

# 日本食品に対する海外消費者アンケート調査 －ジャカルタ編－

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、ジャカルタ（インドネシア）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、ジャカルタ以外にも、モスクワ（ロシア）、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。ジャカルタ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

- ジャカルタに居住する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97%であった。

## ■ サンプル設計

総回収サンプル数：500s

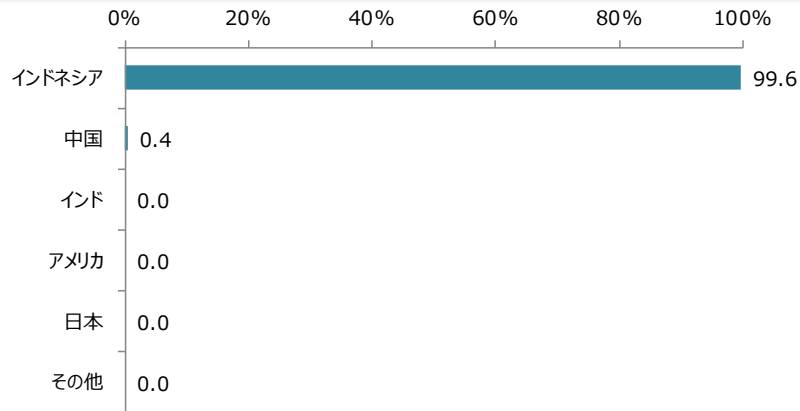
属性別回収サンプル数は右表のとおり

	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

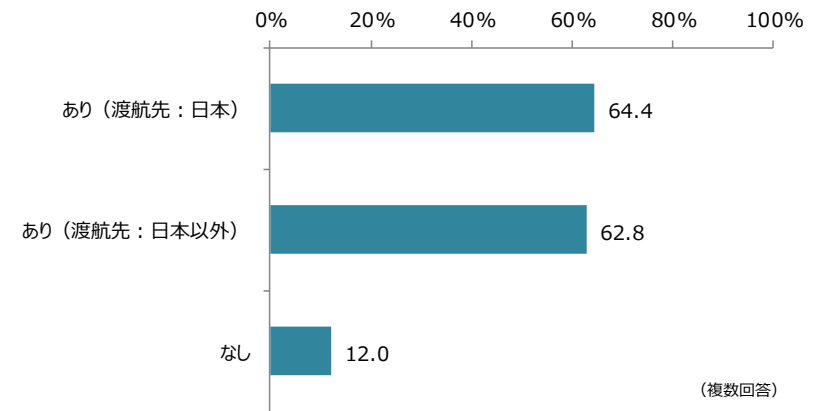
## 2. 回答者属性

# 回答者属性

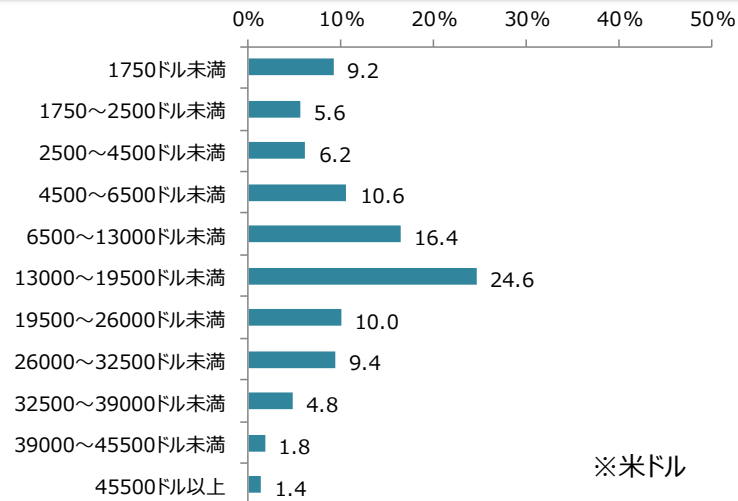
## ■ 国籍 (n=500)



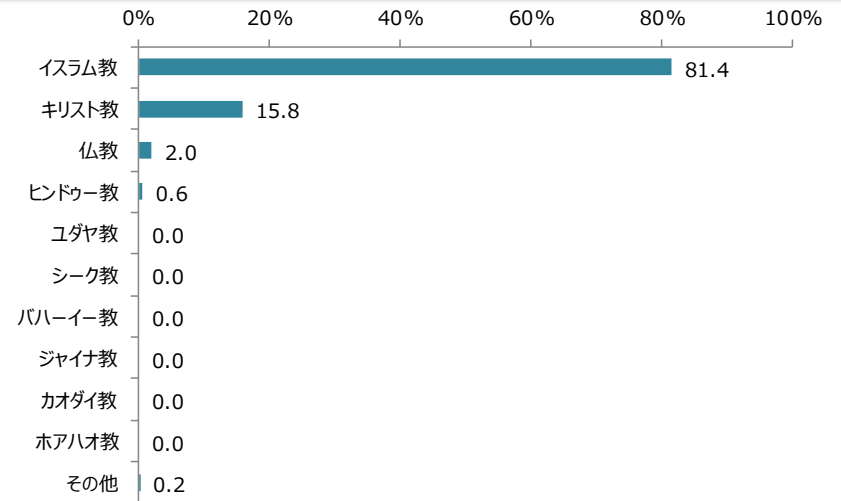
## ■ 海外渡航経験 (n=500)



## ■ 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」「ラーメン」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8割）。2位に中国料理、3位に韓国料理と続く。日本料理は2位の中国料理よりも2割程度高い。

### ◆日本料理が好きな理由

- ▶ 主な理由は「味の良さ」「健康に配慮」「安全性の高さ」。

### ◆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

- ▶ ほぼ全員が経験あり、また、同様に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。

### ◆好きな日本料理

- ▶ 「寿司・刺身」「ラーメン」「天ぷら」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

- ▶ 味、健康に配慮、経済性の3要素を重視。

### ◆輸入食品購入時重視情報

- ▶ 「友人、知人のすすめ」「過去に自分で食べたことがある」など、自分や周囲の人の経験を重視。それに続き、信頼できるブランド（メーカー）かどうかも重視。
- ▶ 参照されることが多いWEBコンテンツはフェイスブック



## 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	45%	76%	94%	健康に良い、味・風味が好き
調味料	73%	86%	97%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
青果物	80%	97%	99%	健康に良い、味・風味が好き
牛肉	55%	80%	99%	いろいろな調理ができる、味・風味が好き

## 4. 調査結果

### － 1. 好きな外国料理

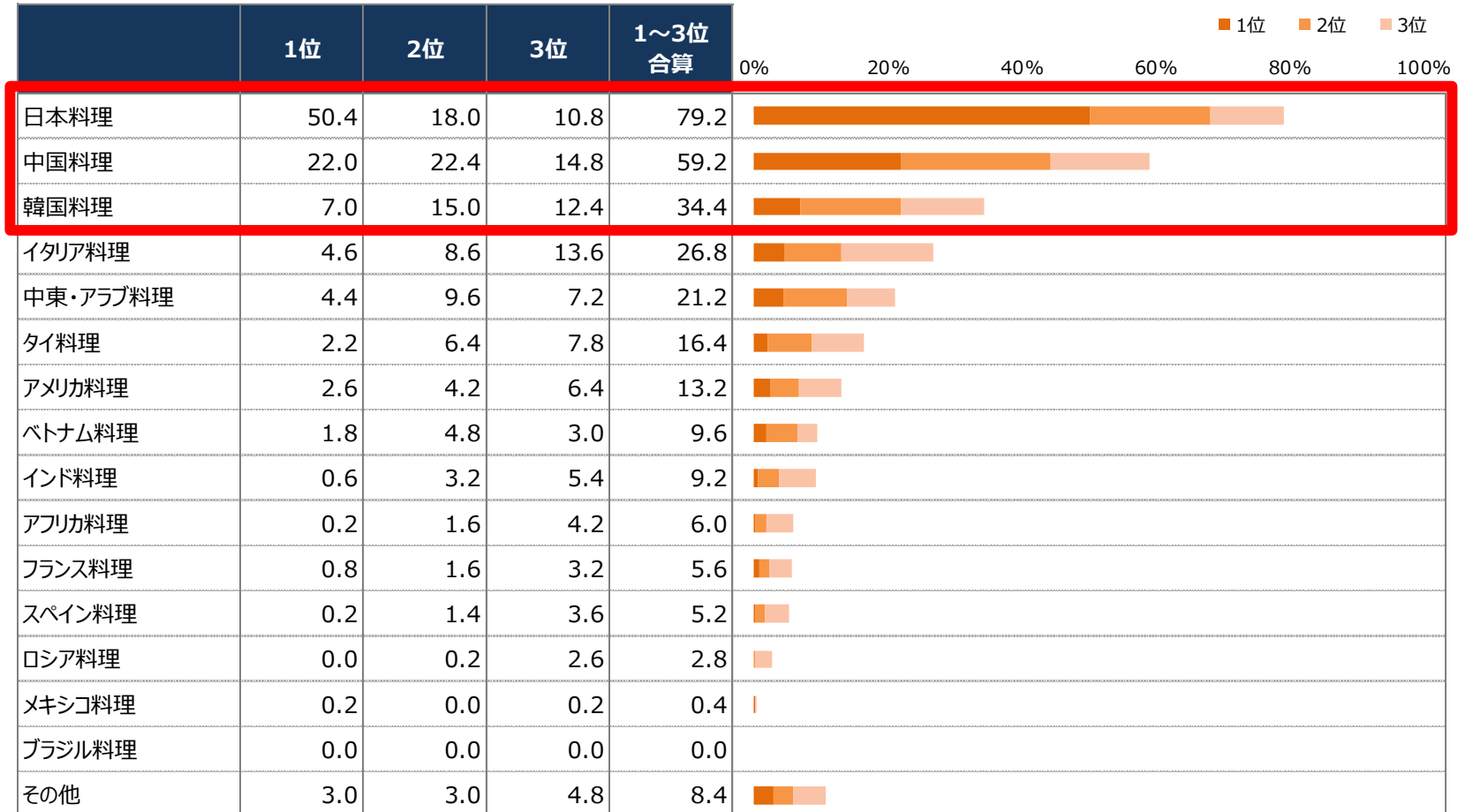
Q1. これらの料理の中で、好きな外国料理は何ですか。上位3つを選んでください。

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79.2%と最も高く、次いで「中国料理」59.2%、「韓国料理」34.4%と続く。「日本料理」は「中国料理」より20%差があり、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。

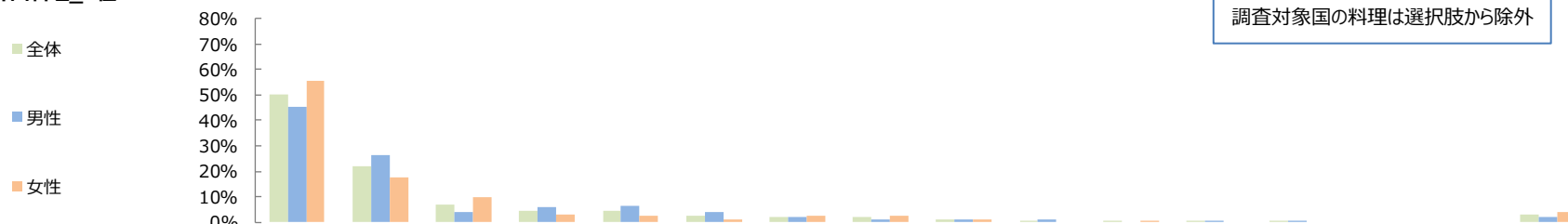
※ 調査対象国の料理は選択肢から除外。

# A1.好きな外国料理（1位）：「日本料理」は女性30～40代に最も人気

「日本料理」が50.4%と最も高く、次いで「中国料理」22.0%、「韓国料理」7%と続く。「日本料理」は「中国料理」より30%近く差があり、突出している。

- 全体傾向との比較
- 性別：女性は「日本料理」の割合が5%上高い。
  - 年代別：40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30～40代、女性40～50代において「日本料理」の割合が10%以上高い。

◆ Q1.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.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	中東・アラブ料理	アメリカ料理	タイ料理	ベトナム料理	フランス料理	インド料理	アフリカ料理	スペイン料理	メキシコ料理	ロシア料理	ブラジル料理	その他
全体		500	50.4	22.0	7.0	4.6	4.4	2.6	2.2	1.8	0.8	0.6	0.2	0.2	0.2	-	-	3.0
性別	男性	250	45.2	26.4	4.0	6.0	6.4	4.0	2.0	1.2	0.8	1.2	-	0.4	0.4	-	-	2.0
	女性	250	55.6	17.6	10.0	3.2	2.4	1.2	2.4	2.4	0.8	-	0.4	-	-	-	-	4.0
年代	10代	60	45.0	21.7	11.7	-	6.7	3.3	-	1.7	1.7	1.7	-	-	-	-	-	6.7
	20代	130	50.0	16.9	6.9	9.2	4.6	3.1	-	-	1.5	0.8	-	0.8	0.8	-	-	5.4
	30代	130	50.8	21.5	6.2	3.8	3.1	3.8	6.9	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-
	40代	120	60.8	20.0	5.0	3.3	5.0	0.8	0.8	1.7	0.8	0.8	-	-	-	-	-	0.8
	50代	60	35.0	38.3	8.3	3.3	3.3	1.7	1.7	1.7	-	-	1.7	-	-	-	-	5.0
世代	10～20代	190	48.4	18.4	8.4	6.3	5.3	3.2	-	0.5	1.6	1.1	-	0.5	0.5	-	-	5.8
	20～30代	260	50.4	19.2	6.5	6.5	3.8	3.5	3.5	1.9	0.8	0.4	-	0.4	0.4	-	-	2.7
	30～40代	250	55.6	20.8	5.6	3.6	4.0	2.4	4.0	2.8	0.4	0.4	-	-	-	-	-	0.4
	40～50代	180	52.2	26.1	6.1	3.3	4.4	1.1	1.1	1.7	0.6	0.6	0.6	-	-	-	-	2.2
性別×世代	- 男性：10～20代	95	45.3	18.9	5.3	9.5	6.3	5.3	-	1.1	2.1	2.1	-	1.1	1.1	-	-	2.1
	- 男性：20～30代	130	50.0	20.8	2.3	9.2	5.4	5.4	2.3	-	1.5	0.8	-	0.8	0.8	-	-	0.8
	- 男性：30～40代	125	47.2	28.0	3.2	4.8	6.4	4.0	3.2	1.6	-	0.8	-	-	-	-	-	0.8
	- 男性：40～50代	90	41.1	33.3	4.4	3.3	7.8	1.1	2.2	2.2	-	1.1	-	-	-	-	-	3.3
	- 女性：10～20代	95	51.6	17.9	11.6	3.2	4.2	1.1	-	-	1.1	-	-	-	-	-	-	9.5
	- 女性：20～30代	130	50.8	17.7	10.8	3.8	2.3	1.5	4.6	3.8	-	-	-	-	-	-	-	4.6
	- 女性：30～40代	125	64.0	13.6	8.0	2.4	1.6	0.8	4.8	4.0	0.8	-	-	-	-	-	-	-
	- 女性：40～50代	90	63.3	18.9	7.8	3.3	1.1	1.1	-	1.1	1.1	-	1.1	-	-	-	-	1.1

