

NEWS RELEASE

2025 年 1 月 9 日

日本豆乳協会

SOY2412

日本豆乳協会

初の消費者調査「豆乳購入状況実態調査」を実施

～豆乳は「健康に良い」を理由に購入する人が最も多く、
有効成分を理解し、豆乳を習慣的に継続飲用している割合が高い～

日本豆乳協会（事務局：千代田区二番町 会長：山崎 孝一 キッコーマンソイフーズ株式会社 代表取締役社長、事務局長：杉谷 智博、以下豆乳協会）では、2024 年 9 月、消費者調査「購入状況実態調査」を実施し、その結果をまとめました。本調査は、生活者における豆乳飲用実態・購入実態を把握し、豆乳に関する認知・理解状況を探るため実施したものです。

新型コロナウイルスの感染拡大、物価高等の影響を受け、豆乳生産量は、2020 年より一時的に低迷しましたが、2024 年より、需要は回復に向かっています。こうした中で、この度、日本豆乳協会は、豆乳の摂取状況、購入意向、認知・理解状況等を明らかにするため、「豆乳購入状況実態調査」を実施しました。同調査は、10,000 人の一般生活者（10 代から 60 代の男女）、及び現在の豆乳摂取者約 2,060 人（10 代から 60 代の男女）を対象としました。下記は本調査結果の概要をまとめたものです。

調査結果のサマリー

- 豆乳の飲用者は、調査対象者の 4 割を占める。そのうち、3 年前から現在まで豆乳を習慣的に飲用している人は、73%。その中で、「ほぼ毎日」飲用している人は約 87% に及ぶ。つまり、豆乳を習慣的に飲むことで、継続的に（3 年以上）摂取する傾向にある。
- 豆乳を購入している人の理由は、「健康に良いから」が 71%で上位である。次いで、「たんぱく質が摂取できるから」(52%)、「気軽に飲めるから」(43%)、「味が好きだから」(41%)。特に、「健康に良い」、「たんぱく質を摂取できる」を理由に豆乳を購入している人は、「無調整豆乳」を購入している傾向にある。
- 豆乳飲用者の摂取方法は、「そのまま飲む」が最も多く(65%)、次いで、「コーヒーや紅茶に入れ、ラテにして飲む」(48%)、「料理に使用する」(34%)と答えた人の割合が高い。
- 豆乳に関し認知している内容は、「豆乳は、特に植物性たんぱく質が豊富」が 57%で上位を占めている。
- 豆乳の代替品として、「迷うものはない」と答えている人が 26%おり、特に 50 代から 60 代の女性 (37%)に多い。一方で、最もよく購入する豆乳を種類別でみると、無調整豆乳や調製豆乳を習慣的に飲用している人は、代替品を選ぶことは少ないが、果実系豆乳飲料・フレーバー系豆乳飲料において、代替品を選ぶ人が多い傾向にある。

- コロナ禍を経て、現在の食生活への意識の変化は、「栄養をバランスよく摂取することを心がけるようになった」(41%)、「たんぱく質を摂取することを心がけるようになった」(41%)でともに上位を占めている。「健康に良いとされている食品や飲料を摂取することを心がけるようになった」(38%)と続く。
- 性・年代別でみると、男性において「健康にあまり良いとされていない食品や飲料を摂取することを控えるようになった」(36%)と答えている人が多い。

豆乳協会が実施した本調査では、コロナ禍を経て、生活者の健康意識が高まり、「健康に良い」という理由で、豆乳を「そのまま飲む」豆乳の習慣飲料者が増加傾向にあることが明らかになりました。また、最近の傾向として、比較的若い層（20－30代）を中心にソイラテ愛飲者が増加傾向にあること、豆乳を習慣的に飲んでいる人は、「無調整豆乳」の愛飲率が高く豆乳以外の飲料（代替飲料）は検討していない人の割合が高いことも把握できました。

これらの調査結果から、日本豆乳協会では、家庭内における物価上昇等の影響はあるものの、豆乳の有効成分を認知している愛飲者は、継続的に豆乳を摂取する意向が高いこと、若年層を中心にソイラテや豆乳飲料のニーズが高まっているという結果を踏まえ、引き続き、豆乳の特徴や有効成分の認知拡大を図るとともに、様々な種類の豆乳の試飲の機会を創出する活動を積極的に展開していきます。

（参考）

日本豆乳協会は、豆乳および豆乳製品の普及を第一の目的に啓発活動を行っています。1979年（昭和54年）9月1日の設立以来、豆乳メーカー各社が会員となり、メーカー同士の親睦や情報交換、さらには他の機関や団体との協調を図っています。豆乳類の製造、加工、品質、流通に関する研究はもちろん、業界の健全な育成、発展に寄与することをミッションに日々、豆乳の普及や期待される効果・効能の啓発活動を推進しています。毎年10月12日を「豆乳の日」と定め、業界全体を巻き込んで豆乳の普及に向けた様々な活動を展開しています。

