

平成30年度畜産物輸出産地緊急対策事業

フランスにおける牛乳乳製品の市場調査  
及び日本産乳製品に関する調査

消費者調査報告書

2020年2月

一般社団法人日本乳業協会

# 目次

1	<a href="#">調査設計</a>	4
2	<a href="#">回答者の属性</a>	5
3	<a href="#">乳製品の喫食（飲用）頻度</a>	7
4	<a href="#">乳製品の購入頻度</a>	17
5	<a href="#">乳製品の喫食（飲用）理由</a>	25
6	<a href="#">乳製品の購入する際に参考にする情報</a>	41
7	<a href="#">乳製品を喫食（飲用）するシーン</a>	57
8	<a href="#">乳製品の購入チャネル</a>	73
9	<a href="#">乳製品の自宅における保管場所</a>	89
10	<a href="#">乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点</a>	105
11	<a href="#">乳製品を購入する際重視する点</a>	121
12	<a href="#">日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度</a>	137
13	<a href="#">主に喫食（飲用）している乳製品メーカー</a>	145
14	<a href="#">乳製品の購入態度</a>	152
15	<a href="#">フランスの乳製品に対するイメージ</a>	160
16	<a href="#">フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ</a>	176
17	<a href="#">EU以外の乳製品に対するイメージ</a>	192
18	<a href="#">日本の乳製品に対するイメージ</a>	208
19	<a href="#">日本の乳製品に対する購入意向</a>	224
	 (参考データ)	
20	<a href="#">日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書」消費者調査結果抜粋</a>	232

注)

本事業は、一般社団法人日本乳業協会と株式会社JTBとの請負契約に基づき、株式会社JTB及びプロマー・コンサルティングが実施したものであり、本報告書の執筆の責任は株式会社JTB及びプロマー・コンサルティングにある。

## [本事業担当者]

株式会社JTB

岩下 拓                      新宿第三事業部営業第四課      事業統括マネジャー

プロマー・コンサルティング

吉田 里絵	常務取締役	調査統括責任者
カルデナス イバン	シニアコンサルタント	調査統括マネジャー
林田 淳子	アナリスト	調査員
上間 茉莉	リサーチアナリスト	調査員

Conrad Caspari    海外調査カウンターパート（英国）

# 1. 調査設計

## (1) 調査目的

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

## (2) 調査対象

フランス在住の20代～60代の男女

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	40	40	40	40	40	200
女性	40	40	40	40	40	200
合計	80	80	80	80	80	400

## (3) 調査方法

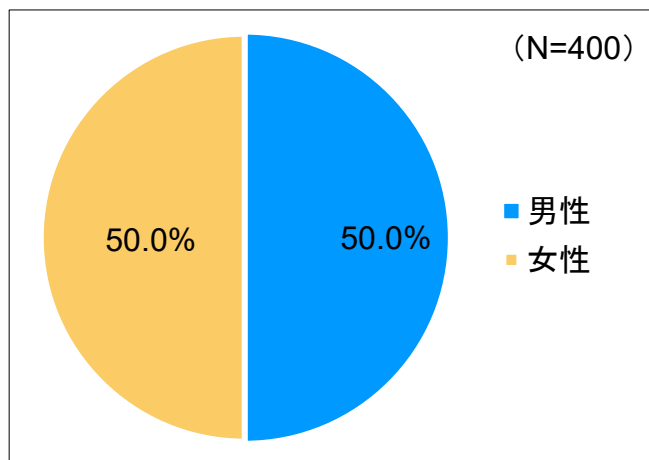
インターネット消費者調査

## (4) 調査期間

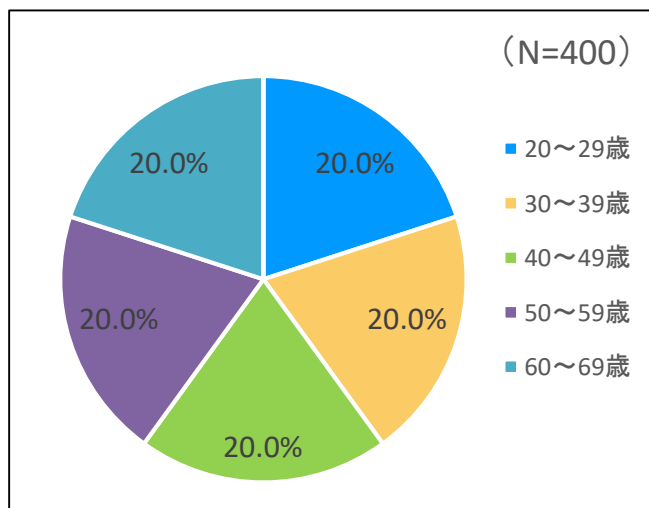
2019年7月29日（火）～2019年8月6日（金）

## 2. 回答者の属性

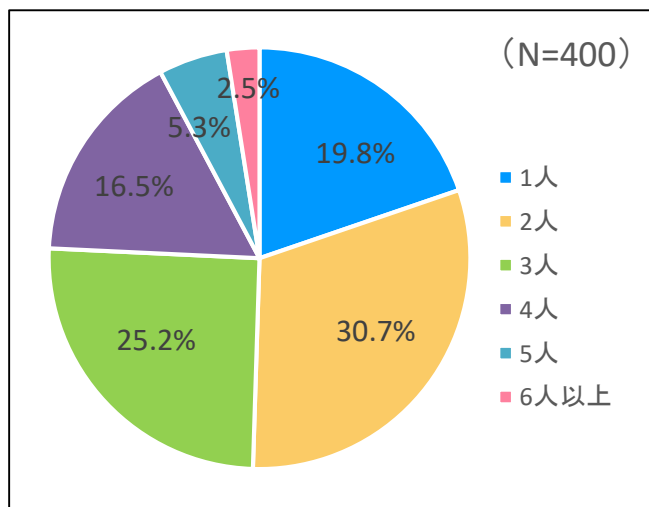
### (1) 性別



### (2) 年代

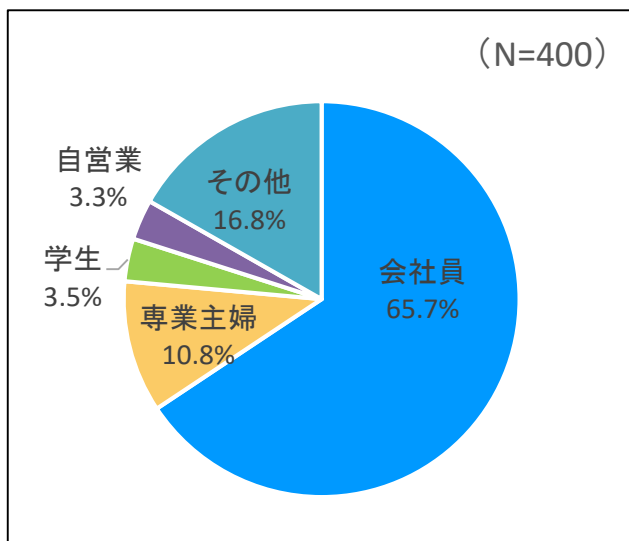


### (3) 世帯人数



## 2. 回答者の属性

### (4) 職業



### (5) 回答者ベース

「Q5乳製品の喫食（飲用）頻度」、「Q23日本産乳成品の喫食（飲用）経験」～「Q28日本産乳製品の今後の購入意向」については全対象者に質問

	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	40	40	40	40	40	200
女性	40	40	40	40	40	200
<b>合計</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>400</b>

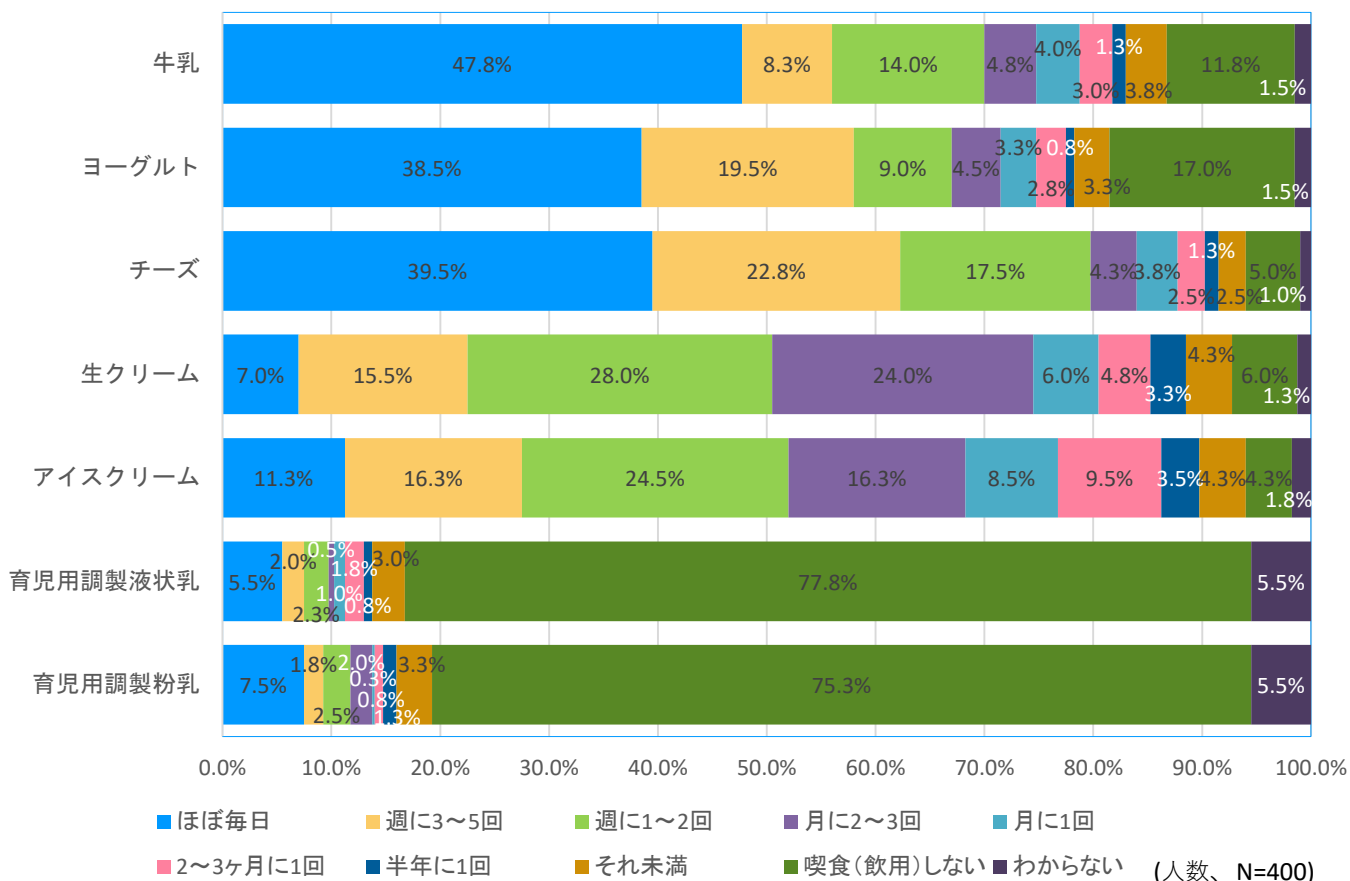
「Q6乳製品の購入頻度」～「Q22普段主に喫食（飲用）している各乳製品の購入に対する姿勢」で、カテゴリーごとに喫食の有無による質問

	牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
全体	347	326	376	371	376	67	77
男性	167	161	185	186	187	41	48
女性	180	165	191	185	189	26	29
20代	71	64	72	73	75	18	23
30代	73	71	75	76	77	28	33
40代	72	65	77	76	77	15	15
50代	66	65	76	73	76	4	5
60代	65	61	76	73	71	2	1

※ 育児用調製粉乳については乳児への状況について回答してもらっている。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度

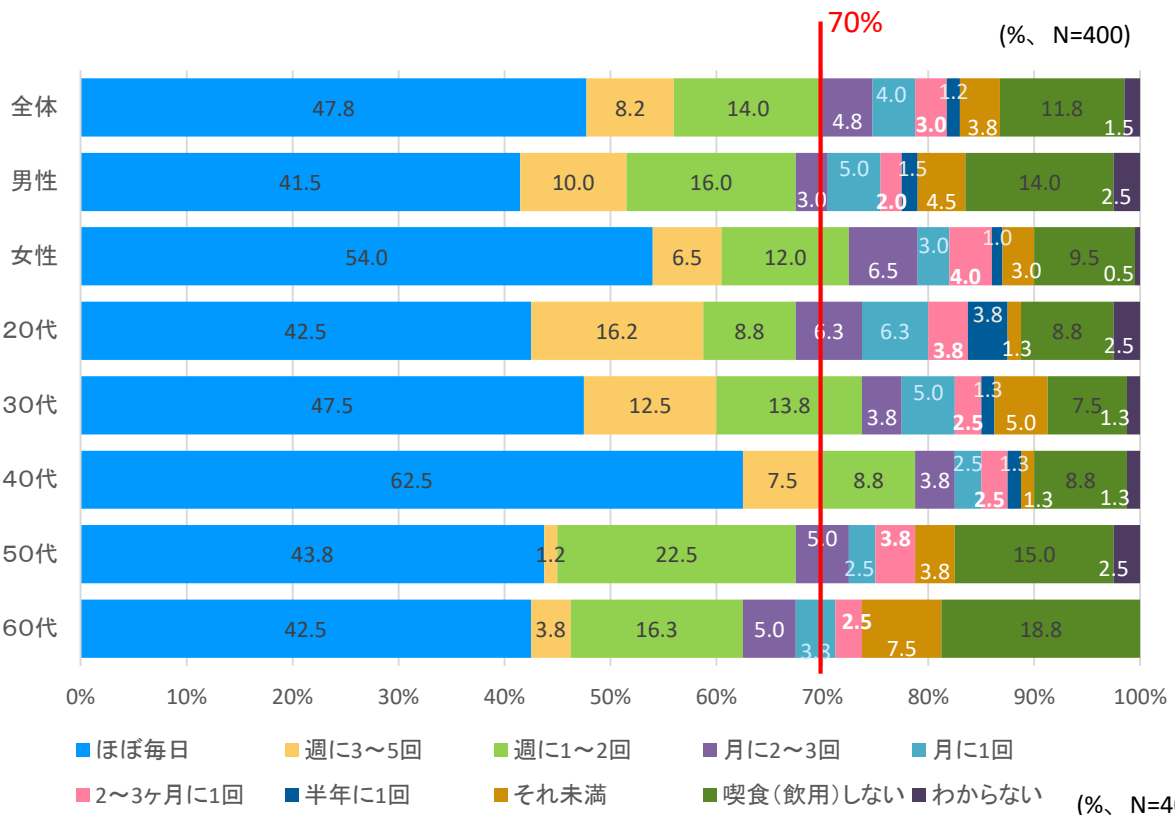
(%, N=400)



	牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用調製 液状乳	育児用調製 粉乳
ほぼ毎日	191	154	158	28	45	22	30
週に3~5回	33	78	91	62	65	8	7
週に1~2回	56	36	70	112	98	9	10
月に2~3回	19	18	17	96	65	2	8
月に1回	16	13	15	24	34	4	1
2~3ヶ月に1回	12	11	10	19	38	7	3
半年に1回	5	3	5	13	14	3	5
それ未満	15	13	10	17	17	12	13
喫食(飲用)しない	47	68	20	24	17	311	301
わからない	6	6	4	5	7	22	22
全体	400	400	400	400	400	400	400

牛乳、ヨーグルト、チーズの喫食率が非常に高く、喫食頻度が「ほぼ毎日」の場合は牛乳が最も高く47.8%で、ついでヨーグルトとチーズがほぼ同じ40%弱となっているが、頻度を週1回以上と考えた場合、チーズが79.8%と牛乳、ヨーグルトを超えてトップとなっている（牛乳70.1%、ヨーグルト67%と続く）。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - 牛乳



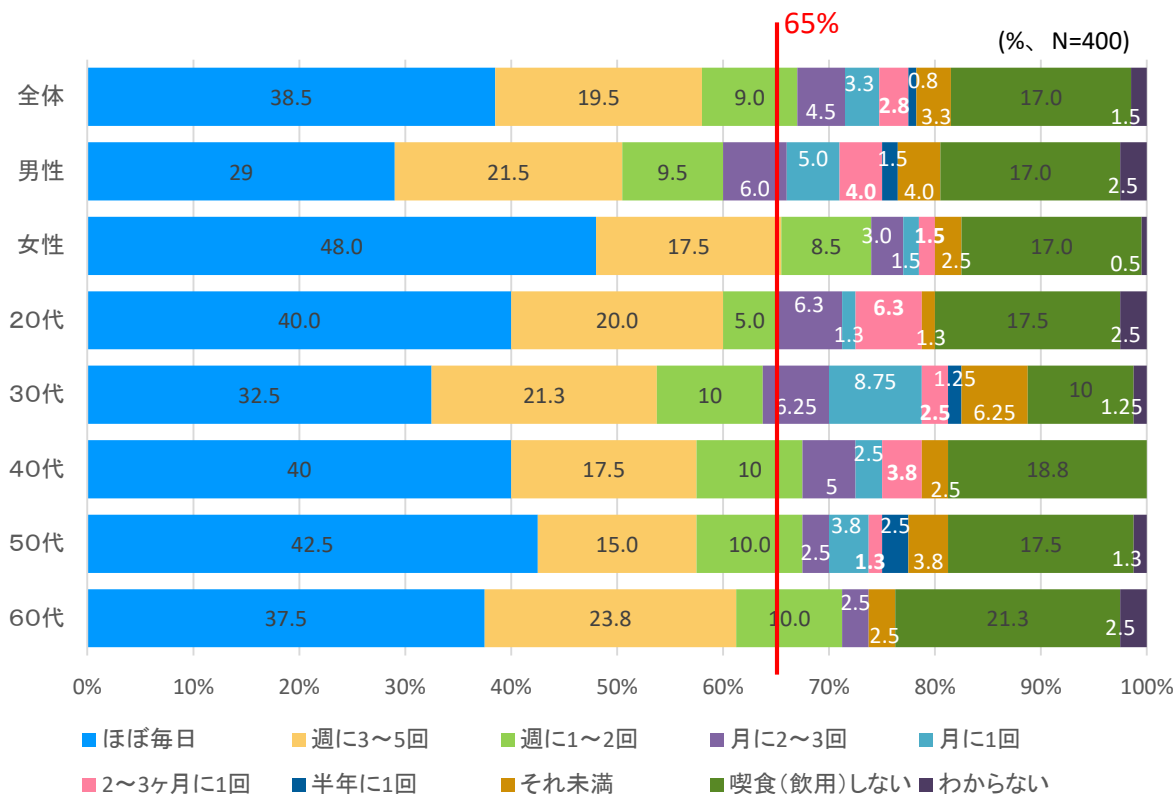
	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食(飲用)する	347	86.8	167	83.5	180	90.0	71	88.8	73	91.3	72	90.0	66	82.5	65	81.3
ほぼ毎日	191	47.8	83	41.5	108	54.0	34	42.5	38	47.5	50	62.5	35	43.8	34	42.5
週に3~5回	33	8.2	20	10.0	13	6.5	13	16.2	10	12.5	6	7.5	1	1.2	3	3.8
週に1~2回	56	14.0	32	16.0	24	12.0	7	8.8	11	13.8	7	8.8	18	22.5	13	16.2
月に2~3回	19	4.8	6	3.0	13	6.5	5	6.2	3	3.8	3	3.8	4	5.0	4	5.0
月に1回	16	4.0	10	5.0	6	3.0	5	6.2	4	5.0	2	2.5	2	2.5	3	3.8
2~3ヶ月に1回	12	3.0	4	2.0	8	4.0	3	3.8	2	2.5	2	2.5	3	3.8	2	2.5
半年に1回	5	1.2	3	1.5	2	1.0	3	3.8	1	1.2	1	1.2	0	0.0	0	0.0
それ未満	15	3.8	9	4.5	6	3.0	1	1.2	4	5.0	1	1.2	3	3.8	6	7.5
喫食(飲用)しない	47	11.8	28	14.0	19	9.5	7	8.8	6	7.5	7	8.8	12	15.0	15	18.8
わからない	6	1.5	5	2.5	1	0.5	2	2.5	1	1.2	1	1.2	2	2.5	0	0.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

牛乳は全体の半数近くがほぼ毎日飲んでいるとしており、40代が特に多いが全体でも40%以上の方が毎日飲用している。

30代及び40代の70%以上は週に1回以上牛乳を飲用している。一方「飲用しない」と答えた人はどの年代でも10%前後おり、60代では20%近くの方が飲用しないと答えている。



### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - ヨーグルト

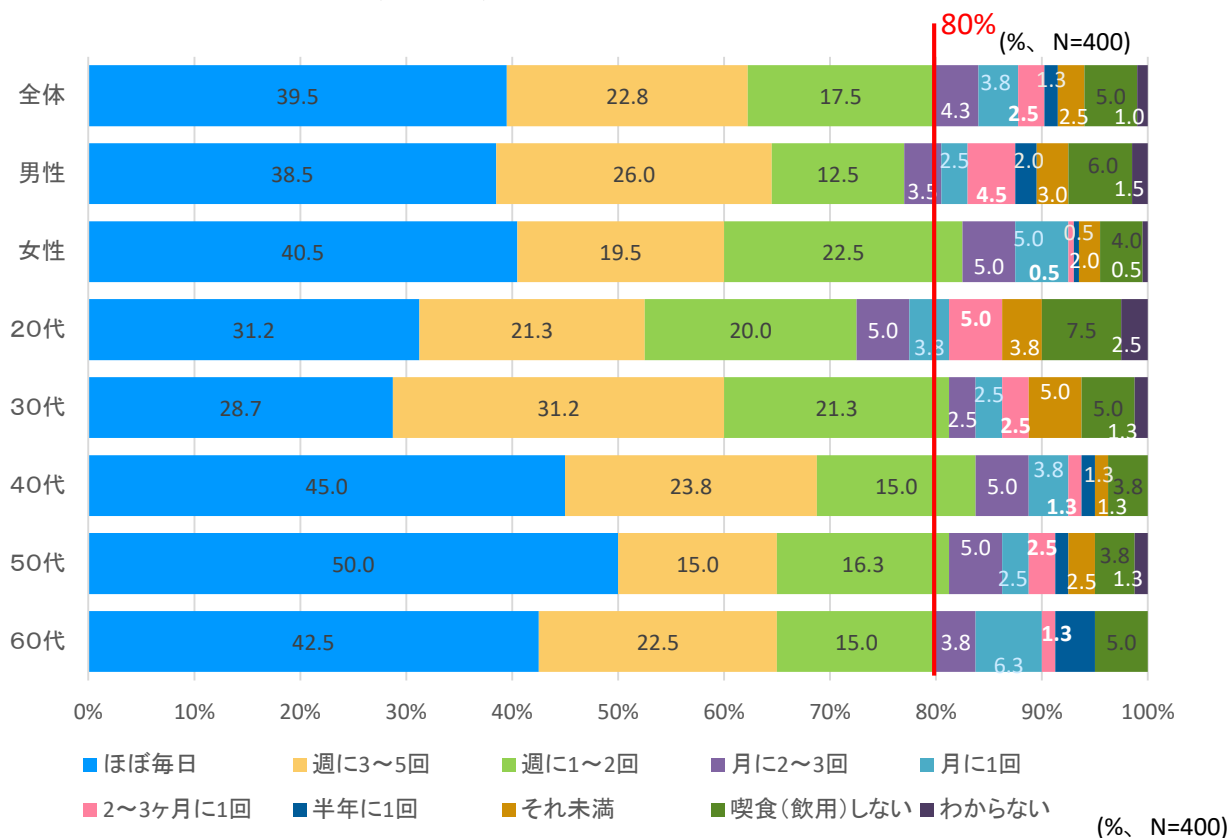


(%, N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食(飲用)する	326	81.5	161	80.5	165	82.5	64	80.0	71	88.8	65	81.3	65	81.3	61	76.3
ほぼ毎日	154	38.5	58	29.0	96	48.0	32	40.0	26	32.5	32	40.0	34	42.5	30	37.5
週に3~5回	78	19.5	43	21.5	35	17.5	16	20.0	17	21.2	14	17.5	12	15.0	19	23.8
週に1~2回	36	9.0	19	9.5	17	8.5	4	5.0	8	10.0	8	10.0	8	10.0	8	10.0
月に2~3回	18	4.5	12	6.0	6	3.0	5	6.2	5	6.2	4	5.0	2	2.5	2	2.5
月に1回	13	3.2	10	5.0	3	1.5	1	1.2	7	8.8	2	2.5	3	3.8	0	0.0
2~3ヶ月に1回	11	2.8	8	4.0	3	1.5	5	6.2	2	2.5	3	3.8	1	1.2	0	0.0
半年に1回	3	0.8	3	1.5	0	0.0	0	0.0	1	1.2	0	0.0	2	2.5	0	0.0
それ未満	13	3.2	8	4.0	5	2.5	1	1.2	5	6.2	2	2.5	3	3.8	2	2.5
喫食(飲用)しない	68	17.0	34	17.0	34	17.0	14	17.5	8	10.0	15	18.8	14	17.5	17	21.2
わからない	6	1.5	5	2.5	1	0.5	2	2.5	1	1.2	0	0.0	1	1.2	2	2.5
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

ヨーグルトは毎日喫食している女性が48%、男性が29%と大きな開きがあるが、各年代とも週1回以上喫食する人が65%ほどいる。一方、「喫食（飲用）しない」または、半年に1回未満喫食する人はどの年代でも20%前後いることがわかる。

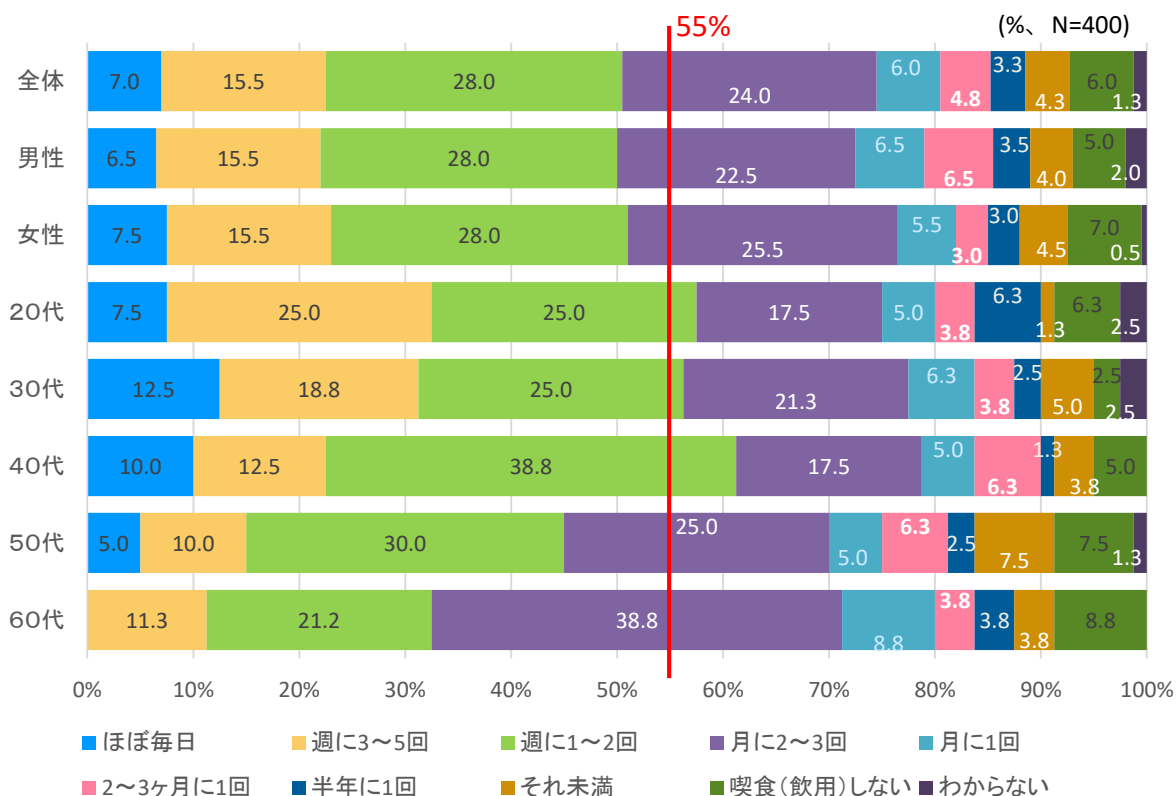
### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - チーズ



	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食(飲用)する	376	94.0	185	92.5	191	95.5	72	90.0	75	93.8	77	96.3	76	95.0	76	95.0
ほぼ毎日	158	39.5	77	38.5	81	40.5	25	31.2	23	28.7	36	45.0	40	50.0	34	42.5
週に3~5回	91	22.8	52	26.0	39	19.5	17	21.2	25	31.2	19	23.8	12	15.0	18	22.5
週に1~2回	70	17.5	25	12.5	45	22.5	16	20.0	17	21.2	12	15.0	13	16.2	12	15.0
月に2~3回	17	4.2	7	3.5	10	5.0	4	5.0	2	2.5	4	5.0	4	5.0	3	3.8
月に1回	15	3.8	5	2.5	10	5.0	3	3.8	2	2.5	3	3.8	2	2.5	5	6.2
2~3ヶ月に1回	10	2.5	9	4.5	1	0.5	4	5.0	2	2.5	1	1.2	2	2.5	1	1.2
半年に1回	5	1.2	4	2.0	1	0.5	0	0.0	0	0.0	1	1.2	1	1.2	3	3.8
それ未満	10	2.5	6	3.0	4	2.0	3	3.8	4	5.0	1	1.2	2	2.5	0	0.0
喫食(飲用)しない	20	5.0	12	6.0	8	4.0	6	7.5	4	5.0	3	3.8	3	3.8	4	5.0
わからない	4	1.0	3	1.5	1	0.5	2	2.5	1	1.2	0	0.0	1	1.2	0	0.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

チーズの喫食頻度については、「ほぼ毎日」喫食していると答えた人が全体で40%弱と非常に高い。年代別で見ると40代以上の方が、20代、30代よりも喫食頻度が高い。週1回以上の喫食は30代以降はどの代でも80%を超えているが、20代だけは73%弱にとどまる。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - 生クリーム

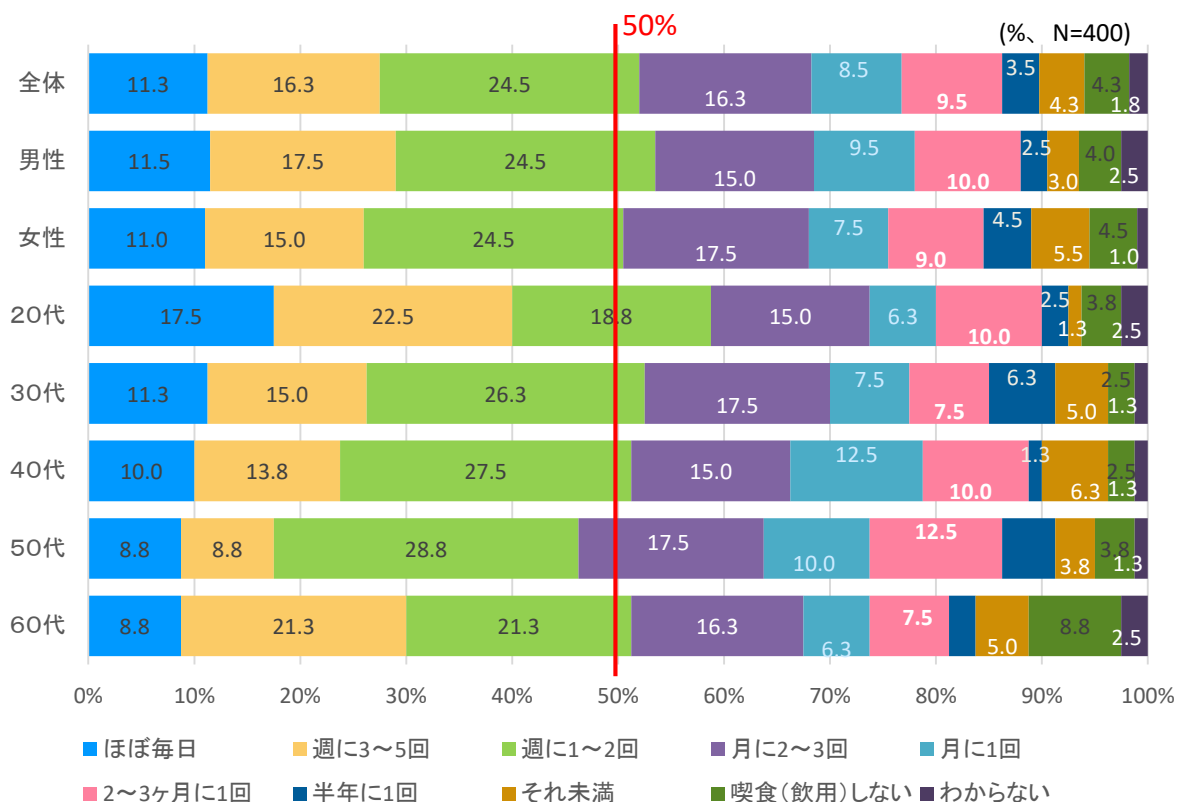


(%, N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食(飲用)する	371	92.8	186	93.0	185	92.5	73	91.3	76	95.0	76	95.0	73	91.3	73	91.3
ほぼ毎日	28	7.0	13	6.5	15	7.5	6	7.5	10	12.5	8	10.0	4	5.0	0	0.0
週に3~5回	62	15.5	31	15.5	31	15.5	20	25.0	15	18.8	10	12.5	8	10.0	9	11.2
週に1~2回	112	28.0	56	28.0	56	28.0	20	25.0	20	25.0	31	38.8	24	30.0	17	21.2
月に2~3回	96	24.0	45	22.5	51	25.5	14	17.5	17	21.2	14	17.5	20	25.0	31	38.8
月に1回	24	6.0	13	6.5	11	5.5	4	5.0	5	6.2	4	5.0	4	5.0	7	8.8
2~3ヶ月に1回	19	4.8	13	6.5	6	3.0	3	3.8	3	3.8	5	6.2	5	6.2	3	3.8
半年に1回	13	3.2	7	3.5	6	3.0	5	6.2	2	2.5	1	1.2	2	2.5	3	3.8
それ未満	17	4.2	8	4.0	9	4.5	1	1.2	4	5.0	3	3.8	6	7.5	3	3.8
喫食(飲用)しない	24	6.0	10	5.0	14	7.0	5	6.2	2	2.5	4	5.0	6	7.5	7	8.8
わからない	5	1.2	4	2.0	1	0.5	2	2.5	2	2.5	0	0.0	1	1.2	0	0.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

生クリームをほぼ毎日喫食している人は全体で7%程度と少ない。60代では0%となっている。20代から40代では、週一度以上喫食する割合は55%を超えているが、50代では45%、60代では32.5%と下がっている。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - アイスクリーム



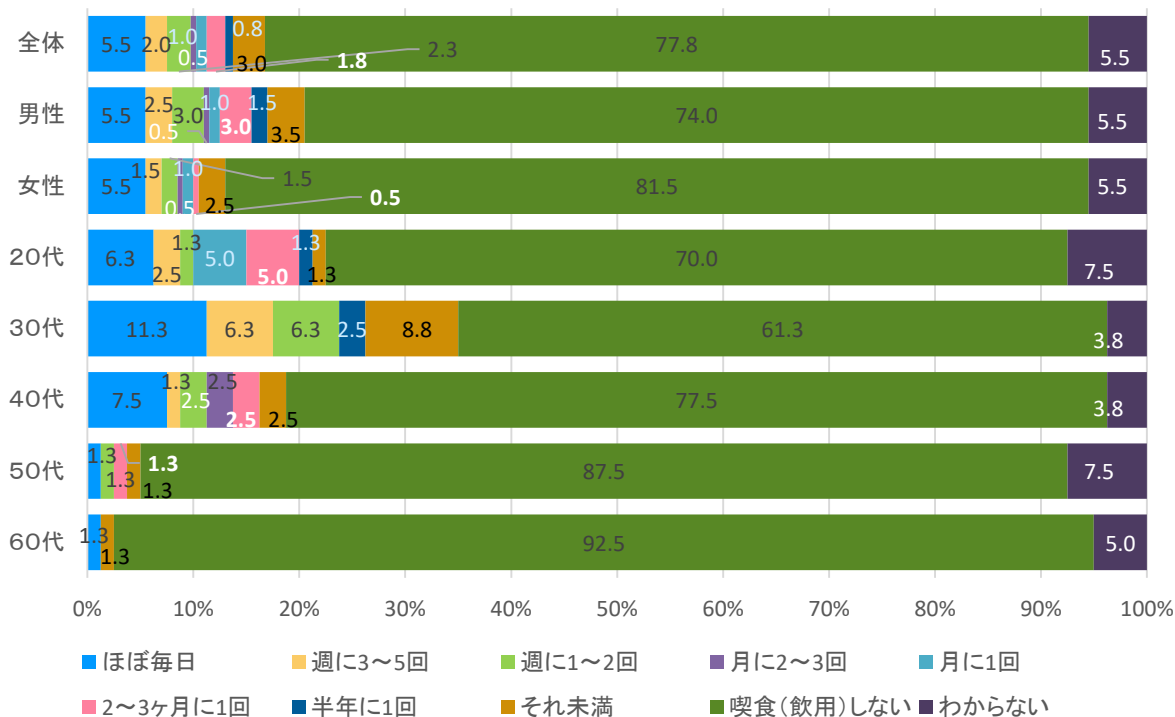
(%, N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食(飲用)する	376	94.0	187	93.5	189	94.5	75	93.8	77	96.3	77	96.3	76	95.0	71	88.8
ほぼ毎日	45	11.2	23	11.5	22	11.0	14	17.5	9	11.2	8	10.0	7	8.8	7	8.8
週に3~5回	65	16.2	35	17.5	30	15.0	18	22.5	12	15.0	11	13.8	7	8.8	17	21.2
週に1~2回	98	24.5	49	24.5	49	24.5	15	18.8	21	26.2	22	27.5	23	28.7	17	21.2
月に2~3回	65	16.2	30	15.0	35	17.5	12	15.0	14	17.5	12	15.0	14	17.5	13	16.2
月に1回	34	8.5	19	9.5	15	7.5	5	6.2	6	7.5	10	12.5	8	10.0	5	6.2
2~3ヶ月に1回	38	9.5	20	10.0	18	9.0	8	10.0	6	7.5	8	10.0	10	12.5	6	7.5
半年に1回	14	3.5	5	2.5	9	4.5	2	2.5	5	6.2	1	1.2	4	5.0	2	2.5
それ未満	17	4.2	6	3.0	11	5.5	1	1.2	4	5.0	5	6.2	3	3.8	4	5.0
喫食(飲用)しない	17	4.2	8	4.0	9	4.5	3	3.8	2	2.5	2	2.5	3	3.8	7	8.8
わからない	7	1.8	5	2.5	2	1.0	2	2.5	1	1.2	1	1.2	1	1.2	2	2.5
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

アイスクリームの喫食頻度については、ほぼ毎日喫食している人は全体で11.3%である。20代は喫食率が全体的に高い。週に1回以上ではどの年代も50%を超える。「喫食（飲用）しないと答えた人は少なく、全体でも4.3%、60代以外は5%未満である。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 – 育児用調製液状乳

(%、N=400)



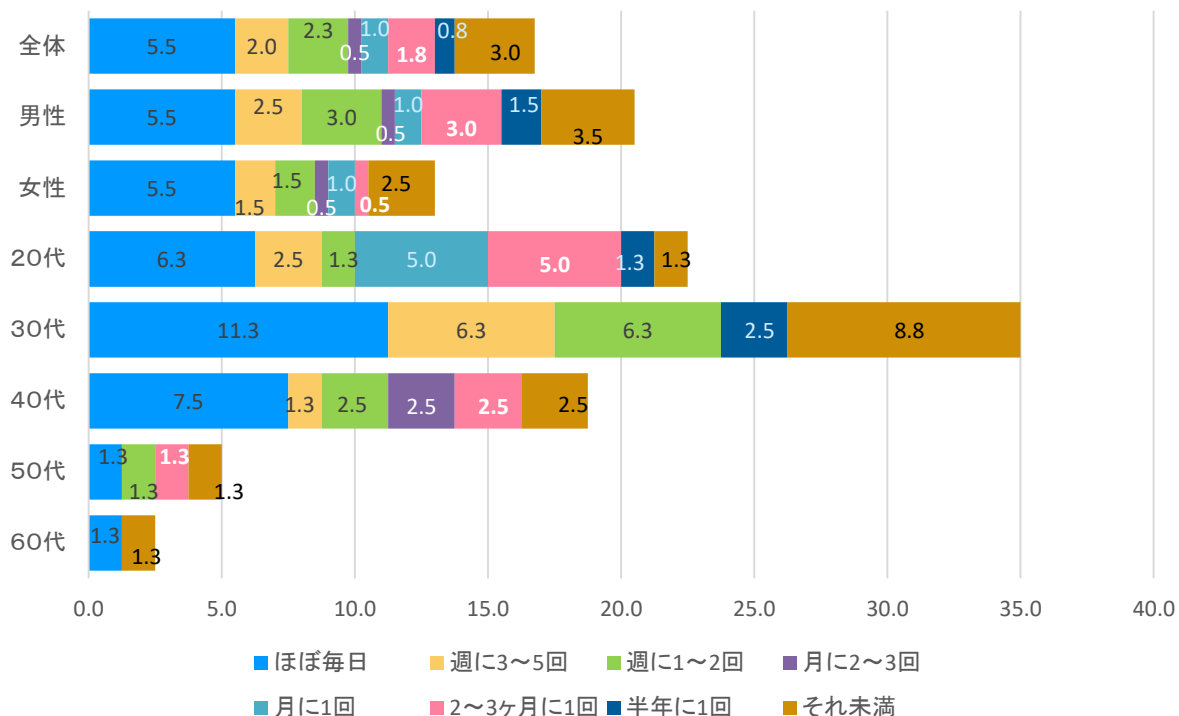
(%、N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食（飲用）する	67	16.8	41	20.5	26	13.0	18	22.5	28	35.0	15	18.8	4	5.0	2	2.5
ほぼ毎日	22	5.5	11	5.5	11	5.5	5	6.2	9	11.2	6	7.5	1	1.2	1	1.2
週に3~5回	8	2.0	5	2.5	3	1.5	2	2.5	5	6.2	1	1.2	0	0.0	0	0.0
週に1~2回	9	2.2	6	3.0	3	1.5	1	1.2	5	6.2	2	2.5	1	1.2	0	0.0
月に2~3回	2	0.5	1	0.5	1	0.5	0	0.0	0	0.0	2	2.5	0	0.0	0	0.0
月に1回	4	1.0	2	1.0	2	1.0	4	5.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	7	1.8	6	3.0	1	0.5	4	5.0	0	0.0	2	2.5	1	1.2	0	0.0
半年に1回	3	0.8	3	1.5	0	0.0	1	1.2	2	2.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
それ未満	12	3.0	7	3.5	5	2.5	1	1.2	7	8.8	2	2.5	1	1.2	1	1.2
喫食（飲用）しない	311	77.8	148	74.0	163	81.5	56	70.0	49	61.3	62	77.5	70	87.5	74	92.5
わからない	22	5.5	11	5.5	11	5.5	6	7.5	3	3.8	3	3.8	6	7.5	4	5.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

育児用調製液状乳は乳幼児にのみ必要なため、「喫食（飲用）しない」と答えた人は全体の80%近くとなった。他方で、商品の特性から20代、30代が頻度が高い結果となっている。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 – 育児用調製液状乳（2）

(%、N=400)



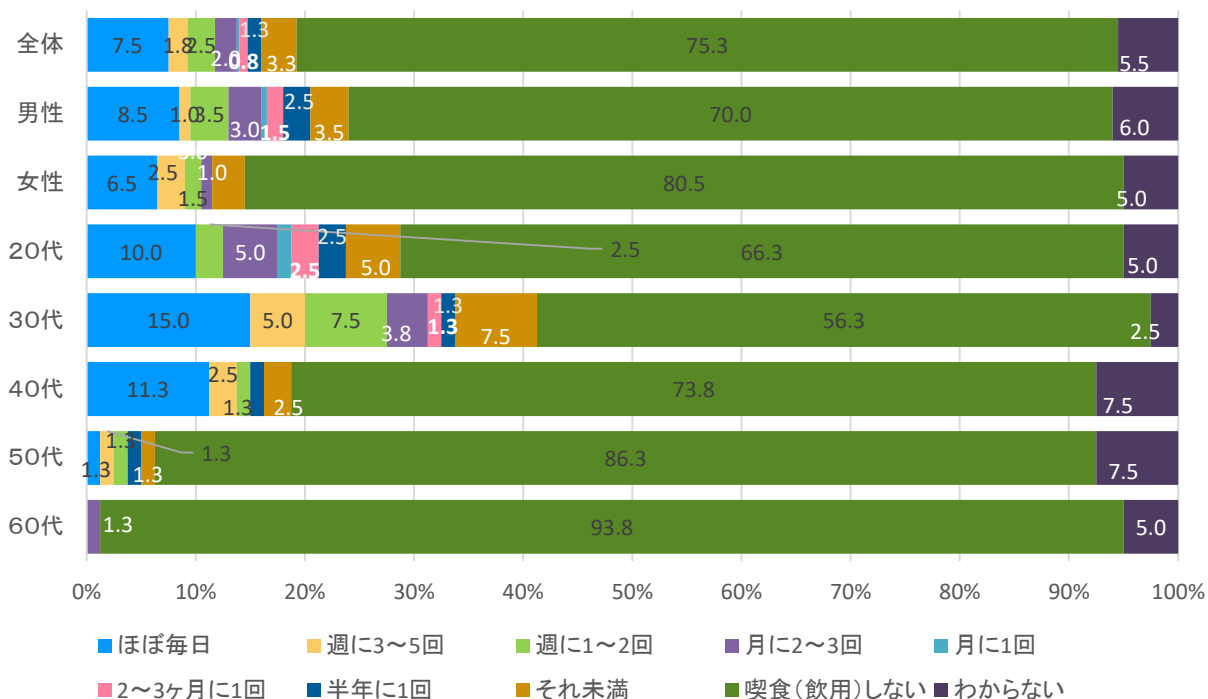
(%、N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食（飲用）する	67	16.8	41	20.5	26	13.0	18	22.5	28	35.0	15	18.8	4	5.0	2	2.5
ほぼ毎日	22	5.5	11	5.5	11	5.5	5	6.3	9	11.3	6	7.5	1	1.3	1	1.3
週に3~5回	8	2.0	5	2.5	3	1.5	2	2.5	5	6.3	1	1.3	0	0.0	0	0.0
週に1~2回	9	2.3	6	3.0	3	1.5	1	1.3	5	6.3	2	2.5	1	1.3	0	0.0
月に2~3回	2	0.5	1	0.5	1	0.5	0	0.0	0	0.0	2	2.5	0	0.0	0	0.0
月に1回	4	1.0	2	1.0	2	1.0	4	5.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	7	1.8	6	3.0	1	0.5	4	5.0	0	0.0	2	2.5	1	1.3	0	0.0
半年に1回	3	0.8	3	1.5	0	0.0	1	1.3	2	2.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
それ未満	12	3.0	7	3.5	5	2.5	1	1.3	7	8.8	2	2.5	1	1.3	1	1.3
喫食（飲用）しない	311	77.8	148	74.0	163	81.5	56	70.0	49	61.3	62	77.5	70	87.5	74	92.5
わからない	22	5.5	11	5.5	11	5.5	6	7.5	3	3.8	3	3.8	6	7.5	4	5.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

前ページのグラフより、喫食していると回答した人だけを抽出した。30代で「ほぼ毎日」喫食していると答えた人が11.3%と高い。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - 育児用調製粉乳

(%, N=400)



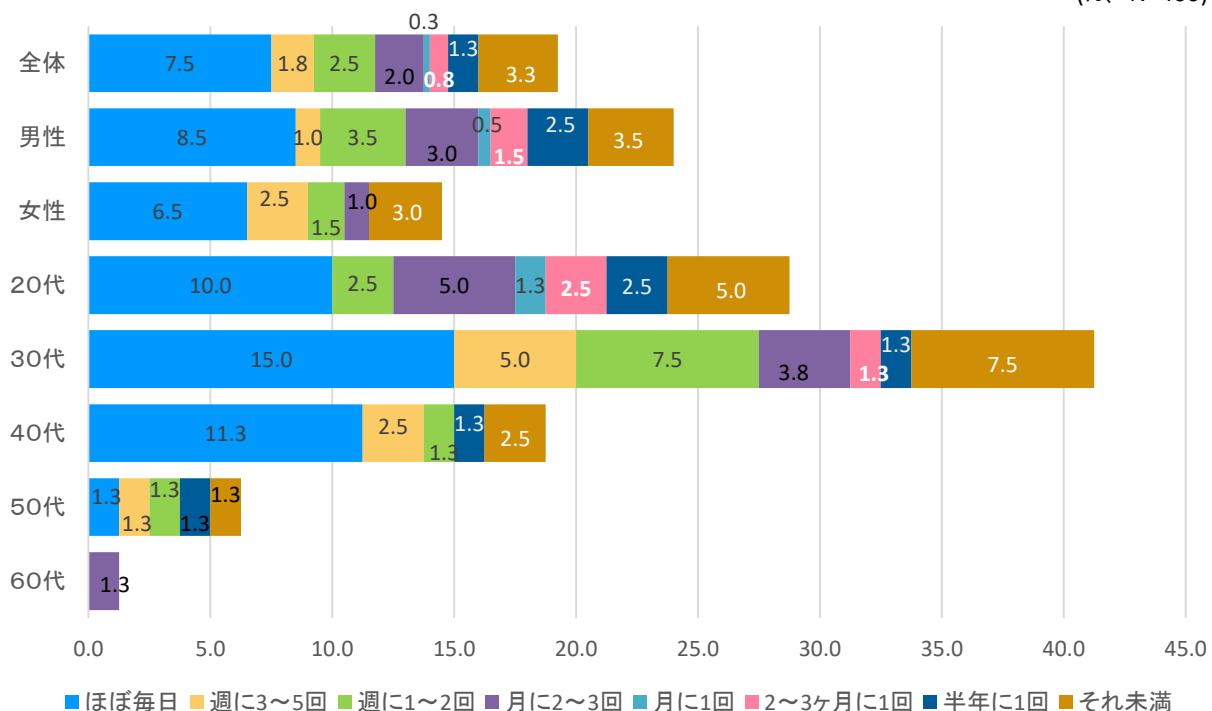
(%, N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食（飲用）する	77	19.3	48	24.0	29	14.5	23	28.8	33	41.3	15	18.8	5	6.3	1	1.3
ほぼ毎日	30	7.5	17	8.5	13	6.5	8	10.0	12	15.0	9	11.2	1	1.2	0	0.0
週に3~5回	7	1.8	2	1.0	5	2.5	0	0.0	4	5.0	2	2.5	1	1.2	0	0.0
週に1~2回	10	2.5	7	3.5	3	1.5	2	2.5	6	7.5	1	1.2	1	1.2	0	0.0
月に2~3回	8	2.0	6	3.0	2	1.0	4	5.0	3	3.8	0	0.0	0	0.0	1	1.2
月に1回	1	0.2	1	0.5	0	0.0	1	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	3	0.8	3	1.5	0	0.0	2	2.5	1	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0
半年に1回	5	1.2	5	2.5	0	0.0	2	2.5	1	1.2	1	1.2	1	1.2	0	0.0
それ未満	13	3.2	7	3.5	6	3.0	4	5.0	6	7.5	2	2.5	1	1.2	0	0.0
喫食（飲用）しない	301	75.2	140	70.0	161	80.5	53	66.2	45	56.2	59	73.8	69	86.2	75	93.8
わからない	22	5.5	12	6.0	10	5.0	4	5.0	2	2.5	6	7.5	6	7.5	4	5.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

育児用調製液状乳と同様、育児用調製粉乳も乳幼児にのみ必要なため、「喫食（飲用）しない」と答えた人が全体の75%を超えた。商品の性質から20代、30代の頻度は高い。

### 3. 乳製品の喫食（飲用）頻度 - 育児用調製粉乳（2）

(%、N=400)



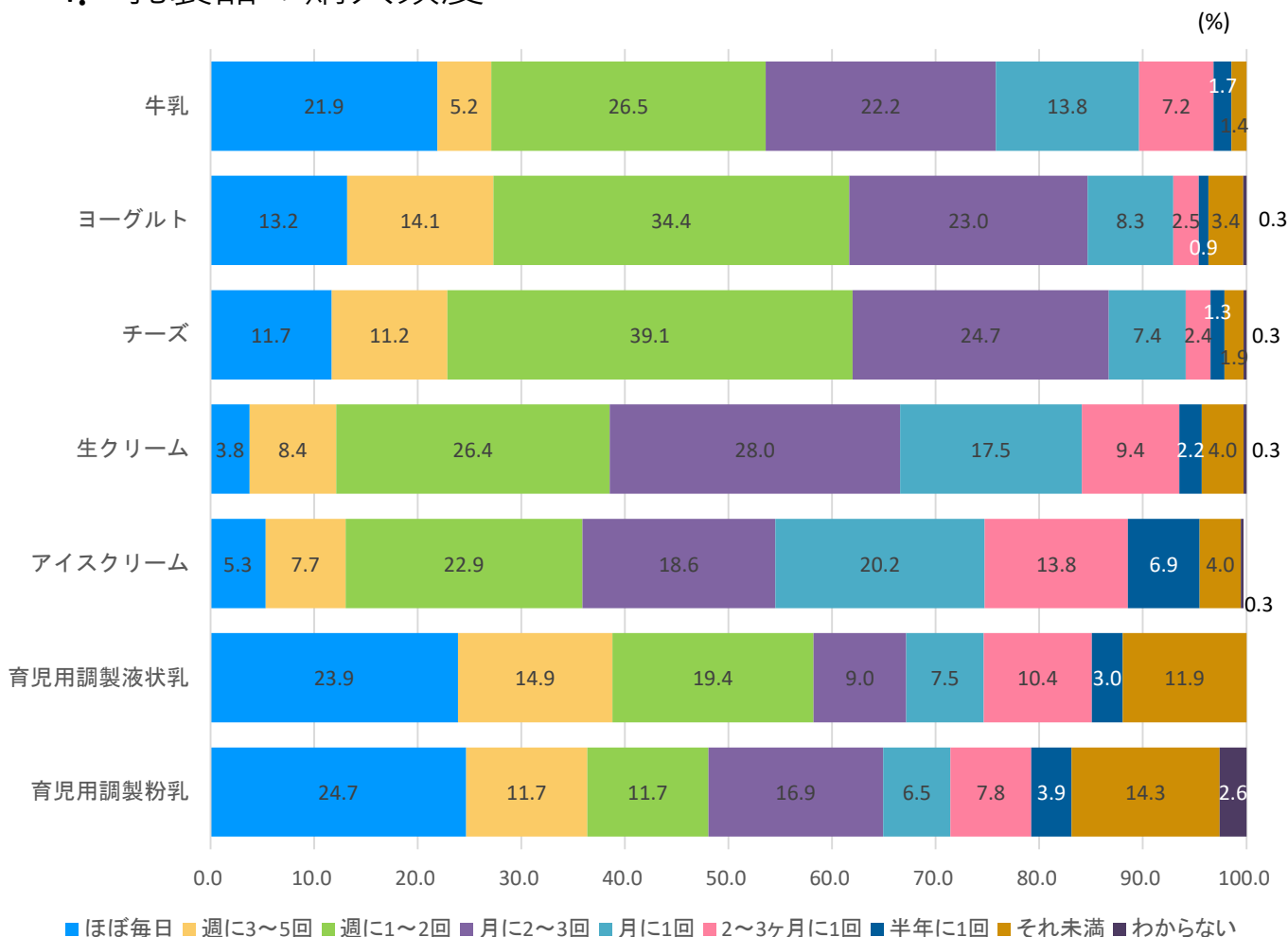
(%、N=400)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
喫食（飲用）する	77	19.3	48	24.0	29	14.5	23	28.8	33	41.3	15	18.8	5	6.3	1	1.3
ほぼ毎日	30	7.5	17	8.5	13	6.5	8	10.0	12	15.0	9	11.3	1	1.3	0	0.0
週に3~5回	7	1.8	2	1.0	5	2.5	0	0.0	4	5.0	2	2.5	1	1.3	0	0.0
週に1~2回	10	2.5	7	3.5	3	1.5	2	2.5	6	7.5	1	1.3	1	1.3	0	0.0
月に2~3回	8	2.0	6	3.0	2	1.0	4	5.0	3	3.8	0	0.0	0	0.0	1	1.3
月に1回	1	0.3	1	0.5	0	0.0	1	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	3	0.8	3	1.5	0	0.0	2	2.5	1	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0
半年に1回	5	1.3	5	2.5	0	0.0	2	2.5	1	1.3	1	1.3	1	1.3	0	0.0
それ未滿	13	3.3	7	3.5	6	3.0	4	5.0	6	7.5	2	2.5	1	1.3	0	0.0
喫食（飲用）しない	301	75.3	140	70.0	161	80.5	53	66.3	45	56.3	59	73.8	69	86.3	75	93.8
わからない	22	5.5	12	6.0	10	5.0	4	5.0	2	2.5	6	7.5	6	7.5	4	5.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

前ページのグラフより、喫食していると回答した人だけを抽出した。30代は「ほぼ毎日」、及び「週に3-5回」と回答した割合が他の世代と比べて大幅に高い。



## 4. 乳製品の購入頻度



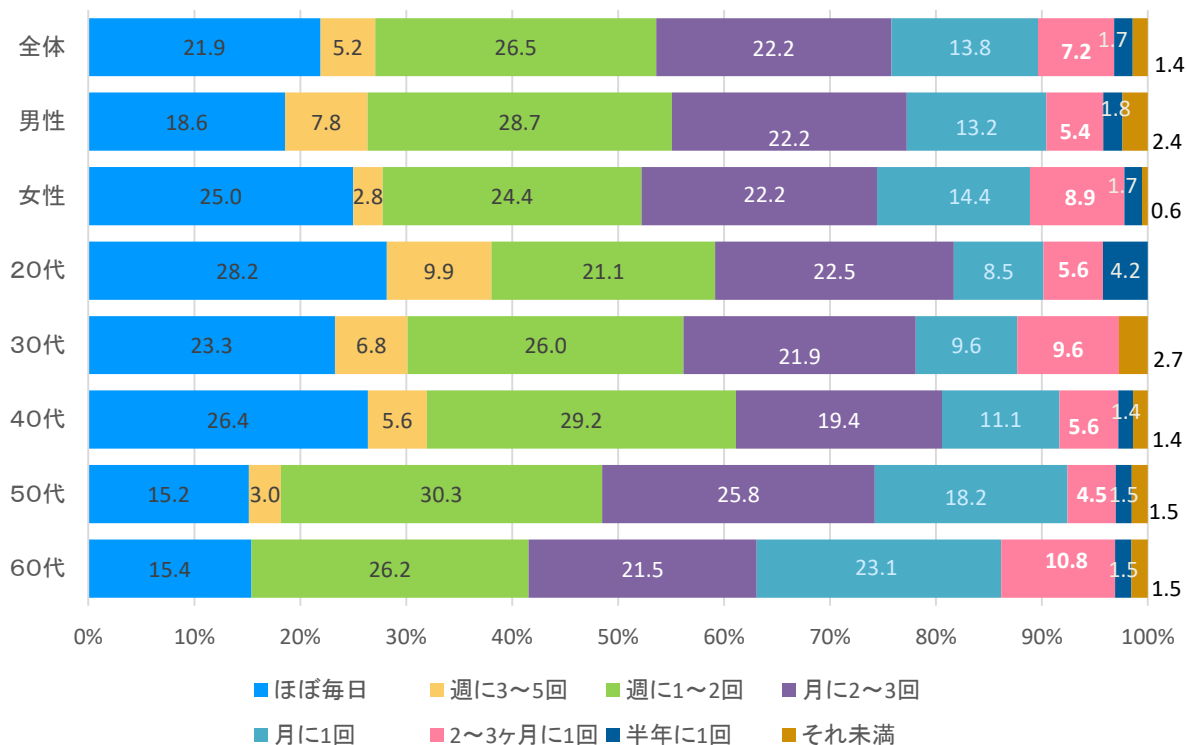
(人数)

	牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
ほぼ毎日	76	43	44	14	20	16	19
週に3~5回	18	46	42	31	29	10	9
週に1~2回	92	112	147	98	86	13	9
月に2~3回	77	75	93	104	70	6	13
月に1回	48	27	28	65	76	5	5
2~3ヶ月に1回	25	8	9	35	52	7	6
半年に1回	6	3	5	8	26	2	3
それ未満	5	11	7	15	15	8	11
わからない	0	1	1	1	1	0	2
全体	347	326	376	371	376	67	77

購入頻度については、どの製品についても週1~2回程度の購入とする人が多かった。特にチーズは39.1%、ヨーグルトは34.4%と高い。週1回以上の頻度で購入する人は牛乳で53.6%、ヨーグルトで61.7%、チーズで62%となった。

## 4. 乳製品の購入頻度 - 牛乳

(%, N=347)

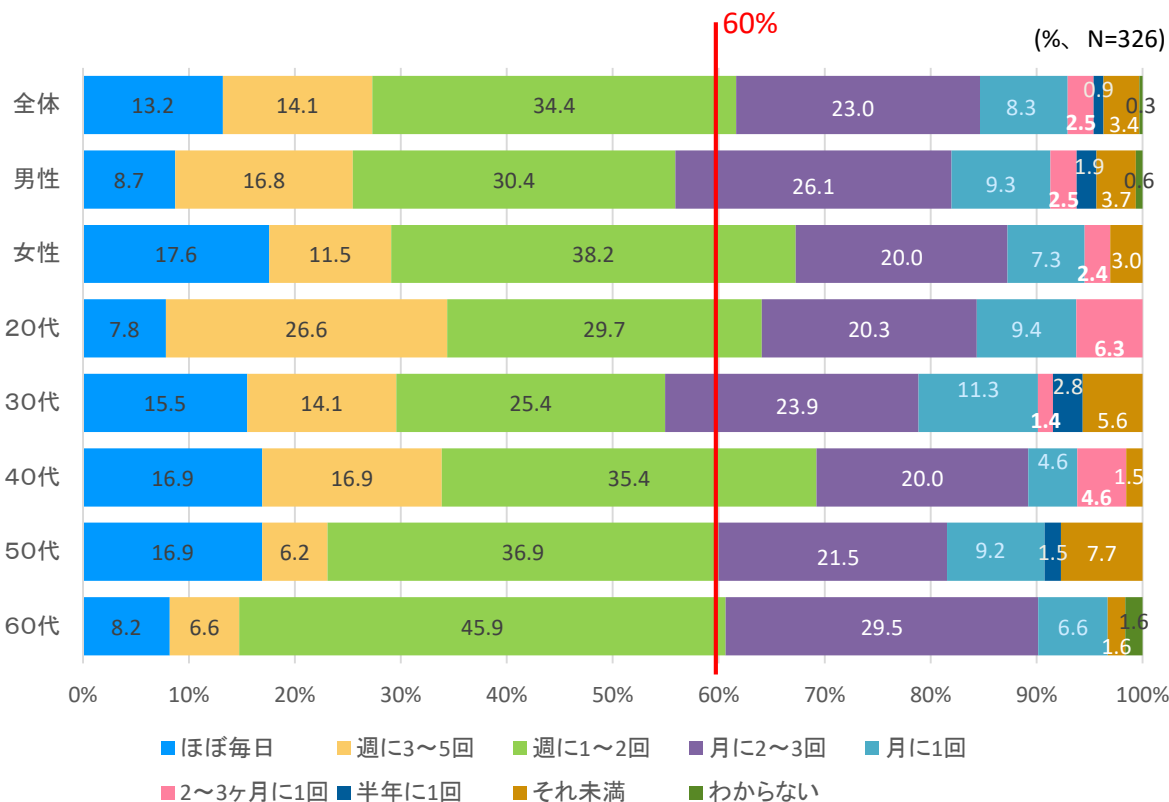


(%, N=347)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	76	21.9	31	18.6	45	25.0	20	28.2	17	23.3	19	26.4	10	15.2	10	15.4
週に3~5回	18	5.2	13	7.8	5	2.8	7	9.9	5	6.8	4	5.6	2	3.0	0	0.0
週に1~2回	92	26.5	48	28.7	44	24.4	15	21.1	19	26.0	21	29.2	20	30.3	17	26.2
月に2~3回	77	22.2	37	22.2	40	22.2	16	22.5	16	21.9	14	19.4	17	25.8	14	21.5
月に1回	48	13.8	22	13.2	26	14.4	6	8.5	7	9.6	8	11.1	12	18.2	15	23.1
2~3ヶ月に1回	25	7.2	9	5.4	16	8.9	4	5.6	7	9.6	4	5.6	3	4.5	7	10.8
半年に1回	6	1.7	3	1.8	3	1.7	3	4.2	0	0.0	1	1.4	1	1.5	1	1.5
それ未満	5	1.4	4	2.4	1	0.6	0	0.0	2	2.7	1	1.4	1	1.5	1	1.5
全体	347	100.0	167	100.0	180	100.0	71	100.0	73	100.0	72	100.0	66	100.0	65	100.0

牛乳については年代によって多少の差異があるものの、20%前後の人がほぼ毎日購入している。一方「週に1~2回」または「月に2~3回」購入する人は全体で48.7%となっており、各年代を見ても平均的に高い。

## 4. 乳製品の購入頻度 - ヨーグルト

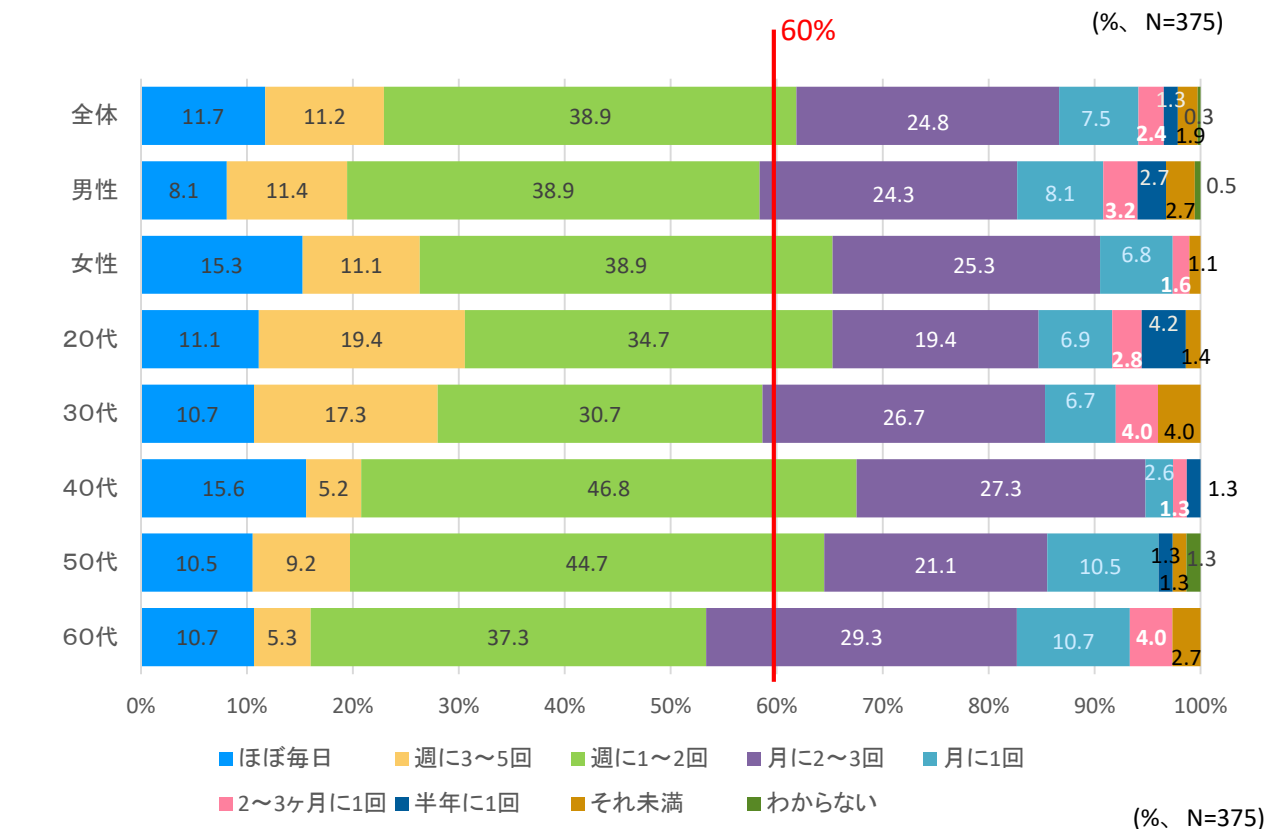


(%, N=326)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	43	13.2	14	8.7	29	17.6	5	7.8	11	15.5	11	16.9	11	16.9	5	8.2
週に3~5回	46	14.1	27	16.8	19	11.5	17	26.6	10	14.1	11	16.9	4	6.2	4	6.6
週に1~2回	112	34.4	49	30.4	63	38.2	19	29.7	18	25.4	23	35.4	24	36.9	28	45.9
月に2~3回	75	23.0	42	26.1	33	20.0	13	20.3	17	23.9	13	20.0	14	21.5	18	29.5
月に1回	27	8.3	15	9.3	12	7.3	6	9.4	8	11.3	3	4.6	6	9.2	4	6.6
2~3ヶ月に1回	8	2.5	4	2.5	4	2.4	4	6.3	1	1.4	3	4.6	0	0.0	0	0.0
半年に1回	3	0.9	3	1.9		0.0	0	0.0	2	2.8	0	0.0	1	1.5	0	0.0
それ未満	11	3.4	6	3.7	5	3.0	0	0.0	4	5.6	1	1.5	5	7.7	1	1.6
わからない	1	0.3	1	0.6		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.6
全体	326	100.0	161	100.0	165	100.0	64	100.0	71	100.0	65	100.0	65	100.0	61	100.0

ヨーグルトについては年代によって多少の差異があるが、ほぼ毎日購入する人は全体で13.2%にとどまり、週1~2回程度の2購入者が多い。週1回以上の購入頻度が全体を通して60%を越えており、各世代でも頻繁に購入されている。

## 4. 乳製品の購入頻度 - チーズ

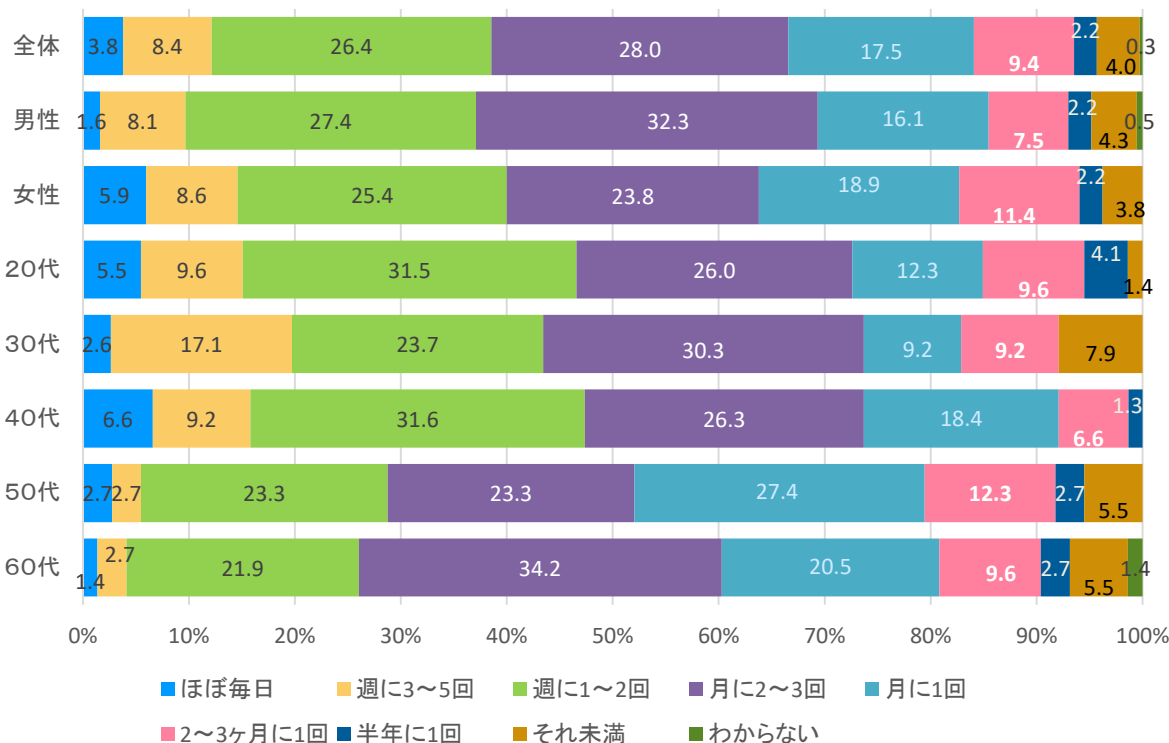


	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	44	11.7	15	8.1	29	15.3	8	11.1	8	10.7	12	15.6	8	10.5	8	10.7
週に3~5回	42	11.2	21	11.4	21	11.1	14	19.4	13	17.3	4	5.2	7	9.2	4	5.3
週に1~2回	146	38.9	72	38.9	74	38.9	25	34.7	23	30.7	36	46.8	34	44.7	28	37.3
月に2~3回	93	24.8	45	24.3	48	25.3	14	19.4	20	26.7	21	27.3	16	21.1	22	29.3
月に1回	28	7.5	15	8.1	13	6.8	5	6.9	5	6.7	2	2.6	8	10.5	8	10.7
2~3ヶ月に1回	9	2.4	6	3.2	3	1.6	2	2.8	3	4.0	1	1.3	0	0.0	3	4.0
半年に1回	5	1.3	5	2.7		0.0	3	4.2	0	0.0	1	1.3	1	1.3	0	0.0
それ未満	7	1.9	5	2.7	2	1.1	1	1.4	3	4.0	0	0.0	1	1.3	2	2.7
わからない	1	0.3	1	0.5		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.3	0	0.0
全体	375	100.0	185	100.0	190	100.0	72	100.0	75	100.0	77	100.0	76	100.0	75	100.0

チーズはほぼ毎日購入する人は10%程度と低いが、週1回以上の頻度はどの年代も比較的高く、全体で61.8%となっている。各年代でも「週に1~2回」の回答が最も多く、40%近くとなっている。その一方、60代の購入頻度が他の世代と比べて低い。

## 4. 乳製品の購入頻度 - 生クリーム

(%, N=371)



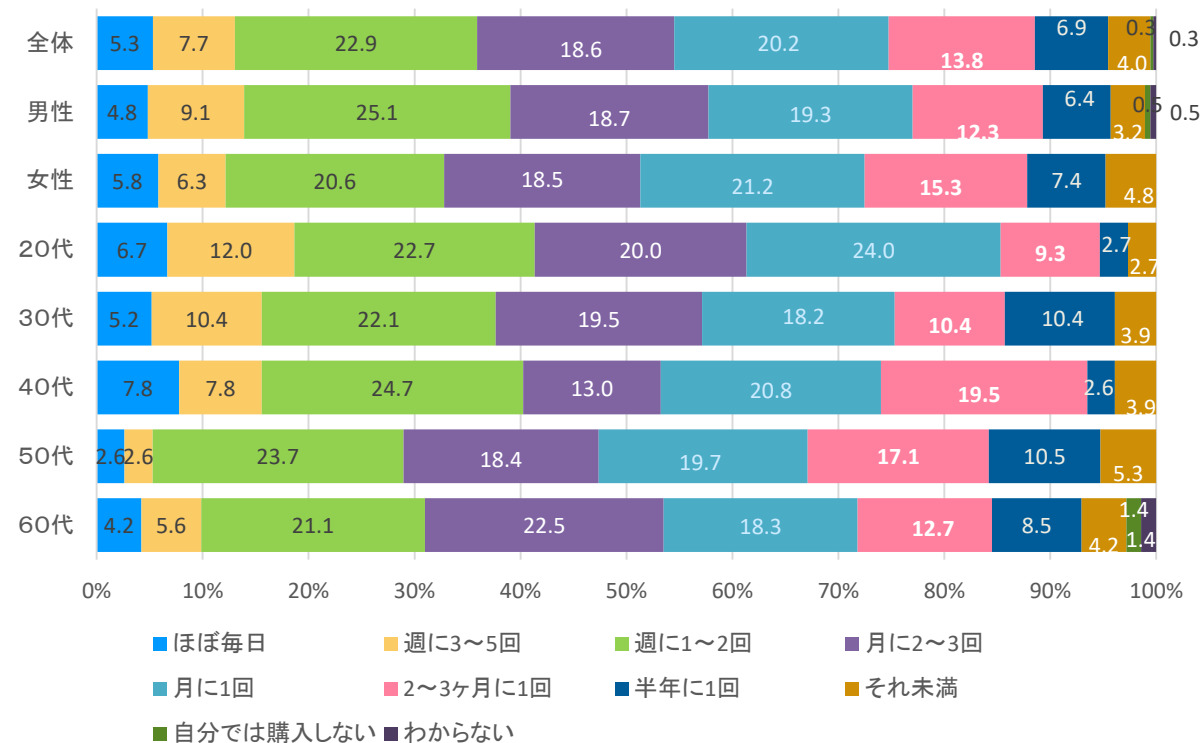
(%, N=371)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	14	3.8	3	1.6	11	5.9	4	5.5	2	2.6	5	6.6	2	2.7	1	1.4
週に3~5回	31	8.4	15	8.1	16	8.6	7	9.6	13	17.1	7	9.2	2	2.7	2	2.7
週に1~2回	98	26.4	51	27.4	47	25.4	23	31.5	18	23.7	24	31.6	17	23.3	16	21.9
月に2~3回	104	28.0	60	32.3	44	23.8	19	26.0	23	30.3	20	26.3	17	23.3	25	34.2
月に1回	65	17.5	30	16.1	35	18.9	9	12.3	7	9.2	14	18.4	20	27.4	15	20.5
2~3ヶ月に1回	35	9.4	14	7.5	21	11.4	7	9.6	7	9.2	5	6.6	9	12.3	7	9.6
半年に1回	8	2.2	4	2.2	4	2.2	3	4.1	0	0.0	1	1.3	2	2.7	2	2.7
それ未満	15	4.0	8	4.3	7	3.8	1	1.4	6	7.9	0	0.0	4	5.5	4	5.5
わからない	1	0.3	1	0.5		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4
全体	371	100.0	186	100.0	185	100.0	73	100.0	76	100.0	76	100.0	73	100.0	73	100.0

生クリームはほぼ毎日購入する人は全体の3.8%にとどまっている。「週に1~2回」あるいは「月に2~3回」と回答した人が全体のおよそ半分を占める。

## 4. 乳製品の購入頻度 - アイスクリーム

(%、N=376)



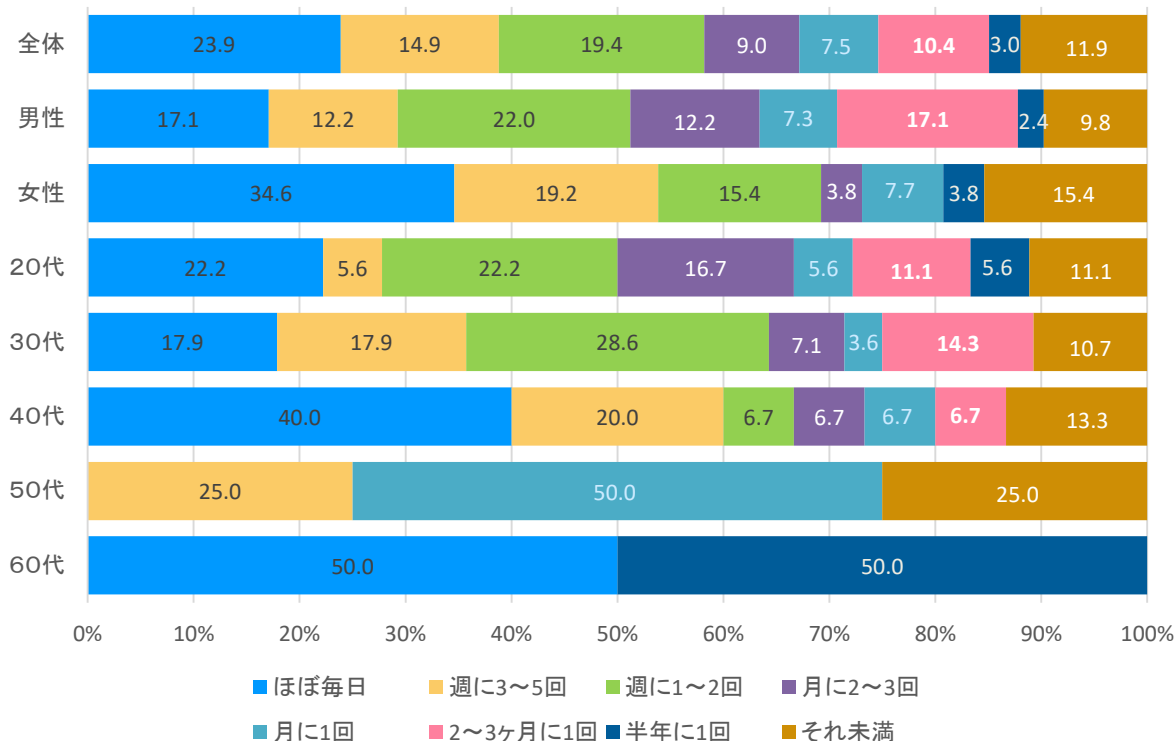
(%、N=376)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	20	5.3	9	4.8	11	5.8	5	6.7	4	5.2	6	7.8	2	2.6	3	4.2
週に3~5回	29	7.7	17	9.1	12	6.3	9	12.0	8	10.4	6	7.8	2	2.6	4	5.6
週に1~2回	86	22.9	47	25.1	39	20.6	17	22.7	17	22.1	19	24.7	18	23.7	15	21.1
月に2~3回	70	18.6	35	18.7	35	18.5	15	20.0	15	19.5	10	13.0	14	18.4	16	22.5
月に1回	76	20.2	36	19.3	40	21.2	18	24.0	14	18.2	16	20.8	15	19.7	13	18.3
2~3ヶ月に1回	52	13.8	23	12.3	29	15.3	7	9.3	8	10.4	15	19.5	13	17.1	9	12.7
半年に1回	26	6.9	12	6.4	14	7.4	2	2.7	8	10.4	2	2.6	8	10.5	6	8.5
それ未満	15	4.0	6	3.2	9	4.8	2	2.7	3	3.9	3	3.9	4	5.3	3	4.2
自分では購入しない	1	0.3	1	0.5		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4
わからない	1	0.3	1	0.5		0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.4
全体	376	100.0	187	100.0	189	100.0	75	100.0	77	100.0	77	100.0	76	100.0	71	100.0

アイスクリームは全体を通して週1~2回程度購入する人が多い。年代の差があまり見られない。

## 4. 乳製品の購入頻度 - 育児用調製液状乳

(%, N=67)



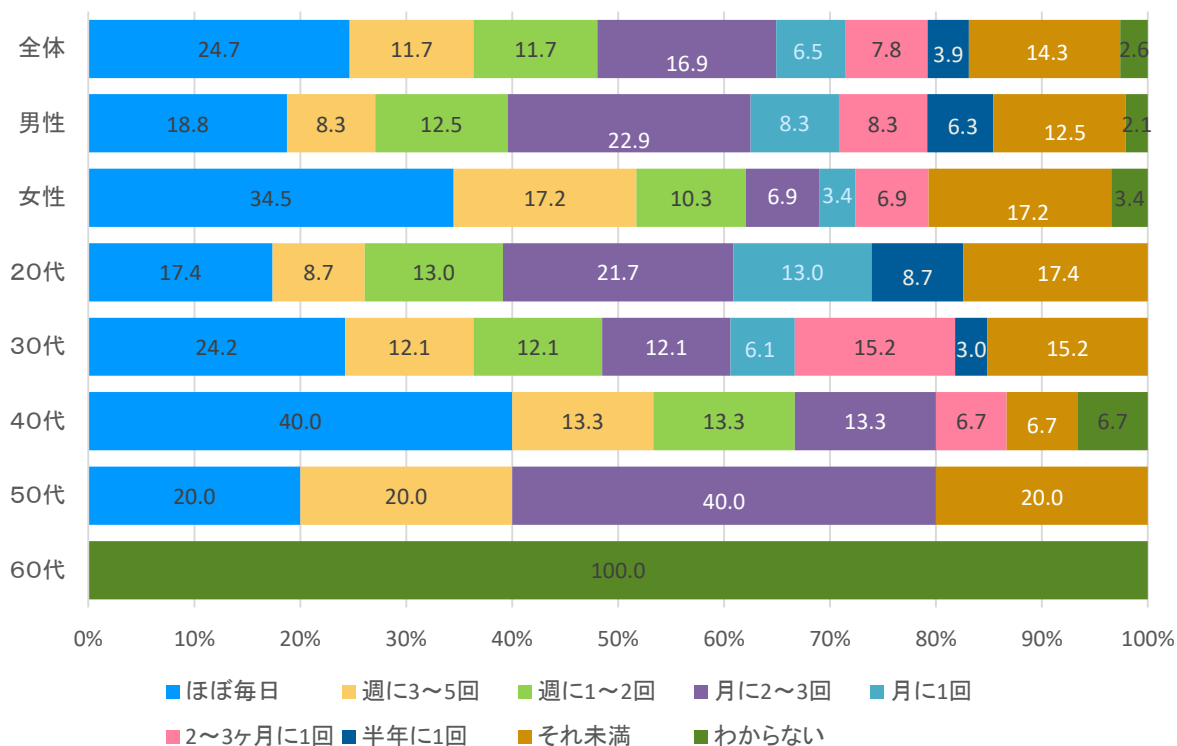
(%, N=67)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	16	23.9	7	17.1	9	34.6	4	22.2	5	17.9	6	40.0	0	0.0	1	50.0
週に3~5回	10	14.9	5	12.2	5	19.2	1	5.6	5	17.9	3	20.0	1	25.0	0	0.0
週に1~2回	13	19.4	9	22.0	4	15.4	4	22.2	8	28.6	1	6.7	0	0.0	0	0.0
月に2~3回	6	9.0	5	12.2	1	3.8	3	16.7	2	7.1	1	6.7	0	0.0	0	0.0
月に1回	5	7.5	3	7.3	2	7.7	1	5.6	1	3.6	1	6.7	2	50.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	7	10.4	7	17.1		0.0	2	11.1	4	14.3	1	6.7	0	0.0	0	0.0
半年に1回	2	3.0	1	2.4	1	3.8	1	5.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	50.0
それ未満	8	11.9	4	9.8	4	15.4	2	11.1	3	10.7	2	13.3	1	25.0	0	0.0
全体	67	100.0	41	100.0	26	100.0	18	100.0	28	100.0	15	100.0	4	100.0	2	100.0

育児用調製液状乳の購入頻度に関する回答者数は67名と少なく、そのため回答に偏りがみられる（例：60代など）。回答者の7割は20代及び30代であり、この年代層は育児用調製液状乳を最も購入していることがわかる。

## 4. 乳製品の購入頻度 - 育児用調製粉乳

(%, N=77)



(%, N=77)

	全体		男性		女性		20代		30代		40代		50代		60代	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
ほぼ毎日	19	24.7	9	18.8	10	34.5	4	17.4	8	24.2	6	40.0	1	20.0	0	0.0
週に3~5回	9	11.7	4	8.3	5	17.2	2	8.7	4	12.1	2	13.3	1	20.0	0	0.0
週に1~2回	9	11.7	6	12.5	3	10.3	3	13.0	4	12.1	2	13.3	0	0.0	0	0.0
月に2~3回	13	16.9	11	22.9	2	6.9	5	21.7	4	12.1	2	13.3	2	40.0	0	0.0
月に1回	5	6.5	4	8.3	1	3.4	3	13.0	2	6.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
2~3ヶ月に1回	6	7.8	4	8.3	2	6.9	0	0.0	5	15.2	1	6.7	0	0.0	0	0.0
半年に1回	3	3.9	3	6.3		0.0	2	8.7	1	3.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
それ未満	11	14.3	6	12.5	5	17.2	4	17.4	5	15.2	1	6.7	1	20.0	0	0.0
わからない	2	2.6	1	2.1	1	3.4	0	0.0	0	0.0	1	6.7	0	0.0	1	100.0
全体	77	100.0	48	100.0	29	100.0	23	100.0	33	100.0	15	100.0	5	100.0	1	100.0

