

日本食品に対する海外消費者アンケート調査 －バンコク編－

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、バンコク（タイ）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、バンコク以外にも、モスクワ（ロシア）、ホーチミン（ベトナム）、ジャカルタ（インドネシア）、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。バンコク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

- バンコクに居住する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

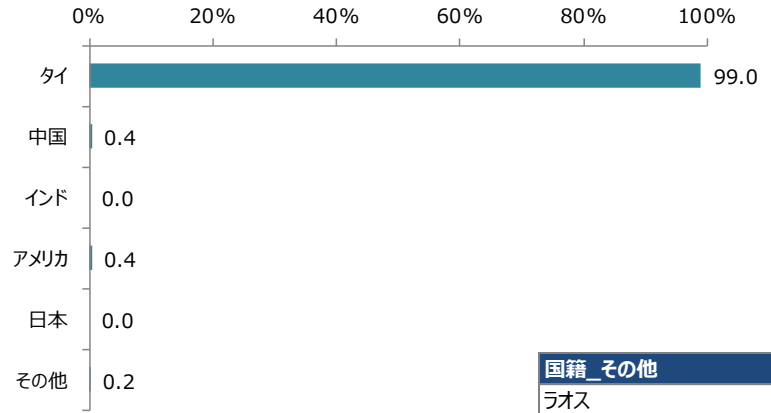
属性別回収サンプル数は右表のとおり

	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

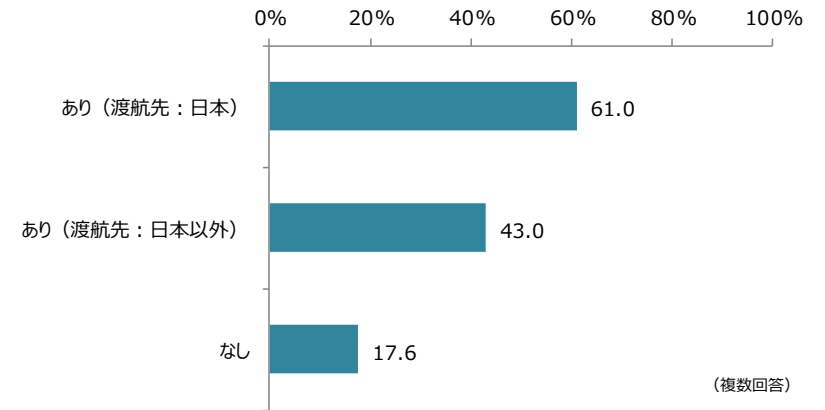
2. 回答者属性

回答者属性

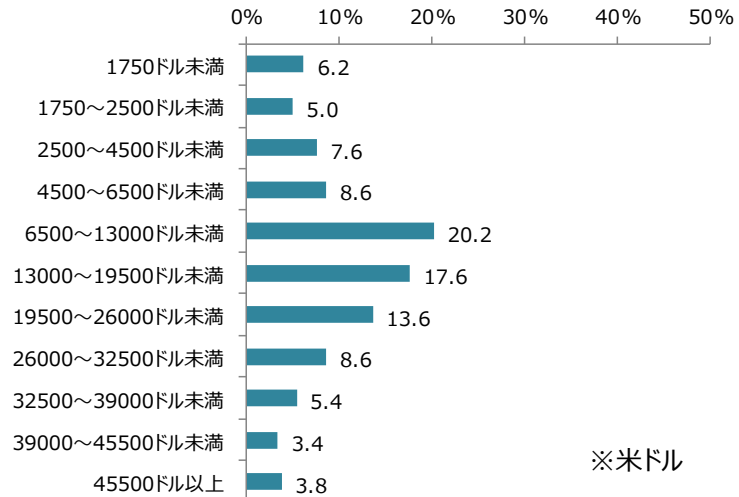
■ 国籍 (n=500)



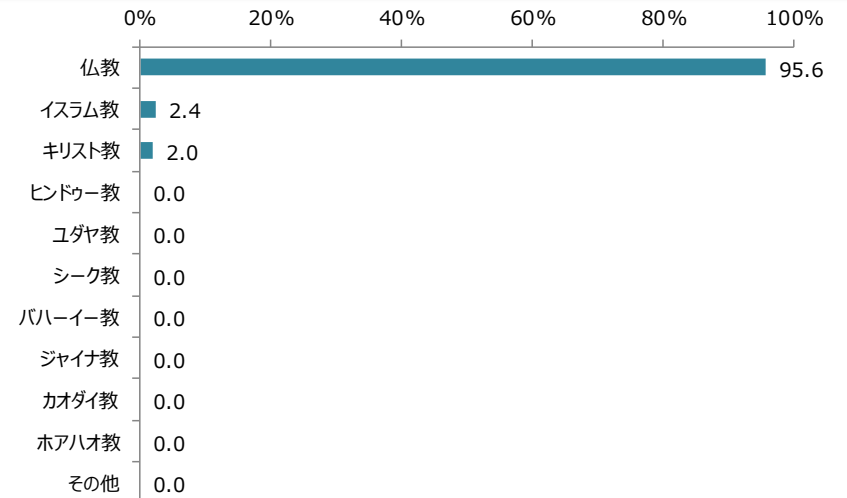
■ 海外渡航経験 (n=500)



■ 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として最も好まれ、「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、高い受容性があると判断される。「寿司・刺身」「しゃぶしゃぶ」などが特に人気。「味・健康・洗練・高級感」を重視し、自分の過去の経験とブランドに基づいて購入している様子が見える。

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9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4割程度高い。

◆ 日本料理を好きな理由

- ▶ 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

- ▶ 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」「おしゃれ」など。総じてポジティブなイメージが強い。ただし4割程度の回答者が「価格が高い」と回答。

◆ 好きな日本料理

- ▶ 「寿司・刺身」「しゃぶしゃぶ」「すき焼き」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、経済性、健康に配慮の3要素を重視。

◆ 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」「信頼できるブランド・メーカー」「広告媒体」などが上位。自分の経験とブランドの双方を重視している傾向。
- ▶ 参照されることが多いWEBコンテンツはPantip.com



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	74%	75%	89%	味・風味が好き、健康に良い
調味料	95%	93%	95%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
青果物	99%	97%	99%	健康に良い、味・風味が好き
牛肉	87%	69%	97%	味・風味が好き、いろいろな調理ができる

4. 調査結果

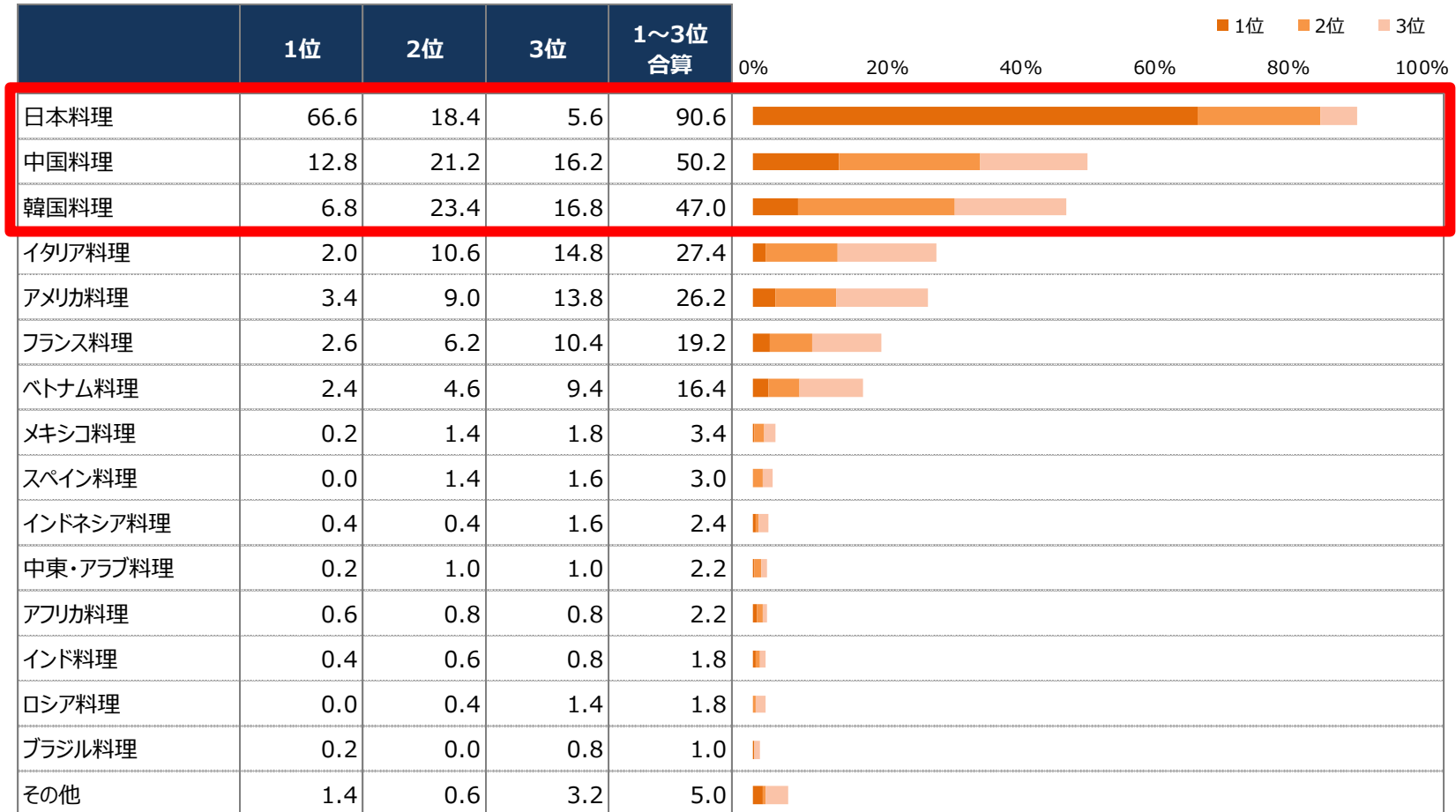
－ 1. 好きな外国料理

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90.6%と最も高く、次いで「中国料理」50.2%、「韓国料理」47.0%と続く。「日本料理」は2位の「中国料理」と40%の差があり、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。

※ 調査対象国の料理であるタイ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50代に最も人気

「日本料理」が66.6%と最も高く、次いで「中国料理」12.8%、「韓国料理」6.8%と続く。「日本料理」は2位の「中国料理」と50%程度の差があり、突出している。

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。

性別×世代別：「日本料理」に関して顕著な差はない。男性40～50代は「中国料理」の割合が5%以上高い。

◇ Q1-1.好きな外国料理_1位

■ 全体
■ 男性
■ 女性



調査対象国の料理であるタイ料理は
選択肢から除外

Q1-1.好きな外国料理_1位		n	日本料理	中国料理	韓国料理	アメリカ料理	フランス料理	ベトナム料理	イタリア料理	アフリカ料理	インドネシア料理	インド料理	中東・アラブ料理	メキシコ料理	ブラジル料理	スペイン料理	ロシア料理	その他
性別	全体	500	66.6	12.8	6.8	3.4	2.6	2.4	2.0	0.6	0.4	0.4	0.2	0.2	0.2	-	-	1.4
	男性	250	69.2	16.4	3.6	3.2	2.8	1.2	0.8	0.4	-	-	0.4	0.4	0.4	-	-	1.2
	女性	250	64.0	9.2	10.0	3.6	2.4	3.6	3.2	0.8	0.8	0.8	-	-	-	-	-	1.6
年代	10代	60	61.7	10.0	11.7	1.7	3.3	3.3	3.3	-	1.7	1.7	-	-	-	-	-	1.7
	20代	130	70.0	8.5	4.6	3.8	3.8	3.1	1.5	0.8	-	0.8	0.8	-	-	-	-	2.3
	30代	130	66.2	12.3	6.9	3.8	2.3	0.8	2.3	1.5	0.8	-	-	0.8	-	-	-	2.3
	40代	120	62.5	19.2	6.7	5.0	1.7	3.3	0.8	-	-	-	-	0.8	-	-	-	-
	50代	60	73.3	13.3	6.7	-	1.7	1.7	3.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
世代	10～20代	190	67.4	8.9	6.8	3.2	3.7	3.2	2.1	0.5	0.5	1.1	0.5	-	-	-	-	2.1
	20～30代	260	68.1	10.4	5.8	3.8	3.1	1.9	1.9	1.2	0.4	0.4	0.4	-	0.4	-	-	2.3
	30～40代	250	64.4	15.6	6.8	4.4	2.0	2.0	1.6	0.8	0.4	-	-	0.4	0.4	-	-	1.2
	40～50代	180	66.1	17.2	6.7	3.3	1.7	2.8	1.7	-	-	-	-	0.6	-	-	-	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	70.5	13.7	2.1	3.2	5.3	2.1	-	-	-	-	1.1	-	-	-	-	2.1
	- 男性：20～30代	130	70.8	13.1	3.1	3.1	4.6	0.8	0.8	0.8	-	-	0.8	-	0.8	-	-	1.5
	- 男性：30～40代	125	67.2	17.6	4.8	4.0	1.6	0.8	0.8	0.8	-	-	-	0.8	0.8	-	-	0.8
	- 男性：40～50代	90	67.8	21.1	3.3	4.4	-	1.1	1.1	-	-	-	-	1.1	-	-	-	-
	- 女性：10～20代	95	64.2	4.2	11.6	3.2	2.1	4.2	4.2	1.1	1.1	2.1	-	-	-	-	-	2.1
	- 女性：20～30代	130	65.4	7.7	8.5	4.6	1.5	3.1	3.1	1.5	0.8	0.8	-	-	-	-	-	3.1
	- 女性：30～40代	125	61.6	13.6	8.8	4.8	2.4	3.2	2.4	0.8	0.8	-	-	-	-	-	-	1.6
	- 女性：40～50代	90	64.4	13.3	10.0	2.2	3.3	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

