

# 日本食品に対する海外消費者アンケート調査 －ドバイ編－

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	12
- 3. 日本食品購入・日本料理店利用実態	19
- 4. 日本料理について	22
- 5. 日本の水産品に関する評価	32
- 6. 日本の調味料類に関する評価	35
- 7. 日本の青果物に関する評価	38
- 8. 日本の牛肉に関する評価	41
5. 資料：調査項目一覧	44

# 1. 調査概要

## ■ 調査目的

本アンケート調査は、ドバイ（アラブ首長国連邦）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、ドバイ以外にも、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）、バンコク（タイ）、サンパウロ（ブラジル）に居住する消費者も調査対象とした。ドバイ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6日～2013年12月17日

## ■ 調査手法

海外インターネット調査

## ■ 調査対象者条件

- ドバイに居住する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76%であった。

## ■ サンプル設計

総回収サンプル数：500s

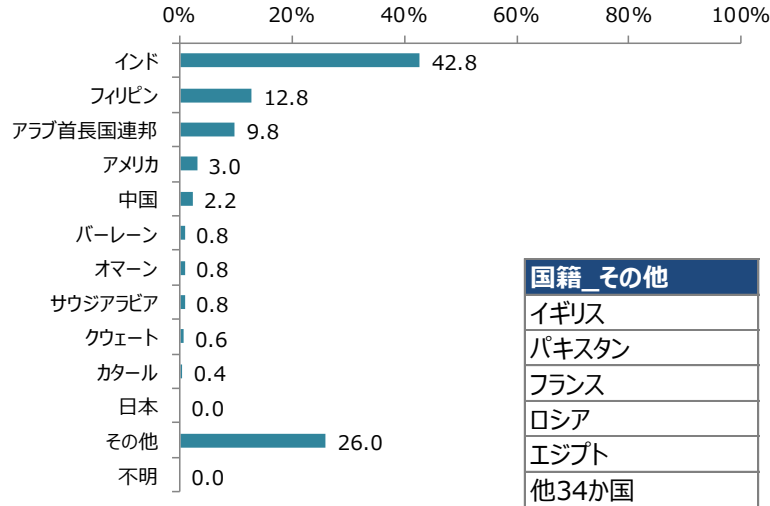
属性別回収サンプル数は右表のとおり

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

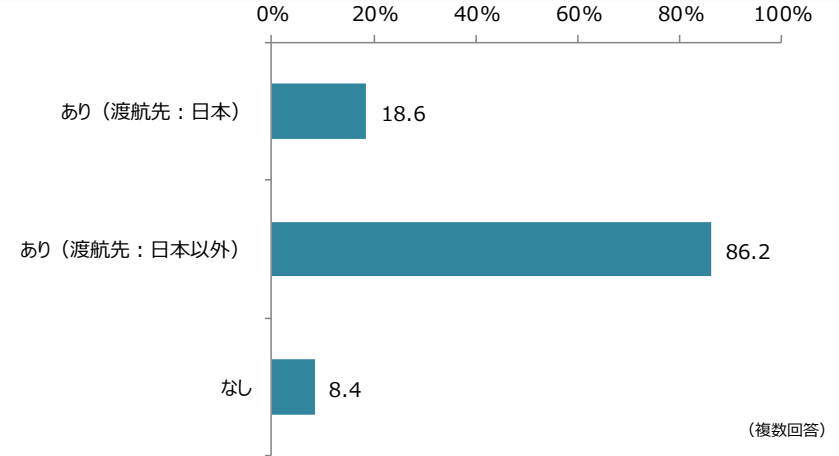
## 2. 回答者属性

# 回答者属性

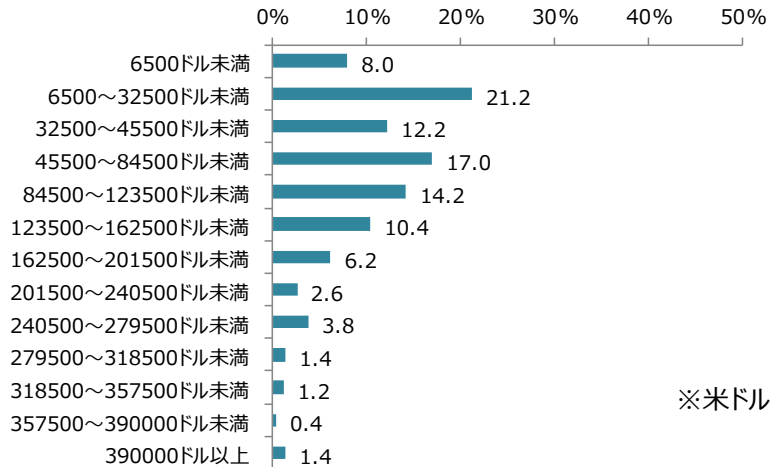
## ■ 国籍 (n=500)



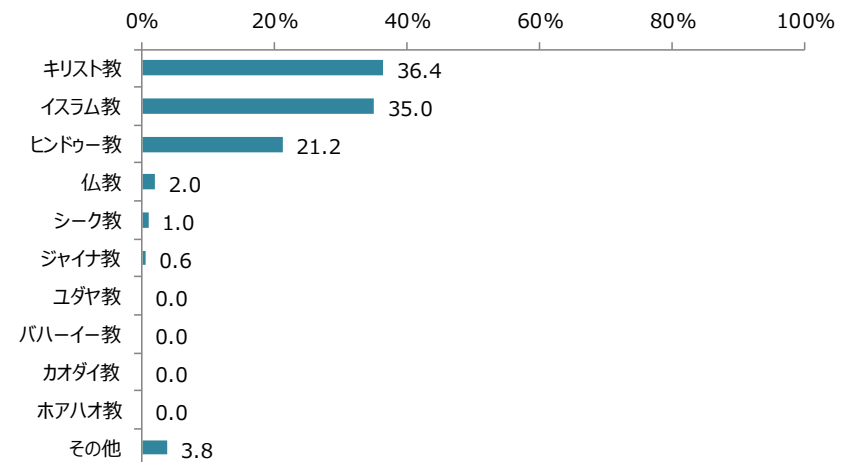
## ■ 海外渡航経験 (n=500)



## ■ 世帯年収 (n=500)



## ■ 宗教 (n=500)



# 3. サマリー

日本料理は好きな外国料理の4位であるが、94%が今後の購入意向を示した。プレミアム感や健康・美味しさなどが日本料理のイメージとして上位であった。また、好きな料理の上位は「寿司・刺身」「天ぷら」「焼き鳥」である。

## 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4位（約35%）。1位は中国料理、2位はインド料理、3位はイタリア料理。日本料理は10代における割合が高い。

### ◆ 日本料理が好きな理由

- 主な理由は「健康に配慮」「味の良さ」「美容に配慮」。

### ◆ 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

- 8割弱が経験あり。94%が今後は購入・利用したいと回答。

### ◆ 日本料理のイメージ

- 主なイメージ「健康に良い」「価格が高い」「美味しい」など。プレミアム感や健康・味の質の高さがイメージとしてあげられた。

### ◆ 好きな日本料理

- 「寿司・刺身」「天ぷら」「焼き鳥」などが上位。

## 食品に関する基本購買行動

### ◆ 食品購入時重視点

- 味、健康に配慮、経済性の3要素を重視。

### ◆ 輸入食品購入時重視情報

- 「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」については共に突出しており、リピート・ブランドの両方が重視されていることがうかがえる。それに続き、友人・知人の勧めかどうかも重視。
- 参照されることが多いWEBコンテンツはFacebook。



## 日本の食品・食材に関する認知、購入・摂取経験、好意度評価

カテゴリー	認知している人の割合	認知している人のうち、購入・摂取経験がある人の割合	購入・摂取経験がある人のうち、好きと回答した人の割合	好きな理由
調味料	90%	94%	94%	味・風味が好き、いろいろな料理に使える
青果物	85%	85%	98%	味・風味が好き、健康に良い
牛肉	48%	71%	95%	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

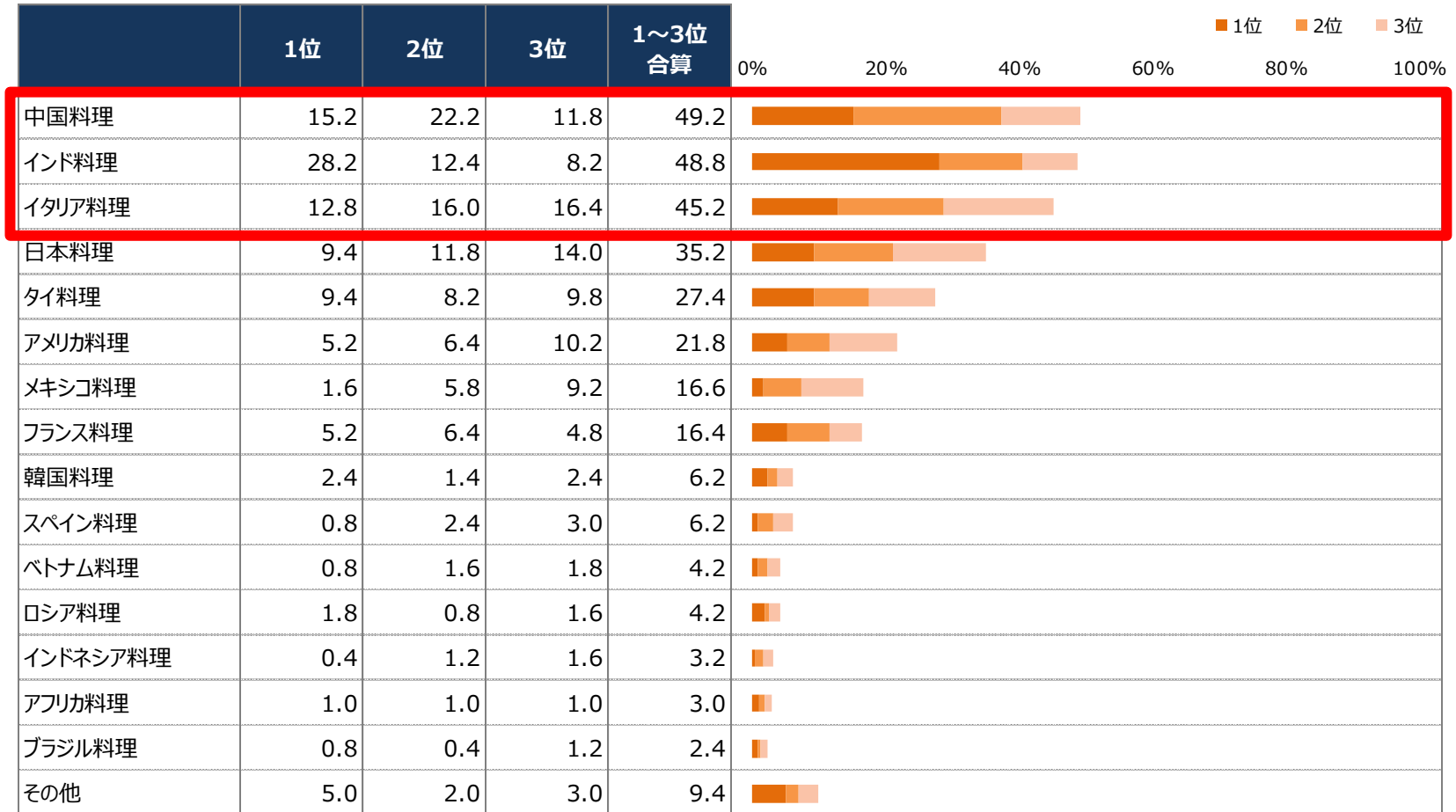
Q1. これらの料理の中で、好きな外国料理は何ですか。上位3つを選んでください。

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「中国料理」がトップ

「中国料理」が49.2%と最も高く、次いで「インド料理」48.8%、「イタリア料理」45.2%と続く。



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

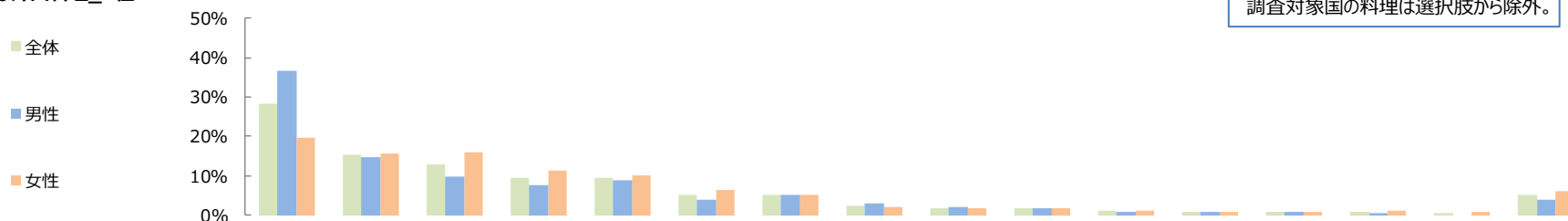
# A1.好きな外国料理（1位）：「インド料理」が最も人気

「インド料理」が28.2%と最も高く、次いで「中国料理」15.2%、「イタリア料理」12.8%と続く。

- 全体傾向との比較
- 性別：「日本料理」に関して顕著な差はない。男性は「インド料理」の割合が5%以上高い。
  - 年代別：10代と50代は「日本料理」の割合が5%以上高い。
  - 性別×世代別：女性40～50代は「日本料理」の割合が5%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	インド料理	中国料理	イタリア料理	日本料理	タイ料理	フランス料理	アメリカ料理	韓国料理	ロシア料理	メキシコ料理	アフリカ料理	ベトナム料理	スペイン料理	ブラジル料理	インドネシア料理	その他
性別	全体	500	28.2	15.2	12.8	9.4	9.4	5.2	5.2	2.4	1.8	1.6	1.0	0.8	0.8	0.8	0.4	5.0
	男性	250	36.8	14.8	9.6	7.6	8.8	4.0	5.2	2.8	2.0	1.6	0.8	0.8	0.8	0.4	-	4.0
	女性	250	19.6	15.6	16.0	11.2	10.0	6.4	5.2	2.0	1.6	1.6	1.2	0.8	0.8	1.2	0.8	6.0
年代	10代	60	21.7	18.3	6.7	18.3	8.3	5.0	6.7	3.3	-	-	-	3.3	-	1.7	1.7	5.0
	20代	130	30.8	16.2	13.8	6.2	5.4	4.6	7.7	3.1	4.6	0.8	1.5	-	0.8	-	0.8	3.8
	30代	130	30.8	13.1	15.4	6.2	7.7	6.2	6.2	3.1	0.8	3.8	0.8	-	0.8	-	-	5.4
	40代	120	29.2	11.7	15.8	9.2	12.5	4.2	1.7	0.8	1.7	1.7	0.8	1.7	0.8	1.7	-	6.7
	50代	60	21.7	21.7	5.0	15.0	16.7	6.7	3.3	1.7	-	-	1.7	-	1.7	1.7	-	3.3
世代	10～20代	190	27.9	16.8	11.6	10.0	6.3	4.7	7.4	3.2	3.2	0.5	1.1	1.1	0.5	0.5	1.1	4.2
	20～30代	260	30.8	14.6	14.6	6.2	6.5	5.4	6.9	3.1	2.7	2.3	1.2	-	0.8	-	0.4	4.6
	30～40代	250	30.0	12.4	15.6	7.6	10.0	5.2	4.0	2.0	1.2	2.8	0.8	0.8	0.8	-	-	6.0
	40～50代	180	26.7	15.0	12.2	11.1	13.9	5.0	2.2	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.7	-	5.6
性別×世代	- 男性：10～20代	95	34.7	18.9	10.5	9.5	3.2	4.2	7.4	3.2	2.1	1.1	-	2.1	-	-	-	3.2
	- 男性：20～30代	130	39.2	12.3	13.1	4.6	4.6	6.2	7.7	3.8	2.3	3.1	-	-	0.8	-	-	2.3
	- 男性：30～40代	125	37.6	8.8	11.2	7.2	12.0	4.0	4.0	2.4	2.4	2.4	0.8	-	1.6	0.8	-	4.8
	- 男性：40～50代	90	36.7	17.8	6.7	7.8	14.4	1.1	2.2	1.1	2.2	-	2.2	-	1.1	1.1	-	5.6
	- 女性：10～20代	95	21.1	14.7	12.6	10.5	9.5	5.3	7.4	3.2	4.2	-	2.1	-	1.1	1.1	2.1	5.3
	- 女性：20～30代	130	22.3	16.9	16.2	7.7	8.5	4.6	6.2	2.3	3.1	1.5	2.3	-	0.8	-	0.8	6.9
	- 女性：30～40代	125	22.4	16.0	20.0	8.0	8.0	6.4	4.0	1.6	-	3.2	0.8	1.6	-	0.8	-	7.2
	- 女性：40～50代	90	16.7	12.2	17.8	14.4	13.3	8.9	2.2	1.1	-	2.2	-	2.2	1.1	2.2	-	5.6