育児用調製粉乳についても回答者数が少なく（77名）、回答に偏りがみられる。購入世代では、液状乳との大きな違いは見られず、20代から30代が最も多い。



## 5. 乳製品の喫食（飲用）理由

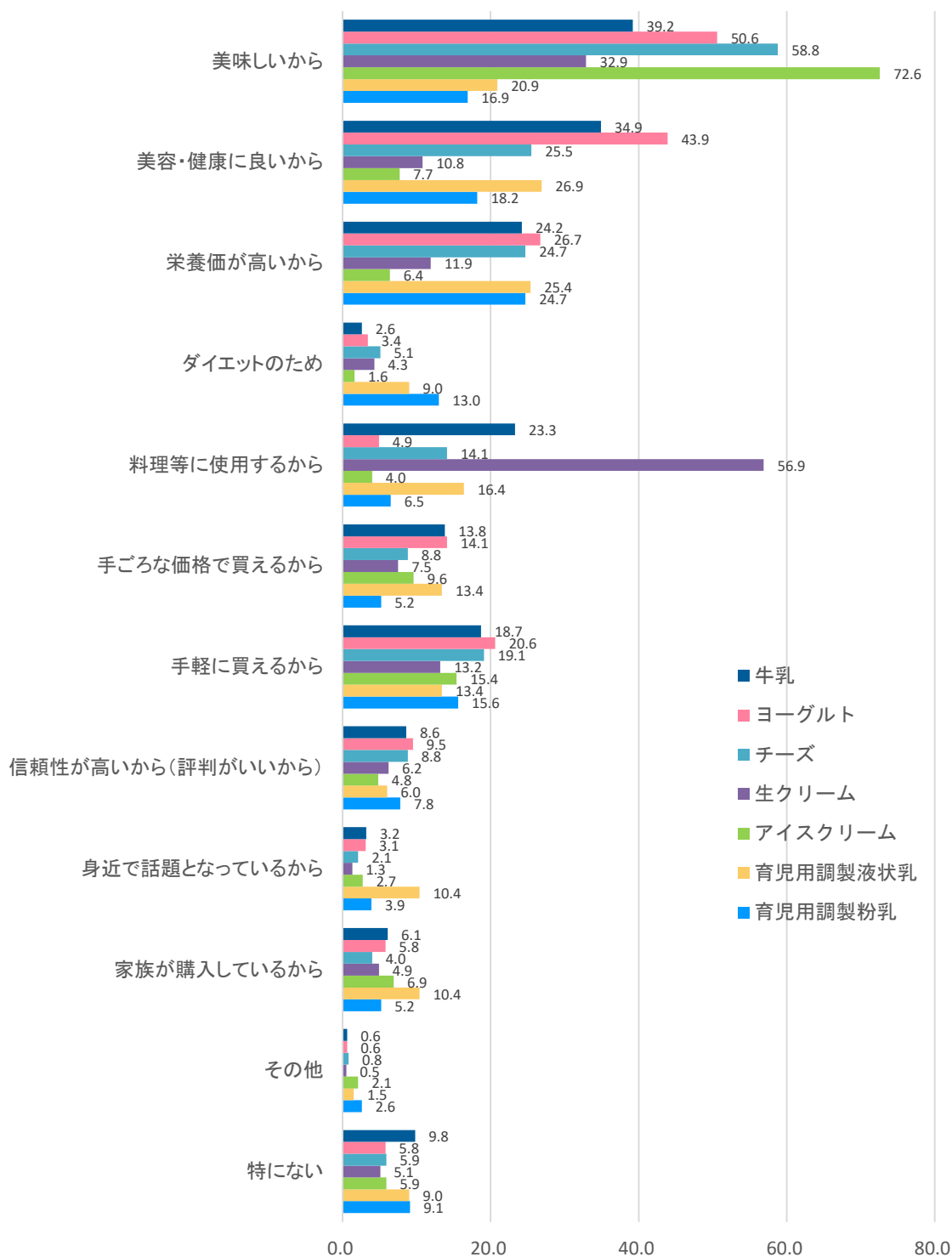
（複数回答可）

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
	合計	347	326	376	371	376	67	77
美味しいから	回答者数	136	165	221	122	273	14	13
	%	39.2	50.6	58.8	32.9	72.6	20.9	16.9
美容・健康に良いから	回答者数	121	143	96	40	29	18	14
	%	34.9	43.9	25.5	10.8	7.7	26.9	18.2
栄養価が高いから	回答者数	84	87	93	44	24	17	19
	%	24.2	26.7	24.7	11.9	6.4	25.4	24.7
ダイエットのため	回答者数	9	11	19	16	6	6	10
	%	2.6	3.4	5.1	4.3	1.6	9.0	13.0
料理等に使用するから	回答者数	81	16	53	211	15	11	5
	%	23.3	4.9	14.1	56.9	4.0	16.4	6.5
手ごろな価格で買えるから	回答者数	48	46	33	28	36	9	4
	%	13.8	14.1	8.8	7.5	9.6	13.4	5.2
手軽に買えるから	回答者数	65	67	72	49	58	9	12
	%	18.7	20.6	19.1	13.2	15.4	13.4	15.6
信頼性が高いから （評判がいいから）	回答者数	30	31	33	23	18	4	6
	%	8.6	9.5	8.8	6.2	4.8	6.0	7.8
身近で話題となっているから	回答者数	11	10	8	5	10	7	3
	%	3.2	3.1	2.1	1.3	2.7	10.4	3.9
家族が購入しているから	回答者数	21	19	15	18	26	7	4
	%	6.1	5.8	4.0	4.9	6.9	10.4	5.2
その他	回答者数	2	2	3	2	8	1	2
	%	0.6	0.6	0.8	0.5	2.1	1.5	2.6
特にない	回答者数	34	19	22	19	22	6	7
	%	9.8	5.8	5.9	5.1	5.9	9.0	9.1

乳製品に関しては「美味しいから」という理由で購入しているのはアイスクリーム（72.6%）、チーズ（58.8%）、ヨーグルト（50.6%）などである。そのほか「美容・健康に良いから」及び「栄養価が高いから」が他のカテゴリーよりも高い傾向にある。ヨーグルトは「美容・健康に良い」及び「栄養価が高い」と回答した割合が最も高く、健康を理由に喫食している人が多いことが伺える。生クリームは料理に使用するからという理由が50%を超えている。

## 5. 乳製品の喫食（飲用）理由

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 - 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	136	64	72	34	27	35	29	11
	%	39.2	38.3	40.0	47.9	37.0	48.6	43.9	16.9
美容・健康に良いから	回答者数	121	61	60	23	19	34	27	18
	%	34.9	36.5	33.3	32.4	26.0	47.2	40.9	27.7
栄養価が高いから	回答者数	84	48	36	17	15	23	18	11
	%	24.2	28.7	20.0	23.9	20.5	31.9	27.3	16.9
ダイエットのため	回答者数	9	8	1	3	0	2	2	2
	%	2.6	4.8	0.6	4.2	0.0	2.8	3.0	3.1
料理等に使用するから	回答者数	81	34	47	11	12	13	17	28
	%	23.3	20.4	26.1	15.5	16.4	18.1	25.8	43.1
手ごろな価格で買えるから	回答者数	48	29	19	14	2	11	9	12
	%	13.8	17.4	10.6	19.7	2.7	15.3	13.6	18.5
手軽に買えるから	回答者数	65	35	30	11	6	16	17	15
	%	18.7	21.0	16.7	15.5	8.2	22.2	25.8	23.1
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	30	16	14	8	4	5	4	9
	%	8.6	9.6	7.8	11.3	5.5	6.9	6.1	13.8
身近で話題となっているから	回答者数	11	6	5	1	5	1	1	3
	%	3.2	3.6	2.8	1.4	6.8	1.4	1.5	4.6
家族が購入しているから	回答者数	21	16	5	7	6	2	3	3
	%	6.1	9.6	2.8	9.9	8.2	2.8	4.5	4.6
その他	回答者数	2	1	1	0	2	0	0	0
	%	0.6	0.6	0.6	0.0	2.7	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	34	18	16	8	6	8	4	8
	%	9.8	10.8	8.9	11.3	8.2	11.1	6.1	12.3

牛乳の購入理由については「美味しいから」と答えた人が39.2%と最も多かった。「美容、健康にいいから」と答えた割合は34.9%であり、どの世代でも高い割合だった。特に40代の「美容、健康にいいから」は47.2%と非常に高い。

全体 + 10%

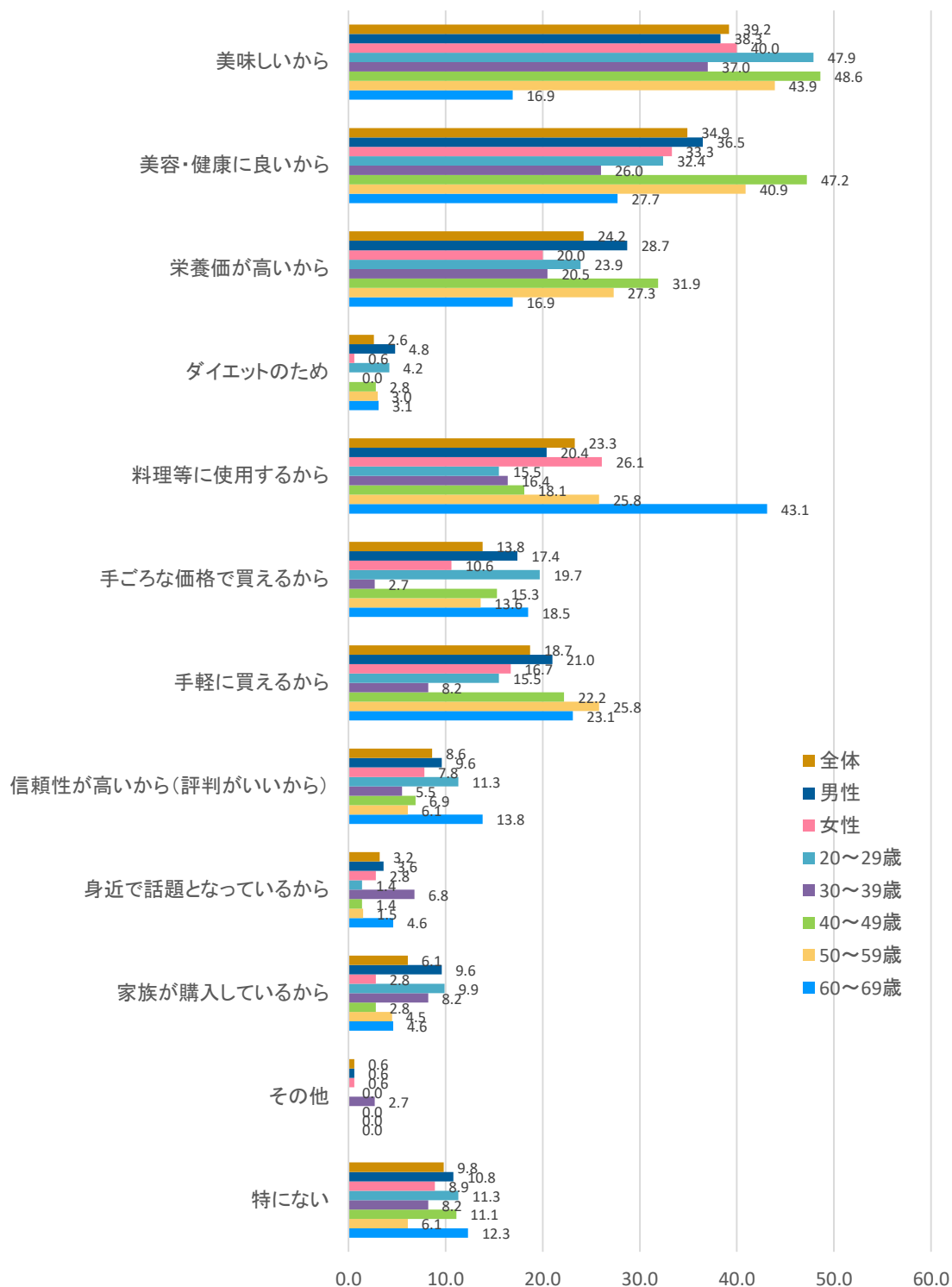
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - 牛乳

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 - ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	165	80	85	36	30	35	35	29
	%	50.6	49.7	51.5	56.2	42.3	53.8	53.8	47.5
美容・健康に良いから	回答者数	143	65	78	25	27	28	31	32
	%	43.9	40.4	47.3	39.1	38.0	43.1	47.7	52.5
栄養価が高いから	回答者数	87	46	41	18	14	14	16	25
	%	26.7	28.6	24.8	28.1	19.7	21.5	24.6	41.0
ダイエットのため	回答者数	11	7	4	2	4	1	1	3
	%	3.4	4.3	2.4	3.1	5.6	1.5	1.5	4.9
料理等に使用するから	回答者数	16	5	11	3	3	3	3	4
	%	4.9	3.1	6.7	4.7	4.2	4.6	4.6	6.6
手ごろな価格で買えるから	回答者数	46	26	20	9	7	9	8	13
	%	14.1	16.1	12.1	14.1	9.9	13.8	12.3	21.3
手軽に買えるから	回答者数	67	34	33	11	12	12	15	17
	%	20.6	21.1	20.0	17.2	16.9	18.5	23.1	27.9
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	31	20	11	4	4	6	5	12
	%	9.5	12.4	6.7	6.2	5.6	9.2	7.7	19.7
身近で話題となっているから	回答者数	10	8	2	2	5	0	2	1
	%	3.1	5.0	1.2	3.1	7.0	0.0	3.1	1.6
家族が購入しているから	回答者数	19	14	5	5	6	1	5	2
	%	5.8	8.7	3.0	7.8	8.5	1.5	7.7	3.3
その他	回答者数	2	1	1	0	2	0	0	0
	%	0.6	0.6	0.6	0.0	2.8	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	19	10	9	3	4	6	2	4
	%	5.8	6.2	5.5	4.7	5.6	9.2	3.1	6.6

ヨーグルトの購入理由については「美味しいから」と答えた人が50.6%であった。「美容・健康にいいから」という理由については、特に年代があがると購入理由として選択されており、60代では52.5%と最も高い。

全体 + 10%

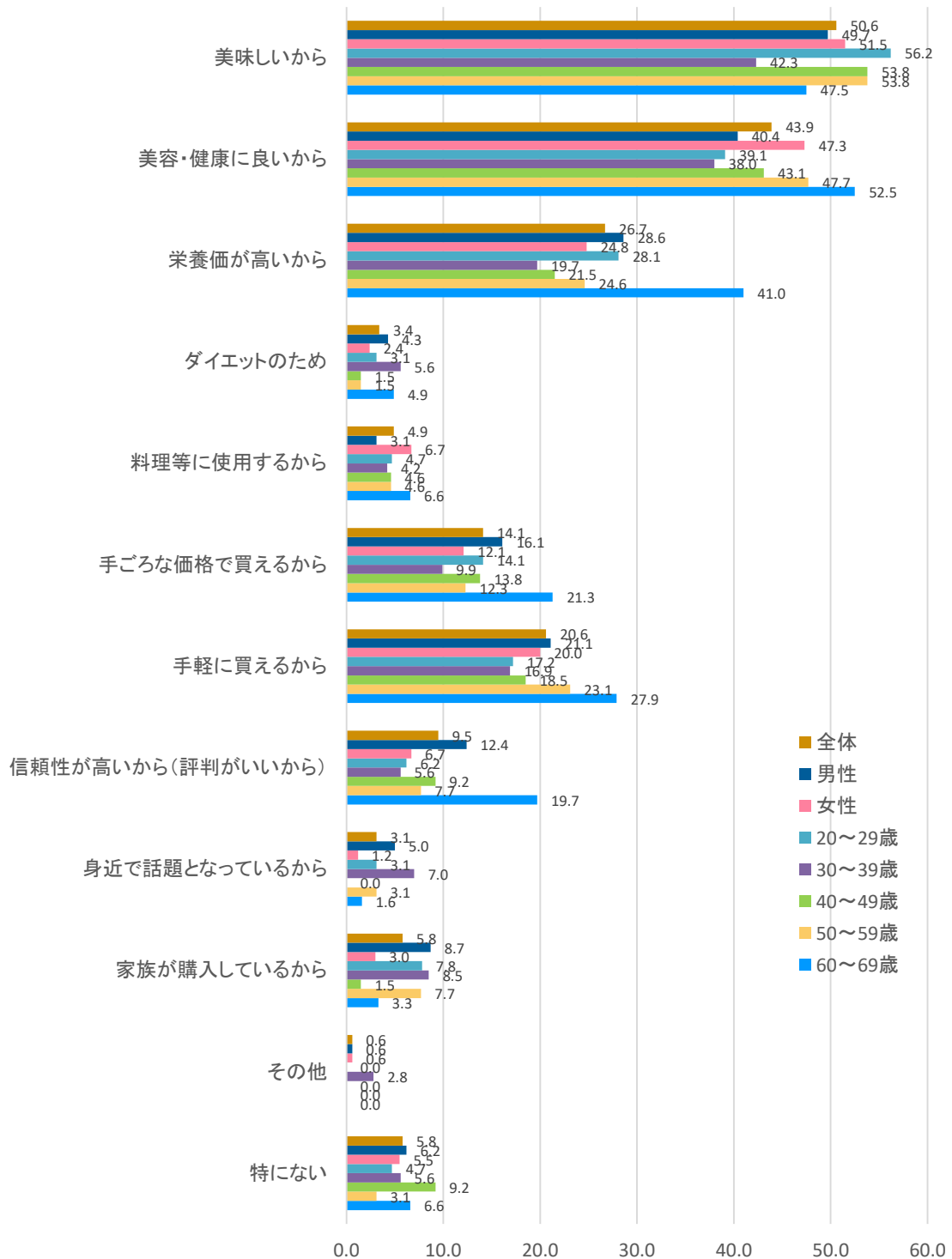
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - ヨーグルト

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	221	109	112	38	42	48	48	45
	%	58.8	58.9	58.6	52.8	56.0	62.3	63.2	59.2
美容・健康に良いから	回答者数	96	44	52	15	16	22	25	18
	%	25.5	23.8	27.2	20.8	21.3	28.6	32.9	23.7
栄養価が高いから	回答者数	93	47	46	21	13	17	18	24
	%	24.7	25.4	24.1	29.2	17.3	22.1	23.7	31.6
ダイエットのため	回答者数	19	12	7	7	2	1	3	6
	%	5.1	6.5	3.7	9.7	2.7	1.3	3.9	7.9
料理等に使用するから	回答者数	53	25	28	10	9	11	10	13
	%	14.1	13.5	14.7	13.9	12.0	14.3	13.2	17.1
手ごろな価格で買えるから	回答者数	33	19	14	6	6	7	6	8
	%	8.8	10.3	7.3	8.3	8.0	9.1	7.9	10.5
手軽に買えるから	回答者数	72	38	34	14	10	11	16	21
	%	19.1	20.5	17.8	19.4	13.3	14.3	21.1	27.6
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	33	21	12	6	2	6	8	11
	%	8.8	11.4	6.3	8.3	2.7	7.8	10.5	14.5
身近で話題となっているから	回答者数	8	6	2	2	1	2	0	3
	%	2.1	3.2	1.0	2.8	1.3	2.6	0.0	3.9
家族が購入しているから	回答者数	15	10	5	3	3	1	4	4
	%	4.0	5.4	2.6	4.2	4.0	1.3	5.3	5.3
その他	回答者数	3	1	2	0	1	0	0	2
	%	0.8	0.5	1.0	0.0	1.3	0.0	0.0	2.6
特にない	回答者数	22	12	10	3	5	8	2	4
	%	5.9	6.5	5.2	4.2	6.7	10.4	2.6	5.3

チーズの購入理由については「美味しいから」という人が全体の58.8%を占めている。男女の差はほとんどなく、20代が52.8%にとどまるものの、各世代で高い率を保っている。「美容・健康に良いから」と「栄養価が高いから」がどの世代でも理由として多くあげられている。

全体 + 10%

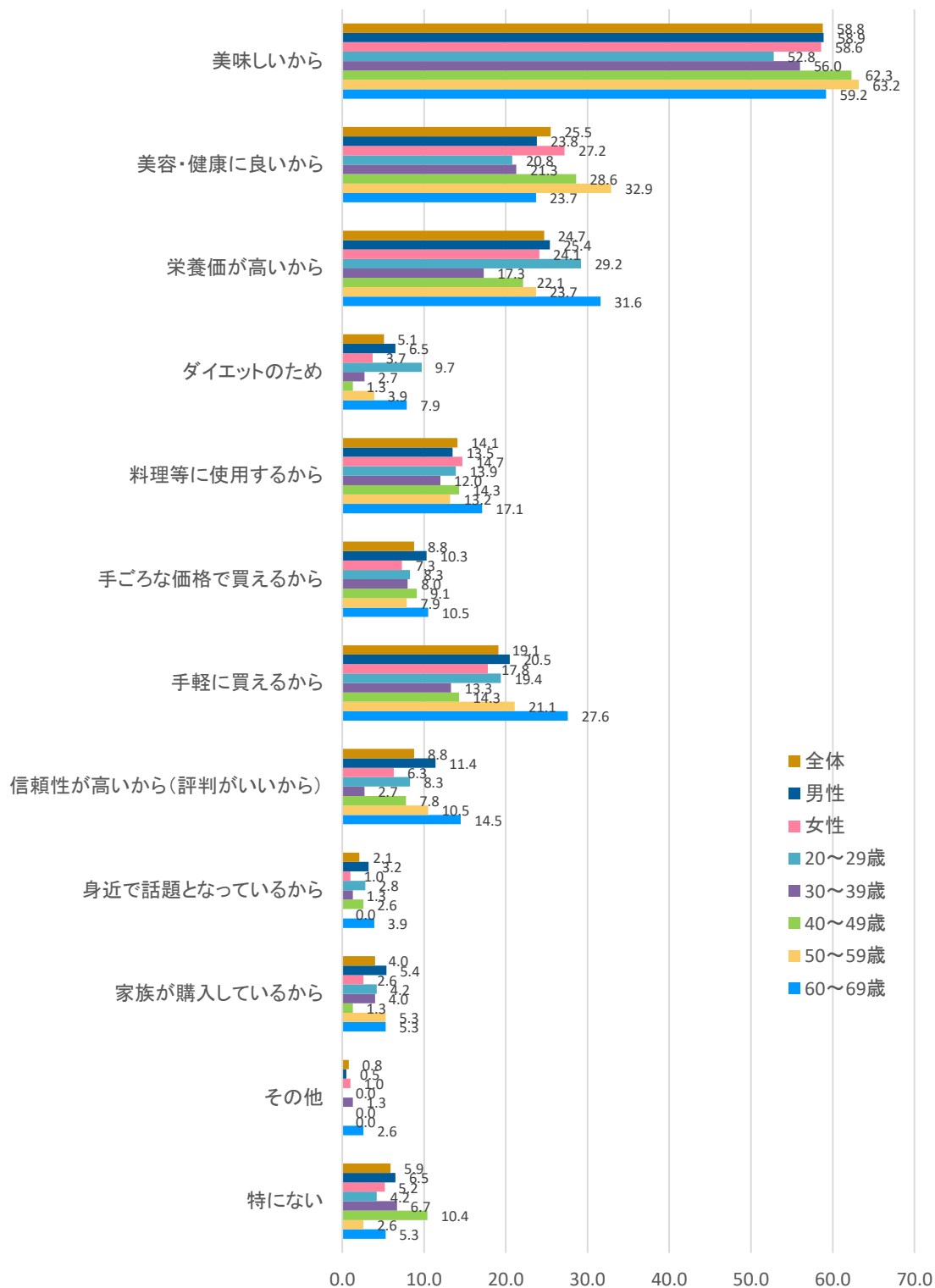
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - チーズ

(複数回答可) (%)





## 5. 乳製品の購入理由 - 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	122	63	59	28	23	27	31	13
	%	32.9	33.9	31.9	38.4	30.3	35.5	42.5	17.8
美容・健康に良いから	回答者数	40	21	19	6	11	8	12	3
	%	10.8	11.3	10.3	8.2	14.5	10.5	16.4	4.1
栄養価が高いから	回答者数	44	26	18	9	7	9	10	9
	%	11.9	14.0	9.7	12.3	9.2	11.8	13.7	12.3
ダイエットのため	回答者数	16	13	3	8	3	2	2	1
	%	4.3	7.0	1.6	11.0	3.9	2.6	2.7	1.4
料理等に使用するから	回答者数	211	92	119	33	40	40	45	53
	%	56.9	49.5	64.3	45.2	52.6	52.6	61.6	72.6
手ごろな価格で買えるから	回答者数	28	14	14	9	5	6	3	5
	%	7.5	7.5	7.6	12.3	6.6	7.9	4.1	6.8
手軽に買えるから	回答者数	49	29	20	7	7	12	13	10
	%	13.2	15.6	10.8	9.6	9.2	15.8	17.8	13.7
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	23	18	5	5	4	5	4	5
	%	6.2	9.7	2.7	6.8	5.3	6.6	5.5	6.8
身近で話題となっているから	回答者数	5	2	3	0	2	0	1	2
	%	1.3	1.1	1.6	0.0	2.6	0.0	1.4	2.7
家族が購入しているから	回答者数	18	14	4	6	4	1	3	4
	%	4.9	7.5	2.2	8.2	5.3	1.3	4.1	5.5
その他	回答者数	2	1	1	0	1	0	0	1
	%	0.5	0.5	0.5	0.0	1.3	0.0	0.0	1.4
特にない	回答者数	19	13	6	2	2	7	5	3
	%	5.1	7.0	3.2	2.7	2.6	9.2	6.8	4.1

生クリームの購入理由は「料理などに使用するから」が全体で56.9%。特に60代は72.6%が理由にあげている。大きく差はあるが、2番目の理由としてあげられているのが「美味しいから」で、全体で32.9%、世代の違いは特に見られない。

全体 + 10%

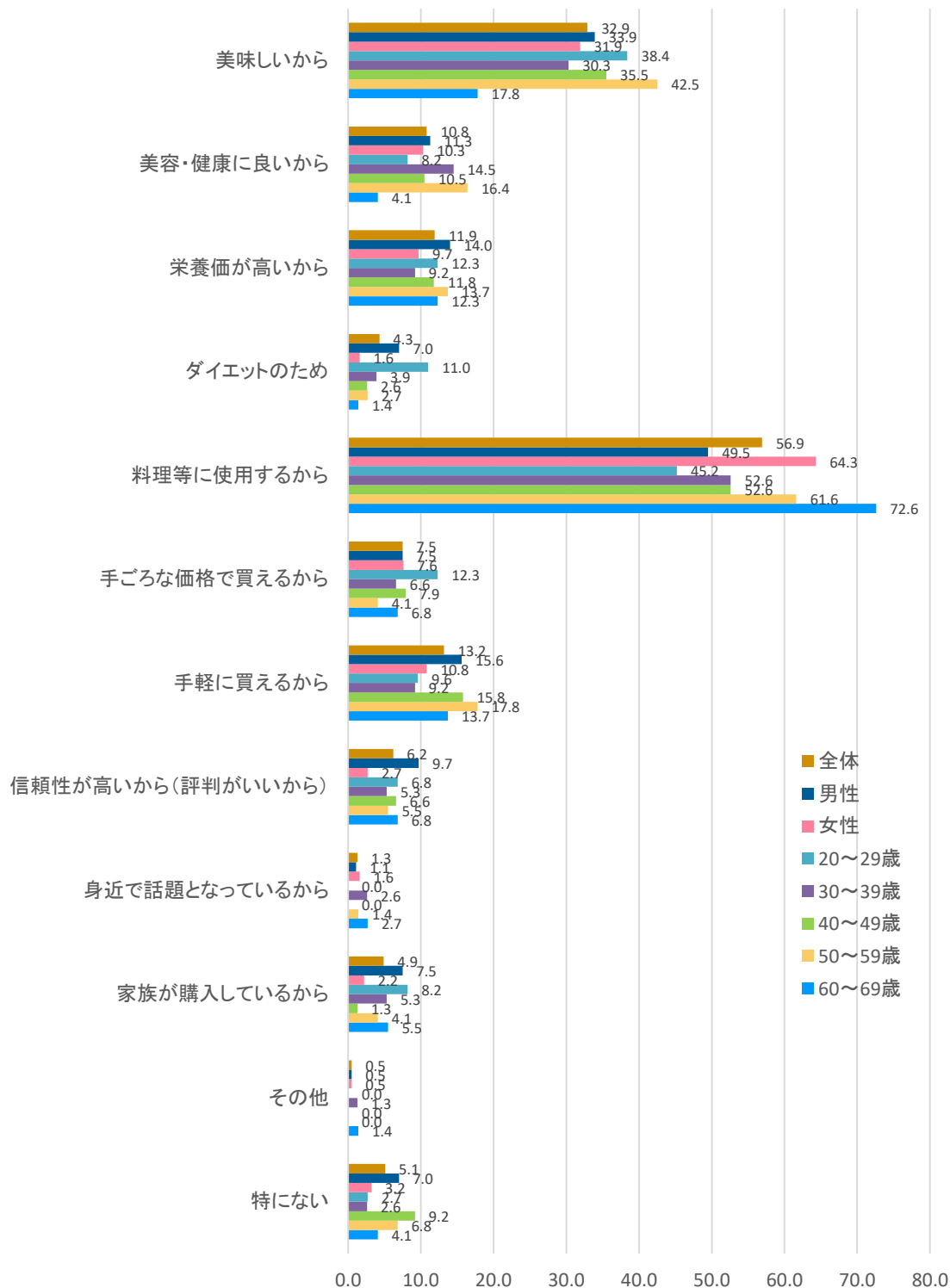
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	273	128	145	48	48	59	61	57
	%	72.6	68.4	76.7	64.0	62.3	76.6	80.3	80.3
美容・健康に良いから	回答者数	29	17	12	6	6	9	5	3
	%	7.7	9.1	6.3	8.0	7.8	11.7	6.6	4.2
栄養価が高いから	回答者数	24	16	8	2	11	3	6	2
	%	6.4	8.6	4.2	2.7	14.3	3.9	7.9	2.8
ダイエットのため	回答者数	6	4	2	1	2	2	0	1
	%	1.6	2.1	1.1	1.3	2.6	2.6	0.0	1.4
料理等に使用するから	回答者数	15	11	4	6	3	3	2	1
	%	4.0	5.9	2.1	8.0	3.9	3.9	2.6	1.4
手ごろな価格で買えるから	回答者数	36	25	11	9	6	7	6	8
	%	9.6	13.4	5.8	12.0	7.8	9.1	7.9	11.3
手軽に買えるから	回答者数	58	28	30	11	8	9	15	15
	%	15.4	15.0	15.9	14.7	10.4	11.7	19.7	21.1
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	18	12	6	6	2	2	5	3
	%	4.8	6.4	3.2	8.0	2.6	2.6	6.6	4.2
身近で話題となっているから	回答者数	10	7	3	3	3	2	0	2
	%	2.7	3.7	1.6	4.0	3.9	2.6	0.0	2.8
家族が購入しているから	回答者数	26	17	9	11	5	3	4	3
	%	6.9	9.1	4.8	14.7	6.5	3.9	5.3	4.2
その他	回答者数	8	2	6	0	2	2	1	3
	%	2.1	1.1	3.2	0.0	2.6	2.6	1.3	4.2
特にない	回答者数	22	11	11	4	4	5	6	3
	%	5.9	5.9	5.8	5.3	5.2	6.5	7.9	4.2

アイスクリームの購入理由は、全体の72.6%が「美味しいから」としている。その次に理由としてあげられるのは、「手軽に買えるから」で、全体の15.4%を占めている。30代については上記2つの理由をあげる率は他の世代に比べて少なく、「栄養価が高いから」を理由にした人が他の世代に比べて多い。「栄養価が高いから」を理由に挙げた人は、全体では6.4%にとどまるが、30代では14.3%と倍以上となった。

全体 + 10%

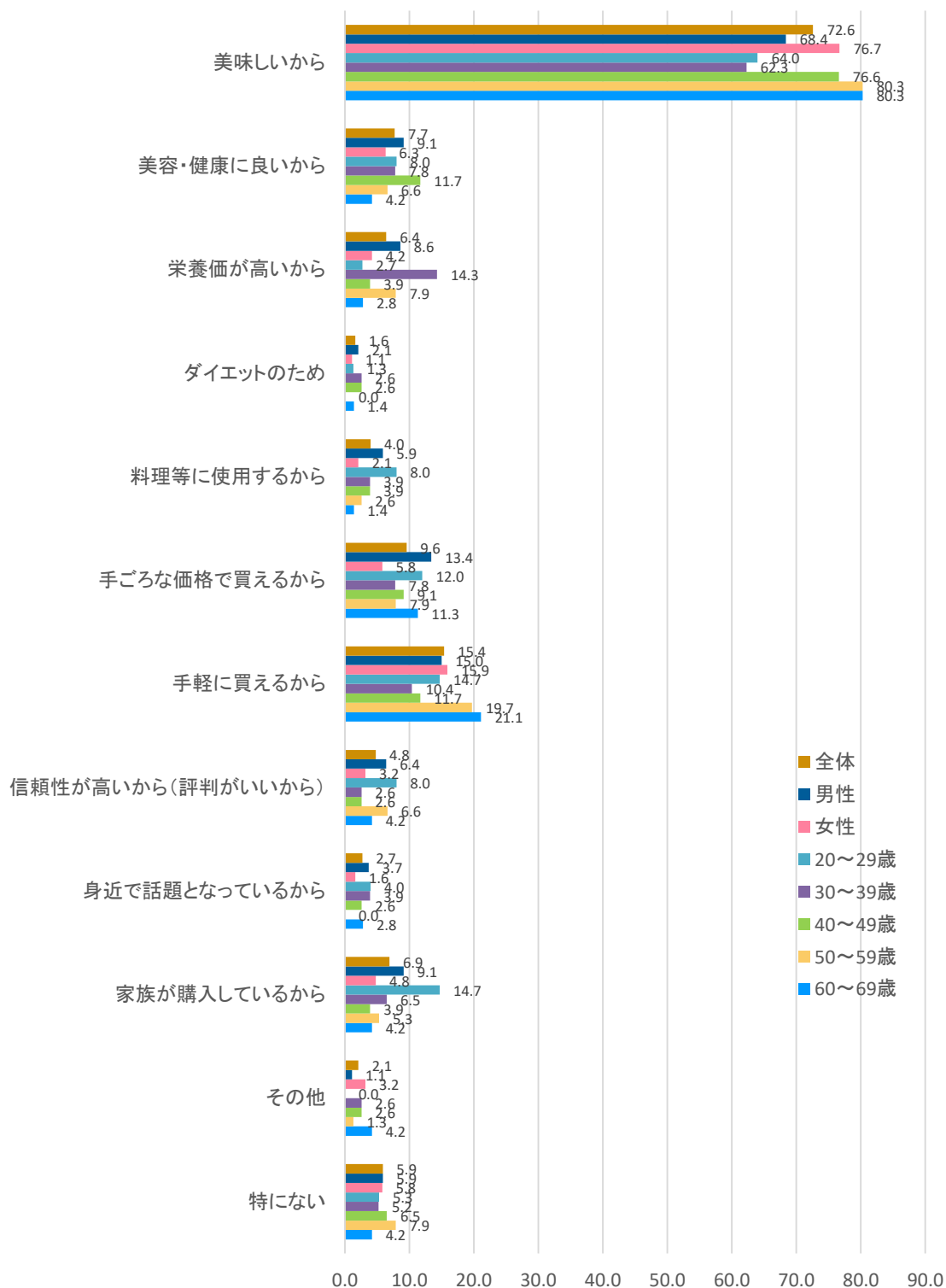
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 – 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	14	7	7	3	3	5	2	1
	%	20.9	17.1	26.9	16.7	10.7	33.3	50.0	50.0
美容・健康に良いから	回答者数	18	12	6	3	11	3	0	1
	%	26.9	29.3	23.1	16.7	39.3	20.0	0.0	50.0
栄養価が高いから	回答者数	17	11	6	5	9	3	0	0
	%	25.4	26.8	23.1	27.8	32.1	20.0	0.0	0.0
ダイエットのため	回答者数	6	5	1	1	5	0	0	0
	%	9.0	12.2	3.8	5.6	17.9	0.0	0.0	0.0
料理等に使用するから	回答者数	11	7	4	4	3	2	1	1
	%	16.4	17.1	15.4	22.2	10.7	13.3	25.0	50.0
手ごろな価格で買えるから	回答者数	9	7	2	6	2	1	0	0
	%	13.4	17.1	7.7	33.3	7.1	6.7	0.0	0.0
手軽に買えるから	回答者数	9	6	3	3	5	0	1	0
	%	13.4	14.6	11.5	16.7	17.9	0.0	25.0	0.0
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	4	4	0	1	2	0	0	1
	%	6.0	9.8	0.0	5.6	7.1	0.0	0.0	50.0
身近で話題となっているから	回答者数	7	4	3	1	3	2	0	1
	%	10.4	9.8	11.5	5.6	10.7	13.3	0.0	50.0
家族が購入しているから	回答者数	7	5	2	2	3	1	1	0
	%	10.4	12.2	7.7	11.1	10.7	6.7	25.0	0.0
その他	回答者数	1	0	1	0	0	1	0	0
	%	1.5	0.0	3.8	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
特になし	回答者数	6	2	4	1	3	2	0	0
	%	9.0	4.9	15.4	5.6	10.7	13.3	0.0	0.0

育児用調製液状乳の購入者はほとんどの場合消費している本人ではないため、「美味しいから」という理由は他の項目に比べて非常に低い。一方、「美容・健康に良いから」「栄養価が高いから」が高く、さらに「料理等に使用するから」を理由に挙げている人も比較的高いことがわかった。

全体 + 10%

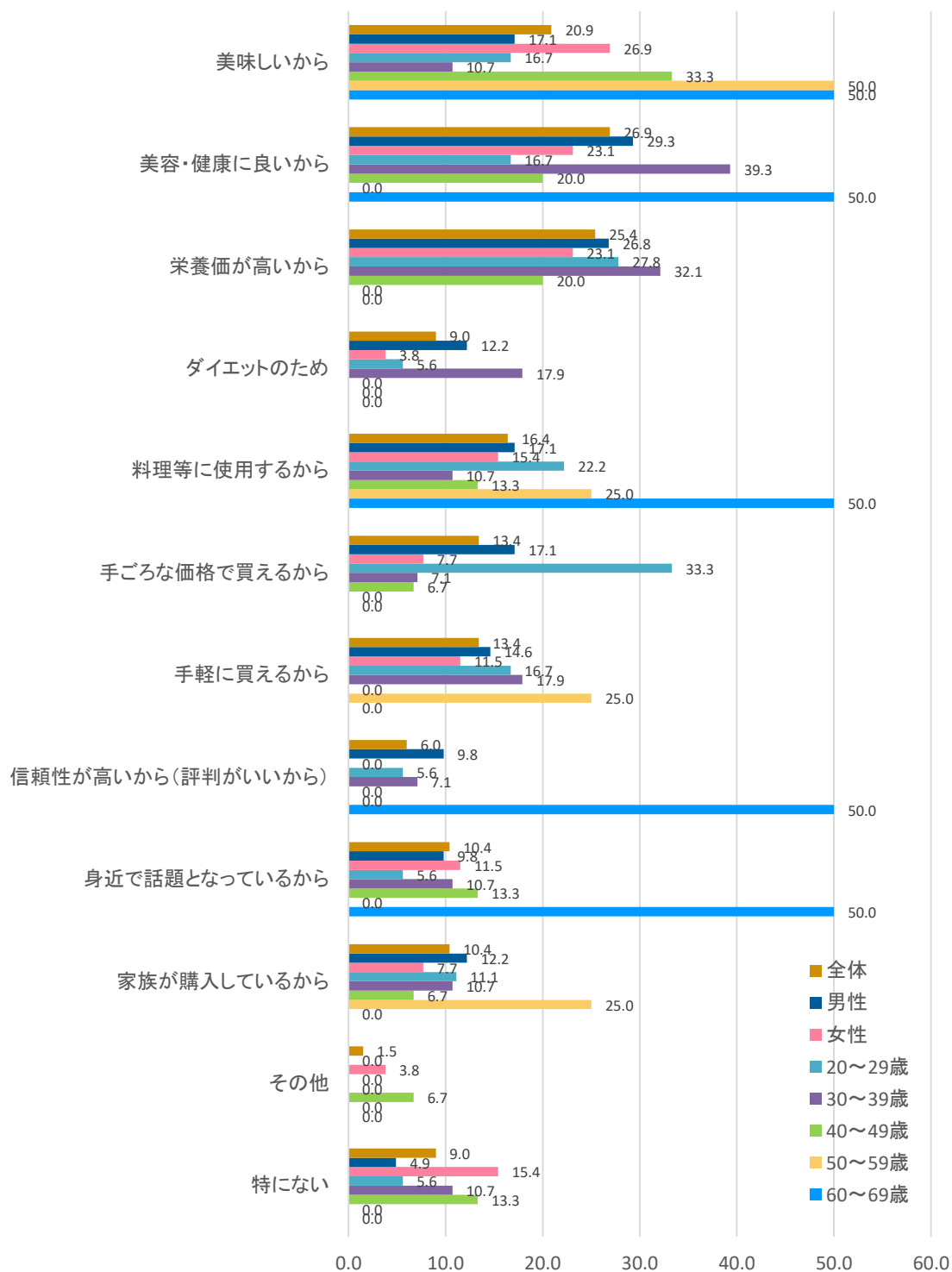
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 – 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 5. 乳製品の購入理由 - 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
美味しいから	回答者数	13	9	4	3	4	4	2	0
	%	16.9	18.8	13.8	13.0	12.1	26.7	40.0	0.0
美容・健康に良いから	回答者数	14	7	7	5	7	2	0	0
	%	18.2	14.6	24.1	21.7	21.2	13.3	0.0	0.0
栄養価が高いから	回答者数	19	7	12	6	10	3	0	0
	%	24.7	14.6	41.4	26.1	30.3	20.0	0.0	0.0
ダイエットのため	回答者数	10	9	1	5	3	2	0	0
	%	13.0	18.8	3.4	21.7	9.1	13.3	0.0	0.0
料理等に使用するから	回答者数	5	4	1	0	3	0	2	0
	%	6.5	8.3	3.4	0.0	9.1	0.0	40.0	0.0
手ごろな価格で買えるから	回答者数	4	3	1	1	2	1	0	0
	%	5.2	6.2	3.4	4.3	6.1	6.7	0.0	0.0
手軽に買えるから	回答者数	12	10	2	6	5	0	0	1
	%	15.6	20.8	6.9	26.1	15.2	0.0	0.0	100.0
信頼性が高いから(評判がいいから)	回答者数	6	5	1	2	4	0	0	0
	%	7.8	10.4	3.4	8.7	12.1	0.0	0.0	0.0
身近で話題となっているから	回答者数	3	2	1	0	2	1	0	0
	%	3.9	4.2	3.4	0.0	6.1	6.7	0.0	0.0
家族が購入しているから	回答者数	4	3	1	2	1	1	0	0
	%	5.2	6.2	3.4	8.7	3.0	6.7	0.0	0.0
その他	回答者数	2	1	1	1	0	1	0	0
	%	2.6	2.1	3.4	4.3	0.0	6.7	0.0	0.0
特にない	回答者数	7	3	4	1	3	2	1	0
	%	9.1	6.2	13.8	4.3	9.1	13.3	20.0	0.0

育児用調製粉乳の購入理由は「栄養価が高いから」がトップで、全体で24.7%を占めている。次いで「美容・健康に良いから」が続く(18.2%)。

全体 + 10%

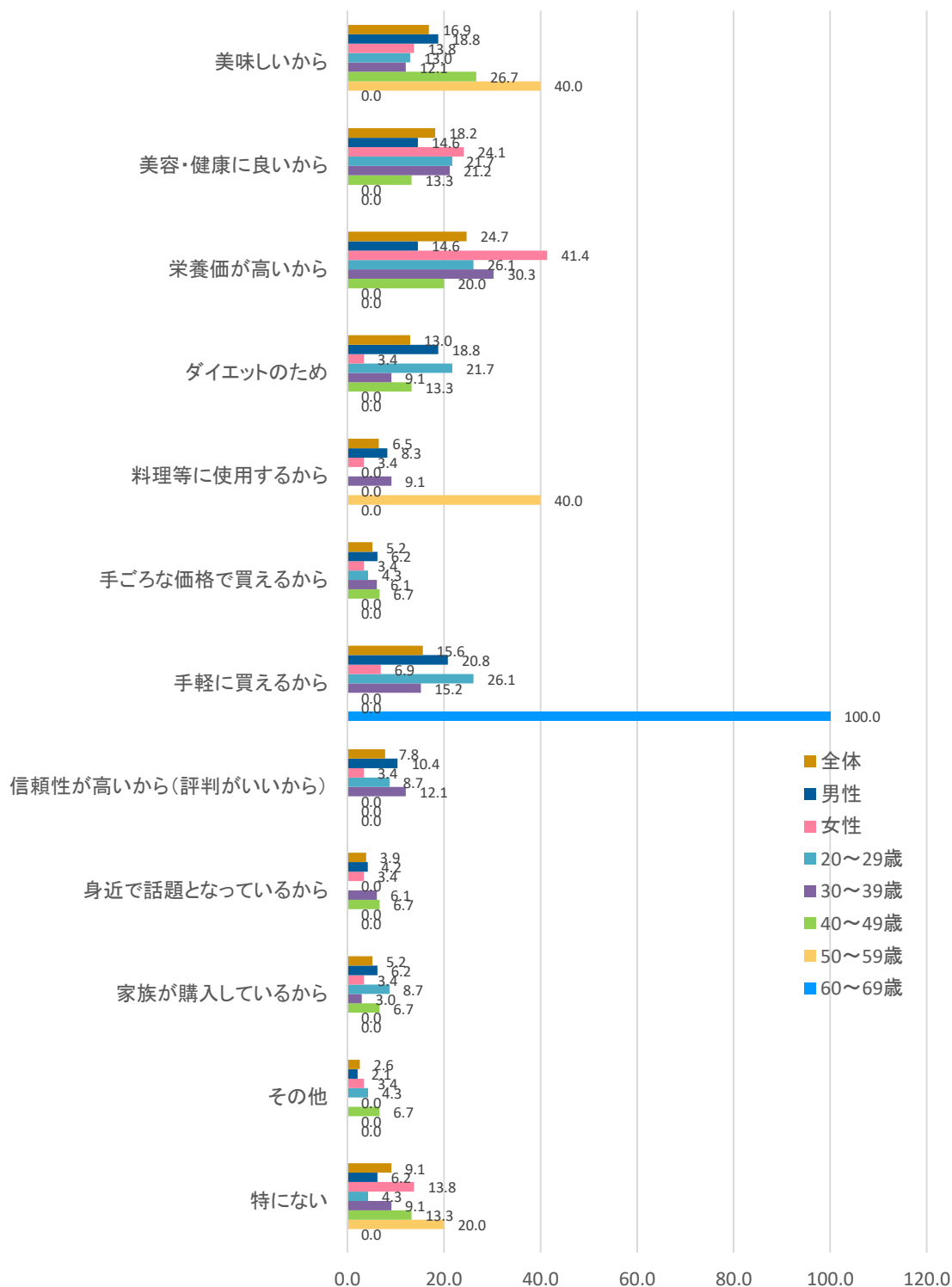
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 5. 乳製品の購入理由 - 育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)





## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報

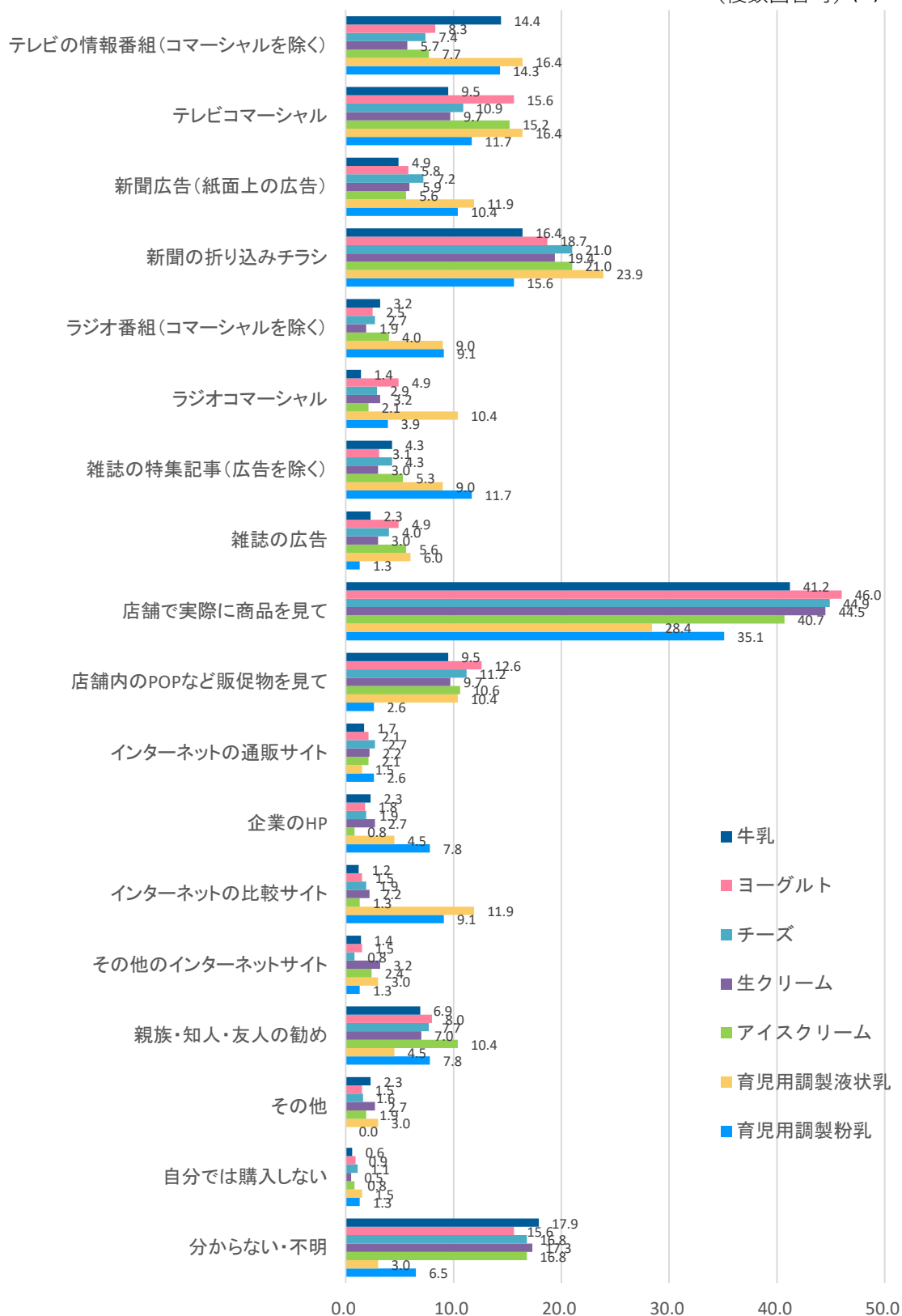
(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
合計		347	326	376	371	376	67	77
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	50	27	28	21	29	11	11
	%	14.4	8.3	7.4	5.7	7.7	16.4	14.3
テレビコマーシャル	回答者数	33	51	41	36	57	11	9
	%	9.5	15.6	10.9	9.7	15.2	16.4	11.7
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	17	19	27	22	21	8	8
	%	4.9	5.8	7.2	5.9	5.6	11.9	10.4
新聞の折り込みチラシ	回答者数	57	61	79	72	79	16	12
	%	16.4	18.7	21.0	19.4	21.0	23.9	15.6
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	11	8	10	7	15	6	7
	%	3.2	2.5	2.7	1.9	4.0	9.0	9.1
ラジオコマーシャル	回答者数	5	16	11	12	8	7	3
	%	1.4	4.9	2.9	3.2	2.1	10.4	3.9
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	15	10	16	11	20	6	9
	%	4.3	3.1	4.3	3.0	5.3	9.0	11.7
雑誌の広告	回答者数	8	16	15	11	21	4	1
	%	2.3	4.9	4.0	3.0	5.6	6.0	1.3
店舗で実際に商品を見て	回答者数	143	150	169	165	153	19	27
	%	41.2	46.0	44.9	44.5	40.7	28.4	35.1
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	33	41	42	36	40	7	2
	%	9.5	12.6	11.2	9.7	10.6	10.4	2.6
インターネットの通販サイト	回答者数	6	7	10	8	8	1	2
	%	1.7	2.1	2.7	2.2	2.1	1.5	2.6
企業のHP	回答者数	8	6	7	10	3	3	6
	%	2.3	1.8	1.9	2.7	0.8	4.5	7.8
インターネットの比較サイト	回答者数	4	5	7	8	5	8	7
	%	1.2	1.5	1.9	2.2	1.3	11.9	9.1
その他のインターネットサイト	回答者数	5	5	3	12	9	2	1
	%	1.4	1.5	0.8	3.2	2.4	3.0	1.3
親族・知人・友人の勧め	回答者数	24	26	29	26	39	3	6
	%	6.9	8.0	7.7	7.0	10.4	4.5	7.8
その他	回答者数	8	5	6	10	7	2	0
	%	2.3	1.5	1.6	2.7	1.9	3.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	2	3	4	2	3	1	1
	%	0.6	0.9	1.1	0.5	0.8	1.5	1.3
分からない・不明	回答者数	62	51	63	64	63	2	5
	%	17.9	15.6	16.8	17.3	16.8	3.0	6.5

乳製品の購入の際に参考にする情報についてはどの製品についても「店舗で実際に商品を見て」購入を決める率が最も高い。ヨーグルトは46%、チーズ44.9%、生クリーム44.5%など、半数近くが店頭での情報確認、購入決定をしている。次いで多いのは「新聞の折り込みチラシ」で、商品にもよるが、15%以上の方が購入する際の参考としてあげている。テレビ、ラジオの広告も影響が強いが、一方インターネットの情報は全体を通して非常に低く、育児用調製乳以外についてはほとんどインターネット情報の影響を受けていないことがわかる。

## 6. 乳製品を購入する際に参考にする情報

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	50	29	21	15	14	9	8	4
	%	14.4	17.4	11.7	21.1	19.2	12.5	12.1	6.2
テレビコマーシャル	回答者数	33	23	10	11	8	8	3	3
	%	9.5	13.8	5.6	15.5	11.0	11.1	4.5	4.6
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	17	12	5	5	5	3	2	2
	%	4.9	7.2	2.8	7.0	6.8	4.2	3.0	3.1
新聞の折り込みチラシ	回答者数	57	24	33	11	12	11	13	10
	%	16.4	14.4	18.3	15.5	16.4	15.3	19.7	15.4
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	11	8	3	2	3	2	2	2
	%	3.2	4.8	1.7	2.8	4.1	2.8	3.0	3.1
ラジオコマーシャル	回答者数	5	2	3	3	1	1	0	0
	%	1.4	1.2	1.7	4.2	1.4	1.4	0.0	0.0
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	15	9	6	2	7	3	1	2
	%	4.3	5.4	3.3	2.8	9.6	4.2	1.5	3.1
雑誌の広告	回答者数	8	2	6	1	2	2	2	1
	%	2.3	1.2	3.3	1.4	2.7	2.8	3.0	1.5
店舗で実際に商品を見て	回答者数	143	64	79	27	26	33	29	28
	%	41.2	38.3	43.9	38.0	35.6	45.8	43.9	43.1
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	33	16	17	6	7	8	7	5
	%	9.5	9.6	9.4	8.5	9.6	11.1	10.6	7.7
インターネットの通販サイト	回答者数	6	4	2	1	2	0	3	0
	%	1.7	2.4	1.1	1.4	2.7	0.0	4.5	0.0
企業のHP	回答者数	8	4	4	2	2	2	1	1
	%	2.3	2.4	2.2	2.8	2.7	2.8	1.5	1.5
インターネットの比較サイト	回答者数	4	4	0	2	1	1	0	0
	%	1.2	2.4	0.0	2.8	1.4	1.4	0.0	0.0
その他のインターネットサイト	回答者数	5	4	1	2	1	1	1	0
	%	1.4	2.4	0.6	2.8	1.4	1.4	1.5	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	24	15	9	8	6	3	3	4
	%	6.9	9.0	5.0	11.3	8.2	4.2	4.5	6.2
その他	回答者数	8	3	5	0	2	1	1	4
	%	2.3	1.8	2.8	0.0	2.7	1.4	1.5	6.2
自分では購入しない	回答者数	2	1	1	1	0	0	1	0
	%	0.6	0.6	0.6	1.4	0.0	0.0	1.5	0.0
分からない・不明	回答者数	62	27	35	10	11	9	15	17
	%	17.9	16.2	19.4	14.1	15.1	12.5	22.7	26.2

牛乳の購入に際して参考にする情報は「店頭で実際に商品を見て」が最も多く、全体で41.2%となっている。男性よりも女性のほうがその傾向は強く、5.6ポイントの差がある。ついで新聞の折り込みチラシ、「テレビの情報番組」や「テレビコマーシャル」などを参考にする割合が高い。ラジオ、雑誌広告、インターネットからの情報は低く、世代、性差を問わずほとんど利用されていない。

全体 +10%

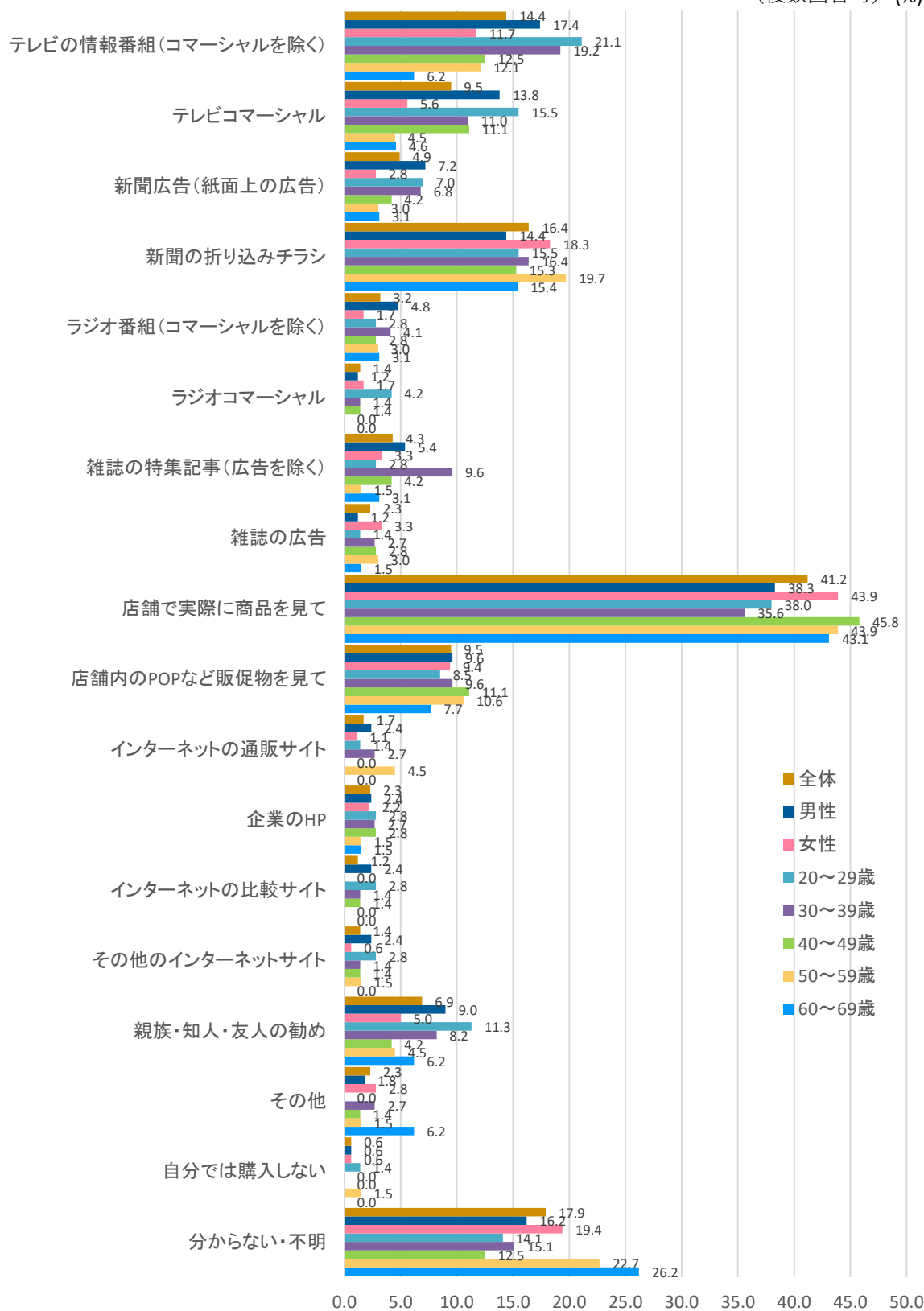
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - 牛乳

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	27	16	11	3	8	7	6	3
	%	8.3	9.9	6.7	4.7	11.3	10.8	9.2	4.9
テレビコマーシャル	回答者数	51	28	23	12	15	12	5	7
	%	15.6	17.4	13.9	18.8	21.1	18.5	7.7	11.5
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	19	10	9	7	6	3	1	2
	%	5.8	6.2	5.5	10.9	8.5	4.6	1.5	3.3
新聞の折り込みチラシ	回答者数	61	27	34	11	9	14	14	13
	%	18.7	16.8	20.6	17.2	12.7	21.5	21.5	21.3
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	8	6	2	3	2	0	2	1
	%	2.5	3.7	1.2	4.7	2.8	0.0	3.1	1.6
ラジオコマーシャル	回答者数	16	11	5	5	4	3	2	2
	%	4.9	6.8	3.0	7.8	5.6	4.6	3.1	3.3
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	10	6	4	2	4	1	0	3
	%	3.1	3.7	2.4	3.1	5.6	1.5	0.0	4.9
雑誌の広告	回答者数	16	10	6	4	3	3	4	2
	%	4.9	6.2	3.6	6.2	4.2	4.6	6.2	3.3
店舗で実際に商品を見て	回答者数	150	65	85	26	28	34	31	31
	%	46.0	40.4	51.5	40.6	39.4	52.3	47.7	50.8
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	41	19	22	9	8	8	11	5
	%	12.6	11.8	13.3	14.1	11.3	12.3	16.9	8.2
インターネットの通販サイト	回答者数	7	4	3	1	0	0	4	2
	%	2.1	2.5	1.8	1.6	0.0	0.0	6.2	3.3
企業のHP	回答者数	6	2	4	0	5	0	1	0
	%	1.8	1.2	2.4	0.0	7.0	0.0	1.5	0.0
インターネットの比較サイト	回答者数	5	3	2	2	2	0	1	0
	%	1.5	1.9	1.2	3.1	2.8	0.0	1.5	0.0
その他のインターネットサイト	回答者数	5	4	1	2	3	0	0	0
	%	1.5	2.5	0.6	3.1	4.2	0.0	0.0	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	26	19	7	11	5	1	3	6
	%	8.0	11.8	4.2	17.2	7.0	1.5	4.6	9.8
その他	回答者数	5	3	2	0	1	1	0	3
	%	1.5	1.9	1.2	0.0	1.4	1.5	0.0	4.9
自分では購入しない	回答者数	3	1	2	0	1	0	1	1
	%	0.9	0.6	1.2	0.0	1.4	0.0	1.5	1.6
分からない・不明	回答者数	51	27	24	9	8	9	14	11
	%	15.6	16.8	14.5	14.1	11.3	13.8	21.5	18.0

ヨーグルトの購入に際して参考にする情報は「店頭で実際に商品を見て」が最も多く、全体で46%。特に女性にその傾向が強く、男性よりも女性のほうが11.1ポイント高い。ついで新聞の折り込みチラシ、テレビコマーシャルや情報番組を参考にする率が高い。ラジオ、雑誌広告、インターネットからの情報は全体的に低めで、特にインターネットについては情報源としてほとんど利用されていない状況にある。

全体 +10%

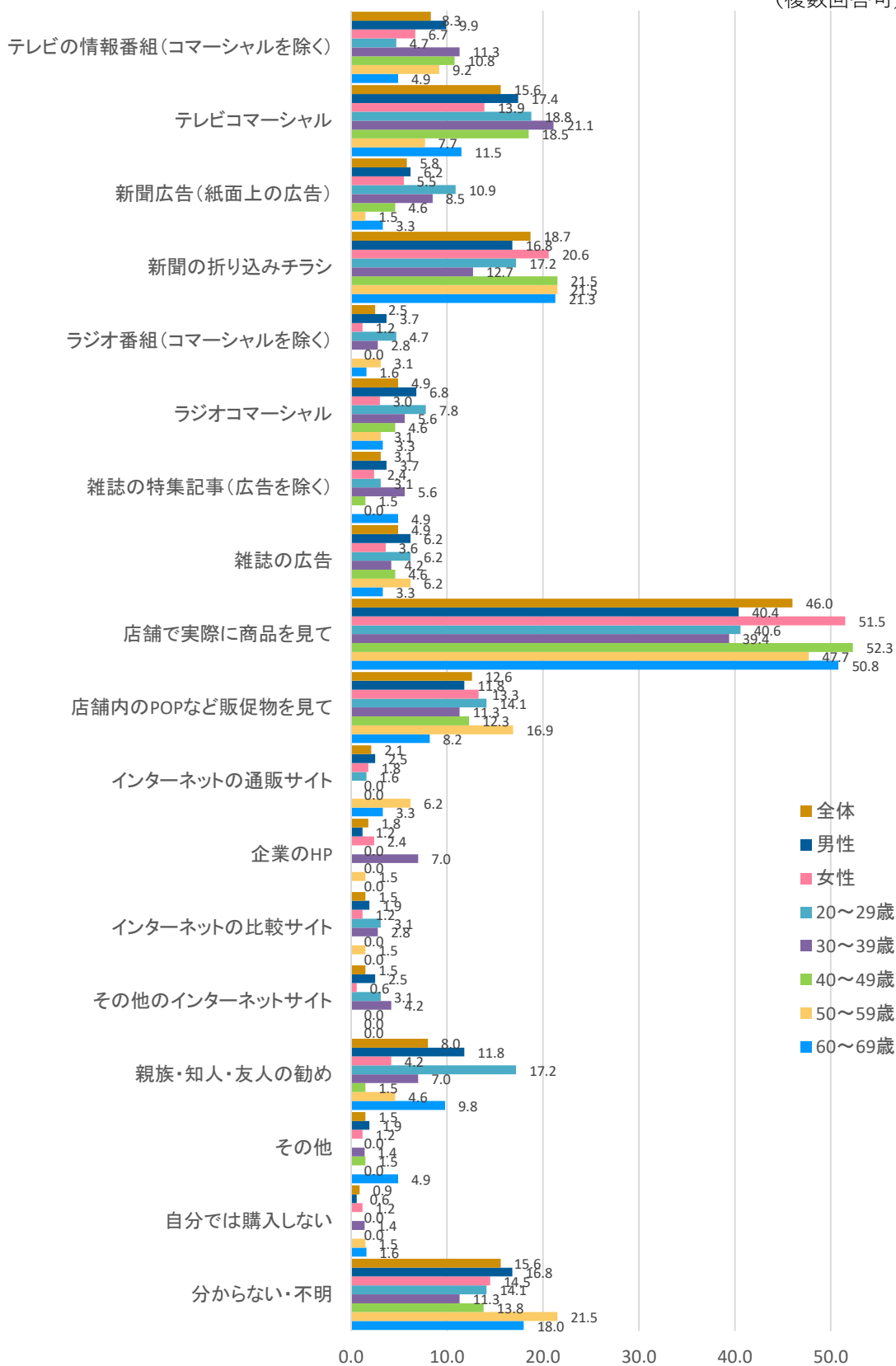
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - ヨーグルト

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	28	18	10	7	6	5	6	4
	%	7.4	9.7	5.2	9.7	8.0	6.5	7.9	5.3
テレビコマーシャル	回答者数	41	20	21	8	8	11	4	10
	%	10.9	10.8	11.0	11.1	10.7	14.3	5.3	13.2
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	27	14	13	8	8	6	3	2
	%	7.2	7.6	6.8	11.1	10.7	7.8	3.9	2.6
新聞の折り込みチラシ	回答者数	79	40	39	18	12	16	16	17
	%	21.0	21.6	20.4	25.0	16.0	20.8	21.1	22.4
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	10	7	3	3	4	1	2	0
	%	2.7	3.8	1.6	4.2	5.3	1.3	2.6	0.0
ラジオコマーシャル	回答者数	11	7	4	1	4	0	2	4
	%	2.9	3.8	2.1	1.4	5.3	0.0	2.6	5.3
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	16	11	5	5	7	2	2	0
	%	4.3	5.9	2.6	6.9	9.3	2.6	2.6	0.0
雑誌の広告	回答者数	15	9	6	3	2	3	4	3
	%	4.0	4.9	3.1	4.2	2.7	3.9	5.3	3.9
店舗で実際に商品を見て	回答者数	169	73	96	29	34	39	34	33
	%	44.9	39.5	50.3	40.3	45.3	50.6	44.7	43.4
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	42	21	21	9	10	7	9	7
	%	11.2	11.4	11.0	12.5	13.3	9.1	11.8	9.2
インターネットの通販サイト	回答者数	10	7	3	1	3	1	3	2
	%	2.7	3.8	1.6	1.4	4.0	1.3	3.9	2.6
企業のHP	回答者数	7	3	4	1	3	0	2	1
	%	1.9	1.6	2.1	1.4	4.0	0.0	2.6	1.3
インターネットの比較サイト	回答者数	7	5	2	4	2	1	0	0
	%	1.9	2.7	1.0	5.6	2.7	1.3	0.0	0.0
その他のインターネットサイト	回答者数	3	1	2	1	1	0	1	0
	%	0.8	0.5	1.0	1.4	1.3	0.0	1.3	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	29	21	8	9	4	2	7	7
	%	7.7	11.4	4.2	12.5	5.3	2.6	9.2	9.2
その他	回答者数	6	4	2	0	0	1	0	5
	%	1.6	2.2	1.0	0.0	0.0	1.3	0.0	6.6
自分では購入しない	回答者数	4	3	1	0	1	0	1	2
	%	1.1	1.6	0.5	0.0	1.3	0.0	1.3	2.6
分からない・不明	回答者数	63	31	32	9	9	13	16	16
	%	16.8	16.8	16.8	12.5	12.0	16.9	21.1	21.1

チーズに関しても牛乳及びヨーグルトと同様である。購入に際して参考にする情報は「店頭で実際に商品を見て」が最も多く、全体で44.9%。やはり女性のほうがその傾向が強い。新聞の折り込みチラシが20%前後と比較的高く、次いで店舗内のPOP等の販促物、テレビコマーシャルや情報番組を参考にする率が高い。ラジオ、雑誌広告、インターネットからの情報は全体的に低めで、特にインターネットについては情報源としてほとんど利用されていない状況にある。

全体 + 10%

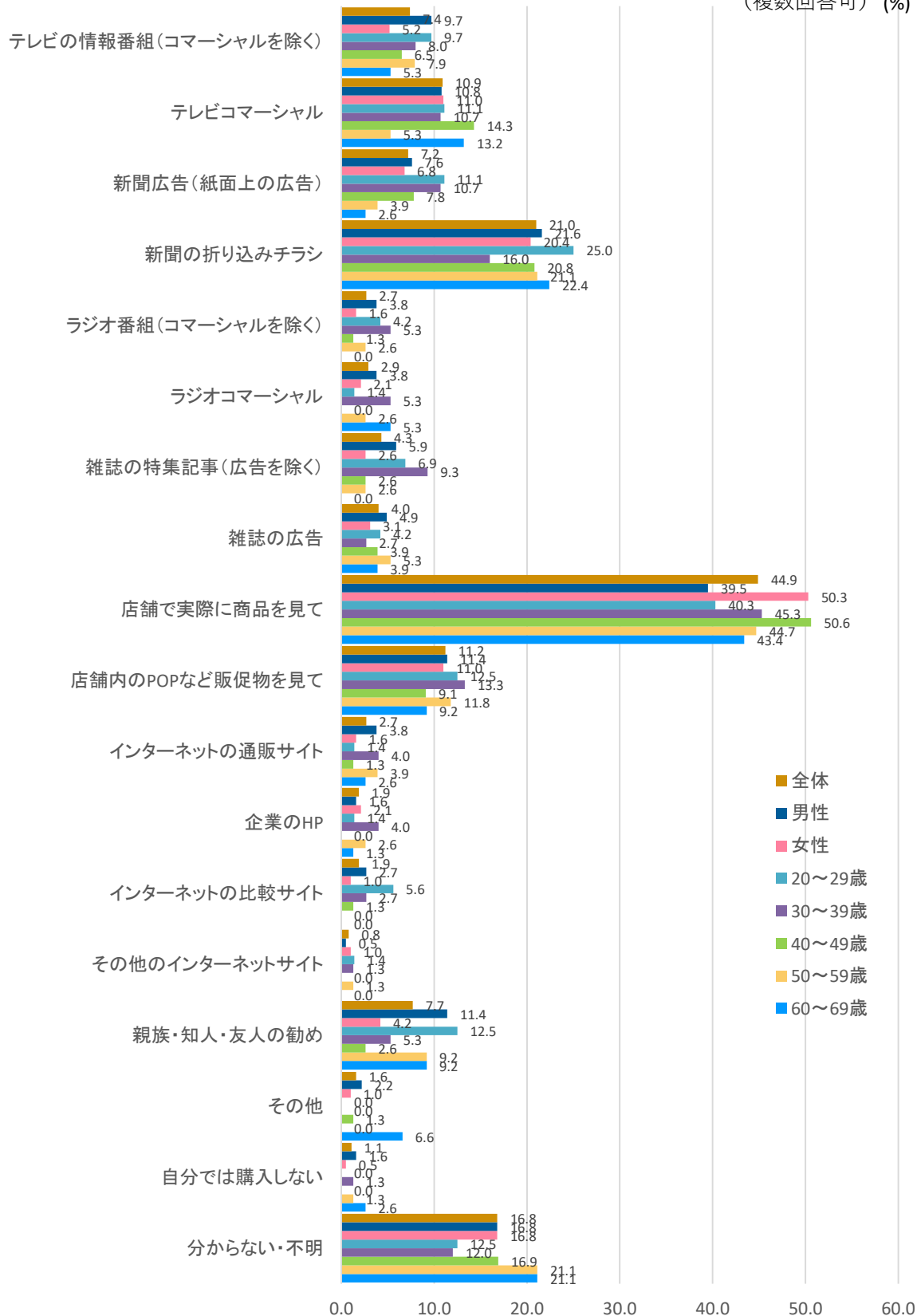
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - チーズ

(複数回答可) (%)





## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 -生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	21	11	10	3	2	8	7	1
	%	5.7	5.9	5.4	4.1	2.6	10.5	9.6	1.4
テレビコマーシャル	回答者数	36	22	14	10	10	9	2	5
	%	9.7	11.8	7.6	13.7	13.2	11.8	2.7	6.8
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	22	11	11	7	7	3	3	2
	%	5.9	5.9	5.9	9.6	9.2	3.9	4.1	2.7
新聞の折り込みチラシ	回答者数	72	37	35	15	16	16	12	13
	%	19.4	19.9	18.9	20.5	21.1	21.1	16.4	17.8
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	7	5	2	2	3	1	0	1
	%	1.9	2.7	1.1	2.7	3.9	1.3	0.0	1.4
ラジオコマーシャル	回答者数	12	4	8	5	6	0	1	0
	%	3.2	2.2	4.3	6.8	7.9	0.0	1.4	0.0
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	11	8	3	2	5	3	1	0
	%	3.0	4.3	1.6	2.7	6.6	3.9	1.4	0.0
雑誌の広告	回答者数	11	7	4	3	2	2	2	2
	%	3.0	3.8	2.2	4.1	2.6	2.6	2.7	2.7
店舗で実際に商品を見て	回答者数	165	75	90	32	30	39	33	31
	%	44.5	40.3	48.6	43.8	39.5	51.3	45.2	42.5
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	36	18	18	6	9	8	7	6
	%	9.7	9.7	9.7	8.2	11.8	10.5	9.6	8.2
インターネットの通販サイト	回答者数	8	5	3	1	2	1	4	0
	%	2.2	2.7	1.6	1.4	2.6	1.3	5.5	0.0
企業のHP	回答者数	10	5	5	3	6	0	1	0
	%	2.7	2.7	2.7	4.1	7.9	0.0	1.4	0.0
インターネットの比較サイト	回答者数	8	5	3	2	2	1	2	1
	%	2.2	2.7	1.6	2.7	2.6	1.3	2.7	1.4
その他のインターネットサイト	回答者数	12	9	3	6	3	2	1	0
	%	3.2	4.8	1.6	8.2	3.9	2.6	1.4	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	26	20	6	11	5	1	6	3
	%	7.0	10.8	3.2	15.1	6.6	1.3	8.2	4.1
その他	回答者数	10	6	4	0	2	1	1	6
	%	2.7	3.2	2.2	0.0	2.6	1.3	1.4	8.2
自分では購入しない	回答者数	2	1	1	0	0	0	1	1
	%	0.5	0.5	0.5	0.0	0.0	0.0	1.4	1.4
分からない・不明	回答者数	64	32	32	8	10	12	18	16
	%	17.3	17.2	17.3	11.0	13.2	15.8	24.7	21.9

生クリームに関しても牛乳、ヨーグルト、チーズと同様である。購入に際して参考にする情報は「店頭で実際に商品を見て」が最も多く、全体で44.5%。女性のほうがその傾向が強いようで、8.3ポイントの差があった。生クリームは「料理に使う」率が高かったことから、男性が自分で購入する商品との認識が薄いことも考えられる。新聞の折り込みチラシが20%前後と比較的高く、次いで店舗内のPOP等の販促物、テレビコマーシャルや情報番組を参考にする割合が高い。ラジオ、雑誌広告、インターネットからの情報は全体的に低めで、特にインターネットについては情報源としてほとんど利用されていない状況にある。

全体 +10%

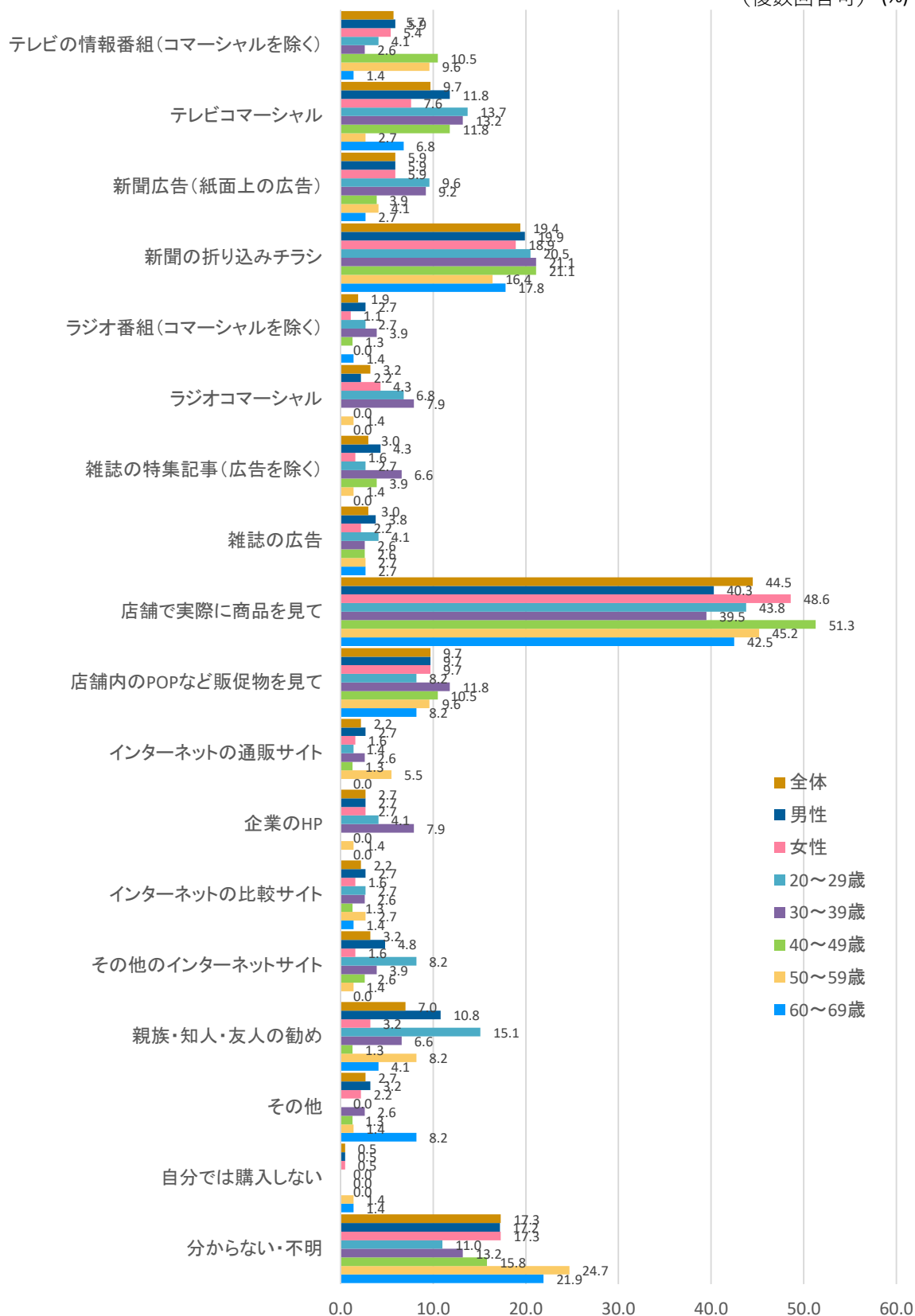
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 -生クリーム

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	29	14	15	11	6	5	6	1
	%	7.7	7.5	7.9	14.7	7.8	6.5	7.9	1.4
テレビコマーシャル	回答者数	57	24	33	10	14	16	7	10
	%	15.2	12.8	17.5	13.3	18.2	20.8	9.2	14.1
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	21	12	9	5	6	4	1	5
	%	5.6	6.4	4.8	6.7	7.8	5.2	1.3	7.0
新聞の折り込みチラシ	回答者数	79	38	41	15	15	17	17	15
	%	21.0	20.3	21.7	20.0	19.5	22.1	22.4	21.1
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	15	12	3	4	7	2	1	1
	%	4.0	6.4	1.6	5.3	9.1	2.6	1.3	1.4
ラジオコマーシャル	回答者数	8	7	1	2	2	2	0	2
	%	2.1	3.7	0.5	2.7	2.6	2.6	0.0	2.8
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	20	14	6	8	6	3	1	2
	%	5.3	7.5	3.2	10.7	7.8	3.9	1.3	2.8
雑誌の広告	回答者数	21	11	10	4	6	5	3	3
	%	5.6	5.9	5.3	5.3	7.8	6.5	3.9	4.2
店舗で実際に商品を見て	回答者数	153	70	83	27	31	35	31	29
	%	40.7	37.4	43.9	36.0	40.3	45.5	40.8	40.8
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	40	15	25	7	9	10	7	7
	%	10.6	8.0	13.2	9.3	11.7	13.0	9.2	9.9
インターネットの通販サイト	回答者数	8	4	4	2	3	0	3	0
	%	2.1	2.1	2.1	2.7	3.9	0.0	3.9	0.0
企業のHP	回答者数	3	2	1	0	0	0	2	1
	%	0.8	1.1	0.5	0.0	0.0	0.0	2.6	1.4
インターネットの比較サイト	回答者数	5	4	1	0	2	2	1	0
	%	1.3	2.1	0.5	0.0	2.6	2.6	1.3	0.0
その他のインターネットサイト	回答者数	9	5	4	1	2	1	3	2
	%	2.4	2.7	2.1	1.3	2.6	1.3	3.9	2.8
親族・知人・友人の勧め	回答者数	39	27	12	14	9	4	6	6
	%	10.4	14.4	6.3	18.7	11.7	5.2	7.9	8.5
その他	回答者数	7	4	3	0	2	1	1	3
	%	1.9	2.1	1.6	0.0	2.6	1.3	1.3	4.2
自分では購入しない	回答者数	3	2	1	0	0	0	1	2
	%	0.8	1.1	0.5	0.0	0.0	0.0	1.3	2.8
分からない・不明	回答者数	63	32	31	10	8	13	18	14
	%	16.8	17.1	16.4	13.3	10.4	16.9	23.7	19.7

アイスクリームについても他の乳製品と同じ動きが見られる。購入に際して参考にする情報は「店頭で実際に商品を見て」が最も多く、全体で40.7%、女性のほうがその傾向が強く、男性と6.5ポイントの差がある。次いで参考にしている情報源も新聞の折り込みチラシが20%前後と比較的高い。他に比べてテレビの情報、コマーシャルが若干高めであるが、順番はあまり変わらない。ラジオ、雑誌広告、インターネットからの情報は全体的に低めで、特にインターネットについては情報源としてほとんど利用されていない状況にある。

全体 +10%

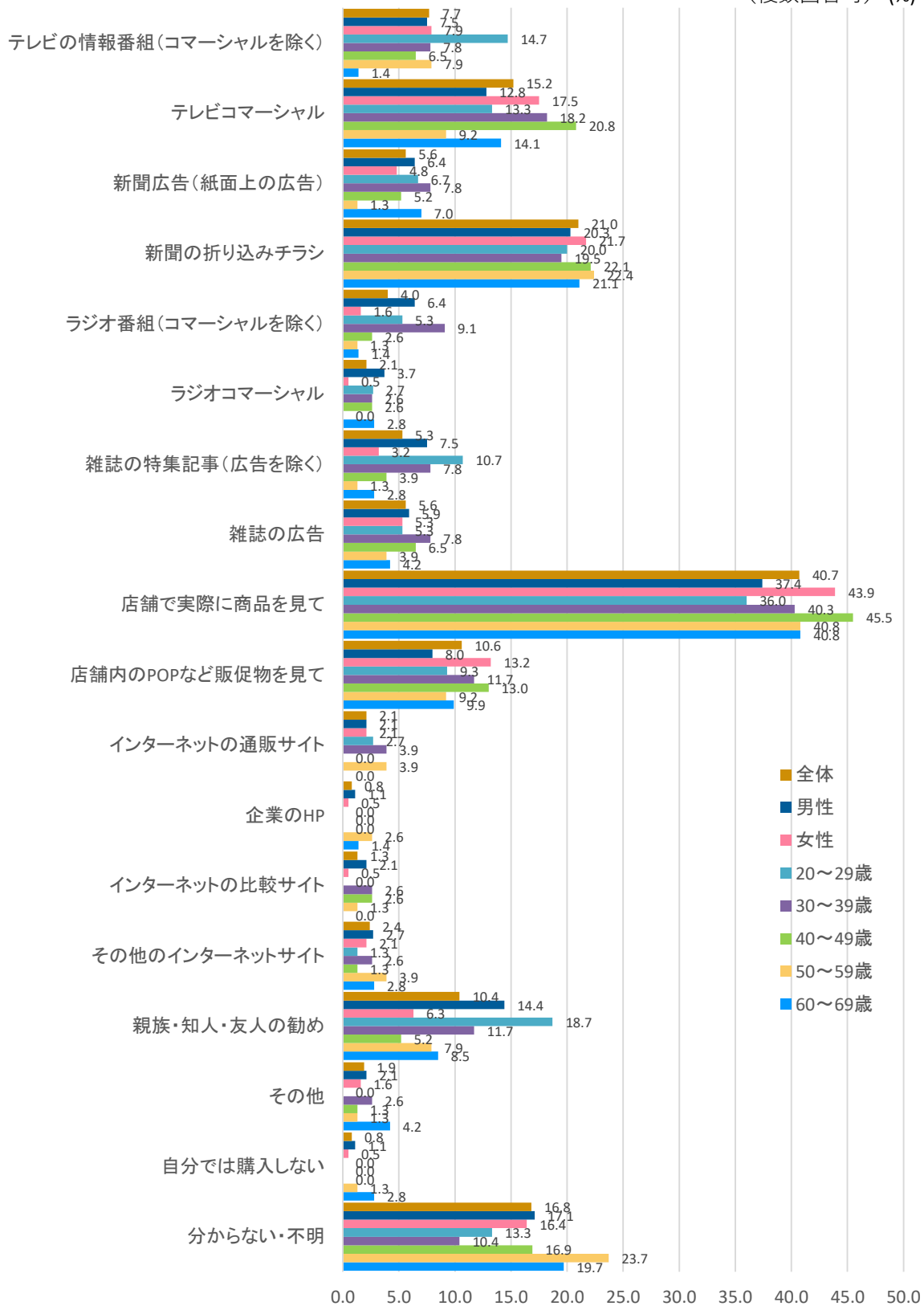
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 ーアイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報－育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	11	6	5	4	2	4	1	0
	%	16.4	14.6	19.2	22.2	7.1	26.7	25.0	0.0
テレビコマーシャル	回答者数	11	7	4	4	3	2	1	1
	%	16.4	17.1	15.4	22.2	10.7	13.3	25.0	50.0
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	8	6	2	3	4	1	0	0
	%	11.9	14.6	7.7	16.7	14.3	6.7	0.0	0.0
新聞の折り込みチラシ	回答者数	16	9	7	6	7	1	1	1
	%	23.9	22.0	26.9	33.3	25.0	6.7	25.0	50.0
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	6	4	2	1	3	1	1	0
	%	9.0	9.8	7.7	5.6	10.7	6.7	25.0	0.0
ラジオコマーシャル	回答者数	7	6	1	2	3	1	0	1
	%	10.4	14.6	3.8	11.1	10.7	6.7	0.0	50.0
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	6	3	3	0	4	2	0	0
	%	9.0	7.3	11.5	0.0	14.3	13.3	0.0	0.0
雑誌の広告	回答者数	4	3	1	1	2	1	0	0
	%	6.0	7.3	3.8	5.6	7.1	6.7	0.0	0.0
店舗で実際に商品を見て	回答者数	19	11	8	4	7	4	2	2
	%	28.4	26.8	30.8	22.2	25.0	26.7	50.0	100.0
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	7	5	2	3	3	1	0	0
	%	10.4	12.2	7.7	16.7	10.7	6.7	0.0	0.0
インターネットの通販サイト	回答者数	1	1	0	0	0	0	0	1
	%	1.5	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
企業のHP	回答者数	3	2	1	1	2	0	0	0
	%	4.5	4.9	3.8	5.6	7.1	0.0	0.0	0.0
インターネットの比較サイト	回答者数	8	5	3	5	1	0	1	1
	%	11.9	12.2	11.5	27.8	3.6	0.0	25.0	50.0
その他のインターネットサイト	回答者数	2	2	0	0	1	0	1	0
	%	3.0	4.9	0.0	0.0	3.6	0.0	25.0	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	3	2	1	0	2	0	0	1
	%	4.5	4.9	3.8	0.0	7.1	0.0	0.0	50.0
その他	回答者数	2	1	1	0	1	0	1	0
	%	3.0	2.4	3.8	0.0	3.6	0.0	25.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	1	0	1	0	0	0	1	0
	%	1.5	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
分からない・不明	回答者数	2	1	1	0	0	2	0	0
	%	3.0	2.4	3.8	0.0	0.0	13.3	0.0	0.0

