

牛乳購買に関する主婦の意識・行動調査レポート

- | | |
|--------------|--|
| 1 . 調査目的 | 09年8月時点での、主婦の牛乳購買に関する意識・行動の現状ならびに、変化傾向とその要因を探ることで、09年下期の「牛乳に相談だ。」キャンペーン戦略立案のための基礎データを得る。 |
| 2 . 調査地域 | 関東圏（一都六県） / 関西圏（二府四県） |
| 3 . 調査手法 | インターネット調査 |
| 4 . 調査対象 | 20～69才主婦 |
| 5 . サンプルング手法 | インターネットモニターより条件抽出 |
| 6 . 調査実施日 | 2009年8月7日（金）～ 8月9日（日） |
| 7 . 調査実施機関 | (株)電通 / (株)ソナー / (株)ゲイン |
| 8 . 調査サンプル数 | 800サンプル（割付はなし） |

~ 序章 ~

我々は誰に向かって牛乳購買強化の働きかけをすべきか

牛乳に対する
嗜好意識が
低下している
子供

+

子供が
牛乳嫌いだと
決して無理には
飲ませない
母親

牛乳に相談だ。キャンペーンの
訴求ターゲットを子供に設定

短期ではなく、中長期での効果実現を意図した
子供の牛乳に対する好意形成の働きかけ

牛乳に対する嗜好意識が低下している子供

+

子供が牛乳嫌いだと決して無理には飲ませない母親

牛乳に相談だ。キャンペーンの訴求ターゲットを子供に設定

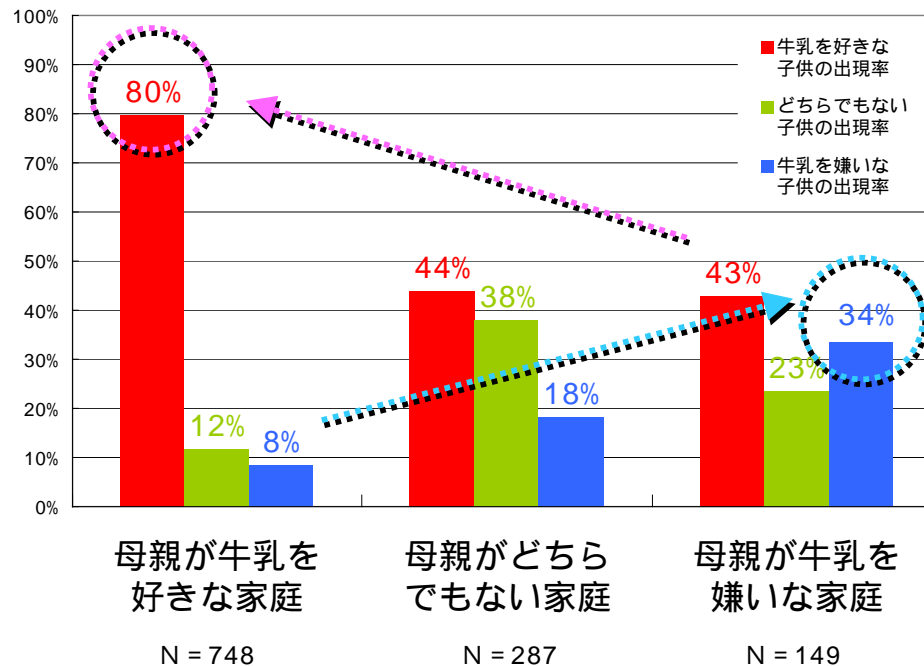
短期ではなく、中長期での効果実現を意図した子供の牛乳に対する好意形成の働きかけ

更なる少子化の進展 更なる晩婚化の進展 更なる老齢化の進展

実需要に対して、子供以外の層がもたらす影響が増大

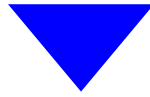
加えて、子供の牛乳嗜好性に対する新たな知見 ▶▶▶

(新たな知見) 母親の好き嫌いの子供の好き嫌いの相関関係

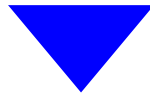


子供の牛乳に対する好き嫌いは、
確かに母親の牛乳に対する好き嫌いに影響を受けている。

子供が牛乳嫌いだと決して無理には飲ませない母親



(そもそも) 子供の牛乳に対する好き嫌いは、
確かに母親の牛乳に対する好き嫌いに影響を受けている。



直接的な購入者としてのみ重要視されていた主婦は、
同時に、子供の牛乳関与の姿勢を根本形成する啓蒙者でもある。

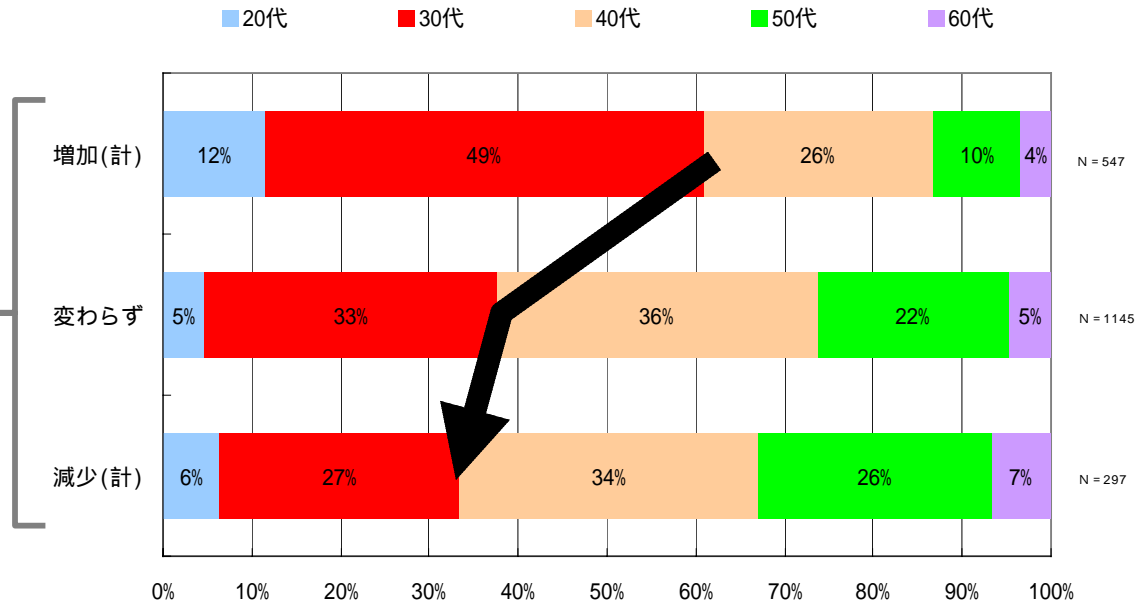
あらためて注目されるべき、主婦の意識

～ 第一章 ～

「主婦」から牛乳の消費構造を見る

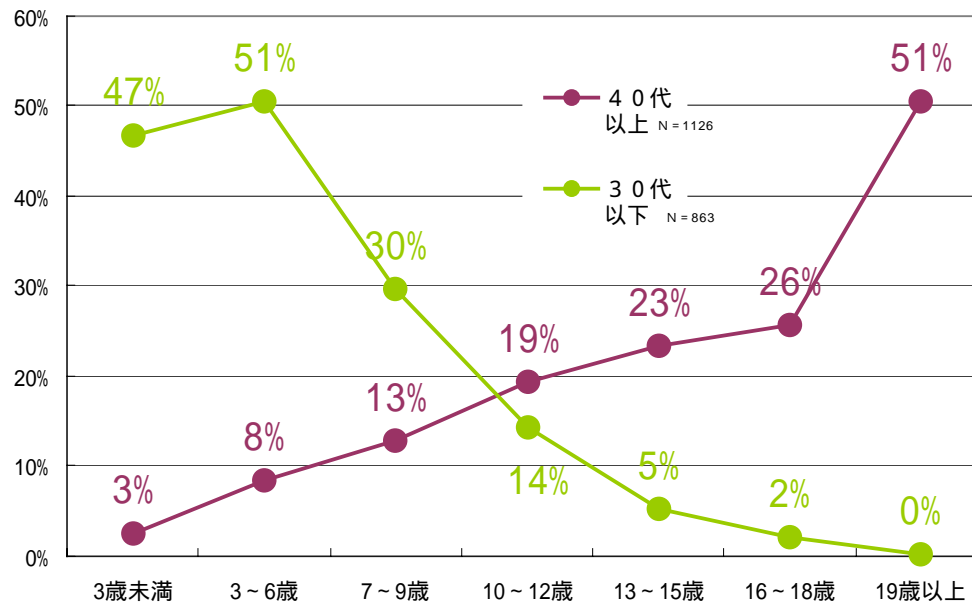
主婦の「年代」と「直近1年の牛乳購入量変化」の関係

昨年と比べて、現在のあなたが牛乳を購入する頻度や量はどのように変化していますか。



30代以下主婦と、40代以上主婦は、牛乳消費量の増減からみれば、全く別の傾向を示している。

40代以上主婦と30代以下主婦が育てる子供の年齢分布



30代以下主婦

乳離れから小学校低学年の子供を育てている牛乳の消費量が自然に増えやすいライフステージ

40代以上主婦

小学校高学年以上の自立していく子供と接している牛乳の消費量が自然に減りやすいライフステージ

30代以下主婦

乳離れから小学校低学年の
子供を育てている
牛乳の消費量が自然に増えやすい
ライフステージ

40代以上主婦

小学校高学年以上の
自立していく子供と接している
牛乳の消費量が自然に減りやすい
ライフステージ

更なる少子化の進展 更なる晩婚化の進展 更なる高齢化の進展



そのまま放置していけば
家庭の牛乳消費量を引き上げるライフステージの主婦が減り
家庭の牛乳消費量を引き下げるライフステージの主婦が増えていく現状

30代以下主婦

乳離れから小学校低学年の
子供を育てている
牛乳の消費量が自然に増えやすい
ライフステージ

40代以上主婦

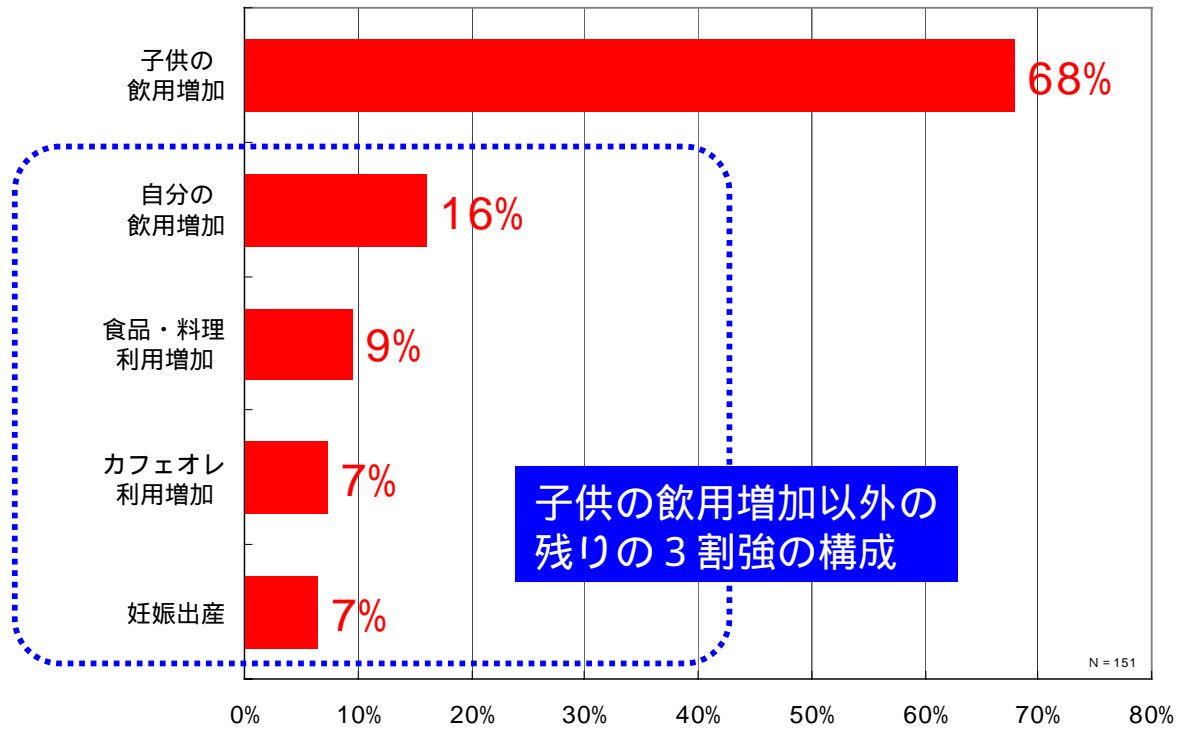
小学校高学年以上の
自立していく子供と接している
牛乳の消費量が自然に減りやすい
ライフステージ