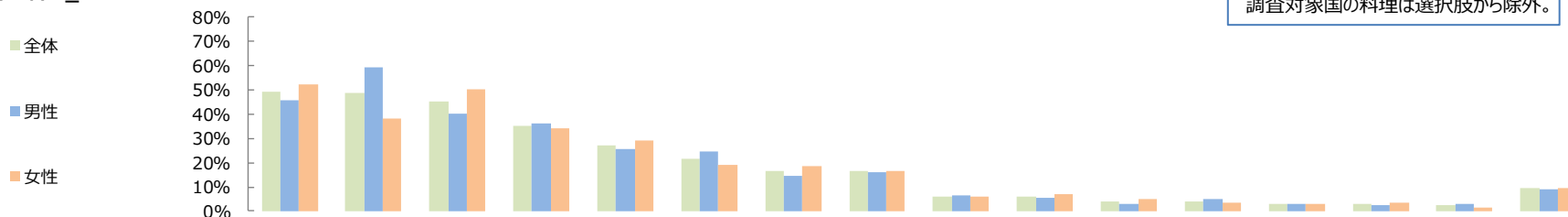
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

# A1.好きな外国料理（1～3位合算）：「インド料理」男性に、「イタリア料理」女性に人気

「中国料理」が49.2%と最も高く、次いで「インド料理」48.8%、「イタリア料理」45.2%と続く。

全体傾向との比較  
 性別：「日本料理」に関して顕著な差はない。男性は「インド料理」の割合が10%以上高い。  
 性別×世代別：男性10～20代は「日本料理」の割合が10%以上高く、男性の全世代において「インド料理」の割合が高い。女性20～30代、女性30～40代は「イタリア料理」の割合が10%以上高い。

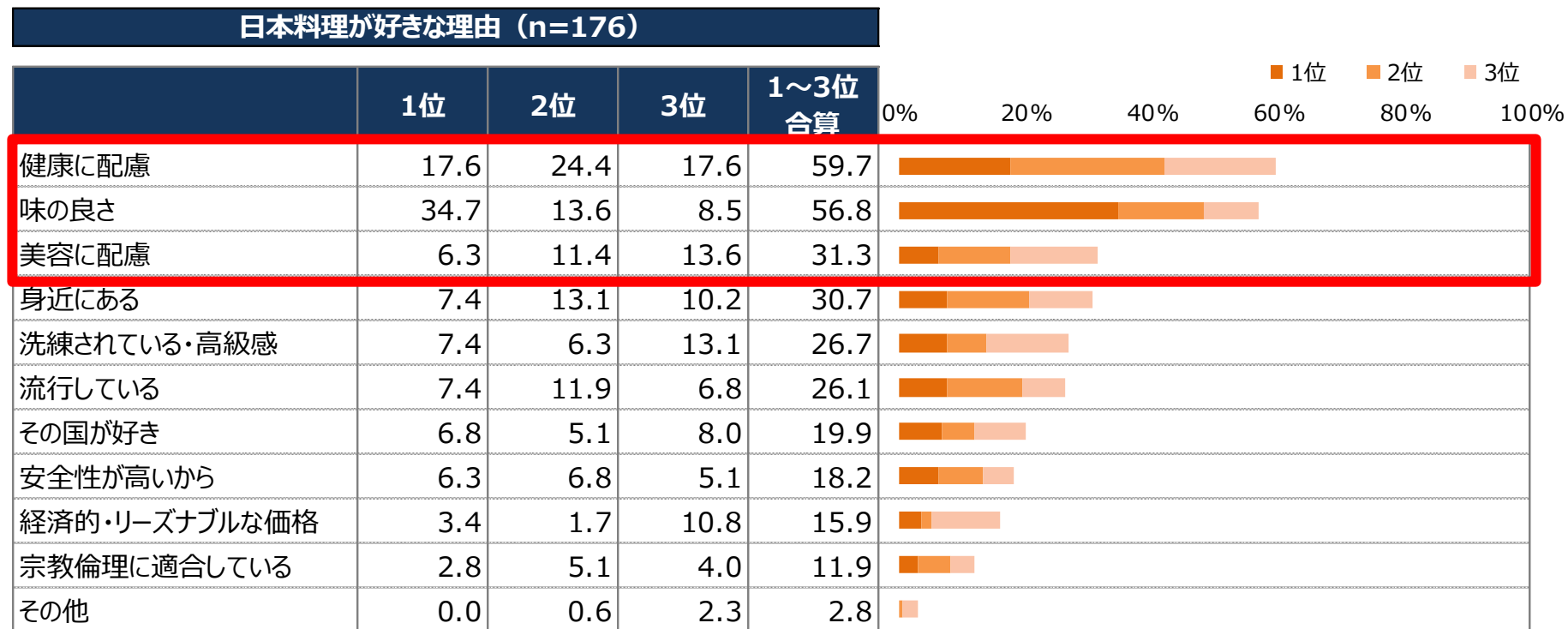
※ Q1.好きな外国料理\_合算



Q1.好きな外国料理_合算		n	中国料理	インド料理	イタリア料理	日本料理	タイ料理	アメリカ料理	メキシコ料理	フランス料理	韓国料理	スペイン料理	ベトナム料理	ロシア料理	インドネシア料理	アフリカ料理	ブラジル料理	その他
性別	全体	500	49.2	48.8	45.2	35.2	27.4	21.8	16.6	16.4	6.2	6.2	4.2	4.2	3.2	3.0	2.4	9.4
	男性	250	46.0	59.2	40.0	36.0	25.6	24.4	14.4	16.0	6.4	5.6	3.2	4.8	3.2	2.4	3.2	9.2
	女性	250	52.4	38.4	50.4	34.4	29.2	19.2	18.8	16.8	6.0	6.8	5.2	3.6	3.2	3.6	1.6	9.6
年代	10代	60	48.3	51.7	18.3	65.0	18.3	18.3	15.0	11.7	10.0	6.7	10.0	6.7	-	-	5.0	5.0
	20代	130	50.0	50.0	51.5	28.5	16.2	33.8	14.6	17.7	7.7	6.9	2.3	6.9	1.5	3.1	-	9.2
	30代	130	46.2	47.7	53.8	31.5	31.5	17.7	22.3	13.8	5.4	5.4	1.5	1.5	3.1	3.1	3.1	11.5
	40代	120	49.2	49.2	44.2	28.3	35.0	16.7	18.3	16.7	4.2	5.8	6.7	3.3	3.3	2.5	3.3	11.7
	50代	60	55.0	45.0	41.7	41.7	36.7	18.3	6.7	23.3	5.0	6.7	3.3	-	3.3	6.7	1.7	5.0
世代	10～20代	190	49.5	50.5	41.1	40.0	16.8	28.9	14.7	15.8	8.4	6.8	4.7	7.9	3.2	2.1	1.6	7.9
	20～30代	260	48.1	48.8	52.7	30.0	23.8	25.8	18.5	15.8	6.5	6.2	1.9	4.2	2.3	3.1	1.5	10.4
	30～40代	250	47.6	48.4	49.2	30.0	33.2	17.2	20.4	15.2	4.8	5.6	4.0	2.4	3.2	2.8	3.2	11.6
	40～50代	180	51.1	47.8	43.3	32.8	35.6	17.2	14.4	18.9	4.4	6.1	5.6	2.2	3.3	3.9	2.8	9.4
性別×世代	- 男性：10～20代	95	48.4	58.9	36.8	46.3	15.8	27.4	12.6	14.7	10.5	5.3	5.3	7.4	2.1	-	2.1	6.3
	- 男性：20～30代	130	42.3	58.5	49.2	29.2	18.5	26.9	19.2	16.9	9.2	4.6	2.3	4.6	3.8	1.5	3.1	9.2
	- 男性：30～40代	125	40.0	57.6	41.6	32.0	32.0	21.6	17.6	15.2	4.0	6.4	1.6	4.0	4.8	4.0	4.8	12.0
	- 男性：40～50代	90	53.3	61.1	36.7	31.1	36.7	24.4	7.8	15.6	2.2	6.7	2.2	3.3	2.2	4.4	2.2	10.0
	- 女性：10～20代	95	50.5	42.1	45.3	33.7	17.9	30.5	16.8	16.8	6.3	8.4	4.2	8.4	4.2	4.2	1.1	9.5
	- 女性：20～30代	130	53.8	39.2	56.2	30.8	29.2	24.6	17.7	14.6	3.8	7.7	1.5	3.8	0.8	4.6	-	11.5
	- 女性：30～40代	125	55.2	39.2	56.8	28.0	34.4	12.8	23.2	15.2	5.6	4.8	6.4	0.8	1.6	1.6	1.6	11.2
	- 女性：40～50代	90	48.9	34.4	50.0	34.4	34.4	10.0	21.1	22.2	6.7	5.6	8.9	1.1	4.4	3.3	3.3	8.9

## 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「健康に配慮」

「日本料理が好きな理由」の1位は「健康に配慮」、次いで「味の良さ」「美容に配慮」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=246) →1位 味の良さ (79.7%)、2位 身近にある (58.1%)、3位 経済的・リーズナブルな価格 (42.7%)

インド料理を好きな理由 (n=244) →1位 味の良さ (71.7%)、2位 身近にある (52.5%)、3位 経済的・リーズナブルな価格 (39.3%)

イタリア料理を好きな理由 (n=226) →1位 味の良さ (82.3%)、2位 身近にある (48.7%)、3位 健康に配慮 (34.5%)

※ 当該料理を好きな料理と答えた回答者数が50名を上回った料理についてのみ、上記の分析を実施。

※ 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）。

## A1.当該外国料理が好きな理由：自由記述の抜粋

日本料理が好きな理由として、「良い香り」「見た目が良い」などが挙げられた。

### 日本料理が好きな理由

良い香り
見た目が良い
新鮮
味が良い
新しい料理・お箸

### 中国料理が好きな理由

簡単に手に入る
味が良い
シンプルだから
エキゾチック
スパイシーさ
知っていて慣れているから
多様
安い

### タイ料理が好きな理由

スパイシーさ
美味しい
野菜が多い

### ベトナム料理が好きな理由

見た目が良い
新鮮
調理しやすい

### インド料理が好きな理由

組織が良い
北インド、南インドなどいろいろな料理があるから
両親がその国に居るから
利用される香辛料が好き

### フランス料理が好きな理由

非常に系統的
--------

### イタリア料理が好きな理由

作りやすい
パスタが好き
口に合う
色がいっぱい

### アメリカ料理が好きな理由

ハンバーガーが好き
最高のホスピタリティ
早く作れて用意ができる

### メキシコ料理が好きな理由

スパイシーさ
多様
レストランの音楽と幸せそうな雰囲気が好き

## (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。ドバイでは、休日をショッピングモール等の屋内複合商業施設で過ごすことが多く、フードコートで目にする機会が多い料理を「身近にある」と考えて好む傾向がある。

【表】「好きな外国料理」で1位を選んだ国の料理について、その理由（1位）

( n=各都市500 )

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



「ドバイモール」内の日本料理店

## 4. 調査結果

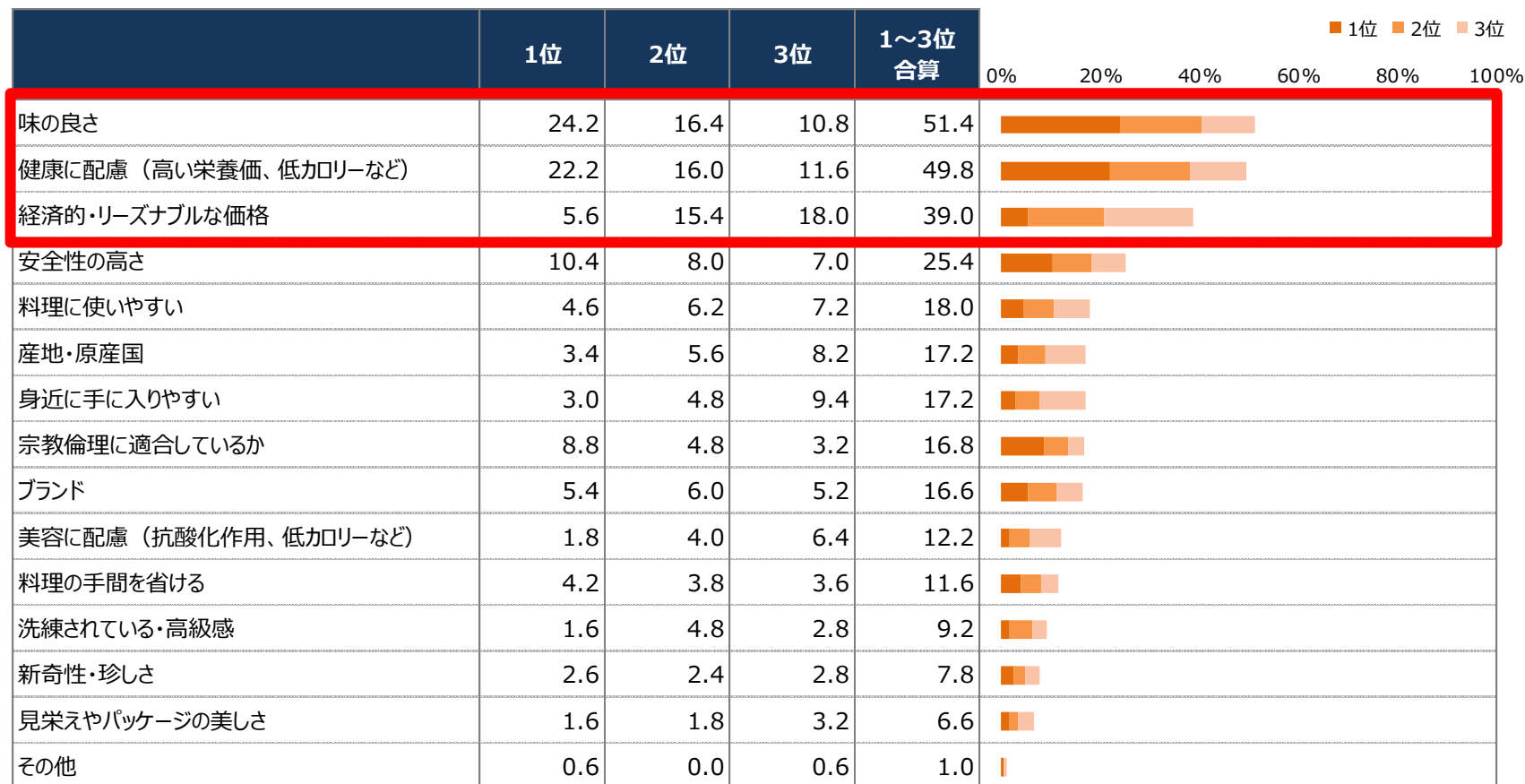
### － 2. 食品の購入実態

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

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

## A3.食品購入時重視点：「味、健康、経済性」の3要素を重視

「味の良さ」が51.4%と最も高く、次いで「健康に配慮」49.8%、「経済的・リーズナブルな価格」39.0%と続く。



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

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

### 食品購入時に重視する点\_その他

賞味期限や新鮮さ

質

その時に食べたいかどうか

規律が良い

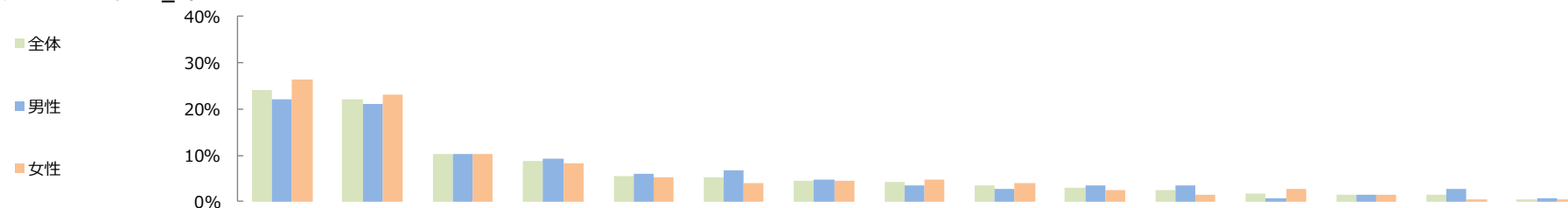


# A3.食品購入時重視点（1位）：「味の良さ」が最も多い

「味の良さ」が24.2%と最も高く、次いで「健康に配慮」22.2%、「安全性の高さ」10.4%が続く。

全体傾向と年代別：50代は「味の良さ」「健康に配慮」の割合が5%以上高いが、10代は「味の良さ」「健康に配慮」の割合が10%以上低い。  
 性別×世代別：女性20～30代は「味の良さ」の割合が5%以上高い。

