

中国(北京・上海・香港)における 輸入乳製品受容性探索調査報告書

2008年3月

日本酪農乳業協会

実施要領と全体の流れ

■ 実施要領

1. 調査背景と目的

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礎情報として、輸出先現地における日本の牛乳・乳製品の受容性を明らかにすることを目的として実施する。

2006年度に実施した調査により、現地における乳製品の飲食実態、輸入品に対するイメージ、日本の乳製品に対するイメージなどの基本情報は明らかになった。また、チーズに関しては輸入ブランドも多く市販されており、外国ブランドに対する受容性も高いことが判明した。

しかし、中国の経済発展に伴い牛乳・乳製品業界も急成長を遂げている中、牛乳・乳製品の消費ニーズの変化は著しい。また、2006年度の調査結果を踏まえて、受容性について更に踏み込んで確認すべき課題も多く残っている。

そのため、今年の調査では変化のなかで牛乳・乳製品に対するニーズを捉えると同時に、試食試飲テストも交えて、日本製の牛乳・乳製品（特にチルド牛乳とプレーンヨーグルト）の受容性について検証することを目的に実施する。

2. 今年の調査課題

- ✓ 食文化および食意識の変化、その変化のなかで、牛乳や乳製品に求めるベネフィットは？
（2007年度新規）
- ✓ 購入意向の高いターゲット層はどんな人達？
（2006年度の調査結果の深堀）
- ✓ チルド牛乳とプレーンヨーグルトの味・パッケージ評価
（2007年度新規）
- ✓ 日本ブランドに対する期待点、ブランド価値はどうアピールすべきか？
（2006年度の調査結果の深堀）
- ✓ 価格受容性は？
（2006年度の調査結果の深堀）

■ 全体の流れ

【STEP 1】 日本 FGI （在日中国人グループ・インタビュー）

現在日本に在住で、乳製品を飲食している中国人を仮想未来の中国乳製品消費者と位置づけ、日本の乳製品に対してどのようなイメージを持っているのか、あるいは変化したのかを、味、コンセプト、パッケージ、文化の違いなどの切り口から明らかにし、あとの中国調査を行ううえでの仮説抽出を試みる。

【STEP 2】 中国 FGI （グループ・インタビュー）

日本での FGI の結果を踏まえて、高級食品に関与度の高い人をターゲットとして、牛乳・ヨーグルトの飲食実態および味覚テストとブランドイメージのテストを実施し、日本産の安全性や味の優位および日本産牛乳のイメージとアピールポイントに関して深堀検証することを目的とする。（試飲・試食あり）

【STEP 3】 中国 CLT （会場テスト）

【ステップ2】の結果を踏まえて、味、ブランドイメージに対する評価を定量的に把握すると同時に、実態部分に関しては昨年度の経年比較と更なる深堀も課題とする。

STEP 1



中国における輸入乳製品受容性探索調査 STEP1 日本FGI 結果報告書

2007年10月

目次

. 調査概要	P. 3
. まとめと考察	P. 6
1. 食生活の変化	P. 7
2. 安全安心に対する意識	P. 8
3. 牛乳の飲食変化	P. 9
4. ヨーグルトの飲食変化	P. 10
5. パッケージ評価	P. 11
6. 日本製牛乳の評価とアピールポイント	P. 13
7. 価格受容性	P. 14
8. Step1の結果を踏まえてStep2の課題と仮説	P. 15
. 調査結果の詳細	P. 16
1. 普段の食生活	P. 17
2. 牛乳の飲食実態	P. 21
3. 牛乳の購入重視点	P. 24
4. 日本の牛乳に対する評価	P. 25
5. 中国で高級牛乳について	P. 26
6. 中国で日本産牛乳・ヨーグルトの購入経験	P. 27
7. 日本の輸入牛乳の購入意向	P. 28
8. 牛乳パッケージ評価	P. 29
9. 日本産牛乳のアピールポイント	P. 33
10. 日本、北海道、九州の牛乳イメージ評価	P. 34
11. ヨーグルトの飲食実態の変化	P. 35
12. ヨーグルトのパッケージ評価	P. 39
付録	P. 42

調査概要

1. 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礎情報として、輸出先現地における日本の牛乳・乳製品の受容性を明らかにすることを目的として実施する。

2. 主な聴取項目:

来日前後食生活の変化

来日前後牛乳、ヨーグルトの飲食変化

牛乳、ヨーグルトのパッケージ評価とユーザーイメージ

日本産牛乳のイメージ評価とアピールポイント


対象者プロフィール

未婚者グループ

番号	年齢	婚姻状況 / 同居家族		日本 居住年数	出身地	牛乳飲用頻度		ヨーグルト食用頻度		チーズ食用頻度	
		来日前	来日後			来日前	来日後	来日前	来日後	来日前	来日後
1	25	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年半	青島	週に5～6日	週に5～6日	週に1～2日	週に3～4日	食べない	毎日
2	26	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年2ヶ月	大連	毎日	毎日	週に3～4日	週に3～4日	食べない	月に1～3日
3	22	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年未満	長春	毎日	毎日	毎日	週に3～4日	食べない	月に1～3日
4	24	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年未満	大連	毎日	毎日	週に1～2日	週に1～2日	食べない	月に1～3日
5	23	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年半	福清	週に5～6日	毎日	週に1～2日	毎日	月に1～3日	週に1～2日
6	26	未婚・家族と同居	未婚・一人暮らし	1年未満	大連	週に1～2日	週に3～4日	毎日	週に5～6日	週に1～2日	週に1～2日

既婚者グループ

番号	年齢	婚姻状況 / 同居家族		日本 居住年数	出身地	牛乳飲用頻度		ヨーグルト食用頻度		チーズ食用頻度	
		来日前	来日後			来日前	来日後	来日前	来日後		
1	28	未婚・一人暮らし	既婚・子供なし	4年半	上海	週に1～2日	毎日	月に1～3日	月に1～3日	食べない	月に1～3日
2	29	未婚・家族と同居	既婚・子供なし	4年半	錦州	毎日	週に5～6日	週に1～2日	週に5～6日	食べない	月に1～3日
3	28	未婚・家族と同居	既婚・子供なし	4年	武漢	毎日	毎日	週に1～2日	月に1～3日	月に1～3日	毎日
4	36	既婚・子供あり	既婚・子供あり (12歳)	1年未満	瀋陽	毎日	週に3～4日	週に3～4日	週に3～4日	月に1～3日	食べない
5	30	未婚・家族と同居	既婚・子供あり (2ヶ月)	5年半	北京	毎日	毎日	週に1～2日	週に3～4日	週に1～2日	週に1～2日
6	29	未婚・家族と同居	既婚・子供なし	6年	上海	毎日	毎日	毎日	毎日	週に1～2日	週に1～2日



まとめと考察

食生活の変化

ライフスタイルの変化

生活が忙しくなる

普段より野菜摂取が不足

栄養不足が気になっている

意識の変化

健康意識が高まる

栄養補給を重視する

安全安心に対する意識

来日前

- ❑ 食品の安全や安心に対する意識は高い。
- ❑ 買ってきた野菜を水に漬けてから調理するなど気をつけていた人もいた。
- ❑ 中国の大手である光明乳業の不祥事件に関する報道をニュースやインターネットで知り、購入を控えるようになった。

来日後

- ❑ 日本の食品に対する品質安全性が分かって、安心していた。
- ❑ 一方で、日本に比べて中国に対しては偽物が多いと、品質や安全性が不安が増した。

牛乳やヨーグルトに関しては、

- 蒙牛、伊利などの大きなメーカーの商品に関しては、品質や安全面で信頼している。

- 日本産乳製品は品質安全面で信頼されており、優位ではあるものの、決定的な競争優位とは言いがたい。

牛乳の飲食変化

来日前

主に朝と夜寝る前に飲む

来日後

飲み物代わりに飲むことが増えた

- その理由: 栄養補給意識が高まったことと日本の牛乳がおいしいことが大きい。

上海ではチルド牛乳が飲まれているが、地方都市は依然LLがメイン。

ほとんどチルド牛乳を飲んでいて、その味に対しては好評。

- 来日年数が経っている既婚者グループは飲む量が増えたが、来日年数が短い未婚者はあまり変わらない。

ヨーグルトの飲食変化

来日前

・飲み物替わりやおやつとして飲む

- 飲み物代わりやおやつとして飲んでいることは変わらない
- 依然中国のヨーグルトが好まれている。

・ドリンクタイプが多い。
・プレーンヨーグルトを知らない人が多い。

- プレーンヨーグルトに関しては、来日後好きな人もいますが、そのまま食べると酸っぱくてまずいと言い、必ず砂糖、野菜、果物、缶詰、ブルーベリージャムなどを混ぜて食べる。
- 附帯の砂糖袋は足りないとの不満があった。

来日後

・朝食替わりに食べるが増える

・プレーンヨーグルトを食べようになる人もいる

パッケージ評価 (1)

チルド
牛乳

- 全体的に中国のパッケージと比べて、色味では特に特徴は見られないが、内容成分表示が詳細など情報が多いと評価につながった。
- グループによって意見が分かれる。

未婚者

おしゃれで、かわいいパッケージが好まれる。
例えば: 明治おいしい牛乳、森永のおいしい牛乳、MEGMILK

既婚者

自然で、牛乳らしい白みのパッケージが好まれる。
牛乳 = 白という認識のせい、赤に対する抵抗感が強い人が多い。
例えば: 明治おいしい牛乳、森永のおいしい牛乳

ただし、いずれもシンプルさを重視しており、「小岩井まきば」などは内容が盛りたくさんすぎると評価が落ちた。

プレーン
ヨーグルト

- 中国ではあまり見られないパッケージで、中国のパッケージがより好まれる。
- 主には、大きさが嫌われ、可愛くないとの評価。
- パッケージの大きさや形状などから洗剤を連想する人もいた。
- 小岩井の三角形のパッケージが好評だった。

パッケージ評価 (2)

チルド牛乳

明治
おいしい牛乳



森永
おいしい牛乳



日本ミルクコミュニティ
メグミルク



タカナシ
北海道4.0牛乳



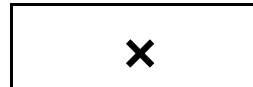
小岩井
まきば



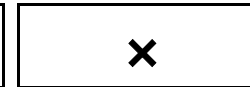
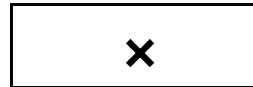
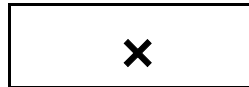
小岩井
農場3.7牛乳



未婚者



既婚者



未婚者Gr.のみ呈示。

プレーン
ヨーグルト

明治
ブルガリア



森永
ビヒダス



日本ミルクコミュニティ
恵



小岩井
生乳100%



小岩井
グルメファン



グリコ
朝食ヨーグルト



未婚者



既婚者



日本製牛乳の評価とアピールポイント

- 味、新鮮さ、品質管理、栄養豊富、北海道産などがアピール評価につながった。
- 九州に関しては、知名度、暑い地方ということから牛乳のアピールポイントには難しい。
- 中国人は食べ物寒いところで取れたものおいしいと認識している人が多い。

味がおいしい



牛乳本来の濃厚な香り、あっさりしていて東洋人に合う味

新鮮



賞味期限が短いので新鮮と認識

品質が安全



徹底した品質管理が安全な品質の評価につながる

栄養豊富



100%生乳、成分無調整で牛乳本来の栄養がそのまま

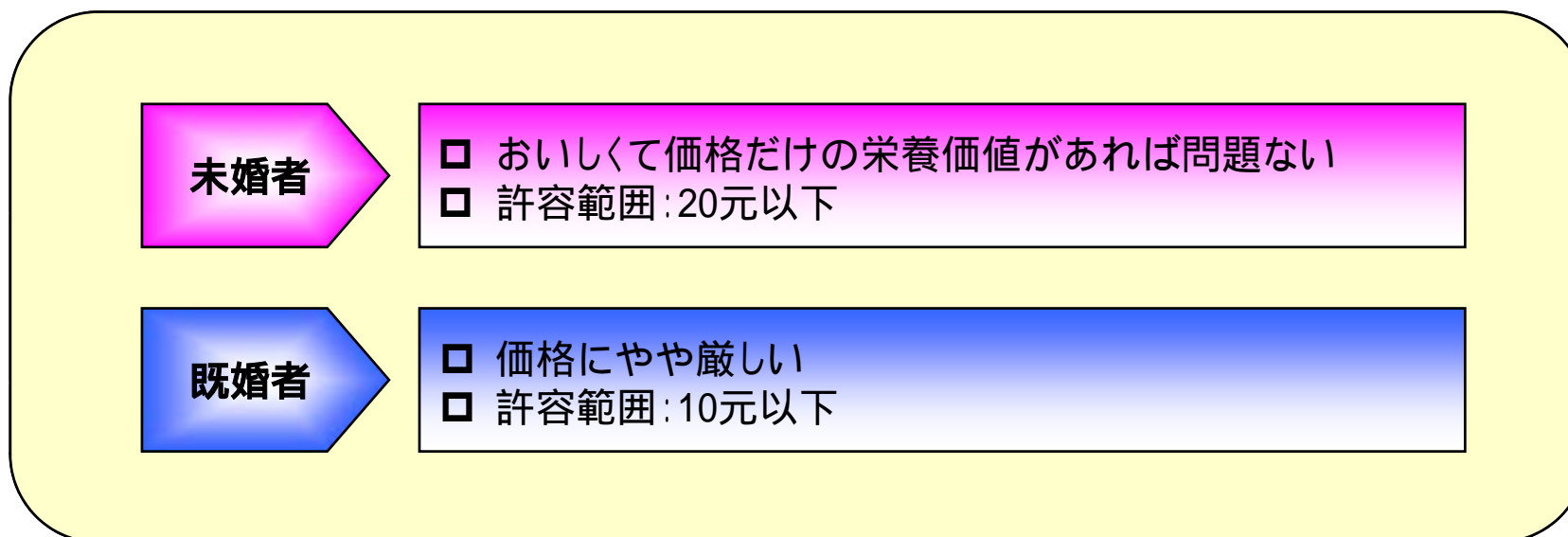
北海道産



北海道の知名度が高く、寒い地帯という環境が評価される

価格受容性

- 価格はやはり大きなハードルで、ただ品質と安全性を訴えて2倍以上の高い価格を設定するのは、受け入れられにくい。
- 価格に求めるもの：価格だけの栄養分があれば高くてもOK。
- 既婚者グループに比べ、若い未婚者グループで、購入意向が比較的に高かった。



1元 15.36円 2007年10月1日現在

Step 1 の結果を踏まえて Step 2 の課題と仮説

ターゲット層

● Step 2 の対象者条件を調整を検討

Step 2 における課題

- 品質の安全面で日本産牛乳は本当に競争優位となるか
- 牛乳の味の優位はどこまでの価格優位につながるか
- プレーンヨーグルトの味の受容性は？
- パッケージ評価の再確認
- 日本産牛乳のイメージとアピールポイントに関して深堀
(北海道のイメージ、味や新鮮さに対するイメージなど)



調査結果の詳細

普段の食生活 (1) 朝食

来日前

- おかゆと漬物、パンと牛乳、煮卵と牛乳、ご飯、牛乳、揚げパン、肉まん、小籠包、ねぎ餅などが多い。
- 飲み物はほとんど牛乳と豆乳。ヨーグルトはあるが、少ない。
- 朝食は主に家で食べており、まれに市場や屋台で買ってきて家で食べていた。
- 未婚者に比べ、既婚者のほうが中華がより多い傾向。

来日後

- 一部の人に変化が見られた。未既婚で特に違いは見られない。

□変わらないという人:

- 三食の時間・内容・飲み物など日本に来てからも変化はない。
- 朝は時間がないので食べない(自販機でお茶を買うくらい)。

□変わったという人:

- 日本に来てから牛乳は朝を中心に飲み、朝にヨーグルトを食べるようになる。
- 朝 炒め物を食べる人はいない。
- 味に関する変化:油っぽいものを食べない、味付けが薄めになった

普段の食生活 (2) 昼食

来日前

- 食べものに関しては、炒め物など中華が多い。ラーメンなどの麺やスープもの、セットの定食(20円でスープ もしくは お粥・ご飯・おかずなど)
- 昼食中はお弁当付きのスープを飲み、特に飲み物ということはない。
- 普段の飲み物は、ドリンクタイプのヨーグルト、果物ジュースが特に多いが、おやつ代わりに、のどが渴いたときに飲んでた。
- 食べる場所はほとんど外でお弁当や食堂やレストランで食べていた。
- 未婚者の若い人の中では、ランチとしておやつとしてパンやヨーグルトを食べる人もいた。

来日後

- 食べる場所は外が多く、お弁当などが多い。
- 既婚者に関しては依然として中華が多いが、未婚者は中華が少なく和食が増えるなど変化があった。

普段の食生活 (3) 夕食

来日前

- 中華・洋食(ピザ、ハンバーガーなど)どちらも食べるが、家では炒め物など中華が多い。理由の一つとしては洋食は作れないため。
- 夜は、ヨーグルトと牛乳を多く飲む。ヨーグルトはおやつ、牛乳は就寝前に飲む。
- 食べる場所は基本的に家。
- 未婚者の若い人の中では、ダイエットのため朝と昼しっかり食べて夕方はあまり食べないという人もいる。

来日後

- 未婚者では生活に合わせた食生活に変わり、自炊する人が多くなっている。
- いずれも家で中華を多く食べているものの、和食と洋食も増えている様子。
- 仕事がある日は外で簡単に済ませ、帰宅後にお菓子やヨーグルトを食べるなど日によって異なるという人もいた。
- 夕方帰ってきて牛乳を飲む人は少なくなっている。
- 洋食は全く食べないという人もいた。

普段の食生活 (4) 気をつける点

- 来日前は主に朝食を重視していたが、来日後生活が忙しくなり、栄養不足がちと認識し、栄養や健康を重視する意識がより高くなっており、早寝、野菜摂取、サプリメントなどで栄養バランスを気にしている人が多い。
- また来日前は生産日を必ず確認するなど安全や衛生の上で気をつけていたが、来日後は日本の食品の安全性や衛生について信頼しているため、特に気をつけることはないが、できるだけ加工日が近いものを選ぶ人が多い。

朝食重視

- ✓ 朝は時間がないので早く済ませられるものを食べる
- ✓ 胃が機能しないため体温と同じくらい温かいものを飲食
- ✓ 1日のスタートなので栄養は大事
- ✓ 朝夕に牛乳をたくさん飲む
- ✓ 朝は食べ過ぎないようにする
- ✓ 朝は味がしつこくないものを食べる

安全と衛生重視

- ✓ 新鮮さや衛生を確認するため、必ず生産日や賞味期限を確認したり、商品を手に取りよく見てから購入する人が多い。
- ✓ その理由は、古いものを新しい生産日に変えたり、未来の日付が記載されていたり、生産日の偽装事件が多いため。
- ✓ 偽物を避けるため、できるだけ信用できる大手スーパーで買い物したり、大手ブランドのものを購入する。

牛乳の飲食実態 (1) 種類

- 飲む牛乳の種類は来日前後大きな変化がある。来日前はほとんどLL牛乳で1回で飲みきれのサイズが多かったのに対して、来日後は全員が1Lのチルド牛乳を買っている。
- 来日前、チルドを知っていた人の中では一部。ただし、「チルドはあまりスーパーになかった」、「あまり頻繁に飲まないので大きいものやチルドは買わなかった」、「チルドは賞味期限が短いので買わない」などチルドをあまり飲まない人もいた。
- 味に関しては全員おいしいとの評価。

来日前	来日後
<ul style="list-style-type: none"> ➢ ほとんど純牛乳で袋入りのLL牛乳が圧倒的に多い。上海の人はチルド牛乳もよく飲んでいる。 ➢ 純牛乳を飲む理由:加工プロセスが少なく、牛乳本来の栄養素がそのままあると認識しているため。 ➢ 宅配の絞り立ての牛乳も多いが、減少傾向。その理由:絞り立てで新鮮だが、味が良くなく(水で薄めた感じ)、殺菌が出来ていないため。 ➢ サイズについては20パック箱入り、ストロー付紙パック250 / 500ml(1人でちょうど飲みきれの量)が多い。 ➢ 家族がいれば大きいサイズを買う人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 1Lのチルドを買うようになった人が多数。理由はそれしか売っていないから。 ➢ 全般的に成分無調整で、100%乳の表示を選んで買う人が多い。 ➢ 価格は200円台が最も多い。 ➢ 種類に関しては、ダイエットのために脱脂牛乳や低脂肪のものを買っていた。 ➢ 特濃牛乳は日本で始めて飲んだという人もいた。

牛乳の飲食実態 (2) 飲用シーンや飲用理由

- 朝飲むことが多くなり、水代わりに飲む人が増えており、全体的に飲む量が増えている。栄養補給として便利だという理由が大きい。
- 中国にいたときには「他のもので栄養補給できるため」牛乳をたくさん飲まなかったという人もいた。

	来日前	来日後
飲む時間シーン	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 朝や寝る前が多い。 ➢ 牛乳は洋食という認識から、普段食べている中華料理と一緒に飲むことはない。 ➢ 昼はソフトドリンクなど他のものを飲むためあまり飲まない。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 朝食時や水のかわりに飲む。 ➢ 夜飲む代わりに朝飲むことが多い。
牛乳を飲む理由	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 栄養がある、体に良い ➢ 子供の背が伸びる ➢ 朝のコマーシャル・マスコミの影響 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 栄養補給のためには便利と認識 ➢ 既婚者の中では簡単な栄養補給方法として、よく眠れる、子供の背が伸びるためなど健康面の理由が多い。

対象者の発言より:

「外で牛乳は飲まない、家で飲んでた(毎日配達)」、「朝あるいは夜毎日宅配牛乳・小さいカップのヨーグルトを飲んでた」、「学校に行くときに外で飲んだ」、「中華料理と牛乳と一緒に飲むことはない、朝パンと一緒にあるいは寝る時」、「のどが渴いたら飲んでた(朝・夕)が、来日後も変わらず飲んでいる」

牛乳の飲食実態 (3) 飲み方

- 来日前は温めて飲んでいて人が多い。宅配牛乳に関しては沸騰させ殺菌してから熱い牛乳を飲む。来日後はほとんど冷たいままで飲んでいる。しかし、一部の人は体温と同じくらいの温度が最も吸収がいいと認識しているため、レンジなどで体温と同じ温度に温めて飲んでいる。
- 来日前後ともそのまま飲む人が多い。ただし、蜂蜜やシリアル、コーヒーなどと混ぜて飲む人もいる。
- 牛乳を使って料理をした経験はないのはいずれのグループでも来日前後でも変わらない。

来日前	来日後
<ul style="list-style-type: none"> ▶ 常温のものを購入し、家で加熱して飲む人が多い。 ▶ 冬は暖めて、夏は常温でなど時節によっても飲み方が変わる。 ▶ チルドを飲む上海の人は冷たいままで飲むという人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ すでに殺菌されているため温める必要がないと認識。 ▶ 未婚者は、基本的には冷たいまま方が好まれているが、既婚者の中にはやはり温かい方が濃くて甘くなるため好きという人が多い。 ▶ 若い人の中では、氷を入れて飲むようになった人もいる。 ▶ 既婚者の中では、週2回行くサウナの後にはのどが渴くので牛乳を飲むという人もいた。
<ul style="list-style-type: none"> ▶ そのまま飲む人が多いものの、チョコレートや、コーヒー牛乳、蜂蜜入り、朝シリアルと一緒に飲む人も多くなっている。 ▶ 牛乳は洋食という認識から朝は牛乳とパンという組み合わせで飲む人が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 依然そのまま飲む人が多い。 ▶ 蜂蜜とバナナと混ぜて、コーヒーと混ぜて、シリアルと一緒に、など様々な飲み方を楽しんでいる人もいる。

牛乳の購入重視点

- 購入頻度と量を見ると、中国では一度に大量に買っていたが、日本ではチルドが多く、頻繁に買っている。1リットルを1本買い、なくなったら買うというパターンが定着している。
- 重視点をみると、中国ではブランドが非常に重視されていた。蒙乳が圧倒的に多く、味の評価が高い。伊利はバニラの味がする、水っぽいと答えた人もいて、人気が落ちている様子。
- 保存期間に関して、2週間くらいから3ヶ月くらいまでOKと認識。短い方が新鮮だとの認識。6ヶ月は長すぎで信頼している日本のものでも添加物などを心配する。
- 安全面に関しては、中国でそれほど大きな問題は出ていないのでさほど重視していない。良いメーカーであれば品質は信頼できると考えていた。

来日前	来日後
<ul style="list-style-type: none"> ✓ ブランド:蒙乳や伊利などの大手のメーカーが人気。広告などで見たことないブランドは品質を心配して買わない。光明は不祥事が出来てからほとんどの人が飲まなくなったと言った。 ✓ 味:「純粋な味がする」、「無調整の牛乳は味が良い」、「味見しておいしいと思ったらそのメーカーをリピートする」 ✓ 生産日:期限切れを心配して、加工日や賞味期限の確認は習慣になっている人が多い。 ✓ 栄養:カルシウム・鉄分入りなど栄養素が添加されているものが好まれる。低脂肪タイプ、無脂肪タイプを好む人もいるが、脂肪なしのものは味が薄いと思う人もいる。 ✓ キャンペーン:「同じ価格でプレゼント付だとうれしい」など、キャンペーンでお得感を求める。ただし、おいしければ価格を気にしないという人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 味:成分無調整や「濃度」、100%乳などを気にする人もいて、味が濃いものを好む。ただし、「特濃」牛乳に関してはそこまでもいらぬとの評価。「明治おいしい牛乳」の評価が良かった。 ✓ 価格:200円くらいが最も受け入れられる。 ✓ ブランド:あまり気にしないが、コマーシャルのものか、北海道と書いてあるかを気にする人もいた。 ✓ 添加物:香料などの添加物を気にしている。 ✓ 新鮮さ:中国では非常に重視していた新鮮さに関してはあまり重視していない。でも棚の後ろの方のものを取っただけ賞味期限が長い(より後に加工した新鮮)ものを取る。

日本の牛乳に対する評価

- 2グループとも、ブランド・タイプに関係なく、味の評価が高い。多くの人が、中国の牛乳より日本牛乳が好き。最初は味に慣れなかったが、今は中国の牛乳がだめになったという人も一人いた。
- 多くの人は濃い味を好み、無調整は味が濃いという認識があった。
- 日本製は安全なので安心できるという人が多かった。



- ✓ 「味はおいしい」
- ✓ 「牛乳本来の味がしておいしい」
- ✓ 「香りがいい」
- ✓ 「濃い」
- ✓ 「味が全然違う。中国は水が入っている感じ」
- ✓ 「純粋な感じ」
- ✓ 「特別に濃いのが好き(複数)」
- ✓ 「無調整100%を買っている」
- ✓ 「濃厚などと書いてあるのが好き」

中国で高級牛乳について

- **購入経験率:**2グループともなし。未婚者グループに「母が買ったものを飲んだら味が良かった」という人が1人いた。
- **価格:**高い理由について疑問に思う人が多く、価格に見合う付加価値があれば買うという人もいたが、多くの人は高い価格を気にしていた。
- **購入理由:**自宅用ではなく、プレゼント用に購入するなら理解できるという見解。
- **贈答については、**入院中の老人や子供向けに栄養価も値段も高いものを贈ることが多い。
- **購入意向:**価格に見合うおいしさや栄養があれば買うという意見が多数挙がったが、毎日大量に飲むものなのであまり高いと買わないという人もいた。

高級牛乳のイメージ:

ポジティブなものが多い。

- 新しく出たもの
- 成分が良い
- 新しい栄養分
- 成分がピュア

味に対する評価(発言から)

- ✓ 「味が同じであれば安いものを買う」
- ✓ 「特別な成分が入っているなら買うかも」
- ✓ 「10元の高級牛乳と2元の蒙乳なら5倍の価格差があるので、2元のを5倍の量飲んだ方が、栄養的にはいい」
- ✓ 「栄養よりも価格重視」

中国で日本産牛乳・ヨーグルトの購入経験

- 既婚者グループでは知らない人がほとんどで、購入経験者は北京出身者一人しかいなかった。
- 未婚者グループで、大連の対象者は日本の明治の牛乳とヨーグルトを知っており、購入経験もあった。
- 購入理由をみると、未婚者の場合は「日本で飲むことが習慣になったから、日本の牛乳はおいしいから」だが、既婚者は「日本のものを家族に紹介するため」と異なる。

対象者の発言から：

- ✓ 「日本のものをたくさん売っているスーパーで見た」(大連出身、未婚者)
- ✓ 「日本と変わらない15円で買った」(大連出身、未婚者)
- ✓ 「上海でも見たことはない。」(上海出身、既婚者)
- ✓ 「テレビで明治の紹介を見た。」(既婚者)
- ✓ 北京では見た(LL・チルドとも)。2005年か2006年にイトーヨーカドーで見た。(北京出身、既婚者)
- ✓ 「日本のものを家族に紹介するため1回だけ買ったことがある。」(北京出身、既婚者)
- ✓ 「日本人向けや外資系のスーパーで見た。全てのものが揃っている。」(大連出身、未婚者)

日本の輸入牛乳の購入意向

- 日本の輸入牛乳について、新鮮さと価格が最も気にする点であった。
- 輸送期間と費用を考慮して、新鮮でなくなるのではないか、価格がとても高いのではないかと気にしている。
- 購入意向は未婚者の方が高かった。



購入意向が高い

購入意向が低い

未婚者

- おいしくて栄養があれば多少高くてもいいとポジティブ
- 「20元以内なら買ってもよい」

既婚者

- 「国内価格と同じなら買う、50%以上高ければ買わない」
- 「高い理由が輸送費のみなら買わない」
- 「日本製というのはアピールにならない」
- 「常に買うなら価格は安い方がいい、たまになら買うかも」
- 「輸送費用がかかるので中国では高いと思う」
- 「40元なら買う人はいないと思う」
- 「中国人は高所得者(3000-5000元)」
- 「牛乳好きなら価格は気にしない、味を重視するなら買う」

牛乳パッケージ評価 (1) 第一印象

- 日本のチルド牛乳のパッケージに対して、中国のパッケージとの違いとして、未婚者は成分、既婚者は形状と素材について言及した。

成分



- 成分などが詳しく書いてあり、表示がしっかりしている点が高評価であった。

形状



- 中国のLL牛乳の形状を思い出している。「中国のものは背が低く太い」「まっすぐで筒型のものが多い」。

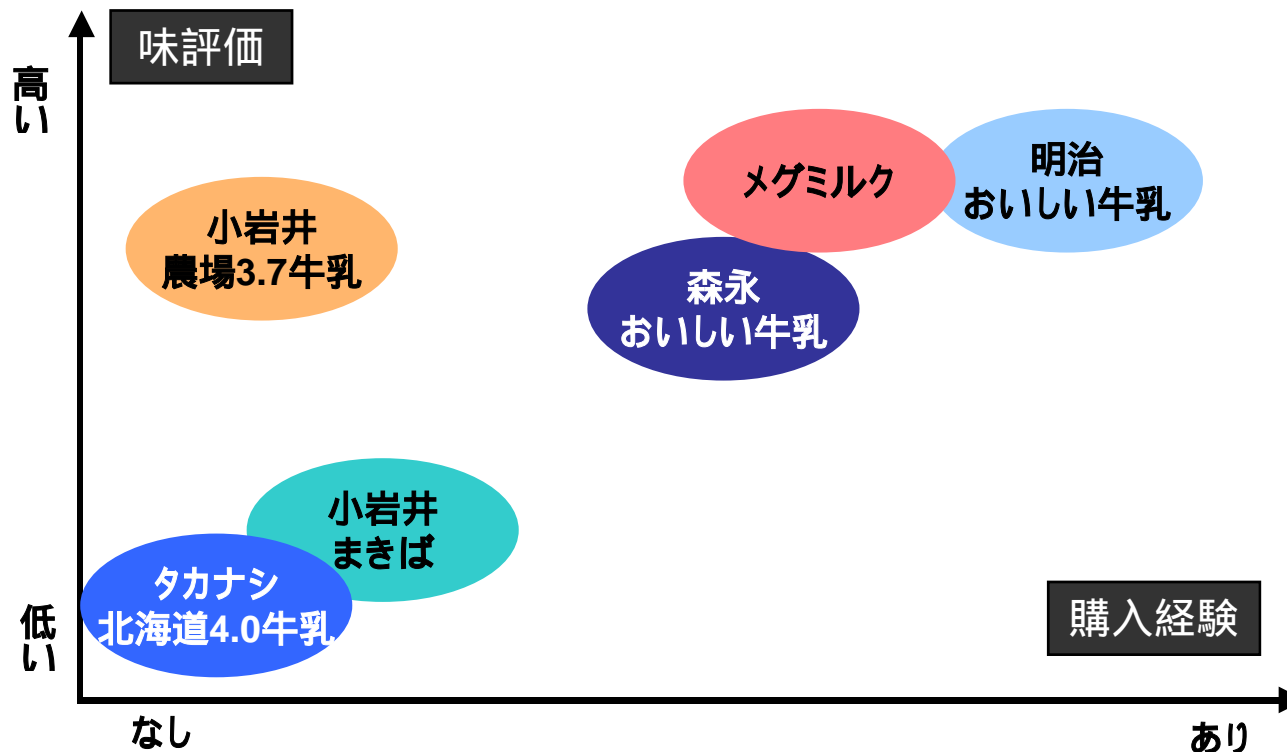
素材



- 日本は紙が多いのに対し、中国ではプラスチックやビニールのものが多い。

牛乳パッケージ評価 (2) 購入経験と味の評価



- 既婚者は「明治おいしい牛乳」を好きな人が多く、未婚者は「メグミルク」が好きな人が多い。
- 明治おいしい牛乳、森永おいしい牛乳、メグミルクに関しては、ほとんどの人が購入経験があり、おいしいという評価が多数。
- 「明治」は明治維新として中国では日本をイメージする人が多い。来日前から「明治」の認知者も多い。
- メグミルクは未婚者のなかでは特に好評で、「濃すぎず薄すぎずおいしい」、「香りがいい」、「他のとは味が違う」、「明治や森永と比べるとメグミルクがおいしい」などの発言があった。
- タカナシ北海道4.0牛乳、小岩井まきば、小岩井農場3.7牛乳に関しては、購入経験者は1～2人程度で、味の評価を見ると、小岩井農場3.7牛乳がおいしいとの評価だった。



牛乳パッケージ評価 (3)

	未婚者	既婚者	評価理由
<p>明治 おいしい牛乳</p> 			<p>(+) 「明治と大きく書いてある」、「中国では明治維新が非常に有名なため、日本製とわかるので良い」</p> <p>(+) 「おいしい」という言葉がひらがなでわかりやすいと好評。「おいしい」との文字がすき、「大きくおいしいと書いてあってわかりやすい」、「おいしい」という言葉が親しみやすい」</p> <p>(+) 白い自然な感じがする。</p> <p>(-) 「単調すぎ」、「地味すぎ」、「とても清潔だけど特色なし」とパッケージは好きじゃない人も一人いた。</p>
<p>森永 おいしい牛乳</p> 			<p>(+) 「濃い青色がおしゃれ」</p> <p>(+) 「ピンが牛乳をイメージしやすくていい」</p> <p>(+) 「牛乳のピンが書いてあってシンプルでいい」、</p> <p>(+) 「牛乳だとわかる」</p> <p>(-) 色が好きではないという人もいた。</p>
<p>メグミルク</p> 		×	<p>(+) コップがあったりデザインがいいし色も好き 「赤が目立つ」</p> <p>(-) 牛乳はやはり白い方が良く、赤いのは好きじゃない、</p> <p>(-) 「牛乳としては赤は合わない」、「赤はイチゴ味を連想する」、</p> <p>(-) 「文字として書いてないと牛乳のイメージではない」、</p> <p>(-) 「賞味期限の記載場所が他の牛乳と異なる。上に賞味期限が書いてある方がわかりやすくて良い、まとめ買いするから記載が目立つ方がいい」</p>

牛乳パッケージ評価 (3)

	未婚者	既婚者	評価理由
<p>タカナシ 北海道4.0牛乳</p> 	×	×	<p>(+) 「北海道のいいイメージがいい、日本のイメージが強い」</p> <p>(-) 「デザインはまあまあ、</p> <p>(-) サイドの水色の色や縦書きの字体が嫌い</p> <p>(-) 色の組み合わせが嫌、文字大きすぎ、デザインが偏りすぎ、</p> <p>(-) サイドにいろいろ書いてある</p> <p>(-) 背景は白のほうがいい。</p>
<p>小岩井 まきば</p> 	×	×	<p>(-) 蒙牛とそっくりで中国の牛乳みたい、日本っぽいのが欲しい、</p> <p>(-) 「まきば」の意味がわからない</p> <p>(-) 緑は好きだけどこれは嫌い、緑が入っているのはあまり好きではない。</p> <p>(-) 複雑でくどい。「絵が複雑でくどい感じがするいいと思う」、「模様の多いもの」</p> <p>(-) 白に下に青っぽい字が書いてある</p> <p>(-) 「牛乳らしくないものが嫌い」</p>
<p>小岩井 農場3.7牛乳</p>  <p>未婚者Gr. のみ呈示。</p>	×	-	<p>(+/-) 古典的</p> <p>(-) あまり気分よくない</p> <p>(-) デザインが込み入りすぎで色々書き込みすぎ、</p> <p>(-) 牛乳っぽくない</p> <p>(-) おいしい気がしない</p>

日本産牛乳のアピールポイント

- 未婚者の中では、成分表示が正確で詳細、不純物や混ぜ物などが入っていないなど品質に関する信頼性が非常に高かったが、既婚者の中では、味や香りが良く、純粋で濃いという意見が多かったが、品質や安全面に対する評価は中国とあまり違いはないと考えている人が多かった。
- **品質安全面で中国とあまり変わらないと思う理由**：「蒙牛は日本の生産技術を導入したので生産技術は同じ」「環境は中国の方がいいと思う」

アピールポイント：

- ✓ おいしさ
- ✓ 新鮮さ
- ✓ 衛生面
- ✓ 北海道の環境の良さ(汚染されていなく空気が新鮮)
- ✓ 成分の明記
- ✓ 高い価格に見合った品質の高さ
- ✓ 牛の質
- ✓ 酪農に適した気候
- ✓ 加工技術や中国企業との技術差

アピールの仕方について：




- 試飲を含めたプロモーションも有効であるという意見が多く挙がったが、とりあえず試したいだけで試飲しても買わない人もいるという意見もあった。
- 「味見や試飲を実施し、おいしいということを知ってもらう」

保存期間(賞味期間)について：

保存期間はあまり長いと保存料が含まれているのではないかと却って不安に思い、あまりおいしくないのではないかと考えていた。

日本、北海道、九州の牛乳イメージ評価

- 北海道、日本のイメージは全般的に良い。北海道のイメージは、日本そのもののイメージよりも評価が高い。
- 一方、九州はあまり有名でなく、特に酪農というイメージは全くない。

	評価理由
<p>日本</p> 	<p>(+) 長寿で有名、</p> <p>(+) 日本料理や日本製品は人気がある</p> <p>(+) 栄養価が高いイメージ</p> <p>(+) 海外産の中で新鮮さを重視する</p> <p>(+) 日本製品は全般的に評価が高い。</p>
<p>北海道</p> 	<p>(+) 北海道の認知は高く、日本を代表するイメージ</p> <p>(+) 汚染がなく環境が良い 「環境がいいことから、おいしいイメージを連想」、</p> <p>(+) 「かに、寒い、雪が降る、観光などで有名」</p> <p>(+) 「乳製品では一番有名な場所」「牛が多い」</p> <p>(+) 酪農にあった気候 「北の方が牛がよく育つ」、「牛乳がおいしい」</p> <p>北海道の認知経路: テレビや映画などのメディアや観光</p>
<p>九州</p> 	<p>(-) 全体的に九州のイメージは薄く、乳製品の産地という認識はほとんどない。</p> <p>(-) あまり有名でない</p> <p>(-) 牛は寒いところの方がよく育つという認識から、南にあり暑い九州は酪農のイメージが薄い。</p> <p>(-) 「暑いので牛乳の生産に適していない」</p>

ヨーグルトの飲食実態の変化 (1) 種類

- 2グループとも大きな差がなく、来日前はドリンクタイプのもの、果物が入っているものを好んでいた。
- 来日後はプレーンヨーグルトを食べて混ぜて食べるのが好きになった人もいるが、依然飲むタイプを飲んでいたり、小分けパックの味付けヨーグルトを買う人が多い。
- 新鮮さに関しては違いはないという意見が多数。
- 乳酸菌に関しては日本の方がより強調されているという人もいた。

来日前	来日後
<ul style="list-style-type: none">✓ 少量飲み切りのドリンクタイプが主流で食べるタイプは少ない。✓ 果物が入っているものなど、様々な種類があったがプレーンはなかった。✓ サイズは中国の方が小さめ。✓ パッケージ・形状は、袋入りや枕型、ビン入りでストロー付のものが主流。✓ ブランドでは、伊利が多く挙がった。	<ul style="list-style-type: none">✓ 小さいサイズのものや甘みがついているものや果物入りのものが好まれる。✓ プレーンタイプは酸味が強く、そのままでは食べられない人が多かった。✓ 全般的に食べるタイプのヨーグルトは甘みがついているものや果物入りのものが好まれる。

対象者の発言より:

- ✓ 「スプーンで食べるタイプのもの食べるようになった(おいしい、噛むのがいい、飲むのはあつという間なので)」
- ✓ 「果肉入りは中国の方が多い」
- ✓ 「中国では果肉の切り方が違うのかも、中国の方が果肉の量が多い」
- ✓ 「イチゴ味は日本の方がおいしい」
- ✓ 「日本の果肉の方が中国のものより素材そのものの味がする」

プレーンヨーグルトの好き嫌い

- 来日前、プレーンヨーグルトについては知らない人がほとんど。
- 来日後、プレーンの食用経験は全員ある。ただしプレーンは酸味が強く砂糖や果物をいれないと食べられないという人が多数。
- 自分で味の調整が難しい、混ぜてしまうと純粋な味ではなくなるなど、プレーンヨーグルトを味付けすることに抵抗がある人も見られた。
- 未既婚で特に大きな違いは見られない。

プレーン好き	プレーン嫌い
<ul style="list-style-type: none">➢ 「無糖プレーンタイプは(砂糖付→砂糖足りないという人も)人それぞれ好きなだけ砂糖を加えられるのは良いと思う」➢ 「フルーツを入れる場合も無糖タイプがいい」➢ 「プレーンは安い、栄養もあるので買う」	<ul style="list-style-type: none">➢ 「朝は時間がないので、すでにいろいろ入っている方が便利」➢ 「新鮮さを重視しているので小分けタイプを買う」➢ 「プレーンは大きいタイプが多いので買わない」➢ 「プレーンの上に溜まった水が気持ち悪い」➢ 「味が無いものが好きではない(酸っぱいだけなので)」➢ 「フルーツを入れるのは面倒。かといってすでに入っているものは経済的に高いので買わない」➢ 「プレーンは大きいと食べ切れないので、小さいタイプを作って欲しい」

対象者の発言より:

- ✓ 「中国のものとプレーンの味が全然違う。中国のプレーンヨーグルトは果物が入っていないタイプのことを言う、日本のは甘くない」
- ✓ 「ついている砂糖は少ない。2袋欲しい」

ヨーグルトの飲食実態の変化 (2) 摂取時間

- 来日前、ヨーグルトは牛乳と違い、朝と寝る前に飲むというよりものが渴いた時などに、ソフトドリンクやおやつ代わりに飲むことが多かった。朝はあまり飲まれていない。
- 来日後はおやつや飲み物代わりということは変わらないが、朝食が増えている。
- また、来日前は夏に飲むことが多かったが、来日後は特に季節を気にしていない。
- 未既婚で特に大きな違いは見られない。

来日前	来日後
<ul style="list-style-type: none">➢ のどが渴いたときなどに、ソフトドリンクやおやつ替わりなどに飲むことが多かった。➢ 朝はあまりない。➢ 飲むタイプはソフトドリンクという認識やコマーシャルの時期から、夏場に飲まれることが多かった。	<ul style="list-style-type: none">➢ おやつとして、TVを見ながら暇な時に食べる。➢ 朝食替わりに食べる。

対象者の発言より:

- ✓ 「夏に良く飲んでた(夏に宣伝されていたせい)」
- ✓ 「冷たいものなので冬は食べない(温められないし)」
- ✓ 「季節感のあるものなので、冬は食べない」
- ✓ 「いつでも飲んでた、ドリンク替わりにのどが渴いた時、スーパーで買って外で飲むこともあった」
- ✓ 「家で(おやつ時はヨーグルトのみ飲んだ)」
- ✓ 「ときどき家でテレビやインターネットを見ながら」

ヨーグルトの飲食実態の変化 (3) 飲食方法

	来日前	来日後
飲み方・ 食べ方	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲むヨーグルトはドリンク代わりに飲んでいたため、冷蔵庫に入れておいてそのまま飲む人が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本製のプレーンヨーグルトは酸味の強さからそのままでは食べられず、果物や蜂蜜などを混ぜて食べる、付属の砂糖を混ぜて食べるという人が多数。 ▶ 入れるもの：砂糖、バナナ、りんご、蜂蜜、フルーツサラダ、缶詰の果物、など
摂取理由	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 健康と味がおいしいとの理由が多い。来日後も特に変化なし。 ▶ 「胃腸に良い、消化を助ける」 ▶ 「便秘の時(バナナ味のが良い)」 ▶ 「胃が苦しい時食べると楽になる」 ▶ 「美容のため、消化を助けるため」 ▶ 「舌触りや食感がいい」 	
料理経験	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 来日前後で特に変化はなく、全員ヨーグルトを使った料理経験はなし。 	
購入 重視点	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 味: 来日前後で特に変化はなく、味を最も重視していた。 ▶ 新鮮さ: 特に重視する訳ではないが、生産日や賞味期限が新しいに越したことはないという程度。 ▶ 好み: 美容によいもの(アロエ)や乳酸菌などと強調されているものを好む。 ▶ パッケージ: おやつとして食べているだけに、パッケージは重視されていて、ヨーグルトはかわいいと食べる時に楽しいと思っている。 	




ヨーグルトのパッケージ評価 (1) 第一印象と購入経験

注: プレーンヨーグルトのパッケージを呈示。以下同様。




	未婚者	既婚者
第一印象 中国の パッケージと 違う特徴	<ul style="list-style-type: none"> ➢ デザインについては、食べるタイプに関してはあまり違いはないものの、写真や絵が多い中国製のものより日本製の方が成分や効果などが詳細に記載されているため、文字が多くあっさりしているという印象が強い。 ➢ 機能性については、ふたがついていることが評価された。 ➢ パッケージの丈夫さを重視しているという意見もあった。 ➢ 中国では飲むタイプのプラスチックの縦型ペットボトルタイプが多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 全般的に中国の方がサイズが小さく細め。 ➢ 食べ切りサイズの方が好きという人もいた。
購入経験と 味の評価	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 甘味付のタイプが好まれるため、グリコ朝食ヨーグルトが一番おいしいという声が多かった。 ➢ プレーンタイプに関しては、砂糖つきかどうかを気にする、果物が入っていた方がいいという意見もあった。味はどれもさほど変わらないと思われる。 ➢ 明治ブルガリア 「この中に果肉が入っているととってもいい」、「プレーンは好きでないがドリンクは好き」 ➢ 森永ビヒダス 「好き」 	

ヨーグルトのパッケージ評価 (2)

- 未婚者の中では、グリコ朝食ヨーグルトと小岩井グルメファンが圧倒的に高評価であった。またパッケージに詳細な成分や効果など書いてあると良いという意見も見られた。
- 一方、既婚者の中では、小岩井グルメファン、グリコ朝食ヨーグルトが多くの人に好まれた。

	未婚者	既婚者	評価理由
明治 ブルガリア 	×	×	(-) 「大きすぎる」 (-) 「もたついた感じ」 (-) 「ブルガリアは間延びした感じ」 (-) 「洗剤のイメージがある。国内の洗剤と全く同じパッケージ」 (+) 「名前は明治はわかりやすい」 (+) 「いろいろ並んでいたら明治は安心できるので良い」
森永 ビヒダス 	×	×	(-) 「見ていて気分良くない」 (-) 「字の配置、レイアウトや色が好きではない」 (-) 「ふたの質が良くなさそう」
日本ミルクコミュニティ 恵 	×	×	(+) 「『恵』の意味が理解できない、『恵』から想像できないことがない」 (-) 「中身がわからない」 (-) 「赤の色が良くない(緑・青系統がいい)」 (-) 「見てすぐにわかるものでないと買わない」 (-) 「恵みという字からは何も感じない」 (-) 「ヨーグルトとはわからないと思う」

ヨーグルトのパッケージ評価 (2)

	未婚者	既婚者	評価理由
<p>小岩井 生乳100%</p> 	×		<p>(+) 「三角の形状やふたはいい、中国にはない三角形の容器」</p> <p>(+) 「さわやかな感じ(白と緑の組み合わせ)がいい」</p> <p>(+) 「緑の食品は無公害・無農薬・有機栽培というイメージ」</p> <p>(+) 「400gと他のブランドよりも容量が少なめ、大きさもちょうどいい」</p> <p>(+) 「ヨーグルトっぽいから」</p> <p>(-) 「緑と白の色の組み合わせが病院を連想させる(未婚者)」</p>
<p>小岩井グルメファン</p> 			<p>(+) 「三角の形状や深い色が高級感ある」</p> <p>(+) 「形とふたがとてもきれい」</p> <p>(+) 「他のふたと比べて色が高級」</p> <p>(+) 「三角形は新鮮」、「大きさもちょうどいい」</p>
<p>グリコ 朝食ヨーグルト</p> 		×	<p>(+) ヨーグルトとすぐわかること、朝食との文字、太陽の絵が評価された。</p> <p>(+) 「これと似たのが中国にある」</p> <p>(+) 「ヨーグルトらしくていい」</p> <p>(+) 「オレンジ色の模様がかわいい」、「色が着いていた方が子供が喜ぶ」</p> <p>(+) 「朝食って書いてあるから見てすぐに朝食食べるものとわかる」</p> <p>(+) 「学生や出勤する人たち、30～40歳以下の人向き」</p> <p>(+) 「太陽が昇っているのもいい」、「フルーツの絵がいい」</p> <p>(-) 「小さい子供にはいいけど、大人には幼いデザイン」</p>



付録

呈示物 チルド牛乳

		
<p>明治 おいしい牛乳</p>	<p>森永 おいしい牛乳</p>	<p>MEGMILK メグミルク牛乳</p>

		
<p>小岩井 農場3.7牛乳 (未婚Gr.のみ呈示)</p>	<p>小岩井 まきは</p>	<p>タカナシ 北海道4.0牛乳</p>

呈示物 プレーンヨーグルト

		
<p>明治 ブルガリアヨーグルト LB81</p>	<p>森永 ビヒダスヨーグルト</p>	<p>MEGMILK 恵み</p>
		
<p>小岩井 生乳100%ヨーグルト</p>	<p>小岩井 グルメファンプレミアムクリームヨーグルト</p>	<p>グリコ 朝食ヨーグルト</p>


Step1 日本FGI インタビューフロー

時間	質問内容	ポイント
5/5 分	1.導入 ➤ [モデレーターより] 調査会社の紹介、モデレーターの自己紹介、FGI の目的説明 ➤ [対象者より] 自己紹介（氏名、年齢、家族構成、出身地、在日年数、職業）	■ FGI 趣旨の説明 ■ ラポート形成
15/20 分	2.普段の食生活 来日前 ➤ 3食(朝・昼・晩)ととっていましたか？ ➤ 3食それぞれ、どんなものを食べていましたか？ ➤ 食生活で気をつけていたことは何ですか？ (栄養、おいしさ、手軽さ・スピード、安心、安全性意識、etc) 来日後 ➤ 現在(最近)、日本での食生活は、どのように変わりましたか？ ➤ 3食(朝・昼・晩)ととっていますか？ ➤ 3食それぞれ、どんなものを食べていますか？ ➤ 食生活で気をつけていることは何ですか？ (栄養、おいしさ、手軽さ・スピード、安全性、etc)	■ 来日前後で、普段の食生活がどのように変化したか把握 ■ 朝食はどこで何を食べているか？ ■ 健康意識は具体的にどのように求められているか？保健か、ダイエットか？
35/55 分	3.牛乳の摂取状況 来日前 (15分) ➤ 牛乳は飲んでいましたか？ ➤ 牛乳の種類は？(LL、チルド、etc.) その種類を飲む理由は？ ➤ いつ飲んでいましたか？(朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc) ➤ どこで？(家・通勤中・会社・学校、etc.) ➤ 何と？(一緒に食べる物はどんなものか) ➤ どのように？(温・冷、そのまま・何かと混ぜて[何を？]、etc.) ➤ 料理に使ったことはあるか？(どんな料理に、どのように?) ➤ 購入頻度と量は？(毎日、週1～2回、etc.) ➤ 購入時の重視点は？(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国?]、ブランド、パッケージ、栄養分・カルシウム、etc.) ➤ 高級牛乳について(濃厚で牛乳本来の味、) 飲用経験、購入経験、贈答について、価格について) (上海出身者限定で) ➤ 日本製の牛乳を見かけたことは？ ➤ 飲んだことは？ ➤ 評価は？(味、価格、パッケージ、etc.)	■ 来日前後で、牛乳の摂取状況がどのように変化したか把握 ■ 中華がメインの食生活において、牛乳・乳製品の位置付けは？ ■ 牛乳・ヨーグルト・チーズの飲食に関して、具体的にどのような利便性が求められているか？ ■ 食文化の洋食化などの変化は牛乳、乳製品の消費にどう影響を与えるか？ ■ 牛乳・乳製品と健康意識をどのように関連付けられるか？

	<p>来日後 (どのように変わったか) (20分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 現在、牛乳は飲んでいますか? ➤ 飲む頻度は? (毎日、週1~2回、etc.) ➤ 牛乳の種類は? (牛乳、成分調整牛乳、低脂肪牛乳、無脂肪牛乳、加工乳、入院料、豆乳、etc.) その種類を飲む理由は? ➤ いつ飲んでいましたか? (朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc) ➤ どこで? (家・通勤中・会社・学校、etc.) ➤ 何と? (一緒に食べる物はどんなものか) その理由は? ➤ どのように? (温・冷、そのまま・何かと混ぜて[何を?], etc.) その理由は? ➤ 料理に使ったことはあるか? (どんな料理に、どのように?) ➤ 購入頻度と量は? (毎日、週1~2回、etc.) ➤ 購入時の重視点は? (味覚、価格、新鮮さ、国産 vs. 輸入[どこの国?]、ブランド、パッケージ、栄養分・カルシウム、etc.) <p>日本の牛乳についての評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 味や舌触りなどどう? ➤ 国内の牛乳と比べての違い? (味覚、価格、新鮮さ、国産 vs. 輸入[どこの国?]、ブランド、パッケージ、栄養分・カルシウム、品質 etc.) <p>国内の牛乳と比べてどちらが好き?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 輸入食品に求める高品質とは具体的にどうか? ■ 高級感とは具体的にどんなイメージ? ■ 高いにもかかわらず、国産ではなく輸入品を買いたいと思う理由は? 期待点は? ■ 日本牛乳に対する評価および中国産との比較
15/70分	<p>4.牛乳パッケージ評価</p> <p>第一印象 購入経験 好き嫌いとその理由</p> <p style="text-align: center;">[パッケージを呈示]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ パッケージを好きなものを選択。理由は? ➤ 最も好きなパッケージの色、デザインの評価(いい点、よくない点)なぜ? ➤ 言葉は? 中国語に訳すとタブーだったり、よくないものはある? ➤ 中国でも(それぞれ)受け入れられるかと思う? だめな場合、なぜか? ➤ 中国ではどんな人が買うと思う? その理由は? 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 評価がよいパッケージの選択 ■ パッケージに対する好みを把握 ■ ターゲットユーザー層を確認
20/90分	<p>5.日本の牛乳のイメージ(日本、北海道、九州)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本の牛乳のイメージってどんなもの? なぜ、そう思う? [安全安心、品質管理] ➤ 北海道のイメージは? [「きれい」とは? 環境汚染、広々、大きい、人口少ないなど 認知経路・そう思う理由] ➤ 九州のイメージは? ➤ 他に日本の牛乳のイメージ UP につながるかもしれない? 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本、北海道、九州のイメージ把握 ■ 日本の牛乳にどのようなブランドイメージが求められるか? ■ 日本の牛乳のアピールポイントは?

<p>20/110 分</p>	<p>6.ヨーグルトの摂取状況</p> <p>来日前 (15分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ヨーグルトは食べていましたか？ ➤ 種類は？(タイプ等、味つき、何味かも、etc.) その種を食べていた理由は？ ➤ 飲食頻度は？(毎日、週1～2回、etc.) ➤ いつ？(朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc) ➤ どこで？(家・通勤中・会社・学校・給食、etc.) ➤ 何と？(一緒に食べる物はどんなものか) ➤ どのように？(そのまま・何かと混ぜて[何を？]、etc.) ➤ 料理に使ったことはあるか？(どんな料理に、どのように?) <p>➤ 購入頻度と量は？(毎日、週1～2回、etc.)</p> <p>➤ 購入時の重視点は？(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国のもの？]、ブランド、パッケージ栄養分・カルシウム、etc.)</p> <p>(上海出身者限定で)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本製のヨーグルトを見かけたことは？ ➤ 食べたことは？ ➤ 評価は？(味、価格、パッケージ、etc.) <p>来日後 (どのように変わったか) (15分)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ヨーグルトは食べていますか？ ➤ 種類は？(タイプ等、味つき、何味かも、etc.) その種を食べている理由は？ ➤ プレーンヨーグルトに関しては食べた経験、食べ方？ ➤ 食べる頻度は？(毎日、週1～2回、etc.) ➤ いつ？(朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc) ➤ どこで？(家・通勤中・会社・学校・給食、etc.) ➤ 何と？(一緒に食べる物はどんなものか) ➤ どのように？(そのまま・何かと混ぜて[何を？]、etc.) ➤ 料理に使ったことはあるか？(どんな料理に、どのように?) <p>➤ 購入頻度と量は？(毎日、週1～2回、etc.)</p> <p>購入時の重視点は？(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国のもの？]、ブランド、パッケージ栄養分・カルシウム、etc.)</p> <p>日本のプレーンヨーグルトについての評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 味や舌触りなどどう？ ➤ 国内の味付けと比べての違い？ <p>(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国?]、ブランド、パッケージ、栄養分・カルシウム、品質 etc.)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 国内の味付けヨーグルトと比べてどちらが好き？ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 来日前後で、ヨーグルトの摂取状況がどのように変化したか把握 ■ 日本(プレーン)ヨーグルトに対する評価および中国産との比較
<p>10/120 分</p>	<p>7.ヨーグルトパッケージ評価</p> <p>第一印象 購入経験 好き嫌いとその理由</p> <p>[パッケージを呈示]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ パッケージを好きなものを選択。理由は？ ➤ 最も好きなパッケージの色、デザインの評価(いい点、よくない点)なぜ？ ➤ 言葉は？中国語に訳すとタブーだったり、よくないものはある？ ➤ 中国でも(それぞれ)受け入れられるかと思う？ だめな場合、なぜか？ ➤ 中国ではどんな人が買うと思う？その理由は？ <p>終了</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 評価がよいパッケージの選択 ■ パッケージに対する好みを把握 ■ ターゲットユーザー層を確認

STEP 2



中国における日本の乳製品受容性探索調査

STEP2 中国FGI 結果報告書

2007年12月

目次

調査概要	2
対象者プロフィール	6
まとめと考察	10
結果の詳細	28
普段の食生活	29
普段の食品・食材の購入	33
高級食品・食材の購入	34
牛乳の飲用実態	36
牛乳の購入頻度・購入量	39
牛乳の購入重視点	40
中国の高級牛乳について	41
牛乳パッケージ評価	42
牛乳試飲・味評価(上海・北京)	46
日本産牛乳の購入経験	47
日本、北海道、九州の牛乳イメージ評価	48
日本産牛乳の購入意向	50
ヨーグルトの飲食実態	51
ヨーグルトの購入実態	53
ヨーグルトパッケージ評価	54
ヨーグルト試食・味評価	56
日本産ヨーグルト購入経験	58
日本産ヨーグルトの購入意向	59



調査概要

調査設計

■ 調査目的

日本でのFGIの結果を踏まえて、高級食品・食材に関与度の高い人をターゲットとして、以下の課題を深堀検証する。

- ✓品質の安全面で日本産牛乳は本当に競争優位となるか
- ✓牛乳の味の優位はどこまでの価格優位につながるか
- ✓プレーンヨーグルトの味の受容性は？
- ✓パッケージ評価の再確認
- ✓日本産牛乳のイメージとアピールポイントに関して深堀
(北海道のイメージ、味や新鮮さに対するイメージなど)

■ 調査テーマ

- 食生活の実態と意識
- 牛乳ヨーグルトの飲食実態
- 日本および日本の乳製品のイメージ
- 日本産牛乳とヨーグルトの試食試飲

調査設計

- 調査地域： 北京・上海・香港
- 調査対象者：
 - ・20～29歳女性
 - ・週に1回以上、牛乳・ヨーグルトの飲食者
 - ・高級食品食材に関与度が高い人



上海・北京：最近1ヶ月有機食品、輸入食品の購入経験者(輸入食品購入経験者優先)
例)：野菜、果物、米、肉、野菜ジュース、果汁、牛乳など。

香港：高級スーパー(City Super, Sogo Supermarket, Taste など高級食品/食材を売っているスーパーやマーケット)で月に2回以上買い物をしている人。

■ グループ設計

Gr1. 若年層	Gr2. 主婦層
<ul style="list-style-type: none">・20～34歳・独身女性・子供がいない既婚女性・個人月収 北京：4000元(64,000円)以上 上海：4000元(64,000円)以上 香港：15000HK\$(288,000円)以上	<ul style="list-style-type: none">・35～49歳・小学生もしくは中学生の子供のお母さん・世帯月収 北京：7000元(112,000円)以上 上海：7000元(112,000円)以上 香港：20000HK\$(320,000円)以上

補足説明：主婦層について、中国では専業主婦が少なく、共働きが多い。その為、親と近くに住んでいて、子供の面倒を親が見ることが多い。

調査設計

■ 試飲試食

	チルド牛乳	プレーンヨーグルト
香港	試食なし 牛乳に関してはパッケージテストあり	試食あり
上海	試食あり	試食あり
北京	試食あり (テスト品は上海から陸路で調達)	試食あり (テスト品は上海から陸路で調達)

■ 実施日時

香港	2007年11月2日(金)	グループ1: 14:00 ~ 16:00
	2007年11月3日(土)	グループ2: 10:00 ~ 12:00
上海	2007年11月6日(火)	グループ1: 18:30 ~ 20:30
	2007年11月7日(水)	グループ2: 18:30 ~ 20:30
北京	2007年11月9日(金)	グループ1: 18:30 ~ 20:30
	2007年11月10日(土)	グループ2: 14:00 ~ 16:00



対象者プロフィール

対象者プロフィール 香港

Group1: 若年層

番号	年齢	職業	未婚	個人月収 (HK\$)	牛乳 飲用頻度	ヨーグルト 食用頻度	牛乳: ブランド / 価格	ヨーグルト: ブランド / 価格	6ヶ月以内 食品購入 スーパー	スーパーでの 購入頻度
1	23歳	縫製業 デザイナー	未婚	20,000	週1回以上	週1回以上	ネスレ / \$6	ネスレ / \$10(2個)	CitySuper/Sogo Supermarket	月2回以上
2	25歳	印刷業 顧客サービス主任	未婚	20,000	週1回以上	週1回以上	ネスレ / \$6、 九龍維記牛乳 / \$6 ~ 10	ネスレ / \$6 ~ 10	City Super	週2回以上
3	30歳	アパレル会社 セールスマネージャー	未婚	38,000	週1回以上	週1回以上	Vita、ネスレ、 統一牛乳 / \$ 10(2個)	ネスレ、 九龍維記牛乳 / \$15(3個)	CitySuper	週2回以上
4	30歳	電池メーカー 営業主任	既婚 (子供なし)	15,000	週1回以上	週1回以上	九龍維記牛乳、 ネスレ / \$10(3個)	ネスレ / \$11(3個)	CitySuper	月2回以上
5	30歳	ホテル フロントマネージャー	既婚 (子供なし)	20,000	週1回以上	週1回以上	ネスレ、 九龍維記牛乳、 十字牌牛乳 / \$4.5 ~ 5	ネスレ / \$10(2個)	Sogo Supermarket	月2回以上
6	34歳	不動産業 管理者	既婚 (子供なし)	15,000	週1回以上	週1回以上	九龍維記牛乳 / \$13(3個)、 ネスレ	安怡 / \$9	CitySuper/Taste /Great	週1回以上

Group2: 主婦層

番号	年齢	職業	未婚	長子年齢・学年	世帯月収 (HK\$)	牛乳 飲用頻度	ヨーグルト 食用頻度	牛乳: ブランド / 価格	ヨーグルト: ブランド / 価格	6ヶ月以内 食品購入スーパー	スーパーでの 購入頻度
1	35歳	AV機器会社 経理	既婚	6歳・小学校1年生	30,000	週1回以上	週1回以上	九龍維記牛乳 / \$5	ネスレ / \$10	CitySuper/taste	週1回以上
2	37歳	アパレル会社 仕入担当	既婚	9歳・小学校3年生	25,000 ~ 29,999	週1回以上	週1回以上	十字牌牛乳 / \$4.9	ダノン / \$10(2個)	CitySuper/Sogo Supermarket/Taste	月2回以上
3	38歳	アパレル会社 運輸経理	既婚	12歳・中学校1年	40,000	週1回以上	週1回以上	九龍維記牛乳 / \$6(1ボトル)、 十字牌牛乳 / \$4.5	安怡 / \$7 ~ 8	CitySuper/Sogo Supermarket	週1回以上
4	40歳	縫製業	既婚	6歳・小学校1年生	60,000	週1回以上	週1回以上	九龍維記牛乳 / \$5.5(1ボトル)、 十字牌牛乳 / \$6.5	ネスレ / \$7、 安怡 / \$7、 ダノン / \$7	CitySuper/Sogo Supermarket	週2回以上
5	40歳	保険会社 顧問	既婚	7歳・小学校2年生	35,000 ~ 40,000	週1回以上	週1回以上	十字牌牛乳 / \$12(2ボトル)、 ネスレ / \$10(2本)	安怡 / \$10(2個)	CitySuper/Sogo Supermarket	週1回以上
6	44歳	建築会社 秘書	既婚	14歳・中学校3年生	80,000	週1回以上	週1回以上	ネスレ / \$6	ネスレ / \$6.5	CitySuper/Great	週1回以上

対象者プロフィール 上海

Group1: 若年層

席順	年齢	職業	未既婚	同居家族	個人月収 (元)	世帯月収 (元)	対象者の牛乳の飲食状況		対象者のヨーグルトの飲食状況		最近1ヶ月に購入した 有機食品の種類	最近1ヶ月に購入した 輸入食品の種類
							ブランド/価格	頻度	ブランド/価格	頻度		
1	24歳	製造業 財務	未婚	本人/両親	5,000-5,999	8,000-8,999	「蒙牛(特倫蘇)」/35元	週に1-2日	「DANONE」/15元	週に1-2日	野菜	果物
2	25歳	ポンプ関係会社 社員	既婚	本人/夫/両親	4,000-4,999	10,000以上	「光明(致優)」/16元前後	週に3-4日	「妙士」/4-5元(600g)	毎日	野菜	野菜/果物/お米
3	31歳	自動車部品輸出入会 社 事務管理者	未婚	本人/両親	6,000-6,999	10,000以上	「光明(純鮮)」/7-8元	毎日	「味全」/12-13元	毎日	野菜/果物/肉類/果 実ジュース	果物/お米/牛乳
4	32歳	自動車 製造業 人事	既婚	本人/夫	4,000-4,999	9,000-9,999	「光明(優+)」/2.5元	毎日	「味全」/7.6元	毎日	野菜/肉類	肉類/果物/牛乳
5	28歳	車代理店 会社員	既婚	本人/夫	5,000-5,999	10,000以上	「光明(特濃)」/12元	毎日	「光明(暢優)」/11-12元	毎日	野菜/果物/お米/肉類	果物
6	25歳	調味料会社 経理アシスタント	未婚	本人/両親	5,000-5,999	10,000以上	「光明(純鮮)」/7-8元	毎日	「光明」/7-8元	週に3-4日	野菜/果物/野菜 ジュース/果実ジュ ース	野菜/果物

Group2: 主婦層

席順	年齢	職業	未既婚	同居家族	子供年齢・学年	個人月収 (元)	世帯月収 (元)	対象者の牛乳の飲食状況		対象者のヨーグルトの飲食状況		最近1ヶ月に購入した 有機食品の種類	最近1ヶ月に購入した 輸入食品の種類
								ブランド/価格	頻度	ブランド/価格	頻度		
1	37歳	教師	既婚	本人/夫/子供	12歳・中学生	4,000-4,999	10,000以上	「蒙牛」/24元	毎日	「光明(アロエ)」/7.8元	毎日	野菜/お米/果実 ジュース	果物
2	35歳	服装会社 事務職	既婚	本人/夫/子供	10歳・小学生	5,000-5,999	10,000以上	「光明(優倍)」/15元	毎日	「味全」/3元左右(200g)6.9元 (600g)	週に1-2日	野菜	果物
3	36歳	先物取引会社 取引員	既婚	本人/夫/子供	10歳・小学生	10,000以上	10,000以上	「光明(致優)」/16元前後	毎日	「味全」/7-8元	毎日	野菜/果物/お米	果物/お米/肉類
4	41歳	貿易会社 財務	既婚	本人/夫/子供	9歳・小学生	5,000-5,999	10,000以上	「光明(優+)」/38元前後	毎日	「DANONE(碧優)」/7元前後	毎日	果物	お米/果物
5	37歳	デジタル会社 財務	既婚	本人/夫/子供	10歳・小学生	8,000-8,999	10,000以上	「蒙牛(特倫蘇)」/40-50元	毎日	「光明(大きい果実)」/8-9元前 後	毎日	野菜/お米	果物/お米
6	39歳	金融 管理職	既婚	本人/夫/子供	14歳・中学生	4,000-4,999	10,000以上	「蒙牛(特倫蘇)」/40-50元	毎日	「味全」/7-8元	毎日	野菜	果物/お米/肉類

対象者プロフィール 北京

Group1: 若年層

席順	年齢	職業	未既婚	同居家族	個人月収(元)	世帯月収(元)	対象者の牛乳の飲食状況		対象者のヨーグルトの飲食状況		最近1ヶ月に購入した有機食品の種類	最近1ヶ月に購入した輸入食品の種類
							ブランド/価格	頻度	ブランド/価格	頻度		
1	28歳	金融経理アシスタント	未婚	本人/両親	5,000-5,999	10,000以上	「伊利」/30元前後	毎日	「伊利(果実入れ)」/5-6元前後	毎日	お米/果物/野菜	果物
2	33歳	ジュエリー会社事務職	既婚	本人/夫	4,000-4,999	9,000-9,999	「蒙牛(高カルシウム)」/30元前後	毎日	「蒙牛(果実入れ)」/5元前後	毎日	野菜/肉類/お米	肉類
3	23歳	IT商務会社事務職	未婚	本人/両親	4,000-4,999	8,000-8,999	「蒙牛」/30元前後	毎日	「蒙牛(果実入れ)」/6元前後	毎日	野菜	果物
4	26歳	金融会社顧客サービス主任	未婚	本人/両親	5,000-5,999	7,000-7,999	「蒙牛」/1.2元前後	毎日	「蒙牛」/5元前後	毎日	野菜/肉類/果物	お米/果物/野菜
5	25歳	化学工業会社経理アシスタント	未婚	本人/両親	5,000-5,999	10,000以上	「蒙牛」/40元前後	毎日	「光明」/8元前後	週に3-4日	野菜	お米/果物
6	28歳	服装店オーナー	既婚	本人/夫/両親	4,000-4,999	10,000以上	「蒙牛(特倫蘇)」/48元前後	毎日	「蒙牛」/13元前後	週に3-4日	野菜/お米	果物/肉類

Group2: 主婦層

席順	年齢	職業	未既婚	同居家族	子供年齢・学年	個人月収(元)	世帯月収(元)	対象者の牛乳の飲食状況		対象者のヨーグルトの飲食状況		最近1ヶ月に購入した有機食品の種類	最近1ヶ月に購入した輸入食品の種類
								ブランド/価格	頻度	ブランド/価格	頻度		
1	44歳	不動産管理局幹部	既婚	本人/夫/子供	15歳・中学生	5,000-5,999	8,000-8,999	「蒙牛(高カルシウム)」/36元	毎日	「蒙牛」/8元	週に5-6日	野菜	果物
2	41歳	服装会社経理	既婚	本人/夫/子供	12歳・小学生	5,000-5,999	9,000-9,999	「伊利(金典)」/53元	毎日	「伊利(果実入り)」/6元	毎日	野菜	果物/肉類
3	36歳	保険会社社員	既婚	本人/夫/子供	10歳・小学生	4,000-4,999	8,000-8,999	「蒙牛」/30元	毎日	「蒙牛」/8元	週に5-6日	野菜	果物
4	44歳	不動産会社会計	既婚	本人/夫/子供	14歳・中学生	4,000-4,999	9,000-9,999	「蒙牛(特倫蘇)」/48元	毎日	「蒙牛(冠益乳)」/15元	毎日	野菜/お米/果物	果物
5	47歳	会計事務所会計士	既婚	本人/夫/子供	15歳・中学生	4,000-4,999	10,000以上	「蒙牛(高カルシウム)」/35元	毎日	「蒙牛」/9元	毎日	野菜	果物
6	39歳	金融理財士	既婚	本人/夫/子供	7歳・小学生	5,000-5,999	10,000以上	「蒙牛」/34元	毎日	「蒙牛」/10元	毎日	野菜	果物



まとめと考察

普段の食生活と高級食材の購入実態

普段の食生活

- 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、朝食はパン食も多い。
- 昼はお弁当ものが多く、夕食は自炊が多い。自炊するのは中華がほとんど。
- 外食においては、相変わらず中華が多いが、パスタや和食など中華以外のものも多くなっている。
- 香港では、朝食でシリアル、パン、オートミールなど洋食が主流で、外食も多く、上海と北京に比べてより食文化の多様化が進んでいると見られる。
- 上海と北京において、食文化の多様化は昨年度に比べて大きな変化は見られない。

高級食材の購入実態

- 有機、輸入食品の購入経験
香港ではカテゴリー、回数ともに上海と北京を大きく上回っている。購入経験が最も少ない北京では有機野菜と輸入の果物が多い。
- 価格：
一般の食品に比べて有機食品など安いもので1.5～2倍程度、輸入食品など高いもので4～5倍以上の高さである。
- 高級食品の購入理由：品質と味覚
品質：安全性、新鮮さ、パッケージの高級感、清潔さ
味覚：本場の味、新しい味、断然おいしい

香港CitysuperやSOGOなどのプレミアムスーパーには輸入品の品揃えが豊富。



上海と北京の大型スーパーでは有機野菜や緑色野菜が多く目につく。輸入品の品目は限られているが、果物が多い。



普段の食生活における意識

- 3都市とも全体的にメディアの影響などで、健康意識と安全性意識が向上している。
- ただし、都市別、グループ別の違いも見られた。

栄養健康

- 栄養バランスやダイエット意識が高い。
- ただし、上海と北京では栄養がより重視され、夕食は野菜も肉もしっかり食べているのに比べて、香港ではダイエット意識がより高く、化学調味料、塩、油を控えることに気をつける人が多い。

安全性

- 香港では安心できる店で新鮮な食材を購入する人が多く、中国大陸の食品はかなり警戒されている。
- 上海と北京では無農薬、無汚染などに気を付けていて、買ってきた野菜を水に漬けてから調理したり、有機野菜を買ったりしている。防腐剤・添加物などは香港に比べてより気にしている傾向。
- 特に上海では抗生物質フリーの食品パッケージも見られ、安全性意識がより高いと思われる。

味

- 有機野菜や輸入の果物、輸入肉などの高級食材を購入する重要な理由。

快適さ

- 食品食材の買い物では種類や店内の清潔さ、パッケージの高級感などから快適さを求め、高級スーパーや高級食品を購入する大きな理由となっている。

利便性

- 特に朝食は、簡単に食べれることや食べやすさが重視されており、できるだけ手間を省きたいと思っている。



上海北京：野菜のパッケージにある「新鮮」「安心」「栄養」「無汚染」「健康」などの表記。



上海：光明の牛乳パッケージにある「抗生物質フリー」の表記



香港：地元スーパーWelcomeの店内にある食品安全ポスター

牛乳の飲食実態

- 3都市とも牛乳は洋食というイメージが強い。栄養補給のためのドリンク。食文化の多様化が進み、洋食が多くなるにつれて、牛乳の飲用シーンも多様化され消費量も増えるのではないかとと思われる。
- 上海では昨年度に比べてチルド牛乳が増えているが、北京では昨年度より特に変化がない。北京ではチルド購入経験はあるが、賞味期限が短いため、面倒と思われる。ただし、新鮮さや味覚がより重視されることになれば今後チルド牛乳の飲用が増えるものと予想される。

	香港	上海	北京
飲用種類	・チルドが多い	・チルドとLL半々	・LLがほとんど
飲用理由	・栄養補給のため		
飲用シーン 飲み方	・一日中飲み物かわりに飲むことやシリアルなどと混ぜる人も多い。	・朝食時と夜寝る前などそのまま飲むのが多く、飲食のパターンが決まっており、飲み方の多様化は進んでいない。	
飲む温度	・冷たいまま飲む。 ・ただし、子供には室温で。	・冷たいまま飲む人、常温・温めて飲む人が半々。季節により飲み方を変える人もいる	・常温・温めて飲む人がほとんど
購入サイズ・ 頻度	・飲み切りサイズ(250ml)が多い ・2~3日に1回購入	・チルドは1リットルが多く、LLは飲みきりサイズが多い。 ・LLは250ml*12・24パック入りの箱を半月に1度程度で買い貯め。	

チルド牛乳とLL牛乳の使い分け:

- ・家で飲むにはチルド、出先に持ち歩くのにLLと使い分ける。
- ・チルド牛乳:おいしい、新鮮
- ・LL牛乳:持ち運びなど便利、常温や温めて飲むのに良い

光明のチルド牛乳の
パッケージに表記さ
れている保存期間:
「4 で7日間」



牛乳の購入重視点

- 3都市とも品質の安全の考慮からブランド、新鮮さの視点から賞味期限と生産日が特に重視される。
- 3都市ともによく飲まれているブランドに関しては、品質や安全面で信頼している。

品質安全

- ・品質安全性の保証、味覚の好みなどの理由から前提条件として重視されている。
- ・特に上海と北京では品質保証のマークを確認する人が多い。
- ・香港では地元ブランドが信頼され、上海では光明と蒙牛、北京では蒙牛が人気。

新鮮さ

- ・3都市ともなるべく新しく生産されたものを選んで購入。
- ・香港では一度開けると変質することを心配して飲み切りサイズが好まれている。
- ・チルド牛乳は生産日が新しいものが、LL牛乳は2週間程度で買い貯めることが多く、賞味期限があまり短いものは好まれていない。

栄養分

- ・栄養補給のために、栄養分が重視される。香港では低脂肪や高カルシウム牛乳が好まれているが、特に主婦層の中で強い。若年層の中では無調整の牛乳が濃厚でおいしいと好きな人も多い。
- ・上海・北京では無調整の純粋な味で濃厚タイプが栄養分が豊富と認識される。

味覚

- ・香港ではおいしければ多少高くても買うという人が多い。
- ・上海では味の好みで濃厚な高級牛乳を選んだり、ブランドを選ぶ人が多い。
- ・北京では、蒙牛の味が圧倒的に好評だが、チルド牛乳や高級牛乳に味の差を感じる人は少なく、むしろ価格を気にして普通のフレッシュ牛乳を飲む人が多い。

利便性

- ・香港ではチルド牛乳のパッケージに対して開けにくいとの不満が出ている。
- ・LL牛乳は携帯に便利、飲みきれる、飲みやすいなどと利便性が評価されている。

添加物

- ・香港ではあまり見られていないが、上海と北京では添加物を気にする人が多い。特に、上海では抗生物質フリーと書かれた牛乳のパッケージも見られており、体に良くない成分や加工乳のことなど、添加物に対する警戒意識がより高い。

現地の牛乳事情

	香港	上海	北京
ブランド	<ul style="list-style-type: none"> 九龍デイリー、ネスレ、十字牌、維他が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 蒙牛、光明、伊利が多い。 光明は地元ブランドとして人気が強い。 蒙牛は高品質牛乳で人気が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 蒙牛、光明、伊利、三元が多い。 蒙牛は味の優位で人気が高い。 三元は地元ブランドとして、チルド牛乳が多い。
種類	<ul style="list-style-type: none"> チルド牛乳が多い。 カルシウム強化牛乳、低脂肪牛乳が人気。 	<ul style="list-style-type: none"> チルド牛乳、LL牛乳、低脂肪、カルシウム強化、高級牛乳、栄養強化の朝用牛乳や夜用牛乳な種類が様々。 チルド牛乳と高級牛乳はここ1年ほどで急速に増えている。北京では依然LL牛乳が多い。 	
価格	<ul style="list-style-type: none"> 250mlサイズでHK\$6.5(100円)程度 1LサイズでHK\$15(235円)程度 	<ul style="list-style-type: none"> 普通:250mlサイズで2.5元(40円)程度、1Lサイズで6.5元(104円)程度 高級:250mlサイズで4元(64円)程度、1Lサイズで16.8元(270円)程度 	
日本産牛乳	<ul style="list-style-type: none"> 北海道3.6 価格はHK\$30(465円)程度、チルド牛乳は売られていない様子。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本産(北海道3.6、明治チルド牛乳)。 価格は40元(640円)程度。 	<ul style="list-style-type: none"> 日本産牛乳は売られていない様子。

高級牛乳について

- 昨年度と比べてみると、上海と北京では各メーカーが高級牛乳を販売しており、牛乳の高級化が拡大されている。高級牛乳の購入者は上海でより多い傾向。
- 蒙牛はプレミアム牛乳の先駆者として、その高級LL牛乳の「特倫蘇(Deluxe Milk)」は高い人気を誇っている。最近上海で「現代牧場」という高級チルド牛乳を発売するなど、チルドが増える上海市場で地元光明を追いかけている。
- 高級牛乳の訴求ポイントは、高タンパク質など栄養分のほか、先進的な加工技術と濃厚な口当たりなどがある。当初はバラではなく贈答用としてパッケージにも工夫をしていた。実際に、中国では親・親戚・お年よりに贈ったり、お見舞いに持っていくのに高級牛乳を購入する人が多い。
- 価格を見ると、通常のものより2～3倍高い。

現地の牛乳事情 蒙牛「特倫蘇 (Deluxe Milk)」

- 2006年から発売している蒙牛の高級LL牛乳ブランド。
- 高品質の理由は国際基準を満たした牧場を使用し、天然優良乳蛋白の保有量が豊富ということ。栄養や味だけではなく、高級感あふれるパッケージで贈答用としても人気。
- 現在は3種類:フレッシュミルク(4.0円)、OMPカルシウム強化ミルク(4.8円)、低脂肪ミルク(4.3円) いずれも250mlサイズ。価格は普通の牛乳の2倍以上で高い。
- 販売ルート:大型スーパーやコンビニなど

1円 17.26円 2007年11月1日現在

高級感あるパッケージ



正面



裏面



側面1



側面2



受賞に関するアピール

正面:「醇香新貴族、貴在優蛋白」高所得者向け、高い理由は栄養豊富とアピール。

裏面:「特倫蘇」とはモンゴル語で金メダル牛乳という意味である。

側面1: 栄養成分の紹介(100g当たり) 蛋白質 $\geq 3.3g$ (中国の普通の牛乳に比べて13.8%高い) 脂肪分 $\geq 3.1g$ 。

側面2: 受賞に関する紹介。第27回IDF世界乳業大開で蒙牛が最高賞を受賞し、「特倫蘇」が新製品開発賞を受賞。

現地の牛乳事情(参考) 香港

1元 17.21円 2007年11月1日現在

九龍デイリー

無調整

カルシウム強化
・低脂肪

カルシウム強化
・スキムミルク



\$6.60 \$25.50 \$37.50 \$7.60



\$7.60 \$25.50 \$37.50 \$6.60



\$25.50 \$6.60

十字牌

維他

無調整

カルシウム強化
・低脂肪

無調整

カルシウム強化
・低脂肪



\$25.90



\$6.70



\$25.90



\$6.70



\$17.90



\$4.90



\$25.50



\$6.30

ネスレ

日本産

無調整

カルシウム強化

スキムミルク



\$25.50



\$6.30



\$25.50



\$6.30



\$25.50



\$6.30



HK\$30/1L (日本)

現地の牛乳事情(参考) 上海・北京

1元 17.26円 2007年11月1日現在

光明

									
チルド無調整 6.8元/950ml	LL無調整 2.0元/250ml	朝用 2.3元/200ml	夜用 3.3元/250ml	高級無調整 10.5元/950ml	高級無調整 2.6元/250ml	高級無調整 16.9元/950ml			

蒙牛

									
無調整 250ml 2.1元, 1.7元		朝用 2.5元/250ml	夜用 2.5元/250ml	高級無調整 チルド 8.1元/960ml, 3.8元/500ml		高級 LL 250ml 無調整 4元, OMP 4.8元			

伊利

					
無調整 1.9元/250ml	朝用 1.75元/243ml	高級 4.0元/250ml	三元 チルド 無調整 6.8元/1L	無調整 2.1元/243ml	高級無調整 2.2元/250ml

輸入品

					
43.8元/1L(日)	12.9元/1L (ニュージーランド)	14.5元/1L(豪)	15.9元/1L(独)	17.9元/1L(仏)	15.5元/1L(独)

ヨーグルトの飲食実態

- 3都市ともヨーグルトはダイエットに良いおやつで、午後のおやつや夕食後のデザートとして飲食することが多く、味覚が重要視される。

	香港	上海	北京
種類	<ul style="list-style-type: none"> • 食べるタイプの果物入りなどフレーバー付きが人気。 • ダイエットのためにプレーンを食べている人もいるが、多くの人は果肉入りのものを好んでおり、自分の好みに合う味を選んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> • ドリンクタイプが多かったが、昨年度に比べて果物入りの食べるタイプが増えている傾向。特に大粒の果物入りはやや高めにもかかわらず人気。飲むタイプが多い • 以前からプレーン(甘味付き)を飲むことが多かったが、近年果物入りが市場に増えており、果物入りとプレーン(甘味付き)を食べる人がほぼ半々。 • 甘味なしのプレーンヨーグルト現地ではあまり見られず、ほとんどの人が認知していない。 	
摂取理由	<ul style="list-style-type: none"> • 胃腸にいいため、ダイエット、美容、健康にいいと認識されており、太らないおやつ。 		
飲食シーン 食べ方	<ul style="list-style-type: none"> • 職場、家などで、朝食時、昼食後、夕食後、空腹時など、食べたい時に食べる。 • 上海と北京では夏にもっと良く飲む人が多い。 		
購入重視点	<ul style="list-style-type: none"> • 飲み物代わりに飲む人が多く、牛乳が栄養摂取のためなのに対して、ヨーグルトは胃腸に良い健康ドリンクやデザートというイメージが強く、味はヨーグルトの購入において最も重要な要素となっており、自分の好みに合わせて選んでいる。 • 購入サイズを見ると、大きいサイズも販売されているが、飲みきれる・食べきれるサイズが人気。 		

タイプ別の好みの理由

- 飲むタイプ: スプーンで食べるのは面倒。飲むタイプは便利。
- 食べるタイプ: 家などでゆっくり食べられる。
- 原味(プレーン): ヨーグルト本来の味が楽しめる、栄養がより豊富。
- フレーバー: 大人でも子供でも食べられる、色々な味が楽しめる。

味全の健康を訴えた
低脂肪ヨーグルト



現地のヨーグルト事情

	香港	上海	北京
ブランド	<ul style="list-style-type: none"> 九龍デイリー、ネスレ、ダノン、Anlene、Paul'sが多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 蒙牛、光明、伊利が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 蒙牛、光明、伊利、三元が多い。 蒙牛と伊リの果物入りのシェアが大きい。
種類	<ul style="list-style-type: none"> 香港では、プレーンヨーグルトよりもフレーバーヨーグルトの方が多く消費されている。 パッケージに関しては、食べ切りサイズが人気がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ドリンクタイプが多い。 プレーンはなく、「原味」といわれるいわゆるプレーンは甘みがあるものである。 近年果物入りやシリアル入りなど種類が劇的に増えている。 	
価格	<ul style="list-style-type: none"> 150gサイズHK\$6.5(100円)程度 200gサイズでHK\$10(155円)程度 500gサイズでHK\$35(543円)(Paul's)程度 	<ul style="list-style-type: none"> 125ml/gサイズ2.5元(40円)程度 200ml/gサイズで4元(64円)程度 500gサイズで6元(96円)程度 大粒果物入りは500gサイズで6.5元(104円)程度 	
輸入品ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"> 明治、森永、カゴメ、小岩井など種類は少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 明治ブルガリアヨーグルトが売られている。1Lの飲むタイプと500gのプレーン、いずれも30元(480円)程度 	<ul style="list-style-type: none"> 日本産ヨーグルトは売られていない様子。

現地のヨーグルト事情(参考) 香港

1元 17.21円 2007年11月1日現在

ネスレ (デイリーファーム)



\$15.90



\$22.90 (a pack of three)

Anlene



\$9.00



\$9.00

ダノン



\$7.50



\$7.50

Paul's



\$12.50



\$34.90 (500GM)

現地のヨーグルト事情(参考) 上海・北京

1元 17.26円 2007年11月1日現在

光明



ドリンク
5.8元/490g



アロエ
2.3元/125g



果肉
5.9元/450g

伊利



プレーン(甘味)
1.8元/125g



ミックス果肉
1.7元/125g



大粒果肉
6.5元/390g

蒙牛



プレーン、果肉
1.4元/125g



ドリンク
3.8元/230g



大粒果肉
6.8元/500g

三元食品



プレーン(甘味)
1.2元/200g



イチゴドリンク
4.5元/490ml



大粒果肉
3.45元/260g

輸入品



30.9元/500g(日)



15.0元/150g(独)



14.9元/175g(豪)

日本産牛乳のイメージ

		香港	上海	北京
牛乳	若年層	購入経験者あり	全員見たことはあるが、 購入経験はなし	全員見たことなし
	主婦層	購入経験者あり	全員見たことなし	
ヨーグルト		購入経験者あり	全員見たことなし	

香港




- ✓ 実際に購入した人は多くはなく購入頻度も低いですが、飲んでみたらおいしかったと味の評価は高い。若年層では品質、安全面に関する評価は高い。ただし新鮮さに関しては産地から近い現地のものの方が上という評価。
- ✓ 香港の若年層では日本産の品質に対して信頼が高いのに比べて、主婦層では報道などの影響で日本産だからすべて保障できないとの考えである。
- ✓ 「製造過程はわからないが、厳しい過程を経て一生懸命作られていると思う」「全く人の手で触れられておらず、機械できれいに処理されている感じ」
- ✓ ヨーグルトに関しては、味に対する評価は高くない。

上海&北京

- ✓ チルドタイプは不安、常温なら試しに買ってみても良い
- ✓ 明治のブランド名が付いていて、中国で生産している感じがする
- ✓ 輸入品だと賞味期限が短いので信じがたい
- ✓ 日本から輸送すると新鮮ではない
- ✓ ヨーグルトに関しては、購入経験がなくイメージが特にならない。

日本、北海道、九州のイメージ評価

- 日本に対しては品質が信頼できるイメージがある。
- 北海道に対するイメージが良い。
- 九州に関してはイメージが乏しく、ポジティブな要素とはなりにくい。

	香港	上海	北京
日本 	<ul style="list-style-type: none"> • ただ日本そのもののイメージもかなり良いので北海道は日本なのだから良い、日本だったら何でも良いという意見もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 日本産の食品は品質が安心できるが、乳製品の産地というイメージがなく、乳製品の産地としてはニュージーランドやオランダの方が有名。 	<ul style="list-style-type: none"> • 日本に関する知識が乏しいため、良いイメージがあまりない。
北海道 	<ul style="list-style-type: none"> • 北海道に対するイメージが非常に良い。大自然、酪農に適している、環境が良いなど牛乳のイメージに大いにプラスとなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> • 北海道の名前はよく知られているが、乳製品の産地としてのイメージはない。北海道産よりむしろ日本産の方がイメージが良いという意見もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 北海道や九州に関してもイメージが乏しく、乳製品のイメージは全くなく、ポジティブな要素とはなりにくい。
九州 	<ul style="list-style-type: none"> • 九州はあまり有名でなく、特に酪農というイメージは全くない。 	<ul style="list-style-type: none"> • 九州に関しては、乳製品のイメージは全くなく、地名の認知にとどまっている。 	

日本産チルド牛乳とプレーンヨーグルトの味評価

	香港	上海	北京
牛乳	若年層で好評 主婦層で普通	冷たいままでは低く、室温では、普通 味そのものに対する評価は悪くないが、普段飲んでいるもの比べて好評の人は少ない。	好評(室温での試飲) 「純粋な牛乳の味がする」、「食感が良い」、「変なおいがない」など味に対する評価が高い。 主婦層では国産より好評の人が多数。
プレーンヨーグルト そのまま	いずれの都市においても酸っぱすぎという理由から全体的に不評。 ただし、北京では酸っぱいものが好きな人がいて、味が非常に好まれた。 また香りや濃さに関しては全体的に好評。		
プレーンヨーグルト ジャムと混ぜて	味に対しては好評 ただし、ジャムの別購入を不評	好評 好きなものを入れることと目新しい食べ方が好評	好評 いつも家にあるジャムを入れることと目新しい食べ方が好評
プレーンヨーグルト 果物と混ぜて	試食なし	好評 果物と一緒に食べることやパーティーで楽しく食べられることが好評	普通 果物が溶け込まない、面倒、果物と別々に食べた方が良いなど、否定的な意見もあった。

日本産牛乳・ヨーグルトの訴求ポイント

牛乳	<ul style="list-style-type: none"> チルド牛乳の濃厚でありながらあっさりした斬新な味覚 先進技術による栄養成分の優位性と信頼できる品質
ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"> プレーンヨーグルトは市場にない新しい商品カテゴリー 斬新な飲食のシーンや食べ方が提案できる 甘味がないことによるダイエットに良いことや好みに合わせて混ぜることができる楽しさなどより多いベネフィットや付加価値がつけられる。 まるやかな口当たりや特定健康食品のマークを認知させ、栄養成分と品質の優位性をアピール

日本産牛乳とヨーグルトの受容性

- 日本産牛乳の受容性は香港、上海、北京の順で高い。
- 香港においては、価格はそれほど高くなく、大きな問題ではないようだ。ただし、主婦層は、日本産牛乳に対して、味や安全性の上で、高級品としてのベネフィットを感じない人が多い。一方、主婦層に比べて収入が低い香港の若年層では、日本産牛乳は高級品であり、関心が高く、日本の牛乳を自分へのご褒美として購入意向を示している。
- 北京と上海においては、現地ブランド品のみではなく、ほかの地域からの輸入牛乳よりも価格が高く、開きもあるため、購入意向は非常に低い。ただし、高級牛乳の増加などローカル品の価格も上昇しているため、価格の受け入れは時間の問題と考えられる。

	香港	上海	北京
牛乳	<ul style="list-style-type: none"> • 若年層で、味、品質の受容性が高い。ただ、価格は高いと思われている。 • 主婦層で味と品質で普通。価格は特に問題なし。 	<ul style="list-style-type: none"> • 味の優位はさほどない。 • 品質で優位性は高い。 • 価格の受容性は低い。 	<ul style="list-style-type: none"> • 主婦層では味の受容性は非常に高い。 • 価格は受容性が非常に低い。
ヨーグルト	<ul style="list-style-type: none"> • ジャムとの味の差別化は可能。ただし、ジャムを付帯することが必要。 • 価格の受容性は若年層で普通、主婦層では特に問題なし。 	<ul style="list-style-type: none"> • ジャムや果物との味の差別化は可能。 • 特に果物との食べ方は大きなアピールポイント。 • 価格の受容性は低い。 	<ul style="list-style-type: none"> • ジャムとの味の差別化は可能。 • 果物との食べ方は子供向けは可能性あり。 • 価格は大きなネック。

Step 2 の考察とStep 3 の仮説

STEP2 FGIの考察:

- 栄養分の豊富さと味覚は差別化ポイントで、高級品としての位置づけで、自分へのご褒美や高級志向の人には受け入れられる可能性もあり。
- 高品質、高技術による安全性や信頼できる品質をアピールすることも必要。
- チルド牛乳に関しては短すぎる現状の賞味期限を技術的に長くすることが望ましい。ただし、保存期間が長すぎると添加物の含有や新鮮さを心配されるので、あまり長すぎるのはかえってネガティブ効果につながる。
- 日本および日本酪農の認知度アップも必要。
日本は先進的な工業国とのイメージが強いため、酪農イメージのアピールには自然環境に優れている北海道ブランドを前面に出すことがより効果的に思われる。

STEP3 定量調査による検証

Step3の定量調査においては、日本でのFGI、中国でのFGIの結果を踏まえて、高級食品(有機食品や輸入食品)に関与度の高い人をターゲットとして、上記の仮説を検証する。

STEP3 定量調査の調査項目:

- 食生活と健康、安全性意識
- 牛乳・ヨーグルトの飲食購入実態の変化
- 日本産牛乳・ヨーグルトのイメージとアピールポイント
- 日本産牛乳の味の優位性
- 日本産牛乳の価格受容性

