

牛乳・乳製品の市場調査
及び日本製乳製品に関する調査
～ベトナム編～

消費者調査報告書

2016年3月

牛乳乳製品輸出準備分科会

目次

1. 調査設計	2
2. 回答者の属性	3
3. 電化製品の保有状況	5
4. 乳製品の喫食（飲用）頻度	6
5. 乳製品の購入頻度	10
6. 1月あたりの乳製品の購入金額	14
7. 乳製品を喫食（飲用）する理由	18
8. 乳製品を購入する際の参考情報	24
9. 乳製品を喫食（飲用）するシーン	31
10. 乳製品の購入チャネル	38
11. 乳製品を購入する際重視する点	45
12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度	52
13. 主に喫食（飲用）している乳製品のブランド	56
14. 日本産乳製品の購入経験	61
15. 日本産乳製品に対するイメージ	65
16. 日本産乳製品の今後の購入意向	72

1. 調査設計

(1) 調査目的

消費者の乳製品に関する購買行動を把握することで、現地の嗜好や消費行動を把握する。同時に日本製乳製品のイメージや今後の喫食（飲用）意向を調査することで、日本製乳製品をベトナムへ輸出する際の基礎資料とすることを目的とする。

(2) 調査対象

ベトナム在住の10代～40代の一般男女

【割付】

	10代	20代	30代	40代	合計
男性	50	50	50	50	200
女性	50	50	50	50	200
合計	100	100	100	100	400

(3) 調査方法

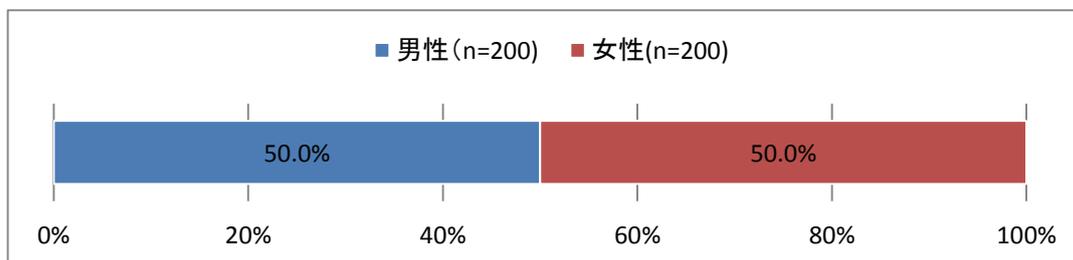
インターネット消費者調査

(4) 調査期間

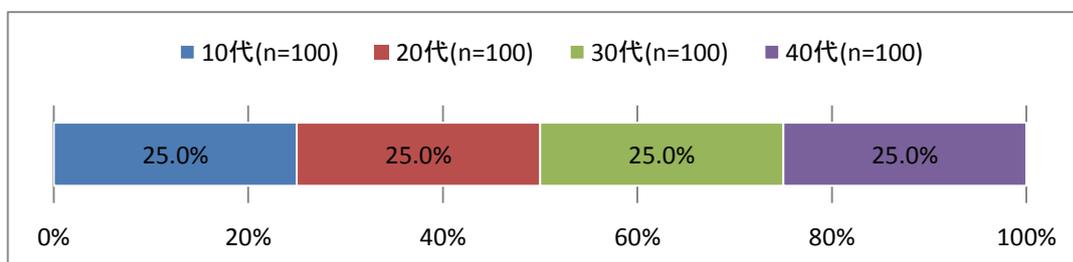
2015年9月23日（水）～2015年10月7日（水）

2. 回答者の属性

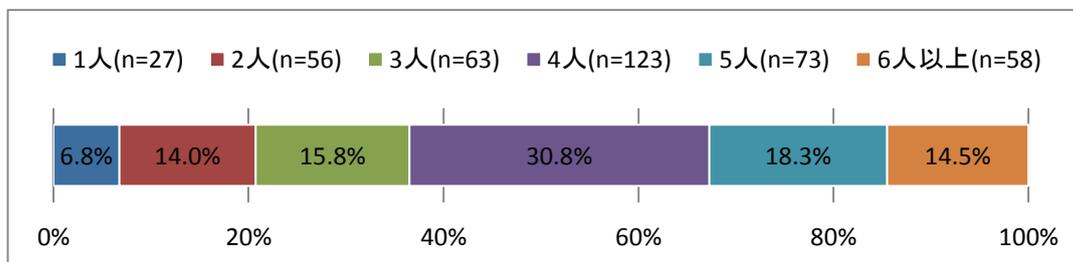
(1) 性別



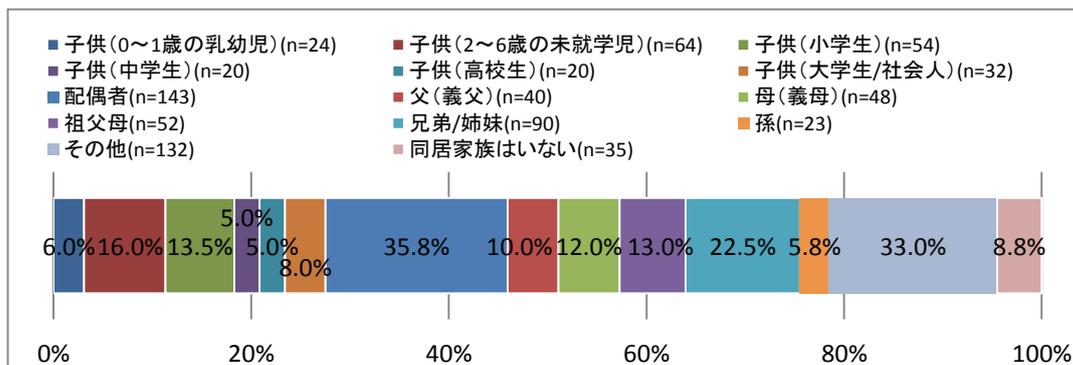
(2) 年代



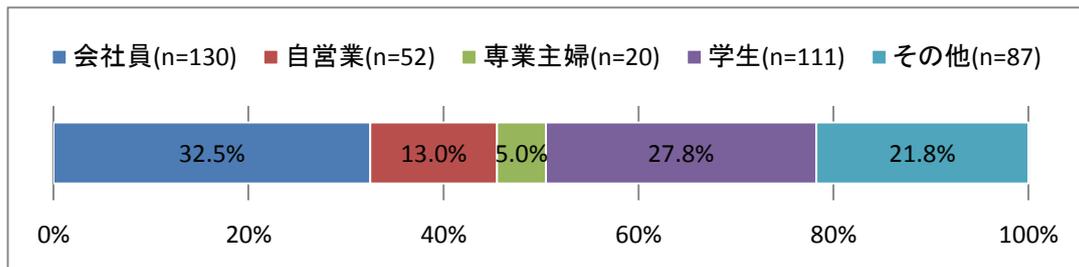
(3) 世帯人数



(4) 同居家族

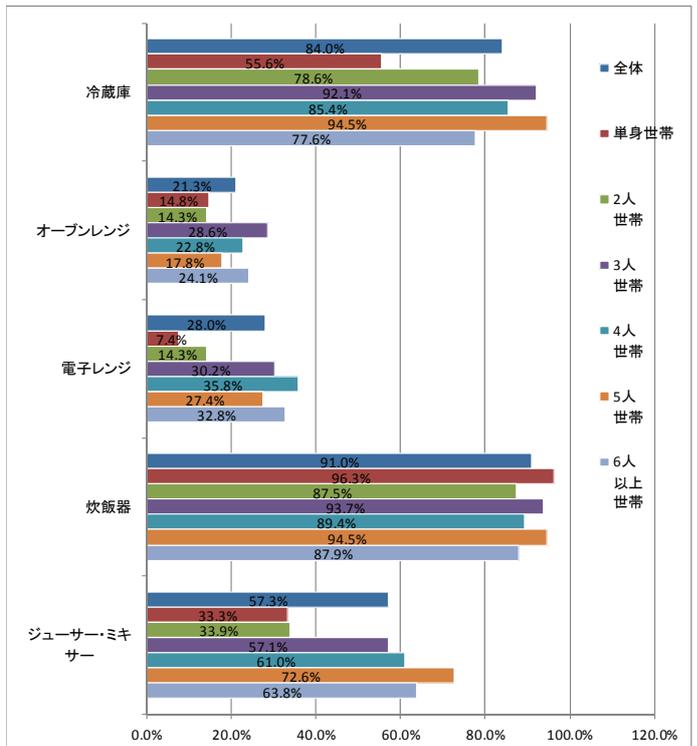
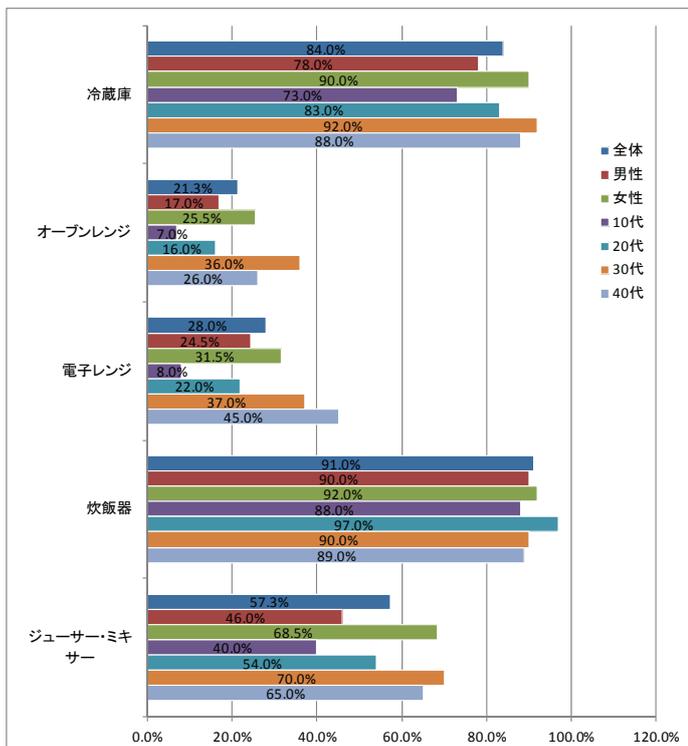


(5) 職業



3. 電化製品の保有状況

- 「冷蔵庫」の保有状況は、全体で84.0%となっており、「炊飯器」の91.0%と共に高いものとなっている。
- 「オーブン」の保有状況については、全体で21.3%となっており、選択肢中最も低いものとなっている。
- 男女別では、男性よりも女性の方が全体的に保有率が高く、女性の「冷蔵庫」保有率は90.0%となっている。
- 年代別では、若年層（10～20代）に比べ高齢層（30～40代）の方が保有率が高い。中でも、30代はどの電化製品においても保有率が高い傾向にある。
- 世帯構成で見ると、単身世帯は全体的に保有率が低く、「冷蔵庫」の保有率は55.6%となっている。3人世帯以上になると家電製品の保有率が高くなる傾向にある。



電化製品		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
冷蔵庫	回答数	336	156	180	73	83	92	88
	%	84.0%	78.0%	90.0%	73.0%	83.0%	92.0%	88.0%
オーブンレンジ	回答数	85	34	51	7	16	36	26
	%	21.3%	17.0%	25.5%	7.0%	16.0%	36.0%	26.0%
電子レンジ	回答数	112	49	63	8	22	37	45
	%	28.0%	24.5%	31.5%	8.0%	22.0%	37.0%	45.0%
炊飯器	回答数	364	180	184	88	97	90	89
	%	91.0%	90.0%	92.0%	88.0%	97.0%	90.0%	89.0%
ジュース・ミキサー	回答数	229	92	137	40	54	70	65
	%	57.3%	46.0%	68.5%	40.0%	54.0%	70.0%	65.0%

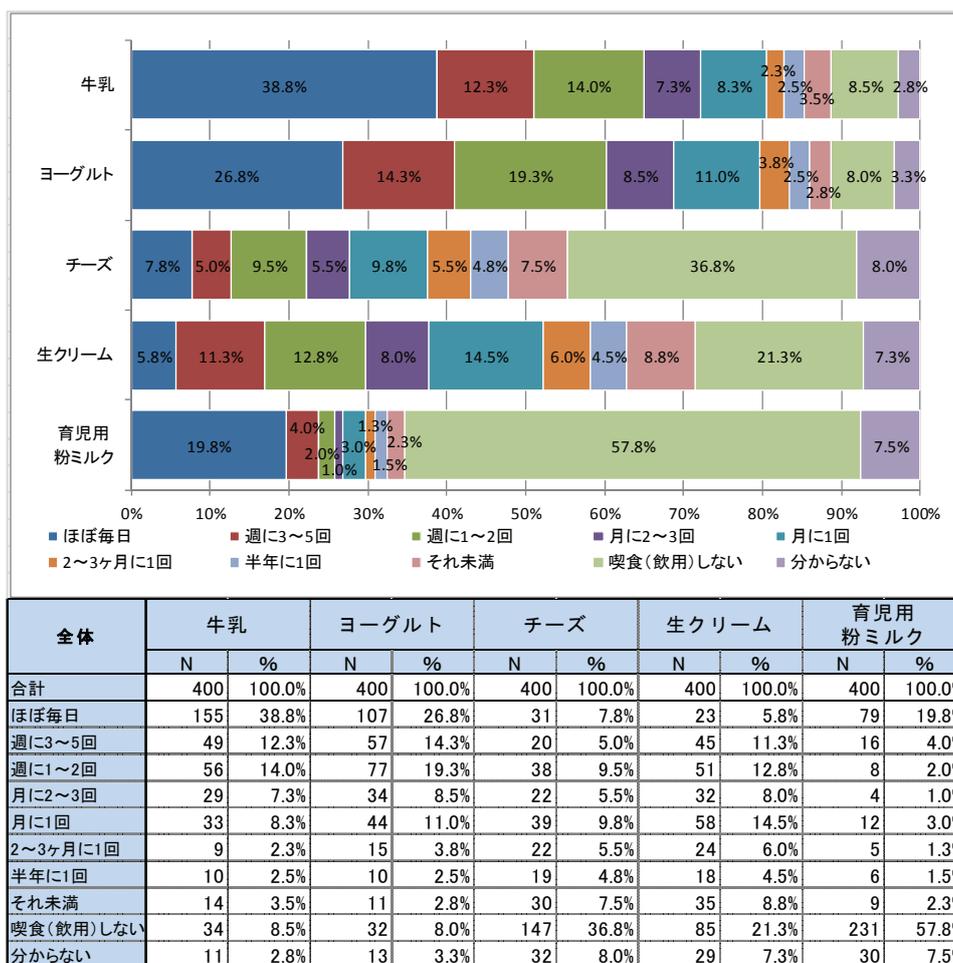
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い

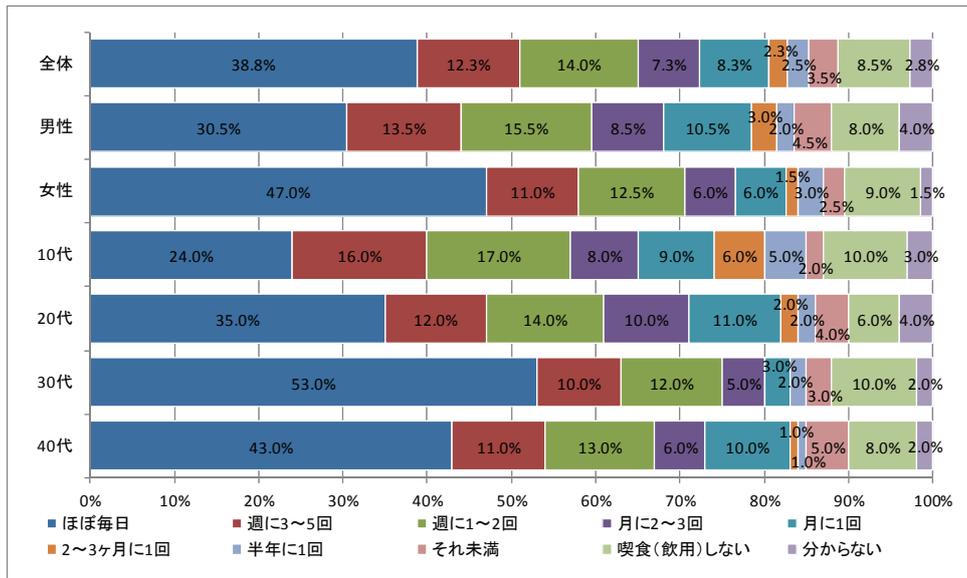
電化製品		全体	単身世帯	2人世帯	3人世帯	4人世帯	5人世帯	6人以上世帯
		合計	400	27	56	63	123	73
冷蔵庫	回答数	336	15	44	58	105	69	45
	%	84.0%	55.6%	78.6%	92.1%	85.4%	94.5%	77.6%
オーブンレンジ	回答数	85	4	8	18	28	13	14
	%	21.3%	14.8%	14.3%	28.6%	22.8%	17.8%	24.1%
電子レンジ	回答数	112	2	8	19	44	20	19
	%	28.0%	7.4%	14.3%	30.2%	35.8%	27.4%	32.8%
炊飯器	回答数	364	26	49	59	110	69	51
	%	91.0%	96.3%	87.5%	93.7%	89.4%	94.5%	87.9%
ジュース・ミキサー	回答数	229	9	19	36	75	53	37
	%	57.3%	33.3%	33.9%	57.1%	61.0%	72.6%	63.8%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い

4. 乳製品の喫食（飲用）頻度

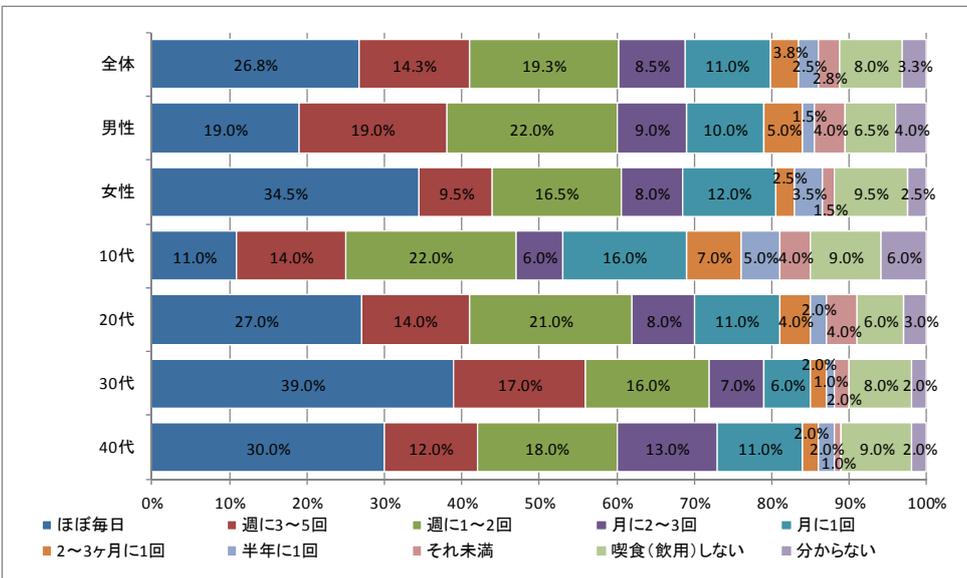
- 牛乳、ヨーグルトは喫食（飲用）頻度が高い結果となっており、「ほぼ毎日」と回答した人が牛乳で38.8%、ヨーグルトで26.8%となっている。「週に1回以上」喫食（飲用）する人は、牛乳で65.1%、ヨーグルトで60.4%と6割を超えるものとなっている。
- 育児用粉ミルクに関しては特性上、他の乳製品と比較して利用者が少ないものの、利用者のほぼ半分が「ほぼ毎日」利用すると回答している。
- チーズ、生クリームに関しては、牛乳、ヨーグルトほど喫食頻度は高くない。喫食する人に関しては、どの頻度の回答にもあまり大きな差はない。
- 男女別では、喫食（飲用）頻度の高い牛乳、ヨーグルトでは女性の方が多く喫食（飲用）する傾向となっている一方で、喫食頻度の低いチーズ、生クリームでは男性の喫食頻度の方が高くなっている。
- 年代別では30代の喫食（飲用）頻度が高いものとなっている。





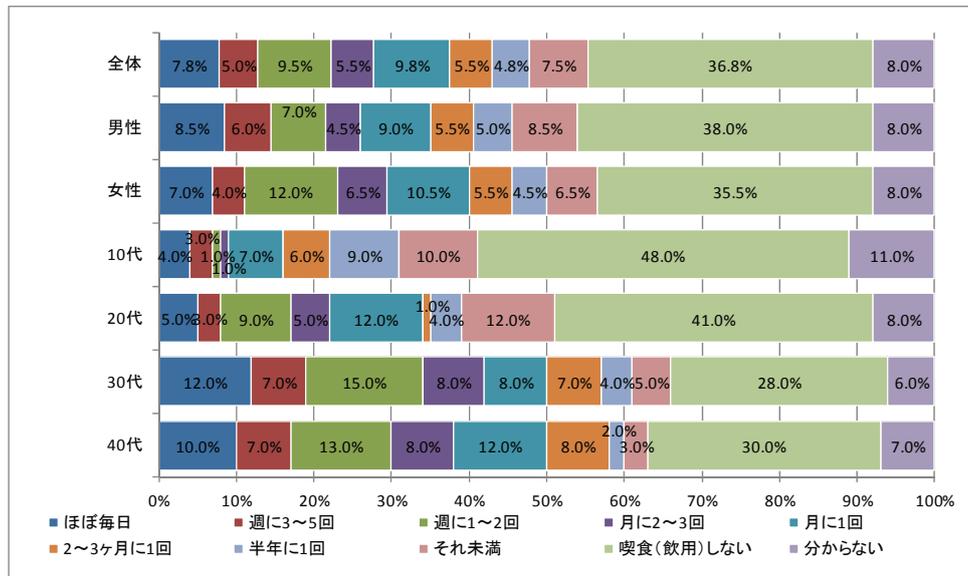
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	155	38.8%	61	30.5%	94	47.0%	24	24.0%	35	35.0%	53	53.0%	43	43.0%
週に3~5回	49	12.3%	27	13.5%	22	11.0%	16	16.0%	12	12.0%	10	10.0%	11	11.0%
週に1~2回	56	14.0%	31	15.5%	25	12.5%	17	17.0%	14	14.0%	12	12.0%	13	13.0%
月に2~3回	29	7.3%	17	8.5%	12	6.0%	8	8.0%	10	10.0%	5	5.0%	6	6.0%
月に1回	33	8.3%	21	10.5%	12	6.0%	9	9.0%	11	11.0%	3	3.0%	10	10.0%
2~3ヶ月に1回	9	2.3%	6	3.0%	3	1.5%	6	6.0%	2	2.0%	0	0.0%	1	1.0%
半年に1回	10	2.5%	4	2.0%	6	3.0%	5	5.0%	2	2.0%	2	2.0%	1	1.0%
それ未満	14	3.5%	9	4.5%	5	2.5%	2	2.0%	4	4.0%	3	3.0%	5	5.0%
喫食(飲用)しない	34	8.5%	16	8.0%	18	9.0%	10	10.0%	6	6.0%	10	10.0%	8	8.0%
分からない	11	2.8%	8	4.0%	3	1.5%	3	3.0%	4	4.0%	2	2.0%	2	2.0%

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



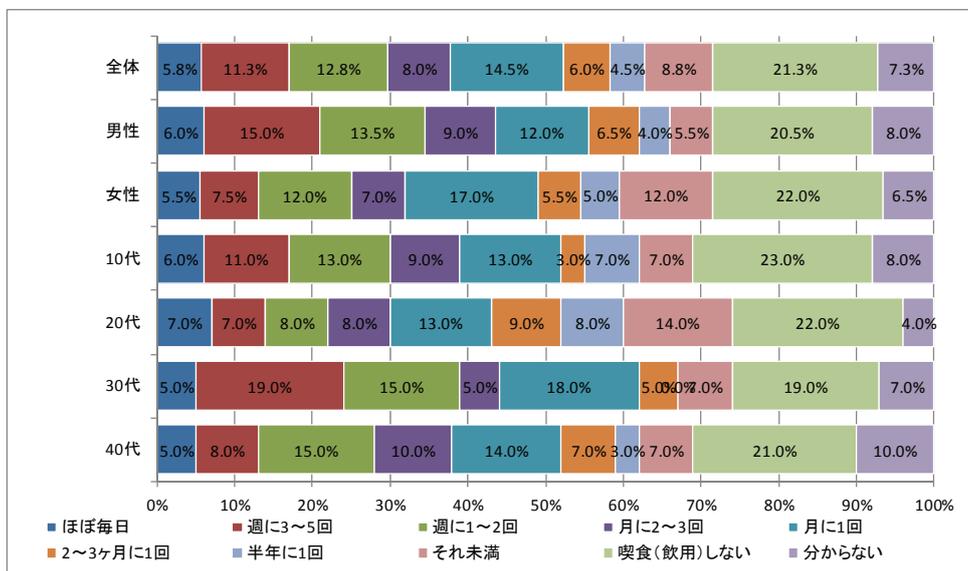
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	107	26.8%	38	19.0%	69	34.5%	11	11.0%	27	27.0%	39	39.0%	30	30.0%
週に3~5回	57	14.3%	38	19.0%	19	9.5%	14	14.0%	14	14.0%	17	17.0%	12	12.0%
週に1~2回	77	19.3%	44	22.0%	33	16.5%	22	22.0%	21	21.0%	16	16.0%	18	18.0%
月に2~3回	34	8.5%	18	9.0%	16	8.0%	6	6.0%	8	8.0%	7	7.0%	13	13.0%
月に1回	44	11.0%	20	10.0%	24	12.0%	16	16.0%	11	11.0%	6	6.0%	11	11.0%
2~3ヶ月に1回	15	3.8%	10	5.0%	5	2.5%	7	7.0%	4	4.0%	2	2.0%	2	2.0%
半年に1回	10	2.5%	3	1.5%	7	3.5%	5	5.0%	2	2.0%	1	1.0%	2	2.0%
それ未満	11	2.8%	8	4.0%	3	1.5%	4	4.0%	4	4.0%	2	2.0%	1	1.0%
喫食(飲用)しない	32	8.0%	13	6.5%	19	9.5%	9	9.0%	6	6.0%	8	8.0%	9	9.0%
分からない	13	3.3%	8	4.0%	5	2.5%	6	6.0%	3	3.0%	2	2.0%	2	2.0%

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



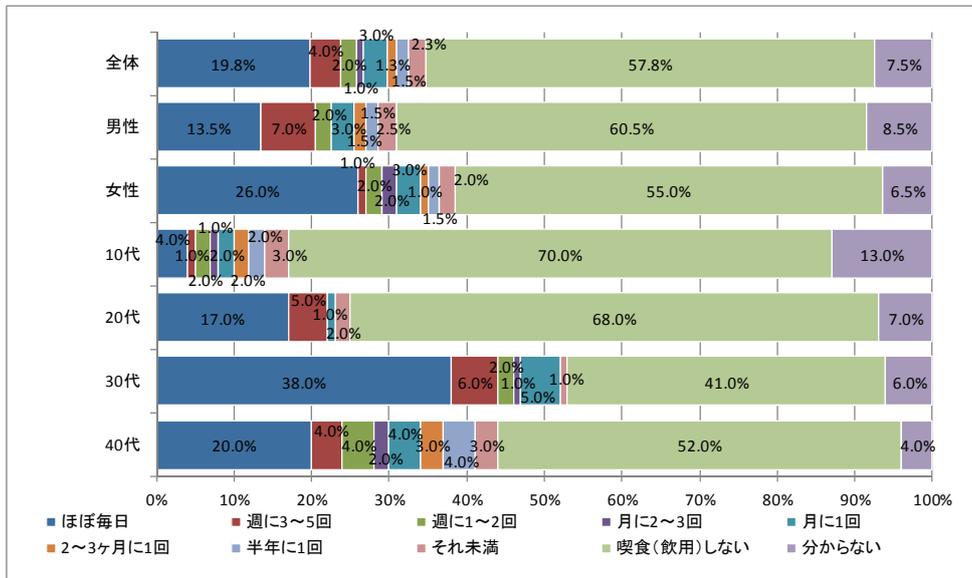
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	31	7.8%	17	8.5%	14	7.0%	4	4.0%	5	5.0%	12	12.0%	10	10.0%
週に3~5回	20	5.0%	12	6.0%	8	4.0%	3	3.0%	3	3.0%	7	7.0%	7	7.0%
週に1~2回	38	9.5%	14	7.0%	24	12.0%	1	1.0%	9	9.0%	15	15.0%	13	13.0%
月に2~3回	22	5.5%	9	4.5%	13	6.5%	1	1.0%	5	5.0%	8	8.0%	8	8.0%
月に1回	39	9.8%	18	9.0%	21	10.5%	7	7.0%	12	12.0%	8	8.0%	12	12.0%
2~3ヶ月に1回	22	5.5%	11	5.5%	11	5.5%	6	6.0%	1	1.0%	7	7.0%	8	8.0%
半年に1回	19	4.8%	10	5.0%	9	4.5%	9	9.0%	4	4.0%	4	4.0%	2	2.0%
それ未満	30	7.5%	17	8.5%	13	6.5%	10	10.0%	12	12.0%	5	5.0%	3	3.0%
喫食(飲用)しない	147	36.8%	76	38.0%	71	35.5%	48	48.0%	41	41.0%	28	28.0%	30	30.0%
分からない	32	8.0%	16	8.0%	16	8.0%	11	11.0%	8	8.0%	6	6.0%	7	7.0%

= 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	23	5.8%	12	6.0%	11	5.5%	6	6.0%	7	7.0%	5	5.0%	5	5.0%
週に3~5回	45	11.3%	30	15.0%	15	7.5%	11	11.0%	7	7.0%	19	19.0%	8	8.0%
週に1~2回	51	12.8%	27	13.5%	24	12.0%	13	13.0%	8	8.0%	15	15.0%	15	15.0%
月に2~3回	32	8.0%	18	9.0%	14	7.0%	9	9.0%	8	8.0%	5	5.0%	10	10.0%
月に1回	58	14.5%	24	12.0%	34	17.0%	13	13.0%	13	13.0%	18	18.0%	14	14.0%
2~3ヶ月に1回	24	6.0%	13	6.5%	11	5.5%	3	3.0%	9	9.0%	5	5.0%	7	7.0%
半年に1回	18	4.5%	8	4.0%	10	5.0%	7	7.0%	8	8.0%	0	0.0%	3	3.0%
それ未満	35	8.8%	11	5.5%	24	12.0%	7	7.0%	14	14.0%	7	7.0%	7	7.0%
喫食(飲用)しない	85	21.3%	41	20.5%	44	22.0%	23	23.0%	22	22.0%	19	19.0%	21	21.0%
分からない	29	7.3%	16	8.0%	13	6.5%	8	8.0%	4	4.0%	7	7.0%	10	10.0%

= 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い

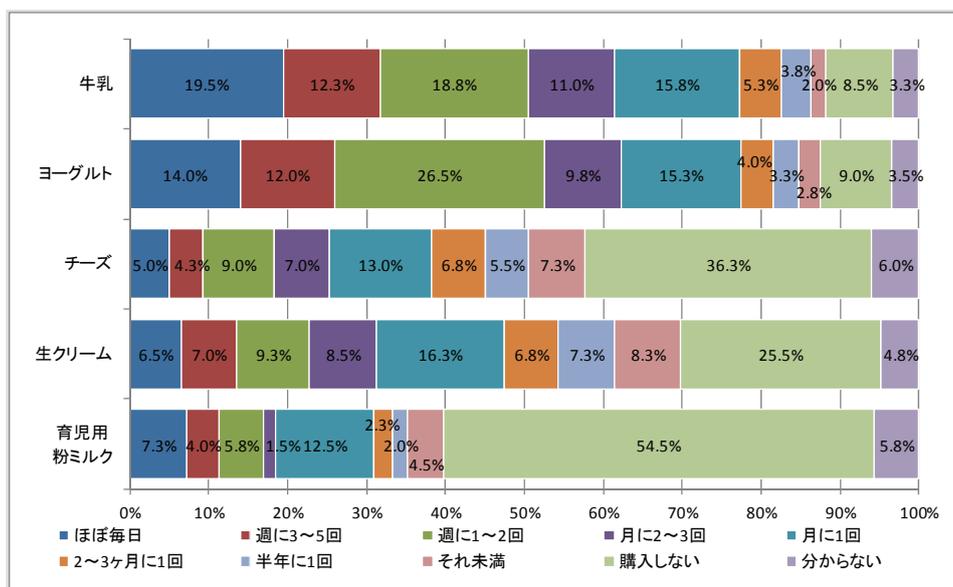


育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	79	19.8%	27	13.5%	52	26.0%	4	4.0%	17	17.0%	38	38.0%	20	20.0%
週に3~5回	16	4.0%	14	7.0%	2	1.0%	1	1.0%	5	5.0%	6	6.0%	4	4.0%
週に1~2回	8	2.0%	4	2.0%	4	2.0%	2	2.0%	0	0.0%	2	2.0%	4	4.0%
月に2~3回	4	1.0%	0	0.0%	4	2.0%	1	1.0%	0	0.0%	1	1.0%	2	2.0%
月に1回	12	3.0%	6	3.0%	6	3.0%	2	2.0%	1	1.0%	5	5.0%	4	4.0%
2~3ヶ月に1回	5	1.3%	3	1.5%	2	1.0%	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.0%
半年に1回	6	1.5%	3	1.5%	3	1.5%	2	2.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	4.0%
それ未滿	9	2.3%	5	2.5%	4	2.0%	3	3.0%	2	2.0%	1	1.0%	3	3.0%
喫食(飲用)しない	231	57.8%	121	60.5%	110	55.0%	70	70.0%	68	68.0%	41	41.0%	52	52.0%
分からない	30	7.5%	17	8.5%	13	6.5%	13	13.0%	7	7.0%	6	6.0%	4	4.0%

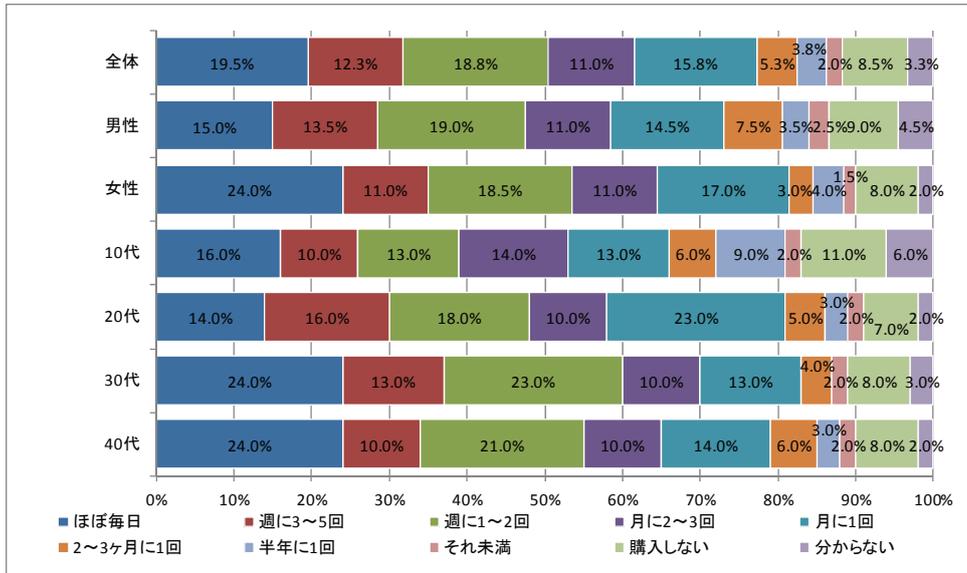
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上低い

5. 乳製品の購入頻度

- ▶ 喫食（飲用）頻度の高い牛乳、ヨーグルトは購入頻度についても高い結果となっており、「週に1回以上」購入する人は牛乳で50.6%、ヨーグルトで52.5%と5割を超えるものとなっている。
- ▶ 製品ごとに頻度の違いがあるものの、「週に1~2回」と「月に1回」がボリュームゾーンとなっている傾向は同じである。
- ▶ チーズ、生クリーム、育児用粉ミルクについては、「月に1回」の回答が最も多く、チーズ13.0%、生クリーム16.3%、育児用粉ミルク12.5%となっている。
- ▶ 男女別においても、喫食（飲用）頻度と同様に、牛乳、ヨーグルトでは女性の購入頻度が高く、チーズ、生クリームについては男性の購入頻度が高くなっている。
- ▶ 年代別では、30~40代の購入頻度が10~20代に比べ高い傾向にある。

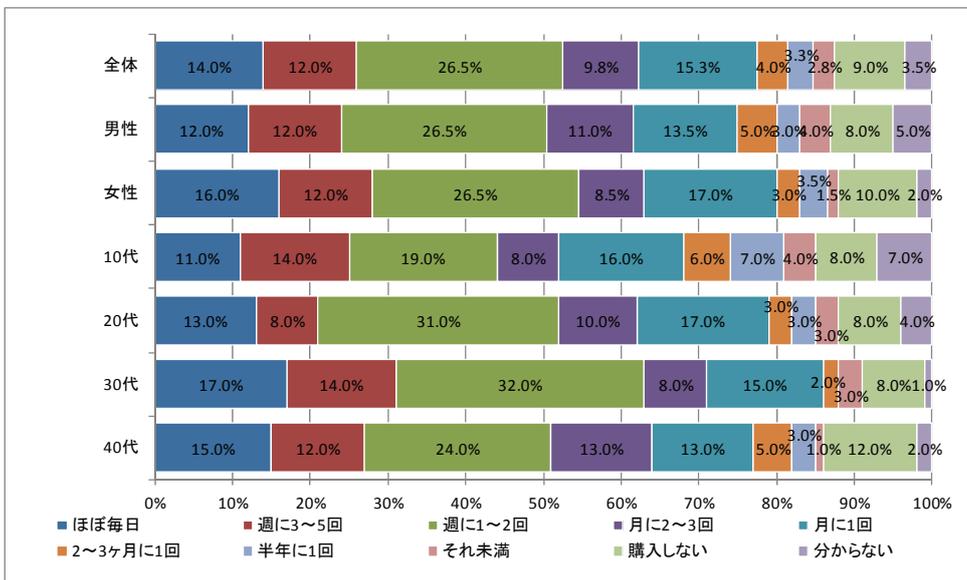


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用粉ミルク	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
合計	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%
ほぼ毎日	78	19.5%	56	14.0%	20	5.0%	26	6.5%	29	7.3%
週に3~5回	49	12.3%	48	12.0%	17	4.3%	28	7.0%	16	4.0%
週に1~2回	75	18.8%	106	26.5%	36	9.0%	37	9.3%	23	5.8%
月に2~3回	44	11.0%	39	9.8%	28	7.0%	34	8.5%	6	1.5%
月に1回	63	15.8%	61	15.3%	52	13.0%	65	16.3%	50	12.5%
2~3ヶ月に1回	21	5.3%	16	4.0%	27	6.8%	27	6.8%	9	2.3%
半年に1回	15	3.8%	13	3.3%	22	5.5%	29	7.3%	8	2.0%
それ未満	8	2.0%	11	2.8%	29	7.3%	33	8.3%	18	4.5%
購入しない	34	8.5%	36	9.0%	145	36.3%	102	25.5%	218	54.5%
分からない	13	3.3%	14	3.5%	24	6.0%	19	4.8%	23	5.8%



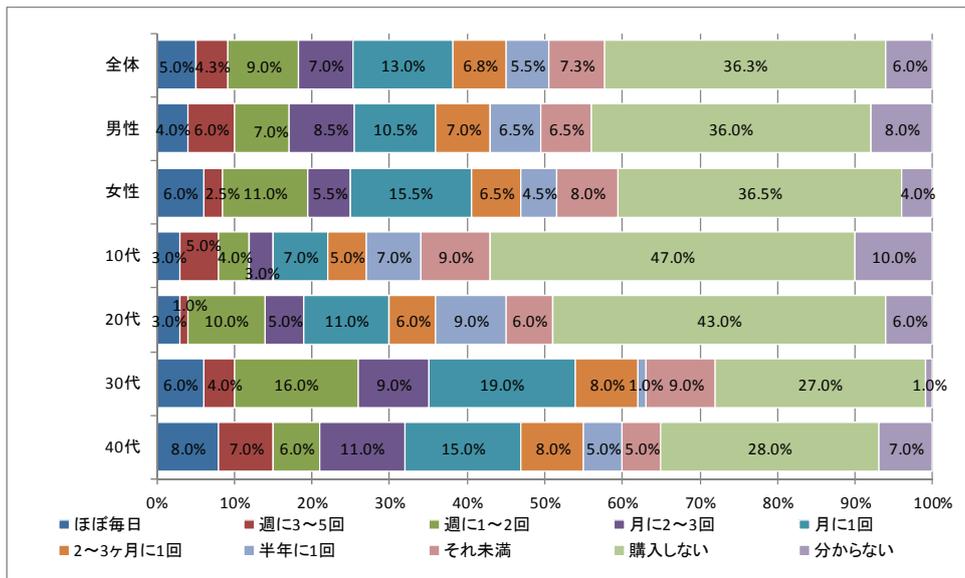
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	78	19.5%	30	15.0%	48	24.0%	16	16.0%	14	14.0%	24	24.0%	24	24.0%
週に3~5回	49	12.3%	27	13.5%	22	11.0%	10	10.0%	16	16.0%	13	13.0%	10	10.0%
週に1~2回	75	18.8%	38	19.0%	37	18.5%	13	13.0%	18	18.0%	23	23.0%	21	21.0%
月に2~3回	44	11.0%	22	11.0%	22	11.0%	14	14.0%	10	10.0%	10	10.0%	10	10.0%
月に1回	63	15.8%	29	14.5%	34	17.0%	13	13.0%	23	23.0%	13	13.0%	14	14.0%
2~3ヶ月に1回	21	5.3%	15	7.5%	6	3.0%	6	6.0%	5	5.0%	4	4.0%	6	6.0%
半年に1回	15	3.8%	7	3.5%	8	4.0%	9	9.0%	3	3.0%	0	0.0%	3	3.0%
それ未満	8	2.0%	5	2.5%	3	1.5%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%	2	2.0%
購入しない	34	8.5%	18	9.0%	16	8.0%	11	11.0%	7	7.0%	8	8.0%	8	8.0%
分からない	13	3.3%	9	4.5%	4	2.0%	6	6.0%	2	2.0%	3	3.0%	2	2.0%

= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上低い



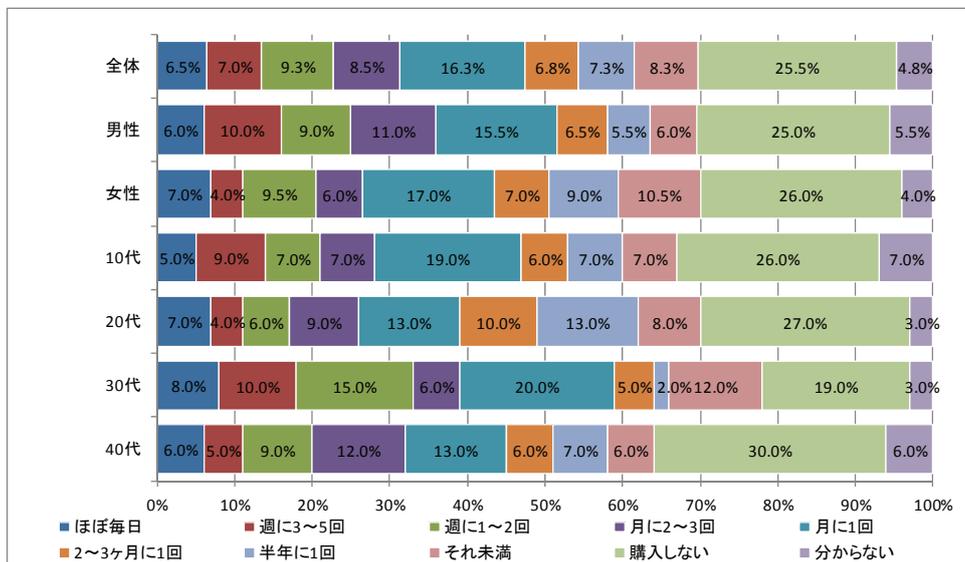
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	56	14.0%	24	12.0%	32	16.0%	11	11.0%	13	13.0%	17	17.0%	15	15.0%
週に3~5回	48	12.0%	24	12.0%	24	12.0%	14	14.0%	8	8.0%	14	14.0%	12	12.0%
週に1~2回	106	26.5%	53	26.5%	53	26.5%	19	19.0%	31	31.0%	32	32.0%	24	24.0%
月に2~3回	39	9.8%	22	11.0%	17	8.5%	8	8.0%	10	10.0%	8	8.0%	13	13.0%
月に1回	61	15.3%	27	13.5%	34	17.0%	16	16.0%	17	17.0%	15	15.0%	13	13.0%
2~3ヶ月に1回	16	4.0%	10	5.0%	6	3.0%	6	6.0%	3	3.0%	2	2.0%	5	5.0%
半年に1回	13	3.3%	6	3.0%	7	3.5%	7	7.0%	3	3.0%	0	0.0%	3	3.0%
それ未満	11	2.8%	8	4.0%	3	1.5%	4	4.0%	3	3.0%	3	3.0%	1	1.0%
購入しない	36	9.0%	16	8.0%	20	10.0%	8	8.0%	8	8.0%	8	8.0%	12	12.0%
分からない	14	3.5%	10	5.0%	4	2.0%	7	7.0%	4	4.0%	1	1.0%	2	2.0%

= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上低い



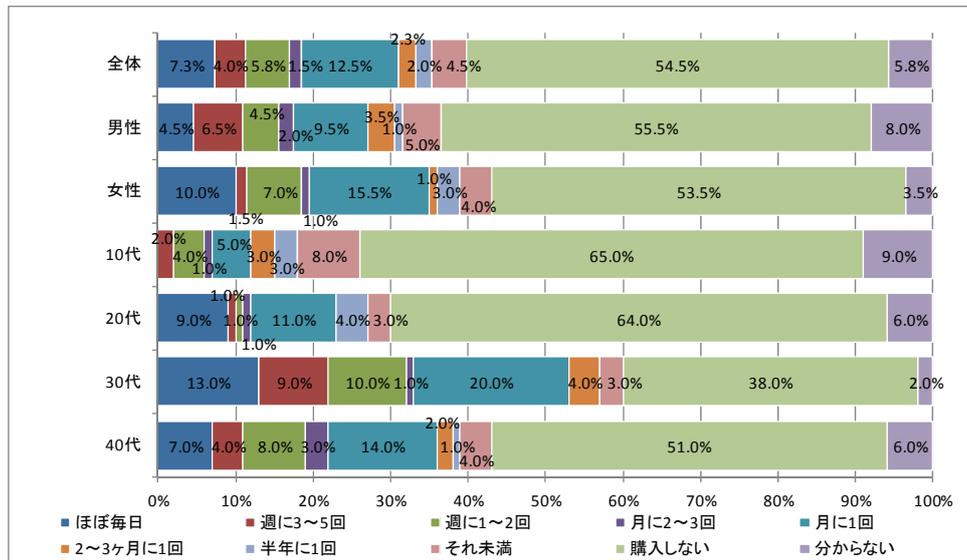
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	20	5.0%	8	4.0%	12	6.0%	3	3.0%	3	3.0%	6	6.0%	8	8.0%
週に3~5回	17	4.3%	12	6.0%	5	2.5%	5	5.0%	1	1.0%	4	4.0%	7	7.0%
週に1~2回	36	9.0%	14	7.0%	22	11.0%	4	4.0%	10	10.0%	16	16.0%	6	6.0%
月に2~3回	28	7.0%	17	8.5%	11	5.5%	3	3.0%	5	5.0%	9	9.0%	11	11.0%
月に1回	52	13.0%	21	10.5%	31	15.5%	7	7.0%	11	11.0%	19	19.0%	15	15.0%
2~3ヶ月に1回	27	6.8%	14	7.0%	13	6.5%	5	5.0%	6	6.0%	8	8.0%	8	8.0%
半年に1回	22	5.5%	13	6.5%	9	4.5%	7	7.0%	9	9.0%	1	1.0%	5	5.0%
それ未満	29	7.3%	13	6.5%	16	8.0%	9	9.0%	6	6.0%	9	9.0%	5	5.0%
購入しない	145	36.3%	72	36.0%	73	36.5%	47	47.0%	43	43.0%	27	27.0%	28	28.0%
分からない	24	6.0%	16	8.0%	8	4.0%	10	10.0%	6	6.0%	1	1.0%	7	7.0%

= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	26	6.5%	12	6.0%	14	7.0%	5	5.0%	7	7.0%	8	8.0%	6	6.0%
週に3~5回	28	7.0%	20	10.0%	8	4.0%	9	9.0%	4	4.0%	10	10.0%	5	5.0%
週に1~2回	37	9.3%	18	9.0%	19	9.5%	7	7.0%	6	6.0%	15	15.0%	9	9.0%
月に2~3回	34	8.5%	22	11.0%	12	6.0%	7	7.0%	9	9.0%	6	6.0%	12	12.0%
月に1回	65	16.3%	31	15.5%	34	17.0%	19	19.0%	13	13.0%	20	20.0%	13	13.0%
2~3ヶ月に1回	27	6.8%	13	6.5%	14	7.0%	6	6.0%	10	10.0%	5	5.0%	6	6.0%
半年に1回	29	7.3%	11	5.5%	18	9.0%	7	7.0%	13	13.0%	2	2.0%	7	7.0%
それ未満	33	8.3%	12	6.0%	21	10.5%	7	7.0%	8	8.0%	12	12.0%	6	6.0%
購入しない	102	25.5%	50	25.0%	52	26.0%	26	26.0%	27	27.0%	19	19.0%	30	30.0%
分からない	19	4.8%	11	5.5%	8	4.0%	7	7.0%	3	3.0%	3	3.0%	6	6.0%

= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上低い



育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
ほぼ毎日	29	7.3%	9	4.5%	20	10.0%	0	0.0%	9	9.0%	13	13.0%	7	7.0%
週に3~5回	16	4.0%	13	6.5%	3	1.5%	2	2.0%	1	1.0%	9	9.0%	4	4.0%
週に1~2回	23	5.8%	9	4.5%	14	7.0%	4	4.0%	1	1.0%	10	10.0%	8	8.0%
月に2~3回	6	1.5%	4	2.0%	2	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	1	1.0%	3	3.0%
月に1回	50	12.5%	19	9.5%	31	15.5%	5	5.0%	11	11.0%	20	20.0%	14	14.0%
2~3ヶ月に1回	9	2.3%	7	3.5%	2	1.0%	3	3.0%	0	0.0%	4	4.0%	2	2.0%
半年に1回	8	2.0%	2	1.0%	6	3.0%	3	3.0%	4	4.0%	0	0.0%	1	1.0%
それ未滿	18	4.5%	10	5.0%	8	4.0%	8	8.0%	3	3.0%	3	3.0%	4	4.0%
購入しない	218	54.5%	111	55.5%	107	53.5%	65	65.0%	64	64.0%	38	38.0%	51	51.0%
分からない	23	5.8%	16	8.0%	7	3.5%	9	9.0%	6	6.0%	2	2.0%	6	6.0%

= 全体より5ポイント以上高い

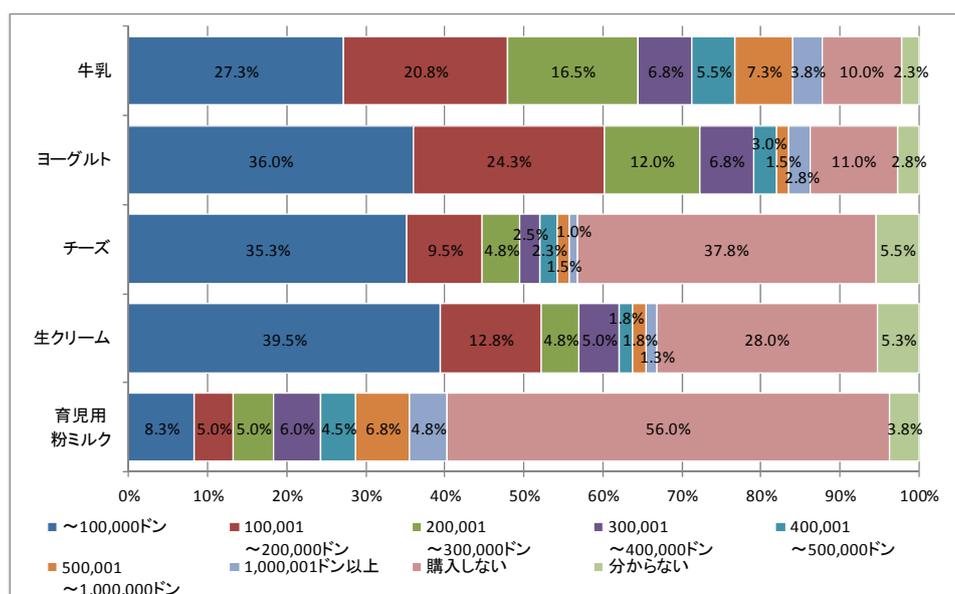
= 全体より5ポイント以上低い

6. 1月あたりの乳製品の購入金額

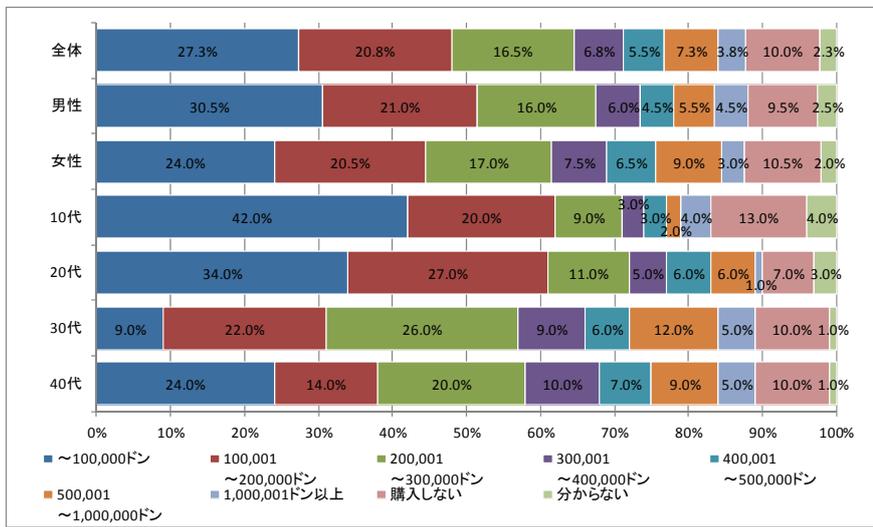
- 「購入しない」、「分からない」を除いた平均購入金額は、牛乳 25.78 万ドン（≒1,414 円）、ヨーグルト 18.58 万ドン（≒1,019 円）、チーズ 14.78 万ドン（≒811 円）、生クリーム 15.24 万ドン（≒836 円）、育児用粉ミルク 40.62 万ドン（≒2,229 円）となっている。牛乳、ヨーグルトは喫食（飲用）頻度、購入頻度は高いものの、単価が低いため購入金額が抑えられている。一方で育児用粉ミルクについては、頻度は低いものの単価が高いため、購入金額の平均は最も高いものとなっている。

※1万ドン=54,8704円で換算（2015.11.18時点のレート）

- 男女別では、女性の喫食、購入頻度の高いヨーグルトで、購入金額においては男性の方が高いものとなっている。その他、チーズ、生クリームでも男性の方は女性より平均購入金額が高い。
- 年代別については、これまでの結果と同様に、30代、40代の購入金額の方が高い傾向にある。

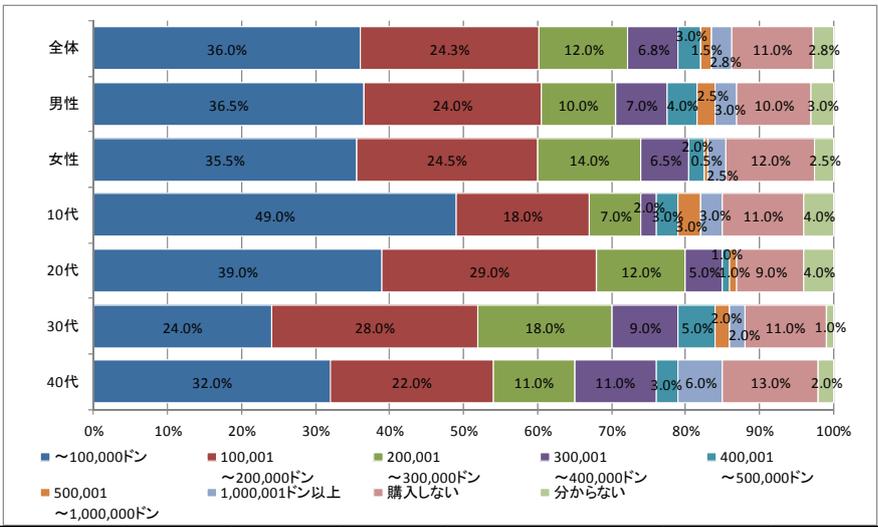


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用粉ミルク	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
合計	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%
~100,000ドン	109	27.3%	144	36.0%	141	35.3%	158	39.5%	33	8.3%
100,001 ~ 200,000ドン	83	20.8%	97	24.3%	38	9.5%	51	12.8%	20	5.0%
200,001 ~ 300,000ドン	66	16.5%	48	12.0%	19	4.8%	19	4.8%	20	5.0%
300,001 ~ 400,000ドン	27	6.8%	27	6.8%	10	2.5%	20	5.0%	24	6.0%
400,001 ~ 500,000ドン	22	5.5%	12	3.0%	9	2.3%	7	1.8%	18	4.5%
500,001 ~ 1,000,000ドン	29	7.3%	6	1.5%	6	1.5%	7	1.8%	27	6.8%
1,000,001ドン以上	15	3.8%	11	2.8%	4	1.0%	5	1.3%	19	4.8%
購入しない	40	10.0%	44	11.0%	151	37.8%	112	28.0%	224	56.0%
分からない	9	2.3%	11	2.8%	22	5.5%	21	5.3%	15	3.8%
平均(万ドン)	25.78		18.58		14.78		15.24		40.62	



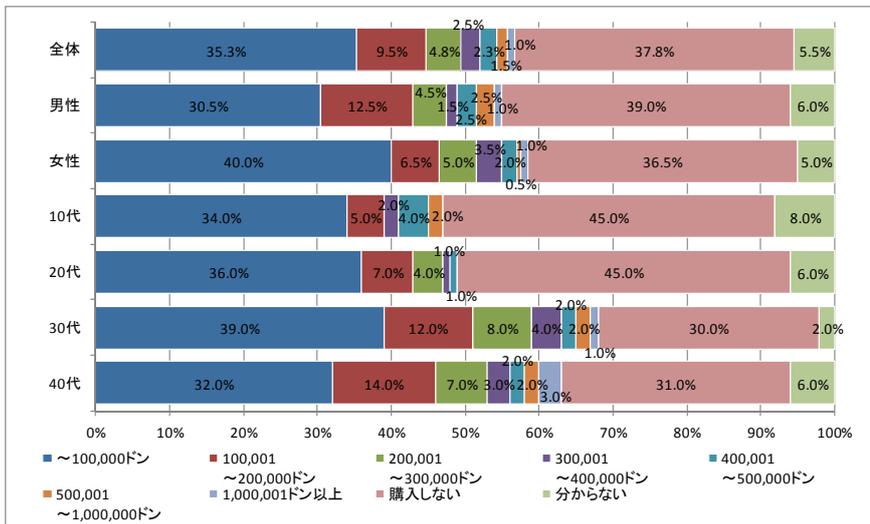
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
~100,000円	109	27.3%	61	30.5%	48	24.0%	42	42.0%	34	34.0%	9	9.0%	24	24.0%
100,001 ~200,000円	83	20.8%	42	21.0%	41	20.5%	20	20.0%	27	27.0%	22	22.0%	14	14.0%
200,001 ~300,000円	66	16.5%	32	16.0%	34	17.0%	9	9.0%	11	11.0%	26	26.0%	20	20.0%
300,001 ~400,000円	27	6.8%	12	6.0%	15	7.5%	3	3.0%	5	5.0%	9	9.0%	10	10.0%
400,001 ~500,000円	22	5.5%	9	4.5%	13	6.5%	3	3.0%	6	6.0%	6	6.0%	7	7.0%
500,001 ~1,000,000円	29	7.3%	11	5.5%	18	9.0%	2	2.0%	6	6.0%	12	12.0%	9	9.0%
1,000,001円以上	15	3.8%	9	4.5%	6	3.0%	4	4.0%	1	1.0%	5	5.0%	5	5.0%
購入しない	40	10.0%	19	9.5%	21	10.5%	13	13.0%	7	7.0%	10	10.0%	10	10.0%
分からない	9	2.3%	5	2.5%	4	2.0%	4	4.0%	3	3.0%	1	1.0%	1	1.0%
平均(万円)		25.78		24.35		27.23		18.37		20.50		33.82		30.00

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



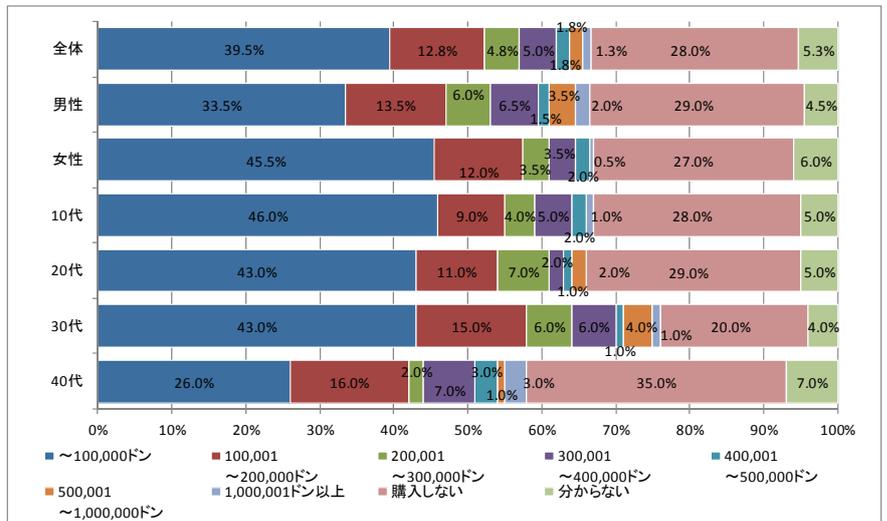
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
~100,000円	144	36.0%	73	36.5%	71	35.5%	49	49.0%	39	39.0%	24	24.0%	32	32.0%
100,001 ~200,000円	97	24.3%	48	24.0%	49	24.5%	18	18.0%	29	29.0%	28	28.0%	22	22.0%
200,001 ~300,000円	48	12.0%	20	10.0%	28	14.0%	7	7.0%	12	12.0%	18	18.0%	11	11.0%
300,001 ~400,000円	27	6.8%	14	7.0%	13	6.5%	2	2.0%	5	5.0%	9	9.0%	11	11.0%
400,001 ~500,000円	12	3.0%	8	4.0%	4	2.0%	3	3.0%	1	1.0%	5	5.0%	3	3.0%
500,001 ~1,000,000円	6	1.5%	5	2.5%	1	0.5%	3	3.0%	1	1.0%	2	2.0%	0	0.0%
1,000,001円以上	11	2.8%	6	3.0%	5	2.5%	3	3.0%	0	0.0%	2	2.0%	6	6.0%
購入しない	44	11.0%	20	10.0%	24	12.0%	11	11.0%	9	9.0%	11	11.0%	13	13.0%
分からない	11	2.8%	6	3.0%	5	2.5%	4	4.0%	4	4.0%	1	1.0%	2	2.0%
平均(万円)		18.58		19.60		17.54		16.71		14.08		21.36		22.18

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



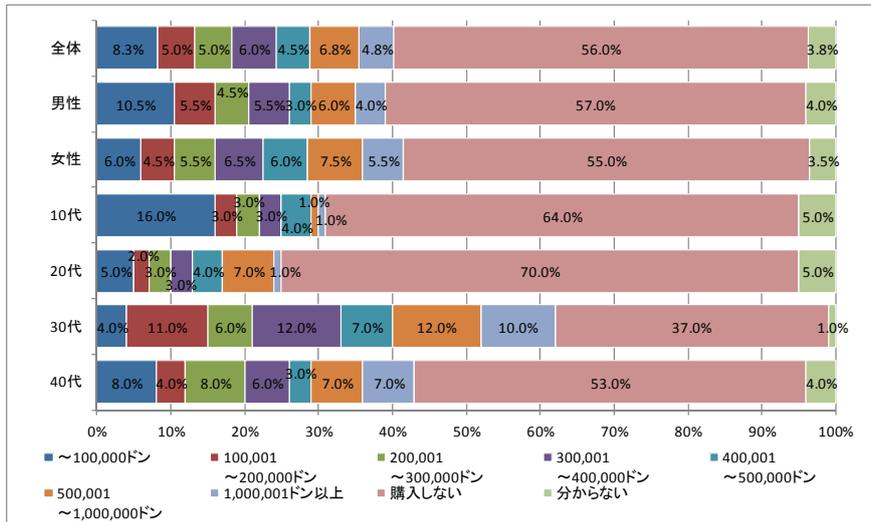
テーマ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
~100,000円	141	35.3%	61	30.5%	80	40.0%	34	34.0%	36	36.0%	39	39.0%	32	32.0%
100,001 ~200,000円	38	9.5%	25	12.5%	13	6.5%	5	5.0%	7	7.0%	12	12.0%	14	14.0%
200,001 ~300,000円	19	4.8%	9	4.5%	10	5.0%	0	0.0%	4	4.0%	8	8.0%	7	7.0%
300,001 ~400,000円	10	2.5%	3	1.5%	7	3.5%	2	2.0%	1	1.0%	4	4.0%	3	3.0%
400,001 ~500,000円	9	2.3%	5	2.5%	4	2.0%	4	4.0%	1	1.0%	2	2.0%	2	2.0%
500,001 ~1,000,000円	6	1.5%	5	2.5%	1	0.5%	2	2.0%	0	0.0%	2	2.0%	2	2.0%
1,000,001円以上	4	1.0%	2	1.0%	2	1.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%	3	3.0%
購入しない	151	37.8%	78	39.0%	73	36.5%	45	45.0%	45	45.0%	30	30.0%	31	31.0%
分からない	22	5.5%	12	6.0%	10	5.0%	8	8.0%	6	6.0%	2	2.0%	6	6.0%
平均(万円)	14.78		16.45		13.21		13.72		9.49		15.51		18.89	

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
~100,000円	158	39.5%	67	33.5%	91	45.5%	46	46.0%	43	43.0%	43	43.0%	26	26.0%
100,001 ~200,000円	51	12.8%	27	13.5%	24	12.0%	9	9.0%	11	11.0%	15	15.0%	16	16.0%
200,001 ~300,000円	19	4.8%	12	6.0%	7	3.5%	4	4.0%	7	7.0%	6	6.0%	2	2.0%
300,001 ~400,000円	20	5.0%	13	6.5%	7	3.5%	5	5.0%	2	2.0%	6	6.0%	7	7.0%
400,001 ~500,000円	7	1.8%	3	1.5%	4	2.0%	2	2.0%	1	1.0%	1	1.0%	3	3.0%
500,001 ~1,000,000円	7	1.8%	7	3.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	2.0%	4	4.0%	1	1.0%
1,000,001円以上	5	1.3%	4	2.0%	1	0.5%	1	1.0%	0	0.0%	1	1.0%	3	3.0%
購入しない	112	28.0%	58	29.0%	54	27.0%	28	28.0%	29	29.0%	20	20.0%	35	35.0%
分からない	21	5.3%	9	4.5%	12	6.0%	5	5.0%	5	5.0%	4	4.0%	7	7.0%
平均(万円)	15.24		19.21		11.31		12.39		12.42		16.38		20.26	

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



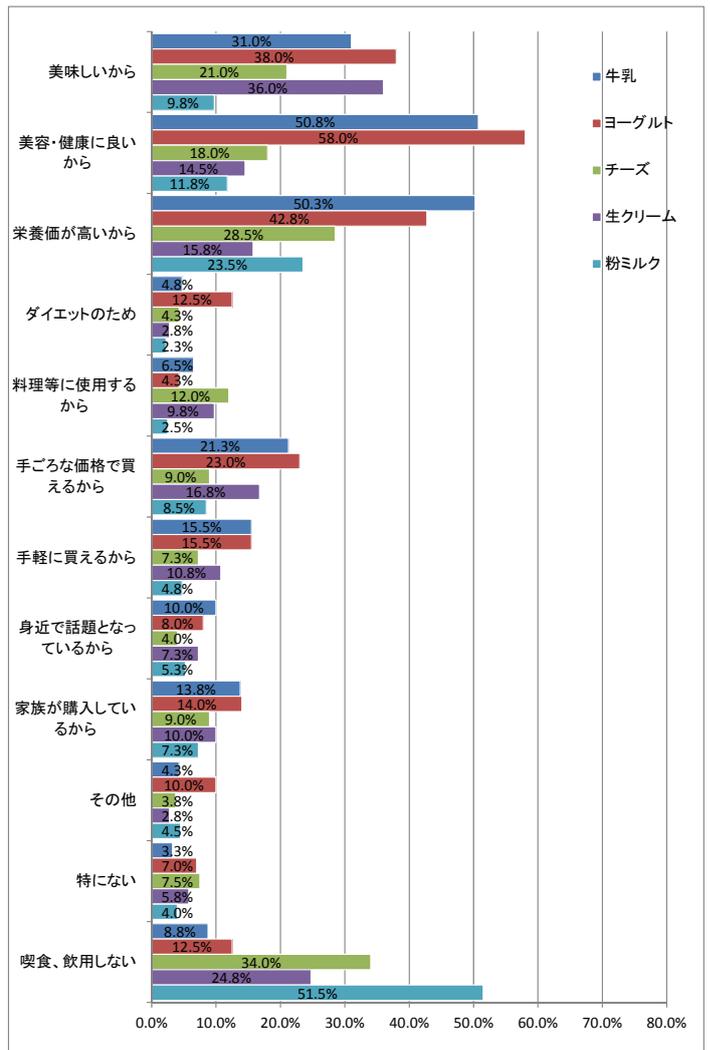
育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
~100,000円	33	8.3%	21	10.5%	12	6.0%	16	16.0%	5	5.0%	4	4.0%	8	8.0%
100,001~200,000円	20	5.0%	11	5.5%	9	4.5%	3	3.0%	2	2.0%	11	11.0%	4	4.0%
200,001~300,000円	20	5.0%	9	4.5%	11	5.5%	3	3.0%	3	3.0%	6	6.0%	8	8.0%
300,001~400,000円	24	6.0%	11	5.5%	13	6.5%	3	3.0%	3	3.0%	12	12.0%	6	6.0%
400,001~500,000円	18	4.5%	6	3.0%	12	6.0%	4	4.0%	4	4.0%	7	7.0%	3	3.0%
500,001~1,000,000円	27	6.8%	12	6.0%	15	7.5%	1	1.0%	7	7.0%	12	12.0%	7	7.0%
1,000,001円以上	19	4.8%	8	4.0%	11	5.5%	1	1.0%	1	1.0%	10	10.0%	7	7.0%
購入しない	224	56.0%	114	57.0%	110	55.0%	64	64.0%	70	70.0%	37	37.0%	53	53.0%
分からない	15	3.8%	8	4.0%	7	3.5%	5	5.0%	5	5.0%	1	1.0%	4	4.0%
平均(万円)	40.62		36.54		44.46		21.29		41.60		47.90		43.49	

= 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い

7. 乳製品を喫食（飲用）する理由

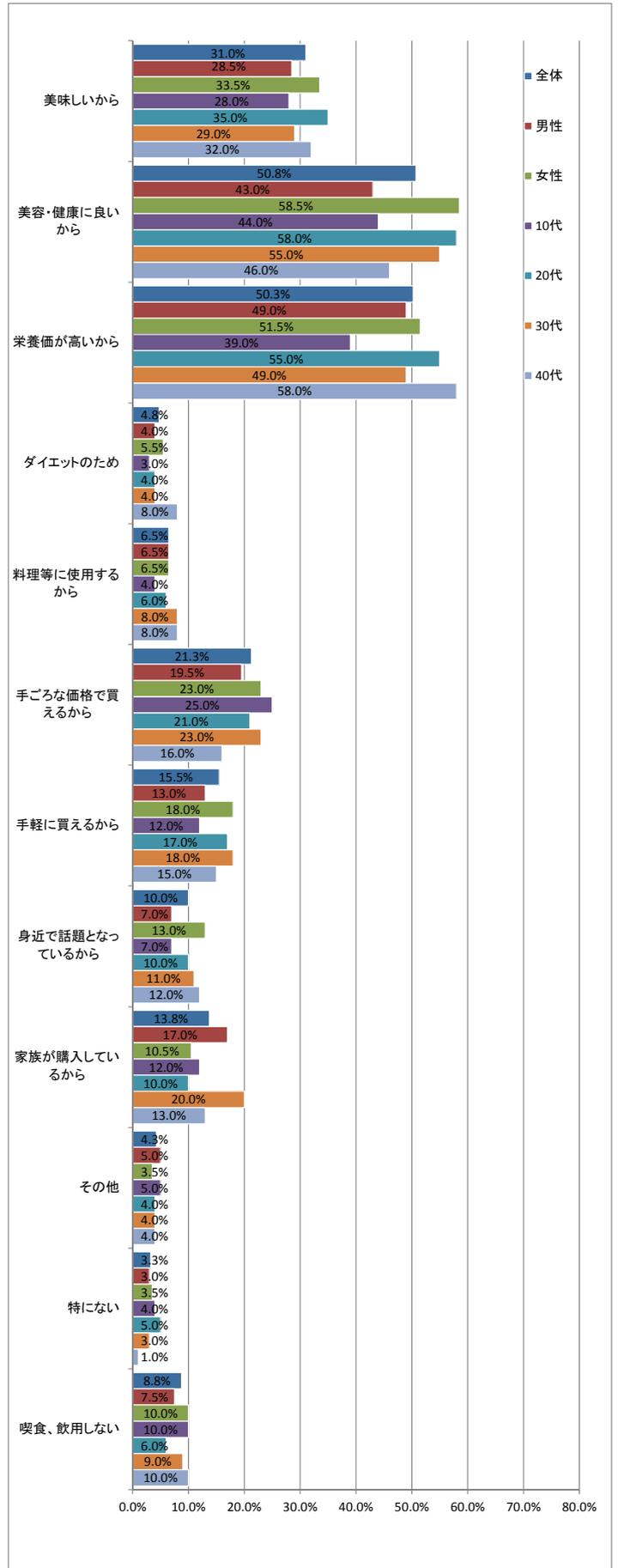
- 各カテゴリとも「美味しいから」、「美容・健康に良いから」、「栄養価が高いから」などが上位となっており、牛乳、ヨーグルトは「美容・健康に良いから」が最も高く（50.8%、58.0%）、その他ではチーズは「栄養価が高いから」（28.5%）、生クリームは「美味しいから」（36.0%）、育児用粉ミルクは「栄養価が高いから」（23.5%）が最も高い値となっている。
- 男女別にみると、ほとんどの項目で女性の方が高い値となっている。男性については、「家族が購入している」において、女性より高い値となっていることから、女性に比べ、やや消極的な理由で喫食（飲用）していることが窺える。
- 年代別では、30代が全体的に他の年代よりも値が高い傾向にあり、20代が次いで高い。30代では値は小さいものの、「手ごろな価格で買えるから」、「手軽に買えるから」など他の年代より高い傾向が見られる。さらに、牛乳を除くカテゴリでは、「身近で話題となっているから」が他の年代よりも突出して値が高いことも特徴的である。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
	合計	400	400	400	400	400
美味しいから	回答者数	124	152	84	144	39
	%	31.0%	38.0%	21.0%	36.0%	9.8%
美容・健康に良いから	回答者数	203	232	72	58	47
	%	50.8%	58.0%	18.0%	14.5%	11.8%
栄養価が高いから	回答者数	201	171	114	63	94
	%	50.3%	42.8%	28.5%	15.8%	23.5%
ダイエットのため	回答者数	19	50	17	11	9
	%	4.8%	12.5%	4.3%	2.8%	2.3%
料理等に使用するから	回答者数	26	17	48	39	10
	%	6.5%	4.3%	12.0%	9.8%	2.5%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	85	92	36	67	34
	%	21.3%	23.0%	9.0%	16.8%	8.5%
手軽に買えるから	回答者数	62	62	29	43	19
	%	15.5%	15.5%	7.3%	10.8%	4.8%
身近で話題となっているから	回答者数	40	32	16	29	21
	%	10.0%	8.0%	4.0%	7.3%	5.3%
家族が購入しているから	回答者数	55	56	36	40	29
	%	13.8%	14.0%	9.0%	10.0%	7.3%
その他	回答者数	17	12	15	11	18
	%	4.3%	3.0%	3.8%	2.8%	4.5%
特にない	回答者数	13	28	30	23	16
	%	3.3%	7.0%	7.5%	5.8%	4.0%
喫食、飲用しない	回答者数	35	50	136	99	206
	%	8.8%	12.5%	34.0%	24.8%	51.5%



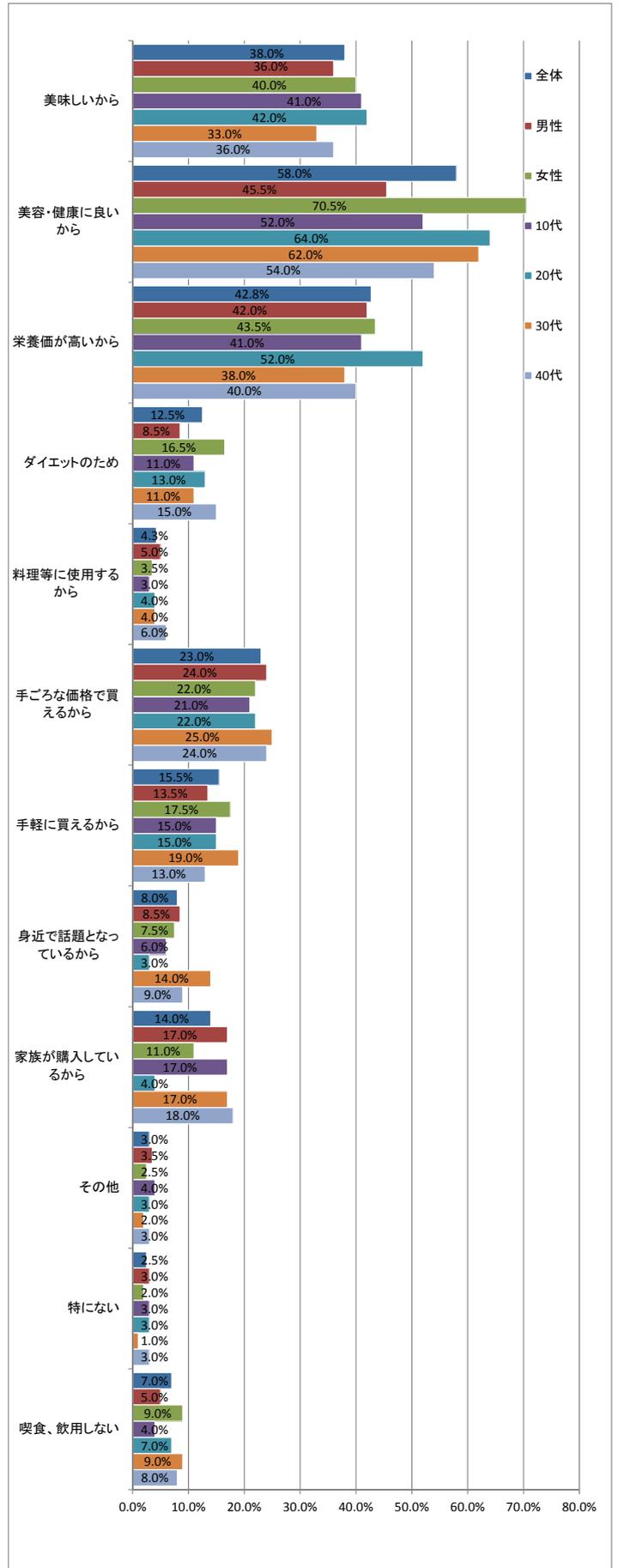
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
美味しいから	回答者数	124	57	67	28	35	29	32
	%	31.0%	28.5%	33.5%	28.0%	35.0%	29.0%	32.0%
美容・健康に良いから	回答者数	203	86	117	44	58	55	46
	%	50.8%	43.0%	58.5%	44.0%	58.0%	55.0%	46.0%
栄養価が高いから	回答者数	201	98	103	39	55	49	58
	%	50.3%	49.0%	51.5%	39.0%	55.0%	49.0%	58.0%
ダイエットのため	回答者数	19	8	11	3	4	4	8
	%	4.8%	4.0%	5.5%	3.0%	4.0%	4.0%	8.0%
料理等に使用するから	回答者数	26	13	13	4	6	8	8
	%	6.5%	6.5%	6.5%	4.0%	6.0%	8.0%	8.0%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	85	39	46	25	21	23	16
	%	21.3%	19.5%	23.0%	25.0%	21.0%	23.0%	16.0%
手軽に買えるから	回答者数	62	26	36	12	17	18	15
	%	15.5%	13.0%	18.0%	12.0%	17.0%	18.0%	15.0%
身近で話題となっているから	回答者数	40	14	26	7	10	11	12
	%	10.0%	7.0%	13.0%	7.0%	10.0%	11.0%	12.0%
家族が購入しているから	回答者数	55	34	21	12	10	20	13
	%	13.8%	17.0%	10.5%	12.0%	10.0%	20.0%	13.0%
その他	回答者数	17	10	7	5	4	4	4
	%	4.3%	5.0%	3.5%	5.0%	4.0%	4.0%	4.0%
特にない	回答者数	13	6	7	4	5	3	1
	%	3.3%	3.0%	3.5%	4.0%	5.0%	3.0%	1.0%
喫食、飲用しない	回答者数	35	15	20	10	6	9	10
	%	8.8%	7.5%	10.0%	10.0%	6.0%	9.0%	10.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



