

平成 30 年度畜産物輸出特別支援事業（29 補正予算）
牛乳乳製品輸出促進関連事業 マーケット調査②

牛乳乳製品の市場調査
及び日本産乳製品に関する調査
～台湾編～

消費者調査報告書

2019 年 2 月 27 日

一般社団法人日本乳業協会

《目次》

1. 調査設計	2
2. 回答者の属性	3
3. 牛乳乳製品の喫食(飲用)頻度	5
4. 牛乳乳製品の購入単位	9
5. 牛乳乳製品を喫食(飲用)する理由	13
6. 牛乳乳製品を購入する際の参考情報	20
7. 牛乳乳製品の購入チャネル	28
8. 牛乳乳製品を喫食(飲用)する際、味覚面で重視する点	36
9. 牛乳乳製品を購入する際、重視する点	43
10. 日頃喫食(飲用)している牛乳乳製品の満足度	51
11. 主に喫食(飲用)している牛乳乳製品のブランド	55
12. 輸入牛乳乳製品の購入態度	62
13. 日本産牛乳乳製品の喫食(飲用)経験	66
14. 日本産牛乳乳製品に対するイメージ	70
15. 日本産以外の牛乳乳製品に対するイメージ	78
16. 日本産牛乳乳製品と日本産以外の輸入牛乳乳製品のイメージの違い	86
17. 日本産牛乳乳製品の喫食(飲用)意向	87

1. 調査設計

(1) 調査目的

台湾は、既に日本からの牛乳乳製品が輸出されており、今後も日本産牛乳乳製品の輸出先として有望な市場である。また、近年の台湾国民の食生活の変化などに伴い、牛乳乳製品の消費量は増加傾向にあり、今後さらなる国際市場からの輸入需要も見込まれている。

このため、本調査は、台湾の牛乳乳製品の市場調査及び日本産牛乳乳製品に関する調査を実施し、今後日本からの輸出を検討する乳業メーカーに提供することを目的とする。

(2) 調査対象

台湾在住の10代～40代の一般男女

【割付】

	10代	20代	30代	40代	合計
男性	51	52	53	69	225
女性	52	56	55	56	219
合計	103	108	108	125	444

(3) 調査方法

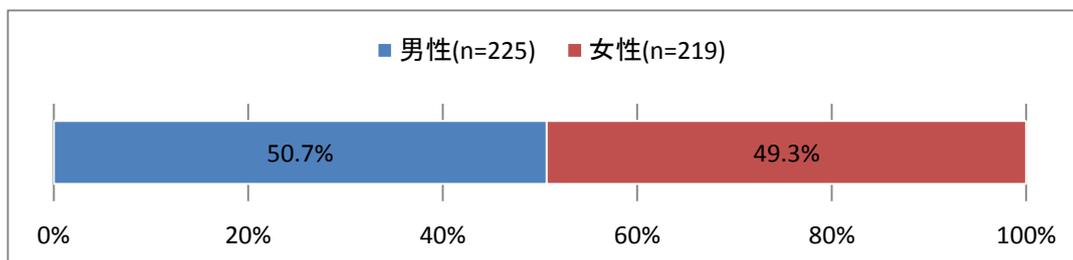
インターネット消費者調査

(4) 調査期間

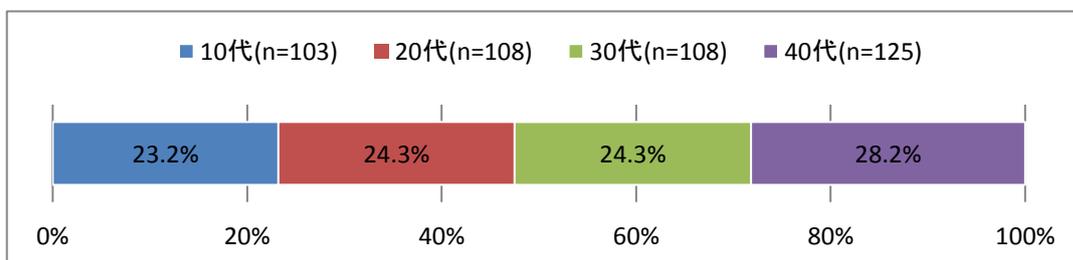
2018年10月

2. 回答者の属性

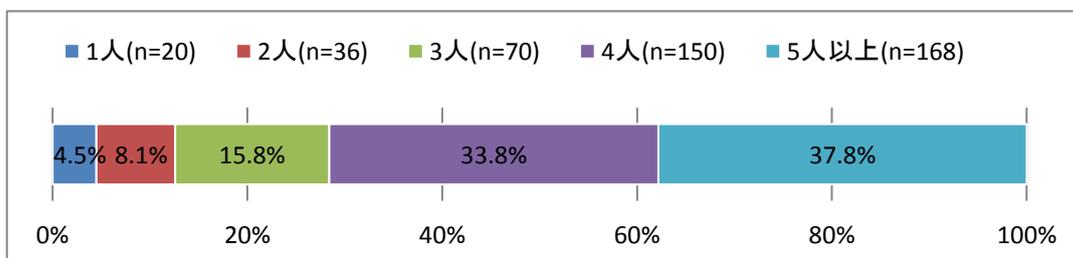
(1) 性別



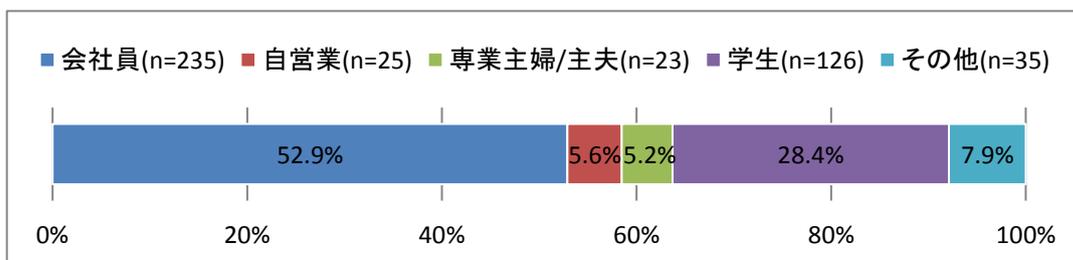
(2) 年代



(3) 世帯人数



(4) 職業



(6) 回答者ベース

- 「3. 牛乳乳製品の喫食（飲用）頻度」「13. 日本産牛乳乳製品の喫食（飲用）経験」～「17. 日本産牛乳乳製品の喫食（飲用）意向」については全対象者に質問

	10代	20代	30代	40代	合計
男性	51	52	53	69	225
女性	52	56	55	56	219
合計	103	108	108	125	444

- 「4. 牛乳乳製品の購入単位」～「12. 牛乳乳製品の購入態度」については、「3. 牛乳乳製品の喫食（飲用）頻度」で、カテゴリーごとに喫食（飲用）していると回答した人に質問

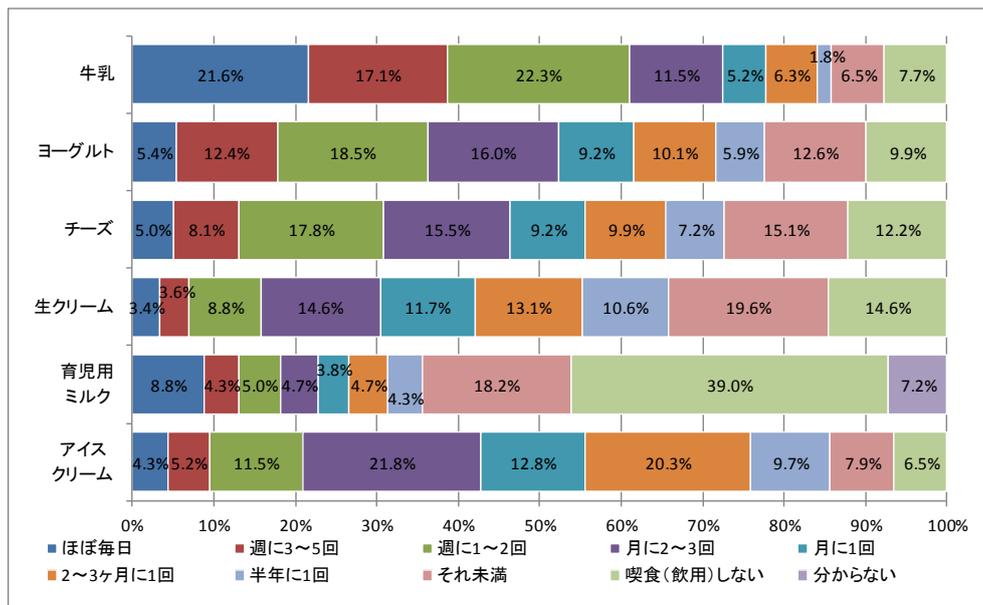
【サンプル数】

	牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
男性	208	202	199	197	122	213
女性	202	198	191	182	117	202
10代	98	94	91	92	61	100
20代	104	97	91	94	63	101
30代	99	96	96	95	62	98
40代	109	113	112	98	53	116
合計	404	400	390	379	239	415

※育児用ミルクについては乳児に対する飲用状況について回答。

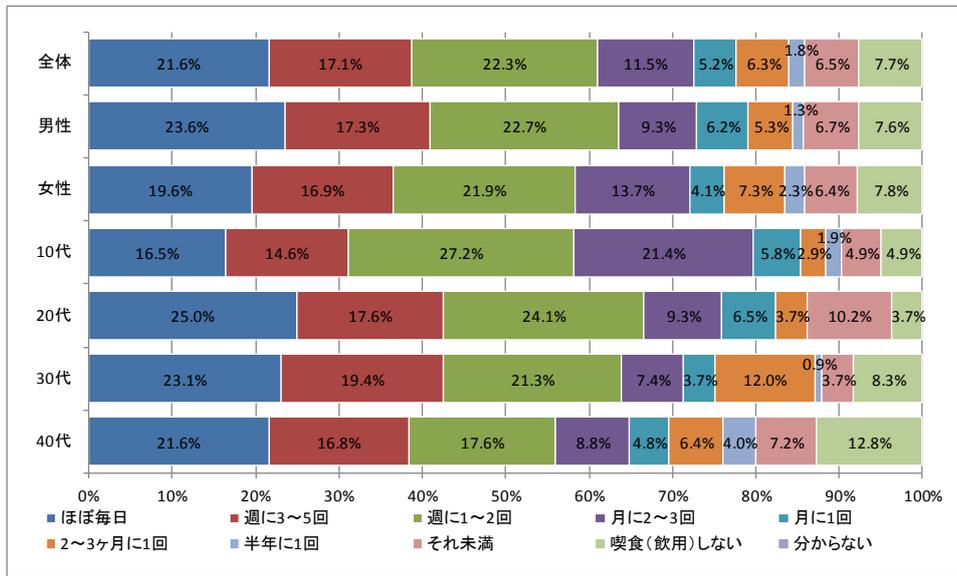
3. 牛乳乳製品の喫食（飲用）頻度

- 牛乳の飲用頻度が高く、「ほぼ毎日」が全体で21.6%、「週に3～5回」が17.1%、「週に1～2回」が22.3%と、「週に1回以上」飲用する人が61.0%となっている。月間の平均飲用回数は12.16回と他のカテゴリーよりも突出して高い。
- 平均飲用回数が、牛乳に次いで多いのが育児用ミルクで、7.22回となっている。特性上、他の牛乳乳製品と比較して利用者が少ないものの、「ほぼ毎日」の回答が8.8%と比較的高い。
- ヨーグルト、チーズに関しては、「週に3～5回」喫食するとの回答にやや違いが見られるが、全体的な傾向に大差はない。
- 生クリームの喫食頻度は低く、月間の平均喫食回数は3.24回と他のカテゴリーと差が見られる。「喫食しない」も14.6%と高いことから、台湾での生クリームの使用は限定的であると見る事ができる。



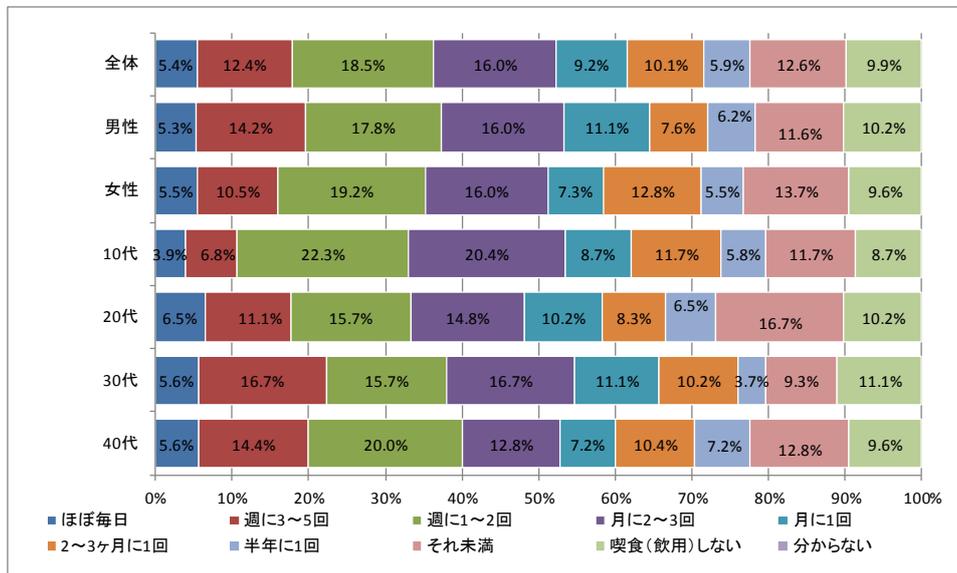
全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用ミルク		アイスクリーム	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%
ほぼ毎日	96	21.6%	24	5.4%	22	5.0%	15	3.4%	39	8.8%	19	4.3%
週に3～5回	76	17.1%	55	12.4%	36	8.1%	16	3.6%	19	4.3%	23	5.2%
週に1～2回	99	22.3%	82	18.5%	79	17.8%	39	8.8%	22	5.0%	51	11.5%
月に2～3回	51	11.5%	71	16.0%	69	15.5%	65	14.6%	21	4.7%	97	21.8%
月に1回	23	5.2%	41	9.2%	41	9.2%	52	11.7%	17	3.8%	57	12.8%
2～3ヶ月に1回	28	6.3%	45	10.1%	44	9.9%	58	13.1%	21	4.7%	90	20.3%
半年に1回	8	1.8%	26	5.9%	32	7.2%	47	10.6%	19	4.3%	43	9.7%
それ未満	29	6.5%	56	12.6%	67	15.1%	87	19.6%	81	18.2%	35	7.9%
喫食(飲用)しない	34	7.7%	44	9.9%	54	12.2%	65	14.6%	173	39.0%	29	6.5%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	32	7.2%	0	0.0%
平均(回/月)	12.16		6.09		5.20		3.24		7.22		3.95	

平均(回/月) : 「ほぼ毎日」 = 30回、「週に3～5回」 = 17.14回、「週に1～2回」 = 6.43回、「月に2～3回」 = 2.5回、「月に1回」 = 1回、「2～3ヶ月に1回」 = 0.4回、「半年に1回」 = 0.17回、「それ未満」 = 0.08回として算出。



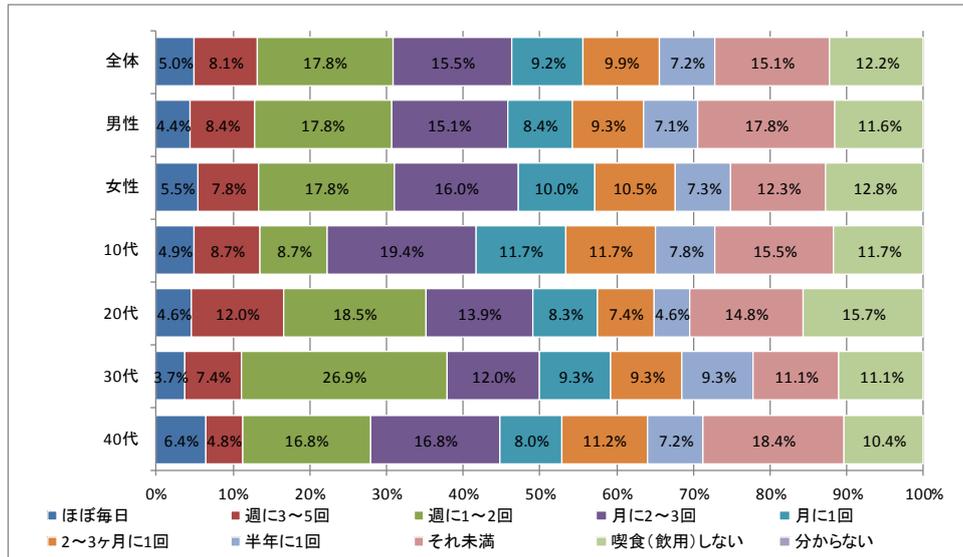
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	96	21.6%	53	23.6%	43	19.6%	17	16.5%	27	25.0%	25	23.1%	27	21.6%
週に3~5回	76	17.1%	39	17.3%	37	16.9%	15	14.6%	19	17.6%	21	19.4%	21	16.8%
週に1~2回	99	22.3%	51	22.7%	48	21.9%	28	27.2%	26	24.1%	23	21.3%	22	17.6%
月に2~3回	51	11.5%	21	9.3%	30	13.7%	22	21.4%	10	9.3%	8	7.4%	11	8.8%
月に1回	23	5.2%	14	6.2%	9	4.1%	6	5.8%	7	6.5%	4	3.7%	6	4.8%
2~3ヶ月に1回	28	6.3%	12	5.3%	16	7.3%	3	2.9%	4	3.7%	13	12.0%	8	6.4%
半年に1回	8	1.8%	3	1.3%	5	2.3%	2	1.9%	0	0.0%	1	0.9%	5	4.0%
それ未満	29	6.5%	15	6.7%	14	6.4%	5	4.9%	11	10.2%	4	3.7%	9	7.2%
喫食(飲用)しない	34	7.7%	17	7.6%	17	7.8%	5	4.9%	4	3.7%	9	8.3%	16	12.8%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
平均(回/月)	12.16		12.79		11.51		10.31		12.86		13.01		12.38	

= 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
= 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



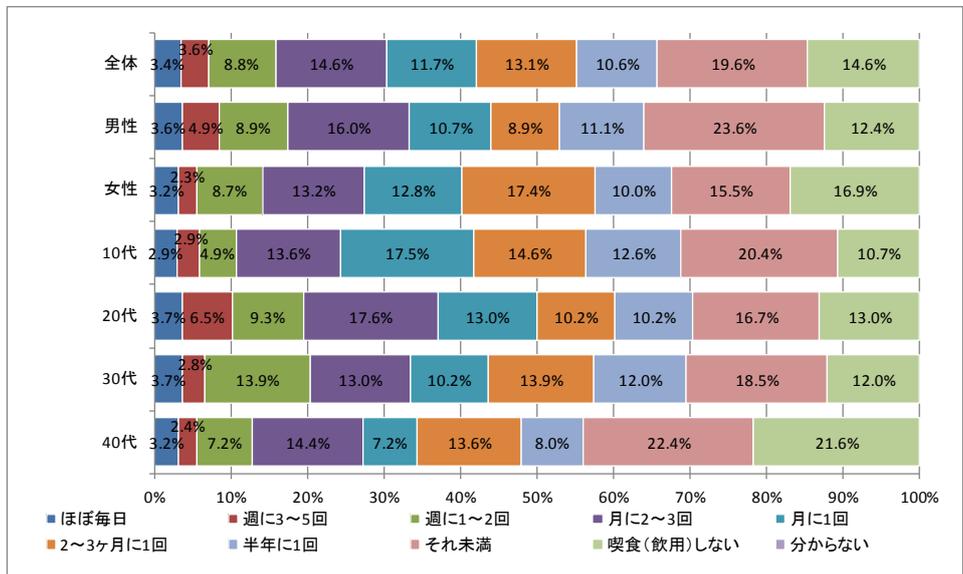
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	24	5.4%	12	5.3%	12	5.5%	4	3.9%	7	6.5%	6	5.6%	7	5.6%
週に3~5回	55	12.4%	32	14.2%	23	10.5%	7	6.8%	12	11.1%	18	16.7%	18	14.4%
週に1~2回	82	18.5%	40	17.8%	42	19.2%	23	22.3%	17	15.7%	17	15.7%	25	20.0%
月に2~3回	71	16.0%	36	16.0%	35	16.0%	21	20.4%	16	14.8%	18	16.7%	16	12.8%
月に1回	41	9.2%	25	11.1%	16	7.3%	9	8.7%	11	10.2%	12	11.1%	9	7.2%
2~3ヶ月に1回	45	10.1%	17	7.6%	28	12.8%	12	11.7%	9	8.3%	11	10.2%	13	10.4%
半年に1回	26	5.9%	14	6.2%	12	5.5%	6	5.8%	7	6.5%	4	3.7%	9	7.2%
それ未満	56	12.6%	26	11.6%	30	13.7%	12	11.7%	18	16.7%	10	9.3%	16	12.8%
喫食(飲用)しない	44	9.9%	23	10.2%	21	9.6%	9	8.7%	11	10.2%	12	11.1%	12	9.6%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
平均(回/月)	6.09		6.40		5.77		4.85		6.00		6.88		6.52	

= 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
= 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



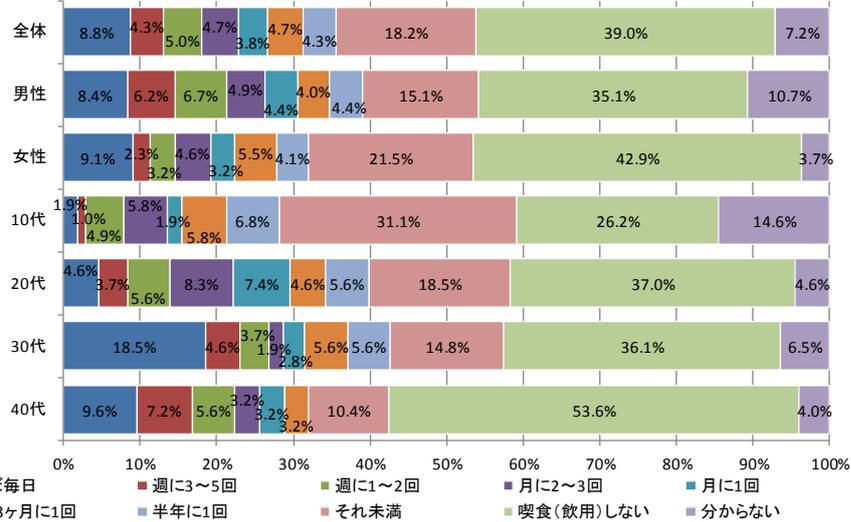
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	22	5.0%	10	4.4%	12	5.5%	5	4.9%	5	4.6%	4	3.7%	8	6.4%
週に3~5回	36	8.1%	19	8.4%	17	7.8%	9	8.7%	13	12.0%	8	7.4%	6	4.8%
週に1~2回	79	17.8%	40	17.8%	39	17.8%	9	8.7%	20	18.5%	29	26.9%	21	16.8%
月に2~3回	69	15.5%	34	15.1%	35	16.0%	20	19.4%	15	13.9%	13	12.0%	21	16.8%
月に1回	41	9.2%	19	8.4%	22	10.0%	12	11.7%	9	8.3%	10	9.3%	10	8.0%
2~3ヶ月に1回	44	9.9%	21	9.3%	23	10.5%	12	11.7%	8	7.4%	10	9.3%	14	11.2%
半年に1回	32	7.2%	16	7.1%	16	7.3%	8	7.8%	5	4.6%	10	9.3%	9	7.2%
それ未満	67	15.1%	40	17.8%	27	12.3%	16	15.5%	16	14.8%	12	11.1%	23	18.4%
喫食(飲用)しない	54	12.2%	26	11.6%	28	12.8%	12	11.7%	17	15.7%	12	11.1%	13	10.4%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
平均(回/月)		5.20		5.03		5.37		4.74		6.08		5.13		4.90

■ = 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
■ = 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

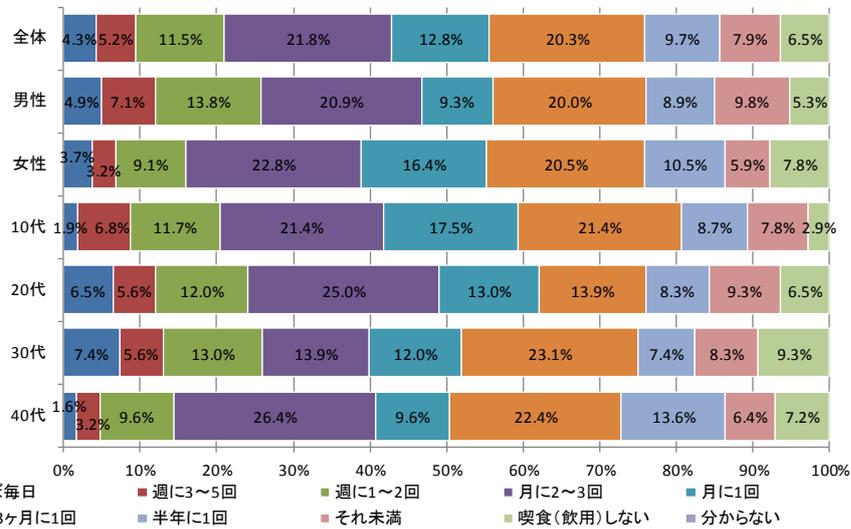


生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	15	3.4%	8	3.6%	7	3.2%	3	2.9%	4	3.7%	4	3.7%	4	3.2%
週に3~5回	16	3.6%	11	4.9%	5	2.3%	3	2.9%	7	6.5%	3	2.8%	3	2.4%
週に1~2回	39	8.8%	20	8.9%	19	8.7%	5	4.9%	10	9.3%	15	13.9%	9	7.2%
月に2~3回	65	14.6%	36	16.0%	29	13.2%	14	13.6%	19	17.6%	14	13.0%	18	14.4%
月に1回	52	11.7%	24	10.7%	28	12.8%	18	17.5%	14	13.0%	11	10.2%	9	7.2%
2~3ヶ月に1回	58	13.1%	20	8.9%	38	17.4%	15	14.6%	11	10.2%	15	13.9%	17	13.6%
半年に1回	47	10.6%	25	11.1%	22	10.0%	13	12.6%	11	10.2%	13	12.0%	10	8.0%
それ未満	87	19.6%	53	23.6%	34	15.5%	21	20.4%	18	16.7%	20	18.5%	28	22.4%
喫食(飲用)しない	65	14.6%	28	12.4%	37	16.9%	11	10.7%	14	13.0%	13	12.0%	27	21.6%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
平均(回/月)		3.24		3.49		2.97		2.57		3.97		3.41		3.00

■ = 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
■ = 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



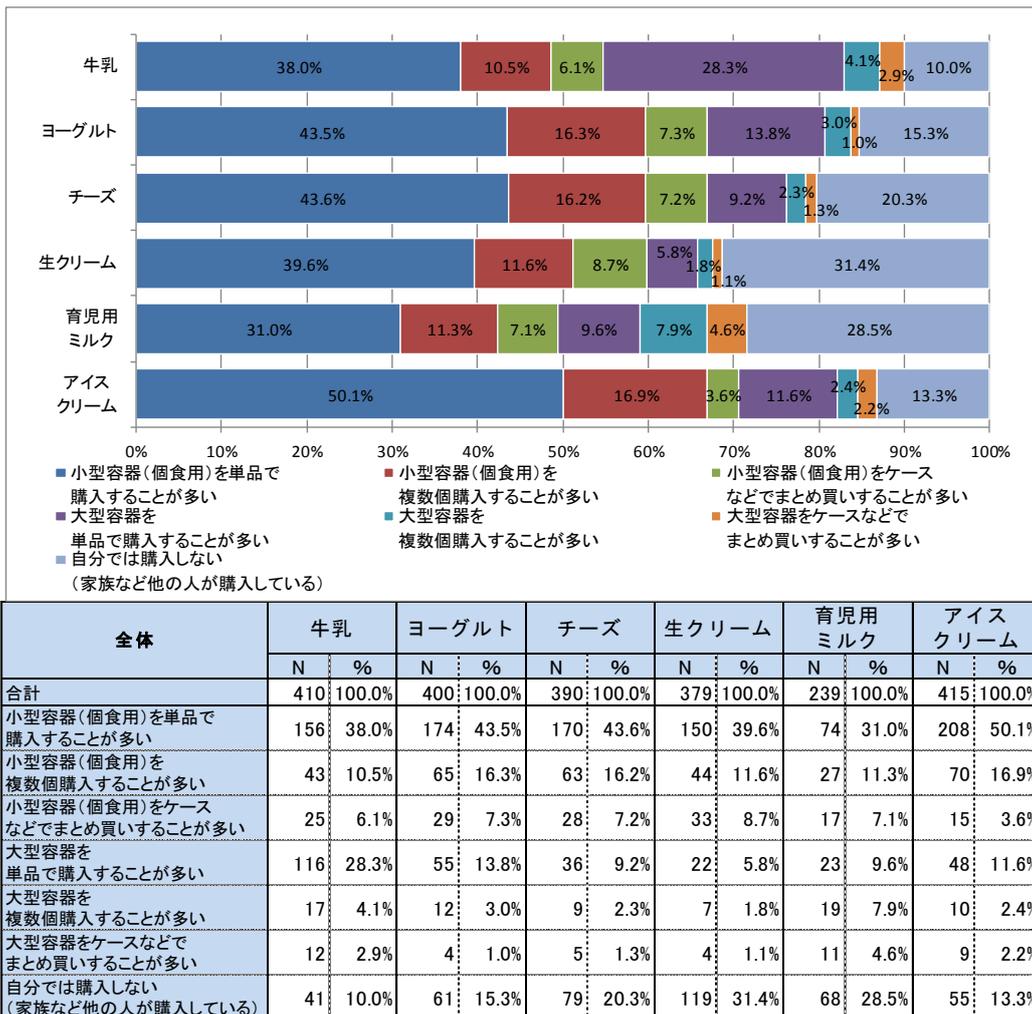
育児用 ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	39	8.8%	19	8.4%	20	9.1%	2	1.9%	5	4.6%	20	18.5%	12	9.6%
週に3~5回	19	4.3%	14	6.2%	5	2.3%	1	1.0%	4	3.7%	5	4.6%	9	7.2%
週に1~2回	22	5.0%	15	6.7%	7	3.2%	5	4.9%	6	5.6%	4	3.7%	7	5.6%
月に2~3回	21	4.7%	11	4.9%	10	4.6%	6	5.8%	9	8.3%	2	1.9%	4	3.2%
月に1回	17	3.8%	10	4.4%	7	3.2%	2	1.9%	8	7.4%	3	2.8%	4	3.2%
2~3ヶ月に1回	21	4.7%	9	4.0%	12	5.5%	6	5.8%	5	4.6%	6	5.6%	4	3.2%
半年に1回	19	4.3%	10	4.4%	9	4.1%	7	6.8%	6	5.6%	6	5.6%	0	0.0%
それ未満	81	18.2%	34	15.1%	47	21.5%	32	31.1%	20	18.5%	16	14.8%	13	10.4%
喫食(飲用)しない	173	39.0%	79	35.1%	94	42.9%	27	26.2%	40	37.0%	39	36.1%	67	53.6%
分からない	32	7.2%	24	10.7%	8	3.7%	15	14.6%	5	4.6%	7	6.5%	5	4.0%
平均(回/月)	7.22		7.80		6.61		2.17		4.64		11.68		10.87	
	= 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							
	= 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							

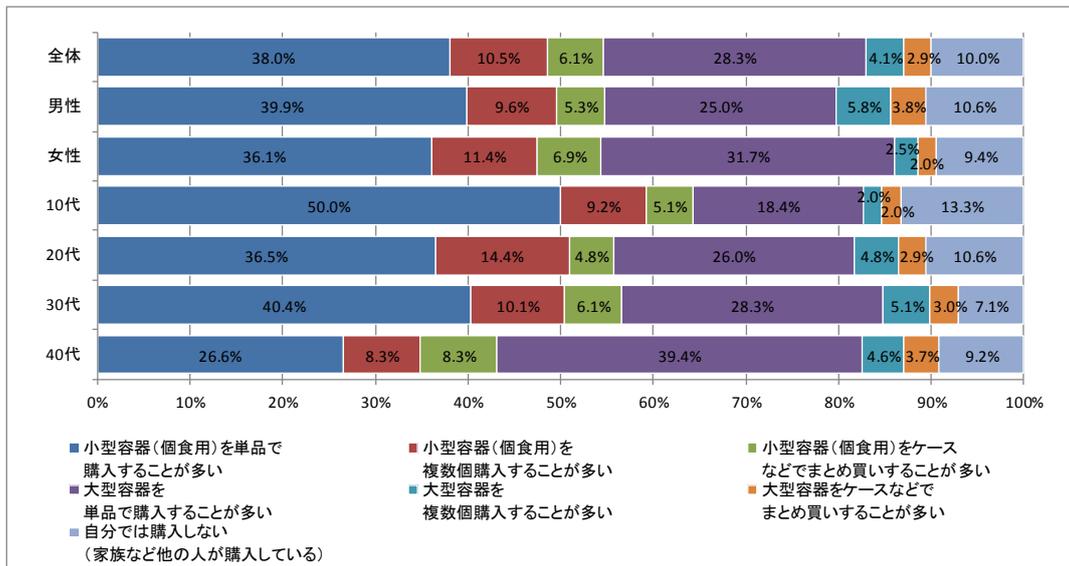


アイス クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
ほぼ毎日	19	4.3%	11	4.9%	8	3.7%	2	1.9%	7	6.5%	8	7.4%	2	1.6%
週に3~5回	23	5.2%	16	7.1%	7	3.2%	7	6.8%	6	5.6%	6	5.6%	4	3.2%
週に1~2回	51	11.5%	31	13.8%	20	9.1%	12	11.7%	13	12.0%	14	13.0%	12	9.6%
月に2~3回	97	21.8%	47	20.9%	50	22.8%	22	21.4%	27	25.0%	15	13.9%	33	26.4%
月に1回	57	12.8%	21	9.3%	36	16.4%	18	17.5%	14	13.0%	13	12.0%	12	9.6%
2~3ヶ月に1回	90	20.3%	45	20.0%	45	20.5%	22	21.4%	15	13.9%	25	23.1%	28	22.4%
半年に1回	43	9.7%	20	8.9%	23	10.5%	9	8.7%	9	8.3%	8	7.4%	17	13.6%
それ未満	35	7.9%	22	9.8%	13	5.9%	8	7.8%	10	9.3%	9	8.3%	8	6.4%
喫食(飲用)しない	29	6.5%	12	5.3%	17	7.8%	3	2.9%	7	6.5%	10	9.3%	9	7.2%
分からない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
平均(回/月)	3.95		4.53		3.33		3.41		4.81		5.06		2.72	
	= 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							
	= 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							

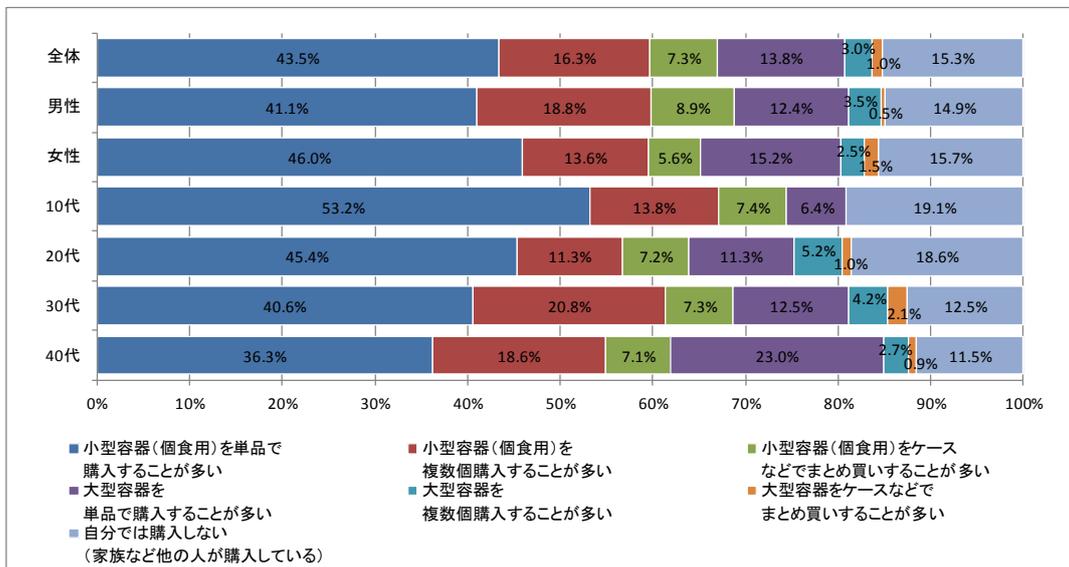
4. 牛乳乳製品の購入単位

- 全てのカテゴリーで「小型容器（個食用）を単品で購入することが多い」の値が高く、4割前後となっている。まとめ買いの回答割合はそれほど高くなく、必要なものをその都度購入している購入スタイルが見て取れる。
- 牛乳では「大型容器を単品で購入することが多い」も28.3%と高く、10代が小型容器で、40代が大型容器を購入する傾向が見られる。この傾向は他のカテゴリーでも同様である。
- ヨーグルト、チーズは傾向がほとんど同じであり、違いは大型容器の単品購入の割合がヨーグルトの方で高い程度である。
- 育児用ミルクでは、40代のみ傾向が大きく異なり、小型容器の購入割合が少なく、大型容器で購入する傾向が見られる。
- アイスクリームでは「小型容器（個食用）を単品で購入することが多い」が50.1%と他のカテゴリーより高く、即時消費の割合が高いことが窺える。10代では「小型容器（個食用）を複数個購入することが多い」と回答する割合も高い。

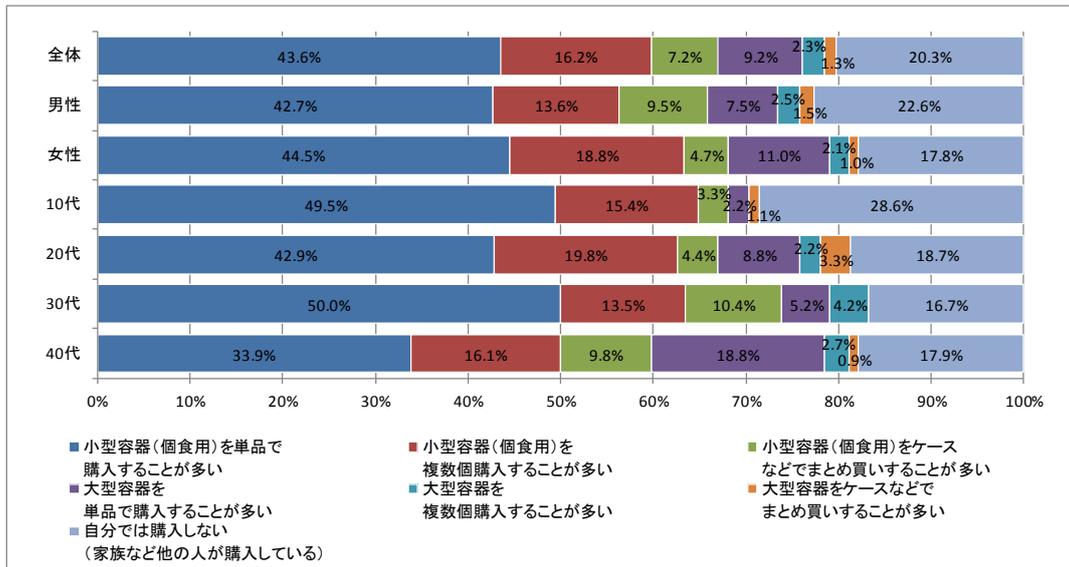




牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	410	100.0%	208	100.0%	202	100.0%	98	100.0%	104	100.0%	99	100.0%	109	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	156	38.0%	83	39.9%	73	36.1%	49	50.0%	38	36.5%	40	40.4%	29	26.6%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	43	10.5%	20	9.6%	23	11.4%	9	9.2%	15	14.4%	10	10.1%	9	8.3%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	25	6.1%	11	5.3%	14	6.9%	5	5.1%	5	4.8%	6	6.1%	9	8.3%
大型容器を単品で購入することが多い	116	28.3%	52	25.0%	64	31.7%	18	18.4%	27	26.0%	28	28.3%	43	39.4%
大型容器を複数個購入することが多い	17	4.1%	12	5.8%	5	2.5%	2	2.0%	5	4.8%	5	5.1%	5	4.6%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	12	2.9%	8	3.8%	4	2.0%	2	2.0%	3	2.9%	3	3.0%	4	3.7%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	41	10.0%	22	10.6%	19	9.4%	13	13.3%	11	10.6%	7	7.1%	10	9.2%

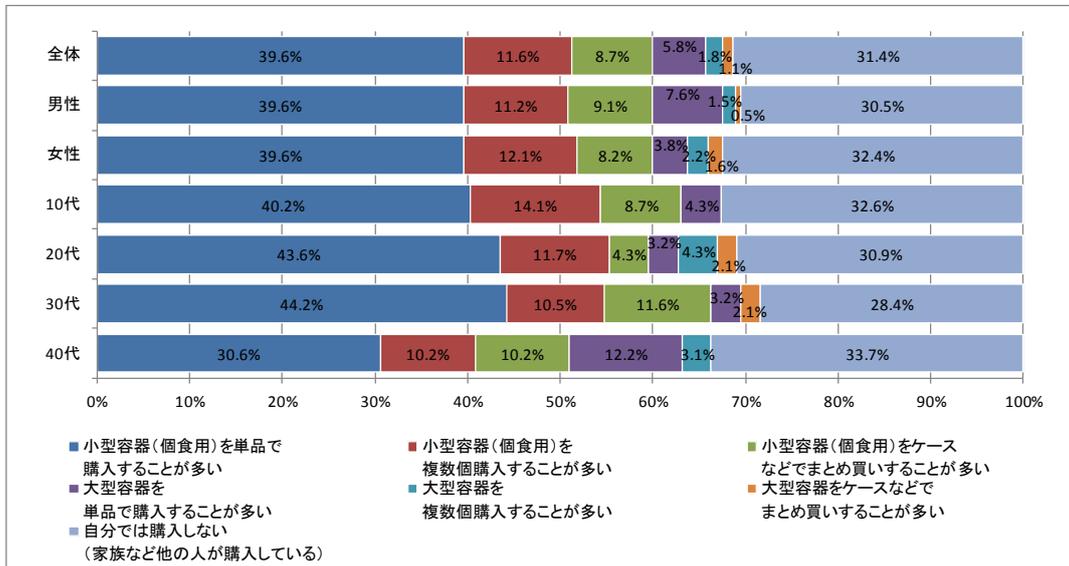


ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	400	100.0%	202	100.0%	198	100.0%	94	100.0%	97	100.0%	96	100.0%	113	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	174	43.5%	83	41.1%	91	46.0%	50	53.2%	44	45.4%	39	40.6%	41	36.3%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	65	16.3%	38	18.8%	27	13.6%	13	13.8%	11	11.3%	20	20.8%	21	18.6%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	29	7.3%	18	8.9%	11	5.6%	7	7.4%	7	7.2%	7	7.3%	8	7.1%
大型容器を単品で購入することが多い	55	13.8%	25	12.4%	30	15.2%	6	6.4%	11	11.3%	12	12.5%	26	23.0%
大型容器を複数個購入することが多い	12	3.0%	7	3.5%	5	2.5%	0	0.0%	5	5.2%	4	4.2%	3	2.7%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	4	1.0%	1	0.5%	3	1.5%	0	0.0%	1	1.0%	2	2.1%	1	0.9%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	61	15.3%	30	14.9%	31	15.7%	18	19.1%	18	18.6%	12	12.5%	13	11.5%



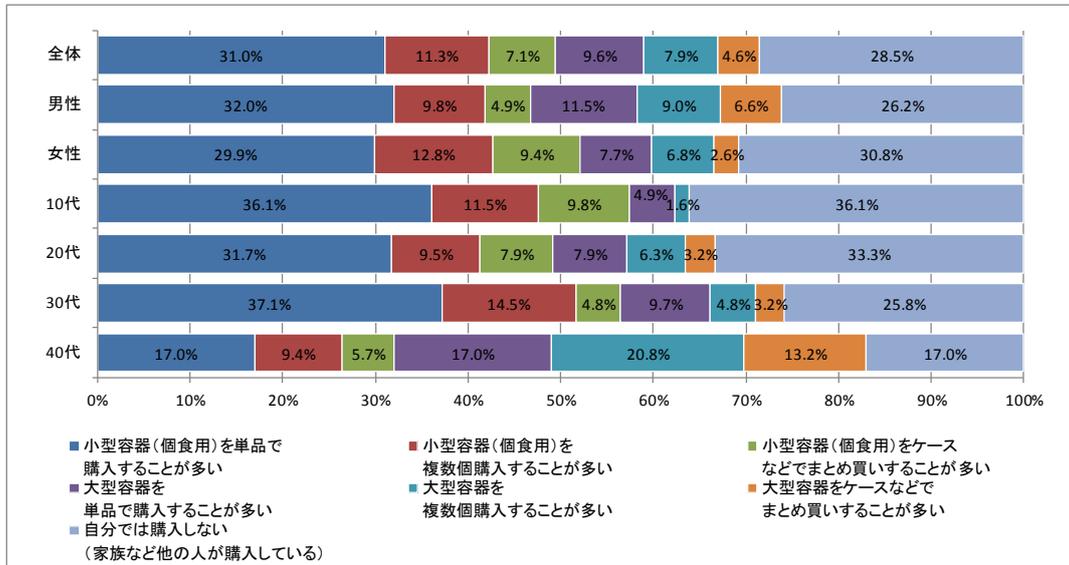
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	390	100.0%	199	100.0%	191	100.0%	91	100.0%	91	100.0%	96	100.0%	112	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	170	43.6%	85	42.7%	85	44.5%	45	49.5%	39	42.9%	48	50.0%	38	33.9%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	63	16.2%	27	13.6%	36	18.8%	14	15.4%	18	19.8%	13	13.5%	18	16.1%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	28	7.2%	19	9.5%	9	4.7%	3	3.3%	4	4.4%	10	10.4%	11	9.8%
大型容器を単品で購入することが多い	36	9.2%	15	7.5%	21	11.0%	2	2.2%	8	8.8%	5	5.2%	21	18.8%
大型容器を複数個購入することが多い	9	2.3%	5	2.5%	4	2.1%	0	0.0%	2	2.2%	4	4.2%	3	2.7%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	5	1.3%	3	1.5%	2	1.0%	1	1.1%	3	3.3%	0	0.0%	1	0.9%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	79	20.3%	45	22.6%	34	17.8%	26	28.6%	17	18.7%	16	16.7%	20	17.9%

■ = 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
■ = 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



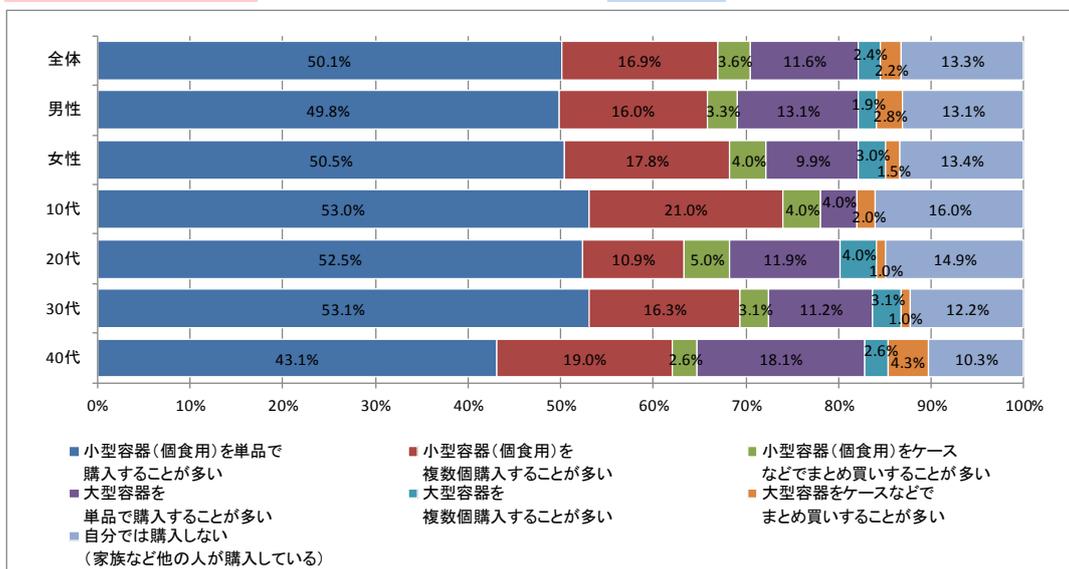
生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	379	100.0%	197	100.0%	182	100.0%	92	100.0%	94	100.0%	95	100.0%	98	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	150	39.6%	78	39.6%	72	39.6%	37	40.2%	41	43.6%	42	44.2%	30	30.6%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	44	11.6%	22	11.2%	22	12.1%	13	14.1%	11	11.7%	10	10.5%	10	10.2%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	33	8.7%	18	9.1%	15	8.2%	8	8.7%	4	4.3%	11	11.6%	10	10.2%
大型容器を単品で購入することが多い	22	5.8%	15	7.6%	7	3.8%	4	4.3%	3	3.2%	3	3.2%	12	12.2%
大型容器を複数個購入することが多い	7	1.8%	3	1.5%	4	2.2%	0	0.0%	4	4.3%	0	0.0%	3	3.1%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	4	1.1%	1	0.5%	3	1.6%	0	0.0%	2	2.1%	2	2.1%	0	0.0%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	119	31.4%	60	30.5%	59	32.4%	30	32.6%	29	30.9%	27	28.4%	33	33.7%

■ = 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
■ = 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	239	100.0%	122	100.0%	117	100.0%	61	100.0%	63	100.0%	62	100.0%	53	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	74	31.0%	39	32.0%	35	29.9%	22	36.1%	20	31.7%	23	37.1%	9	17.0%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	27	11.3%	12	9.8%	15	12.8%	7	11.5%	6	9.5%	9	14.5%	5	9.4%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	17	7.1%	6	4.9%	11	9.4%	6	9.8%	5	7.9%	3	4.8%	3	5.7%
大型容器を単品で購入することが多い	23	9.6%	14	11.5%	9	7.7%	3	4.9%	5	7.9%	6	9.7%	9	17.0%
大型容器を複数個購入することが多い	19	7.9%	11	9.0%	8	6.8%	1	1.6%	4	6.3%	3	4.8%	11	20.8%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	11	4.6%	8	6.6%	3	2.6%	0	0.0%	2	3.2%	2	3.2%	7	13.2%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	68	28.5%	32	26.2%	36	30.8%	22	36.1%	21	33.3%	16	25.8%	9	17.0%

■ = 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
■ = 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



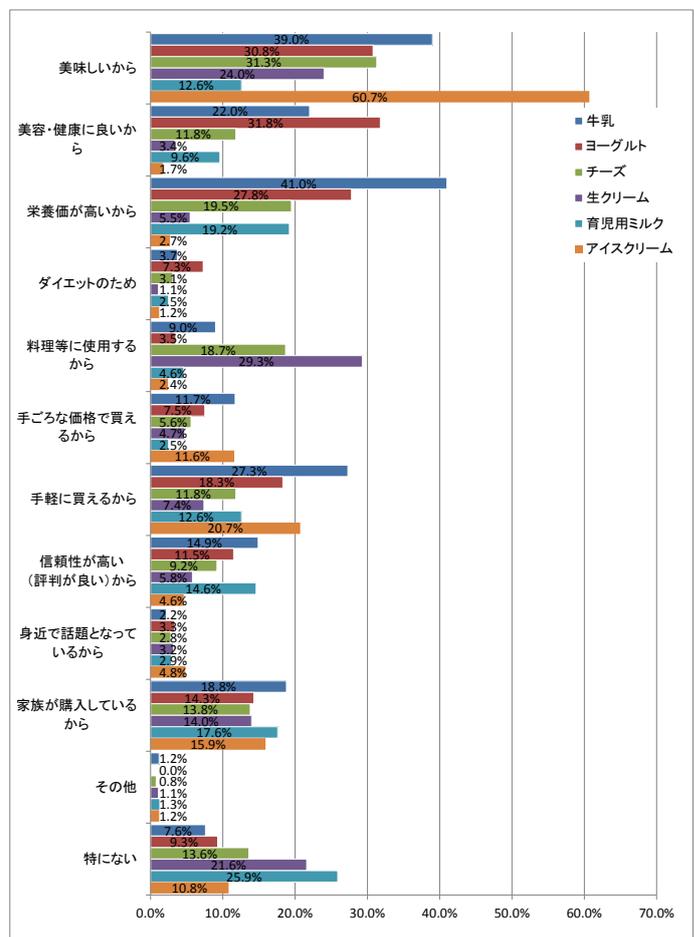
アイスクリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	415	100.0%	213	100.0%	202	100.0%	100	100.0%	101	100.0%	98	100.0%	116	100.0%
小型容器(個食用)を単品で購入することが多い	208	50.1%	106	49.8%	102	50.5%	53	53.0%	53	52.5%	52	53.1%	50	43.1%
小型容器(個食用)を複数個購入することが多い	70	16.9%	34	16.0%	36	17.8%	21	21.0%	11	10.9%	16	16.3%	22	19.0%
小型容器(個食用)をケースなどでまとめ買いすることが多い	15	3.6%	7	3.3%	8	4.0%	4	4.0%	5	5.0%	3	3.1%	3	2.6%
大型容器を単品で購入することが多い	48	11.6%	28	13.1%	20	9.9%	4	4.0%	12	11.9%	11	11.2%	21	18.1%
大型容器を複数個購入することが多い	10	2.4%	4	1.9%	6	3.0%	0	0.0%	4	4.0%	3	3.1%	3	2.6%
大型容器をケースなどでまとめ買いすることが多い	9	2.2%	6	2.8%	3	1.5%	2	2.0%	1	1.0%	1	1.0%	5	4.3%
自分では購入しない(家族など他の人が購入している)	55	13.3%	28	13.1%	27	13.4%	16	16.0%	15	14.9%	12	12.2%	12	10.3%

