日本食品に対する海外消費者アンケート調査
－サンパウロ編－

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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

目次

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	24
－5．日本の水産品に関する評価	35
－6．日本の調味料類に関する評価	38
－7．日本酒に関する評価	41
5．資料：調査項目一覧	44

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

1．調査概要

■調査目的

本アンケート調査は、サンパウロ（ブラジル）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、サンパウロ以外にも、モスクワ（ロシア）、ホーチミン（ベトナム）、バンコク（タイ）、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。サンパウロ以外の消費者に関する分析報告は、別途報告書にて取りまとめた。

■調査期間

2013年12月4日～2013年12月18日

■調査手法

海外インターネット調査

■調査対象者条件

- ➢ サンパウロに居住する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83%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

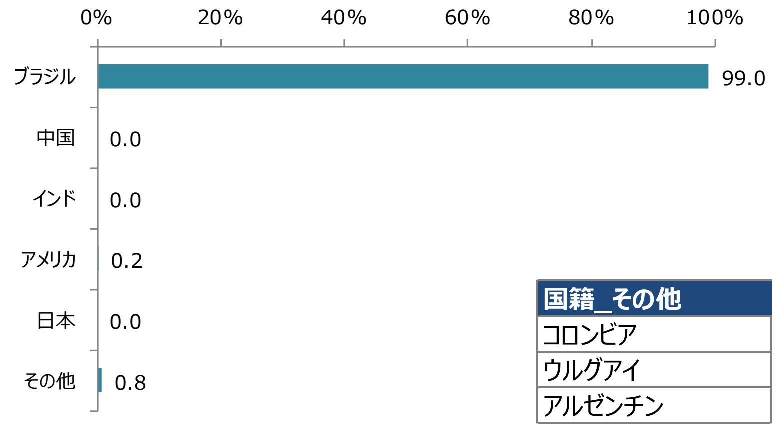
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

2．回答者属性

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

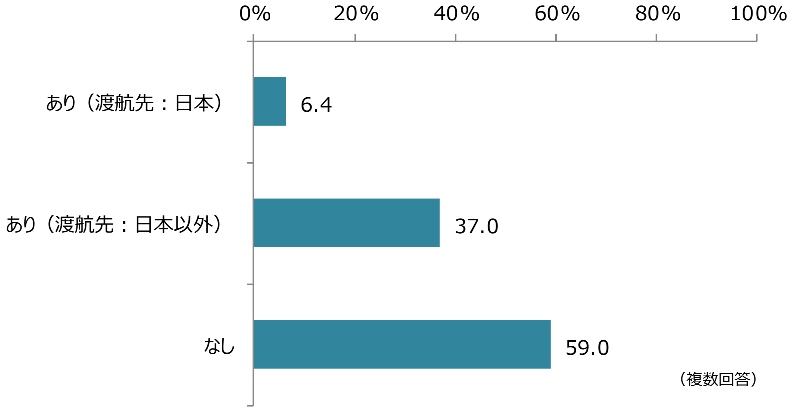
回答者属性

■国籍（n=500）

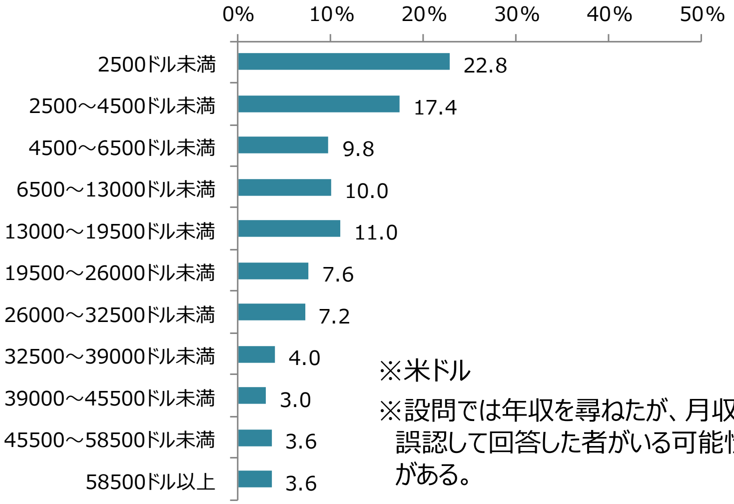


国籍_その他
コロンビア
ウルグアイ
アルゼンチン

■海外渡航経験（n=500）



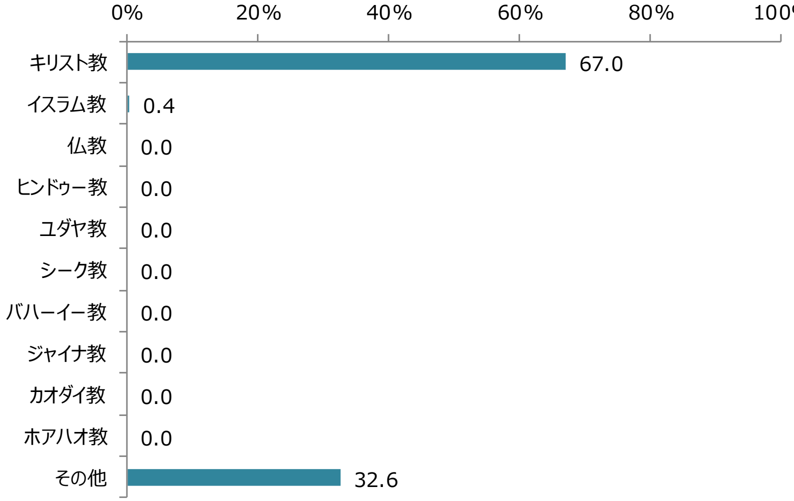
■世帯年収（n=500）



※米ドル

※設問では年収を尋ねたが、月収と誤認して回答した者がいる可能性がある。

■宗教（n=500）



Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

3．サマリー

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

サマリー

日本料理は好きな外国料理の２位（１位はイタリア料理）。「健康に良い」「美味しい」などポジティブなイメージを持たれているが「価格が高い」との声も。「寿司・刺身」「てんぷら」などが好まれている。

日本食品・日本料理に関する評価

◆ **好きな外国料理**

- 日本料理はイタリア料理に次いで2位。３位にアメリカ料理、４位に中国料理と続く。

◆ **日本料理が好きな理由**

- 主な理由は「味の良さ」「健康に配慮」「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**

- 約９割が経験あり、また、同様に約９割が今後も購入・利用したいと回答。

◆ **日本料理のイメージ**

- 主なイメージは「健康に良い」「美味しい」「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割強の回答者が「価格が高い」と回答。

◆ **好きな日本料理**

- 「寿司・刺身」「天ぷら」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**

- 経済性、健康に配慮、味の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」「信頼できるブランド・メーカー」「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やブランド（メーカー）を重視。
- 参照されることが多いWEBコンテンツはGoogleで検索

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	24%	73%	90%	味・風味が好き、健康に良い
調味料	97%	97%	93%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
日本酒	84%	80%	86%	味・風味が好き、いろいろな飲み方ができる

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

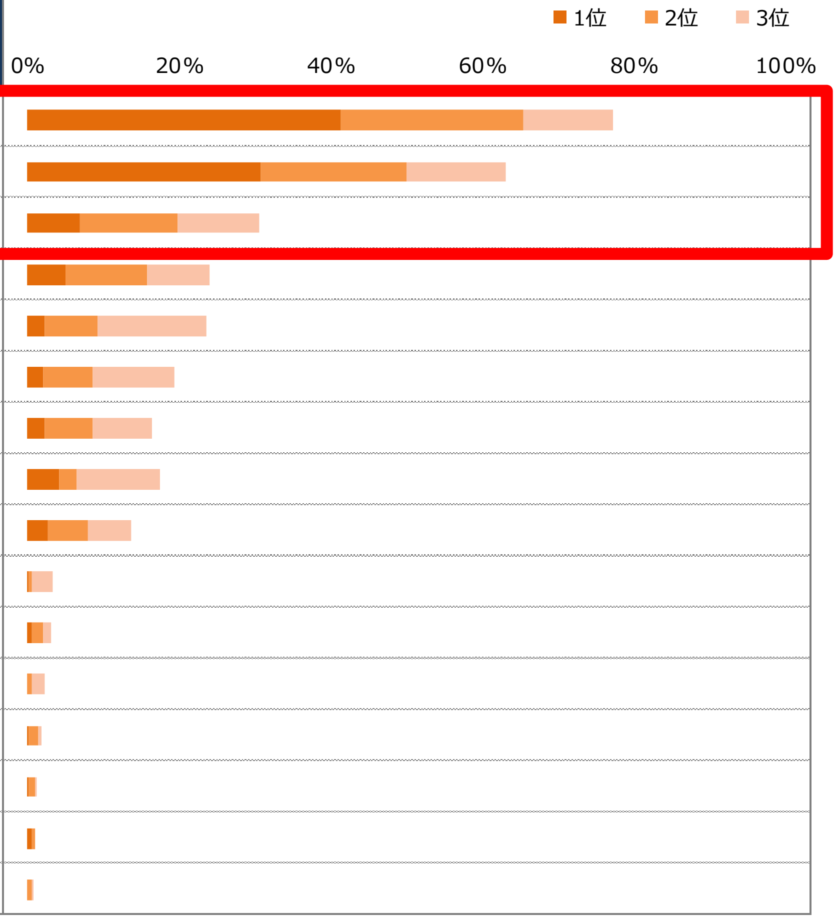
Q2. あなたが以下の料理を好きな理由として、あてはまるものをお答えください。上位３つを選んでください。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A1.好きな外国料理：全体では「イタリア料理」がトップ、「日本料理」は2位

「イタリア料理」が77.4%と最も高く、次いで「日本料理」63.2%、「アメリカ料理」30.6%と続く。

	1位	2位	3位	1～3位合算
イタリア料理	41.4	24.2	11.8	77.4
日本料理	30.8	19.4	13.0	63.2
アメリカ料理	7.0	12.8	10.8	30.6
中国料理	5.0	10.8	8.2	24.0
メキシコ料理	2.4	7.0	14.2	23.6
中東・アラブ料理	2.2	6.4	10.8	19.4
スペイン料理	2.4	6.2	7.8	16.4
その他	4.2	2.4	11.0	15.4
フランス料理	2.8	5.2	5.8	13.8
インド料理	0.2	0.4	2.8	3.4
タイ料理	0.6	1.6	1.0	3.2
韓国料理	0.0	0.6	1.8	2.4
アフリカ料理	0.2	1.2	0.6	2.0
インドネシア料理	0.2	0.8	0.2	1.2
ベトナム料理	0.6	0.4	0.0	1.0
ロシア料理	0.0	0.6	0.2	0.8



※ 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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A1.好きな外国料理（1位）：「日本料理」は20～30代に人気

「イタリア料理」が41.4%と最も高く、次いで「日本料理」30.8%、「アメリカ料理」7.0%と続く。

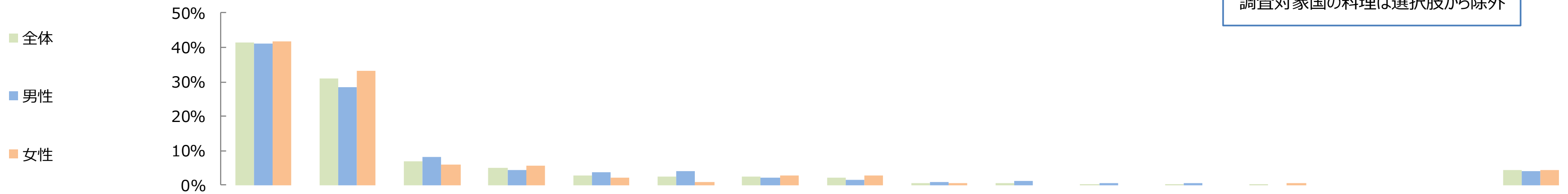
全体傾向との比較

年代別　　　：20代と30代は「日本料理」の割合が5%以上高い。50代は「日本料理」の割合が10%以上低いが、「イタリア料理」の割合は10%以上高い。

性別×世代別：女性20～30代は「日本料理」の割合が5%以上高い。女性40～50代は「イタリア料理」の割合が10%以上高い。

✣ Q1-1.好きな外国料理_1位

調査対象国の料理は選択肢から除外



Q1-1.好きな外国料理_1位		n	イタリア料理	日本料理	アメリカ料理	中国料理	フランス料理	スペイン料理	メキシコ料理	中東・アラブ料理	タイ料理	ベトナム料理	インドネシア料理	インド料理	アフリカ料理	韓国料理	ロシア料理	その他
	全体	500	41.4	30.8	7.0	5.0	2.8	2.4	2.4	2.2	0.6	0.6	0.2	0.2	0.2	-	-	4.2
性別	男性	250	41.2	28.4	8.0	4.4	3.6	4.0	2.0	1.6	0.8	1.2	0.4	0.4	-	-	-	4.0
	女性	250	41.6	33.2	6.0	5.6	2.0	0.8	2.8	2.8	0.4	-	-	-	0.4	-	-	4.4
年代	10代	60	21.7	23.3	20.0	1.7	8.3	3.3	5.0	-	5.0	5.0	1.7	-	-	-	-	5.0
	20代	130	37.7	36.2	10.0	6.2	1.5	1.5	1.5	0.8	-	-	-	-	0.8	-	-	3.8
	30代	130	38.5	37.7	5.4	5.4	1.5	0.8	3.8	2.3	-	-	-	-	-	-	-	4.6
	40代	120	50.8	26.7	2.5	4.2	1.7	3.3	1.7	5.0	-	-	-	0.8	-	-	-	3.3
	50代	60	56.7	20.0	-	6.7	5.0	5.0	-	1.7	-	-	-	-	-	-	-	5.0
世代	10～20代	190	32.6	32.1	13.2	4.7	3.7	2.1	2.6	0.5	1.6	1.6	0.5	-	0.5	-	-	4.2
	20～30代	260	38.1	36.9	7.7	5.8	1.5	1.2	2.7	1.5	-	-	-	-	0.4	-	-	4.2
	30～40代	250	44.4	32.4	4.0	4.8	1.6	2.0	2.8	3.6	-	-	-	0.4	-	-	-	4.0
	40～50代	180	52.8	24.4	1.7	5.0	2.8	3.9	1.1	3.9	-	-	-	0.6	-	-	-	3.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	29.5	29.5	13.7	5.3	4.2	4.2	2.1	1.1	2.1	3.2	1.1	-	-	-	-	4.2
	- 男性：20～30代	130	41.5	33.8	7.7	3.8	2.3	2.3	3.1	2.3	-	-	-	-	-	-	-	3.1
	- 男性：30～40代	125	47.2	29.6	5.6	3.2	2.4	3.2	2.4	1.6	-	-	-	0.8	-	-	-	4.0
	- 男性：40～50代	90	51.1	24.4	3.3	5.6	3.3	5.6	-	1.1	-	-	-	1.1	-	-	-	4.4
	- 女性：10～20代	95	35.8	34.7	12.6	4.2	3.2	-	3.2	-	1.1	-	-	-	1.1	-	-	4.2
	- 女性：20～30代	130	34.6	40.0	7.7	7.7	0.8	-	2.3	0.8	-	-	-	-	0.8	-	-	5.4
	- 女性：30～40代	125	41.6	35.2	2.4	6.4	0.8	0.8	3.2	5.6	-	-	-	-	-	-	-	4.0
	- 女性：40～50代	90	54.4	24.4	-	4.4	2.2	2.2	2.2	6.7	-	-	-	-	-	-	-	3.3

