

## 今回のテーマ

## 上海伊勢丹地下フードコート利用者へのインタビュー

(為替レートは2022年11月 1元 = 19.38円)

- 実施場所: 上海伊勢丹地下一階フードコート
- 実施日: 2022年10月16日
- 対象者の選定: フードコートを利用した消費者にランダムでお声がけをし、10名のうち6名がインタビューに応じてくださいました。



## 【インタビュー回答者6名のプロフィール】

	A	B	C	D	E	F
職業	食品以外小売業	製造業	食品小売業	建築業	食品以外小売業	非公開
勤務先分類	国有企業	外資/合資企業	外資/合資企業	国有企業	非公開	非公開
学歴	大学	大学	大学	大学院	短期大学	大学
世帯収入	~3万元	3万元~4万元	3万元~4万元	~3万元	非公開	非公開
年齢	28	40	31	33	28	非公開
性別	男性	女性	女性	男性	女性	男性
婚姻状況	独身	非公開	独身	既婚	独身	非公開

## 設問1 | 日本食に対するイメージ (1点~10点: 非常に悪い~非常に良い)

回答者	A	B	C	D	E	F	平均
①安心・安全	8	5	9	8	8	8	7.7
②身体に良い	8	5	9	8	7	-	7.4
③高品質	8	5	9	8	8	8	7.7
④栄養が豊富	8	5	5	8	7	-	6.6
⑤食材にこだわりがある	8	5	9	7	7	-	7.2
⑥生産技術力が高い	8	7	9	7	5	-	7.2
⑦歴史や文化の表現	8	7	9	5	5	-	6.8
⑧包装のデザインが良い	8	7	5	8	8	-	7.2
⑨味が美味しい	8	7	8	7	6	-	7.2
⑩ブランド力がある	8	7	8	6	5	-	6.8
⑪人気がある	8	7	8	6	5	-	6.8
⑫お手頃感がある	7	6	2	5	4	-	4.8
⑬買いやすい	8	7	3	5	5	-	5.6

## 設問 2 | 日本産食品におけるイメージ (1点~10点 : 非常に悪い~非常に良い)

回答者	A	B	C	D	E	F	平均
①安心・安全	8	9	9	9	7	-	8.4
②体に良い	8	9	9	8	6	-	8.0
③高品質	8	9	9	8	5	-	7.8
④栄養が豊富	8	9	9	8	-	-	8.5
⑤食材にこだわりがある	8	9	9	8	6	-	8.0
⑥生産技術力が高い	8	7	9	6	5	-	7.0
⑦歴史や文化の表現	8	7	9	5	4	-	6.6
⑧包装のデザインが良い	8	7	5	7	6	-	6.6
⑨味が美味しい	8	7	9	7	6	-	7.4
⑩ブランド力がある	8	7	9	6	5	-	7.0
⑪人気がある	8	7	9	7	5	-	7.2
⑫お手頃感がある	8	7	2	6	6	-	5.8
⑬買いやすい	8	7	5	6	5	-	6.2

## 設問 3 | 日本食レストランについて

- ①これまでに最も利用した日本食レストランは？
- ②好きになった理由は？
- ③日本食レストランを選ぶ際の決め手は？
- ④よく利用する日本食レストランの一人あたり平均単価
- ⑤日本食レストランを選ぶ際の情報収集方法
- ⑥日本食レストランに行く頻度は？



Cさんとのヒアリング (筆者撮影)

### Aさん:

- ①一番好きな日本食は特になく、普段は一人食が多く、中華や定食を利用することが多いです。
- ②味がよい、食材がよい、見た目がよいからです。
- ③やはり料理がおいしいことです。
- ④500元~599元 (9,690円~11,609円) です。
- ⑤友人からのお勧めが多いです。
- ⑥半年に一回です。