■ = 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
■ = 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. 牛乳乳製品を喫食（飲用）する理由

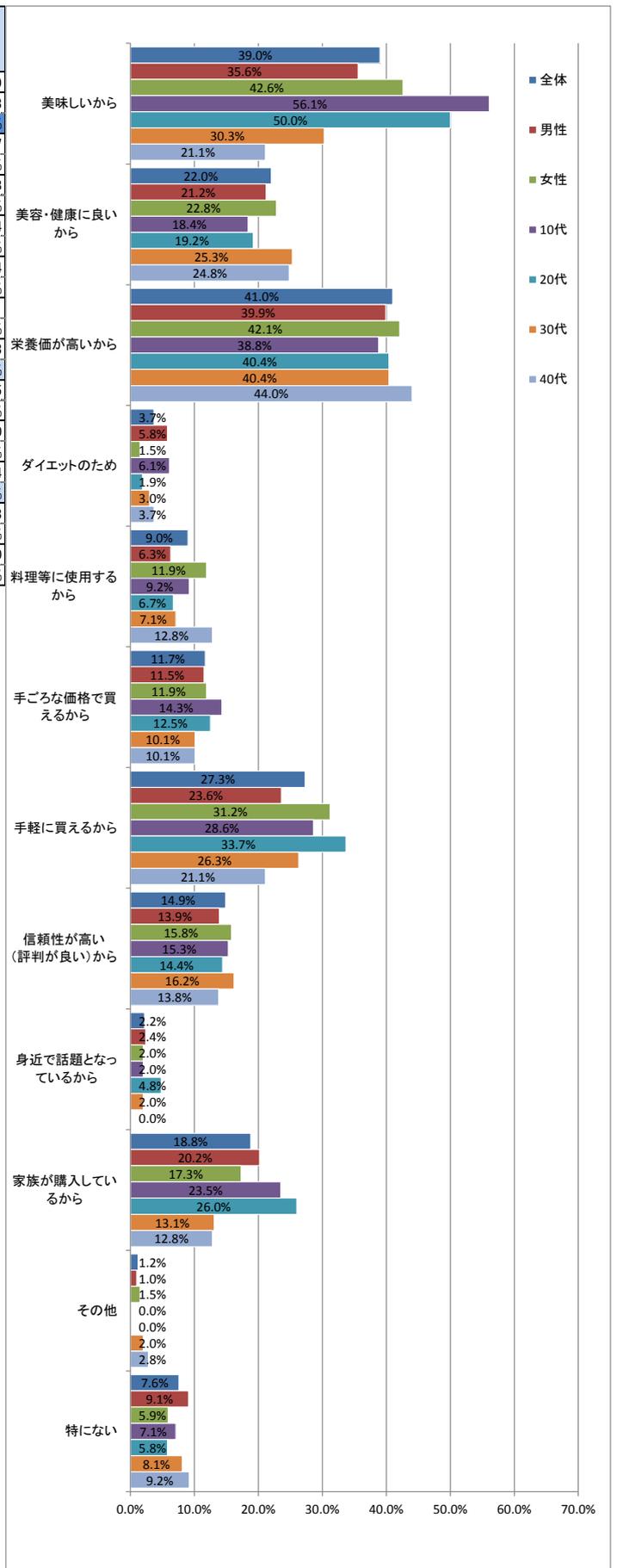
- ▶ 各カテゴリとも「美味しいから」は喫食（飲用）理由として高いことは共通しており、その他についてはカテゴリの特徴などに応じて変わってきている。
- ▶ 牛乳では「栄養価が高いから」が全体で41.0%と高く、「美味しいから」が39.0%で続いている。「美味しいから」は若年層で回答割合が高い傾向にある。ヨーグルト、チーズについても牛乳と同様の傾向が見られる。
- ▶ チーズと生クリームは「料理等に使用するから」（18.7%、29.3%）の割合も高く、生クリームはもちろんのことチーズにおいても料理素材として利用されていることが見て取れる。
- ▶ 生クリーム、育児用ミルク、アイスクリームでは、「家族が購入しているから」（14.0%、17.6%、15.9%）も上位理由となっている。他のカテゴリも含め15%前後は「家族が購入しているから」と回答していることから、消極的理由で喫食（飲食）している層も一定程度いることが窺える。
- ▶ 育児用ミルクでは、「栄養価が高いから」（19.2%）、「家族が購入しているから」（17.6%）に次いで、「信頼性が高い（評判が良い）から」が14.6%と高くなっている。子供に良いものを飲ませるために、「栄養価」と共に周囲の評価も重要な項目となっている。
- ▶ アイスクリームでは「美味しいから」が60.7%と6割を超え、他のカテゴリと比較しても圧倒的に高く、特に女性と10代での割合が高くなっている。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		合計	410	400	390	379	239
美味しいから	回答者数	160	123	122	91	30	252
	%	39.0%	30.8%	31.3%	24.0%	12.6%	60.7%
美容・健康に良いから	回答者数	90	127	46	13	23	7
	%	22.0%	31.8%	11.8%	3.4%	9.6%	1.7%
栄養価が高いから	回答者数	168	111	76	21	46	11
	%	41.0%	27.8%	19.5%	5.5%	19.2%	2.7%
ダイエットのため	回答者数	15	29	12	4	6	5
	%	3.7%	7.3%	3.1%	1.1%	2.5%	1.2%
料理等に使用するから	回答者数	37	14	73	111	11	10
	%	9.0%	3.5%	18.7%	29.3%	4.6%	2.4%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	48	30	22	18	6	48
	%	11.7%	7.5%	5.6%	4.7%	2.5%	11.6%
手軽に買えるから	回答者数	112	73	46	28	30	86
	%	27.3%	18.3%	11.8%	7.4%	12.6%	20.7%
信頼性が高い (評判が良い)から	回答者数	61	46	36	22	35	19
	%	14.9%	11.5%	9.2%	5.8%	14.6%	4.6%
身近で話題となっているから	回答者数	9	13	11	12	7	20
	%	2.2%	3.3%	2.8%	3.2%	2.9%	4.8%
家族が購入しているから	回答者数	77	57	54	53	42	66
	%	18.8%	14.3%	13.8%	14.0%	17.6%	15.9%
その他	回答者数	5	0	3	4	3	5
	%	1.2%	0.0%	0.8%	1.1%	1.3%	1.2%
特にない	回答者数	31	37	53	82	62	45
	%	7.6%	9.3%	13.6%	21.6%	25.9%	10.8%



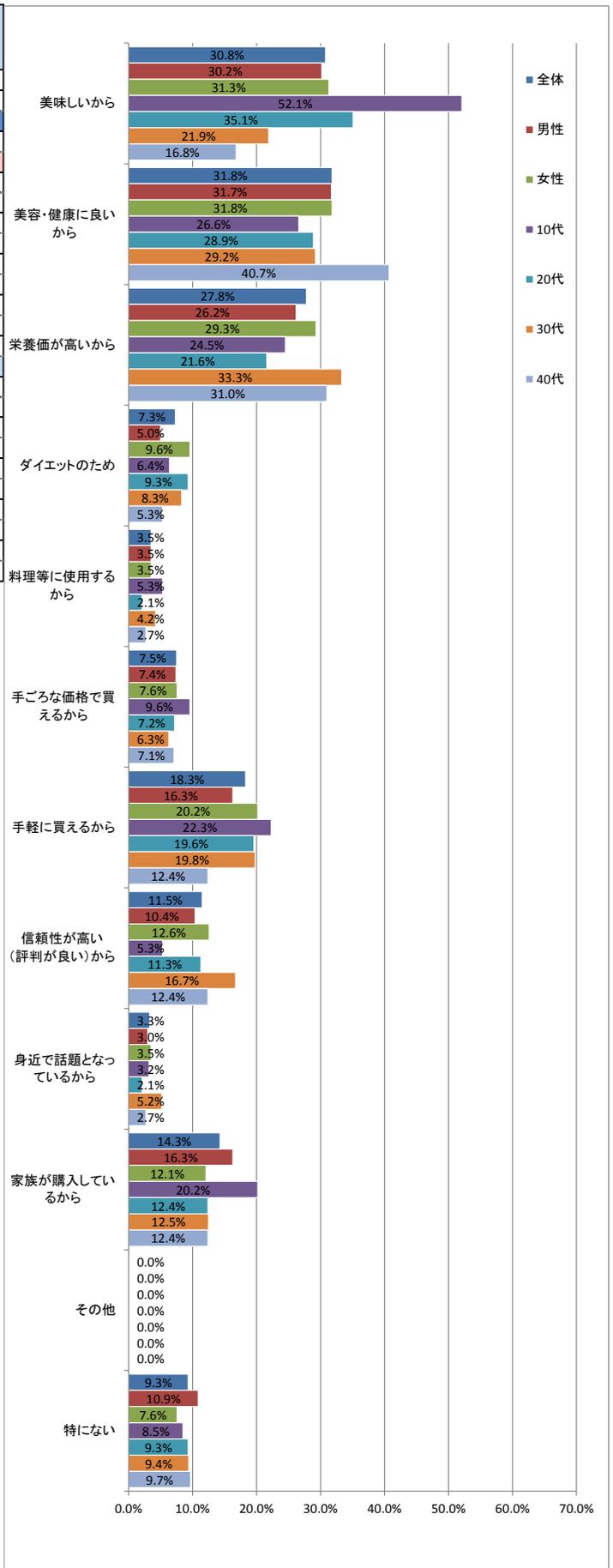
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	410	208	202	98	104	99
美味しいから	回答者数	160	74	86	55	52	30	23
	%	39.0%	35.6%	42.6%	56.1%	50.0%	30.3%	21.1%
美容・健康に良いから	回答者数	90	44	46	18	20	25	27
	%	22.0%	21.2%	22.8%	18.4%	19.2%	25.3%	24.8%
栄養価が高いから	回答者数	168	83	85	38	42	40	48
	%	41.0%	39.9%	42.1%	38.8%	40.4%	40.4%	44.0%
ダイエットのため	回答者数	15	12	3	6	2	3	4
	%	3.7%	5.8%	1.5%	6.1%	1.9%	3.0%	3.7%
料理等に使用するから	回答者数	37	13	24	9	7	7	14
	%	9.0%	6.3%	11.9%	9.2%	6.7%	7.1%	12.8%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	48	24	24	14	13	10	11
	%	11.7%	11.5%	11.9%	14.3%	12.5%	10.1%	10.1%
手軽に買えるから	回答者数	112	49	63	28	35	26	23
	%	27.3%	23.6%	31.2%	28.6%	33.7%	26.3%	21.1%
信頼性が高い (評判が良い)から	回答者数	61	29	32	15	15	16	15
	%	14.9%	13.9%	15.8%	15.3%	14.4%	16.2%	13.8%
身近で話題となっているから	回答者数	9	5	4	2	5	2	0
	%	2.2%	2.4%	2.0%	2.0%	4.8%	2.0%	0.0%
家族が購入しているから	回答者数	77	42	35	23	27	13	14
	%	18.8%	20.2%	17.3%	23.5%	26.0%	13.1%	12.8%
その他	回答者数	5	2	3	0	0	2	3
	%	1.2%	1.0%	1.5%	0.0%	0.0%	2.0%	2.8%
特にない	回答者数	31	19	12	7	6	8	10
	%	7.6%	9.1%	5.9%	7.1%	5.8%	8.1%	9.2%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



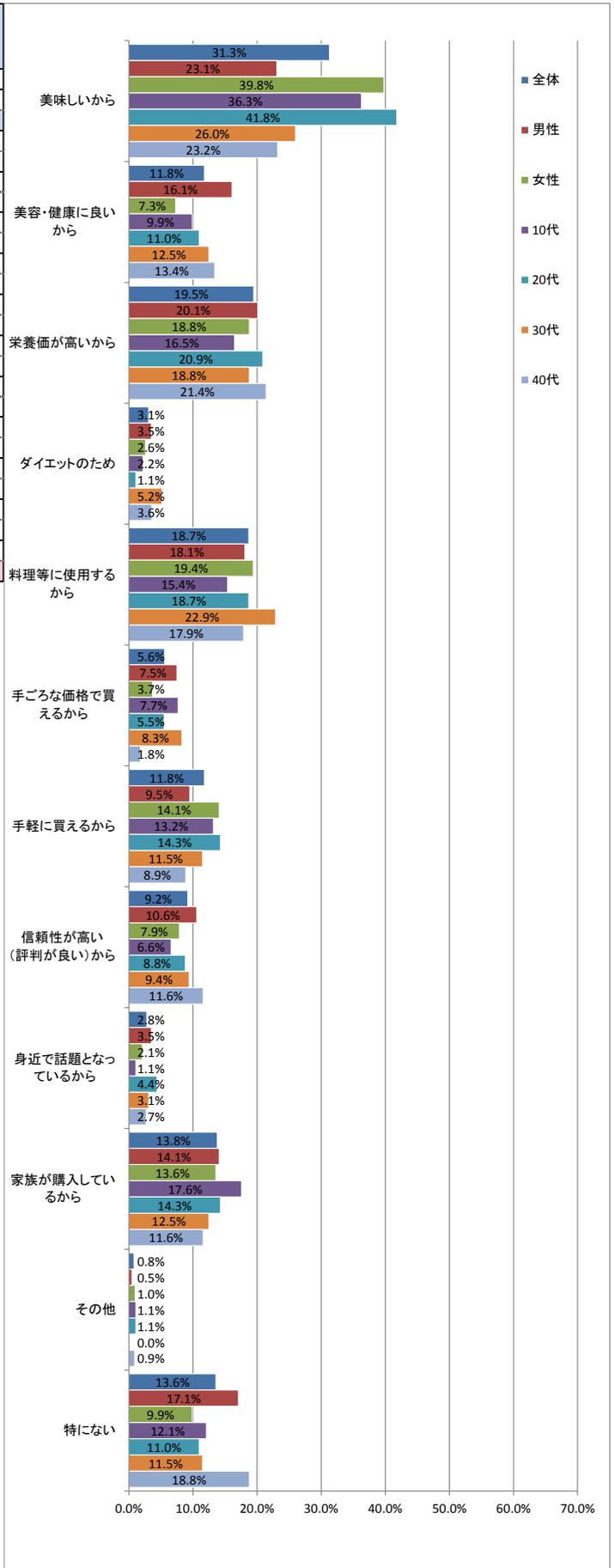
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	202	198	94	97	96
美味しいから	回答者数	123	61	62	49	34	21	19
	%	30.8%	30.2%	31.3%	52.1%	35.1%	21.9%	16.8%
美容・健康に良いから	回答者数	127	64	63	25	28	28	46
	%	31.8%	31.7%	31.8%	26.6%	28.9%	29.2%	40.7%
栄養価が高いから	回答者数	111	53	58	23	21	32	35
	%	27.8%	26.2%	29.3%	24.5%	21.6%	33.3%	31.0%
ダイエットのため	回答者数	29	10	19	6	9	8	6
	%	7.3%	5.0%	9.6%	6.4%	9.3%	8.3%	5.3%
料理等に使用するから	回答者数	14	7	7	5	2	4	3
	%	3.5%	3.5%	3.5%	5.3%	2.1%	4.2%	2.7%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	30	15	15	9	7	6	8
	%	7.5%	7.4%	7.6%	9.6%	7.2%	6.3%	7.1%
手軽に買えるから	回答者数	73	33	40	21	19	19	14
	%	18.3%	16.3%	20.2%	22.3%	19.6%	19.8%	12.4%
信頼性が高い (評判が良い)から	回答者数	46	21	25	5	11	16	14
	%	11.5%	10.4%	12.6%	5.3%	11.3%	16.7%	12.4%
身近で話題となっているから	回答者数	13	6	7	3	2	5	3
	%	3.3%	3.0%	3.5%	3.2%	2.1%	5.2%	2.7%
家族が購入しているから	回答者数	57	33	24	19	12	12	14
	%	14.3%	16.3%	12.1%	20.2%	12.4%	12.5%	12.4%
その他	回答者数	-	-	-	-	-	-	-
	%	-	-	-	-	-	-	-
特にない	回答者数	37	22	15	8	9	9	11
	%	9.3%	10.9%	7.6%	8.5%	9.3%	9.4%	9.7%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



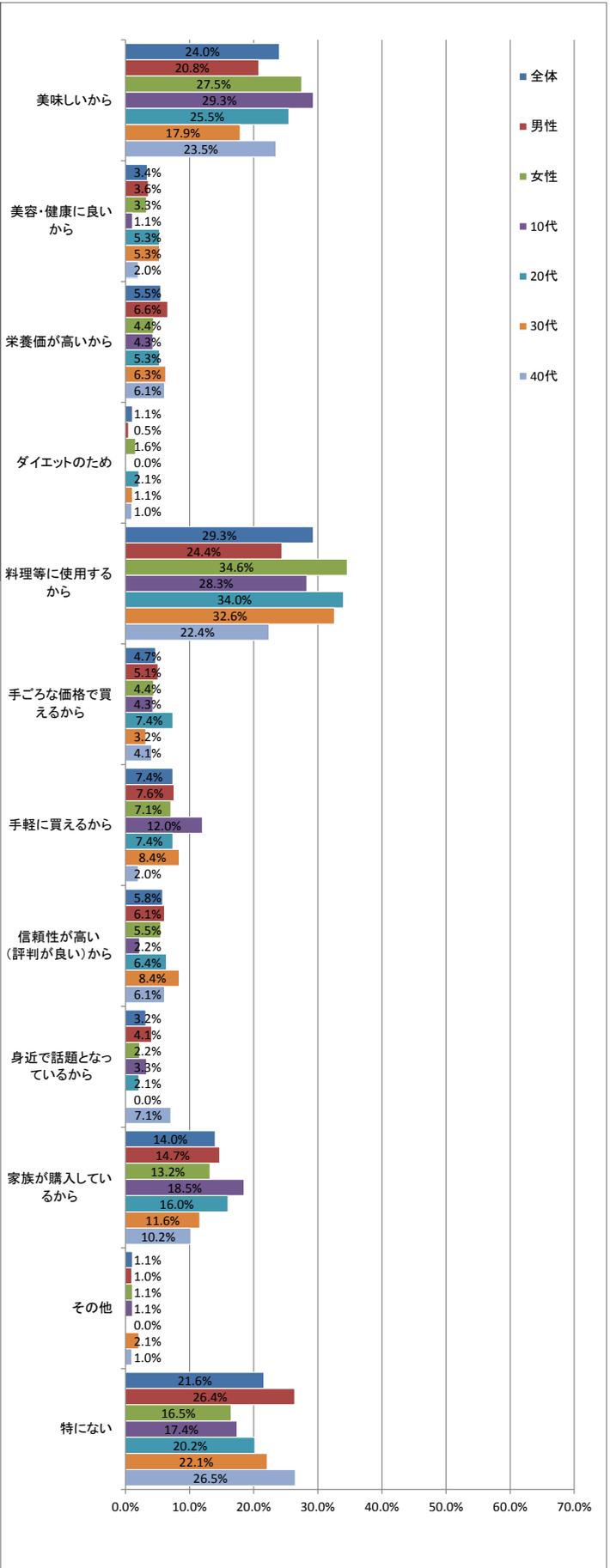
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	390	199	191	91	91	96
美味しいから	回答者数	122	46	76	33	38	25	26
	%	31.3%	23.1%	39.8%	36.3%	41.8%	26.0%	23.2%
美容・健康に良いから	回答者数	46	32	14	9	10	12	15
	%	11.8%	16.1%	7.3%	9.9%	11.0%	12.5%	13.4%
栄養価が高いから	回答者数	76	40	36	15	19	18	24
	%	19.5%	20.1%	18.8%	16.5%	20.9%	18.8%	21.4%
ダイエットのため	回答者数	12	7	5	2	1	5	4
	%	3.1%	3.5%	2.6%	2.2%	1.1%	5.2%	3.6%
料理等に使用するから	回答者数	73	36	37	14	17	22	20
	%	18.7%	18.1%	19.4%	15.4%	18.7%	22.9%	17.9%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	22	15	7	7	5	8	2
	%	5.6%	7.5%	3.7%	7.7%	5.5%	8.3%	1.8%
手軽に買えるから	回答者数	46	19	27	12	13	11	10
	%	11.8%	9.5%	14.1%	13.2%	14.3%	11.5%	8.9%
信頼性が高い (評判が良い) から	回答者数	36	21	15	6	8	9	13
	%	9.2%	10.6%	7.9%	6.6%	8.8%	9.4%	11.6%
身近で話題となっているから	回答者数	11	7	4	1	4	3	3
	%	2.8%	3.5%	2.1%	1.1%	4.4%	3.1%	2.7%
家族が購入しているから	回答者数	54	28	26	16	13	12	13
	%	13.8%	14.1%	13.6%	17.6%	14.3%	12.5%	11.6%
その他	回答者数	3	1	2	1	1	0	1
	%	0.8%	0.5%	1.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.9%
特にない	回答者数	53	34	19	11	10	11	21
	%	13.6%	17.1%	9.9%	12.1%	11.0%	11.5%	18.8%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



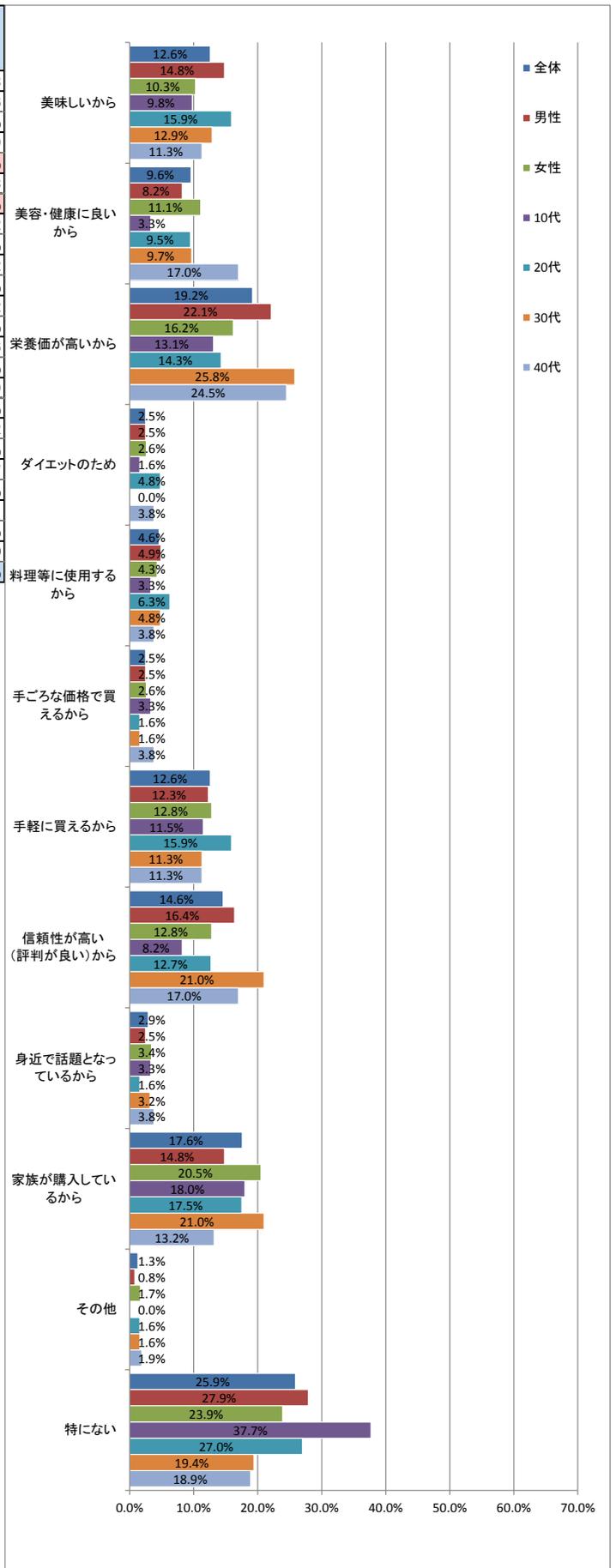
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	379	197	182	92	94	95
美味しいから	回答者数	91	41	50	27	24	17	23
	%	24.0%	20.8%	27.5%	29.3%	25.5%	17.9%	23.5%
美容・健康に良いから	回答者数	13	7	6	1	5	5	2
	%	3.4%	3.6%	3.3%	1.1%	5.3%	5.3%	2.0%
栄養価が高いから	回答者数	21	13	8	4	5	6	6
	%	5.5%	6.6%	4.4%	4.3%	5.3%	6.3%	6.1%
ダイエットのため	回答者数	4	1	3	0	2	1	1
	%	1.1%	0.5%	1.6%	0.0%	2.1%	1.1%	1.0%
料理等に使用するから	回答者数	111	48	63	26	32	31	22
	%	29.3%	24.4%	34.6%	28.3%	34.0%	32.6%	22.4%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	18	10	8	4	7	3	4
	%	4.7%	5.1%	4.4%	4.3%	7.4%	3.2%	4.1%
手軽に買えるから	回答者数	28	15	13	11	7	8	2
	%	7.4%	7.6%	7.1%	12.0%	7.4%	8.4%	2.0%
信頼性が高い (評判が良い)から	回答者数	22	12	10	2	6	8	6
	%	5.8%	6.1%	5.5%	2.2%	6.4%	8.4%	6.1%
身近で話題となっているから	回答者数	12	8	4	3	2	0	7
	%	3.2%	4.1%	2.2%	3.3%	2.1%	0.0%	7.1%
家族が購入しているから	回答者数	53	29	24	17	15	11	10
	%	14.0%	14.7%	13.2%	18.5%	16.0%	11.6%	10.2%
その他	回答者数	4	2	2	1	0	2	1
	%	1.1%	1.0%	1.1%	1.1%	0.0%	2.1%	1.0%
特にない	回答者数	82	52	30	16	19	21	26
	%	21.6%	26.4%	16.5%	17.4%	20.2%	22.1%	26.5%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



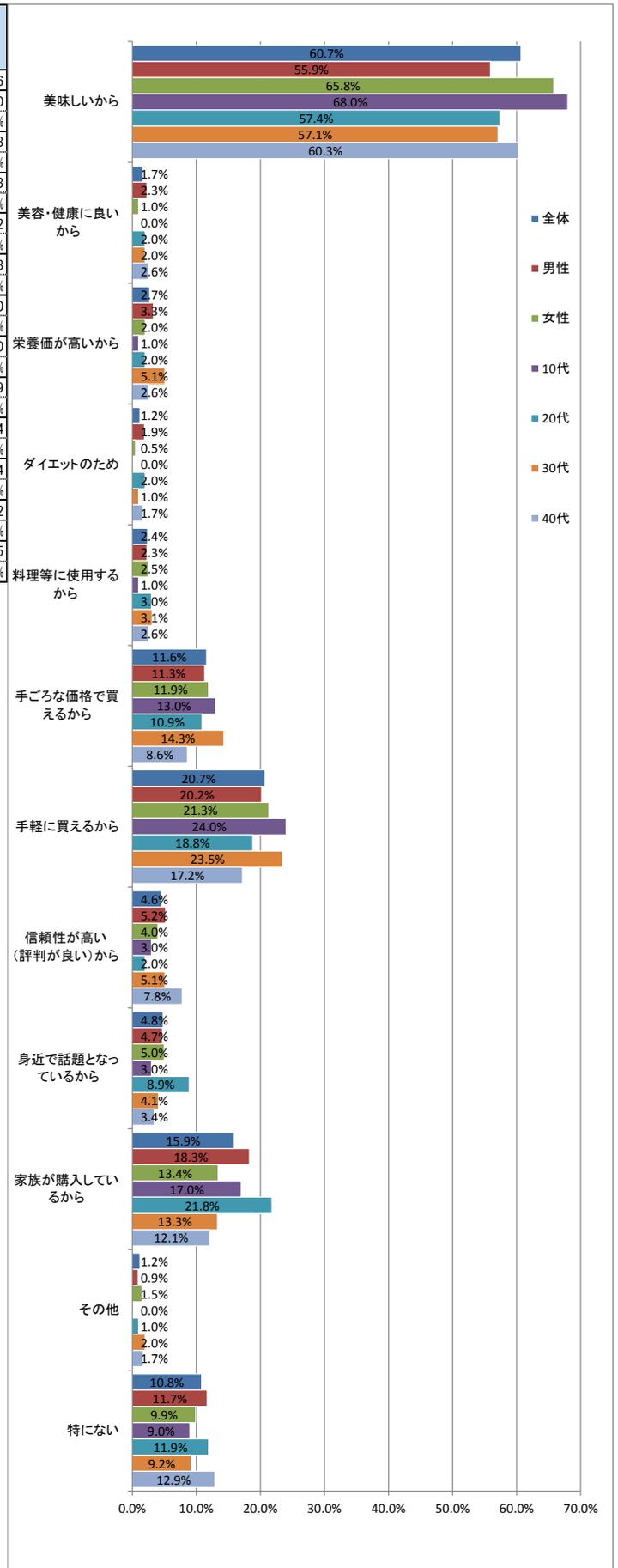
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	239	122	117	61	63	62
美味しいから	回答者数	30	18	12	6	10	8	6
	%	12.6%	14.8%	10.3%	9.8%	15.9%	12.9%	11.3%
美容・健康に良いから	回答者数	23	10	13	2	6	6	9
	%	9.6%	8.2%	11.1%	3.3%	9.5%	9.7%	17.0%
栄養価が高いから	回答者数	46	27	19	8	9	16	13
	%	19.2%	22.1%	16.2%	13.1%	14.3%	25.8%	24.5%
ダイエットのため	回答者数	6	3	3	1	3	0	2
	%	2.5%	2.5%	2.6%	1.6%	4.8%	0.0%	3.8%
料理等に使用するから	回答者数	11	6	5	2	4	3	2
	%	4.6%	4.9%	4.3%	3.3%	6.3%	4.8%	3.8%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	6	3	3	2	1	1	2
	%	2.5%	2.5%	2.6%	3.3%	1.6%	1.6%	3.8%
手軽に買えるから	回答者数	30	15	15	7	10	7	6
	%	12.6%	12.3%	12.8%	11.5%	15.9%	11.3%	11.3%
信頼性が高い (評判が良い) から	回答者数	35	20	15	5	8	13	9
	%	14.6%	16.4%	12.8%	8.2%	12.7%	21.0%	17.0%
身近で話題となっているから	回答者数	7	3	4	2	1	2	2
	%	2.9%	2.5%	3.4%	3.3%	1.6%	3.2%	3.8%
家族が購入しているから	回答者数	42	18	24	11	11	13	7
	%	17.6%	14.8%	20.5%	18.0%	17.5%	21.0%	13.2%
その他	回答者数	3	1	2	0	1	1	1
	%	1.3%	0.8%	1.7%	0.0%	1.6%	1.6%	1.9%
特にない	回答者数	62	34	28	23	17	12	10
	%	25.9%	27.9%	23.9%	37.7%	27.0%	19.4%	18.9%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	415	213	202	100	101	98
美味しいから	回答者数	252	119	133	68	58	56	70
	%	60.7%	55.9%	65.8%	68.0%	57.4%	57.1%	60.3%
美容・健康に良いから	回答者数	7	5	2	0	2	2	3
	%	1.7%	2.3%	1.0%	0.0%	2.0%	2.0%	2.6%
栄養価が高いから	回答者数	11	7	4	1	2	5	3
	%	2.7%	3.3%	2.0%	1.0%	2.0%	5.1%	2.6%
ダイエットのため	回答者数	5	4	1	0	2	1	2
	%	1.2%	1.9%	0.5%	0.0%	2.0%	1.0%	1.7%
料理等に使用するから	回答者数	10	5	5	1	3	3	3
	%	2.4%	2.3%	2.5%	1.0%	3.0%	3.1%	2.6%
手ごろな価格で買えるから	回答者数	48	24	24	13	11	14	10
	%	11.6%	11.3%	11.9%	13.0%	10.9%	14.3%	8.6%
手軽に買えるから	回答者数	86	43	43	24	19	23	20
	%	20.7%	20.2%	21.3%	24.0%	18.8%	23.5%	17.2%
信頼性が高い (評判が良い)から	回答者数	19	11	8	3	2	5	9
	%	4.6%	5.2%	4.0%	3.0%	2.0%	5.1%	7.8%
身近で話題となっているから	回答者数	20	10	10	3	9	4	4
	%	4.8%	4.7%	5.0%	3.0%	8.9%	4.1%	3.4%
家族が購入しているから	回答者数	66	39	27	17	22	13	14
	%	15.9%	18.3%	13.4%	17.0%	21.8%	13.3%	12.1%
その他	回答者数	5	2	3	0	1	2	2
	%	1.2%	0.9%	1.5%	0.0%	1.0%	2.0%	1.7%
特にない	回答者数	45	25	20	9	12	9	15
	%	10.8%	11.7%	9.9%	9.0%	11.9%	9.2%	12.9%

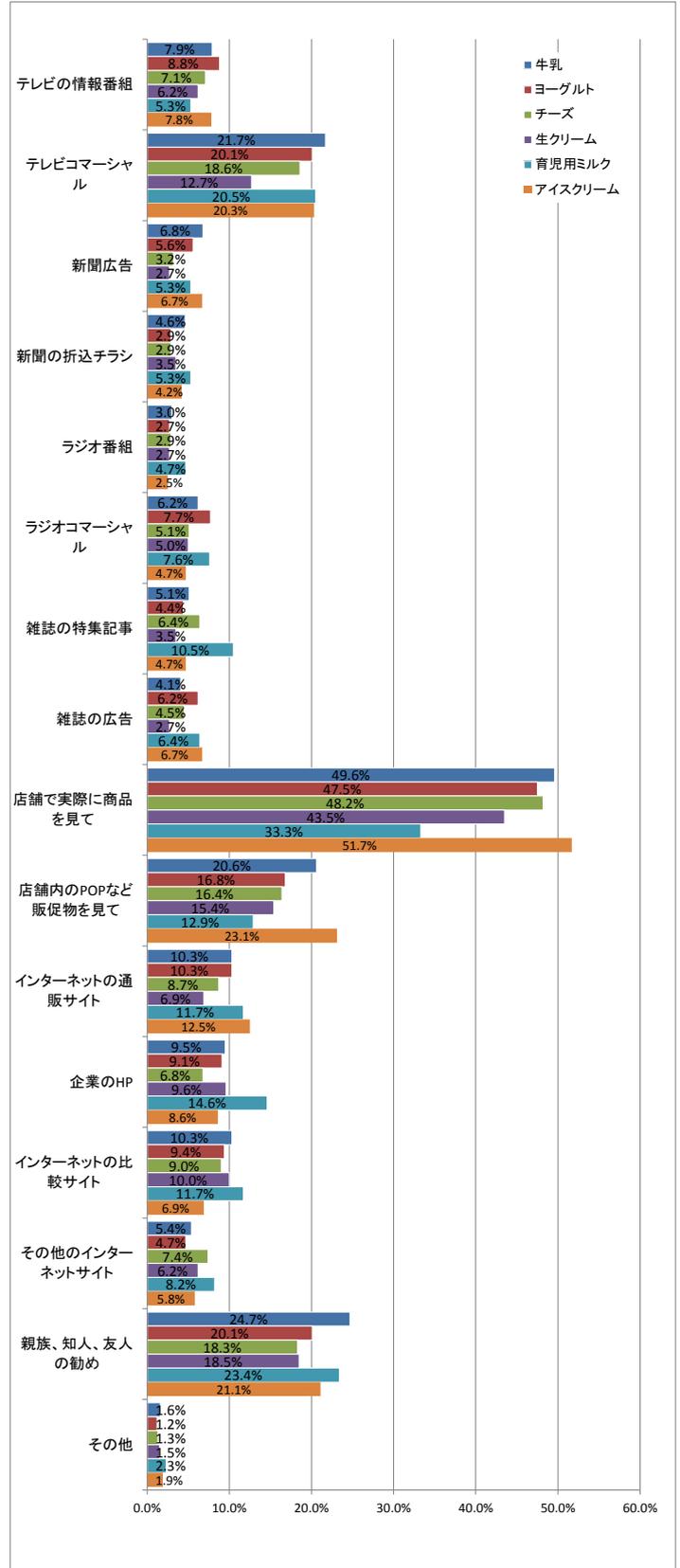
= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



6. 牛乳乳製品を購入する際の参考情報

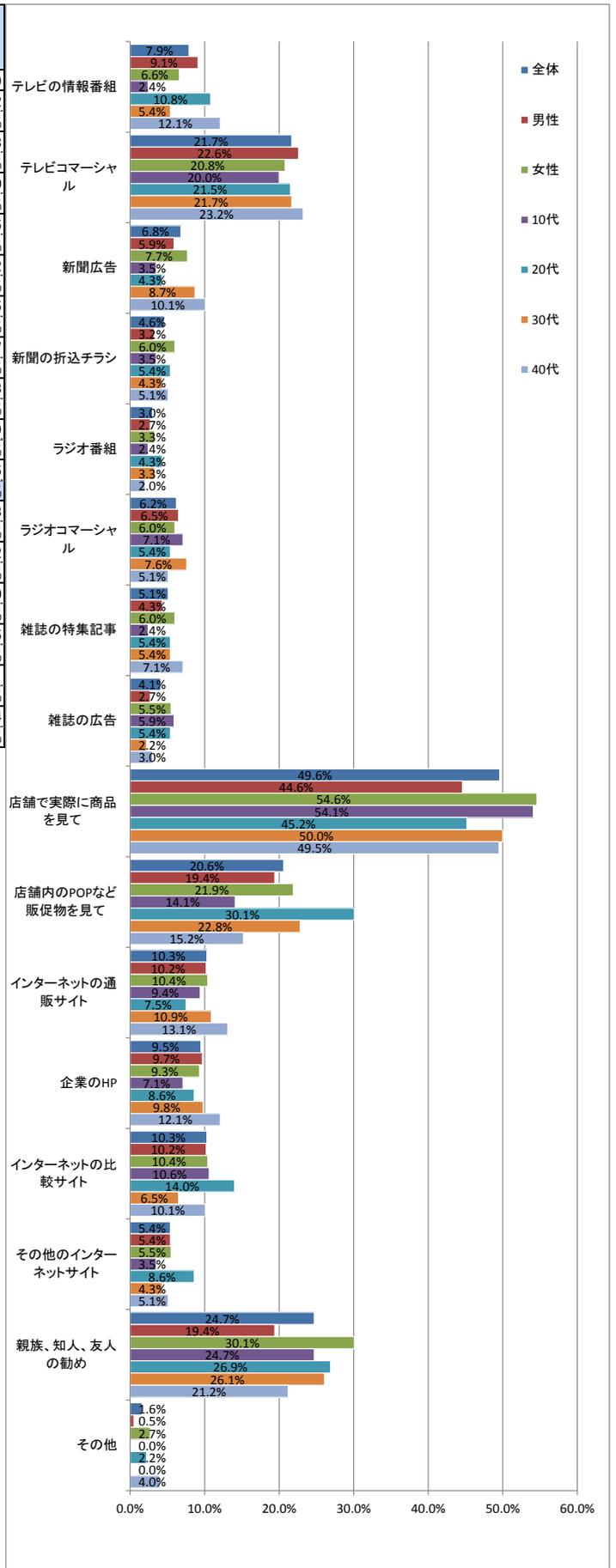
- 「店舗で実際に商品を見て」「テレビコマーシャル」「親族、知人、友人の勧め」「店舗内のPOPなど販促物を見て」が各カテゴリーとも高い傾向にある。「店舗で実際に商品を見て」は5割前後となっており、「店舗内のPOPなど販促物を見て」と併せて、牛乳乳製品においては事前に購入する商品を決めずに、店舗でその都度購入する商品を決めていることが推察される。
- 特にアイスクリームではその特徴が顕著であり、「店舗内のPOPなど販促物を見て」が51.7%と5割を超え、「店舗内のPOPなど販促物を見て」も23.1%と他のカテゴリーよりも高くなっている。
- 反対に、育児用ミルクではこれらの割合が他に比べ低く、購入の際に参考にしているのは「親族、知人、友人の勧め」や「テレビコマーシャル」「企業のHP」「インターネットの比較サイト」などである。前問の「5. 牛乳乳製品を喫食（飲用）する理由」と併せて考えると、子供のために栄養素や成分などを細かく調べ、評判の良い商品を購入する姿勢が見て取れる。
- 男女別では、女性の方が「店舗で実際に商品を見て」「店舗内のPOPなど販促物を見て」といった店舗での情報を重視する傾向が高いのに対し、男性は「テレビコマーシャル」や「新聞広告」、「親族・知人・友人の勧め」といったメディアや知人からの情報を重視する傾向がやや高くなっている。
- 年代別では、「店舗で実際に商品を見て」購入する割合は、20代では他の年代よりも低い傾向にある。20代が他の年代よりも高い割合を示している項目は、「テレビの情報番組」や「テレビコマーシャル」「親族、知人、友人の勧め」などである。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
	合計	369	339	311	260	171	360
テレビの情報番組	回答者数	29	30	22	16	9	28
	%	7.9%	8.8%	7.1%	6.2%	5.3%	7.8%
テレビコマーシャル	回答者数	80	68	58	33	35	73
	%	21.7%	20.1%	18.6%	12.7%	20.5%	20.3%
新聞広告	回答者数	25	19	10	7	9	24
	%	6.8%	5.6%	3.2%	2.7%	5.3%	6.7%
新聞の折込チラシ	回答者数	17	10	9	9	9	15
	%	4.6%	2.9%	2.9%	3.5%	5.3%	4.2%
ラジオ番組	回答者数	11	9	9	7	8	9
	%	3.0%	2.7%	2.9%	2.7%	4.7%	2.5%
ラジオコマーシャル	回答者数	23	26	16	13	13	17
	%	6.2%	7.7%	5.1%	5.0%	7.6%	4.7%
雑誌の特集記事	回答者数	19	15	20	9	18	17
	%	5.1%	4.4%	6.4%	3.5%	10.5%	4.7%
雑誌の広告	回答者数	15	21	14	7	11	24
	%	4.1%	6.2%	4.5%	2.7%	6.4%	6.7%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	183	161	150	113	57	186
	%	49.6%	47.5%	48.2%	43.5%	33.3%	51.7%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	76	57	51	40	22	83
	%	20.6%	16.8%	16.4%	15.4%	12.9%	23.1%
インターネットの通販サイト	回答者数	38	35	27	18	20	45
	%	10.3%	10.3%	8.7%	6.9%	11.7%	12.5%
企業のHP	回答者数	35	31	21	25	25	31
	%	9.5%	9.1%	6.8%	9.6%	14.6%	8.6%
インターネットの比較サイト	回答者数	38	32	28	26	20	25
	%	10.3%	9.4%	9.0%	10.0%	11.7%	6.9%
その他のインターネットサイト	回答者数	20	16	23	16	14	21
	%	5.4%	4.7%	7.4%	6.2%	8.2%	5.8%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	91	68	57	48	40	76
	%	24.7%	20.1%	18.3%	18.5%	23.4%	21.1%
その他	回答者数	6	4	4	4	4	7
	%	1.6%	1.2%	1.3%	1.5%	2.3%	1.9%



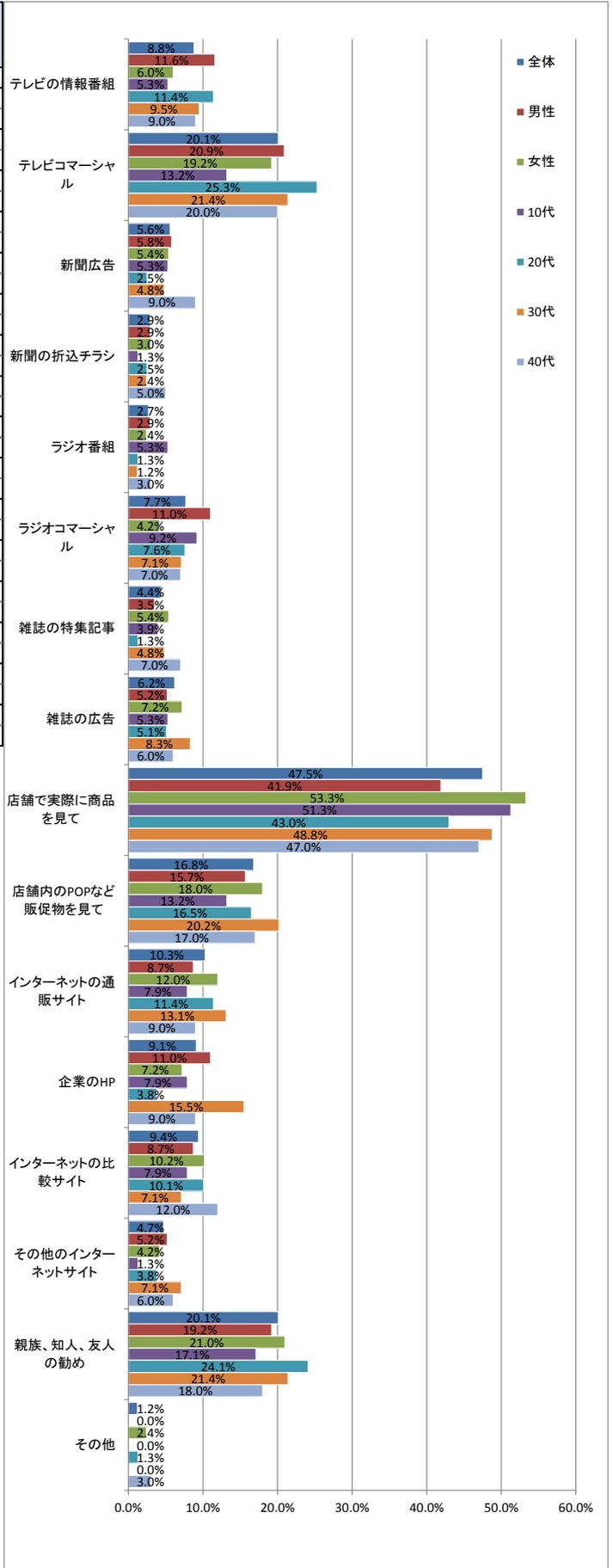
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	369	186	183	85	93	92
テレビの情報番組	回答者数	29	17	12	2	10	5	12
	%	7.9%	9.1%	6.6%	2.4%	10.8%	5.4%	12.1%
テレビコマーシャル	回答者数	80	42	38	17	20	20	23
	%	21.7%	22.6%	20.8%	20.0%	21.5%	21.7%	23.2%
新聞広告	回答者数	25	11	14	3	4	8	10
	%	6.8%	5.9%	7.7%	3.5%	4.3%	8.7%	10.1%
新聞の折込チラシ	回答者数	17	6	11	3	5	4	5
	%	4.6%	3.2%	6.0%	3.5%	5.4%	4.3%	5.1%
ラジオ番組	回答者数	11	5	6	2	4	3	2
	%	3.0%	2.7%	3.3%	2.4%	4.3%	3.3%	2.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	23	12	11	6	5	7	5
	%	6.2%	6.5%	6.0%	7.1%	5.4%	7.6%	5.1%
雑誌の特集記事	回答者数	19	8	11	2	5	5	7
	%	5.1%	4.3%	6.0%	2.4%	5.4%	5.4%	7.1%
雑誌の広告	回答者数	15	5	10	5	5	2	3
	%	4.1%	2.7%	5.5%	5.9%	5.4%	2.2%	3.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	183	83	100	46	42	46	49
	%	49.6%	44.6%	54.6%	54.1%	45.2%	50.0%	49.5%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	76	36	40	12	28	21	15
	%	20.6%	19.4%	21.9%	14.1%	30.1%	22.8%	15.2%
インターネットの通販サイト	回答者数	38	19	19	8	7	10	13
	%	10.3%	10.2%	10.4%	9.4%	7.5%	10.9%	13.1%
企業のHP	回答者数	35	18	17	6	8	9	12
	%	9.5%	9.7%	9.3%	7.1%	8.6%	9.8%	12.1%
インターネットの比較サイト	回答者数	38	19	19	9	13	6	10
	%	10.3%	10.2%	10.4%	10.6%	14.0%	6.5%	10.1%
その他のインターネットサイト	回答者数	20	10	10	3	8	4	5
	%	5.4%	5.4%	5.5%	3.5%	8.6%	4.3%	5.1%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	91	36	55	21	25	24	21
	%	24.7%	19.4%	30.1%	24.7%	26.9%	26.1%	21.2%
その他	回答者数	6	1	5	0	2	0	4
	%	1.6%	0.5%	2.7%	0.0%	2.2%	0.0%	4.0%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



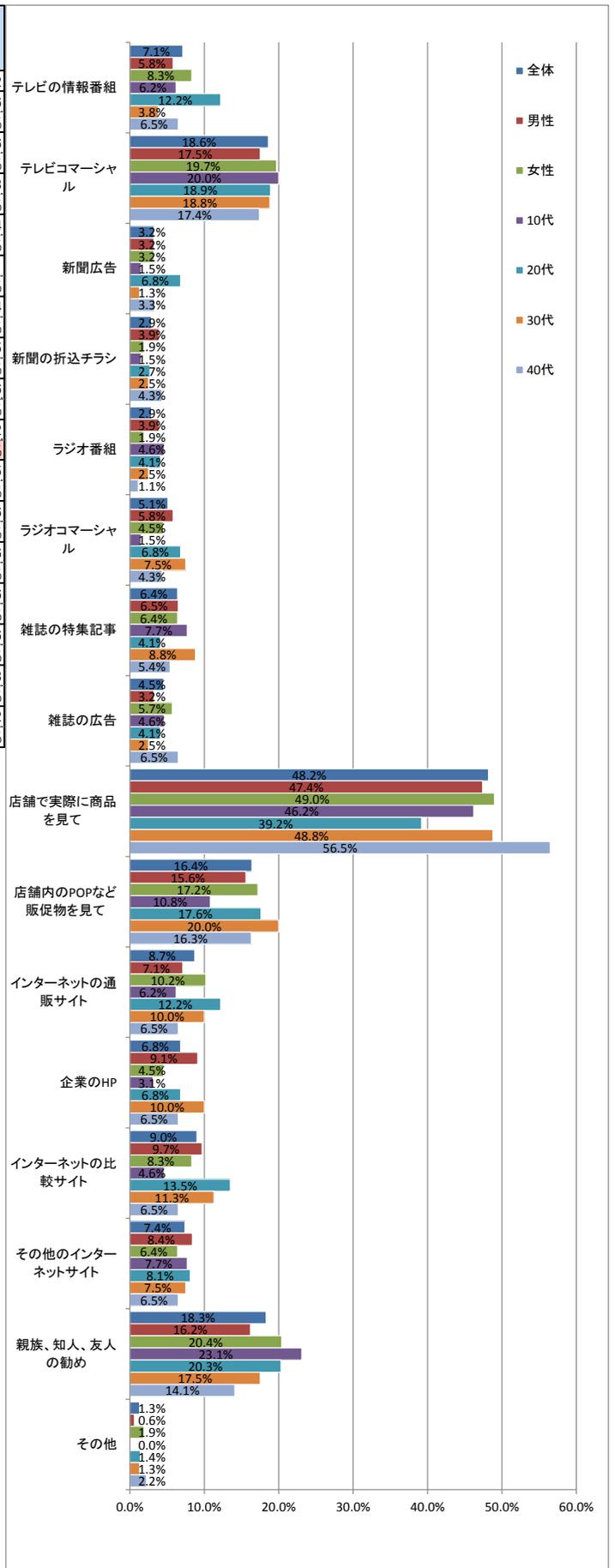
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	339	172	167	76	79	84
テレビの情報番組	回答者数	30	20	10	4	9	8	9
	%	8.8%	11.6%	6.0%	5.3%	11.4%	9.5%	9.0%
テレビコマーシャル	回答者数	68	36	32	10	20	18	20
	%	20.1%	20.9%	19.2%	13.2%	25.3%	21.4%	20.0%
新聞広告	回答者数	19	10	9	4	2	4	9
	%	5.6%	5.8%	5.4%	5.3%	2.5%	4.8%	9.0%
新聞の折込チラシ	回答者数	10	5	5	1	2	2	5
	%	2.9%	2.9%	3.0%	1.3%	2.5%	2.4%	5.0%
ラジオ番組	回答者数	9	5	4	4	1	1	3
	%	2.7%	2.9%	2.4%	5.3%	1.3%	1.2%	3.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	26	19	7	7	6	6	7
	%	7.7%	11.0%	4.2%	9.2%	7.6%	7.1%	7.0%
雑誌の特集記事	回答者数	15	6	9	3	1	4	7
	%	4.4%	3.5%	5.4%	3.9%	1.3%	4.8%	7.0%
雑誌の広告	回答者数	21	9	12	4	4	7	6
	%	6.2%	5.2%	7.2%	5.3%	5.1%	8.3%	6.0%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	161	72	89	39	34	41	47
	%	47.5%	41.9%	53.3%	51.3%	43.0%	48.8%	47.0%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	57	27	30	10	13	17	17
	%	16.8%	15.7%	18.0%	13.2%	16.5%	20.2%	17.0%
インターネットの通販サイト	回答者数	35	15	20	6	9	11	9
	%	10.3%	8.7%	12.0%	7.9%	11.4%	13.1%	9.0%
企業のHP	回答者数	31	19	12	6	3	13	9
	%	9.1%	11.0%	7.2%	7.9%	3.8%	15.5%	9.0%
インターネットの比較サイト	回答者数	32	15	17	6	8	6	12
	%	9.4%	8.7%	10.2%	7.9%	10.1%	7.1%	12.0%
その他のインターネットサイト	回答者数	16	9	7	1	3	6	6
	%	4.7%	5.2%	4.2%	1.3%	3.8%	7.1%	6.0%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	68	33	35	13	19	18	18
	%	20.1%	19.2%	21.0%	17.1%	24.1%	21.4%	18.0%
その他	回答者数	4	0	4	0	1	0	3
	%	1.2%	0.0%	2.4%	0.0%	1.3%	0.0%	3.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



