



アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目についての流通実態及び消費者調査

2022年7月

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

【免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンターの業務の一環として、イブソス株式会社に委託し、2021年12月から2022年3月にかけて実施したものです。本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。



2021年度 農林水産物・食品8品目 消費者調査：乳製品（シンガポール）

消費者定量調査・定性調査 統合報告書



イプソ株式会社
2022年3月

目次

- 3 ● 調査設計
- 7 ● シンガポール市場における乳製品の購入実態
- 16 ● シンガポール市場における乳製品の喫食・飲用実態
- 26 ● シンガポール市場における日本産乳製品の浸透状況と受容性
- 36 ● シンガポール市場における北海道産乳製品の浸透状況と受容性

調査設計



定量調査設計：乳製品

調査手法	インターネット調査
調査対象品目および調査内表示現地語	乳製品：表示現地語「Dairy products」 (個別：牛乳 = Milk、チーズ = Cheese、ヨーグルト = Yogurt、生クリーム = Whipped cream、調整粉乳 = Baby formula)
対象者条件	18-59歳男女、上記 5 つの乳製品のうち、いずれかを過去 6 カ月に購入・喫食している人
サンプル数	n=600
エリア	シンガポール
割付	センサスに沿うよう、性年代 10 代で割付(ソフト) ※生クリーム、調整粉乳は低出現が想定されたが、結局ブーストせず自然出現で一定数確保
目的	各乳製品の購入・喫食の実態把握を通して、どの乳製品で日本産乳製品に機会があるかを探る

* 本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているので、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります（例：消費者は、日本ブランドの現地産品や、日本産に似せたパッケージ品を、日本産と思い回答している可能性、等）。

回収サンプル

【回収サンプル数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	79	69	72	74	294
女性	78	75	78	75	306
Total	157	144	150	149	600

【各乳製品の購入回答者数】

		牛乳	チーズ	ヨーグルト	生クリーム	調整粉乳 (育児用粉ミルク)
性別	男性	294	283	283	225	120
	女性	302	299	290	217	114
年代	18-29歳	157	154	151	137	91
	30-39歳	143	139	141	113	79
	40-49歳	149	147	143	106	49
	50-59歳	147	142	138	86	15
Total		596	582	573	442	234

【各乳製品の喫食回答者数】

		牛乳	チーズ	ヨーグルト	生クリーム	調整粉乳 (育児用粉ミルク)
性別	男性	293	282	281	222	115
	女性	301	296	288	209	112
年代	18-29歳	157	153	150	134	86
	30-39歳	143	138	140	111	78
	40-49歳	148	146	142	103	48
	50-59歳	146	141	137	83	15
Total		594	578	569	431	227

* 調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児への状況について回答

定性調査設計：乳製品

調査方法	Focus Group Interview（オンライン） 1グループ120分
調査数	5人×3グループ×1か国（合計15人）
調査エリア	シンガポール（3グループ）
対象者条件	20歳以上59歳以下の女性
グループ構成 （各エリア毎）	グループA）20-34歳女性、有職、独身一人暮らし or DINKS グループB）25-44歳女性、同居している子あり（低年齢） グループC）45-59歳女性、同居している子あり（高年齢） ※グループB,Cの有職・無職はGood mix
対象条件	<p>共通条件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・世帯内で乳製品を含む食料品・日用品を自身で購入していること ・非日系人であること。親族に日本人がいる、過去に日本に長期滞在していたなど日本との関わりが深い方は除外 ・過去に日本産の乳製品を購入し、喫食した経験がある方を過半数リクルート ・週に1回以上いずれか乳製品1製品以上を購入していること ・1ヶ月間に平均して、乳製品3種類以上を購入していること <p>（注：リクルート時には、月1以下で購入する乳製品の種類も聴取しておき、種類数が多い人を優先）</p> <p>グループB,Cの子ども年齢条件</p> <ul style="list-style-type: none"> ・グループB（低年齢）：末子が11歳以下であること。最低2名は未就学児の子どもがいること、うち1名は離乳前であること ・グループC（高年齢）：末子が12歳以上であること

*本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているので、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります
（例：消費者は、日本ブランドの現地産品や、日本産に似せたパッケージ品を、日本産と思い回答している可能性、等）。

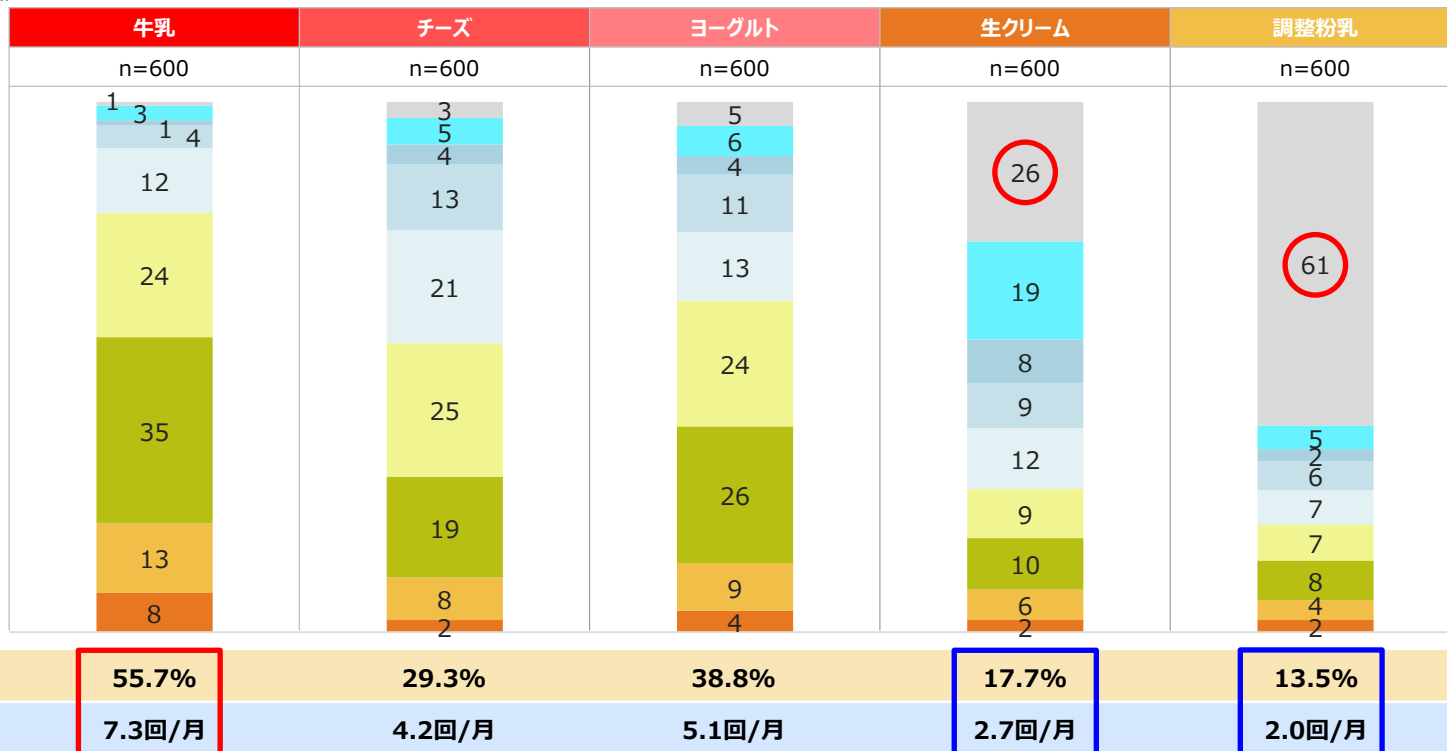
シンガポール市場における 乳製品の購入実態



各乳製品の購入頻度

牛乳の購入頻度は「週1回以上」が半数を超え、「月平均」は7.3回と乳製品の中で最も高い。
 次いでヨーグルト、チーズが続くが、生クリームと調整粉乳は他の乳製品と比べて購入頻度が低い他、非購入者の割合も高い。

