

日本食品に対する海外消費者アンケート調査 － 6都市比較編 －

モスクワ・ホーチミン・ジャカルタ・バンコク・サンパウロ・ドバイ

2014年 3月

日本貿易振興機構

農林水産・食品部 農林水産・食品調査課

コンテンツ	ページ
1. 調査概要	2
2. 回答者属性	4
3. サマリー	13
4. 調査結果	
- 1. 好きな外国料理	15
- 2. 食品の購入実態	20
- 3. 日本食品購入・日本料理店利用実態	27
- 4. 日本料理について	32
- 5. 日本の水産品に関する評価	42
- 6. 日本の調味料類に関する評価	47
- 7. 日本酒に関する評価	52
- 8. 日本の青果物に関する評価	57
- 9. 日本の牛肉に関する評価	62
- 10. 日本茶に関する評価	68
5. 資料：調査項目一覧	73

1. 調査概要

■ 調査目的

本アンケート調査は、以下に示す 6 都市に居住する消費者の食品消費習慣や、日本料理および日本産食品に対する評価等に関する生の声を探り、現地消費者の需要を把握するとともに、今後の当該市場への日本産食品の輸出拡大の参考とすることを目的として実施した。

調査対象都市

モスクワ（ロシア）、ホーチミン（ベトナム）、ジャカルタ（インドネシア）、バンコク（タイ）、サンパウロ（ブラジル）、ドバイ（アラブ首長国連邦）

■ 調査期間

2013年12月4日～2013年12月18日

■ 調査手法

海外インターネット調査

■ 調査対象者条件

- 上記調査対象都市に居住する10～50代男女（在留邦人除く）
- 以下の条件のいずれか（または両方）に該当する消費者
 - ・ 過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用したことがある
 - ・ 今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたい、あるいは日本料理店に行きたいと思う

1. 調査概要

■ サンプル設計

総回収サンプル数：3,000s

各都市回収サンプル数：500s

属性別回収サンプル数は下表のとおり

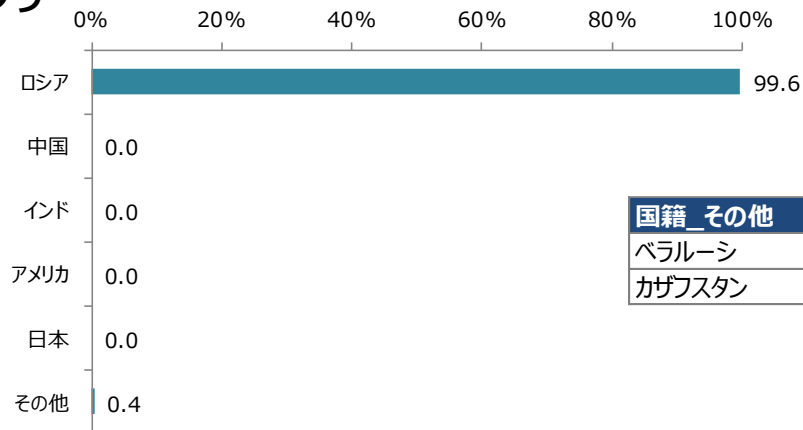
	男性						女性						都市計
	10代	20代	30代	40代	50代	男性計	10代	20代	30代	40代	50代	女性計	
モスクワ（ロシア）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500
ホーチミン（ベトナム）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500
ジャカルタ（インドネシア）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500
バンコク（タイ）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500
サンパウロ（ブラジル）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500
ドバイ（アラブ首長国連邦）	30	65	65	60	30	250	30	65	65	60	30	250	500

2. 回答者属性

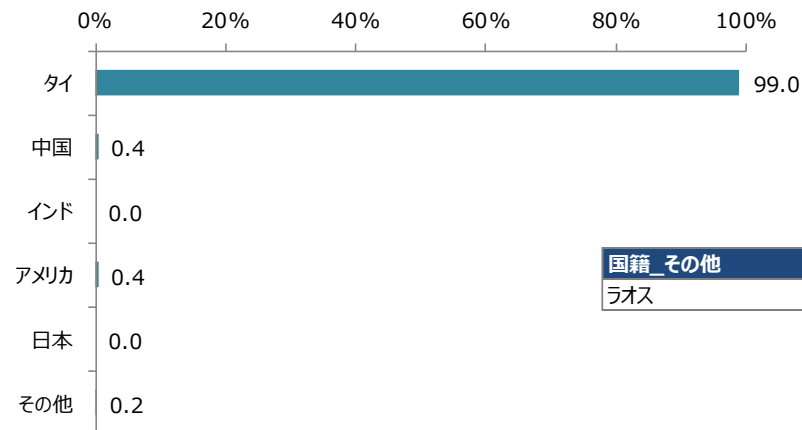
回答者属性：国籍

■ 国籍（各都市 n=500）

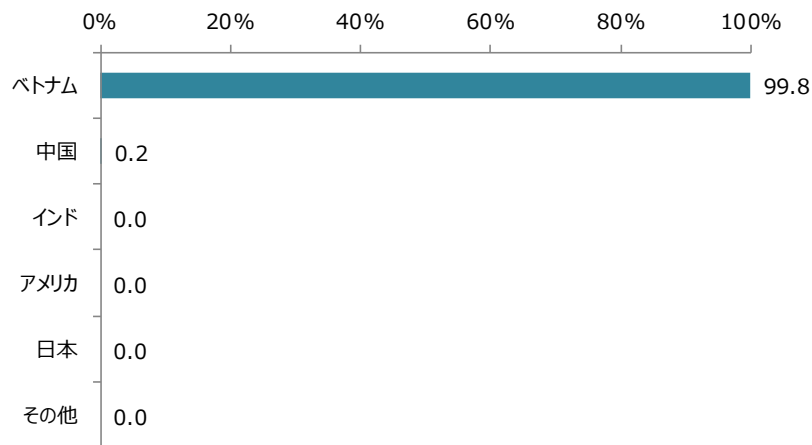
モスクワ



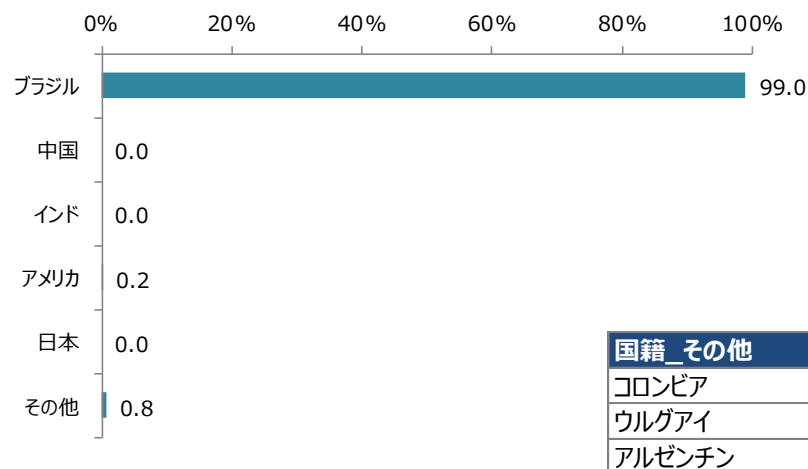
バンコク



ホーチミン



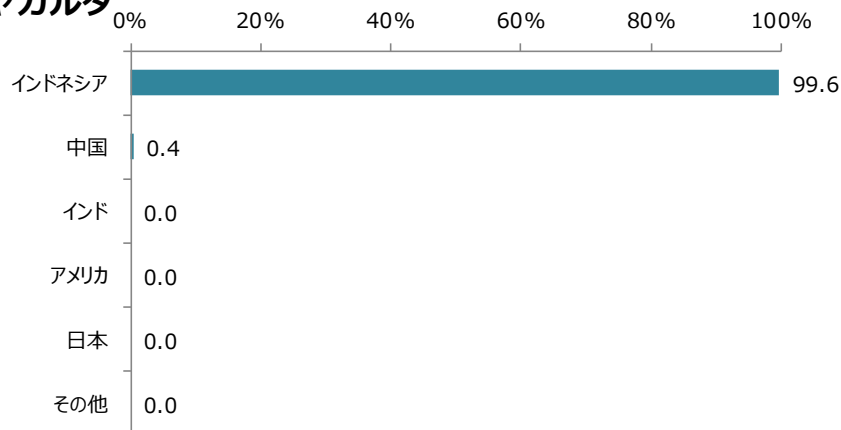
サンパウロ



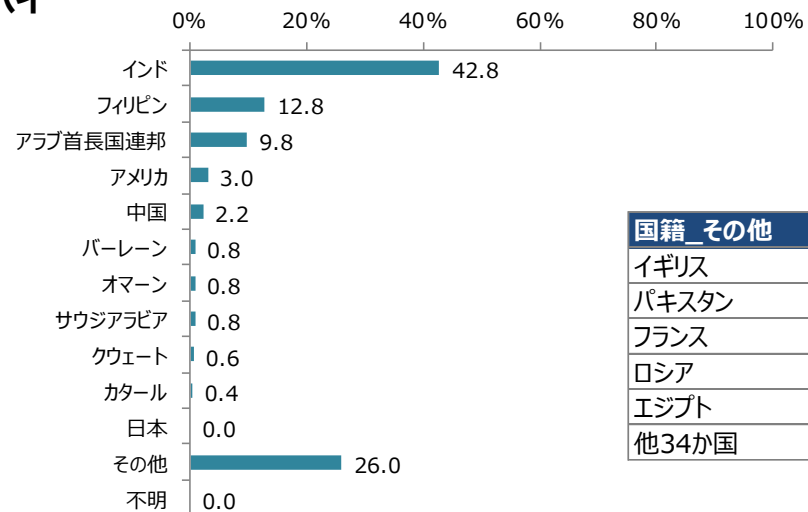
回答者属性：国籍

■ 国籍（各都市 n=500）

ジャカルタ



ドバイ



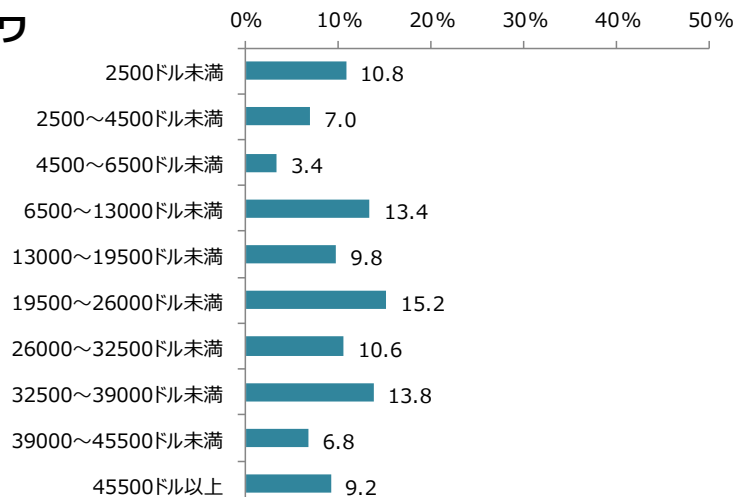
国籍_その他
イギリス
パキスタン
フランス
ロシア
エジプト
他34か国

回答者属性：世帯年収

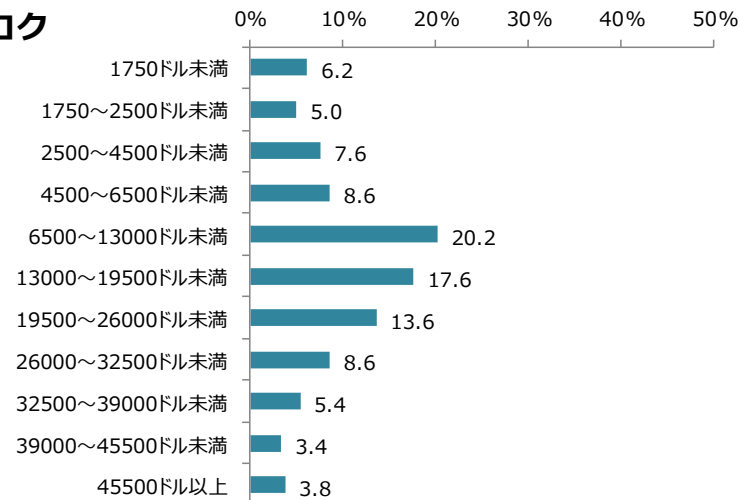
■世帯年収（各都市 n=500）

※ドルは米ドルである。

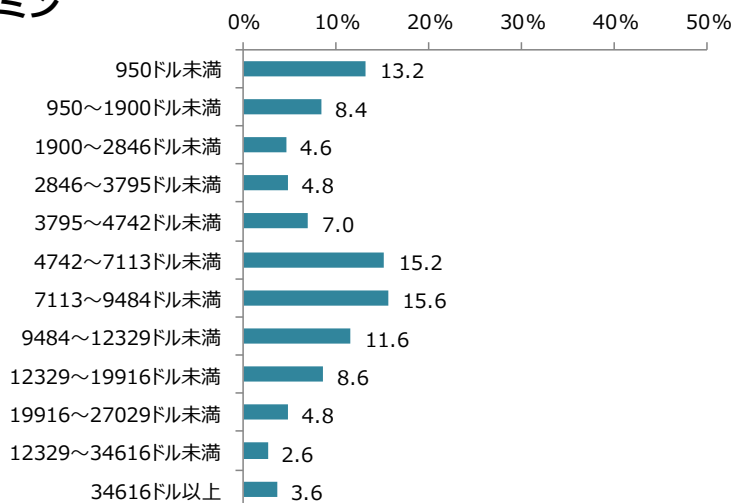
モスクワ



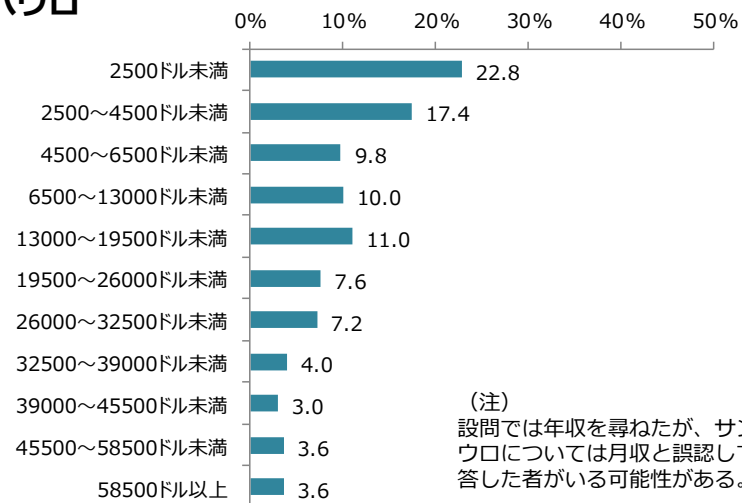
バンコク



ホーチミン



サンパウロ



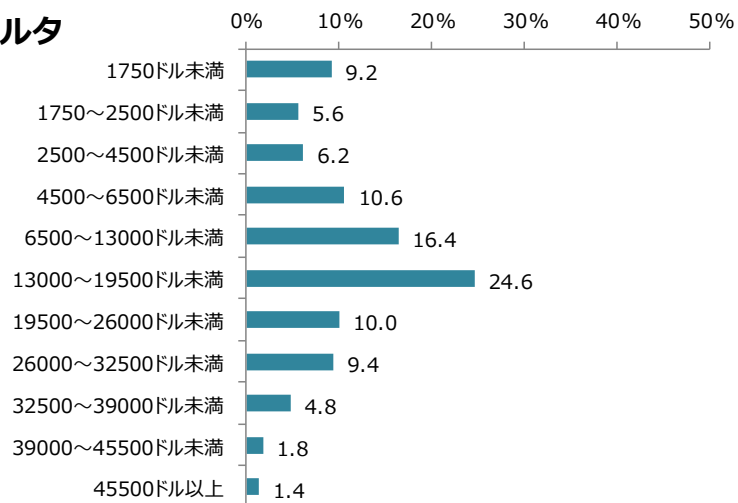
(注)
設問では年収を尋ねたが、サンパウロについては月収と誤認して回答した者がいる可能性がある。