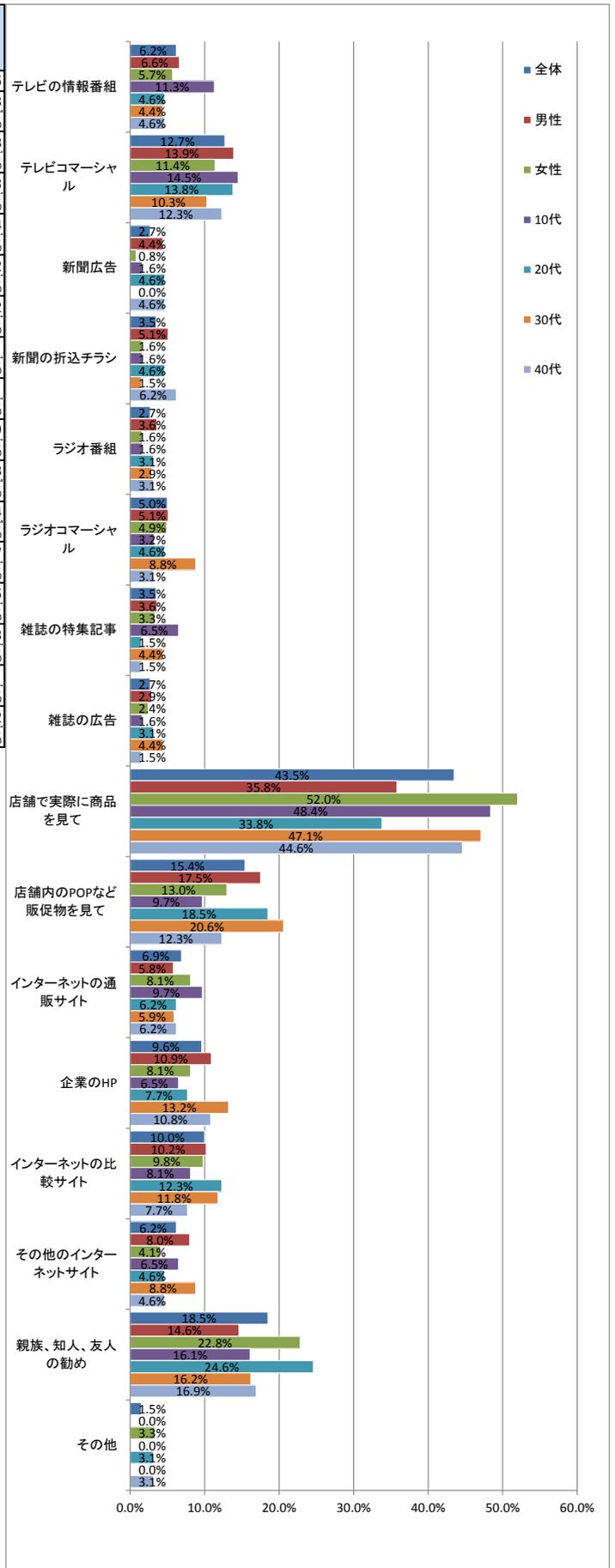
テーマ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	311	154	157	65	74	80
テレビの情報番組	回答者数	22	9	13	4	9	3	6
	%	7.1%	5.8%	8.3%	6.2%	12.2%	3.8%	6.5%
テレビコマーシャル	回答者数	58	27	31	13	14	15	16
	%	18.6%	17.5%	19.7%	20.0%	18.9%	18.8%	17.4%
新聞広告	回答者数	10	5	5	1	5	1	3
	%	3.2%	3.2%	3.2%	1.5%	6.8%	1.3%	3.3%
新聞の折込チラシ	回答者数	9	6	3	1	2	2	4
	%	2.9%	3.9%	1.9%	1.5%	2.7%	2.5%	4.3%
ラジオ番組	回答者数	9	6	3	3	3	2	1
	%	2.9%	3.9%	1.9%	4.6%	4.1%	2.5%	1.1%
ラジオコマーシャル	回答者数	16	9	7	1	5	6	4
	%	5.1%	5.8%	4.5%	1.5%	6.8%	7.5%	4.3%
雑誌の特集記事	回答者数	20	10	10	5	3	7	5
	%	6.4%	6.5%	6.4%	7.7%	4.1%	8.8%	5.4%
雑誌の広告	回答者数	14	5	9	3	3	2	6
	%	4.5%	3.2%	5.7%	4.6%	4.1%	2.5%	6.5%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	150	73	77	30	29	39	52
	%	48.2%	47.4%	49.0%	46.2%	39.2%	48.8%	56.5%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	51	24	27	7	13	16	15
	%	16.4%	15.6%	17.2%	10.8%	17.6%	20.0%	16.3%
インターネットの通販サイト	回答者数	27	11	16	4	9	8	6
	%	8.7%	7.1%	10.2%	6.2%	12.2%	10.0%	6.5%
企業のHP	回答者数	21	14	7	2	5	8	6
	%	6.8%	9.1%	4.5%	3.1%	6.8%	10.0%	6.5%
インターネットの比較サイト	回答者数	28	15	13	3	10	9	6
	%	9.0%	9.7%	8.3%	4.6%	13.5%	11.3%	6.5%
その他のインターネットサイト	回答者数	23	13	10	5	6	6	6
	%	7.4%	8.4%	6.4%	7.7%	8.1%	7.5%	6.5%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	57	25	32	15	15	14	13
	%	18.3%	16.2%	20.4%	23.1%	20.3%	17.5%	14.1%
その他	回答者数	4	1	3	0	1	1	2
	%	1.3%	0.6%	1.9%	0.0%	1.4%	1.3%	2.2%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



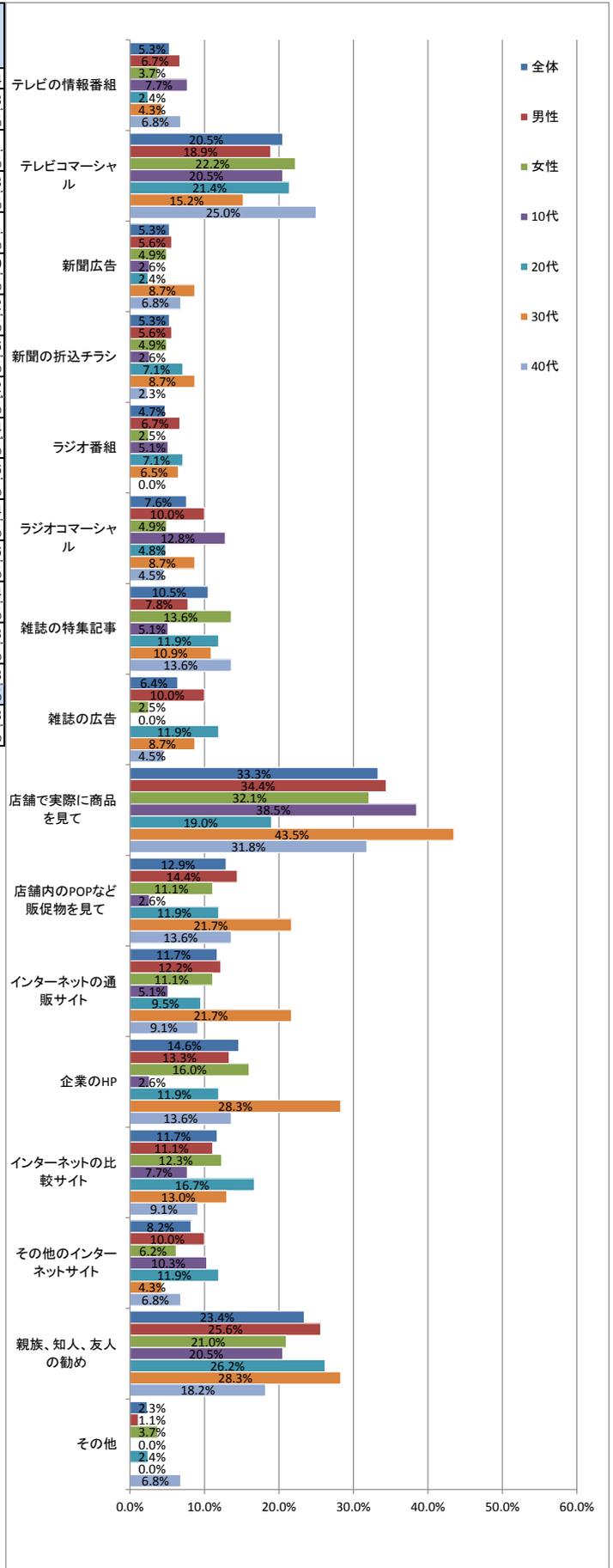
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	260	137	123	62	65	68
テレビの情報番組	回答者数	16	9	7	7	3	3	3
	%	6.2%	6.6%	5.7%	11.3%	4.6%	4.4%	4.6%
テレビコマーシャル	回答者数	33	19	14	9	9	7	8
	%	12.7%	13.9%	11.4%	14.5%	13.8%	10.3%	12.3%
新聞広告	回答者数	7	6	1	1	3	0	3
	%	2.7%	4.4%	0.8%	1.6%	4.6%	0.0%	4.6%
新聞の折込チラシ	回答者数	9	7	2	1	3	1	4
	%	3.5%	5.1%	1.6%	1.6%	4.6%	1.5%	6.2%
ラジオ番組	回答者数	7	5	2	1	2	2	2
	%	2.7%	3.6%	1.6%	1.6%	3.1%	2.9%	3.1%
ラジオコマーシャル	回答者数	13	7	6	2	3	6	2
	%	5.0%	5.1%	4.9%	3.2%	4.6%	8.8%	3.1%
雑誌の特集記事	回答者数	9	5	4	4	1	3	1
	%	3.5%	3.6%	3.3%	6.5%	1.5%	4.4%	1.5%
雑誌の広告	回答者数	7	4	3	1	2	3	1
	%	2.7%	2.9%	2.4%	1.6%	3.1%	4.4%	1.5%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	113	49	64	30	22	32	29
	%	43.5%	35.8%	52.0%	48.4%	33.8%	47.1%	44.6%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	40	24	16	6	12	14	8
	%	15.4%	17.5%	13.0%	9.7%	18.5%	20.6%	12.3%
インターネットの通販サイト	回答者数	18	8	10	6	4	4	4
	%	6.9%	5.8%	8.1%	9.7%	6.2%	5.9%	6.2%
企業のHP	回答者数	25	15	10	4	5	9	7
	%	9.6%	10.9%	8.1%	6.5%	7.7%	13.2%	10.8%
インターネットの比較サイト	回答者数	26	14	12	5	8	8	5
	%	10.0%	10.2%	9.8%	8.1%	12.3%	11.8%	7.7%
その他のインターネットサイト	回答者数	16	11	5	4	3	6	3
	%	6.2%	8.0%	4.1%	6.5%	4.6%	8.8%	4.6%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	48	20	28	10	16	11	11
	%	18.5%	14.6%	22.8%	16.1%	24.6%	16.2%	16.9%
その他	回答者数	4	0	4	0	2	0	2
	%	1.5%	0.0%	3.3%	0.0%	3.1%	0.0%	3.1%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



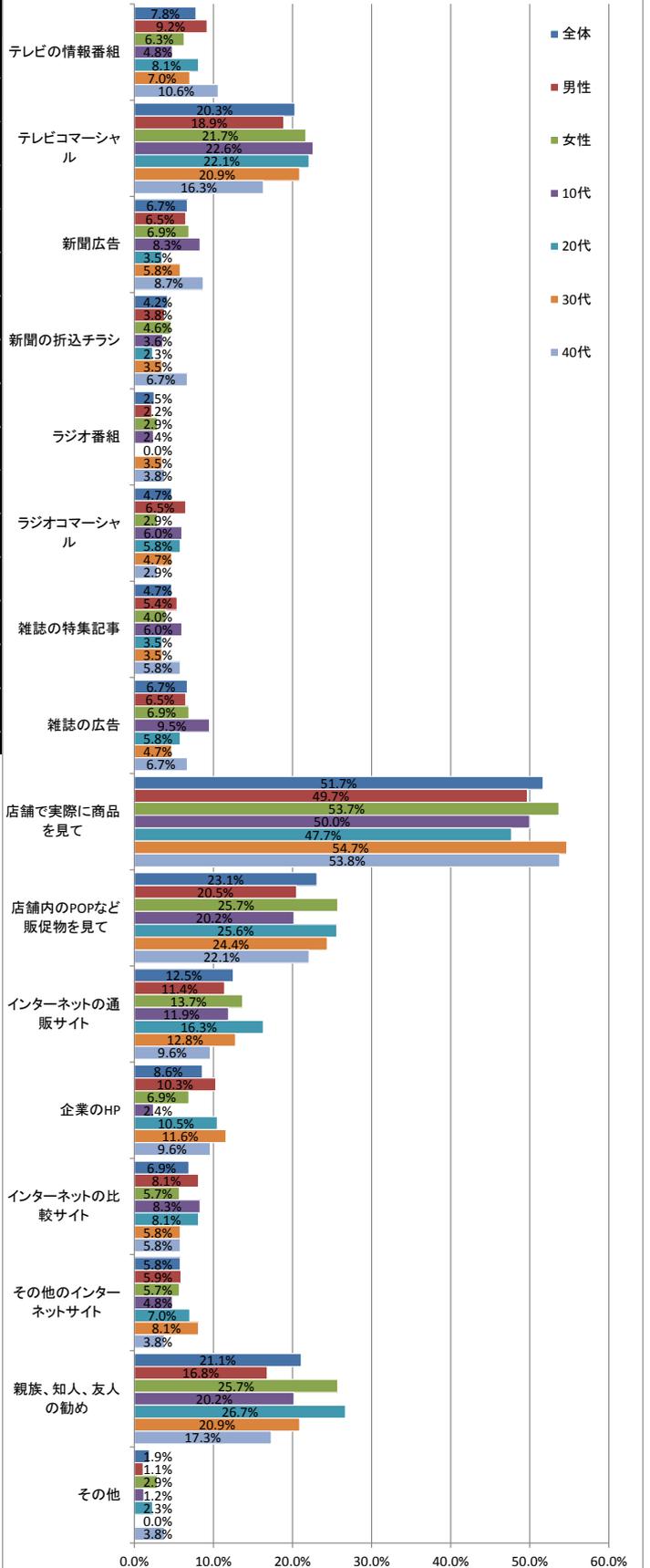
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	171	90	81	39	42	46
テレビの情報番組	回答者数	9	6	3	3	1	2	3
	%	5.3%	6.7%	3.7%	7.7%	2.4%	4.3%	6.8%
テレビコマーシャル	回答者数	35	17	18	8	9	7	11
	%	20.5%	18.9%	22.2%	20.5%	21.4%	15.2%	25.0%
新聞広告	回答者数	9	5	4	1	1	4	3
	%	5.3%	5.6%	4.9%	2.6%	2.4%	8.7%	6.8%
新聞の折込チラシ	回答者数	9	5	4	1	3	4	1
	%	5.3%	5.6%	4.9%	2.6%	7.1%	8.7%	2.3%
ラジオ番組	回答者数	8	6	2	2	3	3	0
	%	4.7%	6.7%	2.5%	5.1%	7.1%	6.5%	0.0%
ラジオコマーシャル	回答者数	13	9	4	5	2	4	2
	%	7.6%	10.0%	4.9%	12.8%	4.8%	8.7%	4.5%
雑誌の特集記事	回答者数	18	7	11	2	5	5	6
	%	10.5%	7.8%	13.6%	5.1%	11.9%	10.9%	13.6%
雑誌の広告	回答者数	11	9	2	0	5	4	2
	%	6.4%	10.0%	2.5%	0.0%	11.9%	8.7%	4.5%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	57	31	26	15	8	20	14
	%	33.3%	34.4%	32.1%	38.5%	19.0%	43.5%	31.8%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	22	13	9	1	5	10	6
	%	12.9%	14.4%	11.1%	2.6%	11.9%	21.7%	13.6%
インターネットの通販サイト	回答者数	20	11	9	2	4	10	4
	%	11.7%	12.2%	11.1%	5.1%	9.5%	21.7%	9.1%
企業のHP	回答者数	25	12	13	1	5	13	6
	%	14.6%	13.3%	16.0%	2.6%	11.9%	28.3%	13.6%
インターネットの比較サイト	回答者数	20	10	10	3	7	6	4
	%	11.7%	11.1%	12.3%	7.7%	16.7%	13.0%	9.1%
その他のインターネットサイト	回答者数	14	9	5	4	5	2	3
	%	8.2%	10.0%	6.2%	10.3%	11.9%	4.3%	6.8%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	40	23	17	8	11	13	8
	%	23.4%	25.6%	21.0%	20.5%	26.2%	28.3%	18.2%
その他	回答者数	4	1	3	0	1	0	3
	%	2.3%	1.1%	3.7%	0.0%	2.4%	0.0%	6.8%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	360	185	175	84	86	86
テレビの情報番組	回答者数	28	17	11	4	7	6	11
	%	7.8%	9.2%	6.3%	4.8%	8.1%	7.0%	10.6%
テレビコマーシャル	回答者数	73	35	38	19	19	18	17
	%	20.3%	18.9%	21.7%	22.6%	22.1%	20.9%	16.3%
新聞広告	回答者数	24	12	12	7	3	5	9
	%	6.7%	6.5%	6.9%	8.3%	3.5%	5.8%	8.7%
新聞の折込チラシ	回答者数	15	7	8	3	2	3	7
	%	4.2%	3.8%	4.6%	3.6%	2.3%	3.5%	6.7%
ラジオ番組	回答者数	9	4	5	2	0	3	4
	%	2.5%	2.2%	2.9%	2.4%	0.0%	3.5%	3.8%
ラジオコマーシャル	回答者数	17	12	5	5	5	4	3
	%	4.7%	6.5%	2.9%	6.0%	5.8%	4.7%	2.9%
雑誌の特集記事	回答者数	17	10	7	5	3	3	6
	%	4.7%	5.4%	4.0%	6.0%	3.5%	3.5%	5.8%
雑誌の広告	回答者数	24	12	12	8	5	4	7
	%	6.7%	6.5%	6.9%	9.5%	5.8%	4.7%	6.7%
店舗で実際に商品を見て	回答者数	186	92	94	42	41	47	56
	%	51.7%	49.7%	53.7%	50.0%	47.7%	54.7%	53.8%
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	83	38	45	17	22	21	23
	%	23.1%	20.5%	25.7%	20.2%	25.6%	24.4%	22.1%
インターネットの通販サイト	回答者数	45	21	24	10	14	11	10
	%	12.5%	11.4%	13.7%	11.9%	16.3%	12.8%	9.6%
企業のHP	回答者数	31	19	12	2	9	10	10
	%	8.6%	10.3%	6.9%	2.4%	10.5%	11.6%	9.6%
インターネットの比較サイト	回答者数	25	15	10	7	7	5	6
	%	6.9%	8.1%	5.7%	8.3%	8.1%	5.8%	5.8%
その他のインターネットサイト	回答者数	21	11	10	4	6	7	4
	%	5.8%	5.9%	5.7%	4.8%	7.0%	8.1%	3.8%
親族、知人、友人の勧め	回答者数	76	31	45	17	23	18	18
	%	21.1%	16.8%	25.7%	20.2%	26.7%	20.9%	17.3%
その他	回答者数	7	2	5	1	2	0	4
	%	1.9%	1.1%	2.9%	1.2%	2.3%	0.0%	3.8%

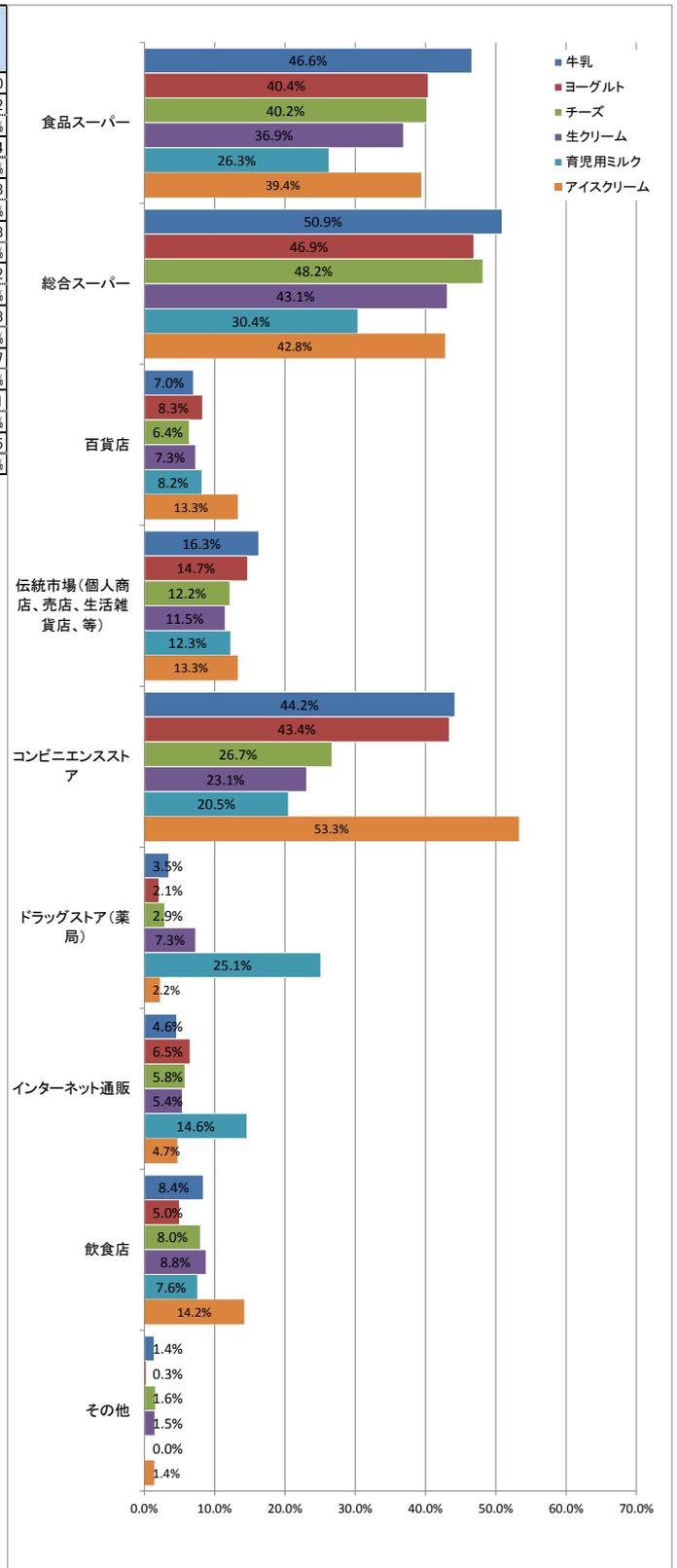
= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



7. 牛乳乳製品の購入チャネル

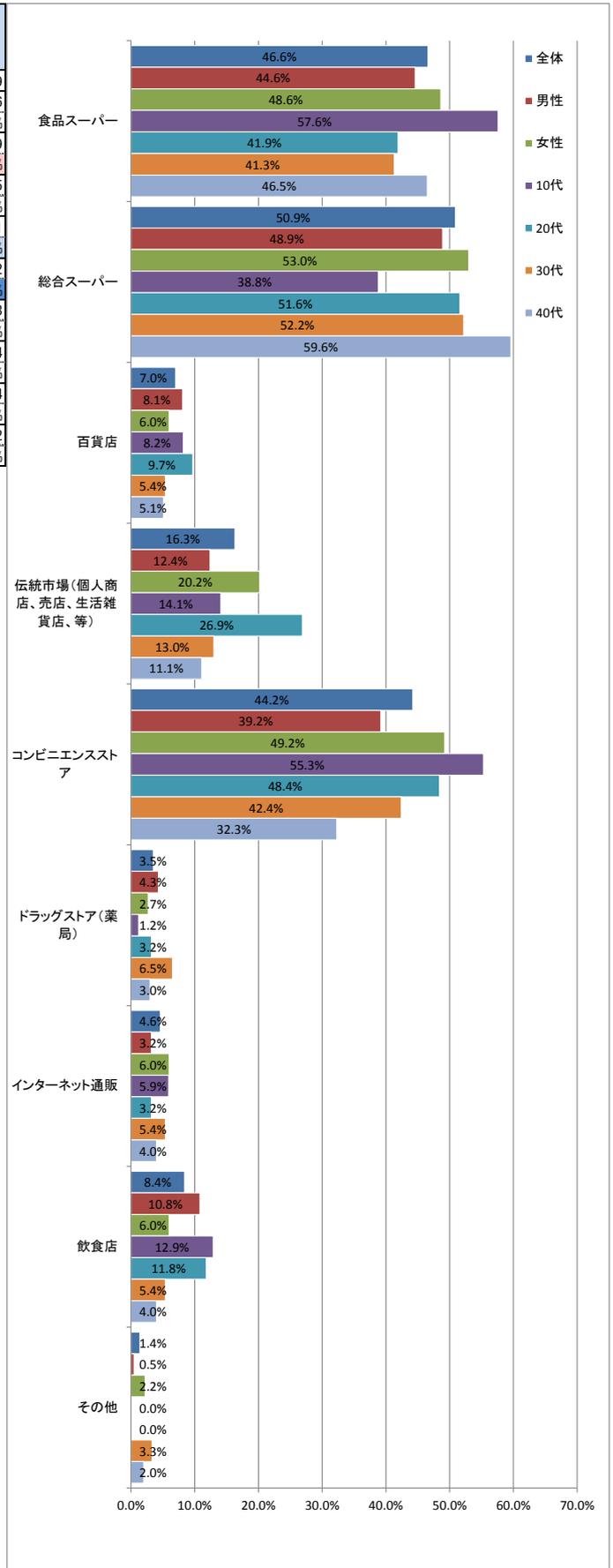
- 全体的に「総合スーパー」「食品スーパー」「コンビニエンスストア」で購入すると回答している割合が高い。
- 牛乳では「総合スーパー」が、50.9%と半数を超え、「食品スーパー」(46.6%)、「コンビニエンスストア」(44.2%)と続いている。「食品スーパー」と「コンビニエンスストア」については、10代の利用が他の年代よりも高く、「総合スーパー」については40代の利用が高い。20代では「伝統市場」の利用が26.9%と高いことが特徴的である。
- ヨーグルトの購入についても、「総合スーパー」(46.9%)、「コンビニエンスストア」(43.4%)、「食品スーパー」(40.4%)と、ほぼ3チャネルに集約されている。牛乳と同様に、「コンビニエンスストア」の利用は若年層に多く見られ、「総合スーパー」の利用は年齢が高い層に多い傾向が見られる。
- チーズ、生クリームでは「総合スーパー」(48.2%、43.1%)、と「食品スーパー」(40.2%、36.9%)での購入割合が高いことは他と変わらないが、「コンビニエンスストア」での購入は3割弱とやや下がる。店舗によっては商品が置いていないケースあることが一因であると推察される。「コンビニエンスストア」での購入割合は、牛乳・ヨーグルトでは男性の方が多かったが、チーズ、生クリームでは女性の割合が高くなっている。
- 育児用ミルクについては、スーパーなどでの販売が限られていることから、「ドラッグストア(薬局)」が25.1%、「インターネット通販」が14.6%と、他のカテゴリーと異なるチャネルでの購入が目立つ。特に40代では「ドラッグストア(薬局)」が45.5%と半数近くを占めている。
- アイスクリームでは「コンビニエンスストア」での購入が53.3%と最も高く、特に20代の購入が62.8%と顕著である。「飲食店」での購入も14.2%と10%を超えており、他のカテゴリーとの違いが見られる。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		合計	369	339	311	260	171
食品スーパー	回答者数	172	137	125	96	45	142
	%	46.6%	40.4%	40.2%	36.9%	26.3%	39.4%
総合スーパー	回答者数	188	159	150	112	52	154
	%	50.9%	46.9%	48.2%	43.1%	30.4%	42.8%
百貨店	回答者数	26	28	20	19	14	48
	%	7.0%	8.3%	6.4%	7.3%	8.2%	13.3%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	60	50	38	30	21	48
	%	16.3%	14.7%	12.2%	11.5%	12.3%	13.3%
コンビニエンスストア	回答者数	163	147	83	60	35	192
	%	44.2%	43.4%	26.7%	23.1%	20.5%	53.3%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	13	7	9	19	43	8
	%	3.5%	2.1%	2.9%	7.3%	25.1%	2.2%
インターネット通販	回答者数	17	22	18	14	25	17
	%	4.6%	6.5%	5.8%	5.4%	14.6%	4.7%
飲食店	回答者数	31	17	25	23	13	51
	%	8.4%	5.0%	8.0%	8.8%	7.6%	14.2%
その他	回答者数	5	1	5	4	0	5
	%	1.4%	0.3%	1.6%	1.5%	0.0%	1.4%



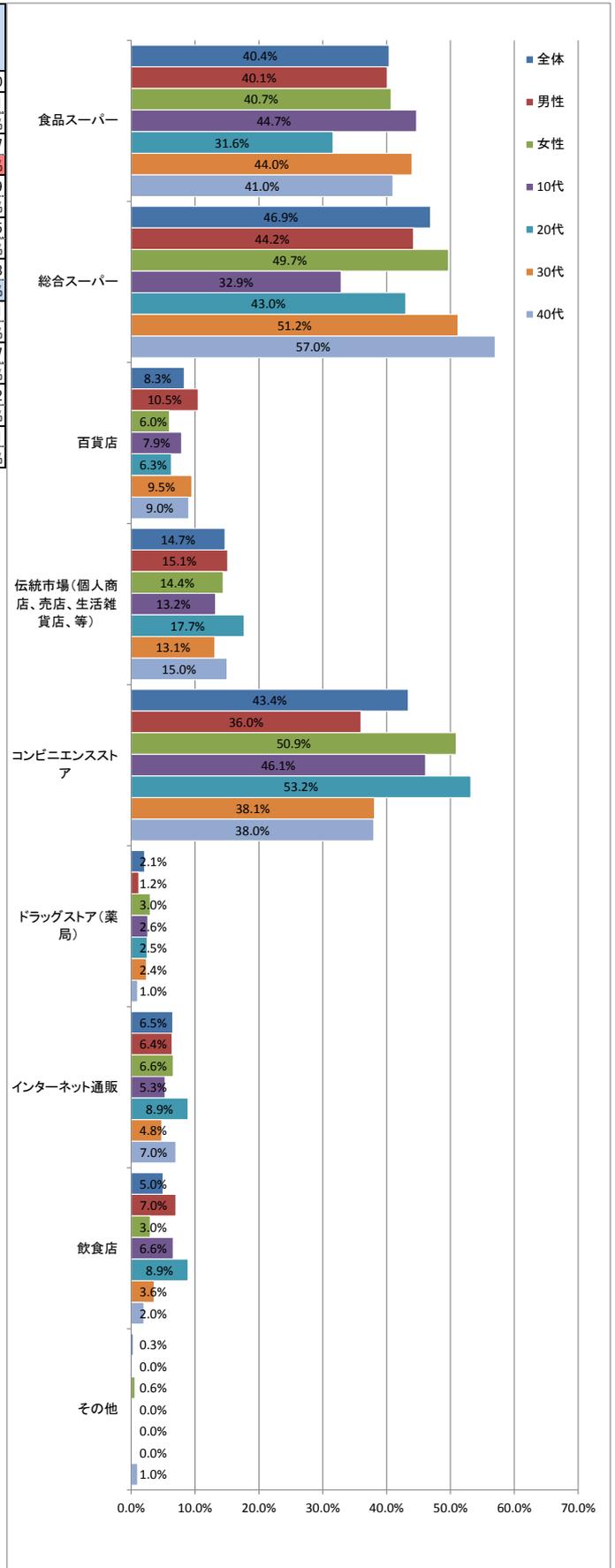
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	369	186	183	85	93	92
食品スーパー	回答者数	172	83	89	49	39	38	46
	%	46.6%	44.6%	48.6%	57.6%	41.9%	41.3%	46.5%
総合スーパー	回答者数	188	91	97	33	48	48	59
	%	50.9%	48.9%	53.0%	38.8%	51.6%	52.2%	59.6%
百貨店	回答者数	26	15	11	7	9	5	5
	%	7.0%	8.1%	6.0%	8.2%	9.7%	5.4%	5.1%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	60	23	37	12	25	12	11
	%	16.3%	12.4%	20.2%	14.1%	26.9%	13.0%	11.1%
コンビニエンスストア	回答者数	163	73	90	47	45	39	32
	%	44.2%	39.2%	49.2%	55.3%	48.4%	42.4%	32.3%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	13	8	5	1	3	6	3
	%	3.5%	4.3%	2.7%	1.2%	3.2%	6.5%	3.0%
インターネット通販	回答者数	17	6	11	5	3	5	4
	%	4.6%	3.2%	6.0%	5.9%	3.2%	5.4%	4.0%
飲食店	回答者数	31	20	11	11	11	5	4
	%	8.4%	10.8%	6.0%	12.9%	11.8%	5.4%	4.0%
その他	回答者数	5	1	4	0	0	3	2
	%	1.4%	0.5%	2.2%	0.0%	0.0%	3.3%	2.0%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



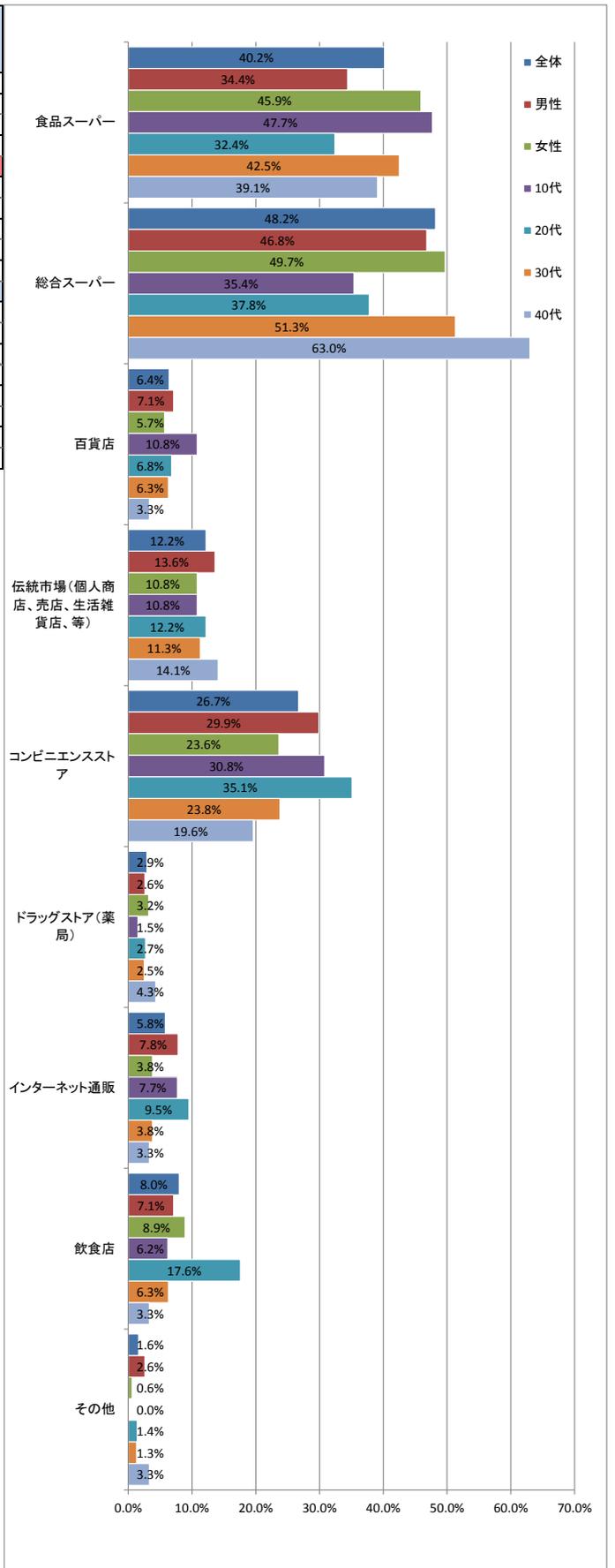
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	339	172	167	76	79	84
食品スーパー	回答者数	137	69	68	34	25	37	41
	%	40.4%	40.1%	40.7%	44.7%	31.6%	44.0%	41.0%
総合スーパー	回答者数	159	76	83	25	34	43	57
	%	46.9%	44.2%	49.7%	32.9%	43.0%	51.2%	57.0%
百貨店	回答者数	28	18	10	6	5	8	9
	%	8.3%	10.5%	6.0%	7.9%	6.3%	9.5%	9.0%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	50	26	24	10	14	11	15
	%	14.7%	15.1%	14.4%	13.2%	17.7%	13.1%	15.0%
コンビニエンスストア	回答者数	147	62	85	35	42	32	38
	%	43.4%	36.0%	50.9%	46.1%	53.2%	38.1%	38.0%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	7	2	5	2	2	2	1
	%	2.1%	1.2%	3.0%	2.6%	2.5%	2.4%	1.0%
インターネット通販	回答者数	22	11	11	4	7	4	7
	%	6.5%	6.4%	6.6%	5.3%	8.9%	4.8%	7.0%
飲食店	回答者数	17	12	5	5	7	3	2
	%	5.0%	7.0%	3.0%	6.6%	8.9%	3.6%	2.0%
その他	回答者数	1	0	1	0	0	0	1
	%	0.3%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



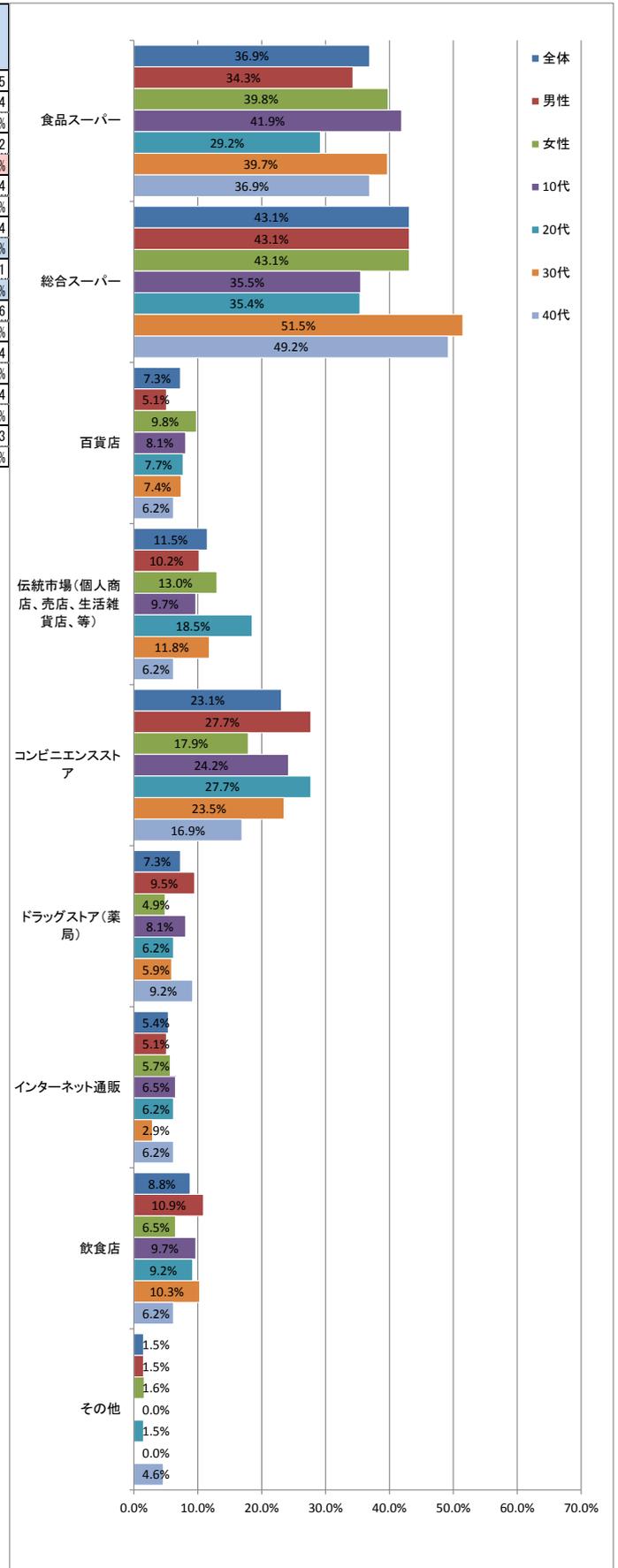
テーマ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	311	154	157	65	74	80
食品スーパー	回答者数	125	53	72	31	24	34	36
	%	40.2%	34.4%	45.9%	47.7%	32.4%	42.5%	39.1%
総合スーパー	回答者数	150	72	78	23	28	41	58
	%	48.2%	46.8%	49.7%	35.4%	37.8%	51.3%	63.0%
百貨店	回答者数	20	11	9	7	5	5	3
	%	6.4%	7.1%	5.7%	10.8%	6.8%	6.3%	3.3%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	38	21	17	7	9	9	13
	%	12.2%	13.6%	10.8%	10.8%	12.2%	11.3%	14.1%
コンビニエンスストア	回答者数	83	46	37	20	26	19	18
	%	26.7%	29.9%	23.6%	30.8%	35.1%	23.8%	19.6%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	9	4	5	1	2	2	4
	%	2.9%	2.6%	3.2%	1.5%	2.7%	2.5%	4.3%
インターネット通販	回答者数	18	12	6	5	7	3	3
	%	5.8%	7.8%	3.8%	7.7%	9.5%	3.8%	3.3%
飲食店	回答者数	25	11	14	4	13	5	3
	%	8.0%	7.1%	8.9%	6.2%	17.6%	6.3%	3.3%
その他	回答者数	5	4	1	0	1	1	3
	%	1.6%	2.6%	0.6%	0.0%	1.4%	1.3%	3.3%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



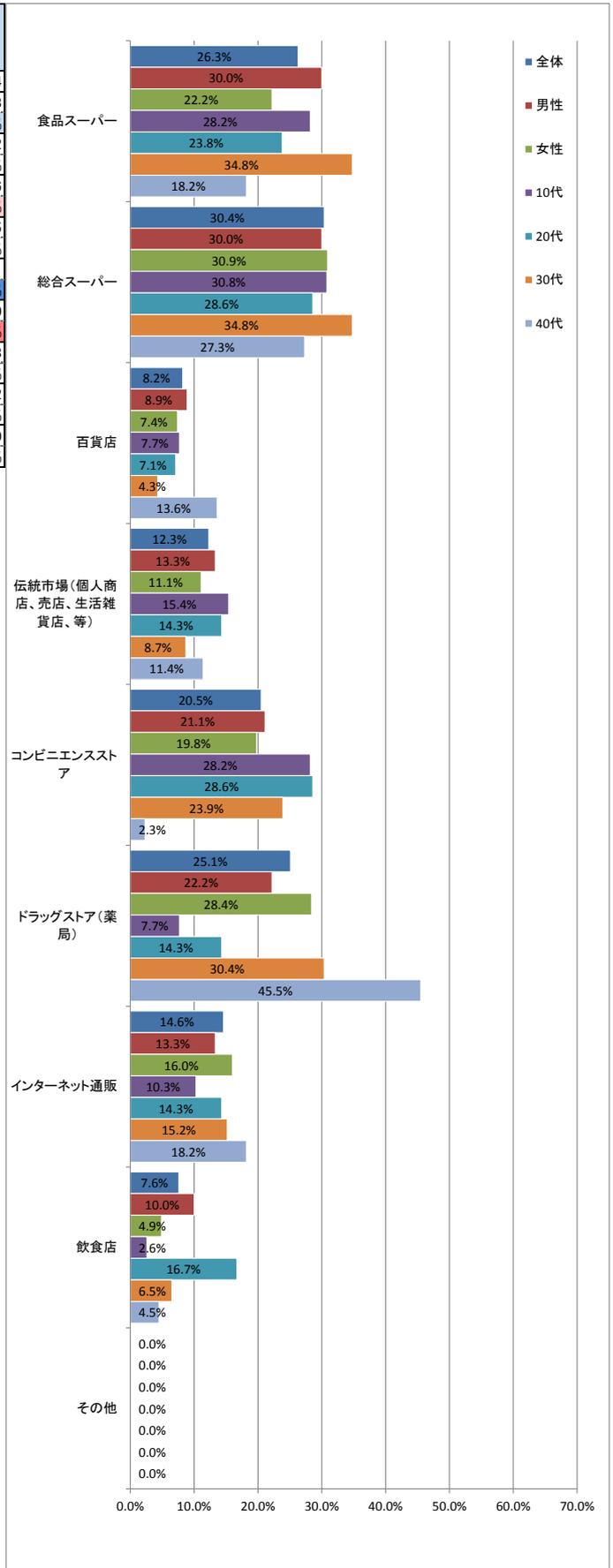
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	260	137	123	62	65	68
食品スーパー	回答者数	96	47	49	26	19	27	24
	%	36.9%	34.3%	39.8%	41.9%	29.2%	39.7%	36.9%
総合スーパー	回答者数	112	59	53	22	23	35	32
	%	43.1%	43.1%	43.1%	35.5%	35.4%	51.5%	49.2%
百貨店	回答者数	19	7	12	5	5	5	4
	%	7.3%	5.1%	9.8%	8.1%	7.7%	7.4%	6.2%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	30	14	16	6	12	8	4
	%	11.5%	10.2%	13.0%	9.7%	18.5%	11.8%	6.2%
コンビニエンスストア	回答者数	60	38	22	15	18	16	11
	%	23.1%	27.7%	17.9%	24.2%	27.7%	23.5%	16.9%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	19	13	6	5	4	4	6
	%	7.3%	9.5%	4.9%	8.1%	6.2%	5.9%	9.2%
インターネット通販	回答者数	14	7	7	4	4	2	4
	%	5.4%	5.1%	5.7%	6.5%	6.2%	2.9%	6.2%
飲食店	回答者数	23	15	8	6	6	7	4
	%	8.8%	10.9%	6.5%	9.7%	9.2%	10.3%	6.2%
その他	回答者数	4	2	2	0	1	0	3
	%	1.5%	1.5%	1.6%	0.0%	1.5%	0.0%	4.6%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



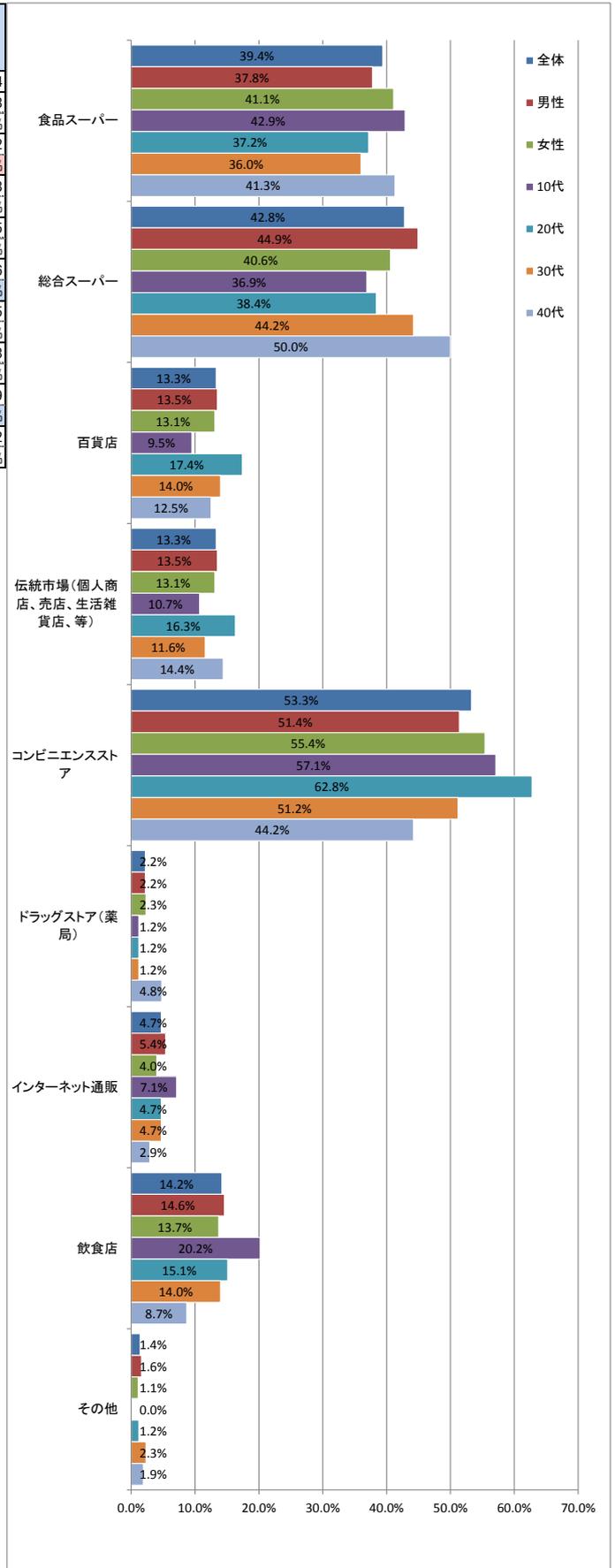
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	171	90	81	39	42	46
食品スーパー	回答者数	45	27	18	11	10	16	8
	%	26.3%	30.0%	22.2%	28.2%	23.8%	34.8%	18.2%
総合スーパー	回答者数	52	27	25	12	12	16	12
	%	30.4%	30.0%	30.9%	30.8%	28.6%	34.8%	27.3%
百貨店	回答者数	14	8	6	3	3	2	6
	%	8.2%	8.9%	7.4%	7.7%	7.1%	4.3%	13.6%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	21	12	9	6	6	4	5
	%	12.3%	13.3%	11.1%	15.4%	14.3%	8.7%	11.4%
コンビニエンスストア	回答者数	35	19	16	11	12	11	1
	%	20.5%	21.1%	19.8%	28.2%	28.6%	23.9%	2.3%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	43	20	23	3	6	14	20
	%	25.1%	22.2%	28.4%	7.7%	14.3%	30.4%	45.5%
インターネット通販	回答者数	25	12	13	4	6	7	8
	%	14.6%	13.3%	16.0%	10.3%	14.3%	15.2%	18.2%
飲食店	回答者数	13	9	4	1	7	3	2
	%	7.6%	10.0%	4.9%	2.6%	16.7%	6.5%	4.5%
その他	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%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	360	185	175	84	86	86
食品スーパー	回答者数	142	70	72	36	32	31	43
	%	39.4%	37.8%	41.1%	42.9%	37.2%	36.0%	41.3%
総合スーパー	回答者数	154	83	71	31	33	38	52
	%	42.8%	44.9%	40.6%	36.9%	38.4%	44.2%	50.0%
百貨店	回答者数	48	25	23	8	15	12	13
	%	13.3%	13.5%	13.1%	9.5%	17.4%	14.0%	12.5%
伝統市場（個人商店、売店、生活雑貨店、等）	回答者数	48	25	23	9	14	10	15
	%	13.3%	13.5%	13.1%	10.7%	16.3%	11.6%	14.4%
コンビニエンスストア	回答者数	192	95	97	48	54	44	46
	%	53.3%	51.4%	55.4%	57.1%	62.8%	51.2%	44.2%
ドラッグストア（薬局）	回答者数	8	4	4	1	1	1	5
	%	2.2%	2.2%	2.3%	1.2%	1.2%	1.2%	4.8%
インターネット通販	回答者数	17	10	7	6	4	4	3
	%	4.7%	5.4%	4.0%	7.1%	4.7%	4.7%	2.9%
飲食店	回答者数	51	27	24	17	13	12	9
	%	14.2%	14.6%	13.7%	20.2%	15.1%	14.0%	8.7%
その他	回答者数	5	3	2	0	1	2	2
	%	1.4%	1.6%	1.1%	0.0%	1.2%	2.3%	1.9%

