

日本食品に対する海外消費者アンケート調査 －モスクワ編－

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	3
3. サマリー	5
4. 調査結果	
- 1. 好きな外国料理	7
- 2. 食品の購入実態	13
- 3. 日本食品購入・日本料理店利用実態	20
- 4. 日本料理について	23
- 5. 日本の水産品に関する評価	34
- 6. 日本の調味料類に関する評価	37
- 7. 日本酒に関する評価	40
- 8. 日本の青果物に関する評価	43
- 9. 日本の牛肉に関する評価	46
- 10. 日本茶に関する評価	49
5. 資料：調査項目一覧	52

1. 調査概要

■ 調査目的

本アンケート調査は、モスクワ（ロシア）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。

なお、今回実施した一連のアンケート調査では、モスクワ以外にも、ジャカルタ（インドネシア）、ホーチミン（ベトナム）、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）に居住する消費者も調査対象とした。モスクワ以外の消費者に関する分析報告は、別途報告書にて取りまとめた。

■ 調査期間

2013年12月4日～2013年12月13日

■ 調査手法

海外インターネット調査

■ 調査対象者条件

- モスクワに居住する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
- ※ なお、上記条件のいずれか（または両方）を満たす回答者は、全アンケート回答者のうち92%であった。

■ サンプル設計

総回収サンプル数：500s

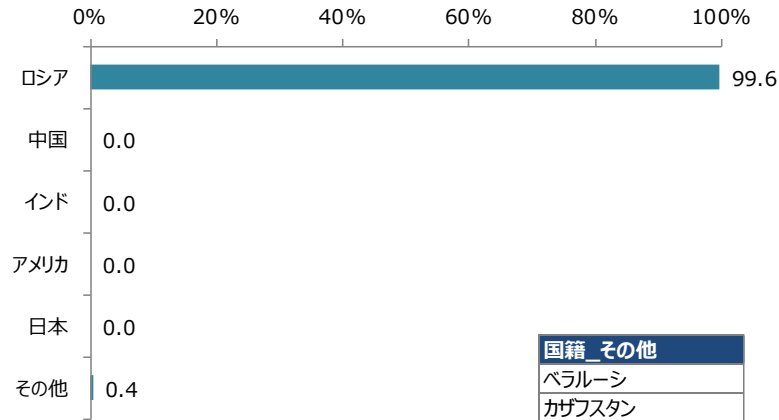
属性別回収サンプル数は右表のとおり

	男性	女性	計
10代	30	30	60
20代	65	65	130
30代	65	65	130
40代	60	60	120
50代	30	30	60
計	250	250	500

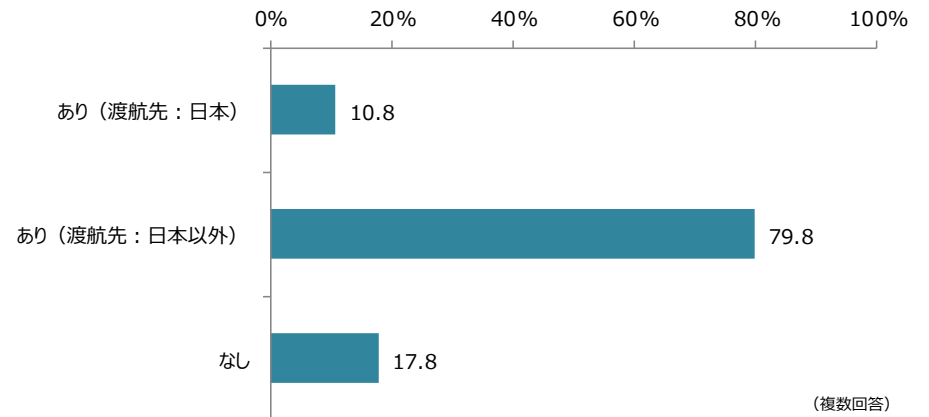
2. 回答者属性

回答者属性

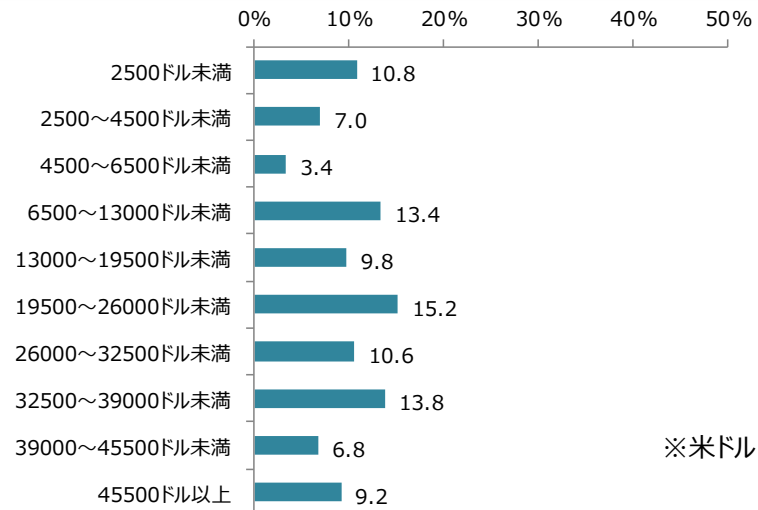
■ 国籍 (n=500)



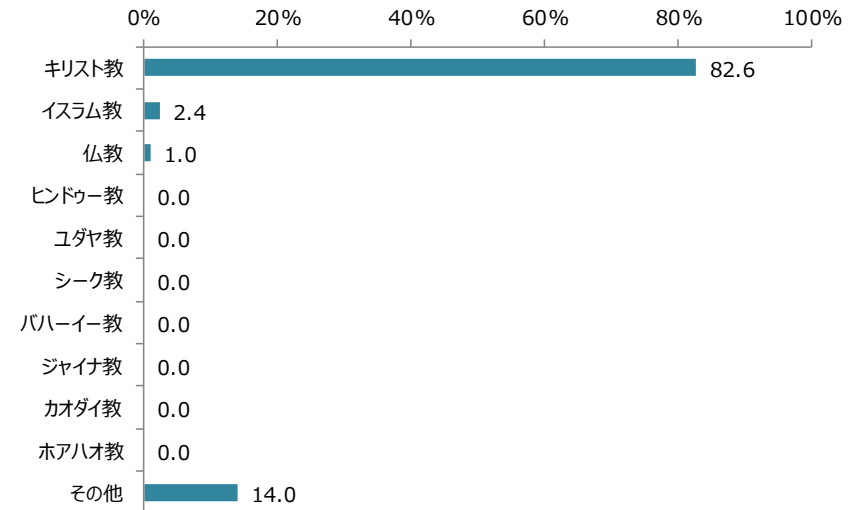
■ 海外渡航経験 (n=500)



■ 世帯年収 (n=500)



■ 宗教 (n=500)



3. サマリー

日本料理は好きな外国料理の上位だが、その人気はイタリア料理と拮抗。好まれている理由は「味・健康・安全性」の3要素。「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おり、高い受容性がうかがえる。「寿司・刺身」の人気が突出。

日本食品・日本料理に関する評価

◆ 好きな外国料理

➢ 好きな外国料理の1位として挙げられるのは「日本料理」。ただし1位から3位までを合算してみると、「イタリア料理」が最も高く、次いで「日本料理」、「フランス料理」と続く。

◆ 日本料理が好きな理由

➢ 1位は「味の良さ」、次いで「健康に配慮」「安全性の高さ」が続く。

◆ 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

➢ 93.8%が過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用した経験があり。95.6%が今現在または今後、日本食品を摂取あるいは日本料理店を利用意向有りと回答。

◆ 日本料理のイメージ

➢ 「美味しい」が最も強いイメージ。次いで「健康に良い」「おしゃれ」が続く。「価格が高い」というイメージを持つ回答者も3割程度存在。

◆ 好きな日本料理

➢ 「寿司・刺身」の人気突出。

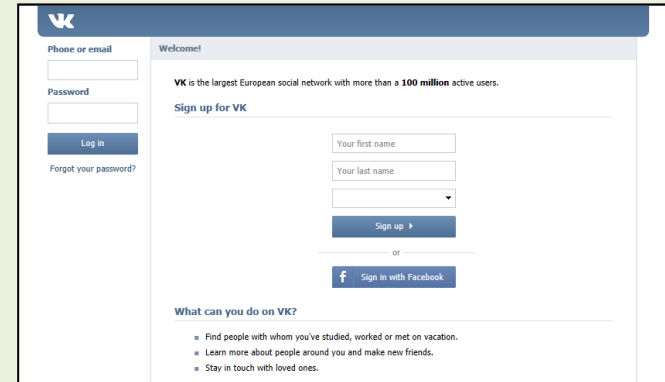
食品に関する基本購買行動

◆ 食品購入時重視点

➢ 「味、健康、経済性」の3要素を重視。「味の良さ」はおおよそ7割。

◆ 輸入食品購入時重視情報

- 「過去に自分で食べたことがある」を最も重視。次いで「友人、知人のすすめ」、「信頼できるブランド・メーカーの商品」を重視。
- 参照されることが多いWEBコンテンツはVkontakte。



日本の食品・食材に関する認知、購入・摂取経験、好意度評価

カテゴリー	認知している人の割合	認知している人のうち、購入・摂取経験がある人の割合	購入・摂取経験がある人のうち、好きと回答した人の割合	好きな理由
水産品	41%	62%	90%	味・風味が好き、健康に良い
調味料	98%	96%	92%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
日本酒	94%	59%	61%	味・風味が好き、いろいろな飲み方ができる
青果物	66%	71%	95%	味・風味が好き、健康に良い
牛肉	33%	58%	96%	味・風味が好き、いろいろな調理ができる
日本茶	86%	83%	94%	味・風味が好き、健康に良い

5. 調査結果

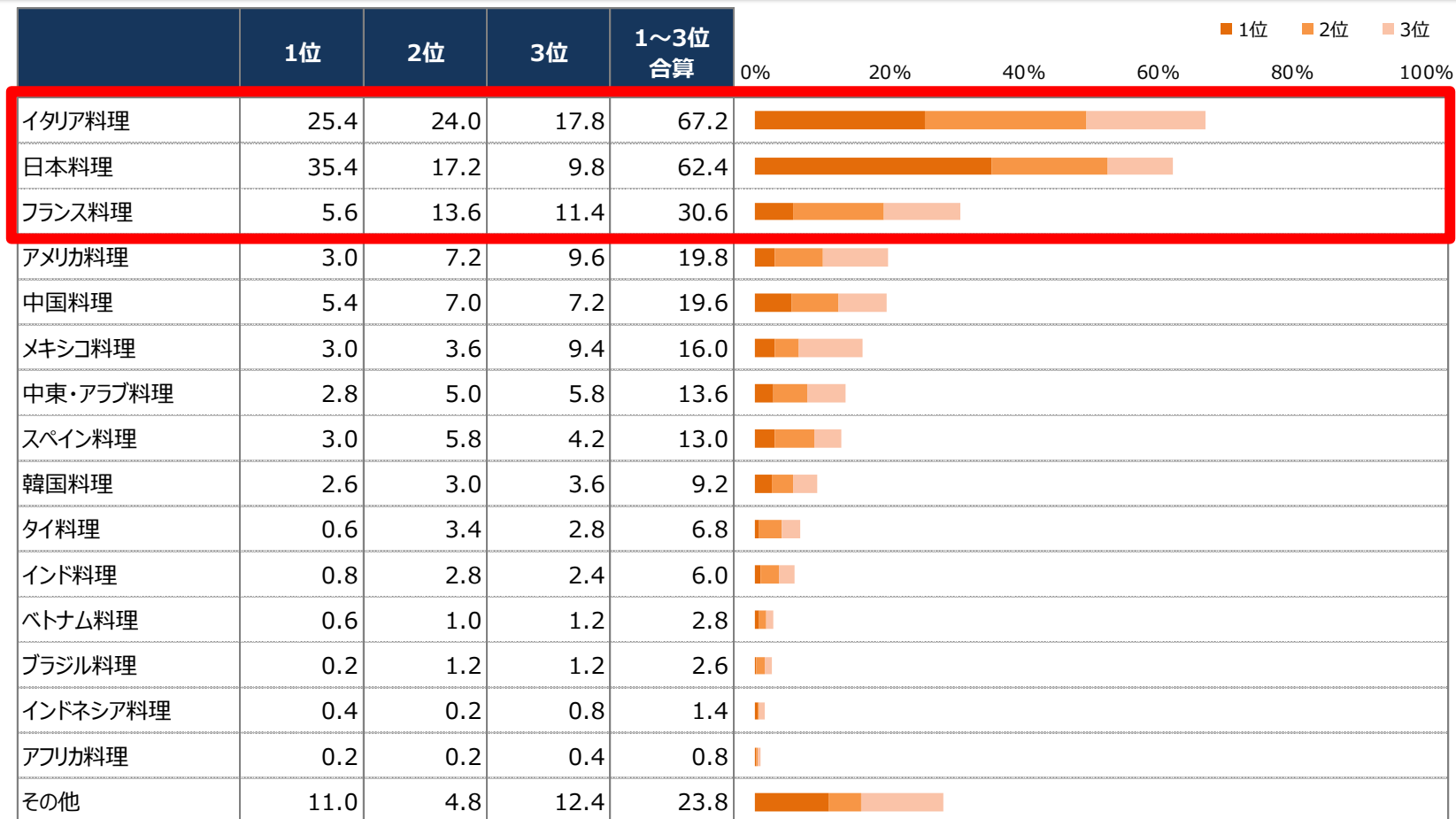
－ 1. 好きな外国料理

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「イタリア料理」がトップ

「イタリア料理」が67.2%と最も高く、次いで「日本料理」62.4%、「フランス料理」30.6%と続く。「イタリア料理」と「日本料理」は60%を超えており、他の国の料理と比較して突出している。



※ 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。

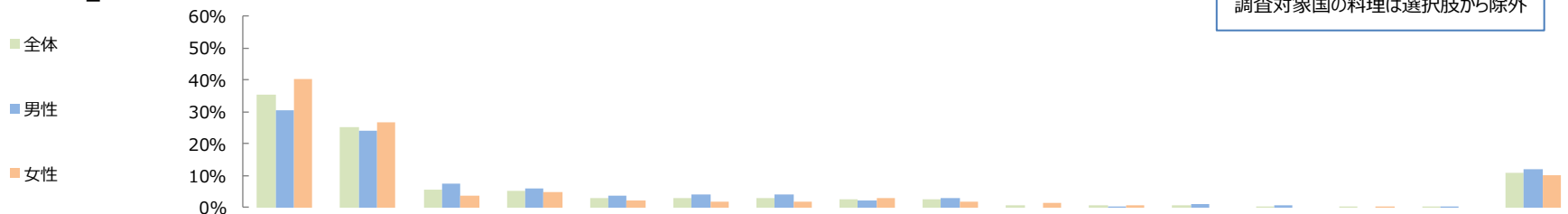
A1.好きな外国料理（1位）：第1位の「日本料理」は女性10～20代に最も人気

「日本料理」が35.4%と最も高く、次いで「イタリア料理」25.4%、「フランス料理」5.6%と続く。「日本料理」は特に女性の人気が高い。

全体傾向との比較

- 性別：女性「日本料理」の割合が5%高い。
- 年代別：20代は「日本料理」の割合が5%以上高く、50代は「フランス料理」の割合が5%以上高い。
- 性別×世代別：女性10～20代は「日本料理」の割合が10%以上高い。