A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「日本料理」は性・年代問わず最も人気が高い

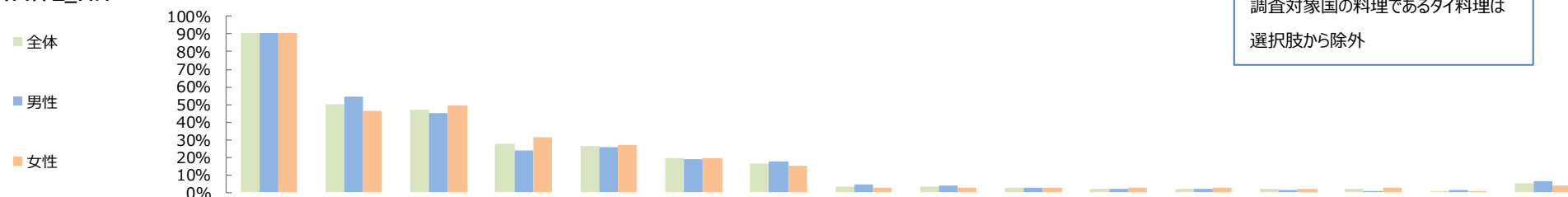
「日本料理」が90.6%と最も高く、次いで「中国料理」50.2%、「韓国料理」47.0%と続く。「日本料理」は2位の「中国料理」と40%の差があり、突出している。

全体傾向との比較
 年代別：「日本料理」に関して顕著な差はない。10代は「アメリカ料理」の割合が10%以上高い。

50代は「中国料理」の割合が10%以上高い。

性別×世代別：「日本料理」に関して顕著な差はない。女性10～20代は「中国料理」の割合が10%以上低い。

◇ Q1.好きな外国料理_合算



調査対象国の料理であるタイ料理は
 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	アメリカ料理	フランス料理	ベトナム料理	メキシコ料理	スペイン料理	インドネシア料理	中東・アラブ料理	アフリカ料理	インド料理	ロシア料理	ブラジル料理	その他
性別	全体	500	90.6	50.2	47.0	27.4	26.2	19.2	16.4	3.4	3.0	2.4	2.2	2.2	1.8	1.8	1.0	5.0
	男性	250	90.4	54.4	44.8	23.6	25.6	18.8	17.6	4.4	3.6	2.4	2.0	2.0	1.6	0.8	1.2	6.4
	女性	250	90.8	46.0	49.2	31.2	26.8	19.6	15.2	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.0	2.8	0.8	3.6
年代	10代	60	86.7	28.3	41.7	33.3	43.3	23.3	5.0	6.7	5.0	5.0	1.7	5.0	3.3	-	1.7	8.3
	20代	130	91.5	52.3	45.4	23.8	25.4	24.6	19.2	3.8	0.8	1.5	2.3	1.5	3.1	-	-	4.6
	30代	130	89.2	50.0	50.8	33.8	24.6	16.2	13.8	2.3	3.1	2.3	2.3	2.3	0.8	0.8	0.8	6.9
	40代	120	92.5	51.7	46.7	21.7	24.2	15.0	24.2	2.5	5.0	0.8	3.3	1.7	1.7	4.2	1.7	3.3
	50代	60	91.7	65.0	48.3	26.7	18.3	18.3	11.7	3.3	1.7	5.0	-	1.7	-	5.0	1.7	1.7
世代	10～20代	190	90.0	44.7	44.2	26.8	31.1	24.2	14.7	4.7	2.1	2.6	2.1	2.6	3.2	-	0.5	5.8
	20～30代	260	90.4	51.2	48.1	28.8	25.0	20.4	16.5	3.1	1.9	1.9	2.3	1.9	1.9	0.4	0.4	5.8
	30～40代	250	90.8	50.8	48.8	28.0	24.4	15.6	18.8	2.4	4.0	1.6	2.8	2.0	1.2	2.4	1.2	5.2
	40～50代	180	92.2	56.1	47.2	23.3	22.2	16.1	20.0	2.8	3.9	2.2	2.2	1.7	1.1	4.4	1.7	2.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	88.4	52.6	44.2	25.3	30.5	23.2	13.7	4.2	3.2	2.1	1.1	2.1	2.1	-	-	6.3
	- 男性：20～30代	130	88.5	55.4	48.5	23.1	23.1	23.8	15.4	3.8	2.3	0.8	3.1	1.5	2.3	-	0.8	7.7
	- 男性：30～40代	125	91.2	54.4	44.8	23.2	22.4	14.4	20.8	4.8	4.8	1.6	3.2	1.6	1.6	1.6	1.6	8.0
	- 男性：40～50代	90	93.3	58.9	42.2	21.1	23.3	13.3	24.4	4.4	3.3	3.3	1.1	2.2	1.1	2.2	2.2	3.3
	- 女性：10～20代	95	91.6	36.8	44.2	28.4	31.6	25.3	15.8	5.3	1.1	3.2	3.2	3.2	4.2	-	1.1	5.3
	- 女性：20～30代	130	92.3	46.9	47.7	34.6	26.9	16.9	17.7	2.3	1.5	3.1	1.5	2.3	1.5	0.8	-	3.8
	- 女性：30～40代	125	90.4	47.2	52.8	32.8	26.4	16.8	16.8	-	3.2	1.6	2.4	2.4	0.8	3.2	0.8	2.4
	- 女性：40～50代	90	91.1	53.3	52.2	25.6	21.1	18.9	15.6	1.1	4.4	1.1	3.3	1.1	1.1	6.7	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

(参考) バンコクの日本料理例



バンコクの日本料理店「さぼてん」



バンコクのラーメン店



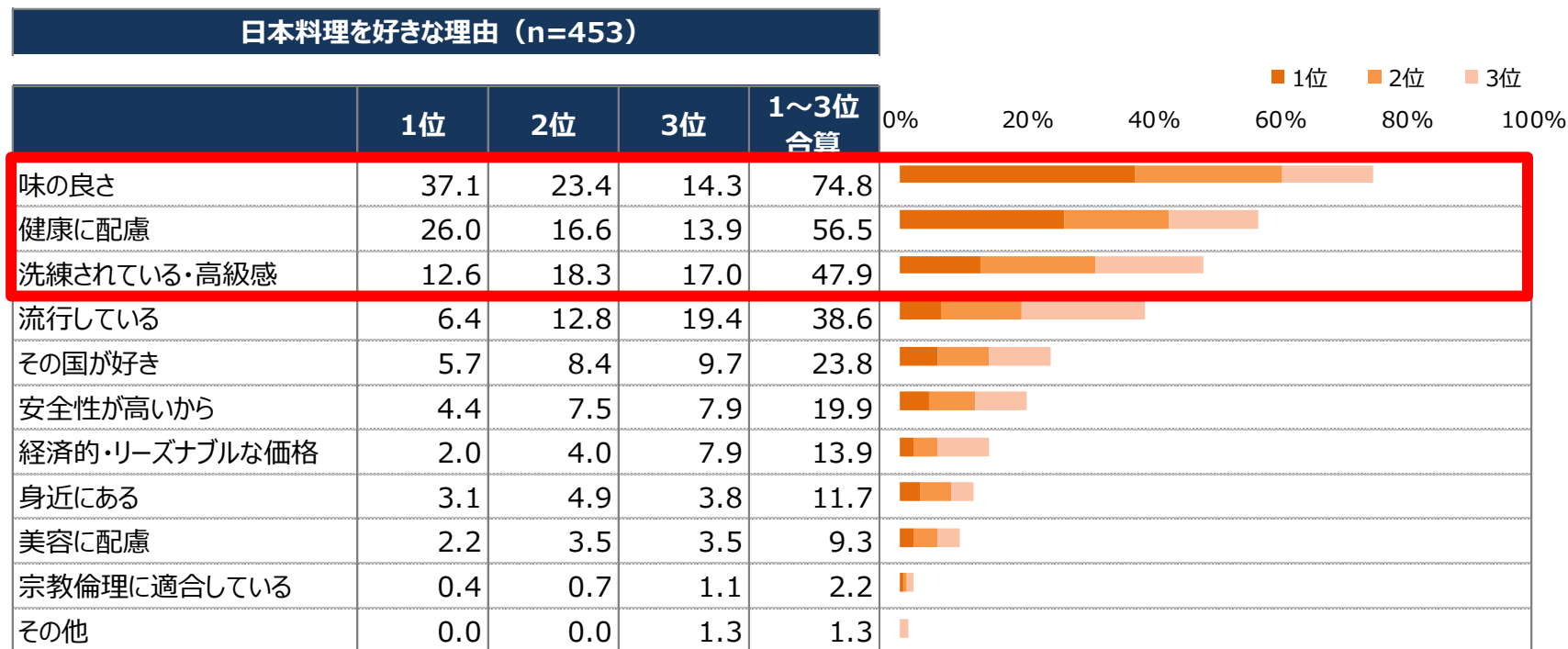
バンコクの日本料理店「さぼてん」で提供される定食



バンコクの日本料理店で提供される定食

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」「洗練されている・高級感」などが続く。



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=251) 1位 味の良さ (70.9%)、2位 健康に配慮 (43.4%)、3位 流行している (40.6%)

韓国料理を好きな理由 (n=235) 1位 味の良さ (60.4%)、2位 流行している (53.2%)、3位 健康に配慮 (46.4%)

イタリア料理を好きな理由 (n=137) 1位 味の良さ (84.7%)、2位 流行している (64.2%)、3位 洗練されている・高級感 (63.5%)

※ 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

日本料理が好きな理由として、「美味しいから」「珍しい」などが挙げられた。

日本料理

美味しいから
珍しい
栄養がある
彩りが良く食欲をそそる

中国料理

味が良い
友達が食べに連れて行ってくれた
美味しい
店が見つけ易い
美味しい
個人的に好き
大家族向き
買える店が見つけ易い

韓国料理

美味しい
なんとなく

ベトナム料理

店が見つけ易い
原材料が野菜で出来ている
美味しい
食べるのを楽しめる

フランス料理

勧められた
他と違って味が個性的
個人的に好き
高級
美味しい
食欲をそそる

イタリア料理

飽きない
興味がある
個人的に好き
もの珍しさ
もの珍しくて美味しい
珍しい料理が好き

スペイン料理

個性的である

アメリカ料理

店が見つけ易い
店が多い
色々な外国料理から選べる
便利
ほとんどの料理の味が食べ易い

メキシコ料理

タイ料理と違って味が濃い
彩りが良い
味が濃い

(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。バンコクでは、好きな外国料理として日本料理を回答した割合が他国に比べ66.6%と非常に高く、「洗練されている・高級感」の割合も高い。日本産食品は色、形、味、安全性、パッケージを含めて、高品質・高価格のため、日本料理にも同様のイメージが持たれている模様。

【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、経済性、健康」の3要素を重視

「味の良さ」が57.2%と最も高く、次いで「経済的・リーズナブルな価格」44.0%、「健康に配慮」43.4%と続く。

	1位	2位	3位	1~3位 合算	0% 20% 40% 60% 80% 100%
味の良さ	28.2	16.8	12.2	57.2	
経済的・リーズナブルな価格	11.0	14.6	18.4	44.0	
健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	15.8	16.2	11.4	43.4	
安全性の高さ	12.0	12.8	13.0	37.8	
身近に手に入りやすい	11.2	10.8	14.2	36.2	
料理に使いやすい	3.6	4.4	5.8	13.8	
料理の手間を省ける	4.6	4.2	5.0	13.8	
美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	3.0	4.2	3.6	10.8	
洗練されている・高級感	2.4	4.0	2.6	9.0	
新奇性・珍しさ	2.6	3.4	3.0	9.0	
見栄えやパッケージの美しさ	1.8	3.4	2.8	8.0	
産地・原産国	1.2	2.8	2.6	6.6	
ブランド	1.2	1.6	3.0	5.8	
宗教倫理に適合しているか	1.4	0.8	2.2	4.4	
その他	0.0	0.0	0.2	0.2	

※ 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
その時に食べたいかどうか

A3.食品購入時重視点（1位）：「味の良さ」が最も多い

「味の良さ」が28.2%と最も高く、次いで「健康に配慮」15.8%、「安全性の高さ」12.0%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「身近に手に入りやすい」の割合が5%以上高い。
 50代は「味のよさ」「美容に配慮」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）	安全性の高さ	身近に手に入りやすい	経済的・リーズナブルな価格	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）	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	宗教倫理に適合しているか	ブランド	産地・原産国	その他
性別	全体	500	28.2	15.8	12.0	11.2	11.0	4.6	3.6	3.0	2.6	2.4	1.8	1.4	1.2	1.2	-
	男性	250	28.4	15.6	12.8	12.4	11.6	4.4	4.0	2.0	1.2	2.8	1.2	0.8	2.0	0.8	-
	女性	250	28.0	16.0	11.2	10.0	10.4	4.8	3.2	4.0	4.0	2.0	2.4	2.0	0.4	1.6	-
年代	10代	60	30.0	8.3	10.0	16.7	15.0	3.3	3.3	3.3	-	1.7	5.0	1.7	1.7	-	-
	20代	130	23.1	18.5	11.5	7.7	13.1	5.4	4.6	1.5	4.6	0.8	2.3	3.1	3.1	0.8	-
	30代	130	30.8	20.0	10.0	12.3	11.5	3.1	3.1	1.5	1.5	3.1	-	0.8	0.8	1.5	-
	40代	120	27.5	12.5	15.0	12.5	8.3	5.8	4.2	3.3	2.5	4.2	1.7	-	-	2.5	-
	50代	60	33.3	15.0	13.3	8.3	6.7	5.0	1.7	8.3	3.3	1.7	1.7	1.7	-	-	-
世代	10~20代	190	25.3	15.3	11.1	10.5	13.7	4.7	4.2	2.1	3.2	1.1	3.2	2.6	2.6	0.5	-
	20~30代	260	26.9	19.2	10.8	10.0	12.3	4.2	3.8	1.5	3.1	1.9	1.2	1.9	1.9	1.2	-
	30~40代	250	29.2	16.4	12.4	12.4	10.0	4.4	3.6	2.4	2.0	3.6	0.8	0.4	0.4	2.0	-
	40~50代	180	29.4	13.3	14.4	11.1	7.8	5.6	3.3	5.0	2.8	3.3	1.7	0.6	-	1.7	-
性別×世代	- 男性：10~20代	95	27.4	12.6	8.4	15.8	13.7	3.2	5.3	1.1	1.1	2.1	2.1	2.1	4.2	1.1	-
	- 男性：20~30代	130	26.2	19.2	10.8	12.3	12.3	2.3	3.8	0.8	2.3	2.3	1.5	1.5	3.1	1.5	-
	- 男性：30~40代	125	28.8	19.2	13.6	11.2	11.2	4.8	3.2	0.8	1.6	4.0	-	-	0.8	0.8	-
	- 男性：40~50代	90	30.0	13.3	16.7	10.0	10.0	6.7	4.4	4.4	-	3.3	1.1	-	-	-	-
	- 女性：10~20代	95	23.2	17.9	13.7	5.3	13.7	6.3	3.2	3.2	5.3	-	4.2	3.2	1.1	-	-
	- 女性：20~30代	130	27.7	19.2	10.8	7.7	12.3	6.2	3.8	2.3	3.8	1.5	0.8	2.3	0.8	0.8	-
	- 女性：30~40代	125	29.6	13.6	11.2	13.6	8.8	4.0	4.0	4.0	2.4	3.2	1.6	0.8	-	3.2	-
	- 女性：40~50代	90	28.9	13.3	12.2	12.2	5.6	4.4	2.2	5.6	5.6	3.3	2.2	1.1	-	3.3	-

