

牛乳乳製品消費拡大特別事業



平成 21 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

I 調査事業の概要	1
II 調査結果の要約	3
III 調査結果	
1. 宅配ユーザーの基本特性	
【1】性年代、世帯	5
【2】世帯タイプ	6
【3】継続利用年数	8
2. 宅配牛乳店の利用実態	
【1】購入商品	9
【2】配達・支払い	11
3. 宅配牛乳店の評価	
【1】宅配牛乳店の総合評価	13
【2】満足の形成要因	15
【3】継続意向の形成要因	17
4. 流通活性化と需要拡大に向けて	
【1】購入金額の増額	19
【2】購入商品の拡大	20
【3】宅配家庭内でのユーザー拡大	21
【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大	23
【5】牛乳の飲用促進	28
IV 付表	37

I 調査事業の概要

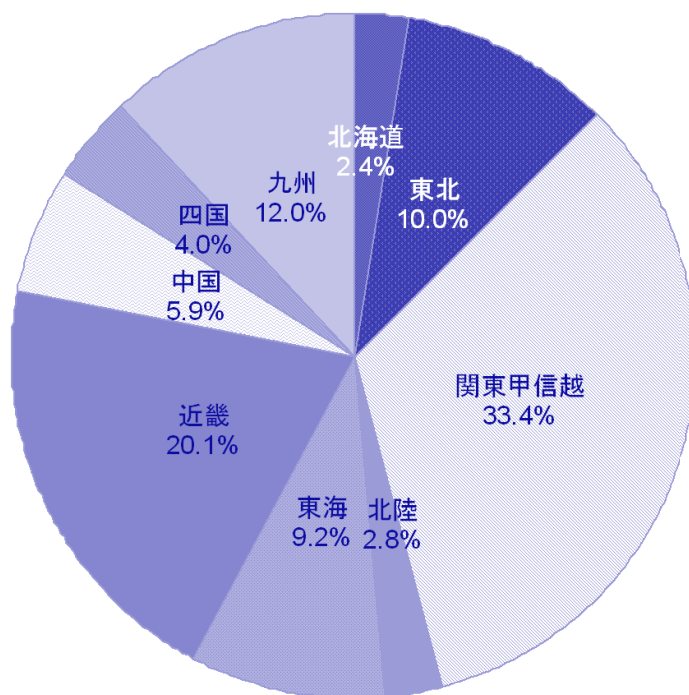
【1】事業の目的

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: 2009年10月～11月
- (3) 調査対象サンプル数: 5,000配布
- (4) 回収数: 4,750（有効回収率95.0%）

【3】回収サンプルの地域別構成（単位：％／N=4,750）

＜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	55	477	10.0
		3	岩手県	70		
		4	宮城県	107		
		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	1,587	33.4
		9	栃木県	89		
		10	群馬県	125		
		11	埼玉県	265		
		12	千葉県	175		
		13	東京都	320		
		14	神奈川	230		
		15	山梨県	65		
		16	長野県	95		
4	北陸	17	新潟県	98	135	2.8
		18	富山県	30		
		19	石川県	50		
5	東海	20	福井県	55	436	9.2
		21	岐阜県	72		
		22	愛知県	204		
6	近畿	23	三重県	95	957	20.1
		24	静岡県	65		
		25	滋賀県	83		
		26	京都府	145		
		27	大阪府	379		
		28	兵庫県	190		
7	中国	29	奈良県	60	281	5.9
		30	和歌山	100		
		31	鳥取県	50		
		32	岡山県	84		
		33	広島県	121		
8	四国	34	山口県	26	190	4.0
		—	島根県	—		
		35	徳島県	75		
		36	香川県	70		
9	九州	37	愛媛県	10	572	12.0
		38	高知県	35		
		39	福岡県	155		
		40	佐賀県	66		
		41	長崎県	20		
		42	熊本県	90		
		43	大分県	76		
44	宮崎県	67				
計				4,750		100.0

Ⅱ 調査結果の要約

1. 普通牛乳を中心に宅配ユーザーの利用の仕方は縮小。
 - (1) 昨年より「普通牛乳」の購入率が6ポイント減少。(P9)
 - (2) 1週間の牛乳宅配本数、宅配回数、宅配トータルの1ヶ月の支出金額いずれも下方シフト。(P11、P12)
2. 宅配牛乳店の評価は低迷。ユーザーの節約志向で割高感を持たれ、継続意向が減退。満足度をあげるためには情報提供の満足度UPが鍵となる。
 - (1) 総合満足度、継続利用意向ともに2007年をピークに減退。(P13)
 - (2) ユーザーの節約志向から宅配牛乳に割高感がもたれてしまっている事が要因。(P18)
 - (3) 商品、健康、暮らしなど様々な情報提供に対する満足度は45%と小さく、これを改善する事で総合的な満足度を改善可能。(P16)
3. 現状のままでは購入金額の増額、購入商品の拡大は見込めず、更なる縮小が予測される。
 - (1) 宅配利用の上限意向金額平均は、現状の金額よりも初めて低く(マイナス111円)なった。(P19)
 - (2) 「普通牛乳」の購入意向は現在より9ポイント縮小。(P20)
4. 流通活性化と需要拡大に向けて
 - (1) 複数世帯ユーザーのうち過半数の世帯に、家族全員が宅配牛乳を飲用するよう、拡大するチャンスがある。(P21)
家族全員が飲まない要因は牛乳の製品上要因が53%、チャネルまたは経済上の要因が33%で、牛乳の製品改良により嗜好(牛乳嫌い)へアプローチする方向性も有効。(P22)
 - (2) 宅配ユーザーの維持・拡大に向けて、「温度管理の徹底」「宅配ボックスの清掃」「いつでも商品の追加・変更」「配達時刻の指定」など宅配品質と利用にあたっての柔軟性の向上が必要(P23)
 - (3) 宅配ユーザーの維持・拡大に向けて、「鮮度よく飲みきれる宅配容量(180CC)の価値」を改めて訴求・認識させる事で、宅配牛乳の魅力を高められる。(P24)
 - (4) 宅配ユーザーの維持・拡大に向けて、瓶容器の対紙パック優位性と合わせて、軽量リターナブル瓶を訴求する事で理解と魅力が高まると推測される。(P27)
 - (5) 牛乳の飲用促進に向けて、牛乳嫌いな人には「臭い」「後味」「くせ」の味・風味を調整した「牛乳嫌いな人も飲みやすい牛乳」の開発(P28)、牛乳が嫌いではない人には機能性に偏重した認識を打破する「こく」を中心としたおいしさの改良と訴求が求められる。(P29)
 - (6) 牛乳の飲用促進に向けて、昼食時から夕食時までのシーンの飲用率の向上(P31、P32)、食事との相性、小腹満たし・間食代わり、牛乳の味や風味を楽しむベネフィット(便益)を高める情報の作り込みと提案が求められる。(P33、P34)
 - (7) 牛乳の飲用促進に向けて、健康機能ではコレステロール低下、脳卒中予防、乳脂肪が蓄積されない事、血圧低下の、メタボ予防に関する情報の認知と理解促進にチャンスがある。(P36)

Ⅲ 調査結果

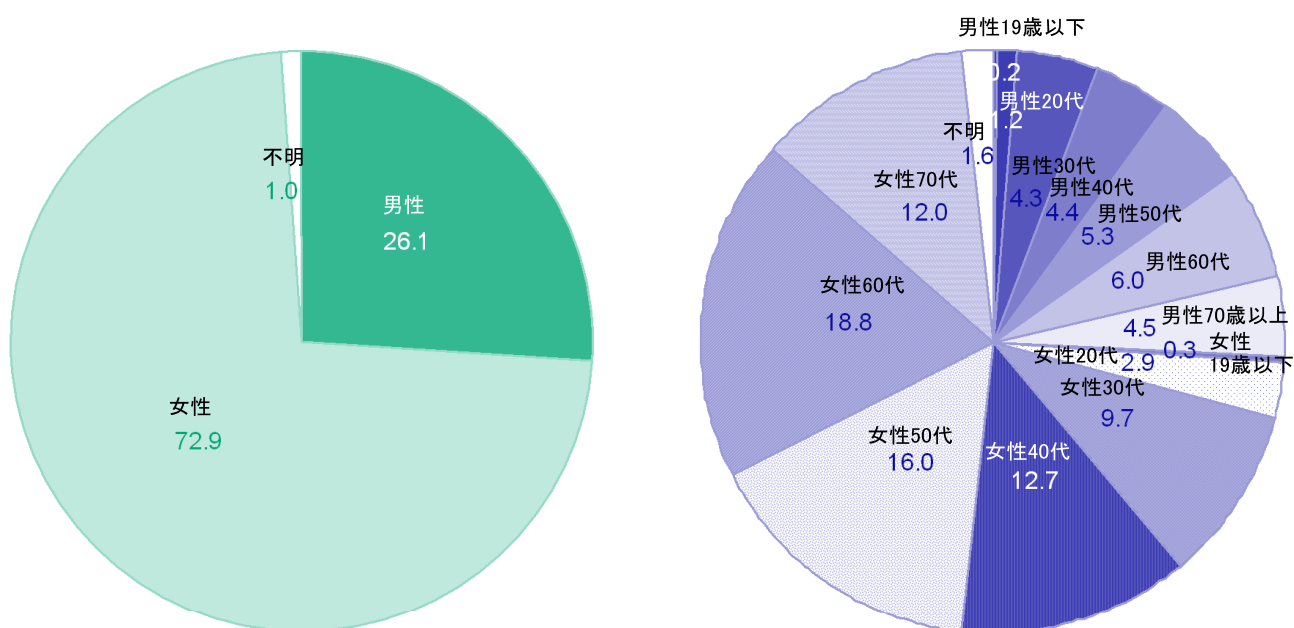
1. 宅配ユーザーの基本特性

【1】性年代、世帯

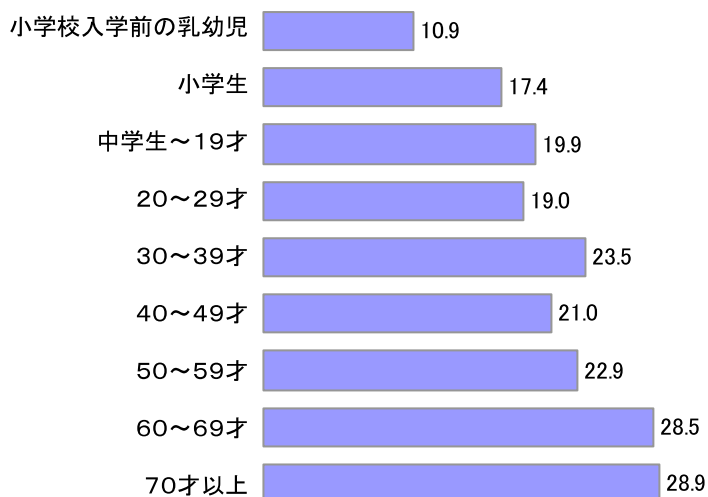
- ・回答者本人は男性26%、女性73%と、女性の方が多い。
- ・「女性60代」が19%を占め最も多く、続いて「女性50代」が16%、「女性40代」が13%となっている。
- ・回答者の同居者の年代は、「60代」「70代以上」がそれぞれ29%と最も多い。

<回答者の性・年代:F1、F2 N=4,750>

(%)



<同居者の年代:F4 同居人がある人ベース N=4,243>



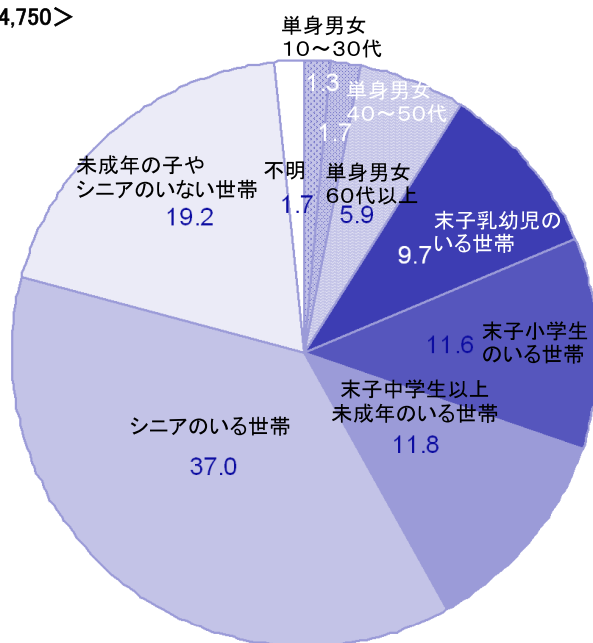
1. 宅配ユーザーの基本特性

【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37%、「小学生以下の子供がいる子育て世帯」は合計21%となっている。

<世帯のタイプ:F2、F3より作成 N=4,750>

(%)



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より作成 N=4,750>

		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		4,750	1.3	1.7	5.9	9.7	11.6	11.8	37.0	19.2
性別・年代別	男性計	1,241	2.3	2.8	3.9	9.1	10.0	11.0	37.5	22.8
	男性・19歳以下	10	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	50.0	10.0	30.0
	男性・20代	58	20.7	0.0	0.0	10.3	5.2	10.3	19.0	32.8
	男性・30代	205	7.8	0.0	0.0	29.3	18.5	1.5	19.0	23.9
	男性・40代	209	0.0	8.1	0.0	11.0	24.9	27.3	12.9	15.8
	男性・50代	254	0.0	7.1	0.0	3.5	5.5	18.5	22.4	42.9
	男性・60代	285	0.0	0.0	7.4	3.2	3.9	3.2	62.5	18.9
	男性・70代	213	0.0	0.0	12.7	2.3	2.3	3.8	70.0	6.6
	女性計	3,462	1.0	1.4	6.6	10.1	12.3	12.2	37.1	18.0
	女性・19歳以下	13	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0	46.2	7.7	23.1
	女性・20代	140	12.1	0.0	0.0	40.7	2.1	5.0	12.1	27.9
	女性・30代	461	3.9	0.0	0.0	34.3	33.0	6.7	8.0	13.7
	女性・40代	603	0.0	2.2	0.0	7.6	28.4	38.5	9.8	13.3
	女性・50代	760	0.0	4.5	0.0	4.5	4.7	11.6	36.6	37.0
	女性・60代	894	0.0	0.0	9.6	4.1	4.3	3.1	68.1	9.2
	女性・70代	571	0.0	0.0	25.2	1.9	4.0	4.9	48.3	13.0

<世帯タイプ別の回答者男女年代構成：F2、F3より作成 N=4,750>

	BASE	男性計								女性計							
		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・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	4,750	26.1	0.2	1.2	4.3	4.4	5.3	6.0	4.5	72.9	0.3	2.9	9.7	12.7	16.0	18.8	12.0
単身男女10～30代	64	43.8	0.0	18.8	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.7	0.0	26.6	28.1	0.0	0.0	0.0	0.0
単身男女40～50代	82	42.7	0.0	0.0	0.0	20.7	22.0	0.0	0.0	57.3	0.0	0.0	0.0	15.9	41.5	0.0	0.0
単身男女60代以上	279	17.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.5	9.7	82.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.8	51.6
末子乳幼児のいる世帯	461	24.5	0.0	1.3	13.0	5.0	2.0	2.0	1.1	75.5	0.7	12.4	34.3	10.0	7.4	8.0	2.4
末子小学生のいる世帯	551	22.5	0.2	0.5	6.9	9.4	2.5	2.0	0.9	77.5	0.0	0.5	27.6	31.0	6.5	6.9	4.2
末子中学生以上未成年のいる世帯	561	24.2	0.9	1.1	0.5	10.2	8.4	1.6	1.4	75.4	1.1	1.2	5.5	41.4	15.7	5.0	5.0
シニアのいる世帯	1,756	26.5	0.1	0.6	2.2	1.5	3.2	10.1	8.5	73.1	0.1	1.0	2.1	3.4	15.8	34.7	15.7
未成年の子やシニアのいない世帯	914	31.0	0.3	2.1	5.4	3.6	11.9	5.9	1.5	68.1	0.3	4.3	6.9	8.8	30.7	9.0	8.1

* 斜体はベース20未満のため、参考値

■ 全体+10pt以上

■ 全体+5pt以上

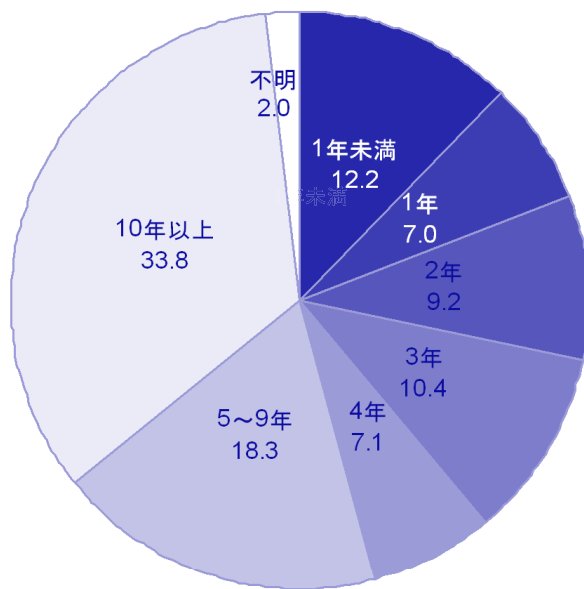
1. 宅配ユーザーの基本特性

【3】継続利用年数

- ・継続利用年数は「10年以上」の割合が最も多く34%。
- ・「5年以上のロングユーザー」は52%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: Q1 N=4,750>

(%)



		BASE	以 5 上 1 0 年	3 ～ 4 年	1 ～ 2 年	1 年 未 満
全体		4,750	52.1	17.4	16.2	12.2
性別・ 年代別	男性計	1,241	50.4	17.6	18.4	11.8
	男性・19歳以下	10	10.0	20.0	50.0	20.0
	男性・20代	58	19.0	10.3	34.5	34.5
	男性・30代	205	31.2	21.5	24.4	20.0
	男性・40代	209	35.9	23.0	26.8	13.4
	男性・50代	254	51.6	20.9	17.7	9.4
	男性・60代	285	62.8	15.8	12.3	7.4
	男性・70代	213	76.1	9.4	7.0	5.2
	女性計	3,462	52.8	17.3	15.4	12.4
	女性・19歳以下	13	23.1	15.4	30.8	30.8
	女性・20代	140	18.6	15.0	33.6	30.7
	女性・30代	461	24.3	20.6	26.2	26.0
	女性・40代	603	43.1	18.9	21.4	14.8
	女性・50代	760	53.0	19.9	16.7	9.3
世帯 タイプ	女性・60代	894	67.4	15.2	7.8	7.0
	女性・70代	571	72.2	12.8	6.0	6.7
	単身男女10～30代	64	14.1	15.6	25.0	42.2
	単身男女40～50代	82	32.9	26.8	26.8	13.4
	単身男女60代以上	279	67.4	15.4	7.9	7.5
	末子乳幼児のいる世帯	461	32.8	18.4	24.1	21.9
	末子小学生のいる世帯	738	40.9	20.1	20.6	16.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	47.5	19.2	19.6	12.3
	シニアのいる世帯	2,271	62.5	14.6	12.6	8.2
未成年の子やシニアのいない世帯		2,947	48.4	18.1	17.8	13.7

<利用年数別世帯タイプの構成: F2、F3より作成 N=4,750>

	BASE	1 単 身 3 0 代	4 単 身 5 0 代	6 単 身 代 以 上	の 末 い 子 る 乳 幼 児 世 帯	の 末 い 子 る 小 学 生 世 帯	未 成 年 の 学 生 以 上 世 帯	シ ニ ア の い る 世 帯	シ ニ ア 未 成 年 の 子 な い 世 帯
全体	4,750	1.3	1.7	5.9	9.7	11.6	11.8	37.0	19.2
5～10年以上	2,476	0.4	1.1	7.6	6.1	9.4	10.6	46.1	16.8
3～4年	827	1.2	2.7	5.2	10.3	13.1	12.6	31.6	22.4
1～2年	771	2.1	2.9	2.9	14.4	15.4	14.4	23.7	22.6
1年未満	579	4.7	1.9	3.6	17.4	14.3	12.4	22.6	21.4

* 斜体はベース20未満のため、参考値

■ 全体+10pt以上
■ 全体+5pt以上

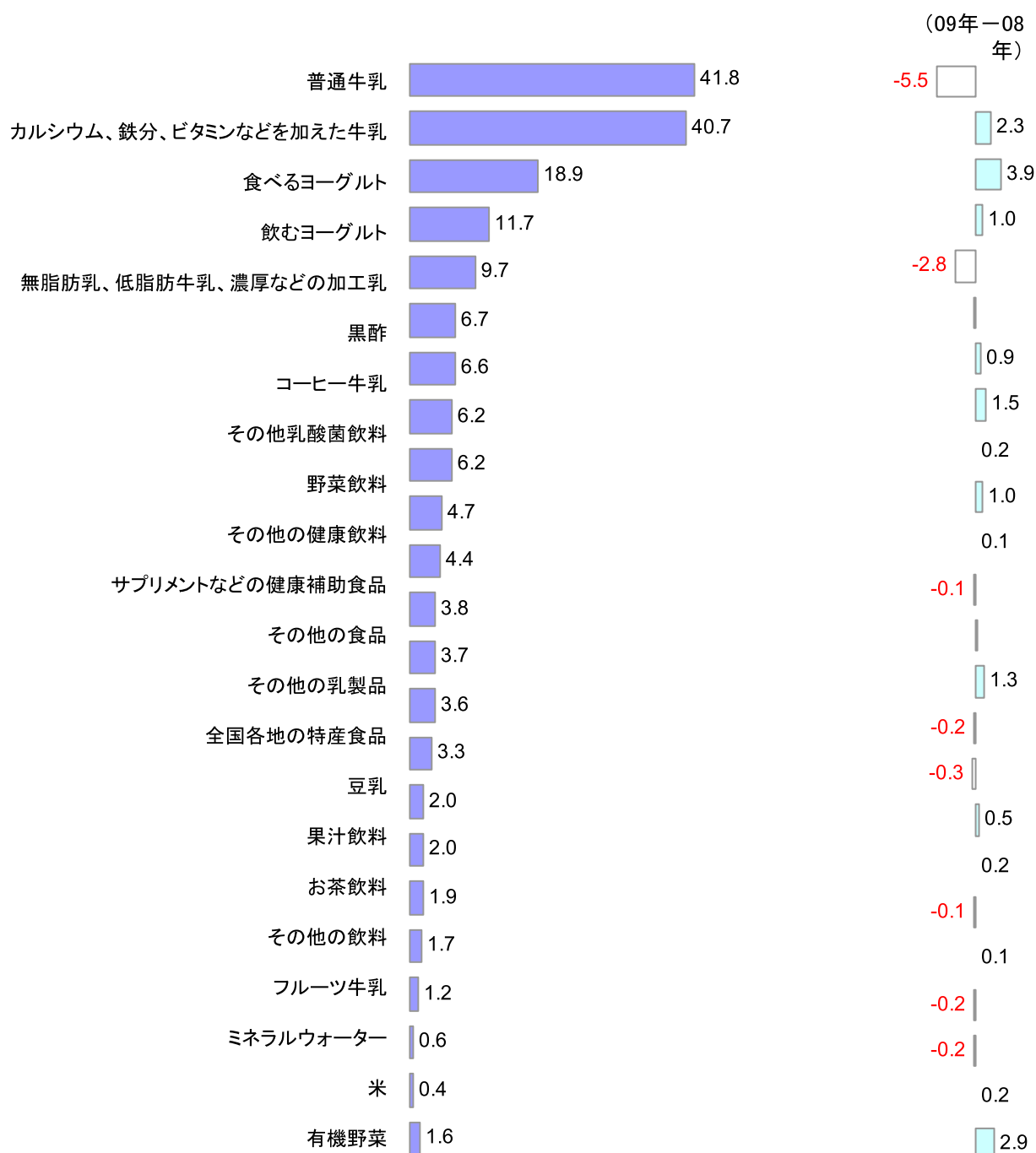
2. 宅配牛乳店の利用実態

【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42%、「カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳」が41%と多かった。
- ・ 昨年と比較すると、「普通牛乳」が6ポイント減少した。
- ・ 反対に、「食べるヨーグルト」が4ポイント増加した。

<宅配で購入している商品：Q1SQ3、Q5 09年：N=4,750 / 08年：N=4,800>

(%)



2. 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見ると、「普通牛乳」は中学生以上の未成年のいる世帯、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減少したのは、女性20～30代であった。
- ・「カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳」は、単身男女60代以上、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:Q1SQ3、Q5 N=4,750>

(%)

		BASE	普通牛乳	09年と08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	飲むヨーグルト	濃厚などの加工乳	無脂肪乳、低脂肪牛乳、	黒酢	コーヒ－牛乳	その他乳酸菌飲料	野菜飲料	その他の健康飲料	サプリメントなどの健康補助食品
全体		4,750	41.8	-5.5	40.7	18.9	11.7	9.7	6.7	6.6	6.2	6.2	4.7	4.4	
性別・年代別	男性計	1,241	42.9	-3.1	39.7	15.6	12.0	10.3	6.9	5.8	5.2	6.8	3.2	3.9	
	男性・19歳以下	10	40.0	-32.7	40.0	40.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	男性・20代	58	37.9	0.4	43.1	12.1	19.0	3.4	1.7	15.5	3.4	10.3	0.0	5.2	
	男性・30代	205	40.5	-0.3	36.6	15.1	14.6	8.8	3.9	7.8	5.9	7.3	2.0	2.4	
	男性・40代	209	38.8	-8.2	37.3	15.8	11.0	11.0	8.1	7.7	6.2	9.1	1.9	2.4	
	男性・50代	254	43.7	-1.7	44.1	13.0	13.4	10.2	10.6	7.1	5.5	7.9	4.7	4.7	
	男性・60代	285	46.7	-1.6	36.8	17.5	9.8	9.1	7.4	3.2	3.9	5.3	3.2	6.7	
	男性・70代	213	43.7	-5.4	43.2	15.5	10.8	14.6	5.2	0.5	5.6	4.2	5.2	2.3	
	女性計	3,462	41.5	-6.0	41.0	20.1	11.6	9.6	6.6	6.9	6.6	6.0	5.2	4.6	
	女性・19歳以下	13	61.5	6.7	30.8	30.8	23.1	15.4	7.7	30.8	7.7	0.0	0.0	7.7	
	女性・20代	140	43.6	-12.0	41.4	21.4	15.0	10.7	6.4	11.4	6.4	7.1	4.3	0.0	
	女性・30代	461	37.1	-12.9	37.3	22.3	13.4	5.4	4.8	8.7	8.7	6.7	4.3	2.6	
	女性・40代	603	44.4	-3.0	37.0	21.2	11.8	6.8	8.3	10.3	5.3	5.5	4.8	3.5	
	女性・50代	760	43.3	-3.9	42.6	18.9	10.8	10.0	6.4	6.6	6.6	6.1	6.4	5.4	
	女性・60代	894	39.8	-5.4	44.3	18.5	11.2	11.5	6.6	5.0	6.2	5.8	4.4	5.6	
	女性・70代	571	41.0	-3.6	41.2	20.7	10.3	11.6	6.3	3.9	7.4	6.1	6.3	5.8	
世帯別	単身男女10～30代	64	32.8	-3.3	42.2	21.9	7.8	4.7	3.1	7.8	1.6	10.9	4.7	1.6	
	単身男女40～50代	82	34.1	-3.6	45.1	19.5	9.8	9.8	7.3	3.7	4.9	9.8	4.9	8.5	
	単身男女60代以上	279	33.3	-11.6	50.2	14.7	8.2	9.3	4.7	1.8	5.7	7.2	4.7	5.4	
	末子乳幼児のいる世帯	461	44.9	-7.6	41.6	20.2	14.3	6.3	5.6	7.6	8.9	6.1	3.3	3.7	
	末子小学生のいる世帯	738	44.0	-3.2	37.4	20.9	15.2	6.8	6.5	8.7	7.7	6.1	3.7	3.5	
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	47.8	-1.2	37.8	20.5	10.8	7.2	6.7	9.9	5.8	6.0	4.9	3.9	
	シニアのいる世帯	2,271	44.0	-1.4	40.8	19.7	12.1	10.6	7.0	5.8	7.0	5.3	4.9	4.8	
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	43.5	-4.8	39.0	19.8	12.8	9.6	7.3	8.3	6.3	6.2	4.9	4.3	
宅年配数利用	5～10年以上	2,476	48.0	-6.2	40.8	21.2	11.5	12.0	7.1	6.4	6.0	6.8	4.0	4.7	
	3～4年	827	35.1	-5.8	45.9	17.5	13.3	8.9	7.6	6.2	6.2	5.7	6.3	4.0	
	1～2年	771	35.9	-8.6	41.4	16.5	12.3	6.9	6.2	8.2	6.5	5.8	3.5	4.2	
	1年未満	579	35.8	-6.1	35.2	15.4	11.1	6.0	4.5	6.2	6.9	6.0	7.3	4.3	

* 斜体はベース20未満のため、参考値

■ 全体+10pt以上 ■ 全体+5pt以上

2. 宅配牛乳店の利用実態

【2】配達・支払い ① 1週間の牛乳宅配本数と宅配回数

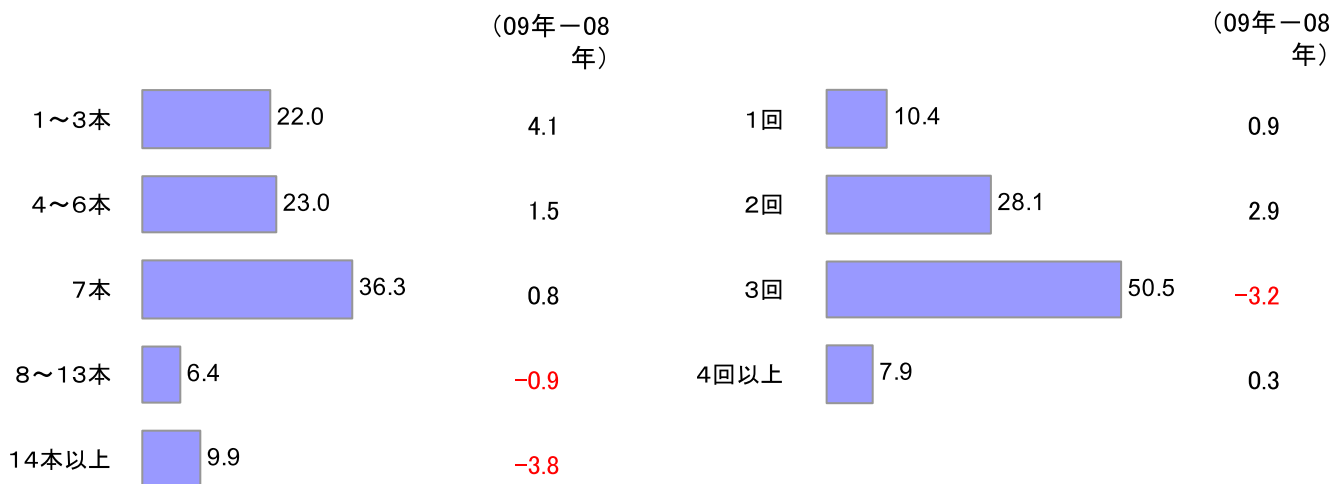
- ・1週間の牛乳宅配本数は、最も多いのは「7本」で36%。次いで「4～6本」で23%となっている。昨年と比べると「8本以上」が減少し「7本以下」が増加しており下方シフトしている。
- ・1週間の牛乳宅配回数は、最も多いのは「3回」で51%。昨年と比べると3ポイント減少、反対に「2回」が3ポイント増加しており下方シフトしている。

<1週間の宅配本数:Q2と宅配回数:Q2SQ1 宅配牛乳購入者ベース 09年:N=4,018 / 08年: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週間の宅配回数			
			1 ～ 3 本	4 ～ 6 本	7 本	8 ～ 1 3 本	1 4 本 以上	1 回	2 回	3 回	4 回 以上
全体		4,018	22.0	23.0	36.3	6.4	9.9	10.4	28.1	50.5	7.9
世帯別	単身男女10～30代	49	20.4	36.7	38.8	2.0	2.0	12.2	28.6	49.0	8.2
	単身男女40～50代	72	26.4	34.7	34.7	2.8	1.4	11.1	30.6	45.8	11.1
	単身男女60代以上	248	16.1	21.0	53.6	2.0	2.4	5.6	22.2	58.5	8.5
	末子乳幼児のいる世帯	384	25.8	27.6	25.3	9.9	9.9	15.4	33.6	43.2	4.9
	末子小学生のいる世帯	589	23.1	26.5	29.7	9.0	9.0	12.6	29.9	49.1	5.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	22.6	27.4	29.5	7.5	10.7	12.4	32.5	46.0	6.8
	シニアのいる世帯	1,972	21.0	19.9	37.3	6.3	13.2	8.3	25.3	53.8	9.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	24.0	23.7	32.9	7.4	9.6	12.5	29.7	48.4	6.5
利用宅年配数	5～10年以上	2,246	19.4	16.5	41.2	6.7	14.1	6.5	20.6	60.1	10.0
	3～4年	688	23.0	30.7	30.2	7.0	6.8	11.2	34.6	44.3	7.0
	1～2年	614	25.2	31.4	32.1	5.5	3.9	14.5	39.4	39.3	4.4
	1年未満	426	28.9	34.0	27.0	5.2	1.6	23.7	40.1	27.2	4.0

* 斜体はベース20未満のため、参考値

全体+10pt以上 全体+5pt以上

2. 宅配牛乳店の利用実態

【2】配達・支払い ② 1ヶ月の宅配牛乳への支出と購入牛乳の容量

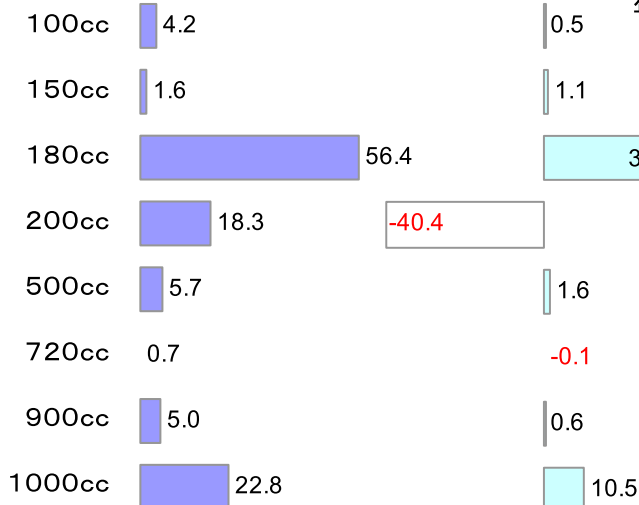
- ・購入牛乳の容量は「180cc」が最も多く56%。昨年と比べると35ポイント増加、反対に「200cc」が40ポイント減少しており容量の移行がうかがえる。
- ・1ヶ月の宅配支出金額は「3千～3千500円」が最も多く26%。昨年と比べると12ポイント増加、反対に「3千500～5千円」が9ポイント減少しており下方シフトしている。

