乗り切り基盤固め

○重点ターゲット
・品質重視層（利用年数2年以上）
・普通牛乳をとっていない世帯
・ご家族全員が宅配牛乳を飲んでいない世帯
・40代以上のご家族

○重点商品
・普通牛乳

○重点コミュケーション
・メタボ予防効果、カルシウム効率（数値比較提示）
・「国産」強調、高品質、安全な生産・品質管理情報

Ⅲ　調査結果

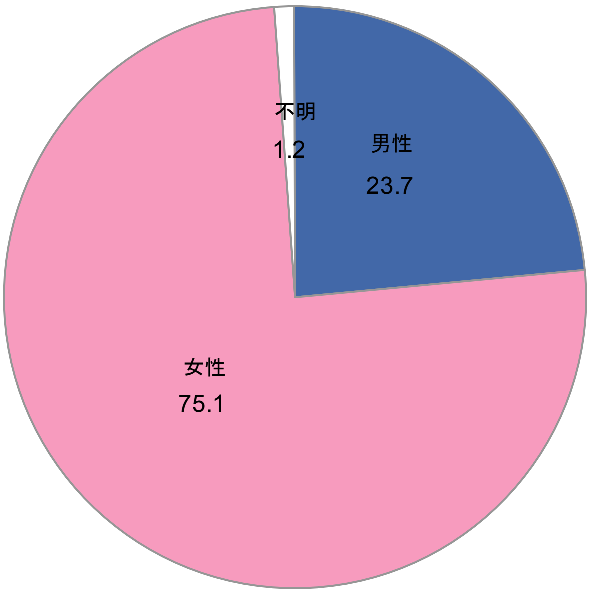
1. 宅配ユーザーの基本特性

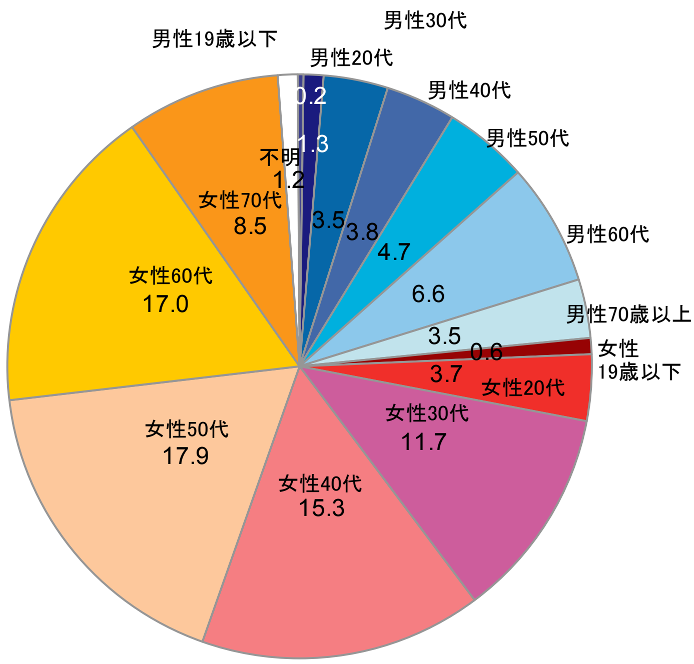
【1】性年代、世帯

・回答者本人は男性24%、女性75%と、女性の方が多い。
・「女性50代」が18%を占め最も多く、続いて「女性60代」が17%、「女性40代」が15%となっている。
・宅配ユーザーの世帯構成をみると、「単身者（1人）」が9%、複数世帯では「2人世帯」26%、「3人世帯」26%、「4人世帯」が21%と多い。「5人以上の世帯」は合計約17%となっている。
・回答者の同居者の年代は、「60代」が最も多いが、「中学生以上」が20%以上ずつ、まんべんなくいる。

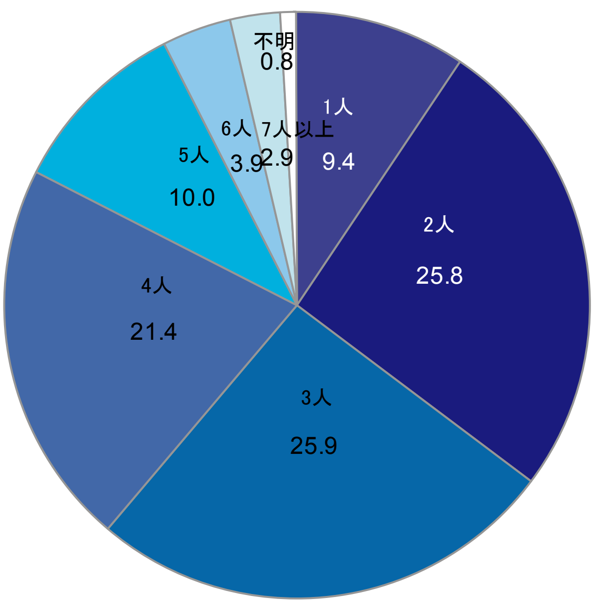
(%)

＜回答者の性・年代：F1、F2　N=4,800＞

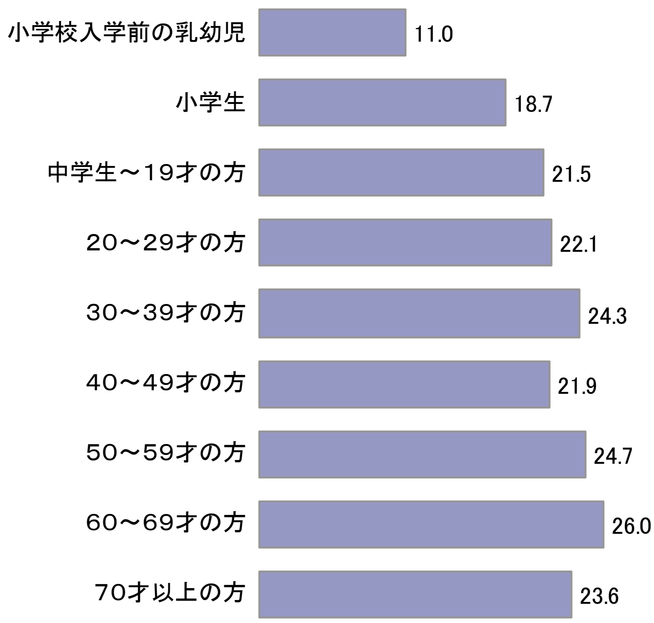




＜世帯人数（回答者本人含む）：F3　N=4,800＞



＜同居者の年代：F4　同居人がいる人ベース　N=4,315＞



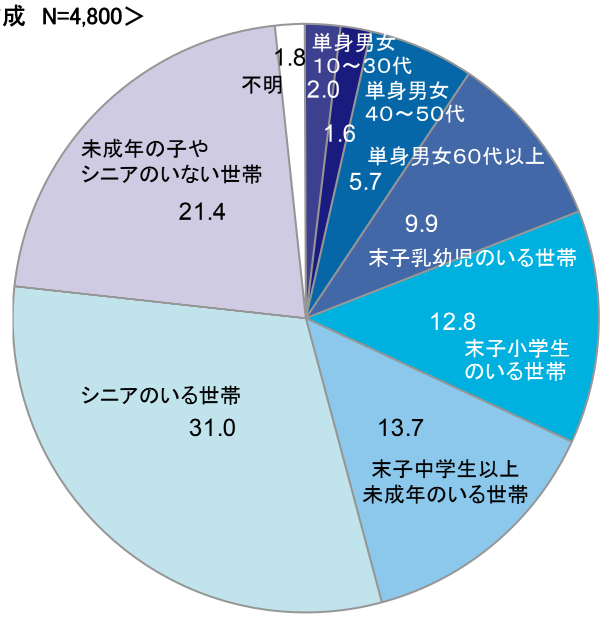
1. 宅配ユーザーの基本特性

【2】世帯タイプ

・回答者本人の年代、同居者の年代、同居者人数から、宅配ユーザーの世帯タイプを作成した。まず単身か複数世帯かを分けた。次に複数世帯の中を、未成年者の同居者がいる世帯を最も年少の年代から区分していき、未成年者のいない残りの世帯については、60代以上のシニアがいる世帯を区分した。残りは未成年者もシニアもいない20～50代だけで構成された世帯となっている。
・単身世帯では「60代以上」が最も多く6%となっている
・複数世帯では「シニア(60代以上)のいる世帯」が最も多く31%、「小学生以下の子供がいる子育て世帯」は合計23%となっている。

＜世帯のタイプ：F2、F3、F4より作成　N=4,800＞

(%)



世帯タイプ		区分定義
単身世帯	単身男女10～30代	単身者で本人が10～30代
	単身男女40～50代	単身者で本人が40～50代
	単身男女60代以上	単身者で本人が60代以上
複数世帯	末子乳幼児のいる世帯	同居者に「小学校入学前の乳幼児」がいる世帯
	末子小学生のいる世帯	同居者に「小学校入学前の乳幼児」はいないが、「小学生」がいる世帯
	末子中学生以上未成年のいる世帯	同居者に「小学生以下」の者はいないが、本人を含め、中学生以上の未成年がいる世帯
	シニアのいる世帯	同居者に「未成年以下」の者はいないが、本人を含め、60代以上の者がいる世帯
	未成年の子やシニアのいない世帯	上記のどれにも属さない世帯。20～50代の成年者だけで構成される世帯

※調査では「同居者」の年代のみを尋ねているので、回答者と同居者の血縁関係は不明である。
しかし未成年者の同居者はおおよそ親子関係であると推測されるので、ここでは便宜的に「末子」と表現した。

1. 宅配ユーザーの基本特性

【2】世帯タイプ　（参考）

(%)

＜回答者男女年代別の世帯タイプ構成：F2、F3、F4より作成　N=4,800＞

		BASE	単身男女10～30代	単身男女40～50代	単身男女60代以上	末子乳幼児のいる世帯	末子小学生のいる世帯	末子中学生以上未成年のいる世帯	シニアのいる世帯	未成年の子やシニアのいない世帯
全体		4,800	2.0	1.6	5.7	9.9	12.8	13.7	31.0	21.4
性別・年代別	男性計	1,138	4.0	3.0	6.3	8.1	10.6	11.7	31.5	23.9
	男性・19歳以下	11	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	45.5	0.0	45.5
	男性・20代	64	26.6	0.0	0.0	17.2	3.1	7.8	15.6	28.1
	男性・30代	169	16.6	0.0	0.0	26.0	21.9	3.6	10.7	21.3
	男性・40代	181	0.0	9.4	0.0	6.1	27.6	31.5	12.2	13.3
	男性・50代	227	0.0	7.5	0.0	4.0	7.5	18.1	17.6	44.5
	男性・60代	315	0.0	0.0	11.1	3.8	3.2	3.5	52.7	24.4
	男性・70代	167	0.0	0.0	22.2	3.0	2.4	3.6	61.1	6.0
	女性計	3,604	1.4	1.2	5.6	10.4	13.6	14.5	30.9	20.7
	女性・19歳以下	31	3.2	0.0	0.0	3.2	25.8	41.9	0.0	19.4
	女性・20代	178	15.7	0.0	0.0	28.7	7.9	5.6	6.2	34.8
	女性・30代	562	4.1	0.0	0.0	34.9	32.9	7.1	7.1	12.6
	女性・40代	734	0.0	1.6	0.0	5.0	26.6	42.2	8.4	15.5
	女性・50代	860	0.0	3.5	0.0	4.8	3.5	11.2	33.4	42.6
	女性・60代	818	0.0	0.0	9.8	4.9	4.9	3.5	65.0	9.8
	女性・70代	410	0.0	0.0	29.8	2.0	3.9	5.4	44.4	10.7

＜世帯タイプ別の回答者男女年代構成：F2、F3、F4より作成　N=4,800＞

	BASE	男性計	男性・19歳以下	男性・20代	男性・30代	男性・40代	男性・50代	男性・60代	男性・70代	女性計	女性・19歳以下	女性・20代	女性・30代	女性・40代	女性・50代	女性・60代	女性・70代
全体	4,800	23.7	0.2	1.3	3.5	3.8	4.7	6.6	3.5	75.1	0.6	3.7	11.7	15.3	17.9	17.0	8.5
単身男女10～30代	97	46.4	0.0	17.5	28.9	0.0	0.0	0.0	0.0	53.6	1.0	28.9	23.7	0.0	0.0	0.0	0.0
単身男女40～50代	77	44.2	0.0	0.0	0.0	22.1	22.1	0.0	0.0	54.5	0.0	0.0	0.0	15.6	39.0	0.0	0.0
単身男女60代以上	274	26.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8	13.5	73.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.2	44.5
末子乳幼児のいる世帯	474	19.4	0.0	2.3	9.3	2.3	1.9	2.5	1.1	79.1	0.2	10.8	41.4	7.8	8.6	8.4	1.7
末子小学生のいる世帯	615	19.7	0.2	0.3	6.0	8.1	2.8	1.6	0.7	79.5	1.3	2.3	30.1	31.7	4.9	6.5	2.6
末子中学生以上未成年のいる世帯	659	20.2	0.8	0.8	0.9	8.6	6.2	1.7	0.9	79.1	2.0	1.5	6.1	47.0	14.6	4.4	3.3
シニアのいる世帯	1,487	24.1	0.0	0.7	1.2	1.5	2.7	11.2	6.9	75.0	0.0	0.7	2.7	4.2	19.3	35.8	12.2
未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	26.4	0.5	1.7	3.5	2.3	9.8	7.5	1.0	72.6	0.6	6.0	6.9	11.1	35.6	7.8	4.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

■ 全体＋10pt以上
■ 全体＋5pt以上

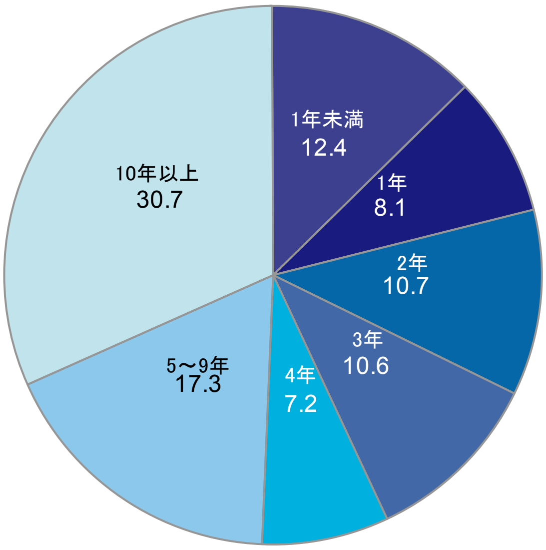
1．宅配ユーザーの基本特性

【3】継続利用年数

・継続利用年数は「10年以上」が最も多く31%。
・「5年以上のロングユーザー」は48%と、約半数である。
・「5年以上のロングユーザー」は男女ともに60代～70代に多い。
・「2年以内のユーザー」は男女ともに20代～30代に多い。

(%)

＜利用年数・基本属性別利用年数：Q4　N=4,800＞



		BASE	5～10年以上	3～4年	1～2年	1年未満
全体		4,800	48.0	17.8	18.8	12.4
性別・年代別	男性計	1,138	48.7	17.6	17.3	14.2
	男性・19歳以下	11	54.5	9.1	18.2	18.2
	男性・20代	64	20.3	9.4	35.9	31.3
	男性・30代	169	24.9	22.5	28.4	24.3
	男性・40代	181	40.3	19.9	19.9	18.8
	男性・50代	227	46.3	23.3	12.3	15.9
	男性・60代	315	61.0	14.9	13.0	7.3
	男性・70代	167	71.9	11.4	10.8	3.6
	女性計	3,604	47.8	17.8	19.3	11.8
	女性・19歳以下	31	35.5	6.5	22.6	29.0
	女性・20代	178	17.4	12.9	34.3	33.1
	女性・30代	562	22.8	22.6	32.0	18.9
	女性・40代	734	40.2	23.7	20.0	12.8
	女性・50代	860	51.5	17.1	18.8	10.0
	女性・60代	818	64.4	13.3	11.9	7.1
	女性・70代	410	69.0	14.1	9.5	3.7
世帯タイプ	単身男女10～30代	97	7.2	12.4	38.1	38.1
	単身男女40～50代	77	39.0	13.0	19.5	27.3
	単身男女60代以上	274	58.8	14.6	16.8	6.6
	末子乳幼児のいる世帯	474	31.6	17.5	30.8	18.4
	末子小学生のいる世帯	615	35.8	25.0	23.7	13.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	44.5	20.6	19.4	12.1
	シニアのいる世帯	1,487	64.4	14.6	10.8	7.7
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	43.1	18.6	20.6	14.3

＜利用年数別世帯タイプの構成：F2、F3、F4より作成　N=4,800＞

	BASE	単身男女10～30代	単身男女40～50代	単身男女60代以上	末子乳幼児のいる世帯	末子小学生のいる世帯	末子中学生以上未成年のいる世帯	シニアのいる世帯	未成年の子やシニアのいない世帯
全体	4,800	2.0	1.6	5.7	9.9	12.8	13.7	31.0	21.4
5～10年以上	2,305	0.3	1.3	7.0	6.5	9.5	12.7	41.5	19.3
3～4年	853	1.4	1.2	4.7	9.7	18.1	15.9	25.4	22.4
1～2年	903	4.1	1.7	5.1	16.2	16.2	14.2	17.7	23.5
1年未満	596	6.2	3.5	3.0	14.6	13.6	13.4	19.1	24.7

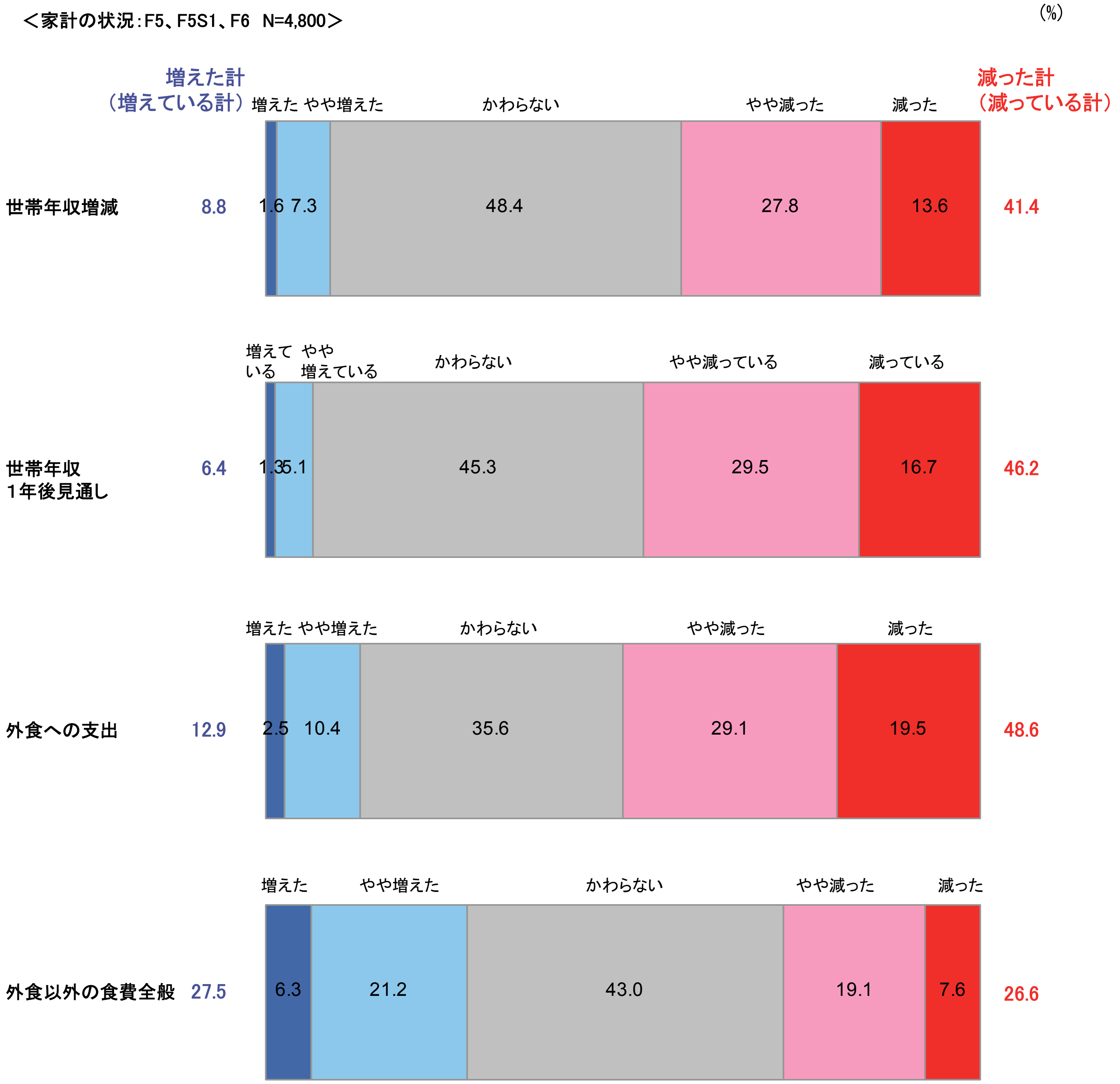
＊グレー字はベース20未満のため、参考値
全体＋10pt以上
全体＋5pt以上

2．家計の状況と食品の買い方

【１】家計の状況

・世帯年収増減は、「増えた計」が９％に対して、「減った計」が４１％で減った人の方が多かった。１年後の見通しも同様の傾向となっている。
・外食への支出は、「増えた計」が１３％に対して、「減った計」が４９％で減った人の方が多かった。
・外食以外の食費全般は、「増えた計」が２８％に対して、「減った計」が２７％で増減がほぼ同じであった。
・収入は現状も見通しも減少傾向にあり、外食の支出により厳しく反映されている。

＜家計の状況：F5、F5S1、F6　N=4,800＞

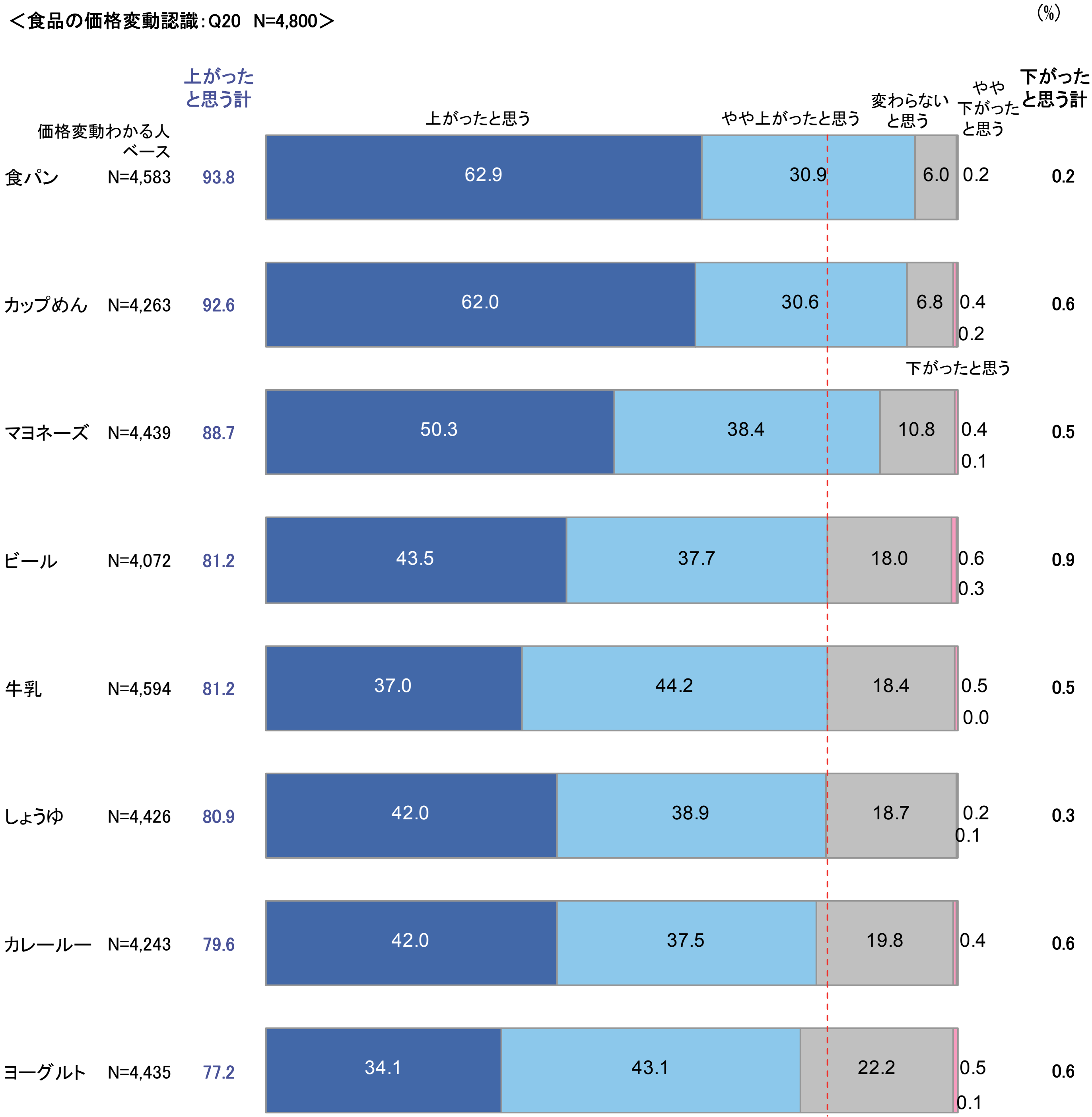


2．家計の状況と食品の買い方

【２】食品の価格変動認識

・食品の価格は提示したどの食品でも約8割以上の人が上がったと認識しており、それに対して、下がったと思う人は1%未満であった。
・牛乳は上がった思う計が81%で下がった思う計は0．5%であった。
・食パンが上がったと思う人は94%おり、提示した食品の中では最も多かった。
・価格が上がったと思う計が、牛乳より多かったのは、食パン、カップめん、マヨネーズ、ビールであった。

＜食品の価格変動認識：Q20　N=4,800＞



2．家計の状況と食品の買い方

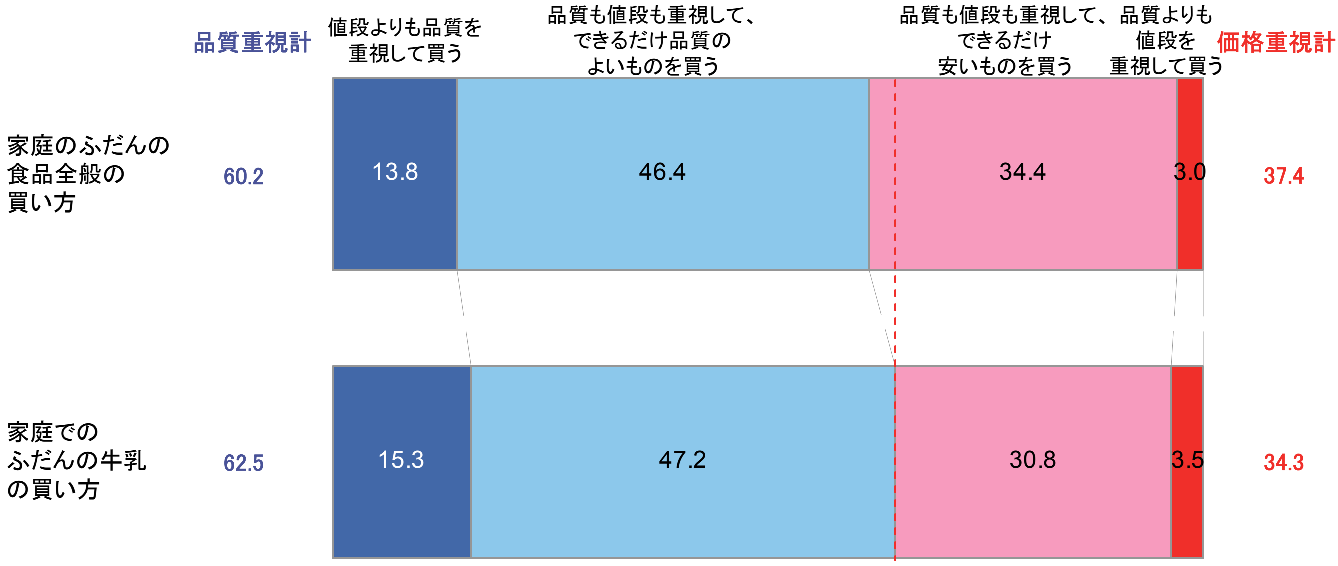
【3】品質重視の買い方と価格重視の買い方

・ふだんの牛乳の買い方は「品質重視」が63％、「価格重視」が34％と「品質重視」の方が多かった。これは、ふだんの食品全般の買い方と同様である。

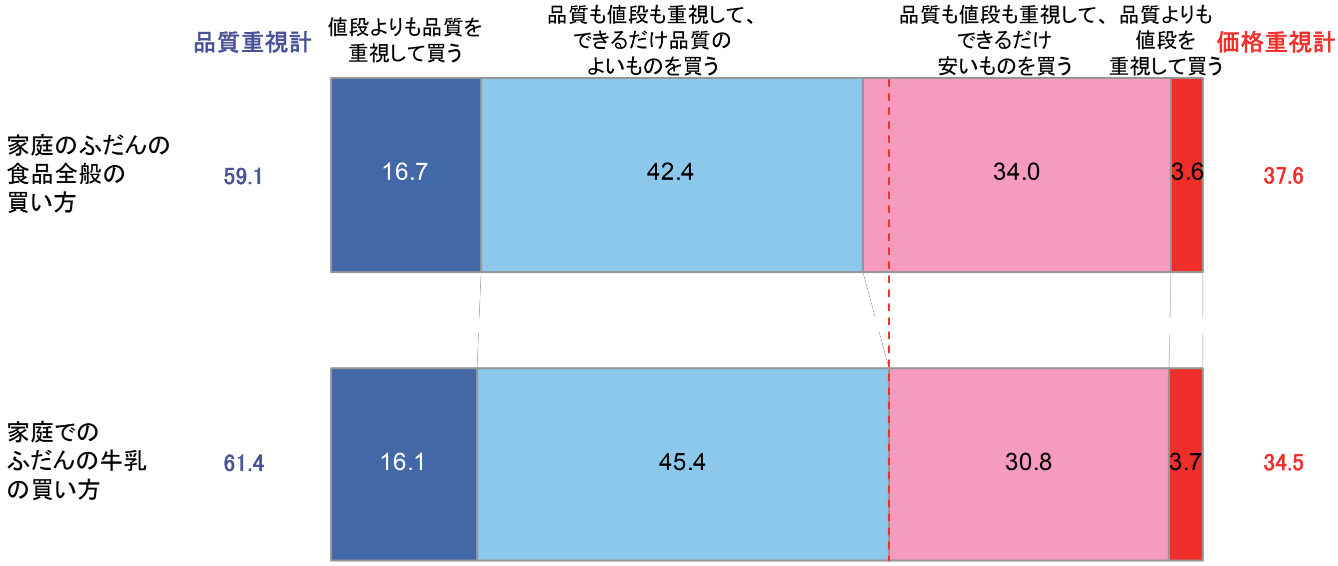
・一年前と比較した場合も、ふだんの牛乳の買い方は「品質重視」が59％、「価格重視」が38％と「品質重視」の方が多かった。これは、ふだんの食品全般の買い方と同様である。

(%)

＜ふだんの買い物の仕方：Q19、Q21　N=4,800＞



＜ふだんの買い物の仕方の一年前との比較：Q19S1、Q21A　N=4,800＞



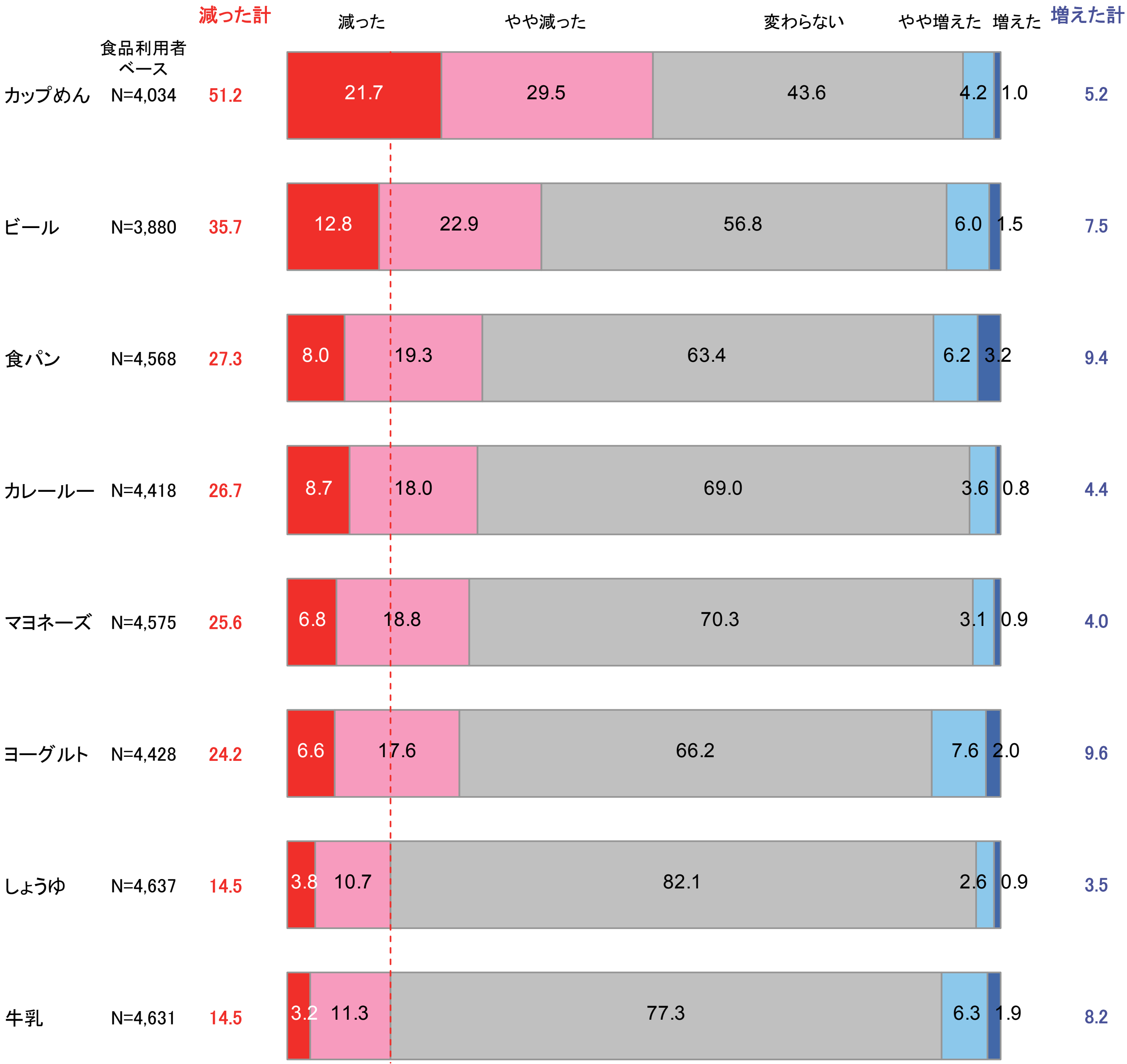
2．家計の状況と食品の買い方

【4】食品の購入量変化

・一年前と比較して、牛乳の購入量が「減った」人は15%、「増えた」人は8%、「変わらない」人は77%であった。
・一年前と比較して、購入量が一番減った食品は「カップめん」で51%であった。
・一方、一年前と比較して購入量が一番増えた食品は「ヨーグルト」で10%であった。

(%)

