



主要輸出先国及び新規輸出先国における 需要開拓に向けた市場調査・分析に係る業務

最終報告資料別添資料2

消費者アンケート調査詳細

2025年1月31日

株式会社JTB ビジネスソリューション事業本部 第三事業部

1. 調査概要	P. 3
2. 消費者アンケート調査詳細	P. 6
1. スクリーニング調査	
1. 性別	
2. 年代	
3. 日本産品の購入実績(過去3年間)	
2. 本調査	
1. 牛乳・乳製品購入時に重視するポイント	
2. よく購入する牛乳・乳製品の原産国	
3. 日本産牛乳・乳製品のイメージ	
3. 品目別調査	
1. 牛乳	
2. 低脂肪乳	
3. アイスcream	
4. チーズ	
5. 練乳	
6. ホイップcream	
7. バター	
8. ヨーグルト	
3. 本調査クロス分析	P. 39
1. 牛乳・乳製品購入時に重視するポイント	
1. 性別 × 国	
2. 年代 × 国	
2. 日本産牛乳・乳製品のイメージ	
1. 性別 × 国	
2. 年代 × 国	

1. 調査概要

■調査目的

消費者の牛乳乳製品の購入実績・日本産牛乳乳製品の評価やイメージに加え、(日本産以外も含めた)購入因子等について調査のうえ明らかにする。

■調査手法

Webアンケート調査

■調査対象者居住国

シンガポール・台湾・香港・マレーシア・ベトナム(計5か国)

1. 調査概要

■調査設計

(1)スクリーニング調査①

居住国・性別・年代を聴取のうえ、
日本産牛乳乳製品の誤認を防ぐ為右図を説明

(2)スクリーニング調査②

上記回答者の中から、過去3年以内に日本産牛乳乳製品の
購入実績がある回答者を選定し本調査へと進む

(3)本調査

牛乳乳製品の購入実績・日本産牛乳乳製品の評価やイメージ等について
聴取

総回答者数(有効回答5か国計):1,217名⇒各国50名割付



2. 消費者アンケート調査詳細

2. 消費者アンケート調査詳細

1. スクリーニング調査

SC1. あなたの性別をお選びください。(SA)

		回答数	%	シンガポール	%	台湾	%	香港	%	マレーシア	%	ベトナム	%
1	男性	513	42.0	81	42.0	86	42.0	191	44.5	53	39.3	102	40.0
2	女性	703	57.8	112	58.0	119	58.0	237	55.2	82	60.7	153	60.0
3	その他	1	0.1	0	0.0	0	0	1	0.4	0	0.0	0	0.0
	全体	1,217	100.0	193	100.0	205	100.0	429	100.0	135	100.0	255	100.0

SC2. 年齢をお知らせください。(SA)

		回答数	%	シンガポール	%	台湾	%	香港	%	マレーシア	%	ベトナム	%
1	10代	4	0.3	0	0.0	1	0.5	2	0.5	0	0.0	1	0.4
2	20代	216	17.7	38	19.7	41	20.0	81	18.9	25	18.5	31	12.2
3	30代	378	31.1	61	31.6	63	30.7	132	30.8	41	30.4	81	31.8
4	40代	318	26.1	53	27.5	48	23.4	114	26.6	34	25.2	69	27.1
5	50代	145	11.9	20	10.4	27	13.2	48	11.2	14	10.4	36	14.1
6	60代	155	12.7	21	10.9	25	12.2	51	11.9	21	15.6	37	14.5
7	70代以上	1	0.1	0	0.0	0	0.0	1	0.2	0	0.0	0	0.0
	全体	1,217	100.0	193	100.0	205	100.0	429	100.0	135	100.0	255	100.0

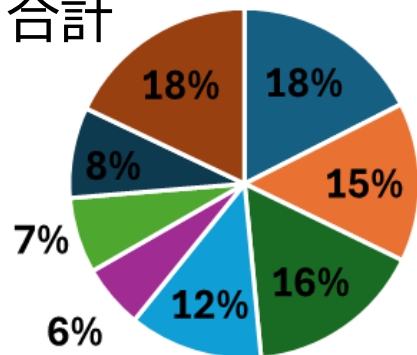
上記回答結果の中から、不正確な回答を排除し以下の割付で集計を実施。
「20代」「30代」「40代」「50代」「60代」、男女各5名/1か国⇒50サンプル/1か国・合計250サンプル

2-1-3. 日本産品の購入実績(過去3年間)

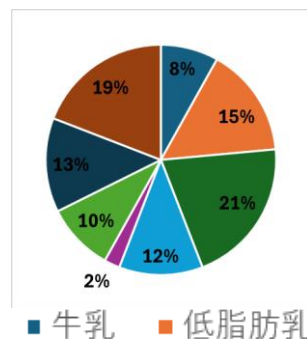
SC3. 過去3年間以内にあなたが購入した日本産牛乳・乳製品のなかで購入回数が多いものを最大3つお知らせください。(MA)

		回答数	%	シンガポール	%	台湾	%	香港	%	マレーシア	%	ベトナム	%
1	牛乳	128	17.5	11	8.1	26	17.7	29	19.7	26	17.3	36	24.0
2	低脂肪乳	107	14.7	21	15.4	11	7.5	30	20.4	28	18.7	17	11.3
3	アイスクリーム	119	16.3	28	20.6	28	19.0	30	20.4	21	14.0	12	8.0
4	チーズ	90	12.3	16	11.8	26	17.7	10	6.8	14	9.3	24	16.0
5	練乳	43	5.9	3	2.2	6	4.1	11	7.5	10	6.7	13	8.7
6	ホイップクリーム	51	7.0	13	9.6	11	7.5	13	8.8	4	2.7	10	6.7
7	バター	61	8.4	18	13.	14	9.5	7	4.8	15	10.0	7	4.7
8	ヨーグルト	131	17.9	26	19.1	25	17.0	17	11.6	32	21.3	31	20.7
9	過去3年以内に購入していない	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
全体		730	100.0	136	100	147	100	147	100	150	100	150	100

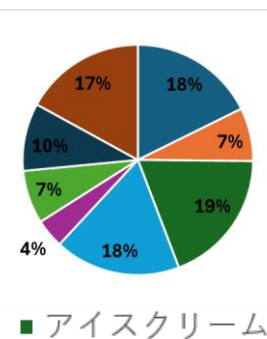
合計



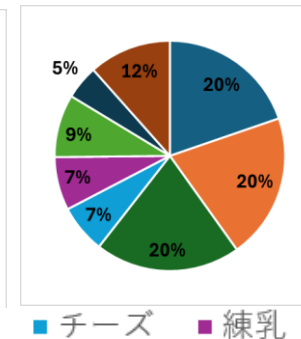
シンガポール



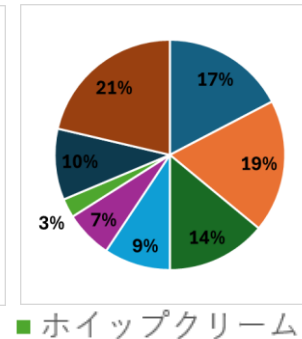
台湾



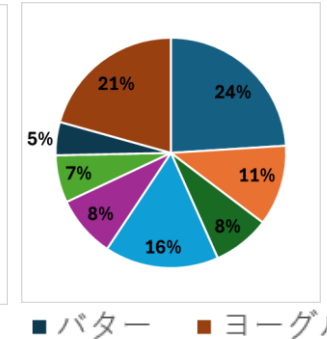
香港



マレーシア



ベトナム



全体ではヨーグルト⇒牛乳⇒アイスクリームの順で購入回数が多い。
アイスクリーム(シンガポール)、ヨーグルト(マレーシア)、低脂肪乳(香港)等、20%以上の占有率がある商品カテゴリが国により異なる傾向がある。

2. 消費者アンケート調査詳細

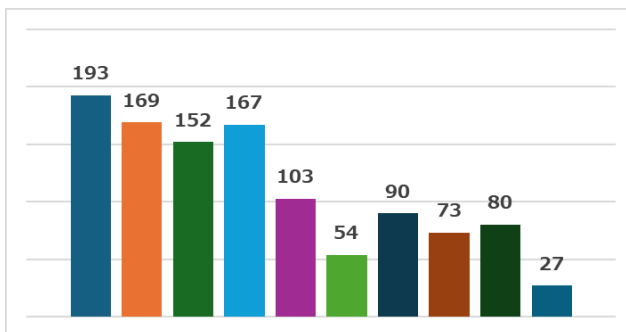
2. 本調査

2-2-1. 牛乳・乳製品購入時に重視するポイント

Q1. 牛乳・乳製品を購入する際、重視するポイントは以下のどれですか？ (MA)

		回答数	%	シンガポール	%	台湾	%	香港	%	マレーシア	%	ベトナム	%
1	美味しさ	193	74.2	36	72.0	41	82.0	36	72.0	39	78.0	41	82.0
2	価格	169	68.2	34	68.0	33	66.0	30	60.0	36	72.0	36	72.0
3	安全性	152	56.6	31	62.0	25	50.0	34	68.0	23	46.0	39	78.0
4	成分(栄養価など)	167	60.9	26	52.0	37	74.0	37	74.0	35	70.0	32	64.0
5	ブランド	103	38.1	21	42.0	21	42.0	27	54.0	16	32.0	18	36.0
6	パッケージデザイン	54	19.7	17	34.0	9	18.0	9	18.0	5	10.0	14	28.0
7	ラベル表示のわかりやすさ(言語、認証表示など)	90	31.4	16	32.0	18	36.0	15	30.0	28	56.0	13	26.0
8	プロモーションをやっているかどうか	73	27.7	19	38.0	17	34.0	15	30.0	6	12.0	16	32.0
9	買いやすい店舗で購入できるか	80	28.9	21	42.0	15	30.0	13	26.0	11	22.0	20	40.0
10	ECで気軽に買えるか	27	10.2	9	18.0	5	10.0	2	4.0	2	4.0	9	18.0
11	その他	1	0.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	2.0	0	0.0
全体		250	100	50	100	50	100	50	100	50	100	50	100

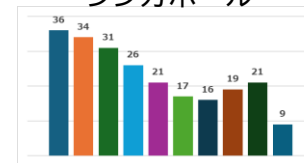
全体



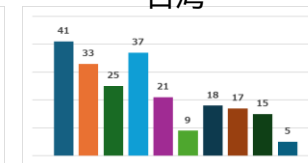
凡例

- 美味しさ
- 価格
- 安全性
- 成分(栄養価など)
- ブランド
- パッケージデザイン
- ラベル表示のわかりやすさ(言語、認証表示など)
- プロモーションをやっているかどうか
- 買いやすい店舗で購入できるか

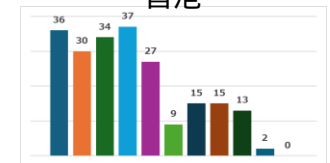
シンガポール



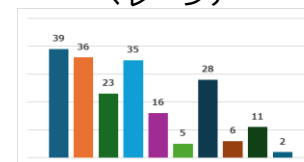
台湾



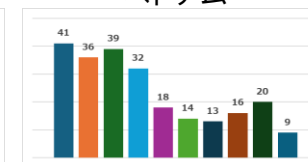
香港



マレーシア



ベトナム



「美味しさ」「価格」の優先度が非常に高くまた「成分」も重要視されている。これは各国で共通した傾向にある。ただし、マレーシアの「ラベル表示」や香港の「ブランド」等、固有のポイントも見受けられる。

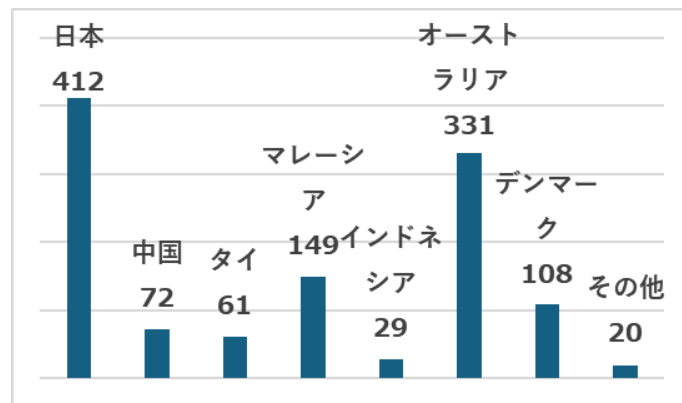
2-2-2. よく購入する牛乳・乳製品の原因国

Q2. 牛乳・乳製品を購入する際、原因国がどこの製品を購入することが多いですか？（MA）

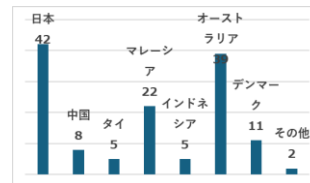
※スクリーニングの結果、「過去3年以内に日本産牛乳・乳製品購入経験がある」と回答した対象者に限定しております。