<購入牛乳の容量:Q3>
宅配牛乳購入者ベース 09年:N=4,018 / 08年:N=4,184

<1ヶ月の宅配支出金額:Q6>
09年:N=4,750 / 08年:N=4,800 (%)

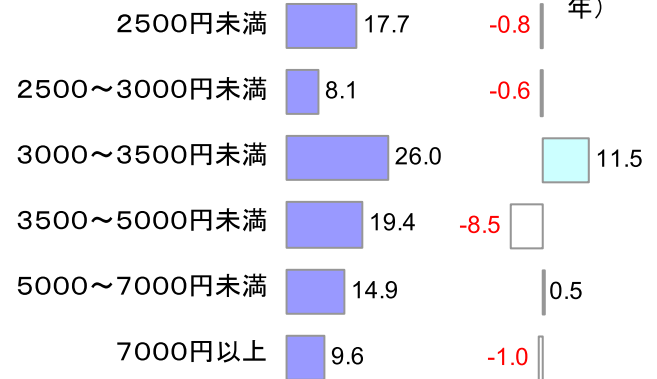
購入牛乳の容量（宅配牛乳購入者ベース）

(09年－08年)
年)



1ヶ月の宅配支出金額（全体ベース）

(09年－08年)
年)



		購入牛乳の容量									1ヶ月の宅配支出金額						
		BASE	100cc	150cc	180cc	200cc	500cc	720cc	900cc	1000cc	BASE	2500円未満	2500～3000円未満	3000～3500円未満	3500～5000円未満	5000～7000円未満	7000円以上
全体		4,018	4.2	1.6	56.4	18.3	5.7	0.7	5.0	22.8	4,750	17.7	8.1	26.0	19.4	14.9	9.6
世帯別	単身男女10～30代	49	0.0	4.1	67.3	20.4	6.1	0.0	0.0	20.4	64	39.1	14.1	26.6	14.1	3.1	1.6
	単身男女40～50代	72	4.2	0.0	62.5	19.4	2.8	0.0	2.8	11.1	82	22.0	8.5	36.6	17.1	11.0	2.4
	単身男女60代以上	248	4.4	2.0	61.7	18.5	5.6	0.8	1.6	5.6	279	16.8	9.7	28.7	20.4	10.0	9.0
	末子乳幼児のいる世帯	384	4.2	3.1	55.2	13.5	4.2	0.5	7.3	34.6	461	20.6	7.2	27.3	16.9	15.4	8.2
	末子小学生のいる世帯	589	4.2	1.7	54.2	17.5	4.9	0.7	7.3	31.7	738	20.3	8.5	25.1	20.1	14.9	6.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	3.8	1.3	54.1	20.0	6.2	1.3	7.5	33.6	845	19.4	9.3	23.8	20.2	15.6	8.4
	シニアのいる世帯	1,972	4.2	1.7	54.2	19.0	6.0	0.7	5.1	21.6	2,271	15.9	6.8	23.9	18.1	16.8	13.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	3.9	1.7	54.9	18.5	5.8	0.8	5.6	27.8	2,947	18.2	8.1	25.8	19.7	15.3	9.3
利用宅年数	5～10年以上	2,246	3.7	1.0	55.0	19.1	6.4	0.9	4.8	22.5	2,476	13.0	6.5	23.6	19.5	19.4	14.1
	3～4年	688	4.2	1.3	61.8	15.8	4.7	0.4	5.5	21.5	827	16.3	9.9	29.3	22.7	13.3	5.1
	1～2年	614	3.7	1.8	60.4	17.3	5.0	0.2	6.2	24.9	771	23.9	9.1	32.3	18.5	9.1	4.4
	1年未満	426	7.5	4.7	50.2	19.2	4.9	0.9	3.8	24.6	579	31.1	11.1	26.3	16.8	7.6	4.0

* 斜体はベース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

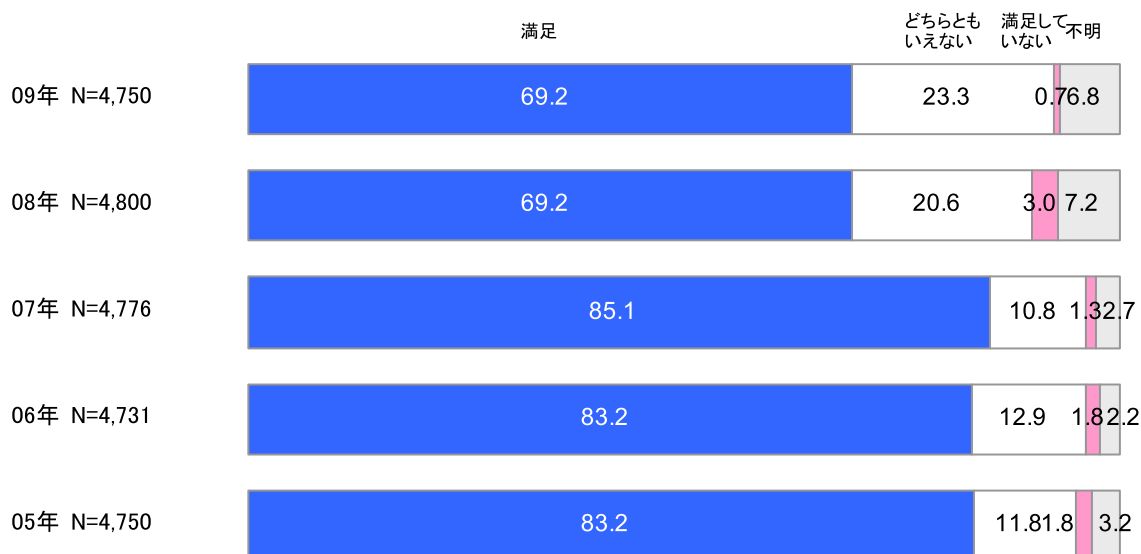
【1】 宅配牛乳店の総合評価 ①総合満足度と継続利用意向

- ・総合満足度は、「満足である」が69%と、昨年と同等であった。
- ※昨年までは5段階評価の「非常に満足」「まあ満足」の合計値。今年度は3段階評価。
- ・継続利用意向は、「利用したい」が76%と、昨年より5ポイント減少した。
- ※昨年までは5段階評価の「是非利用したい」「まあ利用したい」の合計値。今年度は3段階評価。
- ・総合満足度、継続利用意向ともに2007年をピークに減退している。

< 宅配牛乳店の総合満足度: Q8.8と継続利用意向: Q9 各年度全体ベース >

(%)

総合満足度



継続利用意向



3. 宅配牛乳店の評価

【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、宅配利用年数が5年以上のロングユーザーで高く、4年以下のユーザーと男性20代～60代では高くない。
- ・継続利用意向も総合満足度と同様の傾向であるが、男女20代～30代宅配利用年数が1年未満のエントリーユーザーで高くない。

<宅配牛乳店の総合満足度:Q8.8と継続利用意向:Q9 N=4,750>

(%)

		BASE	満足である	いどちらないとも	で満足はない	利用したい	いどちらないとも	し利用たくない
全体		4,750	69.2	23.3	0.7	75.7	16.3	0.5
性別・年代別	男性計	1,241	63.8	28.2	1.5	71.9	19.7	1.0
	男性・19歳以下	10	60.0	30.0	0.0	50.0	50.0	0.0
	男性・20代	58	58.6	37.9	3.4	65.5	29.3	1.7
	男性・30代	205	57.6	32.7	2.0	62.4	27.3	1.0
	男性・40代	209	61.7	33.0	2.9	67.5	23.9	2.4
	男性・50代	254	66.5	28.3	1.2	74.4	18.9	0.0
	男性・60代	285	65.3	28.8	0.7	75.8	16.8	1.1
	男性・70代	213	68.5	15.5	0.5	79.3	9.9	0.5
	女性計	3,462	71.4	21.5	0.3	77.2	15.0	0.4
	女性・19歳以下	13	76.9	23.1	0.0	69.2	30.8	0.0
	女性・20代	140	70.0	26.4	1.4	72.9	22.1	0.0
	女性・30代	461	70.5	24.1	0.4	69.6	22.6	1.1
	女性・40代	603	71.1	25.7	0.5	75.5	18.1	0.2
	女性・50代	760	71.8	24.3	0.1	80.4	13.2	0.4
	女性・60代	894	70.9	21.0	0.3	78.9	13.6	0.3
	女性・70代	571	73.2	10.5	0.2	80.4	7.5	0.4
世帯別	単身男女10～30代	64	64.1	31.3	1.6	67.2	25.0	0.0
	単身男女40～50代	82	72.0	22.0	1.2	78.0	11.0	0.0
	単身男女60代以上	279	72.8	17.6	0.4	82.8	9.3	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	68.8	26.7	0.7	70.9	21.9	1.3
	末子小学生のいる世帯	738	68.8	25.6	0.5	71.3	20.6	1.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	69.0	25.7	0.7	74.8	18.6	0.5
	シニアのいる世帯	2,271	72.1	20.1	0.5	79.1	12.9	0.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	69.4	24.4	0.6	75.5	17.4	0.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	75.1	18.5	0.3	83.7	9.2	0.2
	3～4年	827	64.1	29.4	0.8	73.0	19.2	0.6
	1～2年	771	62.3	29.8	1.0	64.9	25.3	0.9
	1年未満	579	63.4	29.4	1.4	63.2	29.4	1.0

* 斜体はベース20未満のため、参考値

■ 全体+10pt以上
■ 全体+5pt以上

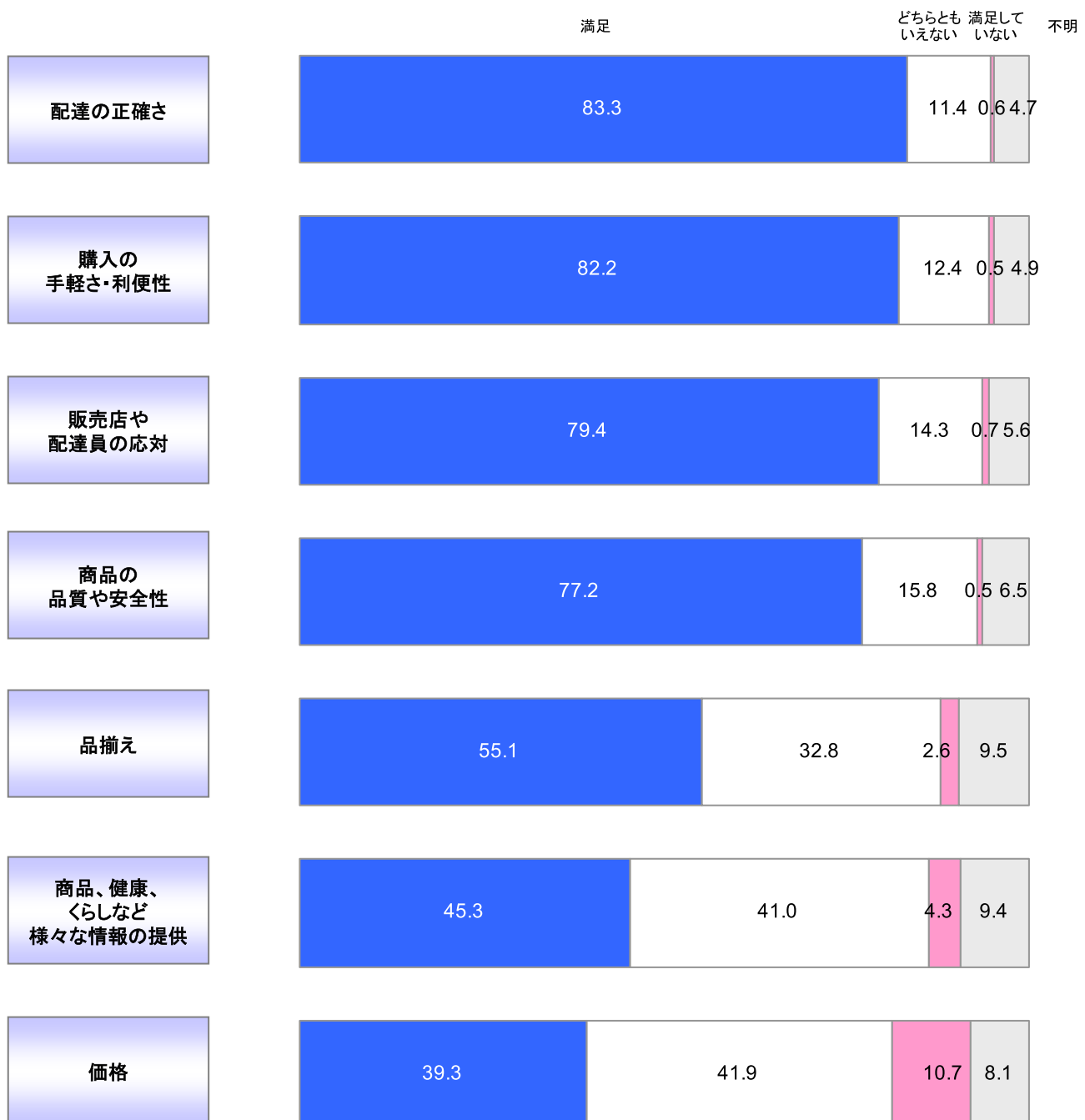
3. 宅配牛乳店の評価

【2】満足の形成要因 ①宅配牛乳店の個別満足度評価

- ・個別の満足度が高いのは「配達の正確さ」「購入の手軽さ・利便性」で8割を越えている。
- ・反対に低いのは「商品、健康、くらしなど様々な情報の提供」と「価格」で5割に満たなかった。

<宅配牛乳店の評価:Q8 N=4,750>

(%)



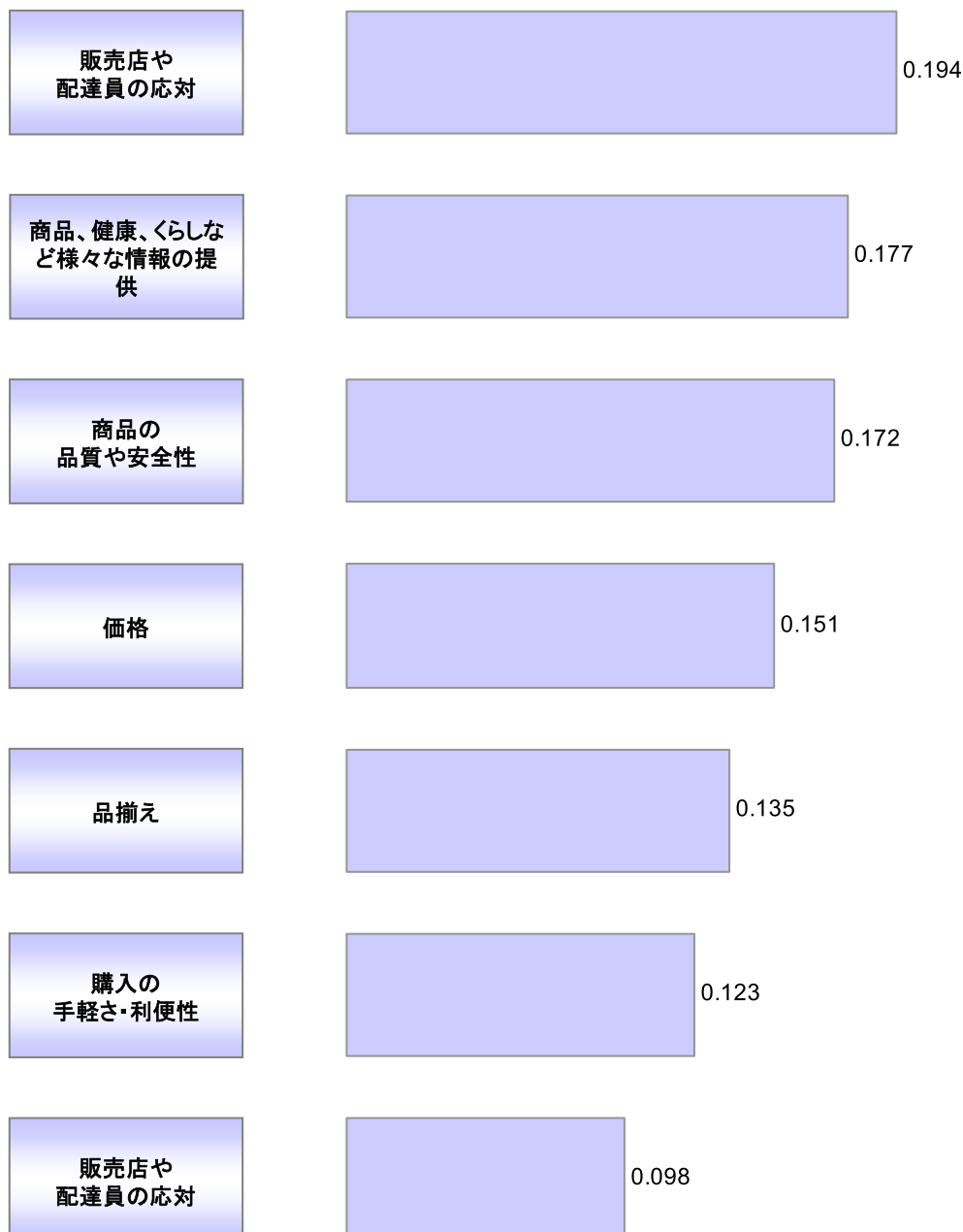
3. 宅配牛乳店の評価

【2】満足の形成要因 ②個別満足度の影響度

- ・宅配牛乳販売店の総合的な満足度への影響が大きいのは「販売店や配達員の対応」「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、情報提供に対する満足度は45%と小さく、これを改善する事で総合的な満足度も改善できると推測できる。

< 宅配牛乳販売店の総合満足度(Q8.8)を従属変数とした、各満足度(Q8.1～7)の重回帰分析 N=4,750 >

※数値は重回帰分析による「標準化係数」。数値が大きいほど「総合満足度」形成の関与度が大きい事を示す。
ステップワイズ法 R2乗=0. 512



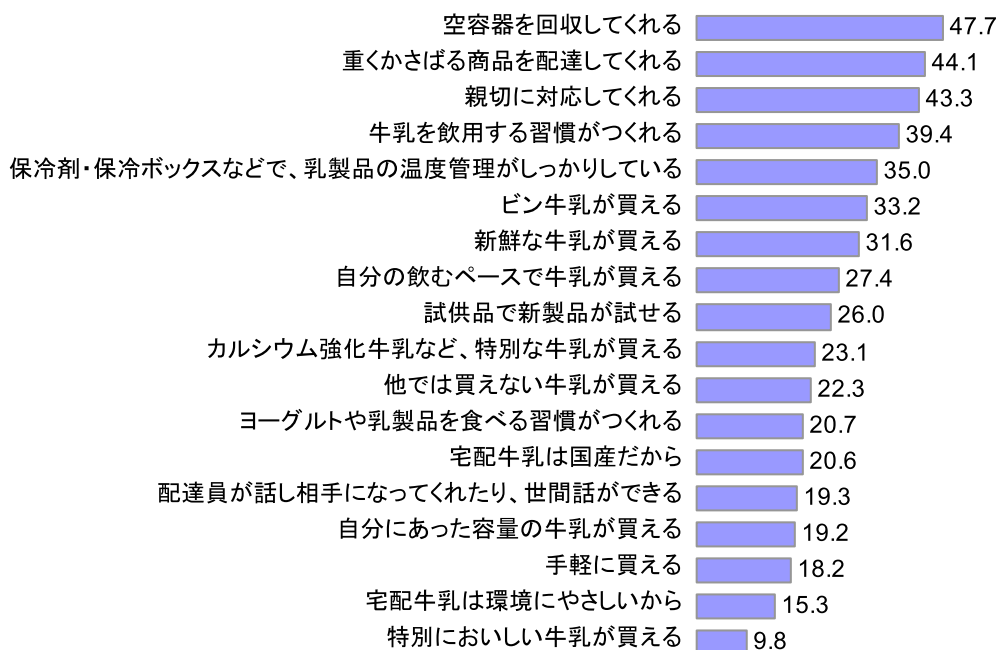
3. 宅配牛乳店の評価

【3】継続意向の形成要因 ①宅配牛乳店の継続意向理由

- ・利用したい理由の上位は、「空容器を回収してくれる」48%、「重くかさばる商品を配達してくれる」44%、「親切に対応してくれる」43%、「牛乳を飲用する習慣がつくれる」39%であった。
- ・特に単身男女60代以上、5～10年以上のロングユーザーでこれらの理由が高くなっている。

＜利用したい理由：Q9S1 宅配牛乳販売店を今後利用したい人ベース：N=3,594＞

(%)



			空容器を回収してくれる	重くかさばる商品を配達してくれる	親切に対応してくれる	牛乳を飲用する習慣がつくれる	品・保冷剤・保冷ボックスなどで、乳製品の温度管理がしっかりしている	ビン牛乳が買える	新鮮な牛乳が買える	自分の飲むペースで牛乳が買える	試供品で新製品が試せる	カルシウム強化牛乳など、特別な牛乳が買える	他では買えない牛乳が買える	ヨーグルトや乳製品を食べる習慣がつくれる	宅配牛乳は国産だから	配達員が話し相手になってくれたり、世間話ができる	自分にあった容量の牛乳が買える	手軽に買える	宅配牛乳は環境にやさしいから	特別に美味しい牛乳が買える
		BASE																		
全体		3,594	47.7	44.1	43.3	39.4	35.0	33.2	31.6	27.4	26.0	23.1	22.3	20.7	20.6	19.3	19.2	18.2	15.3	9.8
世帯別	単身男女10～30代	43	34.9	48.8	25.6	39.5	20.9	30.2	14.0	30.2	23.3	25.6	30.2	25.6	7.0	9.3	27.9	16.3	9.3	7.0
	単身男女40～50代	64	45.3	40.6	26.6	39.1	31.3	25.0	29.7	21.9	25.0	23.4	20.3	18.8	14.1	17.2	20.3	25.0	12.5	6.3
	単身男女60代以上	231	51.5	53.7	56.3	35.9	36.8	39.0	36.4	37.2	26.4	28.6	20.3	18.6	22.9	31.6	34.2	21.2	17.3	12.6
	末子乳幼児のいる世帯	327	39.4	45.6	43.1	39.1	29.1	26.0	31.2	21.4	25.1	22.0	26.3	21.4	16.5	15.9	15.3	16.8	10.1	9.2
	末子小学生のいる世帯	526	41.1	44.3	39.7	34.4	31.9	25.5	23.0	19.4	26.6	20.5	24.0	21.1	10.3	18.4	10.8	16.3	10.1	7.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	632	41.9	45.3	38.8	38.6	31.0	28.6	27.4	22.5	27.2	19.1	25.6	20.9	15.2	16.0	13.1	18.2	12.7	8.7
	シニアのいる世帯	1,796	50.7	42.9	45.4	40.9	35.7	34.0	34.4	29.2	25.9	23.6	21.6	20.5	23.5	19.1	19.7	18.5	17.3	10.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,226	45.7	43.1	40.7	38.6	34.3	31.4	29.2	24.5	26.4	22.0	22.6	21.5	18.6	17.0	15.9	17.4	13.7	8.3
宅年配数利用	5～10年以上	2,072	49.9	46.0	48.5	43.7	37.6	37.5	36.3	29.5	26.2	24.4	22.9	21.2	25.8	23.4	22.7	18.7	18.6	11.8
	3～4年	604	46.5	40.6	39.2	34.6	33.3	29.6	30.1	29.6	25.7	23.8	20.5	24.0	16.4	17.9	17.1	16.9	11.9	8.1
	1～2年	500	42.2	41.8	33.0	35.4	28.4	28.0	24.2	20.2	24.6	19.6	23.2	17.0	13.0	12.6	11.8	17.8	9.4	6.8
	1年未満	366	43.2	42.6	33.9	29.5	31.7	23.0	18.6	22.1	28.1	20.5	21.6	17.8	9.3	8.2	14.2	17.8	9.6	5.2

* 斜体はベース20未満のため、参考値

全体+10pt以上 全体+5pt以上

3. 宅配牛乳店の評価

【3】継続意向の形成要因 ②宅配牛乳店の非継続意向理由

- ・利用したくない理由の上位は、「宅配牛乳は割高」53%、「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27%と、ユーザーの節約志向から宅配牛乳に割高感がもたれてしまっている事が要因となっている。
- ・この節約志向要因は、子育て世帯で顕著で特に末子が中学生以上の未成年の世帯で高い。

<利用したくない理由：Q9S2 宅配牛乳販売店を今後利用したくない人ベース：N=799>

(%)



		宅配牛乳は割高だから	スーパーなどの特売で買ったほうが良いから	家計を切り詰め、節約したいから	必要なときに近所で買うほうが便利だから	他の買い物のついでに買えば済んでしまうから	飲みきれず、食べきれず、たまってしまうから	配達された商品を外に置くことが心配だから	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	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	支払方法が不便だから	宅配商品を利用していた家族がいなくなるから	配達を忘れたり、遅れたりするから	販売店や配達員の対応が良くない、不親切だから
	BASE													
全体	799	52.9	31.4	27.2	24.7	20.4	19.3	10.1	6.4	5.0	4.8	4.5	1.8	0.8
世帯別	単身男女10～30代	16	56.3	31.3	18.8	18.8	31.3	6.3	25.0	18.8	6.3	18.8	0.0	0.0
	単身男女40～50代	9	55.6	22.2	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女60代以上	27	48.1	29.6	25.9	11.1	14.8	22.2	3.7	0.0	3.7	0.0	0.0	0.0
	末子乳幼児のいる世帯	107	56.1	30.8	32.7	23.4	16.8	15.9	9.3	6.5	2.8	4.7	0.9	0.9
	末子小学生のいる世帯	160	54.4	33.1	34.4	21.9	22.5	18.1	10.0	4.4	2.5	4.4	1.9	0.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	161	59.0	37.3	38.5	32.9	26.7	15.5	19.3	9.3	4.3	6.2	3.7	1.2
	シニアのいる世帯	306	48.4	32.4	24.2	23.5	24.8	20.6	4.6	5.6	6.5	2.6	6.5	2.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	530	54.9	31.1	28.3	25.7	19.6	18.3	10.8	4.7	4.9	6.0	5.7	1.9
宅年配数利用	5～10年以上	233	54.5	31.8	30.0	23.2	21.0	21.9	5.6	5.6	5.2	3.9	8.2	2.1
	3～4年	164	53.0	31.1	25.0	23.2	17.7	21.3	14.6	9.1	4.9	3.7	1.8	3.0
	1～2年	202	54.5	35.6	26.7	25.7	17.3	14.4	8.9	4.5	5.4	5.4	1.0	1.0
	1年未満	176	52.8	26.7	26.7	25.0	20.5	18.8	14.8	8.0	5.1	5.7	1.7	1.1

* 斜体はベース20未満のため、参考値

■ 全体+10pt以上

■ 全体+5pt以上

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

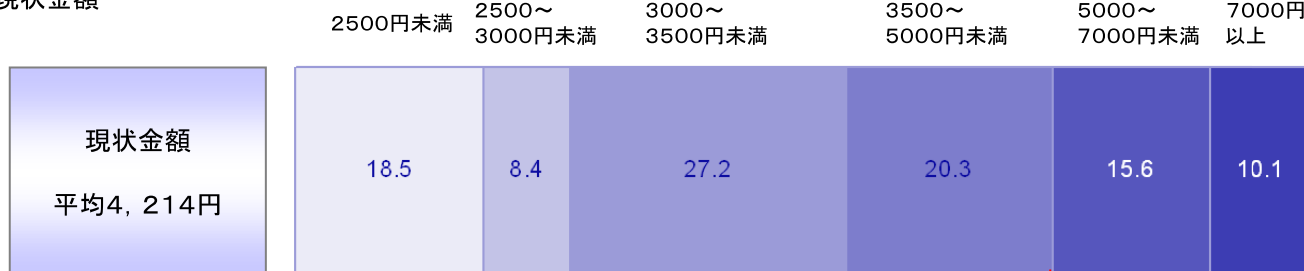
【1】購入金額の増額

- ・ 宅配店からの現在の購入金額(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「2500円以上5千円未満」の低金額で上限額の方が3ポイント多く、「7千円以上」の高金額で4ポイント少なく、金額縮小の可能性がある。
- ・ 平均金額に換算すると、現状の「4,214円」から「4,103円」へと上限意向金額が現状の金額よりも初めて低く(マイナス111円)なった。
- ・ 時系列で上限意向金額の平均金額をみると、2007年からは240円低下している。

< 宅配店からの購入金額(全商品): Q6と利用上限額金額: Q7SQ1 N=4,750(不明者を除く) >

(%)

現状金額



上限意向金額



< 時系列比較 >

	現状金額	上限金額	上限金額－ 現状金額
09年	¥4,214	¥4,103	¥-111
08年	¥4,209	¥4,256	¥47
07年	¥4,156	¥4,343	¥187
09年-07年	¥58	¥-240	
09年-08年	¥5	¥-153	

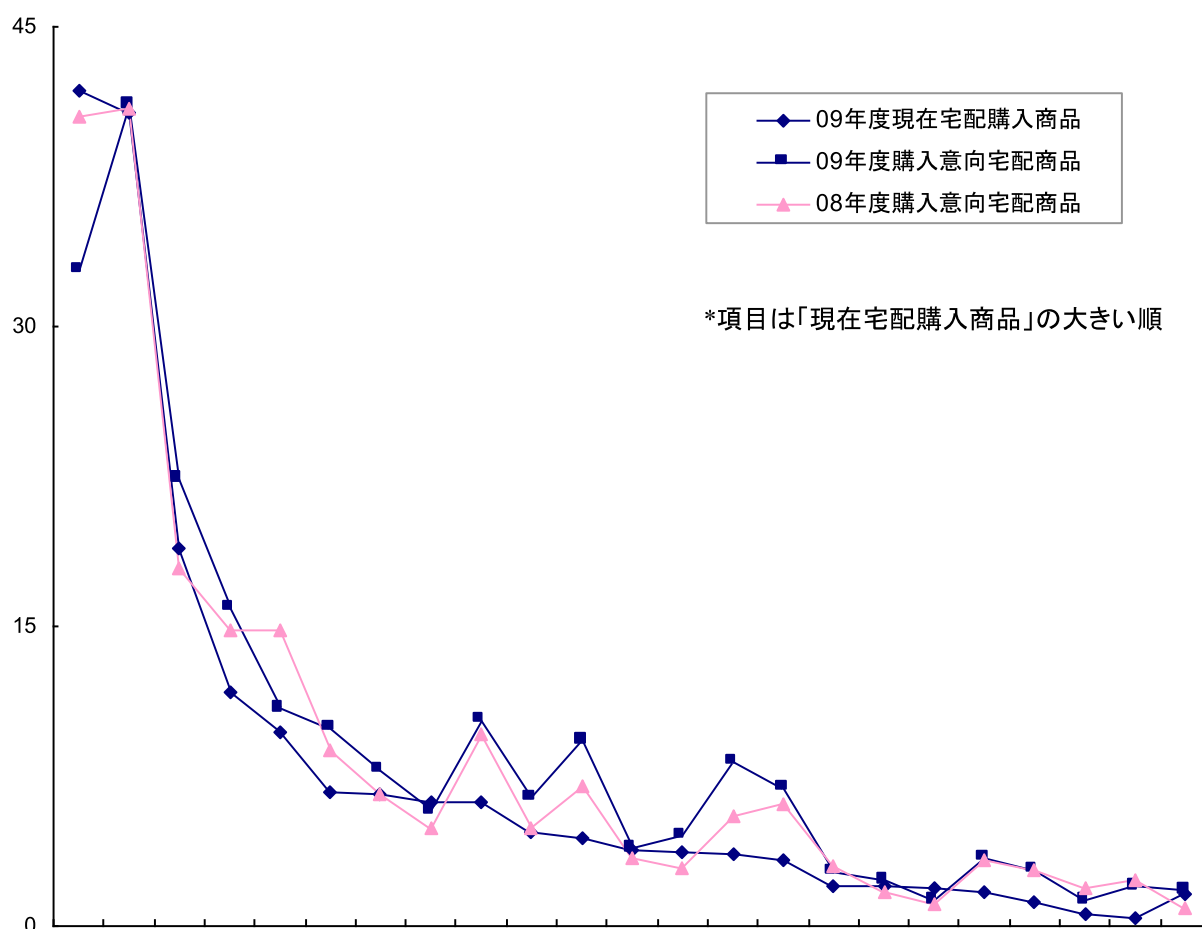
4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【2】購入商品の拡大

- ・現在の購入商品と今後の意向を比較すると「普通牛乳」が現在の42%から意向33%と9ポイント縮小の見込みとなっている。昨年度は7ポイント縮小の見込みで、実際に今年度は6ポイント縮小したため(P9)、来年度も更なる縮小の確度は高いと推測される。
- ・今後の意向の方が大きいのは、「食べるヨーグルト」「飲むヨーグルト」などである。

<宅配購入商品と今後の意向: Q1SQ3、Q5、Q7A、Q7B N=4,750>

(%)



	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	飲むヨーグルト	無脂肪乳、低脂肪牛乳、濃厚などの加工乳	黒酢	コーヒー牛乳	その他乳酸菌飲料	野菜飲料	その他の健康飲料	サプリメントなどの健康補助食品	その他の食品	その他乳製品	全国各地の特産食品	豆乳	果汁飲料	お茶飲料	その他の飲料	フルーツ牛乳	ミネラルウォーター	米	有機野菜	その他
09年度現在宅配購入商品	41.8	40.7	18.9	11.7	9.7	6.7	6.6	6.2	6.2	4.7	4.4	3.8	3.7	3.6	3.3	2.0	2.0	1.9	1.7	1.2	0.6	0.4	1.6
09年度購入意向宅配商品	32.8	41.1	22.4	15.9	10.9	9.9	7.8	5.8	10.3	6.4	9.3	3.9	4.5	8.2	6.9	2.7	2.3	1.3	3.4	2.8	1.3	2.0	1.8
08年度購入意向宅配商品	40.5	40.9	17.9	14.8	14.8	8.8	6.6	4.9	9.6	4.9	7.0	3.4	2.9	5.5	6.1	3.0	1.7	1.1	3.3	2.8	1.9	2.3	0.9
09年度差(意向-現在)	-9.0	0.4	3.5	4.2	1.2	3.2	1.2	-0.4	4.1	1.7	4.9	0.1	0.8	4.6	3.6	0.7	0.3	-0.6	1.7	1.6	0.7	1.6	0.2
09年-08年度の差(意向)	-7.7	0.2	4.5	1.1	-3.9	1.1	1.2	0.9	0.7	1.5	2.3	0.5	1.6	2.7	0.8	-0.3	0.6	0.2	0.1	0.0	-0.6	-0.3	0.9