Base: Total



各乳製品の購入場所

いずれの乳製品も「総合スーパー」「食品スーパーマーケット」での購入に集中している。
調整粉乳については「ネット通販」での購入が3割と他の乳製品に比べて高い。

Base: 各乳製品購入者

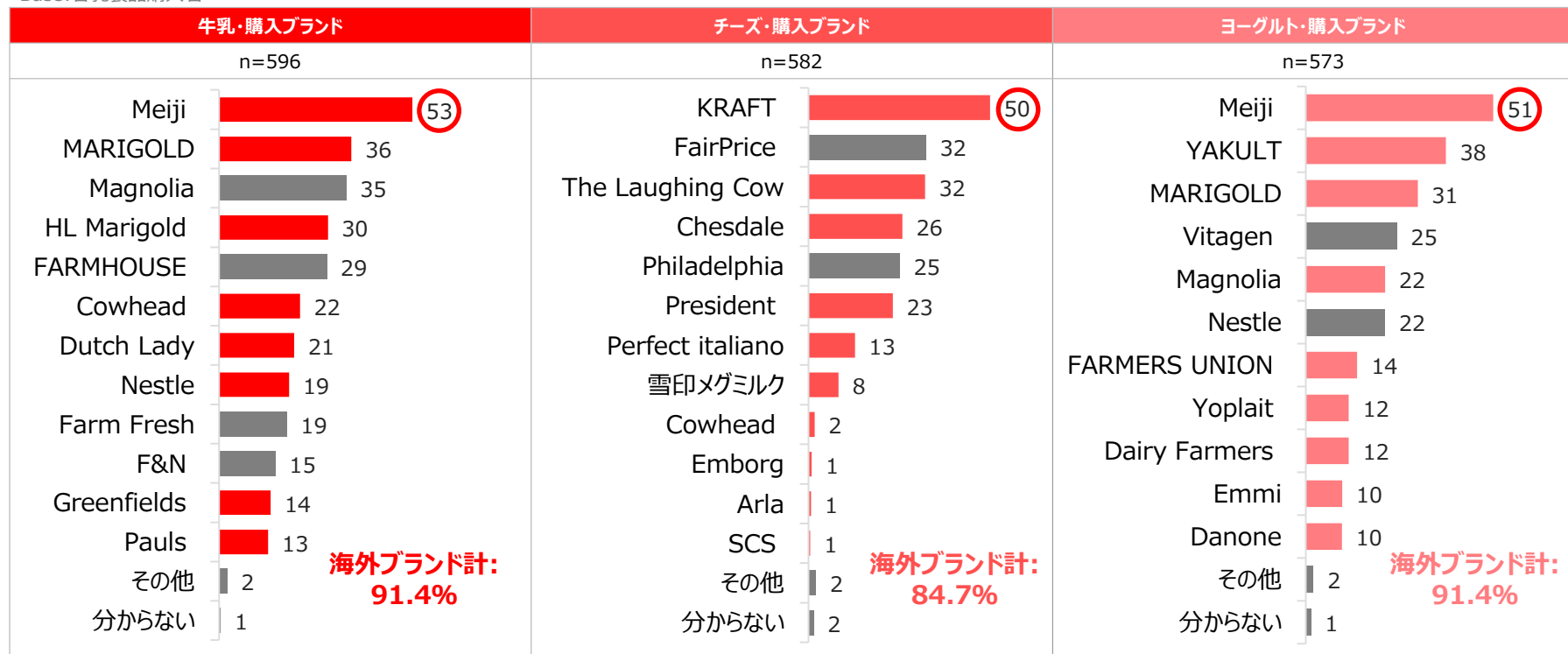
	牛乳 n=596	チーズ n=582	ヨーグルト n=573	生クリーム n=442	調整粉乳 n=234
総合スーパー（食品だけでなく日用品・衣料品なども扱っているスーパー）	55	52	53	47	43
食品スーパーマーケット（食品のみを扱っているスーパー）	51	50	51	44	37
コンビニエンスストア	22	13	18	14	22
ネット通販	21	17	15	18	33
デパート	13	11	9	11	17
個人商店	10	11	8	13	17
ドラッグストア	5	4	5	7	11
飲食店	5	6	6	8	11
その他	-	-	0	1	0

各乳製品の購入ブランド

牛乳、チーズ、ヨーグルトともに海外ブランドの購入が目立つ。

牛乳、ヨーグルトは「Meiji」、チーズは「KRAFT」が半数を超え、いずれも海外ブランドがトップ。

Base:各乳製品購入者

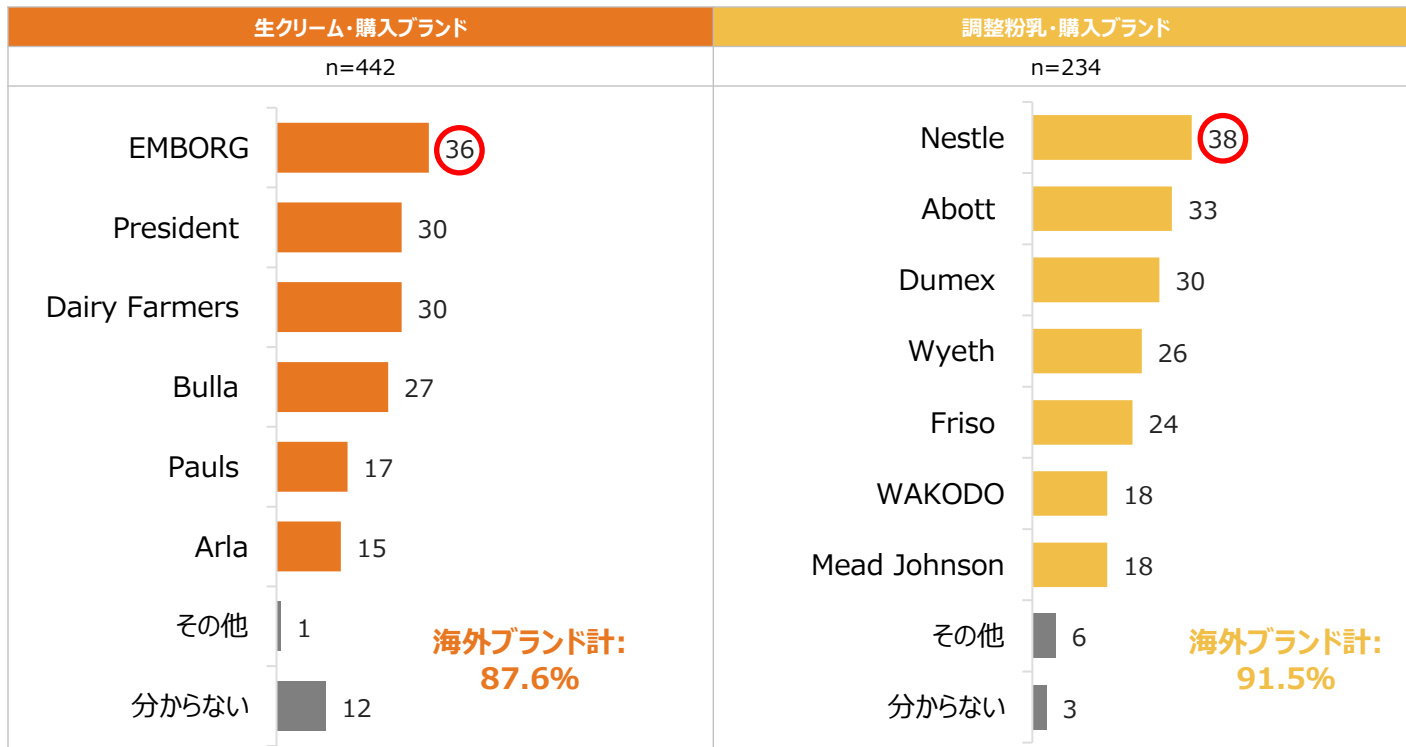


各乳製品の購入ブランド

生クリーム、調整粉乳も他の乳製品と同様、海外ブランドの購入が目立つ。

生クリームでは「EMBORG（エンボルグ：ベルギー）」、調整粉乳は「Nestle」がそれぞれトップ。

Base:各乳製品購入者



各乳製品の購入重視点

いずれの乳製品も「鮮度」「価格」が重視されている。

調整粉乳については「栄養成分」が最も高く、「鮮度」「価格」と同程度で重視されている。

Base:各乳製品購入者

	牛乳 n=596	チーズ n=582	ヨーグルト n=573	生クリーム n=442	調整粉乳 n=234
鮮度	50	39	40	31	28
価格	47	51	47	39	31
栄養成分	29	25	29	20	33
原産国	26	28	22	19	21
ブランドやメーカー	25	25	28	22	22
安全性	23	18	19	19	24
店頭販促・キャンペーン	23	24	22	16	19
カロリー	15	12	15	14	13
効果・機能性	13	11	12	16	18
口コミや評判の良さ	12	10	14	10	14
使用原料	11	14	11	10	12
パッケージデザイン	9	11	12	12	17
ラインナップの多さ	6	7	8	9	14
その他	3	2	2	1	1
特に重視していることはない	1	1	2	5	0