		回答数	%	シンガポール	%	台湾	%	香港	%	マレーシア	%	ベトナム	%
1	日本	212	80.5	42	84.0	47	94.0	44	88.0	31	62.0	48	96.0
2	中国	40	14.1	8	16.0	4	8.0	23	46.0	3	6.0	2	4.0
3	タイ	29	11.9	5	10.0	3	6.0	8	16.0	4	8.0	9	18.0
4	マレーシア	77	29.1	22	44.0	4	8.0	9	18.0	38	76.0	4	8.0
5	インドネシア	16	5.7	5	10.0	2	4.0	6	12.0	1	2.0	2	4.0
6	オーストラリア	170	64.6	39	78.0	35	70.0	30	60.0	34	68.0	32	64.0
7	デンマーク	66	21.1	11	22.0	12	24.0	13	26.0	4	8.0	26	52.0
8	その他	10	3.9	2	4.0	4	8.0	3	6.0	1	2.0	0	0.0
全体		250	100.0	50	100.0	50	100.0	50	100.0	50	100.0	50	100.0

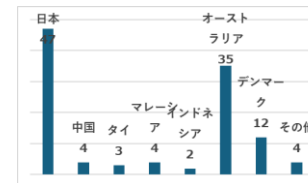
合計



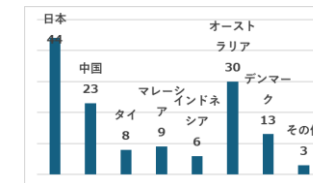
シンガポール



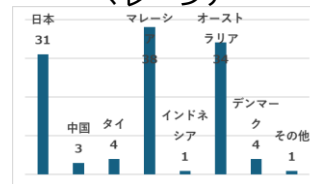
台湾



香港



マレーシア



ベトナム



マレーシア以外の各国では日本産製品を選ぶ割合が最も高く、8割以上の方に支持されている。
また、いずれの国でもオーストラリア産製品は広く親しまれている傾向にある。

2-2-3. 日本産牛乳乳製品のイメージ

Q3. 日本産牛乳・乳製品に対して、あなたが持っているイメージを教えてください。(MA)

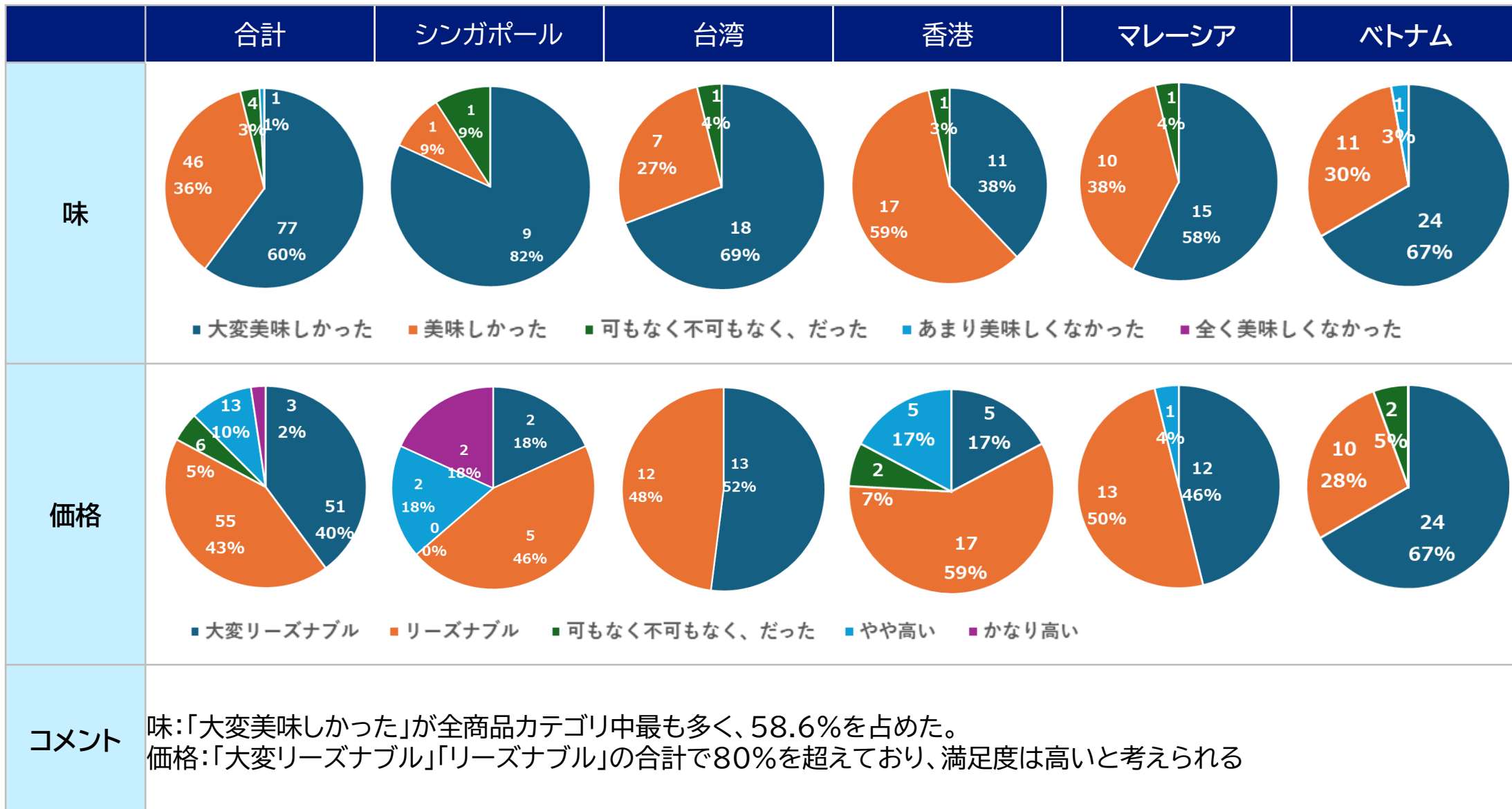
	シンガポール	台湾	香港	マレーシア	ベトナム
全体	50	50	50	50	50
他国産品に比べて美味しい	28	29	32	23	30
味や風味が好みでない	5	5	4	9	6
安心・安全だと思う	22	36	36	34	42
賞味期限が短い	10	7	11	8	3
パッケージがおしゃれ	21	12	19	22	20
表示がわかりにくい	6	5	8	17	7
(品質に対して) 価格が安い	6	7	7	8	19
(品質に対して) 価格が高い	17	6	14	8	6
良くプロモーションをやっている	7	8	8	10	11
あまりプロモーションをやっていない	17	10	11	20	7
色々な場所で購入できる	11	13	11	10	14
購入できる場所があまり無い	7	7	6	16	3

「安心・安全」が最上位に来ているが、これは牛乳乳製品の購入ポイント(Q1)では4位であることから特に日本産品へ良いイメージを持っていることが分かる。価格が高いと感じているのは香港、安いと感じているのはベトナムと両国は明確に出ている。プロモーションはベトナム以外の全てで印象が薄い。