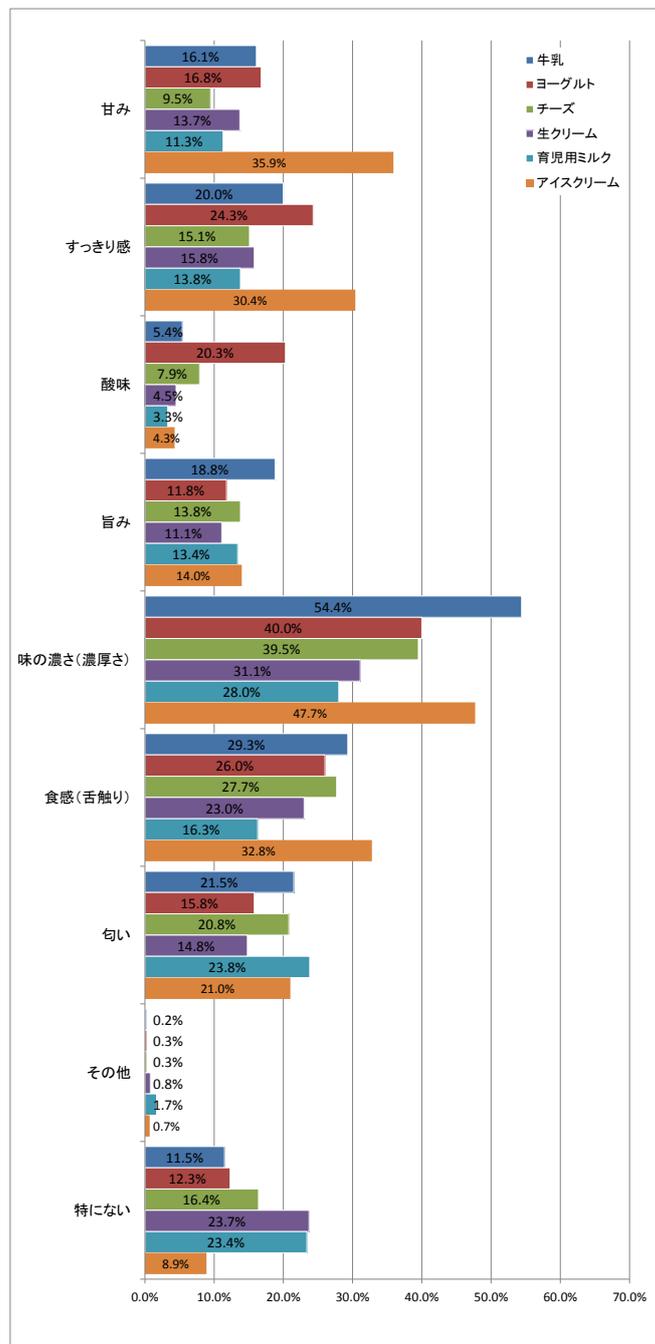
= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



8. 牛乳乳製品を喫食（飲用）する際、味覚面で重視する点

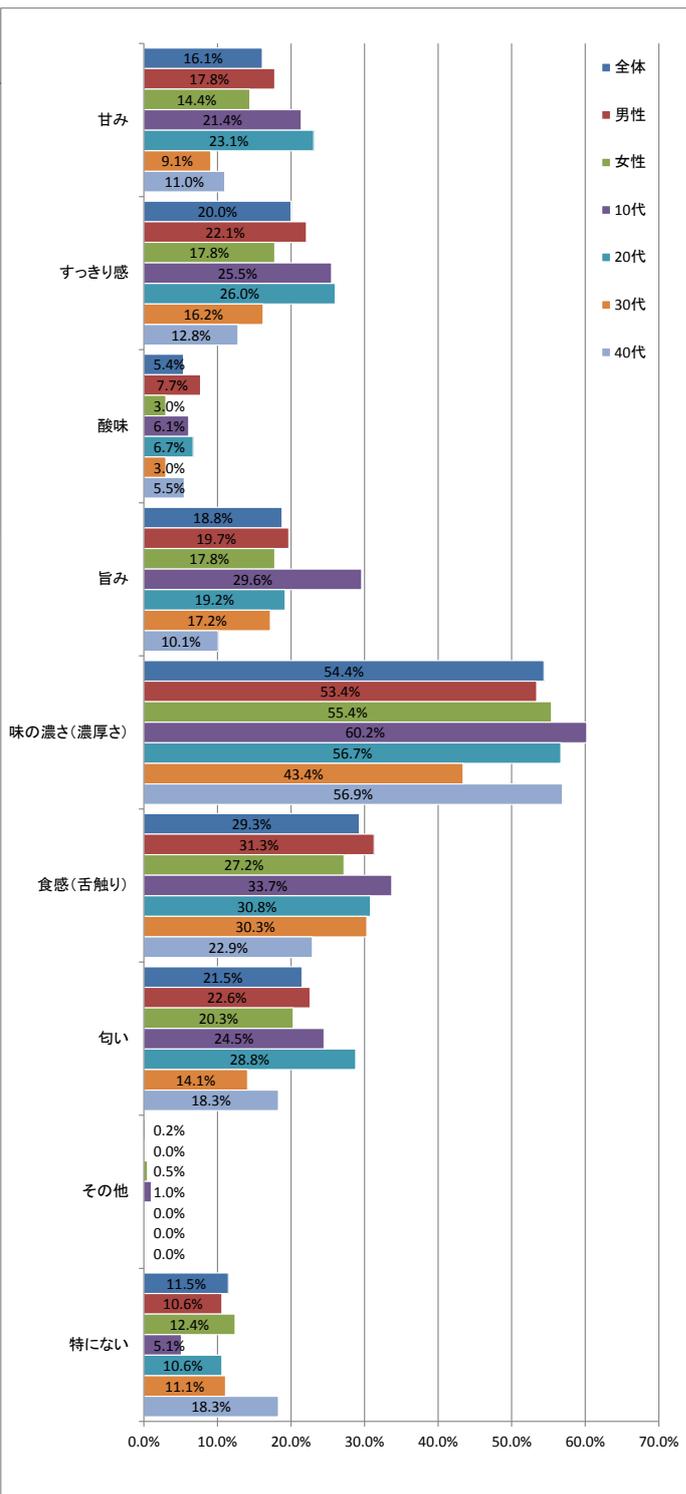
- ▶ 味覚面では「味の濃さ（濃厚さ）」が各カテゴリーで全体的に高い傾向が見られることから、台湾においては濃厚な商品が受け入れられる可能性が示唆される。
- ▶ その他では「食感（舌触り）」「匂い」「すっきり感」なども押しなべて高い傾向がみられ、牛乳乳製品において重要なファクターであることが窺える。
- ▶ 各カテゴリーのトップ3は、牛乳では「味の濃さ」（54.4%）、「食感」（29.3%）、「匂い」（21.5%）、ヨーグルトでは「味の濃さ」（40.0%）、「食感」（26.0%）、「すっきり感」（24.3%）、チーズでは「味の濃さ」（39.5%）、「食感」（27.7%）、「匂い」（20.8%）、生クリームでは「味の濃さ」（31.1%）、「食感」（23.0%）、「すっきり感」（15.8%）、育児用ミルクでは「味の濃さ」（28.0%）、「匂い」（23.8%）、「食感」（16.3%）、アイスクリームでは「味の濃さ」（47.7%）、「甘味」（35.9%）、「食感」（32.8%）となっている。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		合計	410	400	390	379	239
甘み	回答者数	66	67	37	52	27	149
	%	16.1%	16.8%	9.5%	13.7%	11.3%	35.9%
すっきり感	回答者数	82	97	59	60	33	126
	%	20.0%	24.3%	15.1%	15.8%	13.8%	30.4%
酸味	回答者数	22	81	31	17	8	18
	%	5.4%	20.3%	7.9%	4.5%	3.3%	4.3%
旨み	回答者数	77	47	54	42	32	58
	%	18.8%	11.8%	13.8%	11.1%	13.4%	14.0%
味の濃さ（濃厚さ）	回答者数	223	160	154	118	67	198
	%	54.4%	40.0%	39.5%	31.1%	28.0%	47.7%
食感（舌触り）	回答者数	120	104	108	87	39	136
	%	29.3%	26.0%	27.7%	23.0%	16.3%	32.8%
匂い	回答者数	88	63	81	56	57	87
	%	21.5%	15.8%	20.8%	14.8%	23.8%	21.0%
その他	回答者数	1	1	1	3	4	3
	%	0.2%	0.3%	0.3%	0.8%	1.7%	0.7%
特にない	回答者数	47	49	64	90	56	37
	%	11.5%	12.3%	16.4%	23.7%	23.4%	8.9%



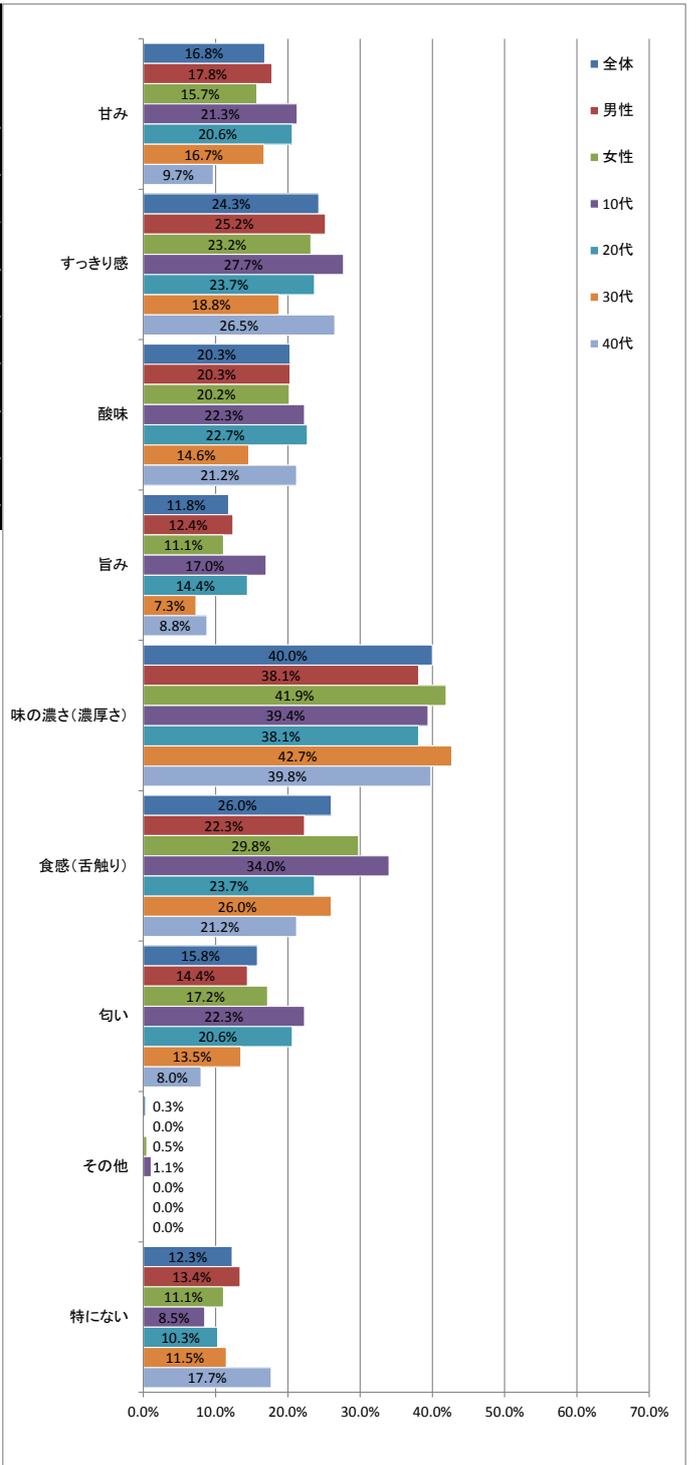
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	410	208	202	98	104	99
甘み	回答者数	66	37	29	21	24	9	12
	%	16.1%	17.8%	14.4%	21.4%	23.1%	9.1%	11.0%
すっきり感	回答者数	82	46	36	25	27	16	14
	%	20.0%	22.1%	17.8%	25.5%	26.0%	16.2%	12.8%
酸味	回答者数	22	16	6	6	7	3	6
	%	5.4%	7.7%	3.0%	6.1%	6.7%	3.0%	5.5%
旨み	回答者数	77	41	36	29	20	17	11
	%	18.8%	19.7%	17.8%	29.6%	19.2%	17.2%	10.1%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	223	111	112	59	59	43	62
	%	54.4%	53.4%	55.4%	60.2%	56.7%	43.4%	56.9%
食感(舌触り)	回答者数	120	65	55	33	32	30	25
	%	29.3%	31.3%	27.2%	33.7%	30.8%	30.3%	22.9%
匂い	回答者数	88	47	41	24	30	14	20
	%	21.5%	22.6%	20.3%	24.5%	28.8%	14.1%	18.3%
その他	回答者数	1	0	1	1	0	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%
特にない	回答者数	47	22	25	5	11	11	20
	%	11.5%	10.6%	12.4%	5.1%	10.6%	11.1%	18.3%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



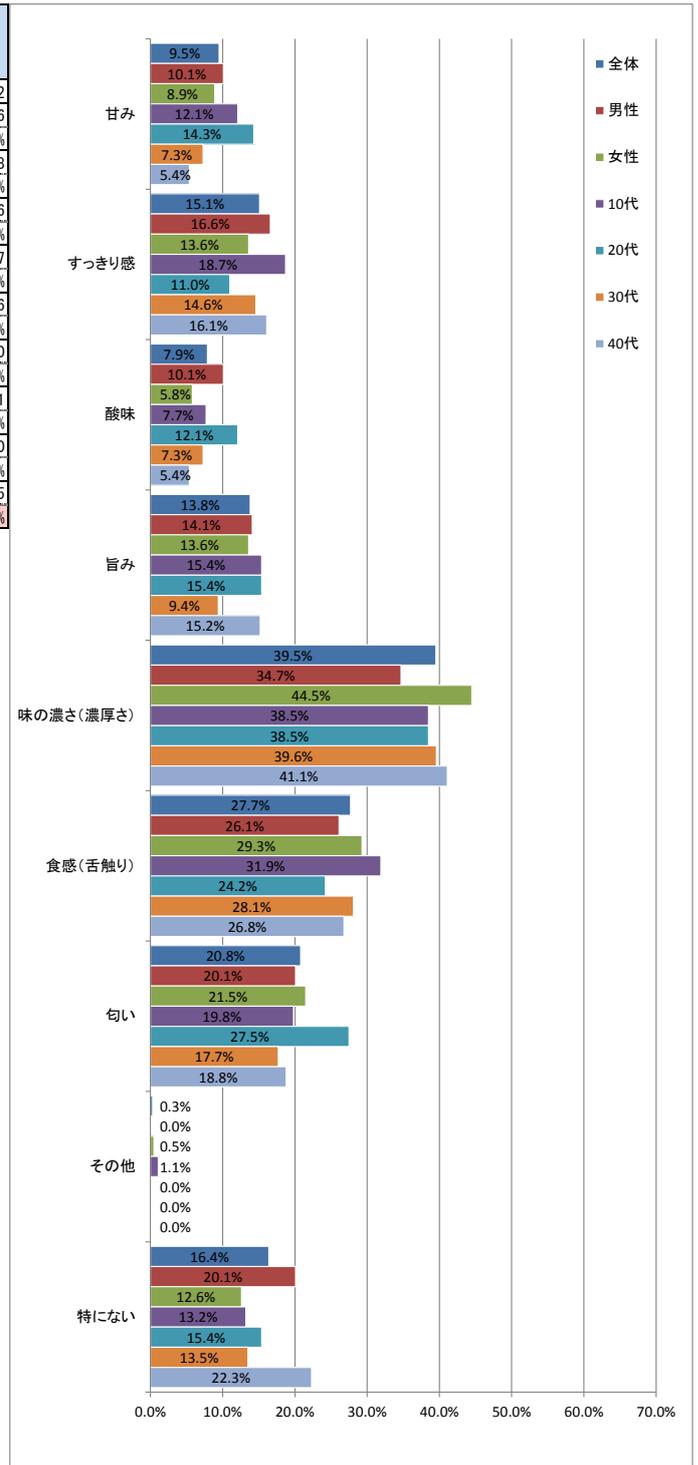
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	400	202	198	94	97	96
甘み	回答者数	67	36	31	20	20	16	11
	%	16.8%	17.8%	15.7%	21.3%	20.6%	16.7%	9.7%
すっきり感	回答者数	97	51	46	26	23	18	30
	%	24.3%	25.2%	23.2%	27.7%	23.7%	18.8%	26.5%
酸味	回答者数	81	41	40	21	22	14	24
	%	20.3%	20.3%	20.2%	22.3%	22.7%	14.6%	21.2%
旨み	回答者数	47	25	22	16	14	7	10
	%	11.8%	12.4%	11.1%	17.0%	14.4%	7.3%	8.8%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	160	77	83	37	37	41	45
	%	40.0%	38.1%	41.9%	39.4%	38.1%	42.7%	39.8%
食感(舌触り)	回答者数	104	45	59	32	23	25	24
	%	26.0%	22.3%	29.8%	34.0%	23.7%	26.0%	21.2%
匂い	回答者数	63	29	34	21	20	13	9
	%	15.8%	14.4%	17.2%	22.3%	20.6%	13.5%	8.0%
その他	回答者数	1	0	1	1	0	0	0
	%	0.3%	0.0%	0.5%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%
特にない	回答者数	49	27	22	8	10	11	20
	%	12.3%	13.4%	11.1%	8.5%	10.3%	11.5%	17.7%

■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い



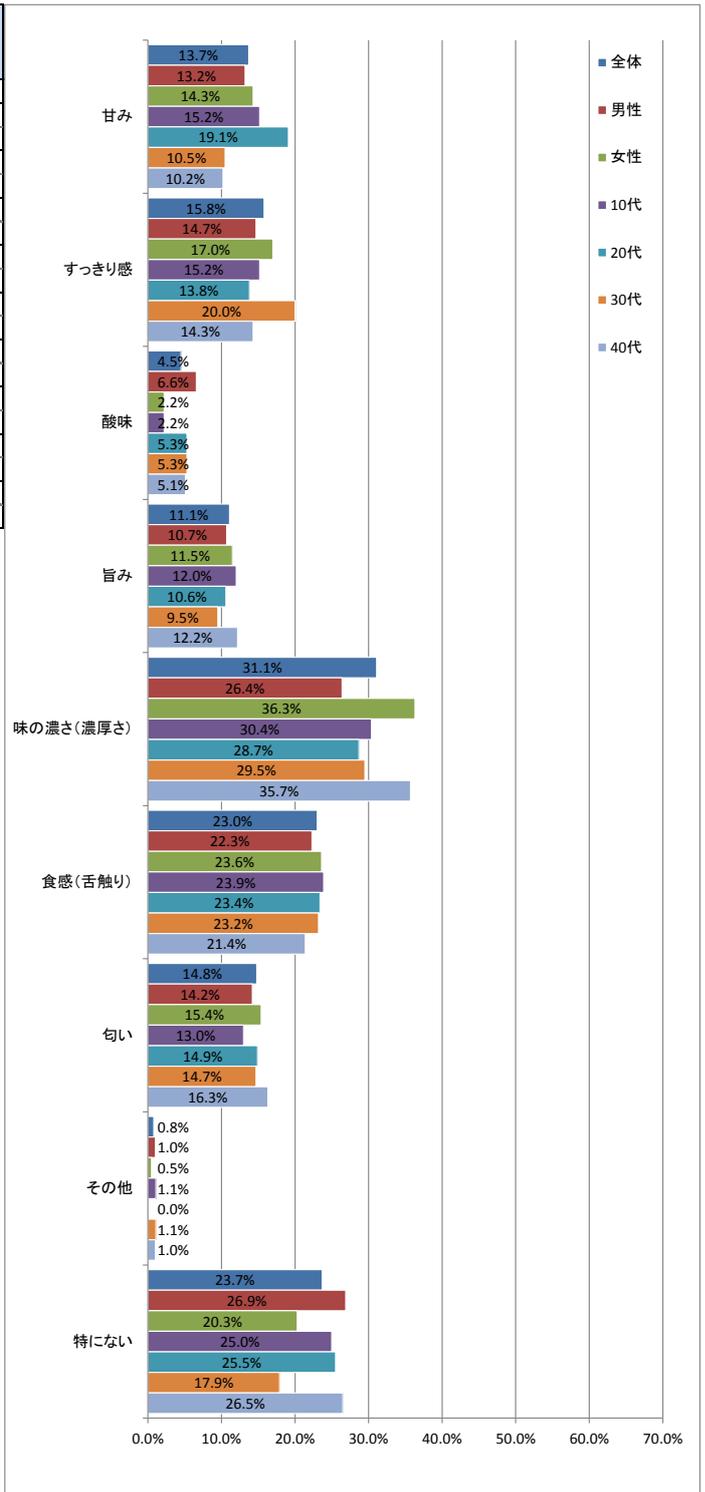
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	390	199	191	91	91	96
甘み	回答者数	37	20	17	11	13	7	6
	%	9.5%	10.1%	8.9%	12.1%	14.3%	7.3%	5.4%
すっきり感	回答者数	59	33	26	17	10	14	18
	%	15.1%	16.6%	13.6%	18.7%	11.0%	14.6%	16.1%
酸味	回答者数	31	20	11	7	11	7	6
	%	7.9%	10.1%	5.8%	7.7%	12.1%	7.3%	5.4%
旨み	回答者数	54	28	26	14	14	9	17
	%	13.8%	14.1%	13.6%	15.4%	15.4%	9.4%	15.2%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	154	69	85	35	35	38	46
	%	39.5%	34.7%	44.5%	38.5%	38.5%	39.6%	41.1%
食感(舌触り)	回答者数	108	52	56	29	22	27	30
	%	27.7%	26.1%	29.3%	31.9%	24.2%	28.1%	26.8%
匂い	回答者数	81	40	41	18	25	17	21
	%	20.8%	20.1%	21.5%	19.8%	27.5%	17.7%	18.8%
その他	回答者数	1	0	1	1	0	0	0
	%	0.3%	0.0%	0.5%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%
特にない	回答者数	64	40	24	12	14	13	25
	%	16.4%	20.1%	12.6%	13.2%	15.4%	13.5%	22.3%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



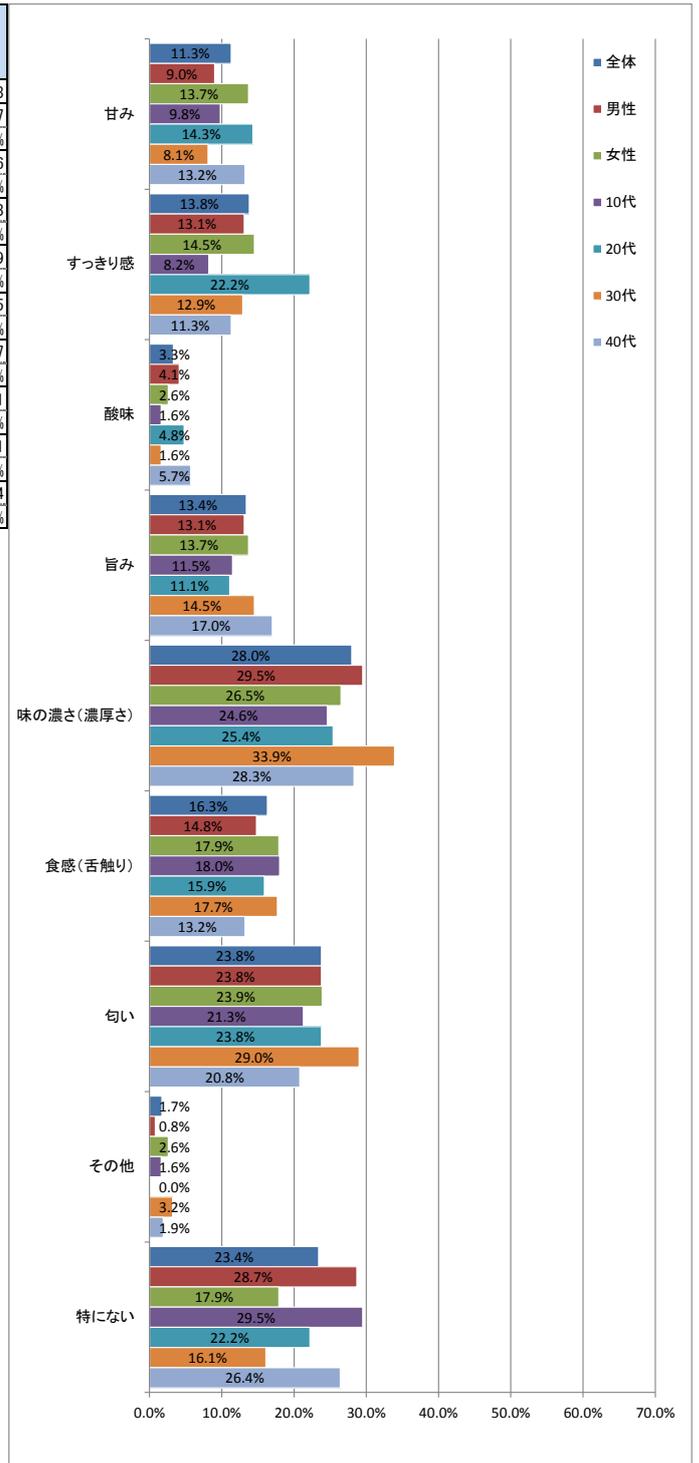
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	379	197	182	92	94	95
甘み	回答者数	52	26	26	14	18	10	10
	%	13.7%	13.2%	14.3%	15.2%	19.1%	10.5%	10.2%
すっきり感	回答者数	60	29	31	14	13	19	14
	%	15.8%	14.7%	17.0%	15.2%	13.8%	20.0%	14.3%
酸味	回答者数	17	13	4	2	5	5	5
	%	4.5%	6.6%	2.2%	2.2%	5.3%	5.3%	5.1%
旨み	回答者数	42	21	21	11	10	9	12
	%	11.1%	10.7%	11.5%	12.0%	10.6%	9.5%	12.2%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	118	52	66	28	27	28	35
	%	31.1%	26.4%	36.3%	30.4%	28.7%	29.5%	35.7%
食感(舌触り)	回答者数	87	44	43	22	22	22	21
	%	23.0%	22.3%	23.6%	23.9%	23.4%	23.2%	21.4%
匂い	回答者数	56	28	28	12	14	14	16
	%	14.8%	14.2%	15.4%	13.0%	14.9%	14.7%	16.3%
その他	回答者数	3	2	1	1	0	1	1
	%	0.8%	1.0%	0.5%	1.1%	0.0%	1.1%	1.0%
特にない	回答者数	90	53	37	23	24	17	26
	%	23.7%	26.9%	20.3%	25.0%	25.5%	17.9%	26.5%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



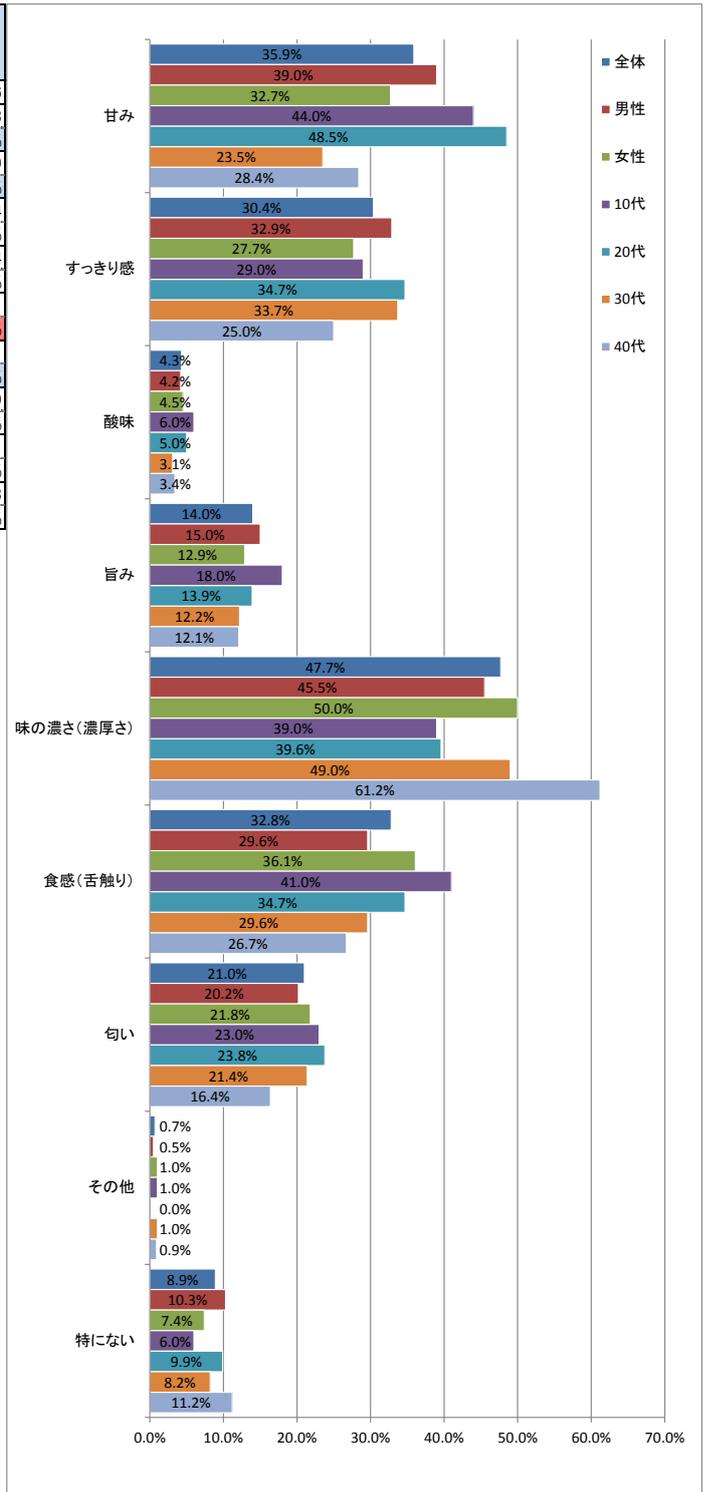
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	239	122	117	61	63	62
甘み	回答者数	27	11	16	6	9	5	7
	%	11.3%	9.0%	13.7%	9.8%	14.3%	8.1%	13.2%
すっきり感	回答者数	33	16	17	5	14	8	6
	%	13.8%	13.1%	14.5%	8.2%	22.2%	12.9%	11.3%
酸味	回答者数	8	5	3	1	3	1	3
	%	3.3%	4.1%	2.6%	1.6%	4.8%	1.6%	5.7%
旨み	回答者数	32	16	16	7	7	9	9
	%	13.4%	13.1%	13.7%	11.5%	11.1%	14.5%	17.0%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	67	36	31	15	16	21	15
	%	28.0%	29.5%	26.5%	24.6%	25.4%	33.9%	28.3%
食感(舌触り)	回答者数	39	18	21	11	10	11	7
	%	16.3%	14.8%	17.9%	18.0%	15.9%	17.7%	13.2%
匂い	回答者数	57	29	28	13	15	18	11
	%	23.8%	23.8%	23.9%	21.3%	23.8%	29.0%	20.8%
その他	回答者数	4	1	3	1	0	2	1
	%	1.7%	0.8%	2.6%	1.6%	0.0%	3.2%	1.9%
特にない	回答者数	56	35	21	18	14	10	14
	%	23.4%	28.7%	17.9%	29.5%	22.2%	16.1%	26.4%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	415	213	202	100	101	98
甘み	回答者数	149	83	66	44	49	23	33
	%	35.9%	39.0%	32.7%	44.0%	48.5%	23.5%	28.4%
すっきり感	回答者数	126	70	56	29	35	33	29
	%	30.4%	32.9%	27.7%	29.0%	34.7%	33.7%	25.0%
酸味	回答者数	18	9	9	6	5	3	4
	%	4.3%	4.2%	4.5%	6.0%	5.0%	3.1%	3.4%
旨み	回答者数	58	32	26	18	14	12	14
	%	14.0%	15.0%	12.9%	18.0%	13.9%	12.2%	12.1%
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	198	97	101	39	40	48	71
	%	47.7%	45.5%	50.0%	39.0%	39.6%	49.0%	61.2%
食感(舌触り)	回答者数	136	63	73	41	35	29	31
	%	32.8%	29.6%	36.1%	41.0%	34.7%	29.6%	26.7%
匂い	回答者数	87	43	44	23	24	21	19
	%	21.0%	20.2%	21.8%	23.0%	23.8%	21.4%	16.4%
その他	回答者数	3	1	2	1	0	1	1
	%	0.7%	0.5%	1.0%	1.0%	0.0%	1.0%	0.9%
特にない	回答者数	37	22	15	6	10	8	13
	%	8.9%	10.3%	7.4%	6.0%	9.9%	8.2%	11.2%

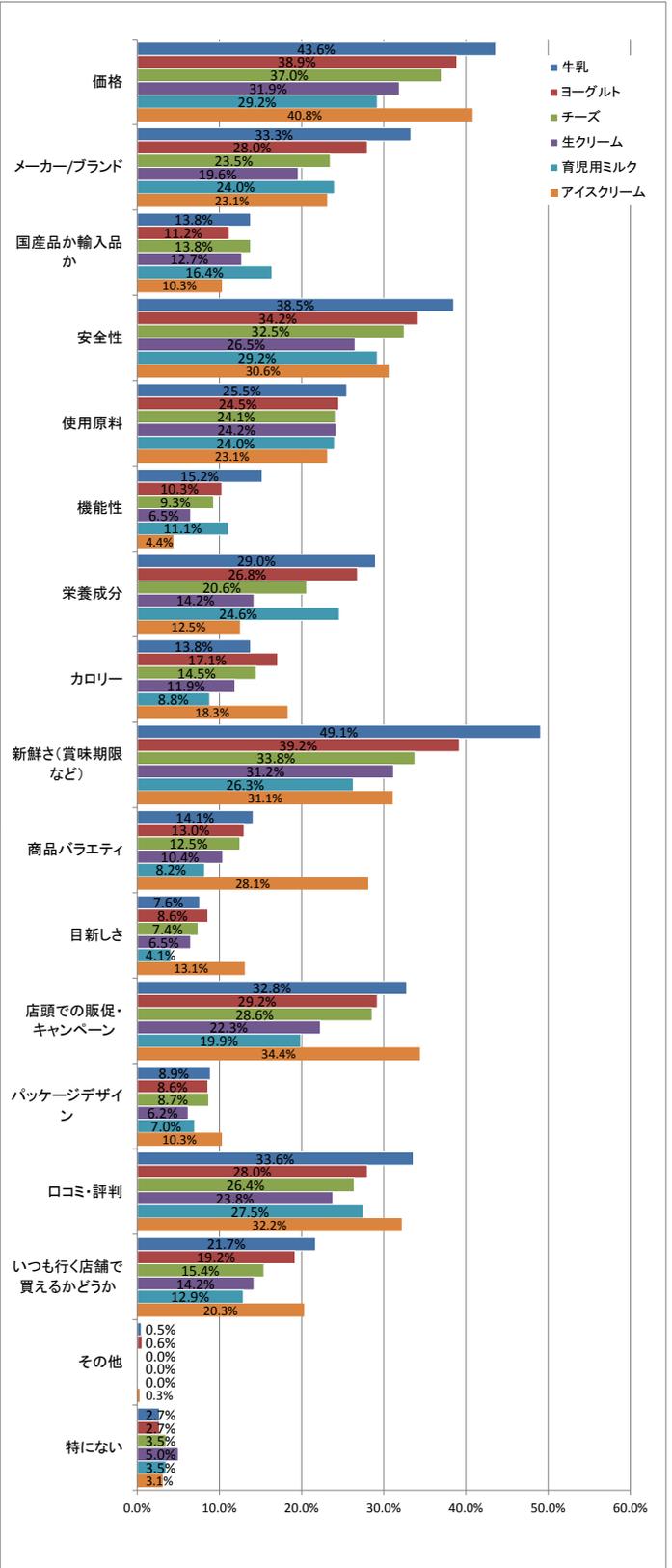
= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



9. 牛乳乳製品を購入する際重視する点

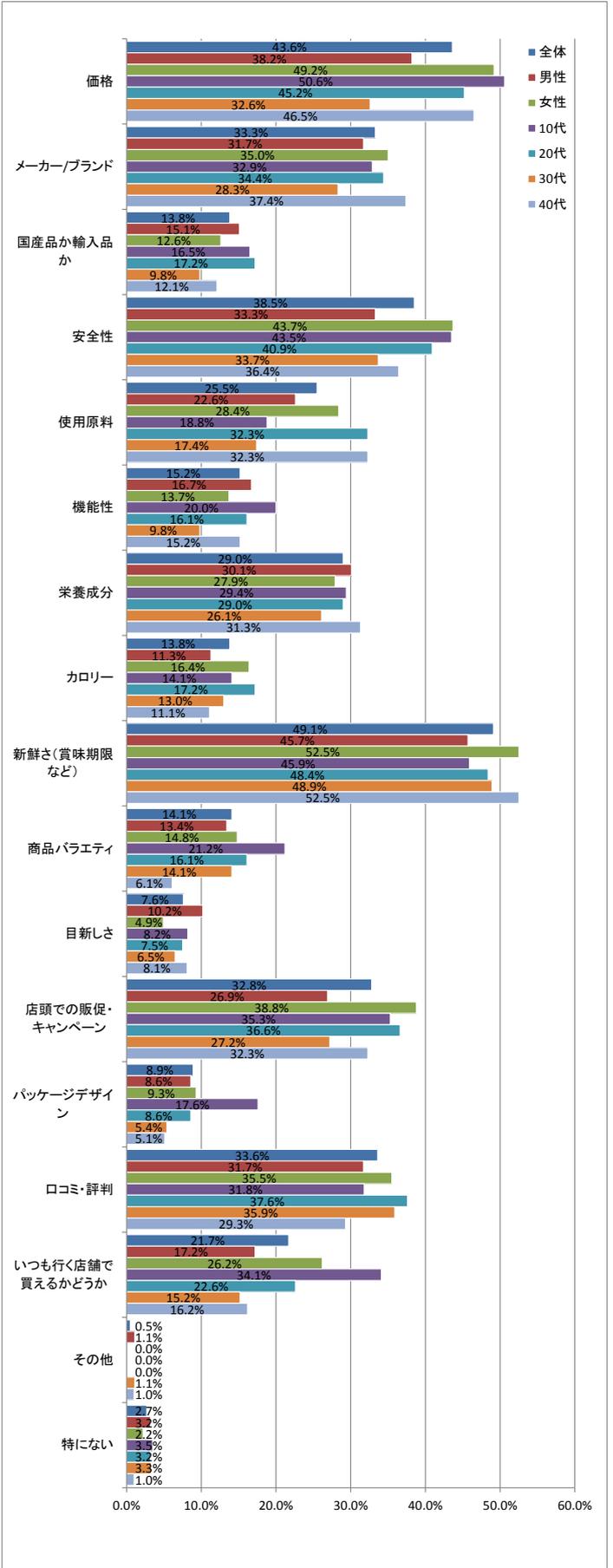
- 「価格」「新鮮さ（賞味期限など）」「安全性」といった項目においては各カテゴリーとも重視する傾向が見られる。このことから、牛乳乳製品に関しては安全で鮮度のいいものを出来るだけ安く購入したいという意識が窺える。
- 牛乳では「新鮮さ」（49.1%）、「価格」（43.6%）、「安全性」（38.5%）がトップ3となっており、特に女性の回答割合が高い傾向にある。10代では上位項目の他に、「商品バラエティ」（21.2%）、「機能性」（20.0%）、「パッケージデザイン」（17.6%）などが2割前後となっており、他の年代よりも高い傾向にある。
- ヨーグルトについても牛乳同様、「新鮮さ」（39.2%）、「価格」（38.9%）、「安全性」（34.2%）がトップ3となっている。男性よりも女性の方が全体的に回答割合が高く、年代別では40代の回答割合が比較的高い傾向にある。
- チーズ、生クリームについても、「価格」（37.0%、31.9%）、「新鮮さ」（33.8%、31.2%）、「安全性」（32.5%、26.5%）と、順位は異なるがトップ3は同じ項目となっている。他のカテゴリーも含め、10代では「いつも行く店舗で買えるかどうか」が、40代では「使用原料」なども重要な要素となっている。
- 育児用ミルク、アイスクリームでは他のカテゴリーと傾向が異なり、育児用ミルクでは「ロコミ」（27.5%）、アイスクリームでは「店舗での販促・キャンペーン」（34.4%）、「ロコミ」（32.2%）がトップ3に入っている。育児用ミルクでは「栄養成分」（24.6%）も比較的高く、子供の為に成分を気にしながら、実際の評価を確かめて商品を購入していることが推察される。
- アイスクリームでは「商品バラエティ」（28.1%）や「目新しさ」（13.1%）なども他のカテゴリーと比較して回答割合が高い。嗜好品であることから飽きの来ない展開が望まれていることが窺える。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		合計	369	339	311	260	171
価格	回答者数	161	132	115	83	50	147
	%	43.6%	38.9%	37.0%	31.9%	29.2%	40.8%
メーカー/ブランド	回答者数	123	95	73	51	41	83
	%	33.3%	28.0%	23.5%	19.6%	24.0%	23.1%
国産か輸入品か	回答者数	51	38	43	33	28	37
	%	13.8%	11.2%	13.8%	12.7%	16.4%	10.3%
安全性	回答者数	142	116	101	69	50	110
	%	38.5%	34.2%	32.5%	26.5%	29.2%	30.6%
使用原料	回答者数	94	83	75	63	41	83
	%	25.5%	24.5%	24.1%	24.2%	24.0%	23.1%
機能性	回答者数	56	35	29	17	19	16
	%	15.2%	10.3%	9.3%	6.5%	11.1%	4.4%
栄養成分	回答者数	107	91	64	37	42	45
	%	29.0%	26.8%	20.6%	14.2%	24.6%	12.5%
カロリー	回答者数	51	58	45	31	15	66
	%	13.8%	17.1%	14.5%	11.9%	8.8%	18.3%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	181	133	105	81	45	112
	%	49.1%	39.2%	33.8%	31.2%	26.3%	31.1%
商品バラエティ	回答者数	52	44	39	27	14	101
	%	14.1%	13.0%	12.5%	10.4%	8.2%	28.1%
目新しさ	回答者数	28	29	23	17	7	47
	%	7.6%	8.6%	7.4%	6.5%	4.1%	13.1%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	121	99	89	58	34	124
	%	32.8%	29.2%	28.6%	22.3%	19.9%	34.4%
パッケージデザイン	回答者数	33	29	27	16	12	37
	%	8.9%	8.6%	8.7%	6.2%	7.0%	10.3%
口コミ・評判	回答者数	124	95	82	62	47	116
	%	33.6%	28.0%	26.4%	23.8%	27.5%	32.2%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	80	65	48	37	22	73
	%	21.7%	19.2%	15.4%	14.2%	12.9%	20.3%
その他	回答者数	2	2	0	0	0	1
	%	0.5%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%
特にない	回答者数	10	9	11	13	6	11
	%	2.7%	2.7%	3.5%	5.0%	3.5%	3.1%



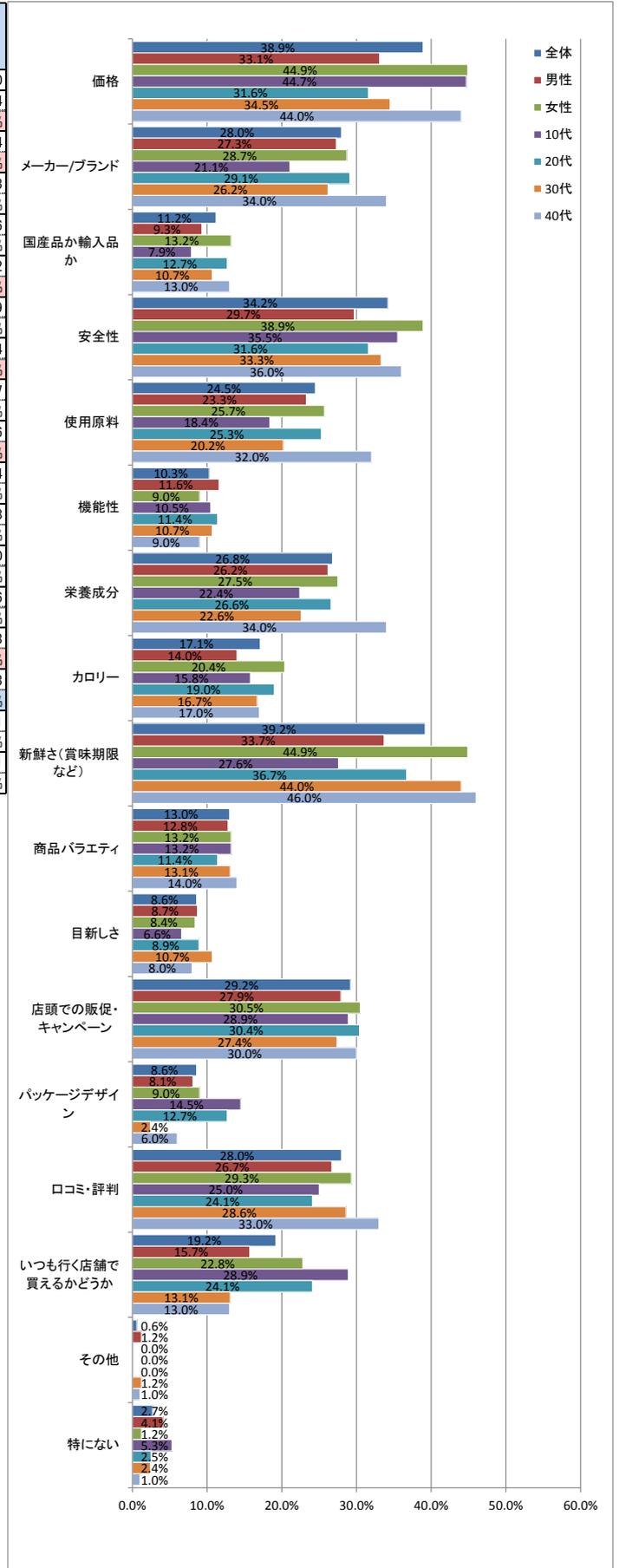
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	369	186	183	85	93	92
価格	回答者数	161	71	90	43	42	30	46
	%	43.6%	38.2%	49.2%	50.6%	45.2%	32.6%	46.5%
メーカー/ブランド	回答者数	123	59	64	28	32	26	37
	%	33.3%	31.7%	35.0%	32.9%	34.4%	28.3%	37.4%
国産品か輸入品か	回答者数	51	28	23	14	16	9	12
	%	13.8%	15.1%	12.6%	16.5%	17.2%	9.8%	12.1%
安全性	回答者数	142	62	80	37	38	31	36
	%	38.5%	33.3%	43.7%	43.5%	40.9%	33.7%	36.4%
使用原料	回答者数	94	42	52	16	30	16	32
	%	25.5%	22.6%	28.4%	18.8%	32.3%	17.4%	32.3%
機能性	回答者数	56	31	25	17	15	9	15
	%	15.2%	16.7%	13.7%	20.0%	16.1%	9.8%	15.2%
栄養成分	回答者数	107	56	51	25	27	24	31
	%	29.0%	30.1%	27.9%	29.4%	29.0%	26.1%	31.3%
カロリー	回答者数	51	21	30	12	16	12	11
	%	13.8%	11.3%	16.4%	14.1%	17.2%	13.0%	11.1%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	181	85	96	39	45	45	52
	%	49.1%	45.7%	52.5%	45.9%	48.4%	48.9%	52.5%
商品バラエティ	回答者数	52	25	27	18	15	13	6
	%	14.1%	13.4%	14.8%	21.2%	16.1%	14.1%	6.1%
目新しさ	回答者数	28	19	9	7	7	6	8
	%	7.6%	10.2%	4.9%	8.2%	7.5%	6.5%	8.1%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	121	50	71	30	34	25	32
	%	32.8%	26.9%	38.8%	35.3%	36.6%	27.2%	32.3%
パッケージデザイン	回答者数	33	16	17	15	8	5	5
	%	8.9%	8.6%	9.3%	17.6%	8.6%	5.4%	5.1%
口コミ・評判	回答者数	124	59	65	27	35	33	29
	%	33.6%	31.7%	35.5%	31.8%	37.6%	35.9%	29.3%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	80	32	48	29	21	14	16
	%	21.7%	17.2%	26.2%	34.1%	22.6%	15.2%	16.2%
その他	回答者数	2	2	0	0	0	1	1
	%	0.5%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.0%
特になし	回答者数	10	6	4	3	3	3	1
	%	2.7%	3.2%	2.2%	3.5%	3.2%	3.3%	1.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



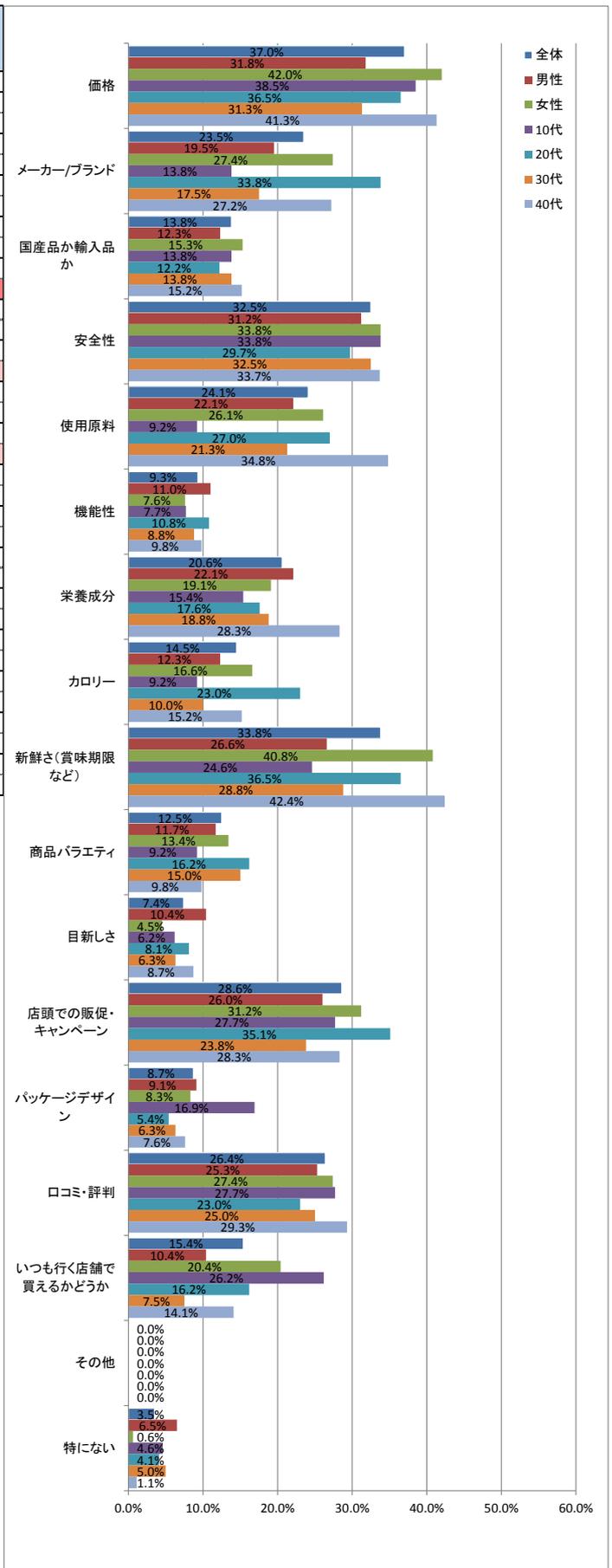
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	339	172	167	76	79	84
価格	回答者数	132	57	75	34	25	29	44
	%	38.9%	33.1%	44.9%	44.7%	31.6%	34.5%	44.0%
メーカー/ブランド	回答者数	95	47	48	16	23	22	34
	%	28.0%	27.3%	28.7%	21.1%	29.1%	26.2%	34.0%
国産品か輸入品か	回答者数	38	16	22	6	10	9	13
	%	11.2%	9.3%	13.2%	7.9%	12.7%	10.7%	13.0%
安全性	回答者数	116	51	65	27	25	28	36
	%	34.2%	29.7%	38.9%	35.5%	31.6%	33.3%	36.0%
使用原料	回答者数	83	40	43	14	20	17	32
	%	24.5%	23.3%	25.7%	18.4%	25.3%	20.2%	32.0%
機能性	回答者数	35	20	15	8	9	9	9
	%	10.3%	11.6%	9.0%	10.5%	11.4%	10.7%	9.0%
栄養成分	回答者数	91	45	46	17	21	19	34
	%	26.8%	26.2%	27.5%	22.4%	26.6%	22.6%	34.0%
カロリー	回答者数	58	24	34	12	15	14	17
	%	17.1%	14.0%	20.4%	15.8%	19.0%	16.7%	17.0%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	133	58	75	21	29	37	46
	%	39.2%	33.7%	44.9%	27.6%	36.7%	44.0%	46.0%
商品バラエティ	回答者数	44	22	22	10	9	11	14
	%	13.0%	12.8%	13.2%	13.2%	11.4%	13.1%	14.0%
目新しさ	回答者数	29	15	14	5	7	9	8
	%	8.6%	8.7%	8.4%	6.6%	8.9%	10.7%	8.0%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	99	48	51	22	24	23	30
	%	29.2%	27.9%	30.5%	28.9%	30.4%	27.4%	30.0%
パッケージデザイン	回答者数	29	14	15	11	10	2	6
	%	8.6%	8.1%	9.0%	14.5%	12.7%	2.4%	6.0%
口コミ・評判	回答者数	95	46	49	19	19	24	33
	%	28.0%	26.7%	29.3%	25.0%	24.1%	28.6%	33.0%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	65	27	38	22	19	11	13
	%	19.2%	15.7%	22.8%	28.9%	24.1%	13.1%	13.0%
その他	回答者数	2	2	0	0	0	1	1
	%	0.6%	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	1.0%
特にない	回答者数	9	7	2	4	2	2	1
	%	2.7%	4.1%	1.2%	5.3%	2.5%	2.4%	1.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