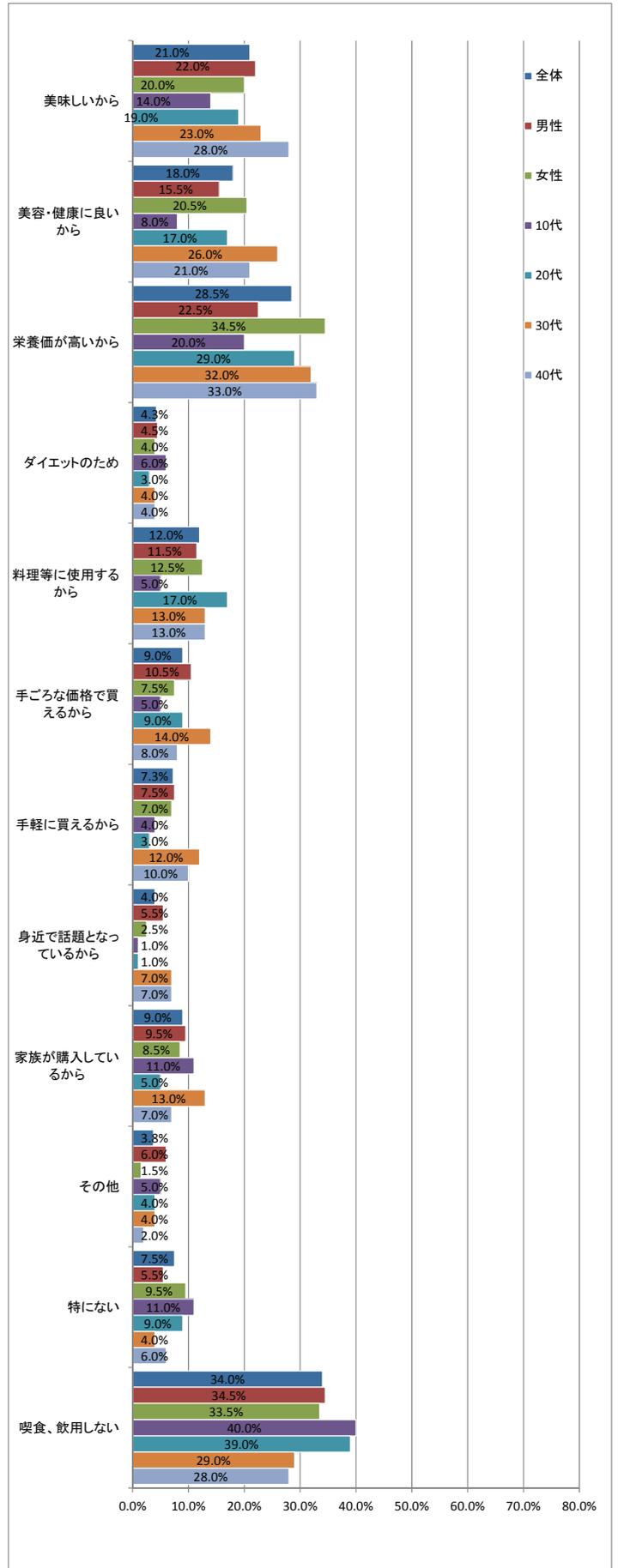
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
美味しいから	回答者数	152	72	80	41	42	33	36
	%	38.0%	36.0%	40.0%	41.0%	42.0%	33.0%	36.0%
美容・健康に良いから	回答者数	232	91	141	52	64	62	54
	%	58.0%	45.5%	70.5%	52.0%	64.0%	62.0%	54.0%
栄養価が高いから	回答者数	171	84	87	41	52	38	40
	%	42.8%	42.0%	43.5%	41.0%	52.0%	38.0%	40.0%
ダイエットのため	回答者数	50	17	33	11	13	11	15
	%	12.5%	8.5%	16.5%	11.0%	13.0%	11.0%	15.0%
料理等に使用するから	回答者数	17	10	7	3	4	4	6
	%	4.3%	5.0%	3.5%	3.0%	4.0%	4.0%	6.0%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	92	48	44	21	22	25	24
	%	23.0%	24.0%	22.0%	21.0%	22.0%	25.0%	24.0%
手軽に買えるから	回答者数	62	27	35	15	15	19	13
	%	15.5%	13.5%	17.5%	15.0%	15.0%	19.0%	13.0%
身近で話題となっているから	回答者数	32	17	15	6	3	14	9
	%	8.0%	8.5%	7.5%	6.0%	3.0%	14.0%	9.0%
家族が購入しているから	回答者数	56	34	22	17	4	17	18
	%	14.0%	17.0%	11.0%	17.0%	4.0%	17.0%	18.0%
その他	回答者数	12	7	5	4	3	2	3
	%	3.0%	3.5%	2.5%	4.0%	3.0%	2.0%	3.0%
特にない	回答者数	10	6	4	3	3	1	3
	%	2.5%	3.0%	2.0%	3.0%	3.0%	1.0%	3.0%
喫食、飲用しない	回答者数	28	10	18	4	7	9	8
	%	7.0%	5.0%	9.0%	4.0%	7.0%	9.0%	8.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



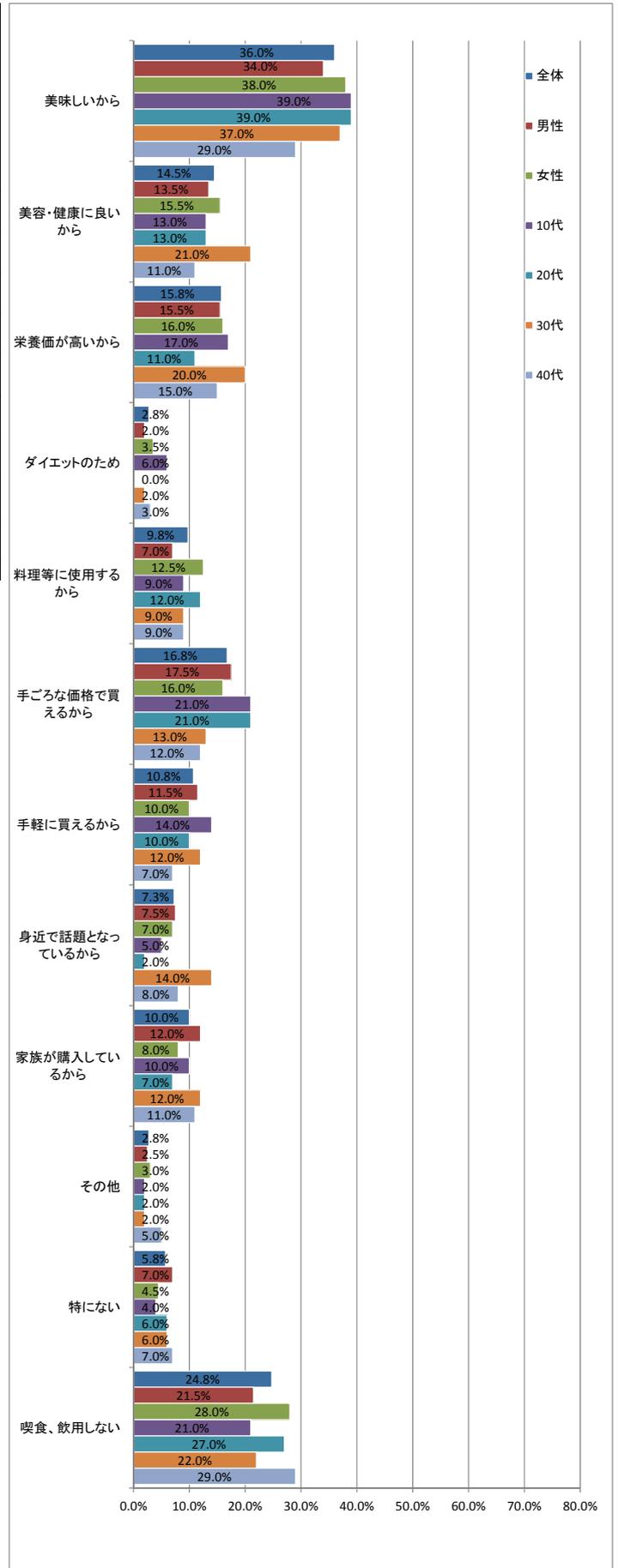
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
美味しいから	回答者数	84	44	40	14	19	23	28
	%	21.0%	22.0%	20.0%	14.0%	19.0%	23.0%	28.0%
美容・健康に良いから	回答者数	72	31	41	8	17	26	21
	%	18.0%	15.5%	20.5%	8.0%	17.0%	26.0%	21.0%
栄養価が高いから	回答者数	114	45	69	20	29	32	33
	%	28.5%	22.5%	34.5%	20.0%	29.0%	32.0%	33.0%
ダイエットのため	回答者数	17	9	8	6	3	4	4
	%	4.3%	4.5%	4.0%	6.0%	3.0%	4.0%	4.0%
料理等に使用するから	回答者数	48	23	25	5	17	13	13
	%	12.0%	11.5%	12.5%	5.0%	17.0%	13.0%	13.0%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	36	21	15	5	9	14	8
	%	9.0%	10.5%	7.5%	5.0%	9.0%	14.0%	8.0%
手軽に買えるから	回答者数	29	15	14	4	3	12	10
	%	7.3%	7.5%	7.0%	4.0%	3.0%	12.0%	10.0%
身近で話題となっているから	回答者数	16	11	5	1	1	7	7
	%	4.0%	5.5%	2.5%	1.0%	1.0%	7.0%	7.0%
家族が購入しているから	回答者数	36	19	17	11	5	13	7
	%	9.0%	9.5%	8.5%	11.0%	5.0%	13.0%	7.0%
その他	回答者数	15	12	3	5	4	4	2
	%	3.8%	6.0%	1.5%	5.0%	4.0%	4.0%	2.0%
特にない	回答者数	30	11	19	11	9	4	6
	%	7.5%	5.5%	9.5%	11.0%	9.0%	4.0%	6.0%
喫食、飲用しない	回答者数	136	69	67	40	39	29	28
	%	34.0%	34.5%	33.5%	40.0%	39.0%	29.0%	28.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
美味しいから	回答者数	144	68	76	39	39	37	29
	%	36.0%	34.0%	38.0%	39.0%	39.0%	37.0%	29.0%
美容・健康に良いから	回答者数	58	27	31	13	13	21	11
	%	14.5%	13.5%	15.5%	13.0%	13.0%	21.0%	11.0%
栄養価が高いから	回答者数	63	31	32	17	11	20	15
	%	15.8%	15.5%	16.0%	17.0%	11.0%	20.0%	15.0%
ダイエットのため	回答者数	11	4	7	6	0	2	3
	%	2.8%	2.0%	3.5%	6.0%	0.0%	2.0%	3.0%
料理等に使用するから	回答者数	39	14	25	9	12	9	9
	%	9.8%	7.0%	12.5%	9.0%	12.0%	9.0%	9.0%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	67	35	32	21	21	13	12
	%	16.8%	17.5%	16.0%	21.0%	21.0%	13.0%	12.0%
手軽に買えるから	回答者数	43	23	20	14	10	12	7
	%	10.8%	11.5%	10.0%	14.0%	10.0%	12.0%	7.0%
身近で話題となっているから	回答者数	29	15	14	5	2	14	8
	%	7.3%	7.5%	7.0%	5.0%	2.0%	14.0%	8.0%
家族が購入しているから	回答者数	40	24	16	10	7	12	11
	%	10.0%	12.0%	8.0%	10.0%	7.0%	12.0%	11.0%
その他	回答者数	11	5	6	2	2	2	5
	%	2.8%	2.5%	3.0%	2.0%	2.0%	2.0%	5.0%
特にない	回答者数	23	14	9	4	6	6	7
	%	5.8%	7.0%	4.5%	4.0%	6.0%	6.0%	7.0%
喫食、飲用しない	回答者数	99	43	56	21	27	22	29
	%	24.8%	21.5%	28.0%	21.0%	27.0%	22.0%	29.0%

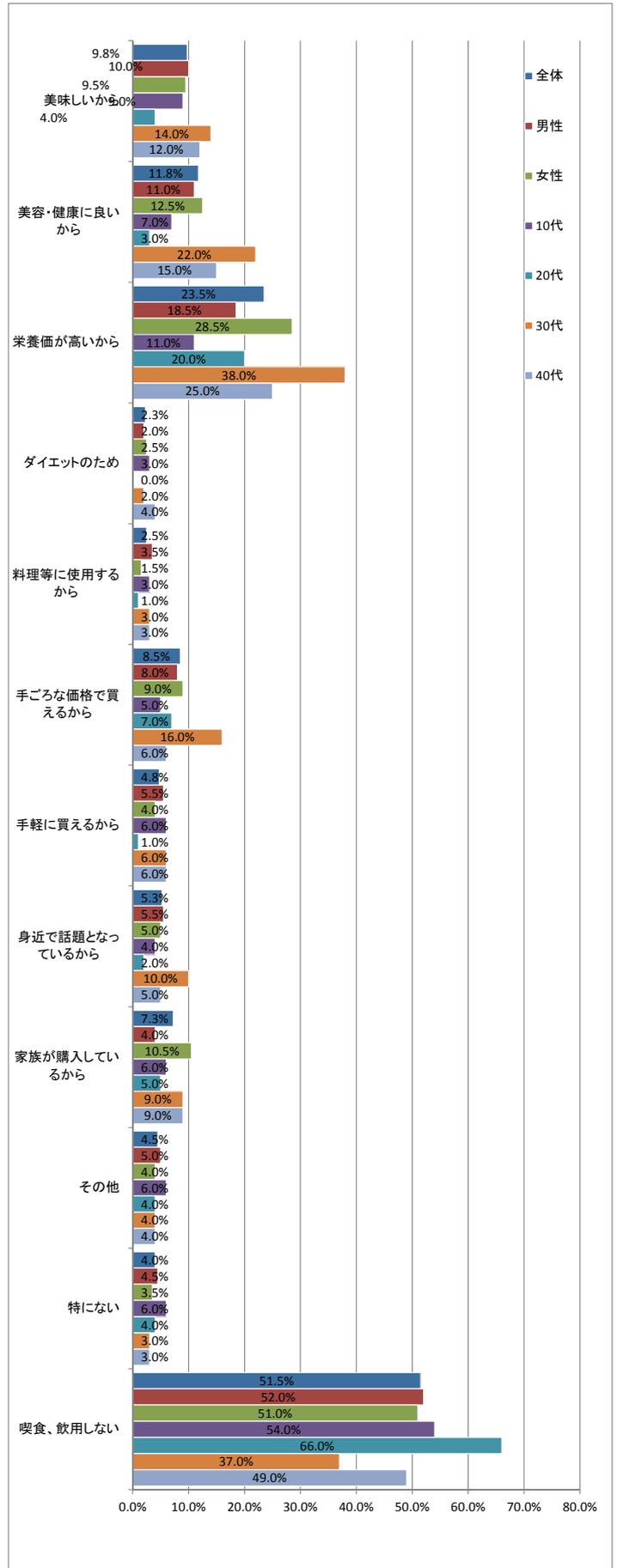
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
美味しいから	回答者数	39	20	19	9	4	14	12
	%	9.8%	10.0%	9.5%	9.0%	4.0%	14.0%	12.0%
美容・健康に良いから	回答者数	47	22	25	7	3	22	15
	%	11.8%	11.0%	12.5%	7.0%	3.0%	22.0%	15.0%
栄養価が高いから	回答者数	94	37	57	11	20	38	25
	%	23.5%	18.5%	28.5%	11.0%	20.0%	38.0%	25.0%
ダイエットのため	回答者数	9	4	5	3	0	2	4
	%	2.3%	2.0%	2.5%	3.0%	0.0%	2.0%	4.0%
料理等に使用するから	回答者数	10	7	3	3	1	3	3
	%	2.5%	3.5%	1.5%	3.0%	1.0%	3.0%	3.0%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	34	16	18	5	7	16	6
	%	8.5%	8.0%	9.0%	5.0%	7.0%	16.0%	6.0%
手軽に買えるから	回答者数	19	11	8	6	1	6	6
	%	4.8%	5.5%	4.0%	6.0%	1.0%	6.0%	6.0%
身近で話題となっているから	回答者数	21	11	10	4	2	10	5
	%	5.3%	5.5%	5.0%	4.0%	2.0%	10.0%	5.0%
家族が購入しているから	回答者数	29	8	21	6	5	9	9
	%	7.3%	4.0%	10.5%	6.0%	5.0%	9.0%	9.0%
その他	回答者数	18	10	8	6	4	4	4
	%	4.5%	5.0%	4.0%	6.0%	4.0%	4.0%	4.0%
特にない	回答者数	16	9	7	6	4	3	3
	%	4.0%	4.5%	3.5%	6.0%	4.0%	3.0%	3.0%
喫食、飲用しない	回答者数	206	104	102	54	66	37	49
	%	51.5%	52.0%	51.0%	54.0%	66.0%	37.0%	49.0%

= 全体より10ポイント以上高い

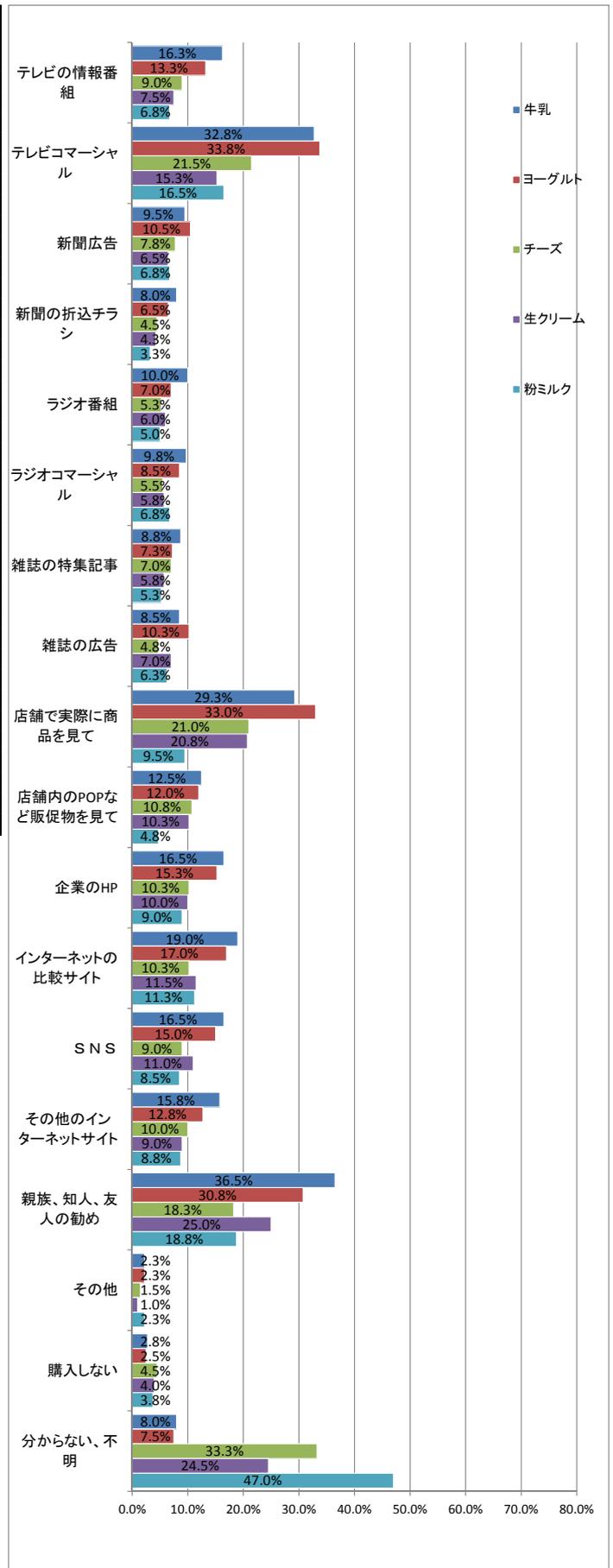
= 全体より10ポイント以上低い



8. 乳製品を購入する際の参考情報

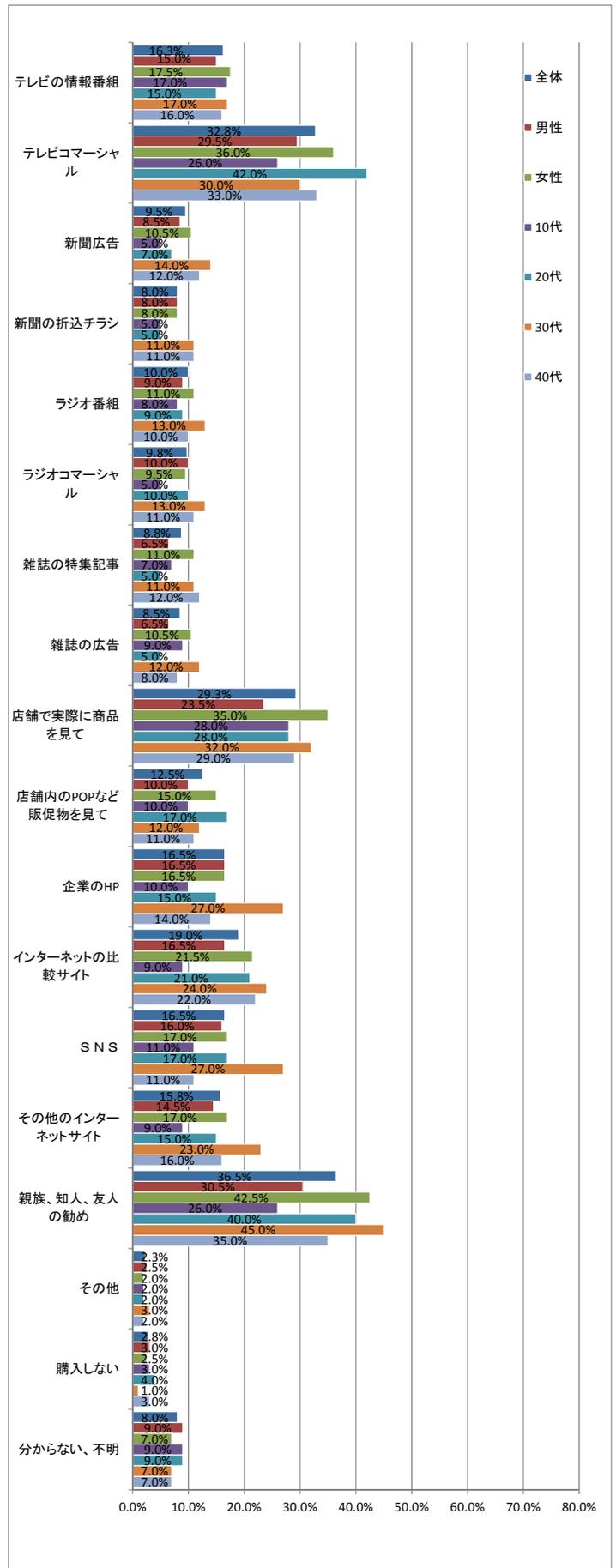
- 「テレビコマーシャル」、「店舗で実際に商品を見て」、「親族、知人、友人の勧め」を購入の際参考にする割合が高くなっている。
- インターネット消費者調査の特性もあるが、「企業のHP」、「インターネットの比較サイト」、「SNS」、「その他のインターネットサイト」といったネット情報を参考にするケースも比較的高いものとなっている。
- 男女別では、全体的に女性の方が各項目とも参考にする割合が高くなっている。特に、「テレビコマーシャル」、「店舗で実際に商品を見て」、「親族、知人、友人の勧め」といった割合の高い項目については、男女間の差が大きい。
- ネット情報については、ヨーグルト、チーズ、生クリーム、育児用粉ミルクなどで男性の方が高い割合となっている項目があることから、男性は比較的ネット情報を参考に商品を購入していることが推察される。
- 年代別では、「テレビコマーシャル」の割合が高い牛乳、ヨーグルトにおいて、20代の割合が高いものとなっている。
- 30代は全体的に他の年代よりも回答割合が高いものとなっている。特に、牛乳、チーズ、育児用粉ミルクなどでは「親族、知人、友人の勧め」の割合が他の年代と比較しても突出して高いものとなっている。また、ネットの情報についても利用割合が高いものとなっている。
- 10代は全体的に他の年代よりも回答割合が低いものとなっている。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
		合計	400	400	400	400
テレビの情報番組	回答者数	65	53	36	30	27
	%	16.3%	13.3%	9.0%	7.5%	6.8%
テレビコマーシャル	回答者数	131	135	86	61	66
	%	32.8%	33.8%	21.5%	15.3%	16.5%
新聞広告	回答者数	38	42	31	26	27
	%	9.5%	10.5%	7.8%	6.5%	6.8%
新聞の折込チラシ	回答者数	32	26	18	17	13
	%	8.0%	6.5%	4.5%	4.3%	3.3%
ラジオ番組	回答者数	40	28	21	24	20
	%	10.0%	7.0%	5.3%	6.0%	5.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	39	34	22	23	27
	%	9.8%	8.5%	5.5%	5.8%	6.8%
雑誌の特集記事	回答者数	35	29	28	23	21
	%	8.8%	7.3%	7.0%	5.8%	5.3%
雑誌の広告	回答者数	34	41	19	28	25
	%	8.5%	10.3%	4.8%	7.0%	6.3%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	117	132	84	83	38
	%	29.3%	33.0%	21.0%	20.8%	9.5%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	50	48	43	41	19
	%	12.5%	12.0%	10.8%	10.3%	4.8%
企業のHP	回答者数	66	61	41	40	36
	%	16.5%	15.3%	10.3%	10.0%	9.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	76	68	41	46	45
	%	19.0%	17.0%	10.3%	11.5%	11.3%
SNS	回答者数	66	60	36	44	34
	%	16.5%	15.0%	9.0%	11.0%	8.5%
その他のインターネットサイト	回答者数	63	51	40	36	35
	%	15.8%	12.8%	10.0%	9.0%	8.8%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	146	123	73	100	75
	%	36.5%	30.8%	18.3%	25.0%	18.8%
その他	回答者数	9	9	6	4	9
	%	2.3%	2.3%	1.5%	1.0%	2.3%
購入しない	回答者数	11	10	18	16	15
	%	2.8%	2.5%	4.5%	4.0%	3.8%
分からない、不明	回答者数	32	30	133	98	188
	%	8.0%	7.5%	33.3%	24.5%	47.0%



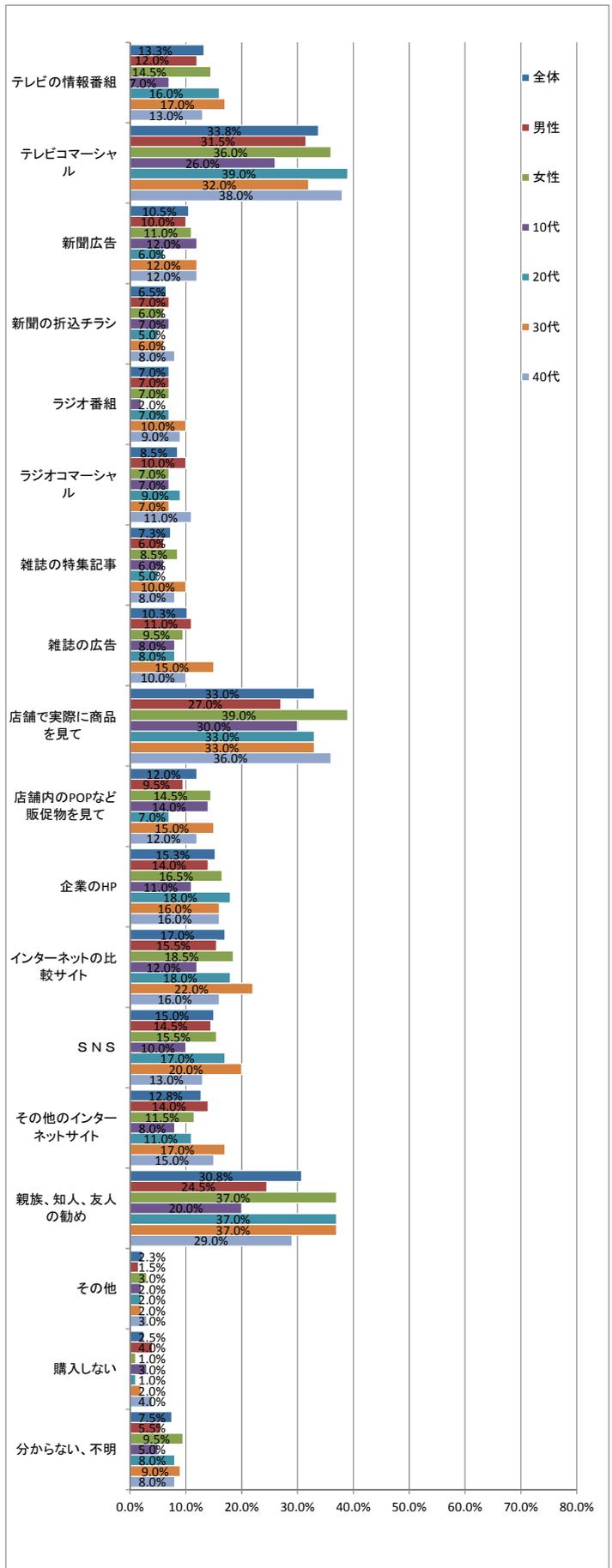
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
テレビの情報番組	回答者数	65	30	35	17	15	17	16
	%	16.3%	15.0%	17.5%	17.0%	15.0%	17.0%	16.0%
テレビコマーシャル	回答者数	131	59	72	26	42	30	33
	%	32.8%	29.5%	36.0%	26.0%	42.0%	30.0%	33.0%
新聞広告	回答者数	38	17	21	5	7	14	12
	%	9.5%	8.5%	10.5%	5.0%	7.0%	14.0%	12.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	32	16	16	5	5	11	11
	%	8.0%	8.0%	8.0%	5.0%	5.0%	11.0%	11.0%
ラジオ番組	回答者数	40	18	22	8	9	13	10
	%	10.0%	9.0%	11.0%	8.0%	9.0%	13.0%	10.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	39	20	19	5	10	13	11
	%	9.8%	10.0%	9.5%	5.0%	10.0%	13.0%	11.0%
雑誌の特集記事	回答者数	35	13	22	7	5	11	12
	%	8.8%	6.5%	11.0%	7.0%	5.0%	11.0%	12.0%
雑誌の広告	回答者数	34	13	21	9	5	12	8
	%	8.5%	6.5%	10.5%	9.0%	5.0%	12.0%	8.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	117	47	70	28	28	32	29
	%	29.3%	23.5%	35.0%	28.0%	28.0%	32.0%	29.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	50	20	30	10	17	12	11
	%	12.5%	10.0%	15.0%	10.0%	17.0%	12.0%	11.0%
企業のHP	回答者数	66	33	33	10	15	27	14
	%	16.5%	16.5%	16.5%	10.0%	15.0%	27.0%	14.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	76	33	43	9	21	24	22
	%	19.0%	16.5%	21.5%	9.0%	21.0%	24.0%	22.0%
SNS	回答者数	66	32	34	11	17	27	11
	%	16.5%	16.0%	17.0%	11.0%	17.0%	27.0%	11.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	63	29	34	9	15	23	16
	%	15.8%	14.5%	17.0%	9.0%	15.0%	23.0%	16.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	146	61	85	26	40	45	35
	%	36.5%	30.5%	42.5%	26.0%	40.0%	45.0%	35.0%
その他	回答者数	9	5	4	2	2	3	2
	%	2.3%	2.5%	2.0%	2.0%	2.0%	3.0%	2.0%
購入しない	回答者数	11	6	5	3	4	1	3
	%	2.8%	3.0%	2.5%	3.0%	4.0%	1.0%	3.0%
分からない、不明	回答者数	32	18	14	9	9	7	7
	%	8.0%	9.0%	7.0%	9.0%	9.0%	7.0%	7.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



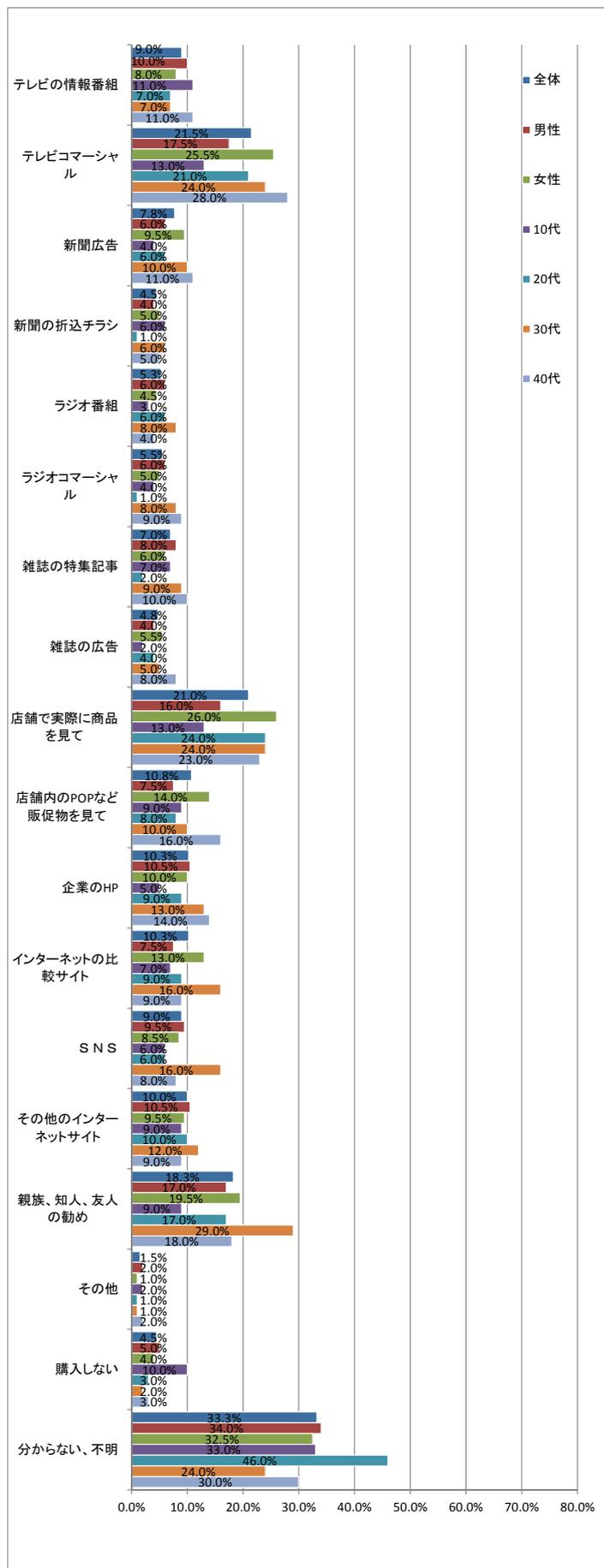
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
テレビの情報番組	回答者数	53	24	29	7	16	17	13
	%	13.3%	12.0%	14.5%	7.0%	16.0%	17.0%	13.0%
テレビコマーシャル	回答者数	135	63	72	26	39	32	38
	%	33.8%	31.5%	36.0%	26.0%	39.0%	32.0%	38.0%
新聞広告	回答者数	42	20	22	12	6	12	12
	%	10.5%	10.0%	11.0%	12.0%	6.0%	12.0%	12.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	26	14	12	7	5	6	8
	%	6.5%	7.0%	6.0%	7.0%	5.0%	6.0%	8.0%
ラジオ番組	回答者数	28	14	14	2	7	10	9
	%	7.0%	7.0%	7.0%	2.0%	7.0%	10.0%	9.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	34	20	14	7	9	7	11
	%	8.5%	10.0%	7.0%	7.0%	9.0%	7.0%	11.0%
雑誌の特集記事	回答者数	29	12	17	6	5	10	8
	%	7.3%	6.0%	8.5%	6.0%	5.0%	10.0%	8.0%
雑誌の広告	回答者数	41	22	19	8	8	15	10
	%	10.3%	11.0%	9.5%	8.0%	8.0%	15.0%	10.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	132	54	78	30	33	33	36
	%	33.0%	27.0%	39.0%	30.0%	33.0%	33.0%	36.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	48	19	29	14	7	15	12
	%	12.0%	9.5%	14.5%	14.0%	7.0%	15.0%	12.0%
企業のHP	回答者数	61	28	33	11	18	16	16
	%	15.3%	14.0%	16.5%	11.0%	18.0%	16.0%	16.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	68	31	37	12	18	22	16
	%	17.0%	15.5%	18.5%	12.0%	18.0%	22.0%	16.0%
SNS	回答者数	60	29	31	10	17	20	13
	%	15.0%	14.5%	15.5%	10.0%	17.0%	20.0%	13.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	51	28	23	8	11	17	15
	%	12.8%	14.0%	11.5%	8.0%	11.0%	17.0%	15.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	123	49	74	20	37	37	29
	%	30.8%	24.5%	37.0%	20.0%	37.0%	37.0%	29.0%
その他	回答者数	9	3	6	2	2	2	3
	%	2.3%	1.5%	3.0%	2.0%	2.0%	2.0%	3.0%
購入しない	回答者数	10	8	2	3	1	2	4
	%	2.5%	4.0%	1.0%	3.0%	1.0%	2.0%	4.0%
分からない、不明	回答者数	30	11	19	5	8	9	8
	%	7.5%	5.5%	9.5%	5.0%	8.0%	9.0%	8.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



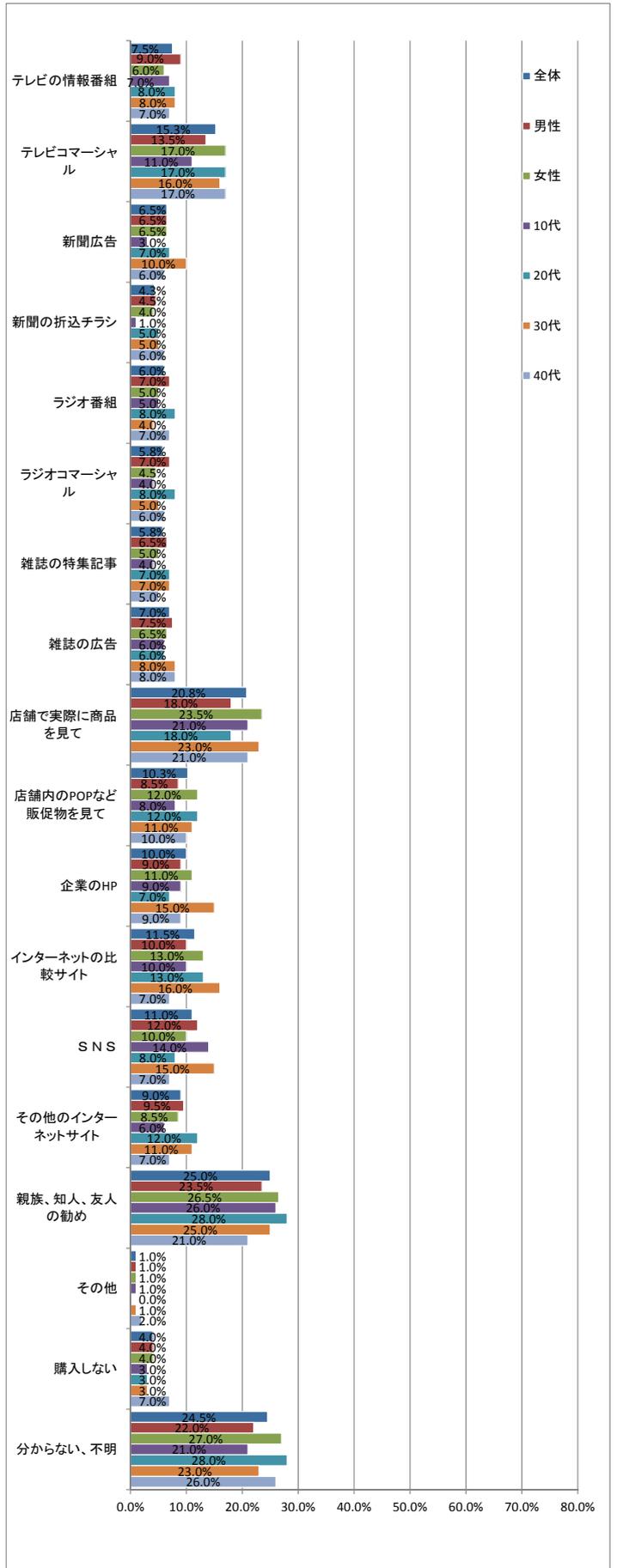
テーマ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
テレビの情報番組	回答者数	36	20	16	11	7	7	11
	%	9.0%	10.0%	8.0%	11.0%	7.0%	7.0%	11.0%
テレビコマーシャル	回答者数	86	35	51	13	21	24	28
	%	21.5%	17.5%	25.5%	13.0%	21.0%	24.0%	28.0%
新聞広告	回答者数	31	12	19	4	6	10	11
	%	7.8%	6.0%	9.5%	4.0%	6.0%	10.0%	11.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	18	8	10	6	1	6	5
	%	4.5%	4.0%	5.0%	6.0%	1.0%	6.0%	5.0%
ラジオ番組	回答者数	21	12	9	3	6	8	4
	%	5.3%	6.0%	4.5%	3.0%	6.0%	8.0%	4.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	22	12	10	4	1	8	9
	%	5.5%	6.0%	5.0%	4.0%	1.0%	8.0%	9.0%
雑誌の特集記事	回答者数	28	16	12	7	2	9	10
	%	7.0%	8.0%	6.0%	7.0%	2.0%	9.0%	10.0%
雑誌の広告	回答者数	19	8	11	2	4	5	8
	%	4.8%	4.0%	5.5%	2.0%	4.0%	5.0%	8.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	84	32	52	13	24	24	23
	%	21.0%	16.0%	26.0%	13.0%	24.0%	24.0%	23.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	43	15	28	9	8	10	16
	%	10.8%	7.5%	14.0%	9.0%	8.0%	10.0%	16.0%
企業のHP	回答者数	41	21	20	5	9	13	14
	%	10.3%	10.5%	10.0%	5.0%	9.0%	13.0%	14.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	41	15	26	7	9	16	9
	%	10.3%	7.5%	13.0%	7.0%	9.0%	16.0%	9.0%
SNS	回答者数	36	19	17	6	6	16	8
	%	9.0%	9.5%	8.5%	6.0%	6.0%	16.0%	8.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	40	21	19	9	10	12	9
	%	10.0%	10.5%	9.5%	9.0%	10.0%	12.0%	9.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	73	34	39	9	17	29	18
	%	18.3%	17.0%	19.5%	9.0%	17.0%	29.0%	18.0%
その他	回答者数	6	4	2	2	1	1	2
	%	1.5%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	1.0%	2.0%
購入しない	回答者数	18	10	8	10	3	2	3
	%	4.5%	5.0%	4.0%	10.0%	3.0%	2.0%	3.0%
分からない、不明	回答者数	133	68	65	33	46	24	30
	%	33.3%	34.0%	32.5%	33.0%	46.0%	24.0%	30.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