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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「イタリア料理」「日本料理」の二つが突出

「イタリア料理」が77.4%と最も高く、次いで「日本料理」63.2%、「アメリカ料理」30.6%と続く。

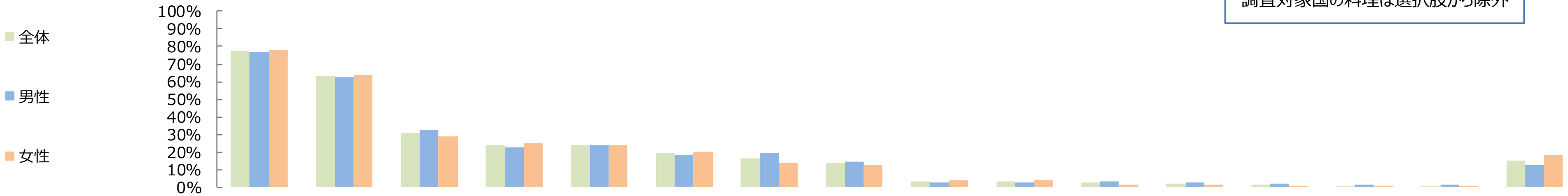
全体傾向との比較

年代別　　：30代は「日本料理」の割合が5%以上高い。10代は「日本料理」の割合が10%以上低いが、「アメリカ料理」の割合が10%以上高い。

性別×世代別：男性40～50代、女性20～30代は「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	イタリア料理	日本料理	アメリカ料理	中国料理	メキシコ料理	中東・アラブ料理	スペイン料理	フランス料理	インド料理	タイ料理	韓国料理	アフリカ料理	インドネシア料理	ベトナム料理	ロシア料理	その他
	全体	500	77.4	63.2	30.6	24.0	23.6	19.4	16.4	13.8	3.4	3.2	2.4	2.0	1.2	1.0	0.8	15.4
性別	男性	250	76.8	62.8	32.4	22.8	23.6	18.4	19.2	14.8	2.8	2.4	3.2	2.4	2.0	1.6	1.2	12.4
	女性	250	78.0	63.6	28.8	25.2	23.6	20.4	13.6	12.8	4.0	4.0	1.6	1.6	0.4	0.4	0.4	18.4
年代	10代	60	60.0	45.0	43.3	21.7	21.7	18.3	15.0	16.7	6.7	6.7	8.3	1.7	6.7	6.7	3.3	15.0
	20代	130	73.8	65.4	43.1	25.4	28.5	11.5	10.0	15.4	0.8	2.3	3.8	2.3	-	-	0.8	16.2
	30代	130	80.0	68.5	30.8	24.6	28.5	22.3	9.2	6.2	2.3	2.3	1.5	1.5	0.8	0.8	0.8	16.2
	40代	120	85.0	67.5	20.8	22.5	16.7	23.3	25.8	15.0	4.2	1.7	-	2.5	-	-	-	14.2
	50代	60	81.7	56.7	10.0	25.0	18.3	23.3	28.3	21.7	6.7	6.7	-	1.7	1.7	-	-	15.0
世代	10～20代	190	69.5	58.9	43.2	24.2	26.3	13.7	11.6	15.8	2.6	3.7	5.3	2.1	2.1	2.1	1.6	15.8
	20～30代	260	76.9	66.9	36.9	25.0	28.5	16.9	9.6	10.8	1.5	2.3	2.7	1.9	0.4	0.4	0.8	16.2
	30～40代	250	82.4	68.0	26.0	23.6	22.8	22.8	17.2	10.4	3.2	2.0	0.8	2.0	0.4	0.4	0.4	15.2
	40～50代	180	83.9	63.9	17.2	23.3	17.2	23.3	26.7	17.2	5.0	3.3	-	2.2	0.6	-	-	14.4
性別×世代	- 男性：10～20代	95	66.3	53.7	43.2	24.2	24.2	17.9	15.8	18.9	2.1	2.1	7.4	2.1	3.2	4.2	2.1	11.6
	- 男性：20～30代	130	80.0	63.8	42.3	21.5	30.8	15.4	11.5	13.1	0.8	0.8	2.3	0.8	0.8	-	0.8	14.6
	- 男性：30～40代	125	84.0	68.0	31.2	21.6	22.4	15.2	20.8	12.8	4.0	1.6	0.8	2.4	0.8	-	0.8	13.6
	- 男性：40～50代	90	82.2	71.1	16.7	23.3	17.8	22.2	27.8	14.4	4.4	3.3	-	4.4	1.1	-	-	8.9
	- 女性：10～20代	95	72.6	64.2	43.2	24.2	28.4	9.5	7.4	12.6	3.2	5.3	3.2	2.1	1.1	-	1.1	20.0
	- 女性：20～30代	130	73.8	70.0	31.5	28.5	26.2	18.5	7.7	8.5	2.3	3.8	3.1	3.1	-	0.8	0.8	17.7
	- 女性：30～40代	125	80.8	68.0	20.8	25.6	23.2	30.4	13.6	8.0	2.4	2.4	0.8	1.6	-	0.8	-	16.8
	- 女性：40～50代	90	85.6	56.7	17.8	23.3	16.7	24.4	25.6	20.0	5.6	3.3	-	-	-	-	-	20.0

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

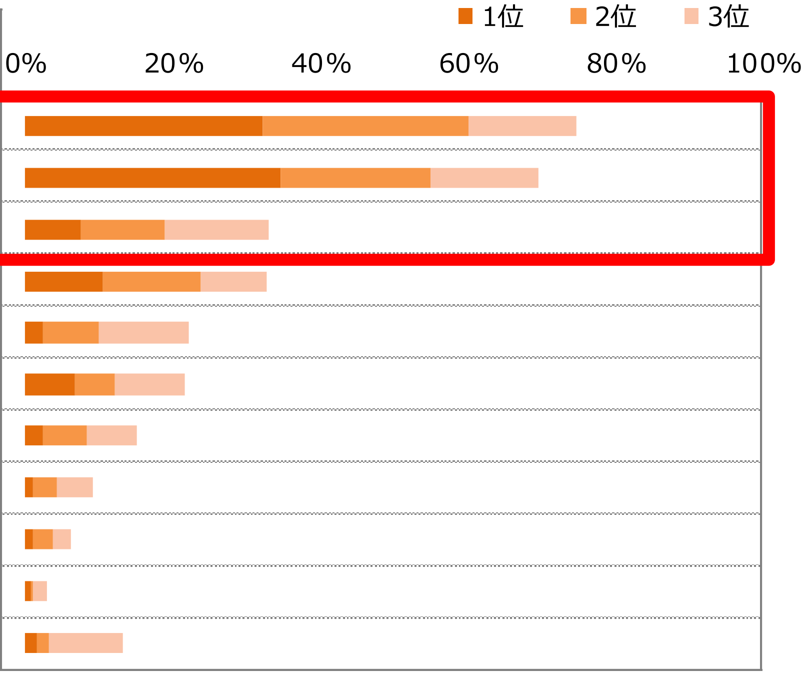
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A2.当該外国料理が好きな理由：日本料理が好きな理由は「健康に配慮」

「健康に配慮」が74.7%と最も高く、次いで「味の良さ」69.6%、「その国が好き」32.9%と続く。

日本料理が好きな理由（n=316）

	1位	2位	3位	1～3位合算
健康に配慮	32.3	27.8	14.6	74.7
味の良さ	34.5	20.6	14.6	69.6
その国が好き	7.6	11.4	13.9	32.9
洗練されている・高級感	10.4	13.3	8.9	32.6
経済的・リーズナブルな価格	2.2	7.6	12.3	22.2
身近にある	6.6	5.4	9.5	21.5
美容に配慮	2.2	6.0	7.0	15.2
流行している	0.9	3.2	5.1	9.2
安全性が高いから	0.9	2.8	2.2	6.0
宗教倫理に適合している	0.6	0.3	1.9	2.8
その他	1.6	1.6	10.1	13.3



参考：日本料理以外の外国料理の好きな理由

イタリア料理を好きな理由（n=387）→ 1位 味の良さ（81.9%）、2位 身近にある（67.4%）、3位 経済的・リーズナブルな価格（45.7%）

アメリカ料理を好きな理由（n=153）→ 1位 味の良さ（73.9%）、2位 経済的・リーズナブルな価格（65.4%）、3位 身近にある（49.7%）

中国料理を好きな理由（n=120）→1位 味の良さ（68.3%）、 2位 経済的・リーズナブルな価格（58.3%）、3位 健康に配慮（51.7%）

※ 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）。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved. 無断転載を禁じます

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は、「味が良い・味が好き・美味しい」などが挙げられた。

日本料理が好きな理由
味が良い・味が好き・美味しい
アラカルトか食べ放題の選択
エキゾチック
多様
店員の愛想が良い
バラエティ
フレッシュ
近所にある
健康的
心地良い感覚
鮮魚がとても好き
早い
通常と違う
良い料理
量が多い

中国料理が好きな理由
味が良い・味が好き・美味しい
エキゾチック
ハシで食べるのが好き
甘辛な味
興味深い文化

韓国料理が好きな理由
特徴的な味

中東・アラブ料理が好きな理由
味が良い・味が好き・美味しい
エキゾチック
伝統的
家庭的
健康的

アフリカ料理が好きな理由
伝統的

フランス料理が好きな理由
調理が簡単
スパイシーさ
美味しい

イタリア料理が好きな理由
味が良い・味が好き・美味しい
伝統的
パスタが好き
調理しやすい
友人と行くには良い

スペイン料理が好きな理由
海鮮が大好き
美味しい
多様
新しい味を知ること
調理のしやすさ

アメリカ料理が好きな理由
味が良い・美味しい
どこでも手に入る
ハンバーグが好き
早いし、安い
簡単に手に入る

メキシコ料理が好きな理由
味が良い・美味しい
エキゾチック
スパイシーさ
伝統的な雰囲気
濃い味、しっかりした味の料理

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

（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。サンパウロでは、イタリア料理や日本料理を好きな理由として「身近である」が多く挙げられている。これは、サンパウロは日系やイタリア系移民の歴史が長く、普段から日本食レストランやイタリアレストランに親しみがあるためと考えられる。

【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 ）

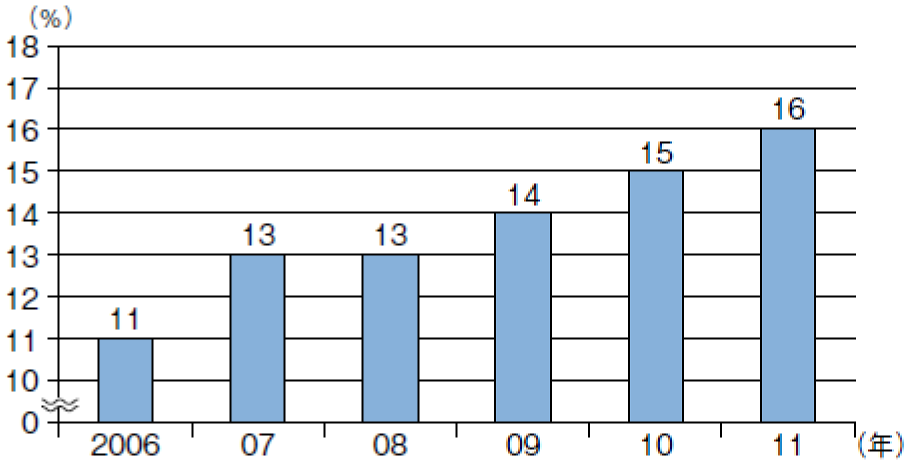
	モスクワ	サンパウロ	ドバイ	ジャカルタ	バンコク	ホーチミン
味の良さ	55.6	43.2	46.4	33.2	41.2	34.2
健康に配慮	9.2	12.6	13.4	16.6	23.2	15.0
美容に配慮	1.4	0.8	2.0	5.8	2.4	5.0
安全性が高いから	2.6	0.6	2.8	6.6	4.2	6.4
洗練されている・高級感	7.0	6.8	5.4	6.0	9.6	14.2
流行している	4.8	0.6	2.2	4.8	6.4	2.0
身近にある	3.0	21.6	13.6	6.2	3.6	8.8
経済的・リーズナブルな価格	4.4	6.2	4.2	6.0	2.8	3.6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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

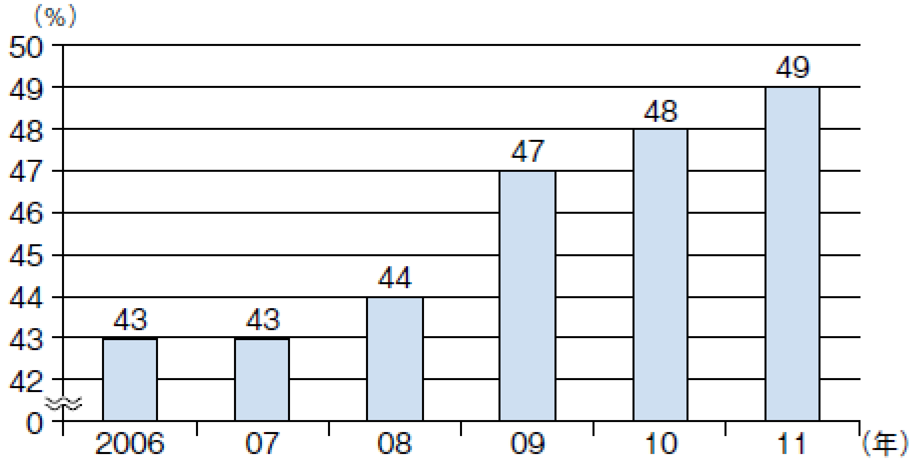
（参考）ブラジルの健康事情

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

【参考】ブラジルの肥満の割合



【参考】ブラジルの肥満予備軍の割合



注：BMI≧25：肥満予備軍。
BMIは、（体重（kg）÷（身長（m）×身長（m））で算出する数値。18歳以上の男女が対象。
出所：ブラジル保健省

「ジェトロセンサー」2013年11月号から抜粋

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

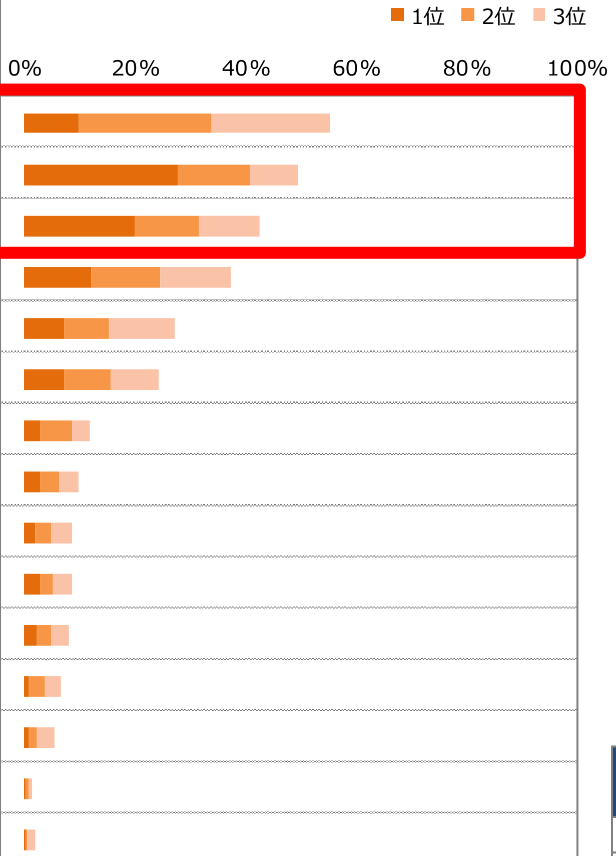
Q4.あなたは輸入食品の購入にあたってどのような情報源を重要視しますか。上位３つを選んでください。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A3.食品購入時重視点：「経済性、健康、味」の３要素を重視

