

# 北京・上海・台北における 輸入乳製品受容性探索調査報告書

2007年2月

日本酪農乳業協会

# 目次

調査設計	-----	2
調査結果	-----	8
定量部分	-----	9
. サンプル構成	-----	10
. 牛乳の飲用&購入実態	-----	13
. ヨーグルトの飲食&購入実態	-----	36
. チーズの食用&購入実態	-----	46
. 食生活の実態	-----	56
. 産地別乳製品のイメージ	-----	58
. 日本産牛乳の購入意向	-----	61
. CLT関連付録	-----	63
付1. その他OA		
付2. ブランド産地		
定性部分	-----	67
. 対象者プロフィール	-----	68
. まとめと考察	-----	72
. 普段の食生活	-----	89
. 乳製品の飲食実態	-----	95
. 乳製品の購入実態	-----	104
. 輸入品に対するイメージ	-----	111
. 提示製品に対する評価	-----	118
. 価格許容性	-----	133
. FGI関連付録	-----	136
付1. 提示コンセプト		
付2. 価格記入シート		
付3. 北京で提示した実物		
<付録> 調査票 & インタビューガイド	-----	146



# 調査設計

# 調査目的

- 日本酪農乳業協会は日本産牛乳乳製品の輸出拡大を模索中である。
- 今回の調査では、上記を進める上での基本情報として下記を明らかにすることを目的として実施する。

(1) 輸出先現地における、牛乳乳製品の消費実態

(2) 日本産牛乳乳製品の受容性

(日本からの輸入製品とその価格の受容性)

- 特にFGIではCLTで受容性のありそうなターゲットを切り出し、牛乳消費実態および輸入牛乳受容性について定性的に深掘りする。

# 調査設計



■ 調査地域： 北京・上海・台北

■ 調査方法：【ステップ1: 定量】 CLT（会場テスト）

➤ 比較的幅広い年齢層の牛乳消費実態および輸入牛乳受容性を定量的測る。



【ステップ2: 定性】 FGI（グループ・インタビュー）

➤ 【ステップ1】で受容性のありそうなターゲットを切り出し、  
牛乳消費実態および 輸入牛乳受容性について定性的に深掘りする。

■ 実査期間： CLT 2006年11月23日(木)～11月27日(月)

FGI 2007年1月12日(金)～1月17日(水)

# 調査設計: CLT

		北京・上海	台北
サンプル数		各都市: 200s (2都市計: 400s)	200s
対象者 条件	共通条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・20～49歳既婚女性</li> <li>・普段自分で牛乳を購入し、週1回以上飲んでいる</li> </ul>	
	世帯月収 条件	5000元以上 <small>【参考】: 上位約27%(北京)～30%(上海)の層 (中国統計局の2005年度家計調査データより)</small>	NT\$80,000以上 <small>【参考】: 上位約40%の層 (台湾統計局データより)</small>
調査項目		<ul style="list-style-type: none"> <li>・牛乳の飲用実態、購入実態</li> <li>・ヨーグルトの飲用実態、購入実態</li> <li>・チーズの食用実態、購入実態</li> <li>・食生活の実態</li> <li>・日本を含む原産地別のブランドに対するイメージ</li> <li>・価格受容性について</li> <li>・対象者の属性</li> </ul>	

# 調査設計: FGI

		北京・上海	台北	
グループ構成		各都市2グループ グループ1: 25~34歳 未就学児がいる グループ2: 35~49歳 就学児以上の子供がいる		
対象者条件	共通条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・25~49歳既婚女性</li> <li>・普段自分で牛乳を購入している</li> <li>・子供がいる</li> </ul>		
	世帯月収	7000元以上 【参考】: 上位約10%(北京)~20%(上海)の層 (中国統計局の2005年度家計調査データより)	NT\$100,000以上 【参考】: 上位約20%の層(台湾統計局データより)	
	乳製品の 飲食頻度	牛乳	毎日飲む	週に3日以上
		ヨーグルト	週に3日以上	週に1日以上
		チーズ	週に1日以上	週に1日以上
その他	日本が嫌いでない			

## <定量調査の結果より>

- グループの構成について、2世代世帯の牛乳とヨーグルトの週間消費量が夫婦2人世帯に比べて多い。
- 高所得者層の飲食頻度がより高く、飲食量もより多い。特にチーズで特徴が明らかである。
- 高所得者では購入の際の重視点でブランドを重視しており、日本産乳製品に対して「品質が高い」など積極的評価をしている。

## 世帯の週間牛乳消費量

(ml)	北京	上海	台北
夫婦2人	2919	2268	1714
2世代世帯／親・子	3453	2885	2290
3世代世帯／親・子・孫	3671	3070	2155

# 調査設計: FGI

## インタビュー・トピック:

1. 導入・自己紹介
2. 普段の食生活
3. 乳製品に対する意識
4. 乳製品の飲食実態
5. 乳製品の購入実態
6. 輸入品に対するイメージ
7. 日本の乳製品で魅力と感ずる品種について(コンセプトテスト)  
(コンセプト・パッケージ・容量・価格許容性)

## 提示資料:

- ① コンセプトボード6枚  
(牛乳・ヨーグルト・チーズ 6品種の説明文と写真)
- ② 価格記入シート1枚

## 現地調査会社:

- 上海 & 北京: 英徳知市場諮詢(上海)有限公司
- 台北: Field Force Euro RSCG



北京(天安門広場)



上海(東方TVタワー)



台北(世界最高101タワー)





# 調査結果



---

# 定量部分 (CLT)

---



# サンプル構成

# サンプル構成 (年齢/職業/世帯月収)

## <年齢>

	北京		上海		台北	
	200	100.0%	200	100.0%	200	100.0%
全体						
20-24歳	16	8.0%	10	5.0%	8	4.0%
25-29歳	34	17.0%	40	20.0%	42	21.0%
<b>20代</b>	<b>50</b>	<b>25.0%</b>	<b>50</b>	<b>25.0%</b>	<b>50</b>	<b>25.0%</b>
30-34歳	48	24.0%	35	17.5%	40	20.0%
35-39歳	27	13.5%	40	20.0%	35	17.5%
<b>30代</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>
40-44歳	36	18.0%	20	10.0%	40	20.0%
45-49歳	39	19.5%	55	27.5%	35	17.5%
<b>40代</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>	<b>75</b>	<b>37.5%</b>

## <職業>

	北京		上海		台北	
	200	100.0%	200	100.0%	200	100.0%
全体						
公務員	12	6.0%	6	3.0%	14	7.0%
会社員(管理層)	31	15.5%	24	12.0%	14	7.0%
会社員(一般職)	71	35.5%	92	46.0%	88	44.0%
専門職(弁護士、教師など)	34	17.0%	22	11.0%	6	3.0%
一般労働者(ブルーカラー)	13	6.5%	26	13.0%	10	5.0%
自営業者	13	6.5%	10	5.0%	7	3.5%
学生	-	-	1	0.5%	-	-
自由職業	11	5.5%	3	1.5%	12	6.0%
無職/離職/退職	1	0.5%	3	1.5%	-	-
専業主婦	11	5.5%	11	5.5%	49	24.5%
その他	3	1.5%	2	1.0%	-	-

## <世帯月収>

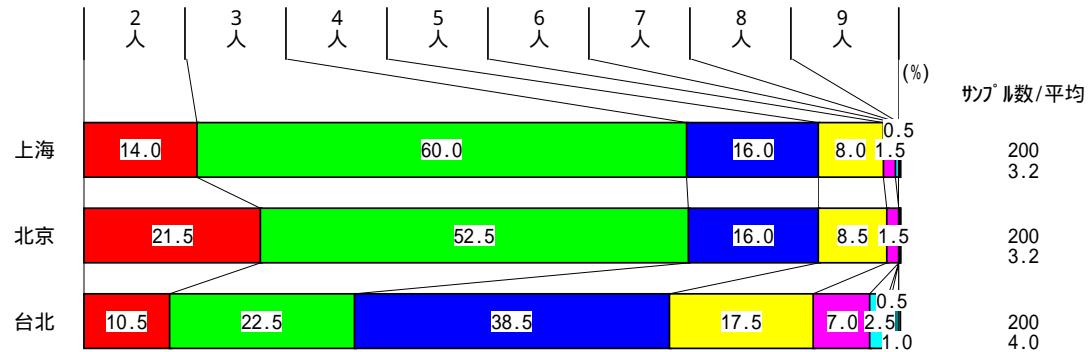
北京 n=200					
5000-5999元	118	59.0%	低所得者層	118	59.0%
6000-6999元	38	19.0%	中所得者層	38	19.0%
7000-7999元	17	8.5%	高所得者層	44	22.0%
8000-8999元	13	6.5%			
9000-9999元	4	2.0%			
10000元以上	10	5.0%			
上海 n=200					
5000-5999元	81	40.5%	低所得者層	81	40.5%
6000-6999元	59	29.5%	中所得者層	59	29.5%
7000-7999元	17	8.5%	高所得者層	60	30.0%
8000-8999元	17	8.5%			
9000-9999元	6	3.0%			
10000元以上	20	10.0%			
台北 n=200					
80,001-90,000元	95	47.5%	低所得者層	95	47.5%
90,001-100,000元	49	24.5%	中所得者層	49	24.5%
100,001-110,000元	32	16.0%	高所得者層	56	28.0%
110,001-120,000元	9	4.5%			
120,001-130,000元	4	2.0%			
130,001元以上	11	5.5%			

### 本報告書における所得層の定義

高所得者層	中所得者層	低所得者層
中国: 7000元以上	中国: 6000-6999元	中国: 5000-5999元
台湾: 100,001元以上	台湾: 90,001-100,000元	台湾: 80,001-90,000元

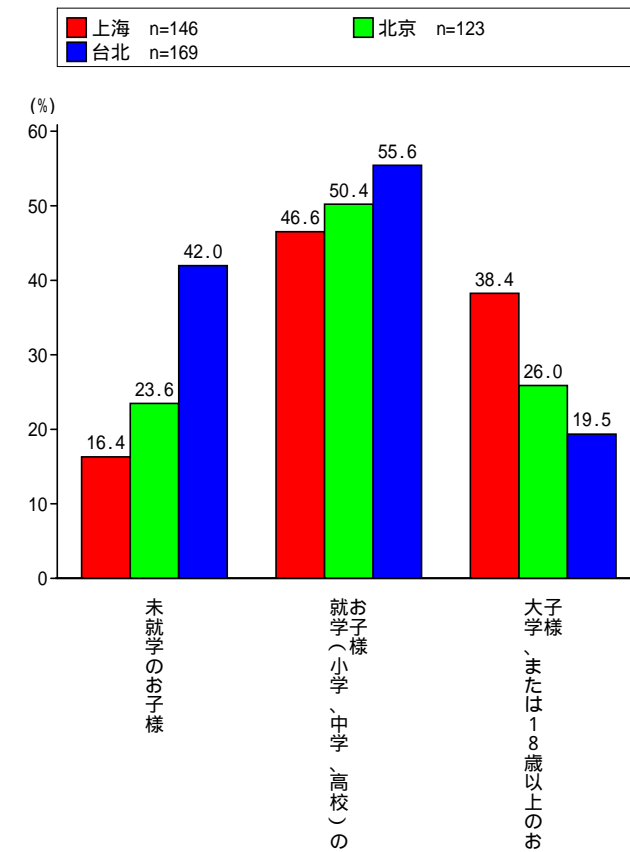
# サンプル構成 (同居家族数/家族構成/同居する子供)

## <同居家族数>

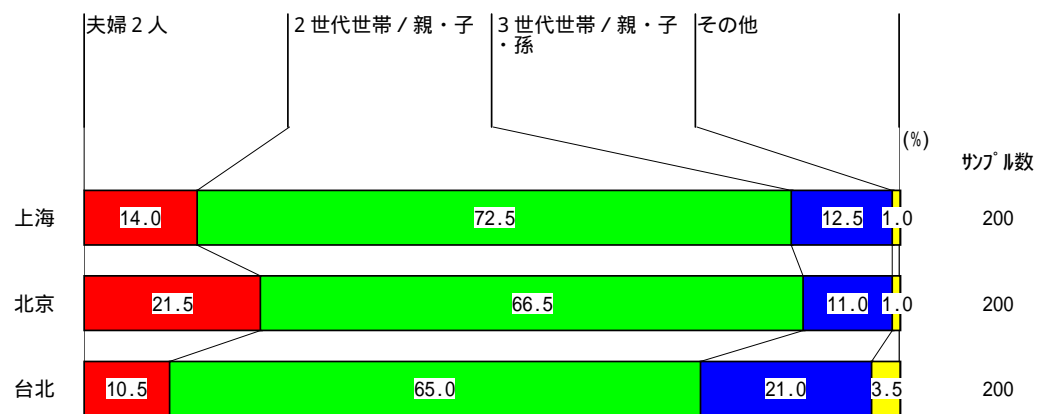


## <同居する子供>

(ベース:同居する子供がいる人)



## <家族構成>





## 牛乳の飲用&購入実態

# 牛乳の飲用頻度

## そのまま飲む頻度

そのままの飲み方で、普段どの程度牛乳を飲んでいるのかを聞いた。

北京・上海と台北で大きな差が見られている。「毎日飲む」人は、北京と上海ではそれぞれ全体(注)の76.0%と91.5%と多いのに対して、台北では19.0%にとどまっている。そのままの飲み方で、月に2~3日より頻度が少ない人と「全く飲まない」人はいない。

年代別に見ると、北京・上海では、20代に比べて30~40代の「毎日飲む」人がやや多い傾向にある。台北でも「毎日飲む」人は40代(25.3%)において比較的多くなっている。

週あたりの平均飲用頻度は北京が6.2日、上海が6.8日、台北が3.7日である。

普段そのまま牛乳を飲む頻度を所得別に見ると、上海(98.3%)と台北(21.4%)では高所得者層で「毎日飲む」人の割合が最も大きくなっている。

一方、北京では中間所得者層で「毎日飲む」人が最も多く、86.8%である。

上海の高所得者層の週あたりのそのまま飲む平均頻度は7.0日と、ほぼ毎日飲んでいる。

全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。

牛乳をそのまま飲む頻度：年間平均

		(%)	n	平均頻度 (日/週)	毎日飲む	週に3日以上 飲む	週に1日以上 飲む
北京	全体		200	6.2	76.0	95.5	100.0
	年代別	20代	50	5.7	62.0	94.0	100.0
		30代	75	6.4	80.0	97.3	100.0
		40代	75	6.3	81.3	94.6	99.9
	所得別	高所得者層	44	6.1	70.5	97.8	100.1
		中所得者層	38	6.6	86.8	100.0	100.0
低所得者層		118	6.1	74.6	93.3	100.1	
上海	全体		200	6.8	91.5	99.0	100.0
	年代別	20代	50	6.6	86.0	96.0	100.0
		30代	75	6.9	94.7	100.1	100.1
		40代	75	6.8	92.0	100.0	100.0
	所得別	高所得者層	60	7.0	98.3	100.0	100.0
		中所得者層	59	6.8	91.5	100.0	100.0
低所得者層		81	6.6	86.4	97.5	100.0	
台北	全体		200	3.7	19.0	70.5	94.0
	年代別	20代	50	3.5	16.0	70.0	90.0
		30代	75	3.6	14.7	70.7	93.4
		40代	75	4.0	25.3	70.7	97.4
	所得別	高所得者層	56	3.9	21.4	69.6	98.2
		中所得者層	49	3.7	14.3	73.4	97.9
低所得者層		95	3.7	20.0	69.5	89.5	

# 牛乳の飲用頻度

## 他のものと混ぜて飲む頻度

コーヒーや紅茶など他のものと混ぜて飲む飲み方で、普段どの程度牛乳を飲んでいるのかを聞いた。

「毎日飲む」人はいずれの都市においても全体の5%未満と非常に少ない。一方、「全く飲まない」人は、北京・上海では70%以上、台北では60%を超えており、多い。

年代別にみると、年代が高いほど「全く飲まない」人の割合が大きくなっている。(台北の30代を除く)

他のものと混ぜて飲む頻度を所得別に見ると、北京・上海と台北で異なる傾向が見られる。

北京・上海では所得が低いほど「全く飲まない」人の割合が大きくなっており、所得が高くなるにつれて、平均飲用頻度が高い。高所得者層で「全く飲まない」人の割合は60%台であり、週あたりの平均飲用頻度は北京で0.8日、上海で0.6日である。

一方、台北では所得による大きな差は見られない。

牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度：年間平均

		(%)	n	平均頻度 (日/週)	毎日飲む	週に3日以上 飲む	週に1日以上 飲む	全く飲まない
北京	全体		200	0.6	3.5	8.5	16.5	73.5
	年代別	20代	50	0.8	6.0	12.0	20.0	68.0
		30代	75	0.8	5.3	13.3	20.0	72.0
		40代	75	0.2	0.0	1.3	10.6	78.7
	所得別	高所得者層	44	0.8	2.3	11.4	27.3	61.4
		中所得者層	38	0.6	2.6	10.5	10.5	71.1
低所得者層		118	0.5	4.2	6.7	14.3	78.8	
上海	全体		200	0.4	1.0	5.0	13.5	74.0
	年代別	20代	50	0.5	0.0	6.0	22.0	66.0
		30代	75	0.4	1.3	5.3	12.0	70.7
		40代	75	0.3	1.3	3.9	9.2	82.7
	所得別	高所得者層	60	0.6	1.7	6.7	21.7	65.0
		中所得者層	59	0.4	1.7	5.1	8.5	74.6
低所得者層		81	0.3	0.0	3.7	11.1	80.2	
台北	全体		200	0.7	3.0	9.5	20.5	60.5
	年代別	20代	50	0.5	0.0	6.0	20.0	60.0
		30代	75	0.9	5.3	14.6	23.9	57.3
		40代	75	0.6	2.7	6.7	17.4	64.0
	所得別	高所得者層	56	0.6	1.8	7.2	21.5	62.5
		中所得者層	49	0.6	0.0	10.2	18.4	59.2
低所得者層		95	0.8	5.3	10.6	21.1	60.0	



# 季節による飲用頻度の変動

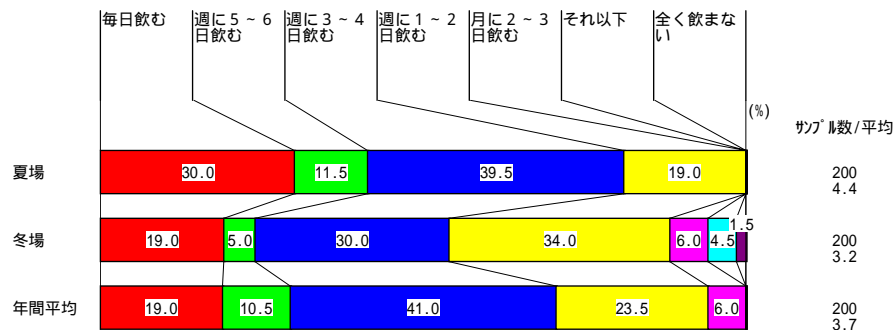
牛乳の飲用頻度の季節による変動をみると、北京・上海では大きな変動が見られないが、台北では夏場と冬場で変動が大きい。

台北では、夏場は「毎日飲む」人が30.0%と冬場(19.0%)より11ポイント多くなっており、週あたりの平均飲用頻度も4.4日と冬場の3.2日より1.2日高い。

## 台北

表頭：Q1 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

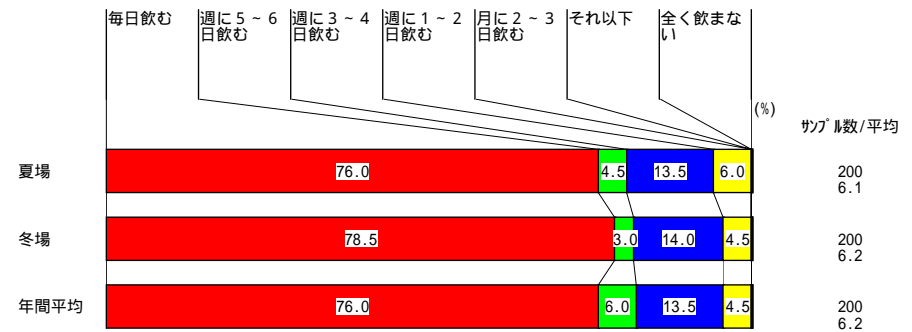
LAYER1: 都市 0003:台北



## 北京

表頭：Q1 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

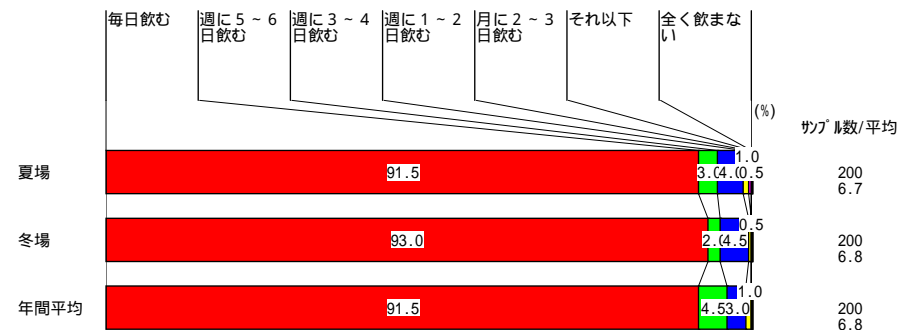
LAYER1: 都市 0002:北京



## 上海

表頭：Q1 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

LAYER1: 都市 0001:上海



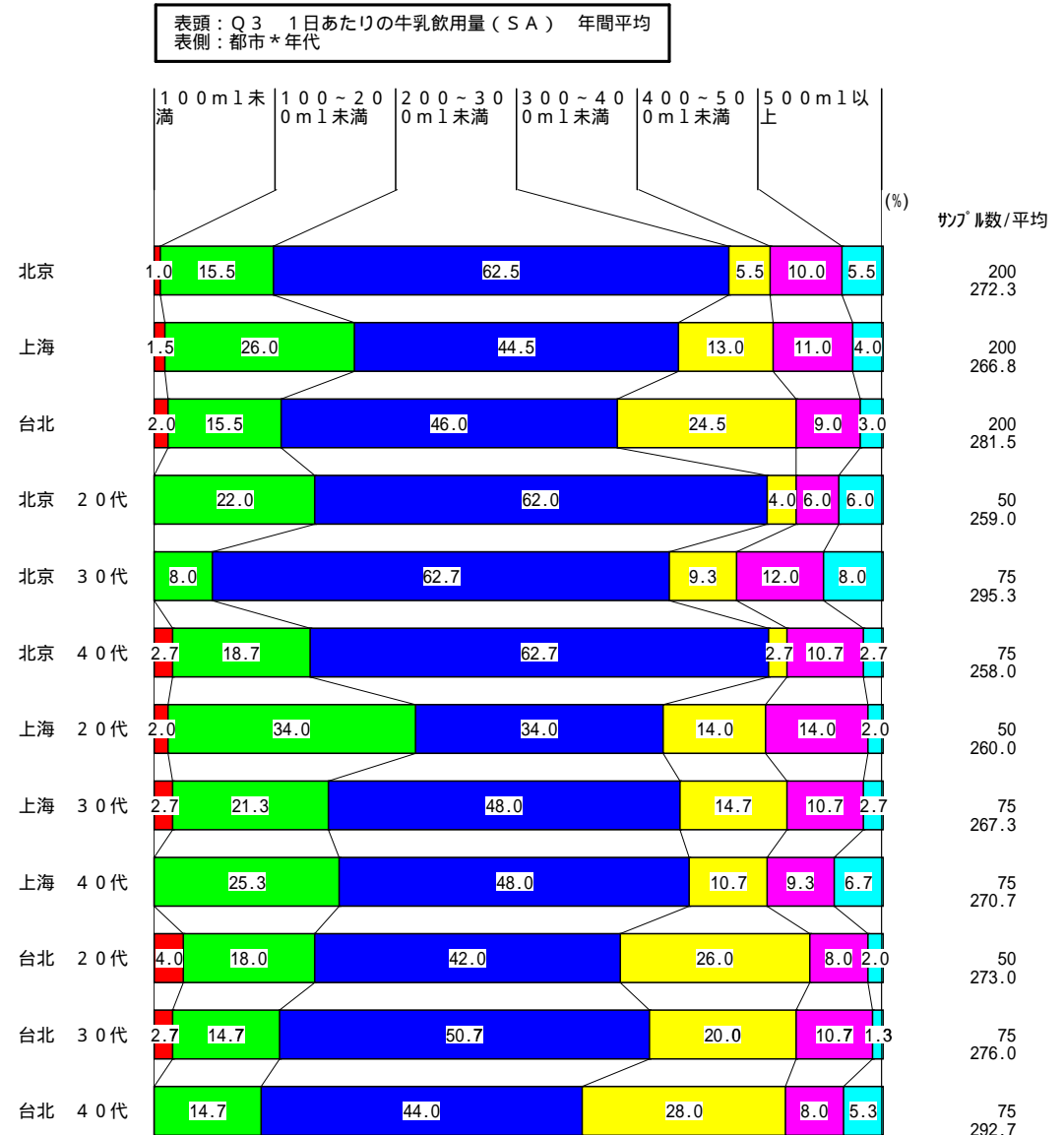
# 牛乳の飲用量

## 1日の飲用量

そのまま飲む以外の場合を含めて、牛乳を飲むときには1日にどれくらいの量を飲んでいるのかを聞いた。

3都市とも「200~300ml」が最も多く、全体の4割以上を占めている。北京では特に高く62.5%を占めている。

年代別にみると、上海の20代を除くどの層でも「200~300ml」が最も多い。



# 牛乳の飲用量

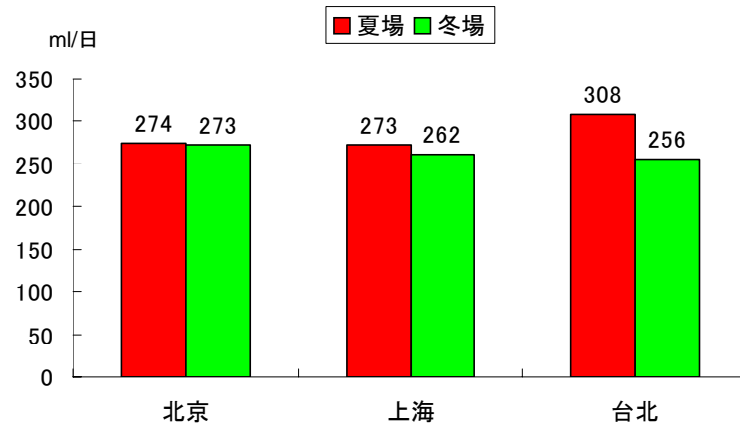
## 1日の平均飲用量と季節変動

参考に算出したところ、1日に飲む平均量は北京272ml、上海266ml、台北281mlとなっており、3都市ともそれほど差はない。

1日に飲む平均量を年代別にみると、北京では30代が最も多く、上海と台北では40代が最も多くなっている。

1日に飲む平均量を所得別にみると、北京では中間所得者層が最も多くなっている。一方、上海と台北では所得が高くなるにつれて、飲用量が多くなる傾向にある。

季節による飲用量の変動



## 牛乳を飲むときに1日に飲む量

単位: ml/日		n	年間平均	夏場	冬場	夏場-冬場	
全体	北京	200	272.3	274.3	273.3	1.0	
	上海	200	266.8	273.0	262.0	11.0	
	台北	200	281.5	308.3	255.5	52.8	
年代別	北京	20代	50	259.0	261.0	259.0	2.0
		30代	75	295.3	297.3	296.7	0.6
		40代	75	258.0	260.0	259.3	0.7
	上海	20代	50	260.0	269.0	258.0	11.0
		30代	75	267.3	269.3	264.7	4.6
		40代	75	270.7	279.3	262.0	17.3
	台北	20代	50	273.0	309.0	236.0	73.0
		30代	75	276.0	299.3	251.3	48.0
		40代	75	292.7	316.7	272.7	44.0
所得別	北京	高所得者層	44	262.5	267.0	262.5	4.5
		中所得者層	38	284.2	288.2	284.2	4.0
		低所得者層	118	272.0	272.5	273.7	-1.2
	上海	高所得者層	60	295.0	298.3	287.5	10.8
		中所得者層	59	260.2	268.6	255.1	13.5
		低所得者層	81	250.6	257.4	248.1	9.3
	台北	高所得者層	56	298.2	327.7	268.8	58.9
		中所得者層	49	284.7	310.2	254.1	56.1
		低所得者層	95	270.0	295.8	248.4	47.4

牛乳飲用者の1日あたりの飲用量の季節による変動をみると、北京・上海では大きな変動が見られないが、台北では夏場308ml、冬場256mlとなっており、夏場が冬場より52ml多くなっている。

台北を年代・所得別にみると、どの層でも夏場が冬場より44ml以上多い。

# 牛乳の飲用シーン

牛乳をどのような時に飲んでいるのかを聞いた。

30%以上の回答があったシーンを都市別にみると、北京は「朝食をとりながら(68.0%)」、「夜寝る前(60.5%)」であり、上海では「夜寝る前(82.5%)」、「朝食をとりながら(67.0%)」、「のどが渴いた時(31.5%)」であり、台北では「朝食をとりながら(76.0%)」、「のどが渴いた時(40.0%)」、「朝食代わりに(34.0%)」である。

また、台北では北京・上海に比べて多くのシーンで牛乳が飲まれている。

一方、台北の20代は「朝食代わりに」、「おやつや間食時」、「ちよつとおなかがすいたとき」での比率が高い。

所得別にみると、台北の高所得者層で「のどが渴いたとき」の比率が他の層に比べて高くなっている。

- 各都市全体で50%以上
- 各都市全体で30%以上
- 各都市全体より 10ポイント以上高い
- 各都市全体より 5ポイント以上高い

		朝起きぬけに	朝食をとりながら	朝食後	朝食代わりに	昼食時	夕食時	おやつや間食時	夜食時	風呂上り	夜寝る前	のどが渴いた時	ちよつとおなかがすいたとき	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	くつろいでいる時	乗り物での移動中	来客時	その他		
<b>北京</b>		<b>全体</b>	<b>200</b>	<b>14.5</b>	<b>68.0</b>	<b>7.5</b>	<b>14.5</b>	<b>3.0</b>	<b>18.0</b>	<b>15.0</b>	<b>3.5</b>	<b>3.0</b>	<b>60.5</b>	<b>6.0</b>	<b>8.5</b>	<b>9.5</b>	<b>6.5</b>	<b>11.0</b>	-	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>
年代別	20代	50	14.0	70.0	14.0	8.0	4.0	16.0	12.0	6.0	6.0	52.0	6.0	12.0	12.0	8.0	8.0	-	-	-	
	30代	75	13.3	68.0	5.3	21.3	4.0	18.7	16.0	5.3	1.3	58.7	8.0	9.3	9.3	4.0	14.7	-	-	1.3	
	40代	75	16.0	66.7	5.3	12.0	1.3	18.7	16.0	-	2.7	68.0	4.0	5.3	8.0	8.0	9.3	-	1.3	-	
所得別	高所得者層	44	6.8	68.2	6.8	6.8	-	15.9	13.6	4.5	4.5	54.5	2.3	13.6	13.6	4.5	9.1	-	-	-	
	中所得者層	38	13.2	71.1	7.9	18.4	2.6	21.1	23.7	2.6	-	57.9	5.3	13.2	5.3	2.6	18.4	-	-	-	
	低所得者層	118	17.8	66.9	7.6	16.1	4.2	17.8	12.7	3.4	3.4	63.6	7.6	5.1	9.3	8.5	9.3	-	0.8	0.8	
<b>上海</b>		<b>全体</b>	<b>200</b>	<b>17.5</b>	<b>67.0</b>	<b>9.0</b>	<b>9.0</b>	<b>5.0</b>	<b>4.5</b>	<b>14.0</b>	<b>6.5</b>	<b>1.5</b>	<b>82.5</b>	<b>31.5</b>	<b>17.5</b>	<b>6.5</b>	<b>7.0</b>	<b>6.5</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>0.5</b>
年代別	20代	50	22.0	68.0	14.0	4.0	6.0	-	12.0	10.0	4.0	72.0	36.0	20.0	10.0	6.0	12.0	2.0	4.0	-	
	30代	75	20.0	64.0	9.3	10.7	4.0	8.0	9.3	6.7	-	85.3	30.7	16.0	4.0	9.3	6.7	1.3	1.3	-	
	40代	75	12.0	69.3	5.3	10.7	5.3	4.0	20.0	4.0	1.3	86.7	29.3	17.3	6.7	5.3	2.7	1.3	-	1.3	
所得別	高所得者層	60	20.0	70.0	8.3	8.3	10.0	5.0	15.0	10.0	-	86.7	35.0	18.3	5.0	6.7	5.0	1.7	-	1.7	
	中所得者層	59	18.6	57.6	6.8	3.4	5.1	5.1	11.9	5.1	3.4	81.4	27.1	18.6	6.8	3.4	5.1	3.4	1.7	-	
	低所得者層	81	14.8	71.6	11.1	13.6	1.2	3.7	14.8	4.9	1.2	80.2	32.1	16.0	7.4	9.9	8.6	-	2.5	-	
<b>台北</b>		<b>全体</b>	<b>200</b>	<b>9.5</b>	<b>76.0</b>	<b>8.0</b>	<b>34.0</b>	<b>4.5</b>	<b>5.0</b>	<b>33.5</b>	<b>13.5</b>	<b>6.0</b>	<b>25.0</b>	<b>40.0</b>	<b>27.5</b>	<b>4.0</b>	<b>3.0</b>	<b>11.5</b>	-	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>
年代別	20代	50	14.0	80.0	10.0	44.0	4.0	6.0	44.0	12.0	14.0	26.0	46.0	40.0	6.0	2.0	12.0	-	2.0	-	
	30代	75	12.0	72.0	8.0	33.3	4.0	1.3	26.7	18.7	2.7	30.7	40.0	25.3	5.3	-	8.0	-	1.3	1.3	
	40代	75	4.0	77.3	6.7	28.0	5.3	8.0	33.3	9.3	4.0	18.7	36.0	21.3	1.3	6.7	14.7	-	-	1.3	
所得別	高所得者層	56	12.5	75.0	3.6	39.3	10.7	8.9	35.7	19.6	7.1	25.0	53.6	32.1	3.6	3.6	8.9	-	-	1.8	
	中所得者層	49	8.2	69.4	10.2	46.9	-	4.1	34.7	16.3	2.0	28.6	32.7	22.4	4.1	4.1	18.4	-	2.0	-	
	低所得者層	95	8.4	80.0	9.5	24.2	3.2	3.2	31.6	8.4	7.4	23.2	35.8	27.4	4.2	2.1	9.5	-	1.1	1.1	