◇ Q3-1.食品購入時に重視する点\_1位



Q3-1.食品購入時に重視する点_1位	n	味の良さ	健康に配慮 (高い栄養価、低カロリーなど)	安全性の高さ	宗教倫理に適合しているか	経済的・リーズナブルな価格	ブランド	料理に使いやすい	料理の手間を省ける	産地・原産国	身近に手に入りやすい	新奇性・珍しさ	美容に配慮 (抗酸化作用、低カロリーなど)	洗練されている・高級感	見栄えやパッケージの美しさ	その他
全体	500	24.2	22.2	10.4	8.8	5.6	5.4	4.6	4.2	3.4	3.0	2.6	1.8	1.6	1.6	0.6
性別																
男性	250	22.0	21.2	10.4	9.2	6.0	6.8	4.8	3.6	2.8	3.6	3.6	0.8	1.6	2.8	0.8
女性	250	26.4	23.2	10.4	8.4	5.2	4.0	4.4	4.8	4.0	2.4	1.6	2.8	1.6	0.4	0.4
年代																
10代	60	10.0	5.0	11.7	8.3	8.3	8.3	6.7	6.7	6.7	6.7	8.3	1.7	3.3	8.3	-
20代	130	23.8	25.4	6.9	7.7	5.4	8.5	4.6	5.4	3.1	1.5	2.3	0.8	2.3	2.3	-
30代	130	26.9	22.3	12.3	10.8	4.6	2.3	3.8	3.1	5.4	2.3	1.5	2.3	1.5	-	0.8
40代	120	25.0	22.5	13.3	10.8	4.2	4.2	5.8	1.7	1.7	4.2	1.7	2.5	0.8	-	1.7
50代	60	31.7	31.7	6.7	3.3	8.3	5.0	1.7	6.7	-	1.7	1.7	1.7	-	-	-
世代																
10～20代	190	19.5	18.9	8.4	7.9	6.3	8.4	5.3	5.8	4.2	3.2	4.2	1.1	2.6	4.2	-
20～30代	260	25.4	23.8	9.6	9.2	5.0	5.4	4.2	4.2	4.2	1.9	1.9	1.5	1.9	1.2	0.4
30～40代	250	26.0	22.4	12.8	10.8	4.4	3.2	4.8	2.4	3.6	3.2	1.6	2.4	1.2	-	1.2
40～50代	180	27.2	25.6	11.1	8.3	5.6	4.4	4.4	3.3	1.1	3.3	1.7	2.2	0.6	-	1.1
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	13.7	20.0	8.4	5.3	6.3	10.5	8.4	4.2	3.2	2.1	6.3	1.1	3.2	7.4	-
- 男性：20～30代	130	20.8	21.5	7.7	11.5	5.4	7.7	3.8	3.8	4.6	3.1	3.1	1.5	2.3	2.3	0.8
- 男性：30～40代	125	24.8	18.4	13.6	13.6	4.8	4.0	3.2	3.2	3.2	5.6	2.4	0.8	0.8	-	1.6
- 男性：40～50代	90	27.8	25.6	12.2	8.9	7.8	5.6	3.3	2.2	-	4.4	1.1	-	-	-	1.1
- 女性：10～20代	95	25.3	17.9	8.4	10.5	6.3	6.3	2.1	7.4	5.3	4.2	2.1	1.1	2.1	1.1	-
- 女性：20～30代	130	30.0	26.2	11.5	6.9	4.6	3.1	4.6	4.6	3.8	0.8	0.8	1.5	1.5	-	-
- 女性：30～40代	125	27.2	26.4	12.0	8.0	4.0	2.4	6.4	1.6	4.0	0.8	0.8	4.0	1.6	-	0.8
- 女性：40～50代	90	26.7	25.6	10.0	7.8	3.3	3.3	5.6	4.4	2.2	2.2	2.2	4.4	1.1	-	1.1

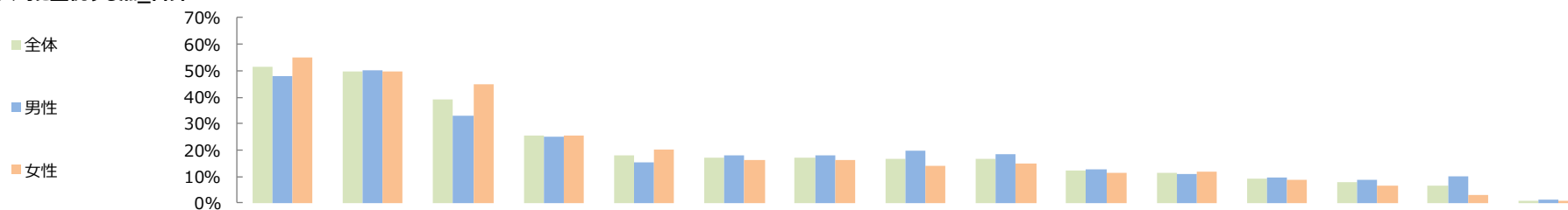
# A3.食品購入時重視点（1～3位合算）：「味の良さ」を最も重視するのは女性20～30代

「味の良さ」が51.4%と最も高く、次いで「健康に配慮」49.8%、「経済的・リーズナブルな価格」39.0%が続く。

全体傾向との比較

性別×世代別：女性20～30代、女性30～40代は「味の良さ」の割合が10%以上高い。  
 男性10～20代は「見栄えやパッケージの美しさ」の割合が10%以上高いが、「味の良さ」「健康に配慮」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	健康に配慮 (高い栄養価、低カロリーなど)	経済的・ リーズナブルな価格	安全性の 高さ	料理に使 いやすい	産地・原 産国	身近に手 に入りやすい	宗教倫理 に適合して いるか	ブランド	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	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	その他
性別	全体	500	51.4	49.8	39.0	25.4	18.0	17.2	17.2	16.8	16.6	12.2	11.6	9.2	7.8	6.6	1.0
	男性	250	48.0	50.0	33.2	25.2	15.6	18.0	18.0	19.6	18.4	12.8	11.2	9.6	8.8	10.0	1.2
	女性	250	54.8	49.6	44.8	25.6	20.4	16.4	16.4	14.0	14.8	11.6	12.0	8.8	6.8	3.2	0.8
年代	10代	60	13.3	20.0	16.7	25.0	21.7	25.0	20.0	21.7	23.3	26.7	15.0	16.7	31.7	23.3	-
	20代	130	53.8	43.8	49.2	25.4	16.2	11.5	14.6	17.7	23.1	9.2	13.1	11.5	3.8	6.9	-
	30代	130	57.7	58.5	41.5	27.7	16.9	17.7	18.5	16.2	8.5	10.8	12.3	6.9	2.3	3.1	1.5
	40代	120	57.5	58.3	36.7	21.7	17.5	20.8	15.0	18.3	16.7	10.0	6.7	7.5	8.3	2.5	1.7
	50代	60	58.3	56.7	38.3	28.3	21.7	13.3	21.7	8.3	13.3	11.7	13.3	5.0	3.3	5.0	1.7
世代	10～20代	190	41.1	36.3	38.9	25.3	17.9	15.8	16.3	18.9	23.2	14.7	13.7	13.2	12.6	12.1	-
	20～30代	260	55.8	51.2	45.4	26.5	16.5	14.6	16.5	16.9	15.8	10.0	12.7	9.2	3.1	5.0	0.8
	30～40代	250	57.6	58.4	39.2	24.8	17.2	19.2	16.8	17.2	12.4	10.4	9.6	7.2	5.2	2.8	1.6
	40～50代	180	57.8	57.8	37.2	23.9	18.9	18.3	17.2	15.0	15.6	10.6	8.9	6.7	6.7	3.3	1.7
性別×世代	- 男性：10～20代	95	33.7	38.9	31.6	21.1	21.1	15.8	17.9	18.9	23.2	14.7	13.7	15.8	13.7	20.0	-
	- 男性：20～30代	130	47.7	49.2	37.7	25.4	16.2	16.2	19.2	21.5	17.7	11.5	12.3	12.3	5.4	6.9	0.8
	- 男性：30～40代	125	53.6	55.2	32.8	28.8	13.6	20.0	17.6	23.2	16.0	11.2	9.6	6.4	6.4	3.2	1.6
	- 男性：40～50代	90	60.0	57.8	34.4	25.6	12.2	20.0	17.8	17.8	20.0	11.1	6.7	2.2	6.7	4.4	2.2
	- 女性：10～20代	95	48.4	33.7	46.3	29.5	14.7	15.8	14.7	18.9	23.2	14.7	13.7	10.5	11.6	4.2	-
	- 女性：20～30代	130	63.8	53.1	53.1	27.7	16.9	13.1	13.8	12.3	13.8	8.5	13.1	6.2	0.8	3.1	0.8
	- 女性：30～40代	125	61.6	61.6	45.6	20.8	20.8	18.4	16.0	11.2	8.8	9.6	9.6	8.0	4.0	2.4	1.6
	- 女性：40～50代	90	55.6	57.8	40.0	22.2	25.6	16.7	16.7	12.2	11.1	10.0	11.1	11.1	6.7	2.2	1.1

## A4.輸入食品購入時重視情報：「リピート」「ブランド」共に重視

「過去に自分で食べたことがある」が67.8%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」67.6%、「友人、知人のすすめ」55.0%が続く。

	1位	2位	3位	1~3位 合算	
過去に自分で食べたことがある（リピート）	29.0	20.6	18.2	67.8	
信頼できるブランド・メーカーの商品	31.2	17.8	18.6	67.6	
友人、知人のすすめ	12.6	20.4	22.0	55.0	
店頭でのプロモーション（店員による商品説明、試食、試用）	8.6	13.4	15.2	37.2	
広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告、映画など）	5.0	11.4	10.6	27.0	
メーカーなどのホームページ	3.6	5.6	4.2	13.4	
インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS	3.4	4.4	5.0	12.6	
宗教指導者のすすめ	4.6	3.2	2.8	10.6	
マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ	2.0	3.2	3.4	8.6	

※ 回答者に対して、輸入食品を購入する際に重視する情報を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ重視情報は複数回選択できない。

※ 「1～3位 合算」は、1位から3位までの割合の単純合計値。

# A4.輸入食品購入時重視情報（1位）：「ブランド」「リピート」を女性が重視

「信頼できるブランド・メーカーの商品」が31.2%と最も高く、次いで「過去に自分で食べたことがある」29.0%、「友人、知人のすすめ」12.6%が続く。

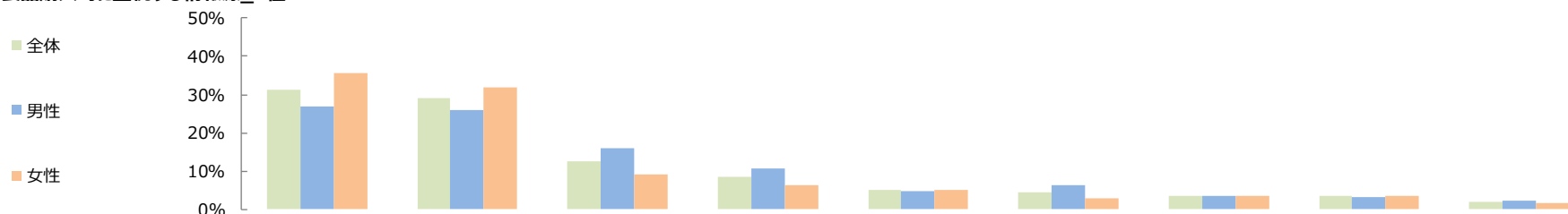
全体傾向との比較

性別×世代別：男性20～30代は「友人、知人のすすめ」の割合が10%以上高い。

女性20～30代、女性30～40代は「信頼できるブランド・メーカーの商品」の割合が5%以上高い。

女性30～40代、女性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。

◇ 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）	宗教指導者のすすめ	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
全体	500	31.2	29.0	12.6	8.6	5.0	4.6	3.6	3.4	2.0	
性別	男性	250	26.8	26.0	16.0	10.8	4.8	6.4	3.6	3.2	2.4
	女性	250	35.6	32.0	9.2	6.4	5.2	2.8	3.6	3.6	1.6
年代	10代	60	18.3	25.0	8.3	3.3	11.7	11.7	11.7	3.3	6.7
	20代	130	29.2	30.8	11.5	10.8	3.1	3.8	2.3	5.4	3.1
	30代	130	31.5	25.4	22.3	8.5	3.8	3.8	2.3	2.3	-
	40代	120	35.8	32.5	6.7	8.3	5.8	5.0	3.3	1.7	0.8
	50代	60	38.3	30.0	10.0	10.0	3.3	-	1.7	5.0	1.7
世代	10～20代	190	25.8	28.9	10.5	8.4	5.8	6.3	5.3	4.7	4.2
	20～30代	260	30.4	28.1	16.9	9.6	3.5	3.8	2.3	3.8	1.5
	30～40代	250	33.6	28.8	14.8	8.4	4.8	4.4	2.8	2.0	0.4
	40～50代	180	36.7	31.7	7.8	8.9	5.0	3.3	2.8	2.8	1.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	17.9	27.4	12.6	12.6	7.4	7.4	3.2	6.3	5.3
	- 男性：20～30代	130	23.8	22.3	23.8	10.8	4.6	6.9	3.1	3.1	1.5
	- 男性：30～40代	125	29.6	23.2	21.6	8.0	4.0	7.2	4.8	0.8	0.8
	- 男性：40～50代	90	37.8	28.9	7.8	12.2	2.2	4.4	3.3	2.2	1.1
	- 女性：10～20代	95	33.7	30.5	8.4	4.2	4.2	5.3	7.4	3.2	3.2
	- 女性：20～30代	130	36.9	33.8	10.0	8.5	2.3	0.8	1.5	4.6	1.5
	- 女性：30～40代	125	37.6	34.4	8.0	8.8	5.6	1.6	0.8	3.2	-
	- 女性：40～50代	90	35.6	34.4	7.8	5.6	7.8	2.2	2.2	3.3	1.1

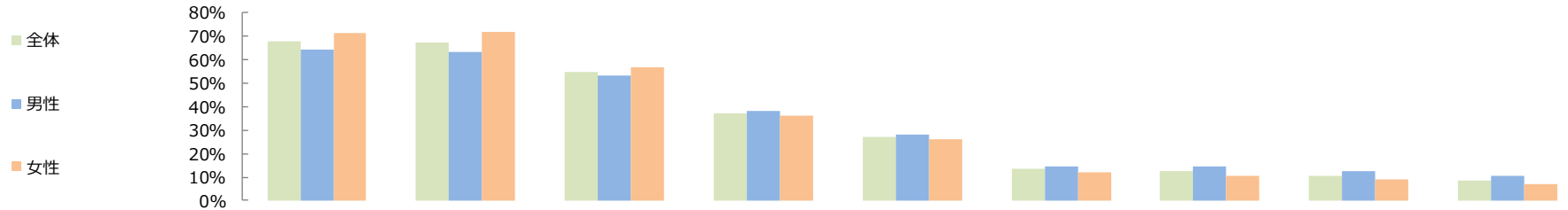
全体傾向より10%以上高い 全体傾向より5%以上高い 全体傾向より10%以上低い