＜食品の購入量の一年前との比較：Q20S1　N=4,800＞



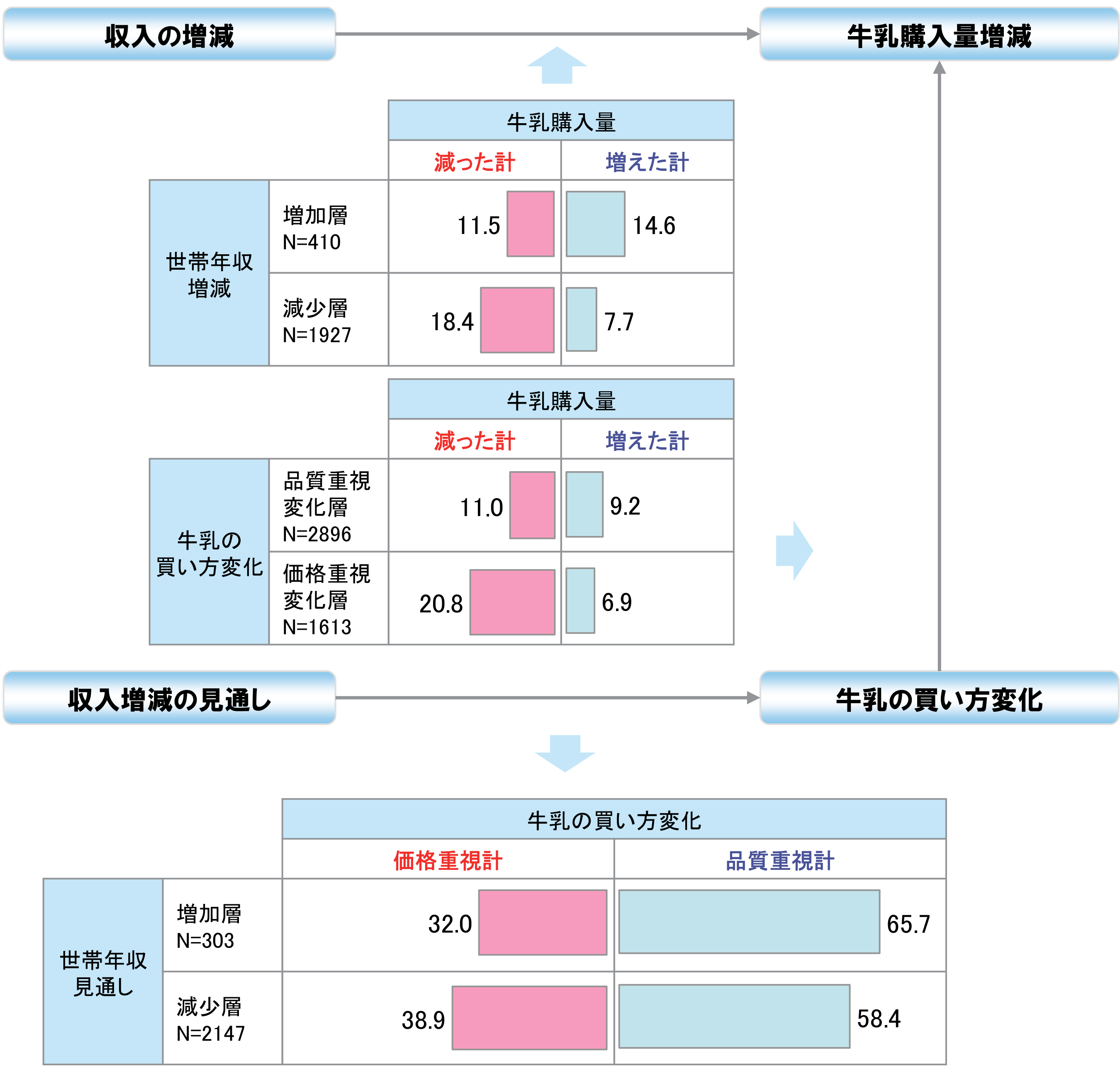
2．家計の状況と食品の買い方

【５】牛乳購入量変動の背景

・「牛乳購入の増減」には、「収入の増減」、「収入増減の見通し」、「牛乳の買い方変化」が影響している。
・収入が増加すると牛乳購入量も増加し、減少すると牛乳購入も減少する傾向がある。
・牛乳の買い方が価格重視に変化すると、牛乳購入も減少する傾向がある。
・牛乳の買い方変化は、収入増減の見通しが減少すると価格重視に変化する傾向がある。
・以上から、今後の景況悪化で収入減少が加速すると牛乳購入にもマイナスの影響が出る事が懸念される。

＜牛乳購入量・世帯年収・世帯年収の見通し・牛乳の購入の仕方・牛乳の購入の仕方の変化：Q20S1.7、Q22A、F5、F5S1
牛乳購入者ベース＞

(%)



		牛乳購入量 減った計	牛乳購入量 増えた計
世帯年収増減	増加層 N=410	11.5	14.6
	減少層 N=1927	18.4	7.7

		牛乳購入量 減った計	牛乳購入量 増えた計
牛乳の買い方変化	品質重視変化層 N=2896	11.0	9.2
	価格重視変化層 N=1613	20.8	6.9

		牛乳の買い方変化 価格重視計	牛乳の買い方変化 品質重視計
世帯年収見通し	増加層 N=303	32.0	65.7
	減少層 N=2147	38.9	58.4

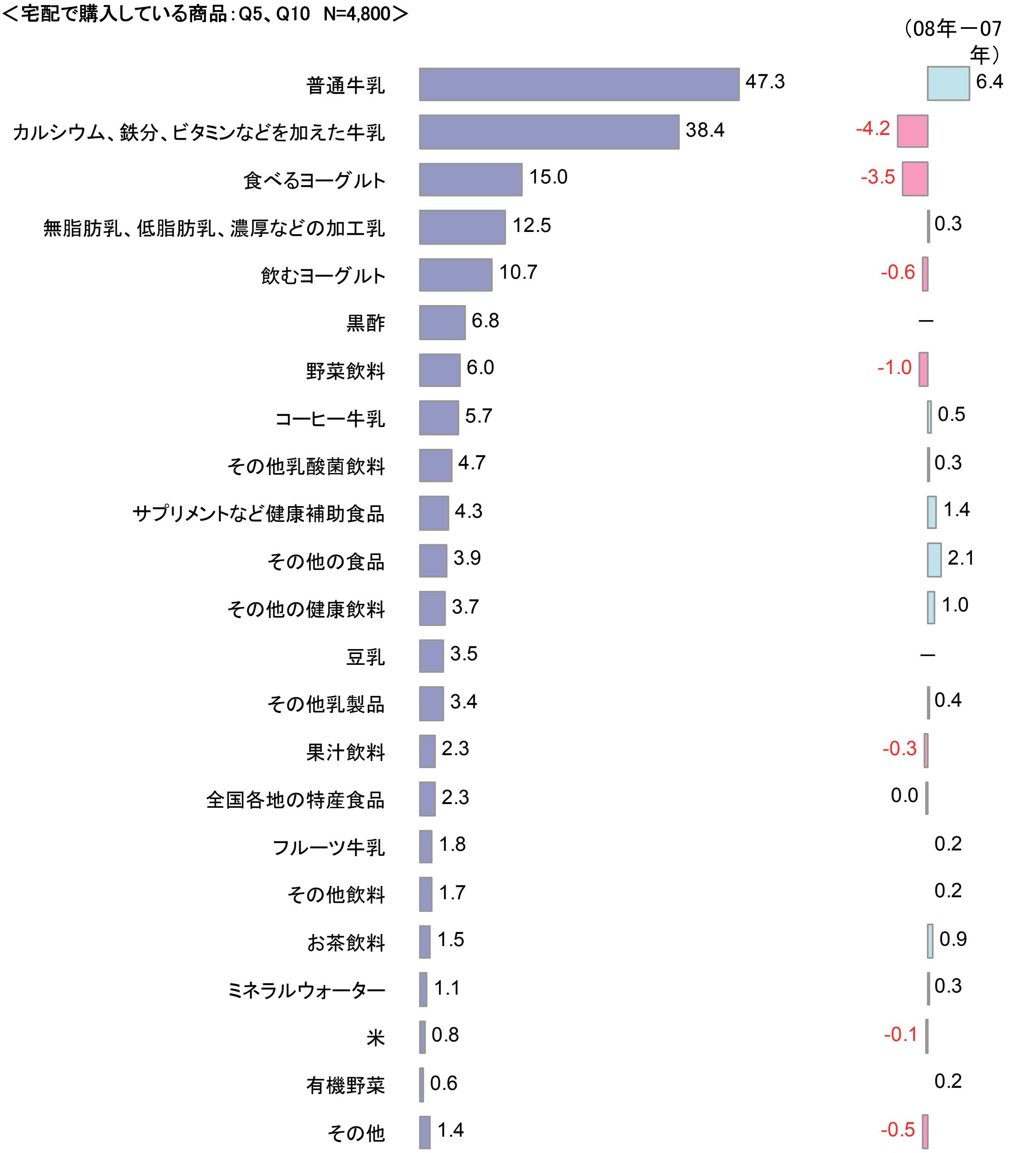
3．宅配牛乳店の利用実態

【１】購入商品　①牛乳類とその他の商品の購入状況

・宅配牛乳販売店から購入している商品は「普通牛乳」が48%で最も多く、次いで「カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳」が38%であった。
・昨年と比較すると、最も増えたものは「普通牛乳」で、6ポイント増加した。
・反対に、一番減ったものは「カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳」で、4%減少した。

(%)

＜宅配で購入している商品：Q5、Q10　N=4,800＞



*08年度は「黒酢」「豆乳」、07年度は「黒酢・豆乳」でアンケートを実施

3．宅配牛乳店の利用実態

【１】購入商品　②属性別購入商品

・属性別に購入している商品をみると、「普通牛乳」は女性20代以下と、末子乳幼児のいる世帯、5～10年以上のロングユーザーで購入率が高い。
・昨年より普通牛乳の購入が特に増加したのは、宅配利用年数が1～2年の層であった。
・「カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳」は、男性30代、単身男女40～50代、3～4年のユーザーで購入率が高い。

(%)

＜属性別宅配で購入している商品上位10商品：Q5、Q10　N=4,800＞

		BASE	普通牛乳	08年と07年の差	カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	食べるヨーグルト	無脂肪乳、低脂肪乳、濃厚などの加工乳	飲むヨーグルト	黒酢	野菜飲料	コーヒー牛乳	その他乳酸菌飲料	サプリメントなど健康補助食品
全体		4,800	47.3	6.4	38.4	15.0	12.5	10.7	6.8	6.0	5.7	4.7	4.3
性別・年代別	男性計	1,138	46.0	4.5	40.2	14.5	13.0	8.4	7.7	6.8	6.0	3.3	5.3
	男性・19歳以下	11	72.7	3.5	36.4	36.4	27.3	18.2	9.1	9.1	36.4	0.0	0.0
	男性・20代	64	37.5	5.5	35.9	15.6	3.1	12.5	7.8	6.3	7.8	1.6	3.1
	男性・30代	169	40.8	3.0	47.9	12.4	8.3	9.5	6.5	8.3	10.1	3.6	5.3
	男性・40代	181	47.0	1.3	35.4	13.8	11.0	7.2	6.6	6.1	7.2	5.0	3.3
	男性・50代	227	45.4	6.1	40.1	14.1	12.8	7.5	10.6	6.2	5.3	3.1	8.4
	男性・60代	315	48.3	4.8	40.0	16.8	16.5	8.9	7.3	8.3	4.8	3.5	5.7
	男性・70代	167	49.1	5.7	39.5	12.0	16.2	7.2	7.2	3.6	1.2	1.8	3.6
	女性計	3,604	47.5	6.2	37.9	15.1	12.3	11.4	6.4	5.7	5.5	5.2	4.0
	女性・19歳以下	31	54.8	-15.2	29.0	16.1	12.9	22.6	9.7	3.2	12.9	3.2	0.0
	女性・20代	178	55.6	8.3	31.5	12.9	7.3	13.5	9.0	6.2	8.4	5.6	4.5
	女性・30代	562	50.0	9.4	34.7	16.4	11.4	11.7	6.4	4.8	6.6	5.7	3.4
	女性・40代	734	47.4	3.0	36.8	15.7	10.9	11.7	5.7	5.7	8.4	4.8	2.9
	女性・50代	860	47.2	7.1	40.0	13.3	13.6	11.6	7.3	4.4	4.8	6.4	5.2
	女性・60代	818	45.2	5.0	39.9	13.3	14.2	9.4	5.5	6.8	3.8	4.8	4.2
	女性・70代	410	44.6	8.5	38.8	20.0	12.0	12.2	5.6	7.6	2.2	3.9	3.9
世帯別	単身男女10～30代	97	36.1	-0.7	37.1	6.2	7.2	7.2	3.1	9.3	4.1	3.1	7.2
	単身男女40～50代	77	37.7	8.7	45.5	11.7	9.1	9.1	6.5	5.2	3.9	7.8	5.2
	単身男女60代以上	274	44.9	5.5	37.2	13.9	10.9	8.4	4.7	5.5	2.2	2.6	4.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	52.5	8.7	36.9	18.1	9.3	13.3	7.4	5.3	8.9	5.3	4.6
	末子小学生のいる世帯	615	47.2	1.3	38.7	15.1	11.5	8.1	5.4	5.9	10.1	5.2	3.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	49.0	4.7	35.2	14.4	13.2	12.9	7.4	6.2	8.0	4.4	2.7
	シニアのいる世帯	1,487	45.4	5.8	41.4	15.4	15.1	9.8	6.0	5.9	3.1	5.0	4.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	48.3	9.4	37.1	15.3	11.6	12.1	8.9	6.6	5.3	4.6	4.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	54.2	5.3	40.0	17.6	14.4	9.9	6.9	6.2	5.0	4.8	4.3
	3～4年	853	40.9	5.0	44.2	14.7	12.0	11.0	8.4	5.6	7.4	5.5	4.8
	1～2年	903	44.5	12.0	36.7	13.7	11.6	11.4	6.2	6.6	6.5	3.7	3.5
	1年未満	596	41.9	5.4	32.9	8.9	8.9	11.1	5.4	5.7	5.4	4.7	3.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値　■ 全体＋10pt以上　■ 全体＋5pt以上

３．宅配牛乳店の利用実態

【２】配達・支払い　①１週間の牛乳宅配本数と宅配回数

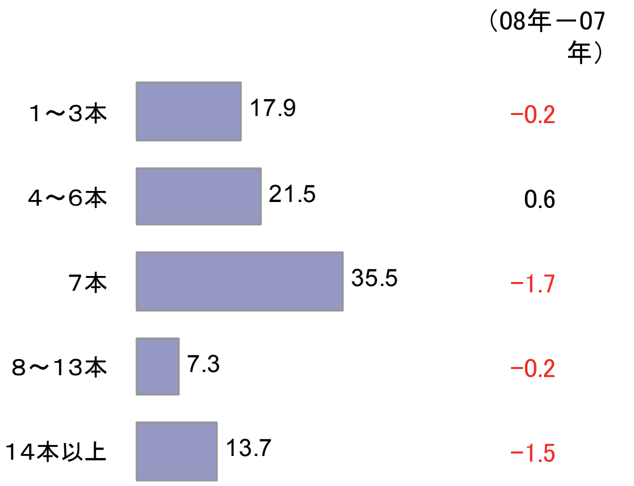
・１週間の牛乳宅配本数は、最も多いのは「７本」で36％。次いで「４～６本」で22％となっている。昨年と比べると「７本」と答えた人は2ポイント減っている。

・１週間の牛乳宅配回数は、最も多いのは「３回」で54％。昨年と比べると、9ポイント減っており、回数は少ない方へシフトしている。

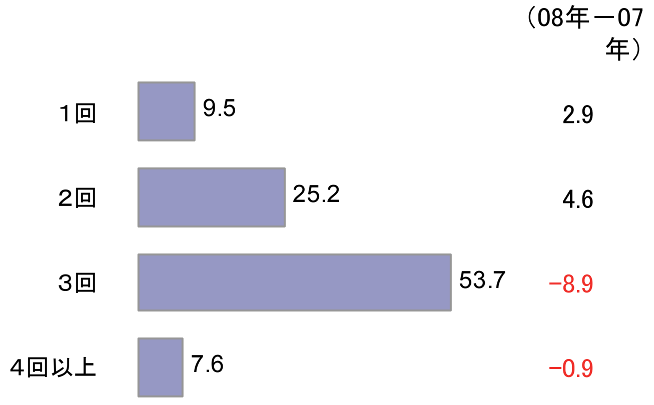
（%）

＜1週間の宅配本数：Q6と宅配回数：Q7　宅配牛乳購入者ベース　N＝4,184＞

1週間の宅配本数



1週間の宅配回数



		BASE	1週間の宅配本数 1～3本	4～6本	7本	8～13本	14本以上	1週間の宅配回数 1回	2回	3回	4回以上
全体		4,184	17.9	21.5	35.5	7.3	13.7	9.5	25.2	53.7	7.6
世帯別	単身男女10～30代	75	26.7	33.3	34.7	0.0	1.3	22.7	32.0	36.0	5.3
	単身男女40～50代	67	19.4	31.3	37.3	1.5	3.0	20.9	25.4	43.3	7.5
	単身男女60代以上	240	21.7	16.7	52.1	2.9	4.6	11.7	26.7	50.0	9.2
	末子乳幼児のいる世帯	412	19.4	23.1	31.8	9.2	12.9	10.2	30.3	49.8	6.1
	末子小学生のいる世帯	533	18.0	26.8	31.9	8.1	12.8	9.4	25.9	53.7	8.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	17.3	24.2	30.1	9.3	13.9	10.3	23.3	55.9	6.2
	シニアのいる世帯	1,337	15.3	15.6	39.0	8.4	18.5	7.3	23.1	58.7	8.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	19.4	24.8	32.7	5.4	11.6	9.4	26.4	50.0	7.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	14.5	15.1	37.6	8.4	20.9	5.4	18.4	62.5	10.1
	3～4年	743	18.2	25.6	37.4	7.8	7.8	10.5	30.7	50.5	5.2
	1～2年	759	23.1	30.6	32.5	6.1	4.6	14.6	34.9	41.6	5.5
	1年未満	470	24.3	30.9	28.3	3.6	4.7	18.3	31.9	38.7	3.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値　■ 全体＋10pt以上　■ 全体＋5pt以上

3．宅配牛乳店の利用実態

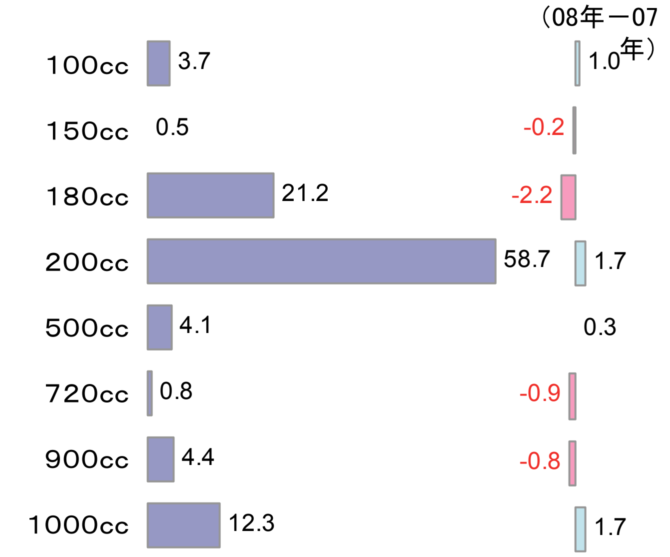
【２】配達・支払い　②１ヶ月の宅配牛乳への支出と購入牛乳の容量

・購入牛乳の容量は「200cc」が最も多く、59%。
・単身10～50代は「180cc」を購入する傾向が高い。
・1ヶ月の宅配支出金額は、「3千円～4千円未満」が最も多く、31%。
・シニア世帯と5年以上のロングユーザーは、「5千円以上」が多い傾向。

(%)

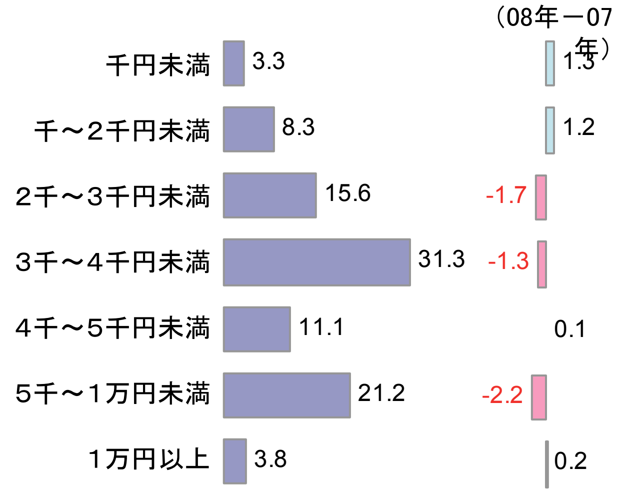
＜購入牛乳の容量：Q8＞
宅配牛乳購入者ベース　08年：N＝4,184 ／ 07年：N＝4,088

購入牛乳の容量 （宅配牛乳購入者ベース）



＜1ヶ月の宅配支出金額：Q11＞
08年：N＝4,800／07年：N＝4,776

1ヶ月の宅配支出金額 （全体ベース）



		BASE	100cc	150cc	180cc	200cc	500cc	720cc	900cc	1000cc	BASE	千円未満	1千～2千円未満	2千～3千円未満	3千～4千円未満	4千～5千円未満	5千～1万円未満	1万円以上
			購入牛乳の容量									1ヶ月の宅配支出金額						
全体		4,184	3.7	0.5	21.2	58.7	4.1	0.8	4.4	12.3	4,800	3.3	8.3	15.6	31.3	11.1	21.2	3.8
世帯別	単身男女10～30代	75	0.0	0.0	29.3	54.7	2.7	0.0	1.3	12.0	97	17.5	15.5	20.6	30.9	6.2	3.1	1.0
	単身男女40～50代	67	7.5	3.0	32.8	53.7	0.0	1.5	3.0	6.0	77	7.8	15.6	20.8	36.4	5.2	9.1	1.3
	単身男女60代以上	240	2.9	0.0	20.8	62.9	2.5	0.0	4.6	5.4	274	4.4	10.6	17.5	36.9	10.2	11.7	1.8
	末子乳幼児のいる世帯	412	3.2	0.7	23.1	55.6	4.6	1.9	5.1	16.3	474	2.7	10.5	15.4	28.1	11.4	23.2	4.0
	末子小学生のいる世帯	533	2.4	0.6	22.0	59.7	3.4	0.2	3.9	13.9	615	3.7	9.1	18.7	32.8	11.9	16.6	2.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	2.8	0.7	17.8	60.0	3.4	0.5	5.5	13.9	659	2.0	9.3	14.1	27.9	13.8	24.0	3.6
	シニアのいる世帯	1,337	4.0	0.3	21.2	59.6	4.6	0.7	3.4	11.4	1,487	2.7	5.7	13.0	31.7	10.0	26.3	4.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	4.9	0.6	21.3	57.0	4.6	1.1	5.0	12.3	1,029	2.7	8.7	17.0	31.6	11.8	19.4	4.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	3.1	0.4	21.8	57.5	4.8	1.0	4.4	14.5	2,305	2.2	4.8	12.8	28.9	11.8	29.5	5.8
	3～4年	743	3.9	0.5	22.6	60.2	2.8	0.9	5.2	9.7	853	2.8	7.6	17.8	34.8	12.7	18.5	2.6
	1～2年	759	4.9	0.8	20.3	60.1	3.7	0.5	3.6	10.3	903	4.1	13.3	19.4	34.9	11.5	11.8	1.3
	1年未満	470	4.3	0.6	18.1	61.3	3.2	0.2	4.5	9.1	596	7.0	16.6	18.6	33.1	7.0	10.1	2.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上
全体＋5pt以上

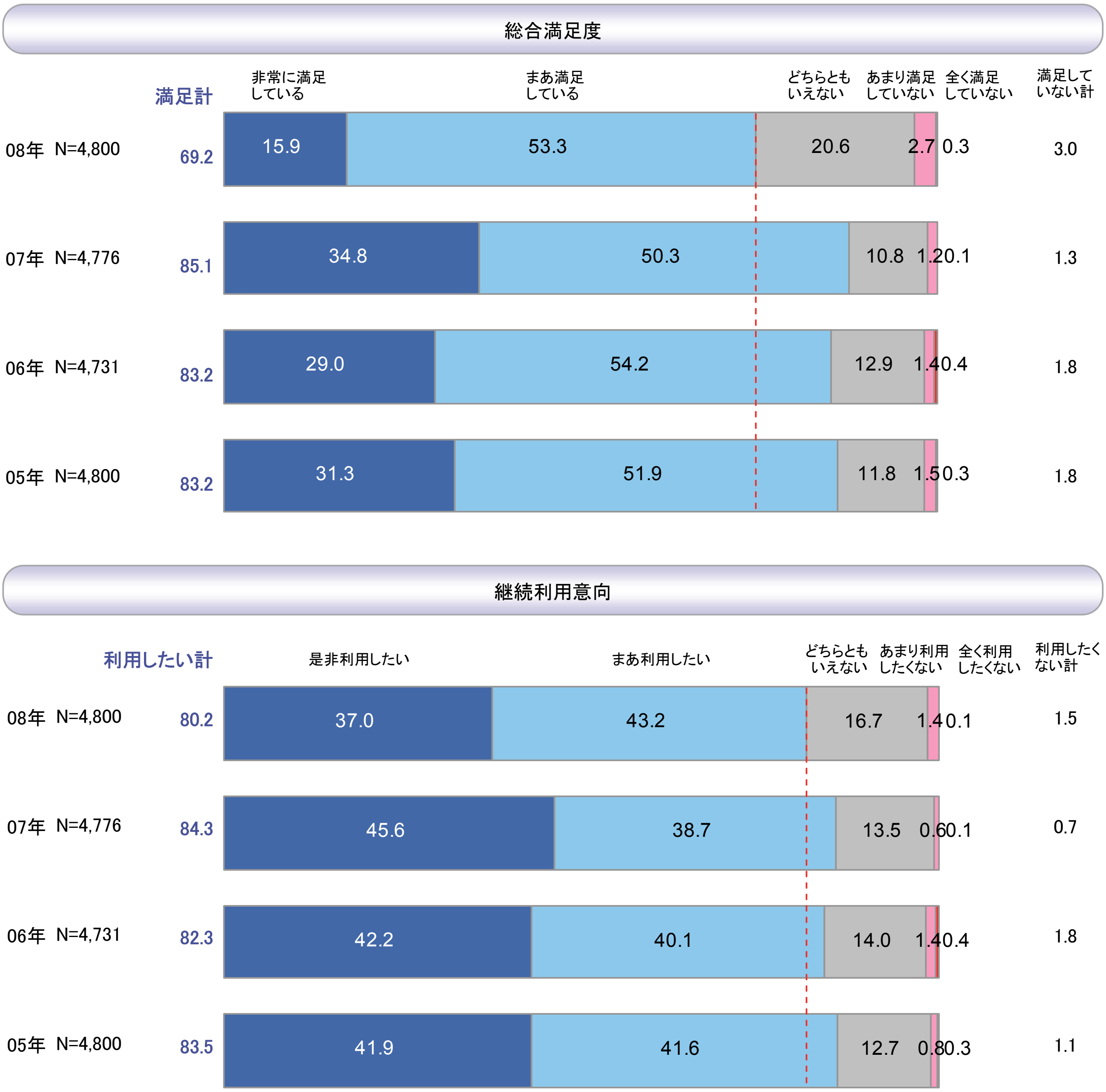
4．宅配牛乳店への期待と評価

【１】宅配牛乳店の総合評価　①総合満足度と継続利用意向

・総合満足度は、「非常に満足している」が、昨年と比較すると、19ポイント減少しており、「満足している計」が69%と、この4年間で最低となった。
・継続利用意向は、「是非利用したい」が、昨年と比較すると、9ポイント減少しており、「利用したい計」が80%と、この4年間で最低となった。
・利用意向は8割あったものの、満足度の低下は今後の離脱が懸念される。

(%)

＜宅配牛乳店の総合満足度：Q15.6と継続利用意向：Q18　各年度全体ベース＞



4．宅配牛乳店への期待と評価

【１】宅配牛乳店の総合評価　②属性別　総合満足度と継続利用意向

・総合満足度は、「満足計」が69％で、女性40代、乳幼児のいる世帯で高い。
・「満足していない」は、男性、単身男女10～30代、宅配年数が1年未満で高い。
・継続利用意向は、「利用したい計」が80％で、女性70代、単身男女60代以上、宅配利用年数が5年以上で高い。
・「利用したくない」は、10代～30代と、宅配利用年数が2年以下で高い。

(%)

＜宅配牛乳店の総合満足度：Q15.6と継続利用意向：Q18＞

		BASE	満足計	満足していない	利用したい計	利用したくない
全体		4,800	69.2	23.6	80.3	18.1
性別・年代別	男性計	1,138	62.5	30.1	77.6	20.7
	男性・19歳以下	11	90.9	0.0	81.8	9.1
	男性・20代	64	65.6	29.7	75.0	23.4
	男性・30代	169	66.9	31.4	79.3	20.1
	男性・40代	181	62.4	33.1	71.3	27.6
	男性・50代	227	59.0	36.1	76.7	21.6
	男性・60代	315	61.6	29.5	77.5	20.3
	男性・70代	167	61.1	21.0	85.0	13.2
	女性計	3,604	71.6	21.5	81.3	17.2
	女性・19歳以下	31	61.3	25.8	74.2	19.4
	女性・20代	178	71.9	23.6	72.5	27.0
	女性・30代	562	70.3	26.0	73.1	25.8
	女性・40代	734	74.5	21.8	78.7	19.6
	女性・50代	860	72.7	22.6	83.3	15.5
	女性・60代	818	72.0	18.3	85.1	13.0
	女性・70代	410	65.6	17.3	90.0	8.8
世帯別	単身男女10～30代	97	60.8	34.0	72.2	27.8
	単身男女40～50代	77	71.4	27.3	81.8	16.9
	単身男女60代以上	274	69.3	21.5	88.3	10.6
	末子乳幼児のいる世帯	474	74.3	22.2	77.8	20.7
	末子小学生のいる世帯	615	70.4	25.4	76.1	22.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	69.0	24.9	76.9	21.4
	シニアのいる世帯	1,487	70.9	20.4	83.7	14.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	66.8	26.7	80.0	18.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	73.7	20.0	88.5	10.5
	3～4年	853	68.9	25.8	79.6	19.3
	1～2年	903	68.2	26.4	74.4	24.1
	1年未満	596	60.4	33.4	66.1	32.9

※満足していない：
どちらともいえない+
あまり満足していない+
まったく満足していない

※利用したくない：
どちらともいえない+
あまり利用したくない+
まったく利用したくない

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

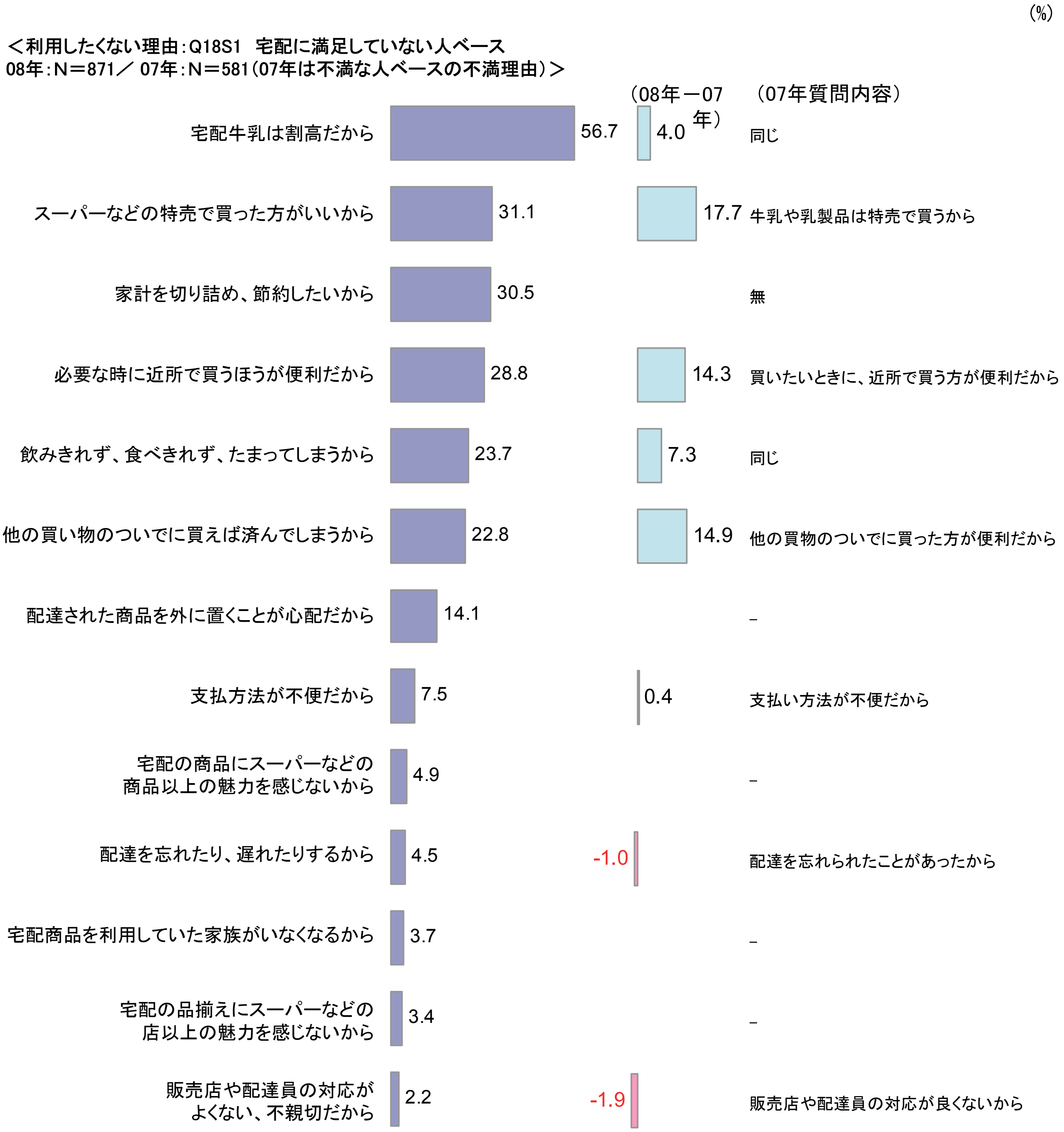
全体＋10pt以上
全体＋5pt以上

４．宅配牛乳店への期待と評価

【１】宅配牛乳店の総合評価　③宅配牛乳店を利用したくない理由

・利用したくない理由の上位は、「宅配牛乳は割高」57%、「スーパーなどの特売で買った方がいい」31%、「家計を切り詰め、節約したいから」が31%と、宅配の価格とユーザーの節約志向が要因となっている。