# 牛乳の飲用理由

牛乳を飲む理由については、3都市とも全体では、「栄養があるから」、「カルシウムがあるから」、「健康にいいから」の順で多くなっている。

所得別にみると、台北の高所得者層では「おいしいから」、「好きだから」、「健康にいいから」などの比率が他の層に比べて10ポイント以上高くなっている。

		おいしいから	好きだから	栄養があるから	カルシウムがあるから	朝食など食事代わりに	水などの代わりに	他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするため	習慣で	いつも家にあるから	家族がすすめるから	骨粗しょう症が心配だから	良質の蛋白質があるから	美容に良いから	便秘に効果があるから	健康に良いから	ぐっすり眠るために	気持ちをリラックスさせるために	背が高くなりたいから	医師など医療関係者が進めるから	他の飲み物に比べて安いから	その他		
北京	全体	200	17.0	27.5	78.5	70.5	15.5	7.5	24.5	21.0	3.0	1.0	22.0	32.5	38.5	9.5	60.0	29.0	6.0	1.5	0.5	-	-	
	年代別	20代	50	14.0	28.0	80.0	46.0	12.0	4.0	30.0	26.0	6.0	2.0	16.0	24.0	42.0	4.0	60.0	40.0	2.0	2.0	-	-	-
		30代	75	14.7	34.7	82.7	66.7	20.0	10.7	26.7	18.7	1.3	0.0	13.3	26.7	45.3	9.3	58.7	20.0	9.3	1.3	1.3	-	-
		40代	75	21.3	20.0	73.3	90.7	13.3	6.7	18.7	20.0	2.7	1.3	34.7	44.0	29.3	13.3	61.3	30.7	5.3	1.3	-	-	-
	所得別	高所得者層	44	13.6	29.5	77.3	70.5	9.1	6.8	38.6	25.0	6.8	2.3	25.0	31.8	29.5	9.1	63.6	27.3	6.8	-	-	-	-
中所得者層		38	18.4	23.7	84.2	78.9	18.4	7.9	23.7	23.7	2.6	2.6	21.1	31.6	44.7	10.5	60.5	39.5	0.0	5.3	-	-	-	
低所得者層		118	17.8	28.0	77.1	67.8	16.9	7.6	19.5	18.6	1.7	-	21.2	33.1	39.8	9.3	58.5	26.3	7.6	0.8	0.8	-	-	
上海	全体	200	21.5	28.5	75.5	68.5	7.5	10.0	24.0	28.0	1.5	1.5	31.0	17.0	23.0	5.0	49.0	22.5	7.0	1.5	1.0	0.5	2.5	
	年代別	20代	50	20.0	36.0	86.0	60.0	16.0	8.0	34.0	46.0	4.0	2.0	24.0	26.0	34.0	12.0	42.0	26.0	12.0	2.0	-	-	-
		30代	75	20.0	25.3	72.0	73.3	4.0	9.3	26.7	18.7	1.3	2.7	28.0	13.3	26.7	4.0	52.0	25.3	8.0	1.3	-	-	1.3
		40代	75	24.0	26.7	72.0	69.3	5.3	12.0	14.7	25.3	-	-	38.7	14.7	12.0	1.3	50.7	17.3	2.7	1.3	2.7	1.3	5.3
	所得別	高所得者層	60	16.7	31.7	85.0	60.0	8.3	13.3	31.7	28.3	-	5.0	35.0	23.3	25.0	5.0	46.7	30.0	3.3	3.3	-	-	1.7
中所得者層		59	20.3	25.4	76.3	71.2	5.1	11.9	23.7	30.5	3.4	-	32.2	5.1	25.4	6.8	54.2	16.9	10.2	-	1.7	-	1.7	
低所得者層		81	25.9	28.4	67.9	72.8	8.6	6.2	18.5	25.9	1.2	-	27.2	21.0	19.8	3.7	46.9	21.0	7.4	1.2	1.2	1.2	3.7	
台北	全体	200	31.0	39.5	79.5	78.0	33.5	10.5	11.0	12.5	13.0	1.5	44.0	15.0	16.0	12.5	51.0	4.0	4.0	1.5	1.0	0.5	-	
	年代別	20代	50	42.0	46.0	82.0	80.0	42.0	8.0	18.0	12.0	6.0	2.0	30.0	16.0	14.0	16.0	50.0	8.0	4.0	-	-	-	-
		30代	75	29.3	38.7	78.7	72.0	33.3	6.7	10.7	13.3	12.0	2.7	49.3	16.0	21.3	12.0	52.0	2.7	4.0	1.3	2.7	1.3	-
		40代	75	25.3	36.0	78.7	82.7	28.0	16.0	6.7	12.0	18.7	-	48.0	13.3	12.0	10.7	50.7	2.7	4.0	2.7	-	-	-
	所得別	高所得者層	56	46.4	58.9	87.5	82.1	44.6	10.7	5.4	10.7	17.9	-	48.2	19.6	21.4	10.7	64.3	8.9	5.4	1.8	1.8	1.8	-
中所得者層		49	22.4	38.8	81.6	79.6	40.8	4.1	8.2	6.1	6.1	2.0	49.0	24.5	14.3	16.3	46.9	4.1	2.0	2.0	2.0	-	-	
低所得者層		95	26.3	28.4	73.7	74.7	23.2	13.7	15.8	16.8	13.7	2.1	38.9	7.4	13.7	11.6	45.3	1.1	4.2	1.1	-	-	-	

- 各都市全体で50%以上
- 各都市全体で30%以上
- 各都市全体より 10ポイント以上高い
- 各都市全体より 5ポイント以上高い

# 牛乳の種類

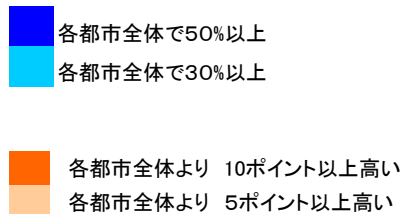
日頃飲んでいる牛乳の種類を聞いた。

北京と台北ではそれぞれ「ロングライフ牛乳」(82.0%)と「低温殺菌牛乳／HIST牛乳」(99.0%)が大多数の人の飲まれている。

一方上海では、「濃厚牛乳」(66.0%)、「ロングライフ牛乳」(58.5%)、「低温殺菌牛乳／HIST牛乳」(54.5%)がほぼ同じ比率で過半数の人に飲まれている。

年代別にみると、上海の20代で「ロングライフ牛乳」の比率が他の年代層より10ポイント以上高くなっている。

所得別にみると、台北の高所得者層では「低脂肪牛乳」、中所得者層では「栄養成分強化牛乳」が他の層より多く飲まれている。



			低温殺菌牛乳／HIST牛乳	ロングライフ牛乳	濃厚牛乳	脂肪無調整牛乳	低脂肪牛乳	無脂肪牛乳	栄養成分強化牛乳	低カロリー牛乳	味付き牛乳	オーガニック牛乳	
(%)			n										
北京	全体		200	41.0	82.0	17.0	36.0	35.5	26.0	40.5	6.0	27.0	1.5
	年代別	20代	50	44.0	84.0	22.0	32.0	34.0	26.0	34.0	8.0	30.0	2.0
		30代	75	33.3	85.3	12.0	36.0	33.3	30.7	45.3	9.3	29.3	-
		40代	75	46.7	77.3	18.7	38.7	38.7	21.3	40.0	1.3	22.7	2.7
	所得別	高所得者層	44	47.7	84.1	20.5	36.4	31.8	29.5	38.6	4.5	20.5	2.3
		中所得者層	38	42.1	86.8	13.2	31.6	39.5	23.7	50.0	5.3	28.9	-
低所得者層		118	38.1	79.7	16.9	37.3	35.6	25.4	38.1	6.8	28.8	1.7	
上海	全体		200	54.5	58.5	66.0	20.5	18.0	9.0	32.0	5.0	10.0	-
	年代別	20代	50	58.0	72.0	66.0	8.0	22.0	14.0	24.0	4.0	18.0	-
		30代	75	57.3	52.0	68.0	20.0	21.3	6.7	29.3	5.3	9.3	-
		40代	75	49.3	56.0	64.0	29.3	12.0	8.0	40.0	5.3	5.3	-
	所得別	高所得者層	60	53.3	63.3	63.3	30.0	20.0	15.0	31.7	8.3	15.0	-
		中所得者層	59	55.9	57.6	74.6	15.3	22.0	8.5	32.2	6.8	6.8	-
低所得者層		81	54.3	55.6	61.7	17.3	13.6	4.9	32.1	1.2	8.6	-	
台北	全体		200	99.0	6.5	8.5	53.5	74.0	12.0	18.0	4.0	9.0	-
	年代別	20代	50	98.0	4.0	4.0	60.0	78.0	6.0	6.0	4.0	10.0	-
		30代	75	100.0	5.3	12.0	52.0	69.3	18.7	22.7	2.7	6.7	-
		40代	75	98.7	9.3	8.0	50.7	76.0	9.3	21.3	5.3	10.7	-
	所得別	高所得者層	56	100.0	8.9	7.1	46.4	85.7	8.9	26.8	3.6	8.9	-
		中所得者層	49	100.0	6.1	10.2	53.1	75.5	14.3	30.6	4.1	2.0	-
低所得者層		95	97.9	5.3	8.4	57.9	66.3	12.6	6.3	4.2	12.6	-	

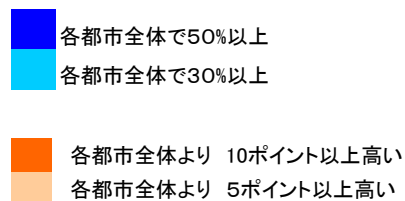
# 日頃飲んでいる牛乳のパッケージタイプ

日頃飲んでいる牛乳のパッケージタイプを聞いた。

北京では「枕型紙製パック(69.5%)」と「枕型ビニール製パック(67.0%)」が多く、上海では「紙パック(57.0%)」と「枕型紙製パック(49.5%)」が多く、台北では「プラスチック容器(80.5%)」が最も多い。一方、台北では枕型パックは飲まれていない。

年代別にみると、北京の40代で「枕型ビニール製パック」がより多く飲まれており、上海の20代では「枕型紙製パック」と「ブリックタイプ紙パック」がより多く飲まれている。一方、台北の20代では「PETボトル」も多い。

所得別ではそれほど大きな違いは見られない。



			枕型ビニール製パック	PETボトル	プラスチック容器	枕型紙製パック	ブリックタイプ紙パック	紙パック(新鮮屋)	ガラス瓶	
			(%)	n						
北京	全体	200	67.0	14.0	13.0	69.5	26.5	38.5	5.0	
	年代別	20代	50	60.0	10.0	16.0	70.0	26.0	38.0	10.0
		30代	75	58.7	12.0	13.3	74.7	22.7	30.7	4.0
		40代	75	80.0	18.7	10.7	64.0	30.7	46.7	2.7
	所得別	高所得者層	44	61.4	20.5	13.6	72.7	27.3	40.9	11.4
		中所得者層	38	68.4	7.9	5.3	76.3	28.9	39.5	-
		低所得者層	118	68.6	13.6	15.3	66.1	25.4	37.3	4.2
上海	全体	200	13.0	9.0	13.5	49.5	30.5	57.0	17.5	
	年代別	20代	50	12.0	6.0	12.0	60.0	42.0	58.0	8.0
		30代	75	16.0	14.7	18.7	49.3	30.7	62.7	17.3
		40代	75	10.7	5.3	9.3	42.7	22.7	50.7	24.0
	所得別	高所得者層	60	16.7	13.3	18.3	56.7	33.3	55.0	16.7
		中所得者層	59	15.3	10.2	10.2	47.5	32.2	59.3	16.9
		低所得者層	81	8.6	4.9	12.3	45.7	27.2	56.8	18.5
台北	全体	200	-	28.5	80.5	-	24.0	37.0	6.0	
	年代別	20代	50	-	48.0	74.0	-	32.0	40.0	4.0
		30代	75	-	18.7	80.0	-	26.7	32.0	9.3
		40代	75	-	25.3	85.3	-	16.0	40.0	4.0
	所得別	高所得者層	56	-	28.6	83.9	-	30.4	33.9	1.8
		中所得者層	49	-	34.7	77.6	-	20.4	40.8	8.2
		低所得者層	95	-	25.3	80.0	-	22.1	36.8	7.4

# 牛乳のブランド(中国)

牛乳のブランドについて、認知銘柄、最近半年間の購入銘柄、最近1ヶ月間の最頻購入銘柄を聞いた。

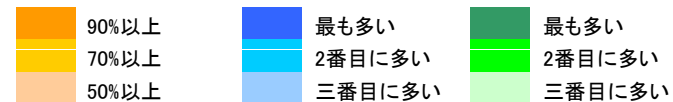
認知銘柄をみると「光明」、「蒙牛」、「伊利」は北京・上海とも共通して90%以上あり、知名度が高い。北京では「三元」もよく知られている。

最近半年間の購入銘柄をみると、北京では「蒙牛」、「伊利」、「三元」がTOP3を占めているが、上海では「光明」がTOPとなっており、「蒙牛」がわずかな差で2番目となっている。

最近1ヶ月間の最頻購入銘柄をみると、北京と上海のTOPはそれぞれ「蒙牛(60.5%)」と「光明(65.5%)」であり、2都市間の違いを表している。

(各都市 n=200)

	認知銘柄		最近半年間の購入銘柄		最近1ヶ月の最頻購入銘柄	
	北京	上海	北京	上海	北京	上海
光明	97.5	100.0	44.0	97.0	3.5	65.5
均瑶	28.0	76.5	1.5	17.5	-	-
蒙牛	100.0	100.0	93.5	82.5	60.5	28.0
妙仕	25.5	36.5	3.5	10.0	-	-
全佳	4.5	62.0	0.5	18.0	-	-
ネスレ	72.5	78.0	13.0	20.0	-	0.5
三島	4.0	65.0	1.0	14.5	-	1.0
三鹿	78.0	45.0	13.5	6.5	2.5	0.5
三元	97.0	52.0	52.0	7.5	15.0	0.5
維維天山雪	15.0	41.0	0.0	9.5	-	-
伊利	98.5	94.0	73.0	38.0	17.0	4.0
田園	4.5	7.0	0.0	-	-	-
夏進	38.5	3.5	3.5	0.5	0.5	-
大旺	2.0	2.0	-	-	-	-
PAMA拉特	35.5	24.0	8.0	3.0	1.0	-
David	1.0	1.0	-	-	-	-
Dimondale	-	-	-	-	-	-
PAULS	2.0	1.5	-	0.5	-	-
Harvey Fresh	1.5	1.0	-	-	-	-
cow head	3.0	2.5	-	0.5	-	-
President	3.0	3.5	0.5	1.0	-	-
その他	-	1.0	-	0.5	-	-





# 牛乳のブランド(中国)

(都市・年代別)

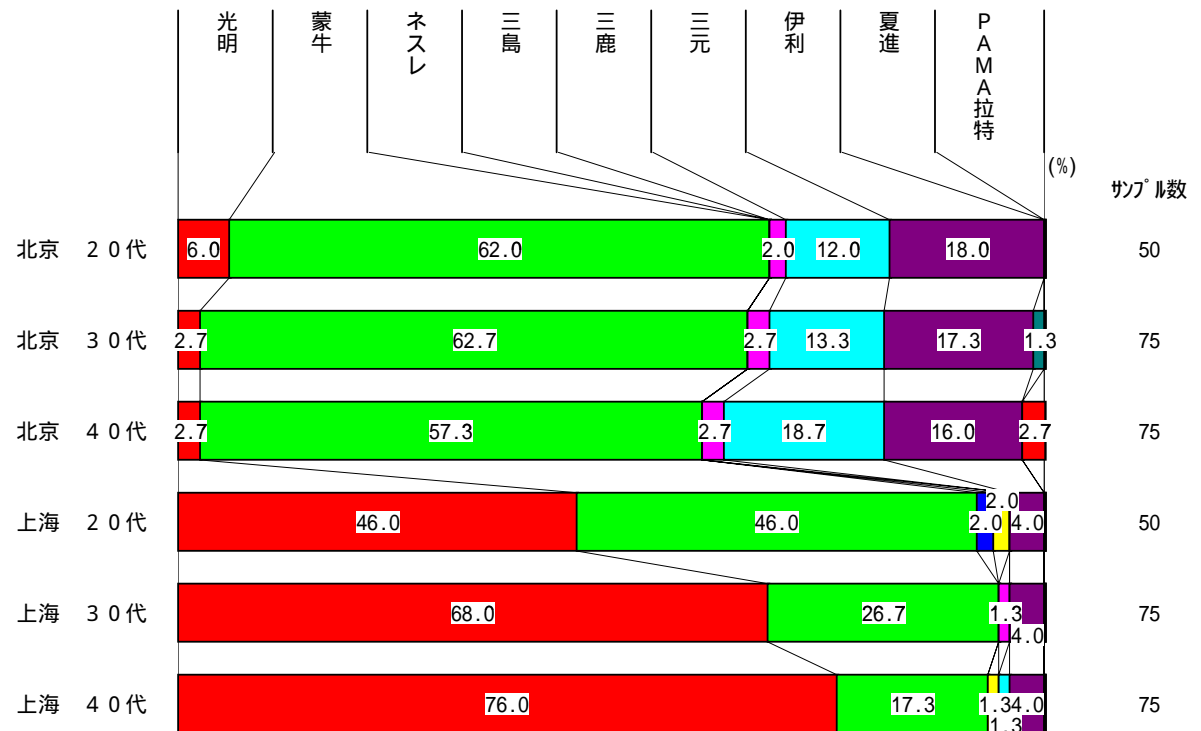
最近1ヶ月間の最頻購入銘柄について都市・年代別にみると、若干の差が見られている。

北京でよく飲まれているブランドのうち、「蒙牛」は20代と30代でより多く飲まれており、「伊利」は年代が若くなるにつれて多く飲まれている傾向があり、「三元」は年代が高いほど多く飲まれている。

一方、上海でよく飲まれているブランドを見ると、地元ブランドの「光明」は年代が高いほど多く飲まれており、「蒙牛」は年代が若いほど多く飲まれている傾向。

所得による違いは特に見られなかった。

表頭：Q10 牛乳ブランド：最近一ヶ月の最頻購入(中国)(SA)



\* 回答があったブランドのみ表示

# 牛乳のブランド (台湾)

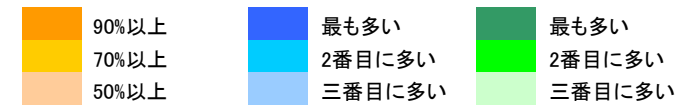
台北で認知銘柄をみると、提示したブランドについて、認知度では大きな差が見られない。

最近半年間の購入銘柄をみると、「光泉」、「統一」、「味全」の順で高いが、「最近1ヶ月間の最頻購入銘柄」では「光泉」、「味全」、「統一」の順となっており、「統一」がシェアが下がってきていることを示唆している。

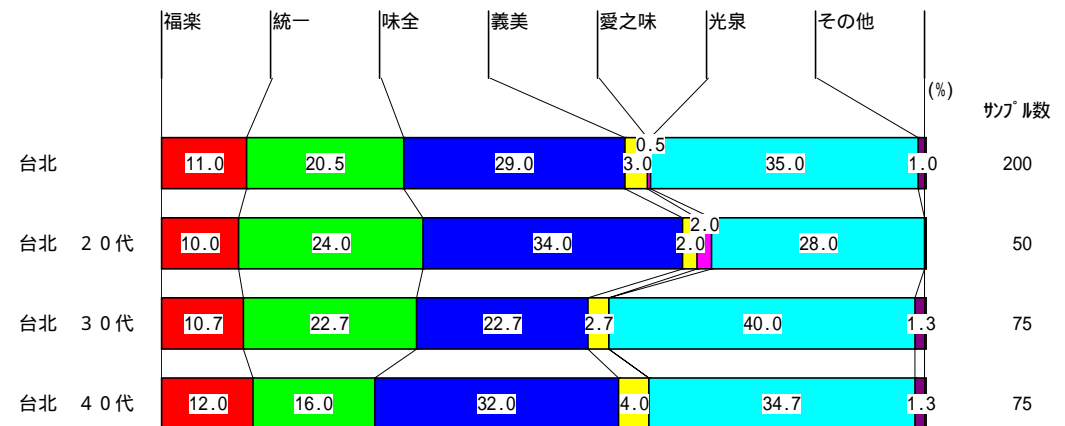
最近1ヶ月間の最頻購入銘柄を年代別に見ると、「光全」は30代でより多く、「統一」は40代で比較的少ない。

(n=200)

%	認知銘柄	最近半年間の購入銘柄	最近1ヶ月の最頻購入銘柄
	福楽	36.0	11.0
	統一	66.0	20.5
	味全	63.5	29.0
	義美	11.5	3.0
	愛之味	7.5	0.5
	光泉	75.0	35.0
	その他	3.0	1.0



表頭：Q10 牛乳ブランド：最近1ヶ月の最頻購入(台湾)(SA)



# 牛乳の購入場所

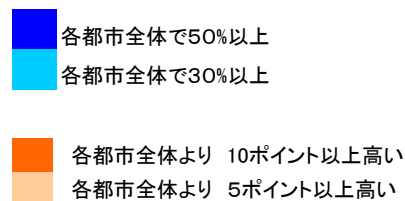
日頃の牛乳の購入ルートは、3都市で大きな違いが見られた。

北京では「スーパー」が特別に高いのに対して、上海では「スーパー」と「ハイパー」が拮抗しており、台北では「ハイパー」、「コンビニ」、「スーパー」が高い。

いずれの都市でも「伝統市場／道端の屋台」で牛乳を買うことはあまりない。

牛乳を買う場所について年代別にみると、上海の20代で「ハイパー」が、台北の20代で「コンビニ」の比率がより高くなっていることを除くと、全体的にそれほど大きな違いはない。

所得別にみると、北京の高所得者層で「ハイパー」がより高くなっている以外は、それほど大きな違いは見られない。



		(%)	n	注文配達	学校供給	ハイパー	スーパー	デパートの食品売り場	コンビニ	伝統市場／道端の屋台	その他
北京	全体	200	3.5	-	35.5	96.0	19.0	16.5	2.5	1.5	
	年代別	20代	50	8.0	-	28.0	90.0	18.0	16.0	8.0	2.0
		30代	75	2.7	-	34.7	96.0	20.0	21.3	1.3	-
		40代	75	1.3	-	41.3	100.0	18.7	12.0	-	2.7
	所得別	高所得者層	44	4.5	-	47.7	100.0	9.1	15.9	2.3	-
		中所得者層	38	2.6	-	28.9	97.4	21.1	15.8	5.3	-
		低所得者層	118	3.4	-	33.1	94.1	22.0	16.9	1.7	2.5
上海	全体	200	18.5	0.5	76.5	82.5	5.5	21.5	4.5	-	
	年代別	20代	50	12.0	-	88.0	90.0	2.0	22.0	-	-
		30代	75	18.7	-	77.3	85.3	6.7	24.0	5.3	-
		40代	75	22.7	1.3	68.0	74.7	6.7	18.7	6.7	-
	所得別	高所得者層	60	18.3	-	73.3	88.3	8.3	28.3	1.7	-
		中所得者層	59	20.3	-	78.0	78.0	3.4	20.3	8.5	-
		低所得者層	81	17.3	1.2	77.8	81.5	4.9	17.3	3.7	-
台北	全体	200	2.0	2.0	93.5	55.0	5.5	64.0	0.5	0.5	
	年代別	20代	50	-	2.0	90.0	60.0	6.0	80.0	-	-
		30代	75	4.0	2.7	94.7	48.0	6.7	65.3	-	-
		40代	75	1.3	1.3	94.7	58.7	4.0	52.0	1.3	1.3
	所得別	高所得者層	56	-	-	96.4	55.4	7.1	73.2	1.8	-
		中所得者層	49	2.0	-	93.9	67.3	10.2	65.3	-	-
		低所得者層	95	3.2	4.2	91.6	48.4	2.1	57.9	-	1.1

# 牛乳の購入頻度

日頃どのくらいの頻度で牛乳を購入しているのかを聞いた。

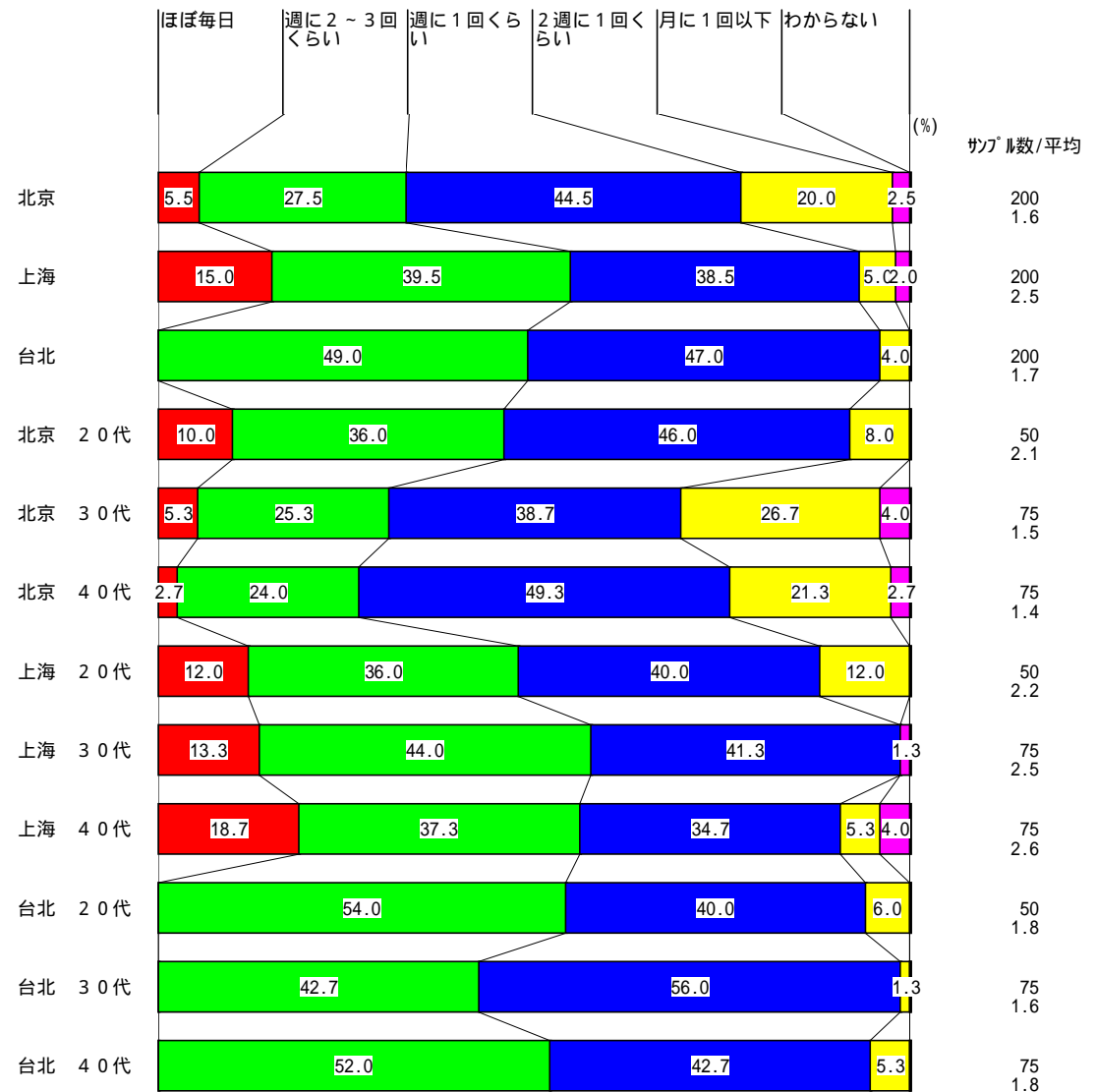
いずれの都市でも、「週に2-3回」と「週に1回」の人が多く、合わせて7割以上を占めている。「ほぼ毎日」の人は少なく、上海で15.0%、北京で「5.5%」であり、台北ではない。

週あたりの平均購入回数をみると、上海が北京・台北より高く2.5日である。

年代別では、上海で「ほぼ毎日」の割合が年代が高くなるにつれて大きくなる傾向が見られる。

所得による違いは特に見られなかった。

表頭：Q12 牛乳の購入頻度(SA)



# よく購入する牛乳のパッケージサイズ

牛乳の最頻購入のパッケージサイズを聞いたところ、都市別に異なる傾向が見られている。

北京では「200～250ml未満」(66.0%)が最も多く飲まれており、次いで「250～500ml未満」(22.0%)が多くなっている。

上海では「200～250ml未満」(38.0%)が最も多いものの、比較的多くのサイズが買われている。

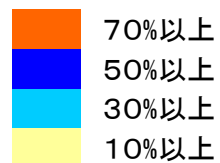
台北では「1000ml以上」(71.0%)と答えた人が最も多く、次いで多く飲まれているのは「900～1000ml未満」(15.5%)である。

都市別平均サイズを見てもその差は大きく、北京では258mlと最も小さく、上海では「452ml」であり、台北では「903ml」と最も大きくなっている。

年代別にみると、台北で目立つ傾向が見られている。「1000ml以上」の購入者の割合は年代が高くなるにつれてより大きく、「900～1000ml未満」と「200～250ml未満」のサイズは若い人ほどよく買われている。

上海・台北では、平均サイズは年代が高くなるにつれてサイズが大きくなっている。

所得別にみると、北京・上海では大きな傾向は見られていないが、台北では所得が高いほど「1000ml以上」のサイズを買う人の割合が大きくなる傾向が見られる。



		n	200ml未満	250ml未満	500ml未満	700ml未満	900ml未満	1000ml以上	平均(m)		
北京	全体	200	7.5	66.0	22.0	2.5	-	1.0	1.0	258.5	
	年代別	20代	50	8.0	68.0	18.0	4.0	-	-	2.0	262.5
		30代	75	4.0	72.0	18.7	1.3	-	2.7	1.3	268.0
		40代	75	10.7	58.7	28.0	2.7	-	-	-	246.3
	所得別	高所得者層	44	9.1	72.7	15.9	2.3	-	-	-	239.2
		中所得者層	38	15.8	63.2	18.4	2.6	-	-	-	240.1
低所得者層		118	4.2	64.4	25.4	2.5	-	1.7	1.7	271.6	
上海	全体	200	7.0	38.0	22.0	4.0	6.0	19.5	3.5	452.3	
	年代別	20代	50	8.0	50.0	16.0	0.0	10.0	14.0	2.0	405.5
		30代	75	2.7	36.0	29.3	4.0	5.3	18.7	4.0	451.0
		40代	75	10.7	32.0	18.7	6.7	4.0	24.0	4.0	484.7
	所得別	高所得者層	60	8.3	33.3	26.7	6.7	5.0	18.3	1.7	435.8
		中所得者層	59	5.1	39.0	16.9	5.1	11.9	18.6	3.4	480.9
低所得者層		81	7.4	40.7	22.2	1.2	2.5	21.0	4.9	443.5	
台北	全体	200	0.5	7.0	3.5	-	2.5	15.5	71.0	903.6	
	年代別	20代	50	-	14.0	6.0	-	2.0	24.0	54.0	832.0
		30代	75	1.3	6.7	1.3	-	4.0	16.0	70.7	912.0
		40代	75	-	2.7	4.0	-	1.3	9.3	82.7	943.0
	所得別	高所得者層	56	-	5.4	3.6	-	1.8	12.5	76.8	922.8
		中所得者層	49	-	6.1	2.0	-	2.0	16.3	73.5	925.5
低所得者層		95	1.1	8.4	4.2	-	3.2	16.8	66.3	881.1	

# よく購入する牛乳の単価

(中国)

表頭：Q14 最もよく購入する牛乳の単価(中国)

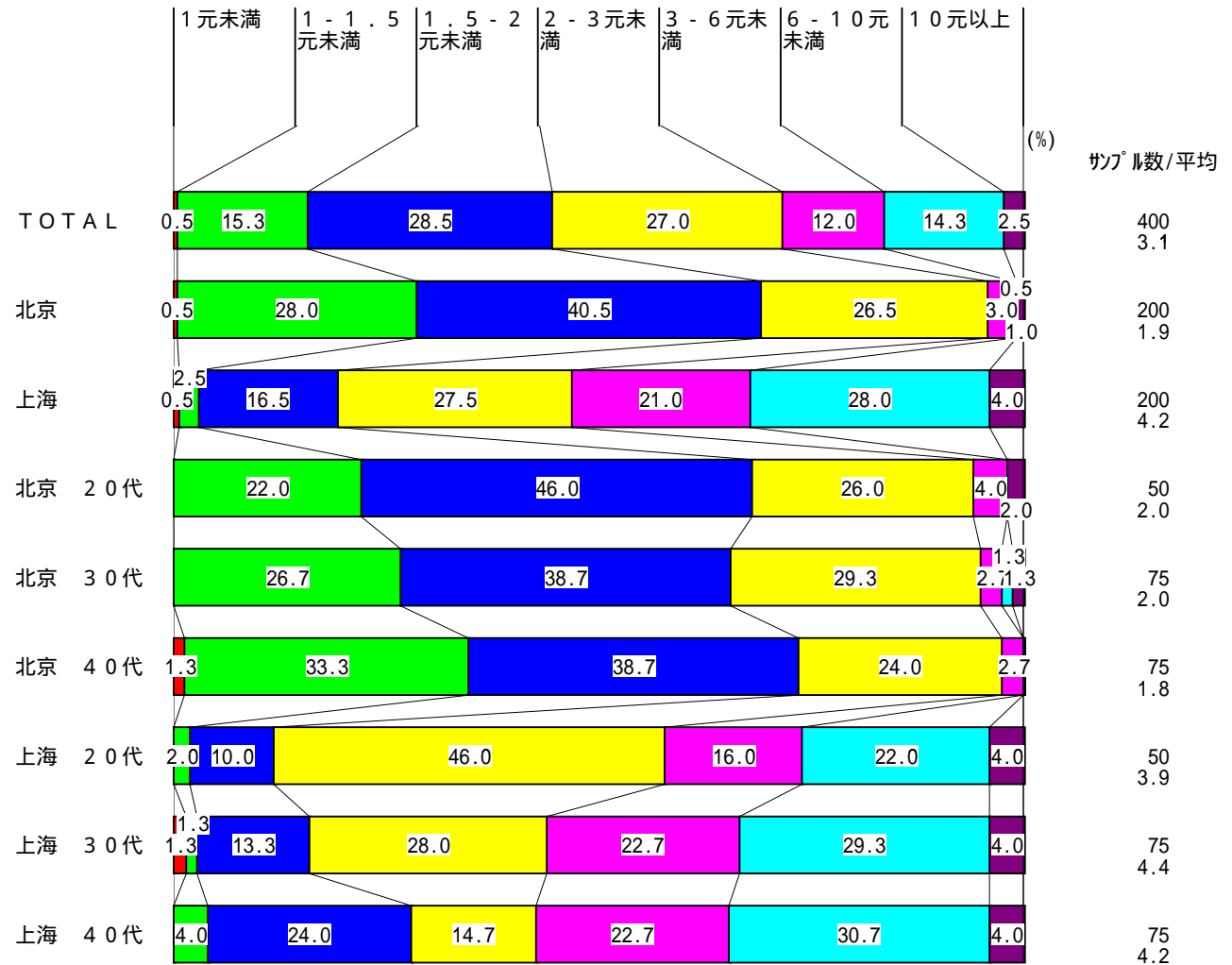
最頻購入の牛乳単価を聞いたところ、北京では「1.5-2元未満」の人が40.5%と最も多く、「1-1.5元未満」と「2-3元未満」の人がそれに続いて多くっており、上海では「6-10元未満」(28.0%)と「2-3元未満」(27.5%)の人がほぼ同じくらいで多くなっている。