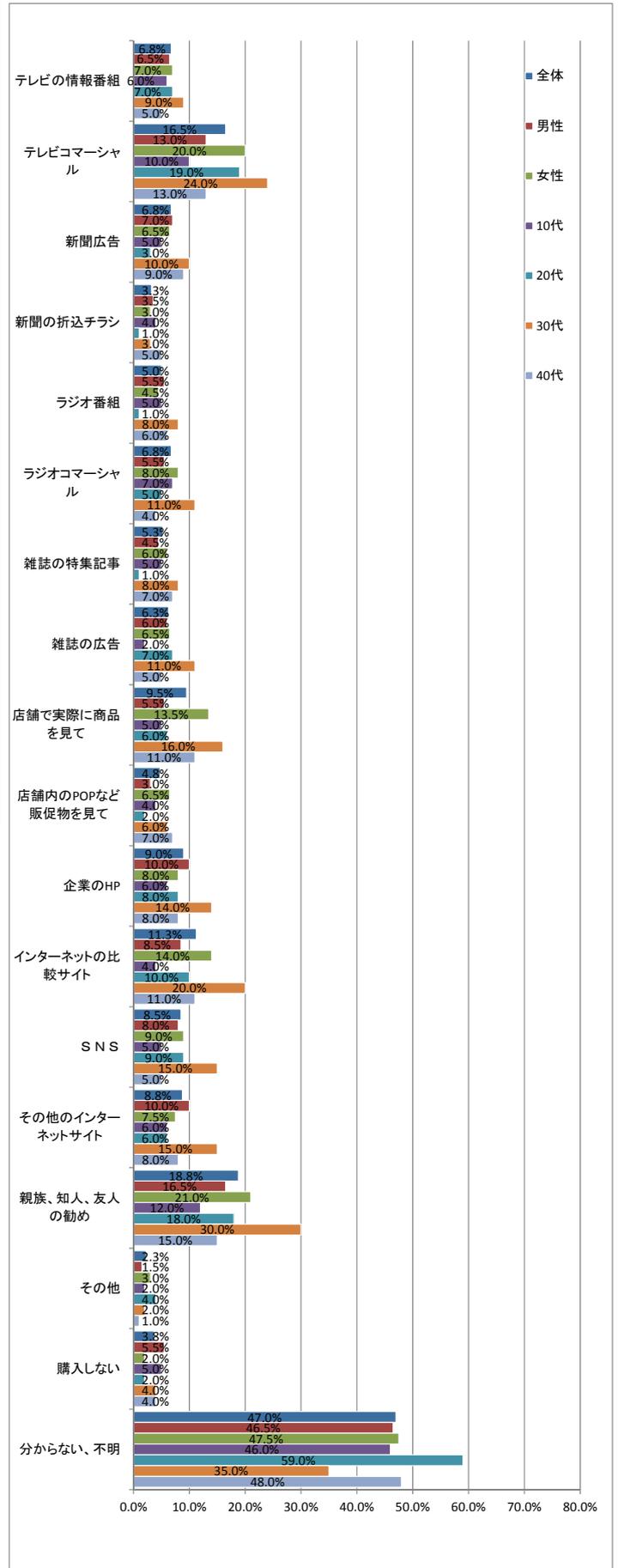
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
テレビの情報番組	回答者数	30	18	12	7	8	8	7
	%	7.5%	9.0%	6.0%	7.0%	8.0%	8.0%	7.0%
テレビコマーシャル	回答者数	61	27	34	11	17	16	17
	%	15.3%	13.5%	17.0%	11.0%	17.0%	16.0%	17.0%
新聞広告	回答者数	26	13	13	3	7	10	6
	%	6.5%	6.5%	6.5%	3.0%	7.0%	10.0%	6.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	17	9	8	1	5	5	6
	%	4.3%	4.5%	4.0%	1.0%	5.0%	5.0%	6.0%
ラジオ番組	回答者数	24	14	10	5	8	4	7
	%	6.0%	7.0%	5.0%	5.0%	8.0%	4.0%	7.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	23	14	9	4	8	5	6
	%	5.8%	7.0%	4.5%	4.0%	8.0%	5.0%	6.0%
雑誌の特集記事	回答者数	23	13	10	4	7	7	5
	%	5.8%	6.5%	5.0%	4.0%	7.0%	7.0%	5.0%
雑誌の広告	回答者数	28	15	13	6	6	8	8
	%	7.0%	7.5%	6.5%	6.0%	6.0%	8.0%	8.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	83	36	47	21	18	23	21
	%	20.8%	18.0%	23.5%	21.0%	18.0%	23.0%	21.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	41	17	24	8	12	11	10
	%	10.3%	8.5%	12.0%	8.0%	12.0%	11.0%	10.0%
企業のHP	回答者数	40	18	22	9	7	15	9
	%	10.0%	9.0%	11.0%	9.0%	7.0%	15.0%	9.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	46	20	26	10	13	16	7
	%	11.5%	10.0%	13.0%	10.0%	13.0%	16.0%	7.0%
SNS	回答者数	44	24	20	14	8	15	7
	%	11.0%	12.0%	10.0%	14.0%	8.0%	15.0%	7.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	36	19	17	6	12	11	7
	%	9.0%	9.5%	8.5%	6.0%	12.0%	11.0%	7.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	100	47	53	26	28	25	21
	%	25.0%	23.5%	26.5%	26.0%	28.0%	25.0%	21.0%
その他	回答者数	4	2	2	1	0	1	2
	%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.0%	1.0%	2.0%
購入しない	回答者数	16	8	8	3	3	3	7
	%	4.0%	4.0%	4.0%	3.0%	3.0%	3.0%	7.0%
分からない、不明	回答者数	98	44	54	21	28	23	26
	%	24.5%	22.0%	27.0%	21.0%	28.0%	23.0%	26.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
テレビの情報番組	回答者数	27	13	14	6	7	9	5
	%	6.8%	6.5%	7.0%	6.0%	7.0%	9.0%	5.0%
テレビコマーシャル	回答者数	66	26	40	10	19	24	13
	%	16.5%	13.0%	20.0%	10.0%	19.0%	24.0%	13.0%
新聞広告	回答者数	27	14	13	5	3	10	9
	%	6.8%	7.0%	6.5%	5.0%	3.0%	10.0%	9.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	13	7	6	4	1	3	5
	%	3.3%	3.5%	3.0%	4.0%	1.0%	3.0%	5.0%
ラジオ番組	回答者数	20	11	9	5	1	8	6
	%	5.0%	5.5%	4.5%	5.0%	1.0%	8.0%	6.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	27	11	16	7	5	11	4
	%	6.8%	5.5%	8.0%	7.0%	5.0%	11.0%	4.0%
雑誌の特集記事	回答者数	21	9	12	5	1	8	7
	%	5.3%	4.5%	6.0%	5.0%	1.0%	8.0%	7.0%
雑誌の広告	回答者数	25	12	13	2	7	11	5
	%	6.3%	6.0%	6.5%	2.0%	7.0%	11.0%	5.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	38	11	27	5	6	16	11
	%	9.5%	5.5%	13.5%	5.0%	6.0%	16.0%	11.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	19	6	13	4	2	6	7
	%	4.8%	3.0%	6.5%	4.0%	2.0%	6.0%	7.0%
企業のHP	回答者数	36	20	16	6	8	14	8
	%	9.0%	10.0%	8.0%	6.0%	8.0%	14.0%	8.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	45	17	28	4	10	20	11
	%	11.3%	8.5%	14.0%	4.0%	10.0%	20.0%	11.0%
SNS	回答者数	34	16	18	5	9	15	5
	%	8.5%	8.0%	9.0%	5.0%	9.0%	15.0%	5.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	35	20	15	6	6	15	8
	%	8.8%	10.0%	7.5%	6.0%	6.0%	15.0%	8.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	75	33	42	12	18	30	15
	%	18.8%	16.5%	21.0%	12.0%	18.0%	30.0%	15.0%
その他	回答者数	9	3	6	2	4	2	1
	%	2.3%	1.5%	3.0%	2.0%	4.0%	2.0%	1.0%
購入しない	回答者数	15	11	4	5	2	4	4
	%	3.8%	5.5%	2.0%	5.0%	2.0%	4.0%	4.0%
分からない、不明	回答者数	188	93	95	46	59	35	48
	%	47.0%	46.5%	47.5%	46.0%	59.0%	35.0%	48.0%

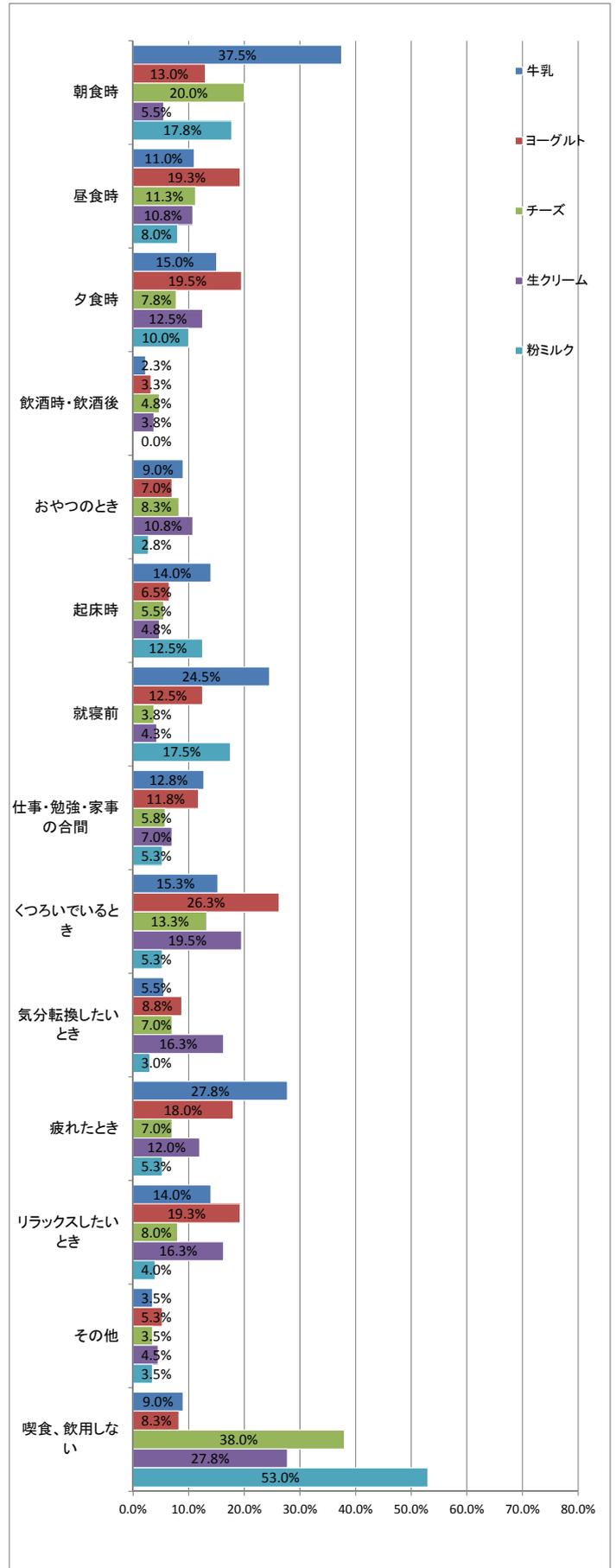
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



9. 乳製品を喫食（飲用）するシーン

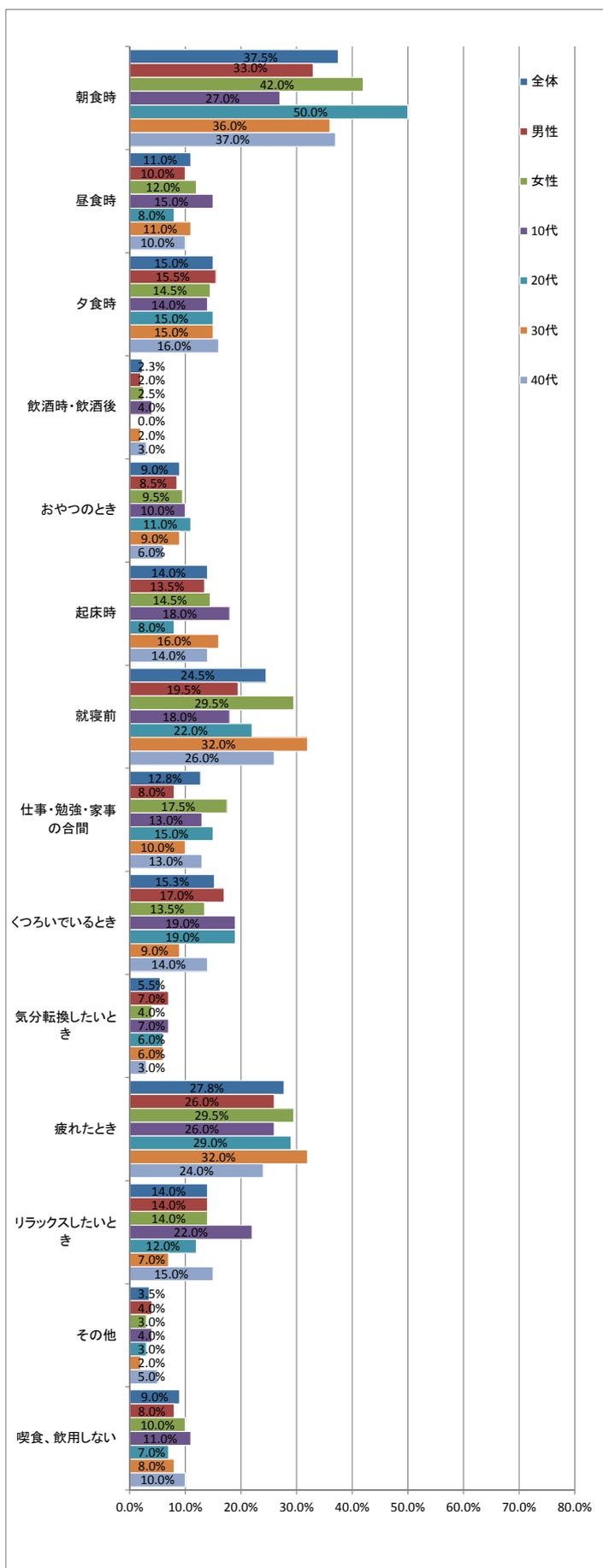
- 牛乳では「朝食時」(37.5%)、「就寝前」(24.5%)、「疲れたとき」(27.8%)などが他のカテゴリーよりも高い割合で飲用されている。
- ヨーグルトでは「昼食時」(19.3%)、「夕食時」(19.5%)の食事時と、「くつろいでいるとき」(26.3%)、「リラックスしたいとき」(19.3%)の余暇時間での喫食が多くなっている。
- チーズは食事時に、生クリームは余暇時間に比較的多く喫食される傾向が見られる。
- 男女別では大きな差が見られるカテゴリーは少ないが、牛乳では全体的に女性の方が男性よりも割合が高く、ヨーグルトでは男性の方が女性よりも割合が高い傾向が見られる。
- 年代別に見ると、牛乳では「朝食時」は20代の回答が高く50%となっており、「就寝前」は30代の回答が最も多くなっている(32.0%)。
- ヨーグルト、チーズでは「朝食時」、「昼食時」、「夕食時」の食事時の喫食割合が、30~40代で比較的高くなっている。
- 育児用粉ミルクでは、子育て世代と見られる30代の回答が全体的に高い傾向を示している。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
		合計	400	400	400	400
朝食時	回答者数	150	52	80	22	71
	%	37.5%	13.0%	20.0%	5.5%	17.8%
昼食時	回答者数	44	77	45	43	32
	%	11.0%	19.3%	11.3%	10.8%	8.0%
夕食時	回答者数	60	78	31	50	40
	%	15.0%	19.5%	7.8%	12.5%	10.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	9	13	19	15	0
	%	2.3%	3.3%	4.8%	3.8%	0.0%
おやつとき	回答者数	36	28	33	43	11
	%	9.0%	7.0%	8.3%	10.8%	2.8%
起床時	回答者数	56	26	22	19	50
	%	14.0%	6.5%	5.5%	4.8%	12.5%
就寝前	回答者数	98	50	15	17	70
	%	24.5%	12.5%	3.8%	4.3%	17.5%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	51	47	23	28	21
	%	12.8%	11.8%	5.8%	7.0%	5.3%
くつろいでいるとき	回答者数	61	105	53	78	21
	%	15.3%	26.3%	13.3%	19.5%	5.3%
気分転換したいとき	回答者数	22	35	28	65	12
	%	5.5%	8.8%	7.0%	16.3%	3.0%
疲れたとき	回答者数	111	72	28	48	21
	%	27.8%	18.0%	7.0%	12.0%	5.3%
リラックスしたいとき	回答者数	56	77	32	65	16
	%	14.0%	19.3%	8.0%	16.3%	4.0%
その他	回答者数	14	21	14	18	14
	%	3.5%	5.3%	3.5%	4.5%	3.5%
喫食、飲用しない	回答者数	36	33	152	111	212
	%	9.0%	8.3%	38.0%	27.8%	53.0%



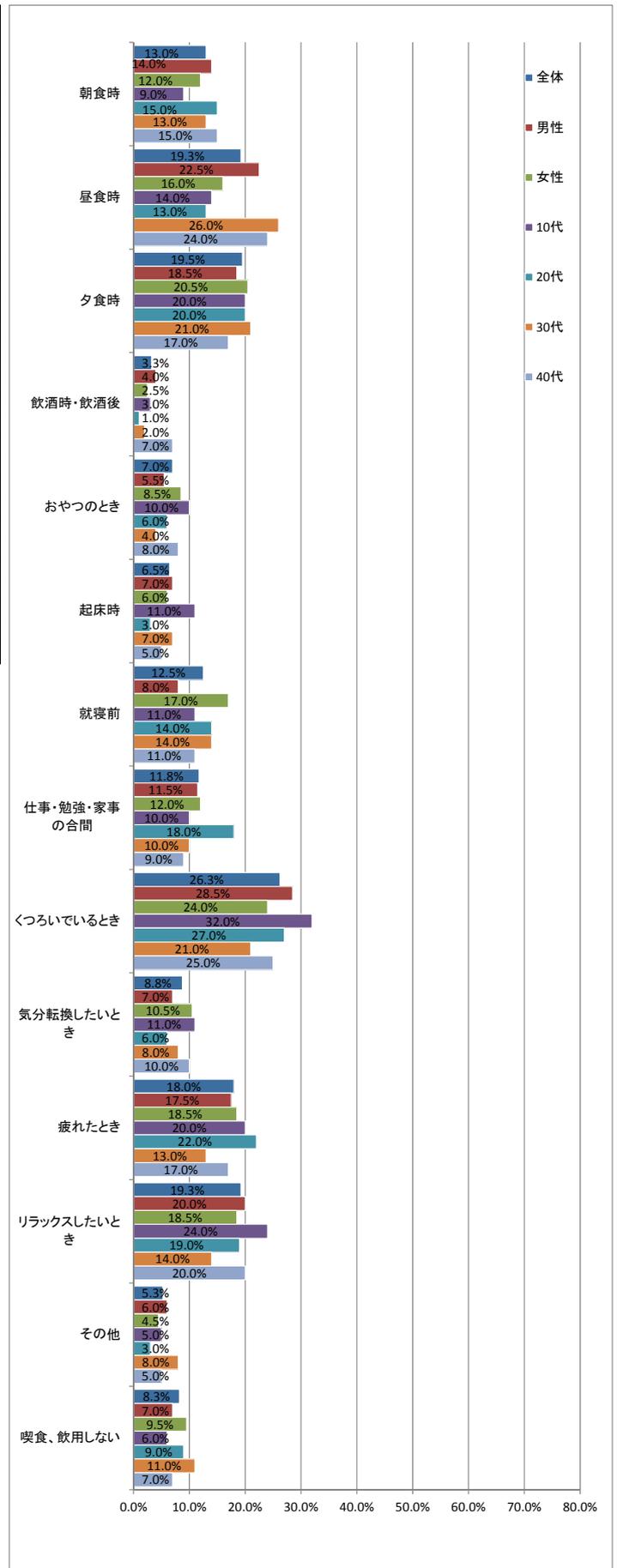
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
朝食時	回答者数	150	66	84	27	50	36	37
	%	37.5%	33.0%	42.0%	27.0%	50.0%	36.0%	37.0%
昼食時	回答者数	44	20	24	15	8	11	10
	%	11.0%	10.0%	12.0%	15.0%	8.0%	11.0%	10.0%
夕食時	回答者数	60	31	29	14	15	15	16
	%	15.0%	15.5%	14.5%	14.0%	15.0%	15.0%	16.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	9	4	5	4	0	2	3
	%	2.3%	2.0%	2.5%	4.0%	0.0%	2.0%	3.0%
おやつのとき	回答者数	36	17	19	10	11	9	6
	%	9.0%	8.5%	9.5%	10.0%	11.0%	9.0%	6.0%
起床時	回答者数	56	27	29	18	8	16	14
	%	14.0%	13.5%	14.5%	18.0%	8.0%	16.0%	14.0%
就寝前	回答者数	98	39	59	18	22	32	26
	%	24.5%	19.5%	29.5%	18.0%	22.0%	32.0%	26.0%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	51	16	35	13	15	10	13
	%	12.8%	8.0%	17.5%	13.0%	15.0%	10.0%	13.0%
くつろいでいるとき	回答者数	61	34	27	19	19	9	14
	%	15.3%	17.0%	13.5%	19.0%	19.0%	9.0%	14.0%
気分転換したいとき	回答者数	22	14	8	7	6	6	3
	%	5.5%	7.0%	4.0%	7.0%	6.0%	6.0%	3.0%
疲れたとき	回答者数	111	52	59	26	29	32	24
	%	27.8%	26.0%	29.5%	26.0%	29.0%	32.0%	24.0%
リラックスしたいとき	回答者数	56	28	28	22	12	7	15
	%	14.0%	14.0%	14.0%	22.0%	12.0%	7.0%	15.0%
その他	回答者数	14	8	6	4	3	2	5
	%	3.5%	4.0%	3.0%	4.0%	3.0%	2.0%	5.0%
喫食、飲用しない	回答者数	36	16	20	11	7	8	10
	%	9.0%	8.0%	10.0%	11.0%	7.0%	8.0%	10.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
朝食時	回答者数	52	28	24	9	15	13	15
	%	13.0%	14.0%	12.0%	9.0%	15.0%	13.0%	15.0%
昼食時	回答者数	77	45	32	14	13	26	24
	%	19.3%	22.5%	16.0%	14.0%	13.0%	26.0%	24.0%
夕食時	回答者数	78	37	41	20	20	21	17
	%	19.5%	18.5%	20.5%	20.0%	20.0%	21.0%	17.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	13	8	5	3	1	2	7
	%	3.3%	4.0%	2.5%	3.0%	1.0%	2.0%	7.0%
おやつとき	回答者数	28	11	17	10	6	4	8
	%	7.0%	5.5%	8.5%	10.0%	6.0%	4.0%	8.0%
起床時	回答者数	26	14	12	11	3	7	5
	%	6.5%	7.0%	6.0%	11.0%	3.0%	7.0%	5.0%
就寝前	回答者数	50	16	34	11	14	14	11
	%	12.5%	8.0%	17.0%	11.0%	14.0%	14.0%	11.0%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	47	23	24	10	18	10	9
	%	11.8%	11.5%	12.0%	10.0%	18.0%	10.0%	9.0%
くつろいでいるとき	回答者数	105	57	48	32	27	21	25
	%	26.3%	28.5%	24.0%	32.0%	27.0%	21.0%	25.0%
気分転換したいとき	回答者数	35	14	21	11	6	8	10
	%	8.8%	7.0%	10.5%	11.0%	6.0%	8.0%	10.0%
疲れたとき	回答者数	72	35	37	20	22	13	17
	%	18.0%	17.5%	18.5%	20.0%	22.0%	13.0%	17.0%
リラックスしたいとき	回答者数	77	40	37	24	19	14	20
	%	19.3%	20.0%	18.5%	24.0%	19.0%	14.0%	20.0%
その他	回答者数	21	12	9	5	3	8	5
	%	5.3%	6.0%	4.5%	5.0%	3.0%	8.0%	5.0%
喫食、飲用しない	回答者数	33	14	19	6	9	11	7
	%	8.3%	7.0%	9.5%	6.0%	9.0%	11.0%	7.0%

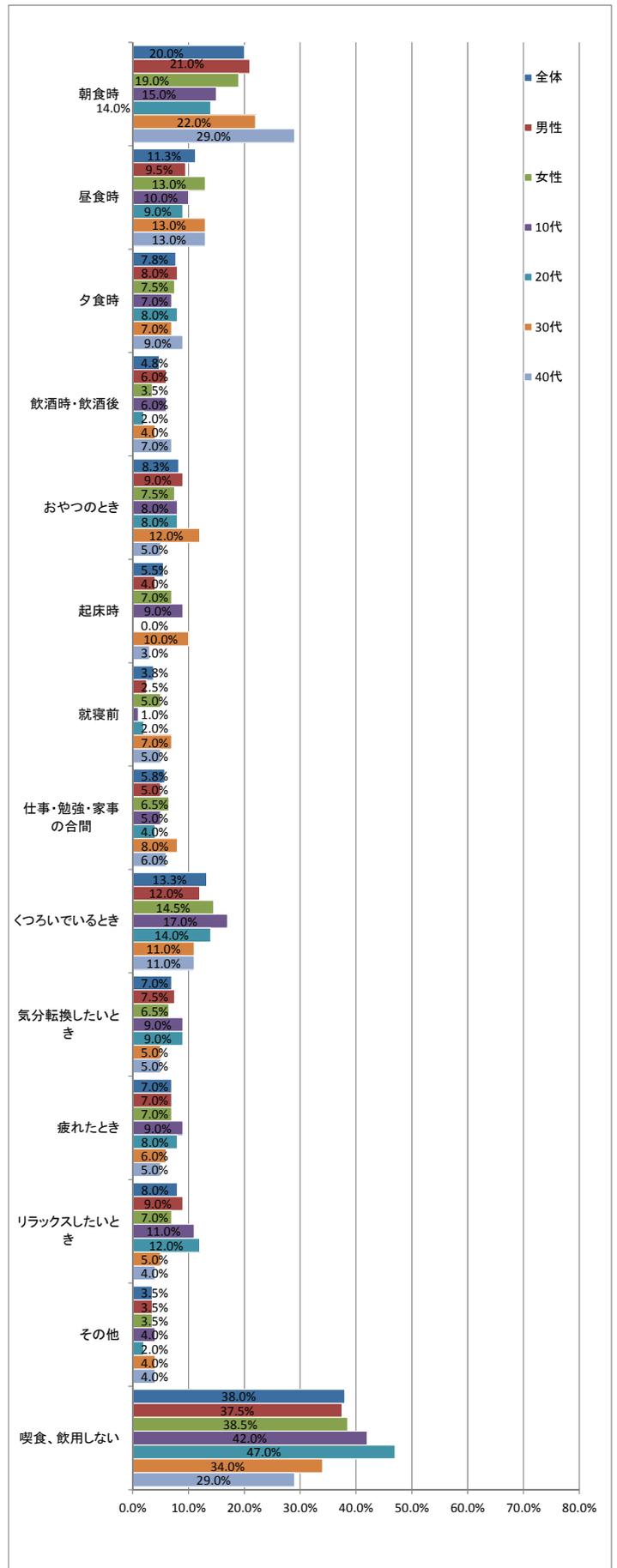
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



テーマ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
朝食時	回答者数	80	42	38	15	14	22	29
	%	20.0%	21.0%	19.0%	15.0%	14.0%	22.0%	29.0%
昼食時	回答者数	45	19	26	10	9	13	13
	%	11.3%	9.5%	13.0%	10.0%	9.0%	13.0%	13.0%
夕食時	回答者数	31	16	15	7	8	7	9
	%	7.8%	8.0%	7.5%	7.0%	8.0%	7.0%	9.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	19	12	7	6	2	4	7
	%	4.8%	6.0%	3.5%	6.0%	2.0%	4.0%	7.0%
おやつとき	回答者数	33	18	15	8	8	12	5
	%	8.3%	9.0%	7.5%	8.0%	8.0%	12.0%	5.0%
起床時	回答者数	22	8	14	9	0	10	3
	%	5.5%	4.0%	7.0%	9.0%	0.0%	10.0%	3.0%
就寝前	回答者数	15	5	10	1	2	7	5
	%	3.8%	2.5%	5.0%	1.0%	2.0%	7.0%	5.0%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	23	10	13	5	4	8	6
	%	5.8%	5.0%	6.5%	5.0%	4.0%	8.0%	6.0%
くつろいでいるとき	回答者数	53	24	29	17	14	11	11
	%	13.3%	12.0%	14.5%	17.0%	14.0%	11.0%	11.0%
気分転換したいとき	回答者数	28	15	13	9	9	5	5
	%	7.0%	7.5%	6.5%	9.0%	9.0%	5.0%	5.0%
疲れたとき	回答者数	28	14	14	9	8	6	5
	%	7.0%	7.0%	7.0%	9.0%	8.0%	6.0%	5.0%
リラックスしたいとき	回答者数	32	18	14	11	12	5	4
	%	8.0%	9.0%	7.0%	11.0%	12.0%	5.0%	4.0%
その他	回答者数	14	7	7	4	2	4	4
	%	3.5%	3.5%	3.5%	4.0%	2.0%	4.0%	4.0%
喫食、飲用しない	回答者数	152	75	77	42	47	34	29
	%	38.0%	37.5%	38.5%	42.0%	47.0%	34.0%	29.0%

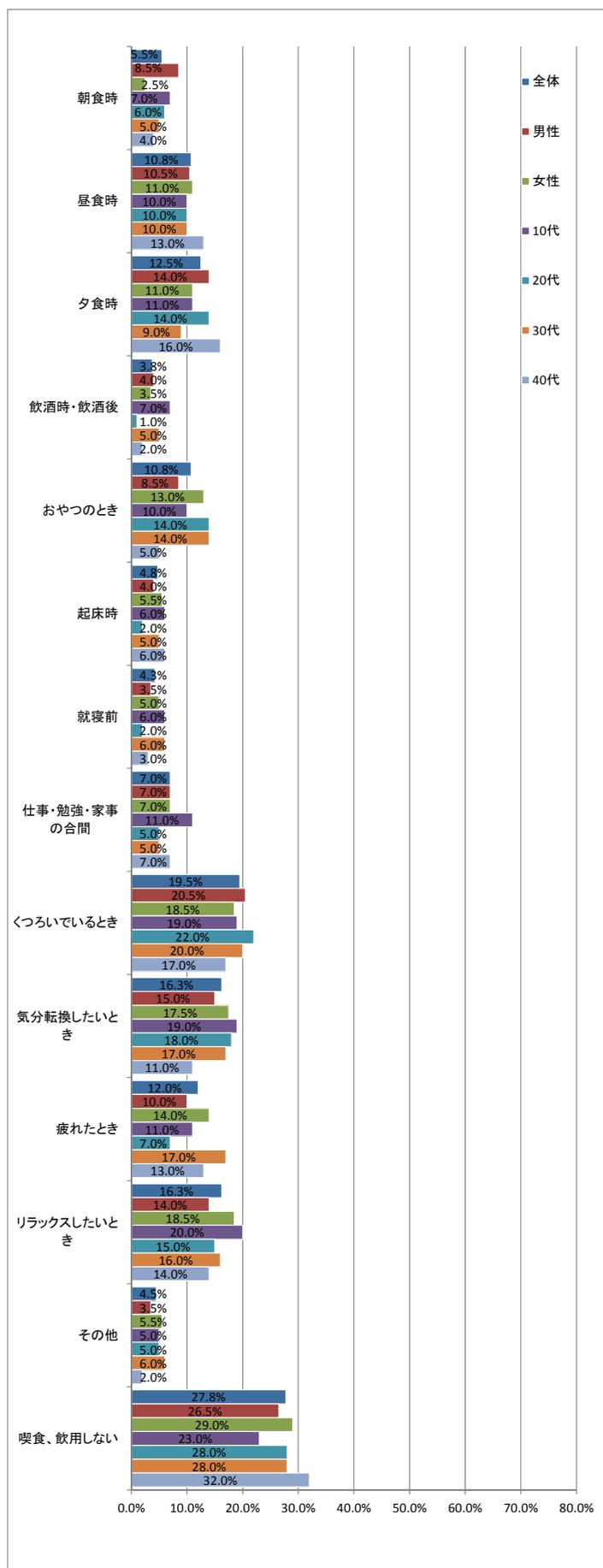
= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い



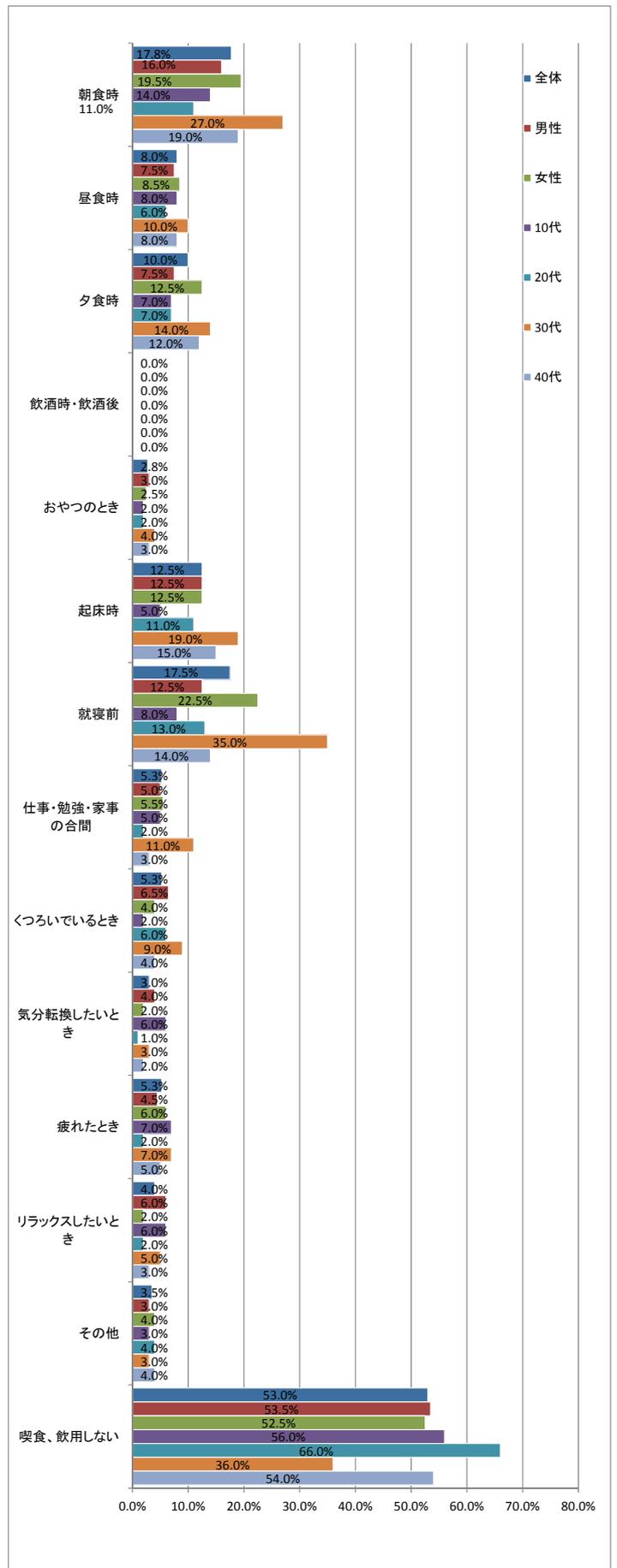
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
朝食時	回答者数	22	17	5	7	6	5	4
	%	5.5%	8.5%	2.5%	7.0%	6.0%	5.0%	4.0%
昼食時	回答者数	43	21	22	10	10	10	13
	%	10.8%	10.5%	11.0%	10.0%	10.0%	10.0%	13.0%
夕食時	回答者数	50	28	22	11	14	9	16
	%	12.5%	14.0%	11.0%	11.0%	14.0%	9.0%	16.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	15	8	7	7	1	5	2
	%	3.8%	4.0%	3.5%	7.0%	1.0%	5.0%	2.0%
おやつとき	回答者数	43	17	26	10	14	14	5
	%	10.8%	8.5%	13.0%	10.0%	14.0%	14.0%	5.0%
起床時	回答者数	19	8	11	6	2	5	6
	%	4.8%	4.0%	5.5%	6.0%	2.0%	5.0%	6.0%
就寝前	回答者数	17	7	10	6	2	6	3
	%	4.3%	3.5%	5.0%	6.0%	2.0%	6.0%	3.0%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	28	14	14	11	5	5	7
	%	7.0%	7.0%	7.0%	11.0%	5.0%	5.0%	7.0%
くつろいでいるとき	回答者数	78	41	37	19	22	20	17
	%	19.5%	20.5%	18.5%	19.0%	22.0%	20.0%	17.0%
気分転換したいとき	回答者数	65	30	35	19	18	17	11
	%	16.3%	15.0%	17.5%	19.0%	18.0%	17.0%	11.0%
疲れたとき	回答者数	48	20	28	11	7	17	13
	%	12.0%	10.0%	14.0%	11.0%	7.0%	17.0%	13.0%
リラックスしたいとき	回答者数	65	28	37	20	15	16	14
	%	16.3%	14.0%	18.5%	20.0%	15.0%	16.0%	14.0%
その他	回答者数	18	7	11	5	5	6	2
	%	4.5%	3.5%	5.5%	5.0%	5.0%	6.0%	2.0%
喫食、飲用しない	回答者数	111	53	58	23	28	28	32
	%	27.8%	26.5%	29.0%	23.0%	28.0%	28.0%	32.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
朝食時	回答者数	71	32	39	14	11	27	19
	%	17.8%	16.0%	19.5%	14.0%	11.0%	27.0%	19.0%
昼食時	回答者数	32	15	17	8	6	10	8
	%	8.0%	7.5%	8.5%	8.0%	6.0%	10.0%	8.0%
夕食時	回答者数	40	15	25	7	7	14	12
	%	10.0%	7.5%	12.5%	7.0%	7.0%	14.0%	12.0%
飲酒時・飲酒後	回答者数	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
おやつのとき	回答者数	11	6	5	2	2	4	3
	%	2.8%	3.0%	2.5%	2.0%	2.0%	4.0%	3.0%
起床時	回答者数	50	25	25	5	11	19	15
	%	12.5%	12.5%	12.5%	5.0%	11.0%	19.0%	15.0%
就寝前	回答者数	70	25	45	8	13	35	14
	%	17.5%	12.5%	22.5%	8.0%	13.0%	35.0%	14.0%
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	21	10	11	5	2	11	3
	%	5.3%	5.0%	5.5%	5.0%	2.0%	11.0%	3.0%
くつろいでいるとき	回答者数	21	13	8	2	6	9	4
	%	5.3%	6.5%	4.0%	2.0%	6.0%	9.0%	4.0%
気分転換したいとき	回答者数	12	8	4	6	1	3	2
	%	3.0%	4.0%	2.0%	6.0%	1.0%	3.0%	2.0%
疲れたとき	回答者数	21	9	12	7	2	7	5
	%	5.3%	4.5%	6.0%	7.0%	2.0%	7.0%	5.0%
リラックスしたいとき	回答者数	16	12	4	6	2	5	3
	%	4.0%	6.0%	2.0%	6.0%	2.0%	5.0%	3.0%
その他	回答者数	14	6	8	3	4	3	4
	%	3.5%	3.0%	4.0%	3.0%	4.0%	3.0%	4.0%
喫食、飲用しない	回答者数	212	107	105	56	66	36	54
	%	53.0%	53.5%	52.5%	56.0%	66.0%	36.0%	54.0%