# A4.輸入食品購入時重視情報（1～3位合算）：「ブランド」「リピート」を女性が重視

「過去に自分で食べたことがある」が67.8%と最も高く、次いで「信頼できるブランド・メーカーの商品」67.6%、「友人、知人のすすめ」55.0%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」などの自分や周囲の経験より、「広告媒体」「メーカーなどのホームページ」などの情報コンテンツを重視している傾向がある。  
 性別×世代別：女性20代以上の世代で「過去に自分で食べたことがある」「信頼できるブランド・メーカーの商品」重視。

◇ 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	友人、知人のすすめ	店頭でのプロモーション（店員による商品説明、試食、試用）	広告媒体（テレビ、新聞、雑誌広告、映画など）	メーカーなどのホームページ	インターネットのクチコミサイト、ブログ、SNS	宗教指導者のすすめ	マンガ・アニメ・ドラマ・映画などのコンテンツ
性別	全体	500	67.8	67.6	55.0	37.2	27.0	13.4	12.6	10.6	8.6
	男性	250	64.4	63.2	53.2	38.4	28.0	14.8	14.8	12.4	10.4
	女性	250	71.2	72.0	56.8	36.0	26.0	12.0	10.4	8.8	6.8
年代	10代	60	51.7	36.7	41.7	28.3	43.3	28.3	18.3	30.0	21.7
	20代	130	68.5	68.5	56.9	36.2	24.6	10.8	12.3	9.2	13.1
	30代	130	70.0	71.5	63.1	42.3	26.9	7.7	10.0	6.2	1.5
	40代	120	70.0	76.7	48.3	38.3	27.5	13.3	10.8	8.3	6.7
	50代	60	73.3	70.0	60.0	35.0	15.0	16.7	16.7	8.3	5.0
世代	10～20代	190	63.2	58.4	52.1	33.7	30.5	16.3	14.2	15.8	15.8
	20～30代	260	69.2	70.0	60.0	39.2	25.8	9.2	11.2	7.7	7.3
	30～40代	250	70.0	74.0	56.0	40.4	27.2	10.4	10.4	7.2	4.0
	40～50代	180	71.1	74.4	52.2	37.2	23.3	14.4	12.8	8.3	6.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	57.9	53.7	45.3	40.0	30.5	16.8	18.9	14.7	22.1
	- 男性：20～30代	130	65.4	61.5	58.5	39.2	27.7	12.3	12.3	12.3	10.0
	- 男性：30～40代	125	67.2	67.2	57.6	36.8	31.2	14.4	9.6	11.2	4.0
	- 男性：40～50代	90	66.7	74.4	53.3	38.9	22.2	15.6	14.4	10.0	4.4
	- 女性：10～20代	95	68.4	63.2	58.9	27.4	30.5	15.8	9.5	16.8	9.5
	- 女性：20～30代	130	73.1	78.5	61.5	39.2	23.8	6.2	10.0	3.1	4.6
	- 女性：30～40代	125	72.8	80.8	54.4	44.0	23.2	6.4	11.2	3.2	4.0
	- 女性：40～50代	90	75.6	74.4	51.1	35.6	24.4	13.3	11.1	6.7	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。

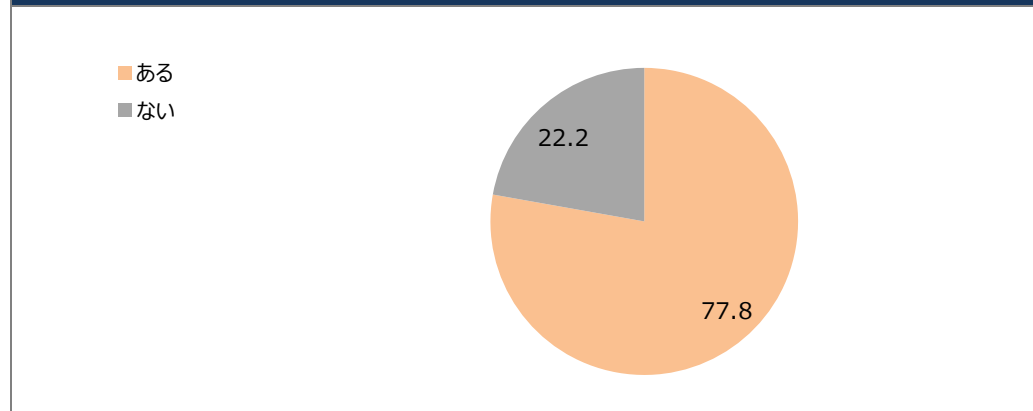
Q7.あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。

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。

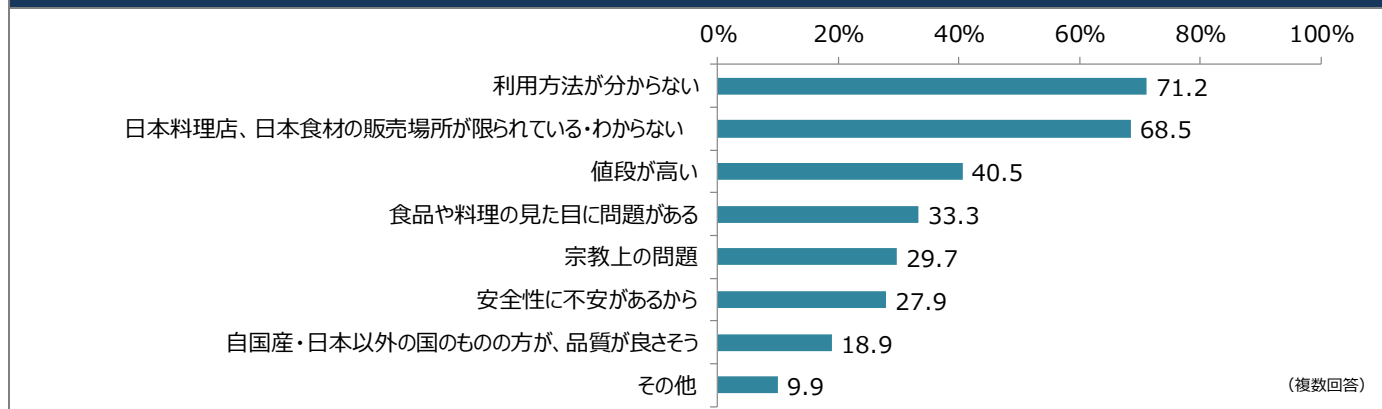
# A5&A7.過去の日本食品購入・日本料理店利用経験：8割弱が購入・利用経験あり

8割弱が、「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=111)



### 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

値段が全く分からない  
ベジタリアンの選択肢が少ない。  
完全に調理されていないと聞いた。  
自分はベジタリアンだから。  
寿司以外あまり良く知らない。  
馴染みがない。  
味が分からない。

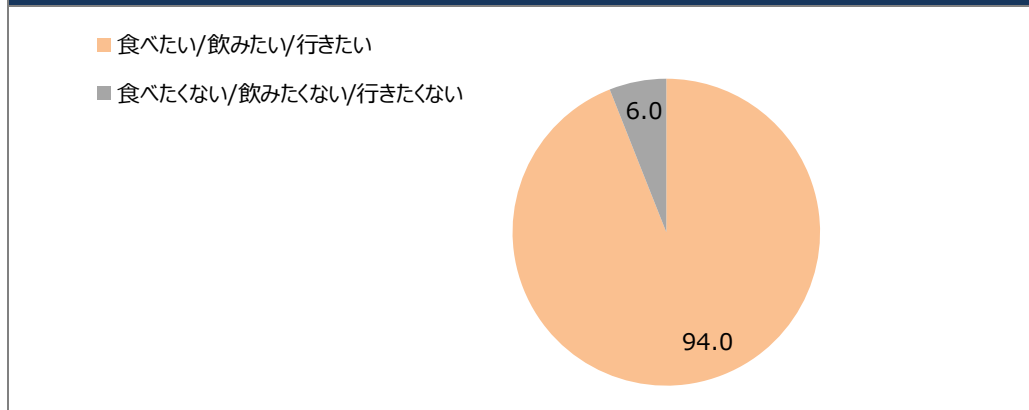
※ 回答者に対して、理由を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ理由は複数回選択できない。ただし、「その他」のみ複数選択可。

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

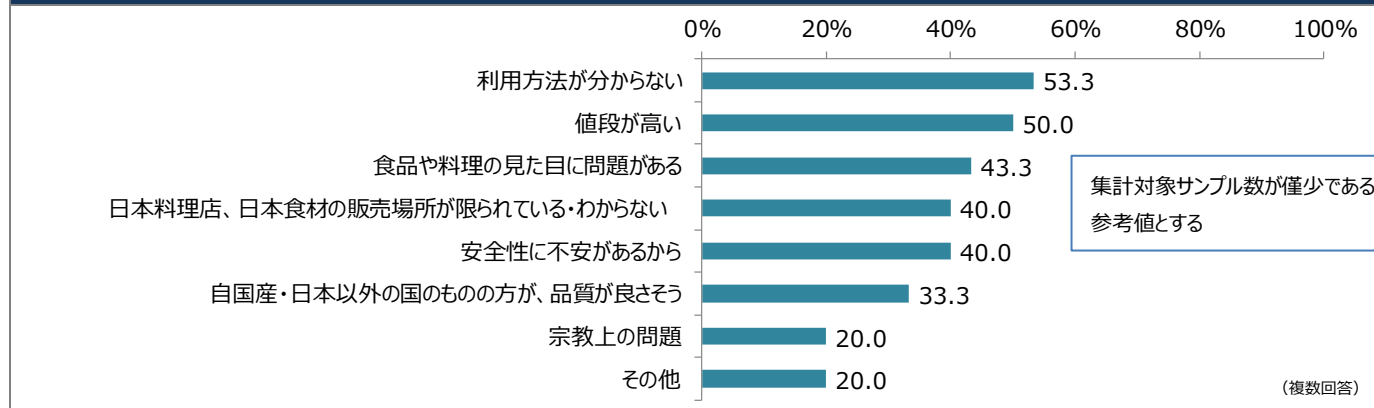
# A6&A8.現在および今後の日本食品購入・日本料理店利用意向：今後の摂取・利用意向旺盛

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=30）



※ 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。

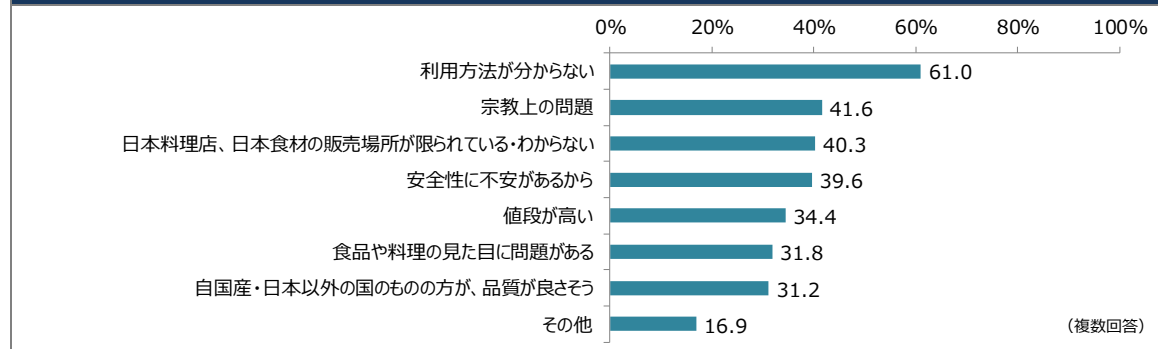
今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由\_その他  
味が好みではない  
風味が好みでない



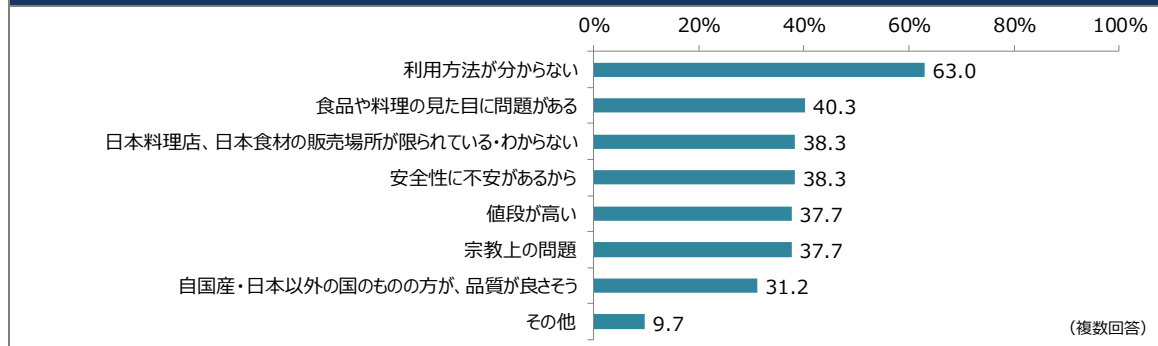
## (参考) 日本食品購入・日本料理店利用意向：6割が利用方法がわからない

スクリーニングアウトした回答者の61%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「利用方法が分からない」と回答した。また、今現在または今後の日本食品購入・日本料理店購入意向がない理由として、63.0%が「利用方法が分からない」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=154)



【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=154)



※ 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

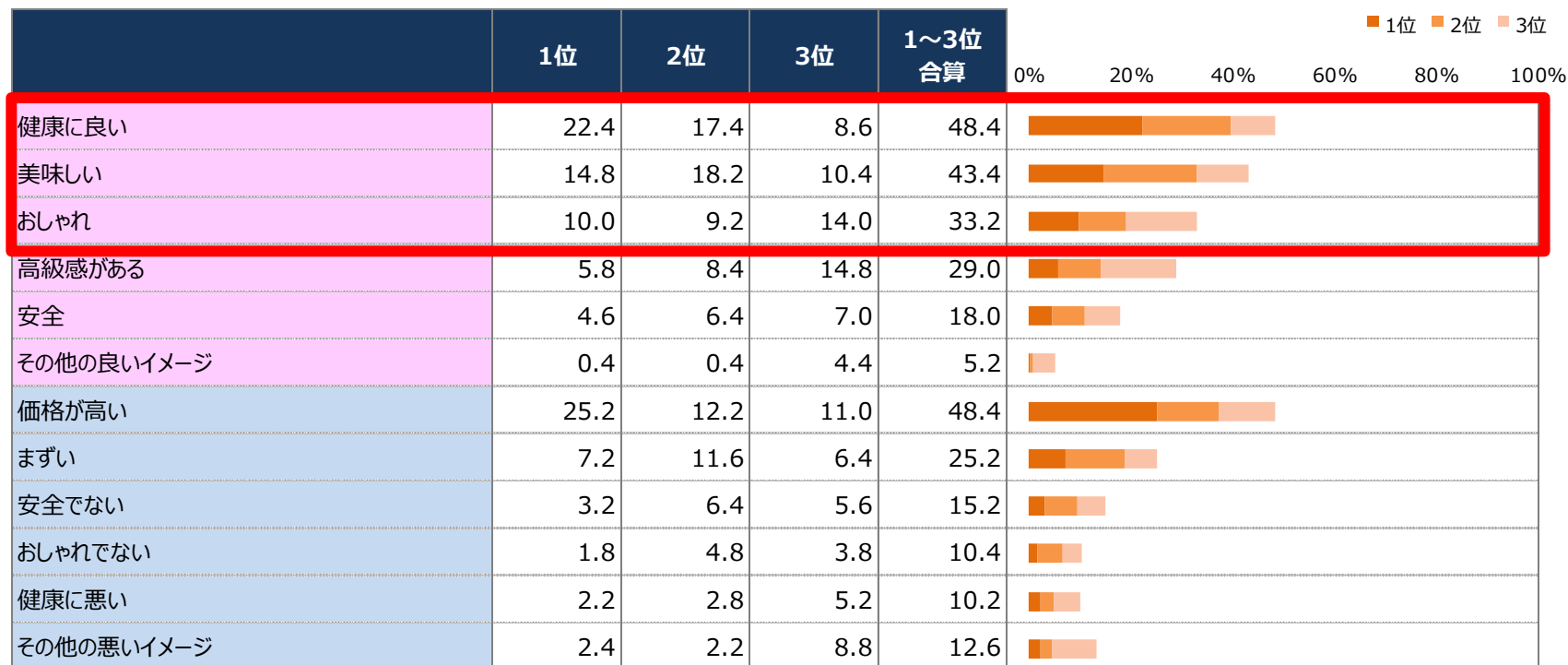
Q9.日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。