育児用調製液状乳については他と比べて店頭での情報についての参考度合いが低い。全体で28.4%にとどまり、テレビの情報や新聞広告などから得る情報とほぼ同等となっている。一方インターネットについては育児用調製液状乳についても参考とすることはほとんどないようである。

全体 +10%

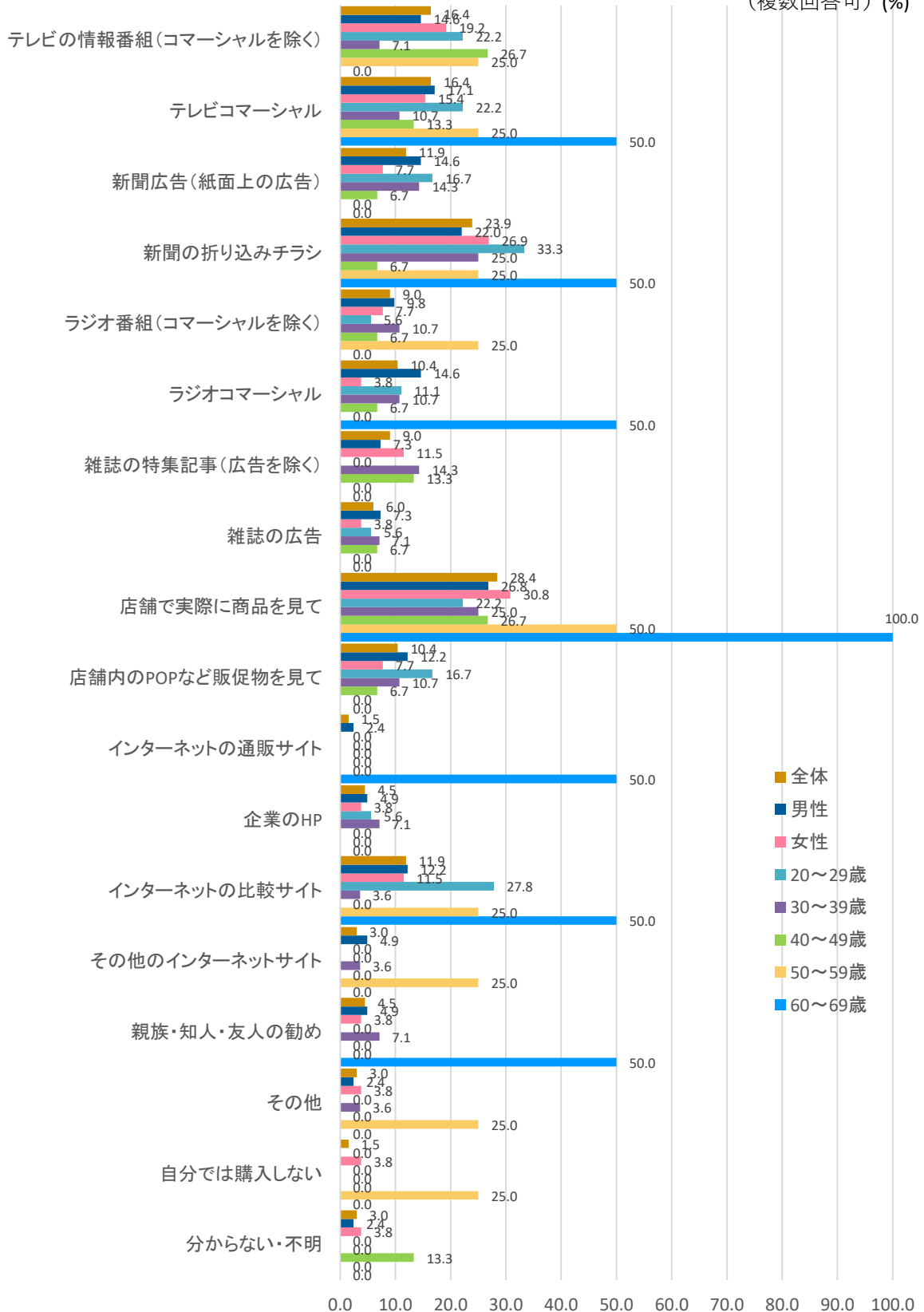
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報－育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
テレビの情報番組(コマーシャルを除く)	回答者数	11	9	2	2	3	4	2	0
	%	14.3	18.8	6.9	8.7	9.1	26.7	40.0	0.0
テレビコマーシャル	回答者数	9	3	6	3	3	3	0	0
	%	11.7	6.2	20.7	13.0	9.1	20.0	0.0	0.0
新聞広告(紙面上の広告)	回答者数	8	5	3	4	3	0	1	0
	%	10.4	10.4	10.3	17.4	9.1	0.0	20.0	0.0
新聞の折り込みチラシ	回答者数	12	10	2	3	6	2	1	0
	%	15.6	20.8	6.9	13.0	18.2	13.3	20.0	0.0
ラジオ番組(コマーシャルを除く)	回答者数	7	4	3	2	4	1	0	0
	%	9.1	8.3	10.3	8.7	12.1	6.7	0.0	0.0
ラジオコマーシャル	回答者数	3	2	1	1	2	0	0	0
	%	3.9	4.2	3.4	4.3	6.1	0.0	0.0	0.0
雑誌の特集記事(広告を除く)	回答者数	9	8	1	4	3	1	0	1
	%	11.7	16.7	3.4	17.4	9.1	6.7	0.0	100.0
雑誌の広告	回答者数	1	1	0	1	0	0	0	0
	%	1.3	2.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0
店舗で実際に商品を見て	回答者数	27	15	12	12	10	4	1	0
	%	35.1	31.2	41.4	52.2	30.3	26.7	20.0	0.0
店舗内のPOPなど販促物を見て	回答者数	2	1	1	0	1	0	1	0
	%	2.6	2.1	3.4	0.0	3.0	0.0	20.0	0.0
インターネットの通販サイト	回答者数	2	1	1	0	2	0	0	0
	%	2.6	2.1	3.4	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0
企業のHP	回答者数	6	4	2	2	2	2	0	0
	%	7.8	8.3	6.9	8.7	6.1	13.3	0.0	0.0
インターネットの比較サイト	回答者数	7	4	3	2	3	1	1	0
	%	9.1	8.3	10.3	8.7	9.1	6.7	20.0	0.0
その他のインターネットサイト	回答者数	1	1	0	1	0	0	0	0
	%	1.3	2.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0
親族・知人・友人の勧め	回答者数	6	5	1	2	4	0	0	0
	%	7.8	10.4	3.4	8.7	12.1	0.0	0.0	0.0
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	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	1	0	1	0	0	0	1	0
	%	1.3	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
分からない・不明	回答者数	5	2	3	1	2	2	0	0
	%	6.5	4.2	10.3	4.3	6.1	13.3	0.0	0.0

育児用調製粉乳も液状乳と同様、店頭での情報についての参考度合いが大きく下がる。全体で35.1%にとどまり、テレビの情報や新聞広告などから得る情報とあまり変わらない。粉乳の特徴としては、店舗内のPOPも情報源として利用されていない点である。一方インターネットについては育児用調製粉乳についても参考とすることはほとんどないようである。

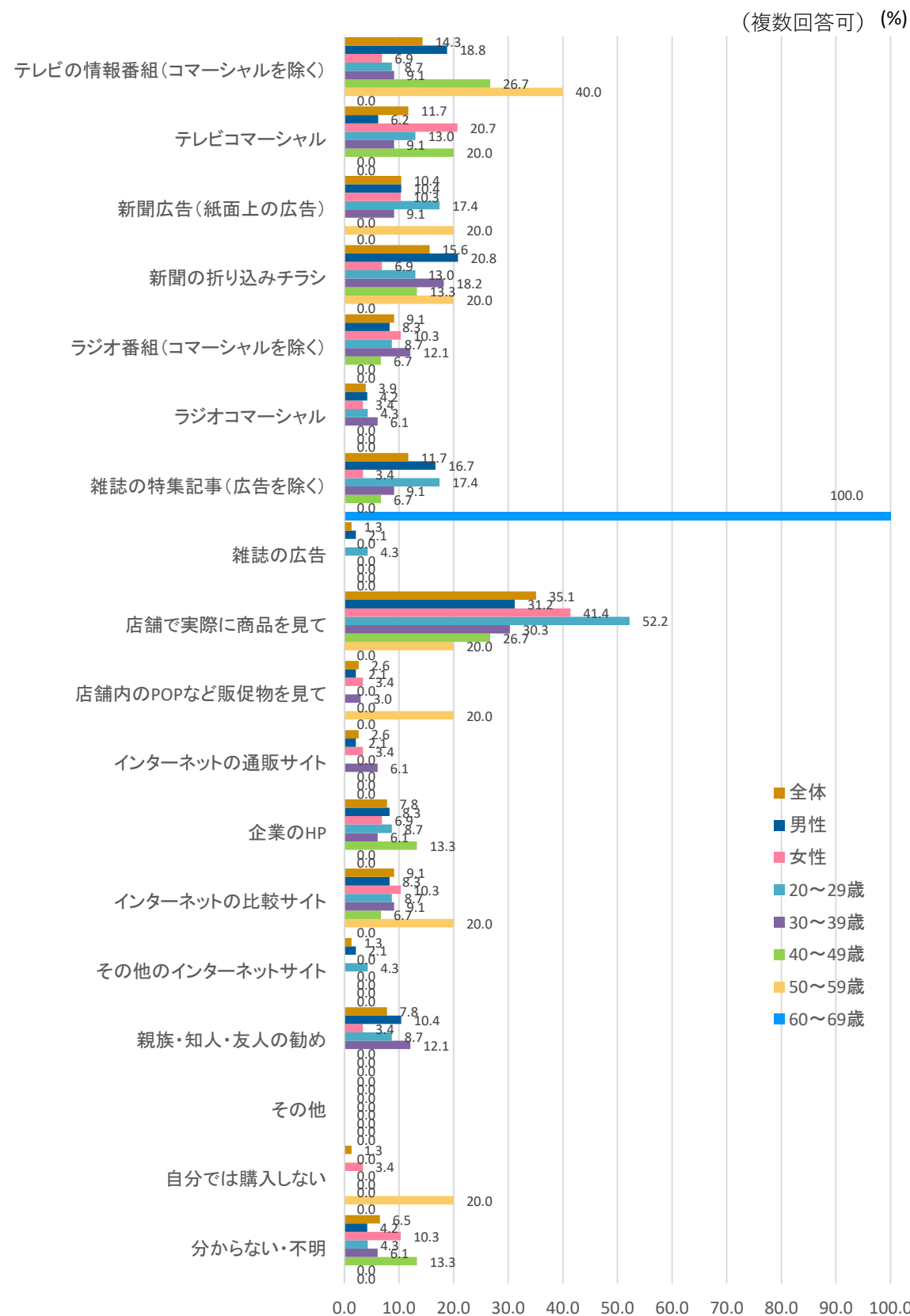
全体 +10%

全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 6. 乳製品の購入する際に参考にする情報 - 育児用調製粉乳





## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン

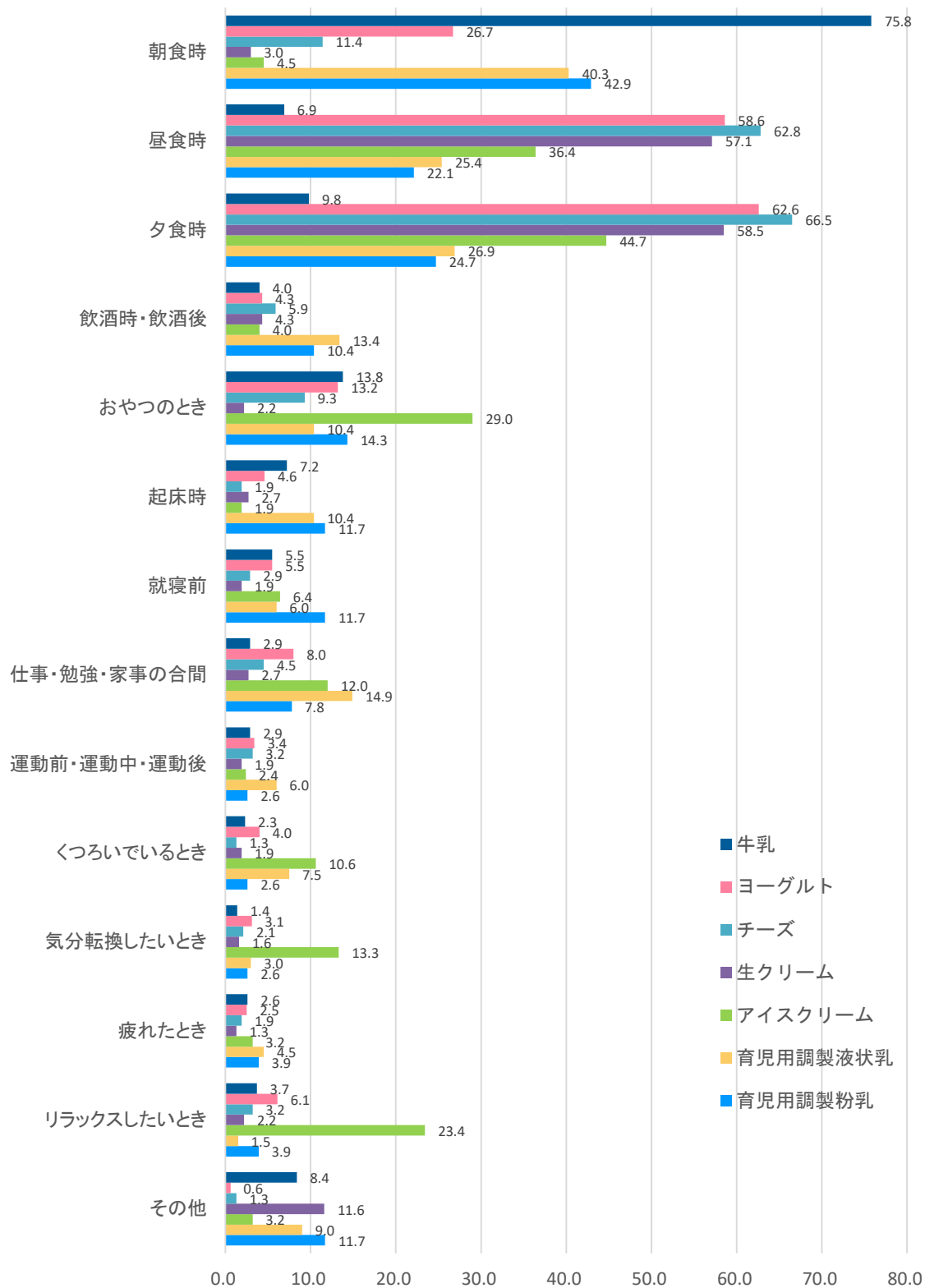
（複数回答可）

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
全体	回答者数	347	326	376	371	376	67	77
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	263	87	43	11	17	27	33
	%	75.8	26.7	11.4	3.0	4.5	40.3	42.9
昼食時	回答者数	24	191	236	212	137	17	17
	%	6.9	58.6	62.8	57.1	36.4	25.4	22.1
夕食時	回答者数	34	204	250	217	168	18	19
	%	9.8	62.6	66.5	58.5	44.7	26.9	24.7
飲酒時・飲酒後	回答者数	14	14	22	16	15	9	8
	%	4.0	4.3	5.9	4.3	4.0	13.4	10.4
おやつのとき	回答者数	48	43	35	8	109	7	11
	%	13.8	13.2	9.3	2.2	29.0	10.4	14.3
起床時	回答者数	25	15	7	10	7	7	9
	%	7.2	4.6	1.9	2.7	1.9	10.4	11.7
就寝前	回答者数	19	18	11	7	24	4	9
	%	5.5	5.5	2.9	1.9	6.4	6.0	11.7
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	10	26	17	10	45	10	6
	%	2.9	8.0	4.5	2.7	12.0	14.9	7.8
運動前・運動中・運動後	回答者数	10	11	12	7	9	4	2
	%	2.9	3.4	3.2	1.9	2.4	6.0	2.6
くつろいでいるとき	回答者数	8	13	5	7	40	5	2
	%	2.3	4.0	1.3	1.9	10.6	7.5	2.6
気分転換したいとき	回答者数	5	10	8	6	50	2	2
	%	1.4	3.1	2.1	1.6	13.3	3.0	2.6
疲れたとき	回答者数	9	8	7	5	12	3	3
	%	2.6	2.5	1.9	1.3	3.2	4.5	3.9
リラックスしたいとき	回答者数	13	20	12	8	88	1	3
	%	3.7	6.1	3.2	2.2	23.4	1.5	3.9
その他	回答者数	29	2	5	43	12	6	9
	%	8.4	0.6	1.3	11.6	3.2	9.0	11.7

乳製品の喫食シーンについて、牛乳は朝食時が非常に高く、75.8%となっているが、ヨーグルト及びチーズについては昼食時、夕食時が高い。ヨーグルトについては昼食時が58.6%、夕食時が62.6%、チーズについては昼食時が62.8%、夕食時が66.5%となっている。また生クリームも昼食、夕食時の喫食率が高い。アイスクリームについては昼食、夕食時に食べる率のみならず、「おやつのとき」（29%）、「リラックスしたいとき」（23.4%）、「気分転換したいとき」（13.3%）など、さまざまなときに喫食される。育児用調製乳については液状乳、粉乳とも朝食時の喫食率が高く、次いで夕食時、昼食時となっている。

## 7. 乳製品の購入する際に参考にする情報

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	263	126	137	60	54	61	45	43
	%	75.8	75.4	76.1	84.5	74.0	84.7	68.2	66.2
昼食時	回答者数	24	13	11	4	3	6	6	5
	%	6.9	7.8	6.1	5.6	4.1	8.3	9.1	7.7
夕食時	回答者数	34	13	21	8	6	5	11	4
	%	9.8	7.8	11.7	11.3	8.2	6.9	16.7	6.2
飲酒時・飲酒後	回答者数	14	10	4	7	5	2	0	0
	%	4.0	6.0	2.2	9.9	6.8	2.8	0.0	0.0
おやつするとき	回答者数	48	28	20	17	16	7	6	2
	%	13.8	16.8	11.1	23.9	21.9	9.7	9.1	3.1
起床時	回答者数	25	11	14	6	4	4	5	6
	%	7.2	6.6	7.8	8.5	5.5	5.6	7.6	9.2
就寝前	回答者数	19	7	12	7	3	5	3	1
	%	5.5	4.2	6.7	9.9	4.1	6.9	4.5	1.5
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	10	2	8	3	3	1	2	1
	%	2.9	1.2	4.4	4.2	4.1	1.4	3.0	1.5
運動前・運動中・運動後	回答者数	10	6	4	3	3	4	0	0
	%	2.9	3.6	2.2	4.2	4.1	5.6	0.0	0.0
くつろいでいるとき	回答者数	8	5	3	1	3	1	1	2
	%	2.3	3.0	1.7	1.4	4.1	1.4	1.5	3.1
気分転換したいとき	回答者数	5	3	2	1	2	1	1	0
	%	1.4	1.8	1.1	1.4	2.7	1.4	1.5	0.0
疲れたとき	回答者数	9	4	5	2	3	2	1	1
	%	2.6	2.4	2.8	2.8	4.1	2.8	1.5	1.5
リラックスしたいとき	回答者数	13	6	7	1	3	3	3	3
	%	3.7	3.6	3.9	1.4	4.1	4.2	4.5	4.6
その他	回答者数	29	12	17	0	4	3	6	16
	%	8.4	7.2	9.4	0.0	5.5	4.2	9.1	24.6

牛乳の喫食シーンについて、朝食時が非常に高く、75.8%となっている。昼食時、夕食時は一方、ほぼ10%を切る状況となっている。「おやつするとき」も高く、全体で13.8%となった。

全体 +10%

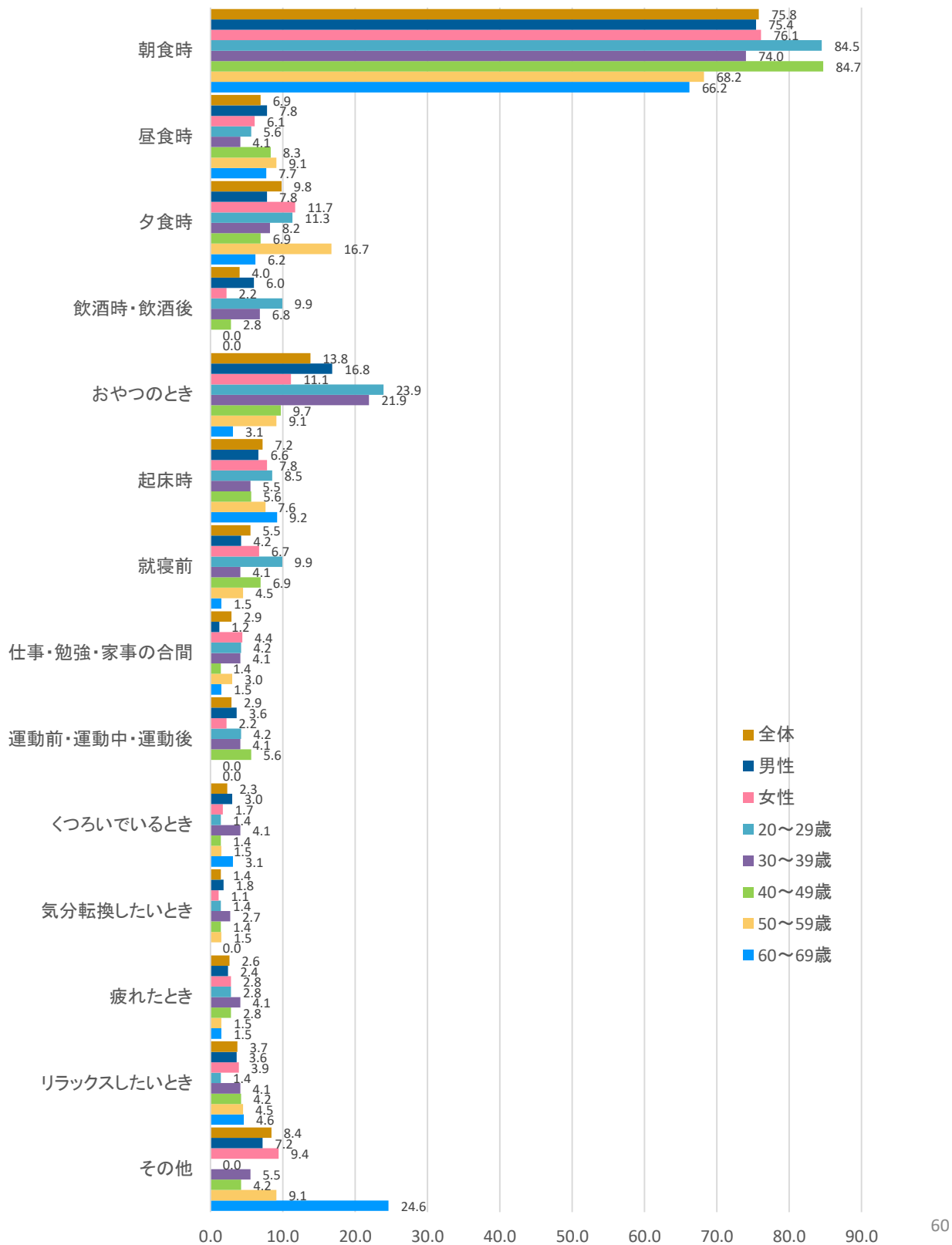
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - 牛乳

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	87	43	44	13	15	19	17	23
	%	26.7	26.7	26.7	20.3	21.1	29.2	26.2	37.7
昼食時	回答者数	191	87	104	42	37	40	40	32
	%	58.6	54.0	63.0	65.6	52.1	61.5	61.5	52.5
夕食時	回答者数	204	92	112	36	39	44	42	43
	%	62.6	57.1	67.9	56.2	54.9	67.7	64.6	70.5
飲酒時・飲酒後	回答者数	14	11	3	6	4	2	1	1
	%	4.3	6.8	1.8	9.4	5.6	3.1	1.5	1.6
おやつするとき	回答者数	43	20	23	12	4	12	8	7
	%	13.2	12.4	13.9	18.8	5.6	18.5	12.3	11.5
起床時	回答者数	15	10	5	4	3	3	3	2
	%	4.6	6.2	3.0	6.2	4.2	4.6	4.6	3.3
就寝前	回答者数	18	8	10	6	4	2	4	2
	%	5.5	5.0	6.1	9.4	5.6	3.1	6.2	3.3
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	26	10	16	8	7	4	3	4
	%	8.0	6.2	9.7	12.5	9.9	6.2	4.6	6.6
運動前・運動中・運動後	回答者数	11	5	6	3	2	2	2	2
	%	3.4	3.1	3.6	4.7	2.8	3.1	3.1	3.3
くつろいでいるとき	回答者数	13	6	7	2	4	2	3	2
	%	4.0	3.7	4.2	3.1	5.6	3.1	4.6	3.3
気分転換したいとき	回答者数	10	5	5	2	4	1	0	3
	%	3.1	3.1	3.0	3.1	5.6	1.5	0.0	4.9
疲れたとき	回答者数	8	6	2	5	2	1	0	0
	%	2.5	3.7	1.2	7.8	2.8	1.5	0.0	0.0
リラックスしたいとき	回答者数	20	10	10	4	3	2	8	3
	%	6.1	6.2	6.1	6.2	4.2	3.1	12.3	4.9
その他	回答者数	2	2	0	0	0	0	1	1
	%	0.6	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	1.6

ヨーグルトの喫食シーンについて、夕食時が全体で62.6%、昼食時が58.6%となっている。朝食での喫食率は26.7%にとどまる。そのほか、「おやつするとき」「仕事・勉強・家事の合間」などが続いており、手軽に食べられる乳製品という位置づけになっている。

全体 +10%

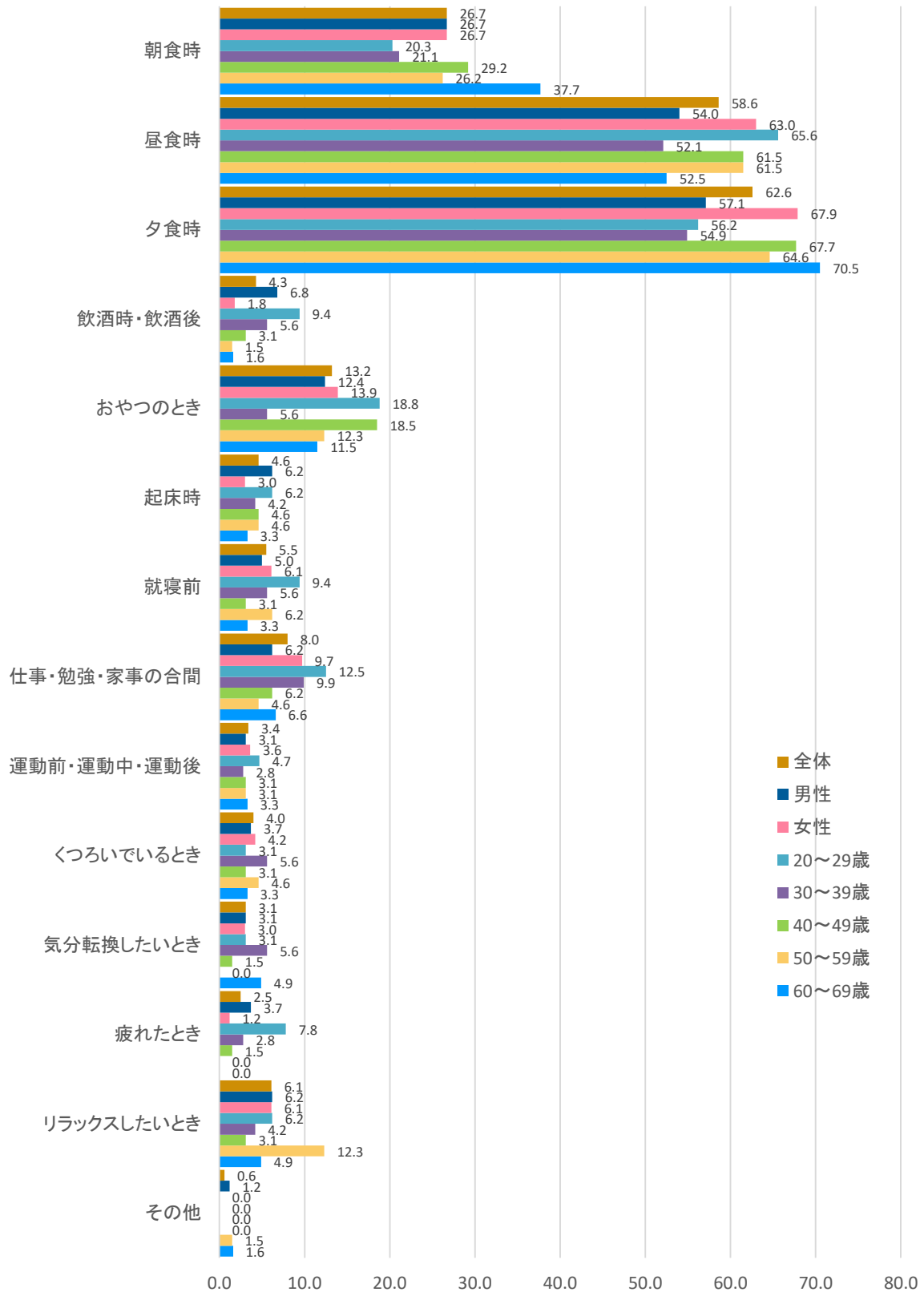
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

# 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - ヨーグルト

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	43	25	18	7	13	11	8	4
	%	11.4	13.5	9.4	9.7	17.3	14.3	10.5	5.3
昼食時	回答者数	236	111	125	38	44	47	54	53
	%	62.8	60.0	65.4	52.8	58.7	61.0	71.1	69.7
夕食時	回答者数	250	116	134	48	43	54	55	50
	%	66.5	62.7	70.2	66.7	57.3	70.1	72.4	65.8
飲酒時・飲酒後	回答者数	22	11	11	6	6	3	2	5
	%	5.9	5.9	5.8	8.3	8.0	3.9	2.6	6.6
おやつするとき	回答者数	35	17	18	9	7	7	5	7
	%	9.3	9.2	9.4	12.5	9.3	9.1	6.6	9.2
起床時	回答者数	7	3	4	0	4	0	0	3
	%	1.9	1.6	2.1	0.0	5.3	0.0	0.0	3.9
就寝前	回答者数	11	10	1	5	3	2	1	0
	%	2.9	5.4	0.5	6.9	4.0	2.6	1.3	0.0
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	17	9	8	5	2	5	3	2
	%	4.5	4.9	4.2	6.9	2.7	6.5	3.9	2.6
運動前・運動中・運動後	回答者数	12	6	6	3	5	1	1	2
	%	3.2	3.2	3.1	4.2	6.7	1.3	1.3	2.6
くつろいでいるとき	回答者数	5	4	1	3	0	1	1	0
	%	1.3	2.2	0.5	4.2	0.0	1.3	1.3	0.0
気分転換したいとき	回答者数	8	7	1	3	3	1	0	1
	%	2.1	3.8	0.5	4.2	4.0	1.3	0.0	1.3
疲れたとき	回答者数	7	4	3	3	1	1	1	1
	%	1.9	2.2	1.6	4.2	1.3	1.3	1.3	1.3
リラックスしたいとき	回答者数	12	9	3	2	3	3	4	0
	%	3.2	4.9	1.6	2.8	4.0	3.9	5.3	0.0
その他	回答者数	5	2	3	0	2	1	1	1
	%	1.3	1.1	1.6	0.0	2.7	1.3	1.3	1.3

ヨーグルト同様、チーズの喫食シーンについては夕食時が全体で71.1%、昼食時が62.8%と非常に高い。年代では40代以降の方が喫食率が高い。それ以外の喫食シーンとしてあげられるのは「おやつするとき」か「飲酒時・飲酒後」となっている。

全体 + 10%

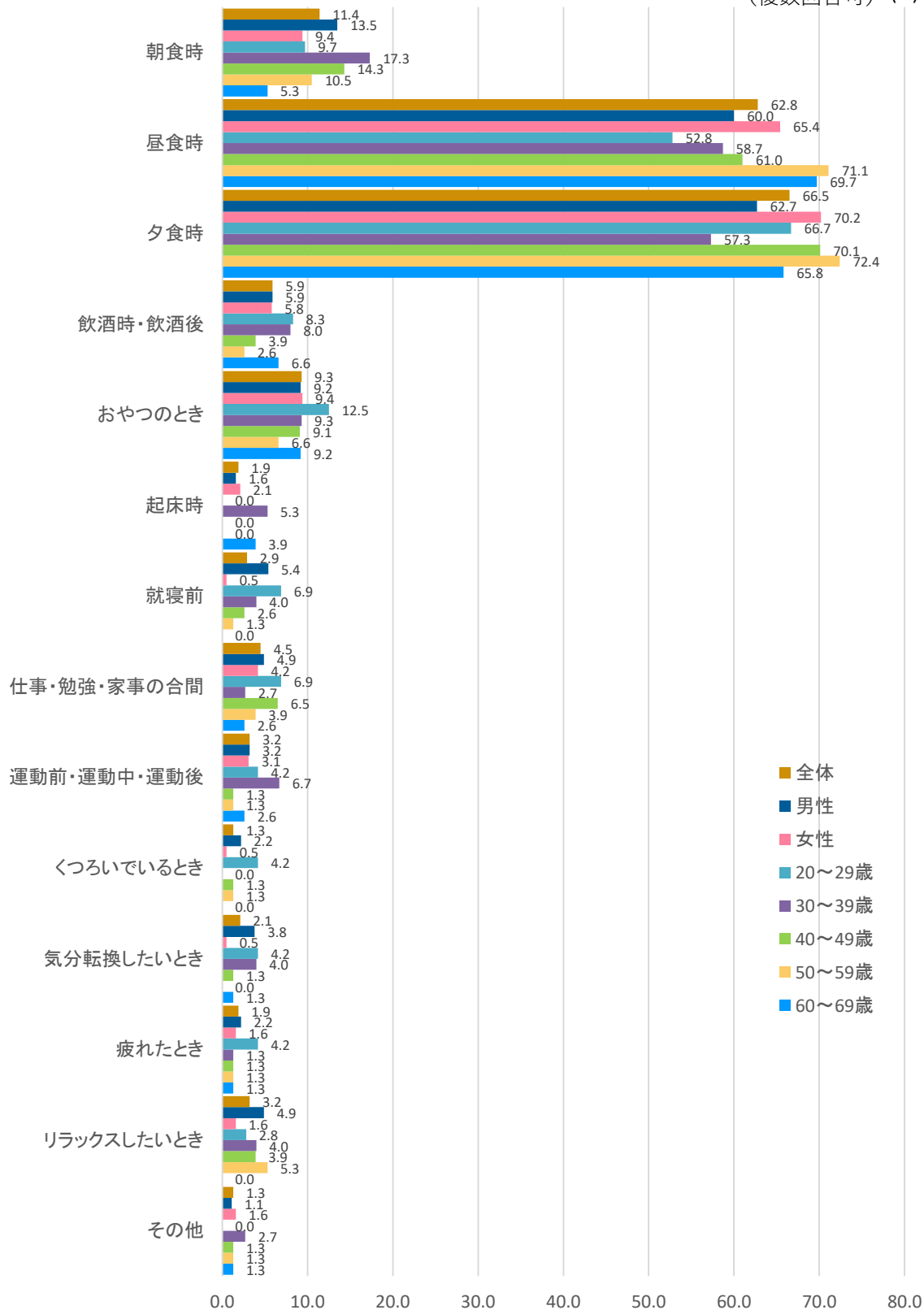
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - チーズ

(複数回答可) (%)





## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	11	6	5	3	3	4	1	0
	%	3.0	3.2	2.7	4.1	3.9	5.3	1.4	0.0
昼食時	回答者数	212	94	118	35	49	44	47	37
	%	57.1	50.5	63.8	47.9	64.5	57.9	64.4	50.7
夕食時	回答者数	217	104	113	45	38	49	46	39
	%	58.5	55.9	61.1	61.6	50.0	64.5	63.0	53.4
飲酒時・飲酒後	回答者数	16	14	2	5	7	2	2	0
	%	4.3	7.5	1.1	6.8	9.2	2.6	2.7	0.0
おやつするとき	回答者数	8	4	4	3	3	0	0	2
	%	2.2	2.2	2.2	4.1	3.9	0.0	0.0	2.7
起床時	回答者数	10	8	2	3	5	2	0	0
	%	2.7	4.3	1.1	4.1	6.6	2.6	0.0	0.0
就寝前	回答者数	7	4	3	3	1	1	1	1
	%	1.9	2.2	1.6	4.1	1.3	1.3	1.4	1.4
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	10	5	5	2	5	2	0	1
	%	2.7	2.7	2.7	2.7	6.6	2.6	0.0	1.4
運動前・運動中・運動後	回答者数	7	6	1	3	3	1	0	0
	%	1.9	3.2	0.5	4.1	3.9	1.3	0.0	0.0
くつろいでいるとき	回答者数	7	4	3	1	3	0	1	2
	%	1.9	2.2	1.6	1.4	3.9	0.0	1.4	2.7
気分転換したいとき	回答者数	6	2	4	2	3	0	0	1
	%	1.6	1.1	2.2	2.7	3.9	0.0	0.0	1.4
疲れたとき	回答者数	5	4	1	2	3	0	0	0
	%	1.3	2.2	0.5	2.7	3.9	0.0	0.0	0.0
リラックスしたいとき	回答者数	8	6	2	2	3	1	1	1
	%	2.2	3.2	1.1	2.7	3.9	1.3	1.4	1.4
その他	回答者数	43	21	22	4	3	5	10	21
	%	11.6	11.3	11.9	5.5	3.9	6.6	13.7	28.8

生クリームの喫食シーンは、昼食時、夕食時がどちらも57.1%、58.5%と非常に高い。昼食時の喫食については男性は50%、女性は63.8%と13.8ポイントの差となった。夕食時は昼食時ほどではないものの、やはり5ポイント以上の差がついている。年代による違いはあまり見られない。

全体 +10%

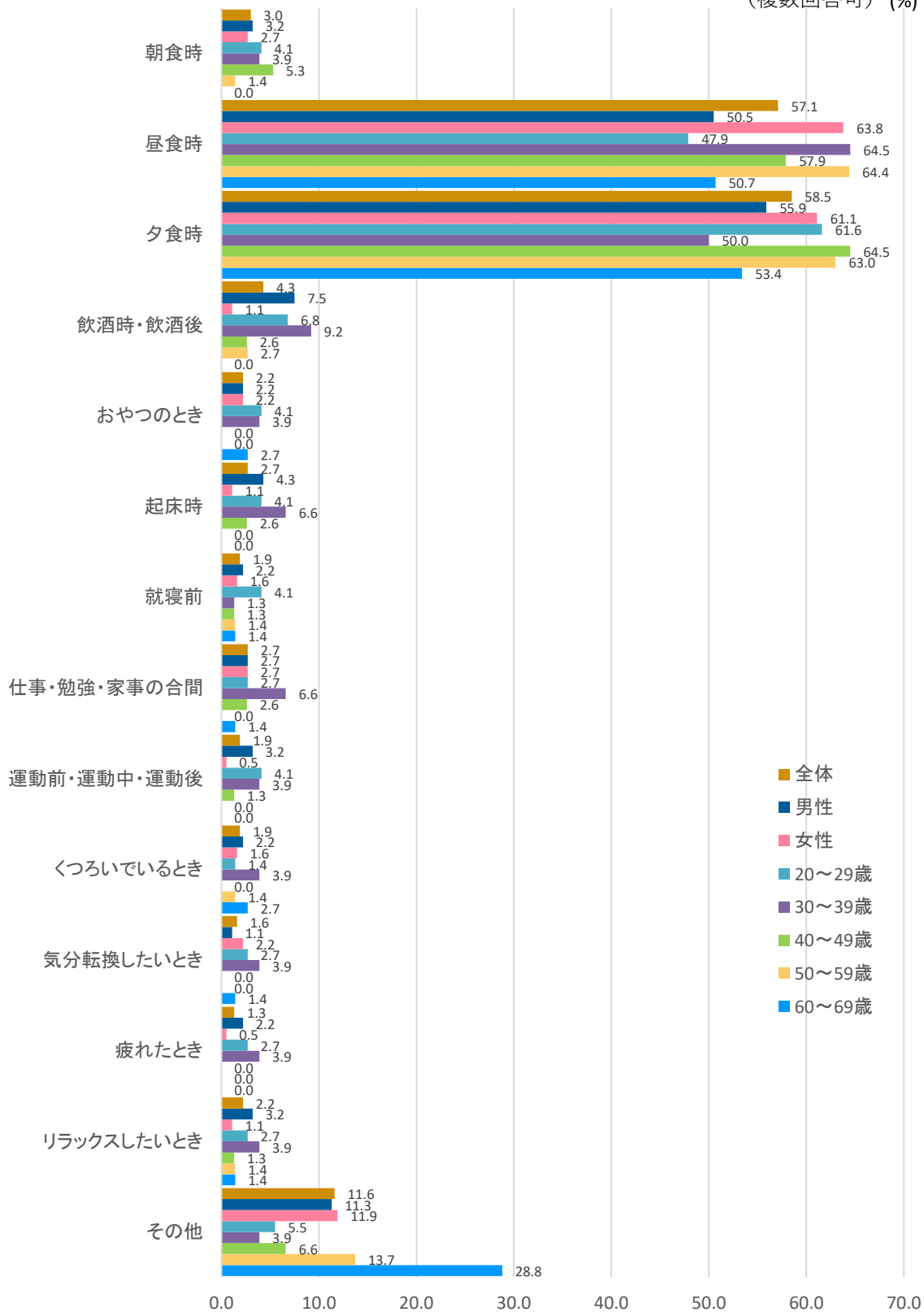
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	17	12	5	3	5	8	1	0
	%	4.5	6.4	2.6	4.0	6.5	10.4	1.3	0.0
昼食時	回答者数	137	69	68	28	21	30	32	26
	%	36.4	36.9	36.0	37.3	27.3	39.0	42.1	36.6
夕食時	回答者数	168	81	87	29	31	40	34	34
	%	44.7	43.3	46.0	38.7	40.3	51.9	44.7	47.9
飲酒時・飲酒後	回答者数	15	8	7	6	5	2	0	2
	%	4.0	4.3	3.7	8.0	6.5	2.6	0.0	2.8
おやつとき	回答者数	109	41	68	25	16	27	21	20
	%	29.0	21.9	36.0	33.3	20.8	35.1	27.6	28.2
起床時	回答者数	7	7	0	3	1	1	1	1
	%	1.9	3.7	0.0	4.0	1.3	1.3	1.3	1.4
就寝前	回答者数	24	17	7	5	7	4	5	3
	%	6.4	9.1	3.7	6.7	9.1	5.2	6.6	4.2
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	45	17	28	9	5	8	10	13
	%	12.0	9.1	14.8	12.0	6.5	10.4	13.2	18.3
運動前・運動中・運動後	回答者数	9	4	5	0	4	1	1	3
	%	2.4	2.1	2.6	0.0	5.2	1.3	1.3	4.2
くつろいでいるとき	回答者数	40	18	22	9	7	5	6	13
	%	10.6	9.6	11.6	12.0	9.1	6.5	7.9	18.3
気分転換したいとき	回答者数	50	27	23	12	7	8	9	14
	%	13.3	14.4	12.2	16.0	9.1	10.4	11.8	19.7
疲れたとき	回答者数	12	7	5	5	2	1	2	2
	%	3.2	3.7	2.6	6.7	2.6	1.3	2.6	2.8
リラックスしたいとき	回答者数	88	48	40	19	16	14	18	21
	%	23.4	25.7	21.2	25.3	20.8	18.2	23.7	29.6
その他	回答者数	12	5	7	2	0	4	2	4
	%	3.2	2.7	3.7	2.7	0.0	5.2	2.6	5.6

アイスクリームについては「夕食時」（44.7%）、昼食時（36.4%）の後に「おやつとき」が続く。全体で29%、男女差はここでも大きく開いており、14.1ポイントの差となっている。

そのほか、「リラックスしたいとき」、「気分転換したいとき」、「仕事・勉強・家事の合間」など、食事ではない時間の喫食が多いのが特徴である。

全体 +10%

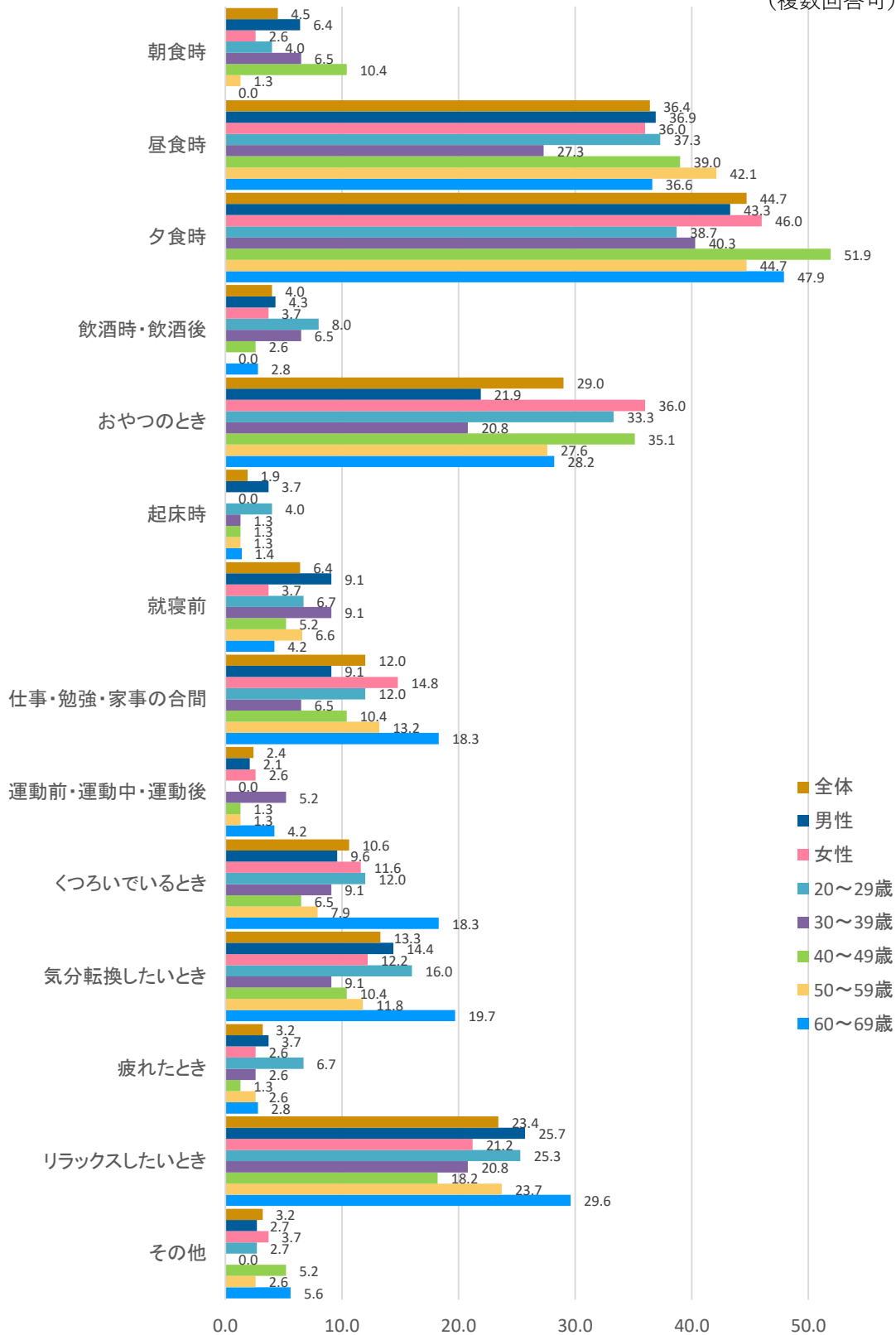
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン-育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	27	13	14	5	13	7	1	1
	%	40.3	31.7	53.8	27.8	46.4	46.7	25.0	50.0
昼食時	回答者数	17	10	7	3	10	1	3	0
	%	25.4	24.4	26.9	16.7	35.7	6.7	75.0	0.0
夕食時	回答者数	18	11	7	5	10	1	2	0
	%	26.9	26.8	26.9	27.8	35.7	6.7	50.0	0.0
飲酒時・飲酒後	回答者数	9	7	2	6	1	2	0	0
	%	13.4	17.1	7.7	33.3	3.6	13.3	0.0	0.0
おやつするとき	回答者数	7	4	3	3	4	0	0	0
	%	10.4	9.8	11.5	16.7	14.3	0.0	0.0	0.0
起床時	回答者数	7	4	3	3	4	0	0	0
	%	10.4	9.8	11.5	16.7	14.3	0.0	0.0	0.0
就寝前	回答者数	4	2	2	0	3	1	0	0
	%	6.0	4.9	7.7	0.0	10.7	6.7	0.0	0.0
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	10	8	2	6	4	0	0	0
	%	14.9	19.5	7.7	33.3	14.3	0.0	0.0	0.0
運動前・運動中・運動後	回答者数	4	3	1	2	2	0	0	0
	%	6.0	7.3	3.8	11.1	7.1	0.0	0.0	0.0
くつろいでいるとき	回答者数	5	3	2	1	3	0	1	0
	%	7.5	7.3	7.7	5.6	10.7	0.0	25.0	0.0
気分転換したいとき	回答者数	2	1	1	1	1	0	0	0
	%	3.0	2.4	3.8	5.6	3.6	0.0	0.0	0.0
疲れたとき	回答者数	3	2	1	1	2	0	0	0
	%	4.5	4.9	3.8	5.6	7.1	0.0	0.0	0.0
リラックスしたいとき	回答者数	1	1	0	0	0	1	0	0
	%	1.5	2.4	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0
その他	回答者数	6	3	3	1	2	2	0	1
	%	9.0	7.3	11.5	5.6	7.1	13.3	0.0	50.0

育児用調製液状乳については特に顕著な特徴は見られない。朝食が最も多く、全体で40.3%を超えている。回答者数が少ないため、データの分析に留意する必要がある。

全体 + 10%

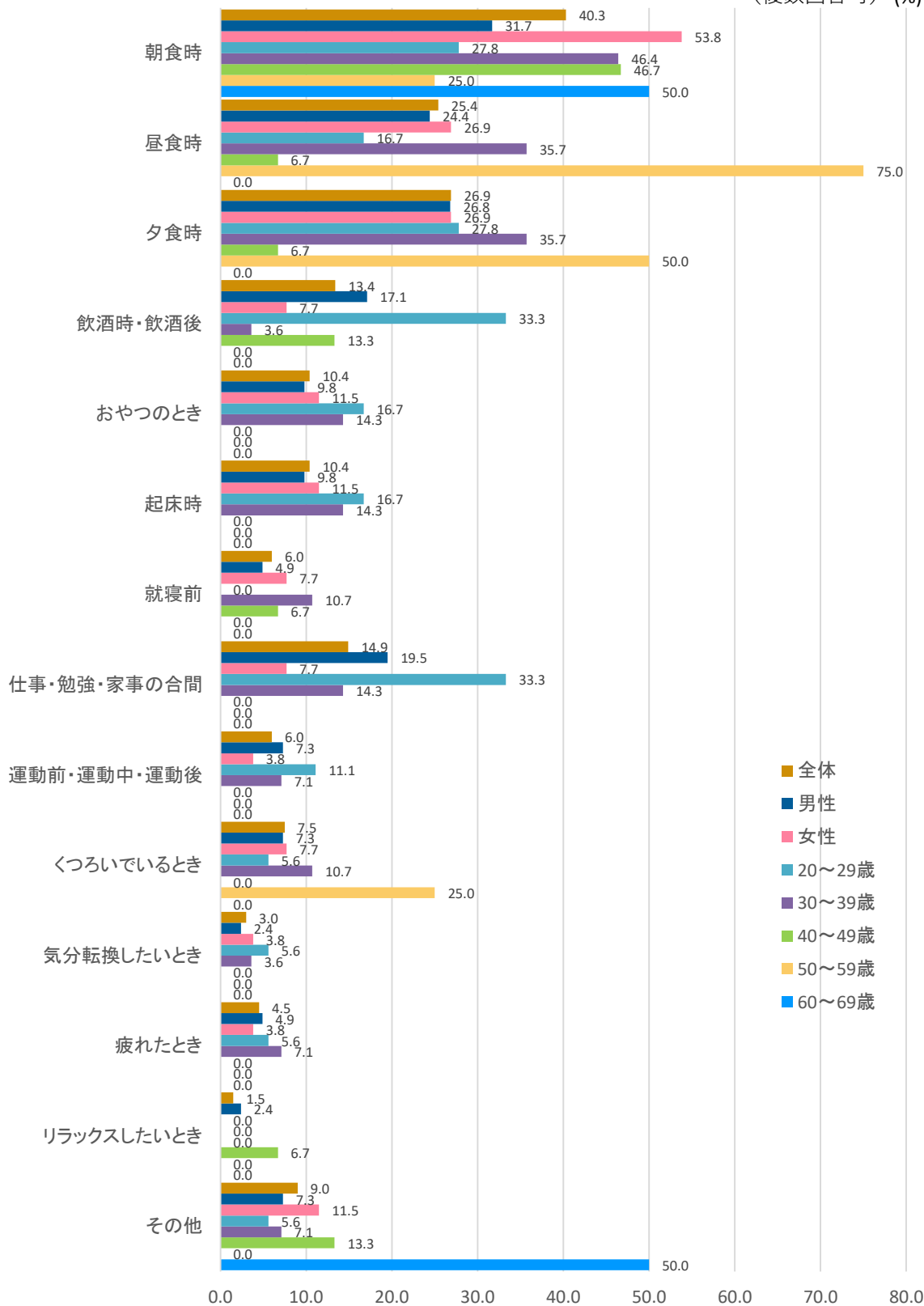
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン-育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン-育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
朝食時	回答者数	33	16	17	9	16	7	1	0
	%	42.9	33.3	58.6	39.1	48.5	46.7	20.0	0.0
昼食時	回答者数	17	8	9	4	8	3	2	0
	%	22.1	16.7	31.0	17.4	24.2	20.0	40.0	0.0
夕食時	回答者数	19	11	8	5	10	2	2	0
	%	24.7	22.9	27.6	21.7	30.3	13.3	40.0	0.0
飲酒時・飲酒後	回答者数	8	8	0	3	4	1	0	0
	%	10.4	16.7	0.0	13.0	12.1	6.7	0.0	0.0
おやつするとき	回答者数	11	8	3	4	5	2	0	0
	%	14.3	16.7	10.3	17.4	15.2	13.3	0.0	0.0
起床時	回答者数	9	6	3	3	4	2	0	0
	%	11.7	12.5	10.3	13.0	12.1	13.3	0.0	0.0
就寝前	回答者数	9	7	2	5	3	1	0	0
	%	11.7	14.6	6.9	21.7	9.1	6.7	0.0	0.0
仕事・勉強・家事の合間	回答者数	6	5	1	3	3	0	0	0
	%	7.8	10.4	3.4	13.0	9.1	0.0	0.0	0.0
運動前・運動中・運動後	回答者数	2	1	1	0	2	0	0	0
	%	2.6	2.1	3.4	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0
くつろいでいるとき	回答者数	2	1	1	1	0	0	1	0
	%	2.6	2.1	3.4	4.3	0.0	0.0	20.0	0.0
気分転換したいとき	回答者数	2	2	0	1	1	0	0	0
	%	2.6	4.2	0.0	4.3	3.0	0.0	0.0	0.0
疲れたとき	回答者数	3	3	0	3	0	0	0	0
	%	3.9	6.2	0.0	13.0	0.0	0.0	0.0	0.0
リラックスしたいとき	回答者数	3	3	0	0	1	1	1	0
	%	3.9	6.2	0.0	0.0	3.0	6.7	20.0	0.0
その他	回答者数	9	5	4	2	3	2	1	1
	%	11.7	10.4	13.8	8.7	9.1	13.3	20.0	100.0

育児用調製粉乳についても特に顕著な特徴は見られない。朝食が最も多く、全体で42.9を占めている。回答者数が少ないため、データの分析に留意する必要がある。

全体 + 10%

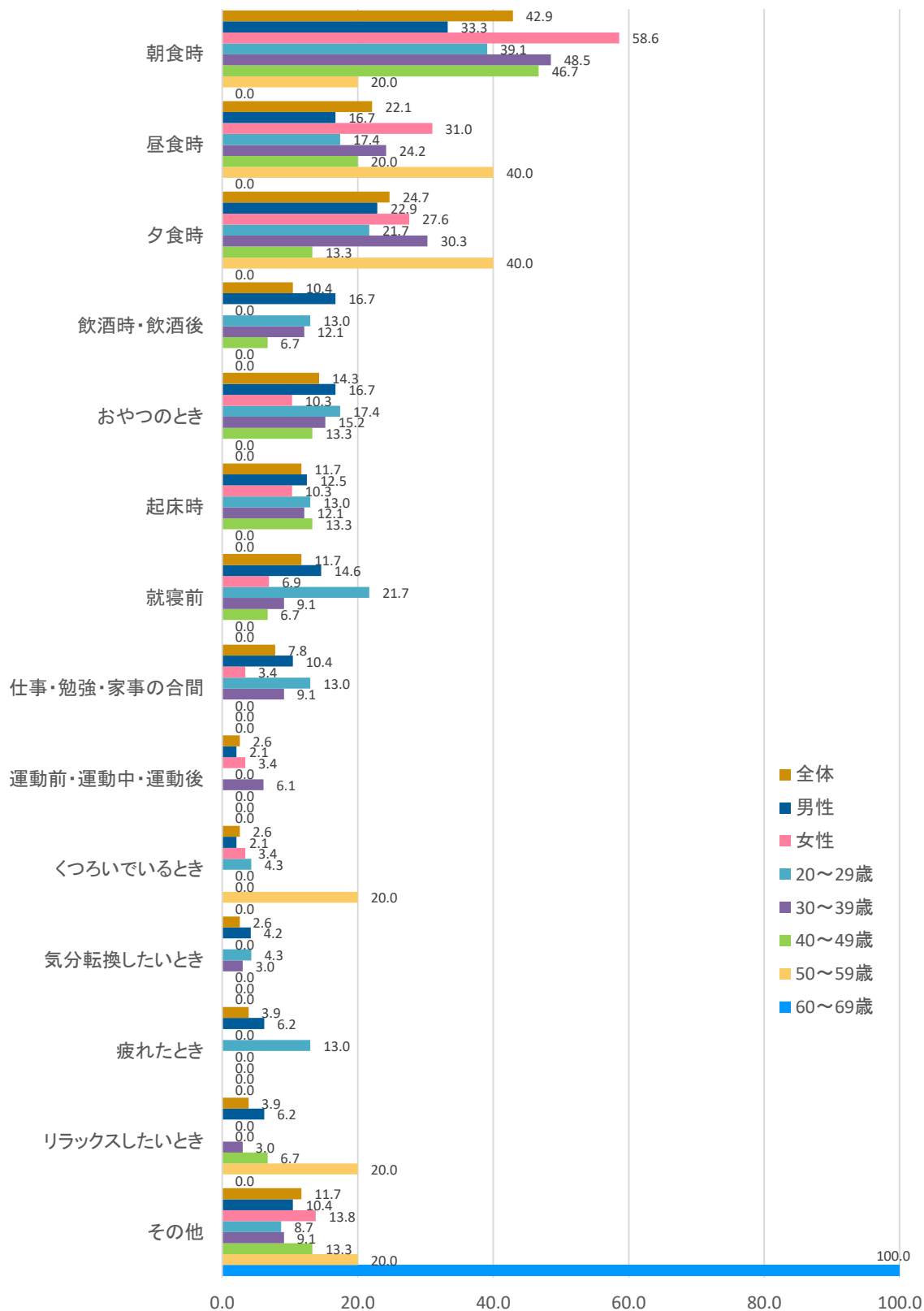
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 7. 乳製品を喫食（飲用）するシーン-育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)





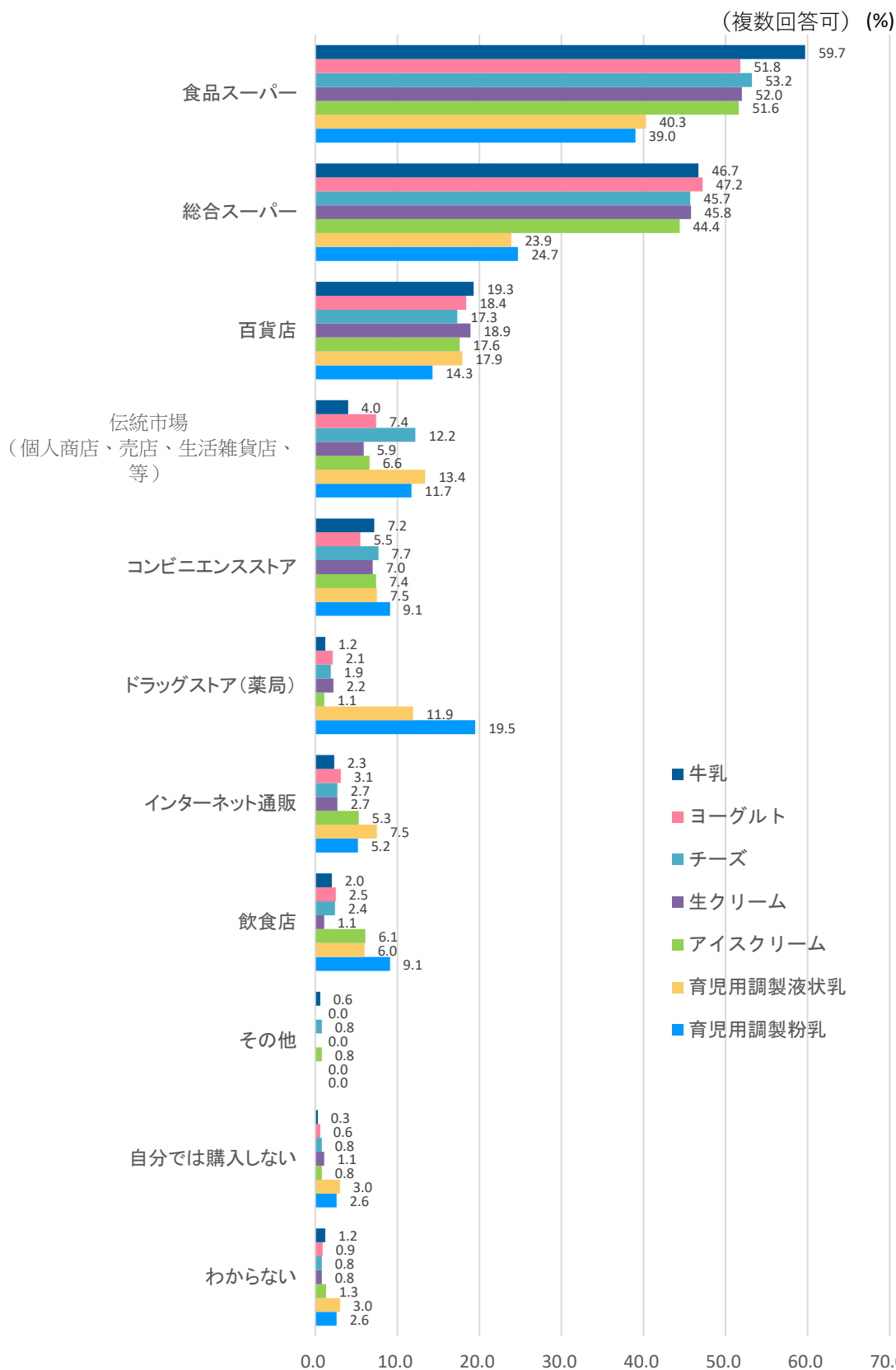
## 8. 乳製品の購入チャネル

(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
全体	回答者数	347	326	376	371	376	67	77
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	207	169	200	193	194	27	30
	%	59.7	51.8	53.2	52.0	51.6	40.3	39.0
総合スーパー	回答者数	162	154	172	170	167	16	19
	%	46.7	47.2	45.7	45.8	44.4	23.9	24.7
百貨店	回答者数	67	60	65	70	66	12	11
	%	19.3	18.4	17.3	18.9	17.6	17.9	14.3
伝統市場 (個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	14	24	46	22	25	9	9
	%	4.0	7.4	12.2	5.9	6.6	13.4	11.7
コンビニエンスストア	回答者数	25	18	29	26	28	5	7
	%	7.2	5.5	7.7	7.0	7.4	7.5	9.1
ドラッグストア(薬局)	回答者数	4	7	7	8	4	8	15
	%	1.2	2.1	1.9	2.2	1.1	11.9	19.5
インターネット通販	回答者数	8	10	10	10	20	5	4
	%	2.3	3.1	2.7	2.7	5.3	7.5	5.2
飲食店	回答者数	7	8	9	4	23	4	7
	%	2.0	2.5	2.4	1.1	6.1	6.0	9.1
その他	回答者数	2	0	3	0	3	0	0
	%	0.6	0.0	0.8	0.0	0.8	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	1	2	3	4	3	2	2
	%	0.3	0.6	0.8	1.1	0.8	3.0	2.6
わからない	回答者数	4	3	3	3	5	2	2
	%	1.2	0.9	0.8	0.8	1.3	3.0	2.6

乳製品の購入チャネルについて、育児用調製乳以外については食品スーパーでの購入がそれぞれ50%を超え、特に牛乳については59.7%と高い数字となっている。同様に総合スーパーでの購入は50%を切るものの、高い数字となっている。育児用調製乳については購入のチャネルが広く、食品スーパーや総合スーパー以外に、ドラッグストア、インターネット販売なども他の商品に比べて高い。

## 8. 乳製品の購入チャネル



## 8. 乳製品の購入チャネル - 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	207	102	105	42	46	43	38	38
	%	59.7	61.1	58.3	59.2	63.0	59.7	57.6	58.5
総合スーパー	回答者数	162	72	90	30	39	31	33	29
	%	46.7	43.1	50.0	42.3	53.4	43.1	50.0	44.6
百貨店	回答者数	67	32	35	16	13	17	15	6
	%	19.3	19.2	19.4	22.5	17.8	23.6	22.7	9.2
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	14	9	5	6	5	1	1	1
	%	4.0	5.4	2.8	8.5	6.8	1.4	1.5	1.5
コンビニエンスストア	回答者数	25	13	12	7	7	3	3	5
	%	7.2	7.8	6.7	9.9	9.6	4.2	4.5	7.7
ドラッグストア(薬局)	回答者数	4	3	1	3	1	0	0	0
	%	1.2	1.8	0.6	4.2	1.4	0.0	0.0	0.0
インターネット通販	回答者数	8	2	6	1	3	0	3	1
	%	2.3	1.2	3.3	1.4	4.1	0.0	4.5	1.5
飲食店	回答者数	7	4	3	2	2	2	0	1
	%	2.0	2.4	1.7	2.8	2.7	2.8	0.0	1.5
その他	回答者数	2	0	2	1	0	1	0	0
	%	0.6	0.0	1.1	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	1	1	0	0	0	0	0	1
	%	0.3	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
わからない	回答者数	4	2	2	1	1	1	1	0
	%	1.2	1.2	1.1	1.4	1.4	1.4	1.5	0.0

牛乳の購入チャネルについては食品スーパーが全体の59.7%、総合スーパーが全体の46.7%と高い。百貨店に続いてコンビニエンスストアでの購入は4位となっているが、20代、30代の方が40代以上と比べてコンビニエンスストアでの購入が多い。インターネットでの購買については全体でも2.3%と少ないことがわかる。

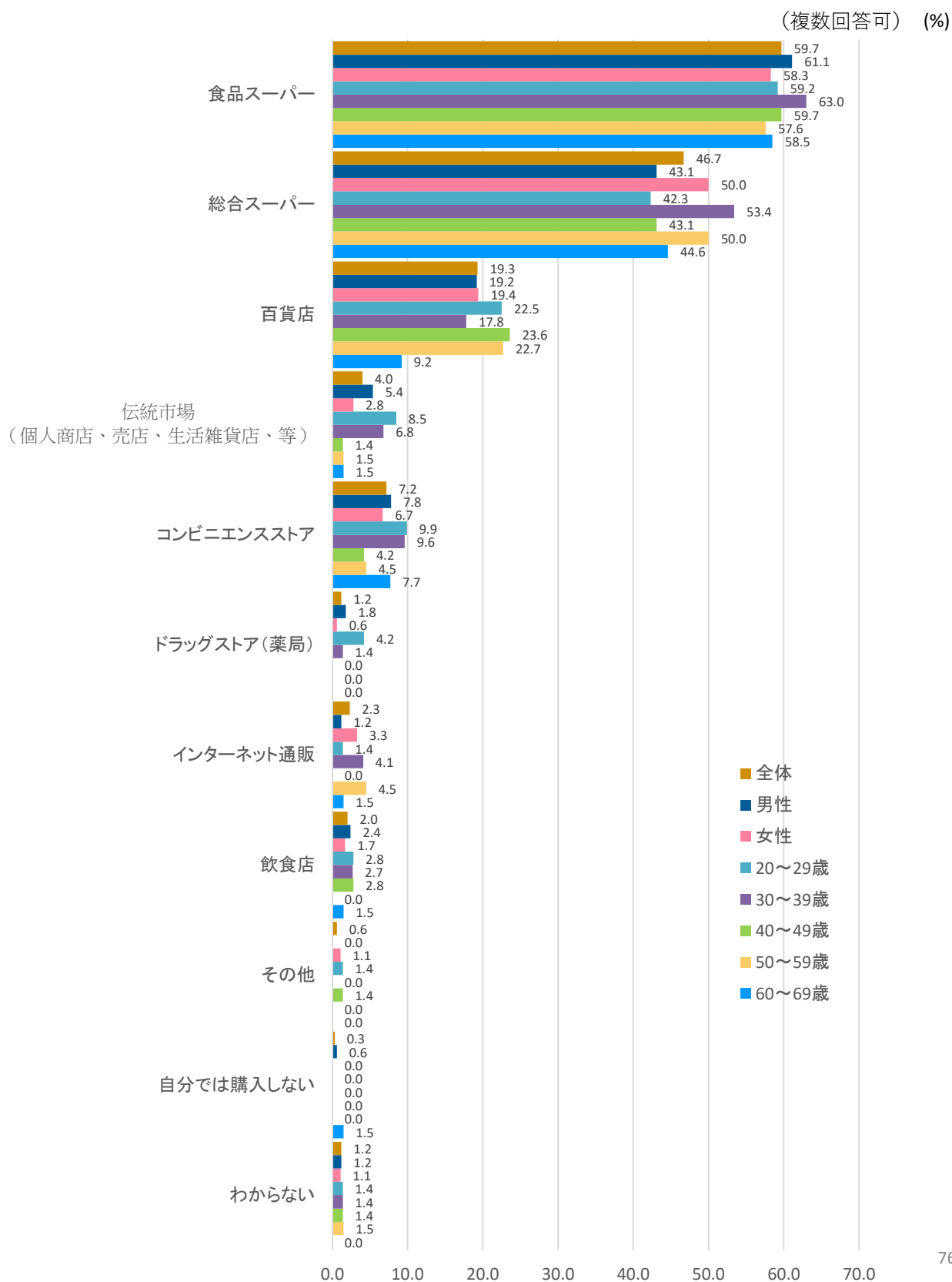
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - 牛乳



## 8. 乳製品の購入チャネル - ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	169	80	89	27	35	40	34	33
	%	51.8	49.7	53.9	42.2	49.3	61.5	52.3	54.1
総合スーパー	回答者数	154	77	77	30	35	31	30	28
	%	47.2	47.8	46.7	46.9	49.3	47.7	46.2	45.9
百貨店	回答者数	60	27	33	11	17	12	14	6
	%	18.4	16.8	20.0	17.2	23.9	18.5	21.5	9.8
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	24	12	12	7	6	2	8	1
	%	7.4	7.5	7.3	10.9	8.5	3.1	12.3	1.6
コンビニエンスストア	回答者数	18	9	9	4	6	1	2	5
	%	5.5	5.6	5.5	6.2	8.5	1.5	3.1	8.2
ドラッグストア(薬局)	回答者数	7	6	1	3	3	1	0	0
	%	2.1	3.7	0.6	4.7	4.2	1.5	0.0	0.0
インターネット通販	回答者数	10	5	5	4	2	1	3	0
	%	3.1	3.1	3.0	6.2	2.8	1.5	4.6	0.0
飲食店	回答者数	8	5	3	2	5	0	1	0
	%	2.5	3.1	1.8	3.1	7.0	0.0	1.5	0.0
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	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	2	2	0	0	0	0	1	1
	%	0.6	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5	1.6
わからない	回答者数	3	2	1	1	1	1	0	0
	%	0.9	1.2	0.6	1.6	1.4	1.5	0.0	0.0

ヨーグルトの購入チャネルについては食品スーパーが全体の51.8%、総合スーパーが全体の47.2%と高い。20代が食品スーパーでの購入が42.2%と全体に比べて10ポイント近く低くなっているが一方、コンビニエンスストアやドラッグストア、インターネット通販での購入が比較的多く見られる。

全体 + 10%

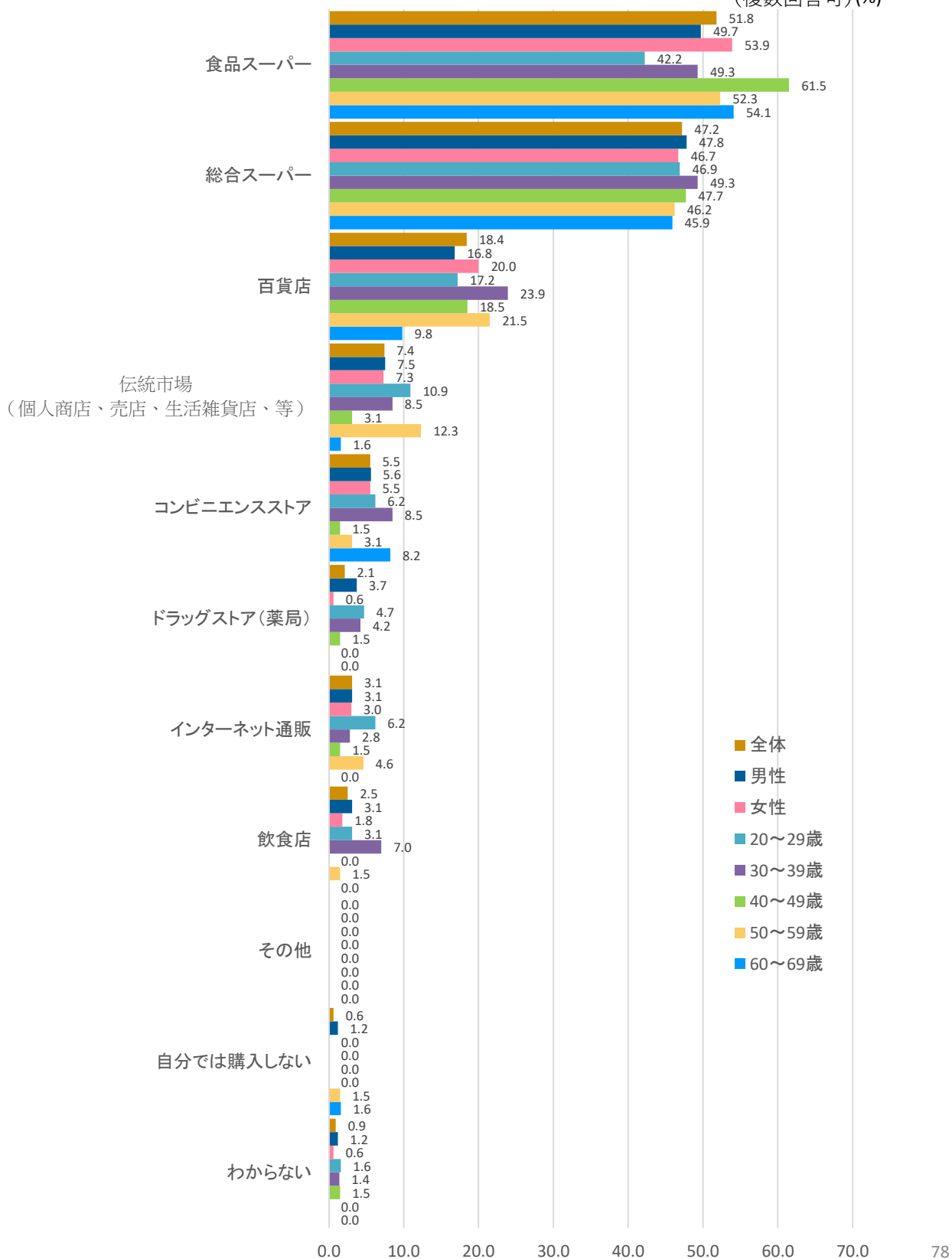
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - ヨーグルト

(複数回答可)(%)



## 8. 乳製品の購入チャネル - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	200	95	105	38	39	41	42	40
	%	53.2	51.4	55.0	52.8	52.0	53.2	55.3	52.6
総合スーパー	回答者数	172	82	90	30	38	34	36	34
	%	45.7	44.3	47.1	41.7	50.7	44.2	47.4	44.7
百貨店	回答者数	65	31	34	14	14	14	14	9
	%	17.3	16.8	17.8	19.4	18.7	18.2	18.4	11.8
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	46	27	19	7	11	10	12	6
	%	12.2	14.6	9.9	9.7	14.7	13.0	15.8	7.9
コンビニエンスストア	回答者数	29	19	10	6	6	3	5	9
	%	7.7	10.3	5.2	8.3	8.0	3.9	6.6	11.8
ドラッグストア(薬局)	回答者数	7	4	3	3	4	0	0	0
	%	1.9	2.2	1.6	4.2	5.3	0.0	0.0	0.0
インターネット通販	回答者数	10	4	6	3	2	1	3	1
	%	2.7	2.2	3.1	4.2	2.7	1.3	3.9	1.3
飲食店	回答者数	9	4	5	0	2	1	2	4
	%	2.4	2.2	2.6	0.0	2.7	1.3	2.6	5.3
その他	回答者数	3	1	2	0	0	1	0	2
	%	0.8	0.5	1.0	0.0	0.0	1.3	0.0	2.6
自分では購入しない	回答者数	3	3	0	0	1	1	0	1
	%	0.8	1.6	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	1.3
わからない	回答者数	3	2	1	0	1	1	1	0
	%	0.8	1.1	0.5	0.0	1.3	1.3	1.3	0.0

チーズの購入チャネルについては食品スーパーが全体の53.2%、男女、年代問わず50%を超えている。また総合スーパーについては全体では45.7%とやはり高いが、こちらは特に30代が50%以上となっており、その他は45%前後となっている。百貨店17.3%、伝統市場12.2%と続く。

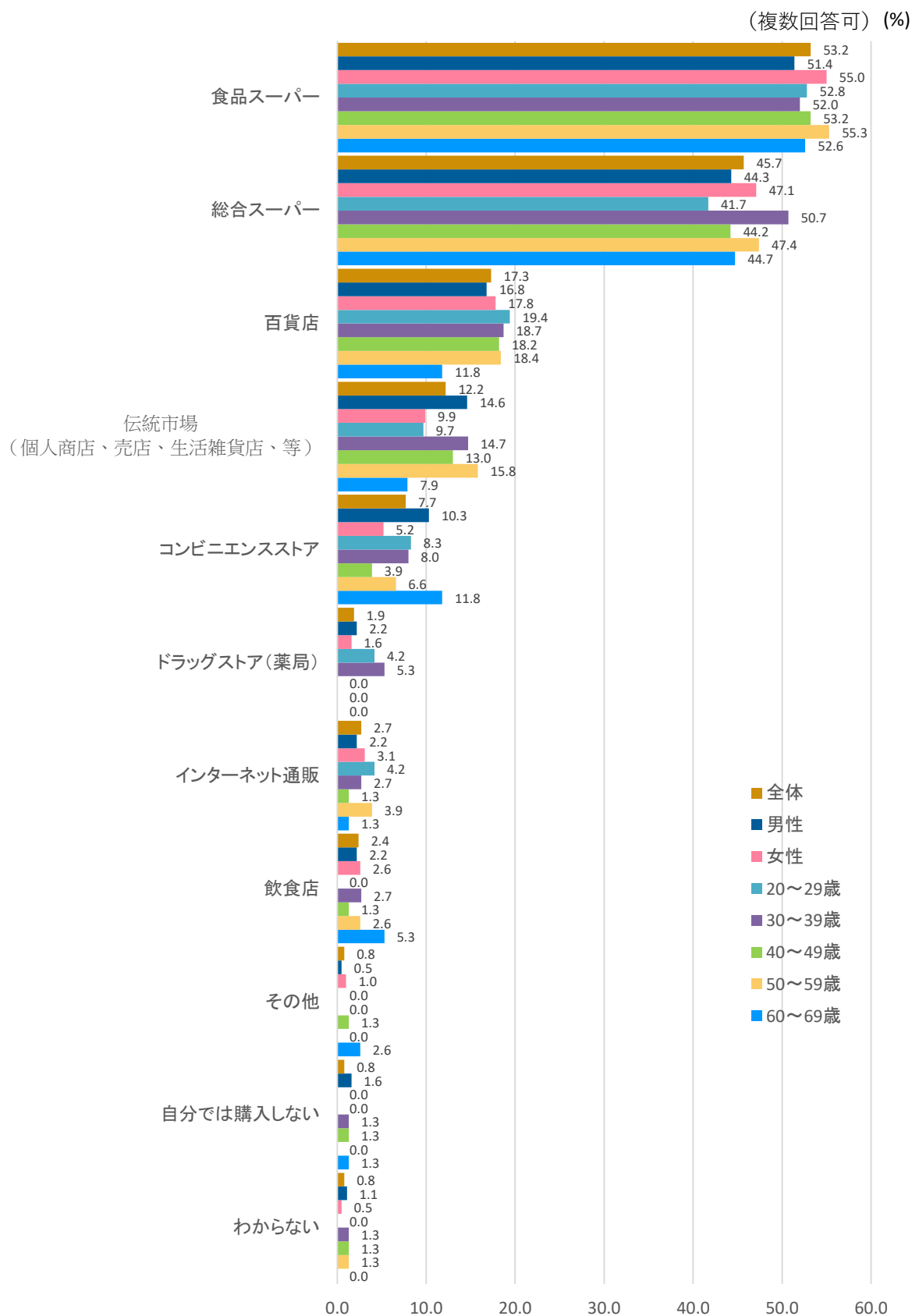
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - チーズ





## 8. 乳製品の購入チャネル - 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	193	94	99	34	35	45	42	37
	%	52.0	50.5	53.5	46.6	46.1	59.2	57.5	50.7
総合スーパー	回答者数	170	86	84	31	40	32	34	33
	%	45.8	46.2	45.4	42.5	52.6	42.1	46.6	45.2
百貨店	回答者数	70	32	38	17	14	15	14	10
	%	18.9	17.2	20.5	23.3	18.4	19.7	19.2	13.7
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	22	16	6	5	8	6	3	0
	%	5.9	8.6	3.2	6.8	10.5	7.9	4.1	0.0
コンビニエンスストア	回答者数	26	16	10	4	11	3	3	5
	%	7.0	8.6	5.4	5.5	14.5	3.9	4.1	6.8
ドラッグストア(薬局)	回答者数	8	5	3	1	4	1	0	2
	%	2.2	2.7	1.6	1.4	5.3	1.3	0.0	2.7
インターネット通販	回答者数	10	5	5	3	3	1	3	0
	%	2.7	2.7	2.7	4.1	3.9	1.3	4.1	0.0
飲食店	回答者数	4	2	2	2	2	0	0	0
	%	1.1	1.1	1.1	2.7	2.6	0.0	0.0	0.0
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	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	4	3	1	2	0	1	0	1
	%	1.1	1.6	0.5	2.7	0.0	1.3	0.0	1.4
わからない	回答者数	3	2	1	0	1	1	1	0
	%	0.8	1.1	0.5	0.0	1.3	1.3	1.4	0.0

生クリームの購入チャネルについては食品スーパーが全体の52%、総合スーパーが45.8%とやはりこの2つが高い。食品スーパーにおいては特に40代、50代の購入が他に比べて高く、60%近くとなっている。30代についてはコンビニエンスストアでの購入割合が全体より7ポイント以上高い。

全体 + 10%

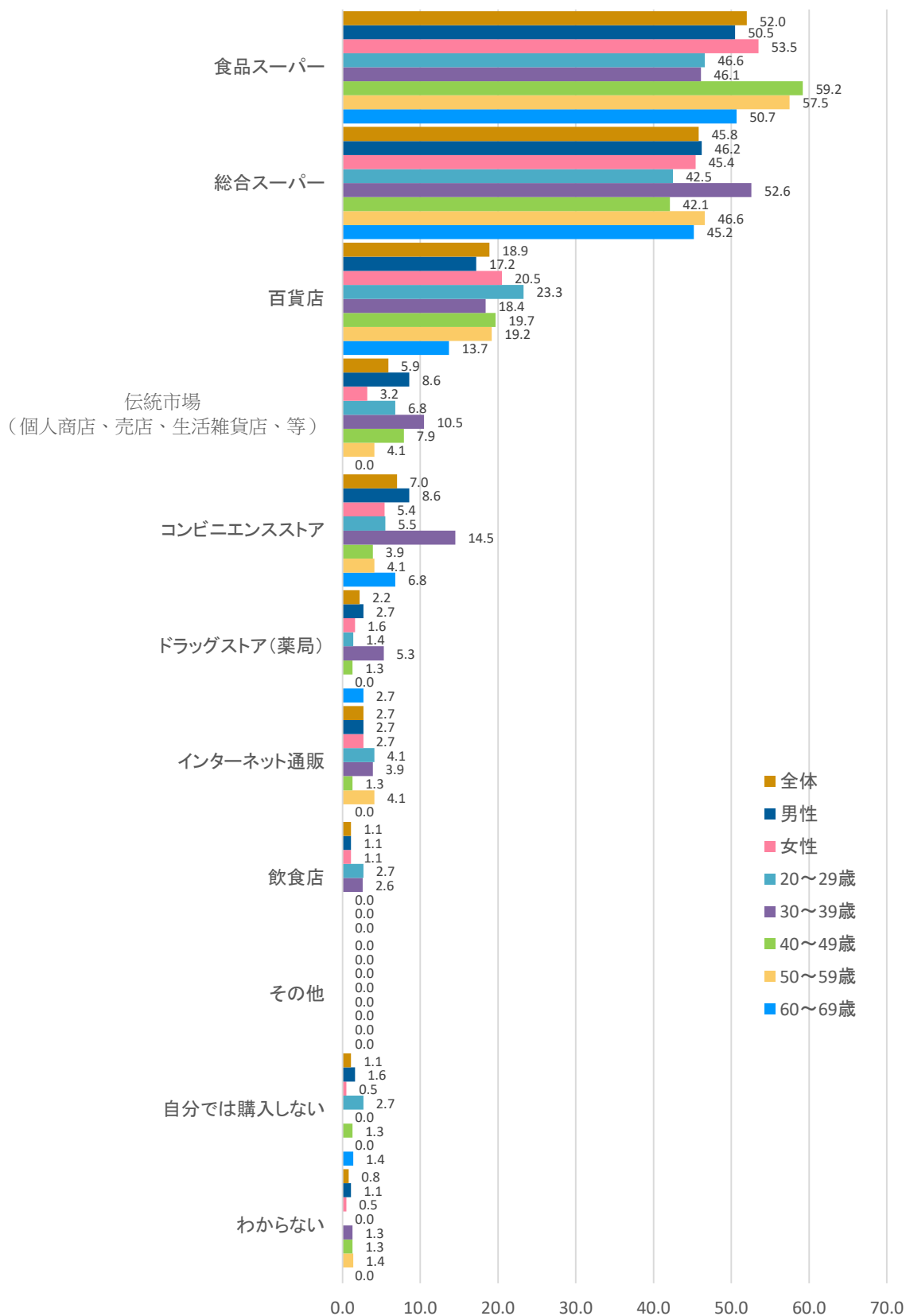
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 8. 乳製品の購入チャネル - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	194	95	99	34	37	43	43	37
	%	51.6	50.8	52.4	45.3	48.1	55.8	56.6	52.1
総合スーパー	回答者数	167	80	87	31	38	35	34	29
	%	44.4	42.8	46.0	41.3	49.4	45.5	44.7	40.8
百貨店	回答者数	66	32	34	15	15	15	12	9
	%	17.6	17.1	18.0	20.0	19.5	19.5	15.8	12.7
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	25	15	10	9	8	2	3	3
	%	6.6	8.0	5.3	12.0	10.4	2.6	3.9	4.2
コンビニエンスストア	回答者数	28	16	12	7	6	3	3	9
	%	7.4	8.6	6.3	9.3	7.8	3.9	3.9	12.7
ドラッグストア(薬局)	回答者数	4	3	1	0	3	1	0	0
	%	1.1	1.6	0.5	0.0	3.9	1.3	0.0	0.0
インターネット通販	回答者数	20	11	9	7	5	3	3	2
	%	5.3	5.9	4.8	9.3	6.5	3.9	3.9	2.8
飲食店	回答者数	23	10	13	4	5	4	7	3
	%	6.1	5.3	6.9	5.3	6.5	5.2	9.2	4.2
その他	回答者数	3	1	2	0	0	1	1	1
	%	0.8	0.5	1.1	0.0	0.0	1.3	1.3	1.4
自分では購入しない	回答者数	3	3	0	0	0	1	0	2
	%	0.8	1.6	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	2.8
わからない	回答者数	5	2	3	2	1	1	1	0
	%	1.3	1.1	1.6	2.7	1.3	1.3	1.3	0.0