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【3】宅配家庭内でのユーザー拡大 ①拡大余地

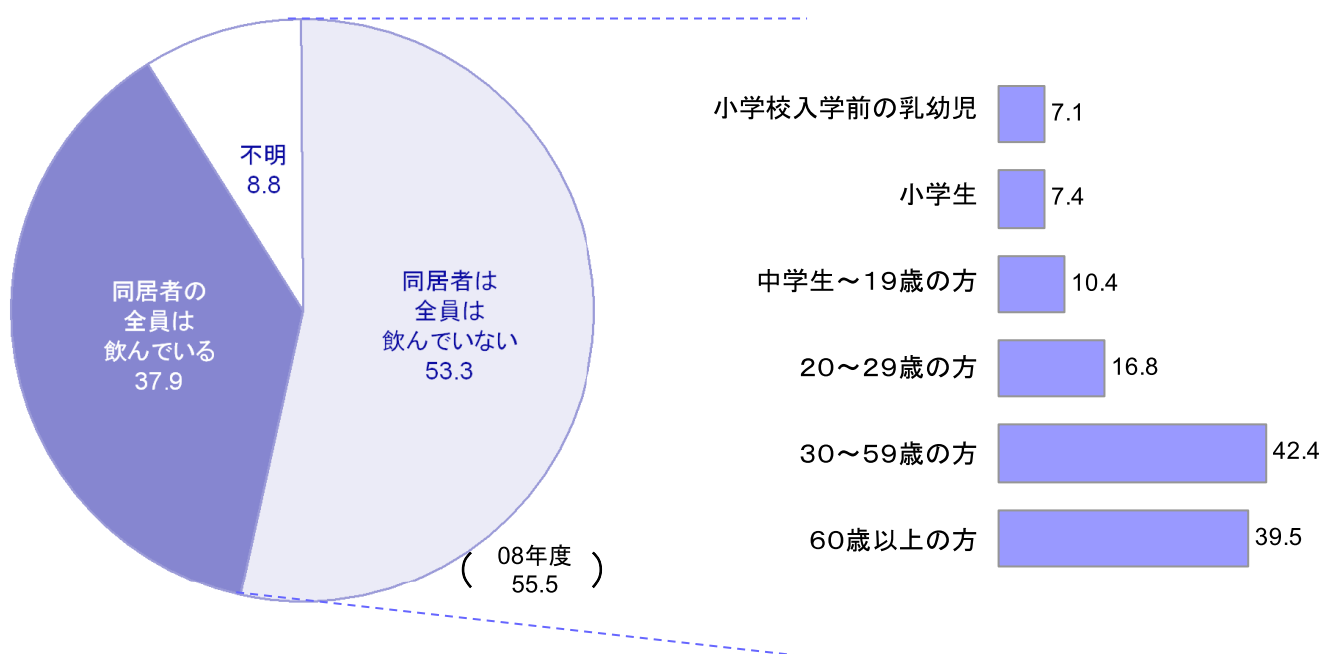
- ・同居者がいる世帯のうち、「同居者全員が宅配牛乳を飲んでいない」のは53%で、昨年と比較して2ポイント減少している。
- ・一方、「全員が宅配牛乳を飲んでいる」のは38%に留まる。複数世帯ユーザーのうち過半数の世帯に拡大チャンスがあると言える。
- ・飲んでいない同居者は、「30～59歳」が42%、「60歳以上」が40%と多く、大人が飲んでいない。

<家庭内同居者の牛乳飲用状況: Q1SQ3、Q4、F3 N=4,750>

(%)

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=3,584

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=1,911)



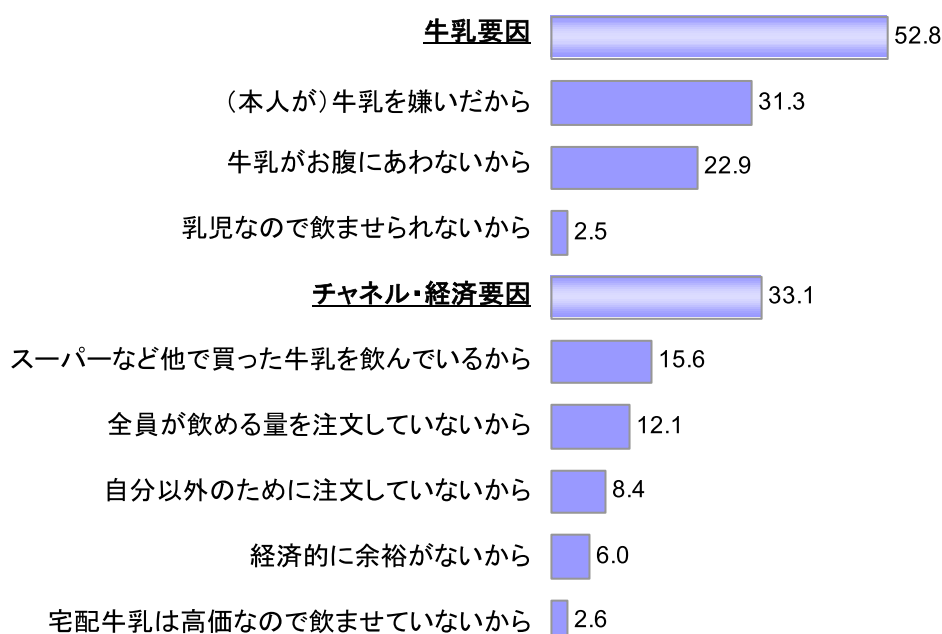
4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【3】宅配家庭内でのユーザー拡大 ②非飲用理由からみたアプローチ方向

- ・同居者が牛乳を飲用しない理由をみると、「牛乳を嫌いだから」「牛乳がお腹にあわないから」などの、牛乳の製品上のいずれかの要因となっているのが53%であった。
- ・「スーパーなど他で買った牛乳を飲んでいるから」「全員が飲める量を注文していないから」「自分以外のために注文していないから」「経済的に余裕がないから」などチャネルまたは経済上のいずれかの要因となっているのが33%であった。
- ・牛乳の製品改良により嗜好(牛乳嫌い)へアプローチする方向性も有効であると思われる。

<家庭内同居者の牛乳非飲用理由: Q4SQ1 同居者に牛乳を飲まない人がいる人ベース: N=1,946>

(%)



		牛乳要因	（本人が）牛乳を嫌いだから	牛乳がお腹にあわないから	乳児なので飲ませられないから	チャネル・経済要因	スーパーなど他で買った牛乳を飲んでいるから	全員が飲める量を注文していないから	自分以外のために注文していないから	経済的に余裕がないから	宅配牛乳は高価なので飲ませていないから
	BASE										
全体	1,946	52.8	31.3	22.9	2.5	33.1	15.6	12.1	8.4	6.0	2.6
小学校入学前の乳幼児	138	60.9	23.2	15.2	32.6	40.6	18.8	17.4	6.5	11.6	6.5
小学生	145	51.7	40.0	17.9	1.4	33.8	14.5	14.5	4.1	9.0	5.5
中学生～19歳の方	200	49.5	35.0	17.5	1.0	36.0	22.0	12.5	6.5	7.5	3.0
20～29歳の方	324	53.7	38.0	18.8	2.5	39.8	20.1	14.2	11.1	8.0	4.3
30～59歳の方	819	49.3	28.7	24.5	1.0	39.2	20.6	16.0	9.4	6.5	2.6
60歳以上の方	772	52.2	29.7	25.9	0.5	32.5	14.6	11.1	10.0	5.3	2.5

全体+10pt以上 全体+5pt以上

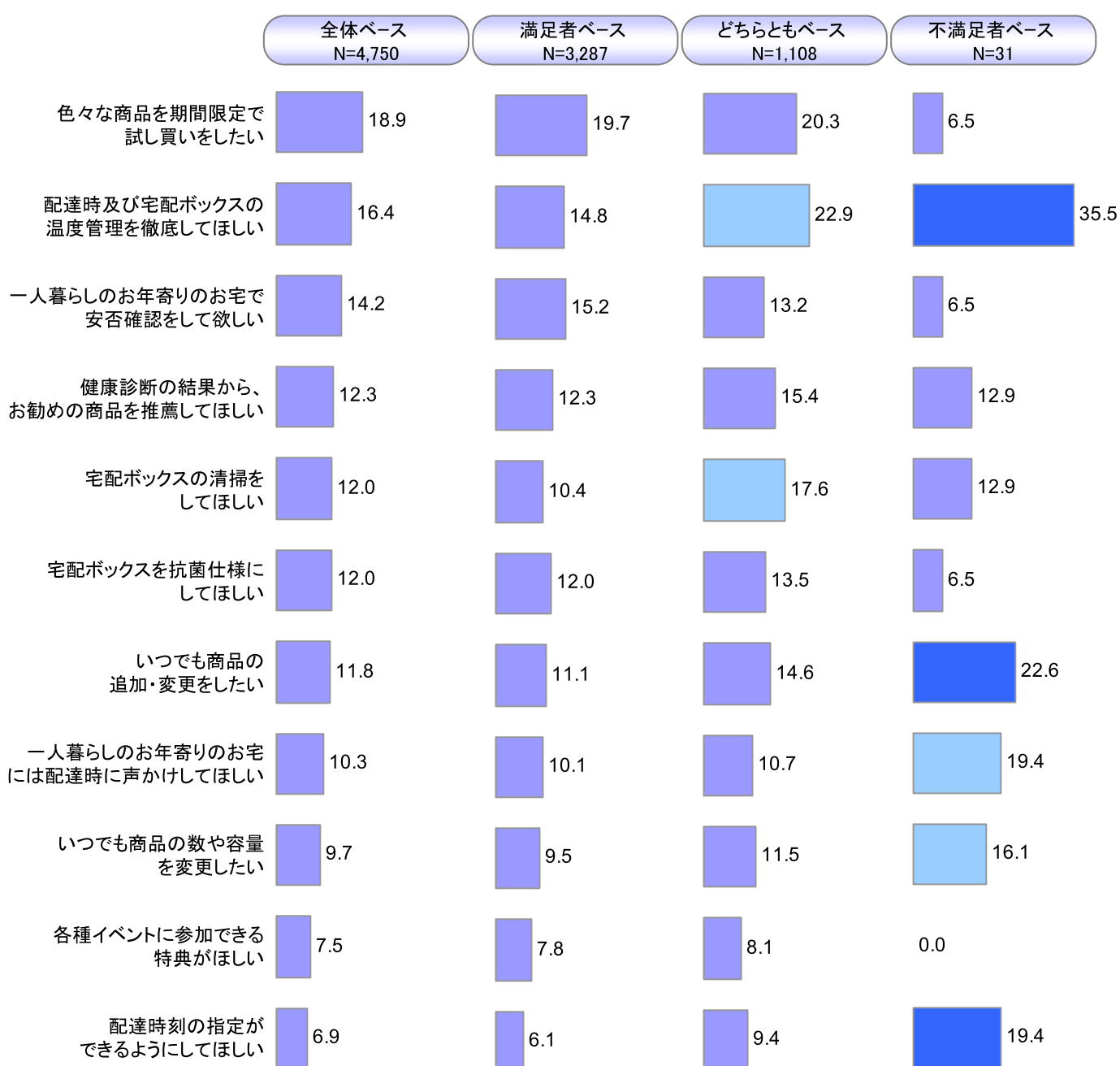
4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大 ①宅配機能・サービスアプローチ

- ・主に宅配機能・サービス面で今後望む事をみると、「色々な商品を期間限定で試し買いをしたい」「配達時及び宅配ボックスの温度管理を徹底してほしい」「一人暮らしのお年寄りのお宅で安否確認をして欲しい」が上位にあげられた。
- ・宅配を「満足でない」と回答した人で要望が高いものに注目すると、「温度管理の徹底」「宅配ボックスの清掃」「いつでも商品の追加・変更」「配達時刻の指定」があげられており、宅配品質と利用にあたっての柔軟性の向上が求められている。

<宅配牛乳に望むこと: Q8.8、Q10>

(%)


 全体+10pt以上
 全体+5pt以上

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

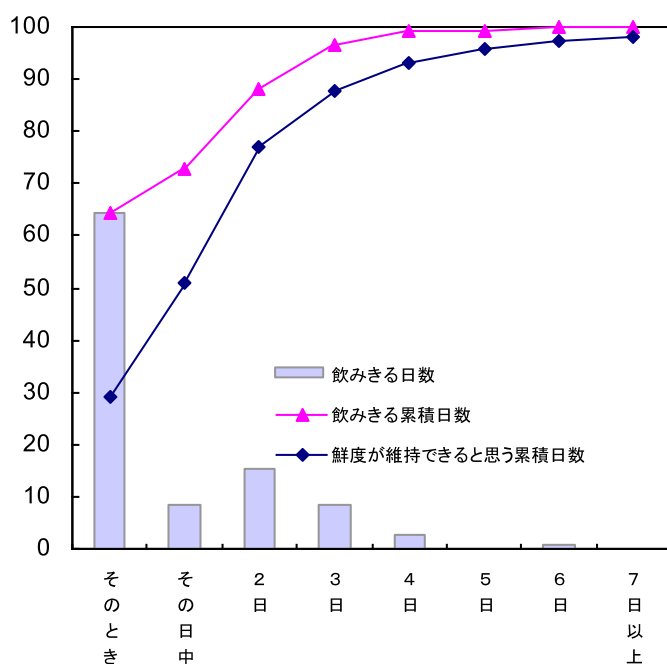
【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大 ②鮮度価値アプローチ

- ・牛乳を開栓してから、風味や鮮度を冷蔵保存で維持できると思う日数と、実際に宅配牛乳を飲みきる日数を比較すると、200CC以下の容量ユーザーでは思う日数よりも実際は早く飲みきっているユーザーが多い。500CC以上では両者はほぼ同等となっているが、2日かけているユーザーが多い。
- ・180CC～200CCが中心となっている(P12)のが宅配牛乳の特性であり、実際は思うよりも牛乳の鮮度維持日数が短い事と合わせて、「鮮度よく飲みきれる宅配容量の価値」を改めて訴求・認識させる事で、宅配牛乳の魅力を高められると思われる。(店頭で180CCを都度買うのは大変不便)

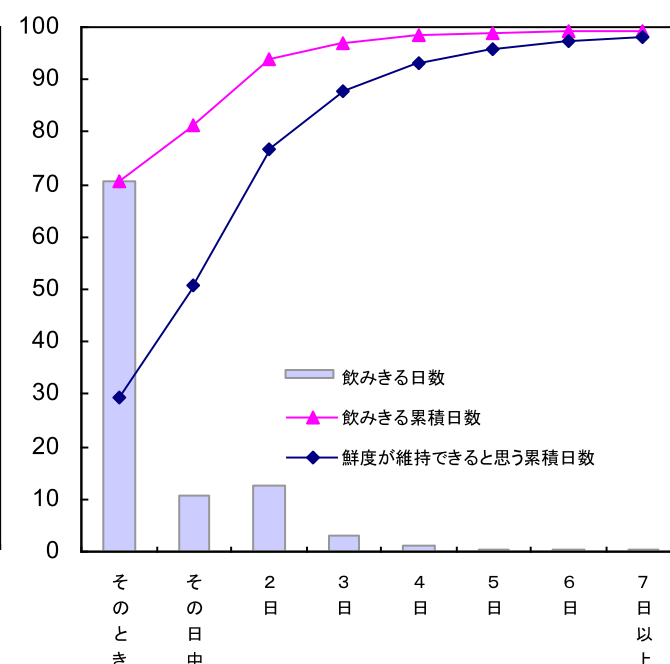
<容量別牛乳を飲みきる日数と鮮度維持ができると思う日数: Q3SQ1、Q3SQ2、Q12>

(%)

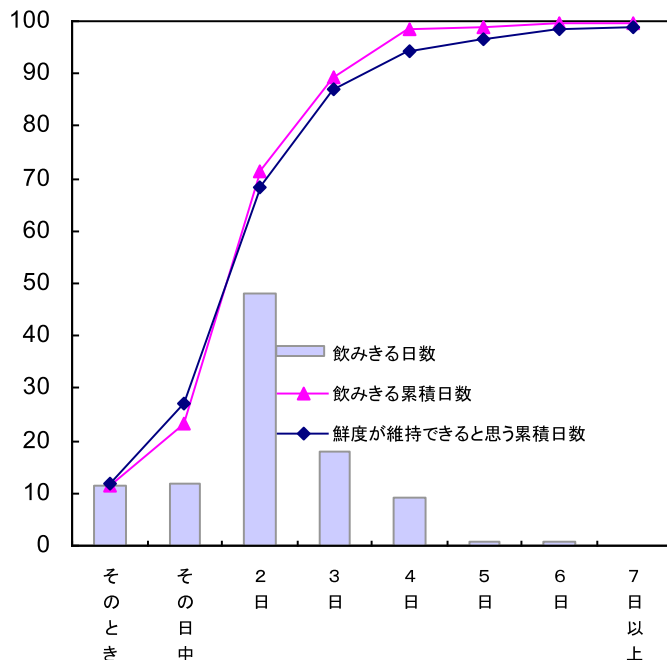
<100～150CC N=118>



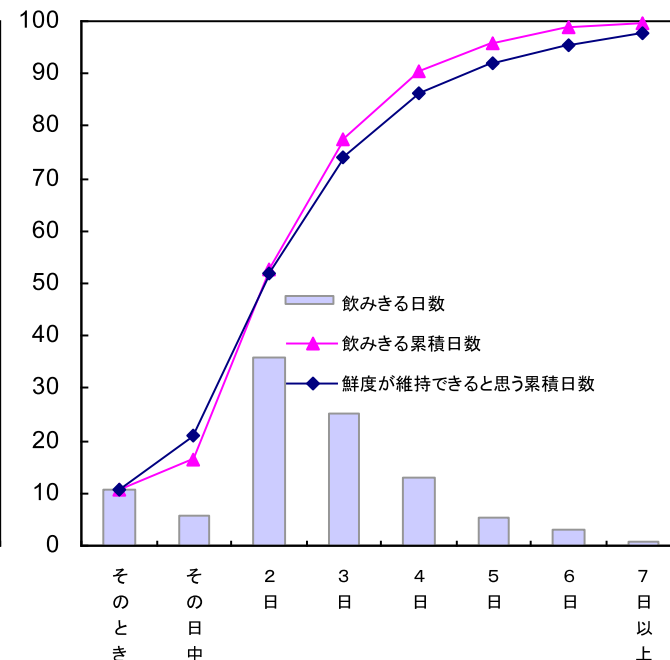
<180～200CC N=2,246>



<500～720CC N=177>



<900～1000CC N=895>



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大 ③環境意識アプローチ

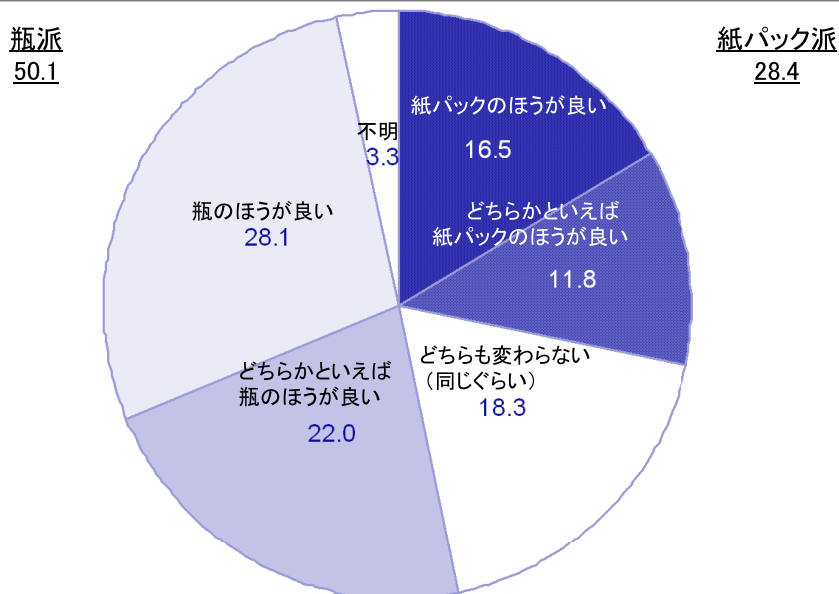
1)紙パックと瓶の評価

- ・紙パックと瓶の使い勝手を比較すると、瓶派が50%、紙パック派が28%と、瓶を支持する人の方が多かった。
- ・同様に環境負荷についても瓶派が67%、紙パック派が12%と、瓶を支持する人の方が多かった。
- ・瓶の優位性を事実を元に情報として作り込み、宅配容器の価値として訴求していくアプローチする方向性も有効であると思われる。

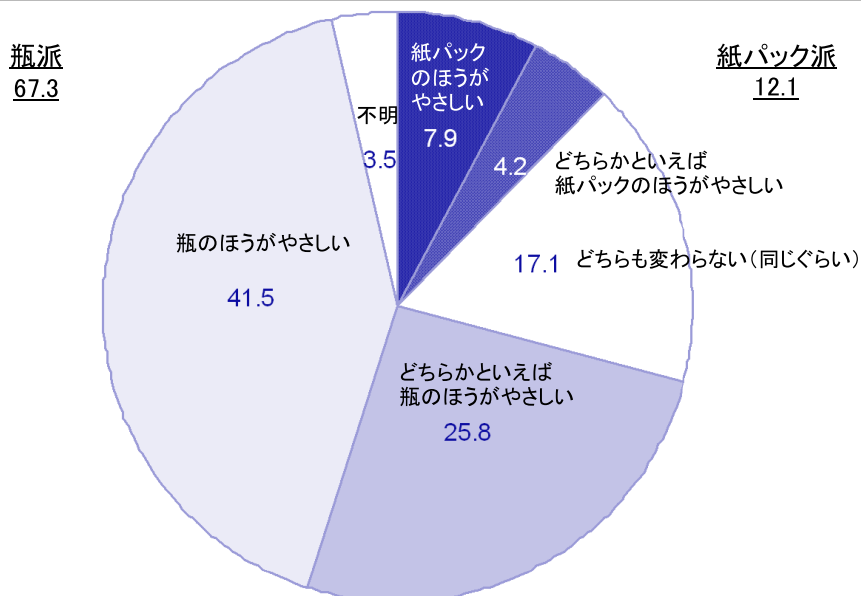
<紙パックと瓶の評価:Q13、Q14 N=4,750>

(%)

紙パックと瓶の使い勝手評価



紙パックと瓶の環境負荷評価



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大 ③環境意識アプローチ

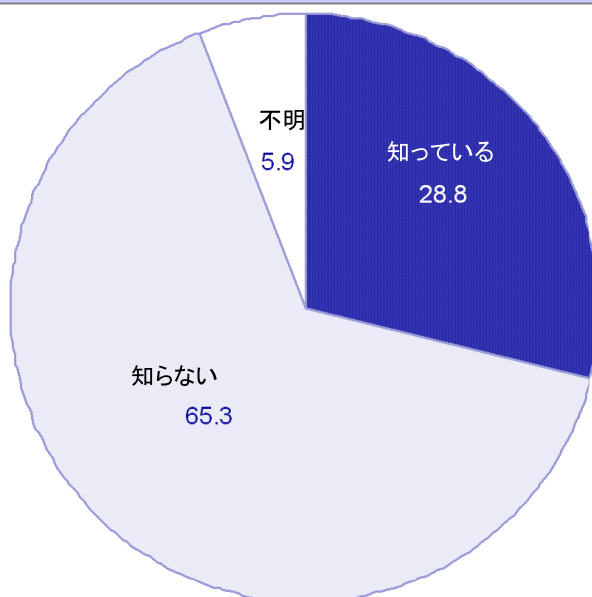
2)軽量リターナブル瓶の認知と評価

- ・軽量リターナブル瓶の認知は29%に留まった。
- ・内容説明のうえでの魅力度評価は「魅力的である」が58%であった。

<軽量リターナブル瓶について:Q15、Q15SQ1>

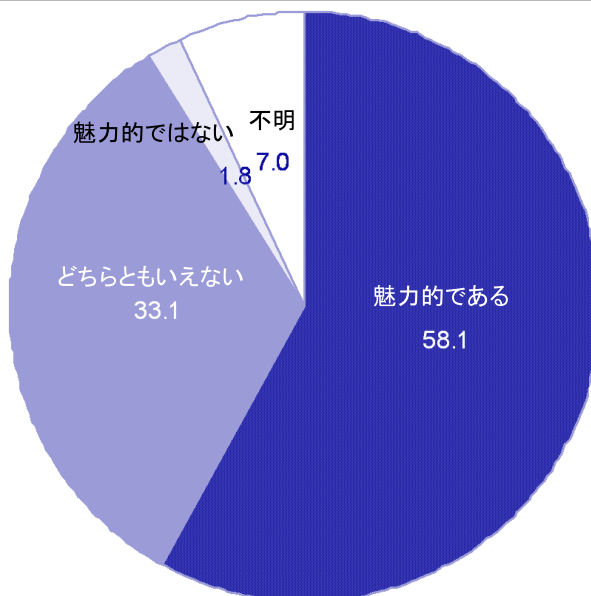
(%)

軽量リターナブル瓶の認知



軽量リターナブル瓶の魅力度

リターナブル瓶とはビール瓶や一升瓶のように何度も繰り返し使える瓶です。従来のリターナブル瓶と比較して、軽量になっているリターナブル瓶を軽量リターナブル瓶といいます。



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【4】宅配牛乳店ユーザーの維持・拡大 ③環境意識アプローチ

3)軽量リターナブル瓶の支持容器別評価

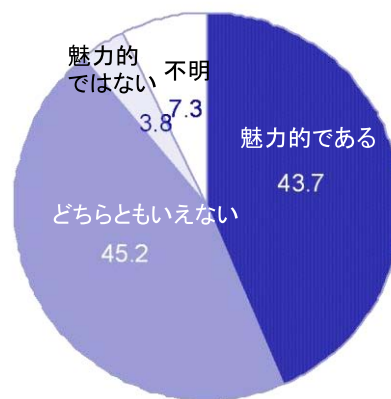
- ・瓶と紙とどちらが環境負荷が軽いと思うかによって、軽量リターナブル瓶の魅力度は異なった。「紙パックの方が環境に優しい」と思うユーザーの魅力度は44%に対して、「瓶の方が環境に優しい」と思うユーザーの魅力度は66%であった。
- ・瓶の優位性と合わせて、軽量リターナブル瓶を訴求する事で理解と魅力が高まると推測される。

<軽量リターナブル瓶の魅力度:Q14、Q15SQ1>

(%)

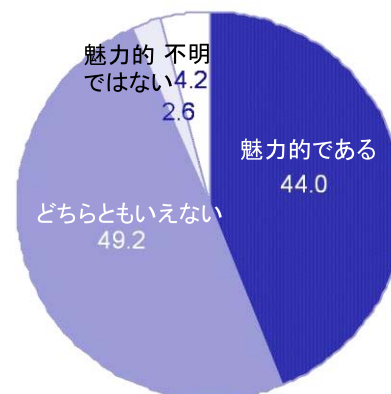
紙パックの方が
環境にやさしい
と思う人ベース

N=577



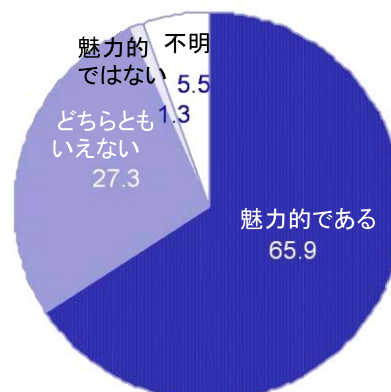
どちらかわからない
と思う人ベース

N=813



瓶の方が
環境にやさしい
と思う人ベース

N=3,199



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

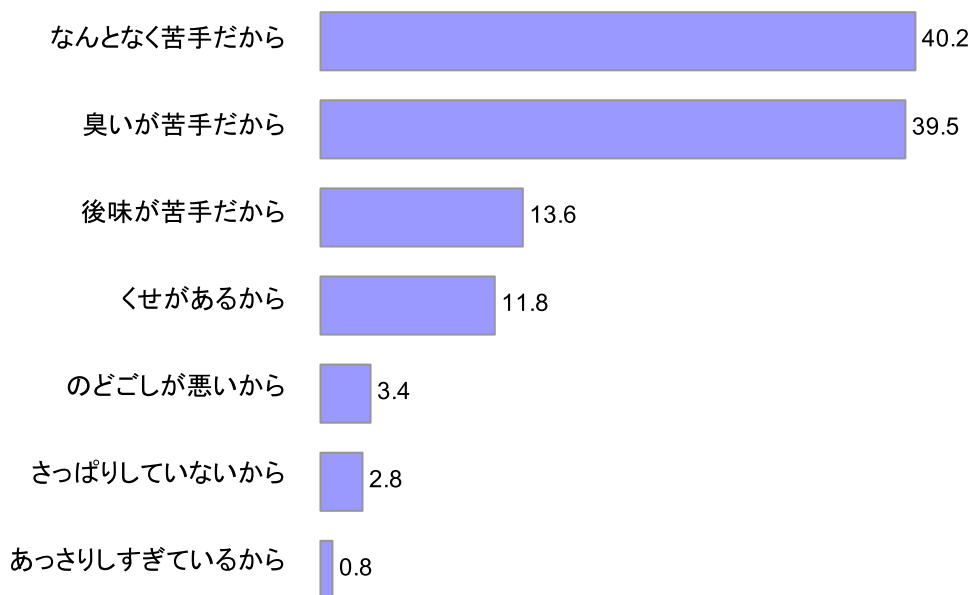
【5】牛乳の飲用促進 ①味・風味アプローチ

1)牛乳が嫌いな理由

- ・牛乳が嫌いな人の具体的な理由をみると、「臭い」「後味」「くせ」の味・風味が苦手とされている。
- ・小学生では特に臭い、中学生から20代では後味が敬遠されている。

＜牛乳が嫌いな理由：Q4S1、Q4S2 同居している人に牛乳が嫌いな人がいる人ベース：N=610＞

(%)



	BASE	なんとなく苦手だから	臭いが苦手だから	後味が苦手だから	くせがあるから	のどごしが悪いから	さっぱりしていないから	あっさりしすぎているから
全体	610	40.2	39.5	13.6	11.8	3.4	2.8	0.8
小学校入学前の乳幼児	32	40.6	43.8	15.6	9.4	6.3	0.0	0.0
小学生	58	46.6	50.0	15.5	3.4	5.2	5.2	5.2
中学生～19歳の方	70	37.1	42.9	18.6	14.3	1.4	4.3	0.0
20～29歳の方	123	37.4	40.7	21.1	15.4	5.7	5.7	0.8
30～59歳の方	235	38.7	37.9	15.3	13.2	4.3	3.0	1.3
60歳以上の方	229	42.8	39.3	9.2	8.7	1.7	0.4	1.3

■ 全体+10pt以上 ■ 全体+5pt以上

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

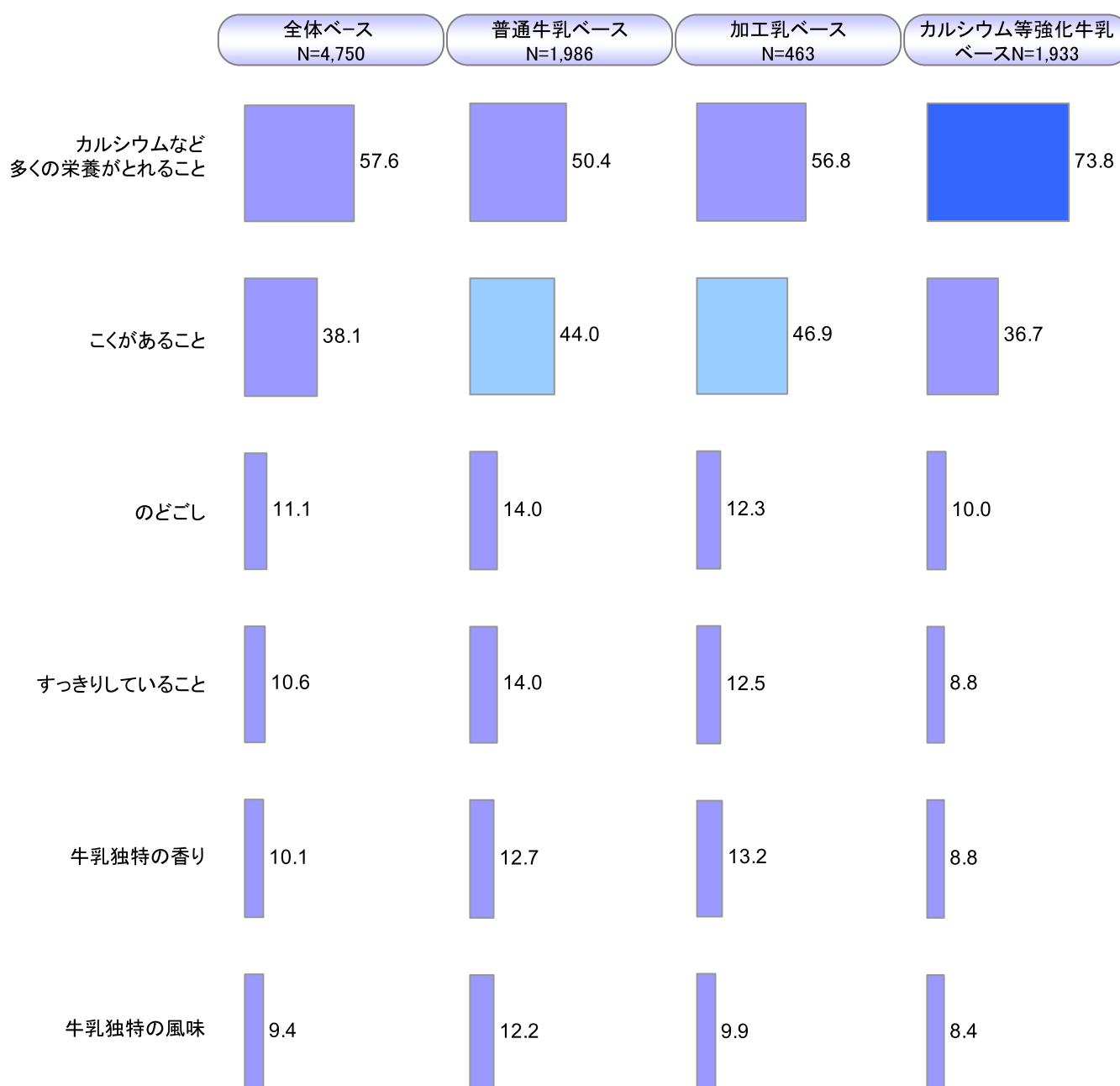
【5】牛乳の飲用促進 ①味・風味アプローチ

2)牛乳の好きな特長

- ・牛乳の好きな特長をみると、「カルシウムなど多くの栄養がとれること」58%、「こくがあること」38%が上位となっており、味・風味よりも、健康機能の方が高くなっている。
- ・カルシウム等強化牛乳のユーザーでその傾向は顕著で、普通牛乳と加工乳ユーザーでは「こく」が高くなっている。