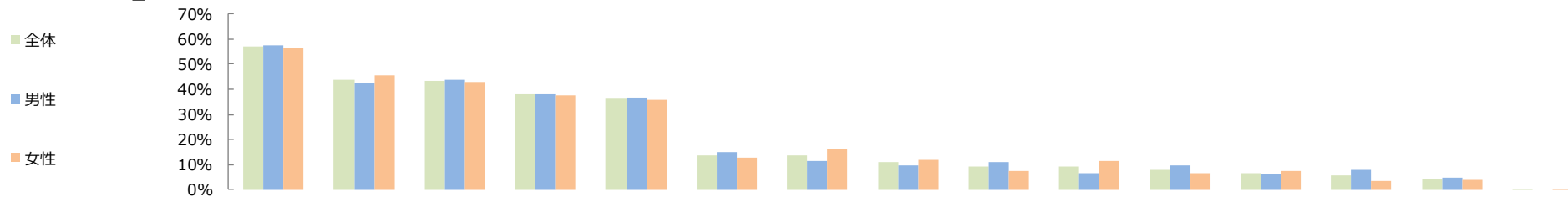
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

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50代

「味の良さ」が57.2%と最も高く、次いで「経済的・リーズナブルな価格」44.0%、「健康に配慮」43.4%が続く。

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%以上高く、「健康に配慮」の割合が10%以上低い。
 50代は「健康に配慮」の割合が10%以上高く、「経済的・リーズナブルな価格」「身近に手に入りやすい」の割合が10%以上低い。

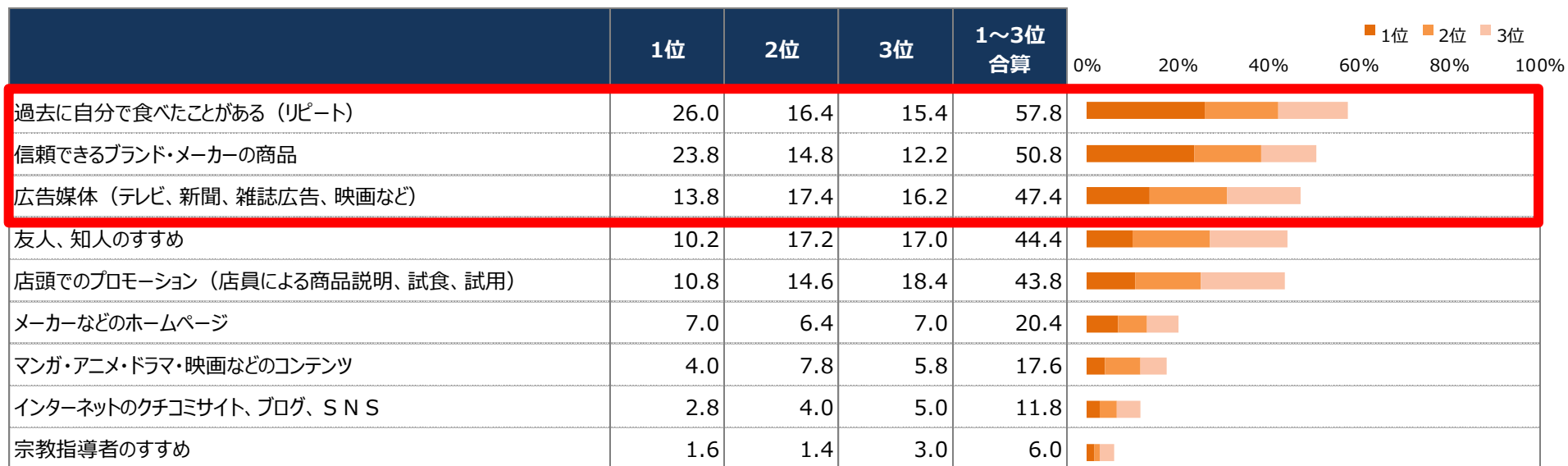
◆ Q3.食品購入時に重視する点_合算



Q3.食品購入時に重視する点_合算		n	味の良さ	経済的・リーズナブルな価格	健康に配慮 (高い栄養価、低カロリーなど)	安全性の高さ	身近に手に入りやすい	料理に使いやすい	料理の手間を省ける	美容に配慮 (抗酸化作用、低カロリーなど)	洗練されている・高級感	新奇性・珍しさ	見栄えやパッケージの美しさ	産地・原産国	ブランド	宗教倫理に適合しているか	その他
性別	全体	500	57.2	44.0	43.4	37.8	36.2	13.8	13.8	10.8	9.0	9.0	8.0	6.6	5.8	4.4	0.2
	男性	250	57.6	42.4	44.0	38.0	36.8	14.8	11.2	9.6	10.8	6.4	9.6	6.0	8.0	4.8	-
	女性	250	56.8	45.6	42.8	37.6	35.6	12.8	16.4	12.0	7.2	11.6	6.4	7.2	3.6	4.0	0.4
年代	10代	60	60.0	56.7	33.3	33.3	40.0	15.0	15.0	8.3	5.0	6.7	10.0	11.7	1.7	3.3	-
	20代	130	54.6	43.1	46.9	40.0	30.0	16.9	11.5	6.9	8.5	10.8	8.5	6.9	10.0	5.4	-
	30代	130	59.2	49.2	43.1	37.7	40.8	10.8	13.1	8.5	10.8	5.4	8.5	4.6	3.8	4.6	-
	40代	120	53.3	39.2	39.2	35.0	42.5	14.2	15.8	16.7	7.5	10.8	5.8	6.7	7.5	5.0	0.8
	50代	60	63.3	31.7	55.0	43.3	23.3	11.7	15.0	15.0	13.3	11.7	8.3	5.0	1.7	1.7	-
世代	10～20代	190	56.3	47.4	42.6	37.9	33.2	16.3	12.6	7.4	7.4	9.5	8.9	8.4	7.4	4.7	-
	20～30代	260	56.9	46.2	45.0	38.8	35.4	13.8	12.3	7.7	9.6	8.1	8.5	5.8	6.9	5.0	-
	30～40代	250	56.4	44.4	41.2	36.4	41.6	12.4	14.4	12.4	9.2	8.0	7.2	5.6	5.6	4.8	0.4
	40～50代	180	56.7	36.7	44.4	37.8	36.1	13.3	15.6	16.1	9.4	11.1	6.7	6.1	5.6	3.9	0.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	53.7	44.2	44.2	34.7	35.8	20.0	11.6	7.4	9.5	7.4	10.5	7.4	10.5	3.2	-
	- 男性：20～30代	130	57.7	43.1	43.1	36.9	36.9	15.4	10.8	5.4	11.5	6.9	10.8	6.2	10.0	5.4	-
	- 男性：30～40代	125	59.2	45.6	39.2	36.8	41.6	12.0	11.2	9.6	10.4	5.6	8.0	5.6	8.0	7.2	-
	- 男性：40～50代	90	57.8	38.9	47.8	41.1	34.4	13.3	11.1	16.7	10.0	5.6	7.8	3.3	6.7	5.6	-
	- 女性：10～20代	95	58.9	50.5	41.1	41.1	30.5	12.6	13.7	7.4	5.3	11.6	7.4	9.5	4.2	6.3	-
	- 女性：20～30代	130	56.2	49.2	46.9	40.8	33.8	12.3	13.8	10.0	7.7	9.2	6.2	5.4	3.8	4.6	-
	- 女性：30～40代	125	53.6	43.2	43.2	36.0	41.6	12.8	17.6	15.2	8.0	10.4	6.4	5.6	3.2	2.4	0.8
	- 女性：40～50代	90	55.6	34.4	41.1	34.4	37.8	13.3	20.0	15.6	8.9	16.7	5.6	8.9	4.4	2.2	1.1

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57.8%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」50.8%、「広告媒体」47.4%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。

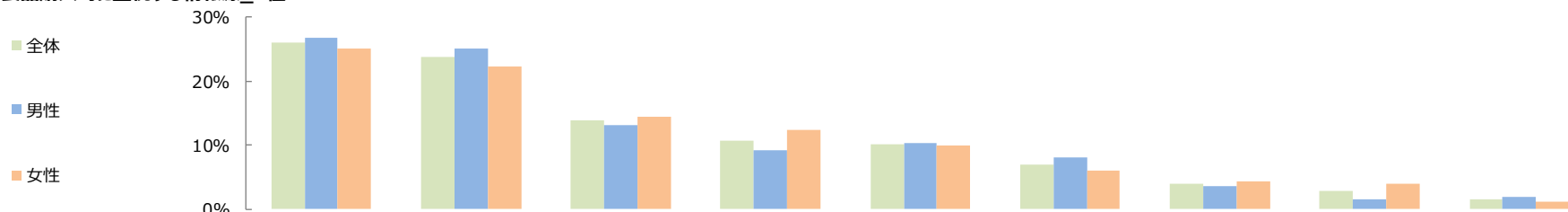
※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。

A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「リピート」「ブランド」が重視されている

「過去に自分で食べたことがある」が26.0%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」23.8%、「広告媒体」13.8%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」の割合が5%以上高い。
 20代は「過去に自分で食べたことがある」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



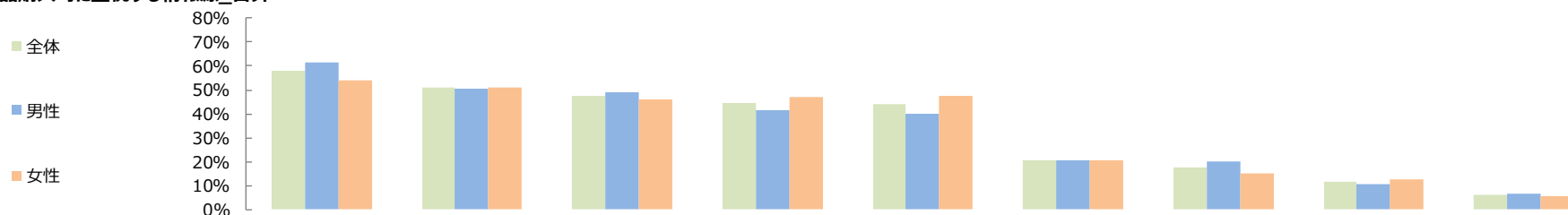
Q4-1.輸入食品購入時に重視する情報源_1位	n	過去に自分で食べたことがある (リピート)	信頼できるブランド・メーカーの商品	広告媒体 (テレビ、新聞、雑誌広告、映画など)	店頭でのプロモーション (店員による商品説明、試食、試用)	友人、知人のすすめ	メーカーなどのホームページ	マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ	インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS	宗教指導者のすすめ
全体	500	26.0	23.8	13.8	10.8	10.2	7.0	4.0	2.8	1.6
性別										
男性	250	26.8	25.2	13.2	9.2	10.4	8.0	3.6	1.6	2.0
女性	250	25.2	22.4	14.4	12.4	10.0	6.0	4.4	4.0	1.2
年代										
10代	60	21.7	21.7	15.0	16.7	11.7	5.0	6.7	-	1.7
20代	130	32.3	23.8	11.5	6.9	6.9	6.2	5.4	3.8	3.1
30代	130	25.4	23.8	16.9	10.8	10.8	6.2	3.1	2.3	0.8
40代	120	23.3	24.2	13.3	11.7	10.8	10.8	1.7	2.5	1.7
50代	60	23.3	25.0	11.7	11.7	13.3	5.0	5.0	5.0	-
世代										
10~20代	190	28.9	23.2	12.6	10.0	8.4	5.8	5.8	2.6	2.6
20~30代	260	28.8	23.8	14.2	8.8	8.8	6.2	4.2	3.1	1.9
30~40代	250	24.4	24.0	15.2	11.2	10.8	8.4	2.4	2.4	1.2
40~50代	180	23.3	24.4	12.8	11.7	11.7	8.9	2.8	3.3	1.1
性別×世代										
- 男性：10~20代	95	30.5	22.1	13.7	9.5	8.4	6.3	4.2	2.1	3.2
- 男性：20~30代	130	29.2	23.1	12.3	8.5	10.8	8.5	2.3	2.3	3.1
- 男性：30~40代	125	24.0	28.0	12.0	9.6	10.4	10.4	2.4	1.6	1.6
- 男性：40~50代	90	24.4	27.8	14.4	7.8	10.0	8.9	4.4	1.1	1.1
- 女性：10~20代	95	27.4	24.2	11.6	10.5	8.4	5.3	7.4	3.2	2.1
- 女性：20~30代	130	28.5	24.6	16.2	9.2	6.9	3.8	6.2	3.8	0.8
- 女性：30~40代	125	24.8	20.0	18.4	12.8	11.2	6.4	2.4	3.2	0.8
- 女性：40~50代	90	22.2	21.1	11.1	15.6	13.3	8.9	1.1	5.6	1.1

