

【調査の概要】

1 調査の目的

国産チーズに関して、消費者及び製造事業者の意識・意向を把握し、国産チーズの競争力を高めるために必要な施策の検討のための基礎資料とすることを目的とする。

2 調査対象の範囲

(1) 消費者

民間事業者が保有する消費者モニターにおいて、全国の18歳以上の者とした。

(2) 製造事業者

令和4年牛乳乳製品統計調査における事業者のうち、チーズの製造を行っている事業者とした。

3 調査対象数及び有効回答数

調査対象数及び有効回答数（集計に用いた調査対象者の数）は次のとおりである。

区分	調査対象数	有効回答数	有効回答率
消費者	2,000 人	2,000 人	100.0%
製造事業者	188 人	151 人	80.3%

令和6年能登半島地震の影響により、北陸（新潟・富山・石川・福井）に処理場・工場がある製造事業者は調査対象から除いた。

4 調査方法

(1) 消費者

民間事業者が登録モニターを対象に、Webにより調査する方法により実施した。

(2) 製造事業者

民間事業者が、調査対象者に調査票を郵送し、調査対象者が記入した調査票を郵送又はオンラインにより回収する方法により実施した。

5 調査事項（詳細は、別添「調査票」参照）

(1) 消費者

国産チーズの消費状況、需要や懸念点、今後の意向等

(2) 製造事業者

国産チーズの製造における課題（生産コスト、販売ルートの確保、チーズの高品質化等）や改善点、今後の意向等

6 調査期間

本調査は、令和6年1月中旬から令和6年2月中旬までの間に実施した。

7 集計方法

各項目とも、単純に積み上げ集計した。

8 調査における留意点

本結果は回答のあった調査対象の意識・意向を単純に積み上げたものであり、消費者及び製造事業者の意識・意向の全体を推計したものではないことから、利用に当たっては留意する必要がある。

消費者の方向け

問1 【全ての方】

自分で料理を作る頻度をお聞かせください。（1つ選択）

- 1 ほぼ毎日
- 2 週に2～3回程度
- 3 週に1回程度
- 4 毎月2～3回程度
- 5 毎月1回程度
- 6 年数回程度
- 7 減多にない
- 8 まったくない

問2 【全ての方】

次のチーズの種類(タイプ)について知っていますか(聞いたことがありますか)。
(該当を全て選択)

- 1 フレッシュタイプ
- 2 セミハードタイプ
- 3 ハードタイプ
- 4 白カビタイプ
- 5 青カビタイプ
- 6 ウォッシュタイプ
- 7 シェーブルタイプ
- 8 パスタフィラータタイプ
- 9 プロセスチーズ
- 10 すべて知らない

【参考】 チーズの種類について

- ・ナチュラルチーズ…牛や山羊などのミルクの固形成分を凝固させ、液体成分（ホエイ）を取り除いたもの。
- ・フレッシュタイプ…ナチュラルチーズの一種で、固めて軽く水分を切っただけで熟成させないタイプのチーズ。（クリームチーズ、マスカルポーネ）
- ・セミハードタイプ…ナチュラルチーズの一種で、水分をしっかりと抜いてじっくりと熟成させ水分量が 38～46%のチーズ。（ゴーダ、チェダー）
- ・ハードタイプ…ナチュラルチーズの一種で、水分をしっかりと抜いてじっくりと熟成させ水分量が 38%より低いチーズ。（コンテ、パルミジャーノ・レッジャーノ）
- ・白カビタイプ…ナチュラルチーズの一種で、白カビを表面に繁殖させることで熟成させるチーズ。（カマンベールチーズ、ブリー）
- ・青カビタイプ…ナチュラルチーズの一種で、内部から青カビを繁殖させて熟成を行うチーズ。別称ブルーチーズ。（ゴルゴンゾーラ、ロックフォール）
- ・ウォッシュタイプ…ナチュラルチーズの一種で、塩水や酒などで表面を洗い（拭い）ながらリネンス菌などを増殖させて熟成させるチーズ。（エポワスやリヴァロ）
- ・シェーブルタイプ…ナチュラルチーズの一種で、山羊のミルクを使用したチーズ。（ヴァランセ）
- ・パスタフィラータタイプ…フレッシュタイプの中でもパスタフィラータという生地を繊維状にする工程でつくられるチーズ。（モッツァレラ）
- ・プロセスチーズ…ナチュラルチーズを溶かして再形成したもの。

問3 【全ての方】

日頃どの程度チーズを購入していますか。（1つ選択）

- | | | |
|------------|---|---------|
| 1 ほぼ毎日 | } | 問4へ |
| 2 週に2～3回程度 | | |
| 3 週に1回程度 | | |
| 4 毎月2～3回程度 | | |
| 5 毎月1回程度 | | |
| 6 年数回程度 | | |
| 7 減多にない | | |
| 8 まったくない | | ・・・問11へ |