回答者属性：世帯年収

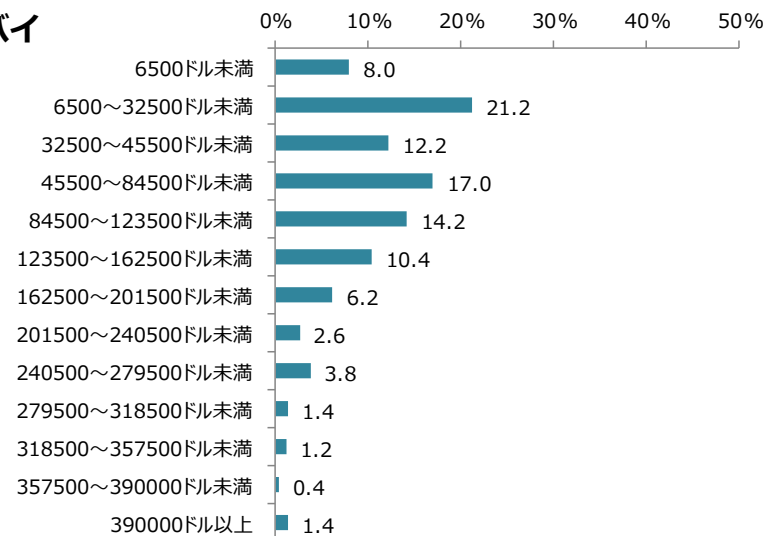
■世帯年収（各都市 n=500）

※ドルは米ドルである。

ジャカルタ



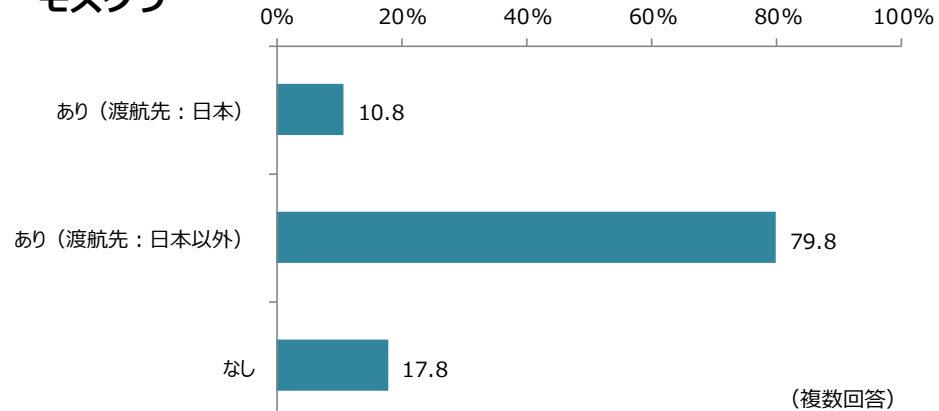
ドバイ



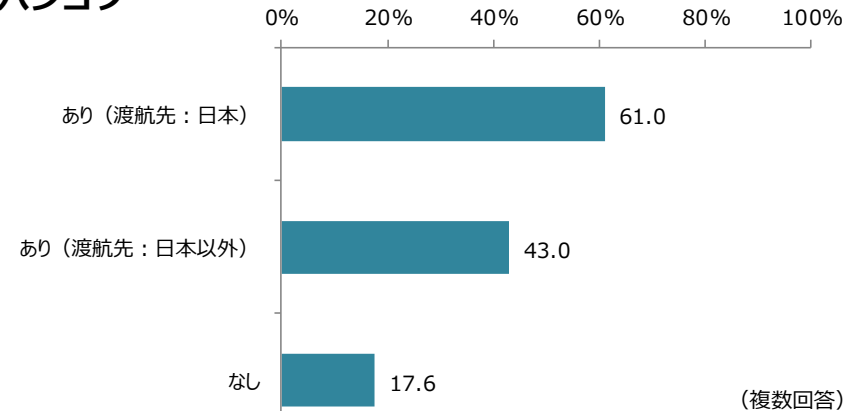
回答者属性：海外渡航経験

■ 海外渡航経験（各都市 n=500）

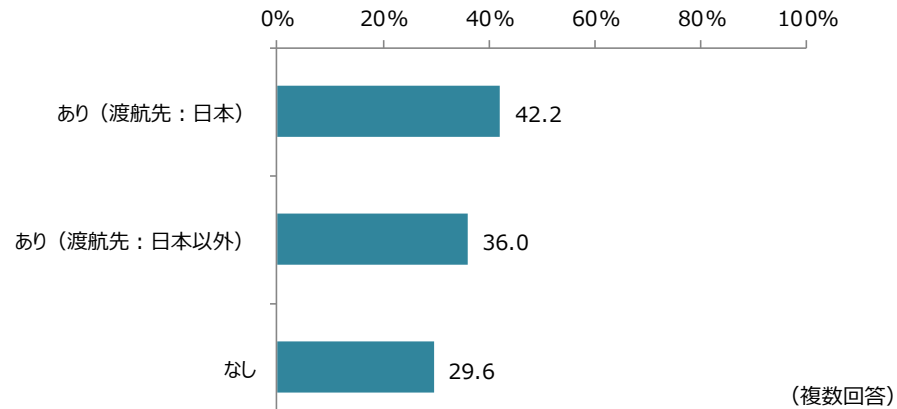
モスクワ



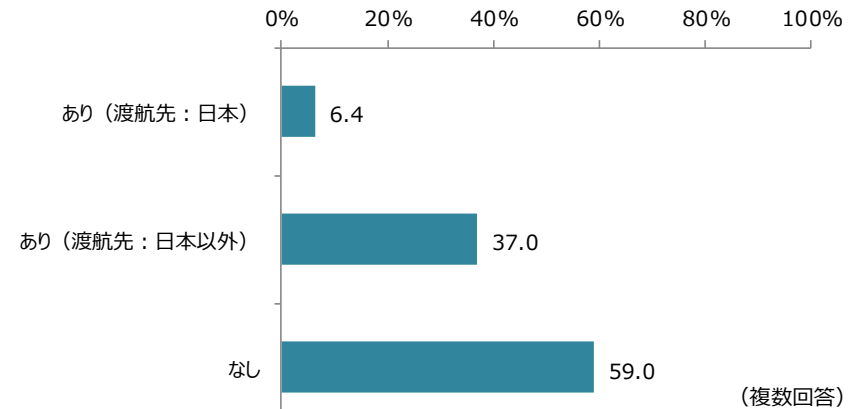
バンコク



ホーチミン



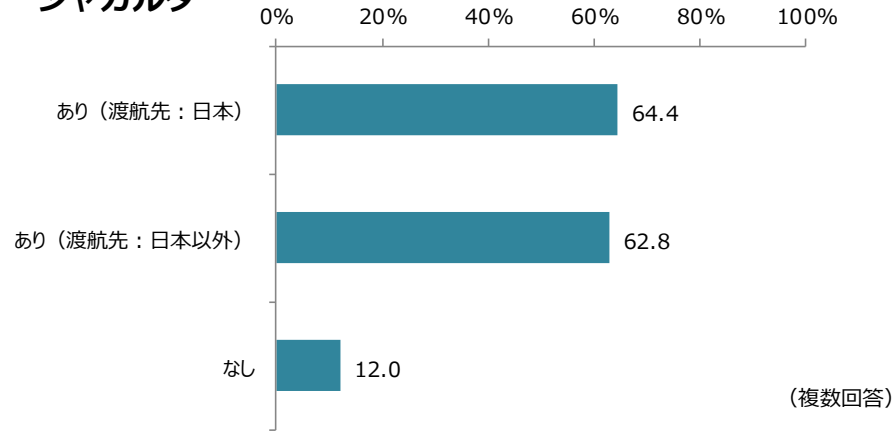
サンパウロ



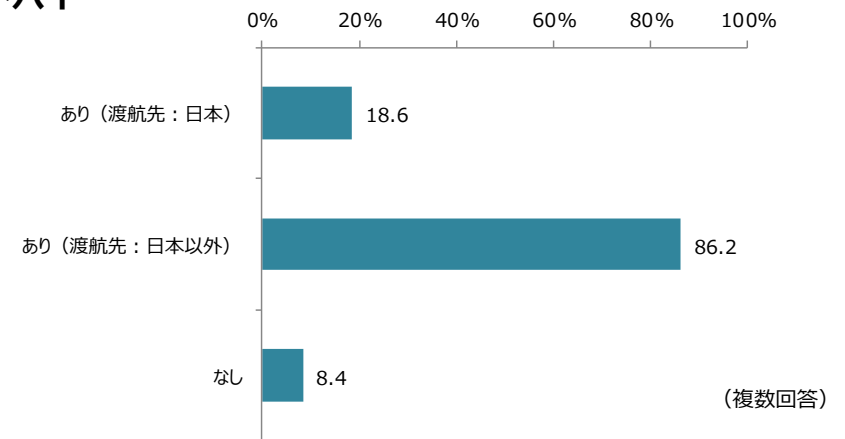
回答者属性：海外渡航経験

■ 海外渡航経験（各都市 n=500）

ジャカルタ



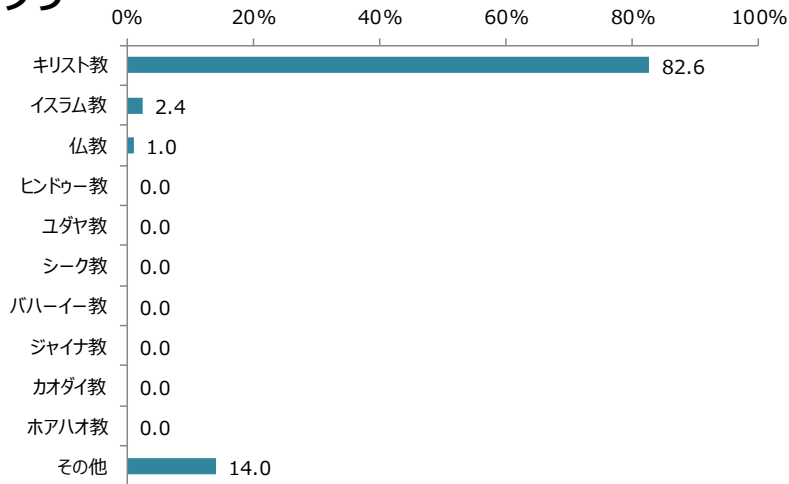
ドバイ



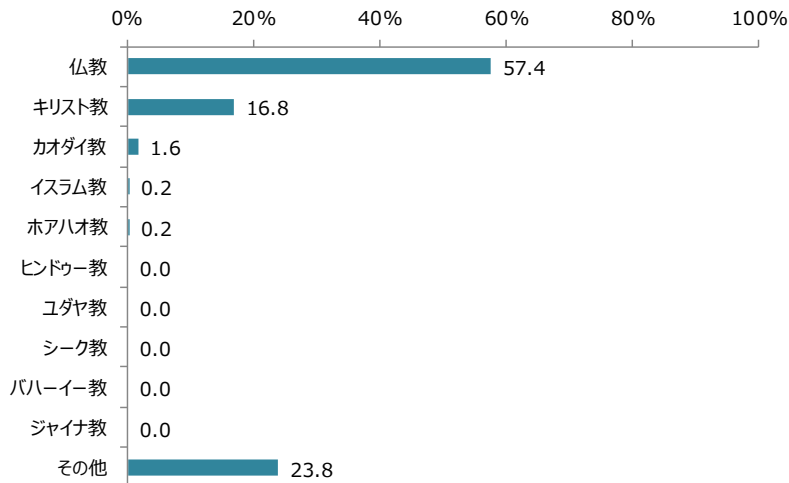
回答者属性：宗教

■ 宗教（各都市 n=500）

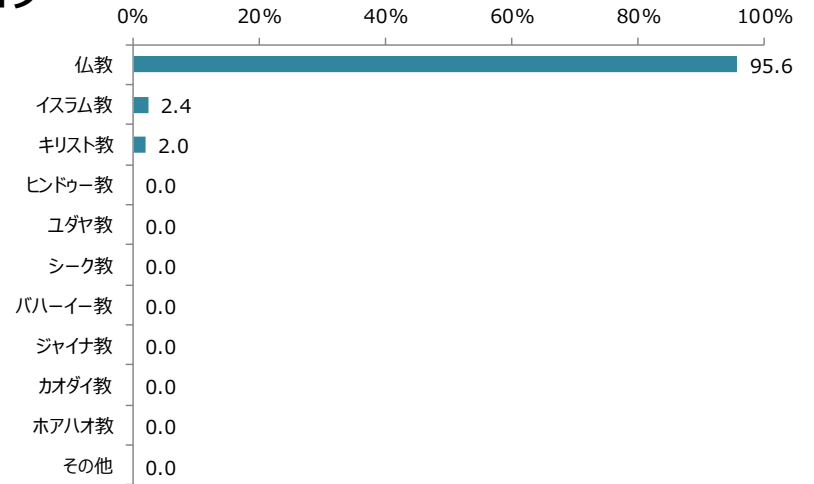
モスクワ



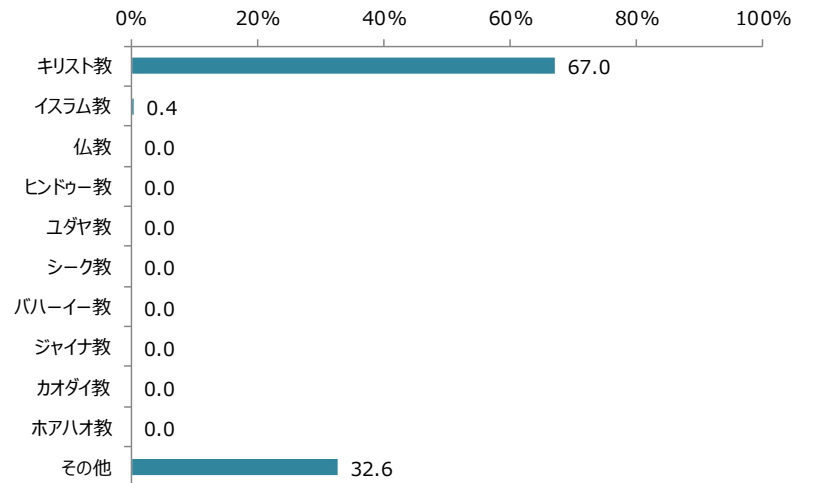
ホーチミン



バンコク



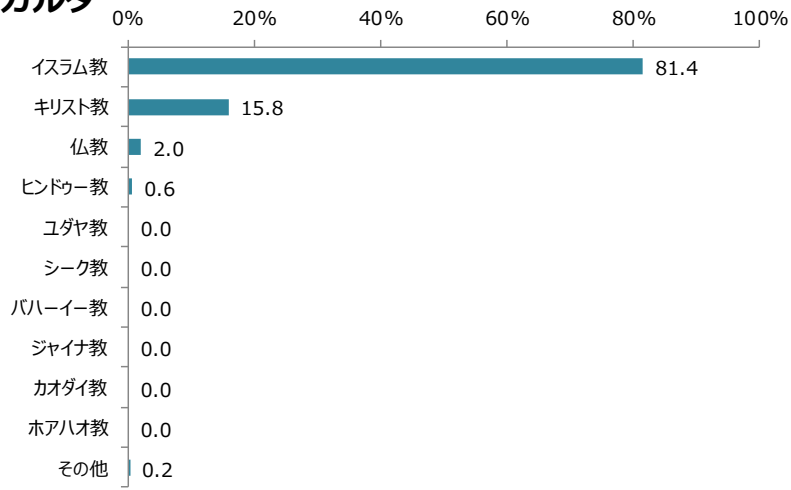
サンパウロ



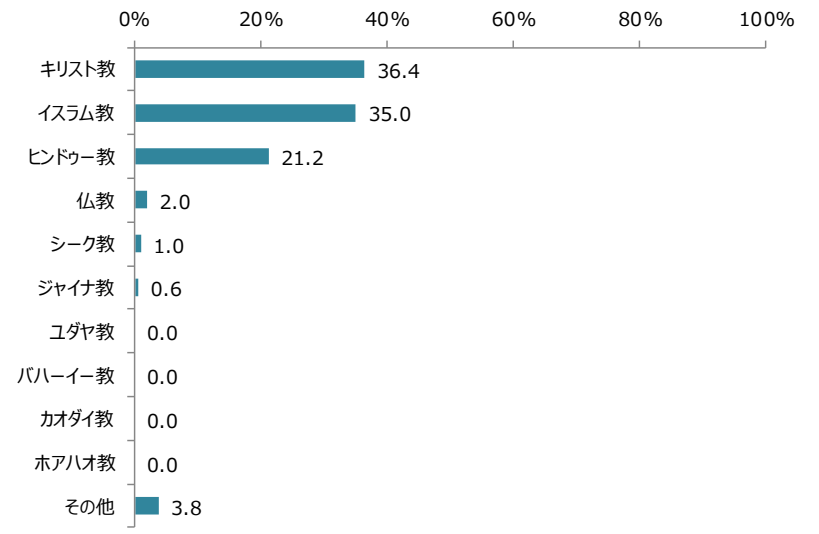
回答者属性：宗教

■ 宗教 (各都市 n=500)

ジャカルタ



ドバイ



3. サマリー

サマリー：日本料理に対して高い受容性

- **日本料理はホーチミン・ジャカルタ・バンコクで好きな外国料理の1位。** また、「美味しい」「健康に良い」などポジティブなイメージを持たれている。
- 日本料理の中では、「**寿司・刺身**」「**天ぷら**」「**ラーメン**」などが特に好まれている。
- 都市の比較では、バンコク・ジャカルタ・ホーチミンが相対的に日本食品との親和性が高い。

日本食品・日本料理に関する評価

◆ 好きな外国料理

- 日本料理が1位で突出。2位にイタリア料理、3位に中国料理と続く。日本料理は特にバンコク、ジャカルタで人気。

◆ 日本料理が好きな理由

- 主な理由は「味の良さ」「健康に配慮」「洗練されている・高級感」。

◆ 日本食品購入・日本料理店利用に関する経験および今後の意向

- 購入・利用経験率は全体として9割程度。特にバンコク・ジャカルタの購入・利用経験率が高い。
- 今後の購入・利用意向率は全体として95%以上。特にバンコク・ジャカルタ・ホーチミンで購入・利用意向率が高い。

◆ 日本料理のイメージ

- 「美味しい」「健康に良い」「おしゃれ」「安全」など総じてポジティブなイメージが強い一方、4割程度の回答者が「価格が高い」と回答。

◆ 好きな日本料理

- 「**寿司・刺身**」「**天ぷら**」「**ラーメン**」などが上位。特に「寿司・刺身」はいずれの都市においても1位に挙げられている。

◆ 日本の水産物、調味料、日本酒、青果物、牛肉、日本茶に関する評価

- 水産物および牛肉は認知率向上が鍵。
- 好きな理由1位について、調味料および日本茶は「味・風味が好き」、青果物は「健康によい」。
- 日本酒は「販売場所が限られている・わからない」ために摂取・購入経験が低い傾向。



食品に関する基本購買行動

◆ 食品購入時重視点

- 味、健康に配慮、経済性の3要素を重視。イスラム教国では宗教倫理も。

◆ 輸入食品購入時重視情報

- 信頼できるブランド（メーカー）かどうかに加え、自分や周囲の人の経験を重視。

「寿司・刺身」は好きな日本料理メニューとして定番化。その他天ぷら、ラーメン、焼き鳥も人気。

4. 調査結果

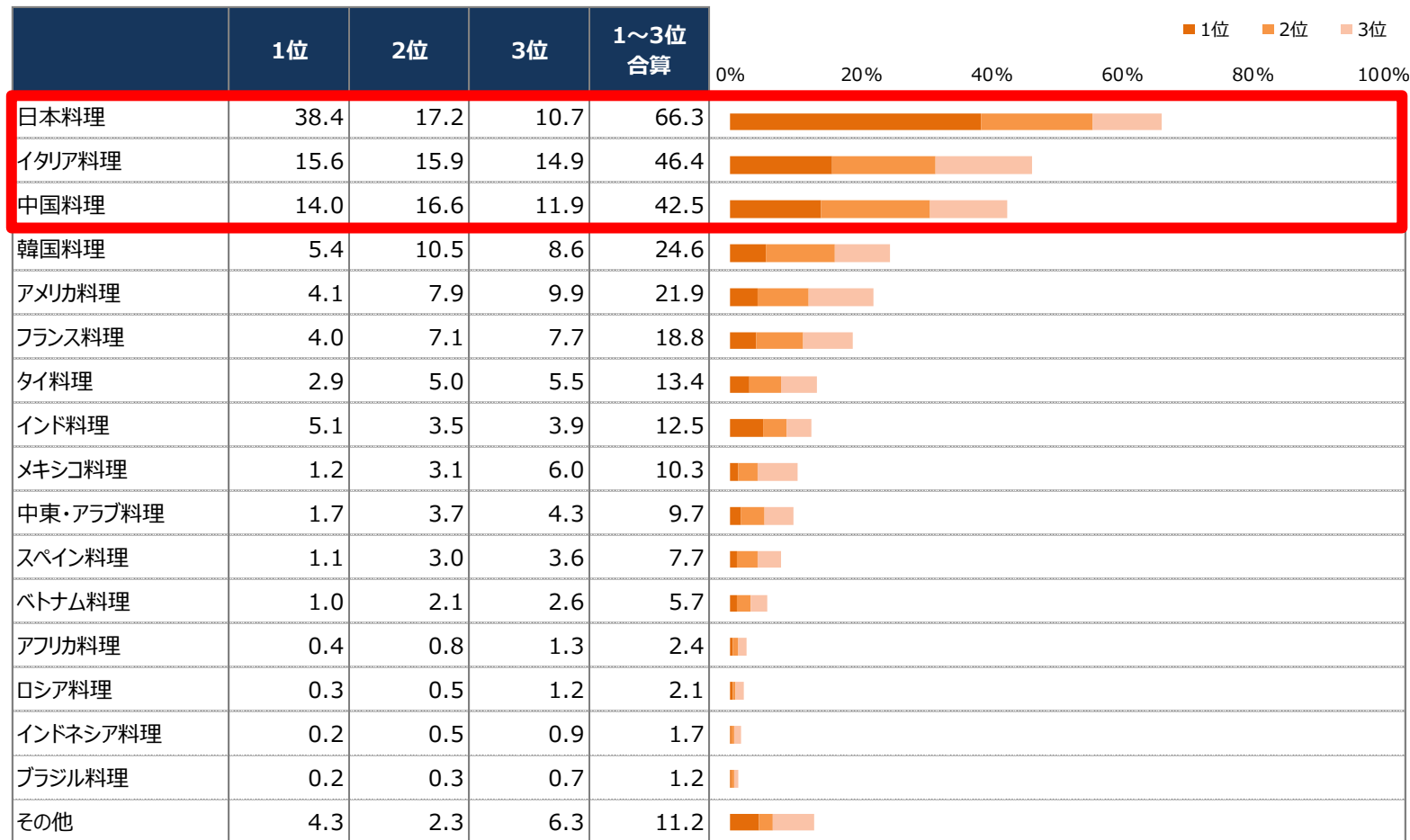
－ 1. 好きな外国料理

Q1. これらの料理の中で、好きな外国料理は何ですか。上位3つを選んでください。

Q2. あなたが以下の料理を好きな理由として、あてはまるものをお答えください。上位3つを選んでください。

A1.好きな外国料理：全体では「日本料理」がトップ

6都市合算：1～3位合算では、「日本料理」が66.3%と最も高く、以下「イタリア料理」46.4%、「中国料理」42.5%が続く。



- ※ 回答者に対して、好きな外国料理を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ外国料理は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。
- ※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であるため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。
- ※ 調査対象国の料理は選択肢から除外。

A1.好きな外国料理（1位）：「日本料理」は特にバンコクで人気が高い

6都市合算：「日本料理」が38.4%と最も高く、以下「イタリア料理」15.6%、「中国料理」14.0%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「日本料理」が35.4%と最も高く、以下「イタリア料理」25.4%、「その他」11.0%が続く。
- ホーチミン：「日本料理」が37.8%と最も高く、以下「中国料理」23.4%、「韓国料理」13.8%が続く。
- ジャカルタ：「日本料理」が50.4%と最も高く、以下「中国料理」22.0%、「韓国料理」7.0%が続く。
- バンコク：「日本料理」が66.6%と最も高く、以下「中国料理」12.8%、「韓国料理」6.8%が続く。
- サンパウロ：「イタリア料理」が41.4%と最も高く、以下「日本料理」30.8%、「アメリカ料理」7.0%が続く。
- ドバイ：「インド料理」が28.2%と最も高く、以下「中国料理」15.2%、「イタリア料理」12.8%、「日本料理」「タイ料理」9.4%が続く。

❖ Q1-1.好きな外国料理_1位



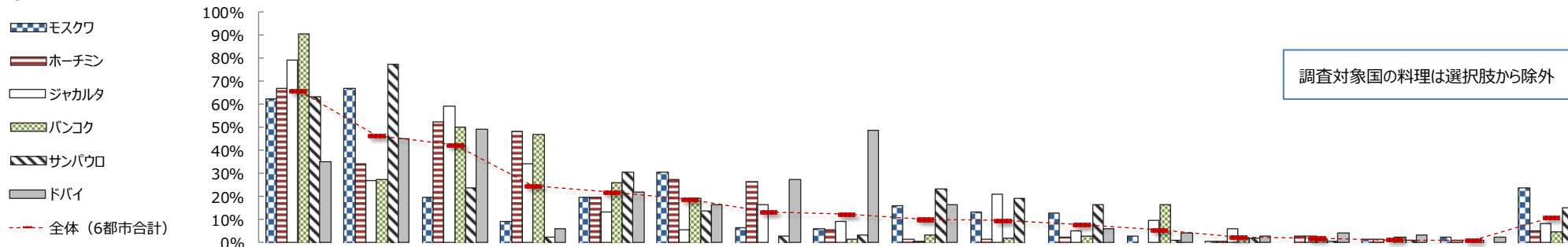
Q1-1.好きな外国料理_1位	n	日本料理	イタリア料理	中国料理	韓国料理	インド料理	アメリカ料理	フランス料理	タイ料理	中東・アラブ料理	メキシコ料理	スペイン料理	ベトナム料理	アフリカ料理	ロシア料理	インドネシア料理	ブラジル料理	その他	
全体（6都市合計）	3,000	38.4	15.6	14.0	5.4	5.1	4.1	4.0	2.9	1.7	1.2	1.1	1.0	0.4	0.3	0.2	0.2	4.3	
都市別																			
モスクワ	500	35.4	25.4	5.4	2.6	0.8	3.0	5.6	0.6	2.8	3.0	3.0	0.6	0.2	-	0.4	0.2	11.0	
ホーチミン	500	37.8	7.2	23.4	13.8	0.6	3.6	7.0	4.4	0.4	-	0.2	-	-	0.2	-	-	1.4	
ジャカルタ	500	50.4	4.6	22.0	7.0	0.6	2.6	0.8	2.2	4.4	0.2	0.2	1.8	0.2	-	-	-	3.0	
バンコク	500	66.6	2.0	12.8	6.8	0.4	3.4	2.6	-	0.2	0.2	-	2.4	0.6	-	0.4	0.2	1.4	
サンパウロ	500	30.8	41.4	5.0	-	0.2	7.0	2.8	0.6	2.2	2.4	2.4	0.6	0.2	-	0.2	-	4.2	
ドバイ	500	9.4	12.8	15.2	2.4	28.2	5.2	5.2	9.4	-	1.6	0.8	0.8	1.0	1.8	0.4	0.8	5.0	

A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「日本料理」はバンコクとジャカルタで特に高い人気

6都市合算：「日本料理」が66.3%と最も高く、以下「イタリア料理」46.4%、「中国料理」42.5%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「イタリア料理」が67.2%と最も高く、以下「日本料理」62.4%、「フランス料理」30.6%が続く。
 - ホーチミン：「日本料理」が67.0%と最も高く、以下「中国料理」52.6%、「韓国料理」48.2%が続く。
 - ジャカルタ：「日本料理」が79.2%と最も高く、以下「中国料理」59.2%、「韓国料理」34.4%が続く。
 - バンコク：「日本料理」が90.6%と最も高く、以下「中国料理」50.2%、「韓国料理」47.0%が続く。
 - サンパウロ：「イタリア料理」が77.4%と最も高く、以下「日本料理」63.2%、「アメリカ料理」30.6%が続く。
 - ドバイ：「中国料理」が49.2%と最も高く、以下「インド料理」48.8%、「イタリア料理」45.2%、「日本料理」35.2%が続く。

❖ Q1.好きな外国料理_合算



Q1.好きな外国料理_合算	n	日本料理	イタリア料理	中国料理	韓国料理	アメリカ料理	フランス料理	タイ料理	インド料理	メキシコ料理	中東・アラブ料理	スペイン料理	ベトナム料理	アフリカ料理	ロシア料理	インドネシア料理	ブラジル料理	その他
全体（6都市合計）	3,000	66.3	46.4	42.5	24.6	21.9	18.8	13.4	12.5	10.3	9.7	7.7	5.7	2.4	2.1	1.7	1.2	11.2
都市別																		
モスクワ	500	62.4	67.2	19.6	9.2	19.8	30.6	6.8	6.0	16.0	13.6	13.0	2.8	0.8	-	1.4	2.6	23.8
ホーチミン	500	67.0	34.2	52.6	48.2	20.0	27.4	26.4	5.8	1.6	1.6	2.6	-	0.6	3.0	1.8	1.2	5.4
ジャカルタ	500	79.2	26.8	59.2	34.4	13.2	5.6	16.4	9.2	0.4	21.2	5.2	9.6	6.0	2.8	-	-	8.4
バンコク	500	90.6	27.4	50.2	47.0	26.2	19.2	-	1.8	3.4	2.2	3.0	16.4	2.2	1.8	2.4	1.0	5.0
サンパウロ	500	63.2	77.4	24.0	2.4	30.6	13.8	3.2	3.4	23.6	19.4	16.4	1.0	2.0	0.8	1.2	-	15.4
ドバイ	500	35.2	45.2	49.2	6.2	21.8	16.4	27.4	48.8	16.6	-	6.2	4.2	3.0	4.2	3.2	2.4	9.4

(参考) 各国の日本料理例



① バンコクの日本料理店「さぼてん」



③ バンコクのラーメン店



② バンコクの日本料理店「さぼてん」で提供される定食

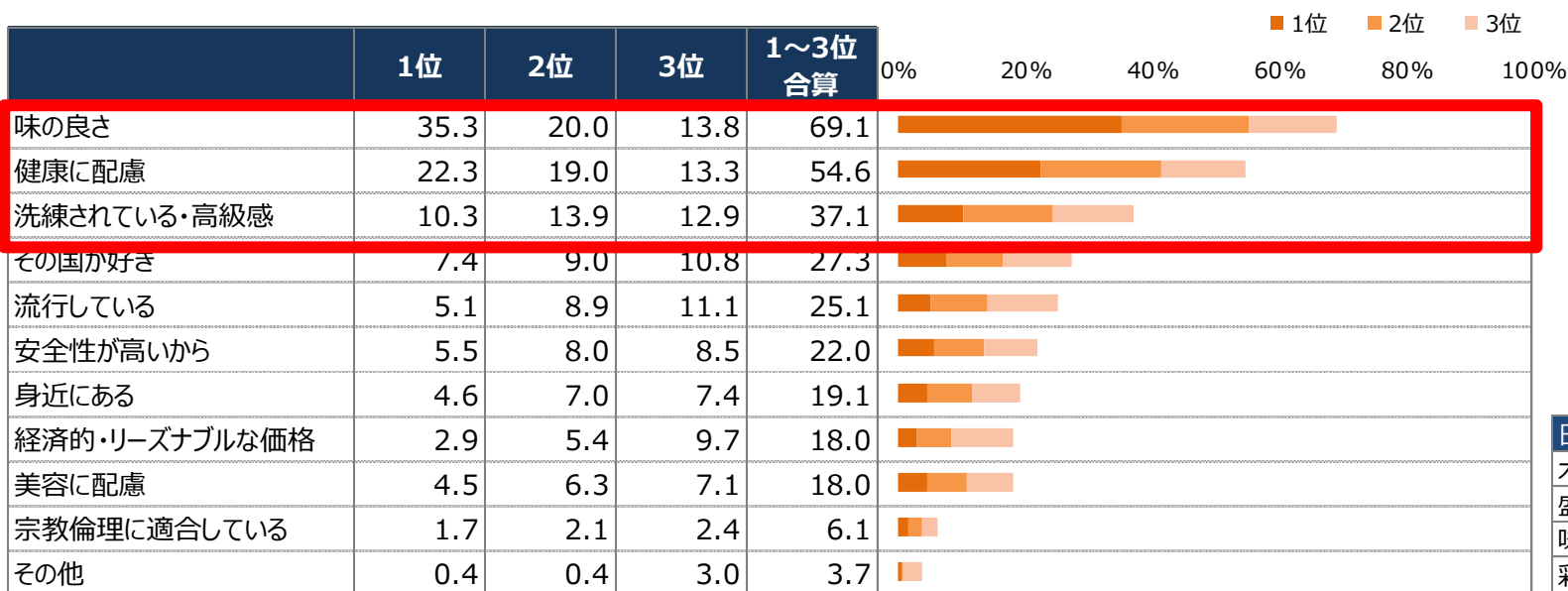


④ ドバイの「ドバイモール」内の日本料理店

A2.当該外国料理が好きな理由：「日本料理が好きな理由」の1位は「味の良さ」

「日本料理が好きな理由」の1位は「味の良さ」で69.1%、次いで「健康に配慮」54.6%、「洗練されている・高級感」37.1%が続く。

日本料理が好きな理由（6都市合算 n=1988）



日本料理が好きな理由_その他の抜粋

オリジナリティ
盛り付けの見た目
味が良い・味が好き・美味しい
彩りが良く食欲をそそる

参考：日本料理以外の外国料理の好きな理由

イタリア料理を好きな理由（6都市合算 n=1391） →1位 味の良さ（82.7%）、2位 身近にある（38.5%）、3位 洗練されている・高級感（37.5%）

中国料理を好きな理由（6都市合算 n=1274） →1位 味の良さ（74.1%）、2位 身近にある（46.2%）、3位 経済的・リーズナブルな価格（43.4%）

韓国料理を好きな理由（6都市合算 n=737） →1位 味の良さ（64.2%）、2位 健康に配慮（40.0%）、3位 流行している（37.4%）

※ 回答者に対して、当該外国料理を好きな理由について1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ理由は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