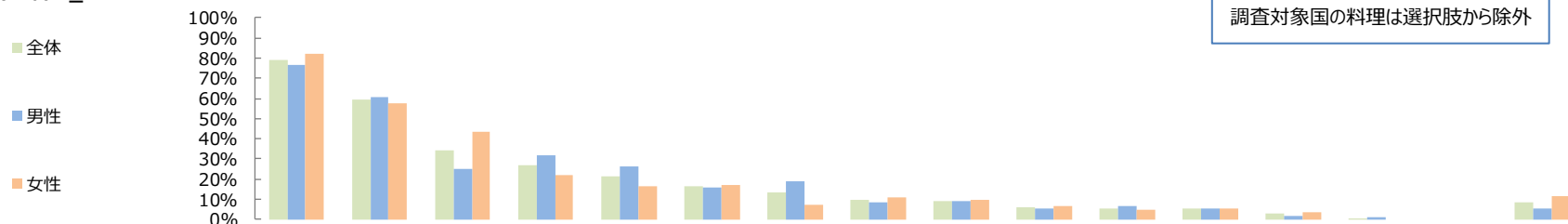
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

# A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「日本料理」は10～20代女性に最も人気

「日本料理」が79.2%と最も高く、次いで「中国料理」59.2%、「韓国料理」34.4%と続く。「日本料理」は「中国料理」より20%差があり、突出している。

- 全体傾向との比較
- 性別：「日本料理」に関して顕著な差はない。
  - 年代別：20代は「日本料理」の割合が5%以上高く、50代は「中国料理」の割合が10%以上高い。
  - 性別×世代別：女性10～20代および女性40～50代において「日本料理」の割合が5%以上高い。

◇ Q1.好きな外国料理\_合算














調査対象国の料理は選択肢から除外

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	中東・アラブ料理	タイ料理	アメリカ料理	ベトナム料理	インド料理	アフリカ料理	フランス料理	スペイン料理	ロシア料理	メキシコ料理	ブラジル料理	その他
性別	全体	500	79.2	59.2	34.4	26.8	21.2	16.4	13.2	9.6	9.2	6.0	5.6	5.2	2.8	0.4	-	8.4
	男性	250	76.4	60.8	25.2	31.6	26.0	15.6	19.2	8.4	8.8	5.6	6.4	5.2	2.0	0.8	-	5.2
	女性	250	82.0	57.6	43.6	22.0	16.4	17.2	7.2	10.8	9.6	6.4	4.8	5.2	3.6	-	-	11.6
年代	10代	60	71.7	45.0	41.7	33.3	20.0	13.3	13.3	11.7	5.0	11.7	8.3	1.7	1.7	1.7	-	13.3
	20代	130	85.4	60.0	31.5	30.0	22.3	11.5	16.2	4.6	5.4	0.8	7.7	3.8	-	0.8	-	15.4
	30代	130	76.9	63.1	35.4	25.4	25.4	19.2	10.8	6.9	13.1	4.6	6.9	5.4	3.8	-	-	3.1
	40代	120	82.5	55.8	33.3	23.3	19.2	20.0	12.5	14.2	10.8	10.0	2.5	6.7	5.0	-	-	4.2
	50代	60	71.7	70.0	33.3	23.3	15.0	16.7	13.3	15.0	10.0	6.7	1.7	8.3	3.3	-	-	8.3
世代	10～20代	190	81.1	55.3	34.7	31.1	21.6	12.1	15.3	6.8	5.3	4.2	7.9	3.2	0.5	1.1	-	14.7
	20～30代	260	81.2	61.5	33.5	27.7	23.8	15.4	13.5	5.8	9.2	2.7	7.3	4.6	1.9	0.4	-	9.2
	30～40代	250	79.6	59.6	34.4	24.4	22.4	19.6	11.6	10.4	12.0	7.2	4.8	6.0	4.4	-	-	3.6
	40～50代	180	78.9	60.6	33.3	23.3	17.8	18.9	12.8	14.4	10.6	8.9	2.2	7.2	4.4	-	-	5.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	73.7	49.5	23.2	37.9	26.3	13.7	21.1	9.5	7.4	7.4	11.6	3.2	1.1	2.1	-	7.4
	- 男性：20～30代	130	82.3	63.1	22.3	38.5	28.5	15.4	19.2	2.3	9.2	0.8	9.2	3.1	-	0.8	-	3.8
	- 男性：30～40代	125	80.0	69.6	24.8	28.0	27.2	17.6	18.4	7.2	9.6	4.0	4.0	4.8	1.6	-	-	3.2
	- 男性：40～50代	90	73.3	63.3	28.9	25.6	23.3	14.4	18.9	12.2	8.9	6.7	1.1	10.0	4.4	-	-	6.7
	- 女性：10～20代	95	88.4	61.1	46.3	24.2	16.8	10.5	9.5	4.2	3.2	1.1	4.2	3.2	-	-	-	22.1
	- 女性：20～30代	130	80.0	60.0	44.6	16.9	19.2	15.4	7.7	9.2	9.2	4.6	5.4	6.2	3.8	-	-	14.6
	- 女性：30～40代	125	79.2	49.6	44.0	20.8	17.6	21.6	4.8	13.6	14.4	10.4	5.6	7.2	7.2	-	-	4.0
	- 女性：40～50代	90	84.4	57.8	37.8	21.1	12.2	23.3	6.7	16.7	12.2	11.1	3.3	4.4	4.4	-	-	4.4

## 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」

「味の良さ」が62.1%と最も高く、次いで「健康に配慮」48.5%、「安全性が高いから」34.8%と続く。

日本料理が好きな理由 (n=396)

	1位	2位	3位	1~3位 合算	
味の良さ	30.3	15.9	15.9	62.1	
健康に配慮	20.2	15.9	12.4	48.5	
安全性が高いから	8.6	13.6	12.6	34.8	
その国が好き	7.6	10.9	11.9	30.3	
洗練されている・高級感	8.6	10.1	10.6	29.3	
流行している	5.8	8.1	9.8	23.7	
身近にある	4.8	9.1	7.1	21.0	
美容に配慮	6.3	6.6	5.8	18.7	
経済的・リーズナブルな価格	4.0	4.8	8.3	17.2	
宗教倫理に適合している	3.8	5.1	5.1	13.9	
その他	0.0	0.0	0.5	0.5	

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=296) →1位 味の良さ (68.9%)、2位 身近にある (50.0%)、3位 経済的・リーズナブルな価格 (40.2%)

韓国料理を好きな理由 (n=172) →1位 味の良さ (58.1%)、2位 健康に配慮 (38.4%)、3位 安全性が高いから (32.6%)

イタリア料理を好きな理由 (n=134) →1位 味の良さ (81.3%)、2位 洗練されている・高級感 (39.6%)、3位 身近にある (34.3%)

※ 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

形状がユニーク  
会社の近くだから

### 中国料理

調味料が信頼できる  
食感がおいしい  
中華料理は味を楽しめるから  
調味料が口に合っているから  
独特な味

### 韓国料理

辛い調味料を使った料理がたくさん  
あるので私の好みに合っているから  
独特な味

### タイ料理

独特な味

### インド料理

豊かな香り  
独特な味

### 中東・アラブ料理

健康にいいから

### アフリカ料理

独特な味

### フランス料理

美味しい

### イタリア料理

入手しやすいから  
人気だから  
自国に普及している

### アメリカ料理

独特の味  
簡単に作れる  
味が良い

### その他の料理

安い  
健康に良い  
魅力的  
美味しい  
清潔  
家族が好きだから

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

日本料理に限らず全外国料理を対象として好きな理由を見ると、「味の良さ」、「健康に配慮」は各国共通で高いが、それ以外の理由は国ごとに特徴が現れた（例：サンパウロでは「身近にある」、ホーチミンでは「洗練されている・高級感」）。一方、ジャカルタでは回答にバラつきがあり、回答者によって評価ポイントが異なっている点が特徴的である。

【表】「好きな外国料理」で1位を選んだ国の料理について、その理由（1位）

（ n=各都市500 ）

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

## 4. 調査結果

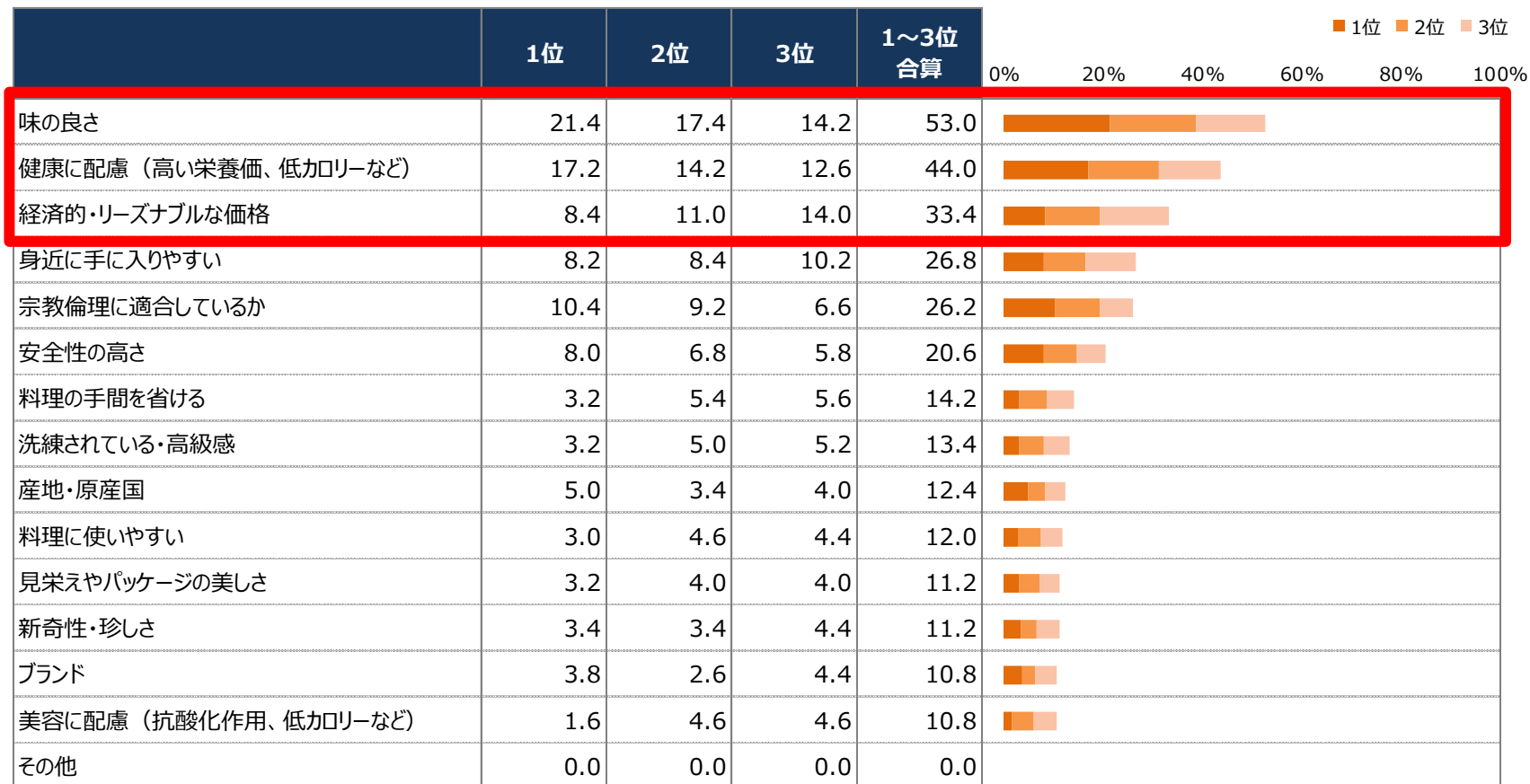
### － 2. 食品の購入実態

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

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

### A3.食品購入時重視点：「味、健康、経済性」の3要素を重視

「味の良さ」が53.0%と最も高く、次いで「健康に配慮」44.0%、「経済的・リーズナブルな価格」33.4%と続く。



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

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

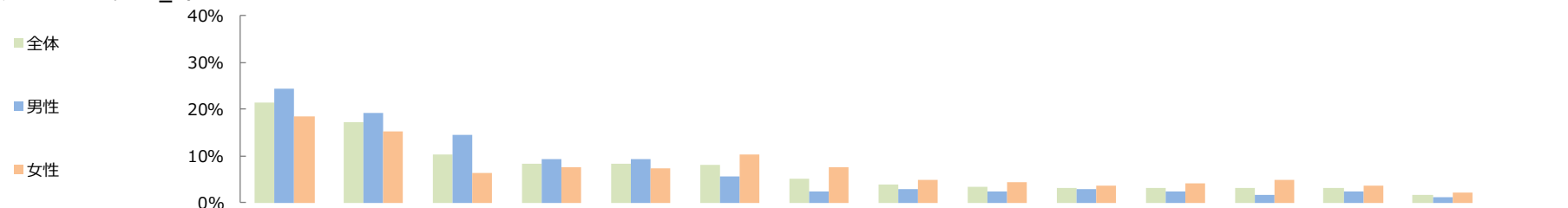


# A3.食品購入時重視点（1位）：「味、健康、経済性」に加え宗教倫理も重視

「味の良さ」が21.4%と最も高く、次いで「健康に配慮」17.2%、「宗教倫理に適合しているか」10.4%が続く。「宗教倫理」は「経済性」より割合が高い。

全体傾向との比較  
 年代別：50代は「健康に配慮」の割合が5%以上高い。10代は「経済的・リーズナブルな価格」の割合が5%以上高い。  
 性別×世代別：男性20～30代と男性30～40代は「味の良さ」の割合が5%以上高い。  
 女性30～40代は「安全性の高さ」「産地・原産国」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	健康に配慮 (高い栄養価、低カロリーなど)	宗教倫理に適合しているか	経済的・リーズナブルな価格	身近に手に入りやすい	安全性の高さ	産地・原産国	ブランド	新奇性・珍しさ	洗練されている・高級感	見栄えやパッケージの美しさ	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)	その他
性別	全体	500	21.4	17.2	10.4	8.4	8.2	8.0	5.0	3.8	3.4	3.2	3.2	3.2	3.0	1.6	-
	男性	250	24.4	19.2	14.4	9.2	9.2	5.6	2.4	2.8	2.4	2.8	2.4	1.6	2.4	1.2	-
	女性	250	18.4	15.2	6.4	7.6	7.2	10.4	7.6	4.8	4.4	3.6	4.0	4.8	3.6	2.0	-
年代	10代	60	18.3	8.3	8.3	15.0	5.0	10.0	3.3	5.0	-	6.7	5.0	10.0	5.0	-	-
	20代	130	22.3	19.2	11.5	8.5	9.2	5.4	1.5	3.8	3.1	3.1	4.6	3.1	3.1	1.5	-
	30代	130	25.4	17.7	7.7	9.2	7.7	10.8	6.9	2.3	5.4	3.1	1.5	1.5	-	0.8	-
	40代	120	22.5	15.8	10.8	8.3	9.2	7.5	5.8	2.5	2.5	3.3	2.5	3.3	4.2	1.7	-
	50代	60	11.7	23.3	15.0	-	8.3	6.7	8.3	8.3	5.0	-	3.3	-	5.0	5.0	-
世代	10～20代	190	21.1	15.8	10.5	10.5	7.9	6.8	2.1	4.2	2.1	4.2	4.7	5.3	3.7	1.1	-
	20～30代	260	23.8	18.5	9.6	8.8	8.5	8.1	4.2	3.1	4.2	3.1	3.1	2.3	1.5	1.2	-
	30～40代	250	24.0	16.8	9.2	8.8	8.4	9.2	6.4	2.4	4.0	3.2	2.0	2.4	2.0	1.2	-
	40～50代	180	18.9	18.3	12.2	5.6	8.9	7.2	6.7	4.4	3.3	2.2	2.8	2.2	4.4	2.8	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	18.9	21.1	11.6	14.7	7.4	7.4	1.1	3.2	-	4.2	4.2	4.2	2.1	-	-
	- 男性：20～30代	130	30.8	25.4	13.1	9.2	8.5	3.8	1.5	1.5	2.3	1.5	0.8	0.8	0.8	-	-
	- 男性：30～40代	125	30.4	20.8	15.2	7.2	9.6	3.2	1.6	1.6	4.0	2.4	0.8	-	2.4	0.8	-
	- 男性：40～50代	90	22.2	13.3	17.8	4.4	12.2	6.7	4.4	3.3	3.3	2.2	2.2	-	4.4	3.3	-
	- 女性：10～20代	95	23.2	10.5	9.5	6.3	8.4	6.3	3.2	5.3	4.2	4.2	5.3	6.3	5.3	2.1	-
	- 女性：20～30代	130	16.9	11.5	6.2	8.5	8.5	12.3	6.9	4.6	6.2	4.6	5.4	3.8	2.3	2.3	-
	- 女性：30～40代	125	17.6	12.8	3.2	10.4	7.2	15.2	11.2	3.2	4.0	4.0	3.2	4.8	1.6	1.6	-
	- 女性：40～50代	90	15.6	23.3	6.7	6.7	5.6	7.8	8.9	5.6	3.3	2.2	3.3	4.4	4.4	2.2	-