A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「リピート」が多いのは男性30～50代

「過去に自分で食べたことがある」が57.8%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」50.8%、「広告媒体」47.4%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：50代は「友人、知人のすすめ」の割合が10%以上高く、「広告媒体」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性30～40代、男性40～50代は「過去に自分で食べたことがある」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	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）	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）	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	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
性別	全体	500	57.8	50.8	47.4	44.4	43.8	20.4	17.6	11.8	6.0
	男性	250	61.6	50.4	48.8	41.6	40.0	20.4	20.0	10.8	6.4
	女性	250	54.0	51.2	46.0	47.2	47.6	20.4	15.2	12.8	5.6
年代	10代	60	46.7	51.7	50.0	43.3	51.7	18.3	20.0	11.7	6.7
	20代	130	58.5	51.5	50.0	36.9	39.2	24.6	22.3	10.8	6.2
	30代	130	59.2	53.1	52.3	46.2	43.8	16.9	13.8	11.5	3.1
	40代	120	63.3	48.3	46.7	44.2	46.7	19.2	11.7	11.7	8.3
	50代	60	53.3	48.3	30.0	58.3	40.0	23.3	25.0	15.0	6.7
世代	10～20代	190	54.7	51.6	50.0	38.9	43.2	22.6	21.6	11.1	6.3
	20～30代	260	58.8	52.3	51.2	41.5	41.5	20.8	18.1	11.2	4.6
	30～40代	250	61.2	50.8	49.6	45.2	45.2	18.0	12.8	11.6	5.6
	40～50代	180	60.0	48.3	41.1	48.9	44.4	20.6	16.1	12.8	7.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	57.9	43.2	52.6	37.9	41.1	22.1	24.2	13.7	7.4
	- 男性：20～30代	130	60.0	50.8	53.1	40.8	38.5	22.3	20.0	9.2	5.4
	- 男性：30～40代	125	64.0	56.8	48.8	40.8	42.4	20.0	14.4	7.2	5.6
	- 男性：40～50代	90	66.7	51.1	42.2	43.3	38.9	18.9	20.0	11.1	7.8
	- 女性：10～20代	95	51.6	60.0	47.4	40.0	45.3	23.2	18.9	8.4	5.3
	- 女性：20～30代	130	57.7	53.8	49.2	42.3	44.6	19.2	16.2	13.1	3.8
	- 女性：30～40代	125	58.4	44.8	50.4	49.6	48.0	16.0	11.2	16.0	5.6
	- 女性：40～50代	90	53.3	45.6	40.0	54.4	50.0	22.2	12.2	14.4	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

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。

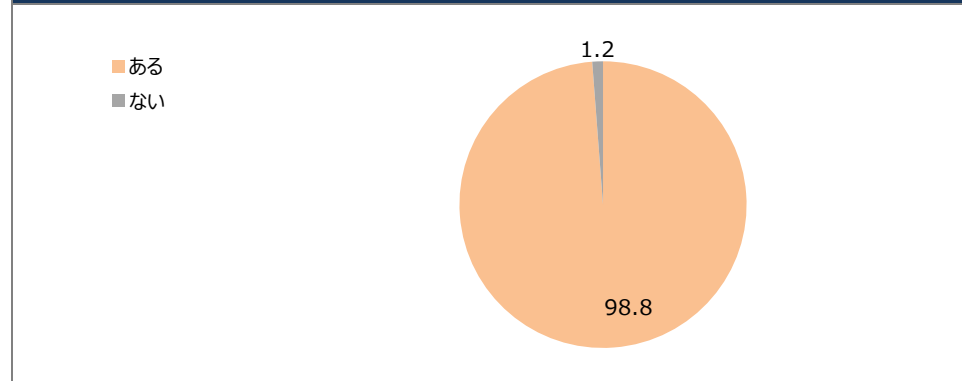
Q7.あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。

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。

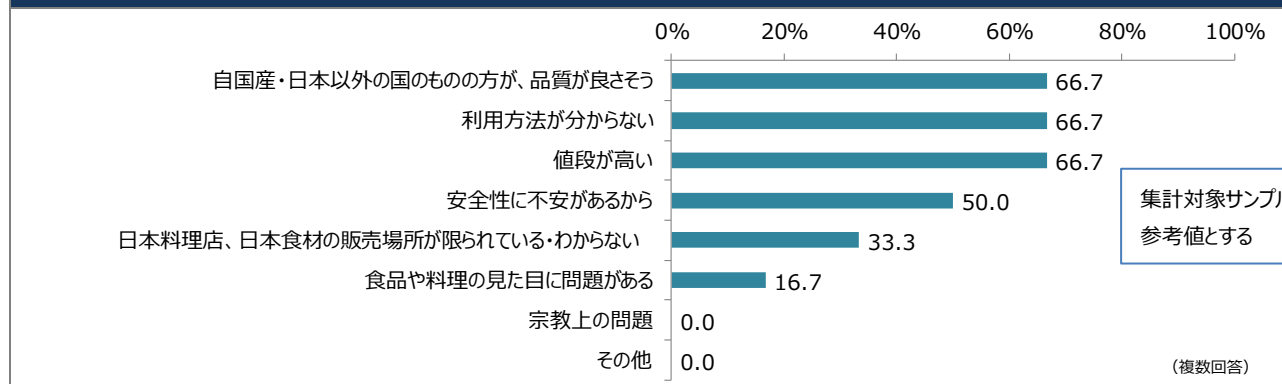
A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：ほぼ全員が購入・利用経験あり

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=6)



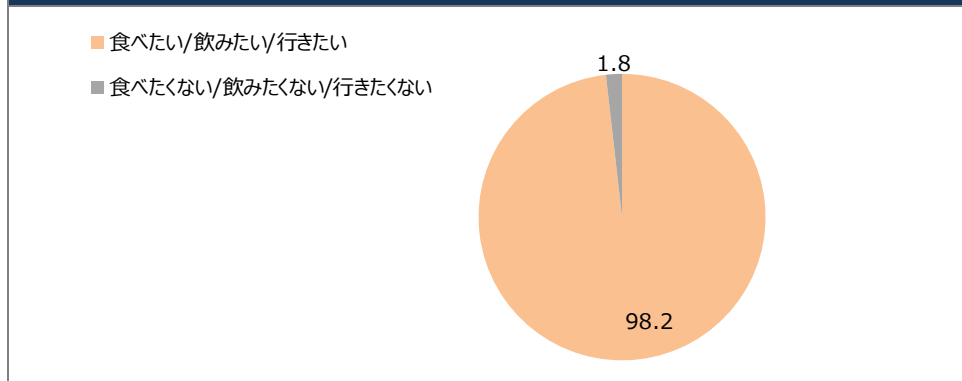
※ 回答者に対して、理由を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ理由は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

※ 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。

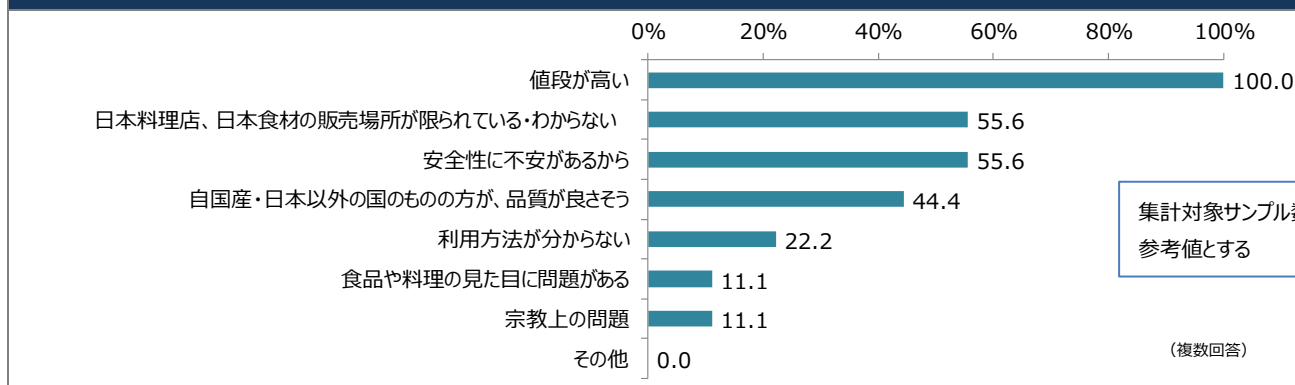
A6&A8.現在および今後の日本食品購入・日本料理店利用意向：今後の摂取・利用意向旺盛

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=9）



※ 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

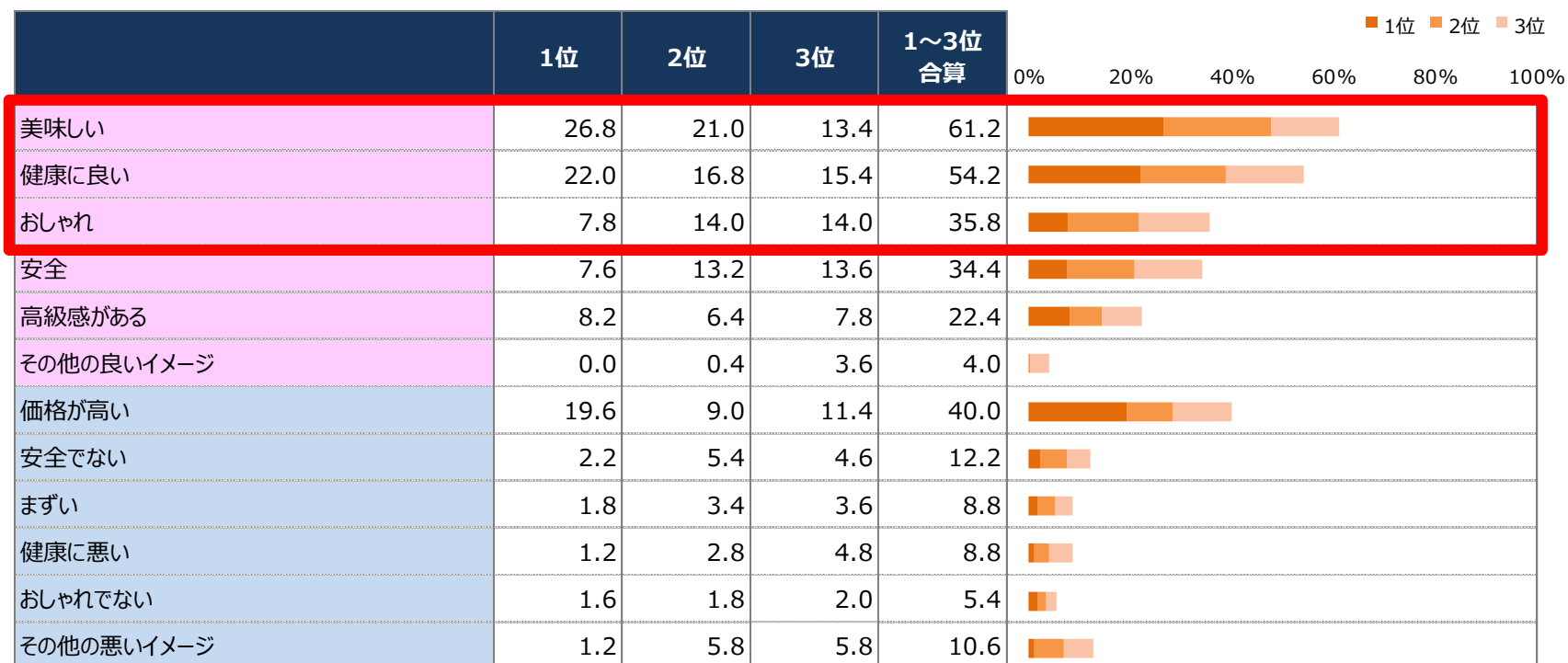
Q9.日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。

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61.2%と最も高く、次いで「健康に良い」54.2%が続く。一方、「価格が高い」というイメージを持つ回答者も40.0%程度存在する。



※ 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。

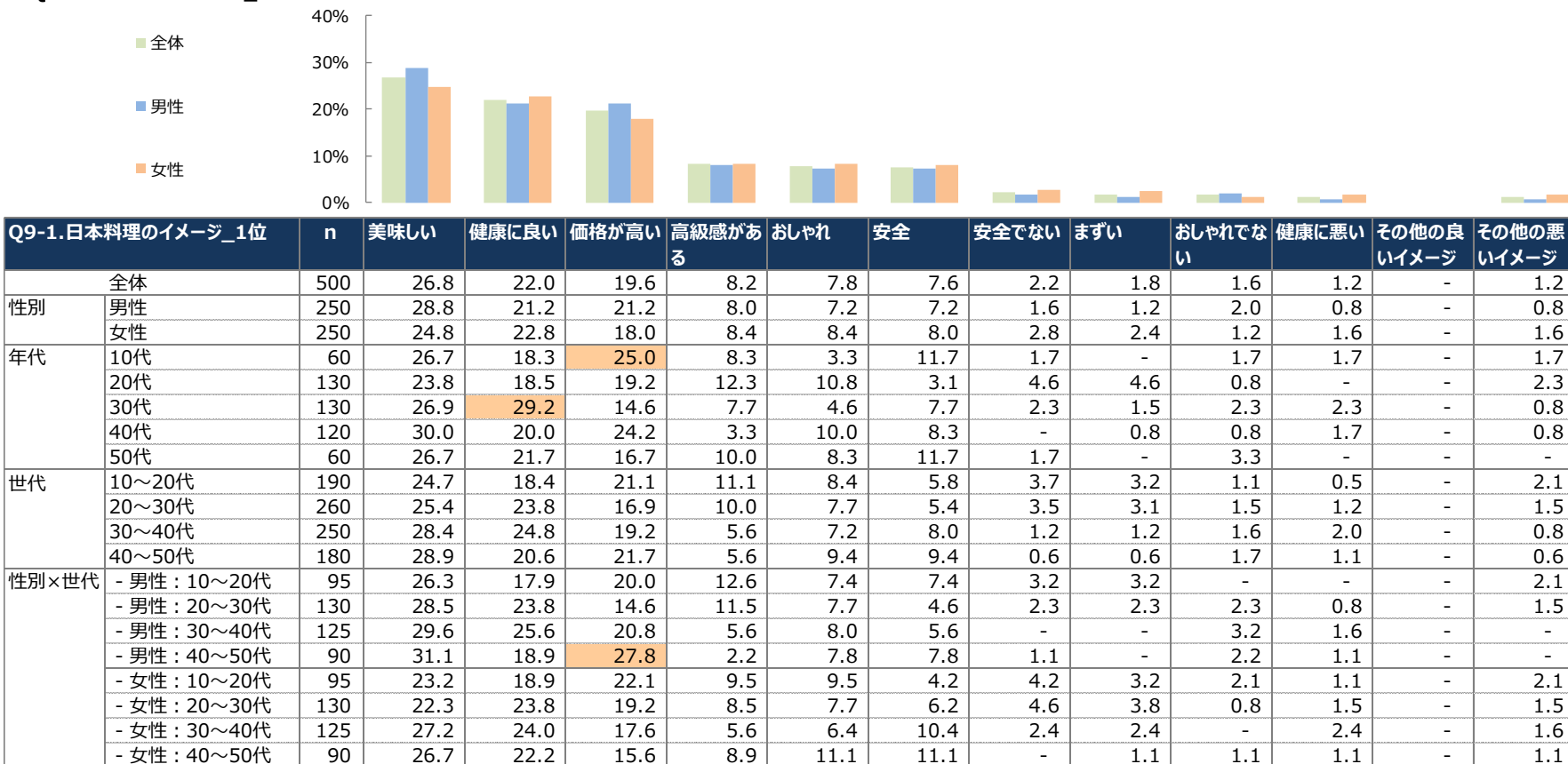
A9.日本料理のイメージ（1位）：最も強いイメージは「美味しい」

「美味しい」が26.8%と最も高く、次いで「健康に良い」22.0%、「価格が高い」19.6%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。30代は「健康に良い」の割合が5%以上高い。
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。