<牛乳の好きな特徴: Q1SQ3、Q11 N=4,750>

(%)


 全体+10pt以上
 全体+5pt以上

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【5】牛乳の飲用促進 ②飲用シーン・ベネフィットアプローチ

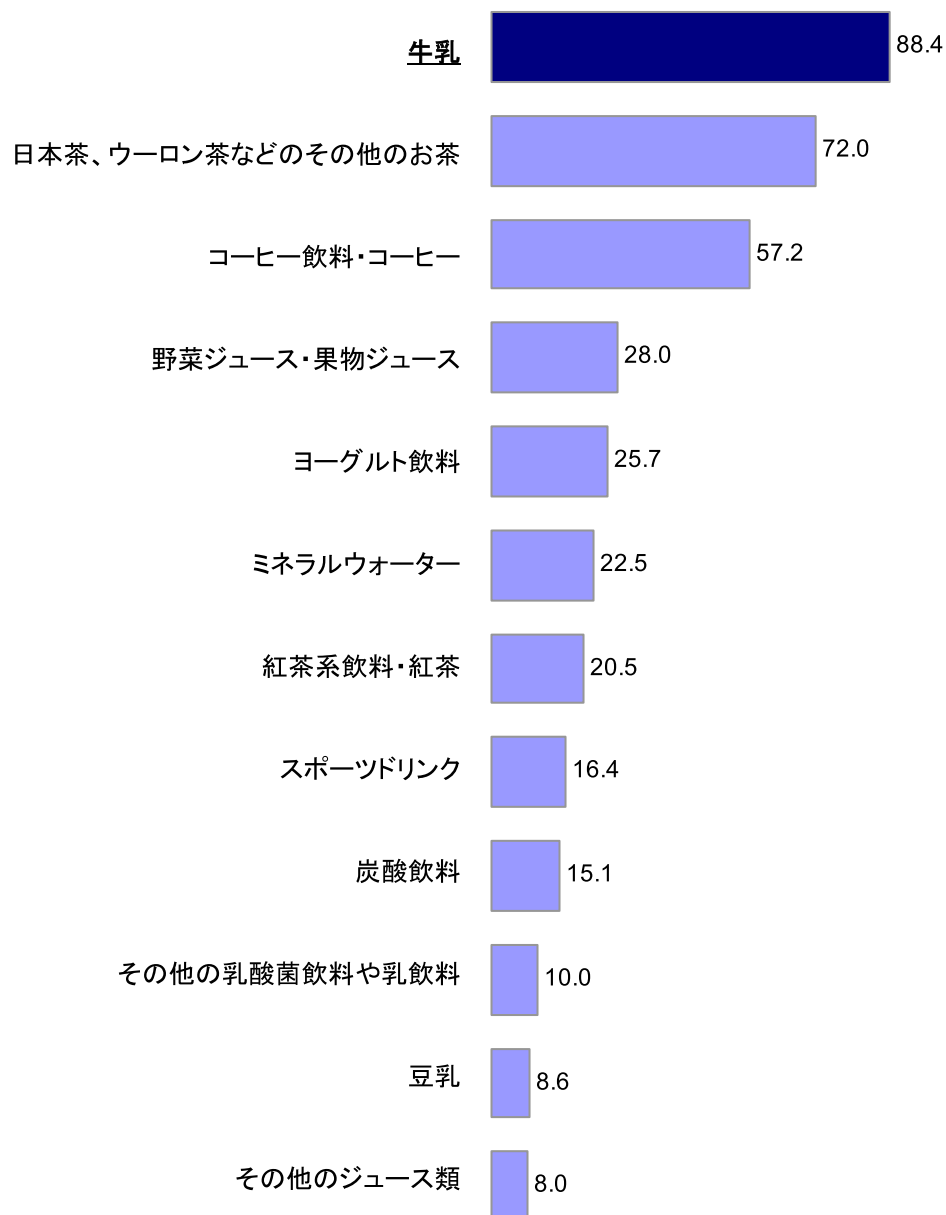
1)競合飲料

・宅配牛乳店ユーザーが最近1週間に飲んだ飲料をみると、牛乳が88%、以下日本茶、ウーロン茶などの
 その他のお茶72%、コーヒー飲料・コーヒー57%、野菜ジュース・果物ジュース28%
 ヨーグルト飲料26%、ミネラルウォーター23%、紅茶系飲料・紅茶21%となっている。

・量的にはお茶とコーヒーが最大の競合となっている。

<最近1週間に飲んだ飲料:Q16、Q17 N=4,750>

(%)



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

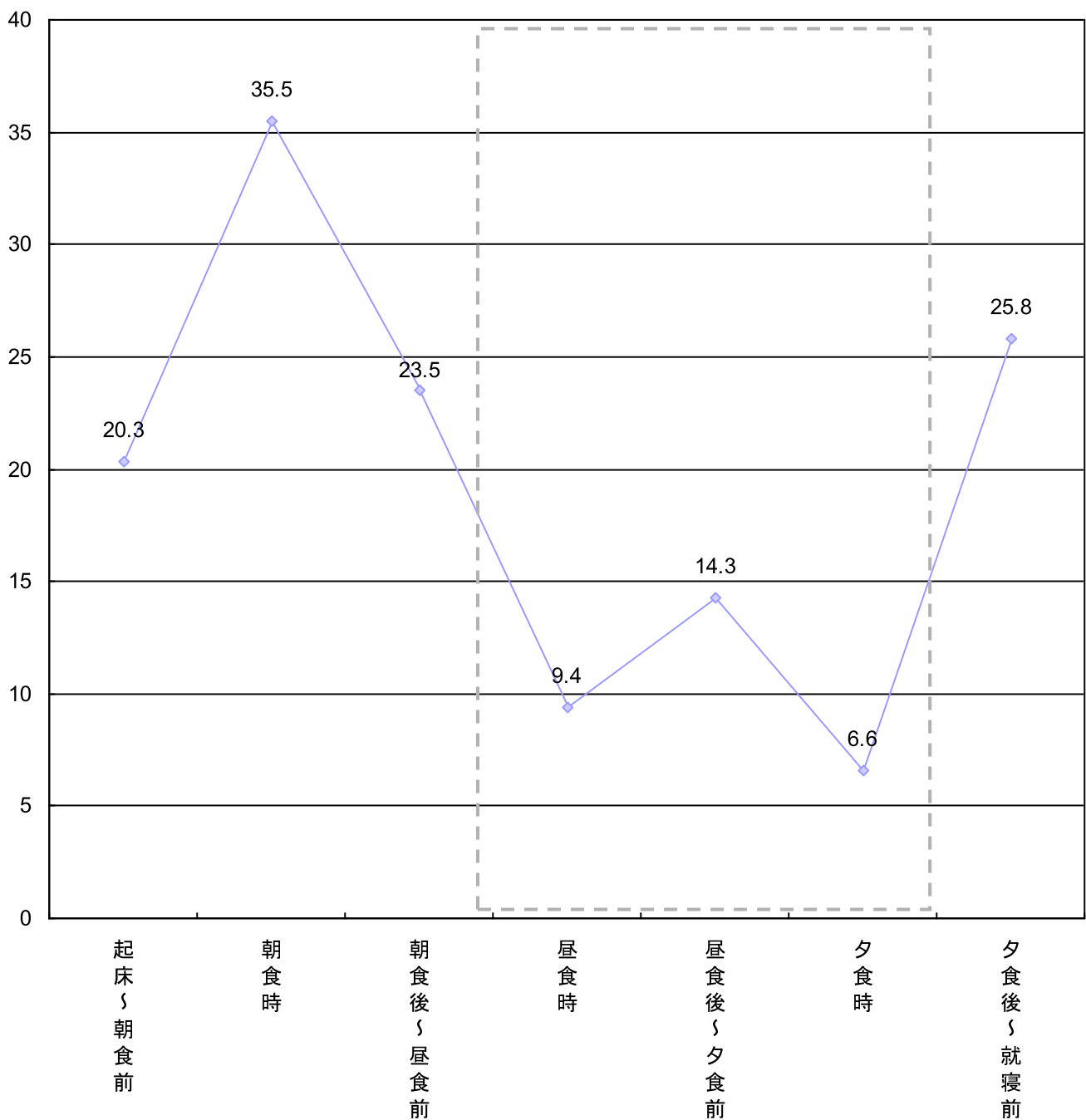
【5】牛乳の飲用促進 ②飲用シーン・ベネフィットアプローチ

2)牛乳の飲用シーン

- ・牛乳の飲用シーンは朝食時36%と夕食後～就寝前26%が多い。
- ・反対に昼食時9%から夕食時6%の間が低い時間帯となっており、これらのシーンの飲用率の向上が求められる。

<最近1週間内の牛乳飲用シーン: Q16 1週間内牛乳飲用者ベース N=4,198>

(%)



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【5】牛乳の飲用促進 ②飲用シーン・ベネフィットアプローチ

3)飲用シーンの競合状況

・牛乳の飲用率の低いシーンの競合飲料をみると、昼食時と夕食時はお茶、昼食後～夕食前は紅茶飲料・紅茶に着目できる。

<各飲料の最近1週間飲用シーン: Q16、Q17SQ2 1週間内牛乳飲用者ベース N=4,198 >

(%)

	BASE	起床 ～ 朝食前	朝食 時	朝食 後 ～ 昼食前	昼 食 時	昼 食 後 ～ 夕食前	夕 食 時	夕 食 後 ～ 就寝前
牛乳	4,198	20.3	35.5	23.5	9.4	14.3	6.6	25.8
日本茶、ウーロン茶などのその他のお茶	1,830	18.3	38.6	36.3	52.4	49.1	50.0	35.4
コーヒー飲料・コーヒー	1,124	23.2	23.0	40.8	16.0	54.7	9.3	24.7
ミネラルウォーター	255	42.0	20.8	35.7	34.1	51.8	30.2	51.0
野菜ジュース・果物ジュース	180	17.2	22.8	20.6	11.1	38.3	10.6	23.9
ヨーグルト飲料	169	17.2	16.0	21.9	13.6	32.5	10.1	24.9
スポーツドリンク	117	19.7	11.1	19.7	22.2	40.2	12.8	28.2
紅茶系飲料・紅茶	114	12.3	26.3	38.6	18.4	64.9	7.0	21.9
炭酸飲料	78	10.3	1.3	17.9	15.4	44.9	15.4	41.0
その他のジュース類	65	13.8	4.6	24.6	16.9	36.9	15.4	24.6
その他の乳酸菌飲料や乳飲料	61	8.2	19.7	27.9	19.7	34.4	9.8	18.0
豆乳	58	20.7	24.1	36.2	10.3	20.7	8.6	10.3
その他の飲料	39	23.1	20.5	23.1	15.4	35.9	23.1	35.9

■ 最大値
■ 最大値-5pt以内

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【5】牛乳の飲用促進 ②飲用シーン・ベネフィットアプローチ

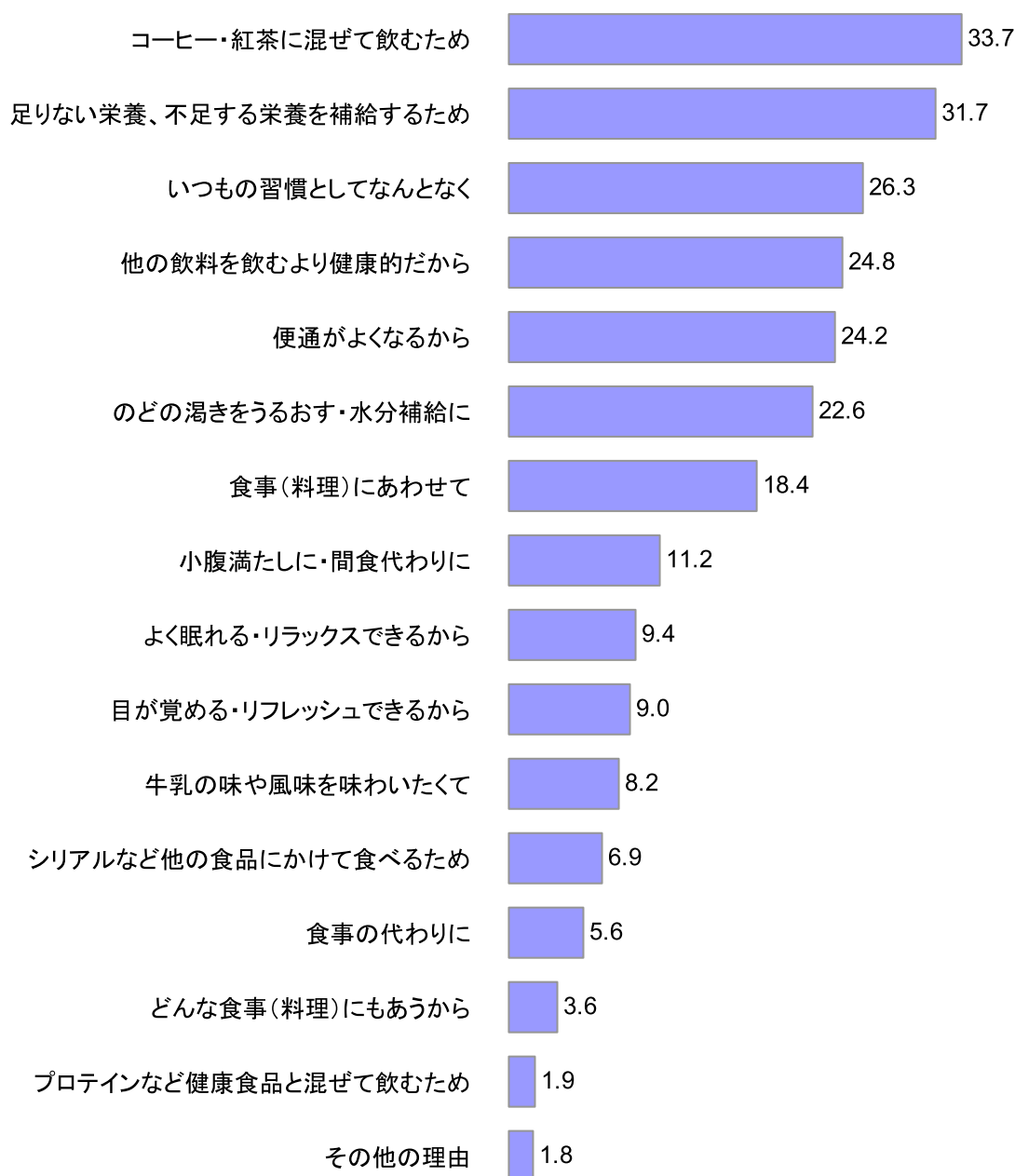
4)牛乳の期待ベネフィット

・牛乳の飲用理由から牛乳への期待ベネフィット(便益)をみると、「コーヒー・紅茶に混ぜて飲む」「足りない栄養、不足する栄養を補給」「いつもの習慣としてなんとなく」が上位となっており「牛乳の味や風味を味わいたくて」は8%と低い。

・健康機能性の他は牛乳飲用そのものの便益は低くなっている。

<牛乳の飲用理由:Q16SQ1 1週間内牛乳飲用者ベース N=4,198>

(%)



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

【5】牛乳の飲用促進 ②飲用シーン・ベネフィットアプローチ

5)期待ベネフィットの競合状況

- ・牛乳が弱い、飲用そのもののベネフィット(便益)に注目すると、「食事との相性(競合はお茶)」「小腹満たし・間食代わり(競合は豆乳他、分散)」「味や風味を楽しむ(競合はコーヒー、紅茶)」に着目できる。
- ・牛乳の様々な飲み方やレシピが既に提案されているが、このような飲用ベネフィットや競合を踏まえた情報の作り込みが望まれる。

<各飲料の飲用理由: Q16SQ1、Q17SQ1、Q17SQ3 各飲料1週間以内飲用者ベース>

(%)

	BASE	足りない栄養、不足する栄養を補給するため	いつもの習慣としてなんとなく	他の飲料を飲むより健康的だから	便通がよくなるから	のどの渇きをうるおす・水分補給に	食事(料理)にあわせて	小腹満たしに・間食代わりに	よく眠れる・リラックスできるから	目が覚める・リフレッシュできるから	その飲料の味や風味を味わいたくて	シリアルなど他の食品にかけて食べるため	食事の代わりに	どんな食事(料理)にもあうから	プロテインなど健康食品と混ぜて飲むため	その他の理由
牛乳	4,198	31.7	26.3	24.8	24.2	22.6	18.4	11.2	9.4	9.0	8.2	6.9	5.6	3.6	1.9	1.8
日本茶、ウーロン茶などのそのお茶	1,830	7.5	43.6	13.9	5.8	64.5	33.4	5.8	2.7	9.7	11.1	0.3	0.8	26.7	0.7	3.1
コーヒー飲料・コーヒー	1,124	4.3	51.2	4.0	5.8	35.5	13.4	11.4	3.5	32.8	23.2	0.7	1.2	3.9	1.0	3.6
ミネラルウォーター	255	6.7	42.7	13.7	15.3	72.9	13.3	5.9	3.9	14.9	7.1	0.8	2.0	15.3	1.2	5.5
野菜ジュース・果物ジュース	180	45.6	21.1	21.1	16.1	36.1	12.2	12.8	1.1	6.1	7.2	1.7	5.6	2.2	1.1	0.6
ヨーグルト飲料	169	25.4	20.7	26.0	29.0	30.8	8.3	11.8	3.0	7.1	6.5	1.8	4.1	3.6	2.4	2.4
スポーツドリンク	117	13.7	22.2	22.2	6.0	59.8	6.0	6.0	5.1	6.0	8.5	1.7	1.7	0.0	3.4	9.4
紅茶系飲料・紅茶	114	4.4	32.5	12.3	3.5	56.1	21.1	13.2	3.5	11.4	26.3	0.0	0.0	5.3	0.9	7.0
炭酸飲料	78	2.6	25.6	6.4	7.7	60.3	3.8	6.4	2.6	9.0	12.8	2.6	1.3	5.1	0.0	7.7
その他のジュース類	65	16.9	24.6	18.5	6.2	44.6	10.8	13.8	1.5	12.3	10.8	4.6	6.2	1.5	3.1	6.2
その他の乳酸菌飲料や乳飲料	61	37.7	16.4	21.3	27.9	18.0	6.6	3.3	1.6	6.6	8.2	0.0	3.3	3.3	1.6	3.3
豆乳	58	48.3	15.5	19.0	15.5	24.1	8.6	17.2	1.7	3.4	5.2	1.7	6.9	3.4	0.0	0.0
その他の飲料	39	30.8	30.8	28.2	7.7	33.3	15.4	7.7	12.8	10.3	12.8	2.6	2.6	15.4	5.1	12.8

■ 最大値

■ 最大値-5pt以内

4. 流通活性化と需要拡大に向けて

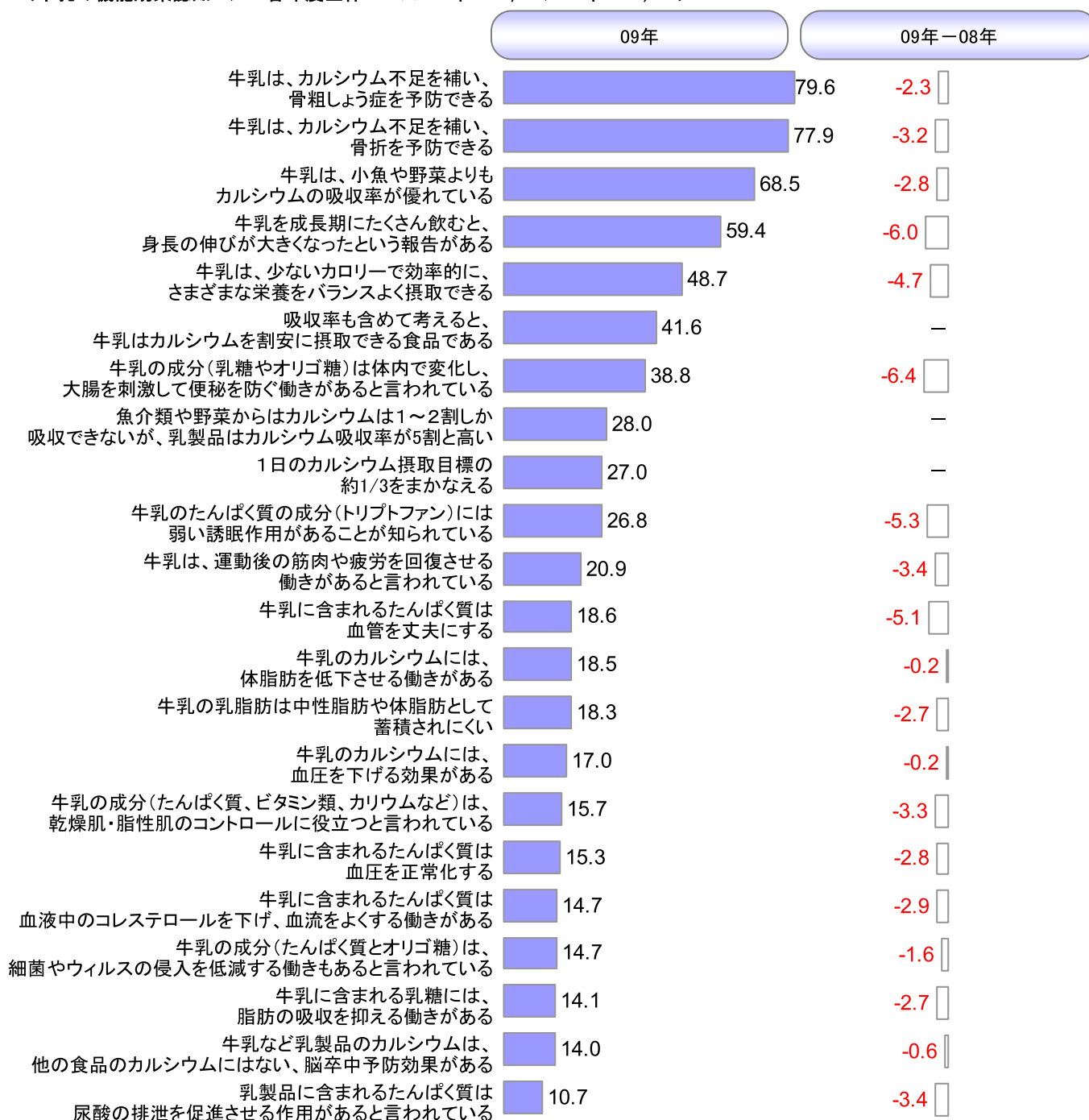
【5】牛乳の飲用促進 ③健康・美容機能アプローチ

1)機能効果認知

- ・機能効果の認知は、「カルシウム不足を補い、骨粗しょう症を予防できる」「カルシウム不足を補い、骨折を予防できる」が約8割と多く、牛乳はカルシウム不足を補えると多くの人に認識されている。
- ・一方、「血管・血圧」「体脂肪・中性脂肪・コレステロール」「脳卒中予防」のメタボ予防に関する効果、「尿酸の排泄」、「乾燥肌・脂性肌のコントロールに役立つ」「細菌やウィルスの侵入を低減」の認知は2割に満たない。

＜牛乳の機能効果認知：Q18 各年度全体ベース 09年：N=4,750／08年：N=4,800＞

(%)



4. 流通活性化と需要拡大に向けて

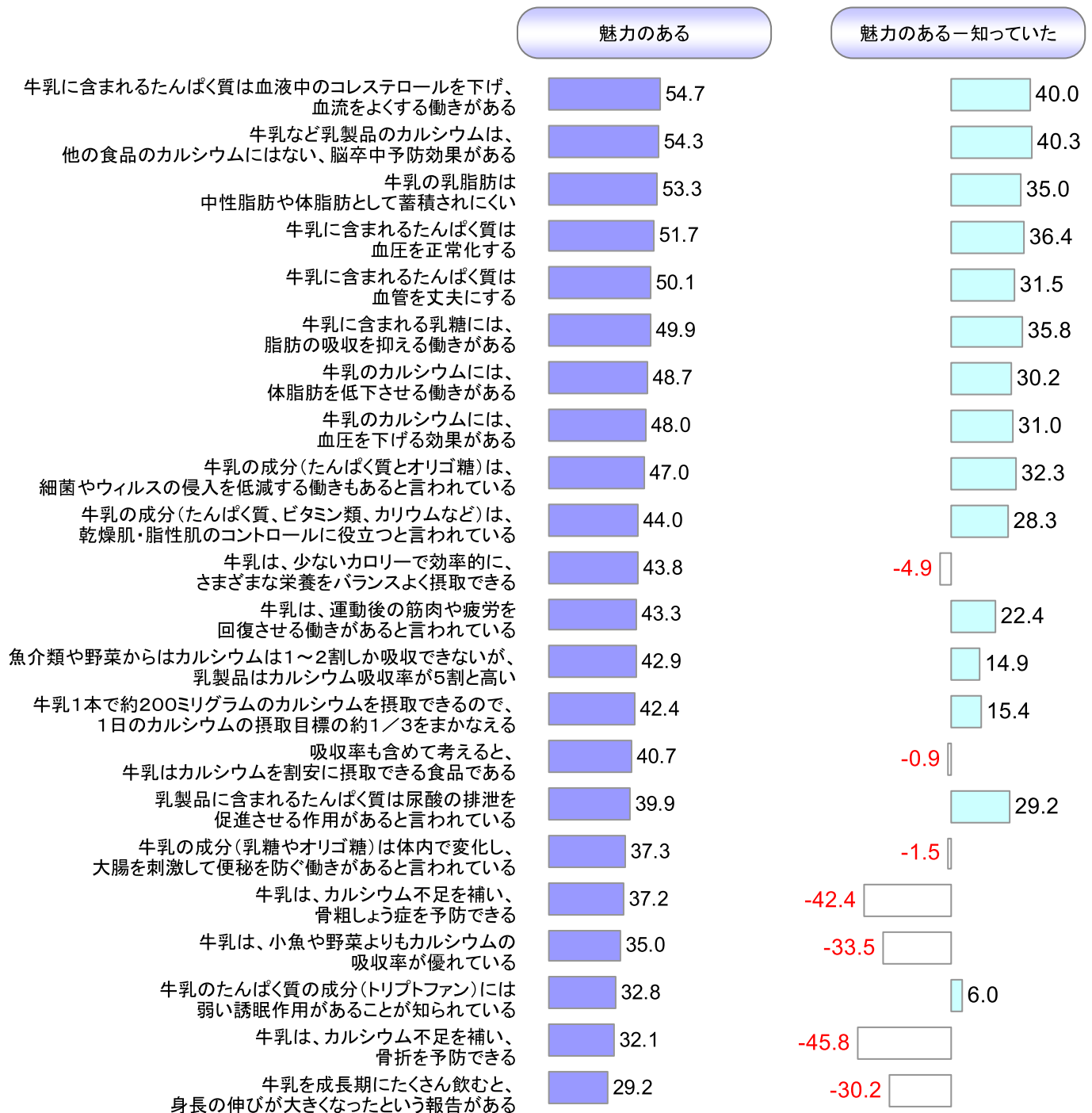
【5】牛乳の飲用促進 ③健康・美容機能アプローチ

2)魅力ある機能効果

- ・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」「乳脂肪が蓄積されない」「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と理解促進にチャンスがある。

<牛乳の機能効果認知:Q18、牛乳の機能効果魅力Q18SQ1 N=4,750 >

(%)



付表

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q1. 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 年 未 満	1 年	2 年	3 年	4 年	5 ～ 9 年	1 0 年 以 上
		BASE							
全体		4,750	12.2	7.0	9.2	10.4	7.1	18.3	33.8
性別・年代別	男性計	1,241	11.8	8.2	10.2	10.0	7.7	16.9	33.4
	男性・20代未満	10	20.0	20.0	30.0	20.0	0.0	0.0	10.0
	男性・20代	58	34.5	20.7	13.8	5.2	5.2	12.1	6.9
	男性・30代	205	20.0	9.8	14.6	12.2	9.3	19.0	12.2
	男性・40代	209	13.4	13.4	13.4	12.9	10.0	13.4	22.5
	男性・50代	254	9.4	10.2	7.5	9.4	11.4	19.3	32.3
	男性・60代	285	7.4	1.8	10.5	10.5	5.3	19.3	43.5
	男性・70代	213	5.2	3.8	3.3	5.6	3.8	15.0	61.0
	女性計	3,462	12.4	6.6	8.8	10.5	6.8	18.9	33.9
	女性・20代未満	13	30.8	30.8	0.0	15.4	0.0	7.7	15.4
	女性・20代	140	30.7	17.9	15.7	10.0	5.0	10.7	7.9
	女性・30代	461	26.0	11.1	15.2	13.4	7.2	16.3	8.0
	女性・40代	603	14.8	9.5	11.9	12.6	6.3	22.2	20.9
	女性・50代	760	9.3	7.0	9.7	11.8	8.0	17.8	35.3
	女性・60代	894	7.0	3.0	4.8	7.9	7.3	20.4	47.1
	女性・70代	571	6.7	1.8	4.2	8.1	4.7	18.9	53.2
世帯別	単身男女10～30代	64	42.2	9.4	15.6	10.9	4.7	9.4	4.7
	単身男女40～50代	82	13.4	12.2	14.6	17.1	9.8	12.2	20.7
	単身男女60代以上	279	7.5	2.9	5.0	8.6	6.8	18.6	48.7
	末子乳幼児のいる世帯	461	21.9	9.3	14.8	11.1	7.4	14.5	18.2
	末子小学生のいる世帯	738	16.4	8.3	12.3	12.6	7.5	20.9	20.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	12.3	8.3	11.4	12.0	7.2	19.9	27.6
	シニアのいる世帯	2,271	8.2	4.5	8.1	8.5	6.1	19.2	43.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	13.7	7.9	9.9	11.2	7.0	18.8	29.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.1	64.9
	3～4年	827	0.0	0.0	0.0	59.5	40.5	0.0	0.0
	1～2年	771	0.0	43.2	56.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	1年未満	579	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

Q1SQ1. 現在の宅配牛乳販売店の利用を決めたのはどなたですか？（ひとつだけ）

		BASE	ご自身	家族
全体		4,750	69.6	28.2
性別・年代別	男性計	1,241	61.7	36.6
	男性・20代未満	10	20.0	80.0
	男性・20代	58	53.4	43.1
	男性・30代	205	56.6	40.5
	男性・40代	209	57.4	42.1
	男性・50代	254	62.2	37.0
	男性・60代	285	63.2	34.7
	男性・70代	213	73.2	24.9
	女性計	3,462	72.5	25.2
	女性・20代未満	13	0.0	92.3
	女性・20代	140	54.3	44.3
	女性・30代	461	66.6	31.0
	女性・40代	603	68.7	30.2
	女性・50代	760	71.4	27.1
	女性・60代	894	77.1	20.4
	女性・70代	571	82.3	13.8
世帯別	単身男女10～30代	64	81.3	15.6
	単身男女40～50代	82	89.0	11.0
	単身男女60代以上	279	85.7	11.1
	末子乳幼児のいる世帯	461	63.3	34.3
	末子小学生のいる世帯	738	63.6	34.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	62.1	36.0
	シニアのいる世帯	2,271	67.9	29.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	66.3	31.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	69.7	28.9
	3～4年	827	72.7	26.0
	1～2年	771	68.5	30.9
	1年未満	579	71.3	27.8

* 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

Q1SQ2. あなたご自身は、宅配牛乳販売店から購入した商品を飲食していますか？（ひとつだけ）

			飲 食 し て い る	飲 食 し て い な い
		BASE		
全体		4,750	87.0	11.4
性別・年代別	男性計	1,241	85.1	13.5
	男性・20代未満	10	70.0	30.0
	男性・20代	58	84.5	12.1
	男性・30代	205	79.0	18.5
	男性・40代	209	80.4	19.1
	男性・50代	254	86.2	12.6
	男性・60代	285	86.7	11.6
	男性・70代	213	93.0	6.1
	女性計	3,462	87.8	10.6
	女性・20代未満	13	84.6	7.7
	女性・20代	140	83.6	15.0
	女性・30代	461	82.2	15.2
	女性・40代	603	82.9	15.9
	女性・50代	760	90.9	8.0
	女性・60代	894	89.3	9.2
	女性・70代	571	92.5	5.8
世帯別	単身男女10～30代	64	90.6	4.7
	単身男女40～50代	82	93.9	6.1
	単身男女60代以上	279	95.0	3.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	80.5	17.1
	末子小学生のいる世帯	738	80.9	17.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	84.9	14.1
	シニアのいる世帯	2,271	88.3	10.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	85.7	12.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	91.0	8.2
	3～4年	827	86.6	12.8
	1～2年	771	82.7	16.5
	1年未満	579	82.2	16.9

* 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

Q1SQ3. 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)

		BASE	普通牛乳	乳、濃厚などの低脂肪牛乳	乳 タルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	上記のような牛乳は購入していない
全体		4,750	41.8	9.7	40.7	12.2
性別・年代別	男性計	1,241	42.9	10.3	39.7	12.0
	男性・20代未満	10	40.0	10.0	40.0	10.0
	男性・20代	58	37.9	3.4	43.1	17.2
	男性・30代	205	40.5	8.8	36.6	16.6
	男性・40代	209	38.8	11.0	37.3	17.2
	男性・50代	254	43.7	10.2	44.1	8.7
	男性・60代	285	46.7	9.1	36.8	13.0
	男性・70代	213	43.7	14.6	43.2	4.2
	女性計	3,462	41.5	9.6	41.0	12.3
	女性・20代未満	13	61.5	15.4	30.8	0.0
	女性・20代	140	43.6	10.7	41.4	13.6
	女性・30代	461	37.1	5.4	37.3	21.5
	女性・40代	603	44.4	6.8	37.0	16.7
	女性・50代	760	43.3	10.0	42.6	11.4
	女性・60代	894	39.8	11.5	44.3	8.8
	女性・70代	571	41.0	11.6	41.2	7.4
世帯別	単身男女10～30代	64	32.8	4.7	42.2	17.2
	単身男女40～50代	82	34.1	9.8	45.1	11.0
	単身男女60代以上	279	33.3	9.3	50.2	7.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	44.9	6.3	41.6	13.0
	末子小学生のいる世帯	738	44.0	6.8	37.4	17.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	47.8	7.2	37.8	14.0
	シニアのいる世帯	2,271	44.0	10.6	40.8	10.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	43.5	9.6	39.0	13.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	48.0	12.0	40.8	7.4
	3～4年	827	35.1	8.9	45.9	14.0
	1～2年	771	35.9	6.9	41.4	17.8
	1年未満	579	35.8	6.0	35.2	23.0

