



JFOODO

## アジア6カ国・地域及び米国における農林水産物・食品8品目について の流通実態及び消費者調査

2022年7月

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

### 【免責事項】

本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンターの業務の一環として、イプソス株式会社に委託し、2021年12月から2022年3月にかけて実施したものです。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。



# 2021年度 農林水産物・食品8品目 消費者調査：かんしょ

消費者定量調査・定性調査 統合報告書

イプス株式会社

2022年3月



# 目次

3

## 調査概要

### 調査結果詳細：タイ



7

#### 調査結果詳細

- 8 かんしょの位置づけと浸透状況
- 11 産地別浸透度、イメージ
- 16 「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態
- 28 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価

### 調査結果詳細：マレーシア



32

#### 調査結果詳細

- 33 かんしょの位置づけと浸透状況
- 36 産地別浸透度、イメージ
- 41 「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態
- 53 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価

### 調査結果詳細：台湾



57

#### 調査結果詳細




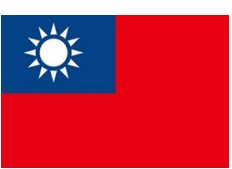
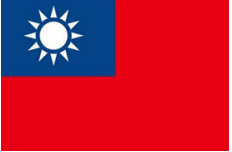
- 58 かんしょの位置づけと浸透状況
- 61 産地別浸透度、イメージ
- 66 「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態
- 78 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価

# 調查概要



1

# 定量調査設計：かんしょ

	<b>調査手法</b>	インターネット調査
	<b>調査対象品目および調査内呈示現地語</b>	かんしょ：呈示現地語「Sweet potato」
	<b>対象者条件</b>	一般の18-59歳の男女
	<b>サンプル数</b>	n=600
	<b>割付</b>	18-29歳/30-39歳/40-49歳/50-59歳
	<b>目的</b>	かんしょの認知、喫食・購入経験の実態把握

\*本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているため、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります。（例：消費者が、他国産かんしょを日本産と思い回答している可能性、等）

## 回収サンプル



	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	82	70	75	68	295
女性	80	70	79	76	305
Total	162	140	154	144	600



	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	109	82	60	51	302
女性	106	81	59	52	298
Total	215	163	119	103	600



	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	77	73	77	74	301
女性	71	71	80	77	299
Total	148	144	157	151	600

\* 各国の人口動態に合わせて回収しました。



# 定性調査設計：かんしょ

インタビュー手法	オンライン座談会（タイ/マレーシア）会場座談会（台湾）（120分）
国/エリア	タイ/バンコク   マレーシア/クアラルンプール   台湾/台北
対象者条件/割付	<p>各国3グループずつ   各グループ5名 各国計45名</p> <p><b>グループ A)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>20～35歳の男女Single または DINKS（台湾は女性のみ）</li><li>月に2～3回以上かんしょを料理</li></ul> <p><b>グループ B)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>女性（20-59歳）、既婚、子供あり（子供は15歳まで、固形物を食べられる年齢であること）</li><li>月に2～3回以上かんしょを料理</li></ul> <p><b>グループ C)</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>20～59歳の男女、外食頻度が高い人</li><li>週に2～3回外食する人</li><li>月2-3回程度かんしょを使った料理を外食（例：外食、テイクアウト）</li></ul> <p>以下該当者は除く</p> <ul style="list-style-type: none"><li>本人または家族が関連産業に従事</li><li>日本産かんしょに拒否感がある人</li></ul>
実査日	タイ/2022年2月7～8日   マレーシア /2022年2月8～9日   台湾 /2022年2月9～10日

\* 本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているため、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります。

（例：消費者が、他国産かんしょを日本産と思い回答している可能性、等）

# 調査結果詳細:タイ

## タイ市場におけるかんしょの現状理解



# 2



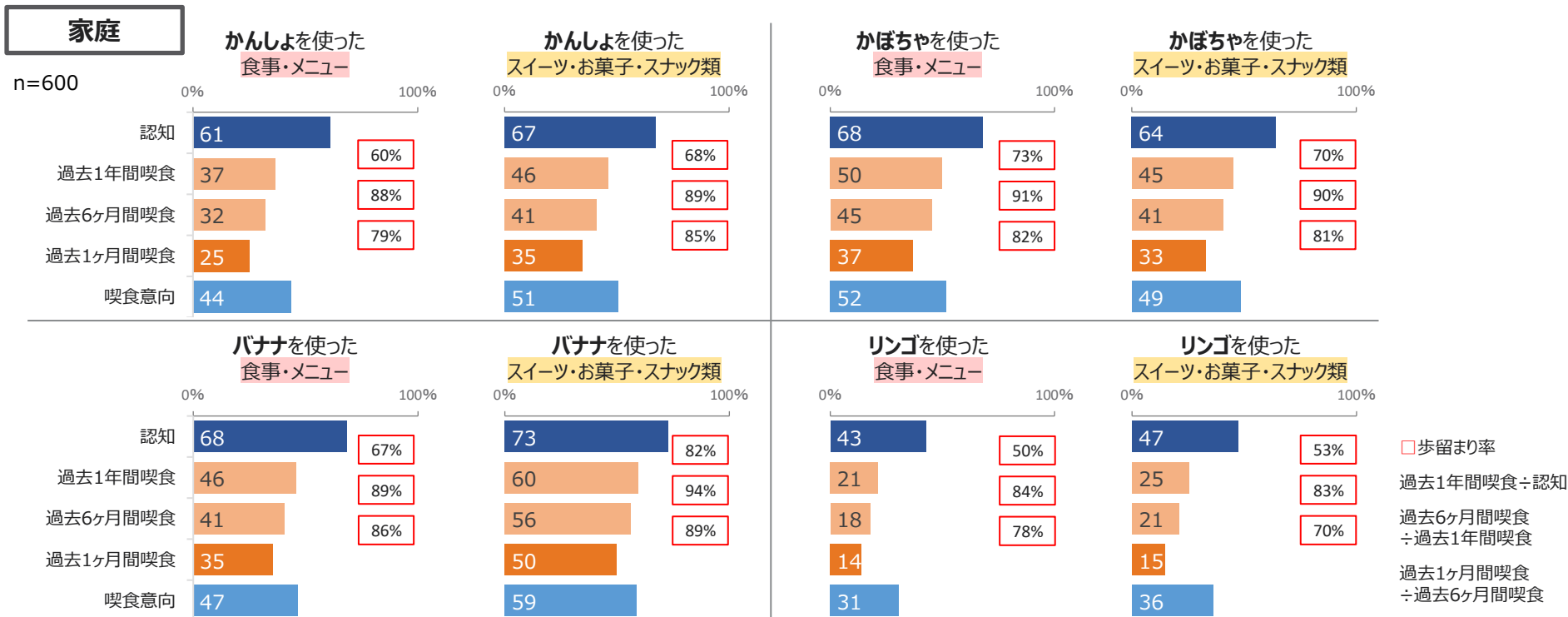
# タイ市場におけるかんしょの現状理解

## かんしょの位置づけと浸透状況



# 家庭におけるかんしょ浸透状況

家庭におけるかんしょの浸透状況をみると、かんしょはバナナやかぼちゃと同程度の認知や喫食経験、喫食意向があり、タイでは、かんしょが家庭で広く浸透している食材であることが確認できた。



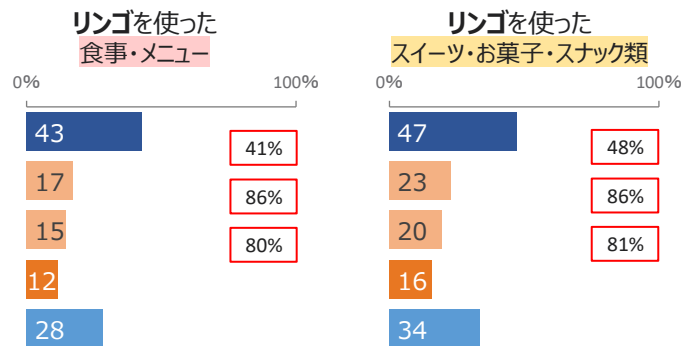
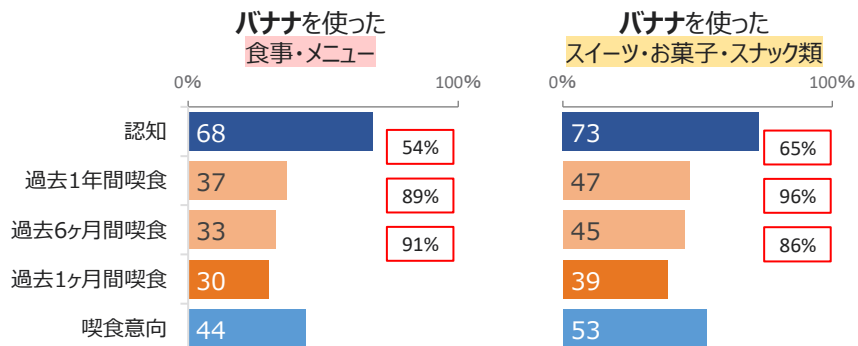
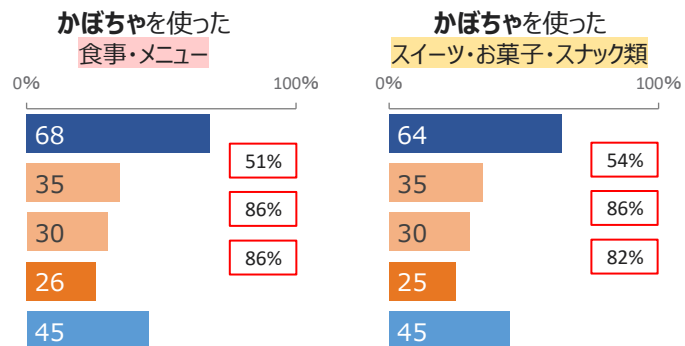
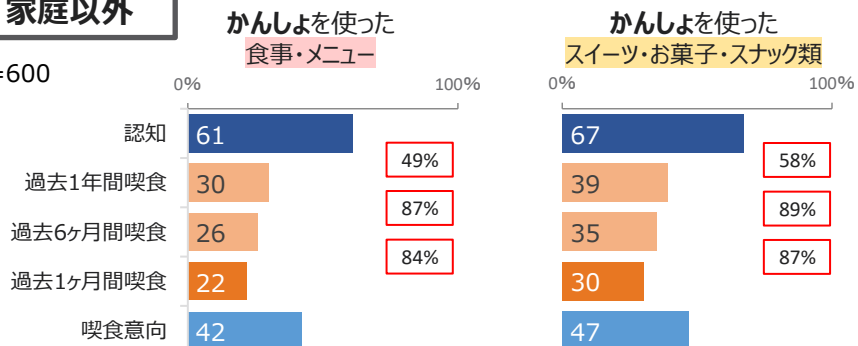
S5. 以下の中から、あなたがご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q1. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q2. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q3. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q4. 以下の中から、あなたのご家庭で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

# 家庭以外でのかんしょ浸透状況

かんしょは、家庭以外でもバナナやかぼちゃと同程度の認知や喫食経験、喫食意向があり、浸透していることが確認できた。

## 家庭以外

n=600



□ 歩留まり率  
 過去1年間喫食 ÷ 認知  
 過去6ヶ月間喫食 ÷ 過去1年間喫食  
 過去1ヶ月間喫食 ÷ 過去6ヶ月間喫食

S5. 以下の中から、あなたがご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q5. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q6. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q7. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q8. 以下の中から、あなたのご家庭以外で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

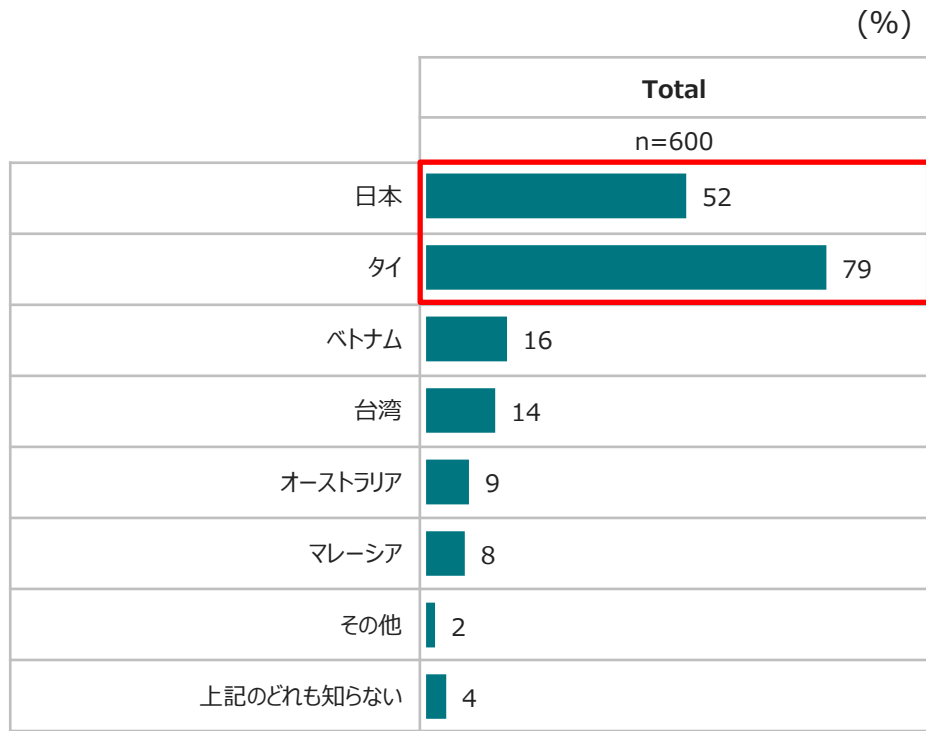
# タイ市場におけるかんしょの現状理解

## 産地別浸透度、イメージ



## 原産国別かんしょ認知

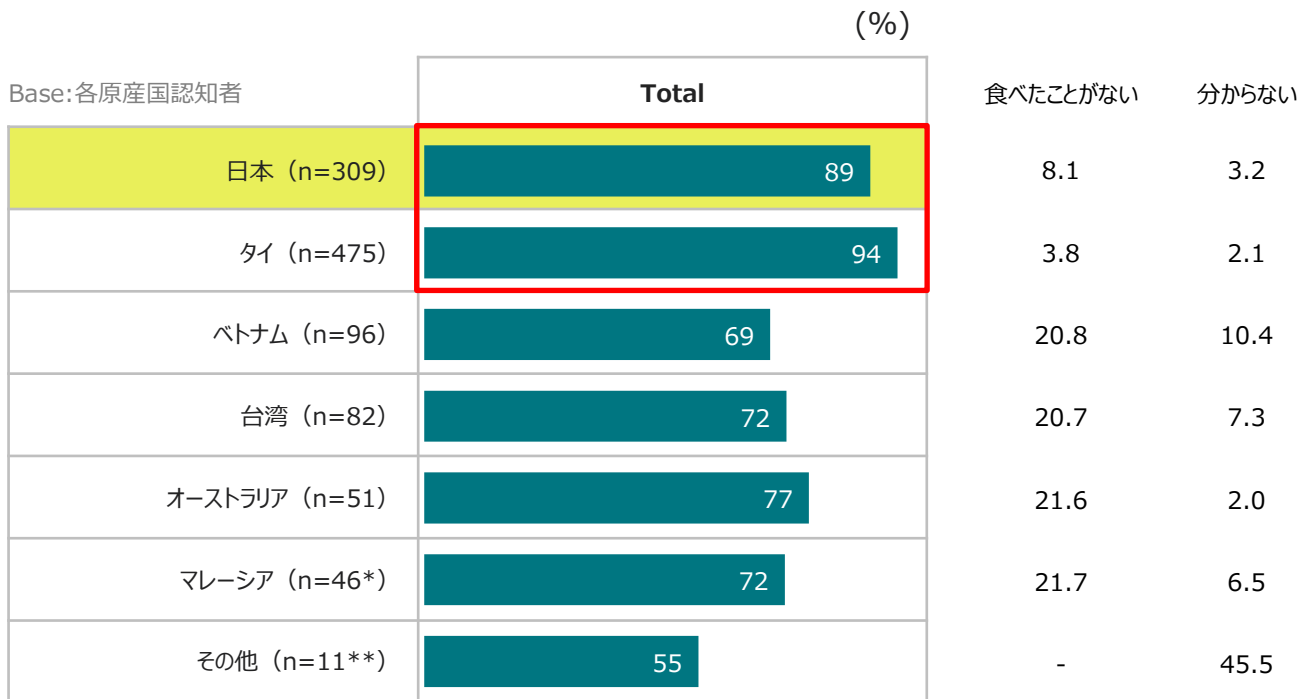
「タイ産」が8割と断然高い。「日本産」が5割で2番手に位置している。



Q10. 以下の中で、あなたが知っている「Sweet potato」の原産国を全てお選びください。  
(今まであなたが食べたことがなくても、ご存じの原産国があれば教えてください)