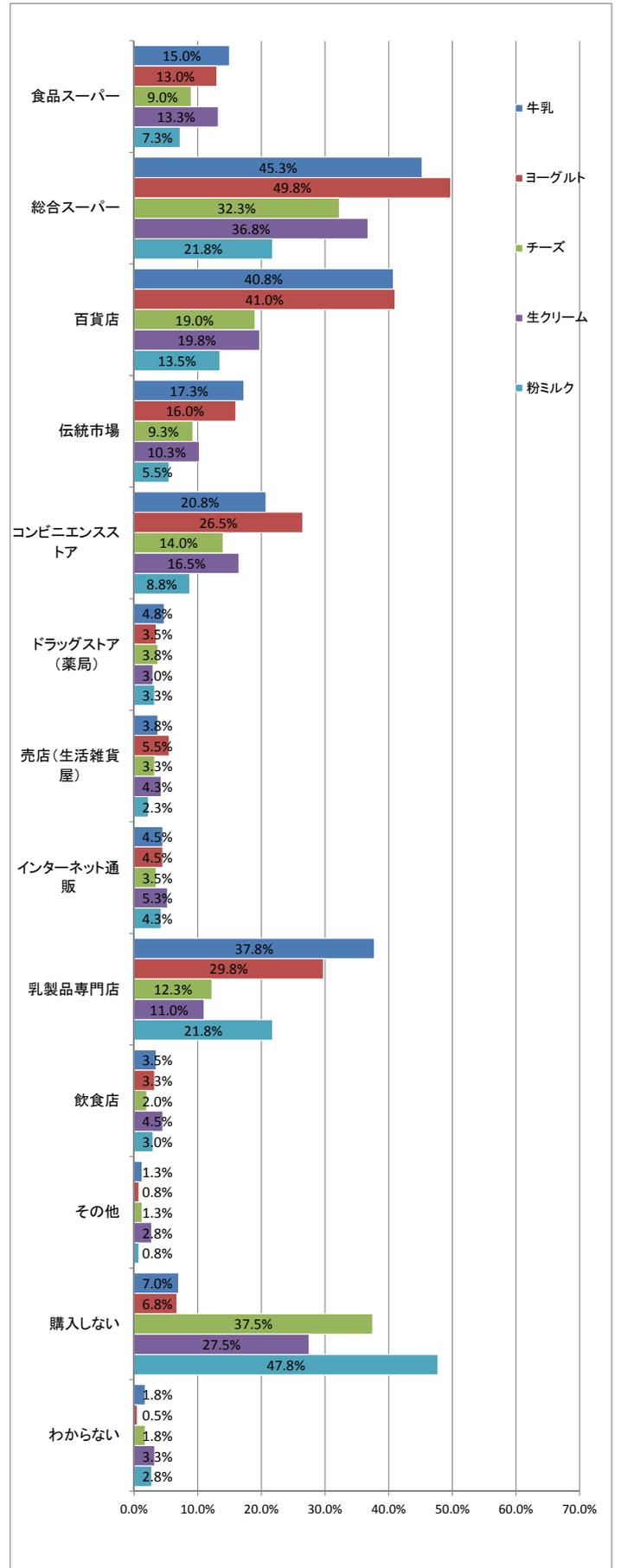
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



10. 乳製品の購入チャネル

- 全てのカテゴリーで「総合スーパー」で購入すると回答している割合が最も高くなっている。
- 牛乳、ヨーグルト、育児用粉ミルクでは、「乳製品専門店」での購入も多い。また、牛乳、ヨーグルトは「百貨店」での購入が「総合スーパー」に次いで高い結果となっている。
- 男女別では、「総合スーパー」、「百貨店」、「コンビニエンスストア」の利用は女性の方が高いものの、その他の項目で大きな違いは見られない。
- 年代別では、20代の「総合スーパー」の利用が他の年代に比べて高い傾向が見られる。
- 育児用ミルクでは、30代の「乳製品専門店」の利用が多く（39.0%）、「総合スーパー」を凌ぐものとなっている。

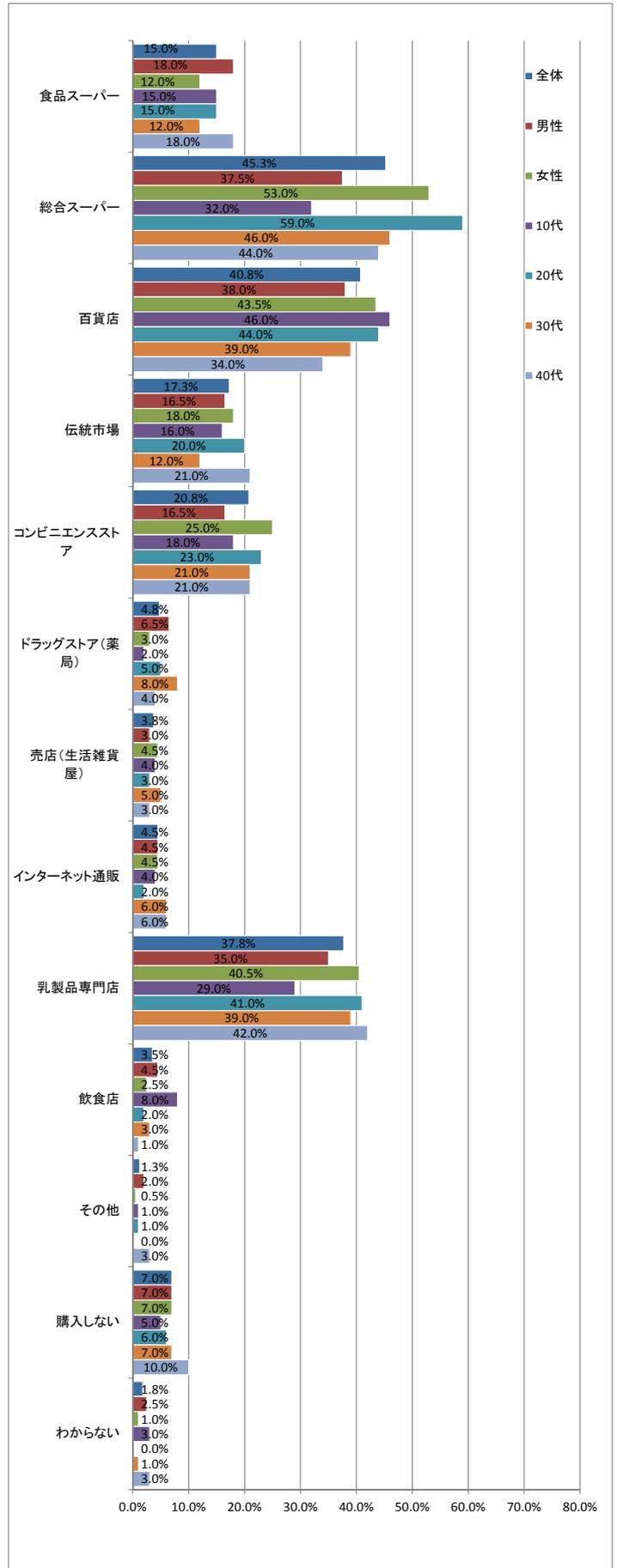
全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
		合計	400	400	400	400
食品スーパー	回答者数	60	52	36	53	29
	%	15.0%	13.0%	9.0%	13.3%	7.3%
総合スーパー	回答者数	181	199	129	147	87
	%	45.3%	49.8%	32.3%	36.8%	21.8%
百貨店	回答者数	163	164	76	79	54
	%	40.8%	41.0%	19.0%	19.8%	13.5%
伝統市場	回答者数	69	64	37	41	22
	%	17.3%	16.0%	9.3%	10.3%	5.5%
コンビニエンスストア	回答者数	83	106	56	66	35
	%	20.8%	26.5%	14.0%	16.5%	8.8%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	19	14	15	12	13
	%	4.8%	3.5%	3.8%	3.0%	3.3%
売店（生活雑貨屋）	回答者数	15	22	13	17	9
	%	3.8%	5.5%	3.3%	4.3%	2.3%
インターネット通販	回答者数	18	18	14	21	17
	%	4.5%	4.5%	3.5%	5.3%	4.3%
乳製品専門店	回答者数	151	119	49	44	87
	%	37.8%	29.8%	12.3%	11.0%	21.8%
飲食店	回答者数	14	13	8	18	12
	%	3.5%	3.3%	2.0%	4.5%	3.0%
その他	回答者数	5	3	5	11	3
	%	1.3%	0.8%	1.3%	2.8%	0.8%
購入しない	回答者数	28	27	150	110	191
	%	7.0%	6.8%	37.5%	27.5%	47.8%
わからない	回答者数	7	2	7	13	11
	%	1.8%	0.5%	1.8%	3.3%	2.8%



牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
食品スーパー	回答者数	60	36	24	15	15	12	18
	%	15.0%	18.0%	12.0%	15.0%	15.0%	12.0%	18.0%
総合スーパー	回答者数	181	75	106	32	59	46	44
	%	45.3%	37.5%	53.0%	32.0%	59.0%	46.0%	44.0%
百貨店	回答者数	163	76	87	46	44	39	34
	%	40.8%	38.0%	43.5%	46.0%	44.0%	39.0%	34.0%
伝統市場	回答者数	69	33	36	16	20	12	21
	%	17.3%	16.5%	18.0%	16.0%	20.0%	12.0%	21.0%
コンビニエンスストア	回答者数	83	33	50	18	23	21	21
	%	20.8%	16.5%	25.0%	18.0%	23.0%	21.0%	21.0%
ドラッグストア(薬局)	回答者数	19	13	6	2	5	8	4
	%	4.8%	6.5%	3.0%	2.0%	5.0%	8.0%	4.0%
売店(生活雑貨屋)	回答者数	15	6	9	4	3	5	3
	%	3.8%	3.0%	4.5%	4.0%	3.0%	5.0%	3.0%
インターネット通販	回答者数	18	9	9	4	2	6	6
	%	4.5%	4.5%	4.5%	4.0%	2.0%	6.0%	6.0%
乳製品専門店	回答者数	151	70	81	29	41	39	42
	%	37.8%	35.0%	40.5%	29.0%	41.0%	39.0%	42.0%
飲食店	回答者数	14	9	5	8	2	3	1
	%	3.5%	4.5%	2.5%	8.0%	2.0%	3.0%	1.0%
その他	回答者数	5	4	1	1	1	0	3
	%	1.3%	2.0%	0.5%	1.0%	1.0%	0.0%	3.0%
購入しない	回答者数	28	14	14	5	6	7	10
	%	7.0%	7.0%	7.0%	5.0%	6.0%	7.0%	10.0%
わからない	回答者数	7	5	2	3	0	1	3
	%	1.8%	2.5%	1.0%	3.0%	0.0%	1.0%	3.0%

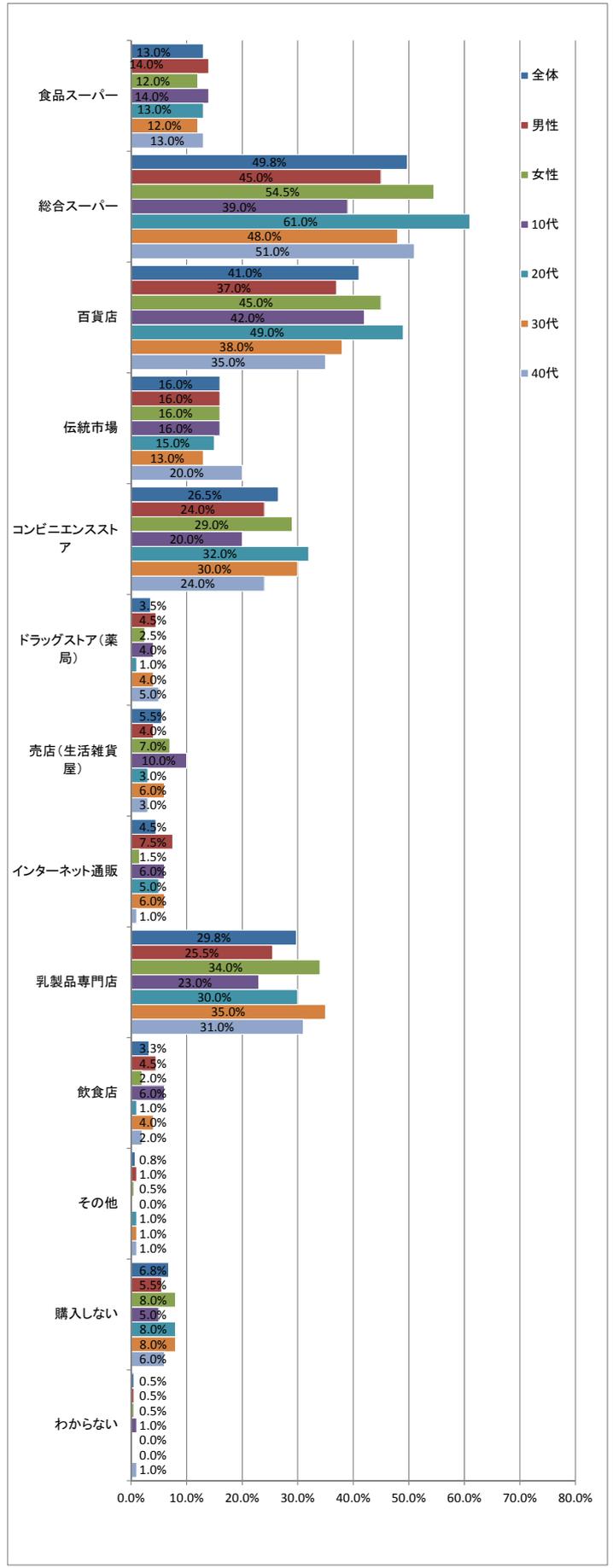
= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い



ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
食品スーパー	回答者数	52	28	24	14	13	12	13
	%	13.0%	14.0%	12.0%	14.0%	13.0%	12.0%	13.0%
総合スーパー	回答者数	199	90	109	39	61	48	51
	%	49.8%	45.0%	54.5%	39.0%	61.0%	48.0%	51.0%
百貨店	回答者数	164	74	90	42	49	38	35
	%	41.0%	37.0%	45.0%	42.0%	49.0%	38.0%	35.0%
伝統市場	回答者数	64	32	32	16	15	13	20
	%	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%	15.0%	13.0%	20.0%
コンビニエンスストア	回答者数	106	48	58	20	32	30	24
	%	26.5%	24.0%	29.0%	20.0%	32.0%	30.0%	24.0%
ドラッグストア(薬局)	回答者数	14	9	5	4	1	4	5
	%	3.5%	4.5%	2.5%	4.0%	1.0%	4.0%	5.0%
売店(生活雑貨屋)	回答者数	22	8	14	10	3	6	3
	%	5.5%	4.0%	7.0%	10.0%	3.0%	6.0%	3.0%
インターネット通販	回答者数	18	15	3	6	5	6	1
	%	4.5%	7.5%	1.5%	6.0%	5.0%	6.0%	1.0%
乳製品専門店	回答者数	119	51	68	23	30	35	31
	%	29.8%	25.5%	34.0%	23.0%	30.0%	35.0%	31.0%
飲食店	回答者数	13	9	4	6	1	4	2
	%	3.3%	4.5%	2.0%	6.0%	1.0%	4.0%	2.0%
その他	回答者数	3	2	1	0	1	1	1
	%	0.8%	1.0%	0.5%	0.0%	1.0%	1.0%	1.0%
購入しない	回答者数	27	11	16	5	8	8	6
	%	6.8%	5.5%	8.0%	5.0%	8.0%	8.0%	6.0%
わからない	回答者数	2	1	1	1	0	0	1
	%	0.5%	0.5%	0.5%	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%

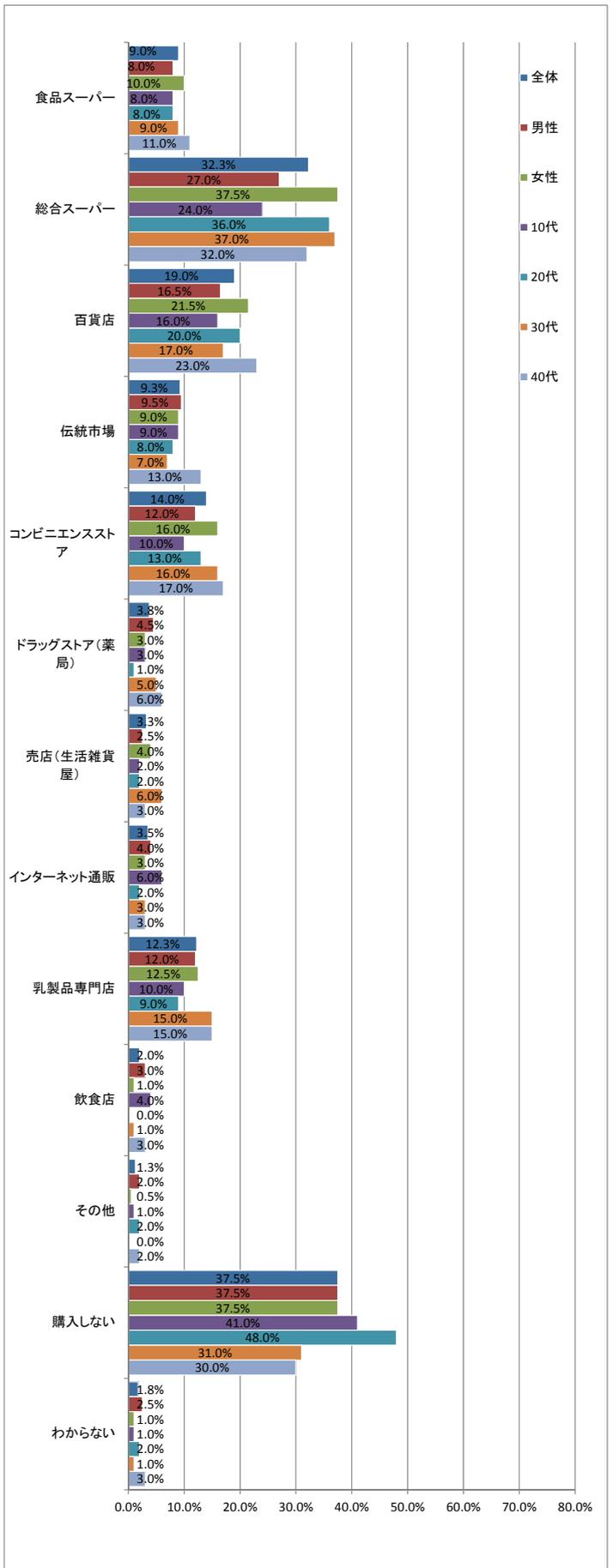
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
食品スーパー	回答者数	36	16	20	8	8	9	11
	%	9.0%	8.0%	10.0%	8.0%	8.0%	9.0%	11.0%
総合スーパー	回答者数	129	54	75	24	36	37	32
	%	32.3%	27.0%	37.5%	24.0%	36.0%	37.0%	32.0%
百貨店	回答者数	76	33	43	16	20	17	23
	%	19.0%	16.5%	21.5%	16.0%	20.0%	17.0%	23.0%
伝統市場	回答者数	37	19	18	9	8	7	13
	%	9.3%	9.5%	9.0%	9.0%	8.0%	7.0%	13.0%
コンビニエンスストア	回答者数	56	24	32	10	13	16	17
	%	14.0%	12.0%	16.0%	10.0%	13.0%	16.0%	17.0%
ドラッグストア(薬局)	回答者数	15	9	6	3	1	5	6
	%	3.8%	4.5%	3.0%	3.0%	1.0%	5.0%	6.0%
売店(生活雑貨屋)	回答者数	13	5	8	2	2	6	3
	%	3.3%	2.5%	4.0%	2.0%	2.0%	6.0%	3.0%
インターネット通販	回答者数	14	8	6	6	2	3	3
	%	3.5%	4.0%	3.0%	6.0%	2.0%	3.0%	3.0%
乳製品専門店	回答者数	49	24	25	10	9	15	15
	%	12.3%	12.0%	12.5%	10.0%	9.0%	15.0%	15.0%
飲食店	回答者数	8	6	2	4	0	1	3
	%	2.0%	3.0%	1.0%	4.0%	0.0%	1.0%	3.0%
その他	回答者数	5	4	1	1	2	0	2
	%	1.3%	2.0%	0.5%	1.0%	2.0%	0.0%	2.0%
購入しない	回答者数	150	75	75	41	48	31	30
	%	37.5%	37.5%	37.5%	41.0%	48.0%	31.0%	30.0%
わからない	回答者数	7	5	2	1	2	1	3
	%	1.8%	2.5%	1.0%	1.0%	2.0%	1.0%	3.0%

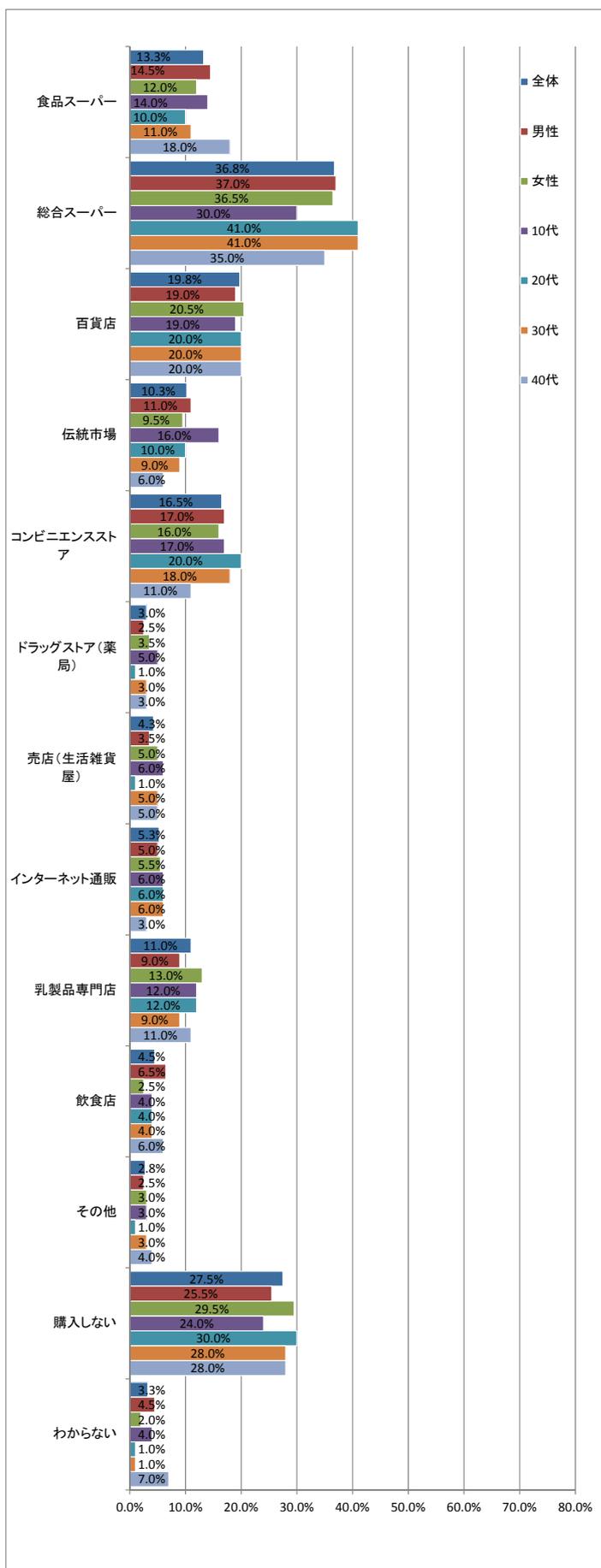
= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い



生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
食品スーパー	回答者数	53	29	24	14	10	11	18
	%	13.3%	14.5%	12.0%	14.0%	10.0%	11.0%	18.0%
総合スーパー	回答者数	147	74	73	30	41	41	35
	%	36.8%	37.0%	36.5%	30.0%	41.0%	41.0%	35.0%
百貨店	回答者数	79	38	41	19	20	20	20
	%	19.8%	19.0%	20.5%	19.0%	20.0%	20.0%	20.0%
伝統市場	回答者数	41	22	19	16	10	9	6
	%	10.3%	11.0%	9.5%	16.0%	10.0%	9.0%	6.0%
コンビニエンスストア	回答者数	66	34	32	17	20	18	11
	%	16.5%	17.0%	16.0%	17.0%	20.0%	18.0%	11.0%
ドラッグストア(薬局)	回答者数	12	5	7	5	1	3	3
	%	3.0%	2.5%	3.5%	5.0%	1.0%	3.0%	3.0%
売店(生活雑貨屋)	回答者数	17	7	10	6	1	5	5
	%	4.3%	3.5%	5.0%	6.0%	1.0%	5.0%	5.0%
インターネット通販	回答者数	21	10	11	6	6	6	3
	%	5.3%	5.0%	5.5%	6.0%	6.0%	6.0%	3.0%
乳製品専門店	回答者数	44	18	26	12	12	9	11
	%	11.0%	9.0%	13.0%	12.0%	12.0%	9.0%	11.0%
飲食店	回答者数	18	13	5	4	4	4	6
	%	4.5%	6.5%	2.5%	4.0%	4.0%	4.0%	6.0%
その他	回答者数	11	5	6	3	1	3	4
	%	2.8%	2.5%	3.0%	3.0%	1.0%	3.0%	4.0%
購入しない	回答者数	110	51	59	24	30	28	28
	%	27.5%	25.5%	29.5%	24.0%	30.0%	28.0%	28.0%
わからない	回答者数	13	9	4	4	1	1	7
	%	3.3%	4.5%	2.0%	4.0%	1.0%	1.0%	7.0%

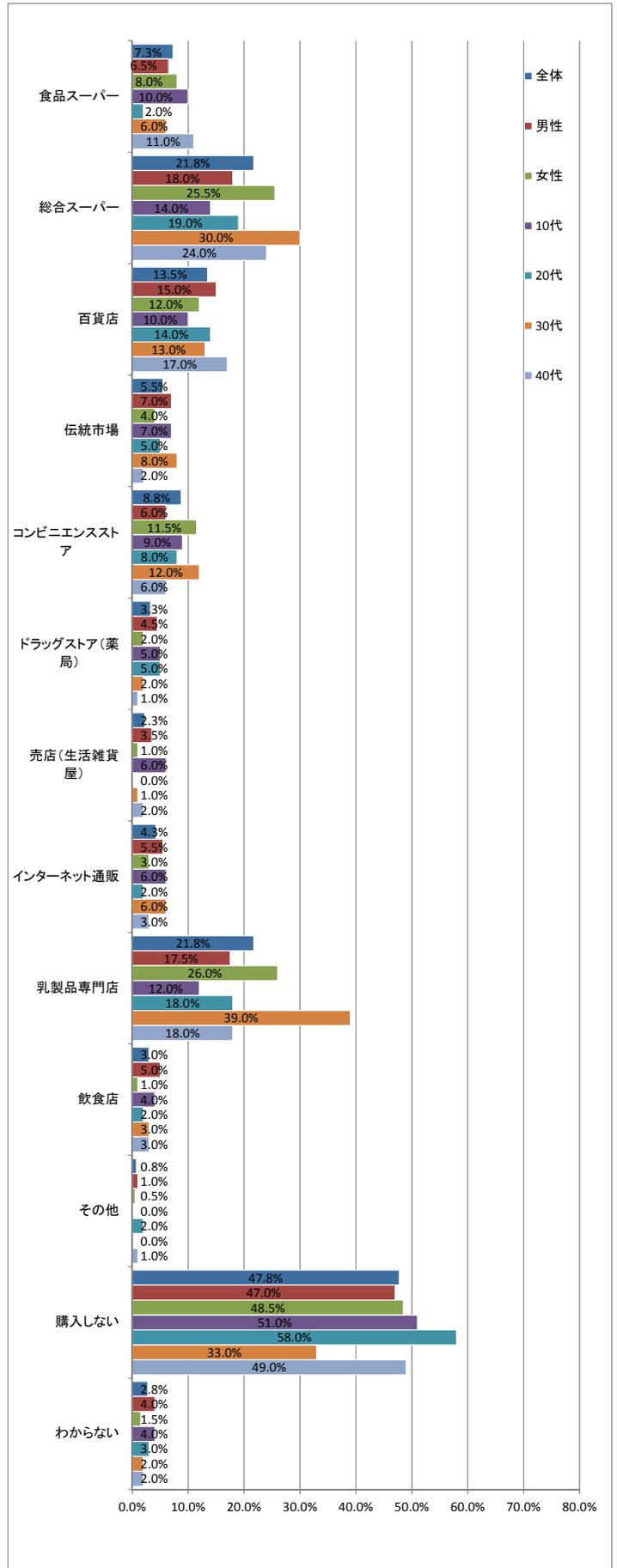
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
食品スーパー	回答者数	29	13	16	10	2	6	11
	%	7.3%	6.5%	8.0%	10.0%	2.0%	6.0%	11.0%
総合スーパー	回答者数	87	36	51	14	19	30	24
	%	21.8%	18.0%	25.5%	14.0%	19.0%	30.0%	24.0%
百貨店	回答者数	54	30	24	10	14	13	17
	%	13.5%	15.0%	12.0%	10.0%	14.0%	13.0%	17.0%
伝統市場	回答者数	22	14	8	7	5	8	2
	%	5.5%	7.0%	4.0%	7.0%	5.0%	8.0%	2.0%
コンビニエンスストア	回答者数	35	12	23	9	8	12	6
	%	8.8%	6.0%	11.5%	9.0%	8.0%	12.0%	6.0%
ドラッグストア(薬局)	回答者数	13	9	4	5	5	2	1
	%	3.3%	4.5%	2.0%	5.0%	5.0%	2.0%	1.0%
売店(生活雑貨屋)	回答者数	9	7	2	6	0	1	2
	%	2.3%	3.5%	1.0%	6.0%	0.0%	1.0%	2.0%
インターネット通販	回答者数	17	11	6	6	2	6	3
	%	4.3%	5.5%	3.0%	6.0%	2.0%	6.0%	3.0%
乳製品専門店	回答者数	87	35	52	12	18	39	18
	%	21.8%	17.5%	26.0%	12.0%	18.0%	39.0%	18.0%
飲食店	回答者数	12	10	2	4	2	3	3
	%	3.0%	5.0%	1.0%	4.0%	2.0%	3.0%	3.0%
その他	回答者数	3	2	1	0	2	0	1
	%	0.8%	1.0%	0.5%	0.0%	2.0%	0.0%	1.0%
購入しない	回答者数	191	94	97	51	58	33	49
	%	47.8%	47.0%	48.5%	51.0%	58.0%	33.0%	49.0%
わからない	回答者数	11	8	3	4	3	2	2
	%	2.8%	4.0%	1.5%	4.0%	3.0%	2.0%	2.0%

= 全体より10ポイント以上高い

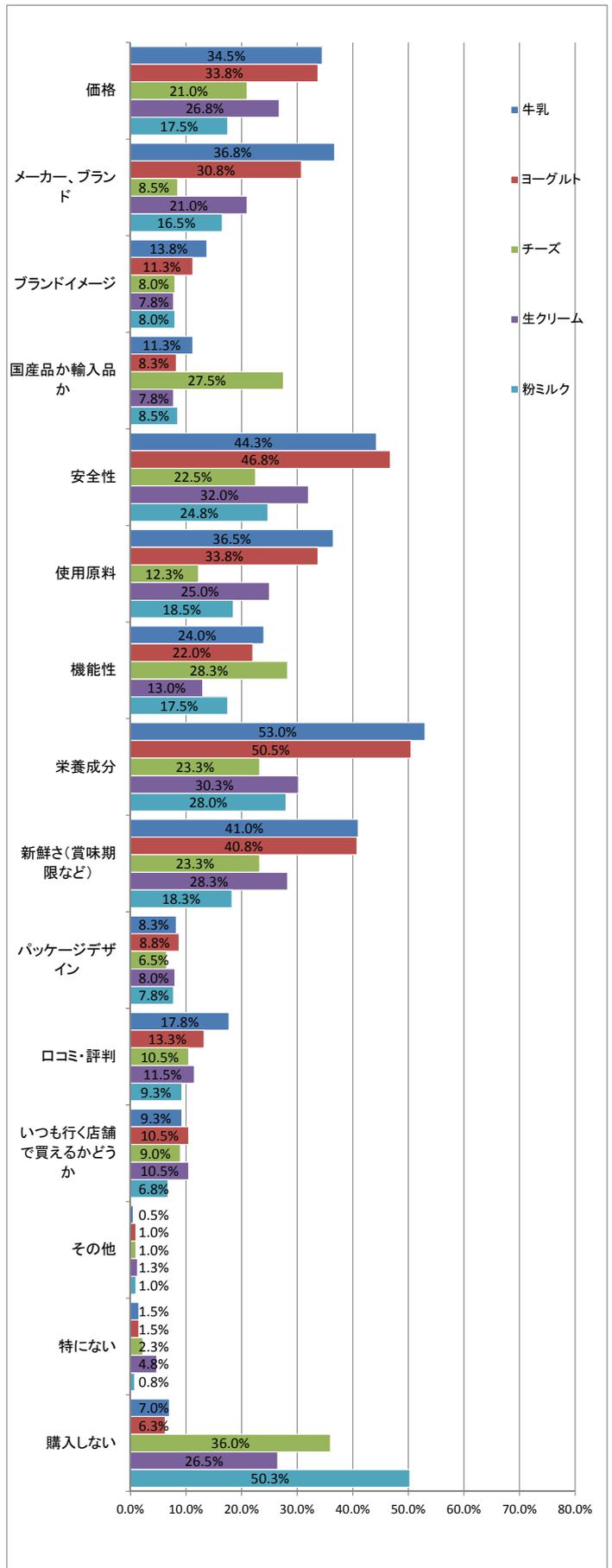
= 全体より10ポイント以上低い



1 1. 乳製品を購入する際重視する点

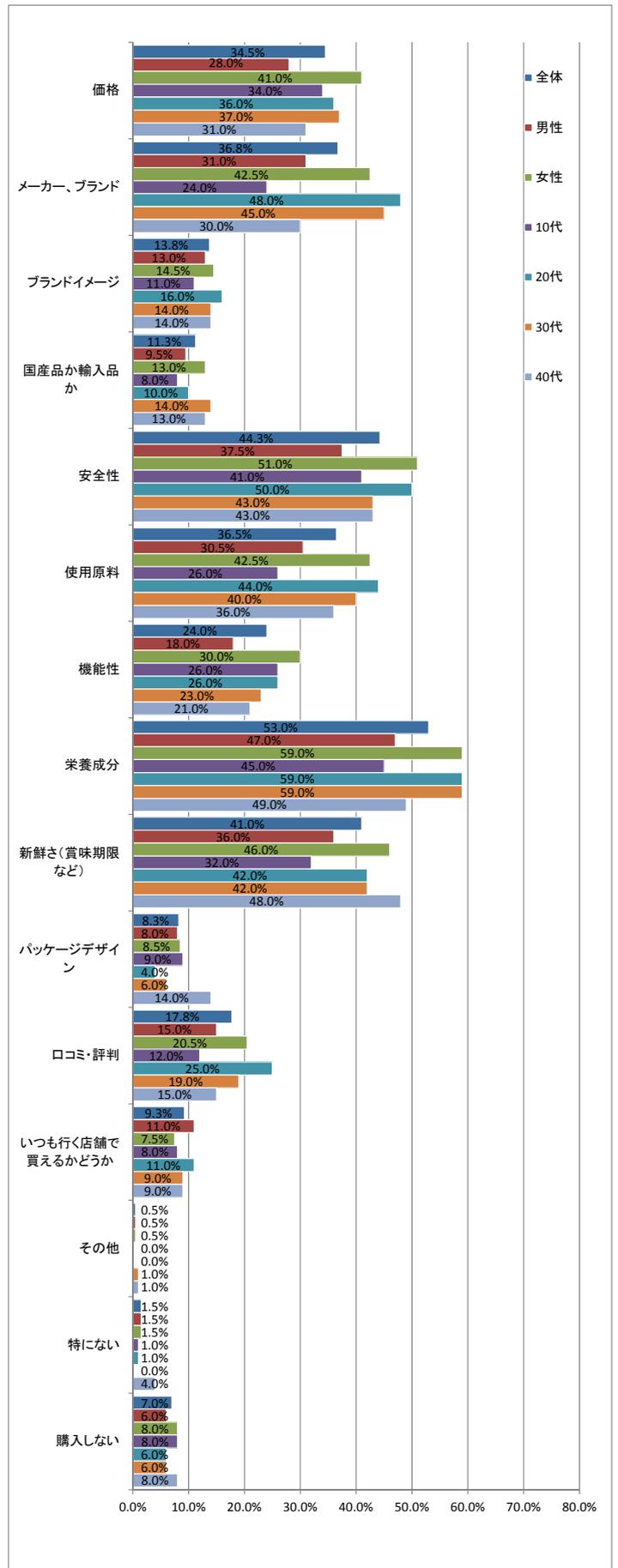
- 「価格」、「安全性」、「栄養成分」、「新鮮さ」などといった項目が、どのカテゴリーにおいても高い傾向にある。
- 牛乳、ヨーグルトにおいては、「栄養成分」がともに5割を超え（53.0%、50.5%）最も重視されるものとなっている。
- チーズでは、「国産品か輸入品か」が27.5%と他カテゴリーと比較しても高いものとなっている。チーズの主力商品が海外品であることが影響しているものと考えられる。その他では「機能性」が28.3%で最も高くなっている。
- 生クリームについては、「安全性」（32.0%）、「栄養成分」（30.3%）、「新鮮さ」（28.3%）、「使用原料」（25.0%）などを重視する結果となっている。
- 育児用粉ミルクについては、子供が利用するものであることから、「栄養成分」（28.0%）、「安全性」（24.8%）が重視されている。
- 男女別では、どのカテゴリーのどの項目についても全体的に男性よりも女性の方が高い割合を示している。
- 年代別では、育児用粉ミルクにおいて30代の割合が全体的に他の年代よりも高い傾向にある。特に、「栄養成分」は46.0%とほぼ半数が重視すると回答している。
- 牛乳、ヨーグルトなどでは20代及び30代の回答割合が高い傾向にある。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
		合計	400	400	400	400
価格	回答者数	138	135	84	107	70
	%	34.5%	33.8%	21.0%	26.8%	17.5%
メーカー、ブランド	回答者数	147	123	34	84	66
	%	36.8%	30.8%	8.5%	21.0%	16.5%
ブランドイメージ	回答者数	55	45	32	31	32
	%	13.8%	11.3%	8.0%	7.8%	8.0%
国産品か輸入品か	回答者数	45	33	110	31	34
	%	11.3%	8.3%	27.5%	7.8%	8.5%
安全性	回答者数	177	187	90	128	99
	%	44.3%	46.8%	22.5%	32.0%	24.8%
使用原料	回答者数	146	135	49	100	74
	%	36.5%	33.8%	12.3%	25.0%	18.5%
機能性	回答者数	96	88	113	52	70
	%	24.0%	22.0%	28.3%	13.0%	17.5%
栄養成分	回答者数	212	202	93	121	112
	%	53.0%	50.5%	23.3%	30.3%	28.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	164	163	93	113	73
	%	41.0%	40.8%	23.3%	28.3%	18.3%
パッケージデザイン	回答者数	33	35	26	32	31
	%	8.3%	8.8%	6.5%	8.0%	7.8%
口コミ・評判	回答者数	71	53	42	46	37
	%	17.8%	13.3%	10.5%	11.5%	9.3%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	37	42	36	42	27
	%	9.3%	10.5%	9.0%	10.5%	6.8%
その他	回答者数	2	4	4	5	4
	%	0.5%	1.0%	1.0%	1.3%	1.0%
特にない	回答者数	6	6	9	19	3
	%	1.5%	1.5%	2.3%	4.8%	0.8%
購入しない	回答者数	28	25	144	106	201
	%	7.0%	6.3%	36.0%	26.5%	50.3%



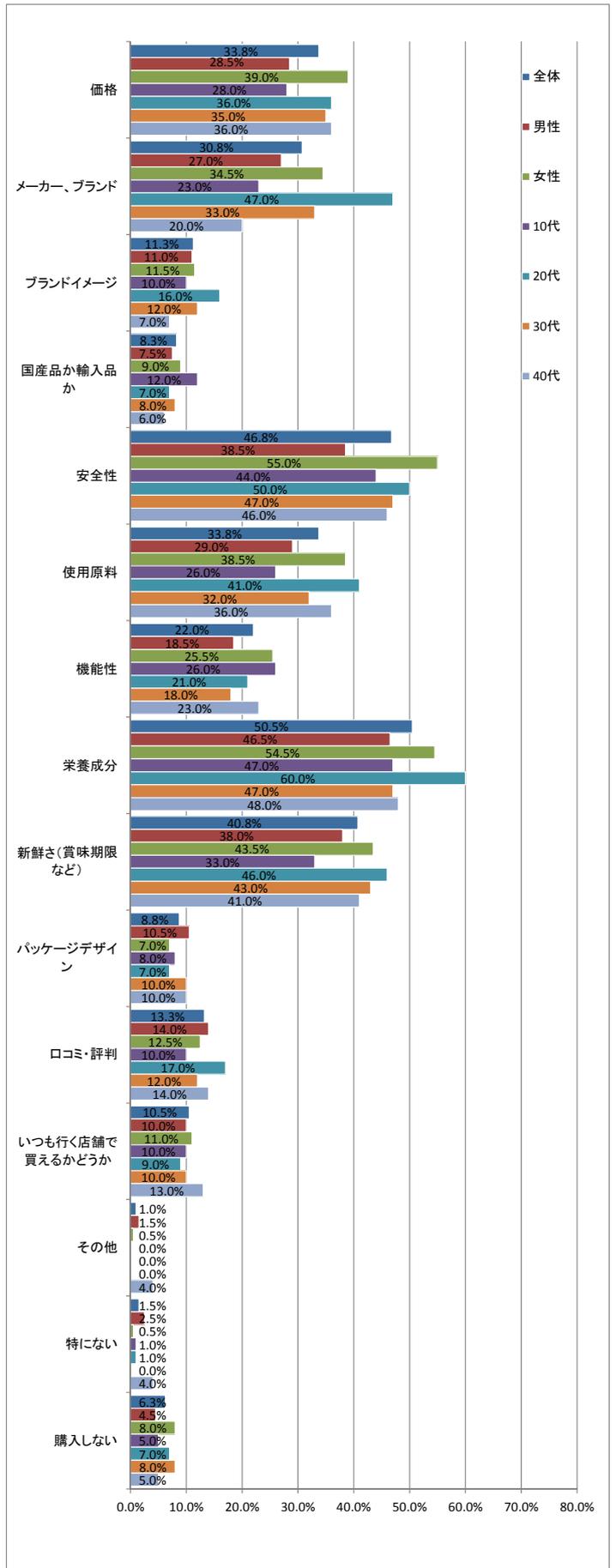
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
価格	回答者数	138	56	82	34	36	37	31
	%	34.5%	28.0%	41.0%	34.0%	36.0%	37.0%	31.0%
メーカー、ブランド	回答者数	147	62	85	24	48	45	30
	%	36.8%	31.0%	42.5%	24.0%	48.0%	45.0%	30.0%
ブランドイメージ	回答者数	55	26	29	11	16	14	14
	%	13.8%	13.0%	14.5%	11.0%	16.0%	14.0%	14.0%
国産品か輸入品か	回答者数	45	19	26	8	10	14	13
	%	11.3%	9.5%	13.0%	8.0%	10.0%	14.0%	13.0%
安全性	回答者数	177	75	102	41	50	43	43
	%	44.3%	37.5%	51.0%	41.0%	50.0%	43.0%	43.0%
使用原料	回答者数	146	61	85	26	44	40	36
	%	36.3%	30.5%	42.5%	26.0%	44.0%	40.0%	36.0%
機能性	回答者数	96	36	60	26	26	23	21
	%	24.0%	18.0%	30.0%	26.0%	26.0%	23.0%	21.0%
栄養成分	回答者数	212	94	118	45	59	59	49
	%	53.0%	47.0%	59.0%	45.0%	59.0%	59.0%	49.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	164	72	92	32	42	42	48
	%	41.0%	36.0%	46.0%	32.0%	42.0%	42.0%	48.0%
パッケージデザイン	回答者数	33	16	17	9	4	6	14
	%	8.3%	8.0%	8.5%	9.0%	4.0%	6.0%	14.0%
口コミ・評判	回答者数	71	30	41	12	25	19	15
	%	17.8%	15.0%	20.5%	12.0%	25.0%	19.0%	15.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	37	22	15	8	11	9	9
	%	9.3%	11.0%	7.5%	8.0%	11.0%	9.0%	9.0%
その他	回答者数	2	1	1	0	0	1	1
	%	0.5%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	1.0%	1.0%
特にない	回答者数	6	3	3	1	1	0	4
	%	1.5%	1.5%	1.5%	1.0%	1.0%	0.0%	4.0%
購入しない	回答者数	28	12	16	8	6	6	8
	%	7.0%	6.0%	8.0%	8.0%	6.0%	6.0%	8.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