◇ Q1-1.好きな外国料理_1位



調査対象国の料理は選択肢から除外

Q1-1.好きな外国料理_1位		n	日本料理	イタリア料理	フランス料理	中国料理	スペイン料理	アメリカ料理	メキシコ料理	中東・アラブ料理	韓国料理	インド料理	タイ料理	ベトナム料理	インドネシア料理	アフリカ料理	ブラジル料理	その他
全体	全体	500	35.4	25.4	5.6	5.4	3.0	3.0	3.0	2.8	2.6	0.8	0.6	0.6	0.4	0.2	0.2	11.0
性別	男性	250	30.4	24.0	7.6	6.0	3.6	4.0	4.0	2.4	3.2	-	0.4	1.2	0.8	-	0.4	12.0
	女性	250	40.4	26.8	3.6	4.8	2.4	2.0	2.0	3.2	2.0	1.6	0.8	-	-	0.4	-	10.0
年代	10代	60	40.0	26.7	-	1.7	5.0	6.7	-	5.0	-	-	-	1.7	-	-	-	13.3
	20代	130	45.4	20.0	3.8	7.7	1.5	2.3	3.1	3.1	3.8	0.8	0.8	-	-	-	0.8	6.9
	30代	130	30.8	28.5	5.4	6.9	2.3	3.1	4.6	1.5	2.3	-	0.8	1.5	0.8	-	-	11.5
	40代	120	31.7	28.3	7.5	3.3	3.3	1.7	4.2	3.3	3.3	2.5	0.8	-	0.8	-	-	9.2
	50代	60	26.7	23.3	11.7	5.0	5.0	3.3	-	1.7	1.7	-	-	-	-	1.7	-	20.0
世代	10～20代	190	43.7	22.1	2.6	5.8	2.6	3.7	2.1	3.7	2.6	0.5	0.5	0.5	-	-	0.5	8.9
	20～30代	260	38.1	24.2	4.6	7.3	1.9	2.7	3.8	2.3	3.1	0.4	0.8	0.8	0.4	-	0.4	9.2
	30～40代	250	31.2	28.4	6.4	5.2	2.8	2.4	4.4	2.4	2.8	1.2	0.8	0.8	-	-	-	10.4
	40～50代	180	30.0	26.7	8.9	3.9	3.9	2.2	2.8	2.8	2.8	1.7	0.6	-	0.6	0.6	-	12.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	32.6	26.3	5.3	5.3	4.2	7.4	2.1	4.2	3.2	-	-	1.1	-	-	1.1	7.4
	- 男性：20～30代	130	30.8	23.8	7.7	6.9	1.5	3.1	4.6	2.3	3.1	-	0.8	1.5	0.8	-	0.8	12.3
	- 男性：30～40代	125	28.8	23.2	9.6	5.6	3.2	0.8	6.4	0.8	4.0	-	0.8	1.6	1.6	-	-	13.6
	- 男性：40～50代	90	33.3	20.0	10.0	5.6	4.4	2.2	4.4	2.2	4.4	-	-	-	1.1	-	-	12.2
	- 女性：10～20代	95	54.7	17.9	-	6.3	1.1	-	2.1	3.2	2.1	1.1	1.1	-	-	-	-	10.5
	- 女性：20～30代	130	45.4	24.6	1.5	7.7	2.3	2.3	3.1	2.3	3.1	0.8	0.8	-	-	-	-	6.2
	- 女性：30～40代	125	33.6	33.6	3.2	4.8	2.4	4.0	2.4	4.0	1.6	2.4	0.8	-	-	-	-	7.2
	- 女性：40～50代	90	26.7	33.3	7.8	2.2	3.3	2.2	1.1	3.3	1.1	3.3	1.1	-	-	1.1	-	13.3

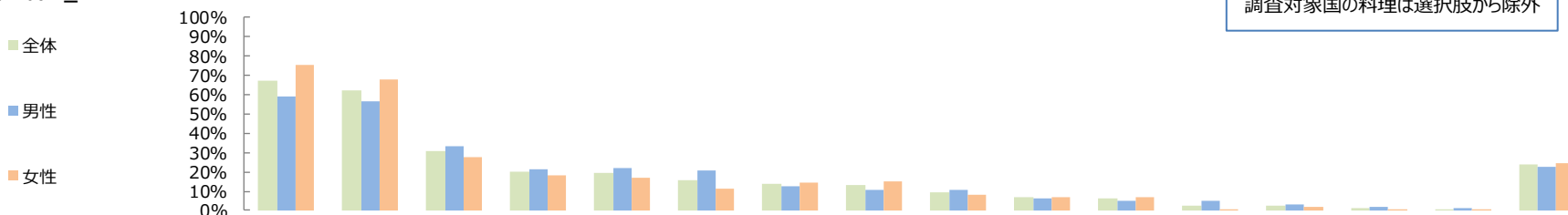
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A1.好きな外国料理（1～3位合算）：第1位の「イタリア料理」は女性に人気

「イタリア料理」が67.2%と最も高く、次いで「日本料理」62.4%、「フランス料理」30.6%と続く。「イタリア料理」と「日本料理」は60%を超えており、他の国の料理と比較して突出している。

- 全体傾向との比較
- 性別：女性は「イタリア料理」「日本料理」の割合が5%以上高い。
 - 年代別：20代は「日本料理」の割合が10%以上高く、50代は「日本料理」の割合が10%以上低い。
 - 性別×世代別：女性10～20代および女性20～30代は「イタリア料理」「日本料理」の割合が10%以上高い。

◆ Q1.好きな外国料理_合算

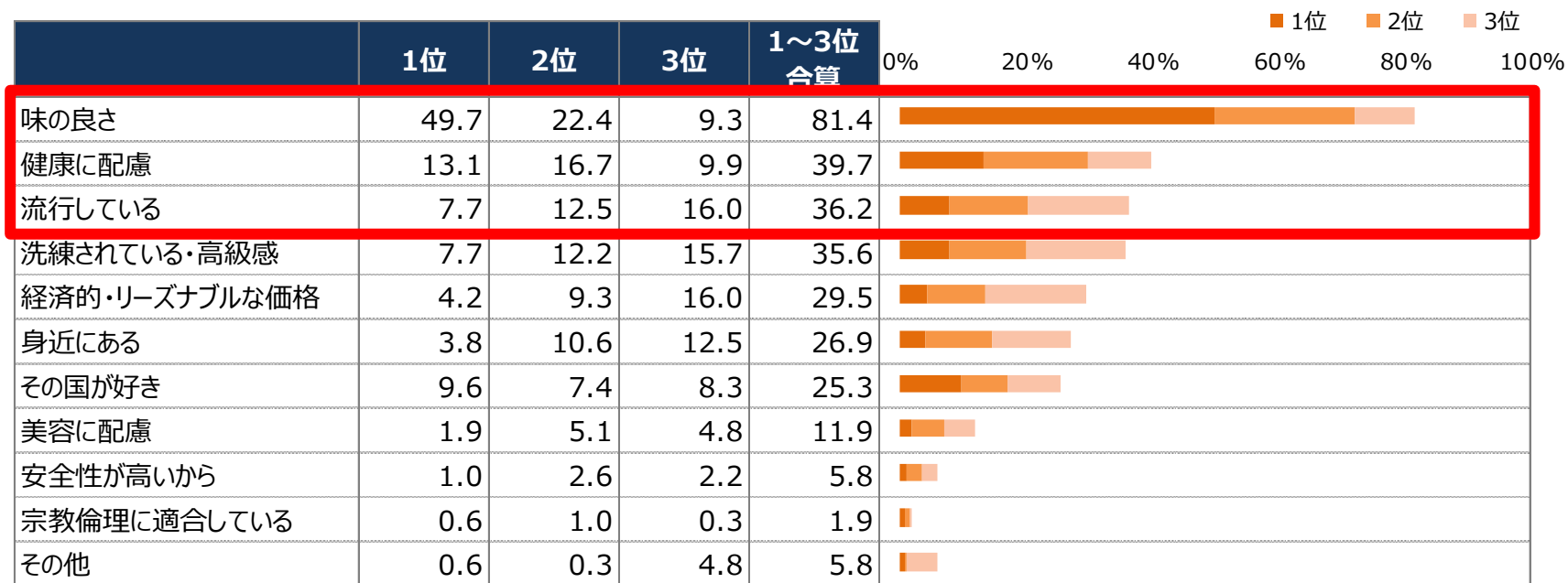


Q1.好きな外国料理_合算		n	イタリア料理	日本料理	フランス料理	アメリカ料理	中国料理	メキシコ料理	中東・アラブ料理	スペイン料理	韓国料理	タイ料理	インド料理	ベトナム料理	ブラジル料理	インドネシア料理	アフリカ料理	その他
全体	500	67.2	62.4	30.6	19.8	19.6	16.0	13.6	13.0	9.2	6.8	6.0	2.8	2.6	1.4	0.8	23.8	
性別	男性	250	58.8	56.8	33.6	21.2	22.0	20.8	12.8	10.8	10.4	6.4	4.8	4.8	3.2	2.0	1.2	22.8
	女性	250	75.6	68.0	27.6	18.4	17.2	11.2	14.4	15.2	8.0	7.2	7.2	0.8	2.0	0.8	0.4	24.8
年代	10代	60	75.0	68.3	20.0	48.3	16.7	8.3	16.7	8.3	8.3	1.7	5.0	3.3	-	-	-	20.0
	20代	130	70.0	74.6	23.8	21.5	21.5	13.8	11.5	10.0	10.8	8.5	3.8	3.1	2.3	2.3	-	20.8
	30代	130	69.2	62.3	31.5	17.7	19.2	18.5	13.1	12.3	8.5	6.9	7.7	3.1	0.8	1.5	1.5	19.2
	40代	120	57.5	54.2	35.8	12.5	22.5	21.7	14.2	15.0	10.0	10.0	6.7	3.3	3.3	0.8	-	27.5
	50代	60	68.3	46.7	43.3	6.7	13.3	11.7	15.0	21.7	6.7	1.7	6.7	-	8.3	1.7	3.3	36.7
世代	10～20代	190	71.6	72.6	22.6	30.0	20.0	12.1	13.2	9.5	10.0	6.3	4.2	3.2	1.6	1.6	-	20.5
	20～30代	260	69.6	68.5	27.7	19.6	20.4	16.2	12.3	11.2	9.6	7.7	5.8	3.1	1.5	1.9	0.8	20.0
	30～40代	250	63.6	58.4	33.6	15.2	20.8	20.0	13.6	13.6	9.2	8.4	7.2	3.2	2.0	1.2	0.8	23.2
	40～50代	180	61.1	51.7	38.3	10.6	19.4	18.3	14.4	17.2	8.9	7.2	6.7	2.2	5.0	1.1	1.1	30.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	63.2	63.2	30.5	33.7	21.1	14.7	13.7	10.5	9.5	5.3	3.2	6.3	2.1	3.2	-	17.9
	- 男性：20～30代	130	61.5	60.0	30.0	20.0	23.1	20.0	12.3	9.2	10.8	6.2	4.6	6.2	2.3	3.1	1.5	21.5
	- 男性：30～40代	125	54.4	54.4	33.6	13.6	24.0	27.2	11.2	10.4	12.0	8.0	5.6	4.8	3.2	1.6	1.6	24.0
	- 男性：40～50代	90	51.1	52.2	38.9	12.2	23.3	24.4	13.3	12.2	12.2	7.8	5.6	2.2	5.6	1.1	1.1	26.7
	- 女性：10～20代	95	80.0	82.1	14.7	26.3	18.9	9.5	12.6	8.4	10.5	7.4	5.3	-	1.1	-	-	23.2
	- 女性：20～30代	130	77.7	76.9	25.4	19.2	17.7	12.3	12.3	13.1	8.5	9.2	6.9	-	0.8	0.8	-	18.5
	- 女性：30～40代	125	72.8	62.4	33.6	16.8	17.6	12.8	16.0	16.8	6.4	8.8	8.8	1.6	0.8	0.8	-	22.4
	- 女性：40～50代	90	71.1	51.1	37.8	8.9	15.6	12.2	15.6	22.2	5.6	6.7	7.8	2.2	4.4	1.1	1.1	34.4

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」、次いで「健康に配慮」「安全性の高さ」などが続く。

日本料理が好きな理由 (n=312)



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 (n=336) →1位 味の良さ (88.1%)、2位 その国が好き (34.8%)、3位 経済的・リーズナブルな価格 (34.2%)

フランス料理を好きな理由 (n=153) →1位 味の良さ (77.8%)、2位 洗練されている・高級感 (58.8%)、3位 その国が好き (35.9%)

アメリカ料理を好きな理由 (n=99) →1位 味の良さ (85.9%)、2位 経済的・リーズナブルな価格 (67.7%)、3位 流行している (56.6%)

※ 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：自由記述の抜粋

「日本料理が好きな理由」としては「オリジナリティ」「タイプや見た目」「材料の組合わせが好き」などがあげられた。

日本料理が好きな理由

オリジナリティ
なんとなく
好き
タイプや見た目
栄養面の方針
群を抜いたオリジナリティ
材料の組合わせが好き
心が安らぐ
盛り付けの見た目
選択肢の多さ
美味しい
普及している
米が好き
変わっている

中国料理が好きな理由

なんとなく
多様
いい香り
クールで興味深い
豆腐を使った食事が多い

タイ料理が好きな理由

物珍しさ

韓国料理が好きな理由

スパイシーさ
普及している
風味豊かな味わい

ベトナム料理が好きな理由

エキゾチック

インド料理が好きな理由

ベジタリアン料理が多い。
なんとなく
新しいものを作ったり味わったりするのは面白い

中東・アラブ料理が好きな理由

単純に好き
スパイシーさ
伝統的

フランス料理が好きな理由

なんとなく
好き
興味深い風味の組合せがある

スペイン料理が好きな理由

栄養がある
美味しい
味が良い

イタリア料理が好きな理由

調理のしやすさ
美味しい
お気に入りの料理
クールで興味深い
ピザは手軽で便利

アメリカ料理が好きな理由

手軽さ
なんとなく
食事の見た目が好き

メキシコ料理が好きな理由

スパイシーさ
多様
メキシコ人の友人がいるから
もの珍しさと新鮮さ
材料の組合せが好き

ブラジル料理が好きな理由

スパイシーさ
変わっている
もの珍しさ

(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」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。モスクワでは、「その国が好き」とう理由が高い結果となった。

【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

5. 調査結果詳細

－ 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

「味の良さ」が68.8%と最も高く、次いで「健康に配慮」43.8%、「経済的・リーズナブルな価格」40.6%と続く。

	1位	2位	3位	1~3位 合算	0% 20% 40% 60% 80% 100%
味の良さ	34.4	19.0	15.4	68.8	
健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	15.4	16.2	12.2	43.8	
経済的・リーズナブルな価格	8.0	15.0	17.6	40.6	
安全性の高さ	17.6	9.0	7.6	34.2	
産地・原産国	5.2	4.8	9.8	19.8	
料理に使いやすい	2.2	9.0	8.2	19.4	
身近に手に入りやすい	3.8	6.0	9.6	19.4	
見栄えやパッケージの美しさ	4.2	5.0	4.2	13.4	
料理の手間を省ける	3.0	4.2	4.0	11.2	
ブランド	1.4	4.0	2.6	8.0	
美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	2.0	3.2	2.6	7.8	
洗練されている・高級感	1.0	2.2	3.2	6.4	
新奇性・珍しさ	1.0	2.0	1.4	4.4	
宗教倫理に適合しているか	0.4	0.4	1.4	2.2	
その他	0.4	0.0	0.2	0.6	

※ 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

原材料

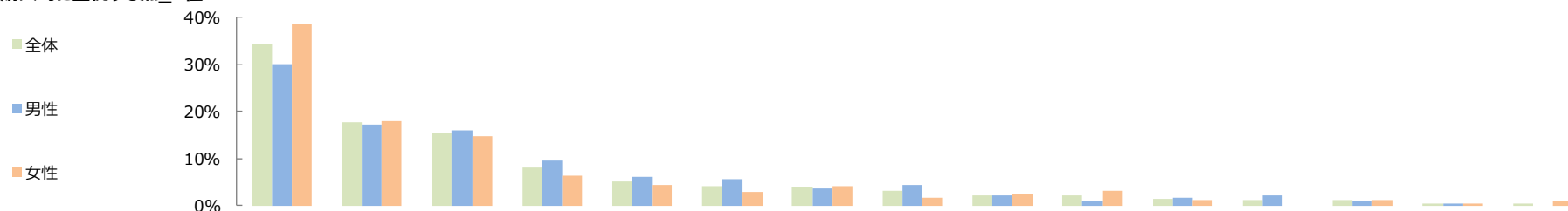
消費期限

A3.食品購入時重視点（1位）：「味の良さ」が最も重視されている

「味の良さ」が34.4%と最も高く、次いで「安全性の高さ」17.6%、「健康に配慮」15.4%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「味の良さ」の割合が5%以上高い。
 性別×世代別：女性40～50代は「味の良さ」の割合が5%以上高い。

