

日本食品に対する海外消費者アンケート調査 －ホーチミン編－

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. 日本の青果物に関する評価	40
- 8. 日本の牛肉に関する評価	43
5. 資料：調査項目一覧	46

1. 調査概要

■ 調査目的

本アンケート調査は、ホーチミン（ベトナム）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、ホーチミン以外にも、モスクワ（ロシア）、サンパウロ（ブラジル）、バンコク（タイ）、ジャカルタ（インドネシア）、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。ホーチミン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5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

- ホーチミンに居住する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99%であった。

■ サンプル設計

総回収サンプル数：500s

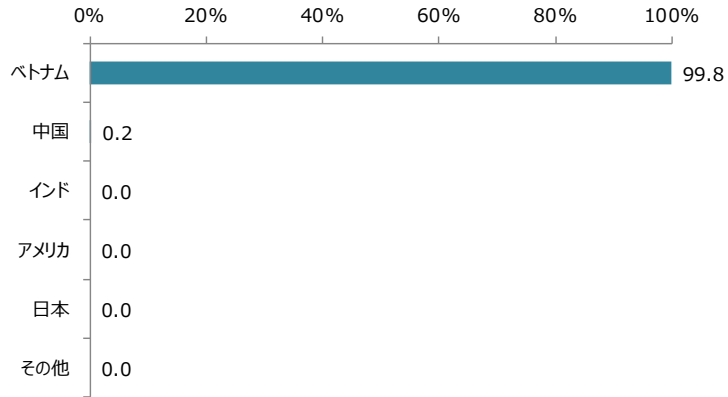
属性別回収サンプル数は右表のとおり

	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

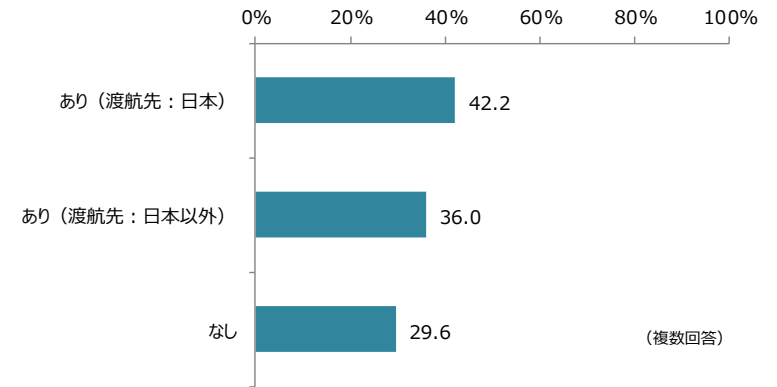
2. 回答者属性

回答者属性

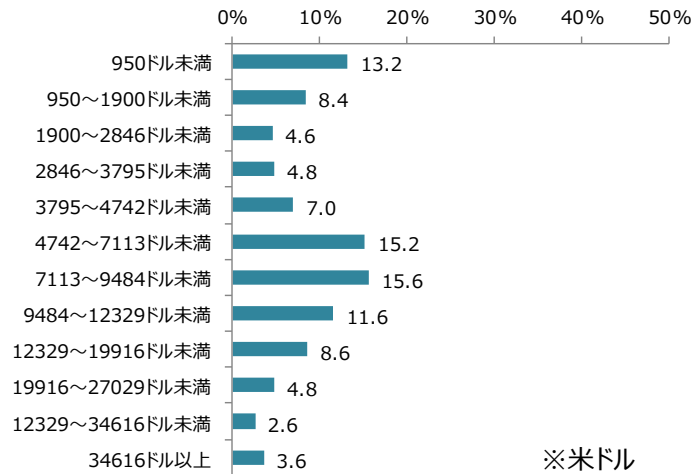
■ 国籍 (n=500)



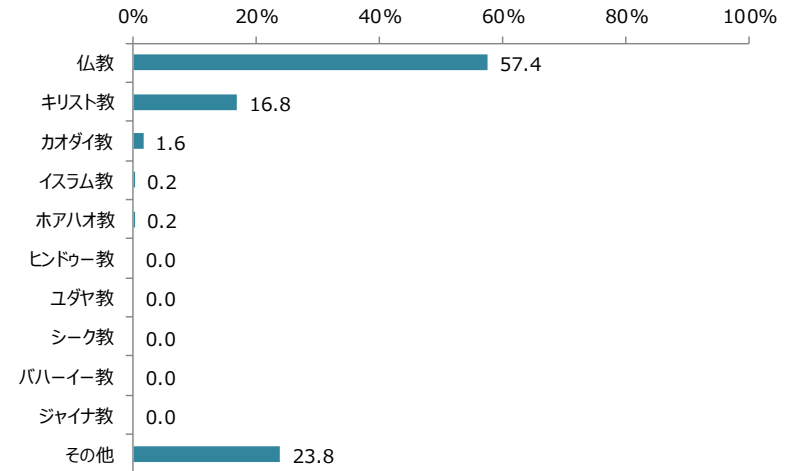
■ 海外渡航経験 (n=500)



■ 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1位に挙げられ、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ことから、高い受容性がうかがえる。「寿司・刺身」「焼き鳥」などが特に好まれている。

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（約7割）。2位に中国料理、3位に韓国料理と続く。

◆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

- 9割が経験あり。また、ほぼ全員が今後も購入・利用したいと回答。

◆日本料理のイメージ

- 主なイメージ「美味しい」「健康に良い」「安全」など。総じてポジティブなイメージが強い。ただし、3割程度が「価格が高い」と回答。

◆好きな日本料理

- 「寿司・刺身」「焼き鳥」「うどん」などが上位。

食品に関する基本購買行動

◆食品購入時重視点

- 安全性、健康、味、経済性を重視。

◆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」を最も重視。次いで、「過去に自分で食べたことがある」「友人、知人のすすめ」など、自分や周囲の人の経験を重視。
- 参照されることが多いWEBコンテンツはFacebook



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	75%	82%	99%	味・風味が好き、健康に良い
調味料	87%	90%	97%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
青果物	88%	90%	99%	健康に良い、安全性が高い
牛肉	81%	80%	100%	健康に良い、味・風味が好き

4. 調査結果

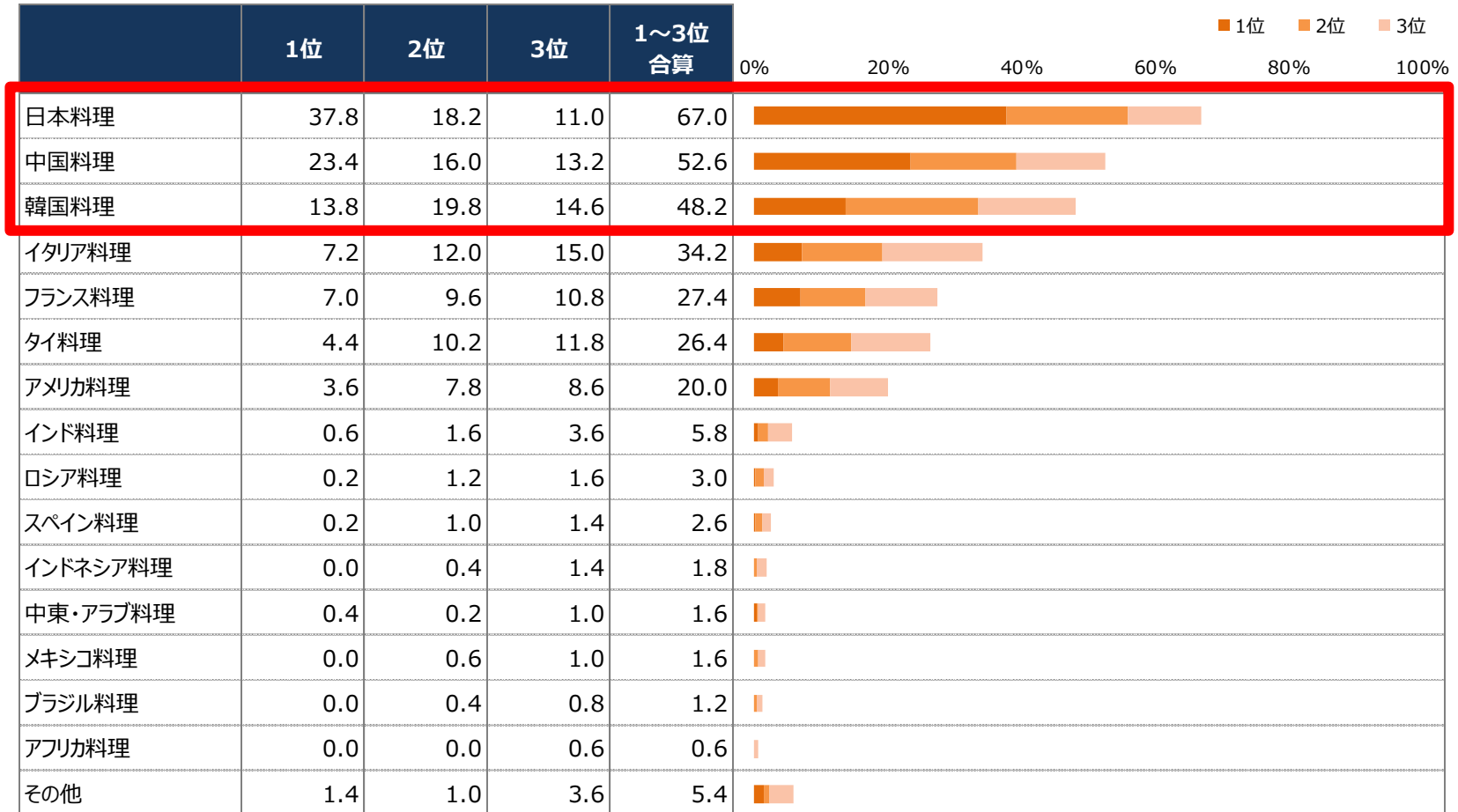
－ 1. 好きな外国料理

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

「日本料理」が67.0%と最も高く、次いで「中国料理」52.6%、「韓国料理」48.2%と続く。



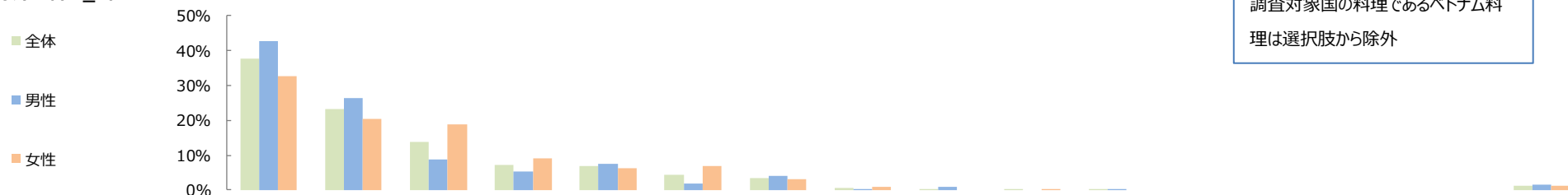
- ※ 回答者に対して、好きな外国料理を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ外国料理は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。
- ※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であるため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。
- ※ 調査対象国の料理であるベトナム料理は選択肢から除外。

A1.好きな外国料理（1位）：「日本料理」は男性10～20代で最も人気が高い

「日本料理」が37.8%と最も高く、次いで「中国料理」23.4%、「韓国料理」13.8%と続く。

全体傾向との比較
 性別×世代別：男性10～20代は「日本料理」の割合が10%以上高く、男性20～30代は「日本料理」の割合が5%以上高い。
 女性10～20代、女性20～30代は「日本料理」の割合が10%以上低く、「韓国料理」の割合が高い。

◇ Q1-1.好きな外国料理_1位



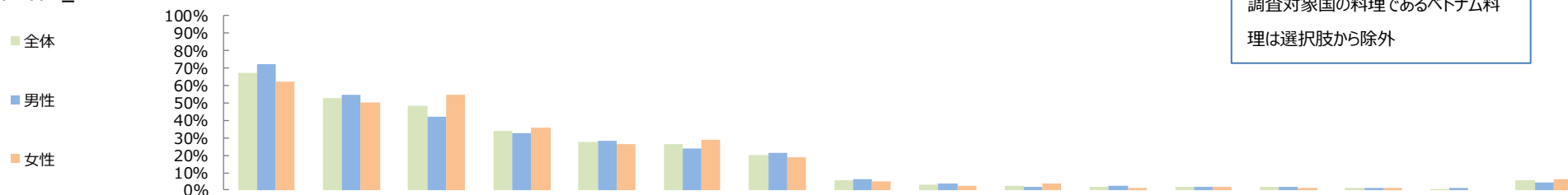
Q1-1.好きな外国料理_1位		n	日本料理	中国料理	韓国料理	イタリア料理	フランス料理	タイ料理	アメリカ料理	インド料理	中東・アラブ料理	スペイン料理	ロシア料理	インドネシア料理	アフリカ料理	メキシコ料理	ブラジル料理	その他
	全体	500	37.8	23.4	13.8	7.2	7.0	4.4	3.6	0.6	0.4	0.2	0.2	-	-	-	-	1.4
性別	男性	250	42.8	26.4	8.8	5.2	7.6	2.0	4.0	0.4	0.8	-	0.4	-	-	-	-	1.6
	女性	250	32.8	20.4	18.8	9.2	6.4	6.8	3.2	0.8	-	0.4	-	-	-	-	-	1.2
年代	10代	60	35.0	16.7	16.7	10.0	6.7	3.3	8.3	-	-	-	-	-	-	-	-	3.3
	20代	130	38.5	23.1	16.9	6.9	6.2	3.8	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-	0.8
	30代	130	33.8	27.7	13.1	5.4	6.9	6.9	2.3	0.8	0.8	-	0.8	-	-	-	-	1.5
	40代	120	39.2	23.3	11.7	8.3	7.5	4.2	1.7	0.8	0.8	0.8	-	-	-	-	-	1.7
	50代	60	45.0	21.7	10.0	6.7	8.3	1.7	5.0	1.7	-	-	-	-	-	-	-	-
世代	10～20代	190	37.4	21.1	16.8	7.9	6.3	3.7	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	1.6
	20～30代	260	36.2	25.4	15.0	6.2	6.5	5.4	3.1	0.4	0.4	-	0.4	-	-	-	-	1.2
	30～40代	250	36.4	25.6	12.4	6.8	7.2	5.6	2.0	0.8	0.8	0.4	0.4	-	-	-	-	1.6
	40～50代	180	41.1	22.8	11.1	7.8	7.8	3.3	2.8	1.1	0.6	0.6	-	-	-	-	-	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	51.6	20.0	8.4	6.3	6.3	1.1	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	1.1
	- 男性：20～30代	130	45.4	29.2	6.9	5.4	4.6	2.3	3.1	-	0.8	-	0.8	-	-	-	-	1.5
	- 男性：30～40代	125	36.8	30.4	10.4	4.0	7.2	3.2	3.2	-	1.6	-	0.8	-	-	-	-	2.4
	- 男性：40～50代	90	36.7	26.7	11.1	5.6	11.1	1.1	3.3	1.1	1.1	-	-	-	-	-	-	2.2
	- 女性：10～20代	95	23.2	22.1	25.3	9.5	6.3	6.3	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	2.1
	- 女性：20～30代	130	26.9	21.5	23.1	6.9	8.5	8.5	3.1	0.8	-	-	-	-	-	-	-	0.8
	- 女性：30～40代	125	36.0	20.8	14.4	9.6	7.2	8.0	0.8	1.6	-	0.8	-	-	-	-	-	0.8
	- 女性：40～50代	90	45.6	18.9	11.1	10.0	4.4	5.6	2.2	1.1	-	1.1	-	-	-	-	-	-