* 上記の2、3、5に関しては、昨年度の経年比較と更なる深堀も課題とする。



結果の詳細

普段の食生活 (1) 朝食

- 3都市とも朝食はほぼ全員が食べており、健康や栄養面などから朝食を重視する人が多い。
- 朝食の内容を見ると、香港ではパン食や洋食が多いのに対し、上海・北京は饅頭やお粥などの伝統食が比較的が多い。
- 朝食をとる場所は、家だけでなく移動中や会社で食べる人も多く、買ってきてそのまま食べられるものなど利便性の高いものが好まれている。

香港	上海	北京
<ul style="list-style-type: none"> ● 食べ物は、パン、シリアル、オートミールなど洋食が主流。 ● 飲み物は、牛乳が多い。 ● 自宅で食べている人が多数。ただし自分で作るのではなく、買ってきたものを食べている。 ● 若年層では、移動中のバス内、歩きながら、会社についてから休憩室などで多い。 ● 主婦層では、家、移動中、会社、子供と小さい飲食店でなど、人により様々。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 食べ物は、パン(多数)、揚げパン、自分で作ったサンドウィッチ、お餅、ちまき、おかゆ、ワンタン、饅頭、麺類、卵など種類が多様。 ● 飲み物は、牛乳、豆乳が多く、飲むヨーグルトもある。 ● 一日の始まりとして、お腹いっぱい栄養価の高いものを食べる。 ● 主婦層では、家族それぞれが自分の好きなものを食べていながらも、たんぱく質の高いもの、消化しやすいもの、なるべく液体のもの、便利なものを朝食に食べるという意見もあった。 ● 買ったものや家にあるものを移動中のバスや歩きながら食べたり、会社に着いてから食べる人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 食べ物は、パン、ビスケット、マフィン、肉饅、饅頭、卵、果物、お粥、野菜サラダなど種類が多い。 ● 飲み物は、牛乳、豆乳、コーヒー、ミルクティーなど。 ● 消化に良いもの、たんぱく質などが重視されている。 ● 会社を持って行って食べる人が多く、携帯の利便性と栄養を重視している。

普段の食生活 (2) 昼食

- 3都市とも働いている人が多く、多忙なため、昼食はあまり重視しておらず、簡単に済ませる人が多い。
- 上海や北京と比べ、香港では外に食べに行く人が多い。
- 上海や北京では会社で出るお弁当を食べている人が多い。

香港	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、働いているため多忙で、手早く済ませる人が多い。● 麺類、オートミール、パンが多い。時々マクドナルドやケンタッキー・ピザなどのファーストフードもある。● 2グループ共通して、外で食べる人が多数。食べる場所は、飲茶、出前・デリバリー、買ってきて会社で食べる、近くの大衆食堂、マキシム、屋台(炒め物・そば)、和食屋など様々。会社の食堂、お弁当持参という人もいるが少数。
上海	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、昼食はお腹いっぱいになれば良いという考えで、栄養やおいしさなどは特に重視されていない。● 2グループとも会社で食べている人が多い。
北京	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、昼食に関しては、栄養バランスは重視しているものの、簡単に済ませる人が多い。● 会社で出るお弁当を良く食べている人が多い。会社で出るお弁当はご飯に肉、野菜など栄養は工夫されているが、味がおいしくないと評価。● ファーストフード、ヨーグルト、果物、コーヒーなどを食べる人もいる。

普段の食生活 (3) 夕食

- 3都市とも自宅で食べるのは基本的に中華料理。
- 香港では、他の2都市と比べて、外に食べに行く頻度が多く、おいしいもの、店の雰囲気などにこだわる人も多い。
- 上海・北京では、自宅で食べる頻度が多い。栄養のバランスを考え、しっかりと食べていた。

香港	<ul style="list-style-type: none">● 若年層では、夜もしっかり食べている人が多いが、健康のため、しつこいものや油っぽいものを避け、あっさりしたものを選んでる。● 若年層では、仕事をしているので自分で作れず、外で食べる人が多い。外で食べる際はおいしいもの、雰囲気のいいお店にこだわっている。たまに実家で食べるという人もいる。● 主婦層では、子供がいるため、自宅で食べる人が多いが、お手伝いさんに作ってもらう人が多い。
上海	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも自宅で食べる人がほとんど。外で買ったり、ファーストフードを食べる人もいる。● 夕食は栄養のバランスを考えて野菜 + 肉料理とご飯、スープなどを食べるようにしている。野菜をなるべく多く食べることや、食事の量を少なめにするなど、健康に気をつけている。
北京	<ul style="list-style-type: none">● 2グループともほぼ全員が家で食べている。しっかりと食べる人が多い。● 野菜・肉・スープ、炒め物などの他、飲むヨーグルト・果物なども食べている。● 若年層では親が作ったものを食べ、主婦層では自分で作っており、外食はほとんどしていない。● 夜遅く食べない、肉を減らし、野菜や卵の量を増やす、ダイエットのためあまりたくさん食べないなどダイエットに気をつける人が多い。ヨーグルトだけで済ます人もいる。

普段の食生活 (4) 気をつける点

- 3都市とも、ダイエットや健康、衛生面には気をつけている。ただし、気をつけることには少し違いが見られている。
- 安全面に関しては、信頼する店で購入したり、信頼できる大手ブランドを選ぶなど気をつけている。
- 北京と上海では農薬や汚染を気にして、有機食品を利用する人が香港に比べて多い傾向。

香港	<ul style="list-style-type: none">● 2グループ共通して、安心できる店で新鮮な食材を購入し、安全性を重視している。オーガニック食品を利用している人もいる。● 若年層では、外食は化学調味料・塩・油が多いので三食は食べないようにする、自炊するなど最低限できることを気をつけている。● 主婦層は子供がいるため、若年層よりも食材について気を遣う人が多い。野菜を多く摂る、新鮮な食材を使用する、季節の食材を使用する、子供のために食事の色合いを気にする、中国人にとって体に良いとされているスープを飲むなど様々。
上海	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、信頼できる大手のブランドを選び、生産日や賞味期限を確認するなど、安全性を重視している。● 若年層では、有機野菜・グリーン野菜、防腐剤・添加物のないもの、パッケージに認証の印があるかなども気にしており、野菜を洗う際にしばらく水につける人もいる。● 主婦層では、就寝前に良く眠れるように牛乳を飲む人が多かった。また、午後にヨーグルトを食べるという人もいた。ヨーグルトは太りにくいおやつという認識。
北京	<ul style="list-style-type: none">● 2グループともダイエットに気をつけている。● 特に、若年層では、果物を食べる、塩分や油を減らす、低脂肪油やオリーブ油を使用するなど、ダイエットに気をつけている人が多い。● 主婦層では、野菜を水につける、有機野菜を購入するなど、農薬や汚染物質に気を遣う人が多い。

普段の食品・食材の購入

	香港	上海	北京
普段の 食材購入場所と その理由	若年層 シティスーパー(注):4人 理由: 夜遅くまで開いている、種類が豊富、何か問題あった場合でも保証がある、清潔である、など利便性。 市場:2人 理由: 手軽である、近い、値段が安いなど。	若年層 スーパー・ハイパー:ほとんど 理由: 店内が清潔、値段は高いが品物は良い、種類が多い、仕事のあと行っても新鮮な野菜が残っている、味がいい、仕事の後だと市場は終わっていることもある。 市場:たまに行く	若年層 スーパー・ハイパー:4人 市場:2人 理由: 野菜の種類が多い、新鮮
	主婦層 シティスーパー:2人 理由: 日用品・嗜好品を買う 市場:4人 理由: 近いから、シティスーパーより安め、新鮮な肉が手に入る、種類が多い、新鮮なものを好きに選べる	主婦層 市場も・ハイパーも利用するという人が多い。 市場 理由: 野菜は毎日買う、遅くまでやっているのもので便利、生きている魚・魚介類などスーパーでは売っていない スーパー・ハイパー 理由: 野菜・肉が新鮮なため	主婦層 スーパー・ハイパー:6人 理由: 野菜の値段はあまり変わらない 市場:たまに行く
普段の 食材購入頻度	<ul style="list-style-type: none"> 若年層では、購入するものによって購入頻度が異なるが、食材やおかずに関しては月に2 - 3回と頻度は少なめ。 	<ul style="list-style-type: none"> 主婦層では、スーパー・ハイパーにはほぼ毎日行っている。 	<ul style="list-style-type: none"> 若年層では、週に一回が多数、時間がある時に行くという人もいた。 主婦層では夕方に買い物をしている。
普段の食材購入 時重視点	<ul style="list-style-type: none"> 2グループとも、信頼できる店で品質・鮮度などをよく確かめてから購入するなど、品質には気をつけている。 	<ul style="list-style-type: none"> 2グループとも、新鮮さ、状態を重視している。 若年層では、衛生面や陳列状態や肉のブランドを気にしている。 主婦層では、農薬の有無をパッケージや虫食いから判断していた。 	<ul style="list-style-type: none"> 2グループとも、有機野菜かどうかを重視している。 若年層では賞味期限や生産日を確認している。

注:シティスーパーは、香港では輸入食品や高級食品が多いプレミアムスーパーである。

高級食品・食材の購入 (1)

	香港	上海	北京
高級食材の購入理由	<ul style="list-style-type: none"> • 普通の食材というよりは、輸入物の珍しい嗜好品、高級品、お菓子、肉・魚・魚介類を中心に購入している。 • 高い価格に見合うだけのおいしさや品質があればお得と考えている。 • 種類が豊富で、量り売りで好きなだけ購入できたり、プロモーションで試食・試飲をしているので試しやすい、などが理由としてあがった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 有機野菜、輸入の果物が多く、大型スーパーなどで購入。 • 2グループとも、健康、安心できる、味のよさ、新しい味、栄養面などの理由が挙がった。 	<ul style="list-style-type: none"> • 有機野菜、輸入の果物が多く、大型スーパーなどで購入。 • 2グループとも、味、栄養、健康(汚染や農薬)の理由が多く挙がった。 • 主婦層では、見た目・パッケージがおしゃれ、新製品は試すという意見もあった。
価格	<ul style="list-style-type: none"> • どの食材も輸入食品はかなり高め。 ソーセージ: 30~40ドル さしみ: 2さくで300ドル 牛肉: 1切れ160ドル うに: 1パック35ドル 	<ul style="list-style-type: none"> • 全体的に高め。 • 安いもので1.5~2倍くらいで、高いもので4~5倍以上。 	
輸入先のイメージ	<p>日本: 2グループとも、日本の食材に対する評価は非常に高い。パッケージからして丁寧に作りこまれており、実際においしい・高品質であるという周知されている。安全面に関しては、品質管理は厳しく、不祥事の件数・度合いとも中国大陸と比べものにはならないと考えている。</p>	<p>台湾: トロピカルフルーツの種類が多くおいしい</p> <p>日本: お菓子類がおいしく、パッケージが良いのでつい買いたくなる。食材に対するイメージは良いが、日本・北海道についてあまりよく知られていないので、広告で知らしめる必要があるという意見が多い。</p> <p>タイ: 一番最初の輸入米</p> <p>ニュージーランド: 農業国としてのイメージは非常に良い。環境の良さ、大自然、牧場の様子などテレビ番組や広告をよく見ている。</p>	<p>日本: 品質管理はしっかりしているが中国に輸入すると品質が保証されないと考えている。日本で品質の良くないものが輸出される、中国の方が品質基準が低いから低い方にあわせていると思われる。</p> <p>アメリカ: 量が多い。</p> <p>韓国: 教養がある。(ドラマの影響が強い)</p> <p>オランダ: 具体的なイメージはない。</p>

高級食品・食材の購入 (2)

- 購入するカテゴリーと購入理由: 品質と味のおいしさが主な理由

香港	上海	北京
<p>若年層 市場で売っていない「高くてもおいしい嗜好品」に集中した。 おいしい:牛乳、豆乳、パン 質が良い:ステーキ 種類が多い:台湾製ソーセージ、日本のインスタント食品、コーヒー 新鮮:野菜</p> <p>主婦層 普通の食材を購入するためではなく、輸入物のめずらしい嗜好品、高級品、おかし、肉・魚・魚介類を中心に購入している。高い価格に見合うだけのおいしさや品質があればお徳と考えている。種類が豊富で、量り売りで好きなだけ購入できたり、プロモーションで試食・試飲をしているので試しやすい。 おいしい:さしみ、牛肉、鶏肉、洋風の惣菜、パルマハム、チーズ、キャンディー、チョコレート、ポテトチップス、パン、インスタントラーメン、 質が良い:うに、牛肉、 新鮮:さしみ、うに、牡蠣、牛乳 本物:フォアグラペースト 種類が多い:有機野菜、さしみ、ホットドッグのソーセージ、チーズ、パン、調味料、キャンディー、ポテトチップス、お酒(ワイン)、コーヒー ユニークなものがある:サラダドレッシング、お酒(ワイン)、たらばがに、ポテトチップス 試飲・試食がある:コーヒー、チーズ、うに、 グラム買い:漬物、キムチ</p>	<p>若年層 おいしい:果物、肉・ベーコン(豪)、チョコレート(ベルギー、明治)、牛乳(タイ)、韓国ゆず茶 パッケージが良い:果物、野菜 新鮮・見た目が良い:野菜、米(有機・輸入・タイ・日本) 他の人からの薦め:米(有機・輸入・タイ・日本) おいしくない:肉(アメリカ)</p> <p>主婦層 おいしい:ステーキ(日本産)、有機野菜・果物、有機米 品質が良い:有機野菜・果物、有機米 農薬・汚染がない:有機野菜・果物 栄養:有機野菜・果物 有機野菜・果物:体にいい・生で食べられるもの、栄養成分が高い、味がいい、農薬がない、汚染がない、</p>	<p>若年層 おいしい:有機米(タイ米など)、輸入果物、肉(牛肉ステーキ)、ジュース、ビール 品質が良い:有機野菜(白菜、もやし) 農薬・汚染:有機野菜(白菜、もやし)、輸入果物 新鮮:有機米(タイ米など) 種類が多い:ジュース</p> <p>主婦層 輸入食品は、味が違う、種類が多い、カテゴリーが違うという意見が多かった。 おいしい:有機野菜、輸入肉、輸入米、チーズ 栄養価が高い:有機野菜、輸入肉 品質が良い:輸入肉 農薬・汚染:有機野菜、輸入肉 子供が欲しがった:輸入果物</p>

牛乳の飲用実態 (1) 種類

- 香港ではチルド、上海ではチルド・LL半々、北京ではLLという傾向があった。
- 3都市とも小さいサイズのLLパックの携帯性・利便性の高さを評価する人が多いが、上海と香港では、チルドとLLを飲用シーンによって使い分けている人もいる。
- グループ別に大きな違いは特に見られない。



香港	上海	北京
<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、チルド購入者が多数。 ● 骨粗しょう症予防や脂肪摂取を気にしてカルシウム強化・低脂肪牛乳が人気。 ● 濃厚な味と高い栄養価から無調整牛乳を好む人もいる。 ● チョコレート味・パパイア味の牛乳を飲むという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループともチルド・LLが半々。 ● フレーバー付き牛乳を好む人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも小さいパッケージのLLが主流。チルド購入経験はあるが、賞味期限が短いためあまり好まれていない。 ● カルシウム強化タイプやチョコレートフレーバー牛乳が好きな人もいる。 ● ブランドでは味の良さ、品質の高さから蒙牛が一番好まれている。 ● 信頼しているブランドを買い続けながらも、新製品や様々な種類を試す傾向がある。

チルド牛乳のメリット: 新鮮、味が良い、添加物が入っていない(上海)、口当たりが良い

LL牛乳のメリット: 便利、持ち運びができるので便利、常温や温めて飲むのに良い
家で飲むにはチルド、出先に持ち歩くのにLLと使い分けている人もいる。

牛乳の飲用実態 (2) 飲用シーンや飲用理由

- 香港では一日中飲んでいるのに対し、上海・北京では朝食時と就寝前に飲んでいた。
- いずれの都市でも、味がおいしいからというよりも、栄養分、カルシウム補給、夜良く眠れるようにと飲む人が多い。
- グループ別で大きな違いは見られない。

	香港	上海	北京
飲用シーン	<ul style="list-style-type: none"> ● 自宅、会社という人がほとんど。旅行中にはたくさん飲むと元気になるという人もいた。 ● 2グループともに、毎日朝・夕、空腹時、就寝前に飲んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 朝は家、移動中など、夜は自宅で飲んでいる。 ● 朝食時に飲む人がほとんどだが、良く眠れるという理由から就寝前に温めて飲む人も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● ほぼ全員が朝食時に飲んでいる。 ● 就寝前に良く眠れるという理由から飲む人もいる。
飲用理由	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、ほぼ全員が健康のために飲んでいる。 ● カルシウム補給、肌に良い、栄養があるなどの意見が挙がったが、なぜ健康によいかよくわかっていない様子。 ● 味が良い、おいしいから飲む、よく眠れるようになるという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● いずれのグループもおいしさよりも健康面を重視している。 ● カルシウム、栄養のためという人が多い。 ● 主婦層ではたんぱく質の豊富さと回答した人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● カルシウム、栄養のためという人が多い。 ● 消化に良い、便秘に効果がある、習慣になっているなどの理由もある。 ● ヨーグルトの方が味はおいしいが、牛乳は栄養のため飲んでいるという人もいる。

牛乳の飲用実態 (3) 飲み方

- 香港では冷たいまま、上海では冷たいまま飲む人と常温・温めて飲む人が半々、北京では常温・温めて飲む人がほとんどだった。
- いずれの都市においても、朝食時は牛乳を飲むときは、基本的にパンと一緒に飲んでいる。
- 牛乳を使った料理経験はあまりなかったが、使用した人の中では洋食が多かった。

	← 冷たいまま飲む		→ 常温・温めて飲む
	香港	上海	北京
飲み方 (温度)	<ul style="list-style-type: none"> ● 冷蔵庫から出して冷たいまま飲む人が多い。朝、冷たいものを飲むのは体に悪いので、室温に戻したり温めて飲むという人もいる。 ● 夏は冷たいまま、冬は室温～温める人も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、冷蔵庫から出して冷たいまま飲む、常温で、温めてなどに人により異なる。 ● 季節により飲み方を変える人も多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、常温・温めて飲む人がほとんど。夏は冷たいまま飲むという人が多い。 ● 冷たいまま飲むのは胃に良くないと考えている人もいた。
ほかのものと 混ぜての 飲み方	<ul style="list-style-type: none"> ● ほとんどの人は牛乳をそのまま飲んでいて、温めた卵を割り入れて混ぜて飲むという人もいる。 ● 朝食時に飲むので、パン、シリアル、オートミールと一緒に飲むことが多い。 ● 料理経験はあまり多くはないが、オートミール、ソース、ケーキ・デザート、スープなど洋食に使用することもある。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、朝食時にそのままパンと一緒に食べる人が多く、TVで作り方を見てスープに入れた人がいた。 ● 主婦層では子供の朝食がパンと牛乳という人が多かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● パンと一緒に食べるのが一般的。 ● 若年層では、バナナを牛乳に混ぜて飲む人もいる。

牛乳の購入頻度・購入量

- 香港では、チルド購入者が多いため、賞味期限内に飲みきれの量を買って、飲みきったら次を買うという人が多い。
- 上海では、LLは一度に大量に買い貯めし(半月に12・16・24パック入りの箱など)、チルドは賞味期限内に飲みきれの量(週に1リットル)を購入していた。
- 北京では、LL購入者が多いため、12・24パック入りの箱を週に一回程度購入する人が多い。

香港	上海	北京
<ul style="list-style-type: none"> ● チルド牛乳が多い香港では、2グループとも毎日ではなく2～3日に一回、賞味期限内で消費できる量を買う人が多い。 ● 賞味期限の長い紙パックのものなら2～3日に1回、賞味期限の短いビンのは毎日など、賞味期限によって購入頻度が異なる。 ● パッケージサイズは、一度開けたものを冷蔵庫に戻すと菌が入りやすく非衛生的という理由から、250mlの飲みきるサイズが主流である。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、LLの場合、一回に大量に買いためする人が多い。(半月で1箱LL250ml×12パック、16パック入り、24パック入りなど) ● チルドの場合は、賞味期限に飲み切れる量を頻繁に購入する傾向が強い(週に一回1リットル、2日で飲みきったら次を買うなど) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、LLが主流なため、小さいパックがたくさん入った箱(250mlサイズが12・24パック入り)を週に一回程度買うという人が多い。

牛乳の購入重視点

- 3都市とも信頼できる有名メーカーを選び、賞味期限や生産日を非常に重視していた。
- 香港と上海では、カルシウム強化、低脂肪、濃厚タイプなどが受け入れられていたのに対し、北京では、無調整牛乳が好まれていた。
- 香港では九龍・十字牌、上海では光明、北京では蒙牛に対する信頼度が高い。

香港	上海	北京
<p>ブランド:有名なメーカーを選び、なるべく新鮮なものを購入している。</p> <p>九龍:若年層では、信頼できる大企業と認識(保証・回転が良いので安全)。</p> <p>十字牌:主婦層で評価がいい。</p> <p>味:無調整のほうが濃く、おいしいと認識。</p> <p>賞味期限:なるべく新しいものを買う。</p> <p>価格:若年層では高いものはたまにご褒美としてたまに買うものと認識。</p> <p>生産地:品質の安全面で重視。中国大陸産は買わないという人が多い(報道の影響)。地元香港産が多い。</p> <p>パッケージ:開けやすく、保存に便利なブリックパックやタ付きのものが好まれる。</p> <p>口コミ:若年層で重視されている。</p> <p>栄養や脂肪分:若年層ではカルシウム、軽く見る程度。主婦層では、カルシウム強化、低脂肪などを重視。</p>	<p>ブランド:品質が保証できるブランドを選ぶ。</p> <p>蒙牛:味・香りがいい、濃い、広告が多い、友達の紹介、広告が印象的、などイメージが良い。</p> <p>光明:古くからある地元のブランドとして信頼が厚く、不祥事後も受け入れられていた。歴史あるブランド、好きなタイプ、口当たりがいい、信頼できる、問題あるタイプは避ければいい、味のタイプが多い、などイメージが良い。</p> <p>伊利:味が薄い</p> <p>生産日:新しいに越したことはない</p> <p>味:純粋な味を重視、口当たりがいいものや濃厚タイプが好まれる。</p> <p>栄養:カルシウム強化タイプを重視する人もいる。</p> <p>品質:体に良くない成分、加工乳(二次牛乳とも呼ばれる粉乳に水を入れて戻したものの)、問題のあるブランドなどを確認する。</p>	<p>ブランド:品質が保証できるブランドを選ぶ。</p> <p>蒙牛:信頼できるブランド、広告をたくさん出すなど有名ブランド、歴史があるブランド、蒙牛は悪い記事を見ない。</p> <p>光明・伊利:良くないという記事を読んだことがある</p> <p>味:添加物が入っていないとの理由から純粋な味が好まれている。朝は味付きでもいいが、味付きは純粋なものより栄養面で劣ると考えている。</p> <p>賞味期限:長いものが好まれている。チルドタイプは2日しかないので毎日買うのは面倒と考えている。</p> <p>生産日:なるべく新しいものを選んでいる。</p> <p>栄養と脂肪分:主婦層では、ダイエットのため、低脂肪を好む人もいる。</p> <p>パッケージの説明:新製品の場合は確認する。</p> <p>生産地:若年層では重視されている。生産地が違くと味が違くと認識されている。</p>

中国の高級牛乳について

- 上海と北京では各メーカーが出しているプレミアムブランドを購入する人が多い。その傾向は上海でより強い。
- 蒙牛の「特倫蘇(トロンス)」の購入者が最も多く、伊利的「金典(ジンテン)」や光明の「致優(チーユー)」なども購入経験者がいる。
- 購入理由としては、栄養分が豊富ということもあるが、飲み答への濃厚な味が最も大きい。また、親・親戚・お年よりに贈ったり、お見舞いに持っていくのみ高級牛乳を購入することもある。

	香港	上海	北京
購入経験	<ul style="list-style-type: none"> ● 日本産牛乳など輸入牛乳の購入経験者がいる。 ● 購入経験は若年層で2人、主婦層で1人。 ● 地元メーカーは特に高級牛乳ブランドを出していない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入牛乳の購入経験者はいない。 ● ほとんどの人が蒙牛の「特倫蘇(トロンス)」を購入したことがある。 ● 伊利的「金典(ジンテン)」と光明の「致優(チーユー)」を好む人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸入牛乳の購入経験者はいない。 ● 蒙牛の「特倫蘇(トロンス)」の購入経験者は多いが、常に購入する人は少ない。
購入理由	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、日本に旅行に行ったとき飲んでみたらおいしかったなど、味の評価が良い。 ● 主婦層では、子供が好きだから。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 味が良い、栄養分が豊富、新製品を試すなどの理由が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 味が濃厚で好きだから ● ただしあまり変わらないという人もいる。
価格	<ul style="list-style-type: none"> ● 1Lで30ドル(450円)程度。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 250mlサイズで4元(60円)程度。 ● 通常のものよりも高いが、コストパフォーマンスは良いという意見もあった。 	



牛乳パッケージ評価 香港（1）

- 若年層と主婦層で意見が分かれる。
- 若年層では可愛くて色が濃い目のパッケージも好まれているが、主婦層では白いベースの清潔で牛乳らしいパッケージが好まれている。




	Gr1. 若年層	Gr2. 主婦層
第一印象	<ul style="list-style-type: none">● 全体的にパッケージの評価は高い。● デザイン・表示など作り込まれている。● 美しいとの意見が多い。	<ul style="list-style-type: none">● 全体的なパッケージに対する評価は香港のものとはあまり変わりはないという意見が多い。● 北海道に対する良いイメージから「森永 北海道牛乳」を好きな人が多い。
現地の牛乳と異なる点	<ul style="list-style-type: none">● 若年層・主婦層ともに、リサイクルに力を入れている点が香港と異なると評価。● サイズに関しては、大きすぎるので買いにくい、子供には小さいサイズの方が良いなど、マイナス評価。● 日本語から日本産とわかるため、全て中国語・英語に翻訳しない方がいいという意見もあった。	

注：香港では、試飲ができなかったため、パッケージ評価を行った。

牛乳パッケージ評価 香港 (2)

	若年層	主婦層	評価理由
<p>明治 おいしい牛乳</p> 			<p>(+)「シンプル」 (+)「色合いがシンプルでいい」 (+)「自分の欲しいミルクとわかる」 (+)「牛乳は伝統的に白・緑・青」</p>
<p>森永 おいしい牛乳</p> 		×	<p>(+)「シンプルでよい」 (+)「ハイクラス」 (+)「無印良品みたい」 (-)「あちこちに字がびっしり」「他のパッケージと比べて字が小さい」 (-)「字とバックの色がぶつかっている」 (-)「目立たない、横の文字を読みたくない」</p>
<p>日本ミルクコミュニティ メグミルク</p> 		×	<p>(+)「鮮やか」 (+)「淑女」 (+)「女の子っぽい」 (+)「こういう色はなくユニーク」 (-)「いちごなどの他のフレーバー牛乳という感じで、牛乳という感じがしない」</p>

牛乳パッケージ評価 香港 (3)

	若年層	主婦層	評価理由
<p>森永 北海道牛乳</p> 			<p>(+) 「フレッシュさ」</p> <p>(+) 「牧場というイメージ」</p> <p>(+) 「北海道のミルクキャンディーもおいしかったから」</p> <p>(+) 「牛が牧場で実際にのびのびしているとわかるイラスト」</p> <p>(+) 「娘がイラストが好き」</p>
<p>よつば 北海道十勝牛乳</p> 	×	×	<p>(-) 「何もないのであまり…」</p> <p>(-) 「北海道とストレートに伝わってこない」</p> <p>(-) 「十勝牛乳って何？」</p>
<p>らくのうマザーズ 阿蘇牧場牛乳</p> 			<p>(+) 「目立つ」</p> <p>(+) 「カラフル」「青い色」「色が鮮やかで好き」</p> <p>(+) 「ユニーク」</p> <p>(+) 「元手がかかっている」</p> <p>(+) 「牛と湖」</p>

牛乳パッケージ評価 上海・北京

- 上海・北京ともに、中国のものとあまり変わらず、特徴がないという意見が多い。
- 光明ブランドのものと似ているという意見もある。
- 上海・北京ともに、中国のものに比べて成分表示が詳細だという意見が多い。



ポジティブ	ネガティブ
<ul style="list-style-type: none">● 中国のものとあまり変わらず特徴がない● 成分表示が詳細● シンプルでいい(上海・主婦層)● 青と白に清潔感がある。(北京・主婦層)● 栄養・配合成分の表示が詳しく書いてあり一目瞭然、(北京・主婦層)	<ul style="list-style-type: none">● 三元・光明と似ている● 中国のものとあまり変わらない● 個性がない、色が単調、目立たない、ありふれている、おしゃれでない。(北京・若年層)● 基本的に中国の方が良い・親近感がある(北京・若年層)● 「汚染がない」という表示がない(北京・若年層)● 牛乳の表記が日本的、無調整の意味がわからない、家で飲むタイプだろうか、サイズが大きい(北京・主婦層)

牛乳試飲 味評価 上海・北京



- 上海・北京ともに、若年層では普段飲んでいるものとあまり変わらないという意見が多い。また、北京の若年層では、味、品質ともに国産のものとあまり違いはなく、蒙牛の品質管理はきちんとしているので日本の品質の高さに魅力を感じていないという意見もあった。
- 上海・北京ともに、主婦層では香り、濃度、新鮮さが好きという人の割合が高い。ただし、上海では普段飲んでいるもののほうが好きという意見が多く、北京では日本の牛乳がおいしいという人が多い。

	上海	北京
若年層	×	
主婦層		

上海	北京
<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、普段飲んでいるものとあまり変わらない、普段飲んでいる方がよいという回答が多かった。 ● 若年層では、「どちらともいえない」が6人。いずれも冷たすぎると回答した。濃度や香りの評価は普通。 ● 主婦層では、新鮮さ、濃度、香りとも若年層より評価が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層の評価が低く、主婦層の評価が高い。 ● 若年層では、国産のものより変なおいがない、味がとても純粹という意見もあったが、蒙牛の方が良い、あまり変わらないという意見。香り、濃度に関しては評価は普通。 ● 主婦層では、純粹な牛乳の味がする、口当たりが良いなど味に対する評価が高い。また、香り、濃度、新鮮さについても評価が非常に高い。6人中4人が香りのよさから日本産の方が良いと答えた。

上海若年層は【冷たいまま】と【室温】で、ほかのグループは【室温】で試飲した。

日本産牛乳の購入経験

	香港	上海	北京
若年層	購入経験者3名	全員見たことはあるが、購入経験はなし	全員見たことなし
主婦層	購入経験者1名	全員見たことなし	

香港では、実際に購入した人は多くはなく購入頻度も低いですが、飲んでみたらおいしかったと味の評価は高い。若年層では品質、安全面に関する評価は高い。ただし新鮮さに関しては産地から近い現地のものの方が上という評価。

購入場所: そごう、シティスーパー、ジャスコなど

見かけた種類: 北海道のもの

味: おいしい、香りがいい、全脂肪乳、なめらか、コクがある

品質: 「製造過程はわからないが、厳しい過程を経て一生懸命作られていると思う」「全く人の手で触れられておらず、機械できれいに処理されている感じ」

価格: 若年層では高いという人もいたが、主婦層ではそれほど気にしない様子。

パッケージ:

若年層 「高級」「色合いが美しい」「日本語が書いてある」「作り込まれている感じ」

主婦層 「特に違いはない」「成分など日本語ではなく中国語・英語で書いて欲しい」「全て中国語にしてしまうと味がなくなる・日本語がないとレベルが下がる感じ」「ブリックパックのサイズがちょうどいい」

中国の牛乳との比較してどちらが好きか:

若年層 香港と日本半々に分かれた。


主婦層 香港

上海&北京


- チルドタイプは賞味期限が短い
ため、新鮮さを心配しているが、
常温なら試しに買っていても良
いと考えている。
- 明治のブランド名が付いていて、
中国で生産している感じがする
- 輸入品だと賞味期限が短い
ので信じがたい
- 日本から輸送すると新鮮ではな
い
- 明治はチョコレートのメーカーと
いう印象が強い

日本、北海道、九州の牛乳イメージ評価(1)

香港	<ul style="list-style-type: none"> 北海道に対するイメージが非常に良い。大自然、酪農に適している、環境が良いなど牛乳のイメージに大いにプラスとなっている。ただ日本そのもののイメージもかなり良いので北海道は日本なのだから良い、日本だったら何でも良いという意見もあった。 九州はあまり有名でなく、特に酪農というイメージは全くない。
上海	<ul style="list-style-type: none"> 日本産の食品は品質が安心できるが、乳製品の産地というイメージがなく、乳製品の産地としてはニュージーランドやオランダの方が有名。 北海道の名前はよく知られているが、乳製品の産地としてのイメージはない。北海道産よりむしろ日本産の方がイメージが良いという意見もあった。 九州に関しては、乳製品のイメージは全くなく、地名の認知にとどまっている。
北京	<ul style="list-style-type: none"> 日本に関する知識が乏しいため、良いイメージがあまりない。 北海道や九州に関してもイメージが乏しく、乳製品のイメージは全くなく、ポジティブな要素とはなりにくい。

	香港	上海	北京
日本 	<ul style="list-style-type: none"> (+) 「非常にいい(日本だったら何でもいい)」 (+) 「空気がきれい」 (+) 「清潔」「ゴミ箱がないのにごみが落ちていない」「乞食がない」 (+) 「公衆トイレもきれい(大陸のトイレはペーパーも鏡も盗まれている!)」 	<ul style="list-style-type: none"> (+) 「日本産食品は安心できる、試したい」 (+) 「明治の品質は安心できる、チョコレートがおいしいので」 (+) 「明治のブランドが好きなので買ってみたい」 (+) 「常温の牛乳なら買うと思う」 (-) 「日本は乳製品のイメージがない」 (-) 「島国なので牧場がないと思う」 (-) 「知名度がないので広告が必要」 (-) 「粉乳だったらNZのイメージが強い」 	<ul style="list-style-type: none"> (+) 「電気製品がよい(デジカメなど)」 (+) 「管理がしっかりしている」「置きやすい四角いスイカ」 (+) 「とてもきれいな国」「清潔」「牛の食べている草が清潔」「環境が良い」 (+) 「日本産チーズを食べたらおいしかった」 (+) 「日本人は栄養をととても重視している」 (-) 「日本は小さいので生産量が少なく、日本国内でもまかなえないのでは？」 (-) 「国内でも良く知らないメーカーもあるのに、ましてや日本の牛乳については全く知らない」 (-) 「国内で売ってはいけない良くないものを輸出している」「中国に輸出しているものは十年前くらいの古いタイプを輸出している(日本ではアップグレードしていても)」

日本、北海道、九州の牛乳イメージ評価(2)

	香港	上海	北京
北海道 	(+) 「牛をいっぱい飼っている」「北海道は酪農に非常に適している」「農業が中心」 (+) 「牛肉がおいしいので牛乳もおいしい」「おいしい食べ物が多い」 (+) 「みんなが知っている・有名ブランド」「他の場所を知らない」 (+) 「伝統的な方法で製造しているので安心」「ナチュラルなものがあり気持ちがいい」 (+) 「大自然」「田園風景」「広々している」「草原が広がっている」 (+) 「環境が良いので牛の食べる草も良いと思う」「質がよいものが取れる」	(+) 「観光名所」「桜」「雪」 (+) 「牧場(1人)」 (+) 「海鮮が有名」 (-) 「寒いので草が育つか疑問」 (-) 「四季がはっきりしている」 (-) 「北海道の気候は良くない」 (-) 「普段は暖かいところ」 (-) 「地震がひどい(遊びに行った友人から)」	(+) 「ハムが有名」「さしみが有名」 (+) 「露天風呂に入りたい」 (-) 「寒い」 (-) 「赤いシリーズ(TV)」 (-) 「北海道に牛乳があるんですか？」 (-) 「おいしければ生産地は気にしない」
九州 	(-) 「イメージなし」「あまり良く知らない」「地名しか知らない」 (-) 「松葉ガニ」「ラーメン」 (-) 「牛乳のイメージはない」 (-) 「大自然で有名というわけではない」 「北海道よりも都会というイメージ」	(+) 「ミルクキャンディーが有名」 (-) 「名前しか聞いたことがない」	(+) 「TVドラマで見た(日本のドラマが好き)」 (-) 「名前だけしか知らない」

日本産牛乳の購入意向

- 香港では、興味度は高いものの、購入意向はあまり高くない。日本産低脂肪牛乳に対する購入意向は高かった。
- 上海では興味度・購入意向ともにあまり高くなかった。毎日飲むものなので、高いものは買い続けられないという意識がある。
- 北京では、チルド牛乳の興味度・購入意向は低い、LL牛乳に関しては興味がある人が多い。

	香港	上海	北京
興味度 (5段階評価) その理由	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では「非常に興味がある～かなり興味がある」が多いのに対し、主婦層では「かなり興味がある～どちらともいえない」、と低め。 ● 若年層では実際に飲んだことがあり、おいしかったという経験から興味度が高いと思われる。 ● 主婦層の「どちらともいえない」の理由として、「あまり変わらない気がする」「入手困難」などが挙げられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、どちらでもないという人が多かった。中国の牛乳に品質・味ともに満足しており、違いはない、日本＝乳製品というイメージがない、賞味期限の短い商品なので輸送すると新鮮ではなくなる、などの理由が多い。 ● 主婦層では、「かなり良い」「どちらともいえない」が半々。日本の品質、環境への意識や技術の高さが理由として挙げられた。 ● 2グループとも、LLなら賞味期限を気に必要がないので魅力を感じるという人が多かった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では興味度は低い ● 主婦層ではLLならば興味がある人が4人いたが、チルドに対する興味度は低い。 ● LLに防腐剤が入っているならチルドを買う、温めて飲むなら、賞味期限が短いなら頻繁に買えばいいだけという意見もあった。
購入意向 (5段階評価)	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では「非常に購入したい～どちらともいえない」に意見が分かれた。 ● 主婦層では「どちらともいえない」という人が多い。 ● 2グループとも、興味度の高さに対する購入意向の低さとして、実際にお金を出す際に踏みとどまる様子が伺える。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、全員試しに買ってみたいと答えた。明治・森永といった中国で有名な日本ブランドなら手に取ると言う人が多かった。 ● 主婦層は購入したい(2人)、どちらともいえない(4人)と若年層より低め。 ● 金銭的に毎日飲めないという理由から購入意向が低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層での購入意向は低く、毎日飲むものだから、値段が高くなると思うので買わないという意見もあった。 ● 主婦層では、味の良さから全員が購入意向があると回答した。ただし、賞味期限や防腐剤の有無などを気にする人もいた。
価格	<ul style="list-style-type: none"> ● 18～30ドル 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、15-20元がほとんど。若年層ではLLなら30元という人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では10～20元。 ● 主婦層で10～14元なら全員買うと回答した。 ● 2グループとも、20元なら高く買わない。
どんな人が買うと思うか	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層・2ともに、経済的に裕福で食べ物にお金をかけられる人、食や健康にこだわる人、カルシウムを必要とする母親世代などが多く挙げられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、経済力のある人という回答が多かった。 ● 主婦層では、24～30歳の若い人という回答もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、日本人・日本や海外にいた人や外国人という回答が多かった。 ● 主婦層では、どんな人でも買う可能性はあるが、頻度が異なるという人もいた。

ヨーグルトの飲食実態 (1)種類

- 3都市とも、飲むタイプ・フルーツの味付きのものが主流で、様々なフレーバーを楽しんでいた。
- 上海・北京では、プレーンに関しては、純粋な味・本来の味が楽しめるという意見も出た。

香港	上海	北京
<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも食べる人、あまり食べない・全く食べない人に分かれた。● 2グループともフルーツが入ったものが人気。特にイチゴは多数の人が食べている。その他に、ブルーベリー、ラズベリー、マンゴー、ミックスベリー、ミックスフルーツなどが挙げられた。● シリアルをいれるタイプも評判が良かった。	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、飲むタイプ(プレーン、味付き)が主流。スプーンで食べるのは面倒という認識が強い。● 2グループとも、飲むタイプは便利なので気軽に飲んでいる。一方食べるタイプは家などでゆっくり食べるというイメージがある。● 味については、プレーンはヨーグルト本来の味が楽しめる、味付きは色々な味が楽しめるので良いという意見が多い。	<ul style="list-style-type: none">● 2グループとも、飲むタイプが主流。● 果物入りについては、大人でも子供でも食べられる、おいしい、いろいろな味があるので飽きないなど。● プレーンについては、純粋な味の方がいい、乳酸菌が入っている、胃腸にいい、整腸作用がある、入っている果物が缶詰のもので新鮮でない・栄養が劣る新鮮な果物を食べたほうが良いなどの理由が挙げられた。

ヨーグルトの飲食実態 (2) 飲食方法

- 3都市とも、味の良さからではなく、美容・ダイエット・健康目的に食べる・飲む人が多い。
- 香港では、果物だけでなくドライフルーツ・シリアル・オートミールなどを入れる人もいる。
- 上海・北京では、そのまま飲む/食べる人が多い。

	香港	上海	北京
飲食シーン	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも朝食時、昼食後、夕食後、空腹時など、食べたいときに食べるという人がほとんど。 ● 若年層では、会社・家で食べる人多い。 ● 2グループとも、プレーンのまま食べる人は少ない。 ● いちごなどの果物のほかに、オートミール、シリアル、プラム、干しぶどう、ソーダクラッカーなど好きなものを入れている。 ● もともと果物入りのものにさらに自分で果物を入れる人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 昼食時や昼食後、夜飲むという人が多い。 ● 職場、家など。 ● 2グループともそのまま飲む人が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● りんご、ビスケットと一緒になど、ヨーグルトだけだと物足りないので他のものと一緒に食べるという人がいた。 ● 果物を入れたり、ヨーグルトを果物にかけて食べている。 ● ダイエットのために夕飯代わりに食べるという人もいる。 ● 2グループとも、午後、夜飲むという人が多い。飲食場所は主に家や職場。 ● 毎日飲んでいるという人や、夏にもっとたくさん飲むという人もいた。
摂取理由	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層では、ダイエットのため、胃腸のため、体を活性化させる(ライフバクテリア)など味が好きだからというより、健康のために食べている人が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層では、ダイエット目的や美容・健康のために飲む人が多い。 ● 乳酸菌、整腸作用、消化の良さなど、ヨーグルトの機能を把握していた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、消化が良く胃腸に良いという認識を持っている。 ● 栄養、美容、おなかいっぱいになる(ダイエットに良い)という意見もある。
料理経験	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループともに、料理に使用している人はほとんどいない。 ● 主婦層では、お手伝いさんが酢入りドレッシングを作るという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● なし 	<ul style="list-style-type: none"> ● フルーツサラダを作る。 ● バナナヨーグルトで顔にパックする。

ヨーグルトの購入実態

- 香港と上海では週に一回に数個購入しており、北京では2～4日に一回数個購入している。
- 味・鮮度(生産日)に関してはいずれの都市でも重視されている。
- ブランドに関しては、上海と北京で重視されている。
- 価格については、いずれの都市においてもあまり重視されていない。

	香港	上海	北京
購入頻度と量	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層・2ともに、週に1～2回、複数買うという人が多い。 ● 主婦層では、特価なら5～6個まとめ買いするという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、家用に複数個1パッケージのものを週1回程度購入している。 ● 会社で食べる時はその都度コンビニで購入している。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、数個入りのものを2～4日に一度購入している(牛乳より頻繁)。
購入時の重視点	<p>味: 多数が味を重視。若年層</p> <p>価格: 2グループともあまり重視していない</p> <p>鮮度: 主婦層では賞味期限を確認する程度。若年層では、あまり重視していない。</p> <p>栄養: 若年層では、高カルシウム、ブルーベリーは目にいい、マンゴーは体の熱を取るなど多少考慮している。主婦層では、もともとヨーグルトは体に良いものなので成分表示は見ないという人もいる。</p>	<p>味: 2グループとも重視している。</p> <p>価格: 特に重視していない</p> <p>鮮度: 若年層で重視している。</p> <p>栄養・効用: 主婦層で体の毒を出す点を重視する人がいる。</p> <p>ブランド: <u>ダノン</u>: 歴史が長い(若年層) <u>光明・ダノン</u>: 広告が多い(主婦層)</p> <p>パッケージ: 果物入りのもの(主婦層)</p> <p>容量: 主婦層で重視している。</p>	<p>味: いちご、アロエ</p> <p>生産日: 主婦層で重視している。</p> <p>ブランド: 決まったブランドを買い続けている</p>

ヨーグルトパッケージ評価 (1)

- 3都市とも洗剤を連想したり、ヨーグルトと認識せず他の乳製品や電気製品だと思った人もいる。
- 普段は便利さから食べ切りサイズを好んでいることから、サイズが大きすぎるという人が多い。
- 香港・北京ではデザインに対し比較的高い評価だったが、上海ではまあまあという人が多い。



	香港	上海	北京
第一印象 中国のパッケージと違う特徴	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、サイズが大きすぎて食べ切れにないのではと思う人が多い。また、ヨーグルトは小さいパッケージだという認識から、洗剤やバター・マーガリンみたいだという意見もあった。 ● パッケージデザインに関しては、若年層では、「高級な感じ」、「シンプルできめ細やか」、「明治という表示から日本製とわかる」など好意的な意見があったのに対し、主婦層では好きな点は挙がらなかった。 ● プレーンヨーグルト: 味がないとさびしい、砂糖を入れるとは思いつかないなど、プレーンヨーグルトにほとんど親しみがない。砂糖ではなく、ジャムやドライフルーツ、チョコレートなどの小袋がいくつかついていての方がいいという意見が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では全員が洗剤を連想したが、形がユニークで良いとも回答。 ● 主婦層では、まあまあ、どちらでもないが半々。ゴミ箱や空気清浄機のパッケージに似ているなど、ヨーグルトと認識しづらい様子。 ● 砂糖について 濃いタイプなら溶けないと思う、砂糖をどうやって溶かすのか疑問、防腐剤かと思った、砂糖が別についているのいい(見たことがないから)、普段はダイエットのため砂糖は入れない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、アイスクリーム・洗濯洗剤を連想した。好きではない人が5人。 ● 主婦層では形状・デザインともに好意的な意見が多い。 ● 中国のものと比較した場合、2グループともサイズが大きい、形や色が異なるという意見が多数。 ● 砂糖について 若年層では、溶けにくそうと思う人が多い。 Gr,2では自分の好みの量を入れられる、とてもいいという評価。

ヨーグルトパッケージ評価 (2)



香港	上海	北京
<p>デザイン</p> <p>(+) 「きれい」「高級な感じ」「デザインもシンプルできめ細やか」</p> <p>(-) 「四角いデザインに対しては何も…」</p> <p>大きさ</p> <p>(-) 「大きくて手に持ったときかさばる感じ」</p> <p>(-) 「箱が大きすぎ、食べきれないかも」「一回で食べきれず連続5日間で食べるかな」</p> <p>(-) 「1回で食べきれず冷蔵庫に戻すのは抵抗がある」</p> <p>(-) 「大きすぎ、4つパックに分けて欲しい」「ファミリーサイズとパーソナルサイズに分けたらいいかも」</p> <p>(-) 「空けたら全部食べちゃうかも」</p> <p>(+) 「冷蔵後のポケットにぴったり入るサイズ(なので食べきらなくても大丈夫)」</p> <p>ヨーグルトに見えない</p> <p>(-) 「牛乳に似ている」「洗剤と間違えるかも」「バター・マーガリンみたいでヨーグルトに見えない(サイズが大きいため、ヨーグルトは小さいものと思っているため)」</p> <p>パッケージ上の表記</p> <p>(+) 「明治→日本とわかる・一番有名」</p>	<p>デザイン</p> <p>(+) 「ユニーク」「新規性がある」「とてもいい」「まあまあいいと思う」「清潔に見える」「色の組み合わせはいい」</p> <p>形状</p> <p>(+) 「ふたがあって形がかわいい」「箱とふたの形のコンビネーションがいい」「見たことないから」「形がユニークで目立つ」</p> <p>(-) 「形が好きではない」「色はいいが、形は良くない」</p> <p>(-) 「持ち歩けない」</p> <p>(-) 「もっと細い方が良い」「太めな方が良い」</p> <p>大きさ</p> <p>(-) 「家で食べるタイプとしては小さい」</p> <p>(-) 「1人では食べ切れない」「半分くらいの大きさがいい(300gくらい)」「ちょっと大きい」</p> <p>ヨーグルトに見えない</p> <p>(-) 「洗濯洗剤に似ている」「空気清浄機のパッケージに似ている」</p> <p>食べ方</p> <p>(+) 「砂糖が別についているのがいい(見たことがないから)」</p> <p>(-) 「そのまま食べるのか、食器に出して食べるのかよくわからない」</p>	<p>デザイン</p> <p>(+) 「牛乳のパッケージよりいい」「とてもきれい」「パッケージが目立つ」</p> <p>(-) 「濃い青色が良くない」</p> <p>形状</p> <p>(+) 「四角い箱の形状はいいと思う」</p> <p>(-) 「四角・三角の方が好き」「三角形の方がいい」</p> <p>(-) 「深すぎて飲みにくい」</p> <p>大きさ</p> <p>(+) 「大きさもちょうどいい、500gと中国のものと変わらない」</p> <p>(-) 「一人用には大きすぎる」「ちょっと大きい」「果物と一緒に食べるには大きい」「125gくらいがちょうどいい」</p> <p>ヨーグルトに見えない</p> <p>(-) 「洗濯洗剤みたい」「アイスクリームみたい」</p> <p>パッケージ上の表記</p> <p>(+) 「見たらプレーン味とよく分かる(国内のものに似ている)」</p> <p>(+) 「すぐ日本産とわかる」「日本語の意味がわからなくても日本語で書いてあるといい」</p> <p>(-) 「明治・ブルガリアの組み合わせが疑問(日本産なのにブルガリア?)」</p>

ヨーグルト試食 味評価 (1)

- 3都市とも酸味が強くておいしくない、普段食べている方が良いという人が多かったが、北京では強い酸味を受け入れられる人もいた。
- 口当たりに関しては、香港では濃い・がさがさしている、上海ではつぶつぶが嫌、北京では、濃い・どろどろしているという意見が挙がった。



	香港	上海	北京
中国のヨーグルトと違う点	<ul style="list-style-type: none"> ● 酸味の強さから、全体的に評価は低い、色も透明感があり純白で作られたものという感じ、化学的・ケミカルっぽいなどの印象が強い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、飲み慣れている中国のヨーグルトの方が良いと回答。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 酸味は強いものの、受け入れられる人が多い。 ● ただし中国のヨーグルトの方が良いという人が多い。
味の評価 そのまま	<p>味: 2グループともに、酸味が強い、さびしい味、単調な味、苦さすら感じるなどおいしくないという意見が多数。</p> <p>新鮮さ: 2グループとも特に新鮮さを感じなかった。酸味の強さからくさっているのかと思う人もいた。</p> <p>香り: 若年層では、牛乳の香りがするという人もいるが、主婦層では感じないという人が多い。</p> <p>濃さ: 若年層では、「クリーミーでよい」という人と「普通」という人に分かれた。「粉でとろみをつけた濃さという感じ」、「化学的なものを加えてとろみをつけた感じ」という人もいた。主婦層では「普通」と答えた人がほとんど。</p> <p>なめらかさ: 2グループとも、がさがさしていてなめらかではないという意見が多数。</p>	<p>味: 2グループとも酸味が強すぎておいしくない、薄いという意見がほとんど。主婦層では、のどが渴いたときにいいと思う、しょっぱいものや脂っこいものを食べた後にさわやかでいいという人もいる。</p> <p>新鮮さ・なめらかさ: 若年層では牛乳が悪くなった感じ(つぶつぶと古い牛乳にできる塊が似ている)という人がいる。</p> <p>香り: 主婦層では牛乳の味や香りがしないという人が多い。ヨーグルトとは、牛乳の一種で、甘酸っぱくて牛乳の香りがするもの、発酵した牛乳がヨーグルトという認識がある。</p>	<p>味: 中国のものとは異なりすっぱい、砂糖を入れたい、おいしくないという意見が多い。北京の豆乳と似ている、アイスクリームみたいという意見もある。</p> <p>なめらかさ: 主婦層では口当りは細かくて良いという人がいる。</p> <p>濃さ: 主婦層では濃い、どろどろしているという評価。</p> <p>香り: 主婦層では香りが良いという人もいる。</p> <p>その他: 自分で作ったヨーグルトみたい、これを使ってヨーグルトを作るのに良いという意見もあった。</p>

ヨーグルト試食 味評価 (2)

- 3都市とも、ジャムを入れると酸味が弱まり、おいしくなった、ヨーグルト自身の味も良くなったという人が多い。
- 砂糖の代わりにいろいろな種類のジャムがいくつかついてくるといいという意見もみられた。
- 果物を入れた場合の評価は、上海の主婦層で非常に高かったのに対し、北京ではどちらでもないという人が多い。



	香港	上海	北京
味の評価 ストロベリー ジャム	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、ジャムを入れたとたんおいしくなったと味の評価が上がった。若年層では「非常においしい」と5人が回答したのに対し、主婦層では6人が「普通」にとどまった。 ● 酸味を感じなくなり、なめらかさや牛乳の香りを強く感じるようになった。 ● 対象者の発言 「パンに塗ったらおいしそう」、「さっぱりしていておいしい」、「フレッシュでおいしい」、「小さいジャムがついていたらいい」、「砂糖よりジャムがついてきた方が健康的」 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、おいしい、甘さが加わり、酸味が弱まり食べやすくなったという人が多い。 ● 良くなった理由は、自分の好きなものを好きなだけ入れられる、口当たりが良くなった、さわやかな感じがする、会社の同僚と一緒にそれぞれ好きなジャムを入れて食べられるなど。 ● どちらともいえないという人(2人)は、家でしか食べられない、混ぜるのが面倒、つぶつぶが嫌、香ばしさが足りないなどの理由を挙げた。 ● 希望する改善点 砂糖の代わりにジャム(桃、イチゴ、チョコレート)をつけて欲しい(複数種類を複数個)、折りたたみスプーンが欲しいなど。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループとも、ほとんどの人が好きと答えた。主婦層では、中国のものよりもおいしいという人もいた。 ● 2グループとも、食べ方に関しては、新しい食べ方、自分で味が調整できるので良い、自分の好きなものを入れられる、など好評だった。
味の評価 果物と バナナ マンゴー パイナップル	<ul style="list-style-type: none"> ● 試食なし 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層のみ試食あり(マンゴー、バナナ、パイナップル) ● 全員がとても好きだと回答した。 ● 新鮮な果物の口当たりがいい、好きなものを入れるのは面倒と感じない、ユニークな食べ方、ヨーグルトも果物も体にいいので、子供が喜びそう、夕食後のデザートにいい、おいしい、など 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループともに、味の好みはどちらでもないという人が多い(果物だけだとあまり甘くないため)。 ● 果物が溶け込まない、面倒、果物と別々に食べた方が良いという人が多かった。 ● 子供ならこの食べ方が好き、パーティー時にはいいと思うという人もいた。

日本産ヨーグルト購入経験

香港	上海	北京
購入経験者あり	全員見たことなし	全員見たことなし

香港購入経験および味に対する評価

購入場所: 西武、シティスーパー

見かけた種類: 味付きのもの、プレーン、小さいサイズのもの

味に対する評価: 香港のものの方がなめらか、香港の方が薄い

「混ぜないとおいしく感じられない」、「味・質の差はあまり感じない」、「重い感じはしない」、「味が牛乳っぽい重さがない」、「食後は水が飲みたくなる」、

中国のヨーグルトと比較してどちらが好きか:

地元のほうが好き(2人)

理由: なめらかさ、味、新鮮さなど

日本産ヨーグルトの購入意向

- 興味度に関しては、3都市とも「どちらともいえない」～「あまり興味がない」という人が多い。
- 購入意向に関しても、3都市とも「どちらともいえない」～「あまり購入したくない」という人が多い。
- 小さいサイズなら、ジャム付きなら、店頭で食べ方を教えてくれたら買うという人もいる。

	香港	上海	北京
興味度 (5段階評価) その理由	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では「どちらともいえない」が5人。 ● 主婦層では興味のない人がほとんど。理由は、「親しみがない」、「実際に食べてみて」など。 ● 主婦層では、北海道と書いてあったら買うかもしれないという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層で、「かなり興味がある」が2人、「どちらでもない」が4人。 ● 2グループとも、ジャムや果物を入れた場合の評価は高いが、そのまま食べる・砂糖を入れる場合の評価は低め。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層では、プレーンヨーグルト(製造国に関係なく)に「魅力を感じる」が2人、「どちらでもない」が3人。
購入意向 (5段階評価)	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、「どちらともいえない」～「あまり購入したくない」。理由として、「酸味が強くおいしくない」、「売っているところがない」、「値段」など。 ● 主婦層では、購入意向なしがほとんど。 ● 主婦層では、小さい食べ切りサイズなら買うかもしれないという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層ではジャム入りなら、主婦層では果物を入れる試食があったら買いたいという人が多い。TVCMや店頭で食べ方を教えてくれたり、試食があったら買いやすく、おいしかったら買い続けたいという人が多い。 ● ピクニックや友人が家に来る時などに購入したいという人もいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層では、毎日食べる・飲むものなので、食べ慣れたらたまに買うという程度。
価格	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、20ドル台なら買う、35～40ドルなら買わない。 ● 主婦層では、30ドル台。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 2グループともに、15～20元、30元は高く買わないという回答が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、10～13元。 ● 主婦層では、6元～10元、15元なら高く買わない。
どんな人が買うと思うか	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、食べなれた日本人以外では、偏屈で健康に気を遣う人、健康的ではない女性というネガティブなイメージが強い。 ● 主婦層では、外国人、ヨーグルト好きな人、ダイエットする人など。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 主婦層では、子供のいる家庭、若い女性、子供が広告を見たら欲しがると思う、経済力のある人、30-40歳くらい、20歳以上で仕事をしている人などが挙がった。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若年層では、砂糖が入っていないので糖尿病の人、ヨーグルトの好きな人。 ● 主婦層では、すっぱいものの好きな人、ジャムがついていて食べ方がわかれば買う人もいるという意見。


Step2 中国FGI フロー

時間	質問内容	ポイント
5/5 分	1.導入 ➤ [モデレーターより] 調査会社の紹介、モデレーターの自己紹介、FGI の目的説明 ➤ [対象者より] 自己紹介 (氏名、年齢、家族構成、職業、など)	■ FGI 趣旨の説明 ■ ラポート形成
25/30 分	2. 普段の食生活 飲食生活と気をつけている点 ➤ 3食(朝・昼・晩)ととっていましたか? ➤ 3食それぞれどこで食べているか? ➤ 3食それぞれ、どんなものを食べていましたか? 食生活で気をつけていたことは何ですか? (栄養、おいしさ、手軽さ・スピード、安心、安全性意識、etc) 高級食品・食材の購入 ➤ 普段食品食材の購入場所、購入頻度、重視点 ➤ (上海と北京:)高級食品食材を購入する購入場所と理由 場所と品質の関連性を確認する。 ➤ (香港:)高級スーパー(たとえばSogoやCitysuper など)で食品食材を購入する理由 場所と品質の関連性を確認する。どんな食品が多いか、有機食品?輸入食品?その他には? ➤ 購入する高級食品食材のカテゴリー <u>確認:野菜、果物、お米、肉類、野菜ジュース、果実ジュース、牛乳など。</u> ➤ 購入する高級食品食材のカテゴリー別の価格 同カテゴリーの一般のものに比べどのくらいの価格差があるか、 ➤ 購入する高級食品食材のカテゴリー別の購入理由 高級食材を購入する理由、その理由に関して、なぜそう思うのか?そのような知識はどこから得ているか? <u>確認:食品の安全安心の意識と高級食材との関連性</u> ➤ 輸入品のカテゴリーに関しては、輸入先(国や地域)とそのイメージも確認する なぜその国のそのカテゴリーの商品がよいと思うのかを確認する。	■ 普段の食生活と気をつけている点を把握、食品の安全性の意識を確認 ■ 健康意識は具体的にどのように求められているか?保健か、ダイエットか? ■ 高級食品・食材購入の理由を確認 ■ 高級品(輸入食品)に求める高品質とは具体的にどこか? ■ 高級感とは具体的にどんなイメージ?
15/45 分	3.牛乳の飲用実態、購入実態 ➤ 牛乳の種類は?(LL、チルド etc.) その種類を飲む理由は? ➤ いつ飲んでいましたか?(朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc) 牛乳を飲む理由は?「体にいい」とはどういうことか? ➤ どこで?(家・通勤中・会社・学校、etc.) ➤ 何と?(一緒に食べる物はどんなものか) ➤ どのように?(温・冷、そのまま・何かと混ぜて[何を?], etc.) ➤ 料理に使ったことはあるか?(どんな料理に、どのように?) 購入実態 ➤ 購入頻度と量は?(毎日、週1~2回、etc.) ➤ 購入時の重視点は?(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国?], ブランド、パッケージ、栄養分・カルシウム、利便性、etc.) ➤ 高級牛乳について(購入経験と理由、贈答について、価格について)	■ 中華がメインの食生活において、牛乳の位置付けは? ■ 牛乳の飲用に、具体的にどのような利便性が求められているか? ■ 牛乳と健康意識をどのように関連付けられるか? ■ 高いにもかかわらず、高級品を買いたいと思う理由は?期待点は?

15/60 分	<p>4.牛乳パッケージ評価(香港のみ) ただし、現地でチルド牛乳があった場合は試食をし、パッケージ評価はなし。</p> <p>第一印象 国産のパッケージと比べて違う点 好き嫌いとその理由</p> <p>[パッケージを呈示]</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ パッケージを好きなものを選択。理由は？ ➢ 最も好きなパッケージの色、デザインの評価(いい点、よくない点)なぜ？ ➢ 言葉は？中国語に訳すとタブーだったり、よくないものはある？ ➢ 中国でも(それぞれ)受け入れられるかと思う？ だめな場合、なぜか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 評価がよいパッケージの選択 ■ パッケージに対する好みを把握
15 ~ /60 分	<p>4.牛乳試食&評価(北京と上海のみ)</p> <p>[パッケージを呈示] パッケージの第一印象 国産のパッケージと比べて違う点 好き嫌いとその理由 パッケージテストが終わるころに、コップに入れてトレイに準備。 モデレータがドアを開けると入れる。 試飲 そのまま一人50~100mlずつ</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ おいしいか？5段階評価とその理由 <u>確認:温度、新鮮さ、濃度、香り、など</u> ➢ 国産との比較で何か違う点は？ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 呈示牛乳のパッケージ評価と、パッケージに対する好みを把握 ■ チルド牛乳の味の受容性確認
20/80 分	<p>5.日本の牛乳のイメージ(日本、北海道、九州)</p> <p>日本産輸入牛乳の購入経験と評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 日本製の牛乳を見かけたことは？種類は？ ➢ 購入経験はあるか？ ない人はなぜ買わなかったのか？ ➢ 評価は？(味、価格、パッケージ、etc.) ➢ 味や舌触りなどどう？ ➢ 国内の牛乳と比べての違い？(味覚、価格、新鮮さ、パッケージ、栄養、品質 etc.) ➢ 国内の牛乳と比べてどちらが好き？ <p>イメージについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 日本の牛乳のイメージってどんなもの？ なぜ、そう思う？ <u>安全安心、品質管理</u> ➢ 北海道のイメージは？認知経路・そう思う理由 <u>「きれい」とは？環境汚染、広々、大きい、人口少ないなど</u> ➢ 九州のイメージは？ <p>ユーザーイメージと価格受容性</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 日本産の輸入牛乳について魅力的と思うか？5段階評価とその理由 ➢ 購入意向は？5段階 ➢ 価格については？1L = ???元？ いくらに見えるか？ いくらだったら買うか？ ➢ どんな人が買うと思う？ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本牛乳の購入経験確認 ■ 日本、北海道、九州のイメージ把握 ■ 日本の牛乳のアピールポイントは？ ■ ターゲットユーザー層を確認と価格受容性

<p>10/90 分</p>	<p>6.ヨーグルトの飲食実態、購入実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ヨーグルトの(タイプ、味、etc.) その種を食べていた理由は？ ➤ 飲食のタイミングは？(朝ごはん、おやつ、お昼ご飯、夜ご飯、喉が渴いたとき、寝る前 etc)ヨーグルトの飲食理由は？ ➤ どこで？(家・通勤中・会社・学校・給食、etc.) ➤ 何と？(一緒に食べる物はどんなものか) ➤ どのように？(そのまま・何かと混ぜて[何を？]、etc.) ➤ 料理に使ったことはあるか？(どんな料理に、どのように?) <p>購入実態</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 購入頻度と量は？(毎日、週1~2回、etc.) ➤ 購入時の重視点は？(味覚、価格、新鮮さ、国産 vs.輸入[どこの国のもの？]、ブランド、パッケージ栄養分・カルシウム、etc.) ➤ 高級ヨーグルトについて(購入経験と理由、価格について) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中華がメインの食生活において、ヨーグルトの位置付けは？ ■ ヨーグルトの飲食に関して、具体的にどのような利便性が求められているか？ ■ 健康意識との関連付けは？ ■ 高いにもかかわらず、高級品を買いたいと思う理由は？期待点は？
<p>25/115 分</p>	<p>7.ヨーグルト試食&評価</p> <p>[パッケージを呈示] パッケージの第一印象 国産のパッケージと比べて違う点 好き嫌いとその理由</p> <p>パッケージテストが終わるころに、コップに入れてトレイに準備。 モデレータがドアを開けるとまず「そのまま」を運ぶ。</p> <p>プレーンヨーグルト試食 そのまま 一人100g程度ずつ</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ おいしいか？5段階評価とその理由(新鮮さ、濃度、香り、など) ➤ 国産との比較で何か違う点は？ <p>が終わって、モデレータがドアを開けたら「ジャム入り」を運ぶ。 100gあたりのヨーグルトに1さじ程度のジャムを混ぜる。</p> <p>ジャムとまぜて(ストロベリージャム)</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ おいしいか？5段階評価とその理由 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 呈示ヨーグルトのパッケージ評価と、パッケージに対する好みを把握 ■ プレーンヨーグルトの味の受容性確認
<p>5/120 分</p>	<p>8.日本のヨーグルトのイメージ</p> <p>日本産輸入ヨーグルトの購入経験と評価</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本製のヨーグルトを見かけたことは？種類は？ ➤ 購入経験はあるか？ ない人はなぜ買わなかったのか？ ➤ 評価は？(味、価格、パッケージ、etc.) ➤ 味や舌触りなどどう？ ➤ 国内のヨーグルトと比べての違い？(味覚、価格、新鮮さ、パッケージ、栄養、品質 etc.) ➤ 国内のヨーグルトと比べてどちらが好き？ <p>ユーザーイメージと価格受容性</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 日本産のプレーンヨーグルトについて魅力的と思うか？ 5段階評価とその理由 ➤ 購入意向は？5段階 ➤ 価格については？500g = ???元？ いくらに見えるか？ いくらだったら買うか？ ➤ どんな人が買うと思う？ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日本ヨーグルトの購入経験確認 ■ 日本のヨーグルトのアピールポイントは？ ■ ターゲットユーザー層を確認と価格受容性

STEP 3



中国における日本の乳製品受容性探索調査 STEP3 定量調査 結果報告書

2008年3月



目次

調査概要-----	P.3
調査結果のまとめ-----	P.9
3都市の比較-----	P.41
2006年度との比較-----	P.43
総括-----	P.44
調査結果の詳細-----	P.48
.食生活の実態 -----	P.49
.牛乳の飲用&購入実態-----	P.74
.ヨーグルトの飲食&購入実態-----	P.130
.産地別乳製品のイメージ-----	P.150
.日本産牛乳の味の評価-----	P.173
.日本産牛乳の価格受容性-----	P.180
付録 -----	P.185



調査概要

調査背景と目的

■調査背景

中国での定性調査を経て、2006年度に比べて、健康や安全性意識や牛乳・ヨーグルトの飲食実態における変化をある程度捉えることができた。実際、中国ではチルド牛乳や高品質牛乳の新製品が相次いで発売されており、市場変化が著しい。

■調査目的

このような背景を元に、Step3の定量調査においては、日本でのFGI、中国でのFGIの結果を踏まえて、高級食品(有機食品や輸入食品)に関与度の高い人をターゲットとして、下記の項目を検証する。

輸出先現地における、

1. 食生活や健康、安全性意識
2. 牛乳・ヨーグルトの飲食購入実態の変化
3. 日本産牛乳・ヨーグルトのイメージとアピールポイント
4. 日本産牛乳の味の優位性
5. 日本産牛乳の価格受容性

* 上記の2、3、5に関しては、昨年度の経年比較と更なる深堀も課題とする。



調査設計

- 調査地域： 中国（北京・上海・香港）
- 調査方法： 北京・上海： CLT（会場テスト） チルド牛乳試飲あり
香港： Van テスト（試飲なし）
* 香港では日本製牛乳が入手できない為、試飲が不可。
- 実査期間： 上海・北京： 2007年12月15日（土）～23日（日）
香港： 2008年1月5日（土）～15日（火）

調査設計:CLT

		中国 (北京・上海)	香港
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"> ・20~49歳女性(学生を除く) ・週に1回以上牛乳・ヨーグルトを飲食し、自分で購入している ・日本が嫌いでない 	
	世帯月収 条件	未婚者 4000元以上 <small>【参考】:上位約1%(北京)~2%(上海)の層</small> 既婚者 7000元以上 <small>【参考】:上位約8%(北京)~16%(上海)の層 (中国統計局の2005年度家計調査データより)</small>	未婚者 HK\$15,000以上 <small>【参考】:上位約31%の層</small> 既婚者 HK\$20,000以上 <small>【参考】:上位約40%の層 (香港統計局の2006年度国勢調査データより)</small>
高級食品関与 の高い人		最近1ヶ月有機食品、輸入食品の購入経験者 (輸入食品購入経験者優先) (野菜、果物、米、肉、野菜ジュース、果汁、 牛乳など)	高級スーパー (City Super, Sogo Supermarket, Taste など高級食品/食材を 売っているスーパーやマーケット) で月に 2回以上買い物をしている人
調査項目 * 30分程度		<ul style="list-style-type: none"> ・食生活と健康意識 ・牛乳の飲用実態、購入実態 ・ヨーグルトの飲食実態、購入実態 ・日本及び日本産乳製品のイメージ ・日本産牛乳の味の評価 ・日本産牛乳の価格受容性 ・対象者の属性 	
		<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: auto;"> 1元 17.26円 1HK\$ 17.21円 2007年11月1日現在 </div>	

サンプル構成(年齢/職業/世帯月収)

<年齢>

	北京		上海		香港	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
全体	200	100	200	100	200	100
20-24歳	41	20.5	40	20.0	19	9.5
25-29歳	29	14.5	30	15.0	51	25.5
20代	70	35	70	35.0	70	35.0
30-34歳	37	18.5	28	14.0	35	17.5
35-39歳	33	16.5	42	21.0	35	17.5
30代	70	35	70	35.0	70	35.0
40-44歳	25	12.5	8	4.0	33	16.5
45-49歳	35	17.5	52	26.0	27	13.5
40代	60	30.0	60	30.0	60	30.0

<職業>

	北京		上海		香港	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
全体	200	100	200	100	200	100
公務員	8	4.0	12	6.0	23	11.5
会社員(管理層)	52	26.0	34	17.0	30	15.0
会社員(一般職)	81	40.5	87	43.5	44	22.0
専門職(弁護士、教師など)	26	13.0	11	5.5	51	25.5
一般労働者(ブルーカラー)	2	1.0	11	5.5	9	4.5
自営業者	13	6.5	13	6.5	41	20.5
自由職業	18	9.0	20	10.0	0	-
無職/離職/退職	0	-	3	1.5	2	1.0
専業主婦	0	-	2	1.0	0	-
その他	0	-	7	3.5	0	-

<月収>

個人年収(未婚女性)

北京 n=66	n	(%)
4,000~4,999元	41	62.1
5,000~5,999元	23	34.8
6,000元以上	2	3.1
上海 n=78	n	(%)
4,000~4,999元	56	71.8
5,000~5,999元	18	23.1
6,000元以上	4	5.1
香港 n=71	n	(%)
HK \$ 15,000~19,999	52	73.2
HK \$ 20,000~24,999	8	11.3
HK \$ 25,000~29,999	5	7.0
HK \$ 30,000以上	6	8.4

世帯年収(既婚女性)

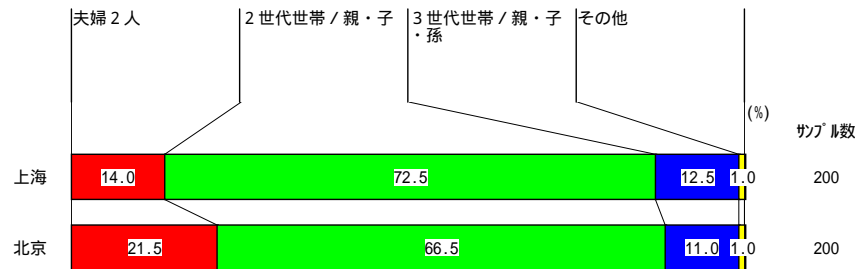
北京 n=134	n	(%)
7,000~7,999元	29	21.6
8,000~8,999元	36	26.9
9,000~9,999元	25	18.7
10,000~14,999元	32	23.9
15,000元以上	10	9.0
上海 n=122	n	(%)
7,000~7,999元	41	33.6
8,000~8,999元	33	27.0
9,000~9,999元	13	10.7
10,000~14,999元	21	17.2
15,000元以上	14	11.5
香港 n=129	n	(%)
HK \$ 20,000~24,999	43	33.3
HK \$ 25,000~29,999	19	14.7
HK \$ 30,000~34,999	18	14.0
HK \$ 35,000~39,999	6	4.7
HK \$ 40,000~44,999	17	13.2
HK \$ 45,000以上	26	20.2

1元 17.26円
1HK\$ 17.21円
2007年11月1日現在

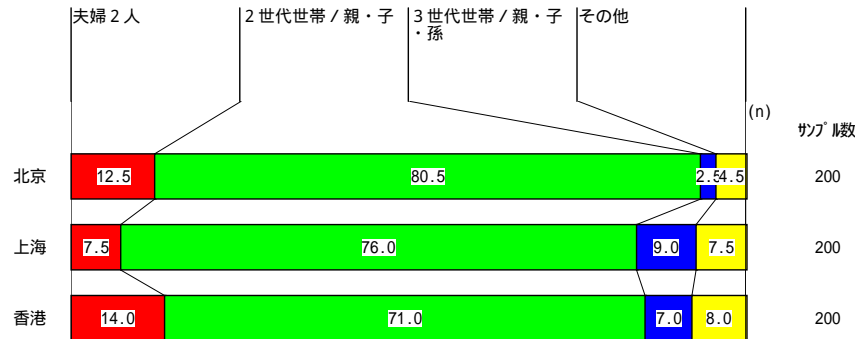
サンプル構成 (同居家族数/家族構成/同居する子供)

<家族構成>

2006年度



2007年度

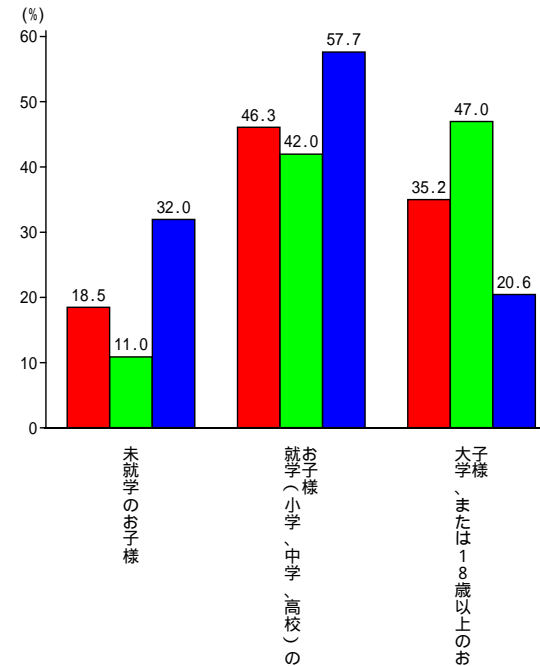


<同居する子供>

(ベース:同居する子供がいる人)

* F 4 同居する子供 (MA) 【ベース:同居する子供がいる人】

■ 北京 n=108 ■ 上海 n=100 ■ 香港 n=97





調査結果のまとめ

食生活と意識

- 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、朝食はパン食も多い。
- 上海と北京において、食文化の多様化は昨年度に比べて大きな変化は見られない。

		北京	上海	香港
朝食	内容	依然中華が多い	パンなどの洋食が多い	
	場所	ほとんどの人が「自宅」で食べている、「移動中」に食べている人も10%ほどいた		場所が多様
昼食	内容	8-9割の人が「中華が多い」		「中華が多い」人は約半数と中華中心ではない
	場所	ほとんどの人が「会社・職場」で食べる人が多い		「レストランやお店で」が一番多い
夕食	内容	「中華が多い」人の割合が7割以上と高い		
	場所	「自宅」で食べる人が一番多い		

食生活や健康に関する意識

- 3都市とも「新鮮であること」、「品質の高いこと」、「種類の豊富なこと」を重視して「ハイパー」「スーパー」で購入する人が多い(詳細データに関してはP.56参照)。
- 3都市とも、栄養や安全性、生活の質に対する意識が高いが、北京は香港や上海に比べて、健康や安全性意識が比較的低かった。
- 輸入品・有機食品については、香港では北京・上海に比べて「輸入品は国産品より品質が信頼できる」という意識が見られ、輸入食品購入が3都市で最も高い。一方、北京・上海では有機食品の購入頻度が高く、特に上海では「週1回以上」が80%以上と非常に高い。

		北京	上海	香港
健康意識	共通	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「栄養のバランスを考えている」 ▶ 「農薬や汚染の少ない食材を使用している」 ▶ 「賞味期限と消費期限の違いがわかる」 ▶ 「食生活の質を向上させたい」 		
	違い	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「サプリメントや健康食品を利用する」 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「サプリメントや健康食品を利用する」 ▶ 肉、油、糖分量を控えることも気にする人が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 肉、油、糖分量を控えることも気にする人が多い ▶ 「おいしさを一番に重視している」
「輸入品は国産品より品質が信頼できる」(TOP2BOX)		85.0% 最も多い	63.0%	78.0%
有機食品の購入者(「週に1回」以上)		48.0%	82.5% 高い	36.0%
輸入食品の購入者(「週に1回」以上)		22.0%	29.5%	69.5% 高い

Q5 食生活や健康について TOPBOX

	北京		上海		香港	
	200		200		200	
	(%)	平均	(%)	平均	(%)	平均
おいしさを一番重視している	49.5	1.4	37.3	1.1	54.9	1.4
手軽さ・食べやすさは大事	41.9	1.3	42.7	1.2	40.9	1.1
栄養のバランスを考えている	63.1	1.6	62.2	1.5	59.6	1.4
野菜を多く摂るようにしている	43.4	1.4	64.3	1.5	70.5	1.6
肉の摂取量を控えている	32.8	1.1	53.0	1.4	56.5	1.3
油の摂取量を控えている	36.4	1.2	53.0	1.4	60.6	1.4
糖分の摂取量を控えている	37.4	1.2	50.3	1.3	60.1	1.4
塩分の摂取量を控えている	37.9	1.2	48.1	1.3	57.5	1.4
農薬や汚染の少ない食材を使用している	59.1	1.5	64.9	1.5	59.1	1.3
野菜をしばらく水につけてから使う	37.4	1.2	54.6	1.4	65.3	1.4
食べる量を加減している	42.9	1.2	56.2	1.4	49.2	1.2
外食を控えて自炊をしている	40.4	1.1	44.3	1	43.0	1
サプリメントや健康食品を利用する	55.1	1.5	50.3	1.3	45.1	1.1
抗生物質が含まれていないかを確認する	38.9	1.2	43.8	1.1	41.5	0.9
体脂肪やBMI指数を気にしている	38.4	1.3	46.5	1.1	39.4	0.9
食生活の質を向上させたい	62.1	1.6	58.4	1.4	56.0	1.4
賞味期限と消費期限の違いがわかる	58.6	1.6	53.5	1.3	66.8	1.6
認証マークがついた食品・食材をよく買う	59.1	1.6	48.1	1.3	54.9	1.4
成分表示を必ず確認してから買う	44.9	1.3	37.3	1.1	48.7	1.2
輸入品は国産品より品質が信頼できる	32.8	1.1	30.8	0.8	48.2	1.1

牛乳の飲用頻度

- チルド牛乳の飲用頻度を見ると、上海が最も高く、香港が最も低かった。
- 3都市とも他のものと混ぜて飲むことよりそのまま飲むことが多い(詳細データに関してはP.75・80参照)。
- 他のものと混ぜて飲む頻度を見ると、上海が最も高く(週に1-2日程度)、北京が最も低い(2週に1回程度)(詳細データに関してはP.80参照)。
- 季節による変動を見ると、チルド牛乳は北京と上海では夏場が冬場に比べて飲用頻度が高いが、香港では飲用頻度に季節の変動は見られなかったが、これは気候の関係があると考えられる。(詳細データに関してはP.85参照)

北京	上海	香港
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 年間平均と冬場はLL牛乳の飲用頻度が高いが、夏場になるとほぼ同じくらい飲んでいました。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 年間を通して、夏場、冬場ともチルド牛乳の飲用頻度がLL牛乳の飲用頻度より高かった。 ➢ 冬場はチルド牛乳の飲用頻度がやや低くなるが、それでもLL牛乳の飲用頻度を上回っている。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 香港は年間を通してチルド牛乳の飲用頻度がLL牛乳の飲用頻度より高かった。 ➢ LL牛乳を全く飲まない人が4割くらいと多かった。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度平均日数(日/週) 2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である 2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】 ■ 5日/週以上

	2006年度		2007年度							
	n	(年間平均)	チルド牛乳			LL牛乳				
			n	年間平均	夏場	冬場	n	年間平均	夏場	冬場
北京	200	6.2	192	4.7	5.2	4.7	199	5.1	5.1	5.0
上海	200	6.8	199	6.3	6.4	5.8	194	4.8	4.8	4.7
香港	-	-	191	3.8	4.0	3.7	121	2.6	2.7	2.6

2006年度についてはチルド牛乳とLL牛乳に分けて聴取せず。

季節による飲み方の変動

- 3都市ともチルド牛乳は夏場に「冷たくして」飲む人が多数だが、北京・上海では常温も4割程度見られた。
- チルド牛乳については、冬場は香港では夏場と変わらず冷たくして飲むのが主流だが、北京・上海では常温もしくは温めて飲んでいる。

	北京	上海	香港
チルド牛乳を飲む人	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 夏場は多くが(北京5割、上海8割程度)「冷たくして」飲んでいる。 ▶ 冬場はほとんどが「常温(室温)で」や「温めて」飲んでおり、「冷たくして」飲む人は少なかった。 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 夏場冬場とも「冷たく」して飲む人が最も多い。 ▶ ただし冬場になると「常温(室温)で」や「温めて」飲む人が半数以上と多くなっている。
LL牛乳を飲む人	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「常温(室温)で」飲む人が最も多い。 ▶ 夏場は「冷たくして」飲む人も多かった。 ▶ 冬場は「温めて」飲む人も多かった。 		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 夏場は「常温(室温)で」も「冷たくして」飲む人が同じくらい。 ▶ 冬場になると「冷たくして」飲む人が少なくなっている。

Q8 牛乳を飲む温度(MA) 【ベース:それぞれチルド牛乳夏場・冬場飲用者とLL牛乳夏場・冬場飲用者】

		(%)		n	冷たくして	常温(室温)で	温めて	沸騰させて
北京	チルド牛乳	夏場		192	56.8	40.1	10.9	-
		冬場		191	10.5	42.4	49.2	6.3
	LL牛乳	夏場		199	37.2	64.8	4.0	-
		冬場		199	2.5	60.8	40.7	5.5
上海	チルド牛乳	夏場		199	79.4	44.2	4.5	-
		冬場		198	9.1	60.6	57.1	5.6
	LL牛乳	夏場		194	48.5	71.6	4.6	-
		冬場		194	2.6	67.5	57.2	7.2
香港	チルド牛乳	夏場		190	82.6	10.5	8.9	1.1
		冬場		188	48.9	16.5	38.8	3.2
	LL牛乳	夏場		120	50.0	50.0	2.5	1.7
		冬場		121	28.1	51.2	24.8	2.5

70%以上 (ダークオレンジ)

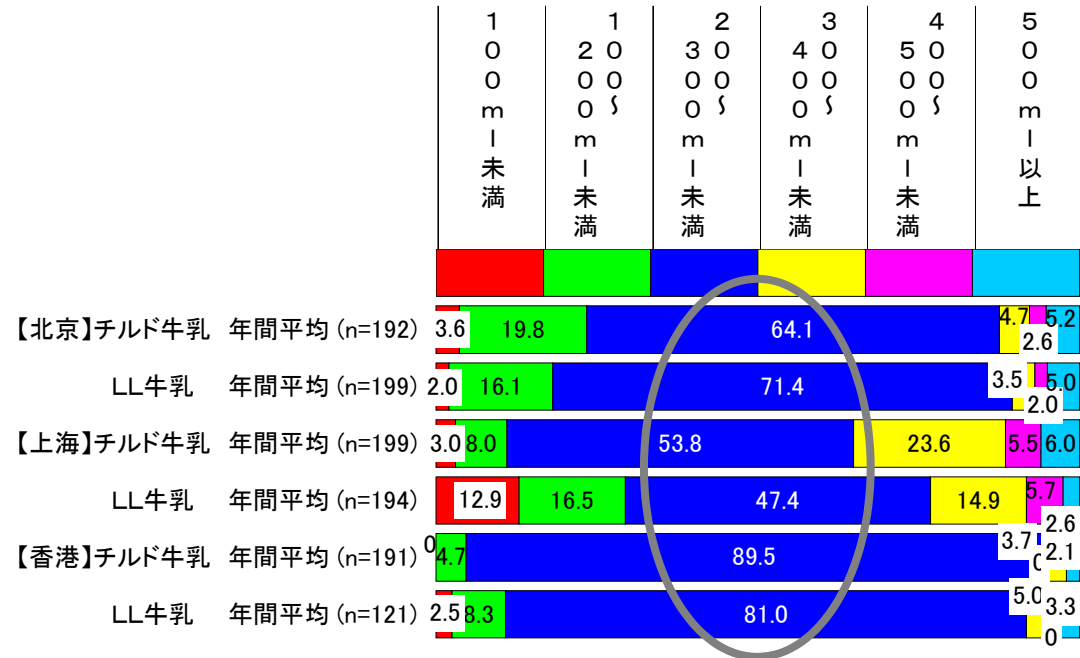
50%以上 (オレンジ)

30%以上 (ライトオレンジ)

一日の飲用量

- いずれの都市においても、チルド、LL牛乳とも一日の飲用量は「200ml~300ml」が最も多く、全体の5割以上を占めている。
- 2006年度と比べると、1日の平均飲用量を見ると、北京ではやや少なく、上海ではやや多い。
- 季節による違いを見ると、チルド牛乳は北京と上海では夏場が冬場よりやや多めであるが、香港ではほとんど変わらなかった。
- 一方LL牛乳は、いずれの都市においても季節による変動は特に見られなかった。

Q10 1日あたりの牛乳飲用量 (SA)
【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】



Q10 1日あたりの牛乳飲用量 平均(単位:ml) 2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である
2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】 ■ 270ml以上

	2006年度		2007年度							
	n	(年間平均)	チルド牛乳				LL牛乳			
			n	年間平均	夏場	冬場	n	年間平均	夏場	冬場
北京	200	273.3	192	247.7	264.8	247.6	199	251.0	261.8	251.0
上海	200	267.3	199	287.2	300.8	272.5	194	246.9	248.2	241.2
香港	-	-	191	254.2	258.6	255.3	121	251.2	252.9	250.4

チルド牛乳とLL牛乳の飲用理由

- 3都市とも「新鮮だから」チルド牛乳を、「携帯しやすく便利だから」「賞味期限が長いから」など利便性を求めてLL牛乳を選んで飲んでいる。
- 「味がおいしいから」「口当たりが良いから」「牛乳本来の風味がするから」などの味の違いを認識してチルド牛乳を飲む人は、上海で最も多く、北京と香港では多くなかった。
- また添加物に対する意識も上海が最も高く、3都市の中で最もチルド牛乳に対する意識が高い。
- LL牛乳については北京で味に関する意識が高く見られる。

Q11 チルド牛乳とLL牛乳の飲用理由(MA)【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】

		<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #8B4513; margin-right: 5px;"></div> 70%以上 <div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #FFA500; margin-right: 5px; margin-left: 5px;"></div> 50%以上 </div>											
		(%)	n	味がおいしいから	口当たりが良いから	牛乳本来の風味がするから	新鮮だから	添加物が入っていないから	味が濃く感じられるから	常温や温めて飲むのに便利だから	パッケージからそのまま飲める	携帯しやすく便利だから	賞味期限が長いから
チルド牛乳	北京	192	32.3	49.5	43.2	84.4	26.6	14.6	9.4	22.4	10.9	2.1	
	上海	199	45.7	62.3	59.3	87.4	42.2	26.1	5.5	7.5	3.5	9.5	
	香港	192	39.1	25.5	18.2	76.0	20.8	11.5	5.2	17.2	13.5	4.2	
LL牛乳	北京	199	16.6	26.1	27.1	7.5	14.6	20.1	19.6	37.2	61.8	71.4	
	上海	194	4.1	10.8	7.7	7.2	9.8	13.9	32.0	60.3	61.3	69.1	
	香港	130	8.5	7.7	6.2	5.4	5.4	2.3	10.0	21.5	33.8	67.7	

牛乳の飲用シーン

- 3都市とも「朝食をとりながら」牛乳を飲む人が半数以上と突出して多い。
- チルドとLLで大きな違いは見られない。
- 北京と上海では「夜寝る前」に飲む人も多いが、香港では少ない。
- 一方、北京や上海では、朝食時・就寝前以外でも「のどが渴いた時」、「おやつや間食時」などにも飲んでい
る人が多いが、香港では少なく、全体的に飲用が少ない。
- 北京と上海に関しては2006年度と比較すると、様々なシーンでの飲用が多くなっている。

Q12 牛乳の飲用シーン(MA)

2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である
2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】

		n	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	昼 食 後 の デ ザ ー ト と し て	夕 食 時	夕 食 後 の デ ザ ー ト と し て	お や つ や 間 食 時	夜 食 時	お 風 呂 の 後	夜 寝 る 前	の ど が 渴 い た 時	職 場 で 何 か 飲 み た く な った 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	外 出 先 ・ 街 中 で	乗 り 物 で の 移 動 中 に	来 客 時	そ の 他	
																									(%)
北京	2007年度	チルド牛乳	192	12.5	52.6	21.4	13.5	16.7	17.2	12.0	16.7	26.0	15.6	18.2	37.5	26.6	9.4	6.8	12.0	10.9	8.3	2.6	1.6	1.0	-
		LL牛乳	199	11.1	50.3	18.1	14.6	16.6	7.5	16.1	15.1	19.1	17.1	16.6	45.2	17.6	9.0	9.5	14.1	5.5	7.0	4.5	1.0	1.0	0.5
	2006年度	200	14.5	68.0	7.5	14.5	3.0	18.0	15.0	3.5	3.0	60.5	6.0	8.5	9.5	6.5	11.0	-	0.5	0.5					
上海	2007年度	チルド牛乳	199	26.6	64.3	25.6	11.6	8.5	13.6	17.6	14.1	27.6	11.1	13.6	45.7	30.2	6.5	5.5	5.0	4.0	5.5	1.5	1.0	0.5	0.5
		LL牛乳	194	19.1	46.4	14.4	13.4	7.7	12.4	10.3	13.9	16.5	15.5	19.6	47.9	30.9	8.2	4.6	5.2	4.6	2.6	3.1	2.6	-	-
	2006年度	200	17.5	67.0	9.0	9.0	5.0	4.5	14.0	6.5	1.5	82.5	31.5	17.5	6.5	7.0	6.5	1.5	1.5	1.5	0.5				
香港	2007年度	チルド牛乳	192	11.5	64.1	6.8	2.6	6.8	3.6	3.6	5.2	7.3	3.1	0.5	21.4	8.3	2.6	9.9	0.5	3.6	3.6	3.1	0.5	0.5	0.5
		LL牛乳	130	5.4	44.6	4.6	2.3	9.2	9.2	5.4	10.0	13.1	2.3	0.8	11.5	12.3	6.2	7.7	0.8	1.5	5.4	3.8	1.5	2.3	3.8

2006年度についてはチルド牛乳とLL牛乳に分けて聴取せず。

牛乳の飲用理由

- 3都市とも、「栄養があるから」「カルシウムがあるから」の回答が6割以上と他の項目よりも多く、栄養面を重視している。
- 3都市とも40代で「骨粗しょう症が心配だから」の回答がより高い。(詳細データに関してはP.99参照)
- 北京と上海では、「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」「ぐっすり眠れるから」など健康面と、「おいしいから」「好きだから」などの味の面における理由は香港より多い。
- 2006年度と比べて、北京上海とも「おいしいから」「好きだから」の理由が大きく、牛乳においしさを求める傾向が強いと考えられる。このような傾向は20-30代で特に目立つ。
- 2006年度と比べて、朝食や水の変わりに飲む人も多くなっている。

Q13 牛乳を飲む理由(MA)

	(%)	n	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	他のものにかけてたり、他のものにかたりするため	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勧めるから	他の飲み物に比べて安いから	その他
北京	2007年度	200	47.0	45.5	80.0	73.0	28.5	21.5	4.0	24.5	5.5	2.5	43.0	52.5	48.5	21.5	59.0	33.5	13.0	6.5	0.5	0.5	-
	2006年度	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	-	-
上海	2007年度	200	50.0	48.0	74.0	65.0	25.0	22.0	12.0	22.0	9.0	2.5	33.5	41.5	51.5	33.5	63.0	41.5	17.0	7.5	5.5	2.0	0.5
	2006年度	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
香港	2007年度	200	27.5	22.5	71.0	68.0	23.0	8.5	2.5	15.5	6.0	-	33.5	17.0	16.0	6.0	26.5	6.0	4.5	2.0	3.0	1.0	1.0

牛乳の購入場所 / 購入頻度

<購入場所>

- 3都市とも、「ハイパー／大型スーパー」と「スーパー」で牛乳を購入する人が最も多い。
- 上海では「ハイパー／大型スーパー」が9割を超え特に高い。
- 「デパートの食品売り場」で購入するのは北京で最も多く約4割、「コンビニ」で購入するのは香港で最も多く3割を超える。
- 年代別に見ると、3都市とも若年層ほど「コンビニ」で購入することが多くなる傾向。(詳細データに関してはP.101参照)
- 2006年度と比べると、北京上海とも「デパートの食品売り場」で購入する人がより多いが、それは今年度対象者条件(高級食品に関与度が高い人)と関連があると思われる。
- 北京では「ハイパー／大型スーパー」や「コンビニ」で購入する人もより多い。

Q14 牛乳の購入場所(MA)

	n	注 文 配 達	学 校 供 給	ハイ パー ／ 大 型 ス ー パ ー	ス ー パ ー	デ パ ー ト の 食 品 売 り 場	コ ン ビ ニ	市 場 ／ 屋 台	そ の 他	
										(%)
北京	2007年度	200	8.0	2.5	83.0	80.0	40.5	26.0	3.0	-
	2006年度	200	3.5	-	35.5	96.0	19.0	16.5	2.5	1.5
上海	2007年度	200	21.0	1.0	94.0	71.0	27.0	16.5	-	-
	2006年度	200	18.5	0.5	76.5	82.5	5.5	21.5	4.5	-
香港	2007年度	200	-	-	74.5	74.0	9.5	34.0	0.5	-

<購入頻度>

- 3都市を見ると、北京・上海で香港に比べてより購入頻度が高く、チルド牛乳の購入頻度がLL牛乳に比べてより高い。

2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である
2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

Q15 牛乳の購入頻度(SA)

	n	ほ ぼ 毎 日	週 に 2 〜 3 回 く ら い	週 に 1 回 く ら い	2 週 に 1 回 く ら い	月 に 1 回 以 下	平 均 (日 ／ 週)		
								(%)	
北京	2007年度	チルド牛乳	192	21.9	54.7	19.8	1.6	2.1	3.1
		LL牛乳	199	17.1	36.7	26.6	17.1	2.5	2.5
	2006年度		200	5.5	27.5	44.5	20.0	2.5	1.6
上海	2007年度	チルド牛乳	199	40.7	30.7	24.6	2.0	2.0	3.9
		LL牛乳	194	19.1	30.9	33.0	10.8	6.2	2.5
	2006年度		200	15.0	39.5	38.5	5.0	2.0	2.5
香港	2007年度	チルド牛乳	191	8.4	34.0	45.5	9.4	2.6	1.9
		LL牛乳	125	4.8	23.2	35.2	16.0	20.8	1.4

牛乳の購入 パッケージサイズ

- 3都市とも「250～500ml未満」と「200～250ml未満」のサイズがメイン。
- 「900～1000ml未満」のサイズに関しては、北京ではほとんどなく、上海と香港では10-20%程度である。
上海ではチルド牛乳がより多く、香港ではLL牛乳がより多かった。
- 2006年度に比べても大きな変化は見られない。

北京	上海	香港
<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「200～250ml未満」が最も多く飲まれており、次いで「250～500ml未満」が多くなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「250～500ml未満」が最も多い。 ➢ チルド牛乳では「900～1000ml未満」が2割程度。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 「200～250ml未満」が圧倒的に多い。 ➢ チルド牛乳、LL牛乳は「900～1000ml未満」は2～3割。

2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である
2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