＜本件に関する報道からのお問い合わせ先＞

日本豆乳協会広報事務局

(株)VA インターナショナル

田中／岩野

メール：vai@va-intl.co.jp

TEL:03-3499-0016 FAX:03-3499-0017

「豆乳購入状況実態調査」結果の詳細

○調査概要

調査目的：	生活者における豆乳及び関連製品の消費マインドの変化を把握し、豆乳 飲用実態・購入実態の把握および豆乳に関する認知・理解の状況を把握 することを目的に実施。
調査対象：	20～69 歳の男女
調査地域：	全国
調査方法：	インターネットリサーチ
調査時期：	2024 年 9 月 13 日（金）～9 月 17 日（火）
有効回答数：	【スクリーニング調査】 10,000 サンプル 【本調査】 2,060 サンプル

○スクリーニング調査の結果の詳細

下記は、スクリーニング調査において 10,000 人を対象に実施した「豆乳購入状況実態調査」の結果である。

1. 各飲料の習慣飲用について（スクリーニング調査：サンプル数 10,000）

- 習慣的に飲用している（週に 1 日以上飲用）飲料は、「牛乳」（51%）、「野菜ジュース」（22%）「豆乳」（19%）である。

（複数回答）

習慣的に飲用しているもの	比率
牛乳	51%
野菜ジュース	22%
豆乳	19%
プロテイン	14%
アーモンドミルク	7%
オーツミルク	5%

- 習慣的に飲用している飲み物として豆乳を選んだ人は、いずれの年代も 2 割前後。男性（17%）に比べ、女性は平均 20%と多く、その数は、女性 30 代から年代が上がるにつれて、増加傾向にある。
- 3 年より豆乳を習慣飲用し、現在も継続的に飲用している人は、全体の 73%を占めている。この割合は、比較した他のいずれの飲料よりも多い。その中で、「ほぼ毎日」飲用している人は約 87%に及ぶ。

2. 豆乳の飲用実態について（スクリーニング調査：サンプル数 10,000）

- 調査対象者（10,000 サンプル）の約 4 割が、豆乳を飲用している。
- 性・年代別でみると、女性 40-60 代において「ほぼ毎日」豆乳を引用している人が 1 割前後を占めている。
- 3 年前の豆乳飲用を頻度別でみると、3 年前「ほぼ毎日」飲んでいた人のうち、現在も「ほぼ毎日」飲んでいる人が 75%存在する。
- 豆乳を習慣的に飲用している人（週 4 日～ほぼ毎日）は、比較的、30 代以上の女性に多く、約 20%を超える。

3. ソイラテ（カフェ）の飲用実態について（スクリーニング調査：サンプル数 10,000）

- カフェでソイラテを飲用している人は、全体の 3 割弱を占める。
- 男女とも若年層ほど、ソイラテをカフェで飲用している人が多いと見られる。
- 豆乳を習慣飲用している人は、5 割以上がソイラテをカフェで飲んでいる。
- 豆乳飲用頻度が「週に 4～5 日程度」と日常的に豆乳を摂取している人は、ソイラテをカフェで飲んでいる人が特に多い。

4. 豆乳の飲用意向について（スクリーニング調査：サンプル数 10,000）

- 今後、豆乳の飲用意向がある人（飲みたいと思う＋やや飲みたいと思う）は、全体の約 40%を占めている。

（複数回答）

豆乳の飲用意向	比率
飲みたいと思わない	27%
飲みたいと思う	21%
どちらともいえない	20%
やや飲みたいと思う	18%
あまり飲みたいと思わない	14%

- 性年代別でみると、女性の方が男性よりも飲用意向が高い傾向にある。なかでも、女性 30 代は飲用意向率 52%と過半数を占めている。
- 豆乳の飲用頻度別でみると、飲用頻度が高い人ほど、今後の飲用意向も高い傾向にある。ほぼ毎日豆乳を飲んでいる人の約 96%は、今後も飲用意向を示している。

5. 豆乳の離脱理由について（スクリーニング調査：サンプル数 10,000）

- 3年前は習慣的に豆乳を飲んでいたので、現在は習慣的に飲んでいないという人の豆乳離脱理由は、「特に理由がない」が最も多く（30%）を占めている。それ以外では、「価格が高いから」が18%で上位、次いで、「ライフスタイルが変わったから」（16%）、「味が好みでなかったから」、「他の飲料に乗り換えたから」（それぞれ15%）が続く。「特に理由はない」人が3割を占めている。中でも、特に50代の男性は約43%、60代の女性の40%は、特に理由なく、離脱しており、その割合が高い。