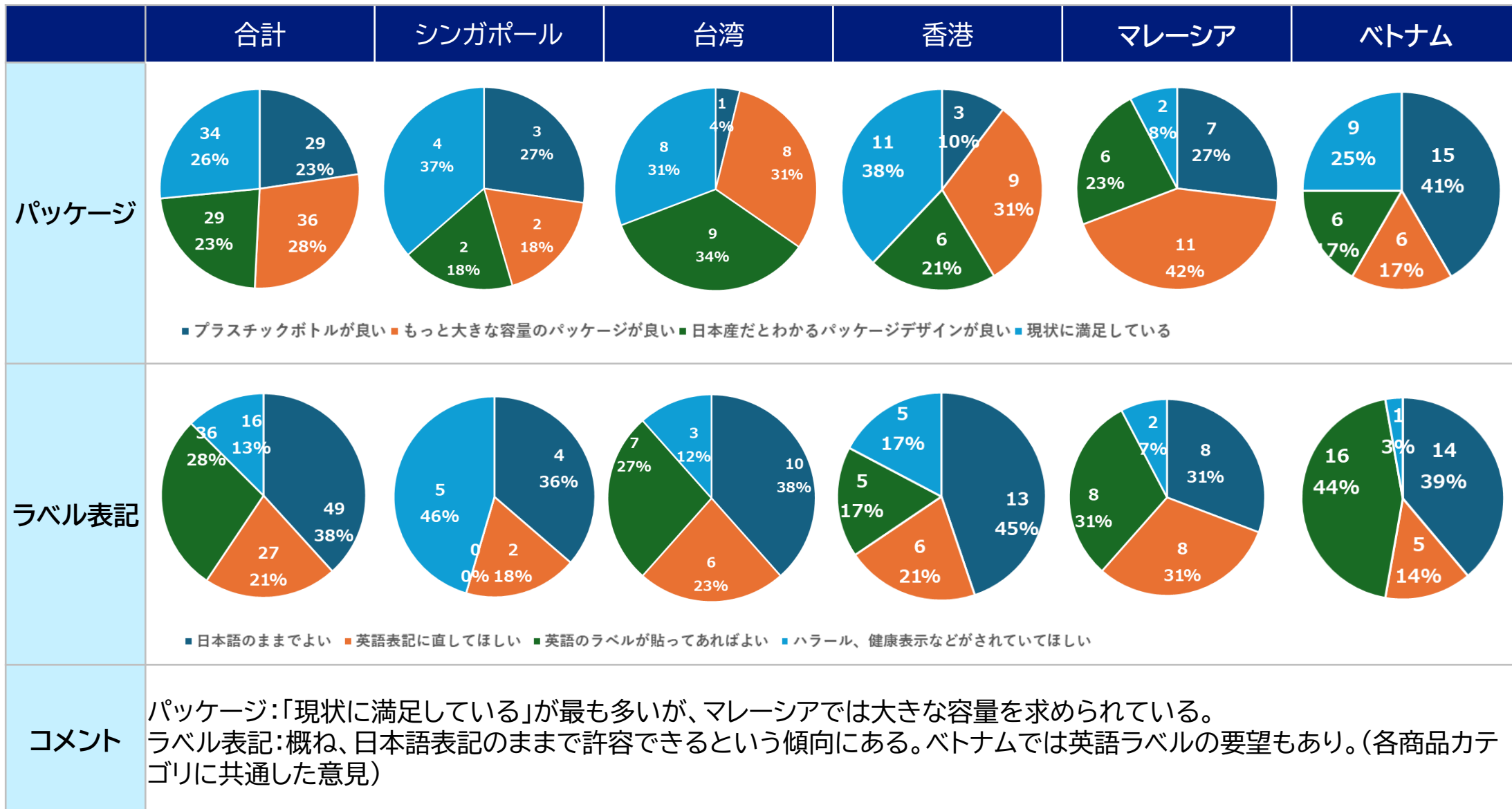
2. 消費者アンケート調査詳細

3. 品目別調査

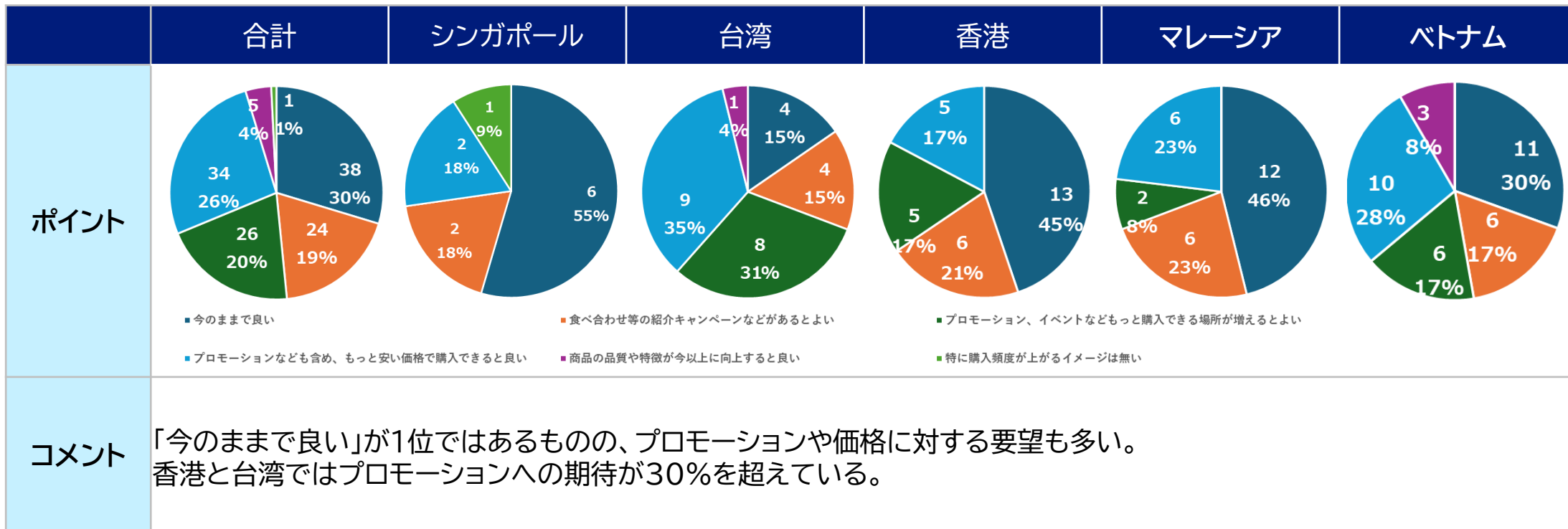
2-3-1. 牛乳：①味・価格



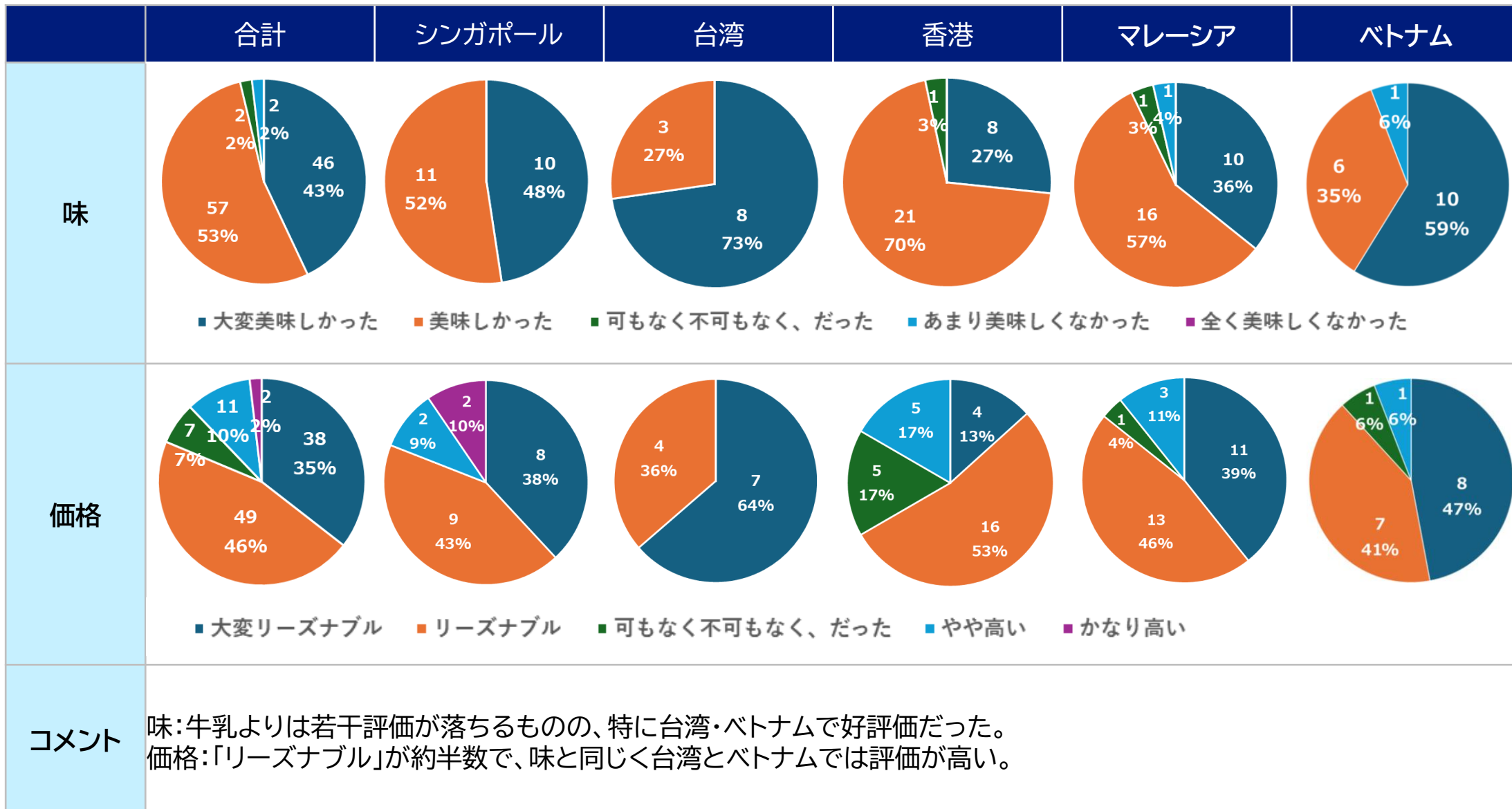
2-3-1. 牛乳：②パッケージ・ラベル表記



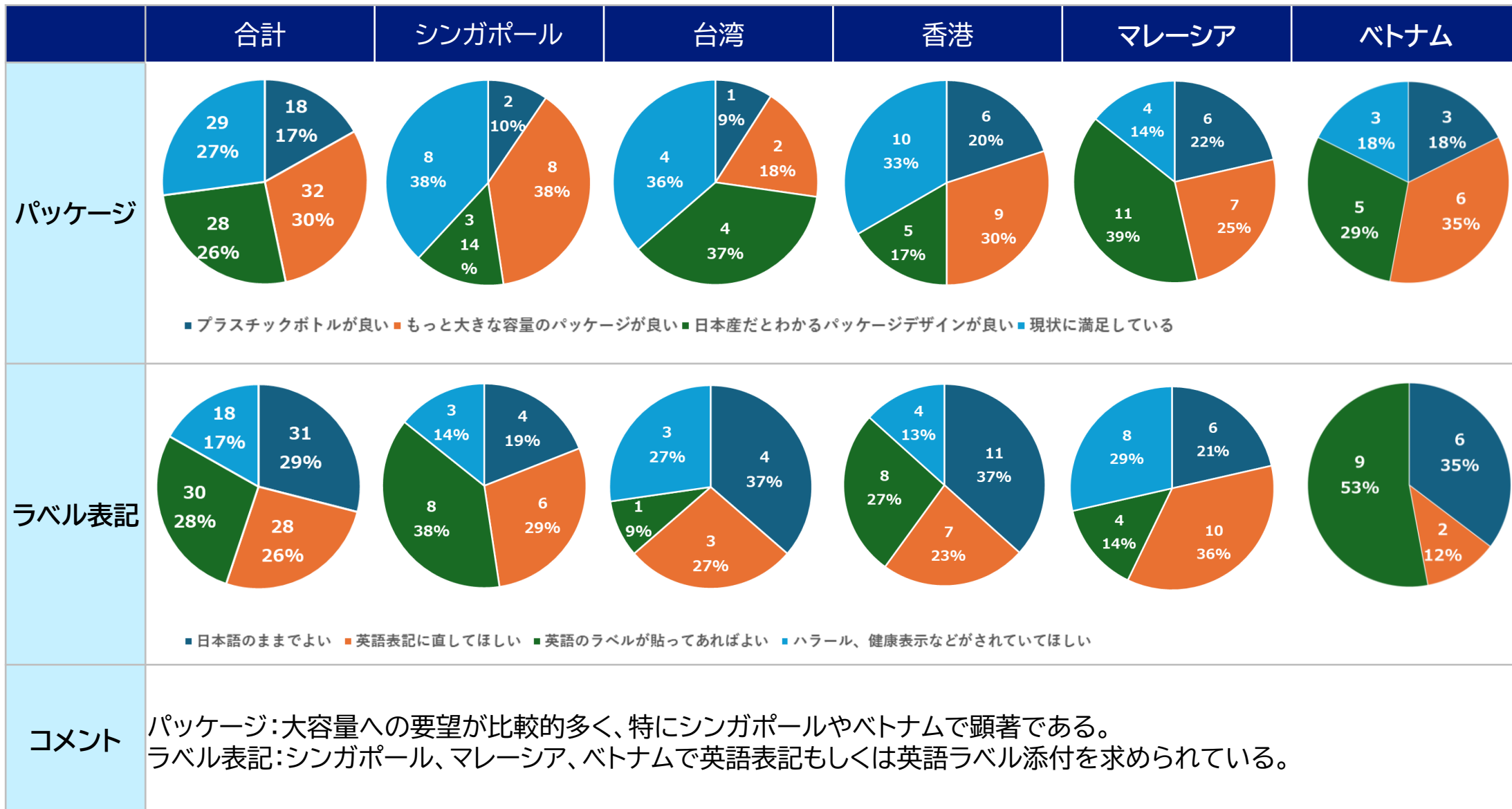
2-3-1. 牛乳：③購入頻度アップのポイント



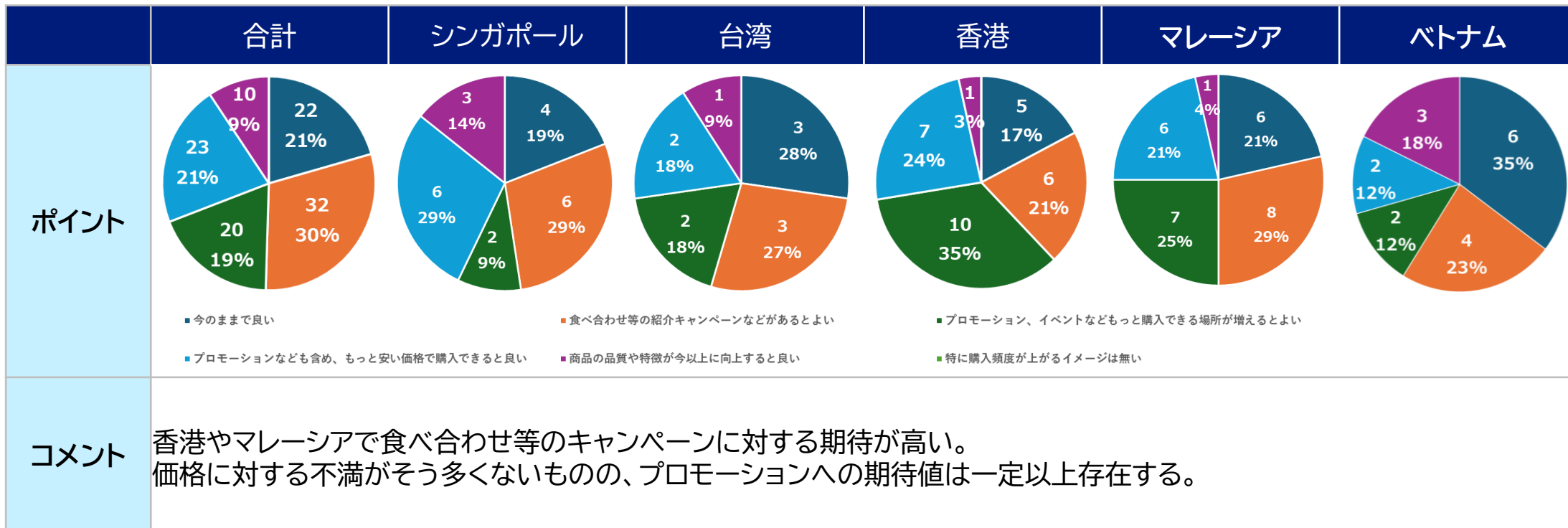
2-3-2. 低脂肪乳：①味・価格



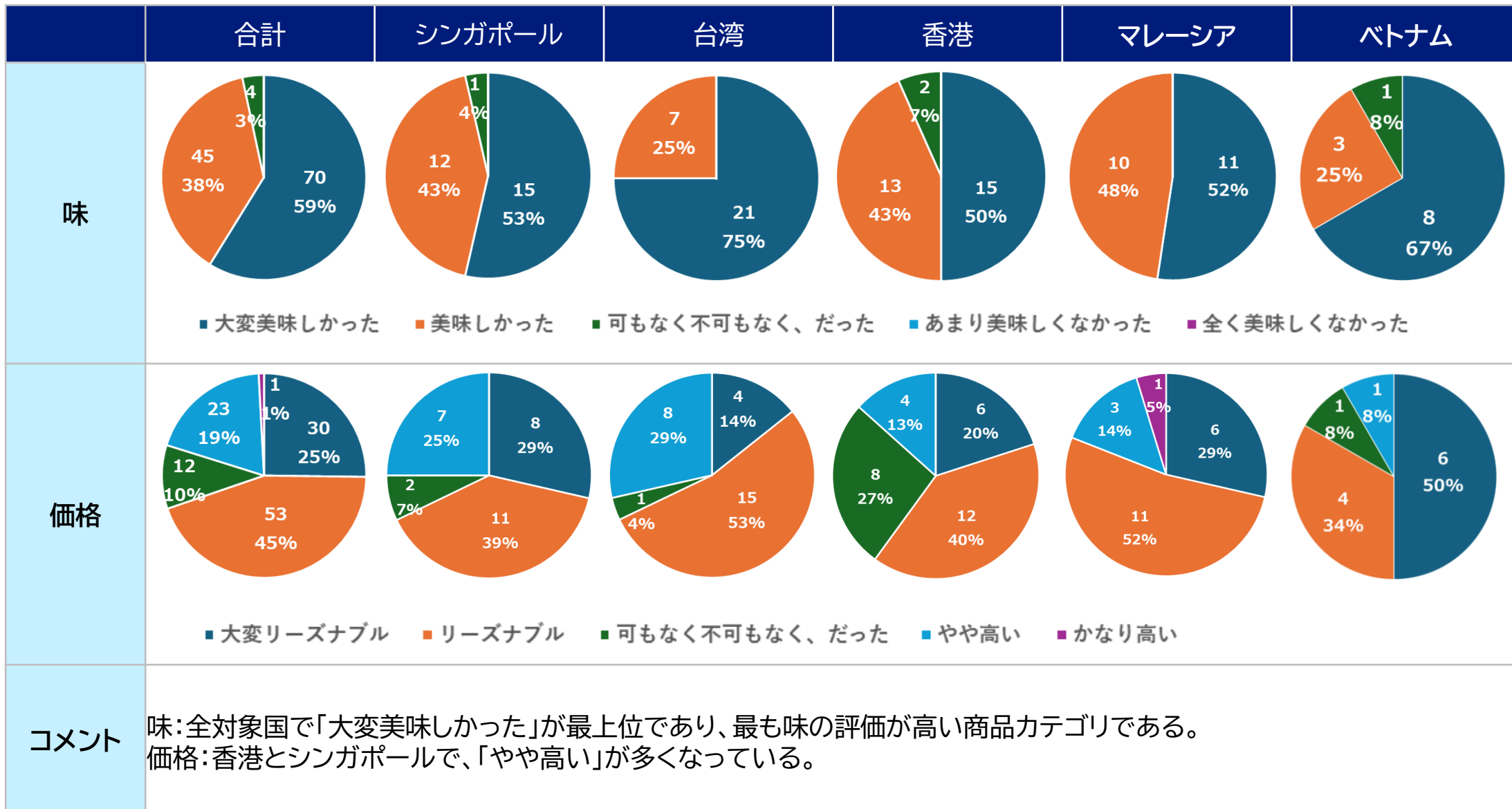
2-3-2. 低脂肪乳：②パッケージ・ラベル表記



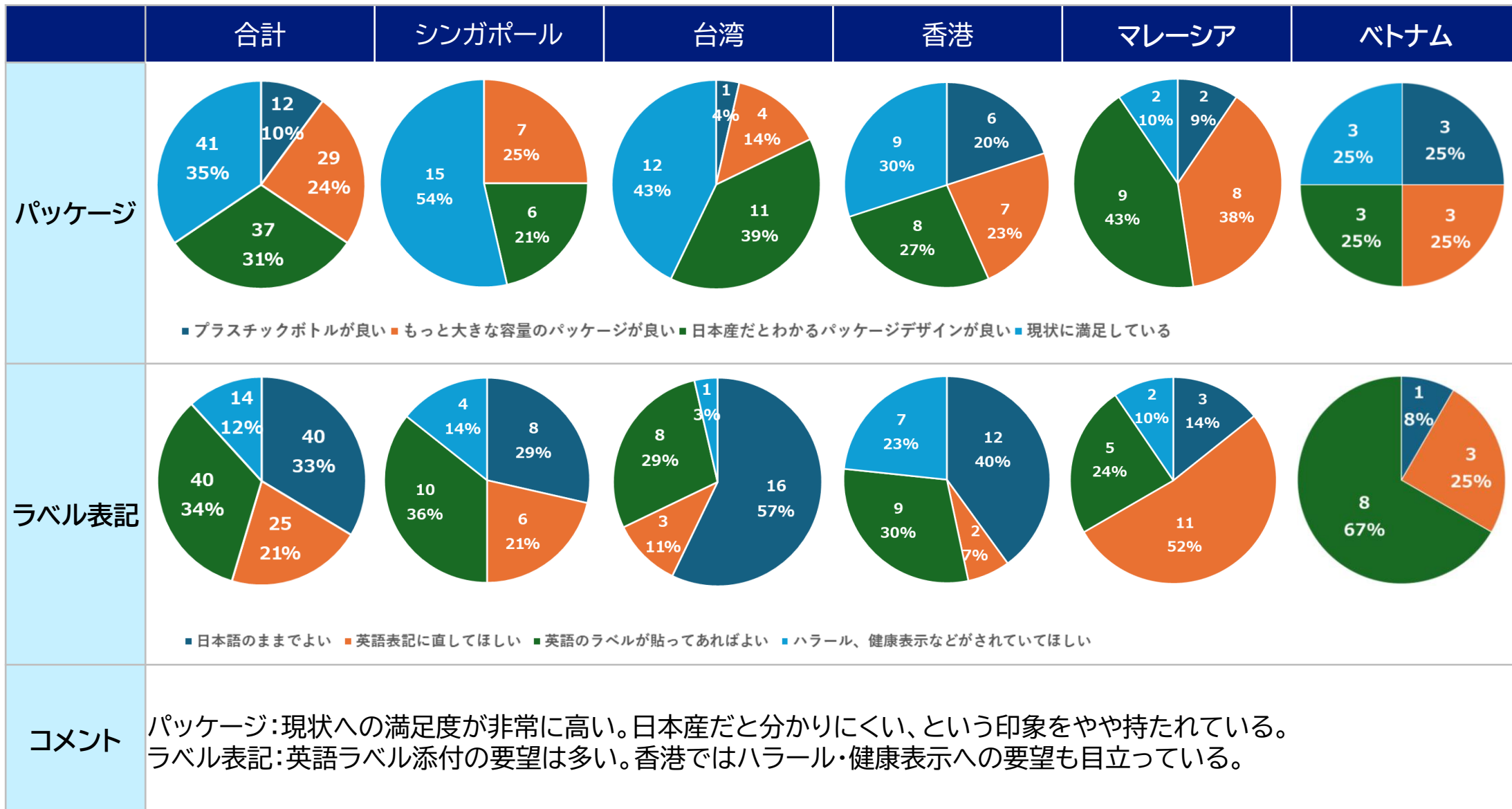
2-3-2. 低脂肪乳：③購入頻度アップのポイント



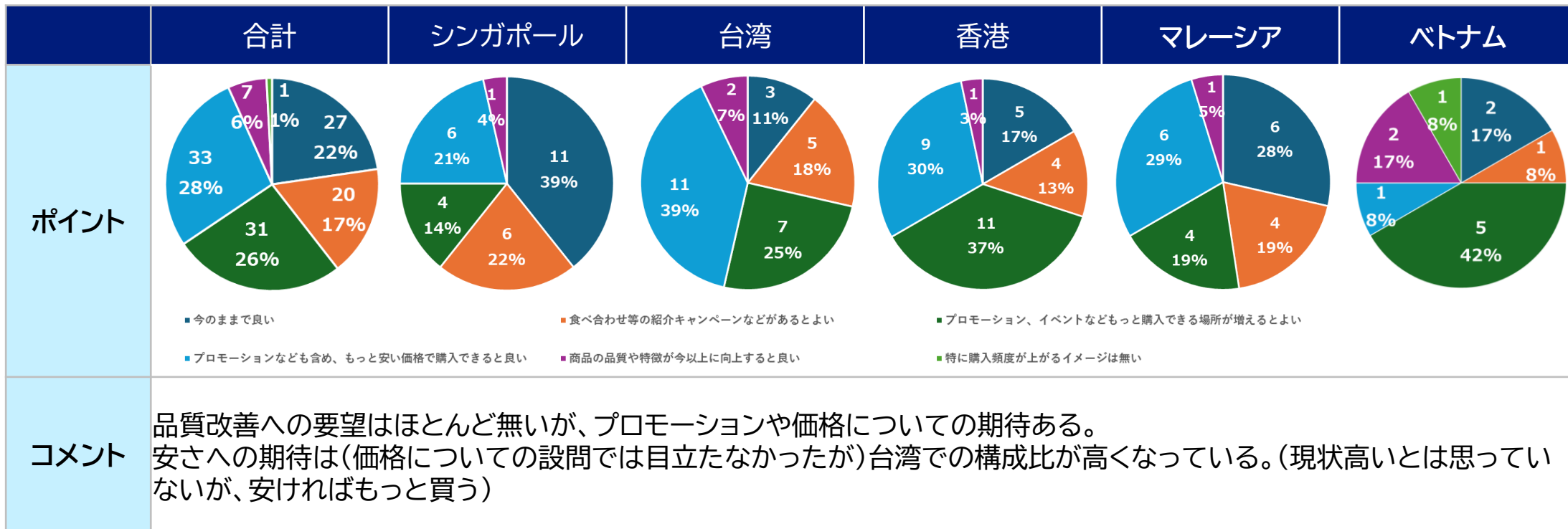
2-3-3. アイスクリーム：①味・価格



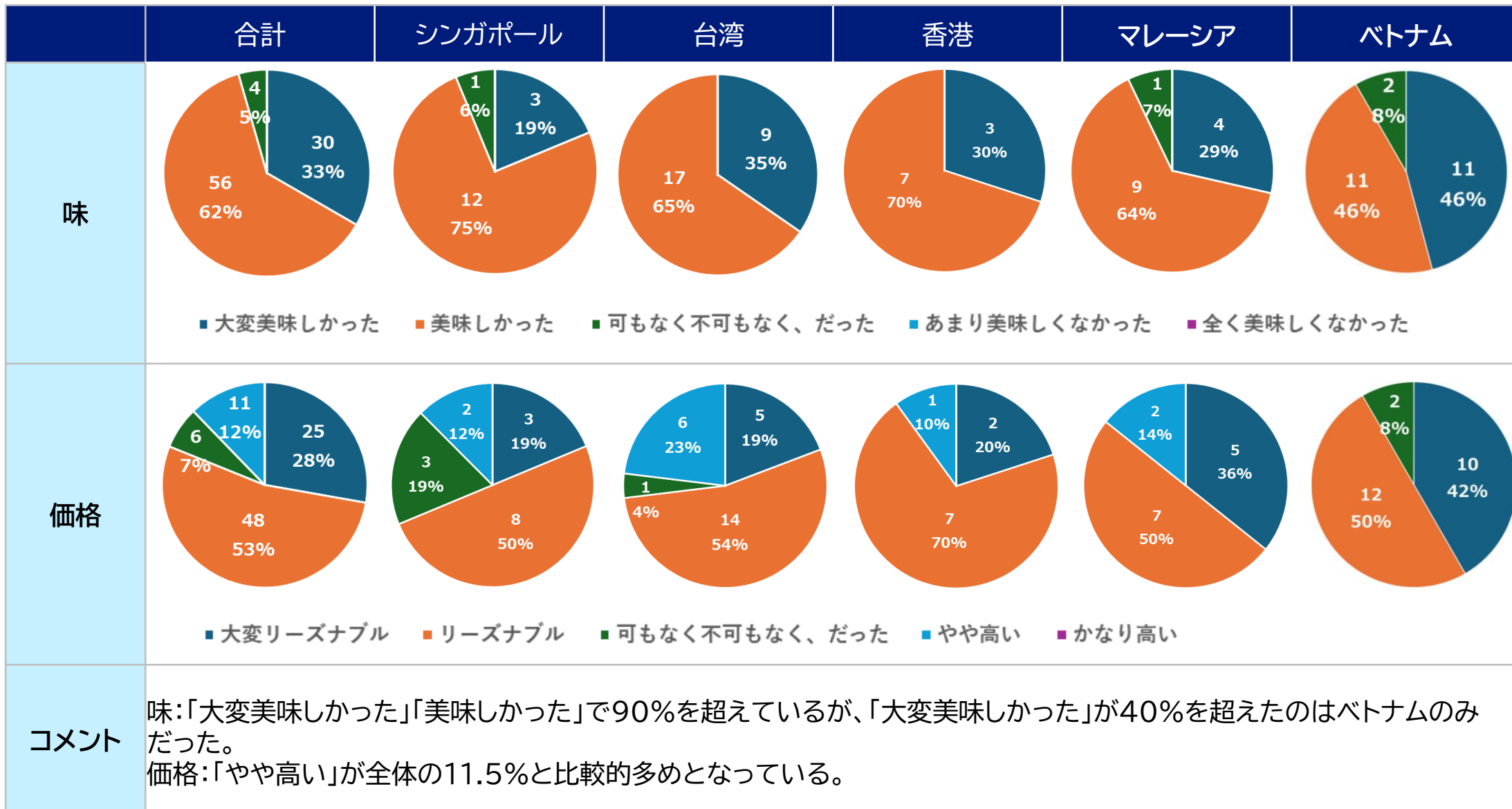
2-3-3. アイスクリーム：②パッケージ・ラベル表記



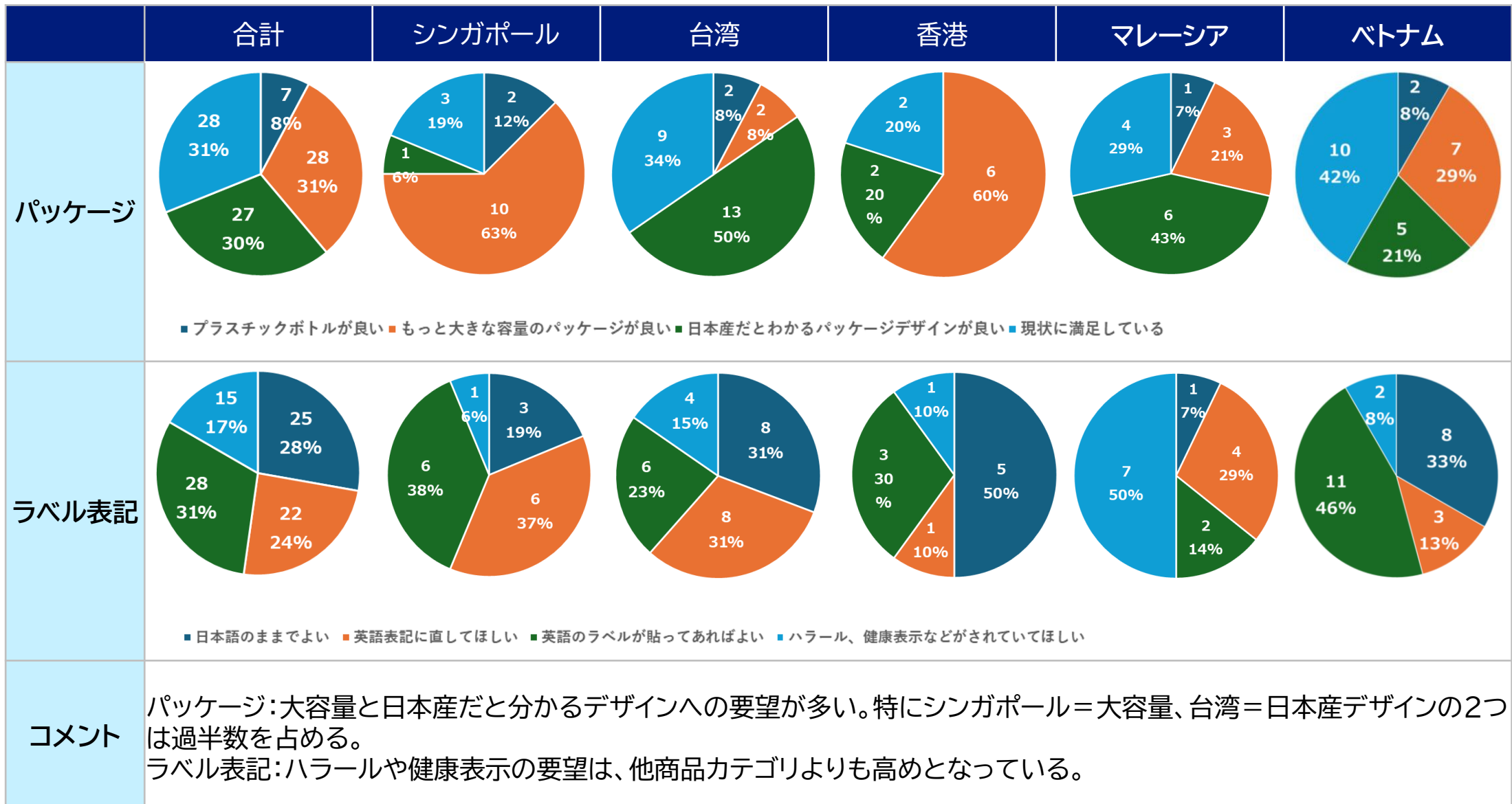
2-3-3. アイスクリーム：③購入頻度アップのポイント



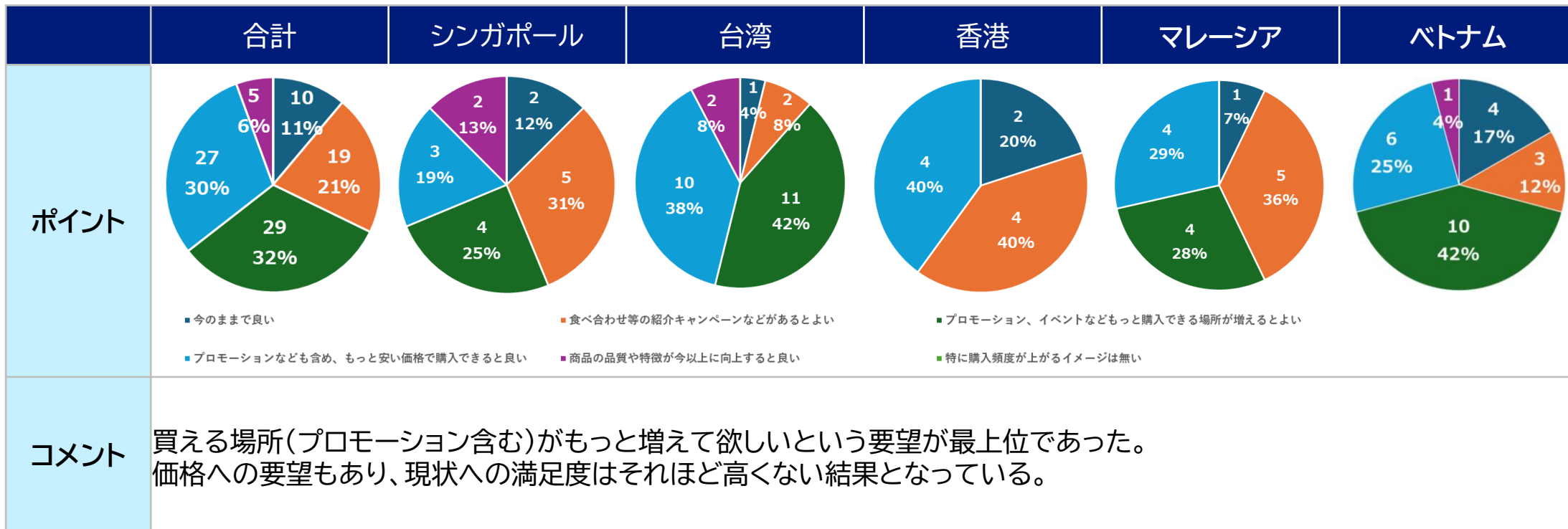
2-3-4. チーズ：①味・価格



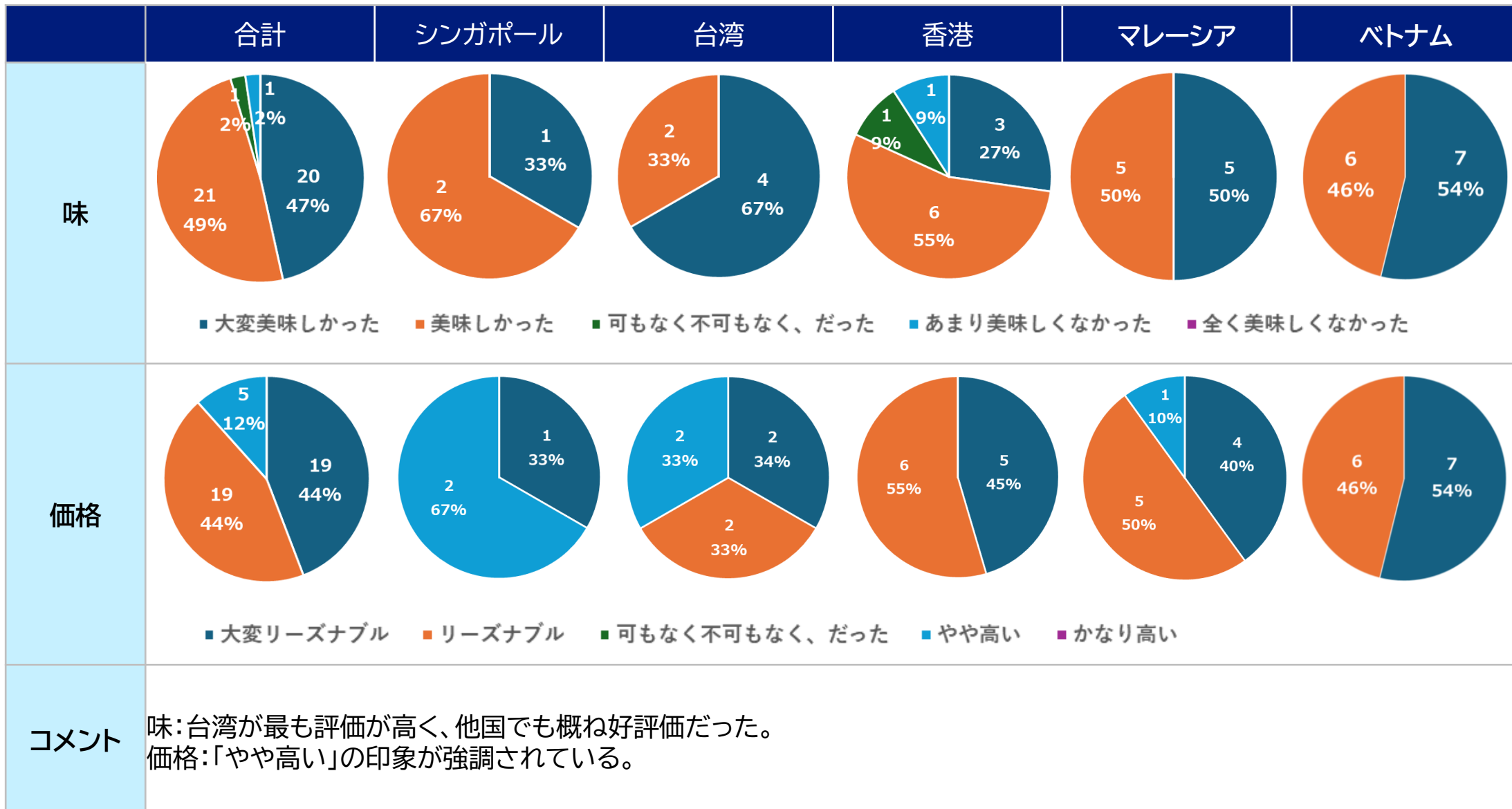
2-3-4. チーズ：②パッケージ・ラベル表記