アイスクリームの購入チャネルについては食品スーパーが全体の51.6%、総合スーパーが44.4%とやはりこの2つが高い。食品スーパーにおいてはとくに40代、50代の購入が他に比べて高く、55%を超えている。60代においてはコンビニエンスストアでの購入割合が全体と比べて5ポイント以上高い結果となっている。

全体 + 10%

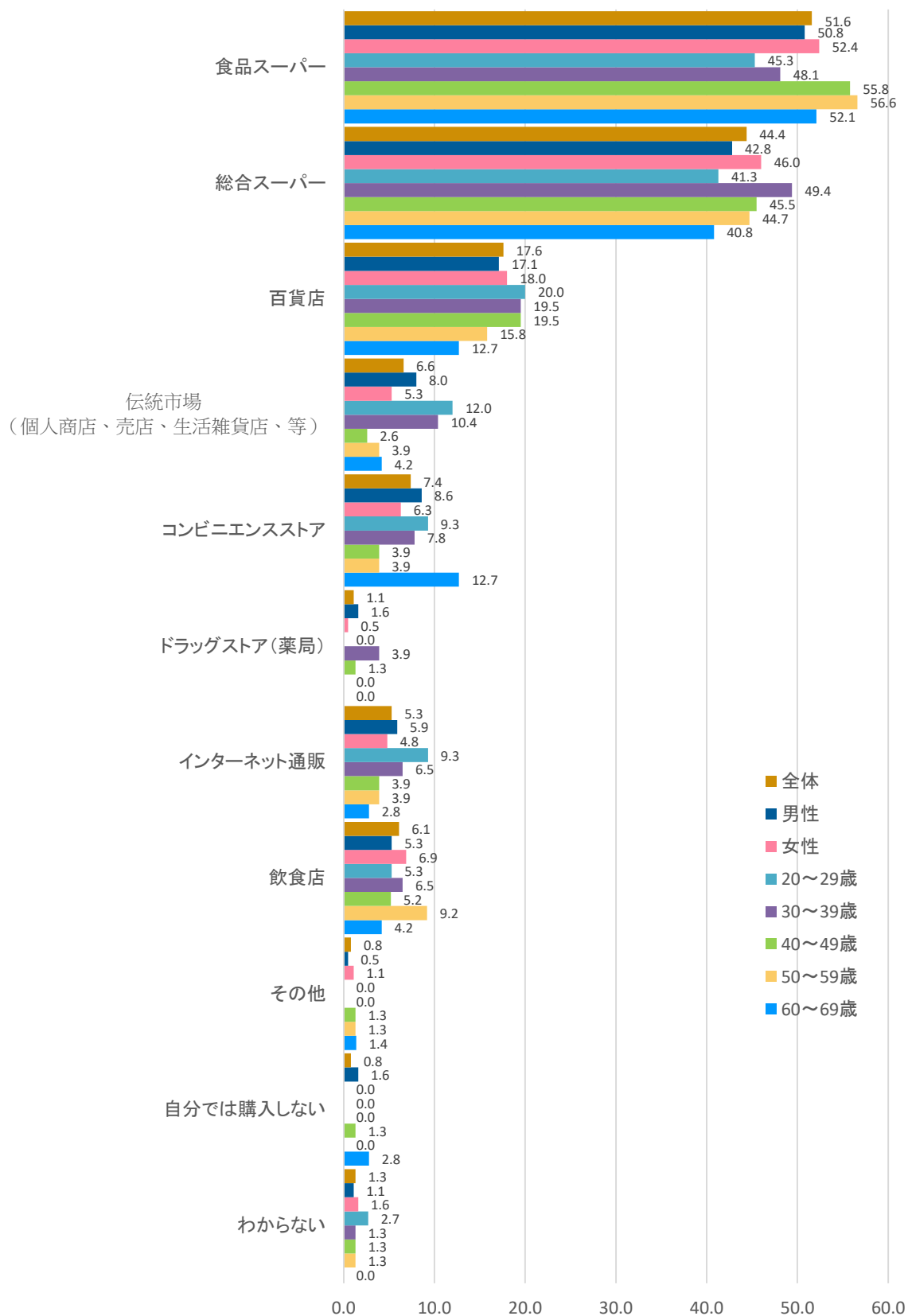
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 8. 乳製品の購入チャネル – 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	27	14	13	6	11	8	2	0
	%	40.3	34.1	50.0	33.3	39.3	53.3	50.0	0.0
総合スーパー	回答者数	16	8	8	3	10	3	0	0
	%	23.9	19.5	30.8	16.7	35.7	20.0	0.0	0.0
百貨店	回答者数	12	6	6	3	5	2	1	1
	%	17.9	14.6	23.1	16.7	17.9	13.3	25.0	50.0
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	9	5	4	4	3	2	0	0
	%	13.4	12.2	15.4	22.2	10.7	13.3	0.0	0.0
コンビニエンスストア	回答者数	5	5	0	2	2	1	0	0
	%	7.5	12.2	0.0	11.1	7.1	6.7	0.0	0.0
ドラッグストア(薬局)	回答者数	8	5	3	2	5	1	0	0
	%	11.9	12.2	11.5	11.1	17.9	6.7	0.0	0.0
インターネット通販	回答者数	5	5	0	2	3	0	0	0
	%	7.5	12.2	0.0	11.1	10.7	0.0	0.0	0.0
飲食店	回答者数	4	3	1	2	2	0	0	0
	%	6.0	7.3	3.8	11.1	7.1	0.0	0.0	0.0
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	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	2	1	1	0	0	1	1	0
	%	3.0	2.4	3.8	0.0	0.0	6.7	25.0	0.0
わからない	回答者数	2	2	0	0	0	1	0	1
	%	3.0	4.9	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	50.0

育児用調製液状乳の購入チャネルについては食品スーパー、総合スーパーが全体としては他のチャネルに比べて多いが、他の商品と比べるとさまざまところで購入している様子が伺える。特にドラッグストアで10%以上などの他の商品と比べてポイントが高い。

全体 + 10%

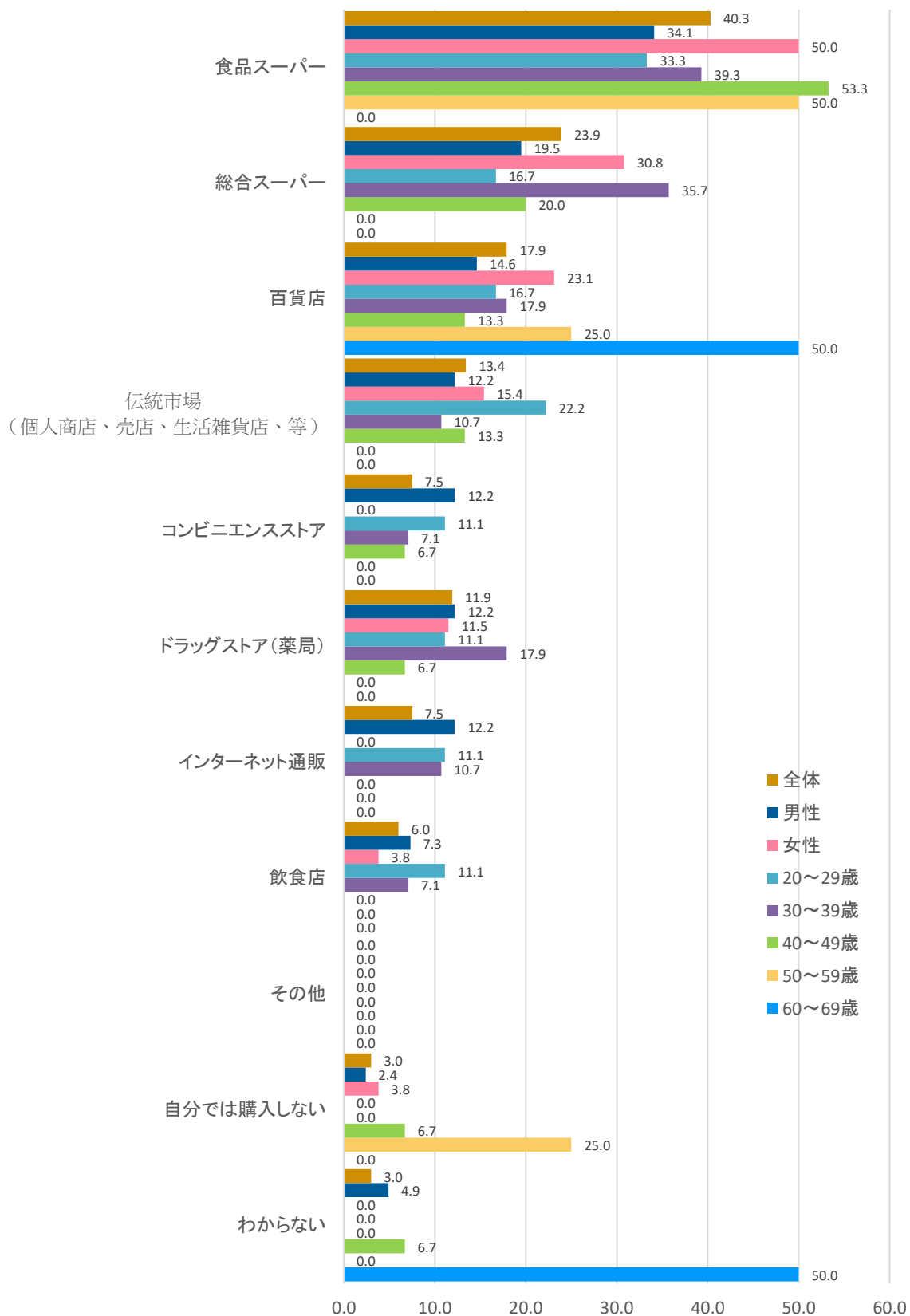
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 8. 乳製品の購入チャネル – 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食品スーパー	回答者数	30	14	16	7	15	6	2	0
	%	39.0	29.2	55.2	30.4	45.5	40.0	40.0	0.0
総合スーパー	回答者数	19	11	8	7	9	3	0	0
	%	24.7	22.9	27.6	30.4	27.3	20.0	0.0	0.0
百貨店	回答者数	11	6	5	5	2	3	1	0
	%	14.3	12.5	17.2	21.7	6.1	20.0	20.0	0.0
伝統市場(個人商店、売店、生活雑貨店、等)	回答者数	9	7	2	4	5	0	0	0
	%	11.7	14.6	6.9	17.4	15.2	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア	回答者数	7	5	2	1	5	1	0	0
	%	9.1	10.4	6.9	4.3	15.2	6.7	0.0	0.0
ドラッグストア(薬局)	回答者数	15	10	5	7	6	1	1	0
	%	19.5	20.8	17.2	30.4	18.2	6.7	20.0	0.0
インターネット通販	回答者数	4	2	2	1	3	0	0	0
	%	5.2	4.2	6.9	4.3	9.1	0.0	0.0	0.0
飲食店	回答者数	7	5	2	4	3	0	0	0
	%	9.1	10.4	6.9	17.4	9.1	0.0	0.0	0.0
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	0.0	0.0
自分では購入しない	回答者数	2	1	1	0	0	1	1	0
	%	2.6	2.1	3.4	0.0	0.0	6.7	20.0	0.0
わからない	回答者数	2	2	0	0	0	1	0	1
	%	2.6	4.2	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	100.0

育児用調製液状乳と同様、粉乳の購入チャネルについても食品スーパー、総合スーパーが全体としては他のチャネルに比べて多いが、他の商品と比べるとさまざまところで購入している様子が伺える。全体で見ると食品スーパー39%、総合スーパー24.7%の次にドラッグストア(19.5%)となっている。

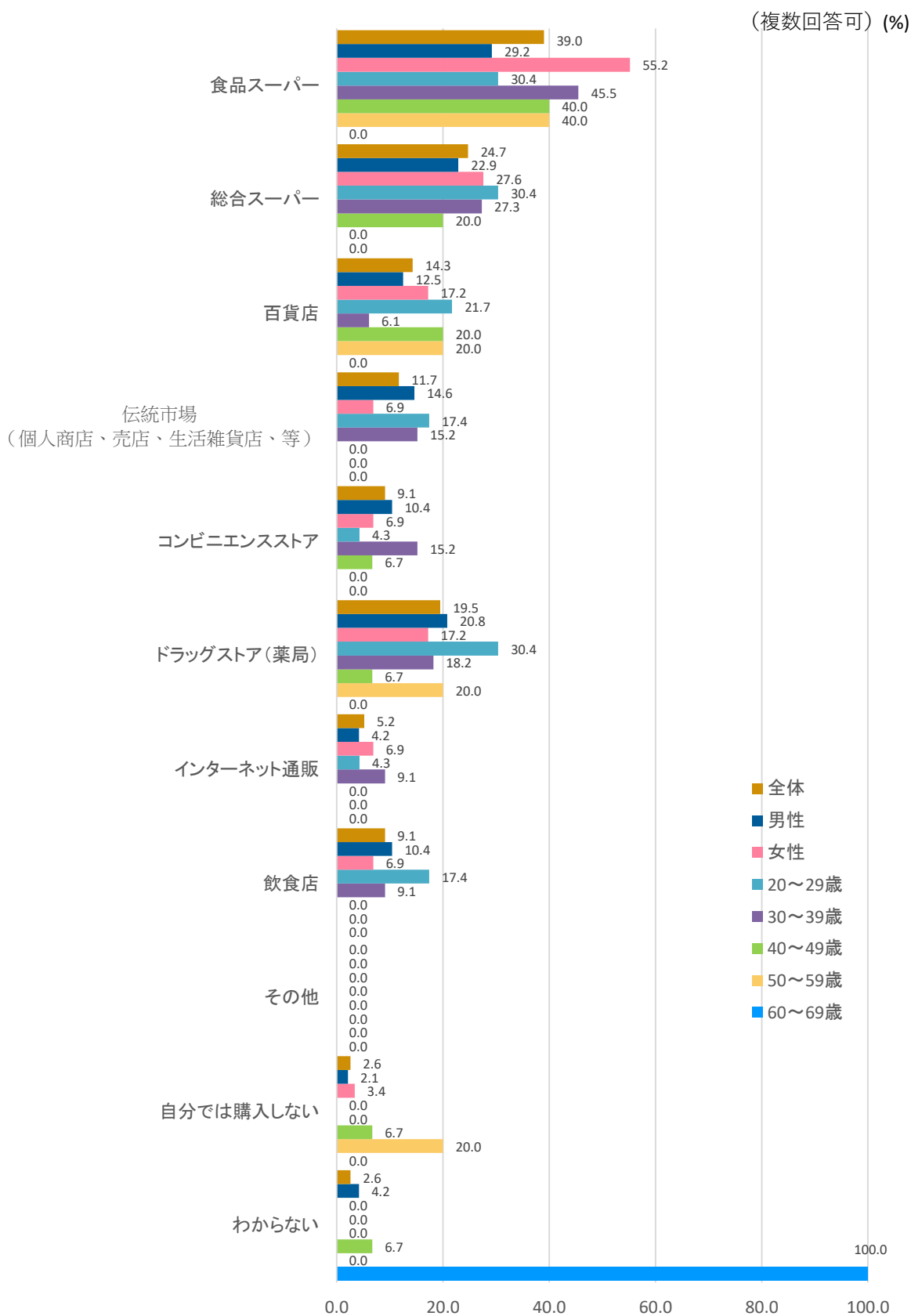
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 8. 乳製品の購入チャネル - 育児用調製粉乳





## 9. 乳製品の自宅における保管場所

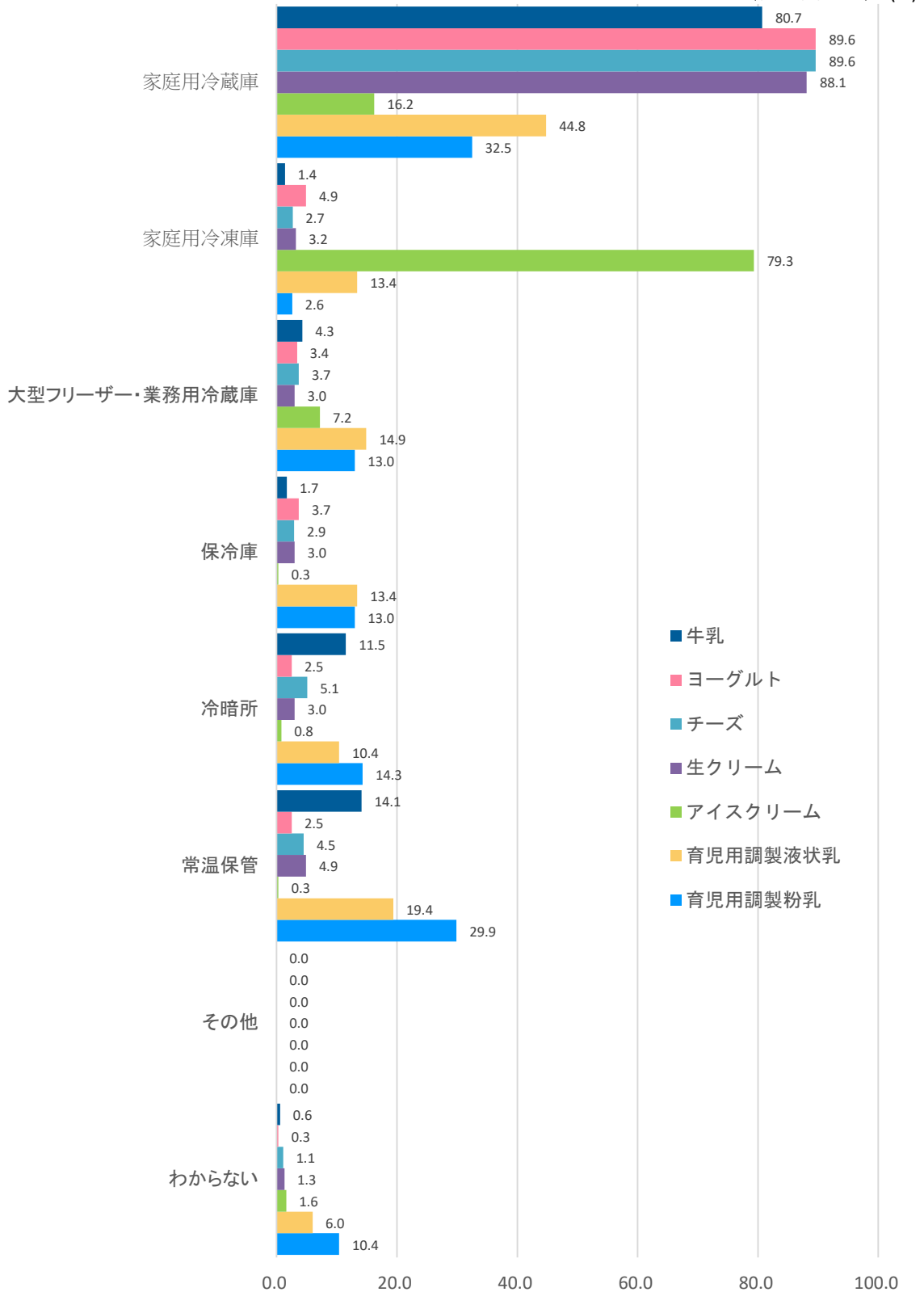
(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
家庭用冷蔵庫	回答者数	280	292	337	327	61	30	25
	%	80.7	89.6	89.6	88.1	16.2	44.8	32.5
家庭用冷凍庫	回答者数	5	16	10	12	298	9	2
	%	1.4	4.9	2.7	3.2	79.3	13.4	2.6
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	15	11	14	11	27	10	10
	%	4.3	3.4	3.7	3.0	7.2	14.9	13.0
保冷库	回答者数	6	12	11	11	1	9	10
	%	1.7	3.7	2.9	3.0	0.3	13.4	13.0
冷暗所	回答者数	40	8	19	11	3	7	11
	%	11.5	2.5	5.1	3.0	0.8	10.4	14.3
常温保管	回答者数	49	8	17	18	1	13	23
	%	14.1	2.5	4.5	4.9	0.3	19.4	29.9
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
わからない	回答者数	2	1	4	5	6	4	8
	%	0.6	0.3	1.1	1.3	1.6	6.0	10.4
全体	回答者数	347	326	376	371	376	67	77
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

乳製品の自宅における保管場所にアイスクリームは冷凍庫、育児用調製乳は保管方法が多岐にわたるものの、その大部分は家庭用の冷蔵庫に保管されており、80%を超えている。育児用調製乳は冷蔵庫が一番多いものの、常温保存、また冷暗所や保冷库などの使用も多い。

## 9. 乳製品の自宅における保管場所

(複数回答可) (%)



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	280	134	146	64	55	56	53	52
	%	80.7	80.2	81.1	90.1	75.3	77.8	80.3	80.0
家庭用冷凍庫	回答者数	5	4	1	3	1	0	0	1
	%	1.4	2.4	0.6	4.2	1.4	0.0	0.0	1.5
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	15	13	2	5	7	2	0	1
	%	4.3	7.8	1.1	7.0	9.6	2.8	0.0	1.5
保冷庫	回答者数	6	6	0	2	1	2	1	0
	%	1.7	3.6	0.0	2.8	1.4	2.8	1.5	0.0
冷暗所	回答者数	40	20	20	5	6	9	8	12
	%	11.5	12.0	11.1	7.0	8.2	12.5	12.1	18.5
常温保管	回答者数	49	18	31	5	13	11	13	7
	%	14.1	10.8	17.2	7.0	17.8	15.3	19.7	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	0.0	0.0
わからない	回答者数	2	1	1	0	1	0	1	0
	%	0.6	0.6	0.6	0.0	1.4	0.0	1.5	0.0

牛乳の自宅における保管場所については全体の80%以上が冷蔵庫、続いて常温保管が14.1%、冷暗所が11.5%となっている。大型フリーザーを使用している人もいるようだが、大部分は冷蔵庫を使用していると考えられる。

全体 + 10%

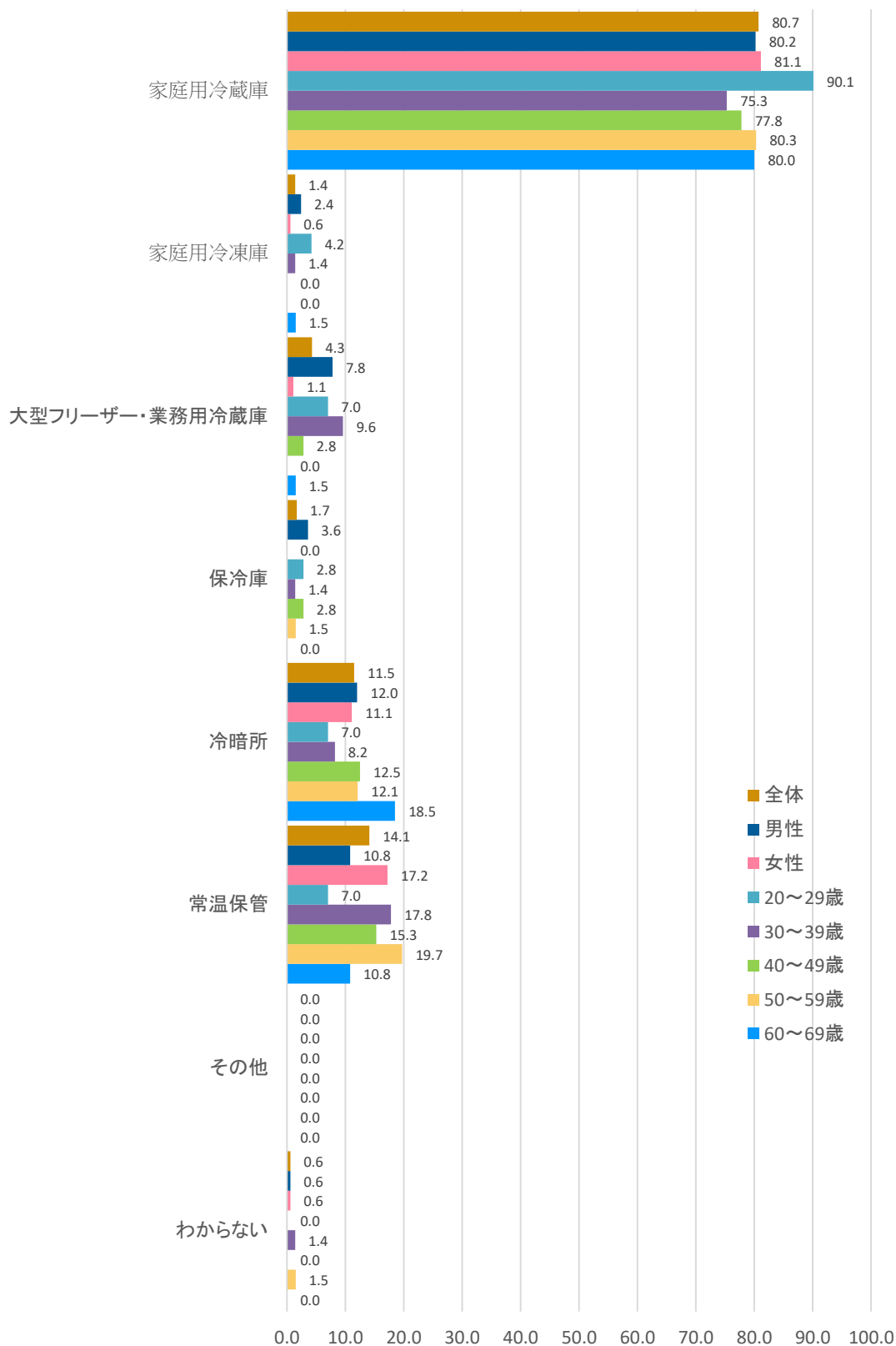
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - 牛乳

(複数回答可) (%)



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	292	136	156	51	60	59	62	60
	%	89.6	84.5	94.5	79.7	84.5	90.8	95.4	98.4
家庭用冷凍庫	回答者数	16	11	5	6	5	3	0	2
	%	4.9	6.8	3.0	9.4	7.0	4.6	0.0	3.3
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	11	9	2	8	2	0	0	1
	%	3.4	5.6	1.2	12.5	2.8	0.0	0.0	1.6
保冷库	回答者数	12	9	3	3	4	3	1	1
	%	3.7	5.6	1.8	4.7	5.6	4.6	1.5	1.6
冷暗所	回答者数	8	4	4	2	4	1	1	0
	%	2.5	2.5	2.4	3.1	5.6	1.5	1.5	0.0
常温保管	回答者数	8	7	1	3	2	1	1	1
	%	2.5	4.3	0.6	4.7	2.8	1.5	1.5	1.6
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	1	1	0	0	1	0	0	0
	%	0.3	0.6	0.0	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0

ヨーグルトの自宅における保管場所については全体の89.6%が冷蔵庫、続く冷凍庫の使用は4.9%となっている。大型フリーザーを使用している人もいるようだが、大部分は冷蔵庫を使用していると考えられる。

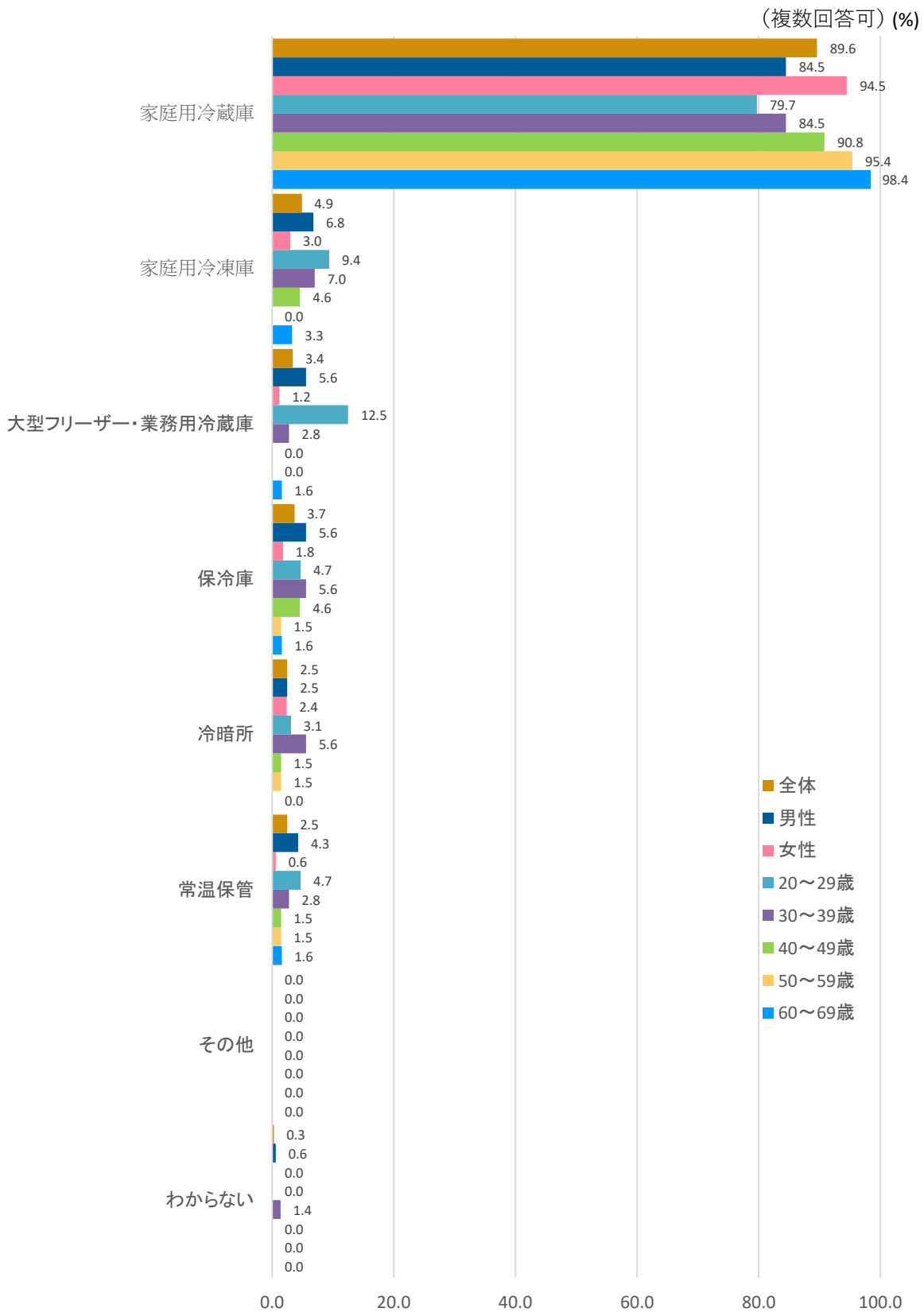
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - ヨーグルト



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	337	158	179	62	62	69	74	70
	%	89.6	85.4	93.7	86.1	82.7	89.6	97.4	92.1
家庭用冷凍庫	回答者数	10	9	1	1	6	1	1	1
	%	2.7	4.9	0.5	1.4	8.0	1.3	1.3	1.3
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	14	9	5	5	6	1	0	2
	%	3.7	4.9	2.6	6.9	8.0	1.3	0.0	2.6
保冷库	回答者数	11	8	3	5	2	1	1	2
	%	2.9	4.3	1.6	6.9	2.7	1.3	1.3	2.6
冷暗所	回答者数	19	14	5	2	2	3	3	9
	%	5.1	7.6	2.6	2.8	2.7	3.9	3.9	11.8
常温保管	回答者数	17	12	5	4	4	2	3	4
	%	4.5	6.5	2.6	5.6	5.3	2.6	3.9	5.3
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	4	3	1	0	2	1	1	0
	%	1.1	1.6	0.5	0.0	2.7	1.3	1.3	0.0

チーズの自宅における保管場所についても全体の89.6%以上が冷蔵庫、チーズの場合はそれに続くのは冷暗所だが、5.1%程度である。

全体 + 10%

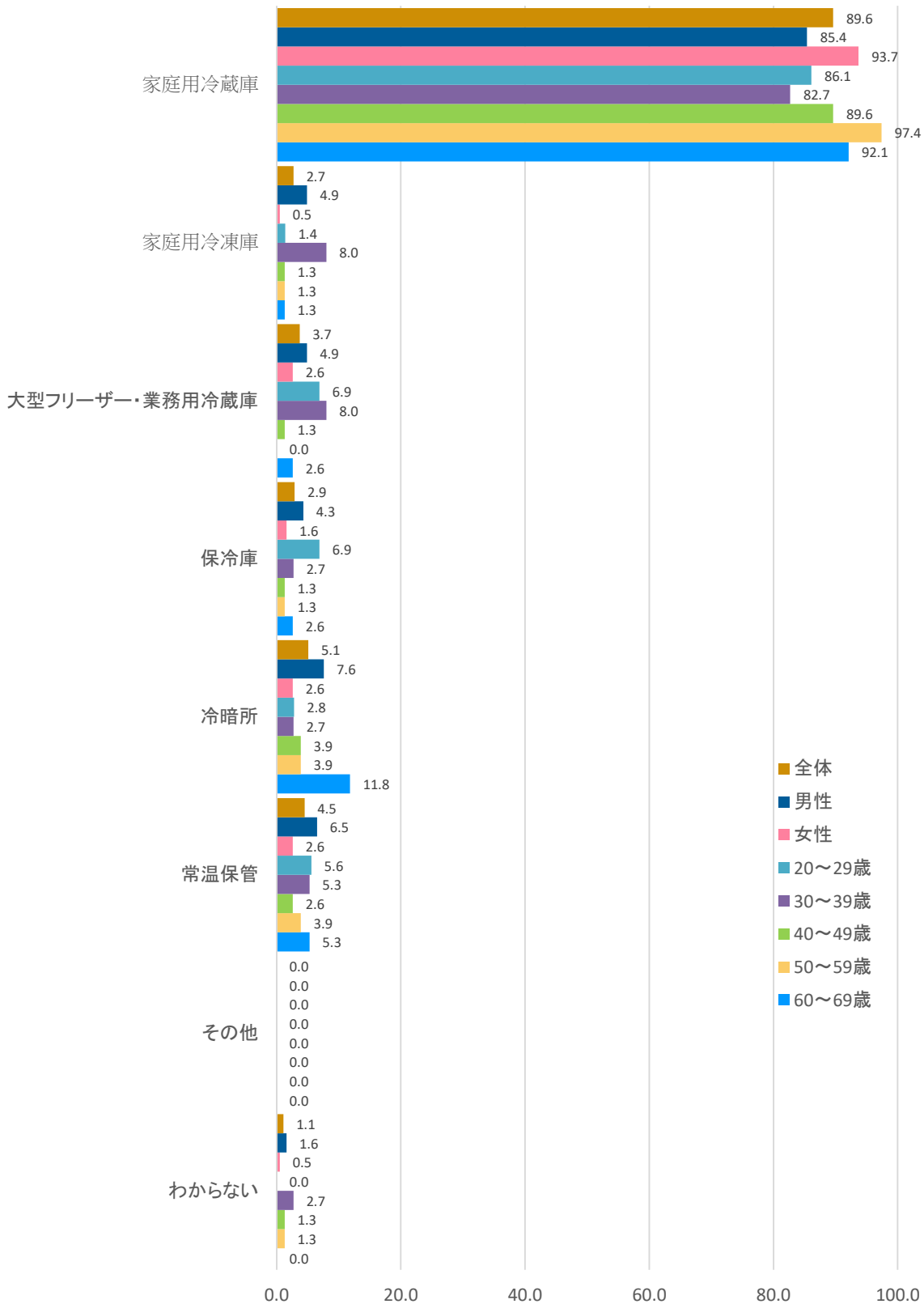
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - チーズ

(複数回答可) (%)





## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	327	160	167	63	59	68	70	67
	%	88.1	86.0	90.3	86.3	77.6	89.5	95.9	91.8
家庭用冷凍庫	回答者数	12	11	1	2	7	2	0	1
	%	3.2	5.9	0.5	2.7	9.2	2.6	0.0	1.4
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	11	7	4	4	2	2	0	3
	%	3.0	3.8	2.2	5.5	2.6	2.6	0.0	4.1
保冷庫	回答者数	11	7	4	4	3	1	1	2
	%	3.0	3.8	2.2	5.5	3.9	1.3	1.4	2.7
冷暗所	回答者数	11	5	6	4	2	1	2	2
	%	3.0	2.7	3.2	5.5	2.6	1.3	2.7	2.7
常温保管	回答者数	18	9	9	7	7	4	0	0
	%	4.9	4.8	4.9	9.6	9.2	5.3	0.0	0.0
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	5	4	1	0	2	1	1	1
	%	1.3	2.2	0.5	0.0	2.6	1.3	1.4	1.4

生クリームの自宅における保管場所についても全体の88.1%以上が冷蔵庫、次に高いのは常温保管だが、5%に満たない。

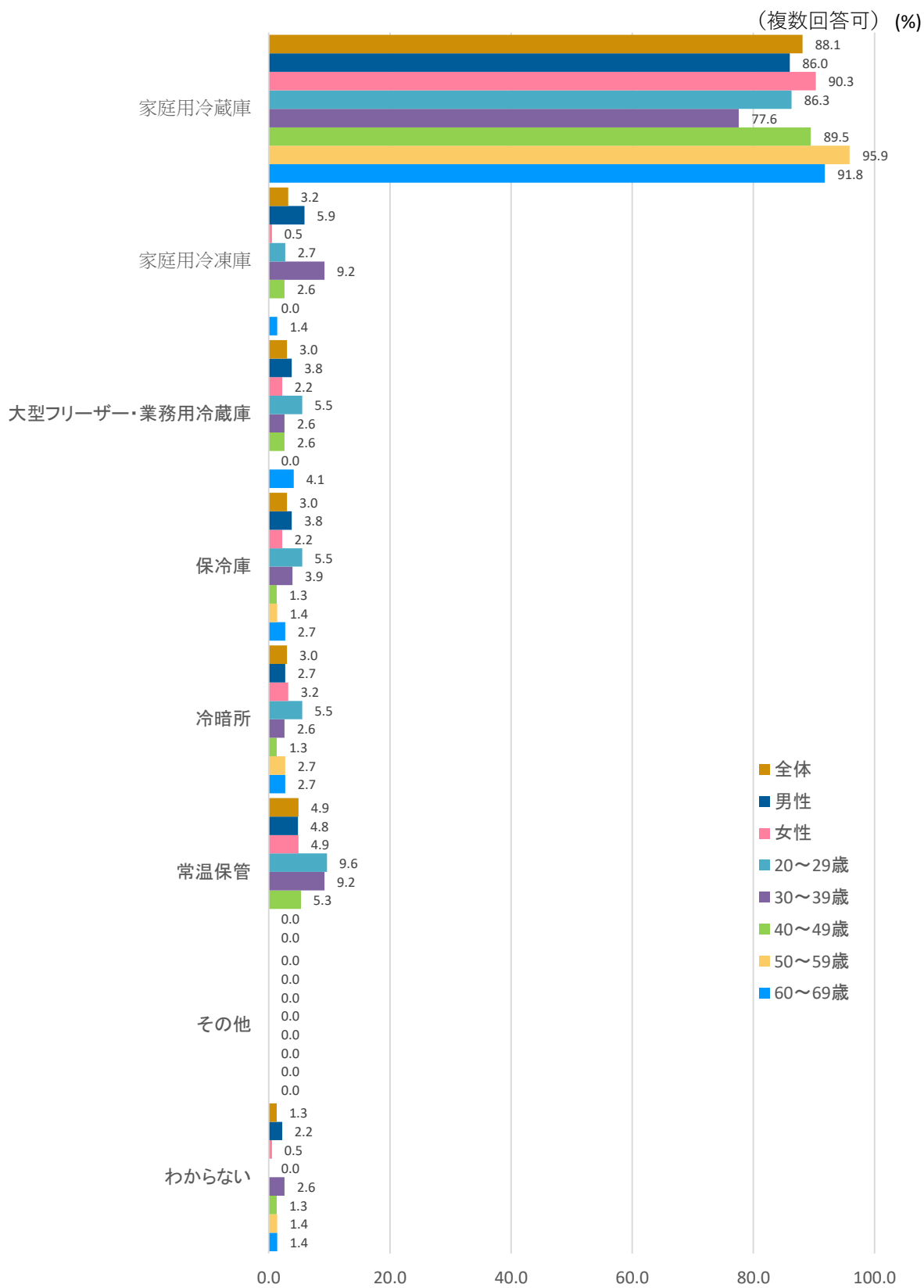
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - 生クリーム



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	61	34	27	14	12	14	13	8
	%	16.2	18.2	14.3	18.7	15.6	18.2	17.1	11.3
家庭用冷凍庫	回答者数	298	140	158	57	58	63	59	61
	%	79.3	74.9	83.6	76.0	75.3	81.8	77.6	85.9
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	27	18	9	6	8	3	6	4
	%	7.2	9.6	4.8	8.0	10.4	3.9	7.9	5.6
保冷库	回答者数	1	1	0	1	0	0	0	0
	%	0.3	0.5	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
冷暗所	回答者数	3	3	0	2	1	0	0	0
	%	0.8	1.6	0.0	2.7	1.3	0.0	0.0	0.0
常温保管	回答者数	1	1	0	1	0	0	0	0
	%	0.3	0.5	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	6	3	3	1	1	1	2	1
	%	1.6	1.6	1.6	1.3	1.3	1.3	2.6	1.4

アイスクリームの自宅における保管場所については全体の79.3%以上が冷凍庫、続いて家庭用冷蔵庫で、16.2%となっている。大型フリーザーを使っている人も多い。

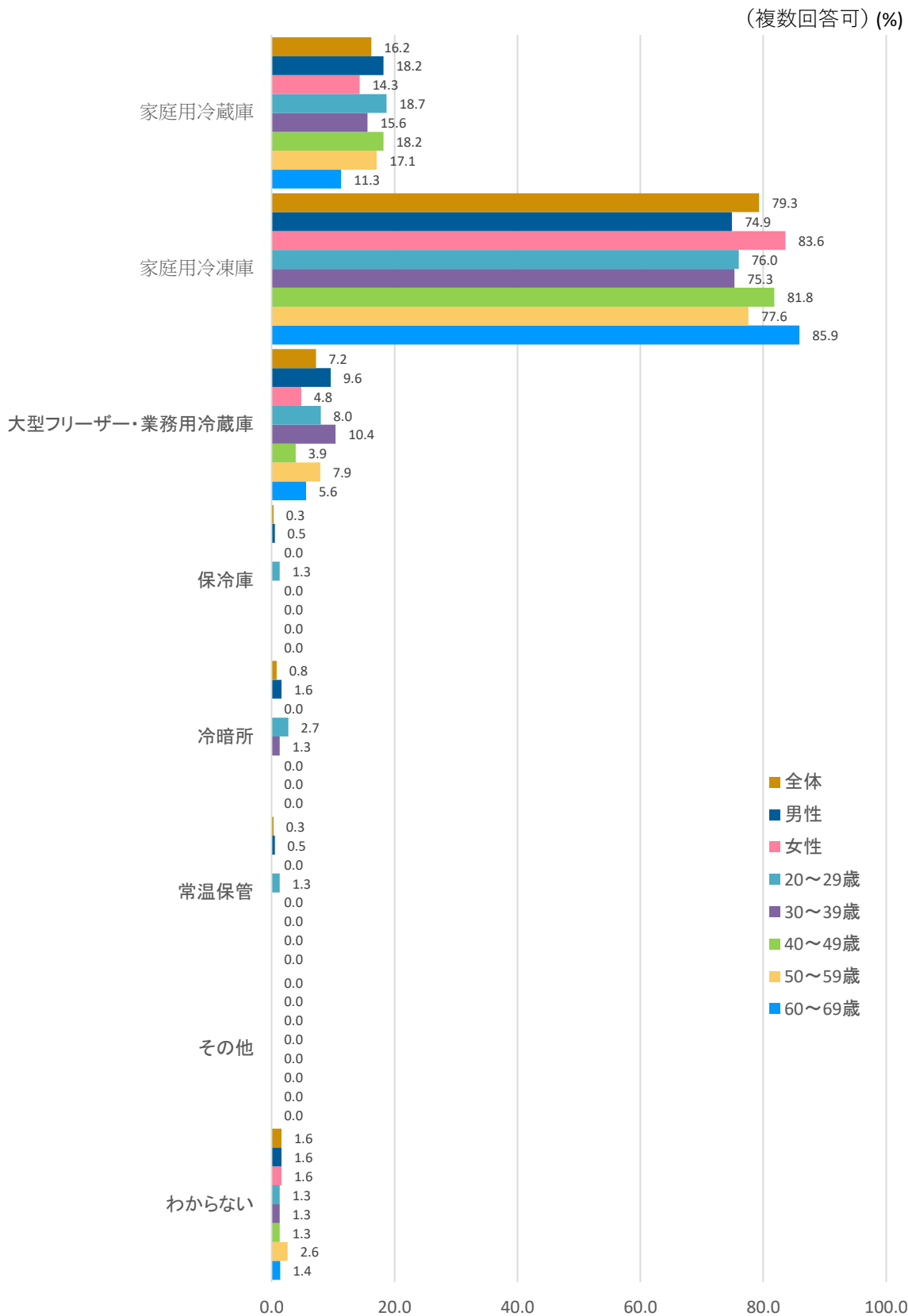
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所- アイスクリーム



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 – 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	30	14	16	7	10	11	1	1
	%	44.8	34.1	61.5	38.9	35.7	73.3	25.0	50.0
家庭用冷凍庫	回答者数	9	5	4	3	5	1	0	0
	%	13.4	12.2	15.4	16.7	17.9	6.7	0.0	0.0
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	10	8	2	4	5	1	0	0
	%	14.9	19.5	7.7	22.2	17.9	6.7	0.0	0.0
保冷库	回答者数	9	7	2	3	5	0	1	0
	%	13.4	17.1	7.7	16.7	17.9	0.0	25.0	0.0
冷暗所	回答者数	7	4	3	2	5	0	0	0
	%	10.4	9.8	11.5	11.1	17.9	0.0	0.0	0.0
常温保管	回答者数	13	10	3	4	7	1	1	0
	%	19.4	24.4	11.5	22.2	25.0	6.7	25.0	0.0
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	4	3	1	0	1	1	1	1
	%	6.0	7.3	3.8	0.0	3.6	6.7	25.0	50.0

育児用調製液状乳の自宅における保管場所については、全体の44.8%が冷蔵庫、続いて常温保存で19.4%だが全体的にばらつきがあり、はっきりした傾向は見られない。

全体 + 10%

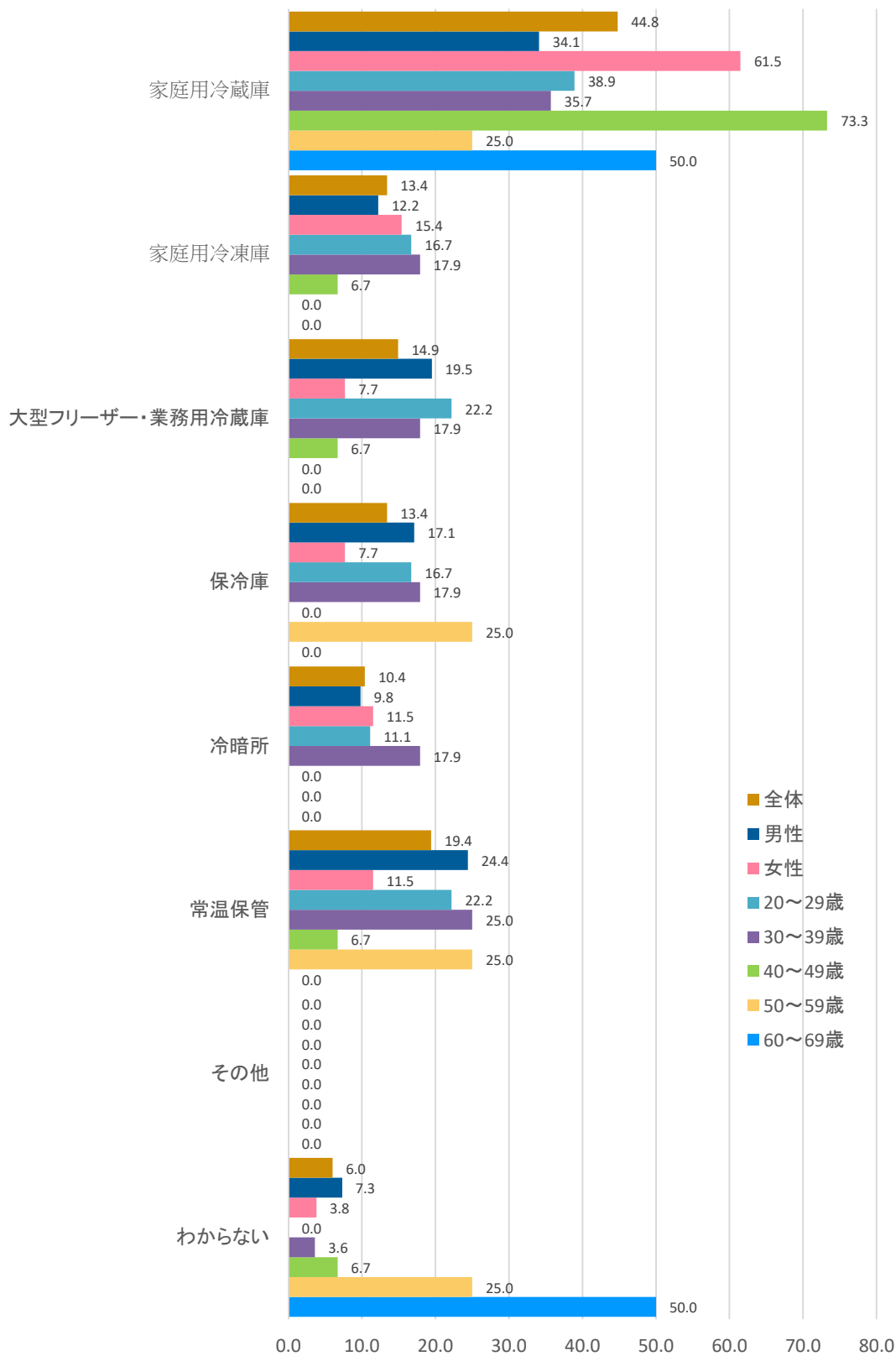
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 – 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 9. 乳製品の自宅における保管場所 - 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
家庭用冷蔵庫	回答者数	25	15	10	5	10	9	1	0
	%	32.5	31.2	34.5	21.7	30.3	60.0	20.0	0.0
家庭用冷凍庫	回答者数	2	1	1	1	1	0	0	0
	%	2.6	2.1	3.4	4.3	3.0	0.0	0.0	0.0
大型フリーザー・業務用冷蔵庫	回答者数	10	8	2	3	5	2	0	0
	%	13.0	16.7	6.9	13.0	15.2	13.3	0.0	0.0
保冷库	回答者数	10	7	3	4	4	0	2	0
	%	13.0	14.6	10.3	17.4	12.1	0.0	40.0	0.0
冷暗所	回答者数	11	8	3	4	5	2	0	0
	%	14.3	16.7	10.3	17.4	15.2	13.3	0.0	0.0
常温保管	回答者数	23	11	12	10	10	2	1	0
	%	29.9	22.9	41.4	43.5	30.3	13.3	20.0	0.0
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	0.0	0.0
わからない	回答者数	8	7	1	1	4	1	1	1
	%	10.4	14.6	3.4	4.3	12.1	6.7	20.0	100.0

育児用調製粉乳の自宅における保管場所については、冷蔵庫と常温保管がほぼ同じで、それぞれに全体の30%前後となっている。全体的にばらつきがあり、はっきりした傾向は見られない。

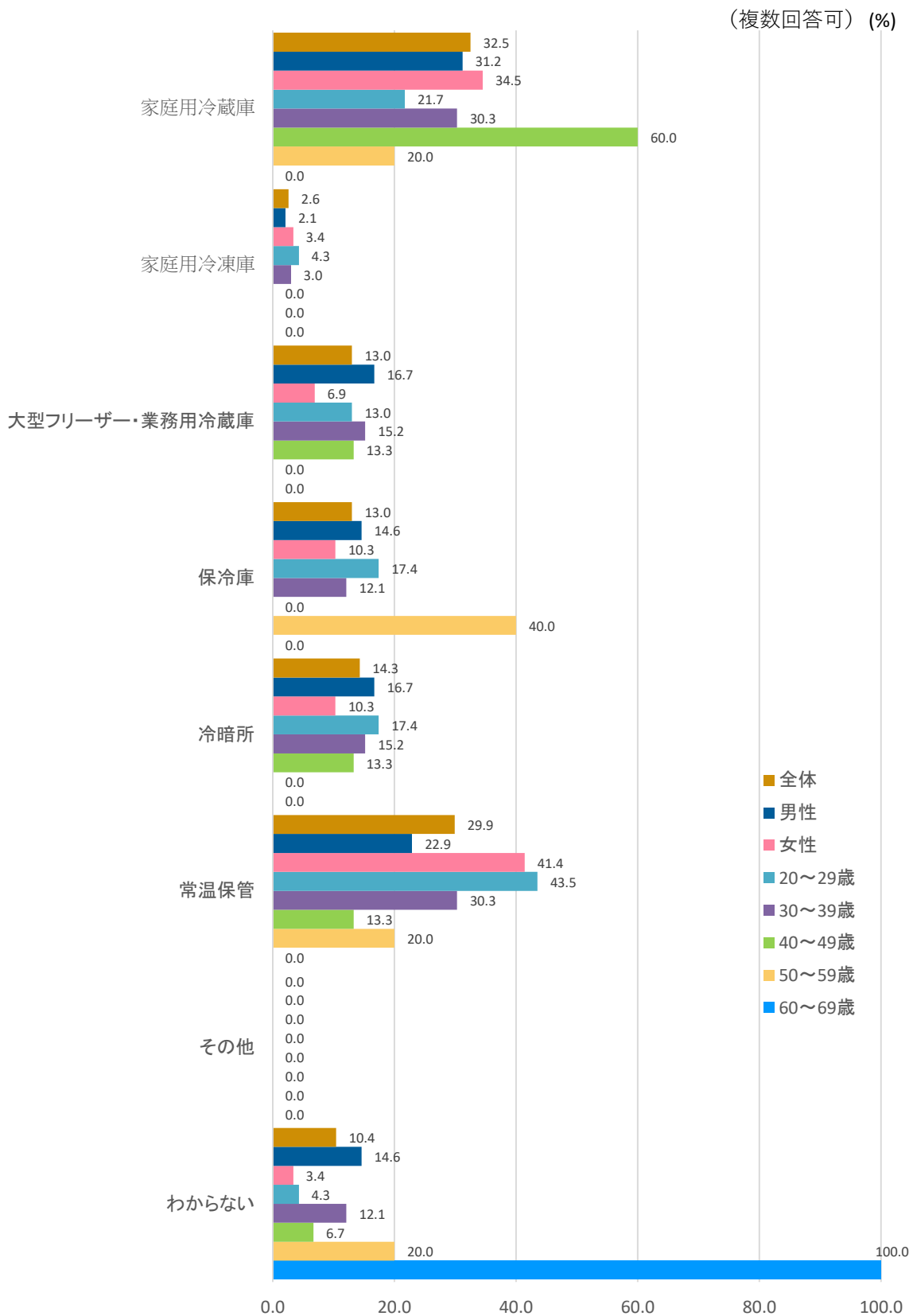
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 9. 乳製品の自宅における保管場所 – 育児用調製粉乳





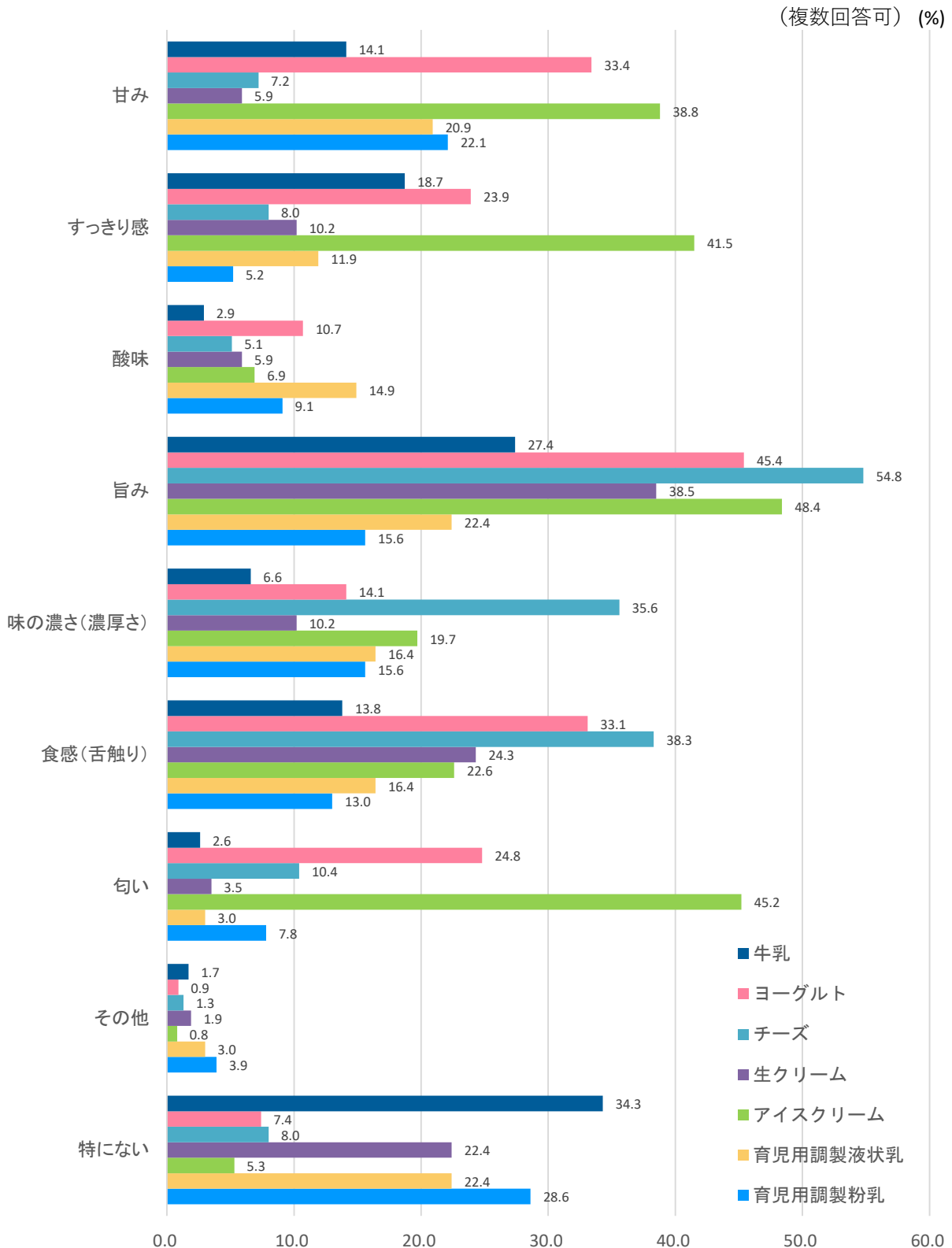
## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点

（複数回答可）

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
甘み	回答者数	49	109	27	22	146	14	17
	%	14.1	33.4	7.2	5.9	38.8	20.9	22.1
すっきり感	回答者数	65	78	30	38	156	8	4
	%	18.7	23.9	8.0	10.2	41.5	11.9	5.2
酸味	回答者数	10	35	19	22	26	10	7
	%	2.9	10.7	5.1	5.9	6.9	14.9	9.1
旨み	回答者数	95	148	206	143	182	15	12
	%	27.4	45.4	54.8	38.5	48.4	22.4	15.6
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	23	46	134	38	74	11	12
	%	6.6	14.1	35.6	10.2	19.7	16.4	15.6
食感(舌触り)	回答者数	48	108	144	90	85	11	10
	%	13.8	33.1	38.3	24.3	22.6	16.4	13.0
匂い	回答者数	9	81	39	13	170	2	6
	%	2.6	24.8	10.4	3.5	45.2	3.0	7.8
その他	回答者数	6	3	5	7	3	2	3
	%	1.7	0.9	1.3	1.9	0.8	3.0	3.9
特にない	回答者数	119	24	30	83	20	15	22
	%	34.3	7.4	8.0	22.4	5.3	22.4	28.6
全体	回答者数	347	326	376	371	376	67	77
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

乳製品を購入する際の味覚面で重視する点については、各商品でかなりばらつきがある。全体としては「旨み」が上位にあがっており、特にチーズは54.8%、アイスクリームは48.4%、ヨーグルトは45.4%と高い数字をなっている。一方牛乳については、全体の飲用率は高いにもかかわらず「特にない」とする人が多く、34.3%を占めている。

## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 － 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	49	27	22	15	14	13	4	3
	%	14.1	16.2	12.2	21.1	19.2	18.1	6.1	4.6
すっきり感	回答者数	65	37	28	25	8	11	12	9
	%	18.7	22.2	15.6	35.2	11.0	15.3	18.2	13.8
酸味	回答者数	10	6	4	2	4	3	0	1
	%	2.9	3.6	2.2	2.8	5.5	4.2	0.0	1.5
旨み	回答者数	95	46	49	18	16	20	27	14
	%	27.4	27.5	27.2	25.4	21.9	27.8	40.9	21.5
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	23	13	10	4	6	3	4	6
	%	6.6	7.8	5.6	5.6	8.2	4.2	6.1	9.2
食感(舌触り)	回答者数	48	27	21	11	14	11	9	3
	%	13.8	16.2	11.7	15.5	19.2	15.3	13.6	4.6
匂い	回答者数	9	5	4	1	2	1	2	3
	%	2.6	3.0	2.2	1.4	2.7	1.4	3.0	4.6
その他	回答者数	6	3	3	0	0	2	1	3
	%	1.7	1.8	1.7	0.0	0.0	2.8	1.5	4.6
特にない	回答者数	119	52	67	22	21	24	20	32
	%	34.3	31.1	37.2	31.0	28.8	33.3	30.3	49.2

牛乳を購入する際の味覚面で重視する点については、前述の通り「特にない」が全体で一番高い34.3%となったが、旨み、すっきり感、甘み、食感などがその後に続いている。

全体 + 10%

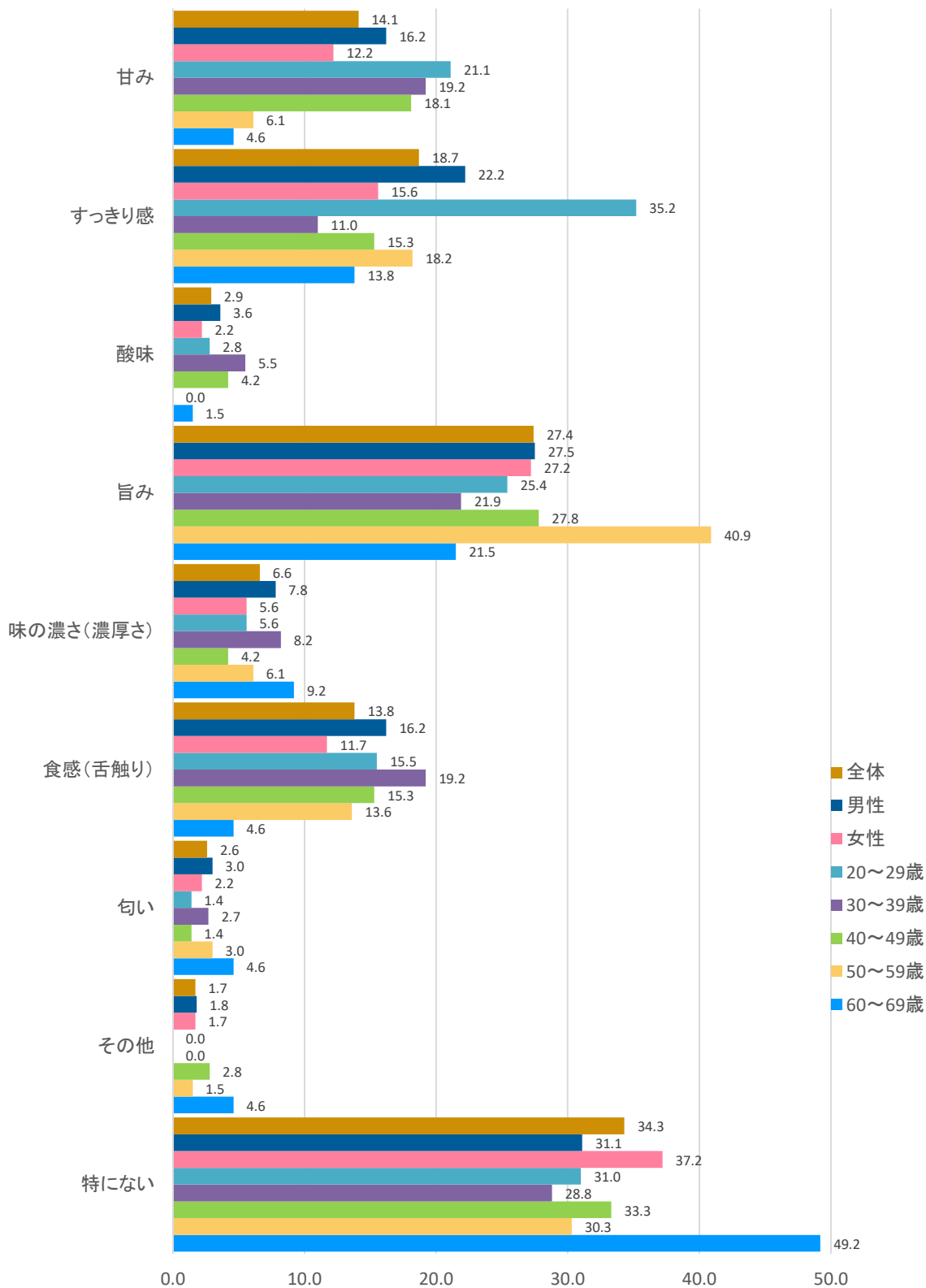
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - 牛乳

(複数回答可) (%)



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 － ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	109	59	50	31	15	22	21	20
	%	33.4	36.6	30.3	48.4	21.1	33.8	32.3	32.8
すっきり感	回答者数	78	38	40	17	14	19	13	15
	%	23.9	23.6	24.2	26.6	19.7	29.2	20.0	24.6
酸味	回答者数	35	20	15	6	9	3	8	9
	%	10.7	12.4	9.1	9.4	12.7	4.6	12.3	14.8
旨み	回答者数	148	69	79	24	27	27	39	31
	%	45.4	42.9	47.9	37.5	38.0	41.5	60.0	50.8
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	46	27	19	4	9	10	13	10
	%	14.1	16.8	11.5	6.2	12.7	15.4	20.0	16.4
食感(舌触り)	回答者数	108	47	61	15	22	18	23	30
	%	33.1	29.2	37.0	23.4	31.0	27.7	35.4	49.2
匂い	回答者数	81	42	39	18	11	17	19	16
	%	24.8	26.1	23.6	28.1	15.5	26.2	29.2	26.2
その他	回答者数	3	1	2	0	0	2	0	1
	%	0.9	0.6	1.2	0.0	0.0	3.1	0.0	1.6
特にない	回答者数	24	14	10	6	5	3	4	6
	%	7.4	8.7	6.1	9.4	7.0	4.6	6.2	9.8

ヨーグルトを購入する際の味覚面で重視する点は「旨み」が最も高く、全体の45.4%である。特に50代、60代は旨みを重視している人が多い。その後、甘み、食感が高い数字となっており、特に20代は甘みに対しては48.4%と高い数字となっている。

全体 + 10%

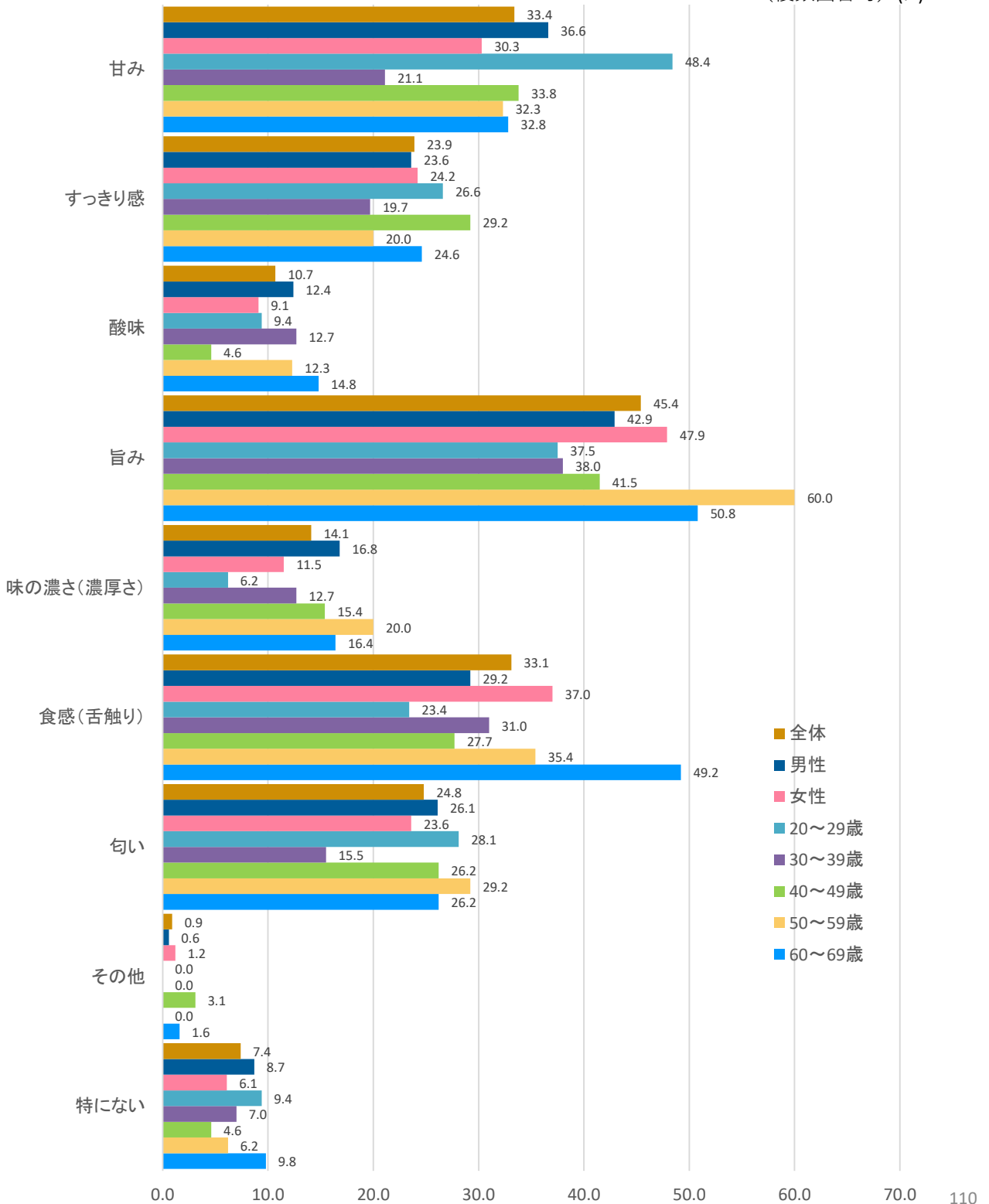
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - ヨーグルト

(複数回答可) (%)



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	27	13	14	9	4	11	2	1
	%	7.2	7.0	7.3	12.5	5.3	14.3	2.6	1.3
すっきり感	回答者数	30	18	12	12	6	5	3	4
	%	8.0	9.7	6.3	16.7	8.0	6.5	3.9	5.3
酸味	回答者数	19	12	7	5	5	3	3	3
	%	5.1	6.5	3.7	6.9	6.7	3.9	3.9	3.9
旨み	回答者数	206	102	104	34	39	42	46	45
	%	54.8	55.1	54.5	47.2	52.0	54.5	60.5	59.2
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	134	67	67	26	25	24	26	33
	%	35.6	36.2	35.1	36.1	33.3	31.2	34.2	43.4
食感(舌触り)	回答者数	144	71	73	21	23	32	31	37
	%	38.3	38.4	38.2	29.2	30.7	41.6	40.8	48.7
匂い	回答者数	39	22	17	8	6	6	11	8
	%	10.4	11.9	8.9	11.1	8.0	7.8	14.5	10.5
その他	回答者数	5	4	1	0	1	1	3	0
	%	1.3	2.2	0.5	0.0	1.3	1.3	3.9	0.0
特にない	回答者数	30	16	14	8	5	4	5	8
	%	8.0	8.6	7.3	11.1	6.7	5.2	6.6	10.5

チーズの「旨み」を重視する人が最も多く、全体の54.8%であった。性別、年代別問わず多くの人が旨みを重視していることがうかがえる。続いて食感、味の濃さ（濃厚さ）が重要視されており、食感については年代ごとにばらつきがあるものの、味の濃さについてはあまりばらつきがない。

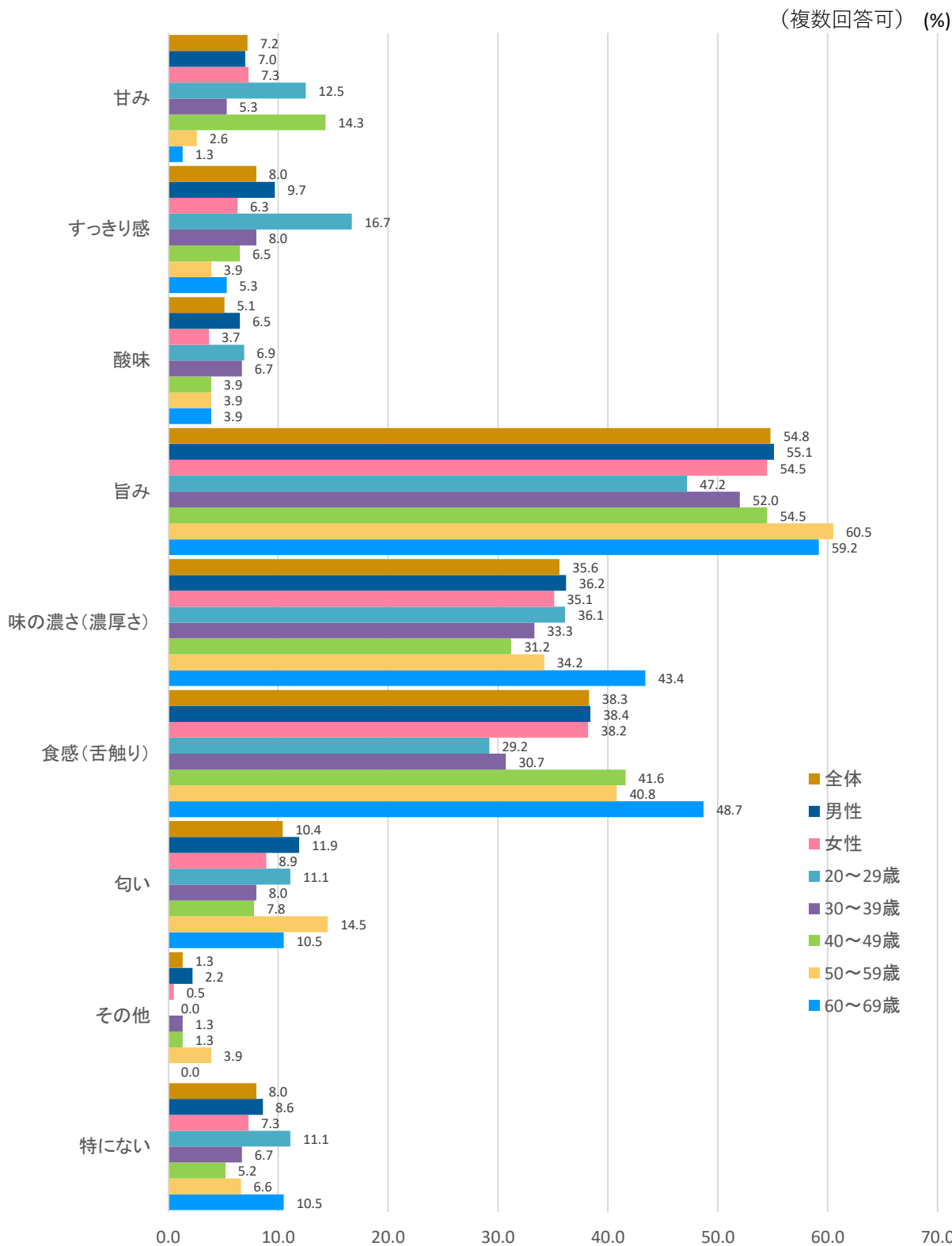
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - チーズ





## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 － 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	22	9	13	8	4	6	3	1
	%	5.9	4.8	7.0	11.0	5.3	7.9	4.1	1.4
すっきり感	回答者数	38	26	12	11	7	8	5	7
	%	10.2	14.0	6.5	15.1	9.2	10.5	6.8	9.6
酸味	回答者数	22	11	11	4	8	5	1	4
	%	5.9	5.9	5.9	5.5	10.5	6.6	1.4	5.5
旨み	回答者数	143	80	63	28	21	35	35	24
	%	38.5	43.0	34.1	38.4	27.6	46.1	47.9	32.9
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	38	20	18	9	9	7	8	5
	%	10.2	10.8	9.7	12.3	11.8	9.2	11.0	6.8
食感(舌触り)	回答者数	90	47	43	16	24	23	10	17
	%	24.3	25.3	23.2	21.9	31.6	30.3	13.7	23.3
匂い	回答者数	13	8	5	1	2	4	1	5
	%	3.5	4.3	2.7	1.4	2.6	5.3	1.4	6.8
その他	回答者数	7	1	6	1	1	1	1	3
	%	1.9	0.5	3.2	1.4	1.3	1.3	1.4	4.1
特にない	回答者数	83	37	46	18	12	13	18	22
	%	22.4	19.9	24.9	24.7	15.8	17.1	24.7	30.1

他の商品と同様、生クリームを購入する際、「旨み」を重視する人が最も多く、38.5%である。ただし、性別、男女別でかなりばらつきがある（30代が低く、40-50代が高い）。食感についても比較的高く、全体で24.3%となっているが、こちらも年代別では大きなばらつきがある（50代が低く、20-30代が高い）。

全体 + 10%

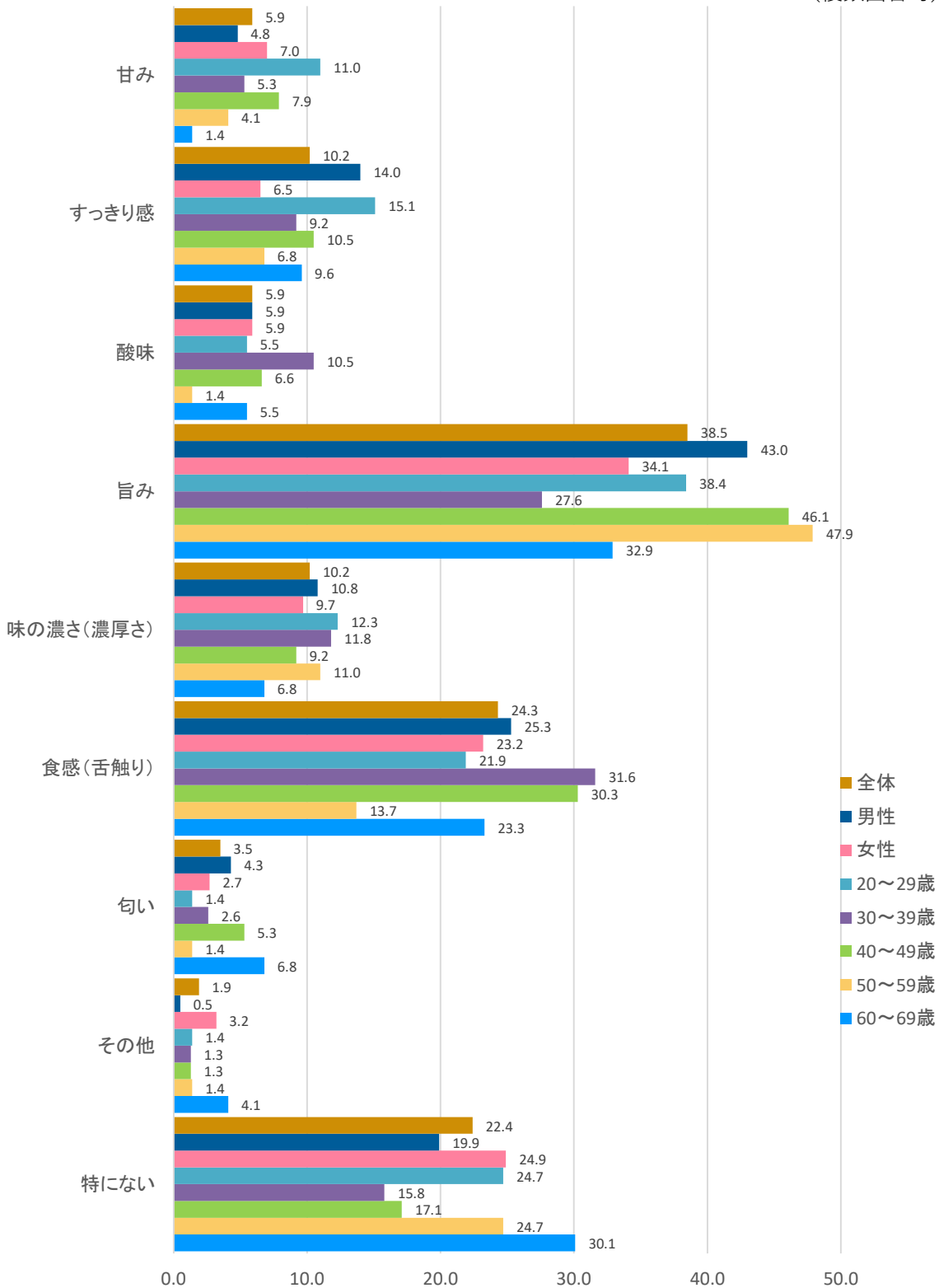
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	146	70	76	36	22	35	26	27
	%	38.8	37.4	40.2	48.0	28.6	45.5	34.2	38.0
すっきり感	回答者数	156	73	83	27	22	36	32	39
	%	41.5	39.0	43.9	36.0	28.6	46.8	42.1	54.9
酸味	回答者数	26	16	10	4	12	3	2	5
	%	6.9	8.6	5.3	5.3	15.6	3.9	2.6	7.0
旨み	回答者数	182	84	98	34	32	33	44	39
	%	48.4	44.9	51.9	45.3	41.6	42.9	57.9	54.9
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	74	40	34	13	19	11	15	16
	%	19.7	21.4	18.0	17.3	24.7	14.3	19.7	22.5
食感(舌触り)	回答者数	85	46	39	16	20	12	17	20
	%	22.6	24.6	20.6	21.3	26.0	15.6	22.4	28.2
匂い	回答者数	170	85	85	32	25	34	38	41
	%	45.2	45.5	45.0	42.7	32.5	44.2	50.0	57.7
その他	回答者数	3	2	1	0	2	0	1	0
	%	0.8	1.1	0.5	0.0	2.6	0.0	1.3	0.0
特にない	回答者数	20	13	7	7	3	4	3	3
	%	5.3	7.0	3.7	9.3	3.9	5.2	3.9	4.2

アイスクリームを購入する際の味覚面で重視する点については、「旨み」と回答した人が48.4%と高い。また匂いを重視するという声が、甘み、すっきり感よりも高く、全体の45.2%が匂いと答えている。

全体 + 10%

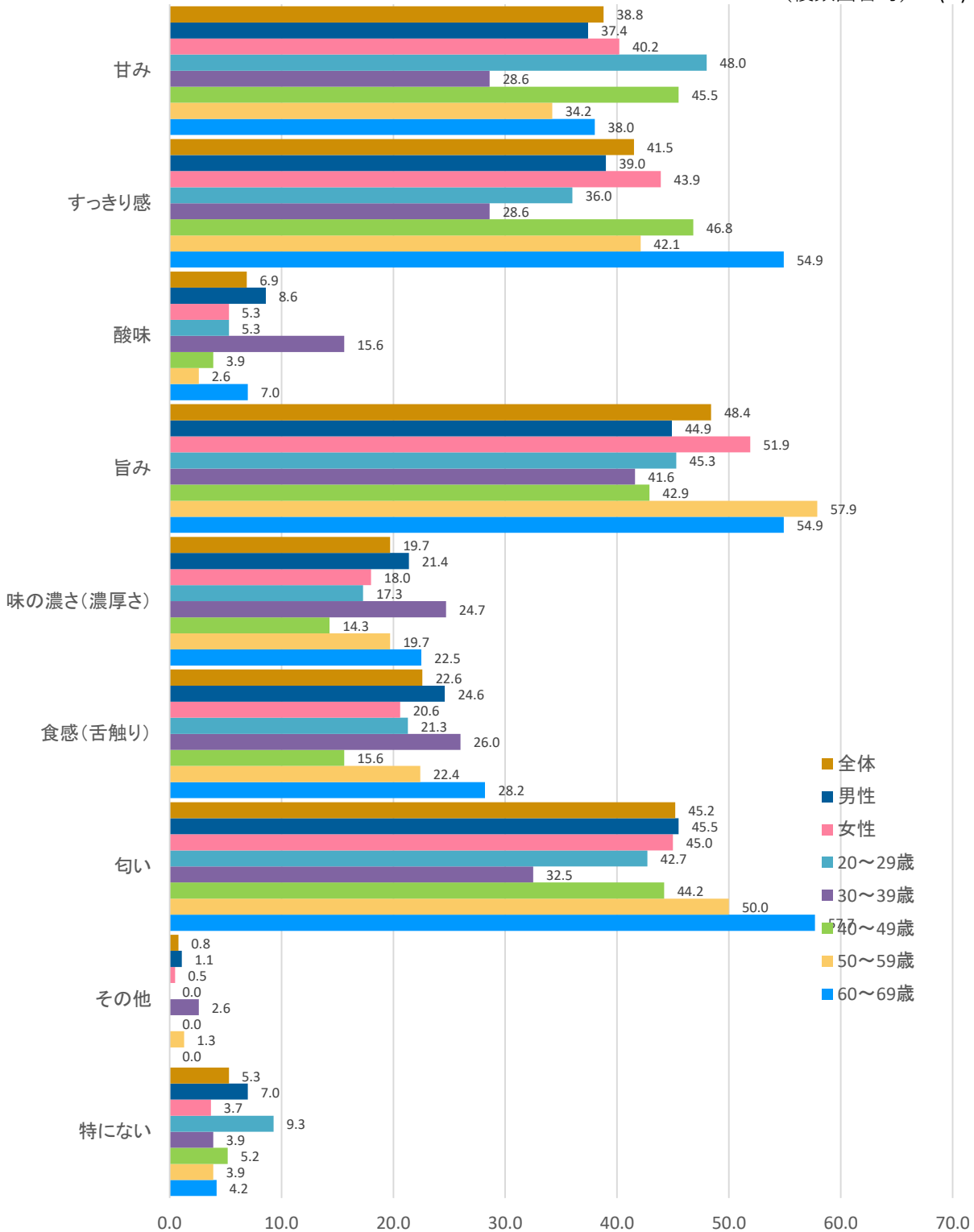
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	14	4	10	5	4	5	0	0
	%	20.9	9.8	38.5	27.8	14.3	33.3	0.0	0.0
すっきり感	回答者数	8	5	3	4	3	0	0	1
	%	11.9	12.2	11.5	22.2	10.7	0.0	0.0	50.0
酸味	回答者数	10	8	2	5	3	2	0	0
	%	14.9	19.5	7.7	27.8	10.7	13.3	0.0	0.0
旨み	回答者数	15	8	7	7	5	2	1	0
	%	22.4	19.5	26.9	38.9	17.9	13.3	25.0	0.0
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	11	7	4	5	5	1	0	0
	%	16.4	17.1	15.4	27.8	17.9	6.7	0.0	0.0
食感(舌触り)	回答者数	11	6	5	4	6	1	0	0
	%	16.4	14.6	19.2	22.2	21.4	6.7	0.0	0.0
匂い	回答者数	2	2	0	1	1	0	0	0
	%	3.0	4.9	0.0	5.6	3.6	0.0	0.0	0.0
その他	回答者数	2	2	0	0	0	0	2	0
	%	3.0	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
特にない	回答者数	15	9	6	0	8	5	1	1
	%	22.4	22.0	23.1	0.0	28.6	33.3	25.0	50.0