・「宅配牛乳は割高」は昨年より4ポイント増加、「特売で買う」は18ポイント増加した。



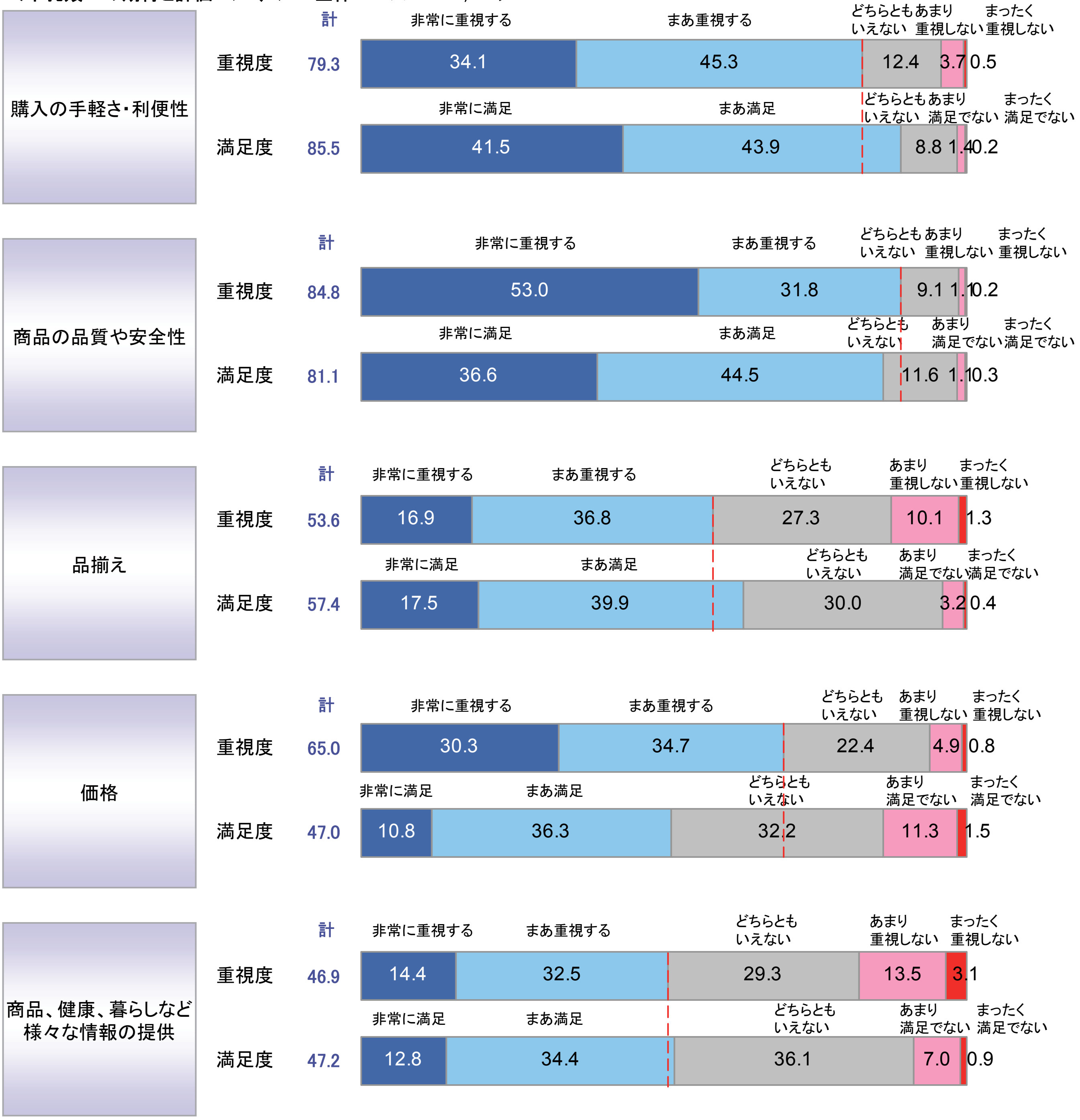
4．宅配牛乳店への期待と評価

【２】牛乳類購入への期待と評価

・重視度が最も高いのは「商品の品質や安全性」85%であったが、満足度は81%とほぼ充たされている。
・満足度が最も高いのは「購入の手軽さ・利便性」85%であったが、重視度は79%と十分に充たれている。
・重視度と満足度のギャップが大きかったのは、「価格」であった。重視度65%に対し満足度47%と18ポイントのギャップがあった。

(%)

＜牛乳類への期待と評価：Q14、Q15　全体ベース　N=4,800＞



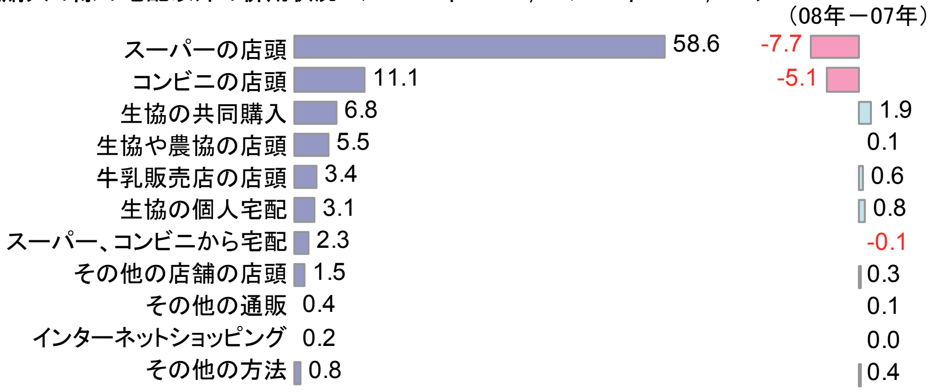
4．宅配牛乳店への期待と評価

【３】他チャネルとの競合状況　①併用状況

・宅配ユーザーの59％が「スーパーの店頭」でも牛乳類を購入しているが、昨年と比較すると、8ポイント減少している。
・「スーパーの店頭でも購入」は、女性20代～40代、男性40代、子育て世帯、利用1年未満の世帯で多い。
・「コンビニの店頭でも購入する」は11％で、男性20代～40代、女性10代、単身男女10代～50代世帯で多い。

(%)

＜牛乳類購入の際の宅配以外の併用状況：Q16　08年：N＝4,800／07年：N＝4,776 ＞



		BASE	牛乳販売店の店頭	店頭購入：スーパーの店頭	店頭購入：コンビニの店頭	店頭購入：生協や農協の店頭	店頭購入：その他の店舗の店頭	宅配購入：生協の共同購入	宅配購入：生協の個人宅配	宅配購入：スーパー、コンビニから宅配	宅配購入：ネットショッピング	宅配購入：その他の通販	その他の方法で購入
全体		4,800	3.4	58.6	11.1	5.5	1.5	6.8	3.1	2.3	0.2	0.4	0.8
性別・年代別	男性計	1,138	3.3	55.4	14.8	5.5	1.9	4.8	2.5	3.4	0.4	0.5	0.6
	男性・19歳以下	11	27.3	45.5	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	64	1.6	59.4	20.3	3.1	0.0	1.6	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0
	男性・30代	169	3.6	63.3	18.9	4.1	3.0	3.6	1.8	3.0	0.6	0.6	0.6
	男性・40代	181	3.9	70.7	17.1	3.3	1.1	3.9	2.8	2.8	0.6	0.6	0.0
	男性・50代	227	3.1	59.5	14.1	7.0	1.8	9.7	4.0	7.0	0.4	1.3	1.3
	男性・60代	315	2.9	50.8	14.9	6.3	3.2	4.8	2.5	3.2	0.0	0.3	1.0
	男性・70代	167	2.4	33.5	6.6	6.6	0.0	2.4	1.2	1.2	0.6	0.0	0.0
	女性計	3,604	3.4	59.9	10.0	5.4	1.3	7.4	3.3	1.9	0.2	0.3	0.8
	女性・19歳以下	31	12.9	61.3	19.4	9.7	0.0	9.7	3.2	0.0	3.2	3.2	0.0
	女性・20代	178	3.9	70.2	15.2	7.9	0.6	3.4	3.9	2.2	0.0	0.0	0.6
	女性・30代	562	3.2	69.4	13.5	4.6	0.5	8.4	3.4	1.4	0.0	0.2	0.4
	女性・40代	734	4.4	69.8	11.9	6.1	1.1	9.9	3.8	1.8	0.3	0.3	0.8
	女性・50代	860	2.7	61.2	9.0	5.8	1.9	8.5	2.6	3.1	0.2	0.2	0.3
	女性・60代	818	2.2	52.0	8.1	5.1	1.5	5.7	3.8	1.5	0.1	0.4	1.5
	女性・70代	410	5.1	37.1	4.6	2.7	1.5	4.1	2.7	0.7	0.2	0.2	1.0
世帯別	単身男女10～30代	97	2.1	62.9	24.7	5.2	0.0	2.1	2.1	3.1	0.0	0.0	1.0
	単身男女40～50代	77	3.9	54.5	18.2	2.6	1.3	2.6	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
	単身男女60代以上	274	3.6	29.6	6.9	2.9	1.5	1.8	1.8	1.1	0.4	0.7	0.7
	末子乳幼児のいる世帯	474	2.7	68.4	11.2	4.9	1.7	6.8	5.3	1.7	0.4	0.2	0.0
	末子小学生のいる世帯	615	4.2	66.8	12.0	5.9	1.0	8.9	4.2	2.4	0.3	0.2	0.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	4.6	68.0	13.2	7.0	1.2	9.7	3.5	2.4	0.5	0.6	0.8
	シニアのいる世帯	1,487	2.6	52.7	8.9	5.0	1.3	6.0	2.5	1.6	0.1	0.1	1.1
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	3.5	60.2	11.8	5.9	2.1	7.1	2.9	3.2	0.2	0.7	0.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	4.3	52.4	8.3	4.9	1.2	6.6	2.5	2.0	0.2	0.3	0.7
	3～4年	853	2.8	61.5	12.0	5.7	1.3	8.0	4.1	3.5	0.2	0.5	1.2
	1～2年	903	2.5	62.6	14.6	6.2	1.9	7.2	3.7	2.2	0.4	0.2	0.7
	1年未満	596	2.0	71.1	14.8	6.0	2.0	5.2	3.2	1.5	0.2	0.7	0.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値　■ 全体＋10pt以上　■ 全体＋5pt以上

4．宅配牛乳店への期待と評価

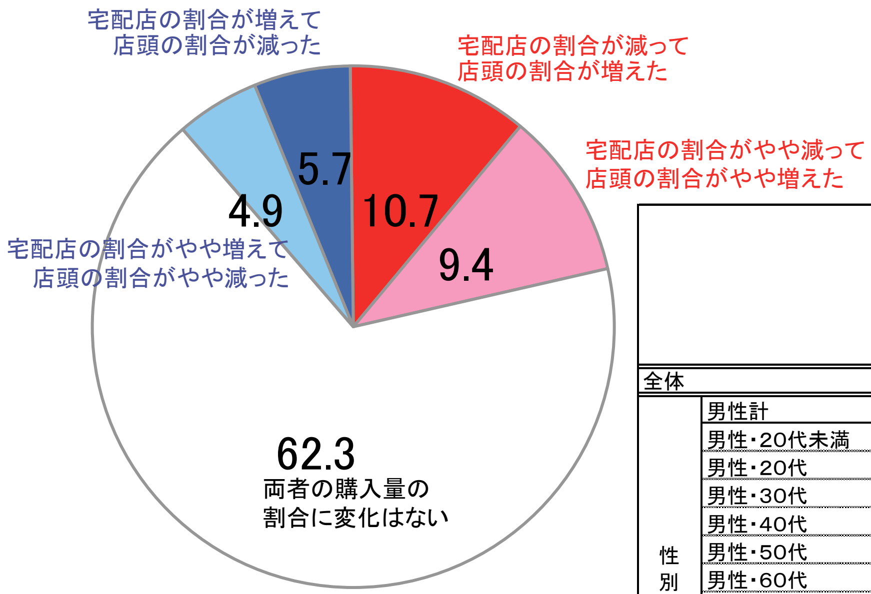
【３】他チャネルとの競合状況　②宅配店とスーパーなど店頭購入割合変化

・「宅配と店頭の割合に変化が無い」人は62％であるが、「店頭の割合が増えた」人が20％で、「宅配の割合が増えた」人11％を上回った。
・「店頭の割合」が増えたのは、男性30～60代、女性20代、末子中学生以上の世帯、宅配利用年数が2年以下の世帯であった。

(%)

＜牛乳類購入の宅配店とスーパーなど店頭購入割合の変化：Q16　全体ベース　N＝4,800 ＞

宅配店の割合が増えた計　10.6　　　スーパーなど店頭の割合が増えた計　20.1



		BASE	スーパーなど店頭の割合が増えた計	宅配店の割合が増えた計
全体		4,800	20.1	10.6
性別・年代別	男性計	1,138	24.1	8.8
	男性・20代未満	11	18.2	18.2
	男性・20代	64	23.4	7.8
	男性・30代	169	26.6	8.3
	男性・40代	181	31.5	6.6
	男性・50代	227	25.1	8.4
	男性・60代	315	25.7	10.5
	男性・70代	167	10.2	9.0
	女性計	3,604	18.9	11.3
	女性・20代未満	31	22.6	16.1
	女性・20代	178	28.7	7.9
	女性・30代	562	23.8	11.9
	女性・40代	734	22.6	9.7
	女性・50代	860	18.7	12.2
	女性・60代	818	13.9	10.8
	女性・70代	410	11.0	13.9
世帯別	単身男女10～30代	97	19.6	12.4
	単身男女40～50代	77	18.2	11.7
	単身男女60代以上	274	12.0	12.4
	末子乳幼児のいる世帯	474	24.1	14.3
	末子小学生のいる世帯	615	24.9	10.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	25.9	7.1
	シニアのいる世帯	1,487	14.3	10.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	22.9	11.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	15.1	8.6
	3～4年	853	22.4	10.4
	1～2年	903	25.7	9.4
	1年未満	596	27.9	22.1

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上　全体＋5pt以上

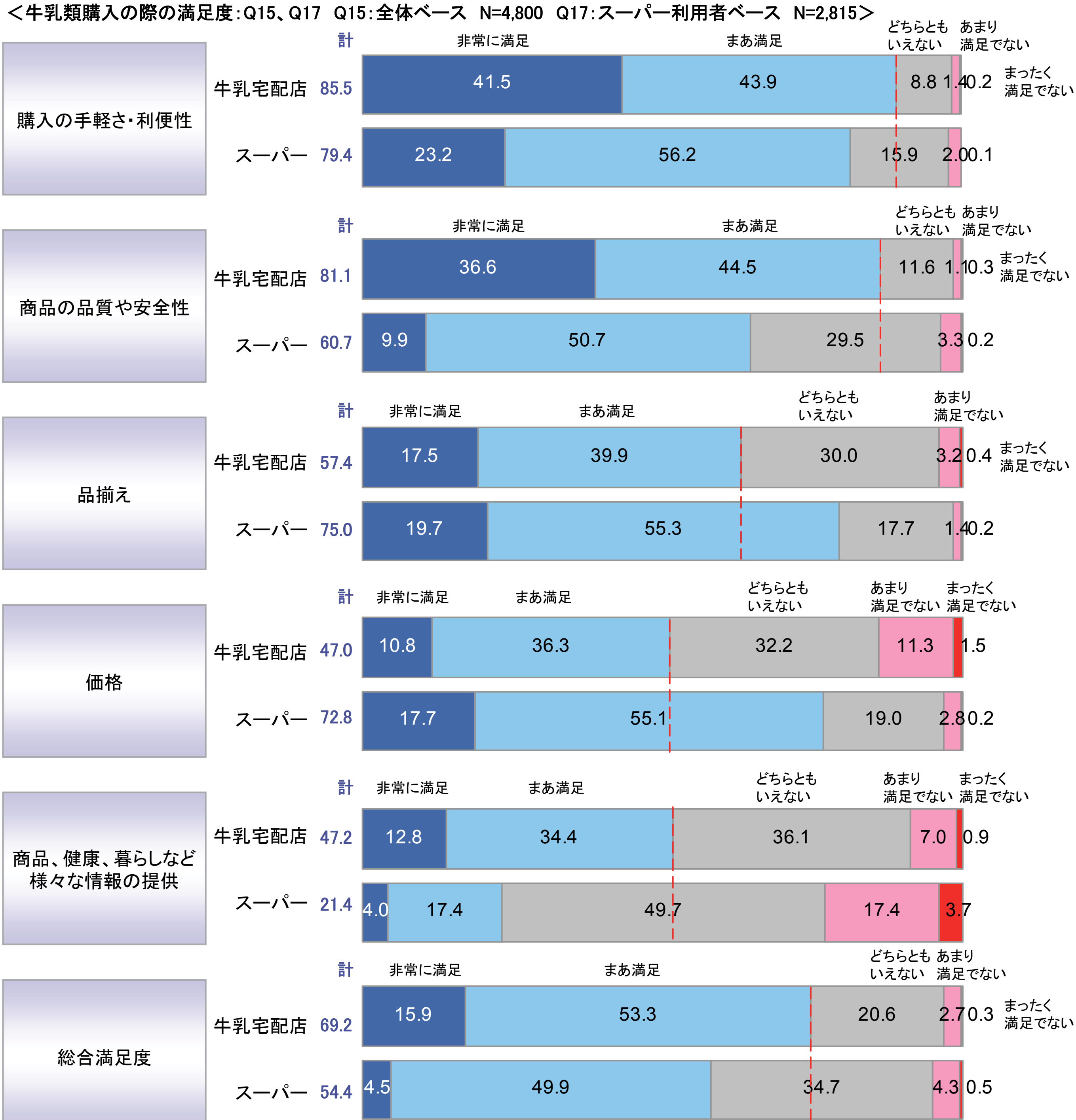
4．宅配牛乳店への期待と評価

【３】他チャネルとの競合状況　③スーパーの評価との比較

・牛乳宅配店とスーパーで、牛乳購入の評価を比較すると、宅配店の方が満足度が高かったのは、「購入の手軽さ・利便性」「商品の品質や安全性」「商品、健康、暮らしなど様々な情報の提供」であった。
・一方で、スーパーの満足度が高かったのは、「品揃え」「価格」であった。「価格」については、宅配店が47％であるのに対して、スーパー利用者が73％であり、26ポイントの差がついた。
・しかしながら「総合満足度」では、牛乳宅配店の方が高くなった。

(%)

＜牛乳類購入の際の満足度：Q15、Q17　Q15：全体ベース　N=4,800　Q17：スーパー利用者ベース　N=2,815＞



4．宅配牛乳店への期待と評価

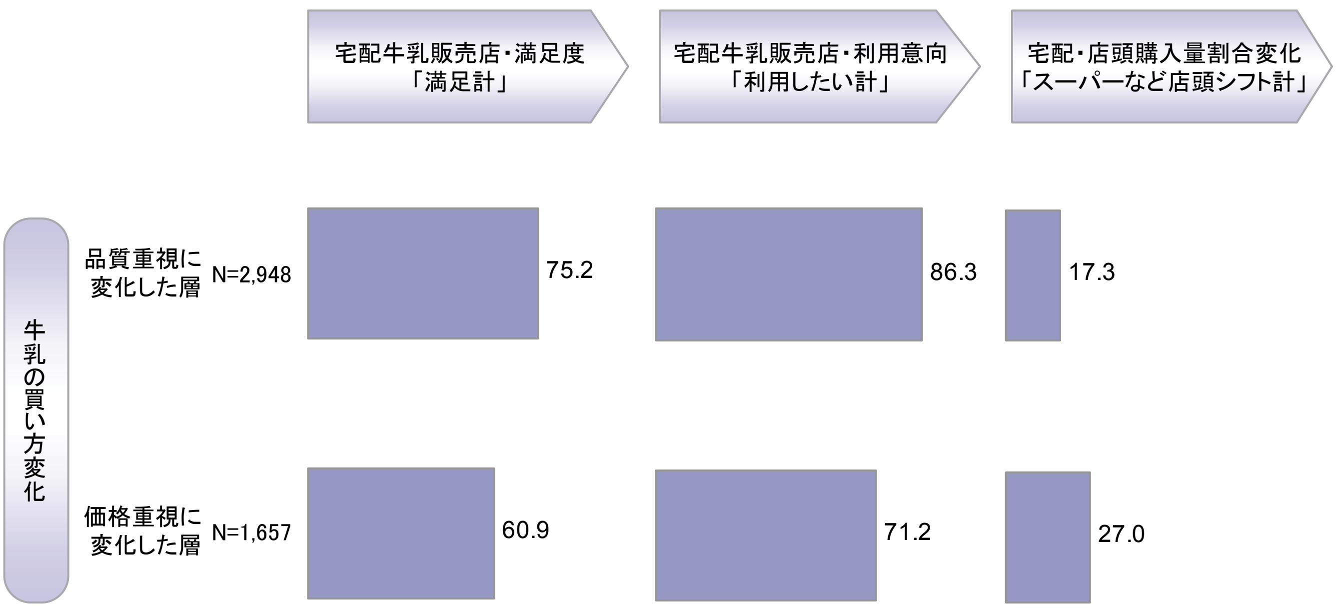
【３】他チャネルとの競合状況　④価格重視層の店頭シフト

・牛乳の買い方が「価格重視に変化した層」は、宅配店の満足度が低く、利用意向も低く、スーパーなど店頭にシフトした人が多い。

・今後、価格を重視する層が増えると、スーパーなど店頭への流出が懸念される。

(%)

＜牛乳の購入の仕方の変化別宅配牛乳販売店満足度、宅配牛乳利用意向、牛乳購入店頭シフト：Q15.6、Q18、Q22A、Q22B N=4,800 ＞



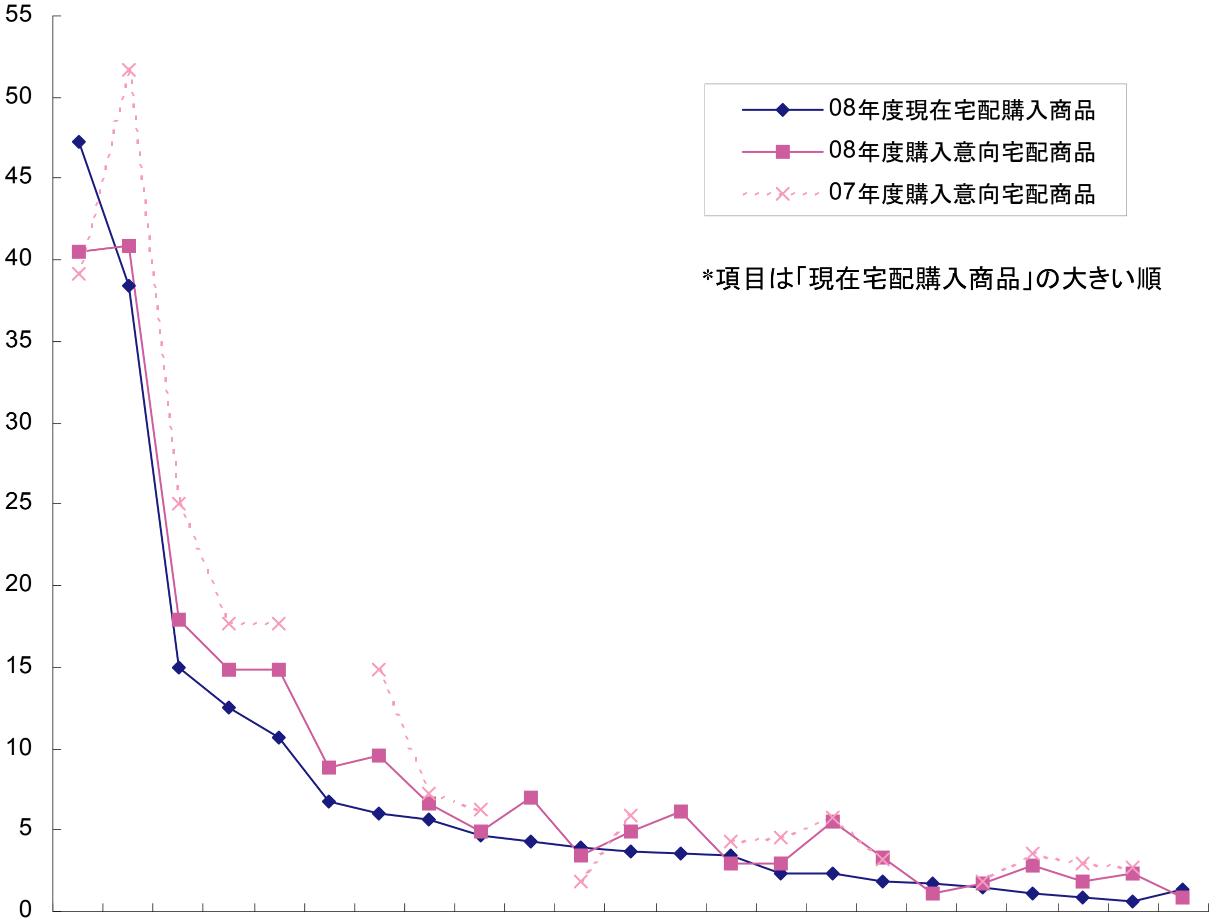
4．宅配牛乳店への期待と評価

【4】商品・品揃え期待

・現在の購入商品と今後の意向を比較して、今後の意向の方が大きいのは、「飲むヨーグルト」」と「野菜飲料」である。
・「栄養強化牛乳」と「食べるヨーグルト」他、昨年より意向が低下した商品が多い。
・「普通牛乳」は現状よりも意向が7ポイント下回った。先に確認したように購入率は昨年よりも6ポイント上昇したものの、今後の再低下が懸念される。

(%)

＜宅配購入商品と今後の意向：Q5、Q10、Q12A、Q12B　N=4,800＞



	普通牛乳	カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	食べるヨーグルト	無脂肪牛乳、低脂肪牛乳、濃厚などの加工乳	飲むヨーグルト	黒酢	野菜飲料	コーヒー牛乳	その他乳酸菌飲料	サプリなどの健康補助食品	その他の食品	その他の健康飲料	豆乳	その他乳製品	果汁飲料	全国各地の特産食品	フルーツ牛乳	その他飲料	お茶飲料	ミネラルウォーター	米	有機野菜	その他
08年度現在宅配購入商品	47.3	38.4	15.0	12.5	10.7	6.8	6.0	5.7	4.7	4.3	3.9	3.7	3.5	3.4	2.3	2.3	1.8	1.7	1.5	1.1	0.8	0.6	1.4
08年度購入意向宅配商品	40.5	40.9	17.9	14.8	14.8	8.8	9.6	6.6	4.9	7.0	3.4	4.9	6.1	2.9	3.0	5.5	3.3	1.1	1.7	2.8	1.9	2.3	0.9
08年度差（意向−現在）	−6.8	2.5	2.9	2.3	4.1	2.0	3.6	0.9	0.2	2.7	−0.5	1.2	2.6	−0.5	0.7	3.2	1.5	−0.6	0.2	1.7	1.1	1.7	−0.5
08年−07年度の差（意向）	1.3	−10.8	−7.1	−2.9	−2.9	−	−5.3	−0.7	−1.4	−	1.6	−1.0	−	−1.4	−1.6	−0.3	0.1	−	−0.1	−0.7	−1.1	−0.4	−

4．宅配牛乳店への期待と評価

【５】宅配牛乳の家庭内拡大余地

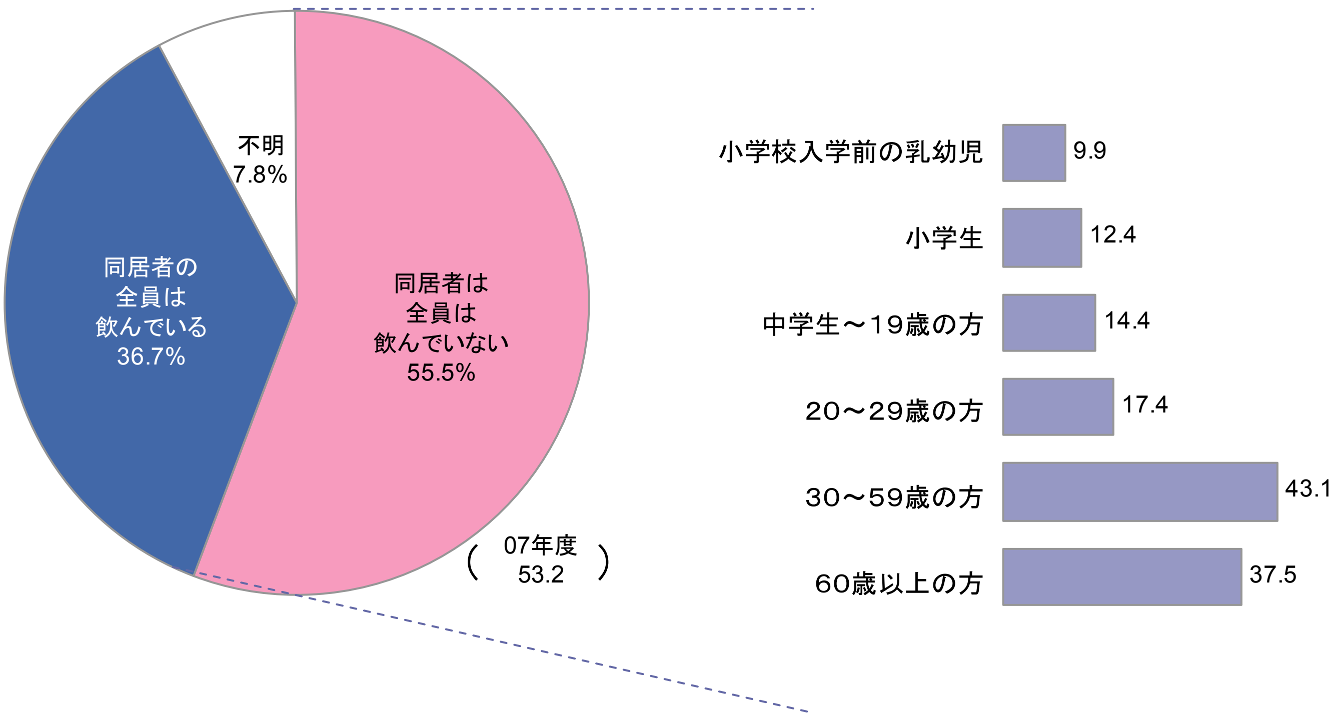
・同居者がいる世帯のうち、「同居者全員が宅配牛乳を飲んでいない」のは56%で、昨年と比較して2ポイント増加している。
・一方、「全員が宅配牛乳を飲んでいる」のは37%に留まる。複数世帯ユーザーのうち過半数の世帯に拡大チャンスがあると言える。
・飲んでいない同居者は、「30～59歳」が43%、「60歳以上」が38%と多く、大人が飲んでいない。

(%)

＜家庭内同居者の牛乳飲用状況と非飲用理由：Q5、Q9＞

宅配牛乳の同居者における飲用率
同居家族がいる人かつ宅配牛乳を購入者ベース N=3,771

飲んでいない同居家族属性
（同居者の全員は飲んでいない人ベース　N=2,137）



4．宅配牛乳店への期待と評価

【６】購入金額の増額余地

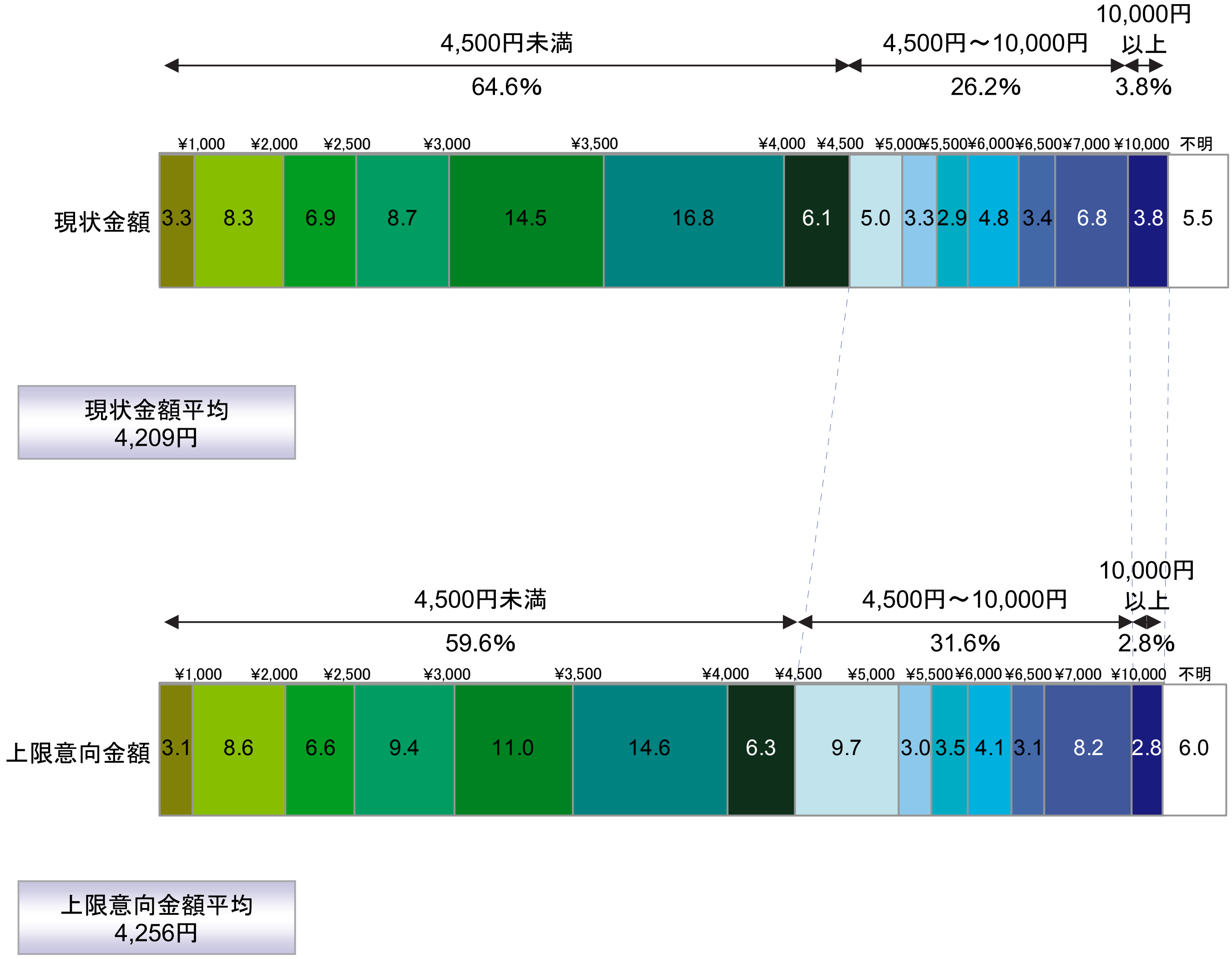
・宅配店からの購入金額（全商品）と利用上限額の意向額を比較すると、1ヶ月あたり「4,500円未満」の層が5ポイント少なく、「4,500円以上1万円未満」の層が5ポイント多く、金額の拡大がやや見込める。

・平均金額に換算すると、現状の「4,209円」から「4,256円」へと、＋47円と微増。

・昨年よりも上限意向金額は低下している。

(%)

＜宅配店からの購入金額（全商品）：Q11と利用上限額金額：Q13　N=4,800 ＞



＜昨年との比較 ＞

	現状金額	上限金額	上限金額－現状金額
08年	¥4,209	¥4,256	¥47
07年	¥4,156	¥4,343	¥187
08年−07年	¥53	¥-87	¥-140