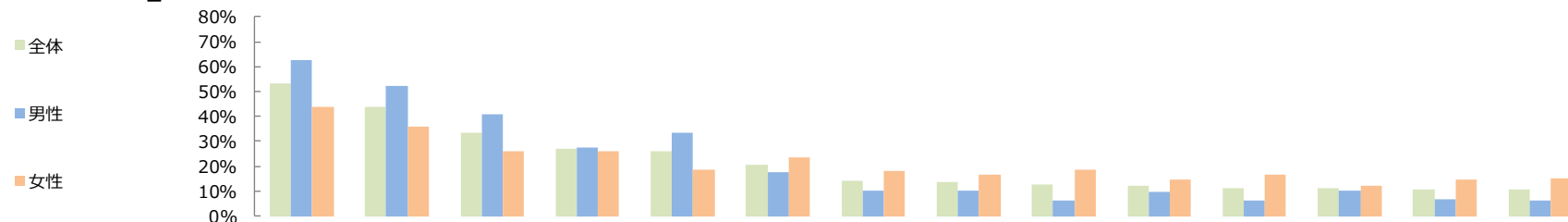
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

# A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：「味の良さ」を最も重視するのは男性20～30代

「味の良さ」が53.0%と最も高く、次いで「健康に配慮」44.0%、「経済的・リーズナブルな価格」33.4%が続く。

全体傾向との比較  
 性別×世代別：男性は40代より若い世代で「味の良さ」「健康に配慮」「経済的・リーズナブルな価格」を重視している。  
 一方で、女性はそのような傾向がみられない（男性と比較すると重視度は相対的に低い）。  
 女性30～40代、女性40～50代では「産地・原産国」を重視している。

◆ Q3.食品購入時に重視する点\_合算

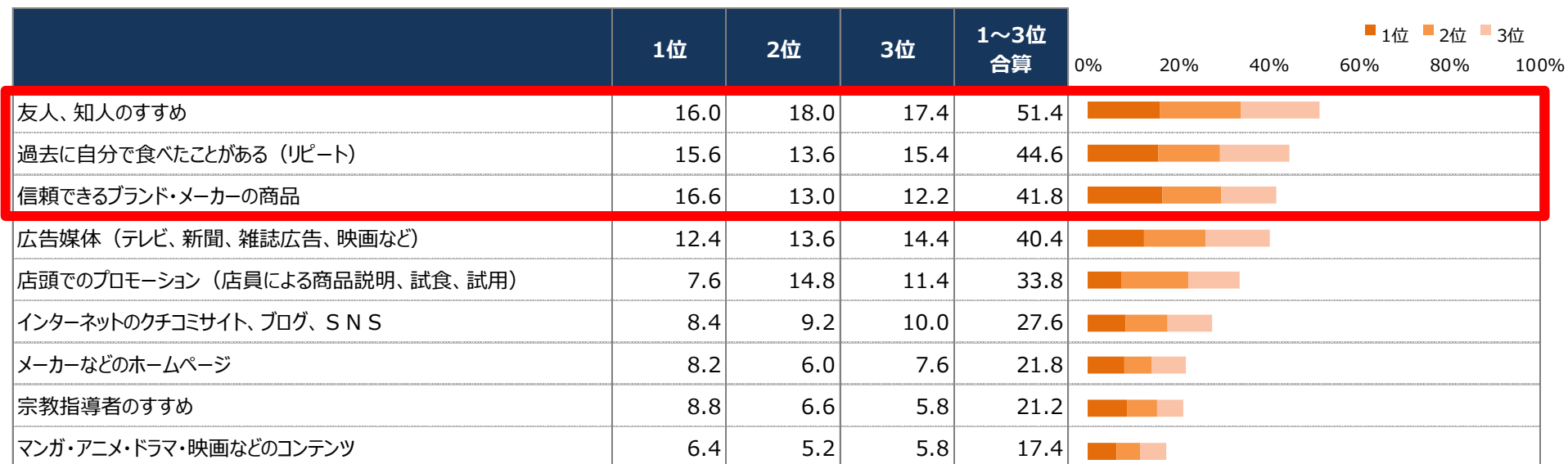


Q3.食品購入時に重視する点_合算		n	味の良さ	健康に配慮 (高い栄養価、 低カロリー など)	経済的・ リーズナブル な価格	身近に手 に入りやす い	宗教倫理 に適合して いるか	安全性の 高さ	料理の手 間を省ける	洗練され ている・高 級感	産地・原 産国	料理に使 いやすい	見栄えや パッケージ の美しさ	新奇性・ 珍しさ	美容に配 慮(抗酸 化作用、 低カロリ ーなど)	ブランド	その他
性別	全体	500	53.0	44.0	33.4	26.8	26.2	20.6	14.2	13.4	12.4	12.0	11.2	11.2	10.8	10.8	-
	男性	250	62.4	52.0	40.8	27.6	33.6	17.6	10.4	10.0	6.4	9.6	6.0	10.4	6.8	6.4	-
	女性	250	43.6	36.0	26.0	26.0	18.8	23.6	18.0	16.8	18.4	14.4	16.4	12.0	14.8	15.2	-
年代	10代	60	50.0	45.0	36.7	13.3	31.7	30.0	20.0	13.3	8.3	11.7	8.3	3.3	11.7	16.7	-
	20代	130	63.1	40.8	35.4	29.2	23.8	19.2	8.5	16.9	6.2	9.2	11.5	10.8	14.6	10.8	-
	30代	130	52.3	45.4	33.8	26.9	24.6	22.3	14.6	14.6	14.6	10.8	13.1	10.8	8.5	7.7	-
	40代	120	51.7	43.3	34.2	30.0	30.0	16.7	15.8	8.3	16.7	13.3	9.2	14.2	7.5	9.2	-
	50代	60	38.3	48.3	23.3	28.3	21.7	18.3	16.7	13.3	16.7	18.3	13.3	15.0	13.3	15.0	-
世代	10～20代	190	58.9	42.1	35.8	24.2	26.3	22.6	12.1	15.8	6.8	10.0	10.5	8.4	13.7	12.6	-
	20～30代	260	57.7	43.1	34.6	28.1	24.2	20.8	11.5	15.8	10.4	10.0	12.3	10.8	11.5	9.2	-
	30～40代	250	52.0	44.4	34.0	28.4	27.2	19.6	15.2	11.6	15.6	12.0	11.2	12.4	8.0	8.4	-
	40～50代	180	47.2	45.0	30.6	29.4	27.2	17.2	16.1	10.0	16.7	15.0	10.6	14.4	9.4	11.1	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	66.3	47.4	45.3	21.1	33.7	23.2	6.3	15.8	5.3	7.4	6.3	7.4	8.4	6.3	-
	- 男性：20～30代	130	76.9	57.7	42.3	26.9	30.8	18.5	7.7	8.5	3.8	6.2	3.8	9.2	5.4	2.3	-
	- 男性：30～40代	125	66.4	58.4	40.0	31.2	34.4	11.2	12.0	5.6	4.8	9.6	4.0	12.0	5.6	4.8	-
	- 男性：40～50代	90	48.9	48.9	37.8	33.3	35.6	14.4	14.4	7.8	10.0	13.3	7.8	13.3	5.6	8.9	-
	- 女性：10～20代	95	51.6	36.8	26.3	27.4	18.9	22.1	17.9	15.8	8.4	12.6	14.7	9.5	18.9	18.9	-
	- 女性：20～30代	130	38.5	28.5	26.9	29.2	17.7	23.1	15.4	23.1	16.9	13.8	20.8	12.3	17.7	16.2	-
	- 女性：30～40代	125	37.6	30.4	28.0	25.6	20.0	28.0	18.4	17.6	26.4	14.4	18.4	12.8	10.4	12.0	-
	- 女性：40～50代	90	45.6	41.1	23.3	25.6	18.9	20.0	17.8	12.2	23.3	16.7	13.3	15.6	13.3	13.3	-

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)

## A4.輸入食品購入時重視情報：「友人、知人のすすめ」が最も多い

「友人、知人のすすめ」が51.4%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」44.6%、「信頼できるブランド・メーカーの商品」41.8%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。

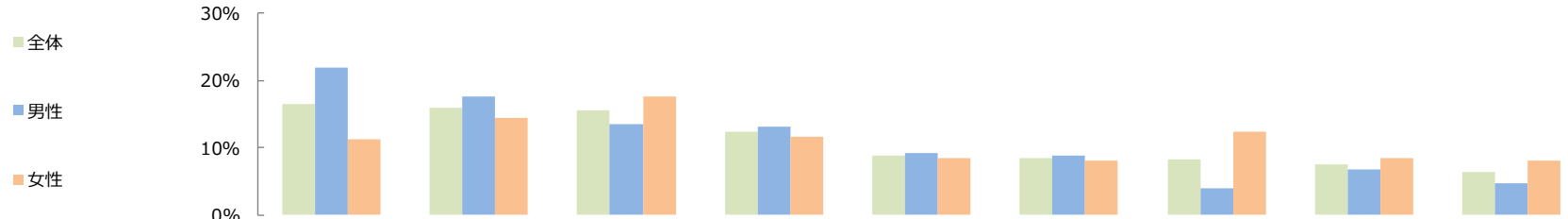
# A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「ブランド」「友人、知人のすすめ」共に重視

「信頼できるブランド・メーカーの商品」が16.6%と最も高く、次いで「友人、知人のすすめ」16.0%、「過去に自分で食べたことがある」15.6%が続く。

全体傾向との比較

年代別：10代は「インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS」の割合が10%以上高い。  
 性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代、男性40～50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	信頼できるブランド・メーカーの商品	友人、知人のすすめ	過去に自分で食べたことがある(リピート)	広告媒体(テレビ、新聞、雑誌、広告、映画など)	宗教指導者のすすめ	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	店頭でのプロモーション(店員による商品説明、試食、試用)	マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ
全体	500	16.6	16.0	15.6	12.4	8.8	8.4	8.2	7.6	6.4
性別										
男性	250	22.0	17.6	13.6	13.2	9.2	8.8	4.0	6.8	4.8
女性	250	11.2	14.4	17.6	11.6	8.4	8.0	12.4	8.4	8.0
年代										
10代	60	6.7	16.7	13.3	10.0	6.7	20.0	13.3	11.7	1.7
20代	130	14.6	18.5	13.8	14.6	11.5	6.9	6.2	9.2	4.6
30代	130	20.0	18.5	13.8	13.1	5.4	7.7	10.0	4.6	6.9
40代	120	16.7	13.3	24.2	10.8	7.5	7.5	5.0	6.7	8.3
50代	60	23.3	10.0	8.3	11.7	15.0	3.3	10.0	8.3	10.0
世代										
10～20代	190	12.1	17.9	13.7	13.2	10.0	11.1	8.4	10.0	3.7
20～30代	260	17.3	18.5	13.8	13.8	8.5	7.3	8.1	6.9	5.8
30～40代	250	18.4	16.0	18.8	12.0	6.4	7.6	7.6	5.6	7.6
40～50代	180	18.9	12.2	18.9	11.1	10.0	6.1	6.7	7.2	8.9
性別×世代										
- 男性：10～20代	95	14.7	17.9	10.5	17.9	8.4	13.7	4.2	9.5	3.2
- 男性：20～30代	130	23.1	21.5	13.1	16.2	7.7	10.0	2.3	4.6	1.5
- 男性：30～40代	125	26.4	19.2	18.4	9.6	8.0	7.2	2.4	4.8	4.0
- 男性：40～50代	90	23.3	14.4	15.6	8.9	12.2	3.3	4.4	7.8	10.0
- 女性：10～20代	95	9.5	17.9	16.8	8.4	11.6	8.4	12.6	10.5	4.2
- 女性：20～30代	130	11.5	15.4	14.6	11.5	9.2	4.6	13.8	9.2	10.0
- 女性：30～40代	125	10.4	12.8	19.2	14.4	4.8	8.0	12.8	6.4	11.2
- 女性：40～50代	90	14.4	10.0	22.2	13.3	7.8	8.9	8.9	6.7	7.8

全体傾向より10%以上高い (ピンク) 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)

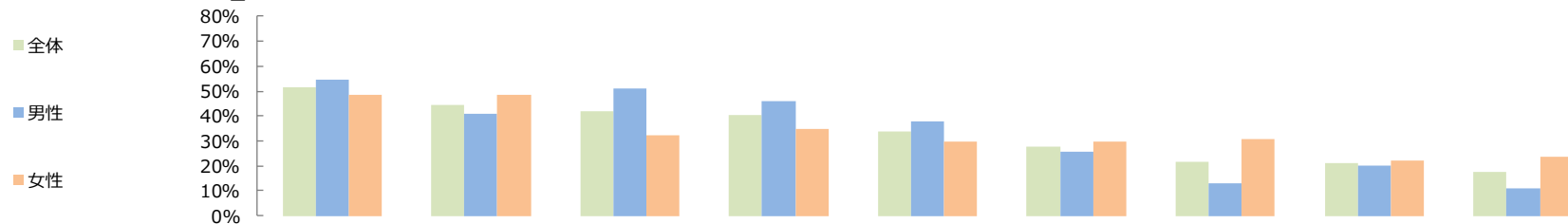
# A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「友人、知人のすすめ」が最も多い

「友人、知人のすすめ」が51.4%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」44.6%、「信頼できるブランド・メーカーの商品」41.8%が続く。