◇ Q9-1.日本料理のイメージ_1位



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61.2%と最も高く、次いで「健康に良い」54.2%、「価格が高い」40.0%が続く。

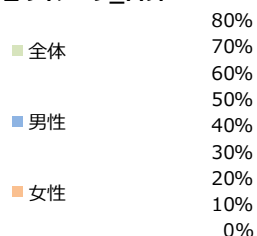
全体傾向との比較

年代別：50代は「健康に良い」の割合が10%以上高い。一方、10代は「健康に良い」の割合が10%以上低い。

性別×世代別：男性30～40代と男性40～50代は「美味しい」の割合が5%以上高い。

男性10～20代は「健康に良い」が、女性10～20代は「安全」の割合がそれぞれ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	価格が高い	おしゃれ	安全	高級感がある	安全でない	まずい	健康に悪い	おしゃれでない	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
性別	全体	500	61.2	54.2	40.0	35.8	34.4	22.4	12.2	8.8	8.8	5.4	4.0	10.6
	男性	250	64.4	51.6	41.2	34.0	36.4	22.0	12.8	7.2	8.8	6.0	3.6	10.4
	女性	250	58.0	56.8	38.8	37.6	32.4	22.8	11.6	10.4	8.8	4.8	4.4	10.8
年代	10代	60	60.0	40.0	46.7	40.0	35.0	20.0	10.0	6.7	11.7	8.3	6.7	10.0
	20代	130	56.2	49.2	38.5	34.6	31.5	17.7	20.0	11.5	10.0	5.4	5.4	16.9
	30代	130	61.5	56.2	38.5	33.8	38.5	22.3	10.0	9.2	10.8	5.4	3.1	10.0
	40代	120	64.2	58.3	44.2	38.3	30.8	24.2	8.3	5.8	5.8	5.0	2.5	10.0
	50代	60	66.7	66.7	31.7	33.3	38.3	31.7	10.0	10.0	5.0	3.3	3.3	-
世代	10～20代	190	57.4	46.3	41.1	36.3	32.6	18.4	16.8	10.0	10.5	6.3	5.8	14.7
	20～30代	260	58.8	52.7	38.5	34.2	35.0	20.0	15.0	10.4	10.4	5.4	4.2	13.5
	30～40代	250	62.8	57.2	41.2	36.0	34.8	23.2	9.2	7.6	8.4	5.2	2.8	10.0
	40～50代	180	65.0	61.1	40.0	36.7	33.3	26.7	8.9	7.2	5.6	4.4	2.8	6.7
性別×世代	- 男性：10～20代	95	58.9	43.2	40.0	30.5	42.1	22.1	18.9	7.4	12.6	4.2	5.3	12.6
	- 男性：20～30代	130	60.8	50.8	34.6	34.6	40.0	22.3	15.4	8.5	11.5	6.2	3.1	12.3
	- 男性：30～40代	125	66.4	56.0	43.2	38.4	32.0	20.0	7.2	6.4	7.2	8.0	2.4	11.2
	- 男性：40～50代	90	68.9	58.9	48.9	32.2	27.8	21.1	10.0	6.7	5.6	6.7	3.3	7.8
	- 女性：10～20代	95	55.8	49.5	42.1	42.1	23.2	14.7	14.7	12.6	8.4	8.4	6.3	16.8
	- 女性：20～30代	130	56.9	54.6	42.3	33.8	30.0	17.7	14.6	12.3	9.2	4.6	5.4	14.6
	- 女性：30～40代	125	59.2	58.4	39.2	33.6	37.6	26.4	11.2	8.8	9.6	2.4	3.2	8.8
	- 女性：40～50代	90	61.1	63.3	31.1	41.1	38.9	32.2	7.8	7.8	5.6	2.2	2.2	5.6

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：自由記述の抜粋

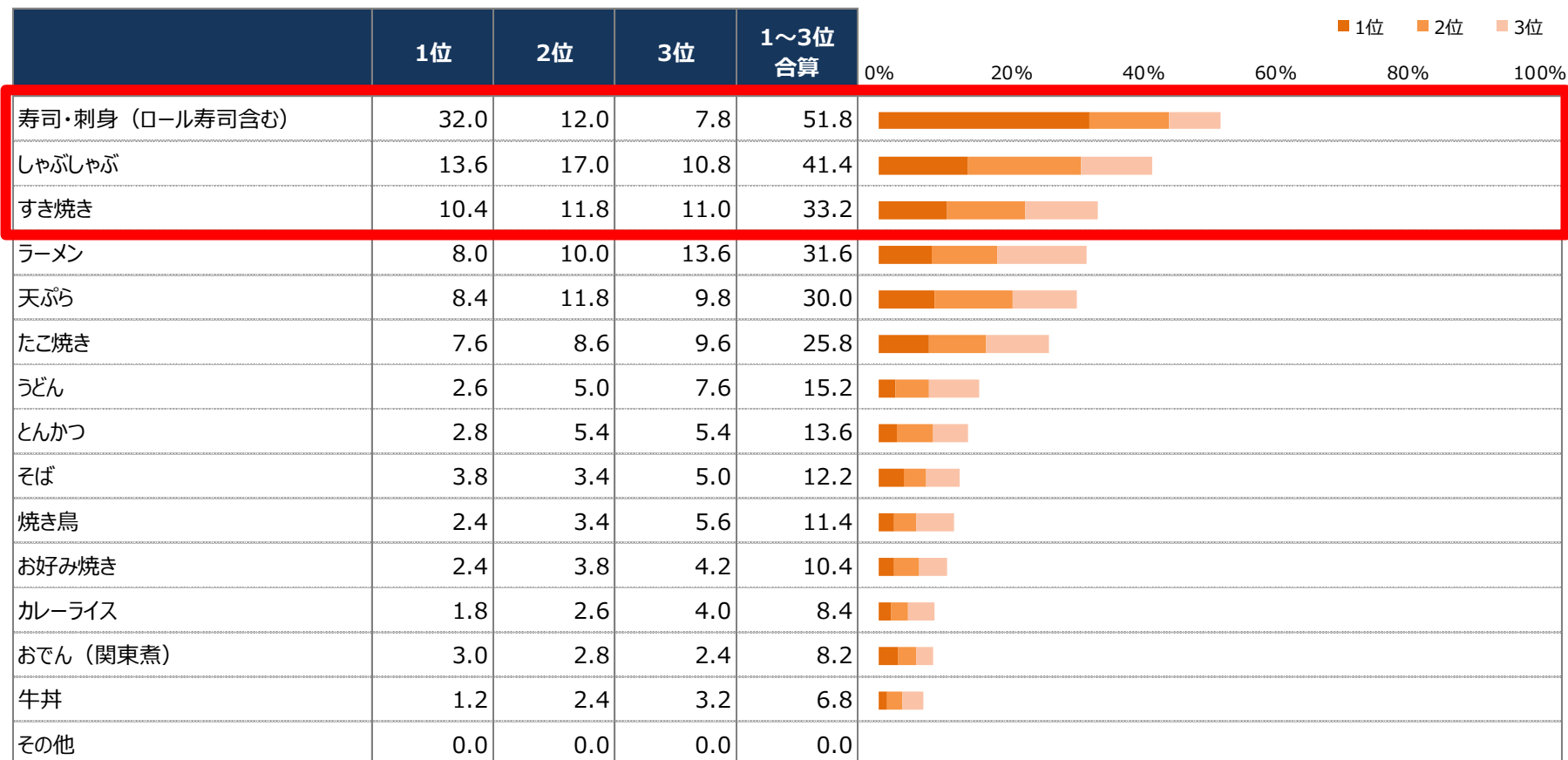
日本料理の良いイメージとしては、「食欲をそそる」「サービスが良い」などが挙げられた。
日本料理の悪いイメージとしては、生ものであることに対する不安や原材料の安全性に関する記述が見うけられる。

日本料理のイメージ_その他の良いイメージ
食欲をそそる・綺麗で/見た目が良く食欲をそそる
サービスが良い
体に良い料理
鮮度・質が良い
綺麗
食事を楽しめる
食べたことのない人より優越感を感じられる
人気がある
買える店が見つけ易い
特に好きな料理がある
包装、容器（パッケージ）

日本料理のイメージ_その他の悪いイメージ
生ものであることが不安という記述
汚い・不衛生
食欲をそそらない
入手できない
サービス
動物虐待
ごみが多い
サービスが良くない
価格が高い
見つからない
原材料がわからない

A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」が最も多い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が51.8%と最も高く、次いで「しゃぶしゃぶ」41.4%、「すき焼き」33.2%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。

(参考) タイの「タイスキ」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。バンコクでは特に「しゃぶしゃぶ」や「すき焼き」の人気の高い。

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



バンコクのタイスキ料理店「shabushi」



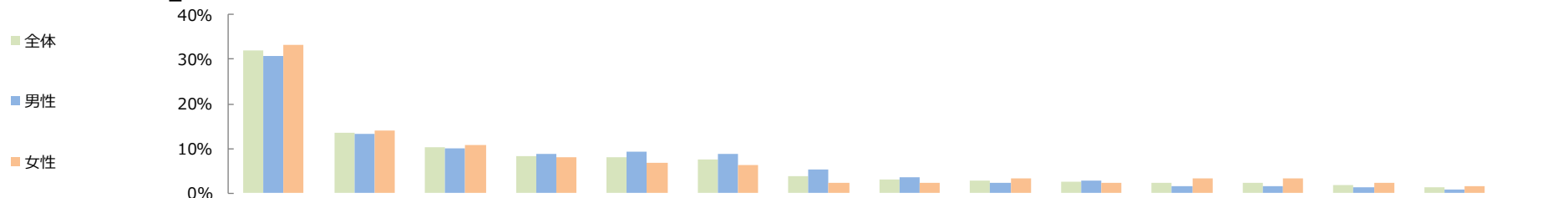
バンコクのタイスキ料理店「shabushi」

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32.0%と最も高く、次いで「しゃぶしゃぶ」13.6%、「すき焼き」10.4%が続く。

全体傾向との比較
 年代別：10代は「寿司・刺身」の割合が5%以上高い。40代は「天ぷら」の割合が5%以上高い。
 性別×世代別：女性10～20代は「しゃぶしゃぶ」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)	しゃぶしゃぶ	すき焼き	天ぷら	ラーメン	たこ焼き	そば	おでん(関東煮)	とんかつ	うどん	焼き鳥	お好み焼き	カレーライス	牛丼	その他
全体	500	32.0	13.6	10.4	8.4	8.0	7.6	3.8	3.0	2.8	2.6	2.4	2.4	1.8	1.2	-
性別																
男性	250	30.8	13.2	10.0	8.8	9.2	8.8	5.2	3.6	2.4	2.8	1.6	1.6	1.2	0.8	-
女性	250	33.2	14.0	10.8	8.0	6.8	6.4	2.4	2.4	3.2	2.4	3.2	3.2	2.4	1.6	-
年代																
10代	60	41.7	13.3	6.7	5.0	3.3	10.0	3.3	3.3	5.0	3.3	-	3.3	1.7	-	-
20代	130	33.8	18.5	7.7	6.9	6.2	7.7	3.8	1.5	1.5	4.6	1.5	3.1	2.3	0.8	-
30代	130	30.8	11.5	13.8	7.7	11.5	9.2	3.8	3.8	1.5	1.5	1.5	0.8	0.8	1.5	-
40代	120	28.3	12.5	10.0	14.2	10.0	3.3	4.2	3.3	2.5	-	4.2	3.3	1.7	2.5	-
50代	60	28.3	10.0	13.3	5.0	5.0	10.0	3.3	3.3	6.7	5.0	5.0	1.7	3.3	-	-
世代																
10～20代	190	36.3	16.8	7.4	6.3	5.3	8.4	3.7	2.1	2.6	4.2	1.1	3.2	2.1	0.5	-
20～30代	260	32.3	15.0	10.8	7.3	8.8	8.5	3.8	2.7	1.5	3.1	1.5	1.9	1.5	1.2	-
30～40代	250	29.6	12.0	12.0	10.8	10.8	6.4	4.0	3.6	2.0	0.8	2.8	2.0	1.2	2.0	-
40～50代	180	28.3	11.7	11.1	11.1	8.3	5.6	3.9	3.3	3.9	1.7	4.4	2.8	2.2	1.7	-
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	36.8	14.7	8.4	4.2	6.3	9.5	6.3	1.1	3.2	3.2	-	3.2	2.1	1.1	-
- 男性：20～30代	130	28.5	13.8	9.2	9.2	10.8	10.0	5.4	3.8	1.5	3.8	1.5	0.8	0.8	0.8	-
- 男性：30～40代	125	28.0	12.8	10.4	12.8	12.0	8.0	4.0	4.8	1.6	1.6	2.4	0.8	-	0.8	-
- 男性：40～50代	90	28.9	12.2	12.2	11.1	8.9	7.8	4.4	4.4	2.2	2.2	2.2	1.1	1.1	1.1	-
- 女性：10～20代	95	35.8	18.9	6.3	8.4	4.2	7.4	1.1	3.2	2.1	5.3	2.1	3.2	2.1	-	-
- 女性：20～30代	130	36.2	16.2	12.3	5.4	6.9	6.9	2.3	1.5	1.5	2.3	1.5	3.1	2.3	1.5	-
- 女性：30～40代	125	31.2	11.2	13.6	8.8	9.6	4.8	4.0	2.4	2.4	-	3.2	3.2	2.4	3.2	-
- 女性：40～50代	90	27.8	11.1	10.0	11.1	7.8	3.3	3.3	2.2	5.6	1.1	6.7	4.4	3.3	2.2	-