5．牛乳の魅力コミュニケーション

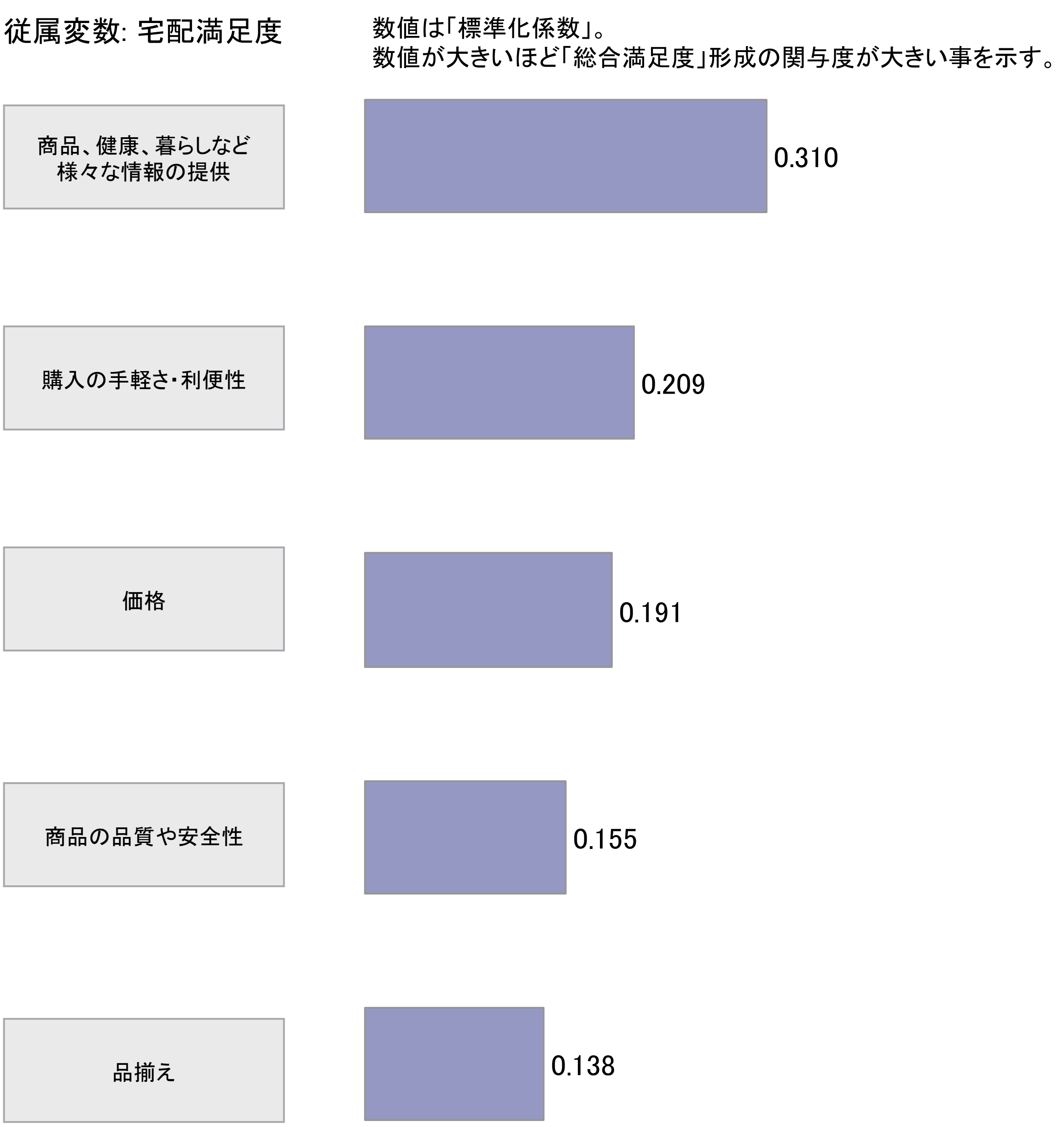
【１】満足度の鍵を握る情報提供

・宅配牛乳販売店の総合的な満足度への影響が最も大きいのは「商品、健康、暮らしなど様々な情報の提供」であった。

・先に確認したように、情報提供に対する重視度は大きくなく、ニーズとしてはあまり意識していないが、満足している人も多くない。より良い情報を提供されてはじめて良さを感じ総合的な満足につながる、潜在的な要件であると言える。

(%)

＜宅配牛乳販売店の総合満足度（Q15.6）を従属変数とした、各満足度（Q15.1～5)の重回帰分析　N=4,800 ＞



5．牛乳の魅力コミュニケーション

【２】牛乳の機能効果認知

・牛乳についての認知は、「牛乳は、カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる」「牛乳は、カルシウム不足を補い、骨折を予防できる」が8割を超え、牛乳はカルシウム不足をカバー出来るという認知が高い。

・一方、牛乳の機能効果について、「血圧」「脳卒中」「尿酸排泄」「脂肪吸収抑制」「細菌進入低減」といった効果は認知度が2割以下と、これらの牛乳についての認知が浸透していない。

（%）

＜牛乳についての認知：Q1　N=4,800 ＞

	08年	07年度質問文	08年－07年
牛乳は、カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる	81.9	カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる	4.0
牛乳は、カルシウム不足を補い、骨折を予防できる	81.1	カルシウム不足を補い、骨折を予防できる	3.9
牛乳は、小魚や野菜よりもカルシウムの吸収率が優れている	71.3	小魚や野菜よりもカルシウム吸収率で優れている	12.4
牛乳を成長期にたくさん飲むと、身長の伸びが大きくなったという報告がある	65.4	成長期にたくさん飲むと身長の伸びが大きい	5.9
牛乳は、少ないカロリーで効率的に、さまざまな栄養をバランスよく摂取できる	53.4	少ないカロリーで効率的にバランスよく栄養を摂取できる	9.1
牛乳の成分は体内で変化し、大腸を刺激して便秘を防ぐ働きがあると言われている	45.2	腸内環境を改善し、便秘を予防する	-6.6
牛乳のたんぱく質の成分（トリプトファン）には弱い誘眠作用があることが知られている	32.1	寝る前に飲むとよく眠れる	-11.3
牛乳は、運動後の筋肉や疲労を回復させる働きがあると言われている	24.3	運動後の筋肉や疲労を回復させる	4.2
牛乳に含まれるたんぱく質は血管を丈夫にする	23.7	牛乳のたんぱく質は血管を丈夫にする	4.6
牛乳の乳脂肪は中性脂肪や体脂肪として蓄積されにくい	21.0	乳脂肪は中性脂肪や体脂肪として蓄積されにくい	1.3
牛乳の成分は、乾燥肌・脂性肌のコントロールに役立つと言われている	19.0	肌の潤いをアップさせ、脂っぽさを解消する	0.4
牛乳のカルシウムには、体脂肪を低下させる働きがある	18.7	カルシウムには体脂肪を低下させる働きがある	2.9
牛乳に含まれるたんぱく質は血圧を正常化する	18.1	牛乳のたんぱく質は血圧を正常化する	1.2
牛乳に含まれるたんぱく質は血液中のコレステロールを下げ、血流をよくする働きがある	17.6	牛乳のたんぱく質は血中コレステロール値を下げ、血流をよくする	1.2
牛乳のカルシウムには、血圧を下げる効果がある	17.2	カルシウムには血圧を下げる効果がある	1.5
牛乳に含まれる乳糖には、脂肪の吸収を抑える働きがある	16.8	乳糖には脂肪の吸収を抑える働きがある	2.0
牛乳の成分は、細菌やウィルスの侵入を低減する働きもあると言われている	16.3	免疫力を助け、風邪や感染症に負けない体をつくる	-14.9
牛乳など乳製品のカルシウムは、他の食品のカルシウムにはない、脳卒中予防効果がある	14.6	―	―
乳製品に含まれるたんぱく質は尿酸の排泄を促進させる作用があると言われている	14.1	牛乳のたんぱく質は尿酸値を下げ、痛風を予防する	3.3

5．牛乳の魅力コミュニケーション

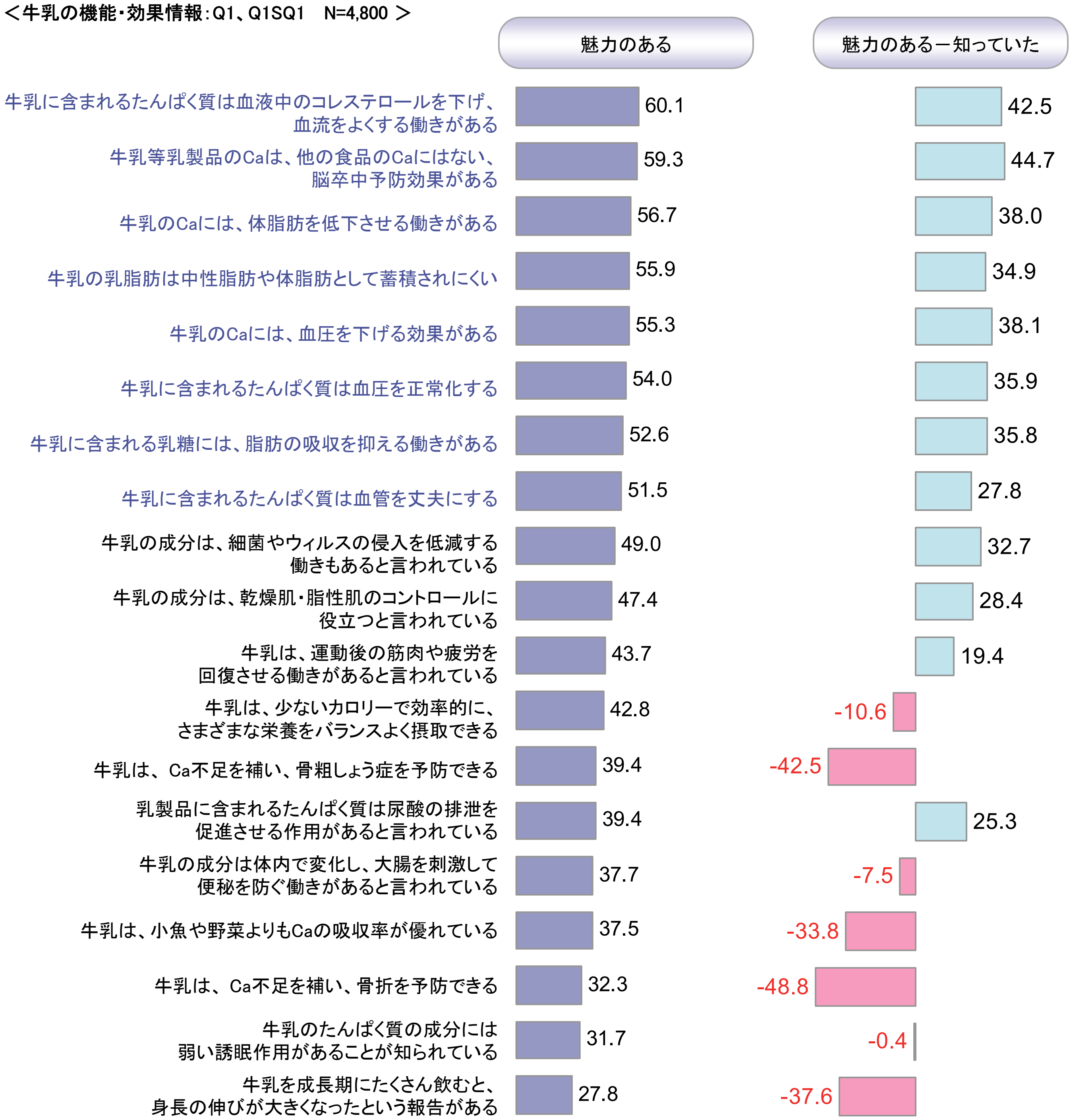
【３】魅力のある機能効果

・牛乳の機能効果情報で魅力の上位はコレステロール低下、脳卒中予防、体脂肪低下、血圧低下のメタボ予防に関する情報であった。

・これらの情報は魅力を感じる人は多いが、知っている人は少ない情報である。これらの情報の認知浸透拡大にチャンスがあるといえる。

(%)

＜牛乳の機能･効果情報：Q1、Q1SQ1　N=4,800 ＞



5．牛乳の魅力コミュニケーション

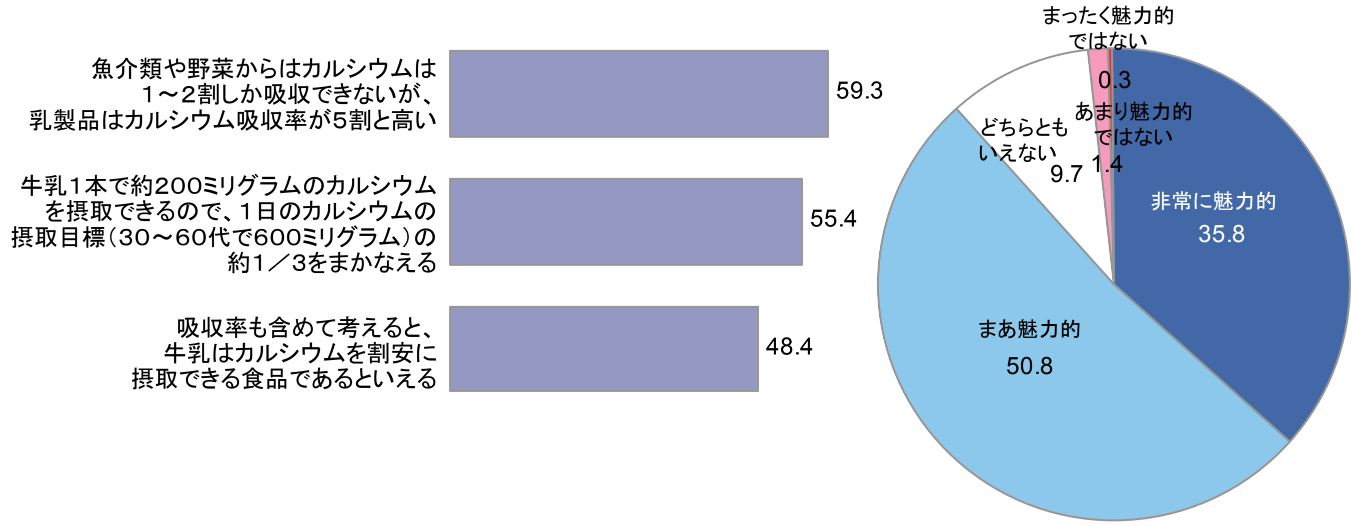
【4】牛乳の魅力コミュニケーション案評価

・「牛乳のカルシウム」、「牛乳の品質」にかかわるコミュニケーション案を評価してもらった。魅力を感じる計は、「牛乳のカルシウム」については87％、「牛乳の品質」については81％と、双方高い評価を得た。
・牛乳のカルシウムについては、「吸収率が高い」点と「1日の摂取目標の約1／3を摂取できる」点が評価され、牛乳の品質については、「国産食品である」点について評価された。
・カルシウムの例のように、単に「吸収率が優れている」と言うより、具体的数値で比較した方が魅力は高まるようである。

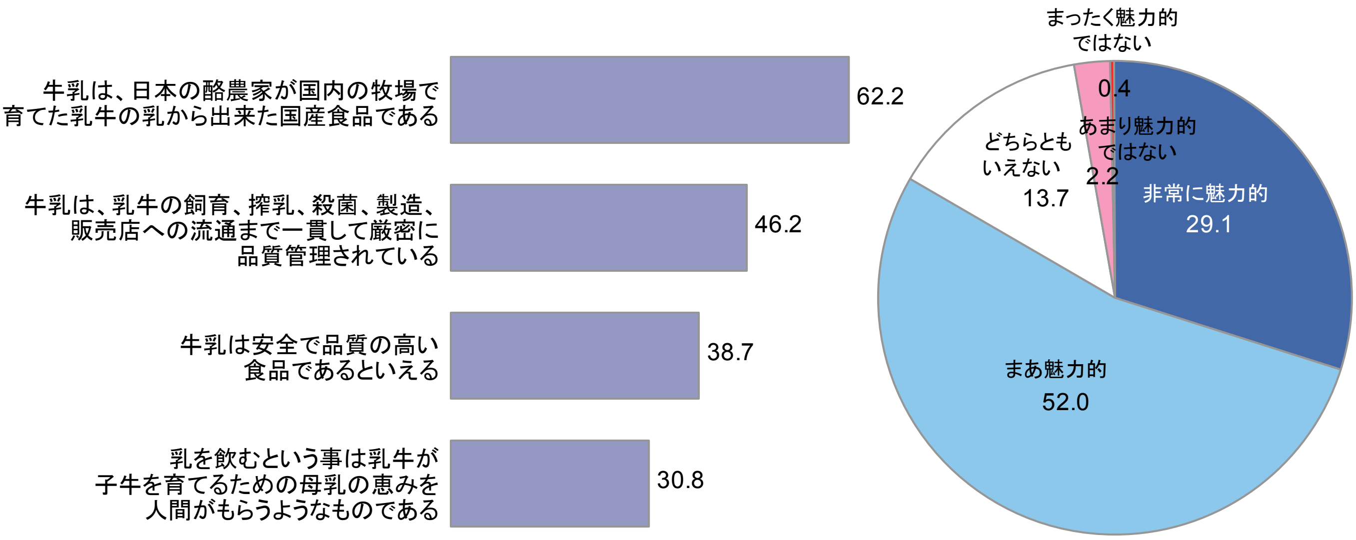
（%）

＜牛乳の魅力コミュニケーション案評価：Q3　N=4,800 ＞

牛乳のカルシウムについての魅力



牛乳の品質についての魅力



付表

*全体ベース

Q1. 牛乳の機能・効果として知っているもの（提示20項目中上位10位）

		BASE	牛乳は、カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる	牛乳は、カルシウム不足を補い、骨折を予防できる	牛乳は、小魚や野菜よりもカルシウムの吸収率が優れている	牛乳を成長期にたくさん飲むと、身長の伸びが大きくなったという報告がある	牛乳は、少ないカロリーで効率的に、さまざまな栄養をバランスよく摂取できる	牛乳の成分は体内で変化し、大腸を刺激して便秘を防ぐ働きがあると言われている	牛乳のたんぱく質の成分には弱い誘眠作用があることが知られている	牛乳は、運動後の筋肉や疲労を回復させる働きがあると言われている	牛乳に含まれるたんぱく質は血管を丈夫にする	牛乳の乳脂肪は中性脂肪や体脂肪として蓄積されにくい
全体		4,800	81.9	81.1	71.3	65.4	53.4	45.2	32.1	24.3	23.7	21.0
性別・年代別	男性計	1,138	78.6	77.3	69.3	61.3	53.6	39.8	28.2	25.8	24.4	23.6
	男性・20代未満	11	90.9	72.7	54.5	72.7	54.5	18.2	27.3	36.4	36.4	27.3
	男性・20代	64	79.7	81.3	59.4	64.1	53.1	34.4	31.3	20.3	20.3	14.1
	男性・30代	169	81.1	81.7	70.4	63.9	46.7	39.1	26.0	20.1	18.3	16.6
	男性・40代	181	78.5	76.2	67.4	54.7	44.2	37.6	32.6	17.7	19.9	16.0
	男性・50代	227	81.5	78.0	70.9	62.6	56.8	44.5	31.7	26.4	27.8	27.8
	男性・60代	315	75.2	75.2	70.8	63.2	60.0	38.7	25.4	28.6	25.4	27.3
	男性・70代	167	77.8	75.4	69.5	59.3	54.5	42.5	25.1	35.3	29.3	29.3
	女性計	3,604	82.9	82.3	72.1	66.6	53.4	47.1	33.5	23.4	23.5	20.3
	女性・20代未満	31	61.3	71.0	71.0	64.5	51.6	29.0	29.0	16.1	19.4	19.4
	女性・20代	178	79.2	83.7	57.9	70.2	44.4	50.0	34.8	22.5	19.7	23.0
	女性・30代	562	83.5	79.9	70.3	63.9	47.9	43.8	37.5	20.5	18.3	18.3
	女性・40代	734	82.6	82.3	70.3	66.9	48.5	45.9	37.1	20.0	18.9	17.4
	女性・50代	860	86.9	84.4	76.6	67.1	58.4	49.8	34.1	24.0	24.0	20.8
	女性・60代	818	80.6	82.5	73.5	68.8	57.7	48.7	29.8	25.6	27.3	21.0
	女性・70代	410	82.4	81.5	71.2	62.4	54.6	44.9	27.8	29.3	32.0	23.9
世帯別	単身男女10～30代	97	85.6	82.5	73.2	61.9	47.4	40.2	35.1	14.4	28.9	20.6
	単身男女40～50代	77	75.3	77.9	71.4	54.5	58.4	42.9	29.9	27.3	28.6	14.3
	単身男女60代以上	274	79.2	76.6	74.8	58.0	54.7	40.5	23.4	24.5	25.5	18.6
	末子乳幼児のいる世帯	474	83.8	83.5	70.5	70.9	50.2	47.3	33.1	23.6	19.6	21.5
	末子小学生のいる世帯	615	81.0	80.2	66.5	64.1	50.7	41.1	33.8	22.6	18.2	17.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	80.6	80.4	69.7	64.5	48.6	42.6	31.0	19.7	19.3	19.6
	シニアのいる世帯	1,487	84.9	83.1	73.8	67.5	57.8	48.8	31.5	26.1	27.2	21.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	79.9	80.2	71.0	64.4	52.9	45.7	34.6	25.0	25.3	23.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	84.9	84.6	74.2	68.2	57.6	45.9	33.6	24.9	25.1	21.7
	3～4年	853	80.3	78.5	69.9	65.3	51.9	44.0	31.5	25.9	24.0	22.7
	1～2年	903	79.1	77.3	69.7	61.8	49.4	45.7	30.0	23.0	21.3	19.9
	1年未満	596	78.4	77.9	66.6	61.9	47.7	44.3	31.5	21.5	21.3	19.1

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q1S1. 牛乳の機能・効果として魅力を感じるもの（提示20項目中上位10位）

		BASE	牛乳に含まれるたんぱく質は血液中のコレステロールを下げ、血流をよくする働きがある	牛乳など乳製品のカルシウムは、他の食品のカルシウムにはない、脳卒中予防効果がある	牛乳のカルシウムには、体脂肪を低下させる働きがある	牛乳の乳脂肪は中性脂肪や体脂肪として蓄積されにくい	牛乳のカルシウムには、血圧を下げる効果がある	牛乳に含まれるたんぱく質は血圧を正常化する	牛乳に含まれる乳糖には、脂肪の吸収を抑える働きがある	牛乳に含まれるたんぱく質は血管を丈夫にする	牛乳の成分は、細菌やウイルスの侵入を低減する働きもあると言われている	牛乳の成分は、乾燥肌・脂性肌のコントロールに役立つと言われている
全体		4,800	60.1	59.3	56.7	55.9	55.3	54.0	52.6	51.5	49.0	47.4
性別・年代別	男性計	1,138	59.8	60.6	54.1	55.6	56.7	55.7	52.5	51.9	48.5	43.1
	男性・20代未満	11	54.5	63.6	45.5	54.5	45.5	36.4	54.5	36.4	63.6	27.3
	男性・20代	64	68.8	70.3	67.2	73.4	68.8	64.1	68.8	65.6	51.6	46.9
	男性・30代	169	69.2	74.0	67.5	70.4	63.3	66.3	64.5	62.1	53.3	56.2
	男性・40代	181	59.1	65.7	57.5	56.4	57.5	54.7	58.6	52.5	49.2	42.5
	男性・50代	227	62.1	61.7	54.6	55.1	60.4	55.9	49.3	54.2	50.7	43.6
	男性・60代	315	58.1	54.9	50.5	50.2	54.3	54.6	48.6	51.4	47.0	42.2
	男性・70代	167	46.7	47.3	38.3	44.9	44.9	45.5	38.9	35.3	40.7	30.5
	女性計	3,604	60.2	58.9	57.4	55.9	54.7	53.4	52.5	51.3	49.1	48.7
	女性・20代未満	31	45.2	54.8	83.9	74.2	58.1	61.3	64.5	48.4	61.3	54.8
	女性・20代	178	69.1	56.2	66.3	60.7	56.2	49.4	56.7	49.4	54.5	61.8
	女性・30代	562	62.6	62.1	65.3	61.0	54.4	53.4	60.3	54.1	49.5	53.6
	女性・40代	734	69.3	65.9	65.4	62.9	60.2	56.7	60.8	56.7	59.3	54.0
	女性・50代	860	63.4	61.4	59.7	58.5	57.8	57.4	52.9	54.3	51.0	51.3
	女性・60代	818	53.1	53.3	47.2	50.6	50.1	49.9	44.4	46.9	41.6	42.2
	女性・70代	410	45.4	49.3	42.0	38.3	46.6	47.3	39.3	41.2	37.3	33.2
世帯別	単身男女10～30代	97	63.9	57.7	62.9	63.9	58.8	55.7	62.9	54.6	51.5	55.7
	単身男女40～50代	77	58.4	66.2	62.3	59.7	55.8	59.7	62.3	54.5	57.1	48.1
	単身男女60代以上	274	54.0	50.4	43.4	44.9	47.4	51.8	44.2	46.4	43.1	34.3
	末子乳幼児のいる世帯	474	63.5	65.6	63.3	59.5	56.5	51.3	58.9	56.1	50.8	54.0
	末子小学生のいる世帯	615	63.6	62.1	58.9	61.5	52.8	56.4	57.4	53.2	54.3	50.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	63.9	60.5	61.2	58.1	58.0	55.7	56.1	54.0	49.6	50.2
	シニアのいる世帯	1,487	58.6	58.0	53.6	53.4	55.7	53.8	48.8	49.8	47.1	44.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	59.5	59.5	58.1	56.6	56.9	54.4	52.5	51.6	49.4	48.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	60.0	59.5	55.6	54.8	54.8	53.8	51.1	51.2	48.9	44.8
	3～4年	853	58.1	59.9	53.7	55.9	53.9	53.2	50.9	51.8	50.2	48.4
	1～2年	903	62.2	58.9	60.2	57.9	56.3	55.4	56.0	53.0	48.8	50.8
	1年未満	596	62.8	59.9	62.1	59.1	59.4	55.4	57.0	52.9	49.8	53.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q2. 牛乳の安全性について

		BASE	安心 計	安心	どちらかといえば安心	どちらともいえない	どちらかといえば不安	不安	不安 計
全体		4,800	69.4	36.0	33.4	19.3	6.1	1.3	7.4
性別・年代別	男性計	1,138	67.7	42.8	24.9	19.7	6.5	1.6	8.1
	男性・20代未満	11	27.3	27.3	0.0	9.1	27.3	9.1	36.4
	男性・20代	64	50.0	26.6	23.4	29.7	14.1	0.0	14.1
	男性・30代	169	66.9	38.5	28.4	22.5	4.7	1.8	6.5
	男性・40代	181	63.0	37.0	26.0	27.1	6.1	1.7	7.7
	男性・50代	227	62.1	41.0	21.1	20.7	9.7	1.8	11.5
	男性・60代	315	74.6	45.7	28.9	15.6	4.4	1.6	6.0
	男性・70代	167	77.2	57.5	19.8	12.6	3.6	1.2	4.8
	女性計	3,604	70.3	34.0	36.3	19.0	6.0	1.1	7.1
	女性・20代未満	31	48.4	25.8	22.6	19.4	12.9	6.5	19.4
	女性・20代	178	60.7	33.1	27.5	25.8	7.9	2.2	10.1
	女性・30代	562	64.1	29.0	35.1	23.1	8.4	1.2	9.6
	女性・40代	734	67.4	28.3	39.1	23.3	6.0	0.7	6.7
	女性・50代	860	73.6	35.6	38.0	17.8	4.9	0.6	5.5
	女性・60代	818	75.3	37.4	37.9	15.5	4.4	1.1	5.5
	女性・70代	410	72.9	41.5	31.5	12.4	6.8	2.0	8.8
世帯別	単身男女10～30代	97	57.7	27.8	29.9	23.7	11.3	2.1	13.4
	単身男女40～50代	77	74.0	51.9	22.1	19.5	2.6	1.3	3.9
	単身男女60代以上	274	71.5	42.0	29.6	15.0	6.2	1.8	8.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	65.4	31.9	33.5	23.4	6.8	1.3	8.0
	末子小学生のいる世帯	615	65.4	32.5	32.8	21.1	9.1	0.8	9.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	67.1	30.7	36.4	20.5	7.0	1.8	8.8
	シニアのいる世帯	1,487	75.2	39.9	35.3	15.9	4.4	1.1	5.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	67.5	35.4	32.2	20.9	5.9	1.2	7.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	73.6	41.1	32.5	15.7	5.5	1.5	7.0
	3～4年	853	68.0	35.5	32.5	19.7	8.0	1.3	9.3
	1～2年	903	66.1	30.9	35.2	23.3	6.4	0.8	7.2
	1年未満	596	61.2	27.5	33.7	27.5	5.9	1.0	6.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q3A．牛乳のカルシウムについて魅力を感じた文章

		BASE	魚介類や野菜からはカルシウムは１～２割しか吸収できないが、乳製品はカルシウム吸収率が５割と高い	牛乳１本で約２００ミリグラムのカルシウムを摂取できるので、１日のカルシウム摂取目標（３０～６０代で６００ミリグラム）の約１／３をまかなえる	よって、吸収率も含めて考えると、牛乳はカルシウムを割安に摂取できる食品であるといえる	この中にはひとつもない
全体		4,800	59.3	55.4	48.4	2.4
性別・年代別	男性計	1,138	59.8	51.0	45.7	3.7
	男性・20代未満	11	72.7	27.3	18.2	0.0
	男性・20代	64	59.4	43.8	34.4	4.7
	男性・30代	169	71.0	50.9	45.6	2.4
	男性・40代	181	61.9	48.6	39.8	1.7
	男性・50代	227	53.7	54.6	44.1	6.6
	男性・60代	315	59.0	53.3	51.7	2.9
	男性・70代	167	55.1	48.5	49.1	4.2
	女性計	3,604	59.4	57.0	49.4	2.0
	女性・20代未満	31	54.8	38.7	35.5	9.7
	女性・20代	178	70.2	54.5	47.2	3.4
	女性・30代	562	64.9	51.4	44.0	2.3
	女性・40代	734	64.9	60.4	46.7	1.6
	女性・50代	860	58.5	64.2	50.3	1.7
	女性・60代	818	54.5	56.2	52.4	1.8
	女性・70代	410	48.8	47.8	55.9	1.7
世帯別	単身男女10～30代	97	78.4	57.7	47.4	1.0
	単身男女40～50代	77	59.7	53.2	41.6	7.8
	単身男女60代以上	274	51.1	52.2	49.3	5.1
	末子乳幼児のいる世帯	474	62.0	57.0	49.4	1.7
	末子小学生のいる世帯	615	60.8	53.3	43.7	2.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	59.5	55.2	46.1	2.1
	シニアのいる世帯	1,487	58.0	56.4	53.5	2.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	60.2	56.1	46.0	1.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	59.8	57.0	52.2	2.0
	3～4年	853	59.2	56.9	46.9	1.2
	1～2年	903	58.9	53.9	43.9	3.7
	1年未満	596	60.6	51.5	45.0	3.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

＊全体ベース

Q3AS1. 総合的な牛乳のカルシウムの魅力度

		BASE	魅力的 計	非常に魅力的	まあ魅力的	どちらともいえない	あまり魅力的ではない	まったく魅力的ではない	魅力的でない 計
全体		4,800	86.5	35.8	50.8	9.7	1.4	0.3	1.6
性別・年代別	男性計	1,138	82.9	35.7	47.2	11.7	2.5	0.6	3.1
	男性・20代未満	11	63.6	0.0	63.6	27.3	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	73.4	31.3	42.2	20.3	3.1	0.0	3.1
	男性・30代	169	88.2	39.1	49.1	8.9	1.2	1.2	2.4
	男性・40代	181	85.1	32.0	53.0	11.6	0.6	0.0	0.6
	男性・50代	227	79.3	33.9	45.4	13.2	5.3	0.9	6.2
	男性・60代	315	84.8	36.8	47.9	11.1	2.2	0.6	2.9
	男性・70代	167	82.0	40.7	41.3	8.4	1.8	0.6	2.4
	女性計	3,604	87.9	35.8	52.2	8.9	1.0	0.2	1.1
	女性・20代未満	31	74.2	22.6	51.6	9.7	9.7	3.2	12.9
	女性・20代	178	85.4	33.1	52.2	12.9	1.1	0.0	1.1
	女性・30代	562	86.1	31.1	55.0	11.4	0.9	0.0	0.9
	女性・40代	734	87.9	35.0	52.9	9.4	1.1	0.3	1.4
	女性・50代	860	89.5	40.0	49.5	8.1	0.6	0.1	0.7
	女性・60代	818	90.3	37.2	53.2	6.6	0.7	0.1	0.9
	女性・70代	410	85.4	33.9	51.5	8.5	1.5	0.0	1.5
世帯別	単身男女10～30代	97	86.6	27.8	58.8	11.3	2.1	0.0	2.1
	単身男女40～50代	77	87.0	42.9	44.2	10.4	2.6	0.0	2.6
	単身男女60代以上	274	80.3	31.4	48.9	14.2	2.9	0.0	2.9
	末子乳幼児のいる世帯	474	86.7	36.3	50.4	11.0	1.1	0.2	1.3
	末子小学生のいる世帯	615	85.5	35.8	49.8	10.7	1.1	0.7	1.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	86.6	34.1	52.5	9.3	1.4	0.8	2.1
	シニアのいる世帯	1,487	89.2	38.1	51.1	7.2	0.9	0.1	1.1
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	85.8	35.0	50.8	10.6	1.7	0.1	1.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	90.6	39.7	50.9	6.6	1.0	0.2	1.2
	3～4年	853	84.6	34.5	50.2	12.3	1.4	0.1	1.5
	1～2年	903	82.8	31.5	51.4	12.8	1.8	0.4	2.2
	1年未満	596	81.4	31.5	49.8	14.3	2.2	0.7	2.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

＊全体ベース

Q3B. 牛乳の品質について魅力を感じた文章

		BASE	牛乳は、日本の酪農家が国内の牧場で育てた乳牛から出来た国産食品である	牛乳を飲むという事は乳牛が子牛を育てるための母乳の恵みを人間がもらうようなものである	牛乳は、乳牛の飼育、搾乳、殺菌、製造、販売店への流通まで一貫して厳密に品質管理されている	よって、牛乳は安全で品質の高い食品であるといえる	この中にはひとつもない
全体		4,800	62.2	30.8	46.2	38.7	5.2
性別・年代別	男性計	1,138	61.2	30.3	43.7	39.3	6.2
	男性・20代未満	11	45.5	36.4	36.4	18.2	27.3
	男性・20代	64	46.9	26.6	37.5	17.2	10.9
	男性・30代	169	57.4	25.4	40.2	37.9	6.5
	男性・40代	181	61.3	25.4	38.1	29.8	5.5
	男性・50代	227	56.8	30.0	41.9	39.6	9.3
	男性・60代	315	69.5	32.4	48.6	43.2	2.9
	男性・70代	167	61.7	38.3	49.1	52.7	6.0
	女性計	3,604	62.6	30.9	47.1	38.7	4.9
	女性・20代未満	31	35.5	32.3	22.6	25.8	6.5
	女性・20代	178	55.6	33.1	41.6	38.2	6.7
	女性・30代	562	58.0	28.6	41.8	32.0	6.9
	女性・40代	734	60.8	29.4	46.9	33.7	7.2
	女性・50代	860	67.6	30.8	49.7	41.4	3.3
	女性・60代	818	64.5	30.9	48.7	41.6	2.7
	女性・70代	410	63.4	35.9	51.0	46.6	4.4
世帯別	単身男女10～30代	97	56.7	30.9	40.2	36.1	10.3
	単身男女40～50代	77	66.2	20.8	42.9	35.1	9.1
	単身男女60代以上	274	58.4	33.9	43.8	38.3	6.6
	末子乳幼児のいる世帯	474	61.8	30.2	46.0	35.7	5.7
	末子小学生のいる世帯	615	57.6	30.4	43.4	34.1	7.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	59.8	29.7	41.6	35.7	6.4
	シニアのいる世帯	1,487	67.1	31.3	51.0	43.4	3.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	61.0	29.8	45.0	38.4	4.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	65.5	32.3	49.3	44.9	4.2
	3～4年	853	61.5	30.5	46.3	35.2	4.7
	1～2年	903	59.2	32.2	42.3	33.2	6.9
	1年未満	596	56.4	24.5	40.6	29.5	7.2