全体傾向との比較

年代別：10代は「インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS」の割合が10%以上高い。  
 性別×世代別：男性20～30代は「友人、知人のすすめ」「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が高い。  
 女性10～20代、女性20～30代は「メーカーなどのホームページ」の割合が10%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	友人、知人のすすめ	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	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)	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	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
性別	全体	500	51.4	44.6	41.8	40.4	33.8	27.6	21.8	21.2	17.4
	男性	250	54.4	40.8	51.2	46.0	38.0	25.6	12.8	20.0	11.2
	女性	250	48.4	48.4	32.4	34.8	29.6	29.6	30.8	22.4	23.6
年代	10代	60	48.3	50.0	31.7	33.3	26.7	50.0	31.7	15.0	13.3
	20代	130	55.4	44.6	43.8	48.5	30.0	24.6	20.8	19.2	13.1
	30代	130	59.2	43.1	42.3	40.0	33.8	24.6	20.0	19.2	17.7
	40代	120	44.2	49.2	40.0	35.0	37.5	25.8	20.0	27.5	20.8
	50代	60	43.3	33.3	50.0	41.7	41.7	21.7	21.7	23.3	23.3
世代	10～20代	190	53.2	46.3	40.0	43.7	28.9	32.6	24.2	17.9	13.2
	20～30代	260	57.3	43.8	43.1	44.2	31.9	24.6	20.4	19.2	15.4
	30～40代	250	52.0	46.0	41.2	37.6	35.6	25.2	20.0	23.2	19.2
	40～50代	180	43.9	43.9	43.3	37.2	38.9	24.4	20.6	26.1	21.7
性別×世代	- 男性：10～20代	95	52.6	35.8	46.3	51.6	37.9	32.6	14.7	17.9	10.5
	- 男性：20～30代	130	62.3	43.1	52.3	50.8	37.7	28.5	6.9	14.6	3.8
	- 男性：30～40代	125	57.6	48.0	54.4	44.0	36.8	20.8	8.8	20.8	8.8
	- 男性：40～50代	90	46.7	41.1	51.1	41.1	38.9	17.8	17.8	26.7	18.9
	- 女性：10～20代	95	53.7	56.8	33.7	35.8	20.0	32.6	33.7	17.9	15.8
	- 女性：20～30代	130	52.3	44.6	33.8	37.7	26.2	20.8	33.8	23.8	26.9
	- 女性：30～40代	125	46.4	44.0	28.0	31.2	34.4	29.6	31.2	25.6	29.6
	- 女性：40～50代	90	41.1	46.7	35.6	33.3	38.9	31.1	23.3	25.6	24.4

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

## 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。

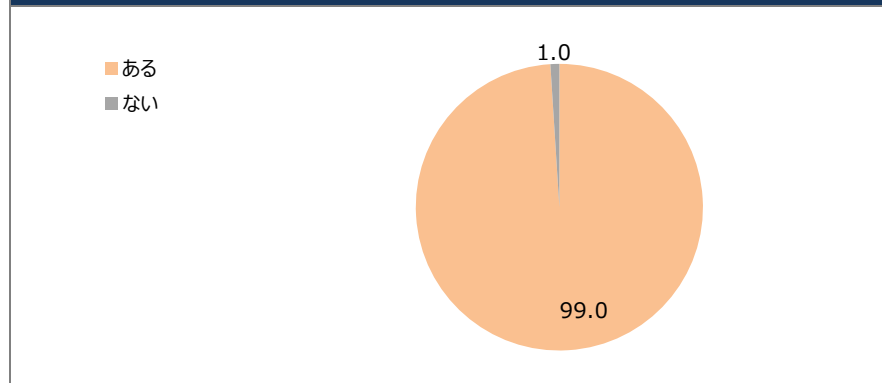
Q7.あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。

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。

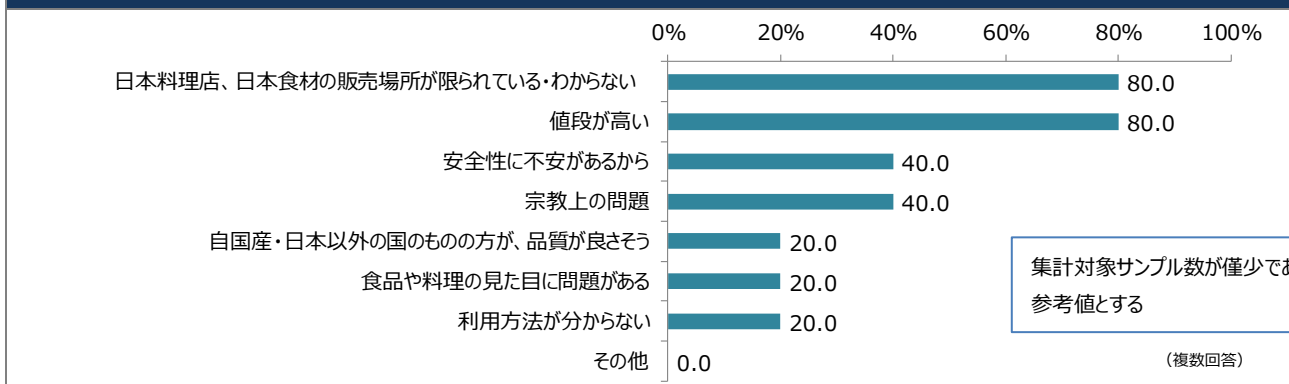
# A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：ほぼ全員が購入・利用経験あり

ほぼ全員が、「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=5)



※ 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。

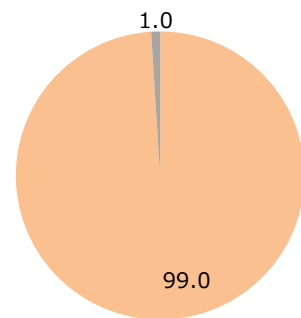
※ 集計値は1位から3位の割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

# 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

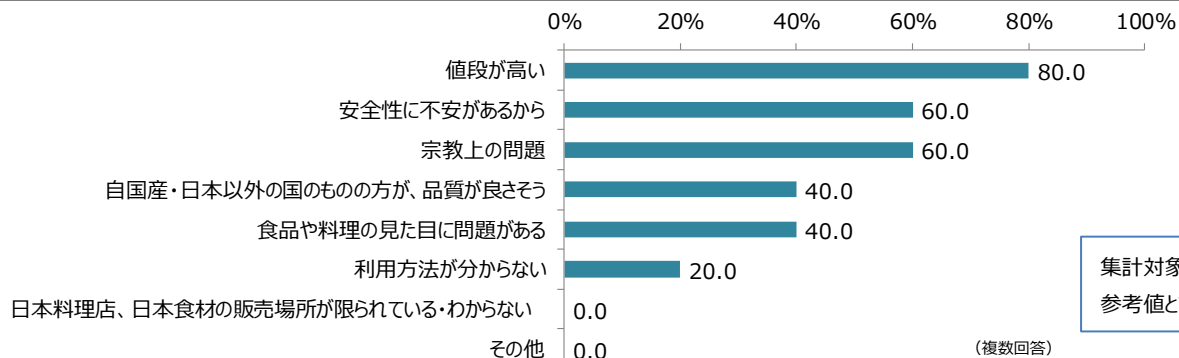
ほぼ全員が、「今現在または今後、日本食品を摂取あるいは日本料理店を利用する意向がある」と回答。

**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)**

- 食べたい/飲みたい/行きたい
- 食べたくない/飲みたい/行きたい



**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=5)**



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

※ 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

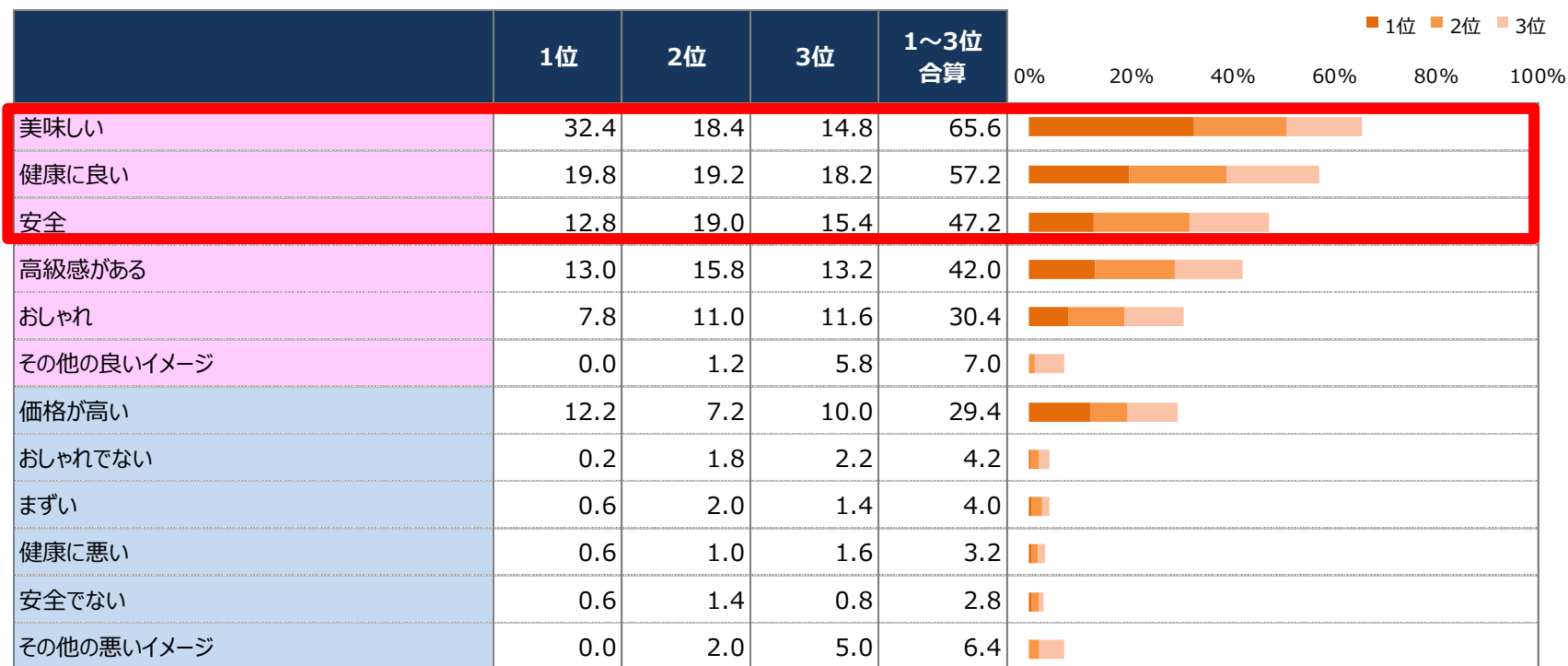
Q9.日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。

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・安全」のイメージが強い

「美味しい」が65.6%と最も高く、次いで「健康に良い」57.2%、「安全」47.2%が続く。総じて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。

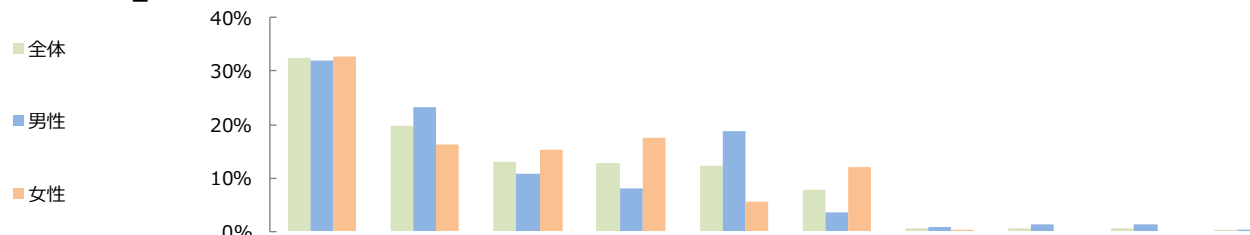
# A9.日本料理のイメージ（1位）：最も強いイメージは「美味しい」

「美味しい」が32.4%と最も高く、次いで「健康に良い」19.8%、「高級感がある」13.0%と続く。

全体傾向との比較

性別×世代別：男性30～40代、男性40～50代は「価格が高い」の割合が10%以上高い。  
女性40～50代は「安全」の割合が10%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	高級感がある	安全	価格が高い	おしゃれ	まずい	健康に悪い	安全でない	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	32.4	19.8	13.0	12.8	12.2	7.8	0.6	0.6	0.6	0.2	-	-
	男性	250	32.0	23.2	10.8	8.0	18.8	3.6	0.8	1.2	1.2	0.4	-	-
	女性	250	32.8	16.4	15.2	17.6	5.6	12.0	0.4	-	-	-	-	-
年代	10代	60	38.3	11.7	8.3	15.0	10.0	13.3	1.7	1.7	-	-	-	-
	20代	130	33.8	20.0	16.2	10.0	12.3	6.2	-	0.8	0.8	-	-	-
	30代	130	26.9	26.2	13.1	10.0	11.5	9.2	-	0.8	1.5	0.8	-	-
	40代	120	33.3	17.5	9.2	17.5	15.0	6.7	0.8	-	-	-	-	-
	50代	60	33.3	18.3	18.3	13.3	10.0	5.0	1.7	-	-	-	-	-
世代	10～20代	190	35.3	17.4	13.7	11.6	11.6	8.4	0.5	1.1	0.5	-	-	-
	20～30代	260	30.4	23.1	14.6	10.0	11.9	7.7	-	0.8	1.2	0.4	-	-
	30～40代	250	30.0	22.0	11.2	13.6	13.2	8.0	0.4	0.4	0.8	0.4	-	-
	40～50代	180	33.3	17.8	12.2	16.1	13.3	6.1	1.1	-	-	-	-	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	32.6	22.1	11.6	10.5	13.7	5.3	1.1	2.1	1.1	-	-	-
	- 男性：20～30代	130	33.1	27.7	7.7	7.7	18.5	0.8	-	1.5	2.3	0.8	-	-
	- 男性：30～40代	125	30.4	25.6	8.8	6.4	24.0	1.6	-	0.8	1.6	0.8	-	-
	- 男性：40～50代	90	33.3	18.9	13.3	6.7	22.2	4.4	1.1	-	-	-	-	-
	- 女性：10～20代	95	37.9	12.6	15.8	12.6	9.5	11.6	-	-	-	-	-	-
	- 女性：20～30代	130	27.7	18.5	21.5	12.3	5.4	14.6	-	-	-	-	-	-
	- 女性：30～40代	125	29.6	18.4	13.6	20.8	2.4	14.4	0.8	-	-	-	-	-
	- 女性：40～50代	90	33.3	16.7	11.1	25.6	4.4	7.8	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