問4 【問3で「8」以外に回答した方】

日頃チーズをどこで購入していますか。(該当を全て選択)

- 1 スーパー
- 2 コンビニエンスストア
- 3 デパート
- 4 ディスカウントストア
- 5 宅配(生協等)
- 6 通信販売
- 7 ネットスーパー
- 8 直売所・チーズ工房
- 9 物産展
- 10 土産物店・アンテナショップ
- 11 その他(具体的に記載:)

問5 【問3で「8」以外に回答した方】

日頃チーズを購入する理由をお聞かせください。(該当を全て選択)

- 1 おいしいから
- 2 自分が好きだから
- 3 家族が好きだから
- 4 たんぱく質が摂取できるから
- 5 カルシウムが摂取できるから
- 6 習慣だから
- 7 いつも家にあるから
- 8 家族がすすめるから
- 9 健康によいイメージがあるから
- 10 医師など医療関係者がすすめるから
- 11 友人がすすめるから
- 12 イベント等で試食して気に入ったから
- 13 贅沢感を味わえるから
- 14 その他(具体的に記載:)

問6 【問3で「8」以外に回答した方】

日頃チーズを購入する時に重視していることについて、お聞かせください。（該当を全て選択）

- 1 おいしさ
- 2 価格
- 3 添加物の少なさ
- 4 高栄養
- 5 産地
- 6 メーカー
- 7 種類（タイプ）
- 8 賞味期限
- 9 献立との関係
- 10 パッケージデザイン
- 11 特にない
- 12 その他（具体的に記載： ）

問7 【問3で「8」以外に回答した方】

直近で購入したチーズの平均購入価格をお聞かせください。(1つ選択)

- 1 500 円以上
2 300 円～500 円未満
3 200 円～300 円未満
4 200 円未満
5 わからない

問8 【問3で「8」以外に回答した方】

日頃チーズを購入する時に国産であることを意識しているか、お聞かせください。
(1つ選択)

- 1 ラベルや食品表示を見て国産※のチーズを購入するようにしている
- 2 ラベルや食品表示を見て外国産のチーズを購入するようにしている
- 3 生産国は意識していない
- 4 その他（具体的に記載： ）

※ここでの国産チーズとは、国産の生乳等を原材料として日本で製造されたチーズとします。

国産チーズを購入するようにしている理由について、お聞かせください。（該当を全
て選択）

- 問 10 【問 8 で「1」と回答した方】

1 大手メーカーの製品を購入するようにしている
2 小さな工場の製品を購入するようにしている
3 メーカーの規模は意識していない
4 その他（具体的に記載： ）

日頃どの程度チーズを食べていますか。(1つ選択)

- 1 ほぼ毎日
2 週に2～3回程度
3 週に1回程度
4 毎月2～3回程度
5 毎月1回程度
6 年数回程度
7 全く食べない
- 問12へ
・・・問14へ

問 12 【問 11 で「7」以外に回答した方】

日頃チーズをどのように食べていますか。(該当を全て選択)

- 1 外食時に食べる
- 2 調理・加工済みのものを購入して食べる
- 3 製品を購入して調理せず食べる
- 4 家庭で調理して食べる
- 5 その他（具体的に記載： ）

問 13 【問 11 で「7」以外に回答した方】

日頃チーズを食べる理由をお聞かせください。（該当を全て選択）

- 1 おいしいから
- 2 自分が好きだから
- 3 家族が好きだから
- 4 たんぱく質が摂取できるから
- 5 カルシウムが摂取できるから
- 6 習慣だから
- 7 いつも家にあるから
- 8 家族がすすめるから
- 9 健康によいイメージがあるから
- 10 医師など医療関係者がすすめるから
- 11 友人がすすめるから
- 12 イベント等で試食して気に入ったから
- 13 贅沢感を味わえるから
- 14 その他（具体的に記載： ）

問 14 【全ての方】

チーズを購入する・食べる機会を増やすために重要だと思うものについて、お聞かせください。（該当を全て選択）

- 1 おいしさ
- 2 低価格
- 3 低カロリー
- 4 添加物の少なさ
- 5 入手しやすさ
- 6 高栄養

- 7 パッケージデザイン
8 チーズの形状（ブロックか切れているか）
9 レシピ（おいしい食べ方）の提供
10 賞味期限の長さ
11 環境への配慮
12 医師など医療関係者の指導（摂取量などの）
13 PR イベント
14 その他（具体的に記載： ）

問 15 【全ての方】

国産チーズを購入する・食べる機会を増やすために重要だと思うものについて、お聞かせください。（該当を全て選択）

- 1 おいしさ
- 2 低価格
- 3 低カロリー
- 4 添加物の少なさ
- 5 入手しやすさ
- 6 高栄養
- 7 パッケージデザイン
- 8 チーズの形状（ブロックか切れているか）
- 9 レシピ（おいしい食べ方）の提供
- 10 賞味期限の長さ
- 11 環境への配慮
- 12 医師など医療関係者の指導（摂取量などの）
- 13 PR イベント
- 14 その他（具体的に記載： ）