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q3BS1. 総合的な牛乳の品質の魅力度

		BASE	魅力的 計	非常に魅力的	まあ魅力的	どちらともいえない	あまり魅力的ではない	まったく魅力的ではない	魅力的でない 計
全体		4,800	81.0	29.1	52.0	13.7	2.2	0.4	2.6
性別・年代別	男性計	1,138	77.9	29.7	48.2	15.9	3.3	0.7	4.0
	男性・20代未満	11	63.6	9.1	54.5	18.2	0.0	18.2	18.2
	男性・20代	64	67.2	20.3	46.9	25.0	3.1	0.0	3.1
	男性・30代	169	80.5	29.0	51.5	16.6	1.2	0.6	1.8
	男性・40代	181	76.2	24.3	51.9	16.0	6.1	0.0	6.1
	男性・50代	227	74.4	27.8	46.7	18.1	4.4	1.3	5.7
	男性・60代	315	80.6	32.7	47.9	14.6	2.2	0.3	2.5
	男性・70代	167	82.0	38.3	43.7	10.2	3.0	0.6	3.6
	女性計	3,604	82.2	28.8	53.4	12.9	1.9	0.3	2.2
	女性・20代未満	31	54.8	19.4	35.5	22.6	12.9	6.5	19.4
	女性・20代	178	78.1	24.7	53.4	18.0	1.7	1.1	2.8
	女性・30代	562	77.9	23.0	55.0	16.9	2.7	0.4	3.0
	女性・40代	734	79.8	25.9	54.0	14.2	3.7	0.3	4.0
	女性・50代	860	84.5	32.8	51.7	12.3	0.9	0.1	1.0
	女性・60代	818	86.2	29.3	56.8	9.9	1.0	0.1	1.1
	女性・70代	410	83.9	35.1	48.8	9.3	0.7	0.2	1.0
世帯別	単身男女10～30代	97	80.4	21.6	58.8	17.5	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	77	81.8	33.8	48.1	14.3	3.9	0.0	3.9
	単身男女60代以上	274	77.0	27.0	50.0	17.2	1.8	0.0	1.8
	末子乳幼児のいる世帯	474	81.2	30.2	51.1	14.8	1.9	0.6	2.5
	末子小学生のいる世帯	615	76.9	27.8	49.1	16.4	2.8	0.7	3.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	80.3	28.7	51.6	13.4	3.8	1.2	5.0
	シニアのいる世帯	1,487	85.5	32.0	53.5	9.9	1.6	0.2	1.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	79.3	25.8	53.5	16.3	2.0	0.2	2.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	84.6	33.8	50.8	11.2	1.6	0.3	1.9
	3～4年	853	80.3	27.3	53.0	15.5	2.5	0.4	2.8
	1～2年	903	78.3	23.4	54.9	16.3	2.3	0.4	2.8
	1年未満	596	74.8	22.8	52.0	18.1	3.9	1.2	5.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q4. 家庭で現在の宅配牛乳の利用を始めてからの経過年数

		BASE	1年未満	1年	2年	3年	4年	5～9年	10年以上
全体		4,800	12.4	8.1	10.7	10.6	7.2	17.3	30.7
性別・年代別	男性計	1,138	14.2	7.5	9.8	10.8	6.8	15.4	33.3
	男性・20代未満	11	18.2	9.1	9.1	0.0	9.1	27.3	27.3
	男性・20代	64	31.3	20.3	15.6	6.3	3.1	9.4	10.9
	男性・30代	169	24.3	11.8	16.6	13.6	8.9	12.4	12.4
	男性・40代	181	18.8	8.8	11.0	10.5	9.4	15.5	24.9
	男性・50代	227	15.9	5.7	6.6	13.2	10.1	13.7	32.6
	男性・60代	315	7.3	4.4	8.6	10.8	4.1	18.1	42.9
	男性・70代	167	3.6	4.8	6.0	7.8	3.6	16.2	55.7
	女性計	3,604	11.8	8.4	11.0	10.5	7.3	18.1	29.7
	女性・20代未満	31	29.0	9.7	12.9	0.0	6.5	19.4	16.1
	女性・20代	178	33.1	16.9	17.4	9.6	3.4	4.5	12.9
	女性・30代	562	18.9	14.9	17.1	13.7	8.9	13.5	9.3
	女性・40代	734	12.8	9.1	10.9	14.4	9.3	19.5	20.7
	女性・50代	860	10.0	6.3	12.6	9.7	7.4	19.2	32.3
	女性・60代	818	7.1	6.0	5.9	7.6	5.7	20.9	43.5
	女性・70代	410	3.7	3.2	6.3	8.0	6.1	19.8	49.3
世帯別	単身男女10～30代	97	38.1	23.7	14.4	8.2	4.1	4.1	3.1
	単身男女40～50代	77	27.3	6.5	13.0	3.9	9.1	14.3	24.7
	単身男女60代以上	274	6.6	7.3	9.5	8.4	6.2	18.6	40.1
	末子乳幼児のいる世帯	474	18.4	13.7	17.1	11.4	6.1	14.3	17.3
	末子小学生のいる世帯	615	13.2	10.6	13.2	17.2	7.8	15.8	20.0
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	12.1	7.3	12.1	12.6	8.0	20.3	24.1
	シニアのいる世帯	1,487	7.7	4.5	6.3	8.4	6.2	20.0	44.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	14.3	9.0	11.6	9.8	8.7	15.4	27.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	36.1	63.9
	3～4年	853	0.0	0.0	0.0	59.7	40.3	0.0	0.0
	1～2年	903	0.0	43.0	57.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	1年未満	596	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q5. 現在宅配牛乳で購入している種類

		BASE	普通牛乳	カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	無脂肪乳、低脂肪乳、濃厚などの加工乳	上記のような牛乳は購入していない
全体		4,800	47.3	38.4	12.5	9.3
性別・年代別	男性計	1,138	46.0	40.2	13.0	8.6
	男性・20代未満	11	72.7	36.4	27.3	9.1
	男性・20代	64	37.5	35.9	3.1	23.4
	男性・30代	169	40.8	47.9	8.3	9.5
	男性・40代	181	47.0	35.4	11.0	14.4
	男性・50代	227	45.4	40.1	12.8	8.8
	男性・60代	315	48.3	40.0	16.5	4.1
	男性・70代	167	49.1	39.5	16.2	4.2
	女性計	3,604	47.5	37.9	12.3	9.6
	女性・20代未満	31	54.8	29.0	12.9	19.4
	女性・20代	178	55.6	31.5	7.3	14.0
	女性・30代	562	50.0	34.7	11.4	11.0
	女性・40代	734	47.4	36.8	10.9	11.3
	女性・50代	860	47.2	40.0	13.6	9.7
	女性・60代	818	45.2	39.9	14.2	6.2
	女性・70代	410	44.6	38.8	12.0	8.3
世帯別	単身男女10～30代	97	36.1	37.1	7.2	17.5
	単身男女40～50代	77	37.7	45.5	9.1	7.8
	単身男女60代以上	274	44.9	37.2	10.9	9.1
	末子乳幼児のいる世帯	474	52.5	36.9	9.3	10.5
	末子小学生のいる世帯	615	47.2	38.7	11.5	10.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	49.0	35.2	13.2	11.2
	シニアのいる世帯	1,487	45.4	41.4	15.1	6.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	48.3	37.1	11.6	10.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	54.2	40.0	14.4	4.8
	3～4年	853	40.9	44.2	12.0	10.8
	1～2年	903	44.5	36.7	11.6	12.8
	1年未満	596	41.9	32.9	8.9	18.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*回答者ベース

Q6. 1週間のお届け本数

		BASE	平均
全体		4,015	7.2
性別・年代別	男性計	957	7.3
	男性・20代未満	8	5.3
	男性・20代	43	6.9
	男性・30代	144	6.3
	男性・40代	145	7.1
	男性・50代	190	7.1
	男性・60代	275	7.7
	男性・70代	148	8.5
	女性計	3,011	7.2
	女性・20代未満	21	7.6
	女性・20代	141	8.0
	女性・30代	464	6.1
	女性・40代	595	6.7
	女性・50代	729	7.2
	女性・60代	709	7.8
	女性・70代	342	7.6
世帯別	単身男女10～30代	73	6.0
	単身男女40～50代	62	5.6
	単身男女60代以上	235	6.0
	末子乳幼児のいる世帯	397	7.2
	末子小学生のいる世帯	520	6.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	533	7.2
	シニアのいる世帯	1,295	8.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	834	6.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,094	8.3
	3～4年	719	6.6
	1～2年	735	5.8
	1年未満	435	5.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＊宅配牛乳購入者ベース

Q6S1．1週間の牛乳のお届け本数の1年前比較

		BASE	増えた	変わらない	減った	1年前は利用していない
全体		4,184	5.2	73.7	9.9	6.9
性別・年代別	男性計	1,003	5.1	73.0	11.4	7.1
	男性・20代未満	9	11.1	88.9	0.0	0.0
	男性・20代	45	0.0	68.9	8.9	15.6
	男性・30代	150	5.3	65.3	13.3	14.0
	男性・40代	153	6.5	69.3	13.1	8.5
	男性・50代	201	4.5	71.1	11.4	7.0
	男性・60代	287	6.6	74.6	12.5	4.2
	男性・70代	154	2.6	83.8	7.1	2.6
	女性計	3,129	5.2	74.1	9.4	6.9
	女性・20代未満	24	0.0	79.2	0.0	12.5
	女性・20代	150	6.7	60.7	7.3	18.7
	女性・30代	485	7.0	66.6	8.7	12.2
	女性・40代	622	5.8	71.9	12.4	7.1
	女性・50代	752	4.7	75.8	9.6	6.1
	女性・60代	729	4.9	78.5	8.4	4.4
	女性・70代	357	3.4	81.0	7.8	0.8
世帯別	単身男女10～30代	75	0.0	57.3	6.7	32.0
	単身男女40～50代	67	3.0	68.7	6.0	19.4
	単身男女60代以上	240	2.9	77.5	11.3	4.2
	末子乳幼児のいる世帯	412	11.2	65.0	7.5	10.2
	末子小学生のいる世帯	533	7.7	69.0	12.4	6.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	3.9	74.9	11.4	6.4
	シニアのいる世帯	1,337	4.3	79.3	8.5	4.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	4.5	72.3	10.9	7.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	4.7	81.7	9.7	0.1
	3～4年	743	5.7	77.8	11.6	0.1
	1～2年	759	6.7	74.4	11.7	2.0
	1年未満	470	4.0	28.3	5.1	57.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*回答者ベース

Q7. 1週間のお届け回数

		BASE	平均
全体		4,018	2.7
性別・年代別	男性計	957	2.8
	男性・20代未満	8	2.5
	男性・20代	42	2.9
	男性・30代	144	2.5
	男性・40代	143	2.8
	男性・50代	193	2.8
	男性・60代	275	2.8
	男性・70代	148	3.0
	女性計	3,016	2.7
	女性・20代未満	21	3.3
	女性・20代	140	2.5
	女性・30代	469	2.5
	女性・40代	600	2.6
	女性・50代	726	2.7
	女性・60代	703	2.8
	女性・70代	347	2.9
世帯別	単身男女10～30代	72	2.3
	単身男女40～50代	65	2.5
	単身男女60代以上	234	2.8
	末子乳幼児のいる世帯	397	2.6
	末子小学生のいる世帯	518	2.7
	末子中学生以上未成年のいる世帯	538	2.7
	シニアのいる世帯	1,303	2.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	827	2.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,093	2.9
	3～4年	720	2.6
	1～2年	734	2.5
	1年未満	436	2.4

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

＊宅配牛乳購入者ベース

Q7S1. 1年前と比較した1週間のお届け回数増減

		BASE	増えた	変わらない	減った	1年前は利用していない
全体		4,184	2.6	79.4	7.9	7.1
性別・年代別	男性計	1,003	2.2	78.4	10.1	7.5
	男性・20代未満	9	11.1	88.9	0.0	0.0
	男性・20代	45	0.0	71.1	8.9	15.6
	男性・30代	150	2.7	73.3	9.3	13.3
	男性・40代	153	2.6	75.8	10.5	9.2
	男性・50代	201	2.5	74.1	13.4	7.5
	男性・60代	287	1.7	79.8	11.1	5.2
	男性・70代	154	1.9	90.3	4.5	2.6
	女性計	3,129	2.7	79.9	7.3	7.0
	女性・20代未満	24	4.2	75.0	0.0	12.5
	女性・20代	150	4.7	67.3	5.3	18.0
	女性・30代	485	3.9	71.3	8.2	12.8
	女性・40代	622	3.1	78.9	9.0	6.9
	女性・50代	752	2.3	80.6	8.1	6.1
	女性・60代	729	2.5	84.9	5.6	4.4
	女性・70代	357	1.1	86.6	5.9	2.0
世帯別	単身男女10～30代	75	0.0	60.0	6.7	32.0
	単身男女40～50代	67	0.0	70.1	6.0	20.9
	単身男女60代以上	240	0.8	84.2	7.9	4.6
	末子乳幼児のいる世帯	412	5.3	73.1	7.0	10.9
	末子小学生のいる世帯	533	3.9	76.7	9.6	7.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	2.3	81.9	6.6	5.9
	シニアのいる世帯	1,337	2.1	84.1	6.8	4.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	2.4	76.5	10.4	7.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	2.2	87.6	8.0	0.0
	3～4年	743	2.6	84.9	9.4	0.1
	1～2年	759	3.4	82.3	9.4	1.8
	1年未満	470	3.0	28.9	3.6	60.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＊宅配牛乳購入者ベース

Q8. 宅配している牛乳の容量

		BASE	100CC	150CC	180CC	200CC	500CC	720CC	900CC	1000CC	その他
全体		4,184	3.7	0.5	21.2	58.7	4.1	0.8	4.4	12.3	1.1
性別・年代別	男性計	1,003	3.6	0.6	23.7	60.9	4.8	1.0	2.8	9.1	1.0
	男性・20代未満	9	0.0	0.0	11.1	44.4	0.0	0.0	0.0	44.4	0.0
	男性・20代	45	2.2	2.2	31.1	53.3	4.4	2.2	0.0	6.7	0.0
	男性・30代	150	3.3	0.0	29.3	58.7	3.3	1.3	2.0	8.0	0.7
	男性・40代	153	4.6	0.7	26.8	63.4	2.0	0.0	2.6	5.9	1.3
	男性・50代	201	2.0	1.5	26.4	57.7	7.5	1.5	3.5	11.9	0.5
	男性・60代	287	3.8	0.0	17.8	67.6	3.8	0.7	3.5	7.7	0.7
	男性・70代	154	5.2	0.6	21.4	55.8	7.8	0.6	2.6	11.0	2.6
	女性計	3,129	3.7	0.5	20.5	58.0	3.8	0.7	5.0	13.2	1.2
	女性・20代未満	24	16.7	4.2	25.0	50.0	4.2	0.0	0.0	8.3	0.0
	女性・20代	150	2.0	0.0	26.0	49.3	5.3	1.3	4.7	16.7	0.0
	女性・30代	485	2.3	0.6	17.7	62.7	3.7	0.8	4.9	14.2	0.8
	女性・40代	622	1.8	0.5	20.6	56.8	3.7	0.5	6.4	14.0	0.8
	女性・50代	752	4.7	0.9	19.8	56.8	3.9	1.1	5.2	15.7	1.1
	女性・60代	729	4.5	0.0	21.1	59.4	3.2	0.4	4.9	9.7	2.6
	女性・70代	357	5.0	0.3	21.0	58.0	4.8	0.6	2.5	10.9	0.3
世帯別	単身男女10～30代	75	0.0	0.0	29.3	54.7	2.7	0.0	1.3	12.0	0.0
	単身男女40～50代	67	7.5	3.0	32.8	53.7	0.0	1.5	3.0	6.0	1.5
	単身男女60代以上	240	2.9	0.0	20.8	62.9	2.5	0.0	4.6	5.4	0.8
	末子乳幼児のいる世帯	412	3.2	0.7	23.1	55.6	4.6	1.9	5.1	16.3	0.7
	末子小学生のいる世帯	533	2.4	0.6	22.0	59.7	3.4	0.2	3.9	13.9	1.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	2.8	0.7	17.8	60.0	3.4	0.5	5.5	13.9	0.4
	シニアのいる世帯	1,337	4.0	0.3	21.2	59.6	4.6	0.7	3.4	11.4	1.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	4.9	0.6	21.3	57.0	4.6	1.1	5.0	12.3	1.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	3.1	0.4	21.8	57.5	4.8	1.0	4.4	14.5	1.2
	3～4年	743	3.9	0.5	22.6	60.2	2.8	0.9	5.2	9.7	0.9
	1～2年	759	4.9	0.8	20.3	60.1	3.7	0.5	3.6	10.3	0.8
	1年未満	470	4.3	0.6	18.1	61.3	3.2	0.2	4.5	9.1	1.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*宅配牛乳購入者ベース

Q8S1. 1年前と比べて宅配している牛乳の容量増減

		BASE	大きくなった	変わらない	小さくなった	1年前は利用していない	大きくなったものと小さくなったものの両方ある
全体		4,184	1.5	82.7	2.8	7.1	0.5
性別・年代別	男性計	1,003	1.1	82.2	4.6	7.4	0.5
	男性・20代未満	9	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	45	0.0	73.3	6.7	15.6	0.0
	男性・30代	150	1.3	78.0	2.7	14.0	0.0
	男性・40代	153	0.7	77.8	7.2	9.2	0.7
	男性・50代	201	1.0	81.6	6.0	7.5	1.0
	男性・60代	287	1.7	85.7	4.2	4.2	0.0
	男性・70代	154	0.6	86.4	2.6	3.2	1.3
	女性計	3,129	1.6	83.0	2.3	7.1	0.6
	女性・20代未満	24	4.2	70.8	0.0	16.7	0.0
	女性・20代	150	3.3	66.0	1.3	18.7	2.0
	女性・30代	485	2.3	77.9	1.9	12.4	0.2
	女性・40代	622	1.9	82.8	2.9	7.2	1.0
	女性・50代	752	1.9	85.2	1.6	6.1	0.5
	女性・60代	729	0.5	86.6	2.9	4.4	0.5
	女性・70代	357	1.1	86.0	2.5	1.7	0.0
世帯別	単身男女10～30代	75	0.0	65.3	0.0	28.0	0.0
	単身男女40～50代	67	0.0	76.1	1.5	20.9	0.0
	単身男女60代以上	240	0.8	84.2	3.8	4.6	0.0
	末子乳幼児のいる世帯	412	3.9	76.7	2.9	11.9	0.7
	末子小学生のいる世帯	533	2.4	81.1	2.8	8.1	0.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	1.1	84.3	2.5	6.0	0.7
	シニアのいる世帯	1,337	1.1	86.8	2.8	4.6	0.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	1.0	81.3	3.3	7.1	0.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,170	1.6	90.8	2.9	0.1	0.6
	3～4年	743	1.9	87.6	3.5	0.5	0.4
	1～2年	759	1.1	85.9	3.0	2.8	0.9
	1年未満	470	1.3	33.2	1.3	57.4	0.2

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*宅配牛乳購入者ベース

Q9. 同居人で牛乳を飲まない者

		BASE	小学校入学前の乳幼児	小学生	中学生~19歳の方	20~29歳の方	30~59歳の方	60歳以上の方	同居人は全員飲んでいる	同居人は居ない
全体		4,184	5.0	6.3	7.4	8.9	22.0	19.1	35.5	8.9
性別・年代別	男性計	1,003	5.9	6.0	6.6	8.4	21.3	20.2	33.2	11.8
	男性・20代未満	9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	88.9	0.0
	男性・20代	45	8.9	4.4	4.4	26.7	15.6	6.7	28.9	15.6
	男性・30代	150	9.3	9.3	3.3	6.0	28.0	11.3	29.3	12.7
	男性・40代	153	3.3	9.2	11.8	7.8	28.8	15.7	26.8	6.5
	男性・50代	201	5.5	5.0	6.5	14.4	25.4	15.4	32.8	10.0
	男性・60代	287	6.3	4.9	7.0	5.2	17.1	29.3	35.2	11.1
	男性・70代	154	4.5	3.9	3.9	4.5	13.6	27.3	38.3	19.5
	女性計	3,129	4.7	6.3	7.6	8.9	22.3	18.7	36.4	8.0
	女性・20代未満	24	12.5	16.7	12.5	16.7	20.8	12.5	33.3	4.2
	女性・20代	150	11.3	2.0	3.3	18.0	17.3	5.3	33.3	11.3
	女性・30代	485	10.9	13.4	6.6	6.0	27.8	9.3	37.5	4.7
	女性・40代	622	2.7	8.8	17.2	8.4	30.7	12.5	35.0	2.4
	女性・50代	752	4.1	5.5	6.3	15.6	27.0	17.3	39.0	4.5
	女性・60代	729	2.6	2.7	3.4	5.3	13.3	31.8	39.1	8.8
	女性・70代	357	2.2	2.2	4.5	3.1	10.4	24.6	28.0	26.9
世帯別	単身男女10~30代	75	2.7	2.7	2.7	8.0	4.0	2.7	4.0	77.3
	単身男女40~50代	67	0.0	0.0	0.0	4.5	1.5	3.0	3.0	80.6
	単身男女60代以上	240	0.8	0.4	0.8	0.4	1.7	4.2	3.3	80.4
	末子乳幼児のいる世帯	412	26.5	10.0	4.1	10.4	25.7	10.4	37.6	0.5
	末子小学生のいる世帯	533	5.1	24.4	12.2	5.4	32.1	12.9	32.6	2.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	562	2.7	4.4	27.0	10.9	27.8	14.4	34.3	1.2
	シニアのいる世帯	1,337	2.5	2.3	2.4	5.7	14.6	38.2	41.6	1.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	886	2.1	3.4	4.1	17.2	31.6	7.8	42.4	2.4
宅配利用年数	5~10年以上	2,170	4.1	5.0	7.4	7.7	19.2	22.4	40.2	9.0
	3~4年	743	6.1	9.2	8.2	8.1	27.5	16.4	32.6	7.3
	1~2年	759	6.2	7.1	7.5	12.1	24.6	14.9	31.4	7.9
	1年未満	470	6.6	6.6	5.5	10.9	22.8	14.0	26.2	13.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

Q10. 牛乳以外に宅配牛乳店より購入している商品

		BASE	食べるヨーグルト	飲むヨーグルト	黒酢	野菜飲料	コーヒー牛乳	その他乳酸菌飲料	サプリなどの健康補助食品	その他の食品	その他の健康飲料	豆乳	その他乳製品	果汁飲料	全国各地の特産食品	フルーツ牛乳	その他飲料	お茶飲料	ミネラルウォーター	米	有機野菜	その他	牛乳類以外は宅配購入していない
全体		4,800	15.0	10.7	6.8	6.0	5.7	4.7	4.3	3.9	3.7	3.5	3.4	2.3	2.3	1.8	1.7	1.5	1.1	0.8	0.6	1.4	39.2
性別・年代別	男性計	1,138	14.5	8.4	7.7	6.8	6.0	3.3	5.3	3.2	3.4	3.2	3.1	2.3	1.6	1.6	2.0	2.0	1.6	1.0	1.0	1.6	39.6
	男性・20代未満	11	36.4	18.2	9.1	9.1	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
	男性・20代	64	15.6	12.5	7.8	6.3	7.8	1.6	3.1	0.0	4.7	0.0	1.6	1.6	0.0	4.7	1.6	0.0	1.6	0.0	0.0	1.6	40.6
	男性・30代	169	12.4	9.5	6.5	8.3	10.1	3.6	5.3	2.4	0.6	4.1	2.4	3.0	1.2	3.0	1.8	0.6	1.2	0.6	0.6	1.8	43.8
	男性・40代	181	13.8	7.2	6.6	6.1	7.2	5.0	3.3	0.6	5.0	1.7	3.9	1.7	2.2	2.8	2.2	1.7	0.6	0.0	0.6	2.8	37.6
	男性・50代	227	14.1	7.5	10.6	6.2	5.3	3.1	8.4	5.7	4.8	3.5	3.5	2.2	2.6	0.9	3.1	4.4	4.8	2.2	1.8	1.3	38.3
	男性・60代	315	16.8	8.9	7.3	8.3	4.8	3.5	5.7	3.8	3.8	3.8	2.2	3.2	1.0	0.0	2.2	1.9	0.6	1.0	1.6	1.9	36.8
	男性・70代	167	12.0	7.2	7.2	3.6	1.2	1.8	3.6	3.6	1.8	3.6	4.8	1.2	1.8	1.2	0.6	0.6	0.6	1.2	0.0	0.0	45.5
	女性計	3,604	15.1	11.4	6.4	5.7	5.5	5.2	4.0	4.1	3.8	3.5	3.4	2.3	2.6	1.8	1.6	1.3	0.9	0.7	0.4	1.4	39.2
	女性・20代未満	31	16.1	22.6	9.7	3.2	12.9	3.2	0.0	3.2	0.0	0.0	9.7	3.2	3.2	9.7	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	22.6
	女性・20代	178	12.9	13.5	9.0	6.2	8.4	5.6	4.5	2.8	3.4	2.8	6.7	4.5	0.6	3.4	1.7	1.1	0.6	1.7	0.0	1.7	43.8
	女性・30代	562	16.4	11.7	6.4	4.8	6.6	5.7	3.4	2.7	2.0	2.5	3.2	2.0	1.1	2.5	2.0	0.9	1.4	0.2	0.5	0.9	40.9
	女性・40代	734	15.7	11.7	5.7	5.7	8.4	4.8	2.9	2.6	4.0	2.9	2.3	2.3	1.5	2.6	1.5	1.5	0.3	0.7	0.3	0.5	42.8
	女性・50代	860	13.3	11.6	7.3	4.4	4.8	6.4	5.2	4.9	4.4	5.2	3.8	2.2	3.0	1.4	1.9	1.3	1.7	0.5	0.3	1.7	38.3
	女性・60代	818	13.3	9.4	5.5	6.8	3.8	4.8	4.2	5.9	4.4	3.7	2.8	2.3	4.0	0.9	1.3	1.0	0.7	0.9	0.2	1.8	36.3
	女性・70代	410	20.0	12.2	5.6	7.6	2.2	3.9	3.9	4.6	3.7	2.9	4.4	2.0	3.4	1.2	1.7	1.7	0.2	1.7	1.5	2.0	37.3
世帯別	単身男女10～30代	97	6.2	7.2	3.1	9.3	4.1	3.1	7.2	1.0	3.1	0.0	3.1	1.0	0.0	2.1	1.0	3.1	3.1	0.0	0.0	1.0	52.6
	単身男女40～50代	77	11.7	9.1	6.5	5.2	3.9	7.8	5.2	5.2	3.9	3.9	1.3	3.9	1.3	0.0	6.5	6.5	1.3	1.3	0.0	3.9	44.2
	単身男女60代以上	274	13.9	8.4	4.7	5.5	2.2	2.6	4.0	6.2	3.6	1.8	2.6	2.9	3.3	0.7	1.5	0.0	0.0	1.8	0.4	2.6	45.3
	末子乳幼児のいる世帯	474	18.1	13.3	7.4	5.3	8.9	5.3	4.6	2.7	1.7	3.6	4.2	2.5	2.5	2.5	1.9	1.1	1.3	1.5	0.8	1.1	38.2
	末子小学生のいる世帯	615	15.1	8.1	5.4	5.9	10.1	5.2	3.1	1.6	4.2	2.3	2.9	2.9	2.0	3.9	1.8	0.8	0.7	0.8	0.5	0.8	42.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	14.4	12.9	7.4	6.2	8.0	4.4	2.7	3.2	3.6	3.5	3.5	2.9	2.4	2.9	1.8	1.8	0.8	0.8	0.3	1.2	39.9
	シニアのいる世帯	1,487	15.4	9.8	6.0	5.9	3.1	5.0	4.4	4.3	3.7	4.1	3.0	1.7	2.6	0.5	1.5	1.5	0.9	0.5	0.5	1.5	39.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	15.3	12.1	8.9	6.6	5.3	4.6	4.9	5.3	4.5	4.4	4.3	2.5	2.1	1.7	1.8	2.1	2.0	0.7	1.0	1.7	35.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	17.6	9.9	6.9	6.2	5.0	4.8	4.3	4.8	3.3	4.0	3.3	2.3	2.5	1.6	1.3	1.6	1.0	1.0	0.5	1.7	41.6
	3～4年	853	14.7	11.0	8.4	5.6	7.4	5.5	4.8	3.4	4.7	4.7	3.2	2.5	2.9	1.8	2.3	1.4	1.4	1.1	0.9	0.8	36.9
	1～2年	903	13.7	11.4	6.2	6.6	6.5	3.7	3.5	2.7	3.5	2.2	3.5	3.3	2.3	2.7	2.2	1.6	1.1	0.6	0.7	1.3	38.6
	1年未満	596	8.9	11.1	5.4	5.7	5.4	4.7	3.9	3.5	4.2	2.5	4.4	1.2	0.8	1.5	2.0	1.7	1.3	0.3	0.2	1.7	40.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q11. 宅配牛乳店から、トータルでの購入額

		BASE	1,000円未満	1,000～2,000円未満	2,000～2,500円未満	2,500～3,000円未満	3,000～3,500円未満	3,500～4,000円未満	4,000～4,500円未満	4,500～5,000円未満	5,000～5,500円未満	5,500～6,000円未満	6,000～6,500円未満	6,500～7,000円未満	7,000～1万円未満	1万円以上
全体		4,800	3.3	8.3	6.9	8.7	14.5	16.8	6.1	5.0	3.3	2.9	4.8	3.4	6.8	3.8
性別・年代別	男性計	1,138	3.4	9.1	6.8	9.3	15.4	17.8	5.5	5.0	3.0	2.7	4.7	2.8	5.8	3.1
	男性・20代未満	11	18.2	9.1	9.1	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	9.1	0.0
	男性・20代	64	3.1	15.6	4.7	9.4	17.2	20.3	7.8	3.1	3.1	4.7	0.0	0.0	6.3	0.0
	男性・30代	169	5.9	17.2	8.3	11.2	13.0	20.7	7.1	4.1	3.0	1.8	3.6	1.2	1.2	1.2
	男性・40代	181	2.2	11.6	5.0	10.5	18.8	17.7	3.3	5.0	3.3	2.8	3.9	5.0	4.4	2.8
	男性・50代	227	3.1	7.0	6.2	7.5	17.6	22.0	5.7	5.7	3.1	4.0	4.4	2.6	5.3	2.2
	男性・60代	315	2.9	5.1	6.7	10.5	16.2	16.2	5.7	5.7	2.9	1.9	6.3	2.5	5.4	4.1
	男性・70代	167	3.0	6.6	8.4	7.2	9.0	12.0	5.4	4.8	3.0	1.8	4.8	4.2	13.2	6.0
	女性計	3,604	3.2	8.1	6.8	8.5	14.2	16.6	6.4	4.9	3.3	3.0	4.9	3.6	7.1	4.0
	女性・20代未満	31	6.5	9.7	6.5	0.0	12.9	19.4	3.2	3.2	0.0	6.5	3.2	0.0	9.7	0.0
	女性・20代	178	5.6	11.2	10.7	9.6	18.0	14.6	4.5	1.7	3.4	2.8	2.8	3.4	1.7	4.5
	女性・30代	562	4.4	9.1	8.0	12.5	15.7	16.2	6.4	5.3	3.0	3.6	4.1	1.8	3.9	1.8
	女性・40代	734	4.0	10.4	7.5	8.0	12.9	16.8	7.8	5.2	3.8	2.6	4.8	3.1	5.9	2.7
	女性・50代	860	2.0	7.6	7.2	8.4	13.6	16.6	6.6	5.8	3.0	3.8	4.8	4.4	8.3	4.2
	女性・60代	818	2.6	6.5	4.3	6.8	14.7	18.5	5.7	4.3	3.4	2.7	5.5	4.5	8.4	5.7
	女性・70代	410	2.7	5.9	6.6	7.6	13.4	13.9	5.1	4.6	2.7	1.7	5.9	3.9	11.0	5.6
世帯別	単身男女10～30代	97	17.5	15.5	10.3	10.3	18.6	12.4	4.1	2.1	1.0	1.0	0.0	0.0	1.0	1.0
	単身男女40～50代	77	7.8	15.6	9.1	11.7	16.9	19.5	2.6	2.6	1.3	2.6	0.0	0.0	5.2	1.3
	単身男女60代以上	274	4.4	10.6	9.9	7.7	20.4	16.4	6.9	3.3	2.6	0.7	3.6	1.5	3.3	1.8
	末子乳幼児のいる世帯	474	2.7	10.5	7.0	8.4	12.2	15.8	6.3	5.1	3.6	4.2	4.4	3.2	7.8	4.0
	末子小学生のいる世帯	615	3.7	9.1	8.0	10.7	15.9	16.9	6.5	5.4	3.4	2.8	3.1	2.9	4.4	2.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	2.0	9.3	6.7	7.4	12.1	15.8	7.0	6.8	3.8	3.8	7.1	3.9	5.3	3.6
	シニアのいる世帯	1,487	2.7	5.7	5.5	7.5	13.8	17.9	5.1	4.8	3.2	2.9	5.8	4.5	9.9	4.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	2.7	8.7	7.1	9.9	15.3	16.3	7.0	4.8	3.4	2.7	4.5	3.1	5.7	4.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	2.2	4.8	5.2	7.7	14.2	14.7	5.9	5.9	3.9	3.8	6.8	5.1	9.9	5.8
	3～4年	853	2.8	7.6	7.4	10.4	14.4	20.4	7.3	5.4	4.2	2.9	3.9	2.8	4.7	2.6
	1～2年	903	4.1	13.3	9.6	9.7	16.7	18.2	7.6	3.9	2.2	1.9	3.0	1.9	2.9	1.3
	1年未満	596	7.0	16.6	9.2	9.4	14.1	19.0	3.7	3.4	1.7	1.5	2.2	0.7	4.0	2.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q12A. 今後購入意向:牛乳類

		BASE	カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	普通牛乳	無脂肪乳、低脂肪乳、濃厚などの加工乳	その他の牛乳	宅配で牛乳は購入したくない
全体		4,800	40.9	40.5	14.8	1.5	5.0
性別・年代別	男性計	1,138	41.1	39.7	16.7	1.5	6.2
	男性・20代未満	11	45.5	72.7	27.3	0.0	0.0
	男性・20代	64	32.8	34.4	3.1	4.7	12.5
	男性・30代	169	46.7	34.3	18.3	0.0	8.9
	男性・40代	181	40.3	40.3	11.0	2.2	8.3
	男性・50代	227	45.4	37.9	19.8	2.6	7.0
	男性・60代	315	40.0	41.3	18.7	1.3	3.2
	男性・70代	167	35.3	44.3	17.4	0.0	3.6
	女性計	3,604	41.0	40.7	14.2	1.5	4.6
	女性・20代未満	31	19.4	51.6	12.9	0.0	6.5
	女性・20代	178	43.3	42.7	11.8	1.7	7.9
	女性・30代	562	40.7	42.7	14.1	1.6	6.4
	女性・40代	734	40.3	40.7	13.2	1.9	4.5
	女性・50代	860	43.3	41.2	14.9	0.8	5.0
	女性・60代	818	39.9	38.5	15.6	2.0	3.4
	女性・70代	410	40.5	39.8	12.9	1.0	2.7
世帯別	単身男女10~30代	97	35.1	35.1	8.2	2.1	11.3
	単身男女40~50代	77	45.5	36.4	13.0	2.6	6.5
	単身男女60代以上	274	41.6	40.5	9.5	0.7	3.6
	末子乳幼児のいる世帯	474	45.1	44.5	13.7	1.1	5.1
	末子小学生のいる世帯	615	41.5	40.5	13.3	2.4	5.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	41.7	39.9	14.3	1.7	4.7
	シニアのいる世帯	1,487	40.1	39.3	16.8	1.5	4.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	40.2	42.0	15.7	1.4	5.6
宅配利用年数	5~10年以上	2,305	41.2	45.7	15.9	1.1	2.9
	3~4年	853	44.4	37.2	15.1	1.9	4.5
	1~2年	903	41.0	38.0	15.5	2.0	6.9
	1年未満	596	39.6	34.1	11.2	2.2	11.4