（複数回答）

豆乳の離脱理由	比率
特に理由はない	30%
価格が高いから	18%
ライフスタイルが変わったから	16%
味が好みでなかったから	15%
他の飲料に乗り換えたから	15%
価格が上がったから	13%

- 性年代別でみると、男女ともに20-30代の若年層は「価格が高いから」離脱した人の割合が高い傾向にある。

○本調査の結果の詳細

下記はスクリーニング調査（10,000人）から抽出された豆乳を飲用している（2,060人）を対象に実施した「豆乳購入状況実態調査」の結果である。

1. 豆乳の購入理由について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳の購入理由は、「健康に良いから」が71%で上位である。次いで、「たんぱく質が摂取できるから」（52%）、「気軽に飲めるから」（43%）、「味が好きだから」（41%）と続く。

（複数回答）

豆乳の購入理由	比率
健康に良いから	71%
たんぱく質が摂取できるから	52%
気軽に飲めるから	43%
味が好きだから	41%
美容に良いから	40%

- 性年代別でみると、男女ともに50-60代において「健康に良いから」が約80%で、他の理由よりも高い。
- また、男女とも20代においては「味が好きだから」が50%を超えている。
- 最もよく購入する豆乳種類別でみると、「健康に良い」、「たんぱく質を摂取できる」を理由に豆乳を購入している人は、「無調整豆乳」を購入している。
- 「味が好きだから」を理由に購入している人が多いのは、「果実系豆乳飲料（56%）」、「フレーバー系豆乳飲料（46%）」である。

2. 豆乳に求めることについて（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳に求めることは、「味がおいしいこと」が45%で上位を占めている。次いで、「健康への効果があること」（41%）、「飲みやすいこと」（38%）と続く。

（複数回答）

豆乳に求めること	比率
味がおいしいこと	45%
健康への効果があること	41%
飲みやすいこと	38%
価格が妥当であること	36%
栄養価が高いこと	31%

- 性年代別でみると、60代においては「健康への効果があること」が高く、男女ともに50%を超えている。特に豆乳の飲用が習慣化している人は、「健康への効果があること」を求めている。女性20-40代においては、「味が美味しいこと」、「健康への効果があること」に加え、「美容への効果があること」と答えた人が多い。

3. 豆乳の摂取方法について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳摂取方法は、「そのまま飲む」が65%で上位を占めている。「コーヒーや紅茶に入れ、ラテにして飲む」（48%）、「料理に使用する」（34%）と答えた人の割合も多い。

（複数回答）

豆乳の摂取方法	比率
そのまま飲む	65%
コーヒーや紅茶に入れてラテにする	48%
料理に使用する	34%
豆乳を使用したデザートを食べる	20%
プロテインシェイクにして飲む	20%

- 性年代別にみると、女性30-50代において「コーヒーや紅茶に入れ、ラテにして飲む」人は、半数強（55%～60%）と多い。
- 男性20-40代においては、「プロテインシェイクにして飲む」人が多い。
最もよく購入する豆乳を種類別でみると、フレーバー系豆乳飲料において「そのまま飲む」人が78%と多くを占める。

4. 豆乳の料理への使用頻度について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳の料理への使用頻度で最も多いのは、「月に1回～4回未満の頻度」である。次いで、「週に1回以上の頻度」が31%を占めている。
- 性年代別でみると、男性20～30代、60代において「週に1回以上の頻度」で、日常的に使用しており、他の性年代と比較して多い。
- 豆乳飲用の頻度別でみると、**豆乳飲用頻度が高いほど、豆乳を料理に使う使用頻度が「週に1回以上の頻度」と多い傾向を示している。**

豆乳の料理への使用頻度	比率
月に1～4回未満	52%
週に1回以上	31%
半年に1～6回未満	14%
半年に1回未満	3%

5. 豆乳の摂取タイミングについて（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳の摂取タイミングは、「朝食中」と、44%で上位を占めている。「間食に」が28%、「朝食前」が20%と続く。

（複数回答）

豆乳の摂取タイミング	比率
朝食中	44%
間食に	28%
朝食前	20%
昼食中	17%
夕食後	16%

- 「ほぼ毎日」豆乳を飲用している人の52%が朝食中に豆乳を飲んでおり、豆乳の種類としては、調製豆乳の比率が多く占めている（約50%）。
- 性年代別でみると、男性20代において「寝起き」、「朝食前」、「お風呂上り」の割合が他の性年代と比較して高い。
- 最もよく購入する豆乳をサイズ別に豆乳の摂取タイミングをみると、200mlパックを「間食に」摂取する割合が多い。