Q16 日頃購入のパッケージサイズ(MA)

		n	パッケージサイズ						
			200ml未満	200～250ml未満	250～500ml未満	500～700ml未満	700～900ml未満	900～1000ml未満	1000ml以上
北京	チルド牛乳	192	20.3	80.2	64.1	-	-	6.8	1.6
	LL牛乳	199	14.6	83.9	60.3	-	-	1.0	0.5
上海	チルド牛乳	199	6.5	32.7	46.7	30.2	17.6	24.6	11.1
	LL牛乳	194	7.2	39.2	51.0	22.2	9.8	13.4	7.7
香港	チルド牛乳	191	-	75.4	12.0	1.0	0.5	20.4	7.3
	LL牛乳	125	1.6	52.8	12.0	1.6	2.4	27.2	13.6

Q16-1 最頻購入のパッケージサイズ(SA)

		n	パッケージサイズ							
			200ml未満	200～250ml未満	250～500ml未満	500～700ml未満	700～900ml未満	900～1000ml未満	1000ml以上	
北京	2007年度	チルド牛乳	192	7.8	52.1	36.5	-	-	2.1	1.6
	LL牛乳	199	7.5	60.3	31.7	-	-	0.5	-	
2006年度		200	7.5	66.0	22.0	2.5	-	1.0	1.0	
上海	2007年度	チルド牛乳	199	3.5	23.6	29.1	12.6	9.0	15.1	7.0
	LL牛乳	194	5.2	33.5	28.9	11.3	7.2	8.2	5.7	
2006年度		200	7.0	38.0	22.0	4.0	6.0	19.5	3.5	
香港	2007年度	チルド牛乳	191	-	68.6	10.5	0.5	0.5	15.2	4.7
	LL牛乳	125	1.6	50.4	10.4	0.8	1.6	21.6	13.6	

牛乳の購入価格

- 3都市ともチルド牛乳がLL牛乳より高い傾向。
- 北京の価格が最も低く、香港の価格が最も高い。
- 2006年度と比較すると、牛乳の価格はやや高くなっている。
- 特に上海で高くなっている。

Q17 最もよく購入する牛乳の単価

2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である
2007年度【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

	北京						上海						香港			
	2006年度		2007年度				2006年度		2007年度				2007年度			
			チルド牛乳		LL牛乳				チルド牛乳		LL牛乳		チルド牛乳		LL牛乳	
	RMB	<i>n</i>	RMB	<i>n</i>	RMB	<i>n</i>	RMB	<i>n</i>	RMB	<i>n</i>	RMB	<i>n</i>	HK\$	<i>n</i>	HK\$	<i>n</i>
全体平均	1.9	200	2.4	192	2.1	199	4.2	200	7.8	199	6.6	194	8.6	191	9.0	125
200ml未満	1.2	15	1.3	15	1.7	15	1.9	14	3.8	7	2.8	10	-	1	4.5	2
200~250ml未満	1.6	132	1.8	100	1.8	120	2.0	76	3.2	47	2.9	65	5.2	131	4.9	63
250~500ml未満	2.4	44	3.1	70	2.5	63	3.3	44	5.2	58	4.2	56	5.8	20	5.0	13
500~700ml未満	3.2	5	-	-	-	-	5.7	8	7.9	25	6.2	22	8.5	1	14.0	1
700~900ml未満	-	-	-	-	-	-	7.2	12	10.5	18	10.4	14	15.0	1	11.5	2
900~1000ml未満	10.8	2	9.2	4	4.0	1	7.9	39	16.6	30	17.2	16	22.0	29	16.5	27
1000ml以上	7.5	2	5.1	3	-	-	10.0	7	14.1	14	25.6	11	20.2	9	15.4	17

*サンプル数30s未満は参考値

1RMB(人民元) 17.26円
1HK\$(香港ドル) 17.21円
2007年11月1日現在

牛乳の購入種類

北京	上海	香港
<ul style="list-style-type: none"> 「普通の牛乳／成分無調整牛乳」が最も多く、次いで「低脂肪牛乳」、「濃厚牛乳」、「栄養成分強化牛乳」が多く飲まれている。 特に「普通の牛乳／成分無調整牛乳」は他の2都市よりも高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 「濃厚牛乳」、「低脂肪牛乳」が多く飲まれている。 チルド牛乳の「濃厚牛乳」、「高品質牛乳」は他の2都市と比較すると高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 「低脂肪牛乳」、「栄養成分強化牛乳」が圧倒的に多く飲まれている。 北京・上海と比較すると、「濃厚牛乳」「普通の牛乳／成分無調整牛乳」「高品質牛乳」はあまり飲まれていない。

□ チルド牛乳とLL牛乳での違いは特に見られないが、3都市の傾向に違いが見られた。
 □ 年代別に見ると、北京では40代で「高品質牛乳」を飲む割合が他の年代よりも高く、年代が高いほど「栄養成分強化牛乳」が多く、低いほど「低脂肪牛乳」が多く飲まれている。
 (詳細のデータに関しては、P.118参照)

Q18 最近一ヶ月に購入した牛乳の種類(MA)【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

		濃厚牛乳	成分調整牛乳	普通の牛乳／成分無調整牛乳	低脂肪牛乳	無脂肪牛乳／脱脂肪牛乳	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	加工乳／スキームミルク	産地表示牛乳	高品質牛乳
北京	チルド牛乳	39.1	12.5	59.9	49.0	22.4	32.3	10.9	12.0	15.6	3.6	1.6	10.9
	LL牛乳	36.2	13.6	50.3	35.2	23.6	31.7	10.1	8.5	17.6	6.5	2.5	19.6
上海	チルド牛乳	67.3	19.1	30.2	50.8	23.1	35.2	15.6	10.1	6.5	5.0	3.0	25.6
	LL牛乳	37.6	12.9	26.8	38.1	16.0	31.4	23.2	14.9	3.6	2.6	2.6	19.1
香港	チルド牛乳	9.9	0.5	19.9	73.3	14.1	51.3	2.6	1.0	1.0	-	2.1	1.6
	LL牛乳	9.6	1.6	24.8	60.8	13.6	52.0	2.4	1.6	0.8	-	0.8	1.6

牛乳のブランド

- 3都市においてもほとんど地元産が飲まれている。
- 2006年度と比較して、北京・上海ともTOP3ブランドは大きな動きはない。

Q19-1 牛乳ブランド:最近一ヶ月の最頻購入(SA)

		第1位	第2位	第3位
北京	2007年度	蒙牛 (50.0%)	伊利 (26.0%)	三元 (16.5%)
	2006年度	蒙牛 (60.5%)	伊利 (17.0%)	三元 (15.0%)
上海	2007年度	光明 (63.0%)	蒙牛 (25.5%)	伊利 (3.5%) 味全 (3.5%)
	2006年度	光明 (65.5%)	蒙牛 (28.0%)	伊利 (4.0%)
香港	2007年度	Kowloon Dairy (37.0%)	Trappist (19.0%)	Nestle Dairy Farm(17.0%)

<輸入牛乳の飲用経験>

北京	▶ 豪州産が多く飲まれている。
上海	▶ 豪州産と日本産が同じくらい飲まれている。
香港	▶ 日本産がより多く飲まれている。 ▶ 北京・上海と比べて日本産の購入経験が多い。

Q19 牛乳産地:最近一ヶ月の購入経験(MA)

(%)	n	輸入 (日本)	輸入 (豪州)	輸入 (日本と豪州以外)
北京	200	2.0	11.5	5.0
上海	200	7.5	7.0	1.0
香港	200	21.0	6.0	-

牛乳の購入重視点

- 3都市とも、「ブランドが信頼できること」が一番高く、次いで「味が濃いこと」「栄養成分が豊富なこと」の比率が高い。また、「低脂肪であること」「カルシウム強化であること」を重視する人は3都市とも30%以上いた。
- 上海では「産地表示があること」「価格が安いこと」の比率が他の都市よりも高い。
- 北京・上海では、「安全性が高いこと」の比率が3割を超えているが、「抗生物質が含まれていないこと」に関しては低い。
- 北京では「常温保存できること」が3割。
- パッケージの利便性やサイズに関しては3都市ともそれほど重視していない。

- 2006年度と比較すると、「ブランドが信頼できること」「味が濃いこと(2006年度は「味」)」「栄養成分が豊富なこと」「安全性」はほぼ横ばい。
- 2006年度では2都市とも7~8割と一番多かった「賞味期限」が、2007年度では「賞味期限が長いこと」「生産日が新しいこと」はそれぞれ2~3割程度だった。
- 2006年度では「常温保存できること」が北京79.0%、上海56.0%と高かったが、2007年度は北京33.0%、上海20.5%とそれぞれ下がった。
(詳細データに関してはP.126参照)

Q20 牛乳の購入重視点(MA)

		産地表示があること	ブランドが信頼できること	味が濃いこと	高級であること	パッケージに高級感があること	パッケージが取り扱いやすいこと	飲み切りサイズであること	価格が安いこと	栄養成分が豊富なこと	低脂肪であること	カルシウム強化であること	抗生物質が含まれていないこと	安全性が高いこと	常温保存できること	賞味期限が長いこと	生産日が新しいこと	その他
(%)	n																	
北京	200	36.5	74.0	69.0	10.0	7.0	26.0	23.5	26.0	59.0	31.5	31.0	10.5	33.5	33.0	28.5	21.5	-
上海	200	53.0	80.5	63.5	24.0	14.5	16.5	18.5	42.0	66.0	42.5	36.5	13.5	31.5	20.5	29.5	28.5	-
香港	200	16.0	43.0	41.0	4.0	1.0	13.5	7.5	26.5	39.0	36.5	34.5	4.0	18.0	6.0	20.0	24.5	2.0

牛乳の満足度と理由

- 3都市とも日頃飲んでいる牛乳には基本的に満足している。
- 特に北京で満足度が高い(TOPBOX27.5%)。
- 不満の理由を見ると、味に対して牛乳の濃厚さが足りないという理由が見られた。
(詳細データに関してはP.127参照)
- 2006年度と比較すると満足度は上がっており、味に対する不満が減ってきていることと考えられる。

Q21 牛乳に対する満足度

70%以上
 50%以上

		(%)	n	TOPBOX	TOB2BOX	TOP3BOX	平均
北京	2007年度	27.5	200	84.0	99.0	2.1	
	2006年度	10.0	200	55.5	89.5	1.5	
上海	2007年度	12.5	200	85.0	99.0	2.0	
	2006年度	17.0	200	70.0	90.0	1.8	
香港	2007年度	10.5	200	95.5	98.0	2.0	

牛乳の贈答

- 牛乳の贈答経験を見ると、北京が一番高く、次いで上海。香港では牛乳を贈ることは少ない様子。
- 年代別に見ると、年代が上がるにつれて贈答経験が上がる。(詳細データに関してはP.129参照)
- 贈った相手を見ると、北京・上海では「親や年上の親戚」が最も多く、「病気の人へのお見舞い」も多い。

Q23 牛乳を贈った経験(SA)

		贈ったことがある	贈ったことはない
(%)	n		
北京	200	60.5	39.5
上海	200	45.5	54.5
香港	200	6.0	94.0

Q24 牛乳を贈った相手(MA)
【ベース:牛乳を贈った経験のある人】

		上司や会社の人	親や年上の親戚	赤ちゃんのいる人	病気の人へお見舞い	その他
(%)	n					
北京	121	14.9	90.9	24.0	47.1	1.7
上海	91	12.1	82.4	20.9	48.4	1.1
香港	12	8.3	58.3	16.7	16.7	8.3

*サンプル数30s未満は参考値

日本産牛乳ヨーグルトの購入経験

- 日本産牛乳とヨーグルトの購入経験を見ると、香港での購入経験一番高く、次いで上海、北京。
- 北京では、「見たことがない」人が4割以上と高い。
- 香港では20代に比べ、30代・40代の購入がより多い。(詳細データに関してはP.152、P.153参照)

Q34 日本産の牛乳／ヨーグルト購入経験

		(%)	n	2 回 以 上 購 入 有 る	購 入 有 る 事 実	見 か け た 事 実	見 た こ と が な い
北京	日本産牛乳	8.0	200	7.0	40.5	44.5	
	日本産ヨーグルト	7.5	200	6.0	40.5	46.0	
上海	日本産牛乳	11.0	200	11.0	73.5	4.5	
	日本産ヨーグルト	9.0	200	8.5	75.5	7.0	
香港	日本産牛乳	28.5	200	17.0	42.0	12.5	
	日本産ヨーグルト	22.5	200	13.5	47.0	17.0	

70%以上
50%以上

日本産牛乳ヨーグルトのイメージ

- 3都市とも、いずれの 카테고리 に関して「価格が高い」イメージが多い。特に欧州産と豪州産と比較しても日本産に対する高価格イメージが大きい。ただし、「価格が高い」イメージに関しては中国産牛乳の価格の上昇や生活水準の向上につれて(もしくはより高所得者層にとって)は徐々に薄くなると考えられる。2006年度に比べると「価格が高い」と思う人の比率は低くなっている。
- 日本産チルド牛乳に関しては「新鮮な感じ」のイメージがある。北京では日本産と豪州産のLL牛乳のイメージも悪くない。輸入品のヨーグルトのイメージはあまりよくない。日本産チルド牛乳のイメージは主に「品質が高い」「おいしい」「新鮮な感じ」「栄養が豊富」などポジティブであり、牛乳や食品に対する重視点とも合致している。

Q35 輸入品の牛乳/ヨーグルトイメージ(MA)

		(%)	新鮮な感じ	親しみやすい	品質が高い	味が濃厚	味があっさりしている	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	2007年度 (n=200)	日本産チルド牛乳	34.0	10.0	38.0	20.5	20.5	34.5	33.5	20.0	41.0	13.5	11.5	14.5
		日本産LL牛乳	22.0	13.5	34.0	27.5	20.5	30.5	30.0	12.5	37.0	13.5	13.5	14.0
		日本産ヨーグルト	23.5	7.5	34.5	26.0	15.5	30.0	35.0	26.0	33.5	22.5	10.0	16.5
		オセアニア産LL牛乳	25.5	10.5	38.0	35.5	11.5	28.5	34.5	15.0	34.5	18.0	11.0	13.5
		欧州産ヨーグルト	22.0	7.5	34.0	22.5	13.5	32.5	35.0	20.5	38.0	16.0	12.5	14.0
	2006年度 (n=200)	国産乳製品	21.5	55.0	38.5			57.5	52.0	22.5	5.0	63.0	47.0	1.0
		日本産乳製品	38.5	2.5	27.5			23.5	28.0	25.0	56.0	15.0	9.5	15.5
		オセアニア産乳製品	30.0	11.0	51.0			30.0	40.5	16.0	57.0	20.5	17.5	25.0
		欧州産乳製品	33.0	11.0	33.5			26.0	29.0	15.5	59.5	18.0	17.0	37.5
		日本産チルド牛乳	34.0	18.5	27.5	23.0	36.0	30.0	30.5	29.0	51.5	29.5	16.5	14.5
上海	2007年度 (n=200)	日本産LL牛乳	16.5	19.5	28.0	20.0	22.5	23.0	28.0	22.5	35.0	27.5	16.5	17.0
		日本産ヨーグルト	14.5	16.5	24.5	29.5	20.5	23.0	28.0	24.0	35.0	26.5	18.5	19.5
		オセアニア産LL牛乳	16.0	17.0	20.5	26.5	15.5	21.0	27.0	18.0	34.0	24.0	22.5	26.5
		欧州産ヨーグルト	13.5	23.5	25.0	24.0	17.5	24.0	24.5	24.0	26.0	24.5	21.5	29.0
		国産乳製品	34.0	43.0	45.5			64.0	60.0	18.0	4.0	65.0	47.5	3.5
	2006年度 (n=200)	日本産乳製品	32.0	7.5	33.0			20.0	20.0	17.5	66.5	14.5	26.0	43.5
		オセアニア産乳製品	36.5	16.0	48.0			30.5	33.0	15.5	63.5	26.0	34.5	62.0
		欧州産乳製品	40.5	14.0	42.5			22.0	29.0	13.0	63.0	21.0	31.0	61.5
		日本産チルド牛乳	21.0	1.5	34.0	31.5	9.0	22.5	21.0	6.5	41.5	12.0	11.5	11.0
		日本産LL牛乳	7.5	2.5	27.0	23.5	7.5	21.5	18.5	4.5	31.5	11.5	13.0	8.0
2007年度 (n=200)	日本産ヨーグルト	17.5	1.0	31.5	21.5	9.5	25.5	22.5	7.0	36.5	14.0	11.5	8.5	
	オセアニア産LL牛乳	15.0	11.5	28.5	19.0	9.5	15.5	26.5	5.0	11.5	14.0	15.5	5.5	
	欧州産ヨーグルト	11.5	4.5	27.0	24.0	4.0	17.5	21.0	3.5	28.0	10.5	12.0	12.5	

日本の認知、認知経路

- 日本・北海道・九州いずれに関しても北京・上海で、認知度は非常に低い。
- 香港では、「行ったことがある」人が北京・上海より多く、認知度がやや高い。
- 日本に対する認知度が最も高く、九州に対する認知度が最も低い。
- 認知経路を見ると、3都市とも一番多いのが「TV」。次いで「雑誌」となっている。
- 北京では「知人から聞いた」、上海では「新聞」や「インターネット」、香港では「観光で行った」がそれぞれ他の都市より多い。

Q36 日本の認知度(SA)

		行ったことがあること	知っている	名前は聞いた	聞いたこと
		(%)			
北京 (n=200)	日本	0.5	47.0	52.5	-
	北海道	-	15.5	82.0	2.5
	九州	-	6.5	84.5	9.0
上海 (n=200)	日本	2.0	31.5	66.5	-
	北海道	-	12.5	84.5	3.0
	九州	0.5	3.0	75.0	21.5
香港 (n=200)	日本	50.5	10.5	39.0	-
	北海道	21.0	13.5	64.0	1.5
	九州	15.0	12.0	71.5	1.5

Q38 認知経路(MA)【ベース:認知者】

		TV	新聞	雑誌	観光で行った	知人から聞いた	インターネット	街頭広告	展示会など	その他
		(%)								
	n									
北京	200	95.8	42.1	60.0	4.2	58.9	34.7	3.2	3.2	1.1
上海	200	83.6	73.1	64.2	9.0	44.8	68.7	16.4	9.0	1.5
香港	200	75.0	49.2	66.9	74.2	33.9	26.6	2.4	4.8	4.0

日本のイメージ

- 日本・北海道・九州に対するイメージは大きな違いはなく、「食品がおいしい」、「環境が清潔」、「先進国」のイメージが大きい。
- ただし、北海道に関しては「寒い」、「雪景色」、「牛乳がおいしい」(香港のみ)などのイメージがあり、九州に関しては「九州ラーメン」(香港のみ)のイメージがあった。
- 行ったことがある人が多い香港ではイメージが詳しく様々だが、北京と・上海ではイメージが薄くなる。

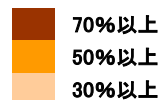
	北京	上海	香港
イメージの食品	<ul style="list-style-type: none"> ✓食品が美味しい ✓食品が豊かだ ✓食物が精緻 ✓食品の味が良い ✓刺身が有名で美味しい ✓寿司が有名で美味しい ✓海産物が豊かだ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓食品が美味しい ✓食品の味が良い ✓海産物が多い 	<ul style="list-style-type: none"> ✓食品が新鮮／鮮度のいい味がする ✓食品の衛生基準が厳しい／安全／食品の生産が厳しい ✓食べ物が高品質／生産された食材が高品質の保証がある ✓食品のパッケージが豪華／目を引く／カラフル ✓食べ物が美味しい ✓海産物が新鮮／新鮮で良質のカニ ✓ラーメンが美味しい／日本の麺類が美味しい
イメージの環境	<ul style="list-style-type: none"> ✓環境が美しい ✓綺麗 ✓環境は綺麗 	<ul style="list-style-type: none"> ✓景色が良い ✓環境が美しい・綺麗 	<ul style="list-style-type: none"> ✓環境が清潔だ ✓景色が美しい ✓環境が良い／自然が残っている／汚染されていない ✓環境が清潔できれい／すがすがしい／汚染されていない
イメージの先進国	<ul style="list-style-type: none"> ✓経済が発達している／先進的 ✓電気製品の品質が高い／先進的 	<ul style="list-style-type: none"> ✓電気製品の品質が高い／先進的 ✓日本人は礼儀がある ✓経済が発達している 	<ul style="list-style-type: none"> ✓サービスがよかった／礼儀正しい／親切 ✓科学技術が進んでいる ✓物価が高い／物価指数が高い／生活指数が高い
イメージのその他の	<p>【北海道について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓スキー ✓冬が寒い ✓シーフードが新鮮 ✓美食が多い 	<p>【北海道について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓雪がある ✓冬が寒い 	<p>【北海道について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓天気が寒い ✓雪祭りがある／雪景色がある／スキー ✓牛乳の味が濃い／牛乳が濃い／イチゴが甘くて美味しい <p>【九州について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓九州ラーメンが有名／チャーシューメン／とんこつ ✓建物が古くさい／絶対的に遅れている／田舎、素朴

日本産牛乳コンセプト魅力度

【呈示コンセプト】

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。

- 全体的に魅力度は高い。
- 香港で最も高く、北京で最も低い。



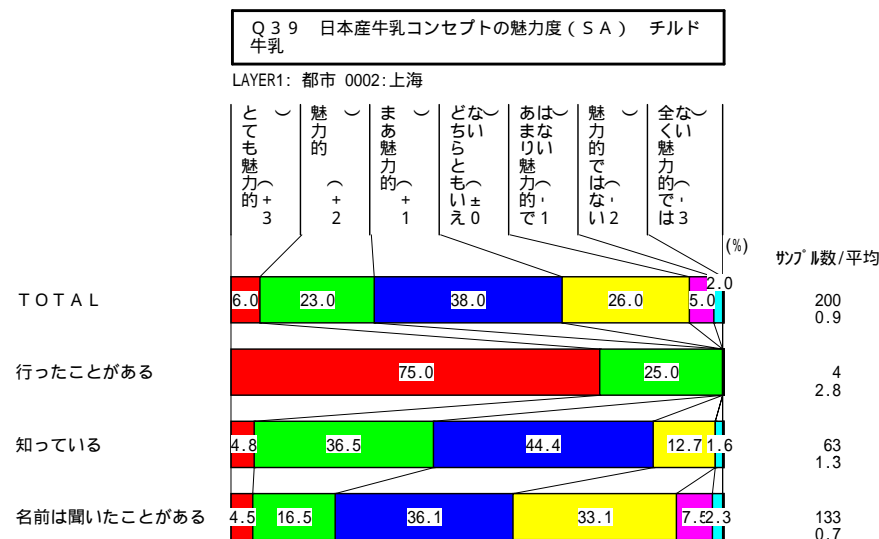
Q39 日本産牛乳コンセプトの魅力度 (7段階評価)

		(%)	n	TOPBOX	TOB2BOX	平均
北京	チルド牛乳		200	4.5	22.5	1.0
	LL牛乳		200	5.5	26.5	1.1
上海	チルド牛乳		200	6.0	29.0	0.9
	LL牛乳		200	6.0	30.0	0.9
香港	チルド牛乳		200	8.5	48.5	1.3
	LL牛乳		200	4.5	35.5	0.8

<日本の認知度別のコンセプト魅力度>

- 日本の認知度別のコンセプト魅力度を見ると、日本に対して「行ったことがある」もしくは「知っている」と答えた人の魅力度は「名前は聞いたことがある」人の魅力度に比べて高く、日本に対してより知っている人が日本産牛乳に対してより魅力を感じる事が分かる。
- この傾向はLL牛乳、いずれの都市においても同様である。
(詳細データに関してはP.171-172参照)

* サンプル数が30未満は参考値



日本産牛乳試飲評価(北京・上海)

- 全体的に味に関しては高評価であった。
- 全体的に上海の方が北京よりやや高めだった。
- 北京・上海とも、「全体的な味」8-9割の人がTOP2BOX。特に「新鮮さ」、「香り」に対する評価が高かった。
- 上海では「濃度」に対する評価も高かった。
- 日頃飲んでいる牛乳と比べた評価を見ると、2都市とも試飲した日本産牛乳のほうが好きな人が7割以上と多かった。(詳細データに関してはP.176参照)
- 上海では、年代が上がるにつれ評価が高くなっていた。(詳細データに関してはP.175参照)

Q40 [試飲牛乳]好意度
(5段階評価)

		TOPBOX	TOB2BOX	平均
北京 (n=200)	全体的な味	5.5	86.5	0.9
	温度	8.0	76.5	0.8
	新鮮さ	21.5	87.5	1.1
	濃度	17.5	72.5	0.8
	香り	20.0	84.0	1.0
上海 (n=200)	全体的な味	14.5	89.0	1.0
	温度	10.5	80.5	0.8
	新鮮さ	25.5	90.0	1.1
	濃度	24.5	83.5	1.0
	香り	27.0	88.0	1.1

70%以上
 50%以上

	北京	上海
試飲した日本産牛乳がより好きな人の理由	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新鮮 ✓ 香りが濃い ✓ 口当たりが滑らか ✓ 味が濃い ✓ 口当たりがさっぱりしている ✓ 牛乳本来の味 ✓ ミルク味が濃い ✓ 口当たりが良い 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新鮮 ✓ 香りが良い ✓ 味が濃い ✓ 口当たりが良い ✓ 濃度が良い ✓ ミルク味が濃い ✓ 口当たりがさっぱりしている ✓ 口当たりが香ばしくて濃厚
日頃飲んでいる牛乳がより好きな人の理由	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ミルク味が薄い ✓ 濃度が足りない ✓ 濃度がまあまあ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ミルクの臭さがある ✓ ミルク味が薄い ✓ ミルク香りが薄い ✓ 濃度が足りない

日本産牛乳の価格受容性

- 購入意向は香港で最も高く、北京で最も低かった。
- 香港ではチルド牛乳の購入意向が高く、北京・上海では特に変わらなかった。
- 香港では年代が上がるにつれて購入意向も高い傾向。(詳細データに関してはP.181・183参照)
- 北京・上海では年代別の傾向は特に見られなかった。
- 2006年度と比較すると、購入意向はやや高くなっている。

Q43 日本産牛乳の購入意向 (7段階評価)

				TOPBOX	TOB2BOX	TOP3BOX	平均
		(%)	n				
北京	2007年度	チルド牛乳 40元	200	1.5	6.5	35.5	-0.1
		LL牛乳 40元	200	1.5	7.0	34.5	-0.1
	2006年度	牛乳 35元	200	-	4.0	24.0	-0.9
上海	2007年度	チルド牛乳 40元	200	3.0	8.5	37.0	0.0
		LL牛乳 40元	200	2.5	8.0	37.5	0.1
	2006年度	牛乳 35元	200	1.0	6.5	34.5	-0.6
香港	2007年度	チルド牛乳 30HK\$	200	8.0	30.5	71.5	0.8
		LL牛乳 30HK\$	200	4.5	22.5	50.5	0.2

ヨーグルトの飲食頻度と種類

- 全体的に香港は北京と上海に比べてヨーグルトの飲食が少ない。
- 北京と上海におけるヨーグルトの飲食頻度は大きな差がなく、2006年度と比べても特に変化はない。

	北京	上海	香港
最も多く食べられている種類	➢ 「飲むタイプ／プレーン」	➢ 「食べるタイプ／プレーン（甘味なし）」（注）	➢ 「食べるタイプ／果物入りなどフレーバー付き」
飲食頻度	➢ 平均週に3日程度		➢ 平均週に1日程度

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)

			n	%		
				平均頻度 (日/週)	週に 1日以上 飲食	
北京	2007年度	食べるタイプ	プレーン(甘味なし)	200	2.5	63.0
			プレーン(甘味あり)	200	2.7	69.5
			果物入りなどフレーバー付き	200	2.3	68.5
	飲むタイプ	プレーン	200	3.4	77.0	
		果物入りなどフレーバー付き	200	2.2	66.0	
		2006年度	200	3.3	86.0	
上海	2007年度	食べるタイプ	プレーン(甘味なし)	200	3.4	71.0
			プレーン(甘味あり)	200	2.1	54.0
			果物入りなどフレーバー付き	200	1.8	48.0
	飲むタイプ	プレーン	200	2.7	58.5	
		果物入りなどフレーバー付き	200	1.3	41.0	
		2006年度	200	3.2	73.0	
香港	2007年度	食べるタイプ	プレーン(甘味なし)	200	0.6	24.0
			プレーン(甘味あり)	200	0.8	38.5
			果物入りなどフレーバー付き	200	1.4	67.0
	飲むタイプ	プレーン	200	0.5	18.0	
		果物入りなどフレーバー付き	200	0.7	33.0	

(注) 中国では甘味なしのプレーンヨーグルトはあまり売られていないが、現地の消費者が甘味ありの原味を糖分などほかの成分が含まれていないことと認識しているためと考えられる。

*「週に1日以上飲食」は、「毎日飲食」、「週に3日以上飲食」、「週に1日以上飲食」のサブトータル

ヨーグルト 飲食量

- 1日合計飲食量の平均を年代別に見ると、北京では20代、上海では20代・30代が多く、若い人ほど多く食べている傾向が見られた。(詳細データに関してはP.136参照)
- 北京・上海の1日合計飲食量の平均は2006年度と比べて多かった。

	北京	上海	香港
最も多い飲食量	➤ 「100~200ml/g未満」	➤ 「100~200ml/g未満」と「200~300ml/g未満」が同じくらい	➤ 「100~200ml/g未満」
1日合計飲食量の平均	➤ 204.3ml/g	➤ 226.3ml/g ➤ 最も多い	➤ 181.8ml/g ➤ 最も少ない

Q22 1日あたりのヨーグルト飲食量

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週1回以上ヨーグルト飲食)

	n	飲食量							1日平均 飲食量 (ml/g)
		100 ml/g 未満	100~ 200ml /g未満	200~ 300ml /g未満	300~ 400ml /g未満	400~ 500ml /g未満	500 ml/g 以上		
北京	2007年度	200	3.5	58.0	25.0	10.5	1.0	2.0	204.3
	2006年度	191	7.9	73.8	13.6	2.1	2.1	0.5	172.0
上海	2007年度	200	7.0	38.0	38.5	9.0	6.0	1.5	226.3
	2006年度	168	22.6	54.8	13.7	3.0	1.8	4.2	178.3
香港	2007年度	200	0.5	68.0	31.0	0.5	-	-	181.8

70%以上
50%以上

ヨーグルト 飲食シーン

- 3都市とも「おやつや間食時」が最も多く、ヨーグルトがおやつとして定着している。
- そのほか、多い飲食シーンを見ると、北京では「朝食をとりながら」、上海では「昼食後のデザートとして」「朝食をとりながら」がある。
- 年代別に見ると、「おやつや間食時」が北京・上海では20代で他の年代よりも高め。
(詳細データに関してはP.138参照)

Q27 ヨーグルト食用シーン(MA)

		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	昼食後のデザートとして	夕食時	夕食後のデザートとして	おやつや間食時	夜食時	お風呂の後	夜寝る前	のどが渴いた時	職場で何か飲み／食べたくなった時	ちよっとおながすいたとき	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	外出先・街中で	乗り物での移動中	来客時	その他
	n																						
北京	200	11.5	30.5	22.0	10.5	25.0	25.5	23.5	15.5	48.5	15.5	13.0	27.0	26.0	17.0	13.5	21.5	21.0	22.0	9.5	2.0	2.0	-
上海	200	16.0	32.0	27.0	12.0	16.0	38.0	22.0	27.0	41.0	3.5	6.0	29.5	19.0	20.5	15.0	16.5	23.0	18.5	4.0	7.0	1.5	0.5
香港	200	1.5	24.5	5.0	3.5	11.0	21.5	4.0	25.5	33.0	4.0	1.0	3.5	6.0	4.5	12.0	0.5	3.0	8.0	2.0	-	0.5	-

70%以上
 50%以上
 30%以上

ヨーグルト 飲食理由

- 3都市とも「栄養があるから」「おいしいから」「カルシウムがあるから」の回答が多い。
- 北京・上海では、「健康に良いから」の回答が7割ほどなのに対し、香港では2割程度にとどまっている。
- 全体的に香港ではヨーグルトの機能に対する評価が北京・上海に比べて低い。
- 2006年度と比べると、北京と上海では「朝食など食事代わりに」、「水などの代わりに」、「便秘に効果があるから」、「健康のよいから」、「気持ちをリラックスさせるために」などの理由がより多い。
- 2006年度と比べて、上海では「他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするため」、「いつも家にあるから」の理由もより多い。

Q28 ヨーグルトの飲食理由(MA)

		理由																
		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	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	気持ちをリラックスさせるために	他の食べ物/飲み物に比べて	
		%	n															
北京	2007年度	200	61.5	53.0	71.0	50.5	17.0	19.5	3.0	16.5	4.0	-	31.5	59.0	34.5	69.0	21.5	9.0
	2006年度	191	52.9	42.9	63.9	46.1	7.3	8.4	2.1	8.9	4.7	-	20.9	46.6	18.8	55.5	5.2	-
上海	2007年度	200	62.0	52.5	62.0	46.5	14.5	17.5	11.5	16.0	10.5	2.0	25.0	43.0	44.5	68.5	22.5	11.5
	2006年度	168	58.9	38.7	71.4	42.3	4.2	6.0	2.4	10.7	1.8	4.2	20.2	31.5	18.5	48.8	6.0	1.2
香港	2007年度	200	48.0	24.0	60.0	39.5	8.5	3.5	1.0	4.0	3.0	2.0	8.5	13.0	11.0	21.0	4.5	0.5

		理由									
		ダイエットに良いから	胃腸に良いから	デザート代わりに	便利だから	骨粗しょう症が心配だから	ぐっすり眠るために	背が高くならないから	医師など医療関係者が勧めるから	その他	
		%	n								
北京	2007年度	200	37.0	39.0	7.5	7.5	/	/	/	-	
	2006年度	191	/	/	/	/	12.0	8.4	1.0	1.6	
上海	2007年度	200	32.0	56.5	12.5	4.0	/	/	/	-	
	2006年度	168	/	/	/	/	21.4	8.3	-	3.0	
香港	2007年度	200	9.0	26.0	11.5	5.5	/	/	/	-	

70%以上
 50%以上
 30%以上

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

ヨーグルト 飲食方法

- 3都市とも「そのまま」飲む／食べる人がほとんど。
- 全体的に他のものと混ぜて食べることは少ない。
- しかし、上海では「オートミールを入れて」食べる人が15.0%で他の都市よりも若干高め。

Q29 ヨーグルトの食べ／飲み方(MA)

	(%)	n	そのまま	ジャムを混ぜて	生の果物を入れて	ドライフルーツを	オートミールを	シリアルを入れて	ビスケットやクッキーを入れて	砂糖を入れて	ハチミツを入れて	その他
北京		200	98.0	1.5	3.5	1.5	4.5	1.0	6.0	1.0	6.0	-
上海		200	98.5	0.5	6.5	1.5	15.0	2.5	9.0	-	2.5	0.5
香港		200	98.0	0.5	6.0	2.0	4.0	5.5	2.0	-	1.0	0.5

ヨーグルトの購入頻度とサイズ

<購入頻度>

- 北京・上海では、「週に1回以上」購入する人が約9割と高い。
- 香港では、「週に1回以上」購入する人が約7割と北京上海に比べて少ない。

<購入サイズ>

- 日頃購入しているヨーグルトのパッケージサイズは、3都市とも「101~200ml/g」、「201~300ml/g」のサイズがメイン。
- 北京・香港では「101~200ml/g」、「201~300ml/g」の順で多い。
- 香港では、この2サイズ以外はほとんど購入されていない。
- 上海では「201~300ml/g」と「101~200ml/g」が同じくらい買われている。

Q30 ヨーグルトの購入頻度

		ほぼ毎日	週に2~3回くらい	週に1回くらい	2週に1回くらい	月に1回以下	平均(日/週)
(%)	n						
北京	200	28.5	38.5	30.5	2.5	-	3.3
上海	200	23.5	42.0	29.5	5.0	-	3.0
香港	200	2.0	23.5	49.0	17.5	8.0	1.3

Q31 日頃購入しているヨーグルトのパッケージサイズ(MA)

		100ml/g以下	101~200ml/g	201~300ml/g	301~400ml/g	401~500ml/g	501ml/g以上
(%)	n						
北京	200	18.5	73.5	41.0	11.0	11.0	10.5
上海	200	10.5	47.0	54.5	16.5	12.0	10.5
香港	200	-	67.5	31.5	0.5	4.0	1.5

ヨーグルトのブランド

- 北京では「蒙牛」「伊利」が多く、上海では「光明」「Danone」が多く、香港では、「Nestle Daily farm」が圧倒的に多く、「Anlene」と「Danone」がよく買われている。
- 北京・上海は2006年度と比較して特に変化はない。
- 輸入品の購入経験を見ると、北京・上海ではほとんどない。
- 香港では日本産が10.5%、日本産以外が44.5%の人に最近一ヶ月に購入経験がある。

Q32-1 ヨーグルトのブランド:最近一ヶ月の最頻購入(SA)

		第1位	第2位	第3位
北京	2007年度	蒙牛 (43.5%)	伊利 (38.0%)	三元 (8.5%)
	2006年度	蒙牛 (42.6%)	伊利 (22.1%)	三元 (12.1%)
上海	2007年度	光明 (39.5%)	Danone (25.0%)	味全 (17.0%)
	2006年度	Danone (43.5%)	光明 (29.2%)	味全 (11.9%)
香港	2007年度	Nestle Dairy Farm (58.0%)	Danone (12.5%)	安怡 (Anlene) (11.5%)

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

<輸入ヨーグルトの飲食経験>

北京	▶ 輸入品はほとんど購入されていない。
上海	▶ 輸入品はほとんど購入されていない。
香港	▶ 日本以外の輸入品がより多く購入されている。 ▶ 北京・上海と比べて日本産の購入経験が多い。

Q32 ヨーグルト産地:最近一ヶ月の購入経験(MA)

		中国・香港ブランド	現外地生産ブランド	輸入品(日本)	輸入品(日本以外)
(%)	n				
北京	200	100	12.0	1.0	2.5
上海	200	97.5	61.5	5.0	4.0
香港	200	77.0	25.0	10.5	44.5

ヨーグルトの購入重視点

- 3都市とも「栄養成分が豊富であること」が多くの人に重視されている。
- 3都市とも30～40%の人に「味が甘いこと」が重視される一方で、北京・上海では「味がすっぱいこと」を重視する人も約40%いた。
- その他に、北京・上海では、「まろやかなこと」、「機能成分が含まれていること」が重視されており、香港では、「低脂肪であること」が重視されている。

Q33 ヨーグルト購入時の重視点(MA)

		味が甘いこと	味がすっぱいこと	濃厚であること	まろやかなこと	栄養成分が豊富であること	機能成分が含まれていること	低脂肪であること	生産日が新しいこと	パッケージサイズ	その他
	(%)										
	n										
北京	200	45.5	41.5	44.0	71.5	68.0	53.5	37.5	27.5	8.5	-
上海	200	42.5	41.0	22.5	74.0	69.5	55.0	38.0	46.5	6.0	0.5
香港	200	34.5	17.5	3.5	35.5	49.0	19.5	43.0	30.5	8.5	1.5

70%以上

 50%以上

3都市の比較

	北京	上海	香港
食文化	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 朝食は中華が多く、自宅が多いが、移動中に食べる人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 朝食はパンなど洋食が多く、自宅が多いが、移動中に食べる人もいた。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 朝食はパンなどの洋食が多く様々な場所で食べられている。
食意識	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 食に対する安全意識が他の都市よりも低め。 ▶ 国産品の品質に対する信頼が高く、有機食品・輸入食品の購入は少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 国産品に対する信頼度がやや低め。 ▶ 有機食品の購入率は他の都市よりも高いが、輸入品の購入率は低い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 国産品に対する信頼は高いものの、輸入品への信頼も高く、購入が多い。 ▶ 有機食品の購入は少ない。
牛乳の飲用	<ul style="list-style-type: none"> ▶ LL牛乳が主流だが、夏場はチルド牛乳も飲まれている。 ▶ チルド牛乳の飲用理由は味の良さや新鮮さなど。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ LL牛乳も飲まれているが、チルド牛乳の飲用頻度がより高い。 ▶ チルド牛乳の飲用理由には味の良さや新鮮さに加えて添加物なさも理由として挙げた。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ チルド牛乳が主流。LL牛乳は飲まない人が多い。 ▶ チルド牛乳の飲用理由は味の良さや新鮮さなど。
牛乳の購入	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 購入サイズは250mlサイズ、500mlサイズが多い。 ▶ 他の都市と比較して普通の牛乳／成分無調整牛乳が多く飲まれている。 ▶ 蒙牛・伊利が多く飲まれている。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 購入サイズは250ml、500mlサイズが多いが、1Lサイズも少なくない。 ▶ 他の都市と比較して濃厚牛乳と高品質牛乳が多く飲まれている。 ▶ 地元ブランドの光明が最もよく購入されている。 ▶ 高級さ、パッケージの高級感なども他の都市よりも若干高め。 ▶ 他の都市と比較して、購入時には産地表示の有無、価格の安さがより重視されている。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 購入サイズは250mlサイズが圧倒的に多く、1Lサイズもあった。 ▶ 低脂肪牛乳と栄養成分強化牛乳が多い。 ▶ 他の都市と比較して、購入時には産地表示・安全性・常温保存可能などは重視されていない。

3都市の比較

	北京	上海	香港
日本産牛乳の購入とイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本産牛乳に対しては、見たことがない人も多い。 ▶ 豪州産牛乳の購入が日本産牛乳よりやや多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 輸入牛乳の購入が少なく、日本産牛乳の購入も少ない。 ▶ 日本産チルド牛乳については、他の都市よりも味が「あっさりしている」、「健康に良い」イメージがある。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 輸入食品の購入も多く、日本産牛乳も購入している。 ▶ 他の都市よりも新鮮さ・おいしさ・栄養の豊富さなどのイメージが弱い、味の濃さはイメージが強め。
日本の認知とイメージ	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 認知が最も低い。 ▶ 認知経路はTV以外に「知人から聞いた」人が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 日本・北海道の認知はある程度あるが、九州の認知が低い。 ▶ 認知経路はTV以外にも新聞・インターネットが他の都市よりも多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 認知が高く、実際に行ったことがある人も多い。 ▶ 認知経路はTV以外にも観光で行ったという人が多い。
ヨーグルトの飲食	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲むタイプ／プレーンが多く飲まれている。 ▶ 飲食量が最も少ない。 ▶ 上海・香港に比べ栄養・カルシウム・美容効果を理由に食べる人が多め。 ▶ 何も混ぜずそのまま食べる人が大多数。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 食べるタイプ／プレーンが多く食べられている。昼食後のデザートにする人が他の都市よりも多め。 ▶ 他の都市と比較して飲食量が多い。 ▶ 他の都市よりも便秘への効果・胃腸に良いから食べるという人が多め。 ▶ オートミールを混ぜる人が香港・北京よりも多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 食べるタイプ／果物入りなどフレーバー付きが多く食べられている。 ▶ 飲食量はほかの2都市より少ない。 ▶ 全体的に北京・上海に比べて機能に関する評価が低い。 ▶ 何も混ぜずそのまま食べる人が大多数。

2006年度との比較

飲食理由	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 北京・上海とも「おいしいから」「好きだから」の理由が2006年度に比べて増加しており、牛乳においしさを求める傾向が強くなっていると考えられる。 ▶ このような傾向は20-30代で特に目立つ。朝食や水の変わりに飲む人も多くなっている。
購入頻度	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 北京・上海とも2006年度と比べると購入頻度がやや高い。
購入価格	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 牛乳の価格はやや高くなっている。特に上海で高くなっている。
牛乳の種類	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 高品質牛乳と低脂肪牛乳が増えている。
購入重視点	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 「ブランドが信頼できること」「味が濃いこと(2006年度は「味」)」「栄養成分が豊富なこと」「安全性」は特に変化がない。 ▶ 2都市とも7~8割と一番多かった「賞味期限」が、2007年度では「賞味期限が長いこと」「生産日が新しいこと」はそれぞれ2~3割程度だった。 ▶ 2006年度では「常温保存できること」が北京79.0%、上海56.0%と高かったが、2007年度は北京33.0%、上海20.5%とそれぞれ下がった。
満足度	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 満足度は上がっており、味に対する不満が減ってきていることと考えられる。
日本産牛乳の価格受容性	<ul style="list-style-type: none"> ▶ TOP3BOXでも3割程度だが、2006年度と比較すると購入意向は高くなっている。
ヨーグルトの飲食	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 飲食頻度: 特に変化はない。 ▶ 1日合計飲食量: 2006年度と比べて増加。 ▶ 飲食理由: 「朝食など食事代わりに」、「水などの代わりに」、「便秘に効果があるから」、「健康の良から」、「気持ちをリラックスさせるために」などの理由がより多い。上海では「他のものと混ぜたり、他のものにかけてりするため」、「いつも家にあるから」の理由もより多い。

総括

* 右()内は参考ページ(まとめ部分)

■ 牛乳の需要が増える

(P.10、P.14)

- 洋食化が進んでおり、牛乳の飲用も増えている。
- 牛乳が最も多く飲まれているのは上海、続いて北京、香港が最も少ない。

■ 健康、安全意識が高くなる

(P.11 P.23)

- 健康や安全性の意識がますます高くなっており、輸入品の品質が高いと認識している人が多い。
- 牛乳は栄養補給のために飲んでいる人が多いが、味に関してもより重視するようになった。
- 健康安全意識をみると、上海・香港でより高く、北京でより低い。

■ 牛乳の種類ではチルド牛乳、低脂肪牛乳、高品質牛乳の需要が高い

(P.12 P.14 P.15)

- 3都市とも飲用頻度や飲用量、チルド牛乳に求めるベネフィットなどから見ると、チルド牛乳の受容性が高く、チルド牛乳の需要が増えている。
- 牛乳の飲用が最も多い上海では、チルド牛乳がより多く飲まれており、LL牛乳がより多い北京でも2006年度と比較するとチルド牛乳が増えている。
- ただし、LL牛乳は携帯性など利便性が理由で好む人も少なくない。最も少ない香港においても6割以上の人には飲まれている。

総括

* ()内は参考ページ(まとめ部分)

■ パッケージサイズは飲み切りサイズが主流だが、1Lサイズも増えている

(P. 19)

- 250mlサイズ、500mlサイズが最も多い。
- 上海ではチルド牛乳に関しては1Lサイズの購入も北京に比べてより多く、香港ではLL牛乳に関しては1Lサイズもより多い。

■ 価格の差はあるが、時間の問題であり、高級品の位置づけ

(P. 20)

- 購入する価格は250mlサイズで2~7元程度、1Lサイズで10~20元である。
- 市販される高級牛乳の価格は高いもので20元。一方、日本産牛乳は40元。価格の差は大きい。
- ただし、中国の牛乳の価格は上昇傾向にあり、高価格牛乳は日本の牛乳との差異がだんだん縮まってきている。価格受容性を見ると、2006年度と比べて購入意向は高くなっている。
- 一方、香港では日本のLL牛乳が30ドルくらいと地元のチルド牛乳の価格と大きな差はない。しかし、市販されているLL牛乳に比べると2~3倍の価格差がある。
- 従って、日本産牛乳は高級品という位置づけが必要と考えられる。

■ 牛乳は品質・栄養・味が重視される

(P. 23)

- 牛乳の飲用理由は「ブランドが信頼できること」「味が濃いこと」「栄養成分が豊富なこと」など品質・栄養・味の理由が最も大きく、味に関しても要望が2006年度に比べて強くなっている。
- 「低脂肪であること」「カルシウム強化であること」を重視する人は3都市とも30%以上いた。
- 上海では「産地表示があること」「価格が安いこと」の比率が他の都市よりも高い。
- 北京・上海では、「安全性が高いこと」の比率が30%を超えているが、「抗生物質が含まれていないこと」に関しては低い。
- パッケージの利便性やサイズに関しては3都市ともそれほど重視していない。
- 2006年度と比べると、2006年度で70-80%と多かった「賞味期限」や「常温保存できること」が、2007年度では20-30%程度だった。

総括

* ()内は参考ページ(まとめ部分)

■ 日本産牛乳の味や栄養で優位

(P. 31 P. 187)

- 日本産牛乳の味に対しては、北京上海ともポジティブな評価だった。新鮮さ、香り、濃度、さっぱりした味などで高評価だった。評価は上海でより高めだった。
- 栄養成分を見ると、たんぱく質や脂質は日本の牛乳がより高い。(付録成分表参照)

■ 日本のイメージは「食品がおいしい」、「環境が清潔」、「先進国」

(P. 28 P. 29)

- 日本・北海道・九州いずれに関しても北京・上海で、認知度は非常に低い。香港では、「行ったことがある」人が北京上海より多く、認知度がやや高い。日本に対する認知度が最も高く、九州に対する認知度が最も低い。
- 知っている人の認知経路を見ると、3都市とも一番多いのが「TV」。「雑誌」も多い。上海では「新聞」や「インターネット」、香港では「観光で行った」などの認知経路も多い。
- 定性調査では、日本・北海道・九州に対するイメージは大きな違いはなく、「食品がおいしい」、「環境が清潔」、「先進国」のイメージが大きい。ただし、北海道に関しては「寒い」、「雪景色」、「牛乳がおいしい」(香港のみ)などのイメージがあり、九州に関しては「九州ラーメン」(香港のみ)のイメージがあった。

□以上をまとめると、日本産牛乳は**チルド牛乳を高級品という位置づけで栄養と品質、味で差別化できると考えられる。**

□従って、**高級牛乳に求めるベネフィットや日本産牛乳の優位となるアピールポイントを把握して、日本産牛乳の認知度、イメージアップのための努力が必要である。**

2008年度の調査課題

2007年度は普段輸入食品や有機食品などを購入するなど、高級食品に関与度の高い人を対象にしたが、日本牛乳に対する受容性が2006年度に比べてより高いことが伺えた。

2008年度の方向性(仮説):
チルド牛乳を高級牛乳としての位置付けでの輸出戦略が望ましい

2008年度の調査課題:

①高級牛乳市場分析:

- ・競合となり得る現行商品(高級牛乳カテゴリー)はどんな商品なのか。
- ・何を訴えているものなのかを明らかにすべきである。
(品質、栄養素など、マーケットのトレンドなどを把握。)

②ターゲット分析:

- ・高級牛乳のユーザーはどんな人たちで、高級牛乳にどのようなベネフィットを求めているのか。

③日本産牛乳のコンセプト:


- ・日本産牛乳の優位性はどこにあるのか、アピールポイントはなにか。
- ・それを消費者はどのくらい魅力を感じるのか。購入意向はどうか。

④そのほかの商品ファクター

- ・パッケージ: 大きいパッケージサイズをどうするか
- ・価格の検証、など

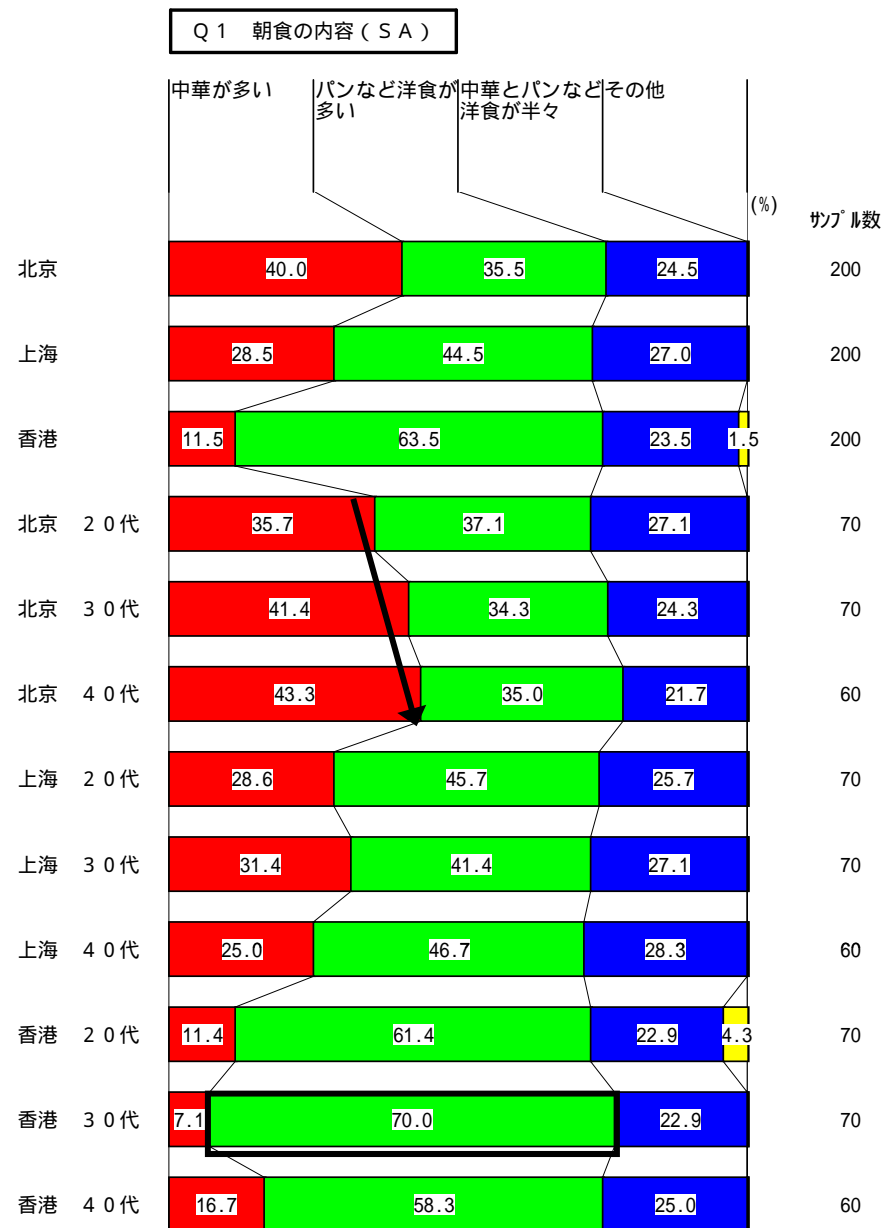


調査結果詳細

- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

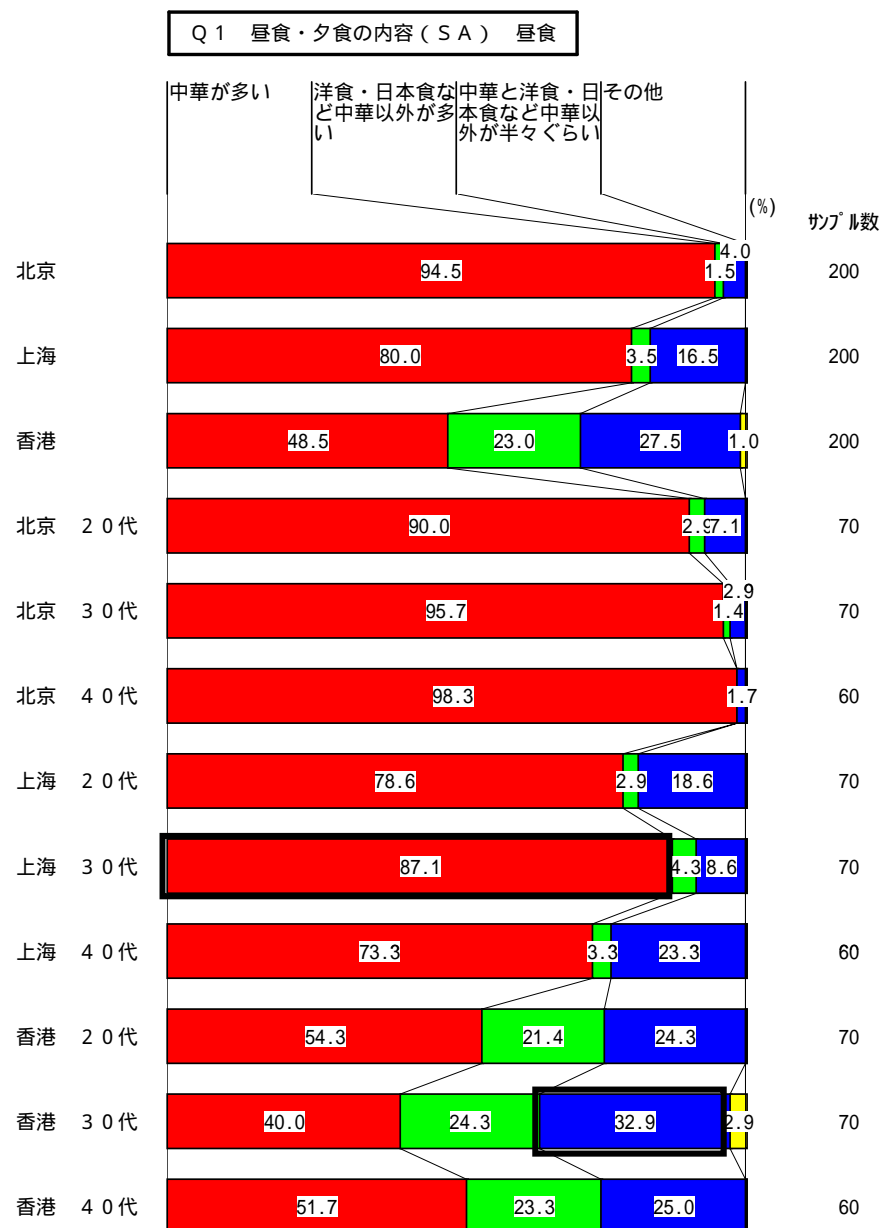
食事の内容 - 朝食

- 都市別に見ると、北京では「中華が多い(40.0%)」人と「パンなどの洋食が多い(35.5%)」人が同じくらい。
- 上海では、「パンなどの洋食が多い(44.5%)」、次いで「中華が多い(28.5%)」が多い。
- 香港では、「パンなどの洋食が多い(63.5%)」が圧倒的に多く、次いで「中華とパンなど洋食が半々」が23.5%。
- 年代別に見ると、北京では年代が上がるにつれ、「中華が多い」人の割合が上がる。
香港では、30代で「パンなどの洋食が多い」人が70.0%と他の年代よりも多かった。



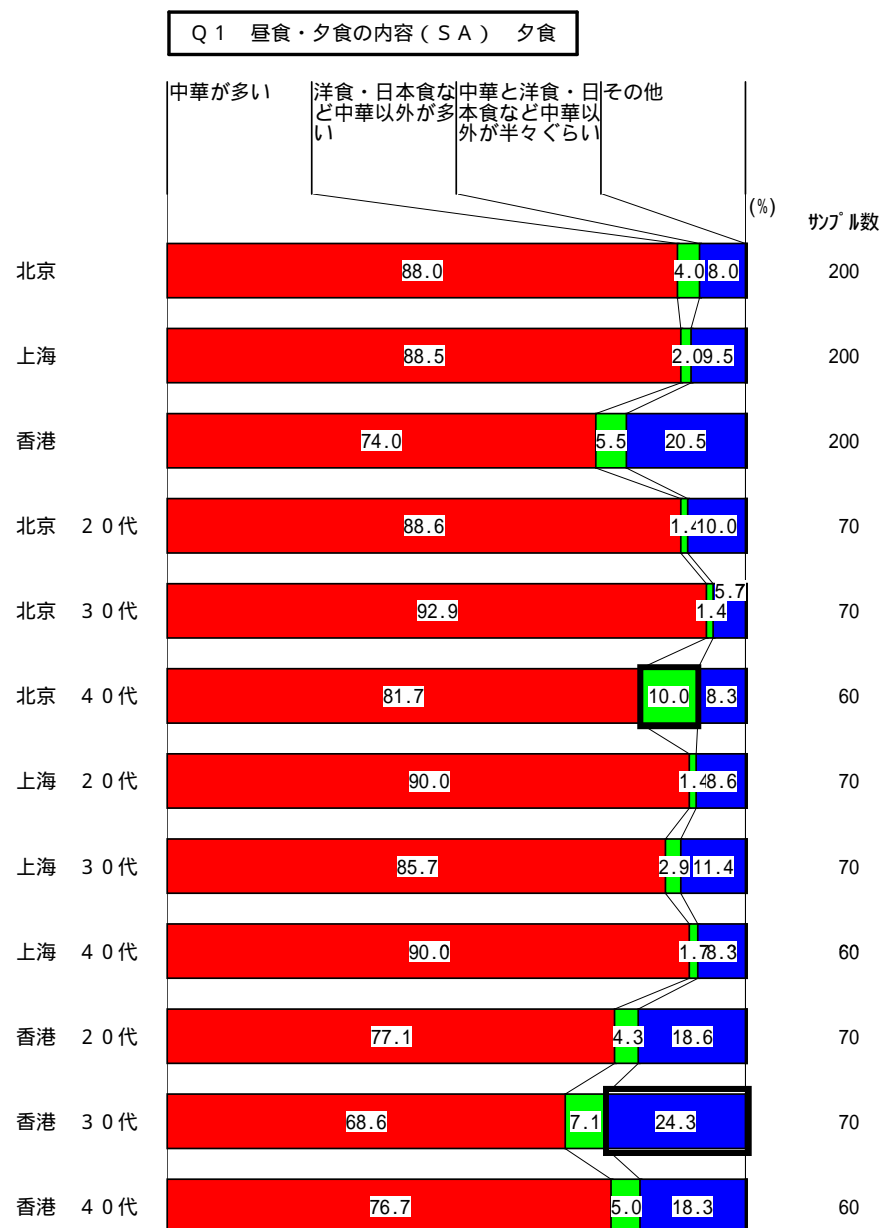
食事の内容 – 昼食

- 北京では「中華が多い」人が9割以上。
- 上海では、「中華が多い」人が8割。「中華と洋食・日本食など中華以外が半々くらい」が16.5%。
- 香港では、「中華が多い」人が48.5%で一番多いが、「中華と洋食・日本食など中華以外が半々くらい」が27.5%、「洋食・日本食など中華以外が多い」が23.0%と中華中心という訳ではない。
- 年代別に見ると、上海の30代では「中華が多い」人の割合が他の年代よりも高め。香港では30代の「中華と洋食・日本食など中華以外が半々くらい」の割合が他の年代よりも高く、逆に「中華が多い」の割合が低い。



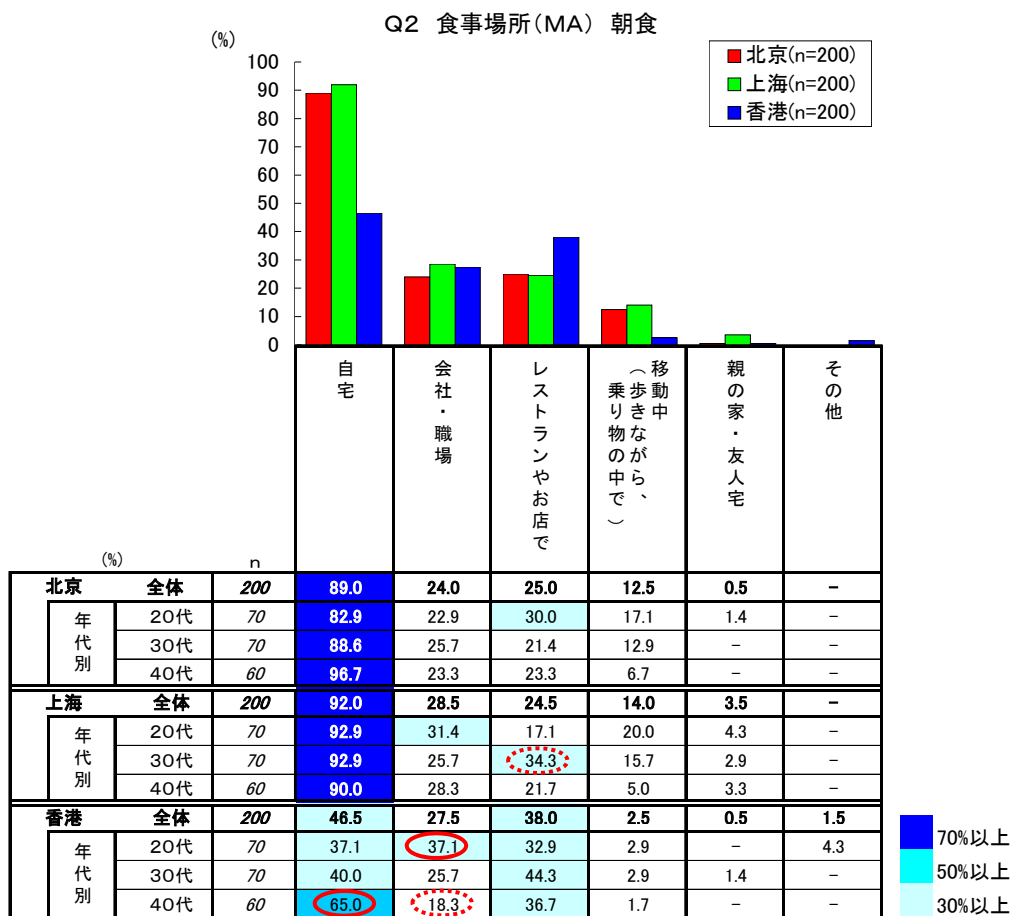
食事の内容 - 夕食

- 3都市とも「中華が多い」人の割合が7割以上と高いが、香港では「中華と洋食・日本食など中華以外が半々くらい」の人の割合が他の2都市よりも10ポイントほど高い。
- 年代別に見ると、北京の40代で「洋食・日本食など中華以外が多い」の割合が他の年代より高め。香港の30代では、「中華と洋食・日本食など中華以外が半々くらい」が他の年代よりも若干高い。



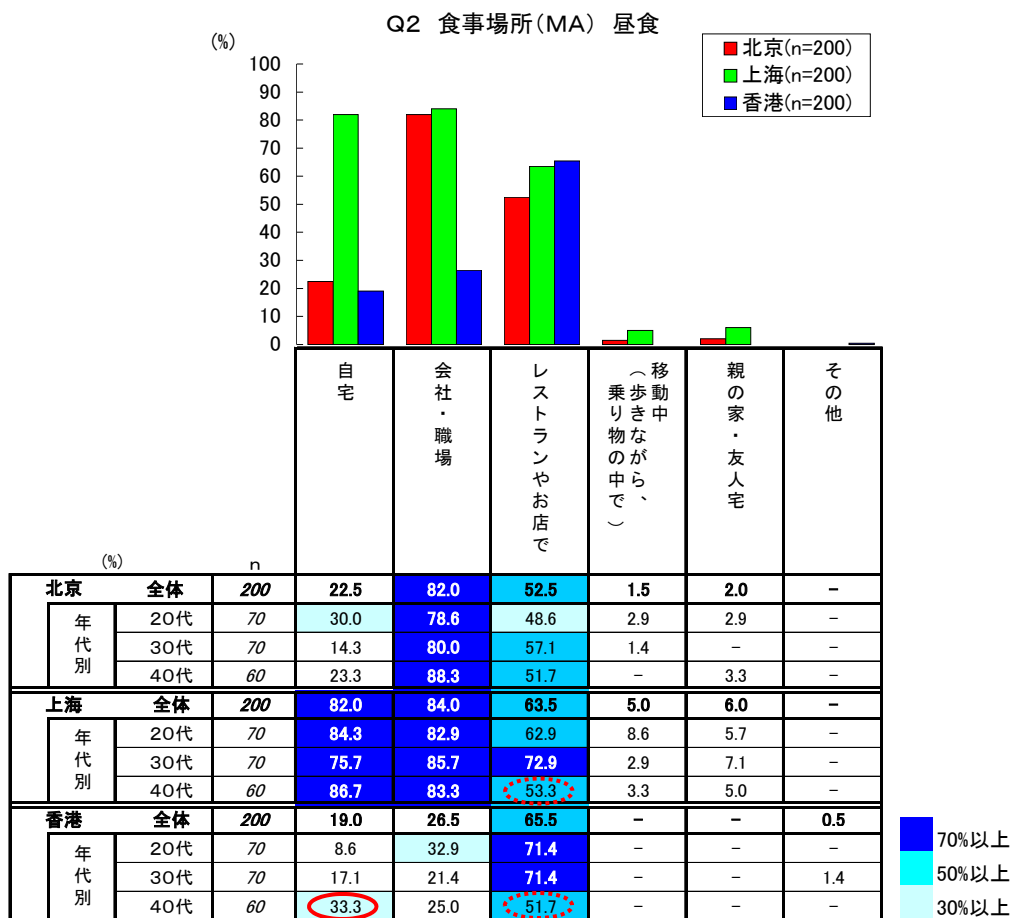
食事の場所 – 朝食

- 北京・上海では「自宅」で食べる人が9割。また「移動中」に食べている人も10%ほどいた。
- 香港では「自宅」で食べる人が46.5%と一番多いものの、「レストランやお店で」食べる人も38.0%と少なくない。
- 年代別に見ると、上海の30代では「レストランやお店で」食べる人の割合が他の年代よりも高い。
- 香港の20代で「会社・職場」、香港の40代は「自宅」で食べる人が他の年代よりも多く、逆に40代で「会社・職場」で食べる人は少ない。



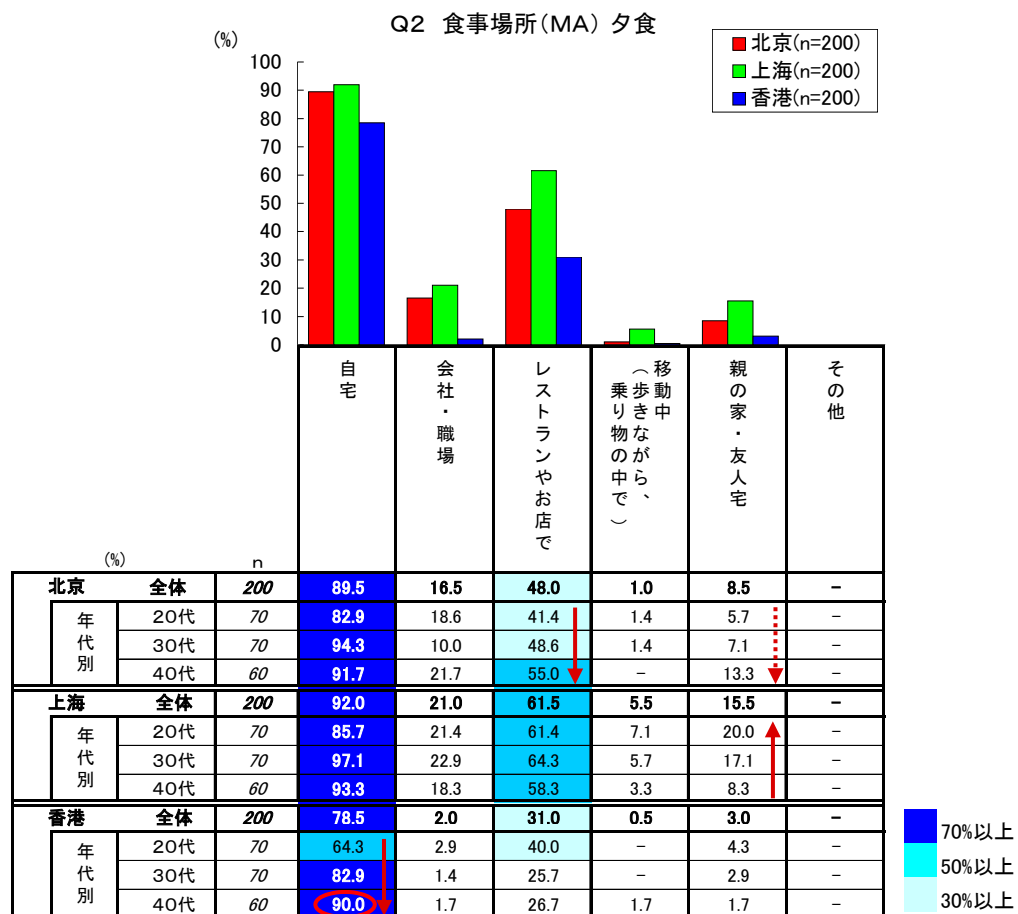
食事の場所 – 昼食

- 北京は、「会社・職場」が多く82.0%、「レストランやお店で」が52.5%。「自宅」で食べている人は22.5%と少ない
- 上海では、「会社・職場」が84.0%、「自宅」が82.0%、「レストランやお店で」が63.5%と様々な場所で昼食をとっている。
- 香港では、「レストランやお店で」が一番多く65.5%。「会社・職場」や「自宅」で食べている人は2割程度。
- 年代別に見ると、上海の40代で「レストランやお店で」食べている人は他の年代よりも少ない。
- 香港の40代は「自宅」が他の年代よりも多く、逆に「レストランやお店で」は少ない。



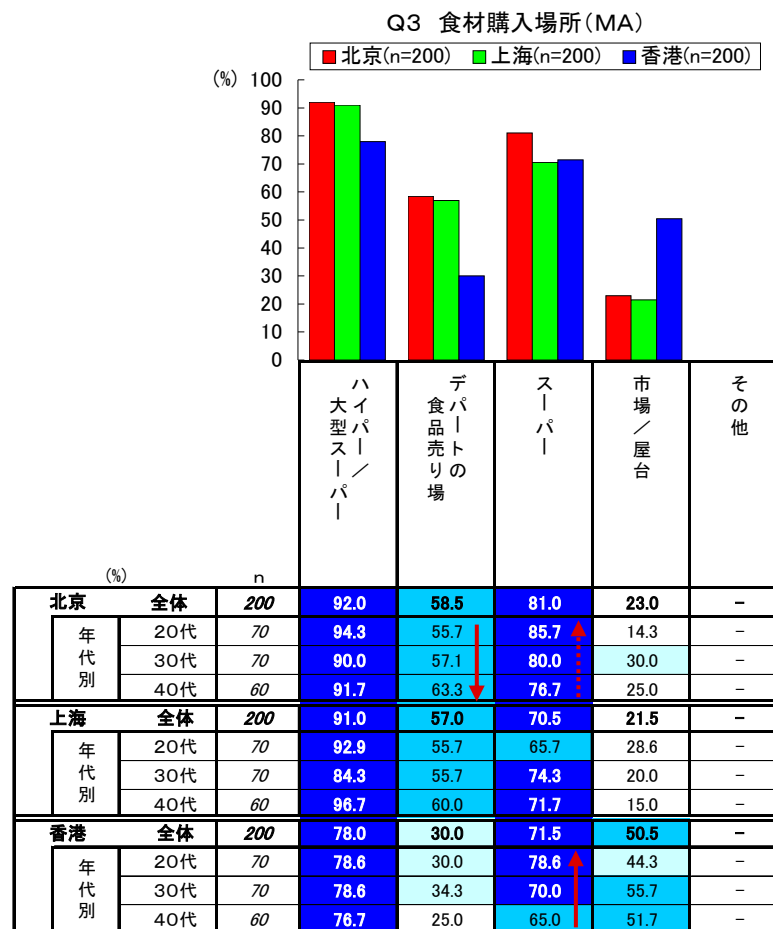
食事の場所 – 夕食

- 3都市とも「自宅」で食べる人が一番多く、次いで「レストランやお店で」が多い。
- 北京・上海では「会社・職場」で夕食をとる人が2割程度いた。
- 年代別に見ると、北京では年代が高いほど、「レストランやお店で」や「親の家・友人宅」で食べる人が多い。
- 上海では、年代が低いほど「親の家・友人宅」で食べる人が多い。
- 香港では年代が高いほど、「自宅」で食べる人が多くなる。特に40代で「自宅」で食べる人が他の年代よりも高い。



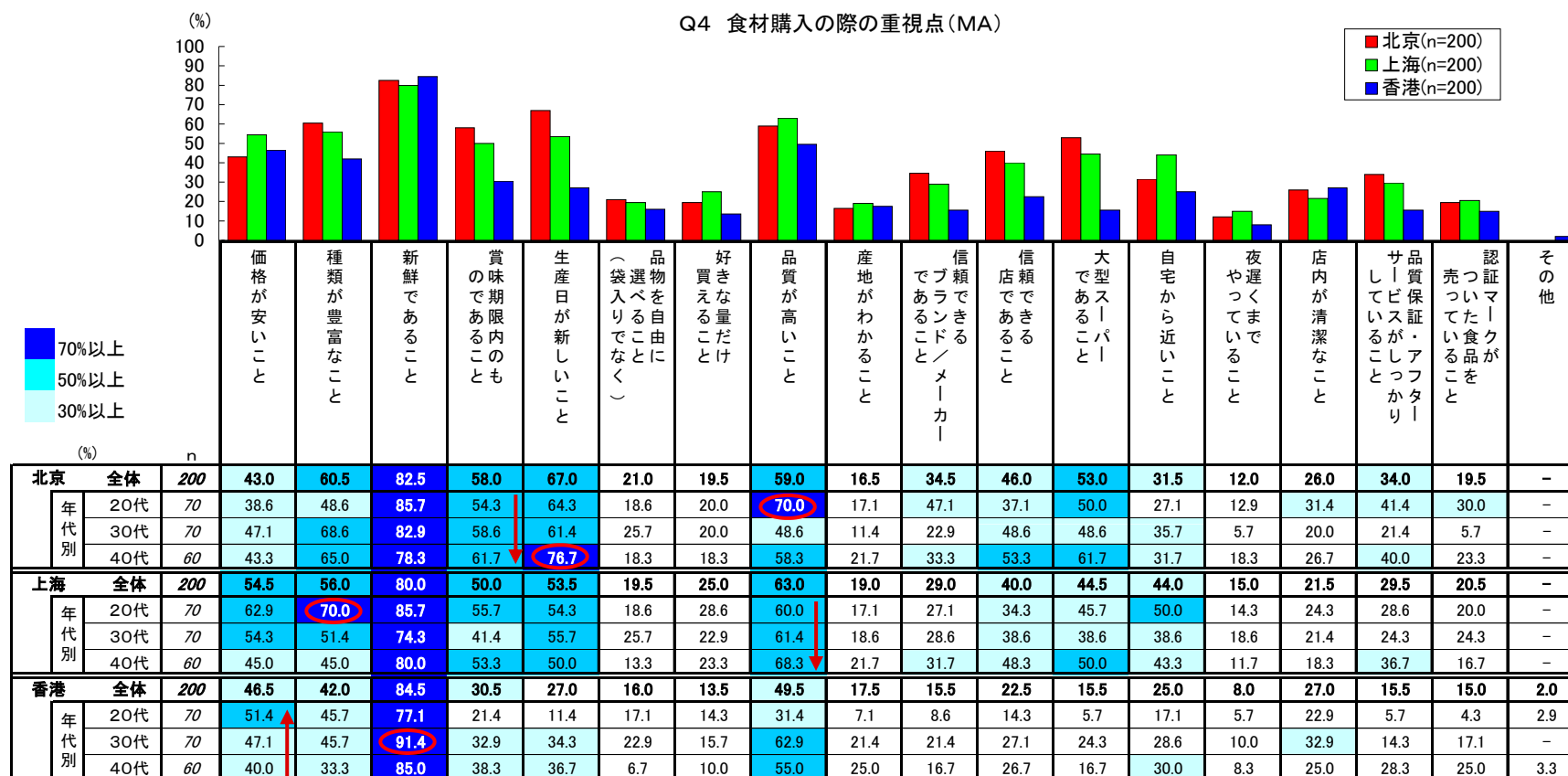
食材の購入場所

- 3都市とも「ハイパー／大型スーパー」「スーパー」が75%以上と多い。
- 北京・上海に比べ香港では「デパートの食品売り場」での購入が少なく、逆に「市場／屋台」での購入が多い。
- 年代別に見ると、北京では年代が高いほど、「デパートの食品売り場」が多く、逆に「スーパー」が少ない。
- 香港では年代が若いほど、「スーパー」で購入する人が多い。



食材の購入重視点

- 3都市とも「新鮮であること」が8割以上と一番多い。
- 北京・上海では「生産日が新しいこと」「種類が豊富なこと」「品質が高いこと」「賞味期限内であること」などの回答が多い。
- 北京では「大型スーパーであること」、上海では「価格が安いこと」も重視している。
- 香港では、「品質が高いこと」「価格が安いこと」「種類が豊富なこと」が40%を超えて高かった。
- 年代別に見ると、北京の20代で「品質が高いこと」、40代で「生産日が新しいこと」が他の年代よりも高く、年代が上がるにつれ「賞味期限内であること」を重視する傾向がある。
- 上海では、20代で「種類が豊富なこと」が多く、年代が上がるにつれ「品質が高いこと」を重視している。
- 香港では、30代で「新鮮であること」が他の年代よりも高く、年代が低いほど「価格が安いこと」を重視している。



食生活や健康に関する意識

都市別

- 北京では、TOPBOXで50%を超えているものが他の2都市よりも少ない。「サプリメントや健康食品を利用する」「食生活の質を向上させたい」「認証マークがついた食品・食材をよく買う」が他の2都市よりもやや高め。
- 香港では、「野菜を多く摂るようにしている」「肉・油・糖分・塩分の摂取量を控えている」「おいしさを一番重視している」「野菜をしばらく水につけてから使う」「賞味期限と消費期限の違いがわかる」「輸入品は国産品より品質が信頼できる」が他の2都市よりも高い。

Q5 食生活や健康について TOPBOX(MA)

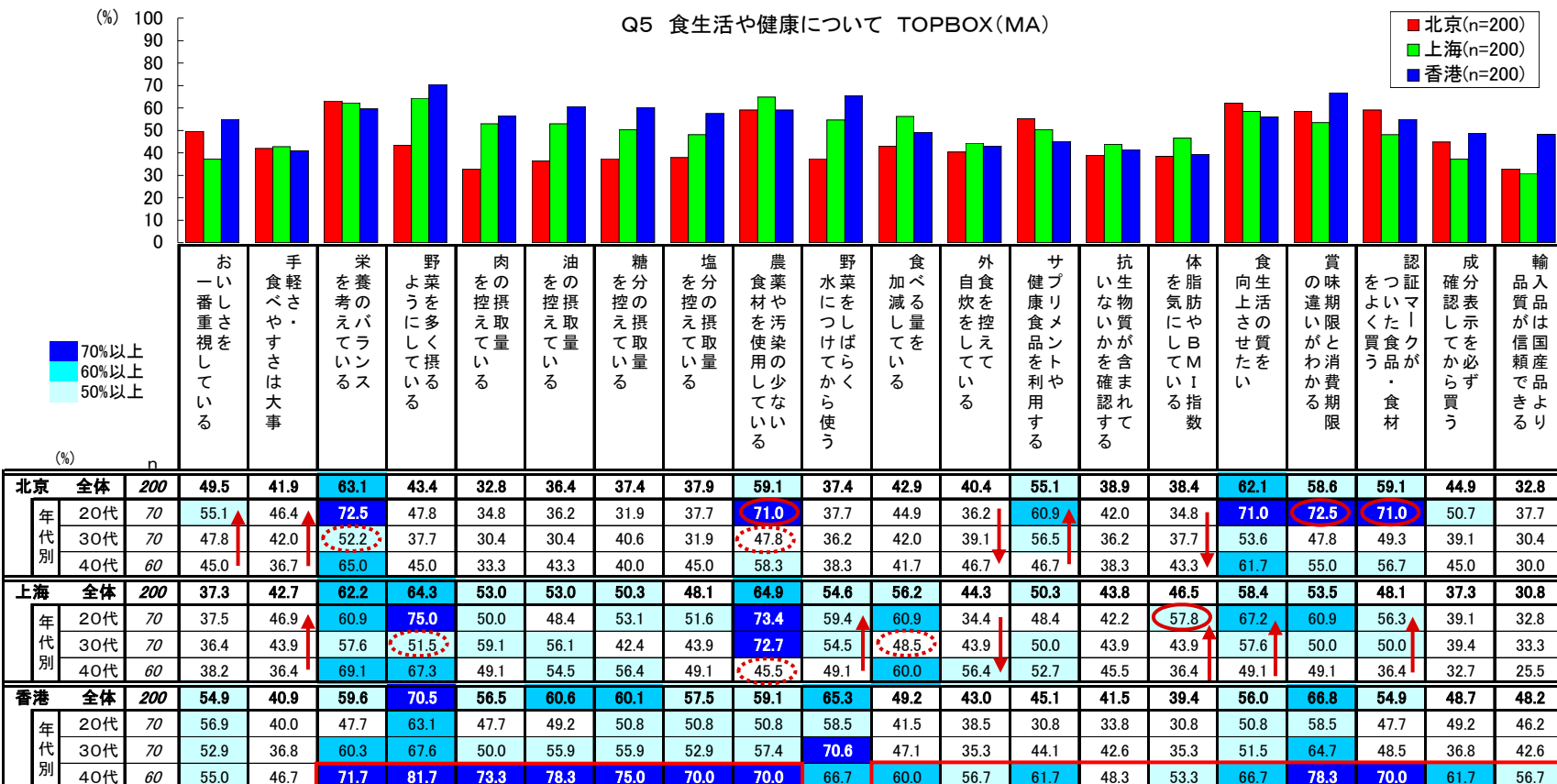
	北京		上海		香港	
	(%)	平均	(%)	平均	(%)	平均
	200		200		200	
おいしさを一番重視している	49.5	1.4	37.3	1.1	54.9	1.4
手軽さ・食べやすさは大事	41.9	1.3	42.7	1.2	40.9	1.1
栄養のバランスを考えている	63.1	1.6	62.2	1.5	59.6	1.4
野菜を多く摂るようにしている	43.4	1.4	64.3	1.5	70.5	1.6
肉の摂取量を控えている	32.8	1.1	53.0	1.4	56.5	1.3
油の摂取量を控えている	36.4	1.2	53.0	1.4	60.6	1.4
糖分の摂取量を控えている	37.4	1.2	50.3	1.3	60.1	1.4
塩分の摂取量を控えている	37.9	1.2	48.1	1.3	57.5	1.4
農薬や汚染の少ない食材を使用している	59.1	1.5	64.9	1.5	59.1	1.3
野菜をしばらく水につけてから使う	37.4	1.2	54.6	1.4	65.3	1.4
食べる量を加減している	42.9	1.2	56.2	1.4	49.2	1.2
外食を控えて自炊をしている	40.4	1.1	44.3	1	43.0	1
サプリメントや健康食品を利用する	55.1	1.5	50.3	1.3	45.1	1.1
抗生物質が含まれていないかを確認する	38.9	1.2	43.8	1.1	41.5	0.9
体脂肪やBMI指数を気にしている	38.4	1.3	46.5	1.1	39.4	0.9
食生活の質を向上させたい	62.1	1.6	58.4	1.4	56.0	1.4
賞味期限と消費期限の違いがわかる	58.6	1.6	53.5	1.3	66.8	1.6
認証マークがついた食品・食材をよく買う	59.1	1.6	48.1	1.3	54.9	1.4
成分表示を必ず確認してから買う	44.9	1.3	37.3	1.1	48.7	1.2
輸入品は国産品より品質が信頼できる	32.8	1.1	30.8	0.8	48.2	1.1

50%以上
1.5ポイント以上

%
n

食生活や健康に関する意識 年代別

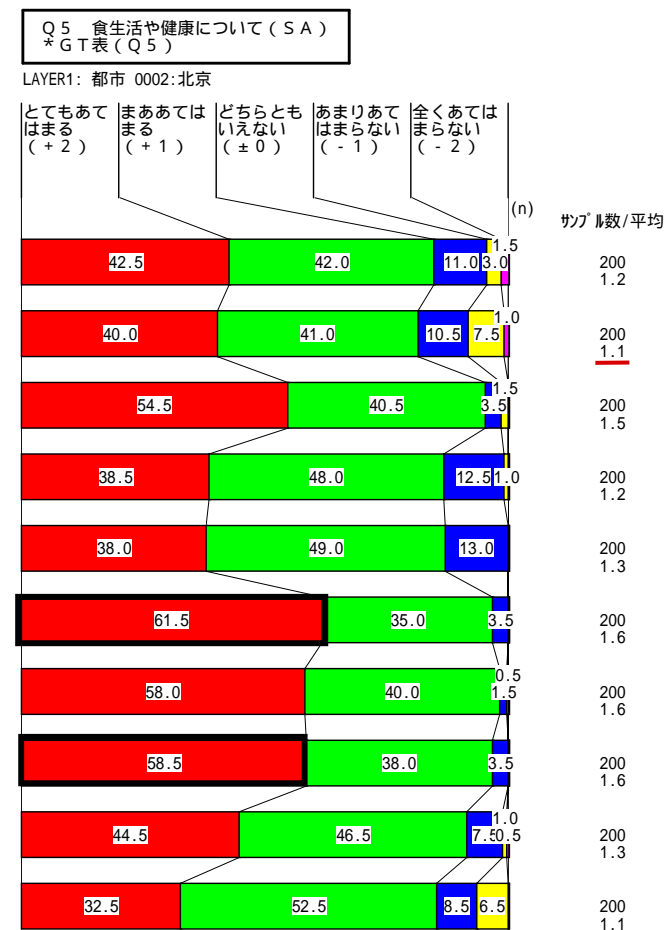
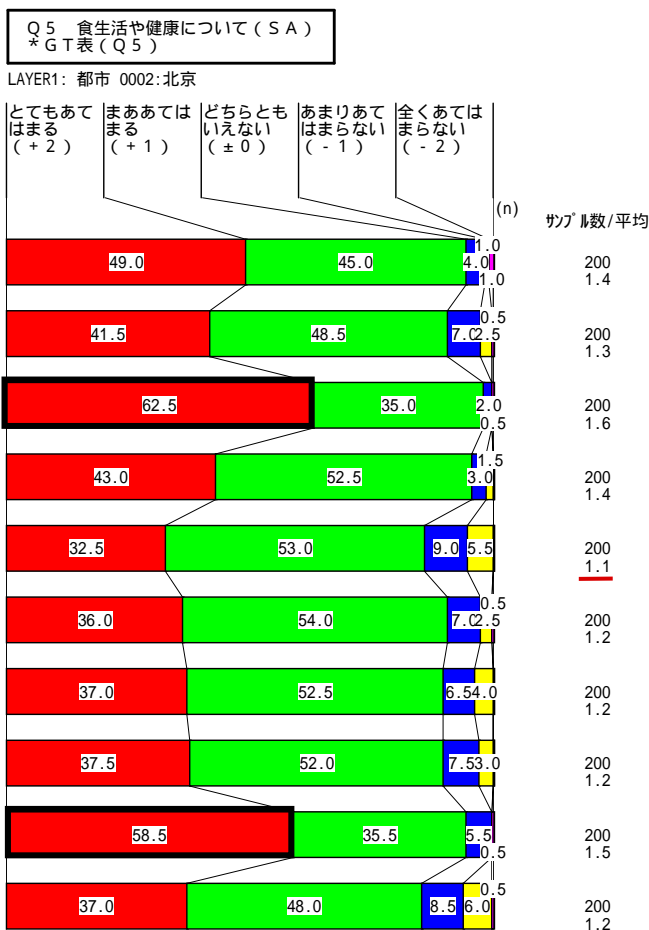
- 北京では、年代が低いほど「おいしさを一番重視している」「手軽さ・食べやすさは大事」「サプリメントや健康食品を利用する」を重視し、年齢が高いほど「体脂肪やBMI指数を気にしている」「外食を控えて自炊している」を重視している。20代では、「賞味期限と消費期限の違いがわかる」「認証マークがついた食品・食材をよく買う」「農薬や汚染の少ない食材を使用している」が他の年代よりも高い。30代では「栄養のバランスを考えている」「農薬や汚染の少ない食材を使用している」が他の年代よりも低い。
- 上海では、年代が低いほど「手軽さ・食べやすさは大事」「食生活の質を向上させたい」「認証マークがついた食品・食材をよく買う」「体脂肪やBMI指数を気にしている」「野菜をしばらく水につけてから使う」が高く、「外食を控えて自炊している」が低い。20代では、「体脂肪やBMI指数を気にしている」が他の年代よりも高い。30代では「野菜を多く摂るようにしている」「食べる量を加減している」が他の年代よりも低め。40代では「農薬や汚染の少ない食材を使用している」が他の年代に比べかなり低い。
- 香港では、全体的に年代が高いほど意識が高い。特に40代では「おいしさを一番重視している」「手軽さ・食べやすさは大事」「野菜をしばらく水につけてから使う」を除く全ての項目の数値が20代・30代よりも高い。



食生活や健康に関する意識

北京

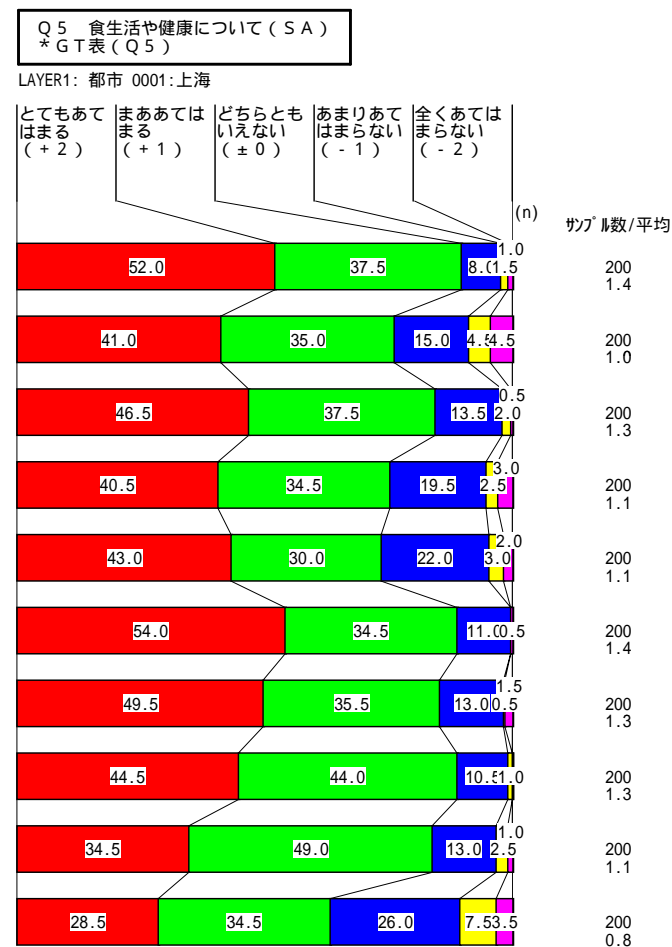
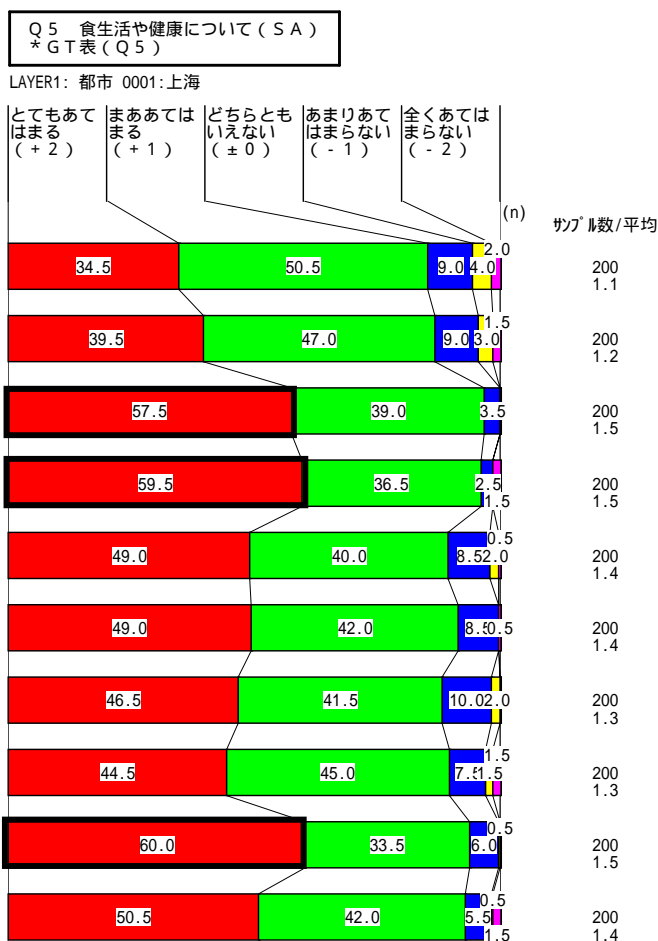
- 全ての項目のTOP2BOXが8~9割と高い。
- TOPBOXで見ると、上位3位は、「栄養のバランスを考えている(62.5%)」「食生活の質を向上させたい(61.5%)」「農薬や汚染の少ない食材を使用している(58.5%)」「認証マークがついた食品・食材をよく買う(58.5%)」。