◇ 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	安全性の高さ	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	産地・原産国	見栄えやパッケージの美しさ	身近に手に入りやすい	料理の手間を省ける	料理に使いやすい	美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	ブランド	洗練されている・高級感	新奇性・珍しさ	宗教倫理に適合しているか	その他
性別	全体	500	34.4	17.6	15.4	8.0	5.2	4.2	3.8	3.0	2.2	2.0	1.4	1.0	1.0	0.4	0.4
	男性	250	30.0	17.2	16.0	9.6	6.0	5.6	3.6	4.4	2.0	0.8	1.6	2.0	0.8	0.4	-
	女性	250	38.8	18.0	14.8	6.4	4.4	2.8	4.0	1.6	2.4	3.2	1.2	-	1.2	0.4	0.8
年代	10代	60	40.0	13.3	16.7	6.7	1.7	6.7	5.0	3.3	3.3	-	3.3	-	-	-	-
	20代	130	28.5	17.7	16.2	12.3	3.1	4.6	6.2	1.5	2.3	2.3	-	1.5	0.8	1.5	1.5
	30代	130	36.2	19.2	11.5	3.1	8.5	2.3	2.3	4.6	2.3	3.8	3.1	1.5	1.5	-	-
	40代	120	37.5	17.5	16.7	7.5	3.3	5.8	3.3	2.5	1.7	1.7	0.8	0.8	0.8	-	-
	50代	60	31.7	18.3	18.3	11.7	10.0	1.7	1.7	3.3	1.7	-	-	-	1.7	-	-
世代	10～20代	190	32.1	16.3	16.3	10.5	2.6	5.3	5.8	2.1	2.6	1.6	1.1	1.1	0.5	1.1	1.1
	20～30代	260	32.3	18.5	13.8	7.7	5.8	3.5	4.2	3.1	2.3	3.1	1.5	1.5	1.2	0.8	0.8
	30～40代	250	36.8	18.4	14.0	5.2	6.0	4.0	2.8	3.6	2.0	2.8	2.0	1.2	1.2	-	-
	40～50代	180	35.6	17.8	17.2	8.9	5.6	4.4	2.8	2.8	1.7	1.1	0.6	0.6	1.1	-	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	26.3	14.7	17.9	12.6	4.2	6.3	6.3	4.2	2.1	-	2.1	2.1	-	1.1	-
	- 男性：20～30代	130	31.5	16.2	15.4	8.5	5.4	4.6	4.6	4.6	3.1	0.8	0.8	3.1	0.8	0.8	-
	- 男性：30～40代	125	36.0	18.4	12.8	6.4	6.4	5.6	2.4	4.0	1.6	1.6	1.6	2.4	0.8	-	-
	- 男性：40～50代	90	31.1	16.7	16.7	10.0	7.8	6.7	2.2	3.3	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	-	-
	- 女性：10～20代	95	37.9	17.9	14.7	8.4	1.1	4.2	5.3	-	3.2	3.2	-	-	1.1	1.1	2.1
	- 女性：20～30代	130	33.1	20.8	12.3	6.9	6.2	2.3	3.8	1.5	1.5	5.4	2.3	-	1.5	0.8	1.5
	- 女性：30～40代	125	37.6	18.4	15.2	4.0	5.6	2.4	3.2	3.2	2.4	4.0	2.4	-	1.6	-	-
	- 女性：40～50代	90	40.0	18.9	17.8	7.8	3.3	2.2	3.3	2.2	2.2	1.1	-	-	1.1	-	-

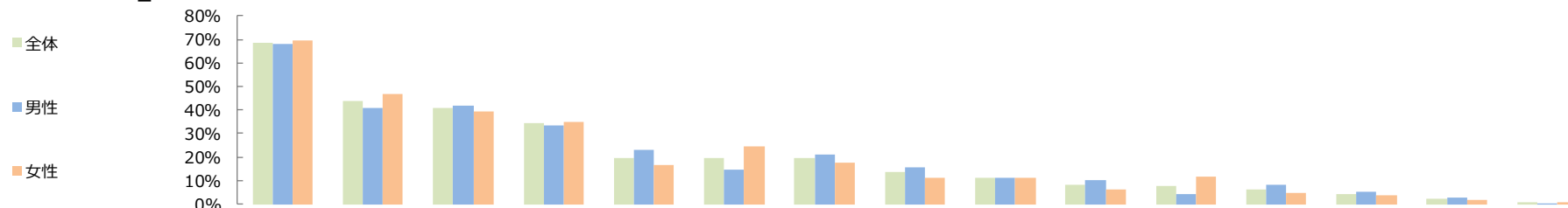
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：「経済的・リーズナブル」を重視するのは10～20代

「味の良さ」が68.8%と最も高く、次いで「健康に配慮」43.8%、「経済的・リーズナブルな価格」40.6%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「経済的・リーズナブルな価格」が5%以上高く、「安全性の高さ」が10%以上低い。30代は「経済的・リーズナブルな価格」が10%以上低く、「安全性の高さ」「産地・原産国」が5%以上高い。
 性別×世代別：女性10～20代で「経済的・リーズナブルな価格」が10%以上高い。

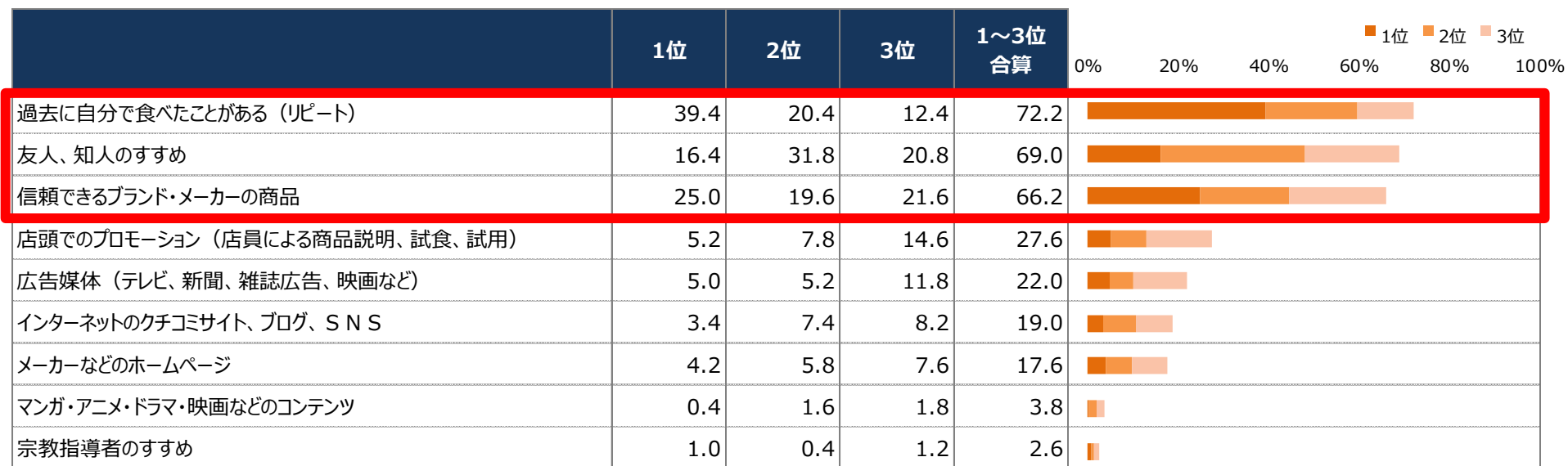
◇ Q3.食品購入時に重視する点_合算



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	産地・原産国	料理に使いやすい	身近に手に入りやすい	見栄えやパッケージの美しさ	料理の手間を省ける	ブランド	美容に配慮 (抗酸化作用、低カロリーなど)	洗練されている・高級感	新奇性・珍しさ	宗教倫理に適合しているか	その他
性別	全体	500	68.8	43.8	40.6	34.2	19.8	19.4	19.4	13.4	11.2	8.0	7.8	6.4	4.4	2.2	0.6
	男性	250	68.0	40.8	41.6	33.6	23.2	14.4	21.2	15.6	11.2	10.0	4.0	8.0	5.2	2.8	0.4
	女性	250	69.6	46.8	39.6	34.8	16.4	24.4	17.6	11.2	11.2	6.0	11.6	4.8	3.6	1.6	0.8
年代	10代	60	68.3	38.3	50.0	23.3	20.0	18.3	28.3	16.7	13.3	13.3	-	5.0	1.7	1.7	1.7
	20代	130	74.6	44.6	49.2	29.2	13.1	21.5	17.7	11.5	8.5	9.2	6.2	6.2	3.8	3.1	1.5
	30代	130	67.7	44.6	26.2	40.0	29.2	17.7	16.2	14.6	9.2	10.0	10.8	8.5	3.8	1.5	-
	40代	120	66.7	44.2	37.5	38.3	14.2	22.5	15.8	15.0	13.3	5.0	10.0	6.7	7.5	3.3	-
	50代	60	63.3	45.0	50.0	35.0	25.0	13.3	28.3	8.3	15.0	1.7	8.3	3.3	3.3	-	-
世代	10～20代	190	72.6	42.6	49.5	27.4	15.3	20.5	21.1	13.2	10.0	10.5	4.2	5.8	3.2	2.6	1.6
	20～30代	260	71.2	44.6	37.7	34.6	21.2	19.6	16.9	13.1	8.8	9.6	8.5	7.3	3.8	2.3	0.8
	30～40代	250	67.2	44.4	31.6	39.2	22.0	20.0	16.0	14.8	11.2	7.6	10.4	7.6	5.6	2.4	-
	40～50代	180	65.6	44.4	41.7	37.2	17.8	19.4	20.0	12.8	13.9	3.9	9.4	5.6	6.1	2.2	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	69.5	38.9	47.4	24.2	17.9	15.8	25.3	15.8	12.6	13.7	2.1	8.4	3.2	4.2	1.1
	- 男性：20～30代	130	72.3	43.1	40.0	30.8	24.6	16.9	18.5	12.3	9.2	10.8	4.6	9.2	4.6	3.1	-
	- 男性：30～40代	125	69.6	42.4	32.8	40.8	24.8	14.4	16.0	17.6	8.8	8.8	5.6	8.8	7.2	2.4	-
	- 男性：40～50代	90	65.6	41.1	44.4	38.9	22.2	12.2	20.0	17.8	12.2	5.6	4.4	6.7	6.7	2.2	-
	- 女性：10～20代	95	75.8	46.3	51.6	30.5	12.6	25.3	16.8	10.5	7.4	7.4	6.3	3.2	3.2	1.1	2.1
	- 女性：20～30代	130	70.0	46.2	35.4	38.5	17.7	22.3	15.4	13.8	8.5	8.5	12.3	5.4	3.1	1.5	1.5
	- 女性：30～40代	125	64.8	46.4	30.4	37.6	19.2	25.6	16.0	12.0	13.6	6.4	15.2	6.4	4.0	2.4	-
	- 女性：40～50代	90	65.6	47.8	38.9	35.6	13.3	26.7	20.0	7.8	15.6	2.2	14.4	4.4	5.6	2.2	-

A4.輸入食品購入時重視情報：「過去に自分で食べたことがある」が最も多い

「過去に自分で食べたことがある」が72.2%と最も高く、次いで「友人、知人のすすめ」69.0%、「信頼できるブランド・メーカーの商品」66.2%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。

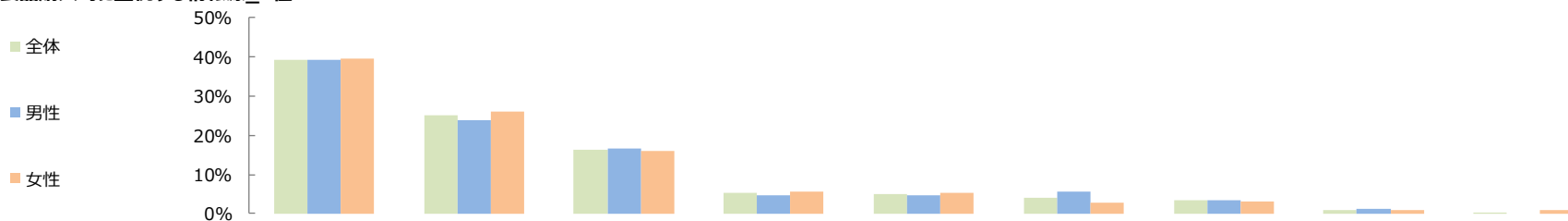
※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。

A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「過去に自分で食べたことがある」ことが重視されている

「過去に自分で食べたことがある」が39.4%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」25.0%、「友人、知人のすすめ」16.4%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が10%以上低い。40代は「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が10%以上高い。
 性別×世代別：男性30代以上、女性30以上の世代は「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が5%以上高い。

◇ 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	過去に自分で食べたことがある (リピート)	信頼できるブランド・メーカーの商品	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)	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	500	39.4	25.0	16.4	5.2	5.0	4.2	3.4	1.0	0.4
性別										
男性	250	39.2	24.0	16.8	4.8	4.8	5.6	3.6	1.2	-
女性	250	39.6	26.0	16.0	5.6	5.2	2.8	3.2	0.8	0.8
年代										
10代	60	41.7	15.0	21.7	5.0	10.0	5.0	-	1.7	-
20代	130	39.2	16.9	21.5	7.7	7.7	3.1	3.1	-	0.8
30代	130	39.2	24.6	14.6	6.2	4.6	6.2	2.3	2.3	-
40代	120	35.0	38.3	12.5	3.3	0.8	3.3	5.0	0.8	0.8
50代	60	46.7	26.7	11.7	1.7	3.3	3.3	6.7	-	-
世代										
10~20代	190	40.0	16.3	21.6	6.8	8.4	3.7	2.1	0.5	0.5
20~30代	260	39.2	20.8	18.1	6.9	6.2	4.6	2.7	1.2	0.4
30~40代	250	37.2	31.2	13.6	4.8	2.8	4.8	3.6	1.6	0.4
40~50代	180	38.9	34.4	12.2	2.8	1.7	3.3	5.6	0.6	0.6
性別×世代										
- 男性：10~20代	95	35.8	15.8	22.1	6.3	9.5	6.3	3.2	1.1	-
- 男性：20~30代	130	40.0	19.2	17.7	6.9	4.6	6.2	4.6	0.8	-
- 男性：30~40代	125	41.6	30.4	12.0	4.0	1.6	4.8	4.0	1.6	-
- 男性：40~50代	90	41.1	34.4	13.3	2.2	1.1	3.3	3.3	1.1	-
- 女性：10~20代	95	44.2	16.8	21.1	7.4	7.4	1.1	1.1	-	1.1
- 女性：20~30代	130	38.5	22.3	18.5	6.9	7.7	3.1	0.8	1.5	0.8
- 女性：30~40代	125	32.8	32.0	15.2	5.6	4.0	4.8	3.2	1.6	0.8
- 女性：40~50代	90	36.7	34.4	11.1	3.3	2.2	3.3	7.8	-	1.1

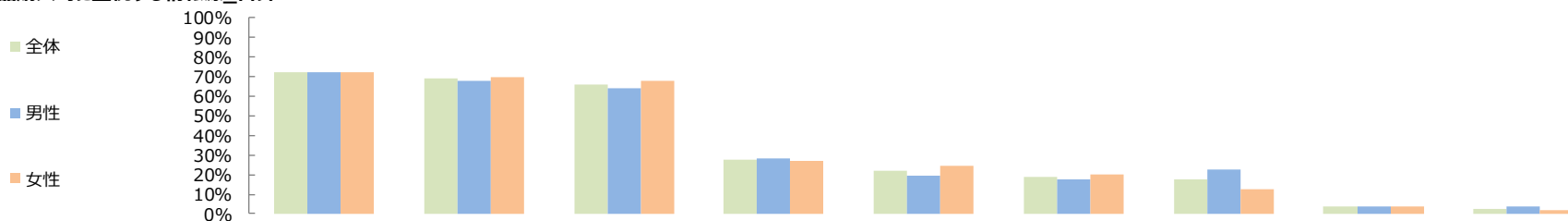
全体傾向より10%以上高い (緑) 全体傾向より5%以上高い (青) 全体傾向より10%以上低い (赤)

A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「過去に自分で食べたことがある」が最も多い

「過去に自分で食べたことがある」が72.2%と最も高く、次いで「友人、知人のすすめ」69.0%、「信頼できるブランド・メーカーの商品」66.2%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告映画など）」の割合が10%以上高い。
 性別×世代別：男性30～40代、男性40～50代は「広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告映画など）」の割合が10%以上低い。

◇ 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	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	信頼できるブランド・メーカーの商品	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
性別	全体	500	72.2	69.0	66.2	27.6	22.0	19.0	17.6	3.8	2.6
	男性	250	72.0	68.0	64.4	28.4	19.6	17.6	22.4	4.0	3.6
	女性	250	72.4	70.0	68.0	26.8	24.4	20.4	12.8	3.6	1.6
年代	10代	60	68.3	76.7	60.0	23.3	36.7	11.7	18.3	3.3	1.7
	20代	130	69.2	72.3	63.1	26.2	28.5	20.8	14.6	4.6	0.8
	30代	130	73.1	63.1	66.2	29.2	18.5	24.6	16.2	4.6	4.6
	40代	120	72.5	68.3	73.3	26.7	15.8	15.8	21.7	3.3	2.5
	50代	60	80.0	68.3	65.0	33.3	13.3	16.7	18.3	1.7	3.3
世代	10～20代	190	68.9	73.7	62.1	25.3	31.1	17.9	15.8	4.2	1.1
	20～30代	260	71.2	67.7	64.6	27.7	23.5	22.7	15.4	4.6	2.7
	30～40代	250	72.8	65.6	69.6	28.0	17.2	20.4	18.8	4.0	3.6
	40～50代	180	75.0	68.3	70.6	28.9	15.0	16.1	20.6	2.8	2.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	66.3	70.5	56.8	26.3	31.6	17.9	23.2	5.3	2.1
	- 男性：20～30代	130	71.5	68.5	63.1	28.5	20.8	20.0	19.2	4.6	3.8
	- 男性：30～40代	125	75.2	65.6	72.0	28.8	12.0	17.6	20.8	3.2	4.8
	- 男性：40～50代	90	77.8	67.8	72.2	27.8	10.0	14.4	24.4	2.2	3.3
	- 女性：10～20代	95	71.6	76.8	67.4	24.2	30.5	17.9	8.4	3.2	-
	- 女性：20～30代	130	70.8	66.9	66.2	26.9	26.2	25.4	11.5	4.6	1.5
	- 女性：30～40代	125	70.4	65.6	67.2	27.2	22.4	23.2	16.8	4.8	2.4
	- 女性：40～50代	90	72.2	68.9	68.9	30.0	20.0	17.8	16.7	3.3	2.2