乳製品の購買行動

定性

いずれの乳製品も主にスーパーで、鮮度や価格を気にして購入されている。

牛乳

- よく購入するのはスーパーマーケット（NTUC FairPrice、Cold Storage等）で購入している。
- できるだけ新鮮なものを買いたいため、できれば店頭で商品を手に取りたいと考えている。
- 賞味期限が短いため、大量購入はできない。最も一般的なサイズは2リットルのボトル。

チーズ

- チーズは必要と思うときに買うもの。
- 特売時に買いためをする傾向がある。
- スーパーやチーズ専門店で購入している。

ヨーグルト

- ヨーグルトはふとした時に手に取るもの。スーパーで計画的に購入するものではない。
- ヨーグルトの特売はよく行われているので、3～6個のヨーグルトをストックすることが多い。

生クリーム

- 必要に応じて実店舗にて購入する。

各乳製品の参考情報源

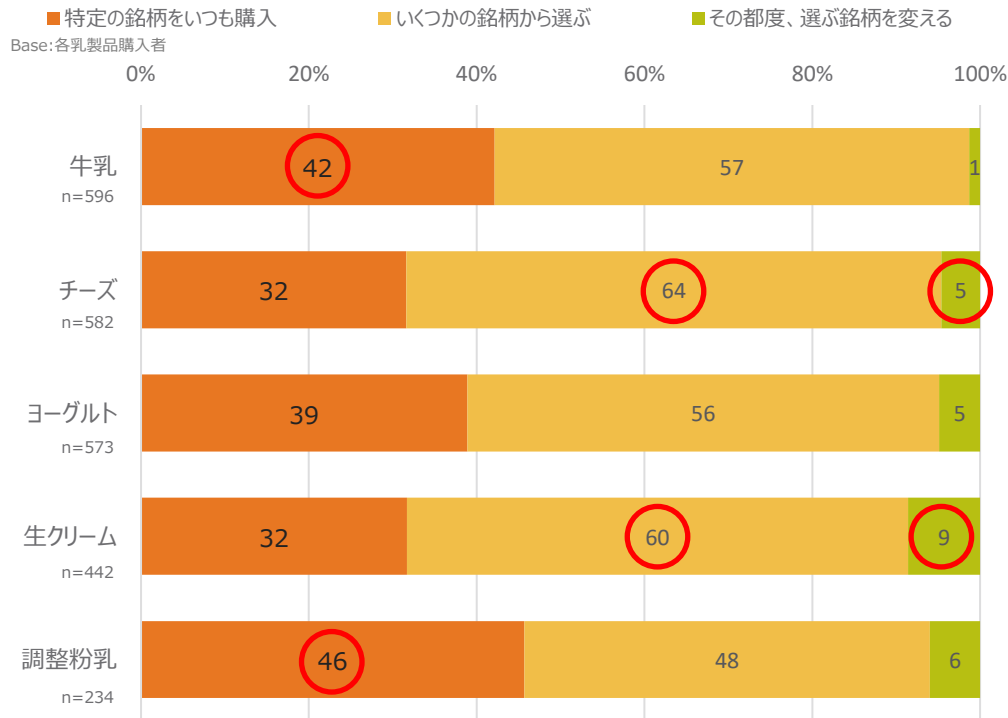
いずれの乳製品も「店頭で商品を見て」が最も高く、実店舗での接触/情報入手が重要となっている。
また、調整粉乳については「口コミ」「通販サイト」も比較的高い。

Base:各乳製品購入者

	牛乳	チーズ	ヨーグルト	生クリーム	調整粉乳
	n=596	n=582	n=573	n=442	n=234
店頭で商品を見て	37	38	40	35	25
口コミ	23	20	19	16	24
店頭POP	18	18	17	15	15
通販サイト	18	15	15	15	22
TVCM	17	13	12	14	17
サイト全般	13	14	13	13	14
新聞広告	13	11	9	8	14
企業HP	11	10	10	12	16
TV番組	10	10	12	11	15
新聞記事	9	9	9	12	13
雑誌記事	8	8	6	9	12
折込チラシ	7	6	8	8	12
ラジオCM	7	6	9	10	14
雑誌広告	6	7	7	8	14
ラジオ番組	4	7	5	5	10
その他	0	0	0	0	1
特になし	10	10	11	9	4

各乳製品の銘柄選択態度

牛乳、調整粉乳については「特定の銘柄をいつも購入」が比較的高く、銘柄固定度はやや高め。
一方、チーズ、生クリームは銘柄固定度が比較的低く、銘柄変更が起きやすい製品であることが窺える。



Q6.あなたが普段、乳製品を選択する際、最も気持ちに近いものはどれですか。それぞれ最も近いものをお選びください。

シンガポール市場における 乳製品の喫食・飲用実態

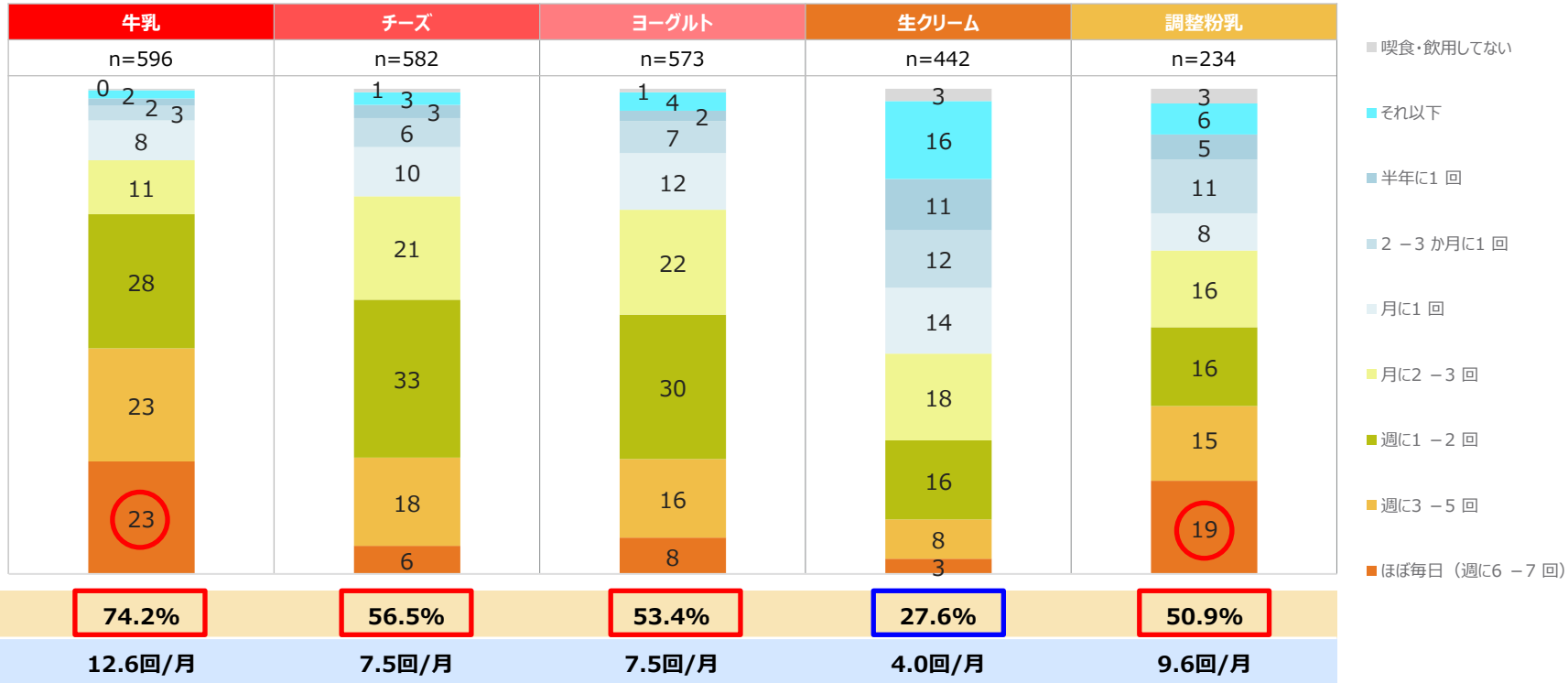


各乳製品の喫食頻度

牛乳、調整粉乳の喫食頻度は「ほぼ毎日」が2割前後と他の乳製品に比べて高い。

牛乳、チーズ、ヨーグルト、調整粉乳は「週1回以上」が半数を超えるが、生クリームは3割に満たず、用途が限定的であることが窺える。

Base:各乳製品喫食者



Q7.あなたは、普段どの位の頻度で乳製品を食べたり飲んだりしていますか。

18 最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児へ与える頻度をお答えください。

各乳製品の喫食シーン・オケージョン

牛乳、チーズは「朝食時」、ヨーグルト、生クリーム、チーズは「おやつの時」が比較的高い。
調整粉乳は喫食シーンが分散しているが、「朝食時」「昼食時」「夕食時」「就寝前」など食事時に喫食されている様子が窺える。