※ n：当該料理を好きな料理と答えた回答者数（1～3位合算）。

A2.当該外国料理が好きな理由：「日本料理が好きな理由」

どの外国料理も好きな理由の第1位は「味の良さ」だが、日本料理に特徴的なのは6都市共通で「健康に配慮」が高評価ポイントである点。

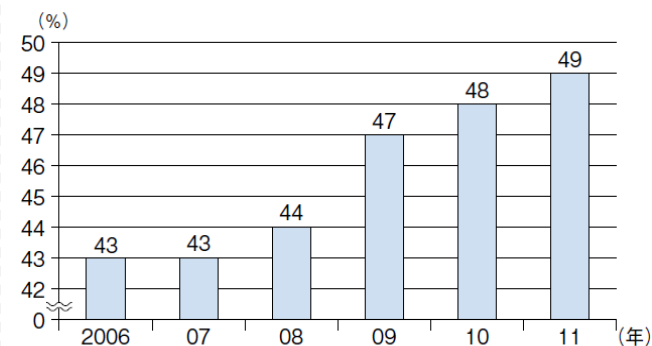
【表】日本料理が好きな理由（1位）－6都市別

好きな外国料理として日本料理を1位に選んだ理由（1位）

	モスクワ	サンパウロ	ドバイ	ジャカルタ	バンコク	ホーチミン
n	177	154	47	252	333	189
味の良さ	51.4	40.3	38.3	30.6	40.5	24.9
健康に配慮	13.0	31.2	17.0	22.2	28.5	25.4
美容に配慮	1.7	1.9	6.4	7.9	1.8	5.8
安全性が高いから	1.7	1.9	6.4	7.9	5.1	10.6
洗練されている・高級感	7.9	7.1	10.6	7.9	10.5	14.8
流行している	5.1	0.6	4.3	4.4	5.1	2.1
身近にある	3.4	7.1	6.4	4.8	1.5	3.7
経済的・リーズナブルな価格	4.0	1.9	0.0	3.2	1.2	2.1
その国が好き	10.2	5.8	4.3	7.1	5.4	8.5
宗教倫理に適合している	0.6	0.6	6.4	4.0	0.3	2.1
その他	1.1	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0

【参考】 ブラジルの肥満予備軍の割合

特に「健康に配慮」の回答者割合が高かったブラジルでは、糖尿病および肥満体質の人が増加傾向にあり、2人に1人が肥満予備軍である。そのため、ヘルシーという印象の日本料理がより一層注目されている。



注：BMI≥25：肥満予備軍。

BMIは、(体重(kg) ÷ (身長(m) × 身長(m))) で算出する数値。18歳以上の男女が対象。

出所：ブラジル保健省

(参考) 当該外国料理が好きな理由：「味の良さ」以外の評価ポイントに各国の特徴

日本料理に限らず全外国料理を対象として好きな理由を見ると、「味の良さ」、「健康に配慮」は各国共通で高いが、それ以外の理由は国ごとに特徴が現れた。

「身近にある」からと答えたのはサンパウロとドバイ

サンパウロでは、イタリア料理や日本料理を好きな理由として「身近である」が多く挙げられている。これは、サンパウロは日系やイタリア系移民の歴史が長く、普段から日本食レストランやイタリアレストランに親しみがあるためと考えられる。ドバイでは、休日をショッピングモール等の屋内複合商業施設で過ごすことが多く、フードコートで目にする機会が多い料理を「身近にある」と考えて好む傾向がある。

「洗練されている・高級感」を選んだのはバンコクとホーチミン

バンコクでは、好きな外国料理として日本料理を回答した割合が他国に比べ66.6%と非常に高く、「洗練されている・高級感」の割合も高い。日本産食品は色、形、味、安全性、パッケージを含めて、高品質・高価格のため、日本料理にも同様のイメージが持たれている模様。ホーチミンでは、日本料理をはじめ外国料理レストランは、ベトナム人ではなくその国の人が経営・関与しているものが主流である。また、外国料理レストラン数が少なく、駐在員や富裕層向けの高級なイメージが持たれている。

【表】「好きな外国料理」で1位を選んだ国の料理について、その理由（1位）

(n=各都市500)

	モスクワ	サンパウロ	ドバイ	ジャカルタ	バンコク	ホーチミン
味の良さ	55.6	43.2	46.4	33.2	41.2	34.2
健康に配慮	9.2	12.6	13.4	16.6	23.2	15.0
美容に配慮	1.4	0.8	2.0	5.8	2.4	5.0
安全性が高いから	2.6	0.6	2.8	6.6	4.2	6.4
洗練されている・高級感	7.0	6.8	5.4	6.0	9.6	14.2
流行している	4.8	0.6	2.2	4.8	6.4	2.0
身近にある	3.0	21.6	13.6	6.2	3.6	8.8
経済的・リーズナブルな価格	4.4	6.2	4.2	6.0	2.8	3.6
その国が好き	10.2	5.8	5.4	7.2	5.4	8.4
宗教倫理に適合している	0.6	0.2	4.4	7.6	1.2	2.4
その他	1.2	1.6	0.2	0.0	0.0	0.0

4. 調査結果

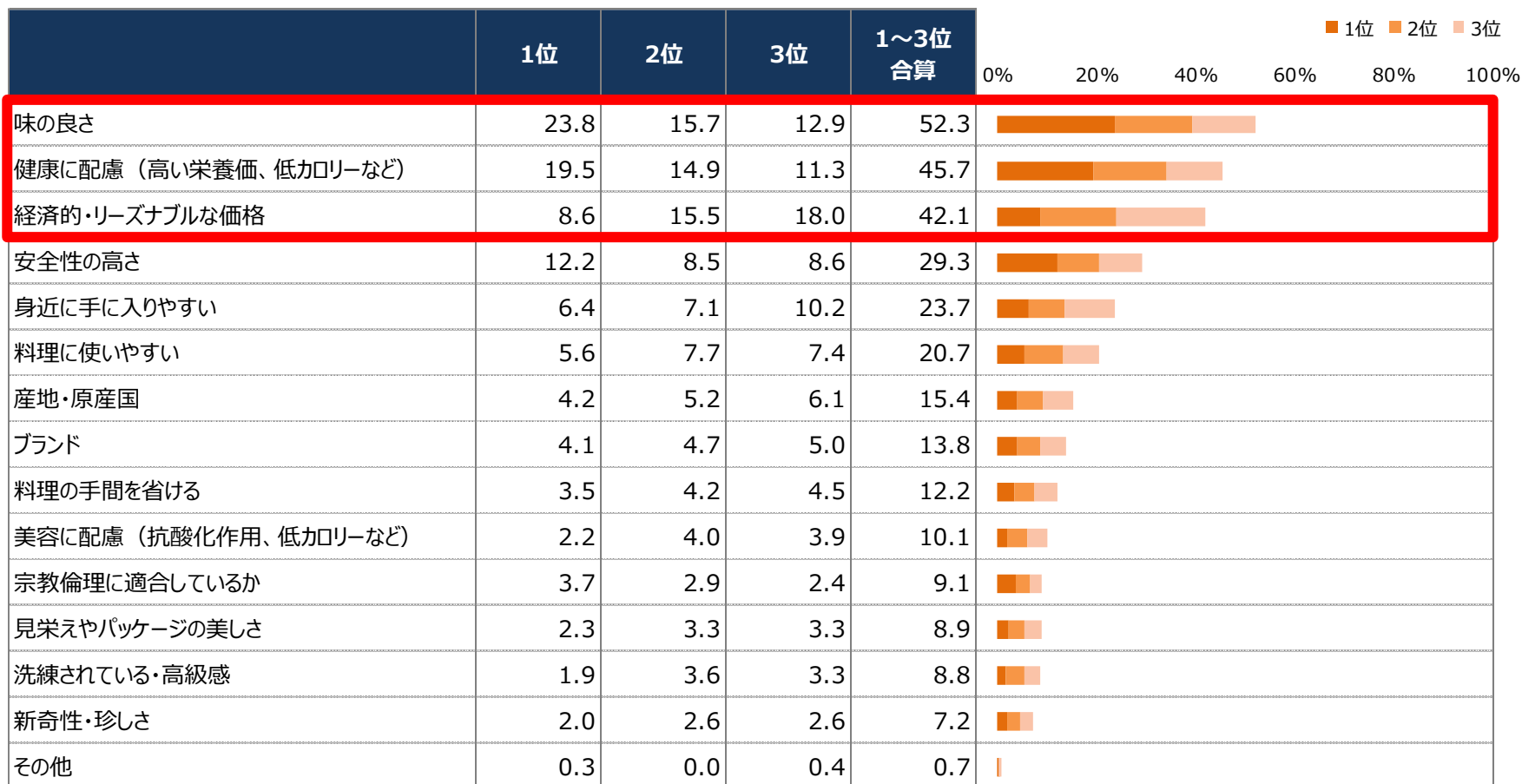
－ 2. 食品の購入実態

Q3.あなたが日頃、食品を購入する際に重視する点は何ですか。上位3つを選んでください。

Q4.あなたは輸入食品の購入にあたってどのような情報源を重要視しますか。上位3つを選んでください。

A3.食品購入時重視点：「味、健康、経済性」の3要素を重視

重視点の第1～3位合算では「味の良さ」が52.3%と最も高く、以下「健康に配慮」45.7%、「経済的・リーズナブルな価格」42.1%が続く。



※ 回答者に対して、食品購入時重視点を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ重視点は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

食品購入時に重視する点_その他の抜粋

原材料

健康に良いか

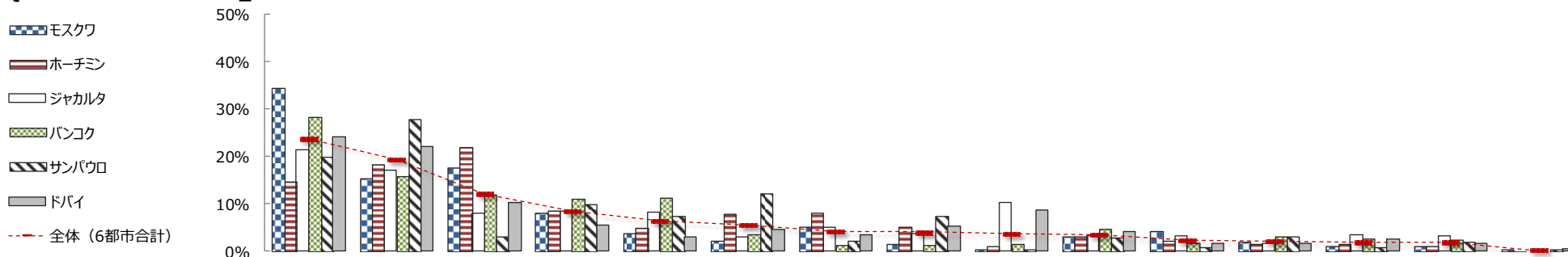
賞味期限や新鮮さ

A3.食品購入時重視点（1位）：「味、健康、安全性」に加えイスラム教国では宗教倫理も重視

6都市合算：「味の良さ」が23.8%と最も高く、以下「健康に配慮」19.5%、「安全性の高さ」12.2%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「味の良さ」が34.4%と最も高く、以下「安全性の高さ」17.6%、「健康に配慮」15.4%が続く。
 - ホーチミン：「安全性の高さ」が22.0%と最も高く、以下「健康に配慮」18.4%、「味の良さ」14.6%が続く。
 - ジャカルタ：「味の良さ」が21.4%と最も高く、以下「健康に配慮」17.2%、「宗教倫理に適合しているか」10.4%が続く。
 - バンコク：「味の良さ」が28.2%と最も高く、以下「健康に配慮」15.8%、「安全性の高さ」12.0%が続く。
 - サンパウロ：「健康に配慮」が27.8%と最も高く、以下「味の良さ」20.0%、「料理に使いやすい」12.2%が続く。
 - ドバイ：「味の良さ」が24.2%と最も高く、以下「健康に配慮」22.2%、「安全性の高さ」10.4%が続く。

◇ Q3-1.食品購入時に重視する点_1位



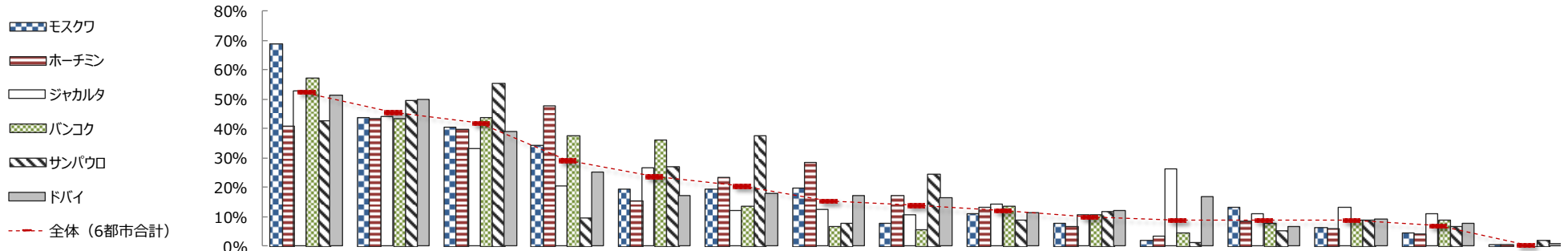
Q3-1.食品購入時に重視する点_1位	n	味の良さ	健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	安全性の高さ	経済的・リーズナブルな価格	身近に手に入りやすい	料理に使いやすい	産地・原産国	ブランド	宗教倫理に適合しているか	料理の手間を省ける	見栄えやパッケージの美しさ	美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	新奇性・珍しさ	洗練されている・高級感	その他
全体（6都市合計）	3,000	23.8	19.5	12.2	8.6	6.4	5.6	4.2	4.1	3.7	3.5	2.3	2.2	2.0	1.9	0.3
都市別																
モスクワ	500	34.4	15.4	17.6	8.0	3.8	2.2	5.2	1.4	0.4	3.0	4.2	2.0	1.0	1.0	0.4
ホーチミン	500	14.6	18.4	22.0	8.6	5.0	7.8	8.0	5.2	1.0	3.0	2.2	1.6	1.4	1.0	0.2
ジャカルタ	500	21.4	17.2	8.0	8.4	8.2	3.0	5.0	3.8	10.4	3.2	3.2	1.6	3.4	3.2	-
バンコク	500	28.2	15.8	12.0	11.0	11.2	3.6	1.2	1.2	1.4	4.6	1.8	3.0	2.6	2.4	-
サンパウロ	500	20.0	27.8	3.0	9.8	7.4	12.2	2.2	7.4	0.4	2.8	0.8	3.0	0.8	2.0	0.4
ドバイ	500	24.2	22.2	10.4	5.6	3.0	4.6	3.4	5.4	8.8	4.2	1.6	1.8	2.6	1.6	0.6

A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：モスクワでは「味の良さ」、ホーチミンでは「安全性」、サンパウロでは「価格」を特に重視

6都市合算：「味の良さ」が52.3%と最も高く、以下「健康に配慮」45.7%、「経済的・リーズナブルな価格」42.1%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「味の良さ」が68.8%と最も高く、以下「健康に配慮」43.8%、「経済的・リーズナブルな価格」40.6%と続く。
 - ホーチミン：「安全性の高さ」が47.8%と最も高く、以下「健康に配慮」43.6%、「味の良さ」41.0%と続く。
 - ジャカルタ：「味の良さ」が53.0%と最も高く、以下「健康に配慮」44.0%、「経済的・リーズナブルな価格」33.4%と続く。
 - バンコク：「味の良さ」が57.2%と最も高く、以下「経済的・リーズナブルな価格」44.0%、「健康に配慮」43.4%と続く。
 - サンパウロ：「経済的・リーズナブルな価格」が55.6%と最も高く、以下「健康に配慮」49.6%、「味の良さ」42.6%と続く。
 - ドバイ：「味の良さ」が51.4%と最も高く、以下「健康に配慮」49.8%、「経済的・リーズナブルな価格」39.0%と続く。

◇ Q3.食品購入時に重視する点_合算

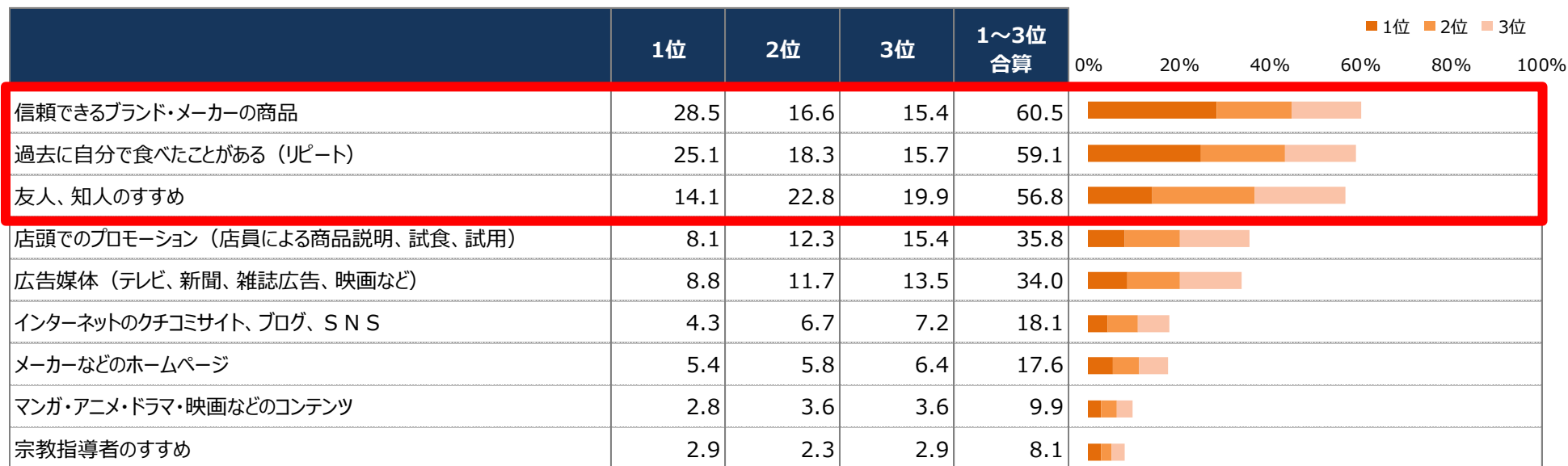


Q3.食品購入時に重視する点_合算	n	味の良さ	健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	経済的・リーズナブルな価格	安全性の高さ	身近に手に入りやすい	料理に使いやすい	産地・原産国	ブランド	料理の手間を省ける	美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	宗教倫理に適合しているか	見栄えやパッケージの美しさ	洗練されている・高級感	新奇性・珍しさ	その他
全体（6都市合計）	3,000	52.3	45.7	42.1	29.3	23.7	20.7	15.4	13.8	12.2	10.1	9.1	8.9	8.8	7.2	0.7
都市別																
モスクワ	500	68.8	43.8	40.6	34.2	19.4	19.4	19.8	8.0	11.2	7.8	2.2	13.4	6.4	4.4	0.6
ホーチミン	500	41.0	43.6	40.0	47.8	15.6	23.4	28.6	17.2	13.4	6.8	3.4	8.6	6.0	4.2	0.4
ジャカルタ	500	53.0	44.0	33.4	20.6	26.8	12.0	12.4	10.8	14.2	10.8	26.2	11.2	13.4	11.2	-
バンコク	500	57.2	43.4	44.0	37.8	36.2	13.8	6.6	5.8	13.8	10.8	4.4	8.0	9.0	9.0	0.2
サンパウロ	500	42.6	49.6	55.6	9.8	27.2	37.6	8.0	24.4	8.8	12.0	1.4	5.4	8.8	6.8	2.0
ドバイ	500	51.4	49.8	39.0	25.4	17.2	18.0	17.2	16.6	11.6	12.2	16.8	6.6	9.2	7.8	1.0

全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A4.輸入食品購入時重視情報：「信頼できるブランド・メーカーの商品」であることを重視

1～3位合算では「信頼できるブランド・メーカーの商品」が60.5%と最も高く、以下「過去に自分で食べたことがある」59.1%、「友人、知人のすすめ」56.8%が続く。



※ 回答者に対して、輸入食品を購入する際に重視する情報を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ重視情報は複数回選択できない。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。

➤ 参照されることが多いWEBコンテンツは
FacebookなどのSNS。

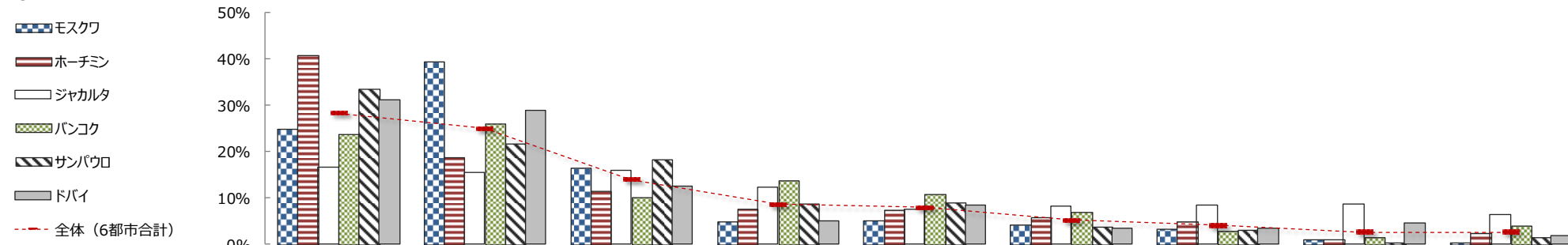


A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「ブランド」「過去に食べたことがある」を重視

6都市合算：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が28.5%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」25.1%、「友人、知人のすすめ」14.1%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「過去に自分で食べたことがある」が39.4%と最も高く、「信頼できるブランド・メーカーの商品」25.0%が続く。
 - ホーチミン：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が40.8%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」18.8%が続く。
 - ジャカルタ：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が16.6%と最も高く、「友人、知人のすすめ」16.0%が続く。
 - バンコク：「過去に自分で食べたことがある」が26.0%と最も高く、「信頼できるブランド・メーカーの商品」23.8%が続く。
 - サンパウロ：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が33.6%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」21.8%が続く。
 - ドバイ：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が31.2%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」29.0%が続く。

◇ Q4-1.輸入食品購入時に重視する情報源_1位



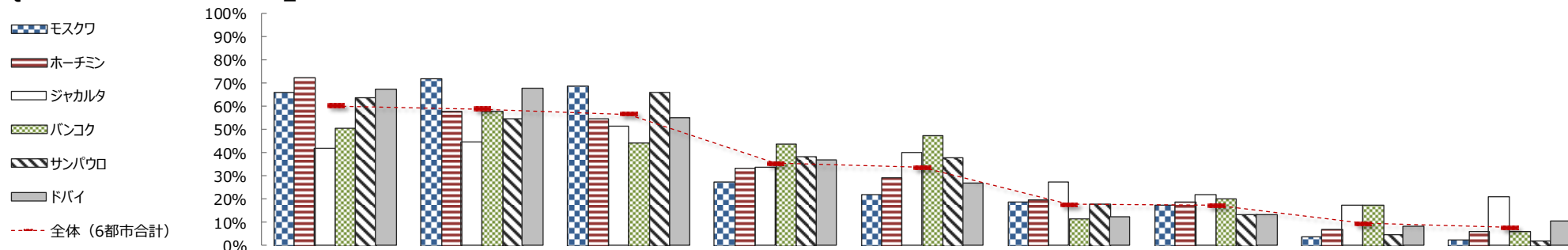
Q4-1.輸入食品購入時に重視する情報源_1位	n	信頼できるブランド・メーカーの商品	過去に自分で食べたことがある (リピート)	友人、知人のすすめ	広告媒体 (テレビ、新聞、雑誌広告、映画など)	店頭でのプロモーション (店員による商品説明、試食、試用)	メーカーなどのホームページ	インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS	宗教指導者のすすめ	マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ
全体 (6都市合計)	3,000	28.5	25.1	14.1	8.8	8.1	5.4	4.3	2.9	2.8
都市別										
モスクワ	500	25.0	39.4	16.4	5.0	5.2	4.2	3.4	1.0	0.4
ホーチミン	500	40.8	18.8	11.4	7.6	7.4	5.8	4.8	1.0	2.4
ジャカルタ	500	16.6	15.6	16.0	12.4	7.6	8.2	8.4	8.8	6.4
バンコク	500	23.8	26.0	10.2	13.8	10.8	7.0	2.8	1.6	4.0
サンパウロ	500	33.6	21.8	18.2	8.8	9.0	3.8	3.0	0.4	1.4
ドバイ	500	31.2	29.0	12.6	5.0	8.6	3.6	3.4	4.6	2.0

A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「ブランド」「リピート」「口コミ」が三大重視点

6都市合算：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が60.5%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」59.1%、「友人、知人のすすめ」56.8%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「過去に自分で食べたことがある」が72.2%と最も高く、「友人、知人のすすめ」69.0%が続く。
 - ホーチミン：「信頼できるブランド・メーカーの商品」が72.6%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」57.8%が続く。
 - ジャカルタ：「友人、知人のすすめ」が51.4%と最も高く、「過去に自分で食べたことがある」44.6%が続く。
 - バンコク：「過去に自分で食べたことがある」が57.8%と最も高く、「信頼できるブランド・メーカーの商品」50.8%が続く。
 - サンパウロ：「友人、知人のすすめ」が66.2%と最も高く、「信頼できるブランド・メーカーの商品」64.0%が続く。
 - ドバイ：「過去に自分で食べたことがある」が67.8%と最も高く、「信頼できるブランド・メーカーの商品」67.6%が続く。