5. 調査結果詳細

－ 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。

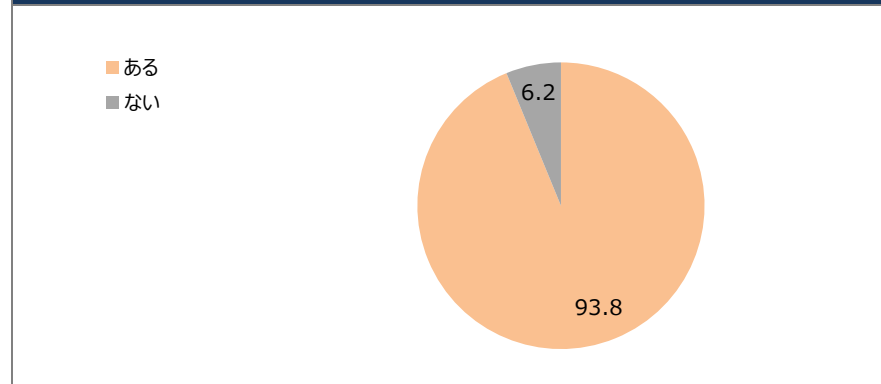
Q8.あなたが、今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたいと思わない理由、あるいは日本料理店に行きたいと思わない理由をお答えください。

A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：93.8%が購入・利用経験あり

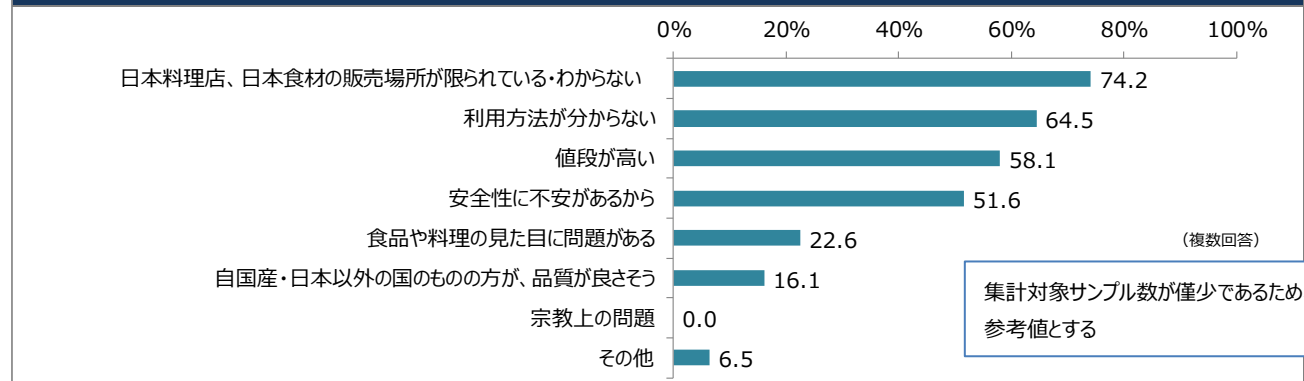
93.8%が過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用した経験がある。

日本食品を購入あるいは日本料理店を利用した経験がない理由としては、「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」が74.2%と最も多く、「利用方法が分からない」が64.5%、「値段が高い」が58.1%と続く。

A5. 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 (n=500)



A7. 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。(n=31)



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_その他
関心を持たなかった
身近にない
推薦されているのを聞いたことがない

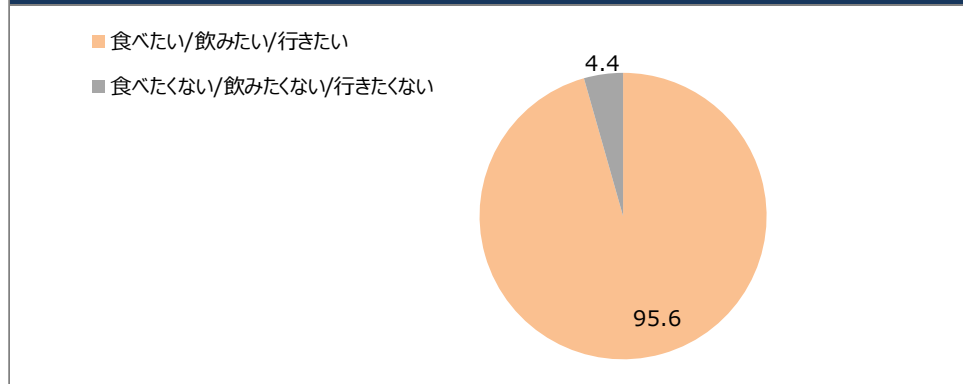
※ 回答者に対して、理由を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ理由は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

※ 集計値は1位から3位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。

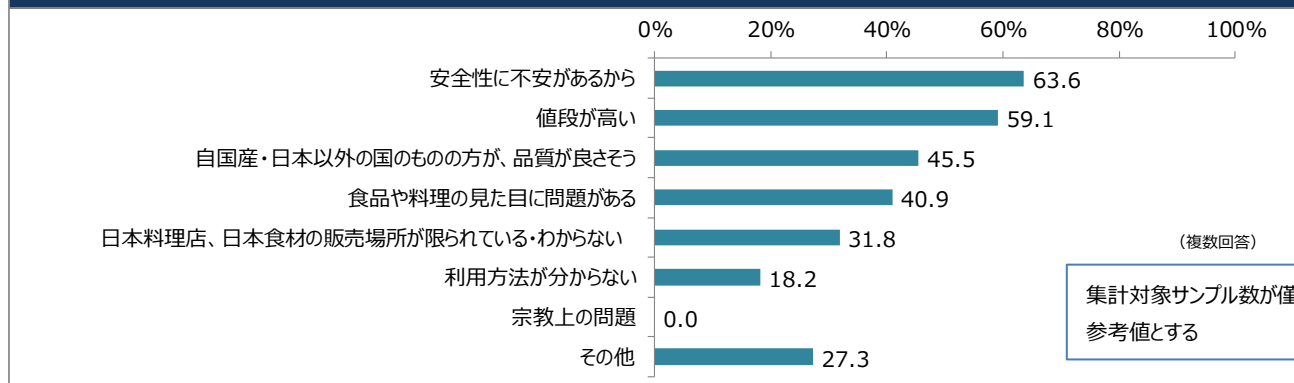
A6&A8.現在および今後の日本食品購入・日本料理店利用意向：今後の摂取・利用意向旺盛

95.6%が今現在または今後、日本食品を摂取あるいは日本料理店を利用する意向がある。
 今現在または今後、日本食品を摂取あるいは日本料理店を利用したいと思わない理由としては、「安全性に不安があるから」が63.6%と最も多く、「値段が高い」が59.1%、「自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう」が45.5%と続く。

A6. 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（n=500）



A8. 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。（n=22）



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

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_その他
味が好みではない
寿司が好きではない
高額
調理方法
材料の組合せ

※ 回答者に対して、理由を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。
 ※ 集計値は1位から3位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。

5. 調査結果詳細

－ 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

「美味しい」が66.6%と最も高く、「健康に良い」48.2%、「おしゃれ」43.0%が続く。一方、「価格が高い」というイメージを持つ回答者も34.0%存在する。



※ 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。

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」

「美味しい」が38.8%と最も高く、次いで「健康に良い」15.2%、「おしゃれ」11.8%と続く。

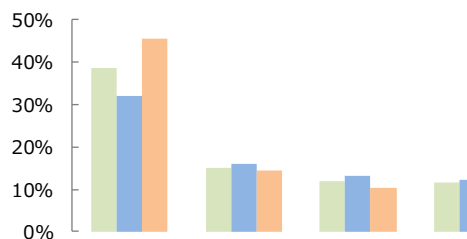
全体傾向と
の比較

性別：女性は「美味しい」の割合が5%以上高い

性別×世代別：女性10～20代、女性20～30代は「美味しい」の割合が10%以上高い。

◇ Q9-1.日本料理のイメージ_1位

■ 全体
■ 男性
■ 女性



Q9-1.日本料理のイメージ_1位		n	美味しい	健康に良い	おしゃれ	価格が高い	安全でない	高級感がある	まずい	安全	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
性別	全体	500	38.8	15.2	11.8	11.6	10.2	3.6	2.6	2.4	1.6	1.2	0.4	0.6
	男性	250	32.0	16.0	13.2	12.4	10.4	3.6	4.0	3.2	2.4	1.2	0.4	1.2
	女性	250	45.6	14.4	10.4	10.8	10.0	3.6	1.2	1.6	0.8	1.2	0.4	-
年代	10代	60	46.7	6.7	10.0	11.7	8.3	6.7	3.3	1.7	1.7	1.7	-	1.7
	20代	130	41.5	14.6	9.2	11.5	10.0	3.8	2.3	1.5	3.1	-	1.5	0.8
	30代	130	42.3	12.3	13.1	9.2	9.2	3.8	5.4	0.8	1.5	2.3	-	-
	40代	120	34.2	20.0	15.0	10.0	12.5	2.5	0.8	2.5	0.8	0.8	-	0.8
	50代	60	26.7	21.7	10.0	20.0	10.0	1.7	-	8.3	-	1.7	-	-
世代	10～20代	190	43.2	12.1	9.5	11.6	9.5	4.7	2.6	1.6	2.6	0.5	1.1	1.1
	20～30代	260	41.9	13.5	11.2	10.4	9.6	3.8	3.8	1.2	2.3	1.2	0.8	0.4
	30～40代	250	38.4	16.0	14.0	9.6	10.8	3.2	3.2	1.6	1.2	1.6	-	0.4
	40～50代	180	31.7	20.6	13.3	13.3	11.7	2.2	0.6	4.4	0.6	1.1	-	0.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	31.6	13.7	11.6	14.7	9.5	6.3	4.2	2.1	3.2	-	1.1	2.1
	- 男性：20～30代	130	32.3	16.2	11.5	9.2	13.1	4.6	5.4	1.5	3.1	1.5	0.8	0.8
	- 男性：30～40代	125	34.4	16.8	15.2	7.2	12.0	2.4	4.8	2.4	2.4	1.6	-	0.8
	- 男性：40～50代	90	32.2	18.9	14.4	15.6	8.9	-	1.1	5.6	1.1	1.1	-	1.1
	- 女性：10～20代	95	54.7	10.5	7.4	8.4	9.5	3.2	1.1	1.1	2.1	1.1	1.1	-
	- 女性：20～30代	130	51.5	10.8	10.8	11.5	6.2	3.1	2.3	0.8	1.5	0.8	0.8	-
	- 女性：30～40代	125	42.4	15.2	12.8	12.0	9.6	4.0	1.6	0.8	-	1.6	-	-
	- 女性：40～50代	90	31.1	22.2	12.2	11.1	14.4	4.4	-	3.3	-	1.1	-	-

■ 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

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」

「美味しい」が66.6%と最も高く、「健康に良い」48.2%、「おしゃれ」43.0%が続く。一方、「価格が高い」というイメージを持つ回答者も34.0%程度存在する。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「高級感がある」が10%以上高い。50代は「安全」の割合が10%以上高く、「安全でない」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性20～30代は「美味しい」の割合が10%以上低い。

◇ 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	おしゃれ	価格が高い	安全でない	安全	高級感がある	健康に悪い	まずい	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
性別	全体	500	66.6	48.2	43.0	34.0	29.6	20.2	17.0	8.0	6.6	6.2	9.8	10.0
	男性	250	61.6	49.2	42.4	35.6	27.2	21.6	18.8	10.4	8.4	7.2	8.4	8.4
	女性	250	71.6	47.2	43.6	32.4	32.0	18.8	15.2	5.6	4.8	5.2	11.2	11.6
年代	10代	60	66.7	40.0	35.0	33.3	28.3	16.7	31.7	5.0	8.3	5.0	13.3	15.0
	20代	130	66.2	43.1	44.6	36.9	37.7	16.2	15.4	10.0	6.2	5.4	10.8	7.7
	30代	130	66.2	49.2	43.8	32.3	30.8	20.0	15.4	13.1	8.5	6.9	6.9	6.2
	40代	120	66.7	55.0	47.5	32.5	26.7	18.3	14.2	4.2	5.0	5.0	12.5	11.7
	50代	60	68.3	51.7	36.7	35.0	16.7	36.7	15.0	3.3	5.0	10.0	5.0	15.0
世代	10～20代	190	66.3	42.1	41.6	35.8	34.7	16.3	20.5	8.4	6.8	5.3	11.6	10.0
	20～30代	260	66.2	46.2	44.2	34.6	34.2	18.1	15.4	11.5	7.3	6.2	8.8	6.9
	30～40代	250	66.4	52.0	45.6	32.4	28.8	19.2	14.8	8.8	6.8	6.0	9.6	8.8
	40～50代	180	67.2	53.9	43.9	33.3	23.3	24.4	14.4	3.9	5.0	6.7	10.0	12.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	56.8	45.3	40.0	38.9	30.5	21.1	22.1	11.6	8.4	7.4	9.5	8.4
	- 男性：20～30代	130	56.2	48.5	41.5	39.2	33.8	20.0	14.6	13.8	10.0	8.5	6.2	6.9
	- 男性：30～40代	125	63.2	52.8	46.4	32.0	27.2	18.4	16.0	10.4	8.8	6.4	8.0	8.8
	- 男性：40～50代	90	70.0	54.4	44.4	32.2	18.9	24.4	16.7	5.6	5.6	7.8	10.0	8.9
	- 女性：10～20代	95	75.8	38.9	43.2	32.6	38.9	11.6	18.9	5.3	5.3	3.2	13.7	11.6
	- 女性：20～30代	130	76.2	43.8	46.9	30.0	34.6	16.2	16.2	9.2	4.6	3.8	11.5	6.9
	- 女性：30～40代	125	69.6	51.2	44.8	32.8	30.4	20.0	13.6	7.2	4.8	5.6	11.2	8.8
	- 女性：40～50代	90	64.4	53.3	43.3	34.4	27.8	24.4	12.2	2.2	4.4	5.6	10.0	16.7

A9.日本料理のイメージ：自由記述の抜粋

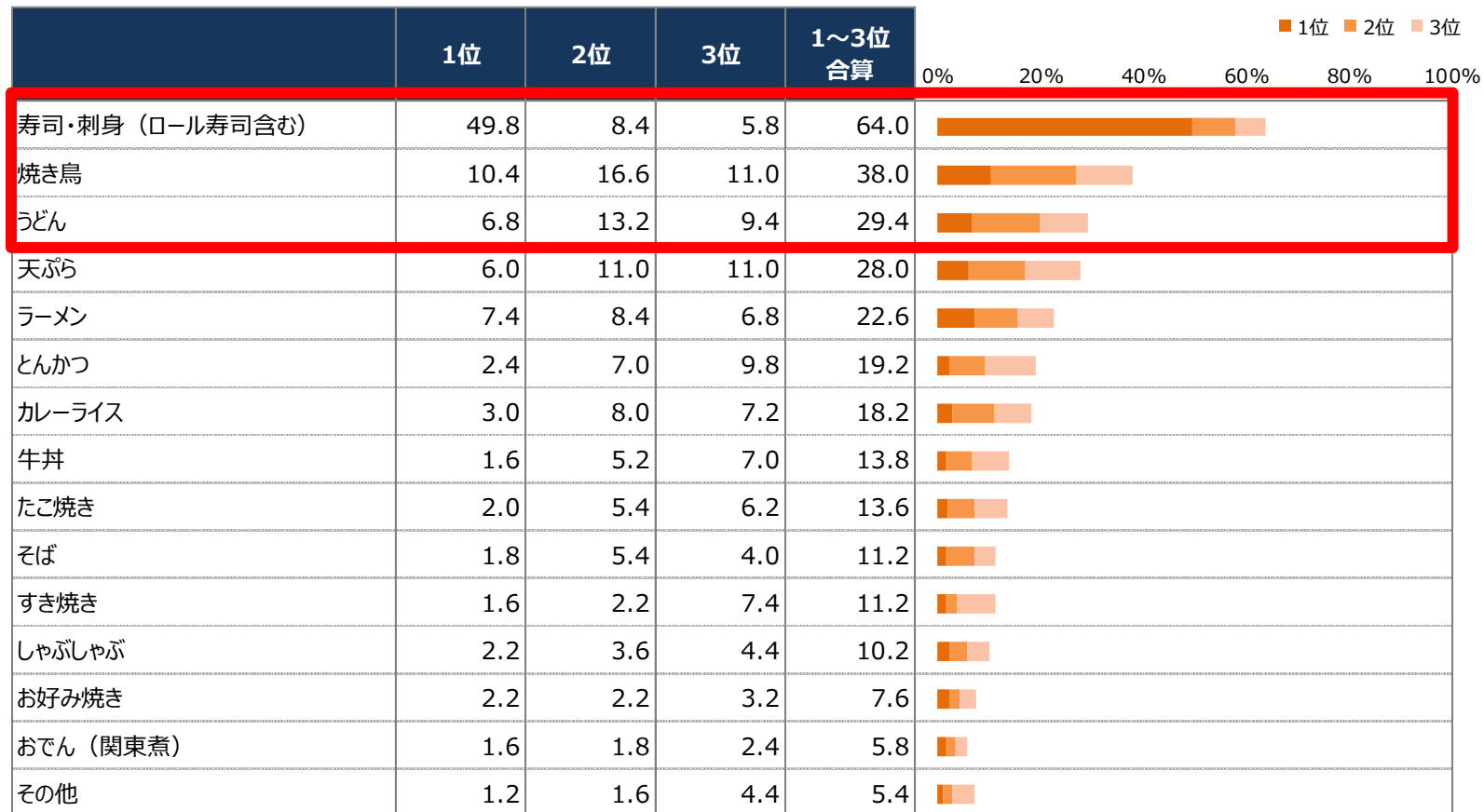
日本料理の良いイメージとしては、「エキゾチック」「価格がちょうどよい」などが挙げられた。