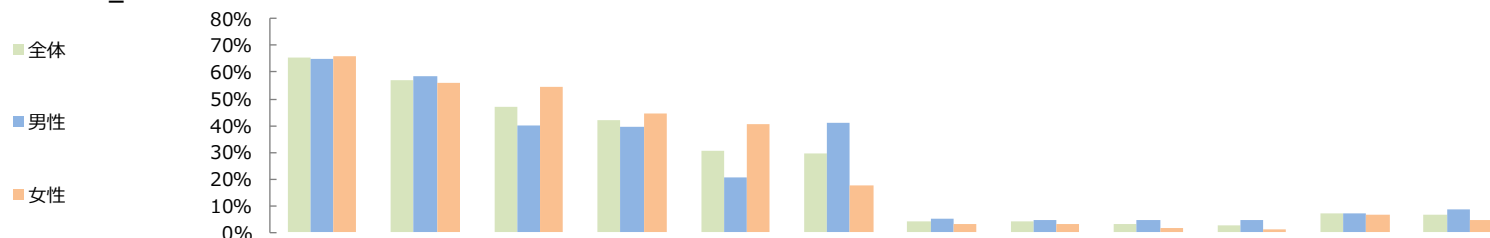
# A9.日本料理のイメージ（1～3位合算）：最も強いイメージは「美味しい」

「美味しい」が65.6%と最も高く、次いで「健康に良い」57.2%、「安全」47.2%が続く。総じてポジティブなイメージが上位に並ぶ。

全体傾向との比較

性別：男性は「おしゃれ」の割合が10%以上低く、「価格が高い」の割合が10%以上高い。女性は反対の傾向。  
 性別×世代別：男性40～50代は「安全」の割合が10%以上低いが、反対に女性30～40代、女性40～50代は「安全」の割合が10%以上高い。女性20～30代は「高級感がある」の割合が10%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	おしゃれ	価格が高い	おしゃれでない	まずい	健康に悪い	安全でない	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	65.6	57.2	47.2	42.0	30.4	29.4	4.2	4.0	3.2	2.8	7.0	6.4
	男性	250	65.2	58.4	40.0	39.6	20.4	41.2	5.2	4.8	4.8	4.4	7.2	8.4
	女性	250	66.0	56.0	54.4	44.4	40.4	17.6	3.2	3.2	1.6	1.2	6.8	4.4
年代	10代	60	63.3	53.3	55.0	38.3	35.0	30.0	1.7	6.7	3.3	1.7	6.7	3.3
	20代	130	64.6	54.6	42.3	50.0	29.2	32.3	2.3	3.8	3.1	3.8	5.4	7.7
	30代	130	66.9	57.7	45.4	39.2	33.8	27.7	7.7	3.1	3.1	3.1	5.4	6.9
	40代	120	67.5	59.2	52.5	35.8	24.2	29.2	2.5	3.3	3.3	3.3	11.7	6.7
	50代	60	63.3	61.7	43.3	46.7	33.3	26.7	6.7	5.0	3.3	-	5.0	5.0
世代	10～20代	190	64.2	54.2	46.3	46.3	31.1	31.6	2.1	4.7	3.2	3.2	5.8	6.3
	20～30代	260	65.8	56.2	43.8	44.6	31.5	30.0	5.0	3.5	3.1	3.5	5.4	7.3
	30～40代	250	67.2	58.4	48.8	37.6	29.2	28.4	5.2	3.2	3.2	3.2	8.4	6.8
	40～50代	180	66.1	60.0	49.4	39.4	27.2	28.3	3.9	3.9	3.3	2.2	9.4	6.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	64.2	55.8	42.1	45.3	24.2	36.8	3.2	6.3	5.3	4.2	6.3	6.3
	- 男性：20～30代	130	70.8	63.8	39.2	35.4	15.4	42.3	4.6	4.6	3.8	5.4	5.4	9.2
	- 男性：30～40代	125	67.2	60.0	38.4	34.4	16.0	46.4	5.6	3.2	4.0	5.6	8.0	10.4
	- 男性：40～50代	90	61.1	55.6	36.7	42.2	21.1	41.1	6.7	4.4	5.6	4.4	10.0	10.0
	- 女性：10～20代	95	64.2	52.6	50.5	47.4	37.9	26.3	1.1	3.2	1.1	2.1	5.3	6.3
	- 女性：20～30代	130	60.8	48.5	48.5	53.8	47.7	17.7	5.4	2.3	2.3	1.5	5.4	5.4
	- 女性：30～40代	125	67.2	56.8	59.2	40.8	42.4	10.4	4.8	3.2	2.4	0.8	8.8	3.2
	- 女性：40～50代	90	71.1	64.4	62.2	36.7	33.3	15.6	1.1	3.3	1.1	-	8.9	2.2

## A9.日本料理のイメージ：自由記述の抜粋

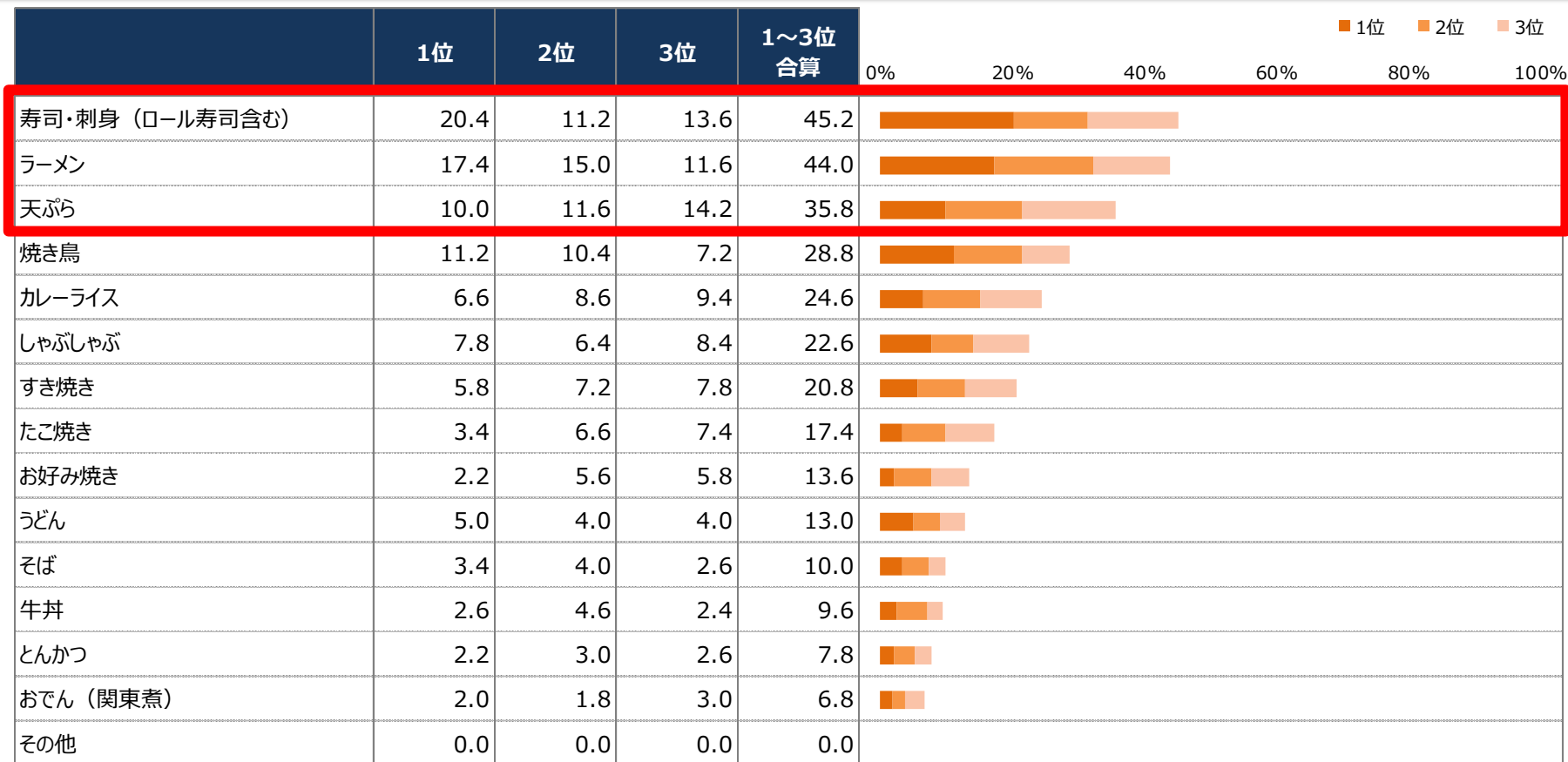
日本料理の良いイメージの記述で最も多かったのは、「質がいい」、次いで「カッコいい」が多い。  
日本料理の悪いイメージの記述で最も多かったのは、ハラル認証に関する記述である。

日本料理の良いイメージ	
質がいい	6
カッコいい	5
新鮮さに関する記述	4
自然素材に関する記述	2
独特・他国の料理と異なっている	2
美味しい	2
最高	2
漫画やアニメの影響で日本料理の調理法を知った	1
ビタミンの含有量が異様に多い	1
とても現実的	1

日本料理の悪いイメージ	
ハラルでない・ハラルである保証がない・ハラルのラベルがほとんどない	10
生もの・生の食べ物・生の素材が多い・半なま状態・生のまま食べる	6
まだ身近なものではない・身近でない・日本食レストランを探すのが難しい	4
入手の困難さ	2
味・味が複雑	2
料理名を知るのが難しい	1
食べ方が面倒くさい	1
使用されている材料がわからない	1
名前が言いづらい	1
量が少ない	1

## A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」「ラーメン」が同じ程度に人気で1位

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が45.2%と最も高く、次いで「ラーメン」44.0%、「天ぷら」35.8%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。

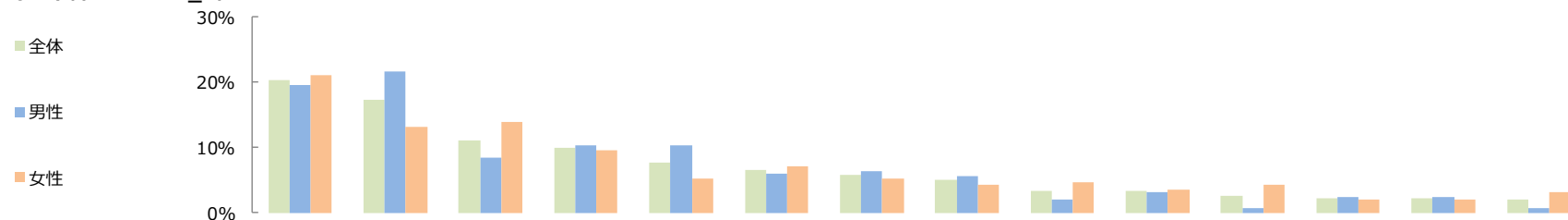
※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。「その他」のみ複数選択可であったため、1位から3位までの割合の単純合計値と一致しないことがある。

# A10.好きな日本料理（1位）：「寿司・刺身」と「ラーメン」の人気が高い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が20.4%と最も高く、次いで「ラーメン」17.4%、「焼き鳥」11.2%と続く。

全体傾向との比較  
 年代別：50代は「うどん」の割合が10%以上高く、「ラーメン」の割合が10%以上低い。  
 性別×世代別：男性10～20代は「ラーメン」の割合が10%以上高い。  
 女性10～20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)	ラーメン	焼き鳥	天ぷら	しゃぶしゃぶ	カレーライス	すき焼き	うどん	そば	たこ焼き	牛丼	お好み焼き	とんかつ	おでん (関東煮)	その他
性別	全体	500	20.4	17.4	11.2	10.0	7.8	6.6	5.8	5.0	3.4	3.4	2.6	2.2	2.2	2.0	-
	男性	250	19.6	21.6	8.4	10.4	10.4	6.0	6.4	5.6	2.0	3.2	0.8	2.4	2.4	0.8	-
	女性	250	21.2	13.2	14.0	9.6	5.2	7.2	5.2	4.4	4.8	3.6	4.4	2.0	2.0	3.2	-
年代	10代	60	26.7	26.7	5.0	13.3	-	5.0	10.0	5.0	1.7	3.3	-	1.7	1.7	-	-
	20代	130	24.6	21.5	16.9	10.8	6.2	4.6	1.5	4.6	2.3	2.3	0.8	1.5	1.5	0.8	-
	30代	130	21.5	16.9	5.4	5.4	9.2	6.9	5.4	3.8	3.8	7.7	4.6	0.8	4.6	3.8	-
	40代	120	15.8	14.2	17.5	11.7	11.7	9.2	7.5	1.7	3.3	1.7	0.8	4.2	-	0.8	-
	50代	60	11.7	6.7	5.0	11.7	8.3	6.7	8.3	15.0	6.7	-	8.3	3.3	3.3	5.0	-
世代	10～20代	190	25.3	23.2	13.2	11.6	4.2	4.7	4.2	4.7	2.1	2.6	0.5	1.6	1.6	0.5	-
	20～30代	260	23.1	19.2	11.2	8.1	7.7	5.8	3.5	4.2	3.1	5.0	2.7	1.2	3.1	2.3	-
	30～40代	250	18.8	15.6	11.2	8.4	10.4	8.0	6.4	2.8	3.6	4.8	2.8	2.4	2.4	2.4	-
	40～50代	180	14.4	11.7	13.3	11.7	10.6	8.3	7.8	6.1	4.4	1.1	3.3	3.9	1.1	2.2	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	15.8	29.5	10.5	11.6	5.3	6.3	5.3	6.3	-	4.2	-	2.1	3.2	-	-
	- 男性：20～30代	130	26.9	24.6	7.7	7.7	10.8	5.4	3.1	3.8	0.8	5.4	0.8	0.8	2.3	-	-
	- 男性：30～40代	125	24.0	20.8	7.2	10.4	13.6	5.6	6.4	3.2	2.4	3.2	0.8	1.6	0.8	-	-
	- 男性：40～50代	90	13.3	12.2	11.1	13.3	13.3	6.7	8.9	6.7	4.4	-	1.1	4.4	2.2	2.2	-
	- 女性：10～20代	95	34.7	16.8	15.8	11.6	3.2	3.2	3.2	3.2	4.2	1.1	1.1	1.1	-	1.1	-
	- 女性：20～30代	130	19.2	13.8	14.6	8.5	4.6	6.2	3.8	4.6	5.4	4.6	4.6	1.5	3.8	4.6	-
	- 女性：30～40代	125	13.6	10.4	15.2	6.4	7.2	10.4	6.4	2.4	4.8	6.4	4.8	3.2	4.0	4.8	-
	- 女性：40～50代	90	15.6	11.1	15.6	10.0	7.8	10.0	6.7	5.6	4.4	2.2	5.6	3.3	-	2.2	-

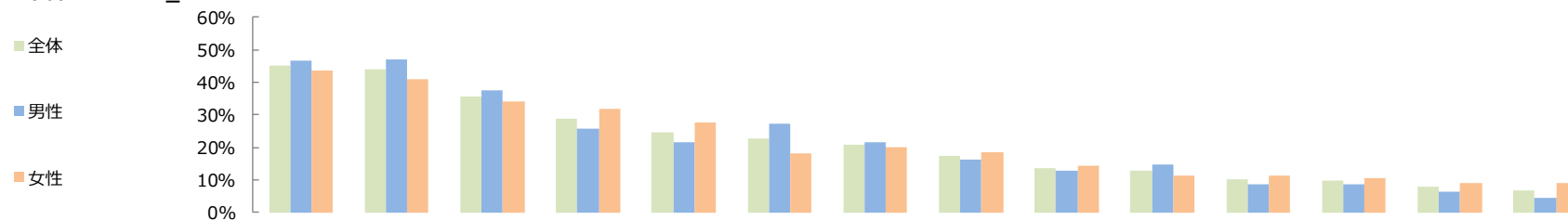
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

# A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」「ラーメン」「天ぷら」の人気が高い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が45.2%と最も高く、次いで「ラーメン」44.0%、「天ぷら」35.8%と続く。

全体傾向との比較  
 年代別：50代は「うどん」の割合が10%以上高い。  
 性別×世代別：男性10～20代は「ラーメン」の割合が10%以上高い。男性30～40代、男性40～50代は「しゃぶしゃぶ」の割合が10%以上高い。女性10～20代は「寿司・刺身」の割合が10%以上高い。