* 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>

*宅配牛乳販売店から購入している牛乳を飲んでいる人ベース

Q1SQ4. あなたご自身は、Q1-SQ3で答えの牛乳を飲んでいますか？（ひとつだけ）

			飲 ん で い る	飲 ん で い な い
		BASE		
全体		4,018	81.4	11.1
性別・年代別	男性計	1,064	80.3	12.6
	男性・20代未満	9	66.7	33.3
	男性・20代	46	80.4	6.5
	男性・30代	165	72.7	18.8
	男性・40代	170	73.5	22.4
	男性・50代	228	78.5	12.7
	男性・60代	241	85.5	8.7
	男性・70代	198	88.9	3.5
	女性計	2,917	82.0	10.5
	女性・20代未満	12	91.7	8.3
	女性・20代	117	80.3	12.0
	女性・30代	342	79.5	16.4
	女性・40代	489	77.5	15.5
	女性・50代	655	85.5	7.9
	女性・60代	790	81.0	10.0
	女性・70代	494	86.0	5.1
世帯別	単身男女10～30代	49	85.7	2.0
	単身男女40～50代	72	94.4	0.0
	単身男女60代以上	248	88.3	3.6
	末子乳幼児のいる世帯	384	79.4	15.1
	末子小学生のいる世帯	589	74.4	18.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	79.9	14.9
	シニアのいる世帯	1,972	81.7	10.7
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	80.5	12.8
宅配利用年数	5～10年以上	2,246	84.2	7.8
	3～4年	688	78.9	12.6
	1～2年	614	77.0	16.0
	1年未満	426	76.5	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

Q2. Q1-SQ3で回答の牛乳の、1週間のお届け本数の合計は？
(数字を記入)

		平 均
BASE		
全体		3,927 6.6
性別・年代別	男性計	1,050 6.8
	男性・20代未満	9 6.2
	男性・20代	46 5.9
	男性・30代	165 5.9
	男性・40代	167 6.0
	男性・50代	223 6.8
	男性・60代	238 7.5
	男性・70代	195 7.5
	女性計	2,842 6.5
	女性・20代未満	12 5.2
	女性・20代	116 5.6
	女性・30代	335 5.8
	女性・40代	478 6.1
	女性・50代	647 6.4
	女性・60代	767 6.8
	女性・70代	469 7.0
世帯別	単身男女10～30代	49 5.7
	単身男女40～50代	72 5.4
	単身男女60代以上	236 6.2
	末子乳幼児のいる世帯	379 6.5
	末子小学生のいる世帯	575 6.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	695 6.5
	シニアのいる世帯	1,927 7.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,410 6.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,196 7.2
	3～4年	672 6.1
	1～2年	603 5.6
	1年未満	415 5.2

* 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>

*回答者ベース

Q2SQ1. Q1-SQ3で答えの牛乳の、1週間のお届け回数は？
(数字を記入)

		平 均
BASE		
全体		3,897 2.7
性別・年代別	男性計	1,043 2.8
	男性・20代未満	9 2.6
	男性・20代	45 2.4
	男性・30代	163 2.5
	男性・40代	167 2.6
	男性・50代	222 2.9
	男性・60代	236 3.0
	男性・70代	195 2.9
	女性計	2,822 2.6
	女性・20代未満	12 2.5
	女性・20代	116 2.3
	女性・30代	333 2.4
	女性・40代	478 2.5
	女性・50代	641 2.6
	女性・60代	761 2.8
	女性・70代	463 2.9
世帯別	単身男女10～30代	48 2.7
	単身男女40～50代	71 2.7
	単身男女60代以上	235 2.9
	末子乳幼児のいる世帯	374 2.4
	末子小学生のいる世帯	575 2.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	694 2.6
	シニアのいる世帯	1,910 2.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,395 2.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,183 2.9
	3～4年	668 2.6
	1～2年	599 2.4
	1年未満	408 2.2

* 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>

*宅配牛乳販売店から購入している牛乳を
飲んでいる人ベース

Q3. Q1-SQ3で答えの牛乳の、購入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 0 0 c c	1 5 0 c c	1 8 0 c c	2 0 0 c c	5 0 0 c c	7 2 0 c c	9 0 0 c c	1 0 0 0 c c	そ の 他
		BASE									
全体		4,018	4.2	1.6	56.4	18.3	5.7	0.7	5.0	22.8	0.5
性別・年代別	男性計	1,064	2.9	1.5	61.1	18.8	6.5	0.6	4.8	21.3	0.5
	男性・20代未満	9	0.0	0.0	66.7	44.4	11.1	0.0	0.0	33.3	0.0
	男性・20代	46	2.2	2.2	65.2	15.2	10.9	0.0	6.5	26.1	2.2
	男性・30代	165	0.6	1.2	66.7	11.5	7.9	1.2	3.6	26.1	0.0
	男性・40代	170	2.4	2.4	62.4	18.2	2.9	0.6	7.1	22.9	0.6
	男性・50代	228	2.6	1.3	61.0	18.9	7.5	0.9	6.1	21.9	0.9
	男性・60代	241	2.9	2.1	56.0	24.9	5.8	0.0	2.9	20.7	0.4
	男性・70代	198	6.1	0.5	60.6	17.7	6.6	0.5	4.5	13.6	0.0
	女性計	2,917	4.5	1.7	54.6	18.1	5.5	0.8	5.1	23.5	0.6
	女性・20代未満	12	0.0	8.3	41.7	33.3	8.3	0.0	8.3	33.3	0.0
	女性・20代	117	4.3	4.3	50.4	20.5	8.5	0.0	6.8	30.8	0.0
	女性・30代	342	4.4	1.8	55.8	17.0	3.8	0.6	4.7	34.2	0.3
	女性・40代	489	3.3	1.0	52.6	21.1	6.7	1.2	6.1	33.5	0.4
	女性・50代	655	5.2	2.4	53.7	17.1	5.5	0.6	5.6	25.5	0.9
	女性・60代	790	4.4	1.1	56.8	17.7	5.4	1.1	4.6	17.5	0.5
	女性・70代	494	5.5	1.6	54.5	17.0	4.7	0.4	4.5	11.3	0.8
世帯別	単身男女10～30代	49	0.0	4.1	67.3	20.4	6.1	0.0	0.0	20.4	0.0
	単身男女40～50代	72	4.2	0.0	62.5	19.4	2.8	0.0	2.8	11.1	0.0
	単身男女60代以上	248	4.4	2.0	61.7	18.5	5.6	0.8	1.6	5.6	1.2
	末子乳幼児のいる世帯	384	4.2	3.1	55.2	13.5	4.2	0.5	7.3	34.6	0.5
	末子小学生のいる世帯	589	4.2	1.7	54.2	17.5	4.9	0.7	7.3	31.7	0.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	3.8	1.3	54.1	20.0	6.2	1.3	7.5	33.6	0.3
	シニアのいる世帯	1,972	4.2	1.7	54.2	19.0	6.0	0.7	5.1	21.6	0.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	3.9	1.7	54.9	18.5	5.8	0.8	5.6	27.8	0.4
宅配利用年数	5～10年以上	2,246	3.7	1.0	55.0	19.1	6.4	0.9	4.8	22.5	0.5
	3～4年	688	4.2	1.3	61.8	15.8	4.7	0.4	5.5	21.5	0.9
	1～2年	614	3.7	1.8	60.4	17.3	5.0	0.2	6.2	24.9	0.5
	1年未満	426	7.5	4.7	50.2	19.2	4.9	0.9	3.8	24.6	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>

*宅配牛乳販売店から購入している牛乳を
飲んでいる人ベース

Q3SQ1. それでは、最もよく購入している牛乳の容量は、どれですか？（ひとつだけ）

			1 0 0 c c	1 5 0 c c	1 8 0 c c	2 0 0 c c	5 0 0 c c	7 2 0 c c	9 0 0 c c	1 0 0 0 c c	そ の 他
		BASE									
全体		4,018	1.9	1.0	42.2	13.7	3.8	0.6	3.6	18.7	0.2
性別・年代別	男性計	1,064	1.3	1.2	45.9	14.9	4.5	0.5	3.3	17.0	0.4
	男性・20代未満	9	0.0	0.0	44.4	33.3	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0
	男性・20代	46	2.2	0.0	54.3	13.0	4.3	0.0	2.2	19.6	2.2
	男性・30代	165	0.6	1.2	49.1	8.5	6.1	1.2	2.4	23.0	0.0
	男性・40代	170	1.8	2.4	46.5	15.3	2.9	0.0	5.3	17.6	0.6
	男性・50代	228	0.0	1.3	43.4	14.9	5.3	0.9	4.8	16.7	0.4
	男性・60代	241	1.2	1.7	43.6	18.7	3.3	0.0	2.1	17.0	0.4
	男性・70代	198	3.0	0.0	47.0	15.2	5.1	0.5	2.5	10.6	0.0
	女性計	2,917	2.1	1.0	40.8	13.3	3.6	0.6	3.7	19.4	0.2
	女性・20代未満	12	0.0	8.3	16.7	25.0	8.3	0.0	8.3	33.3	0.0
	女性・20代	117	0.9	3.4	39.3	12.8	5.1	0.0	4.3	28.2	0.0
	女性・30代	342	2.3	1.2	39.5	12.9	2.3	0.6	3.5	29.2	0.0
	女性・40代	489	1.6	0.6	38.2	13.7	3.5	1.0	4.9	29.2	0.2
	女性・50代	655	2.6	0.9	40.0	13.3	3.8	0.2	4.0	21.2	0.3
	女性・60代	790	2.0	0.6	43.8	13.4	4.2	1.0	3.0	13.5	0.1
	女性・70代	494	2.4	1.0	41.1	13.2	3.0	0.4	3.0	7.7	0.2
世帯別	単身男女10～30代	49	0.0	2.0	59.2	14.3	4.1	0.0	0.0	16.3	0.0
	単身男女40～50代	72	4.2	0.0	50.0	19.4	2.8	0.0	1.4	6.9	0.0
	単身男女60代以上	248	2.4	0.8	49.6	16.1	4.4	0.8	1.2	4.4	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	384	2.3	2.1	40.6	7.3	2.6	0.5	4.2	29.9	0.3
	末子小学生のいる世帯	589	2.0	1.2	38.5	11.5	3.2	0.7	5.1	26.7	0.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	1.7	1.0	37.4	13.4	3.5	0.8	5.3	27.8	0.1
	シニアのいる世帯	1,972	1.9	1.1	41.4	14.3	4.1	0.6	3.5	17.5	0.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	1.7	1.0	40.2	13.4	3.7	0.6	3.9	23.1	0.2
宅配利用年数	5～10年以上	2,246	1.6	0.5	41.5	14.6	4.5	0.7	3.6	17.5	0.2
	3～4年	688	1.7	1.0	46.9	11.6	2.2	0.4	3.5	19.0	0.3
	1～2年	614	2.0	1.1	43.0	13.2	3.3	0.0	4.4	21.5	0.2
	1年未満	426	4.2	3.1	36.9	13.6	3.8	0.9	2.1	21.4	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>

Q3SQ2. あなたのお宅では、Q3-SQ1でお客様の最もよく購入している容量の牛乳について、
封を空けてから飲み切るのに、おおそどれくらいの日数を費やしますか？（ひとつだけ）

		飲封 みを開 きを けた その とき に	の す ぐ に で は な い が 、 そ	2 日	3 日	4 日	5 日	6 日	7 日 以 上
	BASE								
全体	4,018	51.3	8.7	20.8	9.2	4.9	1.6	1.0	0.3
性別・ 年代別	男性計	1,064	54.4	7.9	18.2	9.4	5.5	1.6	0.4
	男性・20代未満	9	66.7	0.0	11.1	22.2	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	46	60.9	8.7	21.7	6.5	0.0	2.2	0.0
	男性・30代	165	49.1	9.1	18.2	7.9	8.5	4.2	0.6
	男性・40代	170	55.9	8.2	17.6	8.8	7.1	0.6	0.6
	男性・50代	228	47.8	8.3	21.5	11.8	5.3	0.4	2.6
	男性・60代	241	58.5	8.7	17.0	10.0	4.1	0.4	0.4
	男性・70代	198	59.1	5.6	16.2	7.1	5.1	3.0	0.0
	女性計	2,917	50.1	8.9	21.9	9.2	4.7	1.6	0.2
	女性・20代未満	12	33.3	0.0	50.0	8.3	8.3	0.0	0.0
	女性・20代	117	47.9	8.5	15.4	15.4	8.5	1.7	0.0
	女性・30代	342	49.7	7.3	24.0	10.5	5.0	2.0	0.6
	女性・40代	489	46.4	8.4	25.4	10.4	5.1	2.0	0.6
	女性・50代	655	49.5	7.6	22.3	10.2	4.7	1.5	0.3
	女性・60代	790	52.8	10.0	20.1	7.2	4.7	1.0	0.1
	女性・70代	494	50.8	10.7	20.2	7.5	3.4	1.8	0.6
世帯別	単身男女10～30代	49	61.2	10.2	18.4	8.2	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	72	62.5	8.3	18.1	6.9	2.8	0.0	0.0
	単身男女60代以上	248	57.3	12.1	17.3	4.8	2.4	1.2	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	384	45.1	8.9	22.4	9.1	8.3	2.9	0.8
	末子小学生のいる世帯	589	45.2	9.7	23.4	10.9	5.9	2.9	0.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	47.5	7.7	24.9	11.1	4.8	1.7	0.6
	シニアのいる世帯	1,972	50.8	8.2	21.0	9.1	5.2	1.6	0.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	49.8	8.2	21.2	10.2	5.8	1.7	0.3
宅配 利用 年数	5～10年以上	2,246	52.2	8.5	21.1	8.2	4.6	1.4	0.3
	3～4年	688	51.5	9.6	20.9	8.3	4.9	1.7	0.3
	1～2年	614	50.8	9.1	18.9	12.7	4.7	1.1	0.2
	1年未満	426	47.7	8.0	21.4	10.3	6.1	3.1	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>

*宅配牛乳販売店から購入している牛乳を
飲んでいる人ベース

Q4. 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)

			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 してい る人 は全 員	い （ひとり暮らし） 同居 してい る人 はい ない
		BASE								
全体		4,018	3.4	3.6	5.0	8.1	20.4	19.2	34.2	9.1
性別・ 年代別	男性計	1,064	4.1	3.8	5.0	8.8	20.5	19.6	32.0	9.8
	男性・20代未満	9	0.0	0.0	44.4	22.2	33.3	11.1	22.2	0.0
	男性・20代	46	2.2	2.2	2.2	13.0	8.7	8.7	43.5	23.9
	男性・30代	165	12.7	9.1	3.6	8.5	27.3	9.1	30.3	7.3
	男性・40代	170	4.7	2.9	8.8	8.8	24.7	14.7	31.2	8.2
	男性・50代	228	1.8	3.1	7.0	12.7	26.8	11.0	31.1	7.9
	男性・60代	241	3.3	4.1	2.9	7.5	14.5	31.5	32.0	7.9
	男性・70代	198	1.0	0.5	2.0	5.1	13.1	30.8	32.3	15.2
	女性計	2,917	3.2	3.6	5.0	7.8	20.5	18.9	35.2	8.8
	女性・20代未満	12	0.0	0.0	25.0	0.0	8.3	0.0	66.7	0.0
	女性・20代	117	17.1	1.7	2.6	27.4	14.5	6.8	39.3	11.1
	女性・30代	342	6.4	9.6	4.4	4.4	28.9	9.9	40.6	3.5
	女性・40代	489	3.3	5.5	13.5	6.7	32.3	13.7	36.8	2.0
	女性・50代	655	2.7	2.3	3.8	15.3	25.2	16.3	35.9	4.4
	女性・60代	790	1.8	2.2	2.2	4.6	11.5	28.2	36.7	9.7
	女性・70代	494	0.6	1.6	3.0	2.4	13.2	21.7	24.7	23.5
世帯別	単身男女10～30代	49	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	93.9
	単身男女40～50代	72	0.0	1.4	0.0	2.8	1.4	2.8	2.8	80.6
	単身男女60代以上	248	0.4	0.4	0.4	0.0	0.4	2.8	0.4	86.7
	末子乳幼児のいる世帯	384	24.5	6.8	3.1	12.5	24.7	13.5	35.7	0.5
	末子小学生のいる世帯	589	6.3	18.3	7.5	5.1	30.4	12.6	35.7	0.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	711	2.5	5.9	22.5	7.9	30.8	13.9	35.0	0.3
	シニアのいる世帯	1,972	1.9	2.9	3.6	6.7	16.0	34.1	37.3	0.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,462	4.8	4.6	6.9	12.0	30.5	14.9	36.4	0.6
宅配 利用 年数	5～10年以上	2,246	2.1	2.8	4.2	6.3	17.9	21.0	37.0	9.1
	3～4年	688	4.8	4.1	5.5	9.4	19.5	16.6	33.0	8.7
	1～2年	614	5.5	4.9	6.7	11.2	24.6	16.3	31.6	7.8
	1年未満	426	5.2	5.2	5.4	10.3	28.4	17.6	26.3	12.0

* 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>

Q4SQ1. (同居されている方に牛乳を飲まない方がいる方へ)
その方が牛乳を飲まないのはなぜですか? (いくつでも)

			ら (本人が) 牛乳を嫌いだ か	牛 乳 が お 腹 に あ わ な い か ら	乳 児 な の で 飲 ま せ ら れ な い	ス ー パ ー な ど 他 で 買 っ た 牛 乳 を 飲 ん で い る か ら	全 員 が 飲 め る 量 を 注 文 し て い な い か ら	自 分 以 外 の た め に 注 文 し て い な い か ら	宅 配 牛 乳 は 高 価 な の で 飲 ま せ て い な い か ら	経 済 的 に 余 裕 が な い か ら	そ の 他 ・ 理 由 は わ か ら な い
		BASE									
全体		1,946	31.3	22.9	2.5	15.6	12.1	8.4	2.6	6.0	9.4
性別・ 年代別	男性計	553	28.9	23.5	2.9	14.3	9.4	8.0	2.7	6.7	10.5
	男性・20代未満	7	42.9	14.3	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	15	20.0	40.0	0.0	13.3	13.3	6.7	0.0	20.0	13.3
	男性・30代	98	28.6	16.3	8.2	10.2	16.3	2.0	2.0	6.1	15.3
	男性・40代	92	35.9	28.3	3.3	14.1	5.4	8.7	3.3	4.3	5.4
	男性・50代	121	30.6	26.4	0.8	14.9	5.0	5.8	0.8	9.1	10.7
	男性・60代	130	30.8	23.1	1.5	13.8	10.0	8.5	3.8	7.7	11.5
	男性・70代	86	18.6	22.1	2.3	17.4	9.3	16.3	4.7	3.5	8.1
	女性計	1,373	32.3	22.7	2.3	16.2	13.3	8.7	2.5	5.7	9.0
	女性・20代未満	4	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0
	女性・20代	57	45.6	15.8	12.3	14.0	21.1	10.5	5.3	5.3	5.3
	女性・30代	169	41.4	18.9	5.3	11.2	14.8	5.9	0.6	8.3	11.2
	女性・40代	274	34.3	22.3	2.2	19.7	13.9	2.9	1.8	6.6	13.1
	女性・50代	345	30.7	24.3	1.7	17.1	15.1	10.4	2.6	5.5	9.0
	女性・60代	341	28.7	25.5	0.9	13.8	12.3	11.1	4.4	4.7	6.2
	女性・70代	175	25.1	21.7	0.0	19.4	7.4	12.0	1.1	4.0	6.9
世帯別	単身男女10～30代	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	6	16.7	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0
	単身男女60代以上	11	18.2	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1
	末子乳幼児のいる世帯	228	32.9	16.2	18.0	15.8	17.1	7.0	3.5	7.5	7.9
	末子小学生のいる世帯	340	35.9	22.1	2.1	15.9	16.8	4.7	1.5	6.2	10.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	427	34.7	24.1	0.7	19.2	13.3	5.4	1.9	6.8	10.3
	シニアのいる世帯	1,031	28.1	26.8	1.2	16.6	12.4	9.4	2.7	4.8	9.1
	未成年の子やシニアのいない世帯	1,396	32.9	21.5	2.9	17.4	14.3	8.4	2.6	6.3	10.3
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	1,008	30.1	23.9	1.6	14.9	12.0	8.3	2.8	5.3	10.0
	3～4年	336	33.6	18.2	3.3	16.7	12.8	10.4	1.5	6.0	8.3
	1～2年	341	33.1	24.9	3.5	15.5	10.9	6.5	3.2	6.5	7.3
	1年未満	240	30.4	22.1	3.8	16.3	13.8	8.8	2.1	8.3	11.7

* 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>

*同居者に牛乳が嫌いな人がいる人ベース

Q4SQ2. (同居されている方が牛乳を嫌いな方へ)
その方が牛乳を嫌いのはなぜですか? (いくつでも)

			臭いが 苦手だ から	く せが ある から	ら さ っ ぱ り し て い な い か	あ っ さ り し す ぎ て い る か ら	後 味 が 苦 手 だ か ら	の ど ご し が 悪 い か ら	そ の 他	な ん と な く 苦 手 だ か ら
		BASE								
全体		610	39.5	11.8	2.8	0.8	13.6	3.4	13.6	40.2
性別・ 年代別	男性計	160	43.8	11.9	3.8	1.9	13.8	5.0	8.8	33.8
	男性・20代未満	3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7
	男性・20代	3	66.7	0.0	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	男性・30代	28	46.4	7.1	3.6	3.6	14.3	0.0	17.9	21.4
	男性・40代	33	54.5	15.2	3.0	0.0	12.1	12.1	6.1	39.4
	男性・50代	37	37.8	10.8	0.0	2.7	10.8	2.7	13.5	18.9
	男性・60代	40	37.5	15.0	7.5	0.0	10.0	2.5	2.5	47.5
	男性・70代	16	50.0	12.5	0.0	6.3	18.8	6.3	6.3	43.8
	女性計	444	38.1	11.9	2.5	0.5	13.7	2.9	15.5	42.3
	女性・20代未満	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	女性・20代	26	46.2	26.9	3.8	0.0	19.2	19.2	11.5	38.5
	女性・30代	70	32.9	17.1	1.4	0.0	12.9	5.7	22.9	34.3
	女性・40代	94	42.6	8.5	3.2	1.1	18.1	1.1	14.9	42.6
	女性・50代	106	34.9	10.4	3.8	0.9	15.1	1.9	10.4	48.1
	女性・60代	98	35.7	11.2	1.0	0.0	9.2	1.0	17.3	45.9
	女性・70代	44	40.9	9.1	2.3	0.0	9.1	0.0	18.2	38.6
世帯別	単身男女10～30代	0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	単身男女60代以上	2	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	末子乳幼児のいる世帯	75	33.3	17.3	1.3	1.3	21.3	9.3	22.7	37.3
	末子小学生のいる世帯	122	41.0	10.7	1.6	0.0	13.9	2.5	17.2	38.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	148	43.9	10.8	2.7	0.7	15.5	1.4	10.1	41.2
	シニアのいる世帯	290	37.2	10.0	2.8	0.7	13.1	2.4	16.2	44.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	459	38.8	11.5	3.3	0.9	14.8	3.9	14.4	39.9
宅配 利用 年数	5～10年以上	303	38.9	9.6	1.7	0.0	11.2	2.6	14.5	44.2
	3～4年	113	38.1	17.7	3.5	2.7	18.6	3.5	10.6	38.9
	1～2年	113	46.0	10.6	6.2	1.8	19.5	4.4	8.0	31.9
	1年未満	73	37.0	13.7	1.4	0.0	6.8	5.5	20.5	38.4

* 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

Q5. Q1-SQ3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）（提示20項目中上位10位）

			食 べ る ヨ ー グ ル ト	飲 む ヨ ー グ ル ト	黒 酢	コ ー ヒ ー 牛 乳	そ の 他 乳 酸 菌 飲 料	野 菜 飲 料	そ の 他 の 健 康 飲 料	康 補 助 食 品	サ プ リ メ ン ト な ど の 健	そ の 他 の 食 品	そ の 他 乳 製 品
		BASE											
全体		4,750	18.9	11.7	6.7	6.6	6.2	6.2	4.7	4.4	3.8	3.7	
性別・ 年代別	男性計	1,241	15.6	12.0	6.9	5.8	5.2	6.8	3.2	3.9	2.4	3.2	
	男性・20代未満	10	40.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	
	男性・20代	58	12.1	19.0	1.7	15.5	3.4	10.3	0.0	5.2	0.0	1.7	
	男性・30代	205	15.1	14.6	3.9	7.8	5.9	7.3	2.0	2.4	1.5	4.4	
	男性・40代	209	15.8	11.0	8.1	7.7	6.2	9.1	1.9	2.4	1.4	2.9	
	男性・50代	254	13.0	13.4	10.6	7.1	5.5	7.9	4.7	4.7	3.9	2.4	
	男性・60代	285	17.5	9.8	7.4	3.2	3.9	5.3	3.2	6.7	1.8	3.2	
	男性・70代	213	15.5	10.8	5.2	0.5	5.6	4.2	5.2	2.3	4.2	3.3	
	女性計	3,462	20.1	11.6	6.6	6.9	6.6	6.0	5.2	4.6	4.3	3.9	
	女性・20代未満	13	30.8	23.1	7.7	30.8	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	
	女性・20代	140	21.4	15.0	6.4	11.4	6.4	7.1	4.3	0.0	3.6	2.9	
	女性・30代	461	22.3	13.4	4.8	8.7	8.7	6.7	4.3	2.6	3.5	3.7	
	女性・40代	603	21.2	11.8	8.3	10.3	5.3	5.5	4.8	3.5	3.5	3.0	
	女性・50代	760	18.9	10.8	6.4	6.6	6.6	6.1	6.4	5.4	4.2	4.6	
	女性・60代	894	18.5	11.2	6.6	5.0	6.2	5.8	4.4	5.6	4.5	4.4	
	女性・70代	571	20.7	10.3	6.3	3.9	7.4	6.1	6.3	5.8	6.3	3.7	
世帯別	単身男女10～30代	64	21.9	7.8	3.1	7.8	1.6	10.9	4.7	1.6	1.6	4.7	
	単身男女40～50代	82	19.5	9.8	7.3	3.7	4.9	9.8	4.9	8.5	4.9	2.4	
	単身男女60代以上	279	14.7	8.2	4.7	1.8	5.7	7.2	4.7	5.4	6.1	2.5	
	末子乳幼児のいる世帯	461	20.2	14.3	5.6	7.6	8.9	6.1	3.3	3.7	2.0	4.6	
	末子小学生のいる世帯	738	20.9	15.2	6.5	8.7	7.7	6.1	3.7	3.5	3.3	3.3	
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	20.5	10.8	6.7	9.9	5.8	6.0	4.9	3.9	4.0	2.8	
	シニアのいる世帯	2,271	19.7	12.1	7.0	5.8	7.0	5.3	4.9	4.8	4.3	4.0	
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	19.8	12.8	7.3	8.3	6.3	6.2	4.9	4.3	3.5	3.6	
宅配 利用 年数	5～10年以上	2,476	21.2	11.5	7.1	6.4	6.0	6.8	4.0	4.7	4.5	4.1	
	3～4年	827	17.5	13.3	7.6	6.2	6.2	5.7	6.3	4.0	4.0	3.5	
	1～2年	771	16.5	12.3	6.2	8.2	6.5	5.8	3.5	4.2	2.3	3.4	
	1年未満	579	15.4	11.1	4.5	6.2	6.9	6.0	7.3	4.3	2.8	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

Q6. 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）

			2 5 0 0 円 未 満	未 満 2 5 0 円	未 満 3 0 円	未 満 3 5 0 円	未 満 5 0 円	7 0 0 0 円 以 上
		BASE						
全体		4,750	17.7	8.1	26.0	19.4	14.9	9.6
性別・年代別	男性計	1,241	17.2	8.2	29.3	20.1	13.2	8.5
	男性・20代未満	10	10.0	10.0	40.0	20.0	10.0	10.0
	男性・20代	58	27.6	6.9	37.9	15.5	5.2	5.2
	男性・30代	205	20.0	12.7	31.2	18.0	12.7	1.5
	男性・40代	209	20.6	8.1	32.1	20.1	11.0	5.3
	男性・50代	254	16.1	10.6	30.3	20.9	11.4	9.1
	男性・60代	285	16.1	4.6	29.5	19.6	17.5	8.4
	男性・70代	213	11.7	6.1	20.7	22.5	14.1	18.8
	女性計	3,462	17.9	8.1	24.9	19.2	15.6	10.0
	女性・20代未満	13	30.8	7.7	30.8	15.4	7.7	7.7
	女性・20代	140	30.7	10.0	25.7	17.1	7.9	5.0
	女性・30代	461	24.3	9.5	28.6	19.7	11.5	3.3
	女性・40代	603	21.1	9.8	24.7	20.2	16.7	4.8
	女性・50代	760	16.8	8.0	25.1	18.7	15.0	11.8
	女性・60代	894	14.7	7.0	23.6	19.5	18.6	12.0
	女性・70代	571	12.3	6.3	23.6	18.7	15.9	16.1
世帯別	単身男女10～30代	64	39.1	14.1	26.6	14.1	3.1	1.6
	単身男女40～50代	82	22.0	8.5	36.6	17.1	11.0	2.4
	単身男女60代以上	279	16.8	9.7	28.7	20.4	10.0	9.0
	末子乳幼児のいる世帯	461	20.6	7.2	27.3	16.9	15.4	8.2
	末子小学生のいる世帯	738	20.3	8.5	25.1	20.1	14.9	6.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	19.4	9.3	23.8	20.2	15.6	8.4
	シニアのいる世帯	2,271	15.9	6.8	23.9	18.1	16.8	13.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	18.2	8.1	25.8	19.7	15.3	9.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	13.0	6.5	23.6	19.5	19.4	14.1
	3～4年	827	16.3	9.9	29.3	22.7	13.3	5.1
	1～2年	771	23.9	9.1	32.3	18.5	9.1	4.4
	1年未満	579	31.1	11.1	26.3	16.8	7.6	4.0

* 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

Q7. 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（それぞれいくつでも）

		BASE	普通牛乳	乳無脂肪乳、濃厚などの加工牛乳	乳タカミルシウムなどを加えた牛ビ	その他の牛乳	この中にはない
全体		4,750	32.8	10.9	41.1	1.5	13.5
性別・年代別	男性計	1,241	33.4	11.6	39.2	1.5	14.3
	男性・20代未満	10	30.0	10.0	40.0	0.0	20.0
	男性・20代	58	37.9	10.3	39.7	0.0	19.0
	男性・30代	205	35.1	13.2	35.6	1.5	15.1
	男性・40代	209	27.3	8.6	44.5	1.9	17.2
	男性・50代	254	32.7	10.2	46.1	0.8	12.6
	男性・60代	285	37.5	11.2	35.4	2.5	15.1
	男性・70代	213	31.0	15.0	34.3	1.4	10.8
	女性計	3,462	32.6	10.7	41.7	1.5	13.1
	女性・20代未満	13	53.8	15.4	30.8	0.0	15.4
	女性・20代	140	37.9	10.0	46.4	0.7	16.4
	女性・30代	461	31.9	10.8	41.0	1.1	17.4
	女性・40代	603	37.1	8.1	40.6	1.5	15.6
	女性・50代	760	33.7	12.5	41.6	1.6	12.9
	女性・60代	894	28.1	11.4	42.6	2.0	12.1
	女性・70代	571	31.9	9.5	42.0	1.4	8.1
世帯別	単身男女10～30代	64	23.4	12.5	43.8	0.0	21.9
	単身男女40～50代	82	15.9	7.3	54.9	1.2	17.1
	単身男女60代以上	279	26.2	7.9	45.2	1.8	12.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	37.7	8.2	41.6	0.9	13.9
	末子小学生のいる世帯	738	35.5	8.8	40.5	1.4	15.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	38.7	8.5	41.4	1.2	12.0
	シニアのいる世帯	2,271	34.4	12.4	39.8	1.7	12.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	35.0	11.1	40.8	1.6	13.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	37.2	11.7	40.4	1.5	10.7
	3～4年	827	27.2	11.1	46.6	1.2	13.7
	1～2年	771	30.0	9.5	40.7	1.8	16.2
	1年未満	579	27.1	9.5	39.0	1.7	22.6

* 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

Q7. 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？B. その他の商品（それぞれいくつでも）（提示20項目中上位10位）

		食べる ヨーグルト	飲む ヨーグルト	野菜飲料	黒酢	サプリメント などの健康食品	全国各地の特産食品	コーヒー牛乳	豆乳	その他の健康飲料	その他乳酸菌飲料
	BASE										
全体	4,750	22.4	15.9	10.3	9.9	9.3	8.2	7.8	6.9	6.4	5.8
性別・年代別	男性計	1,241	20.1	15.7	11.0	8.8	11.5	8.9	9.0	5.6	5.7
	男性・20代未満	10	30.0	20.0	0.0	10.0	10.0	10.0	30.0	10.0	0.0
	男性・20代	58	20.7	19.0	19.0	10.3	13.8	3.4	17.2	8.6	3.4
	男性・30代	205	25.9	19.0	13.7	8.3	13.2	8.3	15.6	6.8	3.9
	男性・40代	209	20.6	17.7	13.9	7.2	16.3	12.4	7.7	6.7	4.8
	男性・50代	254	18.5	17.7	10.6	10.6	13.4	9.1	9.4	4.7	7.9
	男性・60代	285	18.6	11.9	10.2	9.5	10.9	7.4	5.6	6.0	3.9
	男性・70代	213	17.4	11.7	5.6	6.6	3.8	9.4	4.2	2.8	5.6
	女性計	3,462	23.3	16.1	10.0	10.4	8.5	8.0	7.4	7.3	6.7
	女性・20代未満	13	30.8	38.5	7.7	7.7	15.4	7.7	30.8	0.0	0.0
	女性・20代	140	30.7	22.1	11.4	9.3	10.7	5.0	15.0	7.1	7.1
	女性・30代	461	30.8	23.0	13.9	11.5	7.4	6.9	13.4	10.0	7.6
	女性・40代	603	27.2	18.7	12.4	13.3	9.6	6.0	9.8	8.1	8.3
	女性・50代	760	20.3	13.9	10.3	10.8	8.8	9.5	6.6	7.6	7.6
	女性・60代	894	19.7	14.0	7.6	8.6	8.4	8.4	3.7	6.9	4.8
	女性・70代	571	20.5	11.6	7.2	8.8	7.9	9.1	4.4	4.6	5.8
世帯別	単身男女10～30代	64	42.2	15.6	17.2	12.5	12.5	1.6	17.2	10.9	4.7
	単身男女40～50代	82	19.5	17.1	14.6	7.3	12.2	9.8	7.3	8.5	6.1
	単身男女60代以上	279	14.3	7.5	7.2	9.3	6.8	10.4	2.2	5.0	4.7
	末子乳幼児のいる世帯	461	26.7	20.0	12.1	9.5	8.5	7.2	11.1	7.4	6.9
	末子小学生のいる世帯	738	25.6	19.5	12.9	12.5	7.7	6.2	11.5	8.1	7.9
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	25.0	18.3	12.1	10.3	9.3	7.2	11.4	9.0	7.7
	シニアのいる世帯	2,271	21.9	15.9	9.1	9.5	8.8	8.0	6.0	6.6	5.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	23.2	17.6	10.7	10.8	9.9	8.2	9.6	7.5	7.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	22.9	15.6	9.4	9.5	8.1	8.9	7.0	6.8	5.6
	3～4年	827	22.7	16.4	11.5	10.9	10.5	8.7	7.9	6.9	7.4
	1～2年	771	21.7	17.5	11.8	11.0	11.8	7.0	9.2	8.6	7.3
	1年未満	579	22.8	16.4	11.2	10.2	10.5	6.9	9.2	5.9	7.9