とはいえ、
30代以下主婦の中には、牛乳消費が増えたひともいれば減った人もいるし、
40代以上主婦の中にも、牛乳消費が増えたひとも減った人もいる

2つの年代セグメント別に、
牛乳消費が「増えた主婦 / 減った主婦」の「状況の違い」を把握することで、
牛乳消費の拡大に効果をもたらす知見を導く。

年代 2 グループ別、増えた実質的な理由 / 減った実質的な理由

30代以下女性の牛乳消費量が増えた理由



30代以下主婦の家庭における牛乳消費増大は、
子供の飲用増加が全体の7割弱。
ただし、残りの3割強は主婦自身に起因する原因が占めている。

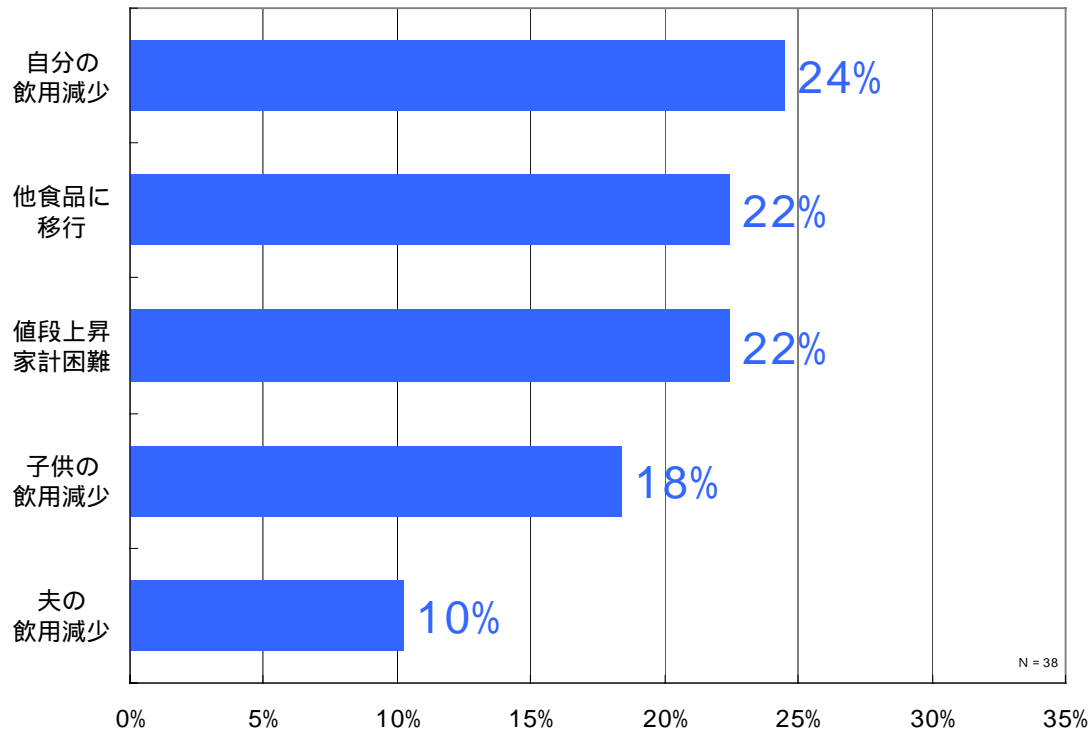
30代以下女性の牛乳消費量が増えた理由のコメント

20代 子どもが大きくなってきたので、飲む量が増えた
 20代 子供の成長に伴って。一回当たりに飲む量が増えた
 20代 息子が成長して飲む量が増えた。
 20代 こどもが牛乳をのめるようになったから
 20代 子供が大きくなるにつれて、飲む量が増えていっているから。
 30代 子供が成長してきて、毎日の消費量が多くなったため。
 30代 二歳の娘がたくさん飲むようになったから。
 30代 子供が大きくなってきて、飲む量が増えた。
 30代 子どもが成長して飲む量が増えたから。
 30代 子供が大きくなって、飲む量が増えてきたから
 30代 子供たちがだんだん大きくなり今まで以上に飲むから
 30代 子供が大きくなってきて、かなりの量を飲む為
 30代 子供が大きくなってきて、よく飲む
 30代 子供が成長期にあり、飲む量や回数が増えたから。
 30代 子供の飲む量が増えたから
 30代 子供が大きくなってきており、たくさん飲むようになったため

20代 妊娠をして、カルシウムが必要になったから。
 20代 毎日コーヒーを飲むようになった
 20代 コーヒーにミルク代わりに入れるようになったので
 20代 牛乳を使用した料理を作りたいから。
 30代 自分もこの夏、コーヒーに入れたりして飲むようになったので
 30代 妊娠中なのでカルシウムを摂るために
 30代 アイスカフェオレを毎日飲むようになったから。
 30代 コーヒーを良く飲むようになったことと、カルシウム摂取のため
 30代 ホームベーカリーを譲ってもらって、自宅でパンを焼くようになり、材料として牛乳が必要だから
 30代 シリアルを食べる機会が増えた。
 30代 ヨーグルトを家庭で作るから
 30代 お菓子作りやパン作り、いろんなものを牛乳で割る頻度が増えているので。
 30代 ケフィアを作るようになって、牛乳の消費量も増えたから。

子供の飲用増加は、子供の嗜好性変化ではなく、成長にともなう飲用量の拡大。
 自分飲用は（アイス）カフェオレがプチブームになっている。
 この年代は、手作りヨーグルトと、パン・お菓子づくりが牛乳利用を促進。

30代以下女性の牛乳消費量が減った理由



30代以下主婦の家庭における牛乳消費減少は、
子供の飲用減少以上に、親（主婦＋夫）の飲用減少の影響が大きく、
それ以外にも、他食品への移行などがあがる。

30代以下女性の牛乳消費量が減った理由のコメント

20代 子どもは給食で牛乳をとるようになったから

30代 子供が嫌いであまり飲まなくなってきたので

30代 値上がり。子供のアレルギー。

20代 子供がミルクアレルギーなので、自分もほとんど飲まなくなった。料理に使う程度しか利用していない。

20代 自分はあまり牛乳を美味しいと思わなくなったので、購入する事が減多になくなった。

20代 牛乳よりお茶などを飲むようになったので。

20代 牛乳の価格が高くなったので

20代 価格が若干高騰している

30代 白い食品は日本人にあわない、といった本を読んだから

30代 育児におわれ、ゆっくり朝食をとれなくなったから

30代 豆乳を飲む割合が増えたので、相対的に牛乳が減った。

30代 その他で同じようにとれる栄養素もあるので

30代 値段が極端に上がった。だったら、他のフルーツジュースとかを買う。

30代 高くなってきているので。購入を控えている。

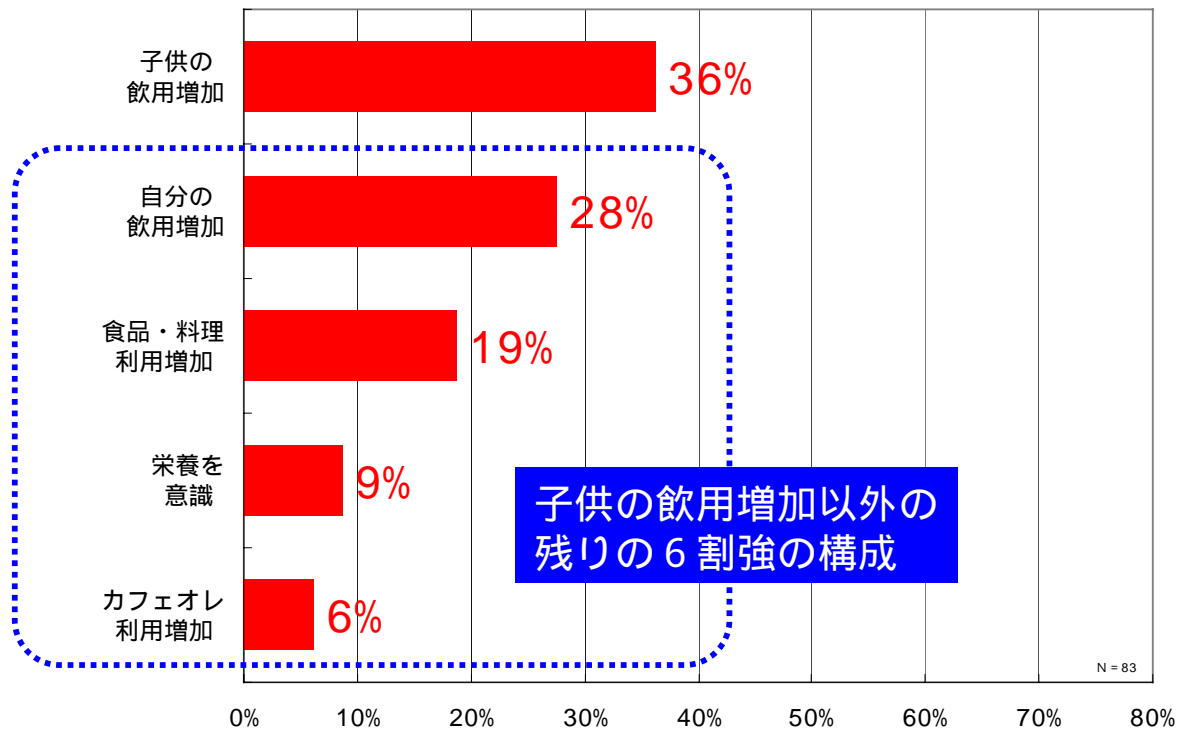
30代 値上がりしたブン、他の野菜ジュース等で代用あり

30代 高くなったから

価格上昇や、生活の変化、風評などがきっかけになり、牛乳の代替食品への移行など、牛乳消費の減少が起こっている。

親世代の牛乳に対する絶対的な支持が弱まり、牛乳の価値認識が相対的になっている。

40代以上女性の牛乳消費量が増えた理由



40代以上主婦の家庭における牛乳消費増大は、
子供の飲用増加4割弱で、
残りの6割強は主婦自身に起因する原因が占めている。

40代以上女性の牛乳消費量が増えた理由のコメント

40代 娘がよく飲む様になったので

40代 子供が高校生で給食がないので、家で牛乳を多く摂るようになった。

40代 子供が大きくなって飲む量が増えたから

40代 子供たちが成長して消費量が増えた

40代 子供が成長して飲む量が増えている。おやつとしてもお菓子というよりコーンフレークなどが多くなっているの。

40代 アイスコーヒーに使いだしたから

40代 紅茶などに入れて飲むことが以前より多くなったため。

40代 仕事を辞め家で過ごすことが増えたため飲む機会が増えた

40代 ヨーグルトに使用するから

40代 今年からパンも手作りに変えたので、これまで飲むだけだった牛乳にパン作り用の分が加わったため。

40代 牛乳を使った料理を増やすことで安く栄養価の高いメニューが作れると思うから。

50代 朝食がパンの日が増えたので。

50代 ヨーグルトを自宅で作るようになったので、その分増えている。牛乳も今まで通り飲んでいるので、すごい消費量になっている。

50代 スープやグラタンをよく作るようになったから

50代 自分の年齢を考えて健康のため飲むよう心掛けているから

50代 夫婦が50を超え、カルシウムの摂取を考えるようになったから。

50代 中年にさしかかり、骨粗しょう症の心配があるので、なるべく牛乳を飲んでいる

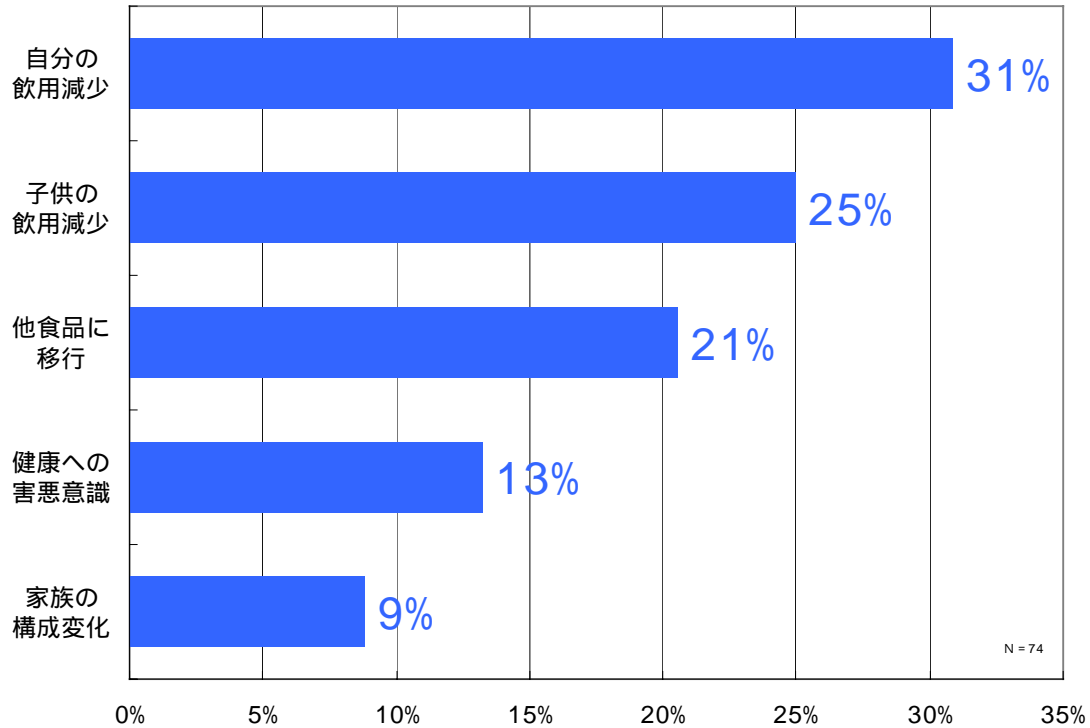
50代 自分に必要な栄養として、サプリメントではなく食品として摂りたいと思った。