6. 豆乳の購入場所について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳の購入場所は、「スーパー」が86%で圧倒的に上位。次いで、「ドラッグストア」（42%）、「コンビニエンスストア」（18%）、「ディスカウントストア」（18%）が続く。

（複数回答）

豆乳の購入場所	比率
スーパー	86%
ドラッグストア	42%
コンビニエンスストア	18%
ディスカウントストア	18%
通販サイト	9%

- 性・年代別でみると、男性20-30代において特に「コンビニエンスストア」で購入する人の割合が高い。
- 最もよく購入する豆乳を種類別でみると、果実系豆乳飲料・フレーバー系豆乳飲料では「コンビニエンスストア」で購入する人の割合が多く、“おやつ・ジュース”の代替となっている可能性が見て取れる。

7. 最もよく購入する豆乳の種類について（本調査 サンプル数：2,060）

- 最もよく購入する種類は、「無調整豆乳」が55%で過半数を占めている。次いで、「調製豆乳」（30%）と続く。

豆乳の種類	比率
無調整豆乳	55%
調製豆乳	30%
フレーバー系豆乳飲料	8%
果実系豆乳飲料	5%
その他	2%

- 性・年代別でみると、男女ともに年代が上がるほど、「無調整豆乳」と答えている人の割合が増加している。
- 豆乳飲用頻度別でみると、飲用の頻度が高いほど「無調整豆乳」と答えている人の割合が増加している。

8. 豆乳に関する認知状況について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳に関し、認知している内容は、「豆乳は、特に植物性たんぱく質が豊富」（57）%でトップを占めている。
- 「豆乳にはイソフラボンが含まれており、ホルモンバランスに影響を与える」が57%、「豆乳は未開封のものであれば、常温保存が可能で比較的長期の保存に向いている」（54%）と続く。

（複数回答）

豆乳に関する認知状況	比率
特に植物性たんぱく質が豊富	57%
イソフラボンが含まれており、ホルモンバランスに影響を与える	57%
未開封であれば常温保存が可能で、長期保存に向いている	54%
たんぱく質、ビタミン、カルシウム、マグネシウム、鉄分などの栄養素が豊富	50%
低カロリーで飽和脂肪が少ない	38%
大豆たんぱく質は、血清コレステロール低下作用、血小板の凝縮性の抑制等に役立つ	35%
低GI食品であり、血糖値の急激な上昇を避けるのに役立つ	32%
大豆イソフラボンは、ホルモン依存型のがん予防への効果が期待できる	31%

- 性・年代別でみると、女性において「豆乳にはイソフラボンが含まれており、ホルモンバランスに影響を与える」と答えた人の割合が高い。

9. 豆乳に関する情報源について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳に関する情報源は、「インターネット検索結果」が28%で上位。「テレビCM・テレビ番組」が27%、「家族や友人・知人からの話」が24%、「インターネット記事」が22%と続く。「特に情報収集は行っていない」人も3割程度存在する。

（複数回答）

豆乳に関する情報源	比率
インターネット検索結果	28%
テレビCM・テレビ番組	27%
家族・友人・知人からの話	24%
インターネット記事	22%
YouTube	18%

10. 豆乳の代替品について（本調査 サンプル数：2,060）

- 豆乳を購入する際に代替品として迷うものは、「牛乳」が46%で上位。「アーモンドミルク」が30%、「飲むヨーグルト」が27%と続く。

（複数回答）

豆乳の代替品	比率
牛乳	46%
アーモンドミルク	30%
飲むヨーグルト	27%
オーツミルク	20%
野菜ジュース	15%

- 性年代別でみると、女性 50-60 代において、代替品として、「迷うものはない」と答えている人が多い。最もよく購入する豆乳を種類別でみると、果実系豆乳飲料・プレーバー系豆乳飲料において、購入する際に代替品としてその他の飲料と迷う人が多い傾向にある。

1 1. コロナ禍を経て、食生活への意識の変化について

(本調査 サンプル数：2,060)

- コロナ禍を経ての食生活への意識の変化は、「栄養をバランスよく摂取することを心がけるようになった」、「たんぱく質を摂取することを心がけるようになった」が 41%で上位。「健康に良いとされている食品や飲料を摂取することを心がけるようになった」が 38%と続く。

(複数回答)

食生活への意識の変化	比率
栄養をバランスよく摂取することを心がけるようになった	41%
たんぱく質を摂取することを心がけるようになった	41%
健康に良い食品や飲料を摂取するよう心がけるようになった	38%
ビタミンを摂取することを心がけるようになった	26%
健康にあまり良いとされていない食品や飲料を控えるようになった	24%

- 性・年代別でみると、男性 20-40 代において「健康にあまり良いとされていない食品や飲料を摂取することを控えるようになった」と答えている人が多い。