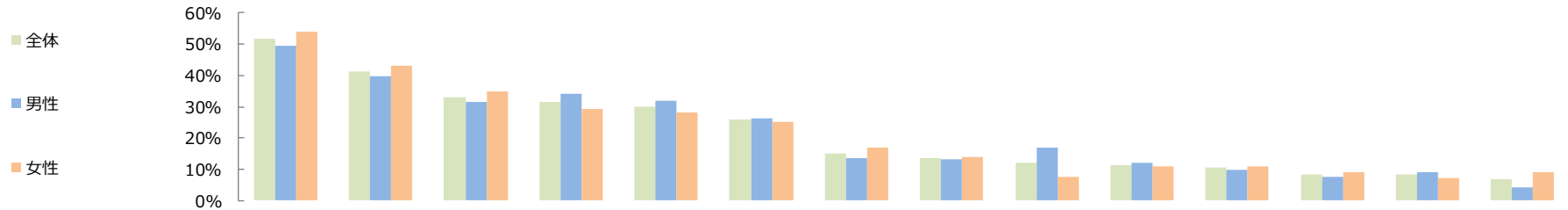
A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」「しゃぶしゃぶ」「すき焼き」が人気

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が51.8%と最も高く、次いで「しゃぶしゃぶ」41.4%、「すき焼き」33.2%と続く。

全体傾向との比較

年代別：10代と50代は「たこ焼き」の割合が10%以上高い。
 性別×世代別：男性30～40代は「天ぷら」の割合が10%以上高く、男性10～20代は「天ぷら」の割合が10%以上低い。
 女性10～20代は「うどん」の割合が10%以上高い。女性40～50代は「焼き鳥」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)	しゃぶしゃぶ	すき焼き	ラーメン	天ぷら	たこ焼き	うどん	とんかつ	そば	焼き鳥	お好み焼き	カレーライス	おでん(関東煮)	牛丼	その他
全体	500	51.8	41.4	33.2	31.6	30.0	25.8	15.2	13.6	12.2	11.4	10.4	8.4	8.2	6.8	-
性別																
男性	250	49.6	39.6	31.6	34.0	32.0	26.4	13.6	13.2	16.8	12.0	10.0	7.6	9.2	4.4	-
女性	250	54.0	43.2	34.8	29.2	28.0	25.2	16.8	14.0	7.6	10.8	10.8	9.2	7.2	9.2	-
年代																
10代	60	51.7	45.0	35.0	28.3	21.7	38.3	20.0	15.0	6.7	5.0	13.3	10.0	6.7	3.3	-
20代	130	55.4	42.3	28.5	33.8	22.3	22.3	20.0	13.8	13.8	6.2	14.6	11.5	10.0	5.4	-
30代	130	49.2	42.3	40.8	32.3	35.4	20.8	13.1	13.1	14.6	10.8	9.2	6.9	6.9	4.6	-
40代	120	48.3	42.5	35.0	28.3	39.2	21.7	12.5	12.5	10.8	18.3	7.5	5.8	7.5	10.0	-
50代	60	56.7	31.7	21.7	35.0	25.0	40.0	10.0	15.0	11.7	16.7	6.7	8.3	10.0	11.7	-
世代																
10～20代	190	54.2	43.2	30.5	32.1	22.1	27.4	20.0	14.2	11.6	5.8	14.2	11.1	8.9	4.7	-
20～30代	260	52.3	42.3	34.6	33.1	28.8	21.5	16.5	13.5	14.2	8.5	11.9	9.2	8.5	5.0	-
30～40代	250	48.8	42.4	38.0	30.4	37.2	21.2	12.8	12.8	12.8	14.4	8.4	6.4	7.2	7.2	-
40～50代	180	51.1	38.9	30.6	30.6	34.4	27.8	11.7	13.3	11.1	17.8	7.2	6.7	8.3	10.6	-
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	50.5	38.9	30.5	35.8	18.9	29.5	13.7	15.8	16.8	8.4	16.8	11.6	8.4	4.2	-
- 男性：20～30代	130	47.7	36.2	35.4	35.4	30.8	21.5	13.8	14.6	20.8	12.3	10.8	7.7	10.0	3.1	-
- 男性：30～40代	125	48.8	42.4	35.2	32.0	42.4	20.8	12.8	12.0	15.2	14.4	5.6	4.8	8.8	4.8	-
- 男性：40～50代	90	51.1	41.1	27.8	34.4	38.9	28.9	15.6	8.9	13.3	13.3	5.6	4.4	10.0	6.7	-
- 女性：10～20代	95	57.9	47.4	30.5	28.4	25.3	25.3	26.3	12.6	6.3	3.2	11.6	10.5	9.5	5.3	-
- 女性：20～30代	130	56.9	48.5	33.8	30.8	26.9	21.5	19.2	12.3	7.7	4.6	13.1	10.8	6.9	6.9	-
- 女性：30～40代	125	48.8	42.4	40.8	28.8	32.0	21.6	12.8	13.6	10.4	14.4	11.2	8.0	5.6	9.6	-
- 女性：40～50代	90	51.1	36.7	33.3	26.7	30.0	26.7	7.8	17.8	8.9	22.2	8.9	8.9	6.7	14.4	-

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63.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」48.2%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」36.4%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。

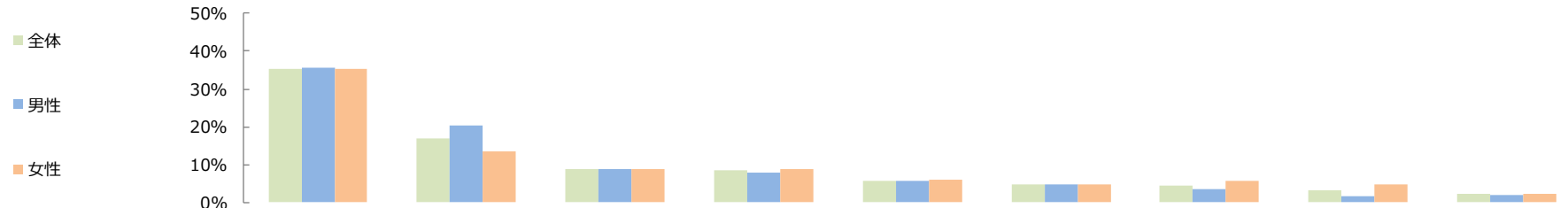
※ 「満足している（改善の必要はない）」と回答した人の割合は9.8%であった。

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35.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」17.0%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」8.8%と続く。

全体傾向との比較
 年代別：50代は「販売場所が限られている・わからない」の割合が10%以上高い。
 性別×世代別：男性20～30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。
 女性10～20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



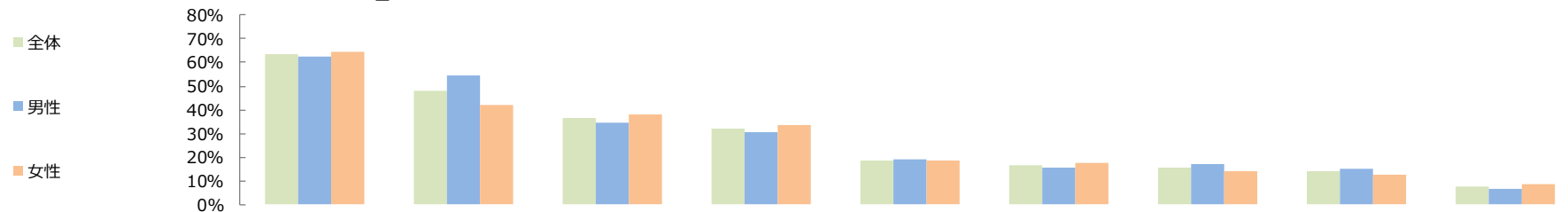
Q11-1.日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由_1位	n	価格が高い	販売場所が限られている・わからない	食品の使い方・調理の仕方がわからない	包装材料やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	自国産・日本以外の国の方が品質が良い	安全性に不安がある	味覚上の問題がある（味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手）	食品自体の見た目に問題がある（見た目や色に抵抗あるなど）	宗教上問題がある
全体	500	35.4	17.0	8.8	8.4	5.8	4.8	4.6	3.2	2.2
性別										
男性	250	35.6	20.4	8.8	8.0	5.6	4.8	3.6	1.6	2.0
女性	250	35.2	13.6	8.8	8.8	6.0	4.8	5.6	4.8	2.4
年代										
10代	60	43.3	11.7	10.0	8.3	6.7	3.3	-	1.7	-
20代	130	37.7	14.6	6.9	10.8	5.4	5.4	5.4	3.8	2.3
30代	130	32.3	18.5	11.5	8.5	6.2	4.6	6.9	3.1	1.5
40代	120	36.7	14.2	8.3	7.5	5.8	5.8	5.0	3.3	2.5
50代	60	26.7	30.0	6.7	5.0	5.0	3.3	1.7	3.3	5.0
世代										
10～20代	190	39.5	13.7	7.9	10.0	5.8	4.7	3.7	3.2	1.6
20～30代	260	35.0	16.5	9.2	9.6	5.8	5.0	6.2	3.5	1.9
30～40代	250	34.4	16.4	10.0	8.0	6.0	5.2	6.0	3.2	2.0
40～50代	180	33.3	19.4	7.8	6.7	5.6	5.0	3.9	3.3	3.3
性別×世代										
- 男性：10～20代	95	35.8	18.9	10.5	10.5	5.3	3.2	2.1	1.1	2.1
- 男性：20～30代	130	33.8	22.3	8.5	10.8	3.8	3.8	5.4	1.5	1.5
- 男性：30～40代	125	36.8	17.6	9.6	8.0	5.6	5.6	5.6	2.4	1.6
- 男性：40～50代	90	36.7	17.8	6.7	5.6	7.8	7.8	2.2	2.2	3.3
- 女性：10～20代	95	43.2	8.4	5.3	9.5	6.3	6.3	5.3	5.3	1.1
- 女性：20～30代	130	36.2	10.8	10.0	8.5	7.7	6.2	6.9	5.4	2.3
- 女性：30～40代	125	32.0	15.2	10.4	8.0	6.4	4.8	6.4	4.0	2.4
- 女性：40～50代	90	30.0	21.1	8.9	7.8	3.3	2.2	5.6	4.4	3.3

A11.日本料理の問題点・買わない理由（1～3位合算）：販売場所のわかりにくさが男性に多い

「価格が高い」が63.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」48.2%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」36.4%と続く。

全体傾向との比較
 性別：男性は「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。
 年代別：10代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。一方、50代は「価格が高い」の割合が10%以上低い。
 性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代、男性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	包装材やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	安全性に不安がある	味覚上の問題がある（味が苦手、特有の香り、食感等が自国の食文化と異なり苦手）	自国産・日本以外の外国のものが品質が良い	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	63.4	48.2	36.4	32.2	18.8	16.6	15.6	14.0	7.6	
性別											
男性	250	62.4	54.4	34.8	30.8	19.2	15.6	17.2	15.2	6.8	
女性	250	64.4	42.0	38.0	33.6	18.4	17.6	14.0	12.8	8.4	
年代											
10代	60	70.0	46.7	40.0	23.3	18.3	6.7	11.7	10.0	3.3	
20代	130	62.3	46.9	37.7	33.8	24.6	20.0	16.9	15.4	8.5	
30代	130	66.2	49.2	38.5	33.1	11.5	21.5	16.2	16.2	7.7	
40代	120	64.2	46.7	29.2	33.3	19.2	15.8	15.0	13.3	7.5	
50代	60	51.7	53.3	40.0	33.3	21.7	10.0	16.7	11.7	10.0	
世代											
10～20代	190	64.7	46.8	38.4	30.5	22.6	15.8	15.3	13.7	6.8	
20～30代	260	64.2	48.1	38.1	33.5	18.1	20.8	16.5	15.8	8.1	
30～40代	250	65.2	48.0	34.0	33.2	15.2	18.8	15.6	14.8	7.6	
40～50代	180	60.0	48.9	32.8	33.3	20.0	13.9	15.6	12.8	8.3	
性別×世代											
- 男性：10～20代	95	62.1	48.4	41.1	26.3	25.3	12.6	14.7	15.8	7.4	
- 男性：20～30代	130	60.8	53.8	36.2	32.3	18.5	20.0	16.2	19.2	7.7	
- 男性：30～40代	125	66.4	56.8	32.0	32.8	13.6	20.0	17.6	16.8	5.6	
- 男性：40～50代	90	62.2	58.9	26.7	35.6	20.0	13.3	20.0	10.0	7.8	
- 女性：10～20代	95	67.4	45.3	35.8	34.7	20.0	18.9	15.8	11.6	6.3	
- 女性：20～30代	130	67.7	42.3	40.0	34.6	17.7	21.5	16.9	12.3	8.5	
- 女性：30～40代	125	64.0	39.2	36.0	33.6	16.8	17.6	13.6	12.8	9.6	
- 女性：40～50代	90	57.8	38.9	38.9	31.1	20.0	14.4	11.1	15.6	8.9	

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。

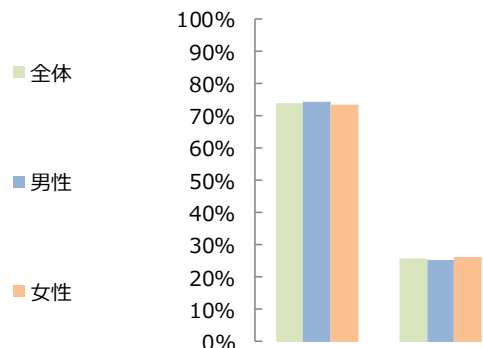
Q17.日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A12~14.日本の水産品の認知・購入実態：認知率74%。購入経験者の88%が「好き」と回答

日本の水産品の認知率は74.0%。性・年代別に顕著な差は見られない。

認知者（370名）のうち、摂取・購入経験者は74.9%。摂取・購入経験者（277名）のうち、88.8%が日本の水産品を「好き」と回答している。

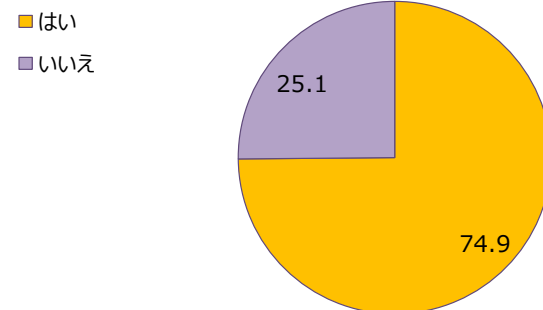
A12. 日本の水産品を知っていますか



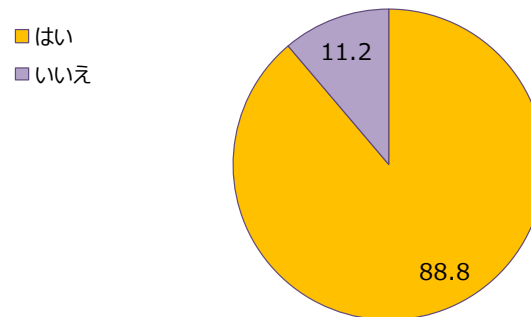
	n	はい	いいえ
全体	500	74.0	26.0
性別			
男性	250	74.4	25.6
女性	250	73.6	26.4
年代			
10代	60	76.7	23.3
20代	130	73.8	26.2
30代	130	73.1	26.9
40代	120	71.7	28.3
50代	60	78.3	21.7
世代			
10~20代	190	74.7	25.3
20~30代	260	73.5	26.5
30~40代	250	72.4	27.6
40~50代	180	73.9	26.1
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	75.8	24.2
- 男性：20~30代	130	72.3	27.7
- 男性：30~40代	125	73.6	26.4
- 男性：40~50代	90	74.4	25.6
- 女性：10~20代	95	73.7	26.3
- 女性：20~30代	130	74.6	25.4
- 女性：30~40代	125	71.2	28.8
- 女性：40~50代	90	73.3	26.7

