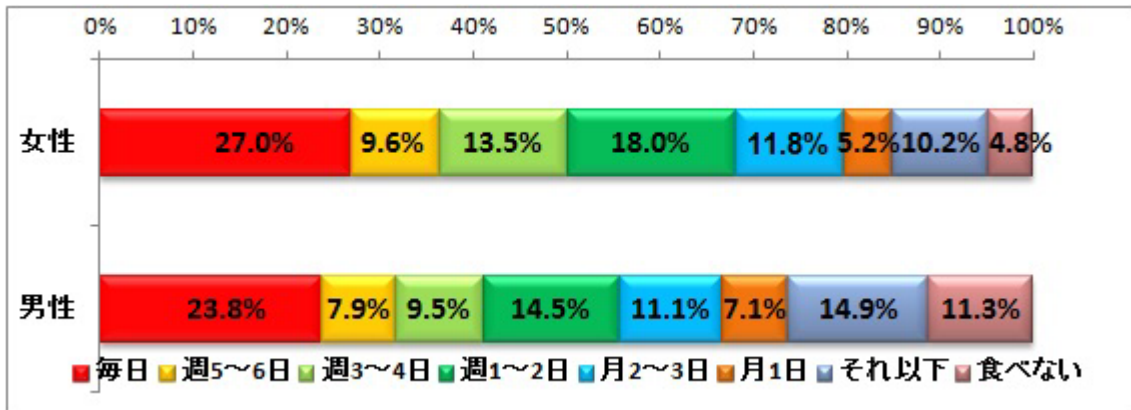


～ヨーグルトに関する 5,800 人アンケート～  
**年齢が上がるにつれ毎日ヨーグルトを食べる人が増える傾向に  
 健康への好影響を意識して食べる人が増加**

フィールドマーケティング支援サービスを提供するソフトブレン・フィールド株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:木名瀬博)は、株式会社クレディセゾンとの共同事業である「レシートで貯める」のアンケートモニター5,807名(女性 3,599名・男性 2,208名、10代～80代)を対象に「ヨーグルト」に関するアンケートを2014年4月3日に実施しましたので、その結果を報告します。