育児用調製液状乳を購入する際の味覚面で重視する点については、「旨み」が若干他より高いものの、他はあまり変わらない。

全体 + 10%

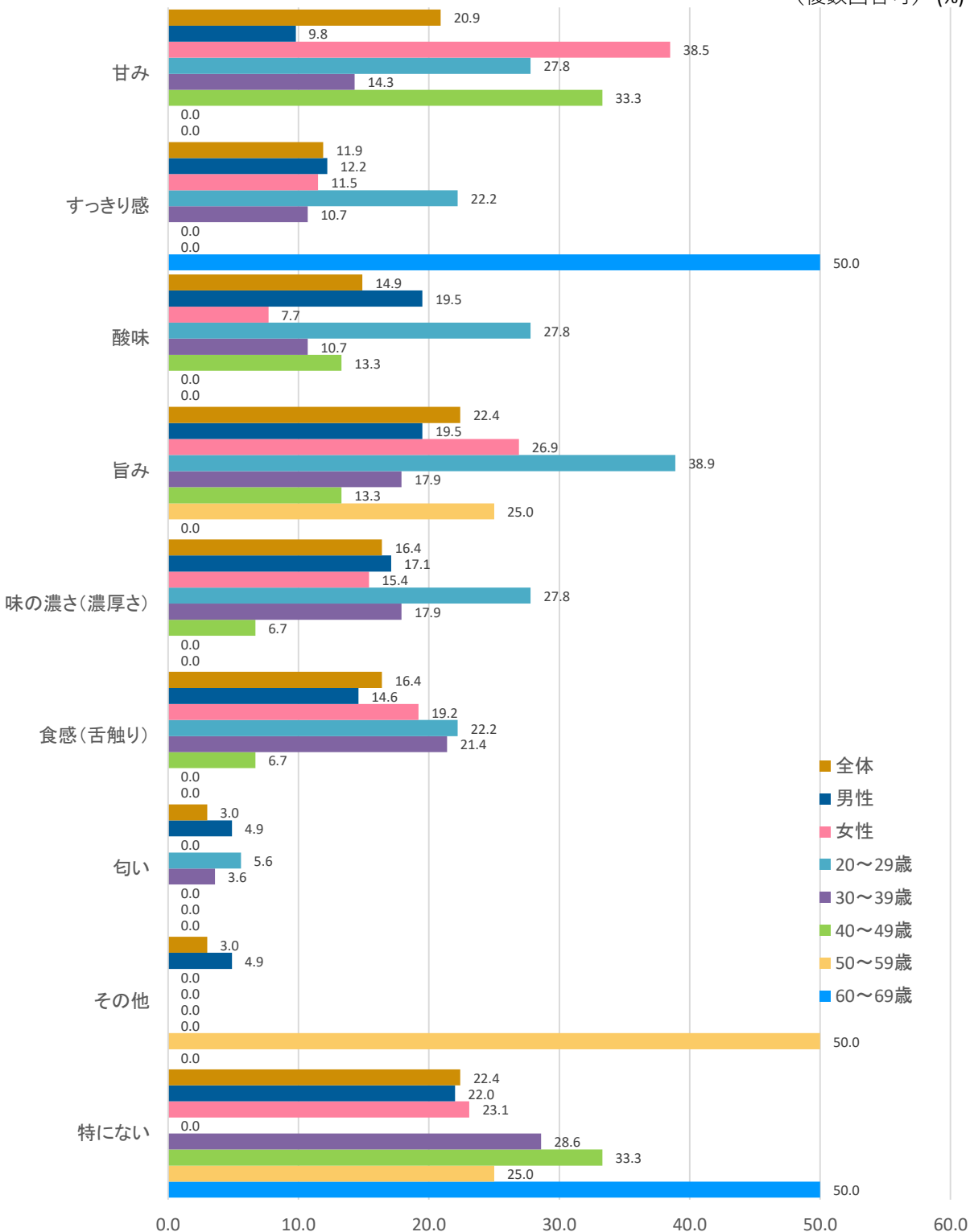
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 － 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 ー 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
甘み	回答者数	17	7	10	5	6	6	0	0
	%	22.1	14.6	34.5	21.7	18.2	40.0	0.0	0.0
すっきり感	回答者数	4	2	2	3	1	0	0	0
	%	5.2	4.2	6.9	13.0	3.0	0.0	0.0	0.0
酸味	回答者数	7	3	4	2	4	0	1	0
	%	9.1	6.2	13.8	8.7	12.1	0.0	20.0	0.0
旨み	回答者数	12	8	4	5	5	1	1	0
	%	15.6	16.7	13.8	21.7	15.2	6.7	20.0	0.0
味の濃さ(濃厚さ)	回答者数	12	10	2	7	4	0	1	0
	%	15.6	20.8	6.9	30.4	12.1	0.0	20.0	0.0
食感(舌触り)	回答者数	10	6	4	4	5	1	0	0
	%	13.0	12.5	13.8	17.4	15.2	6.7	0.0	0.0
匂い	回答者数	6	6	0	3	2	1	0	0
	%	7.8	12.5	0.0	13.0	6.1	6.7	0.0	0.0
その他	回答者数	3	2	1	0	1	0	2	0
	%	3.9	4.2	3.4	0.0	3.0	0.0	40.0	0.0
特にない	回答者数	22	13	9	4	10	6	1	1
	%	28.6	27.1	31.0	17.4	30.3	40.0	20.0	100.0

育児用調製粉乳を購入する際の味覚面で重視する点についても、特にこれといった特徴はないことがわかった。

全体 + 10%

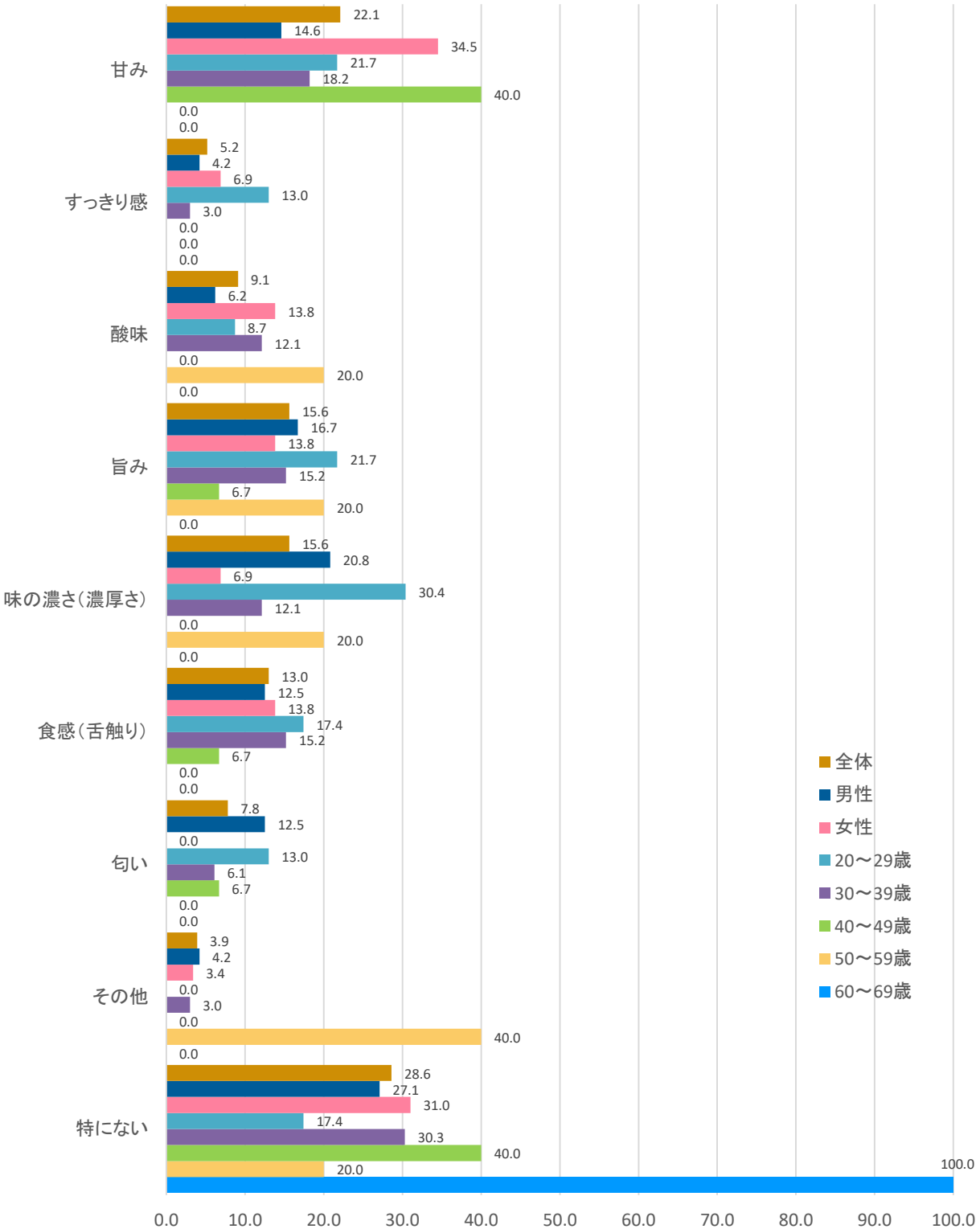
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 10. 乳製品を喫食（飲用）する際味覚面で重視する点 - 育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)





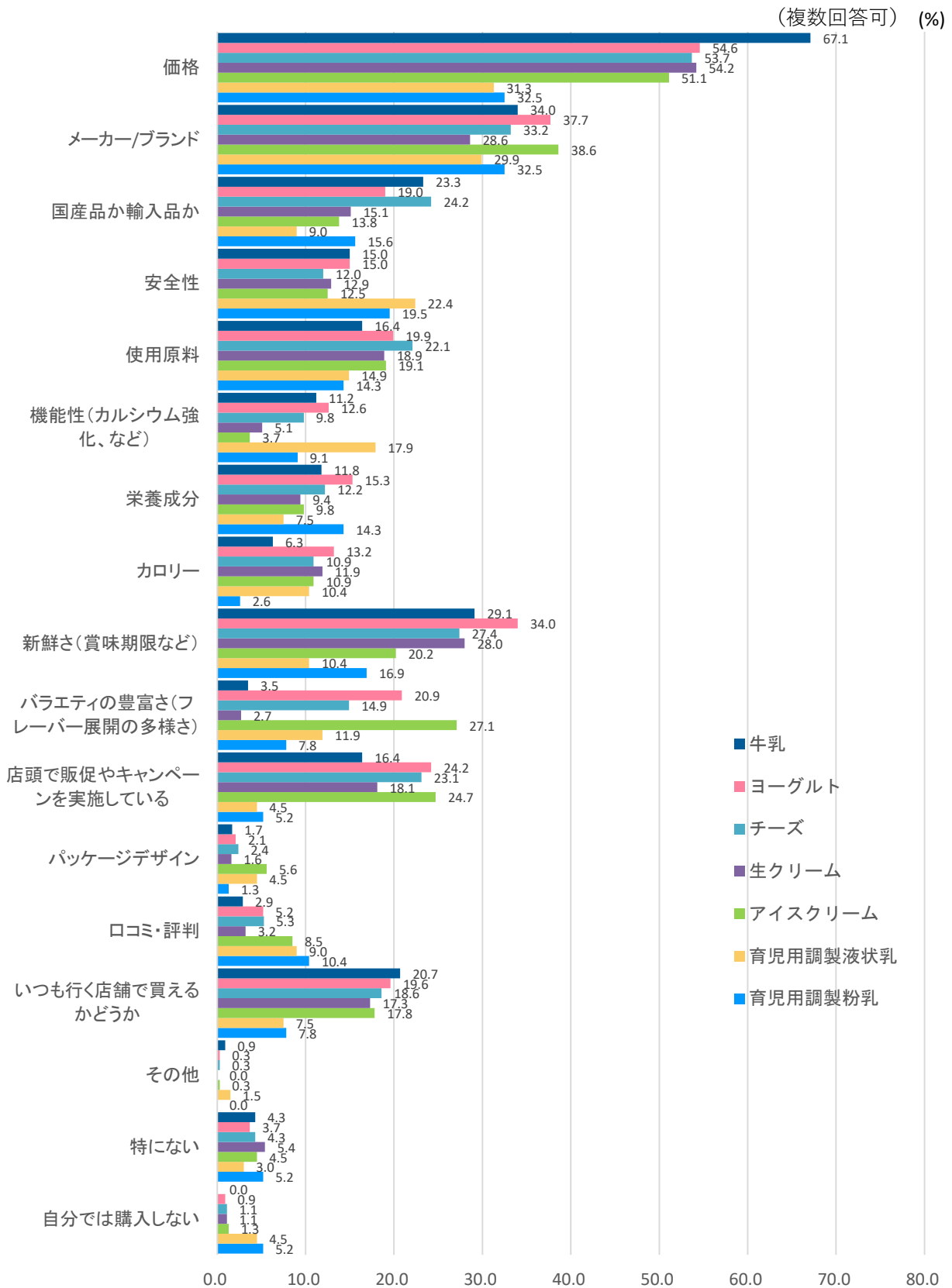
## 11. 乳製品を購入する際重視する点

(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
価格	回答者数	233	178	202	201	192	21	25
	%	67.1	54.6	53.7	54.2	51.1	31.3	32.5
メーカー/ブランド	回答者数	118	123	125	106	145	20	25
	%	34.0	37.7	33.2	28.6	38.6	29.9	32.5
国産品か輸入品か	回答者数	81	62	91	56	52	6	12
	%	23.3	19.0	24.2	15.1	13.8	9.0	15.6
安全性	回答者数	52	49	45	48	47	15	15
	%	15.0	15.0	12.0	12.9	12.5	22.4	19.5
使用原料	回答者数	57	65	83	70	72	10	11
	%	16.4	19.9	22.1	18.9	19.1	14.9	14.3
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	39	41	37	19	14	12	7
	%	11.2	12.6	9.8	5.1	3.7	17.9	9.1
栄養成分	回答者数	41	50	46	35	37	5	11
	%	11.8	15.3	12.2	9.4	9.8	7.5	14.3
カロリー	回答者数	22	43	41	44	41	7	2
	%	6.3	13.2	10.9	11.9	10.9	10.4	2.6
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	101	111	103	104	76	7	13
	%	29.1	34.0	27.4	28.0	20.2	10.4	16.9
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	12	68	56	10	102	8	6
	%	3.5	20.9	14.9	2.7	27.1	11.9	7.8
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	57	79	87	67	93	3	4
	%	16.4	24.2	23.1	18.1	24.7	4.5	5.2
パッケージデザイン	回答者数	6	7	9	6	21	3	1
	%	1.7	2.1	2.4	1.6	5.6	4.5	1.3
口コミ・評判	回答者数	10	17	20	12	32	6	8
	%	2.9	5.2	5.3	3.2	8.5	9.0	10.4
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	72	64	70	64	67	5	6
	%	20.7	19.6	18.6	17.3	17.8	7.5	7.8
その他	回答者数	3	1	1	0	1	1	0
	%	0.9	0.3	0.3	0.0	0.3	1.5	0.0
特にない	回答者数	15	12	16	20	17	2	4
	%	4.3	3.7	4.3	5.4	4.5	3.0	5.2
自分では購入しない	回答者数	0	3	4	4	5	3	4
	%	0.0	0.9	1.1	1.1	1.3	4.5	5.2
全体	回答者数	347	326	376	371	376	67	77
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

乳製品を購入する際重視する点は、まず「価格」がどの製品でも高く、育児用調製乳以外はすべて50%を越えている。次に重要視する点は「メーカー/ブランド」と「新鮮さ(賞味期限など)」で、特にヨーグルトについてはどちらのポイントも高い。一方、パッケージデザイン、口コミなどを重視する人は比較的少ないといえる。

# 11. 乳製品を購入する際重視する点



# 11. 乳製品を購入する際重視する点 — 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	347	167	180	71	73	72	66	65
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	233	108	125	51	51	47	45	39
	%	67.1	64.7	69.4	71.8	69.9	65.3	68.2	60.0
メーカー/ブランド	回答者数	118	62	56	16	23	32	28	19
	%	34.0	37.1	31.1	22.5	31.5	44.4	42.4	29.2
国産品か輸入品か	回答者数	81	50	31	19	18	18	13	13
	%	23.3	29.9	17.2	26.8	24.7	25.0	19.7	20.0
安全性	回答者数	52	23	29	9	6	10	13	14
	%	15.0	13.8	16.1	12.7	8.2	13.9	19.7	21.5
使用原料	回答者数	57	24	33	8	12	8	15	14
	%	16.4	14.4	18.3	11.3	16.4	11.1	22.7	21.5
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	39	14	25	4	5	7	9	14
	%	11.2	8.4	13.9	5.6	6.8	9.7	13.6	21.5
栄養成分	回答者数	41	18	23	8	6	6	12	9
	%	11.8	10.8	12.8	11.3	8.2	8.3	18.2	13.8
カロリー	回答者数	22	11	11	6	2	5	3	6
	%	6.3	6.6	6.1	8.5	2.7	6.9	4.5	9.2
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	101	53	48	11	13	23	28	26
	%	29.1	31.7	26.7	15.5	17.8	31.9	42.4	40.0
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	12	5	7	2	3	1	3	3
	%	3.5	3.0	3.9	2.8	4.1	1.4	4.5	4.6
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	57	21	36	5	12	13	17	10
	%	16.4	12.6	20.0	7.0	16.4	18.1	25.8	15.4
パッケージデザイン	回答者数	6	5	1	2	1	2	1	0
	%	1.7	3.0	0.6	2.8	1.4	2.8	1.5	0.0
口コミ・評判	回答者数	10	9	1	3	2	2	2	1
	%	2.9	5.4	0.6	4.2	2.7	2.8	3.0	1.5
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	72	34	38	15	4	17	18	18
	%	20.7	20.4	21.1	21.1	5.5	23.6	27.3	27.7
その他	回答者数	3	1	2	0	2	1	0	0
	%	0.9	0.6	1.1	0.0	2.7	1.4	0.0	0.0
特にない	回答者数	15	5	10	4	3	2	2	4
	%	4.3	3.0	5.6	5.6	4.1	2.8	3.0	6.2
自分では購入しない	回答者数	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

牛乳を購入する際重視する点は、まず価格がトップで67.1%。性別、年代を問わず60%を超えている。次に重視するのはメーカー/ブランドで、40代及び50代にその傾向が強い。賞味期限などの新鮮さに対する意識もほぼ同様に高く、こちらも年齢が上がるほど重要視する傾向にある。安全性や使用原料、栄養成分などに対しても一定の関心はあるものの、大きなポイントとはなっていない。

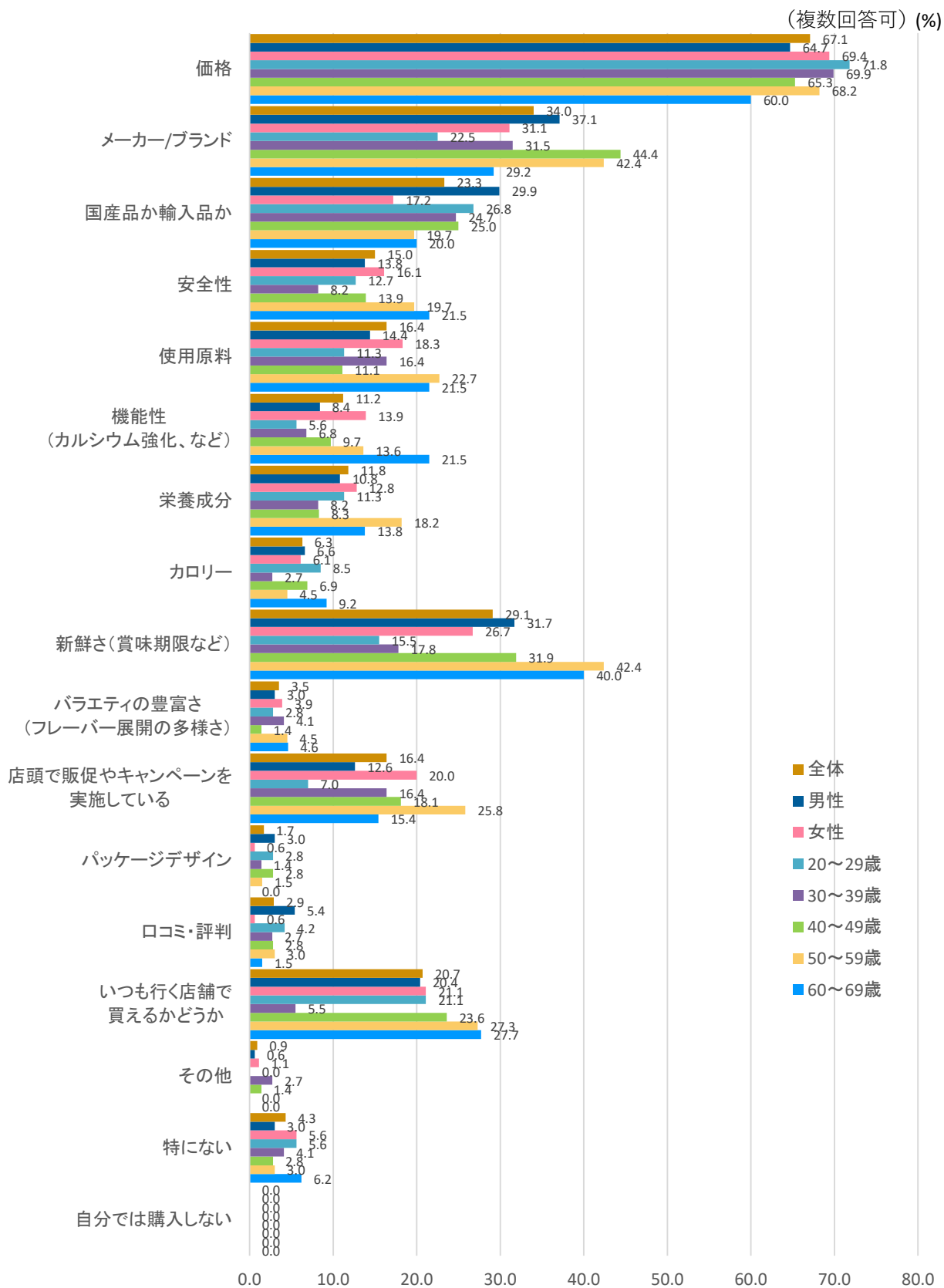
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - 牛乳



# 11. 乳製品を購入する際重視する点 — ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	326	161	165	64	71	65	65	61
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	178	83	95	35	35	37	38	33
	%	54.6	51.6	57.6	54.7	49.3	56.9	58.5	54.1
メーカー/ブランド	回答者数	123	60	63	20	26	27	27	23
	%	37.7	37.3	38.2	31.2	36.6	41.5	41.5	37.7
国産品か輸入品か	回答者数	62	38	24	13	8	18	13	10
	%	19.0	23.6	14.5	20.3	11.3	27.7	20.0	16.4
安全性	回答者数	49	23	26	12	8	5	12	12
	%	15.0	14.3	15.8	18.8	11.3	7.7	18.5	19.7
使用原料	回答者数	65	31	34	9	13	8	18	17
	%	19.9	19.3	20.6	14.1	18.3	12.3	27.7	27.9
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	41	17	24	7	6	7	8	13
	%	12.6	10.6	14.5	10.9	8.5	10.8	12.3	21.3
栄養成分	回答者数	50	25	25	5	11	5	13	16
	%	15.3	15.5	15.2	7.8	15.5	7.7	20.0	26.2
カロリー	回答者数	43	17	26	7	10	9	7	10
	%	13.2	10.6	15.8	10.9	14.1	13.8	10.8	16.4
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	111	49	62	12	15	21	30	33
	%	34.0	30.4	37.6	18.8	21.1	32.3	46.2	54.1
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	68	28	40	8	5	12	21	22
	%	20.9	17.4	24.2	12.5	7.0	18.5	32.3	36.1
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	79	32	47	16	10	15	19	19
	%	24.2	19.9	28.5	25.0	14.1	23.1	29.2	31.1
パッケージデザイン	回答者数	7	6	1	1	1	1	2	2
	%	2.1	3.7	0.6	1.6	1.4	1.5	3.1	3.3
口コミ・評判	回答者数	17	11	6	3	5	1	4	4
	%	5.2	6.8	3.6	4.7	7.0	1.5	6.2	6.6
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	64	34	30	16	6	13	14	15
	%	19.6	21.1	18.2	25.0	8.5	20.0	21.5	24.6
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0	0
	%	0.3	0.0	0.6	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	12	6	6	4	2	2	2	2
	%	3.7	3.7	3.6	6.2	2.8	3.1	3.1	3.3
自分では購入しない	回答者数	3	3	0	0	1	0	1	1
	%	0.9	1.9	0.0	0.0	1.4	0.0	1.5	1.6

ヨーグルトを購入する際重視する点は、価格がトップで全体でも54.6%、特に女性にその傾向が強い。次に重要視するのは「メーカー/ブランド」と「新鮮さ(賞味期限など)」で、全体としては「メーカー/ブランド」の方が若干ポイントが高いものの、50代及び60代では「新鮮さ(賞味期限)」を重要視する傾向が非常に高い。

全体 +10%

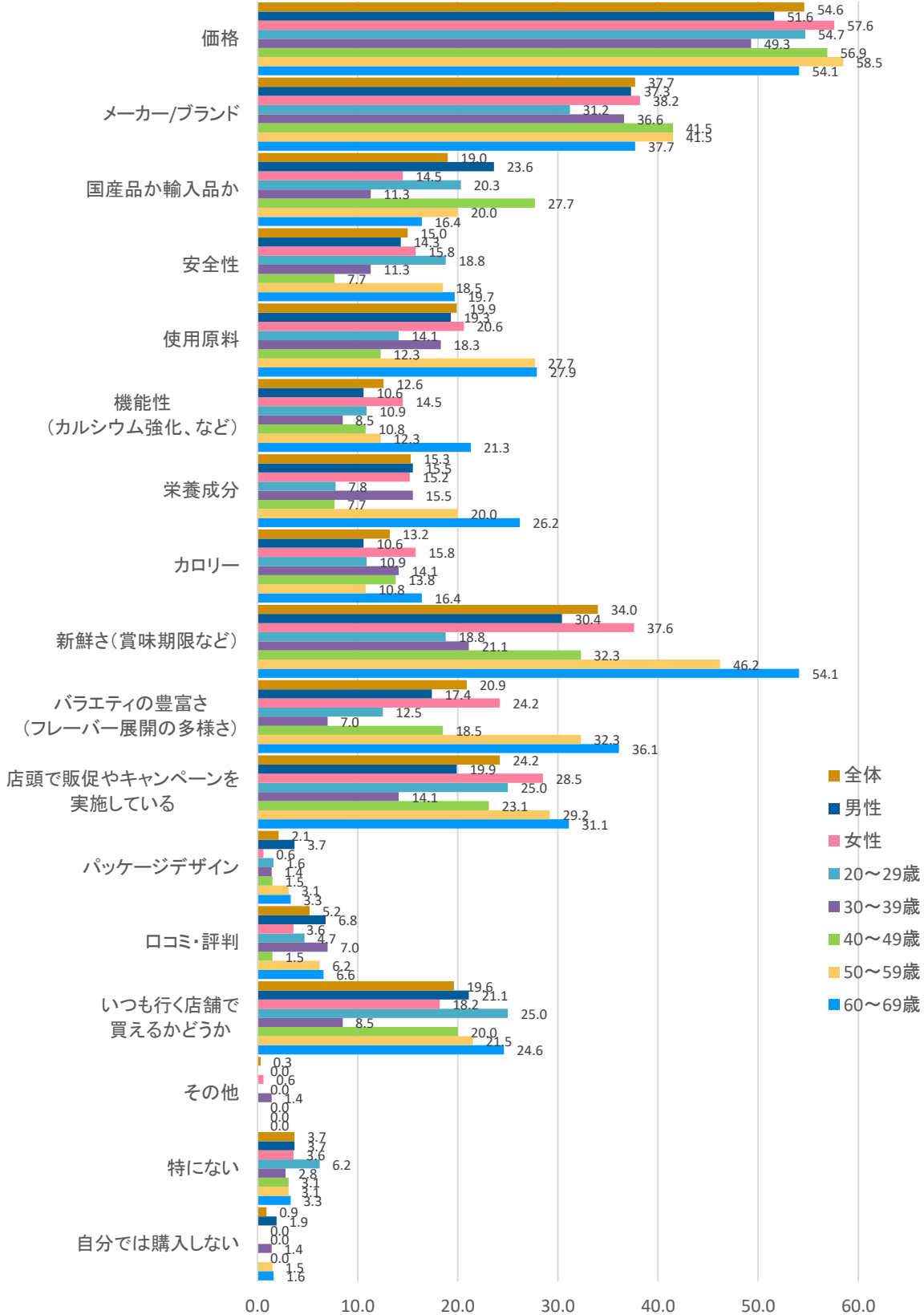
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - ヨーグルト

(複数回答可) (%)



# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	376	185	191	72	75	77	76	76
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	202	98	104	40	39	43	41	39
	%	53.7	53.0	54.5	55.6	52.0	55.8	53.9	51.3
メーカー/ブランド	回答者数	125	64	61	18	19	23	35	30
	%	33.2	34.6	31.9	25.0	25.3	29.9	46.1	39.5
国産品か輸入品か	回答者数	91	53	38	19	17	23	17	15
	%	24.2	28.6	19.9	26.4	22.7	29.9	22.4	19.7
安全性	回答者数	45	18	27	10	8	6	12	9
	%	12.0	9.7	14.1	13.9	10.7	7.8	15.8	11.8
使用原料	回答者数	83	37	46	11	10	13	27	22
	%	22.1	20.0	24.1	15.3	13.3	16.9	35.5	28.9
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	37	21	16	8	4	7	7	11
	%	9.8	11.4	8.4	11.1	5.3	9.1	9.2	14.5
栄養成分	回答者数	46	24	22	6	7	5	14	14
	%	12.2	13.0	11.5	8.3	9.3	6.5	18.4	18.4
カロリー	回答者数	41	18	23	8	3	8	8	14
	%	10.9	9.7	12.0	11.1	4.0	10.4	10.5	18.4
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	103	51	52	12	16	19	29	27
	%	27.4	27.6	27.2	16.7	21.3	24.7	38.2	35.5
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	56	26	30	5	6	8	17	20
	%	14.9	14.1	15.7	6.9	8.0	10.4	22.4	26.3
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	87	37	50	13	13	17	21	23
	%	23.1	20.0	26.2	18.1	17.3	22.1	27.6	30.3
パッケージデザイン	回答者数	9	5	4	2	1	1	2	3
	%	2.4	2.7	2.1	2.8	1.3	1.3	2.6	3.9
口コミ・評判	回答者数	20	16	4	4	2	3	6	5
	%	5.3	8.6	2.1	5.6	2.7	3.9	7.9	6.6
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	70	34	36	14	6	14	18	18
	%	18.6	18.4	18.8	19.4	8.0	18.2	23.7	23.7
その他	回答者数	1	0	1	1	0	0	0	0
	%	0.3	0.0	0.5	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	16	8	8	4	5	2	2	3
	%	4.3	4.3	4.2	5.6	6.7	2.6	2.6	3.9
自分では購入しない	回答者数	4	4	0	0	1	1	0	2
	%	1.1	2.2	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	2.6

チーズを購入する際重視する点は、価格がトップで全体でも53.7%、男女、世代を問わず50%以上を超えている。「メーカー/ブランド」や「新鮮さ(賞味期限など)」に対する意識も高いが、使用原料などについても他の製品と比べて高くさまざまなポイントを意識していると見られる。

全体 + 10%

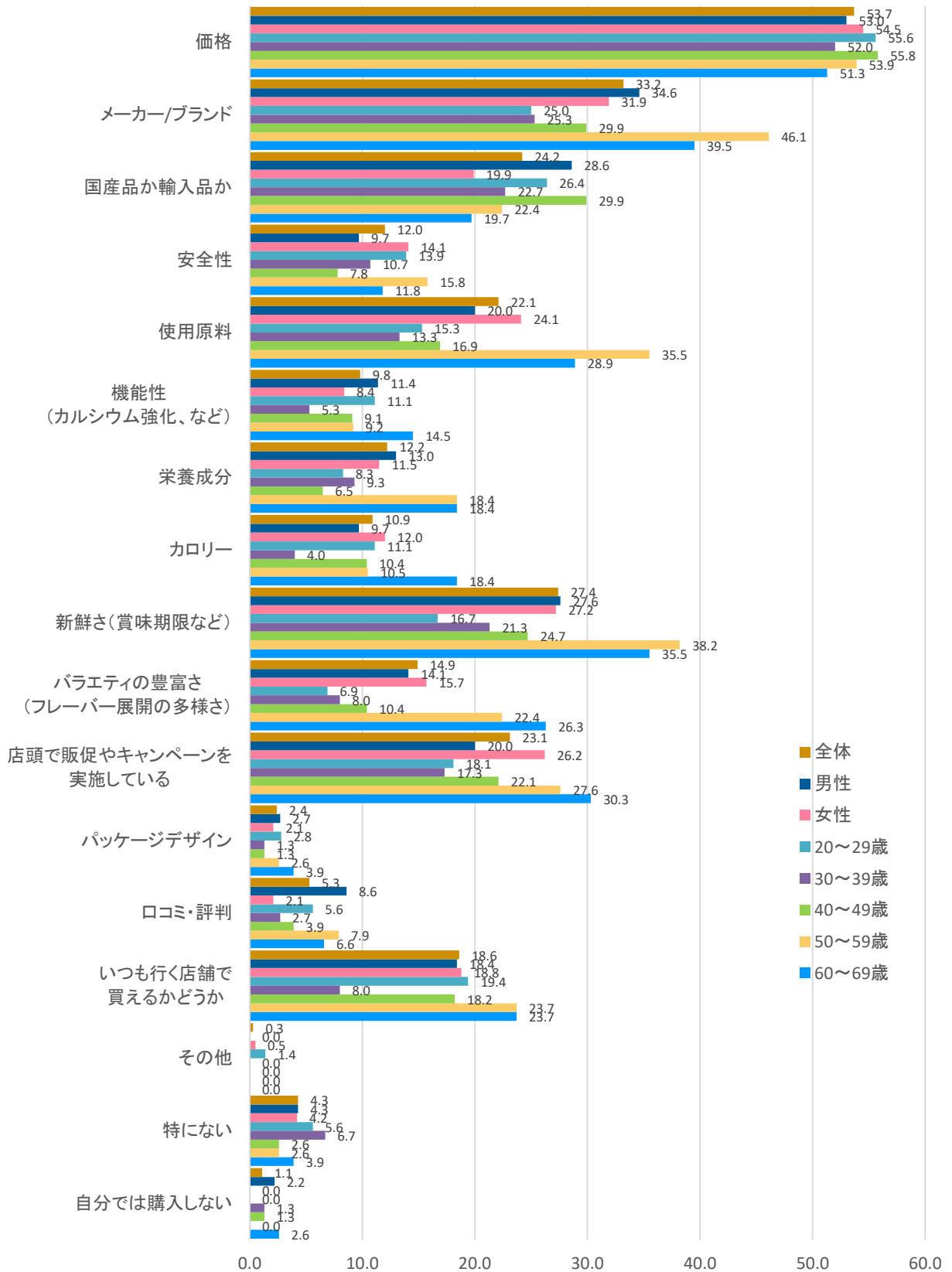
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - チーズ

(複数回答可) (%)





# 11. 乳製品を購入する際重視する点 – 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	371	186	185	73	76	76	73	73
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	201	95	106	42	34	45	40	40
	%	54.2	51.1	57.3	57.5	44.7	59.2	54.8	54.8
メーカー/ブランド	回答者数	106	55	51	16	17	21	31	21
	%	28.6	29.6	27.6	21.9	22.4	27.6	42.5	28.8
国産品か輸入品か	回答者数	56	31	25	9	9	15	12	11
	%	15.1	16.7	13.5	12.3	11.8	19.7	16.4	15.1
安全性	回答者数	48	23	25	11	9	7	12	9
	%	12.9	12.4	13.5	15.1	11.8	9.2	16.4	12.3
使用原料	回答者数	70	34	36	12	8	16	19	15
	%	18.9	18.3	19.5	16.4	10.5	21.1	26.0	20.5
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	19	7	12	5	7	4	2	1
	%	5.1	3.8	6.5	6.8	9.2	5.3	2.7	1.4
栄養成分	回答者数	35	17	18	7	5	4	9	10
	%	9.4	9.1	9.7	9.6	6.6	5.3	12.3	13.7
カロリー	回答者数	44	19	25	7	8	10	8	11
	%	11.9	10.2	13.5	9.6	10.5	13.2	11.0	15.1
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	104	47	57	15	13	18	27	31
	%	28.0	25.3	30.8	20.5	17.1	23.7	37.0	42.5
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	10	7	3	1	4	0	3	2
	%	2.7	3.8	1.6	1.4	5.3	0.0	4.1	2.7
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	67	25	42	10	11	14	16	16
	%	18.1	13.4	22.7	13.7	14.5	18.4	21.9	21.9
パッケージデザイン	回答者数	6	5	1	3	3	0	0	0
	%	1.6	2.7	0.5	4.1	3.9	0.0	0.0	0.0
口コミ・評判	回答者数	12	10	2	2	3	2	4	1
	%	3.2	5.4	1.1	2.7	3.9	2.6	5.5	1.4
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	64	32	32	12	7	15	16	14
	%	17.3	17.2	17.3	16.4	9.2	19.7	21.9	19.2
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	0.0	0.0
特にない	回答者数	20	12	8	6	4	2	3	5
	%	5.4	6.5	4.3	8.2	5.3	2.6	4.1	6.8
自分では購入しない	回答者数	4	4	0	0	1	1	0	2
	%	1.1	2.2	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	2.7

生クリームを購入する際重視する点も、価格がトップで全体でも54.2%、続いて「メーカー/ブランド」、「新鮮さ(賞味期限など)」を重要視する傾向は他の製品と変わらない。50代がメーカー/ブランドを重要視する人が42.5%と平均を大幅に上回っている。

全体 + 10%

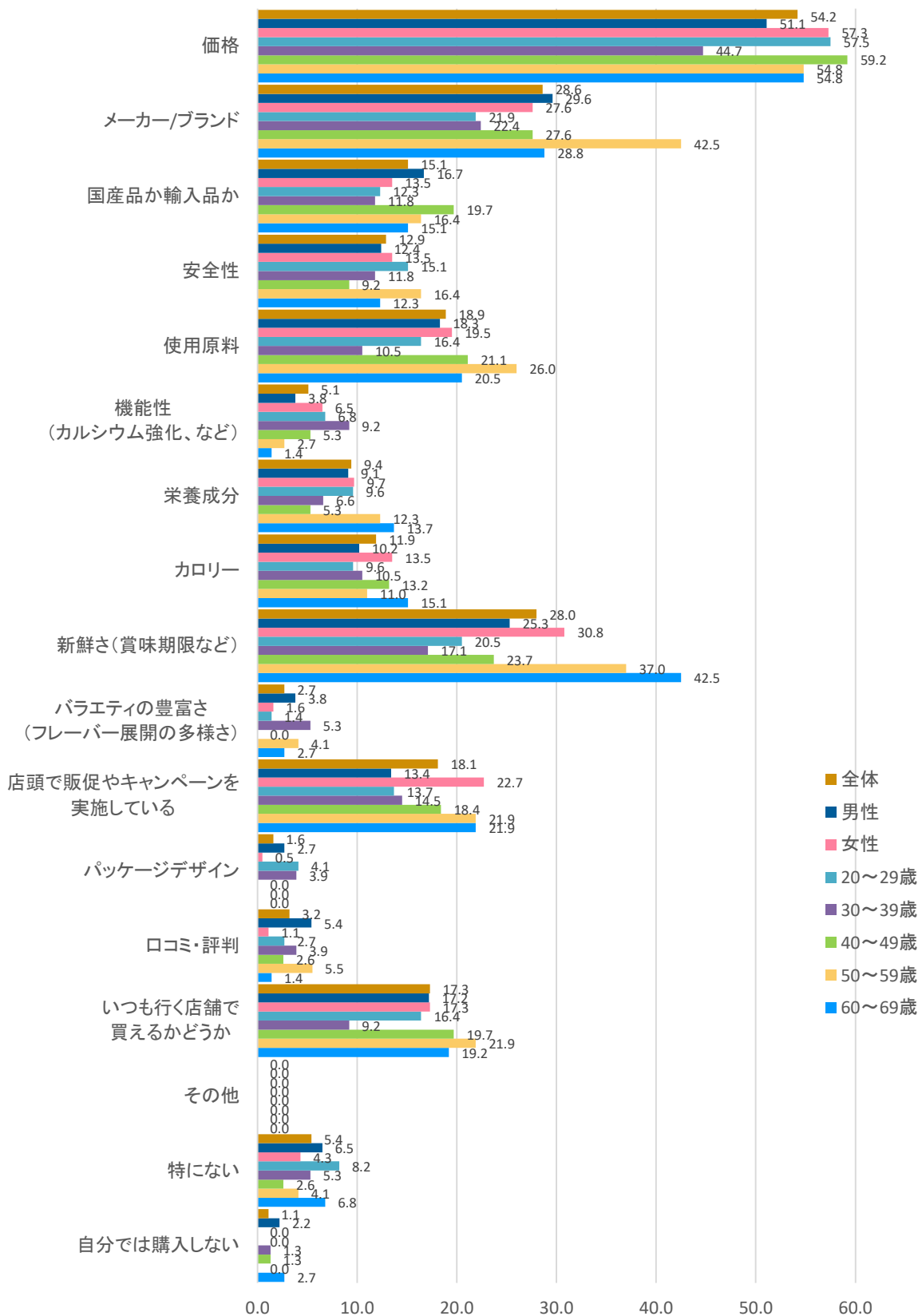
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - 生クリーム

(複数回答可) (%)



# 11. 乳製品を購入する際重視する点 – アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	376	187	189	75	77	77	76	71
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	192	90	102	41	34	41	38	38
	%	51.1	48.1	54.0	54.7	44.2	53.2	50.0	53.5
メーカー/ブランド	回答者数	145	75	70	27	22	30	41	25
	%	38.6	40.1	37.0	36.0	28.6	39.0	53.9	35.2
国産品か輸入品か	回答者数	52	29	23	8	7	14	14	9
	%	13.8	15.5	12.2	10.7	9.1	18.2	18.4	12.7
安全性	回答者数	47	25	22	9	6	8	13	11
	%	12.5	13.4	11.6	12.0	7.8	10.4	17.1	15.5
使用原料	回答者数	72	38	34	11	10	15	18	18
	%	19.1	20.3	18.0	14.7	13.0	19.5	23.7	25.4
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	14	8	6	5	6	1	0	2
	%	3.7	4.3	3.2	6.7	7.8	1.3	0.0	2.8
栄養成分	回答者数	37	19	18	5	7	3	13	9
	%	9.8	10.2	9.5	6.7	9.1	3.9	17.1	12.7
カロリー	回答者数	41	20	21	8	6	6	10	11
	%	10.9	10.7	11.1	10.7	7.8	7.8	13.2	15.5
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	76	38	38	7	12	14	21	22
	%	20.2	20.3	20.1	9.3	15.6	18.2	27.6	31.0
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	102	42	60	12	14	18	29	29
	%	27.1	22.5	31.7	16.0	18.2	23.4	38.2	40.8
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	93	32	61	12	16	18	24	23
	%	24.7	17.1	32.3	16.0	20.8	23.4	31.6	32.4
パッケージデザイン	回答者数	21	14	7	7	3	4	3	4
	%	5.6	7.5	3.7	9.3	3.9	5.2	3.9	5.6
口コミ・評判	回答者数	32	17	15	6	6	5	8	7
	%	8.5	9.1	7.9	8.0	7.8	6.5	10.5	9.9
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	67	34	33	13	6	15	16	17
	%	17.8	18.2	17.5	17.3	7.8	19.5	21.1	23.9
その他	回答者数	1	0	1	0	1	0	0	0
	%	0.3	0.0	0.5	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	17	9	8	4	4	2	4	3
	%	4.5	4.8	4.2	5.3	5.2	2.6	5.3	4.2
自分では購入しない	回答者数	5	4	1	1	0	1	1	2
	%	1.3	2.1	0.5	1.3	0.0	1.3	1.3	2.8

アイスクリームを購入する際重視する点について、価格がトップで全体でも51.1%であることは他の製品と変わらないが、次に重要視するのは「メーカー/ブランド」と、「バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)」があげられる。

全体 + 10%

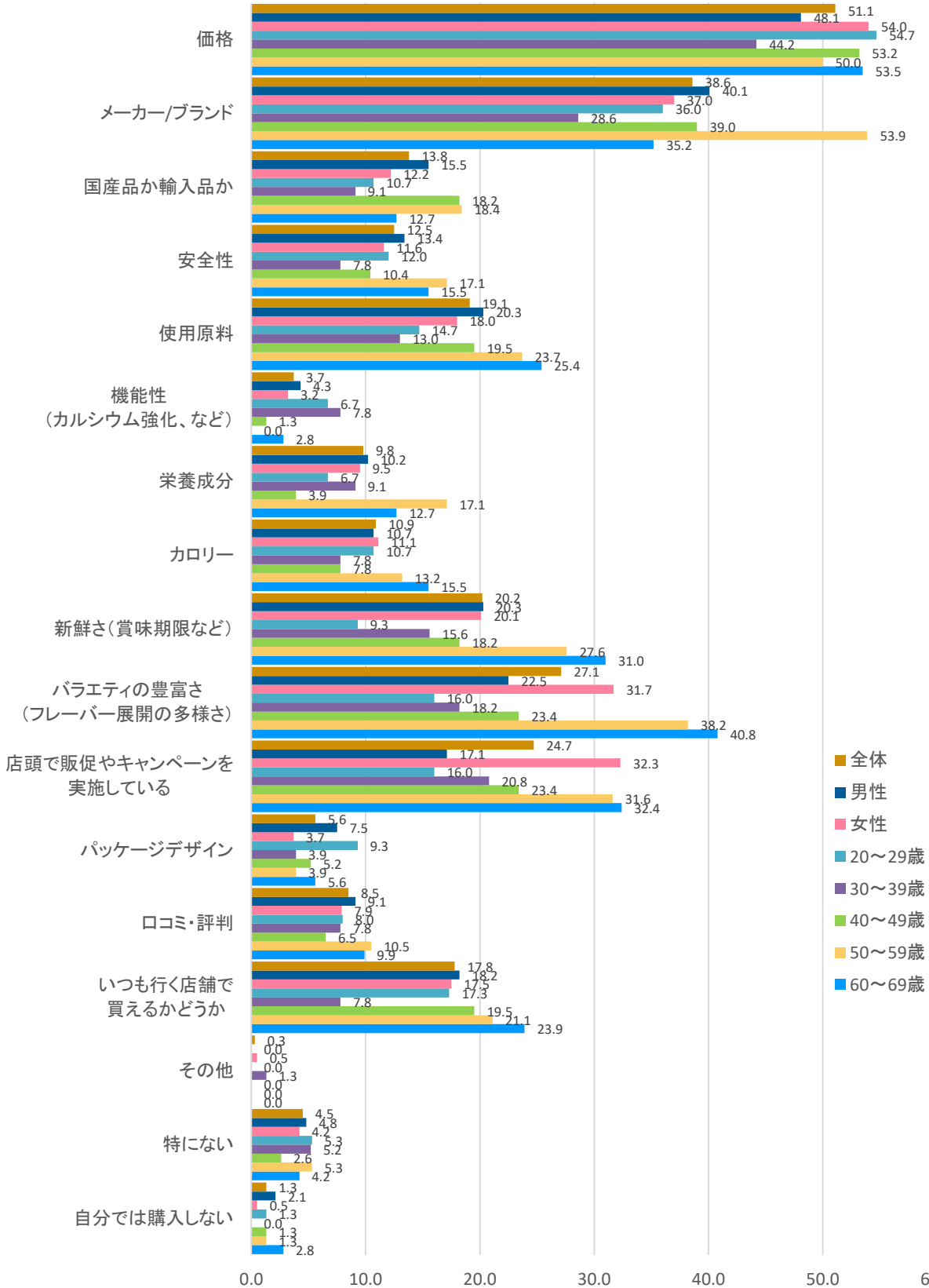
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点 - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



# 11. 乳製品を購入する際重視する点－育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	67	41	26	18	28	15	4	2
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	21	11	10	6	10	4	1	0
	%	31.3	26.8	38.5	33.3	35.7	26.7	25.0	0.0
メーカー/ブランド	回答者数	20	12	8	7	8	3	2	0
	%	29.9	29.3	30.8	38.9	28.6	20.0	50.0	0.0
国産品か輸入品か	回答者数	6	4	2	4	1	1	0	0
	%	9.0	9.8	7.7	22.2	3.6	6.7	0.0	0.0
安全性	回答者数	15	7	8	6	6	3	0	0
	%	22.4	17.1	30.8	33.3	21.4	20.0	0.0	0.0
使用原料	回答者数	10	4	6	3	6	1	0	0
	%	14.9	9.8	23.1	16.7	21.4	6.7	0.0	0.0
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	12	8	4	5	4	2	0	1
	%	17.9	19.5	15.4	27.8	14.3	13.3	0.0	50.0
栄養成分	回答者数	5	2	3	1	4	0	0	0
	%	7.5	4.9	11.5	5.6	14.3	0.0	0.0	0.0
カロリー	回答者数	7	6	1	4	3	0	0	0
	%	10.4	14.6	3.8	22.2	10.7	0.0	0.0	0.0
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	7	5	2	2	4	0	1	0
	%	10.4	12.2	7.7	11.1	14.3	0.0	25.0	0.0
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	8	6	2	3	5	0	0	0
	%	11.9	14.6	7.7	16.7	17.9	0.0	0.0	0.0
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	3	2	1	1	2	0	0	0
	%	4.5	4.9	3.8	5.6	7.1	0.0	0.0	0.0
パッケージデザイン	回答者数	3	1	2	1	2	0	0	0
	%	4.5	2.4	7.7	5.6	7.1	0.0	0.0	0.0
口コミ・評判	回答者数	6	5	1	3	2	1	0	0
	%	9.0	12.2	3.8	16.7	7.1	6.7	0.0	0.0
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	5	4	1	3	2	0	0	0
	%	7.5	9.8	3.8	16.7	7.1	0.0	0.0	0.0
その他	回答者数	1	1	0	0	1	0	0	0
	%	1.5	2.4	0.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0
特にない	回答者数	2	2	0	0	0	1	0	1
	%	3.0	4.9	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	50.0
自分では購入しない	回答者数	3	1	2	0	1	1	1	0
	%	4.5	2.4	7.7	0.0	3.6	6.7	25.0	0.0

育児用調製液状乳については価格も重要視しているが、メーカー/ブランドのポイントとほとんど変わらない。(価格31.3%、メーカー/ブランド29.9%)。安全性も重要な判断材料としてあげられる。

全体 +10%

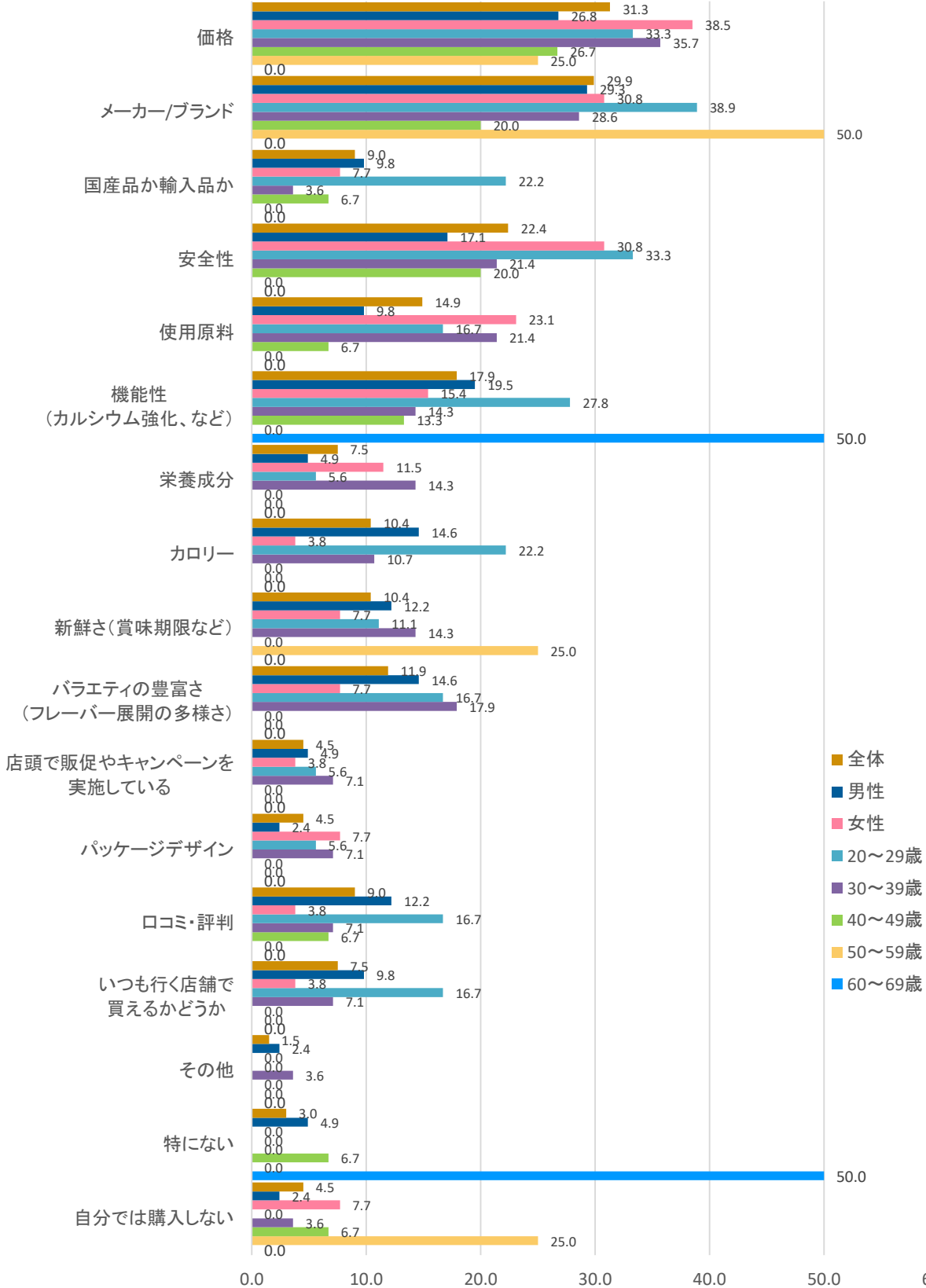
全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

# 11. 乳製品を購入する際重視する点－育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



# 11. 乳製品を購入する際重視する点－育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	77	48	29	23	33	15	5	1
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
価格	回答者数	25	12	13	8	12	4	1	0
	%	32.5	25.0	44.8	34.8	36.4	26.7	20.0	0.0
メーカー/ブランド	回答者数	25	13	12	9	9	5	2	0
	%	32.5	27.1	41.4	39.1	27.3	33.3	40.0	0.0
国産品か輸入品か	回答者数	12	9	3	4	6	2	0	0
	%	15.6	18.8	10.3	17.4	18.2	13.3	0.0	0.0
安全性	回答者数	15	7	8	7	5	3	0	0
	%	19.5	14.6	27.6	30.4	15.2	20.0	0.0	0.0
使用原料	回答者数	11	5	6	5	6	0	0	0
	%	14.3	10.4	20.7	21.7	18.2	0.0	0.0	0.0
機能性(カルシウム強化、など)	回答者数	7	5	2	5	1	1	0	0
	%	9.1	10.4	6.9	21.7	3.0	6.7	0.0	0.0
栄養成分	回答者数	11	8	3	3	8	0	0	0
	%	14.3	16.7	10.3	13.0	24.2	0.0	0.0	0.0
カロリー	回答者数	2	1	1	2	0	0	0	0
	%	2.6	2.1	3.4	8.7	0.0	0.0	0.0	0.0
新鮮さ(賞味期限など)	回答者数	13	9	4	4	7	1	1	0
	%	16.9	18.8	13.8	17.4	21.2	6.7	20.0	0.0
バラエティの豊富さ(フレーバー展開の多様さ)	回答者数	6	4	2	3	3	0	0	0
	%	7.8	8.3	6.9	13.0	9.1	0.0	0.0	0.0
店頭で販促やキャンペーンを実施している	回答者数	4	2	2	2	2	0	0	0
	%	5.2	4.2	6.9	8.7	6.1	0.0	0.0	0.0
パッケージデザイン	回答者数	1	1	0	0	0	0	1	0
	%	1.3	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
口コミ・評判	回答者数	8	6	2	3	3	1	1	0
	%	10.4	12.5	6.9	13.0	9.1	6.7	20.0	0.0
いつも行く店舗で買えるかどうか	回答者数	6	4	2	4	1	1	0	0
	%	7.8	8.3	6.9	17.4	3.0	6.7	0.0	0.0
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	0.0	0.0
特にない	回答者数	4	2	2	2	0	1	0	1
	%	5.2	4.2	6.9	8.7	0.0	6.7	0.0	100.0
自分では購入しない	回答者数	4	2	2	0	2	1	1	0
	%	5.2	4.2	6.9	0.0	6.1	6.7	20.0	0.0

育児用調製粉乳についてはある程度価格は重要視しているが、メーカー/ブランドと全体のポイント数は変わらず、どちらも32.5%である。安全性も重要な判断材料としてあげられる。

全体 + 10%

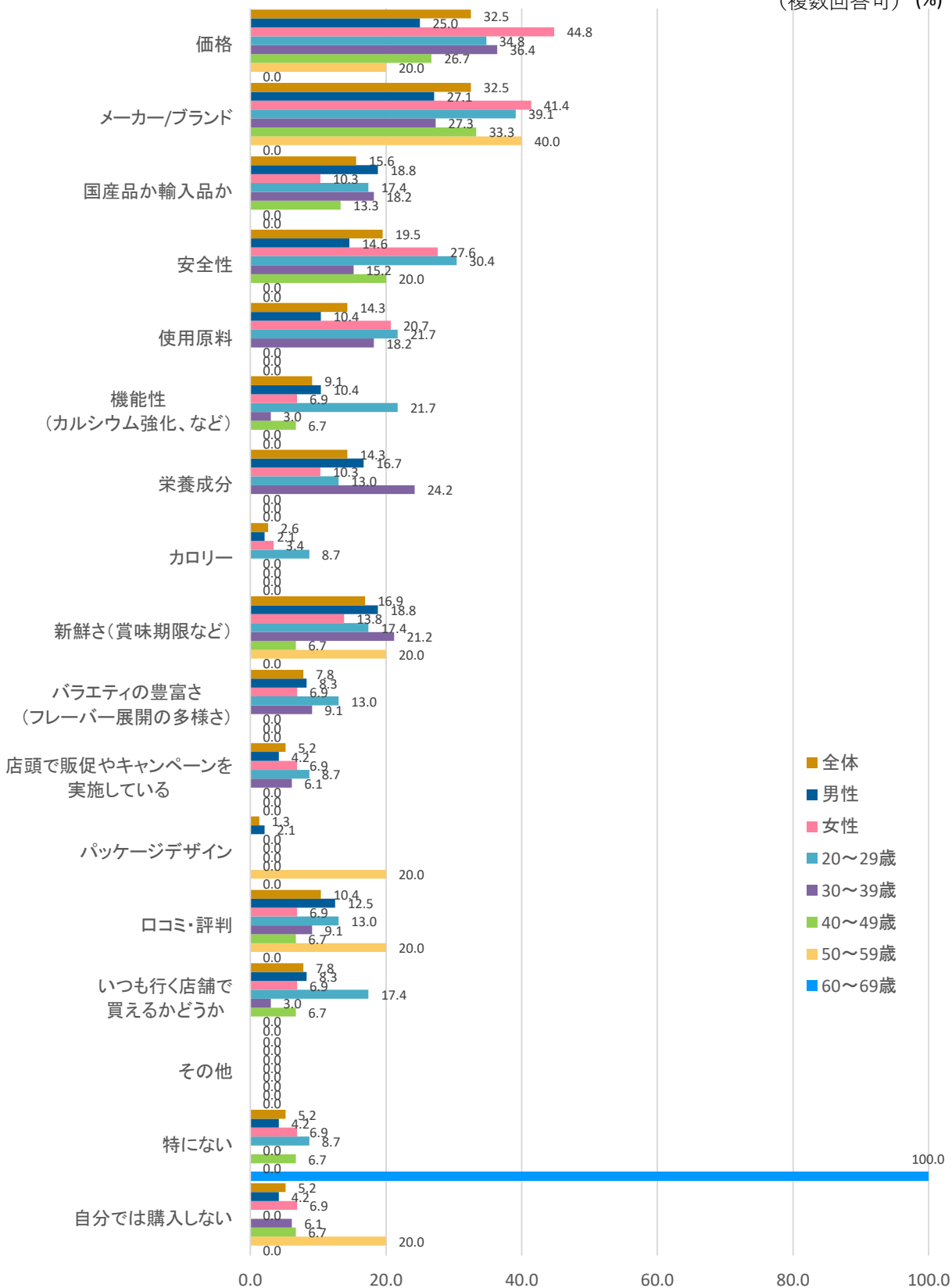
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

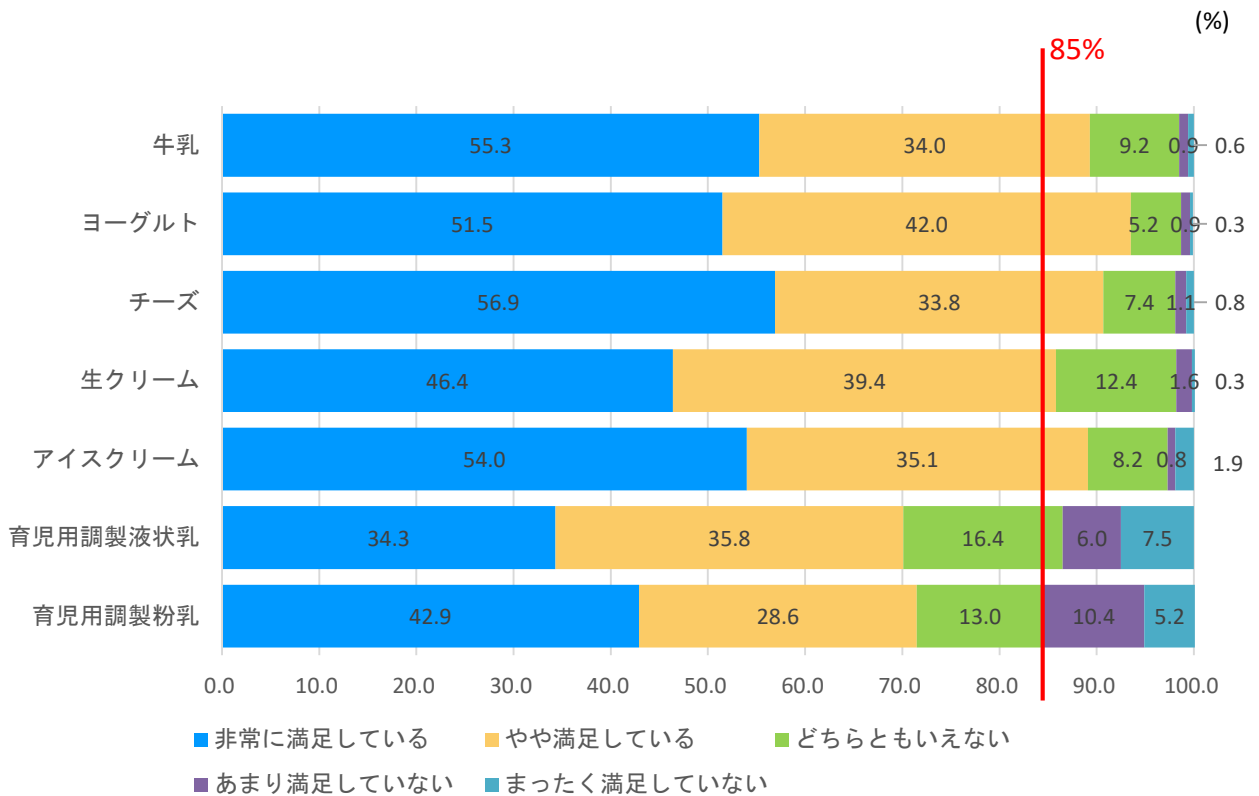
# 11. 乳製品を購入する際重視する点－育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)





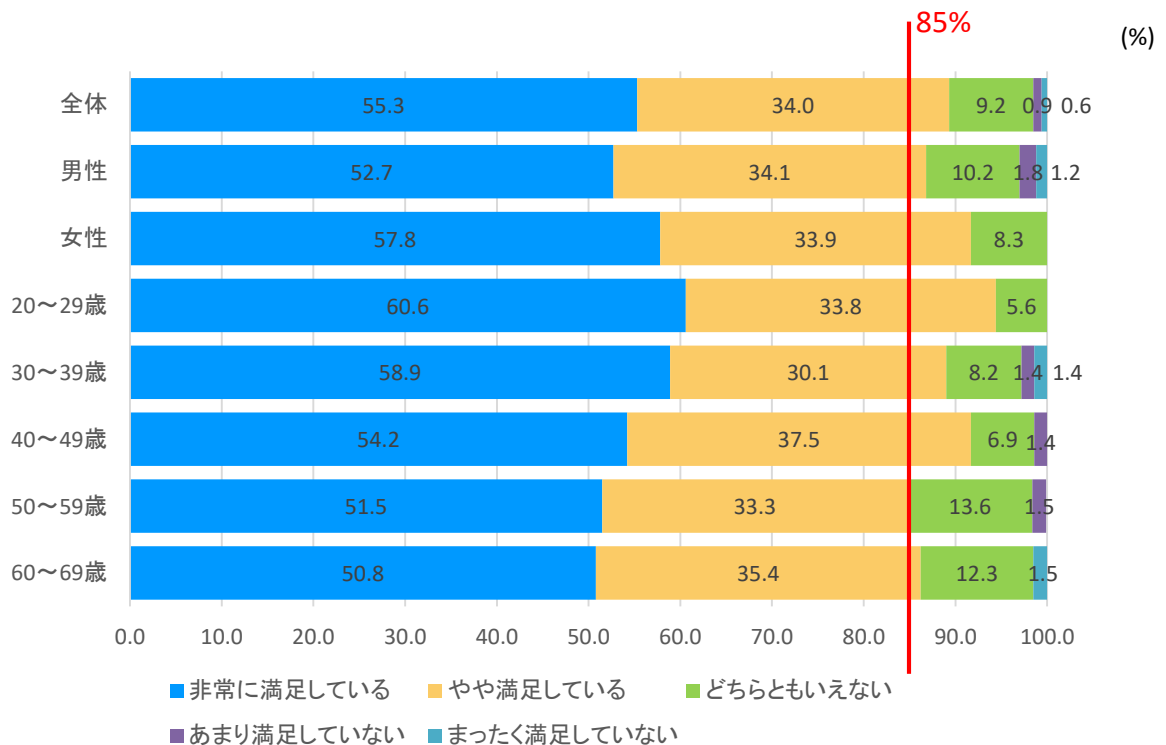
## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度



	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		アイスクリーム		育児用調製液状乳		育児用調製粉乳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	192	55.3	168	51.5	214	56.9	172	46.4	203	54.0	23	34.3	33	42.9
やや満足している	118	34.0	137	42.0	127	33.8	146	39.4	132	35.1	24	35.8	22	28.6
どちらともいえない	32	9.2	17	5.2	28	7.4	46	12.4	31	8.2	11	16.4	10	13.0
あまり満足していない	3	0.9	3	0.9	4	1.1	6	1.6	3	0.8	4	6.0	8	10.4
まったく満足していない	2	0.6	1	0.3	3	0.8	1	0.3	7	1.9	5	7.5	4	5.2
全体	347	100.0	326	100.0	376	100.0	371	100.0	376	100.0	67	100.0	77	100.0

乳製品に対する満足度については、育児用調製乳以外はおおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が85%を超えており、購入しているものに満足していると思われる。

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度－牛乳

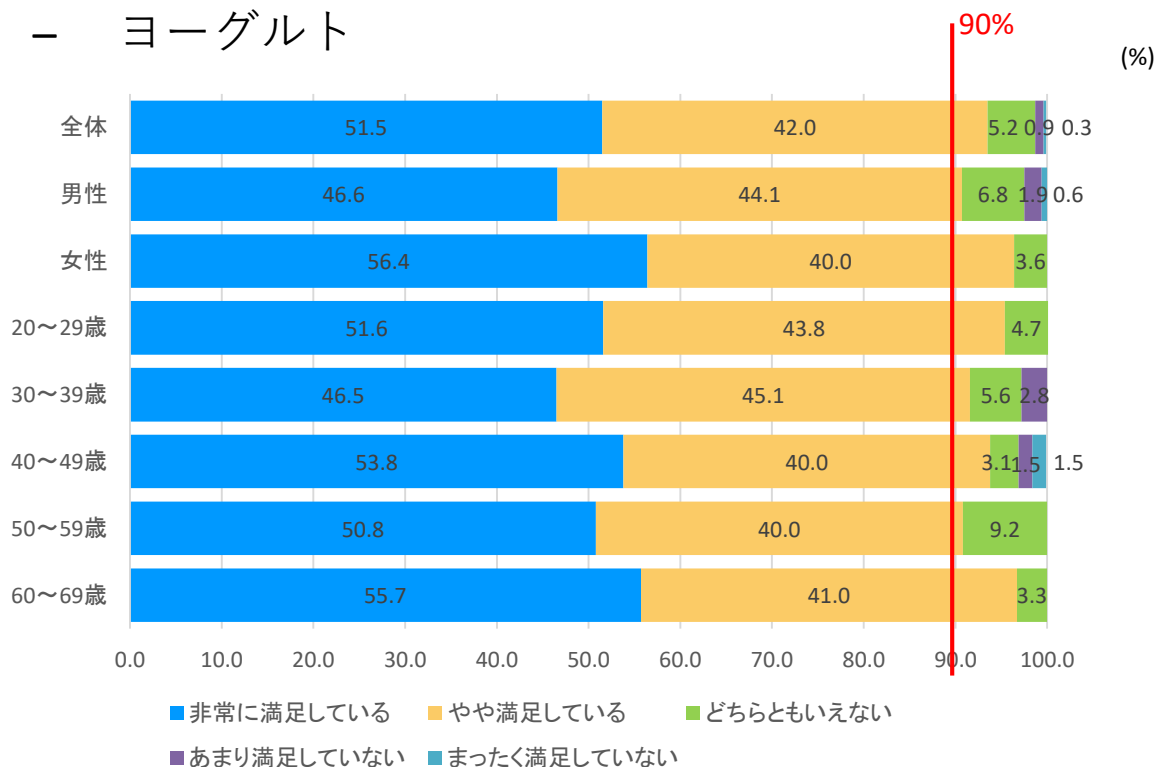


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	192	55.3	88	52.7	104	57.8	43	60.6	43	58.9	39	54.2	34	51.5	33	50.8
やや満足している	118	34.0	57	34.1	61	33.9	24	33.8	22	30.1	27	37.5	22	33.3	23	35.4
どちらともいえない	32	9.2	17	10.2	15	8.3	4	5.6	6	8.2	5	6.9	9	13.6	8	12.3
あまり満足していない	3	0.9	3	1.8	0	0.0	0	0.0	1	1.4	1	1.4	1	1.5	0	0.0
まったく満足していない	2	0.6	2	1.2	0	0.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0	1	1.5
全体	347	100.0	167	100.0	180	100.0	71	100.0	73	100.0	72	100.0	66	100.0	65	100.0

牛乳に対する満足度については、おおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が85%を超えており、使っているものに納得していると思われる。重要視する点も、価格以外特になかったことを考えると、同じものを続けて購入し、特に変化を求める傾向にはないことが伺える。

全体 +10%
全体 +5%
全体 -5%
全体 -10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 ー ヨーグルト



	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	168	51.5	75	46.6	93	56.4	33	51.6	33	46.5	35	53.8	33	50.8	34	55.7
やや満足している	137	42.0	71	44.1	66	40.0	28	43.8	32	45.1	26	40.0	26	40.0	25	41.0
どちらともいえない	17	5.2	11	6.8	6	3.6	3	4.7	4	5.6	2	3.1	6	9.2	2	3.3
あまり満足していない	3	0.9	3	1.9	0	0.0	0	0.0	2	2.8	1	1.5	0	0.0	0	0.0
まったく満足していない	1	0.3	1	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.5	0	0.0	0	0.0
全体	326	100.0	161	100.0	165	100.0	64	100.0	71	100.0	65	100.0	65	100.0	61	100.0

ヨーグルトに対する満足度については、おおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が90%を超えており、使っているものに納得していると思われる。毎日、あるいは頻りに購入する人が多く、同じものを続けて購入し、特に変化を求める傾向にはないことが伺える。

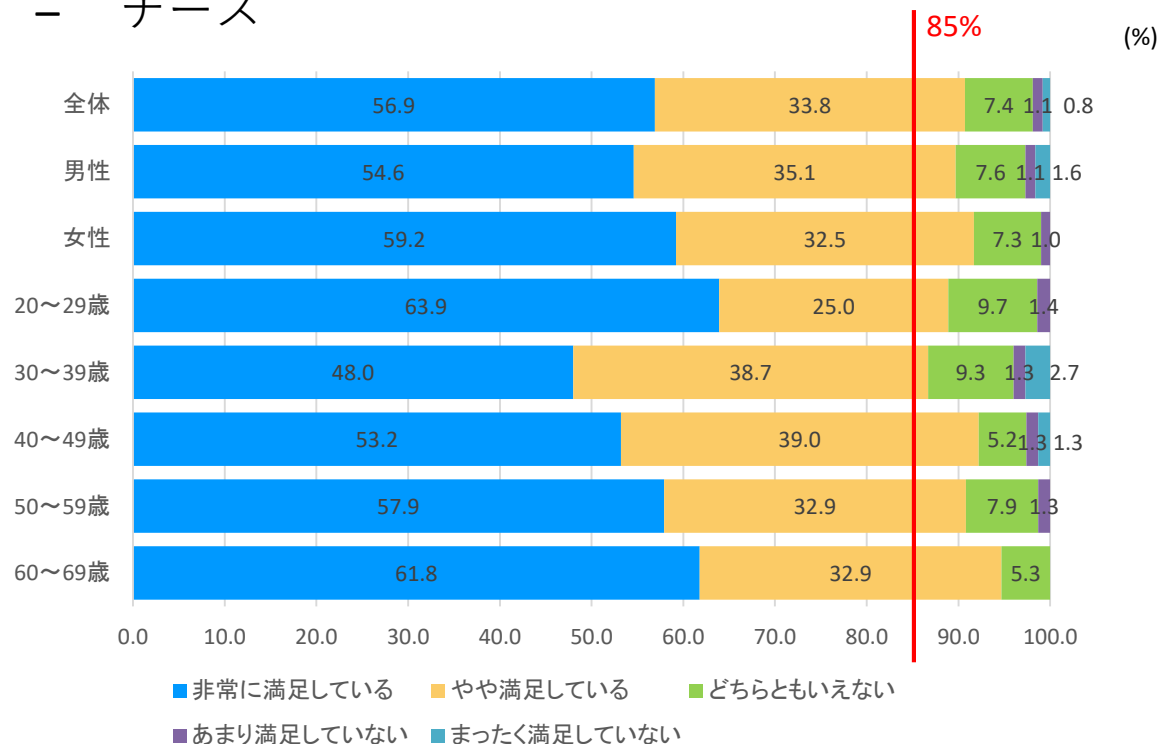
全体 +10%

全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 - チーズ



	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	214	56.9	101	54.6	113	59.2	46	63.9	36	48.0	41	53.2	44	57.9	47	61.8
やや満足している	127	33.8	65	35.1	62	32.5	18	25.0	29	38.7	30	39.0	25	32.9	25	32.9
どちらともいえない	28	7.4	14	7.6	14	7.3	7	9.7	7	9.3	4	5.2	6	7.9	4	5.3
あまり満足していない	4	1.1	2	1.1	2	1.0	1	1.4	1	1.3	1	1.3	1	1.3	0	0.0
まったく満足していない	3	0.8	3	1.6	0	0.0	0	0.0	2	2.7	1	1.3	0	0.0	0	0.0
全体	376	100.0	185	100.0	191	100.0	72	100.0	75	100.0	77	100.0	76	100.0	76	100.0

チーズに対する満足度についても、おおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が85%を超えており、購入しているものに満足していると思われる。30代では満足割合がやや低い。

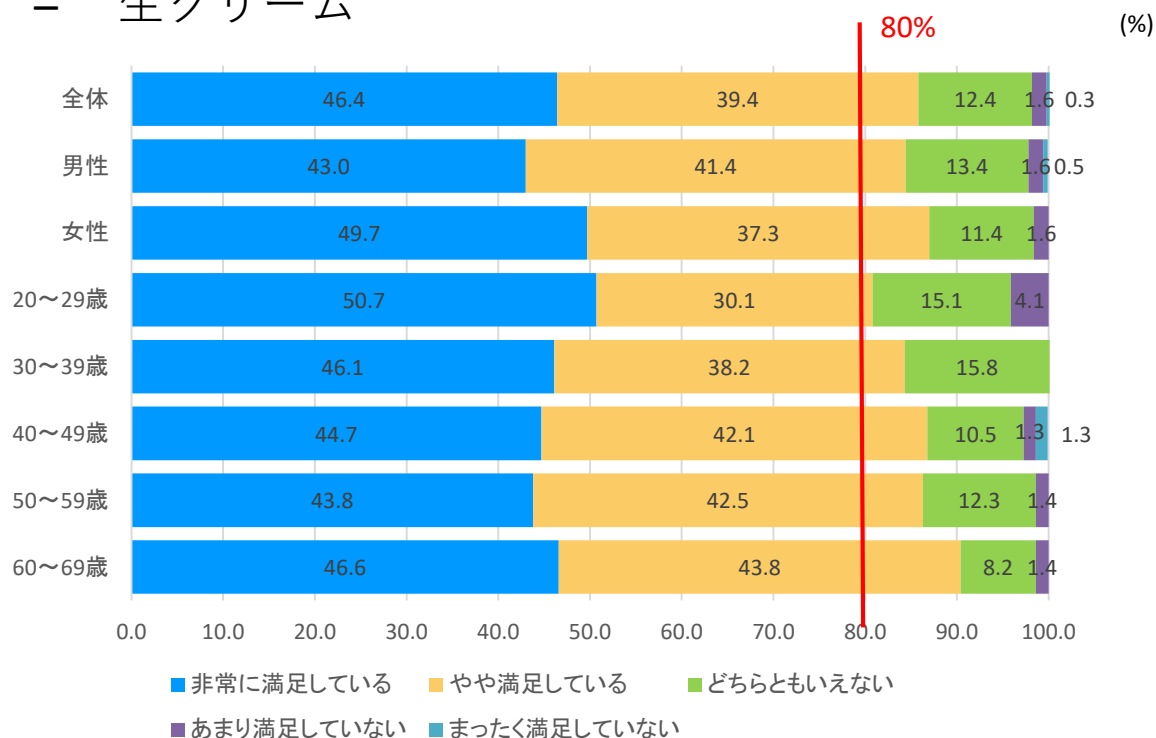
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 - 生クリーム



	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	172	46.4	80	43.0	92	49.7	37	50.7	35	46.1	34	44.7	32	43.8	34	46.6
やや満足している	146	39.4	77	41.4	69	37.3	22	30.1	29	38.2	32	42.1	31	42.5	32	43.8
どちらともいえない	46	12.4	25	13.4	21	11.4	11	15.1	12	15.8	8	10.5	9	12.3	6	8.2
あまり満足していない	6	1.6	3	1.6	3	1.6	3	4.1	0	0.0	1	1.3	1	1.4	1	1.4
まったく満足していない	1	0.3	1	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.3	0	0.0	0	0.0
全体	371	100.0	186	100.0	185	100.0	73	100.0	76	100.0	76	100.0	73	100.0	73	100.0

生クリームに対する満足度については、これまでの製品と比べるとポイントは下がるが、おおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が80%を超えており、購入しているものに満足していると思われる。20代では満足の割合がやや低い。

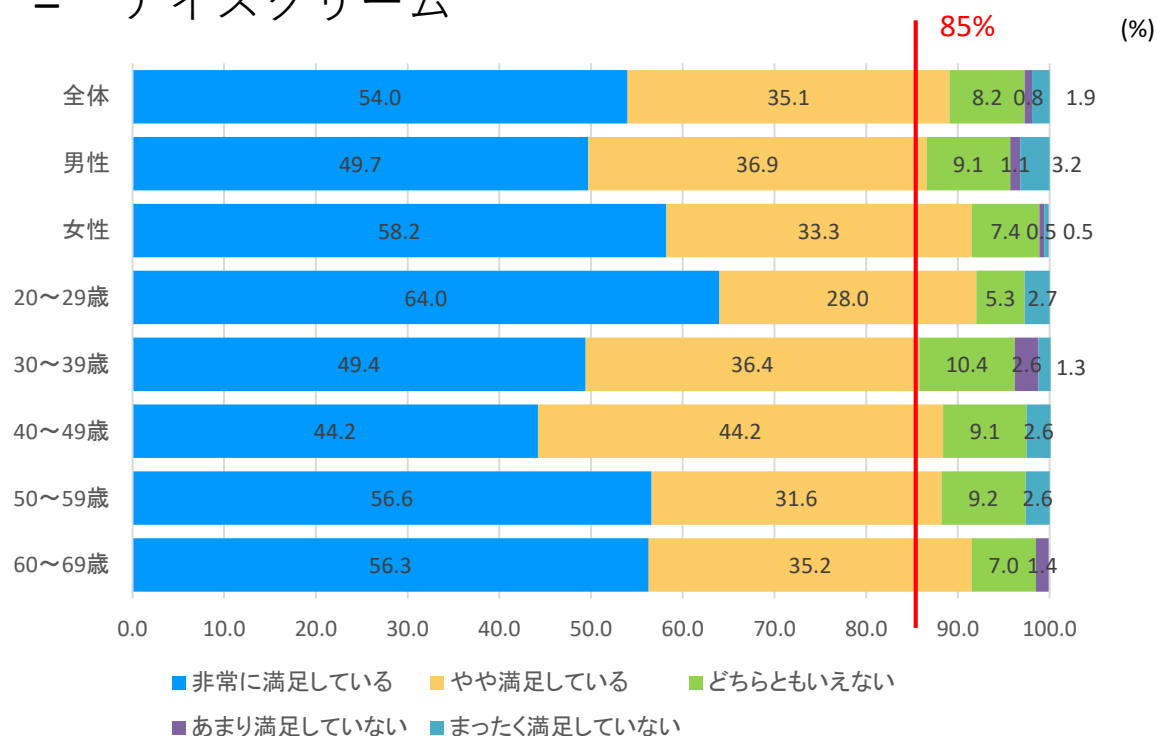
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 - アイスクリーム

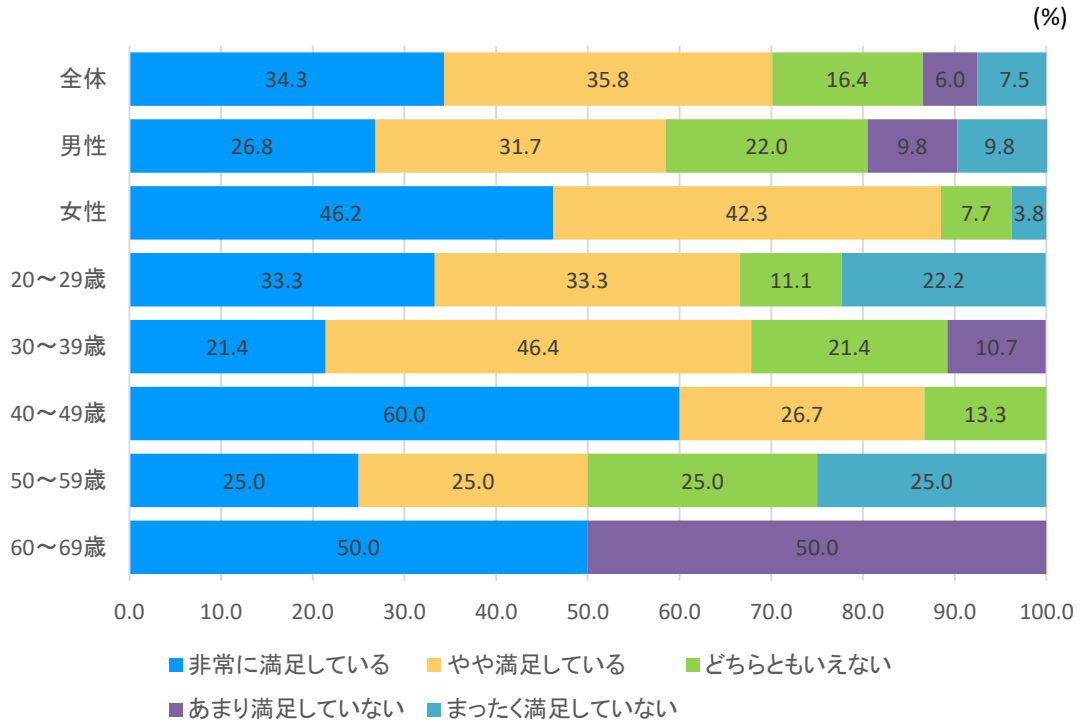


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	203	54.0	93	49.7	110	58.2	48	64.0	38	49.4	34	44.2	43	56.6	40	56.3
やや満足している	132	35.1	69	36.9	63	33.3	21	28.0	28	36.4	34	44.2	24	31.6	25	35.2
どちらともいえない	31	8.2	17	9.1	14	7.4	4	5.3	8	10.4	7	9.1	7	9.2	5	7.0
あまり満足していない	3	0.8	2	1.1	1	0.5	0	0.0	2	2.6	0	0.0	0	0.0	1	1.4
まったく満足していない	7	1.9	6	3.2	1	0.5	2	2.7	1	1.3	2	2.6	2	2.6	0	0.0
全体	376	100.0	187	100.0	189	100.0	75	100.0	77	100.0	77	100.0	76	100.0	71	100.0

アイスクリームに対する満足度については、おおむね満足（「非常に満足している」、「やや満足している」）が85%を超えており、購入しているものに満足していると思われる。

全体 +10%  
全体 +5%  
全体 -5%  
全体 -10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 - 育児用調製液状乳

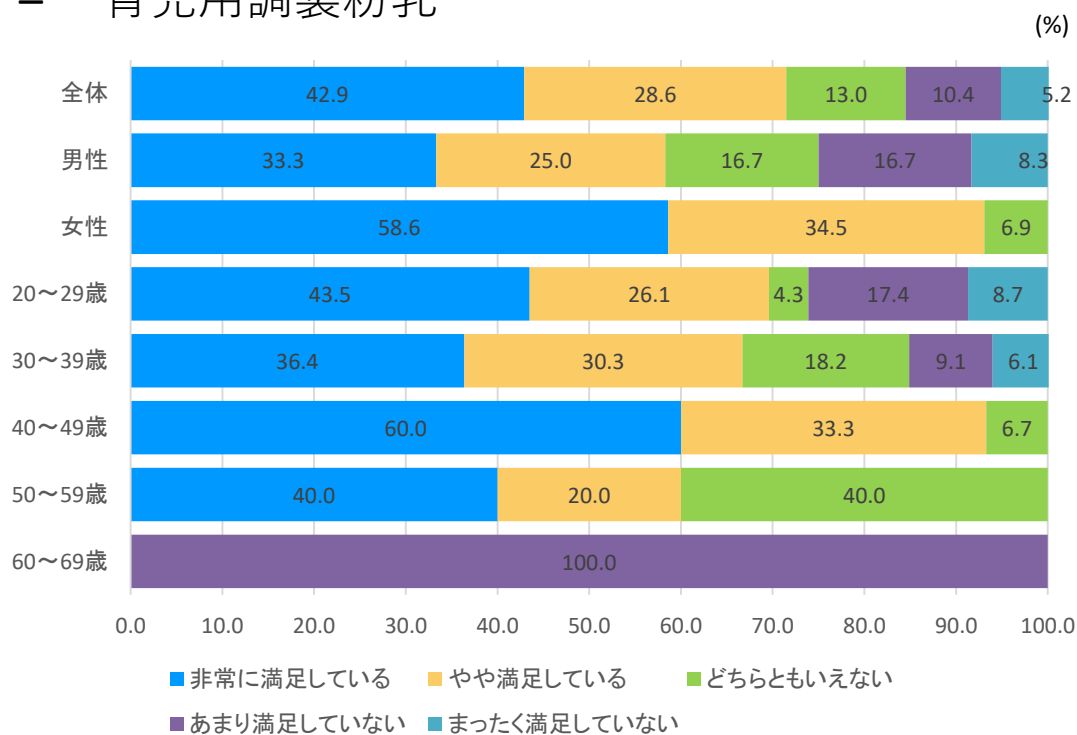


	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	23	34.3	11	26.8	12	46.2	6	33.3	6	21.4	9	60.0	1	25.0	1	50.0
やや満足している	24	35.8	13	31.7	11	42.3	6	33.3	13	46.4	4	26.7	1	25.0	0	0.0
どちらともいえない	11	16.4	9	22.0	2	7.7	2	11.1	6	21.4	2	13.3	1	25.0	0	0.0
あまり満足していない	4	6.0	4	9.8	0	0.0	0	0.0	3	10.7	0	0.0	0	0.0	1	50.0
まったく満足していない	5	7.5	4	9.8	1	3.8	4	22.2	0	0.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0
全体	67	100.0	41	100.0	26	100.0	18	100.0	28	100.0	15	100.0	4	100.0	2	100.0