A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「日本料理」は男性10～20代に最も人気

「日本料理」が67.0%と最も高く、次いで「中国料理」52.6%、「韓国料理」48.2%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：50代は「日本料理」の割合が5%以上高い。10代は「イタリア料理」「アメリカ料理」の割合が10%以上高い。
 性別×世代別：男性10～20代、男性20～30代は「日本料理」の割合が5%以上高い。
 女性10～20代は「日本料理」の割合が10%以上低い。

◇ Q1.好きな外国料理_合算



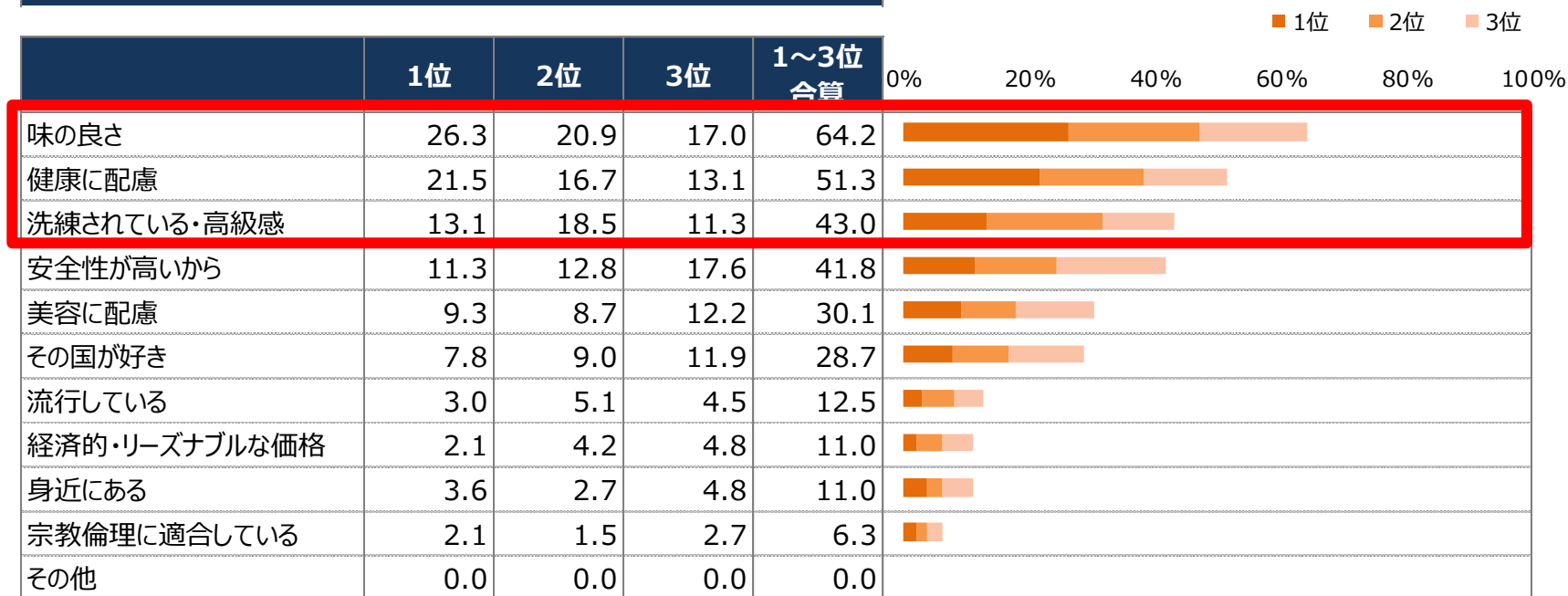
Q1.好きな外国料理_合算		n	日本料理	中国料理	韓国料理	イタリア料理	フランス料理	タイ料理	アメリカ料理	インド料理	ロシア料理	スペイン料理	インドネシア料理	中東・アラブ料理	メキシコ料理	ブラジル料理	アフリカ料理	その他
性別	全体	500	67.0	52.6	48.2	34.2	27.4	26.4	20.0	5.8	3.0	2.6	1.8	1.6	1.6	1.2	0.6	5.4
	男性	250	72.0	54.8	42.0	32.8	28.4	23.6	21.2	6.4	3.6	1.6	2.4	1.6	2.0	1.2	1.2	4.4
	女性	250	62.0	50.4	54.4	35.6	26.4	29.2	18.8	5.2	2.4	3.6	1.2	1.6	1.2	1.2	-	6.4
年代	10代	60	58.3	43.3	50.0	45.0	23.3	18.3	33.3	5.0	1.7	3.3	-	-	5.0	1.7	-	11.7
	20代	130	67.7	53.1	51.5	38.5	23.8	25.4	19.2	3.8	2.3	1.5	3.1	-	0.8	0.8	0.8	5.4
	30代	130	66.9	56.9	45.4	32.3	26.9	36.2	13.8	6.2	3.8	2.3	1.5	1.5	-	0.8	0.8	4.6
	40代	120	65.8	52.5	45.0	32.5	31.7	22.5	18.3	6.7	3.3	5.0	2.5	3.3	2.5	2.5	0.8	5.0
	50代	60	76.7	51.7	51.7	21.7	31.7	23.3	25.0	8.3	3.3	-	-	3.3	1.7	-	-	1.7
世代	10～20代	190	64.7	50.0	51.1	40.5	23.7	23.2	23.7	4.2	2.1	2.1	2.1	-	2.1	1.1	0.5	7.4
	20～30代	260	67.3	55.0	48.5	35.4	25.4	30.8	16.5	5.0	3.1	1.9	2.3	0.8	0.4	0.8	0.8	5.0
	30～40代	250	66.4	54.8	45.2	32.4	29.2	29.6	16.0	6.4	3.6	3.6	2.0	2.4	1.2	1.6	0.8	4.8
	40～50代	180	69.4	52.2	47.2	28.9	31.7	22.8	20.6	7.2	3.3	3.3	1.7	3.3	2.2	1.7	0.6	3.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	76.8	49.5	46.3	37.9	22.1	20.0	21.1	5.3	3.2	2.1	3.2	-	3.2	1.1	1.1	5.3
	- 男性：20～30代	130	73.1	57.7	40.0	34.6	23.1	27.7	16.2	6.9	3.1	3.1	3.1	1.5	0.8	1.5	1.5	4.6
	- 男性：30～40代	125	66.4	58.4	37.6	32.8	30.4	28.0	19.2	6.4	4.0	1.6	2.4	3.2	1.6	1.6	1.6	4.8
	- 男性：40～50代	90	70.0	54.4	42.2	28.9	35.6	17.8	26.7	7.8	4.4	-	2.2	2.2	2.2	1.1	1.1	3.3
	- 女性：10～20代	95	52.6	50.5	55.8	43.2	25.3	26.3	26.3	3.2	1.1	2.1	1.1	-	1.1	1.1	-	9.5
	- 女性：20～30代	130	61.5	52.3	56.9	36.2	27.7	33.8	16.9	3.1	3.1	0.8	1.5	-	-	-	-	5.4
	- 女性：30～40代	125	66.4	51.2	52.8	32.0	28.0	31.2	12.8	6.4	3.2	5.6	1.6	1.6	0.8	1.6	-	4.8
	- 女性：40～50代	90	68.9	50.0	52.2	28.9	27.8	27.8	14.4	6.7	2.2	6.7	1.1	4.4	2.2	2.2	-	4.4

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

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」

「味の良さ」が64.2%と最も高く、次いで「健康に配慮」51.3%、「洗練されている・高級感」43.0%と続く。

日本料理を好きな理由 (n=335)



参考：日本料理以外の外国料理の好きな理由

中国料理を好きな理由 (n=263) →1位 味の良さ (79.1%)、2位 身近にある (57.8%)、3位 経済的・リーズナブルな価格 (44.1%)

韓国料理を好きな理由 (n=241) →1位 味の良さ (72.2%)、2位 その国が好き (36.1%)、3位 健康に配慮 (34.4%)

イタリア料理を好きな理由 (n=171) →1位 味の良さ (73.7%)、2位 洗練されている・高級感 (57.3%)、3位 安全性が高いから (33.9%)

※ 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：自由記述回答の抜粋

中国料理が好きな理由_その他

安い
アジア人の口に合う
食べやすい
口に合う
好みに合う
繊細に調理されているところが好き
もの珍しさ
味が良い

韓国料理が好きな理由_その他

お腹いっぱいになる
美味しい

タイ料理が好きな理由_その他

新しい味
スパイシーさ
一部の料理がベトナム料理に似ている
もの珍しさ
辛さと酸味の組み合わせが変な味で美味しい

インド料理が好きな理由_その他

もの珍しさ
安さ
刺激的

フランス料理が好きな理由_その他

美味しい

イタリア料理が好きな理由_その他

興味深い名前
盛り付けが美しい

スペイン料理が好きな理由_その他

安さ
満足できる
購入しやすい

アメリカ料理が好きな理由_その他

早い
便利さ
美味しい
味が良い

ブラジル料理が好きな理由_その他

変わっていて魅力的

メキシコ料理が好きな理由_その他

美味しい

(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。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



【写真】ホーチミンの日本料理店（寿司屋）「Hokkaido Sachi」オーナーと取りまとめている板前が日本人

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：「安全性、健康、味、経済性」を重視

「安全性の高さが47.8%と最も高く、次いで「健康に配慮」43.6%、「味の良さ」41.0%と続く。

	1位	2位	3位	1~3位 合算	0% 20% 40% 60% 80% 100%
安全性の高さ	22.0	11.2	14.6	47.8	
健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	18.4	13.8	11.4	43.6	
味の良さ	14.6	12.8	13.6	41.0	
経済的・リーズナブルな価格	8.6	12.8	18.6	40.0	
産地・原産国	8.0	11.8	8.8	28.6	
料理に使いやすい	7.8	9.6	6.0	23.4	
ブランド	5.2	5.6	6.4	17.2	
身近に手に入りやすい	5.0	4.6	6.0	15.6	
料理の手間を省ける	3.0	5.0	5.4	13.4	
見栄えやパッケージの美しさ	2.2	4.0	2.4	8.6	
美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	1.6	2.6	2.6	6.8	
洗練されている・高級感	1.0	2.8	2.2	6.0	
新奇性・珍しさ	1.4	1.6	1.2	4.2	
宗教倫理に適合しているか	1.0	1.8	0.6	3.4	
その他	0.2	0.0	0.2	0.4	

※ 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

健康に良いか

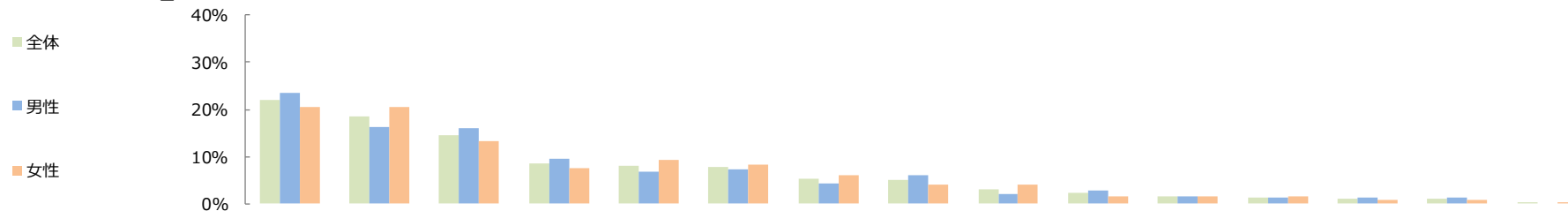
その時に食べたいかどうか

A3.食品購入時重視点（1位）：「安全性の高さ」が最も多い

「安全性の高さ」が22.0%と最も高く、次いで「健康に配慮」18.4%、「味の良さ」14.6%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10%以上高い。50代は「味のよさ」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性40～50代は「経済的・リーズナブルな価格」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	安全性の高さ	健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	味の良さ	経済的・リーズナブルな価格	産地・原産国	料理に使いやすい	ブランド	身近に手に入りやすい	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	宗教倫理に適合しているか	その他
全体	500	22.0	18.4	14.6	8.6	8.0	7.8	5.2	5.0	3.0	2.2	1.6	1.4	1.0	1.0	0.2
性別																
男性	250	23.6	16.4	16.0	9.6	6.8	7.2	4.4	6.0	2.0	2.8	1.6	1.2	1.2	1.2	-
女性	250	20.4	20.4	13.2	7.6	9.2	8.4	6.0	4.0	4.0	1.6	1.6	1.6	0.8	0.8	0.4
年代																
10代	60	21.7	18.3	25.0	11.7	6.7	3.3	-	5.0	1.7	1.7	-	1.7	1.7	1.7	-
20代	130	20.8	16.2	15.4	10.0	7.7	6.9	5.4	2.3	6.2	1.5	2.3	1.5	1.5	2.3	-
30代	130	23.8	20.8	16.9	4.6	8.5	7.7	3.8	6.9	1.5	2.3	1.5	0.8	-	-	0.8
40代	120	21.7	19.2	11.7	8.3	9.2	9.2	8.3	5.0	1.7	0.8	2.5	-	1.7	0.8	-
50代	60	21.7	16.7	3.3	11.7	6.7	11.7	6.7	6.7	3.3	6.7	-	5.0	-	-	-
世代																
10～20代	190	21.1	16.8	18.4	10.5	7.4	5.8	3.7	3.2	4.7	1.6	1.6	1.6	1.6	2.1	-
20～30代	260	22.3	18.5	16.2	7.3	8.1	7.3	4.6	4.6	3.8	1.9	1.9	1.2	0.8	1.2	0.4
30～40代	250	22.8	20.0	14.4	6.4	8.8	8.4	6.0	6.0	1.6	1.6	2.0	0.4	0.8	0.4	0.4
40～50代	180	21.7	18.3	8.9	9.4	8.3	10.0	7.8	5.6	2.2	2.8	1.7	1.7	1.1	0.6	-
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	26.3	15.8	17.9	9.5	4.2	5.3	4.2	4.2	3.2	2.1	3.2	1.1	1.1	2.1	-
- 男性：20～30代	130	26.2	17.7	16.9	5.4	6.2	6.9	3.8	6.2	3.1	2.3	2.3	1.5	0.8	0.8	-
- 男性：30～40代	125	22.4	16.8	17.6	8.8	8.0	8.0	4.0	7.2	0.8	2.4	0.8	0.8	1.6	0.8	-
- 男性：40～50代	90	20.0	15.6	8.9	14.4	10.0	8.9	6.7	5.6	1.1	3.3	1.1	1.1	2.2	1.1	-
- 女性：10～20代	95	15.8	17.9	18.9	11.6	10.5	6.3	3.2	2.1	6.3	1.1	-	2.1	2.1	2.1	-
- 女性：20～30代	130	18.5	19.2	15.4	9.2	10.0	7.7	5.4	3.1	4.6	1.5	1.5	0.8	0.8	1.5	0.8
- 女性：30～40代	125	23.2	23.2	11.2	4.0	9.6	8.8	8.0	4.8	2.4	0.8	3.2	-	-	-	0.8
- 女性：40～50代	90	23.3	21.1	8.9	4.4	6.7	11.1	8.9	5.6	3.3	2.2	2.2	2.2	-	-	-