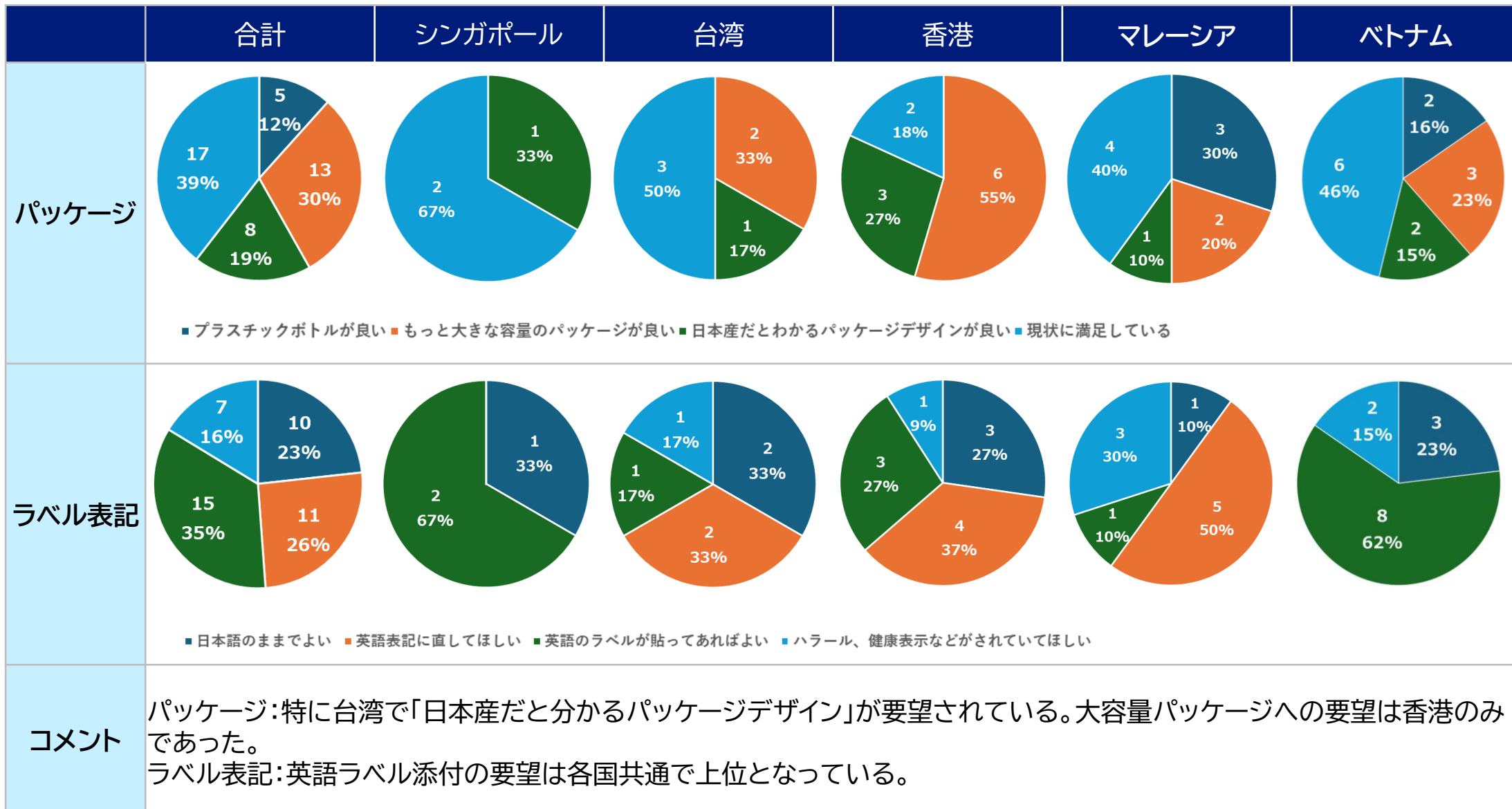
2-3-4. チーズ：③購入頻度アップのポイント



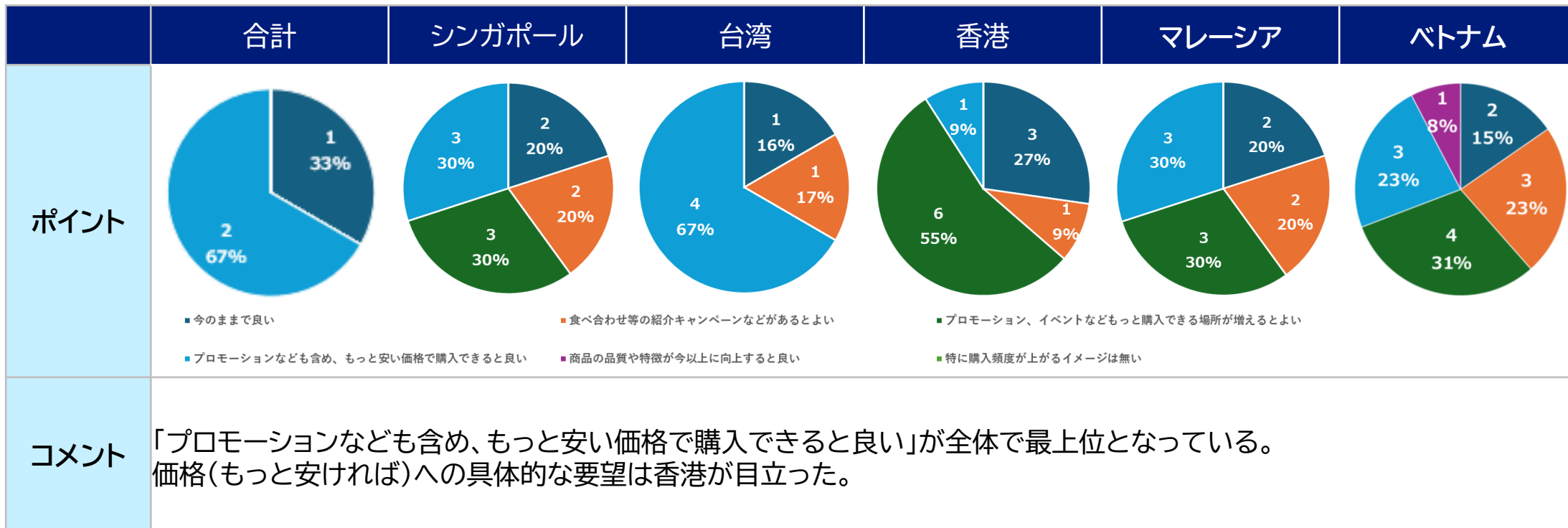
2-3-5. 練乳：①味・価格



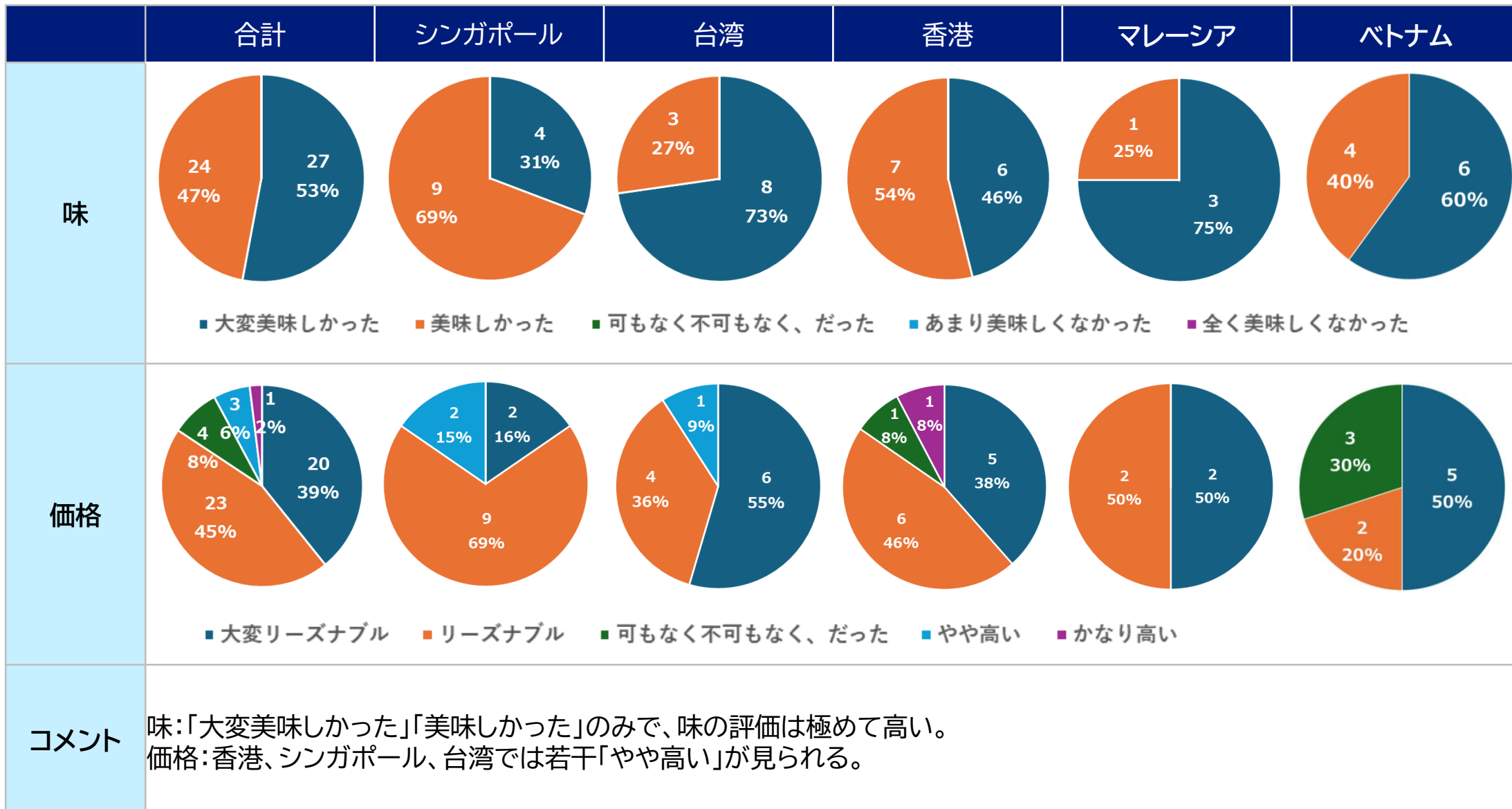
2-3-5. 練乳：②パッケージ・ラベル表記



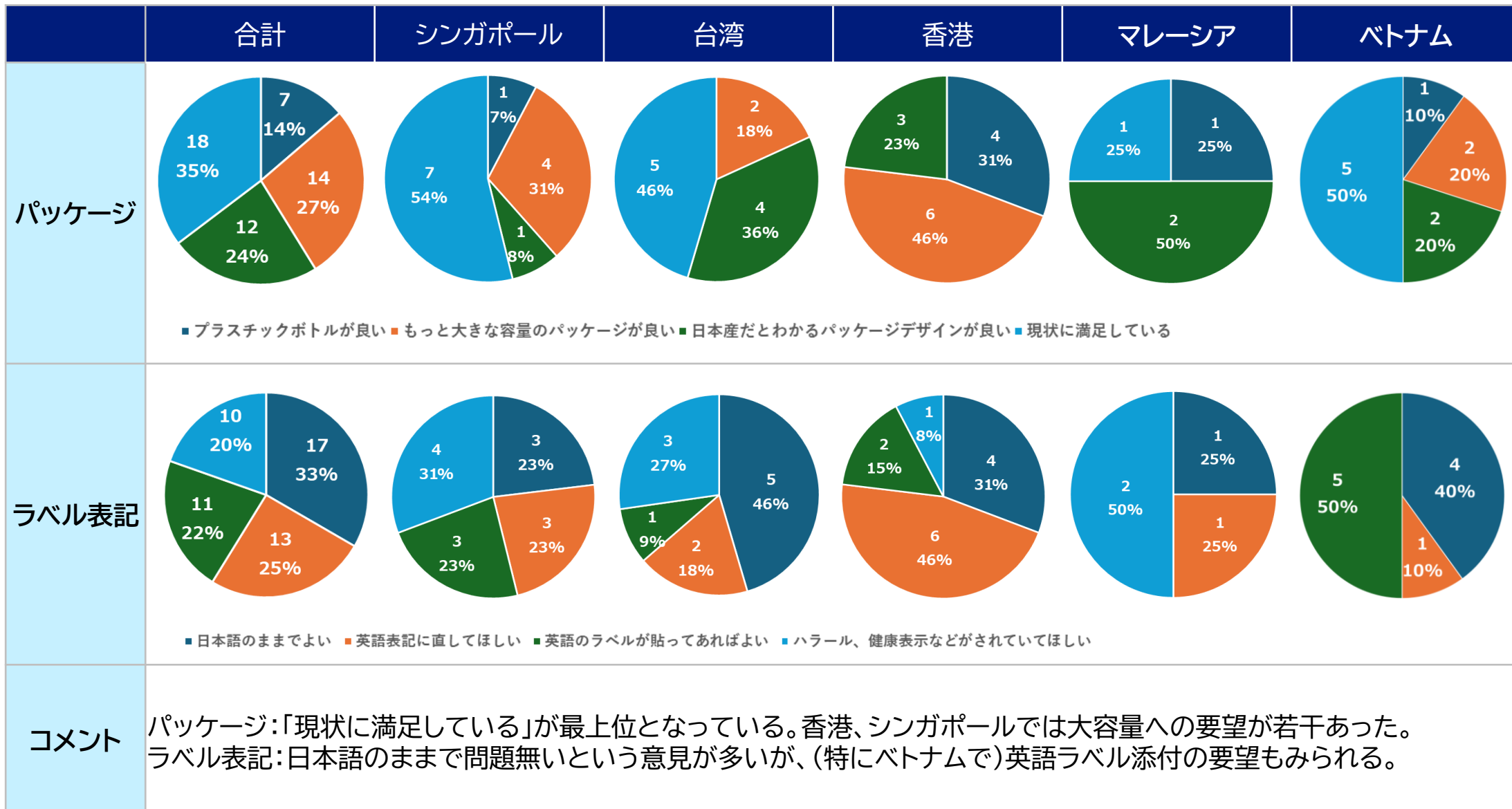
2-3-5. 練乳：③購入頻度アップのポイント



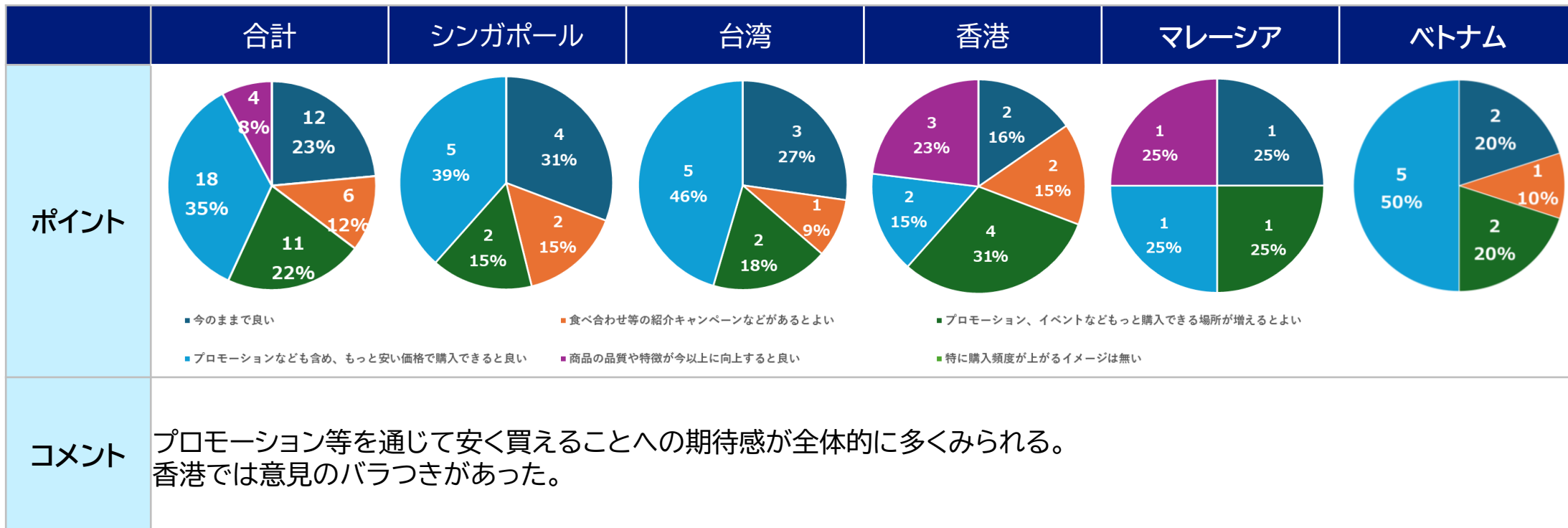
2-3-6. ホイップクリーム：①味・価格



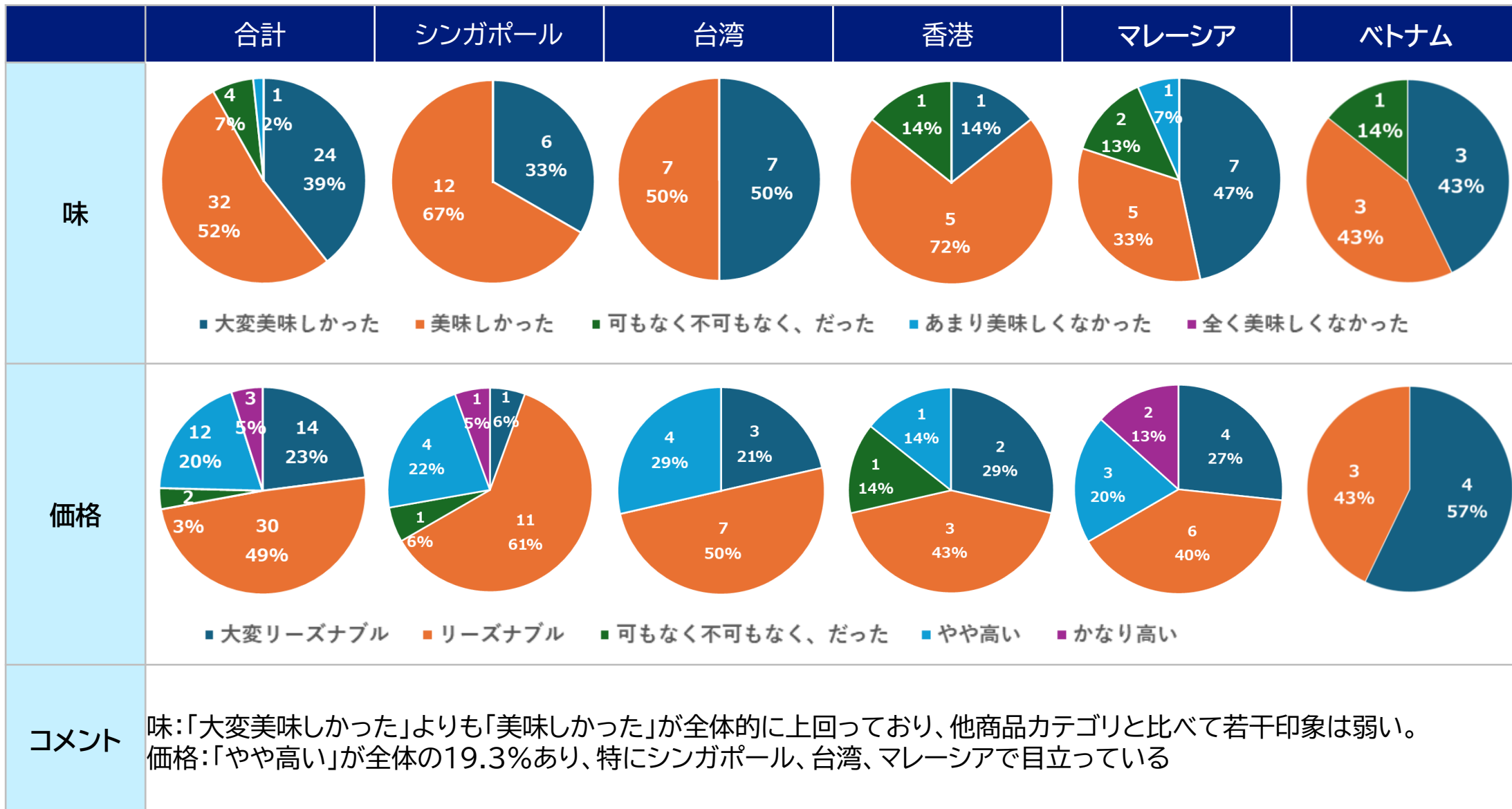
2-3-6. ホイップクリーム：②パッケージ・ラベル表記



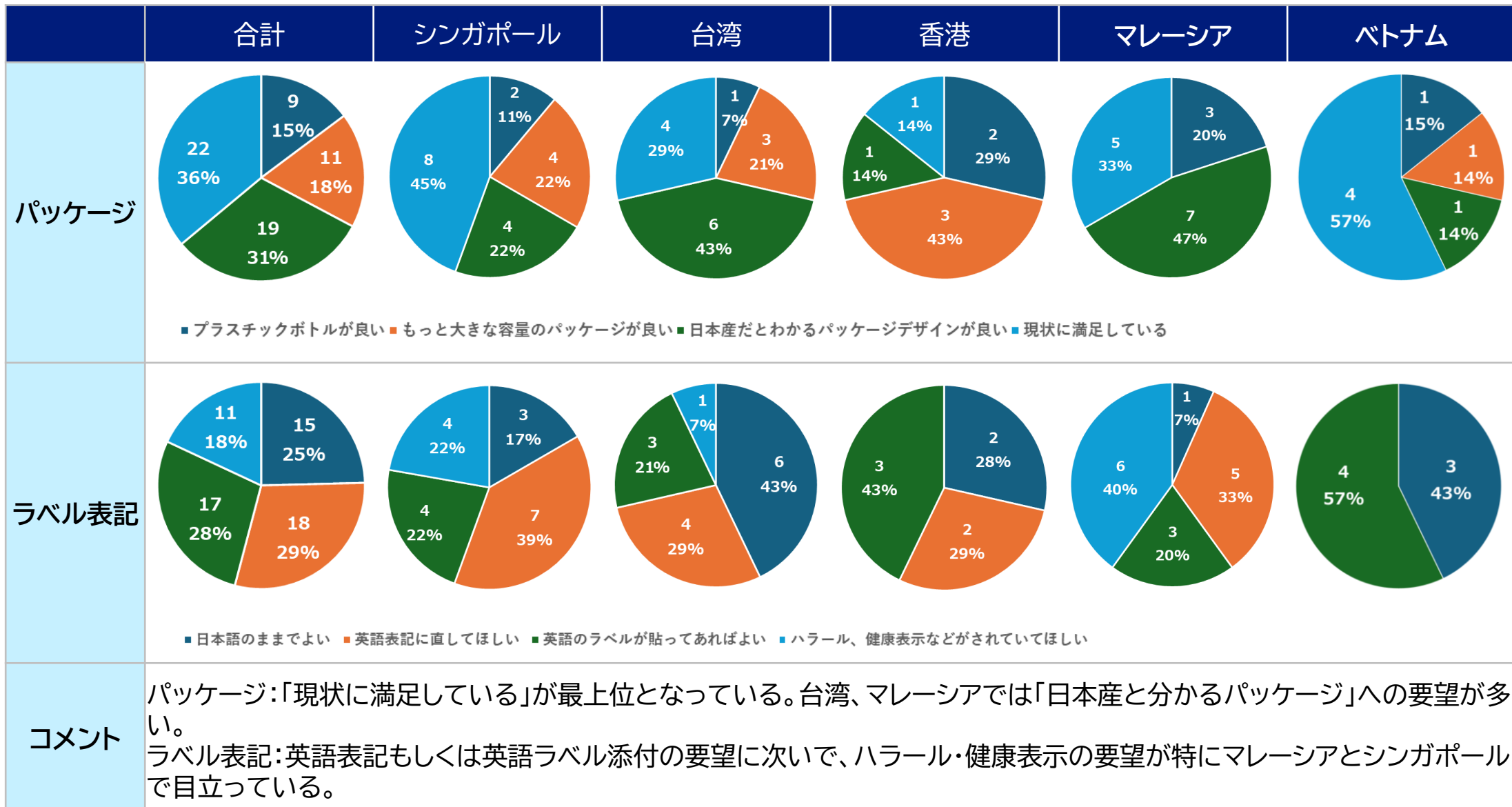
2-3-6. ホイップクリーム：③購入頻度アップのポイント



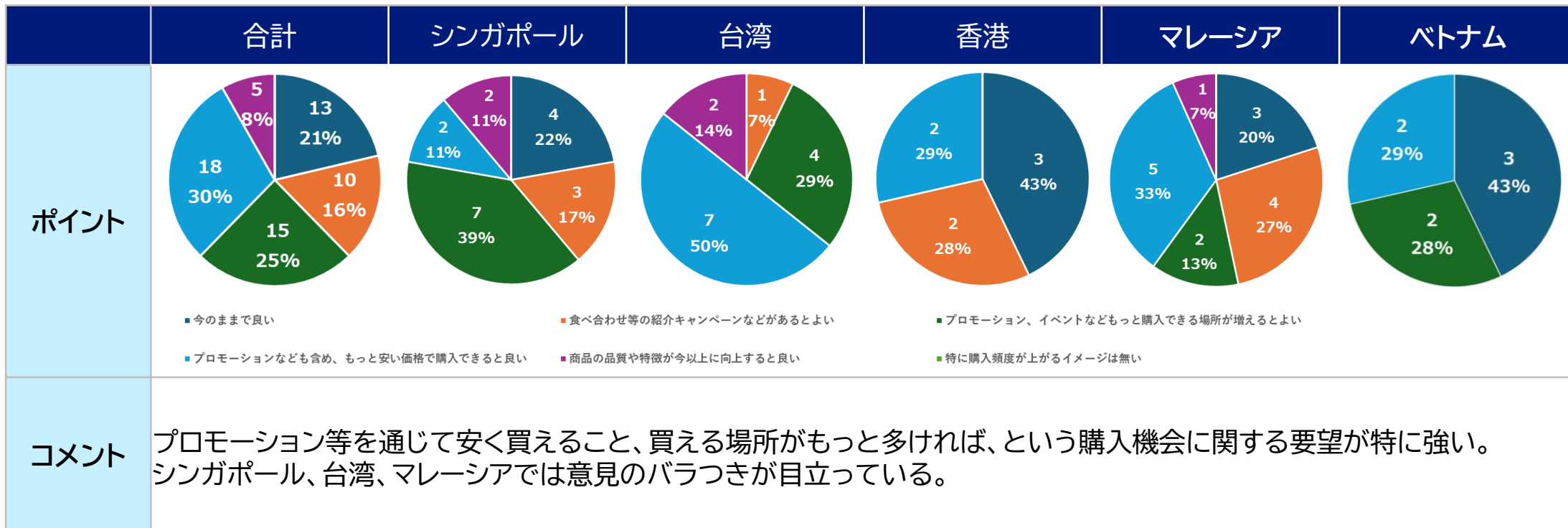
2-3-7. バター：①味・価格



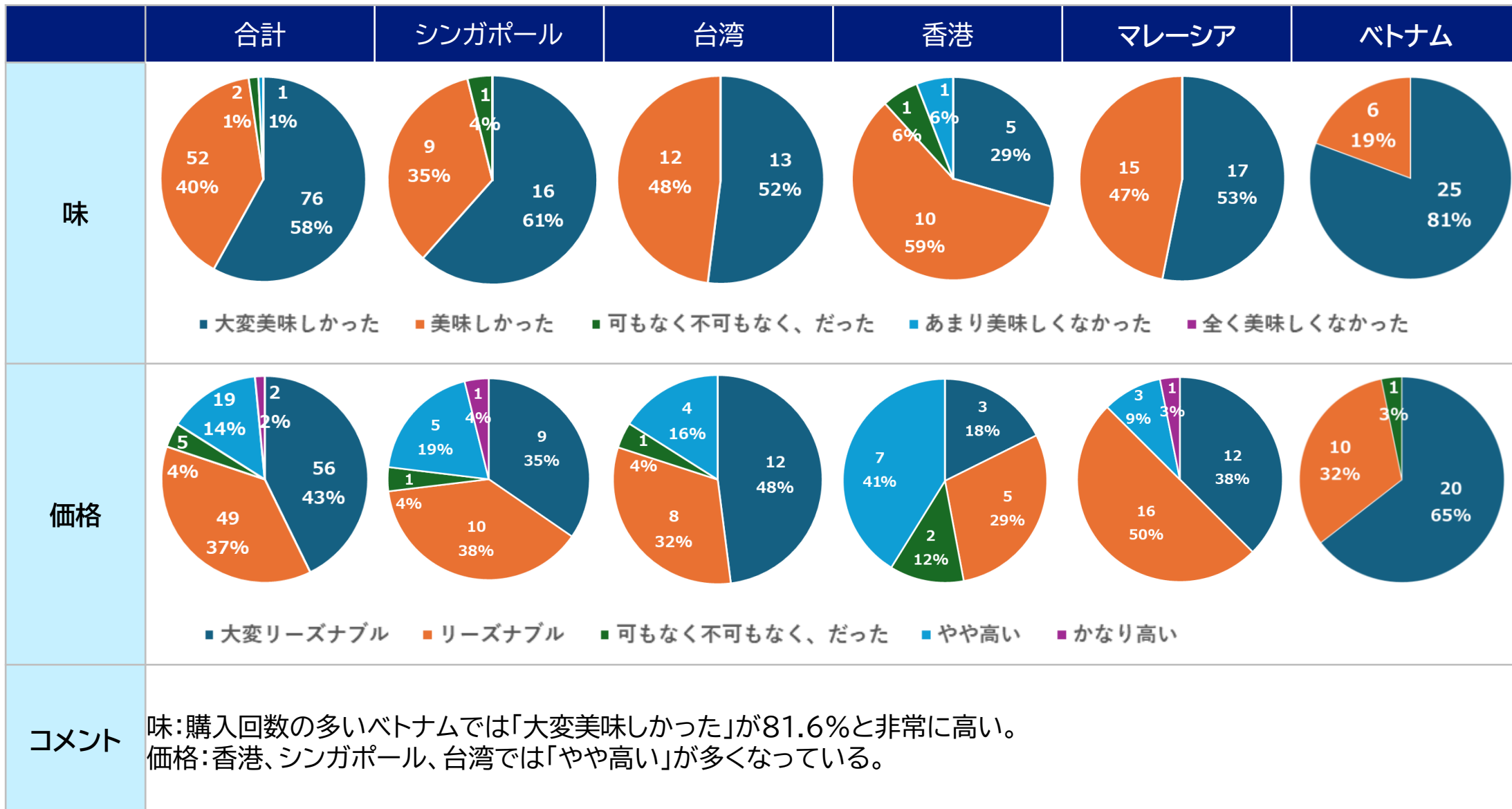
2-3-7. バター：②パッケージ・ラベル表記



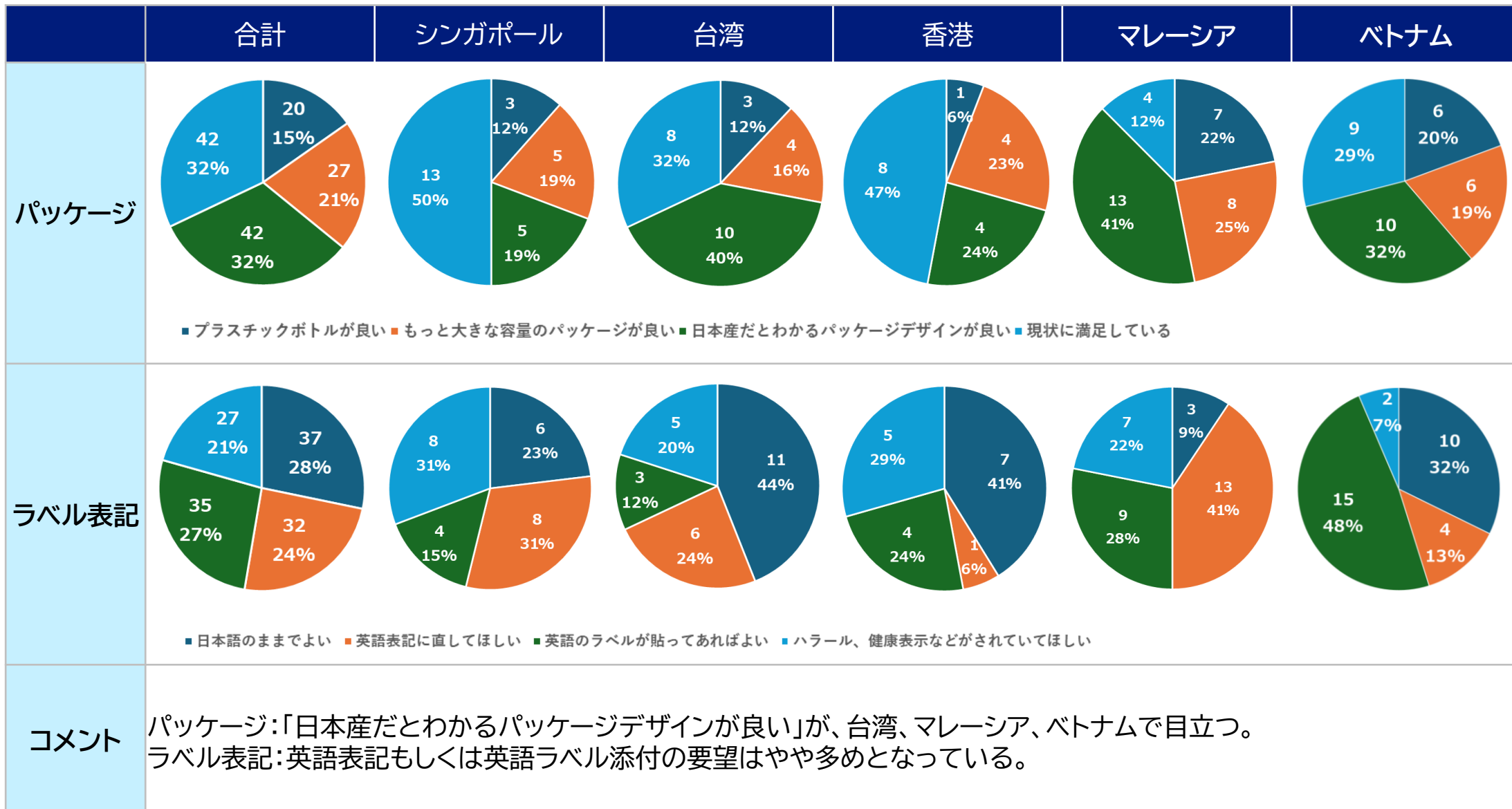
2-3-7. バター：③購入頻度アップのポイント



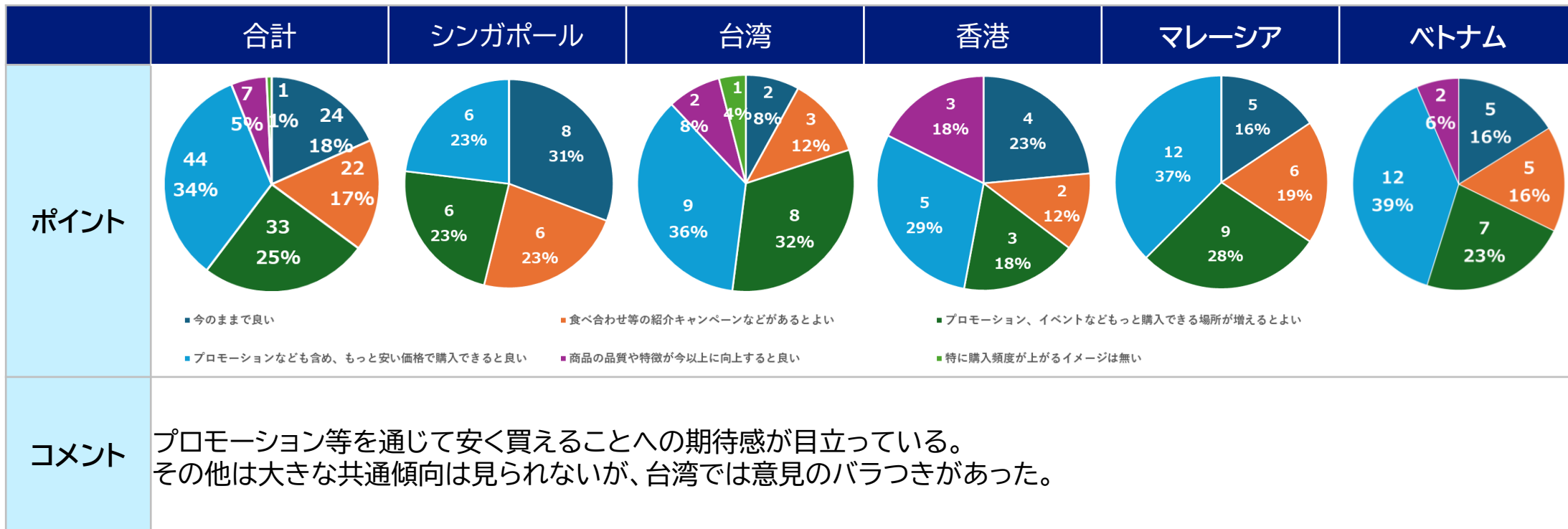
2-3-8. ヨーグルト：①味・価格



2-3-8. ヨーグルト：②パッケージ・ラベル表記



2-3-8. ヨーグルト：③購入頻度アップのポイント



3. 本調査クロス分析