平均単価は上海4.2元、北京1.9元と、上海が北京より高くなっている。

年代別にはみると、北京・上海とも「1-1.5元未満」の人の割合が年代が高くなるにつれて大きくなっている。

また上海では年代が高くなるにつれて、「2-3元未満」の人の割合が小さくなっており、「6-10元未満」の人の割合が大きくなっている。

所得別には特別な傾向は見られていなかった。



# よく購入する牛乳の単価

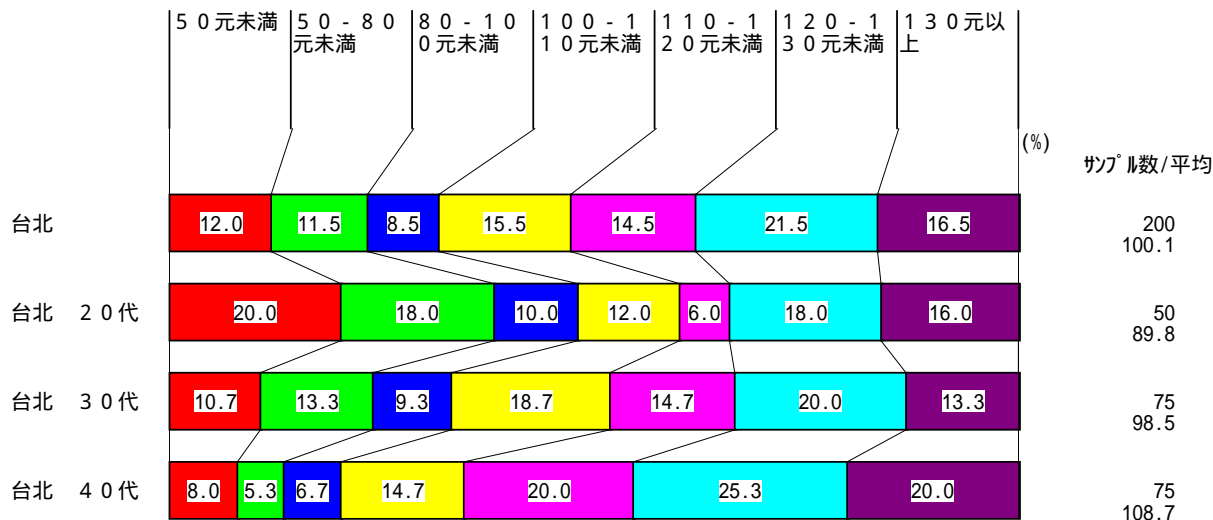
(台湾・サイズ別単価)

台北で、平均単価は100.1元となっている。

年代別にはみると、年代が高くなるほど平均単価が高くなっている。

所得別には特別な傾向は見られていなかった。

表頭：Q14 最もよく購入する牛乳の単価(台湾)



## サイズ別牛乳の単価

都市別にサイズ別のよく買われているパッケージサイズの平均単価を見ると、北京・上海では「200～250ml未満」はそれぞれ1.6元と2元、「250～500ml未満」はそれぞれ2.4元と3.3元となっており、上海が北京より平均単価が高い傾向が見られている。上海で「900～1000ml未満」の平均単価は7.9元である。

台北の平均単価をみると、「900～1000ml未満」は71.8元、「1000ml以上」は119.2元である。

	北京(RMB)	n	上海(RMB)	n	台北(NT\$)	n
全体	1.9	200	4.2	200	100.1	200
200ml未満	1.2	15	1.9	14	35.0	1
200～250ml未満	1.6	132	2.0	76	23.6	14
250～500ml未満	2.4	44	3.3	44	30.3	7
500～700ml未満	3.2	5	5.7	8	-	0
700～900ml未満	-	0	7.2	12	58.6	5
900～1000ml未満	10.8	2	7.9	39	71.8	31
1000ml以上	7.5	2	10.0	7	119.2	142

\* サンプル数が30未満は参考値

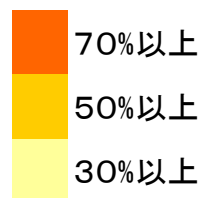
# 牛乳の購入重視点

牛乳購入時の重視点としては、いずれの都市でも「ブランド」、「賞味期限」、「味」を重視している人の比率が高くなっている。

また、北京・上海では、「常温保存できること」、「味」、「栄養成分」を重視する人も多い。一方、台北では「価格」が半数以上の人に重視されている。

「品質／安全性」に関してはいずれの都市でも30%以上の人が重視している。「原産地」はいずれの都市でもそれほど重視されていない。

重視点に関して、年代別・所得別に大きな違いは見られない。



%	北京	上海	台北
原産地	17.5	29.0	12.5
ブランド	76.0	77.5	66.0
味	62.0	68.5	63.5
パッケージ	23.0	22.5	11.0
パッケージの扱いやすさ	9.0	7.0	6.5
価格	37.5	30.5	50.0
栄養成分	54.0	63.5	32.5
低脂肪であること	48.0	26.5	21.0
品質／安全性	32.0	31.0	37.0
常温保存できること	79.0	56.0	5.0
賞味期限	84.5	74.0	69.0
その他	-	-	0.5



# 牛乳の満足度

日頃飲んでいる牛乳に対してどの程度満足しているかを聞いた。

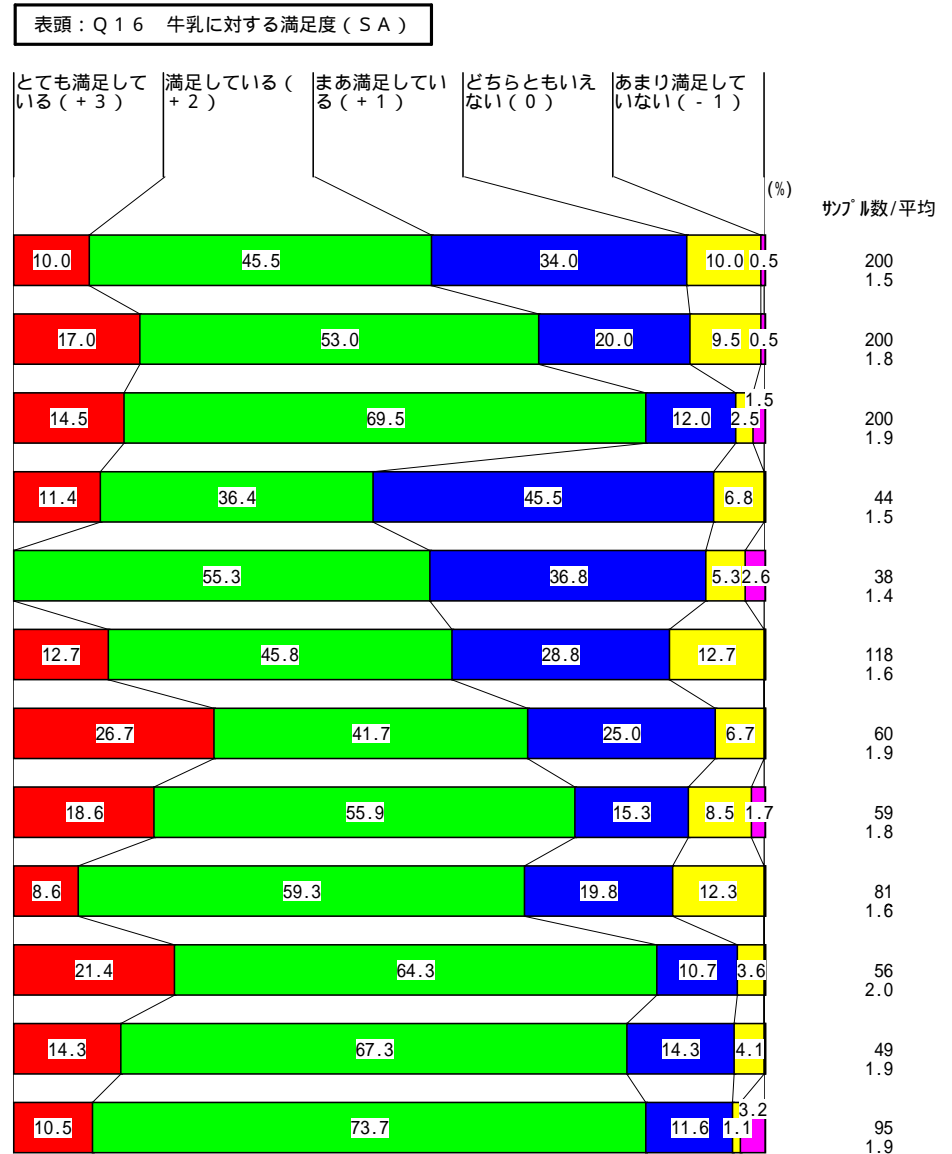
3都市とも基本的に満足しているが、台北の満足度が最も高く、TOP2BOXの人の割合は84.0%に達している。北京の満足度が最も低くTOP2BOXの割合は55.5%である。

所得別にみると、上海・台北ではTOPBOXの割合が所得が高くなるにつれて大きくなっている。

年代別にはそれほど大きな差は見られなかった。

不満の理由
味が薄すぎ、ちょっと汚い感じがする、でも注文したもなので仕方がない(上海・47歳)
味が以前に比べて純度が落ちる、おいしくない、栄養価値が以前より良くない、健康のためには飲み続けている。他のブランドも今のと品質があまり変わらないと思う(北京・48歳)
牛乳の純度が低い、あまりおいしくない、味が薄い(台北・27歳)
価格が高い(台北・34歳)
牛乳の香りがあまりない、味が薄い(台北・47歳)

\* BOTTOM2BOXについては回答者がいなかったため、グラフには不表示した。



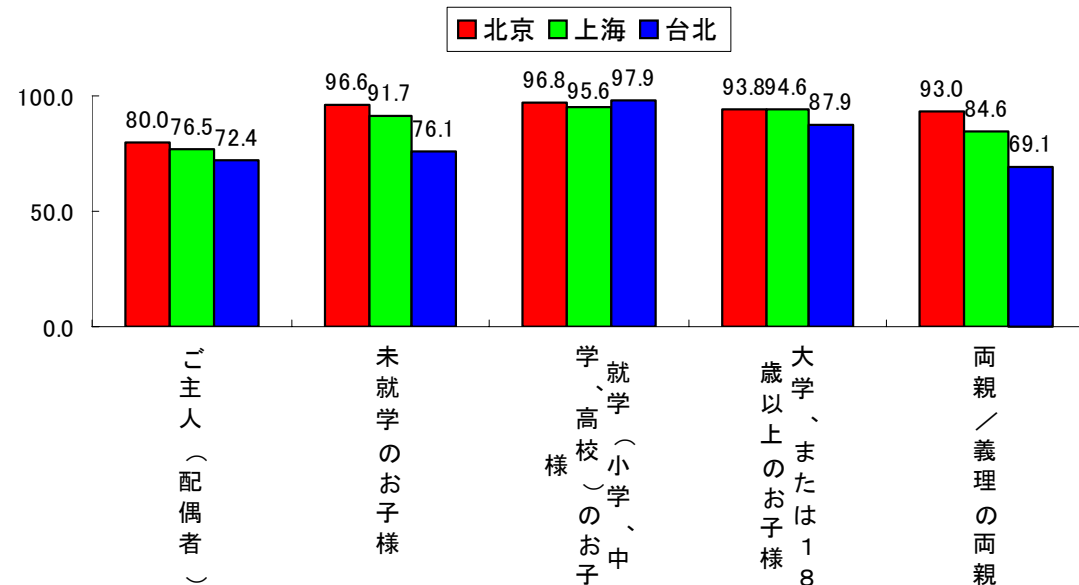
# 家族内牛乳飲用者

本人以外の家族の誰が日頃牛乳を飲んでいるのかを聞いた。

同居している家族ベースで見ると、いずれの都市においても「就学(小学、中学、高校)のお子様」の比率が最も高くなっている。その他、「ご主人(配偶者)」の比率が若干低くなっている。

「未就学のお子様」については、北京・上海ではいずれも90%を超える比率で飲まれているが、台北は、上海・北京と比較すると全体的にやや低くなっている。

牛乳を飲んでいる家族<ベース:同居している家族>



同居家族別サンプル数:

	北京	上海	台北
ご主人(配偶者)	200	200	199
未就学のお子様	29	24	71
就学(小学、中学、高校)のお子様	62	68	94
大学、または18歳以上のお子様	32	56	33
両親/義理の両親	57	52	55

\* サンプル数が30未満の場合は参考値

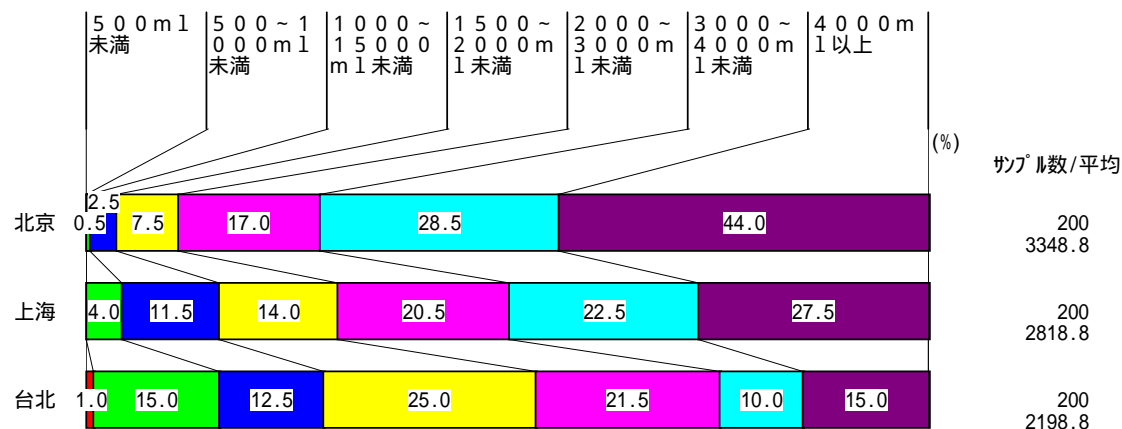
# 世帯の週間牛乳消費量

世帯として週あたりどれくらいの量の牛乳を飲んでいるのかを聞いた。

北京・上海では「4000ml以上」が最も多く、台北では「1500-2000ml未満」と「2000-3000ml未満」が多いことから、北京・上海に比べて台北において世帯の週間消費量が少ないことが分かる。

参考までに平均消費量を見ると、北京3348ml、上海2818ml、台北2198mlである。

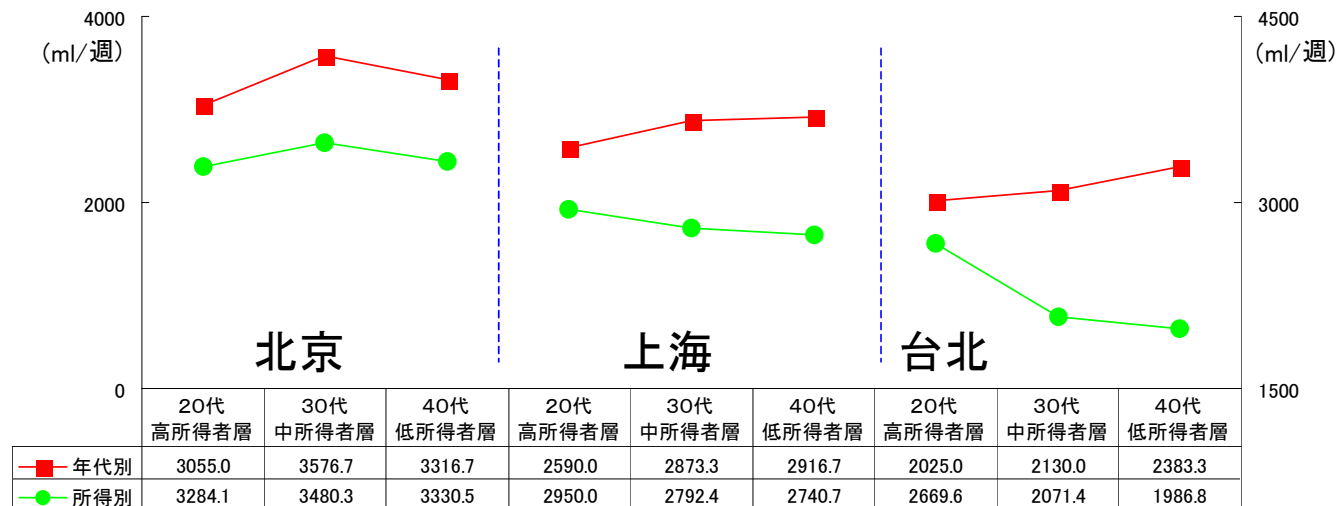
表頭：Q19 世帯の週間牛乳消費量（SA）



## 年代・所得別世帯の週間牛乳平均消費量

年代別に週間平均消費量を見ると、北京では30代世帯で最も多いが、上海・台北では年代が高くなるにつれて消費量が増えている。

所得別に平均消費量を見ると、北京では中所得者層が最も多くなっているのに対して、上海・台北では所得が高くなるにつれて、消費量も増えている。



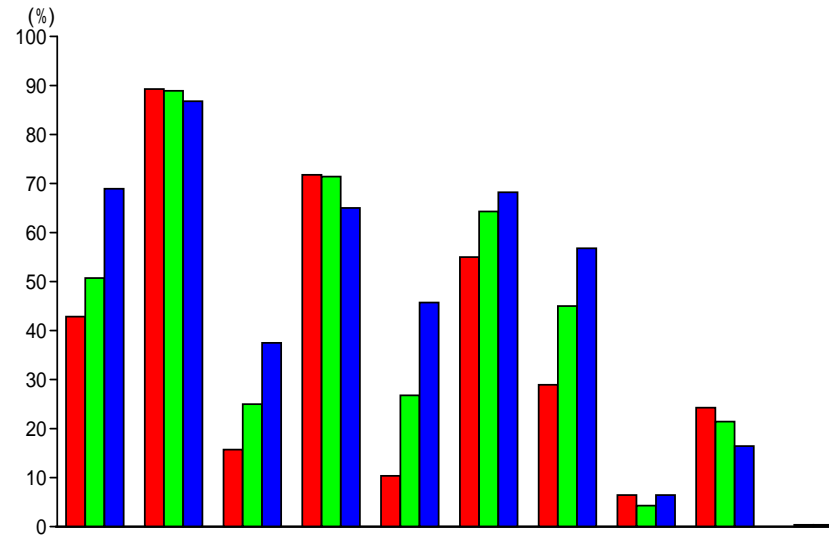
# 牛乳の購入理由

表頭：Q20 牛乳の購入理由（MA）

■北京 n=200      ■上海 n=200      ■台北 n=200

世帯で日頃牛乳を購入する理由を聞いた。

いずれの都市でも「自分の健康のため」の比率が85%を超え、最も高くなっている。続いて多いのは3都市共通で、「ご主人の健康のため」、「お子様の健康のため」。自分と家族の健康を考慮することが牛乳を購入する主な理由となっている。



		n	1 自分が好きだから	2 自分の健康のため	3 ご主人が好きだから	4 ご主人の健康のため	5 お子様が好きだから	6 お子様の健康のため	7 お子様の成長のため	8 ご両親が好きだから	9 ご両親の健康ため	10 その他
1	北京	200	43.0	89.5	16.0	72.0	10.5	55.0	29.0	6.5	24.5	0.0
2	上海	200	51.0	89.0	25.0	71.5	27.0	64.5	45.0	4.5	21.5	0.5
3	台北	200	69.0	87.0	37.5	65.0	46.0	68.5	57.0	6.5	16.5	0.5



# ヨーグルトの飲食&購入実態

# ヨーグルトの飲食頻度

日頃どのくらいの頻度でヨーグルトを飲食しているのかを聞いた。

「毎日飲食」の人は北京で22.0%、上海で27.0%であり、台北では2.0%と少ない。

週に1日以上食べる人は北京・上海それぞれ86.0%、73.0%と全体の過半数以上を占めているが、台北では46.5%と半数未満である。

一方、「全く食べない」という人は北京で4.5%、上海で16.0%、台北で17.0%である。

週あたりの平均飲食日数を見ると、北京3.3日、上海で3.2日、台北で1.3日である。

年代別に見ると、北京・台北では若年層ほど飲食頻度が高いが、上海では高齢層の方が高い。

ヨーグルトの飲食頻度を所得別に見ると、北京・台北では所得が上がるにつれて平均飲食頻度が高くなっている。

上海では特に大きな傾向は見られていない。

ヨーグルトの飲食頻度

		(%)	n	平均頻度 (日/週)	毎日飲食	週に3日以上 飲食	週に1日以上 飲食	非飲食
北京	全体		200	3.3	22.0	54.5	86.0	4.5
	年代別	20代	50	3.5	24.0	64.0	86.0	4.0
		30代	75	3.5	26.7	56.0	89.3	0.0
		40代	75	2.9	16.0	46.6	82.6	9.3
	所得別	高所得者層	44	3.6	20.5	70.5	93.2	2.3
		中所得者層	38	3.5	23.7	57.9	94.7	0.0
低所得者層		118	3.1	22.0	47.4	80.5	6.8	
上海	全体		200	3.2	27.0	50.0	73.0	16.0
	年代別	20代	50	3.1	16.0	54.0	84.0	4.0
		30代	75	3.1	26.7	46.7	70.7	17.3
		40代	75	3.4	34.7	50.7	68.0	22.7
	所得別	高所得者層	60	3.1	23.3	46.6	69.9	13.3
		中所得者層	59	3.8	35.6	61.0	77.9	11.9
低所得者層		81	2.8	23.5	44.5	71.7	21.0	
台北	全体		200	1.3	2.0	15.5	46.5	17.0
	年代別	20代	50	1.4	2.0	18.0	50.0	14.0
		30代	75	1.4	2.7	17.4	48.1	14.7
		40代	75	1.1	1.3	11.9	42.6	21.3
	所得別	高所得者層	56	1.6	1.8	17.9	60.8	10.7
		中所得者層	49	1.3	0.0	18.4	44.9	18.4
低所得者層		95	1.1	3.2	12.7	39.0	20.0	

# ヨーグルトの1日飲食量

ヨーグルトを食べる(飲む)時の1日の飲食量を聞いた。

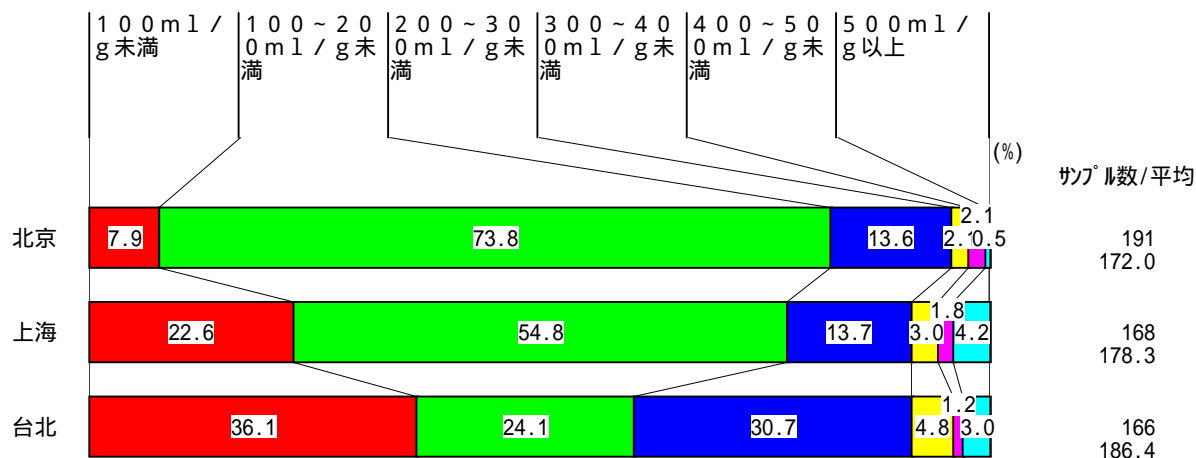
全体をみると、北京・上海で「100～200ml/g未満」と答えた人がそれぞれ73.8%、54.8%を占めており、最も多い。一方、台北では「100ml/g未満」と答えた人が36.1%と最も多くなっている。

平均では1日合計3都市それぞれ172ml/g、178ml/g、186ml/gとなっており、台北が最も多い。

平均の1日飲食量を年代別にみると、北京では20代が最も多く、上海・台北では40代で最も多くなっている。

所得別にみると、北京・台北では中所得者層で最も多く、上海では高所得者層が最も多くなっている。

表頭：Q22 1日あたりのヨーグルト飲食量(SA)【ベース：ヨーグルト飲食者】



## ヨーグルトの1日平均飲食量<ベース:ヨーグルト飲食者>

(ml/g)	年代別			所得別		
	年代	(n)	平均	所得者層	(n)	平均
北京	20代	(n=48)	182.3	高所得者層	(n=43)	164.0
	30代	(n=75)	160.7	中所得者層	(n=38)	176.3
	40代	(n=68)	177.2	低所得者層	(n=110)	173.6
上海	20代	(n=48)	167.7	高所得者層	(n=52)	200.0
	30代	(n=62)	172.6	中所得者層	(n=52)	171.2
	40代	(n=58)	193.1	低所得者層	(n=64)	166.4
台北	20代	(n=43)	184.9	高所得者層	(n=50)	173.0
	30代	(n=64)	177.3	中所得者層	(n=40)	211.3
	40代	(n=59)	197.5	低所得者層	(n=76)	182.2

# ヨーグルトの種類

ヨーグルトを飲食する人に、どのようなタイプのヨーグルトを食べる(飲む)ことが多いかを聞いた。

全体をみると、北京・上海では多くの種類がよく食べられているが、最も多い種類をみると、北京では「果肉フルーツ入りのヨーグルト」(48.2%)で、ほぼ半数の人が食べており、上海では「脂肪無調整ヨーグルト」(39.3%)である。一方、台北では「ドリンクヨーグルト」と答えた人が74.1%と、突出している。

年代・所得別にみると、北京ではそれほど大きな違いは見られていない。

上海20代と高所得者層および台北の高所得者層では「果肉フルーツ入りのヨーグルト」を食べる比率が他の層に比べて高くなっている。

<span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px;">■</span>	各都市全体で50%以上
<span style="background-color: #00B0F0; color: white; padding: 2px;">■</span>	各都市全体で30%以上
<span style="background-color: #FF8C00; color: white; padding: 2px;">■</span>	各都市全体より 10ポイント以上高い
<span style="background-color: #FFDAB9; color: white; padding: 2px;">■</span>	各都市全体より 5ポイント以上高い

		プレーンヨーグルト(無糖)	加糖のヨーグルト	脂肪無調整ヨーグルト	低脂肪ヨーグルト	無脂肪ヨーグルト	栄養成分強化ヨーグルト	低カロリーヨーグルト	味付けヨーグルト	果肉フルーツ入りのヨーグルト	ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	手作りヨーグルト	その他		
北京		全体	191	37.2	14.7	24.6	29.3	22.0	23.6	5.2	17.3	48.2	19.9	1.6	-
年代別	20代	48	29.2	14.6	29.2	29.2	16.7	16.7	2.1	20.8	50.0	12.5	2.1	-	
	30代	75	38.7	14.7	21.3	30.7	22.7	25.3	6.7	24.0	54.7	21.3	1.3	-	
	40代	68	41.2	14.7	25.0	27.9	25.0	26.5	5.9	7.4	39.7	23.5	1.5	-	
所得別	高所得者層	43	41.9	18.6	20.9	27.9	20.9	27.9	2.3	20.9	51.2	20.9	-	-	
	中所得者層	38	42.1	13.2	28.9	26.3	21.1	28.9	10.5	10.5	44.7	21.1	-	-	
	低所得者層	110	33.6	13.6	24.5	30.9	22.7	20.0	4.5	18.2	48.2	19.1	2.7	-	
上海		全体	168	23.2	11.9	39.3	19.6	8.9	25.6	6.0	31.0	23.8	22.0	-	-
年代別	20代	48	25.0	8.3	33.3	27.1	6.3	25.0	10.4	35.4	37.5	20.8	-	-	
	30代	62	17.7	16.1	37.1	22.6	11.3	25.8	4.8	35.5	24.2	17.7	-	-	
	40代	58	27.6	10.3	46.6	10.3	8.6	25.9	3.4	22.4	12.1	27.6	-	-	
所得別	高所得者層	52	26.9	5.8	48.1	21.2	7.7	28.8	3.8	32.7	34.6	17.3	-	-	
	中所得者層	52	23.1	5.8	36.5	26.9	9.6	26.9	5.8	30.8	15.4	21.2	-	-	
	低所得者層	64	20.3	21.9	34.4	12.5	9.4	21.9	7.8	29.7	21.9	26.6	-	-	
台北		全体	166	8.4	7.2	16.9	37.3	4.2	6.6	15.1	9.6	47.0	74.1	-	-
年代別	20代	43	7.0	16.3	14.0	25.6	0.0	9.3	18.6	9.3	46.5	72.1	-	-	
	30代	64	6.3	3.1	12.5	43.8	4.7	6.3	15.6	6.3	53.1	81.3	-	-	
	40代	59	11.9	5.1	23.7	39.0	6.8	5.1	11.9	13.6	40.7	67.8	-	-	
所得別	高所得者層	50	4.0	8.0	18.0	44.0	6.0	10.0	18.0	14.0	60.0	76.0	-	-	
	中所得者層	40	7.5	-	10.0	42.5	5.0	7.5	27.5	5.0	55.0	77.5	-	-	
	低所得者層	76	11.8	10.5	19.7	30.3	2.6	3.9	6.6	9.2	34.2	71.1	-	-	



# ヨーグルトの飲食理由

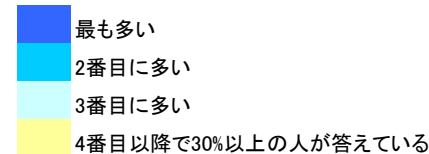
## ヨーグルトの飲食理由(MA)【ベース:ヨーグルト飲食者】

	%		
	北京	上海	台北
<i>n</i>	191	168	166
おいしいから	52.9	58.9	42.8
好きだから	42.9	38.7	39.2
栄養があるから	63.9	71.4	57.8
カルシウムがあるから	46.1	42.3	38.6
朝食など食事代わりに	7.3	4.2	15.1
水などの代わりに	8.4	6.0	1.8
他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするため	2.1	2.4	2.4
習慣で	8.9	10.7	0.6
いつも家にあるから	4.7	1.8	3.6
家族がすすめるから	-	4.2	1.2
骨粗しょう症が心配だから	12.0	21.4	13.9
良質の蛋白質があるから	20.9	20.2	9.6
美容に良いから	46.6	31.5	25.3
便秘に効果があるから	18.8	18.5	48.8
健康に良いから	55.5	48.8	55.4
ぐっすり眠るために	8.4	8.3	0.6
気持ちをリラックスさせるために	5.2	6.0	3.6
背が高くなりたいから	1.0	-	0.6
医師など医療関係者が進めるから	1.6	-	0.6
他の食べ物／飲み物に比べて安いから	-	1.2	-
その他	-	3.0	3.0

ヨーグルトを食べる／飲む理由については、3都市とも全体では、「栄養があるから」と答えた人が最も多くなっている。

また、「健康に良いから」、「おいしいから」、「好きだから」、「カルシウムがあるから」などは、いずれの都市でも多くの人が答えている。

一方、北京・上海では「美容に良いから」と答えた人が30%以上と多いのに対して、台北では「便秘に効果があるから」と答えた人が48.8%と多く、第3位。



# ヨーグルトのブランド

ヨーグルトのブランドについて、認知銘柄、最近半年間の購入銘柄、最近1ヶ月の最頻購入銘柄を聞いた。

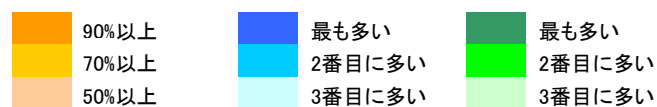
北京・上海で認知銘柄をみると、共通して多く知られているのは牛乳ブランドと同じく、「光明」、「蒙牛」、「伊利」である。一方、北京では地元ブランドの「三元」がよく知られているのに対して、上海では「達能」(仏)、「味全」(台)など外来ブランドの知名度も高い。

最近半年間の購入銘柄のTOP3をみると、北京では「蒙牛」、「伊利」、「三元」であり、上海では「達能」、「光明」、「蒙牛」。

最近1ヶ月の最頻購入銘柄をみると、北京と上海のTOPはそれぞれ「蒙牛(42.6%)」と「達能(43.5%)」となっている。

台北で認知銘柄をみると、認知度が90%以上あるのは「優沛蓄」、「味全」、「植物の優」である。

最近半年間の購入銘柄をみると、「優沛蓄」、「植物の優」、「統一」の順で多いが、最近1ヶ月の最頻購入銘柄では「優沛蓄」、「統一」、「植物の優」の順となっており、「統一」がシェアを増やしていることが分かる。



	認知銘柄		最近半年間の購入銘柄		最近1ヶ月の最頻購入銘柄	
	北京	上海	北京	上海	北京	上海
達能	31.9	96.4	6.8	73.8	0.5	43.5
光明	94.8	99.4	47.1	72.6	8.9	29.2
巨強	3.7	3.6	0.5	1.2	0.0	0.0
蒙牛	97.4	92.9	78.0	42.3	42.6	10.7
妙士	25.7	40.5	4.2	14.3	0.0	0.0
全佳	1.6	43.5	0.0	6.5	0.0	0.0
三島	3.7	38.7	1.6	5.4	0.0	0.0
三元	92.7	34.5	49.2	2.4	12.1	0.0
維維天山雪	14.1	28.6	1.0	3.0	0.0	0.6
味全	47.1	78.0	18.8	31.0	6.3	11.9
喜臨門	3.1	6.0	0.0	1.2	0.0	0.0
伊利	94.8	78.0	63.4	20.8	22.1	3.6
悦家	1.0	5.4	0.0	1.8	0.0	0.0
三鹿	64.4	28.0	18.3	3.0	4.7	0.6
夏進	20.9	3.6	2.1	0.0	0.0	0.0
優格	22.0	20.2	5.2	1.8	1.1	0.0
聖雪	25.1	3.0	5.2	1.2	1.6	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	認知銘柄		
	認知銘柄	最近半年間の購入銘柄	最近1ヶ月の最頻購入銘柄
統一	88.6	52.4	24.7
愛之味	79.5	10.2	0.6
優沛蓄	98.2	69.3	33.7
味全	91.6	34.9	7.8
植物の優	95.8	63.3	19.9
光泉	83.7	40.4	10.8
法國新力多 (Elle & Vice)	2.4	0.6	-
德國 (Mertinger)	3.0	-	-
巧克奇思 (Tidino)	2.4	-	-
その他	<不問>	2.4	2.4