日本料理のイメージ_その他の良いイメージ
エキゾチック
価格がちょうどよい
ナチュラル
安価
価格—クオリティ
儀式的な食
興味深い
見た目が良い
見た目に美しい
高額でない
最新の流行
材料の組合せが非常に美味
刺激的
手に入りやすい
調理しやすい
調理法が良い
低カロリー
美味
変わっていてオリジナリティがある
変わっている

日本料理のイメージ_その他の悪いイメージ
オリジナルの新鮮な材料が手に入らない
クオリティに疑問
サービスが悪い
そういうお店にいる従業員に不信感がある
どんな材料が使われているのか分からない
ヘルシーでない
レストランを見つけるのが困難
ロシア人の大半にとって馴染みがない
自国の日本料理のシェフは米を盛りすぎる
自分の体がどう反応するか分からない
質の高い食事を見つけるのは大変
食事が出てくるまでの待ち時間が長すぎる
食事用の材料の購入が容易でない
生の魚には不安がある
全てのお店が新鮮なものを出せるわけではない
適切な審査を受けていない商売人が多い
匂い
日本料理の真似物が多すぎる
箸を使うのが面倒
味の組合せに馴染みにくい

A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」「焼き鳥」「うどん」の人気が高い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が64.0%と最も高く、次いで「焼き鳥」38.0%、「うどん」29.4%が続く。



好きな日本料理のメニュー

その他

うなぎの燻製

カツレツ

ゴマがまぶされた肉

スパイシーな巻き物

海草のサラダ

海老

巻き物

酒

寿司

蒸し物

米

味噌汁

野菜

和菓子

※ 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。

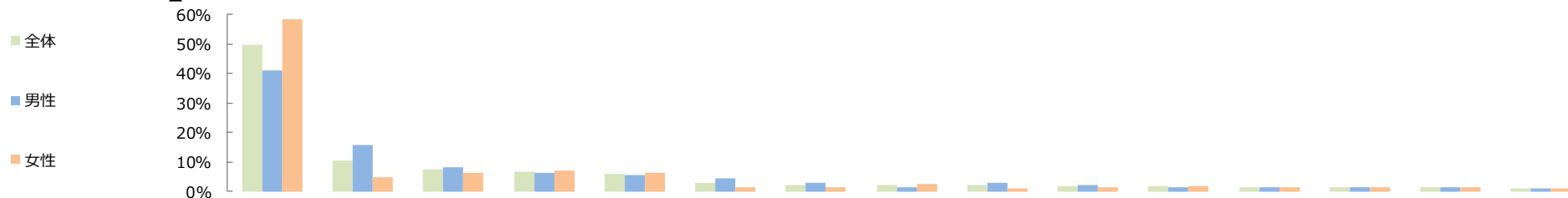
※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

A10.好きな日本料理（1位）：「寿司・刺身」が圧倒的に人気

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が49.8%と最も高く、次いで「焼き鳥」10.4%、「ラーメン」7.4%と続く。

全体傾向との比較
 性別：女性は「寿司・刺身」の割合が5%以上高く、男性は「焼き鳥」の割合が5%以上高い。
 性別×世代別：男性30～40代、男性40～50代は「寿司・刺身」の割合が10%以上低く、「焼き鳥」の割合は5%以上高い。女性10～20代、女性20～30代は「寿司・刺身」の割合が10%以上高い。

◇ 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)	焼き鳥	ラーメン	うどん	天ぷら	カレーライス	とんかつ	お好み焼き	しゃぶしゃぶ	たこ焼き	そば	おでん(関東煮)	牛丼	すき焼き	その他
全体	500	49.8	10.4	7.4	6.8	6.0	3.0	2.4	2.2	2.2	2.0	1.8	1.6	1.6	1.6	1.2
性別																
男性	250	41.2	16.0	8.4	6.4	5.6	4.4	3.2	1.6	3.2	2.4	1.6	1.6	1.6	1.6	1.2
女性	250	58.4	4.8	6.4	7.2	6.4	1.6	1.6	2.8	1.2	1.6	2.0	1.6	1.6	1.6	1.2
年代																
10代	60	58.3	-	8.3	6.7	3.3	-	5.0	3.3	1.7	1.7	3.3	1.7	1.7	5.0	-
20代	130	59.2	6.2	10.8	6.9	5.4	0.8	2.3	3.8	0.8	0.8	1.5	-	-	1.5	-
30代	130	47.7	9.2	4.6	10.0	6.9	4.6	3.1	0.8	1.5	0.8	2.3	3.8	2.3	0.8	1.5
40代	120	43.3	17.5	4.2	5.0	5.8	5.0	1.7	2.5	3.3	2.5	0.8	1.7	3.3	-	3.3
50代	60	38.3	18.3	11.7	3.3	8.3	3.3	-	-	5.0	6.7	1.7	-	-	3.3	-
世代																
10～20代	190	58.9	4.2	10.0	6.8	4.7	0.5	3.2	3.7	1.1	1.1	2.1	0.5	0.5	2.6	-
20～30代	260	53.5	7.7	7.7	8.5	6.2	2.7	2.7	2.3	1.2	0.8	1.9	1.9	1.2	1.2	0.8
30～40代	250	45.6	13.2	4.4	7.6	6.4	4.8	2.4	1.6	2.4	1.6	1.6	2.8	2.8	0.4	2.4
40～50代	180	41.7	17.8	6.7	4.4	6.7	4.4	1.1	1.7	3.9	3.9	1.1	1.1	2.2	1.1	2.2
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	46.3	8.4	12.6	8.4	5.3	1.1	4.2	4.2	2.1	2.1	2.1	1.1	-	2.1	-
- 男性：20～30代	130	44.6	13.1	8.5	6.9	6.2	4.6	3.1	2.3	1.5	1.5	1.5	2.3	1.5	1.5	0.8
- 男性：30～40代	125	37.6	20.0	5.6	5.6	6.4	6.4	3.2	-	2.4	2.4	1.6	2.4	3.2	0.8	2.4
- 男性：40～50代	90	37.8	25.6	5.6	3.3	4.4	5.6	2.2	-	5.6	3.3	1.1	-	2.2	1.1	2.2
- 女性：10～20代	95	71.6	-	7.4	5.3	4.2	-	2.1	3.2	-	-	2.1	-	1.1	3.2	-
- 女性：20～30代	130	62.3	2.3	6.9	10.0	6.2	0.8	2.3	2.3	0.8	-	2.3	1.5	0.8	0.8	0.8
- 女性：30～40代	125	53.6	6.4	3.2	9.6	6.4	3.2	1.6	3.2	2.4	0.8	1.6	3.2	2.4	-	2.4
- 女性：40～50代	90	45.6	10.0	7.8	5.6	8.9	3.3	-	3.3	2.2	4.4	1.1	2.2	2.2	1.1	2.2

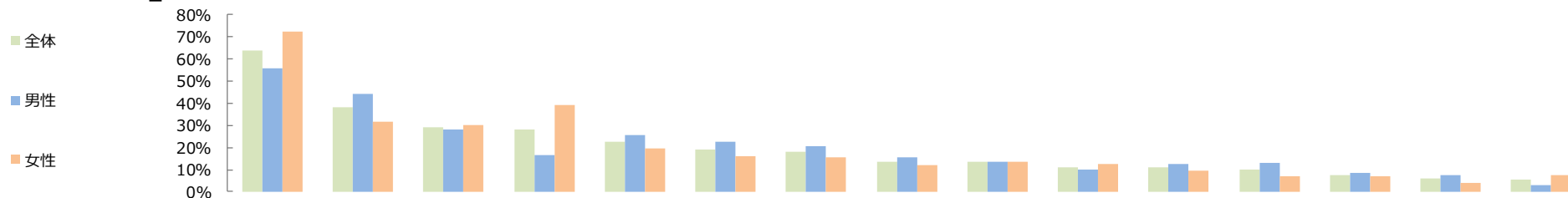
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」「焼き鳥」「うどん」の人気が高い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が64.0%と最も高く、次いで「焼き鳥」38.0%、「うどん」29.4%と続く。

全体傾向との比較
 性別：男性は「天ぷら」の割合が10%以上低く、女性は10%以上高い。
 性別×世代別：女性10～20代、20～30代は「寿司・刺身」と「天ぷら」の割合が10%以上高い。男性30～40代、40～50代は「焼き鳥」の割合が10%以上高い。男性10～20代、20～30代は「天ぷら」の割合が10%以上低い。

◇ 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)	焼き鳥	うどん	天ぷら	ラーメン	とんかつ	カレーライス	牛丼	たこ焼き	そば	すき焼き	しゃぶしゃぶ	お好み焼き	おでん（関東煮）	その他
全体	500	64.0	38.0	29.4	28.0	22.6	19.2	18.2	13.8	13.6	11.2	11.2	10.2	7.6	5.8	5.4
性別																
男性	250	55.6	44.4	28.4	16.8	25.6	22.4	20.8	15.6	13.6	10.0	12.8	13.2	8.4	7.6	3.2
女性	250	72.4	31.6	30.4	39.2	19.6	16.0	15.6	12.0	13.6	12.4	9.6	7.2	6.8	4.0	7.6
年代																
10代	60	60.0	18.3	33.3	28.3	20.0	30.0	23.3	13.3	13.3	11.7	15.0	10.0	10.0	8.3	3.3
20代	130	73.1	40.8	28.5	32.3	26.2	16.9	14.6	10.8	10.0	9.2	11.5	6.2	6.9	5.4	7.7
30代	130	63.1	33.1	36.9	26.9	26.2	18.5	17.7	16.2	14.6	9.2	7.7	9.2	7.7	5.4	4.6
40代	120	57.5	46.7	23.3	24.2	18.3	19.2	20.8	15.8	14.2	15.0	9.2	14.2	5.8	5.8	6.7
50代	60	63.3	45.0	23.3	28.3	18.3	15.0	16.7	11.7	18.3	11.7	18.3	13.3	10.0	5.0	1.7
世代																
10～20代	190	68.9	33.7	30.0	31.1	24.2	21.1	17.4	11.6	11.1	10.0	12.6	7.4	7.9	6.3	6.3
20～30代	260	68.1	36.9	32.7	29.6	26.2	17.7	16.2	13.5	12.3	9.2	9.6	7.7	7.3	5.4	6.2
30～40代	250	60.4	39.6	30.4	25.6	22.4	18.8	19.2	16.0	14.4	12.0	8.4	11.6	6.8	5.6	5.6
40～50代	180	59.4	46.1	23.3	25.6	18.3	17.8	19.4	14.4	15.6	13.9	12.2	13.9	7.2	5.6	5.0
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	54.7	38.9	31.6	15.8	28.4	25.3	20.0	12.6	11.6	9.5	16.8	10.5	10.5	10.5	3.2
- 男性：20～30代	130	60.0	43.1	30.8	15.4	28.5	20.0	20.8	13.8	16.2	8.5	13.1	10.0	6.9	7.7	3.8
- 男性：30～40代	125	56.8	48.0	27.2	18.4	24.8	22.4	21.6	17.6	16.0	9.6	7.2	13.6	4.8	4.8	4.0
- 男性：40～50代	90	54.4	52.2	22.2	18.9	20.0	20.0	20.0	18.9	11.1	13.3	12.2	16.7	8.9	5.6	3.3
- 女性：10～20代	95	83.2	28.4	28.4	46.3	20.0	16.8	14.7	10.5	10.5	10.5	8.4	4.2	5.3	2.1	9.5
- 女性：20～30代	130	76.2	30.8	34.6	43.8	23.8	15.4	11.5	13.1	8.5	10.0	6.2	5.4	7.7	3.1	8.5
- 女性：30～40代	125	64.0	31.2	33.6	32.8	20.0	15.2	16.8	14.4	12.8	14.4	9.6	9.6	8.8	6.4	7.2
- 女性：40～50代	90	64.4	40.0	24.4	32.2	16.7	15.6	18.9	10.0	20.0	14.4	12.2	11.1	5.6	5.6	6.7

(参考) モスクワの寿司例

「寿司・刺身」、「天ぷら」、「焼き鳥」は日本料理メニューとして浸透しており、モスクワでは特に「寿司・刺身」の人気が高い。

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。最近は寿司の材料を買って自宅で作る人もいる。

(ジエトロ「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)



モスクワで人気の「カリフォルニアロール」



モスクワで人気の「ホットロール」(天ぷら寿司)

A11.日本産食品・食材購入時の問題点・買わない理由：「販売場所のわかりにくさ」1位

「販売場所が限られている・わからない」が59.4%と最も高く、次いで「価格が高い」55.4%、「安全性に不安がある」37.6%と続く。



※ 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11.0%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）： 「販売場所が限られている・わからない」が最大の理由

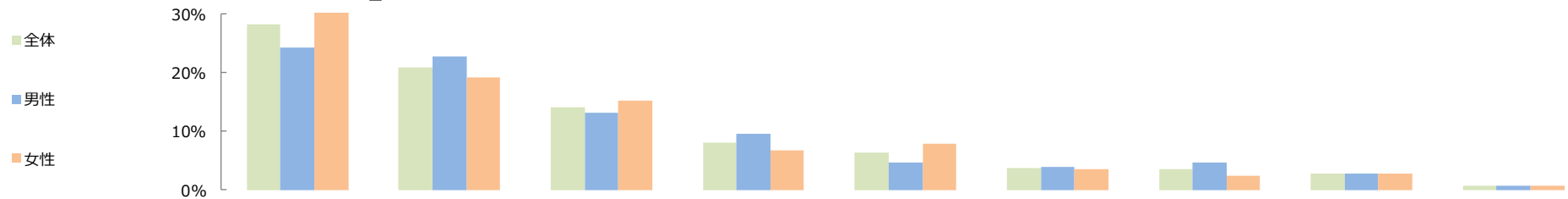
「販売場所が限られている・わからない」が28.2%と最も高く、次いで「価格が高い」21.0%、「安全性に不安がある」14.2%と続く。

全体傾向と
の比較

性別×世代別：男性40～50代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。

女性10～20代、女性40～50代は「販売場所が限られている・わからない」の割合が5%以上高い。

◆ 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



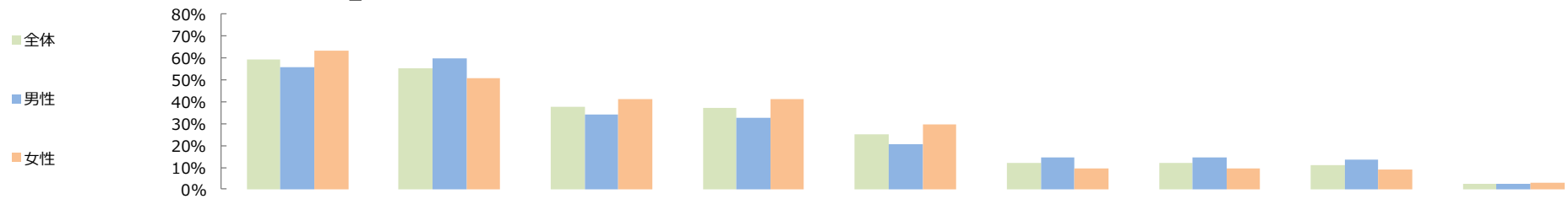
Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位	n	販売場所が限られている・わからない	価格が高い	安全性に不安がある	食品の使い方・調理の仕方がわからない	包装材やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	味覚上の問題がある（味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手）	食品自体の見た目に問題がある（見た目や色に抵抗など）	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い	宗教上問題がある
全体	500	28.2	21.0	14.2	8.2	6.4	3.8	3.6	2.8	0.8
性別										
男性	250	24.4	22.8	13.2	9.6	4.8	4.0	4.8	2.8	0.8
女性	250	32.0	19.2	15.2	6.8	8.0	3.6	2.4	2.8	0.8
年代										
10代	60	23.3	26.7	10.0	10.0	6.7	6.7	6.7	1.7	3.3
20代	130	29.2	19.2	17.7	6.2	4.6	1.5	4.6	2.3	0.8
30代	130	26.2	17.7	14.6	9.2	7.7	6.9	5.4	3.1	-
40代	120	34.2	20.0	10.0	7.5	7.5	3.3	0.8	2.5	0.8
50代	60	23.3	28.3	18.3	10.0	5.0	-	-	5.0	-
世代										
10～20代	190	27.4	21.6	15.3	7.4	5.3	3.2	5.3	2.1	1.6
20～30代	260	27.7	18.5	16.2	7.7	6.2	4.2	5.0	2.7	0.4
30～40代	250	30.0	18.8	12.4	8.4	7.6	5.2	3.2	2.8	0.4
40～50代	180	30.6	22.8	12.8	8.3	6.7	2.2	0.6	3.3	0.6
性別×世代										
- 男性：10～20代	95	21.1	21.1	13.7	9.5	3.2	4.2	9.5	2.1	2.1
- 男性：20～30代	130	23.1	20.0	16.2	9.2	4.6	4.6	6.9	2.3	0.8
- 男性：30～40代	125	28.8	22.4	12.0	8.8	6.4	4.8	2.4	2.4	-
- 男性：40～50代	90	26.7	26.7	11.1	7.8	5.6	2.2	-	4.4	-
- 女性：10～20代	95	33.7	22.1	16.8	5.3	7.4	2.1	1.1	2.1	1.1
- 女性：20～30代	130	32.3	16.9	16.2	6.2	7.7	3.8	3.1	3.1	-
- 女性：30～40代	125	31.2	15.2	12.8	8.0	8.8	5.6	4.0	3.2	0.8
- 女性：40～50代	90	34.4	18.9	14.4	8.9	7.8	2.2	1.1	2.2	1.1