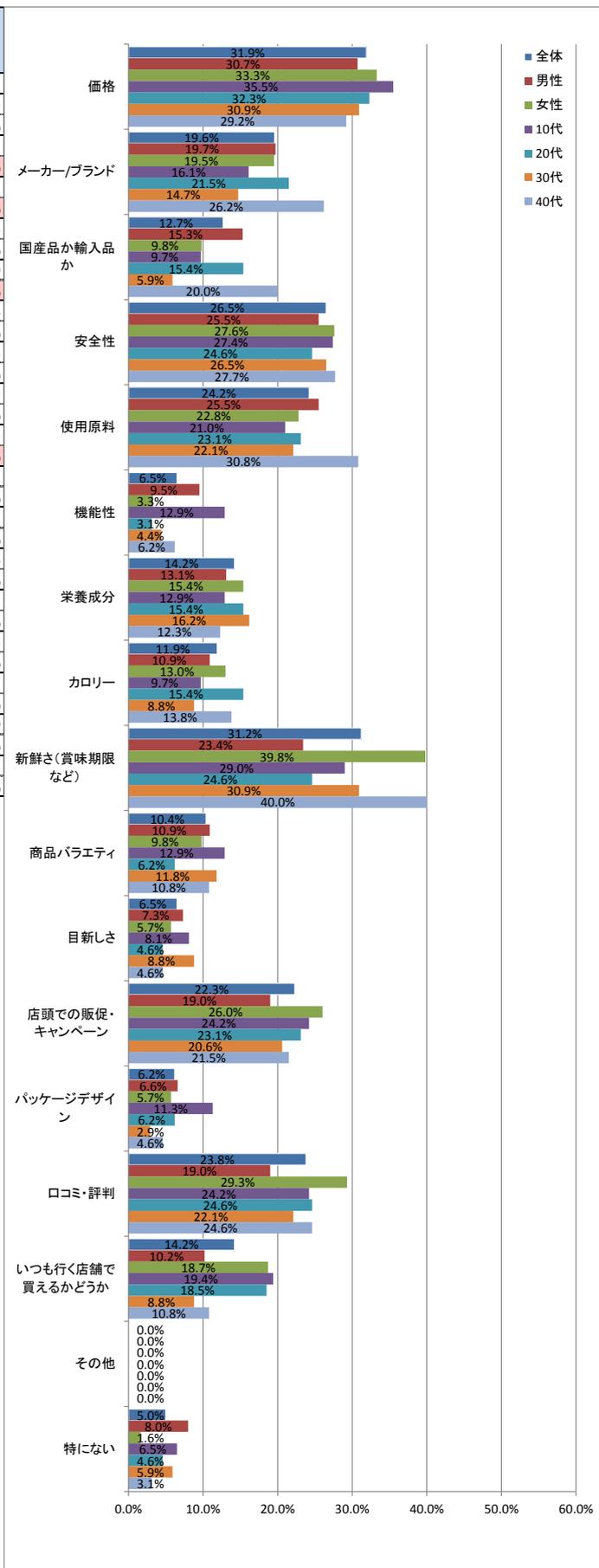
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	311	154	157	65	74	80
価格	回答者数	115	49	66	25	27	25	38
	%	37.0%	31.8%	42.0%	38.5%	36.5%	31.3%	41.3%
メーカー/ブランド	回答者数	73	30	43	9	25	14	25
	%	23.5%	19.5%	27.4%	13.8%	33.8%	17.5%	27.2%
国産品か輸入品か	回答者数	43	19	24	9	9	11	14
	%	13.8%	12.3%	15.3%	13.8%	12.2%	13.8%	15.2%
安全性	回答者数	101	48	53	22	22	26	31
	%	32.5%	31.2%	33.8%	33.8%	29.7%	32.5%	33.7%
使用原料	回答者数	75	34	41	6	20	17	32
	%	24.1%	22.1%	26.1%	9.2%	27.0%	21.3%	34.8%
機能性	回答者数	29	17	12	5	8	7	9
	%	9.3%	11.0%	7.6%	7.7%	10.8%	8.8%	9.8%
栄養成分	回答者数	64	34	30	10	13	15	26
	%	20.6%	22.1%	19.1%	15.4%	17.6%	18.8%	28.3%
カロリー	回答者数	45	19	26	6	17	8	14
	%	14.5%	12.3%	16.6%	9.2%	23.0%	10.0%	15.2%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	105	41	64	16	27	23	39
	%	33.8%	26.6%	40.8%	24.6%	36.5%	28.8%	42.4%
商品バラエティ	回答者数	39	18	21	6	12	12	9
	%	12.5%	11.7%	13.4%	9.2%	16.2%	15.0%	9.8%
目新しさ	回答者数	23	16	7	4	6	5	8
	%	7.4%	10.4%	4.5%	6.2%	8.1%	6.3%	8.7%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	89	40	49	18	26	19	26
	%	28.6%	26.0%	31.2%	27.7%	35.1%	23.8%	28.3%
パッケージデザイン	回答者数	27	14	13	11	4	5	7
	%	8.7%	9.1%	8.3%	16.9%	5.4%	6.3%	7.6%
口コミ・評判	回答者数	82	39	43	18	17	20	27
	%	26.4%	25.3%	27.4%	27.7%	23.0%	25.0%	29.3%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	48	16	32	17	12	6	13
	%	15.4%	10.4%	20.4%	26.2%	16.2%	7.5%	14.1%
その他	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%
特にない	回答者数	11	10	1	3	3	4	1
	%	3.5%	6.5%	0.6%	4.6%	4.1%	5.0%	1.1%

■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い



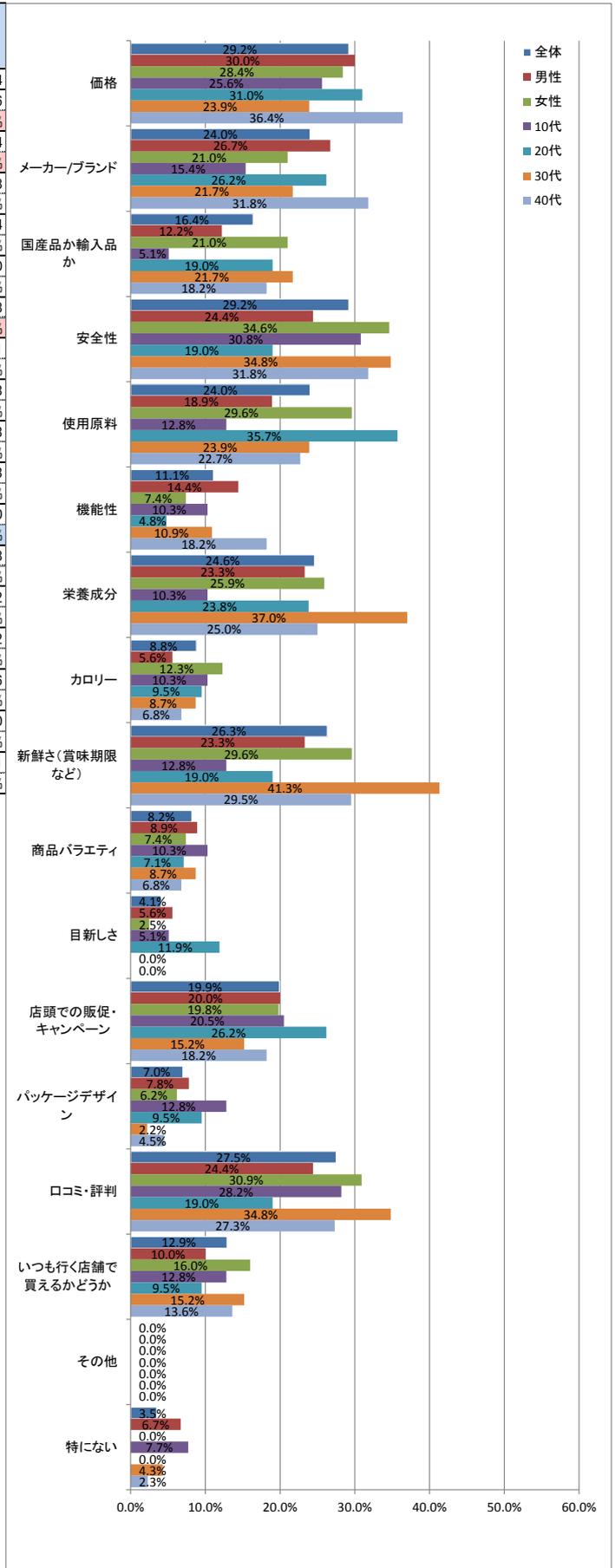
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	260	137	123	62	65	68
価格	回答者数	83	42	41	22	21	21	19
	%	31.9%	30.7%	33.3%	35.5%	32.3%	30.9%	29.2%
メーカー/ブランド	回答者数	51	27	24	10	14	10	17
	%	19.6%	19.7%	19.5%	16.1%	21.5%	14.7%	26.2%
国産品か輸入品か	回答者数	33	21	12	6	10	4	13
	%	12.7%	15.3%	9.8%	9.7%	15.4%	5.9%	20.0%
安全性	回答者数	69	35	34	17	16	18	18
	%	26.5%	25.5%	27.6%	27.4%	24.6%	26.5%	27.7%
使用原料	回答者数	63	35	28	13	15	15	20
	%	24.2%	25.5%	22.8%	21.0%	23.1%	22.1%	30.8%
機能性	回答者数	17	13	4	8	2	3	4
	%	6.5%	9.5%	3.3%	12.9%	3.1%	4.4%	6.2%
栄養成分	回答者数	37	18	19	8	10	11	8
	%	14.2%	13.1%	15.4%	12.9%	15.4%	16.2%	12.3%
カロリー	回答者数	31	15	16	6	10	6	9
	%	11.9%	10.9%	13.0%	9.7%	15.4%	8.8%	13.8%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	81	32	49	18	16	21	26
	%	31.2%	23.4%	39.8%	29.0%	24.6%	30.9%	40.0%
商品バラエティ	回答者数	27	15	12	8	4	8	7
	%	10.4%	10.9%	9.8%	12.9%	6.2%	11.8%	10.8%
目新しさ	回答者数	17	10	7	5	3	6	3
	%	6.5%	7.3%	5.7%	8.1%	4.6%	8.8%	4.6%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	58	26	32	15	15	14	14
	%	22.3%	19.0%	26.0%	24.2%	23.1%	20.6%	21.5%
パッケージデザイン	回答者数	16	9	7	7	4	2	3
	%	6.2%	6.6%	5.7%	11.3%	6.2%	2.9%	4.6%
口コミ・評判	回答者数	62	26	36	15	16	15	16
	%	23.8%	19.0%	29.3%	24.2%	24.6%	22.1%	24.6%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	37	14	23	12	12	6	7
	%	14.2%	10.2%	18.7%	19.4%	18.5%	8.8%	10.8%
その他	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%
特にない	回答者数	13	11	2	4	3	4	2
	%	5.0%	8.0%	1.6%	6.5%	4.6%	5.9%	3.1%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



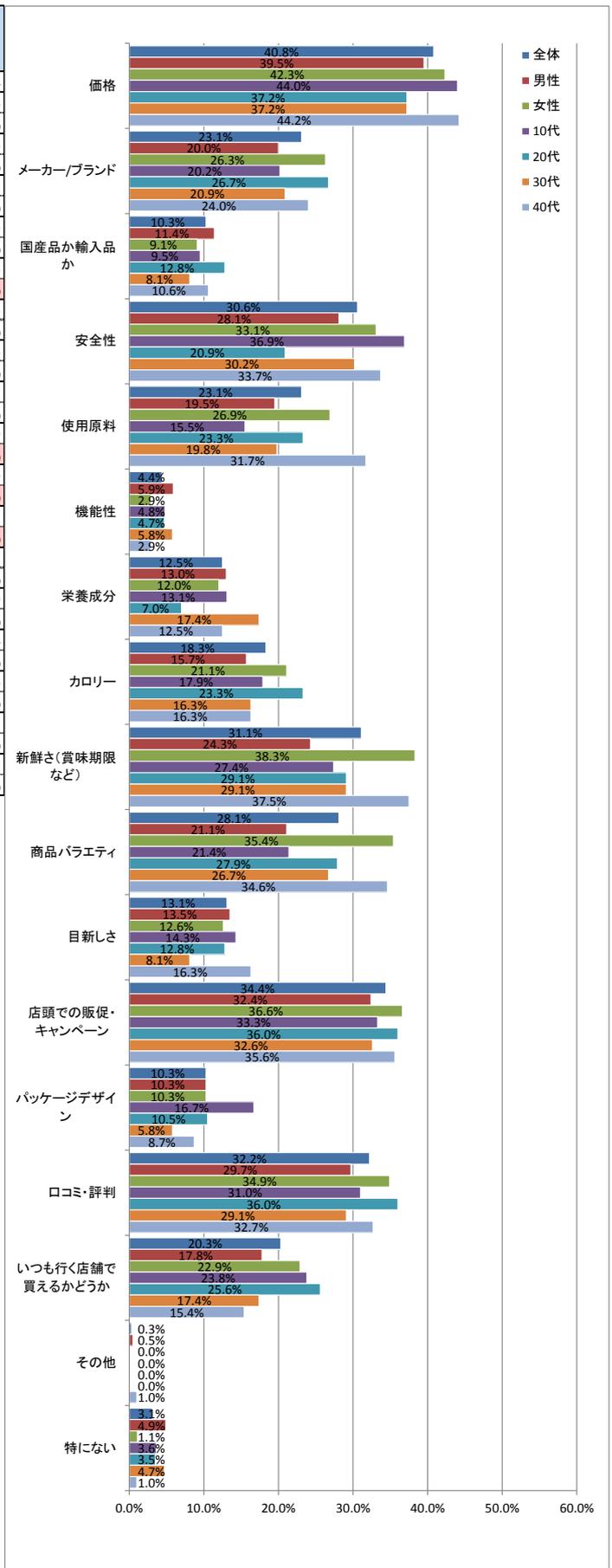
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	171	90	81	39	42	46
価格	回答者数	50	27	23	10	13	11	16
	%	29.2%	30.0%	28.4%	25.6%	31.0%	23.9%	36.4%
メーカー/ブランド	回答者数	41	24	17	6	11	10	14
	%	24.0%	26.7%	21.0%	15.4%	26.2%	21.7%	31.8%
国産品か輸入品か	回答者数	28	11	17	2	8	10	8
	%	16.4%	12.2%	21.0%	5.1%	19.0%	21.7%	18.2%
安全性	回答者数	50	22	28	12	8	16	14
	%	29.2%	24.4%	34.6%	30.8%	19.0%	34.8%	31.8%
使用原料	回答者数	41	17	24	5	15	11	10
	%	24.0%	18.9%	29.6%	12.8%	35.7%	23.9%	22.7%
機能性	回答者数	19	13	6	4	2	5	8
	%	11.1%	14.4%	7.4%	10.3%	4.8%	10.9%	18.2%
栄養成分	回答者数	42	21	21	4	10	17	11
	%	24.6%	23.3%	25.9%	10.3%	23.8%	37.0%	25.0%
カロリー	回答者数	15	5	10	4	4	4	3
	%	8.8%	5.6%	12.3%	10.3%	9.5%	8.7%	6.8%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	45	21	24	5	8	19	13
	%	26.3%	23.3%	29.6%	12.8%	19.0%	41.3%	29.5%
商品バラエティ	回答者数	14	8	6	4	3	4	3
	%	8.2%	8.9%	7.4%	10.3%	7.1%	8.7%	6.8%
目新しさ	回答者数	7	5	2	2	5	0	0
	%	4.1%	5.6%	2.5%	5.1%	11.9%	0.0%	0.0%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	34	18	16	8	11	7	8
	%	19.9%	20.0%	19.8%	20.5%	26.2%	15.2%	18.2%
パッケージデザイン	回答者数	12	7	5	5	4	1	2
	%	7.0%	7.8%	6.2%	12.8%	9.5%	2.2%	4.5%
口コミ・評判	回答者数	47	22	25	11	8	16	12
	%	27.5%	24.4%	30.9%	28.2%	19.0%	34.8%	27.3%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	22	9	13	5	4	7	6
	%	12.9%	10.0%	16.0%	12.8%	9.5%	15.2%	13.6%
その他	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%
特にない	回答者数	6	6	0	3	0	2	1
	%	3.5%	6.7%	0.0%	7.7%	0.0%	4.3%	2.3%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



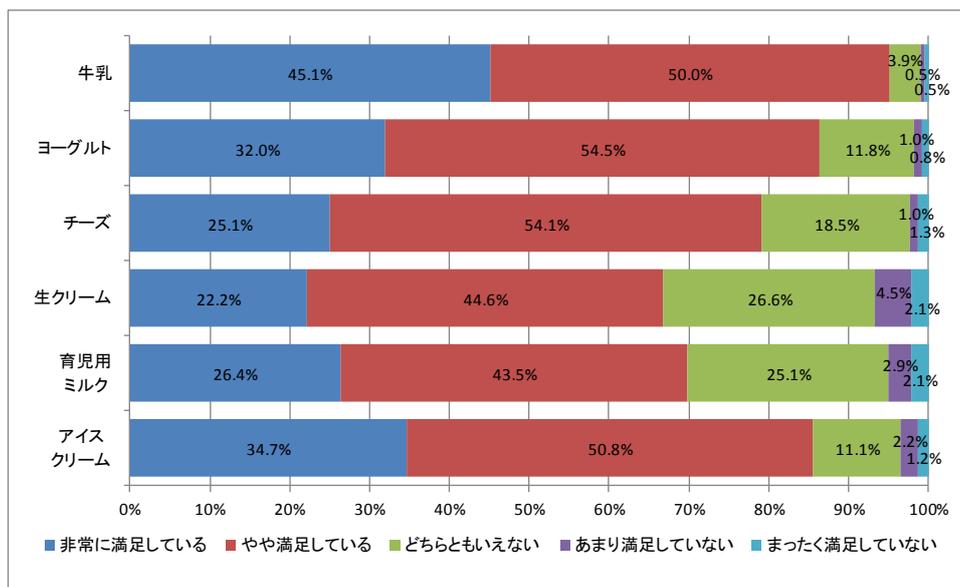
アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	360	185	175	84	86	86
価格	回答者数	147	73	74	37	32	32	46
	%	40.8%	39.5%	42.3%	44.0%	37.2%	37.2%	44.2%
メーカー/ブランド	回答者数	83	37	46	17	23	18	25
	%	23.1%	20.0%	26.3%	20.2%	26.7%	20.9%	24.0%
国産品か輸入品か	回答者数	37	21	16	8	11	7	11
	%	10.3%	11.4%	9.1%	9.5%	12.8%	8.1%	10.6%
安全性	回答者数	110	52	58	31	18	26	35
	%	30.6%	28.1%	33.1%	36.9%	20.9%	30.2%	33.7%
使用原料	回答者数	83	36	47	13	20	17	33
	%	23.1%	19.5%	26.9%	15.5%	23.3%	19.8%	31.7%
機能性	回答者数	16	11	5	4	4	5	3
	%	4.4%	5.9%	2.9%	4.8%	4.7%	5.8%	2.9%
栄養成分	回答者数	45	24	21	11	6	15	13
	%	12.5%	13.0%	12.0%	13.1%	7.0%	17.4%	12.5%
カロリー	回答者数	66	29	37	15	20	14	17
	%	18.3%	15.7%	21.1%	17.9%	23.3%	16.3%	16.3%
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	112	45	67	23	25	25	39
	%	31.1%	24.3%	38.3%	27.4%	29.1%	29.1%	37.5%
商品バラエティ	回答者数	101	39	62	18	24	23	36
	%	28.1%	21.1%	35.4%	21.4%	27.9%	26.7%	34.6%
目新しさ	回答者数	47	25	22	12	11	7	17
	%	13.1%	13.5%	12.6%	14.3%	12.8%	8.1%	16.3%
店頭での販促・キャンペーン	回答者数	124	60	64	28	31	28	37
	%	34.4%	32.4%	36.6%	33.3%	36.0%	32.6%	35.6%
パッケージデザイン	回答者数	37	19	18	14	9	5	9
	%	10.3%	10.3%	10.3%	16.7%	10.5%	5.8%	8.7%
口コミ・評判	回答者数	116	55	61	26	31	25	34
	%	32.2%	29.7%	34.9%	31.0%	36.0%	29.1%	32.7%
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	73	33	40	20	22	15	16
	%	20.3%	17.8%	22.9%	23.8%	25.6%	17.4%	15.4%
その他	回答者数	1	1	0	0	0	0	1
	%	0.3%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%
特にない	回答者数	11	9	2	3	3	4	1
	%	3.1%	4.9%	1.1%	3.6%	3.5%	4.7%	1.0%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



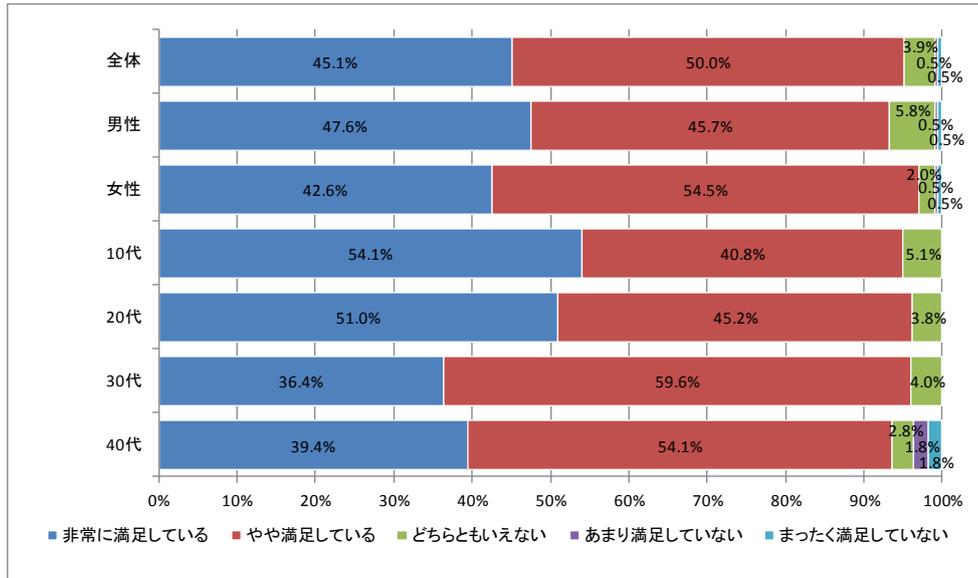
10. 日頃喫食（飲用）している牛乳乳製品の満足度

- 最も満足度の高いカテゴリーは牛乳で、「非常に満足している」「やや満足している」(Top2) の合計が全体で 95.1% となっており、平均点も 4.39 点と高い値となっている。
- 次いで、ヨーグルトとアイスクリームの満足度が高く、ヨーグルトは Top2 が 86.5%、平均点が 4.16 点、アイスクリームは Top2 が 85.5%、平均点が 4.16 点となっている。
- その他カテゴリーでは、チーズ (Top2 : 79.2%、平均点 : 4.01 点)、生クリーム (Top2 : 66.8%、平均点 : 3.80 点)、育児用ミルク (Top2 : 69.9%、平均点 : 3.89 点) となっている。
- 男女別では、「非常に満足している」割合は男女間で大きな違いはないが、「やや満足している」割合は女性の方が高く、TOP2 及び平均点では女性の方が各カテゴリーとも高い傾向が見られる。
- 年代別では、「非常に満足している」割合は若年層の方が高い傾向にあるものの、TOP2 においては年齢が高い層の方が高くなっている。満足度については、若年層ほど高い傾向が見られる。



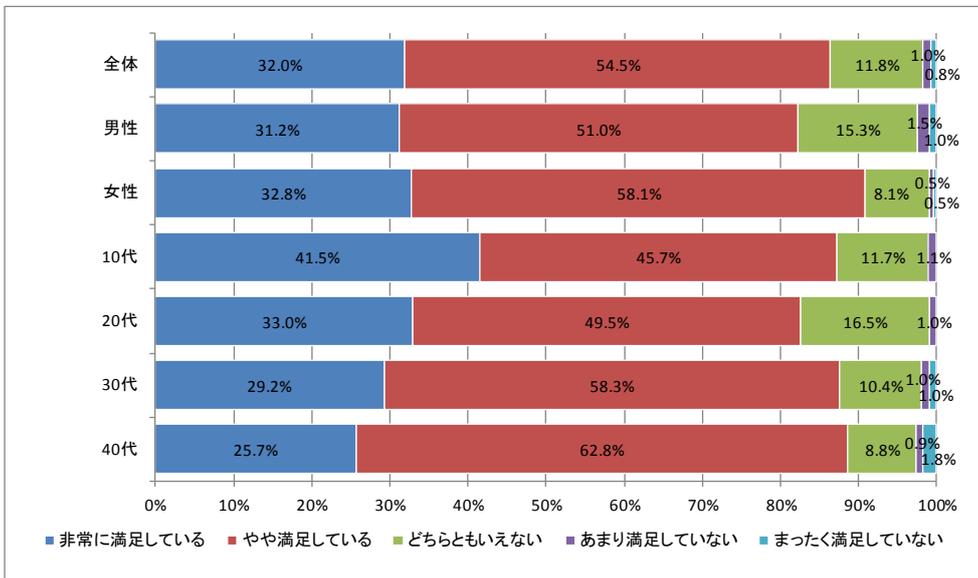
全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用ミルク		アイスクリーム	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	410	100.0%	400	100.0%	390	100.0%	379	100.0%	239	100.0%	415	100.0%
非常に満足している	185	45.1%	128	32.0%	98	25.1%	84	22.2%	63	26.4%	144	34.7%
やや満足している	205	50.0%	218	54.5%	211	54.1%	169	44.6%	104	43.5%	211	50.8%
どちらともいえない	16	3.9%	47	11.8%	72	18.5%	101	26.6%	60	25.1%	46	11.1%
あまり満足していない	2	0.5%	4	1.0%	4	1.0%	17	4.5%	7	2.9%	9	2.2%
まったく満足していない	2	0.5%	3	0.8%	5	1.3%	8	2.1%	5	2.1%	5	1.2%
平均点	4.39		4.16		4.01		3.8		3.89		4.16	

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。



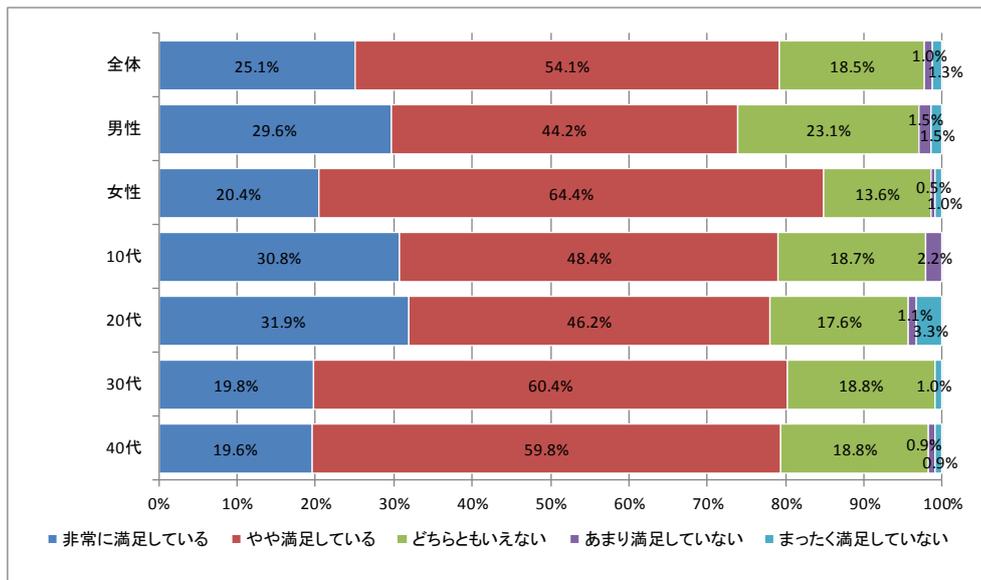
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	410	100.0%	208	100.0%	202	100.0%	98	100.0%	104	100.0%	99	100.0%	109	100.0%
非常に満足している	185	45.1%	99	47.6%	86	42.6%	53	54.1%	53	51.0%	36	36.4%	43	39.4%
やや満足している	205	50.0%	95	45.7%	110	54.5%	40	40.8%	47	45.2%	59	59.6%	59	54.1%
どちらともいえない	16	3.9%	12	5.8%	4	2.0%	5	5.1%	4	3.8%	4	4.0%	3	2.8%
あまり満足していない	2	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.8%
まったく満足していない	2	0.5%	1	0.5%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	1.8%
平均点	4.39		4.39		4.38		4.49		4.47		4.32		4.28	

■ = 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
■ = 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

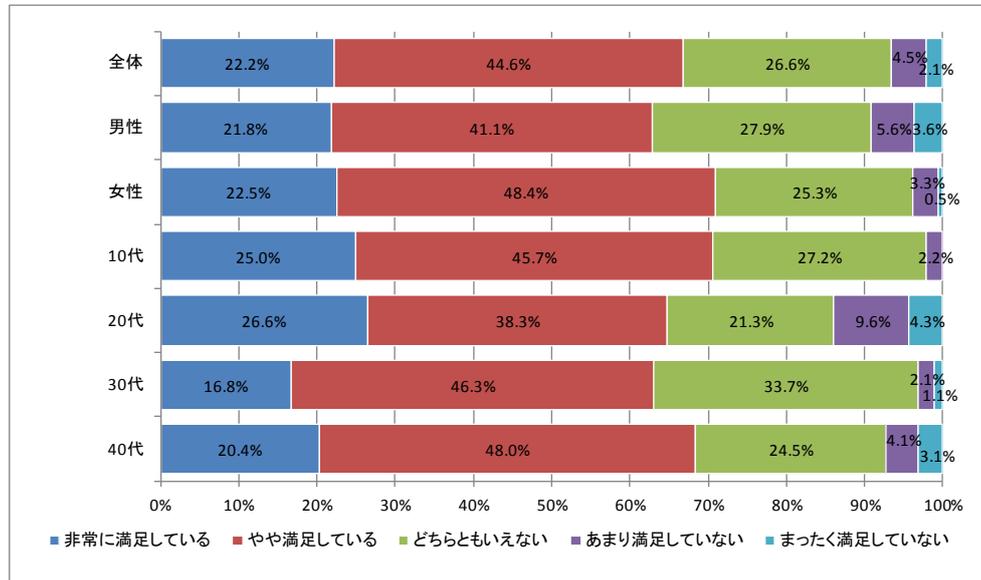


ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	400	100.0%	202	100.0%	198	100.0%	94	100.0%	97	100.0%	96	100.0%	113	100.0%
非常に満足している	128	32.0%	63	31.2%	65	32.8%	39	41.5%	32	33.0%	28	29.2%	29	25.7%
やや満足している	218	54.5%	103	51.0%	115	58.1%	43	45.7%	48	49.5%	56	58.3%	71	62.8%
どちらともいえない	47	11.8%	31	15.3%	16	8.1%	11	11.7%	16	16.5%	10	10.4%	10	8.8%
あまり満足していない	4	1.0%	3	1.5%	1	0.5%	1	1.1%	1	1.0%	1	1.0%	1	0.9%
まったく満足していない	3	0.8%	2	1.0%	1	0.5%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.0%	2	1.8%
平均点	4.16		4.10		4.22		4.28		4.14		4.14		4.10	

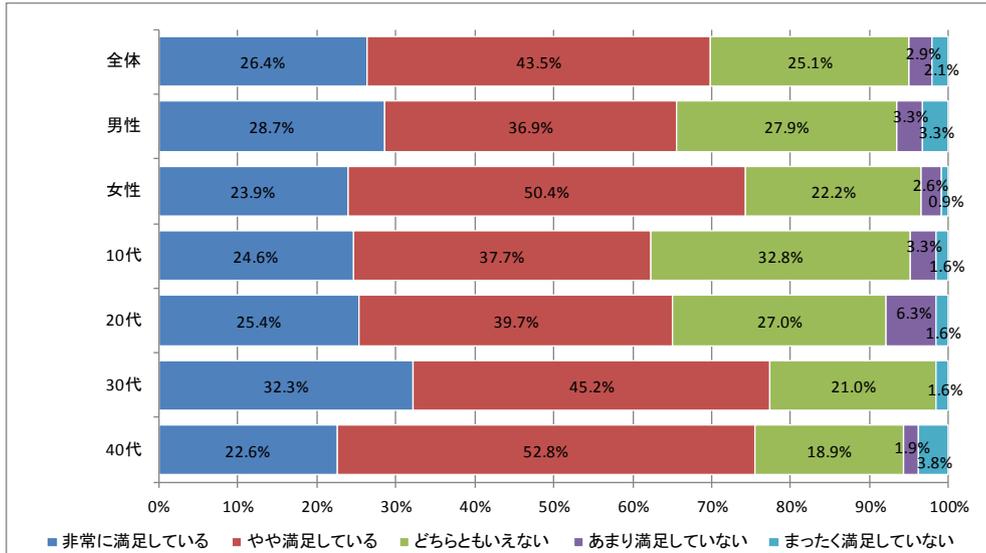
■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



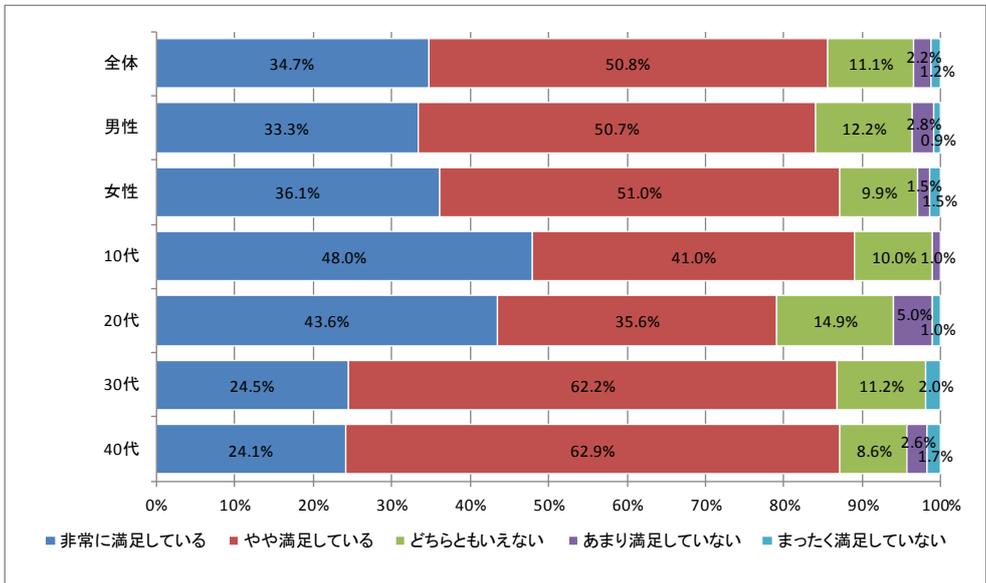
テーマ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	390	100.0%	199	100.0%	191	100.0%	91	100.0%	91	100.0%	96	100.0%	112	100.0%
非常に満足している	98	25.1%	59	29.6%	39	20.4%	28	30.8%	29	31.9%	19	19.8%	22	19.6%
やや満足している	211	54.1%	88	44.2%	123	64.4%	44	48.4%	42	46.2%	58	60.4%	67	59.8%
どちらともいえない	72	18.5%	46	23.1%	26	13.6%	17	18.7%	16	17.6%	18	18.8%	21	18.8%
あまり満足していない	4	1.0%	3	1.5%	1	0.5%	2	2.2%	1	1.1%	0	0.0%	1	0.9%
まったく満足していない	5	1.3%	3	1.5%	2	1.0%	0	0.0%	3	3.3%	1	1.0%	1	0.9%
平均点	4.01		3.99		4.03		4.08		4.02		3.98		3.96	
	= 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							
	= 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	379	100.0%	197	100.0%	182	100.0%	92	100.0%	94	100.0%	95	100.0%	98	100.0%
非常に満足している	84	22.2%	43	21.8%	41	22.5%	23	25.0%	25	26.6%	16	16.8%	20	20.4%
やや満足している	169	44.6%	81	41.1%	88	48.4%	42	45.7%	36	38.3%	44	46.3%	47	48.0%
どちらともいえない	101	26.6%	55	27.9%	46	25.3%	25	27.2%	20	21.3%	32	33.7%	24	24.5%
あまり満足していない	17	4.5%	11	5.6%	6	3.3%	2	2.2%	9	9.6%	2	2.1%	4	4.1%
まったく満足していない	8	2.1%	7	3.6%	1	0.5%	0	0.0%	4	4.3%	1	1.1%	3	3.1%
平均点	3.80		3.72		3.89		3.93		3.73		3.76		3.79	
	= 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							
	= 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	239	100.0%	122	100.0%	117	100.0%	61	100.0%	63	100.0%	62	100.0%	53	100.0%
非常に満足している	63	26.4%	35	28.7%	28	23.9%	15	24.6%	16	25.4%	20	32.3%	12	22.6%
やや満足している	104	43.5%	45	36.9%	59	50.4%	23	37.7%	25	39.7%	28	45.2%	28	52.8%
どちらともいえない	60	25.1%	34	27.9%	26	22.2%	20	32.8%	17	27.0%	13	21.0%	10	18.9%
あまり満足していない	7	2.9%	4	3.3%	3	2.6%	2	3.3%	4	6.3%	0	0.0%	1	1.9%
まったく満足していない	5	2.1%	4	3.3%	1	0.9%	1	1.6%	1	1.6%	1	1.6%	2	3.8%
平均点	3.89		3.84		3.94		3.80		3.81		4.06		3.89	
	= 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							
	= 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							



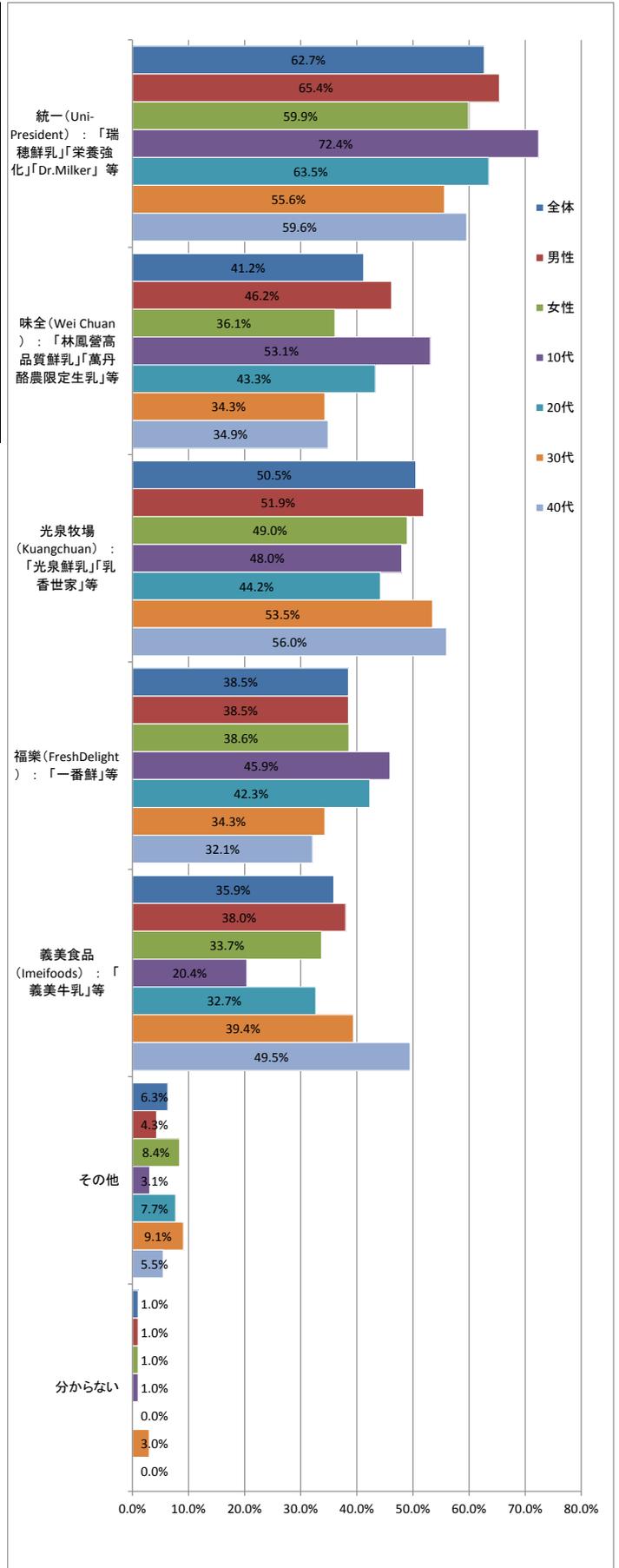
アイスクリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	415	100.0%	213	100.0%	202	100.0%	100	100.0%	101	100.0%	98	100.0%	116	100.0%
非常に満足している	144	34.7%	71	33.3%	73	36.1%	48	48.0%	44	43.6%	24	24.5%	28	24.1%
やや満足している	211	50.8%	108	50.7%	103	51.0%	41	41.0%	36	35.6%	61	62.2%	73	62.9%
どちらともいえない	46	11.1%	26	12.2%	20	9.9%	10	10.0%	15	14.9%	11	11.2%	10	8.6%
あまり満足していない	9	2.2%	6	2.8%	3	1.5%	1	1.0%	5	5.0%	0	0.0%	3	2.6%
まったく満足していない	5	1.2%	2	0.9%	3	1.5%	0	0.0%	1	1.0%	2	2.0%	2	1.7%
平均点	4.16		4.13		4.19		4.36		4.16		4.07		4.05	
	= 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							
	= 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							

11. 主に喫食（飲用）している牛乳乳製品のブランド

- 牛乳では「統一」が全体で62.7%と最も飲用されており、次いで「光泉牧場」が50.5%、「味全」が41.2%となっている。全体的に女性よりも男性の方が飲用割合が高く、年代別では「統一」「味全」「福樂」では若年層の、「光泉牧場」「義美食品」では年齢が高い層の飲用割合が高い傾向にある。
- ヨーグルトでは、「統一」が全体で64.8%と最も喫食されており、次いで「台湾比菲多 (Taiwan Bifido)」が46.3%、「養樂多 (Yakult)」が34.5%となっている。「味全」「福樂」は10代での喫食頻度が他の年代よりも高いものとなっている。
- チーズでは、「光泉牧場」が36.4%で最も喫食され、次いで「好市多」が30.3%、「遠東恆天然乳品」が26.7%となっている。女性においては「好市多 (Costco)」よりも「永紐 (New Young)」のチーズの方が喫食されている。
- 生クリームでは、「永紐 (New Young)」が33.2%と最も高く、それ以外では「聯馥食品 (Gourmet's Partner)」が19.3%と2割弱なのを除き、目立った企業は見られない。
- 育児用ミルクでも「台湾雀巢 (Nestle)」が49.0%と半数で使用されているのを除き、他は10%前後と目立ったブランドが見られない。子育て世代と思われる30代では「惠氏 (Wyeth)」(24.2%)、「美強生營養品 (Mead Johnson)」(22.6%)なども利用割合が高くなっている。
- アイスクリームでは、「皇家可口 (Lucky Royal)」が50.1%と半数を超え、最も喫食されており、次いで「樺美食品 (Shaomei)」(46.0%)、「台隆工業」(41.7%)となっている。全体的に男性の方の回答割合が高く、年代別では10代の割合が高い傾向にある。

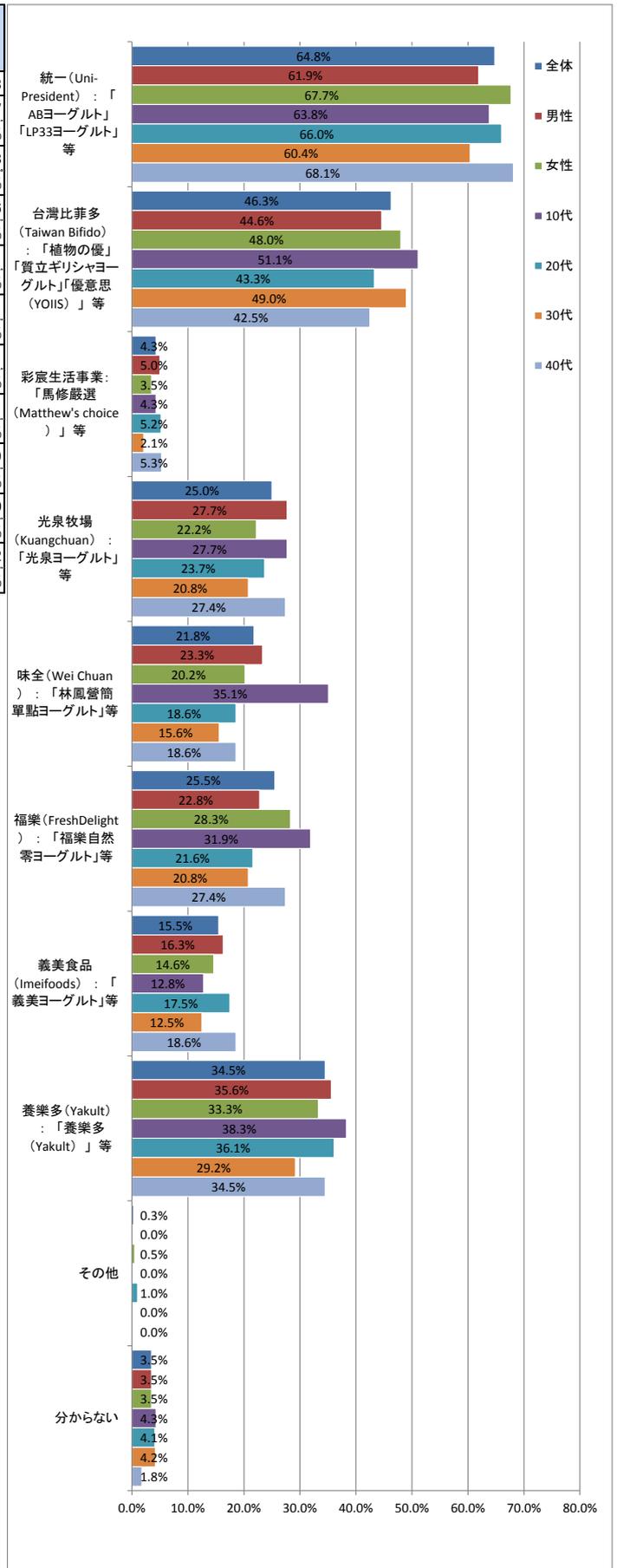
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	410	208	202	98	104	99
統一 (Uni-President) : 「瑞穂鮮乳」「栄養強化」「Dr.Milker」等	回答者数	257	136	121	71	66	55	65
	%	62.7%	65.4%	59.9%	72.4%	63.5%	55.6%	59.6%
味全 (Wei Chuan) : 「林鳳營高品質鮮乳」「萬丹酪農限定生乳」等	回答者数	169	96	73	52	45	34	38
	%	41.2%	46.2%	36.1%	53.1%	43.3%	34.3%	34.9%
光泉牧場 (Kuangchuan) : 「光泉鮮乳」「乳香世家」等	回答者数	207	108	99	47	46	53	61
	%	50.5%	51.9%	49.0%	48.0%	44.2%	53.5%	56.0%
福楽 (FreshDelight) : 「一番鮮」等	回答者数	158	80	78	45	44	34	35
	%	38.5%	38.5%	38.6%	45.9%	42.3%	34.3%	32.1%
義美食品 (Imefoods) : 「義美牛乳」等	回答者数	147	79	68	20	34	39	54
	%	35.9%	38.0%	33.7%	20.4%	32.7%	39.4%	49.5%
その他	回答者数	26	9	17	3	8	9	6
	%	6.3%	4.3%	8.4%	3.1%	7.7%	9.1%	5.5%
分からない	回答者数	4	2	2	1	0	3	0
	%	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	0.0%	3.0%	0.0%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



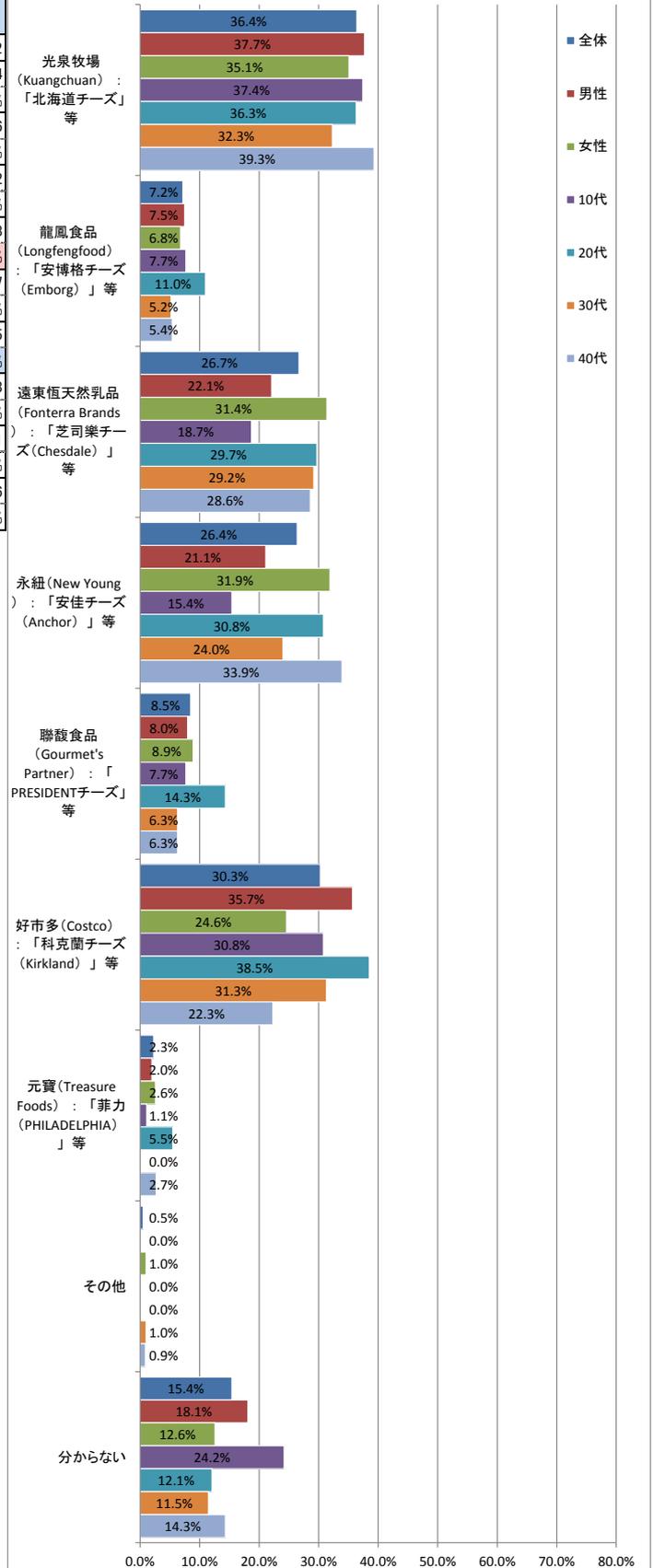
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	202	198	94	97	96	113
統一 (Uni-President) : 「ABヨーグルト」「LP33ヨーグルト」等	回答者数	259	125	134	60	64	58	77
	%	64.8%	61.9%	67.7%	63.8%	66.0%	60.4%	68.1%
台湾比菲多 (Taiwan Bifido) : 「植物の優」「買立ギリシャヨーグルト」「優意思」	回答者数	185	90	95	48	42	47	48
	%	46.3%	44.6%	48.0%	51.1%	43.3%	49.0%	42.5%
彩宸生活事業 : 「馬修厳選 (Matthew's choice)」等	回答者数	17	10	7	4	5	2	6
	%	4.3%	5.0%	3.5%	4.3%	5.2%	2.1%	5.3%
光泉牧場 (Kuangchuan) : 「光泉ヨーグルト」等	回答者数	100	56	44	26	23	20	31
	%	25.0%	27.7%	22.2%	27.7%	23.7%	20.8%	27.4%
味全 (Wei Chuan) : 「林風營簡單點ヨーグルト」等	回答者数	87	47	40	33	18	15	21
	%	21.8%	23.3%	20.2%	35.1%	18.6%	15.6%	18.6%
福樂 (FreshDelight) : 「福樂自然零ヨーグルト」等	回答者数	102	46	56	30	21	20	31
	%	25.5%	22.8%	28.3%	31.9%	21.6%	20.8%	27.4%
義美食品 (Imefoods) : 「義美ヨーグルト」等	回答者数	62	33	29	12	17	12	21
	%	15.5%	16.3%	14.6%	12.8%	17.5%	12.5%	18.6%
養樂多 (Yakult) : 「養樂多 (Yakult)」等	回答者数	138	72	66	36	35	28	39
	%	34.5%	35.6%	33.3%	38.3%	36.1%	29.2%	34.5%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.3%	0.0%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%
分からない	回答者数	14	7	7	4	4	4	2
	%	3.5%	3.5%	3.5%	4.3%	4.1%	4.2%	1.8%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 全体より5ポイント以上低い