# ヨーグルトの満足度

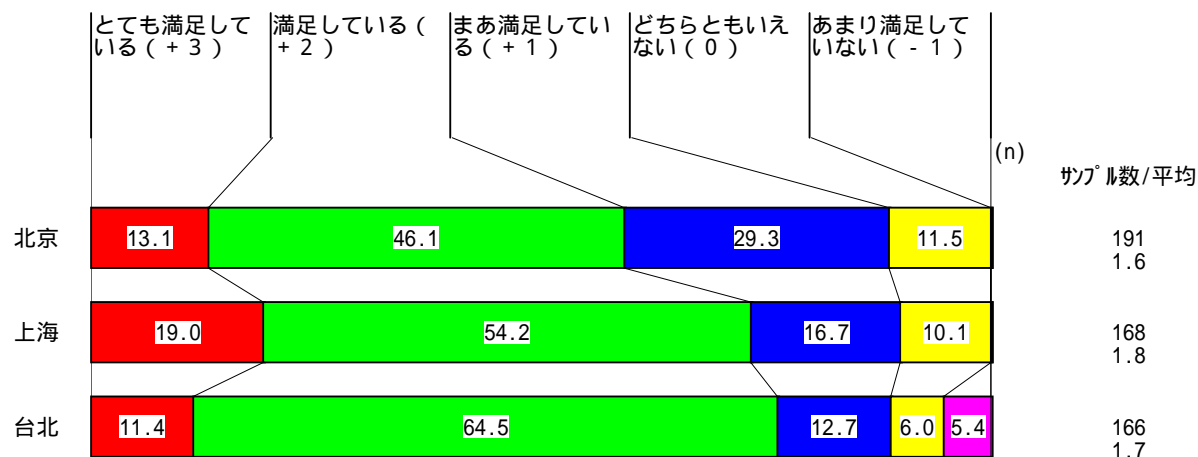
日頃食べている／飲んでいるヨーグルトに対してどの程度満足しているのかを聞いた。

3都市とも基本的に満足しており、いずれもTOP2BOXの合計割合が過半数を占めている。TOP2BOXの人の割合をみると、台北が75.9%を占めて最も高く、上海は73.2%、北京は59.1%と最も低い。

年代別、所得別ではそれほど大きな違いや傾向は見られていなかった。

不満の理由(ヨーグルト)
甘すぎる(台北・28歳)
牛乳味が薄い、香りが良くない(台北・35歳)
牛乳味が薄い、香りが良くない、香料が多い(台北・39歳)
牛乳味が薄い、香りが良くない、いちごの果肉が少ない(台北・38歳)
牛乳味が薄い、香りが良くない(台北・33歳)
甘すぎる(台北・47歳)
甘すぎる、牛乳味が薄い、香りが良くない(台北・49歳)
酸っぱい(台北・48歳)
甘すぎる、牛乳味が薄い、香りが良くない(台北・40歳)

表頭：Q28 ヨーグルトに対する満足度(SA)【ベース：ヨーグルト飲食者】



\* BOTTOM2BOXについては回答者がいなかったため、グラフに不表示した。

# 家族内ヨーグルト飲食者

家族で誰が日頃ヨーグルトを食べている／飲んでいるかを聞いた。

同居している家族ベースで見ると、いずれの都市でも「ご本人」と子供の比率が高くなっている。子供の中では特に「就学(小学、中学、高校)のお子様」の比率が最も高くなっており、「未就学のお子様」の比率が比較的にながくなっている。

また、「ご主人(配偶者)」と「両親／義理の両親」の比率は3都市とも比較的にながくなっている。

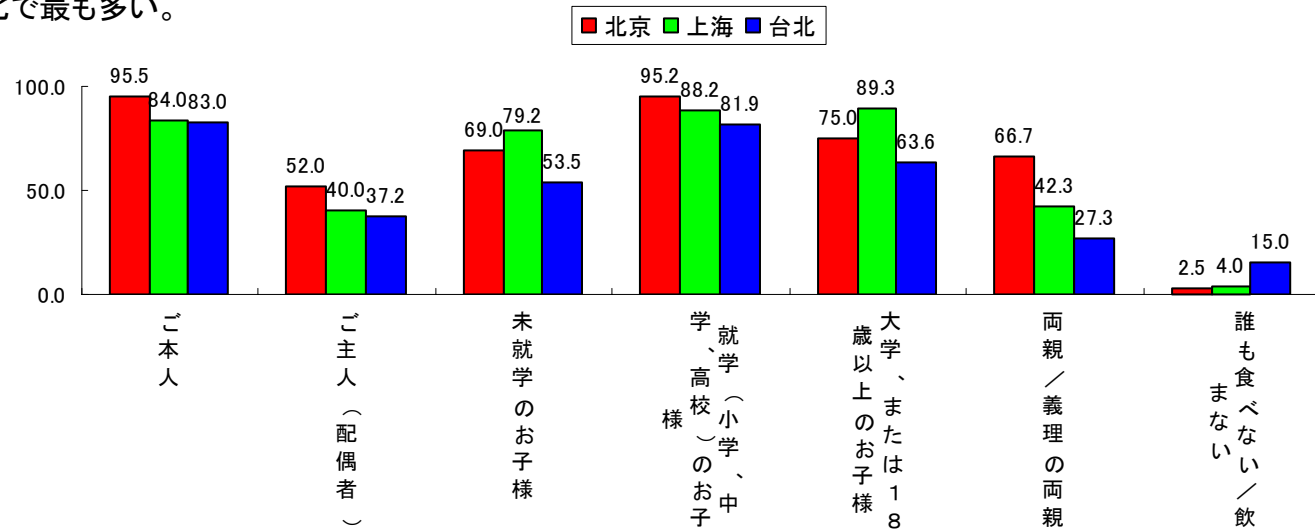
一方、「誰も食べない／飲まない」世帯の割合は北京2.5%、上海4.0%、台北15.0%となっており、ヨーグルトを全く非飲食する家族は台北で最も多い。

## 同居家族別サンプル数:

	北京	上海	台北
ご主人(配偶者)	200	200	199
未就学のお子様	29	24	71
就学(小学、中学、高校)のお子様	62	68	94
大学、または18歳以上のお子様	32	56	33
両親／義理の両親	57	52	55

\* サンプル数が30未満の場合は参考値

## 家族内ヨーグルト飲食者<ベース:同居家族>



# 家族の週間ヨーグルト消費量

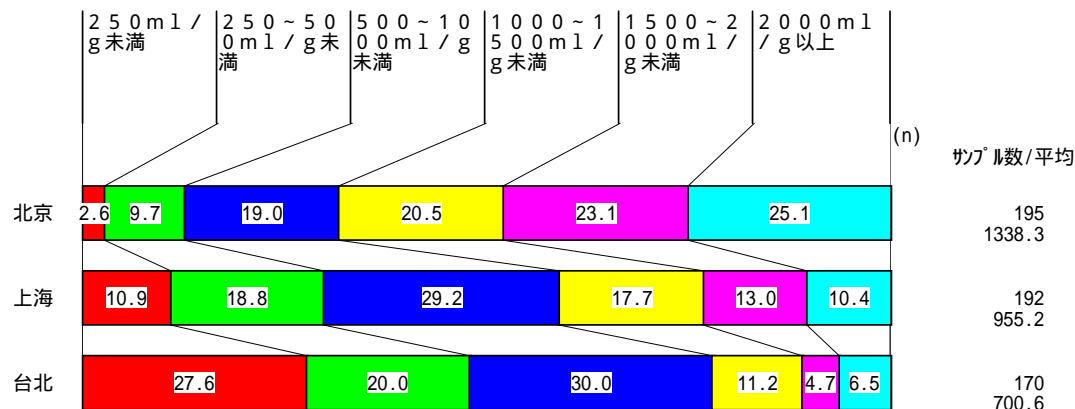
表頭：Q31 世帯の週間ヨーグルト消費量(SA)【ベース：飲食者がいる家族】

ヨーグルトを飲食する家族がいる人に、世帯として週あたりどれくらいの量のヨーグルトを食べている／飲んでるかを聞いた。

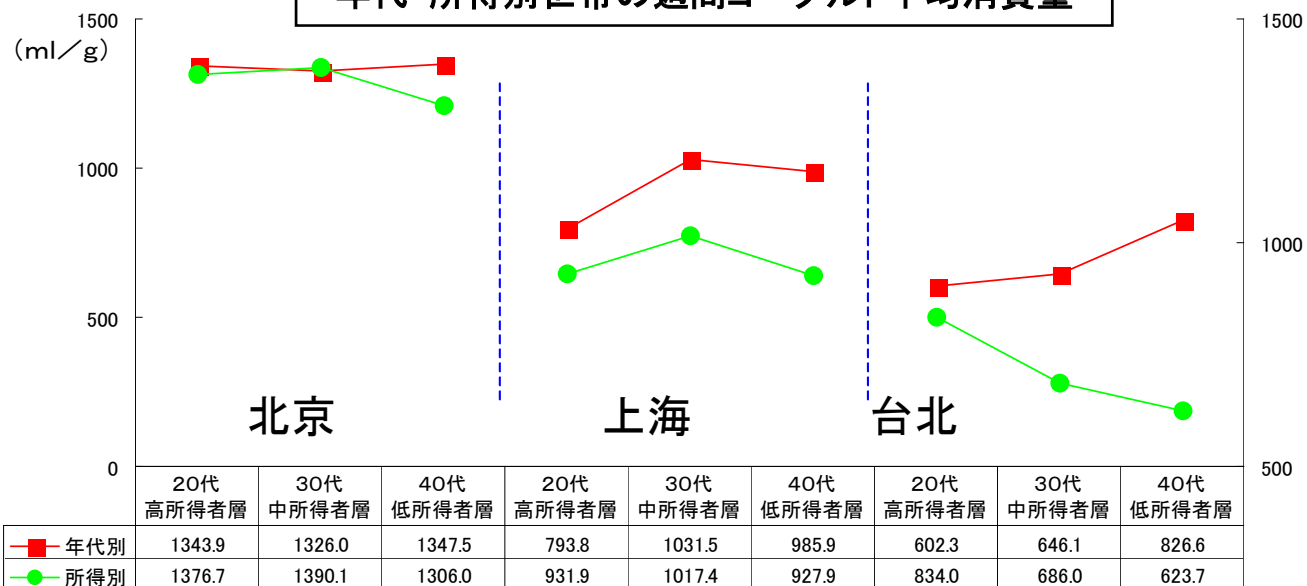
北京では「2000ml/g以上」の世帯が25.1%を占めている。上海では「500-1000ml/g未満」の世帯が29.2%と、ほぼ3割を占め、最も多くなっており、「2000ml/g以上」の世帯は10.4%である。台北では「2000ml/g以上」の世帯が6.5%にとどまっております、「250ml/g未満」の世帯が27.6%となっている。

参考までに平均消費量を見ると、北京1338ml/g、上海955ml/g、台北700ml/gとなっている。

年代別、所得別に平均消費量を見ると、台北では年代が高くなるにつれて消費量が増えており、所得が高くなるほど、消費量が増えている。



年代・所得別世帯の週間ヨーグルト平均消費量



# ヨーグルトの購入理由

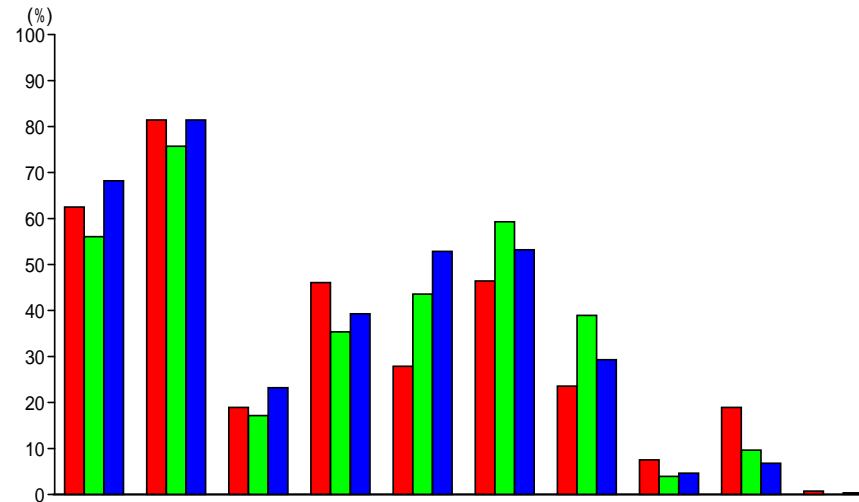
世帯で日頃ヨーグルトを購入する理由を聞いた。

いずれの都市でも「自分の健康のため」がTOPになっており、その比率は75%以上である。

また「自分が好きだから」と答えた人も3都市とも55%以上と多くなっている。

表頭：Q32 ヨーグルトの購入理由(MA)【ベース：飲食者がいる家族】

■北京 n=195 ■上海 n=192 ■台北 n=170



		n	1 自分が好きだから	2 自分の健康のため	3 ご主人が好きだから	4 ご主人の健康のため	5 お子様が好きだから	6 お子様の健康のため	7 お子様の成長のため	8 ご両親が好きだから	9 ご両親の健康のため	10 その他
1	北京	195	62.6	81.5	19.0	46.2	28.2	46.7	23.6	7.7	19.0	1.0
2	上海	192	56.3	76.0	17.2	35.4	43.8	59.4	39.1	4.2	9.9	0.0
3	台北	170	68.2	81.8	23.5	39.4	52.9	53.5	29.4	4.7	7.1	0.6



## チーズの食用&購入実態

# チーズの食用頻度

日頃どのくらいの頻度でチーズを食べているかを聞いた。

週に1日以上食べる人の割合は北京・上海では10%程度で、台北では25.5%である。

月に2-3日以上食べる人は北京・上海で20%未満と少なく、台北でも40%に達していない。

一方、「全く食べない」という人の割合は北京・上海で70%前後、台北では43.5%となっている。

年代別にみると、北京・上海では若年層ほど食用頻度が高く、台北では高齢層ほど高い傾向がある。

所得別にみると、いずれの都市でも高所得者層でチーズの食用頻度が最も高い。

チーズの食用頻度

			平均頻度 (日/週)	毎日 食べる	週に1日 以上食べる	月に2日 以上食べる	全く食べない	
n			(%)					
北京	全体	200	0.4	1.5	12.5	18.5	69.5	
	年代別	20代	50	0.3	-	14.0	16.0	64.0 ↓
		30代	75	0.6	4.0	16.0	24.0	61.3 ↓
		40代	75	0.2	-	8.0	14.7	81.3 ↓
	所得別	高所得者層	44	0.7	4.5	25.0	31.8 ↑	56.8 ↓
		中所得者層	38	0.4	2.6	13.1	23.6	68.4 ↓
低所得者層		118	0.2	-	7.5	11.7	74.6 ↓	
上海	全体	200	0.3	0.5	10.5	17.0	73.5	
	年代別	20代	50	0.3	-	12.0	20.0 ↑	64.0 ↓
		30代	75	0.3	1.3	9.3	16.0	73.3 ↓
		40代	75	0.4	-	10.6	15.9	80.0 ↓
	所得別	高所得者層	60	0.7	1.7	21.8	28.5 ↑	61.7 ↓
		中所得者層	59	0.1	-	1.7	11.9	74.6 ↓
低所得者層		81	0.2	-	8.6	12.3	81.5 ↓	
台北	全体	200	0.8	2.5	25.5	38.5	43.5	
	年代別	20代	50	0.6	-	22.0	36.0 ↓	50.0 ↑
		30代	75	0.9	4.0	28.0	37.3 ↓	46.7 ↓
		40代	75	0.9	2.7	25.4	41.4 ↓	36.0 ↓
	所得別	高所得者層	56	1.1	3.6	37.5	46.4 ↑	42.9 ↓
		中所得者層	49	0.8	2.0	24.5	44.9	36.7 ↓
低所得者層		95	0.7	2.1	18.9	30.5	47.4 ↓	



# チーズの1日食用量

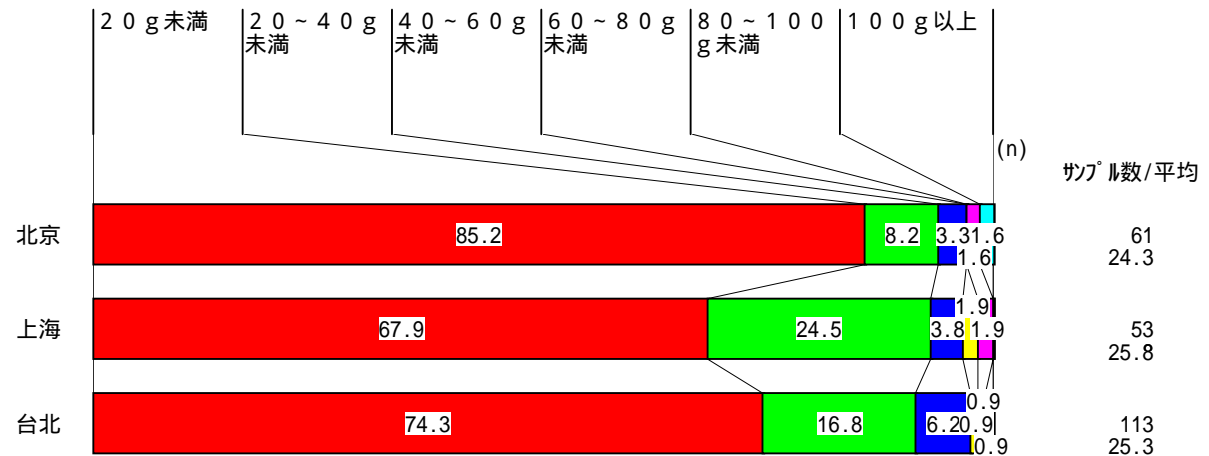
チーズを食べる時の1日の食用量を聞いた。

全体をみると、いずれの都市でも「20g未満」と答えた人が大多数を占めている。

参考までに平均をみると、3都市とも1日あたりのチーズ食用量は25g前後となっている。

平均の1日飲食量を年代別にみると、北京では30代が最も多く、上海・台北では40代で最も多くなっている。

表頭：Q34 1日あたりのチーズ食用量（SA）【ベース：チーズ食用者】



## 1日あたりチーズを食べる量<ベース:チーズ食用者>

(g)	年代別			所得別		
	年代	サンプル数	平均	所得層	サンプル数	平均
北京	20代	(n=18)	23.9	高所得者層	(n=19)	22.6
	30代	(n=29)	25.9	中所得者層	(n=12)	28.3
	40代	(n=14)	21.4	低所得者層	(n=30)	23.7
上海	20代	(n=18)	22.2	高所得者層	(n=23)	27.8
	30代	(n=20)	27.5	中所得者層	(n=15)	22.7
	40代	(n=15)	28.0	低所得者層	(n=15)	26.0
台北	20代	(n=25)	23.6	高所得者層	(n=32)	25.0
	30代	(n=40)	25.5	中所得者層	(n=31)	24.5
	40代	(n=48)	26.0	低所得者層	(n=50)	26.0

# チーズの種類

チーズを食べる人に、どのようなタイプのチーズを食べることが多いかを聞いた。

都市別にみると、北京では「6Pチーズ」、「スライスチーズ」、「クリームチーズ」と答えた人が多く、上海では「クリームチーズ」、「スライスチーズ」、「濃厚チーズ」を食べる比率が多く、台北では「スライスチーズ」が91.2%と突出している。

■ 各都市全体で50%以上  
■ 各都市全体で30%以上

■ 各都市全体より 10ポイント以上高い  
■ 各都市全体より 5ポイント以上高い

\* サンプル数が30未満は参考値

			6Pチーズ	スライスチーズ	ベビーチーズ	スティックタイプチーズ	クリームチーズ	シュレッドチーズ	カマンベール	バルメザン	モッツアレラ	濃厚チーズ	栄養成分強化チーズ	味付きチーズ	その他		
北京			全体	61	32.8	44.3	8.2	14.8	39.3	13.1	1.6	8.2	-	27.9	18.0	21.3	-
年代別	20代	18	27.8	33.3	16.7	11.1	33.3	27.8	-	-	-	22.2	11.1	5.6	-	-	-
	30代	29	31.0	48.3	-	13.8	44.8	6.9	3.4	10.3	-	37.9	31.0	34.5	-	-	-
	40代	14	42.9	50.0	14.3	21.4	35.7	7.1	-	14.3	-	14.3	-	14.3	-	-	-
所得別	高所得者層	19	36.8	42.1	-	15.8	52.6	15.8	-	5.3	-	26.3	21.1	5.3	-	-	-
	中所得者層	12	33.3	58.3	25.0	8.3	33.3	8.3	-	8.3	-	25.0	16.7	25.0	-	-	-
	低所得者層	30	30.0	40.0	6.7	16.7	33.3	13.3	3.3	10.0	-	30.0	16.7	30.0	-	-	-
上海			全体	53	24.5	47.2	15.1	3.8	50.9	7.5	-	5.7	-	41.5	11.3	15.1	-
年代別	20代	18	16.7	55.6	16.7	5.6	38.9	11.1	-	5.6	-	50.0	11.1	16.7	-	-	-
	30代	20	30.0	55.0	15.0	5.0	50.0	5.0	-	5.0	-	30.0	5.0	15.0	-	-	-
	40代	15	26.7	26.7	13.3	-	66.7	6.7	-	6.7	-	46.7	20.0	13.3	-	-	-
所得別	高所得者層	23	21.7	60.9	26.1	-	52.2	8.7	-	4.3	-	43.5	13.0	26.1	-	-	-
	中所得者層	15	20.0	40.0	6.7	13.3	40.0	6.7	-	-	-	33.3	6.7	13.3	-	-	-
	低所得者層	15	33.3	33.3	6.7	-	60.0	6.7	-	13.3	-	46.7	13.3	0.0	-	-	-
台北			全体	113	12.4	91.2	3.5	3.5	19.5	21.2	2.7	1.8	1.8	6.2	1.8	7.1	0.9
年代別	20代	25	16.0	92.0	4.0	-	20.0	28.0	-	-	-	4.0	-	4.0	-	-	-
	30代	40	17.5	90.0	5.0	2.5	17.5	15.0	5.0	2.5	-	5.0	-	7.5	-	-	-
	40代	48	6.3	91.7	2.1	6.3	20.8	22.9	2.1	2.1	4.2	8.3	4.2	8.3	2.1	-	-
所得別	高所得者層	32	12.5	93.8	6.3	6.3	25.0	15.6	3.1	6.3	6.3	9.4	-	3.1	-	-	-
	中所得者層	31	19.4	90.3	3.2	3.2	9.7	16.1	3.2	-	-	3.2	3.2	12.9	-	-	-
	低所得者層	50	8.0	90.0	2.0	2.0	22.0	28.0	2.0	-	-	6.0	2.0	6.0	2.0	-	-

# チーズの食用理由

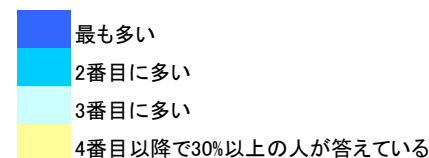
## チーズの飲食理由(MA)【ベース:チーズ食用者】

	北京 n 61	上海 n 53	台北 n 113
おいしいから	36.1	52.8	38.1
好きだから	31.1	45.3	28.3
栄養があるから	59.0	62.3	68.1
カルシウムがあるから	49.2	30.2	77.9
朝食など食事代わりに	6.6	17.0	8.0
ちょっとしたつまみとして	1.6	5.7	-
習慣で	1.6	9.4	1.8
いつも家にあるから	4.9	7.5	4.4
家族がすすめるから	1.6	5.7	0.9
骨粗しょう症が心配だから	11.5	9.4	29.2
良質の蛋白質があるから	29.5	17.0	12.4
美容に良いから	19.7	11.3	6.2
健康に良いから	31.1	26.4	36.3
医師など医療関係者が進めるから	1.6	1.9	2.7
他の食べ物に比べて安いから	-	-	-
その他	3.3	3.8	-

チーズを食べる理由については、3都市とも大きな差はない。

それぞれのTOP3をみると、北京では、「栄養があるから」、「カルシウムがあるから」、「おいしいから」の順となっており、上海でもTOPは「栄養があるから」で、2番目と3番目は「おいしいから」、「好きだから」の順になっている。

一方、台北においてTOPは「カルシウムがあるから」で、「栄養があるから」と「おいしいから」がそれに続いている。



# チーズのブランド

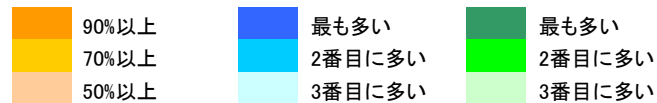
チーズのブランドについて、認知銘柄、最近半年間の購入銘柄、最近1ヶ月の最頻購入銘柄を聞いた。

北京・上海で「光明」は、認知度および「最近半年間の購入銘柄」と「最近1ヶ月最頻購入銘柄」でもTOPとなっている。

最近半年間の購入銘柄の2番目、3番目に多いのは、北京では「伊利」、上海では「伊利」と「KA夫」が並んでいる。

最近1ヶ月の最頻購入銘柄をみると、北京と上海でほぼ同じ傾向で、「KA夫」が2番目、続いて「伊利」である。

台北で「知っている」ブランドをみると、認知度が90%以上には「芝司樂」と「安佳」がある。「最近半年間の購入銘柄」と「最近1ヶ月の最頻購入銘柄」においても両ブランドはTOP2に入っている。



%  
北京n=61  
上海n=53

	認知銘柄		最近半年間の購入銘柄		最近1ヶ月の最頻購入銘柄	
	北京	上海	北京	上海	北京	上海
阿爾貝斯	37.7	26.4	4.9	7.5	1.6	3.8
百吉福	24.6	11.3	16.4	7.5	6.6	5.7
多美鮮	18.0	13.2	3.3	1.9	1.6	1.9
光明	82.0	83.0	59.0	67.9	36.1	49.1
KA夫	67.2	45.3	31.1	20.8	21.3	11.3
蘭多湖	3.3	-	-	-	-	-
美蘭紅波	-	1.9	-	-	-	-
明治	39.3	45.3	8.2	17.0	3.3	5.7
瑞士	19.7	26.4	8.2	9.4	3.3	7.5
伊利	78.7	52.8	32.8	20.8	16.4	7.5
President	13.1	5.7	4.9	3.8	1.6	1.9
安佳	4.9	13.2	1.6	-	-	-
必佳	1.6	-	-	-	-	-
三元	65.6	28.3	24.6	5.7	6.6	1.9
その他	3.3	3.8	3.3	3.8	1.6	3.8

%  
台北n=113

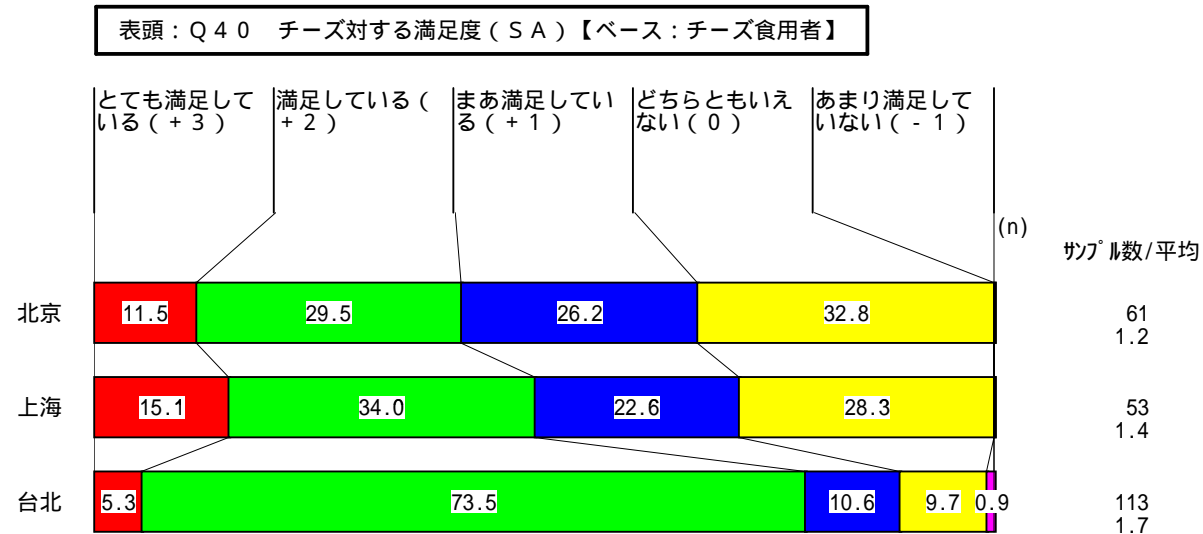
	認知銘柄	最近半年間の購入銘柄	最近1ヶ月の最頻購入銘柄
佳品	38.9	9.7	1.8
安佳	94.7	66.4	21.2
KA夫	35.4	12.4	2.7
荷蘭	22.1	3.5	0.9
芝司樂	100.0	84.1	58.4
Bei佳	19.5	7.1	2.7
丹麥	3.5	0.9	-
布利	1.8	-	-
吉利	7.1	1.8	-
爵享	4.4	0.9	-
笑牛	14.2	7.1	2.7
その他	<不問>	4.4	9.7

# チーズの満足度

日頃食べているチーズに対してどの程度満足しているかを聞いた。

3都市とも基本的に満足している。北京・上海ではTOPBOXの割合が10%を超えており、TOP2BOXの割合は北京、上海とも4割を超えている。台北のTOPBOXの割合は5.3%であるが、TOP2BOXの割合は78.8%と、ほぼ8割に達している。

年代別、所得別ではそれほど大きな違いや傾向は見られなかった。



\* BOTTOM2BOXについては回答者がいなかったため、グラフに不表示した。

# 家族内チーズ食用户

家族で誰が日頃チーズを食べているのかを聞いた。

同居している家族ベースで見ると、いずれの都市でも比較的に子供の比率が高く、「ご主人(配偶者)」と「両親／義理の両親」の比率が低くなっている。

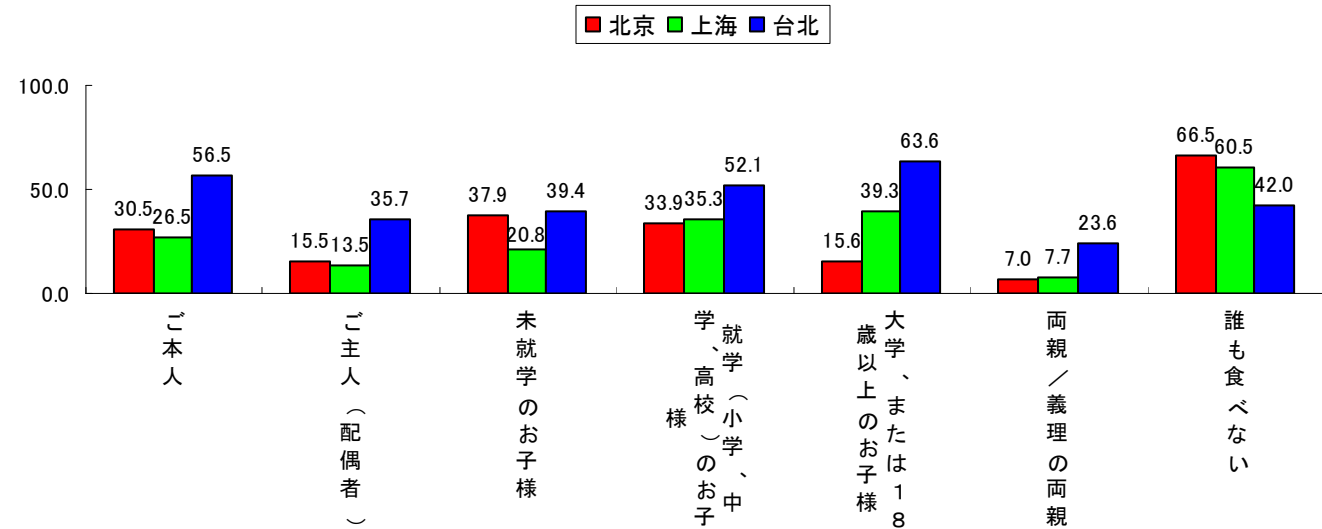
一方、「誰も食べない」家族の割合は、北京66.5%、上海60.5%と北京・上海では6割以上の家庭でチーズを全く食べていない。台北は42.0%と、チーズを全く食べていない家庭は4割以上である。

## 同居家族別サンプル数:

	北京	上海	台北
ご主人(配偶者)	200	200	199
未就学のお子様	29	24	71
就学(小学、中学、高校)のお子様	62	68	94
大学、または18歳以上のお子様	32	56	33
両親／義理の両親	57	52	55

\* サンプル数が30未満の場合は参考値

## 家族内チーズ食用户<ベース:同居家族>



# 家族の週間チーズ消費量

チーズを食べる家族がいる人に、世帯として週あたりどれくらい量のチーズを食べているかを聞いた。

北京・上海では100g未満の世帯がそれぞれ86.6%、77.3%と7~8割を占めている。

台北では200g未満の世帯がほぼ9割を占めている。

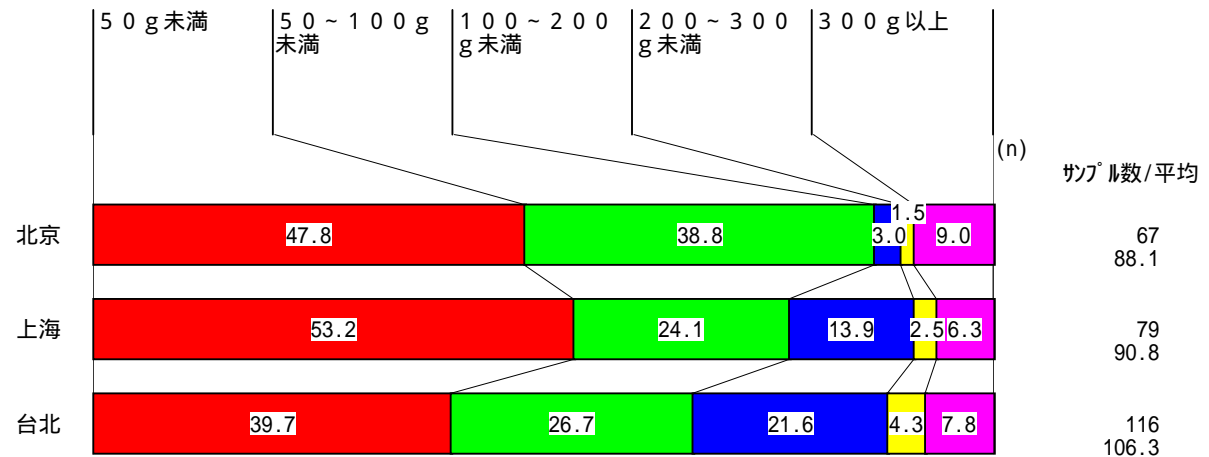
いずれの都市でも週あたり「300g以上」食べている家庭は1割未満である。

参考までに平均消費量をみると、北京88g、上海90g、台北106gとなっている。

平均消費量を年代別にみると、北京・台北では高齢層ほど食用量が多い傾向がある。

所得別にみると、3都市とも高所得者層で平均消費量が最も多くなっている。

表頭：Q 4 3 世帯の週間チーズ消費量（SA）【ベース：食用者がいる家族】



年代・所得別世帯の週間チーズ平均消費量

(g)	年代別			所得別	
	年代	サンプル数	平均消費量	所得層	平均消費量
北京	20代	(n=18)	63.9	高所得者層	(n=19) 97.4
	30代	(n=30)	95.0	中所得者層	(n=13) 78.8
	40代	(n=19)	100.0	低所得者層	(n=35) 86.4
上海	20代	(n=18)	94.4	高所得者層	(n=30) 111.7
	30代	(n=27)	94.4	中所得者層	(n=24) 68.8
	40代	(n=34)	86.0	低所得者層	(n=25) 87.0
台北	20代	(n=26)	95.2	高所得者層	(n=33) 132.6
	30代	(n=41)	97.0	中所得者層	(n=32) 89.8
	40代	(n=49)	119.9	低所得者層	(n=51) 99.5