◇ Q4.輸入食品購入時に重視する情報源_合算



Q4.輸入食品購入時に重視する情報源_合算	n	信頼できるブランド・メーカーの商品	過去に自分で食べたことがある（リピート）	友人、知人のすすめ	店頭でのプロモーション（店員による商品説明、試食、試用）	広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告、映画など）	インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS	メーカーなどのホームページ	マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ	宗教指導者のすすめ
全体（6都市合計）	3,000	60.5	59.1	56.8	35.8	34.0	18.1	17.6	9.9	8.1
都市別										
モスクワ	500	66.2	72.2	69.0	27.6	22.0	19.0	17.6	3.8	2.6
ホーチミン	500	72.6	57.8	54.8	33.6	29.2	19.8	19.0	7.2	6.0
ジャカルタ	500	41.8	44.6	51.4	33.8	40.4	27.6	21.8	17.4	21.2
バンコク	500	50.8	57.8	44.4	43.8	47.4	11.8	20.4	17.6	6.0
サンパウロ	500	64.0	54.6	66.2	38.6	38.0	17.8	13.6	5.0	2.2
ドバイ	500	67.6	67.8	55.0	37.2	27.0	12.6	13.4	8.6	10.6

4. 調査結果

－ 3. 日本食品購入・日本料理店利用実態

Q5.あなたは過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用したことがありますか。

Q6.あなたは今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたい、あるいは日本料理店に行きたいと思いませんか。

Q7.あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。

Q8.あなたが、今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたいと思わない理由、あるいは日本料理店に行きたいと思わない理由をお答えください。

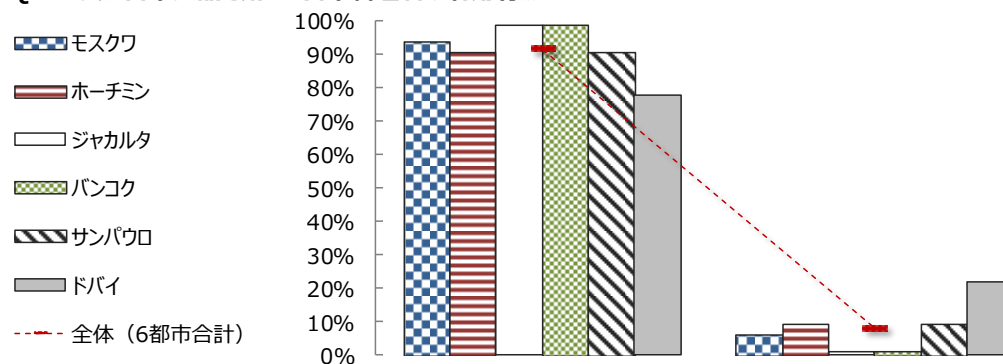
A5.過去の日本食品購入・日本料理店利用状況：9割が利用経験あり。ドバイの利用率は低い

6都市合算：「購入・利用経験あり」が91.8%、「購入・利用経験なし」が8.2%となった。

都市別傾向

- モスクワ：「購入・利用経験あり」が93.8%、「購入・利用経験なし」が6.2%となった。
- ホーチミン：「購入・利用経験あり」が90.8%、「購入・利用経験なし」が9.2%となった。
- ジャカルタ：「購入・利用経験あり」が99.0%、「購入・利用経験なし」が1.0%となった。
- バンコク：「購入・利用経験あり」が98.8%、「購入・利用経験なし」が1.2%となった。
- サンパウロ：「購入・利用経験あり」が90.6%、「購入・利用経験なし」が9.4%となった。
- ドバイ：「購入・利用経験あり」が77.8%、「購入・利用経験なし」が22.2%となった。

◇ Q5.過去に日本食品を購入・日本料理店の利用有無



Q5.過去に日本食品を購入・日本料理店の利用有無		n	ある	ない
全体 (6都市合計)		3,000	91.8	8.2
都市別	モスクワ	500	93.8	6.2
	ホーチミン	500	90.8	9.2
	ジャカルタ	500	99.0	1.0
	バンコク	500	98.8	1.2
	サンパウロ	500	90.6	9.4
	ドバイ	500	77.8	22.2

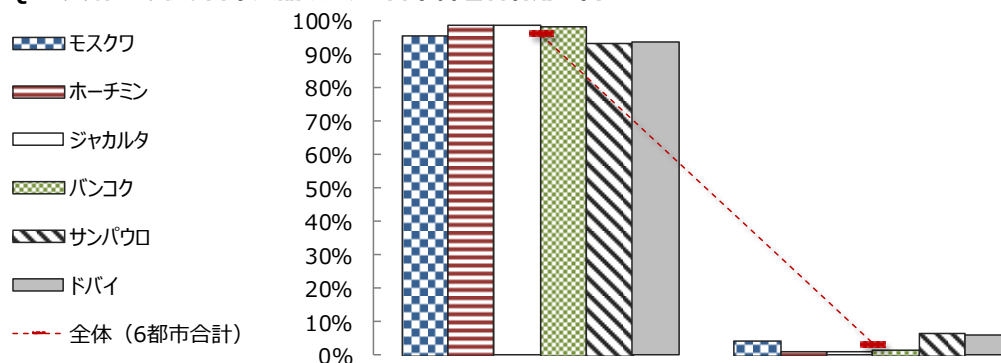
A6.今現在・今後の日本食品飲食・日本料理店利用意向：大多数が利用したいと回答

6都市合算：「食いたい／飲みたい／行きたい」が96.5%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が3.5%となった。

都市別傾向

- モスクワ：「食いたい／飲みたい／行きたい」が95.6%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が4.4%となった。
- ホーチミン：「食いたい／飲みたい／行きたい」が98.8%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が1.2%となった。
- ジャカルタ：「食いたい／飲みたい／行きたい」が99.0%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が1.0%となった。
- バンコク：「食いたい／飲みたい／行きたい」が98.2%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が1.8%となった。
- サンパウロ：「食いたい／飲みたい／行きたい」が93.6%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が6.4%となった。
- ドバイ：「食いたい／飲みたい／行きたい」が94.0%、「食たくない／飲みたい／行きたい」が6.0%となった。

◇ Q6.今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店利用意向



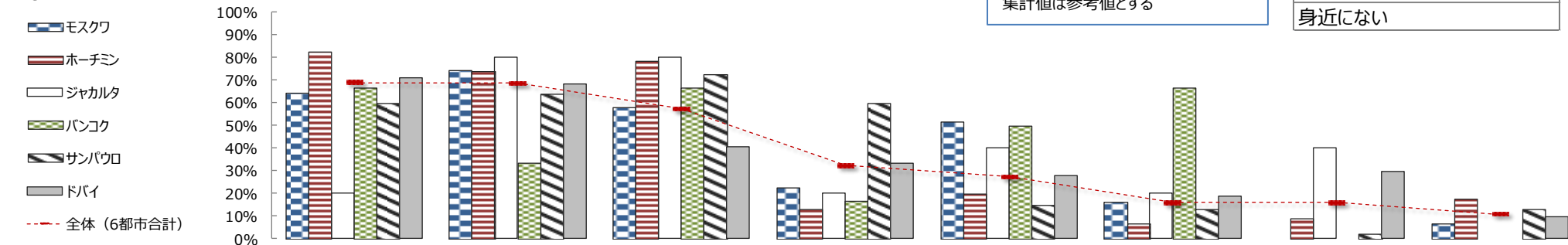
Q6.今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店利用意向		n	食いたい/飲みたい/行きたい	食たくない/飲みたい/行きたい
全体 (6都市合計)		3,000	96.5	3.5
都市別	モスクワ	500	95.6	4.4
	ホーチミン	500	98.8	1.2
	ジャカルタ	500	99.0	1.0
	バンコク	500	98.2	1.8
	サンパウロ	500	93.6	6.4
	ドバイ	500	94.0	6.0

A7.日本食品購入および日本料理店非利用理由：「利用方法不明」「販売場所」「価格」が問題

6都市合算：「利用方法がわからない」が69.1%と最も高く、「日本料理店・日本食材の販売場所が限られている」68.7%、「値段が高い」57.3%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「日本料理店・日本食材の販売場所が限られている」が74.2%と最も高く、「利用方法がわからない」64.5%が続く。
 - ホーチミン：「利用方法がわからない」が82.6%と最も高く、「値段が高い」78.3%が続く。
 - ジャカルタ：「日本料理店・日本食材の販売場所が限られている」と「値段が高い」が80.0%。
 - バンコク：「利用方法がわからない」・「値段が高い」・「自国産・日本以外の国のものの方が品質が良さそう」がともに66.7%。
 - サンパウロ：「値段が高い」が72.3%と最も高く、「販売場所が限られている」63.8%が続く。
 - ドバイ：「利用方法がわからない」が71.2%と最も高く、「日本料理店・日本食材の販売場所が限られている」68.5%が続く。

Q7.過去に日本食品を購入・日本料理店を利用したことがない理由_合算



都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

その他の抜粋
 値段が全くわからない
 ベジタリアンの選択肢が少ない
 身近にない

Q7.過去に日本食品を購入・日本料理店を利用したことがない理由_合算	n	利用方法が分からない	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	値段が高い	食品や料理の見た目に関する問題がある	安全性に不安があるから	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	宗教上の問題	その他
全体（6都市合計）	246	69.1	68.7	57.3	32.5	27.6	16.3	16.3	11.0
都市別									
モスクワ	31	64.5	74.2	58.1	22.6	51.6	16.1	-	6.5
ホーチミン	46	82.6	73.9	78.3	13.0	19.6	6.5	8.7	17.4
ジャカルタ	5	20.0	80.0	80.0	20.0	40.0	20.0	40.0	-
バンコク	6	66.7	33.3	66.7	16.7	50.0	66.7	-	-
サンパウロ	47	59.6	63.8	72.3	59.6	14.9	12.8	2.1	12.8
ドバイ	111	71.2	68.5	40.5	33.3	27.9	18.9	29.7	9.9

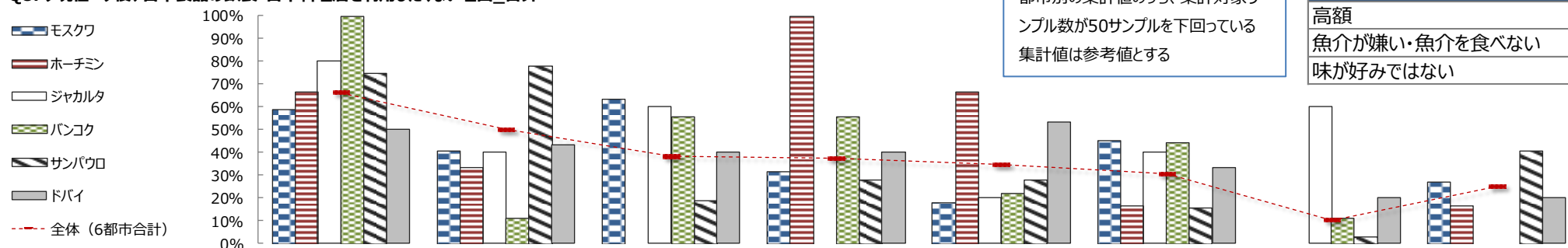
A8.現在・今後日本食品購入および日本料理店非利用理由：非利用意向理由は国によって様々

6都市合算：「値段が高い」が66.3%と最も高く、以下「食品や料理の見た目に問題がある」50.0%、「安全性に不安があるから」38.5%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「安全性に不安があるから」63.6%が最も高く、「値段が高い」59.1%が続く。
- ホーチミン：「日本料理店・日本食材の販売場所が限られているから」が100.0%と最も高く、「値段が高い」・「利用方法が分からない」66.7%が続く。
- ジャカルタ：「値段が高い」が80.0%と最も高く、以下「安全性に不安があるから」・「宗教上の問題」60.0%が続く。
- バンコク：「値段が高い」が100.0%と最も高く、「安全性に不安があるから」・「日本料理店・日本食材の販売場所が限られているから」55.6%が続く。
- サンパウロ：「食品や料理の見た目に問題がある」が78.1%と最も高く、「値段が高い」75.0%、「その他」40.6%が続く。
- ドバイ：「利用方法が分からない」が53.3%と最も高く、「値段が高い」50.0%、「食品や料理の見た目に問題がある」43.3%が続く。

◇ Q8.今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由_合算



その他の抜粋
 高額
 魚介が嫌い・魚介を食べない
 味が好みではない

都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

Q8.今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由_合算	n	値段が高い	食品や料理の見た目に問題がある	安全性に不安があるから	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	利用方法が分からない	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	宗教上の問題	その他
全体（6都市合計）	104	66.3	50.0	38.5	37.5	34.6	30.8	10.6	25.0
都市別									
モスクワ	22	59.1	40.9	63.6	31.8	18.2	45.5	-	27.3
ホーチミン	6	66.7	33.3	-	100.0	66.7	16.7	-	16.7
ジャカルタ	5	80.0	40.0	60.0	-	20.0	40.0	60.0	-
バンコク	9	100.0	11.1	55.6	55.6	22.2	44.4	11.1	-
サンパウロ	32	75.0	78.1	18.8	28.1	28.1	15.6	3.1	40.6
ドバイ	30	50.0	43.3	40.0	40.0	53.3	33.3	20.0	20.0

4. 調査結果

－ 4. 日本料理について

Q9.日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。

Q10.好きな日本料理メニューはどれですか。上位3つを選んでください。

Q11.日本産食品・食材を購入する際に感じる問題点（改善して欲しい点）や日本産食品を買わない理由はありますか。
上位3つを選んでください。

A9.日本料理のイメージ：「美味しい」「健康に良い」「おしゃれ」のイメージが強い

1～3位合算では、「美味しい」が59.0%と最も高く、「健康に良い」54.9%、「おしゃれ」34.2%が続く。総じてポジティブなイメージが上位に並ぶ。

	1位	2位	3位	1～3位合算	0%	20%	40%	60%	80%	100%
美味しい	26.6	19.9	12.4	59.0						
健康に良い	21.3	20.0	13.6	54.9						
おしゃれ	9.1	12.3	12.8	34.2						
安全	7.4	10.6	12.5	30.6						
高級感がある	7.2	8.8	10.6	26.6						
その他の良いイメージ	0.3	0.8	6.1	7.1						
価格が高い	18.1	9.6	10.5	38.2						
安全でない	3.3	5.4	4.9	13.6						
まずい	3.2	4.3	3.4	10.9						
健康に悪い	1.4	2.1	3.4	6.9						
おしゃれでない	1.2	2.8	2.6	6.6						
その他の悪いイメージ	0.9	3.4	7.1	10.2						

※ 回答者に対して、日本料理のイメージを1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じイメージ項目は複数回選択できない。「その他」のみ複数選択可。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

その他の良いイメージの抜粋	その他の悪いイメージの抜粋
価格がちょうどよい	オリジナルの新鮮な材料が手に入らない
アジア人のテイストに合う	ごみが多い
質がいい	ハラル認証に関する記述
見た目がよく食欲をそそる	生ものであることが不安という記述
おしゃれな料理/魅力的なプレゼンテーション	食べられる場所が見つからない
スタイリッシュなプレゼンテーション	あまり売っていない

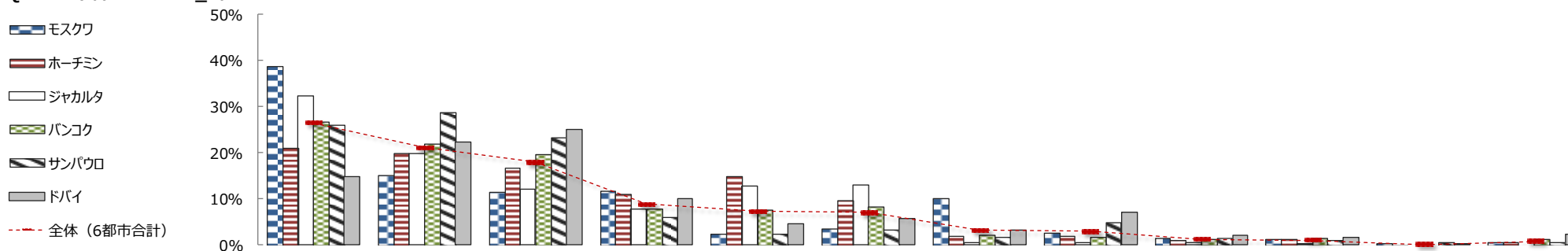
A9.日本料理のイメージ（1位）：最も強いイメージは「美味しい」

6都市合算：「美味しい」が26.6%と最も高く、以下「健康に良い」21.3%、「価格が高い」18.1%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「美味しい」が38.8%と最も高く、以下「健康に良い」15.2%、「おしゃれ」11.8%が続く。
- ホーチミン：「美味しい」が21.0%と最も高く、以下「健康に良い」19.8%、「価格が高い」16.8%が続く。
- ジャカルタ：「美味しい」が32.4%と最も高く、以下「健康に良い」19.8%、「高級感がある」13.0%が続く。
- バンコク：「美味しい」が26.8%と最も高く、以下「健康に良い」22.0%、「価格が高い」19.6%が続く。
- サンパウロ：「健康に良い」が28.8%と最も高く、以下「美味しい」26.0%、「価格が高い」23.2%が続く。
- ドバイ：「価格が高い」が25.2%と最も高く、以下「健康に良い」22.4%、「美味しい」14.8%が続く。

◇ Q9-1.日本料理のイメージ_1位



Q9-1.日本料理のイメージ_1位	n	美味しい	健康に良い	価格が高い	おしゃれ	安全	高級感がある	安全でない	まずい	健康に悪い	おしゃれでない	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
全体（6都市合計）	3,000	26.6	21.3	18.1	9.1	7.4	7.2	3.3	3.2	1.4	1.2	0.3	0.9
都市別													
モスクワ	500	38.8	15.2	11.6	11.8	2.4	3.6	10.2	2.6	1.6	1.2	0.4	0.6
ホーチミン	500	21.0	19.8	16.8	11.0	14.8	9.6	2.0	2.0	1.0	1.2	0.2	0.6
ジャカルタ	500	32.4	19.8	12.2	7.8	12.8	13.0	0.6	0.6	0.6	0.2	-	-
バンコク	500	26.8	22.0	19.6	7.8	7.6	8.2	2.2	1.8	1.2	1.6	-	1.2
サンパウロ	500	26.0	28.8	23.2	6.0	2.4	3.2	1.8	4.8	1.6	1.0	0.6	0.6
ドバイ	500	14.8	22.4	25.2	10.0	4.6	5.8	3.2	7.2	2.2	1.8	0.4	2.4

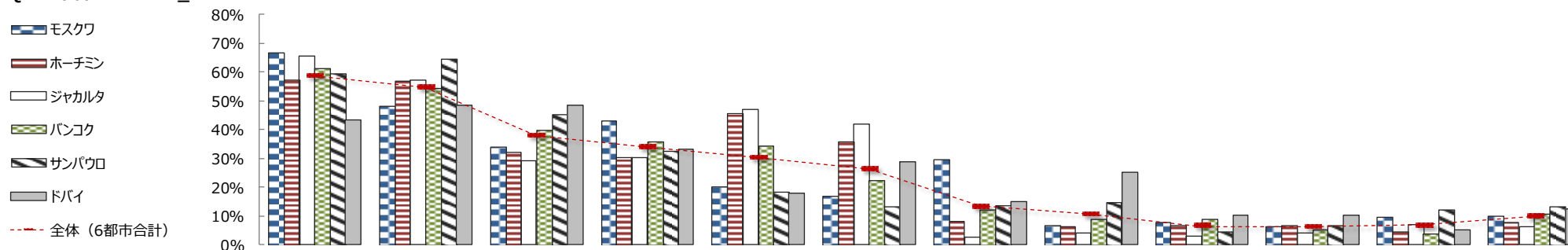
A9.日本料理のイメージ（1～3位合算）：最も強いイメージは「美味しい」

6都市合算：「美味しい」が59.0%と最も高く、以下「健康に良い」54.9%、「価格が高い」38.2%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「美味しい」が66.6%と最も高く、以下「健康に良い」48.2%、「おしゃれ」43.0%が続く。
- ホーチミン：「美味しい」が57.4%と最も高く、以下「健康に良い」56.8%、「安全」45.6%が続く。
- ジャカルタ：「美味しい」が65.6%と最も高く、以下「健康に良い」57.2%、「安全」47.2%が続く。
- バンコク：「美味しい」が61.2%と最も高く、以下「健康に良い」54.2%、「価格が高い」40.0%が続く。
- サンパウロ：「健康に良い」が64.6%と最も高く、以下「美味しい」59.6%、「価格が高い」45.2%が続く。
- ドバイ：「健康に良い」・「価格が高い」が48.4%と最も高く、「美味しい」43.4%、「おしゃれ」33.2%が続く。

◇ Q9.日本料理のイメージ_合算



Q9.日本料理のイメージ_合算	n	美味しい	健康に良い	価格が高い	おしゃれ	安全	高級感がある	安全でない	まずい	健康に悪い	おしゃれでない	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
全体 (6都市合計)	3,000	59.0	54.9	38.2	34.2	30.6	26.6	13.6	10.9	6.9	6.6	7.1	10.2
都市別													
モスクワ	500	66.6	48.2	34.0	43.0	20.2	17.0	29.6	6.6	8.0	6.2	9.8	10.0
ホーチミン	500	57.4	56.8	32.2	30.2	45.6	36.0	8.2	6.2	6.6	6.6	4.6	8.0
ジャカルタ	500	65.6	57.2	29.4	30.4	47.2	42.0	2.8	4.0	3.2	4.2	7.0	6.4
バンコク	500	61.2	54.2	40.0	35.8	34.4	22.4	12.2	8.8	8.8	5.4	4.0	10.6
サンパウロ	500	59.6	64.6	45.2	32.4	18.2	13.2	13.6	14.8	4.6	6.6	12.2	13.4
ドバイ	500	43.4	48.4	48.4	33.2	18.0	29.0	15.2	25.2	10.2	10.4	5.2	12.6

A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」が5割を超え、「天ぷら」「ラーメン」「焼き鳥」も人気

1～3位合算では、「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が54.6%と最も高く、以下「天ぷら」34.2%、「ラーメン」26.5%、「焼き鳥」25.6%と続く。

	1位	2位	3位	1～3位合算	
寿司・刺身（ロール寿司含む）	35.3	11.2	8.1	54.6	
天ぷら	9.6	14.2	10.4	34.2	
ラーメン	8.6	9.2	8.7	26.5	
焼き鳥	8.7	8.6	8.3	25.6	
カレーライス	5.1	7.8	7.3	20.1	
すき焼き	4.6	6.7	8.3	19.6	
しゃぶしゃぶ	5.6	7.4	6.5	19.5	
うどん	4.5	7.1	7.3	18.9	
たこ焼き	3.7	5.5	7.2	16.4	
とんかつ	3.3	5.7	7.3	16.3	
牛丼	3.0	5.6	6.0	14.6	
そば	3.5	4.9	5.3	13.7	
お好み焼き	2.2	3.6	3.8	9.6	
おでん（関東煮）	1.8	1.7	2.9	6.4	
その他	0.7	0.8	2.5	3.2	

※ 回答者に対して、好きな日本料理を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ料理は複数回選択できない。

「その他」のみ複数選択可。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

その他の好きな日本料理の抜粋

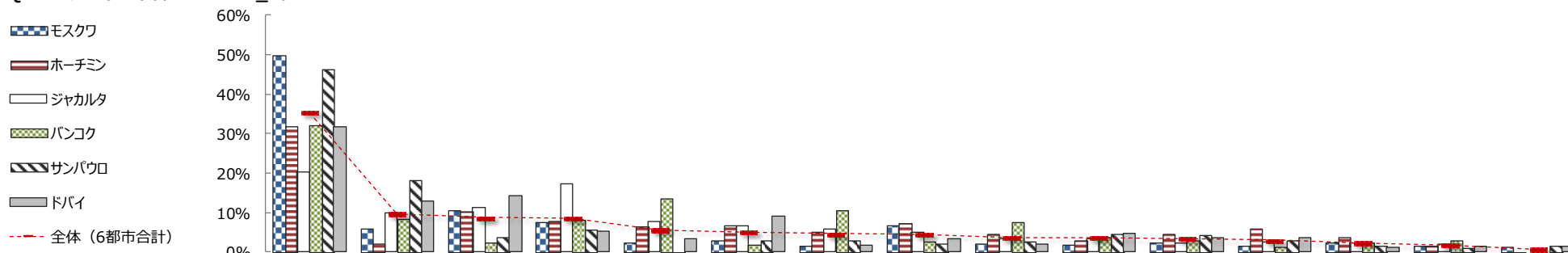
うなぎの燻製	寿司
和菓子	すき焼き
焼きそば	鉄板焼き

A10.好きな日本料理（1位）：各国とも「寿司・刺身」の人气が最も高い

6都市合算：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が35.3%と最も高く、以下「天ぷら」9.6%、「焼き鳥」8.7%、「ラーメン」8.6%と続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が49.8%と最も高く、以下「焼き鳥」10.4%、「ラーメン」7.4%と続く。
 - ホーチミン：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が31.8%と最も高く、以下「焼き鳥」10.2%、「ラーメン」7.8%と続く。
 - ジャカルタ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が20.4%と最も高く、以下「ラーメン」17.4%、「焼き鳥」11.2%と続く。
 - バンコク：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が32.0%と最も高く、以下「しゃぶしゃぶ」13.6%、「すき焼き」10.4%と続く。
 - サンパウロ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が46.2%と最も高く、以下「天ぷら」18.2%、「ラーメン」5.6%と続く。
 - ドバイ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が31.8%と最も高く、以下「焼き鳥」14.2%、「天ぷら」12.8%と続く。