「経済的・リーズナブルな価格」が55.6%と最も高く、次いで「健康に配慮」49.6%、「味の良さ」42.6%と続く。

	1位	2位	3位	1～3位合算
経済的・リーズナブルな価格	9.8	24.2	21.6	55.6
健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	27.8	13.2	8.6	49.6
味の良さ	20.0	11.6	11.0	42.6
料理に使いやすい	12.2	12.4	13.0	37.6
身近に手に入りやすい	7.4	8.0	11.8	27.2
ブランド	7.4	8.4	8.6	24.4
美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	3.0	5.6	3.4	12.0
安全性の高さ	3.0	3.4	3.4	9.8
洗練されている・高級感	2.0	3.0	3.8	8.8
料理の手間を省ける	2.8	2.4	3.6	8.8
産地・原産国	2.2	2.6	3.2	8.0
新奇性・珍しさ	0.8	3.0	3.0	6.8
見栄えやパッケージの美しさ	0.8	1.4	3.2	5.4
宗教倫理に適合しているか	0.4	0.6	0.4	1.4
その他	0.4	0.2	1.4	2.0



食品購入時に重視する点_その他
健康に良いか
味
気分
その時に食べたいかどうか
美味しい
揚げ物
習慣

※ 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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

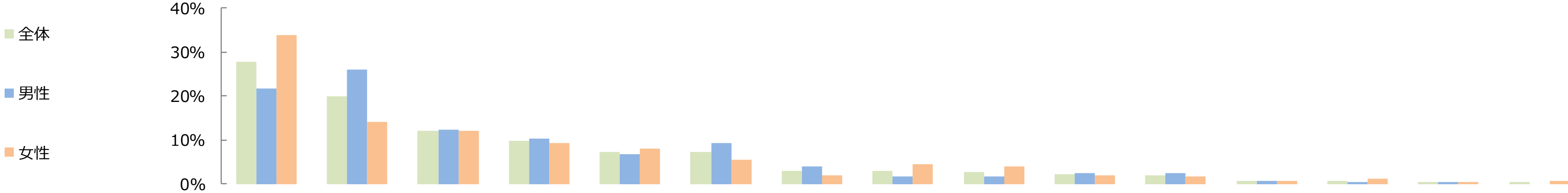
A3.食品購入時重視点（１位）：「健康に配慮」が最も多い

「健康に配慮」が27.8%と最も高く、次いで「味の良さ」20.0%、「料理に使いやすい」12.2%が続く。

全体傾向との比較

性別×世代別 ：男性10～20代は「味の良さ」の割合が10%以上高いが、男性20～30代と共に「健康に配慮」の重視度が低い。女性30～40代、女性40～50代は「健康に配慮」の割合が高いが、一方、「味の良さ」の重視度が低く、男性の30代以下の世代と反対の傾向が見られる。

✣ 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	健康に配慮（高い栄養価、低カロリーなど）	味の良さ	料理に使いやすい	経済的・リーズナブルな価格	ブランド	身近に手に入りやすい	安全性の高さ	美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	料理の手間を省ける	産地・原産国	洗練されている・高級感	見栄えやパッケージの美しさ	新奇性・珍しさ	宗教倫理に適合しているか	その他
	全体	500	27.8	20.0	12.2	9.8	7.4	7.4	3.0	3.0	2.8	2.2	2.0	0.8	0.8	0.4	0.4
性別	男性	250	21.6	26.0	12.4	10.4	6.8	9.2	4.0	1.6	1.6	2.4	2.4	0.8	0.4	0.4	-
	女性	250	34.0	14.0	12.0	9.2	8.0	5.6	2.0	4.4	4.0	2.0	1.6	0.8	1.2	0.4	0.8
年代	10代	60	11.7	40.0	6.7	8.3	5.0	5.0	5.0	5.0	1.7	3.3	5.0	1.7	1.7	-	-
	20代	130	13.1	24.6	13.8	13.1	12.3	9.2	3.1	1.5	1.5	0.8	3.1	0.8	1.5	0.8	0.8
	30代	130	33.8	17.7	14.6	8.5	3.1	8.5	1.5	1.5	3.1	5.4	0.8	0.8	0.8	-	-
	40代	120	36.7	12.5	11.7	8.3	8.3	5.8	5.0	5.0	4.2	-	0.8	0.8	-	0.8	-
	50代	60	45.0	10.0	10.0	10.0	6.7	6.7	-	3.3	3.3	1.7	1.7	-	-	-	1.7
世代	10～20代	190	12.6	29.5	11.6	11.6	10.0	7.9	3.7	2.6	1.6	1.6	3.7	1.1	1.6	0.5	0.5
	20～30代	260	23.5	21.2	14.2	10.8	7.7	8.8	2.3	1.5	2.3	3.1	1.9	0.8	1.2	0.4	0.4
	30～40代	250	35.2	15.2	13.2	8.4	5.6	7.2	3.2	3.2	3.6	2.8	0.8	0.8	0.4	0.4	-
	40～50代	180	39.4	11.7	11.1	8.9	7.8	6.1	3.3	4.4	3.9	0.6	1.1	0.6	-	0.6	0.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	7.4	35.8	10.5	12.6	9.5	10.5	4.2	1.1	1.1	1.1	4.2	1.1	1.1	-	-
	- 男性：20～30代	130	15.4	28.5	13.1	12.3	6.9	10.8	3.1	-	1.5	3.8	3.1	0.8	0.8	-	-
	- 男性：30～40代	125	27.2	21.6	13.6	8.0	4.8	8.8	4.8	1.6	2.4	4.0	1.6	0.8	-	0.8	-
	- 男性：40～50代	90	33.3	15.6	13.3	10.0	6.7	7.8	4.4	3.3	2.2	-	1.1	1.1	-	1.1	-
	- 女性：10～20代	95	17.9	23.2	12.6	10.5	10.5	5.3	3.2	4.2	2.1	2.1	3.2	1.1	2.1	1.1	1.1
	- 女性：20～30代	130	31.5	13.8	15.4	9.2	8.5	6.9	1.5	3.1	3.1	2.3	0.8	0.8	1.5	0.8	0.8
	- 女性：30～40代	125	43.2	8.8	12.8	8.8	6.4	5.6	1.6	4.8	4.8	1.6	-	0.8	0.8	-	-
	- 女性：40～50代	90	45.6	7.8	8.9	7.8	8.9	4.4	2.2	5.6	5.6	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

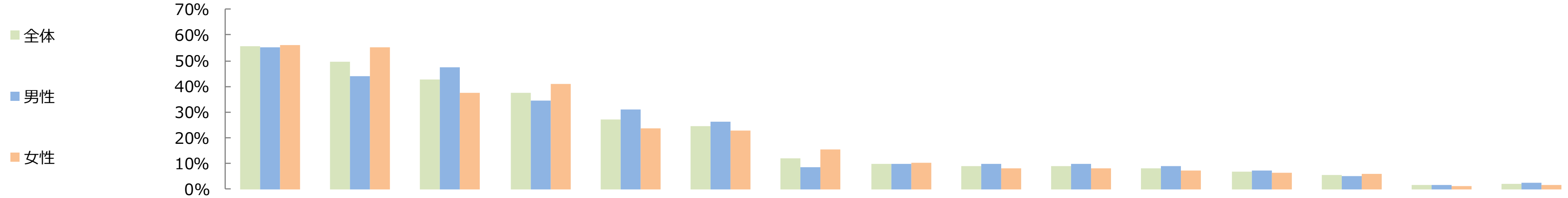
A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：「健康に配慮」を重視する女性が多い

「経済的・リーズナブルな価格」が55.6%と最も高く、次いで「健康に配慮」49.6%、「味の良さ」42.6%が続く。

全体傾向との比較

性別×世代別 ：男性10～20代は「味の良さ」「ブランド」の割合が10%以上高いが、「健康に配慮」の割合が10%以上低い。女性30～40代、女性40～50代は「健康に配慮」の割合が10%以上高いが、「味の良さ」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	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）	味の良さ	料理に使いやすい	身近に手に入りやすい	ブランド	美容に配慮（抗酸化作用、低カロリーなど）	安全性の高さ	洗練されている・高級感	料理の手間を省ける	産地・原産国	新奇性・珍しさ	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	その他
	全体	500	55.6	49.6	42.6	37.6	27.2	24.4	12.0	9.8	8.8	8.8	8.0	6.8	5.4	1.4	2.0
性別	男性	250	55.2	44.0	47.6	34.4	30.8	26.0	8.4	9.6	9.6	9.6	8.8	7.2	4.8	1.6	2.4
	女性	250	56.0	55.2	37.6	40.8	23.6	22.8	15.6	10.0	8.0	8.0	7.2	6.4	6.0	1.2	1.6
年代	10代	60	38.3	28.3	58.3	36.7	35.0	21.7	8.3	10.0	15.0	8.3	11.7	11.7	6.7	3.3	6.7
	20代	130	52.3	43.1	47.7	37.7	24.6	34.6	9.2	9.2	12.3	5.4	4.6	7.7	10.0	0.8	0.8
	30代	130	63.8	55.4	38.5	37.7	21.5	21.5	12.3	10.0	6.9	13.1	10.0	5.4	2.3	1.5	-
	40代	120	54.2	55.0	38.3	37.5	29.2	20.8	16.7	13.3	5.0	9.2	7.5	6.7	4.2	0.8	1.7
	50代	60	65.0	61.7	33.3	38.3	33.3	18.3	11.7	3.3	6.7	6.7	8.3	3.3	3.3	1.7	5.0
世代	10～20代	190	47.9	38.4	51.1	37.4	27.9	30.5	8.9	9.5	13.2	6.3	6.8	8.9	8.9	1.6	2.6
	20～30代	260	58.1	49.2	43.1	37.7	23.1	28.1	10.8	9.6	9.6	9.2	7.3	6.5	6.2	1.2	0.4
	30～40代	250	59.2	55.2	38.4	37.6	25.2	21.2	14.4	11.6	6.0	11.2	8.8	6.0	3.2	1.2	0.8
	40～50代	180	57.8	57.2	36.7	37.8	30.6	20.0	15.0	10.0	5.6	8.3	7.8	5.6	3.9	1.1	2.8
性別×世代	- 男性：10～20代	95	47.4	29.5	52.6	34.7	32.6	35.8	8.4	8.4	13.7	6.3	6.3	9.5	9.5	2.1	3.2
	- 男性：20～30代	130	58.5	41.5	47.7	33.1	26.9	31.5	6.9	9.2	12.3	10.0	6.9	7.7	6.9	0.8	-
	- 男性：30～40代	125	60.0	49.6	44.8	34.4	26.4	20.8	8.0	12.0	8.0	12.8	11.2	7.2	2.4	1.6	0.8
	- 男性：40～50代	90	60.0	52.2	41.1	35.6	36.7	17.8	11.1	10.0	4.4	10.0	8.9	5.6	2.2	1.1	3.3
	- 女性：10～20代	95	48.4	47.4	49.5	40.0	23.2	25.3	9.5	10.5	12.6	6.3	7.4	8.4	8.4	1.1	2.1
	- 女性：20～30代	130	57.7	56.9	38.5	42.3	19.2	24.6	14.6	10.0	6.9	8.5	7.7	5.4	5.4	1.5	0.8
	- 女性：30～40代	125	58.4	60.8	32.0	40.8	24.0	21.6	20.8	11.2	4.0	9.6	6.4	4.8	4.0	0.8	0.8
	- 女性：40～50代	90	55.6	62.2	32.2	40.0	24.4	22.2	18.9	10.0	6.7	6.7	6.7	5.6	5.6	1.1	2.2

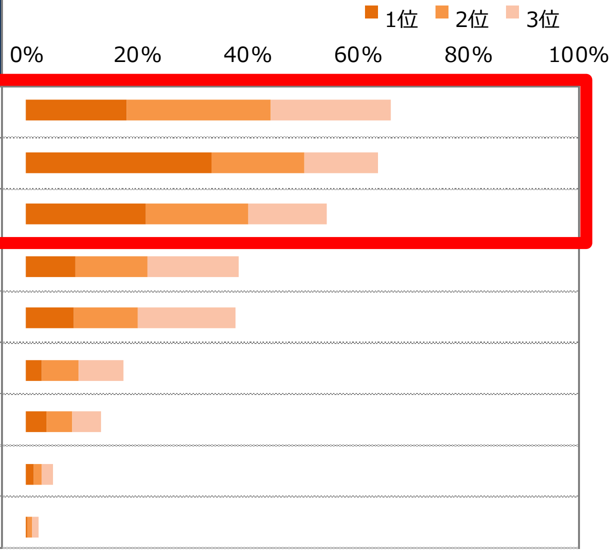
全体傾向より10%以上高い　全体傾向より5%以上高い　全体傾向より10%以上低い

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A4.輸入食品購入時重視情報：「友人・知人から、ブランド、リピート」の３要素を重視

「友人、知人のすすめ」が66.2%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」64.0%、「過去に自分で食べたことがある」54.6%が続く。

	1位	2位	3位	1～3位合算
友人、知人のすすめ	18.2	26.2	21.8	66.2
信頼できるブランド・メーカーの商品	33.6	17.0	13.4	64.0
過去に自分で食べたことがある（リピート）	21.8	18.6	14.2	54.6
店頭でのプロモーション（店員による商品説明、試食、試用）	9.0	13.0	16.6	38.6
広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告、映画など）	8.8	11.6	17.6	38.0
インターネットのクチコミサイト、ブログ、ＳＮＳ	3.0	6.6	8.2	17.8
メーカーなどのホームページ	3.8	4.6	5.2	13.6
マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ	1.4	1.6	2.0	5.0
宗教指導者のすすめ	0.4	0.8	1.0	2.2



※ 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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「ブランド」を重視するのは男性30～40代