\* サンプル数が30未満は参考値

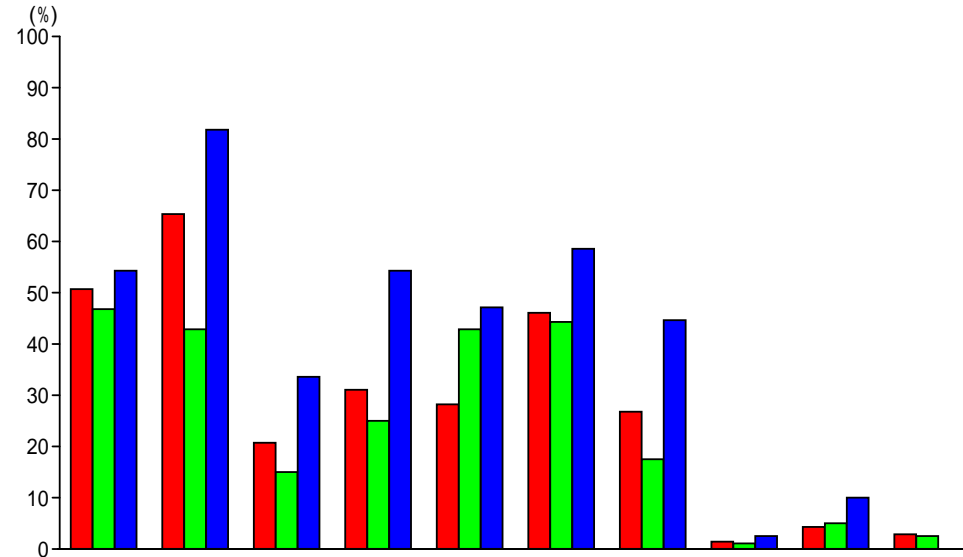
# チーズの購入理由

表頭：Q 4 4 チーズの購入理由（MA）【ベース：食用者がいる家族】

北京 n=67      上海 n=79      台北 n=116

世帯で日頃チーズを購入する理由を聞いた。

北京・上海では自分とお子様の健康のためや好きだからの理由が多く、台北では自分やご主人、お子様の健康のためなどの理由が多くなっている。



		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
		自分が好きだから	自分の健康のため	ご主人が好きだから	ご主人の健康のため	お子様が好きだから	お子様の健康のため	お子様の成長のため	ご両親が好きだから	ご両親の健康のため	その他	
n												
1	北京	67	50.7	65.7	20.9	31.3	28.4	46.3	26.9	1.5	4.5	3.0
2	上海	79	46.8	43.0	15.2	25.3	43.0	44.3	17.7	1.3	5.1	2.5
3	台北	116	54.3	81.9	33.6	54.3	47.4	58.6	44.8	2.6	10.3	0.0





# 食生活の実態

# 食事別の外食・中食・内食頻度

食事のとり方について、朝食、昼食、夕食別に聞いた。

朝食についてみると、北京・上海では全体で週に4日以上自分で作った「手料理」を食べている。台北では、「外食」「中食」「手料理」の頻度があまり変わらない。

昼食についてみると、いずれの都市でも「外食」が多く、会社勤務中に外で食べることが多いと考えられる。

夕食についてみると、いずれも「手料理」の頻度が最も高く北京・上海では週に5.5日、台北でも週に4.0日以上となっている。

その他の内容:

食べない

親のところで食べる

食べる時間がない

## 週間(7回)食事別頻度

\* 数字は母数別の平均(日/週)



(日/週) n			朝食				昼食				夕食				
			外食	中食	手料理	その他	外食	中食	手料理	その他	外食	中食	手料理	その他	
北京	全体	200	2.6	0.3	4.1	-	3.6	1.2	2.2	-	1.1	0.1	5.8	-	
	年代別	20代	50	3.4	0.3	3.1	0.2	4.0	1.2	1.7	0.1	1.7	0.1	5.0	0.2
		30代	75	2.7	0.3	4.0	-	4.0	1.1	1.9	-	1.1	0.1	5.8	-
		40代	75	2.1	0.2	4.7	-	3.0	1.2	2.8	-	0.6	0.0	6.4	-
	所得別	高所得者層	44	2.7	0.3	4.0	-	3.3	1.8	1.9	-	1.5	0.1	5.4	-
		中所得者層	38	3.0	0.5	3.4	0.1	4.1	0.6	2.3	-	0.9	0.1	6.0	-
低所得者層		118	2.5	0.2	4.3	-	3.6	1.1	2.2	0.1	0.9	0.1	5.9	0.1	
上海	全体	200	1.5	1.5	4.0	-	3.0	1.4	2.5	0.1	1.2	0.3	5.5	-	
	年代別	20代	50	2.1	1.0	3.9	-	3.5	1.2	2.3	-	1.5	0.1	5.4	-
		30代	75	1.4	1.9	3.5	0.2	3.2	1.4	2.3	0.1	1.3	0.3	5.4	-
		40代	75	1.1	1.4	4.4	0.1	2.5	1.6	2.8	0.1	0.9	0.4	5.7	-
	所得別	高所得者層	60	1.2	1.4	4.3	0.1	3.3	1.5	2.1	0.1	1.6	0.1	5.3	-
		中所得者層	59	1.9	1.6	3.5	-	2.6	1.9	2.5	-	1.0	0.5	5.5	-
低所得者層		81	1.4	1.4	4.1	0.1	3.1	1.0	2.8	0.1	1.0	0.3	5.7	-	
台北	全体	200	2.0	2.4	2.5	0.1	2.8	1.9	2.3	-	1.5	1.5	4.0	-	
	年代別	20代	50	2.4	2.9	1.7	-	3.5	2.0	1.5	-	2.2	1.7	3.1	-
		30代	75	2.3	2.2	2.5	-	3.1	1.8	2.0	0.1	1.5	1.8	3.7	-
		40代	75	1.3	2.4	3.1	0.2	2.2	1.8	3.0	-	1.1	0.9	5.0	-
	所得別	高所得者層	56	2.4	1.6	2.9	0.1	3.4	1.7	1.9	-	1.8	1.6	3.6	-
		中所得者層	49	2.2	2.5	2.3	-	2.9	2.1	2.0	-	1.5	1.3	4.2	-
低所得者層		95	1.6	2.9	2.4	0.1	2.5	1.8	2.6	0.1	1.3	1.5	4.2	-	



## 産地別乳製品のイメージ

# 産地別乳製品のイメージ

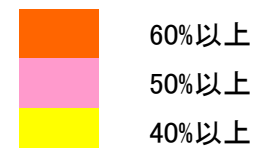
産地別に乳製品のイメージを聞いた。

「国産」についてみると、全体的に「健康に良い」イメージが3都市とも60%以上と強い。また、「栄養が豊富」「親しみやすい」「おいしい」などのイメージも比較的強い。さらに3都市とも4割以上が「安全性が高い」というイメージを持っている。

「日本産」についてみると、「価格が高い」イメージが3都市共通で強い。台北では51.5%の人が「日本産」乳製品について「品質が高い」と回答しており、43.5%の人が「高級な感じ」と答えている。「高級な感じ」に関しては上海でも43.5%の人が答えている。

「オセアニア産」と「欧州産」についてみると、いずれの都市でも「価格が高い」「品質が高い」イメージが強い。上海では「オセアニア産」と「欧州産」ともについて60%以上の人が「高級な感じ」と答えている。

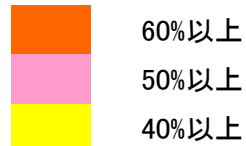
%	国産			日本産			オセアニア産			欧州産		
	北京	上海	台北	北京	上海	台北	北京	上海	台北	北京	上海	台北
新鮮な感じ	21.5	34.0	40.5	38.5	32.0	14.0	30.0	36.5	12.0	33.0	40.5	7.5
親しみやすい	55.0	43.0	60.5	2.5	7.5	4.5	11.0	16.0	6.0	11.0	14.0	3.5
品質が高い	38.5	45.5	38.5	27.5	33.0	51.5	51.0	48.0	48.5	33.5	42.5	31.0
おいしい	57.5	64.0	45.5	23.5	20.0	16.5	30.0	30.5	16.5	26.0	22.0	9.0
栄養が豊富	52.0	60.0	56.0	28.0	20.0	32.0	40.5	33.0	47.0	29.0	29.0	26.5
美容に良い	22.5	18.0	13.0	25.0	17.5	10.5	16.0	15.5	11.0	15.5	13.0	5.0
価格が高い	5.0	4.0	11.5	56.0	66.5	53.5	57.0	63.5	35.5	59.5	63.0	38.5
健康に良い	63.0	65.0	64.5	15.0	14.5	29.0	20.5	26.0	37.0	18.0	21.0	29.0
安全性が高い	47.0	47.5	40.0	9.5	26.0	28.5	17.5	34.5	21.0	17.0	31.0	7.5
高級な感じ	1.0	3.5	3.5	15.5	43.5	43.5	25.0	62.0	23.5	37.5	61.5	26.0



# 日本産乳製品のイメージ

日本産乳製品のイメージについてみると、「価格が高い」イメージが最も色濃く、価格に対してネガティブなイメージが強い。これは北京・上海で特に強い。

好意的なイメージを見ると、台北では「品質が高い」、「高級な感じ」などの評価が高い。年代別では20代で評価が他の層に比べて全般的に高い。



			(%)	n	新鮮な感じ	親しみやすい	品質が高い	おいしい	栄養が豊富	美容に良い	価格が高い	健康に良い	安全性が高い	高級な感じ
北京	全体		200	38.5	2.5	27.5	23.5	28.0	25.0	56.0	15.0	9.5	15.5	
	年代別	20代	50	38.0	2.0	18.0	26.0	28.0	20.0	50.0	12.0	6.0	12.0	
		30代	75	36.0	4.0	36.0	24.0	24.0	29.3	45.3	16.0	14.7	13.3	
		40代	75	41.3	1.3	25.3	21.3	32.0	24.0	70.7	16.0	6.7	20.0	
	所得別	高所得者層	44	36.4	2.3	38.6	20.5	31.8	18.2	38.6	20.5	6.8	11.4	
		中所得者層	38	36.8	5.3	21.1	23.7	31.6	26.3	60.5	13.2	10.5	15.8	
低所得者層		118	39.8	1.7	25.4	24.6	25.4	27.1	61.0	13.6	10.2	16.9		
上海	全体		200	32.0	7.5	33.0	20.0	20.0	17.5	66.5	14.5	26.0	43.5	
	年代別	20代	50	32.0	4.0	32.0	20.0	26.0	28.0	56.0	16.0	28.0	36.0	
		30代	75	32.0	13.3	36.0	25.3	24.0	17.3	66.7	16.0	24.0	44.0	
		40代	75	32.0	4.0	30.7	14.7	12.0	10.7	73.3	12.0	26.7	48.0	
	所得別	高所得者層	60	21.7	6.7	43.3	26.7	20.0	16.7	60.0	15.0	28.3	41.7	
		中所得者層	59	32.2	10.2	28.8	15.3	23.7	22.0	69.5	22.0	28.8	45.8	
低所得者層		81	39.5	6.2	28.4	18.5	17.3	14.8	69.1	8.6	22.2	43.2		
台北	全体		200	14.0	4.5	51.5	16.5	32.0	10.5	53.5	29.0	28.5	43.5	
	年代別	20代	50	4.0	8.0	60.0	8.0	46.0	12.0	62.0	36.0	36.0	48.0	
		30代	75	18.7	0.0	53.3	16.0	22.7	12.0	49.3	29.3	29.3	42.7	
		40代	75	16.0	6.7	44.0	22.7	32.0	8.0	52.0	24.0	22.7	41.3	
	所得別	高所得者層	56	17.9	8.9	58.9	26.8	32.1	10.7	50.0	23.2	17.9	42.9	
		中所得者層	49	16.3	0.0	55.1	10.2	28.6	16.3	59.2	40.8	36.7	55.1	
低所得者層		95	10.5	4.2	45.3	13.7	33.7	7.4	52.6	26.3	30.5	37.9		



# 日本産牛乳の購入意向

# 日本産牛乳の購入意向

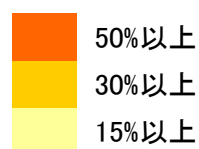
日本産牛乳について1000mlあたりの価格を3通り提示して、その購入意向を7段階評価で聞いた。

「35元(中国)／145元(台湾)」の価格に対してみると、TOPBOX、TOP2BOXでの購入意向はなく、TOP3BOXでも30%を超えていない。

「30元(中国)／125元(台湾)」の価格に対してみると、TOPBOX、TOP2BOXでの購入意向はやはりない。TOP3BOXではいずれの都市でも30%を超えているが、40%を超えていない。

「20元(中国)／85元(台湾)」の価格に対してみると、TOPBOXで15%以上の購入意向があるのは台北のみで17.5%である。TOP2BOXでは台北では44.0%になっており、北京・上海でも20%を越えている。TOP3BOXでは3都市とも拒否反応を示しているのは半数を切っており、特に台北では80.0%がプラス意向を示している。

年代別と所得別では、それほど大きな違いや傾向が見られなかった。



平均は、7段階評価のウェイト付けによるものである。TOP(+3)、BOTTOM(-3)としている。

		(%)	TOPBOX	TOB2BOX	TOP3BOX	平均(※)
北京	35元(中国)／145元(台湾)	-	4.0	24.0	-0.9	
	30元(中国)／125元(台湾)	1.0	9.0	31.0	-0.4	
	20元(中国)／85元(台湾)	5.0	22.0	59.0	0.3	
上海	35元(中国)／145元(台湾)	1.0	6.5	34.5	-0.6	
	30元(中国)／125元(台湾)	2.0	9.5	43.0	-0.3	
	20元(中国)／85元(台湾)	6.5	25.0	66.0	0.4	
台北	35元(中国)／145元(台湾)	-	1.0	18.5	-0.8	
	30元(中国)／125元(台湾)	-	8.0	36.5	-0.1	
	20元(中国)／85元(台湾)	17.5	44.0	80.0	1.4	



# CLT関連付録



# 付1.その他OA

都市	年齢	Q4 牛乳の飲用シーン
台北	37	飲みたいときに飲む
台北	46	水代わりに飲む
上海	49	外食時に飲む
北京	34	夕食の前に飲む
都市	年齢	Q5 牛乳を飲む理由
上海	49	胃腸に良い
上海	48	夜に牛乳を飲むと心臓に良い
上海	30	パック代わりに
上海	45	胃腸に良い
上海	44	胃腸に良い
都市	年齢	Q8 知っている牛乳ブランド
上海	49	優佳
上海	49	真元
都市	年齢	Q9 半年以内の購入経験がある牛乳ブランド
上海	49	真元
台北	33	牛農
台北	49	土地銀行の製品
台北	42	台大牧場
台北	45	將軍
台北	40	土地銀行の製品
台北	40	牛農
都市	年齢	Q10 最近一ヶ月最頻購入の牛乳ブランド
台北	33	牛農
台北	42	台大牧場
都市	年齢	Q11 購入場所
北京	26	牛乳専門店
北京	46	朝市
北京	49	朝市固定販売店
台北	42	台大牧場

都市	年齢	Q15 購入のとき重視点
台北	47	濃度
都市	年齢	Q18 家族の牛乳飲用者
上海	48	ない
上海	23	祖母
上海	44	義理の兄
北京	28	弟
北京	46	ない
台北	29	ない
台北	28	ない
台北	35	ない
台北	30	ない
台北	37	祖母
台北	31	叔夫/叔母
都市	年齢	Q20 牛乳の購入理由
上海	23	祖母が好きだから
台北	37	祖母の健康のため
都市	年齢	Q24 ヨーグルトの飲食理由
上海	45	消化が良くなる
上海	39	胃腸に良い
上海	29	消化が良くなる
上海	49	胃腸に良い
上海	24	胃腸に良い
台北	34	消化が良くなる
台北	38	良い菌が多い
台北	33	ダイエット
台北	39	消化が良くなる
台北	33	ダイエット

# 付1.その他OA (続き)

都市	年齢	Q26 半年以内の購入したことがあるヨーグルトブランド
台北	32	盛香珍
台北	31	黒松
台北	33	日本ブランド
台北	42	台大
都市	年齢	Q27 最近一ヶ月最頻購入のヨーグルトブランド
北京	36	最近購入してない
台北	30	最近購入してない
台北	45	最近購入してない
台北	49	最近購入してない
台北	42	台大
都市	年齢	Q30 家族のヨーグルト飲食者
北京	28	弟
台北	34	妹
都市	年齢	Q32 ヨーグルトの購入理由
北京	28	弟が好きだから
北京	36	くつろぐときに飲みたいから
台北	34	妹が好きだから
都市	年齢	Q35 チーズの種類
台北	99	粉チーズ
都市	年齢	Q36 チーズを食べる理由
上海	42	たまには違うものが食べたいから
上海	39	遊びに食べる
北京	29	食べてみたいから
北京	35	食べてみたいから
都市	年齢	Q37 知っているチーズブランド
上海	45	妈妈之選
上海	44	覚えていない
北京	47	オーストラリアブランド
北京	36	内モンゴルの製品、ブランド名は知らない

都市	年齢	Q38 半年以内の購入したことがあるチーズブランド
台北	29	家族が買った
台北	34	總統
台北	38	光泉
台北	38	總統、光泉
台北	49	蜜納絲辮子乳酪絲
都市	年齢	Q39 最近一ヶ月最頻購入のチーズブランド
上海	45	妈妈之選
上海	44	覚えていない
北京	36	内モンゴルの製品、ブランド名は知らない
台北	29	家族が買った
台北	29	最近買ってない
台北	32	最近買ってない
台北	35	最近買ってない
台北	31	最近買ってない
台北	30	最近買ってない
台北	38	光泉
台北	38	總統
台北	40	最近買ってない
台北	46	最近買ってない
台北	49	蜜納絲辮子乳酪絲
都市	年齢	Q40 家族のチーズ食用者
	30	弟
台北	49	妹
都市	年齢	Q44 チーズの購入理由
上海	42	たまには違うものが食べたいから
上海	25	親が見て可愛いと言ったので
北京	29	食べてみたいから
北京	30	弟が好きだから

## 付2.ブランド産地

牛乳		ヨーグルト		チーズ	
光明	中国	達能	外国ブランド現地生産	阿爾貝斯	スイス
均瑶	中国	光明	中国	百吉福	外国ブランド現地生産
蒙牛	中国	巨強	中国	多美鮮	ドイツ
妙士	中国	蒙牛	中国	光明	中国
全佳	中国	妙士	中国	KA夫/kraft	オーストラリア
雀巢	外国ブランド現地生産	全佳	中国	藍多湖	アメリカ
三島	中国	人民大会堂	中国	美藍紅波	ニュージーランド
三鹿	中国	三島	中国	明治	日本
三元	中国	三元	中国	瑞士	スイス
維維天山雪	中国	維維天山雪	中国	伊利	中国
伊利	中国	味全	台湾ブランド中国生産	総統/ President	フランス
田園	ニュージーランド	喜臨門	中国	安佳	ニュージーランド
夏進	中国	伊利	中国	必佳	オーストラリア
大旺	中国	悦家	中国	三元	中国
Pa馬拉特	外国ブランド現地生産	三鹿	中国	佳品	台湾
大衛/ David	オーストラリア	夏進	中国	荷蘭	オランダ
德運/ Dimondale	オーストラリア	優格	中国	芝司樂	ニュージーランド
宝利氏/ PAULS	オーストラリア	聖雪	中国	BEI佳	オーストラリア
哈維福瑞/ Harvey Fresh	オーストラリア	統一	台湾	丹麥	デンマーク
牛頭/ cow head	ニュージーランド	愛之味	台湾	布利	ドイツ
総統/ President	法国	優沛蕾	フランス	吉利	フランス
福樂	台湾	味全	台湾	爵享	フランス
統一	台湾	植物の優	台湾	笑牛	フランス
味全	台湾	光泉	台湾		
義美	台湾	法國新力多(Elle&Vice)	フランス		
愛之味	台湾	德國(Mertinger)	ドイツ		
光泉	台湾	巧克奇思(Tidino)	スイス		



---

# 定性部分 ( FGI )

---



# 対象者プロフィール

# 対象者プロフィール ~ 北京

## Group1

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲食用度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	31	会社員 (一般職)	8000 -8999円	3	本人、夫、 未就学児	4歳半	毎日	週に 3-4日	週に 3-5日	夫、未就学児	夫、未就学児	未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 無脂肪牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 加糖のヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、 クリームチーズ、 シュレッドチーズ
2	26	会社員 (管理層)	7000 -7999円	3	本人、夫、 未就学児	2ヶ月	毎日	週に 3-4日	週に 3-5日	夫	なし	なし	ロングライフ牛乳、 栄養成分強化牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト	クリームチーズ
3	29	会社員 (一般職)	8000 -8999円	3	本人、夫、 未就学児	2歳半	毎日	毎日	毎日	未就学児	未就学児	未就学児	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	加糖のヨーグルト、 脂肪無調整ヨーグルト、 味付けヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	クリームチーズ
4	30	会社員 (一般職)	7000 -7999円	3	本人、夫、 未就学児	2歳7ヶ月	毎日	週に 3-4日	週に 1-2日	夫	未就学児	なし	ロングライフ牛乳/脂肪無調整牛乳、 栄養成分強化牛乳	加糖のヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト	スライスチーズ、 シュレッドチーズ
5	28	会社員 (一般職)	7500円	3	本人、夫、 未就学児	2歳7ヶ月	毎日	週に 3-5日	週に 3-4日	夫、未就学児	夫、未就学児	夫、未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	加糖のヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
6	34	会社員 (管理層)	8500円	3	本人、夫、 未就学児	5歳	毎日	週に 3-4日	週に 3-4日	未就学児	未就学児	未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 加糖のヨーグルト、 脂肪無調整ヨーグルト、 栄養成分強化ヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	6P チーズ、 スライスチーズ

## Group2

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲食用度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	36	会社員 (一般職)	7000 -7999円	4	本人、夫、 就学児、 義理の父	12歳	週に 5-6日	週に 3-4日	週に 3-5日	夫、就学児、義 理の父	就学児	就学児	ロングライフ牛乳、 低脂肪牛乳、 味付き牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 脂肪無調整ヨーグルト、 栄養成分強化牛乳、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、 ペビーチーズ
2	36	会社員 (一般職)	8000 -8999円	3	本人、夫、 就学児	11歳	毎日	週に 5-6日	週に 5-6日	夫、就学児	夫	就学児	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳、 味付き牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 味付けヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	6P チーズ、 スライスチーズ、 シュレッドチーズ、
3	40	自営業者	7000 -7999円	4	本人、夫、 就学児、 義理の父	12歳	毎日	毎日	毎日	夫、就学児、義 理の父	夫、就学児、義 理の父	夫、就学児、義 理の父	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳、 濃厚牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳、 オーガニック牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 脂肪無調整ヨーグルト、 低脂肪ヨーグルト、 栄養成分強化ヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、 スティックタイプチーズ、 クリームチーズシュレッドチーズ
4	46	専門職 (弁護士、 教師など)	8000 -8999円	3	本人、夫、 就学児	15歳	毎日	週に 3-4日	週に 3-4日	夫	就学児	就学児	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	6P チーズ
5	42	会社員 (一般職)	8000 -8999円	3	本人、夫、 就学児	17歳	毎日	毎日	週に 3-4日	夫、就学児	夫、就学児	夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 低脂肪牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト	スライスチーズ、 クリームチーズ、 シュレッドチーズ、 味付きチーズ
6	48	一般 労働者 (フルーラー)	8200円	3	本人、夫、 就学児	22歳	毎日	週に 3-4日	週に 1-2日	夫、就学児	就学児	就学児	ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 低カロリー牛乳、 味付き牛乳	プレーンヨーグルト(無糖)、 加糖のヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト	スライスチーズ

# 対象者プロフィール ~ 上海

## Group1

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲用頻度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	32	会社員 (一般職)	7000 -7999元	5	本人、夫、 未就学児、両親 ／義理の両親	4歳	毎日	毎日	毎日	夫、未就学児、 両親／ 義理の両親	夫、未就学児、 両親／ 義理の両親	未就学児	ロングライフ牛乳、 栄養成分強化牛乳	味付けヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、 クリームチーズ
2	29	会社員 (一般職)	10000元 以上	5	本人、夫、 未就学児、両親 ／義理の両親	8ヶ月	毎日	毎日	週に 3-4日	夫、両親／義理 の両親	夫、両親／義理 の両親	夫	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳	低脂肪ヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
3	28	会社員 (一般職)	10000元 以上	3	本人、夫、 未就学児	1歳	毎日	週に 5-6日	週に 5-7日	夫	夫	夫	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 脂肪無調整牛乳	脂肪無調整ヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
4	30	会社員 (一般職)	10000元 以上	3	本人、夫、 未就学児、両親 ／義理の両親	6歳	毎日	週に 3-4日	週に 3-5日	夫、未就学児	未就学児	未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 脂肪無調整牛乳、 ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 味付き牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
5	34	会社員 (管理層)	10000元或 以上	3	本人、夫、 未就学児	3歳	毎日	毎日	毎日	夫、未就学児	夫、未就学児	夫、未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 無脂肪牛乳、 ロングライフ牛乳、 味付き牛乳	味付けヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、 シュレッドチーズ
6	26	会社員 (管理層)	7000 -7999元	3	本人、夫、 未就学児	2歳	毎日	毎日	毎日	夫	夫、未就学児	夫、未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 栄養成分強化牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、

## Group2

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲用頻度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	39	会社員 (一般職)	7000 -7999元	3	本人、夫、就学 児	12歳	毎日	毎日	毎日	夫、就学児	夫、就学児	夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 濃厚牛乳、 味付き牛乳	味付けヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
2	41	会社員 (管理層)	10000元 以上	3	本人、夫、就学 児	16歳	毎日	週に 5-6日	週に 5-7日	夫、就学児	夫、就学児	夫、就学児	ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 低脂肪牛乳	低脂肪ヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ
3	38	会社員 (一般職)	8000 -8999元	3	本人、夫、就学 児	13歳	毎日	週に 3-4日	週に 3-5日	就学児	夫、就学児	就学児	ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳	果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	味付きチーズ
4	45	自営業者	8000 -8999元	3	本人、夫、就学 児	15歳	毎日	毎日	毎日	夫、就学児	就学児	就学児	ロングライフ牛乳、 脂肪無調整牛乳	味付けヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、
5	43	会社員 (一般職)	7000 -7999元	5	本人、夫、 就学児、両親 ／義理の両親	17歳	毎日	週に 3-4日	週に 3-5日	就学児、両親 ／ 義理の両親	就学児	就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 脂肪無調整牛乳	ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ、
6	44	会社員 (一般職)	7000 -7999元	3	本人、夫、 就学児	16歳	毎日	毎日	毎日	夫、就学児	夫、就学児	夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、 ロングライフ牛乳、 濃厚牛乳、 栄養成分強化牛乳、 味付き牛乳	味付けヨーグルト、 果肉フルーツ入りのヨーグルト、 ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)	スライスチーズ

# 対象者プロフィール ~ 台北

## Group1

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲食頻度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	26	歯科医助手	11万-12万	5人	本人、夫、未就学児、祖母	3歳	毎日	週に3~4日	週に3~4日	本人、夫、未就学児、祖母	本人、夫、未就学児、祖母	本人、夫、未就学児、祖母	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、ロングライフ牛乳、濃厚牛乳、脂肪無調整牛乳、低脂肪牛乳、無脂肪牛乳、栄養強化牛乳、味付き牛乳	脂肪無調整ヨーグルト、低脂肪ヨーグルト、無脂肪ヨーグルト、栄養強化ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、スティックタイプチーズ、シュレッドチーズ、濃厚チーズ、味付きチーズ
2	34	コンピューター管理者	10万-11万	3人	本人、夫、未就学児	2歳	毎日	週に3~4日	週に1~2日	本人、夫、未就学児	本人、夫、未就学児	本人、夫	脂肪無調整牛乳、低脂肪牛乳	加糖ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、スティックタイプチーズ、シュレッドチーズ
3	34	インテリアデザイナー	11万-12万	3人	本人、夫、未就学児	3歳	週に3~4日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、未就学児	本人、夫、未就学児	本人、夫、未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、ロングライフ牛乳、濃厚牛乳、低脂肪牛乳、栄養強化牛乳	加糖ヨーグルト、栄養強化ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、スティックタイプチーズ
4	28	主婦	10万-11万	5人	本人、夫、未就学児、両親/義理の両親	9ヶ月	週に3~4日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、両親/義理の両親	本人、夫、両親/義理の両親	本人、夫、両親/義理の両親	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、脂肪無調整牛乳、低脂肪牛乳、栄養強化牛乳、味付き牛乳	低脂肪ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、シュレッドチーズ、パルメザン
5	26	銀行系クレジットカード管理者	15万	4人	本人、夫、未就学児	4ヶ月、5歳	毎日	週に3~4日	週に1~2日	本人、夫、未就学児	本人、未就学児	本人、夫、未就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、低脂肪牛乳、栄養強化牛乳	加糖ヨーグルト、脂肪無調整ヨーグルト、低脂肪ヨーグルト、無脂肪ヨーグルト、低カロリーヨーグルト、味付きヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、シュレッドチーズ、濃厚チーズ
6	30	建築業-管理者	10万-11万	4人	本人、夫、未就学児、両親/義理の両親	1歳	毎日	週に3~4日	週に3~4日	本人、夫、未就学児、両親/義理の両親	本人、両親/義理の両親	本人、夫、両親/義理の両親	ロングライフ牛乳、濃厚牛乳、脂肪無調整牛乳、栄養強化牛乳	加糖ヨーグルト、脂肪無調整ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	6P チーズ、スライスチーズ、スティックタイプチーズ、シュレッドチーズ、味付きチーズ

## Group2

席順	年齢	職業	世帯月収	家族人数	同居家族	子供年齢	本人の乳製品の飲食頻度			家族で乳製品の飲食者			最近1ヶ月に飲食した乳製品の種類		
							牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ	牛乳	ヨーグルト	チーズ
1	36	購買	10万-11万	4人	本人、夫、就学児	11、14歳	毎日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、就学児	本人、夫、就学児	本人、夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、濃厚牛乳、脂肪無調整牛乳、低脂肪牛乳、味付き牛乳	加糖ヨーグルト、低脂肪ヨーグルト、低カロリーヨーグルト、味付きヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	6P チーズ、スライスチーズ、ペビーチーズ、スティックタイプチーズ、濃厚チーズ
2	44	金融-専門職	10万-11万	5人	本人、夫、就学児、大学生/18歳以上の子供	14、16、18歳	週に3~4日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、就学児、大学生/18歳以上の子供	本人、夫、就学児、大学生/18歳以上の子供	本人、就学児、大学生/18歳以上の子供	脂肪無調整牛乳	脂肪無調整ヨーグルト、プレーンヨーグルト(無糖)	スライスチーズ
3	45	財団法人-管理職	10万-11万	6人	本人、夫、就学児、両親/義理の両親	9、12歳	毎日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、就学児	本人、就学児	本人、夫、就学児、大学生/18歳以上の子供	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、脂肪無調整牛乳、無脂肪牛乳	加糖ヨーグルト、脂肪無調整ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、シュレッドチーズ
4	48	ホテル-受付	11万-12万	4人	本人、夫、就学児	11、16歳	週に5~6日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、就学児	本人、就学児	本人、夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、ロングライフ牛乳、脂肪無調整牛乳、栄養強化牛乳	加糖ヨーグルト、低脂肪ヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、スティックタイプチーズ
5	39	証券-専門職	10万-11万	6人	本人、夫、就学児、両親/義理の両親	9歳、14歳	毎日	週に1~2日	週に1~2日	本人、夫、就学児、両親/義理の両親	本人、就学児、両親/義理の両親	本人、夫、就学児、両親/義理の両親	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、脂肪無調整牛乳、低脂肪牛乳	低脂肪ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	スライスチーズ、チーズボール
6	41	主婦	10万-11万	4人	本人、夫、就学児	9歳、11歳	週に5~6日	週に5~6日	週に3~4日	本人、夫、就学児	本人、夫、就学児	本人、夫、就学児	低温殺菌牛乳/HTST牛乳、濃厚牛乳、脂肪無調整牛乳	加糖ヨーグルト、脂肪無調整ヨーグルト、果肉フルーツ入りヨーグルト、ドリンクヨーグルト	6P チーズ、スライスチーズ、スティックタイプチーズ





## まとめと考察

# 普段の食事

- 3都市とも普段の食事は中華をメインにしている。ただし、朝食はトーストやサンドイッチなどパン食が多い。
- 台北では食文化の多様化がより進んでおり、普段の昼食や夕食時にもパスタなど洋食や和風ラーメン、韓国風鉄板焼きなどを食べる人が多い。

<h2>朝食</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>◇パン食が多い</li><li>◇簡単便利さが求められる</li><li>◇朝コーヒーを飲むのは台北</li></ul>	<h2>昼食</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>◇外食でお弁当が多い</li><li>◇平日の昼食はほとんど外食</li><li>◇台北では外食のメニューの種類が北京と上海に比べて多様化</li></ul>
<h2>夕食</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>◇中華がほとんど</li><li>◇メニューや内容でより豊富</li><li>◇自炊が多く、家族で食べる</li><li>◇台北では外食の頻度がより高い</li></ul>	<h2>外食</h2> <ul style="list-style-type: none"><li>◇中華が多い</li><li>◇外食は、自分へのご褒美</li><li>◇リラックスをかねて、 ゆっくりいいものを食べたい</li><li>◇台北で洋食や外国料理がより多い</li></ul>

## 普段の食生活で気をつけていること

- 栄養のバランスや食品の安全性、利便性などが重視される。食事における健康意識は北京と上海でより重視されている。

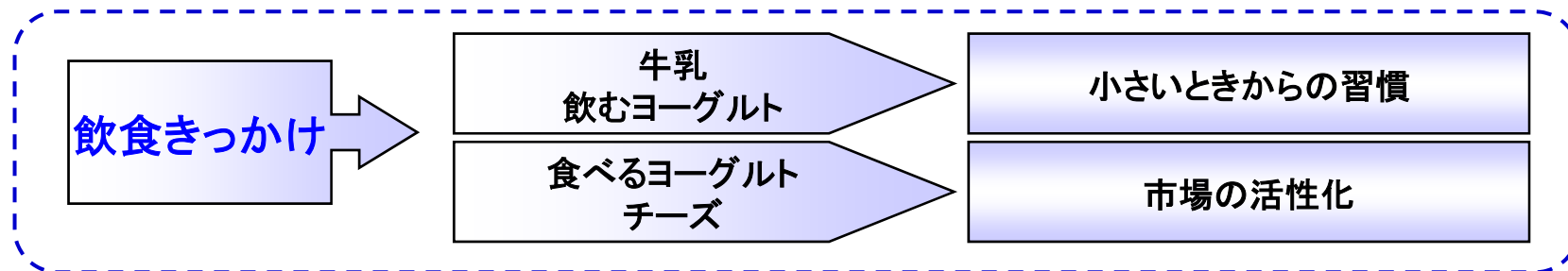
重視点・悩み	北京	上海	台北
栄養	○	◎	◎
衛生	◎	◎	△
快適な環境	△	◎	△
利便性	◎	○	◎
味	◎	○	◎
安全性	◎	○	◎
健康面	○	◎	◎