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：「健康に良い」「価格が高い」が同率でイメージが強い

「健康に良い」「価格が高い」が48.4%と最も高く、次いで「美味しい」43.4%が続く。



※ 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「価格が高い」

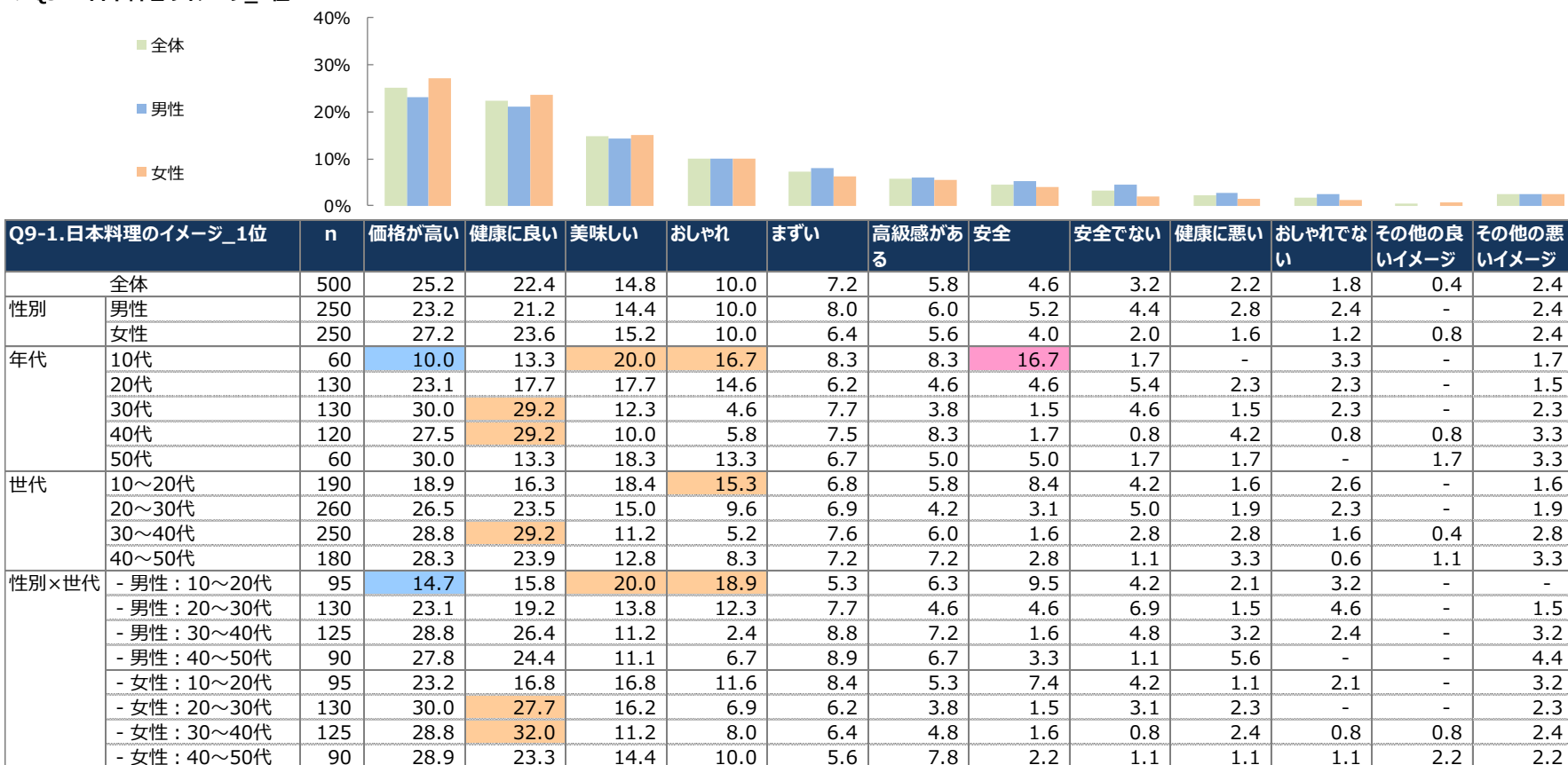
「価格が高い」が25.2%と最も高く、次いで「健康に良い」22.4%、「美味しい」14.8%と続く。

全体傾向との比較

年代別：10代は「安全」の割合が10%以上高い。

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

◇ Q9-1.日本料理のイメージ\_1位



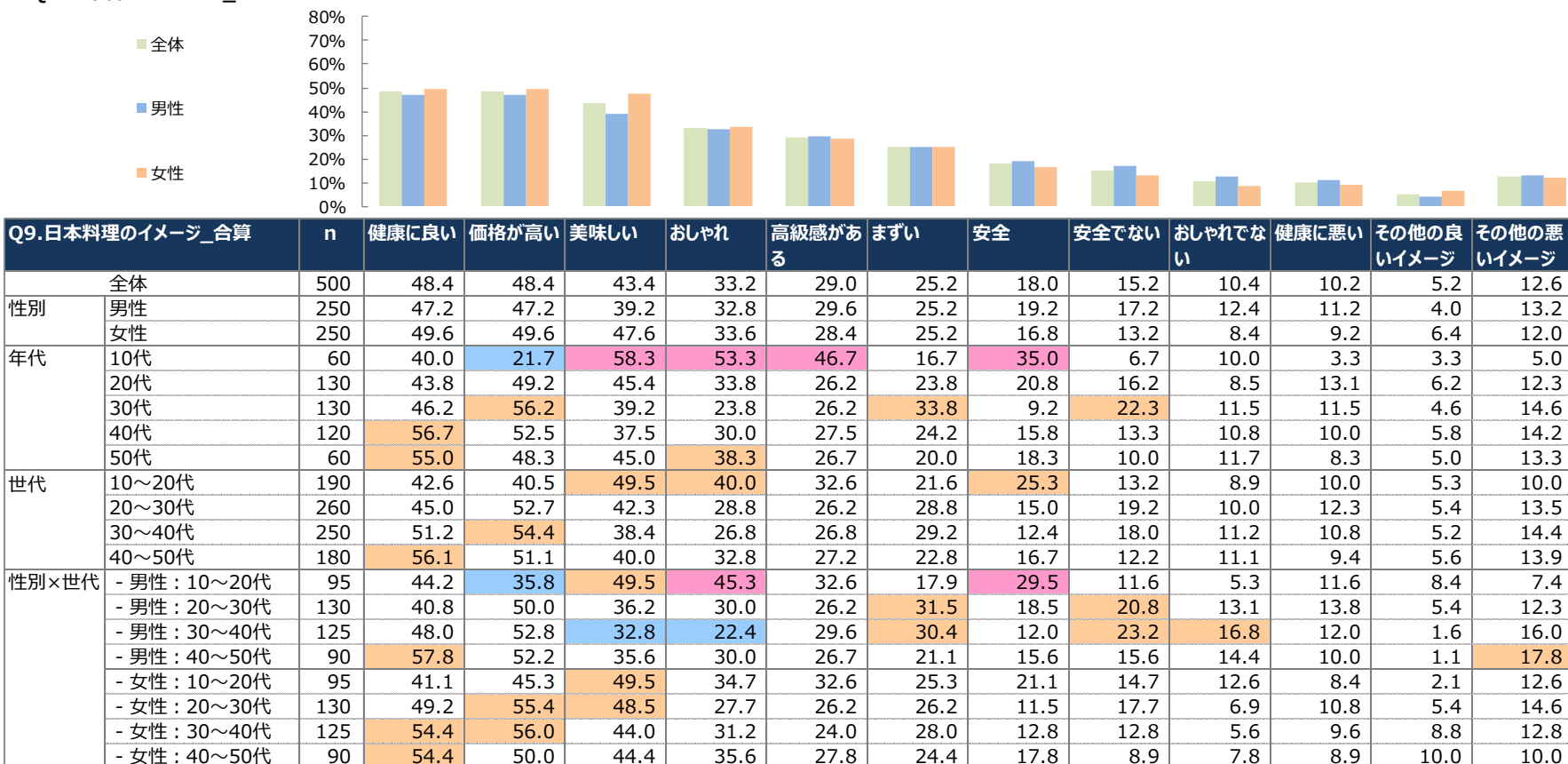
# A9.日本料理のイメージ（1～3位合算）：「健康に良い」「価格が高い」イメージが強い

「健康に良い」「価格が高い」が48.4%と最も高く、次いで「美味しい」43.4%と続く。

全体傾向との比較

年代別：10代は「美味しい」「おしゃれ」などの4項目それぞれの割合が10%以上高い。  
 性別×世代別：男性10～20代は「おしゃれ」の割合が10%以上高いが、男性30～40代は「おしゃれ」の割合が10%以上低い。女性20～40代は「価格が高い」、女性30～50代は「健康に良い」の割合がそれぞれ5%以上高い。

※ Q9.日本料理のイメージ\_合算



## A9.日本料理のイメージ：自由記述の抜粋

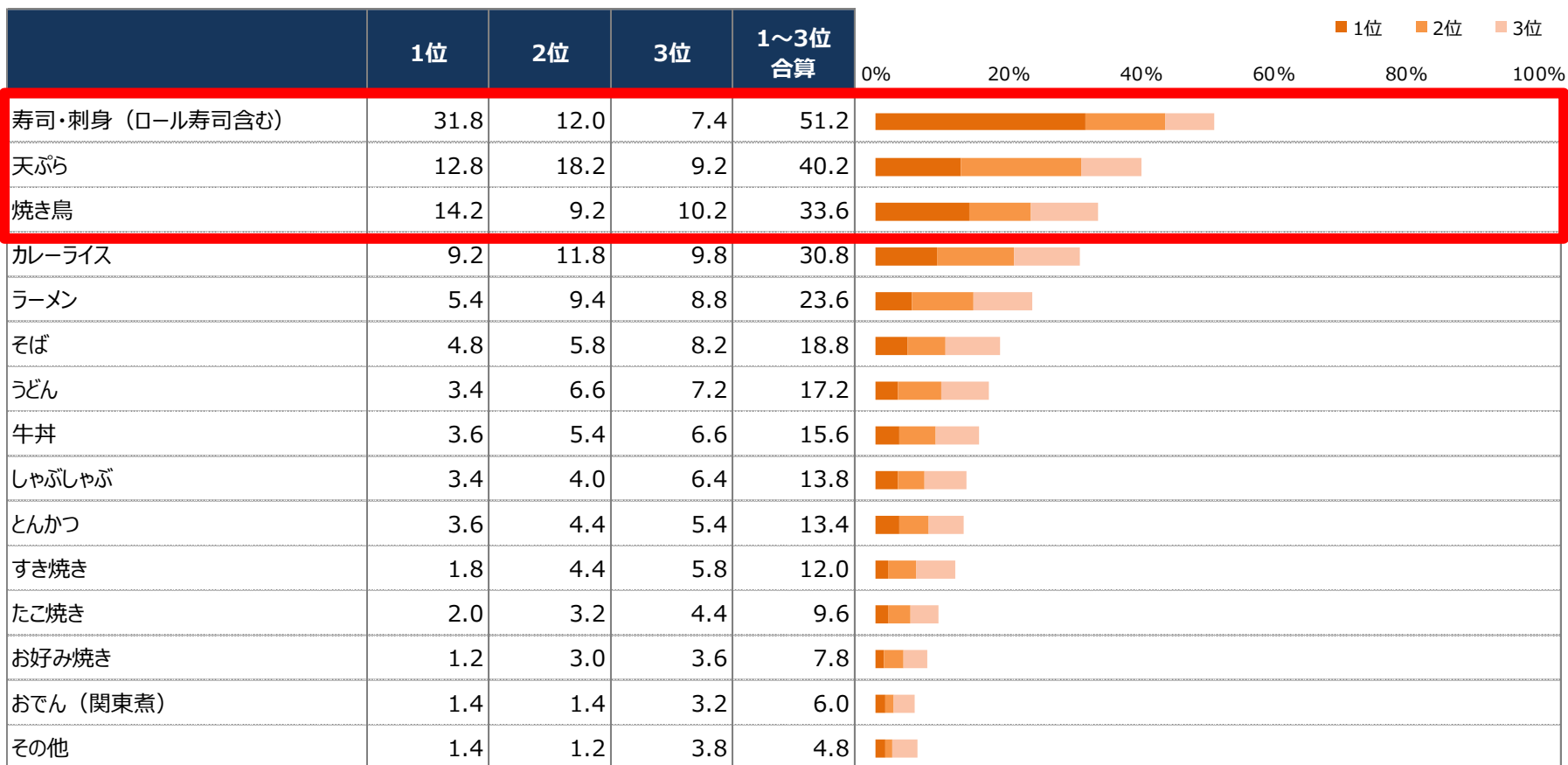
日本料理の良いイメージとしては、「スタイリッシュ」「ヘルシー」などが挙げられた。  
日本料理の悪いイメージとしては、入手のむずかしさや宗教・信仰に関する記載が見られた。

日本料理のイメージ_その他の良いイメージ
スタイリッシュ
スタイリッシュなプレゼンテーション
ヘルシー
友人がよく食べている
良い香り
見た目が美しい
斬新
寿司が有名
新鮮な生産物
清潔
生で食べられる
盛り付けがきれい
盛り付けが良い
低カロリー
日本料理を食べるのはハイクラス
美味しい
風味が豊か
変わった味で良い

日本料理のイメージ_その他の悪いイメージ
あまり売っていない
入手可能かどうかわからない
ハラル（お祈り）がされていない
ハラル（お祈り）済みがわからない
自分の信仰に反する可能性がある
自分の信仰にそぐわないと聞いた
材料が菜食仕様かどうか
生もの
日本料理は生で調理されていない状態で食べると聞いた。
大半が菜食でない。
大半が調理されていない生の食べ物
箸で食べられない。
材料がわからない
新鮮ではない
食のクオリティに不安がある
信用できない
やや退屈で刺激に欠けるイメージ
ユニークなので、以前食べたことのある人にしか魅力がない。
少し見た目が変わっている
周囲の客が嫌い

## 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51.2%と最も高く、次いで「天ぷら」40.2%、「焼き鳥」33.6%と続く。



※ 回答者に対して、好きな日本料理を1位から3位まで必ず3つ回答するように求めた。同じ料理は複数回選択できない。「その他」のみ複数選択可。

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

好きな日本料理のメニュー

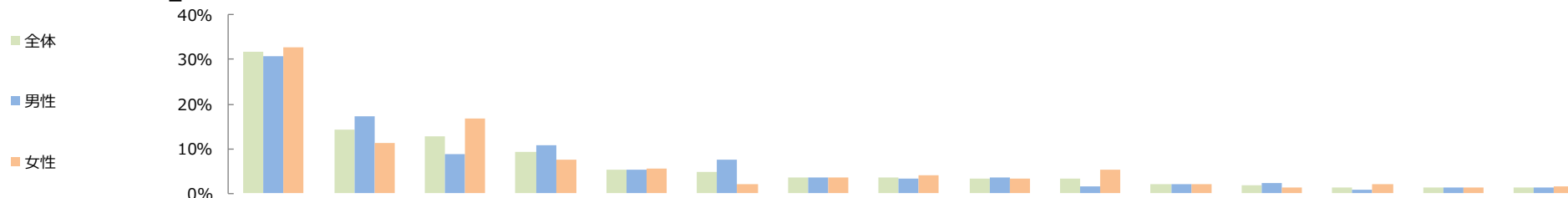
その他
チキンカツ
チキンフライ
鉄板焼き
豚のカツレツ

# A10.好きな日本料理（1位）：「寿司・刺身」が最も多く、突出している

「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が31.8%と最も高く、次いで「焼き鳥」14.2%、「天ぷら」12.8%と続く。