# 原産国別かんしょ喫食経験

認知の高い「タイ産」「日本産」が、認知者内での喫食経験でも高い。



Q11.では、各国原産の「Sweet potato」について、あなたは食べたことがありますか。  
 あなたにあてはまるものをひとつずつお選びください。  
 飲食店で注文して食べたもの、スーパーなどで購入して食べたもの両方を含めてお答えください。

# 原産国別かんしょイメージ

日本産のイメージは「おいしそう・おいしい」が61%で最も高く、次いで「品質が高そう・高い」が48%であった。  
タイ産のイメージは「どこでも購入できそう・購入できる」「コスパが良さそう・良い」が日本産に比べて特に高い。

(%)

Base: 各原産国認知者

	日本 n=309	タイ n=475	ベトナム n=96	台湾 n=82	オーストラリア n=51	マレーシア n=46*
おいしそう・おいしい	61	43	35	50	47	44
品質が高そう・高い	48	25	25	44	53	30
健康に良さそう・健康に良い	41	33	23	34	37	33
甘味がしっかりしていそう・しっかりしている	40	27	27	29	35	22
栄養価が高そう・高い	39	29	24	35	43	41
安心感がある	39	27	28	40	37	35
高級感がある	37	16	20	27	37	26
食感がねっとりしていそう・ねっとりしている	36	20	34	27	28	28
安全性が高そう・高い	34	30	22	44	37	22
食感がほくほくしていそう・ほくほくしている	33	17	12	24	28	26
鮮度が良さそう・良い	33	37	33	43	35	26
衛生管理がよさそう	31	19	19	34	31	28
コスパが良さそう・良い	31	40	29	33	29	35
色々な料理に合いそう・合う	24	26	34	37	47	41
他の食材を引き立ててくれそう・引き立ててくれる	23	20	32	33	35	20
飲食店でよく使用されたいそう・使用されている	20	18	24	21	18	24
どこでも購入できそう・購入できる	18	48	25	27	24	30
簡単に調理できそう・調理できる	17	28	24	39	33	33
上記にあてはまるものはない	1	2	3	2	-	2

Q12.あなたは各国の「Sweet potato」について、どのような印象をお持ちですか。あてはまるものを全てお選びください。

\*Small base ref. only\*\*Very small base ref. only

Copyright©2022 JFOODO. All rights reserved.



## かんしょ原産国イメージ

定性

日本産が、自然な甘みと滑らかな食感という点で、タイ、ベトナム、米国産よりも好んで喫食されている。

### 日本産

#### 以下の点から最も好まれている

- ✓ 適度な自然な甘さ
- ✓ クリーミーな味わい
- ✓ よりジューシーでしっとりとした噛み応え
- ✓ なめらかでもっちりとした食感
  - ✓ 食べる前に皮を剥がす必要がない
  - ✓ キャラメルやアイスクリームのような食感
- ✓ 繊維質が少ない
  - ✓ 噛みやすく、飲み込みやすい。
- ✓ より高品質
  - ✓ 収穫から包装までの工程が衛生的
  - ✓ 適切な土壌でよい栄養価が高く栽培される
- ✓ 他国産より高価

### タイ産

- ✓ より安価（味は日本原産/輸入品に劣る）
- ✓ 甘くない
- ✓ 繊維質が多い
  - ✓ 噛みにくい／飲み込みにくい
  - ✓ 食べる前に皮をむかなければならない
  - ✓ 食感が硬い（サトイモのような感じ）

### ベトナム産

- (一部)
- ✓ より安い価格
  - ✓ 味は他の輸入品に比べて劣る

### 米国産

- (一名)
- ✓ 味がジューシーすぎる（ネガティブな意味で）



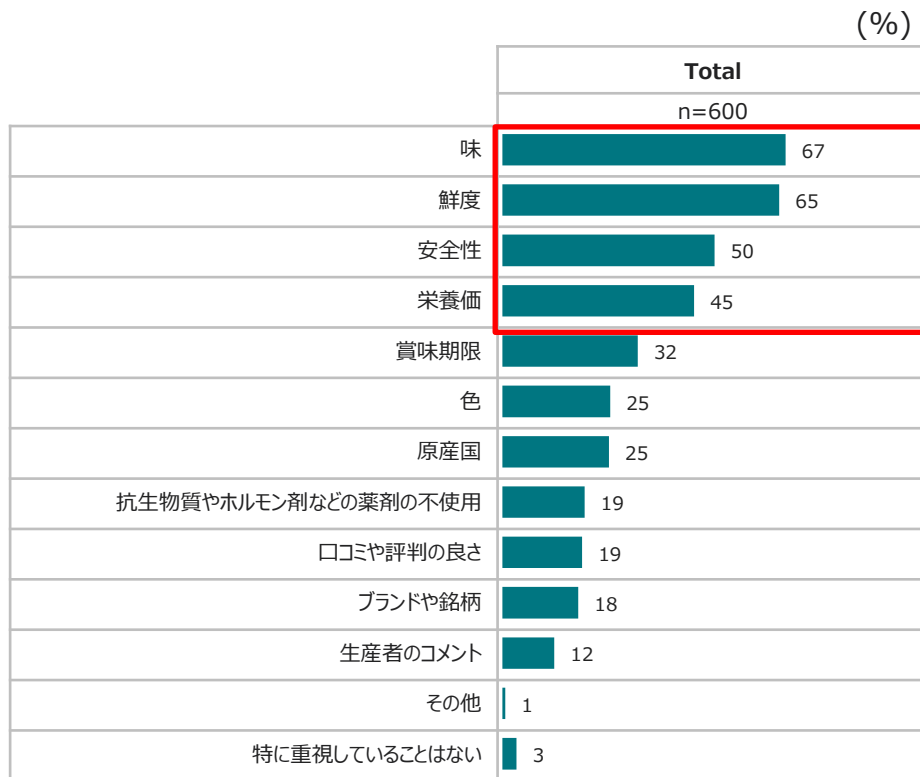
# タイ市場におけるかんしょの現状理解

「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態



## 「かんしょやかんしょ加工品」購入重視点

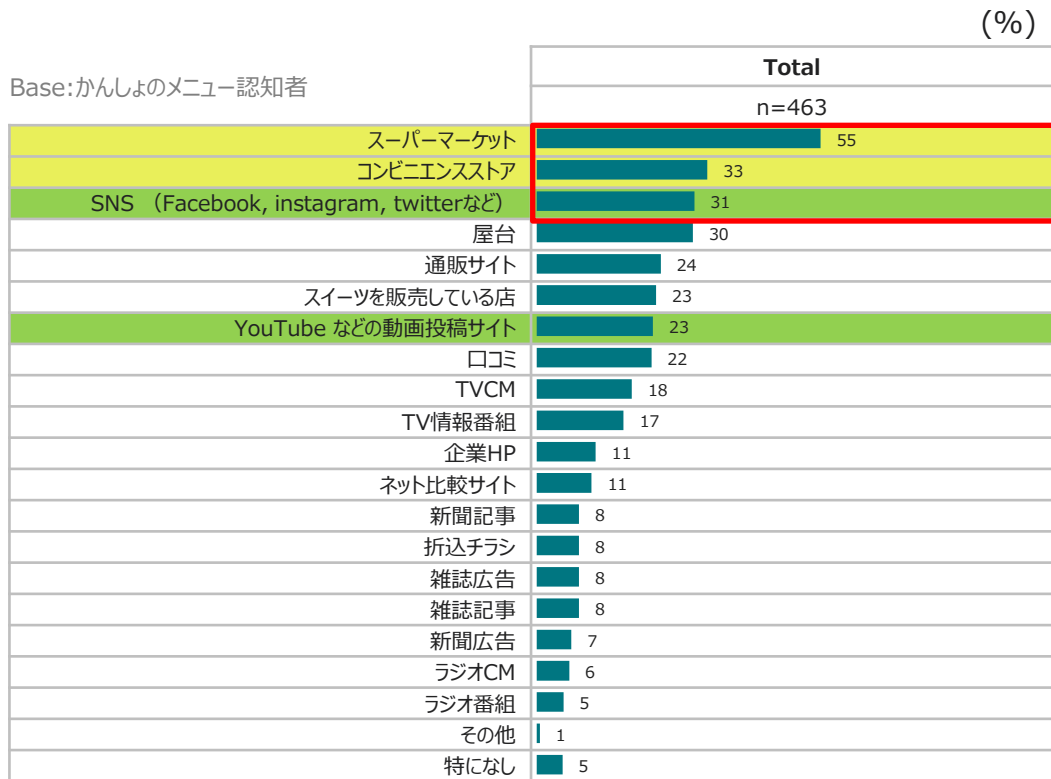
「味」「鮮度」が6割を超え高く、次いで「安全性」「栄養価」であった。品質や安全性が重視されている傾向が窺える。「原産国」重視は4人に1人が重視していた。



Q20.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potato製品を購入する際に重視している点は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。

## かんしょやかんしょ加工品の情報源

「スーパーマーケット」が半数を超え突出して高い。次いで「コンビニエンスストア」「SNS」「屋台」が3割台で続く。スーパーやコンビニなどの実店舗を除くと、「SNS」が情報源として最も高い。



Q19.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potatoについての情報をどのようなところで目にしますか。  
 あてはまるものをそれぞれいくつでもお選びください。

## かんしょやかんしょ加工品の購入場所

自宅用購入では「デパート」「食品スーパーマーケット」「個人商店」「総合スーパー」がいずれも40%前後で上位となり、自宅外用購入では「個人商店」が40%で最も高く、次いで「食品スーパーマーケット」であった。

(%)

Base: 自宅用／自宅外かんしょ自購入者

		自宅	自宅外
		n=375	n=368
デパート	43	32	
食品スーパーマーケット（食品のみを扱っているスーパー）	41	37	
個人商店	39	40	
総合スーパー（食品だけでなく日用品・衣料品なども扱っているスーパー）	38	35	
コンビニエンスストア	32	35	
ネット通販	18	17	
その他の飲食店	14	21	
スイーツを販売している店	11	13	
青果市場	-	-	
その他	5	2	

Q16.あなたは、普段どちらでSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。  
それぞれあてはまるものを全てお選びください。

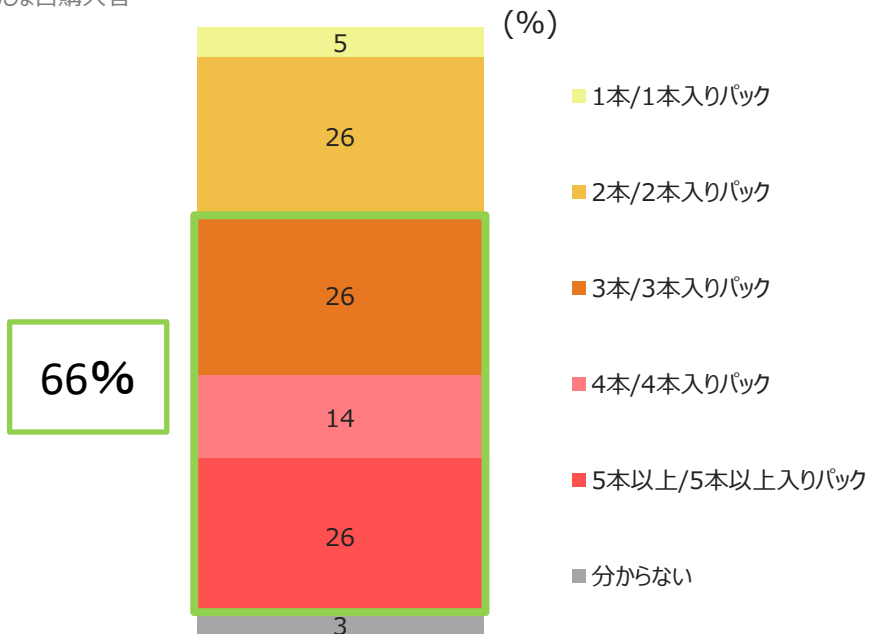
# 自宅用「かんしょ」の購入本数／購入金額

平均購入本数は3.3本で、「3本以上」が66%を占める。  
 平均購入金額は34.0THBで、「50THB以上」が35%を占める。

Base: 自宅用かんしょ自購入者

n=375

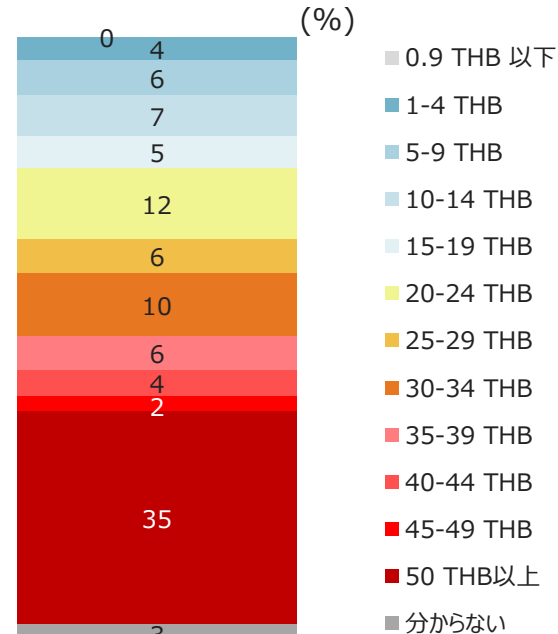
## 購入本数



66%

平均 (本) 3.3

## 購入金額



平均 (THB) 34.0

Q17.あなたは、ご自宅用に購入するSweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q18.あなたが普段ご自宅用に購入するSweet potatoは、いくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