60代 パンを食べる機会が増えたので。

60代 歳をとるごとに必要だと思うからです

子供の成長による飲用量拡大は40代まで。
この年代は家庭内のパン食（洋食）、パン・ヨーグルトの手作り機会増大が顕著。
栄養（主にカルシウム）訴求は50代以上に対しては有効。

40代以上女性の牛乳消費量が減った理由



40代以上主婦の家庭における牛乳消費減少は、
子供の飲用減少以上に、主婦自身の飲用減少の影響が大きい。

- 40代 子供があまり飲まなくなった
- 40代 子供が運動を引退して飲む量が減ったから
- 50代 子供がひとり独立したので
- 50代 子供が同居しなくなった
- 50代 子供達の学齢も進んであまり家にいる事が少なくなり、牛乳を飲む機会（おやつ等）が減ったので。
- 60代 子供達が牛乳を飲まなくなったから。

- 40代 乳がんになってから、乳製品の取りすぎはよくないときいたため
- 40代 健康茶を増やしてきた
- 40代 体によいと思えるいろいろな飲み物（豆乳、野菜飲料、酢飲料な）を飲む機会が増え、相対的に牛乳を飲む量は減っていると感じる。
- 40代 牛乳よりも豆乳を飲むようになってきたから
- 40代 豆乳を買うようになったから。
- 40代 牛乳の代わりにクリームを使うことが増えたので
- 40代 カルシウムの多い水を飲んでるので
- 60代 他の飲み物を飲むようになった。
- 60代 牛乳よりも、健康を考えて豆乳を買っているの
- 50代 豆乳が好きになったから
- 50代 嗜好の変化
- 50代 ゼロカロリーのお茶が主体になった。
- 50代 昨年牛乳を飲んで下痢と吐き気を起こしてから、体が牛乳を受け付けなくなった
- 60代 加齢の為、以前程たくさん飲めなくなったから。
- 60代 最近であるが急に、牛乳を飲むと下痢をするようになった。

40代以上主婦の家庭で子供の飲用量が減るのは、子供の嗜好性変化というより、子供がひとり立していく過程で家庭滞留時間が少なくなることの必然。主婦自身でいえば、牛乳の代替になる商品が様々生まれている結果豆乳を中心とする他飲料への流出が際立つ。

ここでも親世代の牛乳に対する絶対的な支持が弱まり、牛乳の価値認識が相対的になっている。

消費量が増える

30代以下主婦

- 子供の嗜好性変化ではなく、成長にともなう飲用量の拡大。
- 自分飲用は（アイス）カフェオレがブチブームになっている。
- この年代は、手作りヨーグルトとお菓子づくりが牛乳利用を促進。

40代以上主婦

- 子供の成長による飲用量拡大は40代まで。
- この年代は家庭内のパン食（洋食）、パン・ヨーグルトの手作り機会増大が顕著。
- 栄養（主にカルシウム）訴求は50代以上に対しては有効。

需要拡大に寄与するテーマは散見されるも、期待される効果は極めて局所的

消費量が減る

30代以下主婦

- 子供の飲用量が減るのは、嗜好だけでなく、体質的な問題も。
- 価格上昇や、生活の変化、風評などがきっかけになり、牛乳の代替食品への移行など、牛乳消費の減少が起きている。

40代以上主婦

- 子供の飲用量が減るのは、子供の嗜好性変化というより、子供がひとり立っていく過程で家庭滞留時間が少なくなることの必然。
- 価格上昇の影響はあまりなく、生活の変化、風評がきっかけになるなどして、牛乳の代替食品への移行など、牛乳消費の減少が起きている。

これらの牛乳消費減少は、日本人が手に出来る「食品商品の多様化」という、極めて根本的で大きな要因を伴っている。

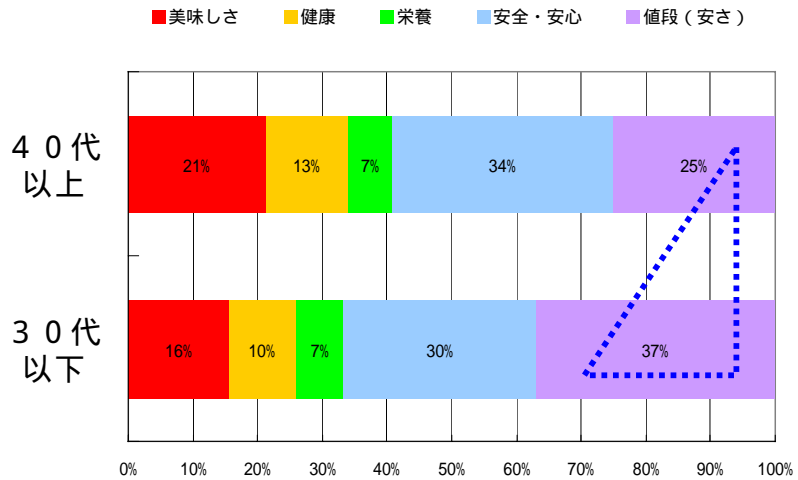
しかし、そのような状況下でも、主婦は大きく他食品に流出してしまう人と、そうでない人に分かれる。その両者は、食品や牛乳に対する意識や経験において、どんな違いがあるのか。



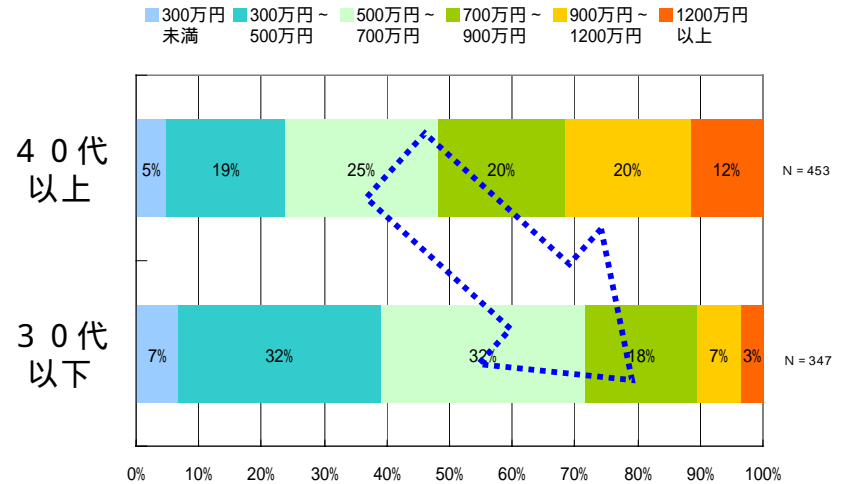
年代2グループ別、
増えた主婦と減った主婦の
食品購入に関する価値観の違い

年代別による「食品購入時の重視価値 / 基準」の違い

食品の買い物をする際に最も重視する価値 / 基準



世帯年収



30代以下の主婦は、まだ世帯年収が低く、
食品購入に際して、値段の重視度が高い。

(前掲の「牛乳の購入減少理由」でも「値上げ」をあげている)

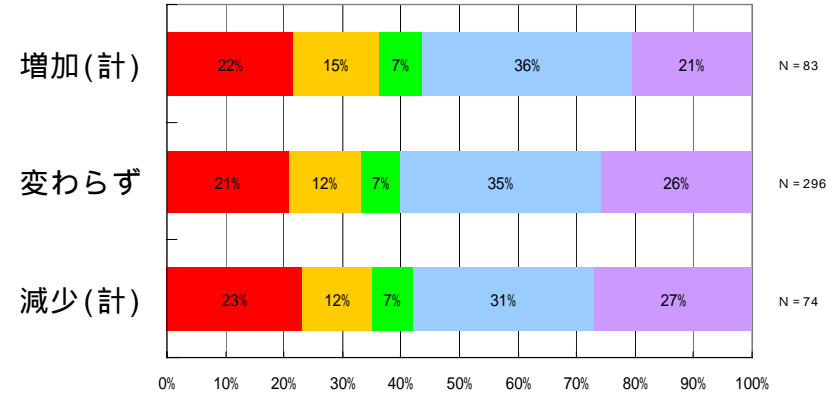
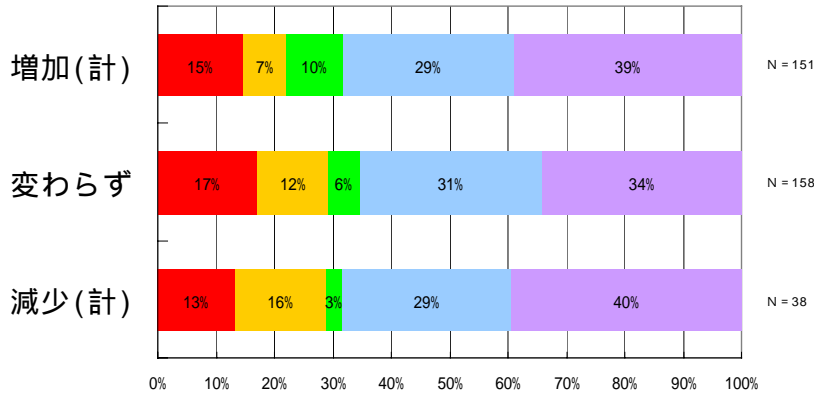
食品の買い物をする際に最も重視する価値 / 基準

30代以下主婦

40代以上主婦

■ 美味しさ ■ 健康 ■ 栄養 ■ 安全・安心 ■ 値段(安さ)

■ 美味しさ ■ 健康 ■ 栄養 ■ 安全・安心 ■ 値段(安さ)