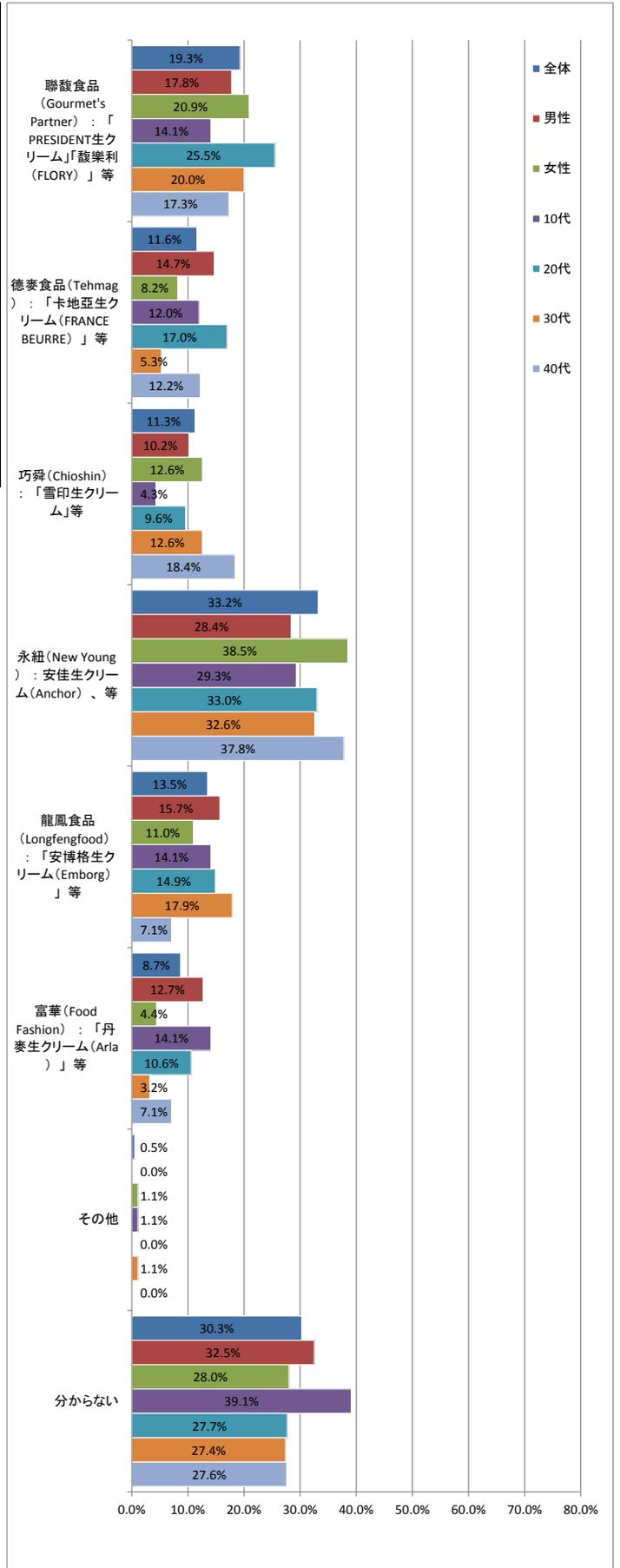
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	390	199	191	91	91	96
光泉牧場 (Kuangchuan) : 「北海道チーズ」等	回答者数	142	75	67	34	33	31	44
	%	36.4%	37.7%	35.1%	37.4%	36.3%	32.3%	39.3%
龍鳳食品 (Longfengfood) : 「安博格チーズ (Emborg)」等	回答者数	28	15	13	7	10	5	6
	%	7.2%	7.5%	6.8%	7.7%	11.0%	5.2%	5.4%
遠東恒天然乳品 (Fonterra Brands) : 「芝司樂チーズ (Chesdale)」等	回答者数	104	44	60	17	27	28	32
	%	26.7%	22.1%	31.4%	18.7%	29.7%	29.2%	28.6%
永紐 (New Young) : 「安佳チーズ (Anchor)」等	回答者数	103	42	61	14	28	23	38
	%	26.4%	21.1%	31.9%	15.4%	30.8%	24.0%	33.9%
聯穀食品 (Gourmet's Partner) : 「PRESIDENTチーズ」等	回答者数	33	16	17	7	13	6	7
	%	8.5%	8.0%	8.9%	7.7%	14.3%	6.3%	6.3%
好市多 (Costco) : 「科克蘭チーズ (Kirkland)」等	回答者数	118	71	47	28	35	30	25
	%	30.3%	35.7%	24.6%	30.8%	38.5%	31.3%	22.3%
元寶 (Treasure Foods) : 「菲力 (PHILADELPHIA)」等	回答者数	9	4	5	1	5	0	3
	%	2.3%	2.0%	2.6%	1.1%	5.5%	0.0%	2.7%
その他	回答者数	2	0	2	0	0	1	1
	%	0.5%	0.0%	1.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.9%
分からない	回答者数	60	36	24	22	11	11	16
	%	15.4%	18.1%	12.6%	24.2%	12.1%	11.5%	14.3%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



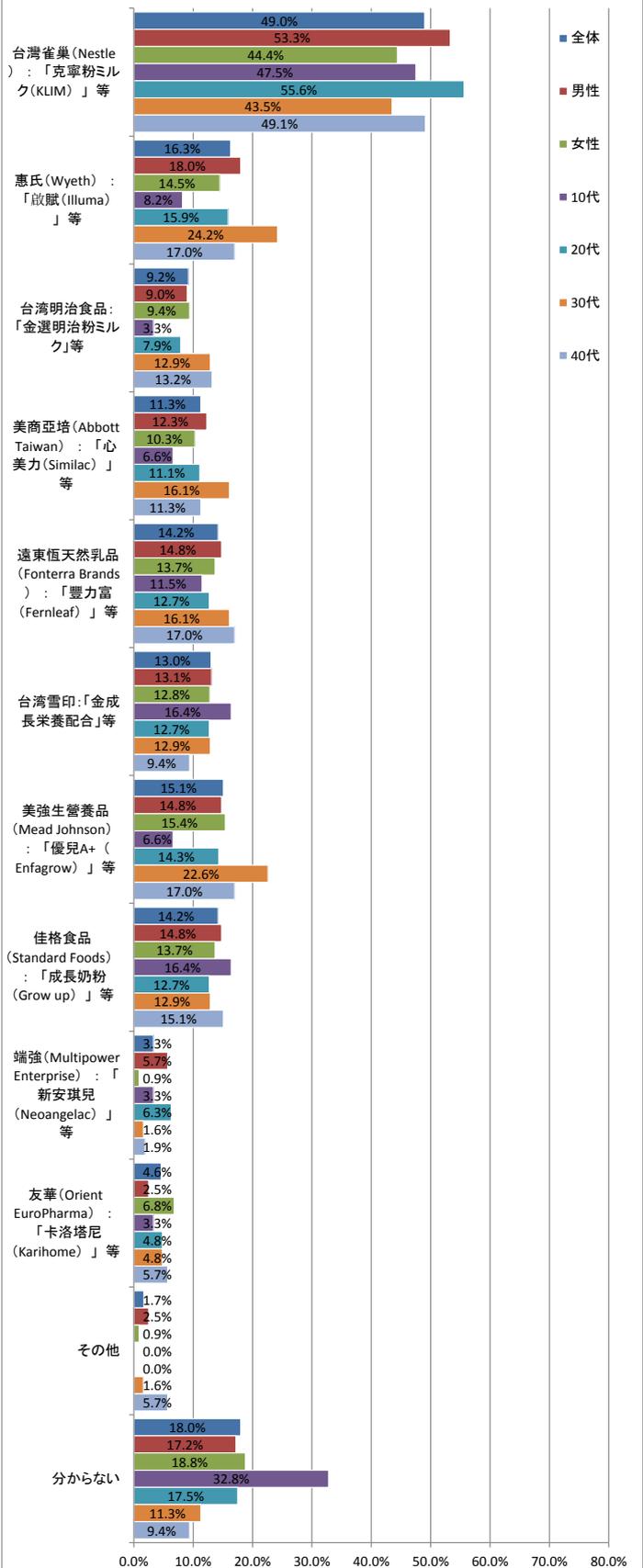
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	379	197	182	92	94	95
聯蔬食品 (Gourmet's Partner) : 「PRESIDENT生クリーム」「蘇樂利 (FLORY)」	回答者数	73	35	38	13	24	19	17
	%	19.3%	17.8%	20.9%	14.1%	25.5%	20.0%	17.3%
徳麥食品 (Tehmag) : 「卡地亞生クリーム (FRANCE BEURRE)」等	回答者数	44	29	15	11	16	5	12
	%	11.6%	14.7%	8.2%	12.0%	17.0%	5.3%	12.2%
巧舜 (Chioshin) : 「雪印生クリーム」等	回答者数	43	20	23	4	9	12	18
	%	11.3%	10.2%	12.6%	4.3%	9.6%	12.6%	18.4%
永紐 (New Young) : 安佳生クリーム (Anchor)、等	回答者数	126	56	70	27	31	31	37
	%	33.2%	28.4%	38.5%	29.3%	33.0%	32.6%	37.8%
龍鳳食品 (Longfengfood) : 「安博格生クリーム (Emborg)」等	回答者数	51	31	20	13	14	17	7
	%	13.5%	15.7%	11.0%	14.1%	14.9%	17.9%	7.1%
富華 (Food Fashion) : 「丹麥生クリーム (Arla)」等	回答者数	33	25	8	13	10	3	7
	%	8.7%	12.7%	4.4%	14.1%	10.6%	3.2%	7.1%
その他	回答者数	2	0	2	1	0	1	0
	%	0.5%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%
分からない	回答者数	115	64	51	36	26	26	27
	%	30.3%	32.5%	28.0%	39.1%	27.7%	27.4%	27.6%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



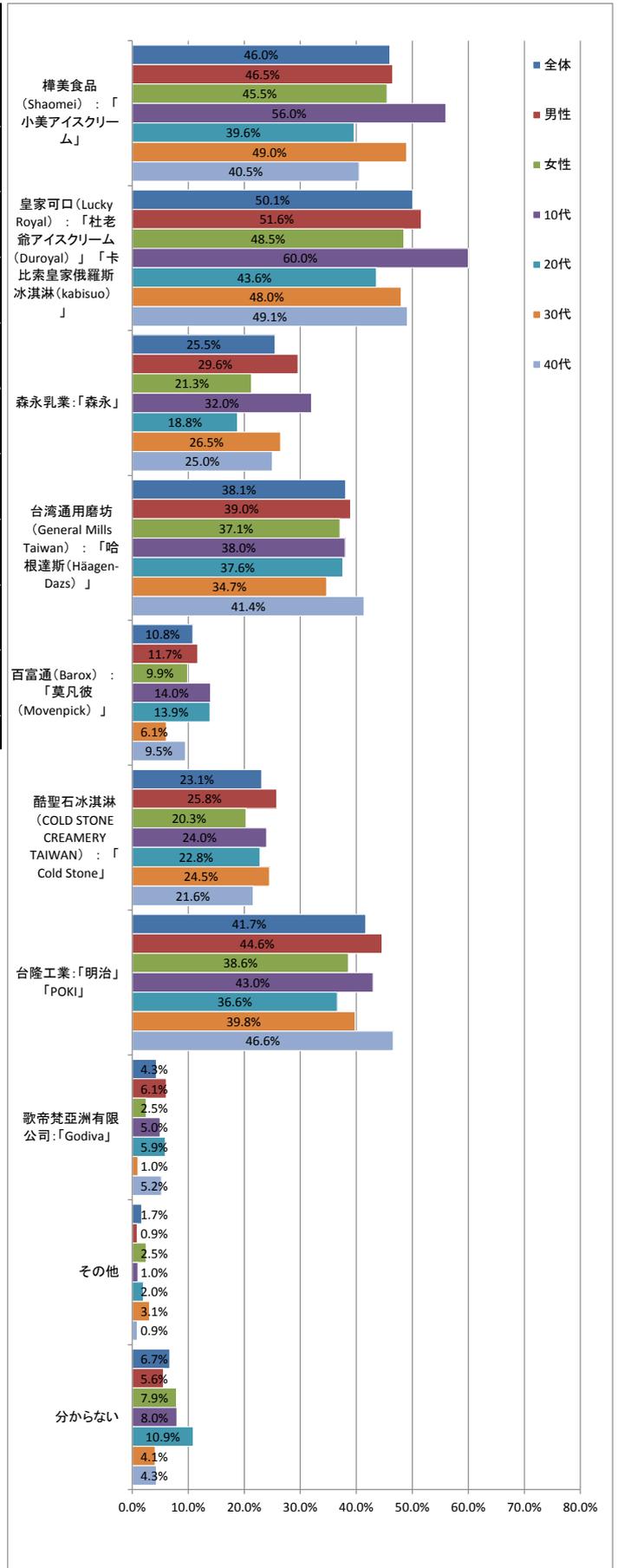
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計						
台湾雀巢 (Nestle) : 「克寧粉ミルク (KLIM)」等	回答者数	239	122	117	61	63	62	53
	%	49.0%	53.3%	44.4%	47.5%	55.6%	43.5%	49.1%
惠氏 (Wyeth) : 「啟賦 (Illuma)」等	回答者数	39	22	17	5	10	15	9
	%	16.3%	18.0%	14.5%	8.2%	15.9%	24.2%	17.0%
台湾明治食品 : 「金選明治粉ミルク」等	回答者数	22	11	11	2	5	8	7
	%	9.2%	9.0%	9.4%	3.3%	7.9%	12.9%	13.2%
美商亞培 (Abbott Taiwan) : 「心美力 (Similac)」等	回答者数	27	15	12	4	7	10	6
	%	11.3%	12.3%	10.3%	6.6%	11.1%	16.1%	11.3%
遠東恒天然乳品 (Fonterra Brands) : 「豐力富 (Fernleaf)」等	回答者数	34	18	16	7	8	10	9
	%	14.2%	14.8%	13.7%	11.5%	12.7%	16.1%	17.0%
台湾雪印 : 「金成長栄養配合」等	回答者数	31	16	15	10	8	8	5
	%	13.0%	13.1%	12.8%	16.4%	12.7%	12.9%	9.4%
美強生營養品 (Mead Johnson) : 「優兒A+ (Enfagrow)」等	回答者数	36	18	18	4	9	14	9
	%	15.1%	14.8%	15.4%	6.6%	14.3%	22.6%	17.0%
佳格食品 (Standard Foods) : 「成長奶粉 (Grow up)」等	回答者数	34	18	16	10	8	8	8
	%	14.2%	14.8%	13.7%	16.4%	12.7%	12.9%	15.1%
端強 (Multipower Enterprise) : 「新安琪兒 (Neoangelac)」等	回答者数	8	7	1	2	4	1	1
	%	3.3%	5.7%	0.9%	3.3%	6.3%	1.6%	1.9%
友華 (Orient EuroPharma) : 「卡洛塔尼 (Karihome)」等	回答者数	11	3	8	2	3	3	3
	%	4.6%	2.5%	6.8%	3.3%	4.8%	4.8%	5.7%
その他	回答者数	4	3	1	0	0	1	3
	%	1.7%	2.5%	0.9%	0.0%	0.0%	1.6%	5.7%
分からない	回答者数	43	21	22	20	11	7	5
	%	18.0%	17.2%	18.8%	32.8%	17.5%	11.3%	9.4%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



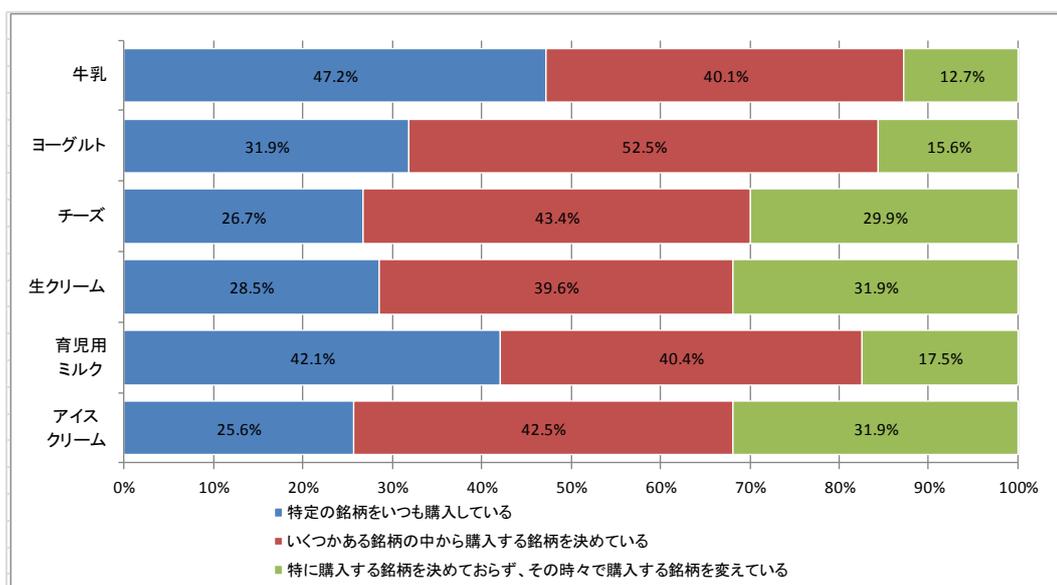
アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計						
榊美食品 (Shaomei) : 「小美アイスクリーム」	回答者数	415	213	202	100	101	98	116
	%	46.0%	46.5%	45.5%	56.0%	39.6%	49.0%	40.5%
皇家可口 (Lucky Royal) : 「杜老爺アイスクリーム (Duroyal)」「卡比索皇家俄羅斯冰淇淋 (kabisuo)」	回答者数	208	110	98	60	44	47	57
	%	50.1%	51.6%	48.5%	60.0%	43.6%	48.0%	49.1%
森永乳業 : 「森永」	回答者数	106	63	43	32	19	26	29
	%	25.5%	29.6%	21.3%	32.0%	18.8%	26.5%	25.0%
台湾通用磨坊 (General Mills Taiwan) : 「哈根達斯 (Häagen-Dazs)」	回答者数	158	83	75	38	38	34	48
	%	38.1%	39.0%	37.1%	38.0%	37.6%	34.7%	41.4%
百富通 (Barox) : 「莫凡彼 (Movenpick)」	回答者数	45	25	20	14	14	6	11
	%	10.8%	11.7%	9.9%	14.0%	13.9%	6.1%	9.5%
酷聖石冰淇淋 (COLD STONE CREAMERY TAIWAN) : 「Cold Stone」	回答者数	96	55	41	24	23	24	25
	%	23.1%	25.8%	20.3%	24.0%	22.8%	24.5%	21.6%
台隆工業 : 「明治」「POKI」	回答者数	173	95	78	43	37	39	54
	%	41.7%	44.6%	38.6%	43.0%	36.6%	39.8%	46.6%
歌帝梵亞洲有限公司 : 「Godiva」	回答者数	18	13	5	5	6	1	6
	%	4.3%	6.1%	2.5%	5.0%	5.9%	1.0%	5.2%
その他	回答者数	7	2	5	1	2	3	1
	%	1.7%	0.9%	2.5%	1.0%	2.0%	3.1%	0.9%
分からない	回答者数	28	12	16	8	11	4	5
	%	6.7%	5.6%	7.9%	8.0%	10.9%	4.1%	4.3%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い

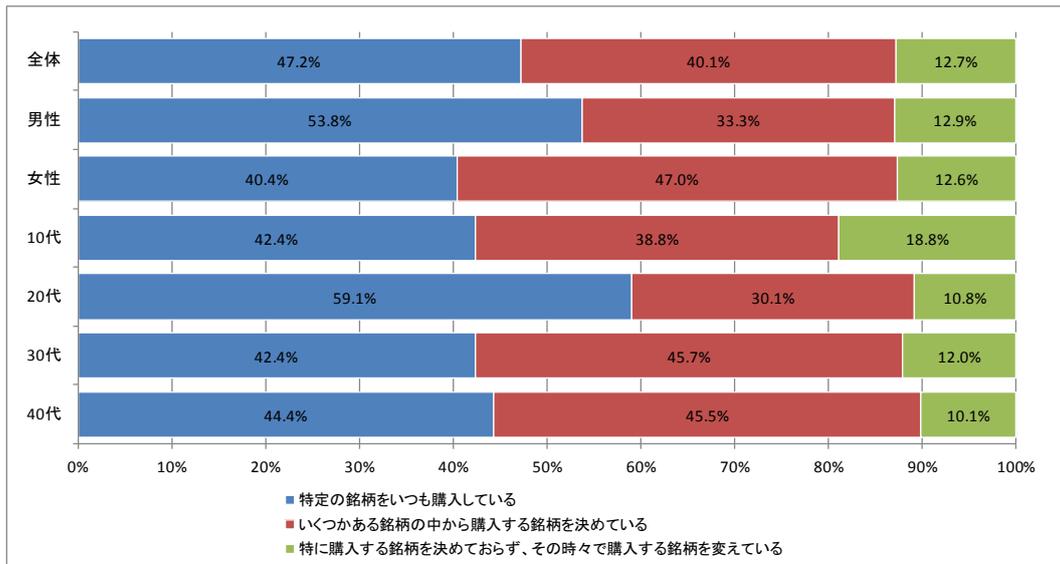


12. 牛乳乳製品の購入態度

- 「特定の銘柄をいつも購入している」割合が高いのは牛乳や育児用ミルクであり、牛乳では全体で47.2%、育児用ミルクでは42.1%となっている。両カテゴリーにおいてはブランドスイッチが起きにくい結果が見て取れ、一度決めたブランドを継続して使用する傾向にあることが推察される。
- 反対に、チーズや生クリーム、アイスクリームに関しては比較的ブランドスイッチが起きやすいカテゴリーであると言える。
- 男女別では女性よりも男性の方が「特定の銘柄をいつも購入している」割合が高い一方で、「特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている」に関して女性より高い傾向があることから、男性に関しては購入態度がはっきりと分かれている。女性に関してはある程度決まった商品の中からその都度購入する商品を決める傾向が強い。
- 年代別では、「特定の銘柄をいつも購入している」割合が高いのは若年層で、年齢が高い層においては「いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている」割合が高い傾向が見られる。

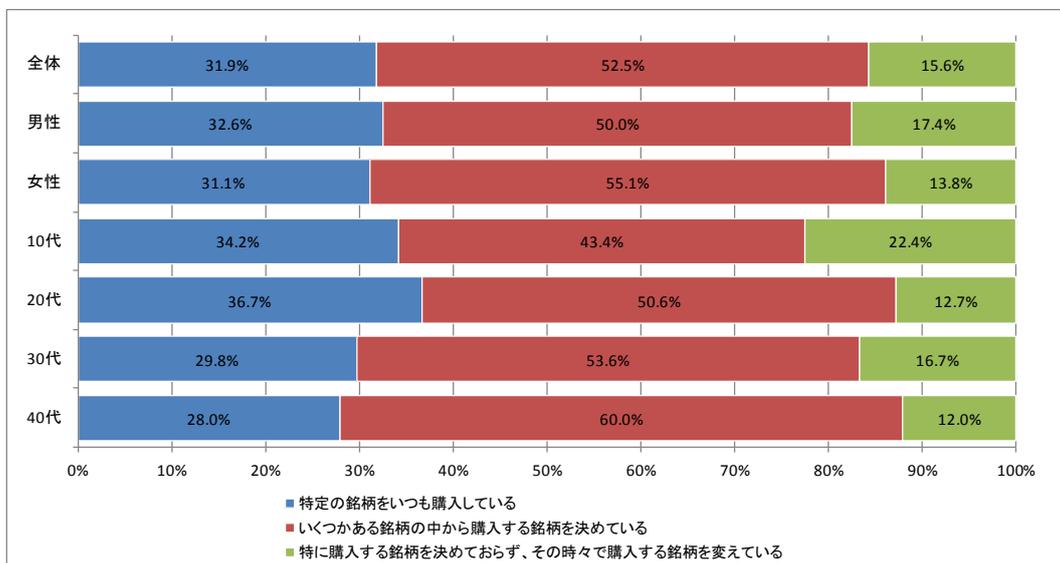


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用ミルク		アイスクリーム	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	369	100.0%	339	100.0%	311	100.0%	260	100.0%	171	100.0%	360	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	174	47.2%	108	31.9%	83	26.7%	74	28.5%	72	42.1%	92	25.6%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	148	40.1%	178	52.5%	135	43.4%	103	39.6%	69	40.4%	153	42.5%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	47	12.7%	53	15.6%	93	29.9%	83	31.9%	30	17.5%	115	31.9%



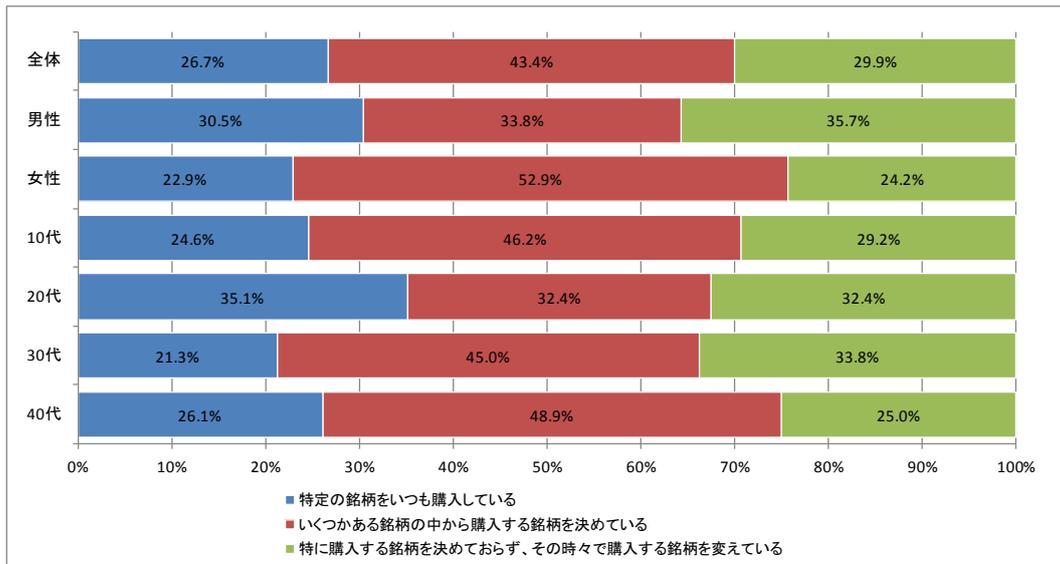
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	369	100.0%	186	100.0%	183	100.0%	85	100.0%	93	100.0%	92	100.0%	99	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	174	47.2%	100	53.8%	74	40.4%	36	42.4%	55	59.1%	39	42.4%	44	44.4%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	148	40.1%	62	33.3%	86	47.0%	33	38.8%	28	30.1%	42	45.7%	45	45.5%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	47	12.7%	24	12.9%	23	12.6%	16	18.8%	10	10.8%	11	12.0%	10	10.1%

■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い

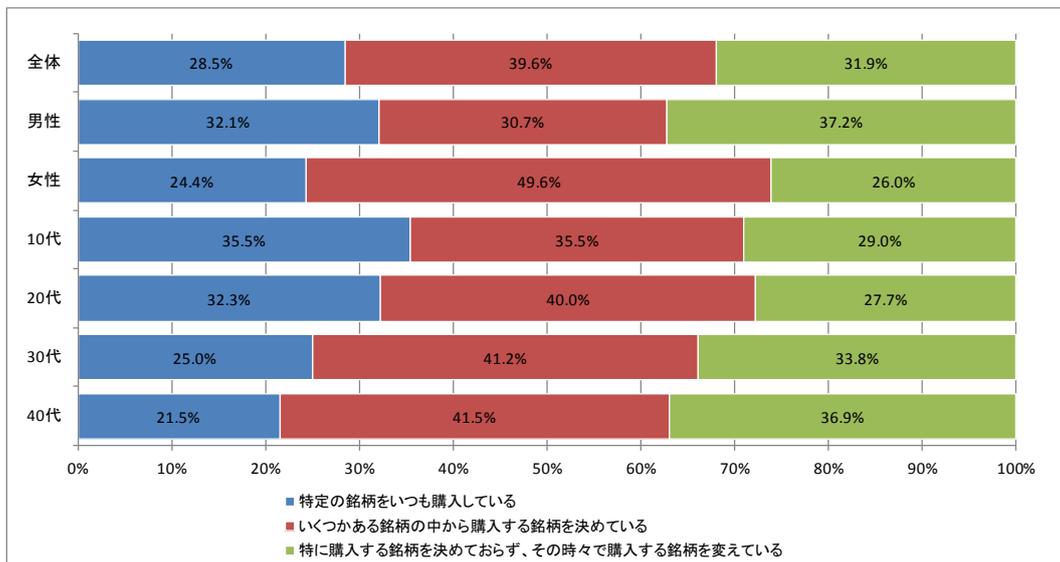


ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	339	100.0%	172	100.0%	167	100.0%	76	100.0%	79	100.0%	84	100.0%	100	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	108	31.9%	56	32.6%	52	31.1%	26	34.2%	29	36.7%	25	29.8%	28	28.0%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	178	52.5%	86	50.0%	92	55.1%	33	43.4%	40	50.6%	45	53.6%	60	60.0%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	53	15.6%	30	17.4%	23	13.8%	17	22.4%	10	12.7%	14	16.7%	12	12.0%

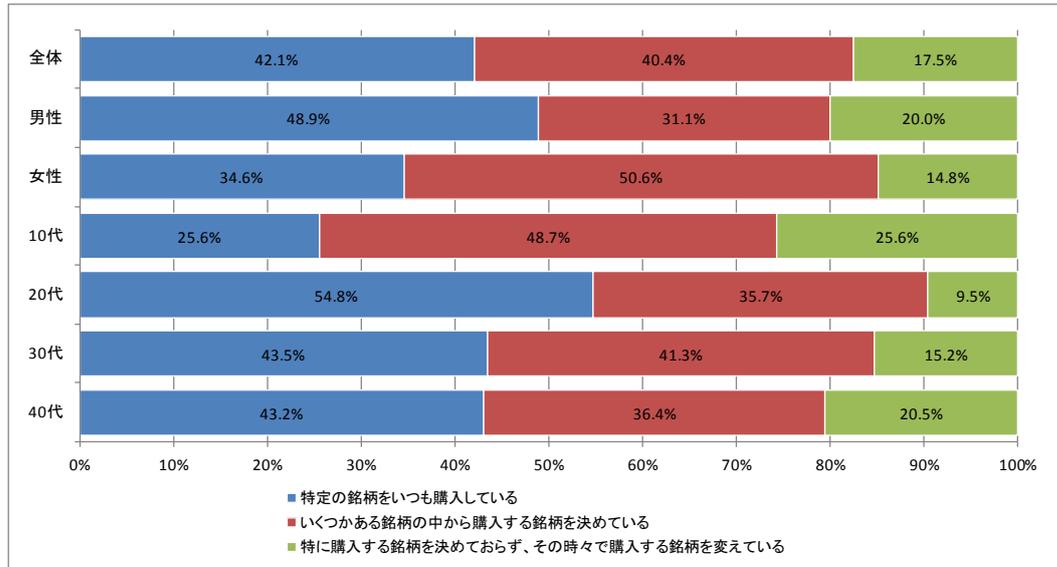
■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い



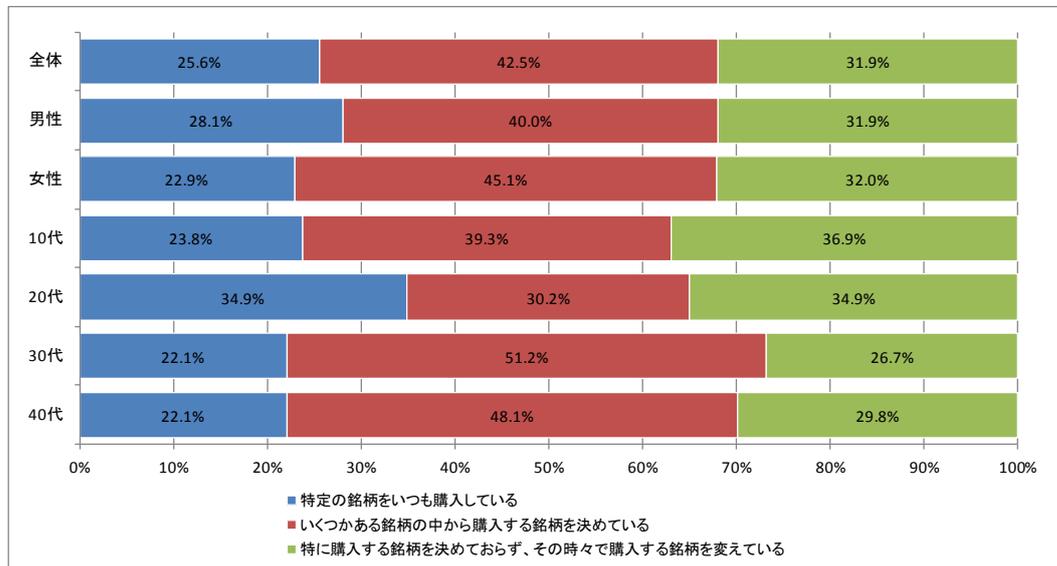
テーマ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	311	100.0%	154	100.0%	157	100.0%	65	100.0%	74	100.0%	80	100.0%	92	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	83	26.7%	47	30.5%	36	22.9%	16	24.6%	26	35.1%	17	21.3%	24	26.1%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	135	43.4%	52	33.8%	83	52.9%	30	46.2%	24	32.4%	36	45.0%	45	48.9%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	93	29.9%	55	35.7%	38	24.2%	19	29.2%	24	32.4%	27	33.8%	23	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							
	= 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	260	100.0%	137	100.0%	123	100.0%	62	100.0%	65	100.0%	68	100.0%	65	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	74	28.5%	44	32.1%	30	24.4%	22	35.5%	21	32.3%	17	25.0%	14	21.5%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	103	39.6%	42	30.7%	61	49.6%	22	35.5%	26	40.0%	28	41.2%	27	41.5%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	83	31.9%	51	37.2%	32	26.0%	18	29.0%	18	27.7%	23	33.8%	24	36.9%
	= 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							
	= 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							



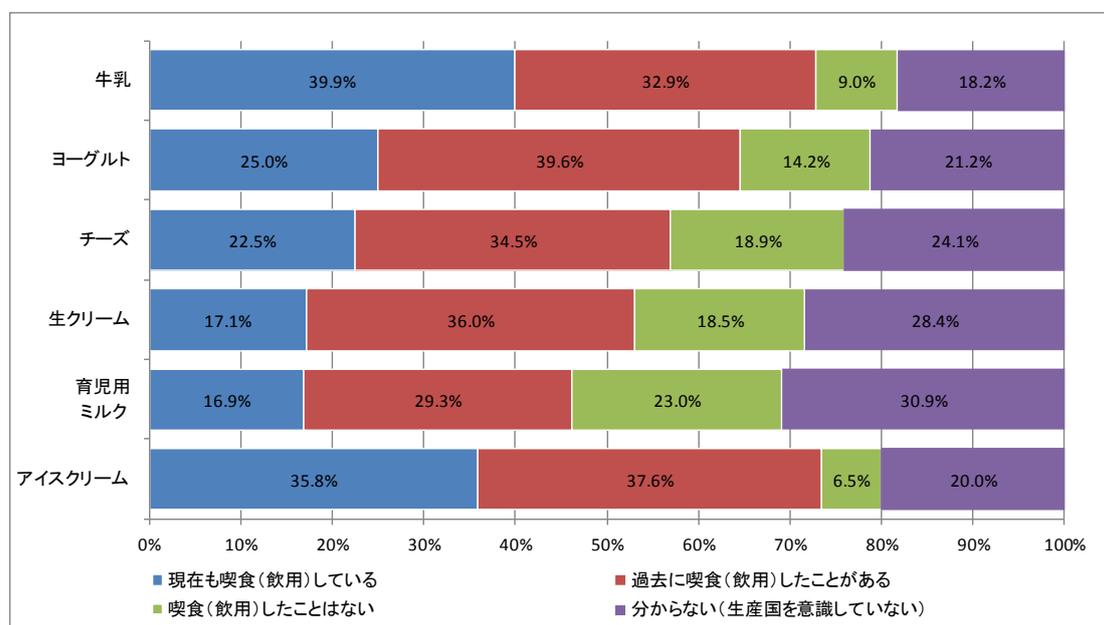
育児用ミルク	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	171	100.0%	90	100.0%	81	100.0%	39	100.0%	42	100.0%	46	100.0%	44	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	72	42.1%	44	48.9%	28	34.6%	10	25.6%	23	54.8%	20	43.5%	19	43.2%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	69	40.4%	28	31.1%	41	50.6%	19	48.7%	15	35.7%	19	41.3%	16	36.4%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	30	17.5%	18	20.0%	12	14.8%	10	25.6%	4	9.5%	7	15.2%	9	20.5%



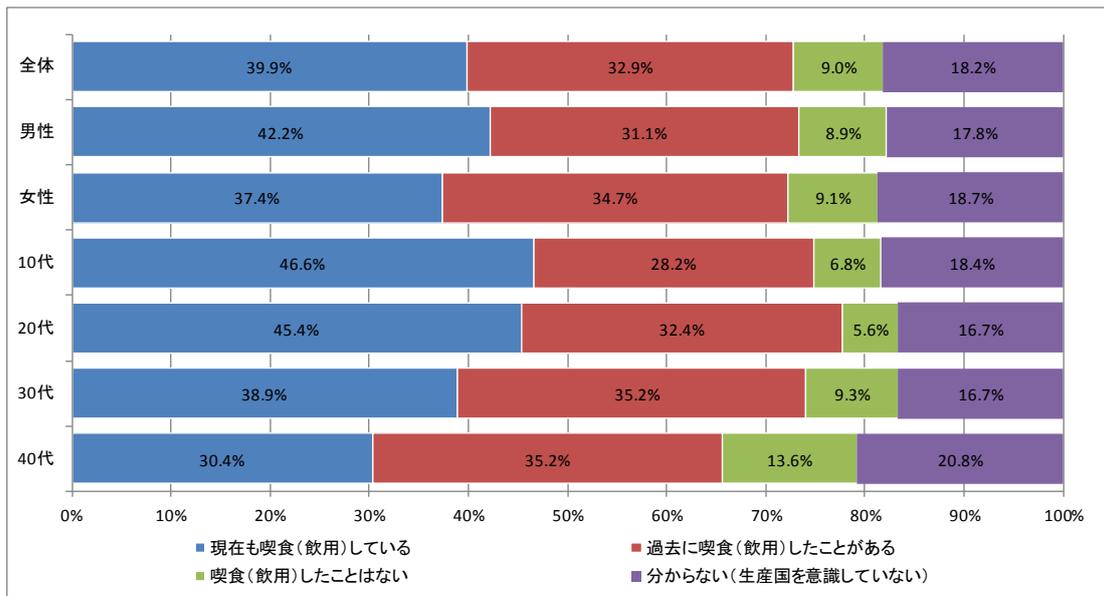
アイスクリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	360	100.0%	185	100.0%	175	100.0%	84	100.0%	86	100.0%	86	100.0%	104	100.0%
特定の銘柄をいつも購入している	92	25.6%	52	28.1%	40	22.9%	20	23.8%	30	34.9%	19	22.1%	23	22.1%
いくつかある銘柄の中から購入する銘柄を決めている	153	42.5%	74	40.0%	79	45.1%	33	39.3%	26	30.2%	44	51.2%	50	48.1%
特に購入する銘柄を決めておらず、その時々で購入する銘柄を変えている	115	31.9%	59	31.9%	56	32.0%	31	36.9%	30	34.9%	23	26.7%	31	29.8%

13. 日本産牛乳乳製品の喫食（飲用）経験

- 日本産牛乳乳製品の喫食（飲用）経験が最も多いのはアイスクリームであり、「現在も喫食（飲用）している」（35.8%）、「過去に喫食（飲用）したことがある」（37.6%）と、約7割の回答者が購入経験有と回答している。「現在も喫食（飲用）している」は各年代で4割弱となっているが、40代のみ28.0%と3割を切っている。
- 「現在も喫食（飲用）している」割合が最も高いのが牛乳で（39.9%）、特に、若年層の飲用割合が高い傾向が見られる。
- ヨーグルトでは64.6%の回答者が購入経験有と回答しており、20代と30代の割合が高いが、「現在も喫食（飲用）している」割合は、10代が最も高くなっている。
- チーズでは57.0%の回答者が購入経験有と回答しており、ヨーグルト同様20代と30代の割合が高くなっている。年齢が高い層では「喫食（飲用）したことはない」が2割を超え、やや高い傾向が見られる。
- 生クリームについては、30代までは年代が上がるにつれ喫食経験が高まっているが、40代においては「現在も喫食（飲用）している」「過去に喫食（飲用）したことがある」割合が最も低くなっている。
- 育児用ミルクについては、男女別、年代別共に「分からない（生産国を意識していない）」が3割前後と、他のカテゴリーよりも高い傾向が見られる。

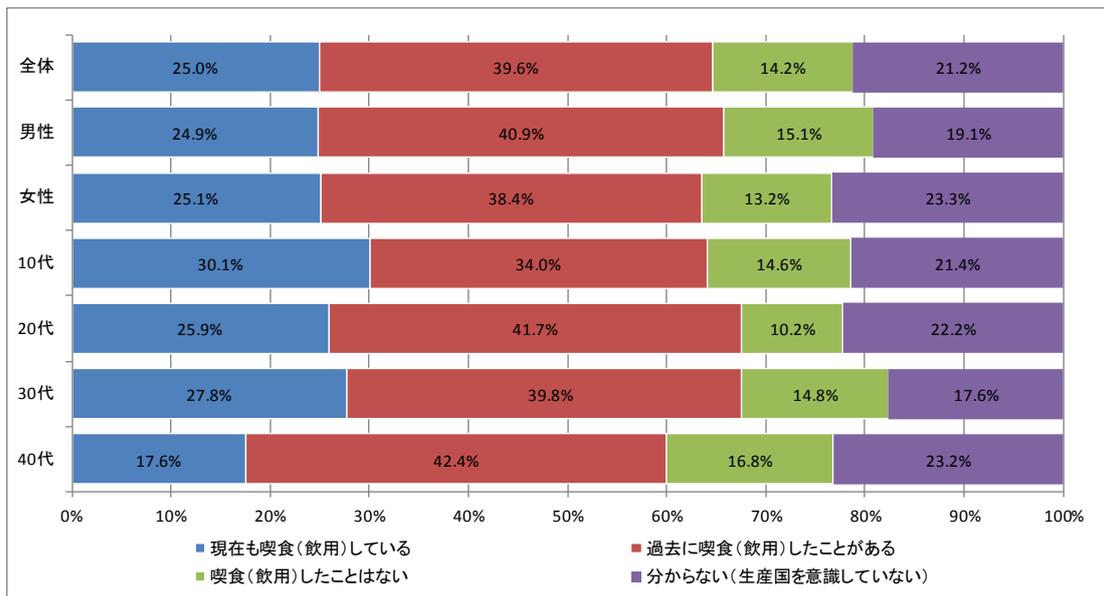


全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用ミルク		アイスクリーム	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%
現在も喫食（飲用）している	177	39.9%	111	25.0%	100	22.5%	76	17.1%	75	16.9%	159	35.8%
過去に喫食（飲用）したことがある	146	32.9%	176	39.6%	153	34.5%	160	36.0%	130	29.3%	167	37.6%
喫食（飲用）したことはない	40	9.0%	63	14.2%	84	18.9%	82	18.5%	102	23.0%	29	6.5%
分からない（生産国を意識していない）	81	18.2%	94	21.2%	107	24.1%	126	28.4%	137	30.9%	89	20.0%



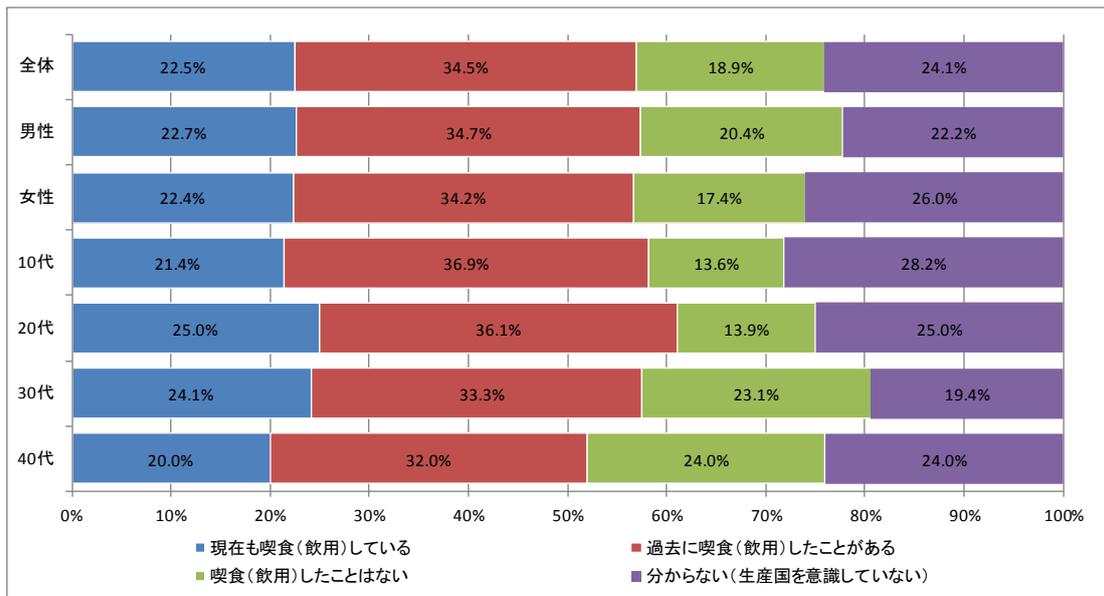
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	177	39.9%	95	42.2%	82	37.4%	48	46.6%	49	45.4%	42	38.9%	38	30.4%
過去に喫食(飲用)したことがある	146	32.9%	70	31.1%	76	34.7%	29	28.2%	35	32.4%	38	35.2%	44	35.2%
喫食(飲用)したことはない	40	9.0%	20	8.9%	20	9.1%	7	6.8%	6	5.6%	10	9.3%	17	13.6%
分からない(生産国を意識していない)	81	18.2%	40	17.8%	41	18.7%	19	18.4%	18	16.7%	18	16.7%	26	20.8%

■ = 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
■ = 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



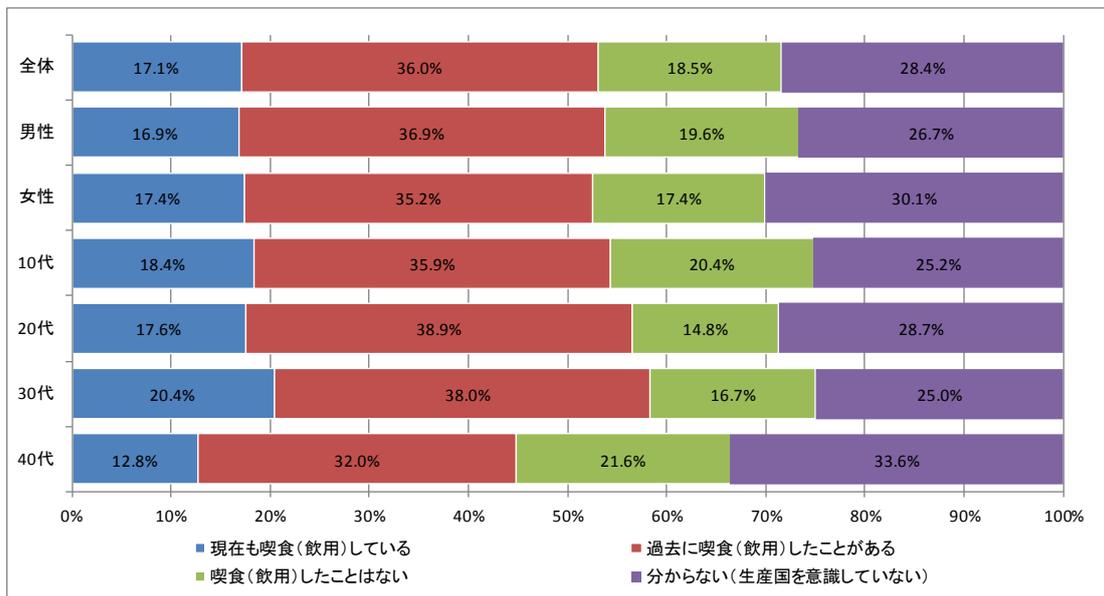
ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	111	25.0%	56	24.9%	55	25.1%	31	30.1%	28	25.9%	30	27.8%	22	17.6%
過去に喫食(飲用)したことがある	176	39.6%	92	40.9%	84	38.4%	35	34.0%	45	41.7%	43	39.8%	53	42.4%
喫食(飲用)したことはない	63	14.2%	34	15.1%	29	13.2%	15	14.6%	11	10.2%	16	14.8%	21	16.8%
分からない(生産国を意識していない)	94	21.2%	43	19.1%	51	23.3%	22	21.4%	24	22.2%	19	17.6%	29	23.2%

■ = 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
■ = 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



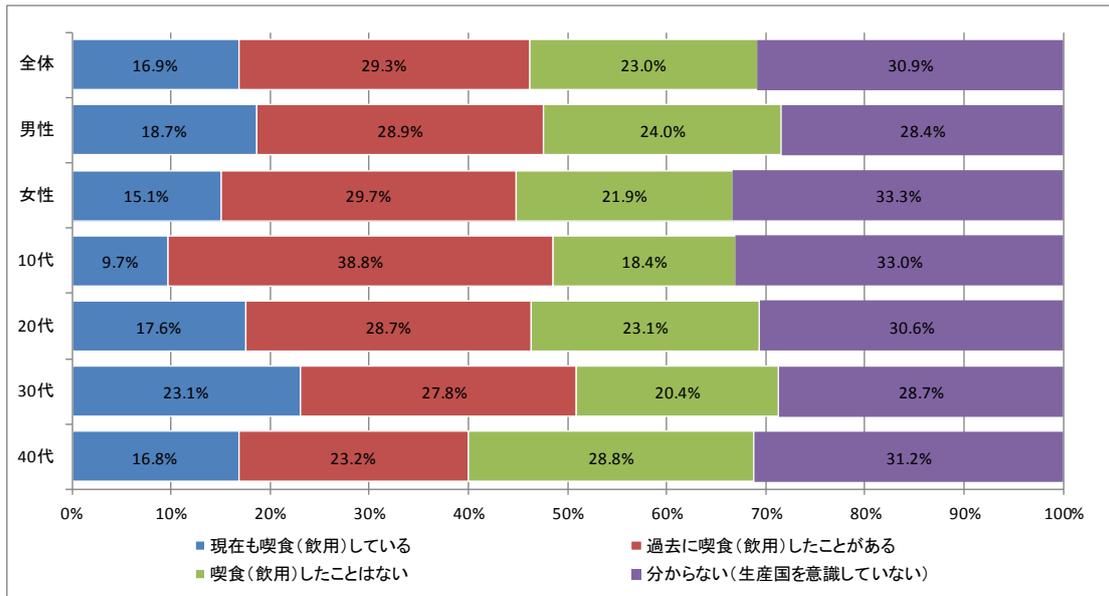
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	100	22.5%	51	22.7%	49	22.4%	22	21.4%	27	25.0%	26	24.1%	25	20.0%
過去に喫食(飲用)したことがある	153	34.5%	78	34.7%	75	34.2%	38	36.9%	39	36.1%	36	33.3%	40	32.0%
喫食(飲用)したことはない	84	18.9%	46	20.4%	38	17.4%	14	13.6%	15	13.9%	25	23.1%	30	24.0%
分からない(生産国を意識していない)	107	24.1%	50	22.2%	57	26.0%	29	28.2%	27	25.0%	21	19.4%	30	24.0%