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）：男性は「価格」 女性は「販売場所」

「販売場所が限られている・わからない」が59.4%と最も高く、次いで「価格が高い」55.4%、「安全性に不安がある」37.6%と続く。

全体傾向と性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。女性30～40代、女性40～50代は「販売場所が限られている・わからない」の割合が5%以上高い。また、女性40～50代は「食品の使い方・調理の仕方がわからない」の割合が10%以上高く、男性10～20代では10%以上低い。

◆ 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	販売場所が限られている・わからない	価格が高い	安全性に不安がある	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）	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	500	59.4	55.4	37.6	37.0	25.2	12.0	12.0	11.2	2.6
性別										
男性	250	55.6	60.0	34.0	32.8	20.8	14.4	14.4	13.6	2.4
女性	250	63.2	50.8	41.2	41.2	29.6	9.6	9.6	8.8	2.8
年代										
10代	60	58.3	63.3	33.3	38.3	28.3	15.0	11.7	10.0	5.0
20代	130	54.6	53.1	43.8	24.6	22.3	10.0	13.8	13.1	1.5
30代	130	57.7	54.6	40.8	40.8	23.1	15.4	13.8	11.5	3.8
40代	120	65.0	53.3	32.5	40.0	29.2	9.2	10.0	8.3	2.5
50代	60	63.3	58.3	31.7	48.3	25.0	11.7	8.3	13.3	-
世代										
10～20代	190	55.8	56.3	40.5	28.9	24.2	11.6	13.2	12.1	2.6
20～30代	260	56.2	53.8	42.3	32.7	22.7	12.7	13.8	12.3	2.7
30～40代	250	61.2	54.0	36.8	40.4	26.0	12.4	12.0	10.0	3.2
40～50代	180	64.4	55.0	32.2	42.8	27.8	10.0	9.4	10.0	1.7
性別×世代										
- 男性：10～20代	95	51.6	60.0	37.9	26.3	17.9	15.8	20.0	12.6	4.2
- 男性：20～30代	130	52.3	60.8	41.5	30.0	14.6	14.6	16.9	13.8	2.3
- 男性：30～40代	125	57.6	60.8	32.8	36.8	22.4	12.0	12.0	12.0	1.6
- 男性：40～50代	90	60.0	57.8	24.4	34.4	27.8	12.2	8.9	13.3	1.1
- 女性：10～20代	95	60.0	52.6	43.2	31.6	30.5	7.4	6.3	11.6	1.1
- 女性：20～30代	130	60.0	46.9	43.1	35.4	30.8	10.8	10.8	10.8	3.1
- 女性：30～40代	125	64.8	47.2	40.8	44.0	29.6	12.8	12.0	8.0	4.8
- 女性：40～50代	90	68.9	52.2	40.0	51.1	27.8	7.8	10.0	6.7	2.2

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

5. 調査結果詳細

－ 5. 日本の水産物に関する評価

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。

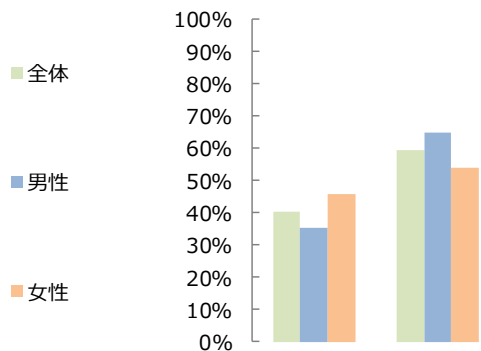
Q12~14.日本の水産品の認知・購入実態：女性の認知率が高い。購入者の9割は「好き」と回答

日本の水産品の認知率は40.6%。男性よりも女性の方が認知率が高い。

認知者（203名）のうち、摂取・購入経験者は62.1%。摂取・購入経験者（126名）のうち、90.5%が日本の水産品を「好き」と回答している。

A12.

日本の水産品を知っていますか



	n	はい	いいえ
全体	500	40.6	59.4
性別			
男性	250	35.2	64.8
女性	250	46.0	54.0
年代			
10代	60	40.0	60.0
20代	130	35.4	64.6
30代	130	45.4	54.6
40代	120	45.0	55.0
50代	60	33.3	66.7
世代			
10~20代	190	36.8	63.2
20~30代	260	40.4	59.6
30~40代	250	45.2	54.8
40~50代	180	41.1	58.9
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	27.4	72.6
- 男性：20~30代	130	33.8	66.2
- 男性：30~40代	125	41.6	58.4
- 男性：40~50代	90	40.0	60.0
- 女性：10~20代	95	46.3	53.7
- 女性：20~30代	130	46.9	53.1
- 女性：30~40代	125	48.8	51.2
- 女性：40~50代	90	42.2	57.8

全体傾向より10%以上高い

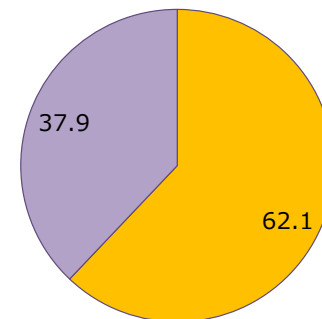
全体傾向より5%以上高い

全体傾向より10%以上低い

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 (n=203)

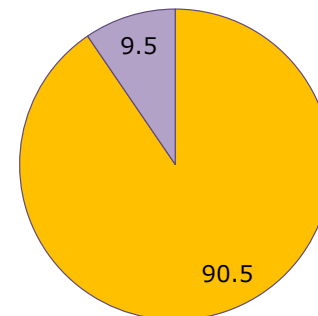
■ はい
■ いいえ



A14.

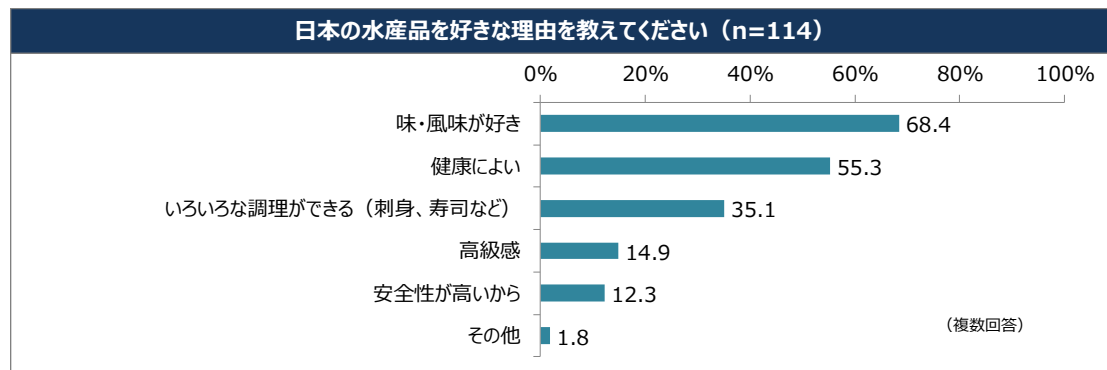
日本の水産品は好きですか (n=126)

■ はい
■ いいえ



Q15~17.日本の水産品の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A15.



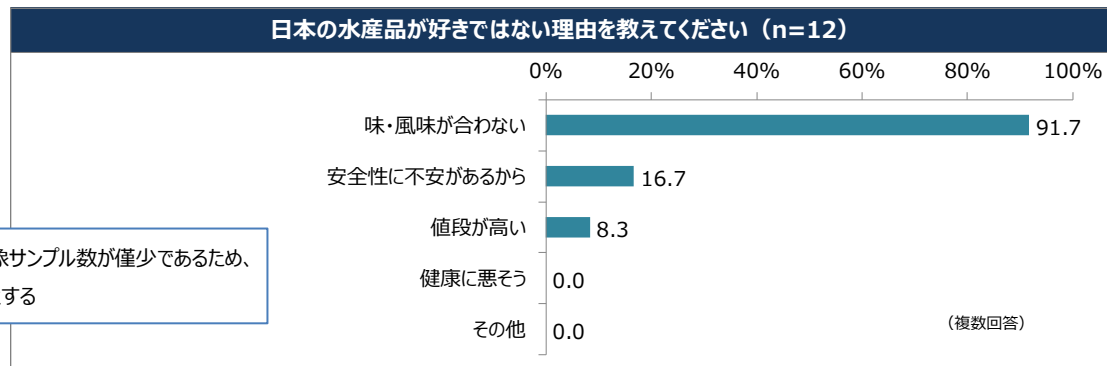
「味・風味が好き」が68.4%と最も高く、次いで「健康によい」55.3%、「いろいろな調理ができる」35.1%が続く。

日本の水産品が好きな理由_その他

味

新鮮で冷凍でなかった

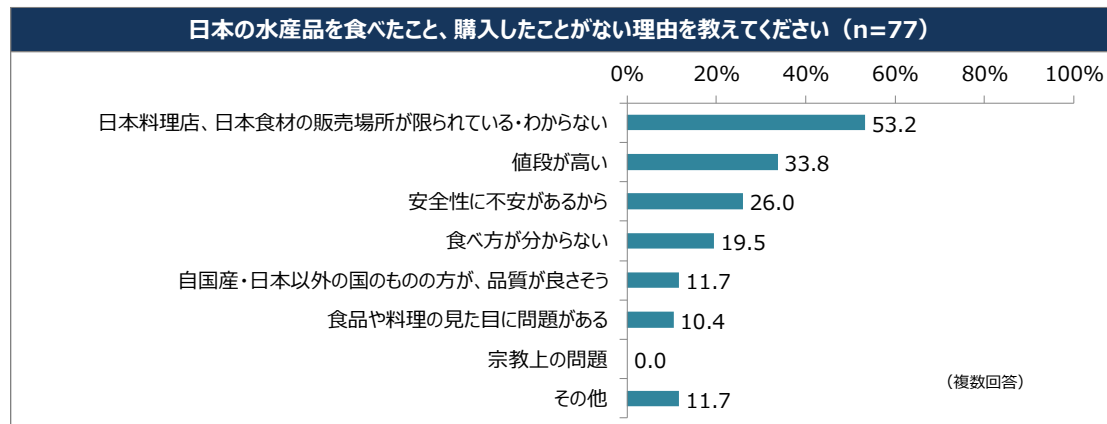
A16.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が91.7%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」16.7%、「値段が高い」8.3%が続く。

A17.



「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」が53.2%と最も高く、次いで「値段が高い」33.8%、「安全性に不安があるから」26.0%が続く。

日本の水産品を摂取・購入したことがない理由_その他

自分が行く店や日本の商品を買うお店では見なかった

他のものを注文するから

機会がなかった

魚の新鮮さに疑いがある

5. 調査結果詳細

－ 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。

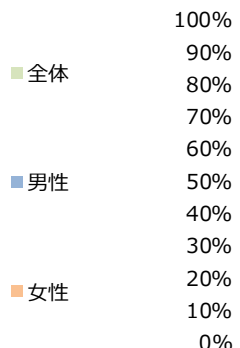
Q18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：認知率97.6%。購入経験者の92%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は97.6%。女性の認知率は100%である。

認知者（488名）のうち、摂取・購入経験者は96.1%。摂取・購入経験者（469名）のうち、92.3%が日本の調味料類を「好き」と回答している。

A18.

日本の調味料類を知っていますか



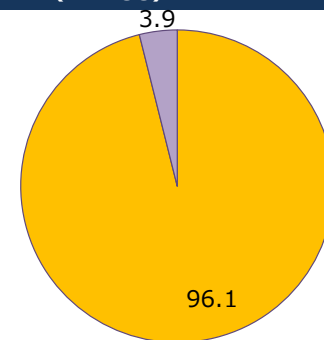
	n	はい	いいえ
全体	500	97.6	2.4
性別			
男性	250	95.2	4.8
女性	250	100.0	-
年代			
10代	60	93.3	6.7
20代	130	98.5	1.5
30代	130	97.7	2.3
40代	120	98.3	1.7
50代	60	98.3	1.7
世代			
10~20代	190	96.8	3.2
20~30代	260	98.1	1.9
30~40代	250	98.0	2.0
40~50代	180	98.3	1.7
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	93.7	6.3
- 男性：20~30代	130	96.2	3.8
- 男性：30~40代	125	96.0	4.0
- 男性：40~50代	90	96.7	3.3
- 女性：10~20代	95	100.0	-
- 女性：20~30代	130	100.0	-
- 女性：30~40代	125	100.0	-
- 女性：40~50代	90	100.0	-

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

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 (n=488)

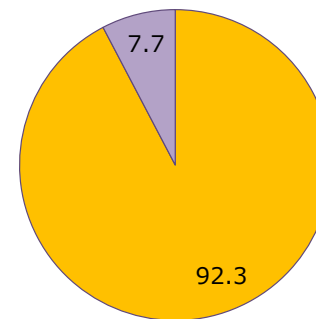
はい
いいえ



A20.

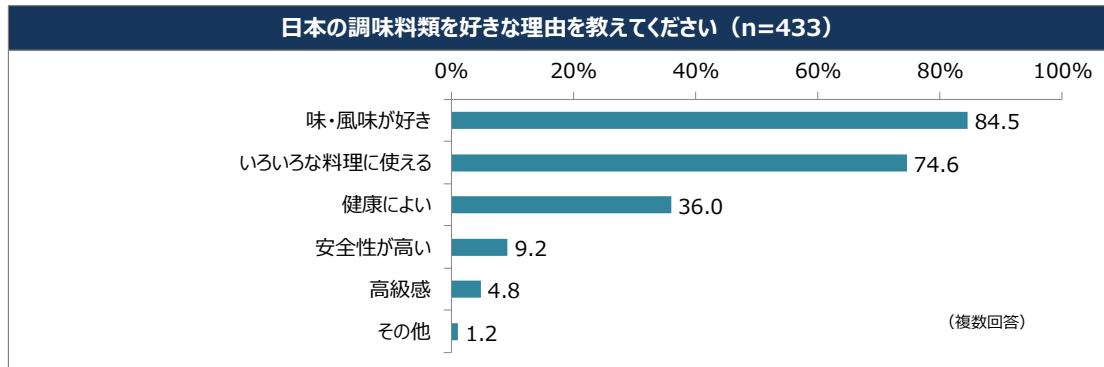
日本の調味料類は好きですか (n=469)

はい
いいえ



Q21~23.日本の調味料類の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A21.