◇ 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)	ラーメン	天ぷら	焼き鳥	カレーライス	しゃぶしゃぶ	すき焼き	たこ焼き	お好み焼き	うどん	そば	牛丼	とんかつ	おでん (関東煮)	その他
性別	全体	500	45.2	44.0	35.8	28.8	24.6	22.6	20.8	17.4	13.6	13.0	10.0	9.6	7.8	6.8	-
	男性	250	46.8	47.2	37.6	25.6	21.6	27.2	21.6	16.4	12.8	14.8	8.8	8.8	6.4	4.4	-
	女性	250	43.6	40.8	34.0	32.0	27.6	18.0	20.0	18.4	14.4	11.2	11.2	10.4	9.2	9.2	-
年代	10代	60	48.3	53.3	35.0	20.0	30.0	10.0	21.7	20.0	13.3	15.0	11.7	8.3	5.0	8.3	-
	20代	130	54.6	52.3	34.6	35.4	25.4	20.0	13.1	22.3	10.0	10.0	8.5	6.9	4.6	2.3	-
	30代	130	45.4	46.9	30.0	24.6	21.5	23.8	21.5	22.3	10.8	13.1	10.0	10.0	10.0	10.0	-
	40代	120	39.2	37.5	39.2	36.7	25.8	30.8	25.8	9.2	15.8	10.0	8.3	8.3	7.5	5.8	-
	50代	60	33.3	23.3	45.0	16.7	21.7	21.7	25.0	10.0	23.3	23.3	15.0	18.3	13.3	10.0	-
世代	10～20代	190	52.6	52.6	34.7	30.5	26.8	16.8	15.8	21.6	11.1	11.6	9.5	7.4	4.7	4.2	-
	20～30代	260	50.0	49.6	32.3	30.0	23.5	21.9	17.3	22.3	10.4	11.5	9.2	8.5	7.3	6.2	-
	30～40代	250	42.4	42.4	34.4	30.4	23.6	27.2	23.6	16.0	13.2	11.6	9.2	9.2	8.8	8.0	-
	40～50代	180	37.2	32.8	41.1	30.0	24.4	27.8	25.6	9.4	18.3	14.4	10.6	11.7	9.4	7.2	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	44.2	62.1	33.7	29.5	23.2	13.7	15.8	24.2	12.6	15.8	9.5	7.4	4.2	4.2	-
	- 男性：20～30代	130	54.6	53.8	33.8	26.2	20.8	26.9	19.2	22.3	8.5	13.1	6.9	6.2	5.4	2.3	-
	- 男性：30～40代	125	50.4	42.4	40.0	24.0	19.2	37.6	25.6	13.6	12.0	12.0	6.4	8.0	5.6	3.2	-
	- 男性：40～50代	90	42.2	31.1	44.4	28.9	21.1	34.4	24.4	6.7	16.7	14.4	10.0	12.2	7.8	5.6	-
	- 女性：10～20代	95	61.1	43.2	35.8	31.6	30.5	20.0	15.8	18.9	9.5	7.4	9.5	7.4	5.3	4.2	-
	- 女性：20～30代	130	45.4	45.4	30.8	33.8	26.2	16.9	15.4	22.3	12.3	10.0	11.5	10.8	9.2	10.0	-
	- 女性：30～40代	125	34.4	42.4	28.8	36.8	28.0	16.8	21.6	18.4	14.4	11.2	12.0	10.4	12.0	12.8	-
	- 女性：40～50代	90	32.2	34.4	37.8	31.1	27.8	21.1	26.7	12.2	20.0	14.4	11.1	11.1	11.1	8.9	-

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



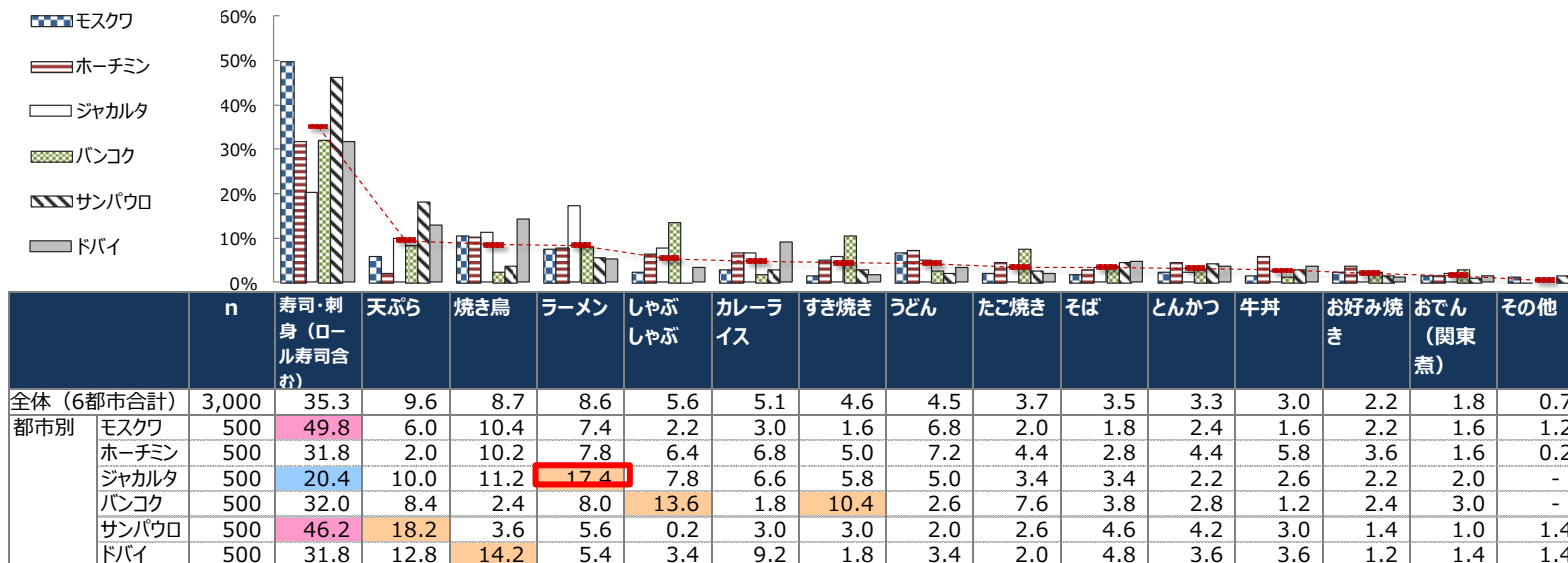
## (参考) ジャカルタで人気のラーメン

「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いるが、それ以外の料理については各国の好み  
が反映される結果となった。ジャカルタでは特に「ラーメン」の人気の高い。

ジャカルタでは数年前から日本のラーメンブームが起きている。

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

【表】好きな日本料理のメニュー（1位） - 6都市別



## A11.日本料理の問題点・買わない理由：価格が最大の問題

「価格が高い」が45.4%と最も高く、次いで「包装材やラベルに問題がある」40.0%、「販売場所が限られている・わからない」39.6%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4.8%であった。

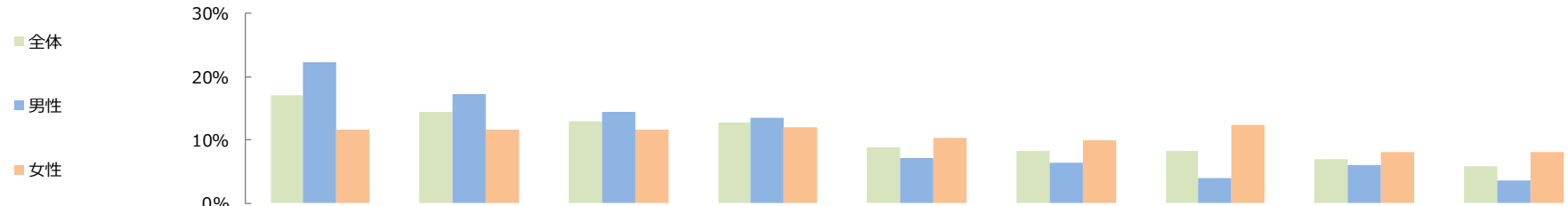
# A11.日本料理の問題点・買わない理由（1位）：価格の高さと販売場所のわかりにくさが問題

「価格が高い」が17.0%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」14.4%、「包装材やラベルに問題がある」13.0%と続く。

全体傾向との比較

性別：男性は「価格が高い」の割合が5%以上高い。  
 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30～40代は「安全性に不安がある」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



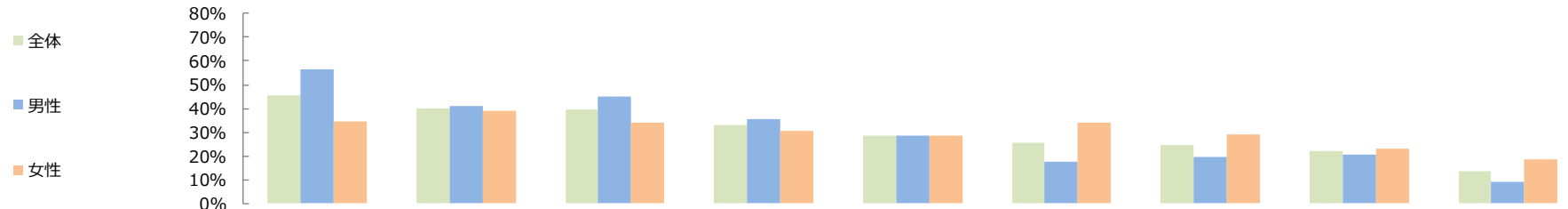
Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位		n	価格が高い	販売場所が限られている・わからない	包装材やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	宗教上問題がある	味覚上の問題がある（味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手）	食品自体の見た目に問題がある（見た目や色に抵抗あるなど）	安全性に不安がある	食品の使い方・調理の仕方がわからない	自国産・日本以外の方が品質が良い
性別	全体	500	17.0	14.4	13.0	12.8	8.8	8.2	8.2	7.0	5.8
	男性	250	22.4	17.2	14.4	13.6	7.2	6.4	4.0	6.0	3.6
	女性	250	11.6	11.6	11.6	12.0	10.4	10.0	12.4	8.0	8.0
年代	10代	60	16.7	6.7	16.7	10.0	11.7	8.3	10.0	8.3	10.0
	20代	130	20.0	16.9	10.8	11.5	6.9	7.7	3.1	9.2	5.4
	30代	130	14.6	11.5	14.6	16.2	8.5	9.2	11.5	5.4	3.8
	40代	120	15.8	16.7	14.2	13.3	9.2	7.5	7.5	5.0	6.7
	50代	60	18.3	18.3	8.3	10.0	10.0	8.3	11.7	8.3	5.0
世代	10～20代	190	18.9	13.7	12.6	11.1	8.4	7.9	5.3	8.9	6.8
	20～30代	260	17.3	14.2	12.7	13.8	7.7	8.5	7.3	7.3	4.6
	30～40代	250	15.2	14.0	14.4	14.8	8.8	8.4	9.6	5.2	5.2
	40～50代	180	16.7	17.2	12.2	12.2	9.4	7.8	8.9	6.1	6.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	24.2	16.8	14.7	9.5	7.4	8.4	2.1	6.3	4.2
	- 男性：20～30代	130	26.2	16.9	16.2	14.6	4.6	5.4	2.3	4.6	1.5
	- 男性：30～40代	125	20.0	16.8	16.0	18.4	6.4	5.6	4.0	4.8	2.4
	- 男性：40～50代	90	18.9	21.1	11.1	13.3	8.9	5.6	6.7	7.8	4.4
	- 女性：10～20代	95	13.7	10.5	10.5	12.6	9.5	7.4	8.4	11.6	9.5
	- 女性：20～30代	130	8.5	11.5	9.2	13.1	10.8	11.5	12.3	10.0	7.7
	- 女性：30～40代	125	10.4	11.2	12.8	11.2	11.2	11.2	15.2	5.6	8.0
	- 女性：40～50代	90	14.4	13.3	13.3	11.1	10.0	10.0	11.1	4.4	7.8

# A11.日本料理の問題点・買わない理由（1～3位合算）：価格の高さと包装材・ラベルが問題

「価格が高い」が45.4%と最も高く、次いで「包装材やラベルに問題がある」40.0%、「販売場所が限られている・わからない」39.6%と続く。

全体傾向との比較  
 性別：男性は「価格が高い」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「価格が高い」の割合が10%以上高い。  
 女性30～40代、女性40～50代は「味覚上の問題がある」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	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）	販売場所が限られている・わからない	宗教上問題がある	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）	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）	安全性に不安がある	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い
性別	全体	500	45.4	40.0	39.6	33.2	28.4	25.8	24.4	22.0	13.8
	男性	250	56.4	41.2	45.2	35.6	28.4	17.6	19.6	20.8	9.2
	女性	250	34.4	38.8	34.0	30.8	28.4	34.0	29.2	23.2	18.4
年代	10代	60	50.0	40.0	36.7	28.3	23.3	25.0	35.0	25.0	13.3
	20代	130	53.1	29.2	40.8	27.7	25.4	20.0	19.2	16.2	13.8
	30代	130	39.2	46.9	38.5	36.2	30.0	25.4	24.6	23.1	13.8
	40代	120	45.0	46.7	39.2	37.5	31.7	26.7	20.0	23.3	14.2
	50代	60	38.3	35.0	43.3	35.0	30.0	38.3	33.3	26.7	13.3
世代	10～20代	190	52.1	32.6	39.5	27.9	24.7	21.6	24.2	18.9	13.7
	20～30代	260	46.2	38.1	39.6	31.9	27.7	22.7	21.9	19.6	13.8
	30～40代	250	42.0	46.8	38.8	36.8	30.8	26.0	22.4	23.2	14.0
	40～50代	180	42.8	42.8	40.6	36.7	31.1	30.6	24.4	24.4	13.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	61.1	36.8	45.3	31.6	20.0	18.9	23.2	18.9	9.5
	- 男性：20～30代	130	60.8	41.5	43.8	35.4	26.2	13.1	14.6	16.9	7.7
	- 男性：30～40代	125	55.2	47.2	44.0	40.8	32.8	13.6	12.0	20.8	8.0
	- 男性：40～50代	90	50.0	40.0	47.8	38.9	35.6	20.0	21.1	25.6	10.0
	- 女性：10～20代	95	43.2	28.4	33.7	24.2	29.5	24.2	25.3	18.9	17.9
	- 女性：20～30代	130	31.5	34.6	35.4	28.5	29.2	32.3	29.2	22.3	20.0
	- 女性：30～40代	125	28.8	46.4	33.6	32.8	28.8	38.4	32.8	25.6	20.0
	- 女性：40～50代	90	35.6	45.6	33.3	34.4	26.7	41.1	27.8	23.3	17.8

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

## 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。

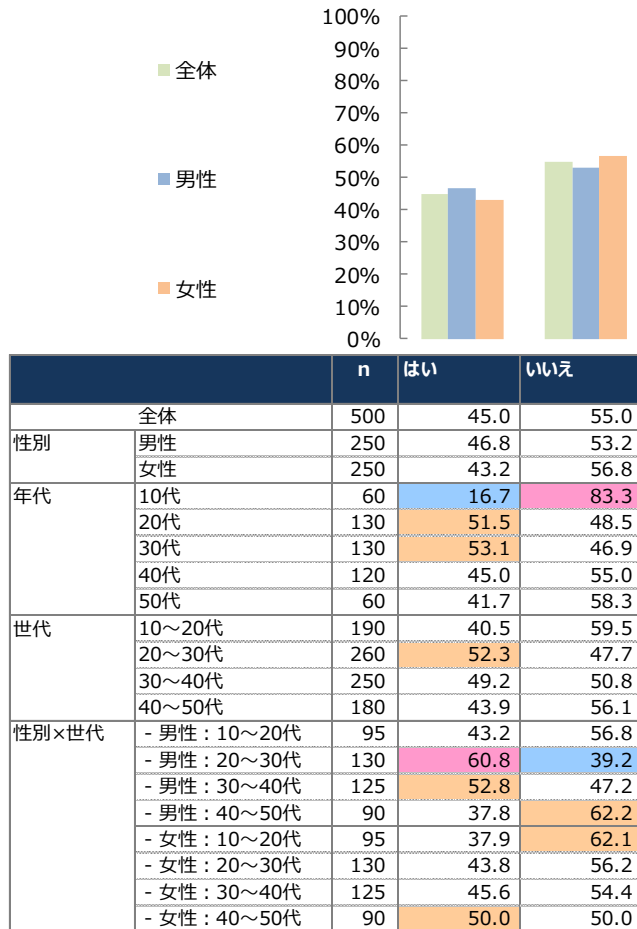
Q17.日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