3. 本調査クロス分析

1. 牛乳・乳製品購入時に重視するポイント

3-1-1. 性別×国

Q1. 牛乳・乳製品を購入する際、重視するポイントは以下のどれですか？
(MA)

	美味しさ	価格	安全性	成分（栄養価など）	ブランド	パッケージデザイン	ラベル表示の分かりやすさ（言語、認証表示など）	プロモーションをやっているかどうか	買いやすい店舗で購入できるか	Eで気軽に買えるか	その他
全体	193	169	152	167	103	54	90	73	80	27	1
男性×シンガポール	19	16	18	13	9	10	9	13	13	6	0
男性×台湾	20	18	12	19	8	2	13	3	3	1	1
男性×香港	15	18	17	15	13	6	6	6	7	1	0
男性×マレーシア	20	14	12	18	11	8	11	8	7	4	0
男性×ベトナム	19	18	19	18	7	5	7	6	13	4	0
女性×シンガポール	17	18	13	13	12	7	7	6	8	3	0
女性×台湾	19	18	11	16	8	3	15	3	8	1	0
女性×香港	21	12	17	22	14	3	9	9	6	1	0
女性×マレーシア	21	19	13	19	10	1	7	9	8	1	0
女性×ベトナム	22	18	20	14	11	9	6	10	7	5	0

男女共に美味しさ⇒価格⇒成分の順であるが、それ以外で男性はラベル表示、女性はブランドを優先する傾向がある。
顕著な例として安全性(女性×ベトナム、男性×ベトナム等)、ラベル表示(女性×台湾)等がある。

Q1. 牛乳・乳製品を購入する際、重視するポイントは以下のどれですか？ (MA)

	美味しさ	価格	安全性	成分（栄養価など）	ブランド	パッケージデザイン	ラベル表示の分かりやすさ（言語、認証表示など）	プロモーションをやっているかどうか	買いやすい店舗で購入できるか	E Cで気軽に買えるか	その他