食生活や健康に関する意識

上海

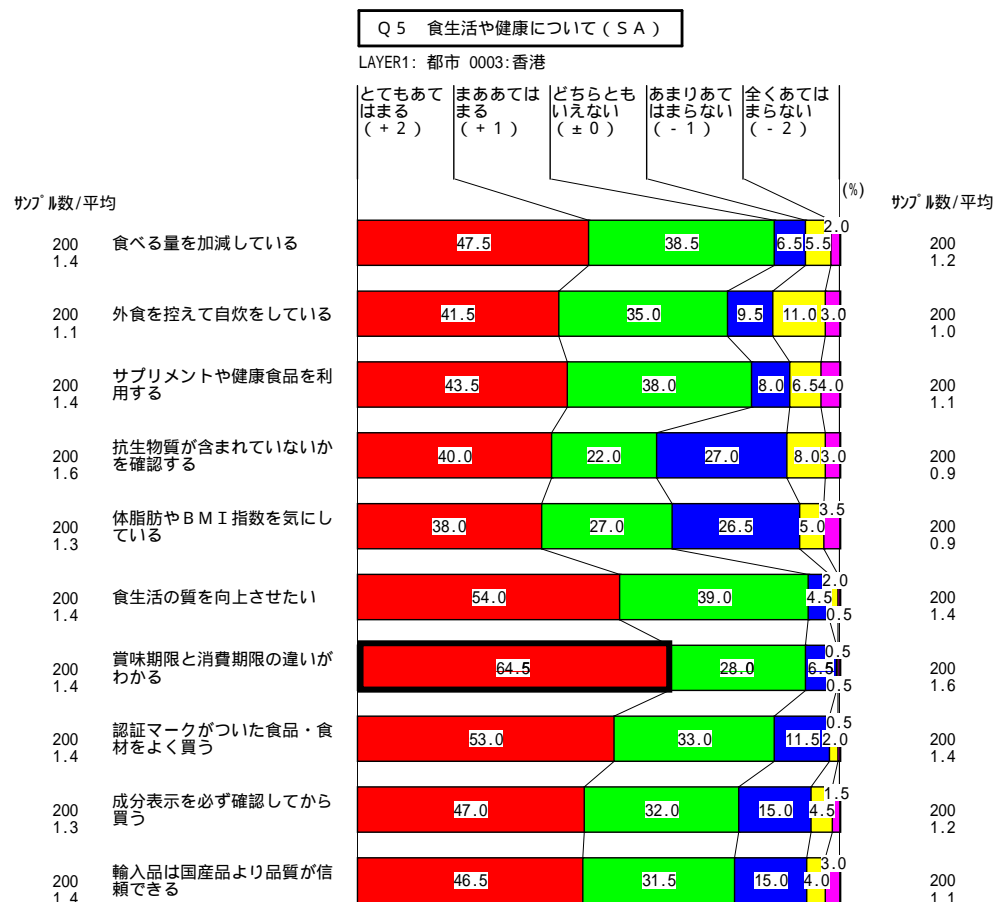
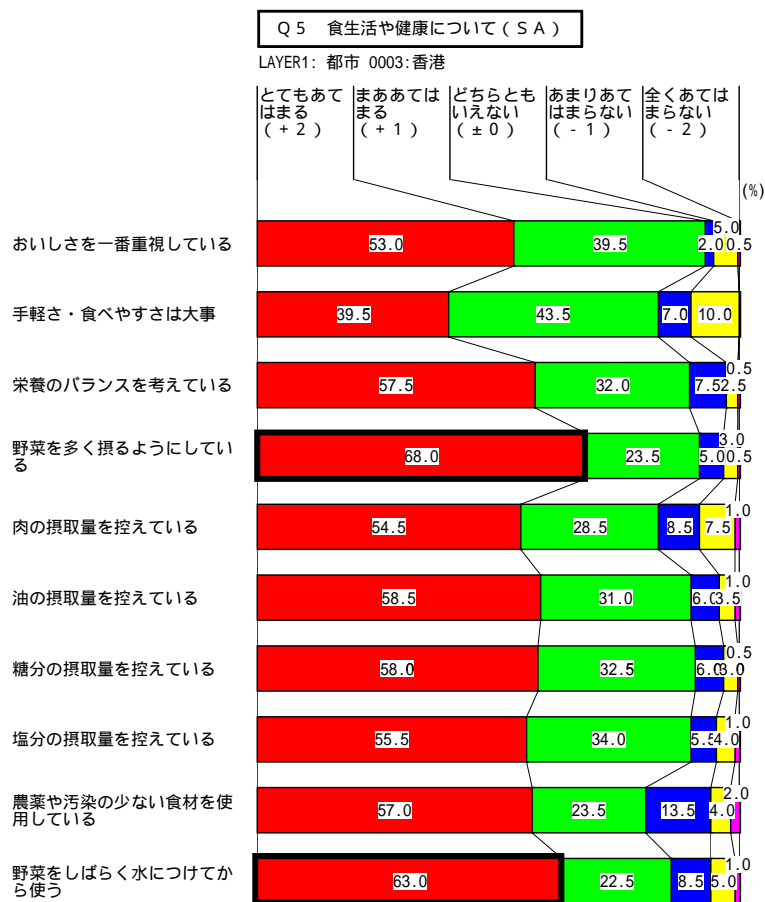
- TOPBOXを見ると、上位3位は、「農薬や汚染の少ない食材を使用している(60.0%)」「野菜を多く摂るようにしている(59.5%)」「栄養のバランスを考えている(57.5%)」。



食生活や健康に関する意識

香港

- TOPBOXを見ると、上位3位は、「野菜を多く摂るようにしている(68.0%)」「賞味期限と消費期限の違いがわかる(64.5%)」「野菜をしばらく水につけてから使う(63.0%)」



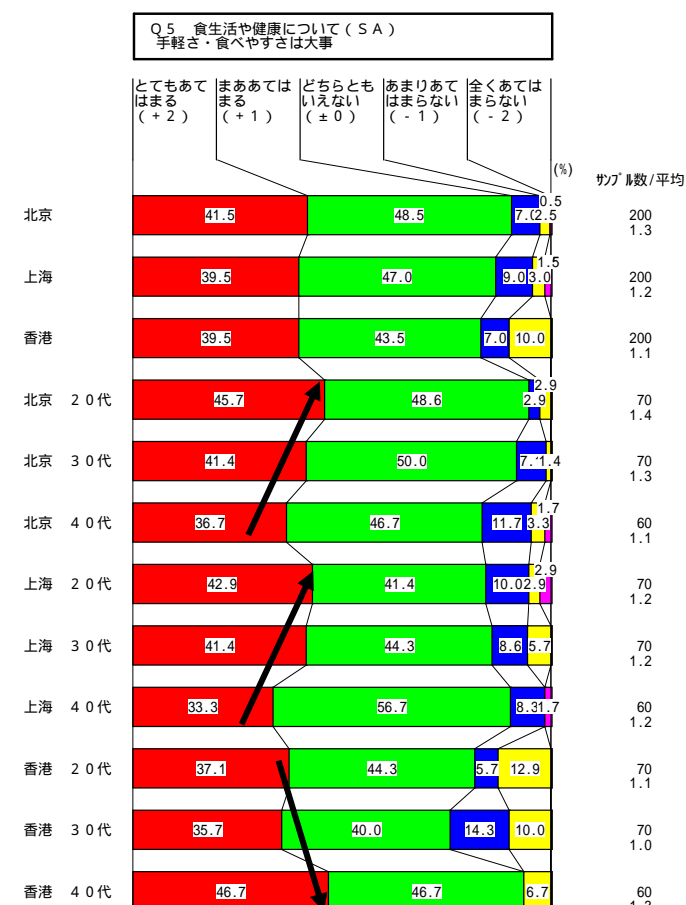
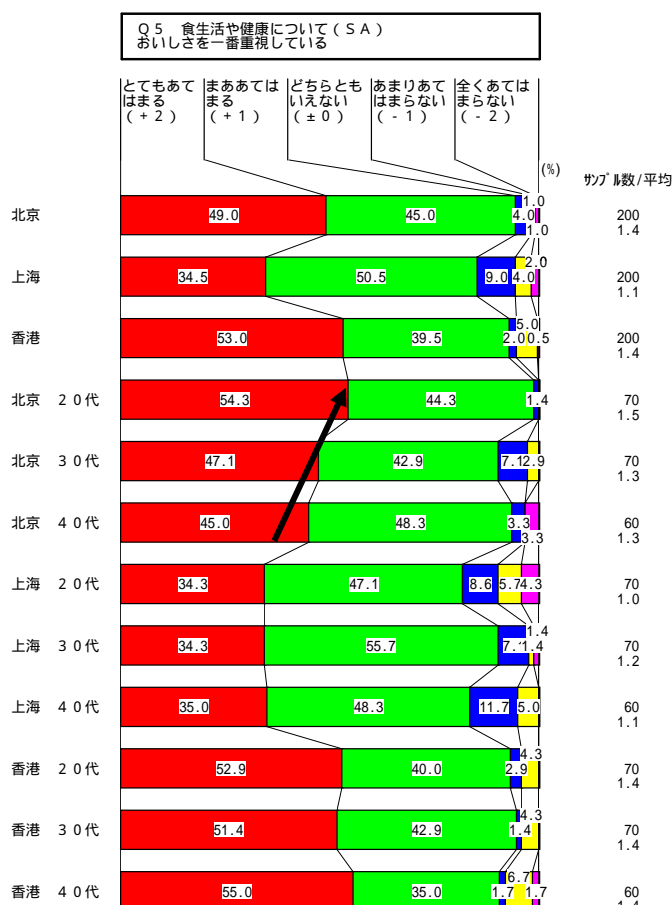
食生活や健康に関する意識

おいしさを一番重視している

- TOPBOXを見ると北京(49.0%)・香港(53.0%)と比べ、上海は34.5%と低め。
- 年代別に見ると、北京では年代が低いほどTOPBOXの割合が高い。

手軽さ・食べやすさは大事

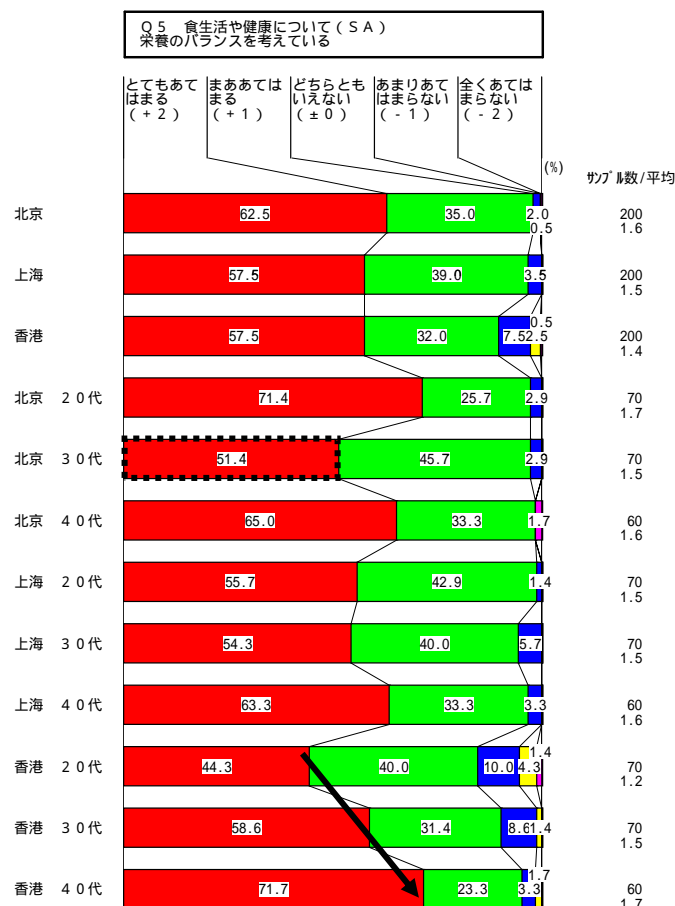
- 都市全体では、TOPBOXは3都市とも大きな差はない。
- 年代別に見ると、北京では年代が低いほど重視している。上海では、年代が低いほどTOPBOXが高め。
- 香港では、年代が高いほどTOPBOXが高め。



食生活や健康に関する意識

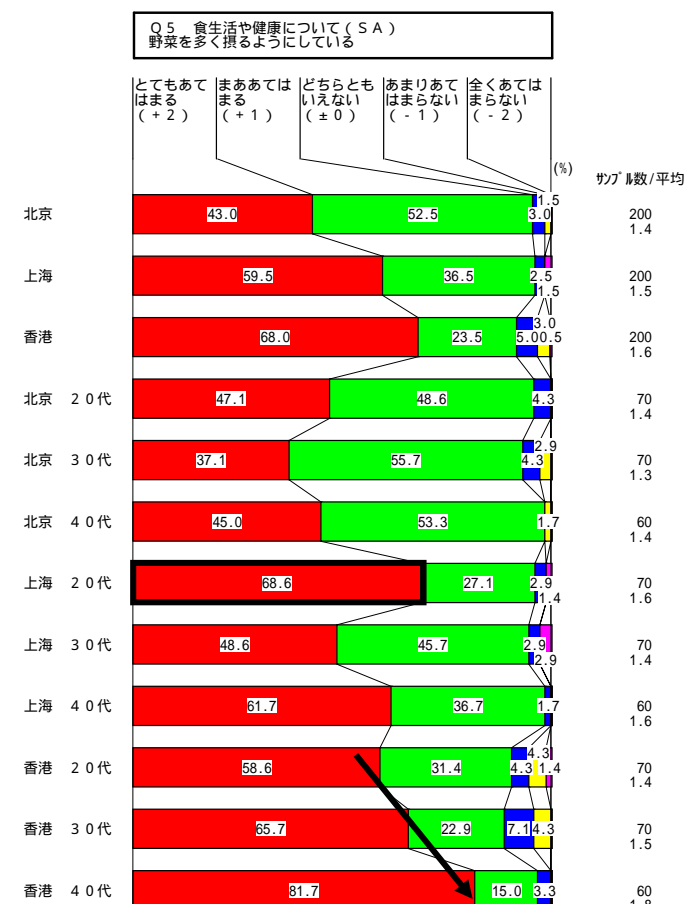
栄養のバランスを考えている

- 年代別に見ると、北京30代のTOPBOXが他の年代よりも低い。
- 香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



野菜を多く摂るようにしている

- TOPBOXを見ると、香港(68.0%)が一番高く、次いで上海(59.5%)、北京(43.0%)。
- 年代別に見ると、上海では20代のTOPBOXが他の年代よりも高い。
- 香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



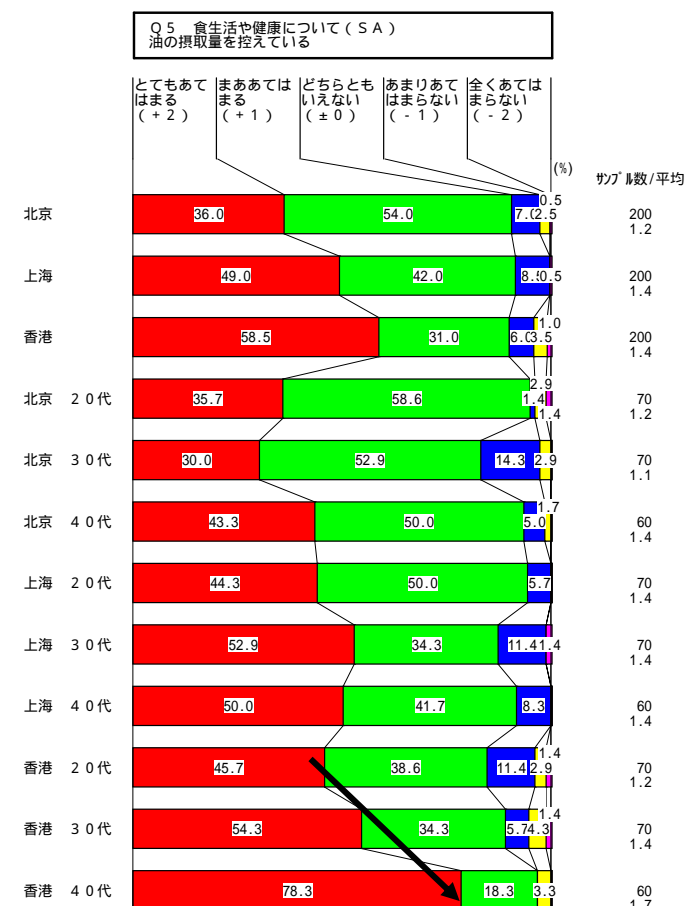
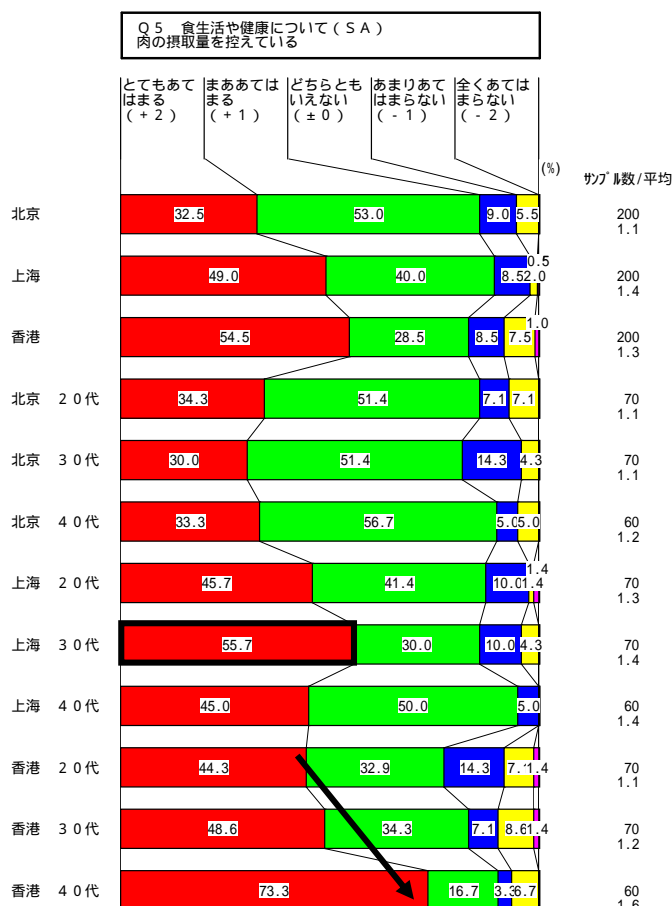
食生活や健康に関する意識

肉の摂取量を控えている

- TOPBOXを見ると、香港(54.5%)が一番高く、次いで上海(49.0%)、北京(32.5%)。
- 年代別に見ると、上海では30代のTOPBOXが他の年代よりも高い。
- 香港では年代が高いほど、意識が高い。

油の摂取量を控えている

- TOPBOXを見ると、香港(58.5%)が一番高く、次いで上海(49.0%)、北京(36.0%)。
- 香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



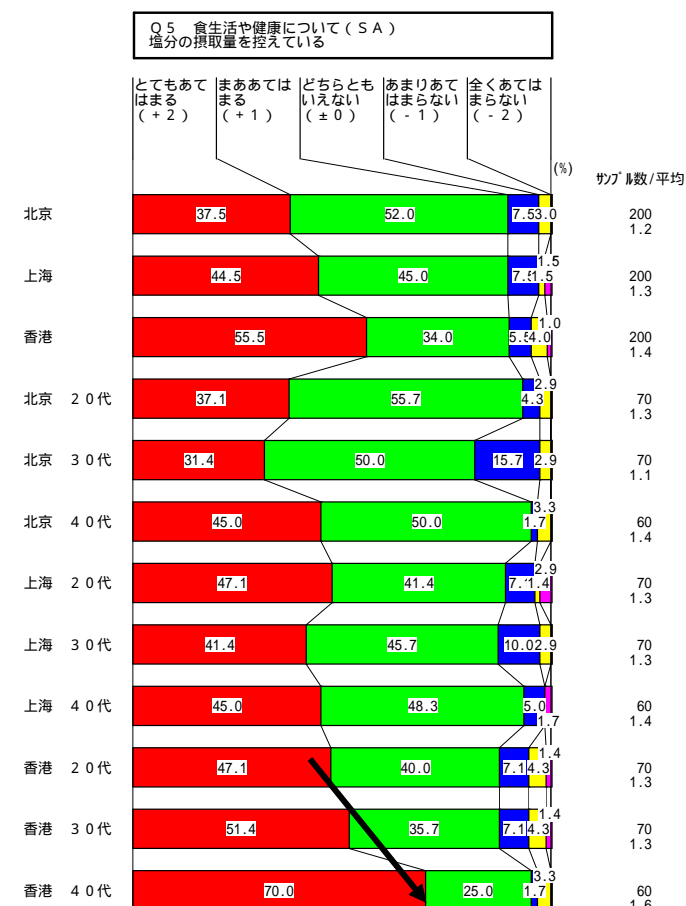
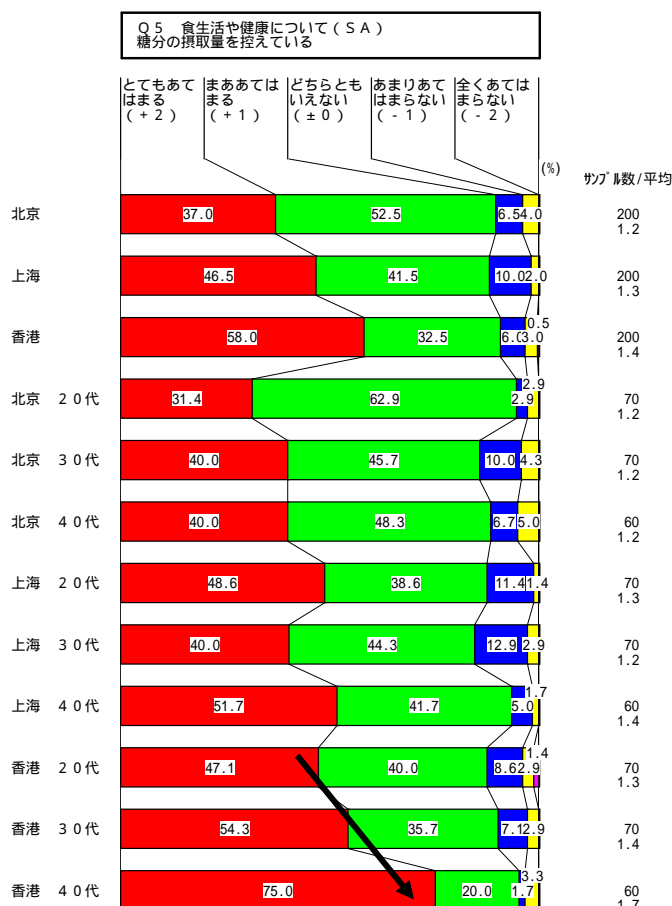
食生活や健康に関する意識

糖分の摂取量を控えている

- TOPBOXを見ると、香港(58.0%)が一番高く、次いで上海(46.5%)、北京(37.0%)。
- 年代別に見ると、香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。

塩分の摂取量を控えている

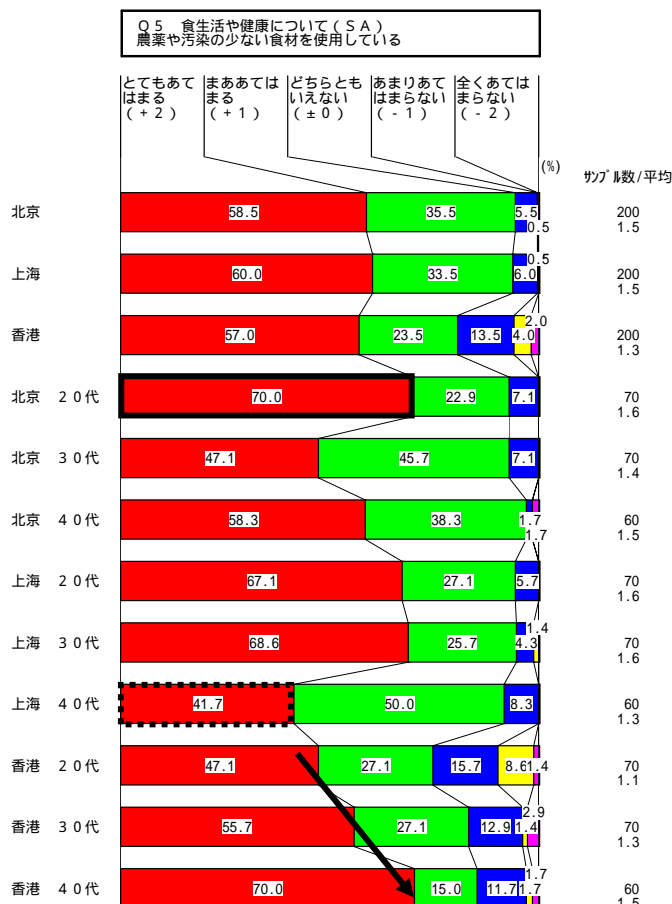
- TOPBOXを見ると、香港(55.5%)が一番高く、次いで上海(44.5%)、北京(37.5%)。
- 年代別に見ると、香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



食生活や健康に関する意識

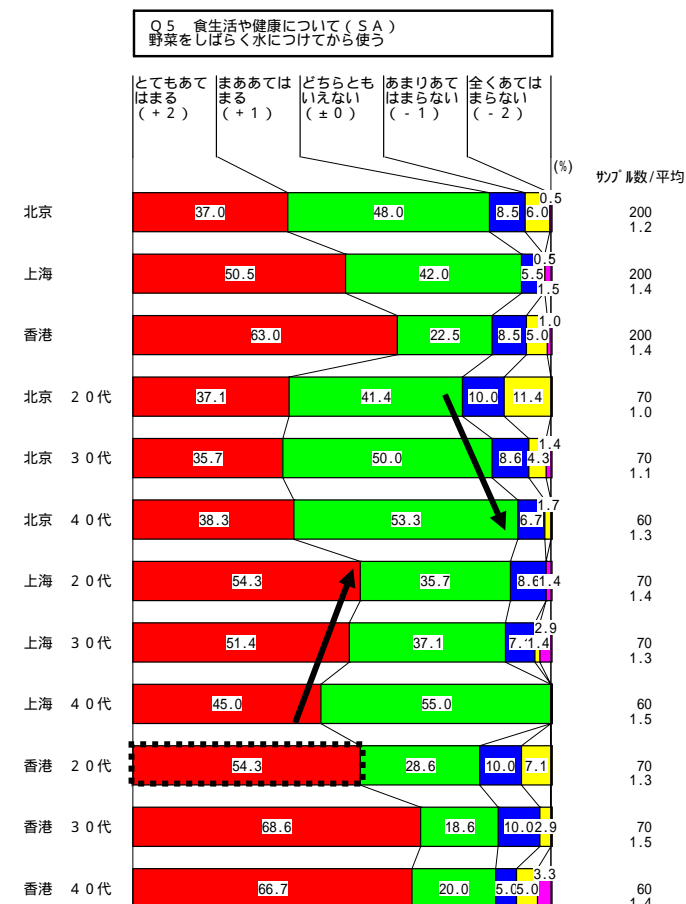
農薬や汚染の少ない食材を使用している

- TOPBOXは3都市とも6割程度で大きな差はない。
- 年代別に見ると、北京20代のTOPBOXが他の年代よりも高い。
- 上海では、40代のTOPBOXが低め。
- 香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



野菜をしばらく水につけてから使う

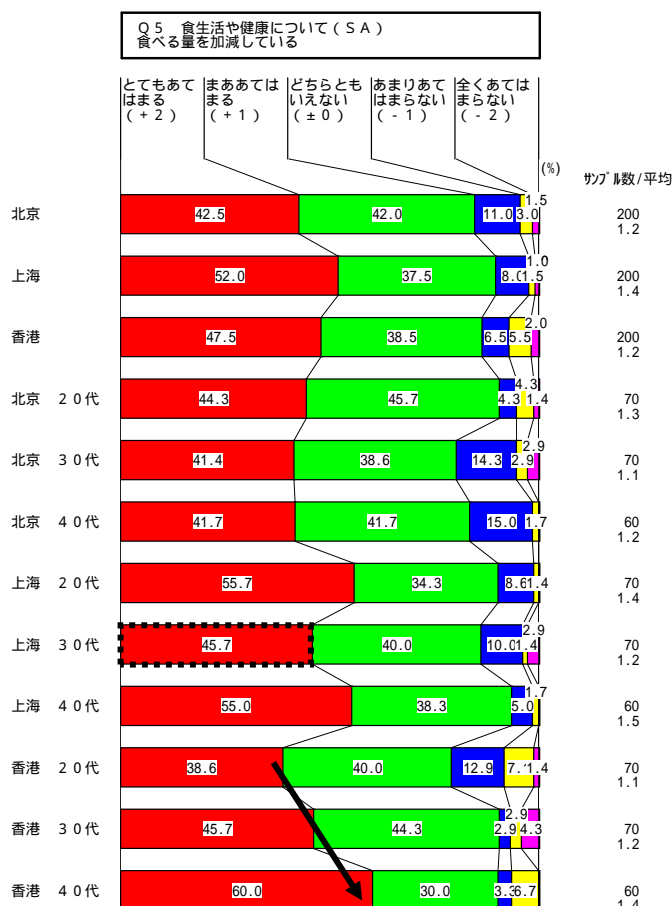
- TOPBOXを見ると、香港(63.0%)が一番高く、次いで上海(50.5%)、北京(37.0%)。
- 年代別に見ると、北京では年代が上がるにつれTOP2BOXの割合が高く、上海では年代が若いほどTOPBOXが高い。
- 香港では、20代のTOPBOXが30代・40代より低い。



食生活や健康に関する意識

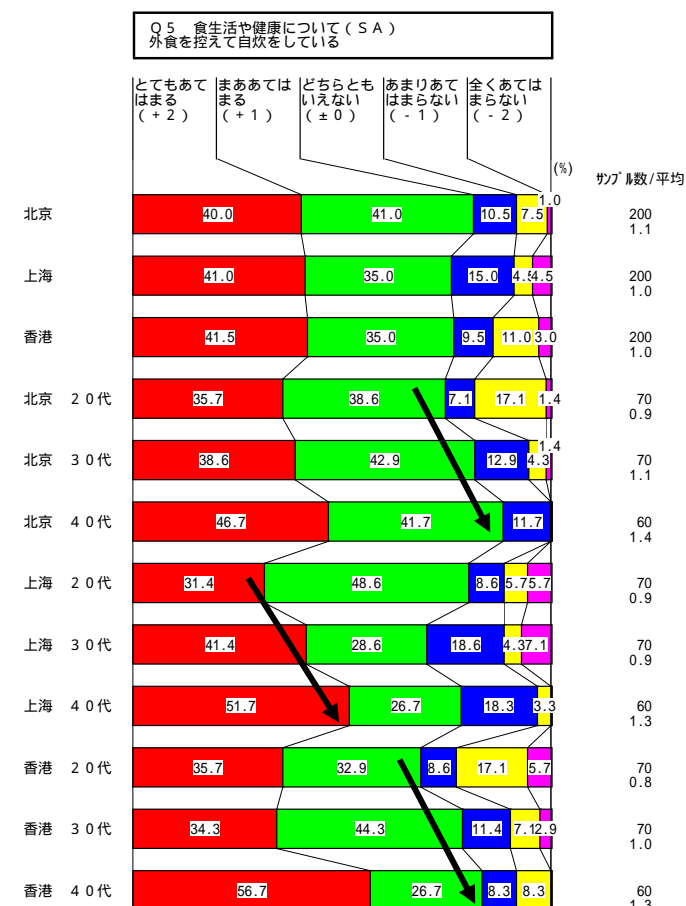
食べる量を加減している

- 3都市ともTOP2BOXは8割以上、TOPBOX4~5割と都市間で大きな差はない。
- 年代別に見ると、上海では30代のTOPBOXの割合が低め。香港では年代が高いほど、TOPBOXの割合が高い。



外食を控えて自炊をしている

- TOP2BOXで見ると、北京(81.0%)が上海(76.0%)・香港(76.5%)より若干高い。
- 年代別に見ると、北京・香港では年代が高いほどTOP2BOXの割合が高い。
- 上海では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。



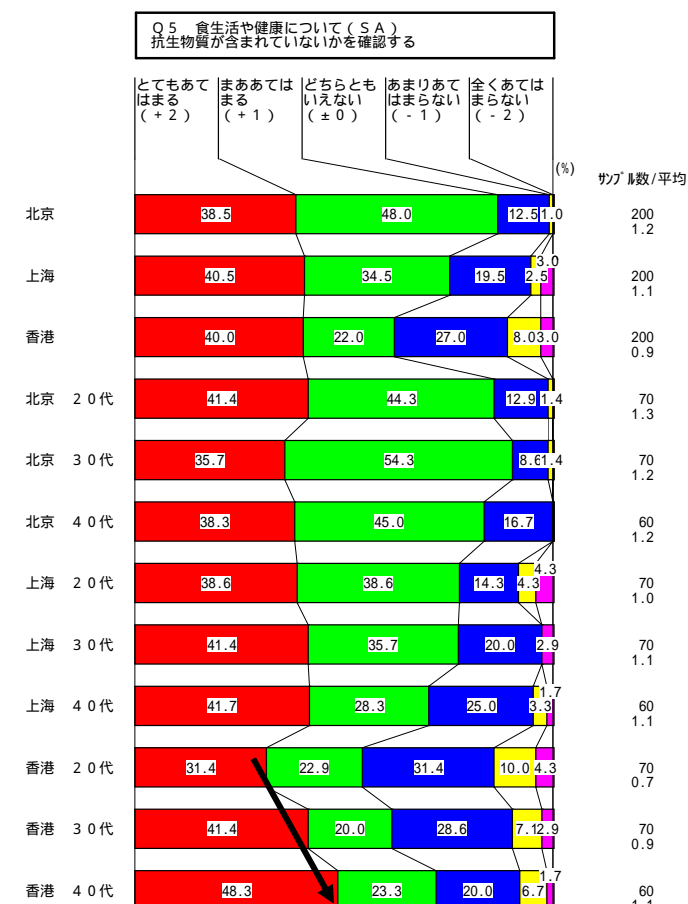
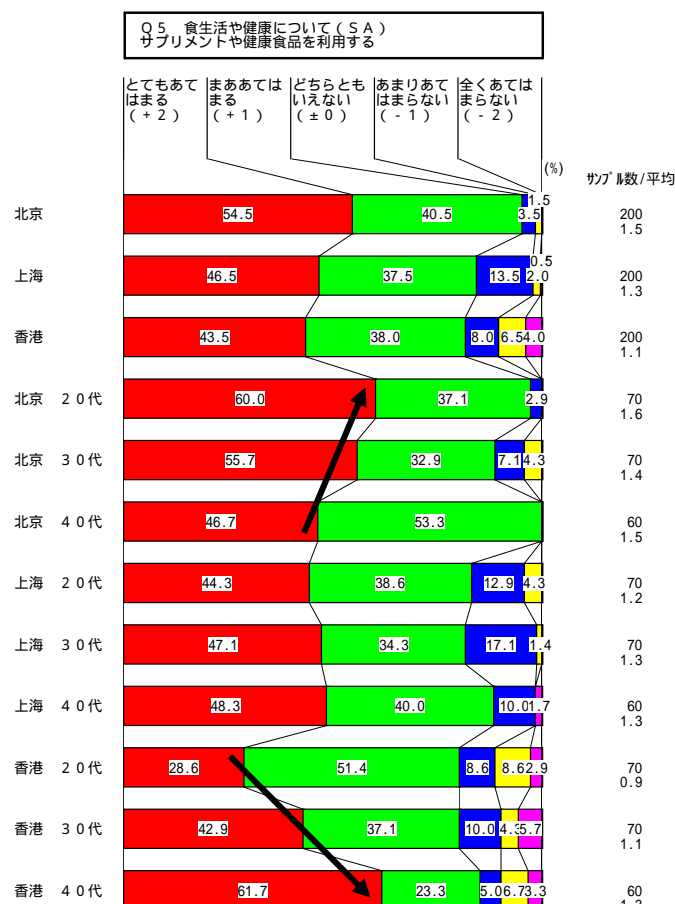
食生活や健康に関する意識

サプリメントや健康食品を利用する

- 北京が一番高く、次いで上海、香港の順。
- 年代別に見ると、北京では年代が低いほどTOPBOXの割合が高く、香港では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。

抗生物質が含まれていないかを確認する

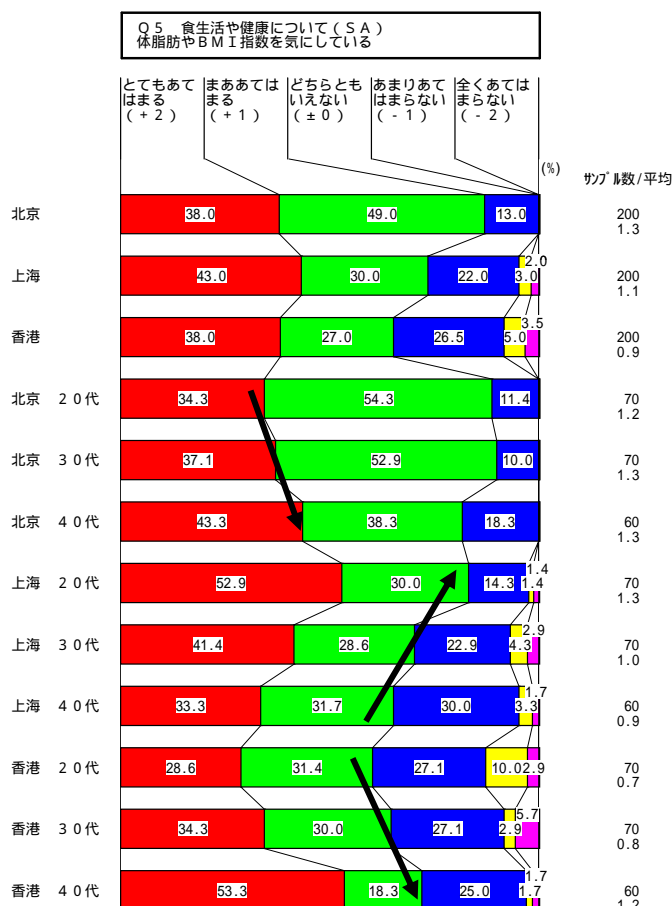
- TOPBOXは3都市とも4割程度だが、TOP2BOXでは北京(86.5%)が一番高く、次いで上海(75.0%)、香港(62.0%)の順。
- 年代別に見ると、香港では年代が高いほどTOPBOX・TOP2BOXとも割合が高い。



食生活や健康に関する意識

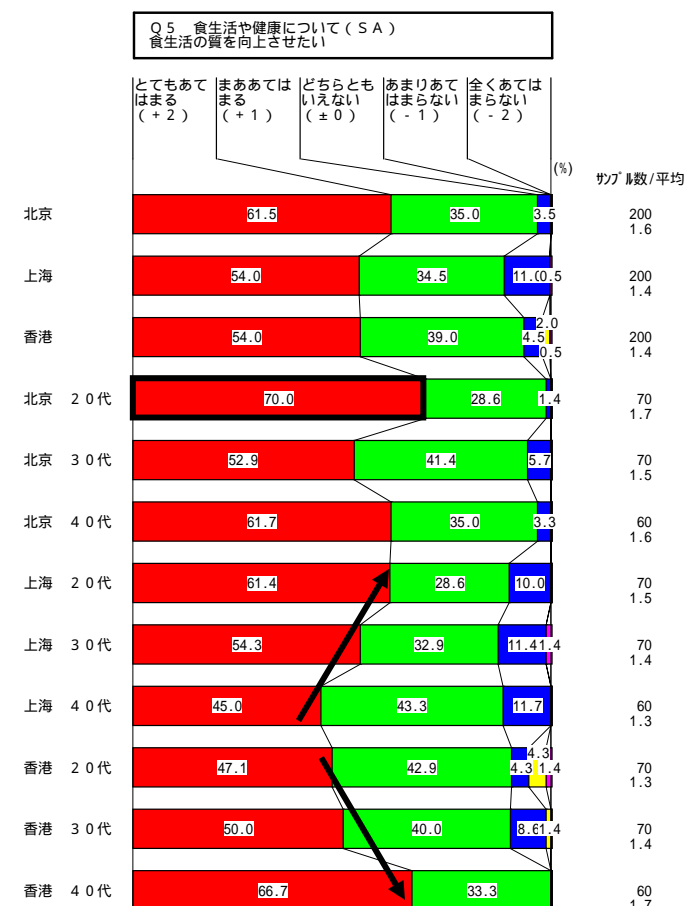
体脂肪やBMI指数を気にしている

- TOPBOXは3都市とも4割程度だが、TOP2BOXは北京(87.0%)が一番高く、次いで上海(73.0%)、香港(65.0%)の順。
- 年代別に見ると、北京では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。上海では年代が低いほど意識が低い。
- 香港では年代が高いほどTOPBOX・TOP2BOXとも割合が高い。



食生活の質を向上させたい

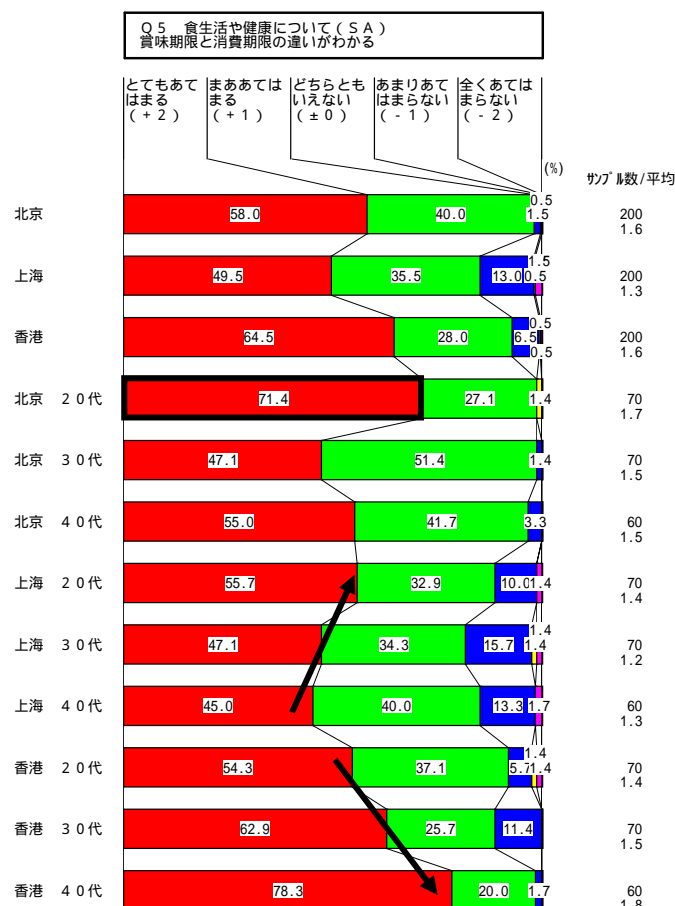
- TOPBOXでは北京(61.5%)が一番高く、次いで上海(54.0%)、香港(54.0%)。
- 年代別に見ると、北京では20代のTOPBOXの割合が高め。上海では年代が低いほどTOPBOXの割合が高い。香港では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。



食生活や健康に関する意識

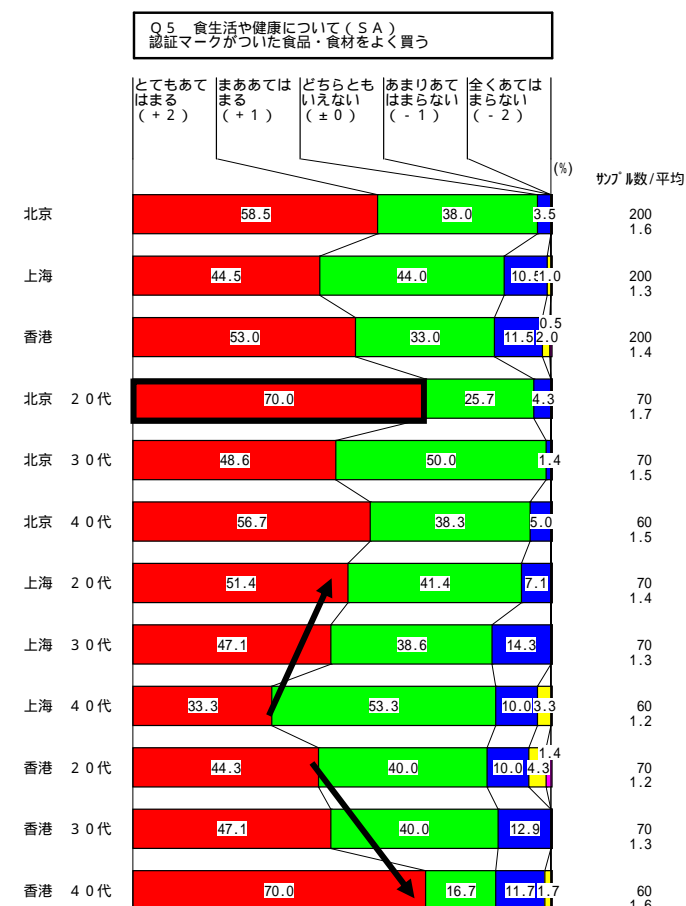
賞味期限と消費期限の違いがわかる

- TOPBOXでは香港(64.5%)が一番高く、次いで北京(58.0%)、上海(49.5%)。
- 年代別に見ると、北京ではTOP2BOXの割合は大きな差はないが、20代のTOPBOXの割合が高め。
- 上海では年代が低いほどTOPBOXの割合が高い。
- 香港では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。



認証マークがついた食品・食材をよく買う

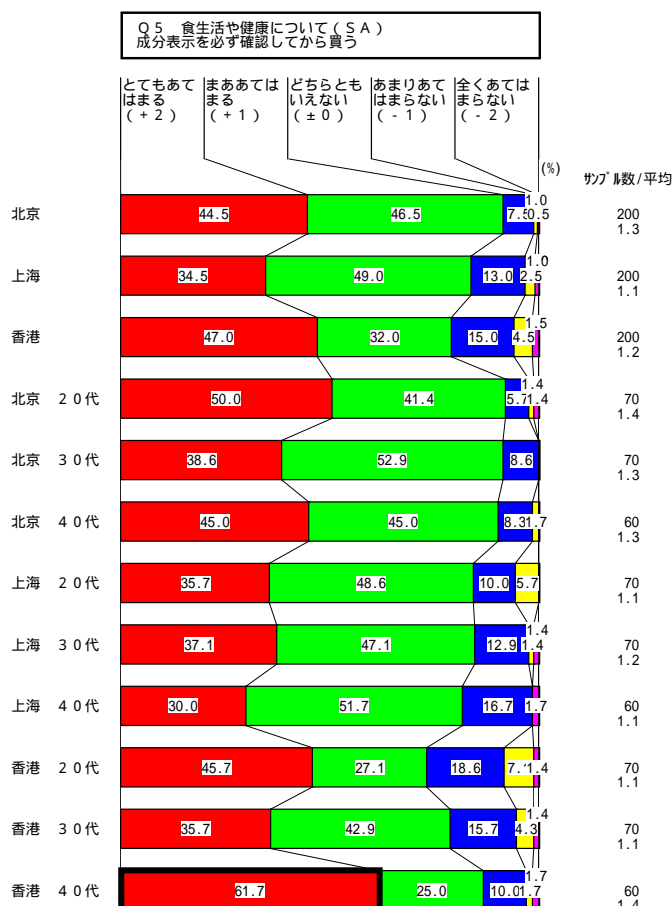
- TOPBOXでは北京(58.5%)が一番高く、次いで香港(53.0%)、上海(44.5%)。
- 年代別に見ると、北京では20代のTOPBOXの割合が高め。
- 上海では年代が低いほどTOPBOXの割合が高い。
- 香港では年代が高いほどTOPBOXの割合が高い。



食生活や健康に関する意識

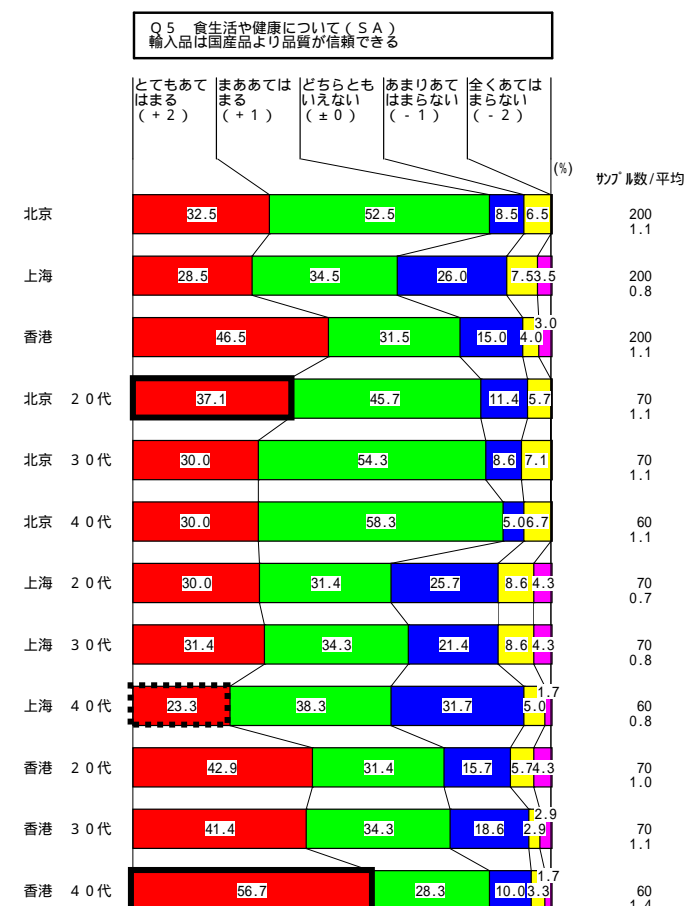
成分表示を必ず確認してから買う

- 3都市ともTOP2BOXが8~9割。北京(91.0%)、上海(83.5%)、香港(79.0%)。
- TOPBOXでは香港(47.0%)が一番高く、次いで、北京(44.5%)、上海(34.5%)。
- 年代別に見ると、香港の40代のTOPBOXの割合が高め。



輸入品は国産品より品質が信頼できる

- TOP2BOXでは、北京(85.0%)が一番高く、香港(78.0%)、上海(63.0%)。
- TOPBOXでは香港(46.5%)が一番高く、次いで、北京(32.5%)、上海(28.5%)。
- 年代別に見ると、北京20代のTOPBOXが30代・40代よりも若干高め、上海では40代のTOPBOXが若干低め。香港の40代のTOPBOXの割合が高め。



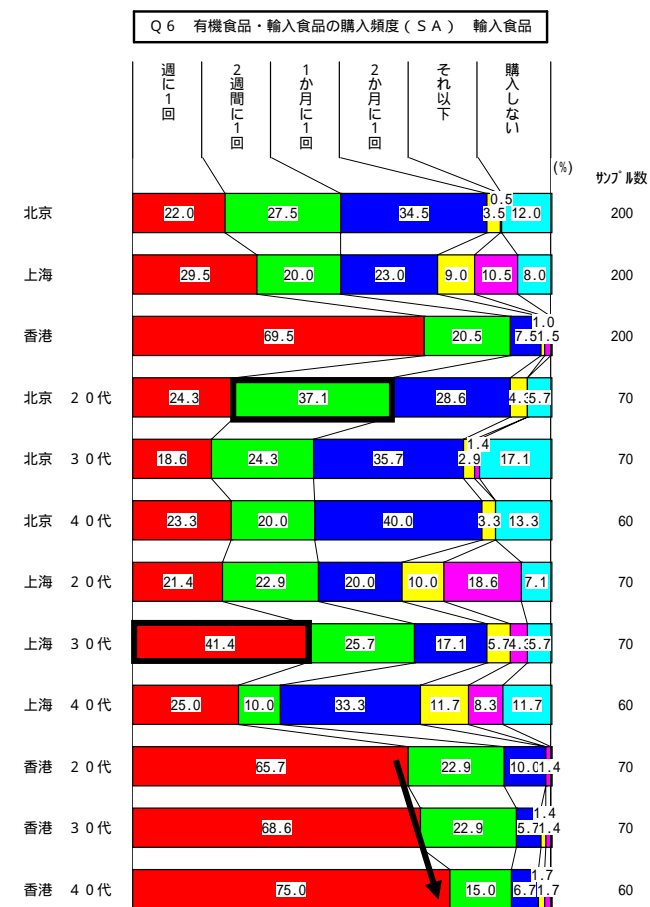
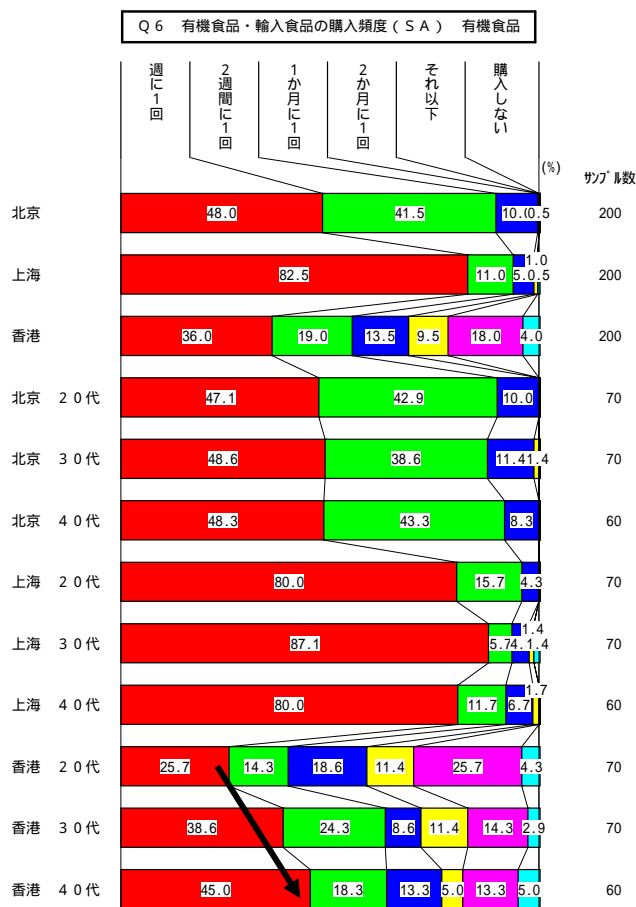
有機食品・輸入食品の購入頻度


有機食品

- 「週に1回」購入している割合は上海で82.5%、北京で48.0%、香港で36.0%と上海が圧倒的に多い。
- 香港では年代が高いほど「週に1回」の購入頻度が高くなる。

輸入食品

- 「週に1回」購入している割合は香港で69.5%、次いで上海で29.5%、北京で22.0%と香港が圧倒的に多い。
- 年代別に見ると、北京では20代の「2週間に1回」購入する人が他の年代よりも若干高め。上海では30代の「週に1回」が他の年代の約2倍。香港では年代が高いほど「週に1回」の購入頻度がやや高くなる。



- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

牛乳をそのまま飲む頻度 都市別

チルド牛乳

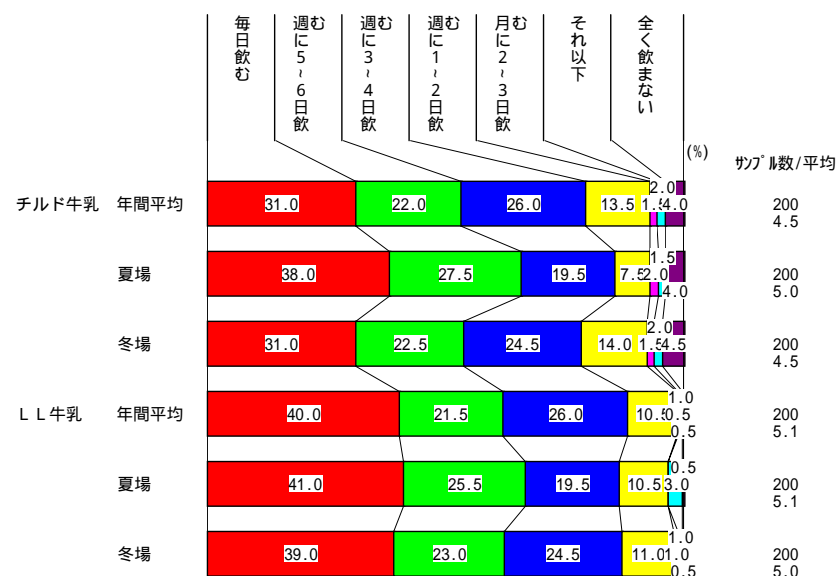
- 年間平均を見ると、北京では96.0%、上海では99.5%、香港では95.5%の人がチルド牛乳を飲んでいる。
- 上海では、「毎日飲む」人が北京・香港に比べて多い。

LL牛乳

- 年間平均を見ると、北京では99.5%、上海では97.0%、香港では61.0%の人がLL牛乳を飲んでいる。
- 香港ではLL牛乳を「全く飲まない」人が3割以上と多い。

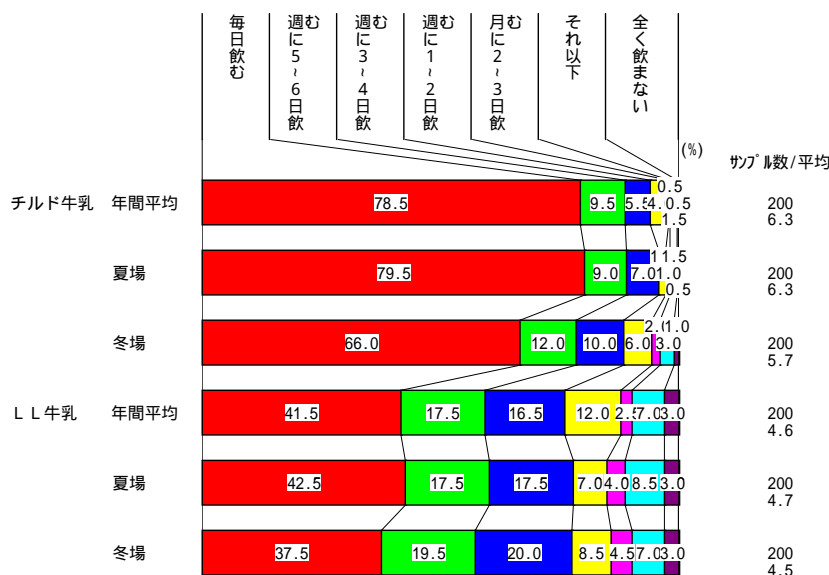
Q7 牛乳をそのまま飲む頻度 (SA)

LAYER1:都市 0001:北京



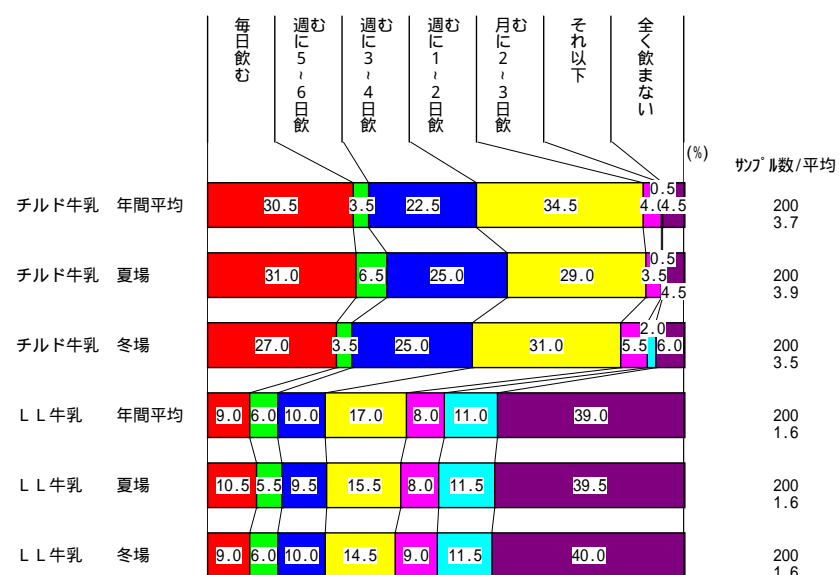
Q7 牛乳をそのまま飲む頻度 (SA)

LAYER1:都市 0002:上海



Q7 牛乳をそのまま飲む頻度 (SA)

LAYER1:都市 0003:香港

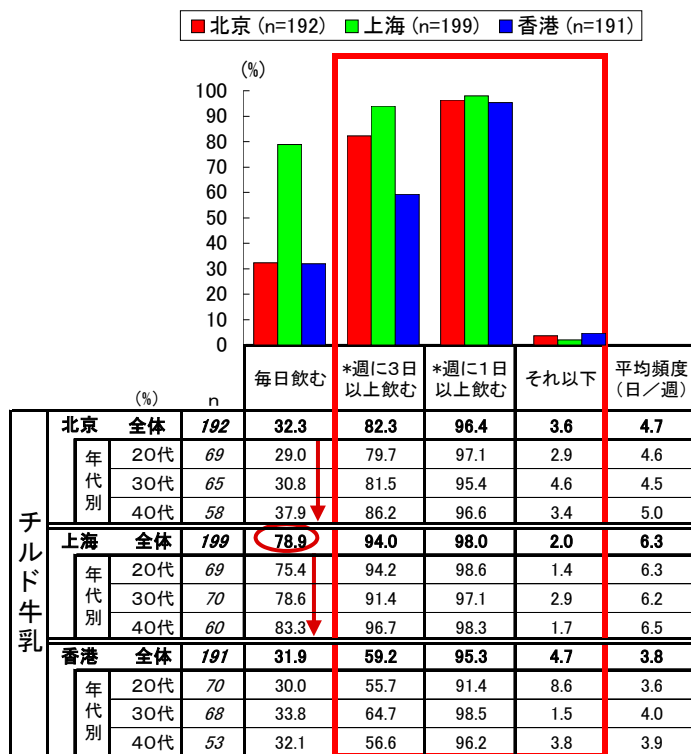


牛乳をそのまま飲む頻度 年間平均

チルド牛乳

- 年間平均では、上海(6.3日/週)が北京(4.7日/週)や香港(3.8日/週)よりも高い。「毎日飲む」人も上海では78.9%と他の2都市に比べ2倍以上だった。
- 年代別に見ると、北京と上海では年代が高いほど「毎日飲む」人が多い。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳飲用者】チルド牛乳 年間平均

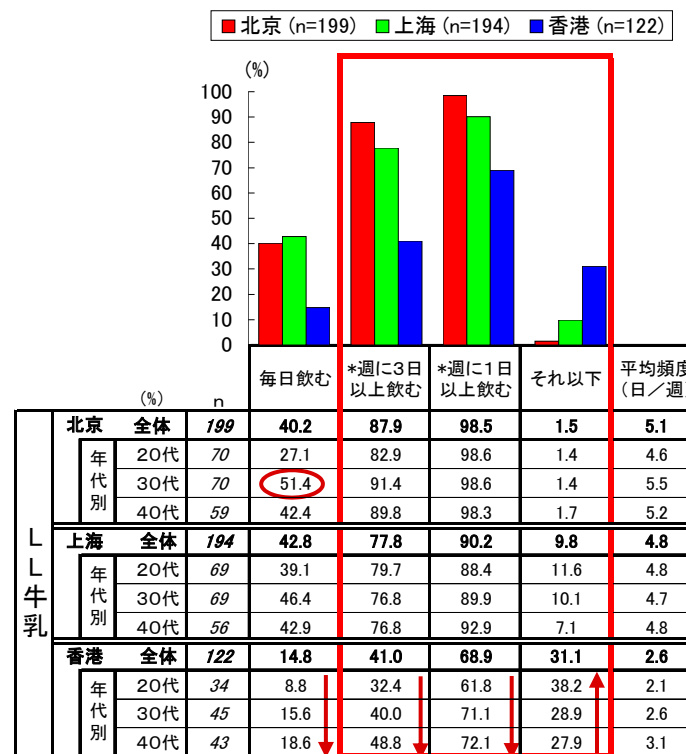


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

LL牛乳

- 年間平均日数では、北京(5.1日/週)と上海(4.8日/週)、「毎日飲む」割合も北京(40.2%)、上海(42.8%)と大きな差はない。
- 香港では、飲用頻度も年間平均で2.6日/週と他の都市よりもかなり低く、「毎日飲む」割合も14.8%と低い。
- 年代別に見ると、北京では20代・40代と比べ30代で「毎日飲む」人の割合が高い。香港に関しては、年代が上がるほど「毎日飲む」「週に3日以上飲む」「週に1日以上飲む」が多く、逆に「それ以下」の人が少なくなる傾向が見られた。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳飲用者】LL牛乳 年間平均



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

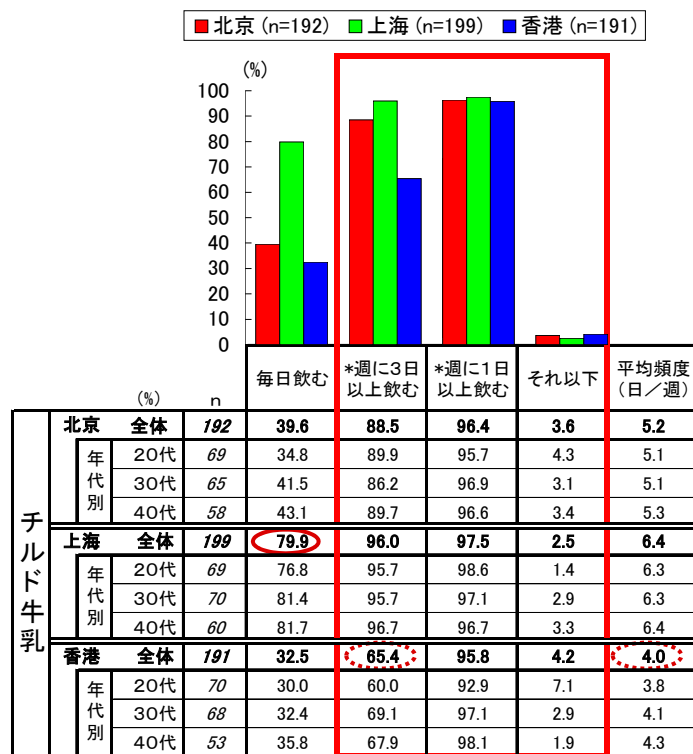
牛乳をそのまま飲む頻度

夏場

チルド牛乳

- 夏場にチルド牛乳を「毎日飲む」人が上海では79.9%で、北京(39.6%)、香港(32.5%)の2倍。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京5.2日/週、上海6.4日/週、香港4.0日/週と香港が他の都市よりも低め。
- 「週に3日以上飲む」を見ると、北京で88.5%、上海で96.0%だが、香港では65.4%にとどまっている。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳夏場飲用者】チルド牛乳 夏場

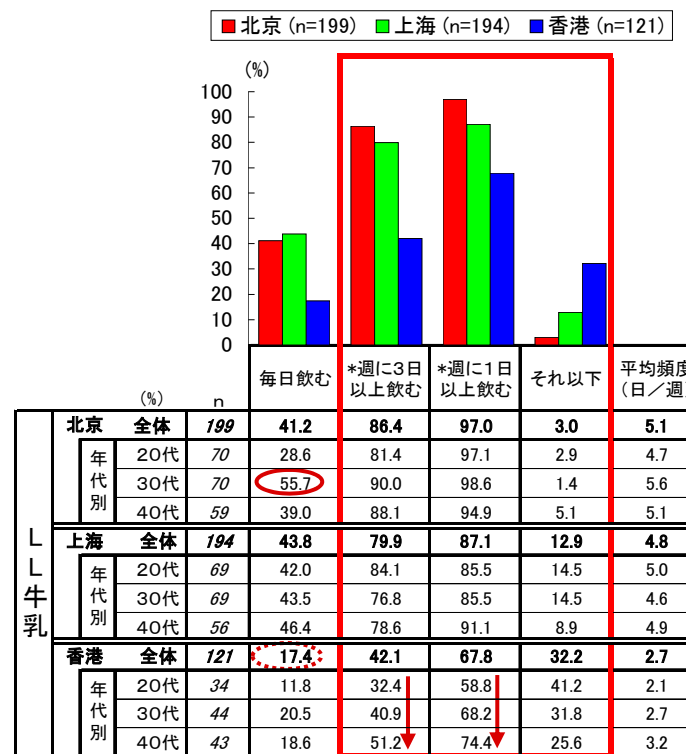


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

LL牛乳

- 夏場にLL牛乳を「毎日飲む」人は、北京で41.2%、上海で43.8%、香港で17.4%と香港が他の2都市よりも少ない。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京5.1日/週、上海4.8日/週、香港2.7日/週と香港が他の都市よりもかなり低い。
- 年代別に見ると、北京の30代で「毎日飲む」が他の年代よりも高め。香港では年代が高いほど、「週に1日以上飲む」「週に3日以上飲む」が多くなる。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳夏場飲用者】LL牛乳 夏場



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

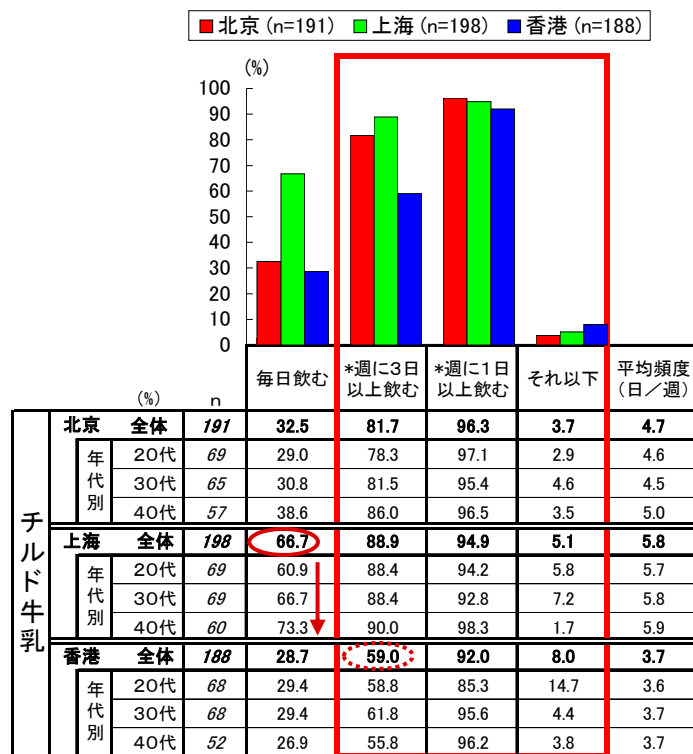
牛乳をそのまま飲む頻度

冬場

チルド牛乳

- 冬場にチルド牛乳を「毎日飲む」人は、北京で32.5%、上海で66.7%、香港で28.7%で、上海が他の2都市の2倍以上だった。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京4.7日/週、上海5.8日/週、香港3.7日/週と香港が他の都市よりも低め。
- 香港の「週に3日以上飲む」が59.0%と、北京(81.7%)、上海(88.9%)よりも低い。
- 上海では年代が高いほど「毎日飲む」人が多い。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳冬場飲用者】チルド牛乳 冬場

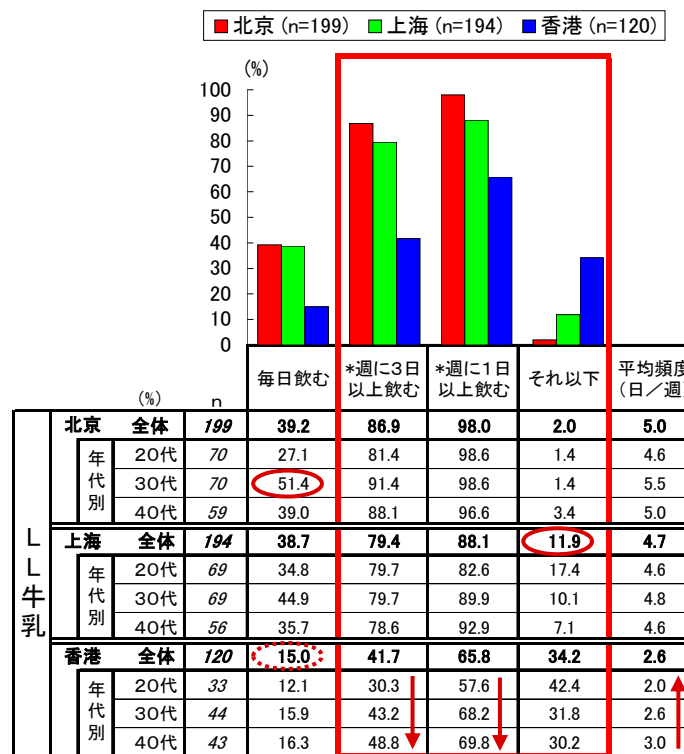


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

LL牛乳

- 冬場にLL牛乳を「毎日飲む」人は、北京で39.2%、上海で38.7%、香港で15.0%で、香港が他の都市よりも低い。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京5.0日/週、上海4.7日/週、香港2.6日/週と香港が他の都市よりもかなり低い。夏場と比較しても大きな違いはない。
- 香港では、年代が高いほど「週に1日以上飲む」「週に3日以上飲む」が高くなる。これは夏場の傾向とほぼ同じ。

Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳冬場飲用者】LL牛乳 冬場



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

牛乳をそのまま飲む頻度

2006年度との比較

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	それ以下
北京	2007年度	チルド牛乳	192	4.7	32.3	82.3	96.4	3.6
		LL牛乳	199	5.1	40.2	87.9	98.5	1.5
	2006年度		200	6.2	76.0	95.5	100	
上海	2007年度	チルド牛乳	199	6.3	78.9	94.0	98.0	2.0
		LL牛乳	194	4.8	42.8	77.8	90.2	9.8
	2006年度		200	6.8	91.5	99.0	100	

ベースについて

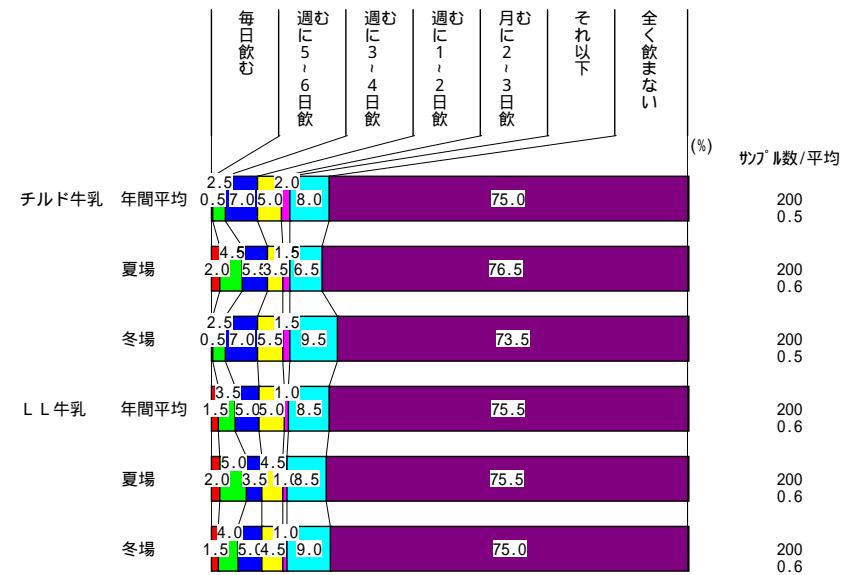
2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。
2007年はそれぞれチルド牛乳飲用者ベース、LL牛乳飲用者ベースとした。

他のものと混ぜて飲む頻度 都市別

- チルド牛乳とLL牛乳で大きな差はない。
- 年間平均を見ると、北京では2割、上海では6割、香港では2-4割の人が他のものと混ぜて飲んでいる。
- 「全く飲まない」人を見ると、北京と香港で多く6-7割程度、上海では3-4割程度である。

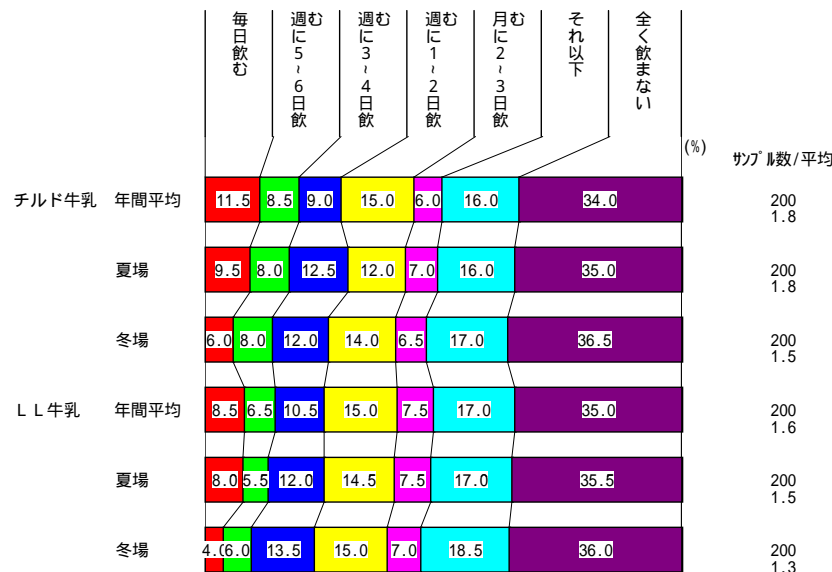
Q 9 牛乳を他の飲み物と混ぜて飲む頻度 (S A)

LAYER1:都市 0001:北京



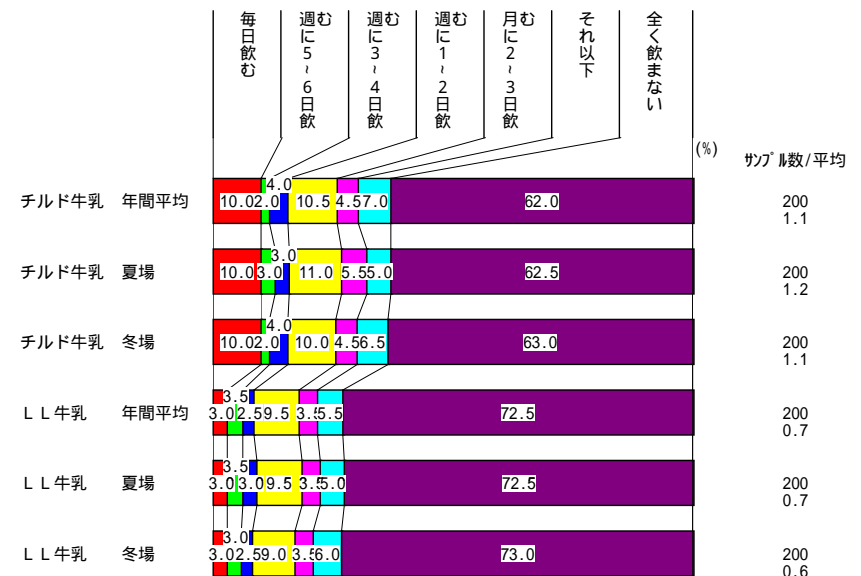
Q 9 牛乳を他の飲み物と混ぜて飲む頻度 (S A)

LAYER1:都市 0002:上海



Q 9 牛乳を他の飲み物と混ぜて飲む頻度 (S A)

LAYER1:都市 0003:香港

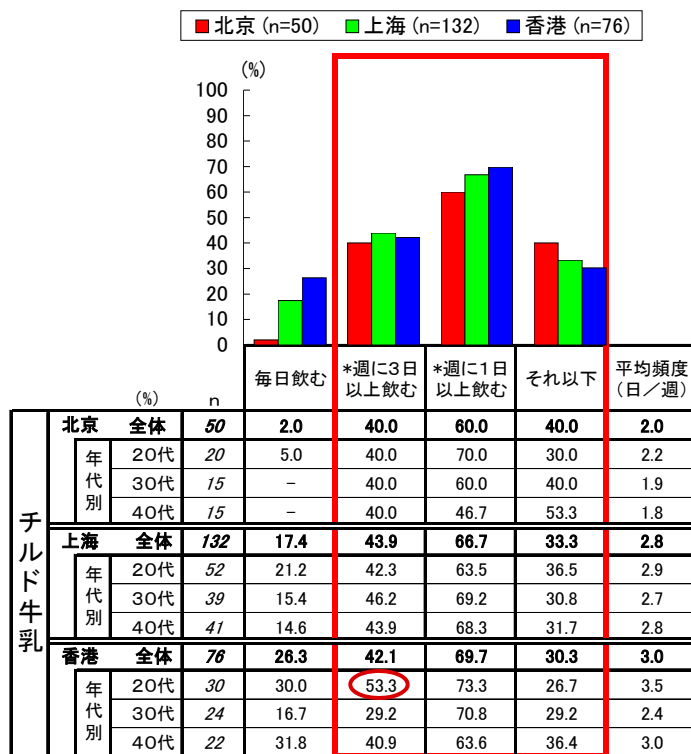


他のものと混ぜて飲む頻度 年間平均

チルド牛乳

- 「毎日飲む」は北京2.0%、上海17.4%、香港26.3%と北京が低い。「週に1日以上飲む」人も3都市とも6~7割程度。
- 週あたりの平均頻度は、北京では2.0日/週、上海で2.8日/週、香港では3.0日/週。北京が他の2都市よりも低め。
- 年代別に見ると、香港では、20代で「週に3回以上飲む」人が多い。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳飲用者】チルド牛乳 年間平均

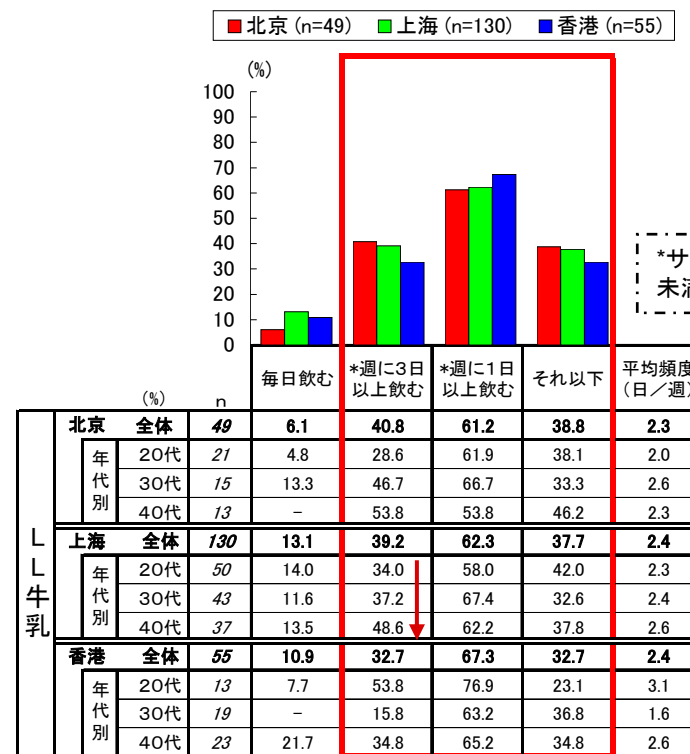


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

LL牛乳

- 「毎日飲む」人は3都市とも10%程度と低い。「週に1日以上飲む」人も3都市とも6割程度。
- 週あたりの平均頻度は北京の2.3日/週、上海では2.4日/週、香港では、2.4日/週と都市間で差はない。
- 年代別に見ると、上海では年代が高いほど「週に3回以上飲む」人が多い。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳飲用者】LL牛乳 年間平均



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

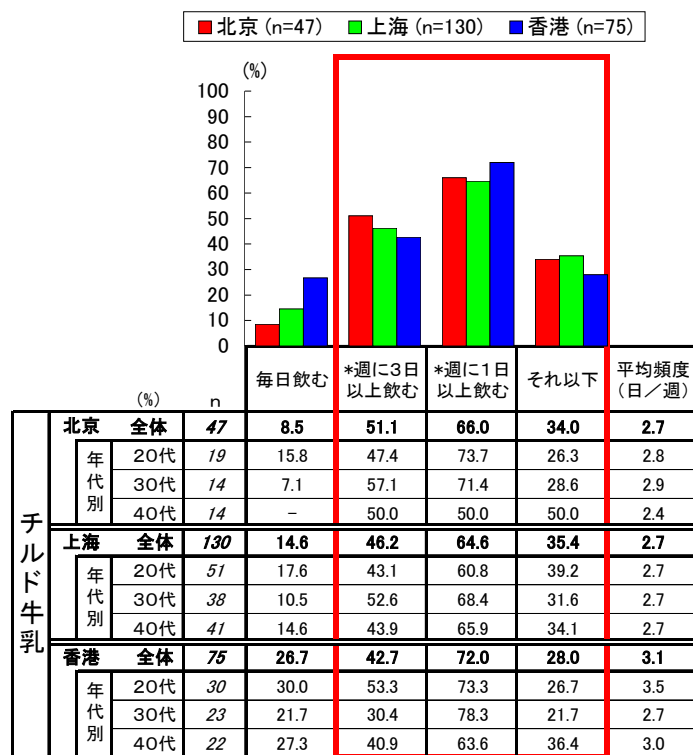
他のものと混ぜて飲む頻度

夏場

チルド牛乳

- 夏場にチルド牛乳を「毎日飲む」人は、北京(8.5%)、上海(14.6%)、香港(26.7%)と香港が多い。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京2.7日/週、上海2.7日/週、香港3.1日/週と大きな違いはない。
- 「週に1日以上飲む」を見ると、北京で66.0%、上海で64.6%だが、香港では72.0%と他の都市よりも高め。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳夏場飲用者】チルド牛乳 夏場

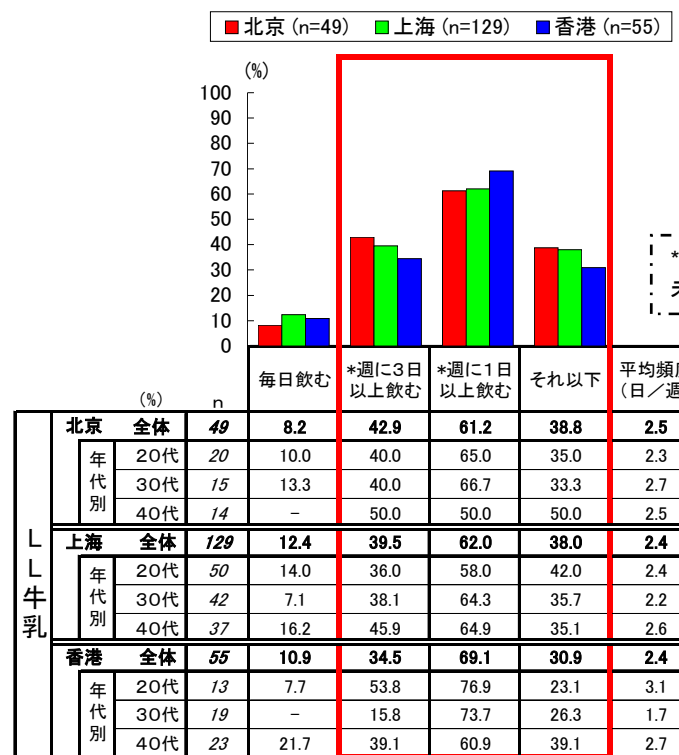


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

LL牛乳

- 夏場にLL牛乳を「毎日飲む」人は、北京で10.9%、上海で8.2%、香港で12.4%。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京2.5日/週、上海2.4日/週、香港02.4日/週と変わらない。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳夏場飲用者】LL牛乳 夏場



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

*サンプル数が30未満は参考値

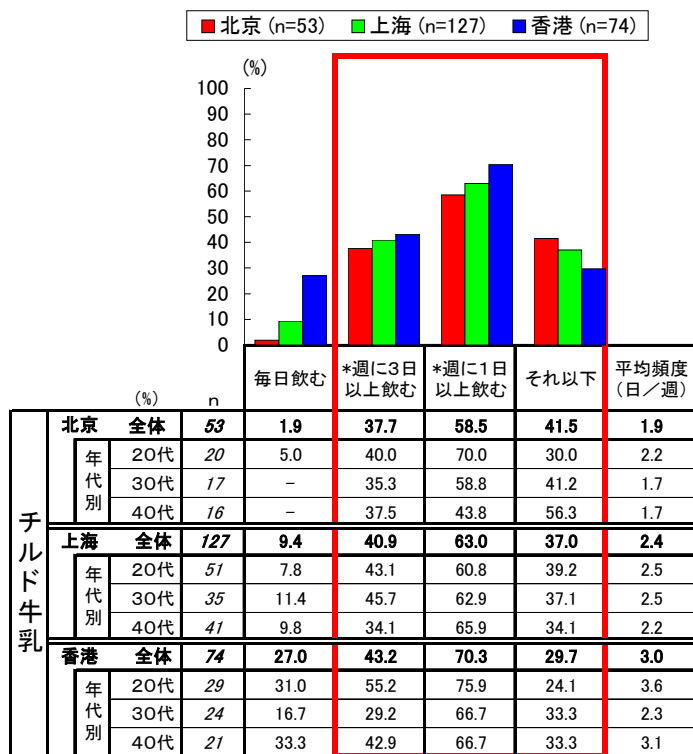
他のものと混ぜて飲む頻度

冬場

チルド牛乳

- 冬場にチルド牛乳を「毎日飲む」人は、北京で1.9%、上海で9.4%、香港で27.0%と全体的に少ない。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京1.9日/週、上海2.4日/週、香港3.0日/週と、都市間で大きな違いはない。夏場と比較すると北京で夏場の方が多め。
- 「週に1日以上飲む」人は北京で58.5%、上海で63.0%、香港で70.3%と香港が多い。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:チルド牛乳冬場飲用者】チルド牛乳 冬場

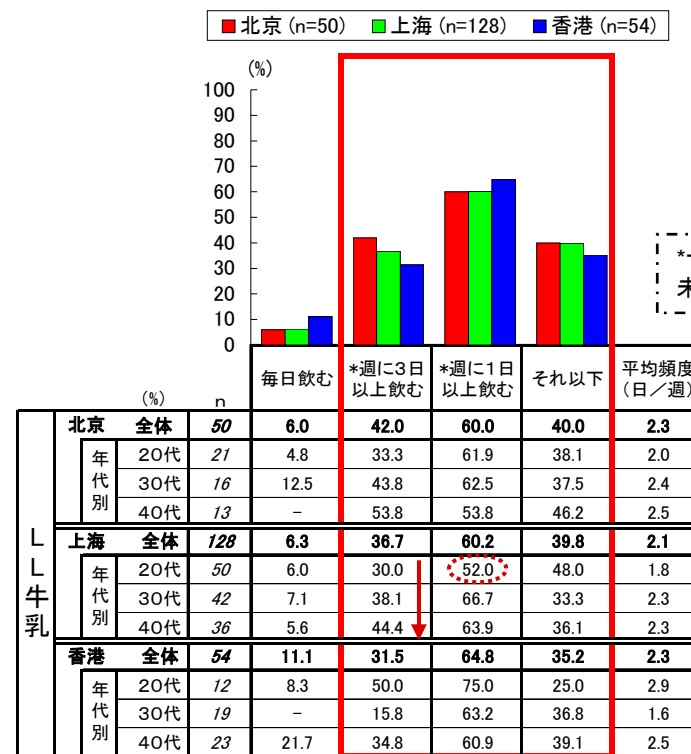


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

LL牛乳

- 冬場にLL牛乳を「毎日飲む」人は、北京で6.0%、上海で6.3%、香港で11.0%と全体的に少ない。
- 週あたりの平均飲用量を見ると、北京2.3日/週、上海では2.1日/週、香港2.3日/週と大きな違いはない
- 夏場と比較しても大きな違いはない。
- 年代別に見ると、上海では年代が高いほど「週に3日以上飲む」人が多い。また、20代で「週に1日以上飲む」人が他の年代より少ない。

Q9 牛乳を他のものと混ぜて飲む頻度(MA)
【ベース:LL牛乳冬場飲用者】LL牛乳 冬場



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

*サンプル数が30未満は参考値

他のものと混ぜて飲む頻度

2006年度との比較

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
北京	2007年度	チルド牛乳	200	0.5	0.5	10.0	15.0
		LL牛乳	200	0.6	1.5	10.0	15.0
	2006年度		200	0.6	3.5	8.5	16.5
上海	2007年度	チルド牛乳	200	1.8	11.5	29.0	44.0
		LL牛乳	200	1.6	8.5	25.5	40.5
	2006年度		200	0.4	1.0	5.0	13.5

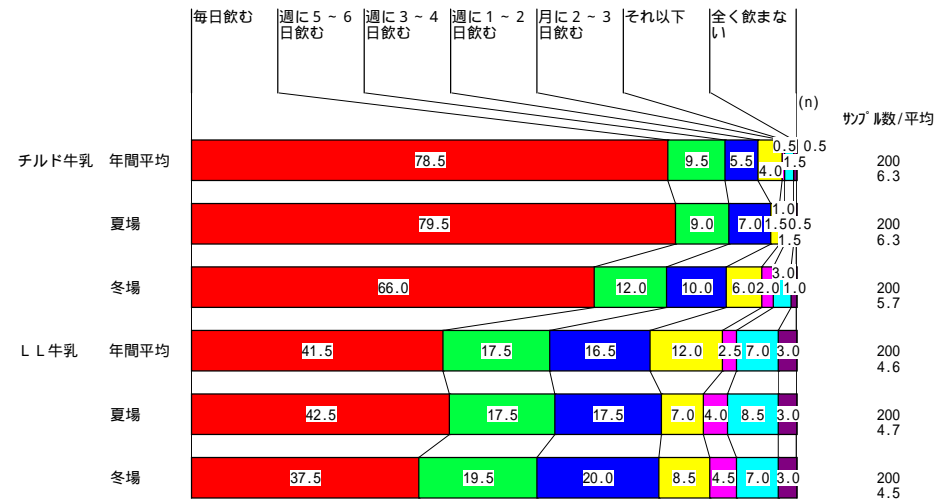
ベース：普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人

季節による飲用頻度の変動

- 北京では、チルド牛乳の飲用頻度は夏場の方が若干が高い。
LL牛乳については年間を通して大きな変化は見られない。
チルド牛乳とLL牛乳の飲用頻度の差はあまりない。
- 上海では、「毎日飲む」人が夏場で79.5%、冬場でも66.0%で、夏場(平均6.3日/週)の方が冬場(5.7日/週)よりもやや多く飲まれている。
LL牛乳に関してはLL牛乳の季節による飲用頻度の変化は見られない。
- 香港では、「毎日飲む」人が夏場で31.0%、冬場で27.0%と大きな差はない。
- LL牛乳については、季節による変動は見られない。

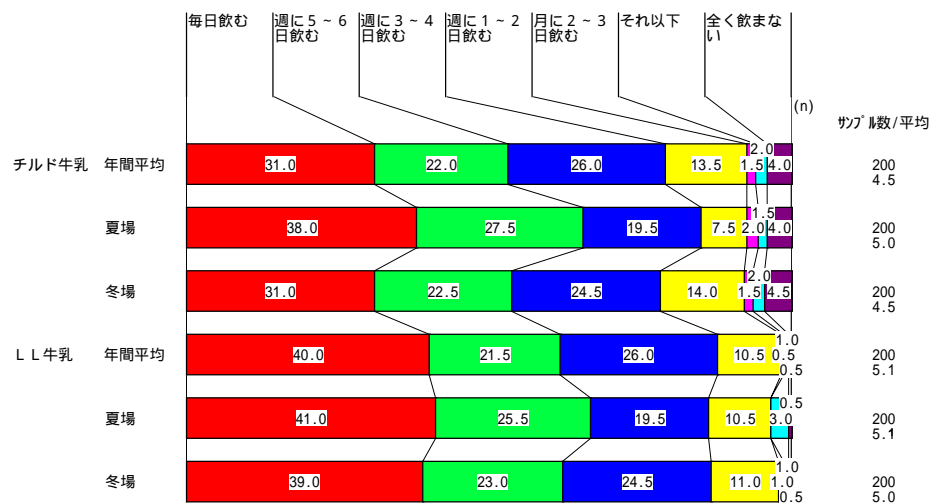
表頭：Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

LAYER1: 都市 0001:上海



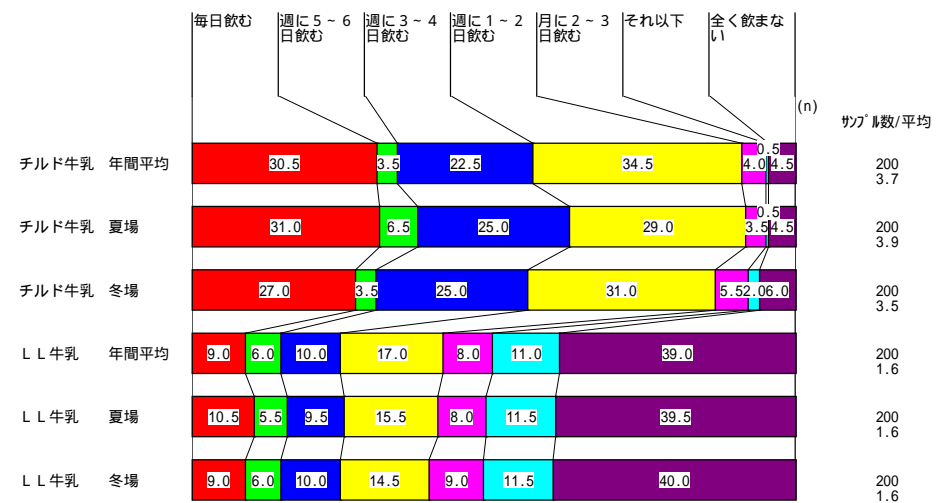
表頭：Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

LAYER1: 都市 0002:北京



Q7 牛乳をそのまま飲む頻度(SA)

LAYER1: 都市 0003:香港



牛乳を飲む温度

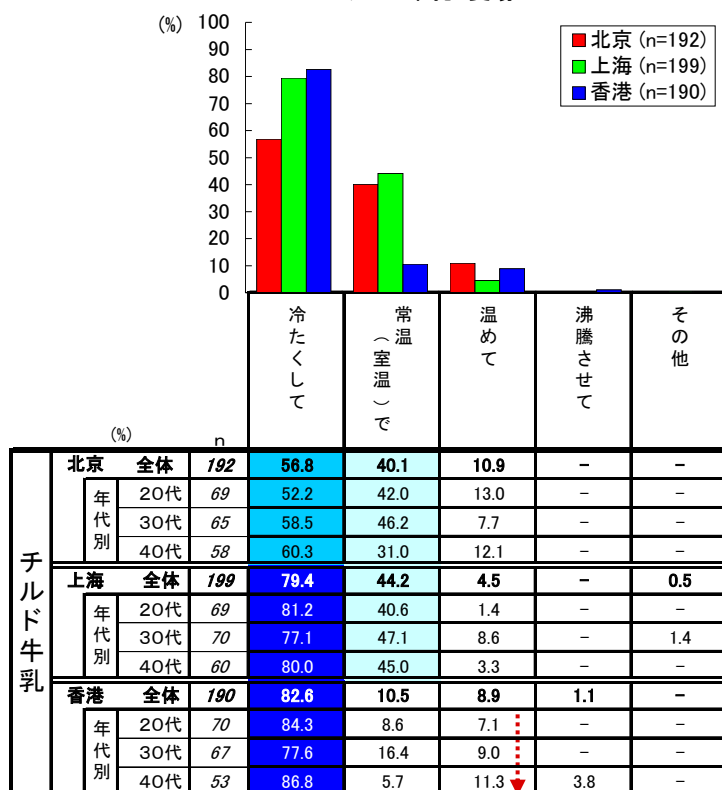
チルド牛乳

- いずれの都市においても、夏場は「冷たくして」飲む人が多い。
- 北京・上海では、常温(室温)で飲む人も北京40.1%、上海44.2%と多い。
- 香港では「冷たくして」飲む人が約82.6%と圧倒的に多く、「常温(室温)で」「温めて」飲む人は10%程度だった。
- 年代別に見ると、香港で年代が上がるにつれ、「温めて」飲む人が若干増える傾向があった。