# A12~14.日本の水産品の認知・購入実態：購入経験者の94%が「好き」と回答

日本の水産品の認知率は45.0%。特に男性20～30代の認知率が高い。

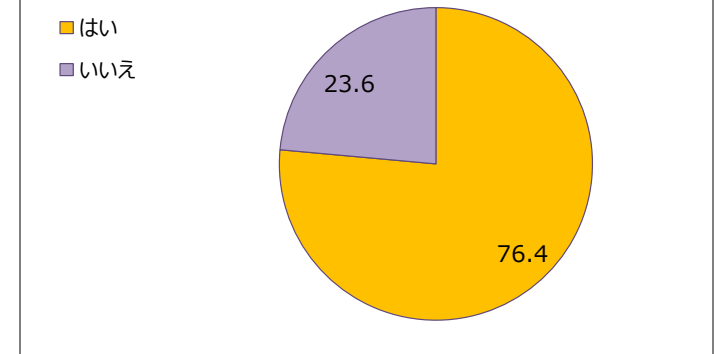
認知者（225名）のうち、摂取・購入経験者は76.4%（172名）。摂取・購入経験者のうち、94.2%が日本の水産品を「好き」と回答している。

A12. 日本の水産品を知っていますか

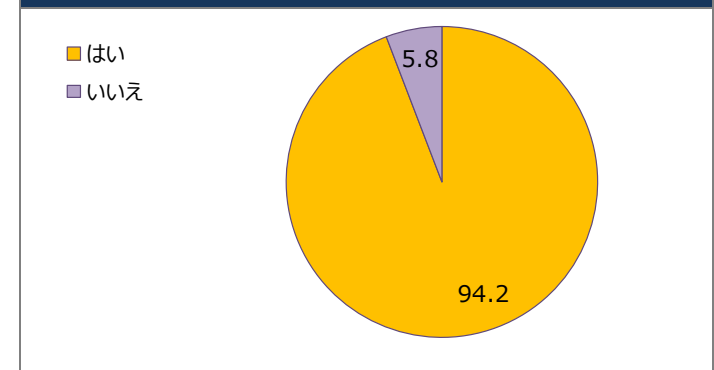


■ 全体傾向より10%以上高い ■ 全体傾向より5%以上高い ■ 全体傾向より10%以上低い

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=225)

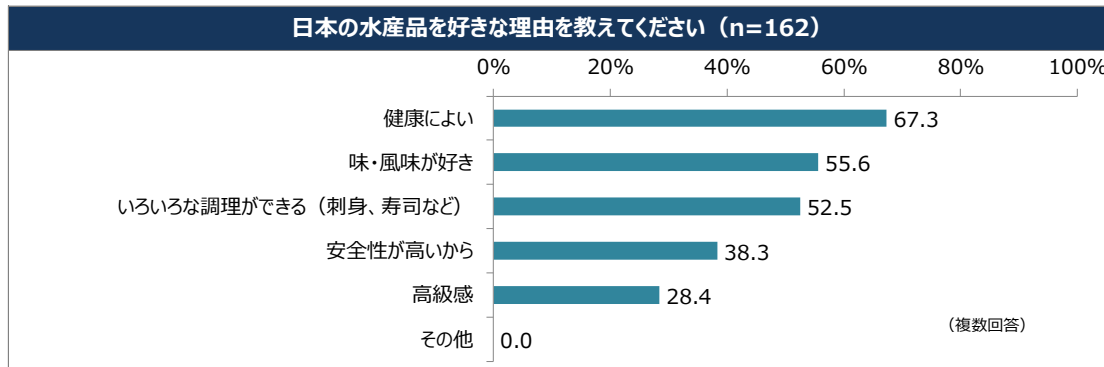


A14. 日本の水産品は好きですか (n=172)



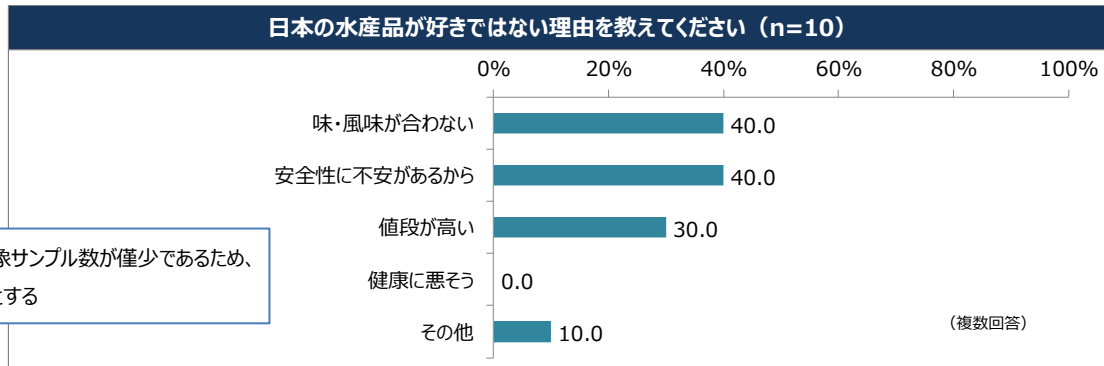
# A15~17.日本の水産品の評価理由：好きな理由の1位は「健康によい」

A15.



「健康によい」が67.3%と最も高く、次いで「味・風味が好き」55.6%、「いろいろな調理ができる」52.5%が続く。

A16.



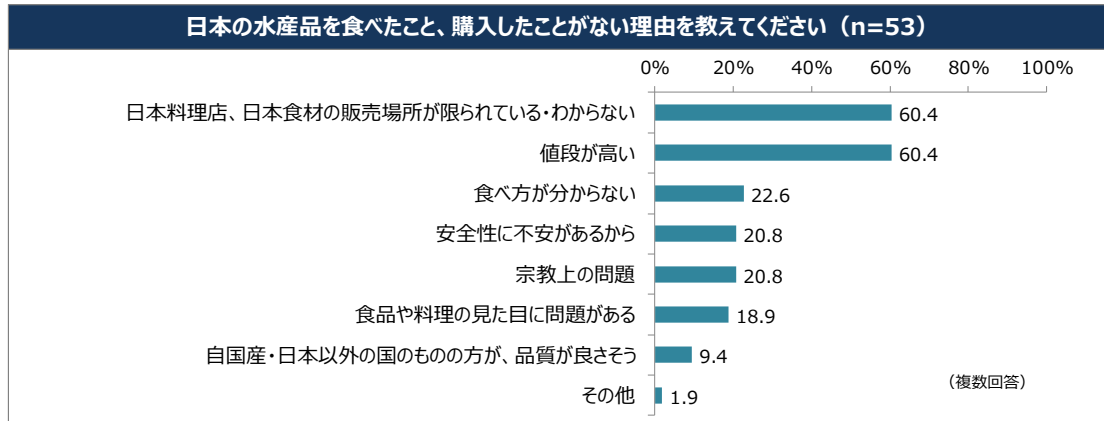
集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」と「安全性に不安があるから」が40.0%と最も高く、次いで「値段が高い」30.0%が続く。

日本の水産品が好きではない理由\_その他

インドネシアの魚の方がおいしい

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」と「値段が高い」が60.4%と最も高く、次いで「食べ方が分からない」22.6%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

どこで購入すればよいかわからない

## 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。

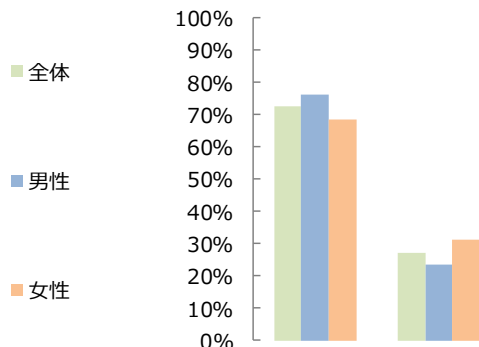


# A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：購入経験者の97%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は72.6%。特に男性20~30代の認知率が高い。

認知者（363名）のうち、摂取・購入経験者は86.2%（313名）。摂取・購入経験者のうち、97.4%が日本の調味料類を「好き」と回答している。

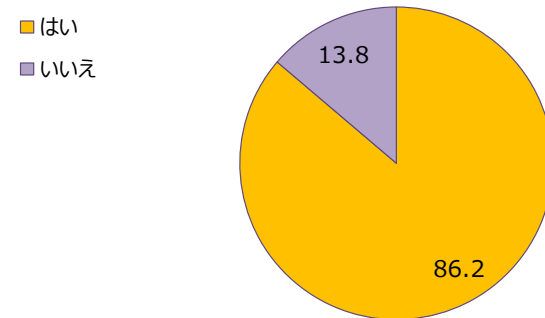
A18. 日本の調味料類を知っていますか



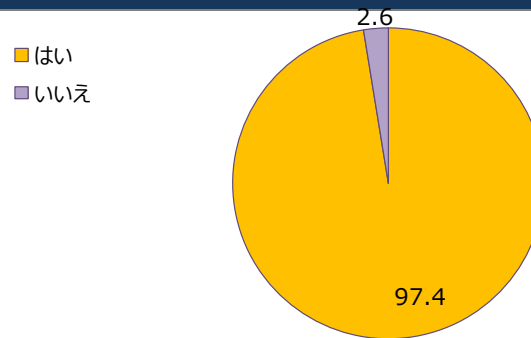
	n	はい	いいえ
全体	500	72.6	27.4
性別			
男性	250	76.4	23.6
女性	250	68.8	31.2
年代			
10代	60	63.3	36.7
20代	130	86.2	13.8
30代	130	71.5	28.5
40代	120	69.2	30.8
50代	60	61.7	38.3
世代			
10~20代	190	78.9	21.1
20~30代	260	78.8	21.2
30~40代	250	70.4	29.6
40~50代	180	66.7	33.3
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	75.8	24.2
- 男性：20~30代	130	92.3	7.7
- 男性：30~40代	125	84.0	16.0
- 男性：40~50代	90	64.4	35.6
- 女性：10~20代	95	82.1	17.9
- 女性：20~30代	130	65.4	34.6
- 女性：30~40代	125	56.8	43.2
- 女性：40~50代	90	68.9	31.1

■ 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

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=363)

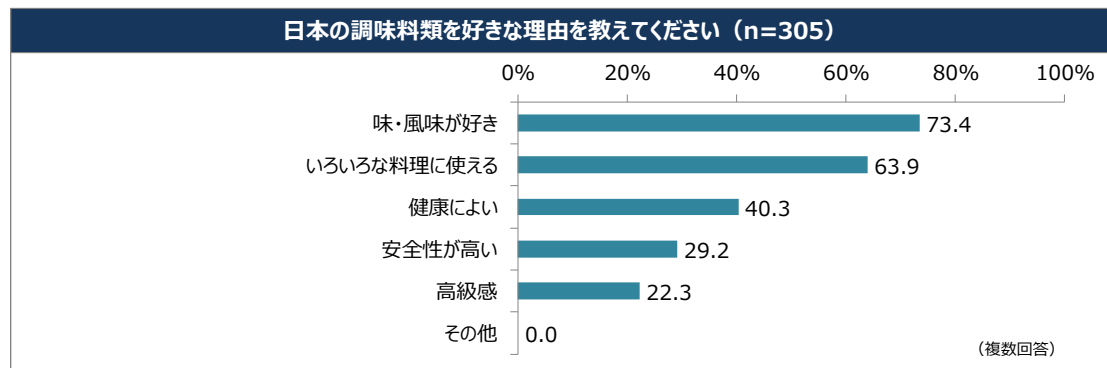


A20. 日本の調味料類は好きですか (n=313)



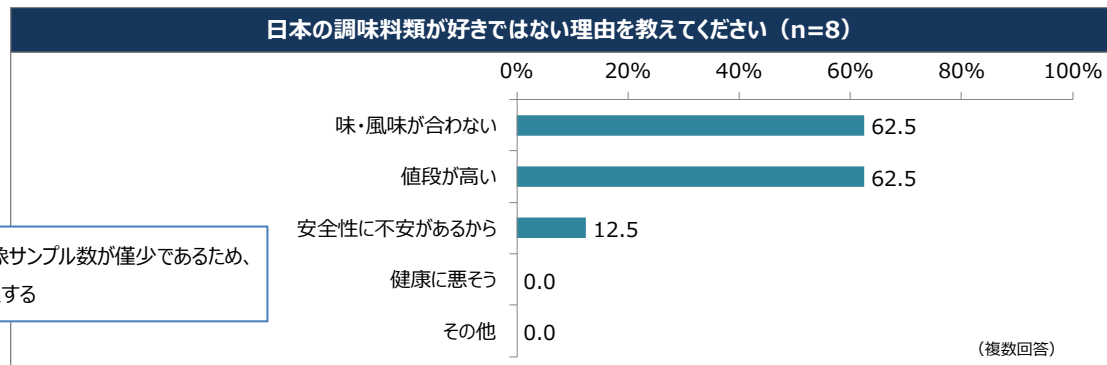
# A21~23.日本の調味料類の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

A21.



「味・風味が好き」が73.4%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」63.9%、「健康によい」40.3%が続く。

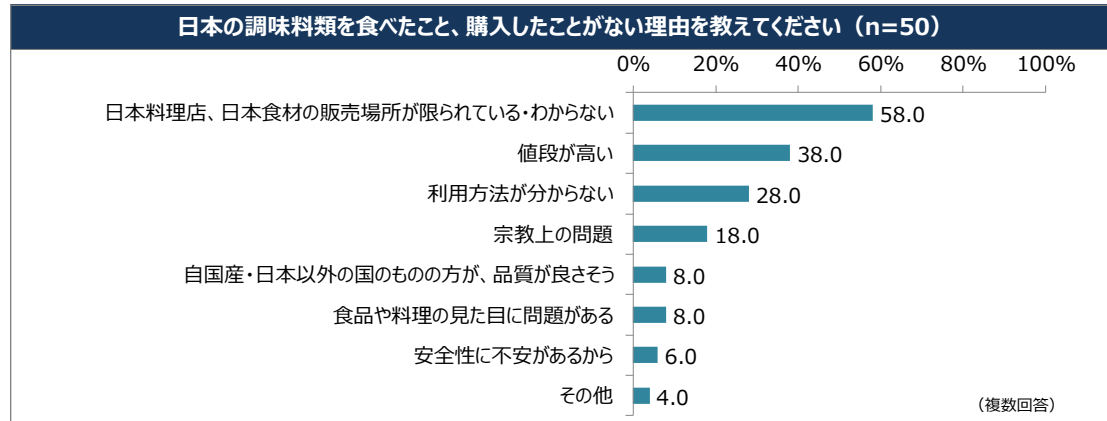
A22.



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」と「値段が高い」が62.5%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」12.5%が続く。

A23.