* 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

Q7SQ1. Q7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)

		BASE	2500円未満	2500円	3000円	3500円	5000円	7000円以上
全体		4,750	16.9	8.7	25.3	19.7	14.9	5.7
性別・年代別	男性計	1,241	16.6	10.0	25.9	19.7	14.5	6.6
	男性・20代未満	10	20.0	10.0	30.0	10.0	10.0	10.0
	男性・20代	58	27.6	5.2	24.1	27.6	8.6	3.4
	男性・30代	205	18.5	12.2	27.3	19.5	14.6	2.9
	男性・40代	209	20.1	12.4	28.2	21.1	10.0	4.8
	男性・50代	254	13.0	11.0	29.9	18.5	15.7	5.9
	男性・60代	285	15.8	7.7	24.6	19.6	16.8	7.7
	男性・70代	213	14.1	8.5	19.7	18.3	15.5	11.7
	女性計	3,462	17.2	8.3	25.2	19.6	15.2	5.3
	女性・20代未満	13	23.1	7.7	23.1	30.8	15.4	0.0
	女性・20代	140	27.9	12.9	27.9	13.6	12.1	2.1
	女性・30代	461	20.8	12.4	29.1	20.6	11.3	1.5
	女性・40代	603	19.1	10.3	27.4	20.9	14.8	3.6
	女性・50代	760	16.7	6.8	26.1	22.1	15.1	7.0
	女性・60代	894	14.9	6.6	23.4	20.6	17.2	5.1
	女性・70代	571	13.8	6.3	20.5	13.7	16.8	8.8
世帯別	単身男女10～30代	64	29.7	15.6	21.9	18.8	7.8	1.6
	単身男女40～50代	82	26.8	6.1	32.9	17.1	11.0	0.0
	単身男女60代以上	279	15.1	13.3	26.2	14.7	11.1	6.8
	末子乳幼児のいる世帯	461	21.7	10.2	24.1	16.7	15.2	5.6
	末子小学生のいる世帯	738	19.8	10.8	26.0	19.5	13.1	4.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	17.9	9.0	25.6	20.9	16.0	5.3
	シニアのいる世帯	2,271	15.9	7.6	23.2	18.7	16.8	7.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	17.6	9.0	25.5	20.5	15.2	5.4
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	13.4	7.7	22.9	19.8	19.1	7.9
	3～4年	827	16.4	10.6	27.9	19.6	14.0	3.9
	1～2年	771	20.0	9.3	30.1	21.3	8.9	3.6
	1年未満	579	28.5	10.0	28.0	18.1	7.9	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>

*全体ベース

Q8. あなたは、実際に「宅配牛乳販売店」を利用して、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)

1. 購入の手軽さ・利便性

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	82.2	12.4	0.5
性別・年代別	男性計	1,241	77.2	16.4	1.3
	男性・20代未満	10	70.0	20.0	10.0
	男性・20代	58	72.4	25.9	1.7
	男性・30代	205	69.3	20.5	2.4
	男性・40代	209	78.9	17.2	1.9
	男性・50代	254	76.0	18.9	0.8
	男性・60代	285	79.3	15.1	1.1
	男性・70代	213	83.1	8.5	0.0
	女性計	3,462	84.2	10.9	0.3
	女性・20代未満	13	69.2	23.1	0.0
	女性・20代	140	80.7	18.6	0.0
	女性・30代	461	79.6	14.1	1.3
	女性・40代	603	83.4	13.6	0.5
	女性・50代	760	84.7	12.4	0.0
	女性・60代	894	86.1	9.4	0.0
	女性・70代	571	86.7	3.3	0.0
世帯別	単身男女10～30代	64	79.7	17.2	0.0
	単身男女40～50代	82	85.4	8.5	1.2
	単身男女60代以上	279	88.9	6.5	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	78.3	15.8	0.9
	末子小学生のいる世帯	738	81.3	14.1	0.7
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	82.0	14.3	0.7
	シニアのいる世帯	2,271	84.4	10.4	0.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	81.3	13.7	0.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	86.7	8.8	0.2
	3～4年	827	80.8	14.6	0.7
	1～2年	771	75.9	18.9	1.0
	1年未満	579	77.4	17.1	1.0

* 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

Q8. あなたは、実際に「宅配牛乳販売店」を利用して、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)
2. 配達の正確さ

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	83.3	11.4	0.6
性別・年代別	男性計	1,241	78.0	16.2	1.4
	男性・20代未満	10	60.0	30.0	0.0
	男性・20代	58	65.5	29.3	5.2
	男性・30代	205	70.2	21.5	1.0
	男性・40代	209	76.1	20.6	1.9
	男性・50代	254	79.1	16.1	1.6
	男性・60代	285	81.4	13.0	1.1
	男性・70代	213	86.4	6.6	0.5
	女性計	3,462	85.5	9.6	0.4
	女性・20代未満	13	76.9	15.4	0.0
	女性・20代	140	80.7	15.0	2.1
	女性・30代	461	80.7	13.4	0.9
	女性・40代	603	85.1	12.1	0.3
	女性・50代	760	84.6	11.8	0.5
	女性・60代	894	88.8	6.7	0.0
	女性・70代	571	87.4	3.9	0.0
世帯別	単身男女10～30代	64	76.6	17.2	1.6
	単身男女40～50代	82	81.7	11.0	1.2
	単身男女60代以上	279	87.5	8.2	0.7
	末子乳幼児のいる世帯	461	80.3	15.0	0.7
	末子小学生のいる世帯	738	83.5	11.5	0.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	83.9	12.0	0.6
	シニアのいる世帯	2,271	86.5	8.7	0.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	82.5	12.6	0.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	90.0	6.4	0.2
	3～4年	827	80.2	15.4	0.7
	1～2年	771	75.2	18.2	1.3
	1年未満	579	73.9	19.5	1.4

* 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

Q8. あなたは、実際に「宅配牛乳販売店」を利用して、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)
3. 販売店や配達員の対応

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	79.4	14.3	0.7
性別・年代別	男性計	1,241	73.4	20.0	1.0
	男性・20代未満	10	60.0	30.0	0.0
	男性・20代	58	67.2	29.3	1.7
	男性・30代	205	62.0	28.8	1.0
	男性・40代	209	68.4	26.8	2.4
	男性・50代	254	77.6	17.7	0.8
	男性・60代	285	76.5	17.2	0.7
	男性・70代	213	83.1	8.0	0.0
	女性計	3,462	81.8	12.2	0.6
	女性・20代未満	13	69.2	23.1	0.0
	女性・20代	140	71.4	25.7	1.4
	女性・30代	461	77.9	16.5	0.4
	女性・40代	603	81.3	14.6	0.8
	女性・50代	760	82.1	13.9	0.8
	女性・60代	894	84.7	9.6	0.2
	女性・70代	571	83.2	4.4	0.5
世帯別	単身男女10～30代	64	75.0	21.9	0.0
	単身男女40～50代	82	79.3	17.1	0.0
	単身男女60代以上	279	83.5	8.6	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	75.7	18.9	1.1
	末子小学生のいる世帯	738	78.6	16.1	0.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	80.5	14.7	0.7
	シニアのいる世帯	2,271	82.9	10.9	0.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	78.5	15.7	0.9
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	86.0	8.9	0.4
	3～4年	827	75.2	19.3	0.6
	1～2年	771	69.8	22.8	1.3
	1年未満	579	73.2	20.9	1.0

* 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

Q8. あなたは、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。(それぞれひとつずつ)
4. 商品の品質や安全性

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	77.2	15.8	0.5
性別・年代別	男性計	1,241	71.6	20.7	1.2
	男性・20代未満	10	70.0	20.0	0.0
	男性・20代	58	72.4	22.4	1.7
	男性・30代	205	63.4	27.8	2.0
	男性・40代	209	71.8	23.9	1.4
	男性・50代	254	73.6	22.0	0.8
	男性・60代	285	72.3	20.0	1.1
	男性・70代	213	76.5	9.4	0.9
	女性計	3,462	79.4	13.9	0.3
	女性・20代未満	13	69.2	30.8	0.0
	女性・20代	140	75.7	22.1	0.0
	女性・30代	461	77.9	16.1	0.9
	女性・40代	603	81.4	16.4	0.0
	女性・50代	760	81.4	14.9	0.4
	女性・60代	894	78.9	13.3	0.2
	女性・70代	571	78.5	6.5	0.2
世帯別	単身男女10～30代	64	75.0	21.9	0.0
	単身男女40～50代	82	75.6	17.1	1.2
	単身男女60代以上	279	74.9	14.3	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	76.8	18.0	0.7
	末子小学生のいる世帯	738	78.5	16.0	0.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	78.2	17.5	0.6
	シニアのいる世帯	2,271	79.6	12.9	0.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	78.1	16.1	0.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	82.8	11.1	0.3
	3～4年	827	73.8	19.5	1.1
	1～2年	771	69.4	23.3	0.5
	1年未満	579	71.8	22.3	0.7

* 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

Q8. あなたは、実際に「宅配牛乳販売店」を利用して、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)
5. 品揃え

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	55.1	32.8	2.6
性別・年代別	男性計	1,241	52.1	35.9	4.2
	男性・20代未満	10	50.0	40.0	0.0
	男性・20代	58	53.4	36.2	8.6
	男性・30代	205	53.2	35.1	3.9
	男性・40代	209	52.2	38.3	6.2
	男性・50代	254	50.4	42.5	2.4
	男性・60代	285	48.8	36.5	5.3
	男性・70代	213	55.9	26.3	2.3
	女性計	3,462	56.4	31.7	2.0
	女性・20代未満	13	53.8	38.5	0.0
	女性・20代	140	62.1	32.9	3.6
	女性・30代	461	57.0	34.7	2.2
	女性・40代	603	60.2	35.0	1.7
	女性・50代	760	56.4	34.7	2.1
	女性・60代	894	54.1	31.9	2.7
	女性・70代	571	54.5	21.0	0.5
世帯別	単身男女10～30代	64	60.9	32.8	3.1
	単身男女40～50代	82	53.7	36.6	1.2
	単身男女60代以上	279	50.2	31.9	2.9
	末子乳幼児のいる世帯	461	59.9	31.5	3.3
	末子小学生のいる世帯	738	59.6	33.1	2.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	58.1	34.2	2.6
	シニアのいる世帯	2,271	56.1	30.9	2.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	56.6	33.6	2.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	57.6	30.7	1.9
	3～4年	827	51.5	37.8	3.3
	1～2年	771	52.9	35.1	3.9
	1年未満	579	55.8	34.7	2.8

* 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

Q8. あなたは、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。(それぞれひとつずつ)
6. 価格

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	39.3	41.9	10.7
性別・年代別	男性計	1,241	37.3	41.1	15.0
	男性・20代未満	10	10.0	70.0	10.0
	男性・20代	58	31.0	50.0	15.5
	男性・30代	205	33.2	40.5	16.6
	男性・40代	209	39.2	40.7	18.7
	男性・50代	254	37.4	43.7	15.4
	男性・60代	285	36.5	41.1	15.4
	男性・70代	213	43.2	36.2	8.5
	女性計	3,462	40.2	42.2	9.1
	女性・20代未満	13	46.2	53.8	0.0
	女性・20代	140	33.6	52.9	12.1
	女性・30代	461	34.5	46.6	12.8
	女性・40代	603	38.8	47.8	10.0
	女性・50代	760	41.6	43.8	9.7
	女性・60代	894	41.3	40.9	8.7
	女性・70代	571	44.3	29.4	4.2
世帯別	単身男女10～30代	64	40.6	39.1	14.1
	単身男女40～50代	82	47.6	35.4	11.0
	単身男女60代以上	279	40.9	39.4	6.5
	末子乳幼児のいる世帯	461	34.7	46.9	13.0
	末子小学生のいる世帯	738	38.6	43.2	12.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	39.3	43.9	12.2
	シニアのいる世帯	2,271	41.2	41.0	9.2
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	38.1	43.8	11.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	44.0	39.9	8.4
	3～4年	827	34.7	45.2	13.3
	1～2年	771	33.1	46.2	13.4
	1年未満	579	34.7	43.4	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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q8. あなたは、実際に「宅配牛乳販売店」を利用して、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)
7. 商品、健康、くらしなど様々な情報の提供

		BASE	満足である	どちらともいえない	満足ではない
全体		4,750	45.3	41.0	4.3
性別・年代別	男性計	1,241	38.4	47.1	6.3
	男性・20代未満	10	20.0	70.0	0.0
	男性・20代	58	37.9	55.2	5.2
	男性・30代	205	38.0	46.8	6.8
	男性・40代	209	38.8	48.3	10.0
	男性・50代	254	35.8	54.3	5.1
	男性・60代	285	37.9	46.3	6.3
	男性・70代	213	43.2	35.7	3.8
	女性計	3,462	47.9	38.9	3.6
	女性・20代未満	13	46.2	46.2	0.0
	女性・20代	140	44.3	48.6	5.0
	女性・30代	461	49.0	41.9	3.5
	女性・40代	603	46.1	45.1	5.6
	女性・50代	760	47.4	43.9	2.4
	女性・60代	894	47.5	37.2	3.9
	女性・70代	571	51.7	22.8	2.1
世帯別	単身男女10～30代	64	45.3	46.9	4.7
	単身男女40～50代	82	45.1	43.9	3.7
	単身男女60代以上	279	44.8	35.1	3.9
	末子乳幼児のいる世帯	461	47.5	44.0	3.3
	末子小学生のいる世帯	738	48.1	42.1	4.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	44.4	44.7	5.1
	シニアのいる世帯	2,271	46.9	38.5	4.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	45.2	43.6	4.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	48.5	38.0	4.0
	3～4年	827	43.7	43.4	5.3
	1～2年	771	39.9	46.7	4.9
	1年未満	579	42.7	46.6	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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q8. あなたは、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。(それぞれひとつずつ)
8. 総合的にはいかがですか

			満足である	どちらともいえない	満足ではない
		BASE			
全体		4,750	69.2	23.3	0.7
性別・年代別	男性計	1,241	63.8	28.2	1.5
	男性・20代未満	10	60.0	30.0	0.0
	男性・20代	58	58.6	37.9	3.4
	男性・30代	205	57.6	32.7	2.0
	男性・40代	209	61.7	33.0	2.9
	男性・50代	254	66.5	28.3	1.2
	男性・60代	285	65.3	28.8	0.7
	男性・70代	213	68.5	15.5	0.5
	女性計	3,462	71.4	21.5	0.3
	女性・20代未満	13	76.9	23.1	0.0
	女性・20代	140	70.0	26.4	1.4
	女性・30代	461	70.5	24.1	0.4
	女性・40代	603	71.1	25.7	0.5
	女性・50代	760	71.8	24.3	0.1
	女性・60代	894	70.9	21.0	0.3
	女性・70代	571	73.2	10.5	0.2
世帯別	単身男女10～30代	64	64.1	31.3	1.6
	単身男女40～50代	82	72.0	22.0	1.2
	単身男女60代以上	279	72.8	17.6	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	68.8	26.7	0.7
	末子小学生のいる世帯	738	68.8	25.6	0.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	69.0	25.7	0.7
	シニアのいる世帯	2,271	72.1	20.1	0.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	69.4	24.4	0.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	75.1	18.5	0.3
	3～4年	827	64.1	29.4	0.8
	1～2年	771	62.3	29.8	1.0
	1年未満	579	63.4	29.4	1.4

* 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

Q9. 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	ど ち ら と も い え ない	利用 した く ない
		BASE			
全体		4,750	75.7	16.3	0.5
性別・年代別	男性計	1,241	71.9	19.7	1.0
	男性・20代未満	10	50.0	50.0	0.0
	男性・20代	58	65.5	29.3	1.7
	男性・30代	205	62.4	27.3	1.0
	男性・40代	209	67.5	23.9	2.4
	男性・50代	254	74.4	18.9	0.0
	男性・60代	285	75.8	16.8	1.1
	男性・70代	213	79.3	9.9	0.5
	女性計	3,462	77.2	15.0	0.4
	女性・20代未満	13	69.2	30.8	0.0
	女性・20代	140	72.9	22.1	0.0
	女性・30代	461	69.6	22.6	1.1
	女性・40代	603	75.5	18.1	0.2
	女性・50代	760	80.4	13.2	0.4
	女性・60代	894	78.9	13.6	0.3
	女性・70代	571	80.4	7.5	0.4
世帯別	単身男女10～30代	64	67.2	25.0	0.0
	単身男女40～50代	82	78.0	11.0	0.0
	単身男女60代以上	279	82.8	9.3	0.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	70.9	21.9	1.3
	末子小学生のいる世帯	738	71.3	20.6	1.1
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	74.8	18.6	0.5
	シニアのいる世帯	2,271	79.1	12.9	0.5
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	75.5	17.4	0.6
宅配 利用 年 数	5～10年以上	2,476	83.7	9.2	0.2
	3～4年	827	73.0	19.2	0.6
	1～2年	771	64.9	25.3	0.9
	1年未満	579	63.2	29.4	1.0

* 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>

Q9SQ1. (Q9で「利用したい」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)(提示18項目中上位10位)

		空 容 器 を 回 収 し て く れ る	重 く か さ ば る 商 品 を 配 達 し て く れ る	親 切 に 対 応 し て く れ る	牛 乳 を 飲 用 す る 習 慣 が つ く れ る	保 冷 剤・保 冷 ボ ツ ク ス な ど で 、 乳 製 品 の 温 度 管 理 が し っ か り し て い る	ビ ン 牛 乳 が 買 え る	新 鮮 な 牛 乳 が 買 え る	自 分 の 飲 む ベ ー ス で 牛 乳 が 買 え る	試 供 品 で 新 製 品 が 試 せ る	カ ル シ ウ ム 強 化 牛 乳 な ど 、 特 別 な 牛 乳 が 買 え る
	BASE										
全体	3,594	47.7	44.1	43.3	39.4	35.0	33.2	31.6	27.4	26.0	23.1
性別・年代別	男性計	892	45.4	39.2	40.1	35.9	33.3	34.4	28.3	25.4	19.4
	男性・20代未満	5	20.0	40.0	40.0	20.0	40.0	20.0	60.0	0.0	0.0
	男性・20代	38	44.7	42.1	28.9	28.9	15.8	34.2	26.3	18.4	18.4
	男性・30代	128	28.9	37.5	30.5	39.8	30.5	28.1	23.4	14.8	17.2
	男性・40代	141	39.0	41.8	34.0	31.9	25.5	28.4	23.4	17.7	19.9
	男性・50代	189	48.1	37.6	32.3	28.0	34.9	34.9	29.6	27.0	20.1
	男性・60代	216	47.2	37.5	49.1	33.3	36.1	36.1	27.3	25.0	13.4
	男性・70代	169	58.0	41.4	52.1	49.7	40.2	41.4	34.3	39.1	29.6
	女性計	2,673	48.3	45.6	44.2	40.6	35.5	32.7	32.8	28.0	24.3
	女性・20代未満	9	22.2	22.2	33.3	33.3	0.0	11.1	22.2	33.3	22.2
	女性・20代	102	41.2	44.1	31.4	47.1	34.3	32.4	26.5	20.6	21.6
	女性・30代	321	38.6	49.5	32.7	34.0	25.5	19.9	23.1	22.4	18.7
	女性・40代	455	39.1	45.5	37.1	37.8	28.1	25.9	25.5	18.9	19.3
	女性・50代	611	45.5	43.7	38.6	41.7	33.1	31.3	31.1	25.4	23.1
	女性・60代	705	56.6	45.5	50.6	42.4	40.0	38.9	38.7	32.2	27.1
	女性・70代	459	57.3	46.2	59.7	42.0	47.1	41.2	41.8	39.4	31.2
世帯別	単身男女10～30代	43	34.9	48.8	25.6	39.5	20.9	30.2	14.0	30.2	25.6
	単身男女40～50代	64	45.3	40.6	26.6	39.1	31.3	25.0	29.7	21.9	23.4
	単身男女60代以上	231	51.5	53.7	56.3	35.9	36.8	39.0	36.4	37.2	28.6
	末子乳幼児のいる世帯	327	39.4	45.6	43.1	39.1	29.1	26.0	31.2	21.4	22.0
	末子小学生のいる世帯	526	41.1	44.3	39.7	34.4	31.9	25.5	23.0	19.4	20.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	632	41.9	45.3	38.8	38.6	31.0	28.6	27.4	22.5	19.1
	シニアのいる世帯	1,796	50.7	42.9	45.4	40.9	35.7	34.0	34.4	29.2	23.6
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,226	45.7	43.1	40.7	38.6	34.3	31.4	29.2	24.5	22.0
宅配利用年数	5～10年以上	2,072	49.9	46.0	48.5	43.7	37.6	37.5	36.3	29.5	24.4
	3～4年	604	46.5	40.6	39.2	34.6	33.3	29.6	30.1	29.6	23.8
	1～2年	500	42.2	41.8	33.0	35.4	28.4	28.0	24.2	20.2	19.6
	1年未満	366	43.2	42.6	33.9	29.5	31.7	23.0	18.6	22.1	20.5

* 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

<セグメント別調査結果一覧>

*今後宅配牛乳販売店を利用したくない人ベース

Q9SQ2. (Q9で「どちらともいえない」「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)(提示13項目中上位10位)

		宅配牛乳は割高だから	スーパーなどの特売で買ったほうがいいから	家計を切り詰め、節約したいから	便利だからに近所で買うほうが	必要ときに近所で買うほうが	他の買い物のついでに買えば済	まみきれず、食べきれず、た	が心配だから商品を外に置くこと	配達された商品の魅力を感じないから	品以上の魅力を感じないから	宅配の商品にスーパーなどの商	店以上の魅力を感じないから	宅配の品揃えにスーパーなどの	支払方法が不便だから
	BASE														
全体	799	52.9	31.4	27.2	24.7	20.4	19.3	10.1	6.4	5.0	4.8				
性別・年代別	男性計	257	54.5	32.3	24.9	24.9	15.6	16.0	8.6	4.7	4.7	7.0			
	男性・20代未満	5	20.0	40.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0			
	男性・20代	18	55.6	38.9	33.3	16.7	11.1	5.6	5.6	0.0	5.6	5.6			
	男性・30代	58	53.4	37.9	31.0	15.5	15.5	10.3	5.2	5.2	10.3				
	男性・40代	55	58.2	23.6	27.3	34.5	10.9	12.7	12.7	7.3	1.8	9.1			
	男性・50代	48	62.5	22.9	27.1	25.0	10.4	14.6	10.4	4.2	8.3	6.3			
	男性・60代	51	49.0	37.3	15.7	27.5	21.6	19.6	3.9	3.9	3.9	5.9			
	男性・70代	22	50.0	40.9	4.5	27.3	27.3	31.8	4.5	4.5	4.5	0.0			
	女性計	534	51.9	31.1	28.5	24.5	23.0	21.2	11.0	7.1	5.1	3.6			
	女性・20代未満	4	0.0	50.0	25.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0			
	女性・20代	31	48.4	38.7	22.6	19.4	16.1	22.6	12.9	16.1	6.5	9.7			
	女性・30代	109	56.0	31.2	39.4	19.3	23.9	20.2	15.6	7.3	1.8	1.8			
	女性・40代	110	52.7	31.8	38.2	32.7	24.5	16.4	19.1	8.2	4.5	8.2			
	女性・50代	103	60.2	34.0	22.3	25.2	20.4	20.4	11.7	3.9	5.8	3.9			
	女性・60代	125	51.2	30.4	24.8	20.0	24.8	24.0	2.4	7.2	8.8	0.8			
	女性・70代	45	35.6	17.8	11.1	31.1	26.7	28.9	2.2	6.7	2.2	0.0			
世帯別	単身男女10～30代	16	56.3	31.3	18.8	18.8	31.3	6.3	25.0	18.8	6.3	18.8			
	単身男女40～50代	9	55.6	22.2	22.2	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0			
	単身男女60代以上	27	48.1	29.6	25.9	11.1	14.8	22.2	3.7	0.0	3.7	0.0			
	末子乳幼児のいる世帯	107	56.1	30.8	32.7	23.4	16.8	15.9	9.3	6.5	2.8	4.7			
	末子小学生のいる世帯	160	54.4	33.1	34.4	21.9	22.5	18.1	10.0	4.4	2.5	4.4			
	末子中学生以上未成年のいる世帯	161	59.0	37.3	38.5	32.9	26.7	15.5	19.3	9.3	4.3	6.2			
	シニアのいる世帯	306	48.4	32.4	24.2	23.5	24.8	20.6	4.6	5.6	6.5	2.6			
	未成年の子やシニアのいない世帯	530	54.9	31.1	28.3	25.7	19.6	18.3	10.8	4.7	4.9	6.0			
宅配利用年数	5～10年以上	233	54.5	31.8	30.0	23.2	21.0	21.9	5.6	5.6	5.2	3.9			
	3～4年	164	53.0	31.1	25.0	23.2	17.7	21.3	14.6	9.1	4.9	3.7			
	1～2年	202	54.5	35.6	26.7	25.7	17.3	14.4	8.9	4.5	5.4	5.4			
	1年未満	176	52.8	26.7	26.7	25.0	20.5	18.8	14.8	8.0	5.1	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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q10. あなたは今後、宅配牛乳販売店にどのようなことを望みますか？(いくつでも)
(提示12項目中上位10位)

			い 色 々 な 商 品 を 期 間 限 定 で 試 し 買 い を し た い	配 達 時 及 び 宅 配 ボ ッ ク ス の 温 度 管 理 を 徹 底 し て ほ し い	一 人 暮 ら し の お 年 寄 り の お 宅 で 、 牛 乳 や 新 聞 が た ま つ て い た ら 、 安 否 の 確 認 を し て ほ し い	商 品 を 推 薦 し て 欲 し い	健康診断の結果から、お勧めの	宅配ボックスの清掃をしてほし	宅配ボックスを抗菌仕様にして	いつでも商品の追加・変更をし	一人暮らしのお年寄りのお宅に	は配達時に声かけしてほしい	いつでも商品の数や容量を変更	いろいろなイベントに参加できる特典	
		BASE													
全体		4,750	18.9	16.4	14.2	12.3	12.0	12.0	11.8	10.3	9.7	7.5			
性別・年代別	男性計	1,241	17.9	16.9	13.9	16.2	15.5	13.0	11.1	11.4	9.8	7.6			
	男性・20代未満	10	30.0	0.0	0.0	30.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	20.0			
	男性・20代	58	12.1	10.3	5.2	20.7	10.3	17.2	12.1	6.9	8.6	15.5			
	男性・30代	205	20.0	19.5	10.7	15.1	21.0	18.5	9.8	8.3	10.7	9.8			
	男性・40代	209	25.8	21.5	13.9	25.4	15.3	11.0	9.6	15.3	9.1	5.7			
	男性・50代	254	16.5	10.6	13.0	15.7	13.0	11.0	10.6	12.2	7.5	9.1			
	男性・60代	285	15.8	19.6	16.8	12.6	20.0	14.0	13.0	11.9	9.8	6.0			
	男性・70代	213	13.1	16.0	16.9	10.8	9.4	9.9	11.7	10.3	12.7	4.7			
	女性計	3,462	19.4	16.2	14.2	11.0	10.8	11.7	12.0	9.8	9.6	7.5			
	女性・20代未満	13	23.1	30.8	7.7	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	38.5			
	女性・20代	140	21.4	20.7	9.3	11.4	15.7	17.9	19.3	7.9	12.1	10.7			
	女性・30代	461	30.4	16.5	12.1	13.4	13.2	14.1	11.1	8.7	9.8	11.3			
	女性・40代	603	28.7	20.2	12.6	12.9	14.8	12.1	15.9	8.1	11.6	9.0			
	女性・50代	760	19.7	16.8	12.5	11.3	8.8	10.9	12.1	7.9	10.4	7.8			
	女性・60代	894	14.2	14.7	15.9	10.0	8.7	10.5	10.6	11.1	9.4	6.2			
	女性・70代	571	7.2	11.9	18.9	8.4	9.1	10.5	9.1	14.2	6.5	3.0			
世帯別	単身男女10～30代	64	12.5	15.6	10.9	21.9	17.2	15.6	12.5	10.9	14.1	18.8			
	単身男女40～50代	82	18.3	17.1	14.6	17.1	19.5	11.0	7.3	9.8	8.5	6.1			
	単身男女60代以上	279	10.0	12.5	29.4	9.3	8.2	5.7	6.8	23.7	9.0	1.8			
	末子乳幼児のいる世帯	461	23.6	16.3	12.8	14.5	13.0	12.6	13.0	9.5	10.8	10.4			
	末子小学生のいる世帯	738	27.6	18.2	11.5	13.7	13.4	13.3	14.4	8.8	11.5	10.4			
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	24.9	19.1	11.6	14.9	11.1	11.2	12.9	9.1	9.6	8.2			
	シニアのいる世帯	2,271	17.0	16.2	14.4	11.5	10.4	11.5	11.3	10.7	8.9	5.9			
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	22.0	17.4	12.9	13.0	12.2	12.7	13.1	8.8	10.4	8.9			
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	17.0	15.9	16.0	12.4	10.7	11.6	11.4	10.8	9.4	6.6			
	3～4年	827	20.2	17.4	13.9	12.0	13.7	12.6	12.1	11.1	9.9	8.5			
	1～2年	771	21.1	17.0	12.6	12.1	14.3	12.3	13.0	9.3	8.9	8.6			
	1年未満	579	23.5	17.1	9.8	14.3	13.1	12.1	12.3	8.1	12.3	8.8			

* 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

Q11. あなたが、牛乳の特徴で、好きな点にあてはまるものはどれですか？（いくつでも）

		こくがあること	すっきりしていること	牛乳独特の香り	牛乳独特の風味	のどごし	栄養がとれること多くの	カルシウムなど多くの	その他	この中にはない
	BASE									
全体	4,750	38.1	10.6	10.1	9.4	11.1	57.6	2.3	4.0	
性別・年代別	男性計	1,241	36.7	9.8	12.4	11.3	12.1	53.2	2.7	4.9
	男性・20代未満	10	40.0	30.0	10.0	0.0	0.0	40.0	0.0	20.0
	男性・20代	58	41.4	3.4	8.6	17.2	13.8	50.0	3.4	6.9
	男性・30代	205	27.8	12.2	10.7	9.8	12.2	52.7	4.4	4.4
	男性・40代	209	34.0	11.5	12.4	11.0	14.8	51.7	3.3	8.6
	男性・50代	254	38.2	7.9	11.0	10.2	7.5	52.8	3.9	4.7
	男性・60代	285	37.2	10.9	11.6	12.3	16.1	52.6	1.1	3.9
	男性・70代	213	43.7	7.5	17.8	12.2	8.9	57.7	1.4	2.3
	女性計	3,462	38.6	11.0	9.3	8.8	10.8	59.4	2.1	3.8
	女性・20代未満	13	30.8	23.1	15.4	7.7	7.7	53.8	7.7	15.4
	女性・20代	140	36.4	12.1	5.7	5.7	11.4	65.7	2.1	5.7
	女性・30代	461	36.0	9.1	6.3	6.9	8.7	58.6	2.4	8.2
	女性・40代	603	34.0	8.6	7.0	8.0	10.6	62.2	2.2	4.6
	女性・50代	760	42.4	12.2	8.6	8.8	10.1	60.0	2.5	2.9
	女性・60代	894	41.1	10.5	10.3	9.3	12.1	57.9	1.6	3.0
	女性・70代	571	38.2	13.7	14.4	11.0	11.6	57.3	1.9	0.9
世帯別	単身男女10～30代	64	37.5	17.2	7.8	6.3	12.5	54.7	6.3	4.7
	単身男女40～50代	82	26.8	9.8	6.1	9.8	14.6	65.9	4.9	2.4
	単身男女60代以上	279	31.5	14.0	11.5	12.5	9.3	63.8	1.8	0.7
	末子乳幼児のいる世帯	461	36.4	11.5	10.2	8.9	9.1	61.8	2.0	3.9
	末子小学生のいる世帯	738	36.4	9.1	9.6	9.8	12.2	57.7	2.2	5.6
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	38.1	9.7	8.5	8.8	11.7	59.1	2.0	4.3
	シニアのいる世帯	2,271	40.7	11.8	11.3	10.0	11.4	57.3	1.9	2.7
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	39.0	10.1	9.3	8.9	11.0	58.1	2.3	4.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	41.6	11.6	11.4	10.5	12.0	59.9	1.8	2.3
	3～4年	827	36.4	8.6	9.4	10.0	12.0	58.3	1.7	5.3
	1～2年	771	33.5	9.2	8.9	7.3	8.7	54.0	3.5	5.8
	1年未満	579	32.3	11.9	7.6	7.3	10.2	52.7	3.5	7.9