製造者の方向け

問1 全ての方にお聞きします。貴社でチーズ製造を始めた理由・きっかけについて、次の選択肢から当てはまるものを**全て**選択してください。

- 1 乳製品製造事業における新部門設立
- 2 生乳の余剰処理対策
- 3 酪農経営の6次産業化
- 4 チーズ製造技術等の研修会への参加
- 5 チーズ関連イベントへの参加
- 6 海外のチーズ工房・工場への来訪
- 7 国内のチーズ工房・工場への来訪
- 8 公共事業・補助金等の存在
- 9 地元の活性化
- 10 その他（具体的に記載： ）

問2 全ての方にお聞きします。貴社のチーズ製品の販売経路について、次の選択肢から当てはまるものを全て選択してください。

- 1 スーパーマーケットに直接販売
- 2 その他小売店に直接販売
- 3 インターネット販売
- 4 直営店(消費者へ直接販売)
- 5 飲食店への直接販売
- 6 卸売業者への販売
- 7 食品メーカーへの販売
- 8 その他(具体的に記載:)

問3 全ての方にお聞きします。貴社ではチーズ製品をどのような方法で販売したいですか。次の選択肢から当てはまるものを全て選択してください。

- 1 スーパーマーケットに直接販売
- 2 その他小売店に直接販売
- 3 インターネット販売
- 4 直営店(消費者へ直接販売)
- 5 飲食店への直接販売
- 6 卸売業者への販売
- 7 食品メーカーへの販売
- 8 その他(具体的に記載：)

- 1 常に行っている
- 2 1～3か月に一度行っている
- 3 半年に一度行っている
- 4 年に一度行っている
- 5 数年に一度行っている
- 6 全く行っていない

- 1 市場調査
- 2 新食材の導入
- 3 外部視察
- 4 新技術の導入
- 5 専門家からの助言
- 6 他のチーズ工房等での研修
- 7 その他（具体的に記載： ）

- 1 問合せ窓口を設置
- 2 消費者向けアンケートの実施
- 3 試食販売の実施
- 4 SNS※の活用
- 5 メルマガの活用
- 6 電話での PR
- 7 会員制度の導入
- 8 飲食店調査
- 9 取組を行っていない
- 10 その他（具体的に記載： ）

※SNS : LINE、YouTube、X(旧 twitter)、Facebook、Instagram、TikTok、mixi 等

問7 全ての方にお聞きします。貴社ではチーズ製品の品質向上のため、どのような取組をどの位の頻度で行っていますか。以下の表において取組ごとに当てはまるもの1つに○を記載してください。

[illegible]

- 1 設備の導入資金調達
- 2 原材料コスト削減
- 3 品質の安定
- 4 品質の向上
- 5 生産性の向上
- 6 技術習得
- 7 独自技術開発
- 8 製造コスト削減
- 9 ホエイ等の副産物の廃棄処理
- 10 課題はない
- 11 その他（具体的に記載：

- 1 販路の確保
- 2 新規販路の獲得
- 3 物流時の鮮度確保
- 4 物流コスト削減
- 5 人手不足
- 6 配送の迅速化
- 7 過剰包装の削減
- 8 販売コスト削減
- 9 課題はない
- 10 その他（具体的に記載： ）

- 1 売り上げの拡大
- 2 リピーターの確保
- 3 新規顧客の確保
- 4 営業・販売促進活動の推進
- 5 製品知名度の向上
- 6 課題はない
- 7 その他（具体的に記載： ）

問 11 全ての方にお聞きします。貴社は今後 1 年で、チーズ製品の販売規模の拡大もしくは縮小を予定していますか。次の選択肢から当てはまるものを 1つ 選択してください。

- 1 拡大する予定である
- 2 同程度の予定である
- 3 縮小する予定である
- 4 未定である

問 12 問 11 で「1. 拡大する予定である」と回答した方にお聞きします。拡大する理由について、次の選択肢から当てはまるものを 全て 選択してください。

- 1 売上利益の増加のため
- 2 需要の増加のため
- 3 製品製造の効率化のため
- 4 補助金を取得できるため
- 5 イベント等で好評だったため
- 6 その他(具体的に記載：)

問 13 問 11 で「3. 縮小する予定である」と回答した方にお聞きします。縮小する理由について、次の選択肢から当てはまるものを 全て 選択してください。

- 1 売上利益の減少のため
- 2 原材料費の高騰のため
- 3 原材料の供給量減少のため
- 4 原材料安定供給への不安のため
- 5 経営上の事情のため
- 6 その他(具体的に記載：)