「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58.0%と最も高く、次いで「値段が高い」38.0%、「利用方法が分からない」28.0%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

日本料理を全く作らない

どのように使えば良いのかわからない

## 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。

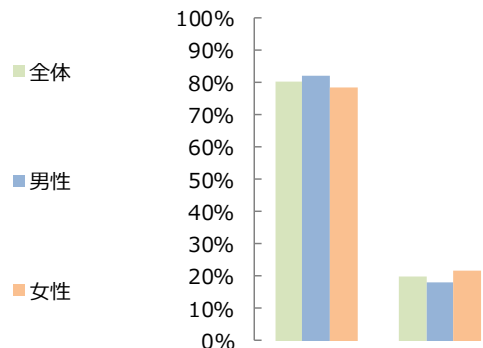
Q35.日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

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

日本の青果物の認知率は80.2%。特に男性20~30代の認知率が高い。

認知者（401名）のうち、摂取・購入経験者は96.5%（387名）。摂取・購入経験者のうち、99.0%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



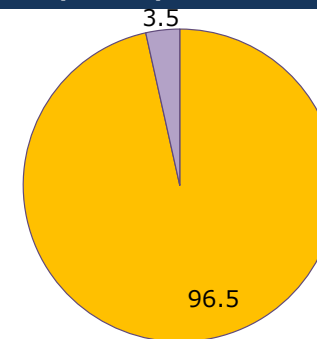
	n	はい	いいえ
全体	500	80.2	19.8
性別			
男性	250	82.0	18.0
女性	250	78.4	21.6
年代			
10代	60	71.7	28.3
20代	130	88.5	11.5
30代	130	81.5	18.5
40代	120	76.7	23.3
50代	60	75.0	25.0
世代			
10~20代	190	83.2	16.8
20~30代	260	85.0	15.0
30~40代	250	79.2	20.8
40~50代	180	76.1	23.9
性別×年代			
- 男性：10~20代	95	82.1	17.9
- 男性：20~30代	130	95.4	4.6
- 男性：30~40代	125	88.8	11.2
- 男性：40~50代	90	71.1	28.9
- 女性：10~20代	95	84.2	15.8
- 女性：20~30代	130	74.6	25.4
- 女性：30~40代	125	69.6	30.4
- 女性：40~50代	90	81.1	18.9

■ 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=401)

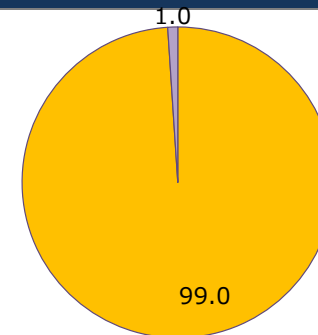
■ はい  
■ いいえ



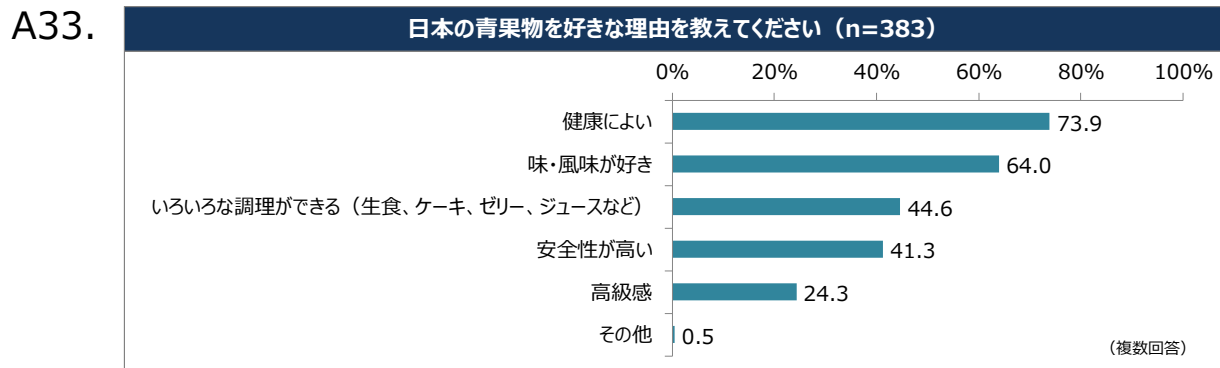
A32.

日本の青果物は好きですか (n=387)

■ はい  
■ いいえ



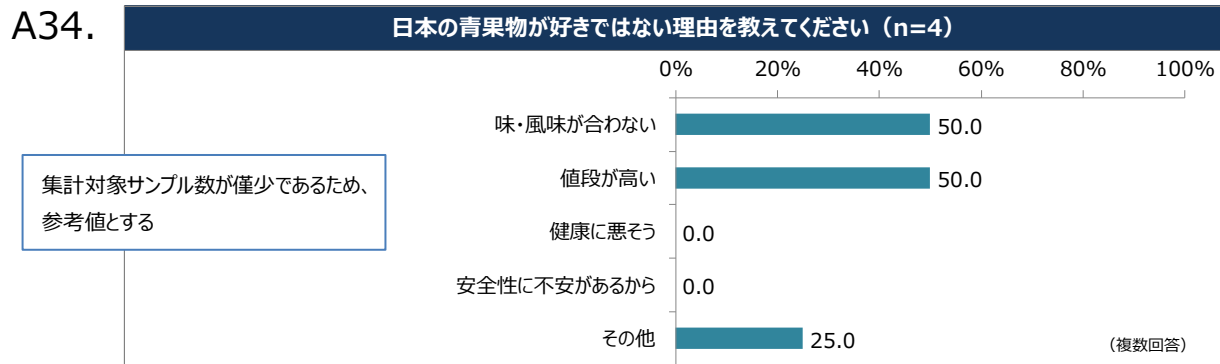
# A33~35.日本の青果物の評価理由：好きな理由の1位は「健康によい」



「健康によい」が73.9%と最も高く、次いで「味・風味が好き」64.0%、「いろいろな調理ができる」44.6%が続く。

**日本の青果物が好きな理由\_その他**

身近な味
高品質

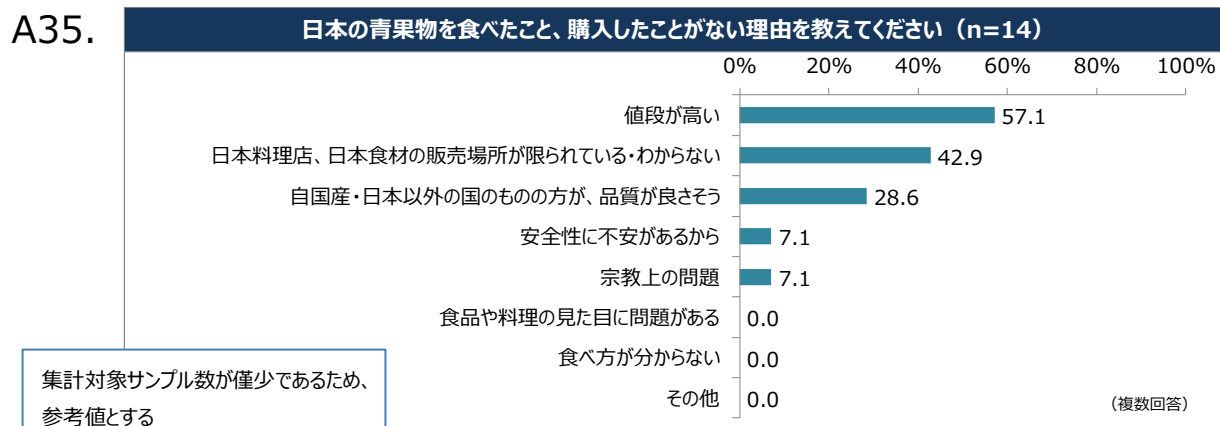


集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」と「値段が高い」がそれぞれ50.0%と最も高い。

**日本の青果物が好きではない理由\_その他**

オーストラリアなど他国のほうが安くておいしい
------------------------



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57.1%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」42.9%、「自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう」28.6%が続く。

## 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。

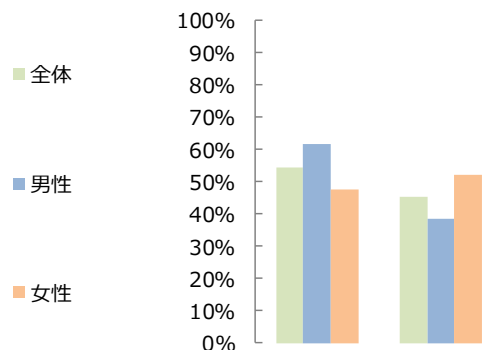
Q41.日本の牛肉が好きではない理由を教えてください。

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：購入経験者の99%が「好き」と回答

日本の牛肉の認知率は54.6%。特に男性20～30代、男性30～40代の認知率が高い。

A36. 日本の牛肉を知っていますか



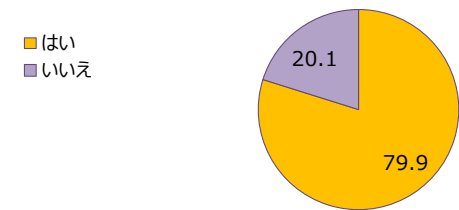
	n	はい (%)	いいえ (%)
全体	500	54.6	45.4
性別			
男性	250	61.6	38.4
女性	250	47.6	52.4
年代			
10代	60	36.7	63.3
20代	130	62.3	37.7
30代	130	60.8	39.2
40代	120	48.3	51.7
50代	60	55.0	45.0
世代			
10～20代	190	54.2	45.8
20～30代	260	61.5	38.5
30～40代	250	54.8	45.2
40～50代	180	50.6	49.4
性別×世代			
- 男性：10～20代	95	62.1	37.9
- 男性：20～30代	130	76.9	23.1
- 男性：30～40代	125	65.6	34.4
- 男性：40～50代	90	50.0	50.0
- 女性：10～20代	95	46.3	53.7
- 女性：20～30代	130	46.2	53.8
- 女性：30～40代	125	44.0	56.0
- 女性：40～50代	90	51.1	48.9

■ 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

認知者（273名）のうち、摂取・購入経験者は79.9%（218名）。摂取・購入経験者のうち、98.6%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59.2%、「日本以外」が61.9%。

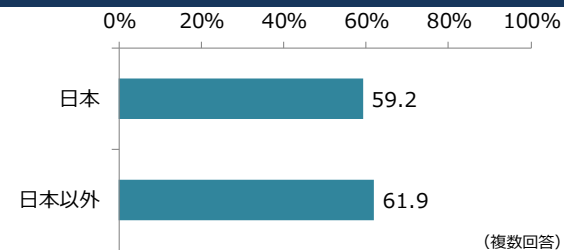
A37.

日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか (n=273)



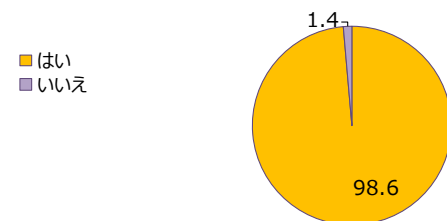
A38.

日本の牛肉を食べた、購入したのはどこですか (n=218)



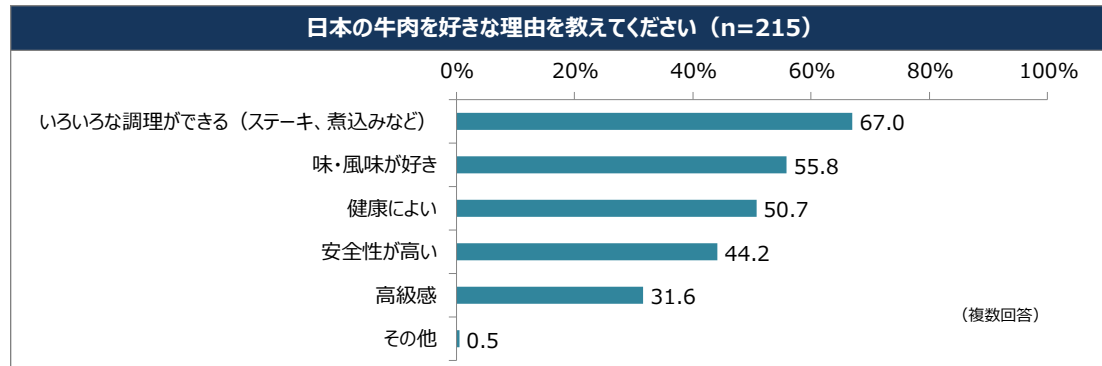
A39.

日本の牛肉は好きですか (n=218)



# A40~42.日本の牛肉の評価理由：好きな理由の1位は「いろいろな調理ができる」

A40.

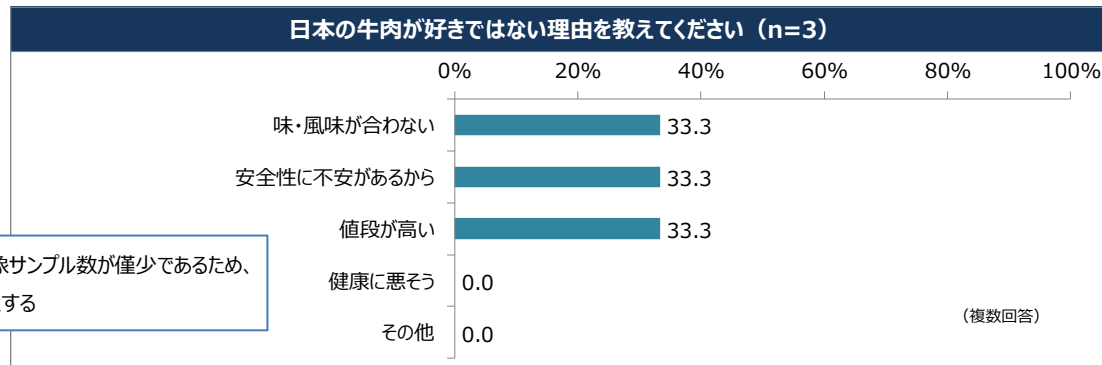


「いろいろな調理ができる」が67.0%と最も高く、次いで「味・風味が好き」55.8%、「健康によい」50.7%が続く。

## 日本の牛肉が好きな理由\_その他

清潔だから

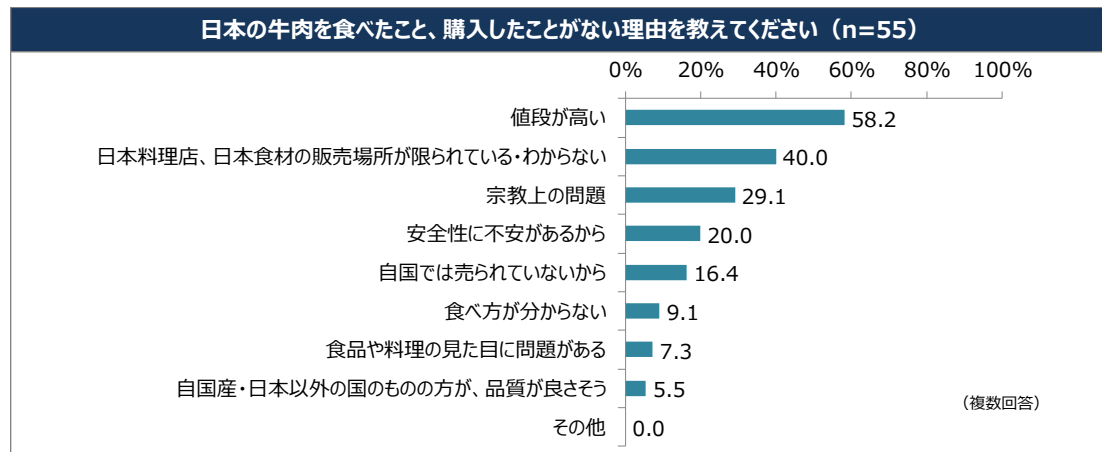
A41.



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」「安全性に不安があるから」「値段が高い」がそれぞれ33.3%で最も高い。

A42.



「値段が高い」が58.2%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」40.0%、「宗教上の問題」が29.1%が続く。



## 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えますか。
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。