Base: 各乳製品喫食者

	牛乳 n=594	チーズ n=578	ヨーグルト n=569	生クリーム n=431	調整粉乳 n=227
朝食時	48	45	18	14	26
就寝前	21	6	10	9	24
おやつの時	19	25	33	29	15
起床時	17	7	5	7	18
くつろいでいるとき	15	13	19	14	18
仕事・家事・勉強の合間	14	10	16	11	12
リフレッシュしたい時	12	8	13	13	12
昼食時	10	21	13	14	18
夕食時	8	15	22	17	23
運動前・運動後	8	7	8	7	12
気分転換したい時	8	7	9	10	14
疲れた時	7	6	8	9	13
飲酒時・飲酒後	5	7	4	8	8
その他	1	1	1	6	2

Q8.あなたは、普段どのようなシーンやオケージョンで乳製品を食べたり飲んだりしていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。

調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児へ与えるシーン・オケージョンをお答えください。

各乳製品の味覚重視点

牛乳、ヨーグルト、生クリームは「すっきり感」、チーズは「旨味」、調整粉乳は「匂い」が比較的高い。
また、チーズについては「味の濃さ」「食感・舌触り」といった点も重視されている。

Base: 各乳製品喫食者

	牛乳 n=594	チーズ n=578	ヨーグルト n=569	生クリーム n=431	調整粉乳 n=227
すっきり感	43	23	42	32	27
味の濃さ	32	37	33	27	27
匂い	30	27	23	23	31
旨味	30	44	27	25	30
食感・舌触り	28	37	34	31	25
甘味	27	17	33	27	26
酸味	10	14	14	16	19
その他	1	0	0	1	-
特にない	5	5	3	7	5

Q9.あなたは、乳製品を食べたり飲んだりする際に重視する点は何ですか。重視しているものをそれぞれいくつでもお選びください。
調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児へ与える際の重視点をお答えください。

各乳製品の喫食目的・理由

牛乳、チーズ、ヨーグルトは「栄養価の高さ」「美味しさ」が高い他、牛乳、ヨーグルトでは「美容・健康」も上位に挙がる。
 生クリームは「美味しさ」「料理に使う」、調整粉乳は「栄養価の高さ」「信頼性」「身近での話題」が高い。
 生クリーム以外の乳製品では「栄養価が高い」が上位に挙げられ、乳製品を喫食する大きな背景要因となっている。

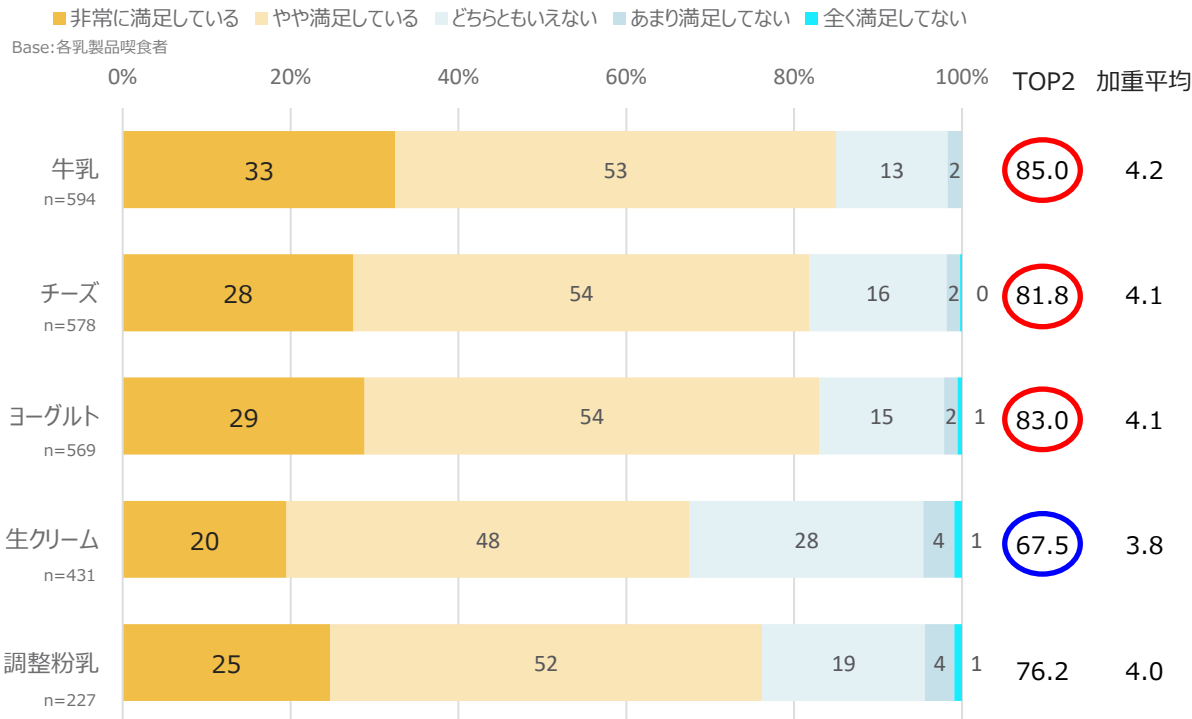
Base: 各乳製品喫食者

	牛乳 n=594	チーズ n=578	ヨーグルト n=569	生クリーム n=431	調整粉乳 n=227
栄養価が高いから	48	37	43	17	46
美味しいから	38	49	40	36	26
美容・健康によいから	33	20	34	17	28
価格が手ごろだから	28	21	22	16	27
手軽に買えるから	20	17	20	15	24
信頼性が高いから	18	17	18	16	32
料理に使うから	15	22	10	33	-
身近で話題になっているから	11	16	15	19	32
ダイエットのため	9	9	16	10	-
その他	1	1	0	2	1

Q10.あなたは、どのような理由で乳製品を食べたり飲んだりしていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。
 調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児へ与える理由をお答えください。

各乳製品の満足度

牛乳、チーズ、ヨーグルトについてはTOP2(非常に満足+やや満足)が8割を超え、満足度は高い。
一方、生クリームはTOP2が7割に満たず、銘柄変更が起きやすい製品であることが窺える。



Q11. あなたは、普段食べたり飲んだりしている乳製品にどの程度満足していますか。それぞれあてはまるものをひとつお答えください。
調整粉乳（育児用粉ミルク）は、乳児へ与える状況についてお答えください。



定性

牛乳を食べたり飲んだりする価値/メリット

牛乳は、その栄養価の高さから 毎日の食事に欠かせない最も重要な乳製品
牛乳の主な機能的価値は、腹持ちの良さと栄養。

機能面

感情面



美味しく、お腹を満たしてくれるのに、軽い

- 満腹感が長続きする
- しかし、胃に重さを感じない

栄養

- カルシウムが豊富
- 骨に良い、特に子どもに

手軽さ

- シリアルを使った簡単な朝食オプション

朝のスタートに

- フレッシュな気分で1日を元気にスタートできる

睡眠の質を高める

- 心を落ち着かせ、安らかな眠りを誘う

心地よい習慣

- 受け継がれる子ども時代の日常

普段はグラノーラ入りの朝食用ドリンクです。私は朝食に重いものを食べるのが好きではありません。これはお腹を満たすだけです。
- 20-34歳(シングル/DINKS)

牛乳はあまり好きではありませんが、カルシウムが豊富で骨を丈夫にしてくれるので、無理して飲んでいきます。カルシウムのために子供にも飲ませていきます。
- 25-44歳(低年齢子どもあり)