◇ Q10-1.好きな日本料理のメニュー_1位



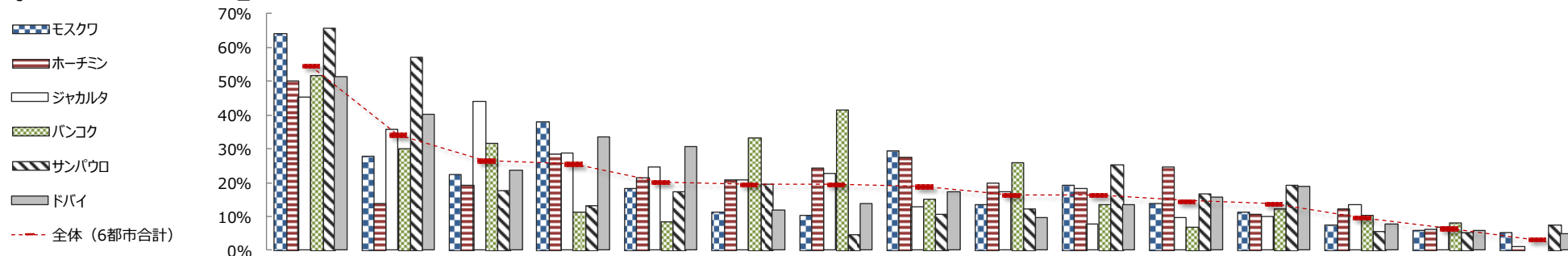
Q10-1.好きな日本料理のメニュー_1位	n	寿司・刺身 (ロール寿司含む)	天ぷら	焼き鳥	ラーメン	しゃぶしゃぶ	カレーライス	すき焼き	うどん	たこ焼き	そば	とんかつ	牛丼	お好み焼き	おでん(関東煮)	その他
全体(6都市合計)	3,000	35.3	9.6	8.7	8.6	5.6	5.1	4.6	4.5	3.7	3.5	3.3	3.0	2.2	1.8	0.7
都市別																
モスクワ	500	49.8	6.0	10.4	7.4	2.2	3.0	1.6	6.8	2.0	1.8	2.4	1.6	2.2	1.6	1.2
ホーチミン	500	31.8	2.0	10.2	7.8	6.4	6.8	5.0	7.2	4.4	2.8	4.4	5.8	3.6	1.6	0.2
ジャカルタ	500	20.4	10.0	11.2	17.4	7.8	6.6	5.8	5.0	3.4	3.4	2.2	2.6	2.2	2.0	-
バンコク	500	32.0	8.4	2.4	8.0	13.6	1.8	10.4	2.6	7.6	3.8	2.8	1.2	2.4	3.0	-
サンパウロ	500	46.2	18.2	3.6	5.6	0.2	3.0	3.0	2.0	2.6	4.6	4.2	3.0	1.4	1.0	1.4
ドバイ	500	31.8	12.8	14.2	5.4	3.4	9.2	1.8	3.4	2.0	4.8	3.6	3.6	1.2	1.4	1.4

A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」「天ぷら」「ラーメン」「焼き鳥」が人気

6都市合算：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が54.6%と最も高く、以下「天ぷら」34.2%、「ラーメン」26.5%、「焼き鳥」25.6%と続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が64.0%と最も高く、以下「焼き鳥」38.0%、「うどん」29.4%と続く。
 - ホーチミン：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が50.0%と最も高く、以下「焼き鳥」28.6%、「うどん」27.6%と続く。
 - ジャカルタ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が45.2%と最も高く、以下「ラーメン」44.0%、「天ぷら」35.8%と続く。
 - バンコク：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が51.8%と最も高く、以下「しゃぶしゃぶ」41.4%「すき焼き」33.2%と続く。
 - サンパウロ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が65.6%と最も高く、以下「天ぷら」57.2%、「とんかつ」25.4%と続く。
 - ドバイ：「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が51.2%と最も高く、以下「天ぷら」40.2%、「焼き鳥」33.6%と続く。

◇ Q10.好きな日本料理のメニュー_合算



Q10.好きな日本料理のメニュー_合算	n	寿司・刺身 (ロール寿司含む)	天ぷら	ラーメン	焼き鳥	カレーライス	すき焼き	しゃぶしゃぶ	うどん	たこ焼き	とんかつ	牛丼	そば	お好み焼き	おでん(関東煮)	その他
全体(6都市合計)	3,000	54.6	34.2	26.5	25.6	20.1	19.6	19.5	18.9	16.4	16.3	14.6	13.7	9.6	6.4	3.2
都市別																
モスクワ	500	64.0	28.0	22.6	38.0	18.2	11.2	10.2	29.4	13.6	19.2	13.8	11.2	7.6	5.8	5.4
ホーチミン	500	50.0	14.0	19.4	28.6	21.4	20.8	24.4	27.6	20.0	18.4	24.8	10.8	12.4	6.2	1.2
ジャカルタ	500	45.2	35.8	44.0	28.8	24.6	20.8	22.6	13.0	17.4	7.8	9.6	10.0	13.6	6.8	-
バンコク	500	51.8	30.0	31.6	11.4	8.4	33.2	41.4	15.2	25.8	13.6	6.8	12.2	10.4	8.2	-
サンパウロ	500	65.6	57.2	17.8	13.2	17.4	19.6	4.6	10.8	12.2	25.4	16.8	19.4	5.6	5.4	7.6
ドバイ	500	51.2	40.2	23.6	33.6	30.8	12.0	13.8	17.2	9.6	13.4	15.6	18.8	7.8	6.0	4.8

(参考) 各国の日本料理メニュー

ジャカルタ

ジャカルタでは数年前から日本のラーメンブームが起きている。インドネシアは華僑が持ち込んだとされる麺文化が深く根付いており、中国に次ぐ世界2位の麺類消費国である。このような素地に加え、これまでになかった日本のラーメンの味と風味が受け入れられており、脂っぽいものや濃い味を好むインドネシア人の嗜好に合ったことが背景にある。

ドバイ

ドバイの人口のうち88.4%が外国籍（出所：Euromonitor International. 2012年）であり、なかでもインドからの移住者が多い現状である（本調査の回答者も42.8%がインド国籍）。そのため、ドバイ市場開拓の際はアラブ人のみならずインド人等の嗜好も考慮する必要がある。カレーライスを選んだ回答者も71.7%がインド国籍の人々であった。一般的にインド人は日本の「カレーライス」とインドの「カレー」の味は別物と考えているものの、見た目やスパイスに親和性を感じている様子。インド人の特徴として「食に対して保守的」、「醤油や塩等の薄味には味を感じず、スパイスの味を好む」が挙げられるため、これらも考慮してドバイ市場を見る必要がある。

モスクワ



モスクワで人気の「カリフォルニアロール」
（日本食レストラン夢）

モスクワではレストランの5軒に1軒では何らかの日本食を食べることができる。中でも寿司は空前のブーム。最近では寿司の材料を買って自宅で作る人も。（ジェトロ「モスクワ・サンクトペテルブルクスタイル」、「世界は今」から抜粋）

サンパウロ



KONIの手巻き寿司「ホット・フィラデルフィア」
（サーモンをクリームチーズと海苔で巻いたもの）

ブラジルの日本食レストランは、一般的に総合レストラン的なもの（寿司、刺身と一緒にラーメン、うどん、カレーライスなどが提供される）が多い。最近では専門店も現れ、その中でも「テマケリア（Temaqueria）」と呼ばれる手巻き寿司専門店が市場に広がる。（ジェトロ「ブラジル日本食品消費動向調査」から抜粋）

バンコク



バンコクの「shabushi」

タイは「しゃぶしゃぶ」や「すき焼き」が人気。タイには「タイスキ」と呼ばれるタイ式鍋料理があり、日本のしゃぶしゃぶやすき焼きに対して親和性があると見られる。「しゃぶしゃぶ」と「寿司」、「すきやき」と「寿司」がセットで提供されるビュッフェスタイルのカジュアルレストランも人気を博している。

A11.日本産食品・食材購入時の問題点・買わない理由：「価格」「販売場所」が問題

1～3位合算では「価格が高い」が56.6%と最も高く、以下「販売場所が限られている」51.7%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」41.4%が続く。



※ 回答者に対して、問題点・買わない理由を最大3つ回答するように求めた。同じ問題点・買わない理由は複数回選択できない。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。

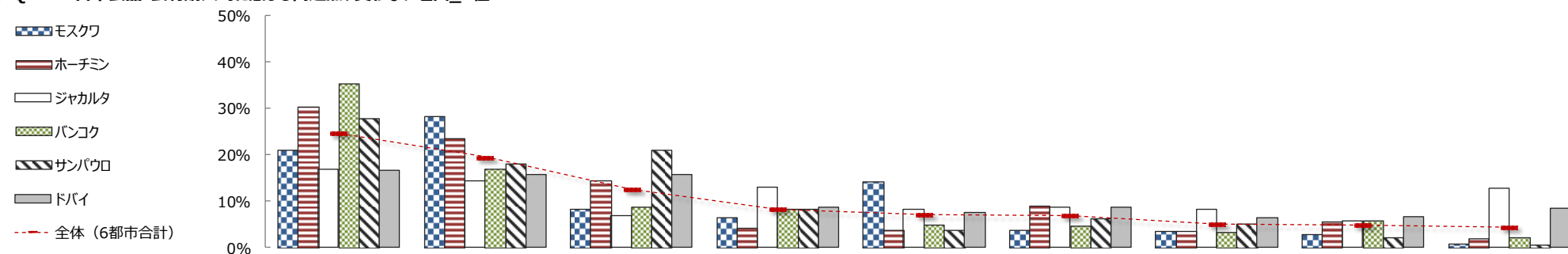
※ 「満足している（改善の必要はない）」と回答した人の割合は6.8%であった。

A11.日本産食品・食材購入時の問題点・買わない理由（1位）：「価格」「販売場所」が問題

6都市合算：「価格が高い」が24.7%と最も高く、以下「販売場所が限られている」19.5%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」12.5%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「販売場所が限られている」が28.2%と最も高く、「価格が高い」が21.0%が続く。
 - ホーチミン：「価格が高い」が30.4%と最も高く、「販売場所が限られている」23.6%が続く。
 - ジャカルタ：「価格が高い」が17.0%と最も高く、「販売場所が限られている」14.4%が続く。
 - バンコク：「価格が高い」が35.4%と最も高く、「販売場所が限られている」17.0%が続く。
 - サンパウロ：「価格が高い」が27.8%と最も高く、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」21.0%が続く。
 - ドバイ：「価格が高い」が16.6%と最も高く、「販売場所が限られている」・「食品の使い方・調理の仕方がわからない」15.8%が続く。

◇ Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位



Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位	n	価格が高い	販売場所が限られている・わからない	食品の使い方・調理の仕方がわからない	包装材やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	安全性に不安がある	味覚上の問題がある（味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手）	食品自体の見目（見た目や色）に問題がある（見た目や色に抵抗があるなど）	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い	宗教上問題がある
全体（6都市合計）	3,000	24.7	19.5	12.5	8.2	7.1	6.9	5.0	4.8	4.5
都市別										
モスクワ	500	21.0	28.2	8.2	6.4	14.2	3.8	3.6	2.8	0.8
ホーチミン	500	30.4	23.6	14.4	4.2	3.8	9.0	3.6	5.6	2.0
ジャカルタ	500	17.0	14.4	7.0	13.0	8.2	8.8	8.2	5.8	12.8
バンコク	500	35.4	17.0	8.8	8.4	4.8	4.6	3.2	5.8	2.2
サンパウロ	500	27.8	18.0	21.0	8.4	3.8	6.2	5.2	2.2	0.6
ドバイ	500	16.6	15.8	15.8	8.8	7.6	8.8	6.4	6.8	8.6

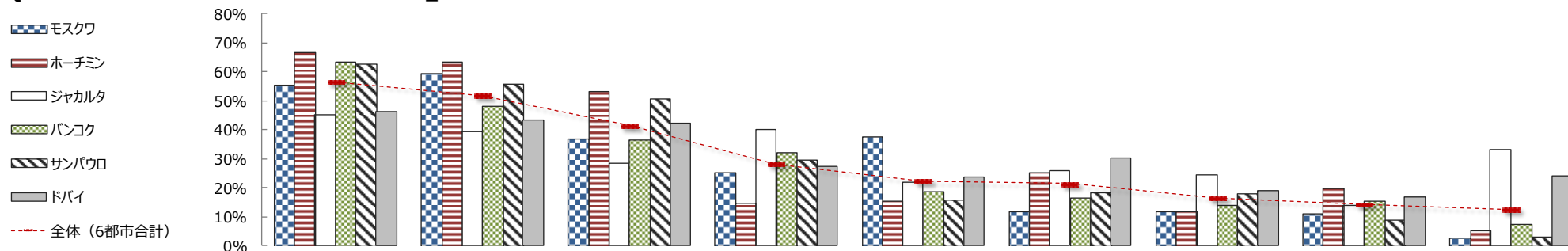
A11.日本産食品・食材購入時の問題点・買わない理由（1～3位合算）：「価格」「販売場所」が問題

6都市合算：「価格が高い」が56.6%と最も高く、以下「販売場所が限られている」51.7%、「使い方・調理の仕方がわからない」41.4%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「販売場所が限られている」が59.4%と最も高く、「価格が高い」55.4%が続く。
- ホーチミン：「価格が高い」が66.6%と最も高く、「販売場所が限られている」63.6%が続く。
- ジャカルタ：「価格が高い」が45.4%と最も高く、「包装材やラベルに問題がある」40.0%が続く。
- バンコク：「価格が高い」が63.4%と最も高く、「販売場所が限られている」48.2%が続く。
- サンパウロ：「価格が高い」が62.6%と最も高く、「販売場所が限られている」56.0%が続く。
- ドバイ：「価格が高い」が46.4%と最も高く、「販売場所が限られている」43.6%が続く。

◆ Q11.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_合算



Q11.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_合算	n	価格が高い	販売場所が限られている・わからない	食品の使い方・調理の仕方がわからない	包装材やラベルに問題がある (内容物が確認できない、説明書がわかりにくいなど)	安全性に不安がある	味覚上の問題がある (味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手)	食品自体の見た目に問題がある (見た目や色に抵抗あるなど)	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い	宗教上問題がある
全体 (6都市合計)	3,000	56.6	51.7	41.4	28.3	22.3	21.4	16.6	14.4	12.6
都市別										
モスクワ	500	55.4	59.4	37.0	25.2	37.6	12.0	12.0	11.2	2.6
ホーチミン	500	66.6	63.6	53.4	14.8	15.6	25.4	12.0	19.8	5.2
ジャカルタ	500	45.4	39.6	28.4	40.0	22.0	25.8	24.4	13.8	33.2
バンコク	500	63.4	48.2	36.4	32.2	18.8	16.6	14.0	15.6	7.6
サンパウロ	500	62.6	56.0	50.8	29.8	15.8	18.4	18.0	9.0	3.0
ドバイ	500	46.4	43.6	42.4	27.6	23.8	30.2	19.0	16.8	24.2

(参考) 中間層向け日本産食品の売り込みが鍵

「価格の高さ」と「限られた販売場所」が、日本産食品・食品購入時の問題点や買わない理由の筆頭

日本産食品の品揃えは高級スーパーマーケットほど多く、中・低所得者層向けになるにつれ少なくなる現状にある。例えばタイにおいて、日本産食品の割合が日系百貨店・スーパーマーケットに次いで高いのは、サイアムパラゴンやエンポリウム等の現地系百貨店や高級スーパーマーケットで、Big CやTesco Lotus等のハイパーマーケットになるにつれ低くなる。今後いかに価格競争力をつけ、中間層向けの日本産食品を売り込んでいくかが鍵。



写真：バンコクの日系スーパーマーケット

「宗教上問題がある」との回答は現状では限定的：ジャカルタ、ドバイ

イスラム教徒が多い両国（本アンケート回答者のうち、イスラム教徒の割合はジャカルタ81.4%、ドバイ35%）であるが、日本産食品の非購買理由として「宗教上問題があるから」と回答した割合は、ジャカルタが12.8%、ドバイは8.6%であった。また、Q3で「食品購入時に重視する点（1位）」を尋ねたところ、「宗教倫理に適合しているか」と回答したのはジャカルタ10.4%、ドバイ8.8%であった。このように現状の回答は限定的であるものの、今後より広く日本食が受け入れられるためには、宗教倫理に適した日本産食品・食材の提供がカギの一つになると見られる。

4. 調査結果

－ 5. 日本の水産品に関する評価

Q12.日本の水産品を知っていますか。

Q13.日本の水産品を食べたこと、購入したことがありますか。

Q14.日本の水産品は好きですか。

Q15.日本の水産品を好きな理由を教えてください。

Q16.日本の水産品が好きではない理由を教えてください。

Q17.日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

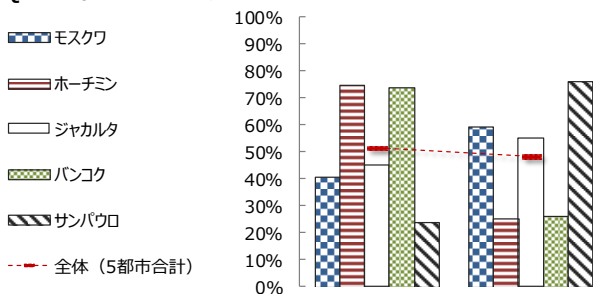
A12~14.日本の水産品の認知・購入実態：認知率は約5割。購入経験者の93%が好きと回答

5都市合算：日本の水産品の認知率は51.6%、認知者の購入経験率は75.0%、購入経験者の93.4%は日本の水産品を好きと回答と回答。

- 都市別傾向
- モスクワ：日本の水産品の認知率は40.6%、認知者の購入経験率は62.1%、購入経験者の90.5%は日本の水産品を好きと回答。
 - ホーチミン：日本の水産品の認知率は74.6%、認知者の購入経験率は82.0%、購入経験者の99.3%は日本の水産品を好きと回答。
 - ジャカルタ：日本の水産品の認知率は45.0%、認知者の購入経験率は76.4%、購入経験者の94.2%は日本の水産品を好きと回答。
 - バンコク：日本の水産品の認知率は74.0%、認知者の購入経験率は74.9%、購入経験者の88.8%は日本の水産品を好きと回答。
 - サンパウロ：日本の水産品の認知率は23.8%、認知者の購入経験率は73.1%、購入経験者の89.7%は日本の水産品を好きと回答。

A12.日本の水産品を知っていますか

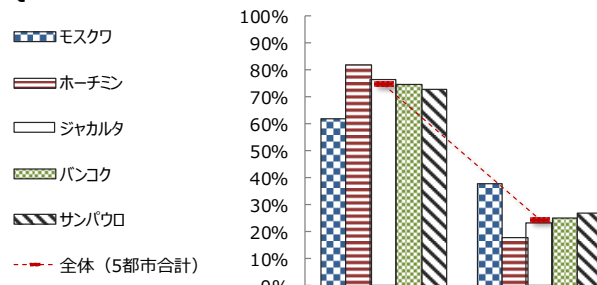
◇ Q12.日本の水産品の認知



Q12.日本の水産品の認知	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	2,500	51.6	48.4
都市別			
モスクワ	500	40.6	59.4
ホーチミン	500	74.6	25.4
ジャカルタ	500	45.0	55.0
バンコク	500	74.0	26.0
サンパウロ	500	23.8	76.2

A13.日本の水産品を食べたこと、購入したことがありますか

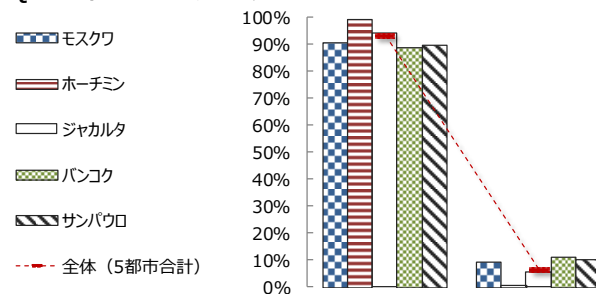
◇ Q13.日本の水産品の摂取・購入経験



Q13.日本の水産品の摂取・購入経験	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	1,290	75.0	25.0
都市別			
モスクワ	203	62.1	37.9
ホーチミン	373	82.0	18.0
ジャカルタ	225	76.4	23.6
バンコク	370	74.9	25.1
サンパウロ	119	73.1	26.9

A14.日本の水産品は好きですか

◇ Q14.日本の水産品は好きですか



Q14.日本の水産品は好きですか	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	968	93.4	6.6
都市別			
モスクワ	126	90.5	9.5
ホーチミン	306	99.3	0.7
ジャカルタ	172	94.2	5.8
バンコク	277	88.8	11.2
サンパウロ	87	89.7	10.3

A15.日本の水産品が好きな理由：「味・風味が好き」「健康によい」が二大理由

5都市合算：「味・風味が好き」が68.5%と最も高く、以下「健康によい」64.6%、「いろいろな調理ができる」49.2%が続く。

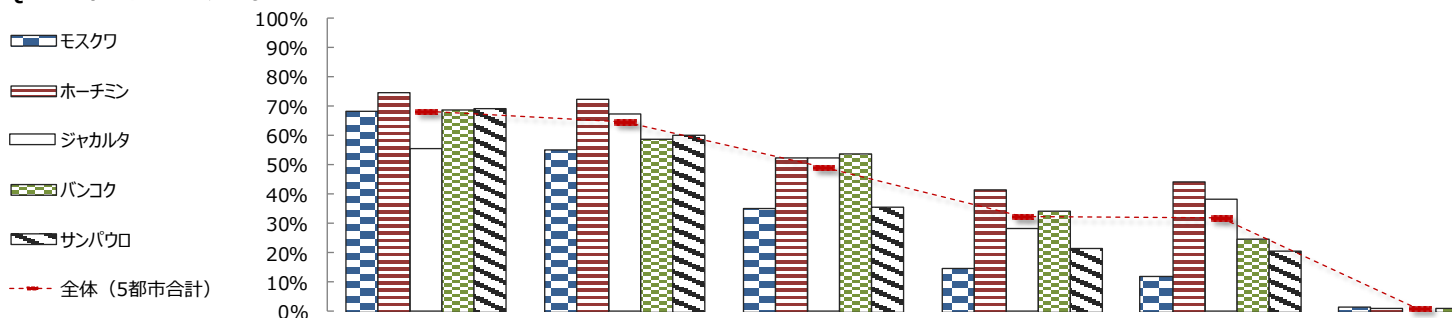
都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が好き」が68.4%と最も高く、以下「健康によい」55.3%、「いろいろな調理ができる」35.1%が続く。
- ホーチミン：「味・風味が好き」が75.0%と最も高く、以下「健康によい」72.4%、「いろいろな調理ができる」52.3%が続く。
- ジャカルタ：「健康によい」が67.3%と最も高く、以下「味・風味が好き」55.6%、「いろいろな調理ができる」52.5%が続く。
- バンコク：「味・風味が好き」が68.7%と最も高く、以下「健康によい」58.9%、「いろいろな調理ができる」54.1%が続く。
- サンパウロ：「味・風味が好き」が69.2%と最も高く、以下「健康によい」60.3%、「いろいろな調理ができる」35.9%が続く。

好きな理由の抜粋

- 新鮮で冷凍でなかった
- 医者に勧められている
- とても美味しい

◇ Q15.日本の水産品が好きな理由



Q15.日本の水産品が好きな理由	n	味・風味が好き	健康によい	いろいろな調理ができる (刺身、寿司など)	高級感	安全性が高いから	その他
全体 (5都市合計)	904	68.5	64.6	49.2	32.3	31.9	1.0
都市別							
モスクワ	114	68.4	55.3	35.1	14.9	12.3	1.8
ホーチミン	304	75.0	72.4	52.3	41.8	44.4	1.3
ジャカルタ	162	55.6	67.3	52.5	28.4	38.3	-
バンコク	246	68.7	58.9	54.1	34.6	24.8	1.2
サンパウロ	78	69.2	60.3	35.9	21.8	20.5	-

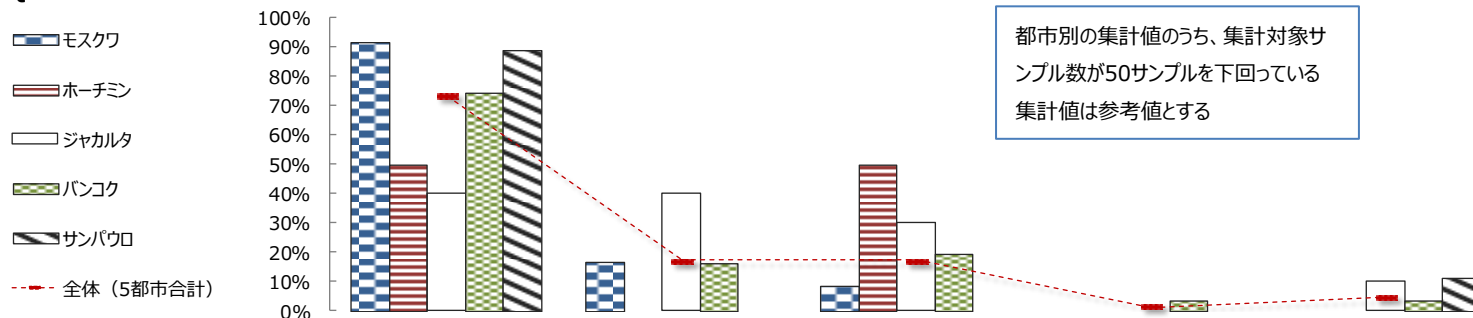
A16.日本の水産物が好きではない理由：「味・風味が合わない」が最大の理由

6都市合算：「味・風味が合わない」が73.4%と最も高く、以下「安全性に不安がある」・「値段が高い」17.2%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が合わない」が91.7%と最も高く、以下「安全性に不安がある」16.7%、「値段が高い」8.3%が続く。
- ホーチミン：「味・風味が合わない」・「値段が高い」が50.0%であった。
- ジャカルタ：「味・風味が合わない」・「安全性に不安がある」が40.0%、「値段が高い」が30.0%であった。
- バンコク：「味・風味が合わない」が74.2%と最も高く、以下「値段が高い」19.4%、「安全性に不安がある」16.1%が続く。
- サンパウロ：「味・風味が合わない」が88.9%、「その他」が11.1%であった。