全体	193	169	152	167	103	54	90	73	80	27	1
シンガポール×20代～30代	13	12	10	11	8	10	7	10	6	3	0
台湾×20代～30代	17	12	8	13	7	3	8	4	5	3	0
香港×20代～30代	14	10	13	15	10	1	3	4	4	1	0
マレーシア×20代～30代	18	14	8	15	5	2	12	1	6	1	0
ベトナム×20代～30代	15	19	12	11	5	7	1	5	5	3	0
シンガポール×40代～60代	23	22	21	15	13	7	9	9	15	6	0
台湾×40代～60代	24	21	17	24	14	6	10	13	10	2	0
香港×40代～60代	22	20	21	22	17	8	12	11	9	1	0
マレーシア×40代～60代	21	22	15	20	11	3	16	5	5	1	1
ベトナム×40代～60代	26	17	27	21	13	7	12	11	15	6	0

安全性については、20代～30代では51票であるのに対して40～60代では101票となっている。
また国別傾向としてはマレーシアは両年代共にラベル表示の重視度が高い。買いやすさも40～60代のほうが高くなる傾向にある。

3. 本調査クロス分析

2. 日本産牛乳・乳製品のイメージ

3-2-1. 性別×国

Q8. 日本産の牛乳・乳製品に対して、あなたが持っているイメージを教えてください。(MA)

	他 国 産 品 に 比 べ て 美 味 しい	味 や 風 味 が 好 み で ない	安 心 ・ 安 全 だ と 思 う	賞 味 期 限 が 短 い	パ ッ ケ ー ジ が お し ゃ れ	表 示 が わ か り に く い	が 安 い (品 質 に 対 