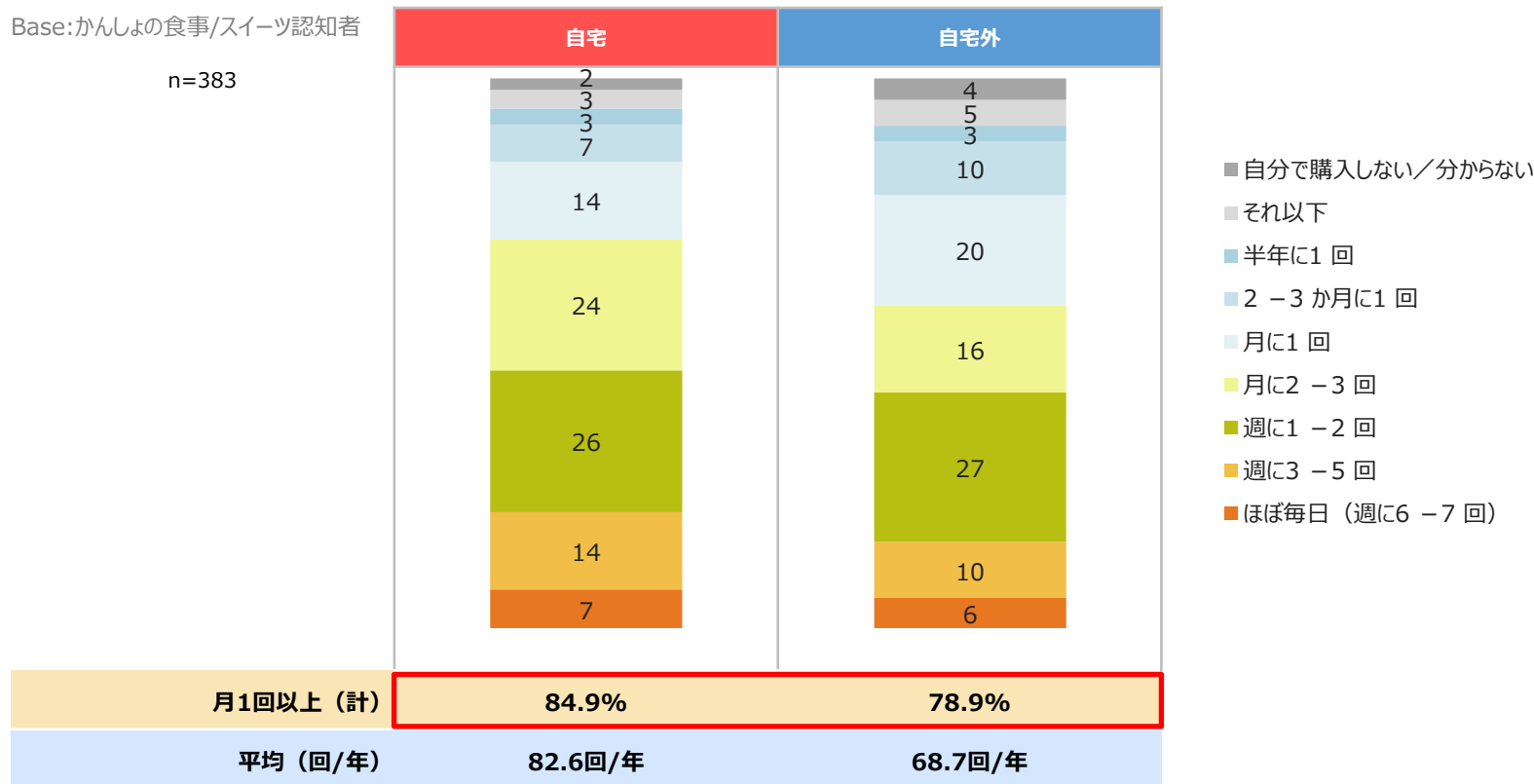
# 「かんしょやかんしょ加工品」の購入頻度

『月1回以上』購入率は、自宅、自宅外ともに8割程度であった。

(%)

Base:かんしょの食事/スイーツ認知者

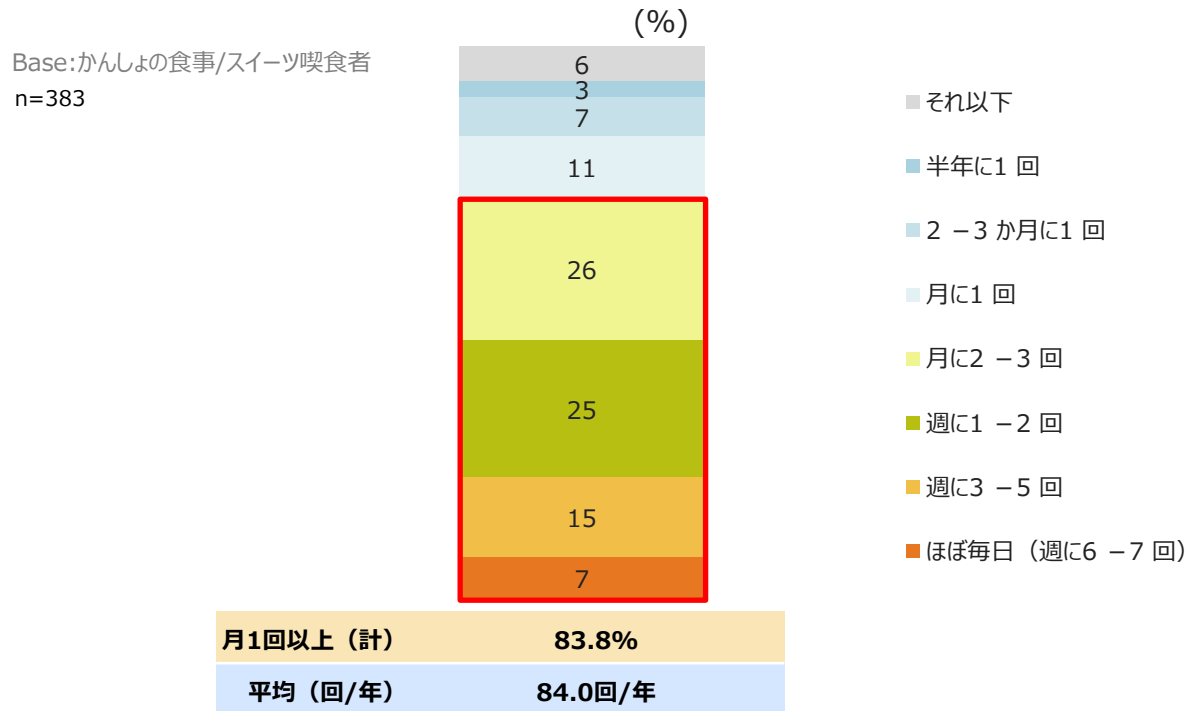
n=383



Q15.あなたは、普段どれくらいの頻度でSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。  
 ご自宅用とご自宅以外で購入するSweet potatoそれぞれについて、最も近いものをお選びください。

# 「かんしょやかんしょ加工品」の喫食頻度（自宅）

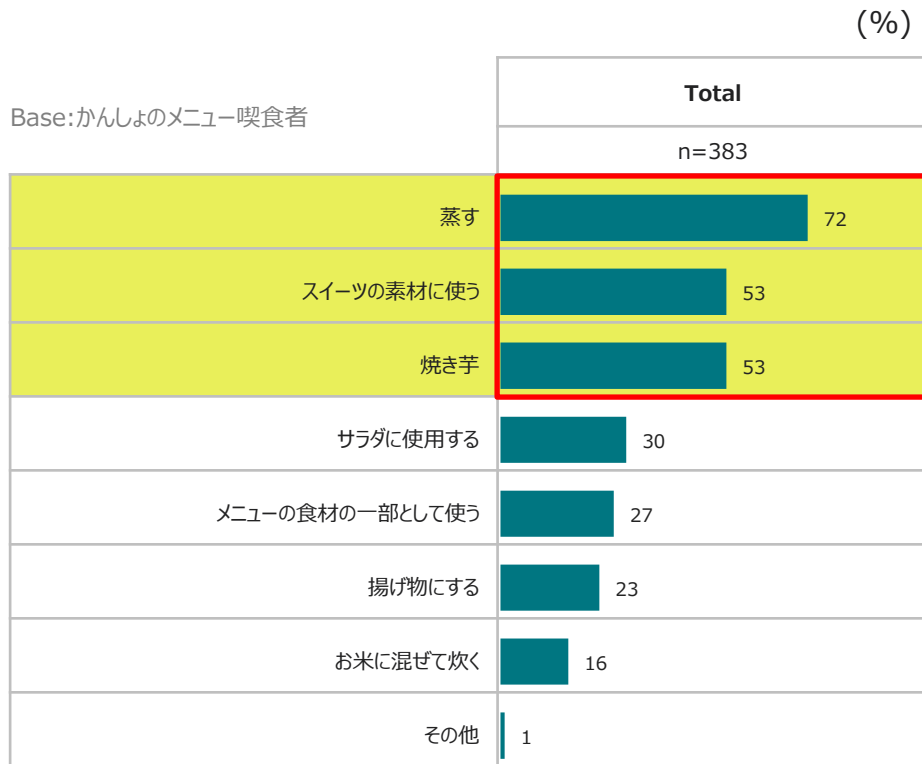
『月1回以上』喫食率は8割超であった。



Q21.あなたは、ご自宅で、どれくらいの頻度でご自身もしくはご家族の方が料理したSweet potatoを喫食されていますか。  
最も近いものをお選びください。baked/roasted sweet potatoは除いてお考え下さい。

# 自宅用「かんしょ」の調理方法

「蒸す」が7割と高く、次いで「スイーツの素材に使う」「焼き芋」が5割台で続く。



Q22.あなたのご自宅では、普段Sweet Potatoをあなたご自身もしくはご家族の方がどのように調理されますか。  
あなたのご自宅での食べ方として、あてはまるものをいくつでもお選びください。





## かんしょ：家庭での食べ方

定性

家庭では、簡単な調理法で、主に家族や友人と食べるスナックとして食べられている。



食後/食間のおやつ、食事代わり



対象者

グループA及びB（男女）

原産国

- 日本（今回の対象者が喫食するかんしょの約90%～100%が日本産。他の産地のものは味の違いから普段はあまり食べられていない）

シーン・タイミング

- 食後や食間のおやつ、食事の代替（朝食か夕食のどちらか）

一緒に食事をする相手

- 家族、子供、友人と

メニュー名/調理方法

- バイクド／ロースト・スイートポテト。
- チーズやアイスクリームをトッピングすることもある
- お菓子、デザートとして
- 蒸す/焼く/揚げる

このメニューを食べる理由



- 腹持ちが良い
- 甘いので元気が出る
- ヘルシーなので食べる事に罪悪感がない
- 子供たちが好きで、調理が簡単



## かんしょ：飲食店での食べ方

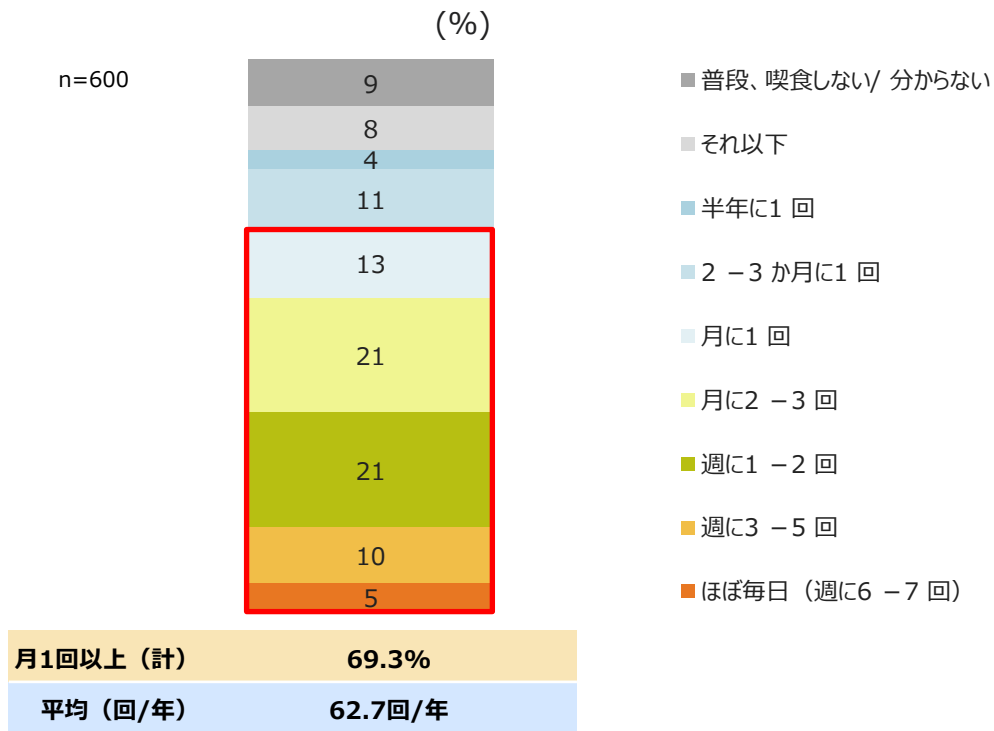
定性

外でかんしょを食べるタイミングは屋台やスーパーマーケット訪問のついでに突発的に食べるシーンが多く、他のデザートと比べて罪悪感がない腹持ちの良いおやつとしてみなされている。

 外出時のおやつ	
対象者	グループC（男女）
タイミング	<ul style="list-style-type: none"><li>• 昼間のおやつ</li><li>• 屋台の前を通るとき、スーパーマーケットに行くとき</li></ul>
お店の種類と名前	<ul style="list-style-type: none"><li>• セブンイレブン、ドンキの出店、グルメ、TOPS、テスコロータスなどの大手スーパーの出店、ポテトコーナーなど。</li></ul>
一緒に食事をする人	<ul style="list-style-type: none"><li>• 一人で、家族で、友人で</li></ul>
メニュー名/調理方法 (メインorサイド)	<ul style="list-style-type: none"><li>• バイクド/ロースト/グリルド・スイートポテト、粉チーズやチリをトッピングされている事もある</li><li>• 焼く/蒸す/揚げる</li><li>• 日々のおやつとして</li></ul>
このメニューを食べる理由	<ul style="list-style-type: none"><li>• 他のデザートと比較して罪悪感が少ない。</li></ul>

# 「焼き芋」の喫食頻度

『月1回以上』喫食率は7割であった。

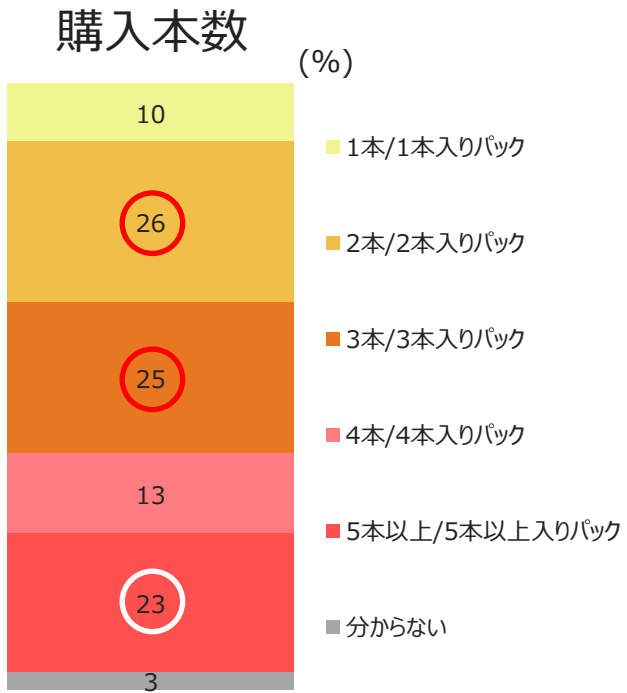


Q23.あなたは、どれくらいの頻度でbaked/roasted sweet potatoを喫食されていますか。  
最も近いものをお選びください。

# 「焼き芋」の購入本数／購入金額

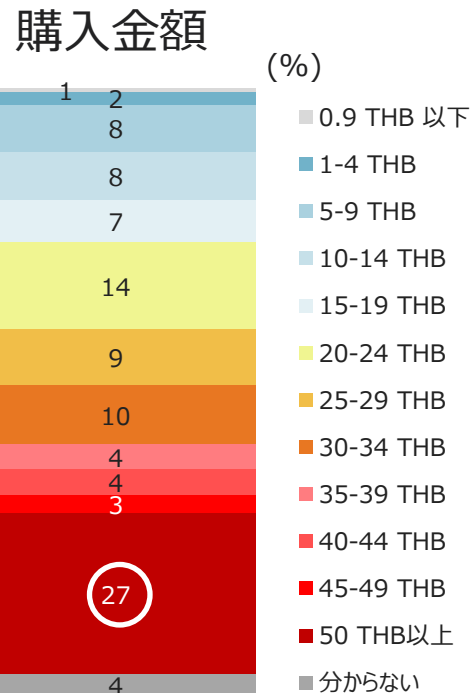
平均購入本数は3.1本で、「2本」「3本」「5本以上」がいずれも2割台であった。  
 平均購入金額は31.1THBである。