■ = 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
■ = 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



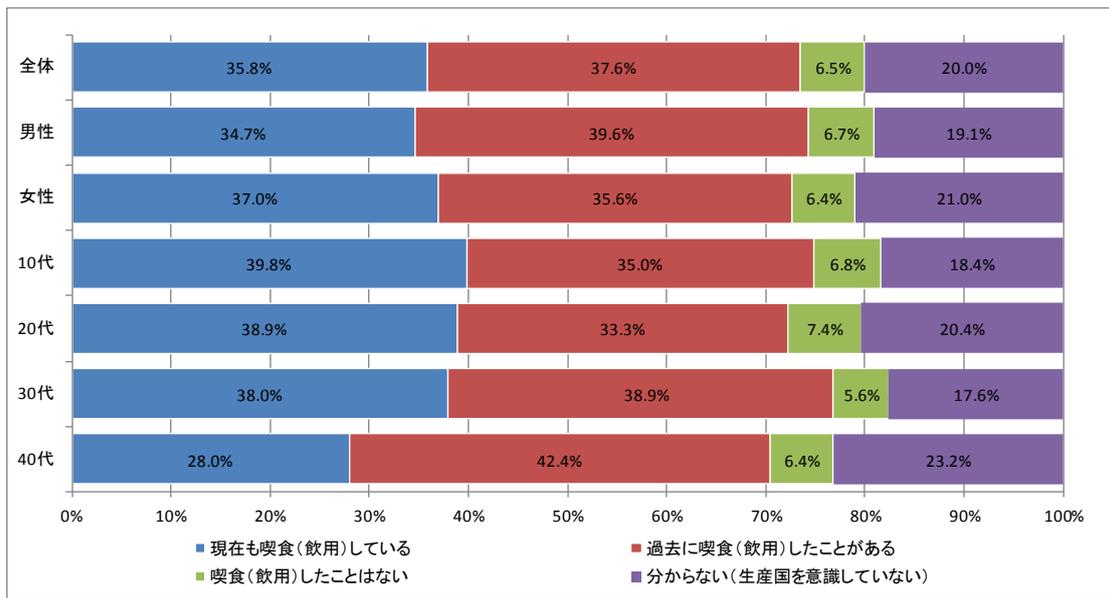
生クリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	76	17.1%	38	16.9%	38	17.4%	19	18.4%	19	17.6%	22	20.4%	16	12.8%
過去に喫食(飲用)したことがある	160	36.0%	83	36.9%	77	35.2%	37	35.9%	42	38.9%	41	38.0%	40	32.0%
喫食(飲用)したことはない	82	18.5%	44	19.6%	38	17.4%	21	20.4%	16	14.8%	18	16.7%	27	21.6%
分からない(生産国を意識していない)	126	28.4%	60	26.7%	66	30.1%	26	25.2%	31	28.7%	27	25.0%	42	33.6%

■ = 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
■ = 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	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	75	16.9%	42	18.7%	33	15.1%	10	9.7%	19	17.6%	25	23.1%	21	16.8%
過去に喫食(飲用)したことがある	130	29.3%	65	28.9%	65	29.7%	40	38.8%	31	28.7%	30	27.8%	29	23.2%
喫食(飲用)したことはない	102	23.0%	54	24.0%	48	21.9%	19	18.4%	25	23.1%	22	20.4%	36	28.8%
分からない(生産国を意識していない)	137	30.9%	64	28.4%	73	33.3%	34	33.0%	33	30.6%	31	28.7%	39	31.2%

■ = 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
■ = 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



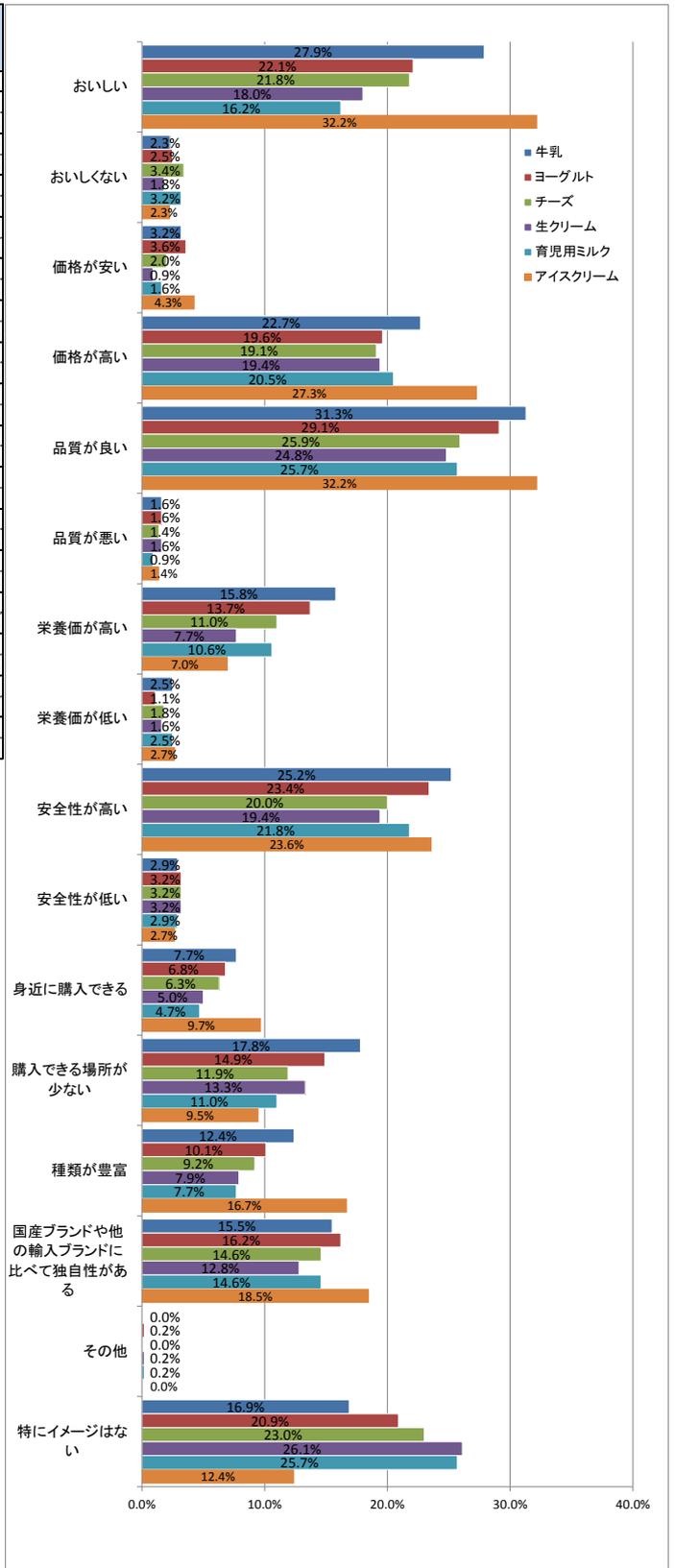
アイスクリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
現在も喫食(飲用)している	159	35.8%	78	34.7%	81	37.0%	41	39.8%	42	38.9%	41	38.0%	35	28.0%
過去に喫食(飲用)したことがある	167	37.6%	89	39.6%	78	35.6%	36	35.0%	36	33.3%	42	38.9%	53	42.4%
喫食(飲用)したことはない	29	6.5%	15	6.7%	14	6.4%	7	6.8%	8	7.4%	6	5.6%	8	6.4%
分からない(生産国を意識していない)	89	20.0%	43	19.1%	46	21.0%	19	18.4%	22	20.4%	19	17.6%	29	23.2%

■ = 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
■ = 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

14. 日本産牛乳製品に対するイメージ

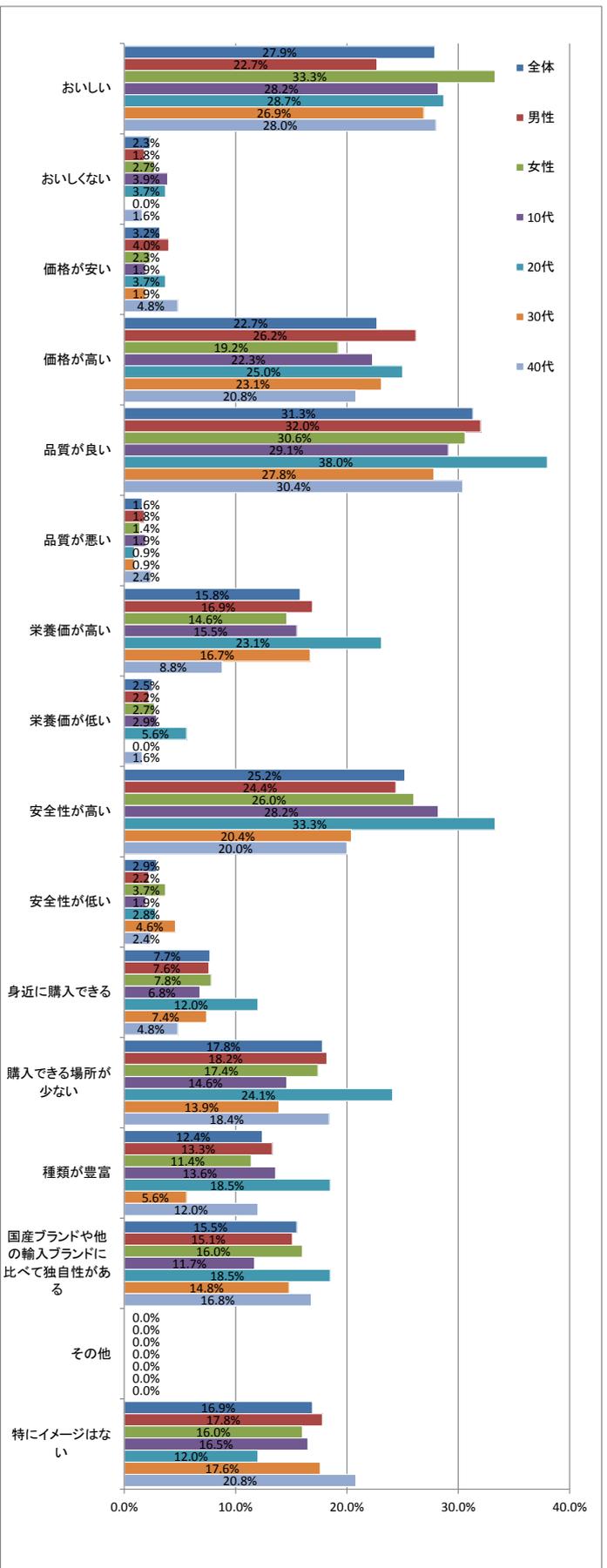
- 全てのカテゴリーにおいて、「おいしい」「品質が良い」「安全性が高い」といった、製品内容におけるポジティブなイメージは高い傾向にある。「国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある」も各カテゴリーで15%前後と一定の評価はされているものと推察される。一方で、「価格が高い」「購入できる場所が少ない」といった輸出上の課題とも言える項目も高い結果となっている。
- 「価格が高い」以外の「おいしくない」「品質が悪い」「栄養価が低い」「安全性が低い」といった製品内容におけるネガティブなイメージは概ね3%前後となっている。
- 牛乳では、「品質が良い」(31.3%)、「おいしい」(27.9%)、「安全性が高い」(25.2%)が上位となっている。「おいしい」とイメージする割合は男性よりも女性の方が高く、男性は「価格が高い」と感じる人が女性よりも高くなっている。全体的に20代の回答割合が高く、年齢が高い層はやや低い傾向が見られる。
- ヨーグルトでは、「品質が良い」(29.1%)、「安全性が高い」(23.4%)、「おいしい」(22.1%)が上位となっている。男女別に大きな違いは見られないが、「おいしい」でやや女性の割合が高くなっている。年代別では、牛乳同様20代の回答割合が全体的に高い傾向が見られる。
- チーズでは、「品質が良い」(25.9%)、「おいしい」(21.8%)、「安全性が高い」(20.0%)で上位となっている。ポジティブなイメージについては比較的女性の割合が高くなっている。年代別では、30代の回答割合が全体的に低いものとなっている。
- 生クリームでは、「品質が良い」(24.8%)、「安全性が高い」(19.4%)といったポジティブなイメージと並んで、「価格が高い」(19.4%)といったネガティブなイメージも上位にきているが、「特にイメージはない」も26.1%と高い値となっている。全体的には若年層の回答割合が高い傾向が見られる。
- 育児用ミルクでは、「品質が良い」(25.7%)、「安全性が高い」(21.8%)、「価格が高い」(20.5%)が上位となっている。年代別では、全体的に20代の回答割合が高く、30代の回答割合が低くなっている。
- アイスクリームでは、「品質が良い」「おいしい」(共に32.2%)、「価格が高い」(27.3%)が上位となっている。ポジティブなイメージは女性の方が高い傾向にあり、年代別では若年層の回答割合が高い傾向が見られる。

全体		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		合計	444	444	444	444	444
おいしい	回答者数	124	98	97	80	72	143
	%	27.9%	22.1%	21.8%	18.0%	16.2%	32.2%
おいしくない	回答者数	10	11	15	8	14	10
	%	2.3%	2.5%	3.4%	1.8%	3.2%	2.3%
価格が安い	回答者数	14	16	9	4	7	19
	%	3.2%	3.6%	2.0%	0.9%	1.6%	4.3%
価格が高い	回答者数	101	87	85	86	91	121
	%	22.7%	19.6%	19.1%	19.4%	20.5%	27.3%
品質が良い	回答者数	139	129	115	110	114	143
	%	31.3%	29.1%	25.9%	24.8%	25.7%	32.2%
品質が悪い	回答者数	7	7	6	7	4	6
	%	1.6%	1.6%	1.4%	1.6%	0.9%	1.4%
栄養価が高い	回答者数	70	61	49	34	47	31
	%	15.8%	13.7%	11.0%	7.7%	10.6%	7.0%
栄養価が低い	回答者数	11	5	8	7	11	12
	%	2.5%	1.1%	1.8%	1.6%	2.5%	2.7%
安全性が高い	回答者数	112	104	89	86	97	105
	%	25.2%	23.4%	20.0%	19.4%	21.8%	23.6%
安全性が低い	回答者数	13	14	14	14	13	12
	%	2.9%	3.2%	3.2%	3.2%	2.9%	2.7%
身近に購入できる	回答者数	34	30	28	22	21	43
	%	7.7%	6.8%	6.3%	5.0%	4.7%	9.7%
購入できる場所が少ない	回答者数	79	66	53	59	49	42
	%	17.8%	14.9%	11.9%	13.3%	11.0%	9.5%
種類が豊富	回答者数	55	45	41	35	34	74
	%	12.4%	10.1%	9.2%	7.9%	7.7%	16.7%
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	69	72	65	57	65	82
	%	15.5%	16.2%	14.6%	12.8%	14.6%	18.5%
その他	回答者数	0	1	0	1	1	0
	%	0.0%	0.2%	0.0%	0.2%	0.2%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	75	93	102	116	114	55
	%	16.9%	20.9%	23.0%	26.1%	25.7%	12.4%



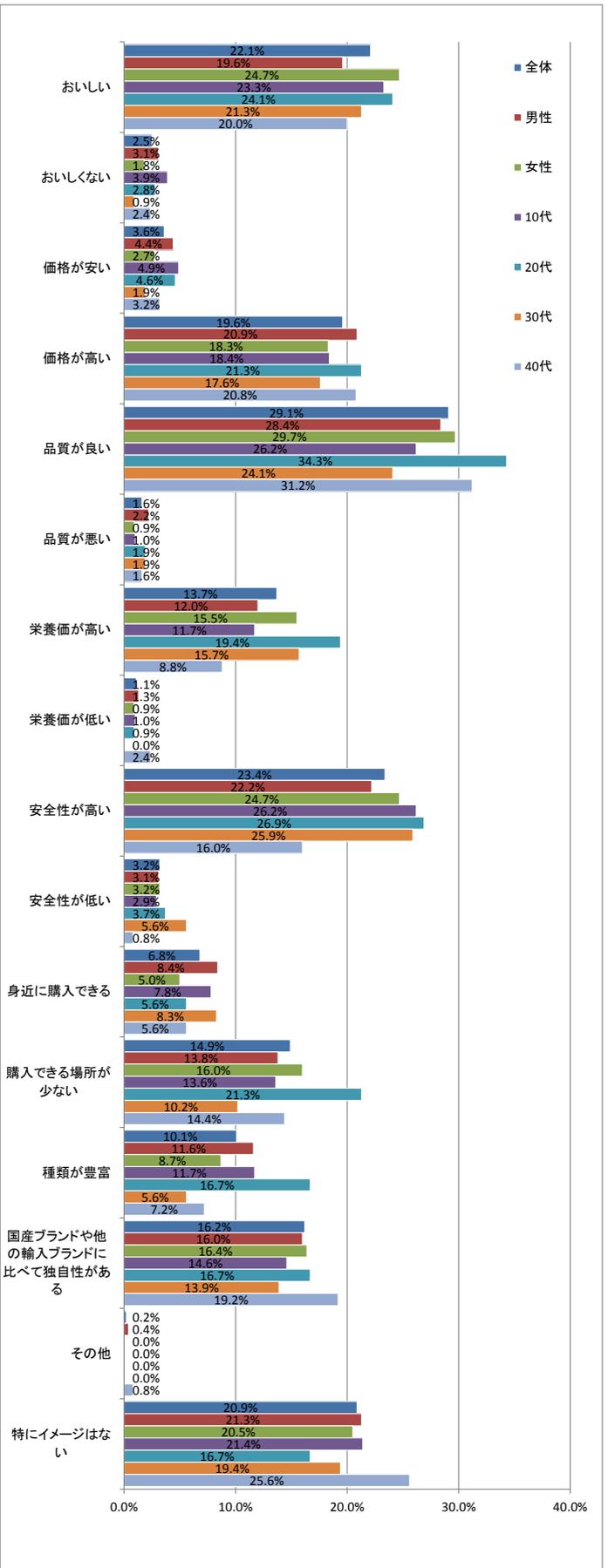
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	124	51	73	29	31	29	35
	%	27.9%	22.7%	33.3%	28.2%	28.7%	26.9%	28.0%
おいしくない	回答者数	10	4	6	4	4	0	2
	%	2.3%	1.8%	2.7%	3.9%	3.7%	0.0%	1.6%
価格が安い	回答者数	14	9	5	2	4	2	6
	%	3.2%	4.0%	2.3%	1.9%	3.7%	1.9%	4.8%
価格が高い	回答者数	101	59	42	23	27	25	26
	%	22.7%	26.2%	19.2%	22.3%	25.0%	23.1%	20.8%
品質が良い	回答者数	139	72	67	30	41	30	38
	%	31.3%	32.0%	30.6%	29.1%	38.0%	27.8%	30.4%
品質が悪い	回答者数	7	4	3	2	1	1	3
	%	1.6%	1.8%	1.4%	1.9%	0.9%	0.9%	2.4%
栄養価が高い	回答者数	70	38	32	16	25	18	11
	%	15.8%	16.9%	14.6%	15.5%	23.1%	16.7%	8.8%
栄養価が低い	回答者数	11	5	6	3	6	0	2
	%	2.5%	2.2%	2.7%	2.9%	5.6%	0.0%	1.6%
安全性が高い	回答者数	112	55	57	29	36	22	25
	%	25.2%	24.4%	26.0%	28.2%	33.3%	20.4%	20.0%
安全性が低い	回答者数	13	5	8	2	3	5	3
	%	2.9%	2.2%	3.7%	1.9%	2.8%	4.6%	2.4%
身近に購入できる	回答者数	34	17	17	7	13	8	6
	%	7.7%	7.6%	7.8%	6.8%	12.0%	7.4%	4.8%
購入できる場所が少ない	回答者数	79	41	38	15	26	15	23
	%	17.8%	18.2%	17.4%	14.6%	24.1%	13.9%	18.4%
種類が豊富	回答者数	55	30	25	14	20	6	15
	%	12.4%	13.3%	11.4%	13.6%	18.5%	5.6%	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	69	34	35	12	20	16	21
	%	15.5%	15.1%	16.0%	11.7%	18.5%	14.8%	16.8%
その他	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%
特にイメージはない	回答者数	75	40	35	17	13	19	26
	%	16.9%	17.8%	16.0%	16.5%	12.0%	17.6%	20.8%

■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い



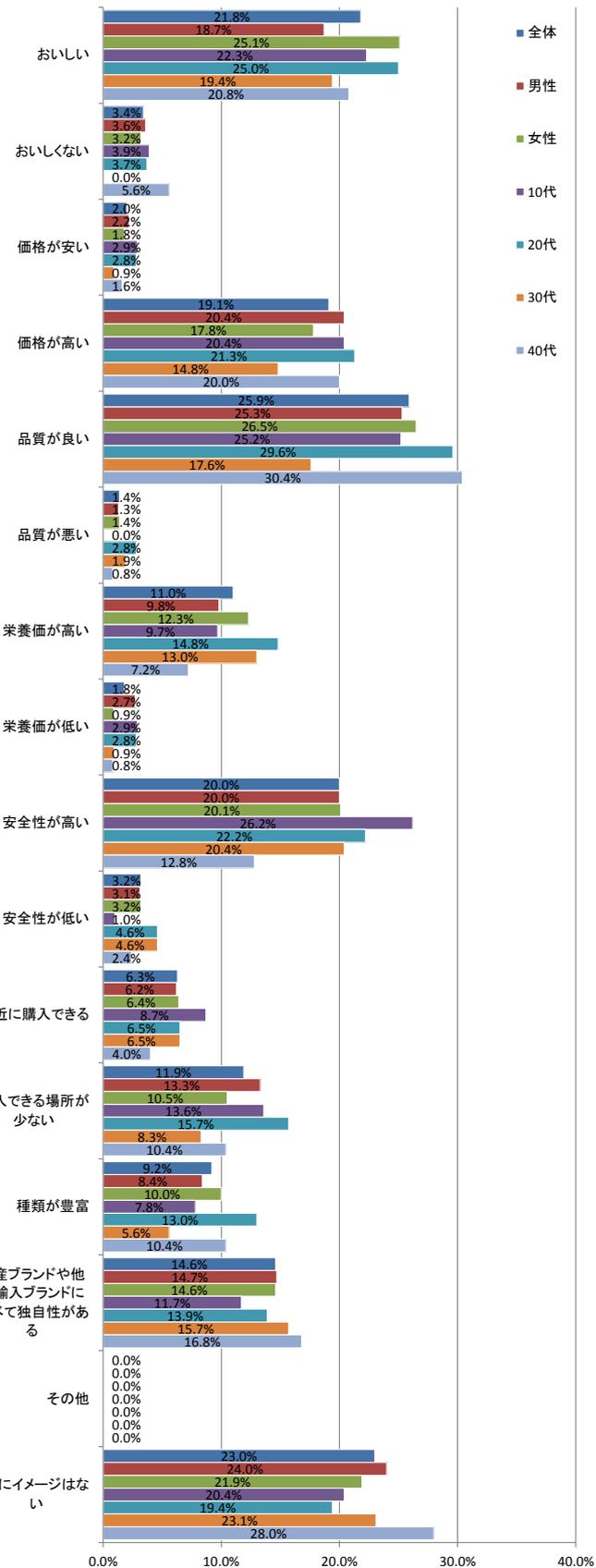
ヨーグルト		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
合計	回答者数	444	225	219	103	108	108	125
おいしい	回答者数	98	44	54	24	26	23	25
	%	22.1%	19.6%	24.7%	23.3%	24.1%	21.3%	20.0%
おいしくない	回答者数	11	7	4	4	3	1	3
	%	2.5%	3.1%	1.8%	3.9%	2.8%	0.9%	2.4%
価格が安い	回答者数	16	10	6	5	5	2	4
	%	3.6%	4.4%	2.7%	4.9%	4.6%	1.9%	3.2%
価格が高い	回答者数	87	47	40	19	23	19	26
	%	19.6%	20.9%	18.3%	18.4%	21.3%	17.6%	20.8%
品質が良い	回答者数	129	64	65	27	37	26	39
	%	29.1%	28.4%	29.7%	26.2%	34.3%	24.1%	31.2%
品質が悪い	回答者数	7	5	2	1	2	2	2
	%	1.6%	2.2%	0.9%	1.0%	1.9%	1.9%	1.6%
栄養価が高い	回答者数	61	27	34	12	21	17	11
	%	13.7%	12.0%	15.5%	11.7%	19.4%	15.7%	8.8%
栄養価が低い	回答者数	5	3	2	1	1	0	3
	%	1.1%	1.3%	0.9%	1.0%	0.9%	0.0%	2.4%
安全性が高い	回答者数	104	50	54	27	29	28	20
	%	23.4%	22.2%	24.7%	26.2%	26.9%	25.9%	16.0%
安全性が低い	回答者数	14	7	7	3	4	6	1
	%	3.2%	3.1%	3.2%	2.9%	3.7%	5.6%	0.8%
身近に購入できる	回答者数	30	19	11	8	6	9	7
	%	6.8%	8.4%	5.0%	7.8%	5.6%	8.3%	5.6%
購入できる場所が少ない	回答者数	66	31	35	14	23	11	18
	%	14.9%	13.8%	16.0%	13.6%	21.3%	10.2%	14.4%
種類が豊富	回答者数	45	26	19	12	18	6	9
	%	10.1%	11.6%	8.7%	11.7%	16.7%	5.6%	7.2%
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	72	36	36	15	18	15	24
	%	16.2%	16.0%	16.4%	14.6%	16.7%	13.9%	19.2%
その他	回答者数	1	1	0	0	0	0	1
	%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
特にイメージはない	回答者数	93	48	45	22	18	21	32
	%	20.9%	21.3%	20.5%	21.4%	16.7%	19.4%	25.6%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



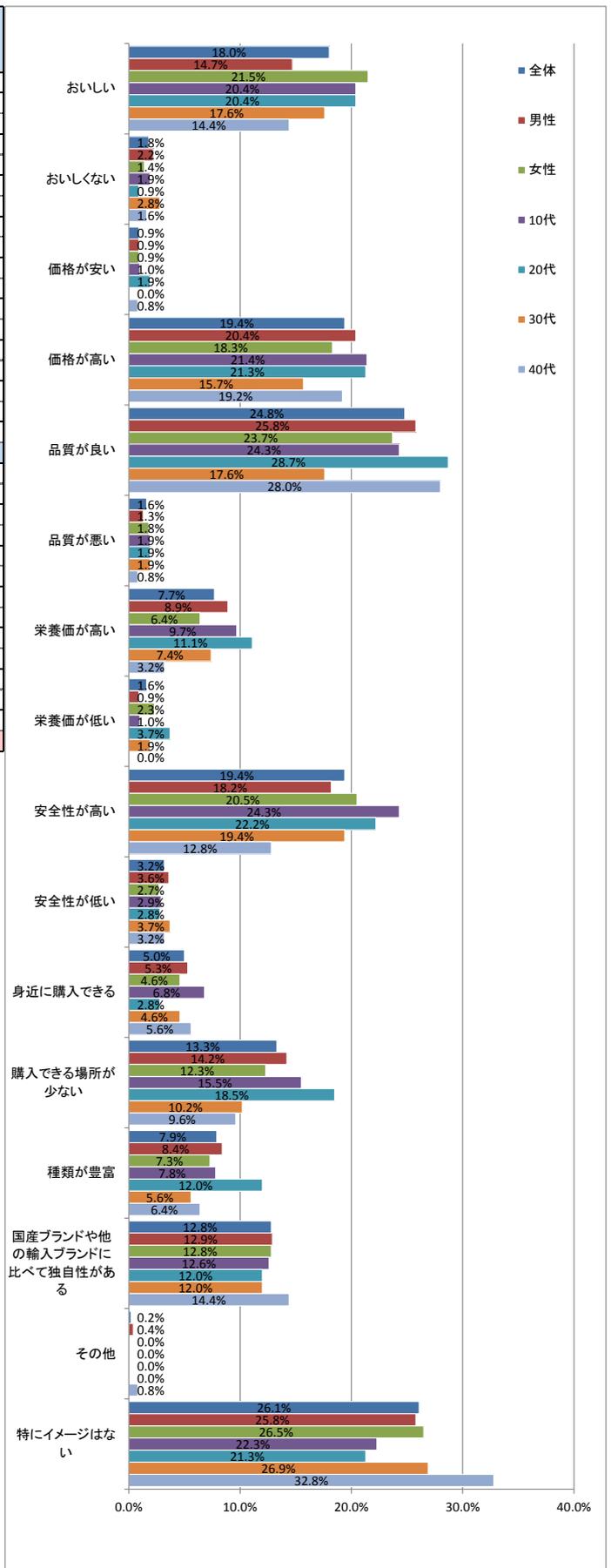
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	97	42	55	23	27	21	26
	%	21.8%	18.7%	25.1%	22.3%	25.0%	19.4%	20.8%
おいしくない	回答者数	15	8	7	4	4	0	7
	%	3.4%	3.6%	3.2%	3.9%	3.7%	0.0%	5.6%
価格が安い	回答者数	9	5	4	3	3	1	2
	%	2.0%	2.2%	1.8%	2.9%	2.8%	0.9%	1.6%
価格が高い	回答者数	85	46	39	21	23	16	25
	%	19.1%	20.4%	17.8%	20.4%	21.3%	14.8%	20.0%
品質が良い	回答者数	115	57	58	26	32	19	38
	%	25.9%	25.3%	26.5%	25.2%	29.6%	17.6%	30.4%
品質が悪い	回答者数	6	3	3	0	3	2	1
	%	1.4%	1.3%	1.4%	0.0%	2.8%	1.9%	0.8%
栄養価が高い	回答者数	49	22	27	10	16	14	9
	%	11.0%	9.8%	12.3%	9.7%	14.8%	13.0%	7.2%
栄養価が低い	回答者数	8	6	2	3	3	1	1
	%	1.8%	2.7%	0.9%	2.9%	2.8%	0.9%	0.8%
安全性が高い	回答者数	89	45	44	27	24	22	16
	%	20.0%	20.0%	20.1%	26.2%	22.2%	20.4%	12.8%
安全性が低い	回答者数	14	7	7	1	5	5	3
	%	3.2%	3.1%	3.2%	1.0%	4.6%	4.6%	2.4%
身近に購入できる	回答者数	28	14	14	9	7	7	5
	%	6.3%	6.2%	6.4%	8.7%	6.5%	6.5%	4.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	53	30	23	14	17	9	13
	%	11.9%	13.3%	10.5%	13.6%	15.7%	8.3%	10.4%
種類が豊富	回答者数	41	19	22	8	14	6	13
	%	9.2%	8.4%	10.0%	7.8%	13.0%	5.6%	10.4%
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	65	33	32	12	15	17	21
	%	14.6%	14.7%	14.6%	11.7%	13.9%	15.7%	16.8%
その他	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%
特にイメージはない	回答者数	102	54	48	21	21	25	35
	%	23.0%	24.0%	21.9%	20.4%	19.4%	23.1%	28.0%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



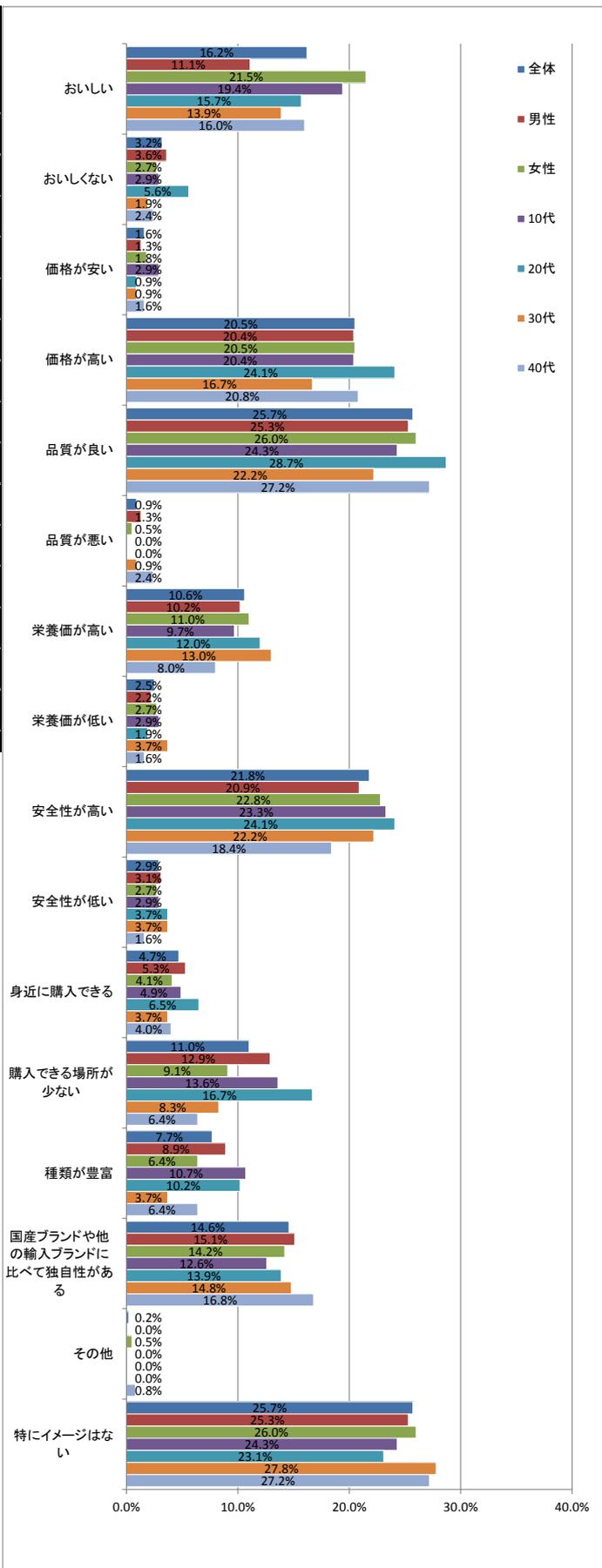
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
合計	回答者数	444	225	219	103	108	108	125
おいしい	回答者数	80	33	47	21	22	19	18
	%	18.0%	14.7%	21.5%	20.4%	20.4%	17.6%	14.4%
おいしくない	回答者数	8	5	3	2	1	3	2
	%	1.8%	2.2%	1.4%	1.9%	0.9%	2.8%	1.6%
価格が安い	回答者数	4	2	2	1	2	0	1
	%	0.9%	0.9%	0.9%	1.0%	1.9%	0.0%	0.8%
価格が高い	回答者数	86	46	40	22	23	17	24
	%	19.4%	20.4%	18.3%	21.4%	21.3%	15.7%	19.2%
品質が良い	回答者数	110	58	52	25	31	19	35
	%	24.8%	25.8%	23.7%	24.3%	28.7%	17.6%	28.0%
品質が悪い	回答者数	7	3	4	2	2	2	1
	%	1.6%	1.3%	1.8%	1.9%	1.9%	1.9%	0.8%
栄養価が高い	回答者数	34	20	14	10	12	8	4
	%	7.7%	8.9%	6.4%	9.7%	11.1%	7.4%	3.2%
栄養価が低い	回答者数	7	2	5	1	4	2	0
	%	1.6%	0.9%	2.3%	1.0%	3.7%	1.9%	0.0%
安全性が高い	回答者数	86	41	45	25	24	21	16
	%	19.4%	18.2%	20.5%	24.3%	22.2%	19.4%	12.8%
安全性が低い	回答者数	14	8	6	3	3	4	4
	%	3.2%	3.6%	2.7%	2.9%	2.8%	3.7%	3.2%
身近に購入できる	回答者数	22	12	10	7	3	5	7
	%	5.0%	5.3%	4.6%	6.8%	2.8%	4.6%	5.6%
購入できる場所が少ない	回答者数	59	32	27	16	20	11	12
	%	13.3%	14.2%	12.3%	15.5%	18.5%	10.2%	9.6%
種類が豊富	回答者数	35	19	16	8	13	6	8
	%	7.9%	8.4%	7.3%	7.8%	12.0%	5.6%	6.4%
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	57	29	28	13	13	13	18
	%	12.8%	12.9%	12.8%	12.6%	12.0%	12.0%	14.4%
その他	回答者数	1	1	0	0	0	0	1
	%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
特にイメージはない	回答者数	116	58	58	23	23	29	41
	%	26.1%	25.8%	26.5%	22.3%	21.3%	26.9%	32.8%

■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上低い



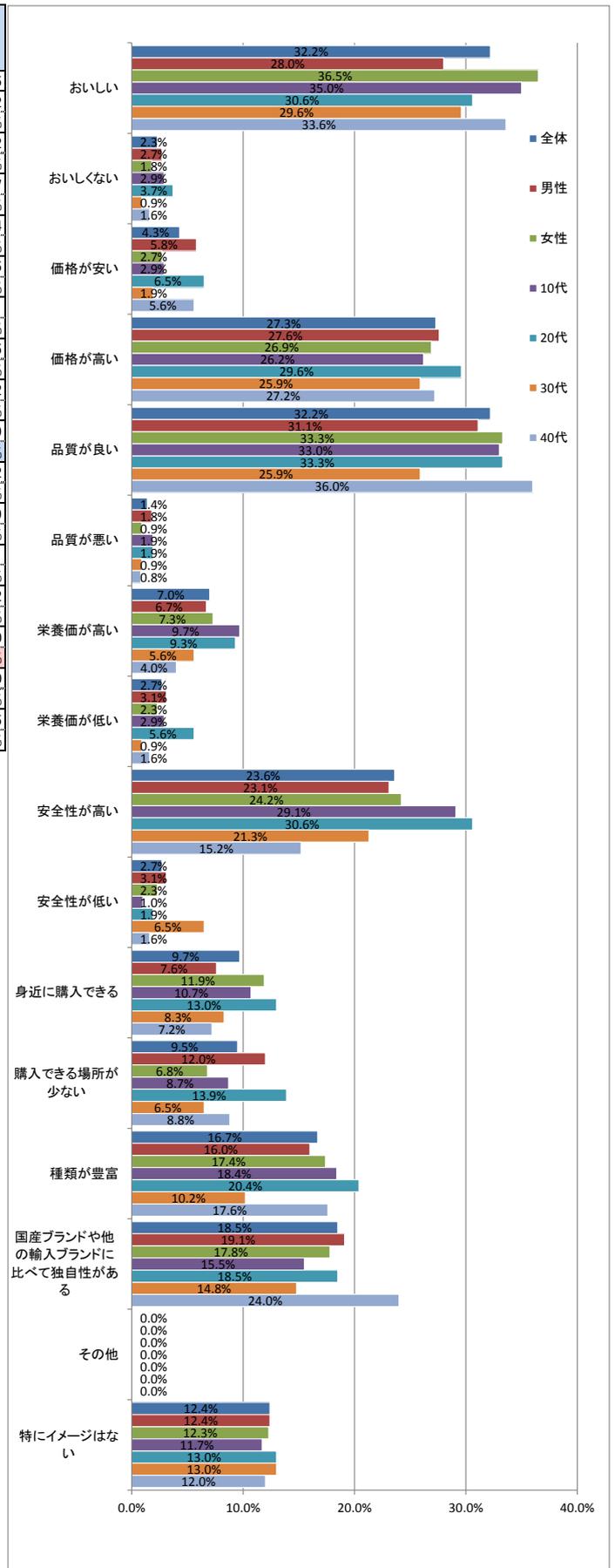
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	72	25	47	20	17	15	20
	%	16.2%	11.1%	21.5%	19.4%	15.7%	13.9%	16.0%
おいしくない	回答者数	14	8	6	3	6	2	3
	%	3.2%	3.6%	2.7%	2.9%	5.6%	1.9%	2.4%
価格が安い	回答者数	7	3	4	3	1	1	2
	%	1.6%	1.3%	1.8%	2.9%	0.9%	0.9%	1.6%
価格が高い	回答者数	91	46	45	21	26	18	26
	%	20.5%	20.4%	20.5%	20.4%	24.1%	16.7%	20.8%
品質が良い	回答者数	114	57	57	25	31	24	34
	%	25.7%	25.3%	26.0%	24.3%	28.7%	22.2%	27.2%
品質が悪い	回答者数	4	3	1	0	0	1	3
	%	0.9%	1.3%	0.5%	0.0%	0.0%	0.9%	2.4%
栄養価が高い	回答者数	47	23	24	10	13	14	10
	%	10.6%	10.2%	11.0%	9.7%	12.0%	13.0%	8.0%
栄養価が低い	回答者数	11	5	6	3	2	4	2
	%	2.5%	2.2%	2.7%	2.9%	1.9%	3.7%	1.6%
安全性が高い	回答者数	97	47	50	24	26	24	23
	%	21.8%	20.9%	22.8%	23.3%	24.1%	22.2%	18.4%
安全性が低い	回答者数	13	7	6	3	4	4	2
	%	2.9%	3.1%	2.7%	2.9%	3.7%	3.7%	1.6%
身近に購入できる	回答者数	21	12	9	5	7	4	5
	%	4.7%	5.3%	4.1%	4.9%	6.5%	3.7%	4.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	49	29	20	14	18	9	8
	%	11.0%	12.9%	9.1%	13.6%	16.7%	8.3%	6.4%
種類が豊富	回答者数	34	20	14	11	11	4	8
	%	7.7%	8.9%	6.4%	10.7%	10.2%	3.7%	6.4%
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	65	34	31	13	15	16	21
	%	14.6%	15.1%	14.2%	12.6%	13.9%	14.8%	16.8%
その他	回答者数	1	0	1	0	0	0	1
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
特にイメージはない	回答者数	114	57	57	25	25	30	34
	%	25.7%	25.3%	26.0%	24.3%	23.1%	27.8%	27.2%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
合計		444	225	219	103	108	108	125
おいしい	回答者数	143	63	80	36	33	32	42
	%	32.2%	28.0%	36.5%	35.0%	30.6%	29.6%	33.6%
おいしくない	回答者数	10	6	4	3	4	1	2
	%	2.3%	2.7%	1.8%	2.9%	3.7%	0.9%	1.6%
価格が安い	回答者数	19	13	6	3	7	2	7
	%	4.3%	5.8%	2.7%	2.9%	6.5%	1.9%	5.6%
価格が高い	回答者数	121	62	59	27	32	28	34
	%	27.3%	27.6%	26.9%	26.2%	29.6%	25.9%	27.2%
品質が良い	回答者数	143	70	73	34	36	28	45
	%	32.2%	31.1%	33.3%	33.0%	33.3%	25.9%	36.0%
品質が悪い	回答者数	6	4	2	2	2	1	1
	%	1.4%	1.8%	0.9%	1.9%	1.9%	0.9%	0.8%
栄養価が高い	回答者数	31	15	16	10	10	6	5
	%	7.0%	6.7%	7.3%	9.7%	9.3%	5.6%	4.0%
栄養価が低い	回答者数	12	7	5	3	6	1	2
	%	2.7%	3.1%	2.3%	2.9%	5.6%	0.9%	1.6%
安全性が高い	回答者数	105	52	53	30	33	23	19
	%	23.6%	23.1%	24.2%	29.1%	30.6%	21.3%	15.2%
安全性が低い	回答者数	12	7	5	1	2	7	2
	%	2.7%	3.1%	2.3%	1.0%	1.9%	6.5%	1.6%
身近に購入できる	回答者数	43	17	26	11	14	9	9
	%	9.7%	7.6%	11.9%	10.7%	13.0%	8.3%	7.2%
購入できる場所が少ない	回答者数	42	27	15	9	15	7	11
	%	9.5%	12.0%	6.8%	8.7%	13.9%	6.5%	8.8%
種類が豊富	回答者数	74	36	38	19	22	11	22
	%	16.7%	16.0%	17.4%	18.4%	20.4%	10.2%	17.6%
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	82	43	39	16	20	16	30
	%	18.5%	19.1%	17.8%	15.5%	18.5%	14.8%	24.0%
その他	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%
特にイメージはない	回答者数	55	28	27	12	14	14	15
	%	12.4%	12.4%	12.3%	11.7%	13.0%	13.0%	12.0%

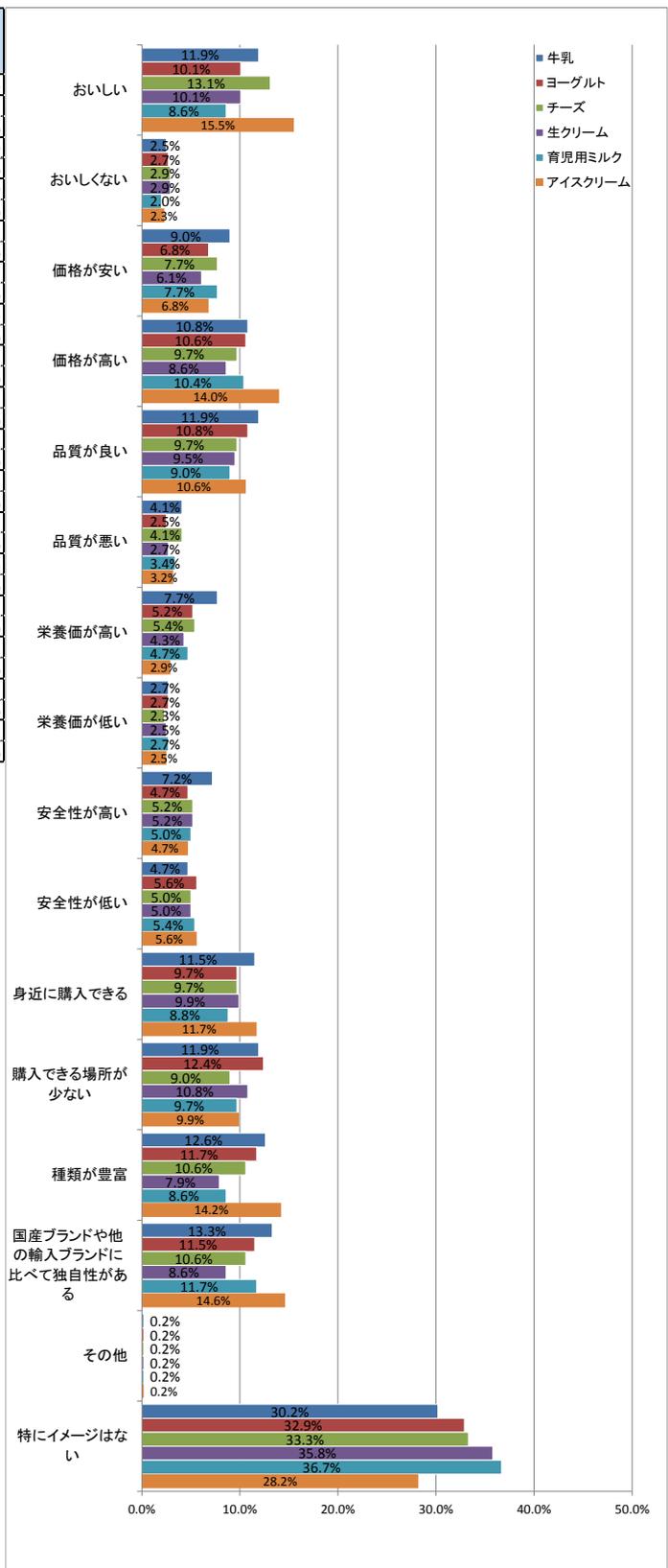
= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



15. 日本産以外の牛乳乳製品に対するイメージ

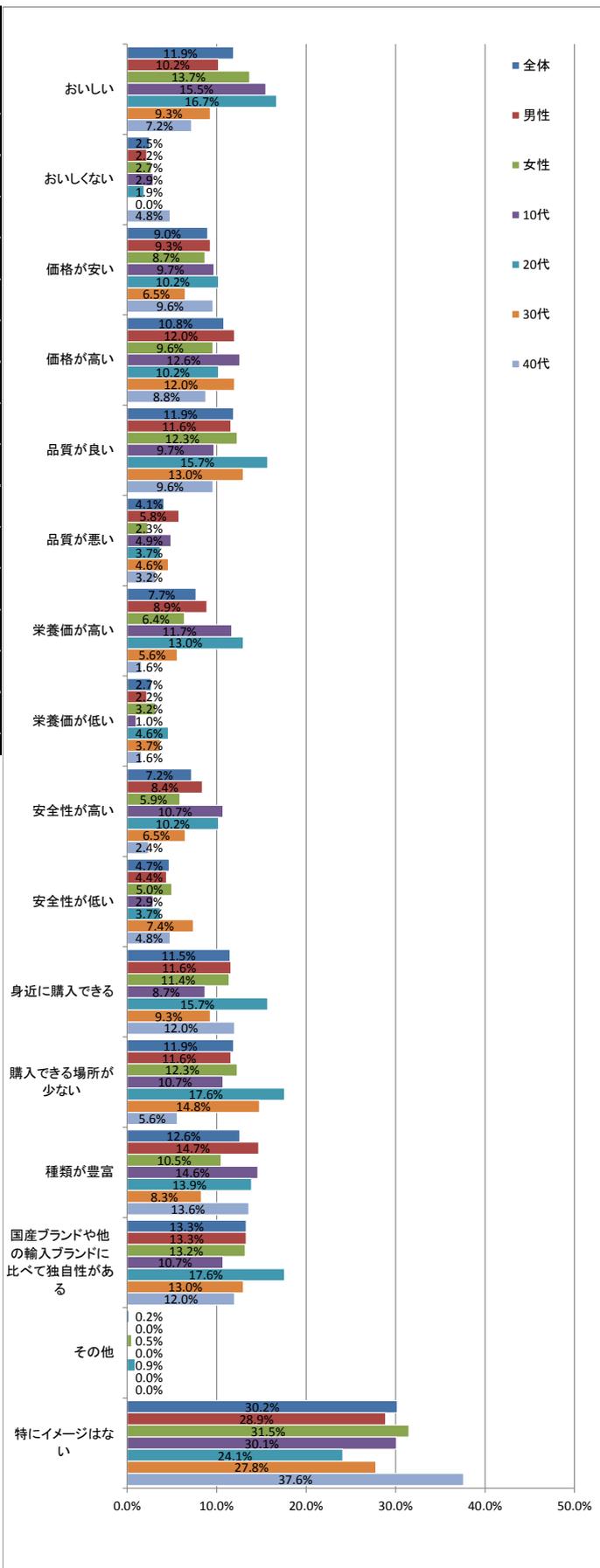
- 全てのカテゴリーにおいて全体的に回答割合が低く、上位の項目でも10%強となっている。「特にイメージはない」が3割強で、日本産以外の牛乳乳製品については、特別にイメージを抱いていないことが窺える。
- 牛乳では「国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある」(13.3%)、「種類が豊富」(12.6%)、「おいしい」「品質が良い」「購入できる場所が少ない」(共に11.9%)が上位となっている。全体的に若年層の回答割合が高く、年齢が高い層で低い傾向が見られる。
- ヨーグルトでは、「購入できる場所が少ない」(12.4%)、「種類が豊富」(11.7%)、「国産ブランドや他の輸入ブランドに比べて独自性がある」(11.5%)と、味や品質以外の項目が上位に来ている。年代別では全体的に20代の回答割合が高くなっている。
- チーズにおいては、「おいしい」が13.1%で最も高く、「種類が豊富」「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」(共に10.6%)が続いているが、その他の項目は全て10%を割っている。「おいしい」については20代の回答割合が18.5%と高い。
- 生クリームにおいても、10%を超えているのは「購入できる場所が少ない」(10.8%)、「おいしい」(10.1%)の2項目のみとなっている。割合は低いものの、ポジティブなイメージについては比較的女性の回答割合が高い傾向にある。
- 育児用ミルクでは、「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」(11.7%)、「価格が高い」(10.4%)が上位で、「特にイメージはない」が36.7%と他のカテゴリーよりも高い傾向にある。全体的に20代の回答割合が他の年代よりもやや高い傾向が見られる。
- アイスcreamは他のカテゴリーと比較すると、回答割合が高い傾向にあり、「おいしい」(15.5%)、「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」(14.6%)、「種類が豊富」(14.2%)が上位となっている。ポジティブなイメージは男性よりも女性の方が高く、年代別では若年層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	育児用ミルク	アイスクリ
		ーム	リーム	リーム	リーム	リーム	リーム
	合計	444	444	444	444	444	444
おいしい	回答者数	53	45	58	45	38	69
	%	11.9%	10.1%	13.1%	10.1%	8.6%	15.5%
おいしくない	回答者数	11	12	13	13	9	10
	%	2.5%	2.7%	2.9%	2.9%	2.0%	2.3%
価格が安い	回答者数	40	30	34	27	34	30
	%	9.0%	6.8%	7.7%	6.1%	7.7%	6.8%
価格が高い	回答者数	48	47	43	38	46	62
	%	10.8%	10.6%	9.7%	8.6%	10.4%	14.0%
品質が良い	回答者数	53	48	43	42	40	47
	%	11.9%	10.8%	9.7%	9.5%	9.0%	10.6%
品質が悪い	回答者数	18	11	18	12	15	14
	%	4.1%	2.5%	4.1%	2.7%	3.4%	3.2%
栄養価が高い	回答者数	34	23	24	19	21	13
	%	7.7%	5.2%	5.4%	4.3%	4.7%	2.9%
栄養価が低い	回答者数	12	12	10	11	12	11
	%	2.7%	2.7%	2.3%	2.5%	2.7%	2.5%
安全性が高い	回答者数	32	21	23	23	22	21
	%	7.2%	4.7%	5.2%	5.2%	5.0%	4.7%
安全性が低い	回答者数	21	25	22	22	24	25
	%	4.7%	5.6%	5.0%	5.0%	5.4%	5.6%
身近に購入できる	回答者数	51	43	43	44	39	52
	%	11.5%	9.7%	9.7%	9.9%	8.8%	11.7%
購入できる場所が少ない	回答者数	53	55	40	48	43	44
	%	11.9%	12.4%	9.0%	10.8%	9.7%	9.9%
種類が豊富	回答者数	56	52	47	35	38	63
	%	12.6%	11.7%	10.6%	7.9%	8.6%	14.2%
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	59	51	47	38	52	65
	%	13.3%	11.5%	10.6%	8.6%	11.7%	14.6%
その他	回答者数	1	1	1	1	1	1
	%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%
特にイメージはない	回答者数	134	146	148	159	163	125
	%	30.2%	32.9%	33.3%	35.8%	36.7%	28.2%