全体傾向との比較  
 年代別：50代は「天ぷら」「カレーライス」の割合が5%以上高いが、「焼き鳥」の割合が10%以上低い。  
 性別×世代別：男性20～30代、男性30～40代は「焼き鳥」の割合が5%以上高い。  
 女性30～40代、女性40～50代は「天ぷら」の割合が5%以上高い。

◇ Q10-1.好きな日本料理のメニュー\_1位



Q10-1.好きな日本料理のメニュー_1位	n	寿司・刺身 (ロール寿司含む)	焼き鳥	天ぷら	カレーライス	ラーメン	そば	とんかつ	牛丼	うどん	しゃぶしゃぶ	たこ焼き	すき焼き	おでん(関東煮)	お好み焼き	その他
全体	500	31.8	14.2	12.8	9.2	5.4	4.8	3.6	3.6	3.4	3.4	2.0	1.8	1.4	1.2	1.4
性別																
男性	250	30.8	17.2	8.8	10.8	5.2	7.6	3.6	3.2	3.6	1.6	2.0	2.4	0.8	1.2	1.2
女性	250	32.8	11.2	16.8	7.6	5.6	2.0	3.6	4.0	3.2	5.2	2.0	1.2	2.0	1.2	1.6
年代																
10代	60	28.3	5.0	10.0	15.0	6.7	5.0	3.3	6.7	5.0	1.7	1.7	5.0	5.0	1.7	-
20代	130	24.6	17.7	10.0	9.2	6.9	5.4	5.4	4.6	3.1	4.6	3.8	0.8	0.8	0.8	2.3
30代	130	38.5	19.2	13.1	3.8	3.1	5.4	3.1	2.3	1.5	3.1	1.5	1.5	-	1.5	2.3
40代	120	37.5	15.8	12.5	9.2	5.0	4.2	1.7	2.5	3.3	3.3	0.8	0.8	1.7	0.8	0.8
50代	60	25.0	1.7	21.7	15.0	6.7	3.3	5.0	3.3	6.7	3.3	1.7	3.3	1.7	1.7	-
世代																
10～20代	190	25.8	13.7	10.0	11.1	6.8	5.3	4.7	5.3	3.7	3.7	3.2	2.1	2.1	1.1	1.6
20～30代	260	31.5	18.5	11.5	6.5	5.0	5.4	4.2	3.5	2.3	3.8	2.7	1.2	0.4	1.2	2.3
30～40代	250	38.0	17.6	12.8	6.4	4.0	4.8	2.4	2.4	2.4	3.2	1.2	1.2	0.8	1.2	1.6
40～50代	180	33.3	11.1	15.6	11.1	5.6	3.9	2.8	2.8	4.4	3.3	1.1	1.7	1.7	1.1	0.6
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	22.1	17.9	8.4	10.5	8.4	8.4	3.2	5.3	4.2	3.2	3.2	2.1	1.1	1.1	1.1
- 男性：20～30代	130	30.8	22.3	6.2	8.5	4.6	8.5	3.1	4.6	1.5	2.3	2.3	1.5	-	1.5	2.3
- 男性：30～40代	125	39.2	20.0	6.4	8.0	3.2	7.2	2.4	2.4	2.4	0.8	1.6	2.4	0.8	1.6	1.6
- 男性：40～50代	90	33.3	13.3	11.1	13.3	5.6	6.7	5.6	1.1	4.4	1.1	1.1	2.2	1.1	-	-
- 女性：10～20代	95	29.5	9.5	11.6	11.6	5.3	2.1	6.3	5.3	3.2	4.2	3.2	2.1	3.2	1.1	2.1
- 女性：20～30代	130	32.3	14.6	16.9	4.6	5.4	2.3	5.4	2.3	3.1	5.4	3.1	0.8	0.8	0.8	2.3
- 女性：30～40代	125	36.8	15.2	19.2	4.8	4.8	2.4	2.4	2.4	2.4	5.6	0.8	-	0.8	0.8	1.6
- 女性：40～50代	90	33.3	8.9	20.0	8.9	5.6	1.1	-	4.4	4.4	5.6	1.1	1.1	2.2	2.2	1.1



# A10.好きな日本料理（1～3位合算）：「天ぷら」が男性より女性に人気

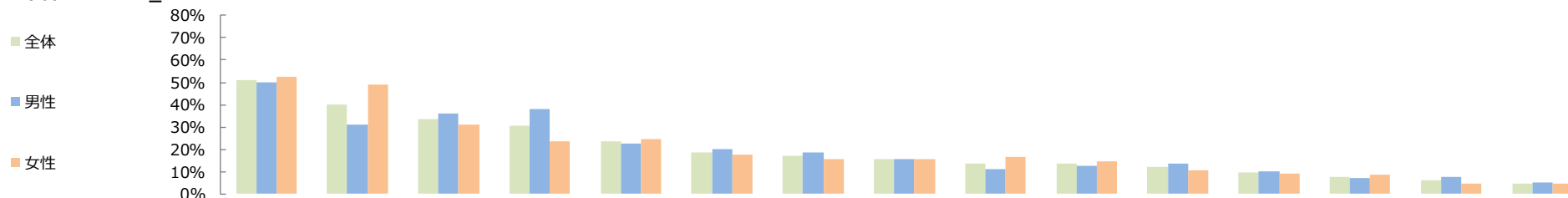
「寿司・刺身（ロール寿司含む）」が51.2%と最も高く、次いで「天ぷら」40.2%、「焼き鳥」33.6%と続く。

全体傾向との比較

性別×世代別：男性は全世代で「カレーライス」の割合が5%以上高い。

女性20～30代、女性30～40代、女性40～50代は「天ぷら」の割合が10%以上高いが、男性10～20代、男性20～30代は「天ぷら」の割合が10%以上低い。

◇ Q10.好きな日本料理のメニュー\_合算



Q10.好きな日本料理のメニュー_合算	n	寿司・刺身 (ロール寿司含む)	天ぷら	焼き鳥	カレーライス	ラーメン	そば	うどん	牛丼	しゃぶしゃぶ	とんかつ	すき焼き	たこ焼き	お好み焼き	おでん(関東煮)	その他
全体	500	51.2	40.2	33.6	30.8	23.6	18.8	17.2	15.6	13.8	13.4	12.0	9.6	7.8	6.0	4.8
性別																
男性	250	50.0	31.2	36.0	38.0	22.4	20.0	18.8	15.6	11.2	12.4	13.6	10.0	7.2	7.6	5.2
女性	250	52.4	49.2	31.2	23.6	24.8	17.6	15.6	15.6	16.4	14.4	10.4	9.2	8.4	4.4	4.4
年代																
10代	60	43.3	31.7	23.3	30.0	21.7	21.7	21.7	21.7	8.3	10.0	20.0	6.7	16.7	23.3	-
20代	130	44.6	31.5	33.1	32.3	26.9	23.8	16.2	21.5	13.8	16.2	11.5	10.8	7.7	3.1	3.8
30代	130	57.7	45.4	40.0	26.2	21.5	15.4	11.5	11.5	15.4	13.8	6.2	13.8	8.5	3.8	6.2
40代	120	55.8	41.7	38.3	35.0	20.0	15.0	18.3	14.2	15.8	9.2	15.0	6.7	5.8	5.0	4.2
50代	60	50.0	53.3	21.7	30.0	30.0	20.0	25.0	8.3	11.7	18.3	11.7	6.7	1.7	1.7	10.0
世代																
10～20代	190	44.2	31.6	30.0	31.6	25.3	23.2	17.9	21.6	12.1	14.2	14.2	9.5	10.5	9.5	2.6
20～30代	260	51.2	38.5	36.5	29.2	24.2	19.6	13.8	16.5	14.6	15.0	8.8	12.3	8.1	3.5	5.0
30～40代	250	56.8	43.6	39.2	30.4	20.8	15.2	14.8	12.8	15.6	11.6	10.4	10.4	7.2	4.4	5.2
40～50代	180	53.9	45.6	32.8	33.3	23.3	16.7	20.6	12.2	14.4	12.2	13.9	6.7	4.4	3.9	6.1
性別×世代																
- 男性：10～20代	95	41.1	22.1	32.6	37.9	27.4	26.3	18.9	24.2	11.6	12.6	13.7	9.5	8.4	11.6	2.1
- 男性：20～30代	130	50.0	25.4	40.0	36.9	22.3	25.4	16.9	16.9	11.5	11.5	10.8	13.1	8.5	4.6	4.6
- 男性：30～40代	125	58.4	35.2	39.2	36.8	17.6	16.8	16.8	11.2	11.2	8.8	14.4	12.0	8.0	6.4	5.6
- 男性：40～50代	90	52.2	38.9	35.6	38.9	23.3	13.3	21.1	11.1	12.2	15.6	15.6	6.7	3.3	4.4	7.8
- 女性：10～20代	95	47.4	41.1	27.4	25.3	23.2	20.0	16.8	18.9	12.6	15.8	14.7	9.5	12.6	7.4	3.2
- 女性：20～30代	130	52.3	51.5	33.1	21.5	26.2	13.8	10.8	16.2	17.7	18.5	6.9	11.5	7.7	2.3	5.4
- 女性：30～40代	125	55.2	52.0	39.2	24.0	24.0	13.6	12.8	14.4	20.0	14.4	6.4	8.8	6.4	2.4	4.8
- 女性：40～50代	90	55.6	52.2	30.0	27.8	23.3	20.0	20.0	13.3	16.7	8.9	12.2	6.7	5.6	3.3	4.4

## (参考) ドバイで人気のカレーライス

「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。ドバイでは特に「カレーライス」の人気の高い。

UAEの人口のうち88.4%が外国籍（出所：Euromonitor International。2012年）であり、なかでもインドから  
の居住者が多い現状である（本調査の回答者も42.8%がインド国籍）。

そのため、ドバイ市場開拓の際はアラブ人のみならずインド人等の嗜好も考慮する必要がある。カレーライスを選んだ回答  
者も71.7%がインド国籍の人々であった。

一般的にインド人は日本の「カレーライス」とインドの「カレー」の味は別物と考えているものの、見た目やスパイスに親  
和性を感じている様子。

インド人の特徴として「食に対して保守的」、「醤油や塩等の薄味には味を感じず、スパイスの味を好む」が挙げられるた  
め、これらも考慮してドバイ市場を見る必要がある。

## 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46.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」43.6%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」42.4%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4.8%であった。

# A11.日本料理の問題点・買わない理由（1位）：「価格、調理方法、販売場所」に問題

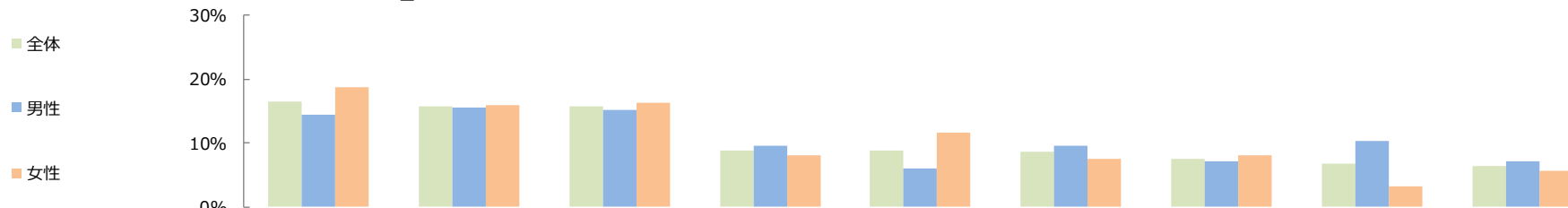
「価格が高い」が16.6%と最も高く、次いで「食品の使い方・調理の仕方がわからない」「販売場所が限られている・わからない」15.8%と続く。

全体傾向との比較

性別×世代別：女性20～30代、女性30～40代は「価格が高い」の割合が5%以上高い。

女性40～50代は「食品の使い方・調理の仕方がわからない」の割合が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	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）	包装材やラベルに問題がある（内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど）	宗教上問題がある	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	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）
全体	全体	500	16.6	15.8	15.8	8.8	8.8	8.6	7.6	6.8	6.4
性別	男性	250	14.4	15.6	15.2	9.6	6.0	9.6	7.2	10.4	7.2
	女性	250	18.8	16.0	16.4	8.0	11.6	7.6	8.0	3.2	5.6
年代	10代	60	8.3	11.7	13.3	8.3	13.3	16.7	10.0	3.3	11.7
	20代	130	14.6	18.5	18.5	10.0	6.9	10.8	7.7	4.6	6.2
	30代	130	21.5	15.4	11.5	10.0	8.5	6.9	9.2	6.9	6.2
	40代	120	19.2	15.0	18.3	9.2	6.7	5.0	5.8	7.5	6.7
	50代	60	13.3	16.7	16.7	3.3	13.3	6.7	5.0	13.3	1.7
世代	10～20代	190	12.6	16.3	16.8	9.5	8.9	12.6	8.4	4.2	7.9
	20～30代	260	18.1	16.9	15.0	10.0	7.7	8.8	8.5	5.8	6.2
	30～40代	250	20.4	15.2	14.8	9.6	7.6	6.0	7.6	7.2	6.4
	40～50代	180	17.2	15.6	17.8	7.2	8.9	5.6	5.6	9.4	5.0
性別×世代	- 男性：10～20代	95	9.5	16.8	13.7	10.5	6.3	14.7	9.5	7.4	8.4
	- 男性：20～30代	130	13.8	20.8	13.1	9.2	6.2	11.5	8.5	8.5	6.9
	- 男性：30～40代	125	17.6	14.4	16.0	11.2	4.8	7.2	5.6	11.2	7.2
	- 男性：40～50代	90	16.7	10.0	20.0	7.8	5.6	5.6	4.4	14.4	5.6
	- 女性：10～20代	95	15.8	15.8	20.0	8.4	11.6	10.5	7.4	1.1	7.4
	- 女性：20～30代	130	22.3	13.1	16.9	10.8	9.2	6.2	8.5	3.1	5.4
	- 女性：30～40代	125	23.2	16.0	13.6	8.0	10.4	4.8	9.6	3.2	5.6
	- 女性：40～50代	90	17.8	21.1	15.6	6.7	12.2	5.6	6.7	4.4	4.4

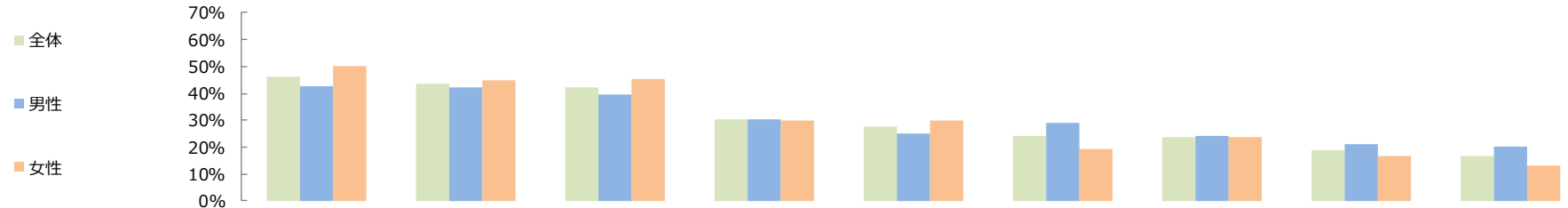
# A11.日本料理の問題点・買わない理由（1～3位合算）：「価格が高い」女性20代以上に多い