回答者数は67名と少なく、そのため回答に偏りがみられる（例：60代など）。回答者の7割は20代及び30代であり、この層は最も大きな消費者であることがわかる。

全体 + 10%  
全体 + 5%  
全体 - 5%  
全体 - 10%

## 12. 日頃喫食（飲用）している乳製品の満足度 － 育児用調製粉乳



	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
非常に満足している	33	42.9	16	33.3	17	58.6	10	43.5	12	36.4	9	60.0	2	40.0	0	0.0
やや満足している	22	28.6	12	25.0	10	34.5	6	26.1	10	30.3	5	33.3	1	20.0	0	0.0
どちらともいえない	10	13.0	8	16.7	2	6.9	1	4.3	6	18.2	1	6.7	2	40.0	0	0.0
あまり満足していない	8	10.4	8	16.7	0	0.0	4	17.4	3	9.1	0	0.0	0	0.0	1	100.0
まったく満足していない	4	5.2	4	8.3	0	0.0	2	8.7	2	6.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
全体	77	100.0	48	100.0	29	100.0	23	100.0	33	100.0	15	100.0	5	100.0	1	100.0

育児用調製粉乳についても、回答者数は少なく（77名）、回答に偏りがみられる。購入世代では、液状乳との大きな違いは見られない。

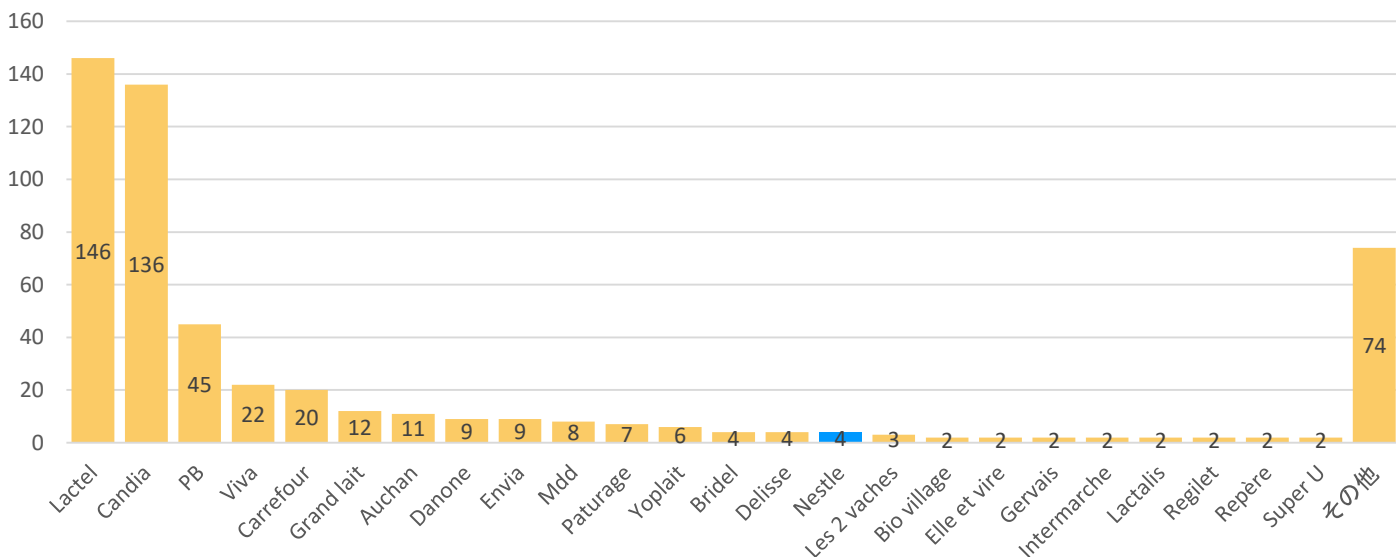




### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー -牛乳

#### 牛乳

(回答数、N=536)

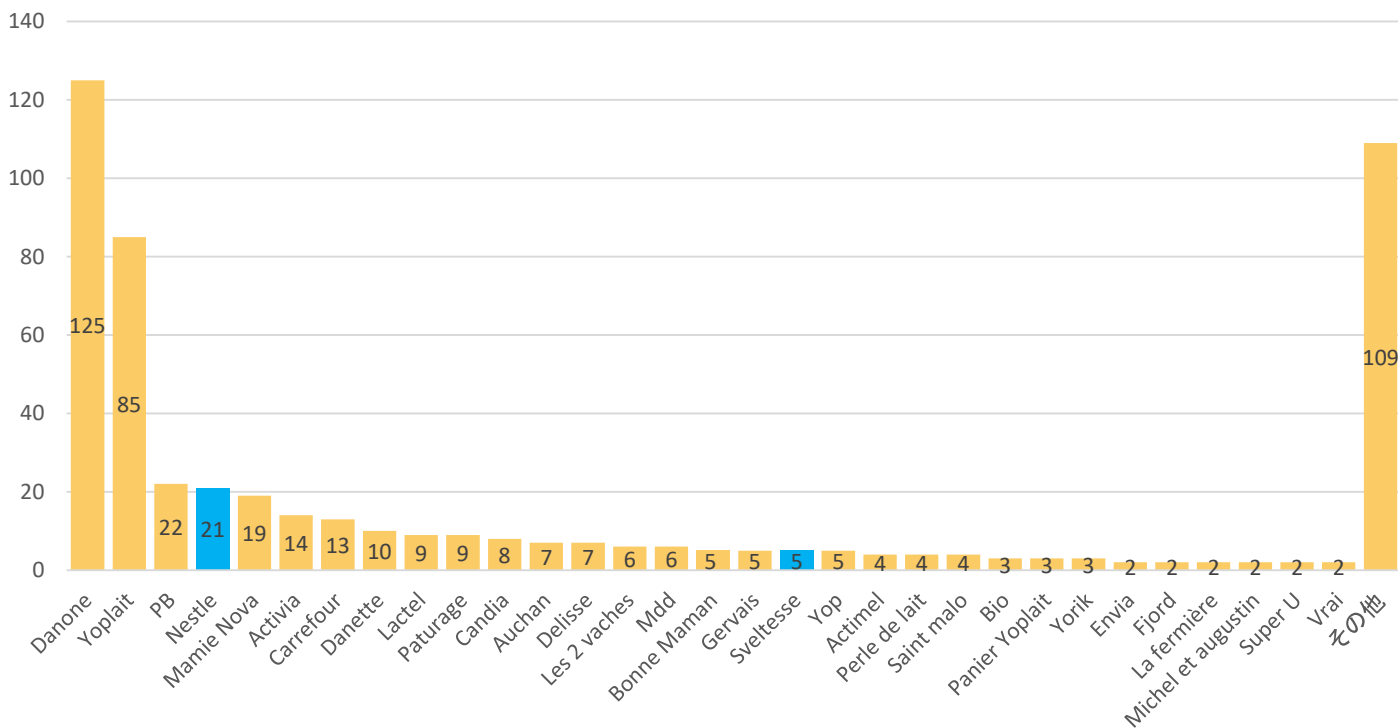


自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数536）フランスのメーカー、ブランドがほとんどとなった。Lactel、Bridel、Lactalisのブランドはラクタリス・グループ、Candia、Viva、Grand Lait等はSodialグループのブランドである一方、Carrefour、Auchan、Delisse等は小売店のプライベートブランドである（PB及びMddも同様）。フランス以外で名前があがったのはスイス系企業のNestleのみであった。

### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー -ヨーグルト

(回答数、N=523)

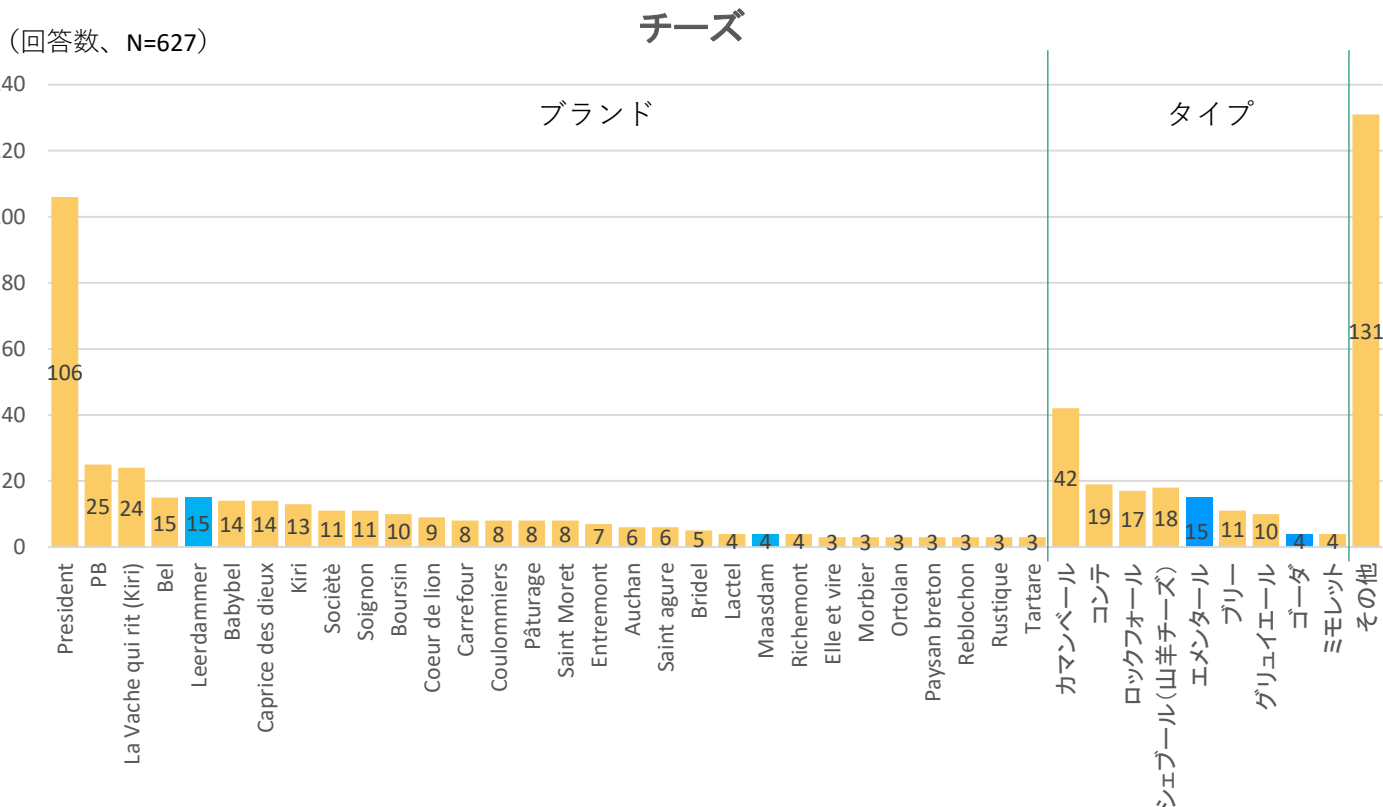
#### ヨーグルト



自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数523）フランスのメーカー/ブランドが多くあげられた。ただ、牛乳と比べるとメーカーは多岐にわたっている。

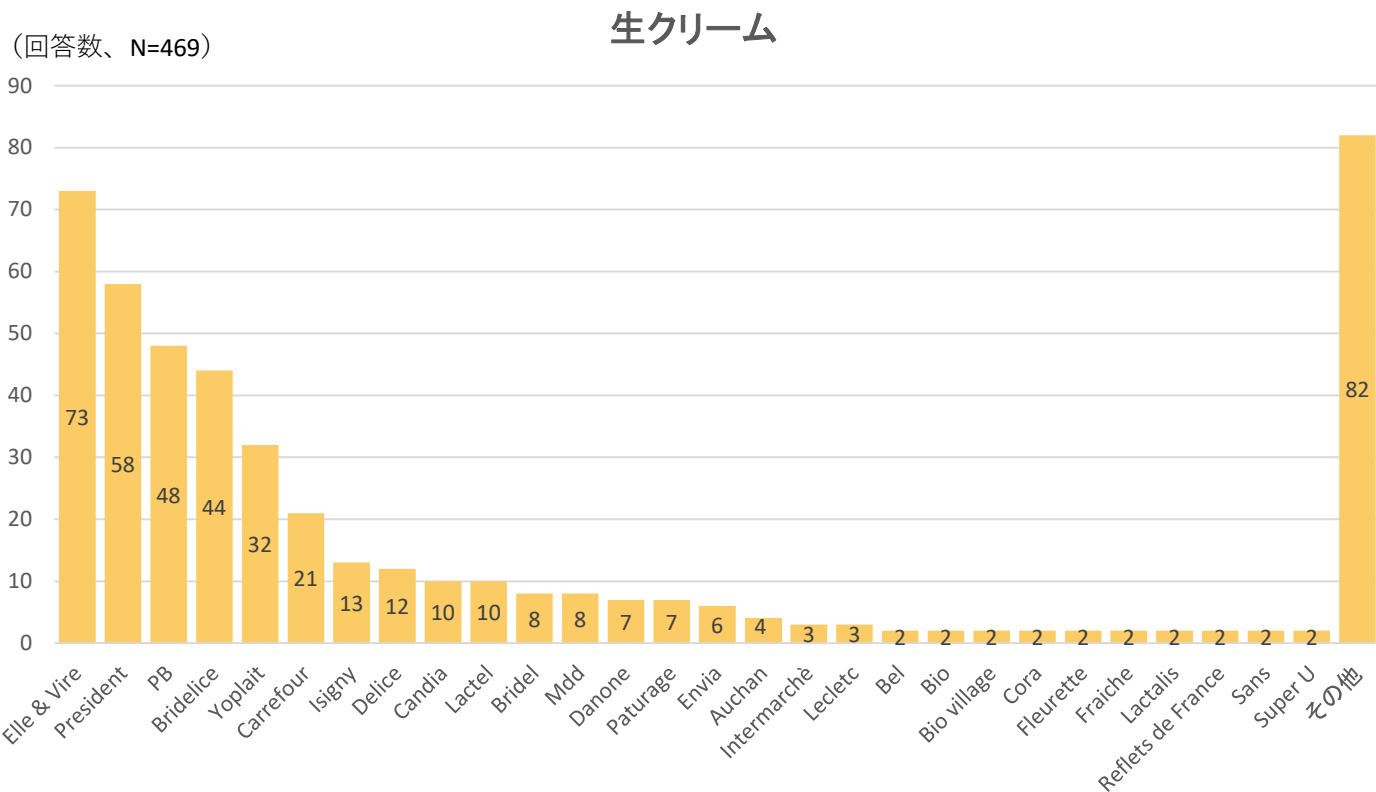
首位のDanoneの他にActivia、Danette、Gervais、Actimel、Bio、Fjordはダノン・グループのブランド、Yoplait、Yop、Perle de Lait、Panier Yoplait、YorikはYoplaitのブランドである。牛乳と同様、Carrefour、Auchan、Delisse等のプライベートブランドもみられる（PB及びMddも同様）。外資系ブランドはNestle及びSveltesseであり、いずれもNestleのブランドである。

### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー -チーズ



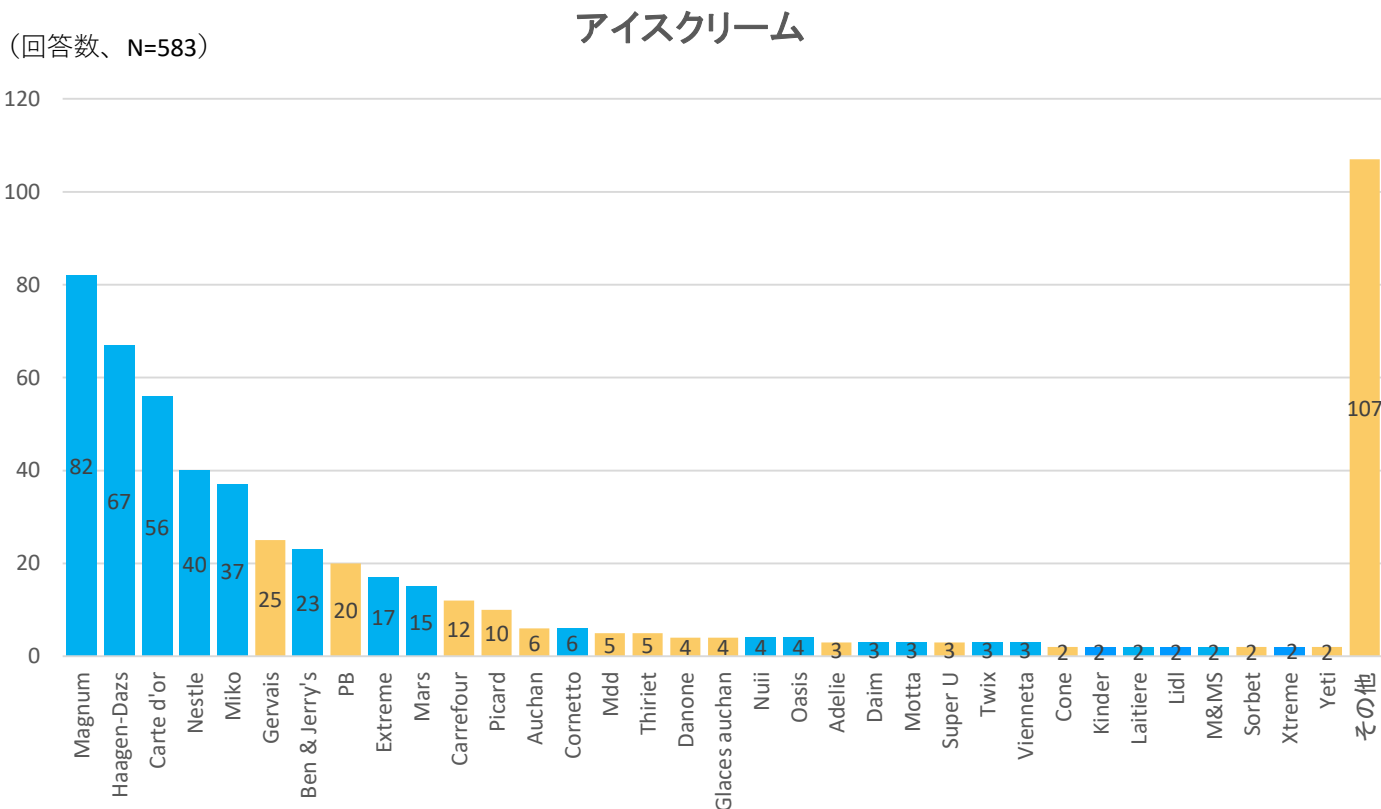
自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数627）フランスのメーカー/ブランドが多くあげられた。なお、フランス以外のチーズの2ブランド（Leerdammer及びMaasdam）はいずれもオランダのもので、チーズのタイプでもある。タイプ別では、カマンベール及びロックフォールのカビ系チーズの他に、コンテ及びエメンタール等のハードタイプのチーズが上位を占めた。シェブールチーズも人気が高い。その一方で、エメンタール及びゴータ等の輸入チーズも喫食頻度が高い。

### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー -生クリーム



自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数469）フランスのメーカー/ブランドばかりであった。首位のElle & VireはSavenciaグループのブランドである。President、Bridelice、Bridel等はラクタリス・グループのブランドである。それ以外ではCarrefour、Auchan等のプライベートブランドもみられる（PB及びMddも同様）。

### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー -アイスクリーム

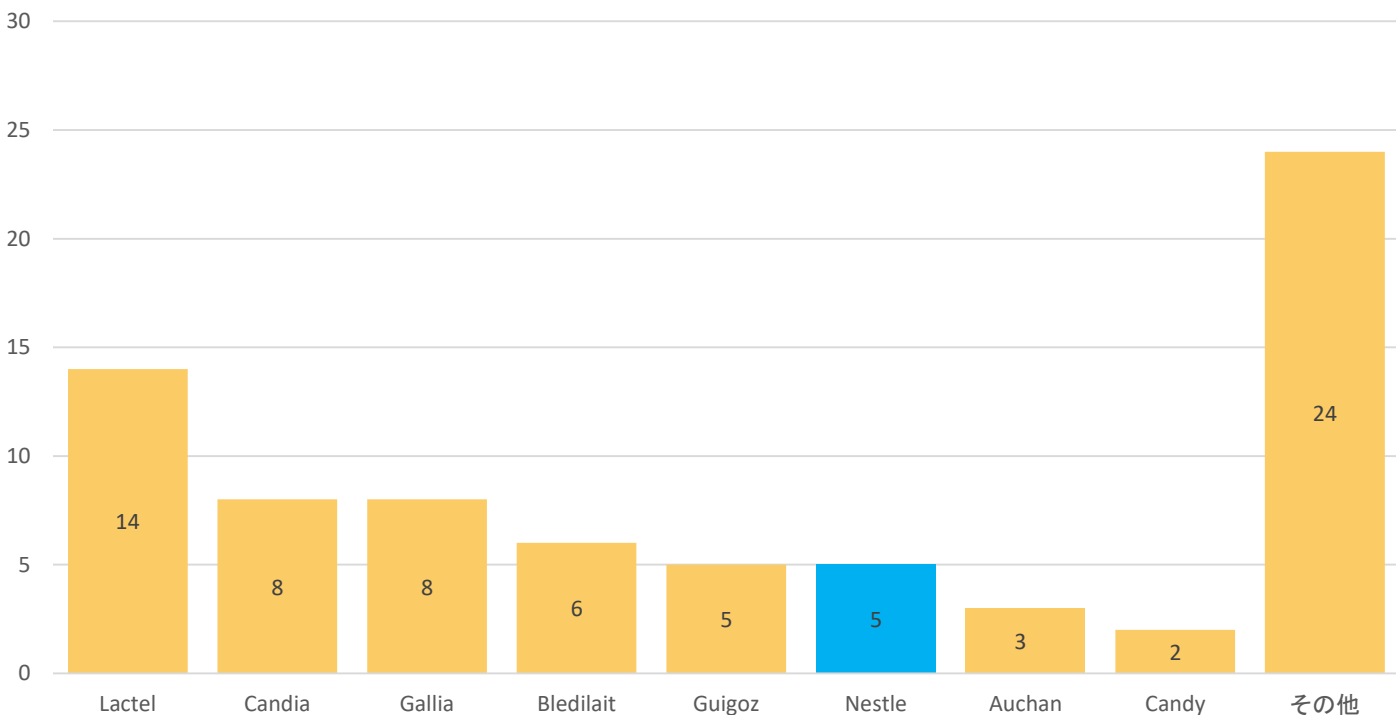


自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数583）他の乳製品と大きく違い、海外ブランドのものが多かった。イギリスやアメリカ系の大手企業のブランドが目立つ。Magnum、Carte d'or、Miko、Ben & Jerries等はユニリーバ・グループのブランドである。他方で、Haagen-Dazsは米国系のブランドであるものの、アイスクリームはフランス国内で製造している。

### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー - 育児用調製液状乳

(回答数、N=75)

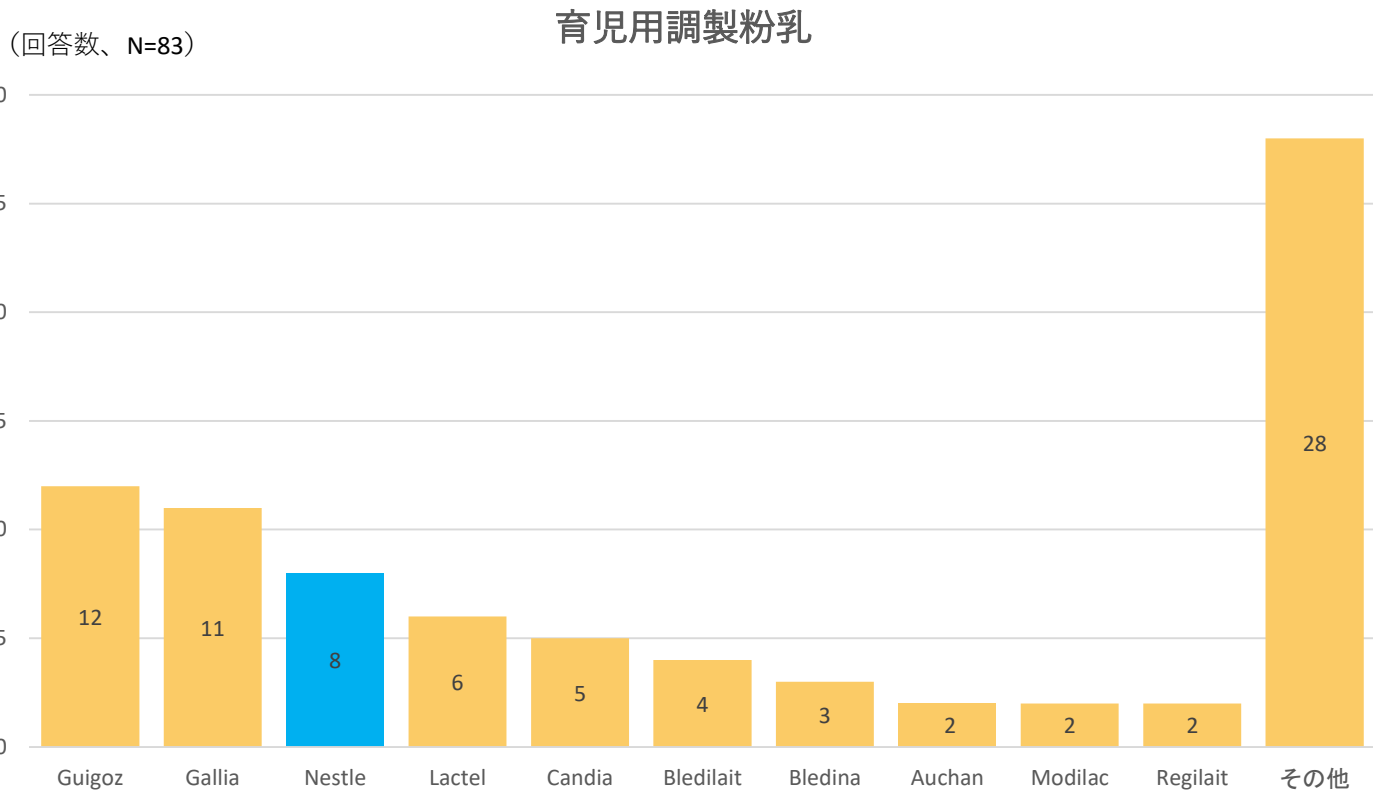
#### 育児用調製液状乳



自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数75）ブランド数は10にも満たず、またほとんどがフランスであった。

Lactelはラクタリス・グループ、CandiaはSodiaalグループ、Gallia及びBledilaitはNestle傘下の幼児用食品を製造するBledina社のブランドである。

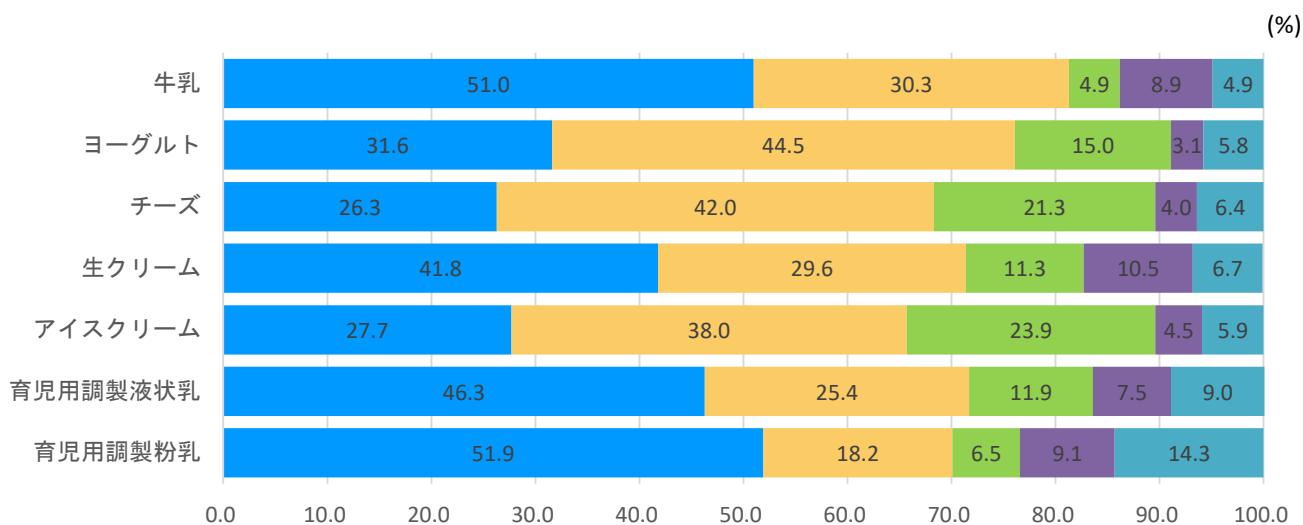
### 13. 主に喫食（飲用）している乳製品メーカー - 育児用調製粉乳



自由回答で主に喫食（飲用）しているメーカー/ブランドをあげてもらったところ（一人につき最大3つまで回答、総回答数83）育児用調製液状乳同様、ブランド数は少数であり、またほとんどがフランスであった。

上位10ブランドのうち5ブランド（Guigoz、Gallia、Nestle、Bledilait、Bledina）はNestleグループの商品である。Lactelはラクタリス・グループ、Candia及びRegilaitはSodiaalグループであり、Auchanはプライベートブランドであると思われる。

## 14. 乳製品の購入態度



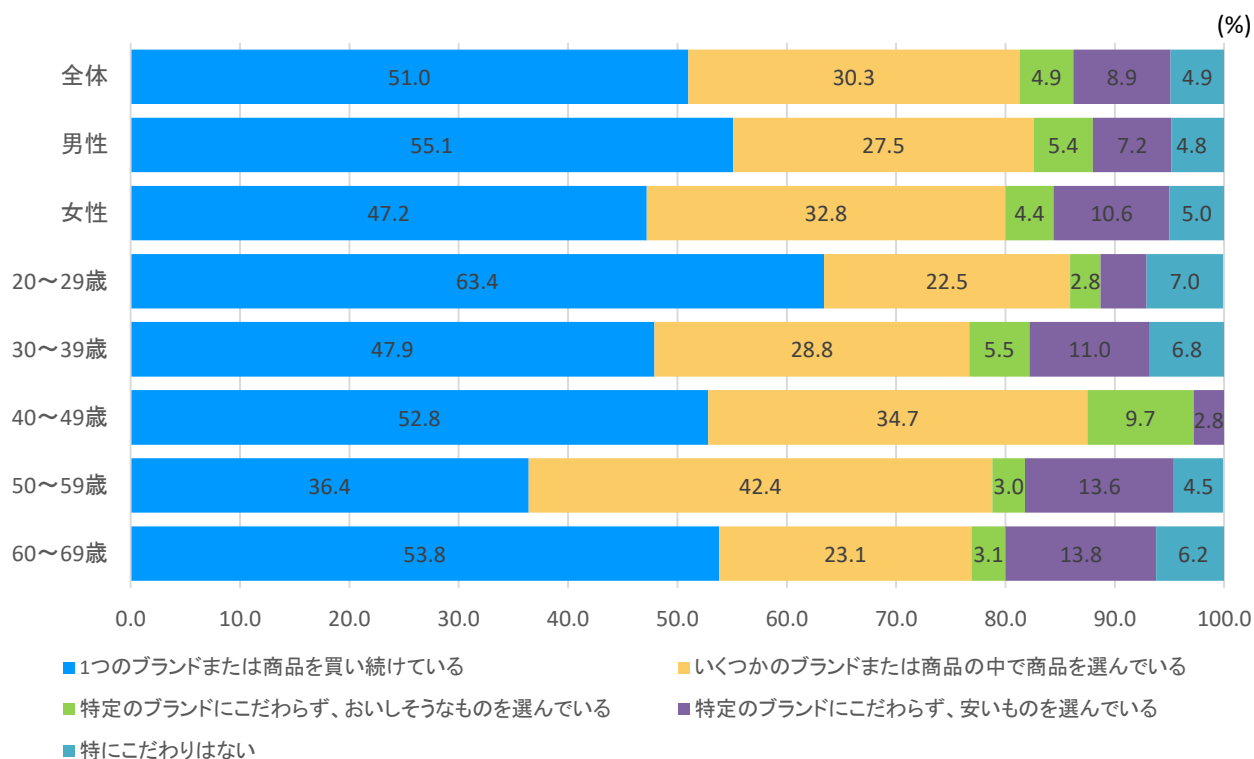
- 1つのブランドまたは商品を買っている
- いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる
- 特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる
- 特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる
- 特にこだわりはない

	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		アイスクリーム		育児用調製液状乳		育児用調製粉乳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	177	51.0	103	31.6	99	26.3	155	41.8	104	27.7	31	46.3	40	51.9
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	105	30.3	145	44.5	158	42.0	110	29.6	143	38.0	17	25.4	14	18.2
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	17	4.9	49	15.0	80	21.3	42	11.3	90	23.9	8	11.9	5	6.5
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	31	8.9	10	3.1	15	4.0	39	10.5	17	4.5	5	7.5	7	9.1
特にこだわりはない	17	4.9	19	5.8	24	6.4	25	6.7	22	5.9	6	9.0	11	14.3
全体	347	100.0	326	100.0	376	100.0	371	100.0	376	100.0	67	100.0	77	100.0

乳製品の購入態度について、1つ、あるいはいくつかのブランドを決定して購入している人がどの製品でも比較的多く、特に牛乳は、81.3%、ヨーグルトは76.1%となっている。他の製品に比べて、アイスクリームはこだわらずにいろいろ食べている人が若干多い。



## 14. 乳製品の購入態度 - 牛乳

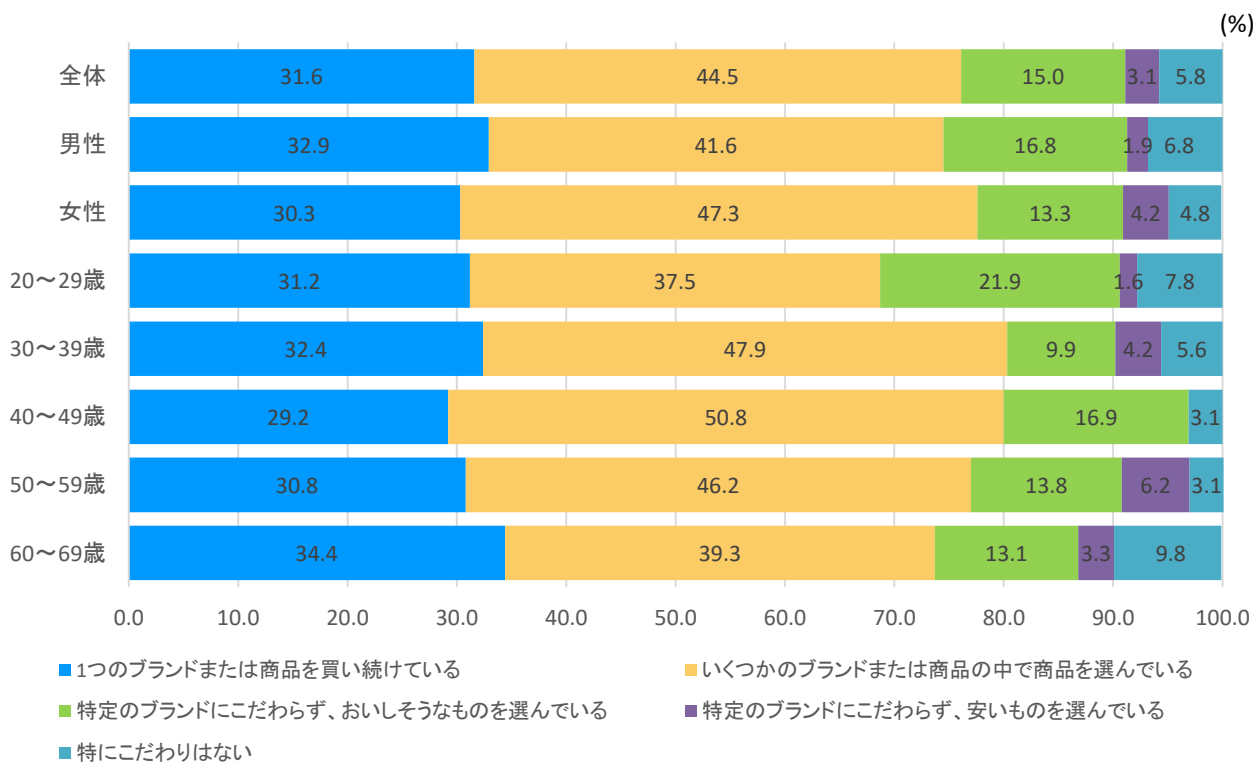


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	177	51.0	92	55.1	85	47.2	45	63.4	35	47.9	38	52.8	24	36.4	35	53.8
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	105	30.3	46	27.5	59	32.8	16	22.5	21	28.8	25	34.7	28	42.4	15	23.1
特定のブランドにこだわらず、おいしいそうなものを選んでいる	17	4.9	9	5.4	8	4.4	2	2.8	4	5.5	7	9.7	2	3.0	2	3.1
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	31	8.9	12	7.2	19	10.6	3	4.2	8	11.0	2	2.8	9	13.6	9	13.8
特にこだわりはない	17	4.9	8	4.8	9	5.0	5	7.0	5	6.8	0	0.0	3	4.5	4	6.2
全体	347	100.0	167	100.0	180	100.0	71	100.0	73	100.0	72	100.0	66	100.0	65	100.0

牛乳の購入態度については1つのブランドを買っている人が全体の51%のかなりの部分を占める。特に男性にその傾向が強く、また20代では63.4%が1つのブランドのみとなっている。いくつかのブランドに限定して購入している人を含めると全体では81.3%となったが、30代は決めていない人が多く、76.7%にとどまっている。

全体 + 10%  
全体 + 5%  
全体 - 5%  
全体 - 10%

## 14. 乳製品の購入態度 - ヨーグルト

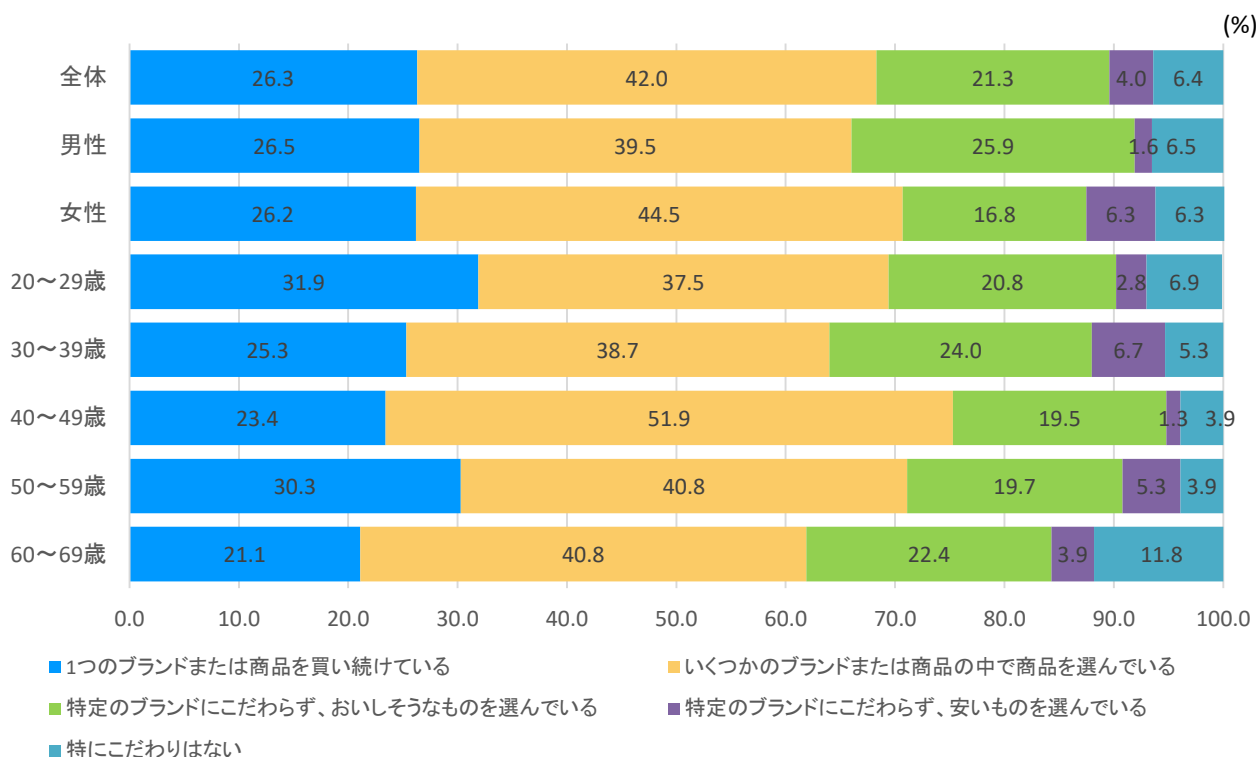


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買いつけている	103	31.6	53	32.9	50	30.3	20	31.2	23	32.4	19	29.2	20	30.8	21	34.4
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	145	44.5	67	41.6	78	47.3	24	37.5	34	47.9	33	50.8	30	46.2	24	39.3
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	49	15.0	27	16.8	22	13.3	14	21.9	7	9.9	11	16.9	9	13.8	8	13.1
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	10	3.1	3	1.9	7	4.2	1	1.6	3	4.2	0	0.0	4	6.2	2	3.3
特にこだわりはない	19	5.8	11	6.8	8	4.8	5	7.8	4	5.6	2	3.1	2	3.1	6	9.8
全体	326	100.0	161	100.0	165	100.0	64	100.0	71	100.0	65	100.0	65	100.0	61	100.0

ヨーグルトの購入態度については1つのブランドを買いつけている人が全体の31.6%と牛乳と比べるとかなり下がるが、いくつかのブランドの中から購入している人を加えると全体で75%となる。20代では特定のブランドにこだわらない人が他に比べて多いが、大部分はある程度限定した中で決めている人が多いと見られる。

全体 + 10%  
 全体 + 5%  
 全体 - 5%  
 全体 - 10%

## 14. 乳製品の購入態度 - チーズ

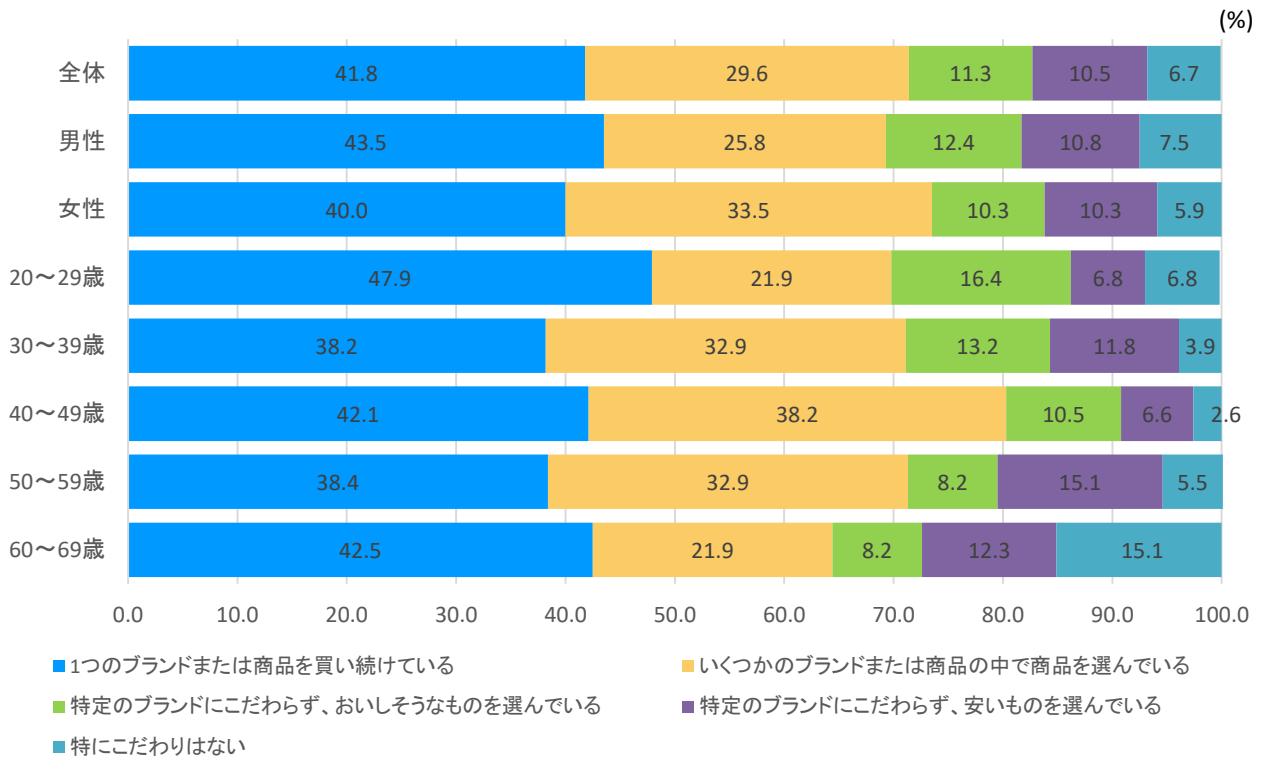


	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	99	26.3	49	26.5	50	26.2	23	31.9	19	25.3	18	23.4	23	30.3	16	21.1
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	158	42.0	73	39.5	85	44.5	27	37.5	29	38.7	40	51.9	31	40.8	31	40.8
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	80	21.3	48	25.9	32	16.8	15	20.8	18	24.0	15	19.5	15	19.7	17	22.4
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	15	4.0	3	1.6	12	6.3	2	2.8	5	6.7	1	1.3	4	5.3	3	3.9
特にこだわりはない	24	6.4	12	6.5	12	6.3	5	6.9	4	5.3	3	3.9	3	3.9	9	11.8
全体	376	100.0	185	100.0	191	100.0	72	100.0	75	100.0	77	100.0	76	100.0	76	100.0

チーズは、ヨーグルト同様1つのブランドを買っている人は比較的少ないが（全体の26.3%）いくつかのブランドの中から購入している人を加えると全体の68.3%と比較的高い。しかし、特定のブランドにこだわらない人も多い。

全体 + 10%  
全体 + 5%  
全体 - 5%  
全体 - 10%

## 14. 乳製品の購入態度 - 生クリーム

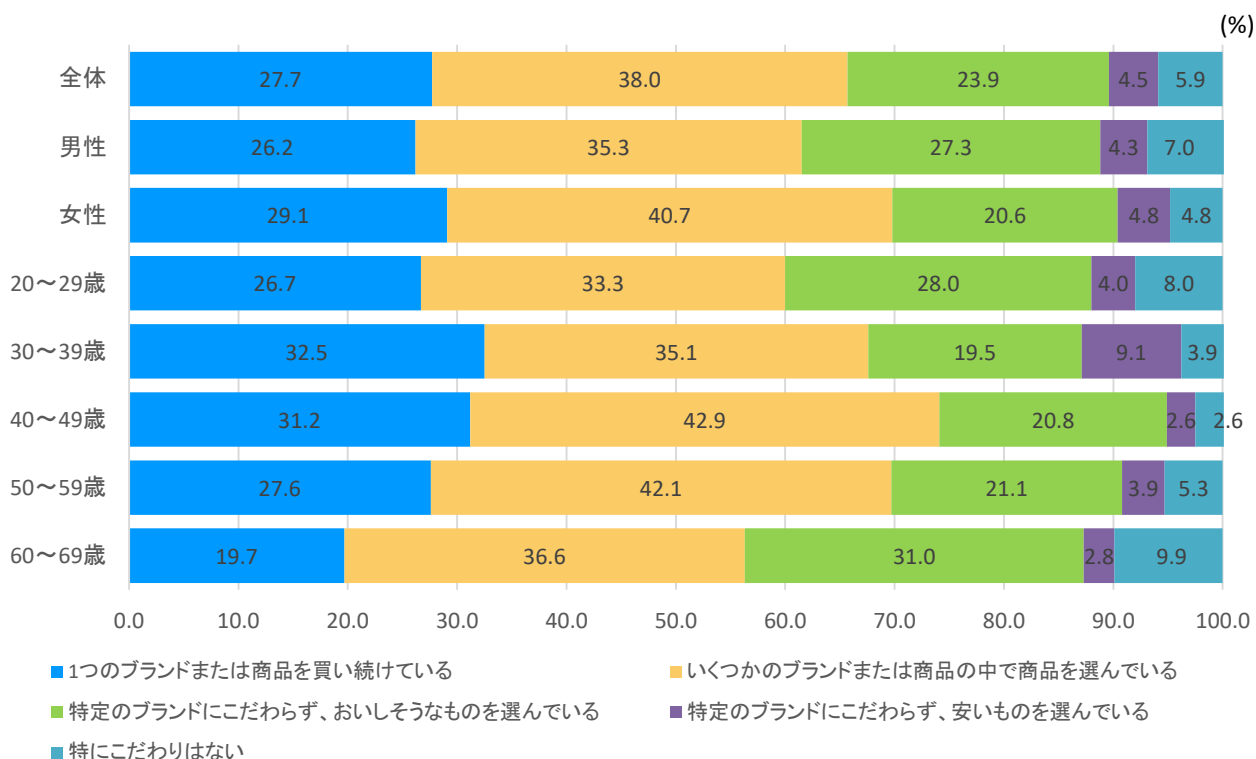


	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	155	41.8	81	43.5	74	40.0	35	47.9	29	38.2	32	42.1	28	38.4	31	42.5
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	110	29.6	48	25.8	62	33.5	16	21.9	25	32.9	29	38.2	24	32.9	16	21.9
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	42	11.3	23	12.4	19	10.3	12	16.4	10	13.2	8	10.5	6	8.2	6	8.2
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	39	10.5	20	10.8	19	10.3	5	6.8	9	11.8	5	6.6	11	15.1	9	12.3
特にこだわりはない	25	6.7	14	7.5	11	5.9	5	6.8	3	3.9	2	2.6	4	5.5	11	15.1
全体	371	100.0	186	100.0	185	100.0	73	100.0	76	100.0	76	100.0	73	100.0	73	100.0

生クリームの購入態度については、決まったブランド1つを繰り返し購入している人が比較的多く、全体の41.8%。特に20代は47.9%と多い。全体の70%前後がいくつかのブランドの中で選んでいる



## 14. 乳製品の購入態度 – アイスクリーム

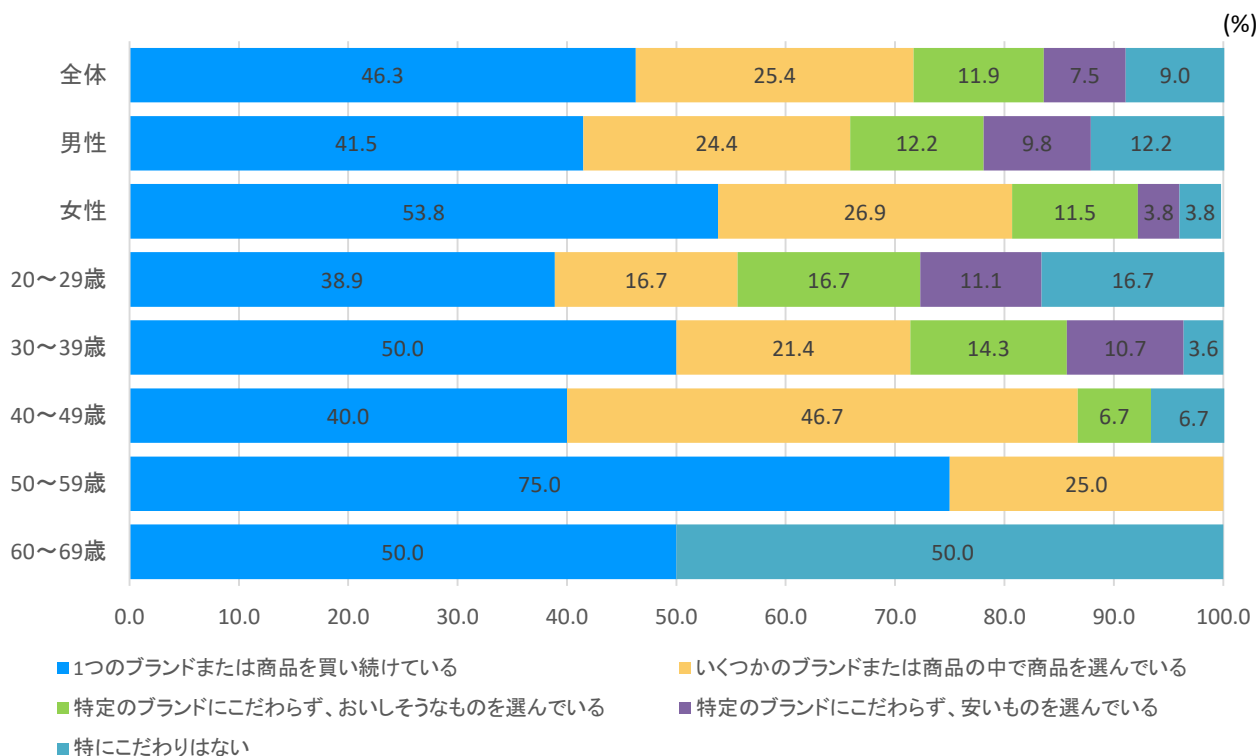


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買いつけている	104	27.7	49	26.2	55	29.1	20	26.7	25	32.5	24	31.2	21	27.6	14	19.7
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	143	38.0	66	35.3	77	40.7	25	33.3	27	35.1	33	42.9	32	42.1	26	36.6
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	90	23.9	51	27.3	39	20.6	21	28.0	15	19.5	16	20.8	16	21.1	22	31.0
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	17	4.5	8	4.3	9	4.8	3	4.0	7	9.1	2	2.6	3	3.9	2	2.8
特にこだわりはない	22	5.9	13	7.0	9	4.8	6	8.0	3	3.9	2	2.6	4	5.3	7	9.9
全体	376	100.0	187	100.0	189	100.0	75	100.0	77	100.0	77	100.0	76	100.0	71	100.0

アイスクリームの購入態度については、決まったブランド1つを繰り返し購入している人も少なからずいるが、複数、あるいは特定していない人が比較的多い。

全体 + 10%  
全体 + 5%  
全体 - 5%  
全体 - 10%

## 14. 乳製品の購入態度 – 育児用調製液状乳



	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	31	46.3	17	41.5	14	53.8	7	38.9	14	50.0	6	40.0	3	75.0	1	50.0
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	17	25.4	10	24.4	7	26.9	3	16.7	6	21.4	7	46.7	1	25.0	0	0.0
特定のブランドにこだわらず、おいしいようなものを選んでいる	8	11.9	5	12.2	3	11.5	3	16.7	4	14.3	1	6.7	0	0.0	0	0.0
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	5	7.5	4	9.8	1	3.8	2	11.1	3	10.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0
特にこだわりはない	6	9.0	5	12.2	1	3.8	3	16.7	1	3.6	1	6.7	0	0.0	1	50.0
全体	67	100.0	41	100.0	26	100.0	18	100.0	28	100.0	15	100.0	4	100.0	2	100.0

育児用調製液状乳の購入態度については、決まったブランド1つを繰り返し購入している人が全体的に多く、46.3%となっている。しかし若い人のほうがこだわりがなく自由に購入している様子も伺える。

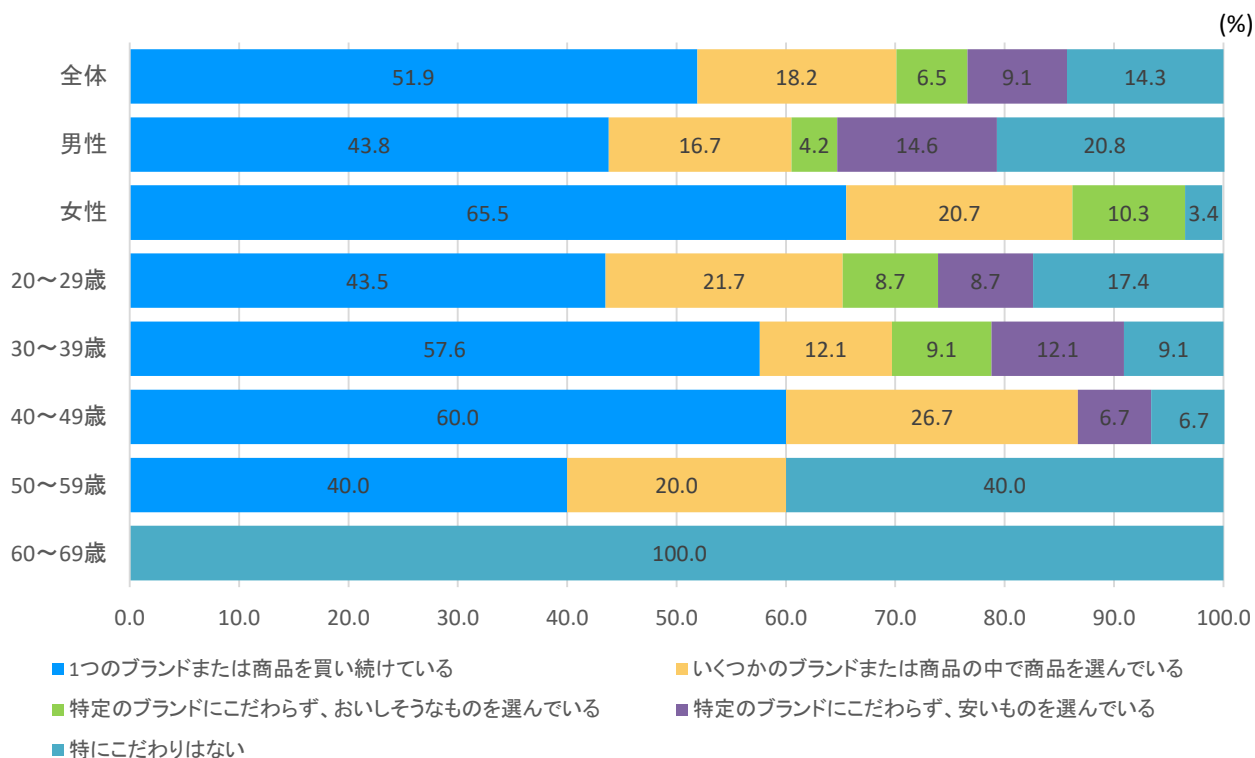
全体 +10%

全体 +5%

全体 -5%

全体 -10%

## 14. 乳製品の購入態度 – 育児用調製粉乳



	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1つのブランドまたは商品を買っている	40	51.9	21	43.8	19	65.5	10	43.5	19	57.6	9	60.0	2	40.0	0	0.0
いくつかのブランドまたは商品の中で商品を選んでいる	14	18.2	8	16.7	6	20.7	5	21.7	4	12.1	4	26.7	1	20.0	0	0.0
特定のブランドにこだわらず、おいしそうなものを選んでいる	5	6.5	2	4.2	3	10.3	2	8.7	3	9.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
特定のブランドにこだわらず、安いものを選んでいる	7	9.1	7	14.6	0	0.0	2	8.7	4	12.1	1	6.7	0	0.0	0	0.0
特にこだわりはない	11	14.3	10	20.8	1	3.4	4	17.4	3	9.1	1	6.7	2	40.0	1	100.0
全体	77	100.0	48	100.0	29	100.0	23	100.0	33	100.0	15	100.0	5	100.0	1	100.0

育児用調製粉乳の購入態度については、決まったブランド1つを繰り返し購入している人が全体的に多く、51.9%となっている。



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ

(複数回答可)

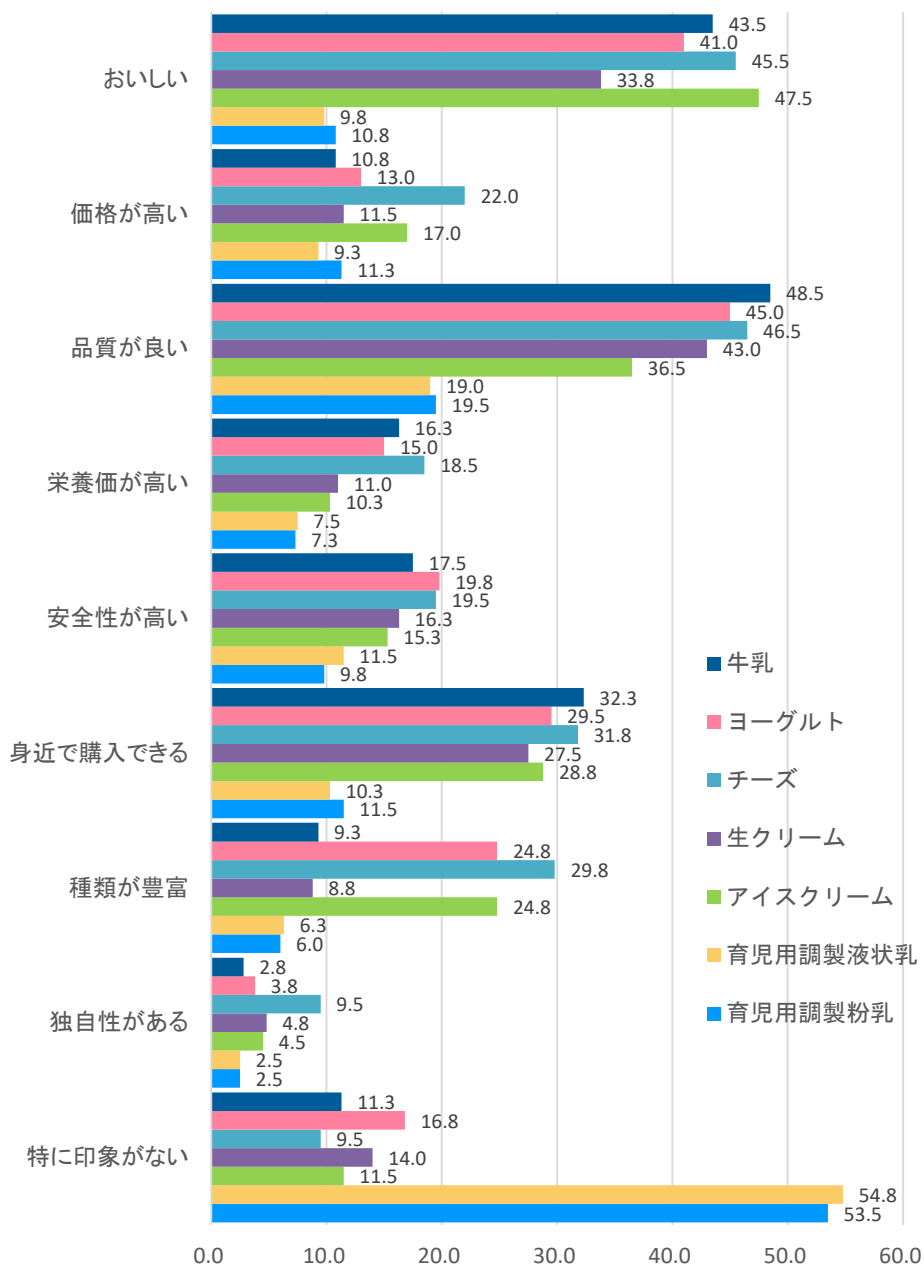
		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
おいしい	回答者数	174	164	182	135	190	39	43
	%	43.5	41.0	45.5	33.8	47.5	9.8	10.8
価格が高い	回答者数	43	52	88	46	68	37	45
	%	10.8	13.0	22.0	11.5	17.0	9.3	11.3
品質が良い	回答者数	194	180	186	172	146	76	78
	%	48.5	45.0	46.5	43.0	36.5	19.0	19.5
栄養価が高い	回答者数	65	60	74	44	41	30	29
	%	16.3	15.0	18.5	11.0	10.3	7.5	7.3
安全性が高い	回答者数	70	79	78	65	61	46	39
	%	17.5	19.8	19.5	16.3	15.3	11.5	9.8
身近で購入できる	回答者数	129	118	127	110	115	41	46
	%	32.3	29.5	31.8	27.5	28.8	10.3	11.5
種類が豊富	回答者数	37	99	119	35	99	25	24
	%	9.3	24.8	29.8	8.8	24.8	6.3	6.0
独自性がある	回答者数	11	15	38	19	18	10	10
	%	2.8	3.8	9.5	4.8	4.5	2.5	2.5
特に印象がない	回答者数	45	67	38	56	46	219	214
	%	11.3	16.8	9.5	14.0	11.5	54.8	53.5
全体	回答者数	400	400	400	400	400	400	400
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

フランスの乳製品について、全体的に多くの方が「おいしく」「品質がよい」と考えているようで、どちらもほとんどのスコアが40%以上となっている。また、「身近で購入できる」と答えた人もほとんどの製品で30%前後となっている。ヨーグルト、チーズ、アイスクリームについては種類が豊富であるという回答が多かった。一方、育児用調製乳については50%以上の方が「特に印象がない」と答えている。フランスで市販されている主要な育児用調製乳はフランスのものではない可能性が考えられる。



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ

(複数回答可) (%)



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ — 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	174	92	82	39	37	41	32	25
	%	43.5	46.0	41.0	48.8	46.2	51.2	40.0	31.2
価格が高い	回答者数	43	20	23	10	8	12	6	7
	%	10.8	10.0	11.5	12.5	10.0	15.0	7.5	8.8
品質が良い	回答者数	194	101	93	34	33	38	43	46
	%	48.5	50.5	46.5	42.5	41.2	47.5	53.8	57.5
栄養価が高い	回答者数	65	39	26	24	13	13	9	6
	%	16.2	19.5	13.0	30.0	16.2	16.2	11.2	7.5
安全性が高い	回答者数	70	43	27	11	14	11	20	14
	%	17.5	21.5	13.5	13.8	17.5	13.8	25.0	17.5
身近で購入できる	回答者数	129	65	64	30	19	26	24	30
	%	32.2	32.5	32.0	37.5	23.8	32.5	30.0	37.5
種類が豊富	回答者数	37	16	21	7	9	8	12	1
	%	9.2	8.0	10.5	8.8	11.2	10.0	15.0	1.2
独自性がある	回答者数	11	7	4	4	3	1	1	2
	%	2.8	3.5	2.0	5.0	3.8	1.2	1.2	2.5
特に印象がない	回答者数	45	25	20	7	7	8	11	12
	%	11.2	12.5	10.0	8.8	8.8	10.0	13.8	15.0

フランスの牛乳に対するイメージとして、一番にあがってくるのは「品質がよい」で、全体の48.5%となった。年代が高くなるに従ってその傾向は強い。次に高いのは「おいしい」で、全体の43.5%となっている。「身近で購入できる」と答えた人も32.2%にのぼった。

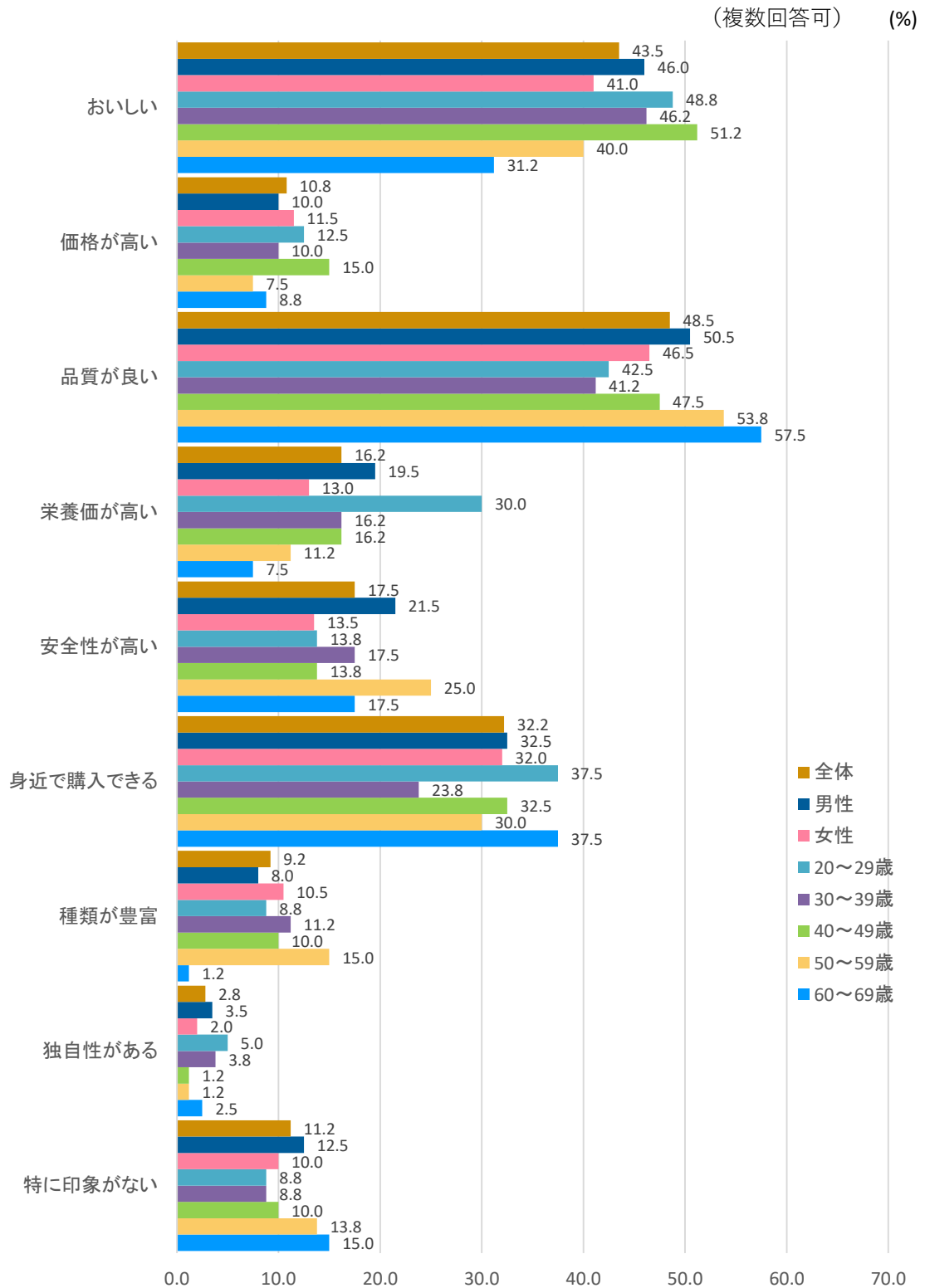
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ — 牛乳



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ – ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	164	84	80	30	29	34	38	33
	%	41.0	42.0	40.0	37.5	36.2	42.5	47.5	41.2
価格が高い	回答者数	52	25	27	12	13	9	9	9
	%	13.0	12.5	13.5	15.0	16.2	11.2	11.2	11.2
品質が良い	回答者数	180	91	89	28	35	36	44	37
	%	45.0	45.5	44.5	35.0	43.8	45.0	55.0	46.2
栄養価が高い	回答者数	60	33	27	16	8	13	13	10
	%	15.0	16.5	13.5	20.0	10.0	16.2	16.2	12.5
安全性が高い	回答者数	79	47	32	11	17	14	18	19
	%	19.8	23.5	16.0	13.8	21.2	17.5	22.5	23.8
身近で購入できる	回答者数	118	58	60	29	18	24	20	27
	%	29.5	29.0	30.0	36.2	22.5	30.0	25.0	33.8
種類が豊富	回答者数	99	42	57	16	14	19	29	21
	%	24.8	21.0	28.5	20.0	17.5	23.8	36.2	26.2
独自性がある	回答者数	15	9	6	4	4	3	2	2
	%	3.8	4.5	3.0	5.0	5.0	3.8	2.5	2.5
特に印象がない	回答者数	67	32	35	12	9	14	15	17
	%	16.8	16.0	17.5	15.0	11.2	17.5	18.8	21.2

フランスのヨーグルトに対するイメージとして、一番にあがってくるのは「品質がよい」で、全体の45%となった。特に50代の方は55%が「品質がよい」と答えている。次に高いのは「おいしい」で、全体の41%となっている。「身近で購入できる」と答えた人も全体の29.5%にのぼった他、「種類が豊富」「安全性が高い」など多岐にわたっている。

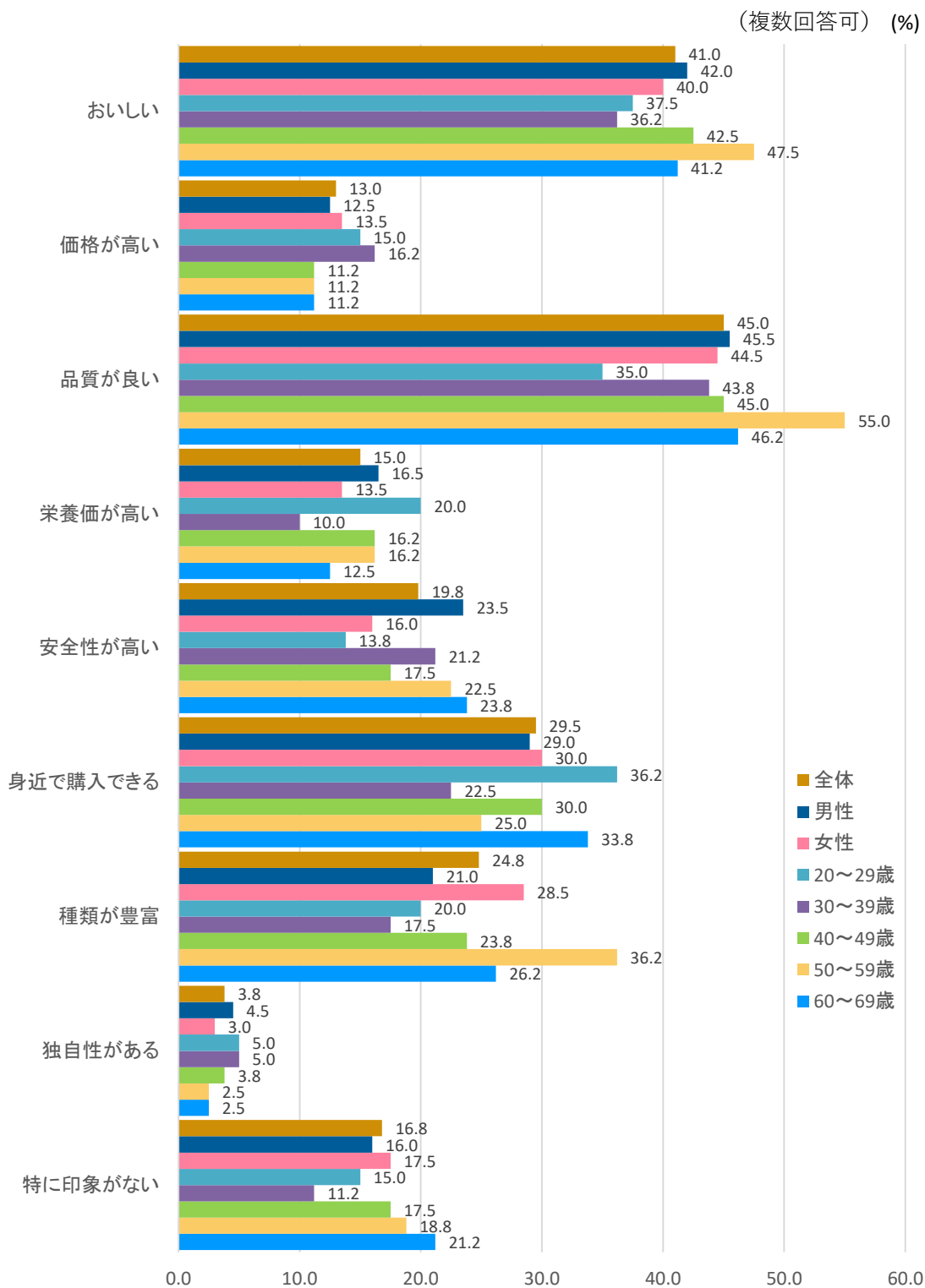
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ – ヨーグルト



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ – チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	182	90	92	34	29	36	43	40
	%	45.5	45.0	46.0	42.5	36.2	45.0	53.8	50.0
価格が高い	回答者数	88	35	53	20	16	17	18	17
	%	22.0	17.5	26.5	25.0	20.0	21.2	22.5	21.2
品質が良い	回答者数	186	97	89	29	28	37	48	44
	%	46.5	48.5	44.5	36.2	35.0	46.2	60.0	55.0
栄養価が高い	回答者数	74	42	32	20	12	12	15	15
	%	18.5	21.0	16.0	25.0	15.0	15.0	18.8	18.8
安全性が高い	回答者数	78	42	36	14	17	12	21	14
	%	19.5	21.0	18.0	17.5	21.2	15.0	26.2	17.5
身近で購入できる	回答者数	127	61	66	26	17	27	28	29
	%	31.8	30.5	33.0	32.5	21.2	33.8	35.0	36.2
種類が豊富	回答者数	119	53	66	18	21	29	26	25
	%	29.8	26.5	33.0	22.5	26.2	36.2	32.5	31.2
独自性がある	回答者数	38	22	16	9	6	9	8	6
	%	9.5	11.0	8.0	11.2	7.5	11.2	10.0	7.5
特に印象がない	回答者数	38	23	15	10	7	6	7	8
	%	9.5	11.5	7.5	12.5	8.8	7.5	8.8	10.0

フランスのチーズに対するイメージとして、一番にあがってくるのは「品質がよい」で、全体の46.5%となった。特に50代の方は60%が「品質がよい」と答えている。次に高いのは「おいしい」で、全体の45.5%となっている。こちらも50代が53.8%と一番高い。「身近で購入できる」と答えた人も全体の31.8%にのぼった他、「種類が豊富」も29.8%と多くの人がイメージしているようである。

全体 + 10%

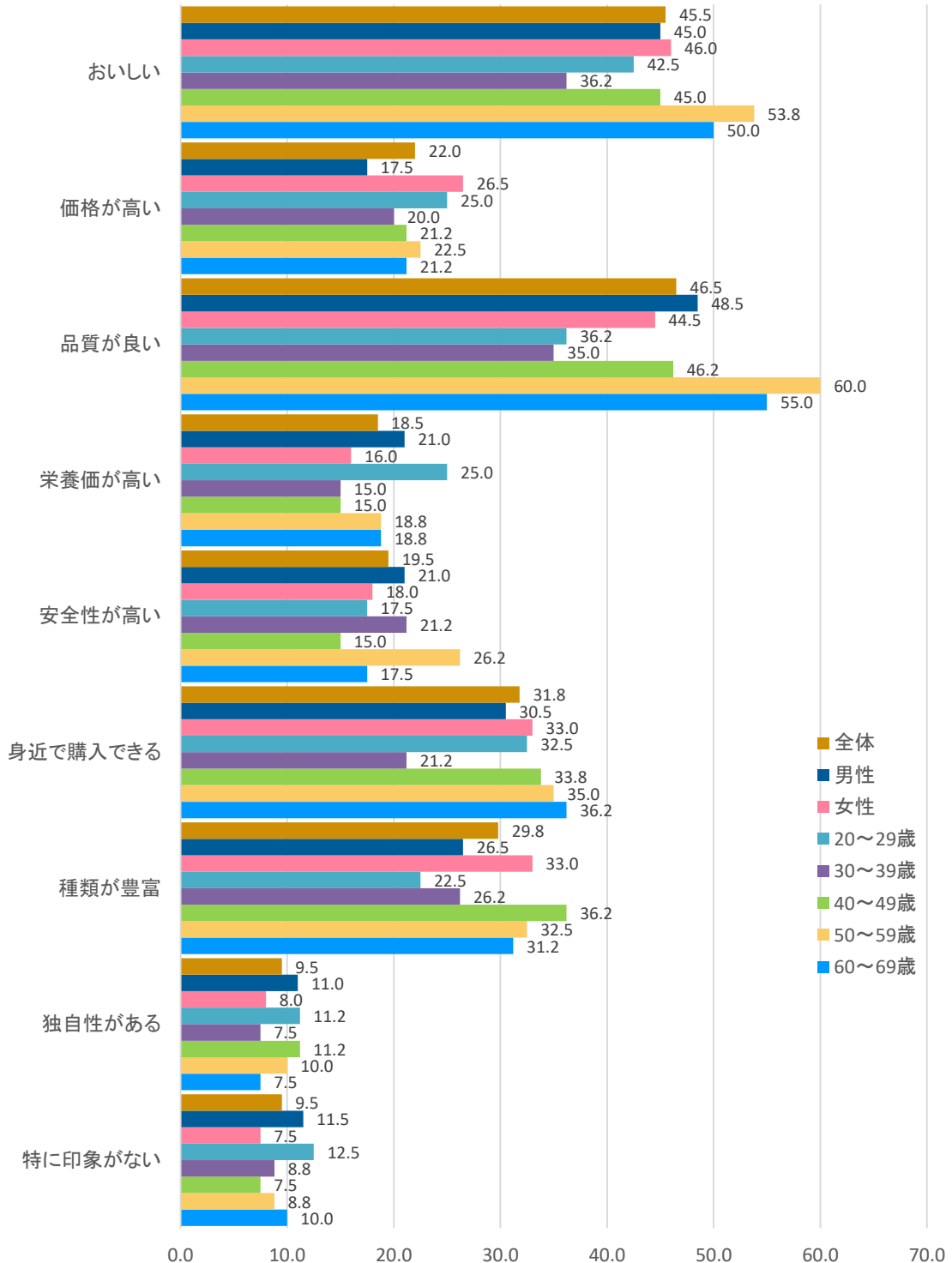
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ - チーズ

(複数回答可) (%)



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ – 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	135	62	73	31	22	35	26	21
	%	33.8	31.0	36.5	38.8	27.5	43.8	32.5	26.2
価格が高い	回答者数	46	22	24	10	12	11	5	8
	%	11.5	11.0	12.0	12.5	15.0	13.8	6.2	10.0
品質が良い	回答者数	172	82	90	27	27	33	42	43
	%	43.0	41.0	45.0	33.8	33.8	41.2	52.5	53.8
栄養価が高い	回答者数	44	25	19	14	12	9	5	4
	%	11.0	12.5	9.5	17.5	15.0	11.2	6.2	5.0
安全性が高い	回答者数	65	39	26	13	16	10	16	10
	%	16.2	19.5	13.0	16.2	20.0	12.5	20.0	12.5
身近で購入できる	回答者数	110	58	52	29	16	23	16	26
	%	27.5	29.0	26.0	36.2	20.0	28.7	20.0	32.5
種類が豊富	回答者数	35	17	18	6	8	5	9	7
	%	8.8	8.5	9.0	7.5	10.0	6.2	11.2	8.8
独自性がある	回答者数	19	12	7	5	5	4	2	3
	%	4.8	6.0	3.5	6.2	6.2	5.0	2.5	3.8
特に印象がない	回答者数	56	33	23	11	10	10	14	11
	%	14.0	16.5	11.5	13.8	12.5	12.5	17.5	13.8

フランスの生クリームに対するイメージも、一番にあがってくるのは「品質がよい」で、全体の43%となった。特に50代及び60代のイメージは特に強いようだ。次に高いのは「おいしい」で、全体の33.8%となっている。こちらは40代が43.8%と一番高い。「身近で購入できる」と答えた人も全体の27.5%にのぼった他、「安全性が高い」も16.2%と多くの人イメージしているようである。

全体 + 10%

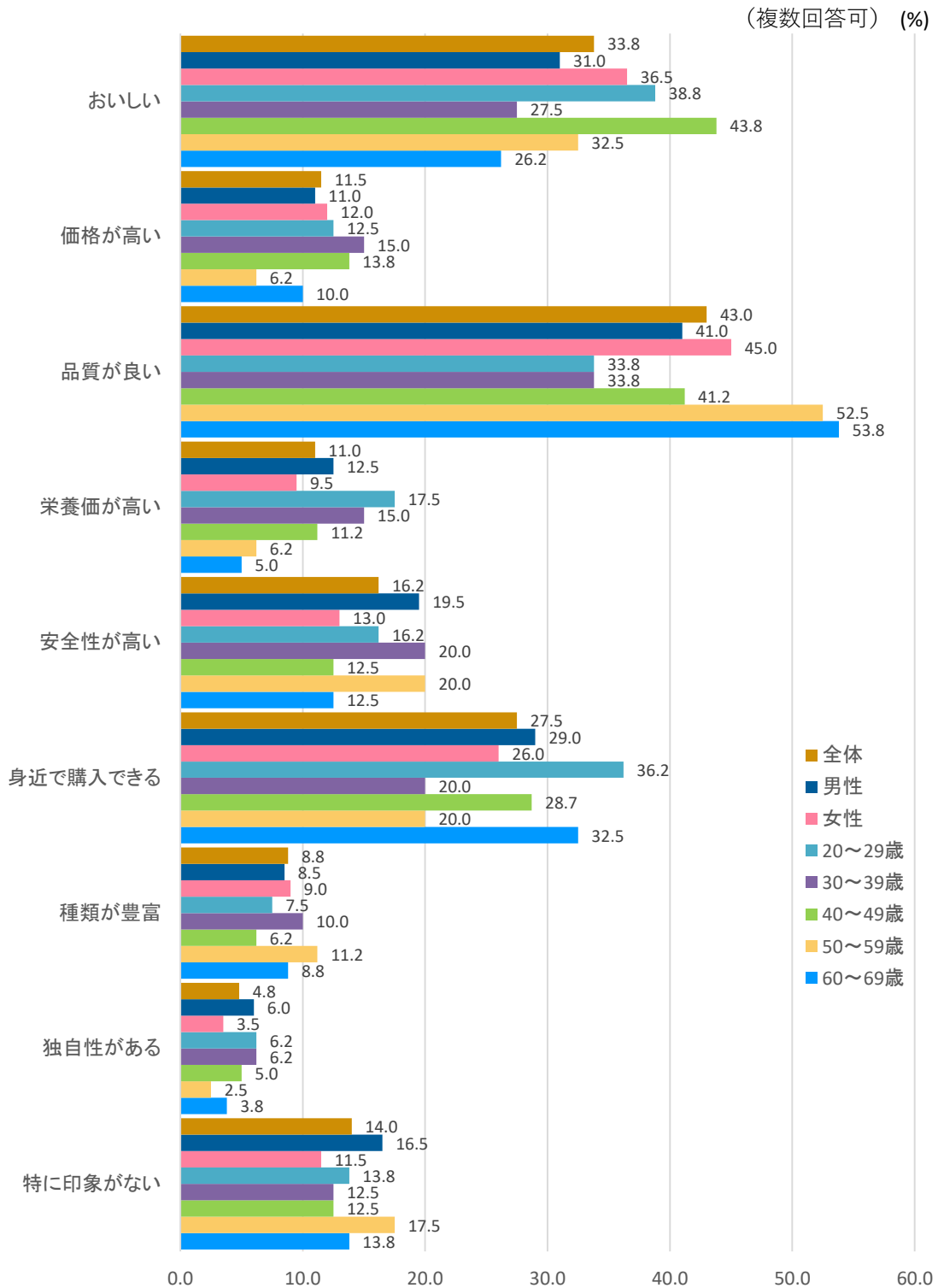
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%



# 15. フランスの乳製品に対するイメージ - 生クリーム



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ ーアイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	190	90	100	40	32	44	38	36
	%	47.5	45.0	50.0	50.0	40.0	55.0	47.5	45.0
価格が高い	回答者数	68	31	37	17	14	16	13	8
	%	17.0	15.5	18.5	21.2	17.5	20.0	16.2	10.0
品質が良い	回答者数	146	72	74	19	19	28	38	42
	%	36.5	36.0	37.0	23.8	23.8	35.0	47.5	52.5
栄養価が高い	回答者数	41	23	18	11	11	9	4	6
	%	10.2	11.5	9.0	13.8	13.8	11.2	5.0	7.5
安全性が高い	回答者数	61	38	23	12	11	10	16	12
	%	15.2	19.0	11.5	15.0	13.8	12.5	20.0	15.0
身近で購入できる	回答者数	115	59	56	27	13	23	20	32
	%	28.7	29.5	28.0	33.8	16.2	28.7	25.0	40.0
種類が豊富	回答者数	99	45	54	16	20	19	20	24
	%	24.8	22.5	27.0	20.0	25.0	23.8	25.0	30.0
独自性がある	回答者数	18	11	7	7	4	1	4	2
	%	4.5	5.5	3.5	8.8	5.0	1.2	5.0	2.5
特に印象がない	回答者数	46	27	19	7	7	9	13	10
	%	11.5	13.5	9.5	8.8	8.8	11.2	16.2	12.5

フランスのアイスクリームに対するイメージは「おいしい」が一番にあがり、全体の47.5%。「品質が良い」がそれに次いで36.5%となった。また「種類が豊富」及び「身近で購入できる」なども高いポイントを得ている。