➤ 子供が小さい家庭では子供に食べさせる食品の安全性がもっと重視され、子供の大きい家庭では子供の成長に必要な栄養成分をもっと重視している傾向。

# 乳製品の飲食実態

- 飲食のパターンが決まっており、食べ方や飲み方の多様化は進んでいない。

牛乳	栄養補給として 主に朝飲まれている	北京と上海:LL牛乳 台北:チルド牛乳
ヨーグルト	おやつと飲み物代わりに	ドリンクタイプ、プレーンはあまりない 果肉入りや味付けのものが大部分
チーズ	おやつと朝食用	商品の種類や宣伝が少なく、 消費者はチーズに対する知識が少ない



# 乳製品の飲食の理由・満足度

## 最も重要な飲食理由：栄養重視

乳製品の飲食の最も重要な理由は健康意識による栄養重視である。

北京と上海で多くの人は牛乳はおいしくないものの健康のために毎日飲むようにしているのに対して、台北では牛乳がおいしくないと感じる人はいないものの、飲用頻度はやや低い。

ヨーグルトとチーズに関しては3都市とも栄養以外においしさも飲食の重要な理由となっている。

## 満足度と不満点

現在の乳製品に対しては3都市とも基本的に満足しており、不満点は主に味にある。

牛乳

薄い

ヨーグルト

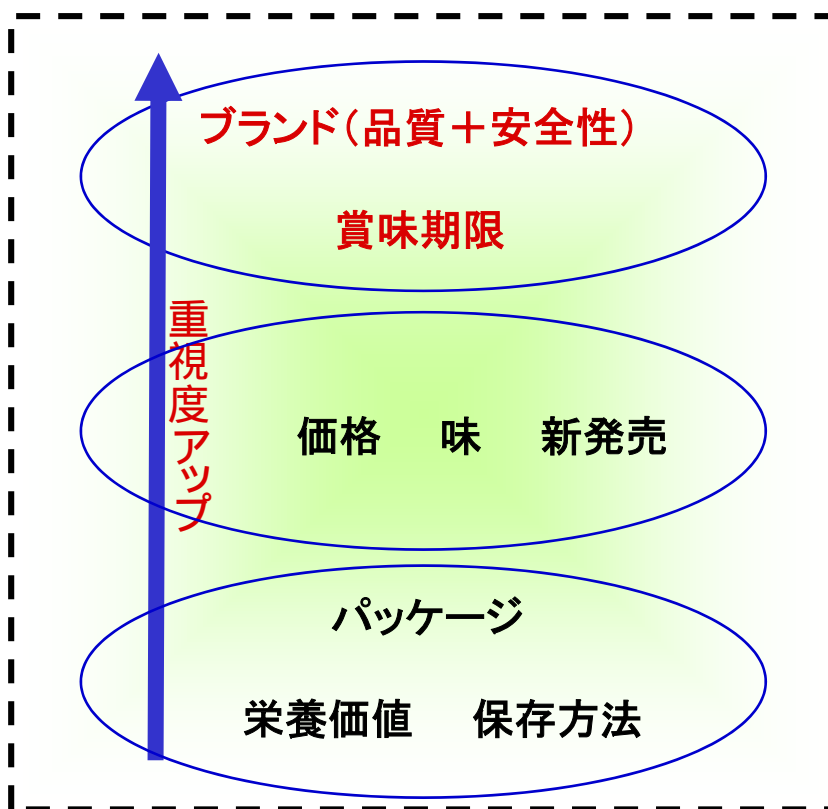
甘すぎる

チーズ

塩辛い

# 購入における重視点

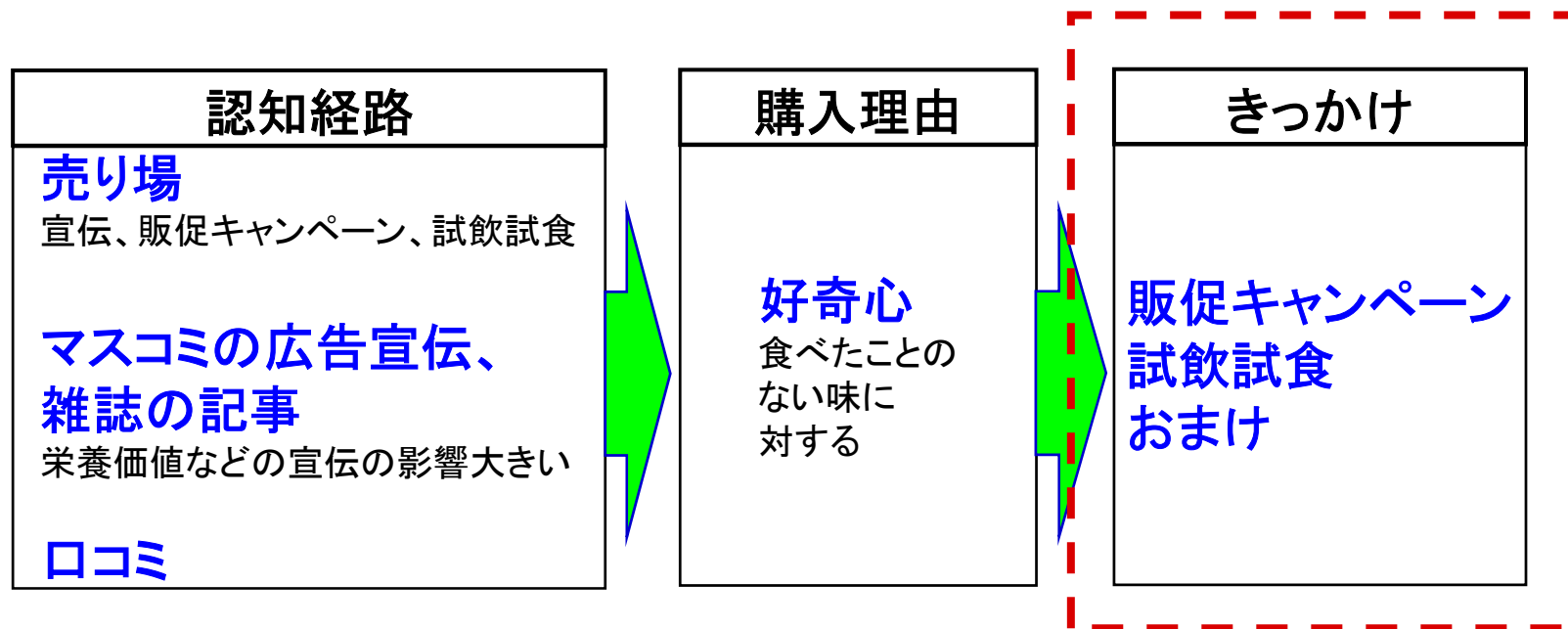
- 乳製品の購入においては、3都市ともブランドと賞味期限が最も重視される。



➤ そのほか、購入頻度が高い牛乳と飲むヨーグルトに関しては価格に敏感であり、おやつ代わりに食べるヨーグルトとチーズに関しては購入頻度が低いいため、価格はあまり気にならず、味がより重視される。

# 購入・ブランドスイッチ

- 新商品に対する購入意向は高いと見られる。主な理由は、食べたことのない味に対する好奇心。
- ブランドスイッチ傾向が高く、売り場におけるマネキンなどのプロモーションは購入・スイッチの重要なきっかけとなっている。



# 輸入品の購入経験とイメージ

- 3都市ともに輸入食品の購入経験は少ない。
- 購入が多いカテゴリー: 外国から伝わってきた食文化に関する食品  
例: チーズ、チョコレート、韓国海苔
- 牛乳とヨーグルトに関しては輸入品の購入経験が少ない。チーズに関しては、そもそも輸入品が先に発売されていたため、外国ブランドが多く、価格も高いことにも消費者は慣れている。

## 3都市における輸入乳製品の市販実態

	北京	上海	台北
牛乳			
ヨーグルト			
チーズ			

## 輸入食品のイメージ

高品質

高価格

高級感

輸入食品に求める

本場の味

高い品質



# 輸入品の乳製品の魅力度

- 高品質と味の視点からは評価されて、魅力度は高いものの、牛乳とヨーグルトに関しては購入頻度が高い日常食品であるため、価格と鮮度が重視され、購入意向は下がる。
- 一方、チーズに関しては本場の味と伝統ある製法が評価され、輸入品の購入意向が高い。

輸入品の	魅力度		購入意向	参考価格(北京)
牛乳	○	価格	△	LL牛乳(1L) 輸入品: 15元( President) 国産品: 5.3元(伊利)
ヨーグルト	○		△	味全: 3元 (台湾ブランド現地生産)
チーズ	◎		○	6Pチーズ 輸入品: 24元(笑牛) 国産品: 12元(光明)

# 日本産については品質と味の評価が高い

産地	魅力点	評価につながったポイント
豪州	牛乳の魅力度が高い	広々とした酪農や環境汚染が少ない
欧州	チーズの魅力度が高い	チーズの発祥地というイメージから、伝統ある製法が評価につながる
日本	品質や味の評価が高い	徹底した品質管理やあっさりしていて東洋人に合う味が評価につながる。

牛乳				チーズ			
	北京	上海	台北		北京	上海	台北
1位	豪州	豪州	日本	1位	欧州	欧州	欧州
2位	欧州	欧州	豪州	2位	豪州	日本	豪州
3位	日本	日本	欧州	3位	日本	イメージなし	日本

## 日本の乳製品に対するマイナスイメージ

	日本	欧州	豪州
品質	(+) 良い	良い	良い
価格	(-) 高い	高い	高い
パッケージ	(+) 精緻 可愛い	可愛い	可愛い
味	(+) 東洋人に合う あっさりしている	味が濃い	味が濃い
距離・新鮮さ	(+) 近い・新鮮	遠い・新鮮さが心配	遠い・新鮮さが心配
酪農のイメージ	(-) ない・少ない	—	大きい
環境汚染	(-) 汚染が多い	汚染が少ない 環境保護が良い	きれい 汚染が少ない
その他	(+) 品質管理が徹底 北海道の知名度高い	チーズの発祥地	牧畜国家である

# 提示製品に対する評価

- 全体的にコンセプトに特別な魅力点がないと評価。

	北京	上海	台北
ロングライフ牛乳	◎	○	△
食べるヨーグルト	△	△	△
飲むヨーグルト	○	○	△
クリームチーズ	○	△	◎
スライスチーズ	○	○	○
6Pチーズ	○	◎	○

プレーンの味は酸味が強く、あまり好まれない

- ◎:非常に良い  
○:良い  
△:どちらともいえない

3都市ともにチーズに対する評価が良い。知っているチーズの種類や食べ方が少ないため、新しい種類と食べ方の提案が魅力的に評価された重要なポイントとなっている。

# 乳製品の輸出は、ローカル品との差別化が鍵

牛乳とヨーグルトといった日常的な購入食品に関しては価格に敏感

- 高価格商品の受け入れは難しい
- すでに市場に出ているカテゴリでは厳しい価格競争を避けられない

## ローカル品との差別化が鍵

市場にない商品カテゴリーを導入

飲食のシーンや方法など、多様化した提案をする

より多いベネフィットや付加価値をつける

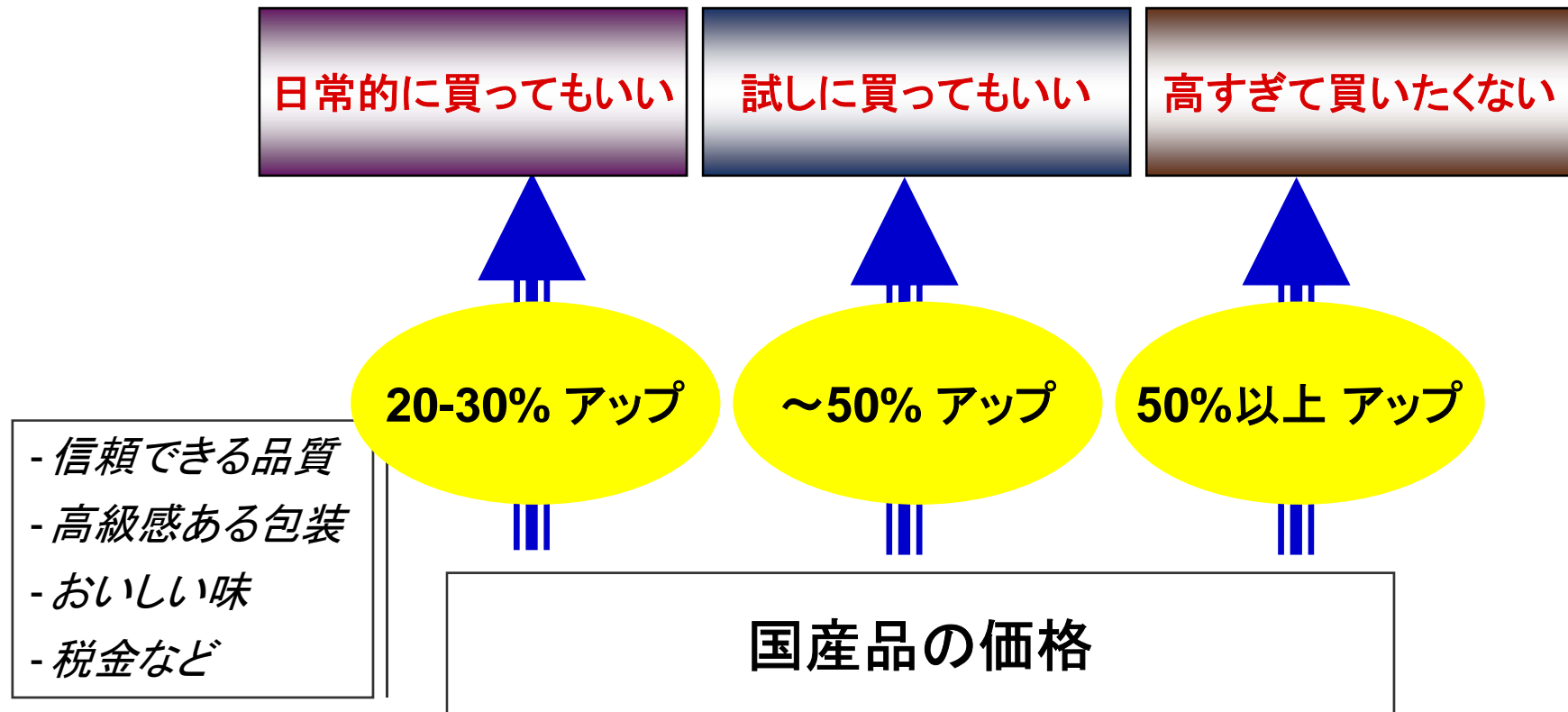
味や栄養成分、パッケージの使い勝手などの差別化

## コンセプトの訴求ポイント

	訴求ポイント
牛乳	<ul style="list-style-type: none"><li>•濃厚で牛乳本来の香ばしい味</li><li>•100%生乳</li><li>•成分無調整</li><li>•北海道産</li></ul>
ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"><li>•爽やかな味</li><li>•具体的な健康効果</li><li>•添加物がない</li></ul>
チーズ	<ul style="list-style-type: none"><li>•伝統的な製法</li><li>•本格的な味</li><li>•ナチュラル成分</li><li>•まろやかな味</li><li>•幅広い食用シーン</li><li>•レシピなどの提案</li></ul>

# 国産品より20～30%アップの価格が許容範囲

## 日本産(輸入品)の乳製品



## 参考現地価格

北京 & 上海: RMB (1RMB ≒ 16円) 台北: NT\$ (1NT\$ ≒ 4円)		北京		上海		台北	
ロングライフ牛乳	1000 ml	蒙牛(980ml)	4.9	光明(980ml)	4.8	光泉(980ml)	50
	250 ml	蒙牛	2.2	光明	1.9	光泉(195ml)	11
ヨーグルト(食べるタイプ)	500 g	蒙牛	9.8	達能	8.3	植物の優	60
	200 g	蒙牛	4.9	達能	2.9	優沛蕾	30
ヨーグルト(飲むタイプ)	1000 ml	蒙牛(980ml)	9.9	光明(980ml)	8.0	優沛蕾	69
	500 ml	光明	5.3	達能	7.3	統一AB(550ml)	45
クリームチーズ	150 g	光明	8.5	光明	8.5	Kraft	86
スライスチーズ	180 g	光明	19.3	光明	19.3	芝司樂(250g)	85
6Pチーズ	120 g	光明	8.9	光明	8.9	雪印(150g)	155



## その他製品戦略のポイント

魅力あるパッケージ	日本らしさの訴求
<ul style="list-style-type: none"> <li>□ 色合いが自然で清潔感のある</li> <li>□ 作りがきめ細かい</li> <li>□ 材質が高級感ある</li> <li>□ 容器形状が便利 (密封性や使い勝手等)</li> <li>□ 中身や食べ方がイメージしやすく、 おいしそうに見える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新鮮さ、栄養、高品質は当たり前のポイント。</li> <li>● 天然でまろやかな味、日本の牧場とその自然のイメージを訴える必要がある。</li> <li>● 食品の安全性や信頼できる品質につながるアピールをすることにより、より厚い信頼の獲得につながれると考えられる。</li> </ul>

### 保存期間

北京と上海の対象者が思う望ましい保存期間

保存期間が長すぎると  
添加物の含有や新鮮さを心配

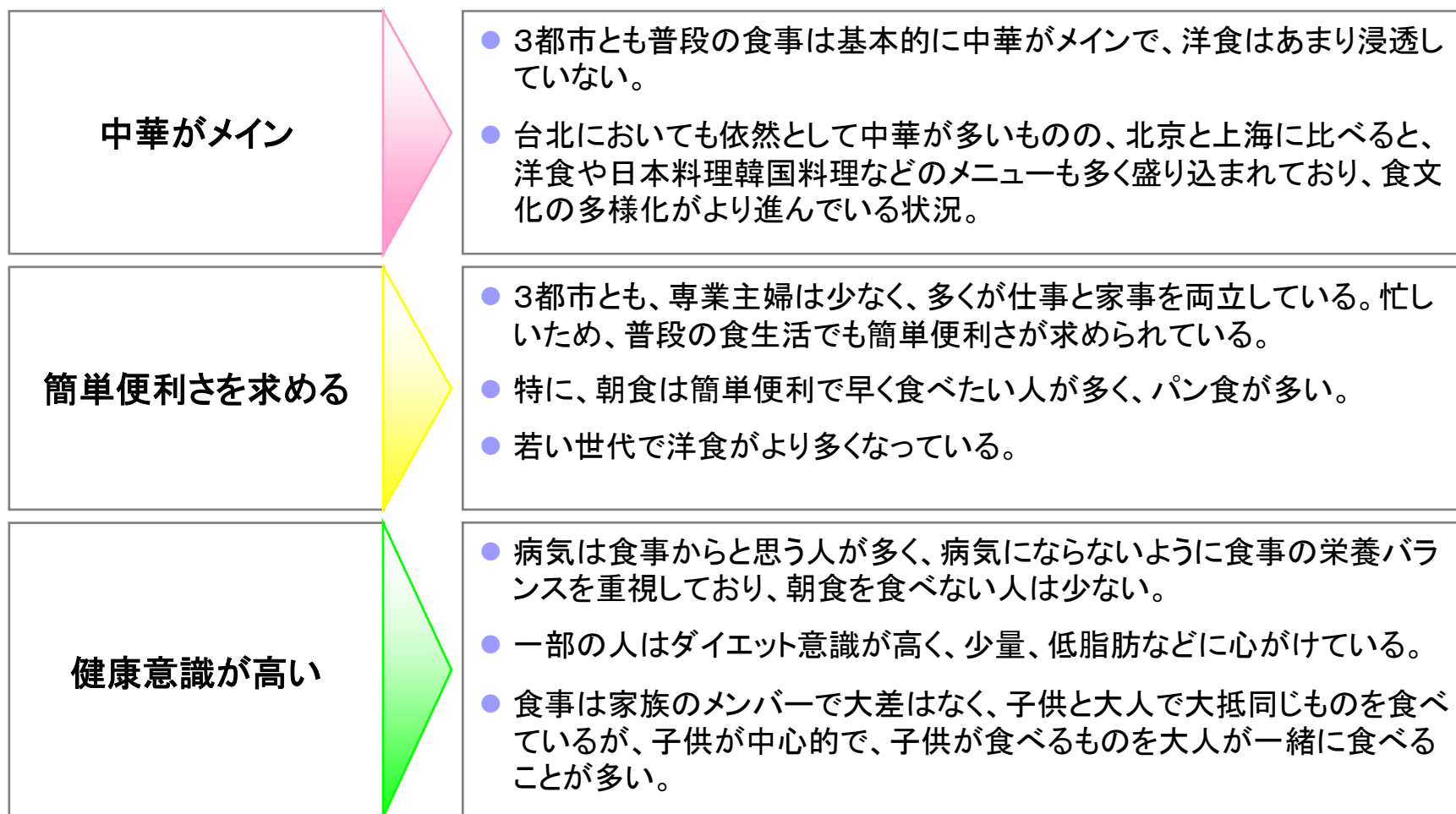
LL牛乳	チルド牛乳	ヨーグルト	チーズ
30~45日	1週間	5日	3ヶ月



# 普段の食生活

# 普段の食生活

## (1) 食生活全般



# 普段の食生活

## (2) 食事別のメニュー & 意識

	メニュー	意識	都市間比較
朝食	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 洋食類が多い:ハンバーガー、チーズ、パン、サンドイッチ、ビスケット、など</li> <li>◇ 中華類:漬けご飯、あげパン、蒸し饅頭、ゆで卵、おかゆ、シュウマイ、肉まんなど</li> <li>◇ 飲み物:牛乳、豆乳、ヨーグルト、ジュース、コーヒーなど。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 簡単便利さが求められる。</li> <li>◇ なるべく早く食べたい</li> <li>◇ 朝は忙しいから、洋食が便利</li> <li>◇ ダイエットのため、簡単に済ませる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 朝コーヒーを飲むのは台北で、北京と上海では朝コーヒーを飲むことはほとんどない。</li> </ul>
昼食	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 外食でお弁当が多い:おかず、お米、麺類</li> <li>◇ マクドナルド、などのファーストフードも。</li> <li>◇ ダイエットのためにヨーグルトや果物など</li> <li>◇ 飲み物:ジュース、お弁当付きのスープ、お茶、など。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 専業主婦が少なく、仕事を持っている人が多いため、<b>平日の昼食はほとんど外食</b>になっており、簡単に済ませることが多い。</li> <li>◇ 週末は自分で作ることも多い</li> </ul> <p>*お弁当に関して:外で買ったものがほとんどで、家で作って持ってくることは少ない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 台北ではミルクティーなどもある。</li> <li>◇ 台北では外食のメニューが北京と上海に比べて多く、パスタなど洋食もある。</li> </ul>

# 普段の食生活

## (2) 食事別のメニュー & 意識

	メニュー	意識	都市間比較
夕食	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ <b>中華がほとんど</b>: お米、大餅、蒸し饅頭、炒め物、ステーキ、など</li> <li>◇ おかゆ、スープ</li> <li>◇ 洋食類: スパゲティ、ピザなど</li> <li>◇ 飲み物: ヨーグルト、牛乳、ジュース、など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 夕食は時間的に余裕もあることもあって、一般的に朝とお昼に比べるとメニューや内容で<b>より豊富である</b>。</li> <li>◇ 家での<b>自炊が多く、家族で食べる</b>ことが多い。</li> <li>◇ <b>ダイエット</b>のため、夜はお粥などで簡単に済ます人もいる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ <b>台北では</b>北京と上海に比べると、平日でも外食もしくは中食(外でお弁当やお惣菜などを買ってきて家で食べること)が多く、<b>自炊が比較的</b>に少ない。</li> </ul>
外食	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ <b>中華が多い</b>: 湖南料理など辛いもの、海鮮料理、特色メニュー、外国料理など</li> <li>◇ 洋食類: パスタ、ピザなど</li> <li>◇ その他: 日本料理、韓国料理、カレー、など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 外食は週に1~2回の頻度で週末が多い。若い人でより頻度が高い。</li> <li>◇ 家で作れないものを食べる人が多い。</li> <li>◇ <b>外食は、自分へのご褒美</b>でおいしいものを食べるため、リラックスをかねて、<b>ゆっくりいいものを食べたい</b>と思う人が多く、家族での外食が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◇ 台北で洋食や外国料理がより多い。</li> </ul>

# 普段の食生活

## (3)気にしていること

■ 3都市とも栄養のバランス、味、利便性を重視している。

重視点・悩み	北京	上海	台北
栄養	○	◎	◎
衛生	◎	◎	△
快適な環境	△	◎	△
利便性	◎	○	◎
味	◎	○	◎
安全性	◎	○	◎
健康面	○	◎	◎

### 北京

- 安全性や衛生をより重視しており、添加物などを非常に気にしている。

### 上海

- 食事の中で栄養をより重視している。朝と昼は栄養バランスが取れにくいと思う人が多い。
- また、外食時に環境の快適さを重視している。

### 台北

- 台北では普段外食時の油や塩が多く、健康に良くないと思う人が多い。

# 普段の食生活

## (3)気にしていること

栄養	•食事の栄養バランスをとることが難しいと思う人が多い。
衛生	•外食時の店内の衛生はもちろん、安全性の考慮から普段の買い物でも衛生を重視している。
快適さ	•外食は店内環境の快適さや静かさを重視しており、待ち時間が長くないなど、リラックスできる環境を求めている。
利便性	•特に家庭での食事は簡単・便利さが求められており、できるだけ手間を省きたいと思っている。
味	•常に違うものを食べたいと思っており、外食が多くなって、いろいろなものを食べている中で、メニューの選択で悩んでいる人が多い。
安全性	•使っている食材の安全性や添加物などを気にする。
健康面	•外食の頻度が増えるにつれて、添加物や油などが多く含まれていることを心配している人が多く、食事における健康意識が高い。



# 乳製品の飲食実態



# 乳製品の飲食実態

## (1) 要約

3都市共通	<ul style="list-style-type: none"><li>● 家族の中で飲食する乳製品の<b>種類は主婦が最も多く</b>、夫が少ない。</li><li>● 主婦である彼女たちは、<b>家族全員の健康を心配</b>しており、家族特に子供に意識的に乳製品を食べさせている。</li></ul>
都市別比較	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>地元ブランドの支持が強い</b>：</li><li>● 上海：光明</li><li>● 北京：伊利、蒙牛、三元</li><li>● 台北：光泉</li></ul>
Group比較	<ul style="list-style-type: none"><li>● 家族の中でも特に子供に意識的に乳製品を食べさせる傾向はGroup2の対象者においてより強い。</li><li>● Group1と比べると、<b>Group2の対象者は普段料理を作ることが多い</b>ため、乳製品を料理に使うこともある。</li></ul>

# 乳製品の飲食実態

## (2) 牛乳

	飲食種類	飲食シーン	飲食方法
3 都市共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>主に朝、家族全員で飲む</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝食の飲み物</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>LL牛乳に関しては常に常温で保存してそのまま飲んでおり、冷蔵庫に入れることはあまりない。</li> <li>そのため、LL牛乳は1回で飲み終わるほどのパッケージサイズが好まれる。</li> </ul>
北京 & 上海	<ul style="list-style-type: none"> <li>普段LL牛乳が多く飲まれており、チルドを主に飲んでいる人は少ない。</li> <li>朝専用牛乳があるなど、味付け牛乳が多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>夜寝る前にぐっすり眠るために飲む人は約半数。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冷たくない程度で常温もしくは温めて飲むことが多い。</li> <li>冷たいのは胃腸を刺激して健康に良くないと考えている人が多い。</li> </ul>
台北	<ul style="list-style-type: none"> <li>チルドの方が多く飲まれている。</li> <li>一部の人はLL牛乳も買っているが、それは主に子供のためであり、子供にはあまり冷たい牛乳を飲ませたくないという理由からである。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>今回の対象者がヘビーユーザーであることもあり、飲む頻度や量は多く、朝に限らず、いつでも飲み物代わりに飲んでいる特徴がある</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>台北では牛乳をミルクティーなどの他のものと混ぜて飲む人もいる。</li> </ul>

# 乳製品の飲食実態

## (2) 牛乳

### チルド牛乳よりLL牛乳を多く飲む理由 (北京と上海)

- ✓ 防腐剤がない
- ✓ 保存や飲み方が便利
- ✓ 常温保存可能で冷蔵庫に入れなくても済む
- ✓ 保存期間があまり気にならない
- ✓ 冷たい牛乳は胃を刺激し、吸収が良くないと思われ、普段から常温もしくは温い状態で飲むことが多い。
- ✓ 冬は温めて飲むことが多く、枕タイプの牛乳をパッケージのまま電子レンジで温めたり温水などに漬けて温めたりしている。



北京カルフルのLL牛乳棚

# 乳製品の飲食実態

## (3) ヨーグルト

	飲食種類	飲食シーン	飲食方法
3 都市共通	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>ドリンクタイプが多く</b>、飲料代わりに飲んでいる。</li> <li>• これはヨーグルトが発売された初期に飲むタイプが多いことがその理由と見られ、食べるタイプは近年増える傾向にある。</li> <li>• 食べるタイプは<b>果肉入りのカップタイプがほとんど</b>。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 消化や便秘にいいと思われ、食事の前後で飲食が多い。</li> <li>• <b>ドリンクタイプのヨーグルトは飲み物かわりに</b>飲まれているが、<b>食べるタイプはおやつとして</b>食べられることが多く、女性や子供が主な飲食者である。</li> <li>• 奥様は会社で午後のおやつとして、子供は学校帰りのおやつとして。</li> <li>• おやつとして、または少しおなかかすいたときに食べる／飲むことが多い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• おやつとして食べることの多い食べるタイプのヨーグルトは大きいサイズより200g程度の<b>小さいサイズが多い</b>。</li> <li>• 普段飲食するのは、飲むタイプのヨーグルトは飲み物として、おやつ代わりに食べるタイプのヨーグルトより、飲むタイプのヨーグルトが多い。</li> <li>• また、おやつとして食べられることの多い食べるタイプのヨーグルトの<b>飲食者は子供と女性がメイン</b>で、男性は少ない。</li> <li>• <b>冬より夏に多い</b>。寒いときに温めることができないので。</li> </ul>
上 北 海 京		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 上海では、ヨーグルトが特に女性が飲むと婦人病予防にいいと思っている人もいる。</li> </ul>	
台 北		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ダイエットをする女性のなかでは、朝やお昼に<b>食事代わりに</b>果肉入りや味付けのヨーグルトを食べる人も多く、最近では満腹感を前面に出した商品も登場している。</li> </ul>	

# 乳製品の飲食実態

## (4) チーズ

	飲食種類	飲食シーン	飲食方法
3都市共通	<ul style="list-style-type: none"><li>• 食べることが多いのはスライスチーズ</li><li>• ベビーチーズや、味付けチーズ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 基本的には朝食時にサンドイッチやトーストなどに挟んで食べるが多い。</li><li>• ベビーチーズや、味付けチーズに関しては、大人子供ともおやつとして食べるが多い。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• まだ普及期であり、市販されているチーズのブランドや品種、およびの種類が少なく、多くの方はチーズの種類や味、食べ方に関して知識が少ない。</li><li>• 例えばクリームチーズに関しては知らない人がほとんどである。</li></ul>
北京・上海	<ul style="list-style-type: none"><li>• 北京と上海では、チーズといえばスライスチーズと言えるほど、スライスチーズが主流</li></ul>		
台北	<ul style="list-style-type: none"><li>• スライスチーズ以外に6Pチーズも普及している。</li></ul>		

# 乳製品の飲食実態

## (5) 乳製品の飲食きっかけ / 理由

- 3都市とも乳製品の飲食理由で最も重要なのは栄養に対する考慮である。
- 牛乳はカルシウムやヨーグルトの整腸作用、チーズの高蛋白質などの栄養価値は常識として認識されている。

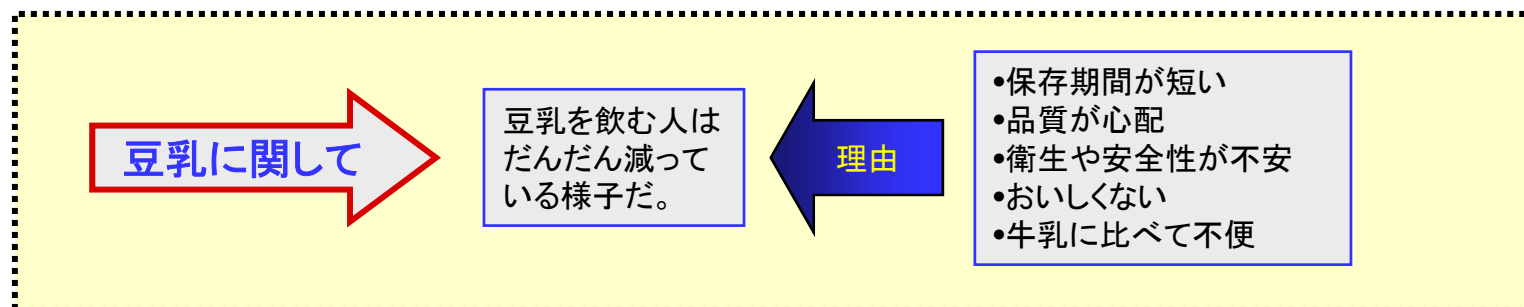
	きっかけ	飲食理由	都市間比較
牛乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 子供の時からの習慣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 栄養(カルシウム)</li> <li>• 睡眠促進</li> <li>• 背が高くなる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 妊娠や出産をきっかけ(北京・上海)。</li> <li>• 美容(北京) 牛乳がおいしいと思う人は少なく、栄養を考えて意識的に飲むようにしていることが多い(北京・上海)</li> </ul>
ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 子供の時からの習慣</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 栄養(整腸作用、消化促進)</li> <li>• 牛乳より吸収がいい</li> <li>• おいしいからおやつ代わりに</li> <li>• メディアの影響で栄養価値を認識</li> <li>• 売り場におけるラインナップ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 女性が飲むと婦人病予防にいいと思っている人もいる。(上海)</li> </ul>
チーズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 店内で見かけて好奇心から試す</li> <li>• レストランでの体験</li> <li>• 友人の紹介</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 栄養(蛋白質・カルシウムなど)</li> <li>• 子供の成長のため</li> <li>• 濃厚な味がおいしい</li> <li>• 朝食に便利</li> </ul>	

# 乳製品の飲食実態

## (6) 乳製品の飲食における変化

- 1年前と比べて、ヨーグルトやチーズ(台北)の量や頻度が増えている傾向である。特に、牛乳とドリンクタイプのヨーグルトは飲み物代わりに飲まれるようになっている。
- その主な理由は、商品のラインナップの充実や栄養価値に関する広告宣伝などにあると考えられる。

	牛乳	ヨーグルト	チーズ
北京	• 特に変化ない	• 増えている	• 特に変化ない
上海	• 特に変化ない	• 増えている	• 特に変化ない
台北	• 増えている	• 増えている	• 特に変化ない



# 乳製品の飲食実態

## (7) 乳製品に対する満足度

- 3都市とも現在の乳製品に対して基本的に満足しており、不満は主に味や口当たりにある。多くの人が牛乳の味が昔に比べて薄くなっており、おいしくなくなっていると思っている。