「価格が高い」が46.4%と最も高く、次いで「販売場所が限られている・わからない」43.6%、「食品の使い方・調理の仕方がわからない」42.4%と続く。

全体傾向との比較  
 年代別：10代は「味覚上の問題がある」「包装材やラベルに問題がある」など、味・見た目の割合が高く、「価格が高い」「販売場所が限られている・わからない」など、価格・手段の割合が低い。

性別×世代別：女性20～30代、女性30～40代、女性40～50代は「価格が高い」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	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)	包装材やラベルに問題がある (内容物が確認できない、説明書きがわかりにくいなど)	宗教上の問題がある	安全性に不安がある	食品自体の見た目に問題がある (見た目や色に抵抗あるなど)	自国産・日本以外の国のものの方が品質が良い
全体		500	46.4	43.6	42.4	30.2	27.6	24.2	23.8	19.0	16.8
性別	男性	250	42.8	42.4	39.6	30.4	25.2	29.2	24.0	21.2	20.4
	女性	250	50.0	44.8	45.2	30.0	30.0	19.2	23.6	16.8	13.2
年代	10代	60	23.3	31.7	31.7	41.7	43.3	38.3	26.7	31.7	16.7
	20代	130	46.9	43.8	45.4	29.2	21.5	23.8	32.3	18.5	19.2
	30代	130	52.3	41.5	40.8	30.0	29.2	20.8	27.7	22.3	15.4
	40代	120	50.0	48.3	45.0	29.2	27.5	24.2	15.8	14.2	11.7
	50代	60	48.3	50.0	45.0	23.3	21.7	18.3	10.0	10.0	25.0
世代	10～20代	190	39.5	40.0	41.1	33.2	28.4	28.4	30.5	22.6	18.4
	20～30代	260	49.6	42.7	43.1	29.6	25.4	22.3	30.0	20.4	17.3
	30～40代	250	51.2	44.8	42.8	29.6	28.4	22.4	22.0	18.4	13.6
	40～50代	180	49.4	48.9	45.0	27.2	25.6	22.2	13.9	12.8	16.1
性別×世代	- 男性：10～20代	95	37.9	35.8	37.9	36.8	29.5	32.6	29.5	24.2	22.1
	- 男性：20～30代	130	45.4	36.2	43.8	27.7	26.2	31.5	30.8	25.4	20.0
	- 男性：30～40代	125	45.6	44.0	39.2	28.0	24.8	29.6	23.2	22.4	16.0
	- 男性：40～50代	90	45.6	54.4	36.7	24.4	17.8	26.7	14.4	13.3	21.1
	- 女性：10～20代	95	41.1	44.2	44.2	29.5	27.4	24.2	31.6	21.1	14.7
	- 女性：20～30代	130	53.8	49.2	42.3	31.5	24.6	13.1	29.2	15.4	14.6
	- 女性：30～40代	125	56.8	45.6	46.4	31.2	32.0	15.2	20.8	14.4	11.2
	- 女性：40～50代	90	53.3	43.3	53.3	30.0	33.3	17.8	13.3	12.2	11.1

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

## 4. 調査結果

### － 6. 日本の調味料類に関する評価

Q18.日本の調味料類を知っていますか。

Q19.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがありますか。

Q20.日本の調味料類は好きですか。

Q21.日本の調味料類を好きな理由を教えてください。

Q22.日本の調味料類が好きではない理由を教えてください。

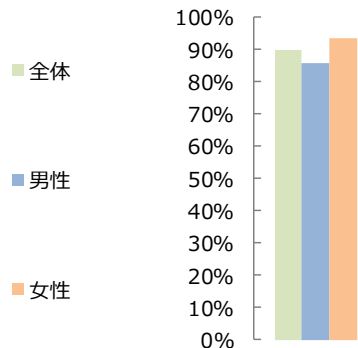
Q23.日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

# A18~20.日本の調味料類の認知・購入実態：購入経験者の94%が「好き」と回答

日本の調味料類の認知率は89.8%。女性30~40代は割合が5%以上高いが、男性10~20代の認知率は低い。

認知者（449名）のうち、摂取・購入経験者は93.5%（420名）。摂取・購入経験者のうち、94.0%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



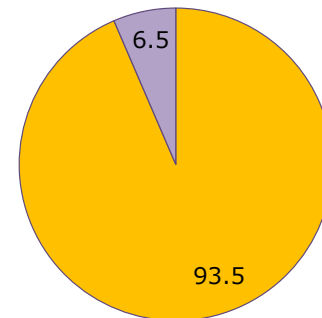
	n	はい	いいえ
全体	500	89.8	10.2
性別			
男性	250	86.0	14.0
女性	250	93.6	6.4
年代			
10代	60	78.3	21.7
20代	130	89.2	10.8
30代	130	92.3	7.7
40代	120	95.8	4.2
50代	60	85.0	15.0
世代			
10~20代	190	85.8	14.2
20~30代	260	90.8	9.2
30~40代	250	94.0	6.0
40~50代	180	92.2	7.8
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	78.9	21.1
- 男性：20~30代	130	86.9	13.1
- 男性：30~40代	125	90.4	9.6
- 男性：40~50代	90	91.1	8.9
- 女性：10~20代	95	92.6	7.4
- 女性：20~30代	130	94.6	5.4
- 女性：30~40代	125	97.6	2.4
- 女性：40~50代	90	93.3	6.7

■ 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

## 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=449)

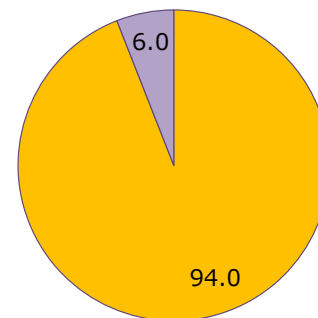
■ はい  
■ いいえ



## A20.

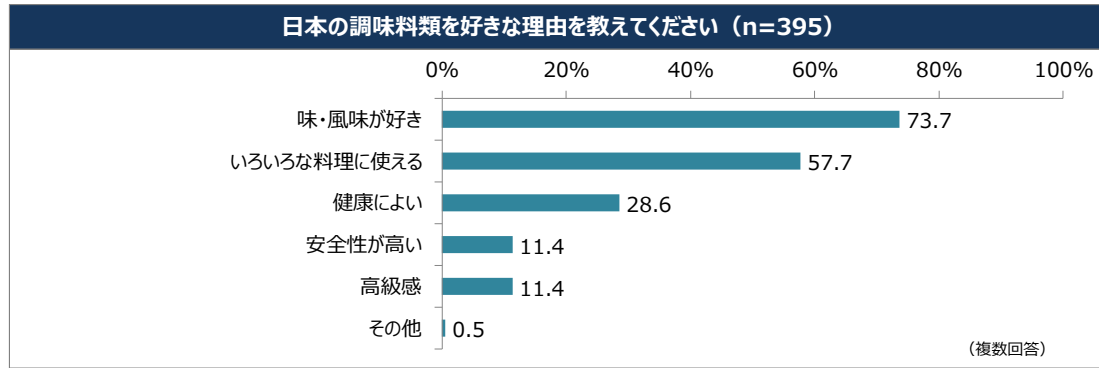
### 日本の調味料類は好きですか (n=420)

■ はい  
■ いいえ



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

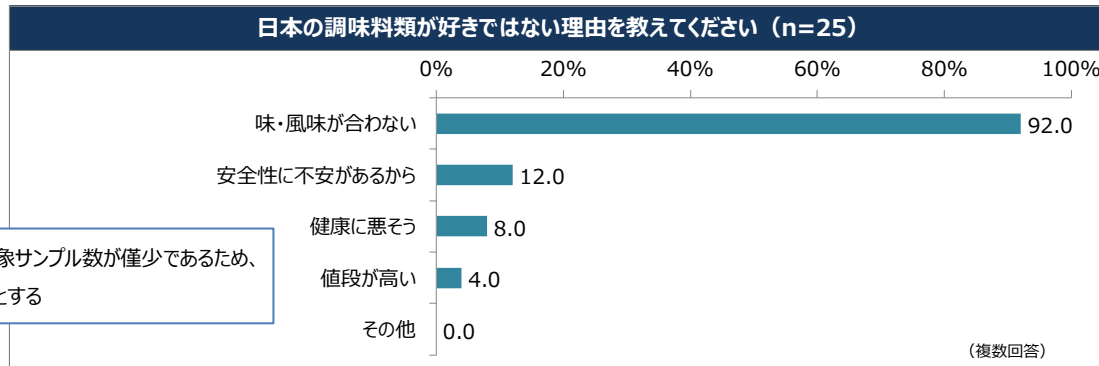
A21.



「味・風味が好き」が73.7%と最も高く、次いで「いろいろな料理に使える」57.7%、「健康によい」28.6%が続く。

日本の調味料類が好きな理由\_その他  
馴染みがある

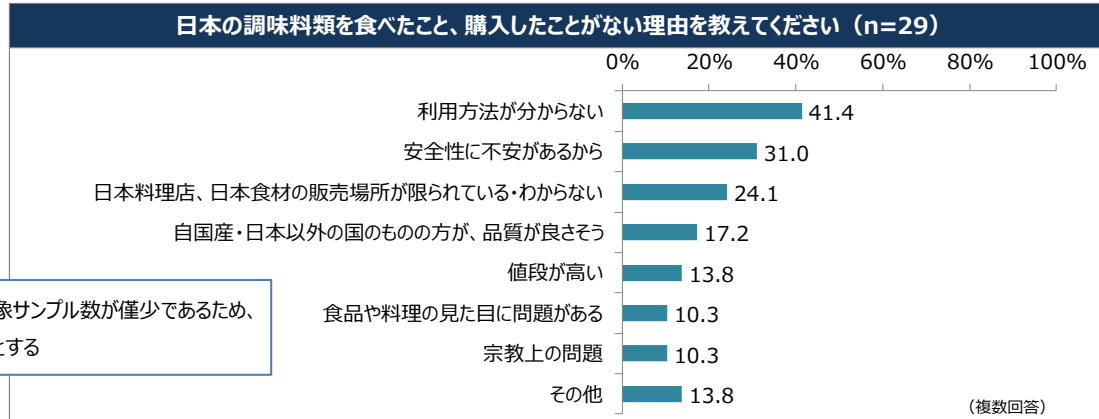
A22.



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92.0%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」12.0%、「健康に悪そう」8.0%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41.4%と最も高く、次いで「安全性に不安があるから」31.0%、「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」24.1%が続く。

日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由\_その他  
市場に中国の醤油がある  
家では日本料理を作ることはないけれど、日本料理を出すレストランに行って食べる



## 4. 調査結果

### － 7. 日本の青果物に関する評価

Q30.日本の青果物を知っていますか。

Q31.日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか。

Q32.日本の青果物は好きですか。

Q33.日本の青果物を好きな理由を教えてください。

Q34.日本の青果物が好きではない理由を教えてください。

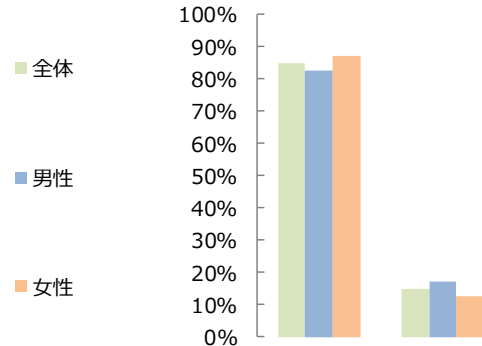
Q35.日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

# A30~32.日本の青果物の認知・購入実態：購入経験者の97%が「好き」と回答

日本の青果物の認知率は85.0%。女性10~20代の割合が5%以上高い。

認知者（425名）のうち、摂取・購入経験者は85.2%（362名）。摂取・購入経験者のうち、97.5%が日本の青果物を「好き」と回答している。

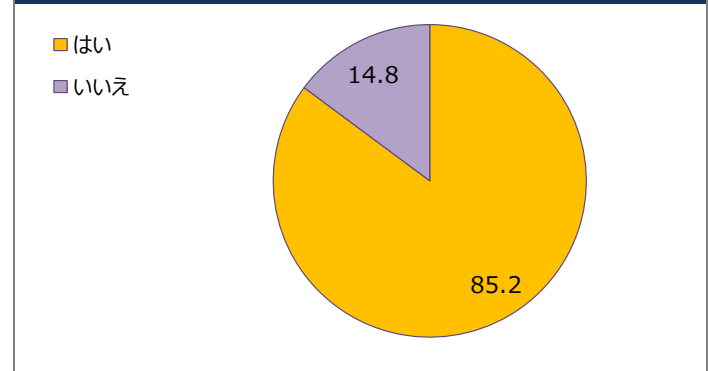
A30. 日本の青果物を知っていますか



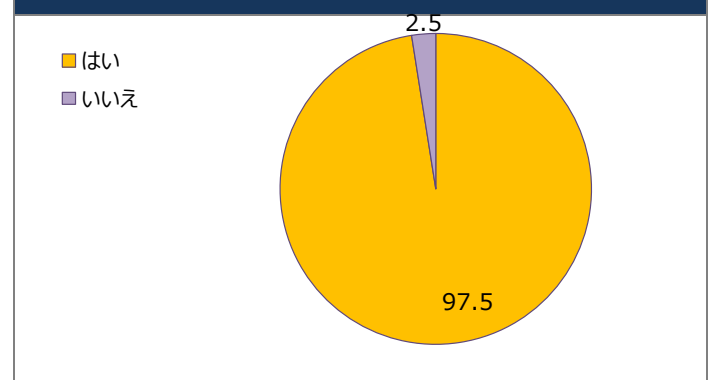
	n	はい (%)	いいえ (%)
全体	500	85.0	15.0
性別			
男性	250	82.8	17.2
女性	250	87.2	12.8
年代			
10代	60	91.7	8.3
20代	130	90.8	9.2
30代	130	82.3	17.7
40代	120	83.3	16.7
50代	60	75.0	25.0
世代			
10~20代	190	91.1	8.9
20~30代	260	86.5	13.5
30~40代	250	82.8	17.2
40~50代	180	80.6	19.4
性別×年代			
- 男性：10~20代	95	89.5	10.5
- 男性：20~30代	130	84.6	15.4
- 男性：30~40代	125	79.2	20.8
- 男性：40~50代	90	80.0	20.0
- 女性：10~20代	95	92.6	7.4
- 女性：20~30代	130	88.5	11.5
- 女性：30~40代	125	86.4	13.6
- 女性：40~50代	90	81.1	18.9

全体傾向より10%以上高い (Green)    全体傾向より5%以上高い (Orange)    全体傾向より10%以上低い (Blue)

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=425)

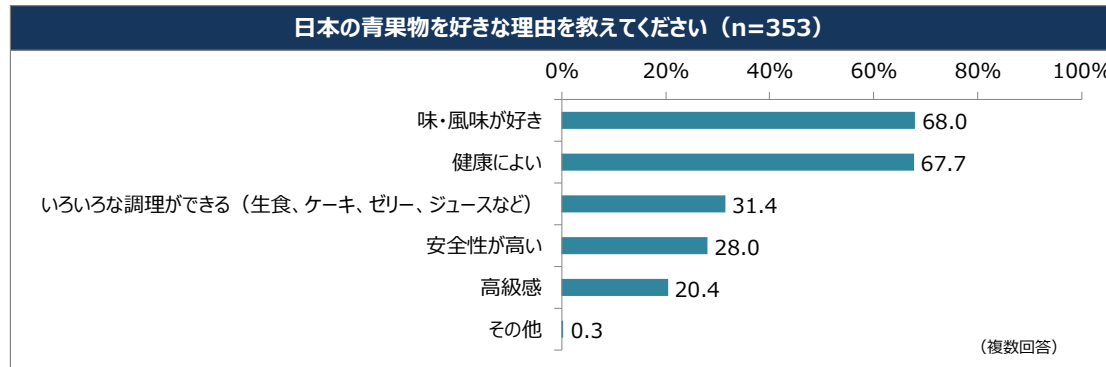


A32. 日本の青果物は好きですか (n=362)



# A33~35.日本の青果物の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」

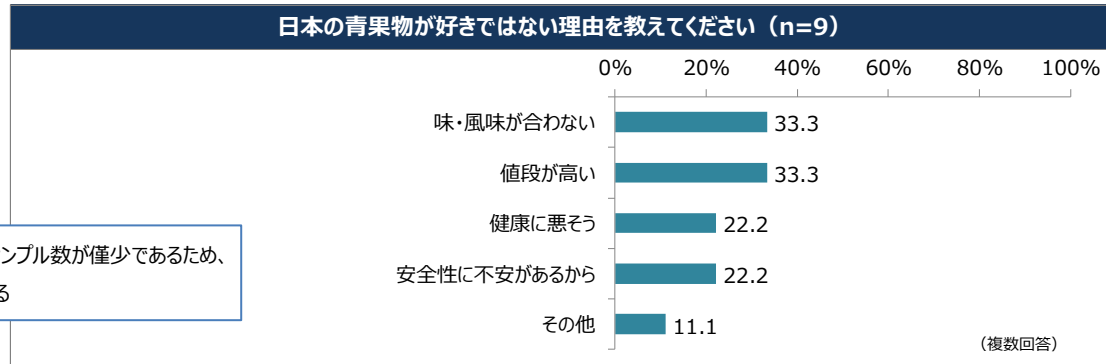
A33.