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)

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=370)

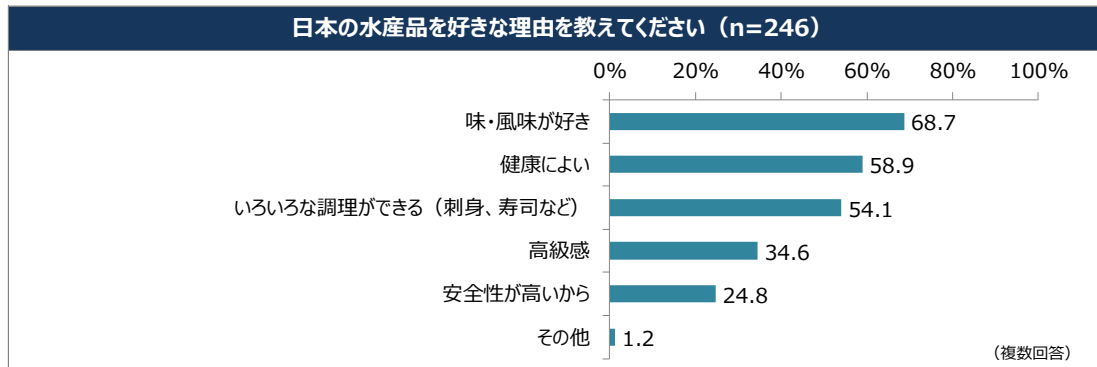


A14. 日本の水産品は好きですか (n=277)



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」

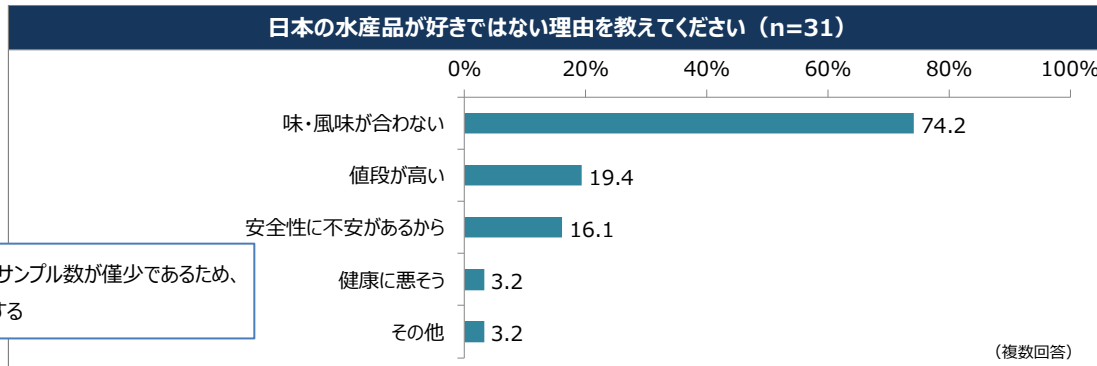
A15.



「味・風味が好き」が68.7%と最も高く、次いで「健康によい」58.9%、「いろいろな調理ができる」54.1%が続く。

日本の水産品が好きな理由_その他
鮮度

A16.

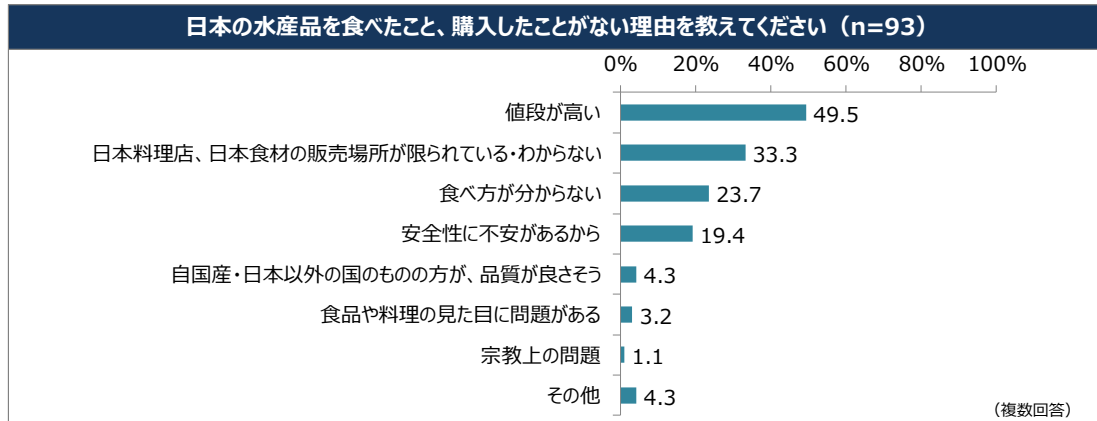


集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が74.2%と最も高く、次いで「値段が高い」19.4%、「安全性に不安があるから」16.1%が続く。

日本の水産品が好きではない理由_その他
持病でアレルギーがある

A17.



「値段が高い」が49.5%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」33.3%、「食べ方がわからない」23.7%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
生魚を食べるのが嫌
人気がない

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。

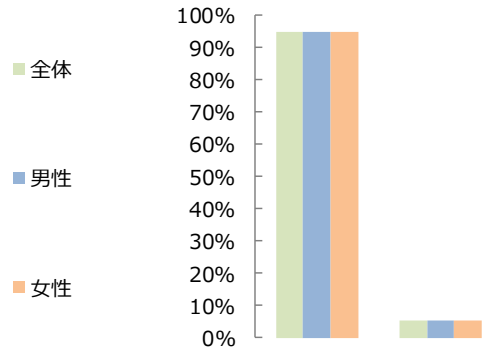
Q23.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：認知率95%。購入経験者の95%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は94.8%。性・年代別に顕著な差は見られない。

認知者（474名）のうち、摂取・購入経験者は92.8%。摂取・購入経験者（440名）のうち、95.5%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

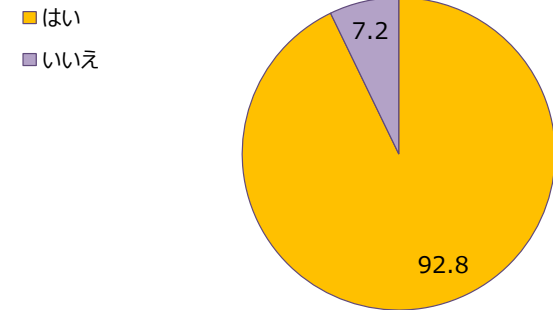


	n	はい	いいえ
全体	500	94.8	5.2
性別			
男性	250	94.8	5.2
女性	250	94.8	5.2
年代			
10代	60	91.7	8.3
20代	130	95.4	4.6
30代	130	99.2	0.8
40代	120	90.0	10.0
50代	60	96.7	3.3
世代			
10~20代	190	94.2	5.8
20~30代	260	97.3	2.7
30~40代	250	94.8	5.2
40~50代	180	92.2	7.8
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	94.7	5.3
- 男性：20~30代	130	96.9	3.1
- 男性：30~40代	125	95.2	4.8
- 男性：40~50代	90	92.2	7.8
- 女性：10~20代	95	93.7	6.3
- 女性：20~30代	130	97.7	2.3
- 女性：30~40代	125	94.4	5.6
- 女性：40~50代	90	92.2	7.8

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)

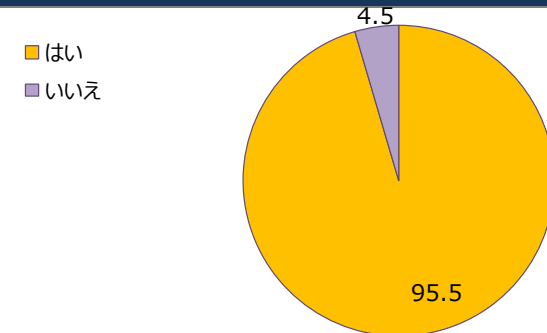
A19.

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=474)



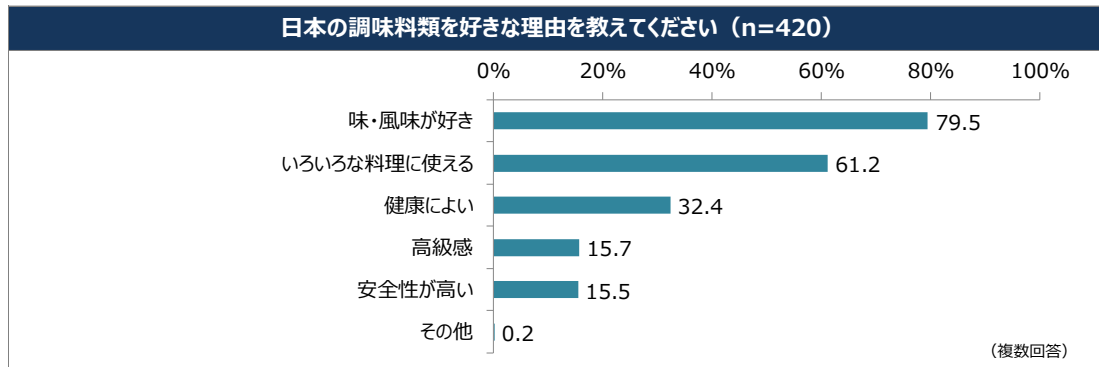
A20.

日本の調味料類は好きですか (n=440)



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」

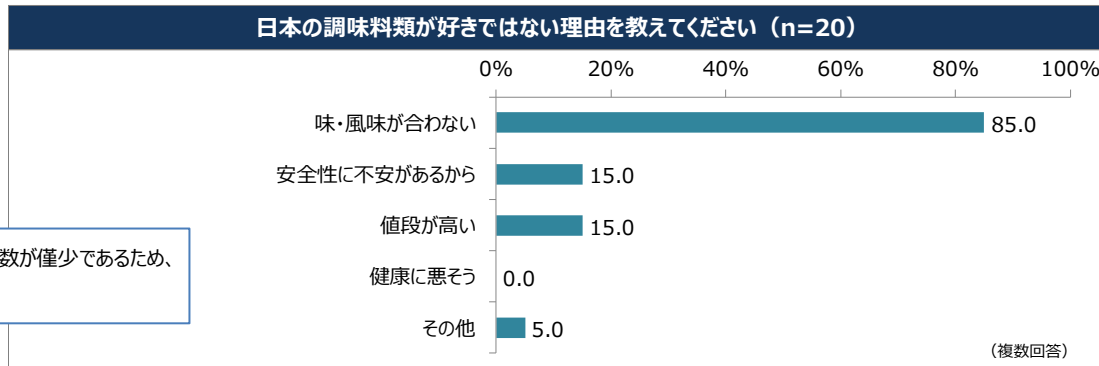
A21.



「味・風味が好き」が79.5%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」61.2%、「健康によい」32.4%が続く。

日本の調味料類が好きな理由_その他
味噌汁が好き

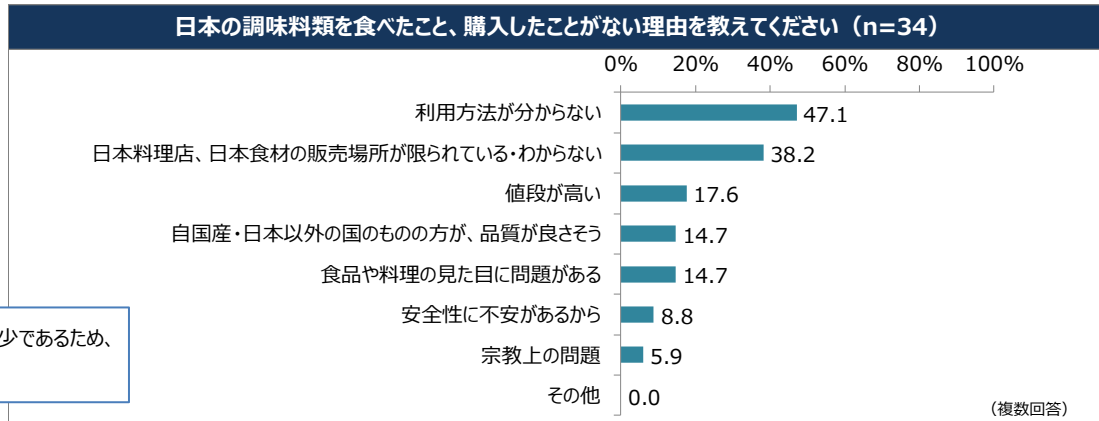
A22.