全体 + 10%

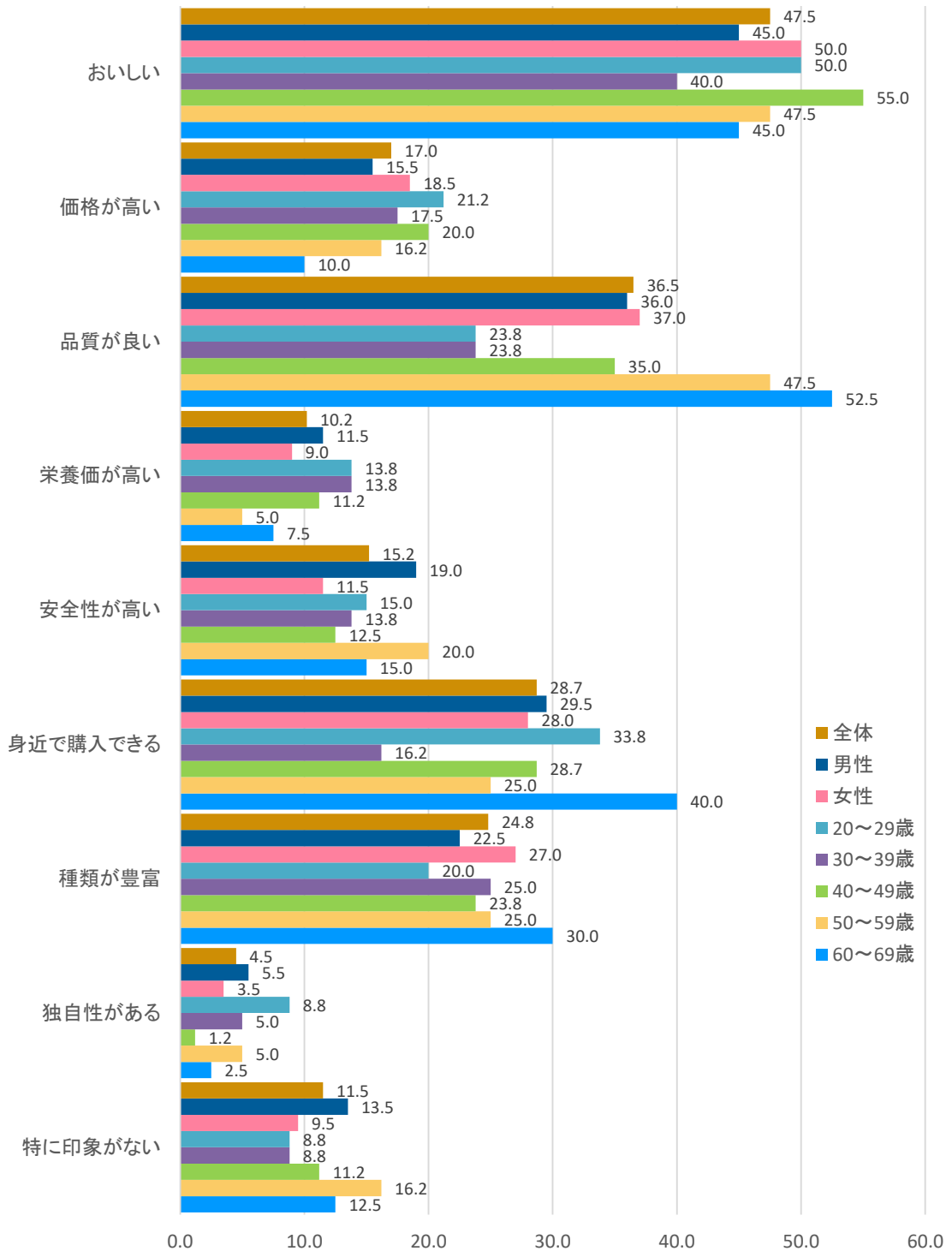
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ － 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	39	20	19	13	7	9	5	5
	%	9.8	10.0	9.5	16.2	8.8	11.2	6.2	6.2
価格が高い	回答者数	37	16	21	10	16	4	5	2
	%	9.2	8.0	10.5	12.5	20.0	5.0	6.2	2.5
品質が良い	回答者数	76	39	37	16	19	19	12	10
	%	19.0	19.5	18.5	20.0	23.8	23.8	15.0	12.5
栄養価が高い	回答者数	30	18	12	12	9	6	3	0
	%	7.5	9.0	6.0	15.0	11.2	7.5	3.8	0.0
安全性が高い	回答者数	46	18	28	11	13	8	9	5
	%	11.5	9.0	14.0	13.8	16.2	10.0	11.2	6.2
身近で購入できる	回答者数	41	26	15	17	11	6	4	3
	%	10.2	13.0	7.5	21.2	13.8	7.5	5.0	3.8
種類が豊富	回答者数	25	15	10	7	10	4	4	0
	%	6.2	7.5	5.0	8.8	12.5	5.0	5.0	0.0
独自性がある	回答者数	10	6	4	3	5	1	0	1
	%	2.5	3.0	2.0	3.8	6.2	1.2	0.0	1.2
特に印象がない	回答者数	219	107	112	35	22	43	56	63
	%	54.8	53.5	56.0	43.8	27.5	53.8	70.0	78.8

フランスの育児用調製液状乳については、半数以上である54.8%が「特に印象がない」とあげている。使用割合の低い50代及び60代ではその傾向が特に顕著である。

全体 + 10%

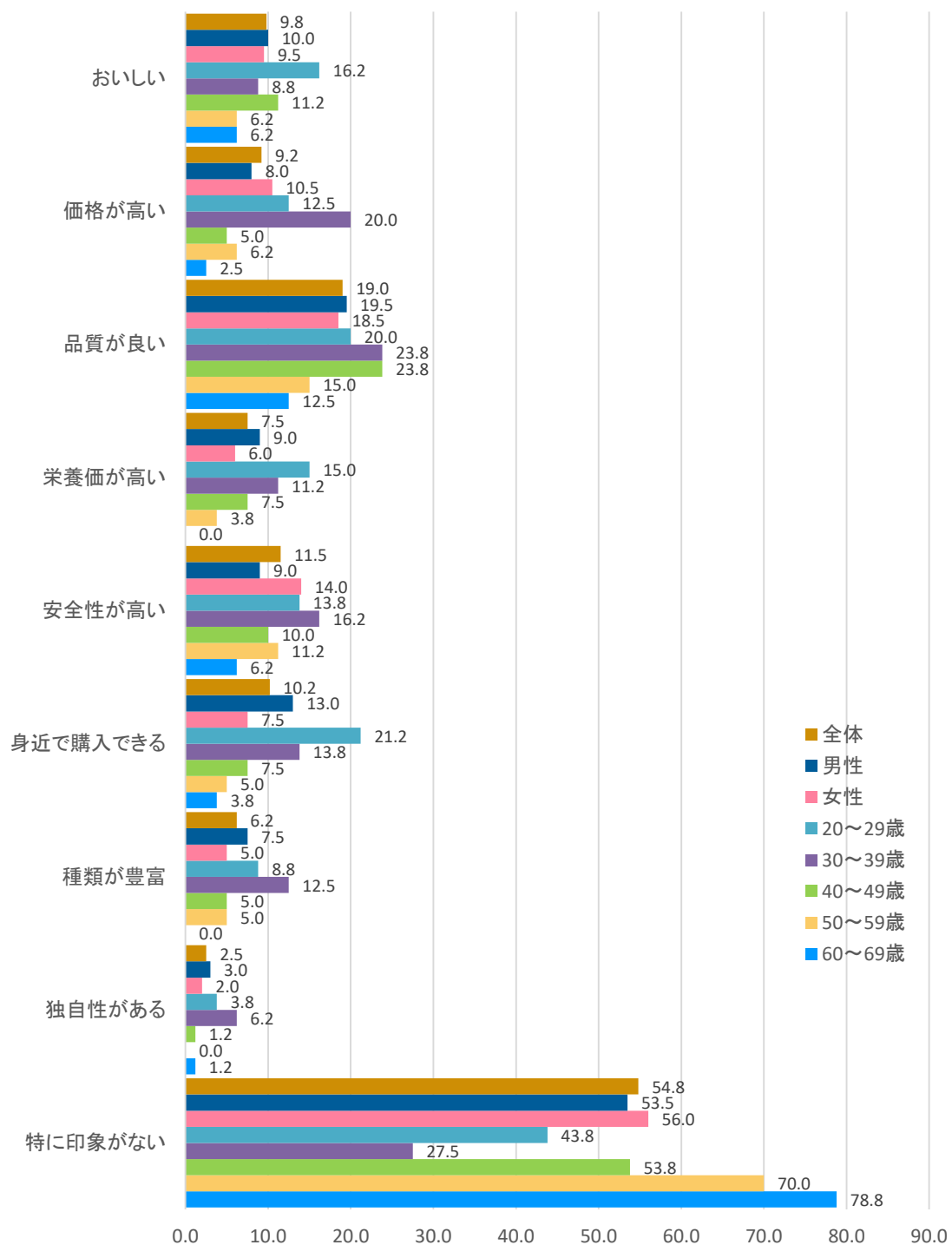
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ ー育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 15. フランスの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	43	21	22	13	10	9	6	5
	%	10.8	10.5	11.0	16.2	12.5	11.2	7.5	6.2
価格が高い	回答者数	45	18	27	15	15	7	5	3
	%	11.2	9.0	13.5	18.8	18.8	8.8	6.2	3.8
品質が良い	回答者数	78	38	40	18	20	15	15	10
	%	19.5	19.0	20.0	22.5	25.0	18.8	18.8	12.5
栄養価が高い	回答者数	29	15	14	11	7	7	3	1
	%	7.2	7.5	7.0	13.8	8.8	8.8	3.8	1.2
安全性が高い	回答者数	39	16	23	6	11	9	9	4
	%	9.8	8.0	11.5	7.5	13.8	11.2	11.2	5.0
身近で購入できる	回答者数	46	27	19	21	10	7	4	4
	%	11.5	13.5	9.5	26.2	12.5	8.8	5.0	5.0
種類が豊富	回答者数	24	13	11	6	8	5	5	0
	%	6.0	6.5	5.5	7.5	10.0	6.2	6.2	0.0
独自性がある	回答者数	10	7	3	2	6	0	0	2
	%	2.5	3.5	1.5	2.5	7.5	0.0	0.0	2.5
特に印象がない	回答者数	214	108	106	33	23	43	55	60
	%	53.5	54.0	53.0	41.2	28.7	53.8	68.8	75.0

フランスの育児用調製粉乳については、半数以上である53.5%が「印象がない」とあげている。使用割合の低い50代及び60代ではその傾向が特に顕著である。

全体 + 10%

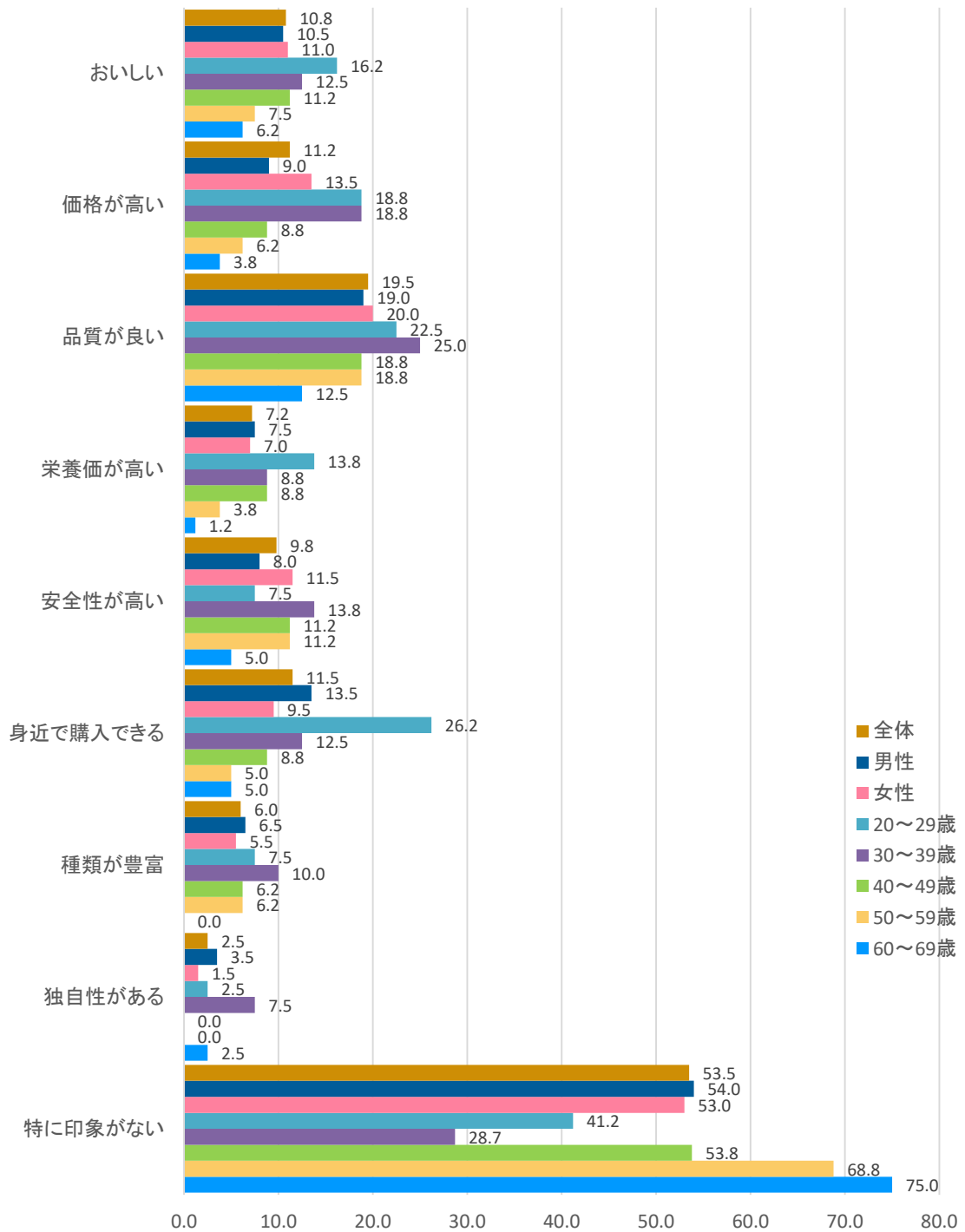
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 15. フランスの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ

(複数回答可)

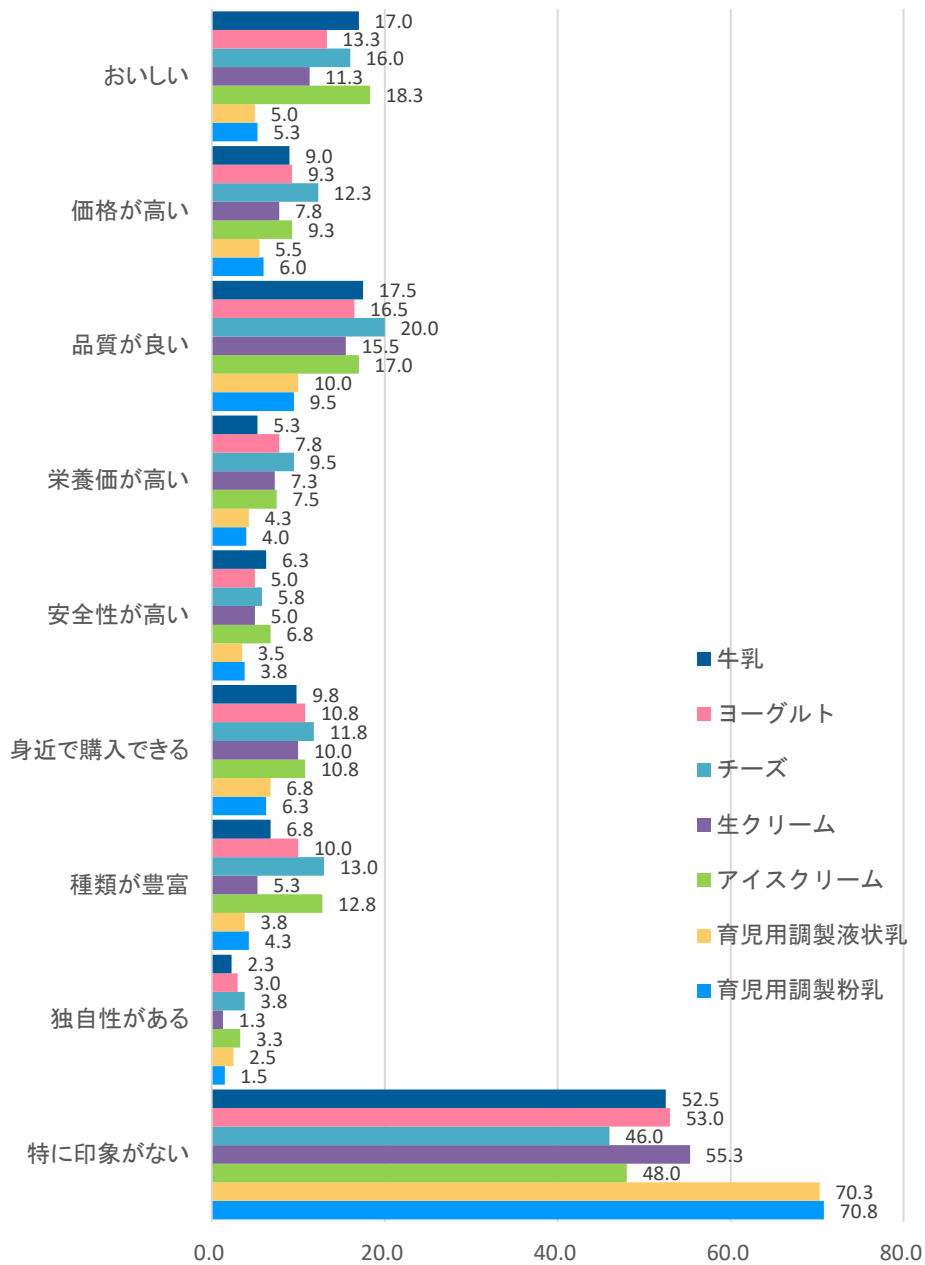
		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
おいしい	回答者数	68	53	64	45	73	20	21
	%	17.0	13.3	16.0	11.3	18.3	5.0	5.3
価格が高い	回答者数	36	37	49	31	37	22	24
	%	9.0	9.3	12.3	7.8	9.3	5.5	6.0
品質が良い	回答者数	70	66	80	62	68	40	38
	%	17.5	16.5	20.0	15.5	17.0	10.0	9.5
栄養価が高い	回答者数	21	31	38	29	30	17	16
	%	5.3	7.8	9.5	7.3	7.5	4.3	4.0
安全性が高い	回答者数	25	20	23	20	27	14	15
	%	6.3	5.0	5.8	5.0	6.8	3.5	3.8
身近で購入できる	回答者数	39	43	47	40	43	27	25
	%	9.8	10.8	11.8	10.0	10.8	6.8	6.3
種類が豊富	回答者数	27	40	52	21	51	15	17
	%	6.8	10.0	13.0	5.3	12.8	3.8	4.3
独自性がある	回答者数	9	12	15	5	13	10	6
	%	2.3	3.0	3.8	1.3	3.3	2.5	1.5
特に印象がない	回答者数	210	212	184	221	192	281	283
	%	52.5	53.0	46.0	55.3	48.0	70.3	70.8
全体	回答者数	400	400	400	400	400	400	400
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

フランス以外のEUの乳製品については、すべての乳製品についてかなり多くの人が「特に印象がない」とあげている。特に育児用調製乳については70%を超える人がそのように答えている。一方で、一部の人が「品質がよい」「おいしい」などとあげており、多くの人はフランス産を買っていても、一部にはEU産乳製品に対する強い人気があることが伺える。



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ

(複数回答可) (%)



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	68	43	25	13	21	16	15	3
	%	17.0	21.5	12.5	16.2	26.2	20.0	18.8	3.8
価格が高い	回答者数	36	22	14	11	9	7	5	4
	%	9.0	11.0	7.0	13.8	11.2	8.8	6.2	5.0
品質が良い	回答者数	70	38	32	19	17	11	14	9
	%	17.5	19.0	16.0	23.8	21.2	13.8	17.5	11.2
栄養価が高い	回答者数	21	15	6	3	5	5	6	2
	%	5.2	7.5	3.0	3.8	6.2	6.2	7.5	2.5
安全性が高い	回答者数	25	17	8	4	9	4	8	0
	%	6.2	8.5	4.0	5.0	11.2	5.0	10.0	0.0
身近で購入できる	回答者数	39	23	16	7	9	13	6	4
	%	9.8	11.5	8.0	8.8	11.2	16.2	7.5	5.0
種類が豊富	回答者数	27	13	14	5	10	3	5	4
	%	6.8	6.5	7.0	6.2	12.5	3.8	6.2	5.0
独自性がある	回答者数	9	7	2	4	4	1	0	0
	%	2.2	3.5	1.0	5.0	5.0	1.2	0.0	0.0
特に印象がない	回答者数	210	100	110	36	30	38	47	59
	%	52.5	50.0	55.0	45.0	37.5	47.5	58.8	73.8

フランス以外のEUの牛乳については、52.5%の人が「特に印象がない」とあげている。一方、一部の人が「品質がよい」「おいしい」などとあげている。男性で20代～30代ではそのような傾向がみられる。

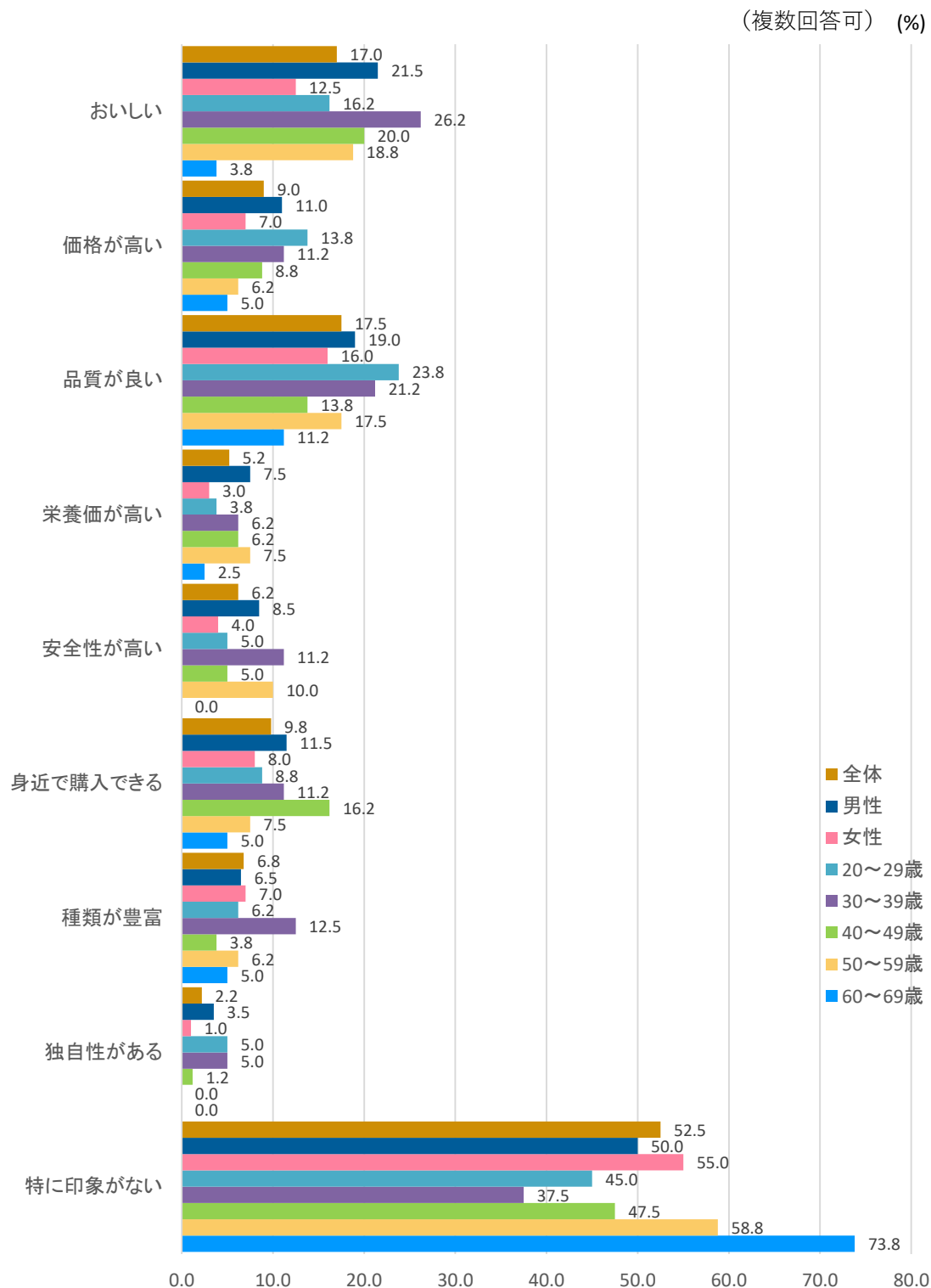
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 牛乳



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	53	30	23	9	10	17	12	5
	%	13.2	15.0	11.5	11.2	12.5	21.2	15.0	6.2
価格が高い	回答者数	37	25	12	12	10	4	8	3
	%	9.2	12.5	6.0	15.0	12.5	5.0	10.0	3.8
品質が良い	回答者数	66	41	25	14	16	13	13	10
	%	16.5	20.5	12.5	17.5	20.0	16.2	16.2	12.5
栄養価が高い	回答者数	31	17	14	7	11	6	5	2
	%	7.8	8.5	7.0	8.8	13.8	7.5	6.2	2.5
安全性が高い	回答者数	20	13	7	3	2	4	8	3
	%	5.0	6.5	3.5	3.8	2.5	5.0	10.0	3.8
身近で購入できる	回答者数	43	27	16	8	11	12	6	6
	%	10.8	13.5	8.0	10.0	13.8	15.0	7.5	7.5
種類が豊富	回答者数	40	23	17	5	11	11	6	7
	%	10.0	11.5	8.5	6.2	13.8	13.8	7.5	8.8
独自性がある	回答者数	12	6	6	6	4	2	0	0
	%	3.0	3.0	3.0	7.5	5.0	2.5	0.0	0.0
特に印象がない	回答者数	212	96	116	39	32	38	47	56
	%	53.0	48.0	58.0	48.8	40.0	47.5	58.8	70.0

フランス以外のEUのヨーグルトについては、53%の人が「特に印象がない」とあげている。他方で、他の属性に比べ、男性及び20代～30代の層はある程度のイメージがあるようである。

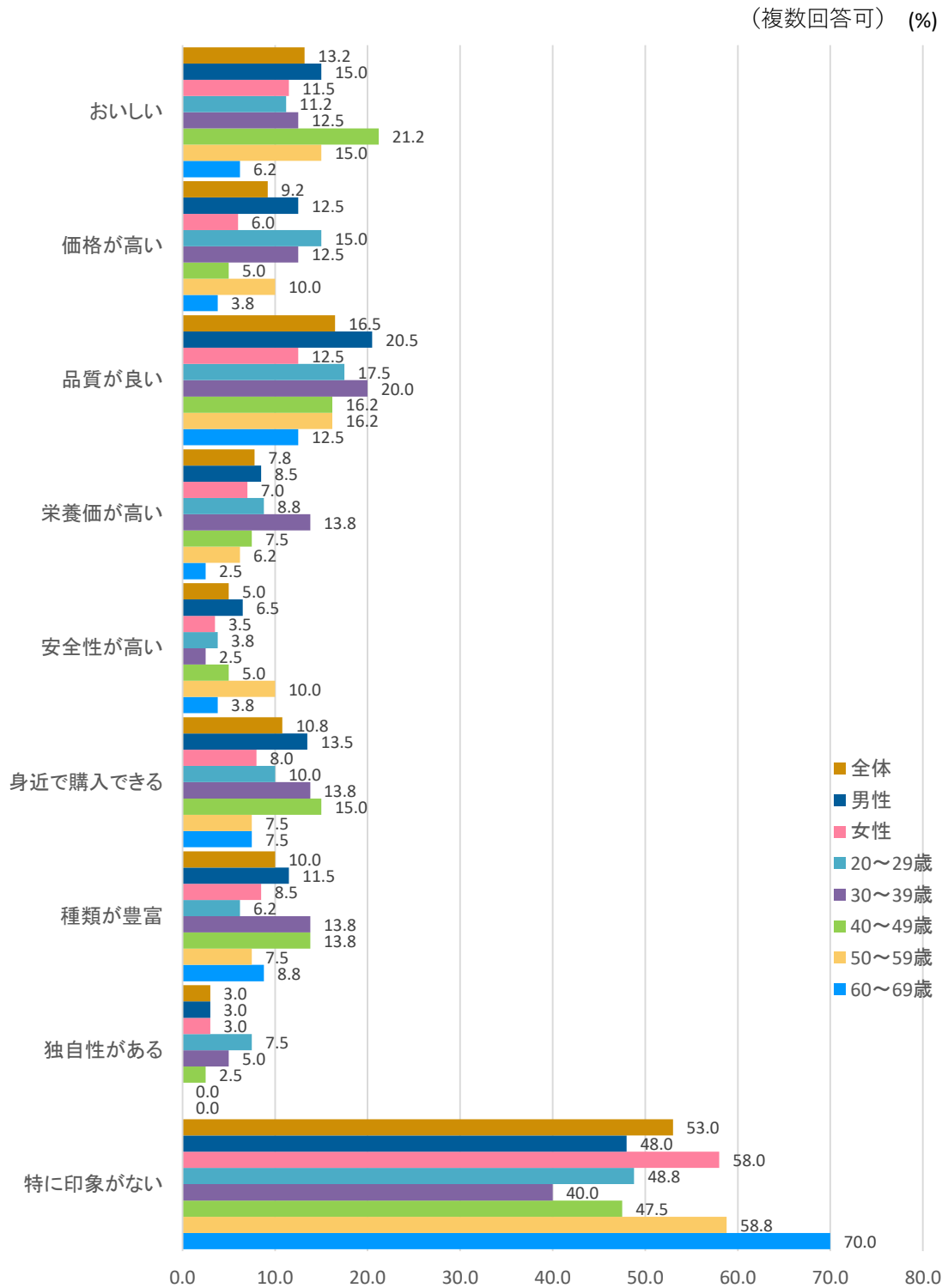
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー ヨーグルト



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	64	35	29	12	11	16	18	7
	%	16.0	17.5	14.5	15.0	13.8	20.0	22.5	8.8
価格が高い	回答者数	49	27	22	15	10	6	10	8
	%	12.2	13.5	11.0	18.8	12.5	7.5	12.5	10.0
品質が良い	回答者数	80	50	30	19	18	15	16	12
	%	20.0	25.0	15.0	23.8	22.5	18.8	20.0	15.0
栄養価が高い	回答者数	38	20	18	8	6	9	11	4
	%	9.5	10.0	9.0	10.0	7.5	11.2	13.8	5.0
安全性が高い	回答者数	23	16	7	5	4	4	9	1
	%	5.8	8.0	3.5	6.2	5.0	5.0	11.2	1.2
身近で購入できる	回答者数	47	28	19	5	13	13	9	7
	%	11.8	14.0	9.5	6.2	16.2	16.2	11.2	8.8
種類が豊富	回答者数	52	29	23	8	9	15	11	9
	%	13.0	14.5	11.5	10.0	11.2	18.8	13.8	11.2
独自性がある	回答者数	15	9	6	6	3	3	1	2
	%	3.8	4.5	3.0	7.5	3.8	3.8	1.2	2.5
特に印象がない	回答者数	184	83	101	33	31	32	38	50
	%	46.0	41.5	50.5	41.2	38.8	40.0	47.5	62.5

フランス以外のEUのチーズについては、46%の人が「特に印象がない」とあげている。ただし、牛乳、ヨーグルトに比べるとそのポイントは低く、一方、「品質がよい」「おいしい」などの意見がみられる。牛乳、ヨーグルトと比べるとフランス産に限らず広く喫食していると考えられる。

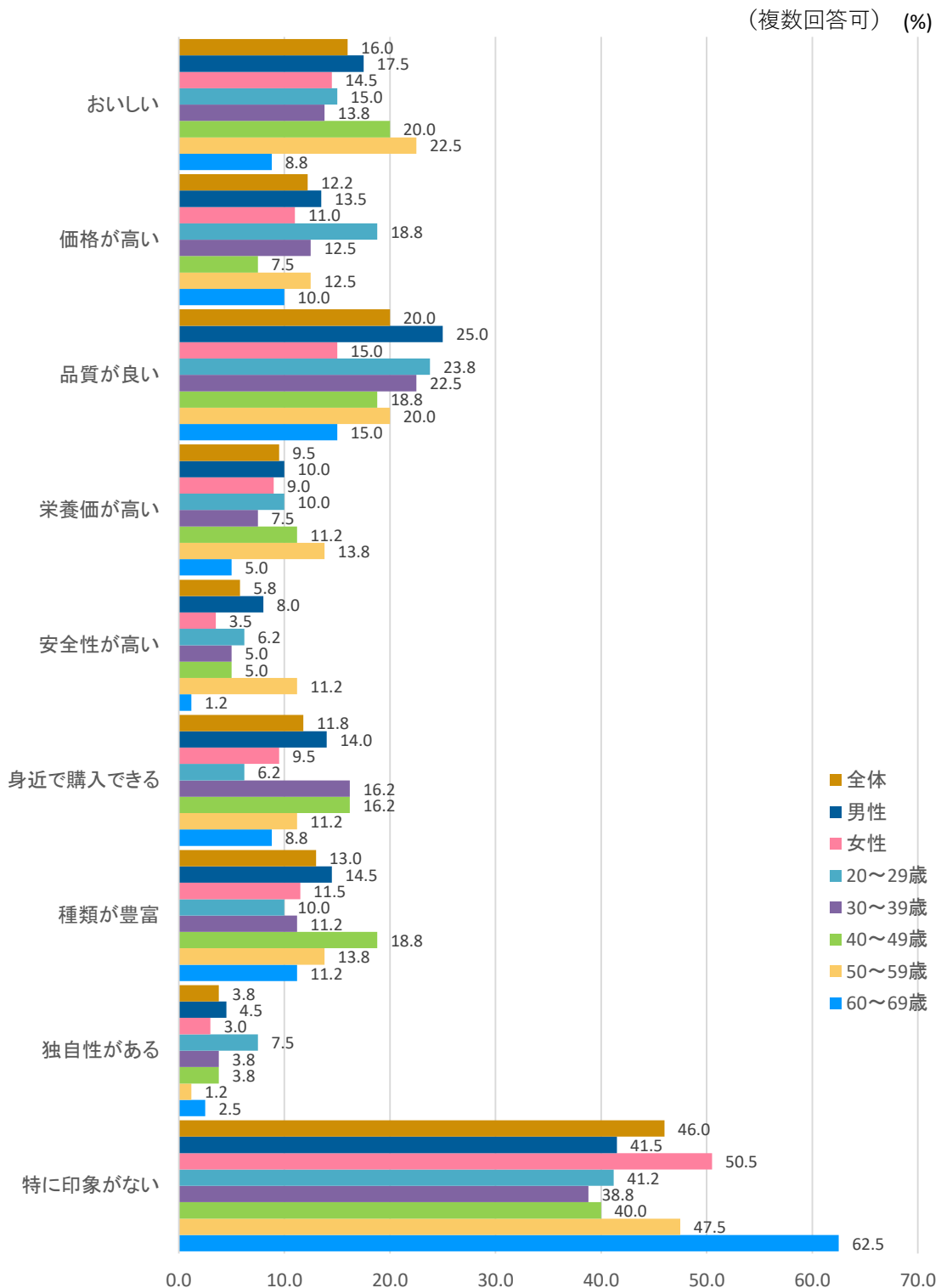
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー チーズ



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	45	25	20	9	8	18	8	2
	%	11.2	12.5	10.0	11.2	10.0	22.5	10.0	2.5
価格が高い	回答者数	31	19	12	8	8	4	6	5
	%	7.8	9.5	6.0	10.0	10.0	5.0	7.5	6.2
品質が良い	回答者数	62	33	29	15	13	12	13	9
	%	15.5	16.5	14.5	18.8	16.2	15.0	16.2	11.2
栄養価が高い	回答者数	29	20	9	10	9	5	4	1
	%	7.2	10.0	4.5	12.5	11.2	6.2	5.0	1.2
安全性が高い	回答者数	20	14	6	6	4	3	7	0
	%	5.0	7.0	3.0	7.5	5.0	3.8	8.8	0.0
身近で購入できる	回答者数	40	21	19	4	13	11	7	5
	%	10.0	10.5	9.5	5.0	16.2	13.8	8.8	6.2
種類が豊富	回答者数	21	10	11	4	5	2	5	5
	%	5.2	5.0	5.5	5.0	6.2	2.5	6.2	6.2
独自性がある	回答者数	5	4	1	1	3	1	0	0
	%	1.2	2.0	0.5	1.2	3.8	1.2	0.0	0.0
特に印象がない	回答者数	221	103	118	37	35	40	50	59
	%	55.2	51.5	59.0	46.2	43.8	50.0	62.5	73.8

フランス以外のEUの生クリームについては、55.2%の人が「特に印象がない」とあげている。一方、「品質がよい」「おいしい」などの意見がみられる。

全体 + 10%

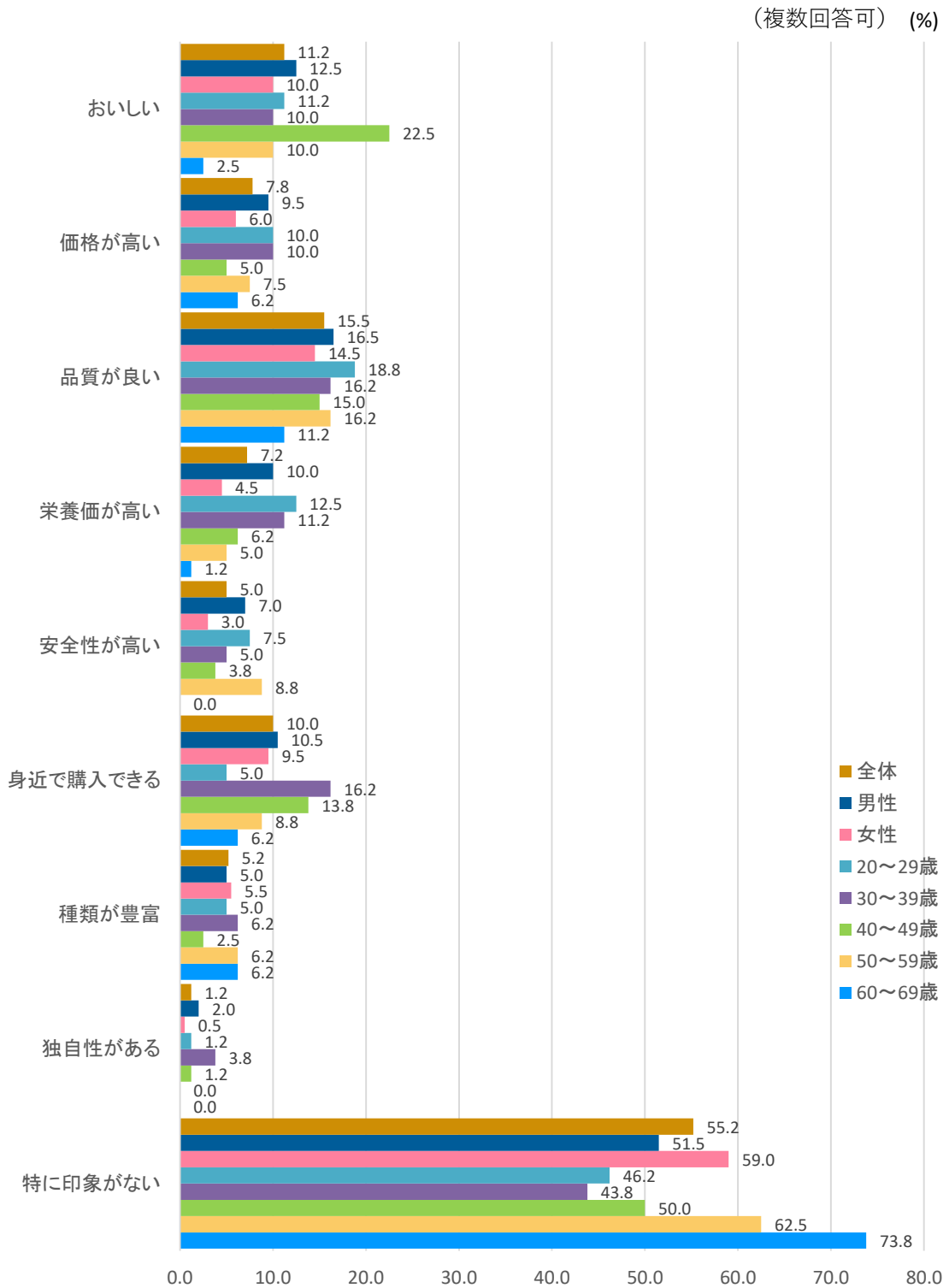
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 生クリーム



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	73	40	33	13	14	22	16	8
	%	18.2	20.0	16.5	16.2	17.5	27.5	20.0	10.0
価格が高い	回答者数	37	20	17	9	8	6	7	7
	%	9.2	10.0	8.5	11.2	10.0	7.5	8.8	8.8
品質が良い	回答者数	68	39	29	16	11	12	16	13
	%	17.0	19.5	14.5	20.0	13.8	15.0	20.0	16.2
栄養価が高い	回答者数	30	20	10	7	12	6	4	1
	%	7.5	10.0	5.0	8.8	15.0	7.5	5.0	1.2
安全性が高い	回答者数	27	22	5	6	10	3	6	2
	%	6.8	11.0	2.5	7.5	12.5	3.8	7.5	2.5
身近で購入できる	回答者数	43	29	14	8	10	13	7	5
	%	10.8	14.5	7.0	10.0	12.5	16.2	8.8	6.2
種類が豊富	回答者数	51	29	22	5	13	13	10	10
	%	12.8	14.5	11.0	6.2	16.2	16.2	12.5	12.5
独自性がある	回答者数	13	10	3	4	5	1	3	0
	%	3.2	5.0	1.5	5.0	6.2	1.2	3.8	0.0
特に印象がない	回答者数	192	86	106	35	29	35	42	51
	%	48.0	43.0	53.0	43.8	36.2	43.8	52.5	63.7

フランス以外のEUのアイスクリームについては、48%の人が「特に印象がない」とあげている。「おいしい」は18.2%、「品質がよい」は17%、「種類が豊富」は12.8%と多岐にわたる意見がみられる。

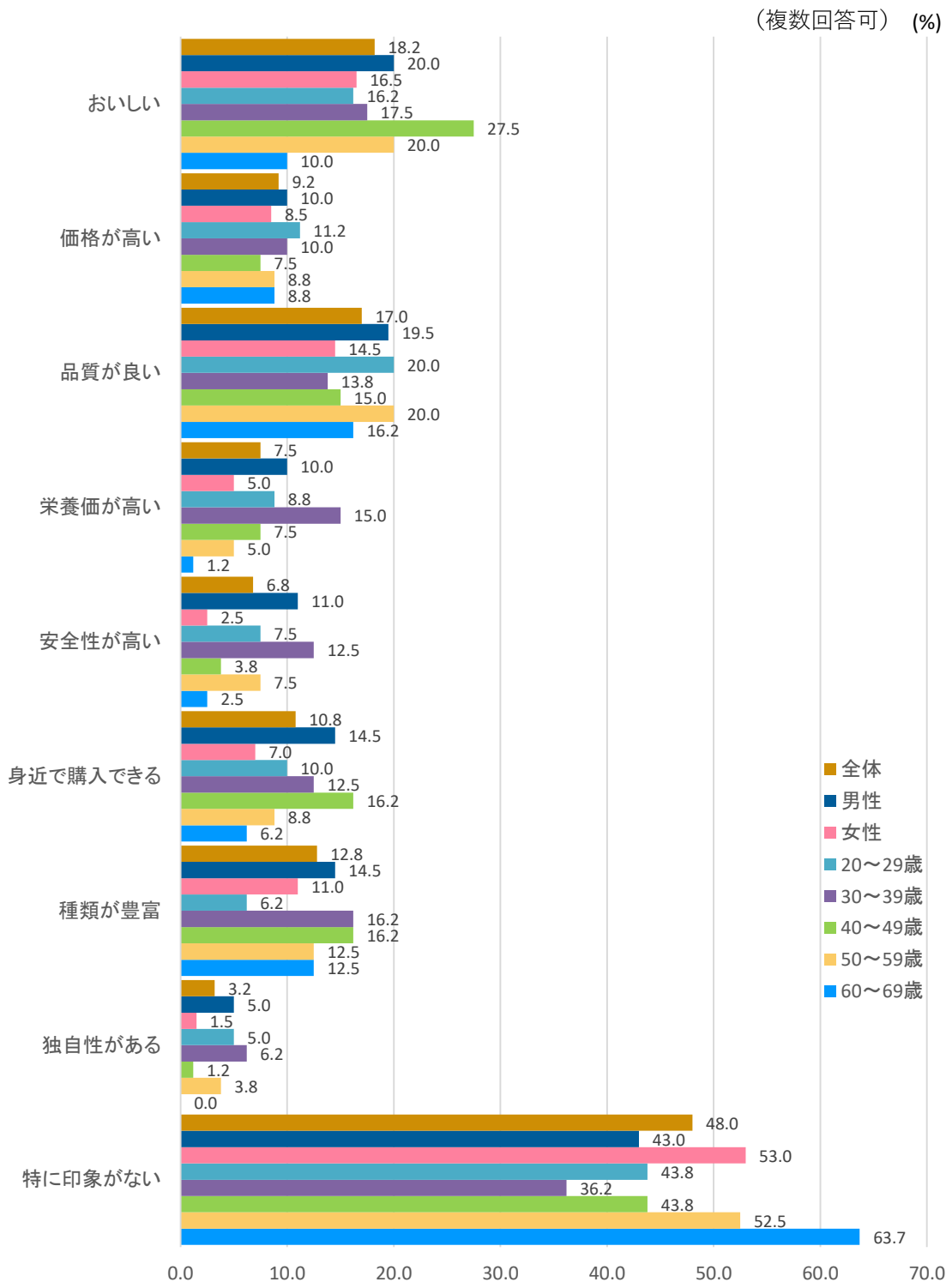
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー アイスクリーム



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	20	12	8	5	3	8	3	1
	%	5.0	6.0	4.0	6.2	3.8	10.0	3.8	1.2
価格が高い	回答者数	22	12	10	7	6	3	5	1
	%	5.5	6.0	5.0	8.8	7.5	3.8	6.2	1.2
品質が良い	回答者数	40	22	18	11	11	7	6	5
	%	10.0	11.0	9.0	13.8	13.8	8.8	7.5	6.2
栄養価が高い	回答者数	17	10	7	5	7	5	0	0
	%	4.2	5.0	3.5	6.2	8.8	6.2	0.0	0.0
安全性が高い	回答者数	14	7	7	7	3	1	2	1
	%	3.5	3.5	3.5	8.8	3.8	1.2	2.5	1.2
身近で購入できる	回答者数	27	17	10	8	6	8	3	2
	%	6.8	8.5	5.0	10.0	7.5	10.0	3.8	2.5
種類が豊富	回答者数	15	9	6	2	6	2	3	2
	%	3.8	4.5	3.0	2.5	7.5	2.5	3.8	2.5
独自性がある	回答者数	10	7	3	0	5	4	1	0
	%	2.5	3.5	1.5	0.0	6.2	5.0	1.2	0.0
特に印象がない	回答者数	281	132	149	47	46	53	65	70
	%	70.2	66.0	74.5	58.8	57.5	66.2	81.2	87.5

フランス以外のEUの育児用調製液状乳については、70.2%の人が「特に印象がない」とあげている。使用割合の低い50代及び60代ではその傾向は特に顕著である。

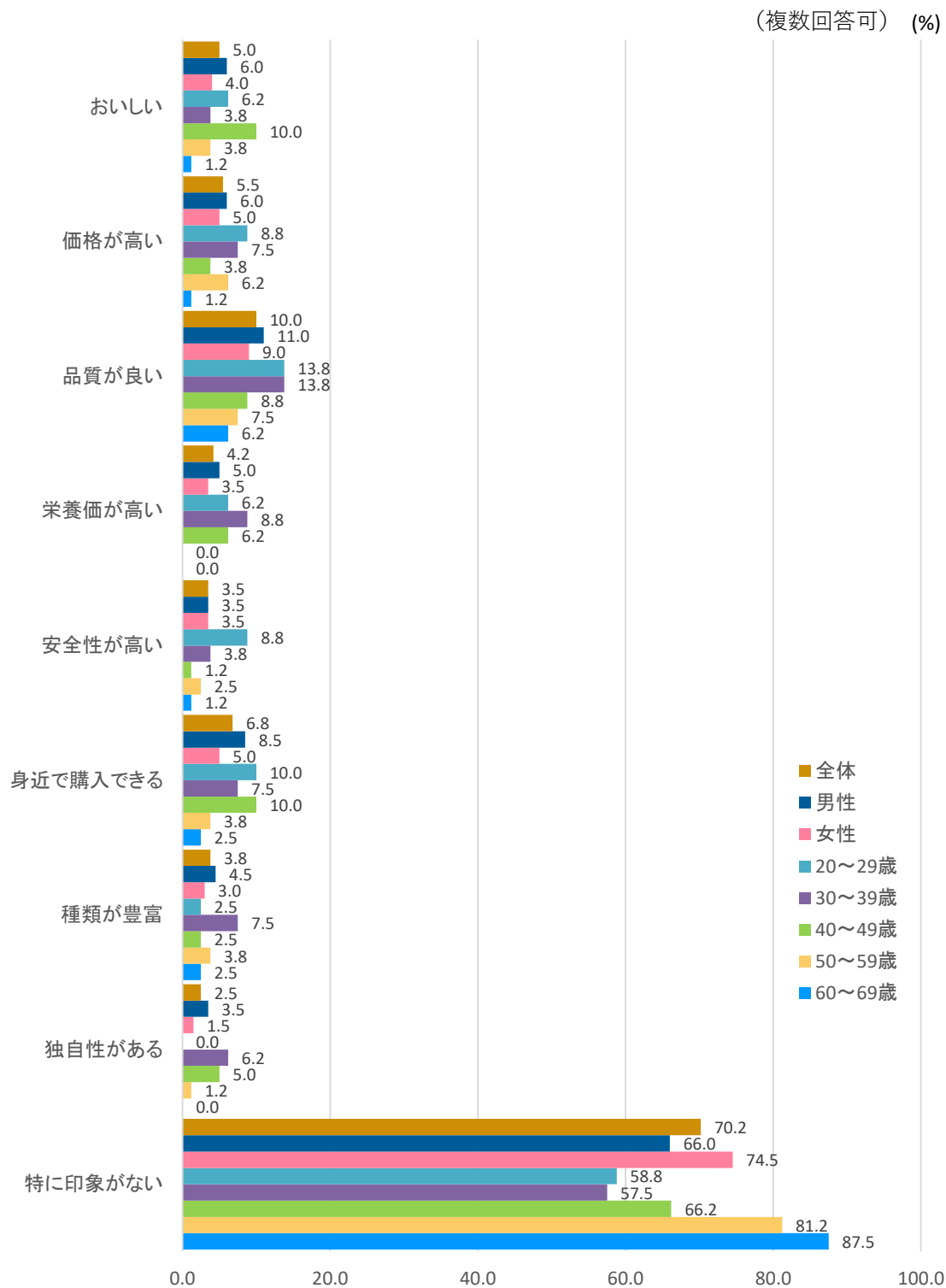
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製液状乳



## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	21	15	6	5	3	9	3	1
	%	5.2	7.5	3.0	6.2	3.8	11.2	3.8	1.2
価格が高い	回答者数	24	12	12	9	7	2	5	1
	%	6.0	6.0	6.0	11.2	8.8	2.5	6.2	1.2
品質が良い	回答者数	38	18	20	8	10	9	6	5
	%	9.5	9.0	10.0	10.0	12.5	11.2	7.5	6.2
栄養価が高い	回答者数	16	8	8	5	4	7	0	0
	%	4.0	4.0	4.0	6.2	5.0	8.8	0.0	0.0
安全性が高い	回答者数	15	11	4	6	4	2	3	0
	%	3.8	5.5	2.0	7.5	5.0	2.5	3.8	0.0
身近で購入できる	回答者数	25	14	11	6	7	7	3	2
	%	6.2	7.0	5.5	7.5	8.8	8.8	3.8	2.5
種類が豊富	回答者数	17	10	7	6	3	3	2	3
	%	4.2	5.0	3.5	7.5	3.8	3.8	2.5	3.8
独自性がある	回答者数	6	5	1	0	2	2	2	0
	%	1.5	2.5	0.5	0.0	2.5	2.5	2.5	0.0
特に印象がない	回答者数	283	134	149	48	47	53	65	70
	%	70.8	67.0	74.5	60.0	58.8	66.2	81.2	87.5

フランス以外のEUの育児用調製粉乳についても、70.8%の人が「特に印象がない」とあげている。使用割合の低い50代及び60代ではその傾向は特に顕著である。

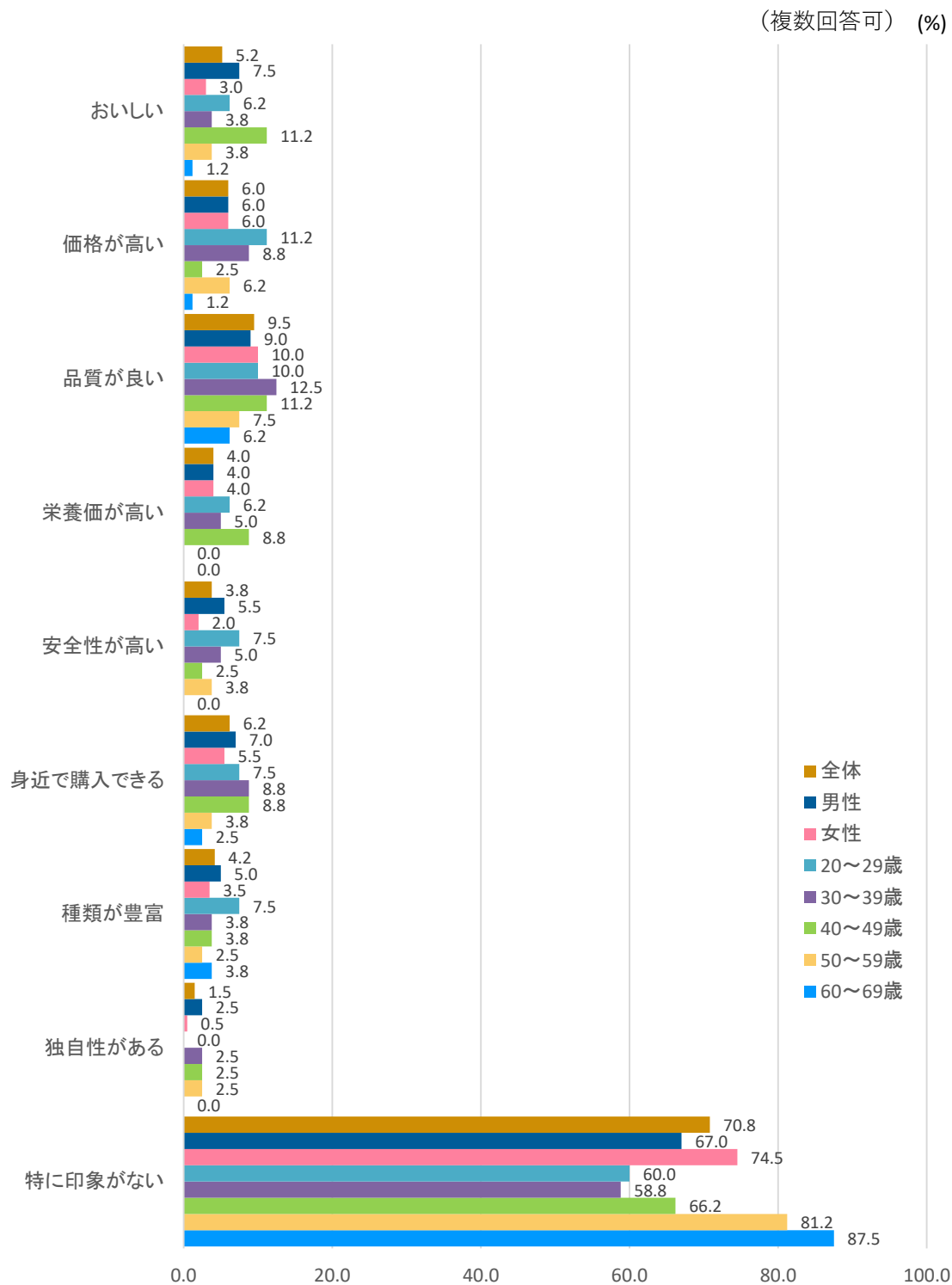
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 16. フランス以外のEUの乳製品に対するイメージ ー 育児用調製粉乳



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ

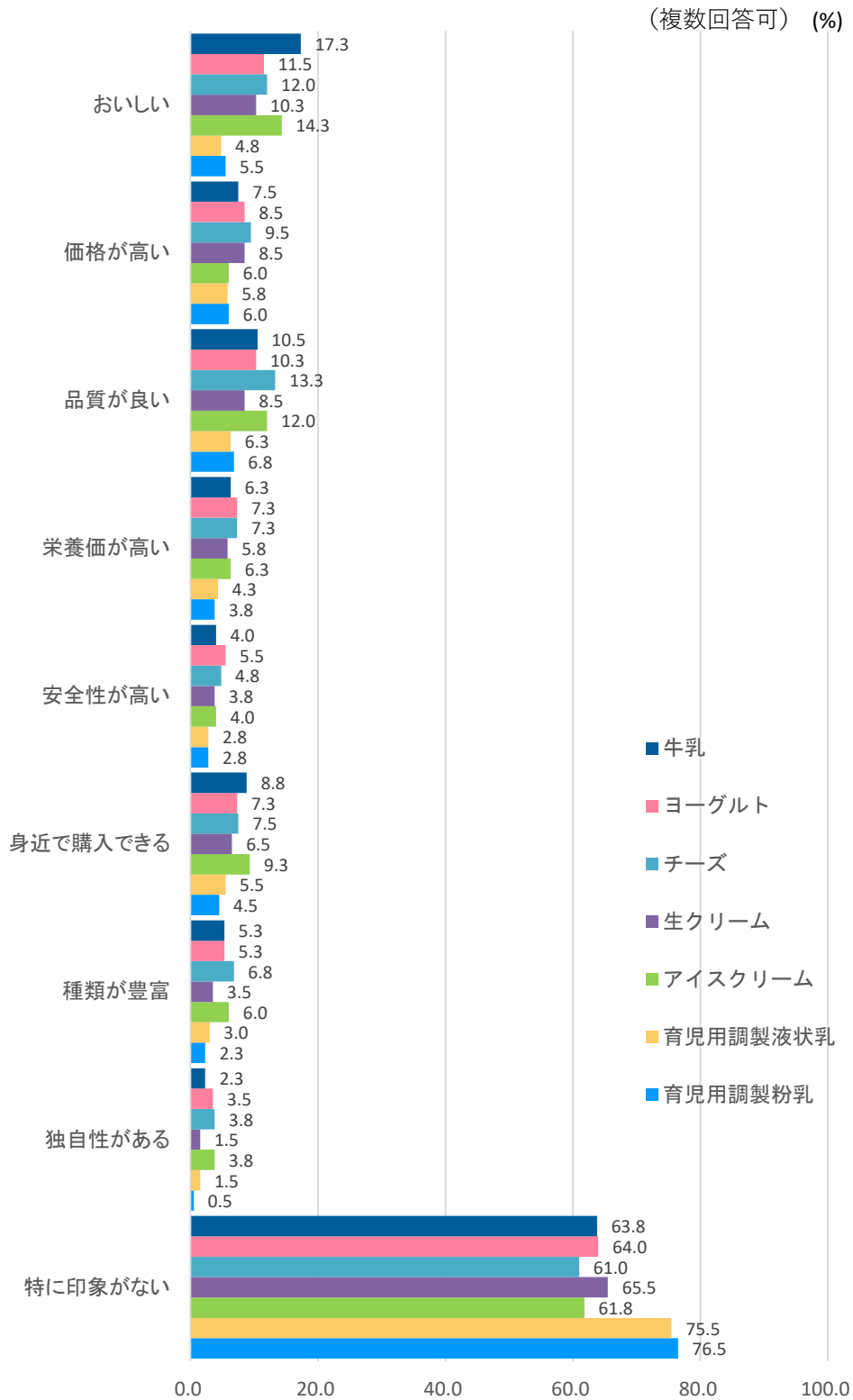
(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
おいしい	回答者数	69	46	48	41	57	19	22
	%	17.3	11.5	12.0	10.3	14.3	4.8	5.5
価格が高い	回答者数	30	34	38	34	24	23	24
	%	7.5	8.5	9.5	8.5	6.0	5.8	6.0
品質が良い	回答者数	42	41	53	34	48	25	27
	%	10.5	10.3	13.3	8.5	12.0	6.3	6.8
栄養価が高い	回答者数	25	29	29	23	25	17	15
	%	6.3	7.3	7.3	5.8	6.3	4.3	3.8
安全性が高い	回答者数	16	22	19	15	16	11	11
	%	4.0	5.5	4.8	3.8	4.0	2.8	2.8
身近で購入できる	回答者数	35	29	30	26	37	22	18
	%	8.8	7.3	7.5	6.5	9.3	5.5	4.5
種類が豊富	回答者数	21	21	27	14	24	12	9
	%	5.3	5.3	6.8	3.5	6.0	3.0	2.3
独自性がある	回答者数	9	14	15	6	15	6	2
	%	2.3	3.5	3.8	1.5	3.8	1.5	0.5
特に印象がない	回答者数	255	256	244	262	247	302	306
	%	63.8	64.0	61.0	65.5	61.8	75.5	76.5
全体	回答者数	400	400	400	400	400	400	400
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

EU以外で作られた乳製品に対するイメージはやはりほとんどの人になく、「特に印象がない」がどの製品でも60%以上、特に育児用調製乳では75%を超えている。



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ — 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	69	40	29	15	21	16	13	4
	%	17.2	20.0	14.5	18.8	26.2	20.0	16.2	5.0
価格が高い	回答者数	30	18	12	12	8	3	3	4
	%	7.5	9.0	6.0	15.0	10.0	3.8	3.8	5.0
品質が良い	回答者数	42	22	20	8	9	11	8	6
	%	10.5	11.0	10.0	10.0	11.2	13.8	10.0	7.5
栄養価が高い	回答者数	25	14	11	6	8	4	5	2
	%	6.2	7.0	5.5	7.5	10.0	5.0	6.2	2.5
安全性が高い	回答者数	16	10	6	4	3	2	6	1
	%	4.0	5.0	3.0	5.0	3.8	2.5	7.5	1.2
身近で購入できる	回答者数	35	20	15	9	9	9	4	4
	%	8.8	10.0	7.5	11.2	11.2	11.2	5.0	5.0
種類が豊富	回答者数	21	15	6	8	6	3	3	1
	%	5.2	7.5	3.0	10.0	7.5	3.8	3.8	1.2
独自性がある	回答者数	9	7	2	3	3	1	2	0
	%	2.2	3.5	1.0	3.8	3.8	1.2	2.5	0.0
特に印象がない	回答者数	255	122	133	41	40	48	58	68
	%	63.7	61.0	66.5	51.2	50.0	60.0	72.5	85.0

EU以外で作られた牛乳に対するイメージはやはりほとんどの人になく、「特に印象がない」が63.7%。60代については85%が「印象がない」と答えている。

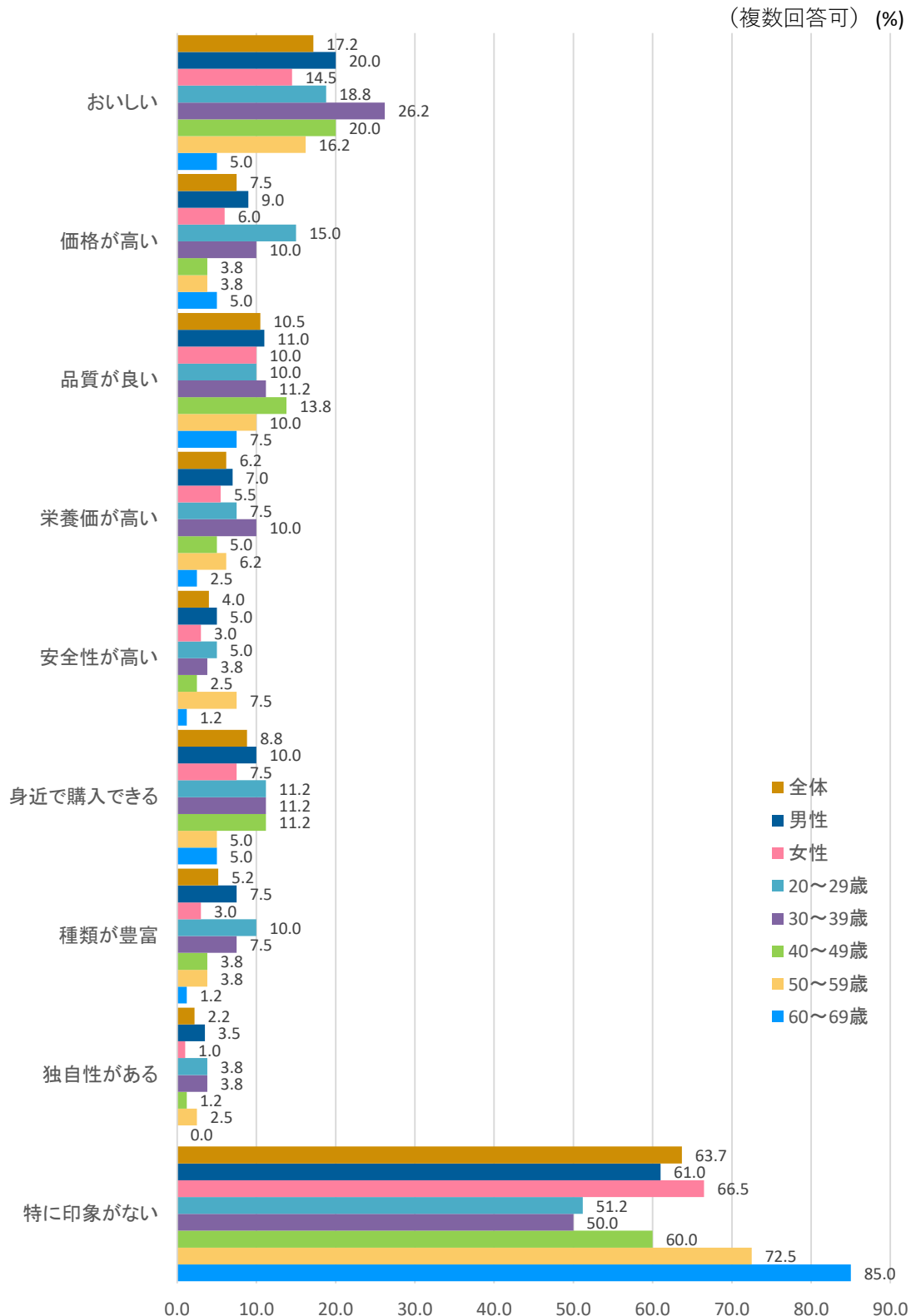
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ — 牛乳



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ — ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	46	21	25	9	9	13	12	3
	%	11.5	10.5	12.5	11.2	11.2	16.2	15.0	3.8
価格が高い	回答者数	34	23	11	10	14	5	3	2
	%	8.5	11.5	5.5	12.5	17.5	6.2	3.8	2.5
品質が良い	回答者数	41	21	20	7	8	11	7	8
	%	10.2	10.5	10.0	8.8	10.0	13.8	8.8	10.0
栄養価が高い	回答者数	29	17	12	7	10	4	5	3
	%	7.2	8.5	6.0	8.8	12.5	5.0	6.2	3.8
安全性が高い	回答者数	22	13	9	7	5	3	6	1
	%	5.5	6.5	4.5	8.8	6.2	3.8	7.5	1.2
身近で購入できる	回答者数	29	13	16	6	8	6	4	5
	%	7.2	6.5	8.0	7.5	10.0	7.5	5.0	6.2
種類が豊富	回答者数	21	15	6	10	2	3	4	2
	%	5.2	7.5	3.0	12.5	2.5	3.8	5.0	2.5
独自性がある	回答者数	14	10	4	4	5	1	3	1
	%	3.5	5.0	2.0	5.0	6.2	1.2	3.8	1.2
特に印象がない	回答者数	256	122	134	41	42	50	57	66
	%	64.0	61.0	67.0	51.2	52.5	62.5	71.2	82.5

EU以外で作られたヨーグルトに対するイメージはやはりほとんどの人になく、「特に印象がない」が64%。60代については82.5%が「特に印象がない」と答えている。ただし、20代及び30代は「価格が高い」、「栄養価が高い」または「種類が豊富」というイメージをある程度持っている。

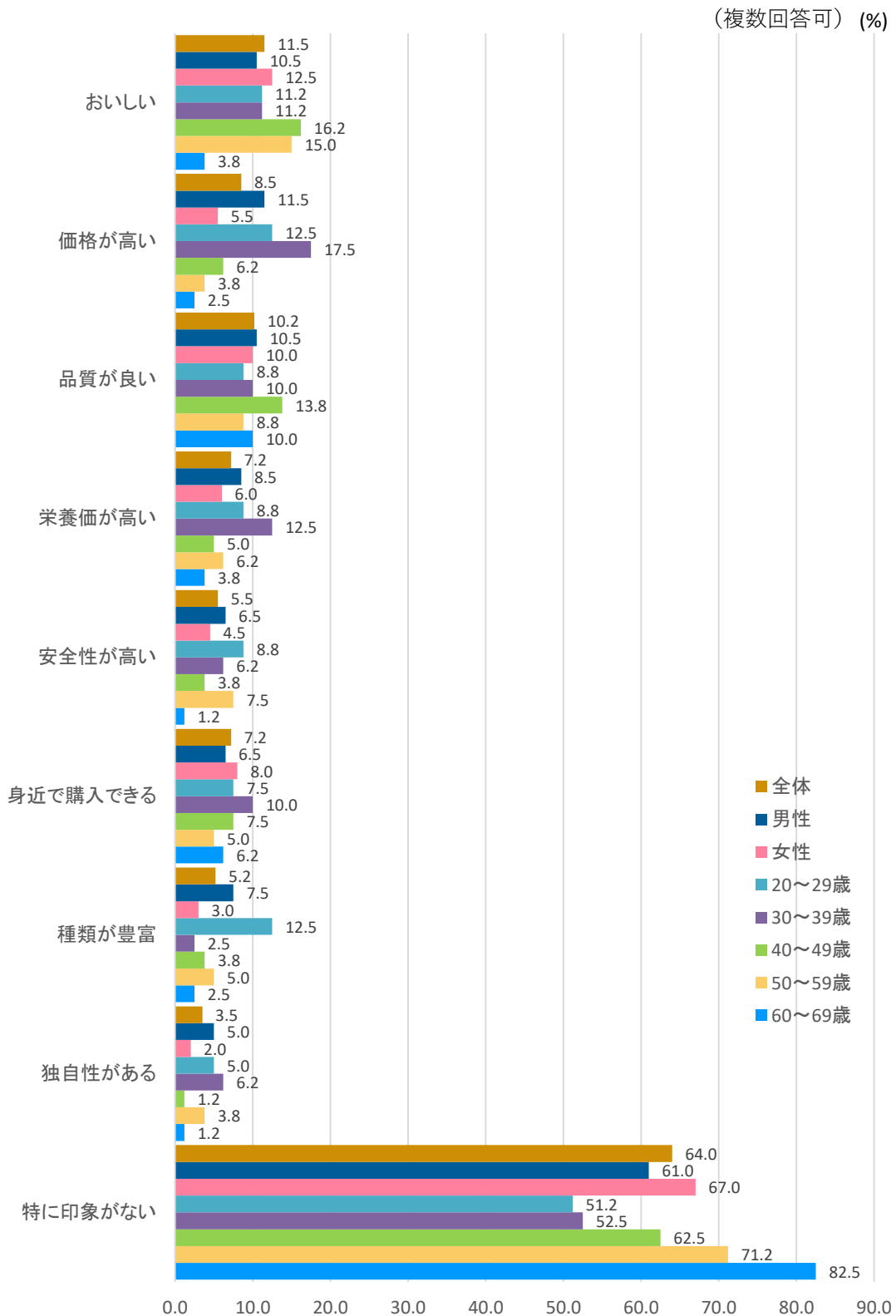
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ - ヨーグルト



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ - チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	48	27	21	8	11	11	13	5
	%	12.0	13.5	10.5	10.0	13.8	13.8	16.2	6.2
価格が高い	回答者数	38	24	14	12	11	7	4	4
	%	9.5	12.0	7.0	15.0	13.8	8.8	5.0	5.0
品質が良い	回答者数	53	33	20	12	13	11	9	8
	%	13.2	16.5	10.0	15.0	16.2	13.8	11.2	10.0
栄養価が高い	回答者数	29	17	12	8	10	2	3	6
	%	7.2	8.5	6.0	10.0	12.5	2.5	3.8	7.5
安全性が高い	回答者数	19	13	6	3	7	1	7	1
	%	4.8	6.5	3.0	3.8	8.8	1.2	8.8	1.2
身近で購入できる	回答者数	30	15	15	6	6	9	5	4
	%	7.5	7.5	7.5	7.5	7.5	11.2	6.2	5.0
種類が豊富	回答者数	27	20	7	7	7	3	7	3
	%	6.8	10.0	3.5	8.8	8.8	3.8	8.8	3.8
独自性がある	回答者数	15	11	4	4	5	2	3	1
	%	3.8	5.5	2.0	5.0	6.2	2.5	3.8	1.2
特に印象がない	回答者数	244	115	129	39	39	47	55	64
	%	61.0	57.5	64.5	48.8	48.8	58.8	68.8	80.0

EU以外で作られたチーズに対するイメージは他の製品と比べると「特に印象がない」と答える人は若干少ない一方、61%、60代は80%となった。品質やおいしさに好印象を持ちながら、「価格が高い」と感じる人が多いようだ。

全体 + 10%

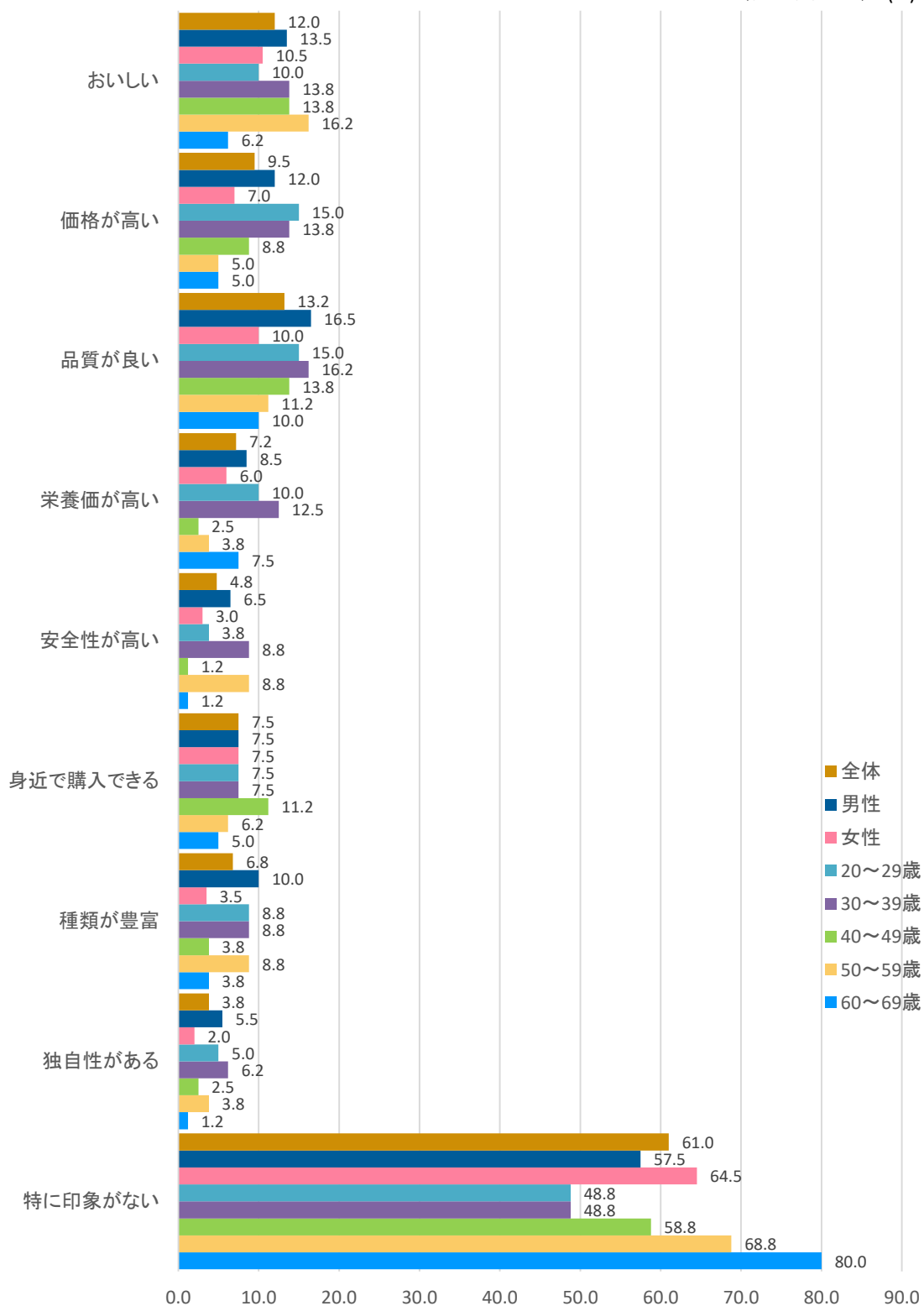
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ - チーズ

(複数回答可) (%)



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ – 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	41	20	21	6	10	11	11	3
	%	10.2	10.0	10.5	7.5	12.5	13.8	13.8	3.8
価格が高い	回答者数	34	22	12	14	13	2	3	2
	%	8.5	11.0	6.0	17.5	16.2	2.5	3.8	2.5
品質が良い	回答者数	34	17	17	6	7	9	7	5
	%	8.5	8.5	8.5	7.5	8.8	11.2	8.8	6.2
栄養価が高い	回答者数	23	16	7	6	9	4	3	1
	%	5.8	8.0	3.5	7.5	11.2	5.0	3.8	1.2
安全性が高い	回答者数	15	8	7	4	4	1	3	3
	%	3.8	4.0	3.5	5.0	5.0	1.2	3.8	3.8
身近で購入できる	回答者数	26	16	10	6	7	7	3	3
	%	6.5	8.0	5.0	7.5	8.8	8.8	3.8	3.8
種類が豊富	回答者数	14	12	2	5	4	2	2	1
	%	3.5	6.0	1.0	6.2	5.0	2.5	2.5	1.2
独自性がある	回答者数	6	5	1	2	3	0	1	0
	%	1.5	2.5	0.5	2.5	3.8	0.0	1.2	0.0
特に印象がない	回答者数	262	125	137	41	42	51	60	68
	%	65.5	62.5	68.5	51.2	52.5	63.7	75.0	85.0

EU以外で作られた生クリームに対するイメージは「特に印象がない」と答える人が65.5%、60代は85%となった。品質やおいしさに好印象を持ちながら、20代及び30代は「価格が高い」と感じる人が多いようだ。

全体 + 10%

全体 + 5%

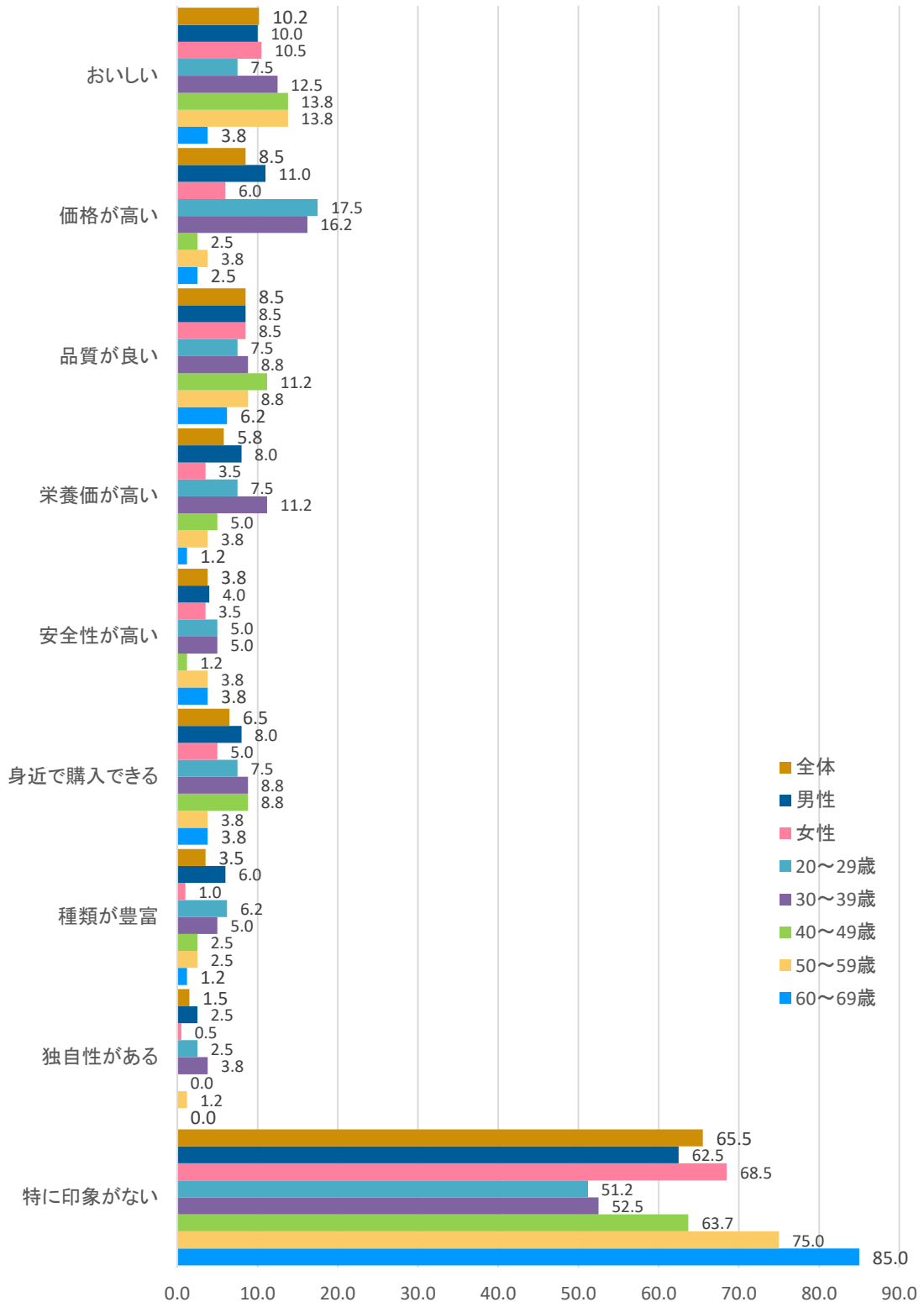
全体 - 5%

全体 - 10%



# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ - 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ － アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	57	29	28	13	11	13	13	7
	%	14.2	14.5	14.0	16.2	13.8	16.2	16.2	8.8
価格が高い	回答者数	24	14	10	6	7	3	3	5
	%	6.0	7.0	5.0	7.5	8.8	3.8	3.8	6.2
品質が良い	回答者数	48	29	19	9	9	13	9	8
	%	12.0	14.5	9.5	11.2	11.2	16.2	11.2	10.0
栄養価が高い	回答者数	25	14	11	6	11	3	4	1
	%	6.2	7.0	5.5	7.5	13.8	3.8	5.0	1.2
安全性が高い	回答者数	16	10	6	7	4	0	5	0
	%	4.0	5.0	3.0	8.8	5.0	0.0	6.2	0.0
身近で購入できる	回答者数	37	22	15	8	12	6	4	7
	%	9.2	11.0	7.5	10.0	15.0	7.5	5.0	8.8
種類が豊富	回答者数	24	18	6	6	6	6	3	3
	%	6.0	9.0	3.0	7.5	7.5	7.5	3.8	3.8
独自性がある	回答者数	15	9	6	4	6	2	2	1
	%	3.8	4.5	3.0	5.0	7.5	2.5	2.5	1.2
特に印象がない	回答者数	247	116	131	39	39	48	57	64
	%	61.8	58.0	65.5	48.8	48.8	60.0	71.2	80.0

EU以外で作られたアイスクリームに対するイメージは「特に印象がない」と答える人が61.8%、60代は80%となった。30代では「栄養価が高い」及び「身近に購入できる」と答えている人が1割程度いる。Haagen-Dazs及びBen&Jerry's等の米国系のブランドのアイスクリームを指している可能性がある。

全体 + 10%

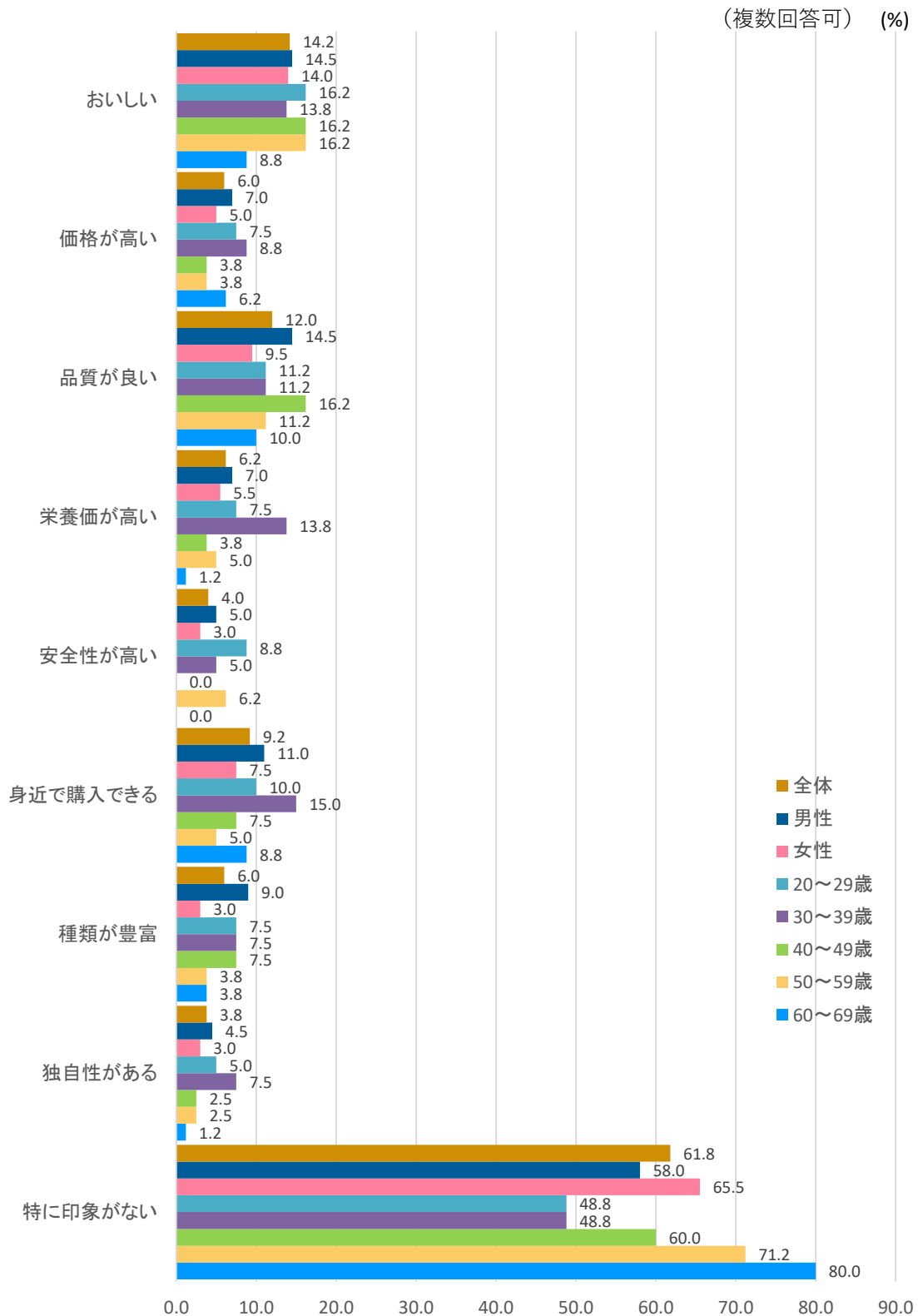
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ

## － アイスクリーム



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ ー 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	19	10	9	5	4	5	4	1
	%	4.8	5.0	4.5	6.2	5.0	6.2	5.0	1.2
価格が高い	回答者数	23	17	6	8	7	3	3	2
	%	5.8	8.5	3.0	10.0	8.8	3.8	3.8	2.5
品質が良い	回答者数	25	11	14	6	7	5	4	3
	%	6.2	5.5	7.0	7.5	8.8	6.2	5.0	3.8
栄養価が高い	回答者数	17	9	8	6	8	3	0	0
	%	4.2	4.5	4.0	7.5	10.0	3.8	0.0	0.0
安全性が高い	回答者数	11	5	6	3	4	2	2	0
	%	2.8	2.5	3.0	3.8	5.0	2.5	2.5	0.0
身近で購入できる	回答者数	22	13	9	10	6	3	3	0
	%	5.5	6.5	4.5	12.5	7.5	3.8	3.8	0.0
種類が豊富	回答者数	12	10	2	5	4	0	2	1
	%	3.0	5.0	1.0	6.2	5.0	0.0	2.5	1.2
独自性がある	回答者数	6	5	1	3	1	1	1	0
	%	1.5	2.5	0.5	3.8	1.2	1.2	1.2	0.0
特に印象がない	回答者数	302	145	157	48	49	61	69	75
	%	75.5	72.5	78.5	60.0	61.3	76.2	86.2	93.8