朝一番に飲むと、とても気持ちがいいですね。ある人が朝にコーヒーを飲むといい気分になると感じるのと同じです。私にとって牛乳は、コーヒーを淹れるのが面倒なときに、ただ注いで飲むだけの代用品です。
- 20-34歳(シングル/DINKS)

牛乳を注いで飲んだり、シリアルと一緒に食べたりするのに便利です。
- 25-44歳(低年齢子どもあり)

子供たちはミルクの就寝前に飲むのが大好きです。本当によく寝てくれます。
- 25-44歳(低年齢子どもあり)

夜、寝る前に飲むと落ち着きますね。
- 45-59歳(高年齢子どもあり)

幼い頃から牛乳を飲んでいたので、朝食にはとても慣れているからだと思います。牛乳が好きとか、その味が好きというわけではなく、(牛乳を飲むことに)慣れているのです。
- 20-34歳(シングル/DINKS)



チーズを食べたり飲んだりする価値/メリット

定性

チーズは、食べ物や飲み物の味を引き立てる嗜好品。

機能面



味が良くなる

- サンドウィッチ、即席めん、パスタ、オムレツなどと相性が良い。
- 料理の全体的な味を向上させる
- ワインとのペアリングも楽しみのひとつ

便利な間食メニュー

- 手に取りやすく、消費しやすい
- 小腹を満たすのに最適

栄養

- 乳製品に関連して、チーズにはカルシウムも含まれています。

感情面



食事の満足度を高める

- 日常的な食品の風味を向上させ、食生活をより楽しいものに。

インスタントラーメンやスープにかけたり目玉焼きにもふりかけます。料理が美味しくなりますよ。

- 25-44歳 (低年齢子どもあり)

間食にも最適です。ちょっと小腹が空いたときに、取り出して食べればいい。

- 25-44歳 (低年齢子どもあり)

チーズは牛乳から作られているので、骨に良いカルシウムも含まれています。

- 45-59歳(高年齢子どもあり)

赤ワインはチーズとよく合います。チーズがワインを引き立ててくれるような気がします。チーズを食べた後に飲むと、ワインがより美味しく感じられます。

- 20-34歳(シングル)

パスタやピザ、クッキーやケーキなど、あらゆるものに使われています。あらゆるものを美味しくしてくれます。

- 25-44歳 (低年齢子どもあり)



ヨーグルトを食べたり飲んだりする価値/メリット

定性

ヨーグルトは、美味しくて比較的ヘルシーな間食の選択肢として喫食されている。

機能面



感情面



美味しくて便利なおやつ

- 間食に最適で、小さな欲求を抑えることができる。
- クリーミーでありながら、少し酸味があり、それが美味しさにつながっている。

ヨーグルトはおやつのようなものです。他に食べるものがないときに手に取ることができます。

- 20-34歳(シングル/DINKS)

他のデザートよりも健康的な間食になります。冷蔵庫から取り出して食べることができます。

- 25-44歳 (低年齢子どもあり)

ヘルシー

- 豊富なプロバイオティクス
- フレッシュフルーツやナッツ、グラノーラとの相性も抜群。

プレーンヨーグルトはフレーバーヨーグルトよりもカロリーが低い。だから私はプレーンヨーグルトが好きで、それに好きな新鮮なフルーツを加えて、より温かくして食べます。 - 25-44歳 (低年齢子どもあり)

ヨーグルトはプロバイオティクスです。善玉菌が含まれているので、消化には最適です。

- 20-34歳(シングル/DINKS)

罪悪感のない楽しみ方

- 高カロリーの罪悪感を感じることがなく、五感を満足させることができる。

ヨーグルトはおやつのようなもので、主食とは言えません。アイスクリームを食べているようなものです。カロリーは少ないですが。

- 25-44歳 (低年齢子どもあり)



生クリームを食べたり飲んだりする価値/メリット

定性

生クリームはカロリーの高い贅沢品であり、罪悪感もあるが楽しみでもある

機能面



味わいと見た目に豊かさをプラス

- 生クリームは、料理や飲み物をよりリッチでクリーミーにする材料として使用されている。

🗨️ パスタに入れます。牛乳を入れてもいいのですが、生クリームを入れるとよりクリーミーになり、味もよくなります。
- 20-34歳(シングル/DINKS)

🗨️ 価値(栄養)はありません。料理をより美味しく、よりクリーミーに、よりリッチにしてくれるだけです。
- 25-44歳(低年齢子どもあり)

感情面



満足感が得られる

- 生クリームを加えた滑らかさとコクは、五感を刺激してくれる罪深いカロリーの塊。

🗨️ 生クリームは、気分を盛り上げたり、料理をきれいに見せるためにあるだけです。
- 45-59歳(高年齢子どもあり)

シンガポール市場における 日本産乳製品の浸透状況と受容性



日本産乳製品・輸入乳製品の喫食経験

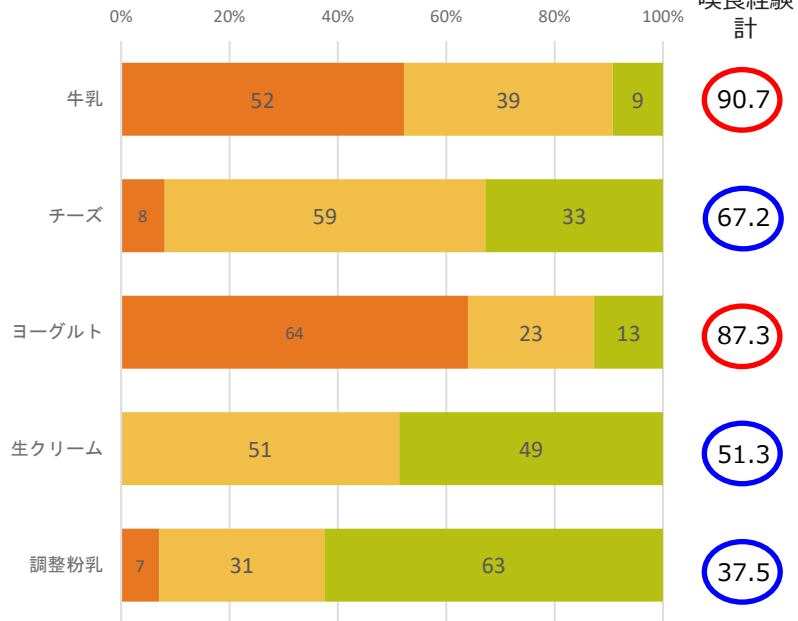
日本産の牛乳、ヨーグルトは、喫食経験(現在喫食+過去喫食)が9割程度と、輸入品と比べ浸透度が高い。
一方、日本産のチーズ、生クリーム、調整粉乳は、喫食経験が低く、市場浸透度が低い。

日本産

■現在も喫食（飲用）している ■過去に喫食（飲用）したことがある ■喫食（飲用）したことはない

Base: n=600

喫食経験計

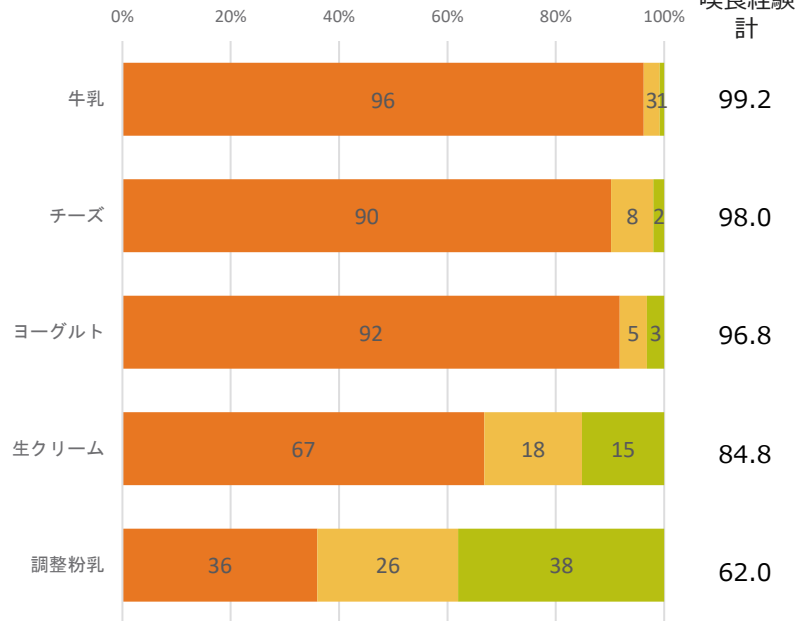


輸入品

■現在も喫食（飲用）している ■過去に喫食（飲用）したことがある ■喫食（飲用）したことはない

Base: n=600

喫食経験計



Q15.あなたは、これまで日本から輸入された乳製品を食べたり飲んだりしたことはありますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