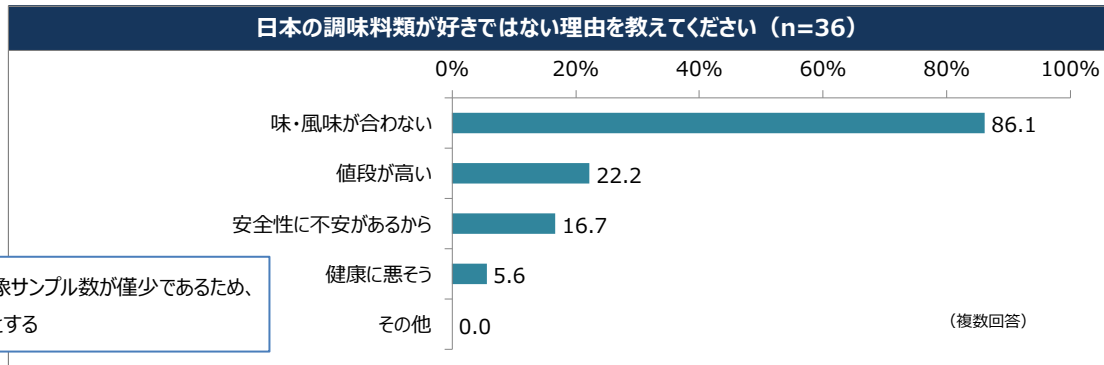


「味・風味が好き」が84.5%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」74.6%、「健康によい」36.0%が続く。

日本の調味料類が好きな理由_その他

- 日本料理に欠かせない味
- 自然で塩の代わりに使える
- 塩の代用
- 美味しい

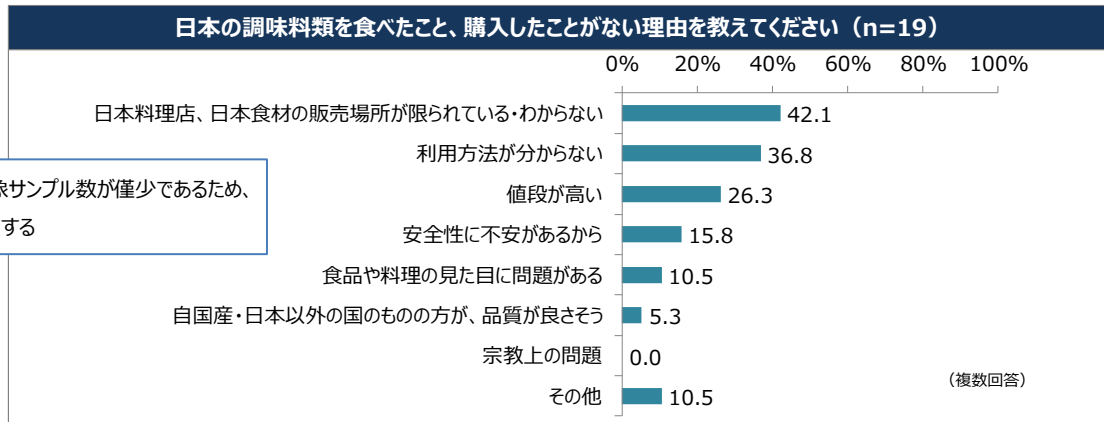
A22.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が86.1%と最も高く、次いで「値段が高い」22.2%、「安全性に不安があるから」16.7%が続く。

A23.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「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」が42.1%と最も高く、次いで「利用方法が分からない」36.8%、「値段が高い」26.3%が続く。

日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由_その他

- 機会がなかった

5. 調査結果詳細

－ 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。

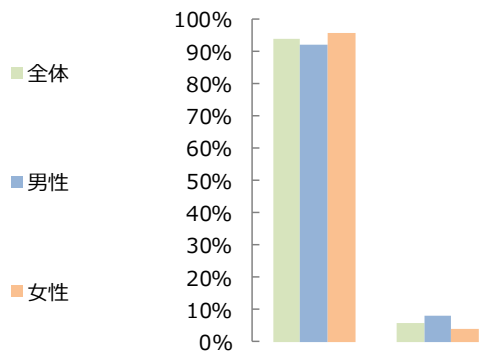
Q24~26.日本酒の調味料類の認知・購入実態：認知率94%。購入経験者の約6割が「好き」と回答

日本酒の認知率は94.0%。特に女性30~40代が高い。

認知者（470名）のうち、摂取・購入経験者は58.9%。摂取・購入経験者（277名）のうち、60.6%が日本酒を「好き」と回答している。

A24.

日本酒を知っていますか

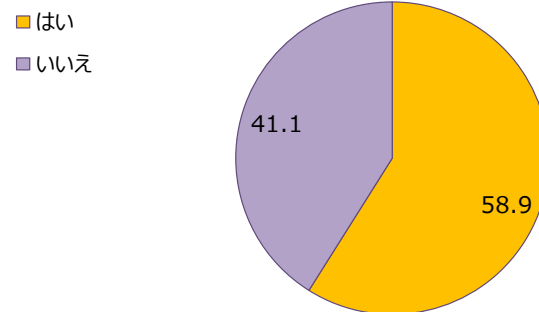


		n	はい	いいえ
全体		500	94.0	6.0
性別	男性	250	92.0	8.0
	女性	250	96.0	4.0
年代	10代	60	85.0	15.0
	20代	130	93.8	6.2
	30代	130	96.9	3.1
	40代	120	95.0	5.0
	50代	60	95.0	5.0
世代	10~20代	190	91.1	8.9
	20~30代	260	95.4	4.6
	30~40代	250	96.0	4.0
	40~50代	180	95.0	5.0
性別×世代	- 男性：10~20代	95	89.5	10.5
	- 男性：20~30代	130	93.8	6.2
	- 男性：30~40代	125	92.8	7.2
	- 男性：40~50代	90	93.3	6.7
	- 女性：10~20代	95	92.6	7.4
	- 女性：20~30代	130	96.9	3.1
	- 女性：30~40代	125	99.2	0.8
	- 女性：40~50代	90	96.7	3.3

■ 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

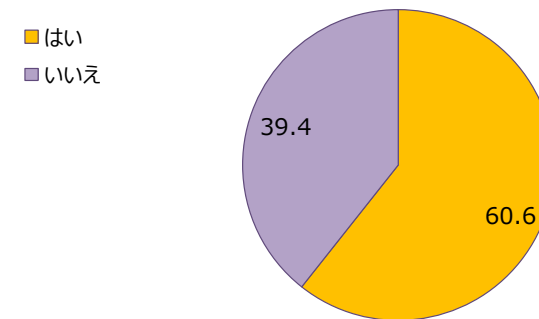
A25.

日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか (n=470)



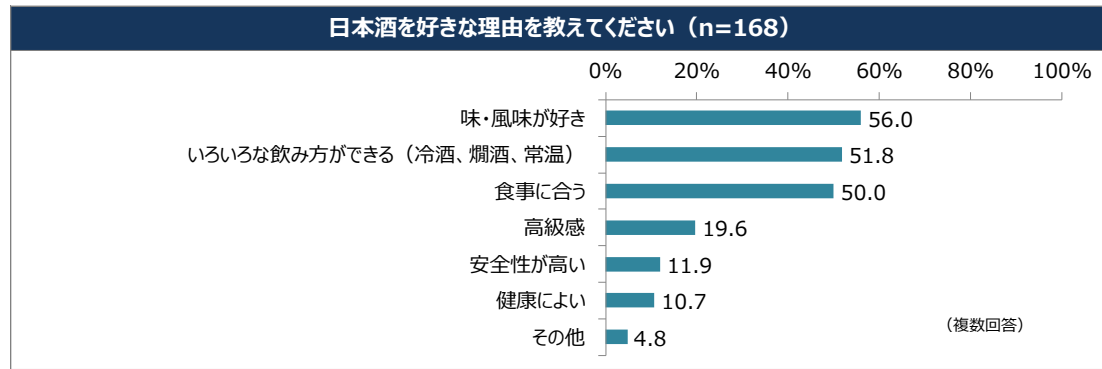
A26.

日本酒は好きですか (n=277)



Q27~29.日本酒の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A27.

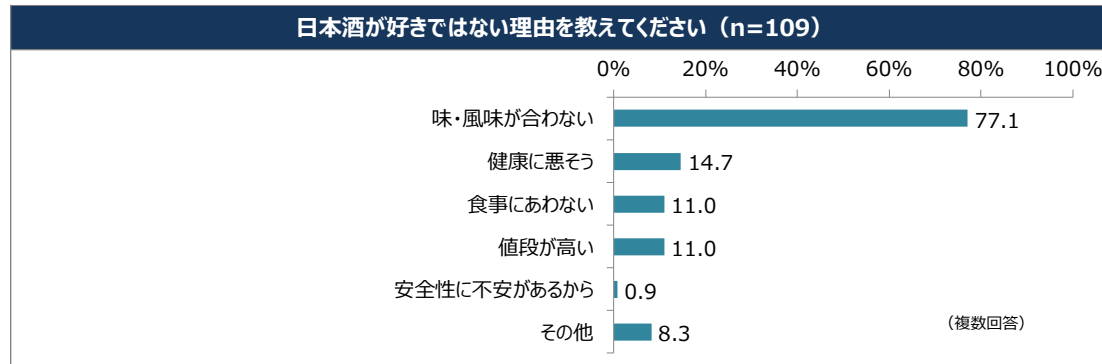


「味・風味が好き」が56.0%と最も高く、次いで「いろいろな飲み方ができる」51.8%、「食事に合う」50.0%が続く。

日本酒が好きな理由_その他

あまり強くない米のウヰッカ
アルコール度数が低い
柔らかい味
変わった味

A28.

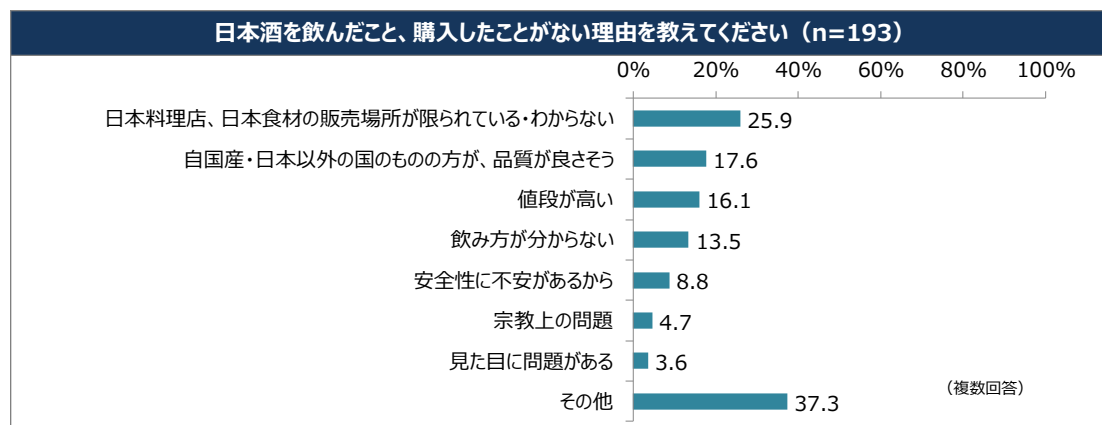


「味・風味が合わない」が77.1%と最も高く、次いで「健康に悪そう」14.7%、「食事にあわない」「値段が高い」11.0%が続く。

日本酒が好きではない理由_その他

変わった味
温かい
強すぎる

A29.



「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」が25.9%と最も高く、次いで「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。

日本酒を摂取・購入したことがない理由_その他

アルコールは飲まない・好きではない
機会がなかった

5. 調査結果詳細

－ 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。

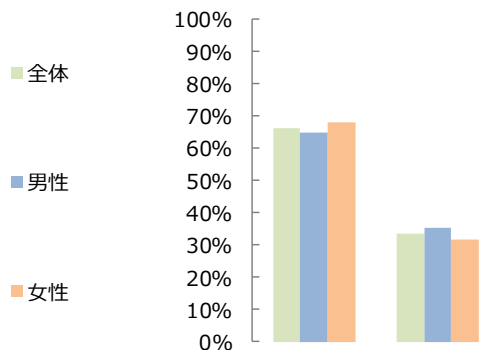
Q30~32.日本の青果物の認知・購入実態：認知率66.4%。購入経験者の95%が「好き」と回答

日本の青果物の認知率は66.4%。特に10代が高い。

認知者（332名）のうち、摂取・購入経験者は70.8%。摂取・購入経験者（235名）のうち、95.3%が日本の青果物を「好き」と回答している。

A30.

日本の青果物を知っていますか

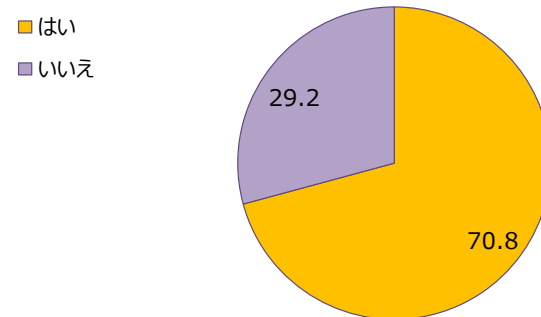


	n	はい	いいえ
全体	500	66.4	33.6
性別			
男性	250	64.8	35.2
女性	250	68.0	32.0
年代			
10代	60	76.7	23.3
20代	130	70.0	30.0
30代	130	63.8	36.2
40代	120	60.0	40.0
50代	60	66.7	33.3
世代			
10~20代	190	72.1	27.9
20~30代	260	66.9	33.1
30~40代	250	62.0	38.0
40~50代	180	62.2	37.8
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	72.6	27.4
- 男性：20~30代	130	64.6	35.4
- 男性：30~40代	125	59.2	40.8
- 男性：40~50代	90	63.3	36.7
- 女性：10~20代	95	71.6	28.4
- 女性：20~30代	130	69.2	30.8
- 女性：30~40代	125	64.8	35.2
- 女性：40~50代	90	61.1	38.9

■ 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

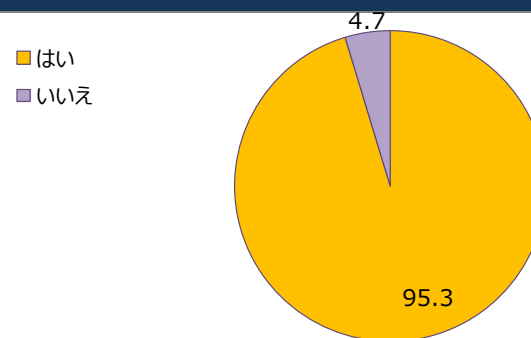
A31.

日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか (n=332)



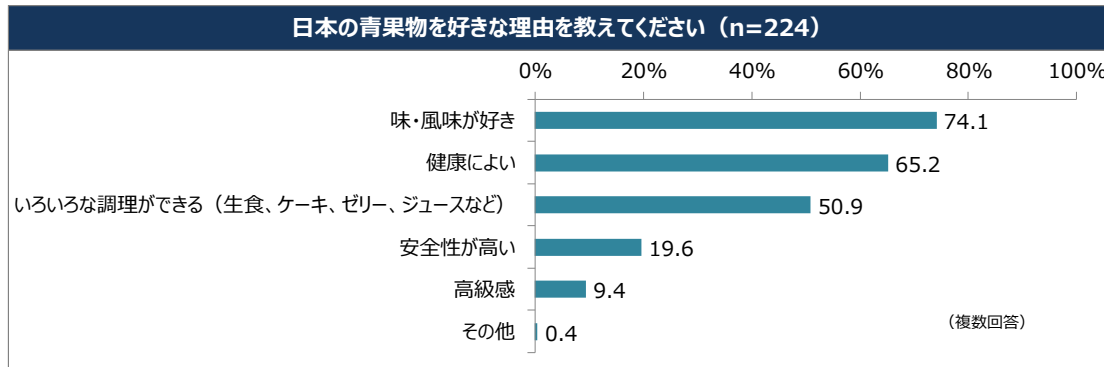
A32.

日本の青果物は好きですか (n=235)



Q33~35.日本の青果物の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

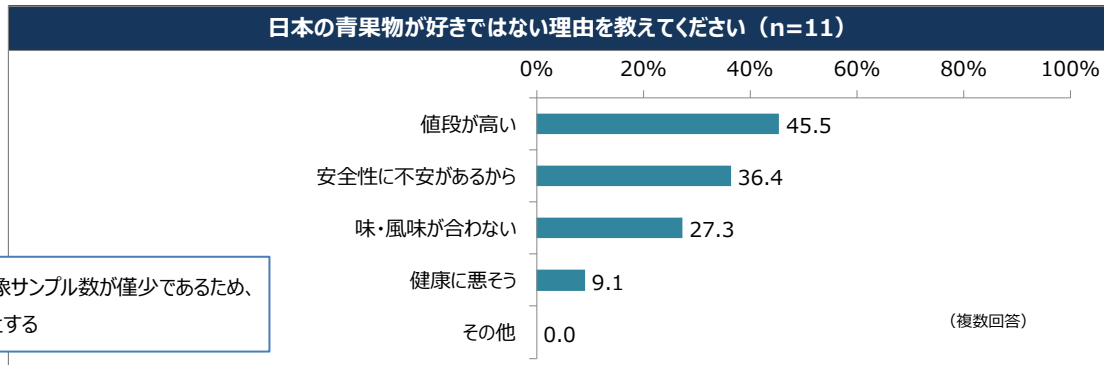
A33.



「味・風味が好き」が74.1%と最も高く、次いで「健康によい」65.2%、「いろいろな調理ができる」50.9%が続く。

日本の青果物が好きな理由_その他
見た目が良い

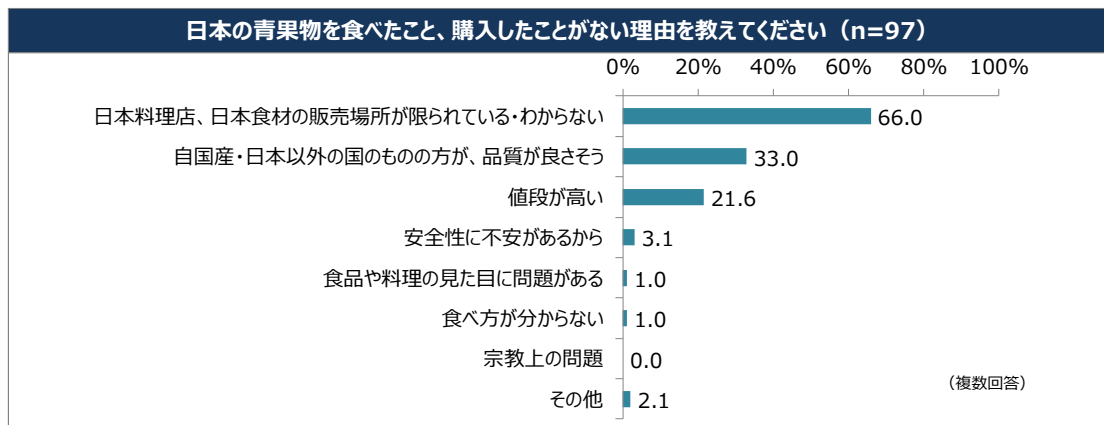
A34.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「値段が高い」が45.5%と最も高く、次いで「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。

A35.