	満足度	不満点	不満の理由
牛乳	満足	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 味が薄い</li> <li>• 種類が雑然</li> <li>• 品質が下がる</li> <li>• 自然の味が少ない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ほとんどの人が牛乳の味が以前に比べて薄くなって、牛乳本来の香ばしさが足りないと思っており、ヨーグルトは甘すぎると思っている。</li> <li>• 品質や安全性に関しては、メーカーの言うことを信じるしかなく、本当のことは分からない。</li> <li>• 種類が多く、選択に困る。</li> </ul>
ヨーグルト	満足	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 味が甘すぎる</li> <li>• 栄養成分不明</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現在市販のヨーグルトは甘すぎると思っている人が多い。</li> <li>• 栄養成分についてよく分からないので、とにかく好みの味を購入。</li> </ul>
チーズ	まあ満足	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 種類が少ない</li> <li>• 宣伝が少ない</li> <li>• 味が塩辛い</li> <li>• 高カロリーが心配</li> <li>• 味が濃すぎる</li> <li>• 冷蔵の保存方法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 市販のチーズの種類が少なく、チーズに対する知識が少ないことなどから宣伝が少ないとの意見が多い。</li> <li>• 一部の人のなかでは、味が外国のものに比べて純正でないと思われるっており、本場の味を望む声もある。</li> <li>• 海外のチーズは味が濃すぎて自分に合わない</li> <li>• 冷蔵庫において保存すると硬くなる。</li> </ul>






# 乳製品の購入実態

# 乳製品の購入実態

## (1) 購入頻度と量

	購入場所	購入頻度と量	1回あたりの購入量
LLLL牛乳	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハイパーとスーパーで購入が多い。</li> <li>伝統市場での購入は衛生面や安全性などの考慮からもうほとんどない。</li> </ul>	1～2週間に1回	<ul style="list-style-type: none"> <li>枕型の紙製パックLL牛乳<b>1箱</b>。1パックの容量は250ml、500ml程度のサイズが多く、250ml×12パック、250×24パックなどが多い。(上海と北京)</li> <li>牛乳とヨーグルトはなくなると<b>補充する形</b>で、常に家においてあることが多い。</li> </ul>
チルド牛乳		週に1回	<ul style="list-style-type: none"> <li>週に2～3L程度。</li> <li><b>2L、3Lパック</b>も販売されている。</li> </ul>  <p>2L、3Lパック</p>
ヨーグルト		1週間に1～2回	<ul style="list-style-type: none"> <li>普段おやつ代わりにの飲食が多いため、<b>小さいパッケージ</b>を購入することが多い。</li> </ul>
チーズ		1ヶ月に1～2回	<ul style="list-style-type: none"> <li>12枚入り×2パック</li> <li>常に冷蔵庫においているとは限らず、<b>おやつの代替品程度</b>。</li> </ul>

# 乳製品の購入実態

## (1) 購入頻度と量

### 枕型パッケージを好む理由 (北京と上海)

- ✓ 保存や携帯に便利
- ✓ 1回で飲みきれるので衛生的
- ✓ 実用的
- ✓ 価格が割安
- ✓ スペースをとらない

\* 台北には枕型パッケージがない。



枕型パッケージ

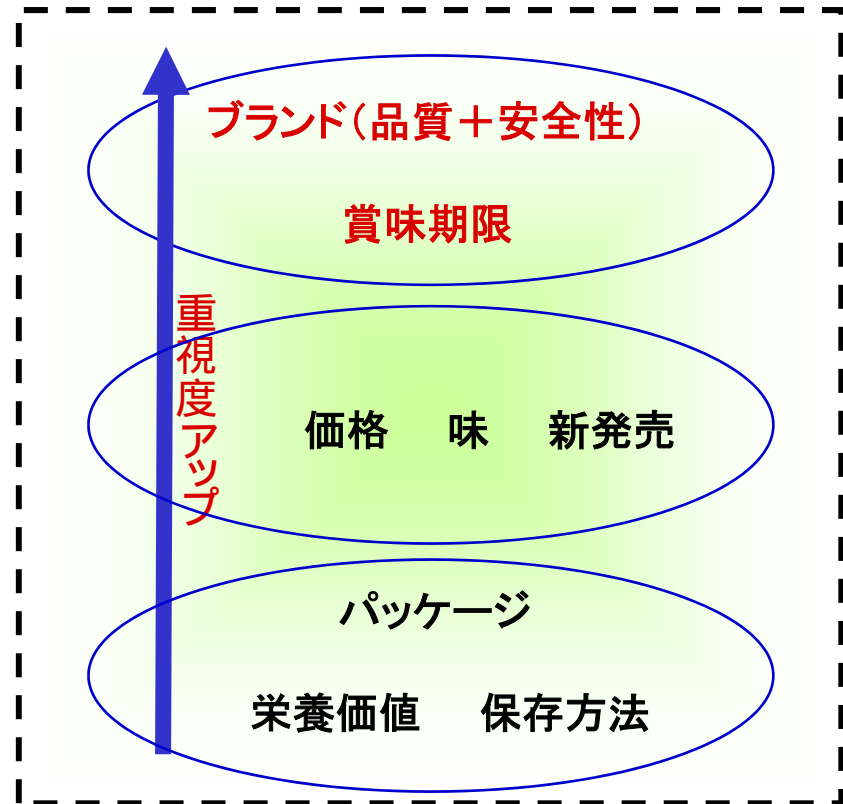
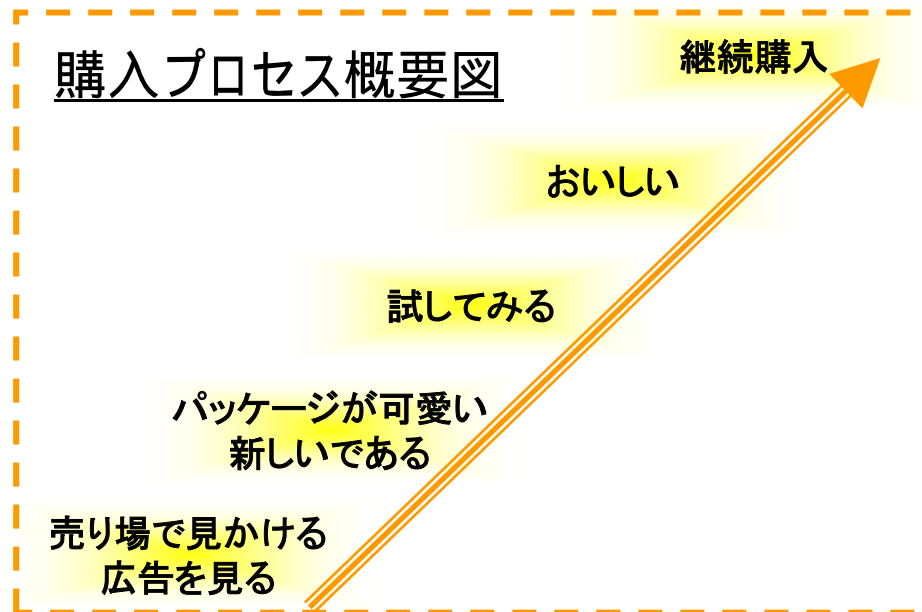


枕型パック24個入り箱

# 乳製品の購入実態

## (2) 乳製品を購入する際の重視点

- 乳製品の購入で最も重視されているのは品質とブランドであり、まずは自分が信頼できるブランドを捜し求める。
- 牛乳とヨーグルトは常備品だけに価格敏感度がより高い。
- 一方、購入頻度が比較的到低い食べるヨーグルトやチーズに関しては、味の好みにより重視される。



# 乳製品の購入実態

## (2) 乳製品を購入する際の重視点

	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
ブランド(品質+安全性)	◎	◎	◎	◎	◎	◎
賞味期限(製造日)	◎	◎	◎	◎	◎	◎
価格お得感・販促	—	◎	◎	—	○	◎
味・脂肪分など	◎	○	—	○	◎	◎
新品种(新発売)	—	—	◎	○	◎	◎
パッケージ(デザイン&便利さ)	◎	○	◎	—	—	—
栄養成分	◎	○	—	—	—	—
保存方法	◎	○	—	—	—	—

# 乳製品の購入実態

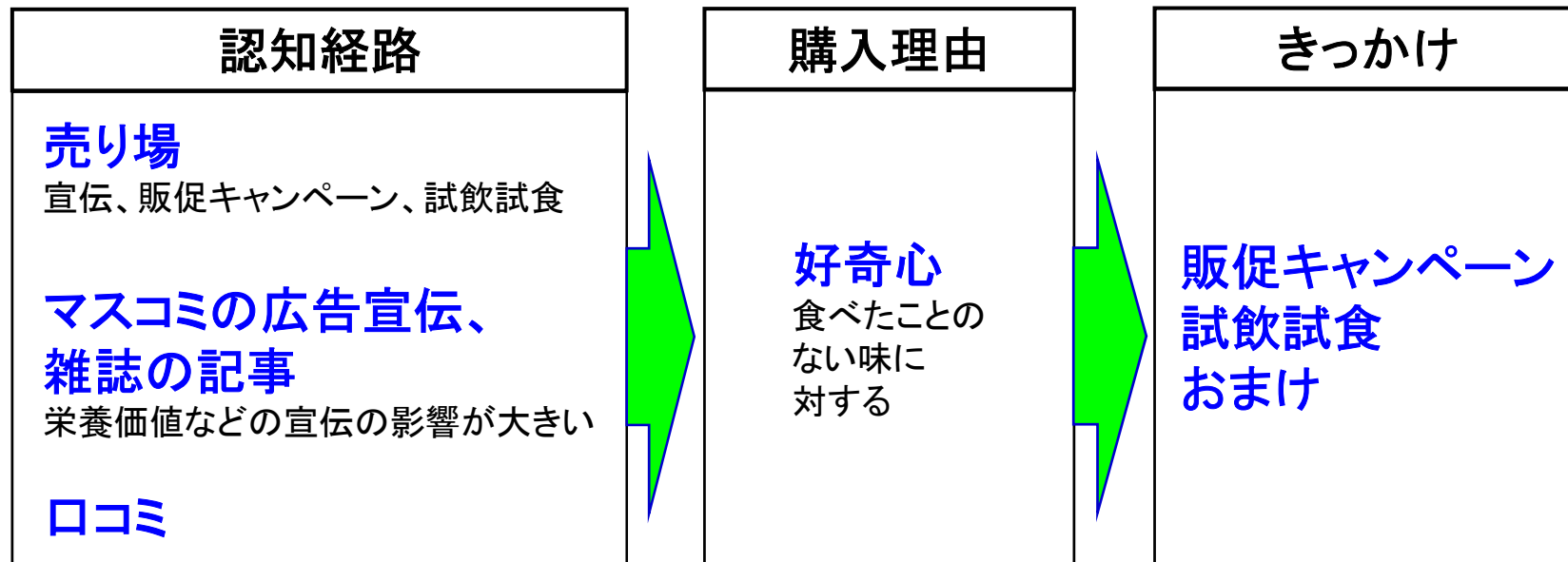
## (2) 乳製品を購入する際の重視点

<p style="text-align: center;"><b>ブランド(品質+安全性)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>味</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 「信頼できるブランド=安心できる品質」イメージが強い。</li> <li>• 普段は基本的に<b>メジャーブランドの商品を購入</b>する。</li> <li>• 多くの人はいくつものメジャーブランドの商品の中で<b>販促やおまけなどの影響を受けて</b>銘柄を変えたりしている。</li> <li>• 常に広告を見たり、以前から知っているブランド商品に対して親しみを持っており、購入意向も高い。</li> <li>• 信頼できるブランドに関わる要因: 知名度が高い/メジャーブランド アフターサービスがいい/親しみが持てる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• まずは自分の<b>好みの味を重視</b>して購入している。</li> <li>• 試飲試食は新商品を購入する際の主なきっかけの一つ。</li> <li>• 味がOKの場合は基本的に<b>買ってみる</b>。</li> <li>• <b>濃厚で、香ばしい味が好まれる</b>。</li> <li>• 新発売の商品に関しても新しい味に興味を持って試す意向が強い。</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>賞味期限</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>価格</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 保存期間が長いことではなく、<b>購入する時点からどれくらい保存できるか</b>を重視している。</li> <li>• これは購入頻度や飲食頻度にも関連しており、購入して一定期間が保存可能なものが好まれている。</li> <li>• ただし、保存期間が長いものに関しては、防腐剤などを気にしており、好まれていない。</li> <li>• 特に、北京と上海では、賞味期限に近い商品を販促することも多く、消費者は購入時に常に賞味期限をチェックしている。</li> <li>• 中国では生産年月日と消費期限の年月日が表示される。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日頃よく購入するものであるため、価格をととても気にしている。特に、牛乳やヨーグルトなど<b>購入頻度が高い商品に関しては価格敏感度がより高くなる</b>。</li> <li>• 販促活動などで、おまけや価格の安いものを買う傾向が強い。</li> </ul>
	<p style="text-align: center;"><b>パッケージ</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>デザイン、サイズ、色合い、材質、取り扱いの安全性や利便性など総合的に判断</b>される。</li> <li>• デザインは爽やかでスッキリしたイメージが好まれる。</li> <li>• 色合いは鮮やかで、天然系が好まれる。</li> <li>• 材質は高級感のあるものが好まれる。</li> <li>• 取り扱う時の安全性や密封性、利便性なども考慮される。</li> </ul>

# 乳製品の購入実態

## (3)新製品の購入

- 新商品に対する購入意向は高いと見られる。主な理由は、食べたことのない味に対する好奇心。
- 販促キャンペーンや試飲試食が購入のきっかけとなることが多い。





## 輸入品に対するイメージ



# 輸入食品に対するイメージ

## (1) 輸入食品の購入実態

- 3都市ともに輸入品の購入経験は少ない。
- 新しい味に対する好奇心から試すことはあるが、継続的な購入までにはつながらない。品質での差別化が明確でないことに、価格が高めなのが、ハードル。
- ただし、輸入製品に関しては特に産地やブランドを気にすることは少なく、パッケージとおいしさが最も重視されている。

購入カテゴリー	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ 外国から伝わった飲食文化の関連商品 例: チョコレート、チーズ、糖、ビスケット、飲料、ミルクティー、海苔など</li><li>◇ 赤ちゃん関連商品 粉ミルクなど</li></ul>
購入理由	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ 本場の技術を用いた純正な持ち味が味わえることが大きな理由である。</li><li>◇ 赤ちゃんや子供の栄養と安全を重視しており、そのためには値段が高くても出来るだけ品質が信頼できる輸入品を購入しようとする傾向が強い。</li><li>◇ パッケージに惹かれる。可愛い/おいしく見える/高級感がある 等。</li></ul>
購入場所	<ul style="list-style-type: none"><li>◇ ハイパー ハイパーでも一般の売り場と輸入品専門の売り場があり、輸入品専門の売り場で売られているものの値段が高めに設定されている。</li><li>◇ デパ地下 (デパートの地下食品売り場)</li></ul>

# 輸入食品に対するイメージ

## (2) 輸入食品のイメージ全般

### (一) 価格が高い

### (+) 高級感ある

パッケージなどが高級感があるので、プレゼント用としてもいい。

### (+) 品質がいい

安全性や栄養価値など品質が国産ブランドより優れている。

### (+) 本場の味

プロ感があって、本場の持ち味が味わえる

### (+) 種類が多い

### (一) 味が合わない

ものによっては輸入食品は味が濃厚すぎるものが多く、中国人の好みに合わない。

### (+) 伝統ある製法がいい

製法は伝統があるため、味が本格的である。

### パッケージ評価ポイント

- 色合いが良い
- 作りがきめ細かい
- 材質が高級感ある
- 容器形状が便利  
(密封性や使い勝手等)
- 中身や食べ方がイメージしやすく、おいしそうに見える

### 輸入商品に対するイメージ

台北

上海

北京

より具体的

# 輸入食品に対するイメージ

## (3) 輸入乳製品のイメージ

- 牛乳とヨーグルトに関しては、市販されている輸入品は少ないため、あまり具体的なイメージがなく、イメージはテレビや広告などのメディアを通じて得たものである。
- 輸入品に対しては品質がとても信頼されており、国産品より品質が優れていると考えている。
- チーズに関しては日本の明治や豪州ブランドなど輸入品も多く、価格も日本と変わらないほど高めである。

### 輸入乳製品の市販実態

	北京	上海	台北
牛乳			
ヨーグルト			
チーズ			

### 輸入乳製品のイメージ

#### 評価点:

- 品質が優れている
- 味がよりおいしい

#### 懸念点:

- 価格が高い
- 運送距離が遠く、新鮮でない
- 味が合わないこともある

# 輸入食品に対するイメージ

## (4)産地別輸入乳製品のイメージ

	日本	欧州	豪州
品質	(+) 良い	良い	良い
価格	(-) 高い	高い	高い
パッケージ	(+) 精緻 (-) 可愛い	可愛い	可愛い
味	(+) 東洋人に合う あっさりしている	味が濃い	味が濃い
距離・新鮮さ	(+) 近い・新鮮	遠い・新鮮さが心配	遠い・新鮮さが心配
酪農のイメージ	(-) ない・少ない	—	大きい
環境汚染	(-) 汚染が多い	汚染が少ない 環境保護が良い	きれい 汚染が少ない
その他	(+) 品質管理が徹底 北海道の知名度が高い	チーズの発祥地	牧畜国家である

# 輸入食品に対するイメージ

## (5)産地別選好度

- 牛乳に関しては、豪州のイメージが良い。但し、台北ではチルドが多く飲まれていることもあり、新鮮さを考慮して、距離の近い日本の牛乳がより好まれている。
- ヨーグルトに関してはいずれの都市とも特に具体的なイメージがない。
- チーズに関しては、保存期間が長いため、距離などはあまり気にしておらず、伝統の長い欧州の商品が好まれる傾向である。都市別に見ると、上海では明治のチーズの評判が良く、日本の商品に評価が高い。

	牛乳			チーズ		
	北京	上海	台北	北京	上海	台北
1位	豪州	豪州	日本	欧州	欧州	欧州
2位	欧州	欧州	豪州	豪州	日本	豪州
3位	日本	日本	欧州	日本	イメージなし	日本

# 輸入食品に対するイメージ


## (6) 乳製品に対する購入意向

- 輸入ブランドは品質で絶対に優位と認識されており、価格に大差がなければ輸入ブランドを選ぶ傾向。
- 特に産地やブランドを気にすることは少なく、パッケージ、品質、価格、味を総合的に考慮する。
- 少々高くても新しい味を試したいので買ってみたい意向が強い。
- 継続購入においては、味や口当たりが自分に合うかどうかが重要となってくる。

	購入意向	理由
牛乳	低い	✓ 購入頻度が高いため、価格敏感度が高い ✓ 運送距離が遠く、新鮮でない
ヨーグルト		
チーズ	高い	✓ 購入頻度が低くないので、価格はあまり気にならない ✓ 運送距離もあまり気にならない ✓ ヨーロッパで生まれたものだから、作り方が優れている

### 価格関与度について

- 牛乳とヨーグルトなど常に購入するものに関しては価格をとて気にしており、できるだけ安く済ませたいという考え方である。
- Group1は少々高くても支払いできる範囲内であれば国産品より品質が優れている輸入品を買いたいと思う人が多い。
- Group2の対象者は価格により敏感であり、現在の国産品のブランドでも品質は特に問題ないので、少しでも安い国産ブランドに対する購入意向が強い。



## 提示製品に対する評価

# 提示製品に対する評価

	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
ロングライフ牛乳	○	◎	○	○	○	○
ヨーグルト(食べるタイプ)	○	○	△	○	△	△
ヨーグルト(飲むタイプ)	○	◎	△	◎	△	○
クリームチーズ	○	◎	△	○	◎	◎
スライスチーズ	○	◎	○	○	△	○
6Pチーズ	○	◎	○	◎	○	○

◎:非常に良い

○:良い

△:どちらともいえない(基本的にはコンセプトに特別な魅力点がないと思われる)



# 提示製品に対する評価

<h2>3都市共通</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 3種類のチーズに対する評価が比較的に良い。</li> <li>● 知っているチーズの種類や食べ方が少ないため、新しい種類と食べ方の提案が魅力的に評価された重要なポイントとなっている。</li> <li>● チーズに関しては広告や店頭でのキャンペーンを増やして、商品に関する知識を多く流す必要があると思う人が多い。</li> </ul>
<h2>都市別比較</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 全般的に北京において評価はより高い。北京と上海では保存期間をより重視している。一方、台北では文字部分に対してはいずれの製品に関しても特徴がないと評価され、主にパッケージに対する評価にとどまった。</li> <li>● LL牛乳に関しては、北京において評価が良く、上海ではあまり特徴がないと評価が低く、台北では普段LL牛乳をあまり飲んでいないことから評価が低い。</li> </ul>
<h2>Group比較</h2>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● いずれの都市においてもG2の評価がより積極的である。</li> </ul>

北京と上海の対象者が思う望ましい保存期間

LL牛乳	チルド牛乳	ヨーグルト	チーズ
30~45日	1週間	5日	3ヶ月

# 提示製品に対する評価

## (1) ロングライフ牛乳

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● 北海道や九州の生乳を100%使用	○	◎	◎	○	◎	◎
● 成分無調整	◎	◎	◎	◎	—	—
● 香り高い風味をそのまま保持	◎	◎	○	◎	—	—
● 様々な場面で飲める	△	○	○	◎	—	—
□ 容量 1000 ml	×	—	—	△	×	×
□ 容量 250 ml	◎	—	○	—	○	—
□ 容量 200 ml	×	○	×	×	×	—
◆ 保存 常温で60日間	△	×	×	△	×	×
◇ パッケージ ①	◎	◎	○	△	○	×
◇ パッケージ ②	×	×	×	×	×	○
◇ パッケージ ③	△	◎	△	○	△	△
➤ その他「大阿蘇」	×	×	×	×	—	—

### 北京

コンセプトの内容により魅力を感じている。

### 上海

乳製品に対する知識が比較的詳しく、現在市販されている商品と比べて、特別な点がないと思っている。

### 台北

そもそもLL牛乳の飲用が少ないため、評価が低い。

# 提示製品に対する評価

## (1) ロングライフ牛乳

- 北京のG2ではパッケージサイズに関してはいろんなサイズがあった方が選択幅が広くていいと思っている。
- パッケージデザインに関して、牛乳が飲み物代わりに飲まれていることを考慮すると、シャンプーのようなポンプ式のパッケージも望ましいとの発言もある。

キーワード	評価理由
● 北海道や九州の生乳を100%使用	(+)北海道に対するイメージが好評。特に台北で強い
● 成分無調整・香り高い風味をそのまま保持	(+)現在市販の牛乳の味が薄いという不満から、牛乳本来の持ち味が期待できそう
● 香り高い風味をそのまま保持	
□ 容量 1000 ml	(-)大きすぎる。一回で飲み切れるサイズが好まれる (北京と上海では普段250mlの枕タイプが多い)
□ 容量 250 ml	(+)1回で飲みきれ
□ 容量 200 ml	(-)250mlがあるので、不要
◆ 保存 常温で60日間	(-)長すぎる、防腐剤が心配、新鮮でなさそう
◇ パッケージ ①	(+)自然、清潔感ある、新鮮な感じ (-)ジュースに似ている(台北G2)
◇ パッケージ ②	(-)国産でよく見かける、新鮮さが無い
◇ パッケージ ③	(-)日本らしさがない
➤ その他「大阿蘇」	(-)漢字の意味上馬鹿馬鹿しく感じる、ブランド名に良くない

# 提示製品に対する評価

## (2) ヨーグルト（食べるタイプ）

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● さわやかな味わい	○	◎	△	○	—	—
● 整腸作用	△	◎	△	◎	△	△
● 厚生労働省の認可	△	△	×	○	—	—
● 砂糖は別に袋に	◎	○	×	○	○	△
□ 容量 500g	×	○	×	×	×	×
□ 容量 350g、200g、120g	○	○	○	○	○	○
□ 容量 80g	△	○	—	△	×	×
◆ 保存 冷蔵17日間	△	△	—	△	—	—
◇ パッケージ ①	×	×	×	—	×	×
◇ パッケージ ②	△	△	×	△	×	△
◇ パッケージ ③	○	○	○	◎	×	×

- 3都市ともプレーンヨーグルトに対して認知度が低く、よく分からない人が多い。ヨーグルトは飲むタイプが多く、味付けや果肉入りが主流である。
- 対象者の多くが提示したプレーンヨーグルトという文言に対して、あまり理解していない。
- 本当のプレーンに関しては酸味が強いので好まれていない。

# 提示製品に対する評価

## (2) ヨーグルト（食べるタイプ）

- 500gサイズが大きすぎるので、好んでいない人が多い。食べるタイプのヨーグルトはおやつ代わりにものが多く、一回で食べ終わるほどのサイズが好まれており、食べ残ったものを冷蔵庫に保存する習慣があまりない。

キーワード	評価理由
● さわやかな味わい	(一) 果肉入りや味付けのヨーグルトを好む人が多い
● 整腸作用	(一) 健康的な機能を強調しすぎて、おやつとして食べる楽しみがない(台北) (一) ヨーグルトなら当たり前と思われ、より具体的な効能説明がほしい(台北)
● 厚生労働省の認可	(+) 品質が信頼できる (一) よく分からない
● 砂糖は別に袋に	(+) 糖尿病患者にいい、好みによって調整できる (一) 混ぜないといけないので不便 (一) 小さいサイズにもほしい (+) 砂糖だけではなく、選択できる味付けの袋があればいい(台北)
□ 容量 500g	(一) 大きすぎて、不便
□ 容量 80g	(一) 小さすぎる(台北)
◇ パッケージ ①&②	(一) 洗剤のような感じ (+) 色のコンビネーションがいい(北京G2)
◇ パッケージ ③	(一) 古臭い、平凡過ぎで特色がない、お米のような感じ

# 提示製品に対する評価

## (3) ヨーグルト（飲むタイプ）

- 3都市ともパッケージのデザインに対しては基本的にプラス評価だが、1000mlサイズに関しては大きすぎるから不便だとマイナス評価である。
- 厚生労働省の認可に関しては、品質が保証されると思うプラス評価と現地当局の認可でないという意味がないとのマイナス評価と意見が分かれる。

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● すっきりとした味わい	○	○	×	◎	×	—
● 整腸作用	△	○	△	◎	△	△
● 厚生労働省の認可	△	○	△	◎	—	—
□ 容量 1000 ml	×	○	×	×	×	×
□ 容量 500ml	△	○	○	○	○	○
□ 容量 240 ml	◎	○	◎	◎	○	○
□ 容量 100ml	○	○	○	○	×	×
◆ 保存 冷蔵17日間	—	—	—	—	—	—
◇ パッケージ	○	◎	×	◎	△	○

# 提示製品に対する評価

## (3) ヨーグルト (飲むタイプ)

- 普段日本食品に接することが比較的に多い台北では、日本からの輸入品であることが分かるように、「北海道」という文字があるのが好ましいとの評価もあった。日本に関しては北海道が非常にイメージが強いものであることが伺える。
- また、パッケージに関しても日本語は少しあってもいいが、中国語もほしいと評価。
- パッケージに関して、実際台湾で売られている飲むタイプのヨーグルトの製品の多くはプラスチックのボトルである。

キーワード	評価理由
● すっきりとした味わい	(-) 果肉入りや味付けの方がいい (-) 濃厚さが足りない感じがする
● 整腸作用	(-) ヨーグルトなら当たり前と思われ、より具体的な効能説明がほしい(台北)
● 厚生労働省の認可	(-) よく分からない
□ 容量 1000 ml	(-) 容量大きすぎて不便(北京 & 上海 普段100~250mlが多い) (-) 1回で飲み切れるほどのサイズが好ましい (-) 衛生的でない
□ 容量 100ml	(-) 少なすぎて要らない(台北)
◇ パッケージ	(+) 色合いがいい、すっきり感がある (-) チルド牛乳ぽい(台北) (-) 蓋がないので開けた後密封できないのでこぼれるなどが不安 (-) パッケージのデザインはつまらない。

# 提示製品に対する評価

## (4) クリームチーズ

■ 「クリームチーズ」に対しては、3都市ともそもそも認知度が低く、クリームチーズに関しては、認知度が低く、食べ方や味を知らない人が多いため、具体的なイメージがあまりない。

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● 北海道・十勝	◎	◎	△	◎	△	△
● 非熟成タイプ	○	◎	△	◎	△	△
● ナチュラルチーズ	◎	◎	△	◎	△	△
● 酸味を抑えたきめ細かくなめらかな	◎	◎	△	◎	△	△
● 料理、デザートなどに幅広く使える	△	◎	△	○	△	△
□ 容量 150g	○	△	○	△	—	—
◆ 保存 冷蔵120日間	△	△	—	×	—	—
◇ パッケージ ①	×	○	○	◎	◎	◎
◇ パッケージ ②	◎	○	○	◎	◎	◎



# 提示製品に対する評価

## (4) クリームチーズ

- 北京と台北ではおやつ代わりにサンドイッチなどで食べる習慣から、クリームチーズに対しては直接食べられないので好まれない人が多い。
- 一方、台北ではパッケージに対する評価が高く、ほとんどの人が「試してみたい」と発言。

キーワード	評価理由
● 北海道・十勝	(+) 北海道に親しみを感じる
● 非熟成タイプ	(-) 言葉が分かりにくい(北京G2)
● 酸味を抑えたきめ細かくなめらかな	(+) 品質が高く感じる
● 料理、デザートなどに幅広く使える	(+) 特にG2の料理をすることが多い人に好評 ついでに、食べ方がよく分からないので、レシピーなど説明がほしいとの意見もある。
◆ 保存 冷蔵120日間	(-) 長すぎ、保存料などが心配、3ヶ月以内が好ましい(北京 & 上海)
◇ パッケージ ①&②	(+) 特色ある、温かい感じ、可愛い、おいしく見える (+) 日本らしい(上海G2)

# 提示製品に対する評価

## (5)スライスチーズ

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● 日本産	△	◎	△	△	○	○
● ナチュラルチーズを使用	○	◎	△	◎	△	△
● なめらかな食感	◎	◎	◎	◎	△	△
● そのまま食べても	○	◎	△	◎	○	△
● サンドイッチなどにも	○	◎	○	◎	—	△
□ 容量 180g	△	○	△	△	—	—
□ 容量 90g	△	○	○	○	—	—
◆ 保存 冷蔵180日間	○	△	—	×	—	—
◇ パッケージ ①	×	◎	△	◎	×	×
◇ パッケージ ②	×	×	×	○	×	×
◇ パッケージ ③	○	◎	○	◎	○	◎

- 普段食べることが最も多いのが、スライスチーズ。特に北京と上海でその傾向が強い。
- そのため、対象者は提示製品に対してイメージが比較的具体的に、平素の自分自身の食べ方に照らして評価をしている。

# 提示製品に対する評価

## (5)スライスチーズ

キーワード	評価理由
● 日本産	
● ナチュラルチーズを使用	(+)天然で安心感がある
● なめらかな食感	(+)品質が高く感じる
● そのまま食べても	(+)外出や子供のおやつとして携帯して使えるから (-)そのまま食べるとおいしくない
□ 容量 90g	(+)容量は少な目がいい (携帯のため、1回で食べ終わる、冷蔵庫に入れると硬くなる)
◆ 保存 冷蔵180日間	(-)保存期間長すぎる(北京&上海)
◇ パッケージ ①	(+)おいしそうに見える
◇ パッケージ ②	(-)インスタントラーメンのイメージがする
◇ パッケージ ③	(+)薄色で柔らかいイメージがする、中身が分かりやすい

# 提示製品に対する評価

## (6) 6Pチーズ

キーワード	北京		上海		台北	
	G1	G2	G1	G2	G1	G2
● 日本産	△	◎	△	○	○	○
● ナチュラルチーズ	◎	◎	△	◎	△	△
● マイルドな味	○	◎	○	◎	△	△
● おやつ、おつまみ、オードブルとして	◎	◎	◎	◎	△	△
□ 容量 120g、150g	△	○	△	○	—	—
◆ 保存 冷蔵180日間	△	△	—	△	—	—
◇ パッケージ ①	×	×	◎	◎	△	△
◇ パッケージ ②	△	○	△	◎	△	△
◇ パッケージ ③	◎	◎	△	◎	◎	◎

# 提示製品に対する評価

## (6) 6Pチーズ

キーワード	評価理由
● ナチュラルチーズ	(+)天然で安心感がある
● マイルドな味	(+)品質が高く感じる
● おやつ、おつまみ、オードブルとして	(+)お客さんが来た時に使える
◆ 保存 冷蔵180日間	(-)保存期間長すぎる(北京&上海)
◇ パッケージ ①	(-)中身がよく分からない、色合い
◇ パッケージ ③	(+)高級感、柔らかい感じ、品質が良さそう (+)黄色がやさしくやわらかいイメージがする、中身がよく分かるし、おいしそうに見える

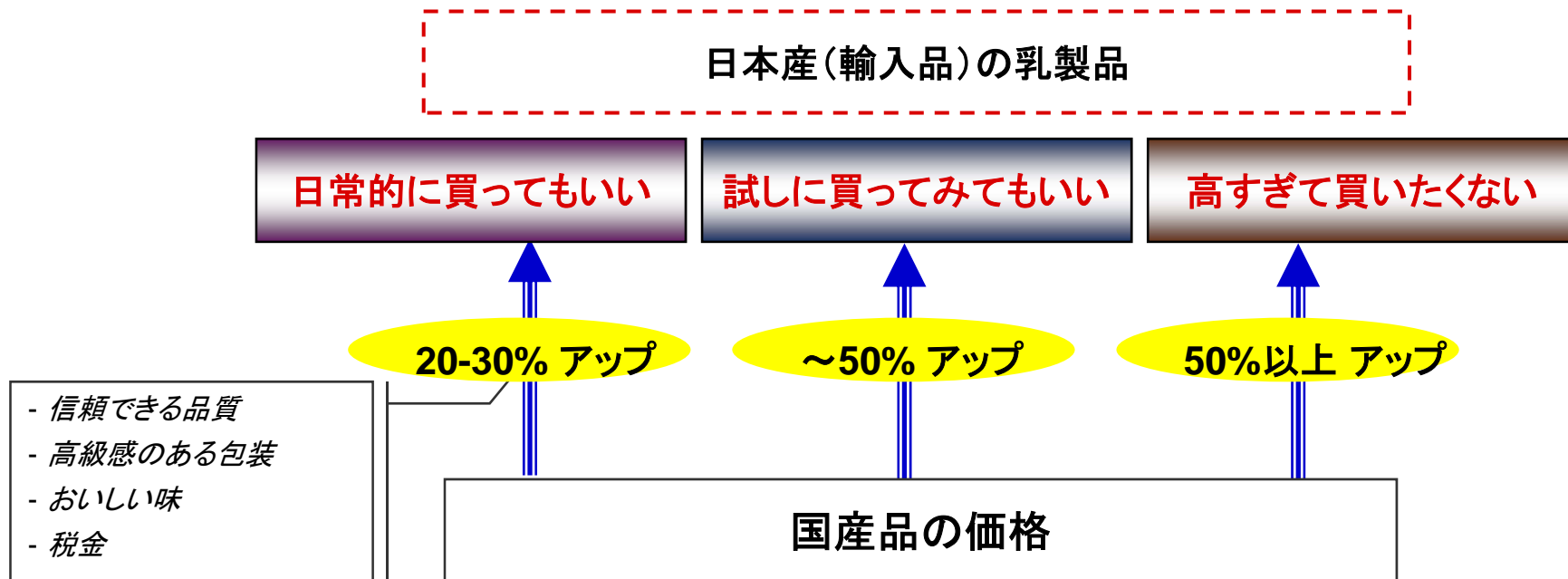


# 価格許容性

# 価格許容性

## (1) 価格イメージ

- 輸入品の乳製品の購入経験が少ないため、輸入品の価格との比較ではなく、普段購入している国内ブランドの価格を考慮して30~50%ほど上乗せの価格を想定しており、国産品と比べて30~50%ほど上乗せの価格なら、買ってみたいと思う人が多い。
- LL牛乳やヨーグルトは常によく買うものなので、価格に対してより敏感になっており、品質が問題なければ安いものの方がいいと思う。それに対して、チーズは幾分高くても購入頻度が高くないので特に気にならない。
- いずれの都市においても、対象者は日本産乳製品に対して、国産に比べて20-30% アップであれば、日常的に買っていても妥当だと認めている。また50%以上超えないのであれば、試しに買ってみたいと思っており、50%を超えると高すぎて買いたくないと考えている。