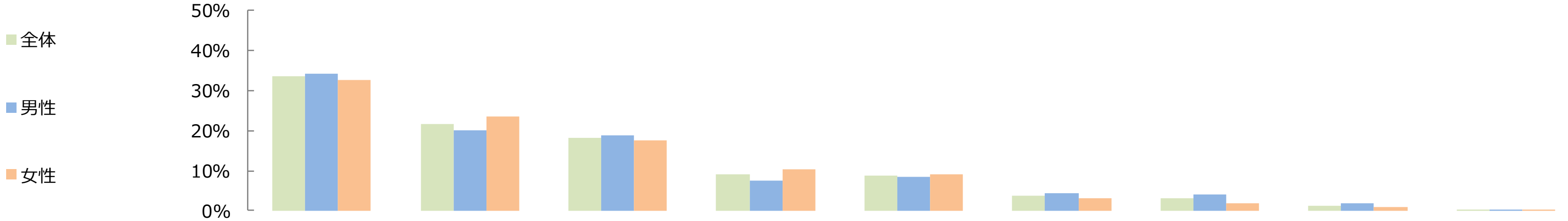
「信頼できるブランド・メーカーの商品」が33.6%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」21.8%、「友人、知人のすすめ」18.2%が続く。

全体傾向との比較

年代別　：10代は「過去に自分で食べたことがある」「友人、知人のすすめ」の割合が5%以上高いが、「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が10%以上低い。

性別×世代別：男性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

✣ Q4-1.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	店頭でのプロモーション（店員による商品説明、試食、試用）	広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告、映画など）	メーカーなどのホームページ	インターネットのクチコミサイト、ブログ、ＳＮＳ	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	33.6	21.8	18.2	9.0	8.8	3.8	3.0	1.4	0.4
性別	男性	250	34.4	20.0	18.8	7.6	8.4	4.4	4.0	2.0	0.4
	女性	250	32.8	23.6	17.6	10.4	9.2	3.2	2.0	0.8	0.4
年代	10代	60	20.0	28.3	26.7	6.7	11.7	1.7	1.7	3.3	-
	20代	130	28.5	20.8	14.6	10.8	10.0	6.9	3.8	3.1	1.5
	30代	130	40.8	22.3	16.9	8.5	6.2	3.1	1.5	0.8	-
	40代	120	39.2	18.3	18.3	8.3	10.0	1.7	4.2	-	-
	50代	60	31.7	23.3	20.0	10.0	6.7	5.0	3.3	-	-
世代	10～20代	190	25.8	23.2	18.4	9.5	10.5	5.3	3.2	3.2	1.1
	20～30代	260	34.6	21.5	15.8	9.6	8.1	5.0	2.7	1.9	0.8
	30～40代	250	40.0	20.4	17.6	8.4	8.0	2.4	2.8	0.4	-
	40～50代	180	36.7	20.0	18.9	8.9	8.9	2.8	3.9	-	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	23.2	23.2	21.1	9.5	8.4	6.3	3.2	4.2	1.1
	- 男性：20～30代	130	36.9	17.7	17.7	8.5	6.9	4.6	3.8	3.1	0.8
	- 男性：30～40代	125	41.6	17.6	18.4	5.6	9.6	2.4	4.0	0.8	-
	- 男性：40～50代	90	36.7	20.0	16.7	6.7	10.0	4.4	5.6	-	-
	- 女性：10～20代	95	28.4	23.2	15.8	9.5	12.6	4.2	3.2	2.1	1.1
	- 女性：20～30代	130	32.3	25.4	13.8	10.8	9.2	5.4	1.5	0.8	0.8
	- 女性：30～40代	125	38.4	23.2	16.8	11.2	6.4	2.4	1.6	-	-
	- 女性：40～50代	90	36.7	20.0	21.1	11.1	7.8	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

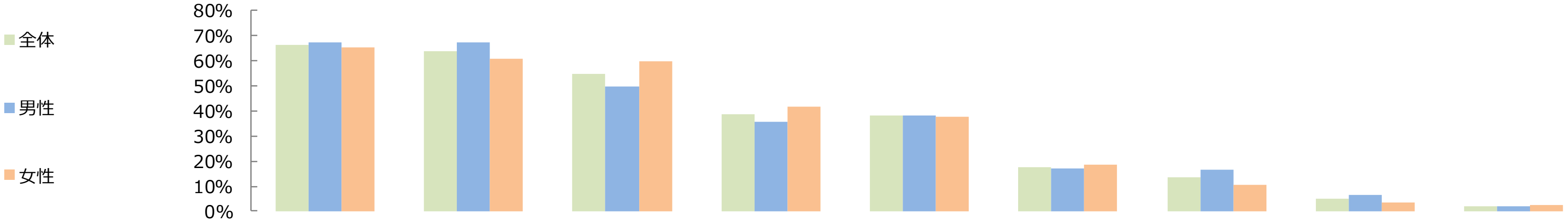
A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「友人、知人のすすめ」男性40～50代に多い

「友人、知人のすすめ」が66.2%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」64.0%、「過去に自分で食べたことがある」54.6%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%以上高い。
性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代、女性30～40代、女性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.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	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）	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	66.2	64.0	54.6	38.6	38.0	17.8	13.6	5.0	2.2
性別	男性	250	67.2	67.2	49.6	35.6	38.4	17.2	16.4	6.4	2.0
	女性	250	65.2	60.8	59.6	41.6	37.6	18.4	10.8	3.6	2.4
年代	10代	60	68.3	53.3	66.7	40.0	35.0	10.0	8.3	11.7	6.7
	20代	130	59.2	53.1	48.5	42.3	51.5	19.2	13.8	8.5	3.8
	30代	130	66.9	71.5	55.4	36.2	30.8	22.3	11.5	3.8	1.5
	40代	120	65.0	70.8	52.5	36.7	39.2	17.5	17.5	0.8	-
	50代	60	80.0	68.3	58.3	38.3	25.0	13.3	15.0	1.7	-
世代	10～20代	190	62.1	53.2	54.2	41.6	46.3	16.3	12.1	9.5	4.7
	20～30代	260	63.1	62.3	51.9	39.2	41.2	20.8	12.7	6.2	2.7
	30～40代	250	66.0	71.2	54.0	36.4	34.8	20.0	14.4	2.4	0.8
	40～50代	180	70.0	70.0	54.4	37.2	34.4	16.1	16.7	1.1	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	63.2	57.9	48.4	40.0	45.3	15.8	13.7	10.5	5.3
	- 男性：20～30代	130	63.1	70.0	44.6	34.6	41.5	21.5	13.8	8.5	2.3
	- 男性：30～40代	125	66.4	71.2	49.6	32.8	38.4	19.2	18.4	4.0	-
	- 男性：40～50代	90	74.4	67.8	51.1	32.2	35.6	15.6	22.2	1.1	-
	- 女性：10～20代	95	61.1	48.4	60.0	43.2	47.4	16.8	10.5	8.4	4.2
	- 女性：20～30代	130	63.1	54.6	59.2	43.8	40.8	20.0	11.5	3.8	3.1
	- 女性：30～40代	125	65.6	71.2	58.4	40.0	31.2	20.8	10.4	0.8	1.6
	- 女性：40～50代	90	65.6	72.2	57.8	42.2	33.3	16.7	11.1	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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すか。

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。

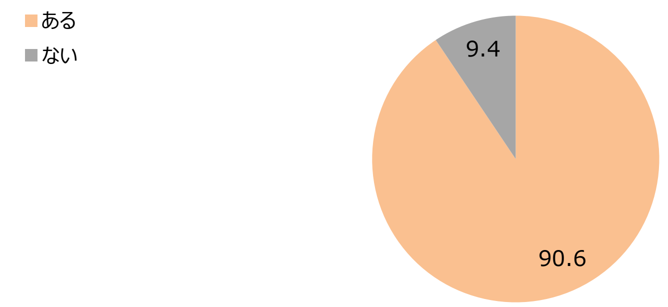
Q8.あなたが、今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたいと思わない理由、
あるいは日本料理店に行きたいと思わない理由をお答えください。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

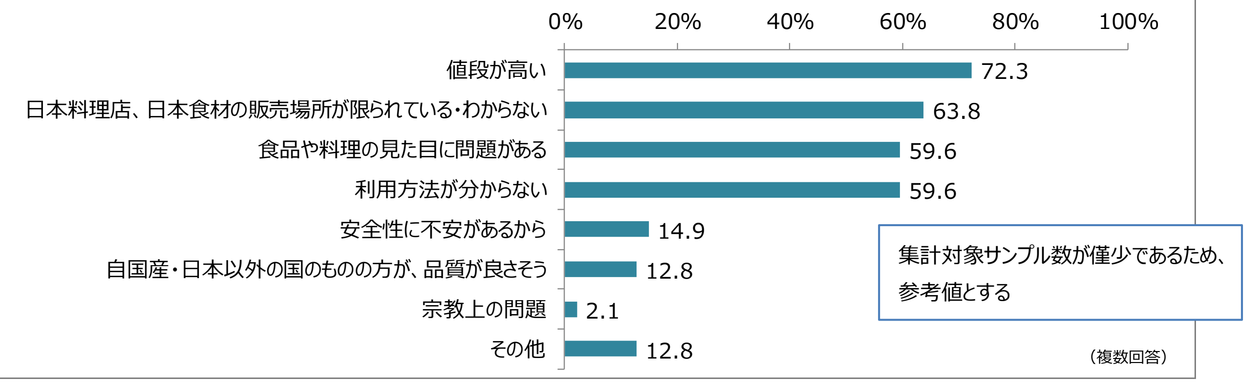
A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：9割が購入・利用経験あり

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=47）**



※ 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。

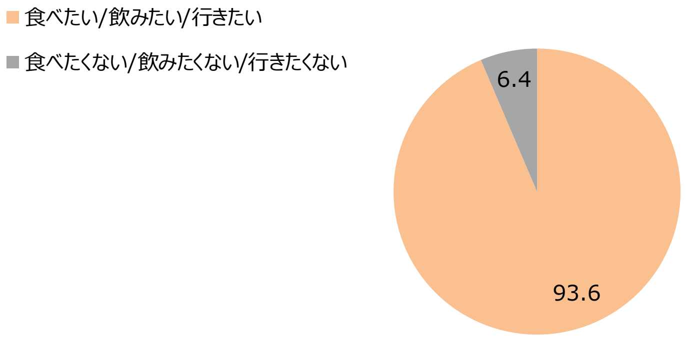
過去に日本食品を購入・日本料理店を利用したことがない理由_その他
味が好みでない
行く相手が居ない

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

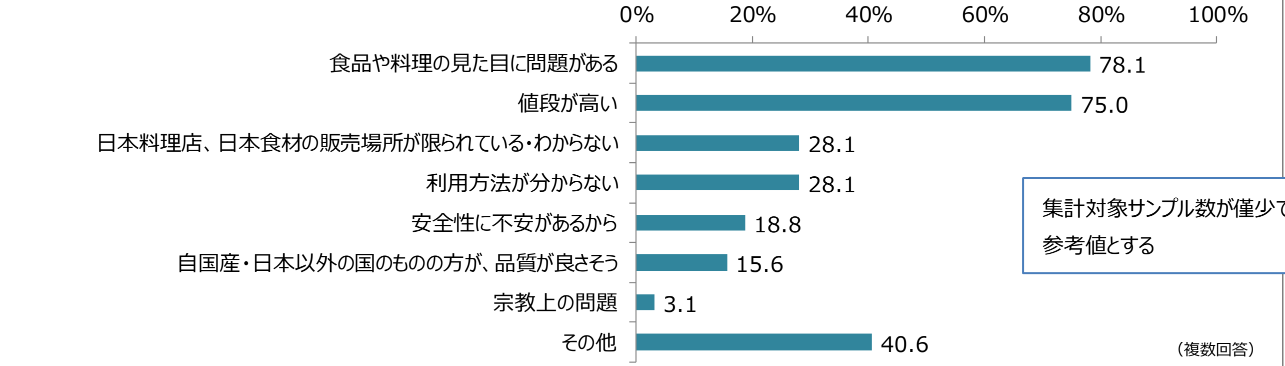
A6&A8.現在および今後の日本食品購入・日本料理店利用意向：今後の摂取・利用意向旺盛

9割が、「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すか（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=32）**



今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由_その他
魚介が嫌い・魚介を食べない
好きな和食料理が少ない
香りと見た目
試した殆どの和食レストランの食べ物は気に入らなかった
食欲がそそられない
味が好みではない
面白みが無い

※ 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。

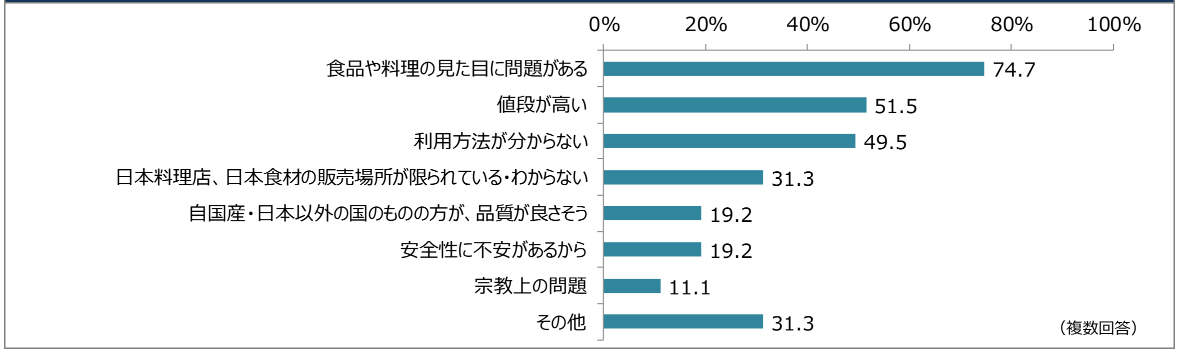
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

【参考】日本食品購入・日本料理店利用意向：7割が見た目を問題視

スクリーニングアウトした回答者の74.7%が、過去に日本食品の購入・日本料理店の利用経験がない理由として「食品や料理の見た目に問題がある」と回答した。また、今後の日本食品購入・日本料理店利用意向がない理由として、75.8%が「食品や料理の見た目に問題がある」と回答した。

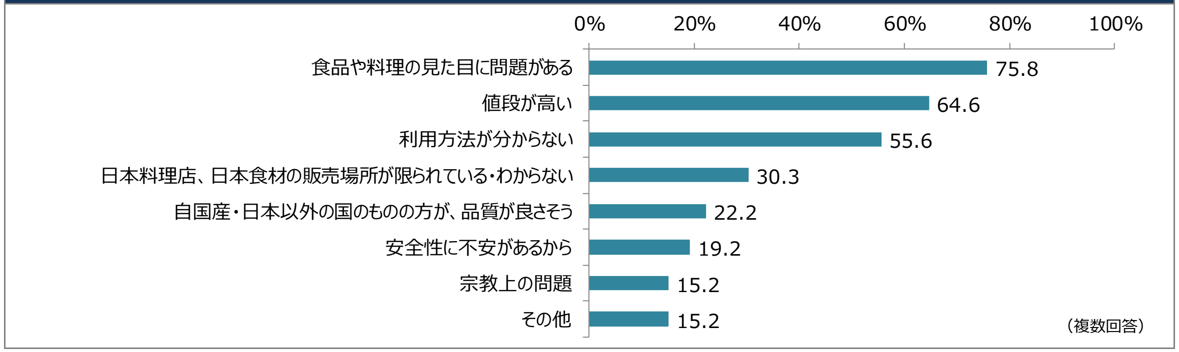
【参考-A7】

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=99）



【参考-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=99）



※　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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