「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」が66.0%と最も高く、次いで「自国産・日本以外の国のものの方が良さそう」33.0%、「値段が高い」21.6%が続く。

日本の青果物を摂取・購入したことがない理由_その他
生産地が日本という表示があったか意識していない
これまで機会がなかった

5. 調査結果詳細

－ 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。

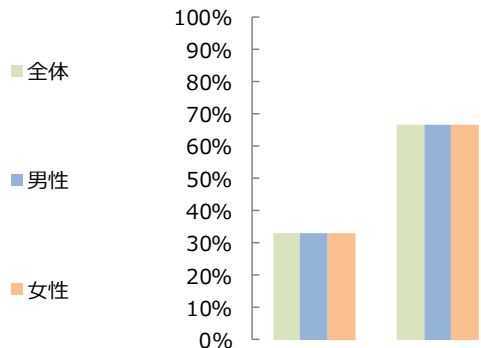
Q42.日本の牛肉を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

Q36~39.日本の牛肉の認知・購入実態：認知率は3割強。購入経験者の95%が「好き」と回答

日本の牛肉の認知率は33.2%と全体の認知率は低い。50代では比較的認知率が高い。

A36.

日本の牛肉を知っていますか



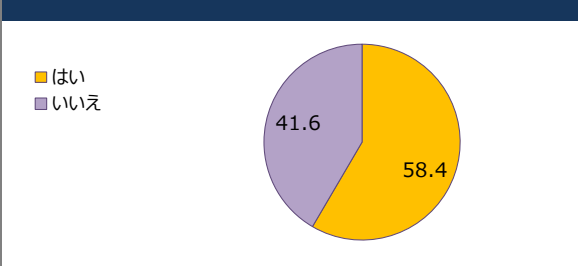
	n	はい	いいえ
全体	500	33.2	66.8
性別			
男性	250	33.2	66.8
女性	250	33.2	66.8
年代			
10代	60	21.7	78.3
20代	130	30.0	70.0
30代	130	30.8	69.2
40代	120	40.0	60.0
50代	60	43.3	56.7
世代			
10~20代	190	27.4	72.6
20~30代	260	30.4	69.6
30~40代	250	35.2	64.8
40~50代	180	41.1	58.9
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	25.3	74.7
- 男性：20~30代	130	30.8	69.2
- 男性：30~40代	125	40.0	60.0
- 男性：40~50代	90	42.2	57.8
- 女性：10~20代	95	29.5	70.5
- 女性：20~30代	130	30.0	70.0
- 女性：30~40代	125	30.4	69.6
- 女性：40~50代	90	40.0	60.0

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

認知者（166名）のうち、摂取・購入経験者は58.4%。摂取・購入経験者（97名）のうち、95.9%が日本の牛肉を「好き」と回答している。「日本の牛肉を食べた、購入した場所」は、「日本」が24.7%、「日本以外」が77.3%。（複数回答）

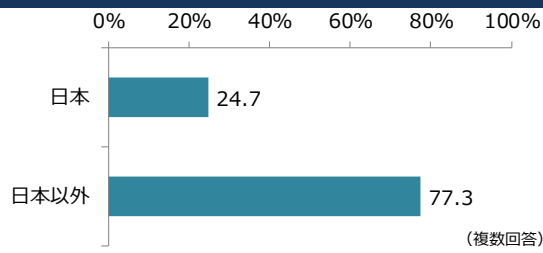
A37.

日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか (n=166)



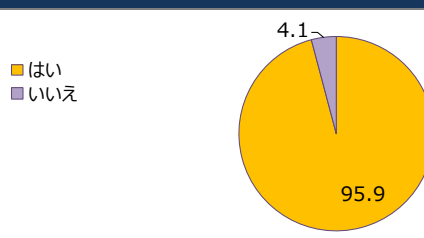
A38.

日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか (n=97)



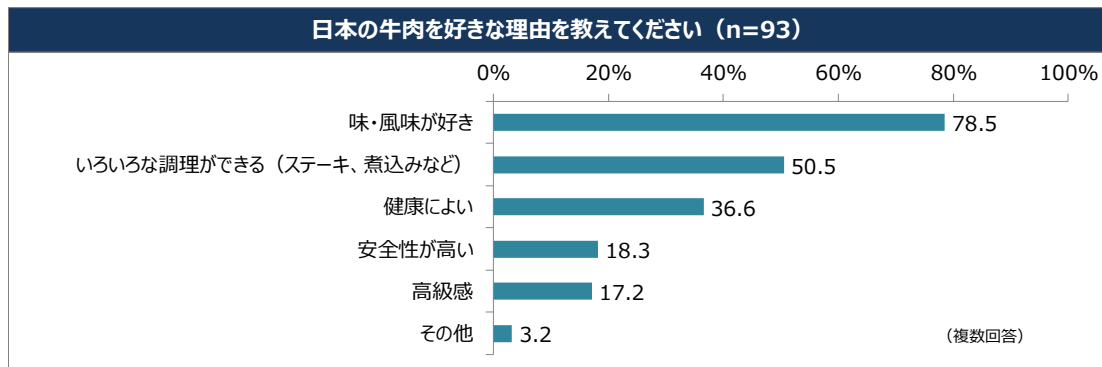
A39.

日本の牛肉は好きですか (n=97)



Q40~42.日本の牛肉の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A40.

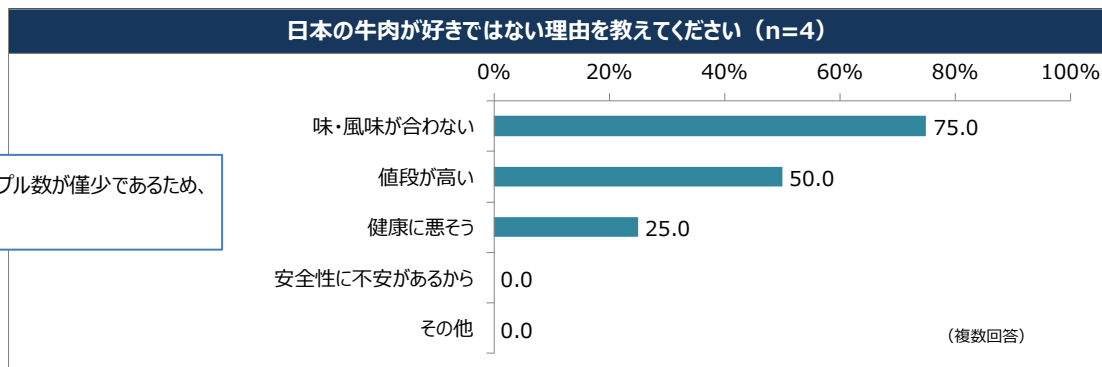


「味・風味が好き」が78.5%と最も高く、次いで「いろいろな調理ができる」50.5%、「健康によい」36.6%が続く。

日本の牛肉が好きな理由_その他

焼き鳥屋のようなレストランで食べることができるから
霜降り肉は調理が速く、調理プロセスも美しい

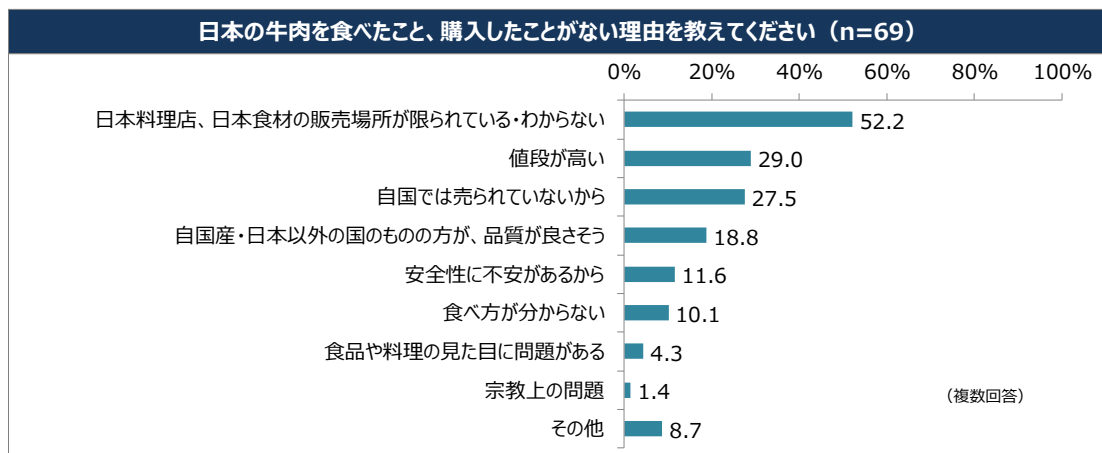
A41.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が75.0%と最も高く、次いで「値段が高い」50.0%、「健康に悪そう」25.0%が続く。

A42.



「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」が52.2%と最も高く、次いで「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。

日本の牛肉を摂取・購入したことがない理由_その他

お店で買う機会がなかった
偽物を買ってしまうという不信感
お店で取り扱いがない

5. 調査結果詳細

－ 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。

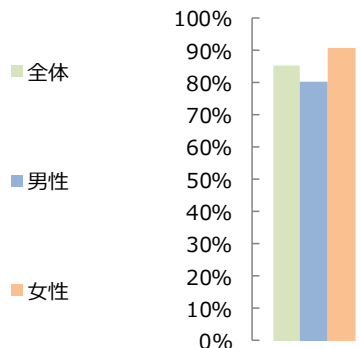
Q43~45.日本茶の認知・購入実態：認知率は85%。購入経験者の93%が「好き」と回答

日本茶の認知率は85.6%。女性の若い層で認知率がやや高い。

認知者（428名）のうち、摂取・購入経験者は82.7%。摂取・購入経験者（354名）のうち、93.5%が日本茶を「好き」と回答している。

A43.

日本茶を知っていますか



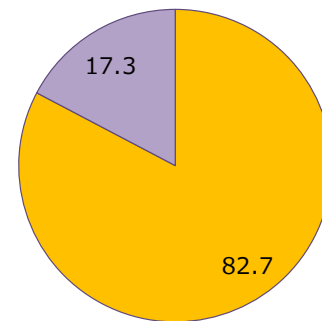
		n	はい	いいえ
全体		500	85.6	14.4
性別	男性	250	80.4	19.6
	女性	250	90.8	9.2
年代	10代	60	90.0	10.0
	20代	130	86.9	13.1
	30代	130	86.9	13.1
	40代	120	83.3	16.7
	50代	60	80.0	20.0
世代	10~20代	190	87.9	12.1
	20~30代	260	86.9	13.1
	30~40代	250	85.2	14.8
	40~50代	180	82.2	17.8
性別×世代	- 男性：10~20代	95	81.1	18.9
	- 男性：20~30代	130	79.2	20.8
	- 男性：30~40代	125	80.0	20.0
	- 男性：40~50代	90	80.0	20.0
	- 女性：10~20代	95	94.7	5.3
	- 女性：20~30代	130	94.6	5.4
	- 女性：30~40代	125	90.4	9.6
	- 女性：40~50代	90	84.4	15.6

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

A44.

日本茶を飲んだこと、購入したことがありますか (n=428)

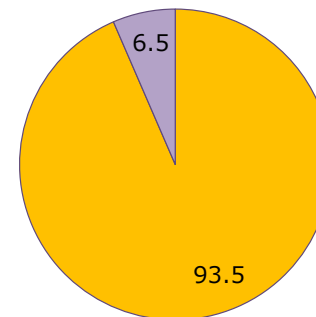
■ はい
■ いいえ



A45.

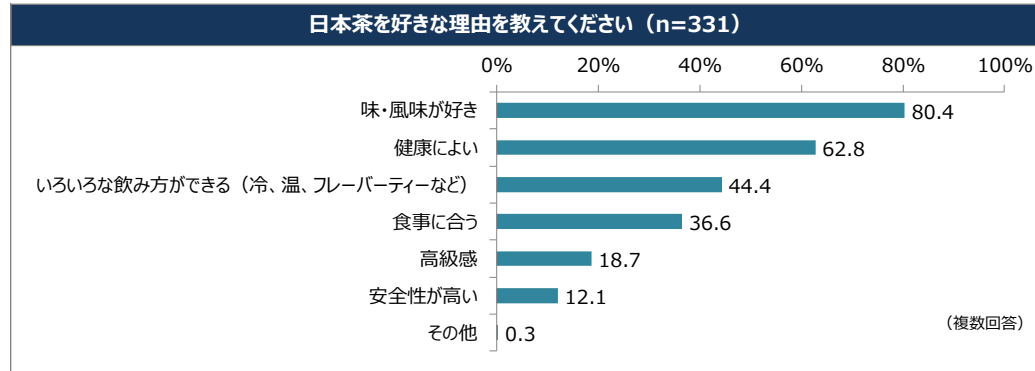
日本茶は好きですか (n=354)

■ はい
■ いいえ



Q46~48.日本茶の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A46.



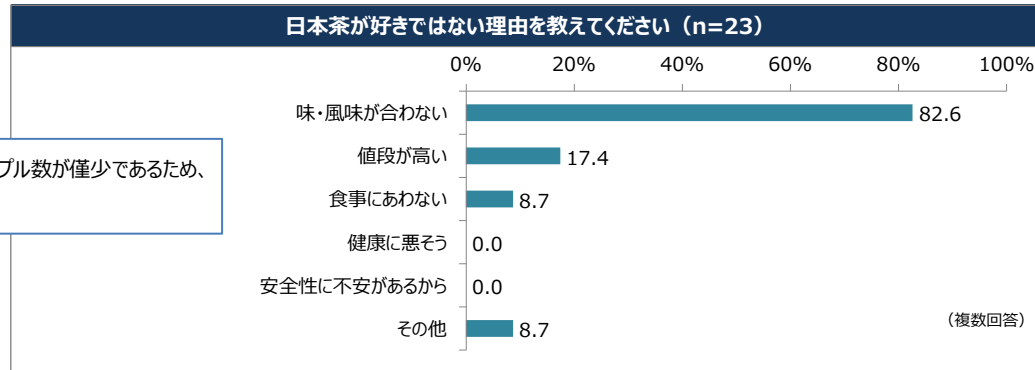
「味・風味が好き」が80.4%と最も高く、次いで「健康によい」62.8%、「いろいろな飲み方ができる」44.4%が続く。

日本茶が好きな理由_その他

日本から贈り物で頂いた

A47.

集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

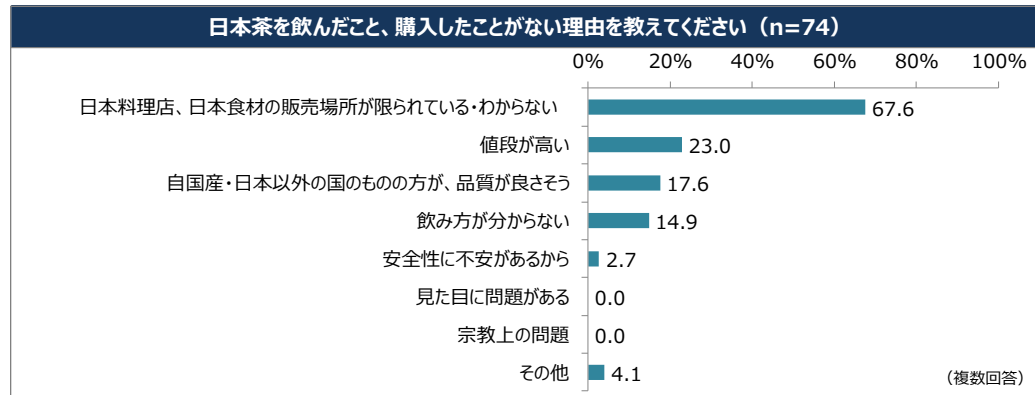


「味・風味が合わない」が82.6%と最も高く、次いで「値段が高い」17.4%、「食事にあわない」8.7%が続く。

日本茶が好きではない理由_その他

中国茶のほうが好み

A48.



「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」が67.6%と最も高く、次いで「値段が高い」23.0%、「自国産・日本以外の国ものの方が、品質が良さそう」17.6%が続く。

日本茶を摂取・購入したことがない理由_その他

お店で見たことがない

寿司バーで試したが、本当に日本茶だったかは分からない。

5. 資料：設問項目一覽

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。