* 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

Q12. あなたはふだん、牛乳は封を空けてからどれくらいの日数まで、風味や鮮度を維持できるとお感じですか？（ひとつだけ）※開封後冷蔵保存したとしてお考え下さい。

		封を開けたそのとき	のすぐにではないが、その	2日	3日	4日	5日	6日	7日以上
	BASE								
全体	4,750	23.1	17.3	26.5	14.4	7.4	3.6	2.3	1.1
性別・年代別	男性計	1,241	25.8	17.9	26.8	13.8	5.4	2.9	1.8
	男性・20代未満	10	10.0	10.0	40.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	男性・20代	58	22.4	17.2	25.9	17.2	5.2	3.4	3.4
	男性・30代	205	23.9	17.1	28.3	17.6	2.9	2.4	1.5
	男性・40代	209	23.9	21.1	25.4	14.8	4.3	4.3	3.3
	男性・50代	254	22.0	16.5	27.2	16.1	6.7	3.1	2.4
	男性・60代	285	30.5	16.8	27.4	11.2	5.3	1.8	1.4
	男性・70代	213	29.6	18.8	25.4	8.5	7.0	3.3	1.4
	女性計	3,462	22.1	17.2	26.7	14.6	8.0	3.8	2.2
	女性・20代未満	13	15.4	30.8	30.8	7.7	0.0	0.0	7.7
	女性・20代	140	22.9	16.4	22.1	22.1	6.4	1.4	2.1
	女性・30代	461	20.6	15.4	25.8	18.2	8.9	4.3	2.6
	女性・40代	603	18.2	16.9	28.7	16.7	9.0	4.8	2.5
	女性・50代	760	19.7	15.0	26.6	17.1	10.4	4.3	2.9
	女性・60代	894	23.5	19.2	29.2	10.9	7.4	3.1	1.6
	女性・70代	571	27.5	18.9	22.6	10.2	4.9	3.5	1.8
世帯別	単身男女10～30代	64	29.7	14.1	18.8	12.5	6.3	4.7	1.6
	単身男女40～50代	82	32.9	19.5	20.7	11.0	6.1	3.7	1.2
	単身男女60代以上	279	25.4	22.6	24.0	9.7	6.5	3.2	2.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	18.2	17.6	26.5	17.6	9.1	3.0	3.3
	末子小学生のいる世帯	738	19.0	17.5	25.7	17.9	8.7	5.1	2.0
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	19.9	16.6	31.2	16.3	5.8	3.7	2.8
	シニアのいる世帯	2,271	23.0	17.4	27.2	14.4	6.9	3.3	2.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	20.9	17.4	27.3	15.6	8.0	3.8	2.5
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	23.1	18.5	25.4	13.6	7.7	3.8	2.4
	3～4年	827	23.6	16.7	28.5	15.1	5.8	3.0	2.5
	1～2年	771	22.4	16.7	27.4	16.3	7.3	3.2	1.4
	1年未満	579	24.0	15.4	26.6	14.2	8.1	3.6	2.6

* 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

Q13. あなたは、牛乳の容器について、紙パックと瓶ではどちらの方が「使い勝手が良い」
 と思いますか？（ひとつだけ）

			紙 パ ッ ク の ほ う が 良 い	パ ッ ク の ほ う が 良 い 紙	ど ち ら も 変 わ ら な い （ 同 じ ぐ ら い ）	ど ち ら か と い え ば 瓶 の	瓶 の ほ う が 良 い	計 紙 パ ッ ク の ほ う が 良 い	瓶 の ほ う が 良 い 計
		BASE							
全体		4,750	16.5	11.8	18.3	22.0	28.1	28.4	50.1
性別・ 年代別	男性計	1,241	18.5	9.5	20.4	18.9	30.1	28.0	49.0
	男性・20代未満	10	40.0	0.0	40.0	10.0	10.0	40.0	20.0
	男性・20代	58	37.9	10.3	19.0	12.1	20.7	48.3	32.8
	男性・30代	205	25.9	11.7	26.3	13.2	19.5	37.6	32.7
	男性・40代	209	22.0	13.9	25.4	15.8	23.0	35.9	38.8
	男性・50代	254	18.1	11.8	17.3	20.5	29.5	29.9	50.0
	男性・60代	285	13.0	5.6	16.1	22.8	38.6	18.6	61.4
	男性・70代	213	9.9	6.1	18.3	23.5	39.0	16.0	62.4
	女性計	3,462	15.9	12.7	17.5	23.3	27.4	28.6	50.6
	女性・20代未満	13	46.2	15.4	23.1	7.7	7.7	61.5	15.4
	女性・20代	140	25.7	20.0	25.7	13.6	13.6	45.7	27.1
	女性・30代	461	21.9	23.2	23.4	15.2	14.5	45.1	29.7
	女性・40代	603	20.4	19.2	20.7	21.6	16.1	39.6	37.6
	女性・50代	760	15.1	12.6	16.4	25.5	27.4	27.8	52.9
	女性・60代	894	11.5	6.6	15.3	28.9	33.8	18.1	62.6
	女性・70代	571	10.9	5.4	11.4	23.1	43.3	16.3	66.4
世帯別	単身男女10～30代	64	32.8	20.3	18.8	14.1	12.5	53.1	26.6
	単身男女40～50代	82	15.9	8.5	11.0	20.7	40.2	24.4	61.0
	単身男女60代以上	279	9.3	3.6	14.3	26.2	43.4	12.9	69.5
	末子乳幼児のいる世帯	461	21.0	17.4	23.9	16.5	19.5	38.4	36.0
	末子小学生のいる世帯	738	19.2	18.8	21.8	18.4	19.1	38.1	37.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	20.5	17.2	19.5	21.7	19.4	37.6	41.1
	シニアのいる世帯	2,271	15.4	9.6	17.2	23.6	30.4	25.0	54.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	19.0	14.0	19.7	21.4	23.4	33.1	44.8
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	2,476	14.3	9.5	16.1	23.2	33.9	23.9	57.1
	3～4年	827	14.6	12.0	19.7	23.6	27.0	26.6	50.5
	1～2年	771	19.5	14.5	21.7	21.1	20.4	34.0	41.5
	1年未満	579	23.5	17.1	22.5	17.1	16.8	40.6	33.9

* 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

Q14. あなたは、牛乳の容器について、紙パックと瓶ではどちらの方が「環境に優しい」と思いますか？
(ひとつだけ)

			し紙 いパ ック の ほ う が や さ	いパ ど ッ ち ク の ほ う が や さ 紙 し	ど ち ら も 変 わ ら な い (同 じ ぐ ら い)	ほ ど ち ら か と い え ば 瓶 の	瓶 の ほ う が や さ し い	し紙 いパ ック の ほ う が や さ 計	計 瓶 の ほ う が や さ し い
		BASE							
全体		4,750	7.9	4.2	17.1	25.8	41.5	12.1	67.3
性別・ 年代別	男性計	1,241	9.1	3.5	18.4	22.4	43.9	12.7	66.3
	男性・20代未満	10	10.0	0.0	30.0	10.0	50.0	10.0	60.0
	男性・20代	58	10.3	1.7	19.0	24.1	44.8	12.1	69.0
	男性・30代	205	13.2	5.4	22.9	17.1	38.0	18.5	55.1
	男性・40代	209	9.1	4.8	23.0	23.4	39.7	13.9	63.2
	男性・50代	254	6.7	2.8	16.1	25.2	45.7	9.4	70.9
	男性・60代	285	10.5	3.2	14.7	20.4	48.1	13.7	68.4
	男性・70代	213	6.1	2.8	15.5	26.8	45.1	8.9	71.8
	女性計	3,462	7.5	4.5	16.6	27.2	40.8	12.0	68.0
	女性・20代未満	13	38.5	0.0	7.7	30.8	23.1	38.5	53.8
	女性・20代	140	8.6	5.7	24.3	27.9	32.9	14.3	60.7
	女性・30代	461	10.0	5.6	23.2	24.9	34.3	15.6	59.2
	女性・40代	603	7.0	5.8	18.7	30.0	36.0	12.8	66.0
	女性・50代	760	7.1	4.7	15.7	27.8	42.0	11.8	69.7
	女性・60代	894	6.4	3.4	14.1	29.5	42.3	9.7	71.8
	女性・70代	571	7.0	3.3	12.4	21.5	49.7	10.3	71.3
世帯別	単身男女10～30代	64	15.6	7.8	17.2	26.6	31.3	23.4	57.8
	単身男女40～50代	82	11.0	1.2	15.9	26.8	41.5	12.2	68.3
	単身男女60代以上	279	4.3	2.5	15.4	20.1	53.8	6.8	73.8
	末子乳幼児のいる世帯	461	8.0	5.4	22.3	23.4	39.0	13.4	62.5
	末子小学生のいる世帯	738	7.2	4.3	21.3	27.0	37.8	11.5	64.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	8.6	6.4	17.9	28.3	36.6	15.0	64.9
	シニアのいる世帯	2,271	7.8	3.7	16.4	26.2	42.1	11.5	68.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	8.1	4.5	18.2	27.2	39.4	12.6	66.6
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	2,476	7.4	3.9	14.2	25.9	45.5	11.3	71.4
	3～4年	827	7.1	4.2	19.1	23.2	43.2	11.4	66.4
	1～2年	771	8.0	4.3	23.1	24.9	36.4	12.3	61.3
	1年未満	579	10.5	5.2	19.9	30.4	31.3	15.7	61.7

* 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

Q15. あなたは、軽量リターナブル瓶を知っていますか？（ひとつだけ）

		知 っ て い る	知 ら な い
BASE			
全体		4,750	28.8 65.3
性別・年代別	男性計	1,241	36.3 58.7
	男性・20代未満	10	20.0 80.0
	男性・20代	58	39.7 60.3
	男性・30代	205	40.0 56.6
	男性・40代	209	46.4 52.2
	男性・50代	254	39.8 53.1
	男性・60代	285	31.9 63.9
	男性・70代	213	24.4 64.8
	女性計	3,462	26.1 68.0
	女性・20代未満	13	30.8 69.2
	女性・20代	140	27.9 69.3
	女性・30代	461	28.0 69.4
	女性・40代	603	31.5 66.2
	女性・50代	760	26.8 68.9
	女性・60代	894	24.7 68.8
	女性・70代	571	19.8 65.8
世帯別	単身男女10～30代	64	31.3 67.2
	単身男女40～50代	82	37.8 56.1
	単身男女60代以上	279	21.1 72.0
	末子乳幼児のいる世帯	461	31.2 67.0
	末子小学生のいる世帯	738	32.1 64.8
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	31.4 66.0
	シニアのいる世帯	2,271	26.6 66.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	30.2 65.3
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	29.8 64.0
	3～4年	827	31.6 63.4
	1～2年	771	26.7 68.2
	1年未満	579	25.2 70.1

* 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

Q15SQ1. あなたは、軽量リターナブル瓶についてどのように思いますか？
以下の説明文をよく読んでお答え下さい。（ひとつだけ）

			魅力的である	どちらともいえない	魅力的ではない
		BASE			
全体		4,750	58.1	33.1	1.8
性別・年代別	男性計	1,241	56.0	36.6	2.2
	男性・20代未満	10	40.0	50.0	10.0
	男性・20代	58	65.5	29.3	3.4
	男性・30代	205	59.5	34.1	2.0
	男性・40代	209	61.2	34.0	2.9
	男性・50代	254	55.5	37.0	1.2
	男性・60代	285	54.4	38.9	1.8
	男性・70代	213	48.4	39.0	2.8
	女性計	3,462	59.1	31.9	1.7
	女性・20代未満	13	84.6	15.4	0.0
	女性・20代	140	67.1	26.4	2.9
	女性・30代	461	61.6	32.1	2.2
	女性・40代	603	61.4	34.7	0.7
	女性・50代	760	61.1	31.3	2.0
	女性・60代	894	58.6	31.0	1.2
	女性・70代	571	51.0	32.0	2.1
世帯別	単身男女10～30代	64	59.4	37.5	0.0
	単身男女40～50代	82	58.5	34.1	0.0
	単身男女60代以上	279	54.5	36.2	2.5
	末子乳幼児のいる世帯	461	61.2	33.4	1.1
	末子小学生のいる世帯	738	60.2	33.2	1.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	58.6	35.6	2.0
	シニアのいる世帯	2,271	57.7	32.1	1.7
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	59.7	32.9	1.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	57.4	33.7	1.6
	3～4年	827	61.5	30.7	1.7
	1～2年	771	58.2	32.9	2.7
	1年未満	579	58.0	35.4	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

Q16. あなたは、最近1週間で、どんなときに牛乳を飲みましたか？（いくつでも）

			起床 ～ 朝食前	朝食時	朝食後 ～ 昼食前	昼食時	昼食後 ～ 夕食前	夕食時	夕食後 ～ 就寝前	牛乳は飲まなかった
		BASE								
全体		4,750	17.9	31.4	20.8	8.3	12.7	5.8	22.8	7.2
性別・年代別	男性計	1,241	20.5	29.1	22.1	6.7	9.8	7.0	20.4	7.7
	男性・20代未満	10	20.0	40.0	20.0	0.0	20.0	10.0	40.0	10.0
	男性・20代	58	27.6	17.2	17.2	5.2	12.1	8.6	41.4	10.3
	男性・30代	205	15.6	29.8	17.6	8.3	7.8	10.7	22.9	10.2
	男性・40代	209	23.0	24.4	22.0	7.2	9.1	9.6	17.7	12.4
	男性・50代	254	20.1	26.4	18.9	5.1	7.5	5.9	25.2	9.4
	男性・60代	285	20.0	31.2	23.5	6.3	11.6	3.9	15.4	6.0
	男性・70代	213	21.6	36.2	30.0	7.5	11.7	5.6	14.6	0.5
	女性計	3,462	17.2	32.2	20.5	8.8	13.7	5.4	23.8	7.0
	女性・20代未満	13	7.7	46.2	15.4	7.7	15.4	0.0	23.1	0.0
	女性・20代	140	27.1	35.7	10.7	6.4	15.0	6.4	24.3	9.3
	女性・30代	461	19.1	30.2	20.4	5.4	12.1	6.7	24.3	13.2
	女性・40代	603	20.1	34.2	17.4	5.6	12.8	5.6	26.5	9.0
	女性・50代	760	16.3	31.6	22.2	7.6	16.4	5.1	27.0	5.1
	女性・60代	894	14.2	32.2	22.7	10.6	13.3	5.3	21.8	6.5
	女性・70代	571	16.3	31.3	20.7	14.4	13.0	4.6	20.0	3.0
世帯別	単身男女10～30代	64	34.4	32.8	14.1	9.4	4.7	14.1	23.4	9.4
	単身男女40～50代	82	18.3	34.1	15.9	7.3	9.8	8.5	14.6	7.3
	単身男女60代以上	279	20.8	29.4	22.2	9.3	10.8	5.0	18.3	2.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	20.2	30.8	22.8	6.1	15.0	4.6	26.5	8.9
	末子小学生のいる世帯	738	17.8	31.6	21.7	7.9	13.3	7.6	24.1	10.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	18.1	29.3	21.1	7.0	13.1	7.2	26.5	7.8
	シニアのいる世帯	2,271	16.1	32.1	22.9	9.8	14.0	5.4	23.3	6.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	18.3	30.9	20.6	7.7	13.9	5.7	24.7	8.0
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	17.0	32.7	22.9	9.7	13.5	6.3	24.7	5.0
	3～4年	827	17.2	30.5	20.2	7.5	12.2	5.4	20.6	7.9
	1～2年	771	19.2	29.1	17.6	6.6	12.6	5.3	20.9	10.1
	1年未満	579	21.8	31.1	16.8	5.9	9.7	4.5	21.4	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>

*1週間に牛乳を飲んだ人ベース

Q16SQ1. あなたは、最近1週間に「どんな理由で牛乳を飲みましたか? (いくつでも)

※宅配の牛乳に限りません。スーパーなどで購入した牛乳も含めてお答え下さい。(提示16項目中上位10位)

			て 飲 む た め	る 栄 養 を 補 給 す る た め	足 り な い 栄 養 、 不 足 す	ん と な く の 習 慣 と し て な	康 的 だ か ら	他 の 飲 料 を 飲 む よ り 健	便 通 が よ く な る か ら	す ・ 水 分 補 給 に	の ど の 渴 き を う る お	て 食 事 （ 料 理 ） に あ わ せ	わ り に	小 腹 満 た し に ・ 間 食 代	ス で き る か ら	よ く 眠 れ る ・ リ ラ ッ ク	シ ユ で き る か ら	目 が 覚 め る ・ リ フ レ ッ	
		BASE																	
全体		4,198	33.7	31.7	26.3	24.8	24.2	22.6	18.4	11.2	9.4	9.0							
性別・年代別	男性計	1,094	20.7	28.6	28.0	24.1	19.8	22.0	17.6	9.1	9.3	10.7							
	男性・20代未満	9	22.2	22.2	22.2	22.2	0.0	33.3	22.2	11.1	11.1	11.1							
	男性・20代	51	15.7	23.5	23.5	15.7	7.8	31.4	7.8	5.9	9.8	11.8							
	男性・30代	174	19.5	24.7	27.0	12.6	17.2	21.8	16.1	6.3	11.5	13.2							
	男性・40代	179	23.5	27.4	24.0	21.2	16.2	20.1	20.1	8.4	10.1	11.2							
	男性・50代	218	22.0	24.3	23.4	22.0	17.0	22.5	17.9	10.1	11.5	12.8							
	男性・60代	255	19.2	30.6	32.5	27.5	22.0	21.6	18.8	11.0	4.7	10.2							
	男性・70代	201	20.4	35.3	33.3	36.8	29.4	21.4	17.9	10.0	9.0	5.5							
	女性計	3,070	38.5	32.8	25.8	25.0	25.7	23.0	18.6	11.9	9.4	8.3							
	女性・20代未満	12	33.3	16.7	25.0	16.7	0.0	33.3	41.7	16.7	0.0	0.0							
	女性・20代	123	43.1	26.8	24.4	10.6	30.9	21.1	22.0	16.3	8.9	10.6							
	女性・30代	389	46.5	25.4	21.1	17.5	23.4	22.4	18.8	11.3	7.7	10.5							
	女性・40代	535	45.4	27.5	20.6	22.1	24.7	21.7	19.3	8.6	8.4	11.0							
	女性・50代	690	38.6	34.3	26.4	25.2	23.9	23.8	17.7	14.1	10.4	7.5							
	女性・60代	790	35.2	35.9	29.6	27.7	24.7	24.6	18.5	13.4	10.3	8.0							
	女性・70代	516	29.8	39.0	28.1	33.3	31.8	21.3	18.0	9.7	9.5	4.8							
世帯別	単身男女10～30代	56	21.4	32.1	12.5	12.5	17.9	17.9	19.6	8.9	14.3	17.9							
	単身男女40～50代	72	29.2	30.6	16.7	19.4	22.2	18.1	19.4	5.6	16.7	12.5							
	単身男女60代以上	256	16.4	38.7	32.4	27.0	25.8	19.9	17.6	9.8	7.8	8.2							
	末子乳幼児のいる世帯	411	43.6	29.7	22.9	18.0	22.4	24.6	19.7	10.5	7.3	10.2							
	末子小学生のいる世帯	644	42.1	27.3	22.2	21.6	20.5	22.0	18.5	12.0	7.3	8.5							
	末子中学生以上未成年のいる世帯	759	40.4	24.6	23.3	22.8	21.3	24.9	19.1	9.0	8.7	8.6							
	シニアのいる世帯	2,033	34.5	33.4	28.0	27.3	25.6	23.1	17.3	13.3	9.6	8.2							
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,608	37.5	30.4	25.4	23.3	22.5	23.9	18.6	11.1	8.9	8.1							
宅配利用年数	5～10年以上	2,258	32.9	33.0	31.0	28.3	25.2	22.9	19.2	11.7	10.0	6.7							
	3～4年	725	33.4	31.9	22.8	23.3	25.1	22.5	17.1	10.3	9.7	11.2							
	1～2年	650	35.5	28.8	20.0	18.0	22.0	20.9	20.3	9.8	9.5	12.8							
	1年未満	490	35.3	29.2	19.2	20.0	22.2	22.7	14.7	11.4	7.8	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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q17. あなたは、最近1週間に牛乳以外の飲料でどんな飲料を飲みましたか？（いくつでも）
（提示12項目中上位10位）

		BASE	ど の 日 本 茶 、 ウ ー ロ ン 茶 な お 茶	ヒ ー コ ー ヒ ー 飲 料 ・ コ ー ヒ ー	野 菜 ジ ュ ー ス ・ 果 物	ヨ ー グ ル ト 飲 料	ミ ネ ラ ル ウ オ ー タ ー	紅 茶 系 飲 料 ・ 紅 茶	ス ポ ー ツ ド リ ン ク	炭 酸 飲 料	乳 飲 料 そ の 他 の 乳 酸 菌 飲 料 や	豆 乳
全体		4,750	72.0	57.2	28.0	25.7	22.5	20.5	16.4	15.1	10.0	8.6
性別・年代別	男性計	1,241	64.9	57.2	25.4	23.9	21.5	11.5	21.2	19.8	7.3	6.0
	男性・20代未満	10	60.0	40.0	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0	70.0	0.0	0.0
	男性・20代	58	60.3	67.2	29.3	20.7	22.4	10.3	29.3	32.8	5.2	0.0
	男性・30代	205	58.5	63.9	23.4	21.0	26.3	6.3	28.3	32.7	4.9	7.8
	男性・40代	209	67.0	63.6	28.2	25.4	28.2	16.3	31.6	26.3	6.2	9.1
	男性・50代	254	65.4	56.3	19.3	26.0	25.2	14.6	17.7	17.7	8.7	4.3
	男性・60代	285	68.1	55.1	27.0	23.5	16.1	9.8	15.4	11.6	6.3	5.6
	男性・70代	213	66.2	46.9	28.2	23.5	14.6	9.9	14.6	8.9	11.3	5.2
	女性計	3,462	75.0	57.6	29.2	26.4	23.0	23.8	14.7	13.4	11.0	9.5
	女性・20代未満	13	53.8	38.5	38.5	15.4	15.4	46.2	46.2	30.8	7.7	0.0
	女性・20代	140	72.1	56.4	34.3	23.6	40.7	32.9	23.6	22.9	10.0	7.1
	女性・30代	461	75.3	63.3	31.2	23.6	29.1	31.7	15.6	19.7	10.6	12.1
	女性・40代	603	74.1	71.0	31.3	21.7	25.4	29.9	16.7	18.9	11.8	10.8
	女性・50代	760	75.7	62.5	28.8	24.9	24.2	21.2	14.7	12.4	11.3	9.7
	女性・60代	894	75.3	52.2	28.0	29.2	19.8	19.2	12.5	9.1	11.3	9.4
	女性・70代	571	75.5	41.9	26.6	32.2	14.9	19.1	11.9	7.7	10.0	6.7
世帯別	単身男女10～30代	64	56.3	59.4	31.3	21.9	35.9	12.5	31.3	29.7	4.7	6.3
	単身男女40～50代	82	64.6	58.5	20.7	26.8	25.6	14.6	26.8	14.6	6.1	9.8
	単身男女60代以上	279	78.1	36.2	25.8	20.8	11.5	15.1	11.5	3.9	10.4	7.2
	末子乳幼児のいる世帯	461	75.3	64.6	30.2	21.3	23.9	21.9	22.6	24.5	10.4	8.5
	末子小学生のいる世帯	738	75.1	64.0	30.2	25.2	25.7	26.4	18.8	22.0	10.7	10.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	72.9	66.5	29.0	21.1	25.8	26.2	19.4	18.9	9.6	10.2
	シニアのいる世帯	2,271	74.3	57.9	27.9	27.7	20.8	19.2	15.0	13.2	10.7	8.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	73.4	62.0	29.4	25.5	24.8	22.8	17.7	18.2	10.6	9.0
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	2,476	75.1	56.3	27.6	28.2	20.9	19.3	15.1	13.4	10.2	8.1
	3～4年	827	68.9	57.1	27.9	24.1	23.3	20.0	19.1	15.0	11.2	9.4
	1～2年	771	67.3	55.0	30.1	23.6	25.6	21.7	17.0	17.9	8.8	9.6
	1年未満	579	70.1	64.2	27.6	21.6	25.0	24.5	17.8	18.1	9.3	8.5

* 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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

Q17SQ1. あなたが、最近1週間に牛乳以外の飲料で最もよく飲んだ飲料はどれですか？
(提示12項目中上位10位)

		BASE	ど の そ の 他 の お 茶	日 本 茶 、 ウ ー ロ ン 茶 な ど	ヒ ー コ ー ヒ ー 飲 料 ・ コ ー ー	ミ ネ ラ ル ウ オ ー タ ー	ジ ュ ー ス	野 菜 ジ ュ ー ス ・ 果 物	ヨ ー グ ル ト 飲 料	ス ポ ー ツ ド リ ン ク	紅 茶 系 飲 料 ・ 紅 茶	炭 酸 飲 料	そ の 他 の ジ ュ ー ス 類	乳 飲 料	そ の 他 の 乳 酸 菌 飲 料 や
全体		4,750	38.5	23.7	5.4	3.8	3.6	2.5	2.4	1.6	1.4	1.3			
性別・ 年代別	男性計	1,241	32.1	27.1	5.9	4.4	3.7	3.8	1.5	3.2	1.2	1.1			
	男性・20代未満	10	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	0.0			
	男性・20代	58	31.0	29.3	5.2	8.6	0.0	5.2	1.7	5.2	3.4	0.0			
	男性・30代	205	23.9	32.7	8.8	3.9	2.0	5.4	0.5	4.9	1.5	0.0			
	男性・40代	209	31.1	30.1	7.2	5.7	0.5	5.7	2.9	3.3	1.9	1.0			
	男性・50代	254	30.7	31.1	7.1	3.5	4.3	2.8	1.2	3.1	0.4	1.6			
	男性・60代	285	37.9	24.6	3.9	4.6	6.0	3.5	1.8	2.8	1.1	0.4			
	男性・70代	213	35.2	17.4	3.8	3.3	5.6	1.9	0.9	0.5	0.9	3.3			
	女性計	3,462	41.1	22.6	5.2	3.6	3.5	2.0	2.7	1.1	1.4	1.4			
	女性・20代未満	13	30.8	7.7	7.7	0.0	0.0	15.4	23.1	7.7	7.7	0.0			
	女性・20代	140	33.6	16.4	13.6	0.7	4.3	5.0	7.1	2.9	3.6	1.4			
	女性・30代	461	34.5	28.9	7.6	2.8	2.8	2.4	4.1	2.2	1.7	0.4			
	女性・40代	603	35.0	36.2	6.1	4.8	1.3	1.3	2.5	1.3	1.5	0.8			
	女性・50代	760	41.1	27.0	4.7	4.1	3.8	1.4	1.8	0.8	1.4	1.6			
	女性・60代	894	45.6	15.8	4.4	3.5	4.4	2.1	2.6	0.7	1.0	1.5			
	女性・70代	571	48.9	10.0	2.3	3.5	4.6	1.8	1.9	0.2	1.1	1.9			
世帯別	単身男女10～30代	64	18.8	23.4	14.1	6.3	1.6	10.9	3.1	4.7	0.0	0.0			
	単身男女40～50代	82	31.7	29.3	7.3	6.1	3.7	2.4	1.2	2.4	0.0	0.0			
	単身男女60代以上	279	56.3	11.1	1.8	4.7	2.2	1.4	1.8	0.7	1.1	2.2			
	末子乳幼児のいる世帯	461	39.3	29.5	5.2	3.3	2.4	3.5	2.8	2.0	1.3	1.3			
	末子小学生のいる世帯	738	34.6	33.2	6.4	1.9	3.0	3.0	2.7	1.6	1.4	0.7			
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	35.4	32.4	6.0	4.1	2.0	2.2	2.5	1.8	2.1	0.7			
	シニアのいる世帯	2,271	40.5	22.3	4.7	3.5	4.4	2.0	2.2	1.3	1.2	1.4			
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	37.5	27.2	6.0	3.8	2.9	2.4	2.5	1.5	1.6	1.1			
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	2,476	42.2	22.6	3.9	4.0	4.3	1.9	2.0	1.0	1.3	1.1			
	3～4年	827	35.4	25.2	6.3	3.7	3.5	3.4	2.1	1.8	1.3	0.8			
	1～2年	771	34.9	22.4	6.9	3.4	2.6	3.2	3.5	3.5	1.7	1.8			
	1年未満	579	32.0	29.2	8.5	4.0	2.2	2.8	3.3	1.7	1.4	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>

*1週間内に牛乳と牛乳以外のものを飲んだ回答者ベース

Q17SQ2. あなたは、最近1週間で、どんなときにQ17-SQ1でお答えの牛乳以外の飲料を飲みましたか？
(いくつでも)

			起床 ～ 朝食前	朝食時	朝食後 ～ 昼食前	昼食時	昼食後 ～ 夕食前	夕食時	夕食後 ～ 就寝前
		BASE							
全体		4,550	20.3	27.6	33.8	31.9	47.6	27.9	30.4
性別・年代別	男性計	1,185	18.6	20.1	35.2	26.5	49.1	22.1	27.4
	男性・20代未満	10	10.0	40.0	10.0	40.0	60.0	40.0	40.0
	男性・20代	57	15.8	15.8	26.3	28.1	56.1	22.8	36.8
	男性・30代	194	24.7	23.7	37.1	27.8	53.6	26.8	35.6
	男性・40代	207	19.8	16.9	34.3	25.6	44.9	22.7	30.4
	男性・50代	241	17.4	16.6	34.0	24.1	49.0	18.3	27.8
	男性・60代	277	19.1	20.2	36.5	26.0	46.6	19.5	22.4
	男性・70代	193	13.0	23.3	38.9	28.0	50.3	24.4	19.7
	女性計	3,330	21.0	30.5	33.5	33.8	47.2	30.2	31.7
	女性・20代未満	13	7.7	15.4	15.4	53.8	69.2	23.1	38.5
	女性・20代	135	22.2	23.0	29.6	36.3	51.1	31.1	44.4
	女性・30代	451	26.6	26.2	34.8	33.7	50.3	31.0	36.8
	女性・40代	596	25.7	31.7	32.0	31.9	46.1	28.7	31.9
	女性・50代	734	20.4	29.0	33.9	32.2	46.6	29.8	32.7
	女性・60代	853	18.1	32.8	35.3	34.9	46.1	32.2	29.5
	女性・70代	528	16.7	33.9	32.4	36.2	47.0	29.0	25.8
世帯別	単身男女10～30代	59	32.2	18.6	40.7	23.7	54.2	25.4	39.0
	単身男女40～50代	77	20.8	20.8	33.8	29.9	44.2	23.4	32.5
	単身男女60代以上	262	17.9	38.2	32.4	43.1	47.7	38.9	28.6
	末子乳幼児のいる世帯	456	24.3	28.3	37.1	32.9	53.7	30.5	36.4
	末子小学生のいる世帯	725	26.1	28.8	36.4	32.0	50.3	28.7	33.5
	末子中学生以上未成年のいる世帯	831	24.4	27.1	33.3	28.8	47.3	26.6	32.1
	シニアのいる世帯	2,173	19.3	27.8	35.0	30.8	48.0	26.6	29.4
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,856	21.4	27.1	34.8	32.2	49.5	27.9	32.4
宅配利用年数	5～10年以上	2,378	19.1	29.2	35.1	33.7	48.6	28.2	29.1
	3～4年	798	20.1	27.4	33.1	30.5	45.1	27.8	28.4
	1～2年	739	20.8	24.9	30.2	30.6	47.0	27.7	32.6
	1年未満	555	25.2	23.6	32.6	27.9	45.9	27.6	35.7

* 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>

*1週間に牛乳以外の飲み物を飲んだ人ベース

Q17SQ3. あなたは、最近1週間にどんな理由で

Q17-SQ1で答えの牛乳以外の飲料を飲みましたか？（いくつでも）（提示14項目中上位10位）

			す・水の補給に	のどの渴きをうるお	んとなく	いつもの習慣としてな	て食事（料理）にあわせ	シユで覚めるから・リフレッ	もあうから	どんな食事（料理）に	味わいたくて	その飲料の味や風味を	康的だから	他の飲料を飲むより健	る栄養を補給するため	足りない栄養、不足す	便通がよくなるから	わり小腹満たしに・間食代
		BASE																
全体		4,550	50.8	39.5	20.9	15.9	13.9	13.4	12.4	10.9	9.0	8.4						
性別・年代別	男性計	1,185	50.2	38.1	16.4	14.1	9.6	12.4	10.5	10.0	5.9	7.1						
	男性・20代未満	10	50.0	60.0	20.0	10.0	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0	10.0						
	男性・20代	57	56.1	42.1	17.5	15.8	12.3	14.0	5.3	5.3	1.8	5.3						
	男性・30代	194	54.6	42.8	17.0	18.0	8.8	14.9	4.6	7.7	4.6	7.7						
	男性・40代	207	52.2	38.2	19.3	15.0	7.7	13.5	9.7	11.1	1.4	5.8						
	男性・50代	241	48.1	40.2	14.1	18.7	10.0	11.6	10.4	9.5	5.0	7.1						
	男性・60代	277	49.1	39.4	14.8	11.6	8.3	9.4	11.2	8.3	8.3	8.3						
	男性・70代	193	47.2	26.9	17.1	6.2	12.4	12.4	18.7	16.1	11.4	6.7						
	女性計	3,330	51.4	40.2	22.5	16.7	15.5	13.8	13.0	11.1	10.1	8.9						
	女性・20代未満	13	92.3	38.5	38.5	15.4	7.7	0.0	15.4	15.4	7.7	7.7						
	女性・20代	135	53.3	29.6	22.2	23.7	12.6	10.4	10.4	8.1	3.7	11.1						
	女性・30代	451	50.3	40.8	18.8	20.8	14.9	14.6	8.2	7.5	8.2	9.8						
	女性・40代	596	52.3	40.8	22.3	23.0	14.3	16.6	9.7	8.9	9.6	8.4						
	女性・50代	734	51.5	42.1	21.5	17.7	14.9	16.2	11.6	11.4	8.7	9.1						
	女性・60代	853	50.2	42.9	23.7	11.7	16.9	11.8	14.1	12.2	12.2	8.9						
	女性・70代	528	51.3	35.2	25.4	11.2	17.6	11.2	21.8	15.3	12.3	7.4						
世帯別	単身男女10～30代	59	50.8	35.6	16.9	30.5	8.5	15.3	8.5	6.8	6.8	5.1						
	単身男女40～50代	77	53.2	40.3	13.0	22.1	5.2	9.1	9.1	11.7	7.8	11.7						
	単身男女60代以上	262	52.3	37.0	31.7	10.3	19.5	9.5	16.8	15.3	11.8	6.1						
	末子乳幼児のいる世帯	456	52.6	39.3	21.9	20.0	13.6	13.2	8.1	8.8	6.8	9.9						
	末子小学生のいる世帯	725	52.3	38.5	20.3	23.2	14.6	16.0	9.2	8.6	7.4	9.2						
	末子中学生以上未成年のいる世帯	831	51.1	42.6	19.4	20.9	12.8	15.9	11.1	8.8	7.9	8.1						
	シニアのいる世帯	2,173	51.3	40.9	20.1	14.1	15.0	12.6	13.5	11.0	9.7	9.3						
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,856	52.9	40.5	20.4	17.9	14.1	14.8	11.1	10.3	7.7	8.2						
宅配利用年数	5～10年以上	2,378	52.0	41.0	21.9	14.5	14.5	12.7	13.0	11.2	9.9	8.6						
	3～4年	798	48.4	36.8	22.2	15.9	12.9	14.7	13.3	12.4	9.0	7.9						
	1～2年	739	48.8	37.1	19.9	18.0	12.4	12.2	11.5	9.5	8.5	8.8						
	1年未満	555	50.3	40.0	16.2	19.5	14.6	16.2	9.5	9.5	6.5	7.0						