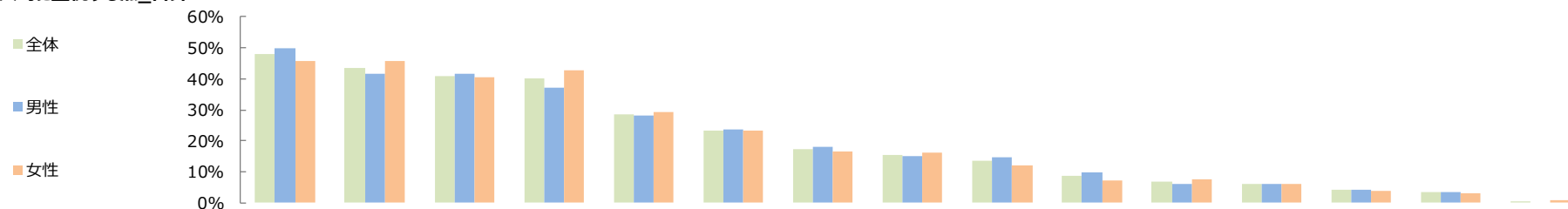
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：「安全性の高さ」男性10～30代が重視

「安全性の高さ」が47.8%と最も高く、次いで「健康に配慮」43.6%、「味の良さ」41.0%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」の割合が10%以上高い。50代は「味の良さ」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性10～20代、男性20～30代は「安全性の高さ」の割合が5%以上高い。
 女性30～40代は「健康に配慮」の割合が5%以上高い。

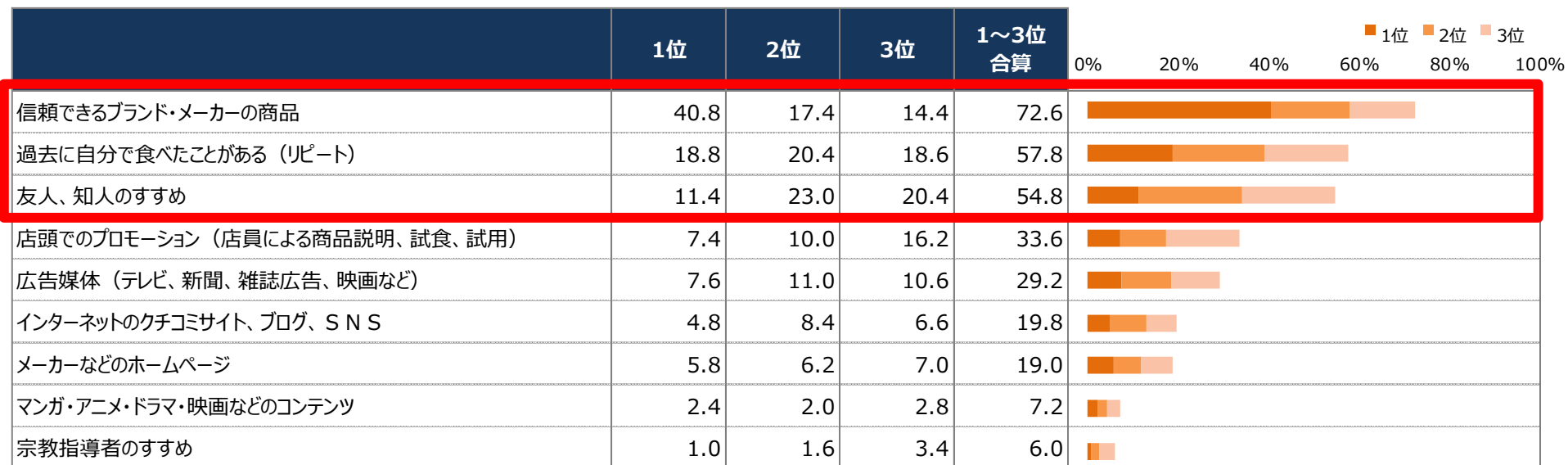
◆ Q3.食品購入時に重視する点_合算



Q3.食品購入時に重視する点_合算		n	安全性の高さ	健康に配慮(高い栄養価、低カロリーなど)	味の良さ	経済的・リーズナブルな価格	産地・原産国	料理に使いやすい	ブランド	身近に手に入りやすい	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)	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	47.8	43.6	41.0	40.0	28.6	23.4	17.2	15.6	13.4	8.6	6.8	6.0	4.2	3.4	0.4
	男性	250	50.0	41.6	41.6	37.2	28.0	23.6	18.0	15.2	14.8	10.0	6.0	6.0	4.4	3.6	-
	女性	250	45.6	45.6	40.4	42.8	29.2	23.2	16.4	16.0	12.0	7.2	7.6	6.0	4.0	3.2	0.8
年代	10代	60	53.3	41.7	45.0	51.7	28.3	16.7	8.3	13.3	11.7	10.0	6.7	6.7	3.3	3.3	-
	20代	130	46.2	36.9	44.6	40.0	26.9	22.3	18.5	15.4	16.2	10.0	5.4	7.7	5.4	3.8	0.8
	30代	130	51.5	49.2	43.1	36.9	26.9	22.3	12.3	19.2	11.5	8.5	6.9	4.6	3.1	3.1	0.8
	40代	120	45.8	46.7	40.8	40.0	33.3	24.2	20.8	10.8	11.7	5.0	8.3	7.5	2.5	2.5	-
	50代	60	41.7	41.7	25.0	35.0	26.7	33.3	26.7	20.0	16.7	11.7	6.7	1.7	8.3	5.0	-
世代	10～20代	190	48.4	38.4	44.7	43.7	27.4	20.5	15.3	14.7	14.7	10.0	5.8	7.4	4.7	3.7	0.5
	20～30代	260	48.8	43.1	43.8	38.5	26.9	22.3	15.4	17.3	13.8	9.2	6.2	6.2	4.2	3.5	0.8
	30～40代	250	48.8	48.0	42.0	38.4	30.0	23.2	16.4	15.2	11.6	6.8	7.6	6.0	2.8	2.8	0.4
	40～50代	180	44.4	45.0	35.6	38.3	31.1	27.2	22.8	13.9	13.3	7.2	7.8	5.6	4.4	3.3	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	54.7	36.8	44.2	42.1	25.3	18.9	14.7	14.7	15.8	11.6	8.4	5.3	3.2	4.2	-
	- 男性：20～30代	130	54.6	40.0	43.1	33.1	25.4	22.3	13.8	17.7	15.4	11.5	6.9	7.7	4.6	3.8	-
	- 男性：30～40代	125	48.8	43.2	43.2	36.0	30.4	23.2	17.6	15.2	13.6	9.6	4.8	7.2	4.0	3.2	-
	- 男性：40～50代	90	41.1	47.8	33.3	35.6	34.4	28.9	26.7	12.2	14.4	7.8	4.4	5.6	5.6	2.2	-
	- 女性：10～20代	95	42.1	40.0	45.3	45.3	29.5	22.1	15.8	14.7	13.7	8.4	3.2	9.5	6.3	3.2	1.1
	- 女性：20～30代	130	43.1	46.2	44.6	43.8	28.5	22.3	16.9	16.9	12.3	6.9	5.4	4.6	3.8	3.1	1.5
	- 女性：30～40代	125	48.8	52.8	40.8	40.8	29.6	23.2	15.2	15.2	9.6	4.0	10.4	4.8	1.6	2.4	0.8
	- 女性：40～50代	90	47.8	42.2	37.8	41.1	27.8	25.6	18.9	15.6	12.2	6.7	11.1	5.6	3.3	4.4	-

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」が最も多い

「信頼できるブランド・メーカーの商品」が72.6%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」57.8%、「友人、知人のすすめ」54.8%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。

A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「ブランド」が最も多く、突出している

「信頼できるブランド・メーカーの商品」が40.8%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」18.8%、「友人知人のすすめ」11.4%が続く。

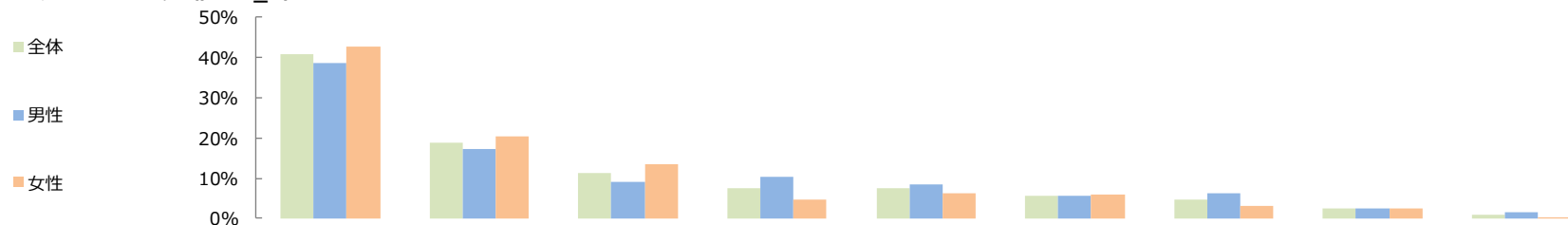
全体傾向との比較

性別×世代別：男性10～20代は「広告媒体」の割合が5%以上高い。

女性20～30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。

女性40～50代は「友人、知人のすすめ」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	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	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	40.8	18.8	11.4	7.6	7.4	5.8	4.8	2.4	1.0
	男性	250	38.8	17.2	9.2	10.4	8.4	5.6	6.4	2.4	1.6
	女性	250	42.8	20.4	13.6	4.8	6.4	6.0	3.2	2.4	0.4
年代	10代	60	35.0	23.3	10.0	11.7	5.0	6.7	8.3	-	-
	20代	130	40.0	17.7	13.1	10.0	6.9	5.4	5.4	0.8	0.8
	30代	130	44.6	15.4	9.2	7.7	8.5	5.4	3.1	4.6	1.5
	40代	120	40.0	23.3	10.0	5.0	7.5	5.8	5.0	2.5	0.8
	50代	60	41.7	15.0	16.7	3.3	8.3	6.7	3.3	3.3	1.7
世代	10～20代	190	38.4	19.5	12.1	10.5	6.3	5.8	6.3	0.5	0.5
	20～30代	260	42.3	16.5	11.2	8.8	7.7	5.4	4.2	2.7	1.2
	30～40代	250	42.4	19.2	9.6	6.4	8.0	5.6	4.0	3.6	1.2
	40～50代	180	40.6	20.6	12.2	4.4	7.8	6.1	4.4	2.8	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	33.7	17.9	11.6	12.6	6.3	6.3	9.5	1.1	1.1
	- 男性：20～30代	130	38.5	16.9	10.8	11.5	8.5	4.6	4.6	3.1	1.5
	- 男性：30～40代	125	39.2	17.6	7.2	11.2	10.4	4.0	4.8	4.0	1.6
	- 男性：40～50代	90	41.1	17.8	7.8	5.6	10.0	6.7	6.7	2.2	2.2
	- 女性：10～20代	95	43.2	21.1	12.6	8.4	6.3	5.3	3.2	-	-
	- 女性：20～30代	130	46.2	16.2	11.5	6.2	6.9	6.2	3.8	2.3	0.8
	- 女性：30～40代	125	45.6	20.8	12.0	1.6	5.6	7.2	3.2	3.2	0.8
	- 女性：40～50代	90	40.0	23.3	16.7	3.3	5.6	5.6	2.2	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

A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「ブランド」女性20～40代が重視

「信頼できるブランド・メーカーの商品」が72.6%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」57.8%、「友人、知人のすすめ」54.8%が続く。

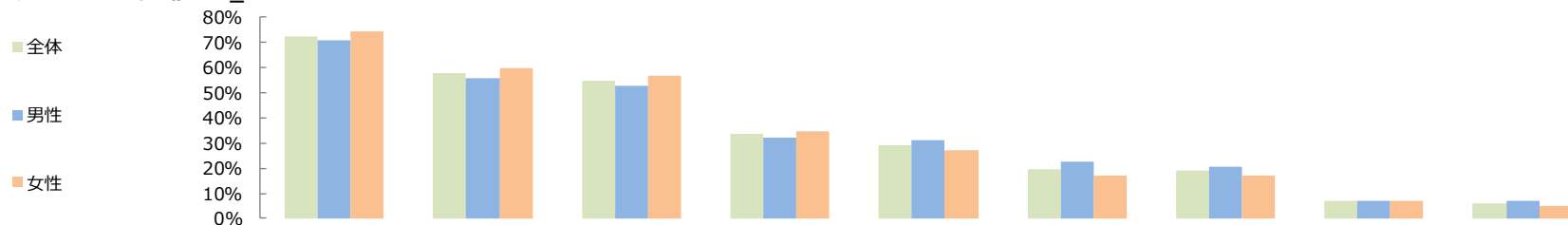
全体傾向との比較

年代別：10代は「店頭でのプロモーション」「広告媒体」の割合が5%以上高い。

性別×世代別：男性10～20代、女性10～20代は「広告媒体」の割合が5%以上高い。

女性20～30代、女性30～40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.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	500	72.6	57.8	54.8	33.6	29.2	19.8	19.0	7.2	6.0
性別										
男性	250	70.8	55.6	52.8	32.4	31.2	22.4	20.8	7.2	6.8
女性	250	74.4	60.0	56.8	34.8	27.2	17.2	17.2	7.2	5.2
年代										
10代	60	71.7	60.0	46.7	40.0	36.7	16.7	16.7	8.3	3.3
20代	130	74.6	51.5	56.2	28.5	37.7	22.3	15.4	4.6	9.2
30代	130	76.2	57.7	60.8	35.4	26.9	16.9	15.4	7.7	3.1
40代	120	70.0	62.5	53.3	32.5	21.7	19.2	24.2	8.3	8.3
50代	60	66.7	60.0	50.0	36.7	23.3	25.0	26.7	8.3	3.3
世代										
10～20代	190	73.7	54.2	53.2	32.1	37.4	20.5	15.8	5.8	7.4
20～30代	260	75.4	54.6	58.5	31.9	32.3	19.6	15.4	6.2	6.2
30～40代	250	73.2	60.0	57.2	34.0	24.4	18.0	19.6	8.0	5.6
40～50代	180	68.9	61.7	52.2	33.9	22.2	21.1	25.0	8.3	6.7
性別×世代										
- 男性：10～20代	95	73.7	51.6	51.6	28.4	35.8	24.2	18.9	7.4	8.4
- 男性：20～30代	130	70.8	55.4	56.2	31.5	33.8	21.5	16.2	7.7	6.9
- 男性：30～40代	125	68.8	60.0	56.0	34.4	28.8	18.4	19.2	8.0	6.4
- 男性：40～50代	90	68.9	56.7	51.1	33.3	24.4	23.3	28.9	5.6	7.8
- 女性：10～20代	95	73.7	56.8	54.7	35.8	38.9	16.8	12.6	4.2	6.3
- 女性：20～30代	130	80.0	53.8	60.8	32.3	30.8	17.7	14.6	4.6	5.4
- 女性：30～40代	125	77.6	60.0	58.4	33.6	20.0	17.6	20.0	8.0	4.8
- 女性：40～50代	90	68.9	66.7	53.3	34.4	20.0	18.9	21.1	11.1	5.6