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85.0%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」15.0%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

「利用方法が分からない」が47.1%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」38.2%、「値段が高い」17.6%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。

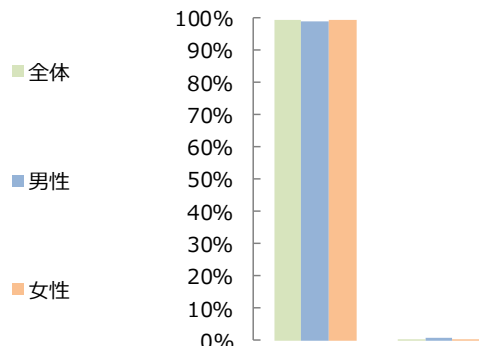
Q35.日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A30~32.日本の青果物の認知・購入実態：認知率99%。購入経験者の98%が「好き」と回答

日本の青果物の認知率は99.4%。特に男性30代～50代、女性10～30代の認知率は100%である。

認知者（497名）のうち、摂取・購入経験者は97.4%。摂取・購入経験者（484名）のうち、98.8%が日本の青果物を「好き」と回答している。

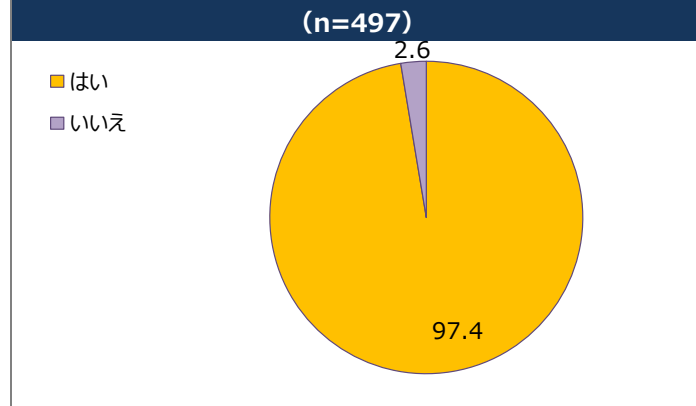
A30. 日本の青果物を知っていますか



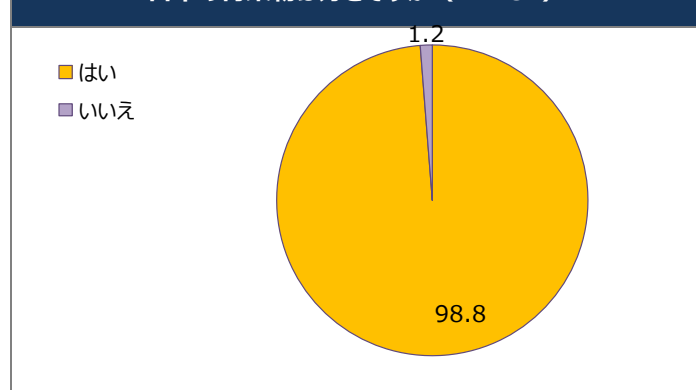
	n	はい	いいえ
全体	500	99.4	0.6
性別			
男性	250	99.2	0.8
女性	250	99.6	0.4
年代			
10代	60	98.3	1.7
20代	130	99.2	0.8
30代	130	100.0	-
40代	120	99.2	0.8
50代	60	100.0	-
世代			
10～20代	190	98.9	1.1
20～30代	260	99.6	0.4
30～40代	250	99.6	0.4
40～50代	180	99.4	0.6
性別×世代			
- 男性：10～20代	95	97.9	2.1
- 男性：20～30代	130	99.2	0.8
- 男性：30～40代	125	100.0	-
- 男性：40～50代	90	100.0	-
- 女性：10～20代	95	100.0	-
- 女性：20～30代	130	100.0	-
- 女性：30～40代	125	99.2	0.8
- 女性：40～50代	90	98.9	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)

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=497)

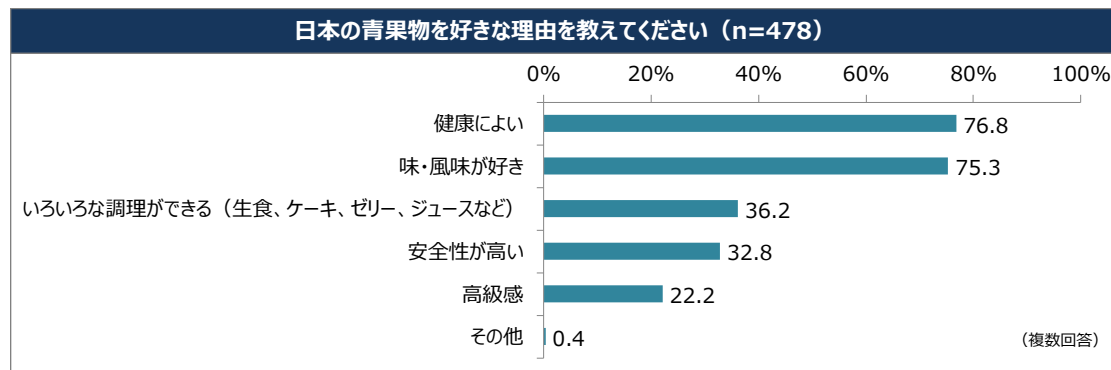


A32. 日本の青果物は好きですか (n=484)



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.

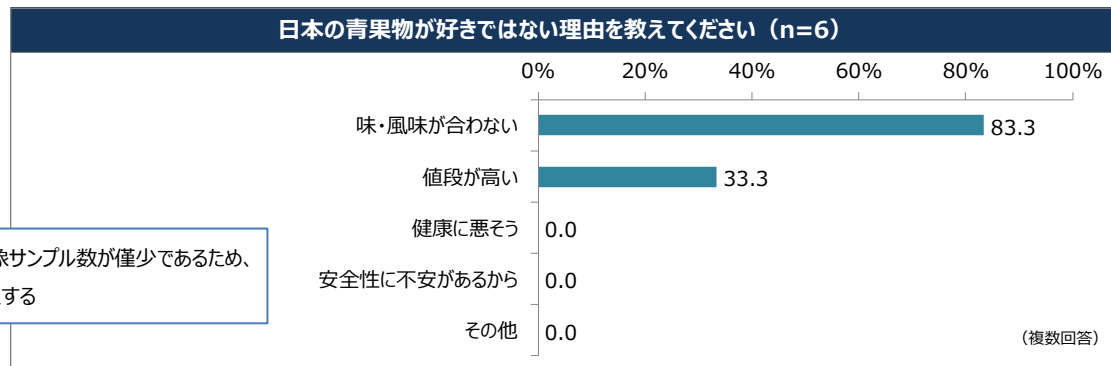


「健康によい」が76.8%と最も高く、次いで「味・風味が好き」75.3%、「いろいろな調理ができる」36.2%が続く。

日本の青果物が好きな理由_その他

彩りが良い
鮮度が良く食欲をそそる

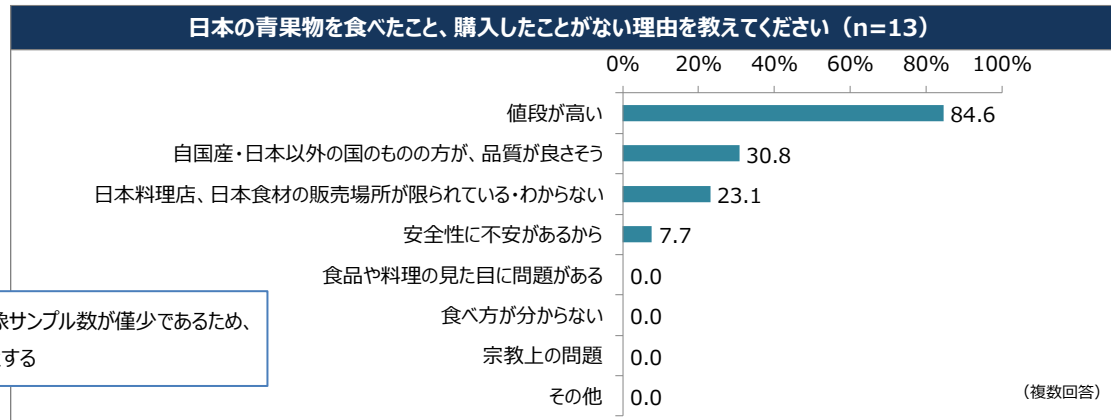
A34.



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83.3%と最も高く、次いで「値段が高い」33.3%が続く。

A35.



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84.6%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」30.8%、「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」23.1%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。

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。

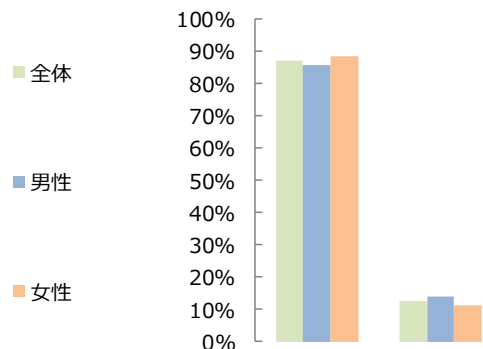
Q42.日本の牛肉を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

A36~39.日本の牛肉の認知・購入実態：購入経験者の97%が「好き」と回答

日本の牛肉の認知率は87.4%。

認知者（437名）のうち、摂取・購入経験者は69.3%（303名）。摂取・購入経験者のうち、97.0%が日本の牛肉を「好き」と回答している。

A36. 日本の牛肉を知っていますか



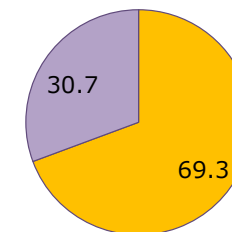
	n	はい	いいえ
全体	500	87.4	12.6
性別			
男性	250	86.0	14.0
女性	250	88.8	11.2
年代			
10代	60	80.0	20.0
20代	130	90.8	9.2
30代	130	90.8	9.2
40代	120	83.3	16.7
50代	60	88.3	11.7
世代			
10~20代	190	87.4	12.6
20~30代	260	90.8	9.2
30~40代	250	87.2	12.8
40~50代	180	85.0	15.0
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	83.2	16.8
- 男性：20~30代	130	90.8	9.2
- 男性：30~40代	125	88.8	11.2
- 男性：40~50代	90	82.2	17.8
- 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	85.6	14.4
- 女性：40~50代	90	87.8	12.2

■ 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

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=437)

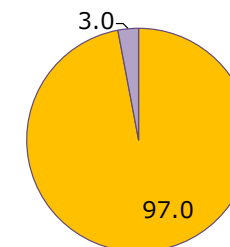
■ はい
■ いいえ



A39.

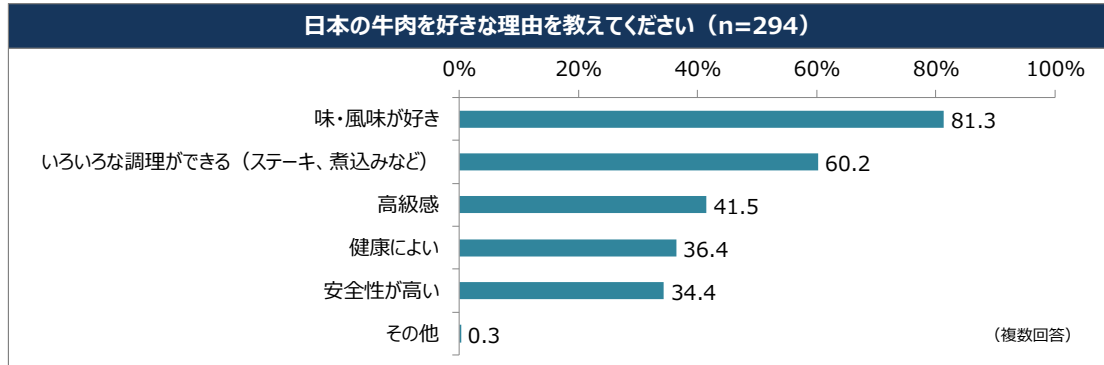
日本の牛肉は好きですか (n=303)

■ はい
■ いいえ



A40~42.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」

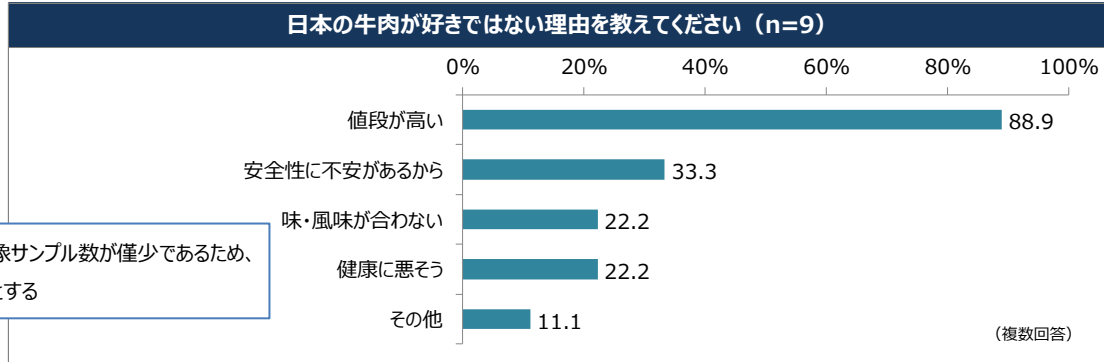
A40.



「味・風味が好き」が81.3%と最も高く、次いで「いろいろな調理ができる」60.2%、「高級感」41.5%が続く。

日本の牛肉が好きな理由_その他
他国産と違ってとても美味しい

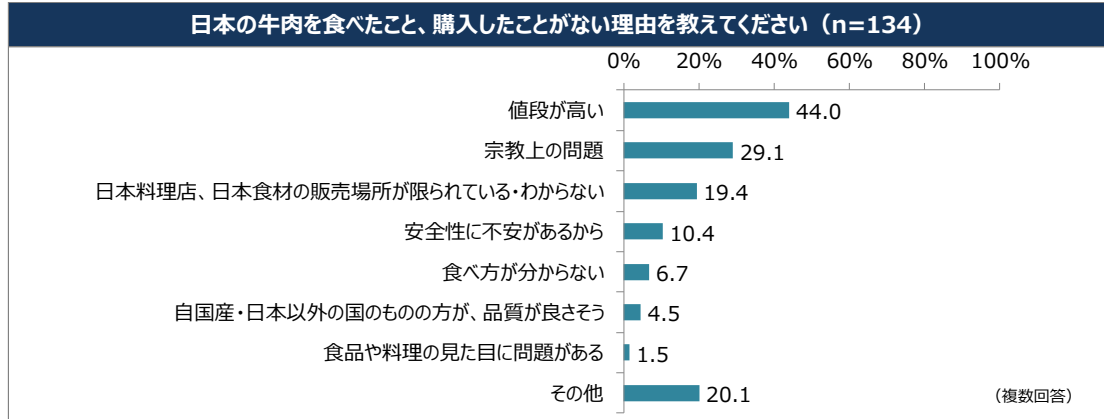
A41.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「値段が高い」が88.9%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」33.3%、「味・風味が合わない」22.2%が続く。

A42.



「値段が高い」が44.0%と最も高く、次いで「宗教上の問題」29.1%、「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」19.4%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

牛肉は食べない・好きではない
スーパーで見かけたことがない
牛肉が本当に日本産なのか分からず、偽装肉ではないかと心配

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。
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。