◆男女とも4人に1人が毎日ヨーグルトを食べる

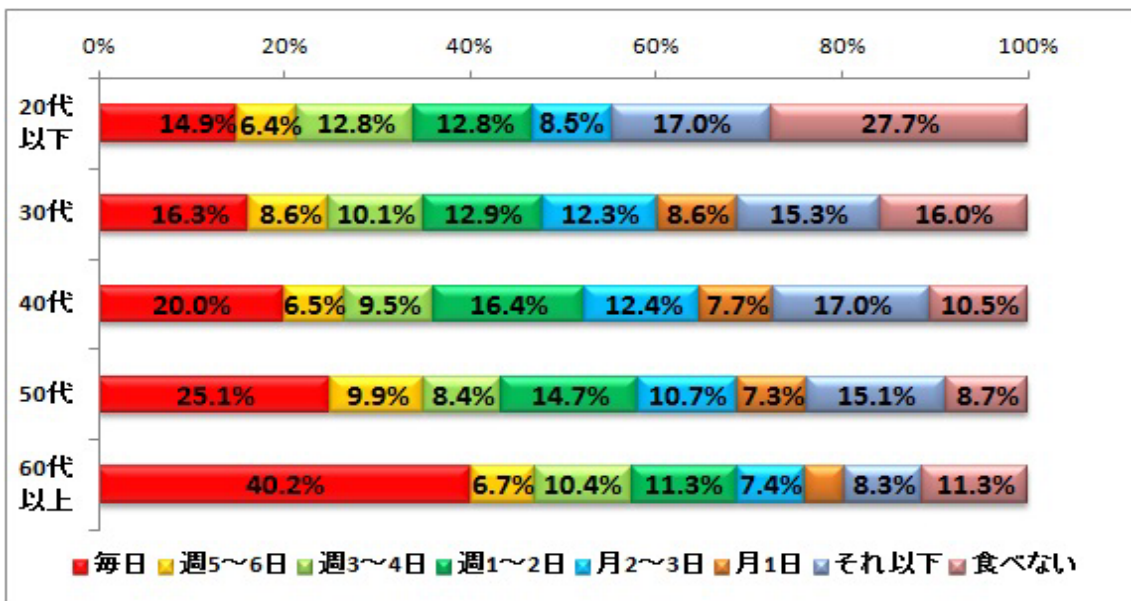
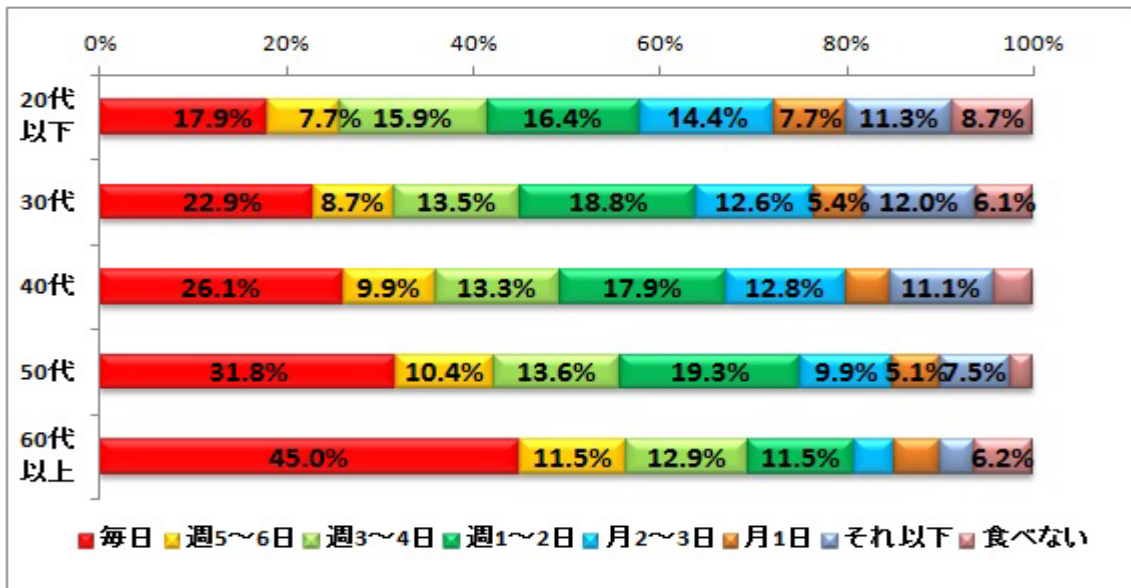
図表 1.ヨーグルトを食べる頻度(n=女性 3,599、男性 2,208)



アンケートの回答者にヨーグルトを食べる頻度を聞いたところ、毎日と回答した方が女性では27.0%、男性では23.8%と男女とも約4人に1人が毎日食べると回答しました。一方でほとんど食べないと回答した方が女性は4.8%だったのに対し、男性は11.3%で男性の方がヨーグルトを食べない方の割合が多いことがわかりました。

◆男女とも年齢が上がるに連れてヨーグルトを毎日食べる人が増加

(上)図表 2.ヨーグルトを食べる頻度(女性)(n=3,599)、(下)図表 3 ヨーグルトを食べる頻度(男性)(n=2,208)



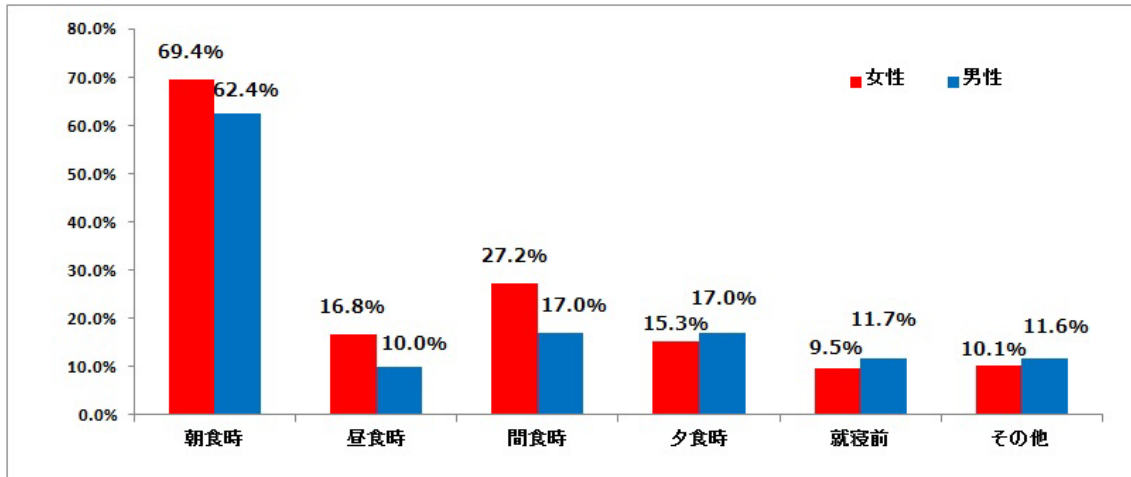
ヨーグルトを食べる頻度について、男女の年齢別に分析したところ、男女ともに年齢が上がるに連れて毎日食べると回答した方の割合が大きくなりました。特に50代と60代の間で世代間の差が大きく表れており、女性の毎日食べる人は60代以上で45.0%に対し、50代で31.8%と13.2ポイント差、男性では60代以上が40.2%に対し、50代では25.1%で、15.1ポイント差でした。