- 北京・上海では、冬場は「常温(室温)で」「温めて」飲む人が4~6割程度と多く、「冷たくして」飲む人は10%程度だった。
- 一方香港では「冷たくして」飲む人が48.9%と一番多く、「温めて(38.8%)」が2番目に多い。
- 年代別に見ると、北京では20代・30代に比べ、40代で「常温(室温)」で飲む人が少ない。

Q8 牛乳を飲む温度【ベース:チルド牛乳夏場飲用者】

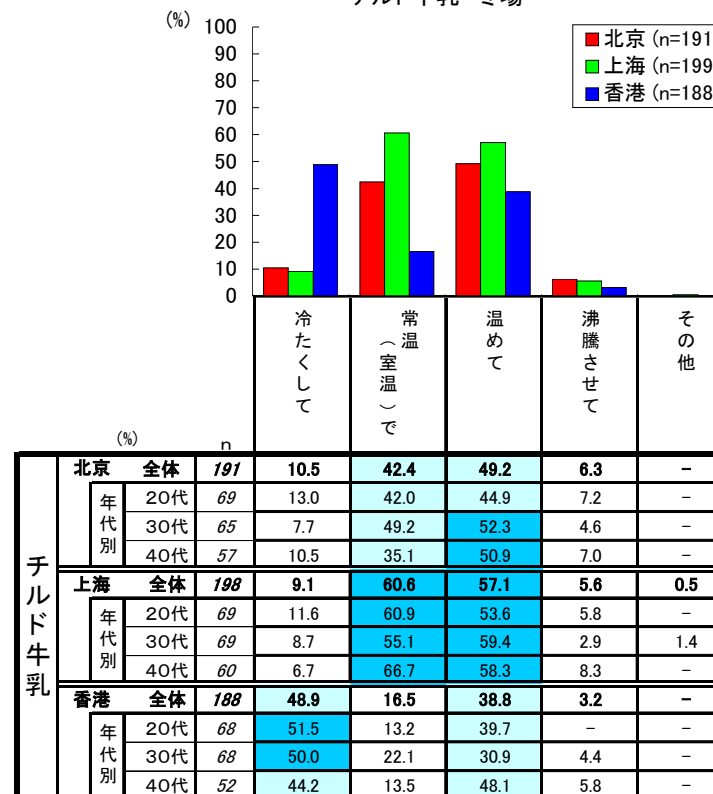
チルド牛乳 夏場



■ 70%以上
■ 50%以上
■ 30%以上

Q8 牛乳を飲む温度【ベース:チルド牛乳冬場飲用者】

チルド牛乳 冬場



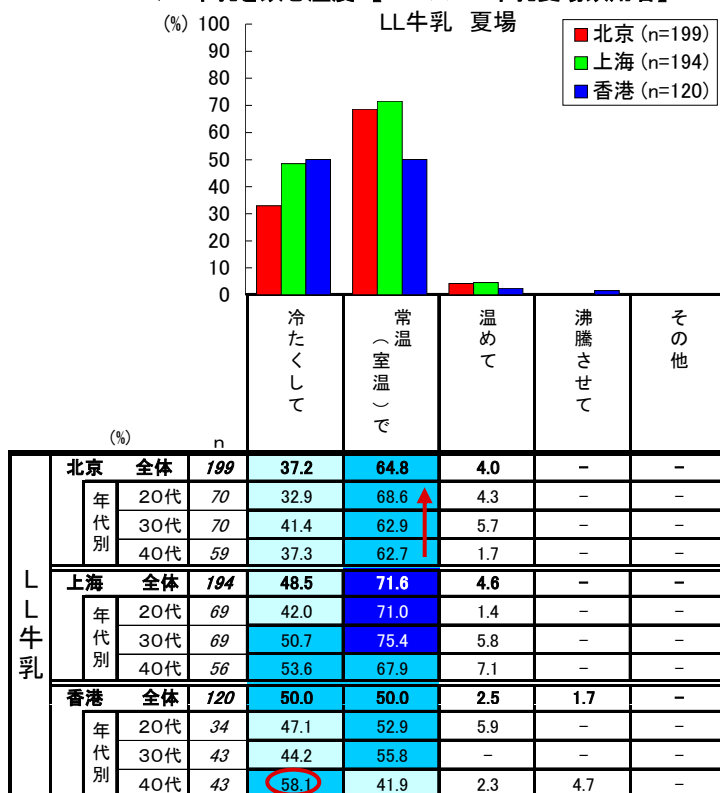
牛乳を飲む温度

LL牛乳

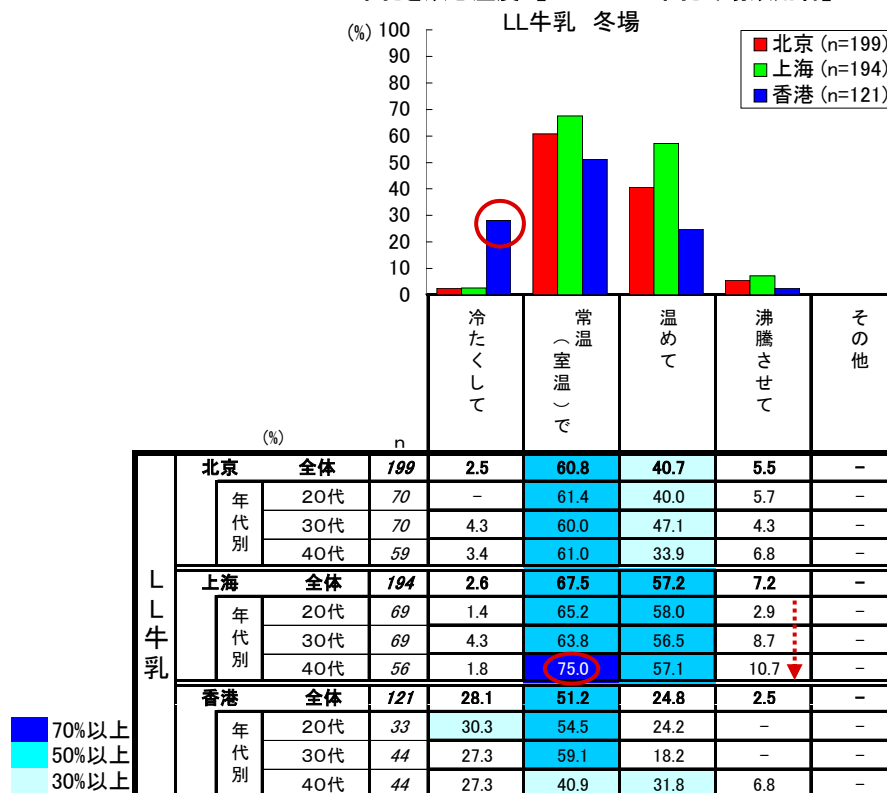
- 北京・上海では、夏場でも「常温(室温)で」飲む人が6割以上と一番多く、「冷たくして」飲む人が4割程度だった。
- 香港では、「冷たくして」「常温(室温)で」がそれぞれ50.0%。
- 年代別に見ると、北京では年代が低いほど「常温(室温)で」飲む人が多い。香港では、40代で「冷たくして」飲む人が58.1%と多い。

- 北京・上海では、冬場は「常温(室温)で」飲む人が60%以上と一番多く、次いで「温めて」飲む人が多かった。「冷たくして」飲む人は北京・上海ともに3%未満と少なかった。
- 香港では、「常温(室温)で(51.2%)」が一番多く、次いで「冷たくして(28.1%)」「温めて(24.8%)」だった。
- 年代別に見ると、上海では年代が上がるにつれ「沸騰させて」飲む人がやや多くなる。40代で「常温(室温)で」飲む人が他の年代よりも多い。

Q8 牛乳を飲む温度【ベース:LL牛乳夏場飲用者】

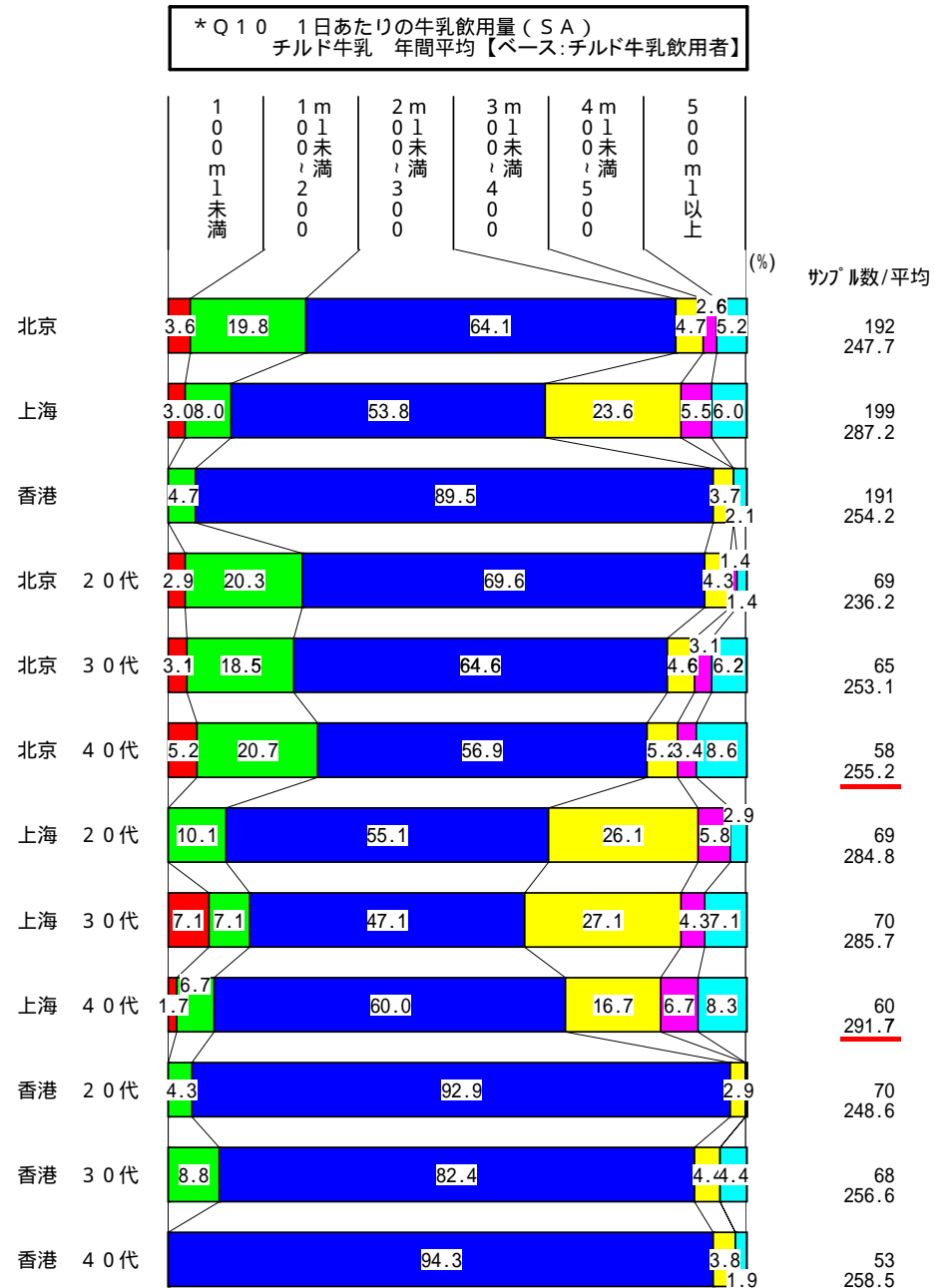


Q8 牛乳を飲む温度【ベース:LL牛乳冬場飲用者】



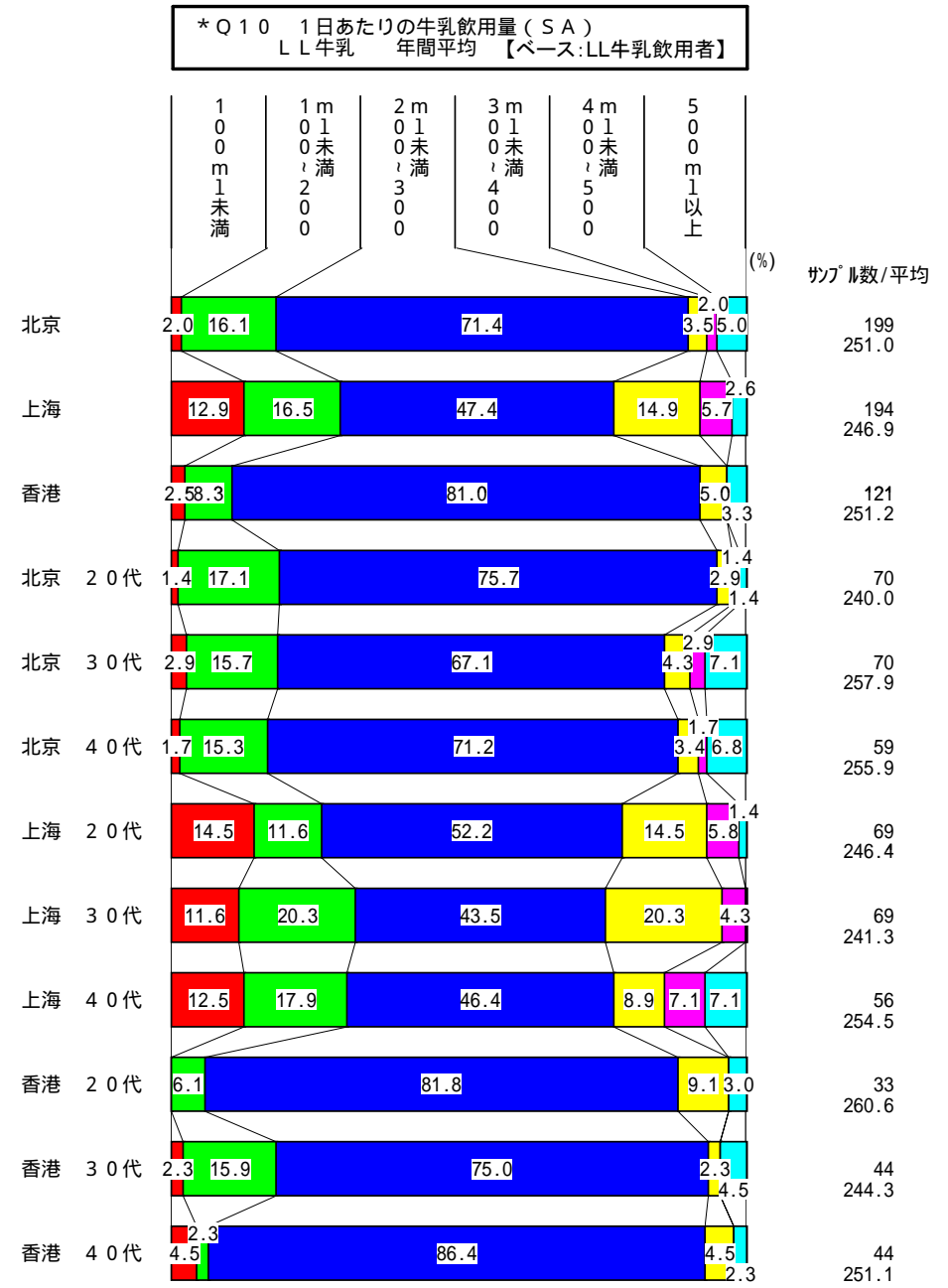
1日あたりの牛乳の飲用量 年間平均【チルド牛乳】

- いずれの都市においても「200ml~300ml」が最も多く、北京64.1%、上海53.8%、香港で89.5%と特に高い。
- 1日に飲む平均量は、北京247.7ml、上海287.2ml、香港254.2mlと上海がやや多め。
- 年間平均量を年代別に見ると、北京と上海では40代が若干多め。
- 年代別に見ると北京で20代の「200ml~300ml」の割合が他の年代よりも高め。



1日あたりの牛乳の飲用量 年間平均【LL牛乳】

- いずれの都市においても「200ml~300ml」が最も多く、で香港81.0%と特に高く、次いで北京71.4%、上海47.4%であった。
- 1日に飲む平均量は、北京251.0ml、上海246.9ml、香港251.2mlと差がない。
- 年代別に見ても大きな違いは見られない。



1日あたりの牛乳の飲用量

2006年度との比較

1日あたりの牛乳の飲用量

		(%)	n	平均 (m l / 日)	1 0 m l 未 満	1 2 0 0 m l 未 満	2 3 0 0 m l 未 満	3 4 0 0 m l 未 満	4 5 0 0 m l 未 満	5 0 0 m l 以 上
北京	2007年度	チルド牛乳	192	247.7	3.6	19.8	64.1	4.7	2.6	5.2
		LL牛乳	199	251.0	2.0	16.1	71.4	3.5	2.0	5.0
	2006年度		200	273.3	0.8	15.2	63.2	4.8	10.3	5.7
上海	2007年度	チルド牛乳	199	287.2	3.0	8.0	53.8	23.6	5.5	6.0
		LL牛乳	194	246.9	12.9	16.5	47.4	14.9	5.7	2.6
	2006年度		200	267.3	1.5	26.2	45.0	11.5	10.8	5.0

ベースについて

2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。
2007年はそれぞれチルド牛乳飲用者ベースとLL牛乳飲用者ベースとした。

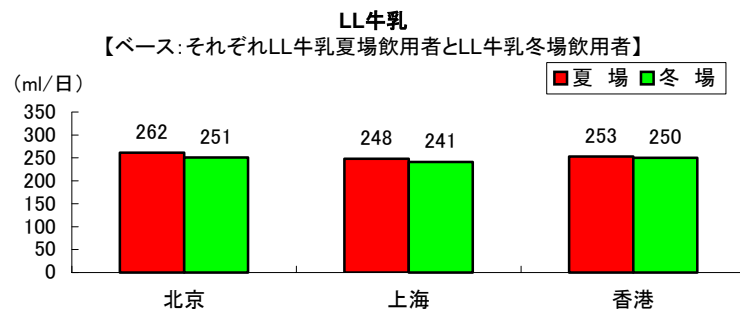
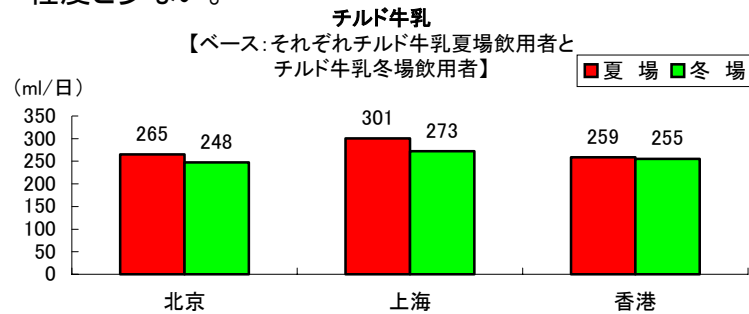
季節による飲用量の変動

チルド牛乳

- 北京と上海では夏場と冬場の飲用量の差が20~30ml程度であったが、香港では4mlと程度と少なかった。

LL牛乳

- いずれの都市においても夏場と冬場の飲用量の差は10ml程度と少ない。



1日あたりの飲用量

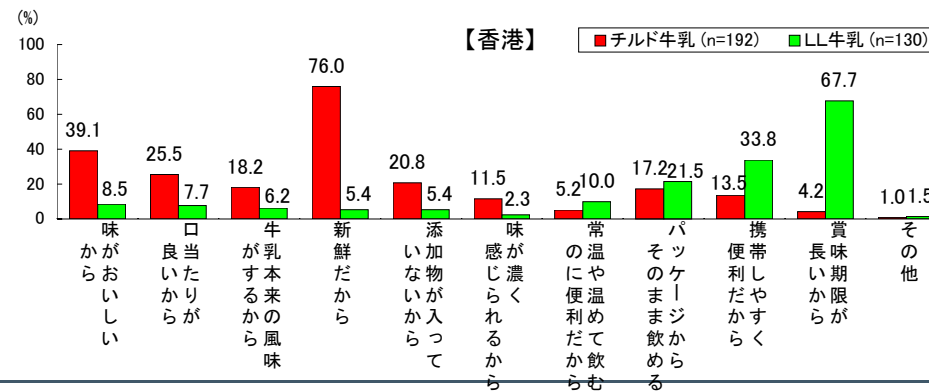
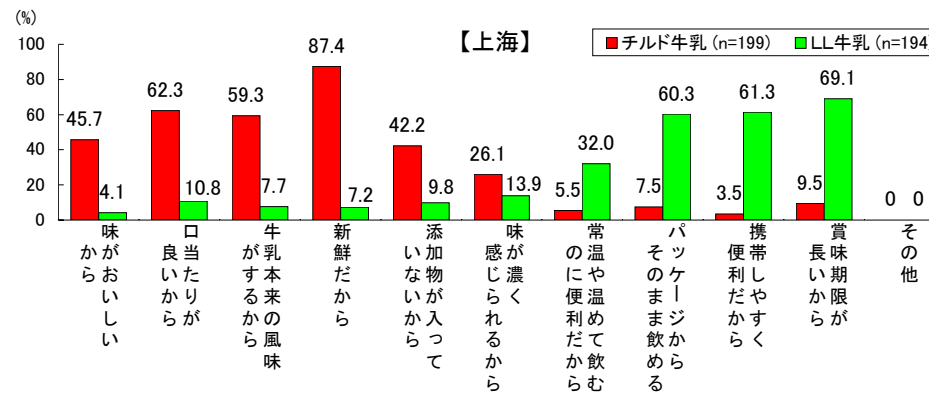
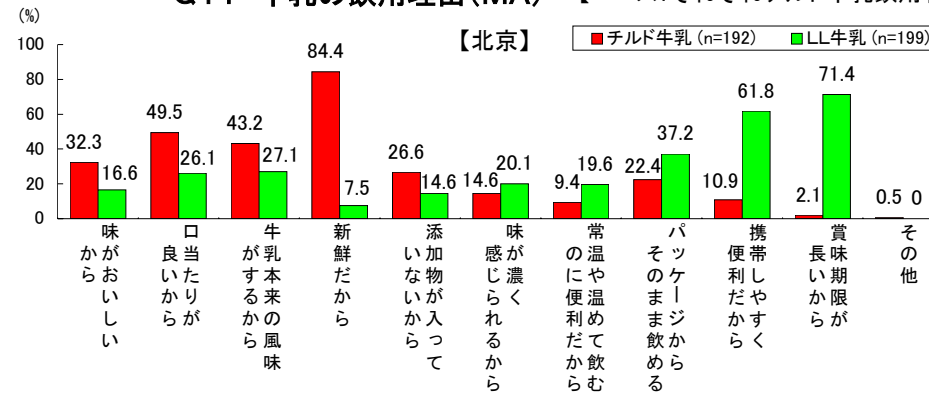
【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】

		(ml/日)	n	年間平均	夏場	冬場	夏場-冬場
チルド	北京	全体	192	247.7	264.8	247.6	17.2
		年代別					
		20代	69	236.2	254.3	234.8	19.5
		30代	65	253.1	268.5	253.1	15.4
	40代	58	255.2	273.3	257.0	16.3	
	上海	全体	199	287.2	300.8	272.5	28.3
		年代別					
		20代	69	284.8	294.9	269.6	25.3
		30代	70	285.7	298.6	273.2	25.4
	40代	60	291.7	310.0	275.0	35.0	
	香港	全体	191	254.2	258.6	255.3	3.3
		年代別					
20代		70	248.6	248.6	246.4	2.2	
30代		68	256.6	261.0	260.3	0.7	
40代	53	258.5	268.9	260.4	8.5		
LL	北京	全体	199	251.0	261.8	251.0	10.8
		年代別					
		20代	70	240.0	253.6	240.0	13.6
		30代	70	257.9	273.6	257.9	15.7
	40代	59	255.9	257.6	255.9	1.7	
	上海	全体	194	246.9	248.2	241.2	7.0
		年代別					
		20代	69	246.4	249.3	238.4	10.9
		30代	69	241.3	233.3	239.9	- 6.6
	40代	56	254.5	265.2	246.4	18.8	
	香港	全体	122	251.2	252.9	250.4	2.5
		年代別					
20代		33	260.6	260.6	253.1	7.5	
30代		45	244.3	244.4	244.3	0.1	
40代	44	251.1	255.7	254.5	1.2		

【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】

チルド牛乳とLL牛乳の飲用理由

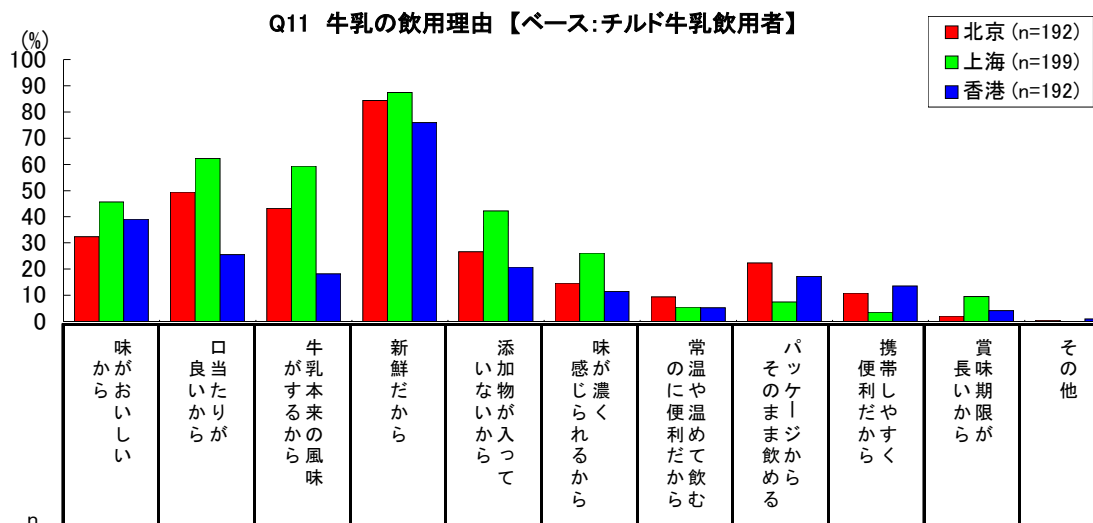
Q11 牛乳の飲用理由(MA) 【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】



チルド牛乳とLL牛乳の飲用理由

【チルド牛乳】

- 各都市とも「新鮮だから」の回答が約80%と一番多い。
- 北京・上海では、「味がおいしいから」「口当たりが良いから」「牛乳本来の風味がするから」など味を理由に飲む人が多い。
- 香港では、「口当たりが良いから」「牛乳本来の風味がするから」の回答が他の2都市よりもかなり低め。
- 年代別に見ると、上海の20代で「味がおいしいから(58.0%)」、40代で「味が濃く感じられるから(38.3%)」がより高い。



都市	年代別	n	理由 (%)										
			味がおいしい	口当たりが良い	牛乳本来の風味	新鮮だから	添加物が入って	味が濃く感じられるから	常温に比べて飲む	パッケージのまま飲む	携帯しやすから	賞味期間が	その他
北京	全体	192	32.3	49.5	43.2	84.4	26.6	14.6	9.4	22.4	10.9	2.1	0.5
	20代	69	27.5	39.1	37.7	89.9	34.8	13.0	11.6	23.2	8.7	2.9	1.4
	30代	65	30.8	58.5	47.7	75.4	16.9	16.9	9.2	27.7	13.8	-	-
	40代	58	39.7	51.7	44.8	87.9	27.6	13.8	6.9	15.5	10.3	3.4	-
上海	全体	199	45.7	62.3	59.3	87.4	42.2	26.1	5.5	7.5	3.5	9.5	-
	20代	69	58.0	68.1	66.7	91.3	39.1	20.3	2.9	7.2	1.4	7.2	-
	30代	70	34.3	61.4	55.7	85.7	45.7	21.4	7.1	8.6	5.7	12.9	-
	40代	60	45.0	56.7	55.0	85.0	41.7	38.3	6.7	6.7	3.3	8.3	-
香港	全体	192	39.1	25.5	18.2	76.0	20.8	11.5	5.2	17.2	13.5	4.2	1.0
	20代	70	28.6	21.4	14.3	72.9	11.4	10.0	4.3	18.6	14.3	5.7	-
	30代	68	41.2	26.5	23.5	82.4	27.9	14.7	4.4	17.6	8.8	2.9	-
	40代	54	50.0	29.6	16.7	72.2	24.1	9.3	7.4	14.8	18.5	3.7	3.7

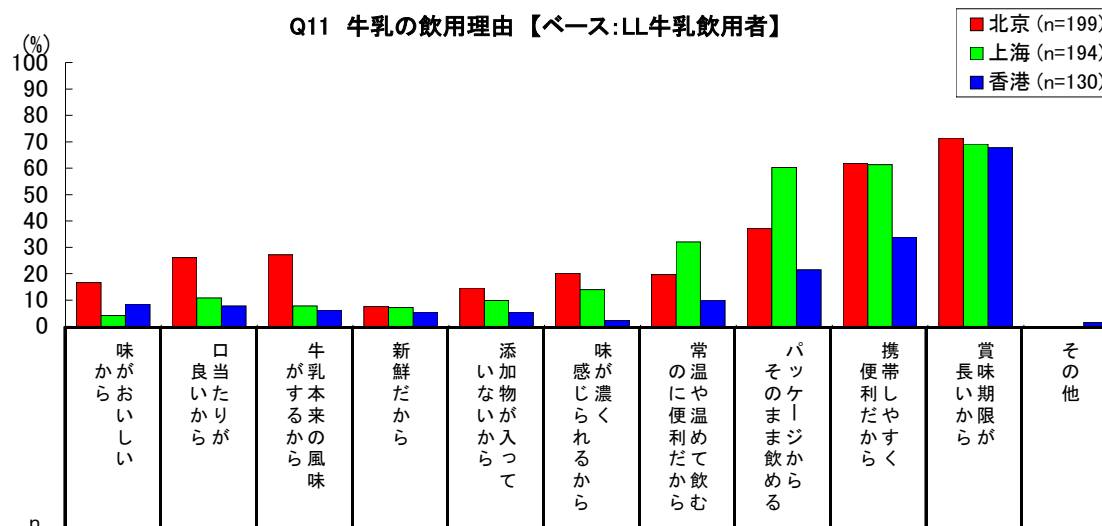
70%以上
50%以上
30%以上

チルド牛乳とLL牛乳の飲用理由

【LL牛乳】

- 3都市とも「賞味期限が長いから」が7割程度と一番多い。
- 北京・上海では、「携帯しやすく便利だから」「パッケージからそのまま飲めるから」という回答が香港より多く、LL牛乳に利便性を求めている人が多い。
- 香港でも「賞味期限が長いから(67.7%)」、次いで「携帯しやすく便利だから(33.8%)」が多いが、北京・上海と比べるとかなり低い。
- 北京では、「味がおいしいから」「口当たりが良いから」「牛乳本来の風味がするから」など味を理由に飲む人が他の2都市より高め。
- 年代別に見ると、北京30代で「牛乳本来の味がするから(34.3%)」「新鮮だから(18.6%)」と回答した人が他の年代よりも高め。
- 香港では40代で「賞味期限が長いから(71.1%)」「携帯しやすく便利だから(44.4%)」「パッケージからそのまま飲める(28.9%)」がより高い。

Q11 牛乳の飲用理由【ベース:LL牛乳飲用者】

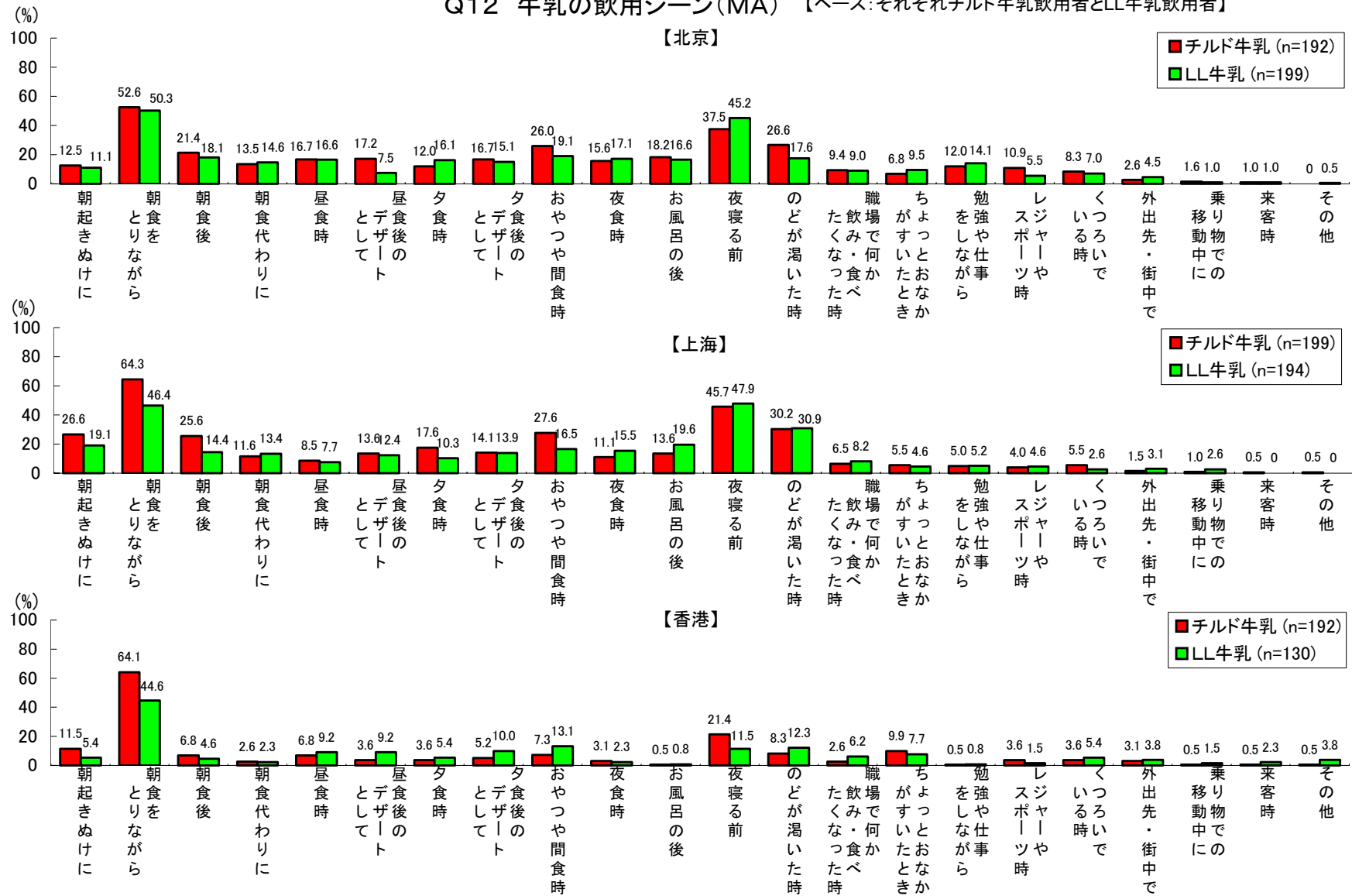


都市	年代別	n	理由 (%)										
			味がおいしいから	口当たりが良いから	牛乳本来の風味がするから	新鮮だから	添加物が入っていないから	味が濃じられるから	常温にや温めて飲める	パッケージのまま飲める	携帯しやすく便利だから	賞味期限が長いから	その他
北京	全体	199	16.6	26.1	27.1	7.5	14.6	20.1	19.6	37.2	61.8	71.4	-
	20代	70	20.0	27.1	22.9	2.9	11.4	24.3	18.6	34.3	65.7	68.6	-
	30代	70	15.7	27.1	34.3	18.6	14.3	22.9	15.7	35.7	58.6	71.4	-
	40代	59	13.6	23.7	23.7	-	18.6	11.9	25.4	42.4	61.0	74.6	-
上海	全体	194	4.1	10.8	7.7	7.2	9.8	13.9	32.0	60.3	61.3	69.1	-
	20代	69	5.8	5.8	7.2	1.4	8.7	14.5	27.5	65.2	62.3	75.4	-
	30代	69	4.3	10.1	5.8	8.7	8.7	14.5	34.8	56.5	60.9	69.6	-
	40代	56	1.8	17.9	10.7	12.5	12.5	12.5	33.9	58.9	60.7	60.7	-
香港	全体	130	8.5	7.7	6.2	5.4	5.4	2.3	10.0	21.5	33.8	67.7	1.5
	20代	37	10.8	-	8.1	-	-	-	5.4	18.9	29.7	67.6	2.7
	30代	48	6.3	8.3	2.1	8.3	4.2	2.1	8.3	16.7	27.1	64.6	2.1
	40代	45	8.9	13.3	8.9	6.7	11.1	4.4	15.6	28.9	44.4	71.1	-

70%以上
50%以上
30%以上

牛乳の飲用シーン

Q12 牛乳の飲用シーン(MA) 【ベース:それぞれチルド牛乳飲用者とLL牛乳飲用者】

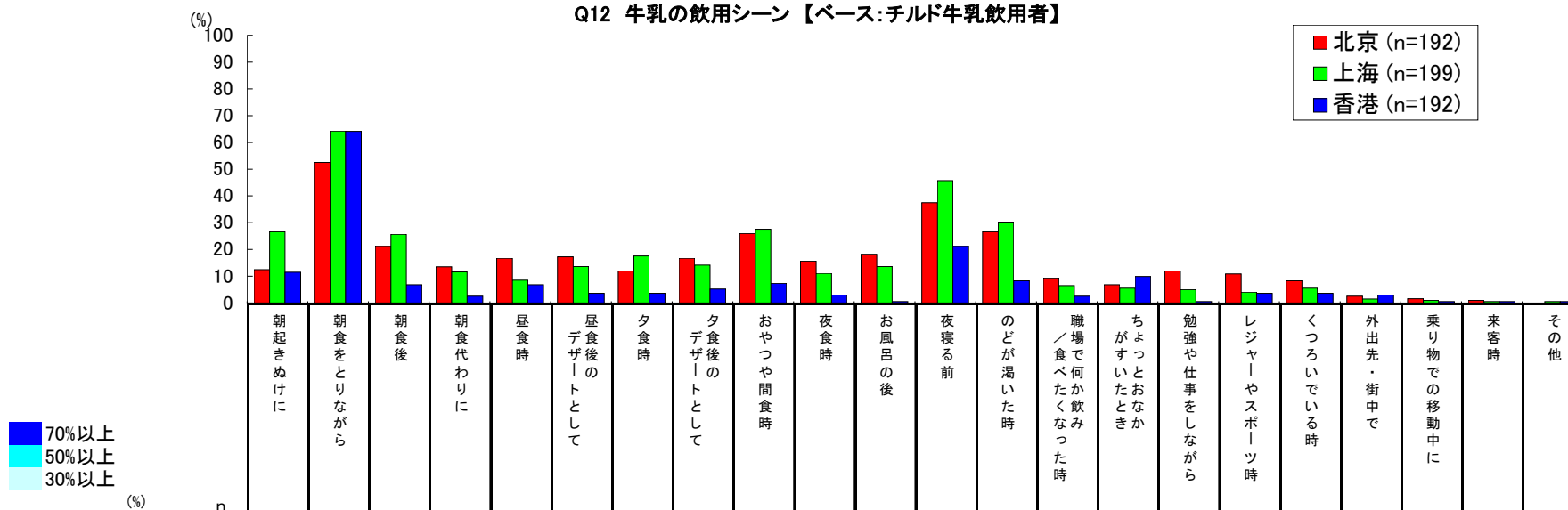


牛乳の飲用シーン

チルド牛乳

- いずれの都市でも、「朝食をとりながら」チルド牛乳を飲む人が50%以上と突出して多く、「夜寝る前」に飲む人が次いで多い。
- 香港では、「朝食をとりながら」「夜寝る前」以外の時間帯ではあまり飲まれていない。
- 一方、北京や上海では、朝食時・就寝前以外でも「のどが渴いた時」、「おやつや間食時」、昼食時・夕食時、また食後など飲みたい時に飲んでいる様子。
- 年代別に見ると、北京では30代・40代で「夜寝る前に」飲む人が20代より多い。香港の30代は「朝食をとりながら」飲む人が他の年代よりも多い。

Q12 牛乳の飲用シーン【ベース:チルド牛乳飲用者】



70%以上
50%以上
30%以上

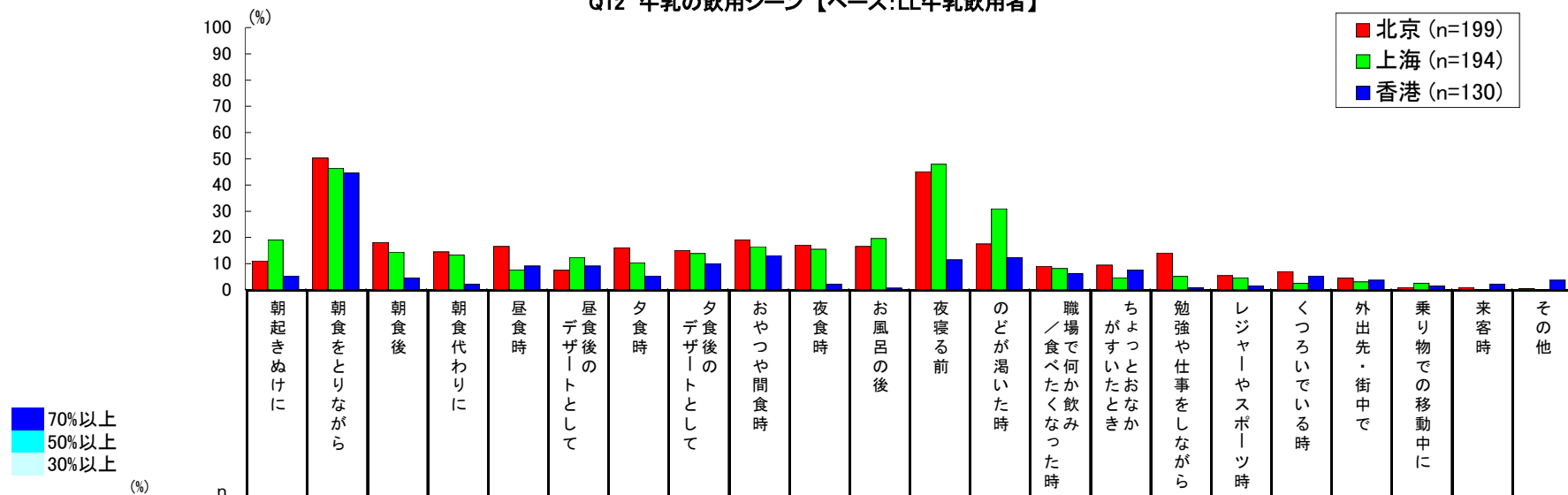
都市	年代別	n	飲用シーン (%)																					
			朝起きぬけに	朝食をとりながら	朝食後	朝食代わりに	昼食時	昼食後のデザートとして	夕食時	夕食後のデザートとして	おやつや間食時	夜食時	お風呂の後	夜寝る前	のどが渴いた時	職場で何か飲み食べたくなくなった時	ちよっとおなかですいたとき	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	くつろいでいる時	外出先・街中で	乗り物での移動中に	来客時	その他
北京	全体	192	12.5	52.6	21.4	13.5	16.7	17.2	12.0	16.7	26.0	15.6	18.2	37.5	26.6	9.4	6.8	12.0	10.9	8.3	2.6	1.6	1.0	-
	20代	69	13.0	53.6	23.2	10.1	15.9	21.7	8.7	17.4	30.4	13.0	17.4	21.7	26.1	7.2	4.3	5.8	8.7	4.3	2.9	1.4	1.4	-
	30代	65	15.4	50.8	18.5	15.4	16.9	15.4	13.8	27.7	20.0	16.9	16.9	47.7	27.7	13.8	9.2	21.5	9.2	12.3	1.5	-	-	-
	40代	58	8.6	53.4	22.4	15.5	17.2	13.8	13.8	19.0	19.0	13.8	20.7	44.8	25.9	6.9	6.9	8.6	15.5	8.6	3.4	3.4	1.7	-
上海	全体	199	26.6	64.3	25.6	11.6	8.5	13.6	17.6	14.1	27.6	11.1	13.6	45.7	30.2	6.5	5.5	5.0	4.0	5.5	1.5	1.0	0.5	0.5
	20代	69	27.5	66.7	20.3	10.1	7.2	11.6	14.5	10.1	31.9	8.7	17.4	46.4	31.9	8.7	4.3	8.7	8.7	10.1	1.4	1.4	-	-
	30代	70	30.0	68.6	28.6	14.3	7.1	12.9	17.1	15.7	28.6	11.4	14.3	48.6	28.6	5.7	8.6	4.3	2.9	5.7	2.9	-	-	1.4
	40代	60	21.7	56.7	28.3	10.0	11.7	16.7	21.7	16.7	21.7	13.3	8.3	41.7	30.0	5.0	3.3	1.7	-	-	-	1.7	1.7	-
香港	全体	192	11.5	64.1	6.8	2.6	6.8	3.6	3.6	5.2	7.3	3.1	0.5	21.4	8.3	2.6	9.9	0.5	3.6	3.6	3.1	0.5	0.5	0.5
	20代	70	11.4	67.1	4.3	2.9	5.7	2.9	2.9	2.9	10.0	2.9	1.4	24.3	8.6	5.7	15.7	-	2.9	7.1	2.9	1.4	-	-
	30代	68	10.3	70.6	8.8	2.9	2.9	2.9	2.9	2.9	5.9	2.9	-	17.6	4.4	1.5	10.3	1.5	1.5	1.5	2.9	-	1.5	-
	40代	54	13.0	51.9	7.4	1.9	13.0	5.6	5.6	11.1	5.6	3.7	-	22.2	13.0	-	1.9	-	7.4	1.9	3.7	-	-	1.9

牛乳の飲用シーン

LL牛乳

- チルド牛乳同様、各都市とも、「朝食をとりながら」飲む人が4割以上と最も多い。北京と上海では、「朝起きぬけに」「朝食後」「朝食代わり」にも飲まれているが、香港では「朝食をとりながら」以外の朝の時間帯では飲まれていない。
- 北京と上海では「夜寝る前」に飲む人が45%以上と多いが、香港では11.5%にとどまった。
- 上海では、「のどが渴いた時」が他の都市よりも10ポイント以上高かった。
- 北京や上海では、朝食時・就寝前以外でも「夜食時」「お風呂の後」などにもちよくちよくと飲みたい時に飲んでいる様子。
- 年代別に見ると、香港の40代で「朝食をとりながら」飲む人がより多い。

Q12 牛乳の飲用シーン【ベース:LL牛乳飲用者】



L	年代別	n	飲用シーン (%)																					
			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	昼食後のデザートとして	夕食時	夕食後のデザートとして	おやつや間食時	夜食時	お風呂の後	夜寝る前	のどが渴いた時	職場で何か飲み食べたくなった時	ちよつとおなかですいたとき	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	外出先・街中で	乗り物での移動中に	来客時	その他
L	北京 全体	199	11.1	50.3	18.1	14.6	16.6	7.5	16.1	15.1	19.1	17.1	16.6	45.2	17.6	9.0	9.5	14.1	5.5	7.0	4.5	1.0	1.0	0.5
	20代	70	7.1	54.3	15.7	11.4	15.7	4.3	12.9	8.6	20.0	14.3	24.3	38.6	15.7	11.4	12.9	8.6	5.7	5.7	2.9	1.4	1.4	1.4
	30代	70	18.6	45.7	22.9	15.7	17.1	11.4	22.9	14.3	15.7	18.6	14.3	51.4	20.0	12.9	8.6	18.6	7.1	8.6	2.9	-	-	-
	40代	59	6.8	50.8	15.3	16.9	16.9	6.8	11.9	23.7	22.0	18.6	10.2	45.8	16.9	1.7	6.8	15.3	3.4	6.8	8.5	1.7	1.7	-
	上海 全体	194	19.1	46.4	14.4	13.4	7.7	12.4	10.3	13.9	16.5	15.5	19.6	47.9	30.9	8.2	4.6	5.2	4.6	2.6	3.1	2.6	-	-
	20代	69	15.9	37.7	13.0	18.8	4.3	13.0	5.8	10.1	18.8	14.5	20.3	42.0	31.9	11.6	4.3	5.8	10.1	5.8	7.2	5.8	-	-
	30代	69	21.7	53.6	18.8	13.0	8.7	11.6	7.2	15.9	18.8	14.5	18.8	52.2	37.7	8.7	2.9	5.8	2.9	-	-	1.4	-	-
	40代	56	19.6	48.2	10.7	7.1	10.7	12.5	19.6	16.1	10.7	17.9	19.6	50.0	21.4	3.6	7.1	3.6	-	1.8	1.8	-	-	-
	香港 全体	130	5.4	44.6	4.6	2.3	9.2	9.2	5.4	10.0	13.1	2.3	0.8	11.5	12.3	6.2	7.7	0.8	1.5	5.4	3.8	1.5	2.3	3.8
	20代	37	5.4	37.8	5.4	2.7	5.4	5.4	2.7	8.1	24.3	-	-	16.2	21.6	5.4	2.7	-	-	2.7	2.7	-	2.7	8.1
	30代	48	4.2	41.7	2.1	2.1	8.3	6.3	8.3	8.3	10.4	6.3	-	10.4	8.3	8.3	14.6	2.1	2.1	6.3	2.1	2.1	2.1	4.2
	40代	45	6.7	53.3	6.7	2.2	13.3	15.6	4.4	13.3	6.7	-	2.2	8.9	8.9	4.4	4.4	-	2.2	6.7	6.7	2.2	2.2	-

牛乳の飲用シーン

2006年度との比較

牛乳の飲用シーン

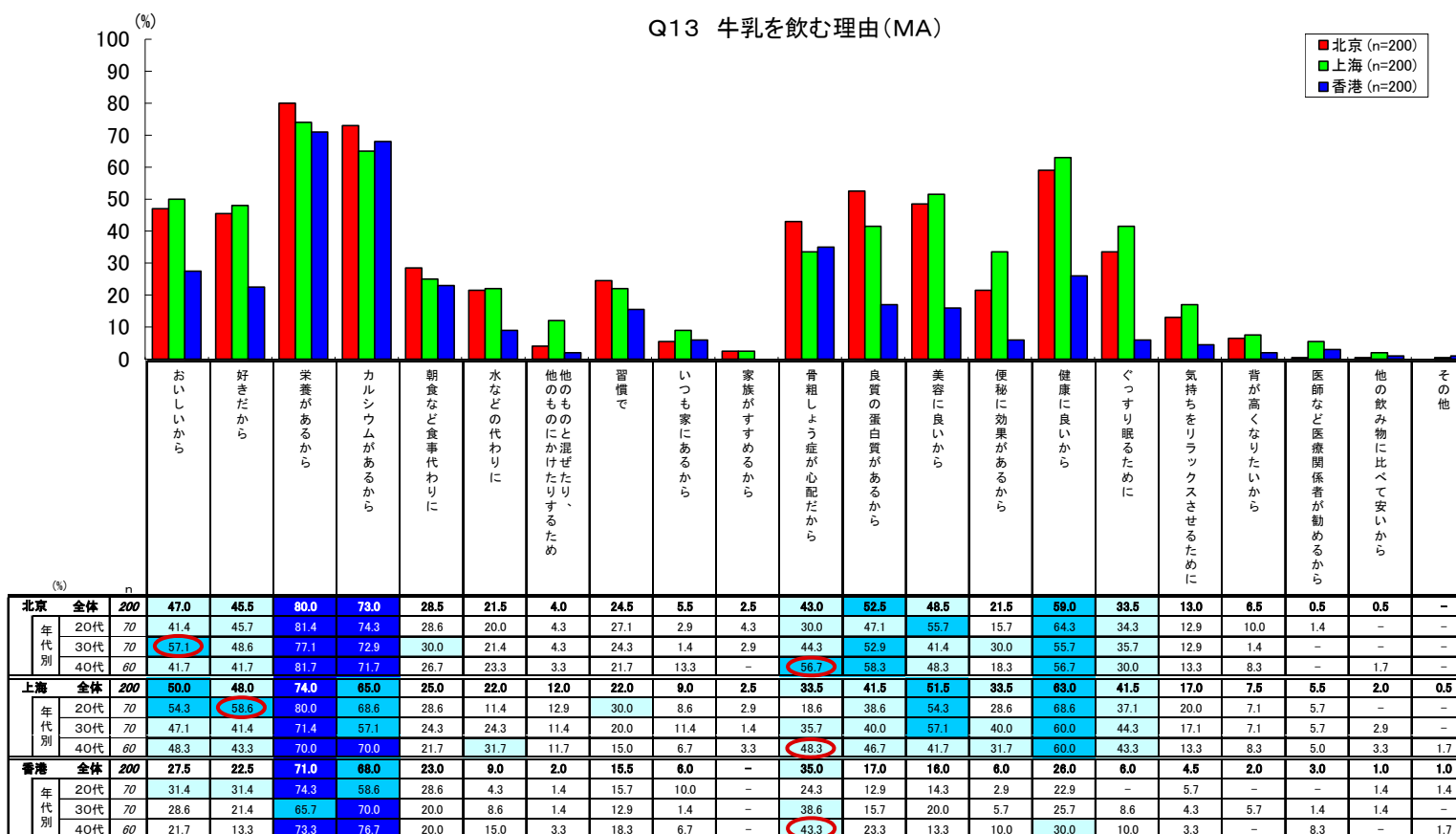
		(%)	n	朝起きぬけに	朝食をとりながら	朝食後	朝食代わりに	昼食時	昼食後のデザートとして	夕食時	夕食後のデザートとして	おやつや間食時	夜食時	お風呂の後	夜寝る前	のどが渴いた時	職場で何か飲み／食べたくなった時	ちよっとおなかがすいたとき	勉強や仕事をしながら	レジャーやスポーツ時	くつろいでいる時	外出先・街中で	乗り物での移動中に	来客時	その他
北京	2007年度	チルド牛乳	192	12.5	52.6	21.4	13.5	16.7	17.2	12.0	16.7	26.0	15.6	18.2	37.5	26.6	9.4	6.8	12.0	10.9	8.3	2.6	1.6	1.0	-
		LL牛乳	199	11.1	50.3	18.1	14.6	16.6	7.5	16.1	15.1	19.1	17.1	16.6	45.2	17.6	9.0	9.5	14.1	5.5	7.0	4.5	1.0	1.0	0.5
	2006年度	200	14.5	68.0	7.5	14.5	3.0	18.0	15.0	3.5	3.0	60.5	6.0	8.5	9.5	6.5	11.0	-	-	-	-	0.5	0.5		
上海	2007年度	チルド牛乳	199	26.6	64.3	25.6	11.6	8.5	13.6	17.6	14.1	27.6	11.1	13.6	45.7	30.2	6.5	5.5	5.0	4.0	5.5	1.5	1.0	0.5	0.5
		LL牛乳	194	19.1	46.4	14.4	13.4	7.7	12.4	10.3	13.9	16.5	15.5	19.6	47.9	30.9	8.2	4.6	5.2	4.6	2.6	3.1	2.6	-	-
	2006年度	200	17.5	67.0	9.0	9.0	5.0	4.5	14.0	6.5	1.5	82.5	31.5	17.5	6.5	7.0	6.5	1.5	1.5	0.5	0.5	0.5			

ベースについて

2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。
2007年はそれぞれチルド牛乳飲用者ベース、LL牛乳飲用者ベースとした。

牛乳の飲用理由

- 三都市とも、「栄養があるから」「カルシウムがあるから」の回答が6割以上と他の項目よりも多く、栄養面を重視していることが伺える。
- 北京と上海では、「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」「ぐっすり眠れるから」など健康面と、「おいしいから」「好きだから」などの味の面において香港より20ポイントほど高い。
- 年代別に見ると、北京では30代で「おいしいから」、上海では20代で「好きだから」の回答がより高い。
- 三都市とも40代で「骨粗しょう症が心配だから」の回答がより高い。



70%以上
50%以上
30%以上

牛乳の飲用理由

2006年度との比較

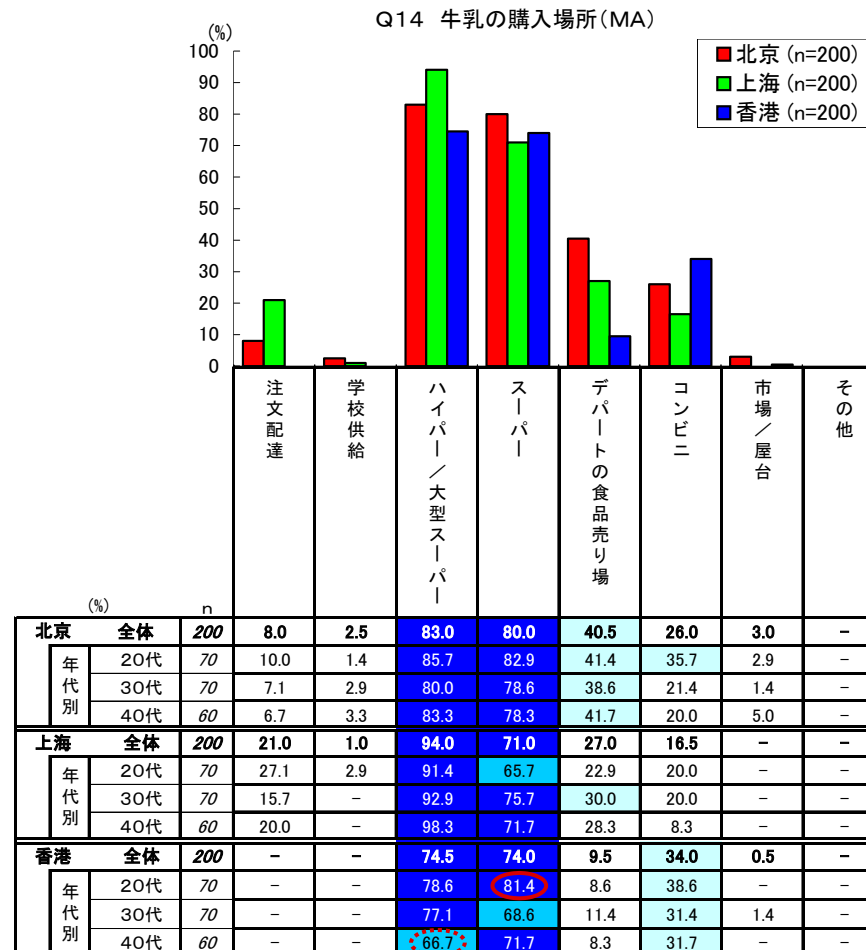
牛乳の飲用理由

		(%)	n	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勧めるから	他の飲み物に比べて安いから	その他
北京	2007年度	200	47.0	45.5	80.0	73.0	28.5	21.5	4.0	24.5	5.5	2.5	43.0	52.5	48.5	21.5	59.0	33.5	13.0	6.5	0.5	0.5	0.0	
	2006年度	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	-	-	
上海	2007年度	200	50.0	48.0	74.0	65.0	25.0	22.0	12.0	22.0	9.0	2.5	33.5	41.5	51.5	33.5	63.0	41.5	17.0	7.5	5.5	2.0	0.5	
	2006年度	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	

2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。

牛乳の購入場所

- 都市別で見ると、上海では「ハイパー／大型スーパー」が94.0%と多いのに対し、北京では「ハイパー／大型スーパー」と「スーパー」がそれぞれ8割、香港でそれぞれ7割であった。
- 香港では、他の2都市と比較して「デパートの食品売り場」で購入している人が少なめ。
- 年代別に見ると、香港の20代では「スーパー」での購入が多め、40代で「ハイパー／大型スーパー」で購入が少なめ。



■ 70%以上
■ 50%以上
■ 30%以上

牛乳の購入場所

2006年度との比較

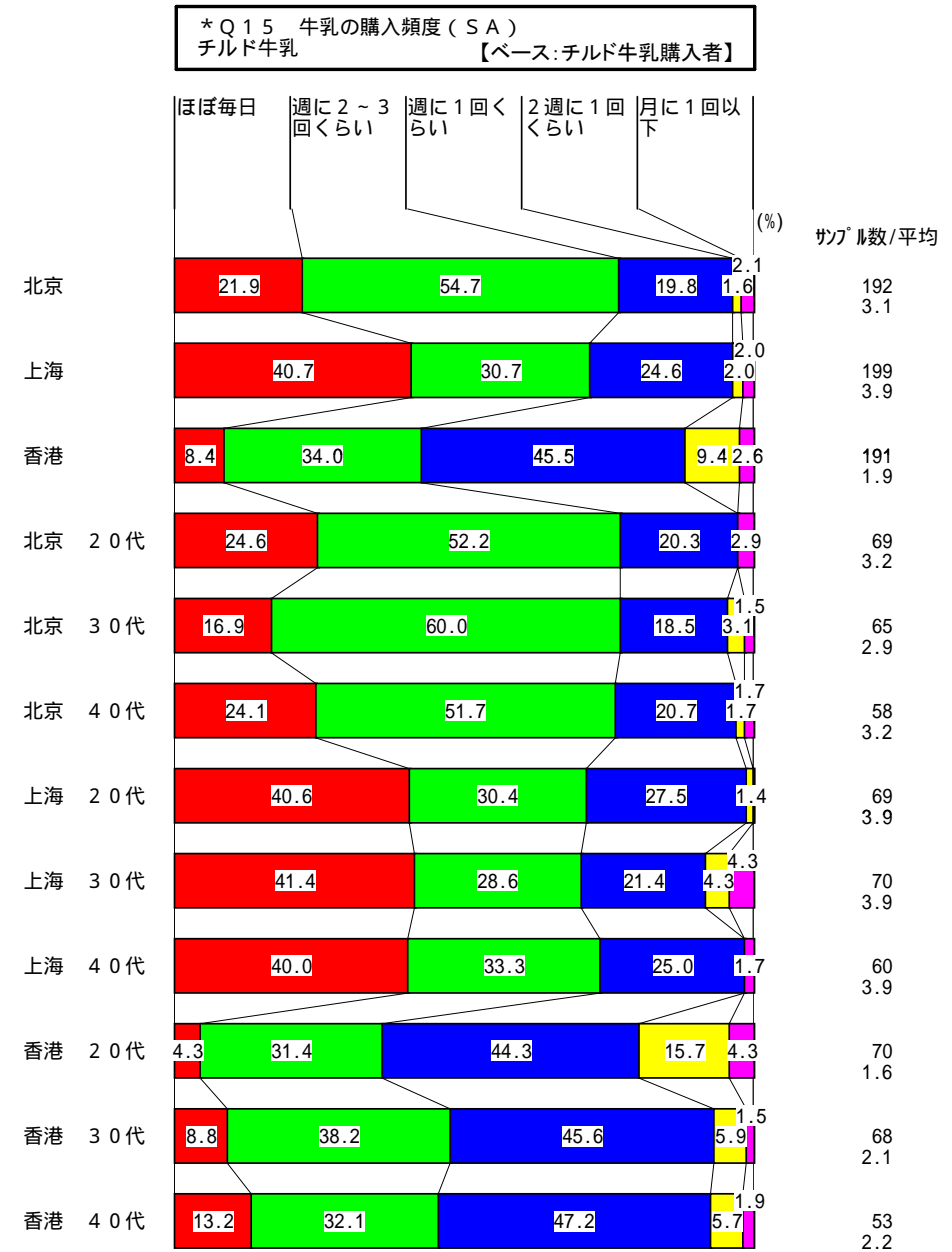
牛乳の購入場所

		(%)	n	注文配達	学校供給	ハイパー／大型スーパー	スーパー	デパートの食品売り場	コンビニ	*市場／屋台	その他
北京	2007年度	200	8.0	2.5	83.0	80.0	40.5	26.0	3.0	-	
	2006年度	200	3.5	-	35.5	96.0	19.0	16.5	2.5	1.5	
上海	2007年度	200	21.0	1.0	94.0	71.0	27.0	16.5	-	-	
	2006年度	200	18.5	0.5	76.5	82.5	5.5	21.5	4.5	-	

* 2006年度の項目名は、「伝統市場／道端の屋台」
2006年度の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。

牛乳の購入頻度 チルド牛乳

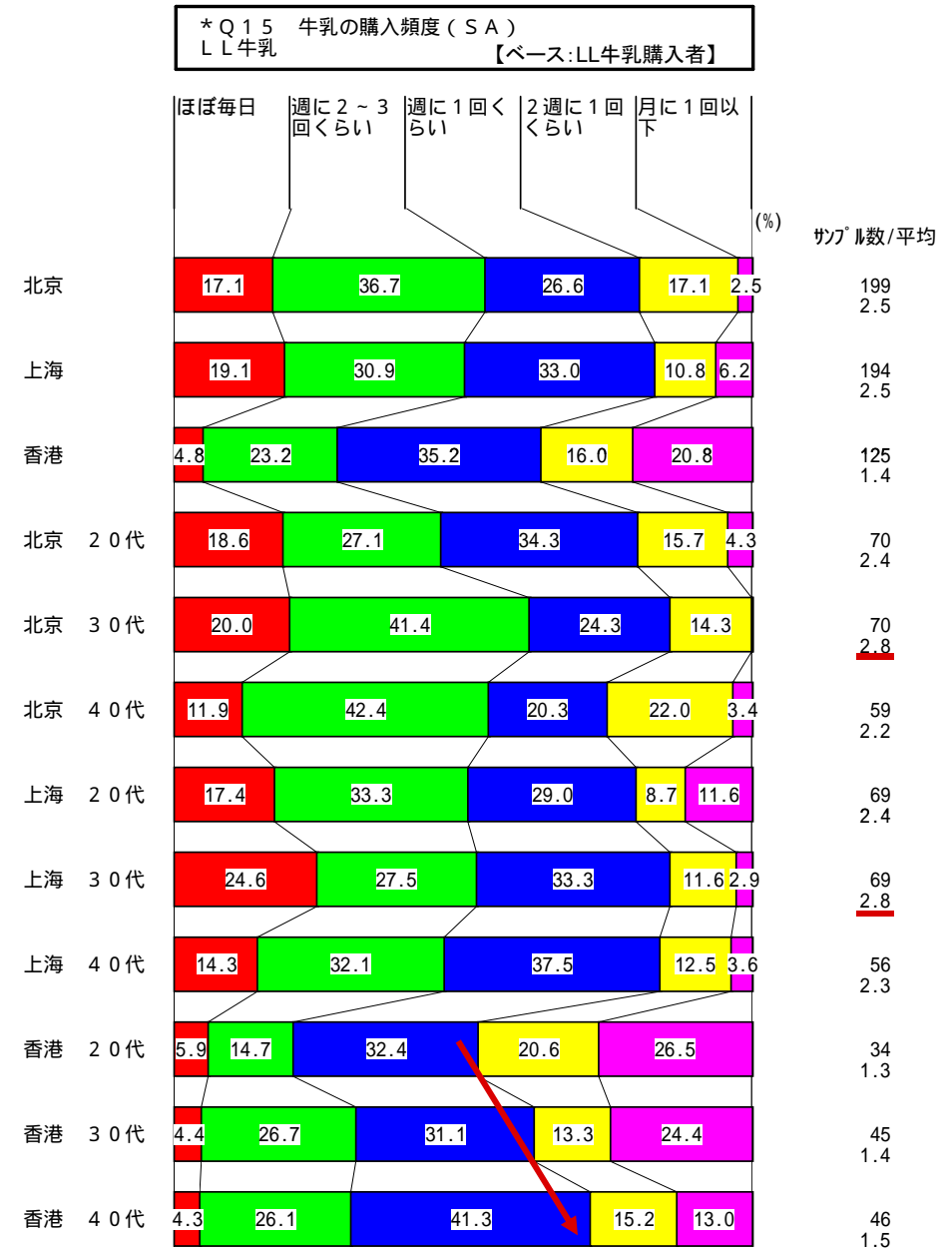
- 北京では「週に2～3回くらい(54.7%)」購入する人が一番多く、「ほぼ毎日」「週に1回くらい」が20%程度だった。
年代別にみると、30代でほぼ毎日購入する人の割合が16.9%と他の年代よりも若干低め。
- 上海では、「ほぼ毎日」購入する人が40.7%、「週に2～3回くらい」が30.7%、「週に1回くらい」が24.6%。
年代別に見ても大きな違いは見られない。
- 香港では、「週に1回くらい」が45.5%と他の都市よりも高く、「週に2～3回くらい」が34.0%。「ほぼ毎日」が8.4%と他の都市と比較して低い。
年代別に見ると、20代で「ほぼ毎日」の割合が4.3%と他の年代よりも若干低い。逆に「2週に1回くらい」購入する人が15.7%と高め。



牛乳の購入頻度

LL牛乳

- 北京では「週に2～3回くらい(36.7%)」、「週に1回くらい(26.6%)」、上海では「週に1回くらい(33.0%)」、「週に2～3回くらい(30.9%)」と週に1～3回くらい購入する人が6割以上を占める。
- 年代別にみると、北京・上海ともに30代の平均回数
が他の年代よりも高め。
- 香港の平均回数は1.4回／週と、北京・上海の2.5
回／週)よりも低い。
- 年代別に見ると、年代が上がるにつれ週に1回以上
買う人が多くなる傾向が見られた。



牛乳の購入頻度

2006年度との比較

牛乳の購入頻度

			n	平均 (日／週)	ほぼ 毎日	週に 2～3 回くらい	週に 1回 くらい	2 週に 1回 くらい	月に 1回 以下	わ か ら な い
			(%)							
北京	2007年度	チルド牛乳	192	3.1	21.9	54.7	19.8	1.6	2.1	-
		LL牛乳	199	2.5	17.1	36.7	26.6	17.1	2.5	-
	2006年度		200	1.6	5.5	27.5	44.5	20.0	2.5	-
上海	2007年度	チルド牛乳	199	3.9	40.7	30.7	24.6	2.0	2.0	-
		LL牛乳	194	2.5	19.1	30.9	33.0	10.8	6.2	-
	2006年度		200	2.5	15.0	39.5	38.5	5.0	2.0	-

ベースについて

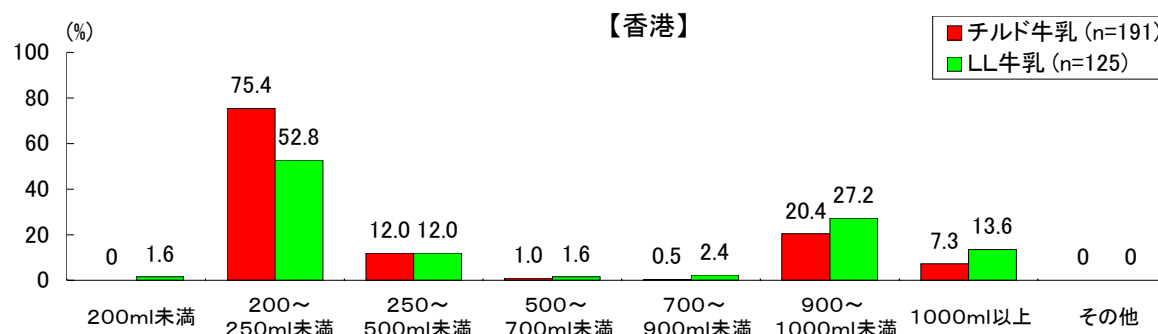
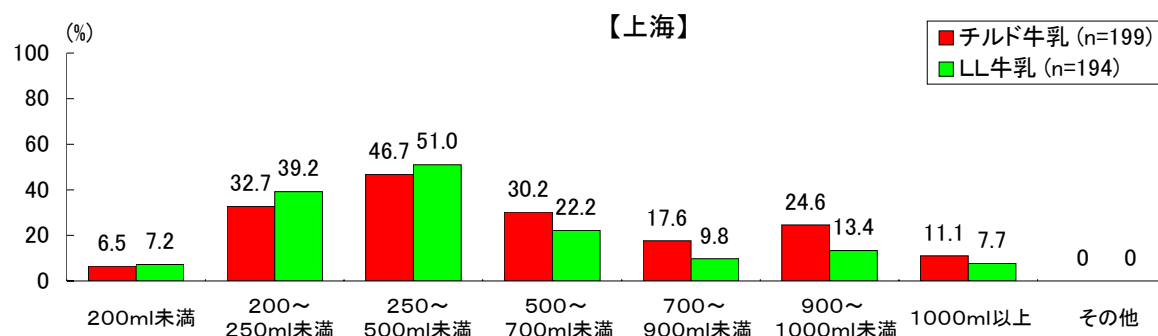
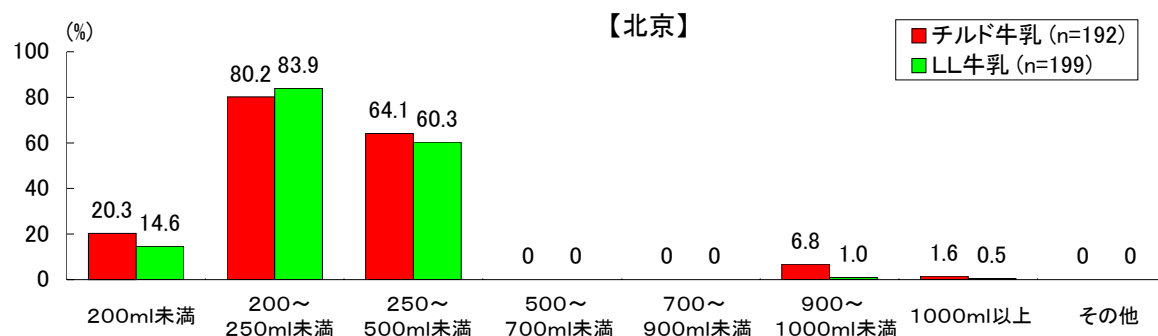
2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。

2007年はそれぞれチルド牛乳購入者ベース、LL牛乳購入者ベースとした。

購入する牛乳のパッケージサイズ(MA)

都市別

Q16 日頃購入している牛乳のパッケージサイズ(MA) 【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

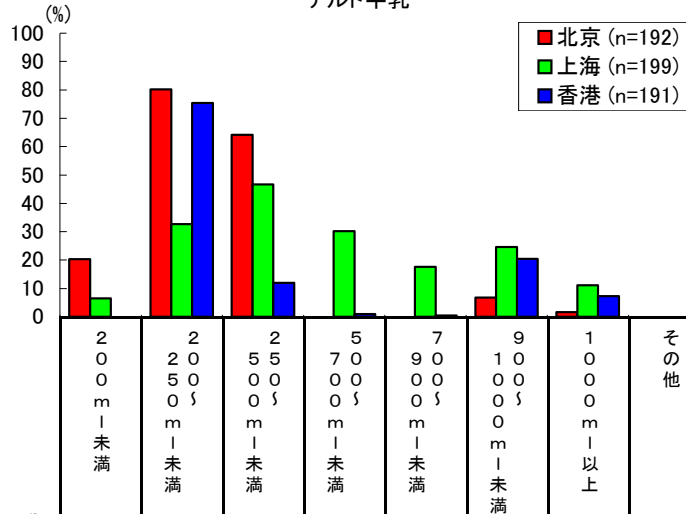


購入する牛乳のパッケージサイズ(MA)

チルド牛乳

- 北京では、「200～250ml未満(80.2%)」が最も多く飲まれており、次いで「250～500ml未満(64.1%)」が多くなっている。
- 上海では、「250～500ml未満(46.7%)」が最も多いが、「200～250ml未満(32.7%)」「500～700ml未満(30.2%)」など様々なサイズが買われている。
- 香港では、「200～250ml未満(75.4%)」が圧倒的に多く、次いで「900～1000ml未満(20.4%)」が多い。
- 年代別に見ると、香港では20代で「200～250ml未満」を購入する人が88.6%と他の年代よりもかなり多い。

Q16 日頃購入している牛乳のパッケージサイズ(MA) 【ベース:チルド牛乳購入者】
チルド牛乳



地域	年代別	n	パッケージサイズ (%)							
			200ml未満	250～500ml未満	500～700ml未満	700～900ml未満	900～1000ml未満	1000ml以上	その他	
北京	全体	192	20.3	80.2	64.1	-	-	6.8	1.6	-
	20代	69	17.4	81.2	56.5	-	-	7.2	1.4	-
	30代	65	26.2	81.5	67.7	-	-	1.5	1.5	-
	40代	58	17.2	77.6	69.0	-	-	12.1	1.7	-
上海	全体	199	6.5	32.7	46.7	30.2	17.6	24.6	11.1	-
	20代	69	11.6	31.9	53.6	23.2	14.5	20.3	10.1	-
	30代	70	4.3	37.1	41.4	34.3	20.0	27.1	5.7	-
	40代	60	3.3	28.3	45.0	33.3	18.3	26.7	18.3	-
香港	全体	191	-	75.4	12.0	1.0	0.5	20.4	7.3	-
	20代	70	-	88.6	5.7	-	1.4	12.9	5.7	-
	30代	68	-	67.6	13.2	1.5	-	25.0	10.3	-
	40代	53	-	67.9	18.9	1.9	-	24.5	5.7	-

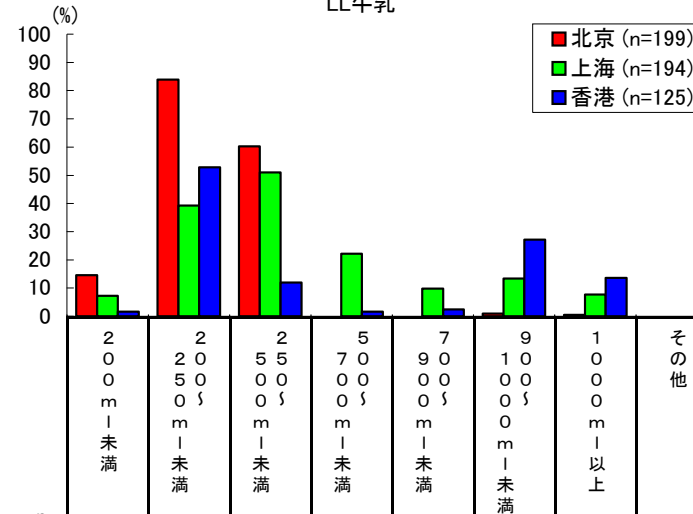
70%以上
50%以上
30%以上

購入する牛乳のパッケージサイズ(MA)

LL牛乳

- 北京では、「200～250ml未満(83.9%)」が最も多く飲まれており、次いで「250～500ml未満(60.3%)」が多くなっている。
- 上海では、「250～500ml未満(51.0%)」が最も多いが、「200～250ml未満(39.2%)」も買われている。
- 香港では、「200～250ml未満(52.8%)」が圧倒的に多く、次いで「900～1000ml未満(27.2%)」が多い。
- 年代別に見ると、北京・上海とも「200～250ml未満」「250～500ml未満」を購入する人は30代が最も多い。

Q16 日頃購入している牛乳のパッケージサイズ(MA) 【ベース:LL牛乳購入者】
LL牛乳



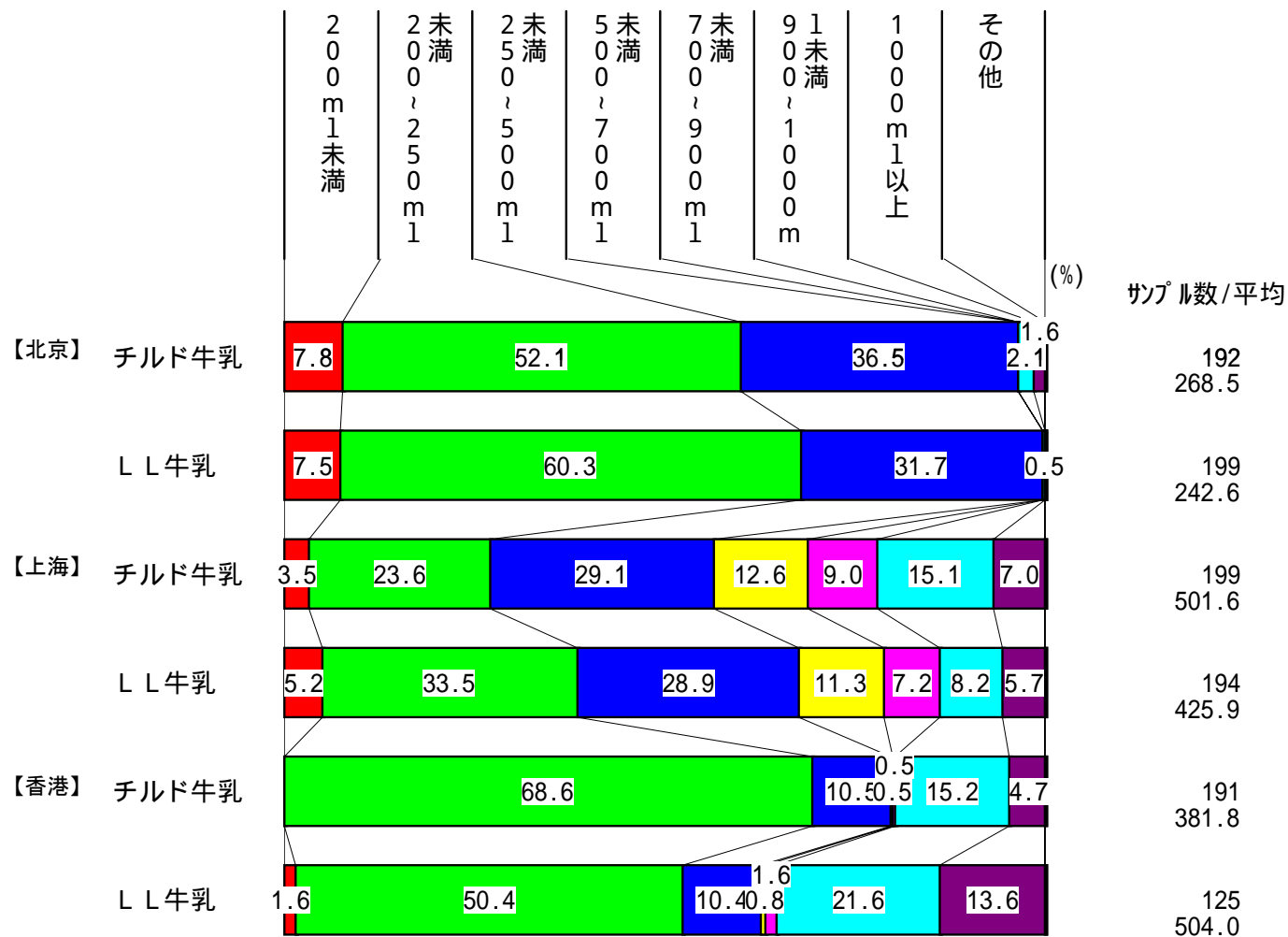
地域	年代別	n	パッケージサイズ (%)							
			200ml未満	250ml未満	500ml未満	700ml未満	900ml未満	1000ml未満	1000ml以上	その他
北京	全体	199	14.6	83.9	60.3	-	-	1.0	0.5	-
	20代	70	15.7	78.6	51.4	-	-	-	-	-
	30代	70	10.0	90.0	71.4	-	-	-	1.4	-
	40代	59	18.6	83.1	57.6	-	-	3.4	-	-
上海	全体	194	7.2	39.2	51.0	22.2	9.8	13.4	7.7	-
	20代	69	11.6	33.3	49.3	17.4	8.7	18.8	7.2	-
	30代	69	5.8	46.4	56.5	24.6	7.2	7.2	7.2	-
	40代	56	3.6	37.5	46.4	25.0	14.3	14.3	8.9	-
香港	全体	125	1.6	52.8	12.0	1.6	2.4	27.2	13.6	-
	20代	34	-	58.8	5.9	2.9	5.9	26.5	8.8	-
	30代	45	2.2	51.1	13.3	-	-	31.1	15.6	-
	40代	46	2.2	50.0	15.2	2.2	2.2	23.9	15.2	-

70%以上
50%以上
30%以上

最もよく購入する牛乳のパッケージサイズ(SA) 都市別

Q16-1 最頻購入の牛乳のパッケージサイズ(SA)

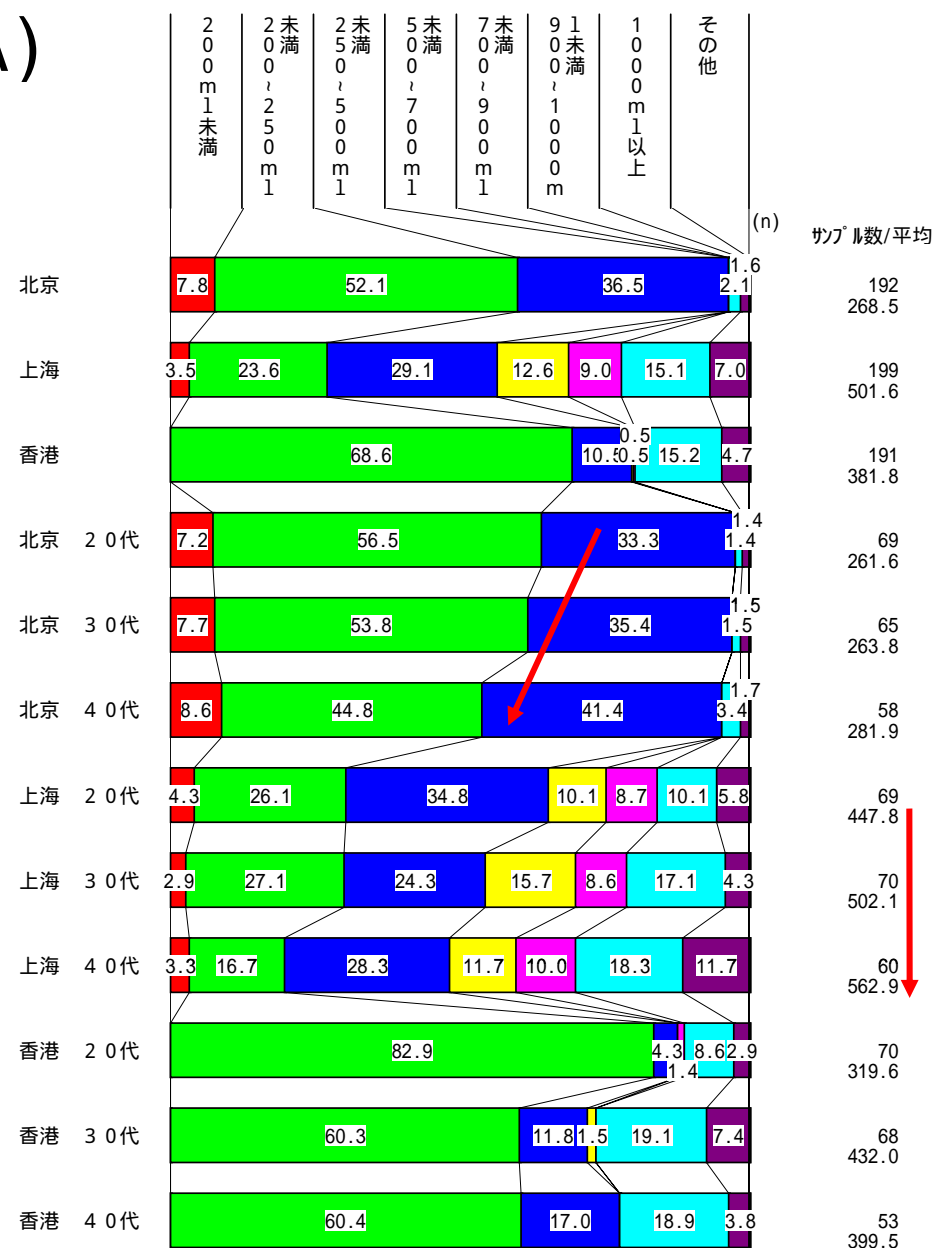
【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】



最もよく購入する 牛乳のパッケージサイズ(SA) チルド牛乳

- 北京では「200~250ml未満」(52.1%)が最も多く、次いで「250~500ml未満(36.5%)」がよく買われている。平均サイズを見ても268.5mlで飲み切りサイズが好まれている。年齢別に見ると、北京では、年齢が上がるにつれ「250~500ml未満」の割合が多くなる。
- 上海では「250~500ml未満(29.1%)」、「200~250ml未満(23.6%)」が半々くらい、次いで「900~1000ml未満(15.1%)」が多い。平均サイズを見ると501.6mlと他の都市よりも大きい。年齢別に見ると、上海では、年齢が上がるにつれ、平均サイズが大きくなる傾向が見られた。
- 香港では「200~250ml未満(68.6%)」が圧倒的に多く、次いで「900~1000ml未満(15.2%)」が多い。年齢別に見ると、香港では、20代の「200~250ml未満」の割合が他の年代よりも20ポイント以上高いが、「900~1000ml未満」の割合は10ポイント以上低い。飲み切りサイズを多く買う傾向が見られる。

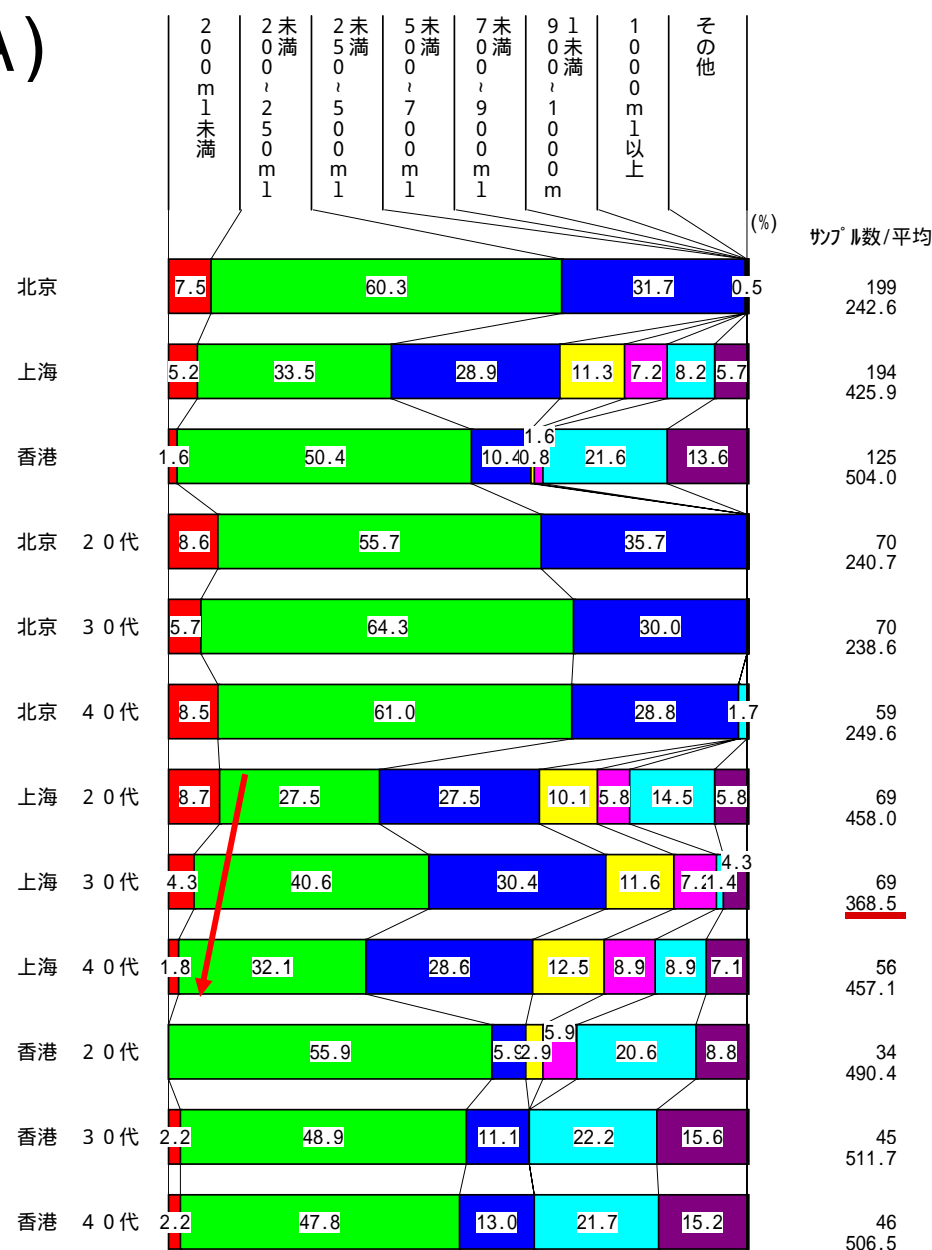
Q16-1 最頻購入の牛乳のパッケージサイズ(SA)
チルド牛乳【ベース:チルド牛乳購入者】



最もよく購入する 牛乳のパッケージサイズ(SA) LL牛乳

- 北京では「200~250ml未満(60.3%)」が最も多く、次いで「250~500ml未満(31.7%)」がよく買われており、飲み切りサイズが好まれている。年齢別に見ても大きな違いは見られない。
- 上海では「200~250ml未満(33.5%)」、次いで「250~500ml未満(28.9%)」が多い。平均サイズを見ると425.9mlと北京よりも大きめであるものの、チルド牛乳の平均サイズ(501.6ml)より小さい。年代が上がるにつれ、「200ml未満」の購入者が少なくなる。
- 香港では「200~250ml未満(50.4%)」が多く、次いで「900~1000ml未満(21.6%)」が多い。チルド牛乳とLL牛乳の平均サイズを見ると、チルド牛乳381.8mlに対し、LL牛乳が504.0mlとLL牛乳のサイズの方が大きい。LL牛乳の平均サイズは他の都市よりも大きい。年齢別に見ると、20代では、「200~250ml未満」の購入する人が他の年代よりもやや多い。30代・40代では「500~700ml未満」「700ml~900ml未満」のサイズは購入していない。

Q16-1 最頻購入の牛乳のパッケージサイズ(SA)
LL牛乳 【ベース:LL牛乳購入者】



最もよく購入する牛乳のパッケージサイズ(SA)

2006年度との比較

最もよく購入する牛乳のパッケージサイズ

		(%)	n	平均 (m)	200 m 未満	205 0 未満	255 0 未満	570 0 未満	790 0 未満	910 0 未満	100 m 以上	その他
北京	2007年度	チルド牛乳	192	268.5	7.8	52.1	36.5	-	-	2.1	1.6	-
	2007年度	LL牛乳	199	242.6	7.5	60.3	31.7	-	-	0.5	-	-
	2006年度		200	258.5	7.5	66.0	22.0	2.5	-	1.0	1.0	
上海	2007年度	チルド牛乳	199	501.6	3.5	23.6	29.1	12.6	9.0	15.1	7.0	-
	2007年度	LL牛乳	194	425.9	5.2	33.5	28.9	11.3	7.2	8.2	5.7	-
	2006年度		200	452.3	7.0	38.0	22.0	4.0	6.0	19.5	3.5	

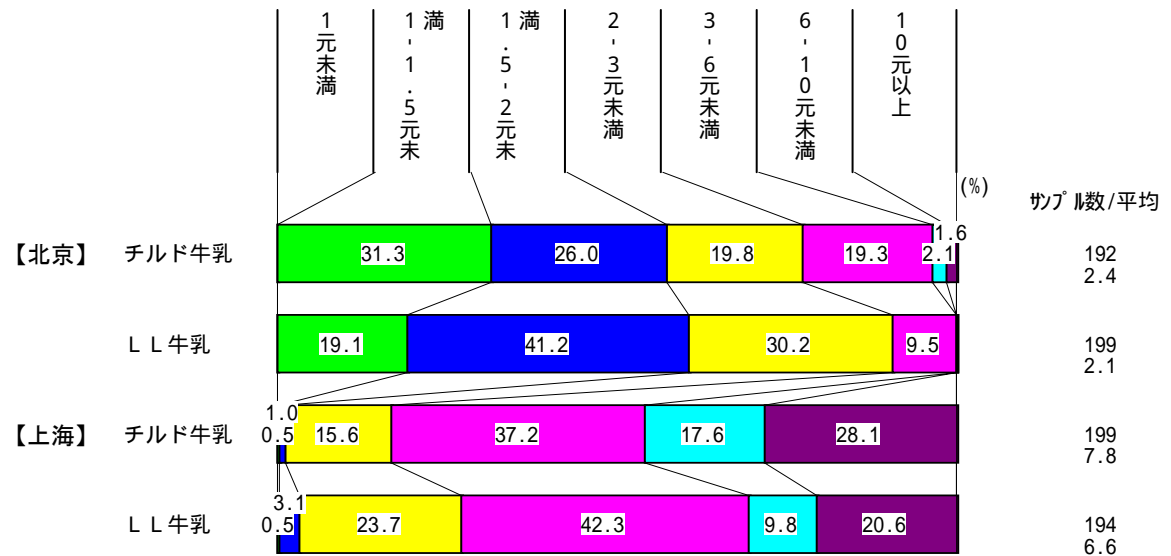
ベースについて

2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。
2007年はそれぞれチルド牛乳購入者ベース、LL牛乳購入者ベースとした。