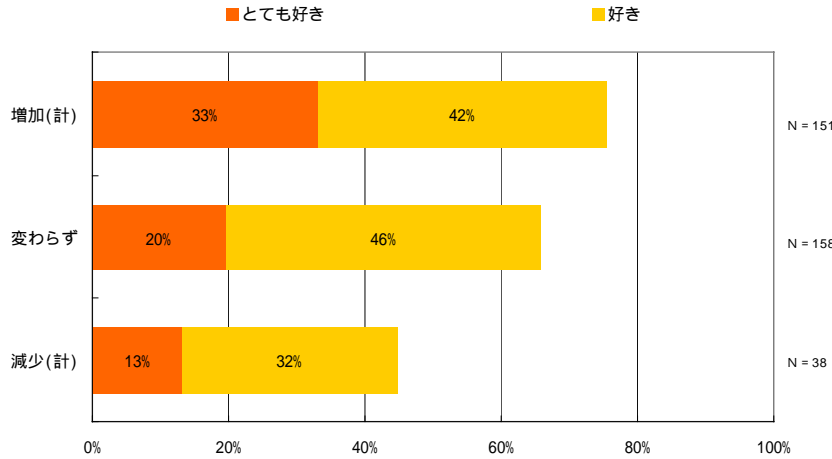


30代以下の主婦と40代以上主婦それぞれにおいて、牛乳消費量増減傾向による違いをみても、食品購入時の重視価値 / 基準は、それほど大きく変わらない。

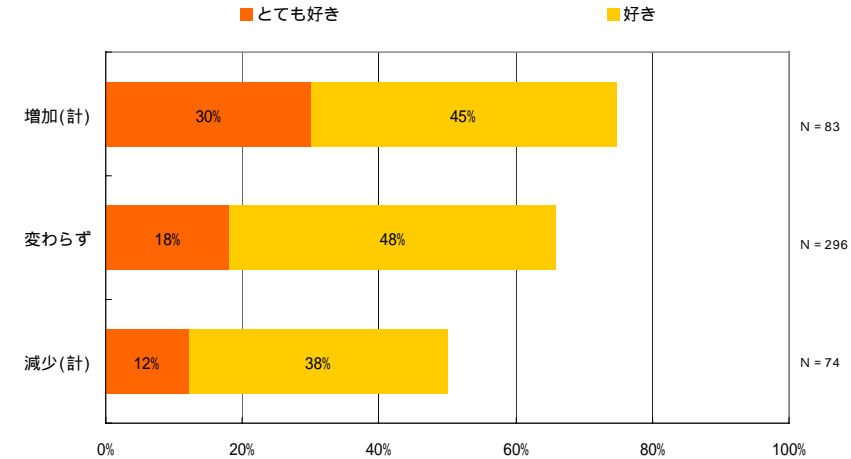
年代2グループ別、
増えた主婦と減った主婦の
牛乳に対する意識と経験の違い

あなたは牛乳をどれくらい好きですか

30代以下主婦

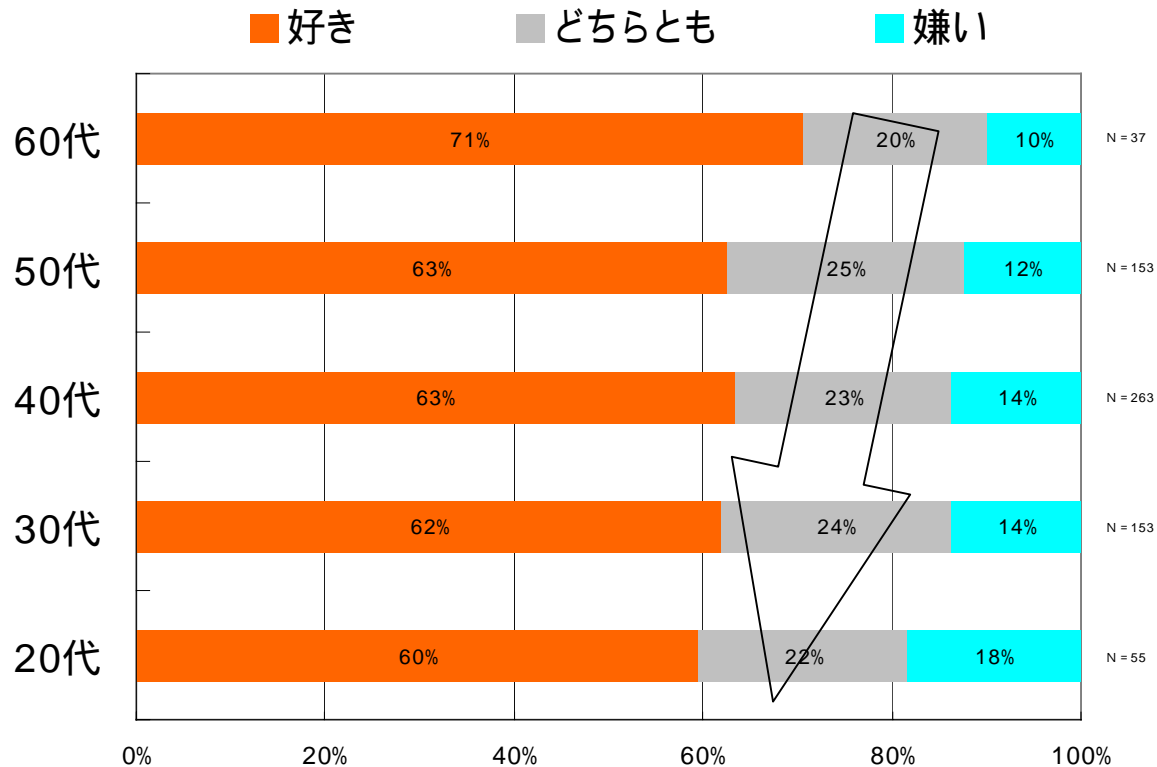


40代以上主婦



「牛乳を好き」という気持ちを持っていることは、
30代以下主婦においても、40代維持用主婦においても、
牛乳消費の減少傾向を緩和し、牛乳消費の増加傾向を強める。

主婦の牛乳への好意 / 年代別変化傾向



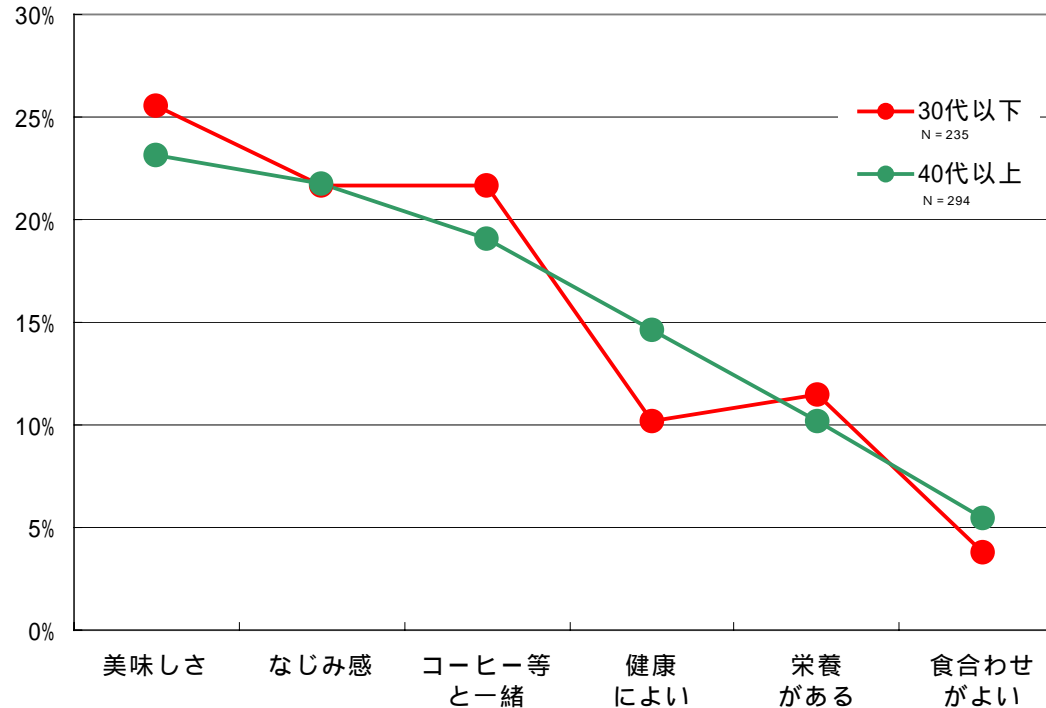
母親の牛乳に対する好き嫌いは、若い層にかけて、
徐々に「好き」の割合が減少している。
(「人口動態変化による牛乳消費の地盤沈下」とは別の「困難」)

それはなぜなのか？



主婦が牛乳を好きな気持ちの中身

あなたは牛乳を好きと思う気持ちの中身をご説明ください



30代以下と40代以上の「好き」の中身トップ3は共通していて、「美味しい」「なじみがある」「コーヒーと一緒に飲むのが好き」になる。そこには大きな違いが見られない。

(そこに牛乳に対する好意が若い層ほど減ってきている理由は見出せない)

好きな気持ちの中身のコメント

美味しさ評価

- 20代 美味しいから
 20代 味が好き
 30代 やはりおいしい
 30代 美味しい。
 40代 甘くて美味しいから好き
 40代 乳のコクが好き。
 50代 お風呂上がりの一杯が一番おいしい。
 50代 外国に行ったときは、日本の牛乳はうまいと本当に感じる。この有難さが根底にあると思う。
 60代 濃いものはおいしいから
 60代 おいしい。口当たりがよく、後に残らない。

なじみ感評価

- 20代 元々好きでしたから、今後も飲みたいです。意識しているわけではないですけど、毎日飲んでるので好きなんでしょうね。
 20代 物心付いた時から牛乳は好きで水のようによく飲んでた。
 30代 昔から飲んで馴染みがあるから
 30代 朝飲む事が習慣になっているので。
 40代 風呂上りに飲むのがこどものころからしゅうかんになっているので
 40代 幼い頃から好きだったので。日常的に当たり前のように摂っているものなので。
 40代 子供の頃からの習慣
 50代 いつから飲んでいるか記憶にないほど、長年にわたって飲み続けているので、生活の一部になっているから。
 50代 子どもの頃から飲んでる飲み物なので、好き嫌いを意識していない。
 50代 子供の頃から変わらずに好き。
 60代 子供のときから牛乳は好き。特に意味は無い
 60代 幼少期から牛乳を飲んで成長してきたので好きで飲みたいのは当然だと思っている
 60代 飲みなれているので違和感を感じない。

コーヒーなどと一緒にが好き

- 20代 牛乳のみでは飲みたいとは思わないけど、コーヒーに牛乳を入れて飲むのが好きだから
 20代 ココア味にする
 30代 そのままで飲むというよりも、スープやコーヒーの中に入れて口にするほうが好き
 30代 コーヒーに欠かせない
 30代 コーヒーに入れて飲むので。
 40代 コーヒーに入れて飲むのが好き。
 40代 夏場はアイスコーヒーに入れるだけ
 40代 コーヒーには牛乳を入れています。1日中飲んでます
 50代 いつもコーヒーに入れて飲んでいるが、無いと飲む気がしない。
 50代 ミルクコーヒーが多い
 50代 今の季節、牛乳に少しインスタントコーヒーを入れて飲む方法が、朝食にもおやつにも合うので、この飲み方が好き。
 60代 牛乳だけで飲むときと、少しインスタントコーヒーや黒酢に混ぜて飲んだり、いろいろ飲み方を楽しんでいます。

(漠然と)健康によい / 40代以上主婦のコメント

- 40代 体に良いと思うので
 40代 身体にいいし、味も好き。
 40代 美味しいと思うし、健康にいいと感じるので。
 50代 特別味が嫌だと思わないし、健康によい食品だと思うので
 50代 健康のために意識して飲むようにしている。
 50代 年齢を考えると骨粗しょう症の心配があるからです。
 50代 身体のことを考えてと習慣
 60代 健康によくおいしい
 60代 飲まなくてもいられるが、健康のために飲みたいと思っている。
 60代 健康に良い

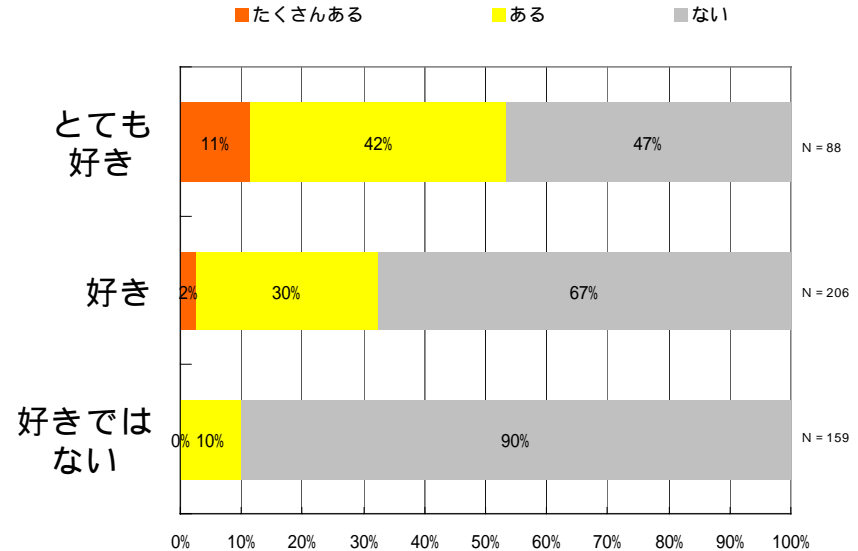
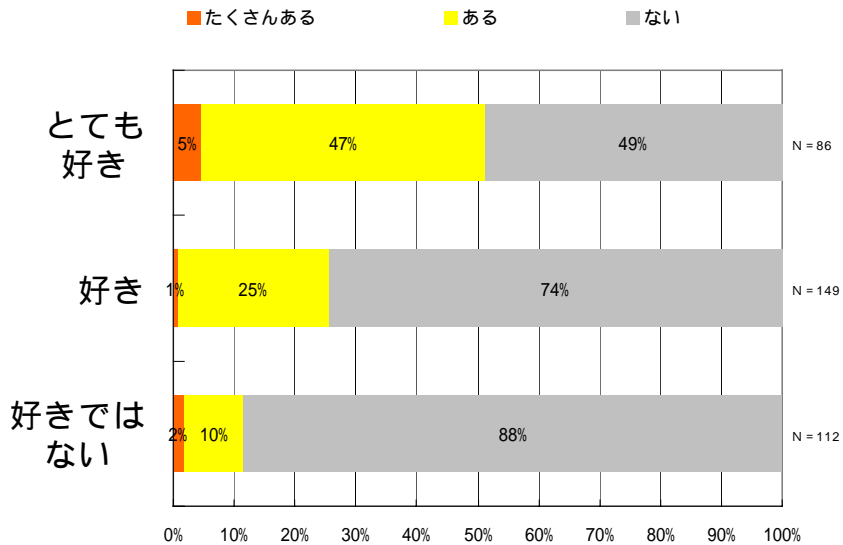
コーヒーとの組み合わせは、30代以下の牛乳購入増加の理由にもあがっており、その流れに組することは、牛乳の消費拡大につながる一施策になりそう。