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。

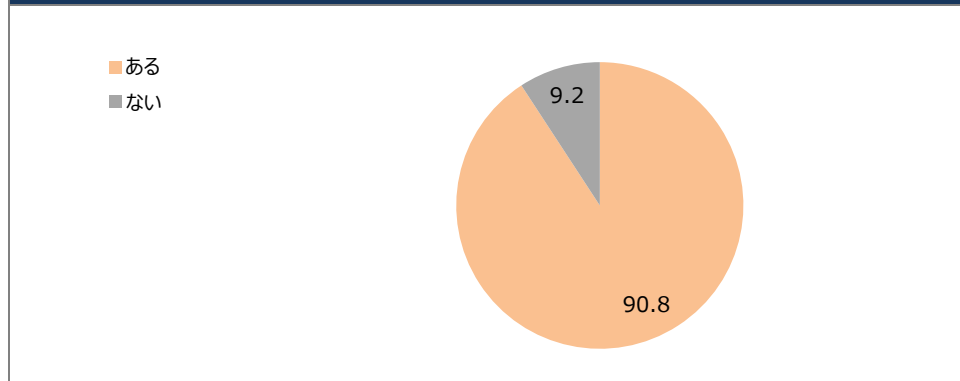
Q7.あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。

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。

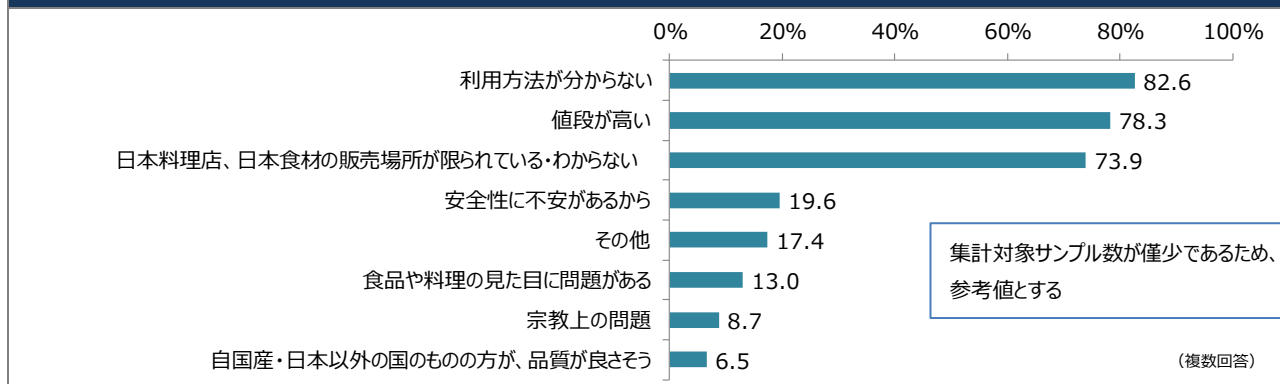
A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：9割が購入・利用経験あり

9割が、「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」と回答。

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=46)



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

日本に行ったことはなく、日本料理のお店も見ただことはない。

自分の好み・趣味に合わない

味が嫌い

日本料理の大半は調理されていない生もので、個人的に生ものの匂いがあまり好きでない。

日本料理のお店はなかなかない。

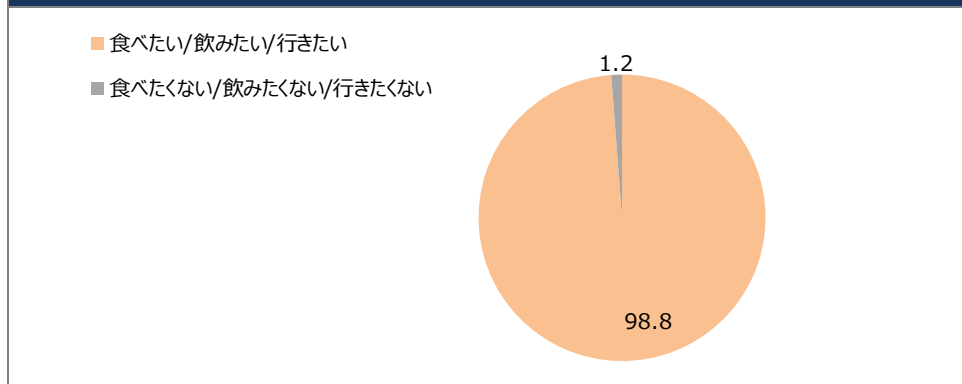
※ 回答者に対して、理由を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ理由は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

※ 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。

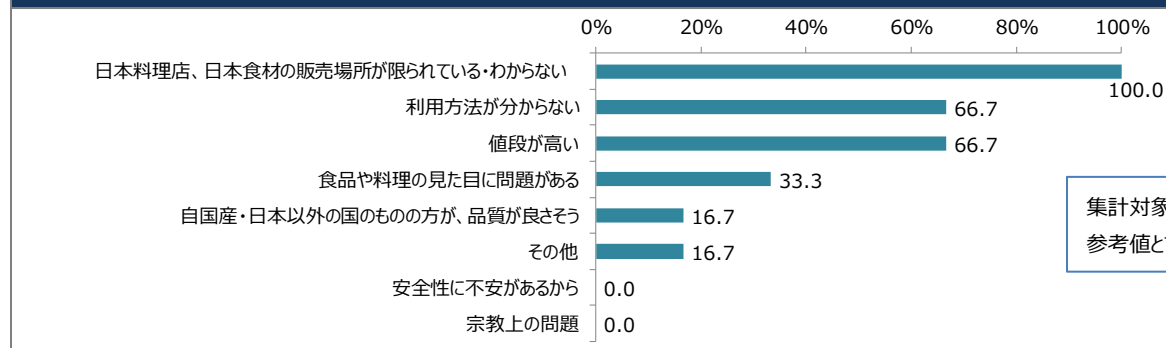
A6&A8.現在および今後の日本食品購入・日本料理店利用意向：今後の摂取・利用意向旺盛

ほぼ全員が、「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」と回答。

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=6）



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

(複数回答)

- ※ 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。

4. 調査結果

－ 4. 日本料理について

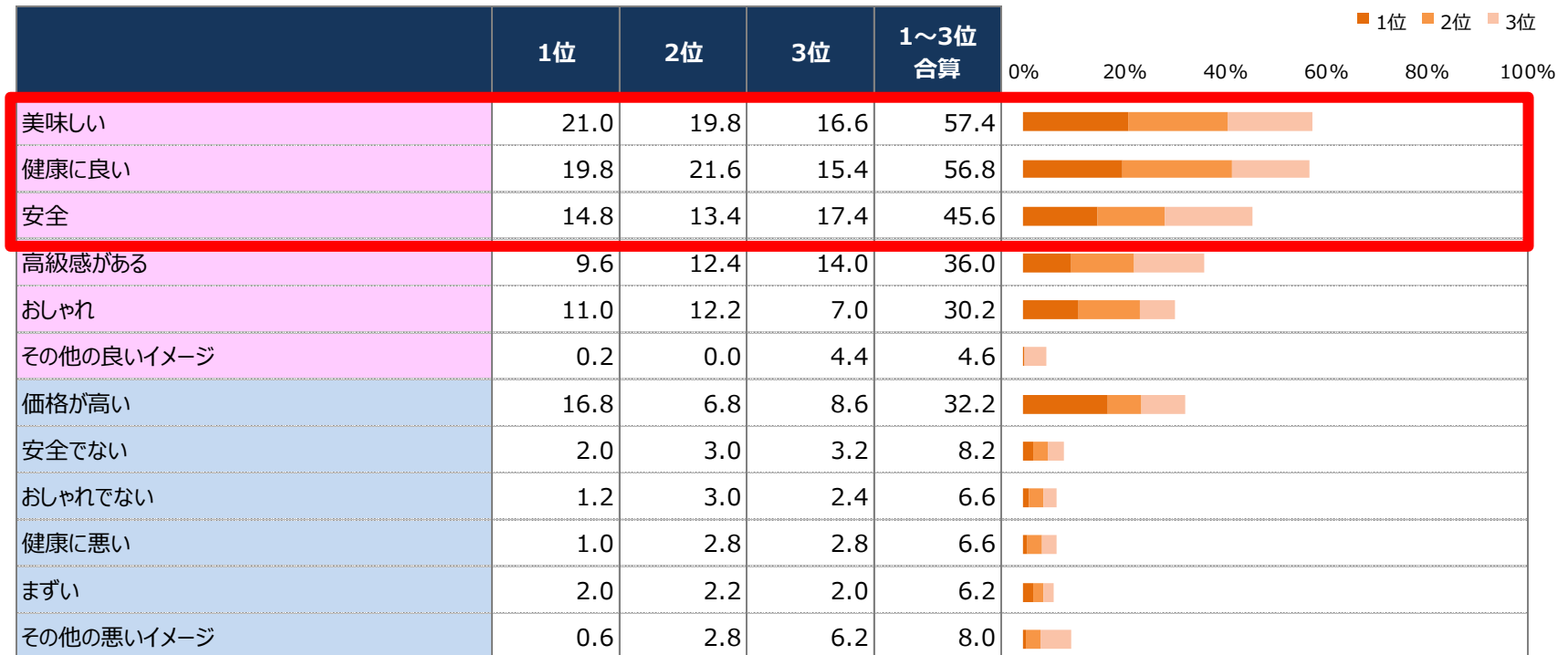
Q9.日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。

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」のイメージが強い

「美味しい」が57.4%と最も高く、次いで「健康に良い」56.8%、「安全」45.6%が続く。ポジティブなイメージが上位に並ぶ。



※ 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）：「美味しい」女性10～20代が最も多い

「美味しい」が21.0%と最も高く、次いで「健康に良い」19.8%、「価格が高い」16.8%と続く。

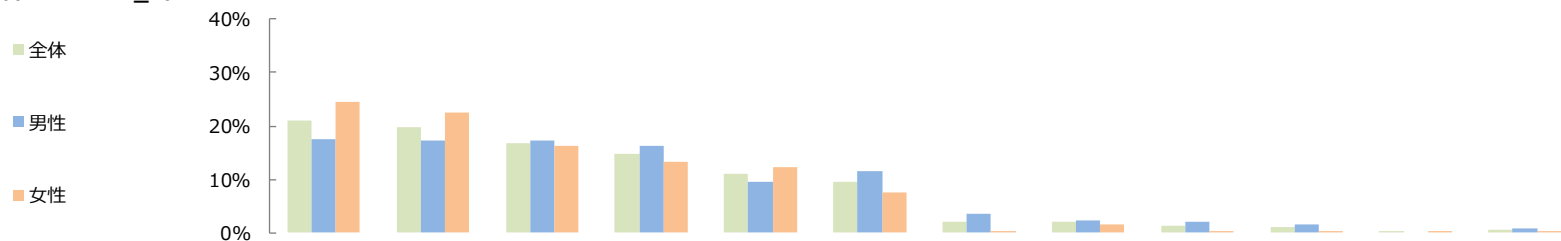
全体傾向との比較

年代別：50代は「健康に良い」の割合が10%以上高く、「美味しい」の割合が10%以上低い。

性別×世代別：女性10～20代は「美味しい」の割合が10%以上高い。

女性30～40代は「健康に良い」の割合が5%以上高い。

※ 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	安全	おしゃれ	高級感がある	まずい	安全でない	おしゃれでない	健康に悪い	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
全体		500	21.0	19.8	16.8	14.8	11.0	9.6	2.0	2.0	1.2	1.0	0.2	0.6
性別	男性	250	17.6	17.2	17.2	16.4	9.6	11.6	3.6	2.4	2.0	1.6	-	0.8
	女性	250	24.4	22.4	16.4	13.2	12.4	7.6	0.4	1.6	0.4	0.4	0.4	0.4
年代	10代	60	28.3	23.3	8.3	16.7	11.7	5.0	1.7	3.3	-	1.7	-	-
	20代	130	27.7	12.3	16.9	15.4	10.0	10.0	0.8	1.5	3.1	1.5	-	0.8
	30代	130	16.9	21.5	21.5	13.8	12.3	8.5	1.5	1.5	0.8	0.8	-	0.8
	40代	120	22.5	19.2	15.8	10.8	10.8	11.7	5.0	2.5	0.8	-	0.8	-
	50代	60	5.0	30.0	16.7	21.7	10.0	11.7	-	1.7	-	1.7	-	1.7
世代	10～20代	190	27.9	15.8	14.2	15.8	10.5	8.4	1.1	2.1	2.1	1.6	-	0.5
	20～30代	260	22.3	16.9	19.2	14.6	11.2	9.2	1.2	1.5	1.9	1.2	-	0.8
	30～40代	250	19.6	20.4	18.8	12.4	11.6	10.0	3.2	2.0	0.8	0.4	0.4	0.4
	40～50代	180	16.7	22.8	16.1	14.4	10.6	11.7	3.3	2.2	0.6	0.6	0.6	0.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	21.1	12.6	14.7	20.0	9.5	10.5	1.1	3.2	4.2	2.1	-	1.1
	- 男性：20～30代	130	20.0	13.1	18.5	17.7	9.2	11.5	2.3	1.5	3.1	1.5	-	1.5
	- 男性：30～40代	125	18.4	15.2	18.4	14.4	10.4	12.8	6.4	1.6	0.8	0.8	-	0.8
	- 男性：40～50代	90	15.6	21.1	17.8	12.2	10.0	12.2	6.7	2.2	1.1	1.1	-	-
	- 女性：10～20代	95	34.7	18.9	13.7	11.6	11.6	6.3	1.1	1.1	-	1.1	-	-
	- 女性：20～30代	130	24.6	20.8	20.0	11.5	13.1	6.9	-	1.5	0.8	0.8	-	-
	- 女性：30～40代	125	20.8	25.6	19.2	10.4	12.8	7.2	-	2.4	0.8	-	0.8	-
	- 女性：40～50代	90	17.8	24.4	14.4	16.7	11.1	11.1	-	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