### Bさん:

- ①「焼肉王」と「CoCo壱番屋」です。
- ②味がよい、食材がよい、環境がよい、コスパがよいこととなります。
- ③おいしさ、環境のよさ、料理の種類が豊富、などを見ています。
- ④200元 (3,876円) 以内です。
- ⑤友人からのお勧めが多いです。
- ⑥だいたい月に一回程度です。

### Cさん:

- ①「合点寿司」「道頓堀お好み焼&和牛焼肉」です。日本食と言えば、お寿司のイメージが強い。ただし、お寿司は味の差が分かるようなグルメではないので、近所にある「合点寿司」、日本の会社が中国出店しているようで、値段も手ごろなためよく行きます。新型コロナウイルス感染拡大以降、生モノを提供するお店が減り、和風焼肉店が多くオープンし、感染防止の観点でここ三年間はお寿司より、和風焼肉店を利用する頻度が高くなっています。正直に言いますと、焼肉店の差別化要素はよくわからないので、結局のところ、勤め先の近くにある「道頓堀お好み焼&和牛焼肉」というお店によく行きます。
- ②味がよい、コスパがよい、料理の種類が豊富なことです。
- ③日本食レストランに限らず、自らお店を決める際に重視しているポイントは利便性、近い所を優先的に選ぶことが多い。
- ④300元~399元 (5,814円~7,733円) です。
- ⑤様々ありますが、結局友人が実際に試して勧められたお店を選ぶようにしています。
- ⑥週に一回以上に行っています。

### **Dさん:**

- ①「牛陣」という和風火鍋です。定食が88元（1,705円）で、208元（4,031円）の食べ放題もあります。
- ②③ 味がよく、何よりコスパが決めてです。家族と一緒に外食することが多い為、日本食レストランに限らず、環境のよさ、衛生的であるかどうかなどはいつも気を付けながらお店を選んでいきます。
- ④ 200元～299元（3,876円～5,795円）です。
- ⑤ 友人からのお勧めと「大衆点评（グルメ/総合サービスサイト）」という口コミサイトを参考にしています。
- ⑥ 週に一回以上です。

### **Eさん:**

- ①「満吉ラーメン」です。
- ② 味がよい、食材がよいと思います。
- ③ 料理がおいしいこと、かつ距離が近いことが決め手です。
- ④ 200元～299元（3,876円～5,795円）です。
- ⑤ 様々ありますが、現在は「大衆点评」、TikTok、「小紅書（SNS）」で記事・動画などを確認しています。
- ⑥ 月に一回ぐらいに行っています。

### **Fさん:**

- ①「一風堂」「鮭昇」「万島」です。
- ② 味がよい、食材がよい、サービスがよい、日本人シェフがいるのと日本産食材を使っているからです。
- ③ 料理がおいしいことです。
- ④ 200元（3,876円）以内です。
- ⑤ TikTok、「小紅書」です。
- ⑥ 月に一回ぐらいです。

## 設問 4 | 自宅での調理について

- ① 自宅で日本食を作ったことはありますか？
- ② どのような料理ですか？ ③ 作り方はどこで学びますか？
- ④ 自宅で日本食を作る際、日本産食材・食品を使用しますか？
- ⑤ 何を使用しますか？
- ⑥ 今後作ってみたい日本食は何ですか？
- ⑦ 自宅で日本食を作る頻度は？

### **Aさん:**

そもそも料理をしないので、自宅で日本食も調理したことはありません。

### **Dさん:**

そもそも料理をしないので、自宅で日本食も調理したことはありません。

### **Eさん:**

そもそも料理をしないので、自宅で日本食も調理したことはありません。

### **Bさん:**

自宅でカレーと鮭のかぶと焼きを作ったことがあります。作り方は友達から教えてもらいましたが、味は店とは程遠いので、再チャレンジは諦めました。半年に一回ぐらい日本食を作っています。日本食を作る際に、日本産の調味料、加工食品と食器を使ったことがありますが、味への影響はさほどないので、日本食を自宅で作る際、日本産食材や調味料を使う前提では作っていません。