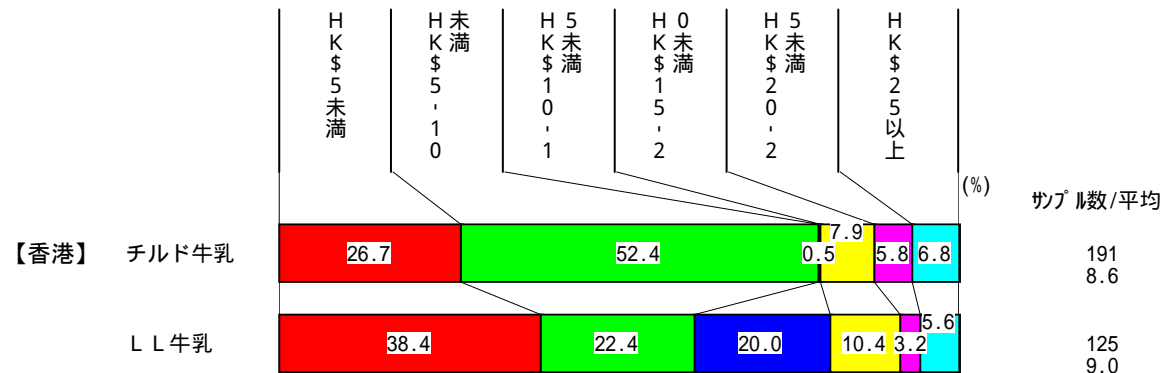
最もよく購入する牛乳の単価

- 北京・上海では、チルド牛乳の平均単価の方が、LL牛乳の平均単価より若干高い。
- 逆に香港では、チルド牛乳の平均単価と比べると、LL牛乳の平均単価の方がやや高い。LL牛乳に関してはサイズが1リットルと大きいためと考えられる。

*O17 最もよく購入する牛乳の単価（中国）
【ベース：それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】



*O17 最もよく購入する牛乳の単価（香港）
【ベース：それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】



1RMB(人民币) 17.26円
1HK\$(香港ドル) 17.21円
2007年11月1日現在

最もよく購入する牛乳の単価

【中国】

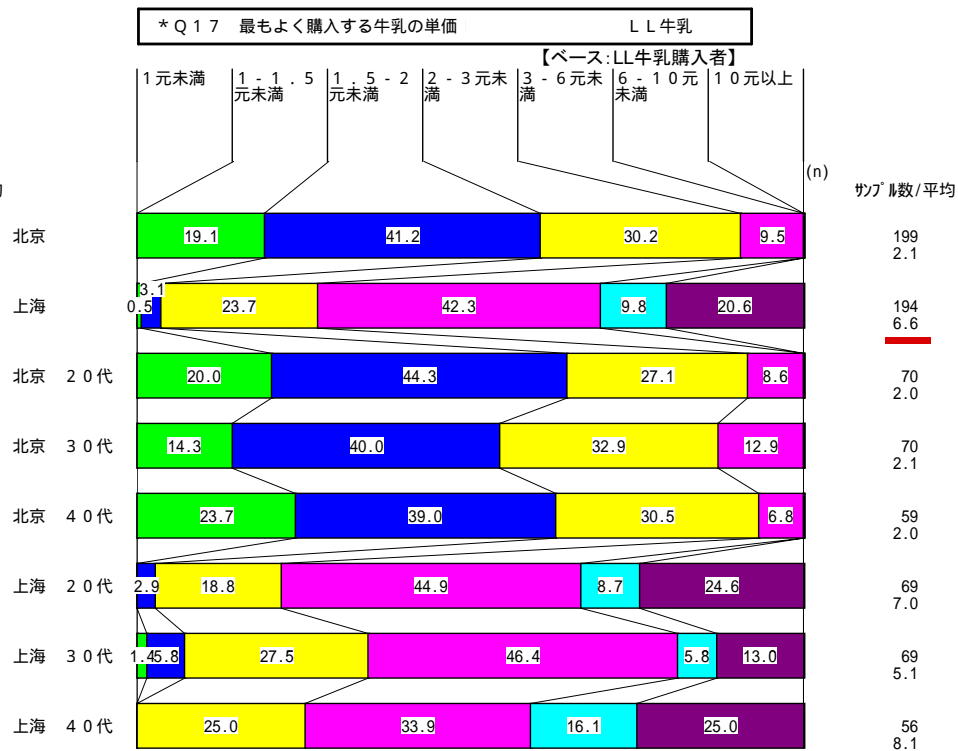
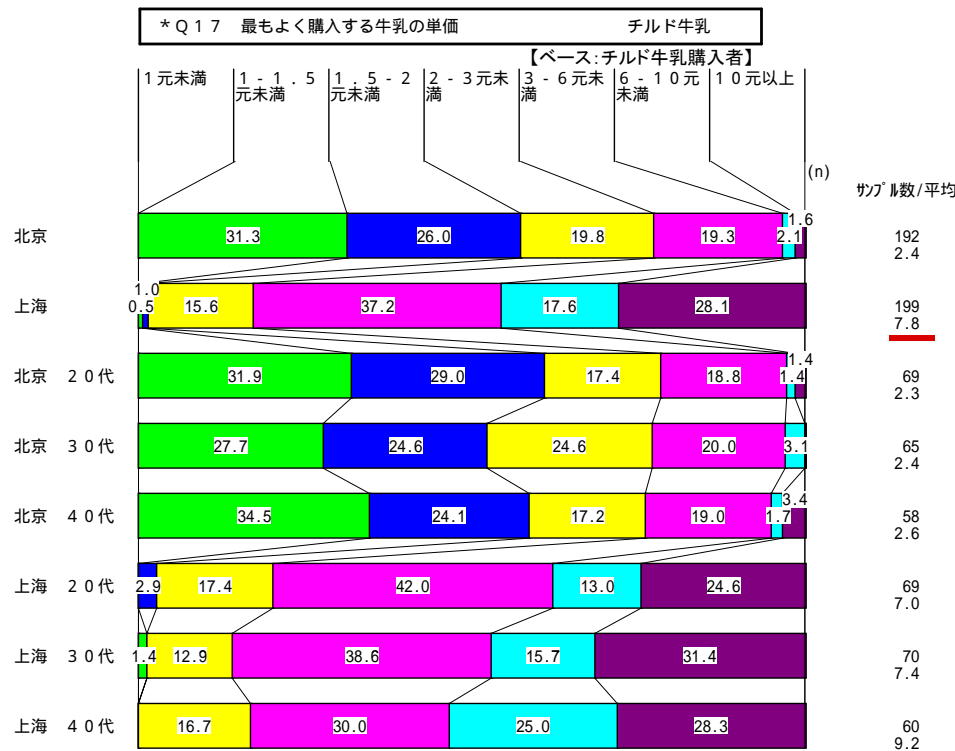
<チルド牛乳>

- 北京の平均単価は2.4元。
「1-1.5元未満(31.3%)」の割合が最も高く、次いで「1.5-2元未満(26.0%)」、「2-3元未満(19.8%)」、「3-6元未満(19.3%)」。
年代別に見ても、大きな違いは見られない。
- 上海の平均単価は7.8元となっており、北京の平均価格3倍以上。
全体では、「3-6元未満(37.2%)」の割合が一番高く、「10元以上(28.1%)」と高価格帯での購入も高め。
年代別に見ると、40代の平均価格が9.2元と他の年代よりも2元ほど高い。

1RMB(人民币) 17.26円
2007年11月1日現在

<LL牛乳>

- 北京の平均単価は2.1元。
「1.5-2元未満(41.2%)」の割合が最も高く、次いで「2-3元未満(30.2%)」、「1-1.5元未満(19.1%)」。
年代別に見ても、大きな違いは見られない。
- 上海の平均単価は6.6元で、北京の平均価格3倍以上。
全体では、「3-6元未満(42.3%)」の割合が一番高く、「2-3元未満(23.7%)」。
「6元以上」の高価格帯の割合も30%以上と高め。
年代別に見ると、40代の平均価格が8.1元と他の年代よりも低い。



最もよく購入する牛乳の単価

【香港】

1HK\$(香港ドル) 17.21円
2007年11月1日現在

<チルド牛乳>

平均単価はHK\$8.6。

「HK\$5~10未満(52.4%)」が圧倒的に多く、次いで「HK\$5未満(26.7%)」、HK\$15以上は20.5%。

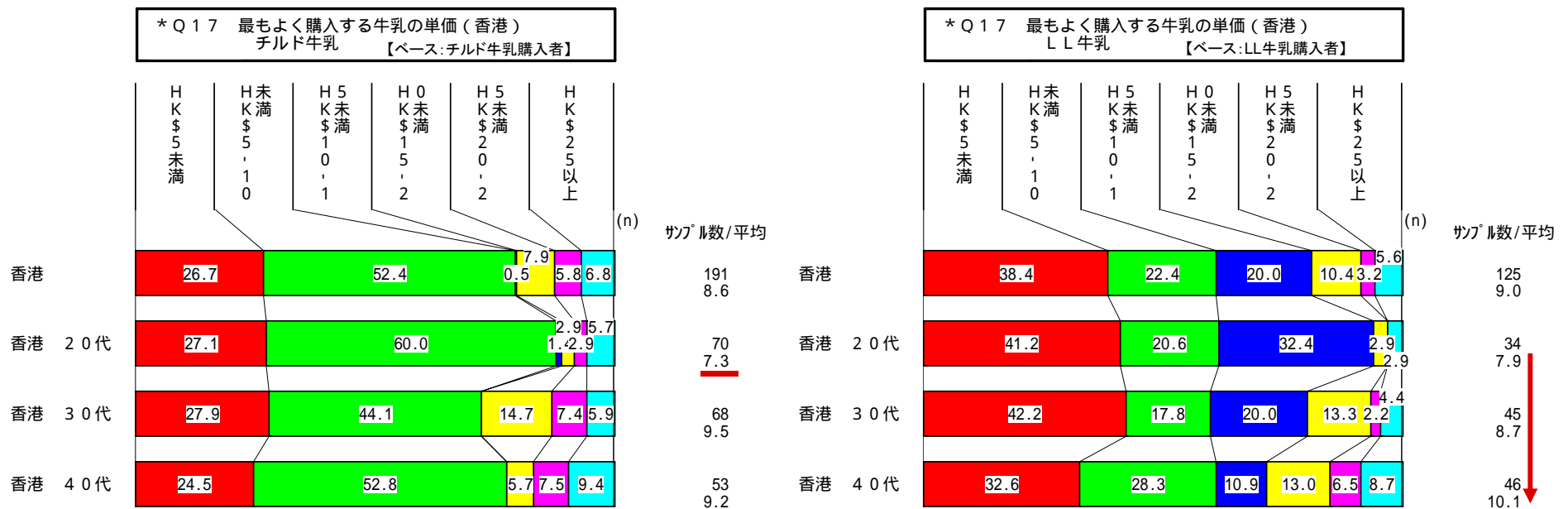
年代別に見ると、20代の平均単価がHK\$7.3と他の年代より低め。

<LL牛乳>

平均単価は、HK\$9.0。

「HK\$5未満(38.4%)」、次いで「HK\$5~10未満(22.4%)」、「HK\$10~15未満(20.0%)」。

年代が高いほど平均単価が高い。



最もよく購入する牛乳の単価

サイズ別単価 2006年度との比較【中国】

1RMB(人民币) 17.26円
2007年11月1日現在

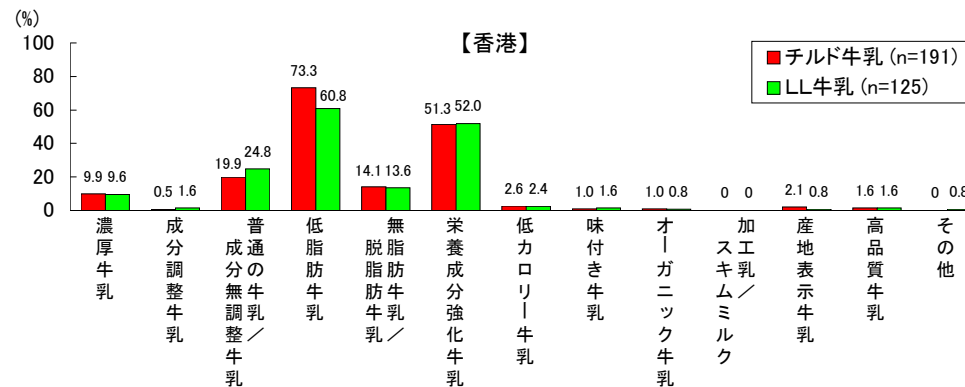
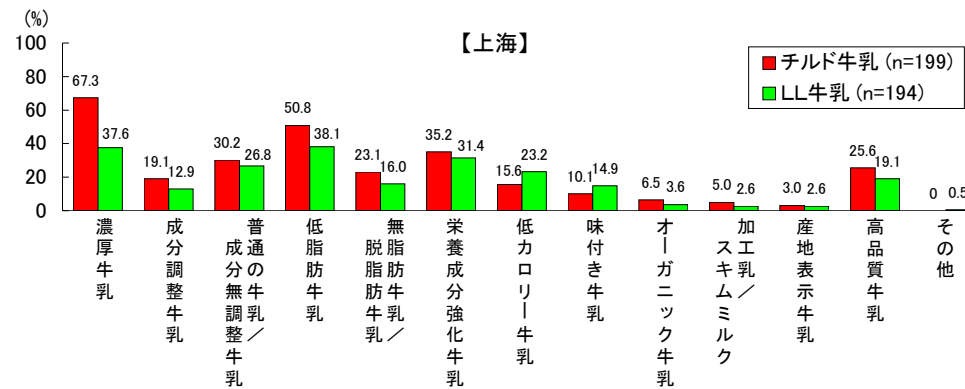
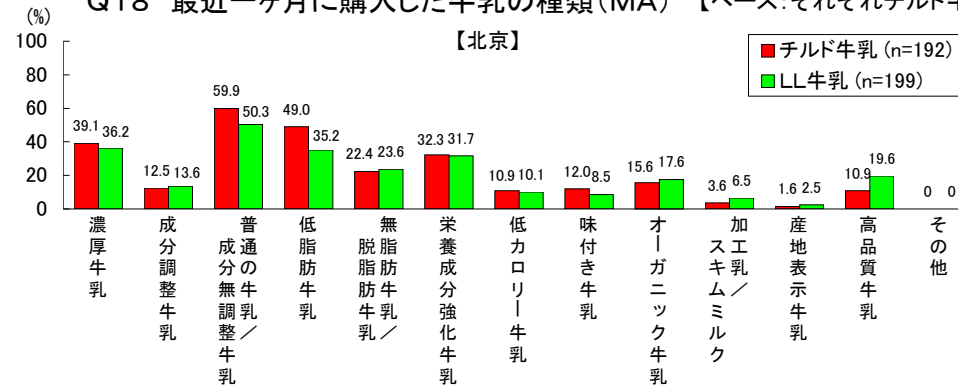
ベースについて
2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。
2007年はそれぞれチルド牛乳購入者ベース、LL牛乳購入者ベースとした。

				全体	200ml未満	250ml未満	300ml未満	350ml未満	400ml未満	450ml未満	500ml以上
北京	2007年度	チルド	(RMB)	2.4	1.3	1.8	3.1	-	-	9.2	5.1
			<i>n</i>	192	15	100	70	-	-	4	3
	2007年度	LL	(RMB)	2.1	1.7	1.8	2.5	-	-	4.0	-
			<i>n</i>	199	15	120	63	-	-	1	-
	2006年度		(RMB)	1.9	1.2	1.6	2.4	3.2	-	10.8	7.5
			<i>n</i>	200	15	132	44	5	-	2	2
上海	2007年度	チルド	(RMB)	7.8	3.8	3.2	5.2	7.9	10.5	16.6	14.1
			<i>n</i>	199	7	47	58	25	18	30	14
	2007年度	LL	(RMB)	6.6	2.8	2.9	4.2	6.2	10.4	17.2	25.6
			<i>n</i>	194	10	65	56	22	14	16	11
	2006年度		(RMB)	4.2	1.9	2.0	3.3	5.7	7.2	7.9	10.0
			<i>n</i>	200	14	76	44	8	12	39	7

30s未満の項目は参考値。

牛乳の種類 都市別

Q18 最近一ヶ月に購入した牛乳の種類(MA) 【ベース:それぞれチルド牛乳購入者とLL牛乳購入者】

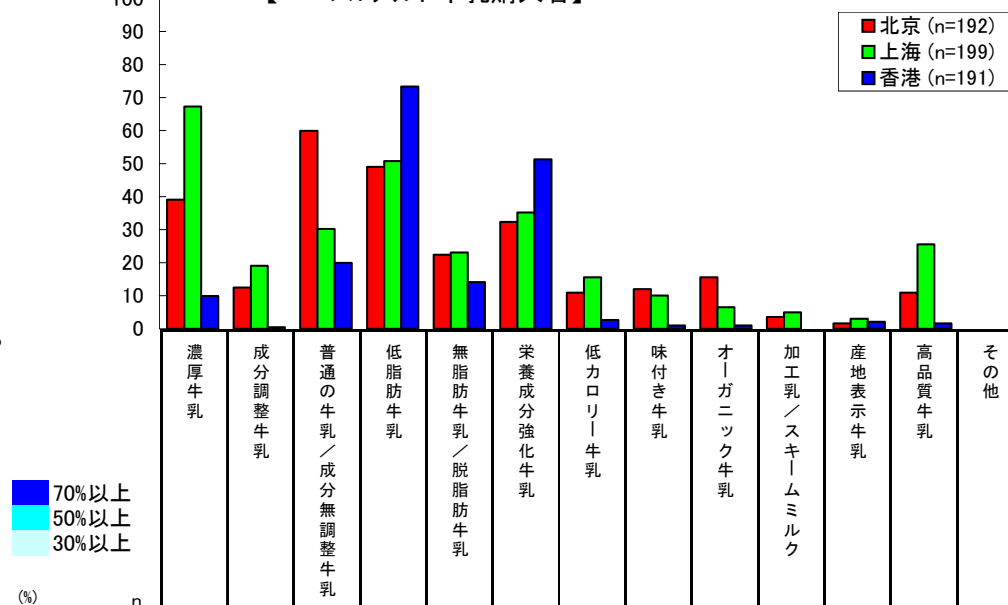


牛乳の種類

チルド牛乳

- 北京では、「普通の牛乳／成分無調整牛乳(59.9%)」、「低脂肪牛乳(49.0%)」、「濃厚牛乳(39.1%)」、「栄養成分強化牛乳(32.3%)」が多く飲まれている。特に「普通の牛乳／成分無調整牛乳」は他の2都市よりもかなり多く飲まれている。年代別に見ると、北京の40代で「高品質牛乳(22.4%)」を飲む割合が他の年代よりも高い。年代が高いほど「栄養成分強化牛乳」が多く、低いほど「低脂肪牛乳」が多く飲まれている。
- 上海では、「濃厚牛乳(67.3%)」、「低脂肪牛乳(50.8%)」、「栄養成分強化牛乳(35.2%)」、「普通の牛乳／成分無調整牛乳(30.2%)」が多く飲まれている。特に「濃厚牛乳」、「高品質牛乳」は他の2都市と比較すると多めに飲まれている。年代が低いほど「普通の牛乳／成分無調整牛乳」「味付き牛乳」が多く、年代が高いほど「栄養成分強化牛乳」が多く飲まれている。
- 香港では、「低脂肪牛乳(73.3%)」、次いで「栄養成分強化牛乳(51.3%)」が圧倒的に多く飲まれている。他の都市と比較すると、「濃厚牛乳(9.9%)」「普通の牛乳／成分無調整牛乳(19.9%)」はあまり飲まれていない。乳脂肪分が多い濃厚なものより低脂肪や栄養成分強化したものが好まれているが、「無脂肪乳／脱脂肪牛乳(14.1%)」はあまり好まれてない。年代別に見ると、30代では「濃厚牛乳」が他の年代よりも多く飲まれている。

Q18 最近一ヶ月に購入した牛乳の種類(MA) チルド牛乳
【ベース:チルド牛乳購入者】



チルド	地域	年代別	n	牛乳の種類 (%)												
				濃厚牛乳	成分調整牛乳	普通の牛乳／成分無調整牛乳	低脂肪牛乳	無脂肪牛乳／脱脂肪牛乳	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	加工乳／スキムミルク	産地表示牛乳	高品質牛乳	その他
	北京	全体	192	39.1	12.5	59.9	49.0	22.4	32.3	10.9	12.0	15.6	3.6	1.6	10.9	-
		20代	69	34.8	8.7	60.9	52.2	18.8	29.0	10.1	8.7	20.3	4.3	2.9	4.3	-
		30代	65	46.2	16.9	60.0	47.7	27.7	30.8	15.4	18.5	10.8	3.1	-	7.7	-
		40代	58	36.2	12.1	58.6	46.6	20.7	37.9	6.9	8.6	15.5	3.4	1.7	22.4	-
	上海	全体	199	67.3	19.1	30.2	50.8	23.1	35.2	15.6	10.1	6.5	5.0	3.0	25.6	-
		20代	69	71.0	18.8	36.2	53.6	26.1	29.0	14.5	13.0	7.2	1.4	2.9	29.0	-
		30代	70	65.7	18.6	27.1	51.4	25.7	37.1	15.7	10.0	8.6	7.1	4.3	22.9	-
		40代	60	65.0	20.0	26.7	46.7	16.7	40.0	16.7	6.7	3.3	6.7	1.7	25.0	-
	香港	全体	191	9.9	0.5	19.9	73.3	14.1	51.3	2.6	1.0	1.0	-	2.1	1.6	-
		20代	70	7.1	-	17.1	74.3	7.1	51.4	2.9	-	-	-	1.4	-	-
		30代	68	19.1	1.5	22.1	69.1	19.1	50.0	1.5	1.5	-	-	4.4	4.4	-
		40代	53	1.9	-	20.8	77.4	17.0	52.8	3.8	1.9	3.8	-	-	-	-

牛乳の種類

LL牛乳

●北京では、「普通の牛乳／成分無調整牛乳(50.3%)」、「濃厚牛乳(36.2%)」、「低脂肪牛乳(35.2%)」、「栄養成分強化牛乳(31.7%)」が多く飲まれている。全般的にチルド牛乳の傾向とあまり変わらない。「普通の牛乳／成分無調整牛乳」と「オーガニック牛乳」は他の2都市よりも多く飲まれている。

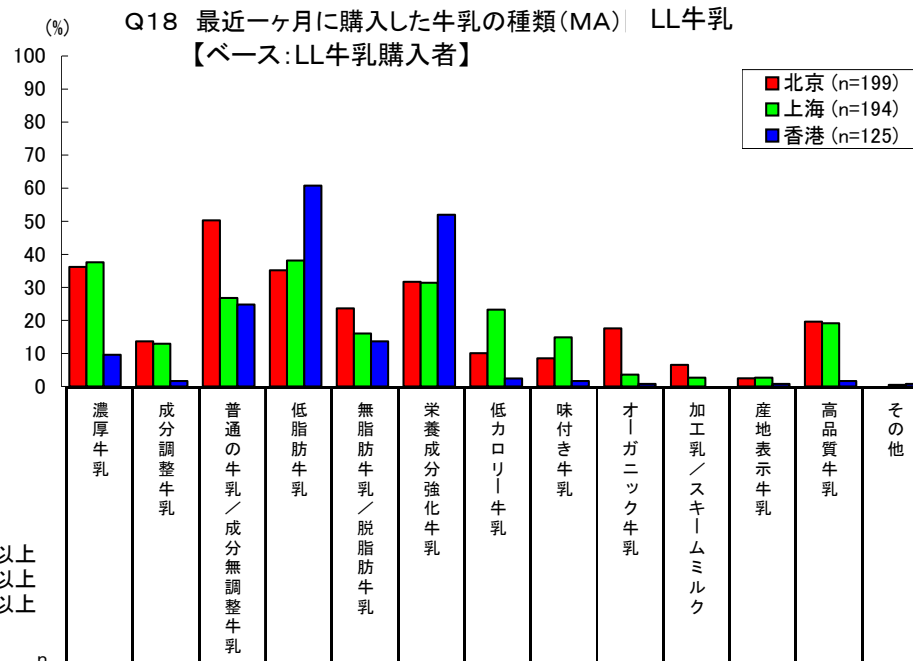
年代が上がるにつれ、「普通の牛乳／成分無調整牛乳」「栄養成分強化牛乳」「高品質牛乳」を飲む人が多くなる。

●上海では、「低脂肪牛乳(38.1%)」、「濃厚牛乳(37.6%)」、「栄養成分強化牛乳(31.4%)」が多く飲まれている。

年代が高いほど「濃厚牛乳」を飲む人がやや多く、年代が低いほど「低脂肪牛乳」や「無脂肪乳／脱脂肪牛乳」を飲む人が少なくなる。

●香港では、「低脂肪牛乳(60.8%)」、「栄養成分強化牛乳(52.0%)」が非常に多く飲まれている。チルド牛乳の傾向と大きな違いはない。

20代で「普通の牛乳／成分無調整牛乳」、30代で「低脂肪牛乳」を飲む人が他の年代よりも高い。また、年代が上がるにつれ「濃厚牛乳」を飲む人が多くなる。



		(%)	n													
北京	全体	199	36.2	13.6	50.3	35.2	23.6	31.7	10.1	8.5	17.6	6.5	2.5	19.6	-	
	年代別	20代	70	35.7	11.4	44.3	44.3	21.4	24.3	10.0	12.9	21.4	5.7	2.9	17.1	-
		30代	70	41.4	14.3	52.9	30.0	27.1	31.4	14.3	10.0	12.9	5.7	1.4	18.6	-
		40代	59	30.5	15.3	54.2	30.5	22.0	40.7	5.1	1.7	18.6	8.5	3.4	23.7	-
上海	全体	194	37.6	12.9	26.8	38.1	16.0	31.4	23.2	14.9	3.6	2.6	2.6	19.1	0.5	
	年代別	20代	69	31.9	14.5	31.9	40.6	18.8	29.0	23.2	14.5	2.9	-	2.9	24.6	-
		30代	69	40.6	11.6	23.2	40.6	14.5	34.8	20.3	18.8	5.8	2.9	4.3	14.5	1.4
		40代	56	41.1	12.5	25.0	32.1	14.3	30.4	26.8	10.7	1.8	5.4	-	17.9	-
香港	全体	125	9.6	1.6	24.8	60.8	13.6	52.0	2.4	1.6	0.8	-	0.8	1.6	0.8	
	年代別	20代	34	2.9	-	35.3	47.1	14.7	52.9	2.9	-	-	-	-	-	-
		30代	45	8.9	2.2	17.8	71.1	13.3	53.3	4.4	2.2	-	-	2.2	4.4	2.2
		40代	46	15.2	2.2	23.9	60.9	13.0	50.0	-	2.2	2.2	-	-	-	-

牛乳の種類

2006年度との比較

2006年度

		(%)	n	低温殺菌牛乳／H I S T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
北京			200	41.0	82.0	17.0	36.0	35.5	26.0	40.5	6.0	27.0	1.5
上海			200	54.5	58.5	66.0	20.5	18.0	9.0	32.0	5.0	10.0	-

ベースについて

2006年の全体は普段牛乳を週に1回以上飲んでいる人である。

2007年はそれぞれチルド牛乳購入者ベース、LL牛乳購入者ベースとした。

2007年度

			濃厚牛乳	成分調整牛乳	普通の牛乳／成分無調整牛乳	低脂肪牛乳	無脂肪牛乳／脱脂肪牛乳	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	加工乳／スキームミルク	産地表示牛乳	高品質牛乳	その他
北京	チルド	192	39.1	12.5	59.9	49.0	22.4	32.3	10.9	12.0	15.6	3.6	1.6	10.9	-
	LL	199	36.2	13.6	50.3	35.2	23.6	31.7	10.1	8.5	17.6	6.5	2.5	19.6	-
上海	チルド	199	67.3	19.1	30.2	50.8	23.1	35.2	15.6	10.1	6.5	5.0	3.0	25.6	-
	LL	194	37.6	12.9	26.8	38.1	16.0	31.4	23.2	14.9	3.6	2.6	2.6	19.1	0.5

購入する牛乳のブランド

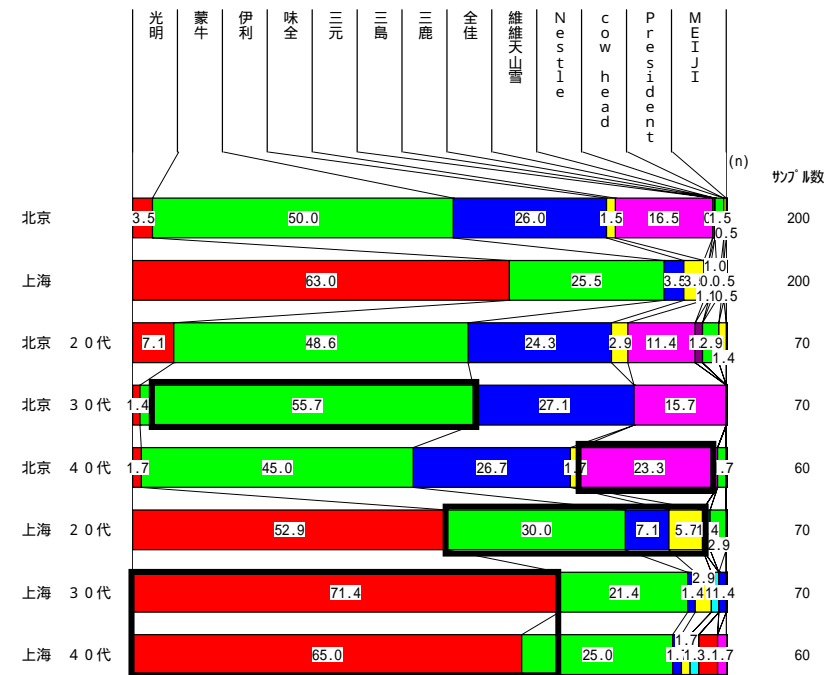
【北京・上海】

- 最近1ヶ月の購入経験を見ると、北京では「蒙牛(97.0%)」、「伊利(83.0%)」、「三元(58.0%)」がTOP3だが、上海では「光明(91.0%)」、「蒙牛(79.5%)」、「伊利(59.5%)」と順位に違いが出た。
- 最近1ヶ月の最頻購入では、北京では「蒙牛(50.0%)」、「伊利(26.0%)」、「三元(16.5%)」が最近1ヶ月の購入経験と同じくTOP3だが、最近1ヶ月の購入経験で4位の「光明(49.5%)」は最近1ヶ月の最頻購入では3.5%にとどまった。上海では「光明(63.0%)」が圧倒的に強く、次いで「蒙牛(25.5%)」。最近1ヶ月の購入経験では「伊利(59.5%)」、「味全(37.0%)」は比較的多かったが、最近1ヶ月の最頻購入ではともに3.5%と低い。
- 最近1ヶ月の最頻購入を年代別に見ると、北京ではどの年代でも蒙牛が4割以上と一番多く飲まれており、特に30代が55.7%一番と高い。北京40代では「三元」が他の年代よりも10ポイント以上高い。
- 上海では、地元ブランドの光明が多く飲まれており、30代・40代で6割以上と多い。20代では「蒙牛」「伊利」「味全」が他の年代よりも若干多め。

%	最近1ヶ月の購入経験		最近1ヶ月の最頻購入	
	北京	上海	北京	上海
光明	49.5	91.0	3.5	63.0
蒙牛	97.0	79.5	50.0	25.5
伊利	83.0	59.5	26.0	3.5
味全	14.0	37.0	1.5	3.5
妙士	2.5	6.0	-	-
三元	58.0	3.5	16.5	-
三島	3.0	8.0	-	1.0
三鹿	14.5	3.0	0.5	-
全佳	0.5	8.0	-	0.5
維維天山雪	1.5	5.0	-	1.0
均瑶	-	4.5	-	-
夏進	2.0	-	-	-
大旺	-	0.5	-	-
物美	1.5	-	-	-
万德妙	0.5	0.5	-	-
Parmalat	5.5	2.5	-	-
Nestle	14.0	16.5	1.5	1.0
David	3.0	1.0	-	-
Dimondale	1.0	2.0	-	-
Pauls	1.5	2.0	-	-
Harvey Fresh	2.0	0.5	-	-
cow head	1.0	0.5	-	0.5
President	3.5	1.0	0.5	-
Country goodness	3.0	2.0	-	-
MEIJI	2.0	7.5	-	0.5
Anchor	1.5	-	-	-
その他国産	-	-	-	-
その他輸入品(日本)	-	-	-	-
その他輸入品(豪州)	-	-	-	-
その他輸入品(日本と豪州以外)	-	-	-	-



Q19-1 牛乳ブランド：最近1ヶ月の最頻購入(中国)(SA)



* 回答があったブランドのみ表示

購入する牛乳のブランド

2006年度との比較【北京・上海】

最近1ヶ月で最もよく購入する牛乳ブランド(SA)

		第1位	第2位	第3位
北京	2007年度	蒙牛 (50.0%)	伊利 (26.0%)	三元 (16.5%)
	2006年度	蒙牛 (60.5%)	伊利 (17.0%)	三元 (15.0%)
上海	2007年度	光明 (63.0%)	蒙牛 (25.5%)	伊利 (3.5%) 味全 (3.5%)
	2006年度	光明 (65.5%)	蒙牛 (28.0%)	伊利 (4.0%)

普段よく購入する牛乳ブランド(MA)

* 2006年度は、最近半年間の購入銘柄、2007年度は最近1ヶ月の購入銘柄を聴取

		光明	蒙牛	伊利	味全	妙士	三元	三島	三鹿	全佳	維維天山雪	均瑶	夏進	大旺	物美	万德妙	田園	Par malat	Nes tle	David	Dim ondale	Pauls	Fra ervey	heaw	Pre sidents	grou ntersy	MEI JI	Anchor	
%																													
北京	2007年度	49.5	97.0	83.0	14.0	2.5	58.0	3.0	14.5	0.5	1.5	-	2.0	-	1.5	0.5	/	5.5	14.0	3.0	1.0	1.5	2.0	1.0	3.5	3.0	2.0	1.5	
	2006年度	44.0	93.5	73.0	/	3.5	52.0	1.0	13.5	0.5	-	1.5	3.5	-	/	/	-	8.0	13.0	-	-	-	-	-	0.5	/	/	/	
上海	2007年度	91.0	79.5	59.5	37.0	6.0	3.5	8.0	3.0	8.0	5.0	4.5	-	0.5	-	0.5	/	2.5	16.5	1.0	2.0	2.0	0.5	0.5	1.0	2.0	7.5	-	
	2006年度	97.0	82.5	38.0	/	10.0	7.5	14.5	6.5	18.0	9.5	17.5	0.5	-	/	/	-	3.0	20.0	-	-	0.5	-	0.5	1.0	/	/	/	

■ 最も多い
■ 2番目に多い
■ 3番目に多い

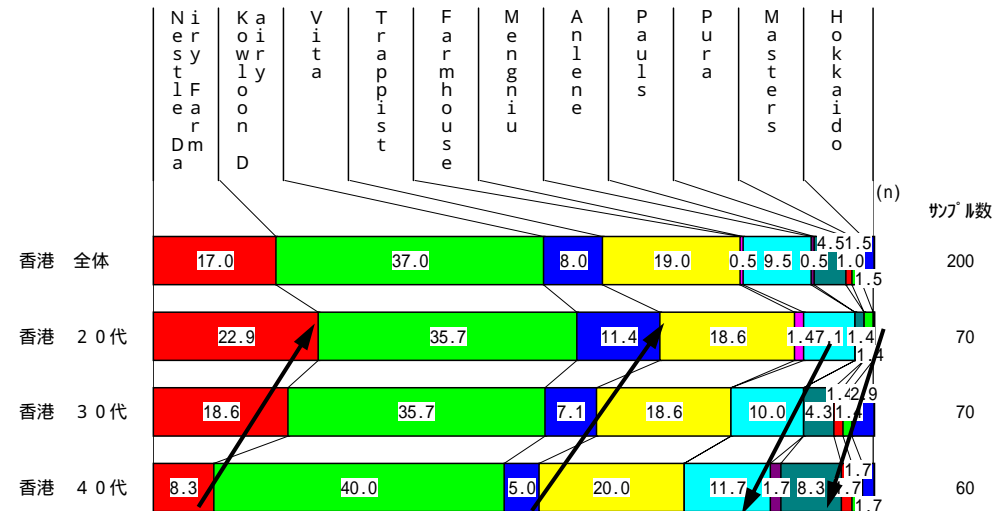
購入する牛乳のブランド 【香港】

- 最近1ヶ月の購入経験を見ると、香港では「Kowloon Dairy(67.0%)」、「Nestle Dairy Farm(47.0%)」、「Trappist(44.5%)」がTOP3。
- 最近1ヶ月の最頻購入では、「Kowloon Dairy(37.0%)」、「Trappist(19.0%)」、「Nestle Dairy Farm(17.0%)」がTOP3。
- 最近1ヶ月の最頻購入を年代別に見ると、年代が上がるにつれ「Nestle Dairy Farm」「Vita」の割合が下がり、特に40代では「Nestle Dairy Farm」は8.3%と他の年代よりも10ポイント以上低い。一方、「Megniu」「Pauls」は年代が上がるにつれ割合が上がる傾向が見られた。

%	最近1ヶ月の 購入経験	最近1ヶ月の 最頻購入
	香港	
雀巢牛奶公司 (Nestle Dairy Farm)	47.0	17.0
維記牛奶 (Kowloon Dairy)	67.0	37.0
維他 (Vita)	17.0	8.0
十字牌 (Trappist)	44.5	19.0
天純 (Farmhouse)	2.5	0.5
首選牌 (First Choice)	1.0	-
農場牛奶 (Farm Milk)	1.0	-
蒙牛 (Mengniu)	31.5	9.5
伊利 (Yili)	3.5	-
子母 (Dutch Lady)	4.5	-
安怡 (Anlene)	5.5	0.5
安佳/Anchor	0.5	-
保利 (Paul's)	13.5	4.5
Pura	6.0	1.0
澳洲寶萊 (Masters)	5.0	1.5
北海道 (Hokkaido)	7.5	1.5
その他国産	0.5	-
その他輸入品 (日本)	-	-
その他輸入品 (豪州)	-	-
その他輸入品 (日本と豪州以外)	-	-

■ 最も多い
■ 2番目に多い
■ 3番目に多い
■ 最も多い
■ 2番目に多い
■ 3番目に多い

Q19-1 牛乳ブランド：最近1ヶ月の最頻購入（香港）（SA）



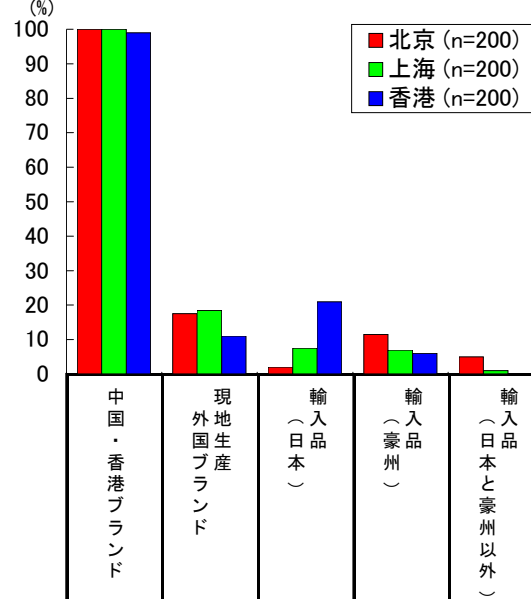
* 回答があったブランドのみ表示

購入する牛乳のブランド

生産地別

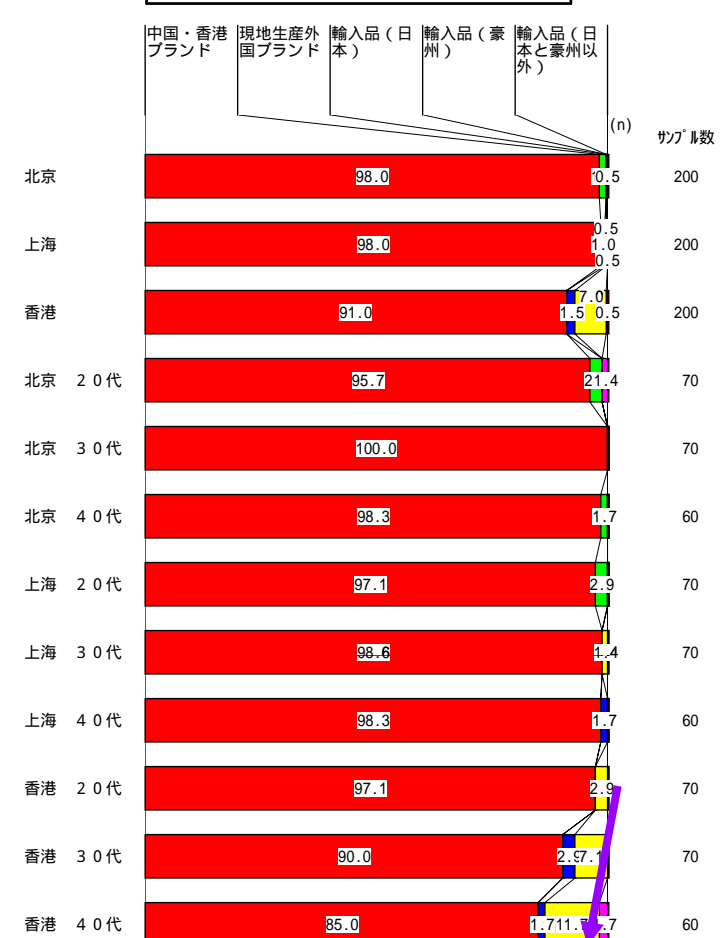
- 最近1ヶ月の購入を見ると、いずれの都市でも「中国・香港ブランド」がほぼ100%。最近1ヶ月の最頻購入を見ても「中国・香港ブランド」が9割以上と圧倒的に多い。
- 最近1ヶ月の購入を見ると、香港では、他の2都市と比べ「輸入品(日本)」の購入が多い。
- 最近1ヶ月の最頻購入では、香港は年代が上がるにつれ、「輸入品(日本)」を飲む人が多くなる傾向にあった。

Q19 牛乳産地：最近一ヶ月の購入経験(MA)



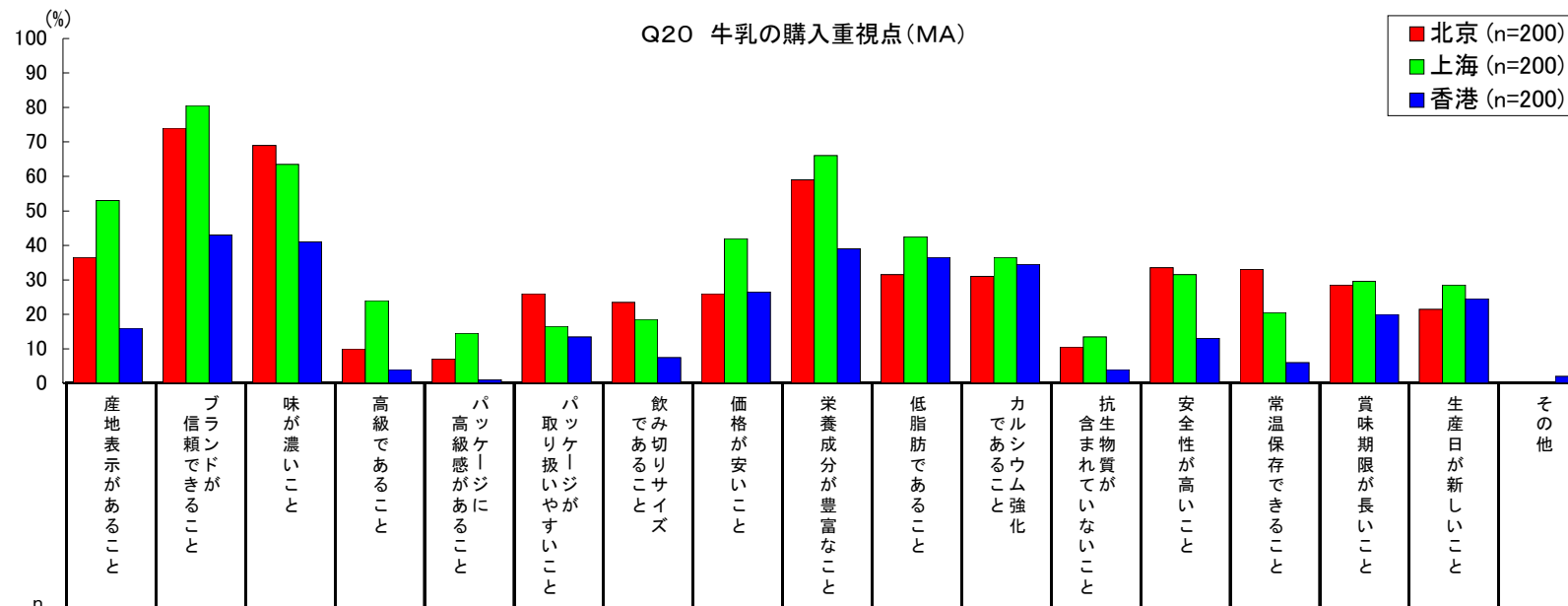
都市		全体	n	中国・香港ブランド	現地生産外国ブランド	輸入品(日本)	輸入品(豪州)	輸入品(日本と豪州以外)
北京	全体	200	200	100.0	17.5	2.0	11.5	5.0
	年代別	20代	70	100.0	21.4	1.4	15.7	11.4
		30代	70	100.0	8.6	1.4	4.3	1.4
		40代	60	100.0	23.3	3.3	15.0	1.7
上海	全体	200	200	100.0	18.5	7.5	7.0	1.0
	年代別	20代	70	100.0	21.4	8.6	7.1	1.4
		30代	70	100.0	22.9	5.7	8.6	-
		40代	60	100.0	10.0	8.3	5.0	1.7
香港	全体	200	200	99.0	11.0	21.0	6.0	-
	年代別	20代	70	100.0	2.9	12.9	2.9	-
		30代	70	98.6	17.1	25.7	7.1	-
		40代	60	98.3	13.3	25.0	8.3	-

*Q19 牛乳産地：最近一ヶ月の最頻購入(SA)



牛乳の購入重視点

- いずれの都市でも、「ブランドが信頼できること」が一番高く、次いで「味が濃いこと」「栄養成分が豊富なこと」の比率が高い。また、「低脂肪であること」「カルシウム強化であること」を重視する人は3都市とも30%以上いた。
- 上海では「産地表示があること」「価格が安いこと」の比率が他の都市よりも高い。
- 北京・上海では、「安全性が高いこと」の比率が30%を超えているが、「抗生物質が含まれていないこと」に関しては10%台と低い。
- 年代別に見ると、香港では30代で「味が濃いこと」、40代で「産地表示があること」「栄養成分が豊富なこと」がより高かった。



		(%)	n	産地表示があること	ブランドが信頼できること	味が濃いこと	高級であること	パッケージに高級感があること	パッケージが取り扱いやすいこと	飲み切りサイズであること	価格が安いこと	栄養成分が豊富なこと	低脂肪であること	カルシウム強化であること	抗生物質が含まれていないこと	安全性が高いこと	常温保存できること	賞味期限が長いこと	生産日が新しいこと	その他
北京	全体	200	36.5	74.0	69.0	10.0	7.0	26.0	23.5	26.0	59.0	31.5	31.0	10.5	33.5	33.0	28.5	21.5	-	
	20代	70	34.3	82.9	71.4	7.1	7.1	35.7	25.7	21.4	60.0	32.9	25.7	17.1	32.9	31.4	24.3	24.3	-	
	30代	70	42.9	70.0	70.0	11.4	4.3	24.3	22.9	32.9	61.4	31.4	40.0	8.6	32.9	37.1	34.3	15.7	-	
	40代	60	31.7	68.3	65.0	11.7	10.0	16.7	21.7	23.3	55.0	30.0	26.7	5.0	35.0	30.0	26.7	25.0	-	
上海	全体	200	53.0	80.5	63.5	24.0	14.5	16.5	18.5	42.0	66.0	42.5	36.5	13.5	31.5	20.5	29.5	28.5	-	
	20代	70	54.3	87.1	61.4	27.1	10.0	15.7	17.1	38.6	65.7	38.6	31.4	11.4	32.9	20.0	22.9	31.4	-	
	30代	70	54.3	75.7	68.6	18.6	18.6	21.4	21.4	40.0	60.0	47.1	42.9	15.7	24.3	22.9	34.3	25.7	-	
	40代	60	50.0	78.3	60.0	26.7	15.0	11.7	16.7	48.3	73.3	41.7	35.0	13.3	38.3	18.3	31.7	28.3	-	
香港	全体	200	16.0	43.0	41.0	4.0	1.0	13.5	7.5	26.5	39.0	36.5	34.5	4.0	13.0	6.0	20.0	24.5	2.0	
	20代	70	2.9	41.4	37.1	2.9	2.9	18.6	5.7	25.7	30.0	30.0	25.7	1.4	10.0	2.9	18.6	18.6	-	
	30代	70	18.6	42.9	54.3	2.9	-	10.0	5.7	25.7	34.3	38.6	37.1	5.7	14.3	7.1	21.4	28.6	2.9	
	40代	60	28.3	45.0	30.0	6.7	-	11.7	11.7	28.3	55.0	41.7	41.7	5.0	15.0	8.3	20.0	26.7	3.3	

■ 70%以上
■ 50%以上
■ 30%以上

牛乳の購入重視点

2006年度との比較

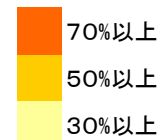
- 2006年度と比較すると、「ブランドが信頼できること」「味が濃いこと(2006年度は「味」)」「栄養成分が豊富なこと」「安全性」はほぼ横ばい。
- 2006年度では2都市とも7~8割と一番多かった「賞味期限」が、2007年度では「賞味期限が長いこと」「生産日が新しいこと」はそれぞれ2~3割程度だった。
- 2006年度では「常温保存できること」が北京79.0%、上海56.0%と高かったが、2007年度は北京33.0%、上海20.5%とそれぞれ下がった。

2006年度

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

2007年度

%	北京	上海
産地表示があること	36.5	53.0
ブランドが信頼できること	74.0	80.5
味が濃いこと	69.0	63.5
高級であること	10.0	24.0
パッケージに高級感があること	7.0	14.5
パッケージが取り扱いやすいこと	26.0	16.5
飲み切りサイズであること	23.5	18.5
価格が安いこと	26.0	42.0
栄養成分が豊富なこと	59.0	66.0
低脂肪であること	31.5	42.5
カルシウム強化であること	31.0	36.5
抗生物質が含まれていないこと	10.5	13.5
安全性が高いこと	33.5	31.5
常温保存できること	33.0	20.5
賞味期限が長いこと	28.5	29.5
生産日が新しいこと	21.5	28.5
その他	-	-

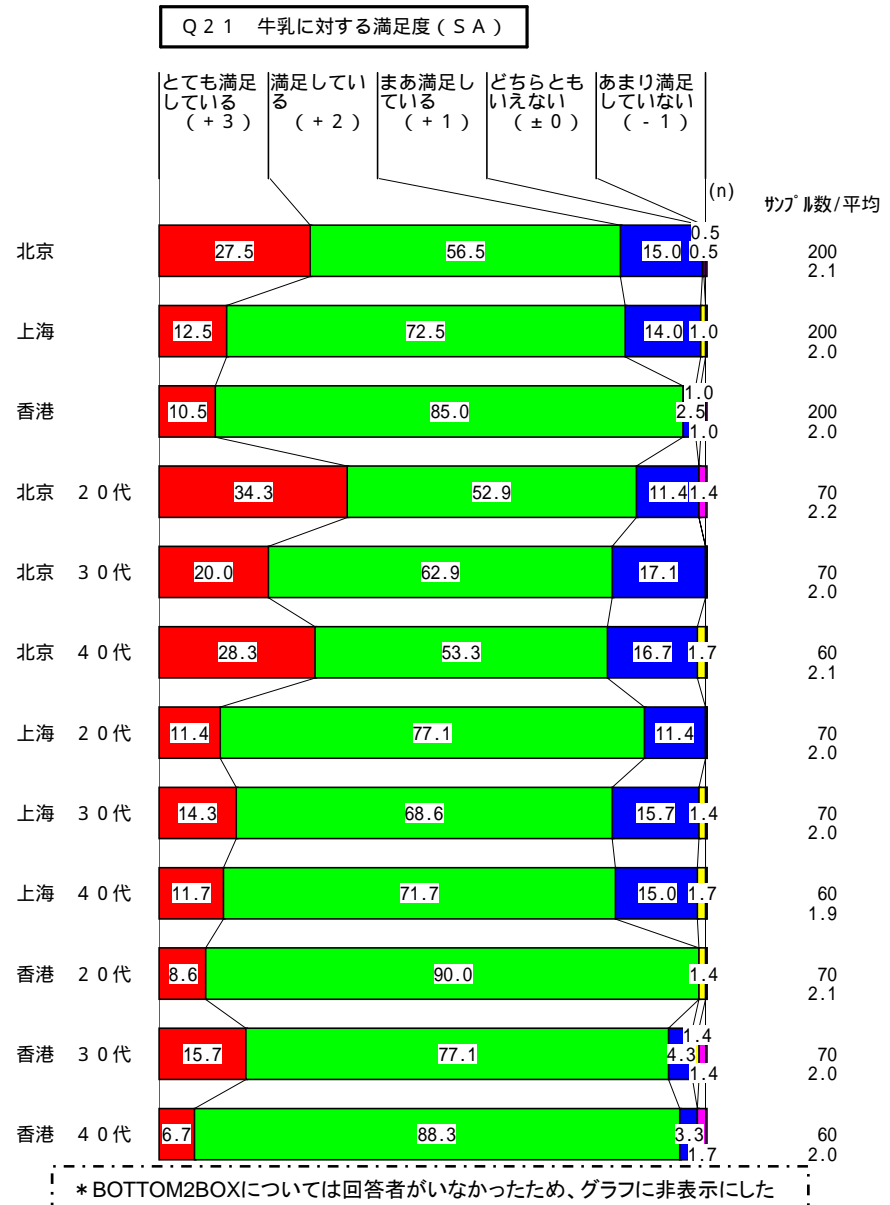


日ごろ飲んでいる牛乳に対する満足度・不満の理由

- 3都市とも平均値は2.0~2.1で、日ごろ飲んでいる牛乳には基本的に満足している
- 香港のTOP2BOXの割合は95.5%と北京(84.0%)・上海(85.0%)より10ポイントほど高い。
- 北京のTOPBOXは全体・年代別とも他の都市よりも10ポイント以上高い。
- 年代別に見ると北京20代のTOPBOXが他の年代よりも高め。上海・香港では年代別での大きな違いはなかった。

不満の理由

- ・牛乳の濃厚さが足りない
- ・賞味期限が切れた商品があった



日ごろ飲んでいる牛乳に対する満足度

2006年度との比較

- 2006年度と比較すると、北京・上海ともに満足度はかなり上がった。
- 平均値では、北京で1.5から2.1、上海で1.8から2.0と上昇しており、TOP2BOXも北京で55.5%から84.0%、上海で70.0%から85.0%にそれぞれ上昇している。

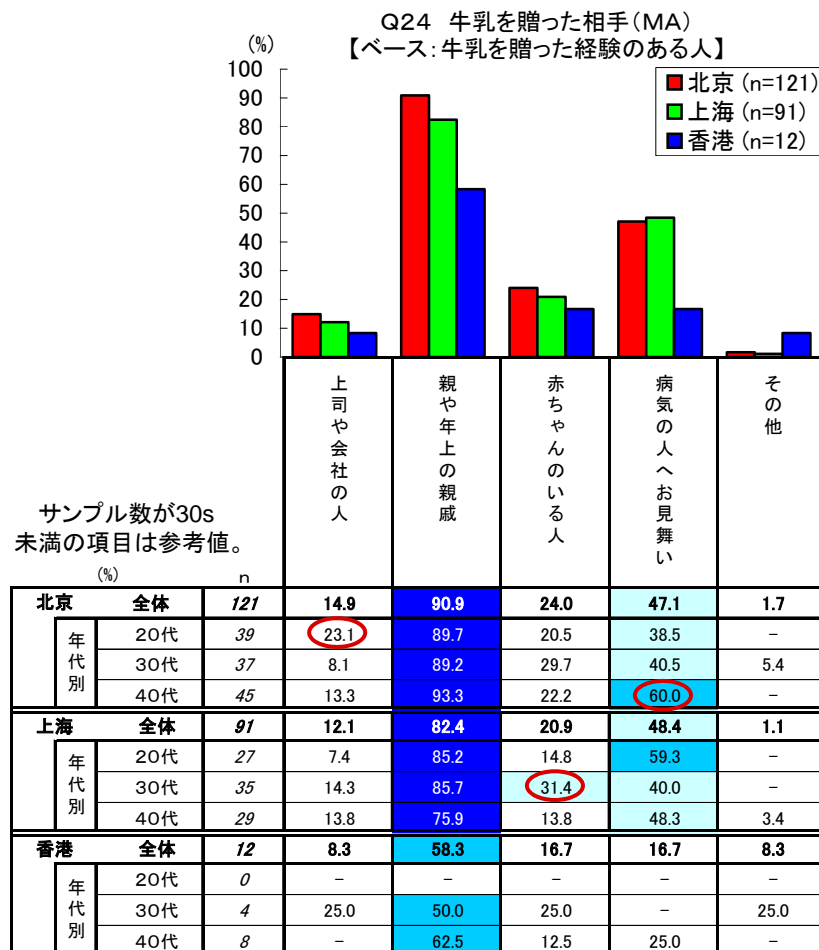
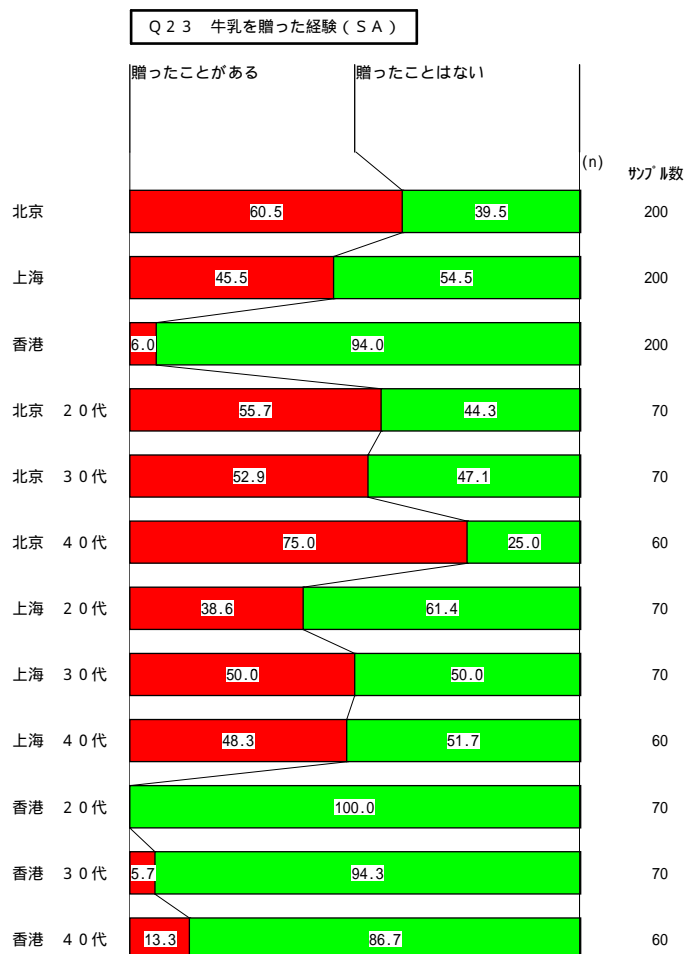
牛乳に対する満足度(SA)


		(%)	n	とても満足 (+3)	満足している (+2)	まあ満足 (+1)	どちらでもない (0)	あまり満足 していない (-1)	満足していない (-2)	全然満足 していない (-3)	平均
北京	2007年度		200	27.5	56.5	15.0	0.5	0.5	-	-	2.1
	2006年度		200	10.0	45.5	34.0	10.0	0.5	-	-	1.5
上海	2007年度		200	12.5	72.5	14.0	1.0	-	-	-	2.0
	2006年度		200	17.0	53.0	20.0	9.5	0.5	-	-	1.8

牛乳の贈答経験と牛乳を贈った相手

- 牛乳の贈答経験を都市別に見ると、北京が60.5%と一番高く、次いで上海が45.5%。香港に関しては6.0%と低く、他の2都市ほどは牛乳を贈る習慣は定着していない。
- 年代別に見ると、北京の40代が75.0%と圧倒的に多い。上海や香港では30代・40代の贈答経験は20代よりもやや高め。香港の20代では贈答経験は0%だった。

- 贈った相手を都市別にみると、北京・上海では「親や年上の親戚」が8割以上、次いで「病気の人へのお見舞い」が5割程度。香港では、「親や年上の親戚」が6割程度で、他の人は全て20%未満。
- 年代別に見ると、北京では40代で「病気の人へのお見舞い」、20代で「上司や会社の人」が他の年代よりも高め。上海では、30代で「赤ちゃんのいる人」他の年代よりも高い。



- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

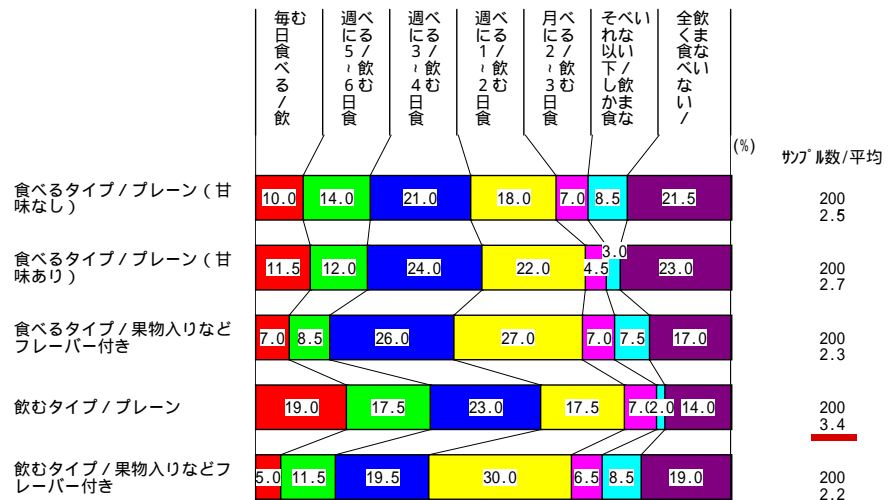
ヨーグルトの飲食頻度 都市別

- 北京では、「飲むタイプ/プレーン」が平均で週に3.4回と一番多く飲まれている。
- 上海では、「食べるタイプ/プレーン(甘味なし)」が平均で週に3.4回と一番多く飲まれている。
- 香港では、「食べるタイプ/果物入りなどフレーバー付き」が平均で週に1.4回と一番多く飲まれている。

(注) 中国では甘味なしのプレーンヨーグルトはあまり売られていないが、現地の消費者が甘味ありの原味を糖分などほかの成分が含まれていないことと認識しているためと考えられる。

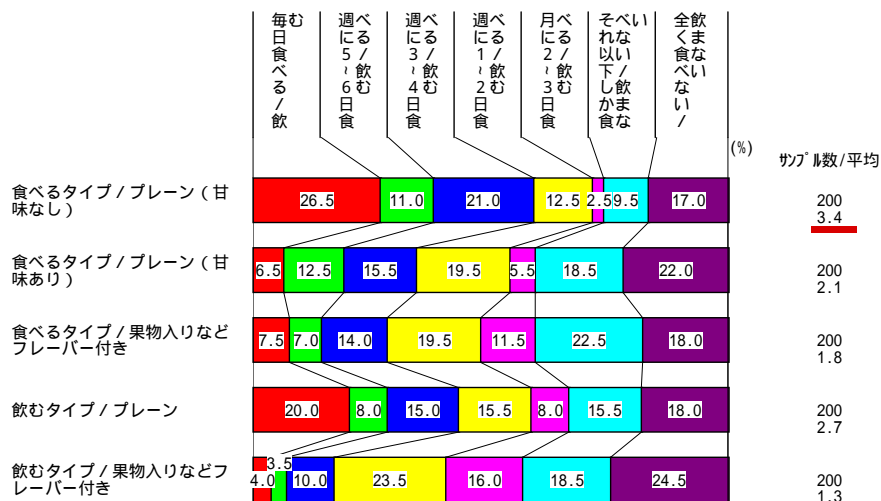
Q 2 5 ヨーグルトの飲食頻度 (S A)

LAYER1:都市 0001:北京



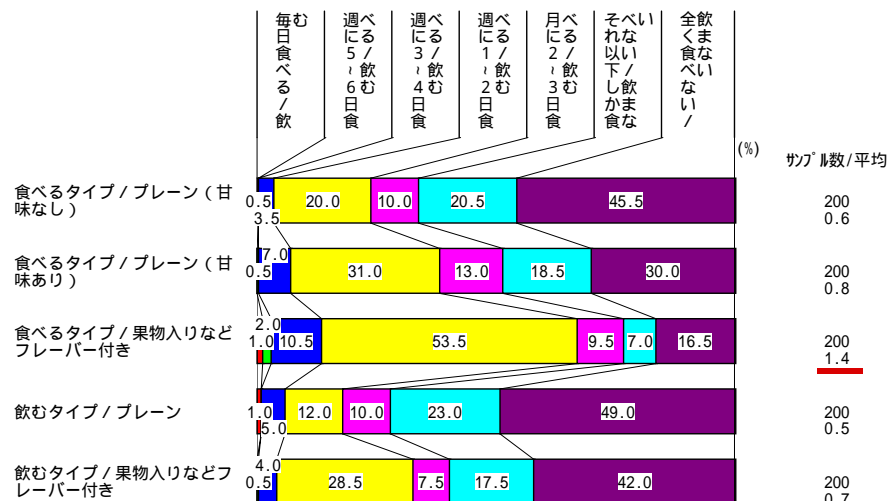
Q 2 5 ヨーグルトの飲食頻度 (S A)

LAYER1:都市 0002:上海



Q 2 5 ヨーグルトの飲食頻度 (S A)

LAYER1:都市 0003:香港



ヨーグルトの飲食頻度

食べるタイプ/プレーン(甘味なし)・食べるタイプ/プレーン(甘味あり)

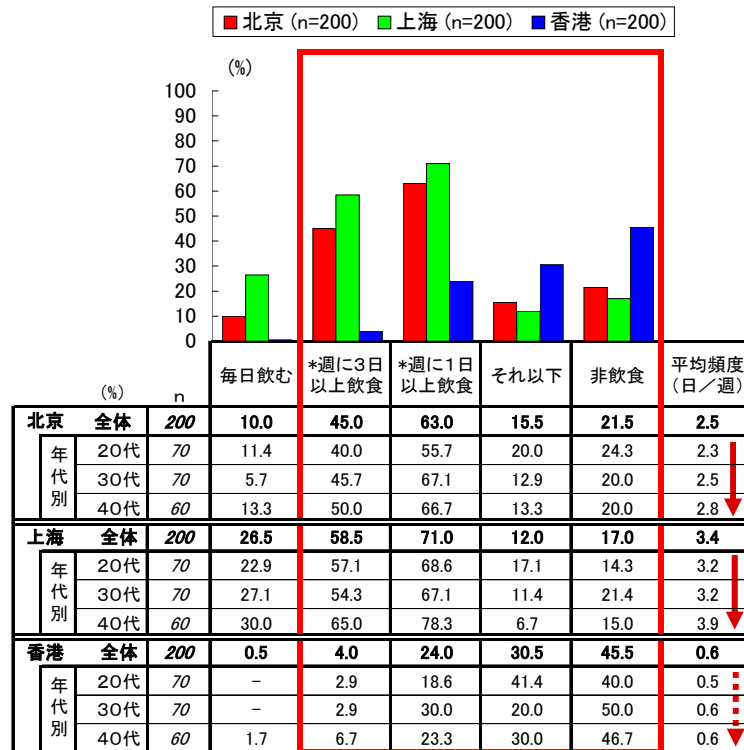
<食べるタイプ/プレーン(甘味なし)>

- 「毎日飲食」の人は、北京で10.0%、上海で26.5%と高め、香港で0.5%。
- 「週に1日以上食べる」人は、北京(63.0%)、上海(71.0%)、香港(24.0%)。
- 「全く飲まない・食べない」人は、北京(21.5%)、上海(17.0%)、香港(45.5%)。
- 週あたりの平均飲食頻度を見ると、北京(2.5)、上海(3.4)、香港(0.6)。
- 年代別に見ると、3都市とも年代が上がるにつれ、週あたりの平均飲食頻度が高くなる。

<食べるタイプ/プレーン(甘味あり)>

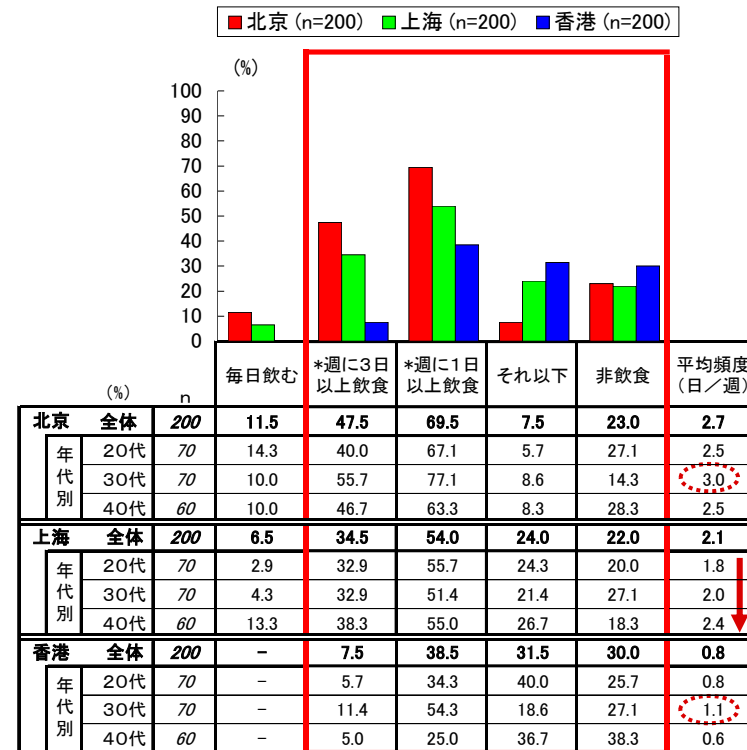
- 「毎日飲食」の人は、北京で11.5%、上海で6.5%、香港で0%。
- 「週に1日以上食べる」人は、北京で69.5%、上海で54.0%、香港で38.5%。
- 「全く飲まない・食べない」という人は、北京で23.0%、上海で22.0%、香港で30.0%。
- 週あたりの平均飲食頻度を見ると、北京(2.7)、上海(2.1)、香港(0.8)。
- 年代別に見ると、上海では年代が上がるにつれ週あたりの平均飲食頻度が高くなる。北京・香港では30代の平均飲食頻度が若干高め。

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)
食べるタイプ/プレーン(甘味なし)



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)
食べるタイプ/プレーン(甘味あり)



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

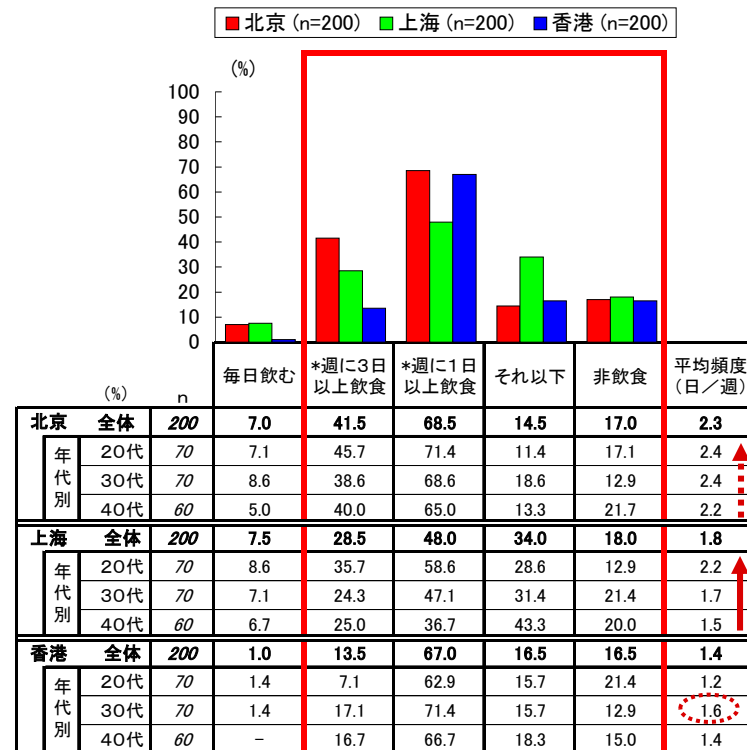
ヨーグルトの飲食頻度

食べるタイプ / 果物入りなどフレーバー付き

<食べるタイプ / 果物入りなどフレーバー付き>

- 「毎日飲食」の人は、北京で7.0%、上海で7.5%、香港で1.0%と少ない。
- 「週に1日以上食べる」人は、北京で68.5%、上海で48.0%、香港で67.0%。
- 「全く飲まない・食べない」という人は、北京で17.0%、上海で18.0%、香港で16.5%。
- 週あたりの平均飲食頻度を見ると、北京(2.3)、上海(1.8)、香港(1.4)。
- 年代別に見ると、北京・上海では年代が上がるにつれ週あたりの平均飲食頻度が低くなっている。香港では30代の平均飲食頻度が若干高め。

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)
食べるタイプ / 果物入りなどフレーバー付き



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブトータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブトータル

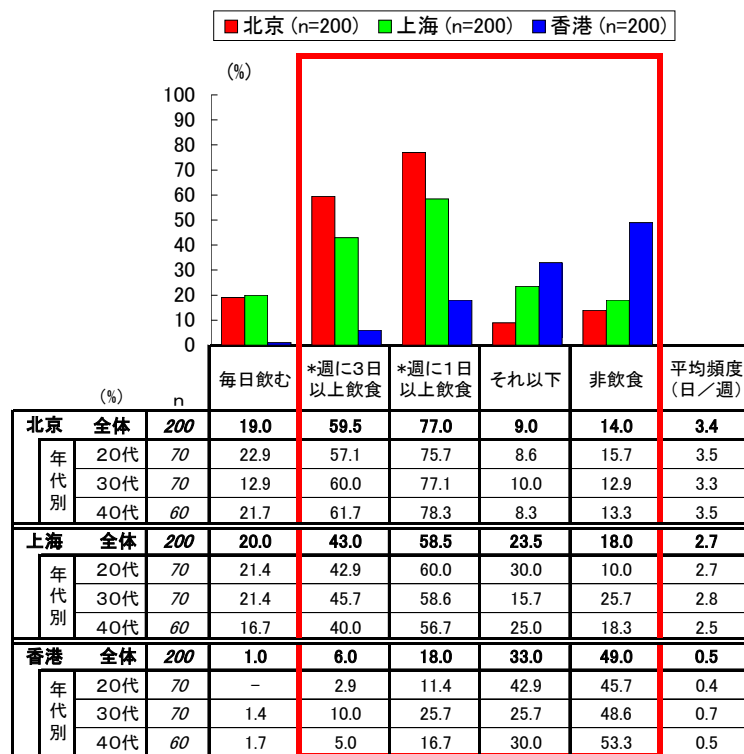
ヨーグルトの飲食頻度

飲むタイプ / プレーン・飲むタイプ / 果物入りなどフレーバー付き

<飲むタイプ / プレーン>

- 「毎日飲食」する人は、北京で19.0%、上海で20.0%と高め、香港で1.0%。
- 「週に1日以上飲食」する人は、北京で77.0%、上海で58.5%、香港で18.0%。
- 「全く飲まない・食べない」という人は、北京で14.0%、上海で18.0%、香港で49.0%。
- 週あたりの平均飲食頻度を見ると、北京(3.4)、上海(2.7)、香港(0.5)。
- 年代別に見ても顕著な傾向は見られない。

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)
飲むタイプ / プレーン

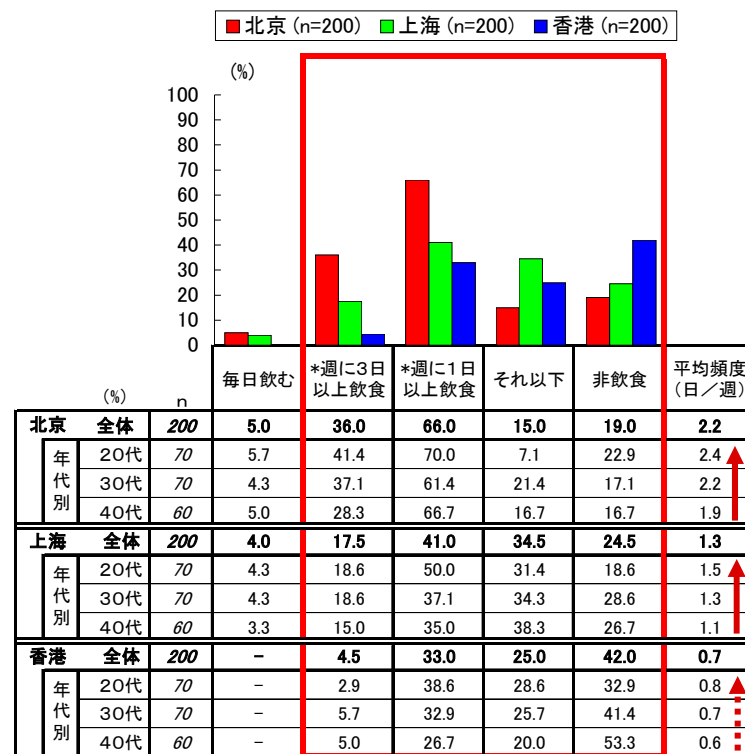


*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

<飲むタイプ / プレーン・果物入りなどフレーバー付き>

- 「毎日飲食」の人は、北京で5.0%、上海で4.0%、香港で0%と少ない。
- 「週に1日以上飲む人」は、北京で66.0%、上海で41.0%、香港で33.0%。
- 「全く飲まない・食べない」という人は、北京で19.0%、上海で24.5%、香港で42.0%。
- 週あたりの平均飲食頻度を見ると、北京(2.2)、上海(1.3)、香港(0.7)。
- 年代別に見ると、3都市とも年代が上がるにつれ週あたりの平均飲食頻度が低くなる。

Q25 ヨーグルトの飲食頻度(MA)
飲むタイプ / 果物入りなどフレーバー付き



*「週に3日以上飲む」は、「毎日飲む」と「週に3日以上飲む」のサブータル
「週に1日以上飲む」は、「毎日飲む」、「週に3日以上飲む」、「週に1日以上飲む」のサブータル

ヨーグルトの飲食頻度

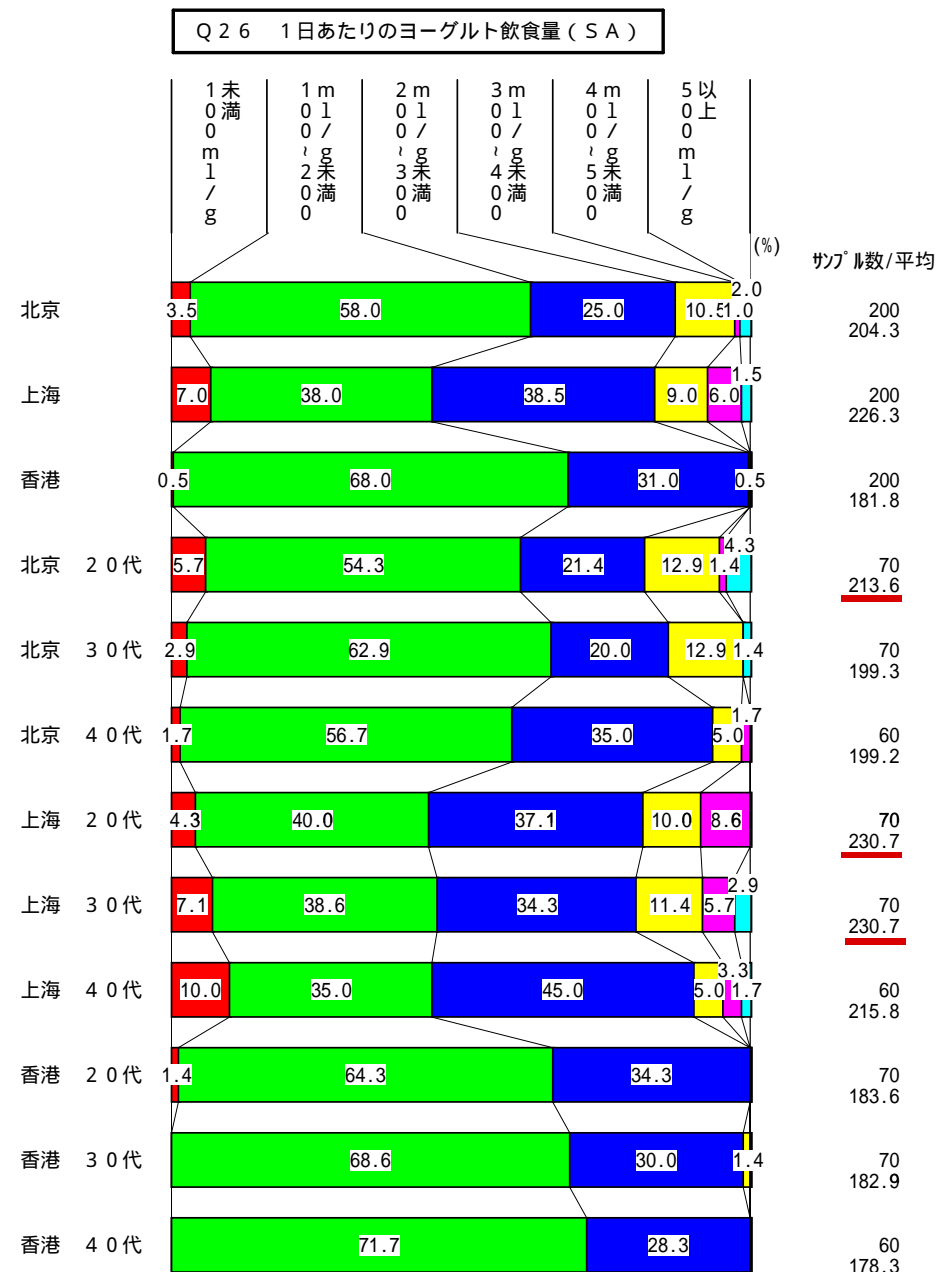
2006年度との比較

		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	それ以下	
		n		(%)					
北京	2007年度	食べる タイプ	プレーン(甘味なし)	200	2.5	10.0	45.0	63.0	15.5
			プレーン(甘味あり)	200	2.7	11.5	47.5	69.5	7.5
			果物入りなどフレーバー付き	200	2.3	7.0	41.5	68.5	14.5
		飲む タイプ	プレーン	200	3.4	19.0	59.5	77.0	9.0
			果物入りなどフレーバー付き	200	2.2	5.0	36.0	66.0	15.0
	2006年度			200	3.3	22.0	54.5	86.0	
上海	2007年度	食べる タイプ	プレーン(甘味なし)	200	3.4	26.5	58.5	71.0	12.0
			プレーン(甘味あり)	200	2.1	6.5	34.5	54.0	24.0
			果物入りなどフレーバー付き	200	1.8	7.5	28.5	48.0	34.0
		飲む タイプ	プレーン	200	2.7	20.0	43.0	58.5	23.5
			果物入りなどフレーバー付き	200	1.3	4.0	17.5	41.0	34.5
	2006年度			200	3.2	27.0	50.0	73.0	

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

ヨーグルトの1日飲食量

- 全体で見ると、100~200ml/g未満と回答した人が、北京で58.0%、香港で68.0%、上海では200~300ml/g未満が38.5%と最も多かった。
- 1日合計飲食量の平均は、3都市それぞれ北京(204.3ml/g)、上海(226.3ml/g)、香港(181.8ml/g)で、上海が一番多い。
- 1日合計飲食量の平均を年代別に見ると、北京では20代、上海では20代・30代が多く、若い人ほど多く食べている傾向が見られた。



ヨーグルトの1日飲食量

2006年度との比較

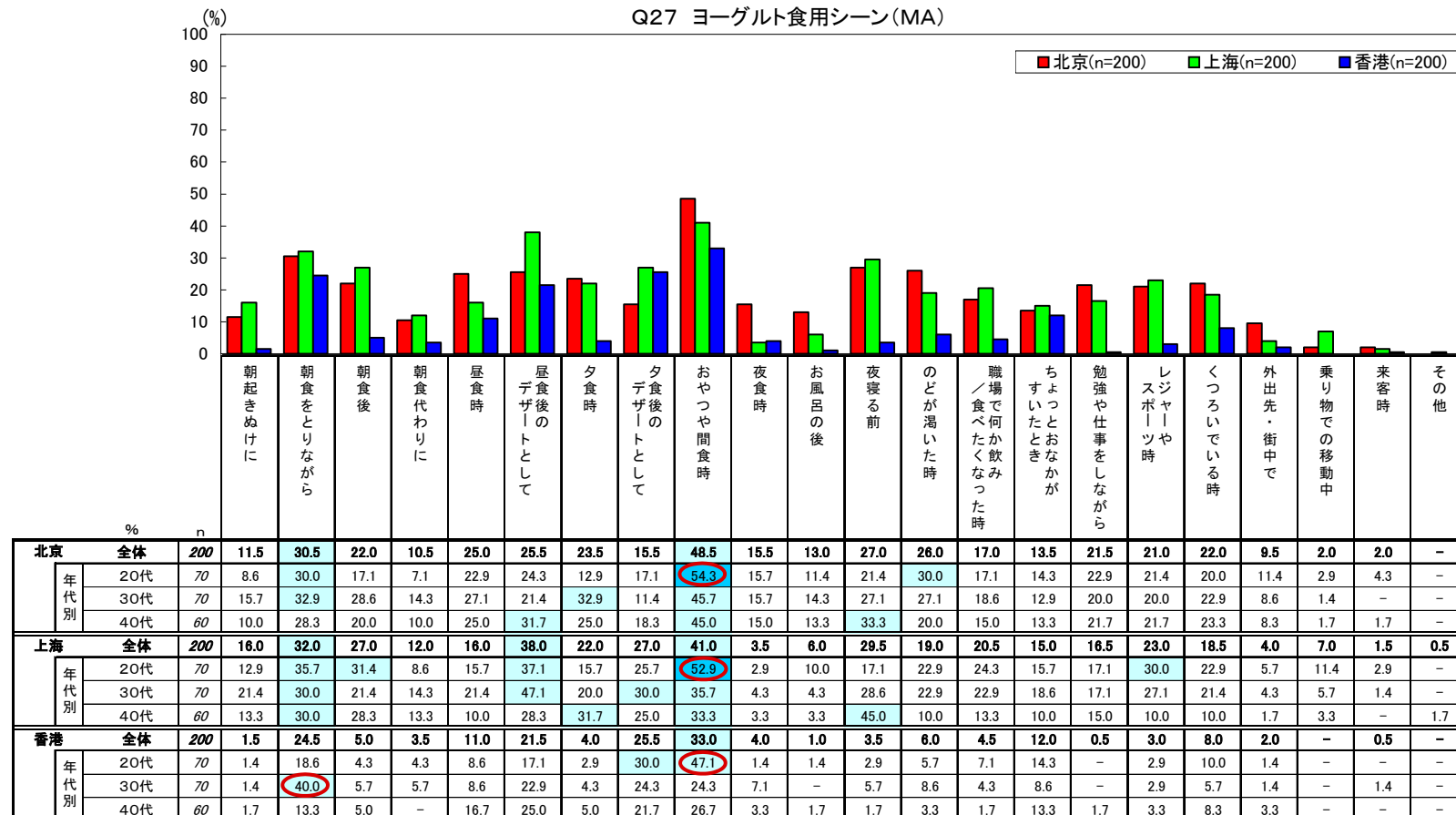
ヨーグルトの1日飲食量

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

		(ml/g)	n	1 0 0 ml / g 未 満	1 2 0 0 0 ml / g 未 満	2 3 0 0 0 ml / g 未 満	3 4 0 0 0 ml / g 未 満	4 5 0 0 0 ml / g 未 満	5 0 0 ml / g 以 上	1 日 平 均 飲 食 量
北京	2007年度	200	3.5	58.0	25.0	10.5	1.0	2.0	204.3	
	2006年度	191	7.9	73.8	13.6	2.1	2.1	0.5	172.0	
上海	2007年度	200	7.0	38.0	38.5	9.0	6.0	1.5	226.3	
	2006年度	168	22.6	54.8	13.7	3.0	1.8	4.2	178.3	

ヨーグルトの飲食シーン

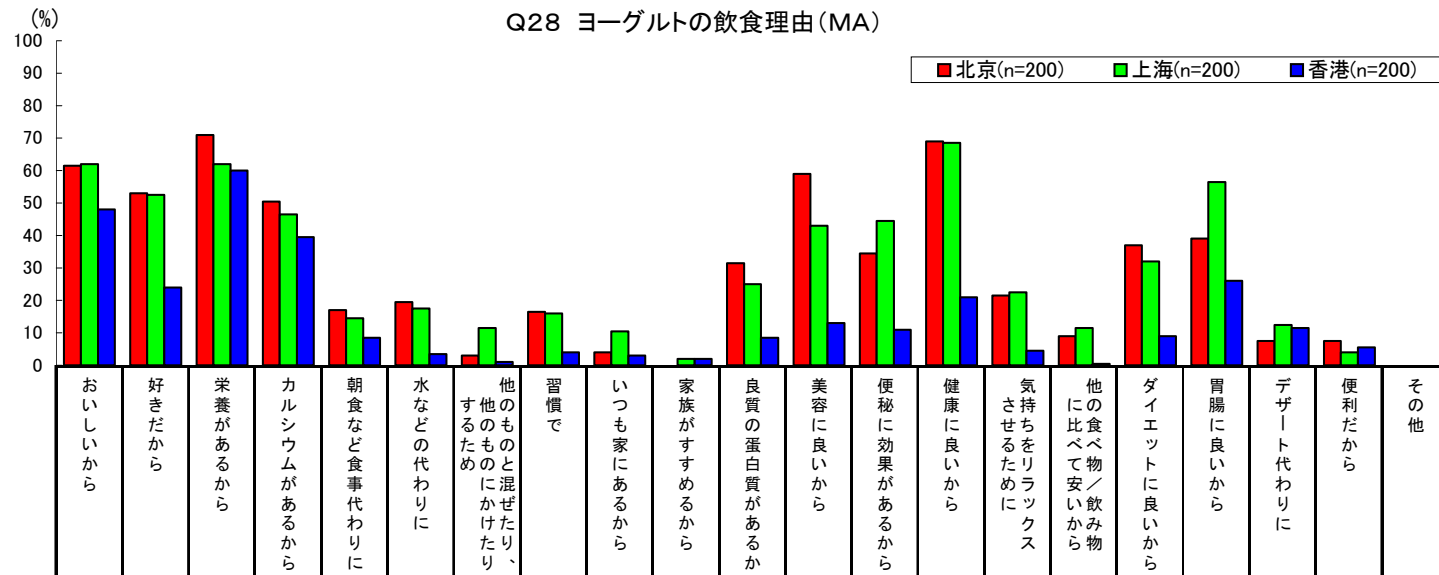
- 30%以上の回答があったシーンを都市別に見ると、北京では「おやつや間食時(48.5%)」、「朝食をとりながら(30.5%)」、上海では「おやつや間食時(41.0%)」、「昼食後のデザートとして(38.0%)」、「朝食をとりながら(32.0%)」、香港では「おやつや間食時(33.0%)」。
- 香港では朝は朝食時や昼食・夕食後、おやつ時など決まった時以外にはあまり飲んでいない。
- 北京・上海では朝食前後や夕食時以外にも、「夜寝る前」や「のどが渴いた時」など飲みたい時にいつでも気軽に飲んでいる様子。
- 年代別に見ると、「おやつや間食時」が北京の20代、上海の20代で他の年代よりも高め。
- 香港では、30代で「朝食をとりながら」、20代で「おやつや間食時」が他の年代よりも高め。



50%以上
30%以上

ヨーグルトの飲食理由

- 3都市とも「栄養があるから」「おいしいから」「カルシウムがあるから」の回答が多い。
- 北京・上海では、「健康に良いから」の回答が7割ほどなのに対し、香港では2割程度にとどまっている。「美容に良いから」「胃腸に良いから」「ダイエットに良いから」「便秘に効果があるから」「好きだから」なども同様に北京・上海に比べて香港では低め。
- 年代別に見ると、北京では40代で「カルシウムがあるから」の回答が他の年代よりも高め。
- 上海では、20代で「好きだから」、香港では20代で「おいしいから」、30代で「カルシウムがあるから」が他の年代よりも高め。



		%		理由																						
		n	北京	上海	香港	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、 するものにかいたり	習慣で	いつも家にあるから	家族がすすめるから	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	気持ちをリラックスさせるために	他の食べ物／飲み物に比べて安いから	ダイエットに良いから	胃腸に良いから	デザート代わりに	便利だから	その他
北京	全体	200	61.5	53.0	71.0	50.5	17.0	19.5	3.0	16.5	4.0	-	31.5	59.0	34.5	69.0	21.5	9.0	37.0	39.0	7.5	7.5	-	-	-	-
北京	年代別	20代	70	68.6	58.6	74.3	42.9	14.3	17.1	1.4	15.7	5.7	-	27.1	62.9	30.0	64.3	20.0	1.4	38.6	38.6	8.6	11.4	-	-	-
	30代	70	64.3	50.0	74.3	48.6	20.0	24.3	4.3	17.1	2.9	-	31.4	58.6	34.3	65.7	21.4	12.9	27.1	35.7	2.9	7.1	-	-	-	
	40代	60	50.0	50.0	63.3	61.7	16.7	16.7	3.3	16.7	3.3	-	36.7	55.0	40.0	78.3	23.3	13.3	46.7	43.3	11.7	3.3	-	-	-	
上海	全体	200	62.0	62.5	62.0	46.5	14.5	17.5	11.5	16.0	10.5	2.0	25.0	43.0	44.5	68.5	22.5	11.5	32.0	56.5	12.5	4.0	-	-	-	
上海	年代別	20代	70	65.7	62.9	57.1	42.9	17.1	17.1	11.4	14.3	11.4	2.9	18.6	47.1	47.1	64.3	31.4	11.4	37.1	57.1	14.3	2.9	-	-	
	30代	70	62.9	54.3	64.3	48.6	17.1	17.1	14.3	14.3	11.4	1.4	25.7	48.6	48.6	71.4	17.1	10.0	32.9	52.9	10.0	4.3	-	-		
	40代	60	56.7	38.3	65.0	48.3	8.3	18.3	8.3	20.0	8.3	1.7	31.7	31.7	36.7	70.0	18.3	13.3	25.0	60.0	13.3	5.0	-	-		
香港	全体	200	48.0	24.0	60.0	39.5	8.5	3.5	1.0	4.0	3.0	2.0	8.5	13.0	11.0	21.0	4.5	0.5	9.0	26.0	11.5	5.5	-	-		
香港	年代別	20代	70	62.9	28.6	57.1	32.9	14.3	2.9	1.4	2.9	2.9	1.4	2.9	12.9	4.3	15.7	2.9	-	8.6	15.7	7.1	4.3	-		
	30代	70	44.3	28.6	62.9	51.4	8.6	4.3	1.4	4.3	4.3	1.4	12.9	17.1	15.7	25.7	5.7	1.4	10.0	30.0	10.0	5.7	-			
	40代	60	35.0	13.3	60.0	33.3	1.7	3.3	-	5.0	1.7	3.3	10.0	8.3	13.3	21.7	5.0	-	8.3	33.3	18.3	6.7	-			

70%以上
50%以上
30%以上

ヨーグルトの飲食理由

2006年度との比較

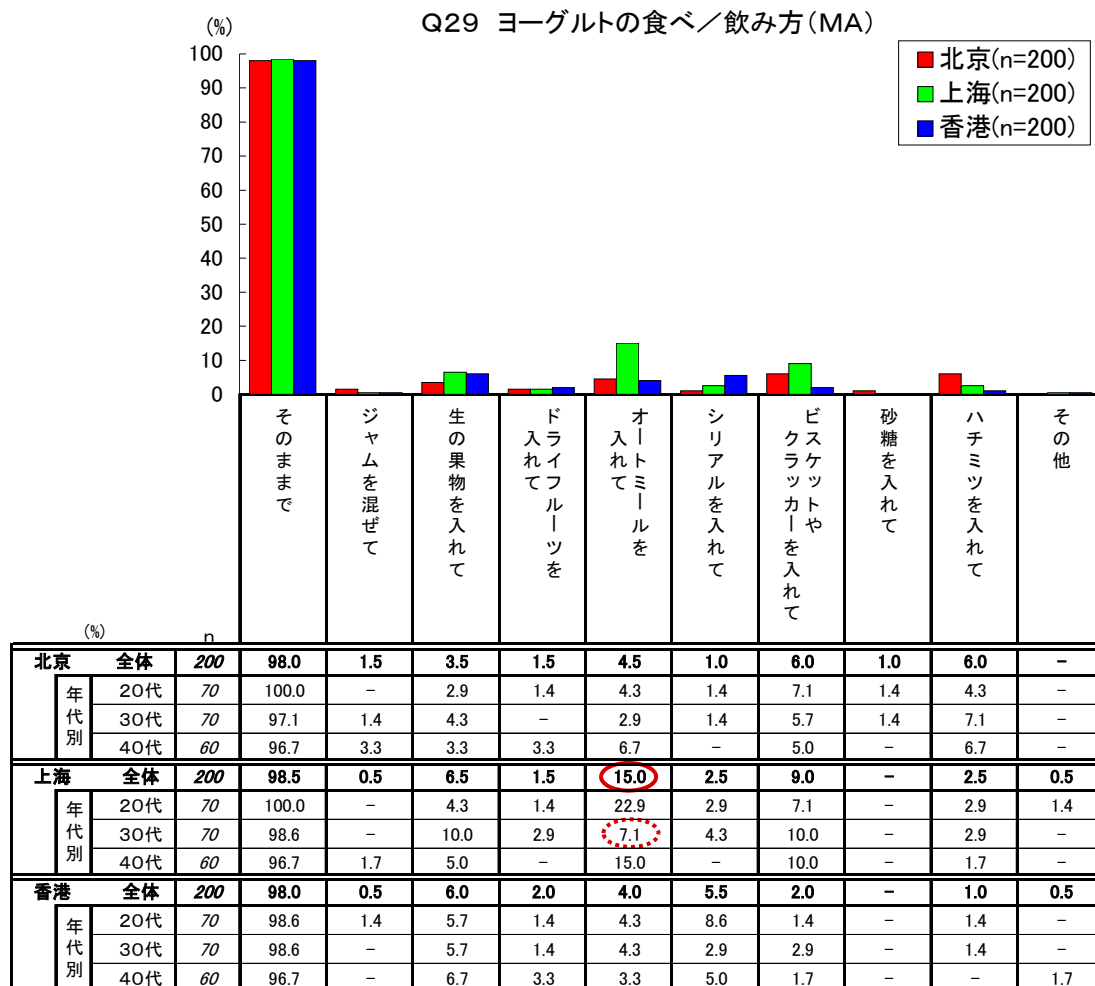
		(%)	n	おいしいから	好きだから	栄養があるから	カルシウムがあるから	朝食など食事代わりに	水などの代わりに	他のものと混ぜたり、 他のものにかけてたり するため	習慣で	いつも家にあるから	家族がすすめるから	良質の蛋白質があるから	美容に良いから	便秘に効果があるから	健康に良いから	気持ちをリラックス させるために	他の食べ物／飲み物 に比べて安いから
北京	2007年度	200	61.5	53.0	71.0	50.5	17.0	19.5	3.0	16.5	4.0	-	31.5	59.0	34.5	69.0	21.5	9.0	
	2006年度	191	52.9	42.9	63.9	46.1	7.3	8.4	2.1	8.9	4.7	-	20.9	46.6	18.8	55.5	5.2	-	
上海	2007年度	200	62.0	52.5	62.0	46.5	14.5	17.5	11.5	16.0	10.5	2.0	25.0	43.0	44.5	68.5	22.5	11.5	
	2006年度	168	58.9	38.7	71.4	42.3	4.2	6.0	2.4	10.7	1.8	4.2	20.2	31.5	18.5	48.8	6.0	1.2	