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体+10pt以上

全体+5pt以上

Q12B. 今後購入意向：その他商品

		BASE	食べるヨーグルト	飲むヨーグルト	野菜飲料	黒酢	サプリなどの健康補助食品	コーヒー牛乳	豆乳	全国各地の特産食品	その他乳酸菌飲料	その他の健康飲料	その他の食品	フルーツ牛乳	果汁飲料	その他乳製品	ミネラルウォーター	有機野菜	米	お茶飲料	その他飲料	その他	特にない
全体		4,800	17.9	14.8	9.6	8.8	7.0	6.6	6.1	5.5	4.9	4.9	3.4	3.3	3.0	2.9	2.8	2.3	1.9	1.7	1.1	0.9	27.3
性別・年代別	男性計	1,138	15.6	13.2	9.2	8.5	8.4	6.6	4.7	6.1	4.5	4.7	4.1	4.0	2.9	2.8	3.7	3.1	2.3	2.2	1.6	1.0	28.9
	男性・20代未満	11	45.5	18.2	9.1	9.1	0.0	45.5	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2
	男性・20代	64	14.1	10.9	9.4	4.7	9.4	9.4	0.0	4.7	4.7	3.1	3.1	7.8	4.7	0.0	4.7	1.6	0.0	0.0	0.0	1.6	29.7
	男性・30代	169	13.6	15.4	8.9	9.5	10.7	13.0	4.1	4.1	3.0	4.7	3.0	11.2	1.8	2.4	4.1	2.4	3.0	0.6	0.6	0.6	30.2
	男性・40代	181	14.4	12.2	8.8	8.3	10.5	8.8	3.9	5.5	3.3	3.9	3.9	4.4	1.1	2.8	3.3	2.8	1.7	1.1	2.8	0.6	31.5
	男性・50代	227	17.2	12.8	8.8	9.3	12.3	6.2	4.4	7.9	5.7	7.5	5.3	2.6	2.6	4.0	6.6	4.0	4.8	5.3	1.8	0.9	24.7
	男性・60代	315	18.1	15.2	11.1	9.2	5.7	3.2	7.9	6.3	6.0	5.7	4.8	1.3	4.4	3.2	2.5	3.5	1.3	2.2	2.2	1.9	27.3
	男性・70代	167	11.4	9.6	6.6	6.6	4.2	1.2	2.4	6.6	1.8	0.6	3.6	0.0	2.4	2.4	1.2	3.0	1.8	1.8	0.6	0.0	33.5
	女性計	3,604	18.6	15.3	9.8	8.8	6.6	6.6	6.5	5.4	5.1	5.0	3.2	3.1	3.1	2.9	2.5	2.1	1.7	1.5	1.0	0.9	26.9
	女性・20代未満	31	29.0	19.4	25.8	3.2	6.5	29.0	12.9	3.2	6.5	3.2	6.5	9.7	3.2	6.5	3.2	3.2	3.2	6.5	0.0	3.2	12.9
	女性・20代	178	25.3	23.6	17.4	11.8	10.7	12.4	9.0	3.9	5.1	5.6	3.9	5.1	6.7	1.1	5.6	1.1	2.8	2.2	0.0	0.0	19.7
	女性・30代	562	20.6	17.1	12.1	8.4	8.2	9.4	6.9	4.3	8.2	5.2	2.8	5.0	3.2	4.1	3.2	2.1	1.8	0.9	1.4	0.2	23.7
	女性・40代	734	20.8	14.7	10.6	8.9	6.0	9.3	4.9	3.8	4.4	5.4	2.2	4.0	3.4	2.7	2.5	2.0	1.5	1.4	0.8	1.1	27.5
	女性・50代	860	19.5	15.0	8.1	9.1	7.6	5.3	7.0	6.7	4.4	5.2	3.4	2.1	3.0	2.9	2.8	2.6	1.6	1.7	1.0	0.9	27.6
	女性・60代	818	13.4	12.7	8.1	8.6	5.1	3.8	6.4	6.6	4.6	4.6	4.2	2.0	2.4	2.9	1.6	1.2	1.5	1.2	1.0	1.0	29.2
	女性・70代	410	16.6	15.6	7.6	8.3	3.9	2.2	6.8	4.9	4.9	4.1	2.9	1.7	2.0	2.2	1.7	2.9	2.4	1.7	1.2	1.7	27.8
世帯別	単身男女10～30代	97	13.4	16.5	16.5	5.2	11.3	8.2	5.2	3.1	1.0	1.0	3.1	5.2	1.0	2.1	7.2	0.0	1.0	3.1	0.0	0.0	29.9
	単身男女40～50代	77	13.0	18.2	11.7	6.5	9.1	7.8	3.9	7.8	2.6	3.9	3.9	0.0	1.3	0.0	2.6	1.3	2.6	0.0	2.6	0.0	29.9
	単身男女60代以上	274	11.7	13.5	6.2	8.0	2.9	2.9	5.5	6.2	4.0	2.6	5.5	0.7	2.2	2.9	1.8	1.8	2.2	0.7	0.4	0.7	35.4
	末子乳幼児のいる世帯	474	20.5	20.5	10.5	7.4	9.9	12.4	5.9	6.3	6.8	5.1	2.5	6.3	3.2	3.0	2.5	2.7	2.3	1.1	1.5	0.6	25.1
	末子小学生のいる世帯	615	18.7	12.4	9.4	8.8	7.3	8.0	5.9	4.2	5.7	5.5	3.3	4.7	3.1	3.3	2.4	1.5	1.6	1.1	1.5	1.1	27.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	21.7	14.1	12.0	8.8	5.6	9.3	6.4	5.3	3.8	4.9	3.6	3.8	3.5	2.3	3.2	3.2	2.1	1.8	1.7	0.6	26.7
	シニアのいる世帯	1,487	16.5	13.4	8.2	7.9	6.1	2.9	5.9	6.0	4.8	4.9	3.1	1.3	2.6	3.1	2.2	2.6	1.5	1.9	1.2	1.3	28.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	18.5	15.9	10.2	11.7	8.0	7.8	7.2	5.4	5.5	5.8	3.8	4.3	4.0	3.0	3.7	2.2	2.0	2.2	0.5	0.8	25.0
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	19.2	14.1	8.8	8.4	6.4	5.4	6.4	6.2	5.2	4.1	3.3	2.3	2.9	2.9	2.4	2.3	1.9	1.6	0.7	0.9	29.8
	3～4年	853	16.4	15.1	10.8	11.3	8.0	6.9	6.3	4.7	5.7	6.2	3.6	5.0	2.9	3.0	3.6	2.3	2.2	2.9	2.1	1.1	24.2
	1～2年	903	17.4	15.9	11.7	8.9	7.8	9.2	6.0	5.8	3.7	5.3	3.7	4.3	3.5	3.5	3.3	2.8	1.3	1.1	1.3	1.1	26.1
	1年未満	596	16.4	15.1	9.1	7.0	7.2	7.6	6.0	4.2	4.0	6.4	3.9	3.5	3.2	2.2	3.0	1.8	2.2	1.2	0.8	0.8	27.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

＊全体ベース

Q13. 宅配牛乳店で1ヶ月当たり利用できる上限額

		BASE	1,000円未満	1,000～2,000円未満	2,000～2,500円未満	2,500～3,000円未満	3,000～3,500円未満	3,500～4,000円未満	4,000～4,500円未満	4,500～5,000円未満	5,000～5,500円未満	5,500～6,000円未満	6,000～6,500円未満	6,500～7,000円未満	7,000～1万円未満	1万円以上
全体		4,800	3.1	8.6	6.6	9.4	11.0	14.6	6.3	9.7	3.0	3.5	4.1	3.1	8.2	2.8
性別・年代別	男性計	1,138	3.3	9.8	6.4	8.5	11.6	15.1	6.7	9.7	3.0	3.1	4.7	2.5	7.6	2.9
	男性・20代未満	11	18.2	0.0	18.2	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	9.1	0.0
	男性・20代	64	4.7	17.2	7.8	9.4	10.9	17.2	6.3	12.5	3.1	3.1	0.0	0.0	4.7	1.6
	男性・30代	169	5.9	13.0	7.1	9.5	13.0	17.2	7.1	11.8	1.8	3.6	3.0	0.6	4.1	0.6
	男性・40代	181	3.3	9.9	6.1	8.8	13.8	17.1	5.5	8.8	3.3	2.2	5.5	5.0	3.9	2.2
	男性・50代	227	3.5	8.4	4.4	8.4	11.0	15.9	6.6	13.2	2.6	3.1	5.7	2.6	7.9	2.6
	男性・60代	315	1.9	7.6	6.0	9.5	12.1	15.6	7.9	7.9	3.2	2.9	4.8	2.2	8.6	3.8
	男性・70代	167	1.8	10.2	7.8	6.0	9.0	8.4	5.4	6.6	3.6	3.6	4.2	3.6	14.4	5.4
	女性計	3,604	3.0	8.4	6.6	9.7	10.8	14.5	6.2	9.8	2.9	3.7	3.9	3.3	8.4	2.6
	女性・20代未満	31	6.5	9.7	3.2	3.2	12.9	9.7	9.7	3.2	0.0	6.5	6.5	0.0	3.2	3.2
	女性・20代	178	4.5	13.5	8.4	7.9	12.9	14.6	5.6	8.4	3.4	3.9	2.8	1.7	5.1	2.8
	女性・30代	562	3.0	9.4	8.0	12.6	13.7	15.7	6.2	10.3	2.7	3.2	4.1	2.1	4.6	1.1
	女性・40代	734	3.3	9.3	7.5	10.2	9.8	14.9	7.6	10.9	2.7	3.0	4.0	2.7	7.9	1.6
	女性・50代	860	2.6	7.6	6.6	9.7	10.6	15.0	6.4	10.5	2.8	4.4	4.0	4.1	9.2	3.0
	女性・60代	818	2.3	7.2	4.8	8.4	10.8	14.5	5.4	9.0	3.4	3.5	4.0	3.8	10.9	3.1
	女性・70代	410	3.9	7.1	6.1	8.3	8.3	11.7	4.6	8.3	2.4	3.9	3.7	4.1	9.8	4.6
世帯別	単身男女10～30代	97	12.4	17.5	6.2	14.4	12.4	12.4	5.2	8.2	1.0	2.1	1.0	0.0	0.0	1.0
	単身男女40～50代	77	9.1	15.6	6.5	7.8	10.4	24.7	2.6	7.8	2.6	1.3	2.6	2.6	2.6	0.0
	単身男女60代以上	274	4.0	10.9	8.8	10.6	13.1	14.2	6.2	7.7	2.2	1.5	2.6	2.2	5.5	1.5
	末子乳幼児のいる世帯	474	2.3	9.7	7.6	9.9	9.3	13.7	6.5	9.3	3.0	3.8	4.9	2.5	9.1	3.2
	末子小学生のいる世帯	615	2.6	8.9	6.3	12.2	12.2	16.9	8.6	9.3	3.7	2.6	3.1	2.1	5.2	1.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	2.7	8.3	7.7	8.3	10.9	12.1	6.4	11.5	2.9	3.6	5.9	3.6	8.3	2.9
	シニアのいる世帯	1,487	2.0	6.7	5.8	8.7	9.8	14.7	4.8	10.5	2.8	4.1	4.6	4.2	11.2	3.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	3.8	9.2	6.0	8.5	12.6	14.3	7.1	9.2	3.2	4.0	3.4	2.7	7.3	2.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	2.4	6.2	5.2	7.9	10.1	13.1	5.6	10.5	3.7	4.6	5.7	4.1	11.6	4.2
	3～4年	853	2.5	6.8	6.9	10.9	13.0	16.1	8.8	9.5	3.4	3.4	3.6	3.3	6.2	1.8
	1～2年	903	3.8	12.0	8.9	11.8	12.2	16.3	7.2	9.5	2.3	2.3	2.4	1.6	4.8	1.1
	1年未満	596	5.9	16.8	8.6	9.9	11.2	15.8	5.4	9.1	1.2	2.2	1.5	2.0	3.5	1.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q14M. 乳製品を購入する際に重視計

		BASE	品質安全性	利便性	価格	品揃え	情報
全体		4,800	84.8	79.3	65.0	53.6	46.9
性別・年代別	男性計	1,138	80.0	74.4	60.1	48.9	42.3
	男性・20代未満	11	81.8	90.9	72.7	72.7	45.5
	男性・20代	64	81.3	71.9	70.3	57.8	32.8
	男性・30代	169	84.0	76.9	65.1	54.4	48.5
	男性・40代	181	76.2	72.9	64.1	48.1	42.0
	男性・50代	227	80.6	72.7	62.1	52.4	45.8
	男性・60代	315	81.9	74.9	56.8	46.3	41.0
	男性・70代	167	74.9	75.4	50.3	39.5	37.1
	女性計	3,604	86.8	81.2	66.9	55.2	48.5
	女性・20代未満	31	83.9	77.4	80.6	67.7	61.3
	女性・20代	178	91.0	78.1	80.3	64.0	56.2
	女性・30代	562	88.4	80.6	75.8	59.3	44.5
	女性・40代	734	87.2	80.9	73.7	60.1	48.1
	女性・50代	860	89.0	84.4	65.1	56.3	51.4
	女性・60代	818	85.3	80.4	60.5	49.4	49.0
	女性・70代	410	80.7	79.0	52.4	46.1	43.2
世帯別	単身男女10～30代	97	85.6	79.4	68.0	55.7	43.3
	単身男女40～50代	77	88.3	87.0	62.3	59.7	49.4
	単身男女60代以上	274	79.9	79.9	54.0	46.0	45.3
	末子乳幼児のいる世帯	474	88.0	81.6	74.5	57.4	51.7
	末子小学生のいる世帯	615	85.5	80.5	70.4	58.2	50.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	83.5	79.1	71.0	58.0	45.4
	シニアのいる世帯	1,487	85.5	79.8	60.9	49.9	45.1
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	85.6	77.8	63.9	55.0	48.4
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	86.7	81.4	61.8	51.7	46.8
	3～4年	853	85.3	81.0	67.3	55.6	50.1
	1～2年	903	84.5	77.3	68.5	57.7	47.0
	1年未満	596	81.2	76.0	72.1	55.2	45.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q15M. 宅配牛乳店利用満足度計

		BASE	利便性	品質安全性	満足	品揃え	情報	価格
全体		4,800	85.5	81.1	69.2	57.4	47.2	47.0
性別・年代別	男性計	1,138	81.9	75.4	62.5	51.2	41.4	42.2
	男性・20代未満	11	90.9	90.9	90.9	81.8	54.5	72.7
	男性・20代	64	73.4	73.4	65.6	56.3	40.6	43.8
	男性・30代	169	87.6	76.3	66.9	59.2	51.5	42.0
	男性・40代	181	76.2	72.9	62.4	50.8	33.7	38.1
	男性・50代	227	82.4	70.5	59.0	49.8	37.4	43.6
	男性・60代	315	82.2	78.7	61.6	48.6	43.5	41.0
	男性・70代	167	83.8	77.2	61.1	46.7	40.1	44.9
	女性計	3,604	86.8	83.3	71.6	59.7	49.2	48.8
	女性・20代未満	31	58.1	64.5	61.3	58.1	45.2	54.8
	女性・20代	178	86.5	86.0	71.9	69.7	49.4	46.6
	女性・30代	562	85.8	81.9	70.3	60.9	49.6	44.3
	女性・40代	734	86.8	82.2	74.5	62.8	50.5	47.5
	女性・50代	860	88.1	86.0	72.7	59.7	49.4	49.5
	女性・60代	818	87.5	83.7	72.0	56.7	50.4	51.2
	女性・70代	410	86.6	81.0	65.6	53.9	43.2	51.2
世帯別	単身男女10～30代	97	84.5	82.5	60.8	58.8	42.3	41.2
	単身男女40～50代	77	89.6	85.7	71.4	63.6	44.2	55.8
	単身男女60代以上	274	89.8	83.6	69.3	52.6	46.4	51.5
	末子乳幼児のいる世帯	474	87.8	80.6	74.3	62.9	50.2	46.0
	末子小学生のいる世帯	615	87.0	81.3	70.4	62.0	52.2	46.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	83.5	79.1	69.0	57.4	47.0	45.4
	シニアのいる世帯	1,487	86.9	83.6	70.9	57.4	48.2	49.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	83.1	80.3	66.8	55.7	44.9	44.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	89.0	85.2	73.7	58.5	49.1	50.8
	3～4年	853	85.2	81.0	68.9	58.9	49.2	48.1
	1～2年	903	86.5	80.7	68.2	58.6	47.3	45.5
	1年未満	596	79.9	74.2	60.4	55.2	41.3	37.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q16. 宅配牛乳販売店以外の購入チャネル

		BASE	スーパーの店頭	コンビニの店頭	生協の共同購入	生協や農協の店頭	牛乳販売店の店頭	生協の個人宅配	スーパー、コンビニから宅配購入	その他の店舗の店頭	その他の方法	その他の通販	インターネットショッピングで購入	宅配牛乳以外では購入しない
全体		4,800	58.6	11.1	6.8	5.5	3.4	3.1	2.3	1.5	0.8	0.4	0.2	23.7
性別・年代別	男性計	1,138	55.4	14.8	4.8	5.5	3.3	2.5	3.4	1.9	0.6	0.5	0.4	23.6
	男性・20代未満	11	45.5	18.2	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	27.3
	男性・20代	64	59.4	20.3	1.6	3.1	1.6	3.1	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	18.8
	男性・30代	169	63.3	18.9	3.6	4.1	3.6	1.8	3.0	3.0	0.6	0.6	0.6	18.3
	男性・40代	181	70.7	17.1	3.9	3.3	3.9	2.8	2.8	1.1	0.0	0.6	0.6	11.6
	男性・50代	227	59.5	14.1	9.7	7.0	3.1	4.0	7.0	1.8	1.3	1.3	0.4	14.5
	男性・60代	315	50.8	14.9	4.8	6.3	2.9	2.5	3.2	3.2	1.0	0.3	0.0	28.9
	男性・70代	167	33.5	6.6	2.4	6.6	2.4	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.6	46.1
	女性計	3,604	59.9	10.0	7.4	5.4	3.4	3.3	1.9	1.3	0.8	0.3	0.2	23.7
	女性・20代未満	31	61.3	19.4	9.7	9.7	12.9	3.2	0.0	0.0	0.0	3.2	3.2	12.9
	女性・20代	178	70.2	15.2	3.4	7.9	3.9	3.9	2.2	0.6	0.6	0.0	0.0	13.5
	女性・30代	562	69.4	13.5	8.4	4.6	3.2	3.4	1.4	0.5	0.4	0.2	0.0	16.4
	女性・40代	734	69.8	11.9	9.9	6.1	4.4	3.8	1.8	1.1	0.8	0.3	0.3	14.0
	女性・50代	860	61.2	9.0	8.5	5.8	2.7	2.6	3.1	1.9	0.3	0.2	0.2	23.8
	女性・60代	818	52.0	8.1	5.7	5.1	2.2	3.8	1.5	1.5	1.5	0.4	0.1	29.6
	女性・70代	410	37.1	4.6	4.1	2.7	5.1	2.7	0.7	1.5	1.0	0.2	0.2	44.9
世帯別	単身男女10～30代	97	62.9	24.7	2.1	5.2	2.1	2.1	3.1	0.0	1.0	0.0	0.0	22.7
	単身男女40～50代	77	54.5	18.2	2.6	2.6	3.9	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	0.0	29.9
	単身男女60代以上	274	29.6	6.9	1.8	2.9	3.6	1.8	1.1	1.5	0.7	0.7	0.4	51.5
	末子乳幼児のいる世帯	474	68.4	11.2	6.8	4.9	2.7	5.3	1.7	1.7	0.0	0.2	0.4	17.5
	末子小学生のいる世帯	615	66.8	12.0	8.9	5.9	4.2	4.2	2.4	1.0	0.5	0.2	0.3	13.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	68.0	13.2	9.7	7.0	4.6	3.5	2.4	1.2	0.8	0.6	0.5	14.9
	シニアのいる世帯	1,487	52.7	8.9	6.0	5.0	2.6	2.5	1.6	1.3	1.1	0.1	0.1	30.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	60.2	11.8	7.1	5.9	3.5	2.9	3.2	2.1	0.9	0.7	0.2	20.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	52.4	8.3	6.6	4.9	4.3	2.5	2.0	1.2	0.7	0.3	0.2	31.7
	3～4年	853	61.5	12.0	8.0	5.7	2.8	4.1	3.5	1.3	1.2	0.5	0.2	18.8
	1～2年	903	62.6	14.6	7.2	6.2	2.5	3.7	2.2	1.9	0.7	0.2	0.4	17.5
	1年未満	596	71.1	14.8	5.2	6.0	2.0	3.2	1.5	2.0	0.3	0.7	0.2	11.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*スーパーの店頭で牛乳購入者ベース

Q17M. スーパーの店頭での牛乳購入満足度計

		BASE	利便性	品揃え	価格	品質安全性	満足	情報
全体		2,815	79.4	75.0	72.8	60.7	54.4	21.4
性別・年代別	男性計	631	75.0	72.7	66.6	61.6	49.9	16.3
	男性・20代未満	5	80.0	40.0	40.0	60.0	60.0	20.0
	男性・20代	38	76.3	76.3	73.7	71.1	63.2	28.9
	男性・30代	107	72.0	77.6	69.2	65.4	52.3	18.7
	男性・40代	128	75.8	82.8	68.0	71.1	61.7	13.3
	男性・50代	135	73.3	73.3	69.6	56.3	40.7	18.5
	男性・60代	160	78.8	65.6	64.4	57.5	45.0	15.0
	男性・70代	56	69.6	60.7	55.4	50.0	44.6	7.1
	女性計	2,157	80.8	76.0	75.0	60.6	56.0	23.0
	女性・20代未満	19	57.9	57.9	47.4	57.9	31.6	36.8
	女性・20代	125	84.0	84.0	80.8	67.2	65.6	28.0
	女性・30代	390	81.3	76.9	80.0	63.3	59.2	19.2
	女性・40代	512	84.6	78.3	82.2	63.1	62.5	23.4
	女性・50代	526	83.7	77.8	76.4	62.5	57.0	26.8
	女性・60代	425	76.2	74.4	66.4	54.8	48.0	22.6
	女性・70代	152	69.7	61.2	56.6	51.3	41.4	14.5
世帯別	単身男女10～30代	61	80.3	73.8	65.6	68.9	54.1	26.2
	単身男女40～50代	42	83.3	78.6	66.7	69.0	57.1	16.7
	単身男女60代以上	81	69.1	66.7	58.0	48.1	33.3	13.6
	末子乳幼児のいる世帯	324	79.9	76.2	77.5	59.9	58.0	20.7
	末子小学生のいる世帯	411	82.5	78.6	78.3	65.2	58.2	21.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	448	80.1	75.7	77.0	66.1	60.9	21.9
	シニアのいる世帯	784	76.8	73.9	68.8	56.8	51.1	21.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	619	81.3	75.9	74.0	60.3	54.1	22.0
宅配利用年数	5～10年以上	1,208	77.8	74.8	70.8	58.3	51.7	20.4
	3～4年	525	80.6	76.0	74.9	63.8	55.6	20.8
	1～2年	565	79.6	75.8	72.6	60.5	58.6	25.0
	1年未満	424	80.7	75.0	76.2	62.7	55.4	19.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

Q18. 宅配牛乳販売店の今後利用意向

		BASE	利用したい 計	ぜひ利用したい	まあ利用したい	どちらともいえない	あまり利用したくない	まったく利用したくない	利用したくない 計
全体		4,800	80.3	37.0	43.2	16.7	1.4	0.1	1.5
性別・年代別	男性計	1,138	77.6	33.7	43.9	18.6	1.9	0.2	2.1
	男性・20代未満	11	81.8	45.5	36.4	9.1	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	64	75.0	28.1	46.9	20.3	3.1	0.0	3.1
	男性・30代	169	79.3	32.0	47.3	18.9	0.6	0.6	1.2
	男性・40代	181	71.3	24.3	47.0	23.8	3.9	0.0	3.9
	男性・50代	227	76.7	30.8	45.8	20.3	1.3	0.0	1.3
	男性・60代	315	77.5	33.3	44.1	18.1	1.9	0.3	2.2
	男性・70代	167	85.0	51.5	33.5	11.4	1.8	0.0	1.8
	女性計	3,604	81.3	38.2	43.1	15.9	1.2	0.1	1.3
	女性・20代未満	31	74.2	35.5	38.7	16.1	3.2	0.0	3.2
	女性・20代	178	72.5	20.8	51.7	23.6	2.8	0.6	3.4
	女性・30代	562	73.1	27.2	45.9	24.6	1.2	0.0	1.2
	女性・40代	734	78.7	34.5	44.3	18.0	1.6	0.0	1.6
	女性・50代	860	83.3	38.6	44.7	14.3	1.0	0.1	1.2
	女性・60代	818	85.1	44.3	40.8	12.2	0.7	0.0	0.7
	女性・70代	410	90.0	54.6	35.4	7.8	0.5	0.5	1.0
世帯別	単身男女10～30代	97	72.2	21.6	50.5	25.8	2.1	0.0	2.1
	単身男女40～50代	77	81.8	39.0	42.9	14.3	2.6	0.0	2.6
	単身男女60代以上	274	88.3	48.2	40.1	8.4	1.8	0.4	2.2
	末子乳幼児のいる世帯	474	77.8	31.0	46.8	19.0	1.5	0.2	1.7
	末子小学生のいる世帯	615	76.1	32.4	43.7	21.5	1.1	0.0	1.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	76.9	33.1	43.9	19.3	2.1	0.0	2.1
	シニアのいる世帯	1,487	83.7	44.3	39.4	13.4	1.1	0.3	1.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	80.0	32.9	47.0	17.1	1.1	0.0	1.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	88.5	47.2	41.4	9.6	0.8	0.0	0.8
	3～4年	853	79.6	35.6	44.0	17.8	1.5	0.0	1.5
	1～2年	903	74.4	26.7	47.7	22.6	1.6	0.0	1.6
	1年未満	596	66.1	18.3	47.8	30.5	2.0	0.3	2.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＊宅配牛乳非利用意向者ベース

Q18S1．宅配牛乳販売店を利用したくない理由

		BASE	宅配牛乳は割高だから	スーパーなどの特売で買った方がいいから	家計を切り詰め、節約したいから	必要な時に近所で買うほうが便利だから	飲みきれず、食べきれず、たまってしまうから	他の買い物のついでに買えば済んでしまうから	配達された商品を外に置くことが心配だから	支払方法が不便だから	宅配の商品にスーパーなどの商品以上の魅力を感じないから	配達を忘れたり、遅れたりするから	宅配商品を利用していた家族がいなくなるから	宅配の品揃えにスーパーなどの店以上の魅力を感じないから	販売店や配達員の対応がよくない、不親切だから	その他
全体		871	56.7	31.1	30.5	28.8	23.7	22.8	14.1	7.5	4.9	4.5	3.7	3.4	2.2	2.9
性別・年代別	男性計	236	57.2	32.6	30.9	31.8	22.9	25.4	17.4	7.6	7.6	7.6	6.8	5.1	4.7	1.7
	男性・20代未満	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	15	46.7	33.3	26.7	33.3	20.0	0.0	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・30代	34	47.1	41.2	44.1	47.1	20.6	32.4	14.7	20.6	11.8	8.8	0.0	8.8	2.9	2.9
	男性・40代	50	68.0	28.0	30.0	36.0	22.0	20.0	14.0	4.0	6.0	6.0	4.0	12.0	6.0	0.0
	男性・50代	49	63.3	32.7	26.5	22.4	18.4	34.7	26.5	8.2	8.2	12.2	6.1	4.1	6.1	2.0
	男性・60代	64	53.1	35.9	31.3	32.8	29.7	28.1	17.2	4.7	7.8	6.3	9.4	0.0	4.7	1.6
	男性・70代	22	50.0	22.7	27.3	13.6	22.7	18.2	13.6	4.5	4.5	4.5	22.7	4.5	4.5	4.5
	女性計	620	56.6	31.0	30.6	27.9	24.2	22.3	12.9	7.3	3.9	3.2	2.6	2.6	1.3	2.9
	女性・20代未満	6	33.3	16.7	33.3	33.3	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0
	女性・20代	48	54.2	43.8	33.3	43.8	20.8	27.1	16.7	12.5	2.1	2.1	2.1	2.1	4.2	0.0
	女性・30代	145	63.4	38.6	35.9	19.3	14.5	19.3	13.8	7.6	7.6	3.4	0.7	4.1	0.7	1.4
	女性・40代	144	57.6	30.6	31.3	30.6	26.4	22.2	14.6	4.9	4.2	3.5	2.1	2.8	0.7	3.5
	女性・50代	133	58.6	24.8	30.8	25.6	24.1	20.3	14.3	8.3	3.8	5.3	3.8	1.5	1.5	2.3
	女性・60代	106	51.9	25.5	23.6	28.3	34.0	20.8	7.5	6.6	0.9	1.9	4.7	1.9	1.9	7.5
	女性・70代	36	38.9	25.0	22.2	38.9	27.8	41.7	2.8	8.3	0.0	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0
世帯別	単身男女10～30代	27	51.9	33.3	44.4	40.7	18.5	18.5	22.2	25.9	7.4	0.0	0.0	0.0	7.4	0.0
	単身男女40～50代	13	23.1	46.2	46.2	7.7	15.4	15.4	30.8	15.4	0.0	7.7	7.7	7.7	7.7	0.0
	単身男女60代以上	29	41.4	24.1	24.1	24.1	31.0	31.0	10.3	10.3	6.9	0.0	10.3	0.0	3.4	6.9
	末子乳幼児のいる世帯	98	62.2	43.9	38.8	34.7	21.4	27.6	12.2	7.1	6.1	3.1	2.0	3.1	1.0	2.0
	末子小学生のいる世帯	139	60.4	31.7	35.3	14.4	16.5	20.1	14.4	6.5	2.2	5.0	2.9	3.6	2.9	0.7
	末子中学生以上未成年のいる世帯	141	61.7	31.2	28.4	38.3	24.8	22.7	14.9	7.1	8.5	7.1	1.4	6.4	1.4	2.1
	シニアのいる世帯	221	56.6	26.2	26.2	31.2	27.1	24.9	10.9	4.1	2.7	3.6	5.4	1.8	1.4	5.9
	未成年の子やシニアのいない世帯	187	52.4	31.6	29.4	26.7	26.2	20.9	17.1	9.1	6.4	5.3	4.3	4.3	2.7	1.6
宅配利用年数	5～10年以上	241	60.2	31.1	32.0	29.0	21.2	27.0	11.6	5.4	5.8	3.7	6.6	3.7	2.1	3.7
	3～4年	165	60.0	35.2	33.9	20.0	21.8	23.6	16.4	8.5	7.3	6.1	4.2	4.8	3.6	2.4
	1～2年	218	54.6	27.1	33.5	27.1	24.8	19.7	12.8	7.3	3.7	5.0	1.8	2.8	0.9	3.2
	1年未満	196	56.6	33.2	25.0	29.6	23.5	18.9	15.3	6.6	3.6	4.1	2.6	3.6	2.6	2.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

Q19. 家庭のふだんの食品全般の買い物の仕方

		BASE	品質を重視して買う　計	値段よりも品質を重視して買う	品質も値段も重視して、できるだけ品質のよいものを買う	品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買う	品質よりも値段を重視して買う	値段を重視して買う　計
全体		4,800	60.2	13.8	46.4	34.4	3.0	37.4
性別・年代別	男性計	1,138	60.2	15.6	44.6	32.4	4.7	37.1
	男性・20代未満	11	54.5	18.2	36.4	45.5	0.0	45.5
	男性・20代	64	54.7	10.9	43.8	35.9	4.7	40.6
	男性・30代	169	60.4	11.2	49.1	33.1	5.3	38.5
	男性・40代	181	62.4	18.2	44.2	29.3	5.5	34.8
	男性・50代	227	59.5	14.5	44.9	34.4	3.5	37.9
	男性・60代	315	60.0	16.5	43.5	34.0	3.2	37.1
	男性・70代	167	62.3	18.0	44.3	26.3	7.8	34.1
	女性計	3,604	60.2	13.1	47.1	35.1	2.5	37.6
	女性・20代未満	31	35.5	16.1	19.4	51.6	6.5	58.1
	女性・20代	178	51.1	7.3	43.8	41.6	5.1	46.6
	女性・30代	562	52.7	10.1	42.5	41.6	3.4	45.0
	女性・40代	734	53.7	9.9	43.7	41.1	3.3	44.4
	女性・50代	860	63.0	12.4	50.6	33.5	1.5	35.0
	女性・60代	818	65.6	15.9	49.8	29.7	2.2	31.9
	女性・70代	410	70.7	20.7	50.0	25.9	1.2	27.1
世帯別	単身男女10～30代	97	53.6	13.4	40.2	38.1	6.2	44.3
	単身男女40～50代	77	58.4	15.6	42.9	33.8	6.5	40.3
	単身男女60代以上	274	63.9	21.9	42.0	29.2	5.8	35.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	53.2	9.7	43.5	40.5	4.0	44.5
	末子小学生のいる世帯	615	54.1	12.7	41.5	41.0	2.6	43.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	56.9	11.1	45.8	37.5	3.5	41.0
	シニアのいる世帯	1,487	64.3	14.0	50.3	31.0	2.2	33.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	62.5	15.1	47.4	32.8	2.3	35.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	63.9	15.4	48.5	32.1	2.0	34.1
	3～4年	853	60.1	14.7	45.5	35.4	2.7	38.1
	1～2年	903	54.7	12.7	42.0	37.8	4.3	42.1
	1年未満	596	53.7	9.1	44.6	38.3	5.9	44.1

＊グレー字はベース20未満のため、参考値
全体＋10pt以上
全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q19S1. 1年前と比べた食品の買い方の変化

		BASE	品質を重視して買うようになった計	値段よりも品質を重視して買うようになった	品質も値段も重視して、できるだけ品質のよいものを買うようになった	品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買うようになった	品質よりも値段を重視して買うようになった	値段を重視して買うようになった計
全体		4,800	59.1	16.7	42.4	34.0	3.6	37.6
性別・年代別	男性計	1,138	57.6	17.0	40.6	33.3	6.0	39.3
	男性・20代未満	11	72.7	27.3	45.5	18.2	9.1	27.3
	男性・20代	64	56.3	21.9	34.4	35.9	4.7	40.6
	男性・30代	169	60.4	16.6	43.8	30.8	7.1	37.9
	男性・40代	181	57.5	17.7	39.8	32.0	8.3	40.3
	男性・50代	227	58.6	17.2	41.4	33.9	4.4	38.3
	男性・60代	315	57.5	16.8	40.6	34.9	4.1	39.0
	男性・70代	167	53.3	14.4	38.9	32.9	8.4	41.3
	女性計	3,604	59.7	16.6	43.0	34.3	2.9	37.2
	女性・20代未満	31	54.8	25.8	29.0	25.8	3.2	29.0
	女性・20代	178	51.7	14.0	37.6	40.4	5.6	46.1
	女性・30代	562	56.2	16.7	39.5	37.0	3.9	40.9
	女性・40代	734	57.1	14.3	42.8	36.4	3.5	39.9
	女性・50代	860	61.2	16.3	44.9	34.1	2.1	36.2
	女性・60代	818	61.2	16.4	44.9	32.8	2.6	35.3
	女性・70代	410	66.1	21.7	44.4	28.8	1.5	30.2
世帯別	単身男女10～30代	97	57.7	20.6	37.1	32.0	6.2	38.1
	単身男女40～50代	77	59.7	16.9	42.9	32.5	7.8	40.3
	単身男女60代以上	274	55.5	21.5	33.9	33.9	6.9	40.9
	末子乳幼児のいる世帯	474	53.4	13.9	39.5	38.4	4.9	43.2
	末子小学生のいる世帯	615	54.1	17.2	36.9	39.3	4.2	43.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	58.7	13.8	44.9	34.6	3.8	38.4
	シニアのいる世帯	1,487	61.9	16.9	45.1	32.2	2.8	35.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	61.6	17.7	43.9	32.4	2.4	34.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	62.8	18.1	44.7	32.1	2.2	34.4
	3～4年	853	57.4	17.4	40.1	36.3	4.0	40.3
	1～2年	903	55.0	15.6	39.4	36.2	4.8	41.0
	1年未満	596	54.2	13.8	40.4	35.9	7.0	43.0