Base: 焼き芋喫食者  
 n=549



平均 (本)

3.1



平均 (THB)

31.1

Q24.あなたが購入するbaked/roasted sweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。一度に買う量として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q25.あなたが普段購入するbaked/roasted sweet potatoは、おいくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

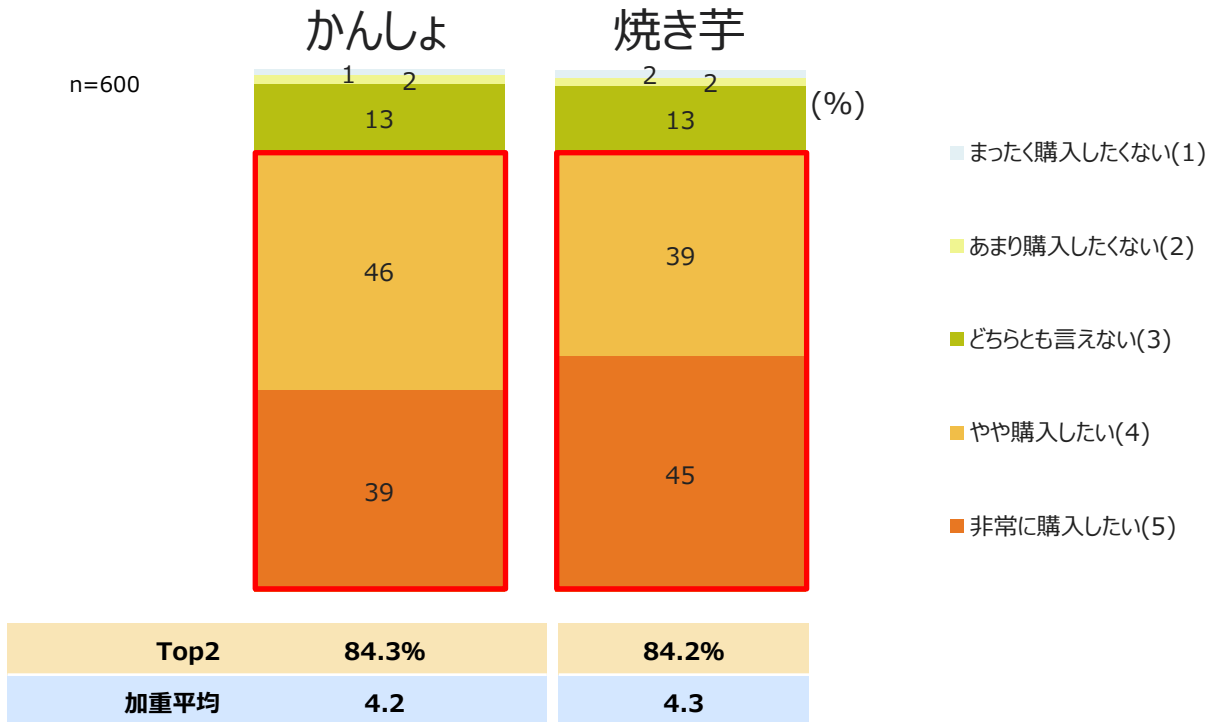
# タイ市場におけるかんしょの現状理解

## 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価



## 「かんしょ」と「焼き芋」コンセプトの購入意向

いずれのコンセプトでもTop2（非常に購入したい+やや購入したい）は8割を超え、TopBoxは4割と好感触であった。特に焼き芋のコンセプトで購入意向の高さが窺える。



Q13.では、これからSweet potatoの説明文をご覧ください。じっくりお読みください。  
あなたはSweet potatoをどの程度、購入してみたいと思いますか。
















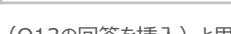
## 「かんしょ」の購入意向理由、非購入意向理由

かんしょの購入意向理由は「おいしそう」が半数で最も高く、「健康に良さそう」「栄養価が高そう」と健康的価値に重点を置いた理由が上位となった。非購入意向理由は「おいしくなさそう」が3割と最多であった。

### 購入意向理由

(%)




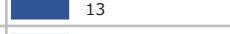
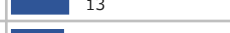












Base:かんしょ購入意向者

	Total	
	n=506	
おいしそうだから		49
健康に良さそうだから		42
栄養価が高そうだから		40
鮮度が良さそうだから		39
品質が高そうだから		39
甘味がしっかりしているそうだから		35
安心感があるから		34
コスパが良さそうだから		33
安全性が高そうだから		30
簡単に調理できそうだから		29
高級感がありそうだから		28
食感がねっとりしてそうだから		28
衛生管理がよさそうだから		28
色々な料理に合いそうだから		24
他の食材を引き立ててくれそうだから		24
食感がほくほくしてそうだから		22
その他	-	-

### 非購入意向理由

(%)

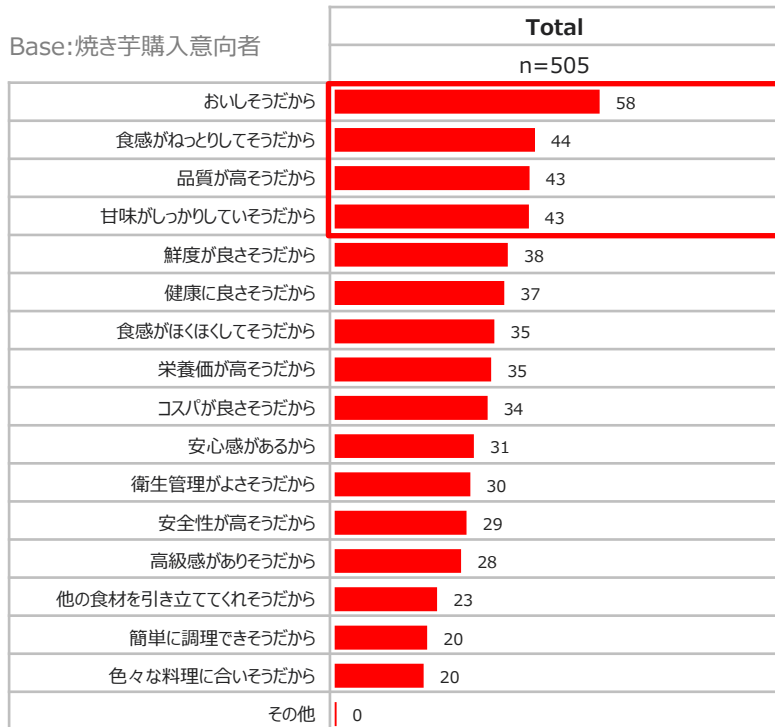
Base:かんしょ非購入意向者

	Total	
	n=94	
おいしくなさそうだから		28
簡単に調理できなさそうだから		15
甘味が十分でなさそうだから		14
安心感がないから		13
料理が限定されそうだから		13
食感がねっとりしていなさそうだから		12
コスパが悪そうだから		12
鮮度が悪そうだから		11
品質が低そうだから		10
高級感がなさそうだから		10
他の食材と合わせにくそうだから		10
食感がほくほくしていなさそうだから		9
栄養価が低そうだから		9
安全性が低そうだから		5
衛生管理が悪そうだから		3
健康に悪そうだから		2
その他		7

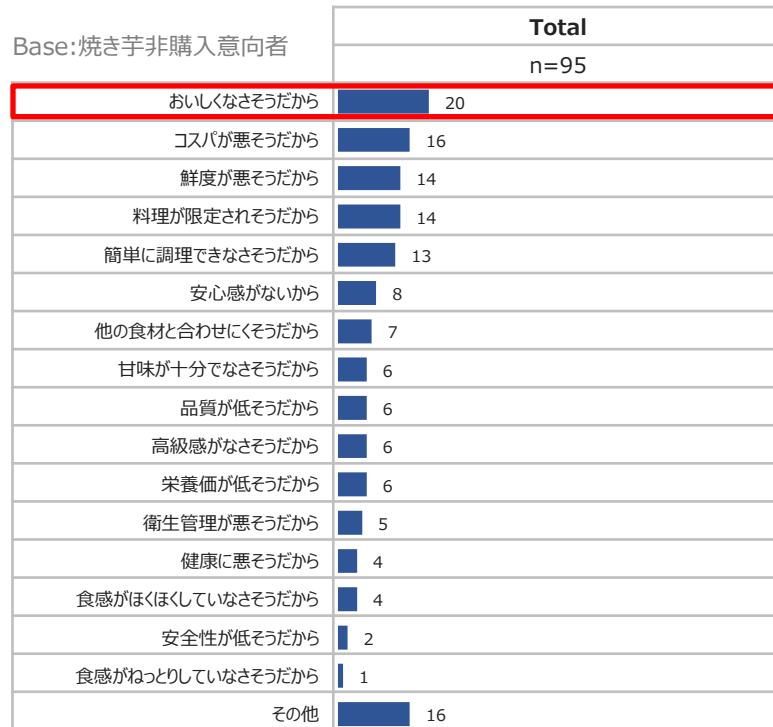
## 「焼き芋」の購入意向理由、非購入意向理由

焼き芋の購入意向理由は「おいしそう」が6割と最も高く、「食感がねっとり」「品質が高そう」「甘味がしっかり」が続く。非購入意向理由は、「おいしくなさそう」が最多であるが、購入意向理由とは異なり食感や味に関する項目は低く、コスパや調理のしやすさに重点をおいた理由が上位となった。

### 購入意向理由 (%)



### 非購入意向理由 (%)



Q14-1.あなたがこのSweet potatoを (Q13の回答を挿入) と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

Q14-2.あなたがこのSweet potatoを (Q13の回答を挿入) と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。



# 調査結果詳細：マレーシア

マレーシア市場におけるかんしょの現状理解



# 3

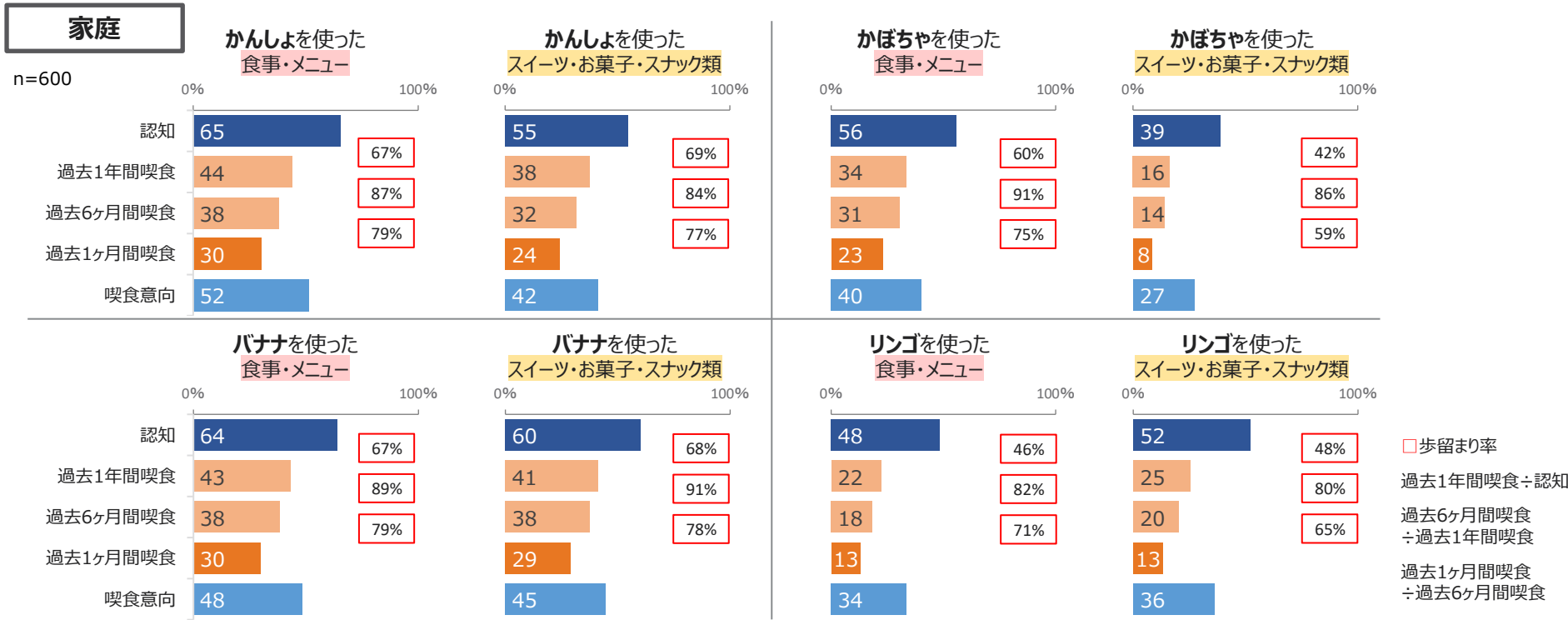
# マレーシア市場におけるかんしょの現状理解

## かんしょの位置づけと浸透状況



# 家庭におけるかんしょ浸透状況

家庭におけるかんしょの浸透状況をみると、かんしょはバナナと同程度の認知や喫食経験、喫食意向があり、マレーシアの家庭にかんしょが広く浸透している食材であることが確認できた。