し て) 価 格	が 高 い (品 質 に 対 し て) 価 格	や 良 く プ ロ モ ー シ ョ ン を あ ま り や っ て い な い	あ ま り や っ て い な い モ ー シ ョ ン	色 々 な 場 所 で 購 入 で き る	購 入 で き る 場 所 が あ ま り 無 い	そ の 他
全体	142	29	170	39	94	43	47	51	44	65	59	39	0
男性×シンガポール	14	4	13	5	13	3	4	10	4	11	6	3	0
男性×台湾	13	4	19	5	6	4	3	2	5	3	7	4	0
男性×香港	14	2	15	4	10	4	4	9	3	5	5	5	0
男性×マレーシア	13	7	18	5	13	6	5	5	5	11	5	9	0
男性×ベトナム	15	3	22	1	8	4	10	4	5	4	8	3	0
女性×シンガポール	14	1	9	5	8	3	2	7	3	6	5	4	0
女性×台湾	16	1	17	2	6	1	4	4	3	7	6	3	0
女性×香港	18	2	21	7	9	4	3	5	5	6	6	1	0
女性×マレーシア	10	2	16	3	9	11	3	3	5	9	5	7	0
女性×ベトナム	15	3	20	2	12	3	9	2	6	3	6	0	0

男女共に安心・安全⇒美味しい⇒おしゃれの順となっている。価格については男性は高いと感じているが、女性は高い/安いが同数である。プロモーションについては男女共にあまりやっていないという印象で、男性×シンガポールや男性×マレーシアでは特に多めに票が集まっている。

Q8. 日本産の牛乳・乳製品に対して、あなたが持っているイメージを教えてください。(MA)