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q20M. 食品の値段があがった計

		BASE	食パン	カップめん	マヨネーズ	牛乳	しょうゆ	ヨーグルト	カレールー	ビール
全体		4,800	89.5	82.3	82.0	77.7	74.6	71.4	70.4	68.9
性別・年代別	男性計	1,138	84.5	80.5	76.6	76.2	70.7	70.7	62.7	71.2
	男性・20代未満	11	81.8	81.8	54.5	63.6	63.6	63.6	45.5	45.5
	男性・20代	64	81.3	79.7	65.6	78.1	56.3	71.9	51.6	67.2
	男性・30代	169	75.7	78.1	69.2	71.0	59.8	66.3	52.1	70.4
	男性・40代	181	87.3	86.7	77.3	72.4	67.4	67.4	65.7	70.2
	男性・50代	227	88.5	83.7	80.6	79.7	74.9	74.9	69.6	76.7
	男性・60代	315	86.0	81.0	82.2	81.6	77.1	74.3	66.0	73.3
	男性・70代	167	83.8	71.9	73.7	70.7	74.3	65.9	60.5	65.3
	女性計	3,604	91.3	83.1	83.9	78.4	76.1	71.7	73.1	68.5
	女性・20代未満	31	80.6	77.4	67.7	74.2	58.1	71.0	58.1	51.6
	女性・20代	178	86.5	86.5	76.4	74.7	57.9	66.3	65.2	66.3
	女性・30代	562	93.1	87.7	84.2	80.8	74.4	70.6	73.5	73.5
	女性・40代	734	92.6	87.9	85.3	77.2	74.8	72.6	76.7	66.5
	女性・50代	860	90.9	85.2	86.6	78.5	77.6	73.5	76.0	73.4
	女性・60代	818	92.5	79.8	83.3	79.6	80.1	73.2	73.5	68.8
	女性・70代	410	87.8	68.5	80.5	75.9	79.5	66.8	63.4	55.6
世帯別	単身男女10～30代	97	73.2	78.4	62.9	71.1	50.5	63.9	53.6	57.7
	単身男女40～50代	77	84.4	79.2	75.3	70.1	61.0	66.2	54.5	55.8
	単身男女60代以上	274	84.3	71.9	76.3	74.8	79.9	65.3	60.2	55.8
	末子乳幼児のいる世帯	474	89.5	82.7	81.9	77.8	70.5	71.3	70.0	67.9
	末子小学生のいる世帯	615	92.5	89.3	85.9	79.5	75.0	72.7	76.6	72.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	91.5	86.0	83.2	78.8	75.3	72.4	71.5	70.9
	シニアのいる世帯	1,487	89.5	78.6	82.8	78.9	77.3	72.8	71.1	69.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	90.2	84.8	82.2	76.2	74.1	70.7	70.8	71.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	90.6	81.6	83.8	79.1	78.0	72.0	71.3	67.3
	3～4年	853	91.0	83.5	82.8	78.4	74.3	72.9	71.7	71.5
	1～2年	903	87.7	83.5	80.1	76.3	69.4	70.4	68.3	69.7
	1年未満	596	87.1	83.4	79.2	77.0	69.6	71.1	68.5	72.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q2OS1M. 1年前と比較して購入量が上がった計

		BASE	食パン	ヨーグルト	牛乳	ビール	カップめん	カレールー	マヨネーズ	しょうゆ
全体		4,800	8.9	8.9	7.9	6.0	4.3	4.0	3.9	3.4
性別・年代別	男性計	1,138	8.1	6.7	6.2	7.3	4.8	3.7	2.9	2.8
	男性・20代未満	11	9.1	18.2	18.2	18.2	18.2	0.0	9.1	9.1
	男性・20代	64	6.3	6.3	6.3	18.8	4.7	3.1	1.6	1.6
	男性・30代	169	11.2	8.9	8.9	11.2	5.9	3.0	4.7	4.1
	男性・40代	181	11.0	8.3	7.7	5.0	7.2	6.6	2.8	2.8
	男性・50代	227	9.3	7.0	4.8	6.2	6.2	4.4	4.0	2.6
	男性・60代	315	5.7	6.3	5.1	6.0	3.5	3.2	2.2	2.2
	男性・70代	167	4.2	2.4	4.8	4.8	0.6	1.2	0.6	3.0
	女性計	3,604	9.1	9.5	8.5	5.5	4.1	4.0	4.0	3.6
	女性・20代未満	31	6.5	19.4	16.1	6.5	6.5	0.0	12.9	3.2
	女性・20代	178	9.0	16.3	14.0	11.2	4.5	6.7	6.2	4.5
	女性・30代	562	13.5	10.5	12.1	7.3	5.7	6.8	6.0	3.4
	女性・40代	734	11.6	9.8	8.3	5.6	6.4	4.9	4.9	4.4
	女性・50代	860	7.8	8.7	7.7	5.1	3.3	3.3	3.1	4.0
	女性・60代	818	7.5	8.9	7.2	5.0	2.6	2.7	2.8	3.3
	女性・70代	410	4.9	6.8	5.1	2.7	2.4	2.0	2.2	1.7
世帯別	単身男女10～30代	97	4.1	6.2	10.3	13.4	5.2	2.1	2.1	0.0
	単身男女40～50代	77	9.1	16.9	10.4	9.1	6.5	2.6	2.6	2.6
	単身男女60代以上	274	3.3	5.8	4.7	1.8	0.4	0.7	0.4	1.1
	末子乳幼児のいる世帯	474	18.1	16.0	18.8	10.5	5.9	8.6	6.8	6.5
	末子小学生のいる世帯	615	13.7	9.9	10.4	7.2	7.0	7.0	7.5	4.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	8.6	8.3	6.5	4.7	5.0	5.2	4.1	3.3
	シニアのいる世帯	1,487	5.6	7.1	5.6	4.4	2.3	1.7	2.0	2.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	8.8	8.7	6.4	6.8	5.2	4.1	4.1	3.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	7.9	7.9	5.7	5.3	3.5	3.3	3.5	3.1
	3～4年	853	8.4	8.3	7.6	6.4	4.6	4.5	2.8	2.9
	1～2年	903	10.9	9.5	10.5	7.2	6.0	5.9	6.1	4.5
	1年未満	596	10.2	12.9	13.4	6.5	4.2	3.7	3.4	3.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q2OS1M. 1年前と比較して購入量が下がった計

		BASE	カップめん	ビール	食パン	カレールー	マヨネーズ	ヨーグルト	牛乳	しょうゆ
全体		4,800	43.1	28.9	25.9	24.5	24.4	22.3	14.0	13.9
性別・年代別	男性計	1,138	36.6	31.3	21.4	22.7	23.3	22.0	17.1	14.9
	男性・20代未満	11	27.3	0.0	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1
	男性・20代	64	39.1	18.8	21.9	25.0	21.9	28.1	20.3	15.6
	男性・30代	169	30.2	27.8	22.5	16.0	18.3	26.0	20.7	12.4
	男性・40代	181	42.0	33.1	20.4	22.7	22.1	27.1	17.7	15.5
	男性・50代	227	38.3	36.1	19.8	23.3	24.7	21.6	18.5	15.0
	男性・60代	315	40.6	33.7	22.2	25.4	26.3	19.7	15.9	15.9
	男性・70代	167	27.5	28.1	22.8	24.0	24.0	16.2	12.6	15.6
	女性計	3,604	45.4	28.4	27.5	25.2	24.9	22.6	13.0	13.5
	女性・20代未満	31	32.3	12.9	22.6	12.9	6.5	12.9	3.2	6.5
	女性・20代	178	46.1	27.5	29.2	20.8	18.5	24.2	20.2	10.1
	女性・30代	562	51.8	29.9	28.6	19.4	19.6	24.4	13.5	11.7
	女性・40代	734	51.6	30.8	28.1	21.5	21.5	22.3	12.4	12.3
	女性・50代	860	48.1	29.2	29.8	29.8	28.5	25.9	16.3	15.2
	女性・60代	818	40.6	28.2	26.7	28.4	27.9	20.3	10.1	13.6
	女性・70代	410	30.5	21.5	21.7	26.8	28.8	17.6	10.0	16.3
世帯別	単身男女10～30代	97	36.1	19.6	23.7	27.8	22.7	23.7	15.5	14.4
	単身男女40～50代	77	40.3	20.8	26.0	31.2	27.3	14.3	19.5	18.2
	単身男女60代以上	274	33.9	16.4	26.3	29.2	33.2	19.3	11.7	21.9
	末子乳幼児のいる世帯	474	44.3	29.5	23.2	17.5	18.4	21.5	12.4	9.7
	末子小学生のいる世帯	615	49.1	33.7	27.8	21.1	21.5	24.9	15.4	13.7
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	47.2	28.8	26.1	19.3	20.5	22.6	13.2	11.7
	シニアのいる世帯	1,487	41.0	29.2	25.2	27.8	27.2	21.3	12.5	13.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	43.2	30.3	27.7	25.9	25.5	23.8	16.5	15.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	40.4	27.3	23.2	23.6	24.6	18.8	11.4	12.6
	3～4年	853	47.7	32.6	29.7	25.9	24.4	23.1	15.0	13.7
	1～2年	903	44.5	30.2	27.5	24.9	24.9	28.3	16.5	15.7
	1年未満	596	46.3	30.5	28.4	24.7	23.3	27.3	19.1	16.6

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q21. 家庭での普段の牛乳の買い方

		BASE	品質を重視して買う 計	値段よりも品質を重視して買う	品質もねだっも重視して、できるだけ品質のよいものを買う	品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買う	品質よりも値段を重視して買う	値段を重視して買う 計
全体		4,800	62.5	15.3	47.2	30.8	3.5	34.3
性別・年代別	男性計	1,138	59.1	14.7	44.4	32.2	5.3	37.4
	男性・20代未満	11	81.8	27.3	54.5	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	56.3	12.5	43.8	32.8	7.8	40.6
	男性・30代	169	61.5	16.6	45.0	32.5	5.3	37.9
	男性・40代	181	51.9	12.2	39.8	39.2	5.5	44.8
	男性・50代	227	59.0	14.1	44.9	30.8	7.0	37.9
	男性・60代	315	61.0	14.9	46.0	31.4	3.8	35.2
	男性・70代	167	60.5	16.2	44.3	28.1	4.8	32.9
	女性計	3,604	63.7	15.5	48.3	30.4	3.0	33.4
	女性・20代未満	31	41.9	19.4	22.6	41.9	3.2	45.2
	女性・20代	178	56.2	11.8	44.4	38.8	5.1	43.8
	女性・30代	562	56.8	13.7	43.1	35.8	5.2	40.9
	女性・40代	734	59.8	13.4	46.5	34.3	4.2	38.6
	女性・50代	860	66.5	14.8	51.7	30.3	1.6	32.0
	女性・60代	818	66.9	15.3	51.6	26.8	2.0	28.7
	女性・70代	410	72.9	24.9	48.0	18.8	2.0	20.7
世帯別	単身男女10～30代	97	57.7	18.6	39.2	34.0	7.2	41.2
	単身男女40～50代	77	63.6	22.1	41.6	27.3	6.5	33.8
	単身男女60代以上	274	65.0	22.6	42.3	27.0	4.0	31.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	55.5	13.5	42.0	37.6	4.0	41.6
	末子小学生のいる世帯	615	57.7	14.0	43.7	35.8	4.1	39.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	60.4	11.1	49.3	33.5	3.9	37.5
	シニアのいる世帯	1,487	67.3	15.7	51.6	26.6	2.6	29.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	63.2	16.3	46.8	30.4	3.6	34.0
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	66.9	16.0	50.9	28.2	1.9	30.0
	3～4年	853	62.6	16.3	46.3	30.8	4.0	34.8
	1～2年	903	56.9	14.3	42.6	34.4	5.3	39.8
	1年未満	596	55.5	13.3	42.3	35.6	6.9	42.4

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＊全体ベース

Q22A. 牛乳の購入方法、1年前と比べて：品質と値段について

		BASE	品質を重視して買うようになった計	値段よりも品質を重視して買うようになった	品質も値段も重視して、できるだけ品質のよいものを買うようになった	品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買うようになった	品質よりも値段を重視して買うようになった	値段を重視して買うようになった計
全体		4,800	61.4	16.1	45.4	30.8	3.7	34.5
性別・年代別	男性計	1,138	57.8	15.6	42.2	33.0	5.3	38.3
	男性・20代未満	11	81.8	27.3	54.5	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	53.1	14.1	39.1	35.9	9.4	45.3
	男性・30代	169	60.9	17.2	43.8	33.7	3.0	36.7
	男性・40代	181	53.0	12.7	40.3	39.2	5.5	44.8
	男性・50代	227	56.8	15.0	41.9	33.5	6.2	39.6
	男性・60代	315	58.4	15.9	42.5	31.1	5.4	36.5
	男性・70代	167	60.5	18.0	42.5	28.7	4.8	33.5
	女性計	3,604	62.6	16.2	46.4	30.2	3.3	33.5
	女性・20代未満	31	58.1	25.8	32.3	32.3	3.2	35.5
	女性・20代	178	59.6	12.4	47.2	35.4	4.5	39.9
	女性・30代	562	58.9	16.7	42.2	32.9	5.0	37.9
	女性・40代	734	56.8	12.7	44.1	35.6	4.8	40.3
	女性・50代	860	65.2	16.0	49.2	29.7	2.1	31.7
	女性・60代	818	65.5	16.5	49.0	27.1	2.2	29.3
	女性・70代	410	68.5	22.9	45.6	21.7	2.7	24.4
世帯別	単身男女10～30代	97	64.9	20.6	44.3	27.8	6.2	34.0
	単身男女40～50代	77	74.0	20.8	53.2	18.2	6.5	24.7
	単身男女60代以上	274	61.3	23.7	37.6	26.6	5.1	31.8
	末子乳幼児のいる世帯	474	55.5	14.3	41.1	36.1	5.1	41.1
	末子小学生のいる世帯	615	57.6	15.6	42.0	35.8	4.1	39.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	58.0	12.7	45.2	35.5	3.9	39.5
	シニアのいる世帯	1,487	65.1	16.3	48.8	27.5	2.8	30.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	62.2	16.3	45.9	30.7	3.6	34.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	65.7	16.4	49.2	28.1	2.1	30.2
	3～4年	853	59.0	16.6	42.3	33.5	4.2	37.7
	1～2年	903	57.6	15.4	42.2	33.6	5.0	38.5
	1年未満	596	55.2	15.6	39.6	34.7	7.4	42.1

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q22B. 牛乳の購入方法、1年前と比べて：宅配店とスーパーなど店頭の割合

		BASE	宅配店の割合が増えてスーパーなど店頭の割合が減った	宅配店の割合が減ってスーパーなど店頭の割合が増えた	宅配店の割合がやや減ってスーパーなど店頭の割合がやや増えた	両者の購入量の割合に変化はない	宅配店の割合がやや増えてスーパーなど店頭の割合がやや減った	スーパーなど店頭の割合が増えた計
全体		4,800	5.7	10.7	9.4	62.3	4.9	20.1
性別・年代別	男性計	1,138	4.4	14.1	10.0	60.3	4.4	24.1
	男性・20代未満	11	18.2	9.1	9.1	54.5	0.0	18.2
	男性・20代	64	6.3	18.8	4.7	64.1	1.6	23.4
	男性・30代	169	4.7	16.6	10.1	62.7	3.6	26.6
	男性・40代	181	2.2	17.7	13.8	58.0	4.4	31.5
	男性・50代	227	4.0	13.2	11.9	59.9	4.4	25.1
	男性・60代	315	5.1	15.2	10.5	56.2	5.4	25.7
	男性・70代	167	4.2	5.4	4.8	66.5	4.8	10.2
	女性計	3,604	6.2	9.7	9.2	63.1	5.1	18.9
	女性・20代未満	31	3.2	16.1	6.5	48.4	12.9	22.6
	女性・20代	178	2.8	17.4	11.2	59.6	5.1	28.7
	女性・30代	562	4.8	13.5	10.3	58.0	7.1	23.8
	女性・40代	734	5.2	12.0	10.6	64.3	4.5	22.6
	女性・50代	860	7.1	9.1	9.7	64.0	5.1	18.7
	女性・60代	818	6.4	6.5	7.5	67.4	4.4	13.9
	女性・70代	410	9.3	4.4	6.6	60.5	4.6	11.0
世帯別	単身男女10～30代	97	10.3	12.4	7.2	61.9	2.1	19.6
	単身男女40～50代	77	7.8	10.4	7.8	68.8	3.9	18.2
	単身男女60代以上	274	7.7	2.9	9.1	62.4	4.7	12.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	5.7	15.2	8.9	58.0	8.6	24.1
	末子小学生のいる世帯	615	4.7	12.8	12.0	59.5	5.7	24.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	3.5	13.7	12.3	63.1	3.6	25.9
	シニアのいる世帯	1,487	6.1	7.1	7.2	66.8	4.4	14.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	6.2	12.8	10.1	59.2	5.1	22.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	5.2	7.2	7.9	68.7	3.5	15.1
	3～4年	853	4.7	13.0	9.4	62.7	5.7	22.4
	1～2年	903	4.7	12.2	13.5	60.7	4.8	25.7
	1年未満	596	11.2	17.4	10.4	44.3	10.9	27.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q23M. コスト上昇対策で納得できる計

		BASE	品質と内容量を変えないで、値段を上げる	値段を上げると同時に、品質は向上させるが内容量は減らす	値段をそのままで、品質を許容されるぎりぎりまで下げる	値段はそのままだが、内容量を減らす
全体		4,800	26.9	32.1	60.5	27.9
性別・年代別	男性計	1,138	30.0	35.7	59.1	31.4
	男性・20代未満	11	27.3	54.5	45.5	27.3
	男性・20代	64	18.8	21.9	57.8	21.9
	男性・30代	169	35.5	35.5	60.4	29.0
	男性・40代	181	29.8	30.9	61.3	28.2
	男性・50代	227	27.8	39.6	59.0	31.7
	男性・60代	315	30.8	32.4	57.5	32.7
	男性・70代	167	29.9	44.9	59.3	37.7
	女性計	3,604	26.1	31.2	61.3	26.9
	女性・20代未満	31	41.9	32.3	48.4	29.0
	女性・20代	178	27.5	34.3	66.9	33.7
	女性・30代	562	31.9	34.3	65.5	24.7
	女性・40代	734	26.3	33.9	66.1	28.3
	女性・50代	860	26.9	30.9	64.8	26.3
	女性・60代	818	22.1	28.7	55.0	26.2
	女性・70代	410	22.2	26.1	51.0	26.8
世帯別	単身男女10～30代	97	30.9	36.1	63.9	27.8
	単身男女40～50代	77	23.4	35.1	57.1	26.0
	単身男女60代以上	274	25.9	35.4	57.3	30.7
	末子乳幼児のいる世帯	474	29.3	34.0	62.9	25.5
	末子小学生のいる世帯	615	30.9	33.7	62.0	30.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	25.8	34.6	61.3	28.2
	シニアのいる世帯	1,487	25.7	31.0	61.3	28.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	27.0	30.2	60.0	26.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	26.5	33.0	61.4	29.3
	3～4年	853	26.5	31.8	59.7	29.7
	1～2年	903	28.0	32.4	60.0	26.1
	1年未満	596	30.5	33.7	61.7	25.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

Q23M. コスト上昇対策で納得できない計

		BASE	品質と内容量を変えないで、値段を上げる	値段を上げると同時に、品質は向上させるが内容量は減らす	値段をそのままで、品質を許容されるぎりぎりまで下げる	値段はそのままだが、内容量を減らす
全体		4,800	26.9	32.1	60.5	27.9
性別・年代別	男性計	1,138	30.0	35.7	59.1	31.4
	男性・20代未満	11	27.3	54.5	45.5	27.3
	男性・20代	64	18.8	21.9	57.8	21.9
	男性・30代	169	35.5	35.5	60.4	29.0
	男性・40代	181	29.8	30.9	61.3	28.2
	男性・50代	227	27.8	39.6	59.0	31.7
	男性・60代	315	30.8	32.4	57.5	32.7
	男性・70代	167	29.9	44.9	59.3	37.7
	女性計	3,604	26.1	31.2	61.3	26.9
	女性・20代未満	31	41.9	32.3	48.4	29.0
	女性・20代	178	27.5	34.3	66.9	33.7
	女性・30代	562	31.9	34.3	65.5	24.7
	女性・40代	734	26.3	33.9	66.1	28.3
	女性・50代	860	26.9	30.9	64.8	26.3
	女性・60代	818	22.1	28.7	55.0	26.2
	女性・70代	410	22.2	26.1	51.0	26.8
世帯別	単身男女10～30代	97	30.9	36.1	63.9	27.8
	単身男女40～50代	77	23.4	35.1	57.1	26.0
	単身男女60代以上	274	25.9	35.4	57.3	30.7
	末子乳幼児のいる世帯	474	29.3	34.0	62.9	25.5
	末子小学生のいる世帯	615	30.9	33.7	62.0	30.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	25.8	34.6	61.3	28.2
	シニアのいる世帯	1,487	25.7	31.0	61.3	28.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	27.0	30.2	60.0	26.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	26.5	33.0	61.4	29.3
	3～4年	853	26.5	31.8	59.7	29.7
	1～2年	903	28.0	32.4	60.0	26.1
	1年未満	596	30.5	33.7	61.7	25.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F1．性別

		BASE	男性	女性
全体		4,800	23.7	75.1
世帯別	単身男女10～30代	97	46.4	53.6
	単身男女40～50代	77	44.2	54.5
	単身男女60代以上	274	26.3	73.7
	末子乳幼児のいる世帯	474	19.4	79.1
	末子小学生のいる世帯	615	19.7	79.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	20.2	79.1
	シニアのいる世帯	1,487	24.1	75.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	26.4	72.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	24.0	74.8
	3～4年	853	23.4	75.4
	1～2年	903	21.8	77.1
	1年未満	596	27.2	71.6

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F2. 年齢

		BASE	19歳以下	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
全体		4,800	0.9	5.2	15.4	19.2	22.9	23.8	12.1
世帯別	単身男女10～30代	97	1.0	46.4	52.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	77	0.0	0.0	0.0	37.7	62.3	0.0	0.0
	単身男女60代以上	274	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.0	58.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	0.2	13.3	51.3	10.3	11.0	11.0	2.7
	末子小学生のいる世帯	615	1.5	2.9	36.6	39.8	7.6	8.1	3.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	2.7	2.4	7.1	56.0	20.9	6.1	4.2
	シニアのいる世帯	1,487	0.0	1.4	4.0	5.7	22.1	47.3	19.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	1.1	8.1	10.5	13.5	45.7	15.4	5.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	0.7	2.0	7.5	16.1	24.1	31.5	17.7
	3～4年	853	0.4	3.6	19.6	24.9	23.7	18.4	9.1
	1～2年	903	1.0	9.4	25.8	20.5	21.0	15.4	6.3
	1年未満	596	1.8	13.8	24.8	21.5	20.6	13.6	3.5

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

F3. 同居人数

		BASE	ひとり	2人	3人	4人	5人	6人	7人以上
全体		4,800	9.4	25.8	25.9	21.4	10.0	3.9	2.9
性別・年代別	男性計	1,138	13.3	28.9	23.7	18.2	10.8	3.3	1.8
	男性・20代未満	11	0.0	0.0	45.5	45.5	0.0	9.1	0.0
	男性・20代	64	26.6	12.5	17.2	25.0	10.9	4.7	3.1
	男性・30代	169	16.6	16.6	31.4	20.1	8.9	3.0	3.6
	男性・40代	181	9.4	11.0	24.3	30.4	17.1	5.5	2.2
	男性・50代	227	7.5	22.5	28.2	23.3	16.3	1.8	0.4
	男性・60代	315	11.1	44.4	22.2	10.2	7.9	2.5	1.3
	男性・70代	167	22.2	49.1	12.6	6.0	4.8	3.6	1.8
	女性計	3,604	8.2	24.9	26.4	22.5	9.9	4.2	3.2
	女性・20代未満	31	3.2	6.5	3.2	41.9	25.8	12.9	0.0
	女性・20代	178	15.7	20.8	27.0	24.2	7.3	3.4	1.1
	女性・30代	562	4.1	10.3	31.5	32.2	12.6	3.2	5.5
	女性・40代	734	1.6	9.0	24.8	38.3	14.9	6.5	4.6
	女性・50代	860	3.5	24.9	33.7	21.5	10.1	3.6	2.3
	女性・60代	818	9.8	43.5	24.6	10.1	5.7	3.5	2.2
	女性・70代	410	29.8	39.5	12.9	5.1	4.6	3.4	2.9
世帯別	単身男女10～30代	97	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	77	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女60代以上	274	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	末子乳幼児のいる世帯	474	0.0	1.5	23.8	27.2	22.2	10.1	15.2
	末子小学生のいる世帯	615	0.0	0.8	25.9	39.2	19.3	9.6	5.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	0.0	2.3	23.4	42.3	20.2	7.7	4.1
	シニアのいる世帯	1,487	0.0	48.6	31.1	12.9	5.5	1.5	0.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	0.0	43.7	33.6	17.9	4.0	0.6	0.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	8.6	29.2	24.1	19.3	10.1	4.6	3.4
	3～4年	853	7.3	23.4	28.4	25.4	10.0	3.2	2.0
	1～2年	903	11.0	20.2	29.3	22.6	11.4	2.2	2.5
	1年未満	596	12.8	24.8	23.5	22.7	8.7	4.5	2.7

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F4. 同居人の年代

		BASE	小学校入学前の乳幼児	小学生	中学生～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
全体		4,800	9.9	16.9	19.4	20.0	21.9	19.8	22.3	23.5	21.3
性別・年代別	男性計	1,138	8.1	13.1	16.3	18.3	20.9	17.3	21.5	23.1	20.3
	男性・20代未満	11	0.0	9.1	45.5	0.0	9.1	100.0	9.1	9.1	0.0
	男性・20代	64	17.2	7.8	10.9	35.9	6.3	12.5	37.5	7.8	14.1
	男性・30代	169	26.0	27.2	10.7	13.6	52.7	3.6	8.9	15.4	8.9
	男性・40代	181	6.1	30.9	44.8	7.2	22.1	45.3	3.3	10.5	19.3
	男性・50代	227	4.0	9.3	21.6	41.4	8.4	20.3	49.8	4.8	20.3
	男性・60代	315	3.8	4.4	4.8	14.3	22.2	5.1	24.8	53.3	10.8
	男性・70代	167	3.0	3.6	4.8	5.4	7.8	16.2	4.2	19.2	55.1
	女性計	3,604	10.5	18.1	20.5	20.4	22.3	20.7	22.7	23.8	21.8
	女性・20代未満	31	6.5	29.0	51.6	29.0	9.7	71.0	12.9	6.5	9.7
	女性・20代	178	28.7	11.8	6.2	39.3	23.0	11.8	24.7	5.1	7.9
	女性・30代	562	35.1	50.4	17.4	5.7	55.3	18.5	8.0	17.1	6.2
	女性・40代	734	5.0	29.6	58.2	19.2	5.2	59.5	21.7	8.0	21.1
	女性・50代	860	4.8	5.1	13.1	43.3	16.6	2.2	58.3	22.8	21.9
	女性・60代	818	5.0	7.3	4.8	11.0	29.1	8.8	2.6	58.4	22.7
	女性・70代	410	2.0	4.1	7.8	5.1	6.6	17.1	9.3	3.7	49.5
世帯別	単身男女10～30代	97	0.0	0.0	0.0	4.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	77	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0
	単身男女60代以上	274	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	1.5	1.5
	末子乳幼児のいる世帯	474	100.0	40.3	7.4	19.8	56.3	18.4	14.8	20.5	15.0
	末子小学生のいる世帯	615	0.0	100.0	37.7	5.5	38.2	40.2	9.1	12.0	14.0
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	0.0	0.0	100.0	24.0	7.6	50.2	28.8	10.3	21.7
	シニアのいる世帯	1,487	0.0	0.0	0.0	15.7	17.8	6.8	14.8	59.5	48.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	0.0	0.0	0.0	42.1	22.4	17.6	51.3	0.0	0.0
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	6.6	12.2	17.4	20.0	19.9	18.8	23.7	29.7	28.4
	3～4年	853	9.7	22.3	23.7	17.5	22.9	23.2	22.2	20.8	15.9
	1～2年	903	16.2	22.8	20.4	21.6	24.9	18.5	20.3	15.3	12.7
	1年未満	596	14.6	19.0	19.1	21.8	23.3	19.6	20.5	16.3	14.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

F5. 世帯年収増減

		BASE	増えた 計	増えた	やや増えた	かわらない	やや減った	減った	減った 計
全体		4,800	8.8	1.6	7.3	48.4	27.8	13.6	41.4
性別・年代別	男性計	1,138	8.9	2.1	6.8	48.7	27.9	13.7	41.6
	男性・20代未満	11	9.1	0.0	9.1	72.7	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	17.2	7.8	9.4	60.9	14.1	4.7	18.8
	男性・30代	169	18.3	1.8	16.6	48.5	24.9	8.3	33.1
	男性・40代	181	12.7	3.9	8.8	50.8	24.3	11.6	35.9
	男性・50代	227	9.7	2.2	7.5	46.3	27.8	15.9	43.6
	男性・60代	315	2.5	0.6	1.9	47.3	31.7	17.5	49.2
	男性・70代	167	3.0	1.2	1.8	46.7	32.9	16.2	49.1
	女性計	3,604	8.8	1.4	7.4	48.4	27.9	13.8	41.6
	女性・20代未満	31	19.4	6.5	12.9	54.8	12.9	0.0	12.9
	女性・20代	178	23.0	4.5	18.5	49.4	18.5	7.3	25.8
	女性・30代	562	13.7	2.1	11.6	53.2	24.2	8.2	32.4
	女性・40代	734	13.8	1.9	11.9	50.3	24.9	10.1	35.0
	女性・50代	860	6.7	0.7	6.0	42.8	31.6	18.4	50.0
	女性・60代	818	2.9	1.0	2.0	48.0	30.7	16.9	47.6
	女性・70代	410	2.0	0.0	2.0	50.2	29.3	16.3	45.6
世帯別	単身男女10～30代	97	22.7	7.2	15.5	57.7	14.4	5.2	19.6
	単身男女40～50代	77	10.4	2.6	7.8	48.1	28.6	13.0	41.6
	単身男女60代以上	274	2.2	1.1	1.1	52.9	25.5	18.2	43.8
	末子乳幼児のいる世帯	474	17.1	3.2	13.9	45.8	24.7	11.8	36.5
	末子小学生のいる世帯	615	15.4	2.8	12.7	49.4	25.5	8.6	34.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	11.5	1.8	9.7	50.7	26.6	10.6	37.2
	シニアのいる世帯	1,487	2.8	0.8	2.0	46.2	32.3	17.8	50.1
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	8.9	0.8	8.2	49.7	27.0	13.4	40.4
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	7.2	0.9	6.4	48.0	29.5	14.1	43.6
	3～4年	853	8.9	2.2	6.7	50.8	29.0	10.3	39.3
	1～2年	903	11.7	2.2	9.5	49.6	25.8	11.4	37.2
	1年未満	596	10.2	2.0	8.2	47.0	23.5	17.8	41.3

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F5S1．1年後見通し

		BASE	増えている計	増えている	やや増えている	変わらない	やや減っている	減っている	減っている計
全体		4,800	6.4	1.3	5.1	45.3	29.5	16.7	46.2
性別・年代別	男性計	1,138	8.1	1.8	6.3	45.2	28.3	17.5	45.8
	男性・20代未満	11	9.1	0.0	9.1	81.8	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	64	21.9	3.1	18.8	53.1	15.6	7.8	23.4
	男性・30代	169	16.0	2.4	13.6	50.3	20.1	13.0	33.1
	男性・40代	181	8.8	4.4	4.4	48.6	26.0	15.5	41.4
	男性・50代	227	11.0	2.2	8.8	39.6	29.1	19.4	48.5
	男性・60代	315	1.9	0.0	1.9	41.9	34.0	21.3	55.2
	男性・70代	167	1.8	0.6	1.2	44.3	33.5	19.8	53.3
	女性計	3,604	6.0	1.2	4.8	45.3	30.0	16.7	46.7
	女性・20代未満	31	19.4	9.7	9.7	54.8	9.7	6.5	16.1
	女性・20代	178	15.7	3.4	12.4	51.1	20.2	11.8	32.0
	女性・30代	562	10.3	1.8	8.5	50.4	29.0	8.5	37.5
	女性・40代	734	9.5	1.8	7.8	50.0	27.0	12.0	39.0
	女性・50代	860	4.1	0.6	3.5	39.9	31.7	22.2	54.0
	女性・60代	818	1.7	0.6	1.1	42.9	34.4	19.3	53.7
	女性・70代	410	0.5	0.0	0.5	43.2	30.7	22.0	52.7
世帯別	単身男女10～30代	97	23.7	5.2	18.6	51.5	14.4	10.3	24.7
	単身男女40～50代	77	9.1	5.2	3.9	44.2	27.3	18.2	45.5
	単身男女60代以上	274	0.4	0.0	0.4	42.7	30.7	24.1	54.7
	末子乳幼児のいる世帯	474	15.0	3.0	12.0	46.2	24.7	13.1	37.8
	末子小学生のいる世帯	615	10.9	2.8	8.1	50.1	26.7	11.2	37.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	6.7	1.2	5.5	51.3	27.9	13.1	41.0
	シニアのいる世帯	1,487	1.8	0.4	1.4	42.5	33.9	20.7	54.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	6.3	0.9	5.4	44.0	30.1	17.4	47.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	5.2	1.0	4.2	43.1	32.1	17.8	49.9
	3～4年	853	5.4	1.3	4.1	48.7	31.1	12.9	44.0
	1～2年	903	8.4	1.4	7.0	47.4	27.4	14.6	42.0
	1年未満	596	8.7	1.8	6.9	47.5	22.7	19.3	41.9

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

F6. 1. 外食への支出

		BASE	増えた 計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	減った 計
全体		4,800	12.9	2.5	10.4	35.6	29.1	19.5	48.6
性別・年代別	男性計	1,138	14.9	3.7	11.2	37.9	26.8	18.5	45.3
	男性・20代未満	11	18.2	0.0	18.2	54.5	9.1	18.2	27.3
	男性・20代	64	32.8	9.4	23.4	40.6	15.6	10.9	26.6
	男性・30代	169	16.0	3.0	13.0	40.8	26.0	17.2	43.2
	男性・40代	181	13.3	3.3	9.9	37.0	27.6	21.5	49.2
	男性・50代	227	17.6	4.4	13.2	34.8	29.1	17.2	46.3
	男性・60代	315	12.4	3.2	9.2	36.5	31.7	18.4	50.2
	男性・70代	167	9.0	3.0	6.0	40.1	19.8	21.6	41.3
	女性計	3,604	12.2	2.1	10.1	35.0	30.0	20.0	50.0
	女性・20代未満	31	16.1	9.7	6.5	38.7	22.6	16.1	38.7
	女性・20代	178	20.8	2.8	18.0	34.8	24.7	19.1	43.8
	女性・30代	562	14.6	1.8	12.8	31.3	33.3	20.3	53.6
	女性・40代	734	13.4	2.0	11.3	32.7	34.7	18.1	52.9
	女性・50代	860	11.0	2.1	9.0	32.4	31.7	22.3	54.1
	女性・60代	818	9.9	2.1	7.8	40.5	28.0	18.8	46.8
	女性・70代	410	9.8	2.0	7.8	38.3	20.2	20.7	41.0
世帯別	単身男女10～30代	97	23.7	9.3	14.4	38.1	21.6	16.5	38.1
	単身男女40～50代	77	11.7	5.2	6.5	45.5	23.4	19.5	42.9
	単身男女60代以上	274	10.2	2.6	7.7	39.4	19.7	23.7	43.4
	末子乳幼児のいる世帯	474	18.8	3.2	15.6	30.0	30.6	19.8	50.4
	末子小学生のいる世帯	615	15.9	2.6	13.3	31.5	31.7	20.0	51.7
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	12.0	2.3	9.7	34.9	33.1	18.4	51.4
	シニアのいる世帯	1,487	9.5	1.7	7.8	38.3	28.0	20.8	48.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	13.5	2.1	11.4	36.0	30.6	17.0	47.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	11.2	2.3	9.0	37.4	29.7	18.4	48.1
	3～4年	853	14.1	2.9	11.1	34.6	29.3	20.8	50.1
	1～2年	903	15.1	2.7	12.4	32.6	29.5	19.9	49.4
	1年未満	596	13.6	2.0	11.6	34.2	27.9	22.3	50.2