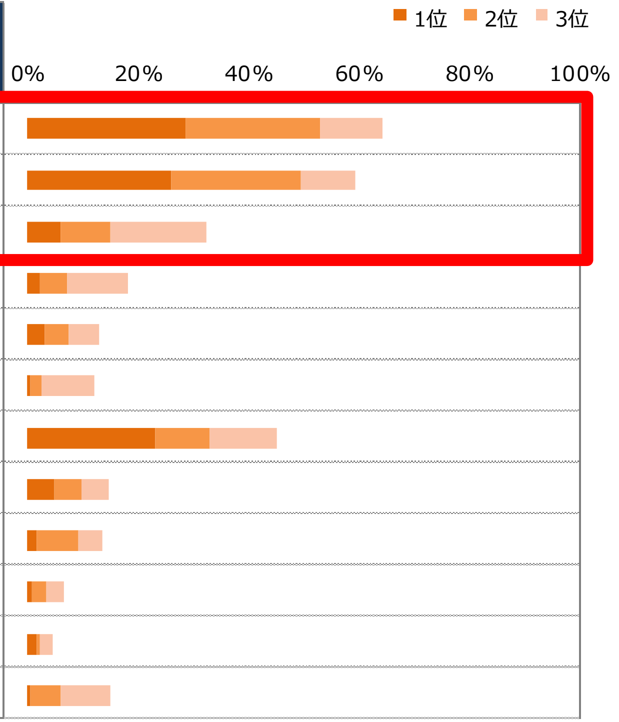
Q11.日本産食品・食材を購入する際に感じる問題点（改善して欲しい点）や日本産食品を買わない理由はありますか。
上位3つを選んでください。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A9.日本料理のイメージ：「健康に良い・美味しい」のイメージが強い

「健康に良い」が64.6%と最も高く、次いで「美味しい」59.6%が続く。

	1位	2位	3位	1～3位 合算
健康に良い	28.8	24.4	11.4	64.6
美味しい	26.0	23.8	9.8	59.6
おしゃれ	6.0	9.2	17.2	32.4
安全	2.4	5.0	10.8	18.2
高級感がある	3.2	4.4	5.6	13.2
その他の良いイメージ	0.6	2.0	9.6	12.2
価格が高い	23.2	9.8	12.2	45.2
まずい	4.8	5.0	5.0	14.8
安全でない	1.8	7.6	4.2	13.6
おしゃれでない	1.0	2.6	3.0	6.6
健康に悪い	1.6	0.8	2.2	4.6
その他の悪いイメージ	0.6	5.4	9.0	13.4



※ 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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

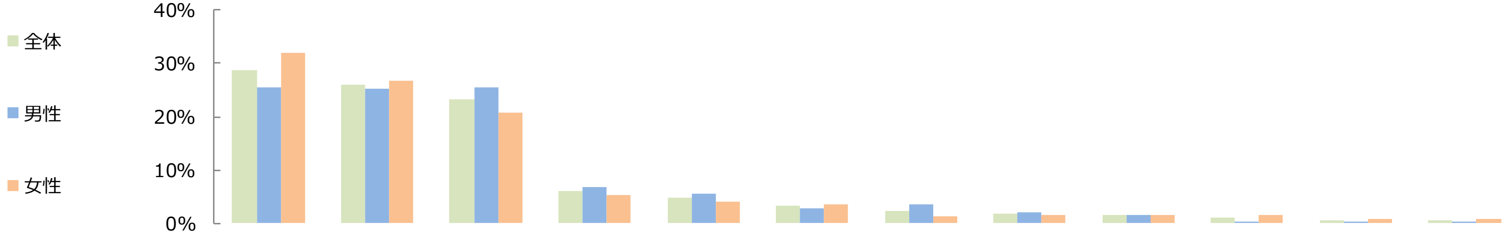
A9.日本料理のイメージ（１位）：「健康に良い」「美味しい」「価格が高い」の3つが突出

「健康に良い」が28.8%と最も高く、次いで「美味しい」26.0%、「価格が高い」23.2%と続く。

全体傾向との比較

年代別　　　：50代は「価格が高い」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：男性40～50代は「価格が高い」の割合が10%以上高い。男性10～20代は「健康に良い」の割合が10%以上低い。

✣ 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	健康に良い	美味しい	価格が高い	おしゃれ	まずい	高級感がある	安全	安全でない	健康に悪い	おしゃれでない	その他の良いイメージ	その他の悪いイメージ
	全体	500	28.8	26.0	23.2	6.0	4.8	3.2	2.4	1.8	1.6	1.0	0.6	0.6
性別	男性	250	25.6	25.2	25.6	6.8	5.6	2.8	3.6	2.0	1.6	0.4	0.4	0.4
	女性	250	32.0	26.8	20.8	5.2	4.0	3.6	1.2	1.6	1.6	1.6	0.8	0.8
年代	10代	60	30.0	30.0	13.3	6.7	6.7	8.3	3.3	1.7	-	-	-	-
	20代	130	20.0	32.3	19.2	9.2	6.2	3.8	2.3	0.8	3.8	-	1.5	0.8
	30代	130	33.8	26.2	22.3	3.8	5.4	1.5	3.1	1.5	1.5	0.8	-	-
	40代	120	30.0	22.5	28.3	5.0	2.5	1.7	0.8	3.3	0.8	3.3	0.8	0.8
	50代	60	33.3	15.0	33.3	5.0	3.3	3.3	3.3	1.7	-	-	-	1.7
世代	10～20代	190	23.2	31.6	17.4	8.4	6.3	5.3	2.6	1.1	2.6	-	1.1	0.5
	20～30代	260	26.9	29.2	20.8	6.5	5.8	2.7	2.7	1.2	2.7	0.4	0.8	0.4
	30～40代	250	32.0	24.4	25.2	4.4	4.0	1.6	2.0	2.4	1.2	2.0	0.4	0.4
	40～50代	180	31.1	20.0	30.0	5.0	2.8	2.2	1.7	2.8	0.6	2.2	0.6	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	16.8	31.6	16.8	11.6	8.4	4.2	5.3	1.1	3.2	-	1.1	-
	- 男性：20～30代	130	22.3	30.0	20.0	7.7	7.7	2.3	3.8	2.3	3.1	-	0.8	-
	- 男性：30～40代	125	28.0	22.4	32.0	4.8	4.0	2.4	1.6	3.2	0.8	0.8	-	-
	- 男性：40～50代	90	28.9	17.8	37.8	4.4	3.3	1.1	2.2	2.2	-	1.1	-	1.1
	- 女性：10～20代	95	29.5	31.6	17.9	5.3	4.2	6.3	-	1.1	2.1	-	1.1	1.1
	- 女性：20～30代	130	31.5	28.5	21.5	5.4	3.8	3.1	1.5	-	2.3	0.8	0.8	0.8
	- 女性：30～40代	125	36.0	26.4	18.4	4.0	4.0	0.8	2.4	1.6	1.6	3.2	0.8	0.8
	- 女性：40～50代	90	33.3	22.2	22.2	5.6	2.2	3.3	1.1	3.3	1.1	3.3	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

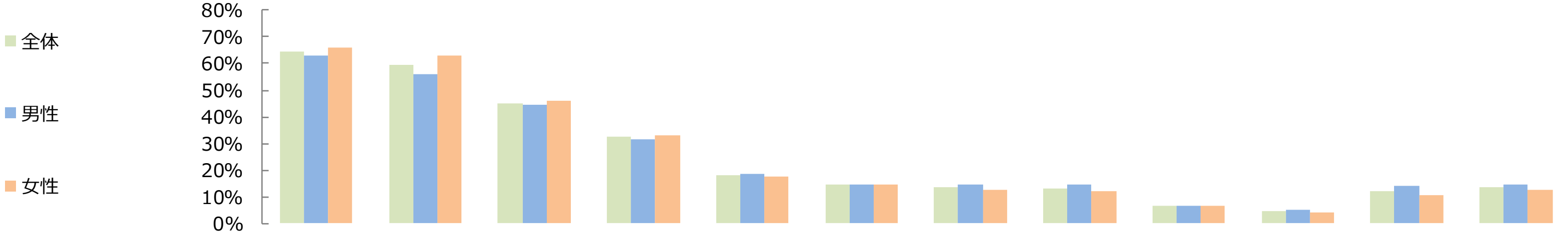
A9.日本料理のイメージ（1～3位合算）：最も強いイメージは「健康に良い」

「健康に良い」が64.6%と最も高く、次いで「美味しい」59.6%、「価格が高い」45.2%が続く。

全体傾向との比較

年代別　　　：10代は「健康に良い」「高級感がある」の割合が10%以上高い。
性別×世代別：女性10～20代、女性20～30代は「美味しい」の割合が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	健康に良い	美味しい	価格が高い	おしゃれ	安全	まずい	安全でない	高級感がある	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	64.6	59.6	45.2	32.4	18.2	14.8	13.6	13.2	6.6	4.6	12.2	13.4
性別	男性	250	63.2	56.0	44.4	31.6	18.8	14.8	14.8	14.4	6.8	5.2	14.0	14.4
	女性	250	66.0	63.2	46.0	33.2	17.6	14.8	12.4	12.0	6.4	4.0	10.4	12.4
年代	10代	60	75.0	60.0	43.3	41.7	13.3	11.7	10.0	28.3	3.3	1.7	5.0	6.7
	20代	130	63.8	62.3	44.6	34.6	14.6	17.7	12.3	16.2	5.4	6.2	13.8	6.9
	30代	130	68.5	65.4	43.1	35.4	19.2	10.8	13.1	10.0	5.4	3.8	10.0	15.4
	40代	120	59.2	52.5	46.7	24.2	19.2	16.7	15.8	6.7	10.8	6.7	18.3	20.8
	50代	60	58.3	55.0	50.0	28.3	26.7	16.7	16.7	11.7	6.7	1.7	8.3	15.0
世代	10～20代	190	67.4	61.6	44.2	36.8	14.2	15.8	11.6	20.0	4.7	4.7	11.1	6.8
	20～30代	260	66.2	63.8	43.8	35.0	16.9	14.2	12.7	13.1	5.4	5.0	11.9	11.2
	30～40代	250	64.0	59.2	44.8	30.0	19.2	13.6	14.4	8.4	8.0	5.2	14.0	18.0
	40～50代	180	58.9	53.3	47.8	25.6	21.7	16.7	16.1	8.3	9.4	5.0	15.0	18.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	66.3	55.8	40.0	40.0	17.9	17.9	12.6	18.9	6.3	6.3	14.7	3.2
	- 男性：20～30代	130	63.8	61.5	40.8	32.3	20.0	15.4	13.8	13.1	6.9	6.2	16.2	10.0
	- 男性：30～40代	125	60.0	55.2	47.2	28.0	16.8	12.8	15.2	12.8	8.0	5.6	15.2	21.6
	- 男性：40～50代	90	56.7	47.8	54.4	23.3	17.8	16.7	18.9	7.8	8.9	4.4	13.3	25.6
	- 女性：10～20代	95	68.4	67.4	48.4	33.7	10.5	13.7	10.5	21.1	3.2	3.2	7.4	10.5
	- 女性：20～30代	130	68.5	66.2	46.9	37.7	13.8	13.1	11.5	13.1	3.8	3.8	7.7	12.3
	- 女性：30～40代	125	68.0	63.2	42.4	32.0	21.6	14.4	13.6	4.0	8.0	4.8	12.8	14.4
	- 女性：40～50代	90	61.1	58.9	41.1	27.8	25.6	16.7	13.3	8.9	10.0	5.6	16.7	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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は、見た目やプレゼンテーション、色の鮮やかさなどが挙げられた。
日本料理の悪いイメージは、入手のむずかしさや衛生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
おしゃれな料理
見た目が良い
プレゼンテーションが良い
魅力的なビジュアル
魅力的なプレゼンテーション
料理自体ののプレゼンテーションに食欲がそそられる
綺麗でカラフル
香りと味が良い
色が鮮やか
興味深い独特性
健康に良い
健康的で新鮮な料理
友達と一緒に食べたい
精緻な料理
料理が繊細
心地よい雰囲気
太らない
手軽で、簡単
珍しいイメージ
価格がちょうど良い

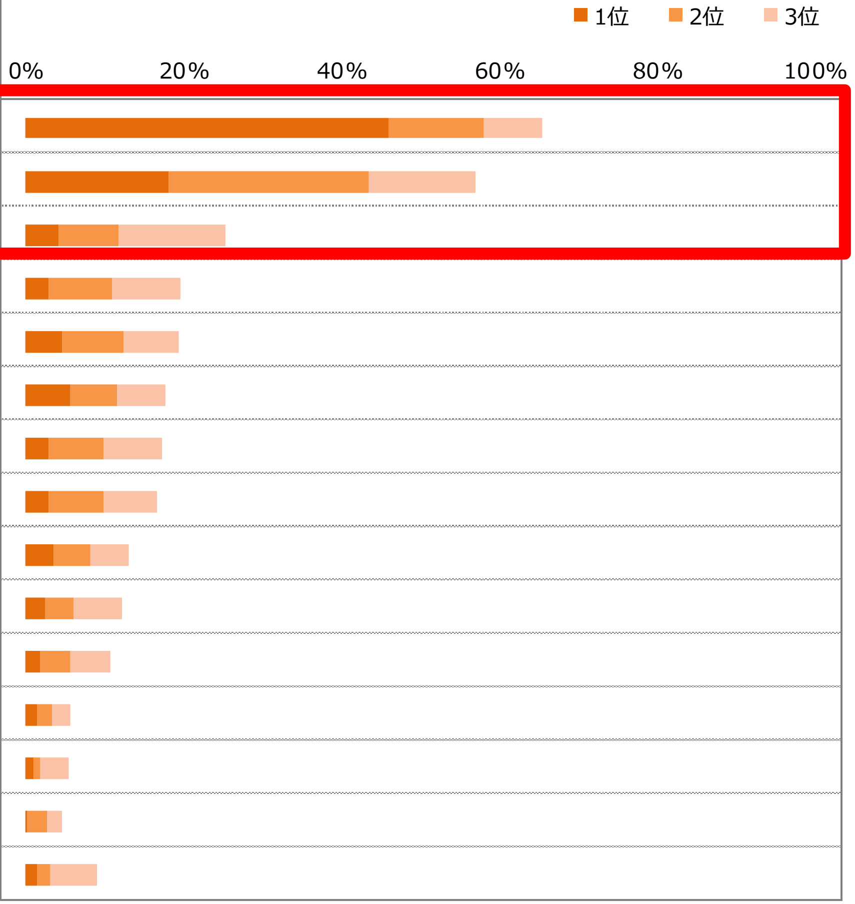
日本料理のイメージ_その他の悪いイメージ
ここには食べられる場所が見つからない
どこでも手に入るものでは無い
入手可能かどうかわからない
手に入りにくい
不衛生
衛生基準に慣れてない人たちが扱っている事
不衛生な場所がある
魚は健康的では無いと言われてる
傷んでいる
商品は簡単に痛む
バラエティが少ない
箸を使って食べられない
美的感覚が合わない
たまに場所が汚い
何を食べているか解り難い
匂い
生
生な料理
説明がない
商品説明が足りない