「好き」の気持ちと、「よい思い出やよい経験」

あなたは牛乳に関する「よい思い出やよい経験」がどれくらいありますか。

30代以下主婦

40代以上主婦

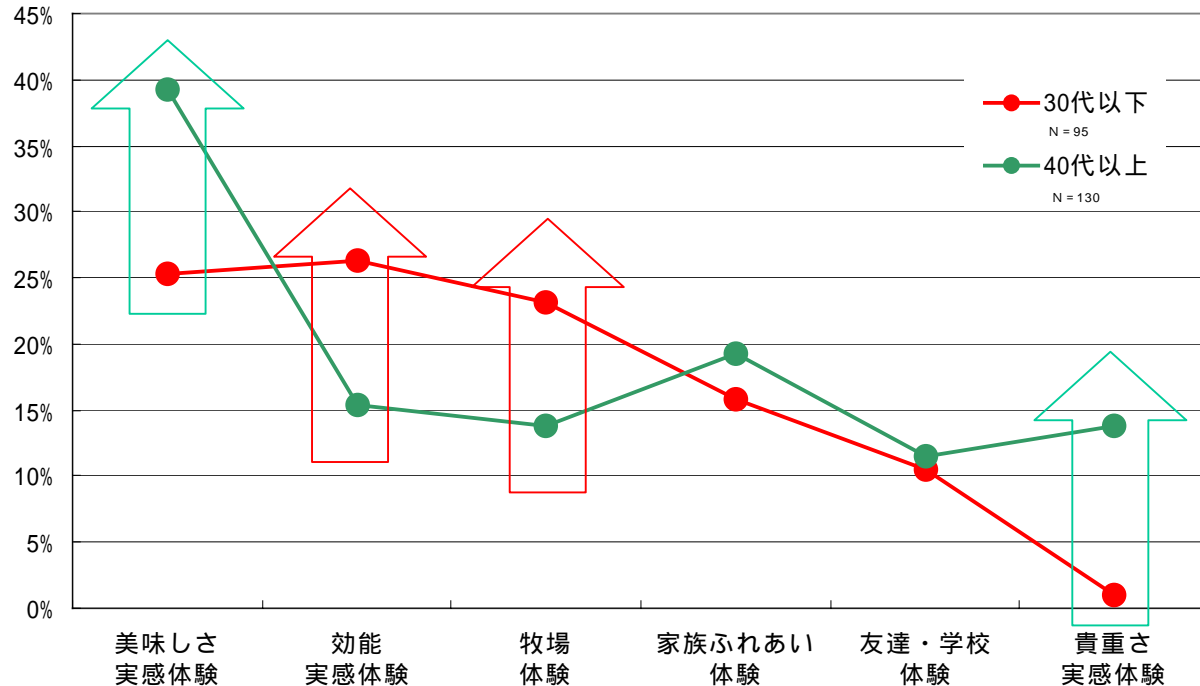


「好き」の気持ちを持つか持たないかには
牛乳に関する「よい思い出・よい経験」の有無が確実に関連している。

「よい思い出・よい経験」の中身は？ ▶▶▶

「よい思い出やよい経験」の中身

そのことに関する、現在のあなたの意識は、昨年と比べてどう変化していますか。



30代以下は「効能の実感」と「牧場を訪れた体験」を特徴的にあげる。

40代以上は「美味しさ実感」と「貴重さの実感」を特徴的にあげる。

効能実感体験

- 20代 便秘が良くなったことがある
- 20代 便秘の時の風呂上がりに飲むと、その助けになる
- 30代 ハタチくらいの時に日ごろの不摂生のためか、体調を崩したことがあった。それで給食がなくなったころからめったに飲まなくなった牛乳を飲むようにしたりして食生活を改善したらそれから好調になった。それ以来、飲むようにしている。最近は体重を気にして低脂肪牛乳に変更した。
- 30代 よく母乳がでるようになった。
- 30代 具体的に何があったというわけではありませんが、骨が丈夫なことでしょうか。牛乳のおかげだと思っています。
- 30代 学生の頃、夏の練習がきつくて、夏休み中、ご飯が食べられませんでした。が、1日2リットル以上の牛乳を飲んで、他の人と変わりなく、元気に部活動に励めました。また、その時期に、身長も20センチ弱伸び、いい思い出です。
- 30代 牛乳を良く飲んだ成果ははっきりしないが、背が高くなったこと
- 30代 小さい時からご飯のときでも牛乳だったので、骨は丈夫にできていると思う。
- 30代 子供の頃から牛乳を沢山飲まされていたせいか、骨密度が同年代のの平均値よりも高いと言われた
- 30代 生まれてから一回も骨を折ったことがないので牛乳のカルシウムのおかげかなと思っています
- 30代 牛乳をよく飲んでいたので背が伸びたと思っている
- 30代 身長がのびたこと

牧場訪問体験

- 20代 牧場で、乳搾りを体験したことがあります。搾りたての牛乳は、温かかったことが印象に残っています。
- 20代 家族で行った牧場で飲んだ牛乳がおいしかった
- 20代 中学校の修学旅行で乳搾り体験をした。たくさんの生徒が絞った後で、私がやってもほとんど出なかったが、牛さんのおっぱいのほのあたたかさは、小雨で少し冷えた体に優しく感じた。
- 30代 牧場で搾りたての牛乳を使ってバターを作ったこと
- 30代 牧場でお乳を絞ったり、生乳からバターを作った体験。
- 30代 牧場などで、乳搾り体験をしたり、おいしい牛乳をのんだから。
- 30代 実際に牛の乳搾りを見た
- 30代 牧場で作りたてのを飲ませてもらったが、味が濃くて美味しかった。それに比べ、市販されている牛乳は薄いんだと知った
- 30代 家族旅行で牧場を訪れた際乳搾り体験をし、その後牛乳を飲んでとても美味しかった記憶があります
- 30代 子供の頃あまり牛乳が好きでなかったのですが、親が連れて行ってくれた牧場で飲んだ牛乳がとても美味しくくて、それから牛乳が大好きになりました。
- 30代 子どもと一緒に、牧場で乳搾り体験をしたこと
- 30代 牛の乳搾りが楽しかったこと。その農場で飲む牛乳は濃厚かと思いきや、あっさりした爽やかなおいしさで意外だったこと。それがとてもおいしかったこと。
- 30代 牧場の牛乳が美味しかった
- 30代 搾乳体験
- 30代 幼稚園のときに牧場で絞りたての牛乳を飲んだこと。

効能実感体験

確かに「効能の実感」は、
理性的に納得性の高い価値。

ただし、それは「理性的」に判断すると、実は、他の食品・サプリメントなどでも代替可能な価値であり、すでに馴染みの深い日常食品である牛乳に価値の優位を見出してもらうことが、なかなか困難な価値。

牧場訪問体験

「牧場体験」のもたらす認識・
イメージは、他の食品にはない、
牛乳ならではの価値認識を体験
者に形成する可能性がある。

ただし「牧場体験」は、それ自体をモチーフに、コミュニケーションをするだけでは意味がなく、実際に体験してもらわなければならない。そのため、広く一気に展開することが、困難であり、戦略の主軸にはならない。

現在、30代以下にある「よい思い出・よい経験」のなかには、
牛乳に対する「絶対的好意」を戦略的に形成するに足るモチーフが見当たらない。

美味しさ実感体験

- 40代 子どもの頃、近所で買っていた牛のしぼりたて牛乳の美味しさをもう一度味わいたいと思う。
- 40代 子供のころ親戚がしぼりたての牛乳を一升瓶に持ってきてくれたあの味が忘れられない。おいしかった
- 40代 給食が大嫌いだったが牛乳だけは大好きで楽しみだったこと
- 40代 給食で冬場に冷たい牛乳を教室のストーブで温めたお湯で温めて飲んでいたことは、今でも思い出すと心が温かくなるような気がする、楽しい思い出です。
- 40代 学校給食の牛乳とカレーライスの組み合わせが、おいしかった。
- 40代 数年前、新潟へ旅行した時、駅で紙パックの牛乳をかった。余り期待していなかったのに、信じられない位おいしい!東京ではまず無い事だ。
- 40代 おやつにドーナツと牛乳を食べていて、あまりにもおいしくて牛乳を1リットル位飲みそうになった
- 40代 夏の給食では、牛乳が待ち遠しく、とてもおいしかった。
- 50代 子どもの頃びんに入った牛乳を毎日冷蔵庫から出して飲むのが楽しみだった
- 50代 スイスに旅行したときに朝食で飲んだ牛乳の美味しさが忘れられない。
- 50代 八ヶ岳近くの清泉寮で飲んだ牛乳が特に美味しかったと記憶している。旅行等で地方に行けば必ず地元産の牛乳を飲むようにしている。
- 50代 寒いリゾート地で飲んだホットミルクの味は格別だった
- 50代 ホテルの朝食で飲む牛乳は、格別おいしく高級に思える。このようなときは自宅で飲むするときの3から4倍両飲んでしまう。幸せな気分になる。
- 60代 以前、秋吉台で飲んだ牛乳がとても美味しかったことを今でも良く覚えている。
- 60代 産地で直売している牛乳を飲んだ時に牛乳ってこんなに美味しい飲み物かと思いました。

貴重さ実感体験

- 40代 経済的に苦しい子供時代だったが、あまりにも好きなので親にお願いして1リットル一気飲みさせてもらった記憶がある。
- 40代 学校で先生が「あなた達はお母さんから離れて、今は牛乳を牛のお母さんから分けてもらっているんですよ」と言ったので、牛乳を大事にしたいと思った。
- 40代 小学生の頃、給食で残った牛乳を、放課後、給食のおばさんがこっそり分けてくれたことがありました。放課後も学校のグラウンドで目一杯遊んで、おながすいていた私たちには、素敵なオヤツでした。
- 50代 小学校時代の給食時に「脱脂粉乳」を飲まなければならなかった世代なので、中学生になって昼食時の飲み物が牛乳に変わったことが最も印象的でうれしい経験。
- 50代 自分が子供の頃は、貴重な栄養源と捉えられていせいか、各戸に宅配されていてそれぞれの家には受け取り用の箱が門の近くにかけられていた。
- 50代 小学生の頃、たまに（いつも脱脂粉乳）給食に瓶入り牛乳が出た時の、その美味しさがいまだに忘れられない。
- 50代 私が小学生の頃は住んでた場所が時代のせいもありますが田舎だったせいもあり牛乳なんて買えませんでした。6年生の時に初めて給食が始まり一人一本づつ牛乳が配られる事に感動しました。その牛乳をどちらかといえば体の弱いお母さんにも飲ませてあげたくて家に持ち帰り（本当はいけな事ですが）お母さんにあげました。母が美味しそうにうれしそうに飲んでくれた顔は40年経った今でも覚えてます。母は私が学校を卒業してしばらくして亡くなりましたが親不孝な私の数少ない親孝行だと思いい思い出でもあります。
- 60代 子供の頃身長を伸ばしたくて親にせがんで宅配牛乳をとった
- 60代 小さい子供の頃、毎朝宅配される牛乳が楽しみだった。当時はかなり高価だったと思うが偏食だった私の健康を思って母が取ってくれていたと思う。
- 60代 幼いころは体が弱かったので毎日欠かさず母にすすめれ飲みました。温めた牛乳に膜が張るのは元気の素と思ってまず幕を食べてから飲みました。真っ白、本当にキレイでした。赤ちゃんを育てるミルクのパワーを感じていました。