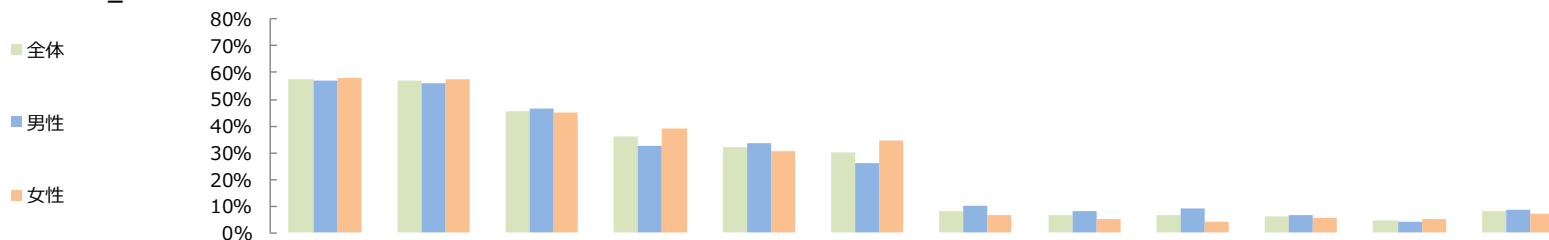
A9.日本料理のイメージ（1～3位合算）：「美味しい」「健康に良い」共に強いイメージ

「美味しい」が57.4%と最も高く、次いで「健康に良い」56.8%、「安全」45.6%が続く。

全体傾向との比較

年代別：10代は「美味しい」「健康に良い」の割合が5%以上高い。20代は「健康に良い」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性10～20代、男性20～30代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。女性10～20代、女性20～30代は「おしゃれ」の割合が5%以上高い。女性40～50代は「安全」「高級感がある」の割合が5%以上高い。

◇ 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	安全	高級感がある	価格が高い	おしゃれ	安全でない	おしゃれでない	健康に悪い	まずい	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
全体	全体	500	57.4	56.8	45.6	36.0	32.2	30.2	8.2	6.6	6.6	6.2	4.6	8.0
性別	男性	250	56.8	56.0	46.4	32.8	33.6	26.0	10.0	8.0	9.2	6.8	4.0	8.8
	女性	250	58.0	57.6	44.8	39.2	30.8	34.4	6.4	5.2	4.0	5.6	5.2	7.2
年代	10代	60	65.0	65.0	48.3	26.7	35.0	26.7	10.0	1.7	8.3	3.3	3.3	5.0
	20代	130	56.9	43.8	40.0	36.9	40.0	33.8	12.3	10.0	7.7	4.6	6.2	6.9
	30代	130	53.8	63.1	41.5	35.4	33.1	30.0	5.4	7.7	5.4	9.2	3.1	10.8
	40代	120	59.2	57.5	50.0	35.8	27.5	25.8	8.3	5.8	8.3	8.3	3.3	8.3
	50代	60	55.0	61.7	55.0	45.0	20.0	35.0	3.3	3.3	1.7	1.7	8.3	6.7
世代	10～20代	190	59.5	50.5	42.6	33.7	38.4	31.6	11.6	7.4	7.9	4.2	5.3	6.3
	20～30代	260	55.4	53.5	40.8	36.2	36.5	31.9	8.8	8.8	6.5	6.9	4.6	8.8
	30～40代	250	56.4	60.4	45.6	35.6	30.4	28.0	6.8	6.8	6.8	8.8	3.2	9.6
	40～50代	180	57.8	58.9	51.7	38.9	25.0	28.9	6.7	5.0	6.1	6.1	5.0	7.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	56.8	47.4	45.3	28.4	40.0	27.4	14.7	9.5	11.6	4.2	4.2	9.5
	- 男性：20～30代	130	51.5	52.3	44.6	31.5	39.2	26.9	11.5	10.0	9.2	6.9	3.1	10.8
	- 男性：30～40代	125	56.0	60.8	45.6	32.0	31.2	24.0	8.0	8.8	8.8	10.4	2.4	9.6
	- 男性：40～50代	90	62.2	58.9	48.9	36.7	24.4	25.6	6.7	6.7	7.8	7.8	5.6	7.8
	- 女性：10～20代	95	62.1	53.7	40.0	38.9	36.8	35.8	8.4	5.3	4.2	4.2	6.3	3.2
	- 女性：20～30代	130	59.2	54.6	36.9	40.8	33.8	36.9	6.2	7.7	3.8	6.9	6.2	6.9
	- 女性：30～40代	125	56.8	60.0	45.6	39.2	29.6	32.0	5.6	4.8	4.8	7.2	4.0	9.6
	- 女性：40～50代	90	53.3	58.9	54.4	41.1	25.6	32.2	6.7	3.3	4.4	4.4	4.4	7.8

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

A9.日本料理のイメージ：自由記述回答の抜粋

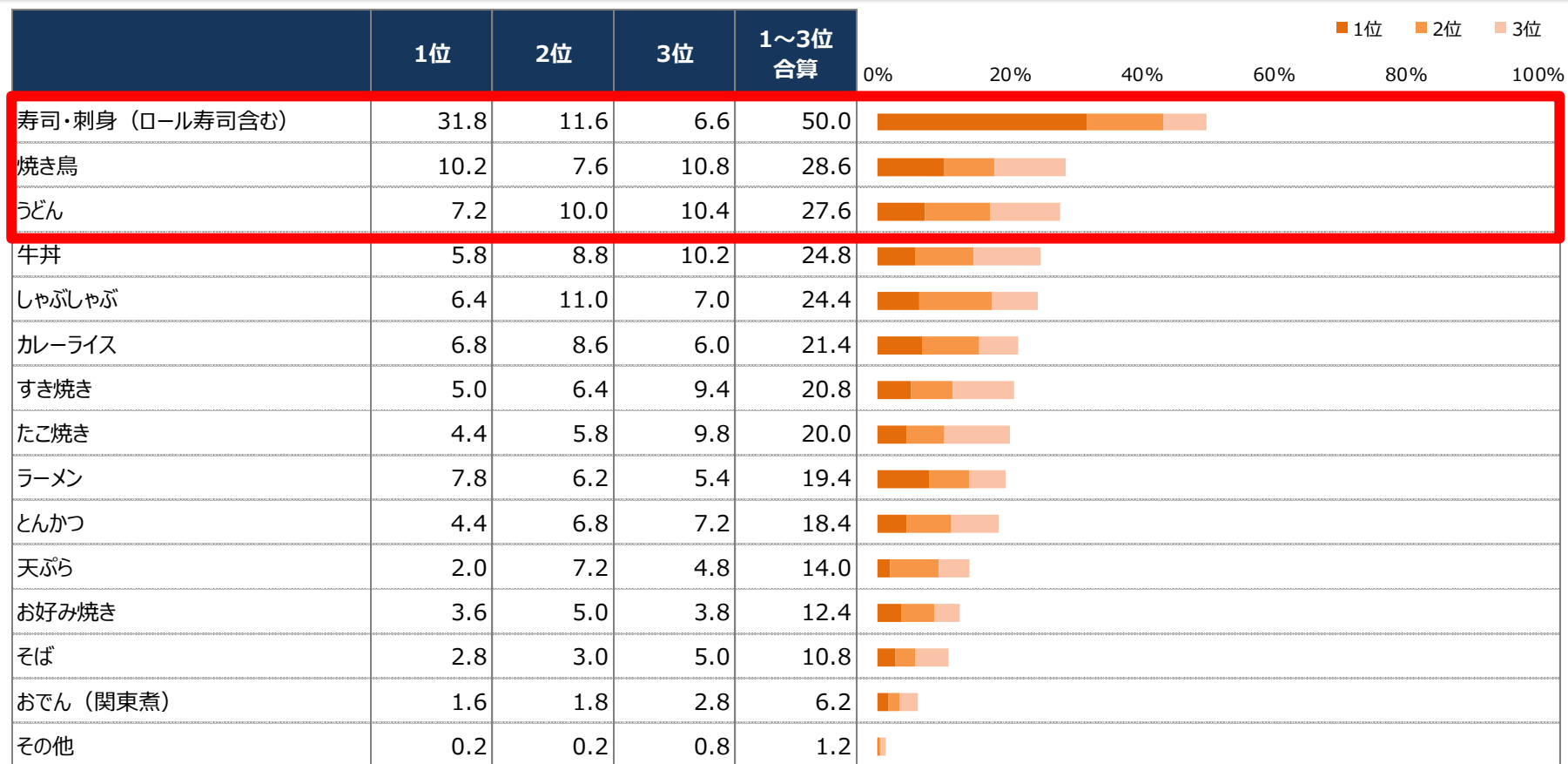
日本料理の良いイメージとしては、「アジア人のテイストに合う」「味が良い」などが挙げられた。
日本料理の悪いイメージとしては、「ごみが多い」「匂い」などが挙げられた。

日本料理のイメージ_その他の良いイメージ
アジア人のテイストに合う
味が良い
コンパクトにまとまっている
ハイクラスで繊細
リーズナブルな価格
安全性
違った味を経験できる
見た目が変わっている
見た目が魅力的
人気のある料理
清潔
低脂肪
美味しい
変わっている
魅力的
無宗教で良い
目を引く盛り付けの料理

日本料理のイメージ_その他の悪いイメージ
ごみが多い
匂い
ワザビと一緒に生で食されることが多い
異なる味
購入が困難
消化の問題
生で食べる料理が多い
生の魚・生の料理・生もの・生肉
盛り付けが複雑すぎる
繊細すぎる
相撲のイメージ
調理に時間がかかる
珍しい
日本料理は「身分の高い人間が見せびらかす」だけのためのもの
品質が加工施設によるところがある
品質が不明
変わった味・変わっている
本物の日本料理かどうか分からない
味が好みに合わない

A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」が最も多く、突出している

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が50.0%と最も高く、次いで「焼き鳥」28.6%、「うどん」27.6%と続く。



- ※ 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。

好きな日本料理のメニュー_その他

海草サラダ
生の海老や魚を山葵と
寿司ロール
和菓子
麺類

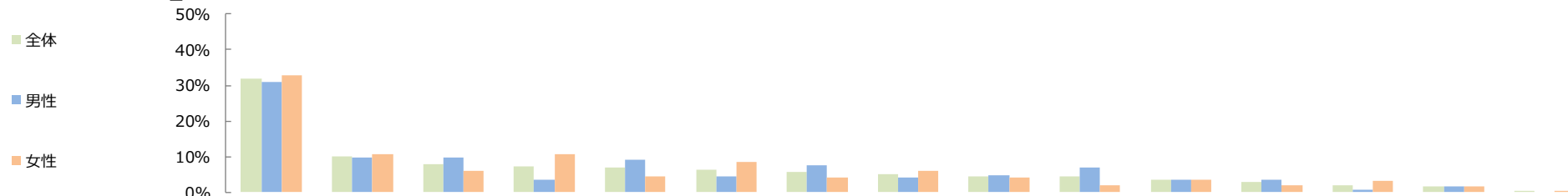
A10.好きな日本料理（1位）：「寿司・刺身」が最も多く、突出している

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が31.8%と最も高く、次いで「焼き鳥」10.2%、「ラーメン」7.8%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：40代は「寿司・刺身」の割合が10%以上低い。

性別×世代別：男性10～20代、女性20～30代は「寿司・刺身」の割合が5%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	カレーライス	しゃぶしゃぶ	牛丼	すき焼き	たこ焼き	とんかつ	お好み焼き	そば	天ぷら	おでん(関東煮)	その他
全体	500	31.8	10.2	7.8	7.2	6.8	6.4	5.8	5.0	4.4	4.4	3.6	2.8	2.0	1.6	0.2
性別																
男性	250	30.8	9.6	9.6	3.6	9.2	4.4	7.6	4.0	4.8	6.8	3.6	3.6	0.8	1.6	-
女性	250	32.8	10.8	6.0	10.8	4.4	8.4	4.0	6.0	4.0	2.0	3.6	2.0	3.2	1.6	0.4
年代																
10代	60	31.7	5.0	10.0	8.3	8.3	5.0	-	5.0	8.3	1.7	8.3	5.0	3.3	-	-
20代	130	40.8	10.0	6.9	6.9	6.2	3.8	7.7	4.6	3.8	3.8	2.3	-	3.1	-	-
30代	130	34.6	11.5	9.2	6.9	3.8	7.7	5.4	3.8	3.8	4.6	1.5	3.1	0.8	2.3	0.8
40代	120	21.7	11.7	9.2	6.7	9.2	6.7	7.5	5.8	3.3	6.7	3.3	2.5	2.5	3.3	-
50代	60	26.7	10.0	1.7	8.3	8.3	10.0	5.0	6.7	5.0	3.3	6.7	6.7	-	1.7	-
世代																
10～20代	190	37.9	8.4	7.9	7.4	6.8	4.2	5.3	4.7	5.3	3.2	4.2	1.6	3.2	-	-
20～30代	260	37.7	10.8	8.1	6.9	5.0	5.8	6.5	4.2	3.8	4.2	1.9	1.5	1.9	1.2	0.4
30～40代	250	28.4	11.6	9.2	6.8	6.4	7.2	6.4	4.8	3.6	5.6	2.4	2.8	1.6	2.8	0.4
40～50代	180	23.3	11.1	6.7	7.2	8.9	7.8	6.7	6.1	3.9	5.6	4.4	3.9	1.7	2.8	-
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	41.1	5.3	9.5	4.2	7.4	4.2	7.4	3.2	4.2	5.3	3.2	3.2	2.1	-	-
- 男性：20～30代	130	36.2	10.8	10.8	5.4	4.6	3.8	8.5	3.1	4.6	7.7	1.5	0.8	0.8	1.5	-
- 男性：30～40代	125	24.0	12.8	12.0	4.0	9.6	5.6	8.0	3.2	4.8	9.6	2.4	1.6	-	2.4	-
- 男性：40～50代	90	23.3	10.0	7.8	1.1	14.4	4.4	8.9	5.6	4.4	6.7	5.6	5.6	-	2.2	-
- 女性：10～20代	95	34.7	11.6	6.3	10.5	6.3	4.2	3.2	6.3	6.3	1.1	5.3	-	4.2	-	-
- 女性：20～30代	130	39.2	10.8	5.4	8.5	5.4	7.7	4.6	5.4	3.1	0.8	2.3	2.3	3.1	0.8	0.8
- 女性：30～40代	125	32.8	10.4	6.4	9.6	3.2	8.8	4.8	6.4	2.4	1.6	2.4	4.0	3.2	3.2	0.8
- 女性：40～50代	90	23.3	12.2	5.6	13.3	3.3	11.1	4.4	6.7	3.3	4.4	3.3	2.2	3.3	3.3	-