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A10.好きな日本料理：「寿司・刺身」「天ぷら」が共に多い

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が65.6%と最も高く、次いで「天ぷら」57.2%、「とんかつ」25.4%と続く。

	1位	2位	3位	1～3位合算
寿司・刺身（ロール寿司含む）	46.2	12.0	7.4	65.6
天ぷら	18.2	25.4	13.6	57.2
とんかつ	4.2	7.6	13.6	25.4
すき焼き	3.0	8.0	8.6	19.6
そば	4.6	7.8	7.0	19.4
ラーメン	5.6	6.0	6.2	17.8
カレーライス	3.0	7.0	7.4	17.4
牛丼	3.0	7.0	6.8	16.8
焼き鳥	3.6	4.6	5.0	13.2
たこ焼き	2.6	3.6	6.0	12.2
うどん	2.0	3.8	5.0	10.8
お好み焼き	1.4	2.0	2.2	5.6
おでん（関東煮）	1.0	0.8	3.6	5.4
しゃぶしゃぶ	0.2	2.6	1.8	4.6
その他	1.4	1.8	5.8	7.6



※ 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	
ご飯	サーモンステーキ
焼きそば	春巻き
寿司	酢の物
手巻き	鉄板と春巻き
すき焼き	しめじ

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

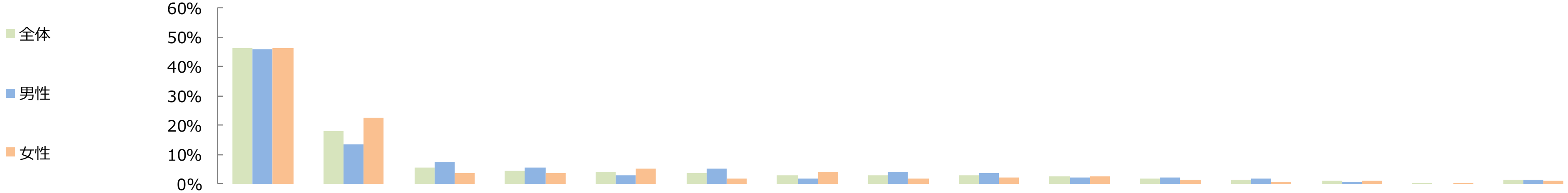
A10.好きな日本料理（１位）：「寿司・刺身」が最も多く、突出している

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が46.2%と最も高く、次いで「天ぷら」18.2%、「ラーメン」5.6%と続く。

全体傾向との比較

性別×世代別 ：男性30～40代、女性30～40代は「寿司・刺身」の割合が5%以上高い。
女性40～50代は「天ぷら」の割合が5%以上高い。
男性10～20代は「寿司・刺身」「天ぷら」の割合が10%以上低い。

✣ 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）	天ぷら	ラーメン	そば	とんかつ	焼き鳥	カレーライス	牛丼	すき焼き	たこ焼き	うどん	お好み焼き	おでん（関東煮）	しゃぶしゃぶ	その他
	全体	500	46.2	18.2	5.6	4.6	4.2	3.6	3.0	3.0	3.0	2.6	2.0	1.4	1.0	0.2	1.4
性別	男性	250	46.0	13.6	7.6	5.6	3.2	5.2	2.0	4.0	3.6	2.4	2.4	2.0	0.8	-	1.6
	女性	250	46.4	22.8	3.6	3.6	5.2	2.0	4.0	2.0	2.4	2.8	1.6	0.8	1.2	0.4	1.2
年代	10代	60	35.0	10.0	10.0	8.3	8.3	8.3	6.7	5.0	3.3	5.0	-	-	-	-	-
	20代	130	40.8	14.6	11.5	4.6	6.2	3.1	0.8	3.8	3.8	3.1	3.8	2.3	0.8	-	0.8
	30代	130	55.4	21.5	2.3	2.3	2.3	2.3	3.1	3.1	2.3	1.5	1.5	0.8	-	-	1.5
	40代	120	47.5	19.2	3.3	6.7	3.3	3.3	3.3	1.7	0.8	3.3	1.7	1.7	0.8	-	3.3
	50代	60	46.7	25.0	-	1.7	1.7	3.3	3.3	1.7	6.7	-	1.7	1.7	5.0	1.7	-
世代	10～20代	190	38.9	13.2	11.1	5.8	6.8	4.7	2.6	4.2	3.7	3.7	2.6	1.6	0.5	-	0.5
	20～30代	260	48.1	18.1	6.9	3.5	4.2	2.7	1.9	3.5	3.1	2.3	2.7	1.5	0.4	-	1.2
	30～40代	250	51.6	20.4	2.8	4.4	2.8	2.8	3.2	2.4	1.6	2.4	1.6	1.2	0.4	-	2.4
	40～50代	180	47.2	21.1	2.2	5.0	2.8	3.3	3.3	1.7	2.8	2.2	1.7	1.7	2.2	0.6	2.2
性別×世代	- 男性：10～20代	95	35.8	6.3	14.7	9.5	6.3	6.3	2.1	5.3	4.2	4.2	3.2	1.1	-	-	1.1
	- 男性：20～30代	130	45.4	14.6	9.2	4.6	3.1	3.8	0.8	3.8	3.8	3.8	3.1	1.5	-	-	2.3
	- 男性：30～40代	125	51.2	19.2	4.0	3.2	1.6	4.8	2.4	3.2	2.4	1.6	1.6	2.4	-	-	2.4
	- 男性：40～50代	90	51.1	15.6	2.2	5.6	1.1	5.6	2.2	3.3	3.3	1.1	2.2	3.3	2.2	-	1.1
	- 女性：10～20代	95	42.1	20.0	7.4	2.1	7.4	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	2.1	2.1	1.1	-	-
	- 女性：20～30代	130	50.8	21.5	4.6	2.3	5.4	1.5	3.1	3.1	2.3	0.8	2.3	1.5	0.8	-	-
	- 女性：30～40代	125	52.0	21.6	1.6	5.6	4.0	0.8	4.0	1.6	0.8	3.2	1.6	-	0.8	-	2.4
	- 女性：40～50代	90	43.3	26.7	2.2	4.4	4.4	1.1	4.4	-	2.2	3.3	1.1	-	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「寿司・刺身」「天ぷら」が人気

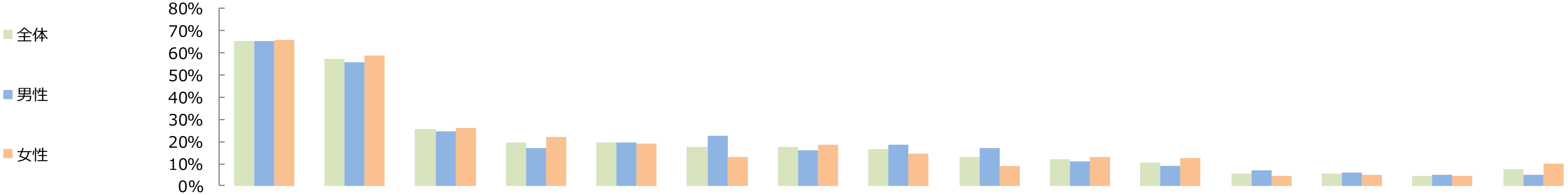
「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が65.6%と最も高く、次いで「天ぷら」57.2%、「とんかつ」25.4%と続く。

全体傾向との比較

年代別　：10代は「カレーライス」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%以上高いが、女性10～20代と共に「天ぷら」の割合が10%以上低い。男性は30代以上の世代で「寿司・刺身」「天ぷら」、女性は30代以上の世代で「天ぷら」の割合が高い。

✣ 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）	天ぷら	とんかつ	すき焼き	そば	ラーメン	カレーライス	牛丼	焼き鳥	たこ焼き	うどん	お好み焼き	おでん（関東煮）	しゃぶしゃぶ	その他
	全体	500	65.6	57.2	25.4	19.6	19.4	17.8	17.4	16.8	13.2	12.2	10.8	5.6	5.4	4.6	7.6
性別	男性	250	65.2	55.6	24.8	17.2	19.6	22.4	16.0	18.8	17.2	11.2	9.2	6.8	6.0	4.8	5.2
	女性	250	66.0	58.8	26.0	22.0	19.2	13.2	18.8	14.8	9.2	13.2	12.4	4.4	4.8	4.4	10.0
年代	10代	60	61.7	31.7	31.7	15.0	26.7	26.7	31.7	18.3	20.0	11.7	5.0	3.3	3.3	8.3	5.0
	20代	130	53.1	47.7	23.8	20.0	19.2	29.2	17.7	23.8	10.0	13.1	13.8	9.2	5.4	5.4	6.9
	30代	130	73.1	64.6	24.6	18.5	16.2	12.3	14.6	12.3	15.4	16.9	10.0	3.8	4.6	4.6	7.7
	40代	120	68.3	69.2	27.5	15.8	19.2	10.0	15.8	14.2	11.7	11.7	12.5	4.2	4.2	-	12.5
	50代	60	75.0	63.3	20.0	33.3	20.0	11.7	11.7	15.0	11.7	1.7	8.3	6.7	11.7	8.3	1.7
世代	10～20代	190	55.8	42.6	26.3	18.4	21.6	28.4	22.1	22.1	13.2	12.6	11.1	7.4	4.7	6.3	6.3
	20～30代	260	63.1	56.2	24.2	19.2	17.7	20.8	16.2	18.1	12.7	15.0	11.9	6.5	5.0	5.0	7.3
	30～40代	250	70.8	66.8	26.0	17.2	17.6	11.2	15.2	13.2	13.6	14.4	11.2	4.0	4.4	2.4	10.0
	40～50代	180	70.6	67.2	25.0	21.7	19.4	10.6	14.4	14.4	11.7	8.3	11.1	5.0	6.7	2.8	8.9
性別×世代	- 男性：10～20代	95	53.7	41.1	23.2	18.9	23.2	35.8	18.9	20.0	18.9	14.7	8.4	6.3	5.3	7.4	4.2
	- 男性：20～30代	130	60.8	56.2	23.8	17.7	20.0	23.8	13.1	20.8	15.4	13.1	9.2	7.7	6.9	5.4	6.2
	- 男性：30～40代	125	71.2	66.4	26.4	14.4	16.8	13.6	15.2	16.8	16.8	11.2	10.4	7.2	4.8	2.4	6.4
	- 男性：40～50代	90	72.2	63.3	26.7	18.9	17.8	14.4	15.6	16.7	15.6	8.9	11.1	6.7	5.6	2.2	4.4
	- 女性：10～20代	95	57.9	44.2	29.5	17.9	20.0	21.1	25.3	24.2	7.4	10.5	13.7	8.4	4.2	5.3	8.4
	- 女性：20～30代	130	65.4	56.2	24.6	20.8	15.4	17.7	19.2	15.4	10.0	16.9	14.6	5.4	3.1	4.6	8.5
	- 女性：30～40代	125	70.4	67.2	25.6	20.0	18.4	8.8	15.2	9.6	10.4	17.6	12.0	0.8	4.0	2.4	13.6
	- 女性：40～50代	90	68.9	71.1	23.3	24.4	21.1	6.7	13.3	12.2	7.8	7.8	11.1	3.3	7.8	3.3	13.3

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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

（参考）ブラジルの「テマケリア」

「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」の人気が高い。

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

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

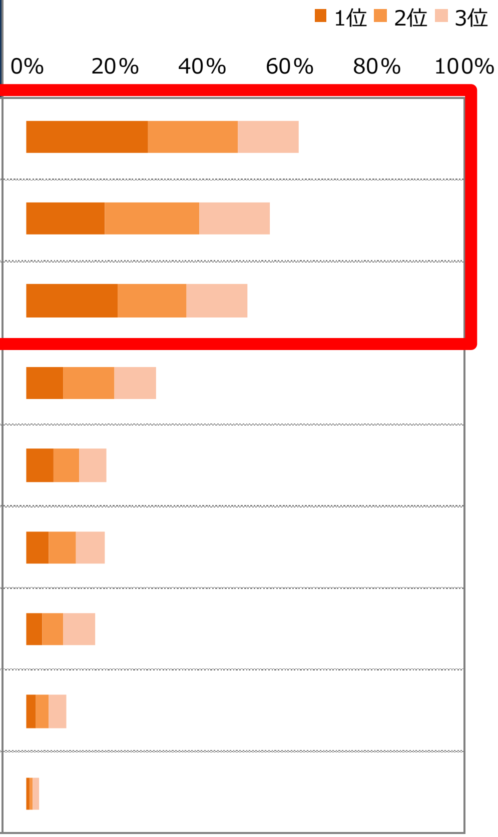
サンパウロにある手巻き寿司専門店の外観

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A11.日本料理の問題点・買わない理由：「価格、販売場所、調理方法」が問題

「価格が高い」が62.6%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」56.0%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」50.8%と続く。

	1位	2位	3位	1～3位 合算
価格が高い	27.8	20.8	14.0	62.6
販売場所が限られている・わからない	18.0	21.6	16.4	56.0
食品の使い方・調理の仕方がわからない	21.0	15.8	14.0	50.8
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）	8.4	11.8	9.6	29.8
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）	6.2	5.8	6.4	18.4
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）	5.2	6.2	6.6	18.0
安全性に不安がある	3.8	4.6	7.4	15.8
自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い	2.2	3.0	3.8	9.0
宗教上問題がある	0.6	1.0	1.4	3.0



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

※「１～３位 合算」は、１位から３位までの割合の単純合計値。

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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved. 無断転載を禁じます

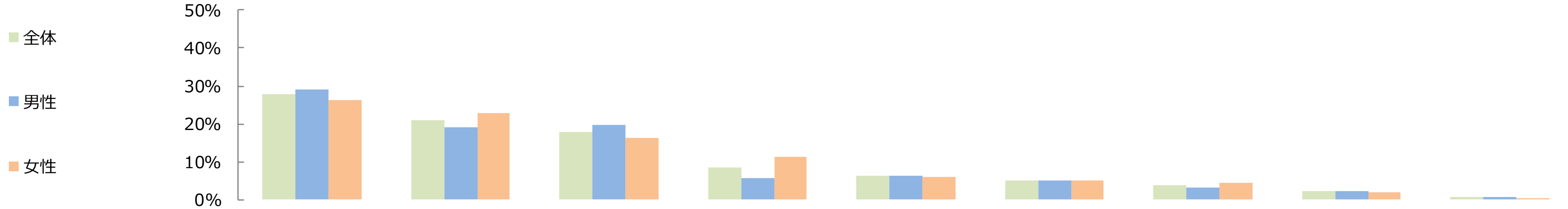
A11.日本料理の問題点・買わない理由（1位）：「価格が高い」が男性30代以上に多い