### **Fさん:**

自宅で鰻ご飯を作ったことがあります。ミールキットを使ったので、作り方を勉強する必要がなく、便利だと思っています。半年に一回ぐらい鰻ご飯を作っています。日本産食材のこだわりはありません。

### **Cさん:**

自宅で味噌汁を作ったことがあります。作り方は友達から教えてもらいました。その際に中国産の味噌を使いました。味は日本食レストランで食べた味噌汁とは比べられないのですが、自分では美味しいと思いました。二週間に一回ぐらい日本食を作っています。日本食を作る際に、日本産の調味料を使ったことはありますが、中国産の調味料を使うことが多いです。



うな丼イメージ 出所: Unsplash

## 設問 5 | 日本産食品・食材の購入について

- ① 日本産食品・食材はどこで購入しますか？
- ② ECサイトで日本産食品・食材の購入をしますか？
- ③ ECサイトで日本産食品・食材を選ぶポイントは何ですか？
- ④ 輸入食品・食材をECサイトで購入する頻度は？
- ⑤ 好きな日本産食品・食材は何ですか？
- ⑥ 日本産食品・食材を好きになった理由は何ですか？
- ⑦ 日本産食品・食材を購入する際に、情報はどこから入手していますか？
- ⑧ ライブコマスで日本産食品・食材を購入しますか？
- ⑨ 日本産食品・食材を購入する際の決め手は何ですか？

### Aさん:

- ①～④ 日本産食品・食材はほとんど生鮮専門ネットスーパーで購入しています。購入した理由は便利性とパッケージのデザイン性です。ECサイトで輸入食品・食材の購入もしますが、半年に一回程度です。
- ⑤⑥ 一番好きな日本産食品・食材は海鮮と刺身です。日本産のものはメディアや広告でよく見かけ、友人からのお勧めもあったので買うことになりました。
- ⑦ 購入する際の情報は、友人に聞いて参考にすることが多いです。
- ⑧ ライブコマスでは購入しません。
- ⑨ 購入したきっかけ（決めて）は、以前に食べたことがある、もしくは試食してよいと思ったからです。

### Bさん:

- ①～④、⑥ 日本産食品・食材は百貨店のプレミアムスーパーと生鮮専門ECサイトで購入します。オンラインでの輸入食品・食材の購入はしません。偽物が怖いですし、鮮度も気になります。購入した理由は以前に食べておいしいと思った、調理・処理することが便利、友人から勧められたからです。
- ⑤ 一番好きな日本産食品・食材は焼肉のソースです。最初は日本産を使用していましたが、最近中国産でコスパがよいものがあり、中国産の焼肉ソースも購入しています。
- ⑦ 情報入手先は友人からの紹介、飲食店で食べたものが多いですが、売り場のPOPや、試食会で見かけたものもテスト購入してみることもあります。
- ⑧ ライブコマスでは購入しません。
- ⑨ 購入したきっかけ（決めて）は以前に食べておいしかったもしくは品質が良いと思ったからです。



Bさんとのヒアリング（筆者撮影）

### Cさん:

- ①～④ 日本産の水産物・加工食品やスナック・お菓子はオンラインスーパー（フォーマフレッシュなど）、飲料や酒類はコンビニエンスストア、調味料は大手ECや生鮮食品専売EC（Tmallスーパー、JDスーパーなど）とスーパーで購入しています。オンラインでの輸入食品購入は二週間に一回です。購入した理由は以前に食べておいしいと思ったからです。
- ⑤～⑦ 一番好きな日本産食品・食材は麺つゆです。ブランドまでは特に気にしていませんが、中国では珍しいです。いろんな料理に醤油としてかけたりしています。日本産食品・食材を購入する際に、経験のないものを選ぶことは少ないです。お店や日本で食べて、美味しいと思うものが多いです。
- ⑧ ライブコマスでは購入しません。ライブコマスは安いもの、品質の悪いものが多い印象です。日本産は比較的高いですし、輸入しているので、おそらく利幅の相場も透明ですから、そもそもライブコマスで日本産を売りにしている商品はそれほど見かけません。
- ⑨ 購入したきっかけ（決めて）は以前に食べておいしいと思ったからです。