◇ Q16.日本の水産物が好きではない理由



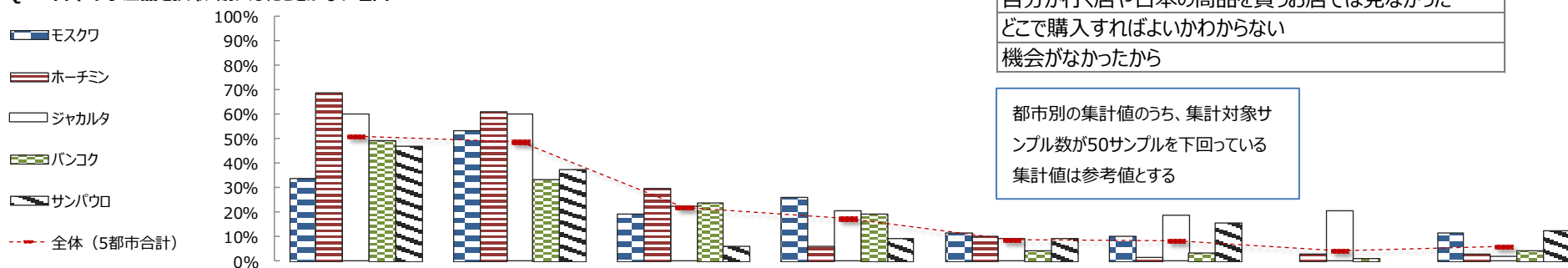
Q16.日本の水産物が好きではない理由		n	味・風味が合わない	安全性に不安があるから	値段が高い	健康に悪そう	その他
全体（5都市合計）		64	73.4	17.2	17.2	1.6	4.7
都市別	モスクワ	12	91.7	16.7	8.3	-	-
	ホーチミン	2	50.0	-	50.0	-	-
	ジャカルタ	10	40.0	40.0	30.0	-	10.0
	バンコク	31	74.2	16.1	19.4	3.2	3.2
	サンパウロ	9	88.9	-	-	-	11.1

A17.日本の水産物を摂取・購入したことがない理由：「価格」「販売場所」が問題

5都市合算：「値段が高い」が51.2%と最も高く、以下「場所が限られている・わからない」48.8%、「食べ方がわからない」22.0%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「場所が限られている・わからない」が53.2%と最も高く、「値段が高い」33.8%、「安全性に不安があるから」26.0%と続く。
 - ホーチミン：「値段が高い」が68.7%と最も高く、「場所が限られている・わからない」61.2%、「食べ方がわからない」29.9%と続く。
 - ジャカルタ：「値段が高い」・「場所が限られている・わからない」が60.4%と最も高く、「食べ方がわからない」22.6%が続く。
 - バンコク：「値段が高い」が49.5%と最も高く、「場所が限られている・わからない」33.3%、「食べ方がわからない」23.7%と続く。
 - サンパウロ：「値段が高い」が46.9%と最も高く、「場所が限られている・わからない」37.5%、「食品や料理の見た目に問題がある」15.6%と続く。

◇ Q17.日本の水産物を摂取・購入したことがない理由



摂取・購入したことがない理由の抜粋
 自分が行く店や日本の商品を買うお店では見なかった
 どこで購入すればよいかわからない
 機会がなかったから

都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている
 集計値は参考値とする

Q17.日本の水産物を摂取・購入したことがない理由	n	値段が高い	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	食べ方が分からない	安全性に不安があるから	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	食品や料理の見た目に問題がある	宗教上の問題	その他
全体（5都市合計）	322	51.2	48.8	22.0	17.4	8.7	8.4	4.3	6.2
都市別									
モスクワ	77	33.8	53.2	19.5	26.0	11.7	10.4	-	11.7
ホーチミン	67	68.7	61.2	29.9	6.0	10.4	1.5	3.0	3.0
ジャカルタ	53	60.4	60.4	22.6	20.8	9.4	18.9	20.8	1.9
バンコク	93	49.5	33.3	23.7	19.4	4.3	3.2	1.1	4.3
サンパウロ	32	46.9	37.5	6.3	9.4	9.4	15.6	-	12.5

4. 調査結果

－ 6. 日本の調味料類に関する評価

Q18.日本の調味料類を知っていますか。

Q19.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがありますか。

Q20.日本の調味料類は好きですか。

Q21.日本の調味料類を好きな理由を教えてください。

Q22.日本の調味料類が好きではない理由を教えてください。

Q23.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

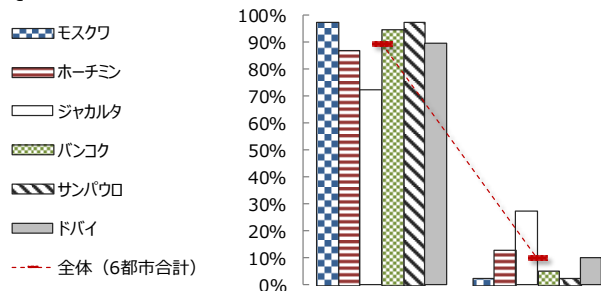
A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：認知率は9割。購入経験者の95%が好きと回答

6都市合算：日本の調味料の認知率は89.9%、認知者の購入経験率は92.9%、購入経験者の94.6%は日本の調味料を好きと回答と回答。

都市別傾向	モスクワ	ホーチミン	ジャカルタ	バンコク	サンパウロ	ドバイ
	：日本の調味料の認知率は97.6%、認知者の購入経験率は96.1%、購入経験者の92.3%は日本の調味料を好きと回答。	：日本の調味料の認知率は87.0%、認知者の購入経験率は89.7%、購入経験者の97.2%は日本の調味料を好きと回答。	：日本の調味料の認知率は72.6%、認知者の購入経験率は86.2%、購入経験者の97.4%は日本の調味料を好きと回答。	：日本の調味料の認知率は94.8%、認知者の購入経験率は92.8%、購入経験者の95.5%は日本の調味料を好きと回答。	：日本の調味料の認知率は97.4%、認知者の購入経験率は96.9%、購入経験者の92.6%は日本の調味料を好きと回答。	：日本の調味料の認知率は89.8%、認知者の購入経験率は93.5%、購入経験者の94.0%は日本の調味料を好きと回答。

A18.日本の調味料類を知っていますか

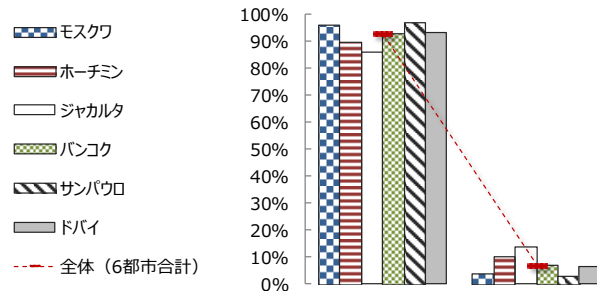
◇ Q18.日本の調味料類の認知



Q18.日本の調味料類の認知	n	はい	いいえ
全体 (6都市合計)	3,000	89.9	10.1
都市別			
モスクワ	500	97.6	2.4
ホーチミン	500	87.0	13.0
ジャカルタ	500	72.6	27.4
バンコク	500	94.8	5.2
サンパウロ	500	97.4	2.6
ドバイ	500	89.8	10.2

A19.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがありますか

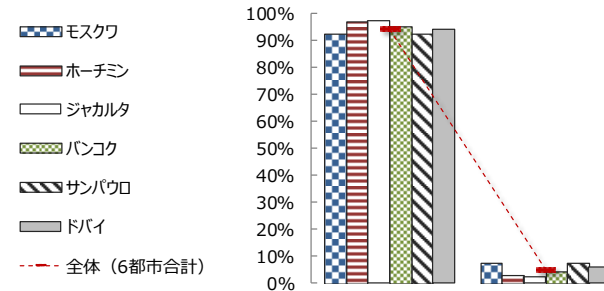
◇ Q19.日本の調味料類の摂取・購入経験



Q19.日本の調味料類の摂取・購入経験	n	はい	いいえ
全体 (6都市合計)	2,696	92.9	7.1
都市別			
モスクワ	488	96.1	3.9
ホーチミン	435	89.7	10.3
ジャカルタ	363	86.2	13.8
バンコク	474	92.8	7.2
サンパウロ	487	96.9	3.1
ドバイ	449	93.5	6.5

A20.日本の調味料類は好きですか

◇ Q20.日本の調味料類は好きですか



Q20.日本の調味料類は好きですか	n	はい	いいえ
全体 (6都市合計)	2,504	94.6	5.4
都市別			
モスクワ	469	92.3	7.7
ホーチミン	390	97.2	2.8
ジャカルタ	313	97.4	2.6
バンコク	440	95.5	4.5
サンパウロ	472	92.6	7.4
ドバイ	420	94.0	6.0

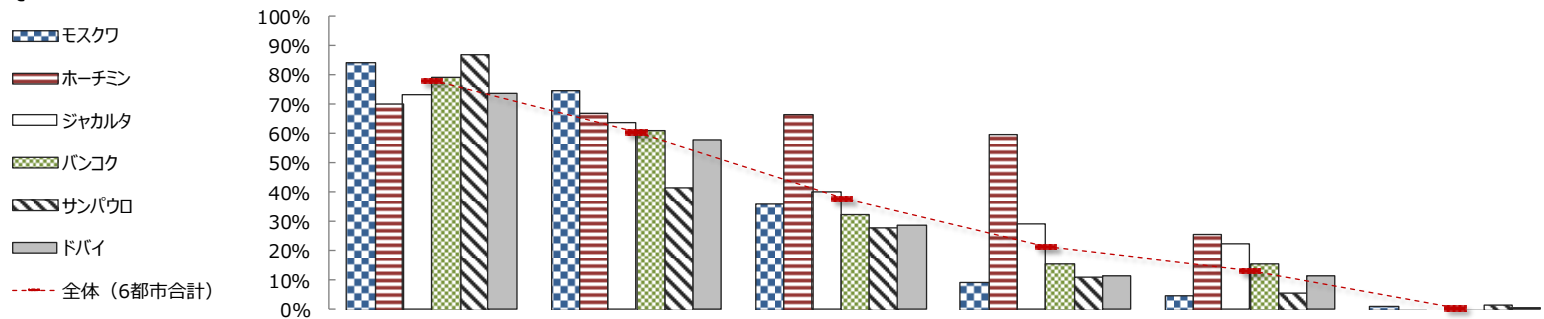
A21.日本の調味料類が好きな理由：「味・風味が好き」「いろいろな料理に使える」が二大理由

6都市合算：「味・風味が好き」が78.6%と最も高く、以下「いろいろな調理ができる」60.7%、「健康によい」38.1%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が好き」が84.5%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」74.6%、「健康によい」36.0%が続く。
- ホーチミン：「味・風味が好き」が70.2%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」67.0%、「健康によい」66.8%が続く。
- ジャカルタ：「味・風味が好き」が73.4%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」63.9%、「健康によい」40.3%が続く。
- バンコク：「味・風味が好き」が79.5%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」61.2%、「健康によい」32.4%が続く。
- サンパウロ：「味・風味が好き」が87.0%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」41.6%、「健康によい」27.9%が続く。
- ドバイ：「味・風味が好き」が73.7%と最も高く、以下「いろいろな調理に使える」57.7%、「健康によい」28.6%が続く。

◇ Q21.日本の調味料類が好きな理由



Q21.日本の調味料類が好きな理由	n	味・風味が好き	いろいろな料理に使える	健康によい	安全性が高い	高級感	その他
全体 (6都市合計)	2,369	78.6	60.7	38.1	21.7	13.6	0.7
都市別							
モスクワ	433	84.5	74.6	36.0	9.2	4.8	1.2
ホーチミン	379	70.2	67.0	66.8	59.6	25.6	0.3
ジャカルタ	305	73.4	63.9	40.3	29.2	22.3	-
バンコク	420	79.5	61.2	32.4	15.5	15.7	0.2
サンパウロ	437	87.0	41.6	27.9	11.0	5.5	1.6
ドバイ	395	73.7	57.7	28.6	11.4	11.4	0.5

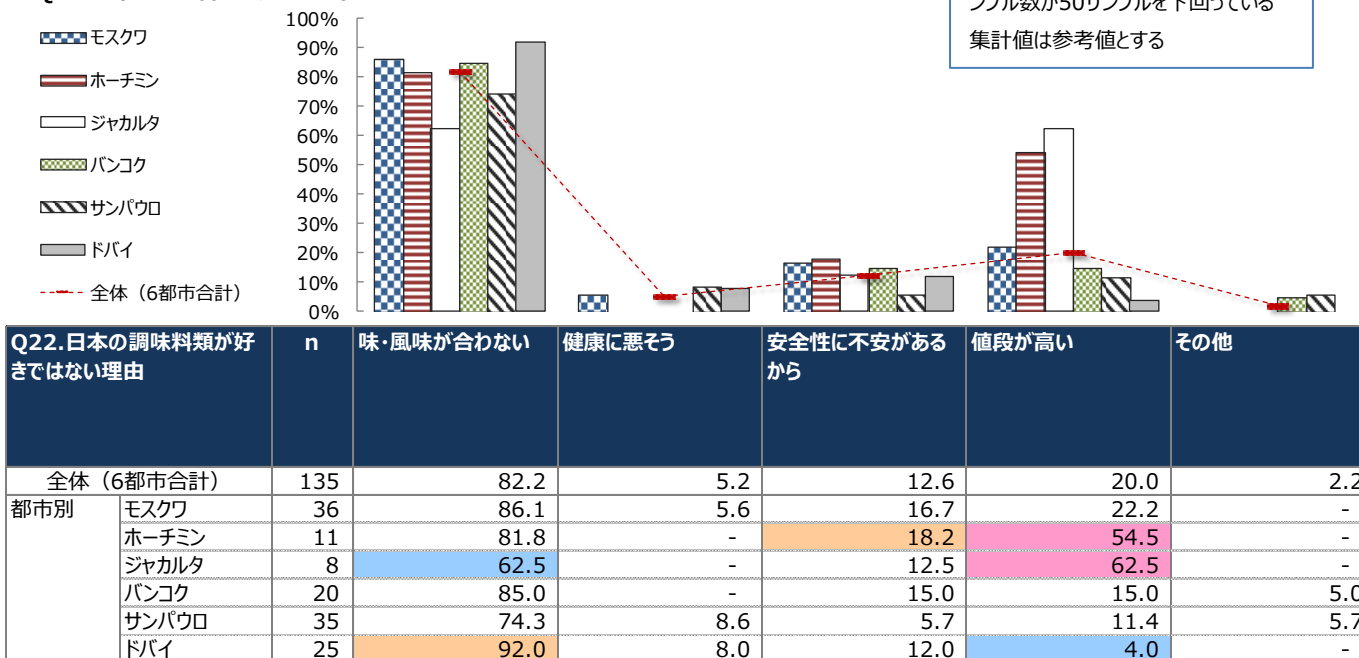
A22.日本の調味料類が好きではない理由：「味・風味が合わない」が最大の理由

6都市合算：「味・風味が合わない」が82.2%と最も高く、以下「値段が高い」20.0%、「安全性に不安があるから」12.6%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が合わない」が86.1%と最も高く、以下「値段が高い」22.2%、「安全性に不安があるから」16.7%が続く。
- ホーチミン：「味・風味が合わない」が81.8%と最も高く、「値段が高い」54.5%、「安全性に不安があるから」18.2%であった。
- ジャカルタ：「味・風味が合わない」・「値段が高い」が62.5%と最も高く、「安全性に不安があるから」12.5%であった。
- バンコク：「味・風味が合わない」が85.0%と最も高く、「値段が高い」・「安全性に不安がある」15.0%であった。
- サンパウロ：「味・風味が合わない」が74.3%と最も高く、以下「値段が高い」11.4%、「健康に悪そう」8.6%が続く。
- ドバイ：「味・風味が合わない」が92.0%と最も高く、以下「安全性に不安があるから」12.0%、「健康に悪そう」8.0%が続く。

◇ Q22.日本の調味料類が好きではない理由



都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

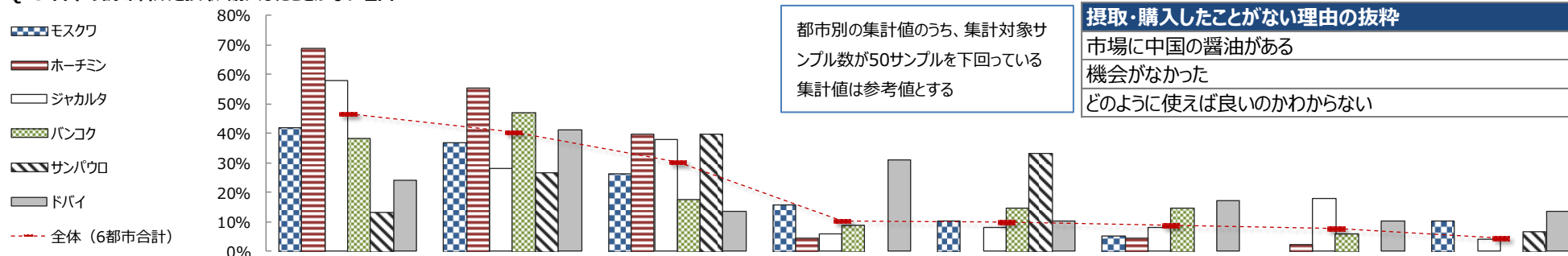
A23.日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由：「販売場所」「利用方法」が問題

6都市合算：「場所が限られている・わからない」が46.9%と最も高く、以下「利用方法がわからない」40.6%、「値段が高い」30.2%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「場所が限られている・わからない」が42.1%と最も高く、以下「利用方法がわからない」36.8%、「値段が高い」26.3%と続く。
- ホーチミン：「場所が限られている・わからない」が68.9%と最も高く、以下「利用方法がわからない」55.6%、「値段が高い」40.0%と続く。
- ジャカルタ：「場所が限られている・わからない」が58.0%と最も高く、以下「値段が高い」38.0%、「利用方法がわからない」28.0%と続く。
- バンコク：「利用方法がわからない」が47.1%と最も高く、以下「場所が限られている・わからない」38.2%、「値段が高い」17.6%と続く。
- サンパウロ：「値段が高い」が40.0%と最も高く、以下「食品や料理の見た目に問題がある」33.3%、「利用方法がわからない」26.7%と続く。
- ドバイ：「利用方法がわからない」が41.4%と最も高く、以下「安全性に不安があるから」31.0%、「場所が限られている・わからない」24.1%と続く。

◇ Q23.日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由



都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

摂取・購入したことがない理由の抜粋	
市場に中国の醤油がある	機会がなかった
どのように使えば良いのかわからない	

Q23.日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由	n	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	利用方法が分からない	値段が高い	安全性に不安があるから	食品や料理の見た目に問題がある	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	宗教上の問題	その他
全体（6都市合計）	192	46.9	40.6	30.2	10.4	9.9	8.9	7.8	4.7
都市別									
モスクワ	19	42.1	36.8	26.3	15.8	10.5	5.3	-	10.5
ホーチミン	45	68.9	55.6	40.0	4.4	-	4.4	2.2	-
ジャカルタ	50	58.0	28.0	38.0	6.0	8.0	8.0	18.0	4.0
バンコク	34	38.2	47.1	17.6	8.8	14.7	14.7	5.9	-
サンパウロ	15	13.3	26.7	40.0	-	33.3	-	-	6.7
ドバイ	29	24.1	41.4	13.8	31.0	10.3	17.2	10.3	13.8

4. 調査結果

－ 7. 日本酒に関する評価

Q24.日本酒を知っていますか。

Q25.日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか。

Q26.日本酒は好きですか。

Q27.日本酒が好きな理由を教えてください。

Q28.日本酒が好きではない理由を教えてください。

Q29.日本酒を飲んだこと、購入したことがない理由を教えてください。

A24~26.日本酒の認知・購入実態：認知率は約9割。購入経験者の75%が好きと回答

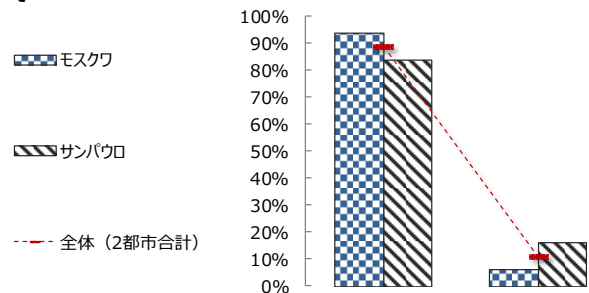
2都市合算：日本酒の認知率は89.0%、認知者の購入経験率は68.8%、購入経験者の74.5%は日本酒が好きと回答。

都市別傾向

- モスクワ：日本酒の認知率は94.0%、認知者の購入経験率は58.9%、購入経験者の60.6%は日本酒が好きと回答。
- サンパウロ：日本酒の認知率は84.0%、認知者の購入経験率は79.8%、購入経験者の86.0%は日本酒が好きと回答。

A24.日本酒を知っていますか

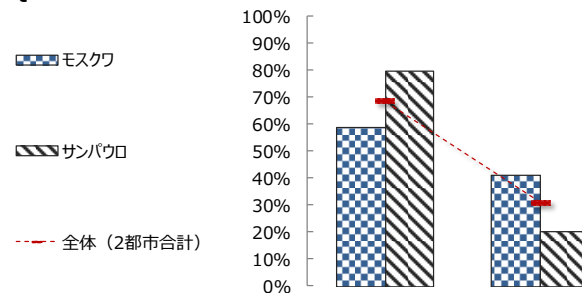
◇ Q24.日本酒の認知



Q24.日本酒の認知	n	はい	いいえ
全体 (2都市合計)	1,000	89.0	11.0
都市別			
モスクワ	500	94.0	6.0
サンパウロ	500	84.0	16.0

A25.日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか

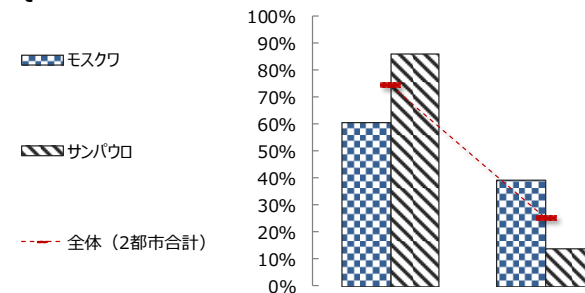
◇ Q25.日本酒の摂取・購入経験



Q25.日本酒の摂取・購入経験	n	はい	いいえ
全体 (2都市合計)	890	68.8	31.2
都市別			
モスクワ	470	58.9	41.1
サンパウロ	420	79.8	20.2

A26.日本酒は好きですか

◇ Q26.日本酒は好きですか



Q26.日本酒は好きですか	n	はい	いいえ
全体 (2都市合計)	612	74.5	25.5
都市別			
モスクワ	277	60.6	39.4
サンパウロ	335	86.0	14.0

A27.日本酒が好きな理由：「味・風味」「いろいろな飲み方」「食事に合う」が三大理由

2都市合算：「味・風味が好き」が67.5%と最も高く、以下「いろいろな飲み方ができる」47.8%、「食事に合う」41.0%が続く。

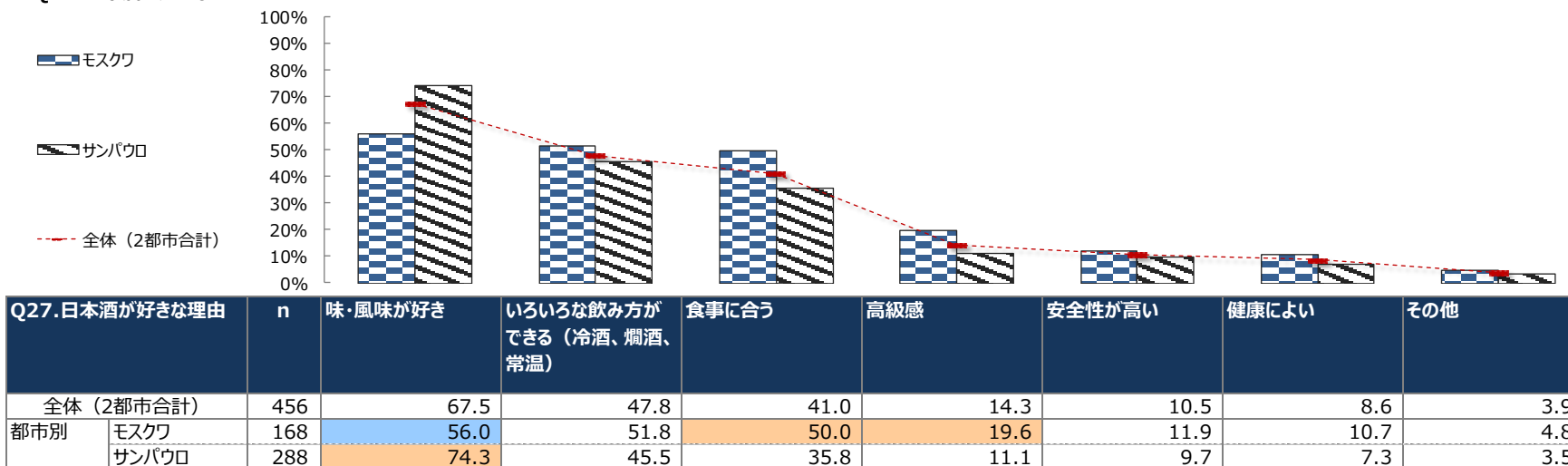
都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が好き」が56.0%と最も高く、以下「いろいろな飲み方ができる」51.8%、「食事に合う」50.0%が続く。
- サンパウロ：「味・風味が好き」が74.3%と最も高く、以下「いろいろな飲み方ができる」45.5%、「食事に合う」35.8%が続く。