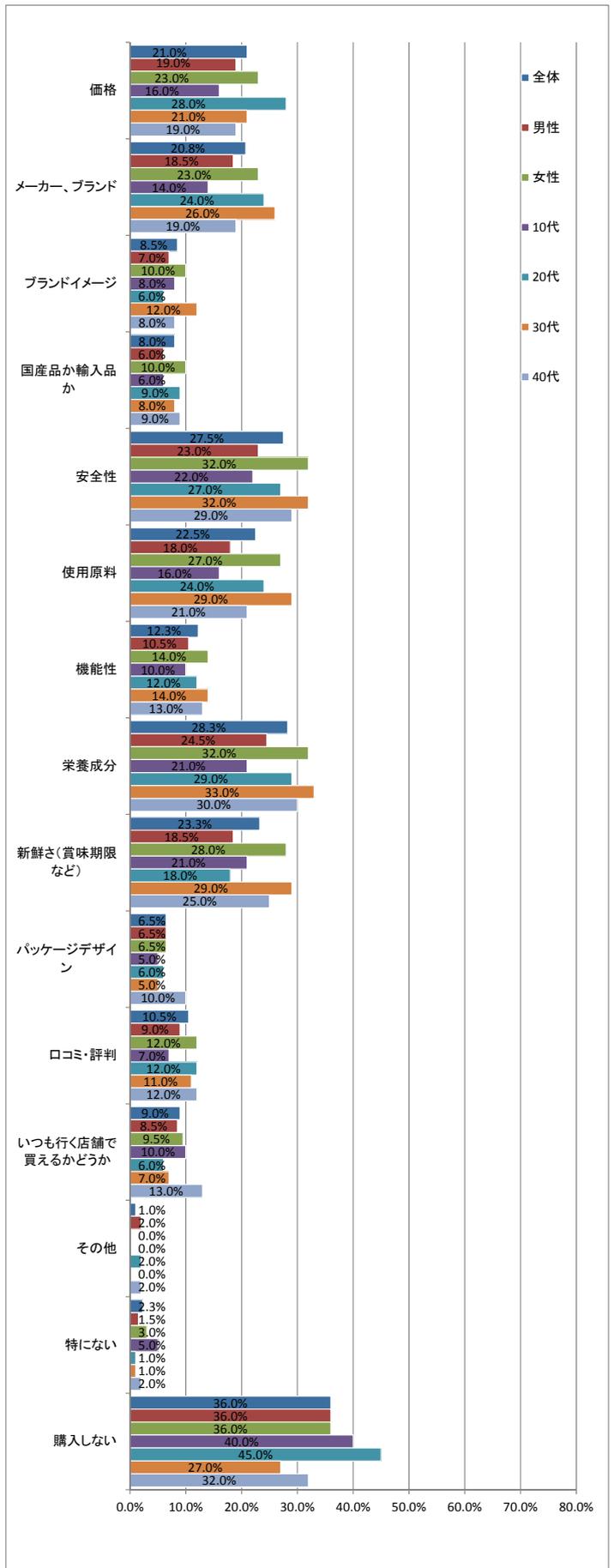
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
価格	回答者数	135	57	78	28	36	35	36
	%	33.8%	28.5%	39.0%	28.0%	36.0%	35.0%	36.0%
メーカー、ブランド	回答者数	123	54	69	23	47	33	20
	%	30.8%	27.0%	34.5%	23.0%	47.0%	33.0%	20.0%
ブランドイメージ	回答者数	45	22	23	10	16	12	7
	%	11.3%	11.0%	11.5%	10.0%	16.0%	12.0%	7.0%
国産品か輸入品か	回答者数	33	15	18	12	7	8	6
	%	8.3%	7.5%	9.0%	12.0%	7.0%	8.0%	6.0%
安全性	回答者数	187	77	110	44	50	47	46
	%	46.8%	38.5%	55.0%	44.0%	50.0%	47.0%	46.0%
使用原料	回答者数	135	58	77	26	41	32	36
	%	33.8%	29.0%	38.5%	26.0%	41.0%	32.0%	36.0%
機能性	回答者数	88	37	51	26	21	18	23
	%	22.0%	18.5%	25.5%	26.0%	21.0%	18.0%	23.0%
栄養成分	回答者数	202	93	109	47	60	47	48
	%	50.5%	46.5%	54.5%	47.0%	60.0%	47.0%	48.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	163	76	87	33	46	43	41
	%	40.8%	38.0%	43.5%	33.0%	46.0%	43.0%	41.0%
パッケージデザイン	回答者数	35	21	14	8	7	10	10
	%	8.8%	10.5%	7.0%	8.0%	7.0%	10.0%	10.0%
口コミ・評判	回答者数	53	28	25	10	17	12	14
	%	13.3%	14.0%	12.5%	10.0%	17.0%	12.0%	14.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	42	20	22	10	9	10	13
	%	10.5%	10.0%	11.0%	10.0%	9.0%	10.0%	13.0%
その他	回答者数	4	3	1	0	0	0	4
	%	1.0%	1.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%
特にない	回答者数	6	5	1	1	1	0	4
	%	1.5%	2.5%	0.5%	1.0%	1.0%	0.0%	4.0%
購入しない	回答者数	25	9	16	5	7	8	5
	%	6.3%	4.5%	8.0%	5.0%	7.0%	8.0%	5.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



テーマ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
価格	回答者数	84	38	46	16	28	21	19
	%	21.0%	19.0%	23.0%	16.0%	28.0%	21.0%	19.0%
メーカー、ブランド	回答者数	83	37	46	14	24	26	19
	%	20.8%	18.5%	23.0%	14.0%	24.0%	26.0%	19.0%
ブランドイメージ	回答者数	34	14	20	8	6	12	8
	%	8.5%	7.0%	10.0%	8.0%	6.0%	12.0%	8.0%
国産品か輸入品か	回答者数	32	12	20	6	9	8	9
	%	8.0%	6.0%	10.0%	6.0%	9.0%	8.0%	9.0%
安全性	回答者数	110	46	64	22	27	32	29
	%	27.5%	23.0%	32.0%	22.0%	27.0%	32.0%	29.0%
使用原料	回答者数	90	36	54	16	24	29	21
	%	22.5%	18.0%	27.0%	16.0%	24.0%	29.0%	21.0%
機能性	回答者数	49	21	28	10	12	14	13
	%	12.3%	10.5%	14.0%	10.0%	12.0%	14.0%	13.0%
栄養成分	回答者数	113	49	64	21	29	33	30
	%	28.3%	24.5%	32.0%	21.0%	29.0%	33.0%	30.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	93	37	56	21	18	29	25
	%	23.3%	18.5%	28.0%	21.0%	18.0%	29.0%	25.0%
パッケージデザイン	回答者数	26	13	13	5	6	5	10
	%	6.5%	6.5%	6.5%	5.0%	6.0%	5.0%	10.0%
口コミ・評判	回答者数	42	18	24	7	12	11	12
	%	10.5%	9.0%	12.0%	7.0%	12.0%	11.0%	12.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	36	17	19	10	6	7	13
	%	9.0%	8.5%	9.5%	10.0%	6.0%	7.0%	13.0%
その他	回答者数	4	4	0	0	2	0	2
	%	1.0%	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	2.0%
特にない	回答者数	9	3	6	5	1	1	2
	%	2.3%	1.5%	3.0%	5.0%	1.0%	1.0%	2.0%
購入しない	回答者数	144	72	72	40	45	27	32
	%	36.0%	36.0%	36.0%	40.0%	45.0%	27.0%	32.0%

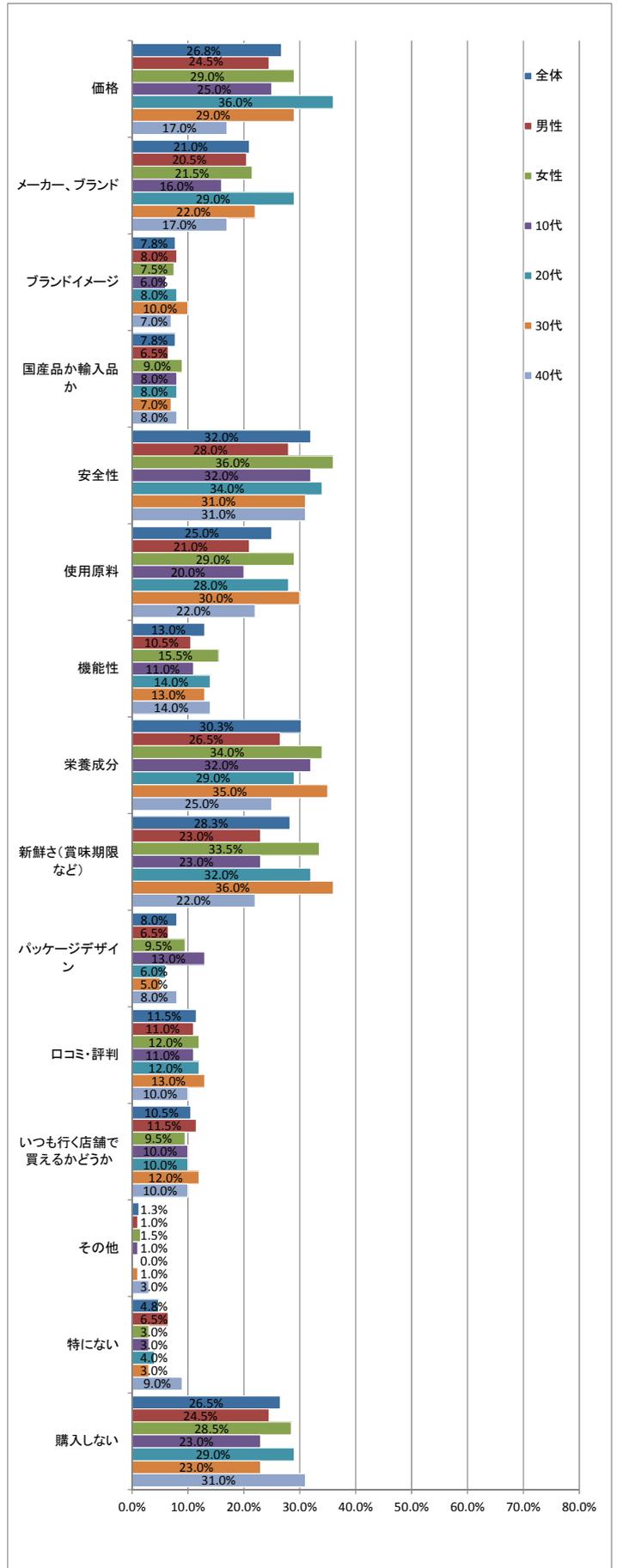
= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
価格	回答者数	107	49	58	25	36	29	17
	%	26.8%	24.5%	29.0%	25.0%	36.0%	29.0%	17.0%
メーカー、ブランド	回答者数	84	41	43	16	29	22	17
	%	21.0%	20.5%	21.5%	16.0%	29.0%	22.0%	17.0%
ブランドイメージ	回答者数	31	16	15	6	8	10	7
	%	7.8%	8.0%	7.5%	6.0%	8.0%	10.0%	7.0%
国産品か輸入品か	回答者数	31	13	18	8	8	7	8
	%	7.8%	6.5%	9.0%	8.0%	8.0%	7.0%	8.0%
安全性	回答者数	128	56	72	32	34	31	31
	%	32.0%	28.0%	36.0%	32.0%	34.0%	31.0%	31.0%
使用原料	回答者数	100	42	58	20	28	30	22
	%	25.0%	21.0%	29.0%	20.0%	28.0%	30.0%	22.0%
機能性	回答者数	52	21	31	11	14	13	14
	%	13.0%	10.5%	15.5%	11.0%	14.0%	13.0%	14.0%
栄養成分	回答者数	121	53	68	32	29	35	25
	%	30.3%	26.5%	34.0%	32.0%	29.0%	35.0%	25.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	113	46	67	23	32	36	22
	%	28.3%	23.0%	33.5%	23.0%	32.0%	36.0%	22.0%
パッケージデザイン	回答者数	32	13	19	13	6	5	8
	%	8.0%	6.5%	9.5%	13.0%	6.0%	5.0%	8.0%
口コミ・評判	回答者数	46	22	24	11	12	13	10
	%	11.5%	11.0%	12.0%	11.0%	12.0%	13.0%	10.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	42	23	19	10	10	12	10
	%	10.5%	11.5%	9.5%	10.0%	10.0%	12.0%	10.0%
その他	回答者数	5	2	3	1	0	1	3
	%	1.3%	1.0%	1.5%	1.0%	0.0%	1.0%	3.0%
特にない	回答者数	19	13	6	3	4	3	9
	%	4.8%	6.5%	3.0%	3.0%	4.0%	3.0%	9.0%
購入しない	回答者数	106	49	57	23	29	23	31
	%	26.5%	24.5%	28.5%	23.0%	29.0%	23.0%	31.0%

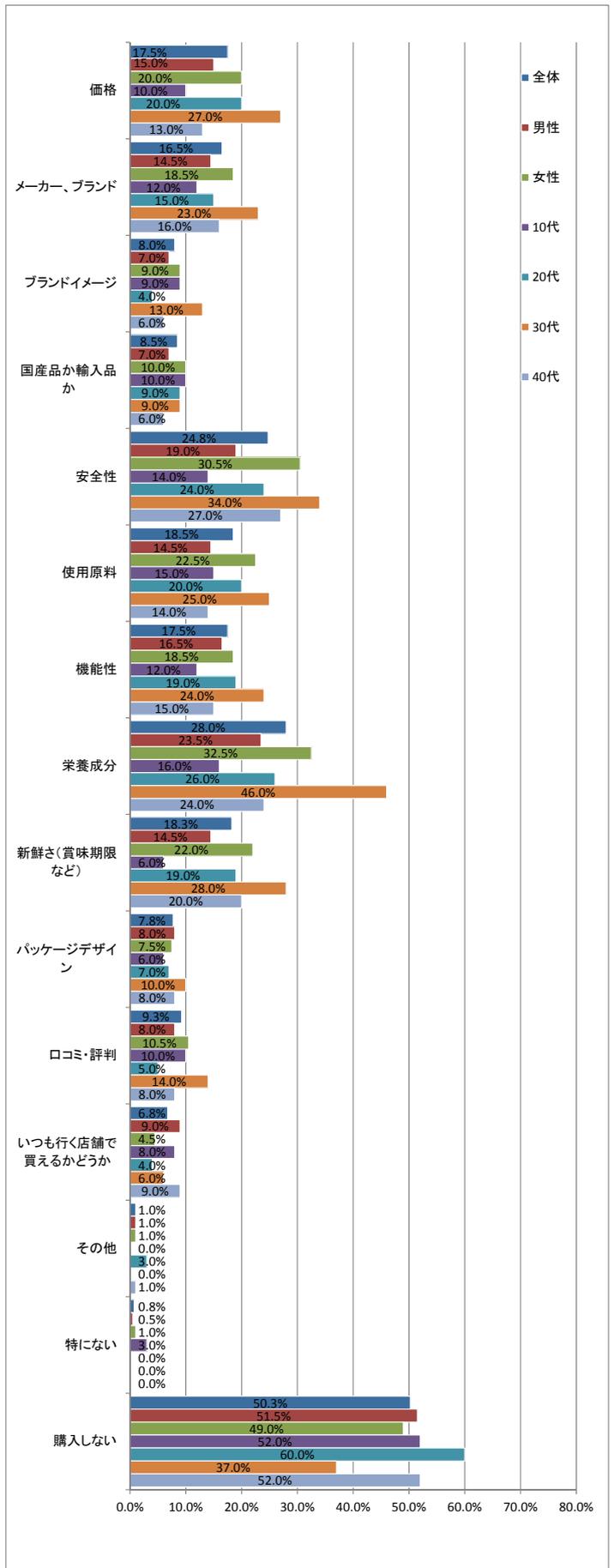
= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い



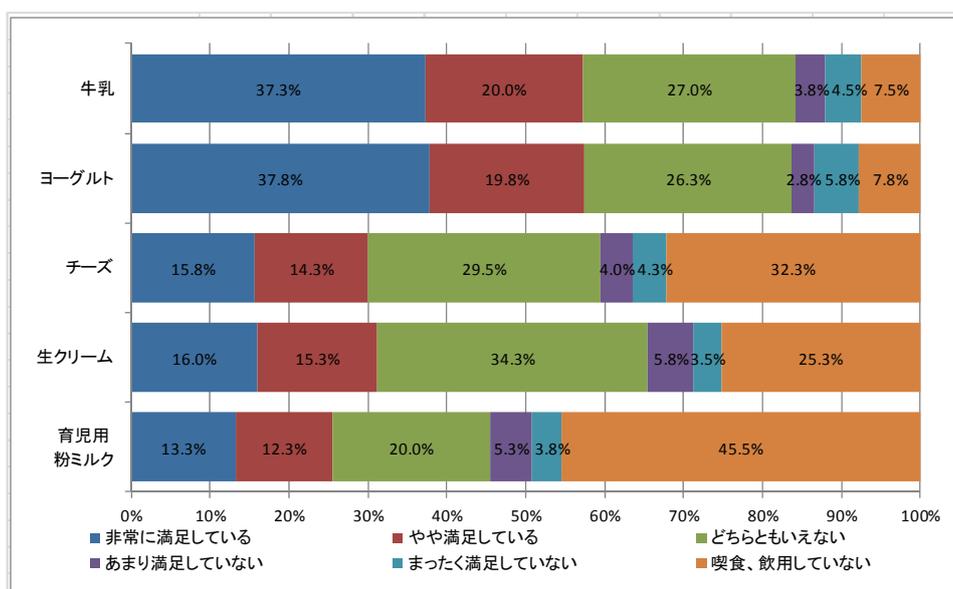
育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
価格	回答者数	70	30	40	10	20	27	13
	%	17.5%	15.0%	20.0%	10.0%	20.0%	27.0%	13.0%
メーカー、ブランド	回答者数	66	29	37	12	15	23	16
	%	16.5%	14.5%	18.5%	12.0%	15.0%	23.0%	16.0%
ブランドイメージ	回答者数	32	14	18	9	4	13	6
	%	8.0%	7.0%	9.0%	9.0%	4.0%	13.0%	6.0%
国産品か輸入品か	回答者数	34	14	20	10	9	9	6
	%	8.5%	7.0%	10.0%	10.0%	9.0%	9.0%	6.0%
安全性	回答者数	99	38	61	14	24	34	27
	%	24.8%	19.0%	30.5%	14.0%	24.0%	34.0%	27.0%
使用原料	回答者数	74	29	45	15	20	25	14
	%	18.5%	14.5%	22.5%	15.0%	20.0%	25.0%	14.0%
機能性	回答者数	70	33	37	12	19	24	15
	%	17.5%	16.5%	18.5%	12.0%	19.0%	24.0%	15.0%
栄養成分	回答者数	112	47	65	16	26	46	24
	%	28.0%	23.5%	32.5%	16.0%	26.0%	46.0%	24.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	73	29	44	6	19	28	20
	%	18.3%	14.5%	22.0%	6.0%	19.0%	28.0%	20.0%
パッケージデザイン	回答者数	31	16	15	6	7	10	8
	%	7.8%	8.0%	7.5%	6.0%	7.0%	10.0%	8.0%
口コミ・評判	回答者数	37	16	21	10	5	14	8
	%	9.3%	8.0%	10.5%	10.0%	5.0%	14.0%	8.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	27	18	9	8	4	6	9
	%	6.8%	9.0%	4.5%	8.0%	4.0%	6.0%	9.0%
その他	回答者数	4	2	2	0	3	0	1
	%	1.0%	1.0%	1.0%	0.0%	3.0%	0.0%	1.0%
特にない	回答者数	3	1	2	3	0	0	0
	%	0.8%	0.5%	1.0%	3.0%	0.0%	0.0%	0.0%
購入しない	回答者数	201	103	98	52	60	37	52
	%	50.3%	51.5%	49.0%	52.0%	60.0%	37.0%	52.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



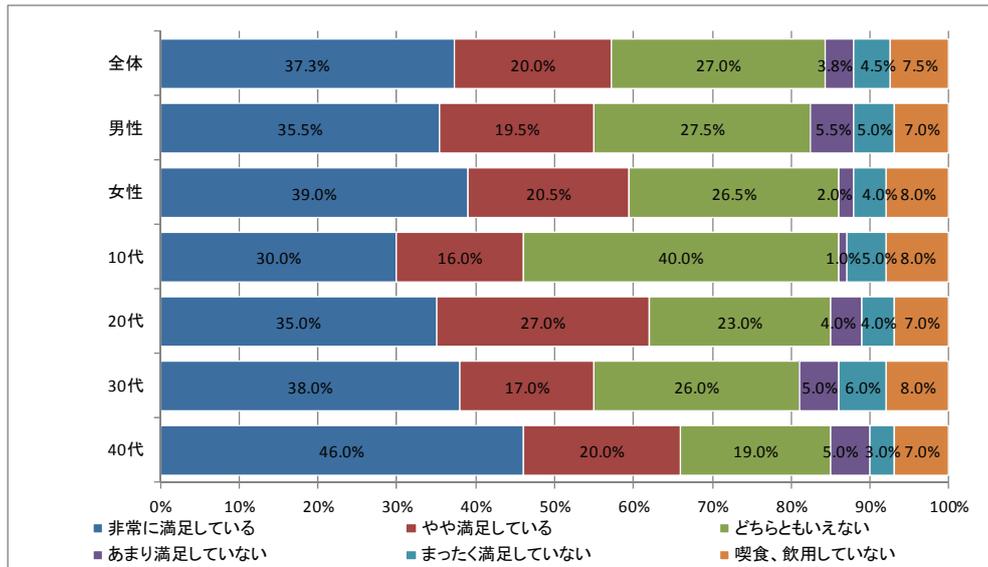
12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度

- 満足度の高いカテゴリーとしては牛乳、ヨーグルトが挙げられ、「喫食、飲用していない」を除いた平均点はともに 3.88 点となっている。
- その他カテゴリーでは、チーズが 3.49 点、育児用粉ミルクが 3.48 点、生クリームが 3.46 点となっている。
- 男女別では全てのカテゴリーで女性の方が男性よりも満足度が高い結果となっており、ヨーグルトでは 4.02 点と 4 点を超えている。
- 年代別では牛乳において 40 代の満足度が 4.09 点と、他のカテゴリーのどの年代と比較しても最も高い満足度となっている。その他ではヨーグルトの 20 代が 4.00 点と 4 点を超えており、4 点を超える結果はこの 2 つのみである。
- 反対に最も満足度が低かったのが、チーズの 10 代で 3.19 点となっている。



全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用粉ミルク	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%
非常に満足している	149	37.3%	151	37.8%	63	15.8%	64	16.0%	53	13.3%
やや満足している	80	20.0%	79	19.8%	57	14.3%	61	15.3%	49	12.3%
どちらともいえない	108	27.0%	105	26.3%	118	29.5%	137	34.3%	80	20.0%
あまり満足していない	15	3.8%	11	2.8%	16	4.0%	23	5.8%	21	5.3%
まったく満足していない	18	4.5%	23	5.8%	17	4.3%	14	3.5%	15	3.8%
喫食、飲用していない	30	7.5%	31	7.8%	129	32.3%	101	25.3%	182	45.5%
平均点	3.88		3.88		3.49		3.46		3.48	

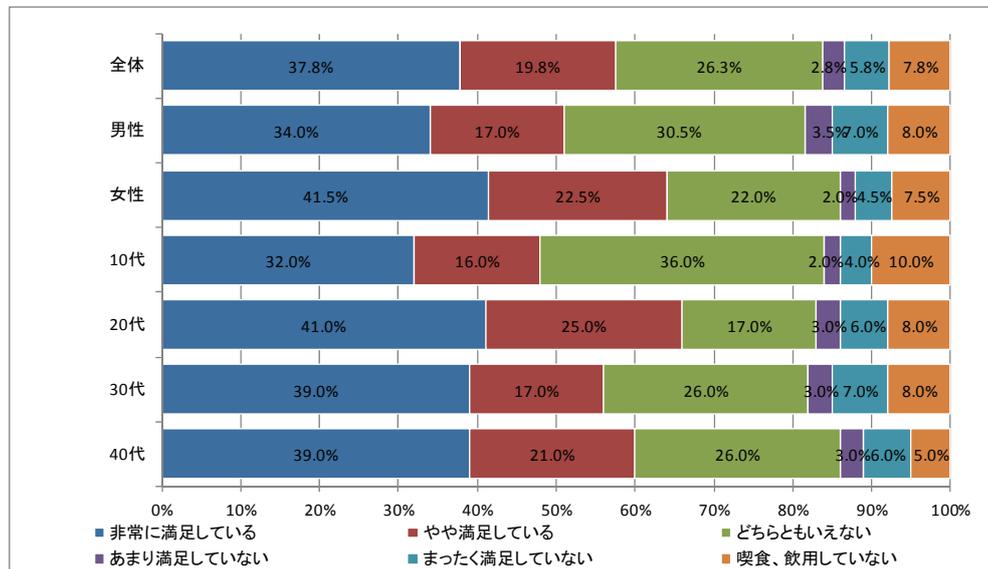
平均点：「非常に満足している」＝5点、「やや満足している」＝4点、「どちらともいえない」＝3点、「あまり満足していない」＝2点、「まったく満足していない」＝1点として算出（「喫食、飲用していない」の回答者は除く）。



牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
非常に満足している	149	37.3%	71	35.5%	78	39.0%	30	30.0%	35	35.0%	38	38.0%	46	46.0%
やや満足している	80	20.0%	39	19.5%	41	20.5%	16	16.0%	27	27.0%	17	17.0%	20	20.0%
どちらともいえない	108	27.0%	55	27.5%	53	26.5%	40	40.0%	23	23.0%	26	26.0%	19	19.0%
あまり満足していない	15	3.8%	11	5.5%	4	2.0%	1	1.0%	4	4.0%	5	5.0%	5	5.0%
まったく満足していない	18	4.5%	10	5.0%	8	4.0%	5	5.0%	4	4.0%	6	6.0%	3	3.0%
喫食、飲用していない	30	7.5%	14	7.0%	16	8.0%	8	8.0%	7	7.0%	8	8.0%	7	7.0%
平均点	3.88		3.81		3.96		3.71		3.91		3.83		4.09	

■ = 全体より5ポイント以上高い

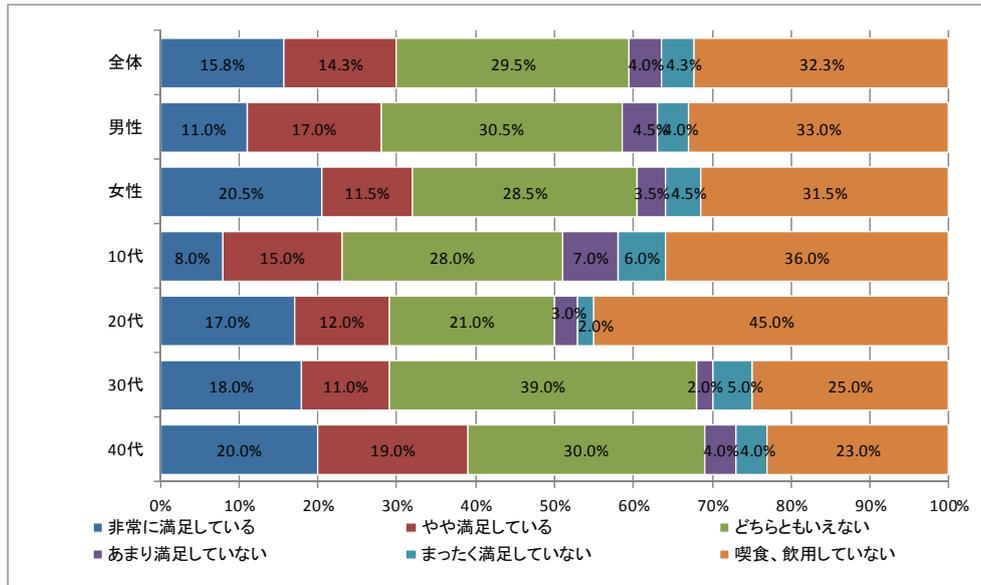
■ = 全体より5ポイント以上低い



ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
非常に満足している	151	37.8%	68	34.0%	83	41.5%	32	32.0%	41	41.0%	39	39.0%	39	39.0%
やや満足している	79	19.8%	34	17.0%	45	22.5%	16	16.0%	25	25.0%	17	17.0%	21	21.0%
どちらともいえない	105	26.3%	61	30.5%	44	22.0%	36	36.0%	17	17.0%	26	26.0%	26	26.0%
あまり満足していない	11	2.8%	7	3.5%	4	2.0%	2	2.0%	3	3.0%	3	3.0%	3	3.0%
まったく満足していない	23	5.8%	14	7.0%	9	4.5%	4	4.0%	6	6.0%	7	7.0%	6	6.0%
喫食、飲用していない	31	7.8%	16	8.0%	15	7.5%	10	10.0%	8	8.0%	8	8.0%	5	5.0%
平均点	3.88		3.73		4.02		3.78		4.00		3.85		3.88	

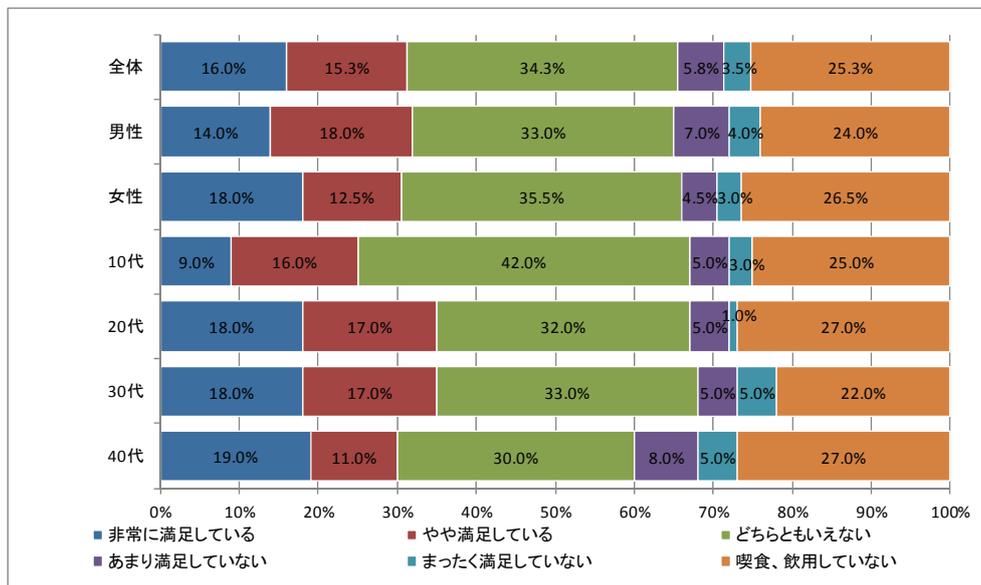
■ = 全体より5ポイント以上高い

■ = 全体より5ポイント以上低い



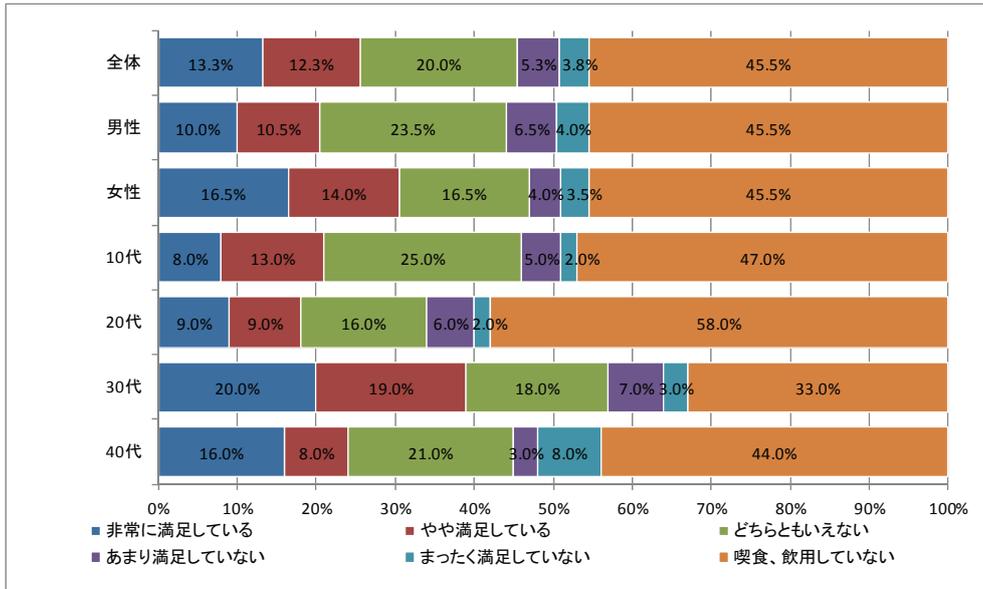
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
非常に満足している	63	15.8%	22	11.0%	41	20.5%	8	8.0%	17	17.0%	18	18.0%	20	20.0%
やや満足している	57	14.3%	34	17.0%	23	11.5%	15	15.0%	12	12.0%	11	11.0%	19	19.0%
どちらともいえない	118	29.5%	61	30.5%	57	28.5%	28	28.0%	21	21.0%	39	39.0%	30	30.0%
あまり満足していない	16	4.0%	9	4.5%	7	3.5%	7	7.0%	3	3.0%	2	2.0%	4	4.0%
まったく満足していない	17	4.3%	8	4.0%	9	4.5%	6	6.0%	2	2.0%	5	5.0%	4	4.0%
喫食、飲用していない	129	32.3%	66	33.0%	63	31.5%	36	36.0%	45	45.0%	25	25.0%	23	23.0%
平均点	3.49		3.40		3.58		3.19		3.71		3.47		3.61	

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
非常に満足している	64	16.0%	28	14.0%	36	18.0%	9	9.0%	18	18.0%	18	18.0%	19	19.0%
やや満足している	61	15.3%	36	18.0%	25	12.5%	16	16.0%	17	17.0%	17	17.0%	11	11.0%
どちらともいえない	137	34.3%	66	33.0%	71	35.5%	42	42.0%	32	32.0%	33	33.0%	30	30.0%
あまり満足していない	23	5.8%	14	7.0%	9	4.5%	5	5.0%	5	5.0%	5	5.0%	8	8.0%
まったく満足していない	14	3.5%	8	4.0%	6	3.0%	3	3.0%	1	1.0%	5	5.0%	5	5.0%
喫食、飲用していない	101	25.3%	48	24.0%	53	26.5%	25	25.0%	27	27.0%	22	22.0%	27	27.0%
平均点	3.46		3.41		3.52		3.31		3.63		3.49		3.42	

 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い



育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
非常に満足している	53	13.3%	20	10.0%	33	16.5%	8	8.0%	9	9.0%	20	20.0%	16	16.0%
やや満足している	49	12.3%	21	10.5%	28	14.0%	13	13.0%	9	9.0%	19	19.0%	8	8.0%
どちらともいえない	80	20.0%	47	23.5%	33	16.5%	25	25.0%	16	16.0%	18	18.0%	21	21.0%
あまり満足していない	21	5.3%	13	6.5%	8	4.0%	5	5.0%	6	6.0%	7	7.0%	3	3.0%
まったく満足していない	15	3.8%	8	4.0%	7	3.5%	2	2.0%	2	2.0%	3	3.0%	8	8.0%
喫食、飲用していない	182	45.5%	91	45.5%	91	45.5%	47	47.0%	58	58.0%	33	33.0%	44	44.0%
平均点	3.48		3.29		3.66		3.38		3.40		3.69		3.38	

= 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上低い

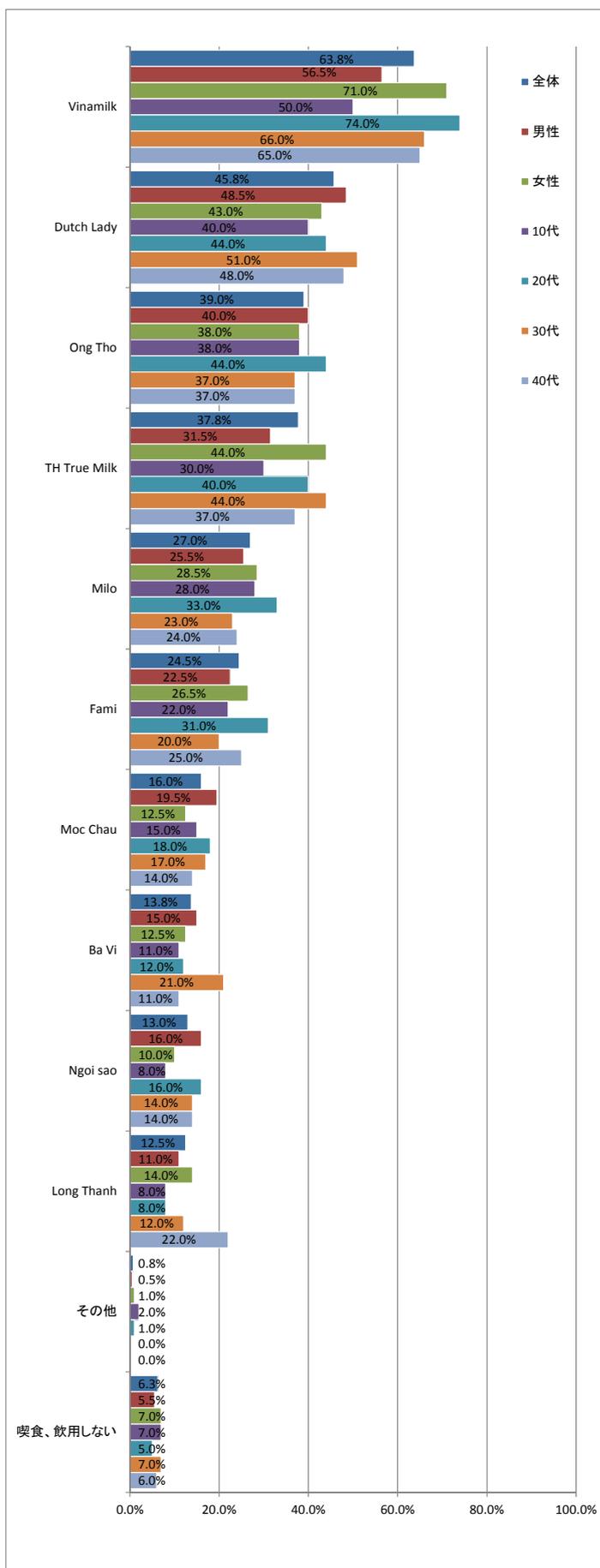
13. 主に喫食（飲用）している乳製品のブランド

- 牛乳で最も飲用されているブランドは「Vinamilk」となっており、全体で63.8%となっている。「Vinamilk」は女性と20代の飲用割合が高いものとなっている。30代では「Dutch Lady」や「TH True Milk」の飲用割合が他の年代に比べて高いものとなっている。
- ヨーグルトで最も喫食されているブランドも、牛乳同様「Vinamilk」で、全体で76.3%と他のブランドと大きな差になっている。30代、40代では「TH True Milk」や「Dutch Lady」も喫食される割合が他の年代よりも高いものとなっている。
- チーズについては、「Bel (Con bo cuoi)」が圧倒的に強く、全体で51.0%と過半数を超えている。次いで「Vinamilk」の22.3%となっており、この2ブランドで大半を占めている。
- 生クリームは突出したブランドが見当たらず、「Anchor」(20.0%)、「Elle & Vire」(19.3%)、「Rich's」(19.3%)が上位ブランドとなっている。
- 育児用粉ミルクでは、「Enfa Grow」が15.3%と最も高く、次いで「Dielac Alpha」(13.8%)、「Friso」(11.8%)、「NutriIQ」、「Dutch Lady」(共に11.3%)が続いている。育児用粉ミルクにおいてはわずかであるが日系企業も回答に上がっており、「森永乳業」3.0%、「明治」2.8%、「和光堂」2.0%となっている。

牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
Vinamilk	回答者数	255	113	142	50	74	66	65
	%	63.8%	56.5%	71.0%	50.0%	74.0%	66.0%	65.0%
Dutch Lady	回答者数	183	97	86	40	44	51	48
	%	45.8%	48.5%	43.0%	40.0%	44.0%	51.0%	48.0%
Ong Tho	回答者数	156	80	76	38	44	37	37
	%	39.0%	40.0%	38.0%	38.0%	44.0%	37.0%	37.0%
TH True Milk	回答者数	151	63	88	30	40	44	37
	%	37.8%	31.5%	44.0%	30.0%	40.0%	44.0%	37.0%
Milo	回答者数	108	51	57	28	33	23	24
	%	27.0%	25.5%	28.5%	28.0%	33.0%	23.0%	24.0%
Fami	回答者数	98	45	53	22	31	20	25
	%	24.5%	22.5%	26.5%	22.0%	31.0%	20.0%	25.0%
Moc Chau	回答者数	64	39	25	15	18	17	14
	%	16.0%	19.5%	12.5%	15.0%	18.0%	17.0%	14.0%
Ba Vi	回答者数	55	30	25	11	12	21	11
	%	13.8%	15.0%	12.5%	11.0%	12.0%	21.0%	11.0%
Ngoi sao	回答者数	52	32	20	8	16	14	14
	%	13.0%	16.0%	10.0%	8.0%	16.0%	14.0%	14.0%
Long Thanh	回答者数	50	22	28	8	8	12	22
	%	12.5%	11.0%	14.0%	8.0%	8.0%	12.0%	22.0%
その他	回答者数	3	1	2	2	1	0	0
	%	0.8%	0.5%	1.0%	2.0%	1.0%	0.0%	0.0%
喫食、飲用しない	回答者数	25	11	14	7	5	7	6
	%	6.3%	5.5%	7.0%	7.0%	5.0%	7.0%	6.0%

= 全体より10ポイント以上高い

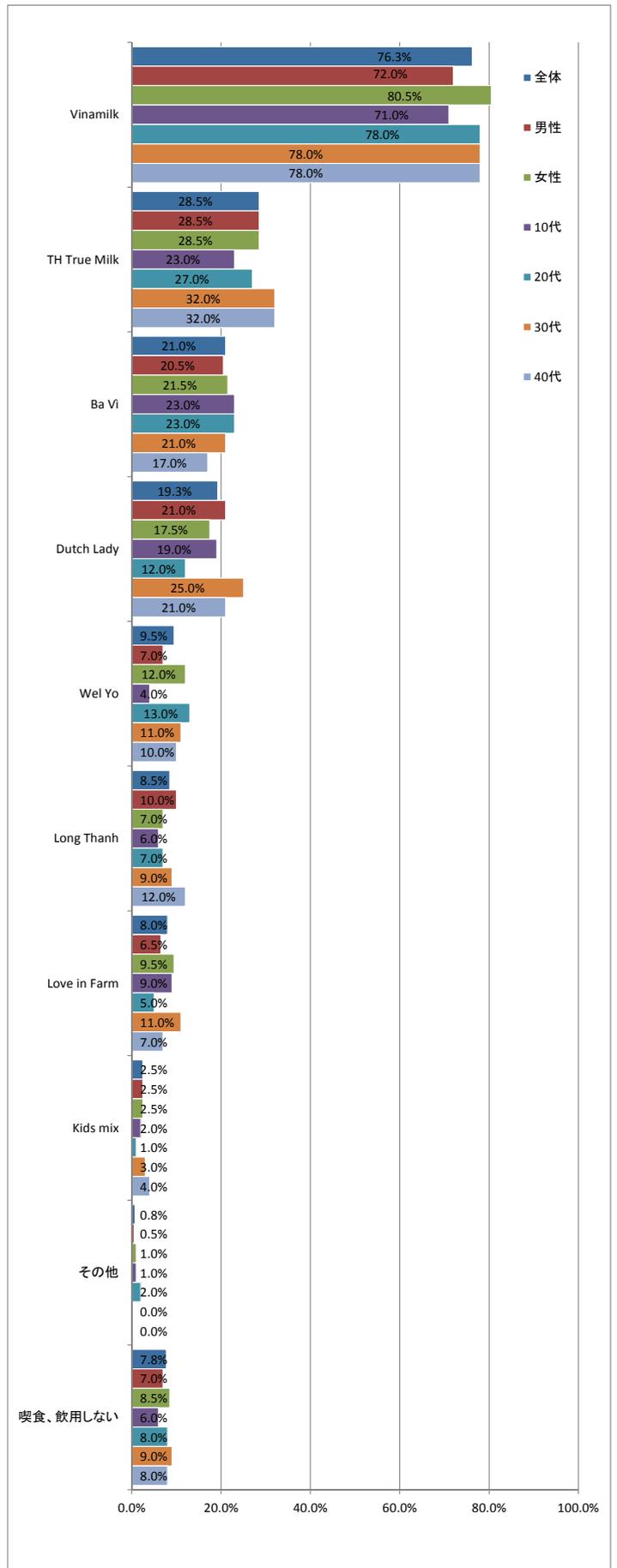
= 全体より10ポイント以上低い



ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
Vinamilk	回答者数	305	144	161	71	78	78	78
	%	76.3%	72.0%	80.5%	71.0%	78.0%	78.0%	78.0%
TH True Milk	回答者数	114	57	57	23	27	32	32
	%	28.5%	28.5%	28.5%	23.0%	27.0%	32.0%	32.0%
Ba Vi	回答者数	84	41	43	23	23	21	17
	%	21.0%	20.5%	21.5%	23.0%	23.0%	21.0%	17.0%
Dutch Lady	回答者数	77	42	35	19	12	25	21
	%	19.3%	21.0%	17.5%	19.0%	12.0%	25.0%	21.0%
Wel Yo	回答者数	38	14	24	4	13	11	10
	%	9.5%	7.0%	12.0%	4.0%	13.0%	11.0%	10.0%
Long Thanh	回答者数	34	20	14	6	7	9	12
	%	8.5%	10.0%	7.0%	6.0%	7.0%	9.0%	12.0%
Love in Farm	回答者数	32	13	19	9	5	11	7
	%	8.0%	6.5%	9.5%	9.0%	5.0%	11.0%	7.0%
Kids mix	回答者数	10	5	5	2	1	3	4
	%	2.5%	2.5%	2.5%	2.0%	1.0%	3.0%	4.0%
その他	回答者数	3	1	2	1	2	0	0
	%	0.8%	0.5%	1.0%	1.0%	2.0%	0.0%	0.0%
喫食、飲用しない	回答者数	31	14	17	6	8	9	8
	%	7.8%	7.0%	8.5%	6.0%	8.0%	9.0%	8.0%

= 全体より10ポイント以上高い

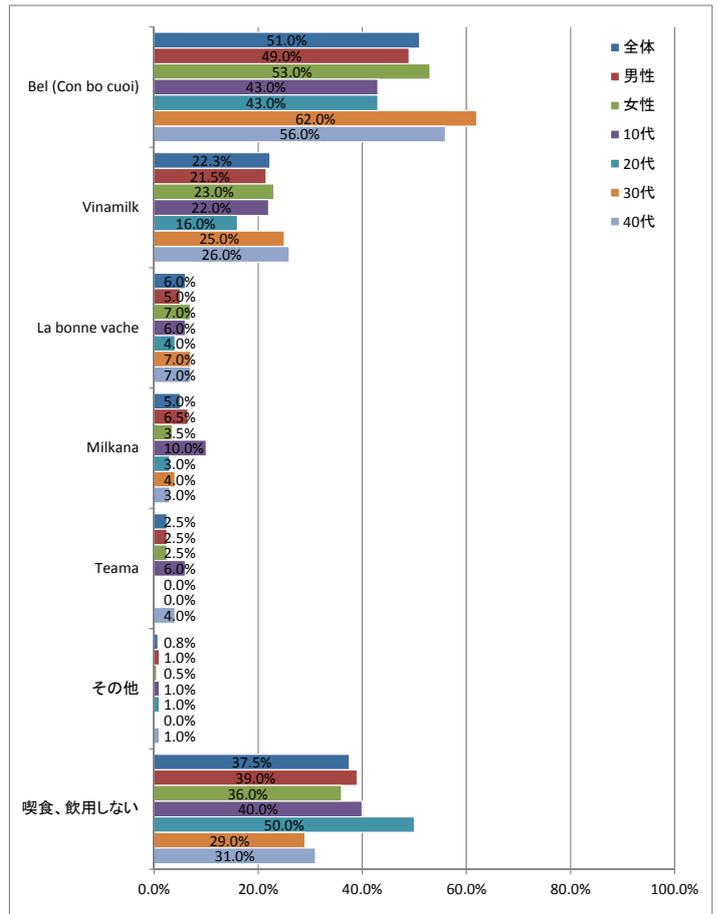
= 全体より10ポイント以上低い



チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
Bel (Con bo cuoi)	回答者数	204	98	106	43	43	62	56
	%	51.0%	49.0%	53.0%	43.0%	43.0%	62.0%	56.0%
Vinamilk	回答者数	89	43	46	22	16	25	26
	%	22.3%	21.5%	23.0%	22.0%	16.0%	25.0%	26.0%
La bonne vache	回答者数	24	10	14	6	4	7	7
	%	6.0%	5.0%	7.0%	6.0%	4.0%	7.0%	7.0%
Milkana	回答者数	20	13	7	10	3	4	3
	%	5.0%	6.5%	3.5%	10.0%	3.0%	4.0%	3.0%
Teama	回答者数	10	5	5	6	0	0	4
	%	2.5%	2.5%	2.5%	6.0%	0.0%	0.0%	4.0%
その他	回答者数	3	2	1	1	1	0	1
	%	0.8%	1.0%	0.5%	1.0%	1.0%	0.0%	1.0%
喫食、飲用しない	回答者数	150	78	72	40	50	29	31
	%	37.5%	39.0%	36.0%	40.0%	50.0%	29.0%	31.0%

= 全体より10ポイント以上高い

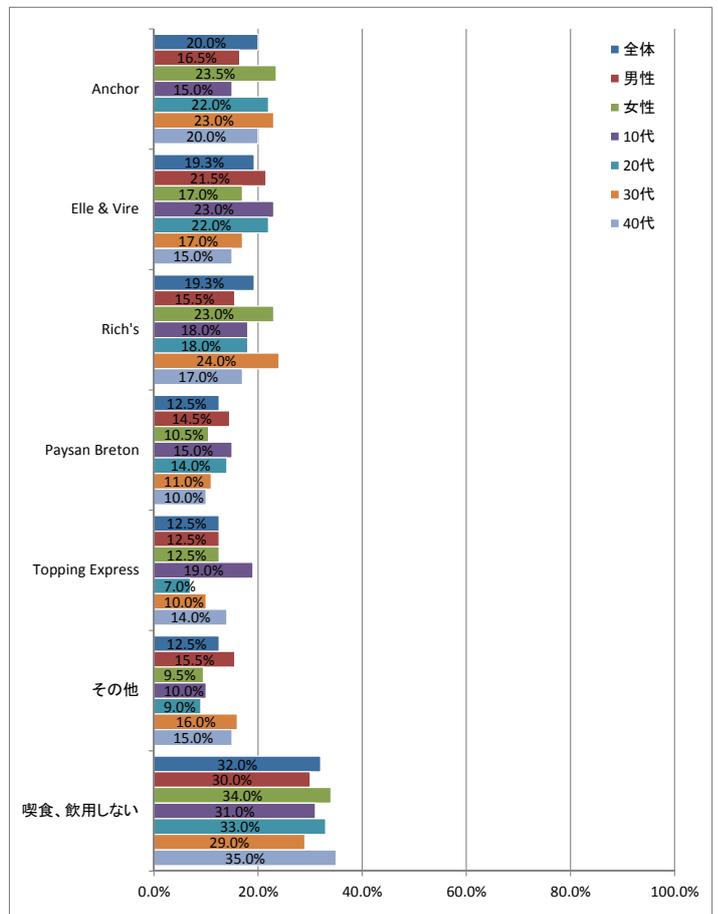
= 全体より10ポイント以上低い



生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
Anchor	回答者数	80	33	47	15	22	23	20
	%	20.0%	16.5%	23.5%	15.0%	22.0%	23.0%	20.0%
Elle & Vire	回答者数	77	43	34	23	22	17	15
	%	19.3%	21.5%	17.0%	23.0%	22.0%	17.0%	15.0%
Rich's	回答者数	77	31	46	18	18	24	17
	%	19.3%	15.5%	23.0%	18.0%	18.0%	24.0%	17.0%
Paysan Breton	回答者数	50	29	21	15	14	11	10
	%	12.5%	14.5%	10.5%	15.0%	14.0%	11.0%	10.0%
Topping Express	回答者数	50	25	25	19	7	10	14
	%	12.5%	12.5%	12.5%	19.0%	7.0%	10.0%	14.0%
その他	回答者数	50	31	19	10	9	16	15
	%	12.5%	15.5%	9.5%	10.0%	9.0%	16.0%	15.0%
喫食、飲用しない	回答者数	128	60	68	31	33	29	35
	%	32.0%	30.0%	34.0%	31.0%	33.0%	29.0%	35.0%

= 全体より10ポイント以上高い

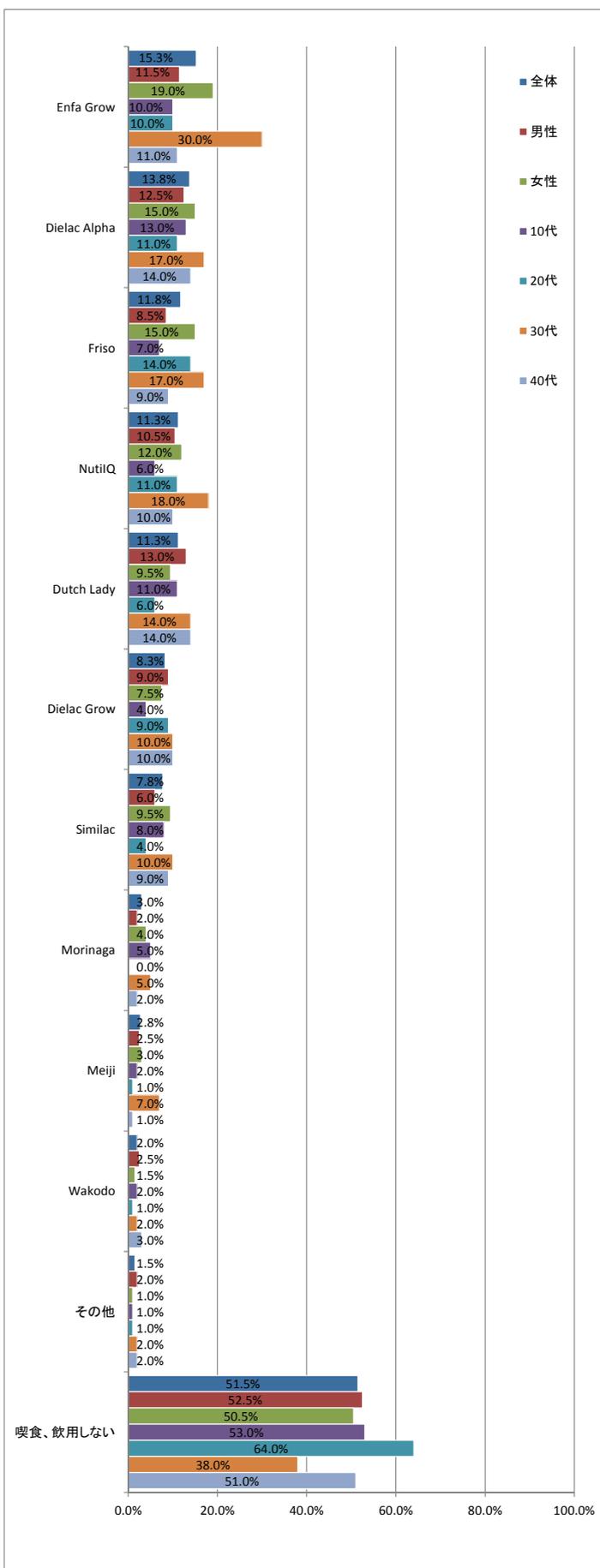
= 全体より10ポイント以上低い



育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
Enfa Grow	回答者数	61	23	38	10	10	30	11
	%	15.3%	11.5%	19.0%	10.0%	10.0%	30.0%	11.0%
Dielac Alpha	回答者数	55	25	30	13	11	17	14
	%	13.8%	12.5%	15.0%	13.0%	11.0%	17.0%	14.0%
Friso	回答者数	47	17	30	7	14	17	9
	%	11.8%	8.5%	15.0%	7.0%	14.0%	17.0%	9.0%
NutliQ	回答者数	45	21	24	6	11	18	10
	%	11.3%	10.5%	12.0%	6.0%	11.0%	18.0%	10.0%
Dutch Lady	回答者数	45	26	19	11	6	14	14
	%	11.3%	13.0%	9.5%	11.0%	6.0%	14.0%	14.0%
Dielac Grow	回答者数	33	18	15	4	9	10	10
	%	8.3%	9.0%	7.5%	4.0%	9.0%	10.0%	10.0%
Similac	回答者数	31	12	19	8	4	10	9
	%	7.8%	6.0%	9.5%	8.0%	4.0%	10.0%	9.0%
Morinaga	回答者数	12	4	8	5	0	5	2
	%	3.0%	2.0%	4.0%	5.0%	0.0%	5.0%	2.0%
Meiji	回答者数	11	5	6	2	1	7	1
	%	2.8%	2.5%	3.0%	2.0%	1.0%	7.0%	1.0%
Wakodo	回答者数	8	5	3	2	1	2	3
	%	2.0%	2.5%	1.5%	2.0%	1.0%	2.0%	3.0%
その他	回答者数	6	4	2	1	1	2	2
	%	1.5%	2.0%	1.0%	1.0%	1.0%	2.0%	2.0%
喫食、飲用しない	回答者数	206	105	101	53	64	38	51
	%	51.5%	52.5%	50.5%	53.0%	64.0%	38.0%	51.0%

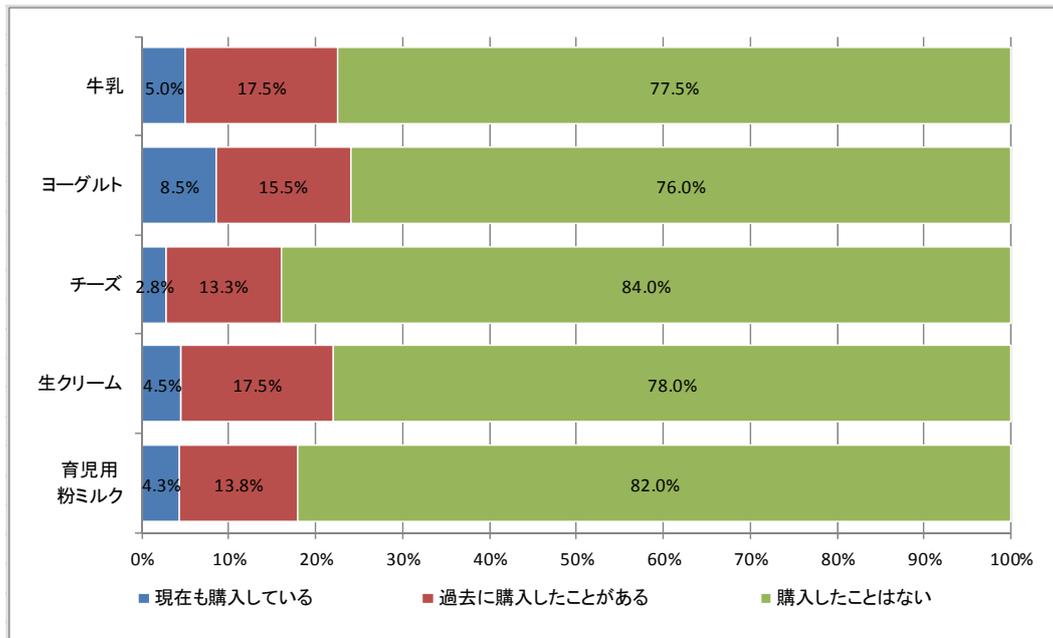
= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い

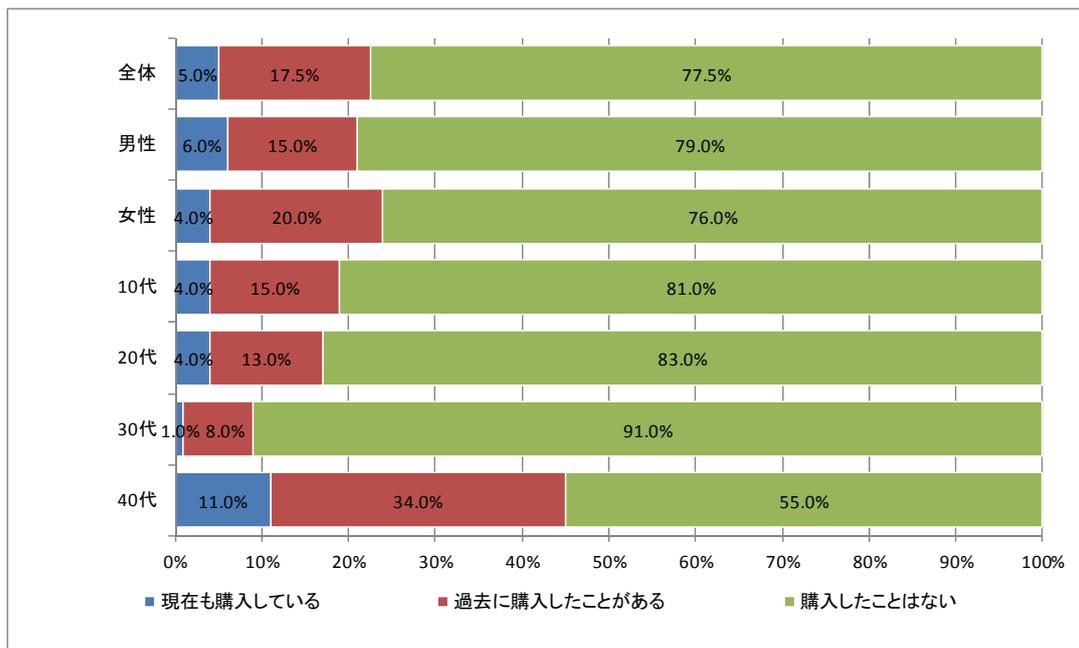


1 4 . 日本産乳製品の購入経験

- 日本産乳製品の購入経験は全体的に低く、過去も含め購入したことがある人は2割前後となっている。
- 最も購入経験のあるカテゴリーはヨーグルトであり、「現在も購入している」が8.5%、「過去に購入したことがある」が15.5%と購入経験率が24.0%とほぼ4人に一人が日本製ヨーグルトを購入した経験があるとしている。ただし、ベトナムでは「ヤクルト」などの乳酸菌飲料も明確な区分がなく、ドリンクヨーグルトの一つとして捉えられていることから、「ヤクルト」の飲用経験も含んでいるものと推察される。
- 年代別では、どのカテゴリーにおいても40代の購入経験率が他の年代と比較して圧倒的に高いものとなっている。その一方で、30代の購入経験は低い傾向にある。

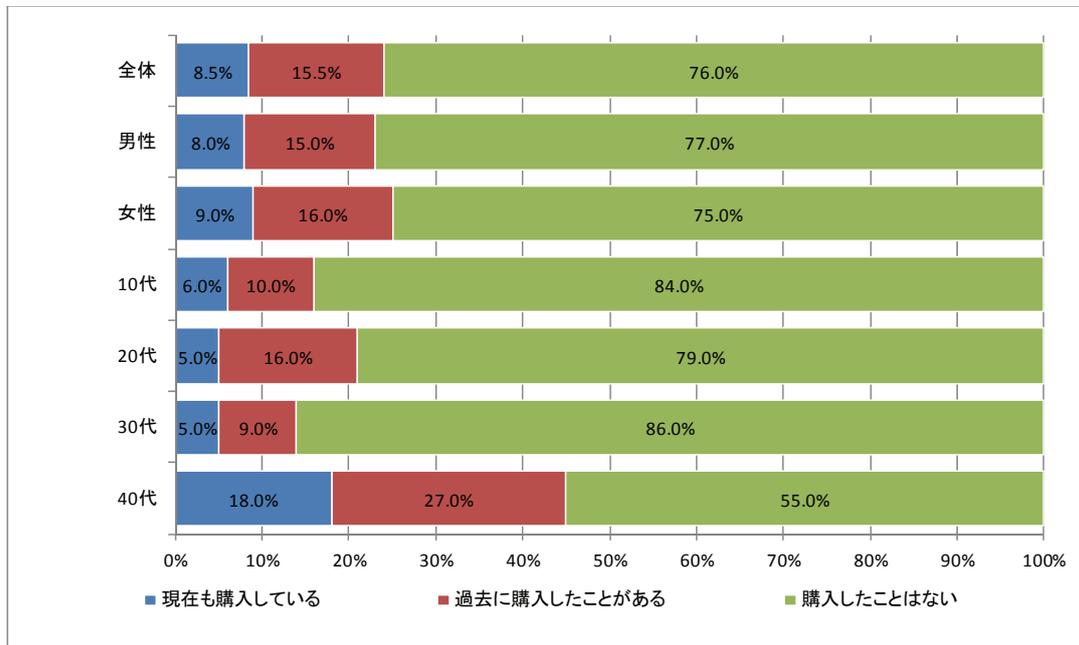


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用粉ミルク	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%
現在も購入している	20	5.0%	34	8.5%	11	2.8%	18	4.5%	17	4.3%
過去に購入したことがある	70	17.5%	62	15.5%	53	13.3%	70	17.5%	55	13.8%
購入したことはない	310	77.5%	304	76.0%	336	84.0%	312	78.0%	328	82.0%



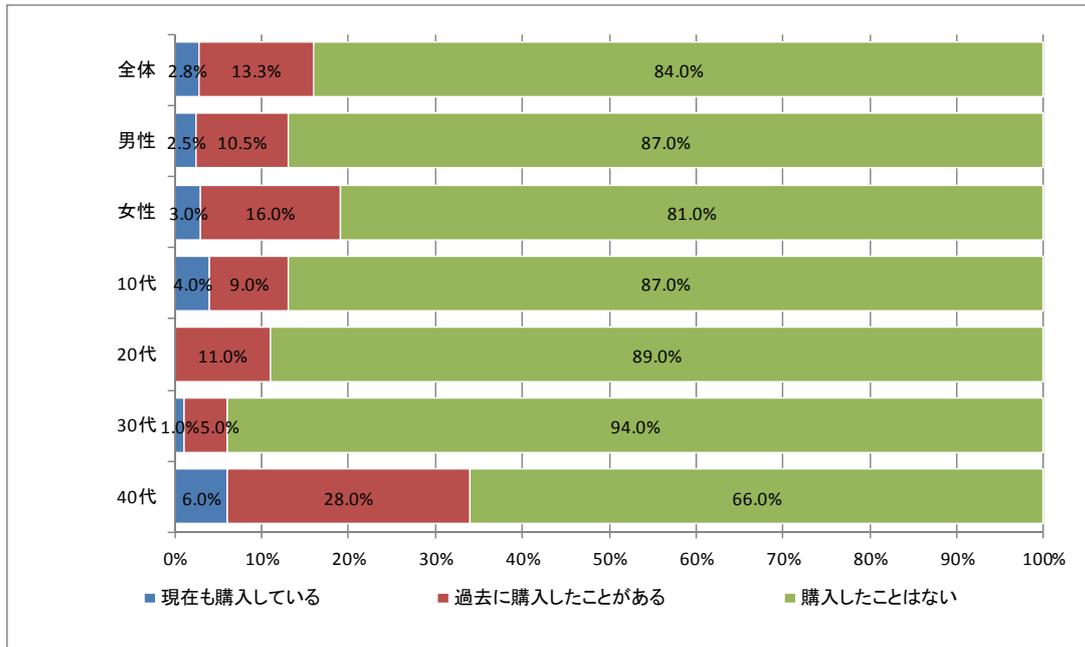
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も購入している	20	5.0%	12	6.0%	8	4.0%	4	4.0%	4	4.0%	1	1.0%	11	11.0%
過去に購入したことがある	70	17.5%	30	15.0%	40	20.0%	15	15.0%	13	13.0%	8	8.0%	34	34.0%
購入したことはない	310	77.5%	158	79.0%	152	76.0%	81	81.0%	83	83.0%	91	91.0%	55	55.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



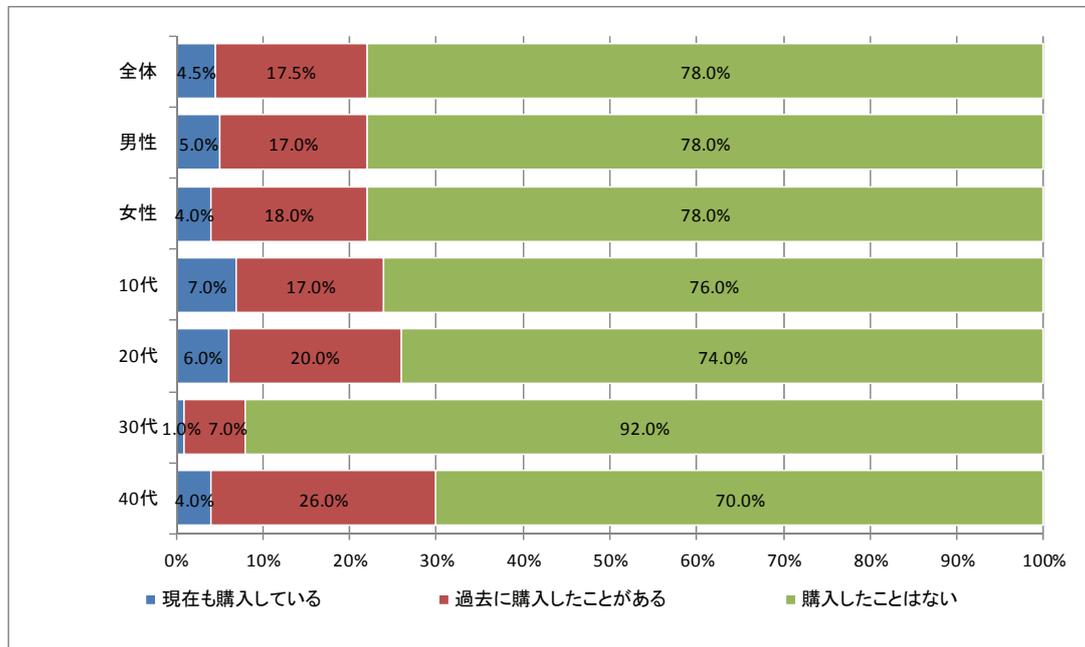
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も購入している	34	8.5%	16	8.0%	18	9.0%	6	6.0%	5	5.0%	5	5.0%	18	18.0%
過去に購入したことがある	62	15.5%	30	15.0%	32	16.0%	10	10.0%	16	16.0%	9	9.0%	27	27.0%
購入したことはない	304	76.0%	154	77.0%	150	75.0%	84	84.0%	79	79.0%	86	86.0%	55	55.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



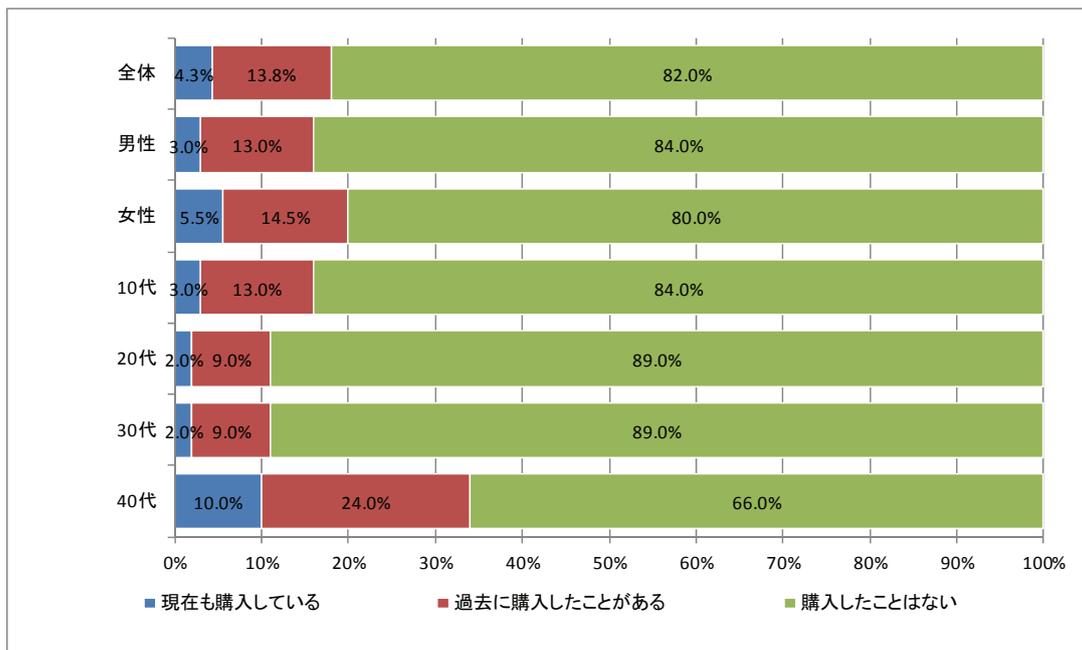
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も購入している	11	2.8%	5	2.5%	6	3.0%	4	4.0%	0	0.0%	1	1.0%	6	6.0%
過去に購入したことがある	53	13.3%	21	10.5%	32	16.0%	9	9.0%	11	11.0%	5	5.0%	28	28.0%
購入したことはない	336	84.0%	174	87.0%	162	81.0%	87	87.0%	89	89.0%	94	94.0%	66	66.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も購入している	18	4.5%	10	5.0%	8	4.0%	7	7.0%	6	6.0%	1	1.0%	4	4.0%
過去に購入したことがある	70	17.5%	34	17.0%	36	18.0%	17	17.0%	20	20.0%	7	7.0%	26	26.0%
購入したことはない	312	78.0%	156	78.0%	156	78.0%	76	76.0%	74	74.0%	92	92.0%	70	70.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も購入している	17	4.3%	6	3.0%	11	5.5%	3	3.0%	2	2.0%	2	2.0%	10	10.0%
過去に購入したことがある	55	13.8%	26	13.0%	29	14.5%	13	13.0%	9	9.0%	9	9.0%	24	24.0%
購入したことはない	328	82.0%	168	84.0%	160	80.0%	84	84.0%	89	89.0%	89	89.0%	66	66.0%

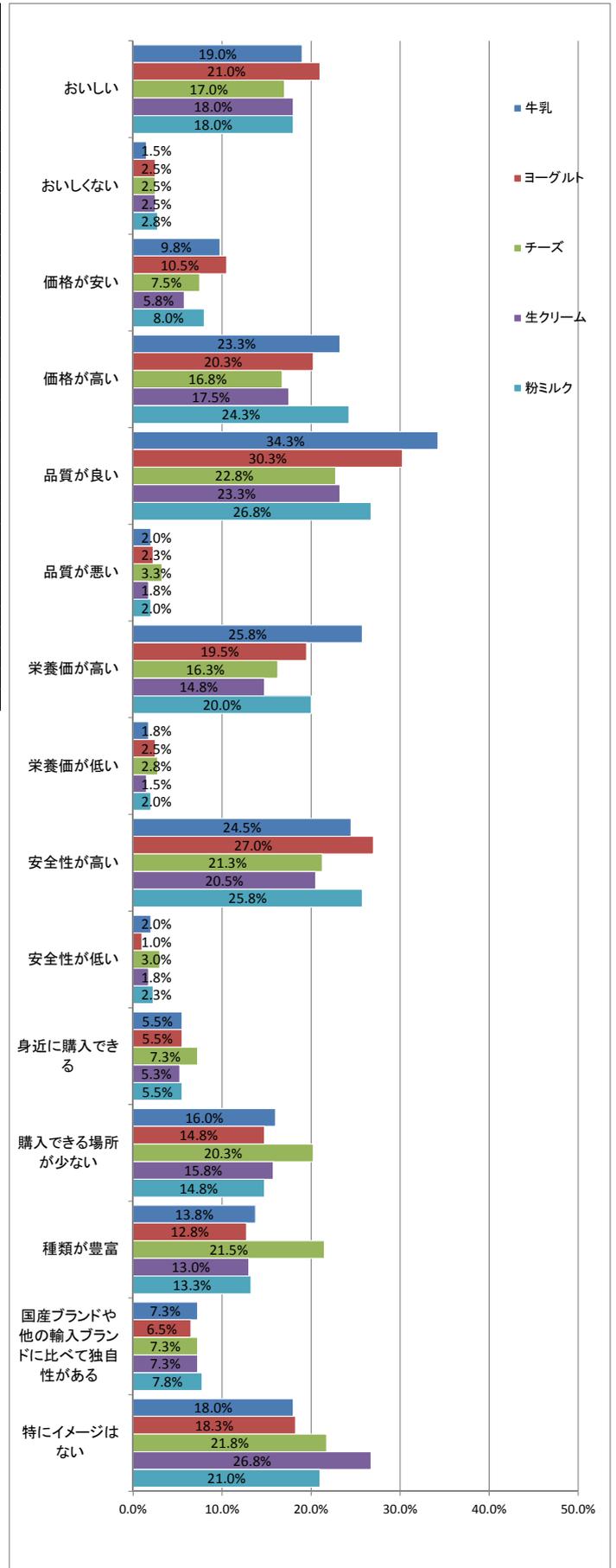
= 全体より5ポイント以上高い

= 全体より5ポイント以上低い

15. 日本産乳製品に対するイメージ

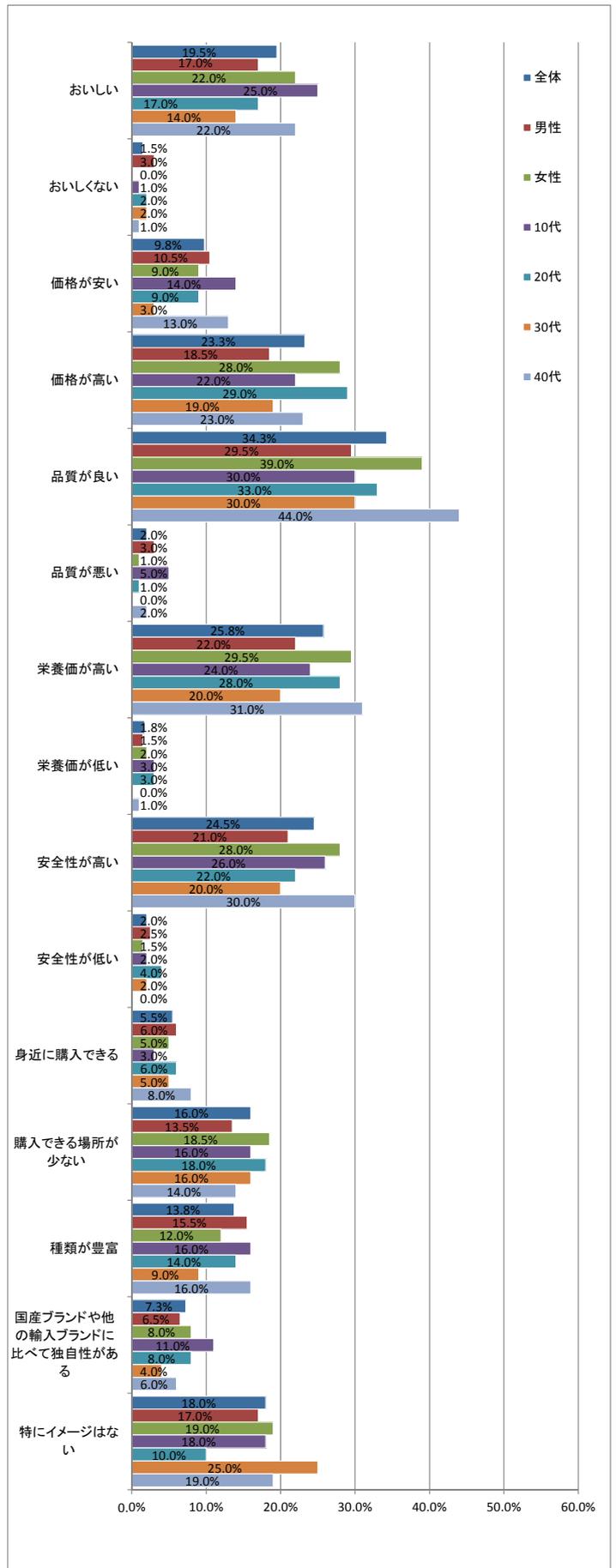
- 「おいしい」、「品質が良い」、「栄養価が高い」、「安全性が高い」といった、製品内容においてはポジティブな印象が高い傾向にある一方で、「価格が高い」、「購入できる場所が少ない」といった輸出上の課題とも言える項目においても高い結果となっている。
- 牛乳では「品質が良い」(34.3%)、「栄養価が高い」(25.8%)などが他のカテゴリーと比較して高い一方で、「価格が高い」も23.3%と最も高くなっている。年代別では40代のポジティブなイメージが他の年代よりも高く、「品質が良い」(44.0%)、「栄養価が高い」(31.0%)、「安全性が高い」(30.0%)、「おいしい」(22.0%)となっている。
- ヨーグルトでは「おいしい」(21.0%)、「安全性が高い」(27.0%)で他のカテゴリーよりも高いものとなっている。年代別では40代の「おいしい」(27.0%)、「安全性が高い」(31.0%)、10代の「種類が豊富」(23.0%)などがポジティブなイメージとして他の年代よりも高い一方で、20代の「価格が高い」(32.0%)がネガティブなイメージとして他の年代よりも高くなっている。
- チーズでは「種類が豊富」が21.5%と高い一方で、「購入できる場所が少ない」も20.3%で高いものとなっている。ポジティブなイメージについては女性の割合が高い一方で、ネガティブなイメージについては、男性の割合がやや高いものとなっている。
- 生クリームでは全体的に10代、20代の回答割合が高いものとなっている。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	粉ミルク
		合計	400	400	400	400
おいしい	回答者数	76	84	68	72	72
	%	19.0%	21.0%	17.0%	18.0%	18.0%
おいしくない	回答者数	6	10	10	10	11
	%	1.5%	2.5%	2.5%	2.5%	2.8%
価格が安い	回答者数	39	42	30	23	32
	%	9.8%	10.5%	7.5%	5.8%	8.0%
価格が高い	回答者数	93	81	67	70	97
	%	23.3%	20.3%	16.8%	17.5%	24.3%
品質が良い	回答者数	137	121	91	93	107
	%	34.3%	30.3%	22.8%	23.3%	26.8%
品質が悪い	回答者数	8	9	13	7	8
	%	2.0%	2.3%	3.3%	1.8%	2.0%
栄養価が高い	回答者数	103	78	65	59	80
	%	25.8%	19.5%	16.3%	14.8%	20.0%
栄養価が低い	回答者数	7	10	11	6	8
	%	1.8%	2.5%	2.8%	1.5%	2.0%
安全性が高い	回答者数	98	108	85	82	103
	%	24.5%	27.0%	21.3%	20.5%	25.8%
安全性が低い	回答者数	8	4	12	7	9
	%	2.0%	1.0%	3.0%	1.8%	2.3%
身近に購入できる	回答者数	22	22	29	21	22
	%	5.5%	5.5%	7.3%	5.3%	5.5%
購入できる場所が少ない	回答者数	64	59	81	63	59
	%	16.0%	14.8%	20.3%	15.8%	14.8%
種類が豊富	回答者数	55	51	86	52	53
	%	13.8%	12.8%	21.5%	13.0%	13.3%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	29	26	29	29	31
	%	7.3%	6.5%	7.3%	7.3%	7.8%
特にイメージはない	回答者数	72	73	87	107	84
	%	18.0%	18.3%	21.8%	26.8%	21.0%