DさんFさんとのヒアリング（筆者撮影）

### Dさん:

- ①～④ 日本産食品・食材の購入は、水産物・加工食品と飲料・酒類などは大手ECや生鮮食品専売EC（Tmallスーパー、JDスーパーなど）で、調味料やスナック・お菓子はオンラインスーパー（フォーマフレッシュなど）を利用しています。オンラインでの輸入食品購入は平均二カ月に一回くらいです。日本産食品を購入した理由は成分表を見て、塩分やカロリーが少ないなど、健康的だと思うからです。
- ⑤⑥ 一番好きな日本産食品・食材はふりかけご飯と醤油です。日本産食品・食材が好きになった理由は以前食べておいしいと思ったからです。
- ⑦ 購入する際の情報は友人からの紹介が多いです。
- ⑧ ライブコマスでは購入しません。
- ⑨ 購入したきっかけ（決めて）は品質がよいと思うのはもちろんですが、友人から勧められることも重要な要素だと思います。

### Eさん:

- ①～④ 日本産の水産物・加工食品はオンラインスーパー（フォーマフレッシュなど）で、飲料やスナック・お菓子がコンビニエンスストアで、調味料はスーパーで購入しています。オンラインでの輸入食品・食材の購入はしますが、半年に一回ほどです。
- ⑤⑥ 日本産食品を購入した理由は特にありませんが、一番好きな日本産食品・食材は柚子酢です。日本産食品・食材が好きになった理由は以前に食べておいしいと思ったからです。
- ⑥ 購入する際の情報入手先は飲食店で食べたからです。
- ⑦ ライブ中継で購入はしません。
- ⑧ 購入したきっかけ（決めて）は以前から食べておいしかったからです。

### Fさん:

- ①～④ 飲料・酒類と調味料がスーパーで、水産物・加工食品がオンラインスーパー（フォーマフレッシュなど）で、スナック・お菓子をコンビニエンスストアで購入します。オンラインでの輸入食品・食材の購入はしますが、半年に一回の頻度になります。日本産食品を購入した理由は以前から食べておいしいと思ったからです。
- ⑤⑥ 一番好きな日本産食品・食材はサーモン食材です。日本産食品・食材が好きになった理由は以前に食べておいしいと思ったからです。
- ⑦ 購入する際の情報入手先はTikTok「小紅書」「快手」等で見てチェックしています。
- ⑧ ライブ中継で購入はしません
- ⑨ 購入したきっかけ（決めて）は以前に食べておいしかったためです。

## 設問6 | 食のトレンドに関する情報はどこで入手していますか

**Aさん:** 食通の友達がいるので、基本友達から紹介してもらっています。自ら食のトレンドを探す習慣は特にありません。

**Bさん:** スーパーや飲食店で見かけたりすることが多いです。

**Cさん:** 様々なプラットフォームとグルメAPPで入手することが多いです。

**Dさん:** 友人からのお勧め、ライブ中継で情報収集しています。

**Eさん:** 「小紅書（SNS型ECサイト）」、「大衆点评（グルメサイト）」で情報収集しています。

**Fさん:** スーパー、輸入食品スーパー、専門店で情報収集しています。



ラーメンイメージ 出所: Unsplash

## 考察

近年、日本食レストラン数の急速な伸びに加え、好調な日本産食材・食品の対中輸出を背景に、上海の消費者が日本食レストランを利用する頻度、日本産食材・食品を購入する頻度が増えてきました。特に、ネットスーパーで購入する傾向が見られます。