	し 他 国 産 品 に 比 べ て 美 味	味 や 風 味 が 好 み で な い	安 心 ・ 安 全 だ と 思 う	賞 味 期 限 が 短 い	パ ッ ケ ー ジ が お し ゃ れ	表 示 が わ か り に く い	が 安 い (品 質 に 対 し て) 価 格	が 高 い (品 質 に 対 し て) 価 格	や っ て い る 良 く プ ロ モ ー シ ヨ ン を	あ ま り プ ロ モ ー シ ヨ ン を や っ て い な い	色 々 な 場 所 で 購 入 で き	り 購 入 で き る 場 所 が あ ま	そ の 他
全体	142	29	170	39	94	43	47	51	44	65	59	39	0
シンガポール×20代~30代	12	2	10	1	6	3	2	8	4	7	6	3	0
台湾×20代~30代	12	2	13	3	5	2	2	3	4	3	7	2	0
香港×20代~30代	13	0	14	6	10	2	1	5	3	5	6	1	0
マレーシア×20代~30代	12	2	13	5	7	6	2	2	4	7	5	5	0
ベトナム×20代~30代	10	1	14	0	8	5	6	2	5	5	3	2	0
シンガポール×40代~60代	16	3	12	9	15	3	4	9	3	10	5	4	0
台湾×40代~60代	17	3	23	4	7	3	5	3	4	7	6	5	0
香港×40代~60代	19	4	22	5	9	6	6	9	5	6	5	5	0
マレーシア×40代~60代	11	7	21	3	15	11	6	6	6	13	5	11	0
ベトナム×40代~60代	20	5	28	3	12	2	13	4	6	2	11	1	0

安心・安全については40~60代で106票と多くを獲得している。20~30代は高いと感じているが、40~60代は安いという印象を持っている。プロモーションをやっていないという印象は両年代共通だが、特に40~60代ではシンガポールやマレーシアで印象が薄い。



感動のそばに、いつも。