		(%)	n	ダイエットに良いから	胃腸に良いから	デザート代わりに	便利だから	骨粗しょう症が 心配だから	ぐっすり眠るために	背が高くなりたから	医師など医療関係者 が勧めるから	その他
北京	2007年度	200	37.0	39.0	7.5	7.5	/	/	/	/	/	-
	2006年度	191	/	/	/	/	12.0	8.4	1.0	1.6	-	
上海	2007年度	200	32.0	56.5	12.5	4.0	/	/	/	/	/	-
	2006年度	168	/	/	/	/	21.4	8.3	-	-	3.0	

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

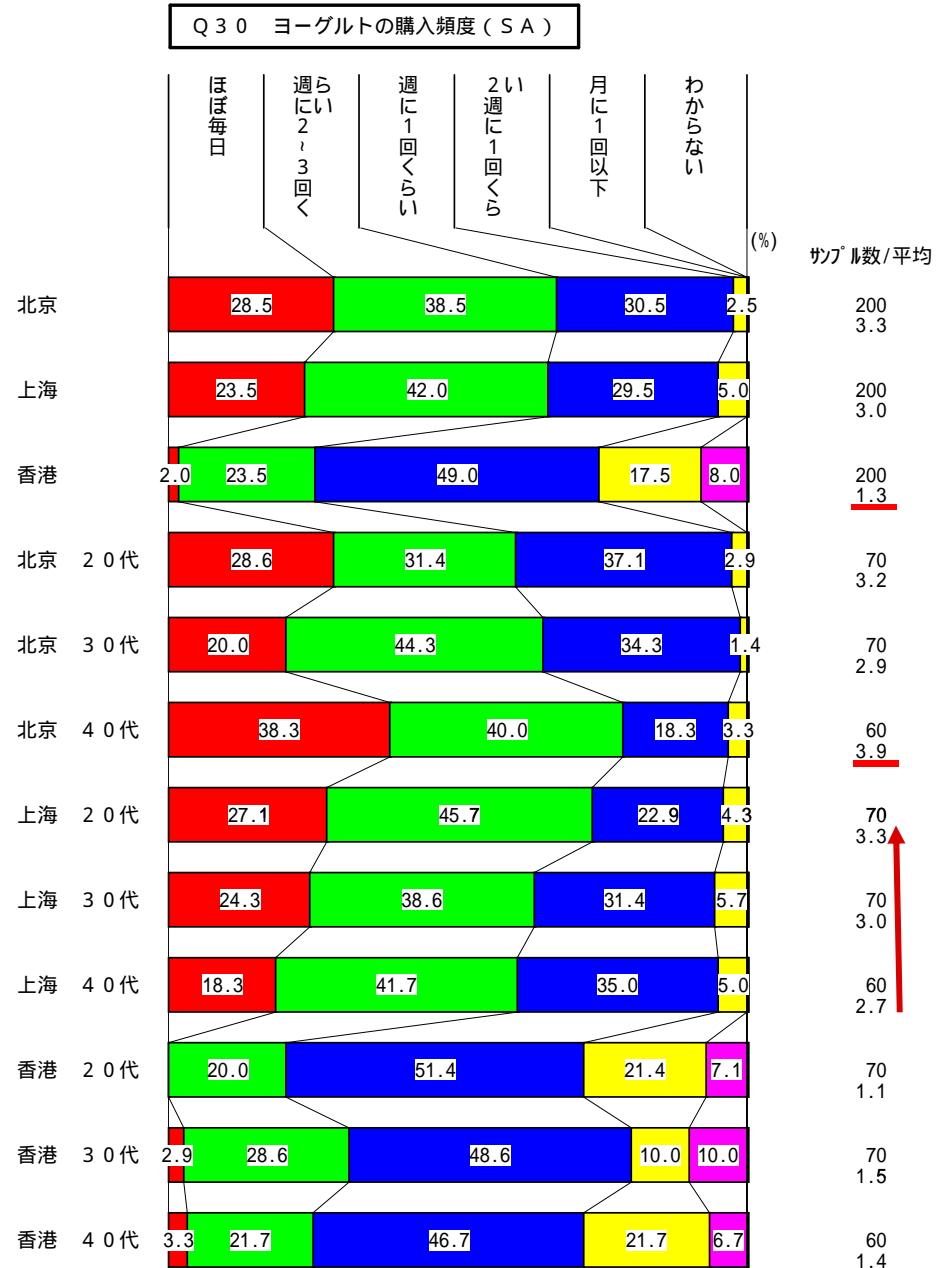
ヨーグルトの飲み方・食べ方

- 3都市とも「そのまま」飲む／食べる人が9割以上と多い。
- 上海では「オートミールを入れて」食べる人が15.0%で他の都市よりも若干高め。
- 年代別に見ると、上海で「オートミールを入れて」食べる人が30代で20代・40代よりも少ない。



ヨーグルトの購入頻度

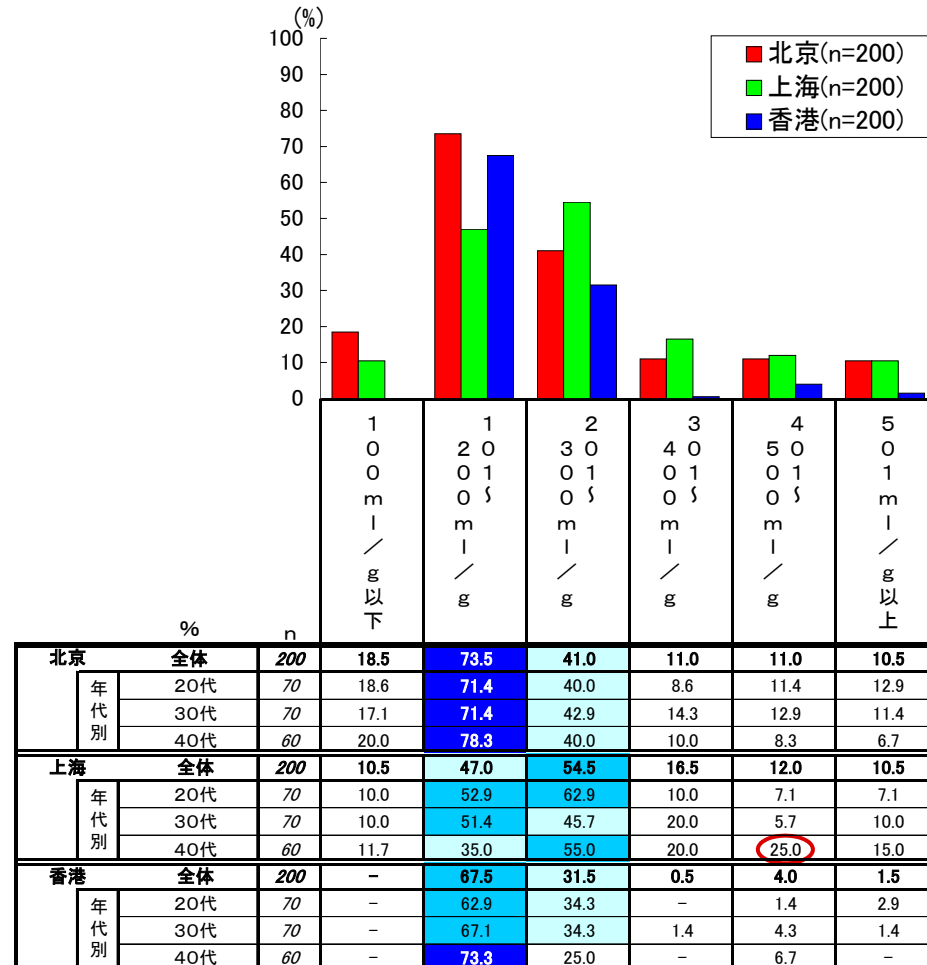
- 北京では、「週に2~3回くらい」購入する人が38.5%、次いで「週に1回くらい(30.5%)」「ほぼ毎日(28.5%)」。
- 上海では、「週に2~3回くらい」購入する人が42.0%、次いで「週に1回くらい(29.5%)」「ほぼ毎日(23.5%)」。北京の傾向とあまり違いがない。
- 香港では、「週に1回くらい(49.0%)」が一番多く、次いで「週に2~3回くらい(23.5%)」、「2週に一回くらい(17.5%)」と他の2都市に比べて購入頻度は低い。
- 週あたりの平均購入頻度を見ると、北京で3.3回/週、上海で3.0回/週、香港で1.3回/週。北京と上海と比べて香港は頻度が低め。
- 年代別に見ると、北京40代で、週あたり平均購入回数が3.9回と圧倒的に高い。上海では、年代が上がるにつれ、購入頻度が下がっている。香港では、30代・40代の購入頻度が20代よりも少々高め。



ヨーグルトの購入パッケージサイズ(MA)

- 日頃購入しているヨーグルトのパッケージサイズは、北京・香港では「101~200ml/g」、「201~300ml/g」の順で多い。香港では、この2サイズ以外はあまり購入されていない。
- 上海では「201~300ml/g」の方が「101~200ml/g」よりもやや多く購入されている。40代では、「401~500ml/g」を購入する人が他の年代よりも高め。

Q31 日頃購入しているヨーグルトのパッケージサイズ(MA)

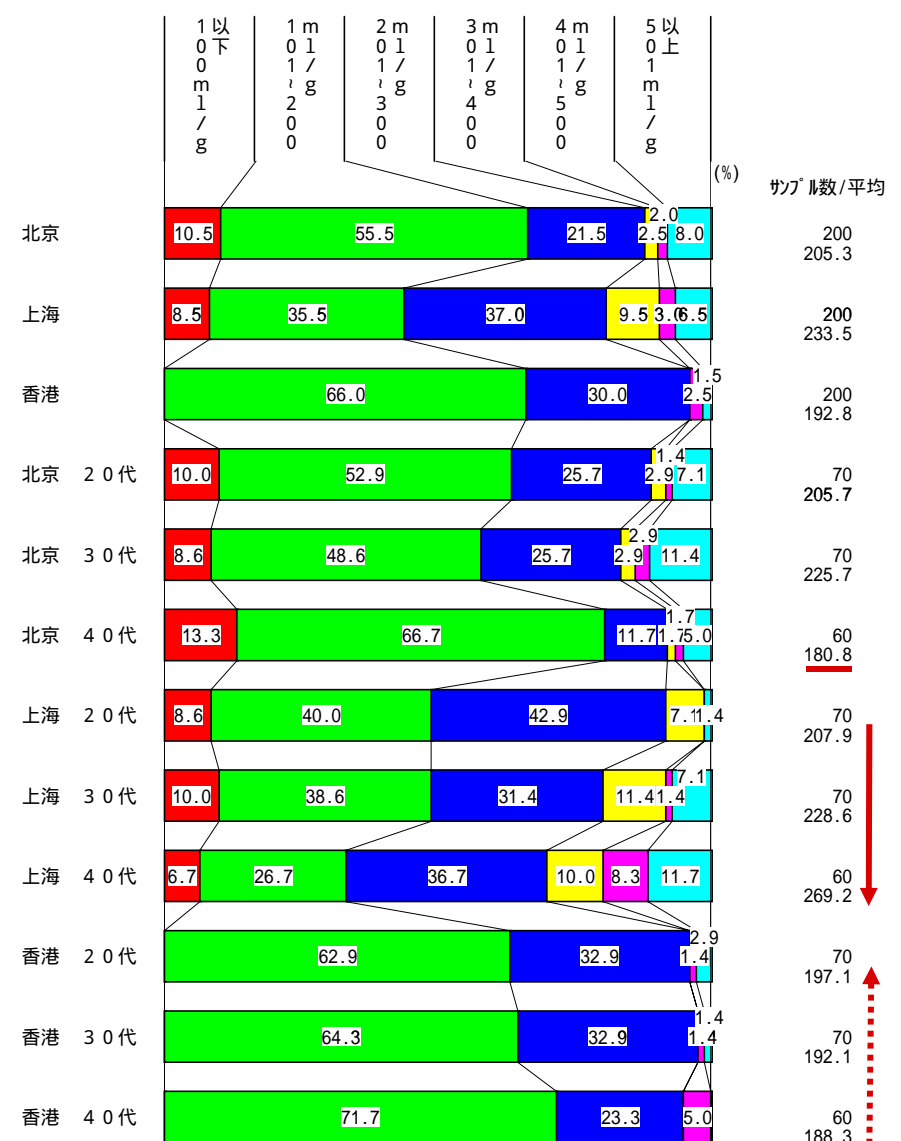


70%以上
50%以上
30%以上

ヨーグルトの購入パッケージサイズ(SA)

- 最も頻繁に購入しているヨーグルトのパッケージサイズは、北京では「101~200ml/g(55.5%)」が一番多く、次いで「201~300ml/g(21.5%)」。
- 上海では、「201~300ml/g(37.0%)」と「101~200ml/g(35.5%)」が大体同じくらい。
- 香港では、「101~200ml/g(66.0%)」、「201~300ml/g(30.0%)」で、この2サイズ以外はほとんど購入していない。これは普段購入しているサイズ(MA)の傾向と変わらない。
- 都市別平均サイズを見ると、北京で205.3ml/g、上海で233.5ml/g、香港で192.8ml/gと上海が一番大きいサイズを最も頻繁に購入している。
- 年代別に見ると、北京の40代の平均購入サイズが180.8ml/gと、他の年代よりも小さい。
上海では、年代が上がるにつれ、平均購入サイズが大きくなる傾向にある。
香港では、年代が上がるにつれ、平均購入サイズが小さくなる傾向があった。

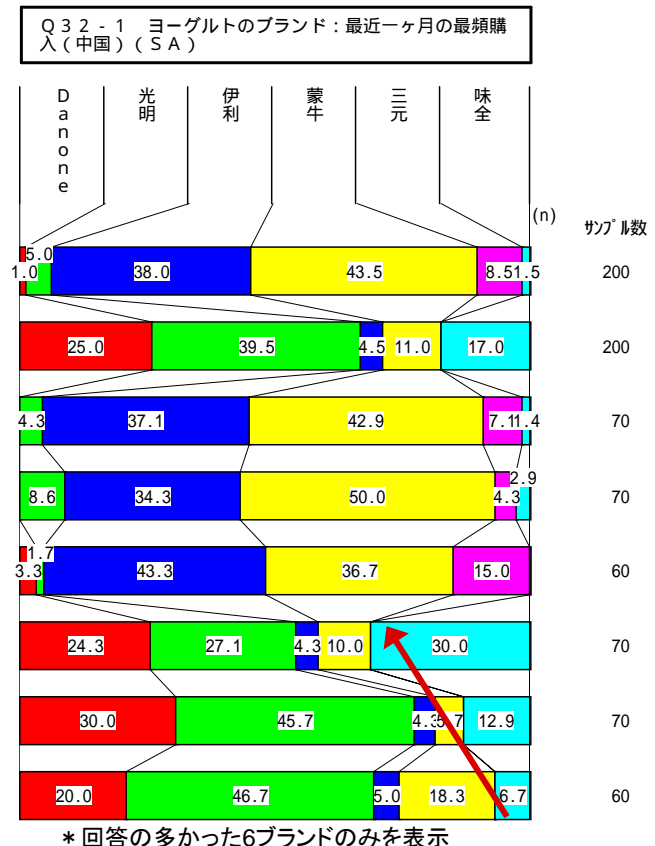
Q31-1 最頻購入ヨーグルトのパッケージサイズ(SA)



ヨーグルトの購入ブランド 【北京・上海】

- 最近1ヶ月の購入銘柄のTOP3を見ると、北京では「蒙牛」「伊利」「光明」、上海では「光明」「Danone」「蒙牛」。
- 最近1ヶ月の最頻購入銘柄を見ると、北京では「蒙牛(43.5%)」、「伊利(38.0%)」の2ブランドが強い。最近1ヶ月の購入銘柄で3位の「光明」は、最頻購入では5.0%にとどまっている。
上海では「光明(39.5%)」「Danone(25.0%)」、「味全(17.0%)」がTOP3。最近1ヶ月の購入銘柄で3位の「蒙牛(45.0%)」は、最頻購入では11.0%にとどまっている。
- 最頻購入銘柄を年代別に見ると、上海では若いほど「味全」を多く買っている。また20代の「光明」の購入が他の年代よりも少なく、40代の「蒙牛」の購入が多め。

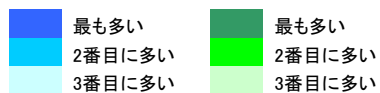
%	最近1ヶ月の 購入経験		最近1ヶ月の 最頻購入	
	北京 n=200	上海 n=200	北京	上海
Danone	12.0	61.5	1.0	25.0
光明	46.5	80.0	5.0	39.5
伊利	83.5	39.0	38.0	4.5
蒙牛	84.0	45.0	43.5	11.0
妙士	6.5	9.5	0.5	0.5
全佳	1.5	6.5	-	1.0
三元	44.5	2.5	8.5	-
三島	-	1.0	-	-
維維天山雪	-	3.0	-	-
味全	7.0	38.5	1.5	17.0
喜臨門	0.5	0.5	0.5	-
巨強	-	-	-	-
悦家	-	1.5	-	-
三鹿	8.5	3.0	1.0	-
夏進	-	-	-	-
優格	1.0	3.5	-	-
聖雪	2.5	0.5	-	-
藏秘靈菇	0.5	1.0	-	0.5
Pauls	-	1.5	-	-
Divine	1.5	-	0.5	-
Ehrmann	-	0.5	-	-
PASCUAL	0.5	0.5	-	-
MEIJI	1.0	5.0	-	0.5
Bulla	0.5	1.0	-	-
Shrmann	1.0	-	-	-
Elle&Vice	-	1.0	-	-
その他国産	-	0.5	-	0.5
その他輸入品(日本)	-	-	-	-
その他輸入品(日本以外)	-	-	-	-



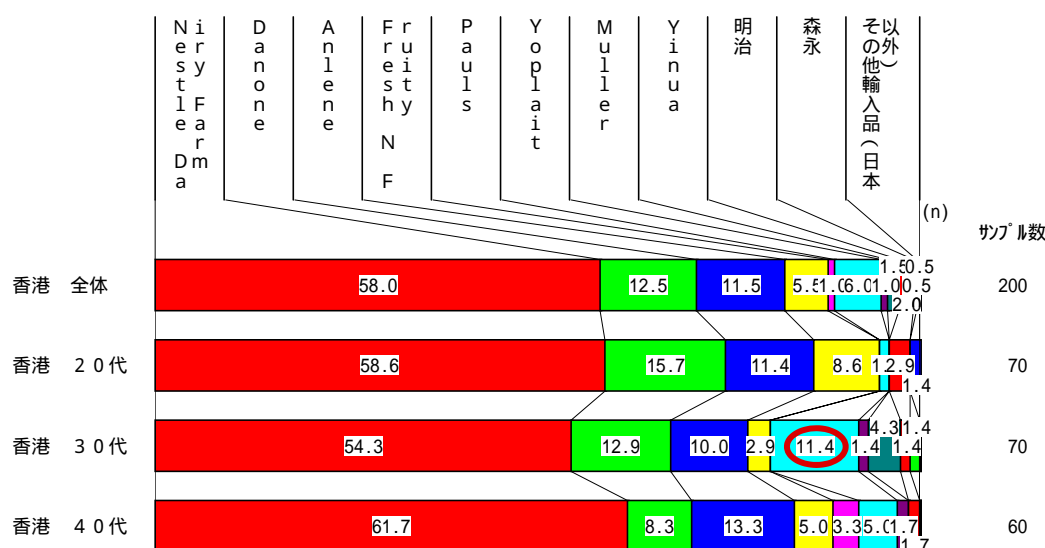
ヨーグルトの購入ブランド 【香港】

- 最近1ヶ月の購入銘柄のTOP3は、「Nestle Daily farm」が76.0%と圧倒的に多く、次いで「Anlene(25.0%)」「Danone(22.5%)」。
- 最近1ヶ月の最頻購入銘柄でも、「Nestle Daily farm」が58.0%と2位の「Danone(12.5%)」、3位の「Anlene(11.5%)」を引き離している。
- 年代別に見ると、最頻購入銘柄では30代で「Yoplait」が11.4%と他の年代よりも高め。

%	最近1ヶ月の	
	購入経験	最頻購入
香港n=200		
雀巢牛奶公司 (Nestle Dairy Farm)	76.0	58.0
達能 (Danone)	22.5	12.5
安怡 (Anlene)	25.0	11.5
鮮果酪 (Fresh N Fruity)	15.0	5.5
保利 (Paul's)	4.5	1.0
優沛蕾 (Yoplait)	8.5	6.0
梅勒 (Muller)	2.5	1.0
光明 (Yinua)	3.0	1.5
明治 (Meiji)	9.5	2.0
チチヤス(Chichiyasu)	-	-
オハヨー(Ohayo)	0.5	-
森永 (Morinaga)	1.0	0.5
その他国産	-	-
その他輸入品(日本)	0.5	-
その他輸入品(日本以外)	1.5	0.5



Q32-1 ヨーグルトのブランド：最近1ヶ月の最頻購入（香港）（SA）



* 回答があったブランドのみ表示

ヨーグルトの購入ブランド

【2006年度との比較】

最近1ヶ月で最もよく購入するヨーグルトブランド(SA)

		第1位	第2位	第3位
北京	2007年度	蒙牛 (43.5%)	伊利 (38.0%)	三元 (8.5%)
	2006年度	蒙牛 (42.6%)	伊利 (22.1%)	三元 (12.1%)
上海	2007年度	光明 (39.5%)	Danone (25.0%)	味全 (17.0%)
	2006年度	Danone (43.5%)	光明(29.2%)	味全 (11.9%)

普段よく購入するヨーグルトブランド(MA)

2006年度は、ヨーグルト飲食者ベース
2007年度は、全数ベース(週一回以上ヨーグルト飲食)

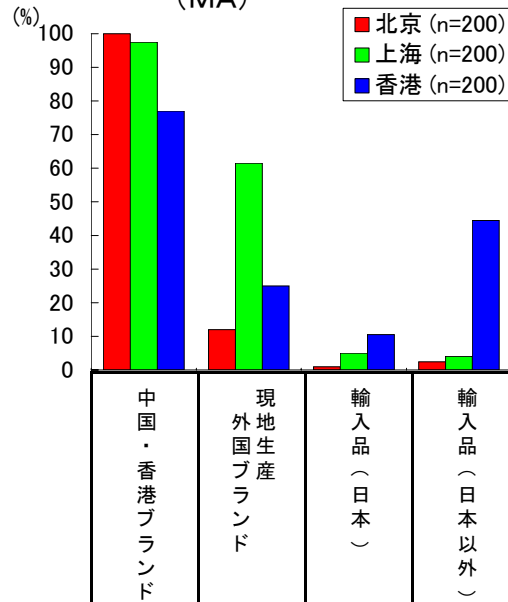
		%	n	Danone	光明	伊利	蒙牛	妙士	全佳	三元	三島	維維天山雪	味全	喜臨門	巨強	悦家	三鹿	夏進	優格	聖雪	藏秘靈菇	Pauls	Divine	Ehrmann	PASCUAL	MEIJI	Bullia	Shrman	Elle & Vice	その他国産	その他輸入品(日本)	その他輸入品(日本以外)
北京	2007年度	200	12.0	46.5	83.5	84.0	6.5	1.5	44.5	-	-	7.0	0.5	-	-	8.5	-	1.0	2.5	0.5	-	1.5	-	0.5	1.0	0.5	1.0	-	-	-	-	
	2006年度	191	6.8	47.1	63.4	78.0	4.2	-	49.2	1.6	1.0	18.8	-	0.5	-	18.3	2.1	5.2	5.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
上海	2007年度	200	61.5	80.0	39.0	45.0	9.5	6.5	2.5	1.0	3.0	38.5	0.5	-	1.5	3.0	-	3.5	0.5	1.0	1.5	-	0.5	0.5	5.0	1.0	-	1.0	0.5	-	-	
	2006年度	168	73.8	72.6	20.8	42.3	14.3	6.5	2.4	5.4	3.0	31.0	1.2	1.2	1.8	3.0	-	1.8	1.2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

■ 最も多い
■ 2番目に多い
■ 3番目に多い

ヨーグルトの購入ブランド 産地別

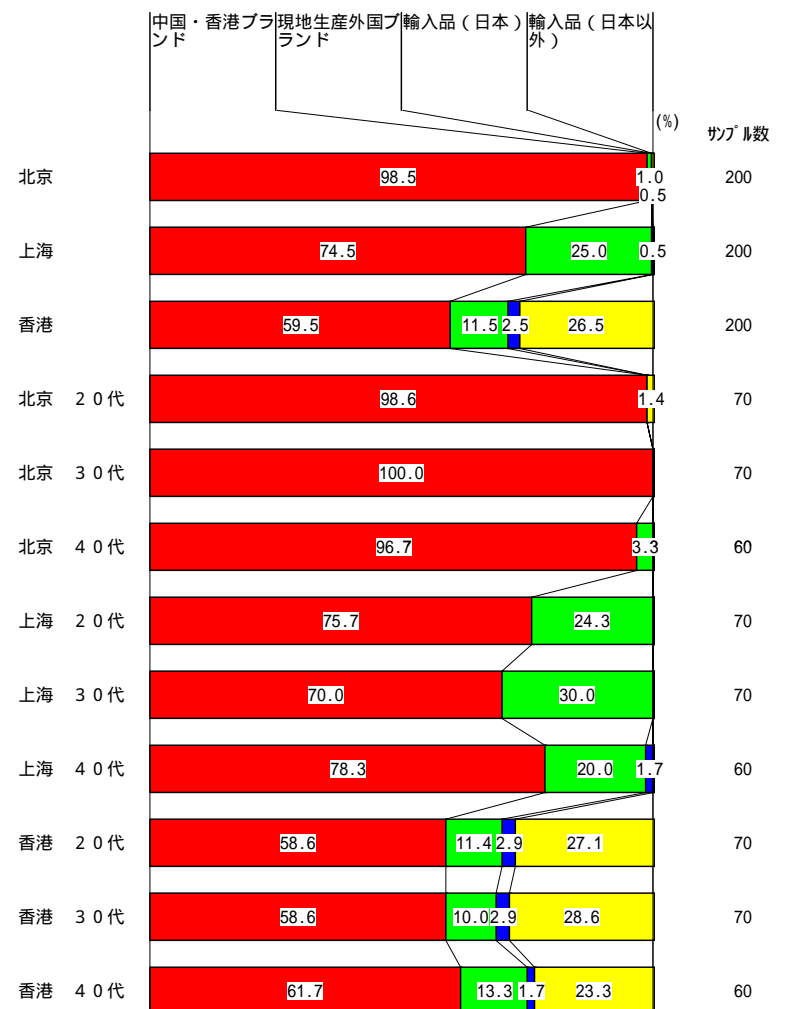
- 最近1ヶ月の購入経験を産地別に見ると、北京・上海では、外国のヨーグルトはほとんど購入していない。
- 香港では、輸入品の購入も多い。
- 年齢別に見ても、大きな違いは見られなかった。

Q32 ヨーグルト産地：最近一ヶ月の購入経験 (MA)



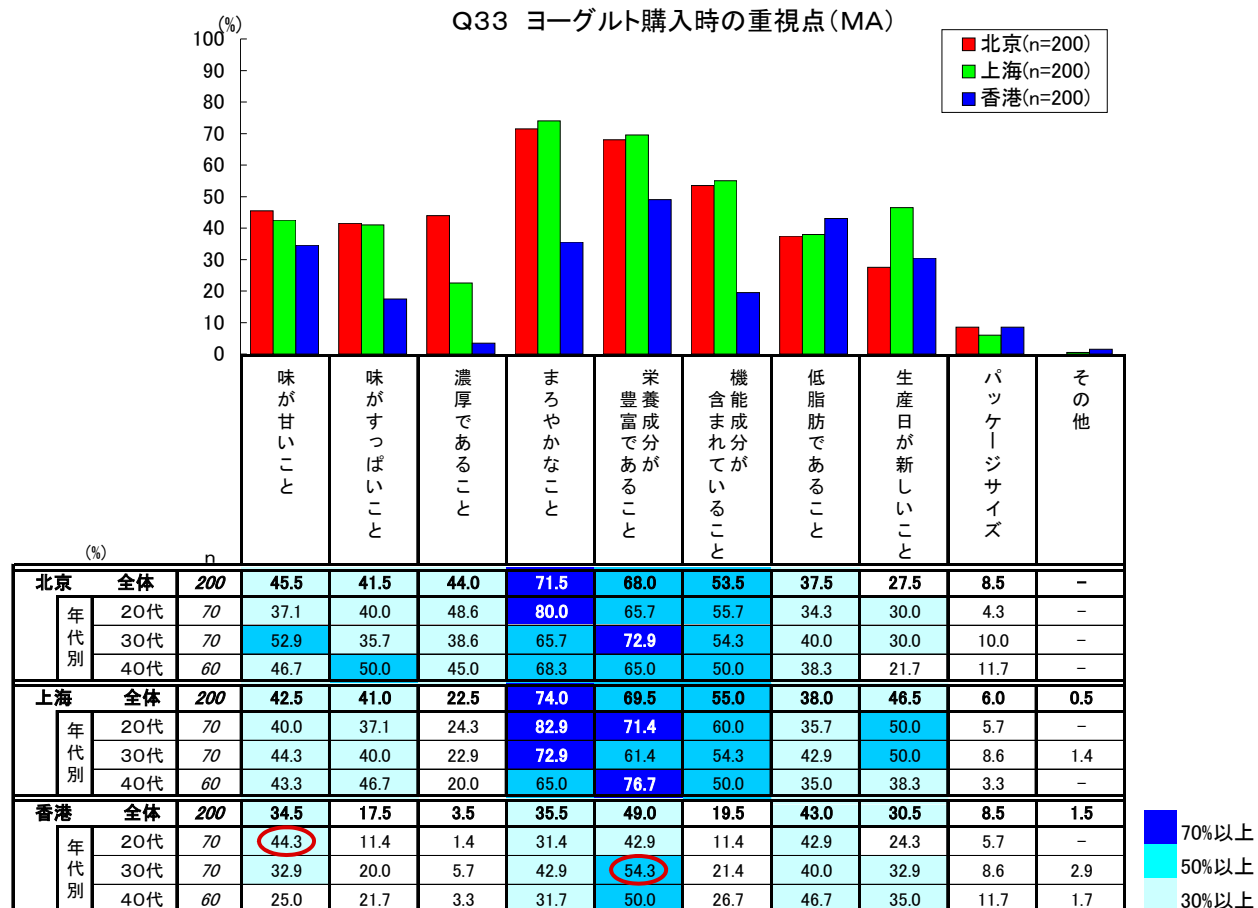
		(%)	n	中国・香港ブランド	現外国生産ブランド	輸入品(日本)	輸入品(日本以外)
北京	全体		200	100.0	12.0	1.0	2.5
	年代別	20代	70	100.0	12.9	2.9	2.9
		30代	70	100.0	12.9	-	-
		40代	60	100.0	10.0	-	5.0
上海	全体		200	97.5	61.5	5.0	4.0
	年代別	20代	70	95.7	62.9	5.7	4.3
		30代	70	98.6	68.6	4.3	4.3
		40代	60	98.3	51.7	5.0	3.3
香港	全体		200	77.0	25.0	10.5	44.5
	年代別	20代	70	72.9	22.9	10.0	44.3
		30代	70	80.0	28.6	10.0	44.3
		40代	60	78.3	23.3	11.7	45.0


* Q32 ヨーグルト産地：最近一ヶ月の最頻購入 (SA)



ヨーグルト購入重視点

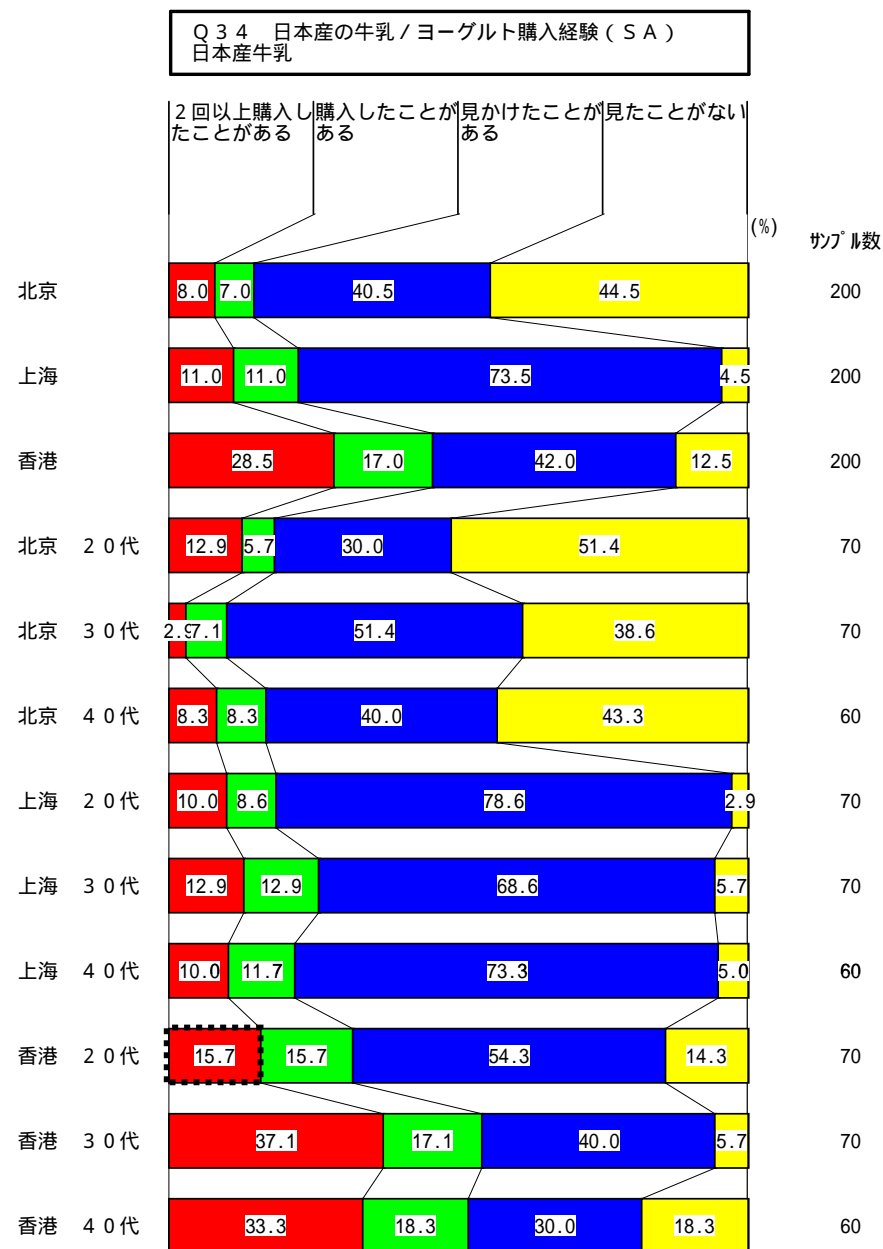
- 北京・上海では、「まろやかなこと」、「栄養成分が豊富であること」がそれぞれ7割程度、「機能成分が含まれていること」が5割と多かった。
- 香港では、「栄養成分が豊富であること」、次いで「低脂肪であること」が40%を超えている。「栄養成分が豊富であること(49.0%)」が一番重視されているものの、北京(68.0%)・上海(69.5%)よりも20ポイント低い。同様に、「まろやかなこと」「機能成分が含まれていること」「味がすっぱいこと」「濃厚であること」なども北京・上海よりも20ポイントほど低い。
- 年代別に見ると、香港の20代で「味が甘いこと」、30代で「栄養成分が豊富であること」が他の年代よりも高めだった。



- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

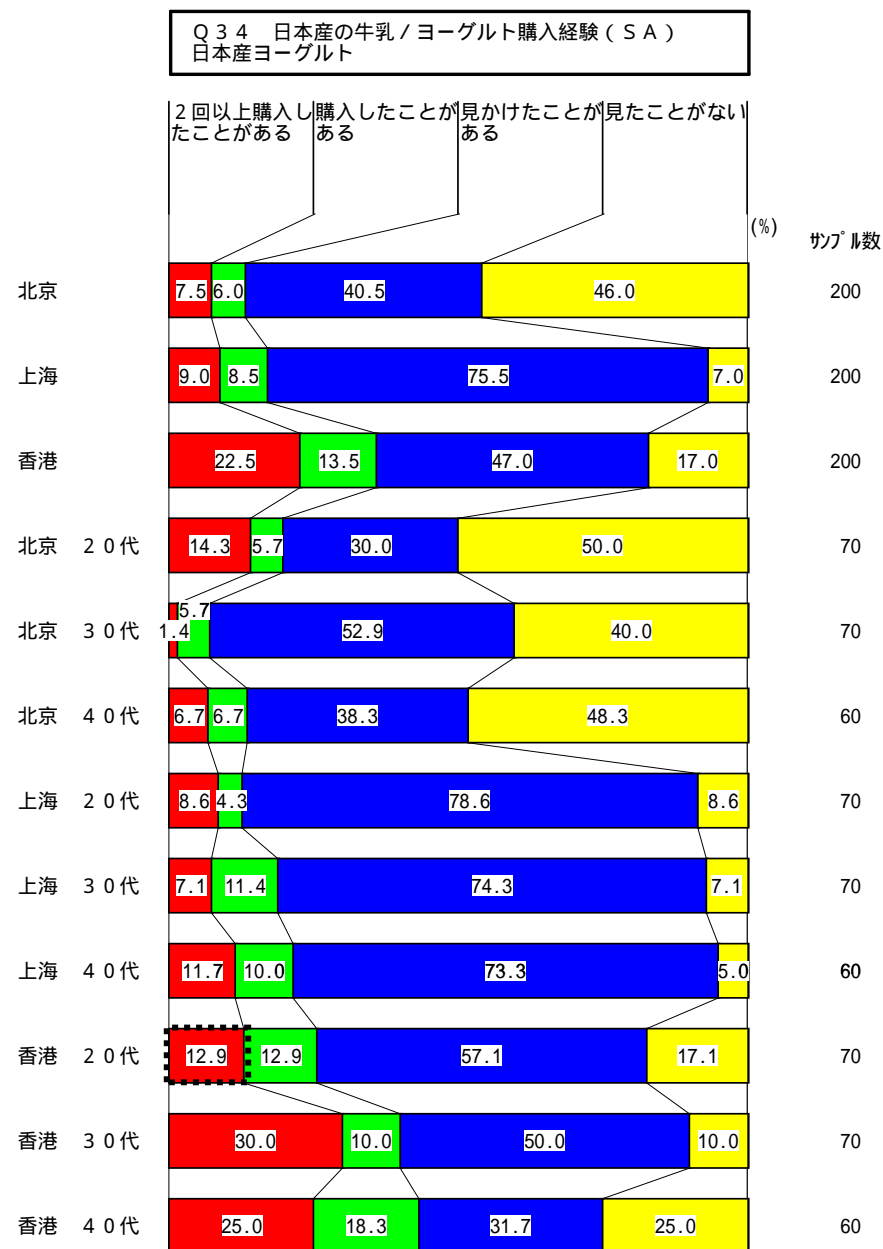
日本産牛乳購入経験

- 香港での購入経験(「2回以上購入したことがある+購入したことがある」)が45.5%と一番高く、次いで上海(22.0%)、北京(15.0%)。
- 上海では「見かけたことがある」人が73.5%と北京(40.5%)・香港(42.0%)よりも多い。
- 北京では、「見たことがない」の割合が44.5%と高い。
- 年代別に見ると、香港では20代の「2回以上購入したことがある」の割合が30代・40代よりも低い。



日本産ヨーグルト購入経験

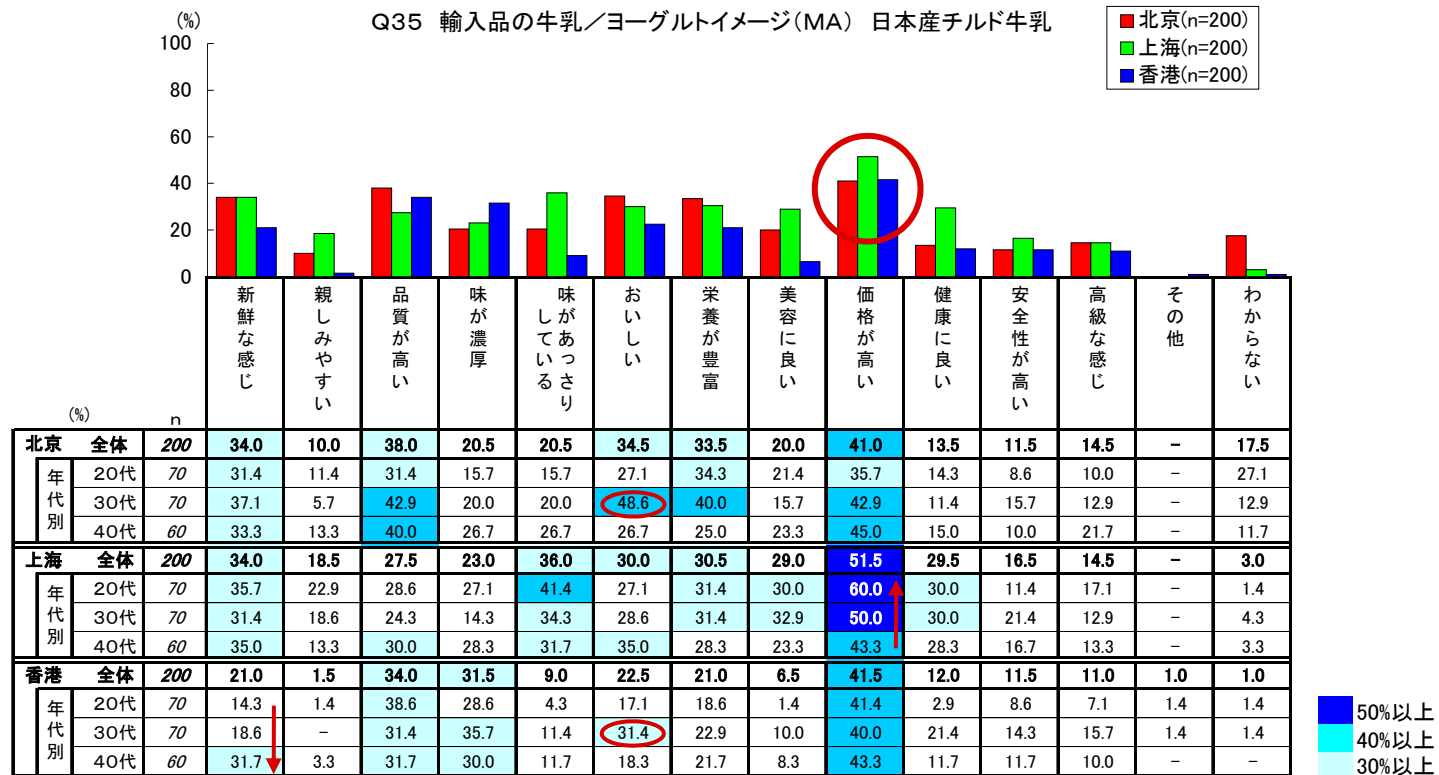
- 香港での購入経験(「2回以上購入したことがある+購入したことがある」)が36.0%と一番高く、次いで上海(17.5%)、北京(13.5%)。
- 上海では「見かけたことがある」が75.5%と北京(40.5%)・香港(47.0%)より高い。
- 北京では、「見たことがない」の割合が46.0%と高い。
- 年代別に見ると、香港では20代の2回以上購入したことがある」の割合が30代・40代よりも低い。



産地別乳製品のイメージ

日本産チルド牛乳

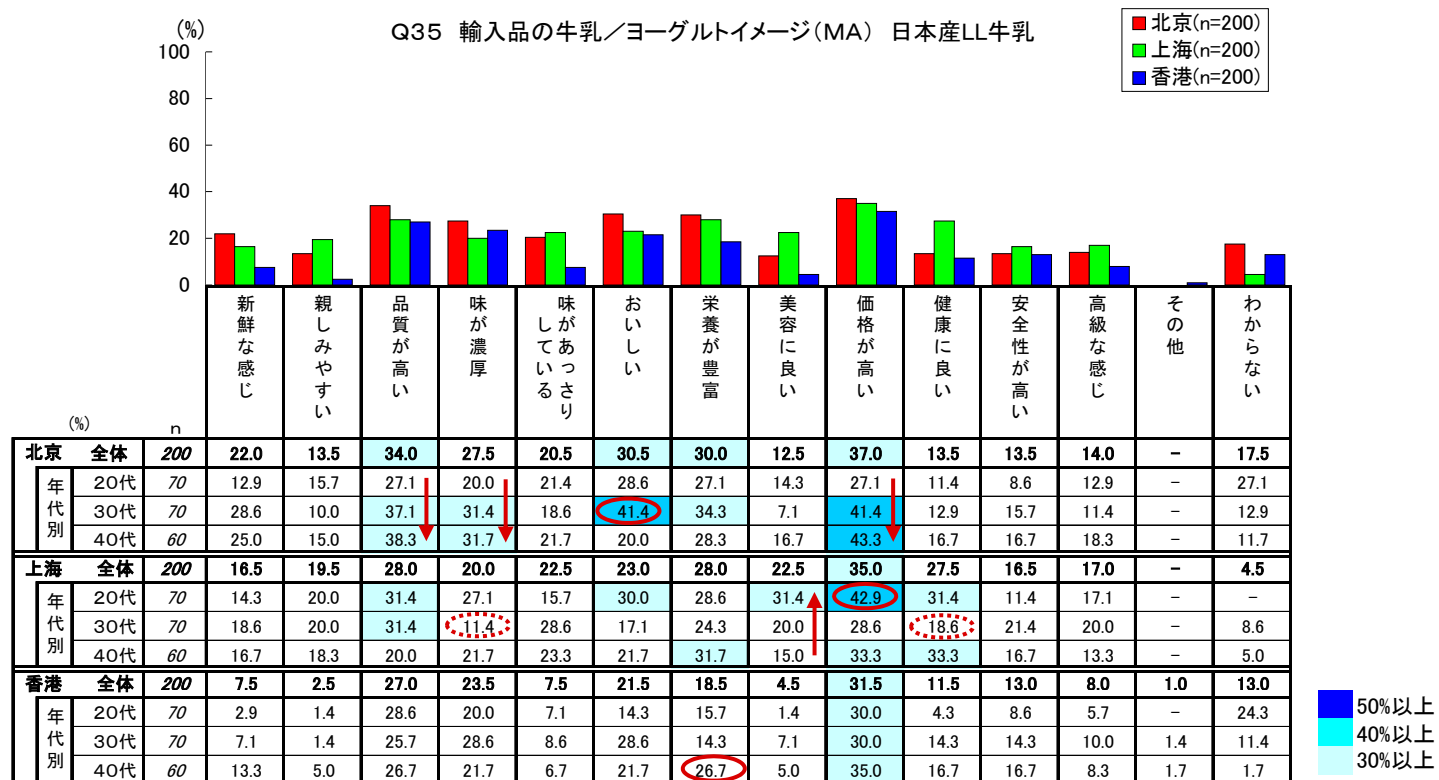
- 3都市とも「価格が高い」と回答した人が4割以上と一番多い。
- 北京では「価格が高い」「おいしい」「新鮮な感じ」「栄養が豊富」がそれぞれ3割程度。30代で「おいしい」と回答した人が他の年代よりも高め。
- 上海では、「味があっさりしている」「新鮮な感じ」「栄養が豊富」「おいしい」がそれぞれ3割程度。年代が低いほど「価格が高い」と回答した人が多い。
- 香港では「品質が高い」、「味が濃厚」がそれぞれ3割程度。他の2都市で30%を超えた「おいしい」「新鮮な感じ」「栄養が豊富」が20%程度と低め。30代で「おいしい」と回答した人が他の年代よりも高め。年代が高いほど「新鮮な感じ」と回答した人が多い。



産地別乳製品のイメージ

日本産LL牛乳

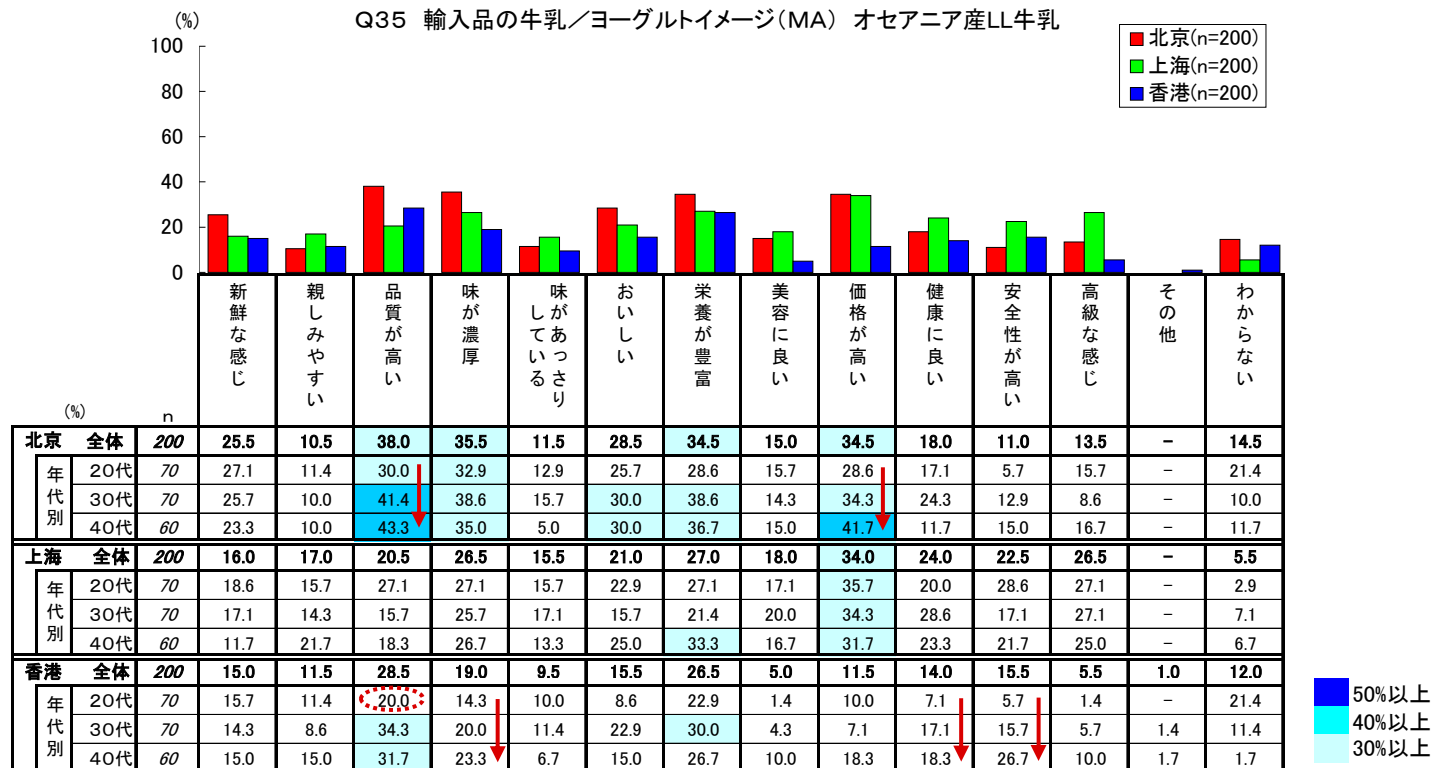
- 3都市とも「価格が高い」と回答した人が一番多い。
- 北京では、「価格が高い」「品質が高い」「おいしい」「栄養が豊富」がそれぞれ3割程度。年代別に見ると、30代で「おいしい」と回答した人が他の年代よりも高め。年代が高いほど「品質が高い」「味が濃厚」「価格が高い」イメージをより持っている。
- 上海では、20代で「価格が高い」と回答した人が他の年代よりも高め。30代の「味が濃厚」「健康に良い」が他の年代より低め。年代が低いほど「美容に良い」イメージを持っている。
- 香港では、40代で「栄養豊富」と回答した人が他の年代よりも高め。



産地別乳製品のイメージ

オセアニア産LL牛乳

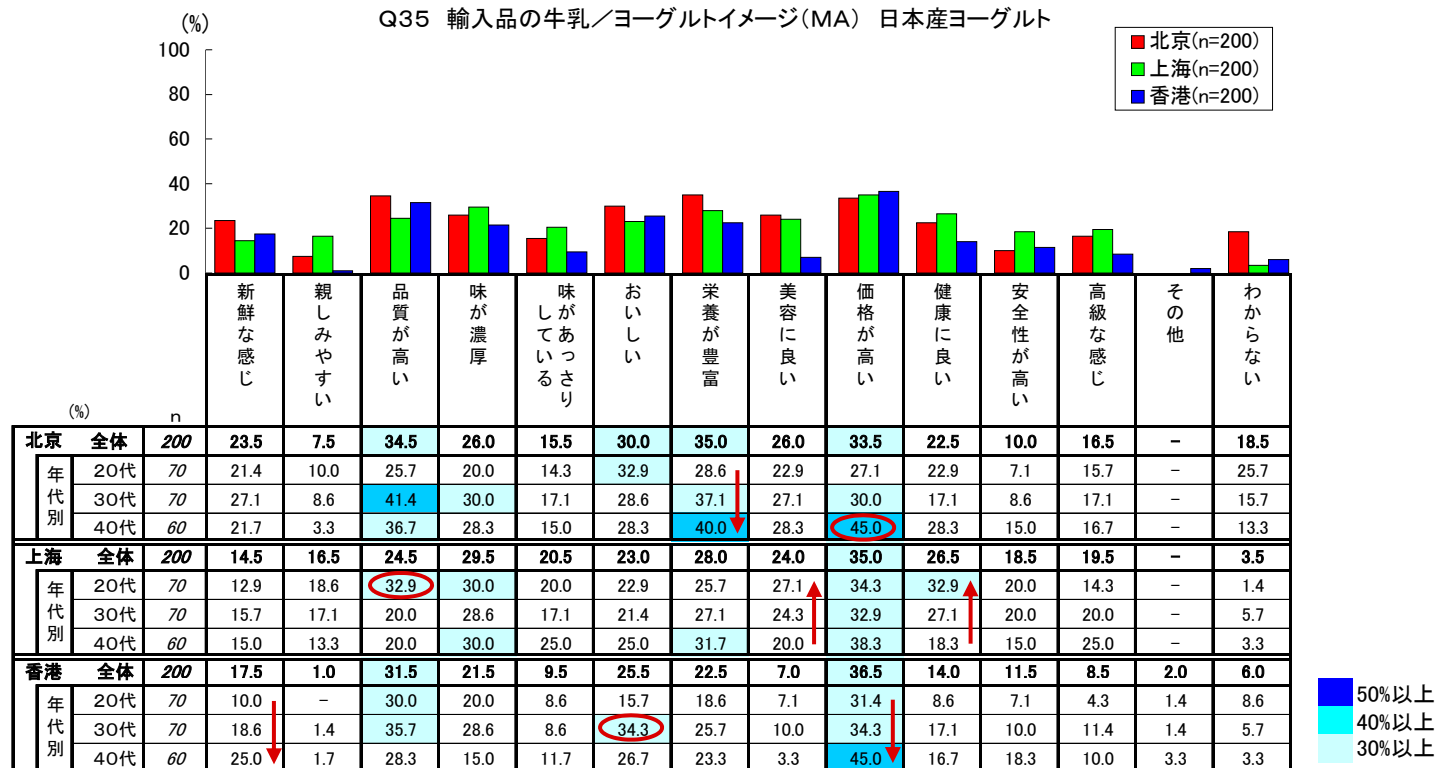
- 北京では、「品質が高い」「味が濃厚」「栄養が豊富」「価格が高い」が3割ほど。年代が高いほど「品質が高い」「価格が高い」が高くなる。
- 上海では、3割を超えたのは「価格が高い(34.0%)」のみ。次いで「栄養が豊富(27.0%)」「味が濃厚(26.5%)」と全体的にイメージが薄い。
- 香港では、「品質が高い(28.5%)」「栄養が豊富(26.5%)」と全体的にイメージが薄い。20代で「品質が高い」が30代・40代よりも低い。年代が上がるほど「安全性が高い」「健康に良い」「味が濃厚」が高い。



産地別乳製品のイメージ

日本産ヨーグルト

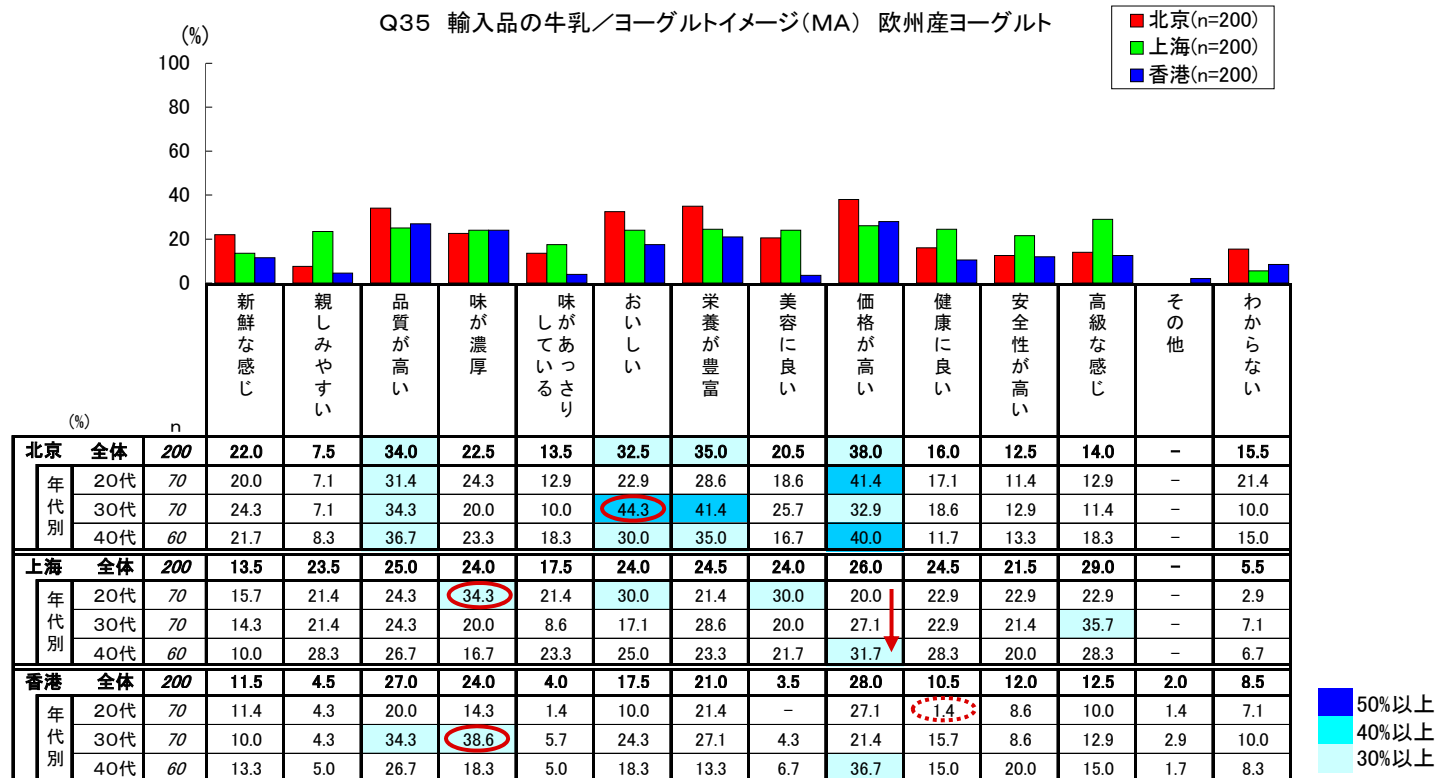
- 北京では、「栄養が豊富(35.0%)」が一番高く、次いで「品質が高い(34.5%)」「価格が高い(33.5%)」「おいしい(30.0%)」。40代で「価格が高い」が高め。年代が高いほど「栄養が豊富」が高くなる。
- 上海では、3割を超えたのは「価格が高い(35.0%)」のみ。次いで「味が濃厚(29.5%)」「栄養が豊富(28.0%)」「健康によい(26.5%)」と全体的にイメージが薄い。20代で「品質が高い」が他の年代より高く、年代が低いほど「健康に良い」「美容に良い」が高くなる。
- 香港では、3割を超えたのは「価格が高い(36.5%)」「品質が高い(31.5%)」のみ。30代で「おいしい」が他の年代よりも高め。また年代が高いほど「価格が高い」「新鮮な感じ」がより高い。



産地別乳製品のイメージ

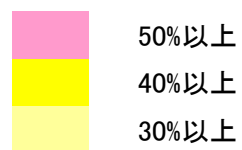
欧州産ヨーグルト

- 北京では、「価格が高い(38.0%)」が一番高く、次いで「栄養が豊富(35.0%)」「品質が高い(34.0%)」「おいしい(32.5%)」。30代で「おいしい」が他の年代より高め。
- 上海では、3割を超えたものはなく、「高級な感じ(29.0%)」「価格が高い(26.0%)」「品質が高い(25.0%)」と全体的にイメージが薄い。20代で「味が濃厚」が他の年代より高く、年代が高いほど「価格が高い」イメージを持っている。
- 香港では、3割を超えたものはなく「価格が高い(28.0%)」「品質が高い(27.0%)」と全体的にイメージが薄い。20代で「健康に良い」が他の年代よりも低く、30代で「味が濃厚」が他の年代よりも高め。



産地別乳製品のイメージ

2006年度との比較

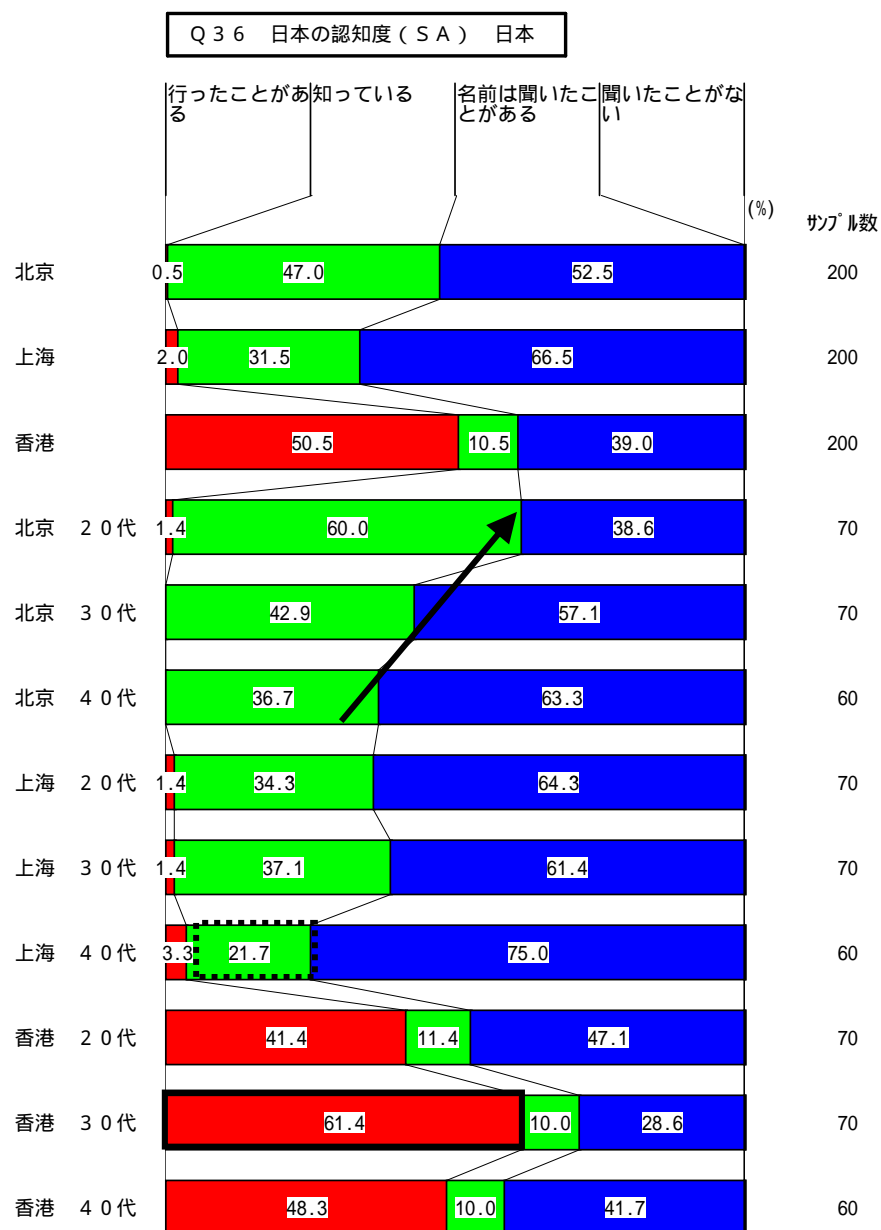


		(%)	n	新鮮な感じ	親しみやすい	品質が高い	味が濃厚	味があっさりしている	おいしい	栄養が豊富	美容に良い	価格が高い	健康に良い	安全性が高い	高級な感じ	その他	わからない
北京	2007年度	日本産チルド牛乳	200	34.0	10.0	38.0	20.5	20.5	34.5	33.5	20.0	41.0	13.5	11.5	14.5	-	17.5
		日本産LL牛乳	200	22.0	13.5	34.0	27.5	20.5	30.5	30.0	12.5	37.0	13.5	13.5	14.0	-	17.5
		日本産ヨーグルト	200	23.5	7.5	34.5	26.0	15.5	30.0	35.0	26.0	33.5	22.5	10.0	16.5	-	18.5
	2006年度	日本産	200	38.5	2.5	27.5	/	/	23.5	28.0	25.0	56.0	15.0	9.5	15.5	/	/
上海	2007年度	日本産チルド牛乳	200	34.0	18.5	27.5	23.0	36.0	30.0	30.5	29.0	51.5	29.5	16.5	14.5	-	3.0
		日本産LL牛乳	200	16.5	19.5	28.0	20.0	22.5	23.0	28.0	22.5	35.0	27.5	16.5	17.0	-	4.5
		日本産ヨーグルト	200	14.5	16.5	24.5	29.5	20.5	23.0	28.0	24.0	35.0	26.5	18.5	19.5	-	3.5
	2006年度	日本産	200	32.0	7.5	33.0	/	/	20.0	20.0	17.5	66.5	14.5	26.0	43.5	/	/

日本の認知度

日本

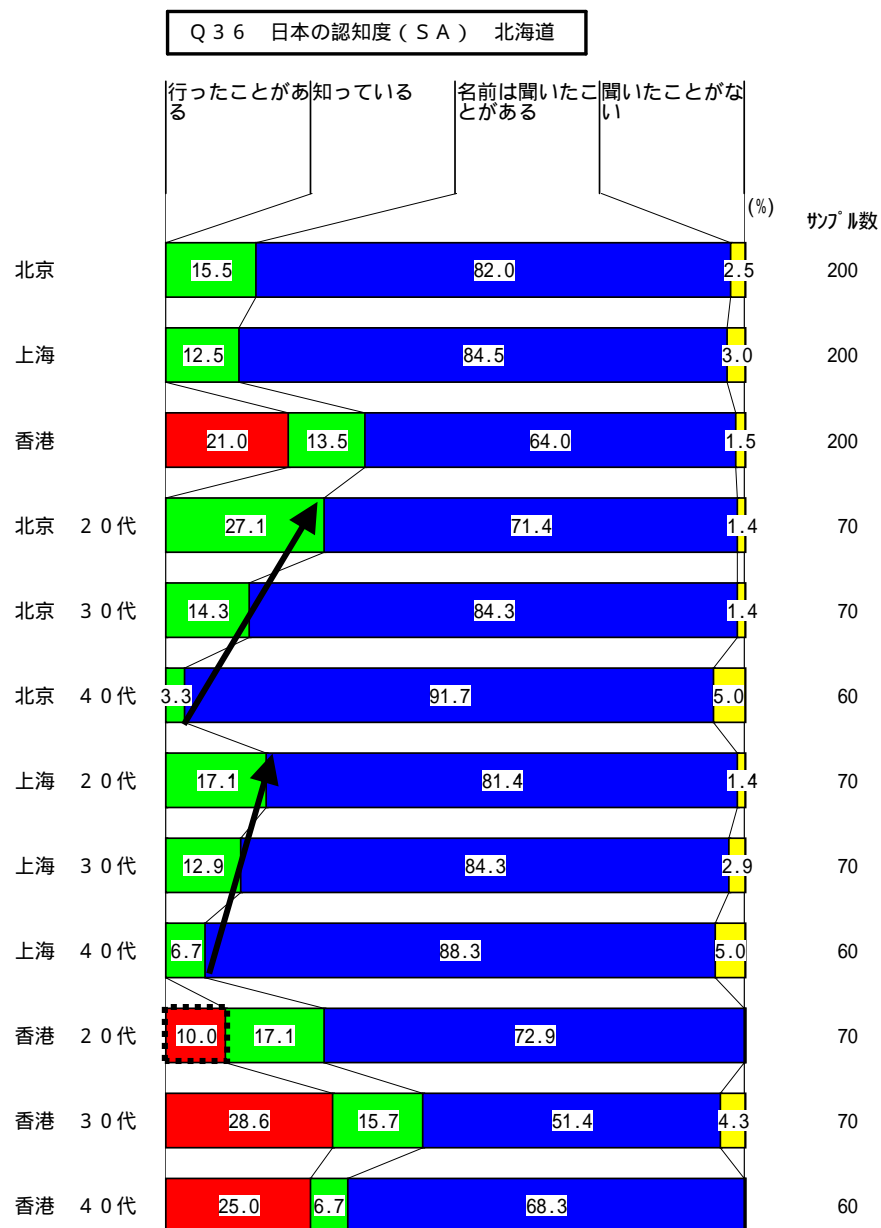
- 北京・上海では、「知っている+「聞いたことがある」が9割以上。
- 香港では、「行ったことがある」が5割と多い。
- 年代別に見ると、北京では年代が低いほど「知っている」と答えた人が多い。
- 上海では40代で「知っている」と答えた人が20代・30代より低い。
- 香港では30代で「行ったことがある」人が6割以上と多い。



日本の認知度

北海道

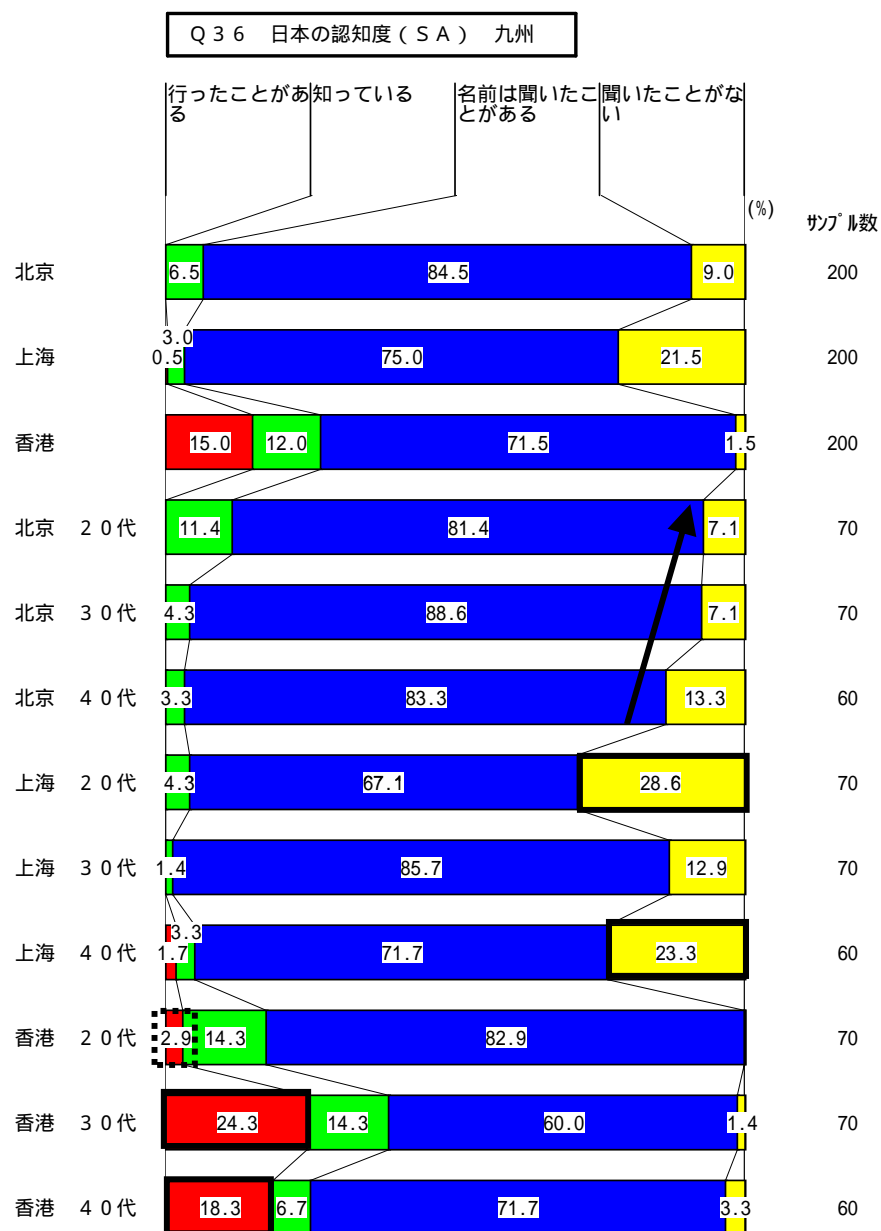
- 3都市とも「名前は聞いたことがある」「知っている」と回答した人は10%程度。
- 香港では「行ったことがある」が21.0%。
- 年代別に見ると、北京・上海では年代が低いほど「知っている」人が多い。
- 香港では、20代で「行ったことがある」人が少ない。



日本の認知度

九州

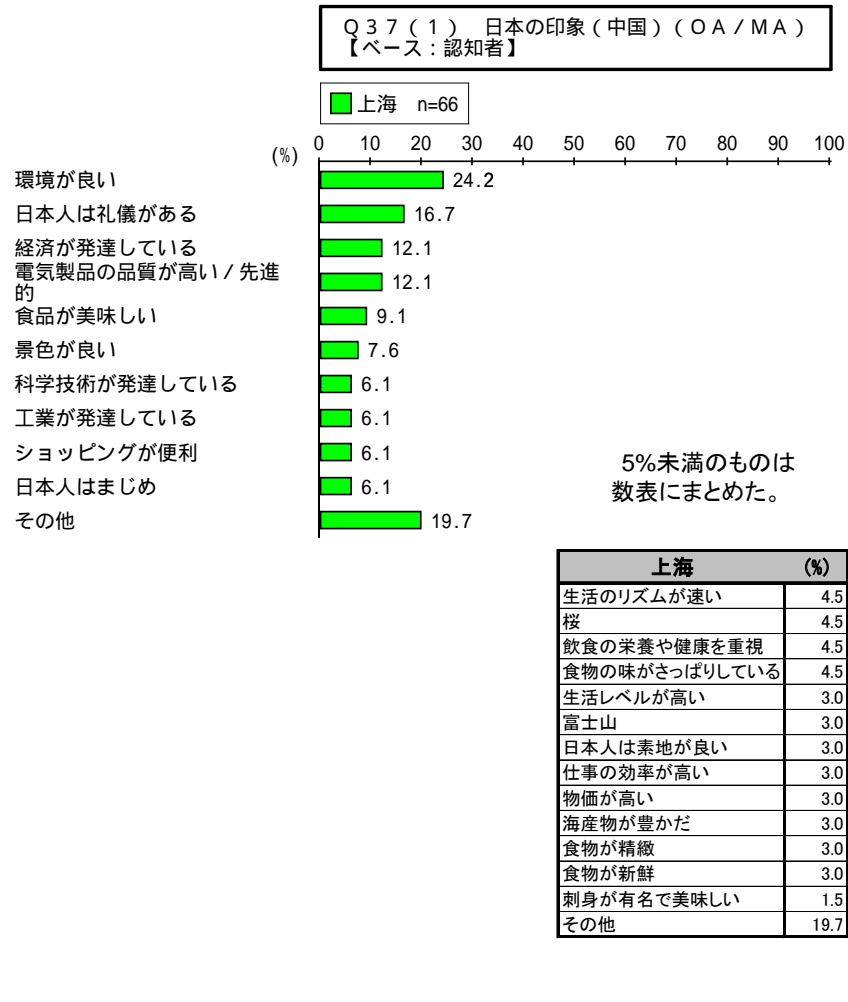
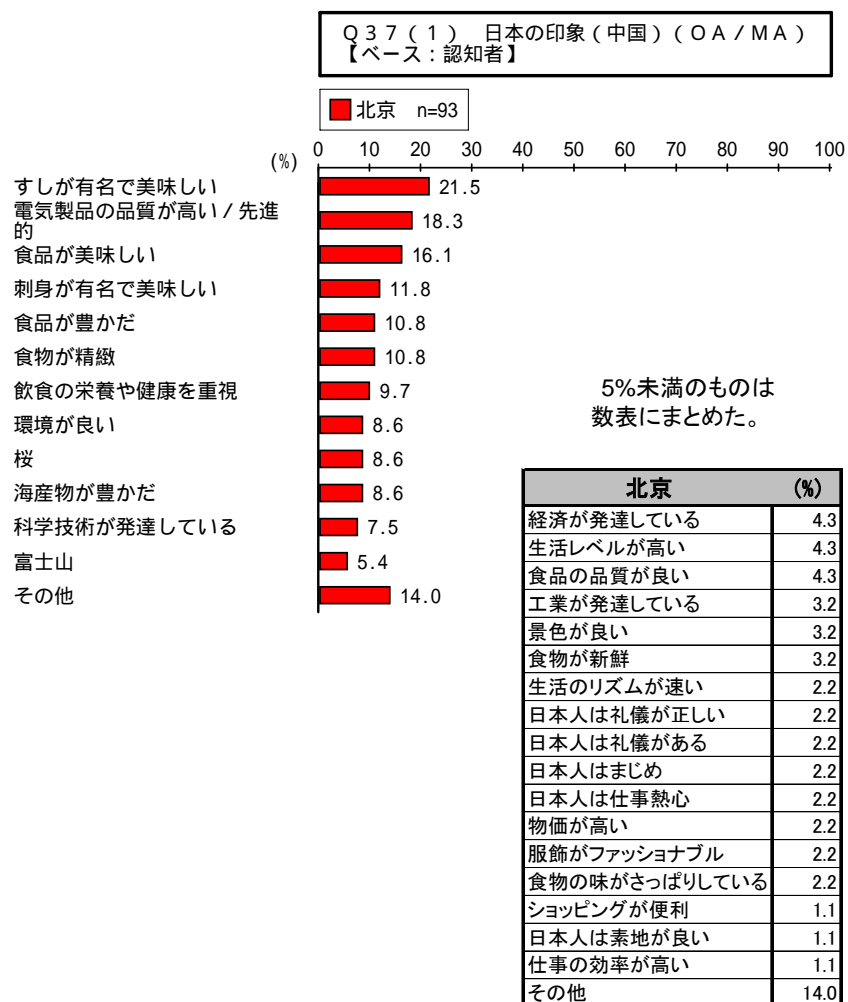
- 三都市とも「名前は聞いたことがある」が一番多い。
- 北京では9.0%、上海では21.5%が「聞いたことがない」と回答した。
- 香港では、「行ったことがある(15.0%)」「知っている(12.5%)」で他の2都市よりも認知が高め。
- 年代別に見ると、北京では年代が上がるほど認知が下がる
- 上海では、20代の「聞いたことがない」が28.6%、40代では23.3%と高い。
- 香港では、30代で「行ったことがある」が24.3%、40代で18.3%と高い。



日本のイメージ

【北京・上海】

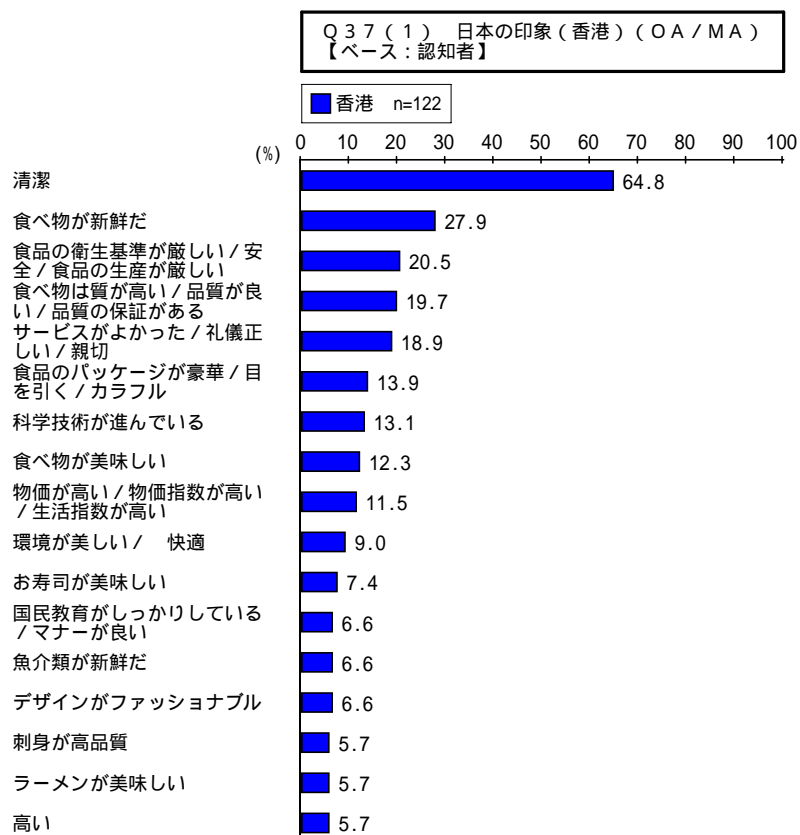
- 日本に対するイメージは都市間で大きな違いはなく、「食品がおいしい」、「環境が清潔」、「先進国」などのイメージが大きい。



日本のイメージ 【香港】

●香港では行ったことのある人も多いこともあり、イメージが詳しく様々だった。

5%未満のものは数表にまとめた。

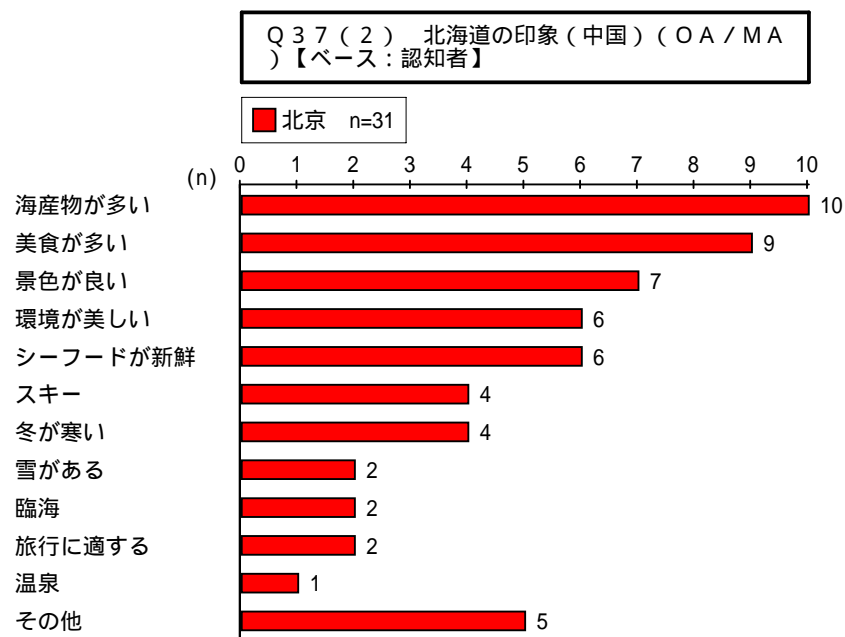


香港 (%)	香港 (%)
人口が多い	4.1
お寿司が有名だ	4.1
食べ物が栄養がいい/食事は健康的だ	4.1
最新のファッションが多い/新しい化粧品が多い	4.1
ショッピング・バラダイス/店舗が多い	4.1
空気がきれいだ	3.3
乳製品が高品質	3.3
海産物が多い/刺身の選択肢が多い	3.3
食べ物が多文化/種類が多い(例:アイス、ラーメン)	3.3
日本製の物の品質が高い	3.3
静かだ	2.5
高級都市	2.5
富士山が美しかった	2.5
治安がよくて安全/よく管理されている/犯罪が少ない	2.5
草餅が美味しい	2.5
食べ物の種類が多い	2.5
食べ物のパッケージは高級感がある	2.5
ハイテクなゲームが多い/電子部品	2.5
トレンディー	2.5
自然景観/郊外は田園の雰囲気だ	1.6
東京ディズニーランドがきれいだった/面白かった	1.6
本場の温泉が気持ちよかった	1.6
ラベンダー/花がいっぱいあった	1.6
桜がきれいだった	1.6
雪景色/スキーが楽しめた	1.6
健康に気を使っている/ゆったりしている	1.6
進んでいる/繁栄している	1.6
牛乳を連想する	1.6
肉が高品質	1.6
牛乳が新鮮だ	1.6
牛肉が新鮮だ	1.6
チョコレートが新鮮だ	1.6
刺身が美味しい	1.6
景勝地	0.8
東京タワー	0.8
高給	0.8
民族性が強い	0.8
親しみを感じる	0.8
タラバガニ	0.8
ラーメンが食べられる	0.8
アイスクリームが高品質	0.8
賞味期限を守っている(過ぎたものは販売しない)	0.8
最近食の安全に関するスキャンダルがある(賞味期限)	0.8
築地の海産物のほうが新鮮だ	0.8
キャベツ/トウモロコシ/果物がジューシーで新鮮だ	0.8
生で食べられる魚介類がある	0.8
メイン・ターゲットは天然食品	0.8
日本のパスタが好きだ	0.8
お寿司が本場の味だ	0.8
食べ物が辛い	0.8
アイスクリームが美味しいし	0.8
味付けが薄めだ	0.8
油濃くない	0.8
化学調味料がたくさん使われている食べ物も時々ある	0.8
こちらの牛肉のほうがこくがある	0.8
ステーキが美味しい	0.8
こちらの牛乳のほうがこくがある	0.8
パン・クッキーなどが美味しい	0.8
インスタントラーメンの調味料がふんだんにある	0.8
干し貝柱が美味しい	0.8
チョコレートが美味しい	0.8
お寿司が好きではない	0.8
果物のバラエティーが多い	0.8
牛乳の種類が多い	0.8
健康食品が多い	0.8
いつも新しい種類の食品が出ている	0.8
食べ物が多文化。若者向き。	0.8
食べ物がトレンディー	0.8
安全で扱いやすい	0.8
服(ブランドが多くて、香港より安い)	0.8
化粧品が多い	0.8
日本の着物	0.8
キャラメルマンが可愛い	0.8
パッケージが綺麗だ	0.8
高級感がある	0.8
カラフル	0.8
牛肉	0.8

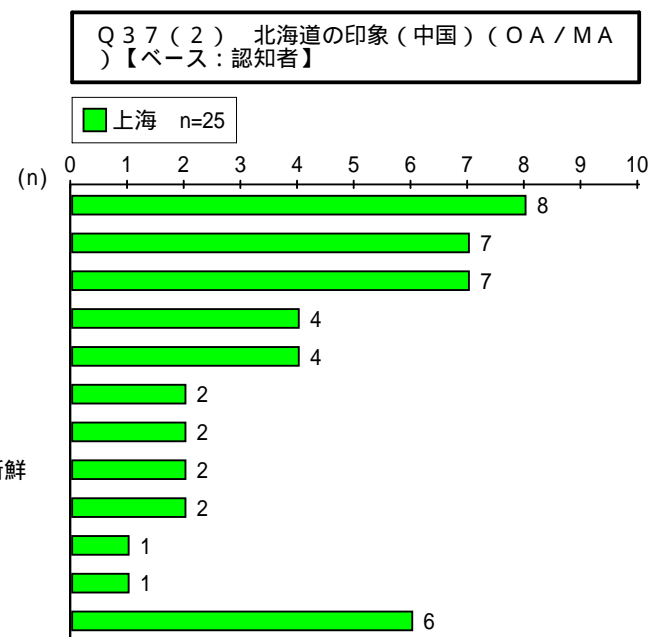
北海道のイメージ

【北京・上海】

- 北海道に対するイメージは都市間で大きな違いはない。



サンプル数が少ないためN数で表示

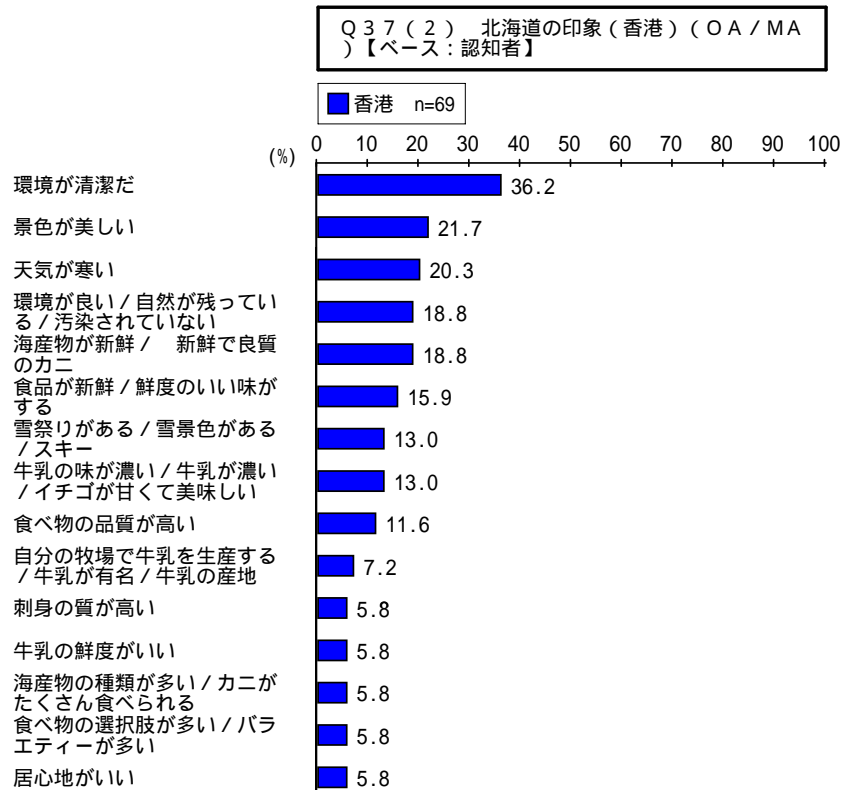


サンプル数が少ないためN数で表示

北海道のイメージ

【香港】

- 北海道に対するイメージは都市間で大きな違いはないが、「寒い」、「雪景色」、「牛乳がおいしい」などのイメージが挙げられた。



香港	(%)
温泉が有名で気持ちが良い	4.3
白い恋人が有名/チョコレート	4.3
食べ物が衛生的だ	4.3
タラバガニ/ホタテ/さきイカが有名で美味しい	4.3
食べ物が繊細/パッケージがいい	4.3
ラベンダーがある	2.9
広々としている	2.9
市民が礼儀正しい	2.9
海産物が多い、タラバガニ/刺身	2.9
有名がラーメンが食べられる	2.9
牛肉が新鮮	2.9
食品に添加物が使われていない;汚染がない	2.9
牛乳の口当たりがいい/販売されている牛乳が良い香り	2.9
種類が美味しいと思う/ ラーメンが美味しい	2.9
盛りつけが美しい	2.9
科学技術が進んでいる	2.9
古色蒼然	2.9
田舎の雰囲気	2.9
寒くて乾燥している	1.4
牛が食べる草の質が良さそうだ	1.4
北海道熊	1.4
飼育されている牛が特に綺麗	1.4
人が素朴だ	1.4
人口が多い	1.4
治安管理が良好	1.4
牛乳アイスクリームの質が高い	1.4
食べ物の味と量のバランスが良い	1.4
食べ物の量が少ない	1.4
食べ物が美味しい	1.4
牛乳は本場の味	1.4
日本のお鍋が好きだ	1.4
食べ物の味が濃い	1.4
餃子が美味しい	1.4
やっぱり本場のラーメンだ	1.4
アイスクリームが滑らかだ/ウニアイスが美味しい	1.4
牛肉の味が濃い	1.4
お寿司が美味しい	1.4
乳製品の種類が多い	1.4
農産物が豊富だ	1.4
食品が新鮮味がある	1.4
こだわりがある	1.4
食べ物が高い	1.4
タラバガニが高い	1.4
日本にしては食べ物は少し安い	1.4
物価指数が高い	1.4