# 価格許容性

## (2) 価格例

北京		想定小売価格			買ってみたい価格			高すぎて買いたくない価格			現地価格(参考)	
		G1	G2	平均	G1	G2	平均	G1	G2	平均		
ロングライフ牛乳	1000 ml	18.3	9.7	14.0	16.7	8.5	12.6	26.3	16.7	21.5	蒙牛(980ml)	4.9
	250 ml	6.4	4.7	5.6	5.3	4.1	4.7	8.7	7.8	8.3	蒙牛	2.2
ヨーグルト(食べるタイプ)	500 g	8.4	8.3	8.4	8.6	7.2	7.9	12.7	12.0	12.3	蒙牛	9.8
	200 g	4.1	4.8	4.4	4.0	4.0	4.0	8.1	7.7	7.9	蒙牛	4.9
ヨーグルト(飲むタイプ)	1000 ml	15.2	10.3	12.8	14.9	9.2	12.1	21.0	14.7	17.8	蒙牛(980ml)	9.9
	500 ml	8.3	6.3	7.3	7.5	5.4	6.5	11.5	10.5	11.0	光明	5.3
クリームチーズ	150 g	19.7	17.5	18.6	17.2	16.6	16.9	26.2	22.5	24.3	光明	8.5
スライスチーズ	180 g	21.8	19.2	20.5	20.7	17.6	19.1	27.5	25.0	26.3	光明	19.3
6Pチーズ	120 g	18.3	15.2	16.8	16.8	14.0	15.4	24.7	20.7	22.7	光明	8.9
上海		想定小売価格			買ってみたい価格			高すぎて買いたくない価格			現地価格(参考)	
		G1	G2	平均	G1	G2	平均	G1	G2	平均		
ロングライフ牛乳	1000 ml	10.0	17.2	13.6	10.4	16.0	13.2	15.7	24.5	20.1	光明(980ml)	4.8
	250 ml	3.8	7.3	5.5	4.0	6.3	5.2	6.1	10.8	8.5	光明	1.9
ヨーグルト(食べるタイプ)	500 g	8.2	16.7	12.4	8.6	15.7	12.1	12.3	20.8	16.6	達能	8.3
	200 g	4.2	8.8	6.5	4.5	7.8	6.1	5.8	11.5	8.6	達能	2.9
ヨーグルト(飲むタイプ)	1000 ml	10.6	19.0	14.8	11.0	17.8	14.4	14.5	24.5	19.5	光明(980ml)	8.0
	500 ml	6.8	11.8	9.3	7.0	10.8	8.9	9.0	15.7	12.3	達能	7.3
クリームチーズ	150 g	14.6	21.7	18.1	14.4	20.8	17.6	20.5	26.5	23.5	光明	8.5
スライスチーズ	180 g	15.3	22.5	18.9	15.2	21.5	18.4	20.2	26.5	23.3	光明	19.3
6Pチーズ	120 g	14.8	17.7	16.2	15.2	16.2	15.7	19.3	22.7	21.0	光明	8.9
台北		想定小売価格			買ってみたい価格			高すぎて買いたくない価格			現地価格(参考)	
		G1	G2	平均	G1	G2	平均	G1	G2	平均		
ロングライフ牛乳	1000 ml	102	78	90	85	60	73	124	85	104	光泉(980ml)	50
	250 ml	28	20	24	21	15	18	38	22	30	光泉(195ml)	11
ヨーグルト(食べるタイプ)	500 g	82	63	73	66	50	58	87	66	76	植物の優	60
	200 g	36	34	35	29	28	29	46	40	43	優沛蕾	30
ヨーグルト(飲むタイプ)	1000 ml	94	83	89	81	69	75	112	94	103	優沛蕾	69
	500 ml	45	43	44	39	34	37	56	49	53	統一AB(550ml)	45
クリームチーズ	150 g	132	142	137	111	109	110	156	135	145	Kraft	86
スライスチーズ	180 g	116	100	108	99	86	92	130	108	119	芝司樂(250g)	85
6Pチーズ	120 g	132	96	114	115	79	97	153	105	129	雪印(150g)	155

### 単位

北京&上海: RMB  
(1RMB 16円)

台北: NT\$  
(1NT\$ 4円)





## FGI関連付録

- 付1. 提示コンセプト(6枚)
- 付2. 価格記入シート(1枚)
- 付3. 北京で提示した実物

## 付1. ロングライフ牛乳

- 北海道や九州の生乳を100%使用した成分無調整牛乳です。
- 成分無調整で、香り高い風味をそのまま保持しています。
- 朝食、間食時、風呂上り等様々な場面でお飲みいただけます。
- LL製法により、産地でパックされた牛乳が、常温で60日間保存可能。

容量：1000 ml、250 ml、200 ml

保存方法：常温

保存期間：60日間



①



②



③



## 付1. ヨーグルト(食べるタイプ)

- さわやかな味わいの食べるタイプのヨーグルトです。
- 整腸作用に優れた乳酸菌を使っており、おなかの調子を整えます。
- 日本の厚生労働省によりその効果が認められた商品です。
- 砂糖は別に袋に入っており、お好みで甘さを調節できます。(※)

容量: 500g、350g、200g、120g、80g

保存方法: 冷蔵

保存期間: 17日間

: 500gパックのみ



## 付1. ヨーグルト(飲むタイプ)

- ヨーグルトの爽やかさはそのままに、甘さが控えめですっきりとした味わいの飲むヨーグルトです。
- 整腸作用に優れた乳酸菌を使っており、おなかの調子を整えます。
- 日本の厚生労働省によりその効果が認められた商品です。

容量：1000 ml、500ml、240 ml、100ml

保存方法：冷蔵

保存期間：17日間



## 付1. クリームチーズ

- 北海道・十勝の生乳とクリームを原料にした非熟成タイプのナチュラルチーズ。
- 酸味を抑え、きめ細かくなめらかなのが特徴。
- 料理、デザートなどに幅広くお使いいただけます。

容量：150g

保存方法：冷蔵

保存期間：120日間



①

②

## 付1. スライスチーズ

- 日本産ナチュラルチーズを使用しています。
- 食べやすいなめらかな食感です。
- そのまま食べても、サンドイッチなどにもお使いいただけます。

容量：180g、90g

保存方法：冷蔵

保存期間：180日間



①



②



③

## 付1. 6Pチーズ

- 日本産ナチュラルチーズを使用しています。
- マイルドな味が楽しめます。
- おやつ、おつまみ、オードブルとしてもどうぞ。

容量: 120g、150g

保存方法: 冷蔵

保存期間: 180日間



①



②



③

## 付2. 価格記入シート

お名前:

	単位：元	いくらで売られると 思いますか？	いくらだったら 買ってみたいですか？	いくらだったら高すぎて 買いたくないですか？
ロングライフ牛乳	1000 ml			
	250 ml			
ヨーグルト（食べるタイプ）	500g			
	200g			
ヨーグルト（飲むタイプ）	1000 ml			
	500 ml			
クリームチーズ	150g			
スライスチーズ	180g			
6Pチーズ	120g			



## 付 3 . 北京で提示した実物

### 牛乳



President  
LL牛乳(1L)  
価格:30元



伊利  
LL牛乳(1L)  
価格:5.3元



三元  
チルド牛乳(1L)  
価格:4.85元

## 付3 . 北京で提示した実物

### 6Pチーズ



The Laughing Cow(笑牛)

価格:24元



光明

価格:12元

### スライスチーズ



KRAFT

価格:18元



光明

価格:16.9元



＜付録＞  
調査票 & インタービューガイド

# 日本産乳製品の受容性 FGI Guide

## インタビューガイド

12/26/06

時間配分	インタビュー 内容	備考
5 / 5 分	<b>1. 導入</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 主旨説明</li> <li>● 対象者自己紹介 (名前、年齢、職業)</li> </ul>	・ ラポート形成
10 / 15 分	<b>2. 食生活</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 普段の食事 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 平日・休日の朝食・昼食・夕食(どこで、なにを? 食べるもの、飲むもの)</li> <li>- 外食について、(頻度、誰と、中華それとも洋食?)</li> <li>- 普段の食事での悩みの点や気を使っていることがあれば、何でもお聞かせください。ご自身のみではなく、家族のことも合わせてお話しください。(例えば種類、栄養、価格など)</li> </ul> </li> </ul>	・ 食生活の実態と問題点を把握する。
10 / 30 分	<b>3. 乳製品の意識</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 乳製品に対する意識(牛乳、ヨーグルト、チーズ、豆乳それぞれについて) <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>家族で乳製品の飲食者は? 飲み / 食べ始めた時期やきっかけは? 乳製品の栄養価値なども考えて飲み / 食べ始めたのでしょうか? 普段、主に誰のために飲食しているか?</b></li> </ul> </li> </ul>	・ 乳製品の飲食の動機と理由を探る。
15 / 45 分	<b>4. 乳製品の飲食実態</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲食実態(牛乳、ヨーグルト、チーズそれぞれについて) <p>&lt;インスト: 本人と家族のことを一緒に聞くこと。必要あれば理由も聞く。&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- まず、牛乳について<b>普段どのように飲んでいるか</b>をお聞かせください。例えば、飲食のシーン、飲食の種類、飲食頻度、飲食量、飲食方法など何でも結構ですので、自由に発言してください。</li> <li>- <b>なぜ牛乳を飲むか、その理由や期待すること</b>について聞かせてください。また、それらの期待することと比較して、現在飲んでいる牛乳にどのくらい<b>満足しているか、どんな不満があるか</b>などを聞かせてください。</li> <li>- 1年くらい前と比べて、<b>飲食頻度や量に変化はあるか、今後は変化がありそうか?</b>その理由も合わせて聞かせてください。</li> </ul> </li> </ul>	・ 乳製品の飲食実態および、既存乳製品の問題点や求められているベネフィットを探る
10 / 60 分	<b>5. 乳製品の購入実態</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 購入実態(牛乳、ヨーグルト、チーズそれぞれについて) <ul style="list-style-type: none"> <li>- 牛乳を買うときのことについてお聞かせください。例えば、週にどのくらいでいつなのか、どこで、どのくらいなのかなど。</li> <li>- 購入の際重視する点はあるか。売り場や包装などなにか不満はあるか、いつも同じブランドを買っているのか、それはなぜか?</li> </ul> <p>&lt;インスト: 保存方法と安心・安全性、品質について言及されない場合は要確認&gt;</p> </li> </ul>	・ 乳製品の購入実態及びブランド志向について把握。

<p>15 / 75 分</p>	<p><b>6. 輸入食品に対するイメージ</b></p> <p style="text-align: center;">&lt;インスト:外国ブランドではなく外国で生産された輸入商品を指す。&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 輸入食品全般について <ul style="list-style-type: none"> <li>- 普段どのような輸入食品を購入するか、なぜ、どこで、買うのか</li> <li>- 国産品ではなく、輸入品を買うのはなぜか？ <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:ブランド、産地、価格などの理由を確認する&gt;</li> </ul> </li> <li>- 日本の食品で、思い浮かぶものや買ったことがあるものはあるか？どうだったか？ <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:外食ではなく、パッケージされた商品であること。&gt;</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>● 乳製品について(牛乳、ヨーグルト、チーズそれぞれについて) <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:ヨーロッパ・日本・オーストラリアからの輸入品についてそのイメージをそれぞれについて質問する&gt;</li> <li>- 国産品と比べて 国からの輸入牛乳はどんな違いがありそうか？その理由は？購入意向とその理由 <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:安心・安全性、品質に関しては要確認。価格について言及された場合は、購入したいと考える価格範囲を確認する。&gt;</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品の輸入品購入実態を探る。</li> <li>・ 各国の乳製品のイメージを確認</li> </ul>
<p>55 / 120 分</p>	<p><b>7. 日本の乳製品に対する評価</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● コンセプト&amp;パッケージ <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:コンセプトボードを1枚ずつ呈示 *声を出して読みあげる、&gt;</li> <li>- 魅力的と思うか、その理由は？</li> <li>- パッケージの全体的な印象とその理由 (EX:高級感、安っぽい、清潔感、おいしそう、パッケージの使いやすさ、など)</li> <li>- 容量について</li> </ul> </li> <li>● 購入意向 &lt;インスト:価格記入シート配布&gt; <ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;インスト:コンセプトボードを呈示しながら、以下の3つの価格を記入シートに書かせる。対象者には他の人と相談したりしないように注意させる。&gt;</li> <li>- いくらだと思うか？</li> <li>- 買ってみたいと思う価格</li> <li>- 高すぎて買いたくないと思う価格</li> <li>- その理由は？</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 日本の乳製品の特徴に対する評価 (コンセプト・パッケージ・容量)</li> <li>・ 価格許容性について確認。</li> </ul>
<p>終了</p>	<p>以上でインタビューは終了です。ありがとうございました。</p> <p style="text-align: center;">&lt;インスト:バックルームに追加質問を確認&gt;</p>	

## 乳製品に関するアンケート票

### 牛乳類(注)についてお聞きします。

(注)ここでいう牛乳類とは、普通の牛乳や低脂肪乳や機能強化牛乳(カルシウム、鉄分、ビタミン D などを加えたもの)などの白い牛乳類(液体のもの)をいいます。市販のいわゆるコーヒー牛乳やフルーツ牛乳などは含みません。なお、粉牛乳は含みません。

- Q1. あなたは、日頃どの程度牛乳類を**そのまま**お飲みになりますか。  
 コーヒーなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたり、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は**除い**  
**て**お答えください。ただし、暖めたり、氷を入れたり、砂糖・はちみつ等甘味料だけを加えたりする飲み方は、  
 そのまま飲むのみ方に含めます。

(それぞれ○印は一つずつ)	そのまま飲む						
	毎日飲む	週に5~6日飲む	週に3~4日飲む	週に1~2日飲む	月に2~3日飲む	まない それ以下しか飲	全く飲まない
夏場は	1	2	3	4	5	6	7
冬場は	1	2	3	4	5	6	7
年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7

- Q2. あなたは、日頃どの程度牛乳類をコーヒー、紅茶やココアなど**他の飲み物に入れて、または、牛乳に他のものを混ぜて**お飲みになりますか。

(それぞれ○印は一つずつ)	他のものと混ぜて飲む						
	毎日飲む	週に5~6日飲む	週に3~4日飲む	週に1~2日飲む	月に2~3日飲む	まない それ以下しか飲	全く飲まない
夏場は	1	2	3	4	5	6	7
冬場は	1	2	3	4	5	6	7
年間平均すると	1	2	3	4	5	6	7

- Q3. あなたは、牛乳類を飲むときは**1日に合計でどれくらいの量**を飲みますか。  
 コーヒー、紅茶やココアなど他の飲み物に入れたり、シリアルにかけたりなど、**そのまま飲む以外の場合も含めて**  
**お答えください。ただし、料理・ケーキ・手作りヨーグルトに使う場合は除きます。**

(それぞれ○印は一つずつ)	1日に牛乳類を飲む量					
	100ml未満	100~200ml未満	200~300ml未満	300~400ml未満	400~500ml未満	500ml以上
夏場は	1	2	3	4	5	6
冬場は	1	2	3	4	5	6
年間平均すると	1	2	3	4	5	6

Q4. あなたは日頃、牛乳をどのような時に飲みますか。そのまま飲む以外の場合も含めて、次の中から全てお答えください。(○印はいくつでも)

1. 朝起きぬけに	10. 夜寝る前
2. 朝食をとりながら	11. のどが渴いた時
3. 朝食後	12. ちょっとおなかがすいたとき
4. 朝食代わりに	13. 勉強や仕事をしながら
5. 昼食時	14. レジャーやスポーツ時
6. 夕食時	15. くつろいでいる時
7. おやつや間食時	16. 乗り物での移動中
8. 夜食時	17. 来客時
9. 風呂上り	18. その他( )

Q5. あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)

1. おいしいから	11. 骨粗しょう症が心配だから
2. 好きだから	12. 良質の蛋白質があるから
3. 栄養があるから	13. 美容に良いから
4. カルシウムがあるから	14. 便秘に効果があるから
5. 朝食など食事代わりに	15. 健康に良いから
6. 水などの代わりに	16. ぐっすり眠るために
7. 他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするた め	17. 気持ちをリラックスさせるために
8. 習慣で	18. 背が高くなりたいから
9. いつも家にあるから	19. 医師など医療関係者が勧めるから
10. 家族がすすめるから	20. 他の飲み物に比べて安いから
	21. その他( )

Q6. あなたが日頃飲んでいる牛乳の種類をお答えください。(○印はいくつでも)

1. 低温殺菌牛乳/HTST牛乳	7. 栄養強化牛乳
2. ロングライフ牛乳	8. 低カロリー牛乳
3. 濃厚牛乳	9. 味付き牛乳
4. 脂肪無調整牛乳	10. オーガニック牛乳
5. 低脂肪牛乳	11. その他( )
6. 無脂肪牛乳	

Q7. あなたが日頃飲んでいる牛乳のパッケージのタイプはどれですか。(○印はいくつでも)

1. 枕型ビニール製パック	5. ブリックタイプ紙パック
2. PET ボトル	6. 紙パック(新鮮屋)
3. プラスチック容器	7. ガラス瓶
4. 枕型紙製パック	8. その他( )

Q8. 次に上げる牛乳の銘柄のうち、あなたが知っているものを全てお答えください。(○印はいくつでも)

Q9. そのうち、最近半年間に購入したことがあるものはどれですか？いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)

Q10. そのうち、最近1ヶ月最もよく購入しているものを一つお答えください。(○印は一つだけ)

	知っている	最近半年間に購入 したことがある	最近1ヶ月最もよく 購入している
光明	1	1	1
均瑶	2	2	2
蒙牛	3	3	3
妙仕	4	4	4
全佳	5	5	5
雀巢	6	6	6
三岛	7	7	7
三鹿	8	8	8
三元	9	9	9
维维天山雪	10	10	10
伊利	11	11	11
田园	12	12	12
夏进	13	13	13
大旺	14	14	14
帕马拉特(伊)	15	15	15
大卫/ David	16	16	16
德运/ Dimondale	17	17	17
宝利氏/ PAULS	18	18	18
哈维福瑞/ Harvey Fresh	19	19	19
牛头/cow head	20	20	20
总统/ President	21	21	21
その他( )	22	22	22

台湾ブランド

	知っている	最近半年間に購入 したことがある	最近1ヶ月最もよく 購入している
福樂	1	1	1
統一	2	2	2
味全	3	3	3
義美	4	4	4
愛之味	5	5	5
光泉	6	6	6
その他( )	7	7	7



Q11. あなたは日頃、どこで牛乳を買うことが多いですか。(○印はいくつでも)

1. 注文配達	5. デパートの食品売り場
2. 学校供給	6. コンビニ
3. ハイパー	7. 伝統市場／道端の屋台
4. スーパー	8. その他( )

Q12. あなたは日頃、牛乳類をどのくらいの頻度で購入していますか。(○印は一つだけ)

1. ほぼ毎日	4. 2週に1回くらい
2. 週に2~3回くらい	5. 月に1回以下
3. 週に1回くらい	6. わからない

Q13. あなたが日頃、最もよく購入する牛乳のパッケージサイズをお答えください。(○印は一つだけ)

1. 200ml 以下	5. 701~900ml
2. 201~250ml	6. 901~1000ml
3. 251~500ml	7. 1001ml 以上
4. 501~700ml	

Q14. それでは Q13 でお答えになったあなたが日頃、最もよく購入するそのパッケージサイズの牛乳の単価はおいくらですか。

牛乳の単価:	元程度
--------	-----

Q15. あなたは日頃牛乳を購入する際、どんな点を重視されますか？(○印はいくつでも)

1. 原産地	5. パッケージの扱いやすさ	9. 品質／安全性
2. ブランド	6. 価格	10. 常温保存できること
3. 味	7. 栄養成分	11. 賞味期限
4. パッケージ	8. 低脂肪であること	12. その他( )

Q16. あなたは日頃飲んでいる牛乳に対してどの程度満足していますか？(○印は一つだけ)

1. とても満足している	⇒Q18へ	5. あまり満足していない	⇒Q17へ
2. 満足している		6. 満足していない	
3. まあ満足している		7. 全然満足していない	
4. どちらともいえない			

【Q16で「5 あまり満足していない」~「7 全然満足していない」とお答えの方に】

Q17. 不満の場合は、その理由をお聞かせください。(OA)

--

Q18. ご家族であなた以外、日頃牛乳を飲んでいる人を全てお答えください。(○印はいくつでも)

1. ご主人(配偶者)	4. 大学、または18歳以上のお子様
2. 未就学のお子様	5. 両親／義理の両親
3. 就学(小学、中学、高校)のお子様	6. その他( )

Q19. お宅では日頃、一週間あたり平均どのくらいの量の牛乳を飲んでいますか。(○印は一つだけ):

1. 500ml 未満	5. 2000ml~3000ml 未満
2. 500ml ~1000ml 未満	6. 3000ml~4000ml 未満
3. 1000ml~1500ml 未満	7. 4000ml 以上
4. 1500ml~2000ml 未満	

Q20. お宅で日頃、牛乳を購入する理由は何ですか。(○印はいくつでも)

1. 自分が好きだから	6. お子様の健康のため
2. 自分の健康のため	7. お子様の成長のため
3. ご主人が好きだから	8. ご両親が好きだから
4. ご主人の健康のため	9. ご両親の健康ため
5. お子様が好きだから	10. その他( )

## ヨーグルトについてお聞きします。

乳飲料は除いてお答えください。

Q21. あなたは、日頃どの程度ヨーグルトを食べたり飲んだりしていますか。食べるタイプ、飲むタイプ両方含めてお答えください。(○印は一つだけ)

1. 毎日食べる／飲む	5. 月に2~3日食べる／飲む
2. 週に5~6日食べる／飲む	6. それ以下しか食べない／飲まない
3. 週に3~4日食べる／飲む	7. 全く食べない／飲まない ⇒Q30へ
4. 週に1~2日食べる／飲む	

【Q22~ Q29はヨーグルトを食べる／飲む方(Q21で「1~6」と回答)に】

Q22. あなたは、ヨーグルトを食べる(飲む)ときは、1日に合計でどのくらいの量(食べる量+飲む量)になりますか。(○印は一つだけ):

1. 100ml/g 未満	4. 300~400ml/g 未満
2. 100~200ml/g 未満	5. 400~500ml/g 未満
3. 200~300ml/g 未満	6. 500 ml/g 以上

Q23. あなたは、どのようなタイプのヨーグルトを食べたり飲んだりすることが多いですか。(○印はいくつでも)

1. プレーンヨーグルト(無糖)	7. 低カロリーヨーグルト
2. 加糖のヨーグルト	8. 味付きヨーグルト
3. 脂肪無調整ヨーグルト	9. 果肉フルーツ入りのヨーグルト
4. 低脂肪ヨーグルト	10. ドリンクヨーグルト(飲むタイプ)
5. 無脂肪ヨーグルト	11. 手作りヨーグルト
6. 栄養強化ヨーグルト	12. その他( )

Q24. あなたがヨーグルト食べる／飲む理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)

1. おいしいから	11. 骨粗しょう症が心配だから
2. 好きだから	12. 良質の蛋白質があるから
3. 栄養があるから	13. 美容に良いから
4. カルシウムがあるから	14. 便秘に効果があるから
5. 朝食など食事代わりに	15. 健康に良いから
6. 水などの代わりに	16. ぐっすり眠るために
7. 他のものと混ぜたり、他のものにかけてたりするため	17. 気持ちをリラックスさせるために
8. 習慣で	18. 背が高くなりたいから
9. いつも家にあるから	19. 医師など医療関係者が勧めるから
10. 家族がすすめるから	20. 他の食べ物／飲み物に比べて安いから
	21. その他( )

- Q25. 次に上げるヨーグルトの銘柄のうち、あなたが知っているものを全てお答えください。(○印はいくつでも)
- Q26. そのうち、最近半年間に購入したことがあるものはどれですか？いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)
- Q27. そのうち、最近1ヶ月最もよく購入しているものを一つお答えください。(○印は一つだけ)

	知っている	最近半年間に購入したことがある	最近1ヶ月最もよく購入している
达能	1	1	1
光明	2	2	2
巨强	3	3	3
蒙牛	4	4	4
妙士	5	5	5
全佳	6	6	6
三岛	7	7	7
三元	8	8	8
维维天山雪	9	9	9
味全	10	10	10
喜临门	11	11	11
伊利	12	12	12
悦家	13	13	13
三鹿	14	14	14
夏进	15	15	15
优格	16	16	16
圣雪	17	17	17
その他( )	18	18	18

## 台湾ブランド

	知っている	最近半年間に購入したことがある	最近1ヶ月最もよく購入している
統一	1	1	1
愛之味	2	2	2
優沛蓄	3	3	3
味全	4	4	4
植物の優	5	5	5
光泉	6	6	6
法國新力多(Elle&Vice)	7	7	7
德國(Mertinger)	8	8	8
巧克奇思(Tidino)	9	9	9
その他( )	10	10	10

あなたは日頃食べて／飲んでいるヨーグルトに対してどの程度満足していますか？(○印は一つだけ)

1. とても満足している 2. 満足している 3. まあ満足している 4. どちらともいえない	⇒Q30へ	5. あまり満足していない 6. 満足していない 7. 全然満足していない	⇒Q29へ
--	-------	---	-------

【Q28で「5 あまり満足していない」～「7 全然満足していない」とお答えの方に】

Q28. 不満の場合は、その理由をお聞かせください。(OA)

Q29. ご家族で日頃、ヨーグルトを食べて／飲んでいる人を全てお答えください。(○印はいくつでも)

1. ご本人	5. 大学、または18歳以上のお子様
2. ご主人(配偶者)	6. 両親／義理の両親
3. 未就学のお子様	7. その他( )
4. 就学(小学、中学、高校)のお子様	8. 誰も食べない／飲まない⇒Q33へ

Q30. お宅では日頃、一週間あたり平均どのくらいの量のヨーグルトを食べて／飲んでいきますか。(○印は一つだけ):

1. 250ml/g 未満	4. 1000~1500ml/g 未満
2. 250~500ml/g 未満	5. 1500~2000ml/g 未満
3. 500~1000ml/g 未満	6. 2000ml/g 以上

Q31. お宅で日頃、ヨーグルトを購入する理由は何ですか。(○印はいくつでも)

1. 自分が好きだから	6. お子様の健康のため
2. 自分の健康のため	7. お子様の成長のため
3. ご主人が好きだから	8. ご両親が好きだから
4. ご主人の健康のため	9. ご両親の健康ため
5. お子様が好きだから	10. その他( )

## チーズについてお聞きします。

Q32. あなたは、日頃どの程度チーズを食べていますか。(○印は一つだけ)

1. 毎日食べる	5. 月に2~3日食べる
2. 週に5~6日食べる	6. それ以下しか食べない
3. 週に3~4日食べる	7. 全く食べない ⇒Q42へ
4. 週に1~2日食べる	

【Q34～ Q41はチーズを食べる方(Q33で「1～6」と回答)に】

Q33. あなたは、チーズを食べるときは、1日に合計でどのくらいの量になりますか。(○印は一つだけ)

1. 20g 未満	4. 60~80g 未満
2. 20~40g 未満	5. 80~100g 未満
3. 40~60g 未満	6. 100g 以上

Q34. あなたは日頃、どのようなタイプのチーズを食べることが多いですか。(○印はいくつでも)

1. 6P チーズ	6. シュレッドチーズ	10. 濃厚チーズ
2. スライスチーズ	7. カマンベール	11. 栄養強化チーズ
3. ベビーチーズ	8. パルメザン	12. 味付きチーズ
4. スティックタイプチーズ	9. モッツアレラ	13. その他( )
5. クリームチーズ		

Q35. あなたがチーズを食べる理由は何ですか。次の中から、いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)

1. おいしいから	9. 家族がすすめるから
2. 好きだから	10. 骨粗しょう症が心配だから
3. 栄養があるから	11. 良質の蛋白質があるから
4. カルシウムがあるから	12. 美容に良いから
5. 朝食など食事代わりに	13. 健康に良いから
6. ちょっとしたつまみとして	14. 医師など医療関係者が勧めるから
7. 習慣で	15. 他の食べ物に比べて安いから
8. いつも家にあるから	16. その他( )

Q36. 次に上げるチーズの銘柄のうち、あなたが知っているものを全てお答えください。(○印はいくつでも)

Q37. そのうち、最近半年間に購入したことがあるものはどれですか？いくつでもお答えください。(○印はいくつでも)

Q38. そのうち、最近1ヶ月最もよく購入しているものを一つお答えください。(○印は一つだけ)

	知っている	最近半年間に購入したことがある	最近1ヶ月最もよく購入している
アルベス	1	1	1
百吉福	2	2	2
多美鮮	3	3	3
光明	4	4	4
卡夫	5	5	5
藍多湖	6	6	6
美藍紅波	7	7	7
明致	8	8	8
瑞士	9	9	9
伊利	10	10	10
总统	11	11	11
安佳	12	12	12
必佳	13	13	13
三元	14	14	14
その他( )	15	15	15

台湾ブランド

	知っている	最近半年間に購入したことがある	最近1ヶ月最もよく購入している
佳品	1	1	1
安佳	2	2	2
卡夫	3	3	3
荷蘭	4	4	4
芝司樂	5	5	5
蓓佳	6	6	6
丹麥	7	7	7
布利	8	8	8
吉利	9	9	9
爵享	10	10	10
笑牛	11	11	11
その他( )	12	12	12

Q39. あなたは、日頃食べているチーズに対してどの程度満足していますか？(○印は一つだけ)

1. とても満足している  
2. 満足している  
3. まあ満足している  
4. どちらともいえない

⇒Q42 へ

5. あまり満足していない  
6. 満足していない  
7. 全然満足していない

⇒Q41 へ

【Q40で「5 あまり満足していない」～「7 全然満足していない」とお答えの方に】

Q40. 不満の場合は、その理由をお聞かせください。(OA)

--

Q41. ご家族のうち、日頃チーズを食べている人を全てお答えください。(○印はいくつでも)

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| 1. ご本人              | 5. 大学、または18歳以上のお子様 |
| 2. ご主人(配偶者)         | 6. 両親／義理の両親        |
| 3. 未就学のお子様          | 7. その他( )          |
| 4. 就学(小学、中学、高校)のお子様 | 8. 誰も食べない ⇒Q45 へ   |

Q42. お宅では日頃、一週間あたり平均どのくらいの量のチーズを食べていますか。(○印は一つだけ):

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1. 50g 未満     | 3. 100~200g 未満 |
| 2. 50~100g 未満 | 4. 200~300g 未満 |
|               | 5. 300g 以上     |

Q43. お宅で日頃、チーズを購入する理由は何ですか。(○印はいくつでも)

- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. 自分が好きだから  | 6. お子様の健康のため |
| 2. 自分の健康のため  | 7. お子様の成長のため |
| 3. ご主人が好きだから | 8. ご両親が好きだから |
| 4. ご主人の健康のため | 9. ご両親の健康ため  |
| 5. お子様が好きだから | 10. その他( )   |

### 健康や食生活についてお聞きします。

Q44. あなたの日頃の食事についてお答えください。平均で考えると、週に外食は何回ですか？中食は？手料理を作るのは？

回数	朝食	昼食	夕食
外食	週に__回	週に__回	週に__回
中食*	週に__回	週に__回	週に__回
手料理	週に__回	週に__回	週に__回
その他( )	週に__回	週に__回	週に__回
計	7回	7回	7回

\*中食とは、自分で料理しないで、お弁当やお惣菜などを買ってきて、家で食べることを言います。

## 各国の乳製品のイメージについてお聞きします。

Q45. 次にあげている原産地別の乳製品について、あなたはどのような印象をお持ちですか？

(○印はいくつでも)	新鮮な感じ	親しみやすい	品質が高い	おいしい	栄養が豊富	美容に良い	価格が高い	健康に良い	安全性が高い	高級な感じ	このなかにはない
国産	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
日本産	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
オセアニア産(豪・NZ)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
欧州産	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

## 日本産の乳製品についてお聞きします。

日本産の牛乳について：

日本の牛乳は厳格な品質管理の下で加工され、国際的な品質安全基準を満たした安全性の高い製品です。

Q46. あなたは、このような日本産の牛乳(1000mlパック)の価格が35円で売られているとしたら、どの程度買いたいと思いますか？

ぜひ買いたい	買いたい	まあ買いたい	どちらともいえない	あまり買いたくない	買いたくない	まったく買いたくない
1	2	3	4	5	6	7

Q47. あなたは、このような日本産の牛乳(1000mlパック)の価格が30円で売られているとしたら、どの程度買いたいと思いますか？

ぜひ買いたい	買いたい	まあ買いたい	どちらともいえない	あまり買いたくない	買いたくない	まったく買いたくない
1	2	3	4	5	6	7

Q48. あなたは、このような日本産の牛乳(1000mlパック)の価格が20円で売られているとしたら、どの程度買いたいと思いますか？

ぜひ買いたい	買いたい	まあ買いたい	どちらともいえない	あまり買いたくない	買いたくない	まったく買いたくない
1	2	3	4	5	6	7

台湾の価格設定：

35 元 ≒ 525 円 ≒ 145NT\$

30 元 ≒ 450 円 ≒ 125NT\$

20 元 ≒ 300 円 ≒ 85NT\$

最後に、あなたご自身と家族についてお聞きします。

F1 あなたご自身を含め同居しているご家族の人数をお答えください。

人
---

F2 あなたご自身を含め同居しているご家族をすべてお答えください。(○印はいくつでも)

- |                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| 1. ご本人              | 5. 大学、または 18 歳以上のお子様         |
| 2. ご主人(配偶者)         | 6. 両親／義理の両親                  |
| 3. 未就学のお子様          | 7. その他(                    ) |
| 4. 就学(小学、中学、高校)のお子様 |                              |

F3 あなたのご職業は何ですか。あてはまるものを 1 つだけお答えください。(○印は一つだけ)

- |                  |                               |
|------------------|-------------------------------|
| 1. 公務員           | 7. 学生                         |
| 2. 会社員(管理層)      | 8. 自由職業                       |
| 3. 会社員(一般職)      | 9. 無職／離職／退職                   |
| 4. 専門職(弁護士、教師など) | 10. 専業主婦                      |
| 5. 一般労働者(ブルーカラー) | 11. その他(                    ) |
| 6. 自営業者          |                               |