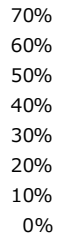
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」男性10～20代に最も人気

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が50.0%と最も高く、次いで「焼き鳥」28.6%、「うどん」27.6%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「ラーメン」の割合が10%以上高く、「しゃぶしゃぶ」の割合が10%以上低い。
 50代は「しゃぶしゃぶ」「そば」の割合が10%以上高く、「焼き鳥」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性10～20代は「寿司・刺身」の割合が10%以上高い。男性30～40代は「寿司・刺身」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	牛丼	しゃぶしゃぶ	カレーライス	すき焼き	たこ焼き	ラーメン	とんかつ	天ぷら	お好み焼き	そば	おでん(関東煮)	その他
全体	500	50.0	28.6	27.6	24.8	24.4	21.4	20.8	20.0	19.4	18.4	14.0	12.4	10.8	6.2	1.2
性別																
男性	250	47.2	28.0	26.0	27.6	23.6	25.2	17.2	19.2	21.6	22.0	11.2	11.2	12.0	7.2	0.8
女性	250	52.8	29.2	29.2	22.0	25.2	17.6	24.4	20.8	17.2	14.8	16.8	13.6	9.6	5.2	1.6
年代																
10代	60	55.0	23.3	21.7	23.3	13.3	25.0	15.0	23.3	30.0	11.7	20.0	18.3	11.7	1.7	6.7
20代	130	58.5	30.8	30.8	24.6	21.5	20.0	19.2	16.9	20.0	16.2	14.6	13.1	8.5	4.6	0.8
30代	130	46.2	30.0	26.9	23.8	24.6	18.5	23.8	23.1	17.7	20.8	13.8	13.1	10.8	6.2	0.8
40代	120	42.5	32.5	26.7	28.3	26.7	22.5	21.7	21.7	18.3	22.5	12.5	7.5	7.5	9.2	-
50代	60	50.0	18.3	30.0	21.7	36.7	25.0	21.7	13.3	13.3	16.7	10.0	13.3	21.7	8.3	-
世代																
10～20代	190	57.4	28.4	27.9	24.2	18.9	21.6	17.9	18.9	23.2	14.7	16.3	14.7	9.5	3.7	2.6
20～30代	260	52.3	30.4	28.8	24.2	23.1	19.2	21.5	20.0	18.8	18.5	14.2	13.1	9.6	5.4	0.8
30～40代	250	44.4	31.2	26.8	26.0	25.6	20.4	22.8	22.4	18.0	21.6	13.2	10.4	9.2	7.6	0.4
40～50代	180	45.0	27.8	27.8	26.1	30.0	23.3	21.7	18.9	16.7	20.6	11.7	9.4	12.2	8.9	-
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	60.0	27.4	27.4	24.2	18.9	25.3	12.6	13.7	26.3	17.9	14.7	13.7	12.6	3.2	2.1
- 男性：20～30代	130	47.7	31.5	30.8	26.2	19.2	19.2	15.4	20.8	23.1	23.8	12.3	12.3	10.8	6.2	0.8
- 男性：30～40代	125	37.6	32.0	25.6	31.2	23.2	25.6	18.4	24.0	20.8	27.2	8.8	9.6	8.0	8.0	-
- 男性：40～50代	90	43.3	25.6	21.1	31.1	33.3	28.9	21.1	20.0	16.7	21.1	6.7	8.9	11.1	11.1	-
- 女性：10～20代	95	54.7	29.5	28.4	24.2	18.9	17.9	23.2	24.2	20.0	11.6	17.9	15.8	6.3	4.2	3.2
- 女性：20～30代	130	56.9	29.2	26.9	22.3	26.9	19.2	27.7	19.2	14.6	13.1	16.2	13.8	8.5	4.6	0.8
- 女性：30～40代	125	51.2	30.4	28.0	20.8	28.0	15.2	27.2	20.8	15.2	16.0	17.6	11.2	10.4	7.2	0.8
- 女性：40～50代	90	46.7	30.0	34.4	21.1	26.7	17.8	22.2	17.8	16.7	20.0	16.7	10.0	13.3	6.7	-

(参考) ホーチミンの日本料理メニュー例

「寿司・刺身」、「天ぷら」、「焼き鳥」は一般的に各国での人気が高く日本料理メニューとして浸透しているが、ホーチミンでは「天ぷら」の人気が低い結果となった。

ベトナムでは外国料理のレストラン数が少なく、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。このため、駐在員や富裕層向けの高級なイメージが持たれている。

その一方で、屋台村や寿司バーなど、ベトナム人客で賑わう店も現れている。



ホーチミンの日本料理店(寿司屋)「Hokkaido Sachi」の寿司
赤貝の他、サーモンやカニカマが人気



2012年にオープンした日系の屋台村「トーキョータウン」
ラーメン、焼き鳥、たこ焼き、お好み焼きなど庶民的なメニューの屋台が並ぶ

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」共に多い

「価格が高い」が66.6%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」63.6%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」53.4%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。

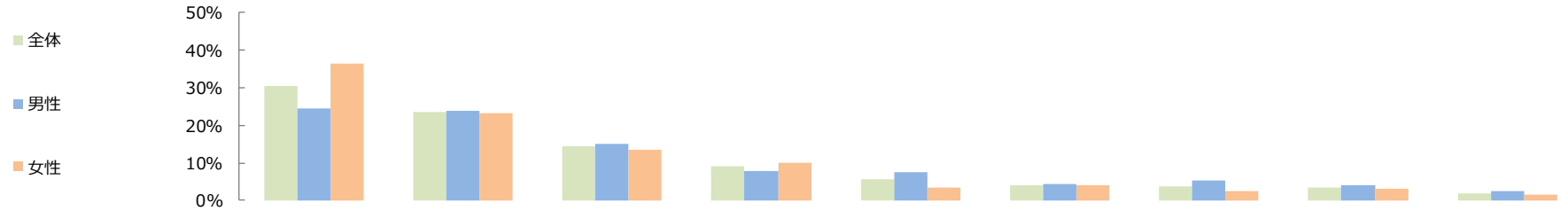
※ 「満足している（改善の必要はない）」と回答した人の割合は3.4%であった。

A11.日本産食品・食材購入時の問題点・買わない理由（1位）： 「価格が高い」は女性30～50代に多い

「価格が高い」が30.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」23.6%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」14.4%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。
 20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。
 性別×世代別：女性30～40代、女性40～50代は「価格が高い」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



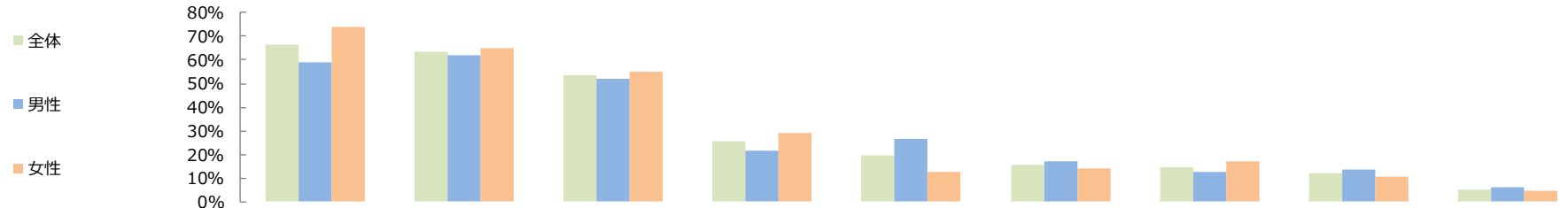
Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位		n	価格が高い	販売場所が限られている・わからない	食品の使い方・調理の仕方がわからない	味覚上の問題がある (味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手)	自国産・日本以外の外国のものが品質が良い	包装材やラベルに問題がある (内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど)	安全性に不安がある	食品自体の見た目に問題がある (見た目や色に抵抗あるなど)	宗教上問題がある
全体		500	30.4	23.6	14.4	9.0	5.6	4.2	3.8	3.6	2.0
性別	男性	250	24.4	24.0	15.2	8.0	7.6	4.4	5.2	4.0	2.4
	女性	250	36.4	23.2	13.6	10.0	3.6	4.0	2.4	3.2	1.6
年代	10代	60	36.7	16.7	16.7	10.0	3.3	5.0	1.7	5.0	-
	20代	130	22.3	31.5	18.5	9.2	3.8	3.1	3.1	5.4	2.3
	30代	130	33.8	19.2	11.5	8.5	7.7	5.4	4.6	2.3	3.8
	40代	120	32.5	22.5	12.5	9.2	8.3	2.5	6.7	1.7	0.8
	50代	60	30.0	25.0	13.3	8.3	1.7	6.7	-	5.0	1.7
世代	10～20代	190	26.8	26.8	17.9	9.5	3.7	3.7	2.6	5.3	1.6
	20～30代	260	28.1	25.4	15.0	8.8	5.8	4.2	3.8	3.8	3.1
	30～40代	250	33.2	20.8	12.0	8.8	8.0	4.0	5.6	2.0	2.4
	40～50代	180	31.7	23.3	12.8	8.9	6.1	3.9	4.4	2.8	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	21.1	25.3	17.9	9.5	6.3	4.2	3.2	8.4	1.1
	- 男性：20～30代	130	22.3	25.4	14.6	7.7	9.2	5.4	5.4	4.6	3.8
	- 男性：30～40代	125	26.4	22.4	13.6	7.2	9.6	4.8	8.0	0.8	4.0
	- 男性：40～50代	90	26.7	25.6	14.4	6.7	5.6	3.3	5.6	2.2	1.1
	- 女性：10～20代	95	32.6	28.4	17.9	9.5	1.1	3.2	2.1	2.1	2.1
	- 女性：20～30代	130	33.8	25.4	15.4	10.0	2.3	3.1	2.3	3.1	2.3
	- 女性：30～40代	125	40.0	19.2	10.4	10.4	6.4	3.2	3.2	3.2	0.8
	- 女性：40～50代	90	36.7	21.1	11.1	11.1	6.7	4.4	3.3	3.3	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）： 「価格」と「販売場所のわかりにくさ」が問題

「価格が高い」が66.6%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」63.6%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」53.4%が続く。

全体傾向との比較
 性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代は「自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い」の割合が10%以上高い。
 女性10～20代、女性20～30代は「自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い」の割合が10%以上低い。
 女性10～20代は「価格が高い」の割合が10%以上高い。

◇ 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	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	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）	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い	安全性に不安がある	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）	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）	宗教上問題がある
全体	500	66.6	63.6	53.4	25.4	19.8	15.6	14.8	12.0	5.2	
性別	男性	250	59.2	62.0	52.0	21.6	26.8	17.2	12.4	13.6	6.0
	女性	250	74.0	65.2	54.8	29.2	12.8	14.0	17.2	10.4	4.4
年代	10代	60	73.3	68.3	46.7	25.0	15.0	16.7	10.0	8.3	1.7
	20代	130	70.8	67.7	58.5	27.7	20.0	15.4	13.8	8.5	6.2
	30代	130	66.2	63.8	51.5	20.0	21.5	16.2	21.5	14.6	6.9
	40代	120	64.2	59.2	52.5	31.7	21.7	13.3	10.8	12.5	3.3
	50代	60	56.7	58.3	55.0	20.0	16.7	18.3	15.0	16.7	6.7
世代	10～20代	190	71.6	67.9	54.7	26.8	18.4	15.8	12.6	8.4	4.7
	20～30代	260	68.5	65.8	55.0	23.8	20.8	15.8	17.7	11.5	6.5
	30～40代	250	65.2	61.6	52.0	25.6	21.6	14.8	16.4	13.6	5.2
	40～50代	180	61.7	58.9	53.3	27.8	20.0	15.0	12.2	13.9	4.4
性別×世代	- 男性：10～20代	95	63.2	67.4	51.6	20.0	27.4	18.9	12.6	12.6	2.1
	- 男性：20～30代	130	61.5	61.5	53.8	20.0	33.1	17.7	15.4	14.6	6.9
	- 男性：30～40代	125	56.8	59.2	51.2	24.0	30.4	16.0	13.6	15.2	9.6
	- 男性：40～50代	90	54.4	62.2	50.0	23.3	20.0	14.4	10.0	13.3	5.6
	- 女性：10～20代	95	80.0	68.4	57.9	33.7	9.5	12.6	12.6	4.2	7.4
	- 女性：20～30代	130	75.4	70.0	56.2	27.7	8.5	13.8	20.0	8.5	6.2
	- 女性：30～40代	125	73.6	64.0	52.8	27.2	12.8	13.6	19.2	12.0	0.8
	- 女性：40～50代	90	68.9	55.6	56.7	32.2	20.0	15.6	14.4	14.4	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

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。

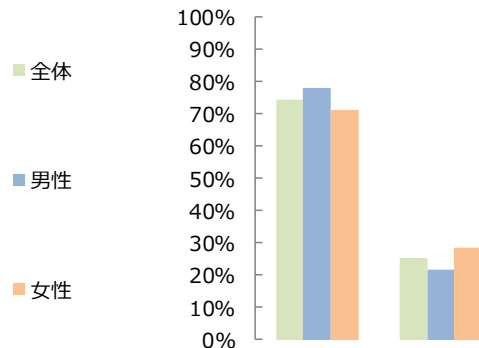
Q17.日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A12~14.日本の水産品の認知・購入実態：認知率75%。購入経験者の99%が「好き」と回答