EU以外で作られた育児用調製液状乳に対するイメージは「特に印象がない」と答える人が75.5%、60代にいたっては93.8%となった。印象はほとんどないが、「価格が高い」と思っている人が若干多い。購入層の多い20代及び30代では「栄養価が高い」及び「身近に購入できる」と答えた割合は1割程度いる。

全体 + 10%

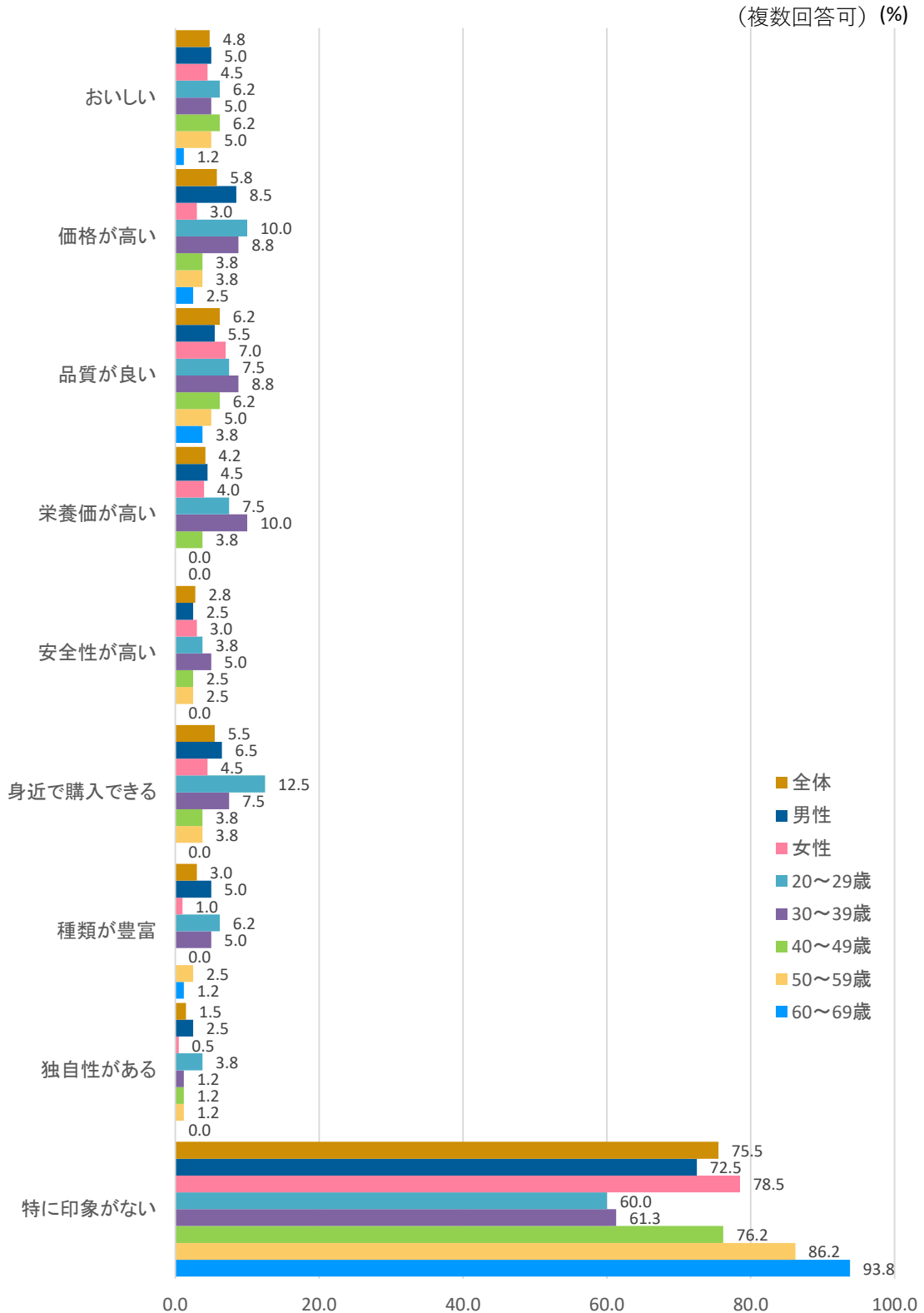
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ

## ー 育児用調製液状乳



## 17. EU以外の乳製品に対するイメージ

### ー 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	22	13	9	5	6	5	5	1
	%	5.5	6.5	4.5	6.2	7.5	6.2	6.2	1.2
価格が高い	回答者数	24	14	10	12	4	2	4	2
	%	6.0	7.0	5.0	15.0	5.0	2.5	5.0	2.5
品質が良い	回答者数	27	13	14	5	7	7	5	3
	%	6.8	6.5	7.0	6.2	8.8	8.8	6.2	3.8
栄養価が高い	回答者数	15	8	7	5	5	4	1	0
	%	3.8	4.0	3.5	6.2	6.2	5.0	1.2	0.0
安全性が高い	回答者数	11	7	4	3	3	3	2	0
	%	2.8	3.5	2.0	3.8	3.8	3.8	2.5	0.0
身近で購入できる	回答者数	18	8	10	5	8	3	2	0
	%	4.5	4.0	5.0	6.2	10.0	3.8	2.5	0.0
種類が豊富	回答者数	9	9	0	5	3	0	1	0
	%	2.2	4.5	0.0	6.2	3.8	0.0	1.2	0.0
独自性がある	回答者数	2	1	1	0	1	0	0	1
	%	0.5	0.5	0.5	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2
特に印象がない	回答者数	306	148	158	51	50	61	69	75
	%	76.5	74.0	79.0	63.7	62.5	76.2	86.2	93.8

EU以外で作られた育児用調製粉乳に対するイメージは「特に印象がない」と答える人が76.5%、60代にいたっては93.8%となった。印象はほとんどないが、「価格が高い」と思っている人が若干多い。

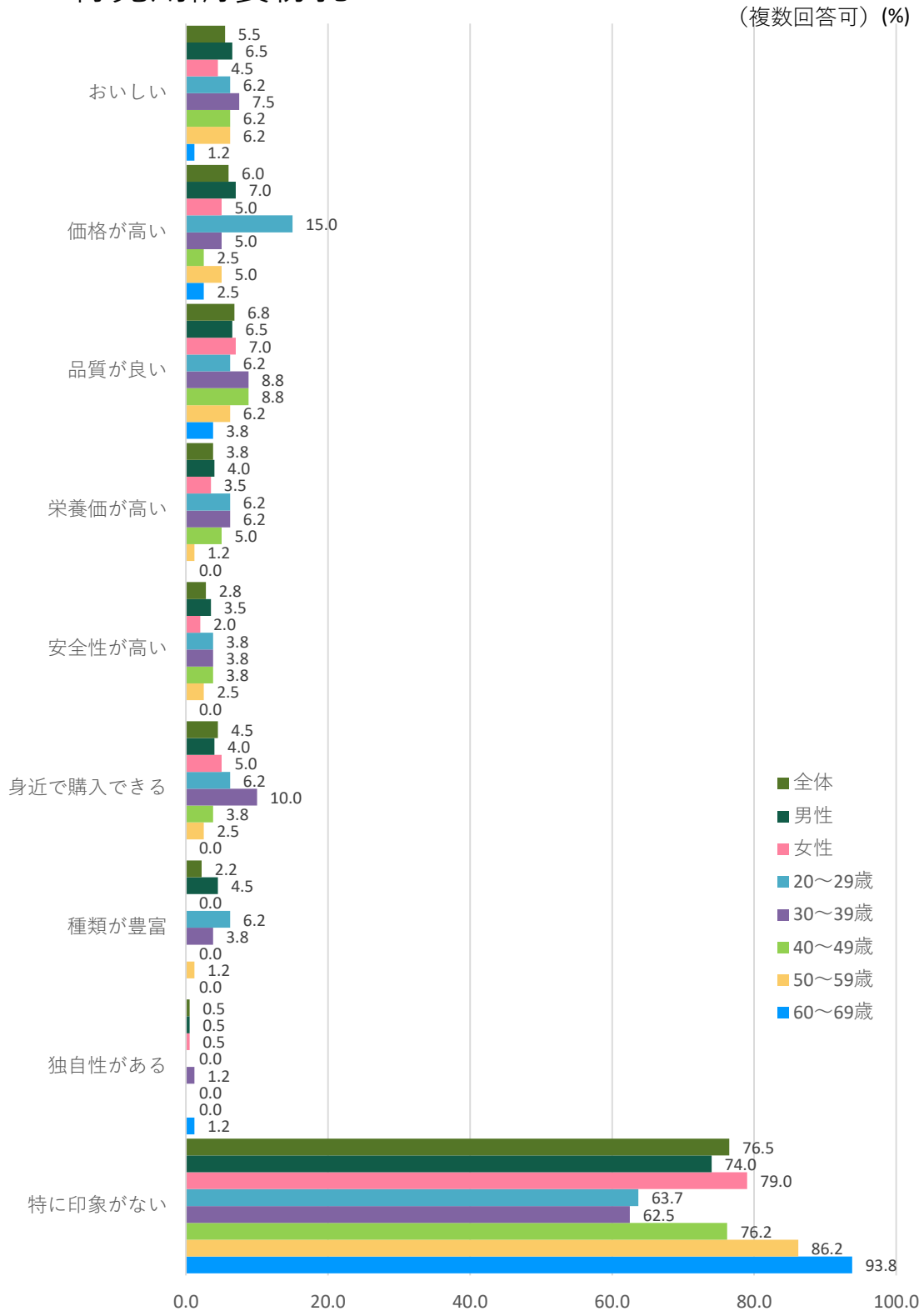
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 17. EU以外の乳製品に対するイメージ ー 育児用調製粉乳



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ

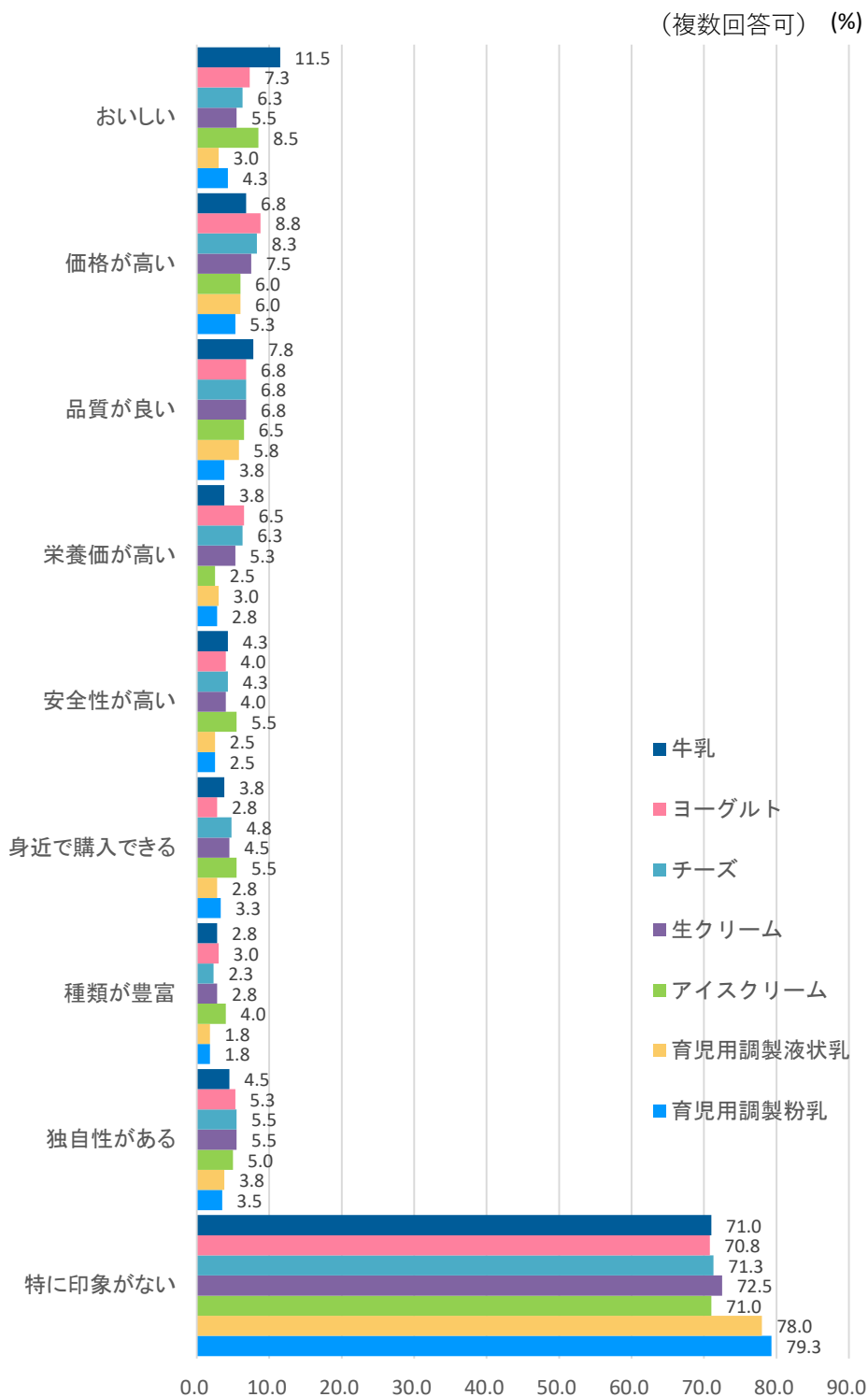
(複数回答可)

		牛乳	ヨーグルト	チーズ	生クリーム	アイス クリーム	育児用 調製液状乳	育児用 調製粉乳
おいしい	回答者数	46	29	25	22	34	12	17
	%	11.5	7.3	6.3	5.5	8.5	3.0	4.3
価格が高い	回答者数	27	35	33	30	24	24	21
	%	6.8	8.8	8.3	7.5	6.0	6.0	5.3
品質が良い	回答者数	31	27	27	27	26	23	15
	%	7.8	6.8	6.8	6.8	6.5	5.8	3.8
栄養価が高い	回答者数	15	26	25	21	10	12	11
	%	3.8	6.5	6.3	5.3	2.5	3.0	2.8
安全性が高い	回答者数	17	16	17	16	22	10	10
	%	4.3	4.0	4.3	4.0	5.5	2.5	2.5
身近で購入できる	回答者数	15	11	19	18	22	11	13
	%	3.8	2.8	4.8	4.5	5.5	2.8	3.3
種類が豊富	回答者数	11	12	9	11	16	7	7
	%	2.8	3.0	2.3	2.8	4.0	1.8	1.8
独自性がある	回答者数	18	21	22	22	20	15	14
	%	4.5	5.3	5.5	5.5	5.0	3.8	3.5
特に印象がない	回答者数	284	283	285	290	284	312	317
	%	71.0	70.8	71.3	72.5	71.0	78.0	79.3
全体	回答者数	400	400	400	400	400	400	400
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

日本の乳製品に対するイメージは全体として「特に印象がない」。どの製品も70%の以上の方が同様に答えている。EU以外の乳製品に対するイメージ（6-7割は特に印象がない）に比べるとさらに認知度が低いことがわかる。



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ – 牛乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	46	30	16	12	15	12	5	2
	%	11.5	15.0	8.0	15.0	18.8	15.0	6.2	2.5
価格が高い	回答者数	27	16	11	9	8	2	4	4
	%	6.8	8.0	5.5	11.2	10.0	2.5	5.0	5.0
品質が良い	回答者数	31	20	11	11	10	6	2	2
	%	7.8	10.0	5.5	13.8	12.5	7.5	2.5	2.5
栄養価が高い	回答者数	15	13	2	6	4	4	1	0
	%	3.8	6.5	1.0	7.5	5.0	5.0	1.2	0.0
安全性が高い	回答者数	17	12	5	8	4	1	2	2
	%	4.2	6.0	2.5	10.0	5.0	1.2	2.5	2.5
身近で購入できる	回答者数	15	11	4	4	7	2	2	0
	%	3.8	5.5	2.0	5.0	8.8	2.5	2.5	0.0
種類が豊富	回答者数	11	7	4	2	6	0	1	2
	%	2.8	3.5	2.0	2.5	7.5	0.0	1.2	2.5
独自性がある	回答者数	18	9	9	6	3	5	3	1
	%	4.5	4.5	4.5	7.5	3.8	6.2	3.8	1.2
特に印象がない	回答者数	284	132	152	45	43	57	70	69
	%	71.0	66.0	76.0	56.2	53.8	71.2	87.5	86.2

日本の牛乳に対するイメージは全体として「特に印象がない」。全体で71%、年齢別で50代及び60代は85%以上がそのように答えている。他方で、20代及び30代では「美味しい」、「品質が良い」及び「安全性が高い」といったポジティブなイメージがもたれている。

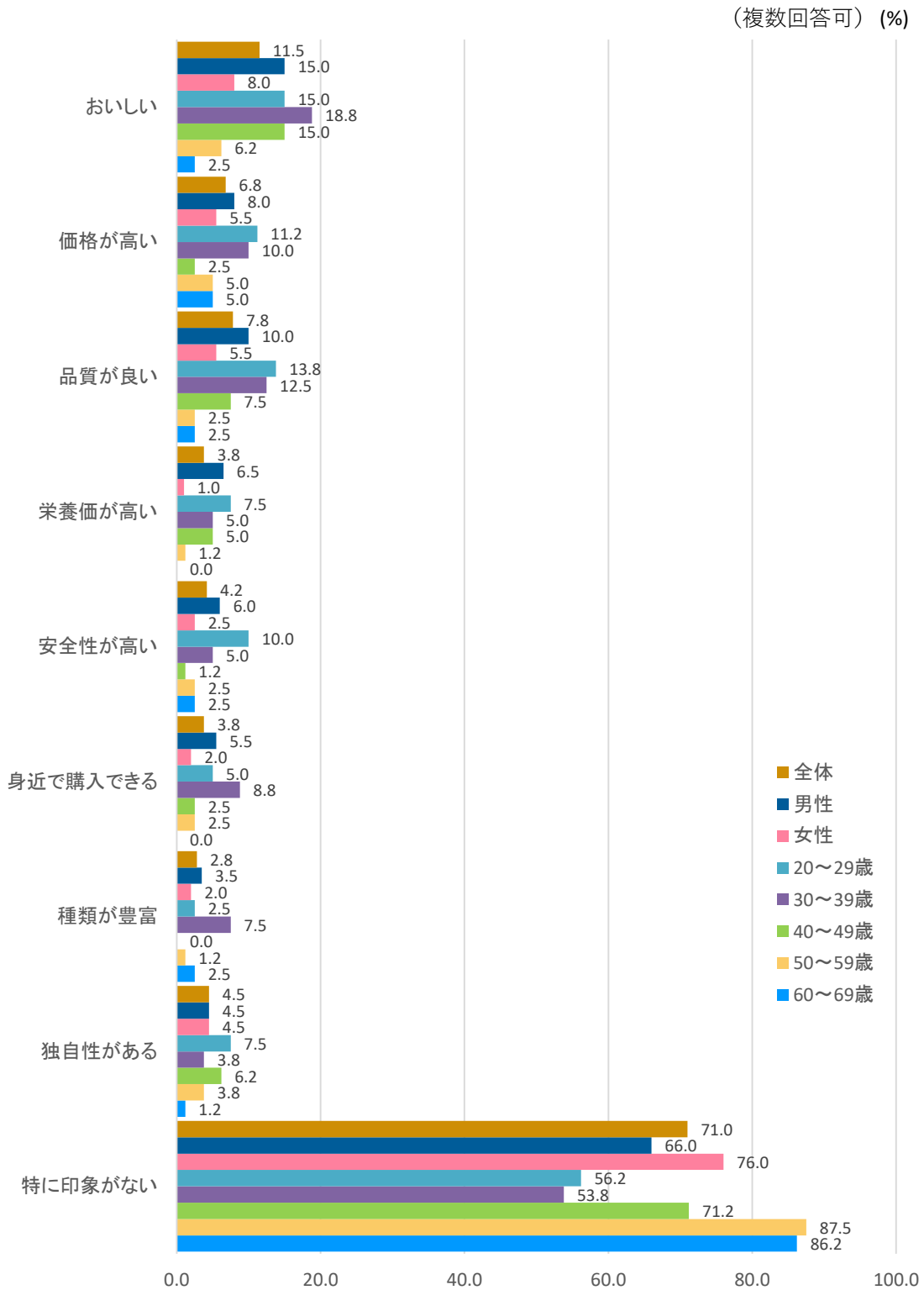
全体 + 10%

全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 18. 日本の乳製品に対するイメージ — 牛乳



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ – ヨーグルト

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	29	19	10	7	5	9	6	2
	%	7.2	9.5	5.0	8.8	6.2	11.2	7.5	2.5
価格が高い	回答者数	35	22	13	10	13	5	3	4
	%	8.8	11.0	6.5	12.5	16.2	6.2	3.8	5.0
品質が良い	回答者数	27	21	6	10	7	5	2	3
	%	6.8	10.5	3.0	12.5	8.8	6.2	2.5	3.8
栄養価が高い	回答者数	26	15	11	10	11	2	2	1
	%	6.5	7.5	5.5	12.5	13.8	2.5	2.5	1.2
安全性が高い	回答者数	16	13	3	7	4	2	2	1
	%	4.0	6.5	1.5	8.8	5.0	2.5	2.5	1.2
身近で購入できる	回答者数	11	8	3	4	4	2	1	0
	%	2.8	4.0	1.5	5.0	5.0	2.5	1.2	0.0
種類が豊富	回答者数	12	9	3	2	4	2	2	2
	%	3.0	4.5	1.5	2.5	5.0	2.5	2.5	2.5
独自性がある	回答者数	21	10	11	6	6	5	3	1
	%	5.2	5.0	5.5	7.5	7.5	6.2	3.8	1.2
特に印象がない	回答者数	283	131	152	44	45	55	70	69
	%	70.8	65.5	76.0	55.0	56.2	68.8	87.5	86.2

日本のヨーグルトに対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で70.8%、年齢別で50代及び60代は85%以上がそのように答えている。他には「価格が高い」と思っている人の割合が若干ながら他の項目より高い。20代及び30代では「栄養価が高い」のイメージがもたれている。

全体 + 10%

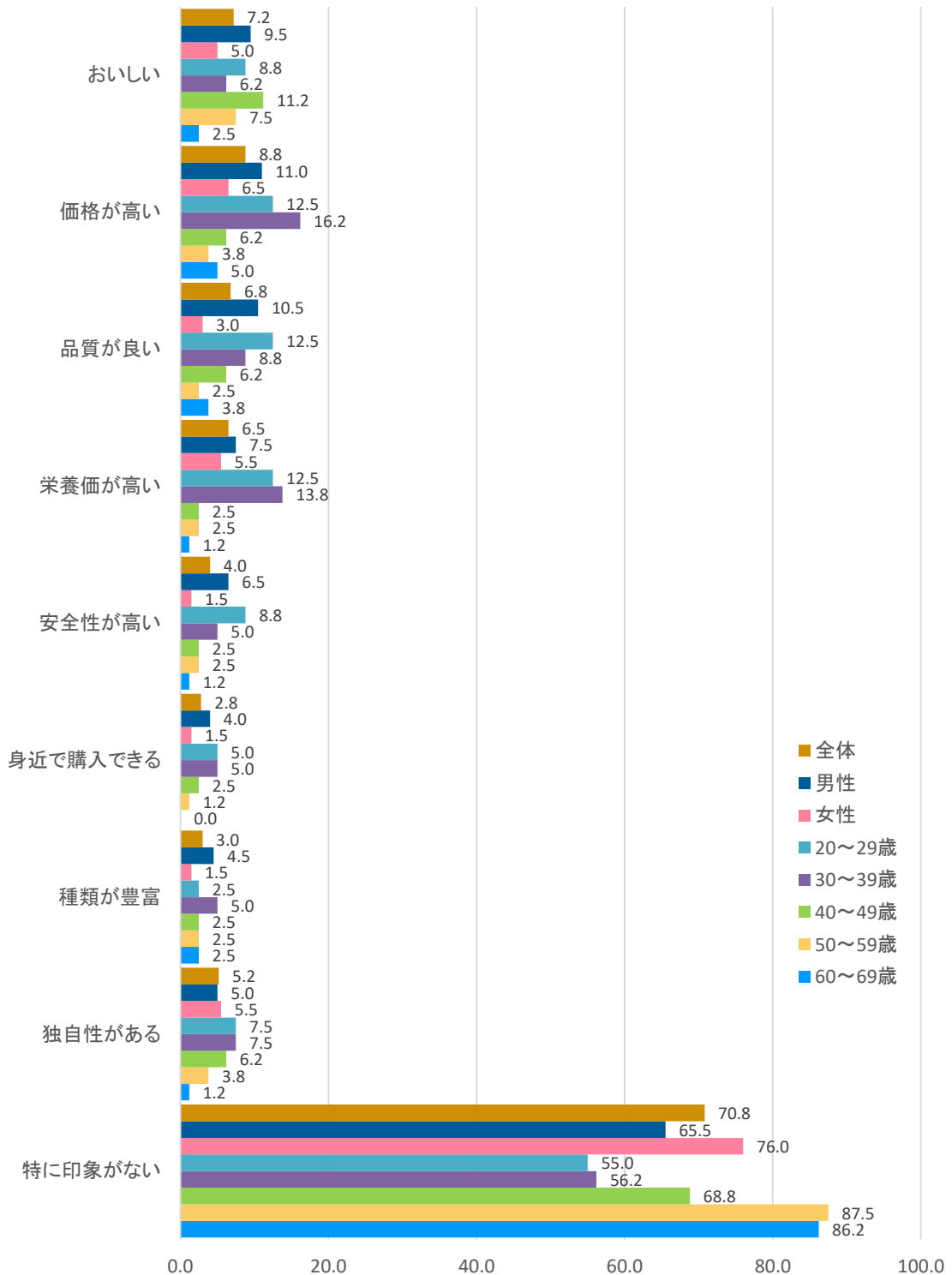
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 18. 日本の乳製品に対するイメージ — ヨーグルト

(複数回答可) (%)



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ — チーズ

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	25	16	9	5	6	8	5	1
	%	6.2	8.0	4.5	6.2	7.5	10.0	6.2	1.2
価格が高い	回答者数	33	20	13	6	14	5	4	4
	%	8.2	10.0	6.5	7.5	17.5	6.2	5.0	5.0
品質が良い	回答者数	27	23	4	12	7	4	2	2
	%	6.8	11.5	2.0	15.0	8.8	5.0	2.5	2.5
栄養価が高い	回答者数	25	16	9	7	9	5	3	1
	%	6.2	8.0	4.5	8.8	11.2	6.2	3.8	1.2
安全性が高い	回答者数	17	12	5	6	8	0	1	2
	%	4.2	6.0	2.5	7.5	10.0	0.0	1.2	2.5
身近で購入できる	回答者数	19	13	6	4	8	4	1	2
	%	4.8	6.5	3.0	5.0	10.0	5.0	1.2	2.5
種類が豊富	回答者数	9	7	2	2	3	1	1	2
	%	2.2	3.5	1.0	2.5	3.8	1.2	1.2	2.5
独自性がある	回答者数	22	9	13	7	6	5	3	1
	%	5.5	4.5	6.5	8.8	7.5	6.2	3.8	1.2
特に印象がない	回答者数	285	132	153	45	44	57	70	69
	%	71.2	66.0	76.5	56.2	55.0	71.2	87.5	86.2

日本のチーズに対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で71.2%、年齢別で50代、60代は85%以上がそのように答えている。他には「価格が高い」と思っている人の割合が若干ながら他の項目より高い。30代では「栄養価が高い」、「安全性が高い」または「身近で購入できる」と答えている人が1割以上いる。

全体 + 10%

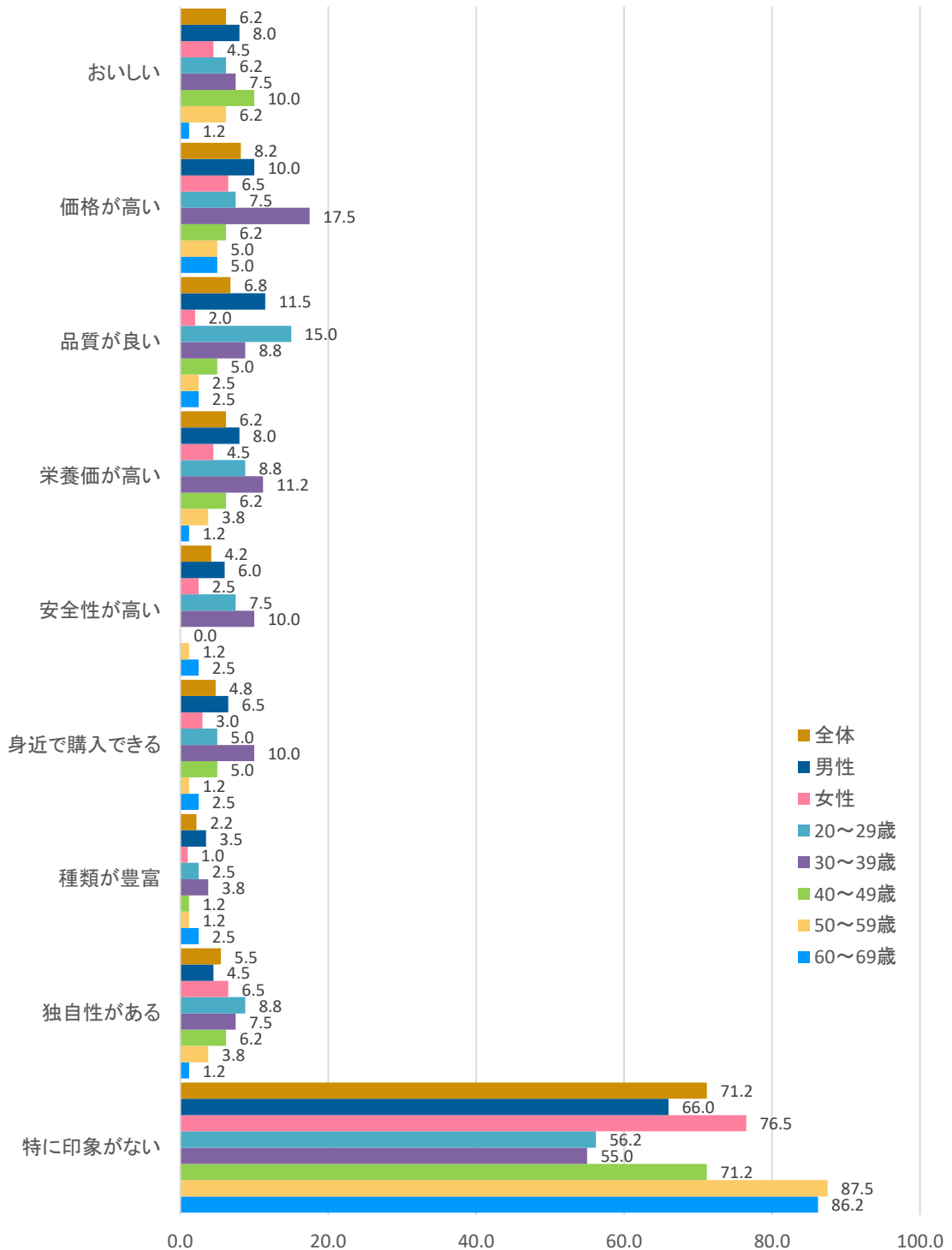
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 18. 日本の乳製品に対するイメージ - チーズ

(複数回答可) (%)



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ – 生クリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	22	15	7	3	6	8	4	1
	%	5.5	7.5	3.5	3.8	7.5	10.0	5.0	1.2
価格が高い	回答者数	30	19	11	9	11	3	2	5
	%	7.5	9.5	5.5	11.2	13.8	3.8	2.5	6.2
品質が良い	回答者数	27	16	11	9	7	7	2	2
	%	6.8	8.0	5.5	11.2	8.8	8.8	2.5	2.5
栄養価が高い	回答者数	21	18	3	9	8	1	2	1
	%	5.2	9.0	1.5	11.2	10.0	1.2	2.5	1.2
安全性が高い	回答者数	16	11	5	5	4	3	1	3
	%	4.0	5.5	2.5	6.2	5.0	3.8	1.2	3.8
身近で購入できる	回答者数	18	10	8	6	8	0	2	2
	%	4.5	5.0	4.0	7.5	10.0	0.0	2.5	2.5
種類が豊富	回答者数	11	7	4	1	6	0	2	2
	%	2.8	3.5	2.0	1.2	7.5	0.0	2.5	2.5
独自性がある	回答者数	22	12	10	7	7	5	2	1
	%	5.5	6.0	5.0	8.8	8.8	6.2	2.5	1.2
特に印象がない	回答者数	290	134	156	45	46	59	72	68
	%	72.5	67.0	78.0	56.2	57.5	73.8	90.0	85.0

日本の生クリームに対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で72.5%、年齢別で50代、60代は85%以上がそのように答えている。他には「価格が高い」と思っている人の割合が若干ながら他の項目より高い。

全体 + 10%

全体 + 5%

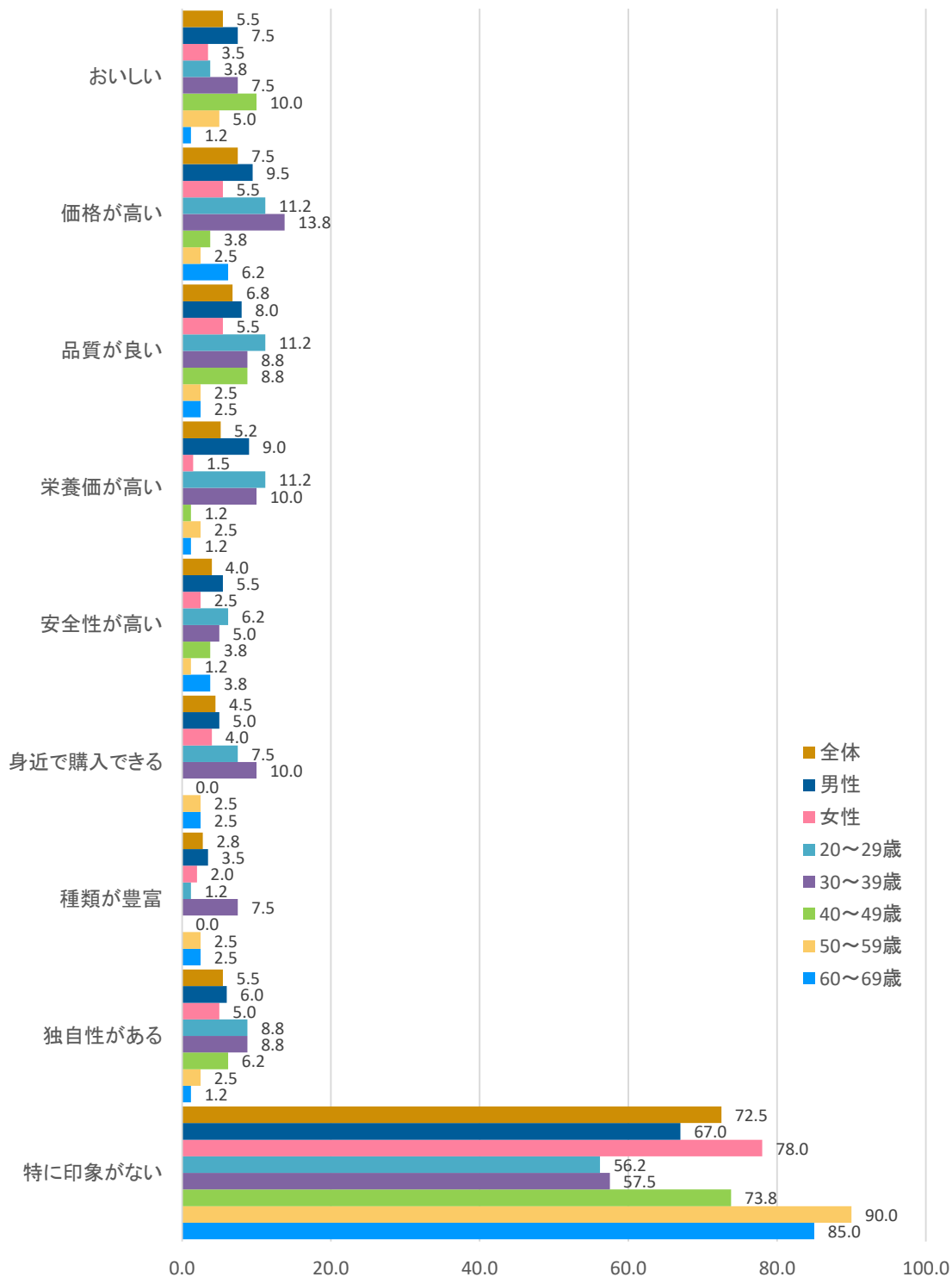
全体 - 5%

全体 - 10%



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ – 生クリーム

(複数回答可) (%)



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ - アイスクリーム

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	34	19	15	7	10	8	6	3
	%	8.5	9.5	7.5	8.8	12.5	10.0	7.5	3.8
価格が高い	回答者数	24	16	8	8	10	2	1	3
	%	6.0	8.0	4.0	10.0	12.5	2.5	1.2	3.8
品質が良い	回答者数	26	19	7	10	5	7	3	1
	%	6.5	9.5	3.5	12.5	6.2	8.8	3.8	1.2
栄養価が高い	回答者数	10	9	1	4	5	0	1	0
	%	2.5	4.5	0.5	5.0	6.2	0.0	1.2	0.0
安全性が高い	回答者数	22	13	9	6	8	3	3	2
	%	5.5	6.5	4.5	7.5	10.0	3.8	3.8	2.5
身近で購入できる	回答者数	22	15	7	7	9	5	1	0
	%	5.5	7.5	3.5	8.8	11.2	6.2	1.2	0.0
種類が豊富	回答者数	16	11	5	2	7	1	2	4
	%	4.0	5.5	2.5	2.5	8.8	1.2	2.5	5.0
独自性がある	回答者数	20	12	8	8	5	4	2	1
	%	5.0	6.0	4.0	10.0	6.2	5.0	2.5	1.2
特に印象がない	回答者数	284	131	153	45	43	56	71	69
	%	71.0	65.5	76.5	56.2	53.8	70.0	88.8	86.2

日本のアイスクリームに対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で71%、年齢別で50代、60代は85%以上がそのように答えている。20代及び30代では「価格が高い」、「品質が良い」及び身近に購入できる」といったイメージがもたれている。

全体 + 10%

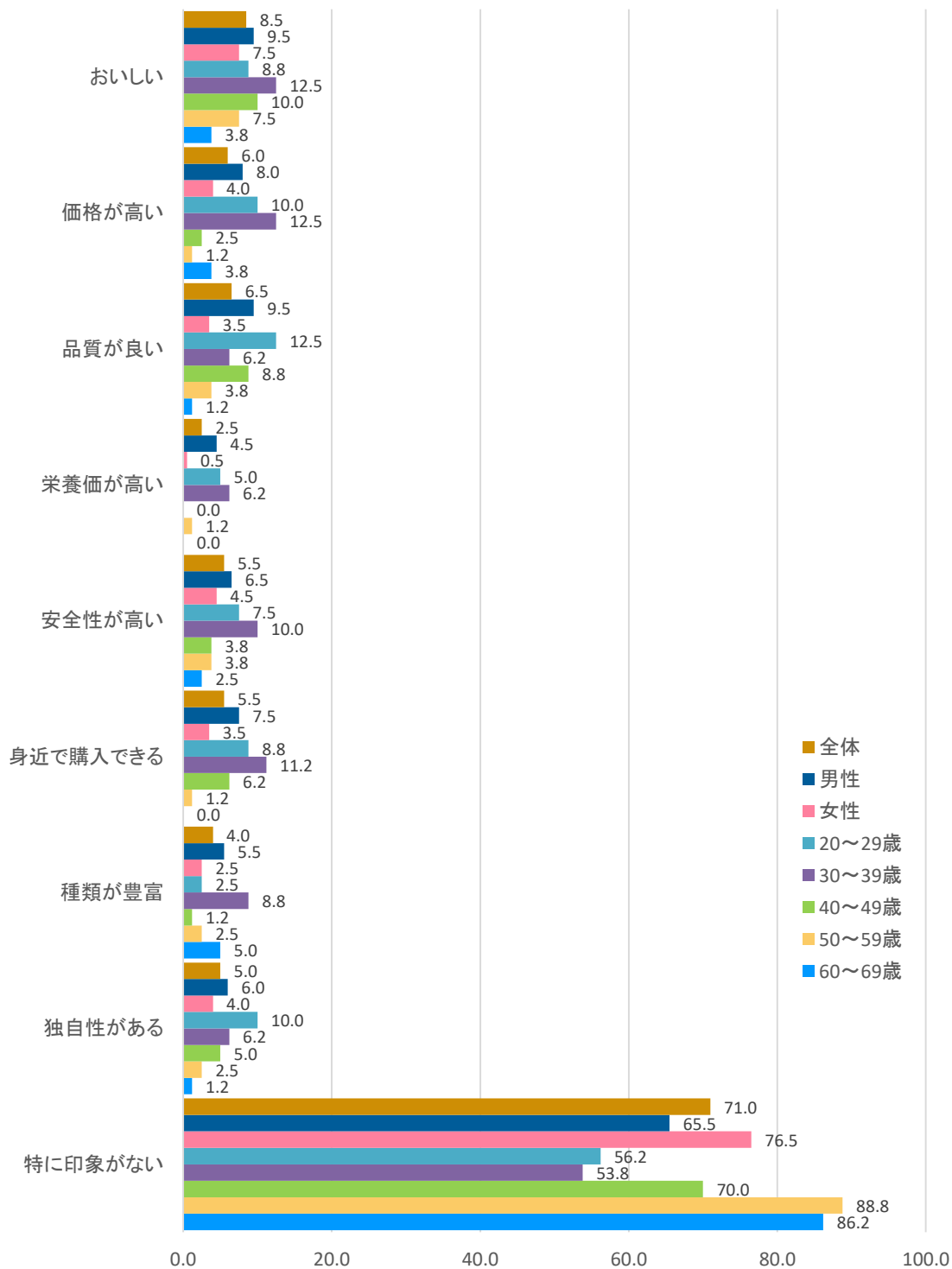
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

## 18. 日本の乳製品に対するイメージ - アイスクリーム

(複数回答可) (%)



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ

### ー 育児用調製液状乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	12	6	6	2	3	3	3	1
	%	3.0	3.0	3.0	2.5	3.8	3.8	3.8	1.2
価格が高い	回答者数	24	13	11	8	8	3	2	3
	%	6.0	6.5	5.5	10.0	10.0	3.8	2.5	3.8
品質が良い	回答者数	23	16	7	8	9	4	1	1
	%	5.8	8.0	3.5	10.0	11.2	5.0	1.2	1.2
栄養価が高い	回答者数	12	7	5	5	4	3	0	0
	%	3.0	3.5	2.5	6.2	5.0	3.8	0.0	0.0
安全性が高い	回答者数	10	6	4	3	1	3	2	1
	%	2.5	3.0	2.0	3.8	1.2	3.8	2.5	1.2
身近で購入できる	回答者数	11	8	3	2	7	2	0	0
	%	2.8	4.0	1.5	2.5	8.8	2.5	0.0	0.0
種類が豊富	回答者数	7	5	2	1	4	0	1	1
	%	1.8	2.5	1.0	1.2	5.0	0.0	1.2	1.2
独自性がある	回答者数	15	7	8	4	5	3	1	2
	%	3.8	3.5	4.0	5.0	6.2	3.8	1.2	2.5
特に印象がない	回答者数	312	150	162	52	49	63	75	73
	%	78.0	75.0	81.0	65.0	61.3	78.8	93.8	91.2

日本の育児用調製液状乳に対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で78%、年齢別で50代及び60代は90%以上がそのように答えている。主要な購入層である20代及び30代では「価格が高い」及び「品質が良い」といったイメージが10%を超えており、1%程度の50～60代と対照的である。

全体 + 10%

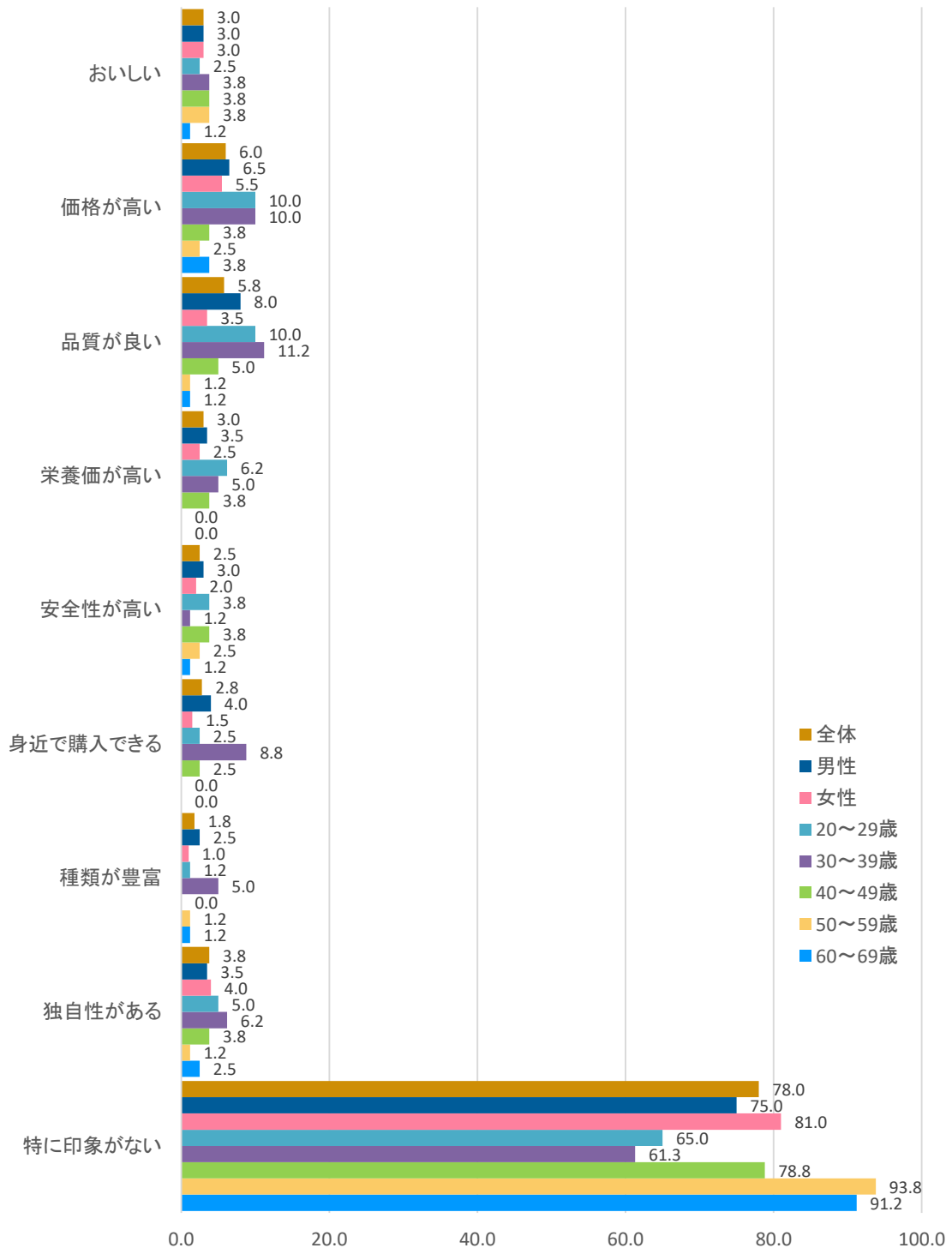
全体 + 5%

全体 - 5%

全体 - 10%

# 18. 日本の乳製品に対するイメージ ー 育児用調製液状乳

(複数回答可) (%)



## 18. 日本の乳製品に対するイメージ

### ー 育児用調製粉乳

(複数回答可)

		全体	男性	女性	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳
全体	回答者数	400	200	200	80	80	80	80	80
	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
おいしい	回答者数	17	10	7	5	4	4	3	1
	%	4.2	5.0	3.5	6.2	5.0	5.0	3.8	1.2
価格が高い	回答者数	21	11	10	8	8	2	0	3
	%	5.2	5.5	5.0	10.0	10.0	2.5	0.0	3.8
品質が良い	回答者数	15	11	4	3	4	5	2	1
	%	3.8	5.5	2.0	3.8	5.0	6.2	2.5	1.2
栄養価が高い	回答者数	11	6	5	4	7	0	0	0
	%	2.8	3.0	2.5	5.0	8.8	0.0	0.0	0.0
安全性が高い	回答者数	10	5	5	2	3	3	1	1
	%	2.5	2.5	2.5	2.5	3.8	3.8	1.2	1.2
身近で購入できる	回答者数	13	8	5	7	5	0	1	0
	%	3.2	4.0	2.5	8.8	6.2	0.0	1.2	0.0
種類が豊富	回答者数	7	5	2	4	2	0	0	1
	%	1.8	2.5	1.0	5.0	2.5	0.0	0.0	1.2
独自性がある	回答者数	14	6	8	4	4	3	1	2
	%	3.5	3.0	4.0	5.0	5.0	3.8	1.2	2.5
特に印象がない	回答者数	317	154	163	53	52	63	76	73
	%	79.2	77.0	81.5	66.2	65.0	78.8	95.0	91.2

日本の育児用調製粉乳に対するイメージも全体として「特に印象がない」。全体で79.2%、年齢別で50代及び60代は90%以上がそのように答えている。主要な購入層である20代及び30代では「価格が高い」のイメージが若干ある。

全体 + 10%

全体 + 5%

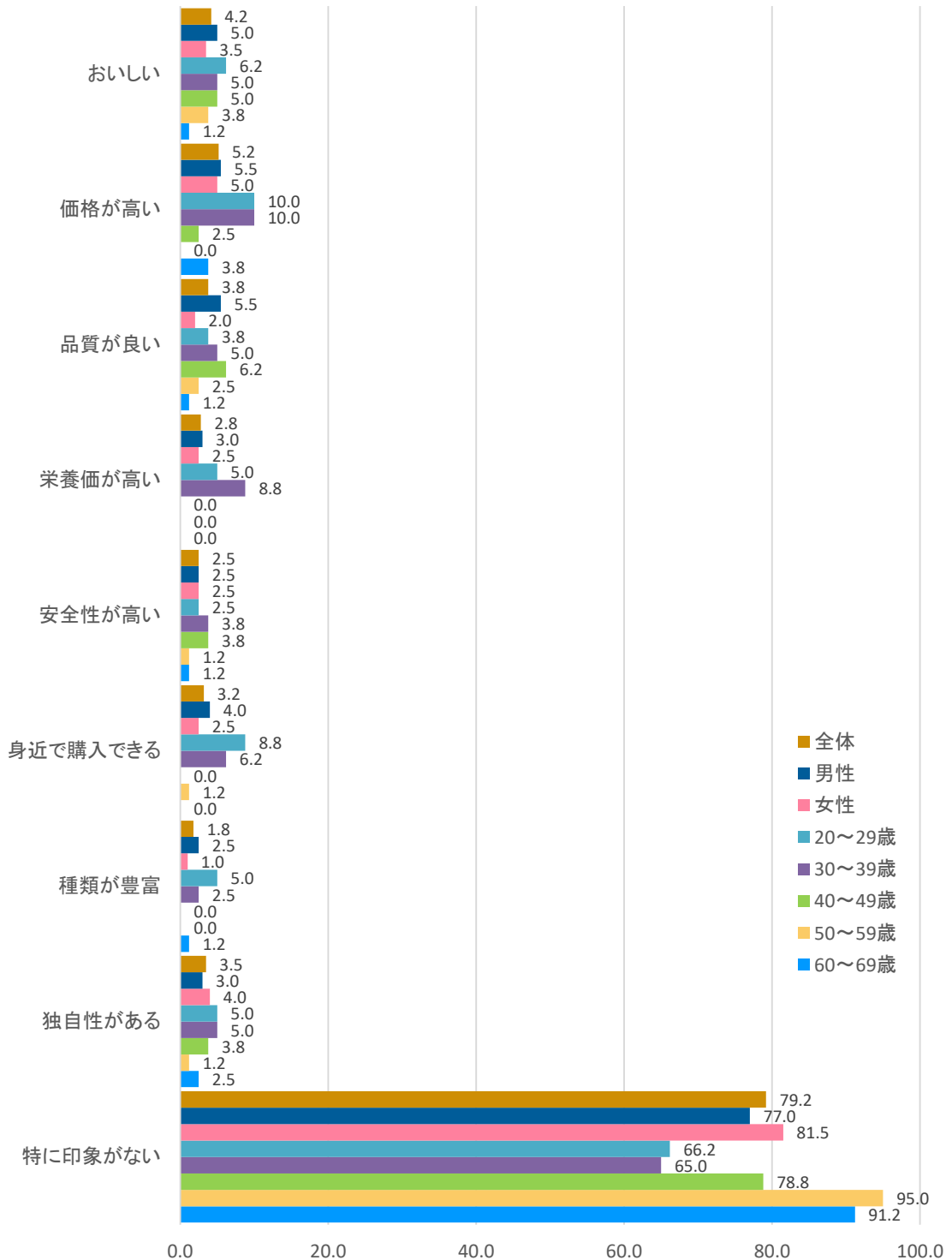
全体 - 5%

全体 - 10%

# 18. 日本の乳製品に対するイメージ

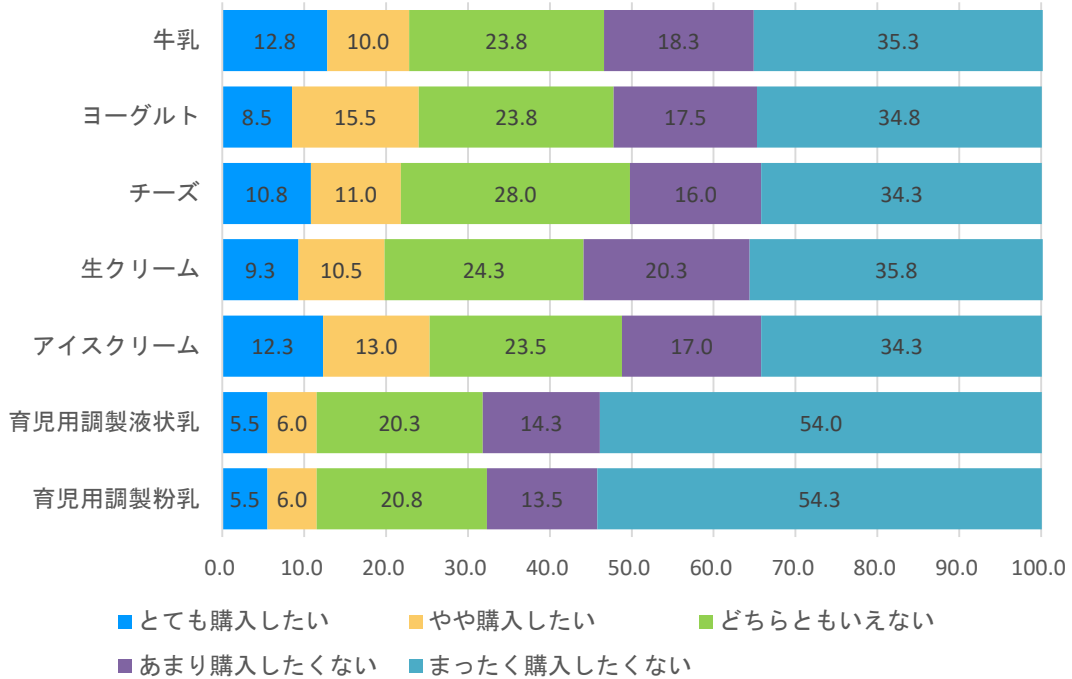
## ー 育児用調製粉乳

(複数回答可) (%)



## 19. 日本の乳製品に対する購入意向

(%、N=400)



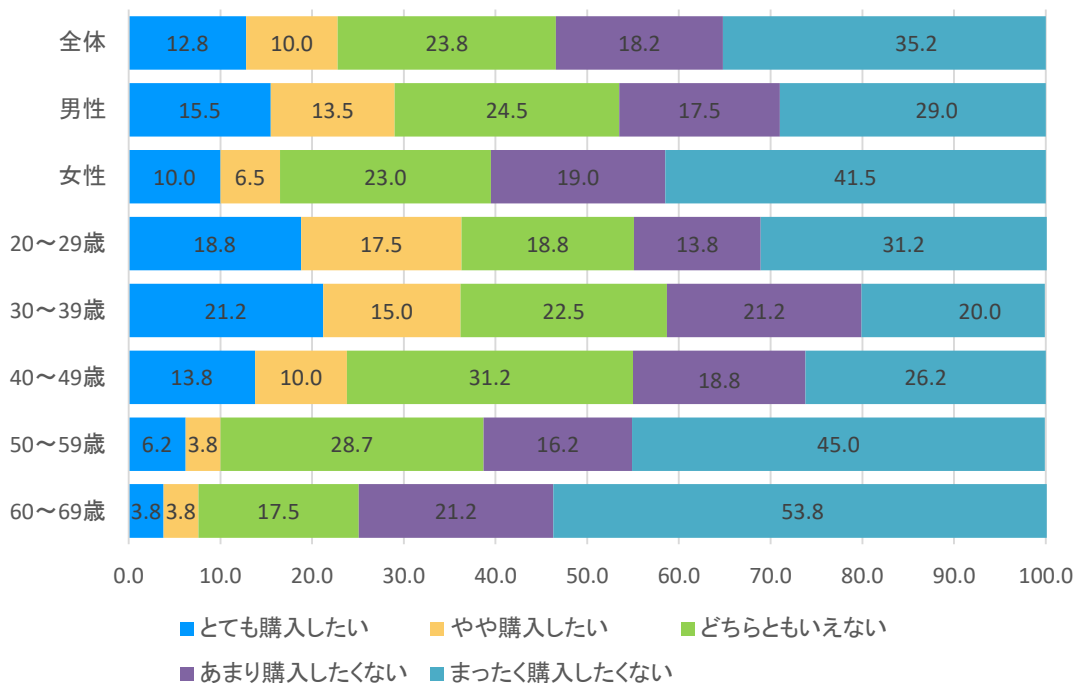
	牛乳		ヨーグルト		チーズ		生クリーム		アイス クリーム		育児用 調製液状乳		育児用 調製粉乳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	51	12.8	34	8.5	43	10.8	37	9.3	49	12.3	22	5.5	22	5.5
やや購入したい	40	10.0	62	15.5	44	11.0	42	10.5	52	13.0	24	6.0	24	6.0
どちらともいえない	95	23.8	95	23.8	112	28.0	97	24.3	94	23.5	81	20.3	83	20.8
あまり購入したくない	73	18.3	70	17.5	64	16.0	81	20.3	68	17.0	57	14.3	54	13.5
まったく購入したくない	141	35.3	139	34.8	137	34.3	143	35.8	137	34.3	216	54.0	217	54.3
全体	400	100.0	400	100.0	400	100.0	400	100.0	400	100.0	400	100.0	400	100.0

乳製品について、日本の製品を今後購入する意向があるか、という質問に対し、ほとんどの人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。育児用調製乳については65%以上が、その他の製品についても50%前後の人が同じように答えている。日本産乳製品に対するイメージがない点が背景にあると考えられる。



# 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - 牛乳

(%)



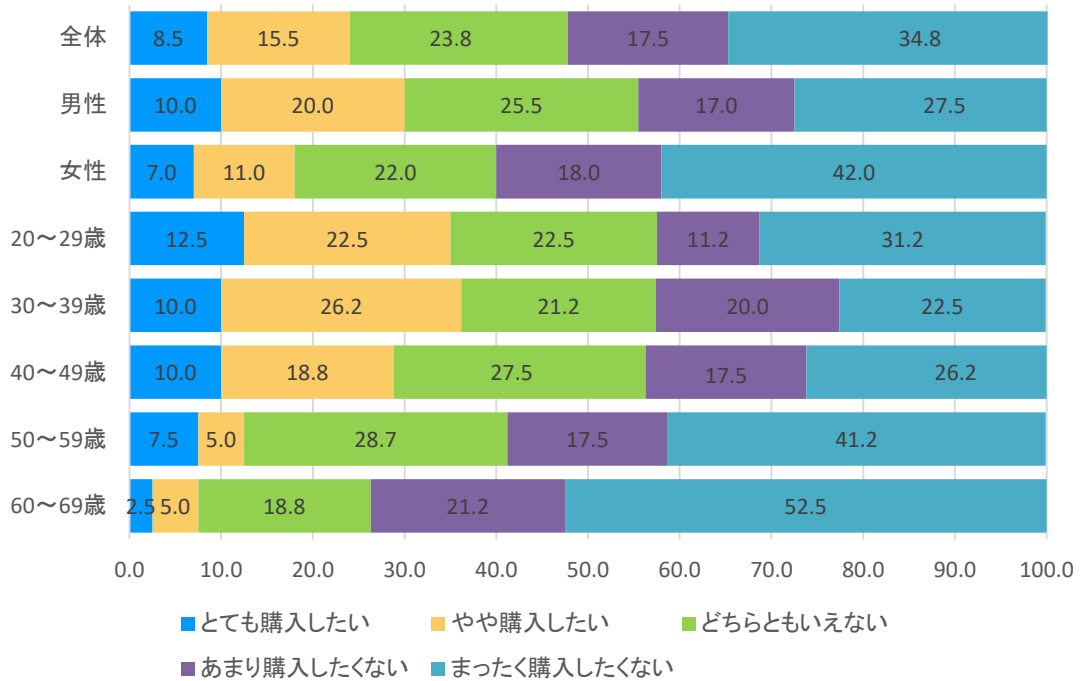
	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	51	12.8	31	15.5	20	10.0	15	18.8	17	21.2	11	13.8	5	6.2	3	3.8
やや購入したい	40	10.0	27	13.5	13	6.5	14	17.5	12	15.0	8	10.0	3	3.8	3	3.8
どちらともいえない	95	23.8	49	24.5	46	23.0	15	18.8	18	22.5	25	31.2	23	28.7	14	17.5
あまり購入したくない	73	18.2	35	17.5	38	19.0	11	13.8	17	21.2	15	18.8	13	16.2	17	21.2
まったく購入したくない	141	35.2	58	29.0	83	41.5	25	31.2	16	20.0	21	26.2	36	45.0	43	53.8
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本の牛乳について、日本の製品を今後購入する気があるか、という質問に対し、53.4%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。一方、若干ではあるが、全体で12.8%、特に20代、30代には20%前後の興味があると答えている。また、女性より男性の方が購入意向があるようである。



# 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - ヨーグルト

(%)



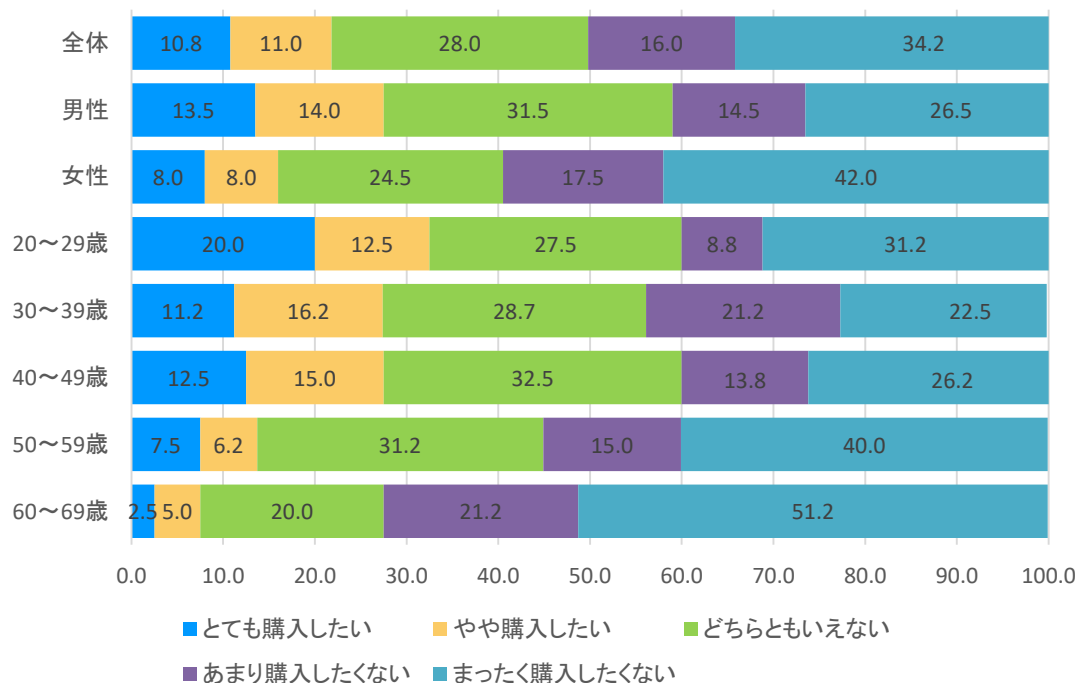
	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	34	8.5	20	10.0	14	7.0	10	12.5	8	10.0	8	10.0	6	7.5	2	2.5
やや購入したい	62	15.5	40	20.0	22	11.0	18	22.5	21	26.2	15	18.8	4	5.0	4	5.0
どちらともいえない	95	23.8	51	25.5	44	22.0	18	22.5	17	21.2	22	27.5	23	28.7	15	18.8
あまり購入したくない	70	17.5	34	17.0	36	18.0	9	11.2	16	20.0	14	17.5	14	17.5	17	21.2
まったく購入したくない	139	34.8	55	27.5	84	42.0	25	31.2	18	22.5	21	26.2	33	41.2	42	52.5
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本のヨーグルトについて、日本の製品を今後購入する気があるか、という質問に対し、52.3%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。一方、若干ではあるが、男性及び若い世代からは興味をもっている様子もうかがえる。

- 全体 + 10%
- 全体 + 5%
- 全体 - 5%
- 全体 - 10%

## 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - チーズ

(%)

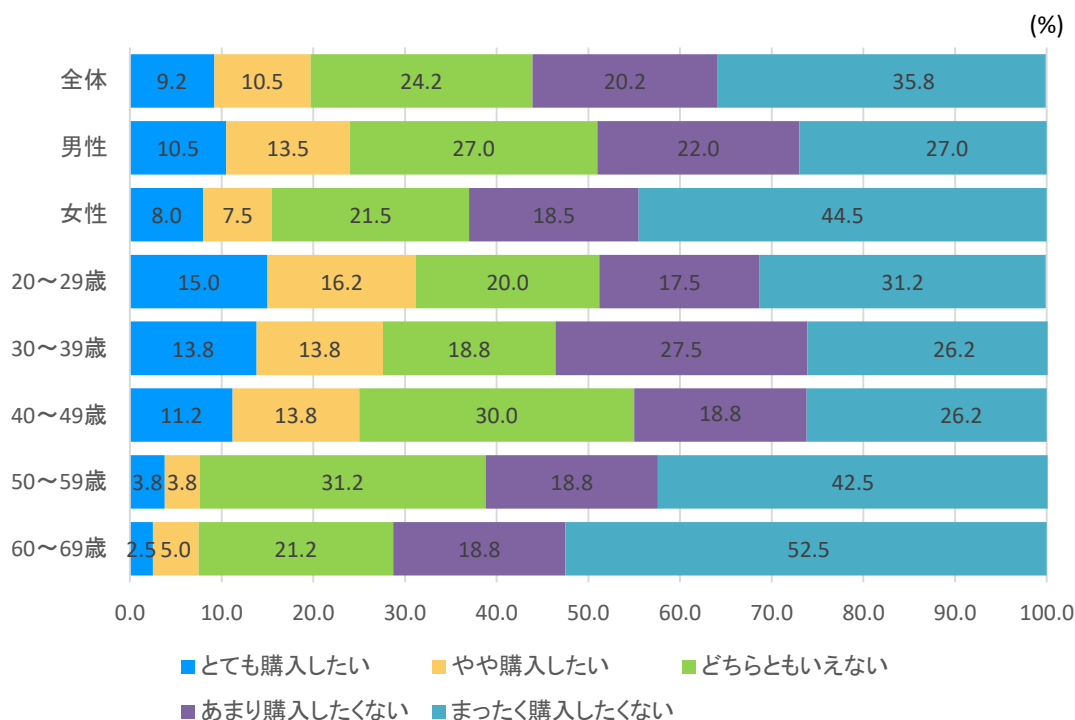


	全体		男性		女性		20～29歳		30～39歳		40～49歳		50～59歳		60～69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	43	10.8	27	13.5	16	8.0	16	20.0	9	11.2	10	12.5	6	7.5	2	2.5
やや購入したい	44	11.0	28	14.0	16	8.0	10	12.5	13	16.2	12	15.0	5	6.2	4	5.0
どちらともいえない	112	28.0	63	31.5	49	24.5	22	27.5	23	28.7	26	32.5	25	31.2	16	20.0
あまり購入したくない	64	16.0	29	14.5	35	17.5	7	8.8	17	21.2	11	13.8	12	15.0	17	21.2
まったく購入したくない	137	34.2	53	26.5	84	42.0	25	31.2	18	22.5	21	26.2	32	40.0	41	51.2
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本のチーズについて、日本の製品を今後購入する気があるか、という質問に対し、50.2%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。一方、20%前後の人が日本のチーズに興味を持っている。20代及び40代では特に関心がある程度あるとみられる。



## 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - 生クリーム

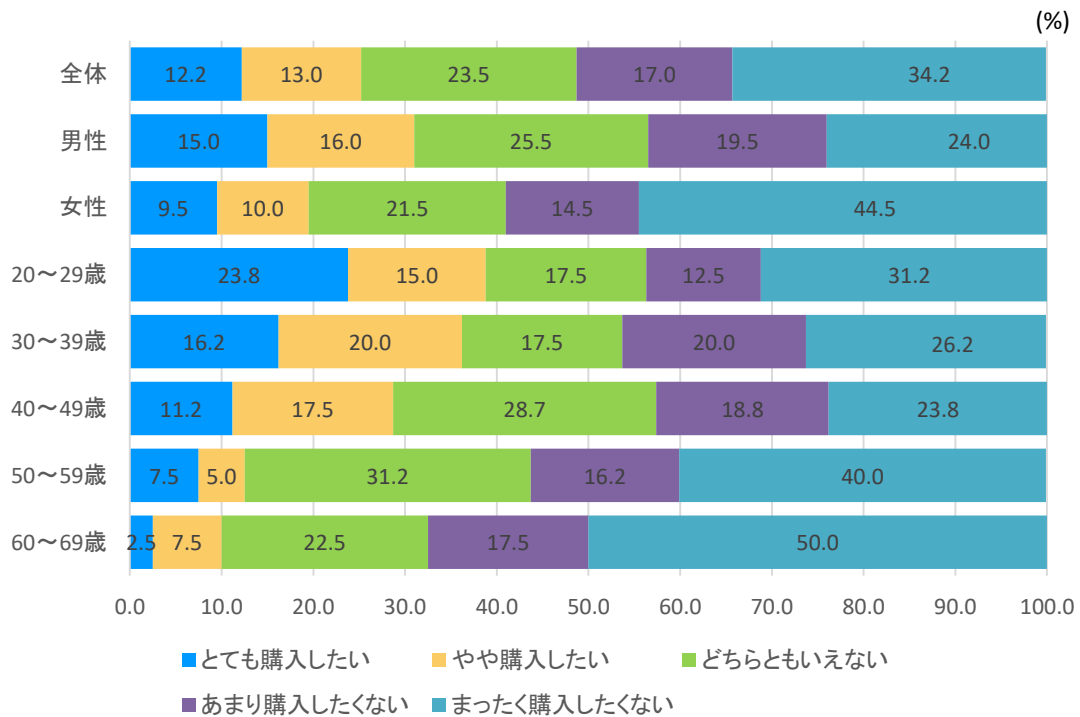


	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	37	9.2	21	10.5	16	8.0	12	15.0	11	13.8	9	11.2	3	3.8	2	2.5
やや購入したい	42	10.5	27	13.5	15	7.5	13	16.2	11	13.8	11	13.8	3	3.8	4	5.0
どちらともいえない	97	24.2	54	27.0	43	21.5	16	20.0	15	18.8	24	30.0	25	31.2	17	21.2
あまり購入したくない	81	20.2	44	22.0	37	18.5	14	17.5	22	27.5	15	18.8	15	18.8	15	18.8
まったく購入したくない	143	35.8	54	27.0	89	44.5	25	31.2	21	26.2	21	26.2	34	42.5	42	52.5
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本の生クリームについて、日本の製品を今後購入する気があるか、という質問に対し、56%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。また、「とても購入したい」、あるいは「やや購入したい」という人は他の製品に比べて低く、20%未満である。40代は比較的興味を持っているようである。



# 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - アイスクリーム

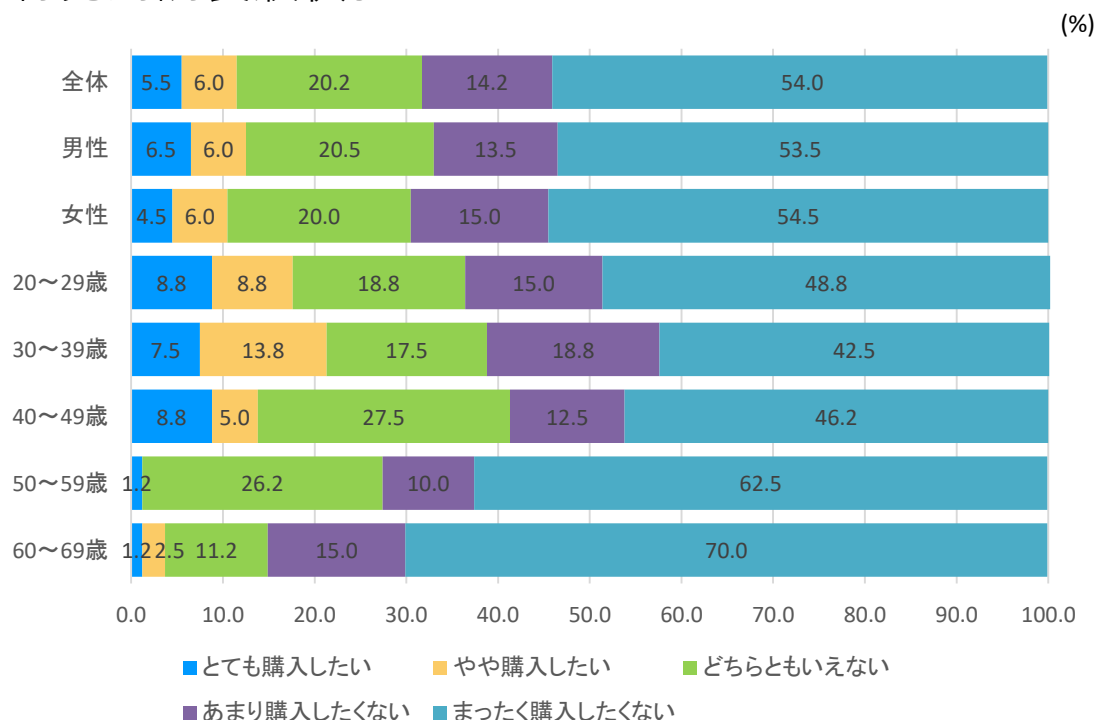


	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	49	12.2	30	15.0	19	9.5	19	23.8	13	16.2	9	11.2	6	7.5	2	2.5
やや購入したい	52	13.0	32	16.0	20	10.0	12	15.0	16	20.0	14	17.5	4	5.0	6	7.5
どちらともいえない	94	23.5	51	25.5	43	21.5	14	17.5	14	17.5	23	28.7	25	31.2	18	22.5
あまり購入したくない	68	17.0	39	19.5	29	14.5	10	12.5	16	20.0	15	18.8	13	16.2	14	17.5
まったく購入したくない	137	34.2	48	24.0	89	44.5	25	31.2	21	26.2	19	23.8	32	40.0	40	50.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本のアイスクリーム、日本の製品を今後購入する気があるか、という質問に対し、51.2%の人が「あまり購入したくない」、または「まったく購入したくない」と答えている。また、20代、30代の方は日本産のアイスクリームを食べてみたい、という思いはあるようで、40%ほどとなっている。特に20代の約4人に一人は「とても購入したい」と答えている。

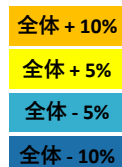


## 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - 育児用調製液状乳



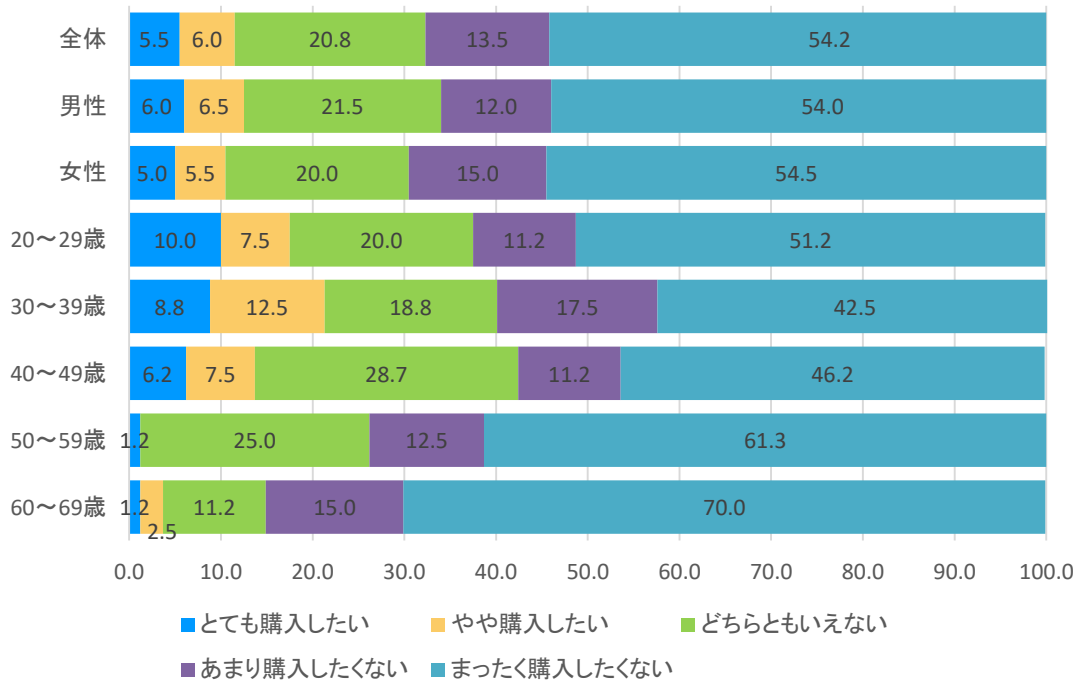
	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	22	5.5	13	6.5	9	4.5	7	8.8	6	7.5	7	8.8	1	1.2	1	1.2
やや購入したい	24	6.0	12	6.0	12	6.0	7	8.8	11	13.8	4	5.0	0	0.0	2	2.5
どちらともいえない	81	20.2	41	20.5	40	20.0	15	18.8	14	17.5	22	27.5	21	26.2	9	11.2
あまり購入したくない	57	14.2	27	13.5	30	15.0	12	15.0	15	18.8	10	12.5	8	10.0	12	15.0
まったく購入したくない	216	54.0	107	53.5	109	54.5	39	48.8	34	42.5	37	46.2	50	62.5	56	70.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

日本の育児用調製液状乳については、68.2%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。育児用調製乳については、20代などの世代も含め、あまり興味があるとは見えない。



## 19. 日本の乳製品に対する購入意向 - 育児用調製粉乳

(%)



	全体		男性		女性		20~29歳		30~39歳		40~49歳		50~59歳		60~69歳	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
とても購入したい	22	5.5	12	6.0	10	5.0	8	10.0	7	8.8	5	6.2	1	1.2	1	1.2
やや購入したい	24	6.0	13	6.5	11	5.5	6	7.5	10	12.5	6	7.5	0	0.0	2	2.5
どちらともいえない	83	20.8	43	21.5	40	20.0	16	20.0	15	18.8	23	28.7	20	25.0	9	11.2
あまり購入したくない	54	13.5	24	12.0	30	15.0	9	11.2	14	17.5	9	11.2	10	12.5	12	15.0
まったく購入したくない	217	54.2	108	54.0	109	54.5	41	51.2	34	42.5	37	46.2	49	61.3	56	70.0
全体	400	100.0	200	100.0	200	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0	80	100.0

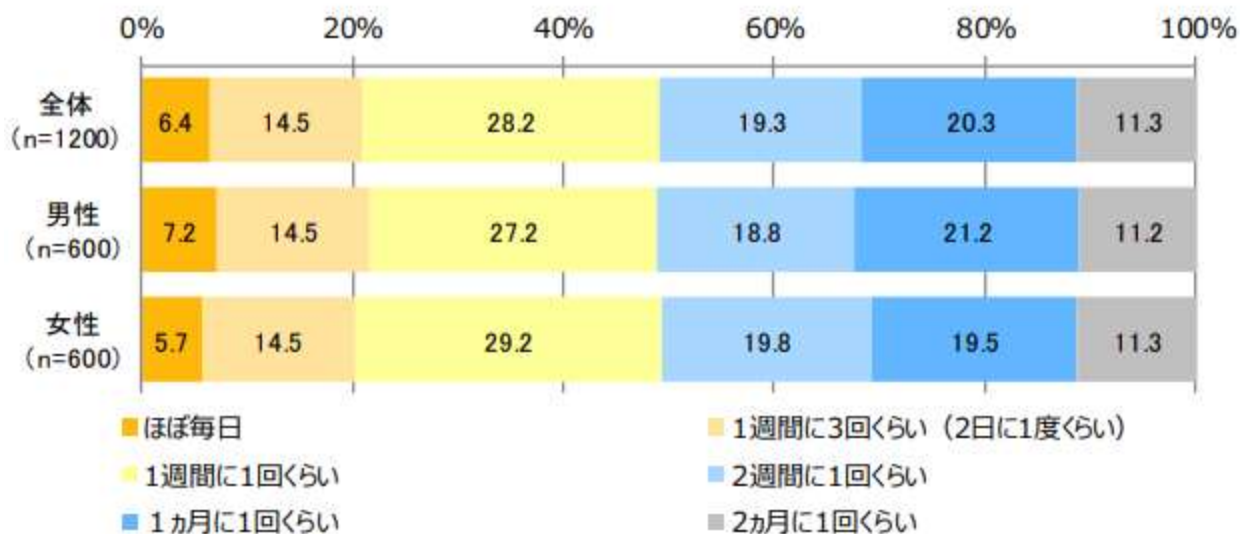
日本の育児用調製粉乳についても同様に、68.7%の人が「あまり購入したくない」または「まったく購入したくない」と答えている。育児用調製粉乳については、20代などの世代も含め、あまり興味があるとは見えない。

全体 + 10%  
全体 + 5%  
全体 - 5%  
全体 - 10%

## 20. 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」 - 消費者調査結果抜粋

日本アイスクリーム協会が1997年より消費者を対象にアイスクリームに関する意識調査を実施し、その結果を「アイスクリーム白書」としてまとめている。本事業で実施した消費者調査とは質問事項の言葉の違い等があり、一概に比較は出来ないが、参考用として、同様の質問に対する日本の消費者の調査結果を抜粋している。

### S7.「お店などで売っているアイスクリーム」について、普段あなたが購入し、あなたご自身で食べる頻度（最近1年間の平均）をお知らせください。



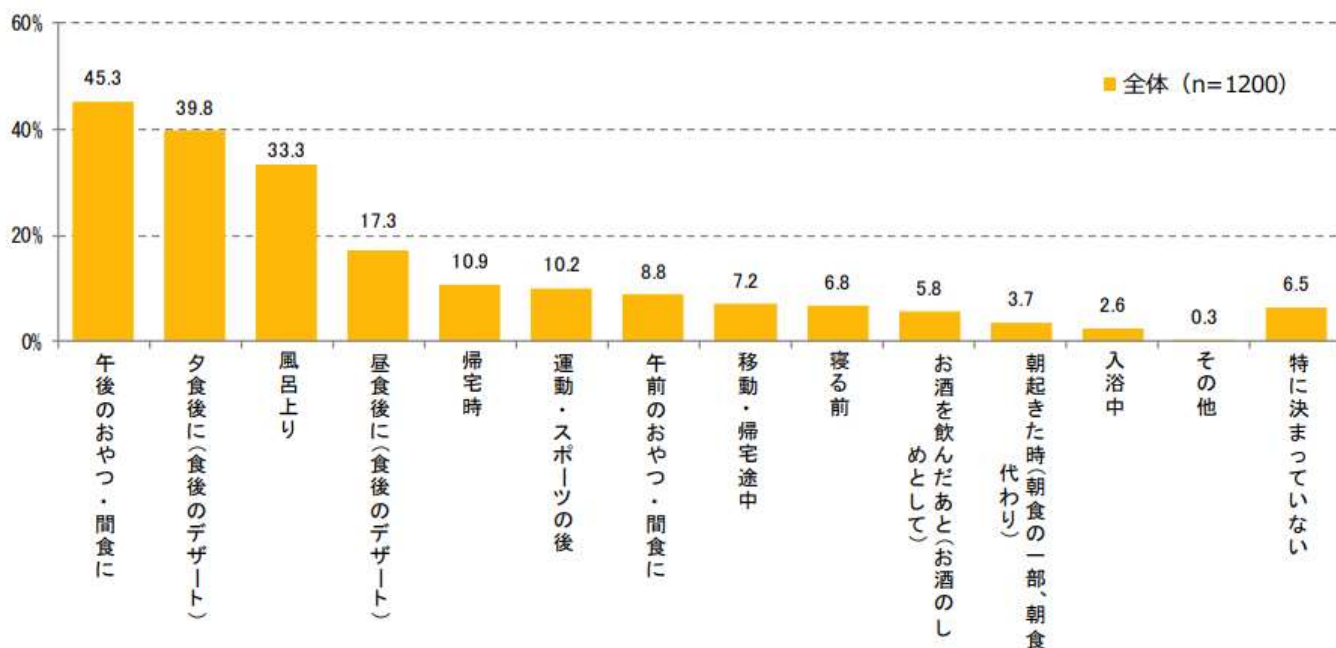
出所) 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」

フランスの喫食及び購入の頻度についてはp.12及びp.22に掲載している。両国の回答を比較すると、フランスと日本の喫食頻度は「1週間に1回くらい」がもっとも多く、大きな差はないと言える。



## 20. 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」 - 消費者調査結果抜粋

Q10.1日の生活時間の中で、アイスクリームをいつ食べますか。よく食べる「タイミング」をお知らせください。（複数回答）

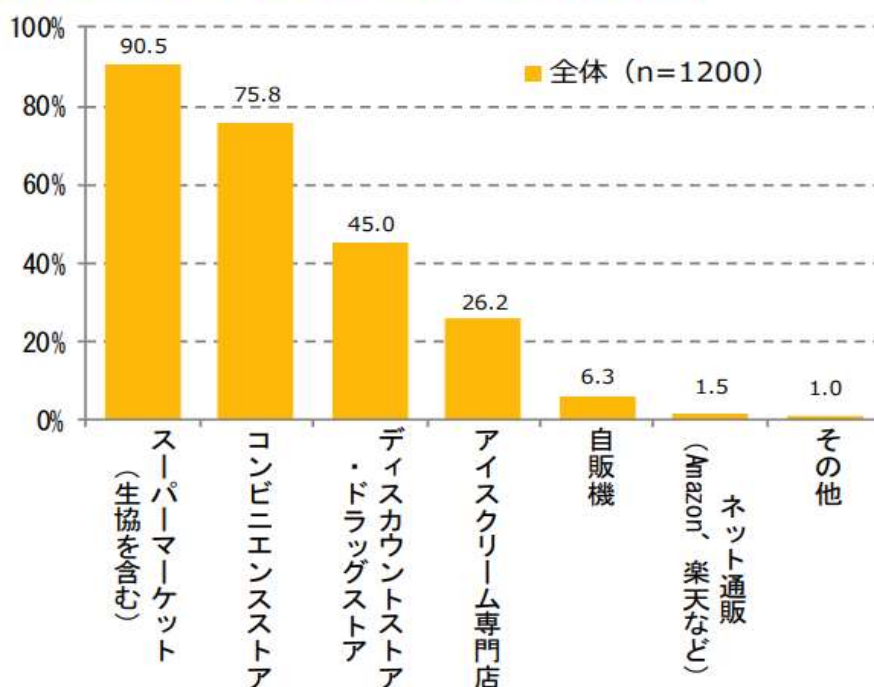


出所) 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」

フランスの喫食シーンについてはp.67に掲載している。昼食時と夕食時のタイミングで、デザートとして食べるシーンがフランスでは圧倒的に多いが、日本では「午後のおやつ・間食に」食べるタイミングが多い。また、「風呂上り」という回答も多く、習慣の違いが見受けられる。

## 20. 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」 - 消費者調査結果抜粋

Q5.あなたは、アイスクリームを主にどこで購入されていますか？主に買っているところから順に3つまでチェックしてください。 1~3位 (合計)



出所) 日本アイスクリーム協会「アイスクリーム白書 2019」

フランスの購入チャネルについてはp.83に掲載している。アイスクリームの購入チャネルはフランスでは「食品スーパー」及び「総合スーパー」が最も高く「コンビニエンスストア」は7.4%と少なかったが、日本ではコンビニエンスストアでアイスクリームを買う消費者が多く、日本の市場構成率からしてコンビニエンスストアでの購入がフランスに比べて極めて高い。