好きな理由の抜粋

あまり強くない米のウォッカ
 日本酒のカイビリーニャにする
 果物と相性が良い

◇ Q27.日本酒が好きな理由



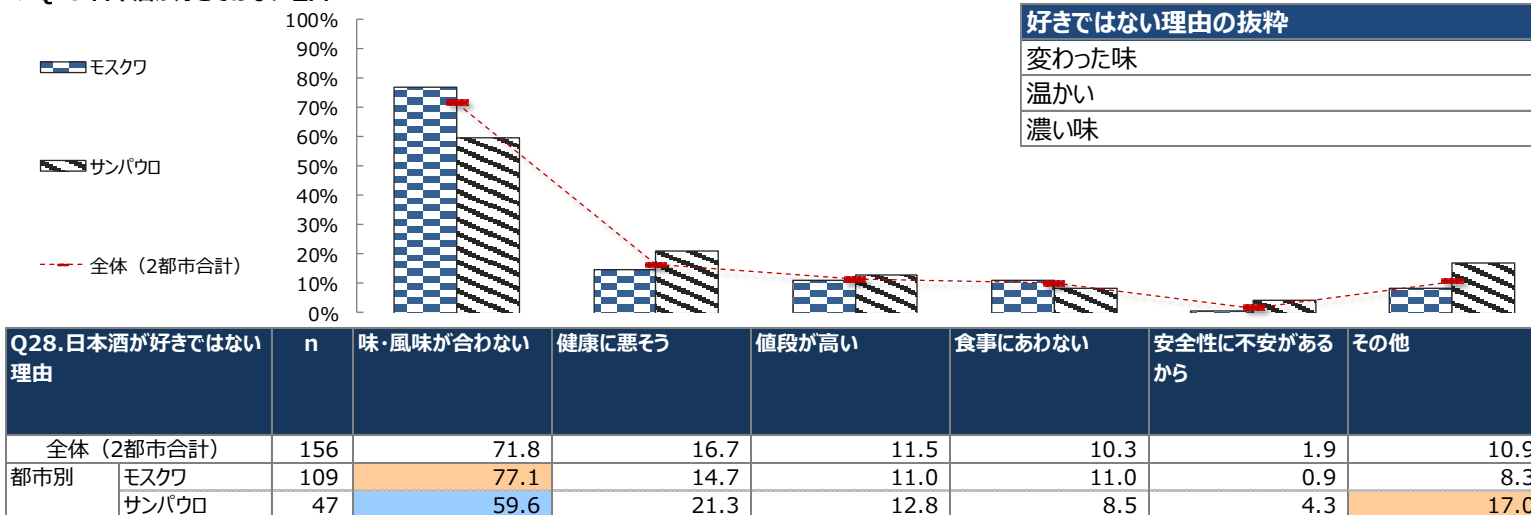
A28.日本酒が好きではない理由：「味・風味が合わない」が最大の理由

2都市合算：「味・風味が合わない」が71.8%と最も高く、以下「健康に悪そう」16.7%、「値段が高い」11.5%が続く。

都市別傾向

モスクワ：「味・風味が合わない」が77.1%と最も高く、以下「健康に悪そう」14.7%、「値段が高い」11.0%が続く。
サンパウロ：「味・風味が合わない」が59.6%と最も高く、以下「健康に悪そう」21.3%、「値段が高い」12.8%が続く。

◇ Q28.日本酒が好きではない理由



都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

好きではない理由の抜粋

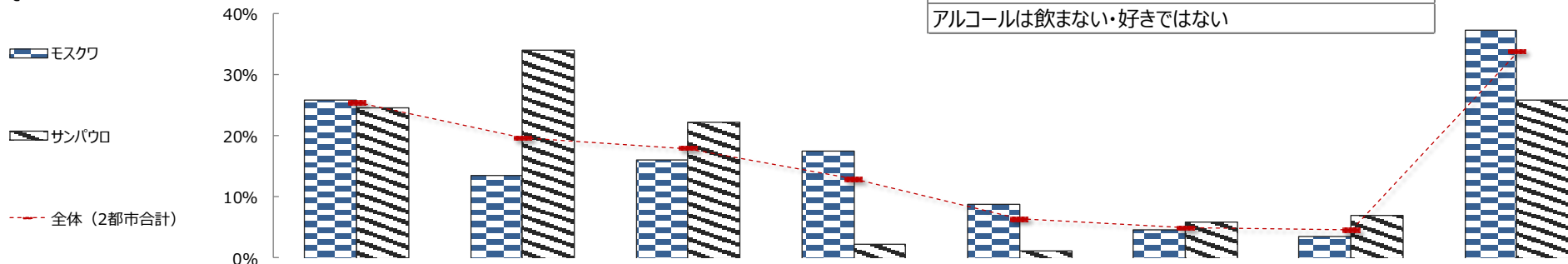
変わった味
温かい
濃い味

A29.日本酒を摂取・購入したことがない理由：「販売場所」「価格」「飲み方」が問題

2都市合算：「その他」を除くと、「場所が限られている・わからない」が25.5%と最も高く、以下「飲み方がわからない」19.8%、「値段が高い」18.0%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「その他」を除くと、「場所が限られている・わからない」が25.9%と最も高く、以下「自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう」17.6%、「値段が高い」16.1%が続く。
 - サンパウロ：「その他」を除くと、「飲み方がわからない」が34.1%と最も高く、次いで「場所が限られている・わからない」24.7%、「値段が高い」22.4%と続く。

◇ Q29.日本酒を摂取・購入したことがない理由



摂取・購入したことがない理由の抜粋	
日本酒に今まで興味がなかった	
機会が無かったから	
アルコールは飲まない・好きではない	

Q29.日本酒を摂取・購入したことがない理由	n	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	飲み方が分からない	値段が高い	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	安全性に不安があるから	宗教上の問題	見た目に問題がある	その他
全体（2都市合計）	278	25.5	19.8	18.0	12.9	6.5	5.0	4.7	33.8
都市別									
モスクワ	193	25.9	13.5	16.1	17.6	8.8	4.7	3.6	37.3
サンパウロ	85	24.7	34.1	22.4	2.4	1.2	5.9	7.1	25.9

4. 調査結果

－ 8. 日本の青果物に関する評価

Q30.日本の青果物を知っていますか。

Q31.日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか。

Q32.日本の青果物は好きですか。

Q33.日本の青果物を好きな理由を教えてください。

Q34.日本の青果物が好きではない理由を教えてください。

Q35.日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

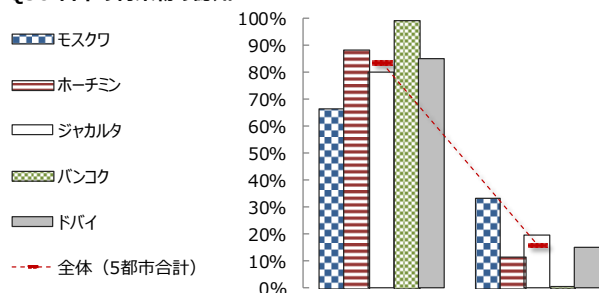
A30~32.日本の青果物の認知・購入実態：認知率は約8割。購入経験者の98%が好きと回答

5都市合算：日本の青果物の認知率は83.9%、認知者の購入経験率は88.9%、購入経験者の98.3%は日本の青果物を好きと回答と回答。

- 都市別傾向
- モスクワ：日本の青果物の認知率は66.4%、認知者の購入経験率は70.8%、購入経験者の95.3%は日本の青果物を好きと回答。
 - ホーチミン：日本の青果物の認知率は88.4%、認知者の購入経験率は89.8%、購入経験者の99.5%は日本の青果物を好きと回答。
 - ジャカルタ：日本の青果物の認知率は80.2%、認知者の購入経験率は96.5%、購入経験者の99.0%は日本の青果物を好きと回答。
 - バンコク：日本の青果物の認知率は99.4%、認知者の購入経験率は97.4%、購入経験者の98.8%は日本の青果物を好きと回答。
 - ドバイ：日本の青果物の認知率は85.0%、認知者の購入経験率は85.2%、購入経験者の87.5%は日本の青果物を好きと回答。

A30.日本の青果物を知っていますか

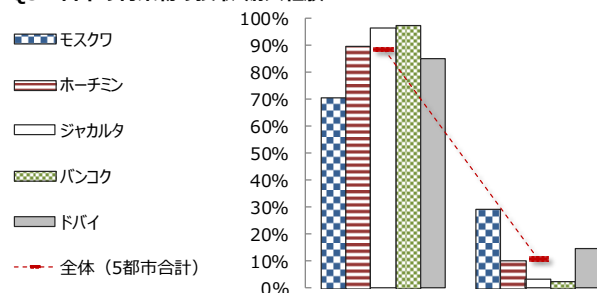
◇ Q30.日本の青果物の認知



Q30.日本の青果物の認知	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	2,500	83.9	16.1
都市別			
モスクワ	500	66.4	33.6
ホーチミン	500	88.4	11.6
ジャカルタ	500	80.2	19.8
バンコク	500	99.4	0.6
ドバイ	500	85.0	15.0

A31.日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか

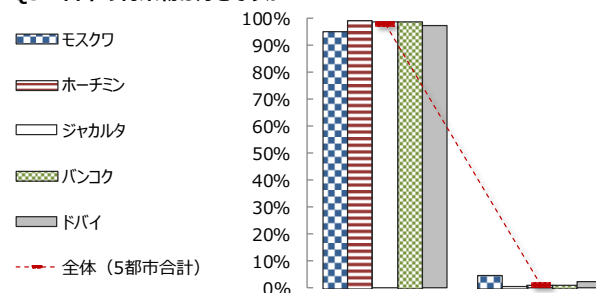
◇ Q31.日本の青果物の摂取・購入経験



Q31.日本の青果物の摂取・購入経験	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	2,097	88.9	11.1
都市別			
モスクワ	332	70.8	29.2
ホーチミン	442	89.8	10.2
ジャカルタ	401	96.5	3.5
バンコク	497	97.4	2.6
ドバイ	425	85.2	14.8

A32.日本の青果物は好きですか

◇ Q32.日本の青果物は好きですか



Q32.日本の青果物は好きですか	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	1,865	98.3	1.7
都市別			
モスクワ	235	95.3	4.7
ホーチミン	397	99.5	0.5
ジャカルタ	387	99.0	1.0
バンコク	484	98.8	1.2
ドバイ	362	97.5	2.5

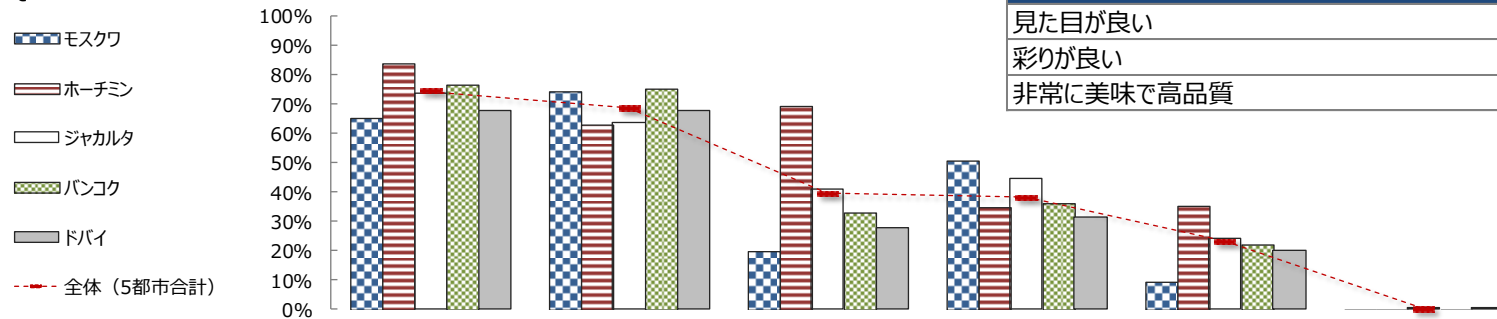
A33.日本の青果物が好きな理由：「健康によい」「味・風味が好き」が二大理由

5都市合算：「健康によい」が74.6%と最も高く、以下「味・風味が好き」68.7%、「安全性が高い」39.9%、「いろいろな調理ができる」38.6%が続く。

都市別傾向

- モスクワ：「味・風味が好き」が74.1%と最も高く、「健康によい」65.2%、「いろいろな調理ができる」50.9%が続く。
- ホーチミン：「健康によい」が84.1%と最も高く、「安全性が高い」69.1%、「味・風味が好き」62.8%が続く。
- ジャカルタ：「健康によい」が73.9%と最も高く、「味・風味が好き」64.0%、「いろいろな調理ができる」44.6%、「安全性が高い」41.3%が続く。
- バンコク：「健康によい」が76.8%と最も高く、「味・風味が好き」75.3%、「いろいろな調理ができる」36.2%、「安全性が高い」32.8%が続く。
- ドバイ：「味・風味が好き」が68.0%と最も高く、「健康によい」67.7%、「いろいろな調理ができる」31.4%が続く。

◇ Q33.日本の青果物が好きな理由



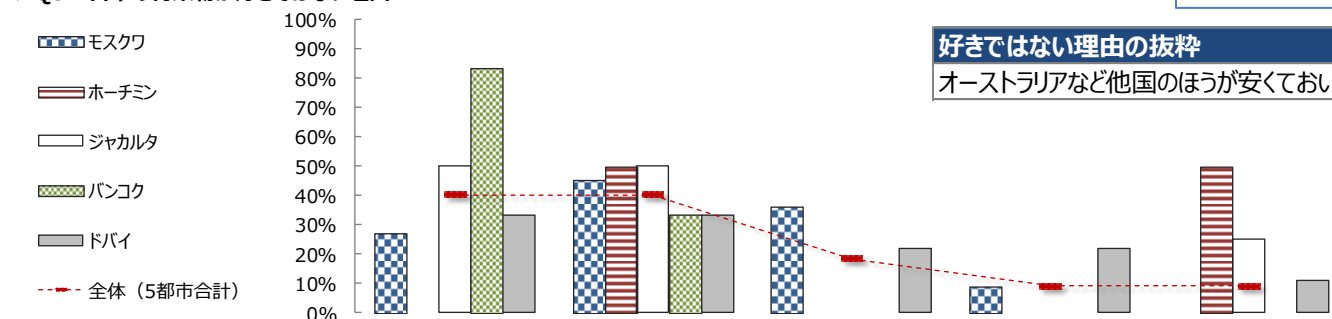
Q33.日本の青果物が好きな理由		n	健康によい	味・風味が好き	安全性が高い	いろいろな調理ができる (生食、ケーキ、ゼリー、ジュースなど)	高級感	その他
全体 (5都市合計)		1,833	74.6	68.7	39.9	38.6	23.5	0.4
都市別	モスクワ	224	65.2	74.1	19.6	50.9	9.4	0.4
	ホーチミン	395	84.1	62.8	69.1	34.9	35.2	0.3
	ジャカルタ	383	73.9	64.0	41.3	44.6	24.3	0.5
	バンコク	478	76.8	75.3	32.8	36.2	22.2	0.4
	ドバイ	353	67.7	68.0	28.0	31.4	20.4	0.3

A34.日本の青果物が好きではない理由：「味・風味が合わない」「値段が高い」が主な理由

5都市合算：「味・風味が合わない」・「値段が高い」40.6%となった。但し、回答者数が少ないため、これらは参考値である。

- 都市別傾向
- モスクワ：「値段が高い」が45.5%と最も高く、以下「安全性に不安があるから」36.4%、「味・風味が合わない」27.3%が続く。
 - ホーチミン：「値段が高い」が50.0%であった。
 - ジャカルタ：「味・風味が合わない」・「値段が高い」が50.0%であった。
 - バンコク：「味・風味が合わない」が83.3%、「値段が高い」が33.3%であった。
 - ドバイ：「味・風味が合わない」・「値段が高い」が33.3%であった。

◇ Q34.日本の青果物が好きではない理由



Q34.日本の青果物が好きではない理由		n	味・風味が合わない	値段が高い	安全性に不安があるから	健康に悪そう	その他
全体（5都市合計）		32	40.6	40.6	18.8	9.4	9.4
都市別	モスクワ	11	27.3	45.5	36.4	9.1	-
	ホーチミン	2	-	50.0	-	-	50.0
	ジャカルタ	4	50.0	50.0	-	-	25.0
	バンコク	6	83.3	33.3	-	-	-
	ドバイ	9	33.3	33.3	22.2	22.2	11.1

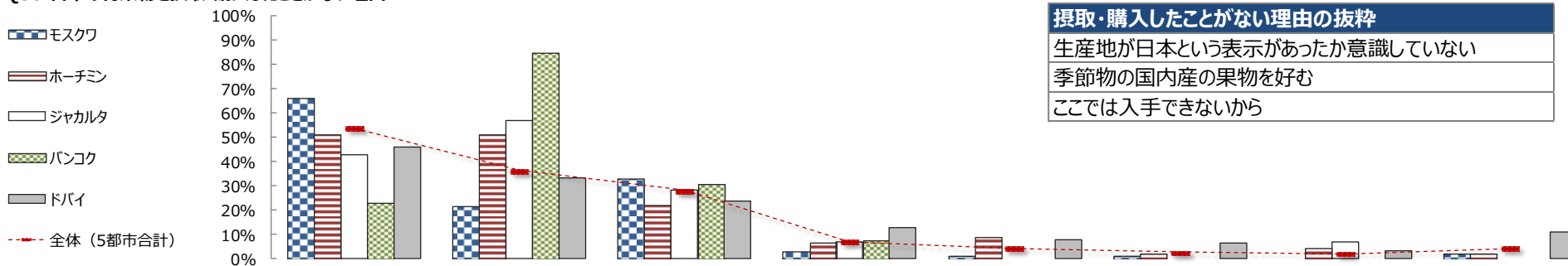
A35.日本の青果物を摂取・購入したことがない理由：「販売場所」「価格」が問題

5都市合算：「場所が限られている・わからない」が53.9%、以下「値段が高い」36.2%、「日本以外の国のものの方が品質が良さそう」28.0%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「場所が限られている・わからない」が66.0%と最も高く、「日本以外の国のものの方が品質が良さそう」33.0%が続く。
 - ホーチミン：「場所が限られている・わからない」・「値段が高い」が51.1%と最も高く、「日本以外の国のものの方が品質が良さそう」22.2%が続く。
 - ジャカルタ：「値段が高い」が57.1%と最も高く、「場所が限られている・わからない」42.9%が続く。
 - バンコク：「値段が高い」が84.6%と最も高く、「日本以外の国のものの方が品質が良さそう」30.8%が続く。
 - ドバイ：「場所が限られている・わからない」が46.0%と最も高く、「値段が高い」33.3%が続く。

都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

◇ Q35.日本の青果物を摂取・購入したことがない理由



Q35.日本の青果物を摂取・購入したことがない理由	n	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	値段が高い	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	安全性に不安があるから	食べ方が分からない	食品や料理の見た目に問題がある	宗教上の問題	その他
全体 (5都市合計)	232	53.9	36.2	28.0	6.9	4.3	2.6	2.2	4.3
都市別									
モスクワ	97	66.0	21.6	33.0	3.1	1.0	1.0	-	2.1
ホーチミン	45	51.1	51.1	22.2	6.7	8.9	2.2	4.4	2.2
ジャカルタ	14	42.9	57.1	28.6	7.1	-	-	7.1	-
バンコク	13	23.1	84.6	30.8	7.7	-	-	-	-
ドバイ	63	46.0	33.3	23.8	12.7	7.9	6.3	3.2	11.1

4. 調査結果

－ 9. 日本の牛肉に関する評価

Q36.日本の牛肉を知っていますか。

Q37.日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか。

Q38.日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか。

Q39.日本の牛肉は好きですか。

Q40.日本の牛肉を好きな理由を教えてください。

Q41.日本の牛肉が好きではない理由を教えてください。

Q42.日本の牛肉を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A36~39.日本の牛肉の認知・購入実態：認知率は約6割。購入率は認知者の約7割。

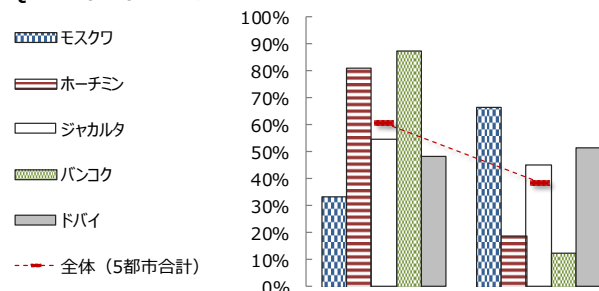
6都市合算：日本の牛肉の認知率は61.0%、認知者の購入経験率は73.1%。

都市別傾向

- モスクワ：日本の牛肉の認知率は33.2%、認知者の購入経験率は58.4%。
- ホーチミン：日本の牛肉の認知率は81.2%、認知者の購入経験率は79.8%。
- ジャカルタ：日本の牛肉の認知率は54.6%、認知者の購入経験率は79.9%。
- バンコク：日本の牛肉の認知率は87.4%、認知者の購入経験率は69.3%。
- ドバイ：日本の牛肉の認知率は48.4%、認知者の購入経験率は71.1%。

A36.日本の牛肉を知っていますか

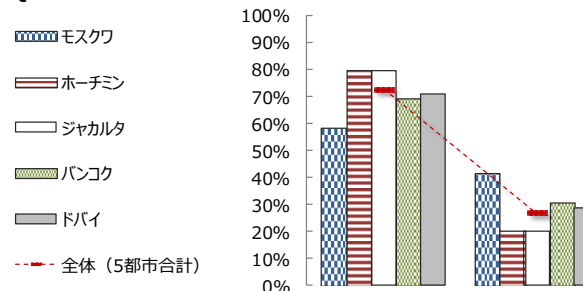
◇ Q36.日本の牛肉の認知



Q36.日本の牛肉の認知		n	はい	いいえ
全体（5都市合計）		2,500	61.0	39.0
都市別	モスクワ	500	33.2	66.8
	ホーチミン	500	81.2	18.8
	ジャカルタ	500	54.6	45.4
	バンコク	500	87.4	12.6
	ドバイ	500	48.4	51.6

A37.日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか

◇ Q37.日本の牛肉の摂取・購入経験



Q37.日本の牛肉の摂取・購入経験		n	はい	いいえ
全体（5都市合計）		1,524	73.1	26.9
都市別	モスクワ	166	58.4	41.6
	ホーチミン	406	79.8	20.2
	ジャカルタ	273	79.9	20.1
	バンコク	437	69.3	30.7
	ドバイ	242	71.1	28.9

A36~39.日本の牛肉の認知・購入実態：購入経験者の98%が好きと回答

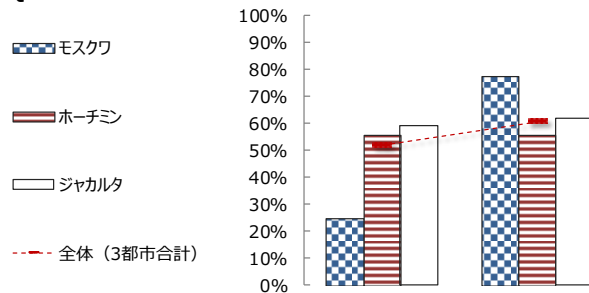
5都市合算：日本の牛肉を食べた、購入したのは「日本」が52.3%、「日本以外」が61.0%。（バンコク・ドバイを除く）
購入・摂食経験者の97.7%は日本の牛肉が好きと回答。

都市別傾向

- モスクワ：日本の牛肉を食べた、購入したのは「日本」が24.7%、「日本以外」が77.3%。
購入経験者の95.9%は日本の牛肉が好きと回答。
- ホーチミン：日本の牛肉を食べた、購入したのは「日本」が55.9%、「日本以外」が55.6%。
購入経験者の99.7%は日本の牛肉が好きと回答。
- ジャカルタ：日本の牛肉を食べた、購入したのは「日本」が59.2%、「日本以外」が61.9%。
購入経験者の98.6%は日本の牛肉が好きと回答。
- バンコク：購入経験者の97.0%は日本の牛肉が好きと回答。
- ドバイ：購入経験者の94.8%は日本の牛肉が好きと回答。

A38.日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか。

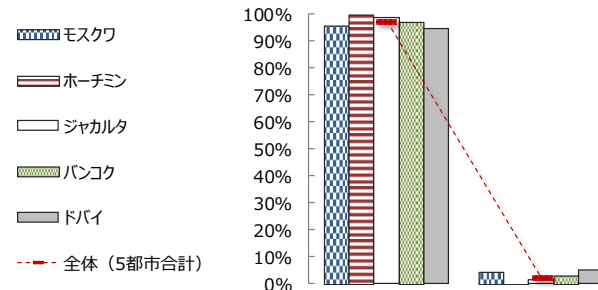
◆ Q38.日本の牛肉の摂取・購入場所



Q38.日本の牛肉の摂取・購入場所	n	日本	日本以外
全体 (3都市合計)	639	52.3	61.0
都市別			
モスクワ	97	24.7	77.3
ホーチミン	324	55.9	55.6
ジャカルタ	218	59.2	61.9