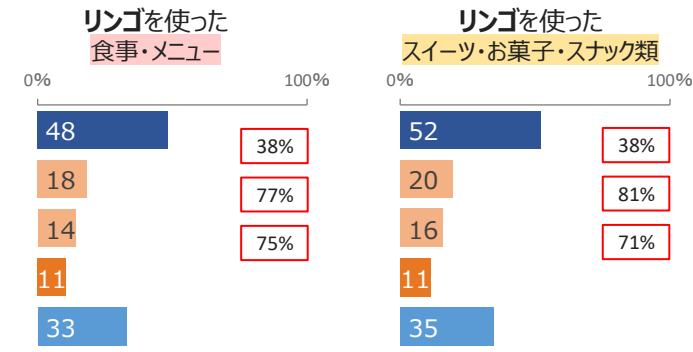
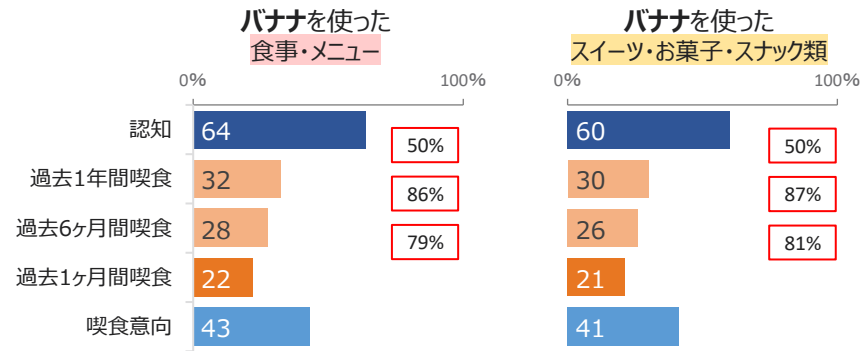
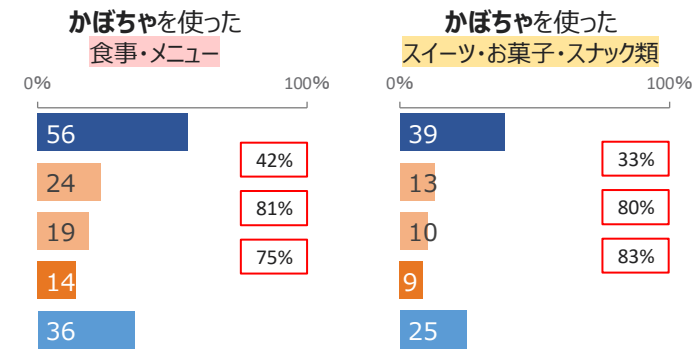
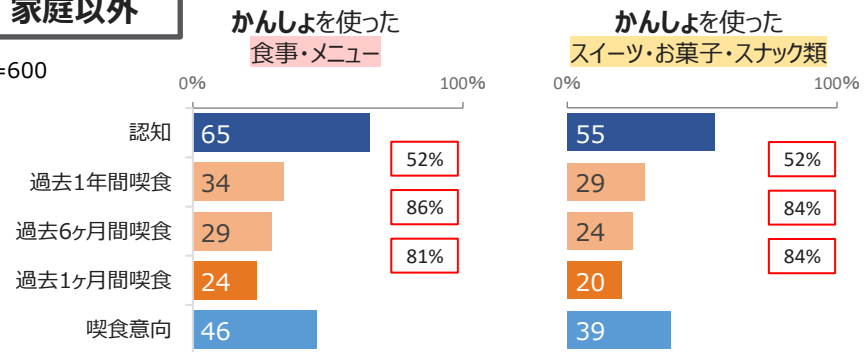
S5. 以下の中から、あなたがご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q1. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q2. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q3. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q4. 以下の中から、あなたのご家庭で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

# 家庭以外でのかんしょ浸透状況

家庭以外でもかんしょはバナナと同程度の認知や喫食経験、喫食意向があり、マレーシア市場では家庭以外でもかんしょは浸透している様子である。

## 家庭以外

n=600



□ 歩留まり率  
過去1年間喫食 ÷ 認知  
過去6ヶ月間喫食 ÷ 過去1年間喫食  
過去1ヶ月間喫食 ÷ 過去6ヶ月間喫食

S5. 以下の中から、あなたがご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
Q5. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
Q6. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
Q7. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
Q8. 以下の中から、あなたのご家庭以外で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

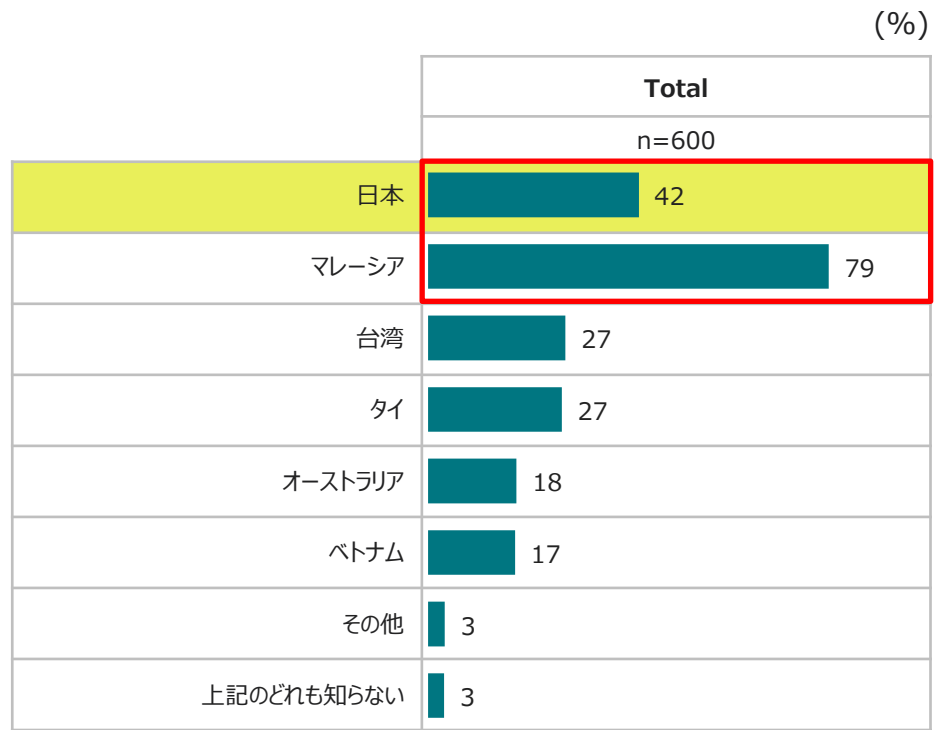
# マレーシア市場におけるかんしょの現状理解

## 産地別浸透度、イメージ



## 原産国別かんしょ認知

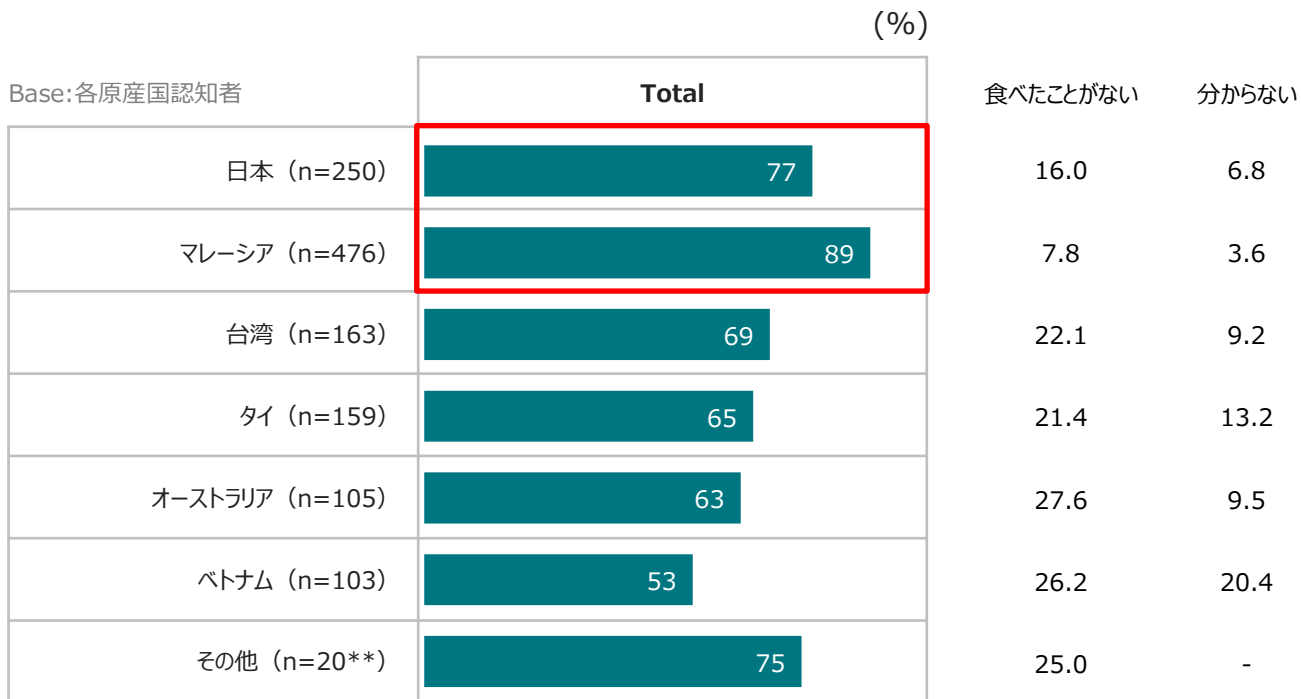
自国である「マレーシア産」が8割と突出して高く、次いで「日本産」が4割と2番手である。



Q10. 以下の中で、あなたが知っている「Sweet potato」の原産国を全てお選びください。  
(今まであなたが食べたことがなくても、ご存じの原産国があれば教えてください)

# 原産国別かんしょ喫食経験

認知の高い「マレーシア産」「日本産」が、認知者内での喫食経験でも高い。



Q11.では、各国原産の「Sweet potato」について、あなたは食べたことがありますか。あなたにあてはまるものをひとつずつお選びください。  
飲食店で注文して食べたもの、スーパーなどで購入して食べたもの両方を含めてお答えください。

\*\*Very small base ref. only

# 原産国別イメージ

日本産のイメージは「おいしそう・おいしい」が50%で最も高く、次いで「品質が高そう・高い」（46%）、「健康に良さそう・健康に良い」（45%）と続く。他の原産国と比べると「高級感がある」（42%）の高さが目立つ。

マレーシア産のイメージは「どこでも購入できそう・購入できる」「コスバが良さそう・良い」が日本産に比べて特に高い。 (%)

Base: 各原産国認知者

	日本 n=250	マレーシア n=476	台湾 n=163	タイ n=159	オーストラリア n=105	ベトナム n=103
おいしそう・おいしい	50	42	51	34	42	39
品質が高そう・高い	46	20	39	18	43	13
健康に良さそう・健康に良い	45	35	37	29	34	28
甘味がしっかりしていそう・しっかりしている	42	27	29	23	25	25
高級感がある	42	10	18	18	34	14
栄養価が高そう・高い	38	23	29	21	31	19
鮮度が良さそう・良い	34	36	37	31	38	32
安全性が高そう・高い	33	32	28	20	33	26
食感がねっとりしていそう・ねっとりしている	30	19	22	18	23	24
衛生管理がよさそう	24	17	19	20	22	18
他の食材を引き立ててくれそう・引き立ててくれる	24	16	14	23	24	17
食感がほくほくしていそう・ほくほくしている	22	18	21	19	18	18
コスバが良さそう・良い	21	32	21	33	20	28
色々な料理に合いそう・合う	21	26	25	31	24	24
安心感がある	20	18	20	25	16	16
簡単に調理できそう・調理できる	17	26	23	25	26	23
どこでも購入できそう・購入できる	14	39	20	23	15	18
飲食店でよく使用されていそう・使用されている	13	20	11	20	18	17
上記にあてはまるものはない	3	4	4	9	6	10

Q12. あなたは各国の「Sweet potato」について、どのような印象をお持ちですか。あてはまるものを全てお選びください。





## かんしょ原産国イメージ

定性

低価格で手に入りやすい現地マレーシア産は、最も馴染みがある。  
日本産かんしょの主な特徴に“高級感”“甘み”が挙げられており、概ね好印象であった。喫食経験者もいた。

### 日本産

- ✓ 高級感
- ✓ 自然な甘み
- ✓ 全体的に日本製品と聞くと品質が良い
- ✓ 適切なプロセスで栽培されており、サイズが均一

### マレーシア産

- ✓ 低価格
- ✓ 地元の殆どのハイパーマーケットやスーパーマーケットで販売されているので手に入りやすい
- ✓ 味気ない

### 台湾産

- ✓ オレンジ色の外観で滑らかな食感（旅先での喫食経験）

### オーストラリア産

- ✓ 高級感
- ✓ 見た目が綺麗
- ✓ 価格が高い（マレーシア産の2-3倍）

### インドネシア産

- ✓ 高価、
- ✓ 甘みが強い、
- ✓ 風味が良い
- ✓ サイズが大きい。  
（スーパーの試食ブースなどの参加経験から）

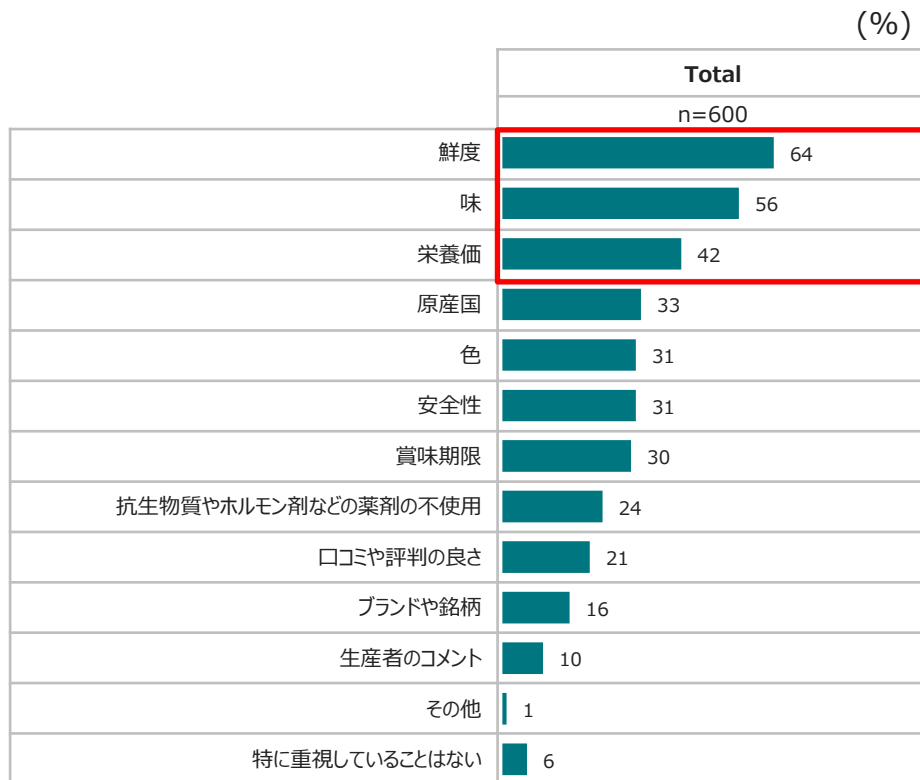
# マレーシア市場におけるかんしょの現状理解

## 「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態



## 「かんしょやかんしょ加工品」購入重視点

「鮮度」が6割を超え高い。次いで「味」「栄養価」であり、「原産国」重視は3人に1人であった。



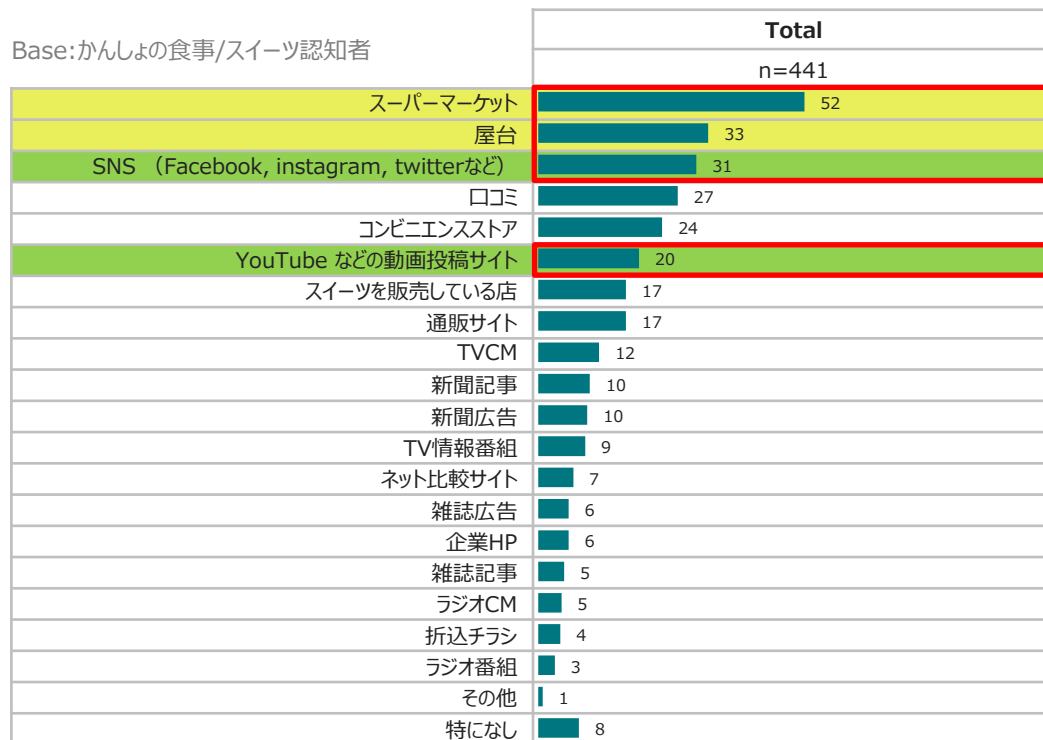
Q20.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potato製品を購入する際に重視している点は何ですか。  
 あてはまるものを全てお選びください。