「味・風味が好き」が68.0%と最も高く、次いで「健康に良い」67.7%、「いろいろな調理ができる」31.4%が続く。

日本の青果物が好きな理由\_その他  
非常に美味で高品質

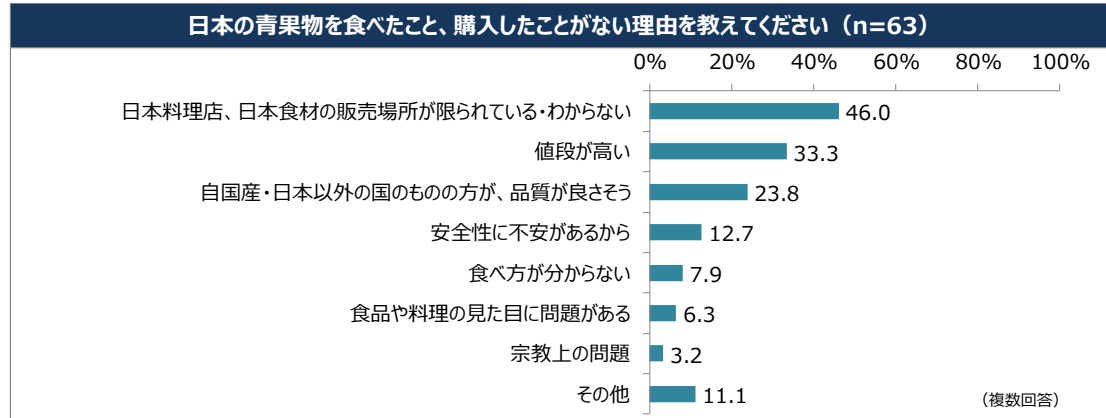
A34.



集計対象サンプル数が僅少であるため、参考値とする

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

A35.



「日本料理店、日本食材の販売場所が限られている・わからない」が46.0%と最も高く、次いで「値段が高い」33.3%、「自国産・日本以外の国のものの方が、品質が良さそう」23.8%が続く。

日本の青果物を摂取・購入したことがない理由\_その他  
ドバイではあまり強く売り出されていない  
ここでは入手できないから  
生産地が日本のものはスーパーで見たことがない  
普通のスーパーにない

## 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。

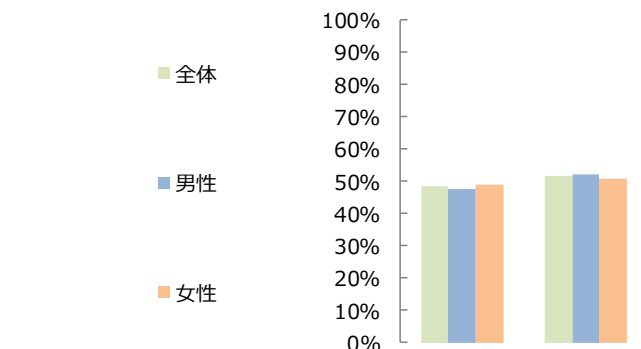
Q41.日本の牛肉が好きではない理由を教えてください。

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94%が「好き」と回答

日本の牛肉の認知率は48.4%。10代と50代の割合がそれぞれ10%以上高い。

A36. 日本の牛肉を知っていますか

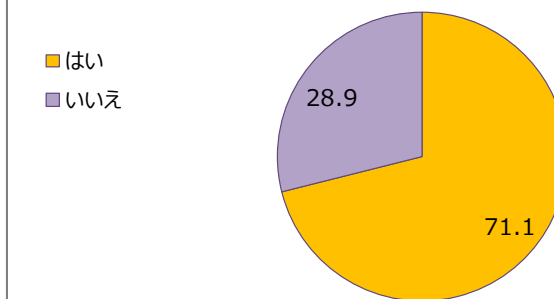


	n	はい	いいえ
全体	500	48.4	51.6
性別			
男性	250	47.6	52.4
女性	250	49.2	50.8
年代			
10代	60	61.7	38.3
20代	130	41.5	58.5
30代	130	43.1	56.9
40代	120	49.2	50.8
50代	60	60.0	40.0
世代			
10~20代	190	47.9	52.1
20~30代	260	42.3	57.7
30~40代	250	46.0	54.0
40~50代	180	52.8	47.2
性別×世代			
- 男性：10~20代	95	49.5	50.5
- 男性：20~30代	130	43.1	56.9
- 男性：30~40代	125	43.2	56.8
- 男性：40~50代	90	52.2	47.8
- 女性：10~20代	95	46.3	53.7
- 女性：20~30代	130	41.5	58.5
- 女性：30~40代	125	48.8	51.2
- 女性：40~50代	90	53.3	46.7

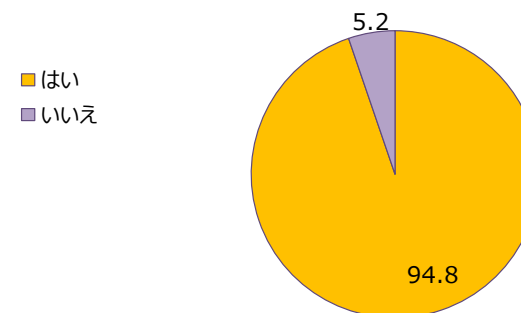
■ 全体傾向より10%以上高い   
 ■ 全体傾向より5%以上高い   
 ■ 全体傾向より10%以上低い

認知者（242名）のうち、摂取・購入経験者は71.1%（172名）。摂取・購入経験者のうち、94.8%が日本の牛肉を「好き」と回答している。

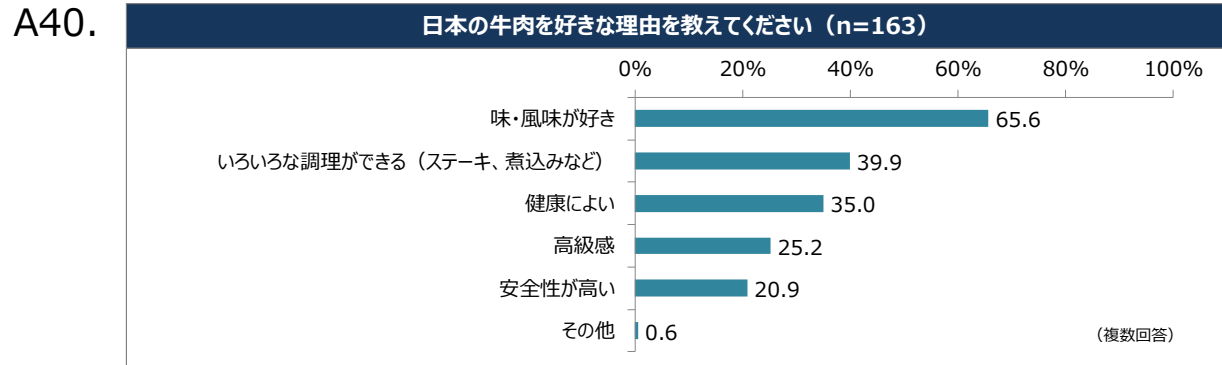
A37. 日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか (n=242)



A39. 日本の牛肉は好きですか (n=172)

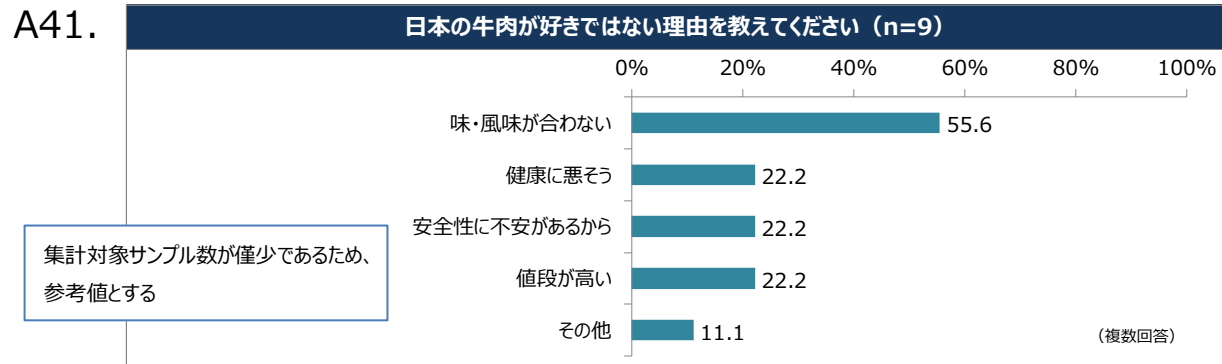


# A40~42.日本の牛肉の評価理由：好きな理由の1位は「味・風味が好き」



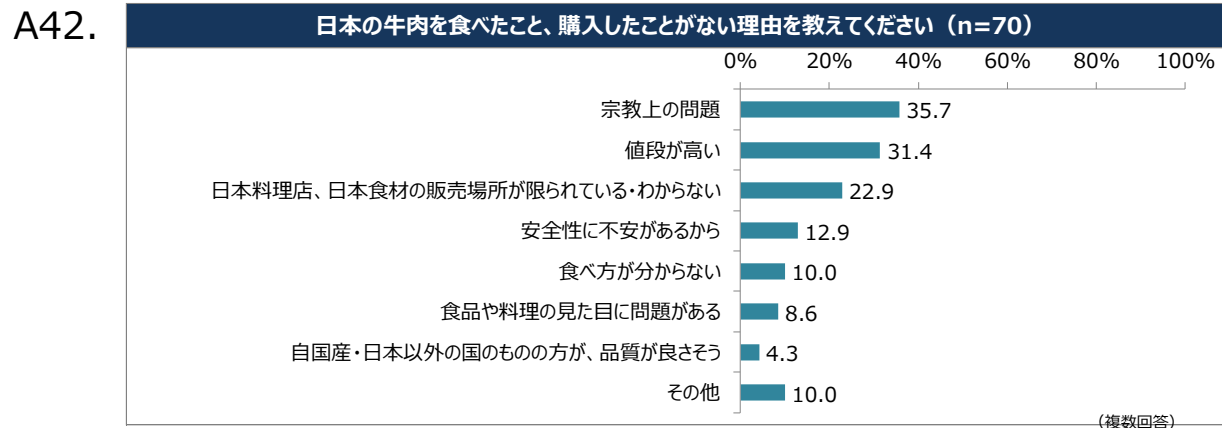
「味・風味が好き」が65.6%と最も高く、次いで「いろいろな調理ができる」39.9%、「健康に良い」35.0%が続く。

**日本の牛肉が好きな理由\_その他**  
やわらかい



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55.6%と最も高く、次いで「健康に悪そう」「安全性に不安があるから」「値段が高い」22.2%が続く。



「宗教上の問題」が35.7%と最も高く、次いで「値段が高い」31.4%、「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」22.9%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**  
CarrefourやLuluで見たことがない。  
スーパーで日本の牛肉を見たことがない

## 5. 資料：調査項目一覧

設問No.	項目名	設問文
F1	性別	あなたの性別をお答えください。
F2	年齢	あなたの年齢をお答えください。
F3	居住都市	あなたの居住都市・地域をお答えください。
F4	国籍	あなたの国籍をお答えください。
F5	世帯年収	あなたの世帯年収をお答えください。
F6	宗教	あなたの宗教をお答えください。
F7	海外への渡航経験	海外への渡航経験をお答えください。



設問No.	項目名	設問文
Q1	好きな外国料理	これらの料理の中で、好きな外国料理は何ですか。上位3つを選んでください。
Q2	当該外国料理を好きな理由	あなたが以下の料理を好きな理由として、あてはまるものをお答えください。上位3つを選んでください。
Q3	食品購入時重視点	あなたが日頃、食品を購入する際に重視する点は何ですか。上位3つを選んでください。
Q4	輸入食品購入時重視情報	あなたは輸入食品の購入にあたってどのような情報源を重要視しますか。上位3つを選んでください。
Q5	日本食品購入・日本料理店の利用経験有無	あなたは過去に日本食品を購入あるいは日本料理店を利用したことがありますか。
Q6	今現在・今後の日本食品摂取・日本料理店利用意向	あなたは今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたい、あるいは日本料理店に行きたいと思いませんか。
Q7	過去に日本食品を購入・日本料理店を利用したことがない理由	あなたが、過去に日本食品を購入したことがない、あるいは日本料理店を利用したことがない理由をお答えください。
Q8	今現在・今後、日本食品の飲食・日本料理店を利用したくない理由	あなたが、今現在または今後、日本の食べ物や飲み物を買って、食べたり飲んだりしたいと思わない理由、あるいは日本料理店に行きたいと思わない理由をお答えください。
Q9	日本料理のイメージ	日本料理について、どのようなイメージを持っていますか。上位3つを選んでください。
Q10	好きな日本料理メニュー	好きな日本料理メニューはどれですか。上位3つを選んでください。
Q11	日本食品・食材購入時に感じる問題点、買わない理由	日本産食品・食材を購入する際に感じる問題点（改善して欲しい点）や日本産食品を買わない理由はありますか。上位3つを選んでください。

設問No.	項目名	設問文
Q12	日本の水産品の認知	日本の水産品を知っていますか。
Q13	日本の水産品の摂取・購入経験	日本の水産品を食べたこと、購入したことがありますか。
Q14	日本の水産品の好意度	日本の水産品は好きですか。
Q15	日本の水産品が好きな理由	日本の水産品を好きな理由を教えてください。
Q16	日本の水産品が好きではない理由	日本の水産品が好きではない理由を教えてください。
Q17	日本の水産品を摂取・購入したことがない理由	日本の水産品を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。
Q18	日本の調味料類の認知	日本の調味料類を知っていますか。
Q19	日本の調味料類の摂取・購入経験	日本の調味料類を食べたこと、購入したことがありますか。
Q20	日本の調味料類は好きですか	日本の調味料類は好きですか。
Q21	日本の調味料類が好きな理由	日本の調味料類を好きな理由を教えてください。
Q22	日本の調味料類が好きではない理由	日本の調味料類が好きではない理由を教えてください。
Q23	日本の調味料類を摂取・購入したことがない理由	日本の調味料類を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。

設問No.	項目名	設問文
Q30	日本の青果物の認知	日本の青果物を知っていますか。
Q31	日本の青果物の摂取・購入経験	日本の青果物を食べたこと、購入したことがありますか。
Q32	日本の青果物は好きですか	日本の青果物は好きですか。
Q33	日本の青果物が好きな理由	日本の青果物を好きな理由を教えてください。
Q34	日本の青果物が好きではない理由	日本の青果物が好きではない理由を教えてください。
Q35	日本の青果物を摂取・購入したことがない理由	日本の青果物を食べたこと、購入したことがない理由を教えてください。
Q36	日本の牛肉の認知	日本の牛肉を知っていますか。
Q37	日本の牛肉の摂取・購入経験	日本の牛肉を食べたこと、購入したことがありますか。
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。