日本の水産品の認知率は74.6%。特に男性20～30代に多い。

認知者（373名）のうち、摂取・購入経験者は82.0%。摂取・購入経験者（306名）のうち、99.3%が日本の水産品を「好き」と回答している。

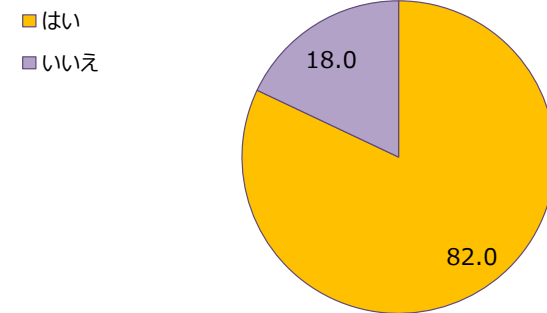
A12. 日本の水産品を知っていますか



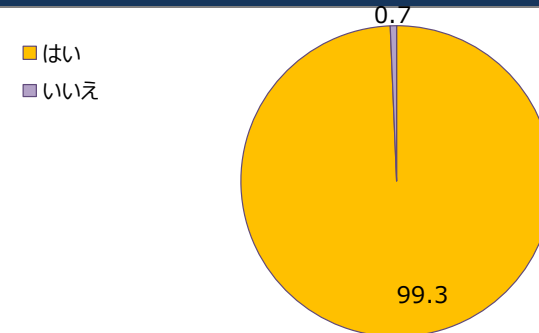
		n	はい	いいえ
全体		500	74.6	25.4
性別	男性	250	78.0	22.0
	女性	250	71.2	28.8
年代	10代	60	61.7	38.3
	20代	130	74.6	25.4
	30代	130	78.5	21.5
	40代	120	75.0	25.0
	50代	60	78.3	21.7
世代	10～20代	190	70.5	29.5
	20～30代	260	76.5	23.5
	30～40代	250	76.8	23.2
	40～50代	180	76.1	23.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	74.7	25.3
	- 男性：20～30代	130	82.3	17.7
	- 男性：30～40代	125	80.8	19.2
	- 男性：40～50代	90	75.6	24.4
	- 女性：10～20代	95	66.3	33.7
	- 女性：20～30代	130	70.8	29.2
	- 女性：30～40代	125	72.8	27.2
	- 女性：40～50代	90	76.7	23.3

■ 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

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=373)

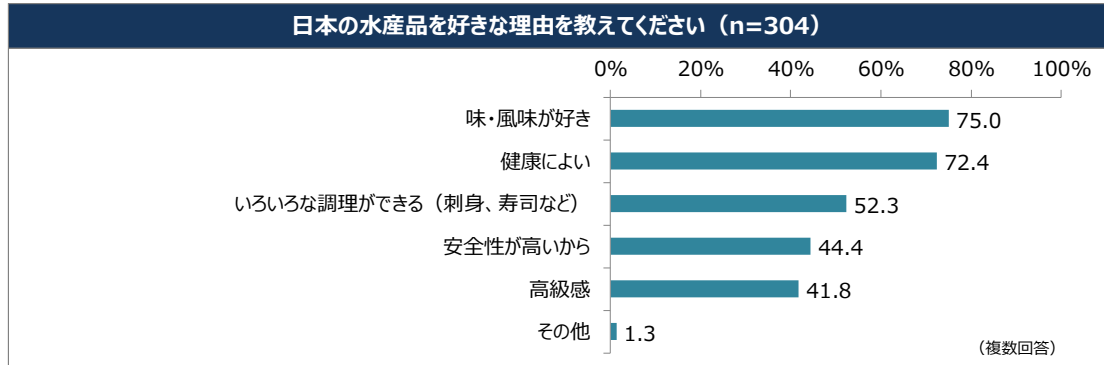


A14. 日本の水産品は好きですか (n=306)



A15~17.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.

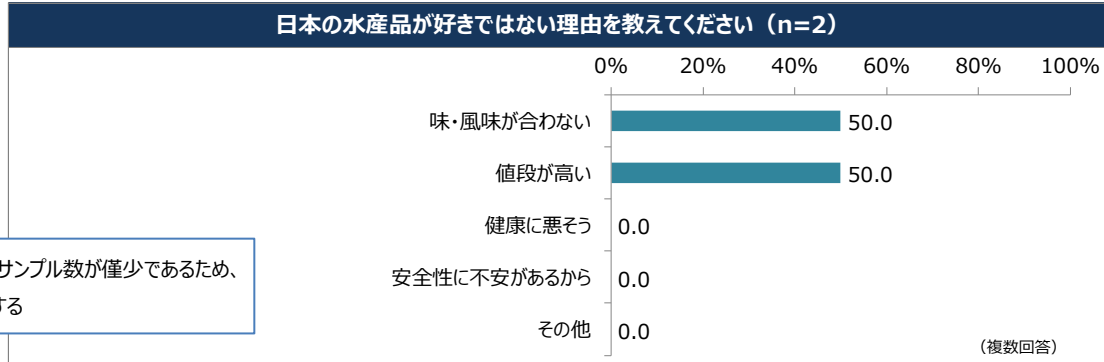


「味・風味が好き」が75.0%と最も高く、次いで「健康によい」72.4%、「いろいろな調理ができる」52.3%が続く。

日本の水産品が好きな理由_その他

とても美味しい
ベトナムのarcaに似ている
医者に勧められている

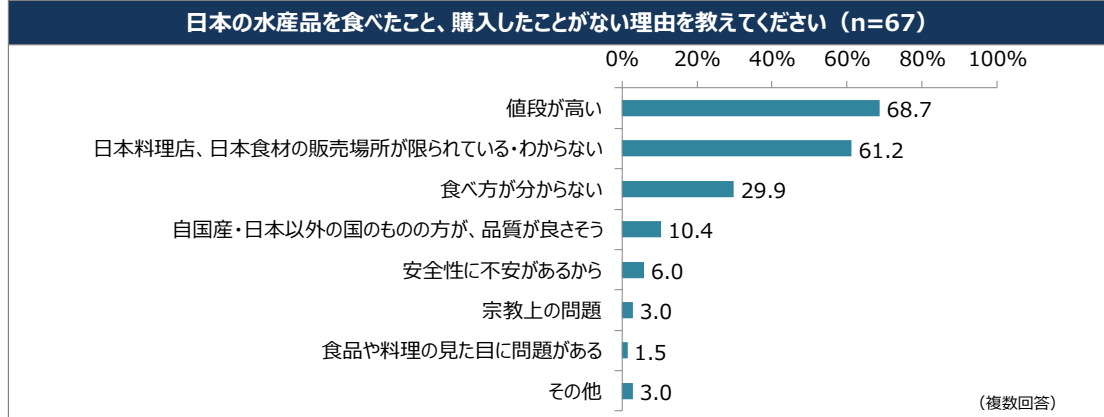
A16.



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」「値段が高い」が50.0%であった。

A17.



「値段が高い」が68.7%と最も高く、次いで「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」61.2%、「食べ方が分からない」29.9%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

見かけない

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。

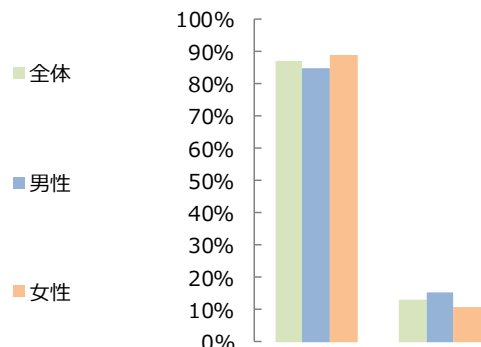
Q23.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：認知率87%。購入経験者の97%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は87.0%。性・世代別で顕著な差はない。

認知者（435名）のうち、摂取・購入経験者は89.7%。摂取・購入経験者（390名）のうち、97.2%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

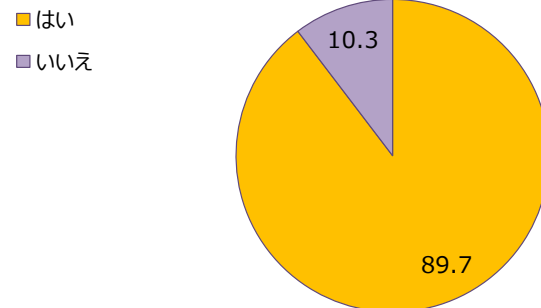


		n	はい	いいえ
全体		500	87.0	13.0
性別	男性	250	84.8	15.2
	女性	250	89.2	10.8
年代	10代	60	85.0	15.0
	20代	130	90.0	10.0
	30代	130	88.5	11.5
	40代	120	84.2	15.8
	50代	60	85.0	15.0
世代	10~20代	190	88.4	11.6
	20~30代	260	89.2	10.8
	30~40代	250	86.4	13.6
	40~50代	180	84.4	15.6
性別×世代	- 男性：10~20代	95	85.3	14.7
	- 男性：20~30代	130	87.7	12.3
	- 男性：30~40代	125	84.8	15.2
	- 男性：40~50代	90	81.1	18.9
	- 女性：10~20代	95	91.6	8.4
	- 女性：20~30代	130	90.8	9.2
	- 女性：30~40代	125	88.0	12.0
	- 女性：40~50代	90	87.8	12.2

全体傾向より10%以上高い (pink) 全体傾向より5%以上高い (orange) 全体傾向より10%以上低い (blue)

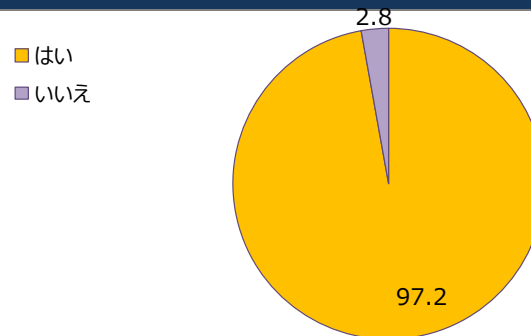
A19.

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=435)



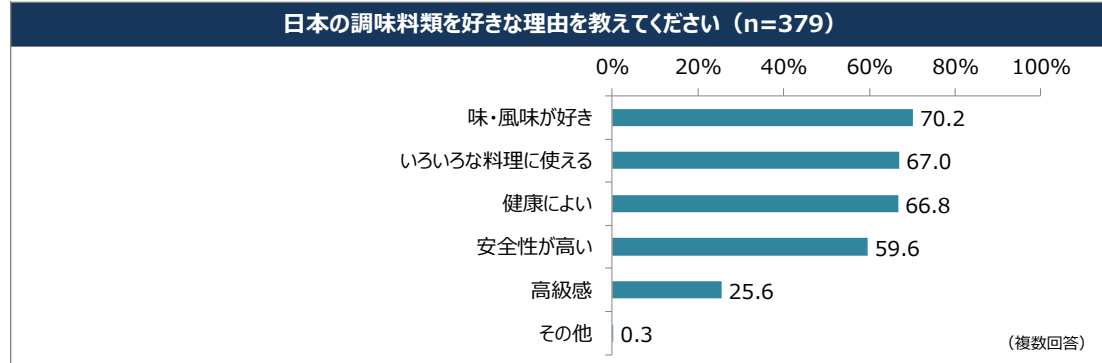
A20.

日本の調味料類は好きですか (n=390)



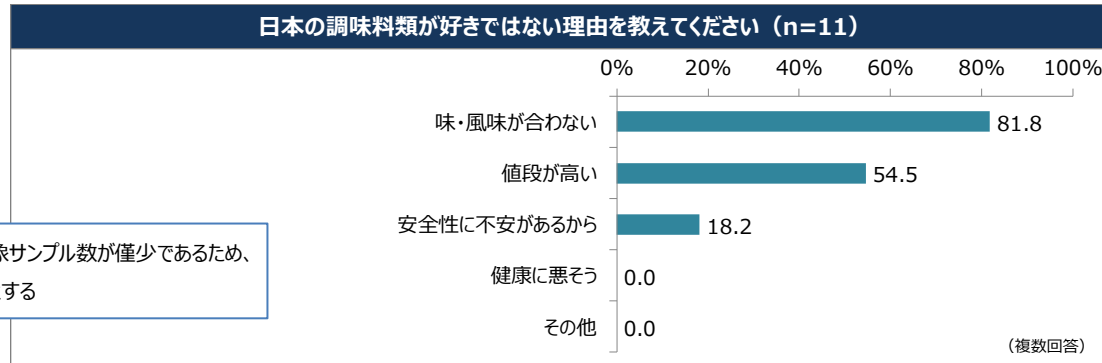
A21~23.日本の調味料類の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A21.



「味・風味が好き」が70.2%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」67.0%、「健康によい」66.8%が続く。

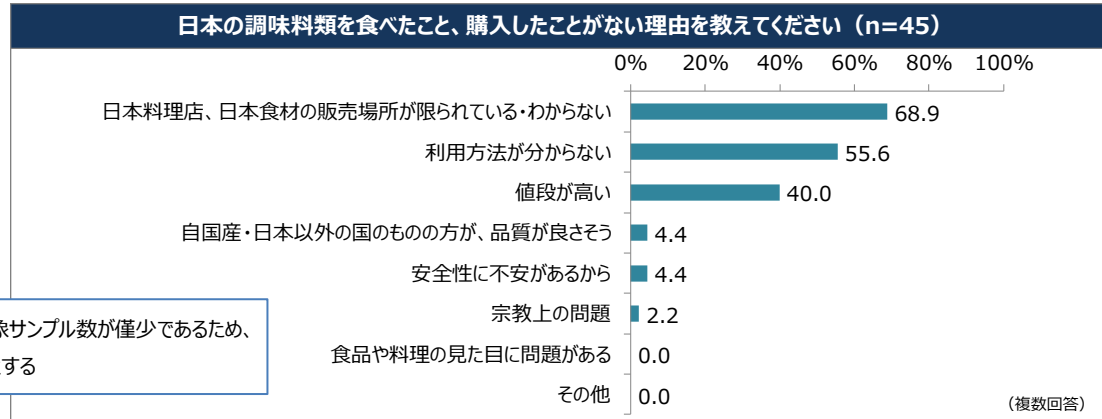
A22.