## 「かんしょやかんしょ加工品」の情報源

「スーパーマーケット」が半数を超え突出して高い。次いで「屋台」「SNS」が3割台で続く。

SNS、口コミ、Youtubeなどの動画投稿サイトも一定数挙がっており、実店舗以外からも情報を入手している。

(%)



Q19.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potatoについての情報をどのようなところで目にしますか。  
あてはまるものをそれぞれいくつでもお選びください。

## 「かんしょやかんしょ加工品」の購入場所

自宅用購入では「食品スーパーマーケット」「総合スーパー」がいずれも6割で特に高い。

自宅外用購入においても「食品スーパーマーケット」に次いで「総合スーパー」が高いが、「総合スーパー」では自宅外用に比べて自宅用の購入が高いことが目立つ。

(%)

Base: 自宅用／自宅外かんしょ自購入者

	自宅 n=359	自宅外 n=351
食品スーパーマーケット（食品のみを扱っているスーパー）	59	50
総合スーパー（食品だけでなく日用品・衣料品なども扱っているスーパー）	58	44
デパート	32	27
コンビニエンスストア	22	25
個人商店	16	18
スイーツを販売している店	16	18
ネット通販	15	14
その他の飲食店	12	22
青果市場	-	-
その他	3	2

Q16.あなたは、普段どちらでSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。

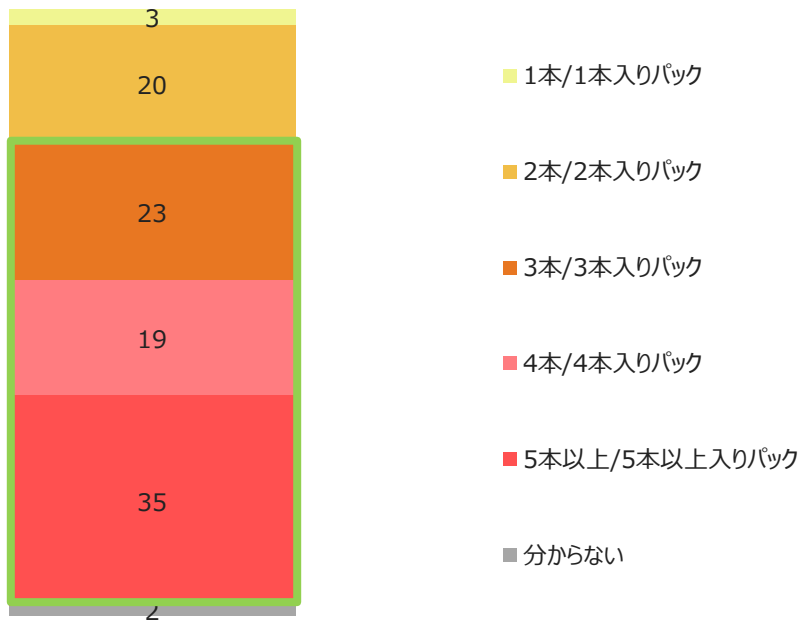
# 自宅用「かんしょ」の購入本数／購入金額

平均購入本数は3.7本で、「3本以上」が77%を占める。  
 平均購入金額は5.4RMで、「5.0-5.9RM」「10RM以上」が15%程度と高い。

Base: 自宅用かんしょ自購入者

n=359

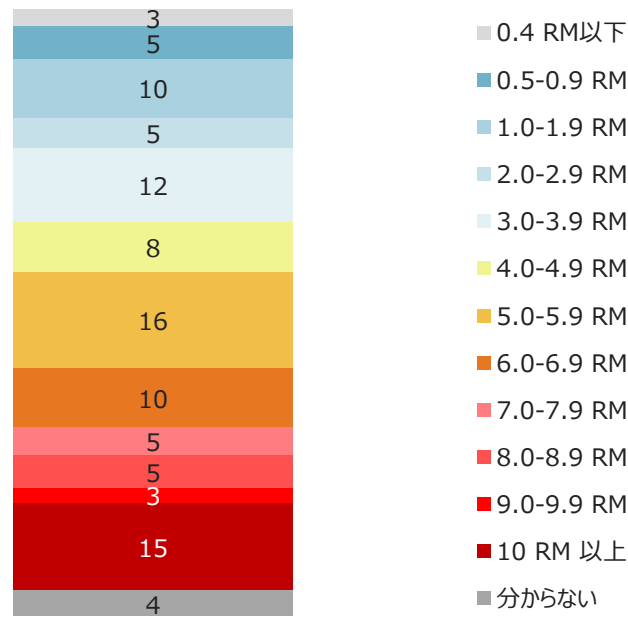
## 購入本数 (%)



77%

平均 (本) 3.7

## 購入金額 (%)



平均 (RM) 5.4

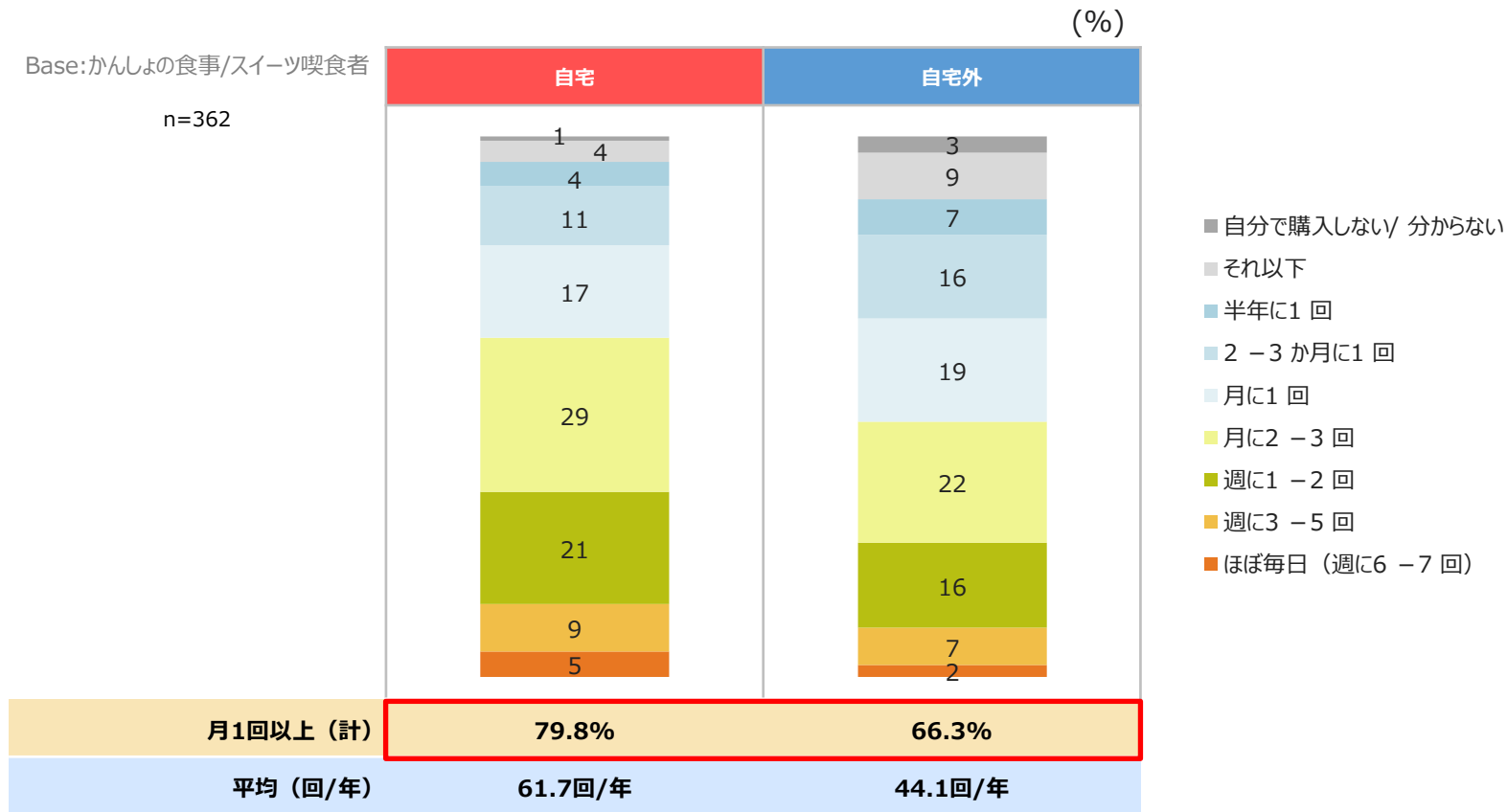
Q17.あなたは、ご自宅用に購入するSweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q18.あなたが普段ご自宅用に購入するSweet potatoは、いくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

# 「かんしょやかんしょ加工品」の購入頻度

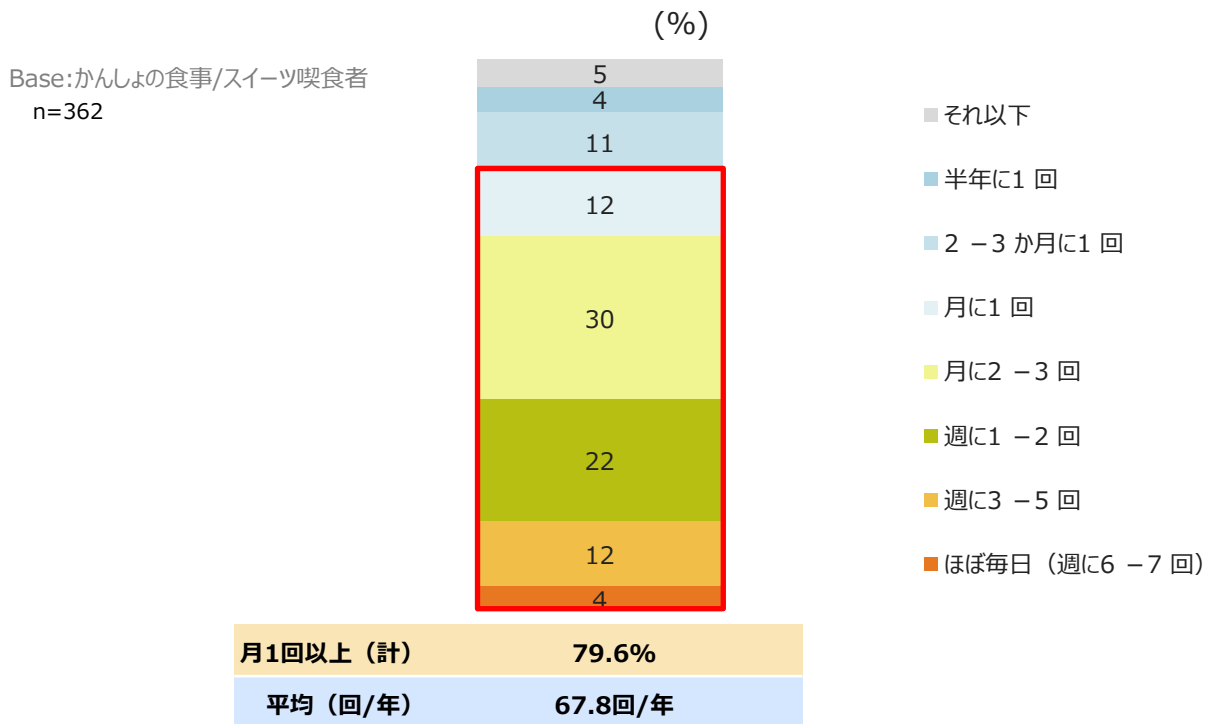
『月1回以上』購入率は、自宅用購入が79.8%、自宅外用購入（66.3%）でどちらも高い。



Q15.あなたは、普段どれくらいの頻度でSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。  
ご自宅用とご自宅以外で購入するSweet potatoそれぞれについて、最も近いものをお選びください。

# 「かんしょやかんしょ加工品」の喫食頻度（自宅）

『月1回以上』喫食率は79.6%であった。

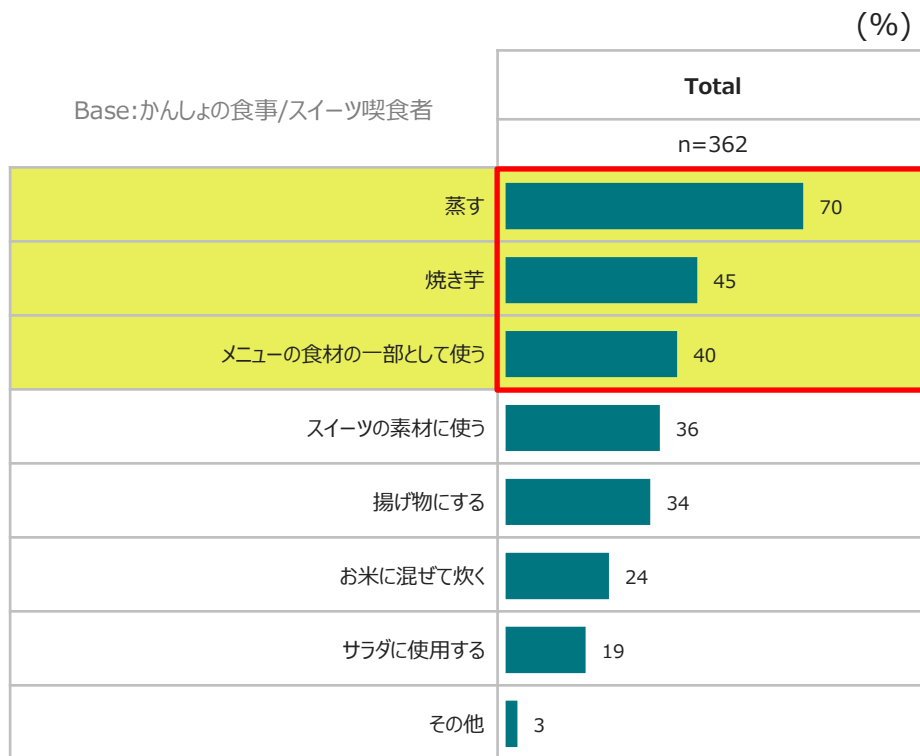


Q21.あなたは、ご自宅で、どれくらいの頻度でご自身もしくはご家族の方が料理したSweet potatoを喫食されていますか。最も近いものをお選びください。baked/roasted sweet potatoは除いてお考え下さい。