美味しさ実感体験

特別な牛乳飲用体験も
少なくないが、他に飲み物が
なかった時に飲んだ牛乳に
美味しさを感じた人も多い。

貴重さ実感体験

「脱脂粉乳」からの格上げ感。
まだ日本が貧しかった時代に、
貴重な栄養源として、ある意味
高価ですらあった牛乳の記憶

戦後の貧しさで、欧米の豊かさに対して憧れを抱かざるを得なかった日本人にとって、嗜好品としても、栄養源としても、貴重で特別だった牛乳という位置づけ（転じて、高度成長で豊かになっていく日本家庭の象徴的食品）が、40代以上主婦が牛乳に抱く好意感覚の根幹を形成している。ただし、すでに牛乳が冷蔵庫にあることが当たり前なほどには豊かになった日本の生活者に対して、その種の記憶強化による牛乳への好意形成+強化は、40代以上主婦にはかろうじて機能しても、もっとも問題のある30代以下の主婦には望むべくもない。

日本における牛乳の消費低迷は人口構成の変化や社会全体の根源的な価値意識の変化によっている。
そんな現況を踏まえ、牛乳消費を根本的に強化するための戦略は大きく2つ考えられる。

いまの社会や生活者の真情と強い絆を結ぶことで、牛乳の絶対的評価につながる、新しい牛乳の立ち位置を発見する。

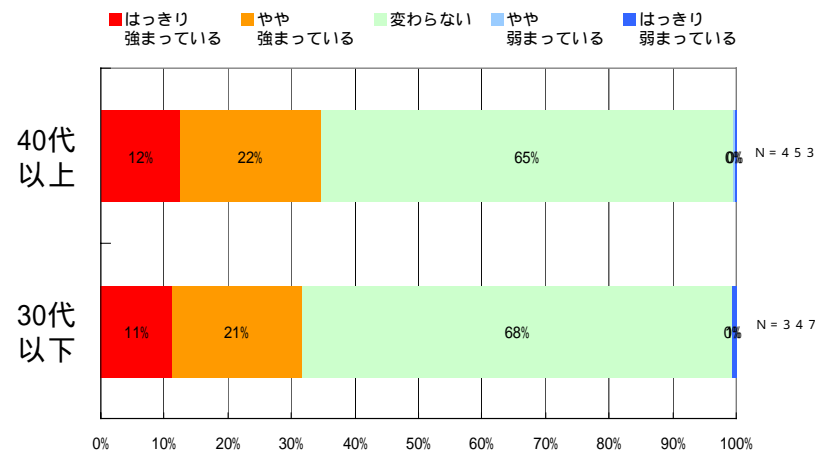
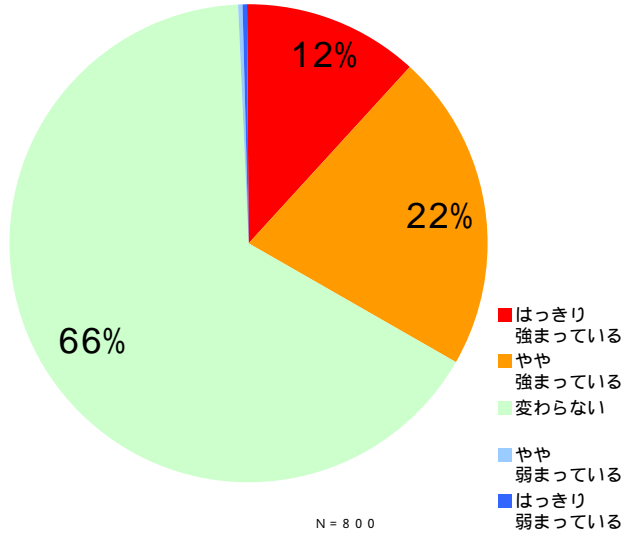
相対的な価値競争（マーケティング）の局面において、牛乳が勝利するための取り組みを、その都度、実現する。

09年前半「牛乳に相談だ。」キャンペーンの効果構造把握から、
来期以降の戦略仮説立案のヒントを抽出する。

主婦の「牛乳 = 国産 100%」意識は、昨年からどう変化したか。

現在、日本で売られている牛乳は、すべてが日本国内で作られています(国産100%です)。

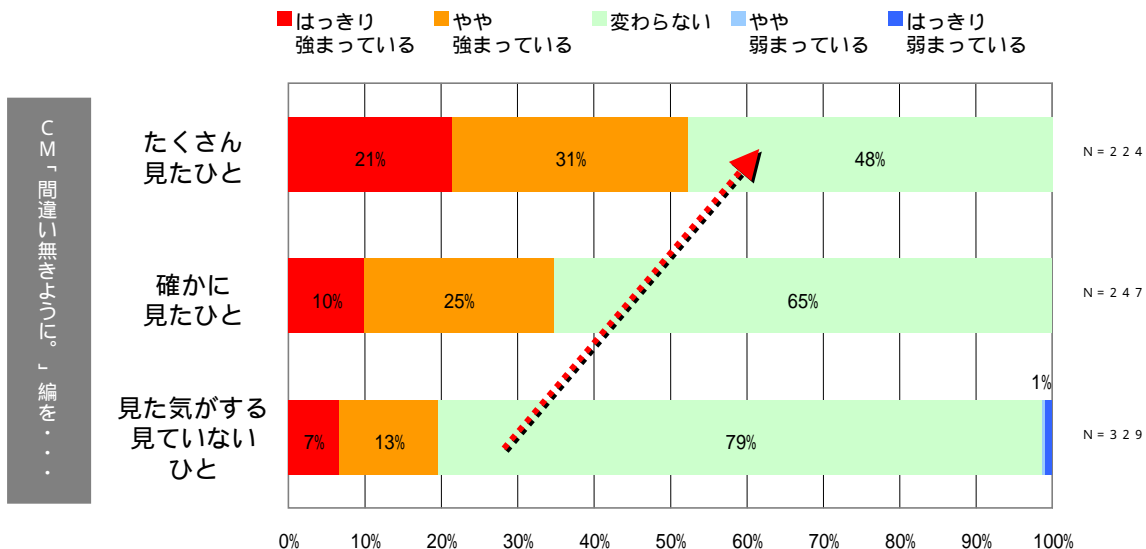
そのことに関する、現在のあなたの意識は、昨年と比べてどう変化していますか。



昨年と比べて、
 主婦全般の「牛乳 = 国産 100%」に関する意識は、
 明確に高まった。

現在、日本で売られている牛乳は、すべてが日本国内で作られています(国産100%です)。

そのことに関する、現在のあなたの意識は、昨年と比べてどう変化していますか。



TVCM「間違い無きように。」編に、より多く接触した主婦ほど、昨年と比べて「牛乳 = 国産100%」を、より強く意識するようになった。

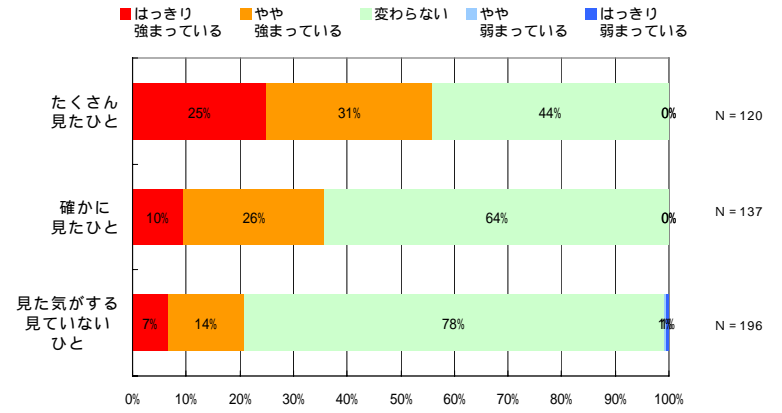
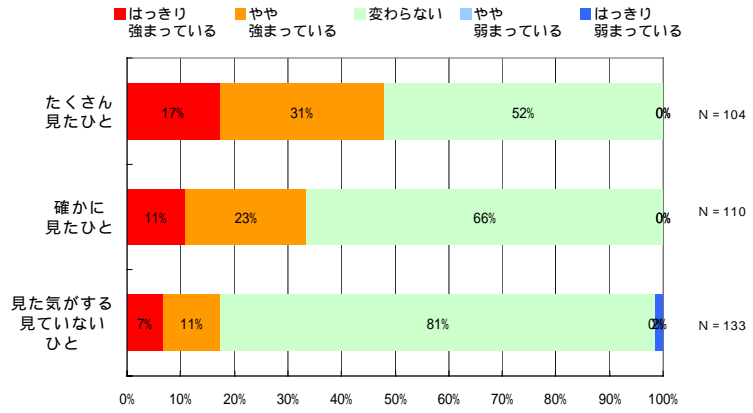
現在、日本で売られている牛乳は、すべてが日本国内で作られています(国産100%です)。

そのことに関する、現在のあなたの意識は、昨年と比べてどう変化していますか。

30代以下

40代以上

CM「間違い無きように。」編



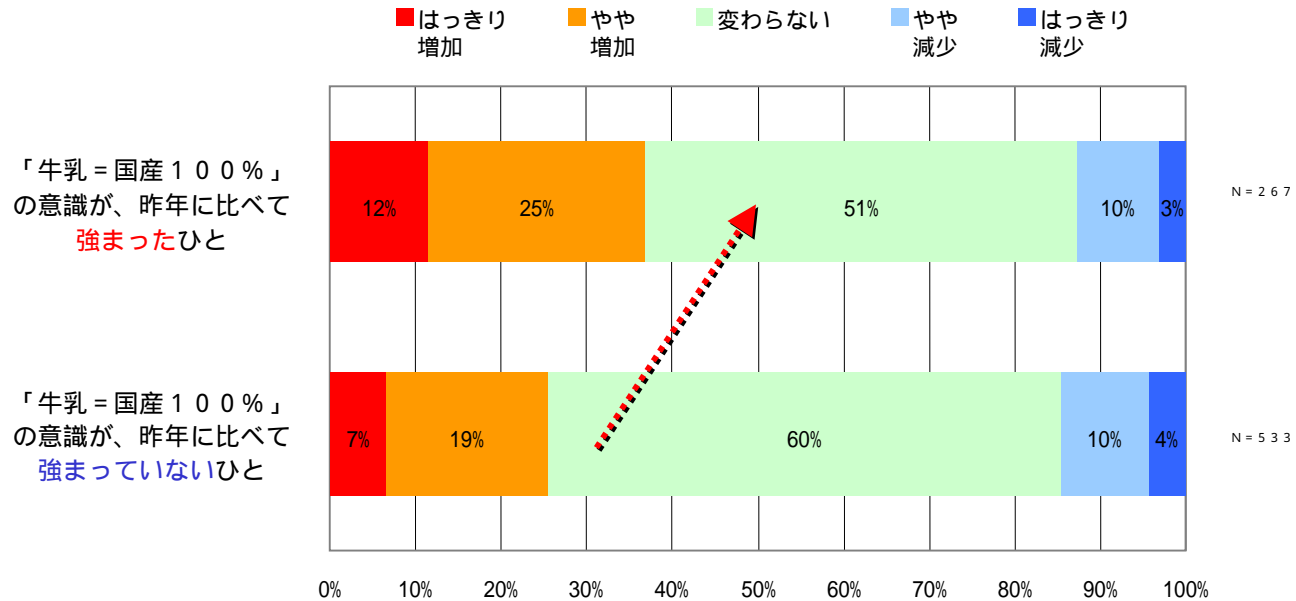
その効果は、年代に寄らず。

- 20代 C Mで好感度が上がった
- 20代 C Mなどでもやるから
- 20代 コマーシャルで知ってビックリしましたが、牛乳だけじゃなく何でも国産のほうが良いので嬉しいです
- 20代 C Mで国産100%というのを見たので
- 20代 以前は牛乳はすべて国産だということを意識していなかったが、最近テレビC Mでの広告で知って意識するようになった。
- 20代 C Mの影響。
- 30代 テレビC Mをみてから認識した
- 30代 C Mで知った
- 30代 C Mで牛乳は国産だということを見たから。
- 30代 C Mを見て驚いたから。よく覚えている
- 30代 以前は牛乳に関して、原産国などを意識したことは無かったが、C Mで100%国産だと知り意識するようになった。
- 30代 牛乳が国産100%というのは、考えたことがなかったのですが、テレビでC Mを見てそんな当たり前の事に気づいたので。
- 40代 C Mなどを通じて意識を更に強めた。
- 40代 昨年くらいからC Mで国産をよくアピールしているの。
- 40代 国産品の需給率が少ないのに、牛乳が100パーセントまかなえていたなんて知りませんでした。
- 40代 コマーシャルで見て、初めて意識したから
- 40代 C Mでやっていますから、その影響だと思います。
- 40代 一番そのように感じるきっかけとなったものは、テレビのC Mです。「牛乳は国産だ」がとても印象にあります。考えたこと無かったので、C Mに出ている奥さんとまったく同じ考えでした。
- 50代 牛乳は国産だのコマーシャルを見てからそう思うようになった
- 50代 テレビC Mで「牛乳は国産だ」と言われていて、初めてみんな国産だったんだと意識した。がんばって欲しい。
- 50代 テレビコマーシャルでも出ているので再確認した
- 50代 最近コマーシャルで、車に乗ったお母さんと子供の牛乳に関する会話に対して「牛乳は国産だ」と牛達が抗議している場が印象に残っている。
- 50代 「ギュー乳は国産だ！」のC M
- 50代 C Mのインパクトが強いから。食料自給率アップに貢献していると思うから
- 60代 T VのC Mで流しているのを見て、食物の自給率が低い中すごいなと思った。
- 60代 輸入もあると思っていましたので、C Mで知り酪農家の方に感謝と全国内に感激しました。