「価格が高い」が27.8%と最も高く、次いで「食品の使い方・調理の仕方がわからない」21.0%、「販売場所が限られている・わからない」18.0%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5%以上高い。
女性30～40代、女性40～50代は「包装材やラベルに問題がある」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	食品の使い方･調理の仕方がわからない	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）	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	宗教上問題がある
	全体	500	27.8	21.0	18.0	8.4	6.2	5.2	3.8	2.2	0.6
性別	男性	250	29.2	19.2	19.6	5.6	6.4	5.2	3.2	2.4	0.8
	女性	250	26.4	22.8	16.4	11.2	6.0	5.2	4.4	2.0	0.4
年代	10代	60	23.3	21.7	23.3	5.0	5.0	5.0	5.0	3.3	1.7
	20代	130	23.8	20.8	16.2	6.2	11.5	10.0	1.5	1.5	0.8
	30代	130	30.0	25.4	15.4	9.2	3.1	3.1	3.8	3.1	0.8
	40代	120	32.5	14.2	20.0	12.5	3.3	4.2	5.0	2.5	-
	50代	60	26.7	25.0	18.3	6.7	8.3	1.7	5.0	-	-
世代	10～20代	190	23.7	21.1	18.4	5.8	9.5	8.4	2.6	2.1	1.1
	20～30代	260	26.9	23.1	15.8	7.7	7.3	6.5	2.7	2.3	0.8
	30～40代	250	31.2	20.0	17.6	10.8	3.2	3.6	4.4	2.8	0.4
	40～50代	180	30.6	17.8	19.4	10.6	5.0	3.3	5.0	1.7	-
性別×世代	- 男性：10～20代	95	22.1	20.0	18.9	5.3	10.5	7.4	2.1	2.1	2.1
	- 男性：20～30代	130	26.2	22.3	15.4	6.2	9.2	6.2	3.1	2.3	0.8
	- 男性：30～40代	125	36.0	16.8	19.2	4.8	3.2	4.8	4.0	3.2	-
	- 男性：40～50代	90	36.7	13.3	23.3	6.7	4.4	4.4	3.3	1.1	-
	- 女性：10～20代	95	25.3	22.1	17.9	6.3	8.4	9.5	3.2	2.1	-
	- 女性：20～30代	130	27.7	23.8	16.2	9.2	5.4	6.9	2.3	2.3	0.8
	- 女性：30～40代	125	26.4	23.2	16.0	16.8	3.2	2.4	4.8	2.4	0.8
	- 女性：40～50代	90	24.4	22.2	15.6	14.4	5.6	2.2	6.7	2.2	-

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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A11.日本料理の問題点・買わない理由（1～3位合算）：価格の高さと販売場所のわかりにくさ

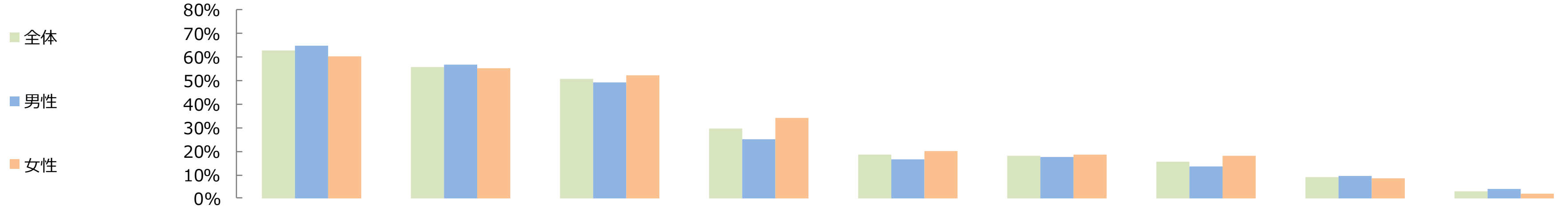
「価格が高い」が62.6%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」56.0%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」50.8%と続く。

全体傾向との比較

年代別　：50代は「味覚上の問題がある」の割合が10%以上高い。

性別×世代別：男性30～40代、男性40～50代は「価格が高い」「販売場所が限られている・わからない」の割合が高い。
女性30～40代、女性40～50代は「包装材やラベルに問題がある」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	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）	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	宗教上問題がある
	全体	500	62.6	56.0	50.8	29.8	18.4	18.0	15.8	9.0	3.0
性別	男性	250	64.8	56.8	49.2	25.2	16.8	17.6	13.6	9.6	4.0
	女性	250	60.4	55.2	52.4	34.4	20.0	18.4	18.0	8.4	2.0
年代	10代	60	53.3	56.7	55.0	20.0	18.3	21.7	13.3	15.0	1.7
	20代	130	59.2	51.5	50.8	21.5	26.2	23.1	13.8	13.8	3.8
	30代	130	63.8	60.8	50.8	33.1	12.3	17.7	11.5	8.5	3.8
	40代	120	66.7	57.5	50.0	38.3	10.8	13.3	20.8	5.8	2.5
	50代	60	68.3	51.7	48.3	33.3	30.0	13.3	21.7	-	1.7
世代	10～20代	190	57.4	53.2	52.1	21.1	23.7	22.6	13.7	14.2	3.2
	20～30代	260	61.5	56.2	50.8	27.3	19.2	20.4	12.7	11.2	3.8
	30～40代	250	65.2	59.2	50.4	35.6	11.6	15.6	16.0	7.2	3.2
	40～50代	180	67.2	55.6	49.4	36.7	17.2	13.3	21.1	3.9	2.2
性別×世代	- 男性：10～20代	95	57.9	48.4	52.6	17.9	23.2	22.1	12.6	15.8	4.2
	- 男性：20～30代	130	61.5	55.4	51.5	24.6	19.2	20.8	13.1	10.8	5.4
	- 男性：30～40代	125	68.8	64.0	47.2	28.0	9.6	15.2	12.0	7.2	4.0
	- 男性：40～50代	90	74.4	61.1	47.8	30.0	14.4	13.3	16.7	3.3	2.2
	- 女性：10～20代	95	56.8	57.9	51.6	24.2	24.2	23.2	14.7	12.6	2.1
	- 女性：20～30代	130	61.5	56.9	50.0	30.0	19.2	20.0	12.3	11.5	2.3
	- 女性：30～40代	125	61.6	54.4	53.6	43.2	13.6	16.0	20.0	7.2	2.4
	- 女性：40～50代	90	60.0	50.0	51.1	43.3	20.0	13.3	25.6	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

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

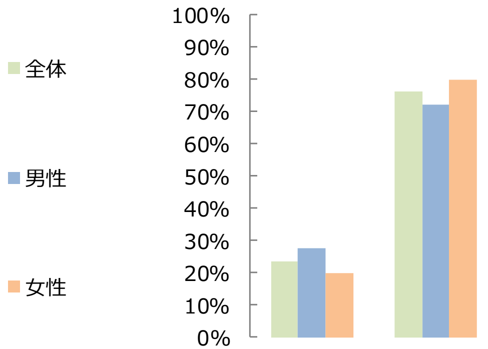
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A12~14.日本の水産品の認知・購入実態：購入経験者の89%が「好き」と回答

日本の水産品の認知率は23.8%。特に10代の割合が10%以上高い。

認知者（119名）のうち、摂取・購入経験者は73.1%（87名）。摂取・購入経験者のうち、89.7%が日本の水産品を「好き」と回答している。

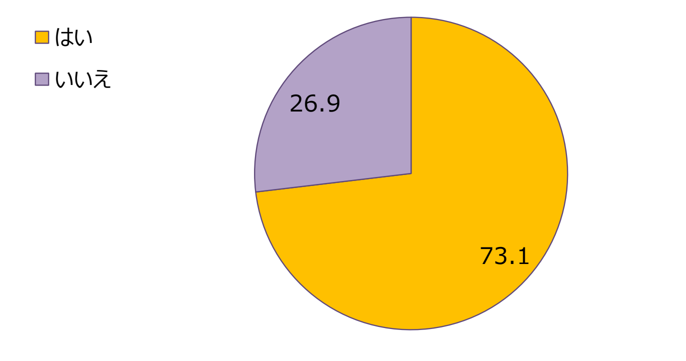
A12. 日本の水産品を知っていますか



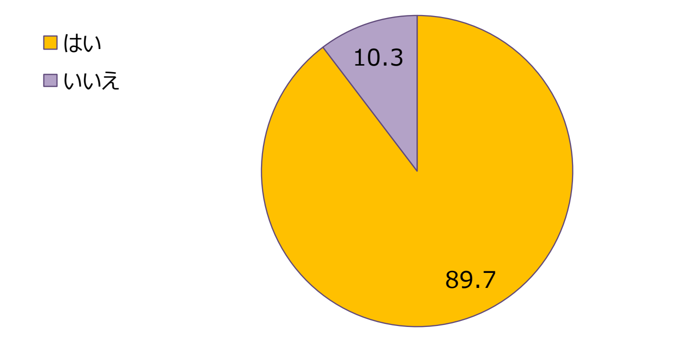
		n	はい	いいえ
	全体	500	23.8	76.2
性別	男性	250	27.6	72.4
	女性	250	20.0	80.0
年代	10代	60	36.7	63.3
	20代	130	24.6	75.4
	30代	130	22.3	77.7
	40代	120	21.7	78.3
	50代	60	16.7	83.3
世代	10～20代	190	28.4	71.6
	20～30代	260	23.5	76.5
	30～40代	250	22.0	78.0
	40～50代	180	20.0	80.0
性別×世代	- 男性：10～20代	95	33.7	66.3
	- 男性：20～30代	130	23.8	76.2
	- 男性：30～40代	125	27.2	72.8
	- 男性：40～50代	90	23.3	76.7
	- 女性：10～20代	95	23.2	76.8
	- 女性：20～30代	130	23.1	76.9
	- 女性：30～40代	125	16.8	83.2
	- 女性：40～50代	90	16.7	83.3

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=119）



A14. 日本の水産品は好きですか（n=87）

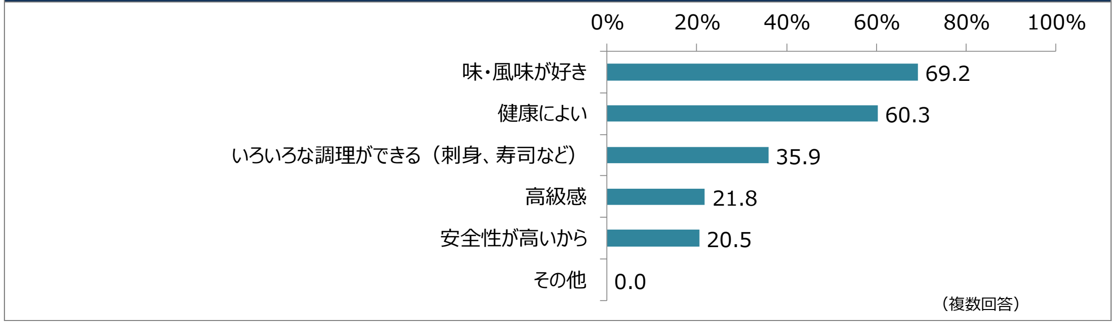


Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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.

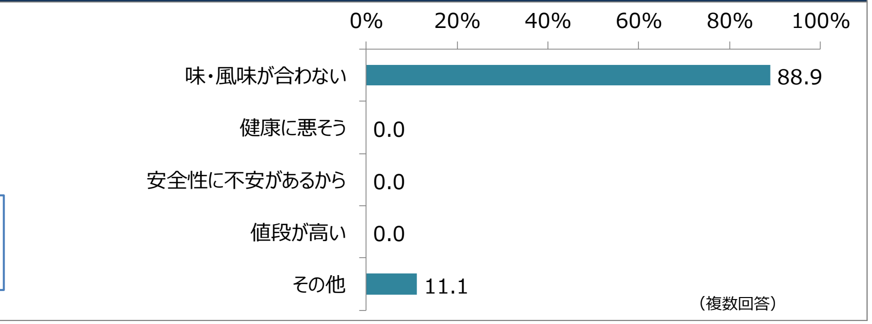
日本の水産品を好きな理由を教えてください（n=78）



「味・風味が好き」が69.2%と最も高く、次いで「健康によい」60.3%、「いろいろな調理ができる」35.9%が続く。

A16.

日本の水産品が好きではない理由を教えてください（n=9）



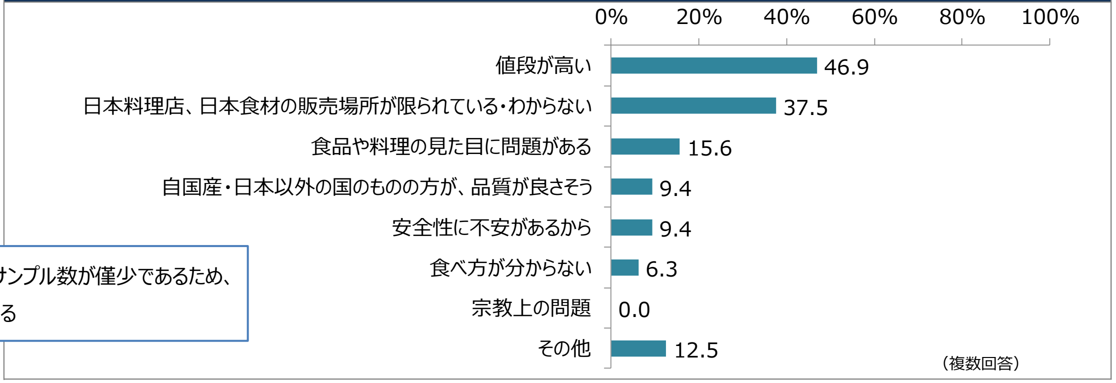
集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が88.9%と最も高い。

日本の水産品が好きではない理由_その他
生である事、匂い

A17.