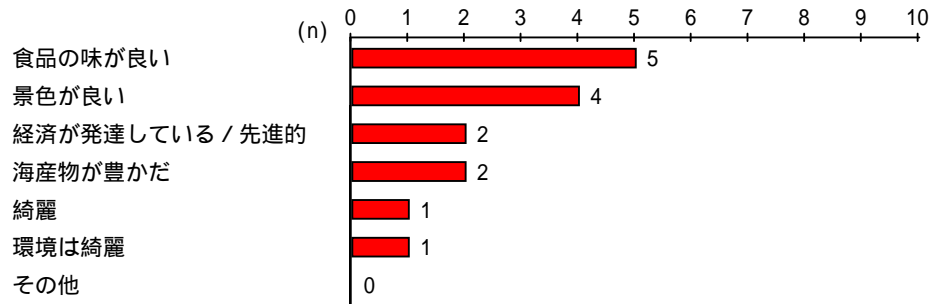
九州のイメージ

【北京・上海】

- 九州に対するイメージは北京・上海とも全体的にイメージが薄く、日本のイメージとあまり違いがない。

Q37(3) 九州の印象(中国)(OA/MA)
【ベース: 認知者】

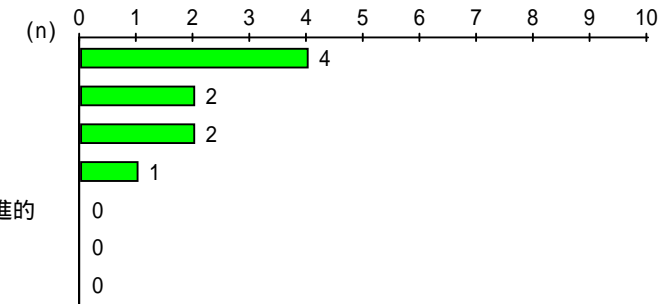
■北京 n=13



サンプル数が少ないためN数で表示

Q37(3) 九州の印象(中国)(OA/MA)
【ベース: 認知者】

■上海 n=7

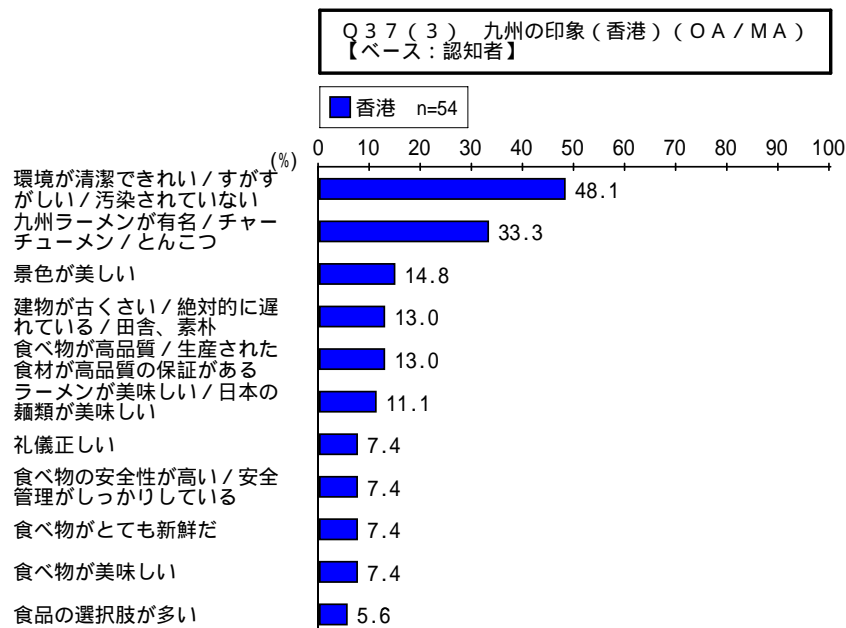


サンプル数が少ないためN数で表示

九州のイメージ

【香港】

- 九州に対するイメージは、香港でも日本に対するイメージと大きな違いはないが、「九州ラーメン」を挙げた人もいた。

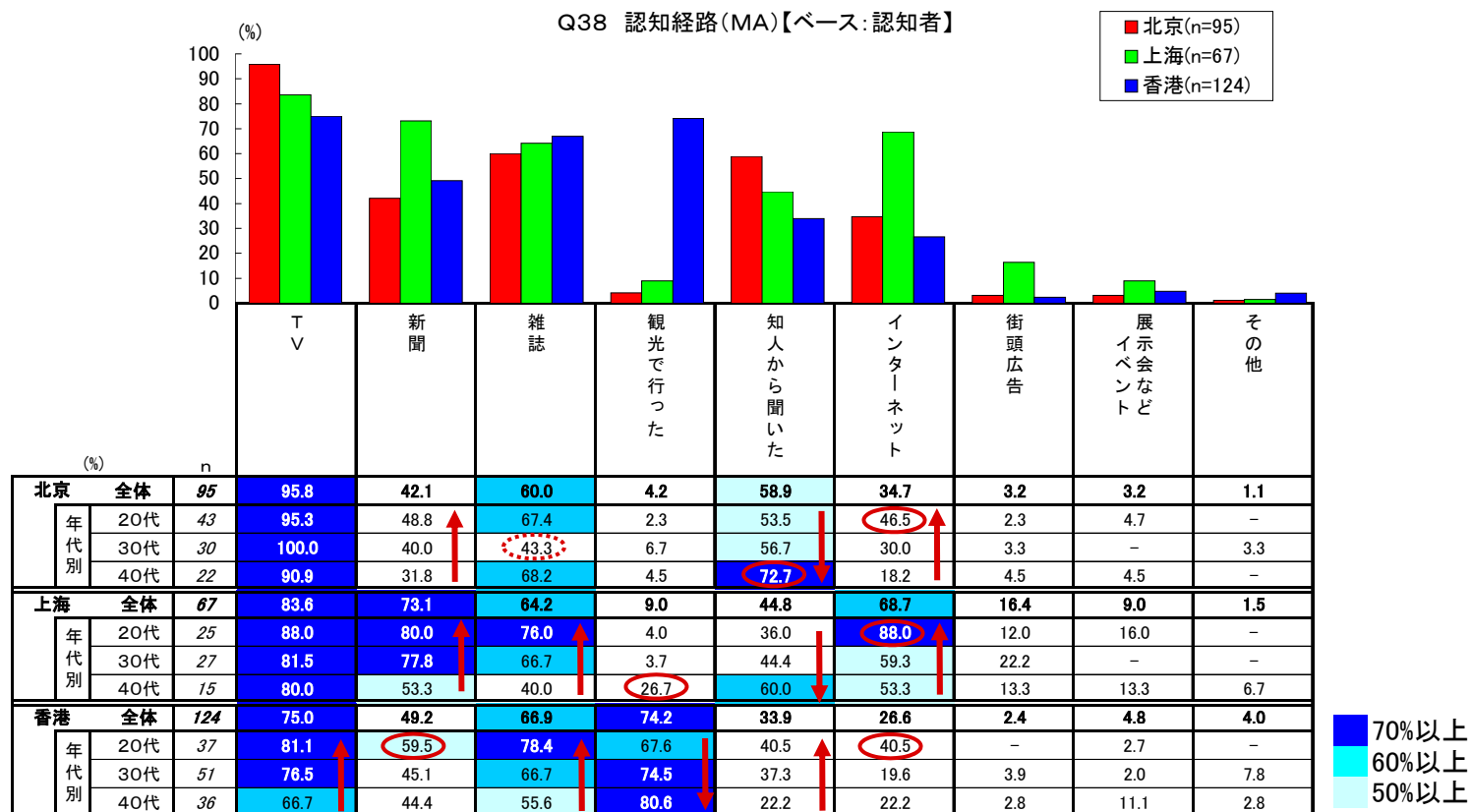


5%未満のものは数表にまとめた。

香港	(%)
牛が食べる草の質が良さそうだ/草原と牛が多い	3.7
九州は遊ぶところが多い/景勝地が多い/建築が特徴的	3.7
お寿司	3.7
海産物が有名だ/魚介を使ったお料理が多い	3.7
新鮮な果物/野菜も新鮮だ	3.7
海産物が多い/刺身	3.7
買うものが多い/デザインが豊富/デザインが新しい	3.7
環境	3.7
温泉と田園風景がある	1.9
広々としている	1.9
ハウステンボス(有名)	1.9
草/樹木が多い	1.9
九州のディスニーランド	1.9
大型ショッピングモールが多い/ゲームセンターがある	1.9
町並みがモダンな感じ	1.9
天気が暑い	1.9
サービスがいい	1.9
治安が良好だ	1.9
食べ物が魅力的だ	1.9
セルフサービス式の食事が多い	1.9
ふぐ(九州の名産)	1.9
包装済みの食品が多く販売されている	1.9
ヨーグルト	1.9
九州ののり	1.9
焼き肉がある(懐石お鍋料理)	1.9
農産物が豊富	1.9
アイスクリーム、牛乳が特産品	1.9
食べ物が汚染されていない	1.9
海産物も活きが良い	1.9
大福などの甘味も新鮮だ	1.9
お寿司のネタが新鮮だ	1.9
ラーメンの味が新鮮だ	1.9
乳製品が新鮮だ	1.9
九州ラーメンのスープが濃厚で良い	1.9
刺身がうまみがある	1.9
大福などの甘味が美味しい	1.9
こちらのお寿司のほうが美味しい	1.9
食べ物の回転が速い	1.9
食べ物はこれといった特色がない	1.9
盛りつけがきれいだ	1.9
物価は東京より安い	1.9
科学技術が進んでいる	1.9
寒い	1.9
ファッションナブル	1.9
物価が高い	1.9

日本の認知経路

- 3都市とも一番多いのが「TV」で、次いで「雑誌」。
- 北京では「知人から聞いた」、上海では「新聞」、「インターネット」、香港では「観光で行った」がそれぞれ他の都市よりも多い。
- 年齢別に見ると、北京では、年代が高いほど「知人から聞いた」が高くなり、年代が低いほど「新聞」「インターネット」が高くなる。北京40代での「知人から聞いた」、20代での「インターネット」が他の年代よりも高く、30代で「雑誌」は他の年代よりも低め。
- 上海では、年代が低いほど「インターネット」「新聞」「雑誌」が高く、「知人から聞いた」は低くなる。20代では「インターネット」、40代では「観光で行った」が他の年代よりも高い。
- 香港では、年代が低いほど「TV」「雑誌」「知人から聞いた」が高く、逆に「観光で行った」は低くなる。20代では「インターネット」「新聞」が他の年代よりも高い。



日本産牛乳コンセプトの魅力度

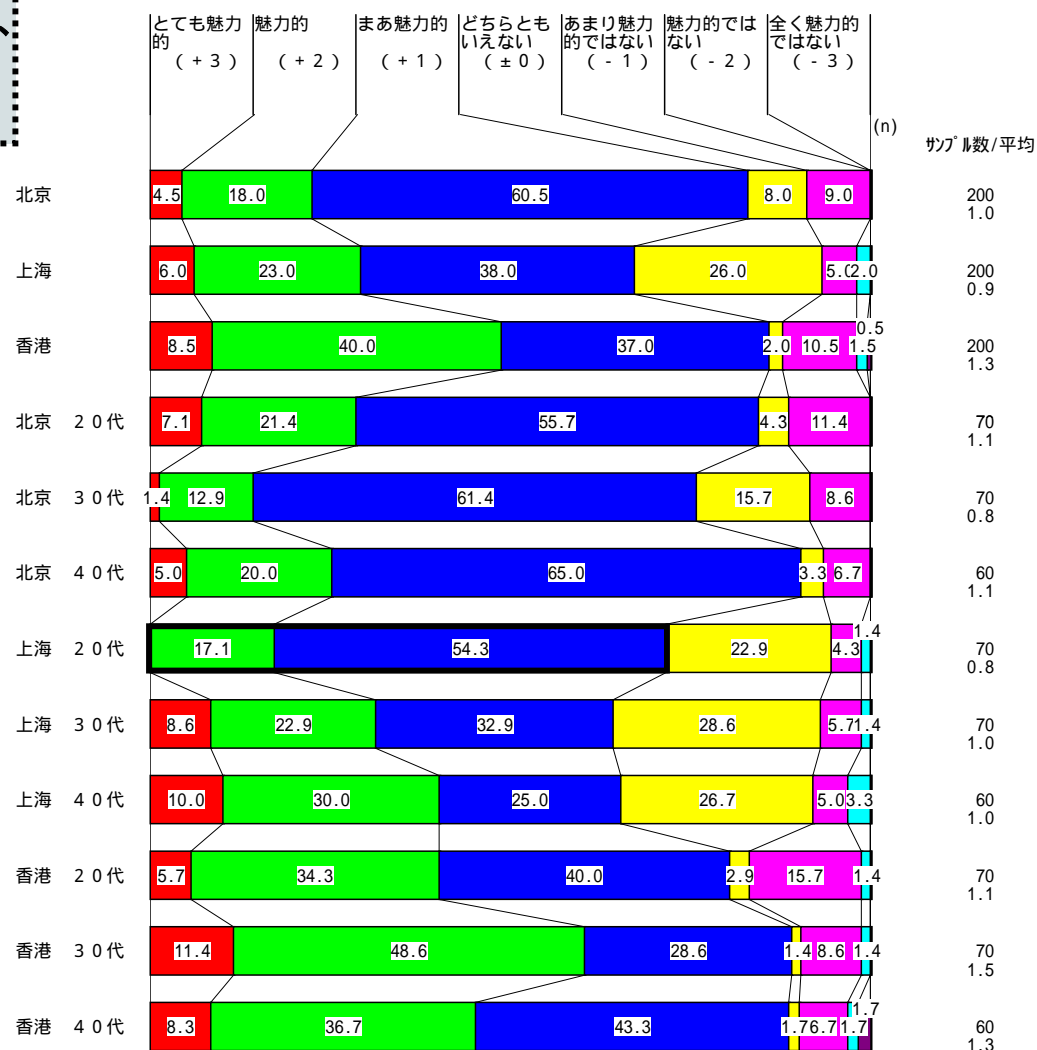
チルド牛乳

【コンセプト】

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。

- 全体的に魅力度は高い。
- TOP2BOXで見ると香港の割合が48.5%と一番高く、次いで上海が29.0%、北京が22.5%。
- 年代別に見ると、北京では30代の魅力度が20代・40代よりも低い。

Q39 日本産牛乳コンセプトの魅力度(SA) チルド牛乳



日本産牛乳コンセプトの魅力度

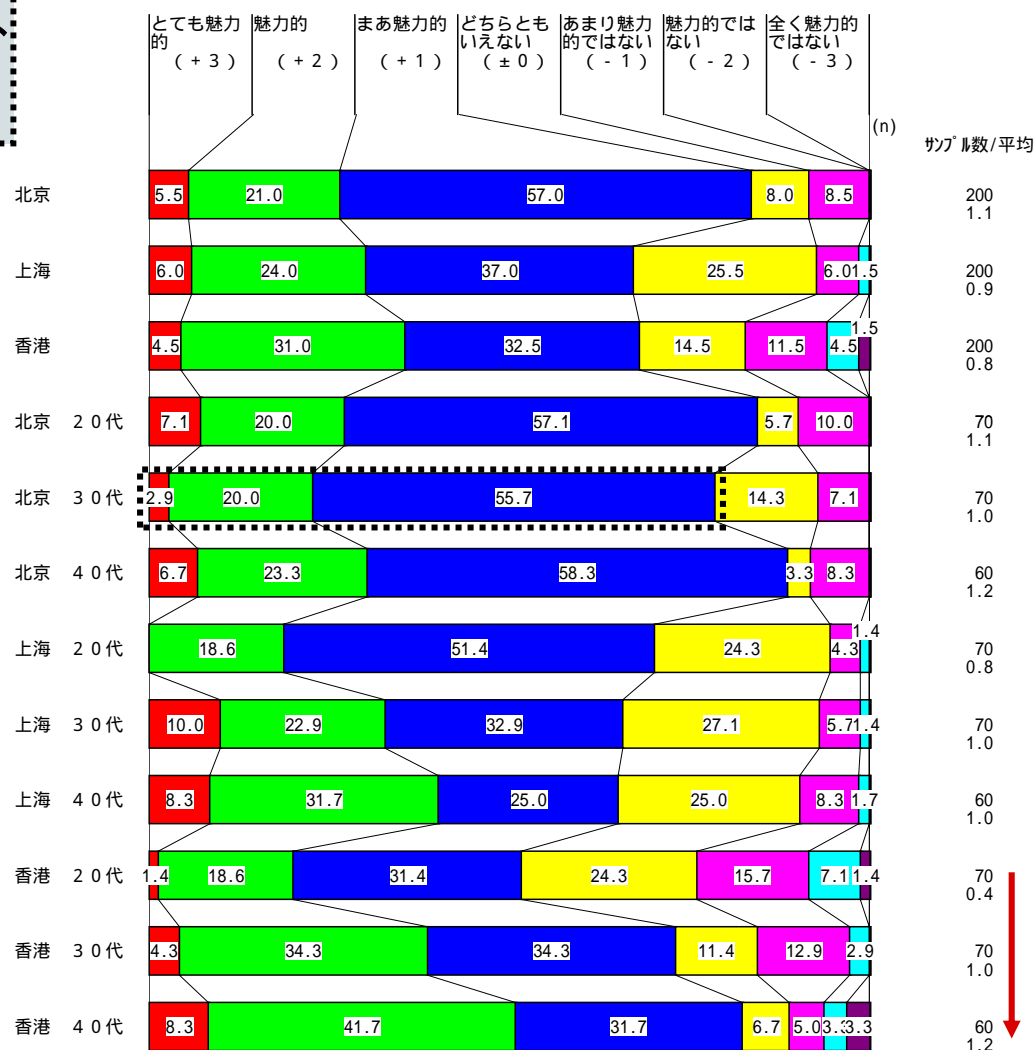
LL牛乳

【コンセプト】

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。

- 全体的に魅力度は高い。
- TOP2BOXで見ると、香港が35.5%と最も高く、次いで上海が30.0%。
- 年代別に見ると、北京では30代の魅力度が20代・40代よりも低い。
- 上海では、20代のTOPBOXが0%と低い。
- 香港では、年齢が高いほど魅力度が高くなる。

Q 3 9 日本産牛乳コンセプトの魅力度 (SA) LL牛乳



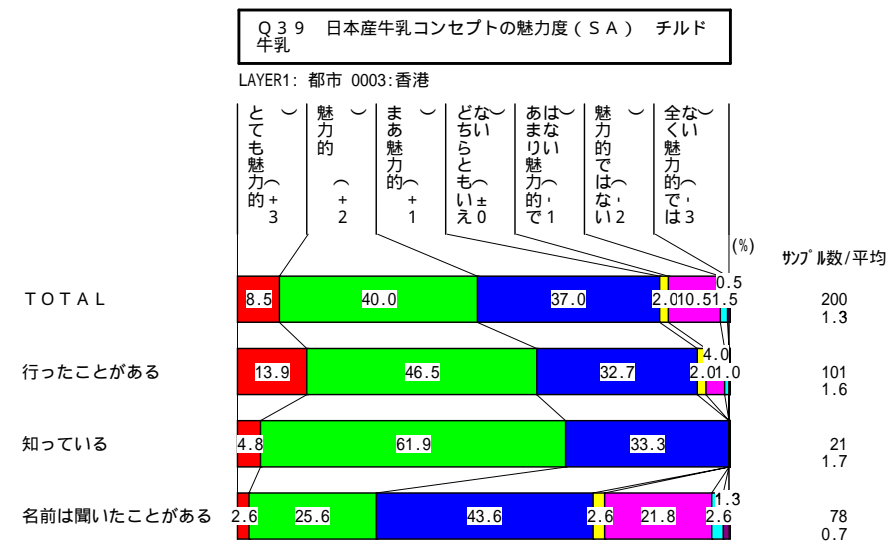
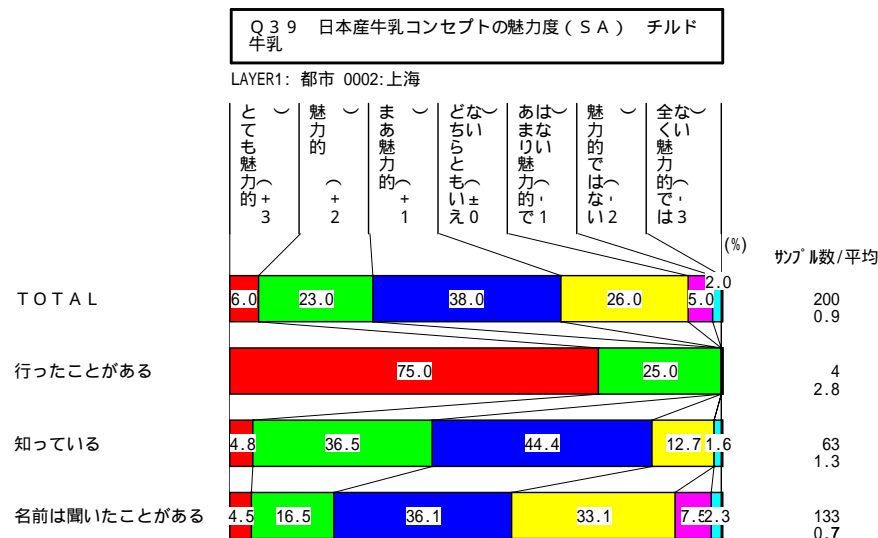
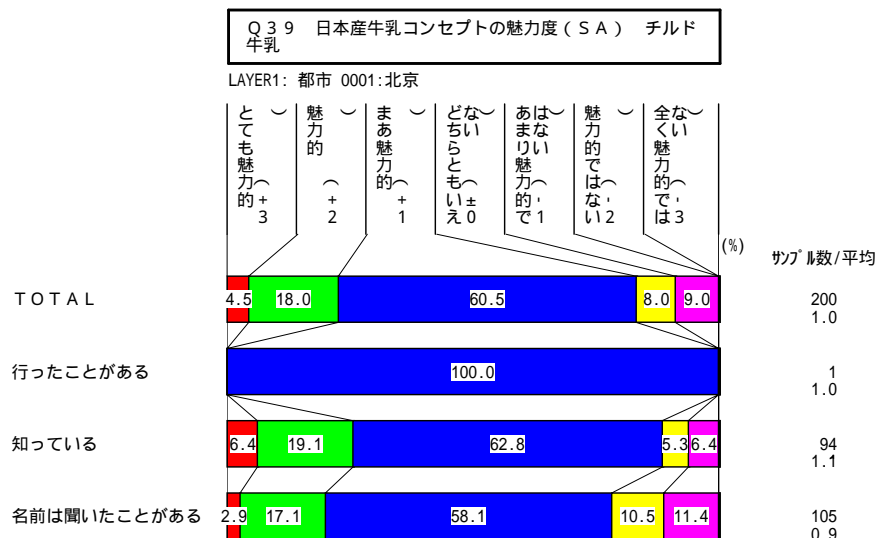
日本産牛乳コンセプトの魅力度

チルド牛乳（日本認知別）

【コンセプト】

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。

- 日本に対して「行ったことがある」もしくは「知っている」と答えた人の魅力度は「名前は聞いたことがある」人の魅力度に比べて高く、日本に対してより知っている人が日本産牛乳に対してより魅力を感じる事が分かる。
- この傾向はLL牛乳においても同様である。



* サンプル数が30未満は参考値

日本産牛乳コンセプトの魅力度

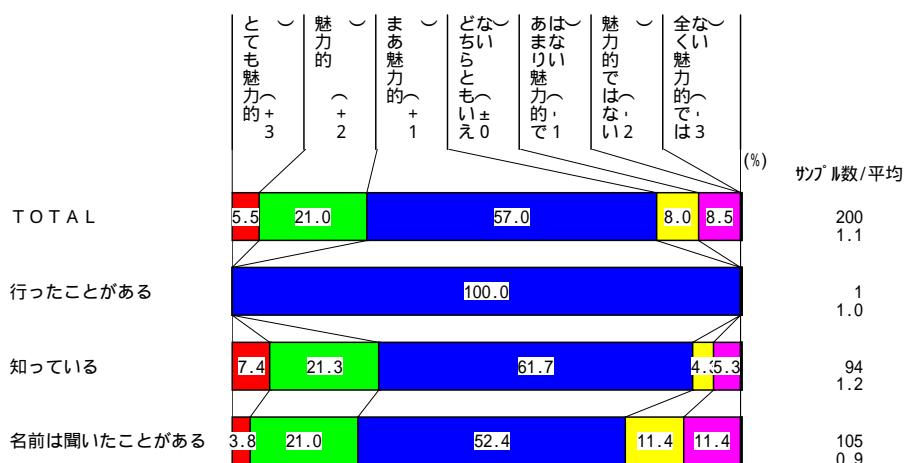
LL牛乳 (日本認知別)

【コンセプト】

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。

Q 3 9 日本産牛乳コンセプトの魅力度 (SA) LL牛乳

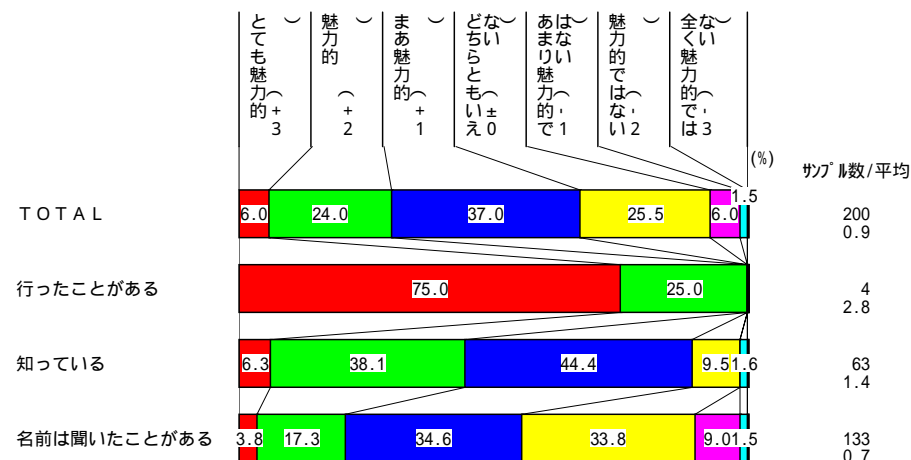
LAYER1: 都市 0001:北京



* サンプル数が30未満は参考値

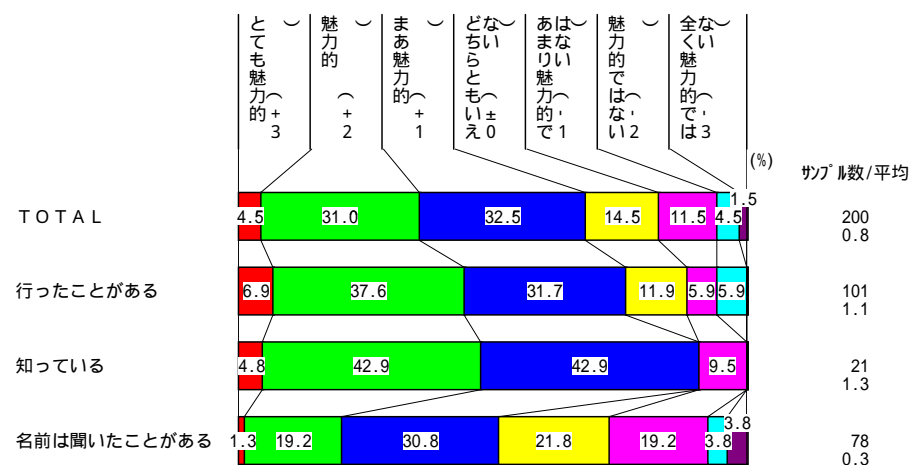
Q 3 9 日本産牛乳コンセプトの魅力度 (SA) LL牛乳


LAYER1: 都市 0002:上海



Q 3 9 日本産牛乳コンセプトの魅力度 (SA) LL牛乳

LAYER1: 都市 0003:香港

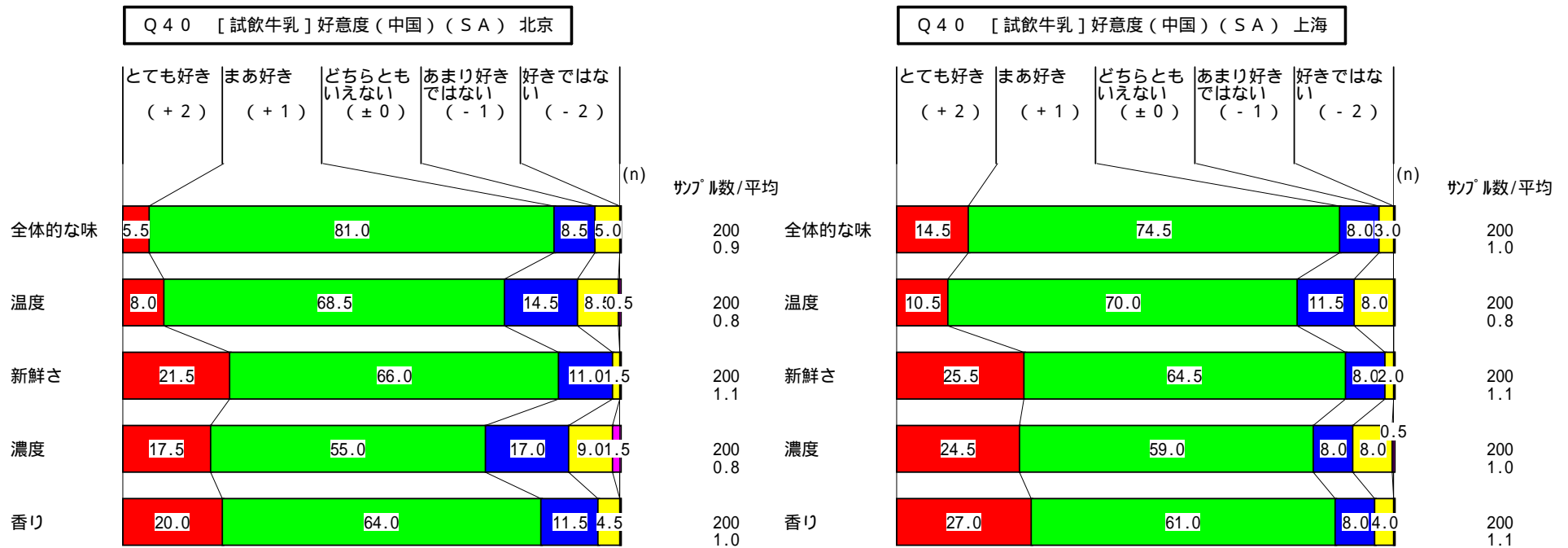


- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

試食は北京・上海でのみ実施

牛乳の試飲評価

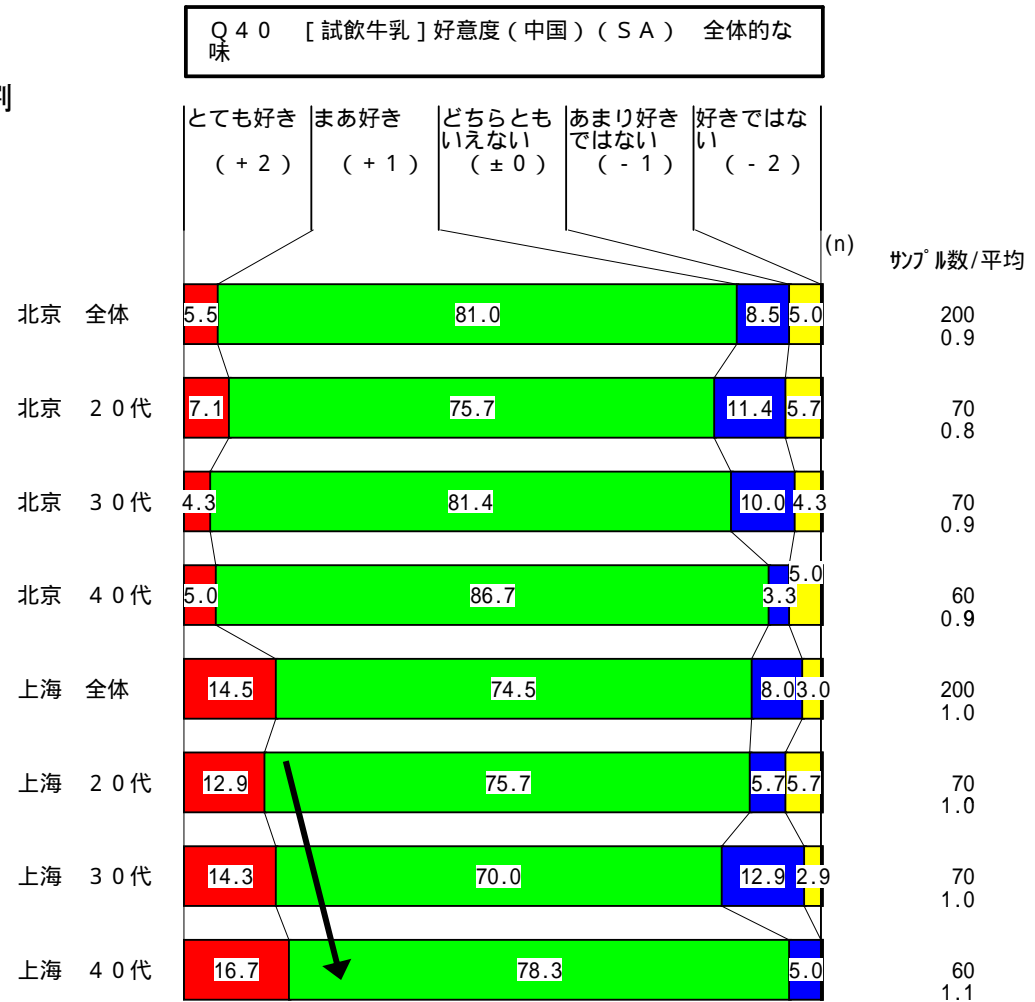
- 北京では、「全体の味」のTOP2BOXの割合が86.5%、その他の項目も7割以上だった。中でも「新鮮さ」「香り」の好意度が8割と高い。
- 上海では、「全体の味」のTOP2BOXの割合が89.0%、その他の項目も8割以上と高い。中でも「新鮮さ」のTOP2BOXが9割と高い。
- 全体的に上海の方が北京より評価が高い。「全体の味」のTOPBOXは上海で14.5%で、北京で5.5%。「濃度」のTOP2BOXも上海が83.5%、北京が72.5%と上海の方が高い。



牛乳の試飲評価 年代別

<全体的な味>

- 北京では年代別で大きな違いは見られない。
- 上海では、年代が高くなるほどTOPBOXの割合が高くなる。



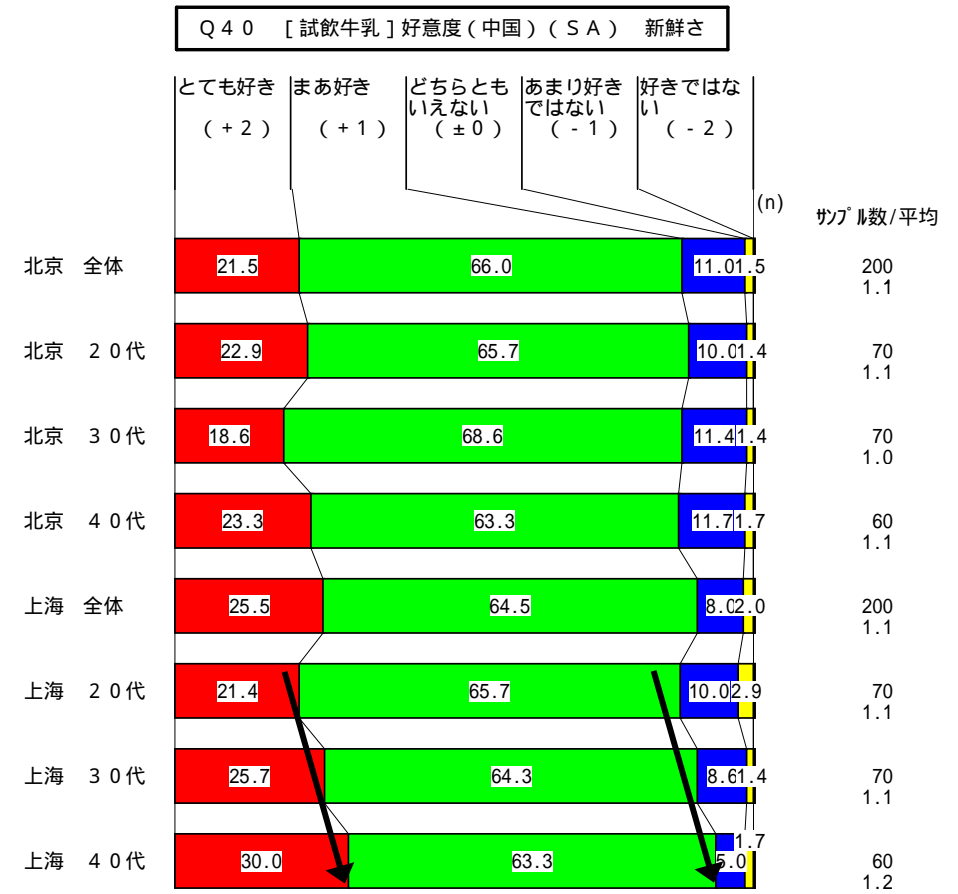
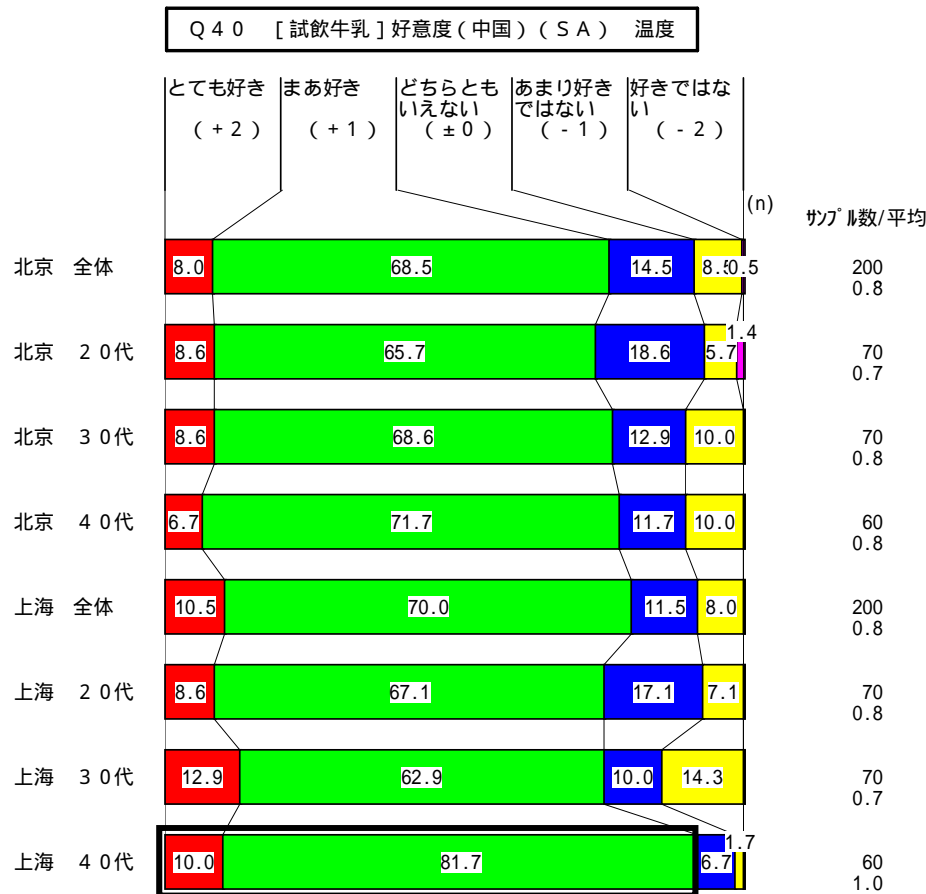
牛乳の試飲評価 年代別

<温度>

- 北京では年代による大きな違いは見られなかった。
- 上海では 40代のTOP2BOXが他の年代よりも高い。

<新鮮さ>

- 北京では年代による大きな違いは見られなかった。
- 上海では年代が高いほど、評価が高くなる傾向。



牛乳の試飲評価

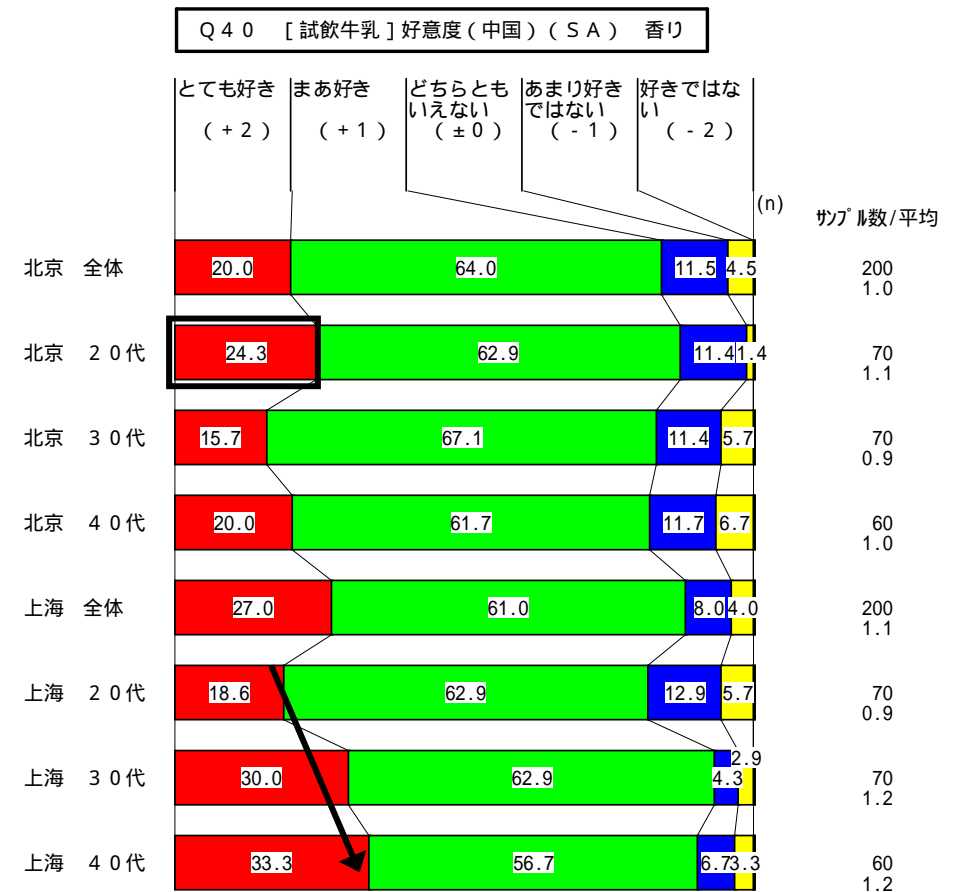
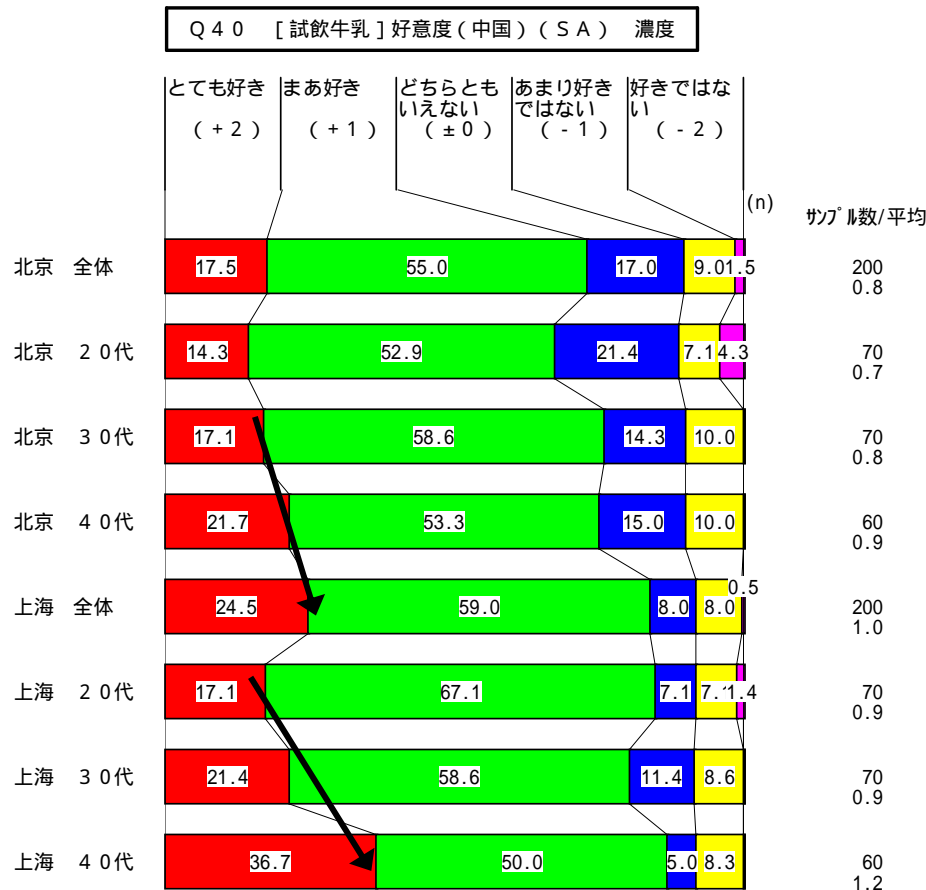
年代別

<濃度>

- 北京では年代が上がるにつれTOPBOXが若干高くなる。20代のTOP2BOXがやや低め。
- 上海では、年代が高いほどTOPBOXが高い。

<香り>

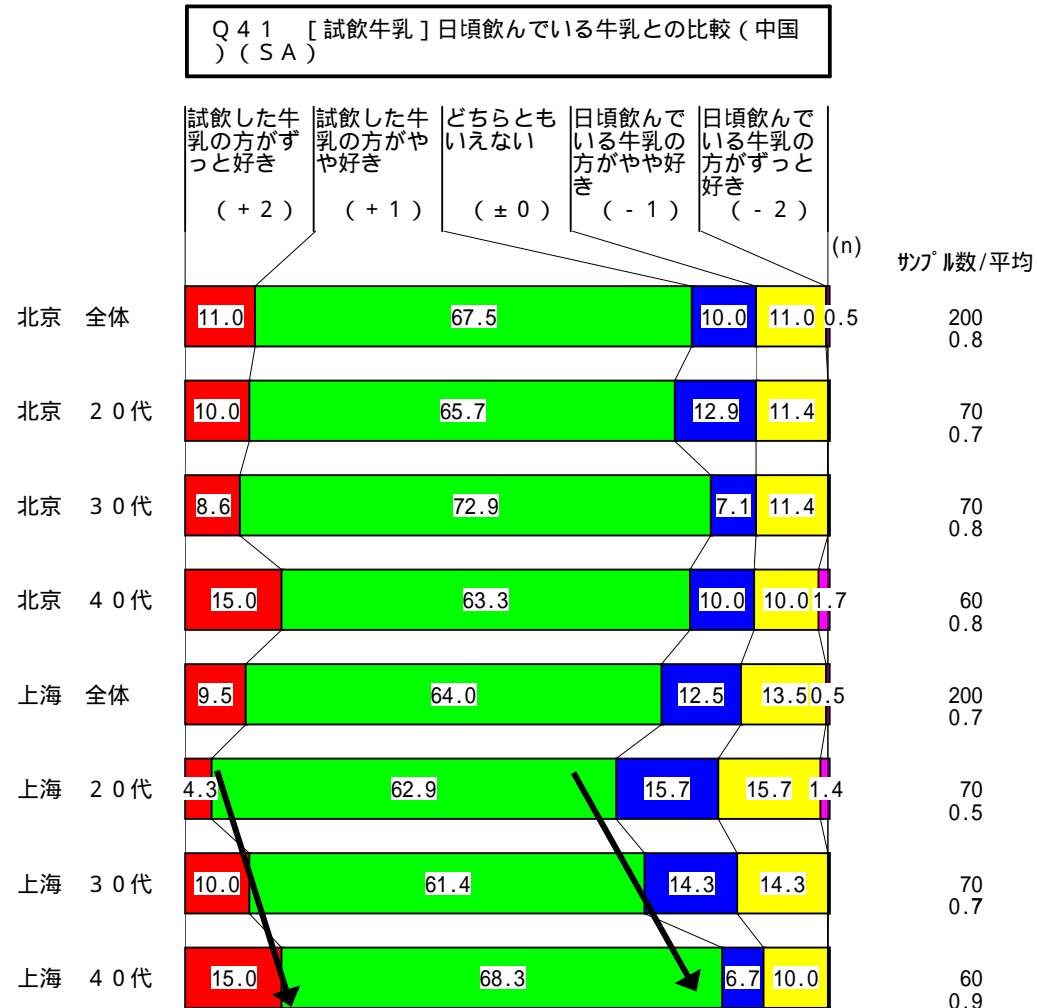
- 北京では20代のTOPBOXがやや高め。
- 上海では年代が高いほど、TOPBOXが高くなる傾向。



牛乳の試飲評価

日頃飲んでいる牛乳との比較

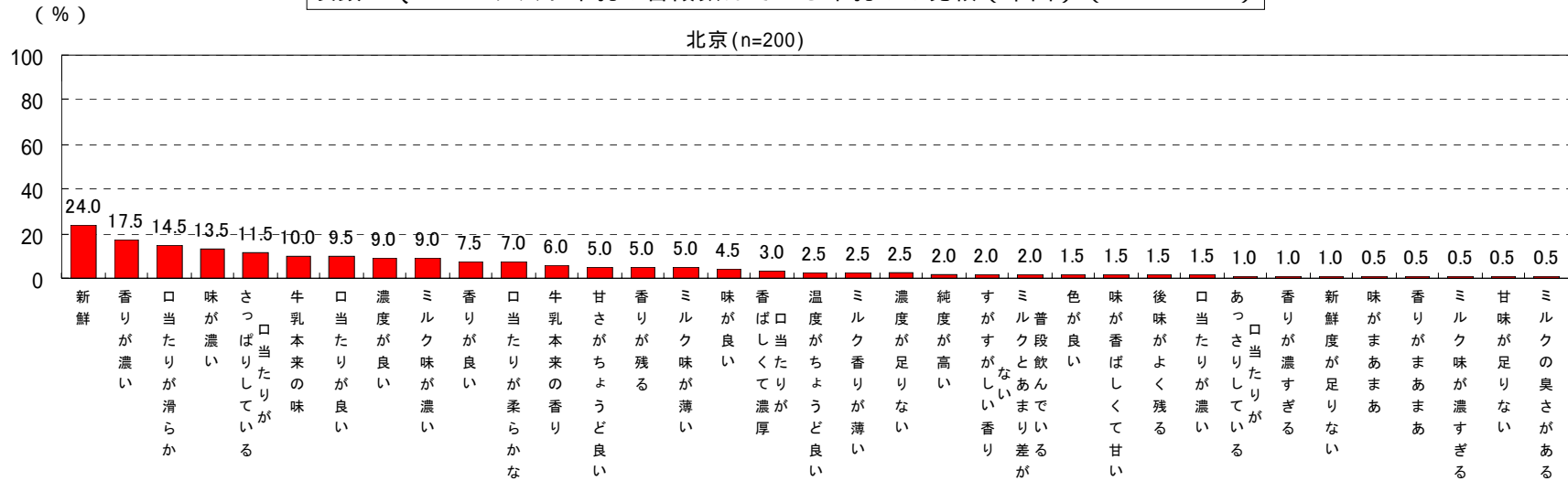
- TOP2BOXで見ると、北京が78.5%、上海で73.5%と試飲した牛乳の好意度は高い。
- 日頃飲んでいる牛乳の方が好きな人は2都市とも20%台だった。
- 年代別に見ると、上海では年代が上がるにつれTOPBOX・TOP2BOXともに高くなる。



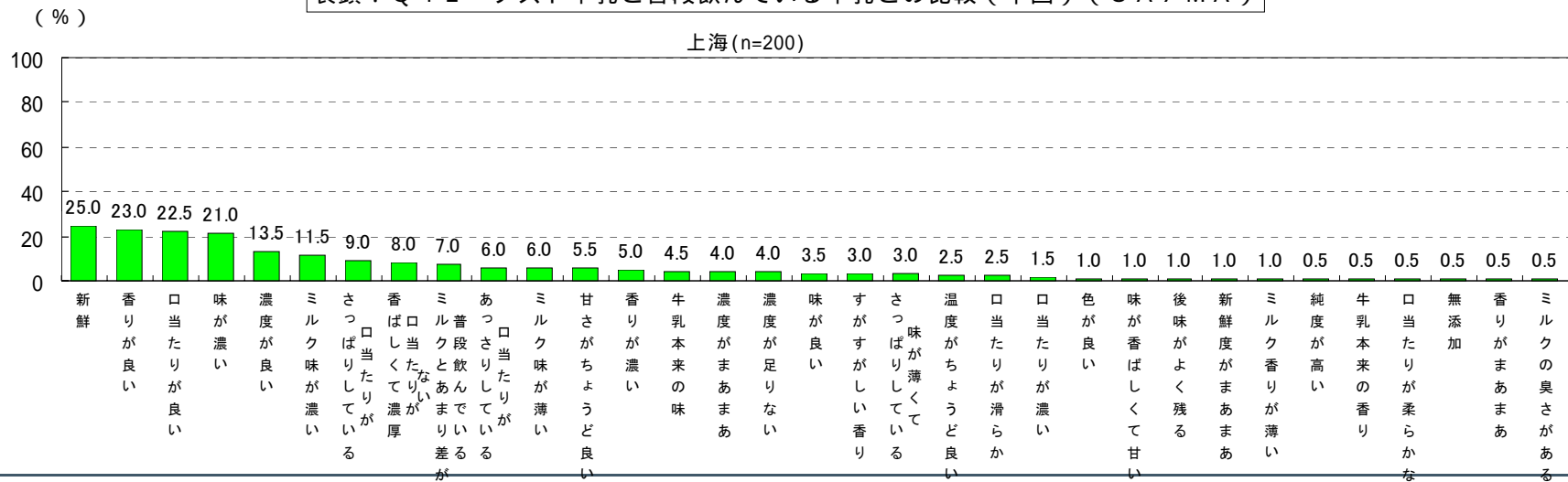
牛乳の試飲評価


- 日頃飲んでいる牛乳と比較した日本の牛乳に対する評価をみると、2都市とも「新鮮」が一番多く、次いで「香りが良い」。
- また、「口当たりが滑らか(良い)」や「味が濃い」などの評価も良かった。

表頭：Q 4 2 テスト牛乳と普段飲んでいる牛乳との比較（中国）（O A / M A）



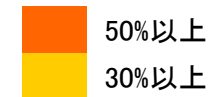
表頭：Q 4 2 テスト牛乳と普段飲んでいる牛乳との比較（中国）（O A / M A）



- 
- .食生活の実態
 - .牛乳の飲用&購入実態
 - .ヨーグルトの飲食&購入実態
 - .産地別乳製品のイメージ
 - .日本産牛乳の味の評価
 - .日本産牛乳の価格受容性

価格受容性

1000mlパックの価格：中国40元 / 香港HK\$30



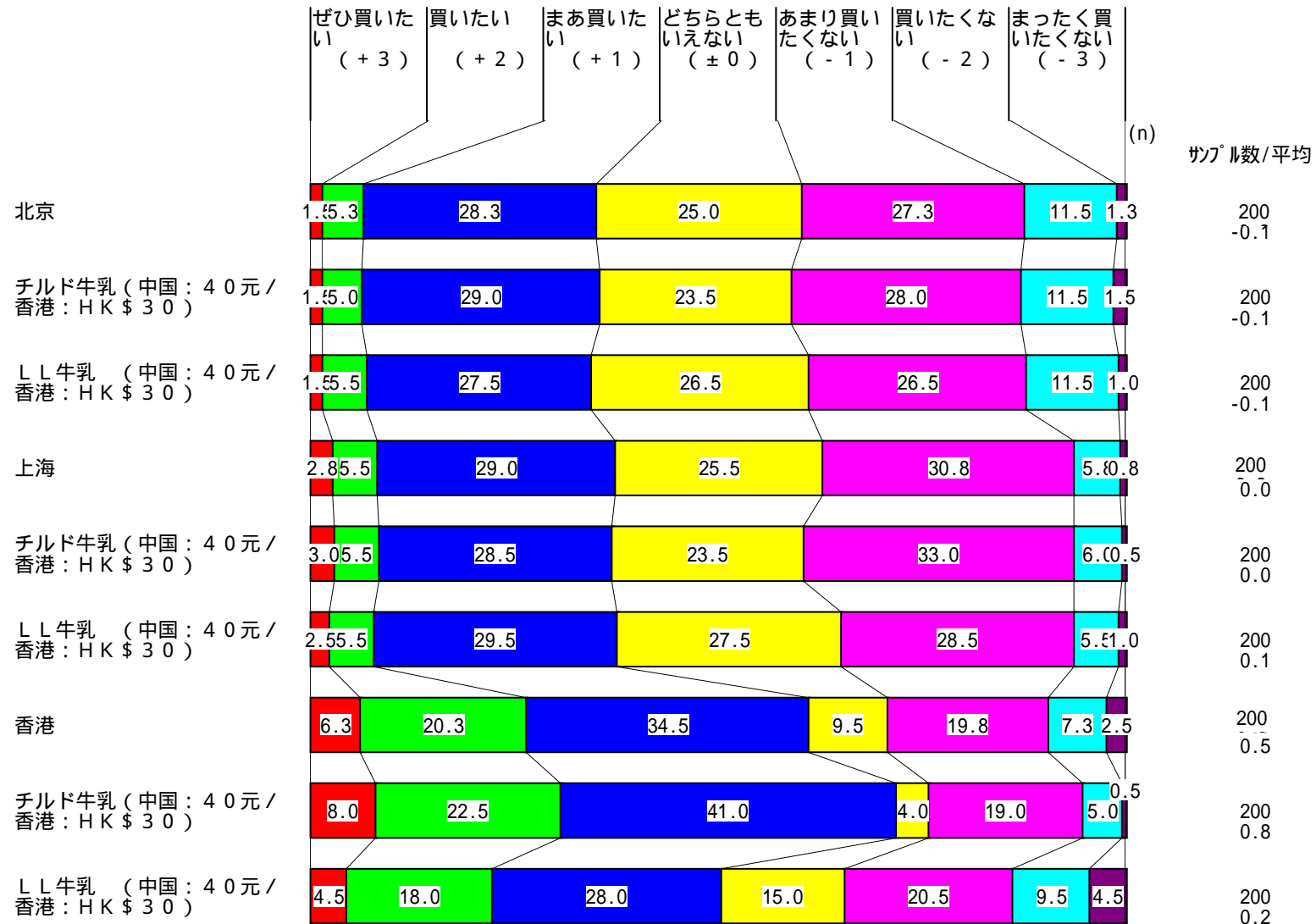
- 1000mlパックの価格を現在市販価格と同じ(中国40元/香港HK\$30)で提示して評価を聞いた。
- チルド牛乳・LL牛乳ともに購入意向は香港で最も高く、北京で最も低かった。
- 香港ではチルド牛乳の購入意向が高く、北京・上海では特に変わらなかった。
- 香港では年代が上がるにつれて、チルド牛乳・LL牛乳ともに購入意向も高い傾向。
- チルド牛乳・LL牛乳とも、上海・北京では年代別の傾向は特に見られなかった。

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。

			(%)	n	TOPBOX	TOP2BOX	TOP3BOX	平均(※)
チルド牛乳	北京	全体	200	1.5	6.5	35.5	-0.1	
		年代別	20代	70	-	5.7	41.4	-0.1
			30代	70	4.3	7.1	32.9	-
			40代	60	-	6.7	31.7	-0.2
	上海	全体	200	3.0	8.5	37.0	-	
		年代別	20代	70	-	-	27.1	-0.2
			30代	70	2.9	7.1	38.6	-
			40代	60	6.7	20.0	46.7	0.3
	香港	全体	200	8.0	30.5	71.5	0.8	
		年代別	20代	70	1.4	20.0	64.3	0.4
			30代	70	11.4	40.0	72.9	1.0
			40代	60	11.7	31.7	78.3	1.0
LL牛乳	北京	全体	200	1.5	7.0	34.5	-0.1	
		年代別	20代	70	-	5.7	35.7	-0.1
			30代	70	4.3	8.6	38.6	-
			40代	60	-	6.7	28.3	-0.2
	上海	全体	200	2.5	8.0	37.5	0.1	
		年代別	20代	70	-	-	24.3	-0.3
			30代	70	1.4	7.1	42.9	0.1
			40代	60	6.7	18.3	46.7	0.4
	香港	全体	200	4.5	22.5	50.5	0.2	
		年代別	20代	70	-	8.6	37.1	-0.3
			30代	70	7.1	28.6	50.0	0.4
			40代	60	6.7	31.7	66.7	0.7

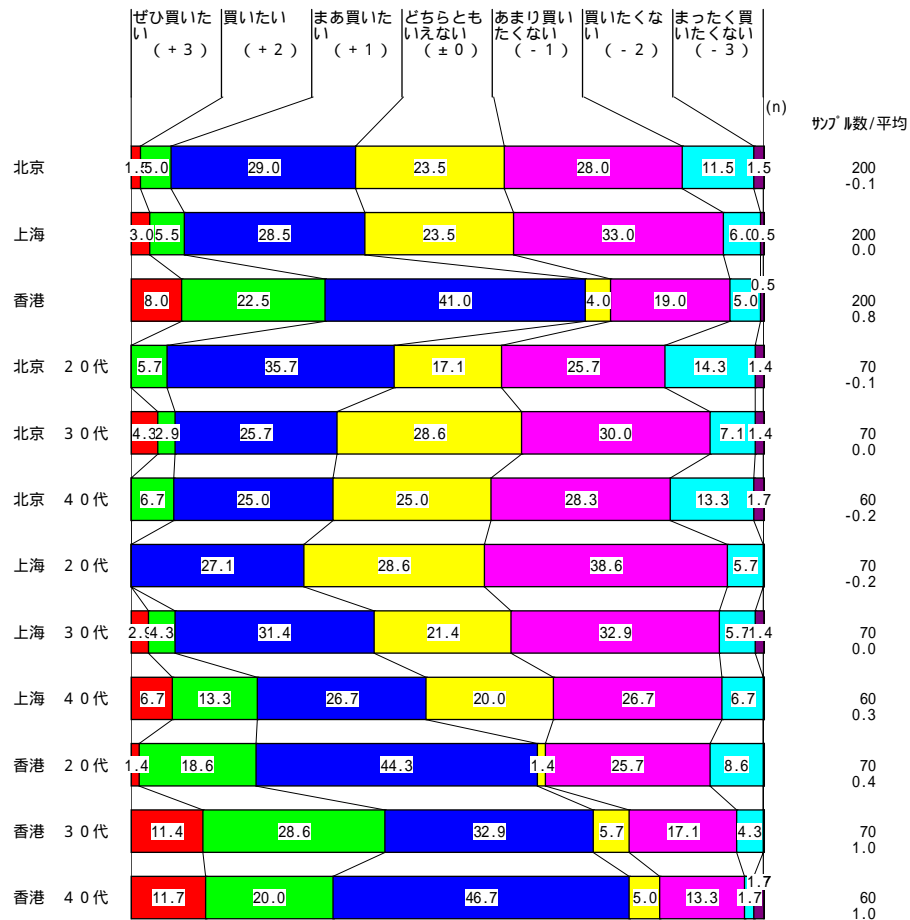
価格受容性 都市別

Q 4 3 日本産牛乳の購入意向 (S A)

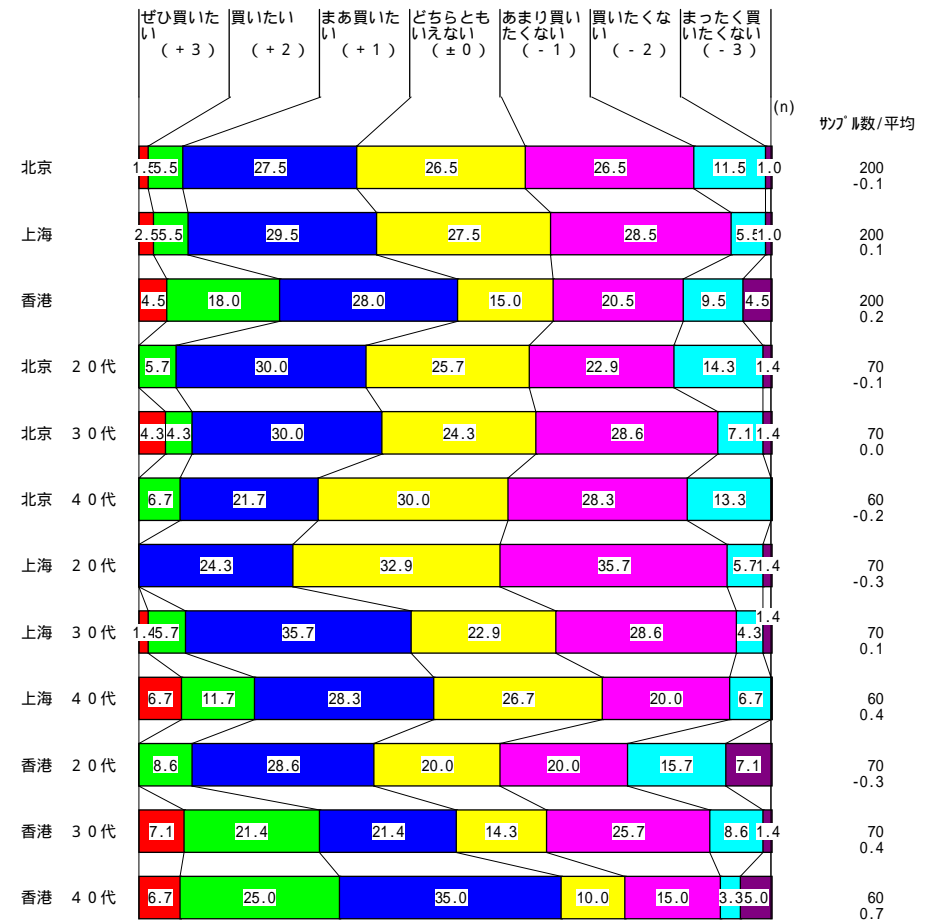


価格受容性 年代別

Q43 日本産牛乳の購入意向 (SA) チルド牛乳
(中国: 4.0元 / 香港: HK\$3.0)



Q43 日本産牛乳の購入意向 (SA) L.L牛乳
(中国: 4.0元 / 香港: HK\$3.0)



価格受容性

2006年度との比較

日本産牛乳の購入意向 (7段階評価)

		(%)	n	TOPBOX	TOB2BOX	TOP3BOX	平均
北京	2007年度	チルド牛乳 40元	200	1.5	6.5	35.5	-0.1
		LL牛乳 40元	200	1.5	7.0	34.5	-0.1
	2006年度	牛乳 35元	200	-	4.0	24.0	-0.9
上海	2007年度	チルド牛乳 40元	200	3.0	8.5	37.0	0.0
		LL牛乳 40元	200	2.5	8.0	37.5	0.1
	2006年度	牛乳 35元	200	1.0	6.5	34.5	-0.6
香港	2007年度	チルド牛乳 30HK\$	200	8.0	30.5	71.5	0.8
		LL牛乳 30HK\$	200	4.5	22.5	50.5	0.2

70%以上
50%以上
30%以上



付録





ブランド産地

牛乳		ヨーグルト	
光明	中国	达能/Danone <中国>	フランス(現地生産)
蒙牛/Mengniu	中国	達能/Danone <香港>	フランス
伊利/Yili	中国	光明/Yinua	中国
味全	台湾(現地生産)	伊利	中国
妙士	中国	蒙牛	中国
三元	中国	妙士	中国
三島	中国	全佳	中国
三鹿	中国	三元	中国
全佳	中国	三島	中国
維維天山雪	中国	維維天山雪	中国
均瑶	中国	味全	台湾(現地生産)
夏進	中国	喜臨門	中国
大旺	中国	巨強	中国
物美	中国	悦家	中国
万德妙	中国	三鹿	中国
帕马拉特/Parmalat	イタリア(現地生産)	夏進	中国
雀巢/Nestle	スイス(現地生産)	優格	中国
大卫/David	オーストラリア	聖雪	中国
德运/Dimondale	オーストラリア	藏秘靈菇	中国
保利/Pauls	オーストラリア	保利/Pauls	オーストラリア
哈维福瑞/Harvey Fresh	オーストラリア	帝凡/Divine	オーストラリア
牛头/cow head	ニュージーランド	爰儿曼/Ehrmann	ロシア
总统/President	フランス	帕斯卡/PASCUAL	スペイン
田园/Country goodness	ニュージーランド	明治/MEIJI	日本
明治/MEIJI	日本	布拉酸奶/Bulla	オーストラリア
安佳/Anchor(HK)	ニュージーランド	阿曼酸奶/Shrmann	ドイツ
維記牛奶/Kowloon Dairy	香港	铁塔酸奶/Elle&Vice	フランス
維他/Vita	香港	雀巢牛奶公司/Nestle Dairy Farm	香港
十字牌/Trappist	香港	安怡/Anlene	ニュージーランド(台湾製造)
天純/Farmhouse	香港	鮮果酪/Fresh N Fruity	ニュージーランド
首選牌/First Choice	香港	優沛蕾/Yoplait	アメリカ
農場牛奶/Farm Milk	香港	梅勒/Muller	中国
子母/Dutch Lady	マレーシア(現地生産)	チチヤス/Chichiyasu	日本
安怡/Anlene	ニュージーランド(マレーシア生産)	オハヨー/Ohayo	日本
Pura	オーストラリア	森永/Morinaga	日本
澳洲寶萊/Masters	オーストラリア		
北海道/Hokkaido	日本		

参考情報

中国産牛乳と日本産牛乳の主な成分量の比較

- 脂質 全体的に日本産牛乳の方が多め。
- たんぱく質 全体的に日本産牛乳の方が多め。
- 炭水化物 全体的に日本産牛乳の方が多め。
- 熱量 全体的に日本産牛乳の方が脂質の割合が高めな為、熱量も高め。
- 無脂乳固形分 全体的に日本産牛乳の方が多め

							100mlあたり
製品名	タイプ	脂質	無脂乳固形分	たんぱく質	炭水化物	熱量	
 光明 鮮牛奶	普通の牛乳	3.1%以上	8.1%以上	2.9%以上 (約3.0g以上)	4.2g以上	242kJ (約57.8kcal)	
 よつ葉 特選北海道十勝牛乳	普通の牛乳	3.7%以上	8.5%以上	6.8g/200ml (約3.4g)	9.7g/200ml (約4.9g)	70.5kcal	
 明治 おいしい牛乳	普通の牛乳	3.5%以上	8.3%以上	6.8g/200ml (約3.4g)	9.9g/200ml (約5.0g)	68.5kcal	
 森永 北海道牛乳	普通の牛乳	3.7%以上	8.4%以上	6.7g/200ml (約3.4g)	9.6g/200ml (約4.8g)	68.5kcal	

データ出典:各製品パッケージより転記。

()内は参考値

注1) 牛乳の比重は、1.032で計算

注2) 1KJ:0.2389 calで計算

※各商品画像はそれぞれメーカーHPのものを使用。

参考情報

中国産牛乳と日本産牛乳の主な成分量の比較

100mlあたり

製品名	タイプ	脂質	無脂乳固形分	たんぱく質	炭水化物	熱量
 光明 減脂50%鮮奶	低脂肪牛乳	1.5%以下	8.1%以上	3.1%以上 (約3.2g以上)	4.2g以上	166kJ (約39.7kcal)
 光明 減脂90%鮮奶	低脂肪牛乳	0.3%以下	8.1%以上	3.1%以上 (約3.2g以上)	4.2g以上	77kJ (約18.4kcal)
 光明 鮮牛奶	普通の牛乳	3.1%以上	8.1%以上	2.9%以上 (約3.0g以上)	4.2g以上	242kJ (約57.8kcal)
 光明 优倍 新鮮屋高品质鮮奶	高級牛乳	3.1%以上	8.1%以上	3.3%以上 (約3.4g以上)		242kJ (約57.8kcal)
 光明 新鮮屋牛奶(香濃3.5)	普通の牛乳 (脂肪分高め)	3.7~4.2%	8.1%以上	3.0~3.3% (約3.1~3.4g)	4.2g以上	271.1kJ (約64.8kcal)
 光明 新鮮屋高钙牛奶	高カルシウム	3.1%以上	8.1%以上	2.9%以上 (約3.0g以上)		242kJ (約57.8kcal)
 光明 致优全鮮乳	高級牛乳	3.1%以上	8.1%以上	3.2%以上 (約3.3g以上)		
 蒙牛 現代牧场純牛奶	高級牛乳	3.1%以上	8.1%以上	3.1g以上		
 よつ葉 特選北海道十勝牛乳	普通の牛乳	3.7%以上	8.5%以上	6.8g/200ml (約3.4g)	9.7g/200ml (約4.9g)	70.5kcal
 明治 おいしい牛乳	普通の牛乳	3.5%以上	8.3%以上	6.8g/200ml (約3.4g)	9.9g/200ml (約5.0g)	68.5kcal
 森永 北海道牛乳	普通の牛乳	3.7%以上	8.4%以上	6.7g/200ml (約3.4g)	9.6g/200ml (約4.8g)	68.5kcal

()内は参考値

注1) 牛乳の比重は、1.032で計算

注2) 1kJ:0.2389 calで計算

※各商品画像はそれぞれメーカーHPのものを使用。

データ出典:各製品パッケージより転記。

参考情報

中国産牛乳と日本産牛乳の成分規格の比較

□ 乳脂肪分	低脂肪牛乳に関しては、中国(1.0~2.0%)に対し、日本(0.5%以上1.5%以下)は若干低め。
□ 無脂乳固形分	中国(8.1%以上)と日本(8.0%以上)はほぼ同じ。
□ 酸度	日本はジャージー乳のみ0.20%以下だが、他の牛乳は中国と同じく0.18%以下。
□ 不純物度(度合)	中国では、「2mg/kg以下」という基準のみ。 日本ではイソメタミジウム、エプリノメクチン、オキシテトラサイクリン、クロルテトラサイクリン及びテトラサイクリン、ゲンタマイシン、シロマイシン、スピラマイシン、スペクチノマイシン、スルファジミジン、セフトオフル、チアベンダゾール、チルミコシン、ネオマイシン、五-プロピルスルホニル-4-ベンズイミダゾール-2-アミンについてそれぞれ含有量の基準あり。
□ 細菌数	中国が30,000 cfu/mlに対し、日本は標準平板培養法で50,000/ml以下。
□ 大腸菌群	中国の基準は90 MPN/100mlだが、日本は「陰性」。

		乳脂肪分	たんぱく質	無脂乳固形分	酸度 (日本は乳酸として)	不純物度 (度合)	細菌数 (日本は標準平板培養法で1ml当たり)	大腸菌群
中国	全脂乳	3.1%以上	2.9%以上	8.1%以上	18°T以下	2mg/kg以下	30,000 cfu/ml (チルドのみ)	90 MPN /100ml
	低脂肪牛乳	1.0~2.0%						
	無脂肪牛乳	0.5%以下						
日本	牛乳	3.0%以上	/	8.0%以上	* 0.18%以下 ** 0.20%以下	※農薬・抗生物質・抗菌剤・その他薬品に関する詳細な含有量の基準あり	50,000以下	陰性
	低脂肪牛乳	0.5%以上 1.5%以下		8.0%以上	0.18%以下		50,000以下	陰性
	無脂肪牛乳	0.5%未満		8.0%以上	0.18%以下		50,000以下	陰性

データ出典：中国の「中国乳及乳製品産品質量標準 中華人民共和国国家標準 Pasteurized milkとSterilized milk」、日本の「乳及び乳製品の成分規格等に関する省令」より抜粋。

牛乳・ヨーグルトに関するアンケート(2007 年度)

最初にあなたご自身についてお聞きします。

F1. あなたの年齢は。

	歳
--	---

- | | |
|------------|------------|
| 1. 20～24 歳 | 4. 35～39 歳 |
| 2. 25～29 歳 | 5. 40～44 歳 |
| 3. 30～34 歳 | 6. 45～49 歳 |

F2. 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 | |

F3. あなたは結婚なさっていますか。(印は一つだけ)

- | | |
|-------|-------|
| 1. 未婚 | 2. 既婚 |
|-------|-------|

F4. 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 | |

F5. あなたご自身の個人月収をお答えください。（印は一つだけ）

香港

1. HKD10,000 未満	6. HKD30,000-34,999
2. HKD10,000-14,999	7. HKD35,000-39,999
3. HKD15,000-19,999	8. HKD40,000-44,999
4. HKD20,000-24,999	9. HKD45,000-49,999
5. HKD25,000-29,999	10. HKD50,000 以上

上海・北京

1. 2,000 元未満	7. 7,000-7,999 元
2. 2,000-2,999 元	8. 8,000-8,999 元
3. 3,000-3,999 元	9. 9,000-9,999 元
4. 4,000-4,999 元	10. 10,000-14,999 元
5. 5,000-5,999 元	11. 15,000-19,999 元
6. 6,000-6,999 元	12. 20,000 元以上

F6. あなたの世帯月収をお答えください。（印は一つだけ）

香港

1. HKD20,000 未満	6. HKD40,000-44,999
2. HKD20,000-24,999	7. HKD45,000-49,999
3. HKD25,000-29,999	8. HKD50,000-54,999
4. HKD30,000-34,999	9. HKD55,000-59,999
5. HKD35,000-39,999	10. HKD60,000 以上

上海・北京

1. 7,000 元未満	6. 15,000-19,999 元
2. 7,000-7,999 元	7. 20,000-24,999 元
3. 8,000-8,999 元	8. 25,000-29,999 元
4. 9,000-9,999 元	9. 30,000-39,999 元
5. 10,000-14,999 元	10. 40,000 元以上

日頃の食生活と健康意識についてお聞きします。

Q1. あなたは日頃どのような食事をしていますか。朝食と昼食・夕食それぞれについてお答えください。

(印は一つだけ)

Q1 朝食の内容 (SA)					Q1 昼食・夕食の内容 (SA)				
	中華が多い	パンなど洋食が多い	中華とパンなど洋食が半々	その他 ()		中華が多い	洋食・日本食など 中華以外が多い	中華と洋食・日本食など 中華以外が半々	その他 ()
朝食	1	2	3	4	昼食	1	2	3	4
					夕食	1	2	3	4

Q2. あなたは日頃どこで食事をしていますか。(印はいくつでも)

Q2 食事場所 (MA)						
	自宅	会社・職場	レストランやお店で	移動中 (歩きながら、乗り物の中で)	親の家・友人宅	その他 ()
朝食	1	2	3	4	5	6
昼食	1	2	3	4	5	6
夕食	1	2	3	4	5	6

Q3. 日頃はどこで食材を購入していますか。(印はいくつでも)

1. ハイパー/大型スーパー	4. 市場/屋台
2. デパートの食品売り場	5. その他
3. スーパー	(具体的に :)

Q4. あなたが日頃食材を購入する際に重視していることは何ですか。(印はいくつでも)

1. 価格が安いこと	11. 信頼できる店であること
2. 種類が豊富なこと	12. 大型スーパーであること
3. 新鮮であること	13. 自宅から近いこと
4. 保存期間が長いこと	14. 夜遅くまでやっていること
5. 生産日が新しいこと	15. 店内が清潔なこと
6. 品物を自由に選べること(袋入りでなく)	16. 品質保証・アフターサービスが しっかりしていること
7. 好きな量だけ買えること	17. 認証マークがついた食品を売っていること
8. 品質が高いこと	18. その他(具体的に:)
9. 産地がわかること	
10. 信頼できるブランド/メーカーであること	

Q5. 日頃の食生活や健康についての以下の項目について、それぞれお答えください。(印は一つだけ)

(それぞれ 印は一つだけ)	全くあてはまらない	あまりあてはまらない	どちらともいえない	まああてはまる	とてもあてはまる
1. おいしさを一番重視している	1	2	3	4	5
2. 手軽さ・食べやすさは大事	1	2	3	4	5
3. 栄養のバランスを考えている	1	2	3	4	5
4. 野菜を多く摂るようにしている	1	2	3	4	5
5. 肉の摂取量を控えている	1	2	3	4	5
6. 油の摂取量を控えている	1	2	3	4	5
7. 糖分の摂取量を控えている	1	2	3	4	5
8. 塩分の摂取量を控えている	1	2	3	4	5
9. 農薬や汚染の少ない食材を使用している	1	2	3	4	5
10. 野菜をしばらく水につけてから使う	1	2	3	4	5
11. 食べる量を加減している	1	2	3	4	5
12. 外食を控えて自炊をしている	1	2	3	4	5
13. サプリメントや健康食品を利用する	1	2	3	4	5
14. 抗生物質が含まれていないかを確認する	1	2	3	4	5
15. 体脂肪やBMI 指数を気にしている	1	2	3	4	5
16. 食生活の質を向上させたい	1	2	3	4	5
17. 賞味期限と保存期間の違いがわかる	1	2	3	4	5
18. 認証マークがついた食品・食材をよく買う	1	2	3	4	5
19. 成分表示を必ず確認してから買う	1	2	3	4	5
20. 輸入品は国産品より品質が信頼できる	1	2	3	4	5

Q6. あなたは日頃どのくらいの頻度で有機食品や輸入食品を購入していますか。最も近いものをお答えください。(印は一つだけ)

(それぞれ 印は一つだけ)	週に1回	2週間に1回	1か月に1回	2か月に1回	それ以下	購入しない
有機食品	1	2	3	4	5	6
輸入食品	1	2	3	4	5	6

牛乳についてお聞きします。

調査員読出：(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。

チルド牛乳とは、必ず冷蔵庫で保存し、保存期間が短いもの(1週間程度)です。

LL牛乳とは、常温での保存が可能で、保存期間が長いもの(45日以上)です。

Q7. 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。

チルド牛乳とLL牛乳両方とも飲んでいる場合でも、「年間平均」は年間平均の牛乳の飲用頻度ではなく、それぞれの年間平均の飲用頻度をお答えください。

(それぞれ 印は一つずつ)	そのまま飲む (SA)						
	毎日飲む	週に3~5日飲む	週に2~4日飲む	週に1~2日飲む	月に3~5日飲む	それ以下しか飲まない	全く飲まない
チルド牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7

Q8. 【Q7で「7. 全く飲まない」以外を回答した項目について】
あなたはチルド牛乳やLL牛乳を飲む時に冷たいまま飲みますか、それとも温めて飲みますか。次の中からあてはまるものを全てお答えください。(それぞれ 印はいくつでも)

	飲む時の温度 (MA)					
	冷たくして	常温(室温)で	温めて	沸騰させて	その他()	全く飲まない
チルド牛乳						
夏場は	1	2	3	4	5	6
冬場は	1	2	3	4	5	6
LL牛乳						
夏場は	1	2	3	4	5	6
冬場は	1	2	3	4	5	6

Q9. 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。(印は一つだけ)

(それぞれ 印は一つずつ)	他の飲み物に入れて・牛乳に他のものを混ぜて飲む(SA)						
	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	飲まない それ以下しか	全く飲まない
チルド牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7

Q10. 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。

チルド牛乳とLL牛乳両方とも飲んでいる場合でも、「年間平均」は年間平均での一日飲用量ではなく、それぞれの年間平均の飲用量をお答えください。

(それぞれ 印は一つずつ)	1日に牛乳類を飲む量(SA)						
	100ml未満	100～200ml未満	200～300ml未満	300～400ml未満	400～500ml未満	500ml以上	飲まない
チルド牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳							
年間平均	1	2	3	4	5	6	7
夏場	1	2	3	4	5	6	7
冬場	1	2	3	4	5	6	7

Q11. あなたが牛乳を飲むときに、チルド牛乳もしくは LL 牛乳を選んで飲む理由を以下の中からそれぞれあてはまるものを全てお答えください。(それぞれ 印はいくつでも)
 調査員注意：牛乳を飲む理由ではなく、チルドか LL かの選択理由である。

	飲用理由 (MA)											
	味がおいしいから	口当たりが良いから	牛乳本来の風味がするから	新鮮だから	添加物が入っていないから	味が濃く感じられるから	常温や温めて飲むのに便利だから	パッケージからそのまま飲める	携帯しやすく便利だから	保存期間が長いから	その他 ()	飲まない
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
LL 牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Q12. 【Q11 で「12. 飲まない」以外を回答した項目について】

あなたは日頃チルド牛乳や LL 牛乳をそれぞれどのような時に飲みますか。

次の中からあてはまるものを全てお答えください。(それぞれ 印はいくつでも)

	飲用シーン (MA)																					
	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	昼食後のデザートとして	夕食時	夕食後のデザートとして	おやつや間食時	夜食時	お風呂の後	夜寝る前	のどが渴いた時	職場で何か飲み食べたくなった時	ちよつとおながすがすいたとき	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	外出先・街中で	乗り物での移動中に	来客時	その他 ()
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
LL 牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22

Q13. あなたが牛乳を飲む理由は何ですか。次の中からあてはまるものを全てお答えください。

(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 ()

Q14. 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/大型スーパー	7. 市場/屋台
4. スーパー	8. その他 ()

Q15. あなたは日頃どのくらいの頻度で牛乳を購入していますか。(印は一つだけ)

	購入頻度 (SA)						
	ほぼ毎日	週に2〜3回くらい	週に1回くらい	2週に1回くらい	月に1回以下	わからない	買わない
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7

【Q16～Q18：Q15で「7. 買わない」以外を回答した項目について】

Q16. あなたが日頃購入している牛乳のパッケージサイズを全てお答えください。(印はいくつでも)
箱ごと購入する場合は一つあたりの量をお答えください。

Q16_1 その中で最もよく購入してい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)

Q17. あなたが最もよく購入している牛乳のパッケージサイズの価格をお答えください。
箱ごと購入する場合は一つあたりの価格をお答えください。

	200ml以下	201～250ml	251～500ml	501～700ml	701～900ml	901～1000ml	1001ml以上	その他()	4桁
チルド牛乳									Q17 最多購入サイズ価格
日頃購入しているサイズ(MA)	1	2	3	4	5	6	7	8	香港 上海・北京
最もよく購入するサイズ(SA)	1	2	3	4	5	6	7	8	⇒ <input type="text" value="HK\$"/> <input type="text" value="元"/>
LL牛乳									香港 上海・北京
日頃購入しているサイズ(MA)	1	2	3	4	5	6	7	8	⇒ <input type="text" value="HK\$"/> <input type="text" value="元"/>
最もよく購入するサイズ(SA)	1	2	3	4	5	6	7	8	⇒ <input type="text" value="HK\$"/> <input type="text" value="元"/>

Q18. あなたが最近一ヶ月に購入したことがある牛乳の種類を全てお答えください。(印はいくつでも)

牛乳種類(MA)	チルド牛乳	LL牛乳
濃厚牛乳 (乳脂肪分の割合が高いもの、味がこってりしたもの)	1	1
成分調整牛乳 (生乳から成分の一部を除き、無脂乳固形分 8.0%以上のもの)	2	2
普通の牛乳/成分無調整牛乳 (生乳 100%で乳脂肪や成分調整をしていないもの)	3	3
低脂肪牛乳 (生乳から乳脂肪分を除去したもので、普通の牛乳より乳脂肪分が低いもの)	4	4
無脂肪牛乳/脱脂肪牛乳 (生乳から乳脂肪分を除去したもので、乳脂肪分がほとんどないもの)	5	5
栄養成分強化牛乳 (カルシウム、鉄分、ビタミンDなどを加えたもの)	6	6
低カロリー牛乳	7	7
味付き牛乳	8	8
オーガニック牛乳 (有機栽培された飼料で飼育された乳牛から搾ったもの)	9	9
加工乳/スキームミルク (粉乳から還元したものや生乳にクリームやバターを加えたもの)	10	10
産地表示牛乳 (産地が商品名やブランド名になっているもの)	11	11
高級牛乳 (優良の生乳を原料にし、栄養分や品質が高いもの)	12	12
その他()	13	13

Q19. あなたが最近一ヶ月に購入した牛乳のブランドを全てお答えください。(印はいくつでも)
 Q19_1 その中であなたが最近一ヶ月に最もよく購入している牛乳のブランドを一つだけお答えください。
 (印は一つだけ)

香港	上海北京	Q19 最近一ヶ月に購入したことがある (MA)	Q19_1最近1ヶ月最もよく購入している (SA)
Nestle Dairy Farm	光明	1	1
Kowloon Dairy	蒙牛	2	2
Vita	伊利	3	3
Trappist	味全	4	4
Farmhouse	妙士	5	5
First Choice	三元	6	6
Farm Milk	三島	7	7
蒙牛	三鹿	8	8
伊利	全佳	9	9
Dutch Lady	維維天山雪	10	10
Anlene	均瑶	11	11
Anchor	夏進	12	12
Paul ' s	大旺	13	13
Pura	物美	14	14
Masters	万德妙	15	15
北海道	P a r m a l a t	16	16
その他国産	N e s t l e	17	17
その他輸入品 (日本)	D a v i d	18	18
その他輸入品 (豪州)	D i m o n d a l e	19	19
その他輸入品 (日本と豪州以外)	P a u l s	20	20
	H a r v e y F r e s h	21	21
	c o w h e a d	22	22
	P r e s i d e n t	23	23
	C o u n t r y g o o d n e s s	24	24
	M E I J I	25	25
	A n c h o r	26	26
	その他国産	27	27
	その他輸入品 (日本)	28	28
	その他輸入品 (豪州)	29	29
	その他輸入品 (日本と豪州以外)	30	30

Q20. あなたは日頃牛乳を購入する際に、どんな点を重視されますか？（印はいくつでも）

1. 産地表示があること	7. 飲み切りサイズであること	13. 安全性が高いこと
2. ブランドが信頼できること	8. 価格が安いこと	14. 常温保存できること
3. 味が濃いこと	9. 栄養成分が豊富なこと	15. 保存期間が長いこと
4. 高級であること	10. 低脂肪であること	16. 生産日が新しいこと
5. パッケージに高級感があること	11. カルシウム強化であること	17. その他（ ）
6. パッケージが取り扱いやすいこと	12. 抗生物質が含まれていないこと	

Q21. 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	Q23 へ	5. あまり満足していない	Q22 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			

[Q21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]

Q22. 不満の場合は、その理由をお聞かせください。（OA）

--

Q23. あなたはこれまでに人に牛乳を贈ったことがありますか。（印は一つだけ）

1. ある Q24 へ	2. ない Q25 へ
----------------	----------------

Q24. [Q23で「1. ある」と回答した人のみ]

あなたはどのような方へ牛乳を贈りましたか。（印はいくつでも）

1. 上司や会社の人	4. 病気の人へお見舞い
2. 親や年上の親戚	5. その他（ ）
3. 赤ちゃんのいる人	

ヨーグルトについてお聞きします。

Q25. 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、飲むタイプそれぞれについてお答えください。(印は一つだけ)

調査員読出：食べるタイプは液体タイプ以外のもので、スプーンなどで食べるものです。

飲むタイプは液体タイプで、そのままやストローで飲めるものです。

	飲食頻度 (SA)						
	毎日食べる／飲む	週に5～6日食べる／飲む	週に3～4日食べる／飲む	週に1～2日食べる／飲む	月に2～3日食べる／飲む	それ以下しか食べない／飲まない	全く食べない／飲まない
食べるタイプ/プレーン(甘味なし)	1	2	3	4	5	6	7
食べるタイプ/プレーン(甘味あり)	1	2	3	4	5	6	7
食べるタイプ/果物入りなどフレーバー付き	1	2	3	4	5	6	7
飲むタイプ/プレーン	1	2	3	4	5	6	7
飲むタイプ/果物入りなどフレーバー付き	1	2	3	4	5	6	7

Q26. 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

Q27. あなたは日頃、ヨーグルトをどのような時に食べ(飲み)ますか。

あてはまるもの全てお答えください(印はいくつでも)

1. 朝起きぬけに	12. 夜寝る前
2. 朝食をとりながら	13. のどが渴いた時
3. 朝食後	14. 職場で何か飲み/食べなくなった時
4. 朝食代わりに	15. ちょっとおなかがすいたとき
5. 昼食時	16. 勉強や仕事をしながら
6. 昼食後のデザートとして	17. レジャーやスポーツ時
7. 夕食時	18. くつろいでいる時
8. 夕食後のデザートとして	19. 外出先・街中で
9. おやつや間食時	20. 乗り物での移動中
10. 夜食時	21. 来客時
11. お風呂の後	22. その他 ()

Q28. あなたがヨーグルトを食べる / 飲む理由は何ですか。

以下のうちからあてはまるものを全てお答えください。(印はいくつでも)

1. おいしいから	11. 良質の蛋白質があるから
2. 好きだから	12. 美容に良いから
3. 栄養があるから	13. 便秘に効果があるから
4. カルシウムがあるから	14. 健康に良いから
5. 朝食など食事代わりに	15. 気持ちをリラックスさせるために
6. 水などの代わりに	16. 他の食べ物 / 飲み物に比べて安いから
7. 他のものと混ぜたり、他のものにかけたりするため	17. ダイエットに良いから
8. 習慣で	18. 胃腸に良いから
9. いつも家にあるから	19. デザート代わりに
10. 家族がすすめるから	20. 便利だから
	21. その他 ()

Q29. あなたは日頃どのようにヨーグルト食べて / 飲んでいますか。

あてはまるものを全てお答えください。(印はいくつでも)

1. そのままで	6. シリアルを入れて
2. ジャムを混ぜて	7. ビスケットやクラッカーを入れて
3. 生の果物を入れて	8. 砂糖を入れて
4. ドライフルーツを入れて	9. ハチミツを入れて
5. オートミールを入れて	10. その他 ()

Q30. あなたは日頃どのくらいの頻度でヨーグルトを購入していますか。(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

Q31. あなたが日頃購入しているヨーグルトのパッケージサイズを全てお答えください。(印はいくつでも)

Q31_1 その中で最もよく購入するヨーグルトのパッケージサイズをお答えください。(印は一つだけ)

3つパックなどセットになっている商品の場合は、その一つあたりの量をお答えください。

	100ml/g 以下	101~200ml/g	201~300ml/g	301~400ml/g	401~500ml/g	501ml/g 以上
日頃購入しているサイズ (MA)	1	2	3	4	5	6
最もよく購入するサイズ (SA)	1	2	3	4	5	6

Q32. あなたは最近一ヶ月でどのブランドのヨーグルトを購入しましたか。(印はいくつでも)

Q32_1 その中であなたが最近一ヶ月に最もよく購入しているヨーグルトのブランドを一つだけお答えください。
(印は一つだけ)

香港	上海北京	Q32 最近一ヶ月に購入したことがある (MA)	Q32_1 最近1ヶ月最もよく購入している (SA)
Nestle Dairy Farm	D a n o n e	1	1
Danone	光明	2	2
Anlene	伊利	3	3
Fresh N Fruity	蒙牛	4	4
Paul ' s	妙士	5	5
Yoplait	全佳	6	6
Muller	三元	7	7
光明	三島	8	8
明治	維維天山雪	9	9
チチヤス	味全	10	10
オハヨー	喜臨門	11	11
森永	巨強	12	12
その他国産	悦家	13	13
その他輸入品 (日本)	三鹿	14	14
その他輸入品 (日本以外)	夏進	15	15
	優格	16	16
	聖雪	17	17
	藏秘靈菇	18	18
	P a u l s	19	19
	D i v i n e	20	20
	E h r m a n n	21	21
	P A S C U A L	22	22
	M E I J I	23	23
	B u l l a	24	24
	S h r m a n n	25	25
	E l l e & V i c e	26	26
	その他国産	27	27
	その他輸入品 (日本)	28	28
	その他輸入品 (日本以外)	29	29

Q33. あなたは日頃ヨーグルトを購入する際、どんな点を重視していますか。(印はいくつでも)

1. 味が甘いこと	4. まろやかなこと	7. 低脂肪であること
2. 味がすっぱいこと	5. 栄養成分が豊富であること	8. 生産日が新しいこと
3. 濃厚であること	6. 機能成分が含まれていること	9. パッケージサイズ
		10. その他()

輸入品の牛乳やヨーグルトについてお聞きします。

Q34. あなたは日本産の牛乳やヨーグルトを購入したことがありますか。(印はそれぞれ一つだけ)

(印は一つだけ)	認知と購入			
	2 回以上 購入した ことがある	1 回だけ 購入した ことがある	見 かけた ことは ない	見 たこと もなく、 購入し たこと もない
日本産牛乳	1	2	3	4
日本産ヨーグルト	1	2	3	4

Q35. 輸入品の牛乳やヨーグルトに対してどのようなイメージをお持ちですか。
あてはまるものを全てお答えください。(印はいくつでも)

(印はいくつでも)	新鮮な 感じ	親し みやす い	品質 が高い	味が 濃厚	味が あっさ りして いる	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	その他 ()	わか らない
日本産チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
日本産LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
日本産ヨーグルト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
オセアニア産LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
欧州産ヨーグルト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Q36. あなたは日本や北海道、九州についてどの程度ご存知ですか。(印は一つだけ)

(印は一つだけ)	よく知っています	行ったことがあり、ある程度知っている	行ったことはないが、名前を聞いたことがある	聞いたこともなく、全く知らない
日本	1	2	3	4
北海道	1	2	3	4
九州	1	2	3	4

Q37 へ Q39 へ

Q37. [Q36 で「1. 行ったことがあり、よく知っている」、「2. 行ったことはないが、ある程度知っている」と回答した人のみ]

日本や北海道、九州に対してどのようなイメージをお持ちですか。(OA)

日本に対するイメージ	
北海道に対するイメージ	
九州に対するイメージ	

Q38. [Q36 で「1. 行ったことがあり、よく知っている」、「2. 行ったことはないが、ある程度知っている」と回答した人のみ]

あなたは日本や北海道、九州についてどのように知りましたか。(印はいくつでも)

1. TV	6. インターネット
2. 新聞	7. 街頭広告
3. 雑誌	8. 展示会などイベント
4. 観光で行った	9. その他()
5. 知人から聞いた	

Q39. あなたは、下記の文章を読んで日本産のチルド牛乳とLL牛乳について、どの程度魅力を感じますか。

(それぞれ 印はひとつだけ)

調査員読出：

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。

	全く魅力的ではない	魅力的ではない	あまり魅力的ではない	どちらともいえない	まあ魅力的	魅力的	とても魅力的
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7

【上海・北京のみ】日本産の牛乳をお飲みになって、以下の質問にお答えください。

牛乳の試飲 テスト品は冷蔵保存するが、試飲する前1時間程度常温において室温で試飲する。

調査員注意：お水と牛乳をそれぞれ一杯ずつ準備する。

牛乳を飲む前にお水を飲んでもらい、口をすすぐ。牛乳は一人当たり100ml飲ませる。

ただし、1回で全部飲まないようにする。

最初は半分くらい飲んでもらい、Q40の最初の4項目を聴取。

残りを飲んでもしくは飲みながら、Q40の最後の項目「香り」について聴取。

Q40. あなたは試飲した牛乳について、以下の項目に関してどの程度好きですか。(印は一つだけ)

	好きではない	あまり好きではない	どちらともいえない	まあ好き	とても好き
全体的な味	1	2	3	4	5
温度(飲んだ時の)	1	2	3	4	5
新鮮さ	1	2	3	4	5
濃度	1	2	3	4	5
残りの牛乳を飲んでもしくは飲みながら、「香り」について聴取。					
香り	1	2	3	4	5

Q41. 試飲した牛乳とあなたが日頃よく飲んでいる牛乳を比べるとどちらが好きですか。(印は一つだけ)

日頃飲んでいる好きな牛乳と比較してください。

日頃飲んでいる牛乳の方がずっと好き	日頃飲んでいる牛乳の方がやや好き	どちらともいえない	試飲した牛乳の方がやや好き	試飲した牛乳の方がずっと好き
1	2	3	4	5

Q42. 試飲した牛乳は、日頃飲んでいる好きな牛乳と比較していかがですか？違うと思われることなどご感想をご自由にご記入ください。(OA)

--

Q43. 【北京 & 上海】あなたは、このような日本産の牛乳(1000mlパック)が40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？(それぞれ 印はひとつだけ)

	まったく 買いたく ない	買いたく ない	あまり 買いたく ない	どちらとも いえない	まあ 買いたい	買いたい	ぜひ 買いたい
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7

Q43. 【香港】あなたは、このような日本産の牛乳(1000mlパック)がHK\$30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？(それぞれ 印はひとつだけ)

	まったく 買いたく ない	買いたく ない	あまり 買いたく ない	どちらとも いえない	まあ 買いたい	買いたい	ぜひ 買いたい
チルド牛乳	1	2	3	4	5	6	7
LL牛乳	1	2	3	4	5	6	7

以上で調査は終了です