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81.8%と最も高く、次いで「値段が高い」54.5%、「安全性に不安があるから」18.2%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68.9%と最も高く、次いで「利用方法が分からない」55.6%、「値段が高い」40.0%が続く。

4. 調査結果

－ 7. 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。

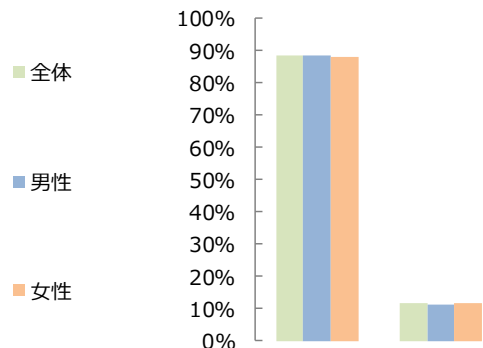
Q35.日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A30~32.日本の青果物の認知・購入実態：認知率88%。購入経験者の99%が「好き」と回答

日本の青果物の認知率は88.4%。性・世代別で顕著な差はない。

認知者（442名）のうち、摂取・購入経験者は89.8%。摂取・購入経験者（397名）のうち、99.5%が日本の青果物を「好き」と回答している。

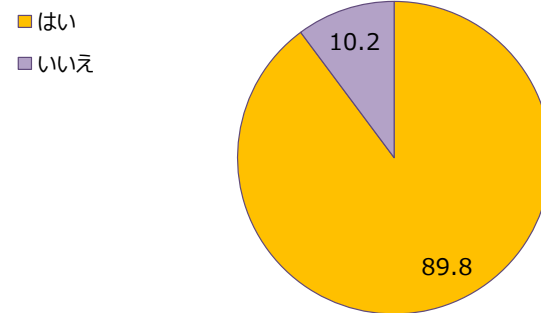
A30. 日本の青果物を知っていますか



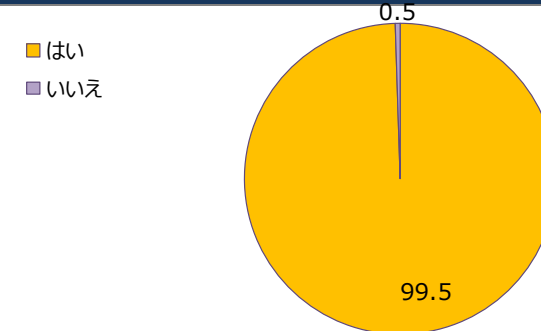
	n	はい	いいえ
全体	500	88.4	11.6
性別			
男性	250	88.8	11.2
女性	250	88.0	12.0
年代			
10代	60	86.7	13.3
20代	130	87.7	12.3
30代	130	91.5	8.5
40代	120	86.7	13.3
50代	60	88.3	11.7
世代			
10~20代	190	87.4	12.6
20~30代	260	89.6	10.4
30~40代	250	89.2	10.8
40~50代	180	87.2	12.8
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	90.5	9.5
- 男性：20~30代	130	93.1	6.9
- 男性：30~40代	125	88.8	11.2
- 男性：40~50代	90	83.3	16.7
- 女性：10~20代	95	84.2	15.8
- 女性：20~30代	130	86.2	13.8
- 女性：30~40代	125	89.6	10.4
- 女性：40~50代	90	91.1	8.9

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

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=442)

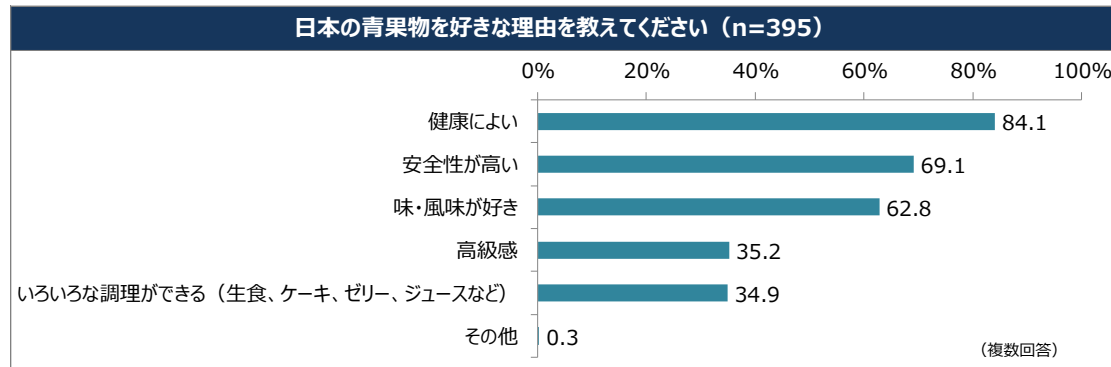


A32. 日本の青果物は好きですか (n=397)



A33~35.日本の青果物の評価理由：好きな理由の1位は「健康によい」

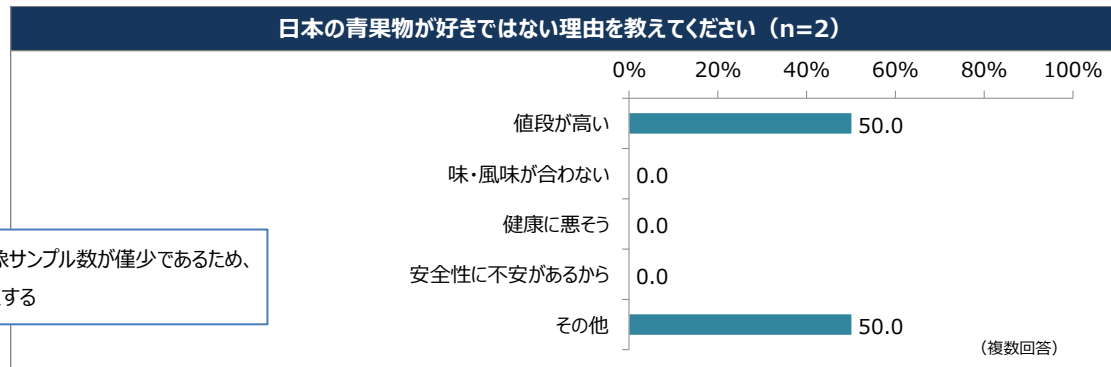
A33.



「健康によい」が84.1%と最も高く、次いで「安全性が高い」69.1%、「味・風味が好き」62.8%が続く。

日本の青果物が好きな理由_その他
高品質

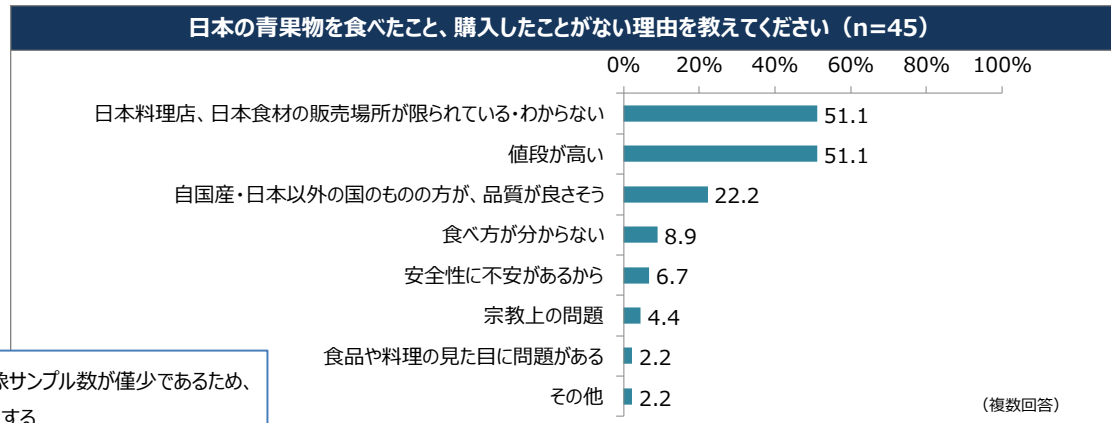
A34.



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50.0%と最も高い。

A35.



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」「値段が高い」が51.1%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」22.2%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
季節物の国内産の果物を好む

4. 調査結果

－ 8. 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。

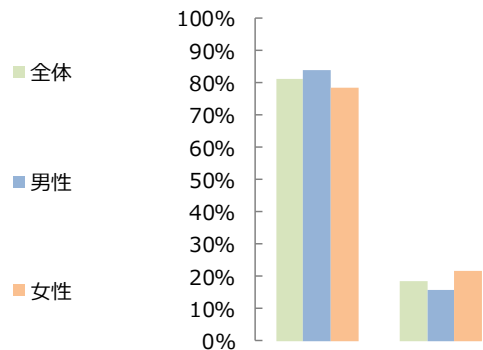
Q41.日本の牛肉が好きではない理由を教えてください。

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8割。購入経験者の99%が「好き」と回答

日本の牛肉の認知率は81.2%。男性20～40代で特に高い。

A36. 日本の牛肉を知っていますか

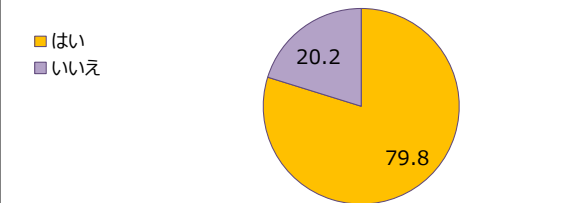


		n	はい	いいえ
全体		500	81.2	18.8
性別	男性	250	84.0	16.0
	女性	250	78.4	21.6
年代	10代	60	68.3	31.7
	20代	130	80.8	19.2
	30代	130	85.4	14.6
	40代	120	81.7	18.3
	50代	60	85.0	15.0
世代	10～20代	190	76.8	23.2
	20～30代	260	83.1	16.9
	30～40代	250	83.6	16.4
	40～50代	180	82.8	17.2
性別×世代	- 男性：10～20代	95	77.9	22.1
	- 男性：20～30代	130	86.9	13.1
	- 男性：30～40代	125	87.2	12.8
	- 男性：40～50代	90	85.6	14.4
	- 女性：10～20代	95	75.8	24.2
	- 女性：20～30代	130	79.2	20.8
	- 女性：30～40代	125	80.0	20.0
	- 女性：40～50代	90	80.0	20.0

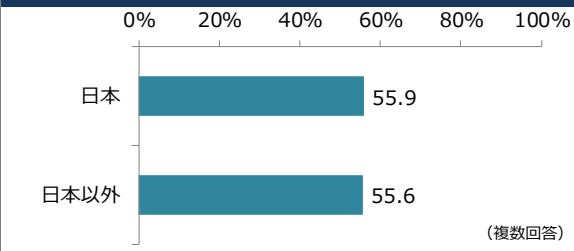
全体傾向より10%以上高い (pink) 全体傾向より5%以上高い (orange) 全体傾向より10%以上低い (blue)

認知者（406名）のうち、摂取・購入経験者は79.8%。摂取・購入経験者（324名）のうち、99.7%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55.9%、「日本以外」が55.6%。（複数回答）

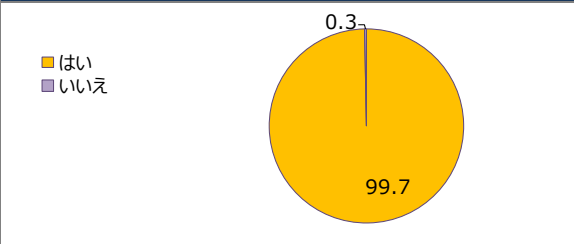
A37. 日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか (n=406)



A38. 日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか (n=324)

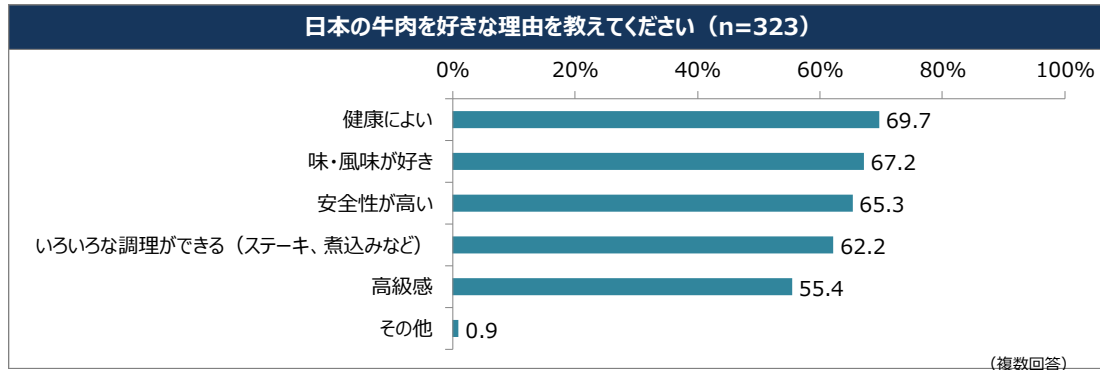


A39. 日本の牛肉は好きですか (n=324)



A40~42.日本の牛肉の評価理由：好きな理由の1位は「健康によい」

A40.

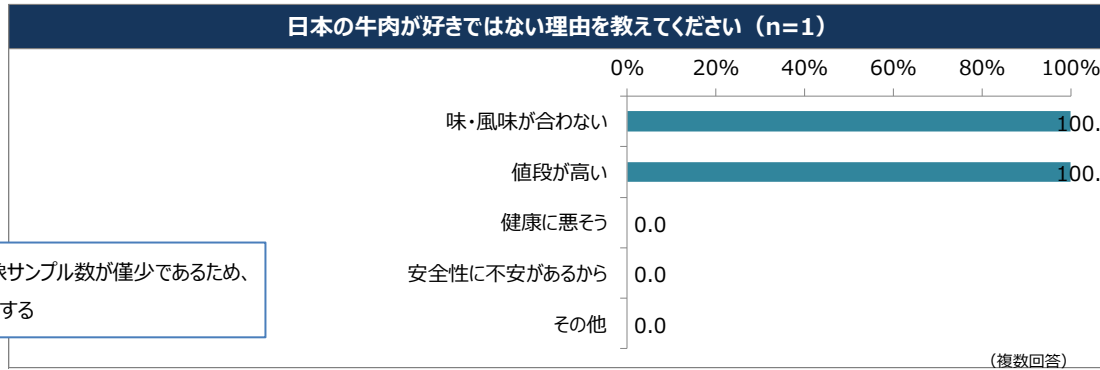


「健康によい」が69.7%と最も高く、次いで「味・風味が好き」67.2%、「安全性が高い」65.3%が続く。

日本の牛肉が好きな理由_その他

柔らかくておいしい
牛肉料理が好み
とても美味しい

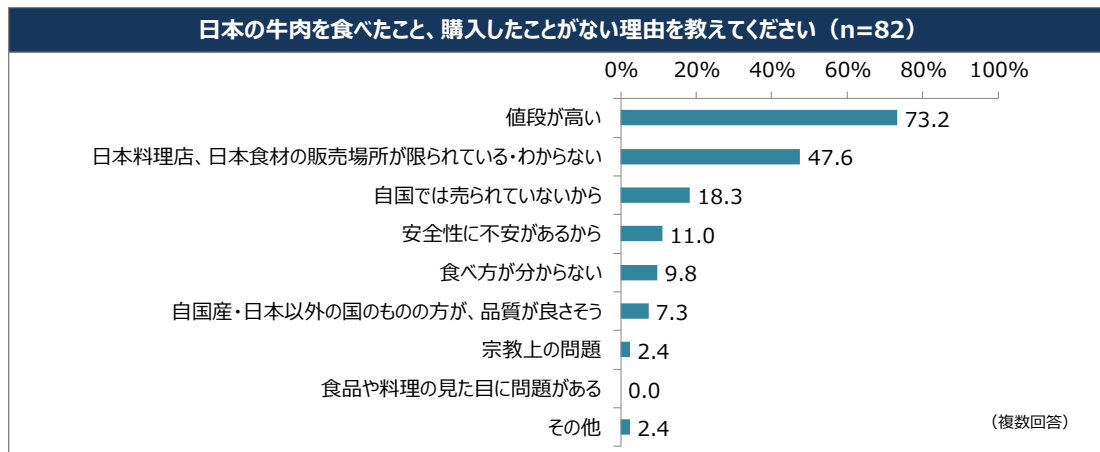
A41.



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」「値段が高い」が100%であった。

A42.



「値段が高い」が73.2%と最も高く、次いで「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」47.6%、「自国では売られていないから」18.3%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

習慣

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
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。
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・購入したことがない理由	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。