C Mによって「はじめて知った」というだけでなく、今まで何となく知っていたことが明確に価値として認識され、それが主婦の牛乳への好意形成につながっていることがわかる。

「牛乳 = 国産100%」意識の変化が、牛乳の購入量変化にもたらした影響

昨年に比べて、現在のあなたが牛乳を購入する頻度や量はどうか変化していますか。

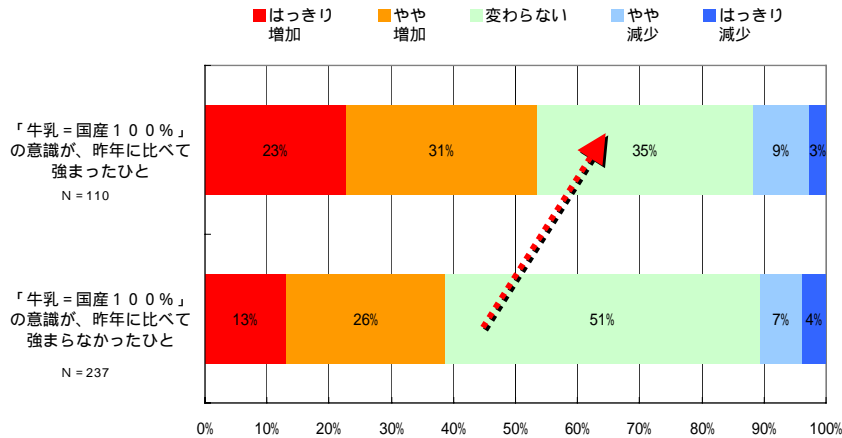


「牛乳 = 国産100%」に関する意識が昨年に比べて強まったひとは、強まっていないひとに比べて、牛乳購入の増加傾向者が明らかに多く、牛乳の購入が促進されていることがわかる。

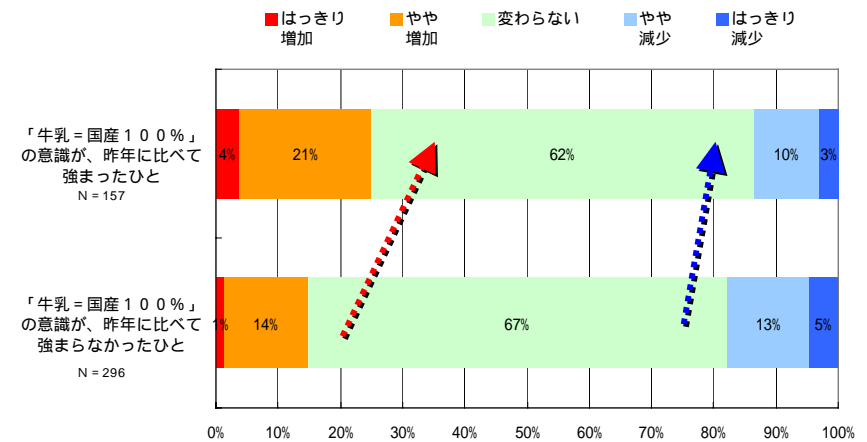
「牛乳 = 国産 100%」意識の変化が、牛乳の購入量変化にもたらした影響（年代別）

昨年に比べて、現在のあなたが牛乳を購入する頻度や量はどうか変化していますか。

30代以下



40代以上



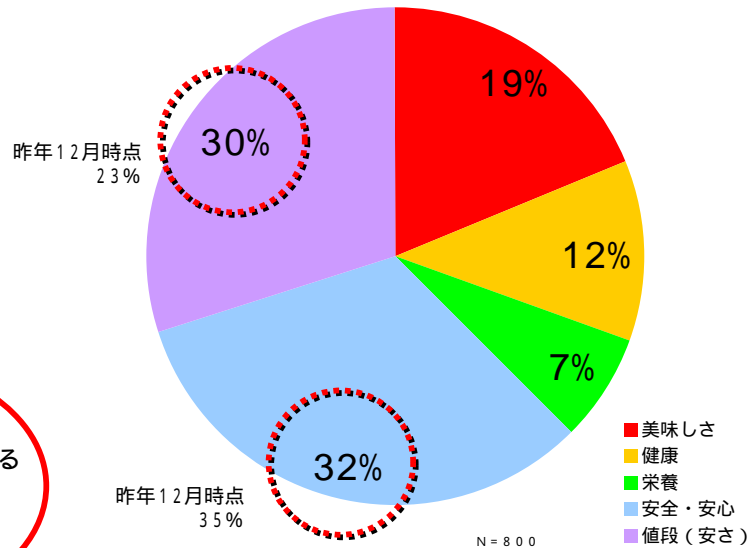
その効果は、年代に寄らず。

09年前半の
「牛乳に相談だ。」キャンペーンは、
年代に寄らない主婦の
「牛乳 = 国産100%」意識を
効果的に強化することで、
主婦の牛乳購入を促進させた。

それはなぜか ▶▶▶

食品・飲料を購入する際に、主婦が重視する要素

家庭の食品や飲み物を購入する際、
相対的にみて、最も意識(重視)する価値(基準)をお知らせください。



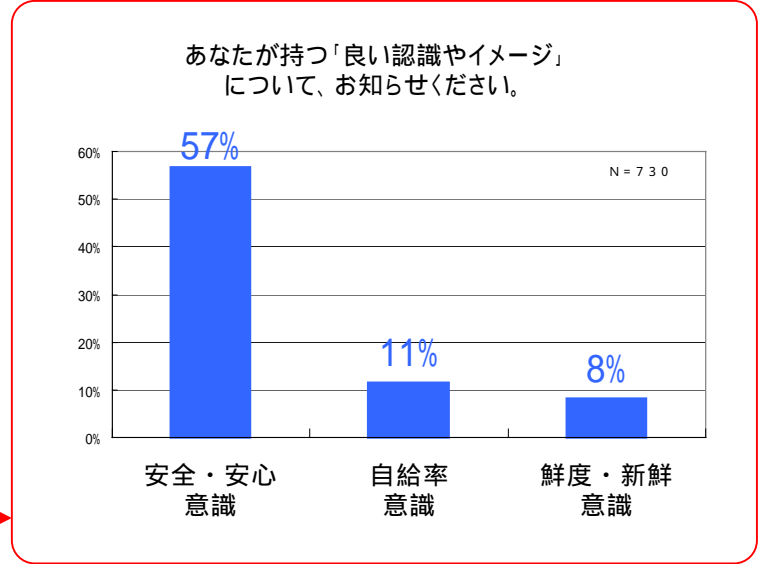
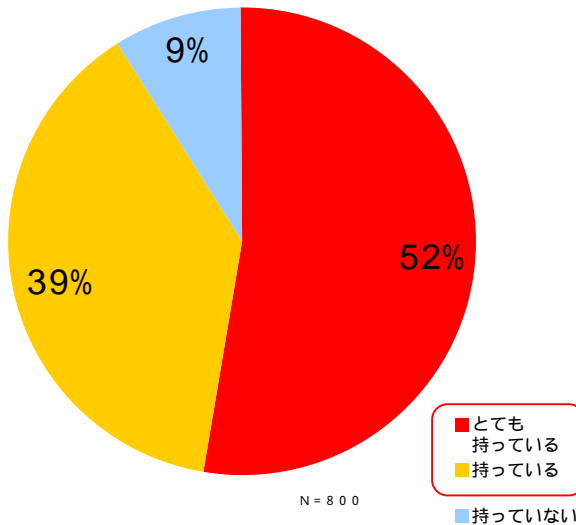
昨年に比べ、「値段(安さ)」を重視する意識が高まったことでやや停滞しているものの、

「安全・安心」は「値段(安さ)」と並んで、食品・飲料を購入する主婦が、最も意識(重視)する基準。

「牛乳 = 国産 100%」がもたらす、良い認識 / イメージ

現在、日本で売られている牛乳は、すべてが日本国内で作られています(国産100%です)。

そのことについて、あなたは何らかの「良い認識やイメージ」をお持ちになりますか。

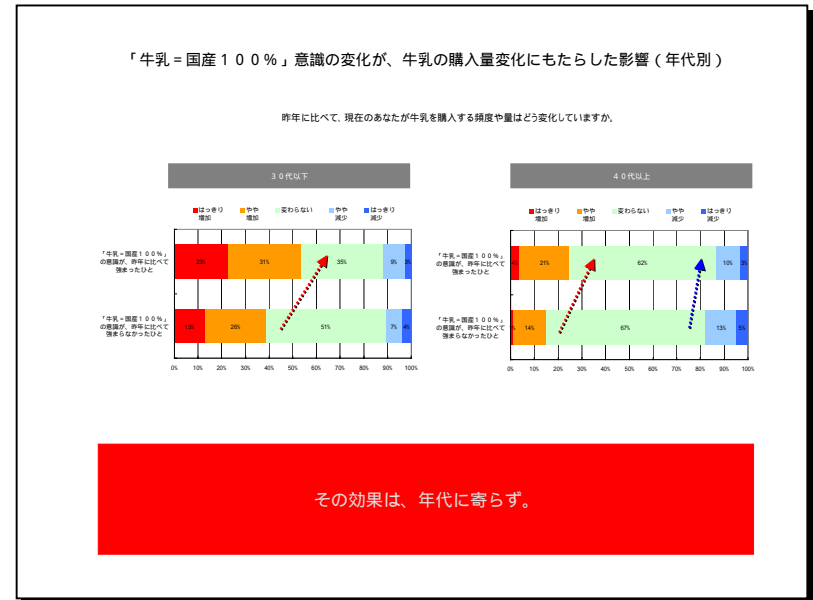
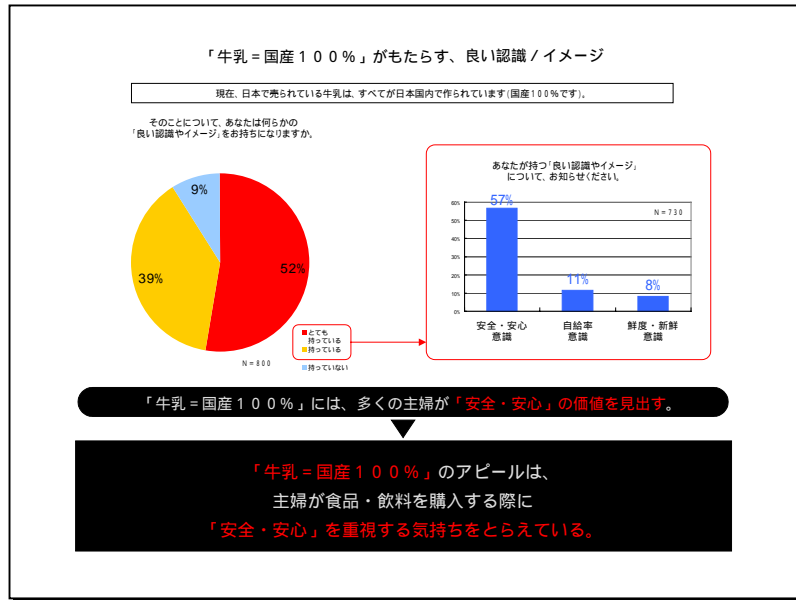