28 Q12.あなたは、これまで海外から輸入された乳製品を食べたり飲んだりしたことはありますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

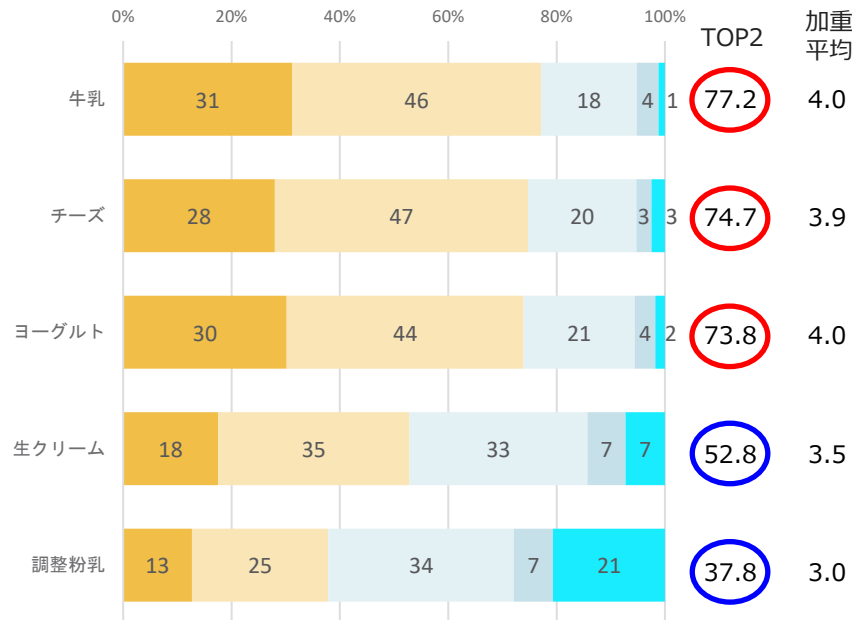
日本産乳製品・輸入乳製品の喫食意向

日本産の牛乳、チーズ、ヨーグルトは、TOP2(とても喫食したい+やや喫食したい)が7割以上と比較的高い。
 一方、生クリーム、調整粉乳のTOP2は他の乳製品と比べて低いが、これは使用頻度の低さ、乳幼児がいない家庭には不要であるためと想定される。
 いずれの乳製品も輸入品と同程度の受容性がある。

日本産

■ とても喫食（飲用）したい
 ■ やや喫食（飲用）したい
 ■ どちらともいえない
■ あまり喫食（飲用）したくない
 ■ 全く喫食（飲用）したくない

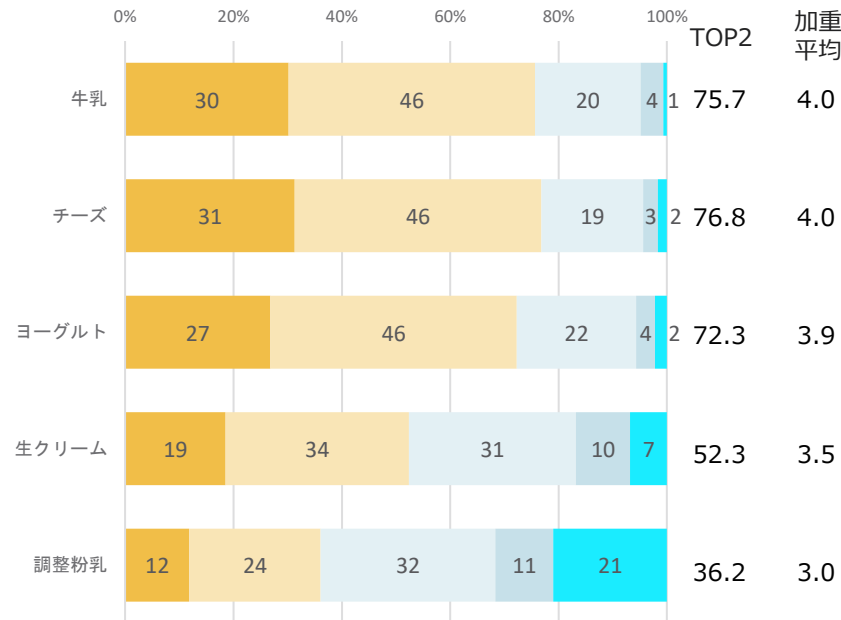
Base: n=600



輸入品

■ とても喫食（飲用）したい
 ■ やや喫食（飲用）したい
 ■ どちらともいえない
■ あまり喫食（飲用）したくない
 ■ 全く喫食（飲用）したくない

Base: n=600



Q17.あなたは、今後、日本から輸入された乳製品をどの程度食べたり飲んだりしたいと思いますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

29 Q14.あなたは、今後、海外から輸入された乳製品をどの程度食べたり飲んだりしたいと思いますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

日本産乳製品・輸入乳製品のイメージ：全体ベース

乳製品ごとに日本産と輸入品のイメージを比較したところ、牛乳は「おいしい」「安全性が高い」、チーズも「安全性が高い」、調整粉乳は「おいしい」が輸入品を有意に上回り、日本産の強み。一方、「身近に購入できる」「種類が豊富」といった点については輸入品を有意に下回り、日本産の弱みとなっているほか、ヨーグルトは「価格が高い」も輸入品より有意に高い。

	牛乳 n=600	チーズ n=600	ヨーグルト n=600	生クリーム n=600	調整粉乳 n=600
品質がよい	53 50	46 49	48 44	40 36	37 34
おいしい	40 ↑ 31	30 33	35 34	24 27	18 ↑ 14
価格が高い	37 32	36 34	33 ↑ 26	33 30	38 36
安全性が高い	32 ↑ 26	27 ↑ 22	26 22	21 17	30 26
栄養価が高い	29 33	28 32	33 33	19 16	29 33
独自性がある	20 17	21 22	19 21	18 17	16 14
身近に購入できる	16 ↓ 20	13 ↓ 19	15 ↓ 24	12 ↓ 19	11 ↓ 16
種類が豊富	15 ↓ 25	17 ↓ 28	21 ↓ 26	15 20	14 ↓ 18
その他	1 0	1 0	1 1	3 3	4 5

Q13.あなたは、海外から輸入された乳製品について、どんなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものをいくつかもお答えください。
過去に喫食（飲用）経験がない方もイメージでお答えください。

30 Q16.あなたは、日本から輸入された乳製品について、どんなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものをいくつかもお答えください。
過去に喫食（飲用）経験がない方もイメージでお答えください。

↑ 輸入品より有意に高い
↓ 輸入品より有意に低い



乳製品の原産国に対するイメージ

日本産は、牛乳との関係が強くイメージされているものの、価格が高いとされている。
オーストラリアは、乳製品の生産中心地と考えられている。



日本

- ✓ クリーミー
- ✓ 新鮮な味
- ✓ 強い香りがしない
- ✓ 品質が良い
- ✓ 価格が高い



オーストラリア

- ✓ 全世界に供給している
- ✓ 牛が放牧されている豊かな牧草地をイメージされている
- ✓ おいしさ
- ✓ 牛乳とチーズの優れた品質



ニュージーランド

- ✓ 牛が放牧されている豊かな牧草地をイメージされている
- ✓ ミルクとチーズの優れた品質



スイス

- ✓ 豊かな緑のイメージ
- ✓ 高品質

日本産乳製品の喫食意向理由

牛乳、チーズ、ヨーグルトでは「美味しそう」「栄養価が高そう」、生クリームも「美味しそう」、調整粉乳は「栄養価が高そう」に加え、「信頼性が高そう」が上位に挙げられ、これらが日本産の主な受容背景要因となっている。

Base: 日本産の
各乳製品喫食意向者

	牛乳 n=463	チーズ n=448	ヨーグルト n=443	生クリーム n=317	調整粉乳 n=227
美味しそう	54	52	52	45	33
栄養価が高そう	46	39	41	24	45
信頼性が高そう	34	33	30	28	37
美容・健康によさそう	26	24	32	18	33
価格が手ごろそう	21	22	23	22	26
手軽に買えそう	20	18	18	20	25
料理に使えそう	15	19	12	23	-
ダイエットによさそう	14	13	24	15	-
身近で話題になっているから	13	11	9	17	22
その他	1	0	1	1	2