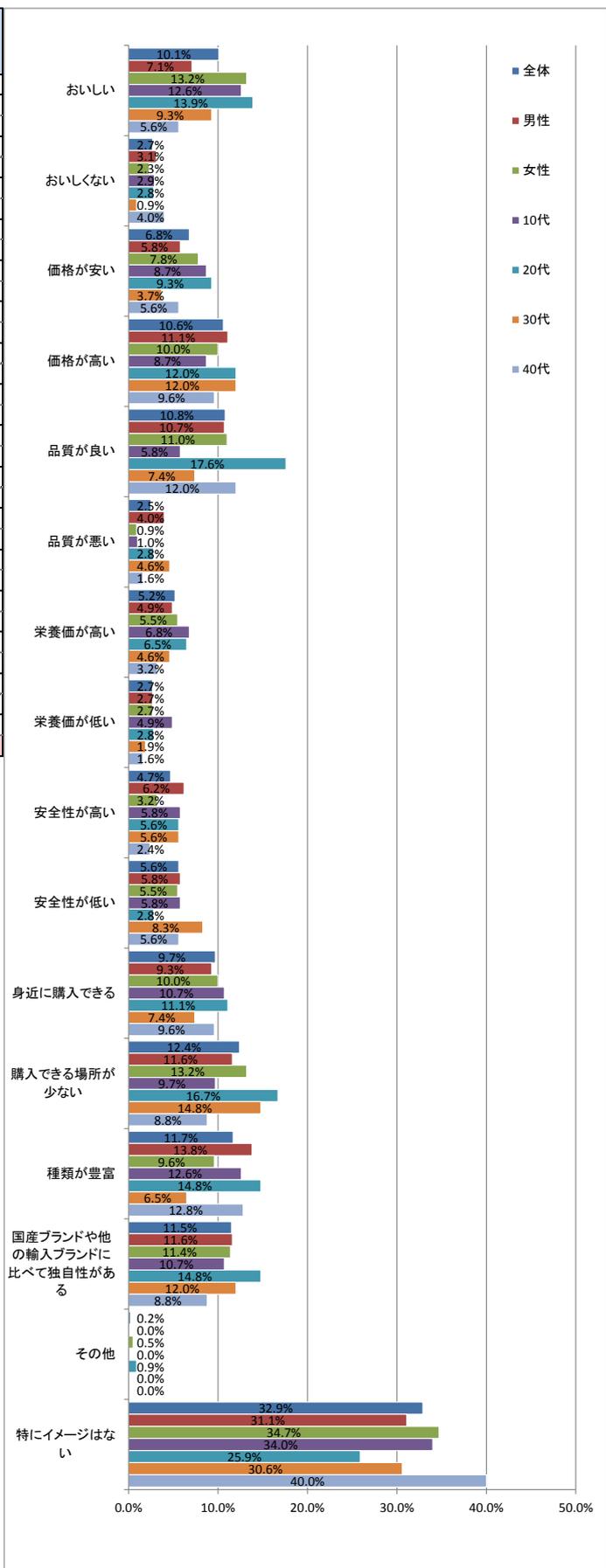
牛乳		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	53	23	30	16	18	10	9
	%	11.9%	10.2%	13.7%	15.5%	16.7%	9.3%	7.2%
おいしくない	回答者数	11	5	6	3	2	0	6
	%	2.5%	2.2%	2.7%	2.9%	1.9%	0.0%	4.8%
価格が安い	回答者数	40	21	19	10	11	7	12
	%	9.0%	9.3%	8.7%	9.7%	10.2%	6.5%	9.6%
価格が高い	回答者数	48	27	21	13	11	13	11
	%	10.8%	12.0%	9.6%	12.6%	10.2%	12.0%	8.8%
品質が良い	回答者数	53	26	27	10	17	14	12
	%	11.9%	11.6%	12.3%	9.7%	15.7%	13.0%	9.6%
品質が悪い	回答者数	18	13	5	5	4	5	4
	%	4.1%	5.8%	2.3%	4.9%	3.7%	4.6%	3.2%
栄養価が高い	回答者数	34	20	14	12	14	6	2
	%	7.7%	8.9%	6.4%	11.7%	13.0%	5.6%	1.6%
栄養価が低い	回答者数	12	5	7	1	5	4	2
	%	2.7%	2.2%	3.2%	1.0%	4.6%	3.7%	1.6%
安全性が高い	回答者数	32	19	13	11	11	7	3
	%	7.2%	8.4%	5.9%	10.7%	10.2%	6.5%	2.4%
安全性が低い	回答者数	21	10	11	3	4	8	6
	%	4.7%	4.4%	5.0%	2.9%	3.7%	7.4%	4.8%
身近に購入できる	回答者数	51	26	25	9	17	10	15
	%	11.5%	11.6%	11.4%	8.7%	15.7%	9.3%	12.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	53	26	27	11	19	16	7
	%	11.9%	11.6%	12.3%	10.7%	17.6%	14.8%	5.6%
種類が豊富	回答者数	56	33	23	15	15	9	17
	%	12.6%	14.7%	10.5%	14.6%	13.9%	8.3%	13.6%
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	59	30	29	11	19	14	15
	%	13.3%	13.3%	13.2%	10.7%	17.6%	13.0%	12.0%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	134	65	69	31	26	30	47
	%	30.2%	28.9%	31.5%	30.1%	24.1%	27.8%	37.6%

= 全体より10ポイント以上高い
= 全体より5ポイント以上高い
= 全体より10ポイント以上低い
= 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
	合計	444	225	219	103	108	108	125
おいしい	回答者数	45	16	29	13	15	10	7
	%	10.1%	7.1%	13.2%	12.6%	13.9%	9.3%	5.6%
おいしくない	回答者数	12	7	5	3	3	1	5
	%	2.7%	3.1%	2.3%	2.9%	2.8%	0.9%	4.0%
価格が安い	回答者数	30	13	17	9	10	4	7
	%	6.8%	5.8%	7.8%	8.7%	9.3%	3.7%	5.6%
価格が高い	回答者数	47	25	22	9	13	13	12
	%	10.6%	11.1%	10.0%	8.7%	12.0%	12.0%	9.6%
品質が良い	回答者数	48	24	24	6	19	8	15
	%	10.8%	10.7%	11.0%	5.8%	17.6%	7.4%	12.0%
品質が悪い	回答者数	11	9	2	1	3	5	2
	%	2.5%	4.0%	0.9%	1.0%	2.8%	4.6%	1.6%
栄養価が高い	回答者数	23	11	12	7	7	5	4
	%	5.2%	4.9%	5.5%	6.8%	6.5%	4.6%	3.2%
栄養価が低い	回答者数	12	6	6	5	3	2	2
	%	2.7%	2.7%	2.7%	4.9%	2.8%	1.9%	1.6%
安全性が高い	回答者数	21	14	7	6	6	6	3
	%	4.7%	6.2%	3.2%	5.8%	5.6%	5.6%	2.4%
安全性が低い	回答者数	25	13	12	6	3	9	7
	%	5.6%	5.8%	5.5%	5.8%	2.8%	8.3%	5.6%
身近に購入できる	回答者数	43	21	22	11	12	8	12
	%	9.7%	9.3%	10.0%	10.7%	11.1%	7.4%	9.6%
購入できる場所が少ない	回答者数	55	26	29	10	18	16	11
	%	12.4%	11.6%	13.2%	9.7%	16.7%	14.8%	8.8%
種類が豊富	回答者数	52	31	21	13	16	7	16
	%	11.7%	13.8%	9.6%	12.6%	14.8%	6.5%	12.8%
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	51	26	25	11	16	13	11
	%	11.5%	11.6%	11.4%	10.7%	14.8%	12.0%	8.8%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	146	70	76	35	28	33	50
	%	32.9%	31.1%	34.7%	34.0%	25.9%	30.6%	40.0%

 = 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



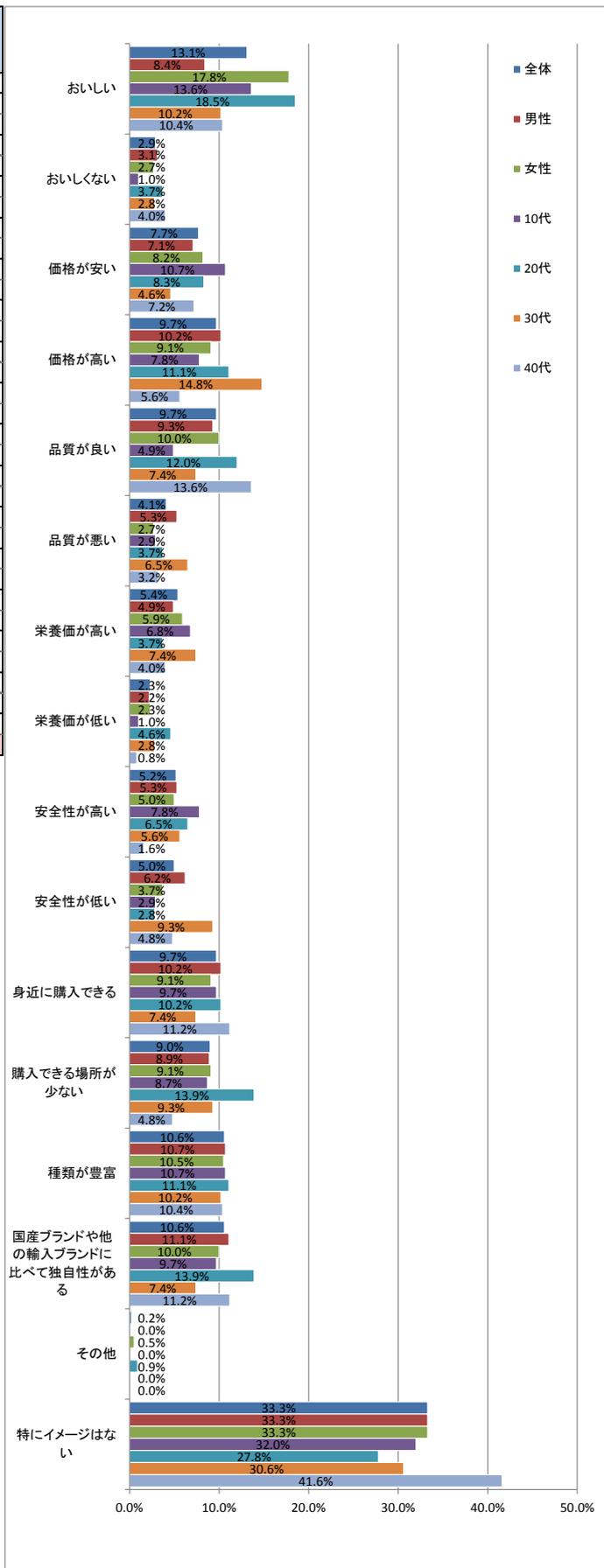
チーズ		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	58	19	39	14	20	11	13
	%	13.1%	8.4%	17.8%	13.6%	18.5%	10.2%	10.4%
おいしくない	回答者数	13	7	6	1	4	3	5
	%	2.9%	3.1%	2.7%	1.0%	3.7%	2.8%	4.0%
価格が安い	回答者数	34	16	18	11	9	5	9
	%	7.7%	7.1%	8.2%	10.7%	8.3%	4.6%	7.2%
価格が高い	回答者数	43	23	20	8	12	16	7
	%	9.7%	10.2%	9.1%	7.8%	11.1%	14.8%	5.6%
品質が良い	回答者数	43	21	22	5	13	8	17
	%	9.7%	9.3%	10.0%	4.9%	12.0%	7.4%	13.6%
品質が悪い	回答者数	18	12	6	3	4	7	4
	%	4.1%	5.3%	2.7%	2.9%	3.7%	6.5%	3.2%
栄養価が高い	回答者数	24	11	13	7	4	8	5
	%	5.4%	4.9%	5.9%	6.8%	3.7%	7.4%	4.0%
栄養価が低い	回答者数	10	5	5	1	5	3	1
	%	2.3%	2.2%	2.3%	1.0%	4.6%	2.8%	0.8%
安全性が高い	回答者数	23	12	11	8	7	6	2
	%	5.2%	5.3%	5.0%	7.8%	6.5%	5.6%	1.6%
安全性が低い	回答者数	22	14	8	3	3	10	6
	%	5.0%	6.2%	3.7%	2.9%	2.8%	9.3%	4.8%
身近に購入できる	回答者数	43	23	20	10	11	8	14
	%	9.7%	10.2%	9.1%	9.7%	10.2%	7.4%	11.2%
購入できる場所が少ない	回答者数	40	20	20	9	15	10	6
	%	9.0%	8.9%	9.1%	8.7%	13.9%	9.3%	4.8%
種類が豊富	回答者数	47	24	23	11	12	11	13
	%	10.6%	10.7%	10.5%	10.7%	11.1%	10.2%	10.4%
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	47	25	22	10	15	8	14
	%	10.6%	11.1%	10.0%	9.7%	13.9%	7.4%	11.2%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	148	75	73	33	30	33	52
	%	33.3%	33.3%	33.3%	32.0%	27.8%	30.6%	41.6%

= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より5ポイント以上高い

= 全体より10ポイント以上低い

= 全体より5ポイント以上低い



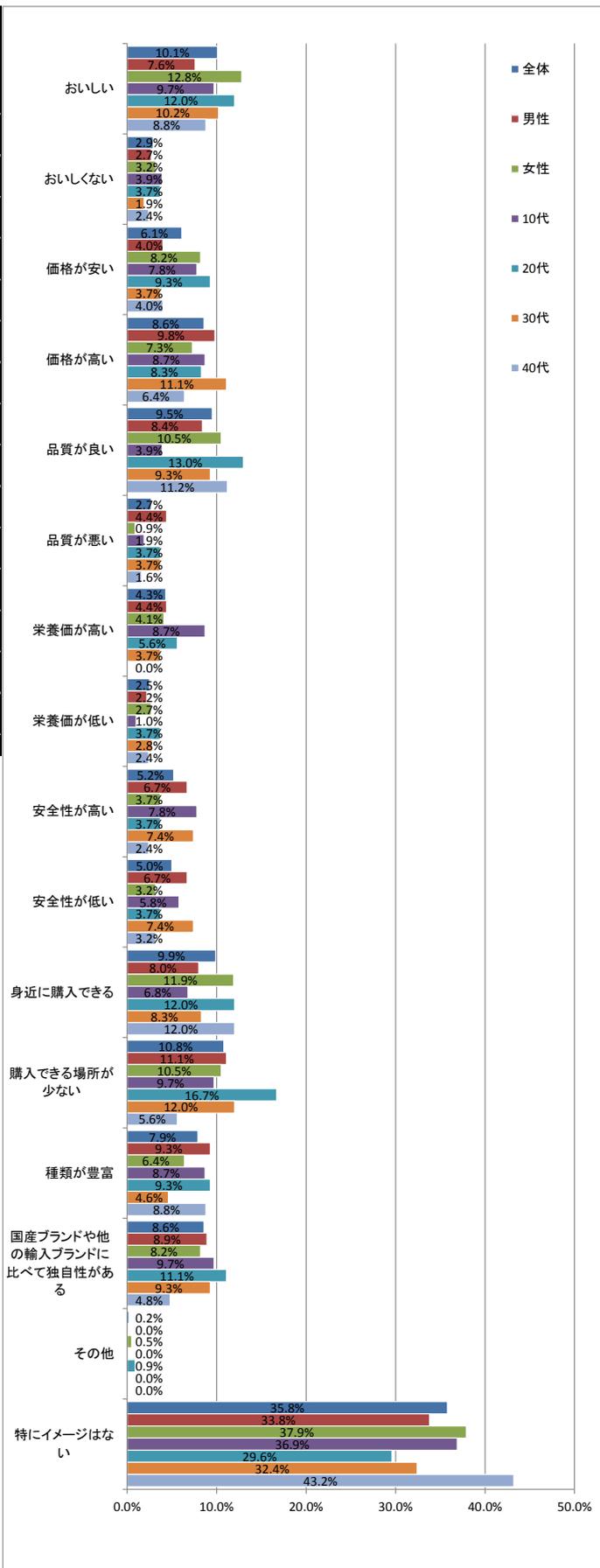
生クリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	45	17	28	10	13	11	11
	%	10.1%	7.6%	12.8%	9.7%	12.0%	10.2%	8.8%
おいしくない	回答者数	13	6	7	4	4	2	3
	%	2.9%	2.7%	3.2%	3.9%	3.7%	1.9%	2.4%
価格が安い	回答者数	27	9	18	8	10	4	5
	%	6.1%	4.0%	8.2%	7.8%	9.3%	3.7%	4.0%
価格が高い	回答者数	38	22	16	9	9	12	8
	%	8.6%	9.8%	7.3%	8.7%	8.3%	11.1%	6.4%
品質が良い	回答者数	42	19	23	4	14	10	14
	%	9.5%	8.4%	10.5%	3.9%	13.0%	9.3%	11.2%
品質が悪い	回答者数	12	10	2	2	4	4	2
	%	2.7%	4.4%	0.9%	1.9%	3.7%	3.7%	1.6%
栄養価が高い	回答者数	19	10	9	9	6	4	0
	%	4.3%	4.4%	4.1%	8.7%	5.6%	3.7%	0.0%
栄養価が低い	回答者数	11	5	6	1	4	3	3
	%	2.5%	2.2%	2.7%	1.0%	3.7%	2.8%	2.4%
安全性が高い	回答者数	23	15	8	8	4	8	3
	%	5.2%	6.7%	3.7%	7.8%	3.7%	7.4%	2.4%
安全性が低い	回答者数	22	15	7	6	4	8	4
	%	5.0%	6.7%	3.2%	5.8%	3.7%	7.4%	3.2%
身近に購入できる	回答者数	44	18	26	7	13	9	15
	%	9.9%	8.0%	11.9%	6.8%	12.0%	8.3%	12.0%
購入できる場所が少ない	回答者数	48	25	23	10	18	13	7
	%	10.8%	11.1%	10.5%	9.7%	16.7%	12.0%	5.6%
種類が豊富	回答者数	35	21	14	9	10	5	11
	%	7.9%	9.3%	6.4%	8.7%	9.3%	4.6%	8.8%
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	38	20	18	10	12	10	6
	%	8.6%	8.9%	8.2%	9.7%	11.1%	9.3%	4.8%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	159	76	83	38	32	35	54
	%	35.8%	33.8%	37.9%	36.9%	29.6%	32.4%	43.2%

= 全体より10ポイント以上高い

= 全体より5ポイント以上高い

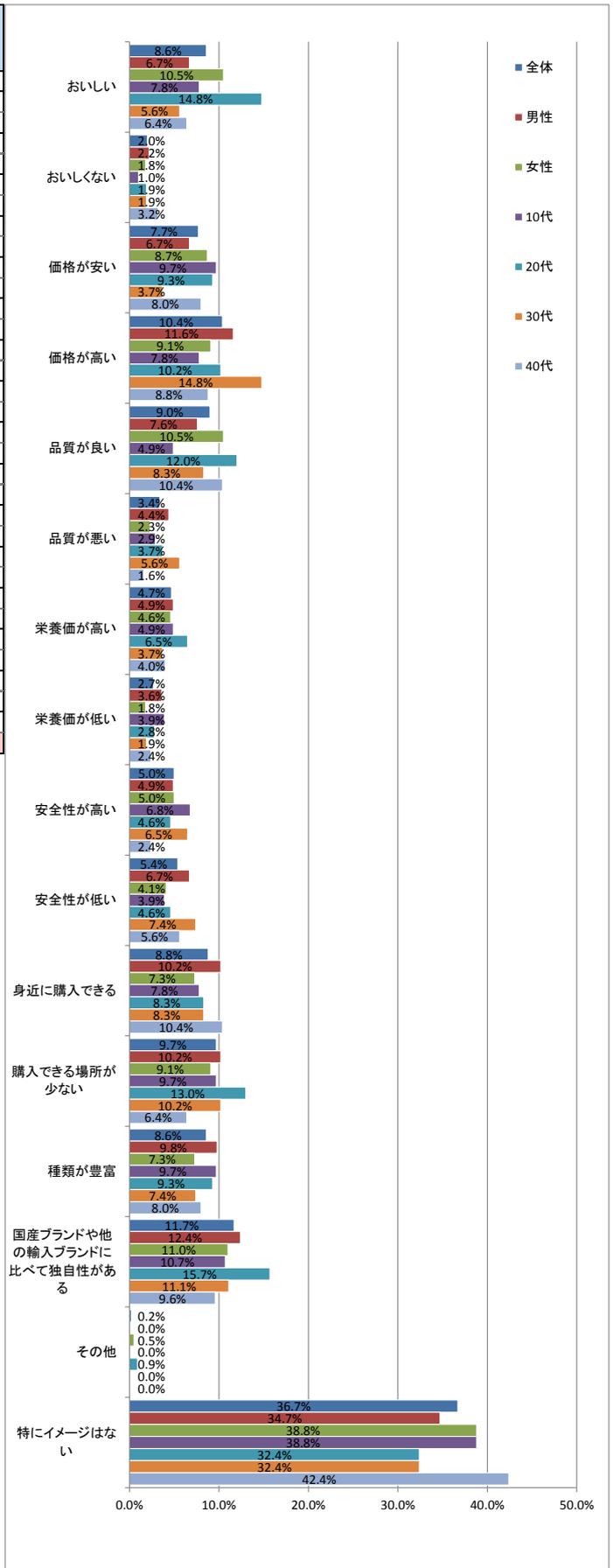
= 全体より10ポイント以上低い

= 全体より5ポイント以上低い



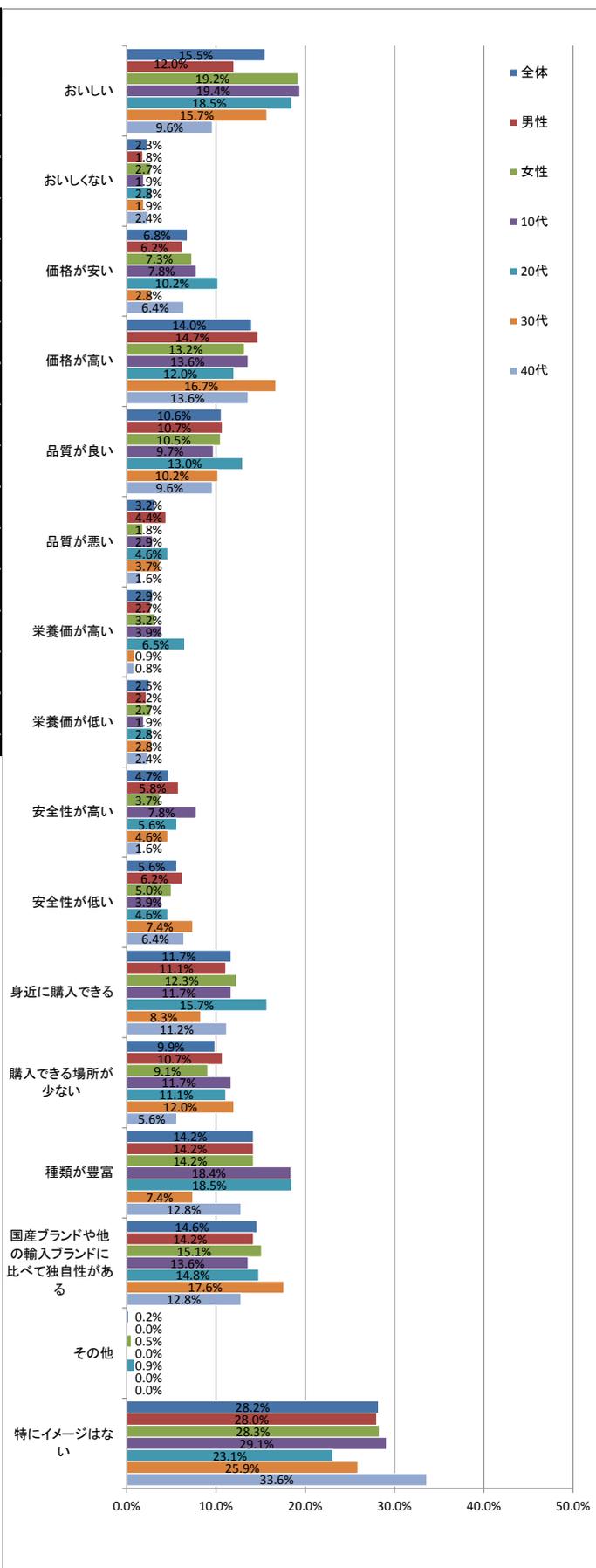
育児用ミルク		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	38	15	23	8	16	6	8
	%	8.6%	6.7%	10.5%	7.8%	14.8%	5.6%	6.4%
おいしくない	回答者数	9	5	4	1	2	2	4
	%	2.0%	2.2%	1.8%	1.0%	1.9%	1.9%	3.2%
価格が安い	回答者数	34	15	19	10	10	4	10
	%	7.7%	6.7%	8.7%	9.7%	9.3%	3.7%	8.0%
価格が高い	回答者数	46	26	20	8	11	16	11
	%	10.4%	11.6%	9.1%	7.8%	10.2%	14.8%	8.8%
品質が良い	回答者数	40	17	23	5	13	9	13
	%	9.0%	7.6%	10.5%	4.9%	12.0%	8.3%	10.4%
品質が悪い	回答者数	15	10	5	3	4	6	2
	%	3.4%	4.4%	2.3%	2.9%	3.7%	5.6%	1.6%
栄養価が高い	回答者数	21	11	10	5	7	4	5
	%	4.7%	4.9%	4.6%	4.9%	6.5%	3.7%	4.0%
栄養価が低い	回答者数	12	8	4	4	3	2	3
	%	2.7%	3.6%	1.8%	3.9%	2.8%	1.9%	2.4%
安全性が高い	回答者数	22	11	11	7	5	7	3
	%	5.0%	4.9%	5.0%	6.8%	4.6%	6.5%	2.4%
安全性が低い	回答者数	24	15	9	4	5	8	7
	%	5.4%	6.7%	4.1%	3.9%	4.6%	7.4%	5.6%
身近に購入できる	回答者数	39	23	16	8	9	9	13
	%	8.8%	10.2%	7.3%	7.8%	8.3%	8.3%	10.4%
購入できる場所が少ない	回答者数	43	23	20	10	14	11	8
	%	9.7%	10.2%	9.1%	9.7%	13.0%	10.2%	6.4%
種類が豊富	回答者数	38	22	16	10	10	8	10
	%	8.6%	9.8%	7.3%	9.7%	9.3%	7.4%	8.0%
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	52	28	24	11	17	12	12
	%	11.7%	12.4%	11.0%	10.7%	15.7%	11.1%	9.6%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	163	78	85	40	35	35	53
	%	36.7%	34.7%	38.8%	38.8%	32.4%	32.4%	42.4%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



アイスクリーム		全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代
		合計	444	225	219	103	108	108
おいしい	回答者数	69	27	42	20	20	17	12
	%	15.5%	12.0%	19.2%	19.4%	18.5%	15.7%	9.6%
おいしくない	回答者数	10	4	6	2	3	2	3
	%	2.3%	1.8%	2.7%	1.9%	2.8%	1.9%	2.4%
価格が安い	回答者数	30	14	16	8	11	3	8
	%	6.8%	6.2%	7.3%	7.8%	10.2%	2.8%	6.4%
価格が高い	回答者数	62	33	29	14	13	18	17
	%	14.0%	14.7%	13.2%	13.6%	12.0%	16.7%	13.6%
品質が良い	回答者数	47	24	23	10	14	11	12
	%	10.6%	10.7%	10.5%	9.7%	13.0%	10.2%	9.6%
品質が悪い	回答者数	14	10	4	3	5	4	2
	%	3.2%	4.4%	1.8%	2.9%	4.6%	3.7%	1.6%
栄養価が高い	回答者数	13	6	7	4	7	1	1
	%	2.9%	2.7%	3.2%	3.9%	6.5%	0.9%	0.8%
栄養価が低い	回答者数	11	5	6	2	3	3	3
	%	2.5%	2.2%	2.7%	1.9%	2.8%	2.8%	2.4%
安全性が高い	回答者数	21	13	8	8	6	5	2
	%	4.7%	5.8%	3.7%	7.8%	5.6%	4.6%	1.6%
安全性が低い	回答者数	25	14	11	4	5	8	8
	%	5.6%	6.2%	5.0%	3.9%	4.6%	7.4%	6.4%
身近に購入できる	回答者数	52	25	27	12	17	9	14
	%	11.7%	11.1%	12.3%	11.7%	15.7%	8.3%	11.2%
購入できる場所が少ない	回答者数	44	24	20	12	12	13	7
	%	9.9%	10.7%	9.1%	11.7%	11.1%	12.0%	5.6%
種類が豊富	回答者数	63	32	31	19	20	8	16
	%	14.2%	14.2%	14.2%	18.4%	18.5%	7.4%	12.8%
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	65	32	33	14	16	19	16
	%	14.6%	14.2%	15.1%	13.6%	14.8%	17.6%	12.8%
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0
	%	0.2%	0.0%	0.5%	0.0%	0.9%	0.0%	0.0%
特にイメージはない	回答者数	125	63	62	30	25	28	42
	%	28.2%	28.0%	28.3%	29.1%	23.1%	25.9%	33.6%

= 全体より10ポイント以上高い
 = 全体より5ポイント以上高い
 = 全体より10ポイント以上低い
 = 全体より5ポイント以上低い



16. 日本産牛乳乳製品と

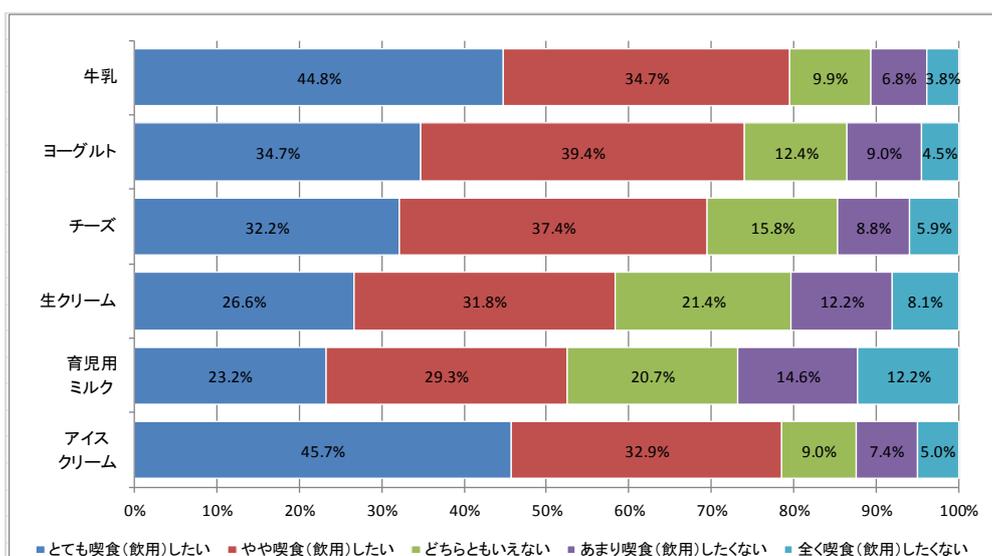
日本産以外の牛乳乳製品のイメージの違い

- 前問の日本産牛乳乳製品のイメージと日本産以外の牛乳乳製品のイメージを比較した結果、
- 「おいしい」「品質が良い」「栄養価が高い」「安全性が高い」といったポジティブなイメージについては、総じて日本産牛乳乳製品の方が高いものとなっている。
- ネガティブな項目については大きな違いはないものの、「価格が高い」については日本産牛乳乳製品の割合が高くなっている。
- 「購入できる場所が少ない」「身近に購入できる」といった点も、日本産以外の牛乳乳製品の方がややポジティブ結果となっていることから、価格以外のポジティブなイメージをいかに活かしていくかが輸入拡大のポイントとなると思われる。

全体	(n=444)	牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	育児用ミルク	アイスクリーム
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
おいしい	日本産	27.9	22.1	21.8	18.0	16.2	32.2
	日本産以外	11.9	10.1	13.1	10.1	8.6	15.5
おいしくない	日本産	2.3	2.5	3.4	1.8	3.2	2.3
	日本産以外	2.5	2.7	2.9	2.9	2.0	2.3
価格が安い	日本産	3.2	3.6	2.0	0.9	1.6	4.3
	日本産以外	9.0	6.8	7.7	6.1	7.7	6.8
価格が高い	日本産	22.7	19.6	19.1	19.4	20.5	27.3
	日本産以外	10.8	10.6	9.7	8.6	10.4	14.0
品質が良い	日本産	31.3	29.1	25.9	24.8	25.7	32.2
	日本産以外	11.9	10.8	9.7	9.5	9.0	10.6
品質が悪い	日本産	1.6	1.6	1.4	1.6	0.9	1.4
	日本産以外	4.1	2.5	4.1	2.7	3.4	3.2
栄養価が高い	日本産	15.8	13.7	11.0	7.7	10.6	7.0
	日本産以外	7.7	5.2	5.4	4.3	4.7	2.9
栄養価が低い	日本産	2.5	1.1	1.8	1.6	2.5	2.7
	日本産以外	2.7	2.7	2.3	2.5	2.7	2.5
安全性が高い	日本産	25.2	23.4	20.0	19.4	21.8	23.6
	日本産以外	7.2	4.7	5.2	5.2	5.0	4.7
安全性が低い	日本産	2.9	3.2	3.2	3.2	2.9	2.7
	日本産以外	4.7	5.6	5.0	5.0	5.4	5.6
身近に購入できる	日本産	7.7	6.8	6.3	5.0	4.7	9.7
	日本産以外	11.5	9.7	9.7	9.9	8.8	11.7
購入できる場所が少ない	日本産	17.8	14.9	11.9	13.3	11	9.5
	日本産以外	11.9	12.4	9.0	10.8	9.7	9.9
種類が豊富	日本産	12.4	10.1	9.2	7.9	7.7	16.7
	日本産以外	12.6	11.7	10.6	7.9	8.6	14.2
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	日本産	15.5	16.2	14.6	12.8	14.6	18.5
	日本産以外	13.3	11.5	10.6	8.6	11.7	14.6
その他	日本産	0.0	0.2	0.0	0.2	0.2	0.0
	日本産以外	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
特にイメージはない	日本産	16.9	20.9	23	26.1	25.7	12.4
	日本産以外	30.2	32.9	33.3	35.8	36.7	28.2

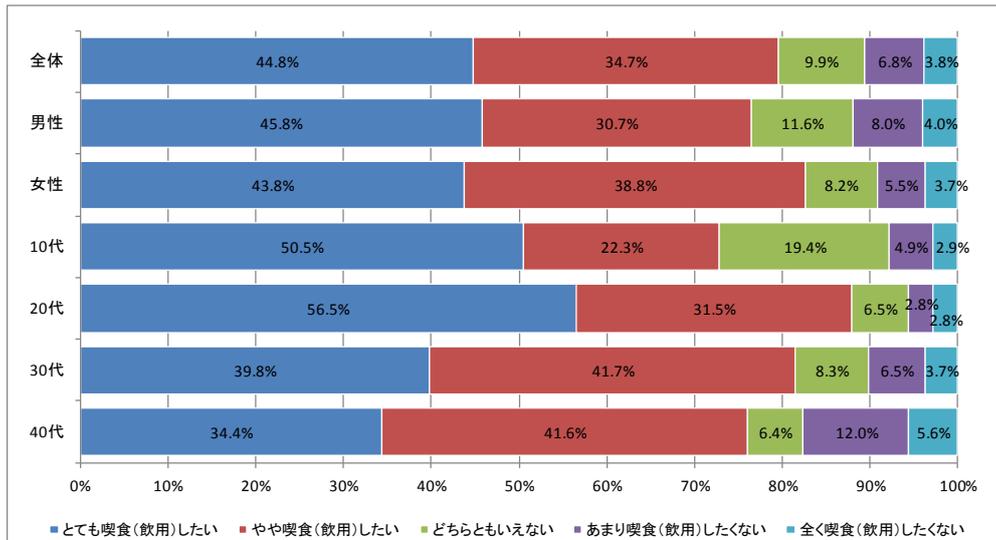
17. 日本産牛乳乳製品の喫食（飲用）意向

- ▶ 日本産牛乳乳製品を「とても喫食（飲用）したい」と回答した人は、全体で牛乳 44.8%、ヨーグルト 34.7%、チーズ 32.2%、生クリーム 26.6%、育児用ミルク 23.2%、アイスクリーム 45.7%となっており、平均点では牛乳とアイスクリームで4点を超えている。
- ▶ 生クリーム、育児用ミルクは「とても喫食（飲用）したい」「やや喫食（飲用）したい」を含めた「喫食（飲用）意向有り」が他のカテゴリーと比較して低い。生クリームは現状の使用割合が低いことから、育児用ミルクは小さな子供がいない家庭には不必要であることから、喫食意向が低くなっているものと考えられる。
- ▶ 男女別では、女性の方が「喫食（飲用）意向有り」の回答割合が高い。「全く喫食（飲用）したくない」割合は男女間で大きな差はないが、「あまり喫食（飲用）したくない」は男性の割合が高くなっている。
- ▶ 年代別では、20代、30代の「喫食（飲用）意向有り」の回答割合が高く、年代が上がるにつれて、「喫食（飲用）意向無し」の回答が高くなる傾向が見られる。



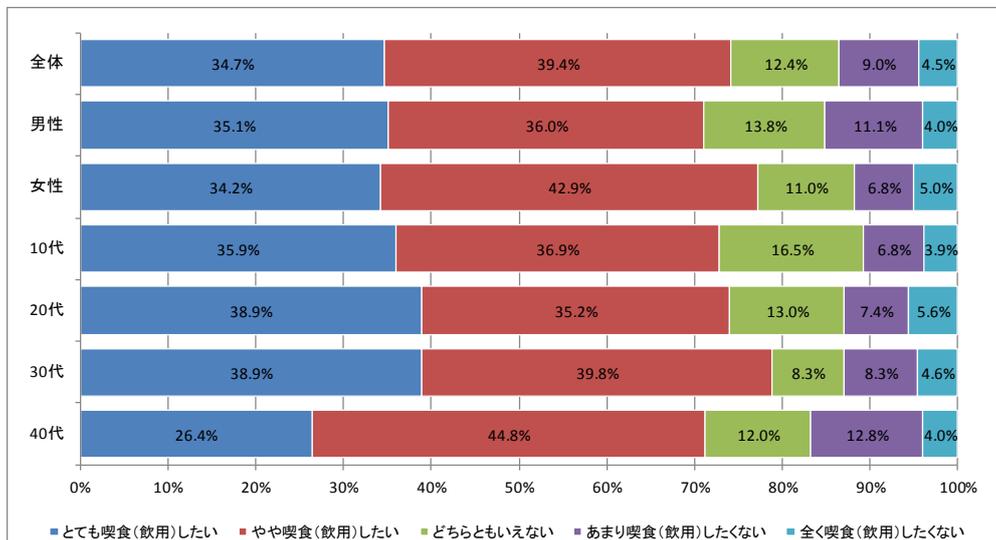
全体	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		育児用ミルク		アイスクリーム	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%	444	100.0%
とても喫食（飲用）したい	199	44.8%	154	34.7%	143	32.2%	118	26.6%	103	23.2%	203	45.7%
やや喫食（飲用）したい	154	34.7%	175	39.4%	166	37.4%	141	31.8%	130	29.3%	146	32.9%
どちらともいえない	44	9.9%	55	12.4%	70	15.8%	95	21.4%	92	20.7%	40	9.0%
あまり喫食（飲用）したくない	30	6.8%	40	9.0%	39	8.8%	54	12.2%	65	14.6%	33	7.4%
全く喫食（飲用）したくない	17	3.8%	20	4.5%	26	5.9%	36	8.1%	54	12.2%	22	5.0%
平均点	4.10		3.91		3.81		3.57		3.37		4.07	

平均点：「とても購入したい」=5点、「やや購入したい」=4点、「どちらともいえない」=3点、「あまり購入したくない」=2点、「全く購入したくない」=1点として算出。



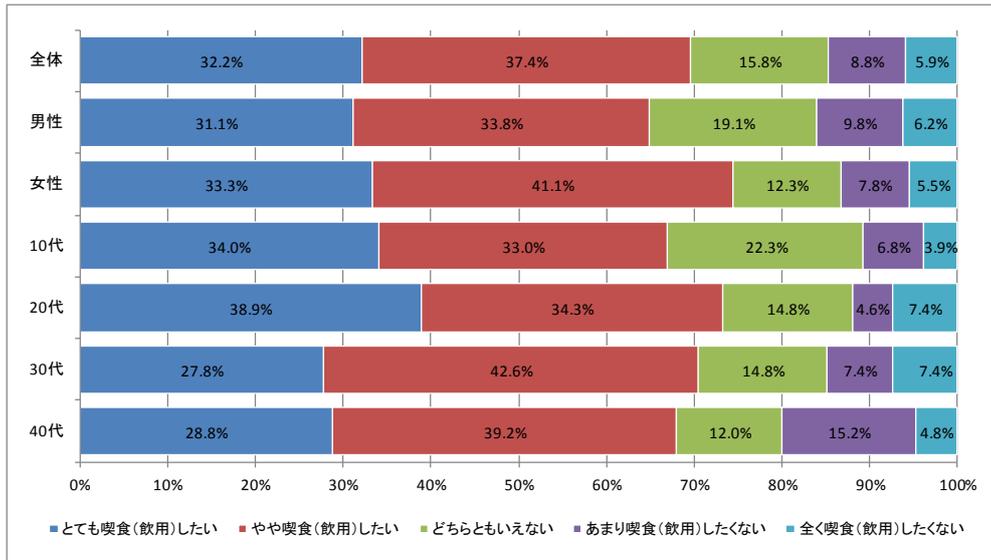
牛乳	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	199	44.8%	103	45.8%	96	43.8%	52	50.5%	61	56.5%	43	39.8%	43	34.4%
やや喫食(飲用)したい	154	34.7%	69	30.7%	85	38.8%	23	22.3%	34	31.5%	45	41.7%	52	41.6%
どちらともいえない	44	9.9%	26	11.6%	18	8.2%	20	19.4%	7	6.5%	9	8.3%	8	6.4%
あまり喫食(飲用)したくない	30	6.8%	18	8.0%	12	5.5%	5	4.9%	3	2.8%	7	6.5%	15	12.0%
全く喫食(飲用)したくない	17	3.8%	9	4.0%	8	3.7%	3	2.9%	3	2.8%	4	3.7%	7	5.6%
平均点	4.10		4.06		4.14		4.13		4.36		4.07		3.87	

■ = 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
■ = 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

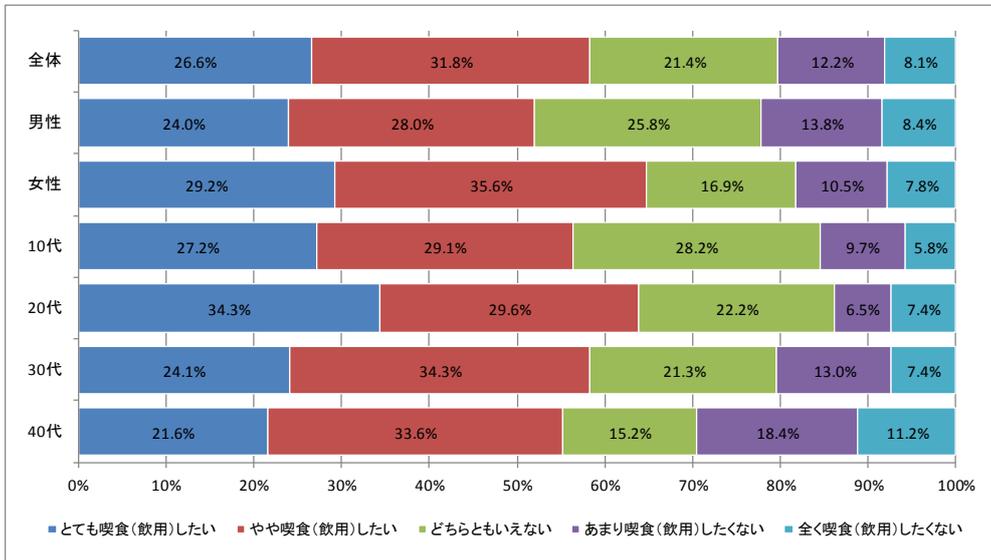


ヨーグルト	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	154	34.7%	79	35.1%	75	34.2%	37	35.9%	42	38.9%	42	38.9%	33	26.4%
やや喫食(飲用)したい	175	39.4%	81	36.0%	94	42.9%	38	36.9%	38	35.2%	43	39.8%	56	44.8%
どちらともいえない	55	12.4%	31	13.8%	24	11.0%	17	16.5%	14	13.0%	9	8.3%	15	12.0%
あまり喫食(飲用)したくない	40	9.0%	25	11.1%	15	6.8%	7	6.8%	8	7.4%	9	8.3%	16	12.8%
全く喫食(飲用)したくない	20	4.5%	9	4.0%	11	5.0%	4	3.9%	6	5.6%	5	4.6%	5	4.0%
平均点	3.91		3.87		3.95		3.94		3.94		4.00		3.77	

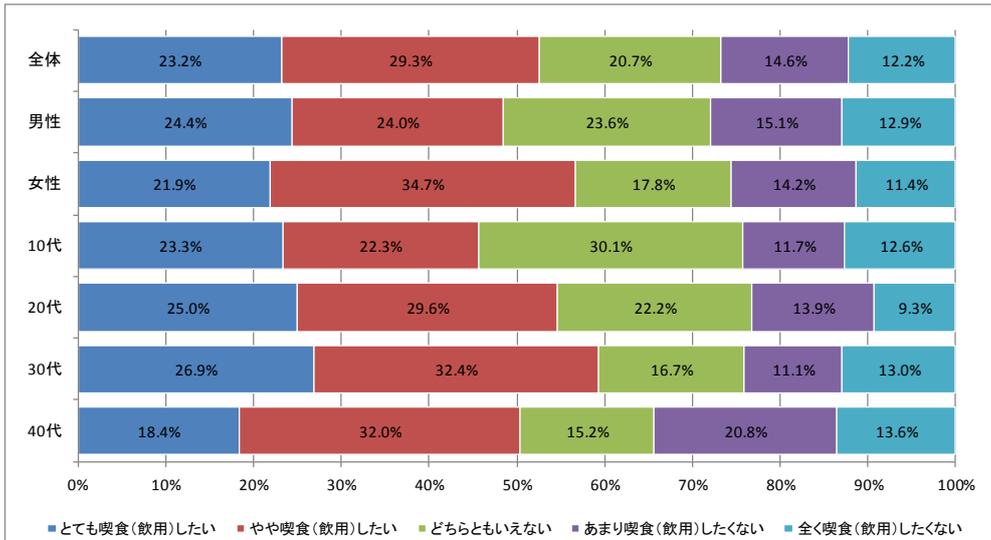
■ = 全体より10ポイント以上高い
■ = 全体より10ポイント以上低い
■ = 全体より5ポイント以上高い
■ = 全体より5ポイント以上低い



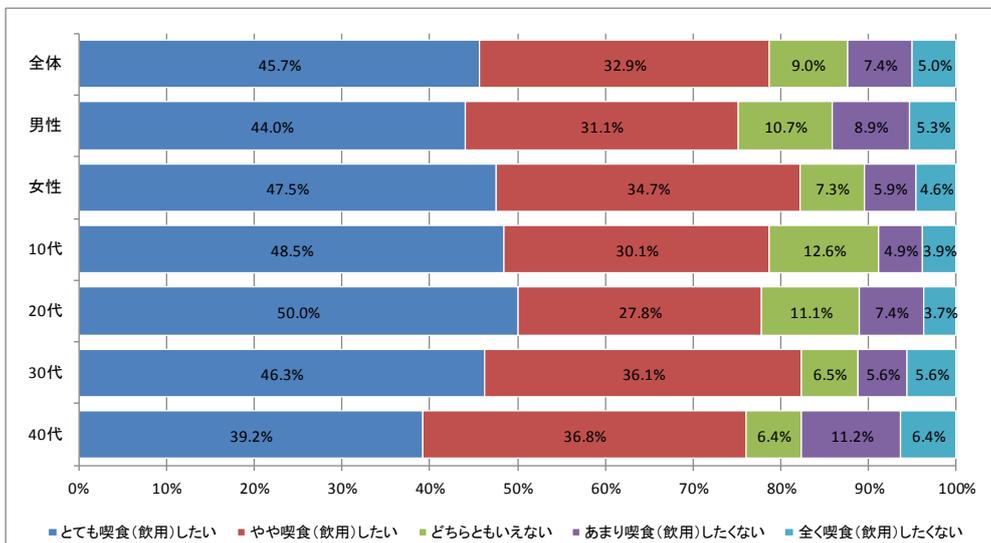
チーズ	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	143	32.2%	70	31.1%	73	33.3%	35	34.0%	42	38.9%	30	27.8%	36	28.8%
やや喫食(飲用)したい	166	37.4%	76	33.8%	90	41.1%	34	33.0%	37	34.3%	46	42.6%	49	39.2%
どちらともいえない	70	15.8%	43	19.1%	27	12.3%	23	22.3%	16	14.8%	16	14.8%	15	12.0%
あまり喫食(飲用)したくない	39	8.8%	22	9.8%	17	7.8%	7	6.8%	5	4.6%	8	7.4%	19	15.2%
全く喫食(飲用)したくない	26	5.9%	14	6.2%	12	5.5%	4	3.9%	8	7.4%	8	7.4%	6	4.8%
平均点	3.81		3.74		3.89		3.86		3.93		3.76		3.72	
	= 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							
	= 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	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	118	26.6%	54	24.0%	64	29.2%	28	27.2%	37	34.3%	26	24.1%	27	21.6%
やや喫食(飲用)したい	141	31.8%	63	28.0%	78	35.6%	30	29.1%	32	29.6%	37	34.3%	42	33.6%
どちらともいえない	95	21.4%	58	25.8%	37	16.9%	29	28.2%	24	22.2%	23	21.3%	19	15.2%
あまり喫食(飲用)したくない	54	12.2%	31	13.8%	23	10.5%	10	9.7%	7	6.5%	14	13.0%	23	18.4%
全く喫食(飲用)したくない	36	8.1%	19	8.4%	17	7.8%	6	5.8%	8	7.4%	8	7.4%	14	11.2%
平均点	3.57		3.45		3.68		3.62		3.77		3.55		3.36	
	= 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							
	= 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	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	103	23.2%	55	24.4%	48	21.9%	24	23.3%	27	25.0%	29	26.9%	23	18.4%
やや喫食(飲用)したい	130	29.3%	54	24.0%	76	34.7%	23	22.3%	32	29.6%	35	32.4%	40	32.0%
どちらともいえない	92	20.7%	53	23.6%	39	17.8%	31	30.1%	24	22.2%	18	16.7%	19	15.2%
あまり喫食(飲用)したくない	65	14.6%	34	15.1%	31	14.2%	12	11.7%	15	13.9%	12	11.1%	26	20.8%
全く喫食(飲用)したくない	54	12.2%	29	12.9%	25	11.4%	13	12.6%	10	9.3%	14	13.0%	17	13.6%
平均点	3.37		3.32		3.42		3.32		3.47		3.49		3.21	
	= 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							
	= 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							



アイスクリーム	全体		男性		女性		10代		20代		30代		40代	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
合計	444	100.0%	225	100.0%	219	100.0%	103	100.0%	108	100.0%	108	100.0%	125	100.0%
とても喫食(飲用)したい	203	45.7%	99	44.0%	104	47.5%	50	48.5%	54	50.0%	50	46.3%	49	39.2%
やや喫食(飲用)したい	146	32.9%	70	31.1%	76	34.7%	31	30.1%	30	27.8%	39	36.1%	46	36.8%
どちらともいえない	40	9.0%	24	10.7%	16	7.3%	13	12.6%	12	11.1%	7	6.5%	8	6.4%
あまり喫食(飲用)したくない	33	7.4%	20	8.9%	13	5.9%	5	4.9%	8	7.4%	6	5.6%	14	11.2%
全く喫食(飲用)したくない	22	5.0%	12	5.3%	10	4.6%	4	3.9%	4	3.7%	6	5.6%	8	6.4%
平均点	4.07		4.00		4.15		4.15		4.13		4.12		3.91	
	= 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							
	= 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							