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（n=32）



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46.9%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」37.5%、「食品や料理の見た目に問題がある」15.6%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
機会が無かったから
水産品以外の和食が好み

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

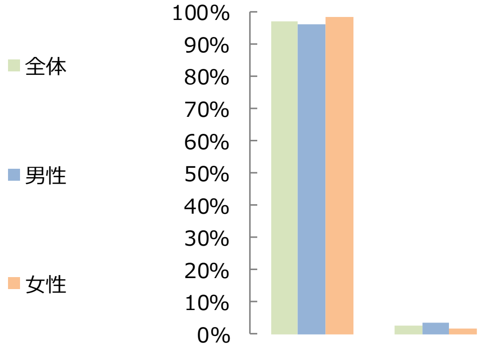
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：購入経験者の92%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は97.4%。特に男性40～50代、女性10～20代の認知率は100%である

認知者（487名）のうち、摂取・購入経験者は96.9%（472名）。摂取・購入経験者のうち、92.6%が日本の調味料類を「好き」と回答している。

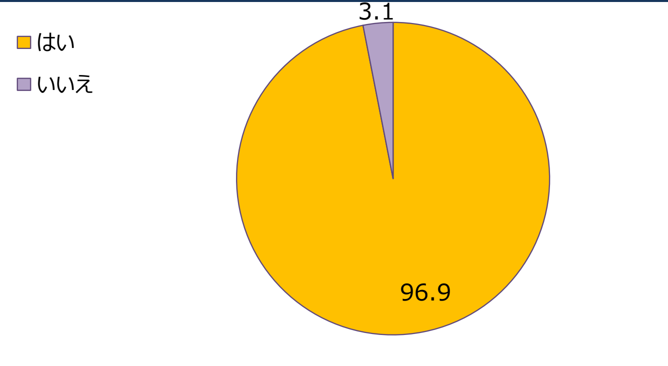
A18. 日本の調味料類を知っていますか



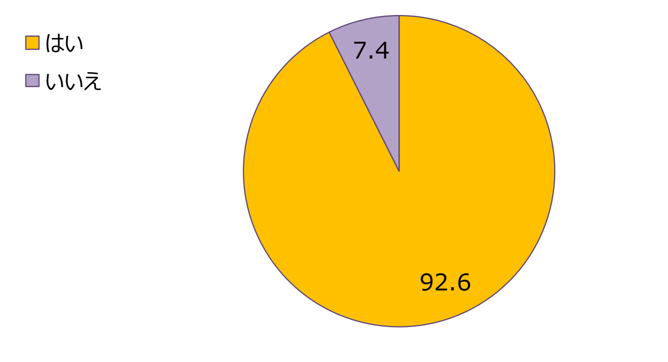
		n	はい	いいえ
全体		500	97.4	2.6
性別	男性	250	96.4	3.6
	女性	250	98.4	1.6
年代	10代	60	93.3	6.7
	20代	130	96.9	3.1
	30代	130	97.7	2.3
	40代	120	99.2	0.8
	50代	60	98.3	1.7
世代	10～20代	190	95.8	4.2
	20～30代	260	97.3	2.7
	30～40代	250	98.4	1.6
	40～50代	180	98.9	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	91.6	8.4
	- 男性：20～30代	130	96.2	3.8
	- 男性：30～40代	125	99.2	0.8
	- 男性：40～50代	90	100.0	-
	- 女性：10～20代	95	100.0	-
	- 女性：20～30代	130	98.5	1.5
	- 女性：30～40代	125	97.6	2.4
	- 女性：40～50代	90	97.8	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

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=487）



A20. 日本の調味料類は好きですか（n=472）

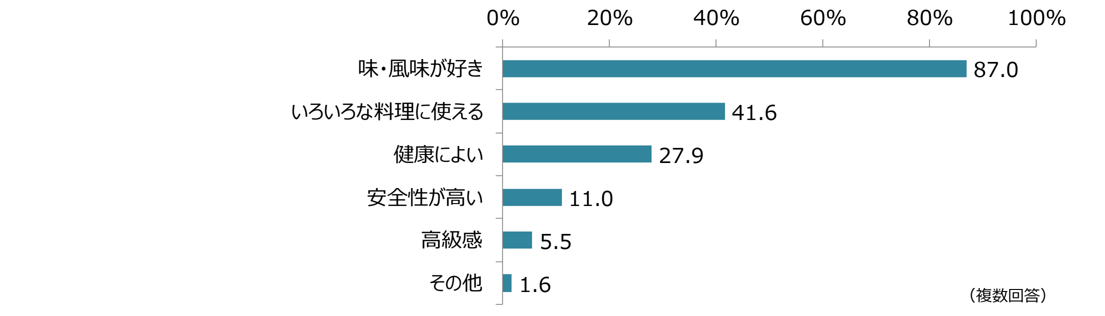


Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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.

日本の調味料類を好きな理由を教えてください（n=437）

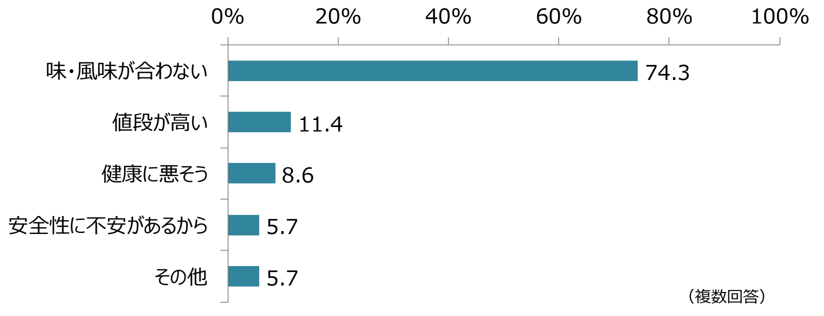


「味・風味が好き」が87.0%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」41.6%、「健康によい」27.9%が続く。

日本の調味料類が好きな理由_その他
とても美味しい
味がかわっている
塩分が控えめ

A22.

日本の調味料類が好きではない理由を教えてください（n=35）

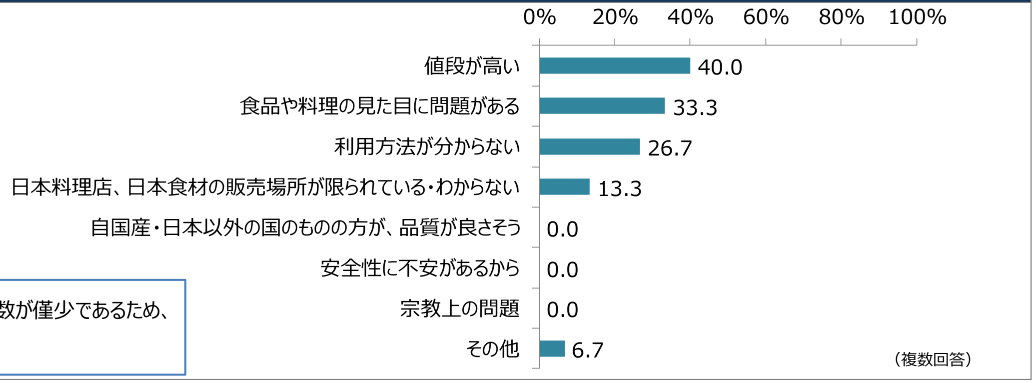


集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

「味・風味が合わない」が74.3%と最も高く、次いで「値段が高い」11.4%、「健康に悪そう」8.6%が続く。

A23.

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（n=15）



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40.0%と最も高く、次いで「食品や料理の見た目に問題がある」33.3%、「利用方法が分からない」26.7%が続く。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

4．調査結果

－7．日本酒に関する評価

Q24.日本酒を知っていますか。

Q25.日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか。

Q26.日本酒は好きですか。

Q27.日本酒を好きな理由を教えてください。

Q28.日本酒が好きではない理由を教えてください。

Q29.日本酒を飲んだこと、購入したことがない理由を教えてください。

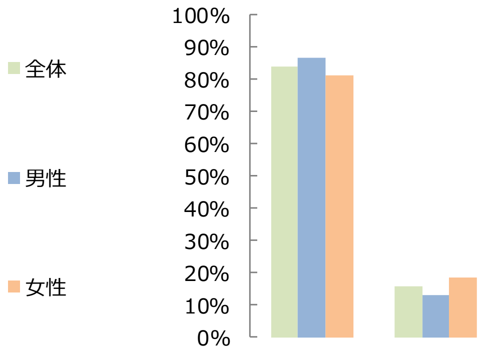
Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A24~26.日本酒の認知・購入実態：購入経験者の86%が「好き」と回答

日本酒の認知率は84.0%。特に男性20代～30代が多い。

認知者（420名）のうち、摂取・購入経験者は79.8%（335名）。摂取・購入経験者のうち、86.0%が日本酒を「好き」と回答している。

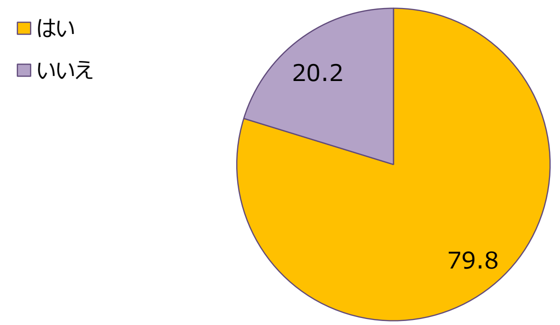
A24. 日本酒を知っていますか



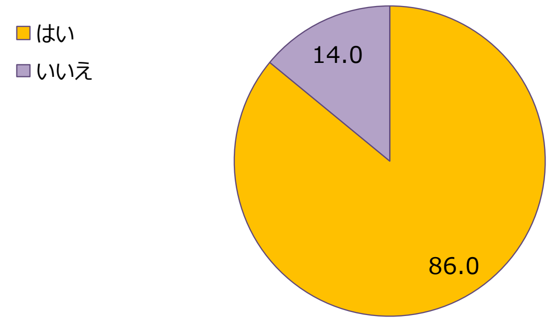
		n	はい	いいえ
全体		500	84.0	16.0
性別	男性	250	86.8	13.2
	女性	250	81.2	18.8
年代	10代	60	70.0	30.0
	20代	130	83.8	16.2
	30代	130	88.5	11.5
	40代	120	85.0	15.0
	50代	60	86.7	13.3
世代	10～20代	190	79.5	20.5
	20～30代	260	86.2	13.8
	30～40代	250	86.8	13.2
	40～50代	180	85.6	14.4
性別×世代	- 男性：10～20代	95	83.2	16.8
	- 男性：20～30代	130	89.2	10.8
	- 男性：30～40代	125	88.0	12.0
	- 男性：40～50代	90	87.8	12.2
	- 女性：10～20代	95	75.8	24.2
	- 女性：20～30代	130	83.1	16.9
	- 女性：30～40代	125	85.6	14.4
	- 女性：40～50代	90	83.3	16.7

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

A25. 日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか（n=420）



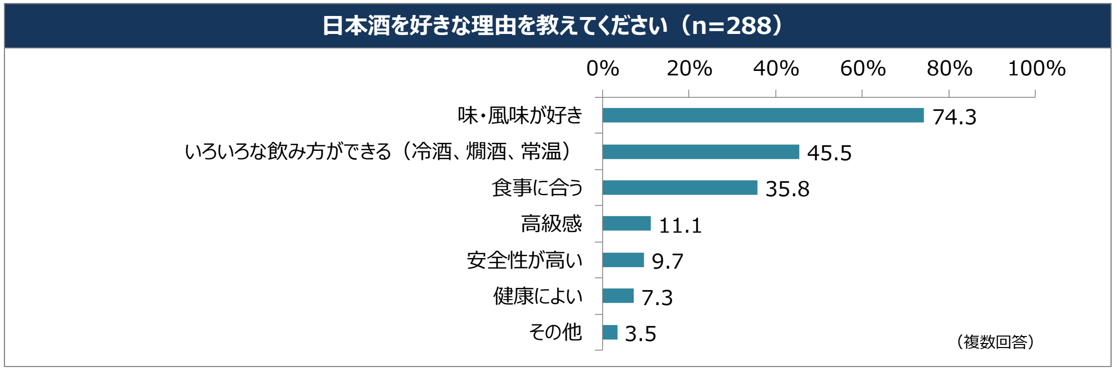
A26. 日本酒は好きですか（n=335）



Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

A27~29.日本酒の評価理由：好きな理由の１位は「味・風味が好き」

A27.

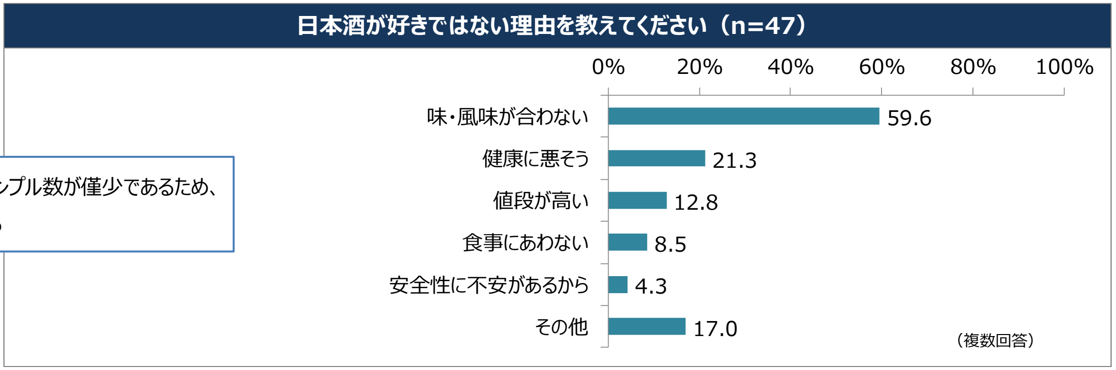


「味・風味が好き」が74.3%と最も高く、次いで「いろいろな飲み方ができる」45.5%、「食事に合う」35.8%が続く。

日本酒が好きな理由_その他
日本酒のカイピリーニャにする
果物と相性が良い
調理に向いている
料理に最高に合う

A28.

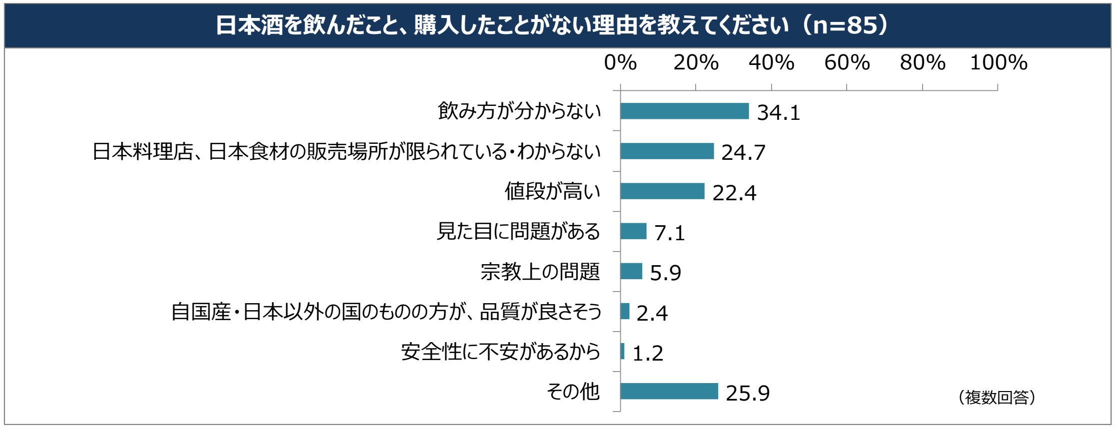
集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする



「味・風味が合わない」が59.6%と最も高く、次いで「健康に悪そう」21.3%、「値段が高い」12.8%が続く。

日本酒が好きではない理由_その他
強すぎる
濃い味

A29.



「飲み方が分からない」が34.1%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」24.7%、「値段が高い」22.4%が続く。

日本酒を摂取・購入したことがない理由_その他
日本酒に今まで興味が無かった
機会が無かったから
味が強そう

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

5．資料：調査項目一覧

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

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。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます

設問No.	項目名	設問文
Q24	日本酒の認知	日本酒を知っていますか。
Q25	日本酒の摂取・購入経験	日本酒を飲んだこと、購入したことがありますか。
Q26	日本酒は好きですか	日本酒は好きですか。
Q27	日本酒が好きな理由	日本酒を好きな理由を教えてください。
Q28	日本酒が好きではない理由	日本酒が好きではない理由を教えてください。
Q29	日本酒を摂取・購入したことがないい理由	日本酒を飲んだこと、購入したことがない理由を教えてください。

Copyright © 2014 JETRO. All rights reserved.　無断転載を禁じます