## 自宅用「かんしょ」の調理方法

「蒸す」が7割と高く、次いで「焼き芋」「メニューの食材の一部として使う」が4割台で続く。



Q22.あなたのご自宅では、普段Sweet Potetoをあなたご自身もしくはご家族の方がどのように調理されますか。  
あなたのご自宅での食べ方として、あてはまるものをいくつかもお選びください。



# かんしょ（日本産以外）家庭での食べ方

シンプルな調理法で作られ、主に家族と一緒に食べられる。

定性

 <p>朝食・ティータイム・デザート</p>				
<p>対象者</p>	<p>グループA・B・C (20-59歳中国系及びマレー系男性・女性、独身、既婚子持ち、子なし) *全グループで喫食</p>	<p>グループB・C (20-59歳、マレー系女性、既婚子持ち)</p>	<p>グループA (20-35歳、女性独身・既婚子なし)</p>	<p>グループA, B, C (20-59歳、マレー系及び中国系独身または既婚子持ち)</p>
<p>原産国</p>	<p>マレーシア</p>	<p>マレーシア</p>	<p>マレーシア</p>	<p>マレーシア</p>
<p>シーン・タイミング</p>	<p>平日の朝食</p>	<p>ティータイム</p>	<p>ティータイム</p>	<p>軽めの夕食時</p>
<p>一緒に食事をする相手</p>	<p>一人で、または家族で</p>	<p>家族・子供</p>	<p>家族</p>	<p>一人で、または家族で</p>
<p>メニュー名/調理方法 (メインor サイド)</p>	<p>かんしょの蒸し煮/蒸す メインディッシュとして</p>	<p>かんしょのフリッター/揚げる デザートスナックとして</p>	<p>スイートポテトパイ/焼く メインディッシュとして</p>	<p>かんしょのデザート、茹でる</p>
<p>このメニューを食べる理由</p>	<p>ヘルシー、美味しい、簡単に調理できる</p>	<p>インスタグラムで見つけて、興味を持った</p>	<p>美味しい</p>	<p>余ったかんしょを無駄にたくない</p>



## かんしょ（日本産以外）家庭での食べ方

栄養摂取目的で主に主菜/副菜のメニューとして取り入れられている。

定性



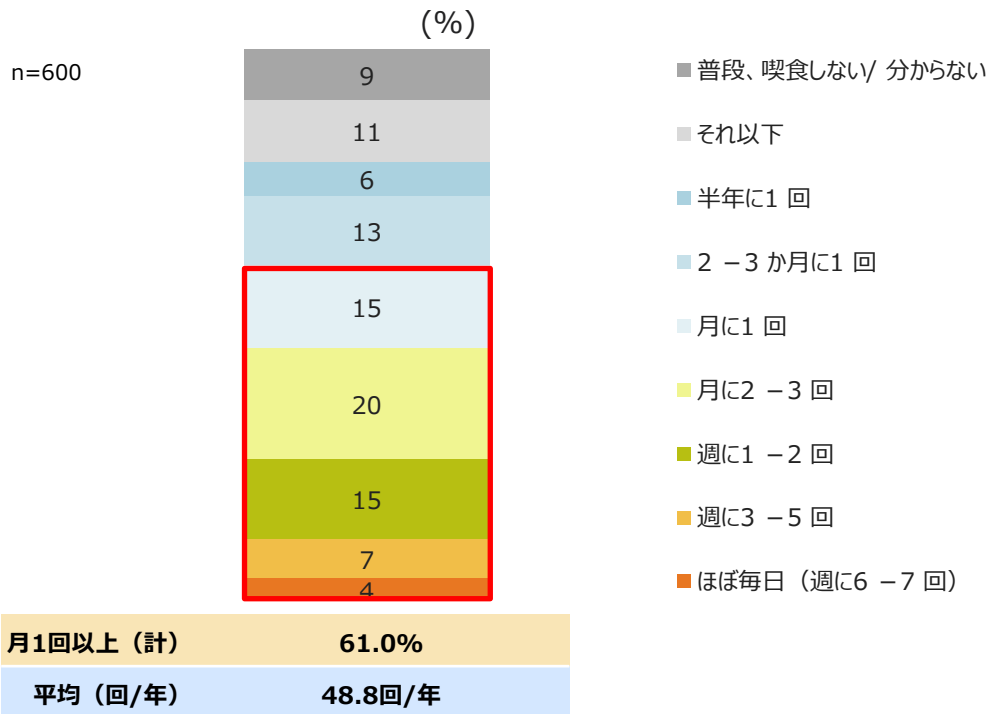
昼食/夕食



対象者	グループB (25-55歳、マレー系、女性、既婚子持ち)	グループA (20-35歳 中国系、男性既婚子供なし)	グループA (20-35歳、マレー系女性、独身)
原産国	マレーシア	マレーシア	マレーシア
シーン・タイミング	ランチ・ディナー用	昼食時	夕食の場合
一緒に食事をする相手	家族	一人	家族
メニュー名/調理方法 (メインor サイド)	カレー/ココナッツミルク/かんしょ入り 茹でる/サイドディッシュ	サーモンのフライ、プチトマトとかんしょ添え/ 蒸す+焼く/サイドディッシュ	ポテトオムレツ/炒める メインディッシュ・サイドディッシュ
このメニューを食べる理由	美味しい	食物繊維の摂取のため。美味しい	調理が簡単、 タンパク質、炭水化物を豊富

# 「焼き芋」の喫食頻度

『月1回以上』喫食率は61.0%であった。



Q23.あなたは、どれくらいの頻度でbaked/roasted sweet potatoを喫食されていますか。最も近いものをお選びください。

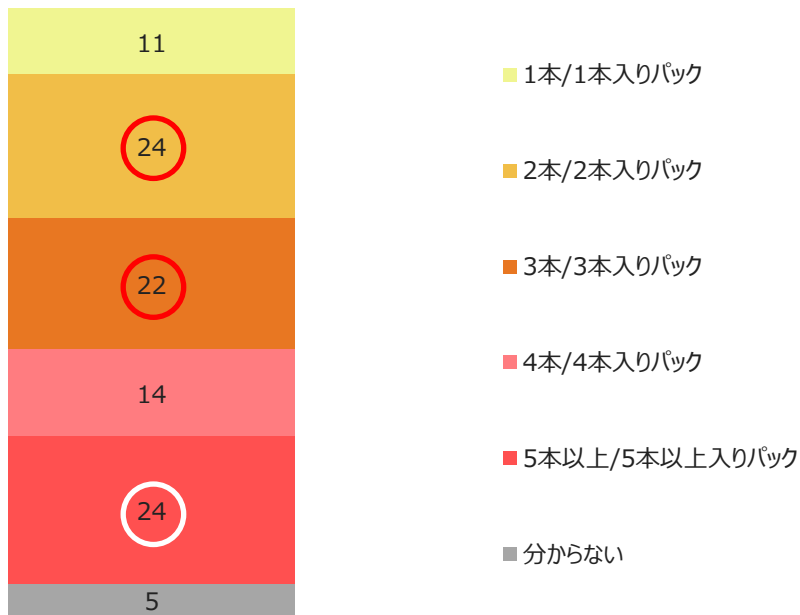
# 「焼き芋」の購入本数／購入金額

平均購入本数は3.2本であり、「2本」「3本」「5本以上」がいずれも2割強であった。  
 平均購入金額は5.1RMであった。

Base:焼き芋喫食者

n=545

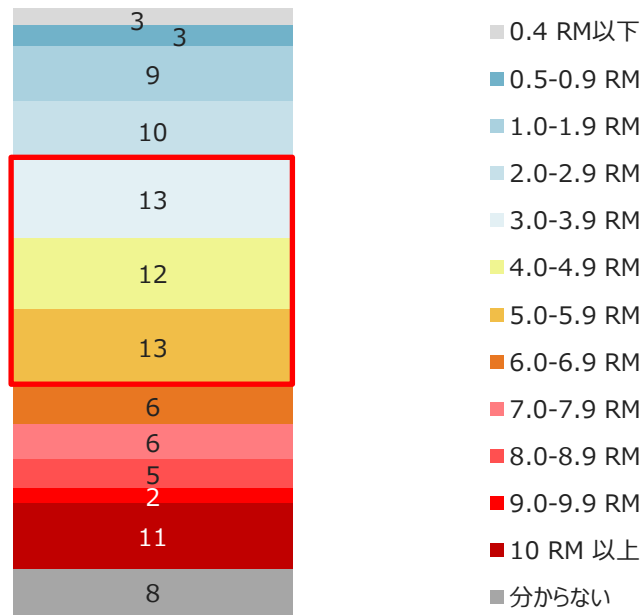
## 購入本数 (%)



平均 (本)

3.2

## 購入金額 (%)



平均 (RM)

5.1

Q24.あなたが購入するbaked/roasted sweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。一度に買う量として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q25.あなたが普段購入するbaked/roasted sweet potatoは、おいくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

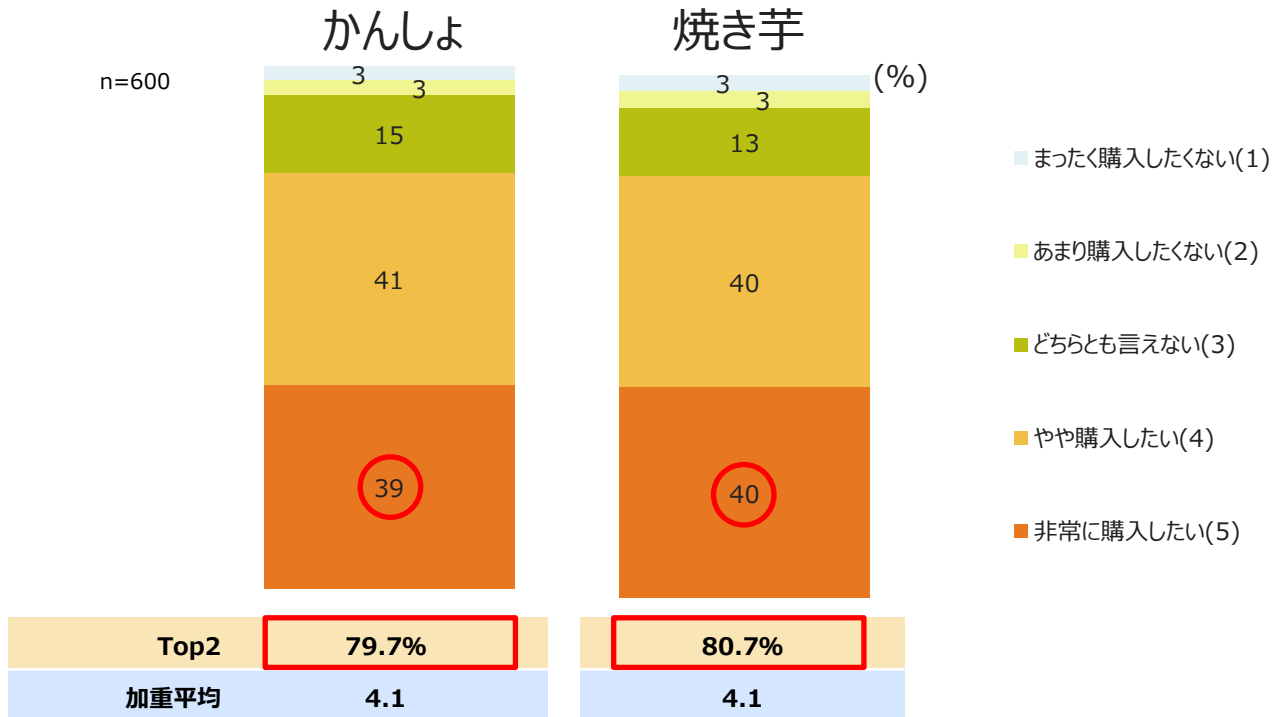
# マレーシア市場におけるかんしょの現状理解

## 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価



# 「かんしょ」「焼き芋」コンセプトの購入意向

いずれのコンセプトでもTop2（非常に購入したい+やや購入したい）は8割、TopBoxは4割と好感触であった。



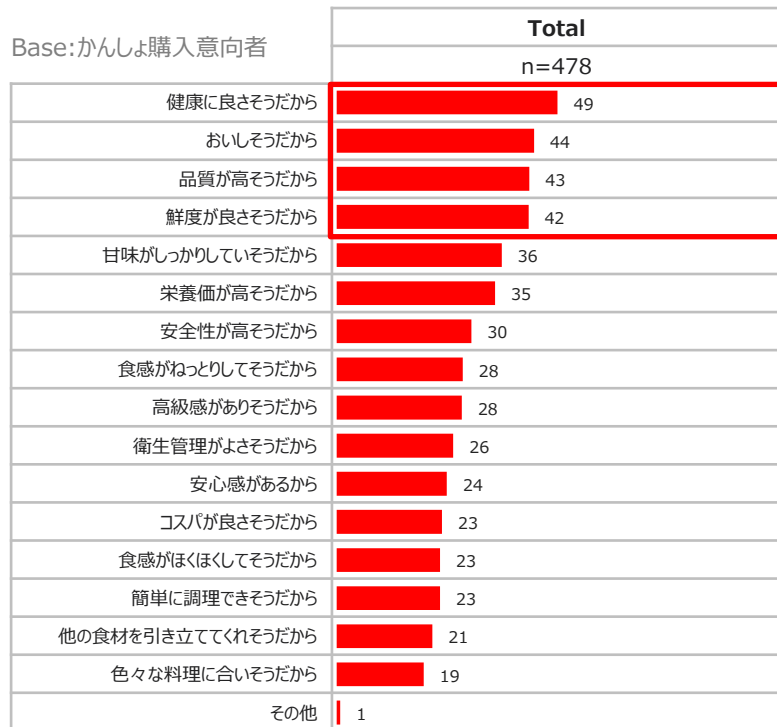
Q13.では、これからSweet potatoの説明文をご覧ください。じっくりお読みください。  
あなたはSweet potatoをどの程度、購入してみたいと思いますか。

## 「かんしょ」の購入意向理由、非購入意向理由

かんしょの購入意向理由は「健康に良さそう」が半数で、「おいしそう」「品質が高そう」「鮮度が良さそう」と続く。一方、非購入意向理由は「おいしくなさそうだから」が最多で次いで「他の食材と合わせにくそう」「コスパが悪そう」であった。

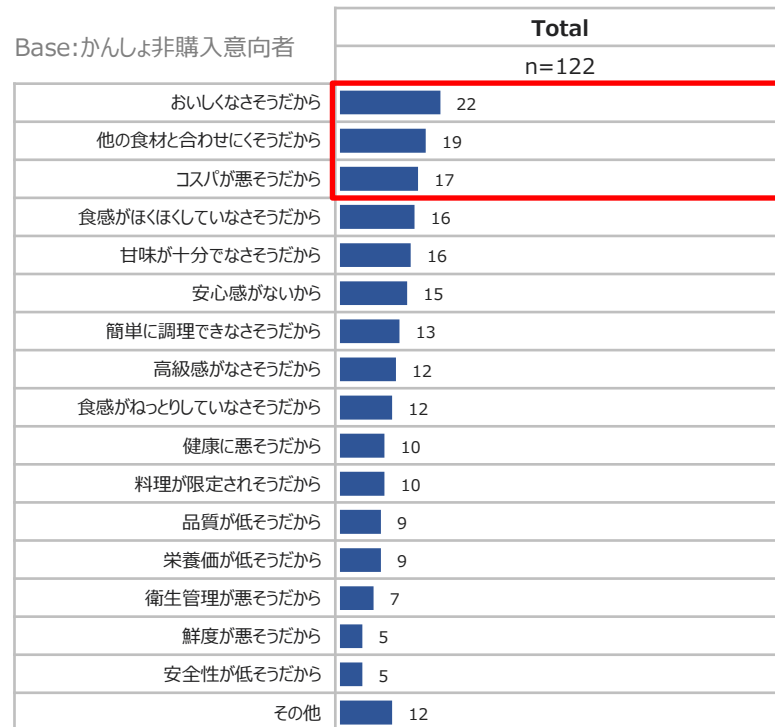
### 購入意向理由

(%)