これにはヨーグルトを食べることが健康によいというイメージが影響を与えているようで、ヨーグルトを食べる時の効果感について60代以上の方の具体的なコメントを見ると、「腸が弱いのでヨーグルトが良いと聞き食べ始めました。こだわりは有りませんが、飽きないように色々変えたり試しています。」(毎日食べる・69歳男性・既婚)、「花粉症対策でヨーグルトを毎日食べている。メーカーの説明を信じている。気持ち症状が軽いように思う。」(毎日食べる、65歳男性・既婚)、「ヨーグルトを常食していると腸と肌の具合が良い」(週3~4回食べる、61歳女性・既婚)、「便秘予防のために食べている。朝の

時間がないときはバナナと一緒に食べると食事代わりに見なし、栄養もとれるので時々そのように食べている。」(毎日食べる、67歳女性・既婚)というように、体の健康を考えてヨーグルトを食べているといった意見が多数寄せられました。

#### ◆男女ともヨーグルトを食べるのは朝食時がトップ

図表 4.ヨーグルトを食べるシチュエーション【複数回答】(n=女性 3,427、男性=1,959)

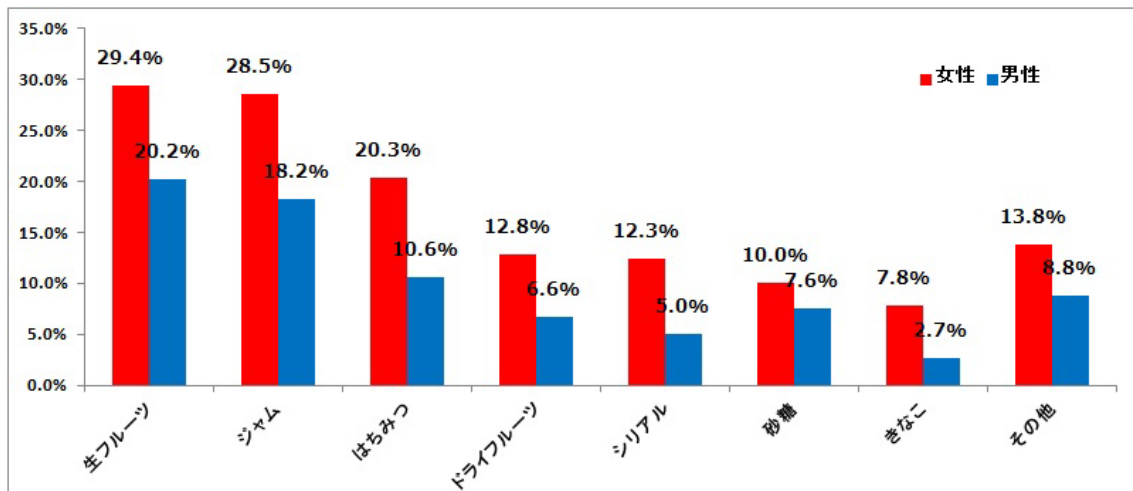


ヨーグルトを食べるシチュエーションについて聞いたところ、女性の69.4%、男性の62.4%が朝食時と回答しトップでした。

男女でポイントは別れたのが昼食時と間食時で、女性は16.8%が昼食時に、27.2%が間食時にヨーグルトを食べると回答しましたが、男性では昼食時は10.0%、間食時は17.0%にとどまりました。

#### ◆男性よりも女性のほうがトッピングに工夫

図表5.ヨーグルトに入れるもの【複数回答】(n=女性 3,427、男性=1,959)