A39.日本の牛肉は好きですか

◆ Q39.日本の牛肉は好きですか



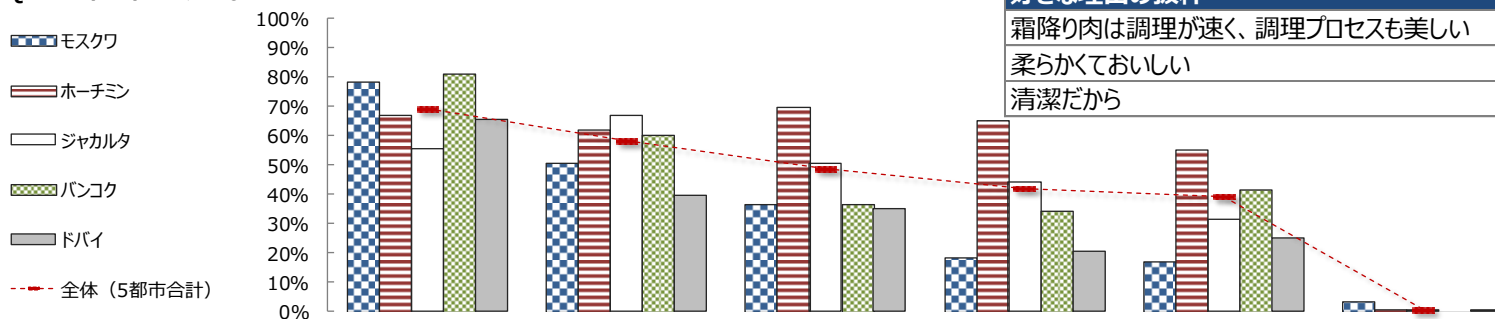
Q39.日本の牛肉は好きですか	n	はい	いいえ
全体 (5都市合計)	1,114	97.7	2.3
都市別			
モスクワ	97	95.9	4.1
ホーチミン	324	99.7	0.3
ジャカルタ	218	98.6	1.4
バンコク	303	97.0	3.0
ドバイ	172	94.8	5.2

A40.日本の牛肉が好きな理由：「味・風味が好き」が最大の理由

5都市合算：「味・風味が好き」が69.5%と最も高く、以下「いろいろな調理ができる」58.3%、「健康によい」48.9%、「安全性が高い」42.1%が続く

- 都市別傾向
- モスクワ：「味・風味が好き」が78.5%と最も高く、「いろいろな調理ができる」50.5%、「健康によい」36.6%、「安全性が高い」18.3%が続く。
 - ホーチミン：「健康によい」が69.7%と最も高く、「味・風味が好き」67.2%、「安全性が高い」65.3%、「いろいろな調理ができる」62.2%が続く。
 - ジャカルタ：「いろいろな調理ができる」が67.0%と最も高く、「味・風味が好き」55.8%、「健康によい」50.7%、「安全性が高い」44.2%が続く。
 - バンコク：「味・風味が好き」が81.3%と最も高く、「いろいろな調理ができる」60.2%、「高級感」41.5%、「健康によい」36.4%が続く。
 - ドバイ：「味・風味が好き」が65.6%と最も高く、「いろいろな調理ができる」39.9%、「健康によい」35.0%、「高級感」25.2%が続く。

◆ Q40.日本の牛肉が好きな理由



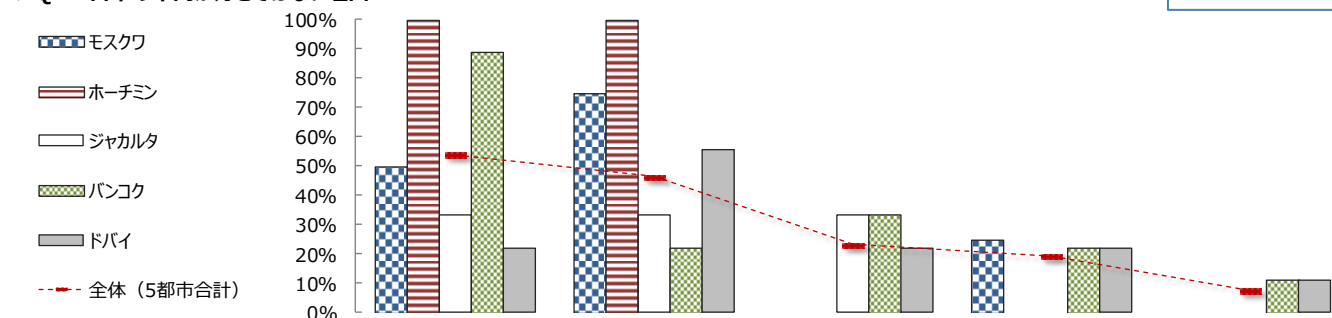
Q40.日本の牛肉が好きな理由	n	味・風味が好き	いろいろな調理ができる (ステーキ、煮込みなど)	健康によい	安全性が高い	高級感	その他
全体 (5都市合計)	1,088	69.5	58.3	48.9	42.1	39.2	0.8
都市別							
モスクワ	93	78.5	50.5	36.6	18.3	17.2	3.2
ホーチミン	323	67.2	62.2	69.7	65.3	55.4	0.9
ジャカルタ	215	55.8	67.0	50.7	44.2	31.6	0.5
バンコク	294	81.3	60.2	36.4	34.4	41.5	0.3
ドバイ	163	65.6	39.9	35.0	20.9	25.2	0.6

A41.日本の牛肉が好きではない理由：「値段が高い」「味・風味が合わない」が二大理由

5都市合算：「値段が高い」が53.8%と最も高く、以下「味・風味が合わない」46.2%、「安全に不安があるから」23.1%が続く。但し、回答者数が少ないため、これらは参考値である。

- 都市別傾向
- モスクワ：「味・風味が合わない」が75.0%、「値段が高い」が50.0%、「健康に悪そう」が25.0%であった。
 - ホーチミン：「値段が高い」・「味・風味が合わない」が100.0%であった。
 - ジャカルタ：「値段が高い」・「味・風味が合わない」・「安全性に不安がある」が33.3%であった。
 - バンコク：「値段が高い」が88.9%、「安全性に不安がある」が33.3%、「味・風味が合わない」・「健康に悪そう」が22.2%であった。
 - ドバイ：「味・風味が合わない」が55.6%、「値段が高い」・「安全性に不安がある」・「健康に悪そう」が22.2%であった。

◇ Q41.日本の牛肉が好きではない理由



都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

Q41.日本の牛肉が好きではない理由		n	値段が高い	味・風味が合わない	安全性に不安があるから	健康に悪そう	その他
全体 (5都市合計)		26	53.8	46.2	23.1	19.2	7.7
都市別	モスクワ	4	50.0	75.0	-	25.0	-
	ホーチミン	1	100.0	100.0	-	-	-
	ジャカルタ	3	33.3	33.3	33.3	-	-
	バンコク	9	88.9	22.2	33.3	22.2	11.1
	ドバイ	9	22.2	55.6	22.2	22.2	11.1

A42.日本の牛肉を摂取・購入したことがない理由：「価格」「販売場所」が問題。

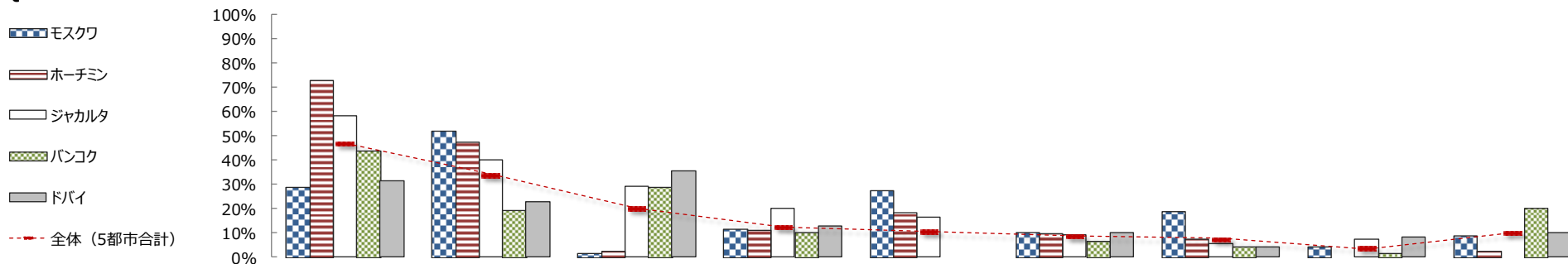
5都市合算：「値段が高い」が47.1%と最も高く、以下「場所が限られている・わからない」33.9%、「宗教上の問題」20.2%が続く。

- 都市別傾向
- モスクワ：「場所が限られている・わからない」が52.2%と最も高く、「値段が高い」29.0%、「自国では売られていないから」27.5%が続く。
 - ホーチミン：「値段が高い」が73.2%と最も高く、「場所が限られている・わからない」47.6%、「自国では売られていないから」18.3%が続く。
 - ジャカルタ：「値段が高い」が58.2%と最も高く、以下「場所が限られている・わからない」40.0%「宗教上の問題」29.1%が続く。
 - バンコク：「値段が高い」が44.0%と最も高く、次いで「宗教上の問題」29.1%、「場所が限られている・わからない」19.4%と続く。
 - ドバイ：「宗教上の問題」が35.7%と最も高く、次いで「値段が高い」31.4%、「場所が限られている・わからない」22.9%と続く。

摂取・購入したことがない理由の抜粋

- 偽物を買ってしまうという不信感
- スーパーで見かけたことがない
- CarrefourやLuluで見たことがない

◇ Q42.日本の牛肉を摂取・購入したことがない理由



Q42.日本の牛肉を摂取・購入したことがない理由	n	値段が高い	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	宗教上の問題	安全性に不安があるから	自国では売られていないから	食べ方が分からない	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	食品や料理の見た目に問題がある	その他
全体（5都市合計）	410	47.1	33.9	20.2	12.4	10.5	8.8	7.6	3.7	10.2
都市別										
モスクワ	69	29.0	52.2	1.4	11.6	27.5	10.1	18.8	4.3	8.7
ホーチミン	82	73.2	47.6	2.4	11.0	18.3	9.8	7.3	-	2.4
ジャカルタ	55	58.2	40.0	29.1	20.0	16.4	9.1	5.5	7.3	-
バンコク	134	44.0	19.4	29.1	10.4	-	6.7	4.5	1.5	20.1
ドバイ	70	31.4	22.9	35.7	12.9	-	10.0	4.3	8.6	10.0

4. 調査結果

－ 10. 日本茶に関する評価

Q43.日本茶を知っていますか。

Q44.日本茶を飲んだこと、購入したことがありますか。

Q45.日本茶は好きですか。

Q46.日本茶を好きな理由を教えてください。

Q47.日本茶が好きではない理由を教えてください。

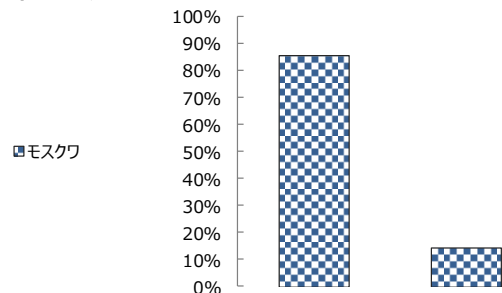
Q48.日本茶を飲んだこと、購入したことがない理由を教えてください。

A43~45.日本茶の認知・購入実態：認知率は86%。購入経験者の94%が好きと回答

日本茶の認知率は85.6%、認知者の購入経験率は82.7%、購入経験者の93.5%は日本茶が好きと回答。
 なお、当該設問の調査はモスクワのみで実施した。

A43.日本茶を知っていますか

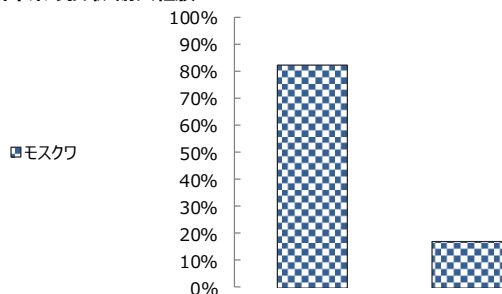
◇ Q43.日本茶の認知



Q43.日本茶の認知		n	はい	いいえ
都市別	モスクワ	500	85.6	14.4

A44.日本茶を飲んだこと、購入したことがありますか

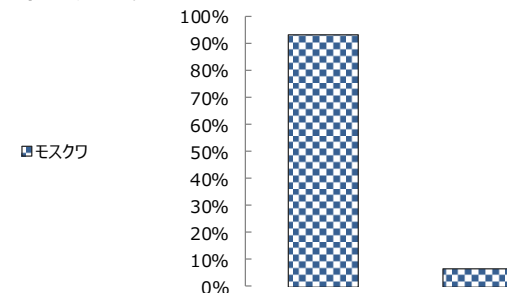
◇ Q44.日本茶の摂取・購入経験



Q44.日本茶の摂取・購入経験		n	はい	いいえ
都市別	モスクワ	428	82.7	17.3

A45.日本茶は好きですか

◇ Q45.日本茶は好きですか

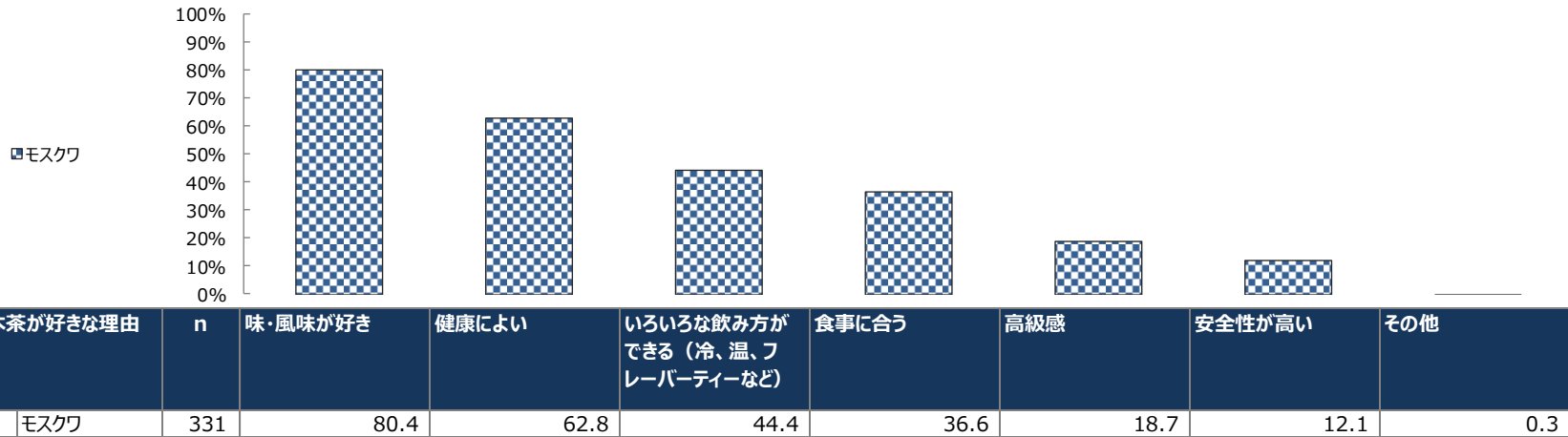


Q45.日本茶は好きですか		n	はい	いいえ
都市別	モスクワ	354	93.5	6.5

A46.日本茶が好きな理由：「味・風味が好き」「健康によい」が二大理由

「味・風味が好き」が80.4%と最も高く、以下「健康によい」62.8%、「いろいろな飲み方ができる」44.4%が続く。
 なお、当該設問の調査はモスクワのみで実施した。

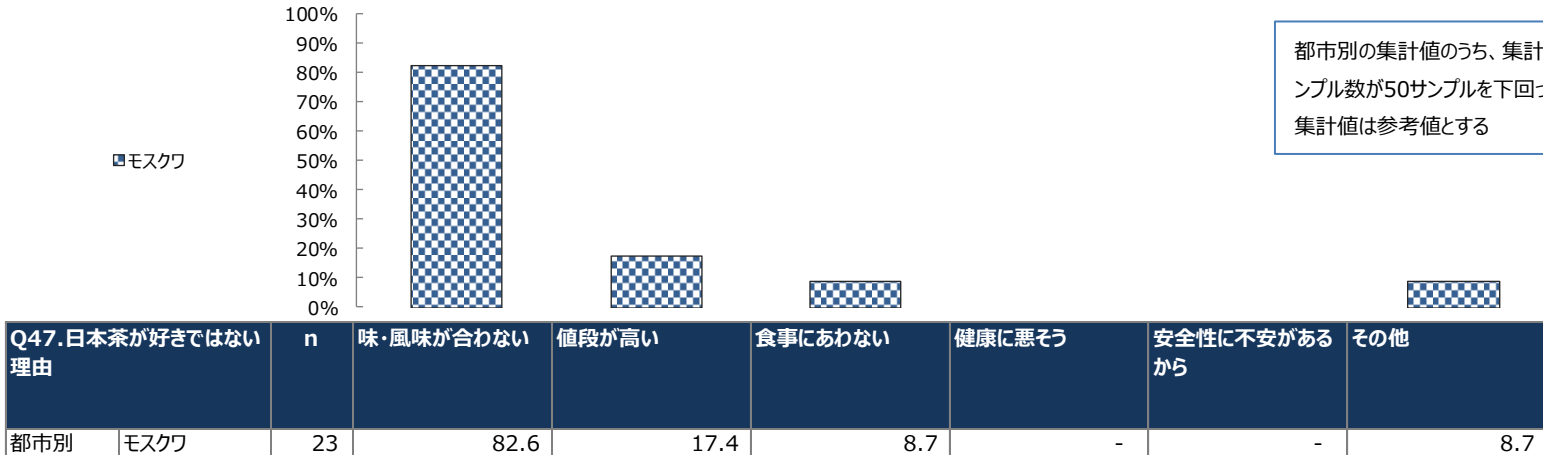
◇ Q46.日本茶が好きな理由



A47.日本茶が好きではない理由：「味・風味が合わない」が最大の理由

「味・風味が合わない」が82.6%と最も高く、以下「値段が高い」17.4%、「食事にあわない」8.7%が続く。
 なお、当該設問の調査はモスクワのみで実施した。

❖ Q47.日本茶が好きではない理由



好きではない理由の抜粋

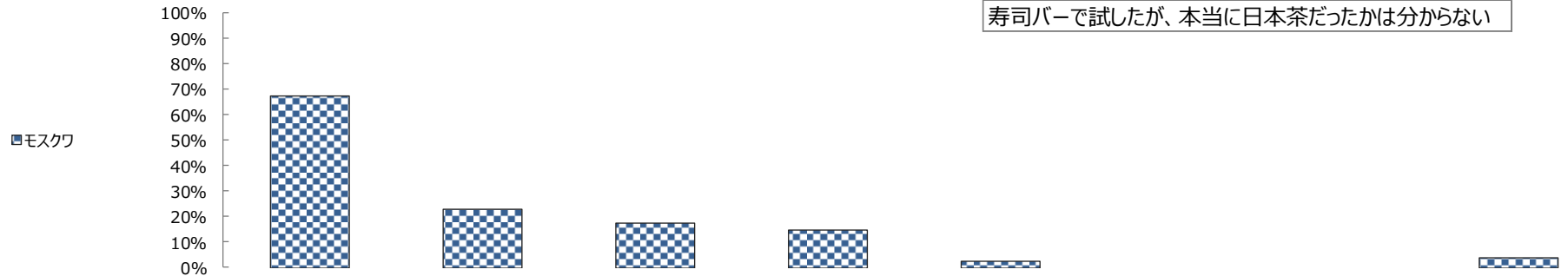
中国茶のほうが好み

都市別の集計値のうち、集計対象サンプル数が50サンプルを下回っている集計値は参考値とする

A48.日本茶を摂取・購入したことがない理由：「販売場所」が最大の問題

「場所が限られている・わからない」が67.6%と最も高く、以下「値段が高い」23.0%、「自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう」17.6%が続く。なお、当該設問の調査はモスクワのみで実施した。

◇ Q48.日本茶を摂取・購入したことがない理由



Q48.日本茶を摂取・購入したことがない理由		n	日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない	値段が高い	自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう	飲み方が分からない	安全性に不安があるから	見た目に問題がある	宗教上の問題	その他
都市別	モスクワ	74	67.6	23.0	17.6	14.9	2.7	-	-	4.1

5. 資料：調査項目一覧

設問No.	項目名	設問文
F1	性別	あなたの性別をお答えください。
F2	年齢	あなたの年齢をお答えください。
F3	居住都市	あなたの居住都市・地域をお答えください。
F4	国籍	あなたの国籍をお答えください。
F5	世帯年収	あなたの世帯年収をお答えください。
F6	宗教	あなたの宗教をお答えください。
F7	海外への渡航経験	海外への渡航経験をお答えください。

設問No.	項目名	設問文
Q1	好きな外国料理	これらの料理の中で、好きな外国料理は何ですか。上位3つを選んでください。
Q2	当該外国料理を好きな理由	あなたが以下の料理を好きな理由として、あてはまるものをお答えください。上位3つを選んでください。
Q3	食品購入時重視点	あなたが日頃、食品を購入する際に重視する点は何ですか。上位3つを選んでください。
Q4	輸入食品購入時重視情報	あなたは輸入食品の購入にあたってどのような情報源を重要視しますか。上位3つを選んでください。
Q5	日本食品購入・日本料理店の利用経験有無	あなたは過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用したことがありますか。
Q6	今現在・今後の日本食品摂取・日本料理店利用意向	あなたは今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたい、あるいは日本料理店に行きたいと思いませんか。
Q7	過去に日本食品を購入・日本料理店を利用したことがない理由	あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。
Q8	今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由	あなたが、今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたいと思わない理由、あるいは日本料理店に行きたいと思わない理由をお答えください。
Q9	日本料理のイメージ	日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。
Q10	好きな日本料理メニュー	好きな日本料理メニューはどれですか。上位3つを選んでください。
Q11	日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由	日本産食品・食材を購入する際に感じる問題点（改善して欲しい点）や日本産食品を買わない理由はありますか。上位3つを選んでください。

設問No.	項目名	設問文
Q12	日本の水産品の認知	日本の水産品を知っていますか。
Q13	日本の水産品の摂取・購入経験	日本の水産品を食べたこと、購入したことがありますか。
Q14	日本の水産品の好意度	日本の水産品は好きですか。
Q15	日本の水産品が好きな理由	日本の水産品を好きな理由を教えてください。
Q16	日本の水産品が好きではない理由	日本の水産品が好きではない理由を教えてください。
Q17	日本の水産品を摂取・購入したことがない理由	日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。
Q18	日本の調味料類の認知	日本の調味料類を知っていますか。
Q19	日本の調味料類の摂取・購入経験	日本の調味料類を食べたこと、購入したことがありますか。
Q20	日本の調味料類は好きですか	日本の調味料類は好きですか。
Q21	日本の調味料類が好きな理由	日本の調味料類を好きな理由を教えてください。
Q22	日本の調味料類が好きではない理由	日本の調味料類が好きではない理由を教えてください。
Q23	日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由	日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

設問No.	項目名	設問文
Q24	日本酒の認知	日本酒を知っていますか。
Q25	日本酒の摂取・購入経験	日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか。
Q26	日本酒は好きですか	日本酒は好きですか。
Q27	日本酒が好きな理由	日本酒を好きな理由を教えてください。
Q28	日本酒が好きではない理由	日本酒が好きではない理由を教えてください。
Q29	日本酒を摂取・購入したことがない理由	日本酒を飲んだこと、購入したことがない理由を教えてください。
Q30	日本の青果物の認知	日本の青果物を知っていますか。
Q31	日本の青果物の摂取・購入経験	日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか。
Q32	日本の青果物は好きですか	日本の青果物は好きですか。
Q33	日本の青果物が好きな理由	日本の青果物を好きな理由を教えてください。
Q34	日本の青果物が好きではない理由	日本の青果物が好きではない理由を教えてください。
Q35	日本の青果物を摂取・購入したことがない理由	日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

設問No.	項目名	設問文
Q36	日本の牛肉の認知	日本の牛肉を知っていますか。
Q37	日本の牛肉の摂取・購入経験	日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか。
Q38	日本の牛肉の摂取・購入場所	日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか。
Q39	日本の牛肉は好きですか	日本の牛肉は好きですか。
Q40	日本の牛肉が好きな理由	日本の牛肉を好きな理由を教えてください。
Q41	日本の牛肉が好きではない理由	日本の牛肉が好きではない理由を教えてください。
Q42	日本の牛肉を摂取・購入したことのない理由	日本の牛肉を食べたこと、購入したことのない理由を教えてください。
Q43	日本茶の認知	日本茶を知っていますか。
Q44	日本茶の摂取・購入経験	日本茶を飲んだこと、購入したことがありますか。
Q45	日本茶は好きですか	日本茶は好きですか。
Q46	日本茶が好きな理由	日本茶を好きな理由を教えてください。
Q47	日本茶が好きではない理由	日本茶が好きではない理由を教えてください。
Q48	日本茶を摂取・購入したことのない理由	日本茶を飲んだこと、購入したことのない理由を教えてください。