「牛乳 = 国産 100%」には、多くの主婦が「安全・安心」の価値を見出す。

「牛乳 = 国産 100%」のアピールは、
主婦が食品・飲料を購入する際に
「安全・安心」を重視する気持ちをとらえている。

来期以降の牛乳消費拡大戦略の仮説

「牛乳 = 国産 100%」訴求の効果構造から分かったこと。



国産 100% 訴求は、他の食品で言えば、
美味しさ・高級感の価値認識につながってもおかしくない。

しかし、

今回、牛乳における国産 100% 訴求は、
「安全・安心」に収斂された。

それはなぜか ▶▶▶

かつての牛乳

戦後の貧しさから欧米の豊かさに対して憧れを抱いた日本人にとって、嗜好品としても、栄養源としても、貴重で特別だった牛乳という位置づけ（転じて、高度成長で豊かになっていく日本家庭の象徴的食品）


飲むと良いことがある
+ の価値が
よりよく馴染むポジション

いまの牛乳

冷蔵庫に入っていることが当たり前である、極めて日常的な食品であり、学校給食などでの飲用経験を通じて、最も馴染み深い飲料。

飲むと良いことがある
+ の価値が
馴染みにくいポジション

例えば、背が伸びる / 健康になる / ダイエットになるといった、
「飲むと良いことがある」系の価値アピールが、
(かつてならまだしも) 今の牛乳には機能しなくなっている。



来期以降の
牛乳消費拡大戦略を開発する上で
重要な主婦の生活意識の現状

主婦が「明るい気持ち」になるとき

- 20代岩手県 1歳になる息子がだんだん興味のあるものを指差して自己主張するようになったり、言葉っぽいことを口にするようになったのでそれに遭遇するたびに明るい気持ちになります。
- 20代東京都 好きな物を食べる時、綺麗な物や可愛い物を見つけた(または見ている)時、探していたものが見つかった時
- 20代福岡県 生後三ヶ月の娘が笑ったり、首がすわったりと成長が目に見えること、パンが上手に焼けたとき、夫と仲良くいられるとき。
- 30代大阪府 主人の仕事が上手くいったとき、子どもが楽しそうに学校や幼稚園の話をしてくれた時
- 30代北海道 子供が楽しそうな様子を見たとき、家族が自分の作った料理を美味しく食べてくれた時。
- 30代神奈川県 ご飯が美味しく食べられたり
- 40代東京都 子供の成長を感じた時
- 40代神奈川県 子供やペットの笑顔を見るとき、夫の優しい笑顔を見るとき
- 40代茨城県 家族で、ちょっとした事で笑いあったりした時や、会社などで仲間と冗談言い合ったりした時など。
- 50代千葉県 家族のちょっとした感謝の一ことに
- 50代愛知県 料理が自分でうまくできたときにおいしいといわれると気分が晴れる。2ヶ月前から2,3時間のハイキングに誘われ、木々や落ち葉の色の変化が美しいと感じたとき、自分の日々の服装の色合いがうまいったとき、庭に鳥が来たのを眺めるとき。
- 50代大阪府 食事はほとんど毎日作っているが献立や味付けがすばらしく出来上がり美味しくたべている家族をみたり少し贅沢なデザートを食べたりある話題で家族が盛り上がり楽しく過ごした時など
- 50代広島県 趣味のビーズアクセサリーのキットを購入したとき、それを作る時、遠方にいる息子からメール、電話があったとき、主人にやさしくされた時。

家庭内や毎日のちょっとしたことで感じられる幸せ。
(何気ない幸せを敏感に掬い取り、味わえる繊細な感性)

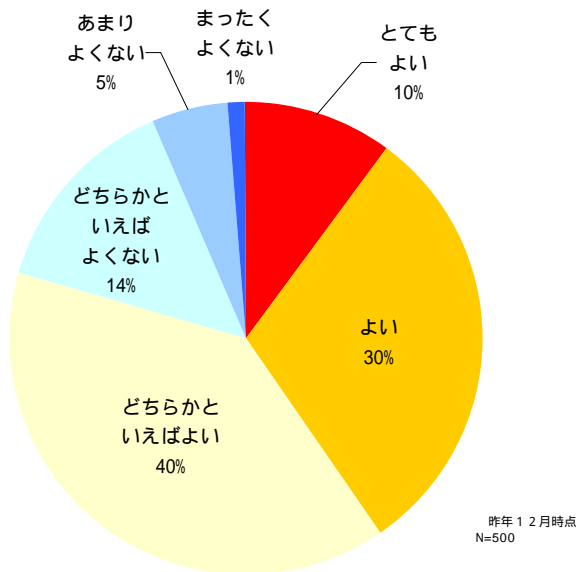
主婦が「暗い気持ち」になるとき

- 20代大阪府 不景気のことか、将来の生活のことを考えるととても不安になる。
- 20代愛媛県 子供がいうことを聞かずに怒ってしまうとき
- 20代香川県 給料が減った時
- 30代東京都 不況やリストラのニュースを見たとき。
- 30代岐阜県 姑に小言を言われるとき
- 30代福岡県 世の中が、不景気になっていくのを見ると、暗い気持ちのなる
- 30代長崎県 地元の大きな企業などがつぶれたりして、これから働くかと思っ
ているので就職できるかどうか不安になる
- 40代東京都 税金や物価はどんどん上がるのに、給料は上がらないどころか、年々減ってきているため、生活に対する不安がある。リストラも、いつ降りかかってくるかわからないし、こんな経済状態や政治も不安定で、将来(老後)の生活も不安でしょうがない。
- 40代神奈川県 子供がどこで覚えてきたのか分からない言葉使いをするとき
- 40代滋賀県 遠くで暮らしてる母から電話で、腰が悪く、坐骨神経痛に悩まされてると聞いたり、時々気持ちがひどく落ち込んでいるというような、母が楽しく暮らしていないと聞いたとき。又は、子供の友達関係のトラブルが合った時や、体の調子が悪い時、主人の仕事がうまくい
かなくて、ため息ついている時。
- 40代福岡県 お給料が減ってしまって、今後のことが心配になった時。
- 50代三重県 職場でのトラブル、いざこざ
- 50代福岡県 凶悪な事件を見たとき(テレビ)
- 50代愛知県 理由はまったくわかりません。おしゃれもしなくなり、お風呂もめんど
うになります。生活する事がめんどうになります。とにかく人間じや
ない状態です
- 50代神奈川県 毎日ニュースを見ていると、世界的にも景気が悪くて、職を失って
生活に困る人が激増しているのを見ていて。

例えばニュースなどを通じて経済・社会・未来に感じる不安、
現実的な収入の減少。
(主に、家庭外環境の様々な悪化認識による縛とした不安)

家庭内のムード

現在のあなたは、ご自分も含めた家庭内の雰囲気や状況について、どう思いますか。



20代福岡県

娘が生まれてから、以前にも増して笑顔の時間が増えた。

20代兵庫県

子どもが生まれて、仕草や笑顔などを見ていて夫婦ともども明るくなっている。ただ、不況でボーナスが出ない、給与が下がることで暗い気持ちはある。

20代岩手県

旦那も育児に協力的ですし、特に仲が悪いわけでもないので雰囲気はいいと思います。

30代北海道

最近はあまり明るいニュースもない時代ですが我が家はそれなりに個々が明るく生きています

30代東京都

下の子が生まれて、幸せを実感することも多いが、不況のニュースは仕事にも家計にも影響しそうでこわい

30代北海道

夫と2人で生活しているが、団らんの時は2人でテレビを見て大笑いしたりゲームをしたり相談をしたり仲良く生活している。

30代大分県

主人が無職、ということを除けば、家族全員元気で楽しく暮らせているので。

40代茨城県

経済状態はとても良いといえないが、たとえ貧乏でも、さまざまな心配事はあっても、それなりに楽しく暮らしている。

40代北海道

家の外では良くない状況が増えているが、家の中では前と同じく冗談を言って笑ったりして、また金銭的にもまだ余裕がありそれほど心配していない。

40代埼玉県

休日はばらばらで、平日の夕飯も全員揃わなくなってきましたが、短い時間ではありますが、コミュニケーションは取れているほうだと思います。

40代神奈川県

特に贅沢な生活ではないけれど、それなりの小さな贅沢を楽しめているように思う。家族各々がお互いのことを思いやれるまでには、色々本音をぶつけ合って今日の状況が生まれたのだと思う。

50代福岡県

生活費や先行きの不安は多少あるが、家族皆仲よく精神的に満足しているので幸せだと感じることができる

50代山形県

家庭内では、できるだけコミュニケーションをとるようにして会話の多い、笑顔の絶えない雰囲気を作るように気を配っているから

50代三重県

地味な暮らしでも健康であればなんとかなると思うので、明るく生きていこうように努力している。

50代福島県

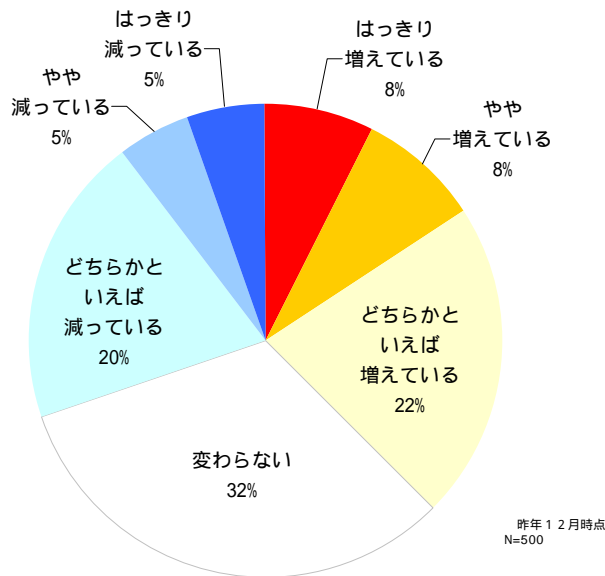
家庭内はとてもいいと思う。主人はおもいやりがありやさしい。主人が夜帰ってきたときや休みの時はとてもうれしい。二人でいる時間はとても大切にしている。

家庭外環境は益々色々あるけれど、家庭内(家族)は幸せ(でありたい)

家庭内外の環境差認識からうまれる、主婦の「生活・家族の幸せ」防衛意識

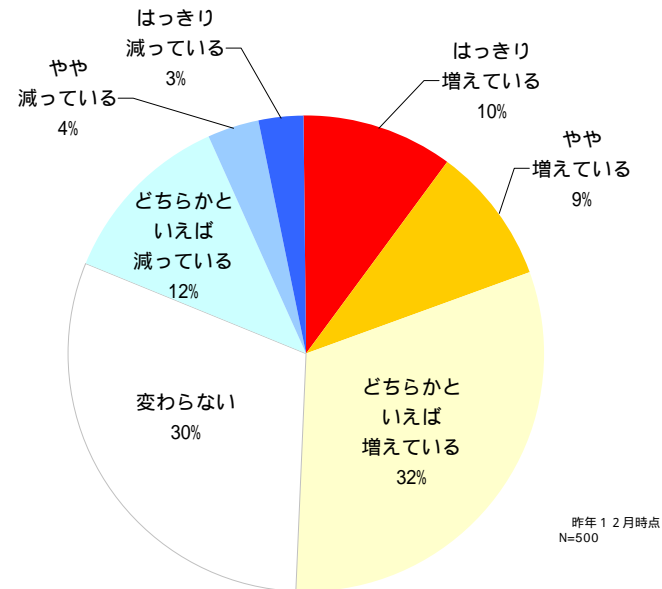
明るい気持ちになる頻度の増減

以前に比べて、最近のあなたは、毎日の生活の中で、明るいお気持ちになることが増えていますか、減っていますか。



暗い気持ちになる頻度の増減

以前に比べて、最近のあなたは、毎日の生活の中で、暗いお気持ちになることが増えていますか、減っていますか。



明るい気持ちは増減が均衡。 暗い気持ちは増加傾向。

例えば、背が伸びる / 健康になる / ダイエットになるといった、
「飲むと良いことがある」系の価値アピールが、
(かつてならまだしも) 今の牛乳には機能しなくなっている。

+

家庭外環境は益々色々あるけれど、家庭内(家族)は幸せ(でありたい)

家庭内外の環境差認識からうまれる、主婦の「生活・家族の幸せ」防衛意識



「飲むと良いことがある」ではなく
「飲んでいれば悪いことが起こらない」という
牛乳の価値ポジションを明確にアピール
主婦の防衛意識に働きかけることで
その必要性を強く認識してもらうこと。

いま、生活者はどんな社会的脅威から守られたいと思っているのか？