ヨーグルトに入れるものについて聞いたところ、生フルーツと回答した方が女性では29.4%、男性では20.2%でトップとなりました。ついでジャムが女性では28.5%、男性では18.2%で2位、はちみつが女性では20.3%、男性では10.6%で3位となりました。

ヨーグルトに入れるものについては全体的に男性より、女性の方が回答率が高く、女性は様々な工

夫をして楽しくヨーグルトを食べている様子が見えました。

ヨーグルトを食べるシチュエーションや目的について具体的に聞いたところ、「過食を感じた日の調整として食べます」(週1～2回食べる・37歳男性・既婚)、「普段は生協で2パックとって、それを朝食時に少しずつ食べています。また腸の調子が悪く、肌荒れの時にはヨーグルトを意識的に食べます」(週3～4回食べる、42歳女性・既婚)、「毎朝のホットヨーグルトダイエットに挑戦しています。体重は2キロ落ちました」(毎日食べる・40歳女性・既婚)、「風呂上りに飲食したものは特に吸収されやすいと聞いたので実践している」(月2～3回・33歳女性・未婚)といったように、健康や体への影響を考えてヨーグルトを食べている様子が見えるコメントが多く寄せられました。

整腸作用や花粉症対策など様々な効果が期待できるとされるヨーグルトですが、今回の調査結果から、日本人の朝の一品として浸透していると言えそうです。

#### 【調査実施概要】

対象: クレディセゾン社との共同事業「レシートで貯める」の10代～80代の会員

調査方法: 当社「レシートで貯める」サイトを活用したインターネットリサーチ

調査地域: 全国

調査日: 2014年4月3日

有効回答者数: 5,807名

属性: [女性] 20代以下 3%、30代 18%、40代 24%、50代 12%、60代以上 4%

[男性] 20代以下 1%、30代 6%、40代 15%、50代 11%、60代以上 6%

#### 【サービス概要】

- サービス名: 購買理由データ提供サービス
- クレディセゾン「永久不滅.com」サイト上のサービス名: 『レシートで貯める』
- 購買理由収集対象者: 910万人のクレディセゾンのネット会員の内、当サービス登録会員
- 購買理由収集の方法:
  - 指定カテゴリー(約50カテゴリー)の商品を実際に購入した会員が、その購買理由をレシート画像と共に報告
  - 登録会員に、対価としてクレディセゾンが運営するポイントサイト「永久不滅.com」にてポイントを付与
- 購買理由データの販売先: 消費財メーカー
- 購買理由データの提供方法: 契約企業に専用WEBサイトを通してデータを提供
- 当事業の特長:
  - 日本初のレシートによる購買証明付き購買理由データ
  - 910万人のクレディセゾンのネット会員を基盤とした購買理由情報
  - 週次POSデータとの連動分析を可能とする週次購買理由データ
- サービス詳細参照ページ: <http://www.sbfield.co.jp/service/pob.html>

■ 購買理由データ提供事業の全体図：



【ソフトブレイン・フィールド株式会社 会社概要】

ソフトブレイン・フィールド株式会社は、ソフトブレイン株式会社(市場名:東証1部・4779、本社:東京都中央区、設立年月日:1992年6月17日、代表取締役社長:豊田浩文)のグループ会社として、全国の主婦を中心とした登録スタッフ約50,000名のネットワークを活用し、北海道から沖縄まで全国のドラッグストアやスーパー、コンビニ、専門店など110,000店舗以上をカバーし、営業支援(ラウンダー)や市場調査(ミステリーショッパー、店頭調査など)を実施しています。

当社代表の木名瀬博は、2004年にアサヒビールの社内独立支援制度に応募し、合格第1号事業として独立しました。

本社所在地：東京都千代田区有楽町2-2-1 ラクチョウビル7階

設立：2004年7月

資本金：151,499,329円

代表取締役社長：木名瀬 博

URL：<http://www.sbfield.co.jp/>

【サービスに関するお問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

山室(やまむろ)/神谷(かみたに)

TEL:03-5537-5496 FAX:03-5537-5982

お問い合わせフォーム：<https://www.sbfield.co.jp/inquirytop/>

【報道関係お問い合わせ先】

ソフトブレイン・フィールド株式会社

戦略企画室 柳原(やなぎはら)/具志堅(ぐしけん)

TEL:03-5537-5981 FAX:03-5537-5982

MAIL：[solution@sbfield.com](mailto:solution@sbfield.com)