Q18-a.では、そのように（喫食・飲用したい）回答いただいた理由をお知らせください。以下の中からあてはまるものをいくつでもお答えください。



日本の乳製品を購入する動機

定性

高品質な製品を提供するという日本産のパーセプションが、乳製品にも良い影響を与えている。特に日本の牛乳は、味覚面（おいしさ）も高く評価されている。

- 日本のアイデンティティーは、優れた品質の製品によって支えられている。
 - 最終製品が比類のない品質であることを保証するための、生産のための厳格な品質管理を行っている。
 - 何十年にもわたって築き上げてきたこの強いイメージは、製品が安全に消費されるとい強い信頼につながる。
- そのため、日本の乳製品は、特に牛乳を中心に高品質であるというイメージがある。安全性の認識は重要な要素である。
- 現在、最も多く飲んでいるのが明治の牛乳だが、クリーミーで、濃厚で、匂いがない。

私は普段、明治や北海道産などの日本の牛乳を使っています。日本のものは品質を重視しているので気に入っています。また、牛乳特有の匂いがないので、飲みやすいです。味もいいですよ。日本のパッケージは地味なものが多いですね...例えば、白地に日本語の文字がいくつか書かれているだけとか。人を惹きつける力がありますね。

- 20-34歳(シングル/DINKS)

日本の農産物に対するイメージは、とてもクリーンなものだと思います。システム化された方法で、誠実に生産されている...だから私たちは安心して消費することができます。

- 25-44歳(低年齢子どもあり)

私は日本のブランドを信じています。彼らの仕事ぶりを信じています。彼らの誠実さを信じています。もし、彼らの乳製品を検討しろと言われてたら、検討するだろう。

- 25-44歳(低年齢子どもあり)

日本産乳製品の非喫食意向理由

牛乳、チーズ、ヨーグルトでは「価格が高そう」が最も多く、日本産 = 価格が高いといったパーセプションが、主な受容阻害要因となっている。

Base: 日本産の
各乳製品非喫食意向者

	牛乳 n=137	チーズ n=152	ヨーグルト n=157	生クリーム n=280	調整粉乳 n=373
価格が高そう	45	43	43	24	26
信頼性が低そう	23	16	14	9	7
必要ない	22	29	31	50	60
美味しくなさそう	15	12	12	10	5
美容・健康の効果が低そう	15	11	17	12	8
手軽に買えなさそう	9	17	13	10	6
栄養価が低そう	7	13	13	13	4
その他	2	2	1	1	3

Q18-b.では、そのように（どちらともいえない、喫食・飲用したくない）回答いただいた理由をお知らせください。以下の中からあてはまるものをいくつでもお答えください。



日本の乳製品を購入しない理由

定性

日本の乳製品、特に牛乳は値段が高いとされており、それが最大の障壁となっている。加えて、種類が少ないことも受容阻害要因の一つ。

- 明治は、価格が高い日本ブランドの牛乳の中でも、比較的手に取りやすいブランドだが、やはり**他に比べ価格が高い**。
- 北海道の牛乳は明治よりもクリーミーで濃厚なイメージがあるが、**値段が高いので日常的に飲むには適さない**。
- 高価であることに加えて、日本製品のもう一つの障壁は、（欧米のブランドに比べて）**製品の種類が限られていること**。
- 高い安全性と品質の基準を満たしてはいるものの、そのために**種類やフレーバーの数を増やすことができないように**思われている。

日本製品は退屈で保守的になりがちだと思います。彼らは品質を重視しているので、品質を維持したいと思っています。たぶん、バラエティに富んだ面白いものを作るということには、あまり踏み込んでいないのではないのでしょうか。一つのことをやって、その評判を維持し、その基準を維持するという感じです。

- 45-59歳(高齢子どもあり)

日本のミルクブランドの中には、すでに5ドルを超えるものもあり、これは高すぎます。安全性や品質管理の面では問題ありません。しかし、日本の製品は、より滑らかでコクがありますが、プレーンな味の中にもほのかな甘みがあり、私はあまり好きではありません。

- 25-44歳(低年齢子どもあり)

日本の製品はあまりクリエイティブではありません。フレーバーや種類が非常に限られています。明治のアイスクリームは、バニラ、ストロベリー、チョコレートだけです。BEN&JERRY'Sにはたくさんの刺激的なフレーバーがあるので、比べてみてください。

- 45-59歳(高齢子どもあり)



呈示物への反応

既に既知情報。新奇性に乏しく、日本の乳製品に対する現状の認識を強化するだけで、それ以上の効果はみられない。

定性

Characteristics of Dairy Products Made in Japan

Dairy products made in Japan are of high quality, nutritious and safe, and are produced mainly in Hokkaido and other high-grade production areas throughout Japan.



- ワクワクするような「新しい」ニュースはない。

魅力
低い

- 話題の製品を試してみたいというワクワク感が少ない。
- 目新しいものはない。

トライアル意
向
低い

毎日の生活へ
の取り入れ
低い

- 特に特徴的なものはなく、説明もどちらかというと一般的なもの。

識別性
低い

日本製である
ことの価値
高

- 風味の特徴や利点が詳しく説明されておらず、興味をそそられぬい。
- 賞味期限が長い／加工されていると言っても、鮮度の手がかりにはなりえない。
- 「高品質」「安全」「栄養価が高い」という言葉は、消費者の既存の日本製品に対する概念に合致している。

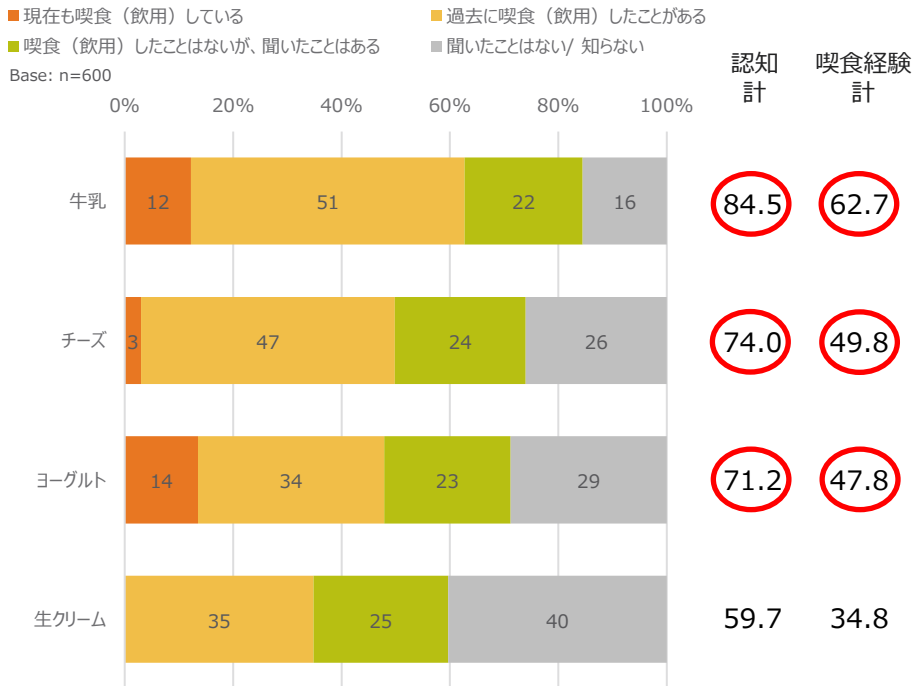
シンガポール市場における 北海道産乳製品の浸透状況と受容性



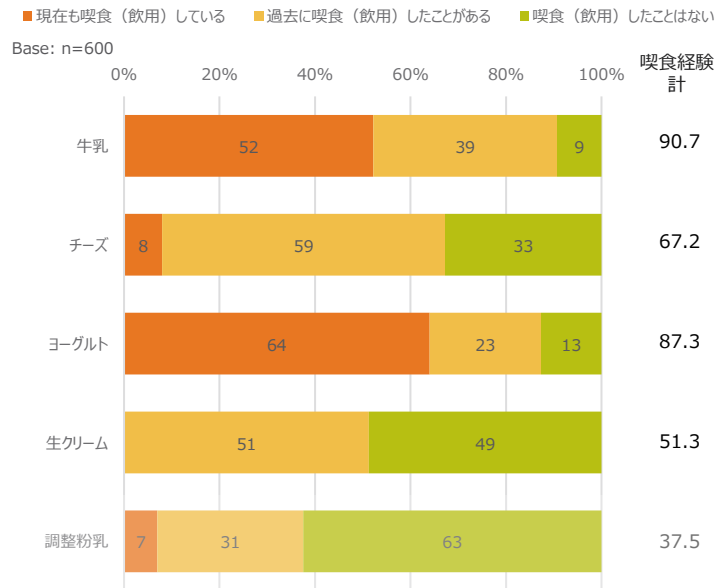
北海道産乳製品の認知・喫食経験

北海道産乳製品をみると、牛乳は認知(現在喫食 + 過去喫食 + 認知)が8割、喫食経験(現在喫食 + 過去喫食)が6割と他の乳製品に比べ浸透度が高い。チーズ、ヨーグルトも認知が7割、喫食経験が5割みられるが、生クリームは他製品を大きく下回り、浸透度は低い。