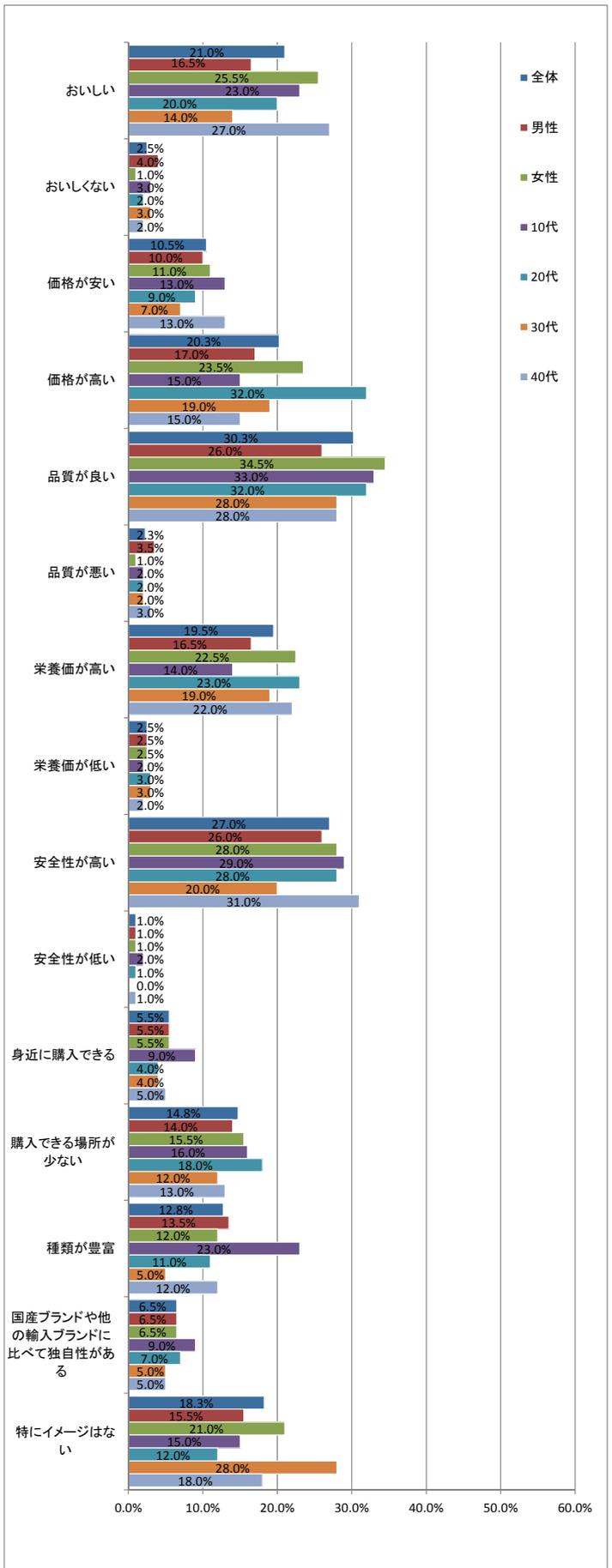
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
おいしい	回答者数	78	34	44	25	17	14	22
	%	19.5%	17.0%	22.0%	25.0%	17.0%	14.0%	22.0%
おいしくない	回答者数	6	6	0	1	2	2	1
	%	1.5%	3.0%	0.0%	1.0%	2.0%	2.0%	1.0%
価格が安い	回答者数	39	21	18	14	9	3	13
	%	9.8%	10.5%	9.0%	14.0%	9.0%	3.0%	13.0%
価格が高い	回答者数	93	37	56	22	29	19	23
	%	23.3%	18.5%	28.0%	22.0%	29.0%	19.0%	23.0%
品質が良い	回答者数	137	59	78	30	33	30	44
	%	34.3%	29.5%	39.0%	30.0%	33.0%	30.0%	44.0%
品質が悪い	回答者数	8	6	2	5	1	0	2
	%	2.0%	3.0%	1.0%	5.0%	1.0%	0.0%	2.0%
栄養価が高い	回答者数	103	44	59	24	28	20	31
	%	25.8%	22.0%	29.5%	24.0%	28.0%	20.0%	31.0%
栄養価が低い	回答者数	7	3	4	3	3	0	1
	%	1.8%	1.5%	2.0%	3.0%	3.0%	0.0%	1.0%
安全性が高い	回答者数	98	42	56	26	22	20	30
	%	24.5%	21.0%	28.0%	26.0%	22.0%	20.0%	30.0%
安全性が低い	回答者数	8	5	3	2	4	2	0
	%	2.0%	2.5%	1.5%	2.0%	4.0%	2.0%	0.0%
身近に購入できる	回答者数	22	12	10	3	6	5	8
	%	5.5%	6.0%	5.0%	3.0%	6.0%	5.0%	8.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	64	27	37	16	18	16	14
	%	16.0%	13.5%	18.5%	16.0%	18.0%	16.0%	14.0%
種類が豊富	回答者数	55	31	24	16	14	9	16
	%	13.8%	15.5%	12.0%	16.0%	14.0%	9.0%	16.0%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	29	13	16	11	8	4	6
	%	7.3%	6.5%	8.0%	11.0%	8.0%	4.0%	6.0%
特にイメージはない	回答者数	72	34	38	18	10	25	19
	%	18.0%	17.0%	19.0%	18.0%	10.0%	25.0%	19.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



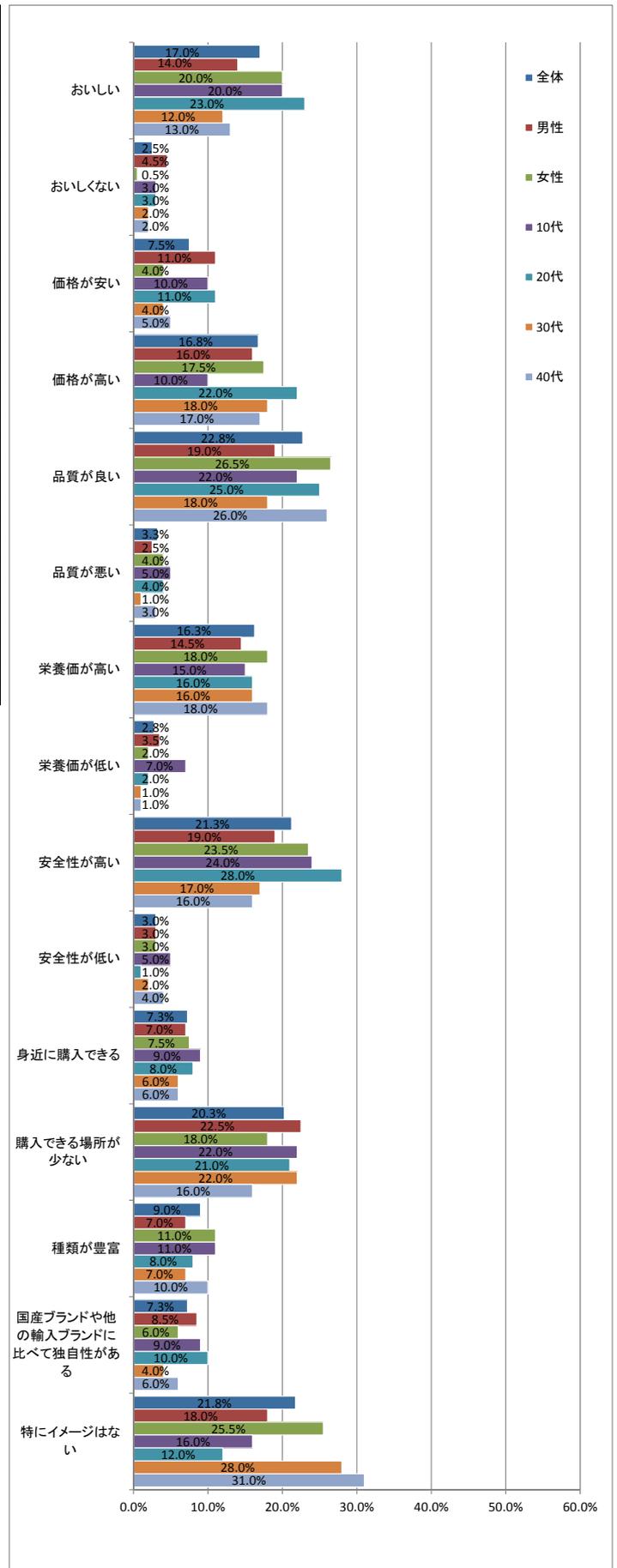
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
おいしい	回答者数	84	33	51	23	20	14	27
	%	21.0%	16.5%	25.5%	23.0%	20.0%	14.0%	27.0%
おいしくない	回答者数	10	8	2	3	2	3	2
	%	2.5%	4.0%	1.0%	3.0%	2.0%	3.0%	2.0%
価格が安い	回答者数	42	20	22	13	9	7	13
	%	10.5%	10.0%	11.0%	13.0%	9.0%	7.0%	13.0%
価格が高い	回答者数	81	34	47	15	32	19	15
	%	20.3%	17.0%	23.5%	15.0%	32.0%	19.0%	15.0%
品質が良い	回答者数	121	52	69	33	32	28	28
	%	30.3%	26.0%	34.5%	33.0%	32.0%	28.0%	28.0%
品質が悪い	回答者数	9	7	2	2	2	2	3
	%	2.3%	3.5%	1.0%	2.0%	2.0%	2.0%	3.0%
栄養価が高い	回答者数	78	33	45	14	23	19	22
	%	19.5%	16.5%	22.5%	14.0%	23.0%	19.0%	22.0%
栄養価が低い	回答者数	10	5	5	2	3	3	2
	%	2.5%	2.5%	2.5%	2.0%	3.0%	3.0%	2.0%
安全性が高い	回答者数	108	52	56	29	28	20	31
	%	27.0%	26.0%	28.0%	29.0%	28.0%	20.0%	31.0%
安全性が低い	回答者数	4	2	2	2	1	0	1
	%	1.0%	1.0%	1.0%	2.0%	1.0%	0.0%	1.0%
身近に購入できる	回答者数	22	11	11	9	4	4	5
	%	5.5%	5.5%	5.5%	9.0%	4.0%	4.0%	5.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	59	28	31	16	18	12	13
	%	14.8%	14.0%	15.5%	16.0%	18.0%	12.0%	13.0%
種類が豊富	回答者数	51	27	24	23	11	5	12
	%	12.8%	13.5%	12.0%	23.0%	11.0%	5.0%	12.0%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	26	13	13	9	7	5	5
	%	6.5%	6.5%	6.5%	9.0%	7.0%	5.0%	5.0%
特にイメージはない	回答者数	73	31	42	15	12	28	18
	%	18.3%	15.5%	21.0%	15.0%	12.0%	28.0%	18.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



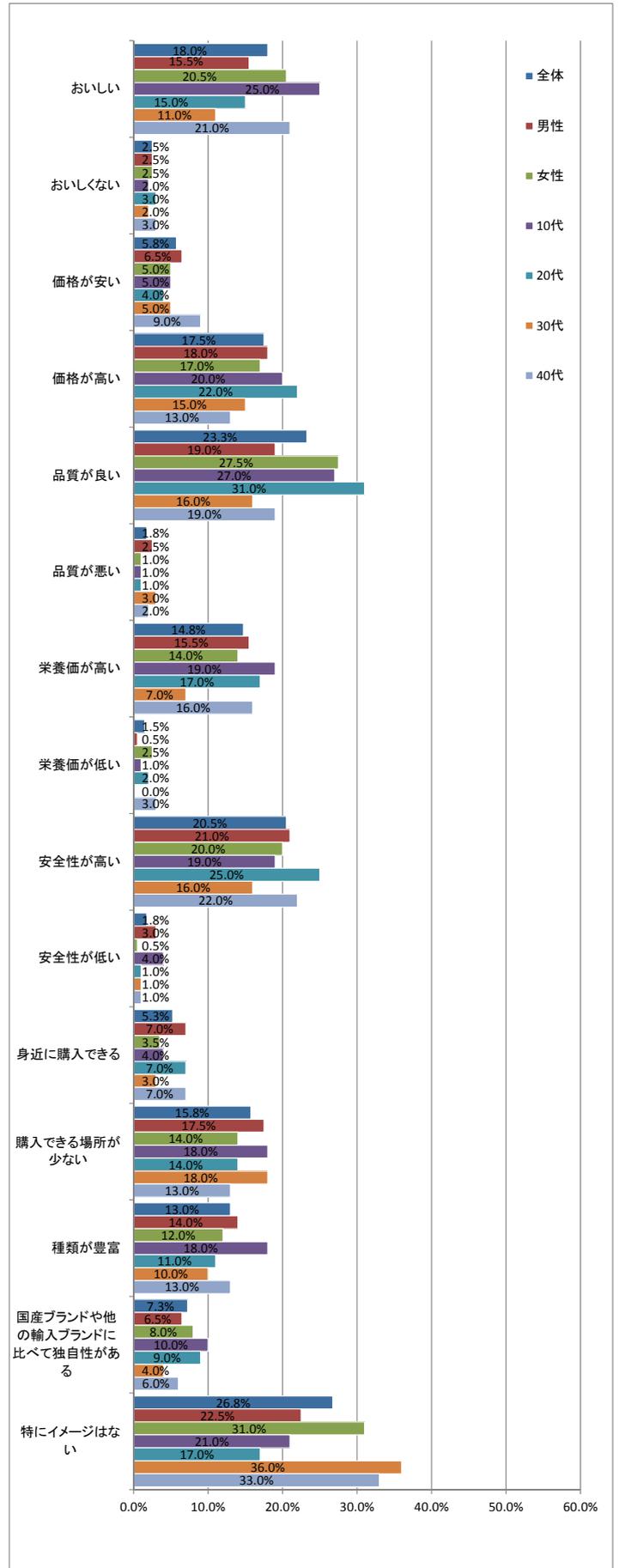
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
おいしい	回答者数	68	28	40	20	23	12	13
	%	17.0%	14.0%	20.0%	20.0%	23.0%	12.0%	13.0%
おいしくない	回答者数	10	9	1	3	3	2	2
	%	2.5%	4.5%	0.5%	3.0%	3.0%	2.0%	2.0%
価格が安い	回答者数	30	22	8	10	11	4	5
	%	7.5%	11.0%	4.0%	10.0%	11.0%	4.0%	5.0%
価格が高い	回答者数	67	32	35	10	22	18	17
	%	16.8%	16.0%	17.5%	10.0%	22.0%	18.0%	17.0%
品質が良い	回答者数	91	38	53	22	25	18	26
	%	22.8%	19.0%	26.5%	22.0%	25.0%	18.0%	26.0%
品質が悪い	回答者数	13	5	8	5	4	1	3
	%	3.3%	2.5%	4.0%	5.0%	4.0%	1.0%	3.0%
栄養価が高い	回答者数	65	29	36	15	16	16	18
	%	16.3%	14.5%	18.0%	15.0%	16.0%	16.0%	18.0%
栄養価が低い	回答者数	11	7	4	7	2	1	1
	%	2.8%	3.5%	2.0%	7.0%	2.0%	1.0%	1.0%
安全性が高い	回答者数	85	38	47	24	28	17	16
	%	21.3%	19.0%	23.5%	24.0%	28.0%	17.0%	16.0%
安全性が低い	回答者数	12	6	6	5	1	2	4
	%	3.0%	3.0%	3.0%	5.0%	1.0%	2.0%	4.0%
身近に購入できる	回答者数	29	14	15	9	8	6	6
	%	7.3%	7.0%	7.5%	9.0%	8.0%	6.0%	6.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	81	45	36	22	21	22	16
	%	20.3%	22.5%	18.0%	22.0%	21.0%	22.0%	16.0%
種類が豊富	回答者数	36	14	22	11	8	7	10
	%	9.0%	7.0%	11.0%	11.0%	8.0%	7.0%	10.0%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	29	17	12	9	10	4	6
	%	7.3%	8.5%	6.0%	9.0%	10.0%	4.0%	6.0%
特にイメージはない	回答者数	87	36	51	16	12	28	31
	%	21.8%	18.0%	25.5%	16.0%	12.0%	28.0%	31.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



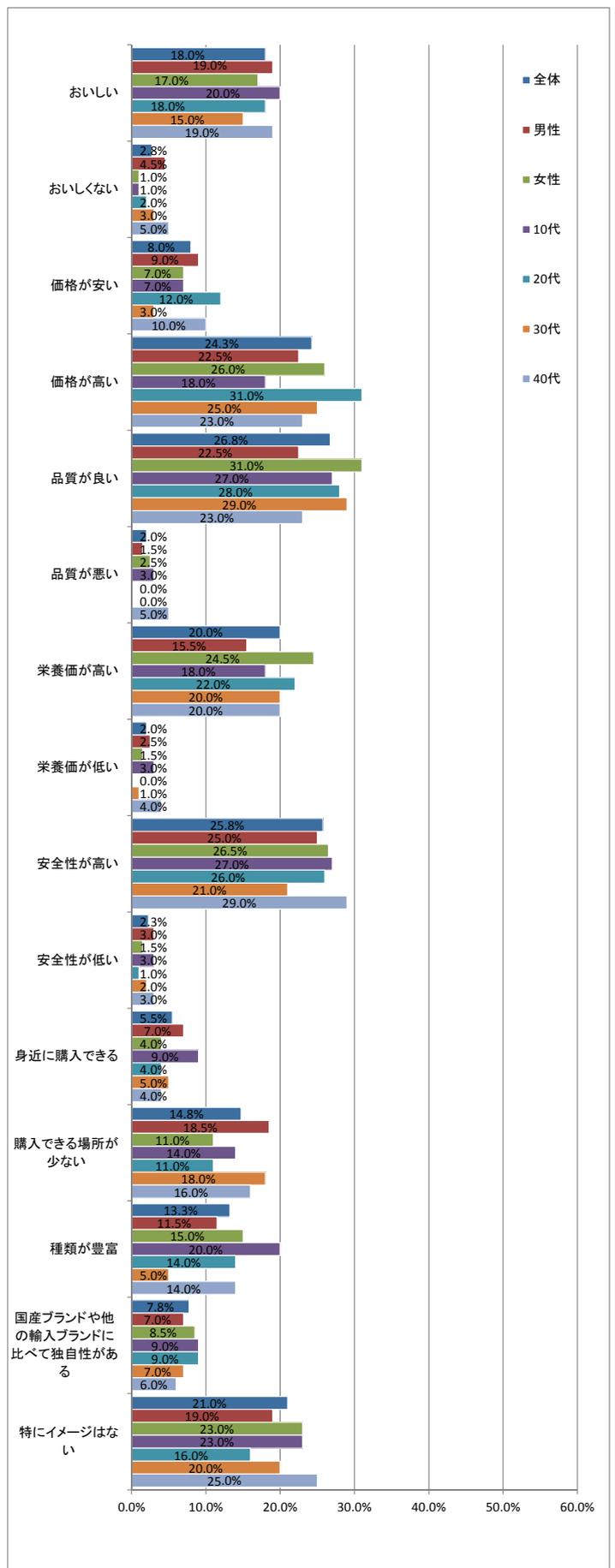
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
おいしい	回答者数	72	31	41	25	15	11	21
	%	18.0%	15.5%	20.5%	25.0%	15.0%	11.0%	21.0%
おいしくない	回答者数	10	5	5	2	3	2	3
	%	2.5%	2.5%	2.5%	2.0%	3.0%	2.0%	3.0%
価格が安い	回答者数	23	13	10	5	4	5	9
	%	5.8%	6.5%	5.0%	5.0%	4.0%	5.0%	9.0%
価格が高い	回答者数	70	36	34	20	22	15	13
	%	17.5%	18.0%	17.0%	20.0%	22.0%	15.0%	13.0%
品質が良い	回答者数	93	38	55	27	31	16	19
	%	23.3%	19.0%	27.5%	27.0%	31.0%	16.0%	19.0%
品質が悪い	回答者数	7	5	2	1	1	3	2
	%	1.8%	2.5%	1.0%	1.0%	1.0%	3.0%	2.0%
栄養価が高い	回答者数	59	31	28	19	17	7	16
	%	14.8%	15.5%	14.0%	19.0%	17.0%	7.0%	16.0%
栄養価が低い	回答者数	6	1	5	1	2	0	3
	%	1.5%	0.5%	2.5%	1.0%	2.0%	0.0%	3.0%
安全性が高い	回答者数	82	42	40	19	25	16	22
	%	20.5%	21.0%	20.0%	19.0%	25.0%	16.0%	22.0%
安全性が低い	回答者数	7	6	1	4	1	1	1
	%	1.8%	3.0%	0.5%	4.0%	1.0%	1.0%	1.0%
身近に購入できる	回答者数	21	14	7	4	7	3	7
	%	5.3%	7.0%	3.5%	4.0%	7.0%	3.0%	7.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	63	35	28	18	14	18	13
	%	15.8%	17.5%	14.0%	18.0%	14.0%	18.0%	13.0%
種類が豊富	回答者数	52	28	24	18	11	10	13
	%	13.0%	14.0%	12.0%	18.0%	11.0%	10.0%	13.0%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	29	13	16	10	9	4	6
	%	7.3%	6.5%	8.0%	10.0%	9.0%	4.0%	6.0%
特にイメージはない	回答者数	107	45	62	21	17	36	33
	%	26.8%	22.5%	31.0%	21.0%	17.0%	36.0%	33.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い



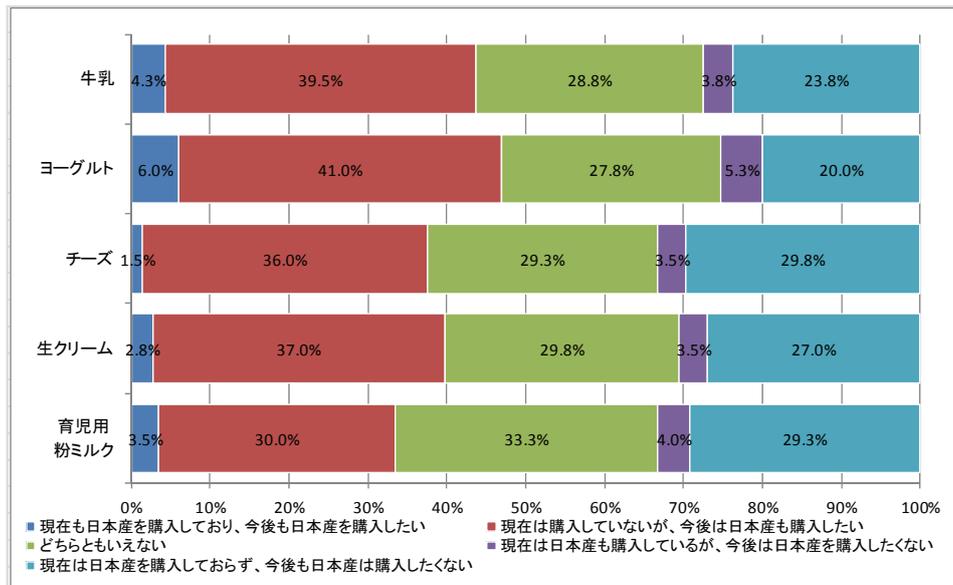
育児用粉ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	200	200	100	100	100
おいしい	回答者数	72	38	34	20	18	15	19
	%	18.0%	19.0%	17.0%	20.0%	18.0%	15.0%	19.0%
おいしくない	回答者数	11	9	2	1	2	3	5
	%	2.8%	4.5%	1.0%	1.0%	2.0%	3.0%	5.0%
価格が安い	回答者数	32	18	14	7	12	3	10
	%	8.0%	9.0%	7.0%	7.0%	12.0%	3.0%	10.0%
価格が高い	回答者数	97	45	52	18	31	25	23
	%	24.3%	22.5%	26.0%	18.0%	31.0%	25.0%	23.0%
品質が良い	回答者数	107	45	62	27	28	29	23
	%	26.8%	22.5%	31.0%	27.0%	28.0%	29.0%	23.0%
品質が悪い	回答者数	8	3	5	3	0	0	5
	%	2.0%	1.5%	2.5%	3.0%	0.0%	0.0%	5.0%
栄養価が高い	回答者数	80	31	49	18	22	20	20
	%	20.0%	15.5%	24.5%	18.0%	22.0%	20.0%	20.0%
栄養価が低い	回答者数	8	5	3	3	0	1	4
	%	2.0%	2.5%	1.5%	3.0%	0.0%	1.0%	4.0%
安全性が高い	回答者数	103	50	53	27	26	21	29
	%	25.8%	25.0%	26.5%	27.0%	26.0%	21.0%	29.0%
安全性が低い	回答者数	9	6	3	3	1	2	3
	%	2.3%	3.0%	1.5%	3.0%	1.0%	2.0%	3.0%
身近に購入できる	回答者数	22	14	8	9	4	5	4
	%	5.5%	7.0%	4.0%	9.0%	4.0%	5.0%	4.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	59	37	22	14	11	18	16
	%	14.8%	18.5%	11.0%	14.0%	11.0%	18.0%	16.0%
種類が豊富	回答者数	53	23	30	20	14	5	14
	%	13.3%	11.5%	15.0%	20.0%	14.0%	5.0%	14.0%
国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある	回答者数	31	14	17	9	9	7	6
	%	7.8%	7.0%	8.5%	9.0%	9.0%	7.0%	6.0%
特にイメージはない	回答者数	84	38	46	23	16	20	25
	%	21.0%	19.0%	23.0%	23.0%	16.0%	20.0%	25.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い

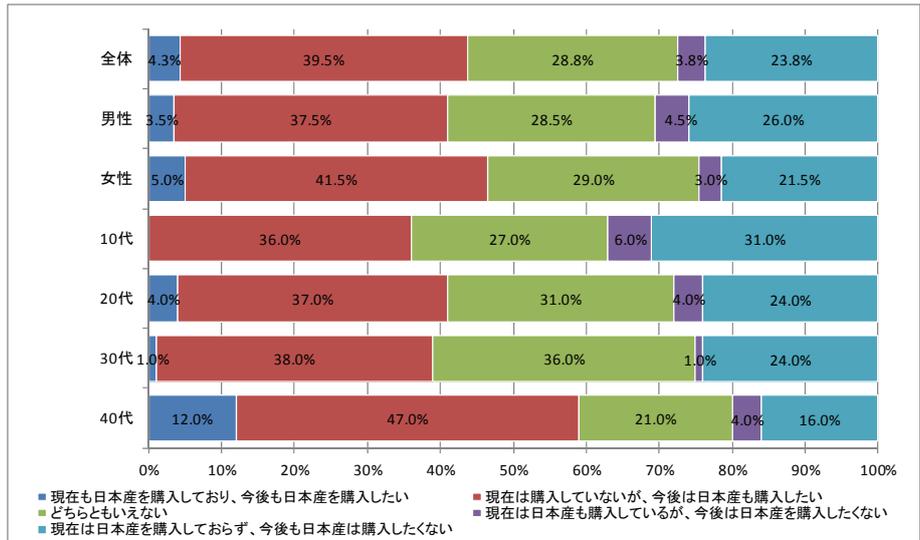


16. 日本産乳製品の今後の購入意向

- 「今後、日本産乳製品を購入したい」と回答した人は、牛乳 43.8%、ヨーグルト 47.0%、チーズ 37.5%、生クリーム 39.8%、育児用粉ミルク 33.5%と 4 割前後になっているものの、「今後、日本産乳製品を購入したくない」と回答している人も、牛乳 27.6%、ヨーグルト 25.3%、チーズ 33.3%、生クリーム 30.5%、育児用粉ミルク 33.3%と 3 割前後存在している。
- 男女別では、各カテゴリーとも女性の方が男性よりも日本産乳製品の購入意向が高い傾向にある。
- 年代別では、40 代の日本産乳製品の購入意向が、他の年代と比較して高い傾向にある。育児用粉ミルクについては、子育て世代となる 20 代、30 代がやや高い傾向にある。その他のカテゴリーについては 30 代の購入意向が他の年代よりやや低いものとなっている。

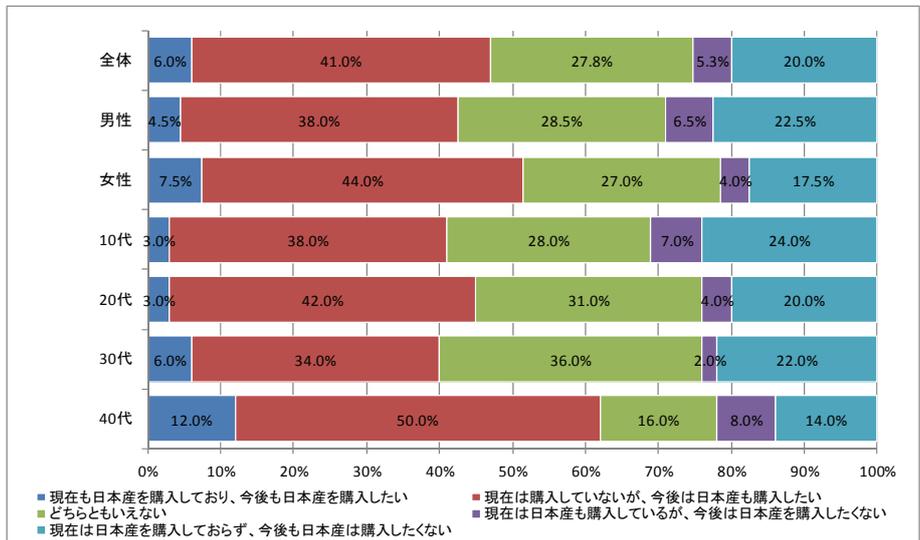


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用粉ミルク	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%	400	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	17	4.3%	24	6.0%	6	1.5%	11	2.8%	14	3.5%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	158	39.5%	164	41.0%	144	36.0%	148	37.0%	120	30.0%
どちらともいえない	115	28.8%	111	27.8%	117	29.3%	119	29.8%	133	33.3%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	15	3.8%	21	5.3%	14	3.5%	14	3.5%	16	4.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	95	23.8%	80	20.0%	119	29.8%	108	27.0%	117	29.3%



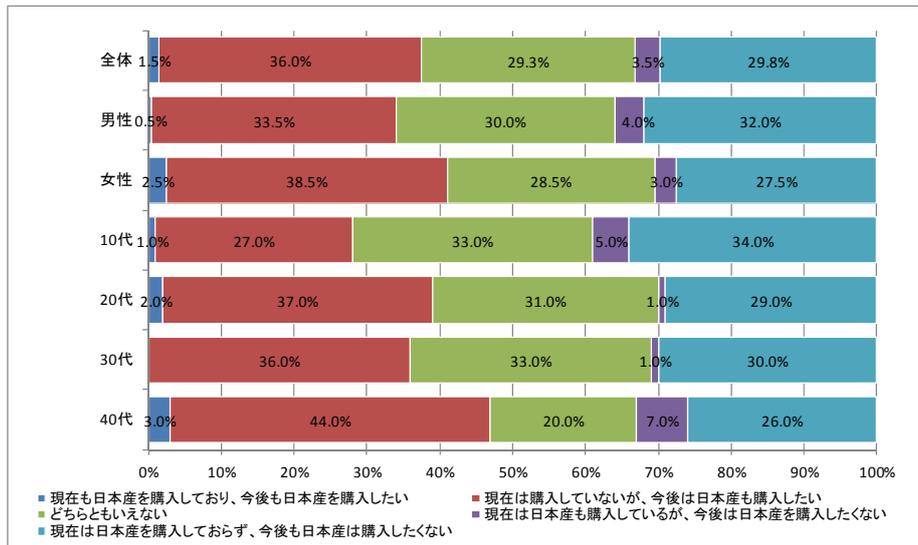
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	17	4.3%	7	3.5%	10	5.0%	0	0.0%	4	4.0%	1	1.0%	12	12.0%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	158	39.5%	75	37.5%	83	41.5%	36	36.0%	37	37.0%	38	38.0%	47	47.0%
どちらともいえない	115	28.8%	57	28.5%	58	29.0%	27	27.0%	31	31.0%	36	36.0%	21	21.0%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	15	3.8%	9	4.5%	6	3.0%	6	6.0%	4	4.0%	1	1.0%	4	4.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	95	23.8%	52	26.0%	43	21.5%	31	31.0%	24	24.0%	24	24.0%	16	16.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	24	6.0%	9	4.5%	15	7.5%	3	3.0%	3	3.0%	6	6.0%	12	12.0%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	164	41.0%	76	38.0%	88	44.0%	38	38.0%	42	42.0%	34	34.0%	50	50.0%
どちらともいえない	111	27.8%	57	28.5%	54	27.0%	28	28.0%	31	31.0%	36	36.0%	16	16.0%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	21	5.3%	13	6.5%	8	4.0%	7	7.0%	4	4.0%	2	2.0%	8	8.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	80	20.0%	45	22.5%	35	17.5%	24	24.0%	20	20.0%	22	22.0%	14	14.0%

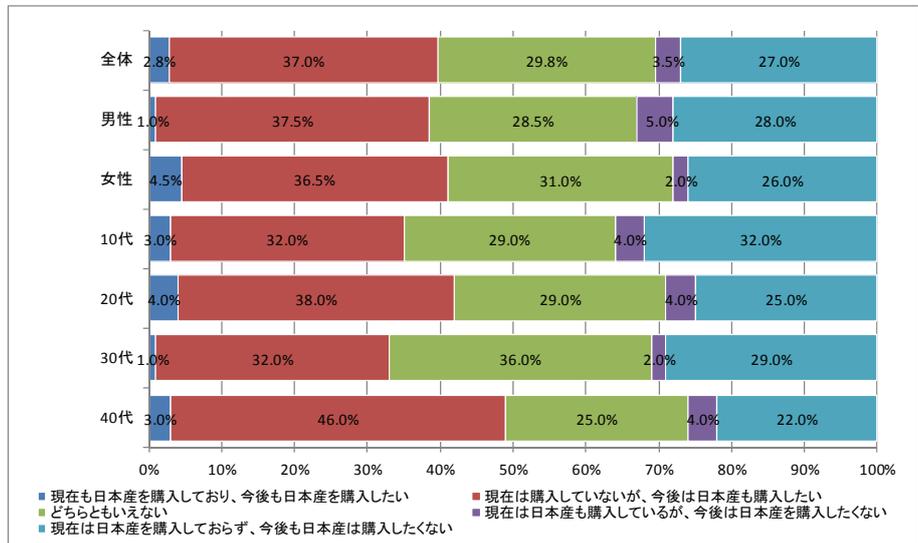
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



テーマ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	6	1.5%	1	0.5%	5	2.5%	1	1.0%	2	2.0%	0	0.0%	3	3.0%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	144	36.0%	67	33.5%	77	38.5%	27	27.0%	37	37.0%	36	36.0%	44	44.0%
どちらともいえない	117	29.3%	60	30.0%	57	28.5%	33	33.0%	31	31.0%	33	33.0%	20	20.0%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	14	3.5%	8	4.0%	6	3.0%	5	5.0%	1	1.0%	1	1.0%	7	7.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	119	29.8%	64	32.0%	55	27.5%	34	34.0%	29	29.0%	30	30.0%	26	26.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い

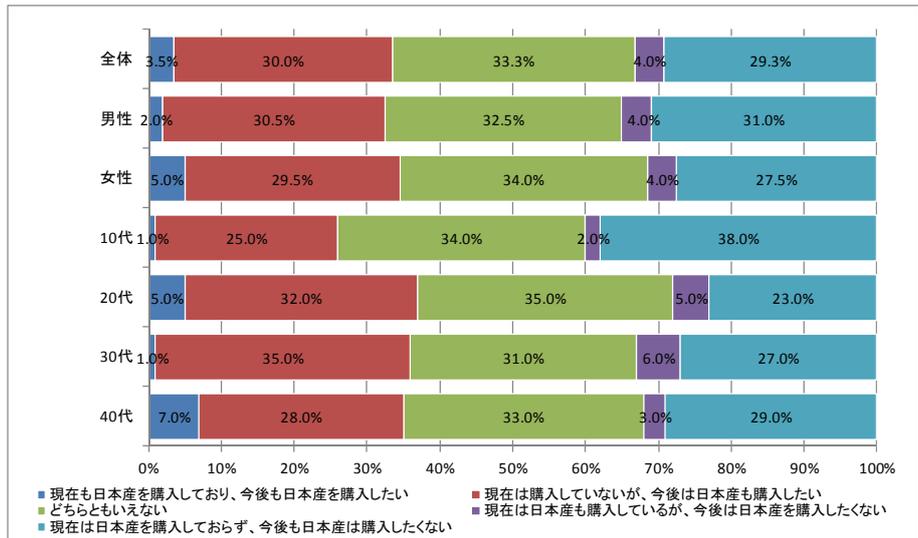
■ = 全体より5ポイント以上低い



生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	11	2.8%	2	1.0%	9	4.5%	3	3.0%	4	4.0%	1	1.0%	3	3.0%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	148	37.0%	75	37.5%	73	36.5%	32	32.0%	38	38.0%	32	32.0%	46	46.0%
どちらともいえない	119	29.8%	57	28.5%	62	31.0%	29	29.0%	29	29.0%	36	36.0%	25	25.0%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	14	3.5%	10	5.0%	4	2.0%	4	4.0%	4	4.0%	2	2.0%	4	4.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	108	27.0%	56	28.0%	52	26.0%	32	32.0%	25	25.0%	29	29.0%	22	22.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い

■ = 全体より5ポイント以上低い



育児用粉ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	400	100.0%	200	100.0%	200	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%	100	100.0%
現在も日本産を購入しており、今後も日本産を購入したい	14	3.5%	4	2.0%	10	5.0%	1	1.0%	5	5.0%	1	1.0%	7	7.0%
現在は購入していないが、今後は日本産も購入したい	120	30.0%	61	30.5%	59	29.5%	25	25.0%	32	32.0%	35	35.0%	28	28.0%
どちらともいえない	133	33.3%	65	32.5%	68	34.0%	34	34.0%	35	35.0%	31	31.0%	33	33.0%
現在は日本産も購入しているが、今後は日本産を購入したくない	16	4.0%	8	4.0%	8	4.0%	2	2.0%	5	5.0%	6	6.0%	3	3.0%
現在は日本産を購入しておらず、今後も日本産は購入したくない	117	29.3%	62	31.0%	55	27.5%	38	38.0%	23	23.0%	27	27.0%	29	29.0%

■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い