一方で、日本産の食材・食品に関して、具体的なブランドや特定の製品に対する認知度は低く、どちらかと言えば「日本産」をキーワードに認知が進んでいる状況にあります。殆どの消費者にとって、一部の日本産製品における「カロリー、塩分が控えめ」といった一般的な良さは認知されているものの、中国産の和風食材・食品との差別化においては、バリエーション豊かな日本産商品の個々の認知度は低い状況が続いています。「好きな日本産食品・食材は何ですか」という質問に対し、具体的な商品名の回答が少なかったことがそれをよく表していると言えます。

このような中、売れ行きが良い商品で、見た目がよく似た中国製の商品が市場に出回れば、より安価な中国産の製品が購入される傾向が見られます。このことから、日本産におけるロイヤルティ、個々の商品におけるロイヤルティ、和風商品におけるロイヤルティの向上にむけた具体的な取り組みが必要と考えられます。また、消費者は食習慣や嗜好における認知基準が様々であり、日本産の食材・食品に対する「新鮮・安心安全」といった好印象を漠然とは持っていますが、新型コロナウイルス感染拡大以降、生モノを避けたいという消費者心理が生まれ、生モノを提供するお店が和風焼肉店の業態に切り替わってきている印象を受けます。肉類は日本からの輸入が禁止されている中、焼肉業態でどのように日本産食材・食品の対中輸出拡大に繋げるかは、課題のひとつとして、正面から向き合う必要があると考えられます。

一方で、「よく利用する日本食レストランの平均単価」については、「200円（3,876円）以上」と答える消費者が多く、中華料理や他業態の料理店よりも高単価な状態が続いています。「日本食は高い」というイメージが消費者に浸透し、長年にわたり培われたジャパブランドの強みが発揮されている側面はあるものの、よりボリュームゾーンである単価が100円（1,938円）前後の業態において、どのように日本産食材・食品の取扱を拡大するのは、ひとつの大きなチャレンジでもあると言えます。経済の先行きが不透明な中、中国の消費者により身近で日常的に利用・購入してもらうために、「日本産」そのものが良いことは勿論のこと、「各ブランドの認知向上」「個別の商品における理解度の向上」「あればベターから、無いと困るマストな存在として成立させる」といった点に、大きなポテンシャルが隠されていると感じています。

そしてもう一つ注目すべき点として、一人食や自宅で料理を作らない消費者の比率が上昇していることが挙げられます。ECやスーパー、コンビニなどで購入できる「簡単に加熱して、すぐ食べられる」商品に対する市場の可能性が非常に大きいと考えられます。中国の現地企業は「予制菜」という言い方をしますが、アメリカでは「Ready to eat, Ready to Heat, Ready to cook,」と呼ばれる3R食品の分野においても、日本企業には既に様々なノウハウと優れた商品が存在するため、このような加工食品の対中輸出にも非常に可能性を感じています。

### 【レポート執筆者】



日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）  
海外フィールドマーケター（中国大陸）  
劉昊（リュウ コウ RYU KOU）

北京の大学学部を卒業した後、日本の文部科学省の国費留学生として神戸大学の自然科学研究科に留学、2003年修士課程修了した。その後、日本の最大手医療機器メーカーにて海外事業の経営企画を担当。本社の立場で、北米、欧州、中国などの現地法をサポート。2010年から日本を代表する広告代理店の北京支社で、中国に進出する日本の消費財メーカーに対するコンサルティング業務を行いながら、北京で展開するレストランチェーンの投資及び経営に携わった。

2014年から株式会社ぐるなびの海外業務、及び、ぐるなび上海社のマネジメントも兼務し、特にぐるなび上海社においては、日本の食品、食材、そしてその根底にある日本の素晴らしい文化の伝道師を目指し、日々様々な試行錯誤で経験を積み重ねてきた。

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。