北海道産



(参考) 日本産

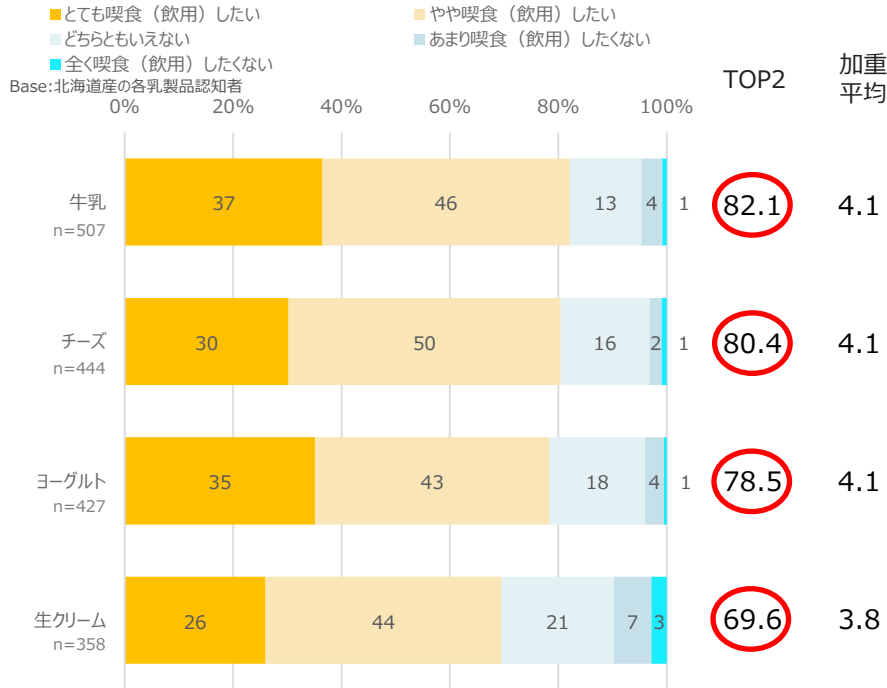


Q19.あなたは、これまで北海道から輸入された乳製品を食べたり飲んだりしたことはありますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

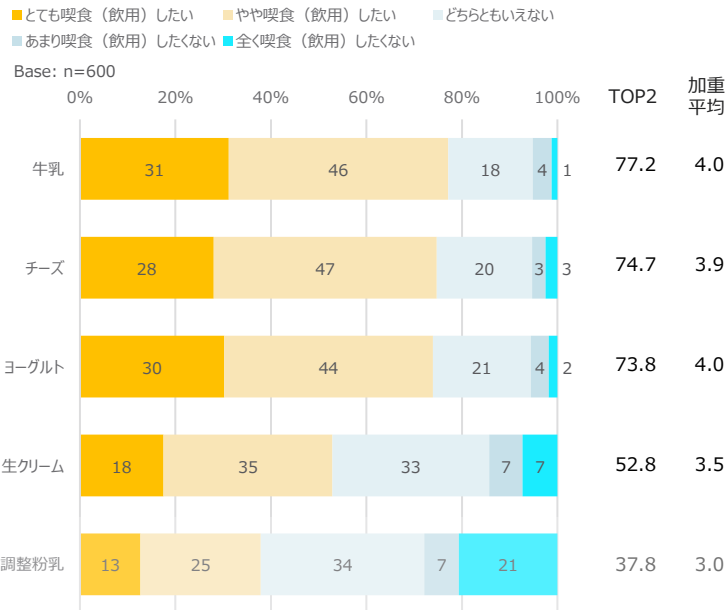
北海道産乳製品の喫食意向

北海道産乳製品の認知者に今後の喫食意向を聞いたところ、牛乳、チーズ、ヨーグルトは、TOP2(とても喫食したい+やや喫食したい)が8割、生クリームも7割と、いずれも日本産のTOP2を上回っており、北海道産の受容性の高さが窺える。

北海道産



(参考) 日本産



Q21.あなたは、今後、北海道から輸入された乳製品をどの程度食べたり飲んだりしたいと思いますか。最もあてはまるものをそれぞれひとつだけお答えください。

北海道産乳製品のイメージ

北海道産と日本産のイメージを比較したところ、チーズは「おいしい」、生クリームは「栄養価が高い」が日本産と比較して北海道産の強み。一方、生クリームは「品質がよい」が日本産に比べて弱みとなっている。

北海道産 Base:現在乳製品喫食かつ
北海道産の各乳製品認知者
日本産 Base:現在乳製品喫食かつ
日本産の各乳製品喫食者

	牛乳	チーズ	ヨーグルト	生クリーム
	北海道産n=503/日本産n=594	北海道産n=435/日本産n=578	北海道産n=417/日本産n=569	北海道産n=309/日本産n=431
品質がよい	北海道産 54 日本産 53	北海道産 43 日本産 47	北海道産 47 日本産 49	北海道産 33 日本産 42
価格が高い	北海道産 42 日本産 37	北海道産 36 日本産 36	北海道産 36 日本産 32	北海道産 27 日本産 31
おいしい	北海道産 39 日本産 40	北海道産 38 日本産 31	北海道産 37 日本産 36	北海道産 33 日本産 29
栄養価が高い	北海道産 33 日本産 29	北海道産 33 日本産 28	北海道産 31 日本産 34	北海道産 29 日本産 22
安全性が高い	北海道産 27 日本産 32	北海道産 27 日本産 27	北海道産 27 日本産 27	北海道産 27 日本産 23
独自性がある	北海道産 20 日本産 20	北海道産 21 日本産 21	北海道産 23 日本産 20	北海道産 22 日本産 18
種類が豊富	北海道産 16 日本産 15	北海道産 19 日本産 17	北海道産 19 日本産 21	北海道産 20 日本産 19
身近に購入できる	北海道産 15 日本産 16	北海道産 15 日本産 14	北海道産 18 日本産 16	北海道産 17 日本産 14
その他	0 1	0 1	0 1	0 1

Q20.あなたは、北海道から輸入された乳製品について、どんなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものをいくつかもお答えください。

過去に喫食（飲用）経験がない方もイメージでお答えください。

↑ 日本産より有意に高い

↓ 日本産より有意に低い

Q16.あなたは、日本から輸入された乳製品について、どんなイメージを持っていますか。それぞれあてはまるものをいくつかもお答えください。

過去に喫食（飲用）経験がない方もイメージでお答えください。



北海道産乳製品に対する評価

定性

“Made in Hokkaido”は“Made in Japan”よりも優位性があるが、価格の高さがネックとなっている。

- 北海道は乳製品の分野で好意的に受け止められている。北海道といえば、日本で乳製品を生産している地域というイメージを持っている。
- 特に牛乳では、北海道の牛乳は明治よりも濃くてクリーミーだと思われており、それが魅力となっている。
- 一方、値段が高いので、毎日食べるには不向き。値段が10%程度高くなるくらいまでは許容できるが、それ以上はそこまで高いものを買うつもりはないといった意見も挙がった。
- 「たまのお楽しみ」として買うものと、捉えられている。

北海道の牛乳はおいしくて、デザートのような味がします。たまには食べたいですね。
明治の牛乳も日本のものだが、北海道（牛乳）よりもクリーミーな味がしない。
- 25-44歳（低年齢子どもあり）

北海道の牛乳に魅力を感じていますが、とても高価です。ブルームーンに一度は飲んでみたいと思っています。
- 45-59歳（高年齢子どもあり）

「日本製」よりも「北海道製」の方が高価であれば、やはり「日本製」を選びます。
- 25-44歳（低年齢子どもあり）

THANK

YOU