* 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

Q18. 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？（いくつでも）（提示22項目中上位10位）

		牛乳は、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 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、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 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、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 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、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 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、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 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、 カルシウム 不足を補い、 骨折を予防 できる
	BASE											
全体	4,750	79.6	77.9	68.5	59.4	48.7	41.6	38.8	28.0	27.0	26.8	
性別・ 年代別	男性計	1,241	77.9	76.3	67.8	55.5	48.0	39.6	35.4	28.1	27.6	22.1
	男性・20代未満	10	60.0	70.0	70.0	50.0	30.0	30.0	20.0	0.0	20.0	20.0
	男性・20代	58	82.8	79.3	70.7	62.1	55.2	44.8	41.4	39.7	43.1	32.8
	男性・30代	205	77.1	74.6	66.8	61.0	43.4	39.0	33.7	26.8	31.2	24.9
	男性・40代	209	81.3	83.7	73.7	59.8	45.9	38.8	31.1	28.7	25.4	23.4
	男性・50代	254	81.1	79.9	69.3	54.7	51.6	41.7	38.6	30.7	28.0	24.8
	男性・60代	285	75.1	71.6	66.7	54.0	47.4	36.8	37.2	25.3	25.6	17.5
	男性・70代	213	75.1	73.2	62.0	47.9	50.2	41.8	34.7	27.7	24.9	18.3
	女性計	3,462	80.6	78.9	69.1	61.3	49.3	42.6	40.3	28.1	27.0	28.6
	女性・20代未満	13	69.2	61.5	61.5	84.6	53.8	23.1	46.2	30.8	7.7	23.1
	女性・20代	140	81.4	75.0	64.3	65.7	47.1	36.4	35.0	18.6	26.4	27.1
	女性・30代	461	84.6	80.9	61.8	61.4	42.1	34.9	40.8	22.3	24.9	30.6
	女性・40代	603	83.7	82.4	72.6	65.3	48.9	45.6	42.5	28.4	27.9	34.0
	女性・50代	760	82.8	81.7	74.5	61.6	47.9	45.4	39.1	31.2	29.9	30.8
	女性・60代	894	77.0	77.3	69.0	61.0	52.0	43.4	39.9	29.1	26.2	25.3
	女性・70代	571	77.9	74.8	66.2	55.7	53.4	43.3	41.3	29.2	25.7	24.0
世帯別	単身男女10～30代	64	75.0	75.0	62.5	45.3	42.2	31.3	37.5	29.7	35.9	21.9
	単身男女40～50代	82	86.6	80.5	73.2	56.1	54.9	35.4	31.7	20.7	19.5	28.0
	単身男女60代以上	279	78.5	79.2	66.7	53.8	50.5	38.4	28.7	26.2	25.1	18.6
	末子乳幼児のいる世帯	461	82.9	82.0	66.4	62.7	44.3	45.6	42.5	27.3	26.0	29.3
	末子小学生のいる世帯	738	85.0	82.0	68.6	66.1	46.1	41.1	38.9	25.6	27.2	29.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	83.6	83.4	71.7	67.1	47.9	44.7	43.1	27.7	28.9	29.2
	シニアのいる世帯	2,271	79.3	77.5	69.6	59.4	50.9	44.1	40.2	28.7	26.9	26.3
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	81.5	79.7	69.6	62.1	47.5	43.2	40.2	28.3	27.7	29.1
宅配 利用 年数	5～10年以上	2,476	81.5	80.2	70.4	61.2	52.9	45.8	41.8	29.7	29.4	27.6
	3～4年	827	78.6	75.9	67.4	58.5	47.2	35.8	38.7	26.4	24.3	26.5
	1～2年	771	76.0	75.6	65.9	56.4	43.8	36.8	32.9	27.0	24.9	24.9
	1年未満	579	79.4	75.3	67.7	58.5	41.1	38.7	35.4	24.9	24.9	27.3

* 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

*全体ベース

		BASE	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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	牛乳の成分（たんぱく質、脂肪、乳糖）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		4,750	54.7	54.3	53.3	51.7	50.1	49.9	48.7	48.0	47.0	44.0
性別・年代別	男性計	1,241	54.5	53.6	52.0	53.0	51.5	48.8	46.0	50.1	45.5	38.6
	男性・20代未満	10	20.0	20.0	40.0	20.0	30.0	30.0	30.0	20.0	40.0	20.0
	男性・20代	58	58.6	67.2	63.8	67.2	65.5	67.2	60.3	62.1	53.4	51.7
	男性・30代	205	59.5	60.0	58.0	60.0	60.5	55.1	60.0	61.0	52.2	44.9
	男性・40代	209	70.8	63.6	64.1	64.1	60.3	64.6	59.8	56.0	50.7	40.2
	男性・50代	254	55.1	54.7	53.5	53.1	56.7	50.8	46.1	54.3	50.4	40.2
	男性・60代	285	48.4	48.8	47.7	48.8	42.8	42.1	36.5	43.5	40.4	37.2
	男性・70代	213	42.3	40.8	35.7	39.0	36.6	30.5	28.6	37.1	33.8	28.6
	女性計	3,462	55.2	54.9	54.1	51.5	49.9	50.6	49.9	47.5	47.9	46.2
	女性・20代未満	13	15.4	23.1	38.5	15.4	23.1	53.8	38.5	23.1	30.8	38.5
	女性・20代	140	67.9	62.9	71.4	61.4	62.1	75.0	70.0	57.1	59.3	60.7
	女性・30代	461	65.9	62.5	67.9	59.4	59.2	61.8	66.4	53.6	62.3	58.1
	女性・40代	603	65.8	64.7	66.2	56.7	57.7	61.9	63.7	57.9	54.2	54.6
	女性・50代	760	57.9	58.7	57.4	55.5	53.0	54.2	51.8	52.4	49.1	47.9
	女性・60代	894	50.3	50.4	47.1	48.7	44.3	44.3	41.6	42.8	44.2	41.5
	女性・70代	571	38.2	40.3	33.5	37.1	36.6	28.7	28.2	31.5	31.9	30.5
世帯別	単身男女10～30代	64	59.4	56.3	71.9	64.1	60.9	60.9	64.1	54.7	50.0	43.8
	単身男女40～50代	82	62.2	53.7	53.7	57.3	56.1	56.1	46.3	54.9	41.5	40.2
	単身男女60代以上	279	47.0	50.2	44.1	47.7	45.5	39.4	35.1	35.1	38.0	36.9
	末子乳幼児のいる世帯	461	64.2	64.0	64.0	60.5	59.7	61.4	63.6	56.0	56.6	54.0
	末子小学生のいる世帯	738	63.3	59.3	63.0	57.9	56.1	60.6	61.9	54.3	55.0	51.2
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	64.9	63.0	63.8	57.2	56.3	58.1	63.3	57.5	54.1	50.1
	シニアのいる世帯	2,271	52.5	52.3	49.7	48.9	46.9	45.6	43.9	45.0	44.5	41.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	59.5	58.6	58.6	55.1	53.9	55.6	54.6	52.6	51.5	48.6
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	54.2	53.4	51.8	50.0	48.5	47.5	47.5	46.5	45.7	42.7
	3～4年	827	53.8	54.9	53.3	52.7	52.4	51.6	49.2	50.3	46.7	44.3
	1～2年	771	55.4	55.0	54.0	53.0	49.5	53.6	50.2	49.9	49.2	44.7
	1年未満	579	59.9	57.7	60.8	57.0	55.4	54.9	52.7	50.6	51.3	

全体+5pt以上

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

F1. あなたの性別をお教え下さい。（ひとつだけ）

			男性	女性
		BASE		
全体		4,750	26.1	72.9
性別・年代別	男性計	1,241	100.0	0.0
	男性・20代未満	10	100.0	0.0
	男性・20代	58	100.0	0.0
	男性・30代	205	100.0	0.0
	男性・40代	209	100.0	0.0
	男性・50代	254	100.0	0.0
	男性・60代	285	100.0	0.0
	男性・70代	213	100.0	0.0
	女性計	3,462	0.0	100.0
	女性・20代未満	13	0.0	100.0
	女性・20代	140	0.0	100.0
	女性・30代	461	0.0	100.0
	女性・40代	603	0.0	100.0
	女性・50代	760	0.0	100.0
	女性・60代	894	0.0	100.0
	女性・70代	571	0.0	100.0
世帯別	単身男女10～30代	64	43.8	54.7
	単身男女40～50代	82	42.7	57.3
	単身男女60代以上	279	17.2	82.4
	末子乳幼児のいる世帯	461	24.5	75.5
	末子小学生のいる世帯	738	22.6	77.4
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	24.1	75.6
	シニアのいる世帯	2,271	25.8	73.8
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	26.0	73.7
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	25.2	73.9
	3～4年	827	26.5	72.3
	1～2年	771	29.6	69.1
	1年未満	579	25.4	74.3

* 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

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 9 歳 以下	2 0 ～ 2 9 歳	3 0 ～ 3 9 歳	4 0 ～ 4 9 歳	5 0 ～ 5 9 歳	6 0 ～ 6 9 歳	7 0 歳 以上
	BASE							
全体	4,750	0.5	4.2	14.1	17.1	21.5	24.9	16.6
性別・年代別	男性計	1,241	0.8	4.7	16.5	16.8	20.5	17.2
	男性・20代未満	10	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・20代	58	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	男性・30代	205	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	男性・40代	209	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	男性・50代	254	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	男性・60代	285	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	男性・70代	213	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	女性計	3,462	0.4	4.0	13.3	17.4	22.0	16.5
	女性・20代未満	13	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性・20代	140	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	女性・30代	461	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
	女性・40代	603	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	女性・50代	760	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	女性・60代	894	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	女性・70代	571	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
世帯別	単身男女10～30代	64	0.0	46.9	53.1	0.0	0.0	0.0
	単身男女40～50代	82	0.0	0.0	0.0	36.6	63.4	0.0
	単身男女60代以上	279	0.0	0.0	0.0	0.0	38.4	61.6
	末子乳幼児のいる世帯	461	0.7	13.7	47.3	15.0	9.3	10.0
	末子小学生のいる世帯	738	0.1	2.0	39.7	35.6	7.7	9.3
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	1.8	1.7	10.7	52.9	19.4	6.6
	シニアのいる世帯	2,271	0.4	2.2	7.2	11.2	18.9	38.7
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	0.8	5.3	17.8	22.8	27.5	17.1
宅配利用年数	5～10年以上	2,476	0.2	1.5	7.2	13.5	21.6	31.6
	3～4年	827	0.5	3.4	16.8	19.6	24.9	22.1
	1～2年	771	1.2	8.8	22.2	24.0	22.6	13.9
	1年未満	579	1.0	11.1	27.8	20.2	16.4	14.5

* 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

<セグメント別調査結果一覧>

*全体ベース

F3. 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）

		BASE	小学校 入学前 の乳幼児	小学生	中学生 19歳の方	20歳 29歳の方	30歳 39歳の方	40歳 49歳の方	50歳 59歳の方	60歳 69歳の方	70歳 以上の方	同居 している 人はい ない
全体		4,750	9.7	15.5	17.8	16.9	21.0	18.8	20.4	25.4	25.8	9.0
性別・ 年代別	男性計	1,241	9.1	13.5	16.4	17.7	20.5	16.9	21.6	25.5	24.4	8.9
	男性・20代未満	10	0.0	10.0	60.0	30.0	0.0	70.0	20.0	20.0	20.0	0.0
	男性・20代	58	10.3	6.9	10.3	37.9	10.3	6.9	32.8	12.1	15.5	20.7
	男性・30代	205	29.3	29.3	7.3	16.1	52.7	2.9	6.3	23.9	8.3	7.8
	男性・40代	209	11.0	30.1	45.5	8.1	23.4	47.4	5.7	11.0	23.4	8.1
	男性・50代	254	3.5	6.3	23.2	36.6	7.5	18.1	56.7	3.9	28.0	7.1
	男性・60代	285	3.2	5.6	3.9	13.3	17.5	6.0	20.7	60.7	11.9	7.4
	男性・70代	213	2.3	3.3	5.2	6.6	9.9	13.1	8.5	23.5	55.9	12.7
	女性計	3,462	10.1	16.5	18.5	16.8	21.4	19.6	20.1	25.6	26.5	9.0
	女性・20代未満	13	23.1	0.0	69.2	23.1	23.1	84.6	23.1	7.7	38.5	0.0
	女性・20代	140	40.7	7.9	5.7	46.4	22.9	11.4	27.1	10.0	15.7	12.1
	女性・30代	461	34.3	50.5	16.3	4.1	57.3	19.1	6.3	18.7	9.3	3.9
	女性・40代	603	7.6	33.2	58.4	20.1	5.0	57.9	20.9	10.0	23.9	2.2
	女性・50代	760	4.5	5.4	13.7	37.2	16.7	2.9	53.0	25.0	24.6	4.5
	女性・60代	894	4.1	5.9	5.0	6.8	28.1	8.8	3.8	56.3	26.2	9.6
	女性・70代	571	1.9	5.1	7.4	4.9	5.3	19.8	10.5	5.3	48.7	25.2
世帯別	単身男女10～30代	64	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	単身男女40～50代	82	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	単身男女60代以上	279	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	末子乳幼児のいる世帯	461	100.0	40.6	8.7	18.9	56.2	21.3	12.6	17.8	18.4	0.0
	末子小学生のいる世帯	738	25.3	100.0	36.0	5.6	40.5	40.8	10.6	17.3	18.7	0.0
	末子中学生以上未成年のいる世帯	845	4.7	31.5	100.0	19.1	11.6	53.1	23.9	11.4	25.4	0.0
	シニアのいる世帯	2,271	6.5	10.2	12.7	14.5	18.4	13.7	14.9	53.2	54.0	0.0
	未成年の子やシニアのいない世帯	2,947	14.4	22.1	25.0	27.3	33.9	30.2	32.9	17.6	22.8	0.0
宅 配 利 用 年 数	5～10年以上	2,476	6.1	12.2	16.2	16.2	19.0	16.7	21.6	29.6	32.2	9.1
	3～4年	827	10.3	17.9	19.6	18.0	17.8	21.3	19.6	23.6	18.3	9.1
	1～2年	771	14.4	19.7	21.5	17.9	24.4	19.7	20.4	20.5	19.5	7.8
	1年未満	579	17.4	20.9	18.0	18.0	29.2	23.0	17.4	16.8	17.6	10.2

* 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

宅配牛乳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21年9月

～記入上の注意～

1. 最初のページから必ず順番にお答え下さい。
2. ご記入はえんぴつでお願いいたします。
3. とくに指示されていない場合は、質問文の次に用意されている回答内容の中から、あてはまるものを選んで下さい。
4. とくに指示されていない場合は、回答はあてはまる回答項目の頭についている1、2、...の番号に○印をして下さい。
5. 番号や数字を記入する場合は、下記のようにお願いいたします。

例1：「16」と記入する場合

1	6
---	---

または

16

例2：「1、6、8」と記入する場合

1	、	6	、	8
---	---	---	---	---

6. 回答のための○印を間違えた場合は、消しゴムをお使いになる必要はありません。
間違ってしまった○印の上に×印をつけ、あらためて正しい回答に○印をつけて下さい。

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 ブリランテ湯島6F
電話 03(3836)4431

●牛乳宅配の利用状況について、お答えください。

全体BASE:N=4,750

Q1. 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
12.2	7.0	9.2	10.4	7.1	18.3	33.8

SQ1. 現在の宅配牛乳販売店の利用を決めたのはどなたですか？ (ひとつだけ)

1. あなたご自身	69.6	2. その他の家族の方など	28.2
-----------	------	---------------	------

SQ2. あなたご自身は、宅配牛乳販売店から購入した商品を飲食していますか？ (ひとつだけ)

1. 飲食している	87.0	2. 飲食していない	11.4
-----------	------	------------	------

SQ3. 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	41.8	3. カルシウム、鉄分、ビタミンなどを加えた牛乳	40.7
2. 無脂肪牛乳、低脂肪牛乳、濃厚などの加工乳	9.7	4. 上記のような牛乳は購入していない	12.2
→Q5へ			

SQ4. あなたご自身は、Q1-SQ3でお答えの牛乳を飲んでいますか？ (ひとつだけ)

宅配牛乳販売店から牛乳を購入している人BASE:
N=4,018

1. 飲んでいる	81.4	2. 飲んでいない	11.1
----------	------	-----------	------

Q2. Q1-SQ3でお答えの牛乳の、1週間のお届け本数の合計は？ 1週間あたり
(数字を記入) 回答者BASE:N=3,927 6.6 本

SQ1. Q1-SQ3でお答えの牛乳の、1週間のお届け回数は？ 1週間あたり
(数字を記入) 回答者BASE:N=3,897 2.7 回

Q3. Q1-SQ3でお答えの牛乳の、購入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) N=4,018

SQ1. それでは、 最もよく購入している 牛乳の容量は、どれですか？ (ひとつだけ)	1 0 0 c c	1 5 0 c c	1 8 0 c c	2 0 0 c c	5 0 0 c c	7 2 0 c c	9 0 0 c c	1 0 0 0 c c	(そ の 他)
--	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	----------------------------	-------------------

Q3. 購入している牛乳の容量 (いくつでも)	4.2	1.6	56.4	18.3	5.7	0.7	5.0	22.8	0.5
SQ1. 最もよく購入している牛乳の容量 (ひとつだけ)	1.9	1.0	42.2	13.7	3.8	0.6	3.6	18.7	0.2

SQ2. あなたのお宅では、Q3-SQ1でお答えの最もよく購入している容量の牛乳について、
封を空けてから飲み切るのに、おおよそどれくらいの日数を費やしますか？ (ひとつだけ)

1. 封を開けたその時に飲みきる	51.3	3. 2日	20.8	5. 4日	4.9	7. 6日	1.0
2. すぐにではないが、その日中	8.7	4. 3日	9.2	6. 5日	1.6	8. 7日以上	0.3

Q4. 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	3.4	4. 20～29才の方	8.1	7. 同居している人は全員飲んでいる	34.2
2. 小学生	3.6	5. 30～59才の方	20.4	→Q5へ	
3. 中学生～19才の方	5.0	6. 60以上の方	19.2	8. 同居している人はいない	→Q5へ
				(ひとり暮らし)	9.1

SQ1. (同居されている方に牛乳を飲まない方がいる方へ)
その方が牛乳を飲まないのはなぜですか？ (いくつでも)

同居者に牛乳を飲まない人がいる人BASE:N=1,946

1. (本人が)牛乳を嫌いだから →SQ2へ	31.3	6. 自分以外のために注文していないから	8.4
2. 牛乳がお腹に合わないから	22.9	7. 宅配牛乳は高価なので	2.6
3. 乳児なので飲ませられないから	2.5	飲ませていないから	
4. スーパー等で買った牛乳を飲んでいるから	15.6	8. 経済的に余裕がないから	6.0
5. 全員が飲める量を注文していないから	12.1	9. その他・理由はわからない	9.4

SQ2. (同居されている方が牛乳を嫌いな方へ) その方が牛乳を嫌いのはなぜですか？ (いくつでも)
同居者が牛乳が嫌いで飲まない人BASE:N=610

1. 臭いが苦手だから	39.5	4. あっさりしすぎているから	0.8	7. その他	13.6
2. くせがあるから	11.8	5. 後味が苦手だから	13.6	8. 何となく苦手だから	40.2
3. さっぱりしてないから	2.8	6. のどごしが悪いから	3.4		

Q5. このアンケートをお答えの方全員にお伺いします。

全体BASE:N=4,750

Q1-SQ3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)

1. フルーツ牛乳	1.7	7. 野菜飲料	6.2	13. お茶飲料	2.0	18. 全国各地の特産食品	3.6
2. コーヒー牛乳	6.6	8. 果汁飲料	2.0	14. その他の飲料	1.9	19. その他の食品	3.8
3. 食べるヨーグルト	18.9	9. 豆乳	3.3	15. サプリメントなどの健康補助食品	4.4	20. その他	1.6
4. 飲むヨーグルト	11.7	10. 黒酢	6.7	16. 有機野菜	0.4	21. 牛乳類のみ購入している	25.1
5. その他乳製品	3.7	11. その他の健康飲料	4.7	17. 米	0.6		
6. その他乳酸菌飲料	6.2	12. ミネラルウォーター	1.2				

Q6. 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. 2,500円未満	17.7	3. 3,000～3,500円未満	26.0	5. 5,000～7,000円未満	14.9
2. 2,500～3,000円未満	8.1	4. 3,500～5,000円未満	19.4	6. 7,000円以上	9.6

Q7. 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？

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)		3. カルシウム、鉄分、ビタミン等を加えた牛乳	41.1
1. 普通牛乳	32.8	4. その他の牛乳()	1.5
2. 無脂肪牛乳、低脂肪牛乳、濃厚等加工乳	10.9	5. この中にはない	13.5

B. その他の商品 (いくつでも)		13. お茶飲料	2.3	18. 全国各地の特産食品	8.2
1. フルーツ牛乳	3.4	7. 野菜飲料	10.3	14. その他の飲料	1.3
2. コーヒー牛乳	7.8	8. 果汁飲料	2.7	15. サプリメントなどの健康補助食品	9.3
3. 食べるヨーグルト	22.4	9. 豆乳	6.9	19. その他の食品	3.9
4. 飲むヨーグルト	15.9	10. 黒酢	9.9	16. 有機野菜	2.0
5. その他乳製品	4.5	11. その他の健康飲料	6.4	17. 米	1.3
6. その他乳酸菌飲料	5.8	12. ミネラルウォーター	2.8	20. その他	1.8
				21. この中にはない	8.7

SQ1. Q7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. 2,500円未満	16.9	3. 3,000～3,500円未満	25.3	5. 5,000～7,000円未満	14.9
2. 2,500～3,000円未満	8.7	4. 3,500～5,000円未満	19.7	6. 7,000円以上	5.7

●牛乳宅配の評価をお聞かせ下さい。

Q8. あなたは、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、「満足である～満足ではない」
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)

	満足である	どちらとも いえない	満足では ない
1. 購入の手軽さ・利便性	82.2	12.4	0.5
2. 配達の正確さ	83.3	11.4	0.6
3. 販売店や配達員の対応	79.4	14.3	0.7
4. 商品の品質や安全性	77.2	15.8	0.5
5. 品揃え	55.1	32.8	2.6
6. 価格	39.3	41.9	10.7
7. 商品、健康、くらしなど様々な情報の提供	45.3	41.0	4.3
8. 総合的にはいかがですか	69.2	23.3	0.7

Q9. 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)

1. 利用したい	75.7	2. どちらともいえない	16.3	3. 利用したくない	0.5
----------	------	--------------	------	------------	-----

SQ1. (Q9で「利用したい」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)

今後も宅配牛乳販売店を
利用したい人BASE:N=3,594

1. 重くかさばる商品を配達してくれる	44.1	10. 自分の飲むペースで牛乳が買える	27.4
2. 保冷剤・保冷ボックスなどで、 乳製品の温度管理がしっかりしている	35.0	11. 自分にあった容量の牛乳が買える	19.2
3. 空容器を回収してくれる	47.7	12. 他では買えない牛乳が買える	22.3
4. 親切に対応してくれる	43.3	13. 新鮮な牛乳が買える	31.6
5. 配達員が話相手になってくれたり 世間話ができる	19.3	14. カルシウム強化牛乳など 特別な牛乳が買える	23.1
6. 試供品で新製品が試せる	26.0	15. ビン牛乳が買える	33.2
7. 手軽に買える	18.2	16. 特別においしい牛乳が買える	9.8
8. 牛乳を飲用する習慣がつかれる	39.4	17. 宅配牛乳は国産だから	20.6
9. ヨーグルトや乳製品を 食べる習慣がつかれる	20.7	18. 宅配牛乳は環境にやさしいから	15.3
		19. その他	2.4

SQ2. (Q9で「どちらともいえない」「利用したくない」に○をつけた方にうかがいます) **今後宅配牛乳販売店を利用したくない人**
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) **BASE:N=799**

1. 宅配牛乳は割高だから	52.9	9. 配達された商品を外に置くことが心配だから	10.1
2. 家計を切り詰め、節約したいから	27.2	10. 配達を忘れたり、遅れたりするから	1.8
3. スーパーなどの特売で買った方が安いから	31.4	11. 販売店や配達員の対応が良くない	0.8
4. 必要なときに、近所で買う方が便利だから	24.7	12. 支払い方法が不便だから	4.8
5. 他の買物のついでに買えば済んでしまうから	20.4	13. 宅配商品を利用していた家族がいなくなるから	4.5
6. 飲みきれず、食べきれず、たまってしまうから	19.3	14. その他	6.6
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	6.4		
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	5.0		

Q10. このアンケートをお答えの方全員にお伺いします。 **全体BASE:N=4,750**
あなたは今後、宅配牛乳販売店にどのようなことを望みますか？(いくつでも)

1. 配達時及び宅配ボックスの温度管理を徹底して欲しい	16.4	8. 健康診断の結果から、お勧めの商品を推薦して欲しい	12.3
2. 宅配ボックスの清掃をして欲しい	12.0	9. 一人暮らしのお年寄りのお宅には配達時に声かけをして欲しい	10.3
3. 宅配ボックスを抗菌仕様にして欲しい	12.0	10. 一人暮らしのお年寄りのお宅で、牛乳や新聞がたまっていたら、安否の確認をして欲しい	14.2
4. 配達時刻の指定が出来るようにして欲しい	6.9	11. 各種イベントに参加できる特典が欲しい	7.5
5. 色々な商品を期間限定で試し買いをしたい	18.9	12. その他()	3.4
6. いつでも商品の追加・変更をしたい	11.8	13. この中にはない	11.7
7. いつでも商品の数や容量を変更したい	9.7		

●牛乳の味・風味・容器について、お答えください。

Q11. あなたが、牛乳の特徴で、好きな点にあてはまるものはどれですか？(いくつでも)

1. こくがあること	38.1	4. 牛乳独特の後味	9.4	7. その他	2.3
2. すっきりしていること	10.6	5. のどごし	11.1	8. この中にはない	4.0
3. 牛乳独特の香り	10.1	6. Caなど多くの栄養が取れること	57.6		

Q12. あなたはふだん、牛乳は封を空けてからどれくらいの日数まで、風味や鮮度を維持できるとお感じですか？(ひとつだけ) ※開封後冷蔵保存したとしてお考え下さい。

1. 封を開けたその時	23.1	3. 2日	26.5	5. 4日	7.4	7. 6日	2.3
2. すぐにではないが、その日中	17.3	4. 3日	14.4	6. 5日	3.6	8. 7日以上	1.1

Q13. あなたは、牛乳の容器について、紙パックと瓶ではどちらの方が「使い勝手が良い」と思いますか？(ひとつだけ) **紙パック派:28.4、瓶派:50.1**

1. 紙パックの方が良い	16.5	3. どちらも変わらない(同じくらい)	18.3	4. どちらかといえば、瓶の方が良い	22.0
2. どちらかといえば、紙パックの方が良い	11.8			5. 瓶の方が良い	28.1

Q14. あなたは、牛乳の容器について、紙パックと瓶ではどちらの方が「環境に優しい」と思いますか？(ひとつだけ) **紙パック派:12.1、瓶派:67.3**

1. 紙パックの方が優しい	7.9	3. どちらも変わらない(同じくらい)	17.1	4. どちらかといえば、瓶の方が優しい	25.8
2. どちらかといえば、紙パックの方が優しい	4.2			5. 瓶の方が優しい	41.5

Q15. あなたは、軽量リターナブル瓶を知っていますか？（ひとつだけ）

全体BASE:N=4,750

1. 知っている 28.8 2. 知らなかった 65.3

SQ1. あなたは、軽量リターナブル瓶についてどのように思いますか？

以下の説明文をよく読んでお答え下さい。（ひとつだけ）

リターナブル瓶とはビール瓶や一升瓶のように何度も繰り返し使える瓶です。
従来のリターナブル瓶と比較して、軽量になっているリターナブル瓶を
軽量リターナブル瓶といいます。

1. 魅力的である 58.1 2. どちらともいえない 33.1 3. 魅力的ではない 1.8

●牛乳の飲み方について、お答えください。

Q16. あなたは、最近1週間で、どんなときに牛乳を飲みましたか？（いくつでも）

1. 起床～ 17.9 3. 朝食後～ 20.8 5. 昼食後～ 12.7 7. 夕食後～就寝前 22.8
朝食前 昼食前 夕食前
2. 朝食時 31.4 4. 昼食時 8.3 6. 夕食時 5.8 8. 牛乳は飲まなかった
→Q17へ 7.2

SQ1. あなたは、最近1週間に「どんな理由で牛乳を飲みましたか？（いくつでも）」

※宅配の牛乳に限りません。スーパーなどで購入した牛乳も含めてお答え下さい。

1週間に牛乳を飲んだ人BASE:N=4,198

1. 目が覚める・リフレッシュできるから 9.0 9. コーヒー・紅茶に混ぜて飲むため 33.7
2. よく眠れる・リラックスできるから 9.4 10. シリアルなど他の食品にかけて食べるため 6.9
3. 便通が良くなるから 24.2 11. プロテインなど健康食品と混ぜて飲むため 1.9
4. のどの渇きをうるおす・水分補給に 22.6 12. 足りない栄養、不足する栄養を補給するため 31.7
5. 食事(料理)に合わせて 18.4 13. 他の飲料を飲むより健康的だから 24.8
6. どんな食事(料理)にも合うから 3.6 14. 牛乳の味や風味を味わいたくて 8.2
7. 食事の代わりに 5.6 15. いつもの習慣としてなんとなく 26.3
8. 小腹満たしに・間食代わりに 11.2 16. その他の理由 1.8

Q17. あなたは、最近1週間に牛乳以外の飲料でどんな飲料を飲みましたか？（いくつでも）

※宅配商品に限らず、飲料全てを指します

※但し、アルコール飲料や、みそ汁やスープなどの汁物の食事は対象外とします

SQ1. あなたが、最近1週間に牛乳以外の飲料で最もよく飲んだ飲料はどれですか？

(Q17より該当する番号数字をひとつだけ記入)

全体BASE:N=4,750

Q17 SQ1		Q17 SQ1		Q17 SQ1	
1. ヨーグルト飲料	25.7 3.6	6. 日本茶、ウーロン茶	72.0 38.5	10. その他の	8.0 1.4
2. その他の乳酸菌飲料	10.0 1.3	などのそのお茶		ジュース類	
3. 豆乳	8.6 1.2	7. 野菜ジュース・	28.0 3.8	11. ミネラルウォーター	22.5 5.4
4. コーヒー飲料・コーヒー	57.2 23.7	果物ジュース		12. その他の飲料	3.9 0.8
5. 紅茶系飲料・紅茶	20.5 2.4	8. 炭酸飲料	15.1 1.6	13. 牛乳以外は	1.1
		9. スポーツドリンク	16.4 2.5	飲まなかった	→Q18へ

SQ2. あなたは、最近1週間で、どんなときにQ17-SQ1で答えの牛乳以外の飲料を飲みましたか？

(いくつでも)

1週間に牛乳以外の飲料を飲んだ人BASE:N=4,550

1. 起床～ 20.3 3. 朝食後～ 33.8 5. 昼食後～ 47.6 7. 夕食後～ 30.4
朝食前 昼食前 夕食前 就寝前
2. 朝食時 27.6 4. 昼食時 31.9 6. 夕食時 27.9

SQ3. あなたは、最近1週間にどんな理由で **1週間に牛乳以外の飲料を飲んだ人BASE:N=4,550**

Q17-SQ1で答えの牛乳以外の飲料を飲みましたか？（いくつでも）

1. 目が覚める・リフレッシュできるから	15.9	9. シリアルなど他の食品にかけて食べるため	0.9
2. よく眠れる・リラックスできるから	3.3	10. プロテインなど健康食品と混ぜて飲むため	1.1
3. 便通が良くなるから	9.0	11. 足りない栄養、不足する栄養を補給するため	10.9
4. のどの渇きをうるおす・水分補給に	50.8	12. 他の飲料を飲むより健康的だから	12.4
5. 食事(料理)に合わせて	20.9	13. その飲料の味や風味を味わいたくて	13.4
6. どんな食事(料理)にも合うから	13.9	14. いつもの習慣としてなんとなく	39.5
7. 食事の代わりに	1.7	15. その他の理由	3.7
8. 小腹満たしに・間食代わりに	8.4		

●牛乳の機能について、おうかがいします。

全体BASE:N=4,750

Q18. 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）

A. 牛乳に含まれるカルシウムについて

		Q18	SQ1
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	68.5	35.0
2	牛乳は、カルシウム不足を補い、骨折を予防できる	77.9	32.1
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	79.6	37.2
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	18.5	48.7
5	牛乳のカルシウムには、血圧を下げる効果がある	17.0	48.0
6	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	28.0	42.9
7	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	27.0	42.4
8	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	41.6	40.7

B. メタボリックシンドロームに対する効果について

9	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	18.3	53.3
10	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	14.1	49.9
11	牛乳に含まれるたんぱく質は血圧を正常化する	15.3	51.7
12	牛乳に含まれるたんぱく質は血管を丈夫にする	18.6	50.1
13	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	14.7	54.7
14	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	14.0	54.3

次ページに続きます。

全体BASE:N=4,750

		Q18	SQ1
		知 っ て い た	魅 力 を 感 じ る
C. その他の健康や美容に関する効果について			
15	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	48.7	43.8
16	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	14.7	47.0
17	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	15.7	44.0
18	牛乳の成分(乳糖やオリゴ糖)は体内で変化し(乳酸や酢酸に変化)、 大腸を刺激して便秘を防ぐ働きがあると言われている	38.8	37.3
19	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	20.9	43.3
20	牛乳を成長期にたくさん飲むと、身長伸びが大きくなったという報告がある	59.4	29.2
21	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	26.8	32.8
22	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	10.7	39.9
23	この中(A～C)にはひとつもない	0.5	0.3

●最後に統計処理のために、以下にお答えください。

F1. あなたの性別をお教え下さい。(ひとつだけ)

1. 男性 26.1 2. 女性 72.9

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 0.5 3. 30～39才 14.1 5. 50～59才 21.5 7. 70才以上 16.6
2. 20～29才 4.2 4. 40～49才 17.1 6. 60～69才 24.9

F3. 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 9.7 4. 20～29才の方 16.9 8. 60～69才の方 25.4
2. 小学生 15.5 5. 30～39才の方 21.0 9. 70才以上の方 25.8
3. 中学生～19才の方 17.8 6. 40～49才の方 18.8 10. 同居している人はいない 9.0
7. 50～59才の方 20.4 (一人暮らし)

●長時間ご協力頂き、誠にありがとうございました。

禁 無 断 転 載

平成 21 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22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