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F6. 2. 外食以外の食費全般

		BASE	増えた計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	減った計
全体		4,800	27.5	6.3	21.2	43.0	19.1	7.6	26.6
性別・年代別	男性計	1,138	23.2	4.4	18.8	45.7	18.9	9.0	27.9
	男性・20代未満	11	18.2	0.0	18.2	72.7	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	28.1	3.1	25.0	54.7	10.9	6.3	17.2
	男性・30代	169	21.9	4.7	17.2	54.4	14.2	8.9	23.1
	男性・40代	181	24.3	5.5	18.8	48.1	17.7	9.4	27.1
	男性・50代	227	19.8	5.3	14.5	42.3	25.6	9.7	35.2
	男性・60代	315	20.0	4.1	15.9	46.0	21.0	7.9	28.9
	男性・70代	167	31.7	3.0	28.7	32.9	16.2	11.4	27.5
	女性計	3,604	28.9	6.9	22.1	42.4	19.2	7.1	26.3
	女性・20代未満	31	25.8	19.4	6.5	54.8	6.5	6.5	12.9
	女性・20代	178	33.7	3.9	29.8	42.1	16.3	6.2	22.5
	女性・30代	562	32.4	6.9	25.4	41.6	19.0	5.9	24.9
	女性・40代	734	35.0	7.1	27.9	39.4	17.7	6.3	24.0
	女性・50代	860	25.5	5.7	19.8	42.6	23.0	7.6	30.6
	女性・60代	818	23.3	6.0	17.4	46.3	20.7	6.6	27.3
	女性・70代	410	30.0	10.5	19.5	39.8	13.7	10.2	23.9
世帯別	単身男女10～30代	97	28.9	5.2	23.7	46.4	14.4	8.2	22.7
	単身男女40～50代	77	18.2	5.2	13.0	51.9	18.2	11.7	29.9
	単身男女60代以上	274	21.9	5.5	16.4	41.6	16.4	15.0	31.4
	末子乳幼児のいる世帯	474	37.8	9.5	28.3	39.7	15.8	5.3	21.1
	末子小学生のいる世帯	615	35.6	8.6	27.0	37.7	19.7	6.2	25.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	28.5	6.1	22.5	44.8	18.4	6.7	25.0
	シニアのいる世帯	1,487	24.7	5.3	19.4	44.9	19.4	7.9	27.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	24.0	4.9	19.1	44.3	22.2	7.0	29.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	28.1	7.1	21.0	44.0	18.4	6.4	24.8
	3～4年	853	26.3	6.2	20.0	42.4	22.2	6.7	28.8
	1～2年	903	27.4	4.8	22.6	42.9	19.0	9.1	28.1
	1年未満	596	26.8	5.7	21.1	40.1	19.5	10.9	30.4

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

*全体ベース

F7. 1ヶ月当たり世帯食費

		BASE	3万円未満	3～5万円未満	5～7万円未満	7～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20万円以上	わからない
全体		4,800	7.1	18.6	30.4	18.1	15.4	3.2	1.3	4.1
性別・年代別	男性計	1,138	8.9	15.6	31.5	17.1	13.9	4.0	0.9	6.4
	男性・20代未満	11	0.0	9.1	18.2	9.1	9.1	0.0	0.0	54.5
	男性・20代	64	15.6	21.9	28.1	9.4	3.1	3.1	0.0	17.2
	男性・30代	169	11.8	22.5	39.1	10.7	5.9	0.0	0.0	10.1
	男性・40代	181	6.1	14.4	35.9	19.9	12.2	4.4	0.0	6.1
	男性・50代	227	6.6	14.1	33.5	21.1	14.5	4.0	0.9	4.4
	男性・60代	315	7.9	14.6	30.5	17.1	19.4	5.1	0.6	3.8
	男性・70代	167	12.0	12.6	20.4	18.6	17.4	5.4	3.6	3.6
	女性計	3,604	6.5	19.6	30.2	18.5	15.8	3.0	1.3	3.3
	女性・20代未満	31	6.5	16.1	29.0	3.2	19.4	0.0	0.0	19.4
	女性・20代	178	19.7	32.6	25.8	7.9	5.1	0.6	0.6	6.7
	女性・30代	562	7.3	30.6	32.4	14.8	9.4	2.1	0.4	2.0
	女性・40代	734	2.2	16.3	36.0	22.5	17.2	2.5	0.4	2.2
	女性・50代	860	5.2	15.6	30.9	20.8	19.1	3.7	1.7	1.9
	女性・60代	818	6.4	16.9	27.6	20.8	18.5	3.4	1.5	3.1
	女性・70代	410	10.2	19.0	23.2	12.9	14.6	4.1	3.2	7.8
世帯別	単身男女10～30代	97	46.4	23.7	25.8	3.1	0.0	0.0	0.0	1.0
	単身男女40～50代	77	36.4	23.4	32.5	3.9	2.6	0.0	0.0	1.3
	単身男女60代以上	274	31.0	25.5	23.7	5.8	5.8	0.7	0.4	4.4
	末子乳幼児のいる世帯	474	5.5	24.9	33.5	17.5	11.2	2.3	1.3	3.8
	末子小学生のいる世帯	615	2.8	21.6	32.7	20.0	15.0	3.6	1.0	2.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	2.1	12.6	31.4	23.8	18.5	4.9	2.0	3.9
	シニアのいる世帯	1,487	4.0	15.7	29.8	21.1	17.8	3.2	1.6	4.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	6.2	19.5	31.4	15.3	16.8	3.6	0.8	4.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	5.6	16.2	29.2	19.5	17.8	4.6	1.7	3.6
	3～4年	853	6.7	18.3	32.6	19.2	15.2	2.0	0.9	3.0
	1～2年	903	9.2	21.9	33.7	14.8	12.7	1.7	0.8	4.2
	1年未満	596	10.9	23.7	29.0	15.9	10.2	2.2	0.7	5.4

＊グレー字はベース20未満のため、参考値
全体＋10pt以上
全体＋5pt以上

＜セグメント別調査結果一覧＞

*全体ベース

F7S1. 世帯年収に対する食費の割合

		BASE	増えている 計	増えている	やや増えている	変わらない	やや減っている	減っている	減っている 計
全体		4,800	28.9	7.9	21.0	47.3	17.0	5.5	22.4
性別・年代別	男性計	1,138	26.0	6.9	19.2	47.9	17.7	7.1	24.8
	男性・20代未満	11	18.2	9.1	9.1	63.6	9.1	0.0	9.1
	男性・20代	64	20.3	7.8	12.5	64.1	10.9	4.7	15.6
	男性・30代	169	23.7	6.5	17.2	53.8	14.8	7.1	21.9
	男性・40代	181	27.6	7.7	19.9	49.2	13.8	8.3	22.1
	男性・50代	227	27.3	5.3	22.0	45.4	20.7	6.2	26.9
	男性・60代	315	22.2	6.7	15.6	45.4	24.1	6.7	30.8
	男性・70代	167	32.9	7.8	25.1	42.5	12.0	9.6	21.6
	女性計	3,604	29.9	8.1	21.8	47.2	16.8	5.0	21.8
	女性・20代未満	31	19.4	16.1	3.2	64.5	3.2	3.2	6.5
	女性・20代	178	33.1	5.1	28.1	52.2	14.0	0.6	14.6
	女性・30代	562	31.0	9.3	21.7	47.7	17.8	3.0	20.8
	女性・40代	734	36.2	9.4	26.8	43.7	15.3	4.4	19.6
	女性・50代	860	27.1	7.2	19.9	44.9	21.2	5.7	26.9
	女性・60代	818	26.3	6.4	19.9	49.3	16.4	7.0	23.3
	女性・70代	410	29.5	10.5	19.0	50.0	12.7	4.9	17.6
世帯別	単身男女10～30代	97	25.8	9.3	16.5	53.6	16.5	3.1	19.6
	単身男女40～50代	77	22.1	6.5	15.6	50.6	19.5	7.8	27.3
	単身男女60代以上	274	21.9	6.2	15.7	51.1	15.3	10.2	25.5
	末子乳幼児のいる世帯	474	36.9	12.4	24.5	47.3	12.7	2.5	15.2
	末子小学生のいる世帯	615	38.4	10.7	27.6	42.1	15.4	3.4	18.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	659	30.3	6.4	24.0	48.1	17.0	4.1	21.1
	シニアのいる世帯	1,487	27.0	7.1	19.8	47.6	17.4	7.1	24.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,029	24.0	5.5	18.5	49.0	20.2	5.1	25.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,305	29.9	7.8	22.1	47.8	16.7	4.4	21.1
	3～4年	853	29.1	8.3	20.8	45.7	19.1	4.7	23.8
	1～2年	903	28.7	7.6	21.0	47.6	16.3	6.1	22.4
	1年未満	596	26.2	7.4	18.8	47.0	16.6	9.2	25.8

＊グレー字はベース20未満のため、参考値

全体＋10pt以上

全体＋5pt以上

ｴﾘｱNo.	Samp. No.		

牛乳および酪農乳業に関するアンケート

ごあいさつ

日頃よりご愛顧賜り、誠に有り難うございます。

本アンケート調査は、(社)全国牛乳流通改善協会が企画し、全国の宅配牛乳販売店を通じて実施しているものです。

宅配牛乳販売店をご利用頂いているお客様のご意見をお伺いすることを通じて、今後の活動の改善に役立たせることを目的としております。

本アンケートの結果は、すべて数字で処理致しますので、ご協力頂きましても個人のお名前が出ることは全くなく、また、販売や勧誘活動は一切致しませんので、安心してご協力ください。

ご多忙中、お手数をおかけしますが、是非ともあなた様のご意見をお聞かせくださいますよう、ご協力をお願い申し上げます。

なお、アンケートにお答え頂きたいのは、お宅様の中で、つぎのような方です。

・宅配牛乳販売店のご利用を決められた方

・または、宅配で購入している商品を主に召し上がっている方

平成２０年１０月

社団法人　全国牛乳流通改善協会

東京都文京区湯島３－１－４会田ビル６Ｆ
電話　０３（３８３６）４４３１

●さっそくですが、牛乳について、おうかがいします。

全体BASE N = 4,800

Q1. 以下には牛乳の機能や効果に関する情報があげてあります。

あなたが知っていたものはどれですか。あてはまる番号にいくつでも○をつけて下さい。（いくつでも）

SQ1. あなたが魅力を感じるものはどれですか。あてはまる番号にいくつでも○をつけて下さい。（いくつでも）

		Q1 知っていた	SQ1 魅力を感じる
	A. 牛乳に含まれるカルシウムについて		
1	牛乳は、小魚や野菜よりもカルシウムの吸収率が優れている	71.3	37.5
2	牛乳は、カルシウム不足を補い、骨折を予防できる	81.1	32.3
3	牛乳は、カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる	81.9	39.4
4	牛乳のカルシウムには、体脂肪を低下させる働きがある	18.7	56.7
5	牛乳のカルシウムには、血圧を下げる効果がある	17.2	55.3
	B. メタボリックシンドロームに対する効果について		
6	牛乳の乳脂肪は中性脂肪や体脂肪として蓄積されにくい	21.0	55.9
7	牛乳に含まれる乳糖には、脂肪の吸収を抑える働きがある	16.8	52.6
8	牛乳に含まれるたんぱく質は血圧を正常化する	18.1	54.0
9	牛乳に含まれるたんぱく質は血管を丈夫にする	23.7	51.5
10	牛乳に含まれるたんぱく質は血液中のコレステロールを下げ、血流をよくする働きがある	17.6	60.1
11	牛乳など乳製品のカルシウムは、他の食品のカルシウムにはない、脳卒中予防効果がある	14.6	59.3
	C. その他の健康や美容に関する効果について		
12	牛乳は、少ないカロリーで効率的に、さまざまな栄養をバランスよく摂取できる	53.4	42.8
13	牛乳の成分（たんぱく質とオリゴ糖）は、細菌やウィルスの侵入を低減する働きもあると言われている	16.3	49.0
14	牛乳の成分（たんぱく質、ビタミン類、カリウムなど）は、乾燥肌・脂性肌のコントロールに役立つと言われている	19.0	47.4
15	牛乳の成分（乳糖やオリゴ籐）は体内で変化し（乳酸や酢酸に変化）、大腸を刺激して便通を防ぐ働きがあると言われている	45.2	37.7
16	牛乳は、運動後の筋肉や疲労を回復させる働きがあると言われている	24.3	43.7
17	牛乳を成長期にたくさん飲むと、身長の伸びが大きくなったという報告がある	65.4	27.8
18	牛乳のたんぱく質の成分（トリプトファン）には弱い誘眠作用があることが知られている	32.1	31.7
19	乳製品に含まれるたんぱく質は尿酸の排泄を促進させる作用があると言われている	14.1	39.4
20	ひとつもない	3.5	5.5

Q2. あなたは牛乳の安全性について、現在どのようにお感じですか。（ひとつだけ）

安心　計	69.4			不安　計	7.4
1. 安心	36.0	3. どちらともいえない	19.3	4. どちらかいえば不安	6.1
2. どちらかといえば安心	33.4			5. 不安	1.3

全体BASE N = 4,800

Q3. 以下の牛乳に関する文章A、Bをよく読んでお答え下さい。

A. 牛乳のカルシウムについて　あなたが魅力を感じた文章の番号に○をつけて下さい。(いくつでも)

1. 魚介類や野菜からはカルシウムは1～2割しか吸収できないが、乳製品はカルシウム吸収率が5割と高い	59.3
2. 牛乳1本で約200ミリグラムのカルシウムを摂取できるので、1日のカルシウムの摂取目標(30～60代で600ミリグラム)の約1／3をまかなえる	55.4
3. よって、吸収率も含めて考えると、牛乳はカルシウムを割安に摂取できる食品であるといえる	48.4
4. この中にはひとつもない	2.4

SQ1. 総合的にはいかがですか。(ひとつだけ)

魅力的である　計	86.5			魅力的でない　計	1.6
1. 非常に魅力的	35.8	3. どちらとも	9.7	4. あまり魅力的ではない	1.4
2. まあ魅力的	50.8	いえない		5. まったく魅力的ではない	0.3

B. 牛乳の品質について　あなたが魅力を感じた文章の番号に○をつけて下さい。(いくつでも)

1. 牛乳は、日本の酪農家が国内の牧場で育てた乳牛の乳から出来た国産食品である	62.2
2. 牛乳を飲むという事は乳牛が子牛を育てるための母乳の恵みを人間がもらうようなものである	30.8
3. 牛乳は、乳牛の飼育、搾乳、殺菌、製造、販売店への流通まで一貫して厳密に品質管理されている	46.2
4. よって、牛乳は安全で品質の高い食品であるといえる	38.7
5. この中にはひとつもない	5.2

SQ1. 総合的にはいかがですか。(ひとつだけ)

魅力的である　計	81.0			魅力的でない　計	2.6
1. 非常に魅力的	29.1	3. どちらとも	13.7	4. あまり魅力的ではない	2.2
2. まあ魅力的	52.0	いえない		5. まったく魅力的ではない	0.4

●牛乳宅配の利用状況について、お答えください。

全体BASE N = 4,800

Q4. あなたのご家庭では、現在の宅配牛乳販売店を利用し始めて何年が経ちましたか。(ひとつだけ)

1. 1年未満	2. 1年	3. 2年	4. 3年	5. 4年	6. 5年～9年	7. 10年以上
12.4	8.1	10.7	10.6	7.2	17.3	30.7

Q5. あなたのご家庭で現在、宅配牛乳販売店から購入している牛乳の種類は何ですか。(いくつでも)

1. 普通牛乳	47.3
2. 無脂肪牛乳、低脂肪牛乳、濃厚などの加工乳	12.5
3. カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	38.4
4. 上記のような牛乳は購入していない　→次ページQ10へ	9.3

回答者BASE N = 4,015

Q6. 1週間の牛乳のお届け本数の合計は？ (数字を記入)

1週間あたり 7.2 本

SQ1. 1年前と比べてどうなりましたか。(ひとつだけ)

牛乳購入者BASE N = 4,184

1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 1年前はまだ利用していなかった
5.2	73.7	9.9	6.9

回答者BASE N = 4,018

Q7. 1週間の牛乳のお届け回数は？ (数字を記入)

1週間あたり 2.7 回

SQ1. 1年前と比べてどうなりましたか。(ひとつだけ)

牛乳購入者BASE N = 4,184

1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 1年前はまだ利用していなかった
2.6	79.4	7.9	7.1

牛乳購入者BASE N = 4,184

Q8. 宅配している牛乳の容量は？複数の容量をとっている場合はあてはまるもの全てを選んで下さい。(いくつでも)

1. 100cc	3.7	4. 200cc	58.7	7. 900cc	4.4
2. 150cc	0.5	5. 500cc	4.1	8. 1000cc	12.3
3. 180cc	21.2	6. 720cc	0.8	9. その他(　　　　)CC	1.1

SQ1. 1年前と比べてどうなりましたか。(ひとつだけ)

1. 大きくなった	1.5	2. 変わらない	82.73	3. 小さくなった	2.8	4. 1年前はまだ利用していなかった	7.1
5. 大きくなったものと小さくなったもの両方ある	0.5						

Q9. あなたと現在同居されている方で宅配の牛乳を「飲んでいない」方はどなたですか。(いくつでも)

1. 小学校入学前の乳幼児	5.0	4. 20～29才の方	8.9	7. 同居している人は全員飲んでいる	35.5
2. 小学生	6.3	5. 30～59才の方	22.0	8. 同居している人はいない(ひとり暮らし)	8.9
3. 中学生～19才の方	7.4	6. 60以上の方	19.1		

Q10. このアンケートをお答えの方全員にお伺いします。Q5でお答えになった牛乳以外に、あなたのご家庭で宅配牛乳販売店から購入している商品は何ですか。(いくつでも)

全体BASE N = 4,800

1. フルーツ牛乳	1.8	7. 野菜飲料	6.0	13.お茶飲料	1.5	19.その他の食品	3.9
2. コーヒー牛乳	5.7	8. 果汁飲料	2.3	14.その他の飲料	1.7	20.その他	1.4
3. 食べるヨーグルト	15.0	9. 豆乳	3.5	15.ｻﾌﾟﾘﾒﾝﾄなどの健康補助食品	4.3	21. 牛乳類以外は宅配購入していない	39.2
4. 飲むヨーグルト	10.7	10.黒酢	6.8	16.有機野菜	0.6		
5. その他乳製品	3.4	11.その他の健康飲料	3.7	17.米	0.8		
6. その他乳酸菌飲料	4.7	12.ミネラルウォーター	1.1	18.全国各地の特産食品	2.3		

Q11. 現在利用している宅配牛乳販売店から、牛乳や牛乳以外の商品を含めて全体で、1ヵ月におおよそどのくらい購入をしていますか。(ひとつだけ)

1. 1000円未満	3.3	6. 3500～4000円未満	16.8	11. 6000円～6500円未満	4.8
2. 1000～2000円未満	8.3	7. 4000～4500円未満	6.1	12. 6500円～7000円未満	3.4
3. 2000～2500円未満	6.9	8. 4500～5000円未満	5.0	13. 7000円～1万円未満	6.8
4. 2500～3000円未満	8.7	9. 5000～5500円未満	3.3	14. 1万円以上	3.8
5. 3000～3500円未満	14.5	10. 5500～6000円未満	2.9		

Q12. あなたは現在とっている商品を含め、今後宅配牛乳販売店からどのような商品を継続して、または新規で宅配購入したいですか。**A. 牛乳類 B. その他の商品**の両方お答え下さい。(それぞれいくつでも)

A. 牛乳類 (いくつでも)

1. 普通牛乳	40.5	4. その他の牛乳(　　　　)	1.5
2. 無脂肪牛乳、低脂肪牛乳、濃厚などの加工乳	14.8	5. 宅配で牛乳は購入したくない	5.0
3. カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	40.9		

B. その他の商品 (いくつでも)

1. フルーツ牛乳	3.3	7. 野菜飲料	9.6	13.お茶飲料	1.7	19.その他の食品	3.4
2. コーヒー牛乳	6.6	8. 果汁飲料	3.0	14.その他の飲料	1.1	20.その他	0.9
3. 食べるヨーグルト	17.9	9. 豆乳	6.1	15.ｻﾌﾟﾘﾒﾝﾄなどの健康補助食品	7.0	21. 特にない	27.3
4. 飲むヨーグルト	14.8	10.黒酢	8.8	16.有機野菜	2.3		
5. その他乳製品	2.9	11.その他の健康飲料	4.9	17.米	1.9		
6. その他乳酸菌飲料	4.9	12.ミネラルウォーター	2.8	18.全国各地の特産食品	5.5		

Q13. Q12であげたような宅配で取り扱っているさまざまな商品について、あなたのお宅では、1ヶ月あたり上限いくらまでなら宅配牛乳販売店から購入してもよいとお考えですか。(ひとつだけ)

1. 1000円未満	3.1	6. 3500～4000円未満	14.6	11. 6000円～6500円未満	4.1
2. 1000～2000円未満	8.6	7. 4000～4500円未満	6.3	12. 6500円～7000円未満	3.1
3. 2000～2500円未満	6.6	8. 4500～5000円未満	9.7	13. 7000円～1万円未満	8.2
4. 2500～3000円未満	9.4	9. 5000～5500円未満	3.0	14. 1万円以上	2.8
5. 3000～3500円未満	11.0	10. 5500～6000円未満	3.5		

●牛乳宅配およびその他の購入先の評価をお聞かせ下さい。

全体BASE N = 4,800

Q14. あなたは普段、牛乳などの乳製品の購入について(お店や購入方法にかかわらず全般的に)、どのようなことを重視されていますか。

それぞれについて、あなたのお気持ちに近いものを、「1 非常に重視する」～「5 まったく重視しない」のなかから、ひとつずつ選んで、あてはまる番号に○をつけてください。(それぞれひとつずつ)

		重視する計	非常に重視する	まあ重視する	どちらともいえない	あまり重視しない	まったく重視しない
1	購入が手軽で便利	79.3	34.1	45.3	12.4	3.7	0.5
2	商品の品質や安全性が高い	84.8	53.0	31.8	9.1	1.1	0.2
3	品揃えが豊富	53.6	16.9	36.8	27.3	10.1	1.3
4	価格が手頃・安い	65.0	30.3	34.7	22.4	4.9	0.8
5	商品、健康、くらしなど様々な情報を提供してくれる	46.9	14.4	32.5	29.3	13.5	3.1

Q15. それでは実際に「宅配牛乳販売店」を利用されて、どのように感じていらっしゃいますか。

それぞれについて、あなたのお気持ちに近いものを、「1 非常に満足」～「5 まったく満足でない」のなかから、ひとつずつ選んで、あてはまる番号に○をつけてください。(それぞれひとつずつ)

		満足 計	非常に満足	まあ満足	どちらともいえない	あまり満足でない	まったく満足でない
1	購入の手軽さ・利便性	85.5	41.5	43.9	8.8	1.4	0.2
2	商品の品質や安全性	81.1	36.6	44.5	11.6	1.1	0.3
3	品揃え	57.4	17.5	39.9	30.0	3.2	0.4
4	価格	47.0	10.8	36.3	32.2	11.3	1.5
5	商品、健康、くらしなど様々な情報の提供	47.2	12.8	34.4	36.1	7.0	0.9
6	総合的にはどのようにお感じですか	69.2	15.9	53.3	20.6	2.7	0.3

Q16. あなたのご家庭では、現在ご利用している宅配牛乳販売店以外ではどのようなお店や方法で牛乳を購入していますか？ (いくつでも)

1. スーパーの店頭で購入→Q17へ	58.6	7. 生協の共同購入で購入	6.8
2. コンビニの店頭で購入	11.1	8. スーパー、コンビニから宅配で購入	2.3
3. 生協や農協の店頭で購入	5.5	9. インターネットショッピングで購入	0.2
4. 牛乳販売店の店頭で購入	3.4	10. その他の通信販売で購入	0.4
5. その他の店舗の店頭で購入	1.5	11. その他の方法で購入	0.8
6. 生協の個人宅配で購入	3.1	12. 宅配牛乳以外では購入していない	23.7

スーパーの店頭で牛乳を購入した人BASE N = 2,815

Q17. スーパーの店頭で牛乳を購入されているご家庭の方におうかがいします。(Q16で1に○をつけた方)

それでは実際に「スーパーの店頭で牛乳を購入」されて、どのように感じていらっしゃいますか。(それぞれひとつずつ)

		満足 計	非常に満足	まあ満足	どちらともいえない	あまり満足でない	まったく満足でない
1	購入の手軽さ・利便性	79.4	23.2	56.2	15.9	2.0	0.1
2	商品の品質や安全性	60.7	9.9	50.7	29.5	3.3	0.2
3	品揃え	75.0	19.7	55.3	17.7	1.4	0.2
4	価格	72.8	17.7	55.1	19.0	2.8	0.2
5	商品、健康、くらしなど様々な情報の提供	21.4	4.0	17.4	49.7	17.4	3.7
6	総合的にはどのようにお感じですか	54.4	4.5	49.9	34.7	4.3	0.5

全体BASE N = 4,800

Q18. このアンケートをお答えの方全員にお伺いします。あなたは、宅配牛乳販売店の今後のご利用について、どのようにお考えですか。(ひとつだけ)

利用したい 計	80.3			利用したくない 計	1.5
1. 是非利用したい	37.0	3. どちらとも	16.7	4. あまり利用したくない→SQ1へ	1.4
2. まあ利用したい	43.2	いえない →SQ1へ		5. まったく利用したくない→SQ1へ	0.1

SQ1. (Q18で「どちらともいえない」～「まったく利用したくない」に○をつけた方にうかがいます)

それはなぜですか。あてはまるものすべてお選び下さい。(いくつでも)　非利用意向者BASE N = 871

1. 宅配牛乳は割高だから	56.7	9. 配達された商品を外に置くことが心配だから	14.1
2. 家計を切り詰め、節約したいから	30.5	10. 配達を忘れたり、遅れたりするから	4.5
3. スーパーなどの特売で買った方が良いから	31.1	11. 販売店や配達員の対応が良くない、不親切だから	2.2
4. 必要なときに、近所で買う方が便利だから	28.8	12. 支払い方法が不便だから	7.5
5. 他の買物のついでに買えば済んでしまうから	22.8	13. 宅配商品を利用していた家族がいなくなるから	3.7
6. 飲みきれず、食べきれず、たまってしまうから	23.7	14. その他	2.9
7. 宅配の商品にスーパーなどの商品以上の魅力を感じないから	4.9		
8. 宅配の品揃えにスーパーなどの店以上の魅力を感じないから	3.4		

●ふだんの食品の選び方についておうかがいします。

全体BASE N = 4,800

Q19. あなたのご家庭のふだんの食品全般の買い物の仕方として、もっとも近いものをお選びください。(ひとつだけ)

品質を重視する 計	60.2
1. 値段よりも品質を重視して買う	13.8
2. 品質も値段も重視して、できるだけ品質の良いものを買う	46.4
3. 品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買う	34.4
4. 品質よりも値段を重視して買う	3.0
値段を重視する 計	37.4

SQ1. では、1年前と比べて、食品全般の買い方はどのように変わりましたか。(ひとつだけ)

品質を重視するようになった 計	59.1
1. 値段よりも品質を重視して買うようになった	16.7
2. 品質も値段も重視して、できるだけ品質の良いものを買うようになった	42.4
3. 品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買うようになった	34.0
4. 品質よりも値段を重視して買うようになった	3.6
値段を重視するようになった 計	37.6

Q20. あなたは以下にあげる食品それぞれの値段は、1年前と比べてどうなったとお感じですか。(それぞれひとつずつ)
＊ご自身でここ1年以内に買っていないものについても、想像でお答えください。

		上がった計	上がったと思う	やや上がったと思う	変わらないと思う	やや下がったと思う	下がったと思う	わからない
1	食パン	89.5	60.1	29.5	5.7	0.2	0.0	2.7
2	カップめん	82.3	55.1	27.2	6.0	0.4	0.2	8.0
3	カレールー	70.4	37.2	33.2	17.5	0.4	0.1	8.1
4	マヨネーズ	82.0	46.5	35.5	10.0	0.4	0.1	5.1
5	しょうゆ	74.6	38.8	35.9	17.3	0.2	0.1	5.2
6	ビール	68.9	36.9	32.0	15.2	0.5	0.2	11.3
7	牛乳	77.7	35.4	42.3	17.6	0.4	0.0	2.1
8	ヨーグルト	71.4	31.5	39.8	20.5	0.5	0.1	5.1

全体BASE N = 4,800

SQ1. ではあなたのご家庭で1ヶ月に購入する量は、1年前と比べてどうなりましたか。
（それぞれひとつずつ）

		増えた 計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	この食品は買わない
1	食パン	8.9	3.0	5.9	60.4	18.3	7.6	3.0
2	カップめん	4.3	0.8	3.5	36.7	24.8	18.3	12.8
3	カレールー	4.0	0.7	3.3	63.5	16.5	8.0	4.7
4	マヨネーズ	3.9	0.9	3.0	67.0	17.9	6.5	2.1
5	しょうゆ	3.4	0.9	2.5	79.3	10.3	3.6	1.0
6	ビール	6.0	1.2	4.8	45.9	18.5	10.4	15.6
7	牛乳	7.9	1.9	6.1	74.6	10.9	3.1	1.2
8	ヨーグルト	8.9	1.9	7.0	61.1	16.3	6.1	5.0

Q21. あなたのご家庭のふだんの牛乳の買い方として、もっとも近いものをお選びください。（ひとつだけ）

品質を重視する 計	62.5
1. 値段よりも品質を重視して買う	15.3
2. 品質も値段も重視して、できるだけ品質の良いものを買う	47.2
3. 品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買う	30.8
4. 品質よりも値段を重視して買う	3.5
値段を重視する 計	34.3

Q22. あなたのご家庭では、牛乳の購入の仕方は1年前と比べてどうなりましたか。以下のA、Bそれぞれについてお答え下さい。

A 「品質と値段」について（ひとつだけ）

品質を重視するようになった 計	61.4
1. 値段よりも品質を重視して買うようになった	16.1
2. 品質も値段も重視して、できるだけ品質の良いものを買うようになった	45.4
3. 品質も値段も重視して、できるだけ安いものを買うようになった	30.8
4. 品質よりも値段を重視して買うようになった	3.7
値段を重視するようになった 計	34.5

B 「宅配店」と「スーパーなど店頭」の購入量割合について（ひとつだけ）

「スーパーなど店頭」の割合が増えた 計	20.1
1. 「宅配店」の割合が減って「スーパーなど店頭」の割合が増えた	10.7
2. 「宅配店」の割合がやや減って「スーパーなど店頭」の割合がやや増えた	98.4
3. 両者の購入量の割合に変化はない	62.3
4. 「宅配店」の割合がやや増えて「スーパーなど店頭」の割合がやや減った	4.9
5. 「宅配店」の割合が増えて「スーパーなど店頭」の割合が減った	5.7
「宅配店」の割合が増えた 計	10.6

Q23. 原材料コストの上昇に対する食品メーカーの対応として、以下の4つの方法があったとします。
あなたはそれぞれの方法について、どのようにお感じですか。（それぞれひとつずつ）

		納得できる 計	非常に納得できる	まあ納得できる	どちらともいえない	あまり納得できない	まったく納得できない
1	品質と内容量を変えないで、値段を上げる	43.8	5.8	37.9	25.4	18.8	8.1
2	値段を上げると同時に、品質は向上させるが内容量は減らす	30.3	3.5	26.8	32.2	25.3	6.9
3	値段はそのままだが、内容量を減らす	36.8	3.4	33.4	30.1	21.1	6.8
4	値段をそのままで、品質を許容されるぎりぎりまで下げる	13.0	2.0	11.0	20.8	30.6	29.9

●最後に統計処理のために、以下にお答えください。

全体BASE N = 4,800

F1. あなたの性別をお教え下さい。

1. 男性 23.7　2. 女性 75.1

F2. あなたご自身の年齢にあてはまるものをお選びください。(ひとつだけ)

1. 19才以下	0.9	3. 30～39才	15.4	5. 50～59才	22.9	7. 70才以上	12.1
2. 20～29才	5.2	4. 40～49才	19.2	6. 60～69才	23.8		

F3. 現在、同居している方は<u>あなたを含めて</u>何人ですか。あてはまるものをお選び下さい。(ひとつだけ)

1. 1人(ひとり暮らし)	9.4	3. 3人	25.9	5. 5人	10.0	7. 7人以上	2.9
2. 2人	25.8	4. 4人	21.4	6. 6人	3.9		

F4. 現在、あなたと同居している方は、以下のどれにあてはまりますか。
同居している方にあてはまるもの全てお選び下さい。(いくつでも)

1. 小学校入学前の乳幼児	9.9	4. 20～29才の方	20.0	7. 50～59才の方	22.3
2. 小学生	16.9	5. 30～39才の方	21.9	8. 60～69才の方	23.5
3. 中学生～19才の方	19.4	6. 40～49才の方	19.8	9. 70才以上の方	21.3

F5. あなたのご家庭の年間の収入は、およそ<u>1年前と比べて</u>どうなりましたか。(ひとつだけ)

増えた 計	8.8			減った 計	41.4
1. 増えた	1.6	3. 変わらない	48.4	4. やや減った	27.8
2. やや増えた	7.3			5. 減った	13.6

SQ1. では、ご家庭の年間の収入は、<u>これから1年後</u>にはどのようになると思いますか。(ひとつだけ)

増えている 計	6.4			減っている 計	46.2
1. 増えている	1.3	3. 変わらない	45.3	4. やや減っている	29.5
2. やや増えている	5.1			5. 減っている	16.7

F6. あなたのご家庭では、<u>1年前と比べて</u>、以下の支出金額はどのようになりましたか。(それぞれひとつずつ)

		増えた 計	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った
1	外食への支出	12.9	2.5	10.4	35.6	29.1	19.5
2	外食以外の食費全般	27.5	6.3	21.2	43.0	19.1	7.6

F7. あなたの世帯(ご自身を含む)の食費は、1ヶ月当たりおいくらくらいですか。(ひとつだけ)

1. 3万円未満	7.1	3. 5万～7万円未満	30.4	5. 10万～15万円未満	15.4	7. 20万円以上	1.3
2. 3万～5万円未満	18.6	4. 7万～10万円未満	18.1	6. 15万～20万円未満	3.2	8. わからない	4.1

SQ1. では、ご家庭の<u>年収に対する食費全般の割合</u>は、およそ<u>1年前と比べて</u>どうなりましたか。(ひとつだけ)

増えている 計	28.9			減っている 計	22.4
1. 増えている	7.9	3. 変わらない	47.3	4. やや減っている	17.0
2. やや増えている	21.0			5. 減っている	5.5

●長時間ご協力頂き、誠にありがとうございました。

平 成 20 年 度

牛乳販売店消費者ニーズ把握実態調査事業
調査結果報告

発行日／平成21年３月
発　行／社団法人　全国牛乳流通改善協会
〒113-0034　東京都文京区湯島３－１－４
電話（03）3836－4431