### 非購入意向理由

(%)



Q14-1.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

Q14-2.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。

あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

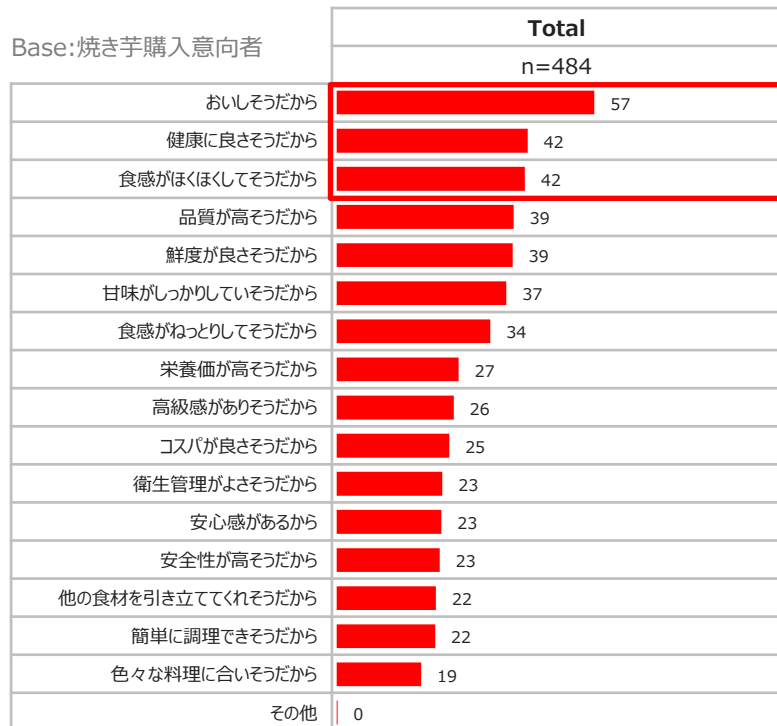


## 「焼き芋」の購入意向理由、非購入意向理由

焼き芋の購入意向理由は「おいしそう」が最多となった。「健康に良さそう」「食感がほくほくしてそう」が続く。非購入意向理由は、「おいしくなさそう」「コスパが悪そう」が上位である。

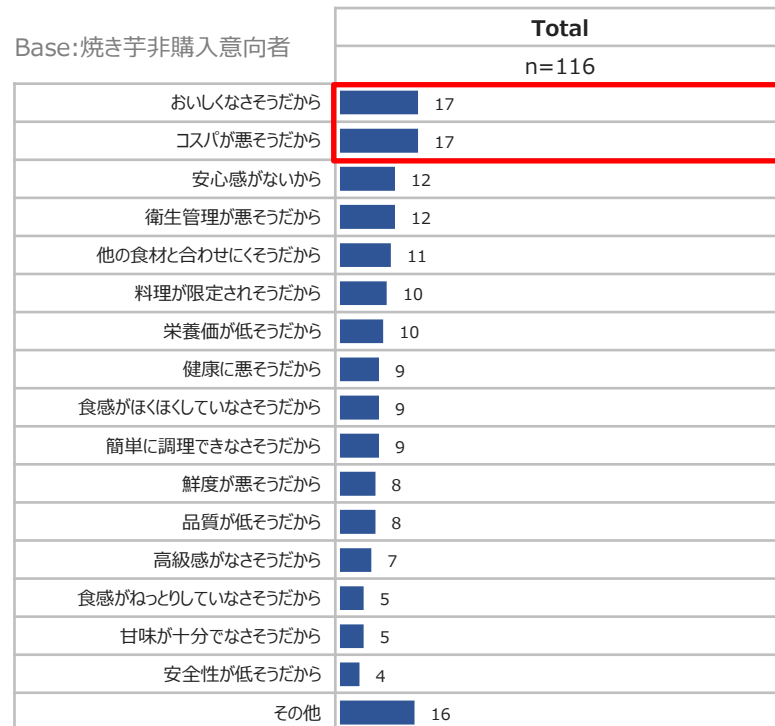
### 購入意向理由

(%)



### 非購入意向理由

(%)



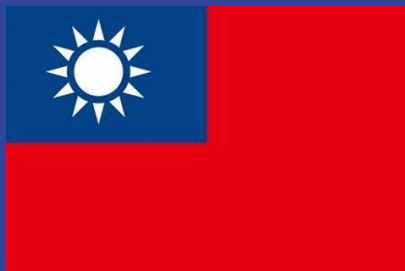
Q14-1.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

Q14-2.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。

あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

# 調査結果詳細：台湾

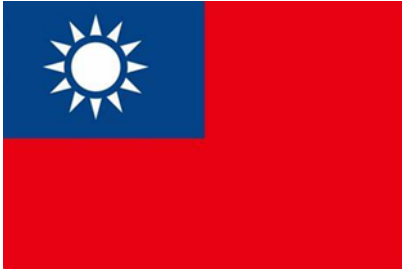
## 台湾市場におけるかんしょの現状理解



# 4

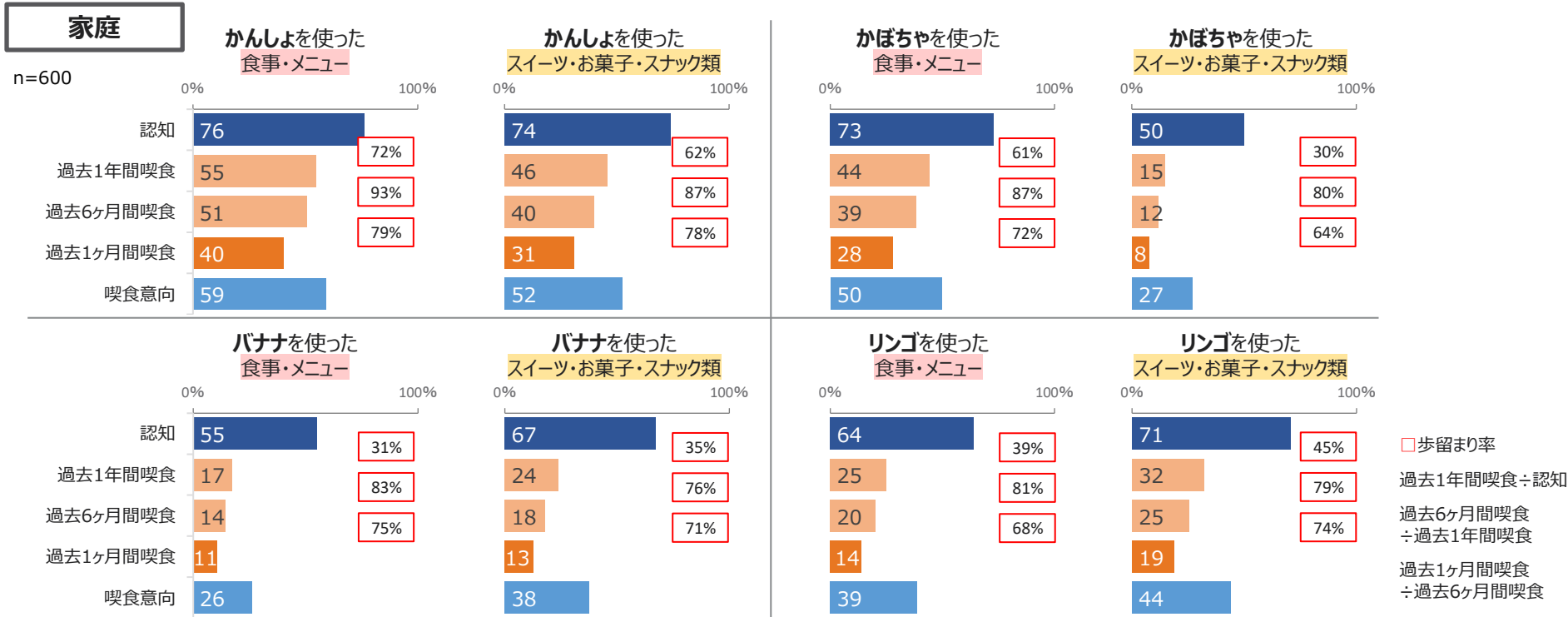
# 台湾市場におけるかんしょの現状理解

## かんしょの位置づけと浸透状況



# 家庭でのかんしょ浸透状況

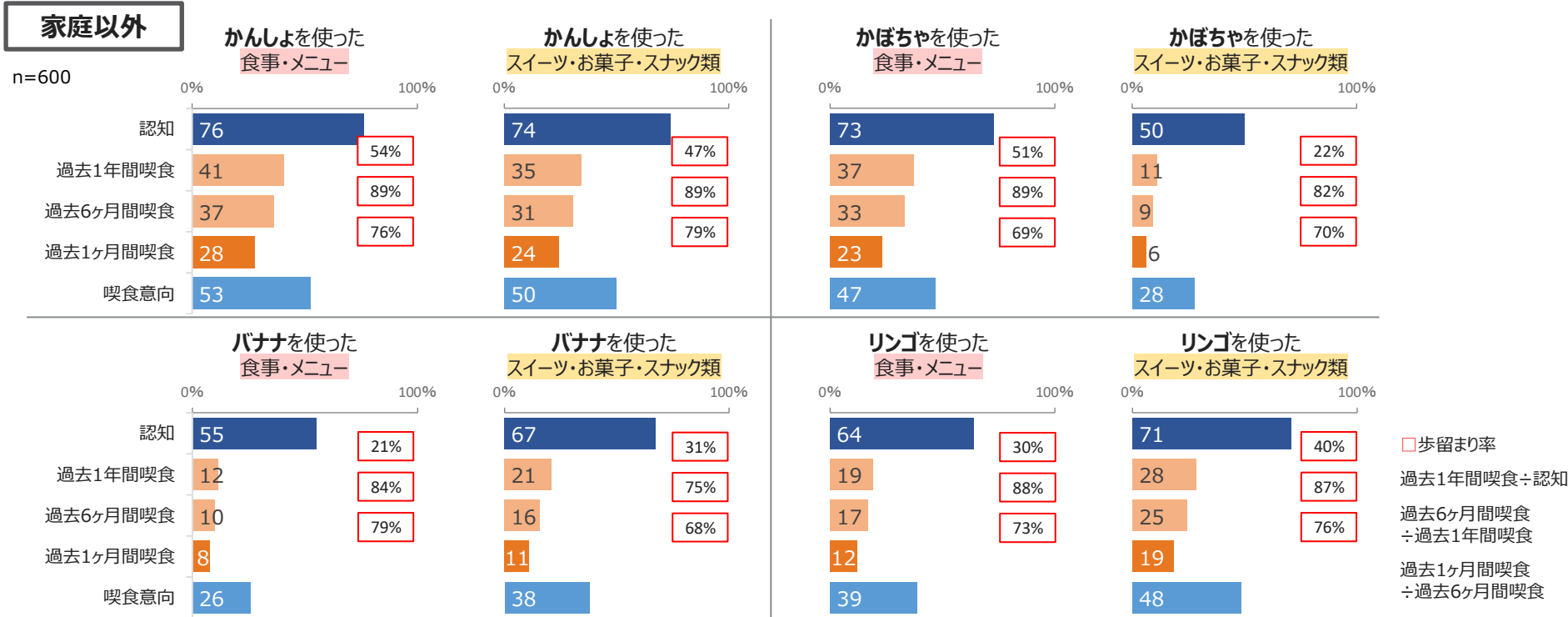
かんしょは食事・メニュー、スイーツ・お菓子・スナック類共に他の食材と同等もしくは上回る認知、喫食経験、喫食意向があり、台湾の家庭でかんしょは広く浸透している食材であることが確認できた。



S5. 以下の中から、あなたのご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q1. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q2. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q3. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q4. 以下の中から、あなたのご家庭で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

# 家庭以外でのかんしょ浸透状況

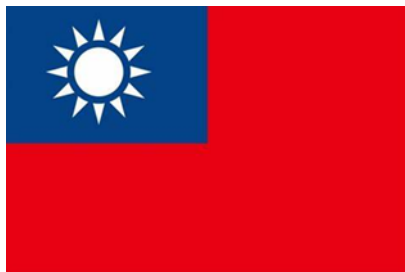
家庭外でも食事・メニュー、スイーツ・お菓子・スナック類共にかんしょは他の食材と同等もしくは上回る認知、喫食経験、喫食意向があり、かんしょは広く浸透している様子であった。



S5. 以下の中から、あなたご存じの食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q5. 以下の中から、過去1年間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q6. 以下の中から、過去6ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q7. 以下の中から、過去1ヶ月間に、あなたのご家庭以外で喫食された食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。  
 Q8. 以下の中から、あなたのご家庭以外で、今後喫食してみたいと思う食事・メニュー、もしくはスイーツ・お菓子・スナック類をすべてお選びください。

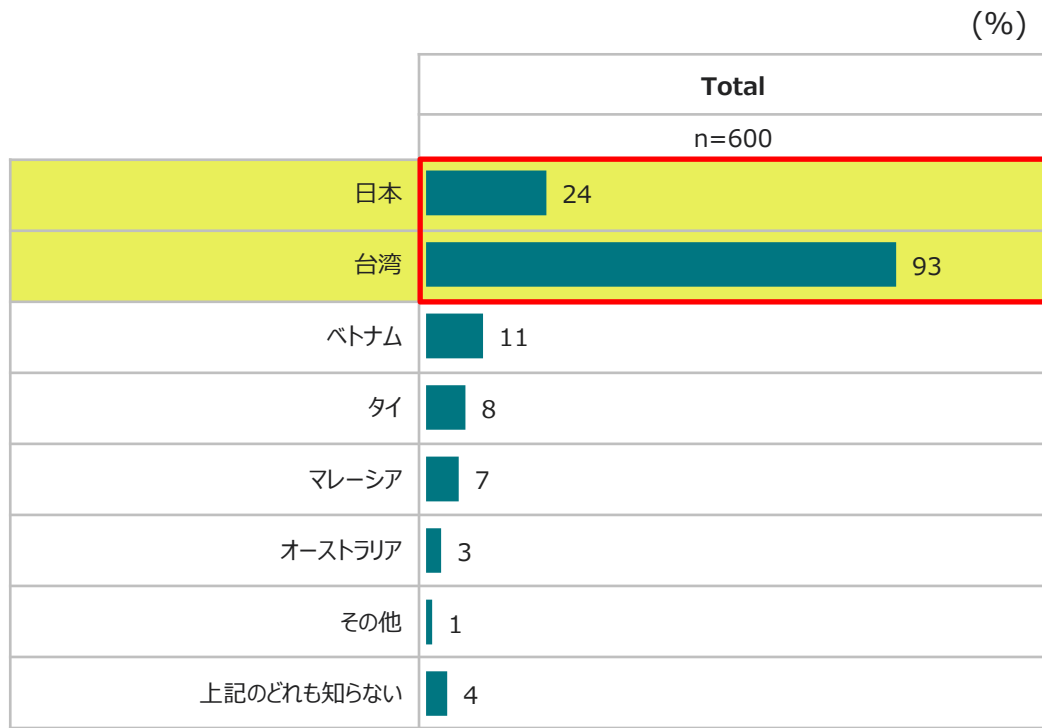
# 台湾市場におけるかんしょの現状理解

## 産地別浸透度、イメージ



## 原産国かんしょ別認知

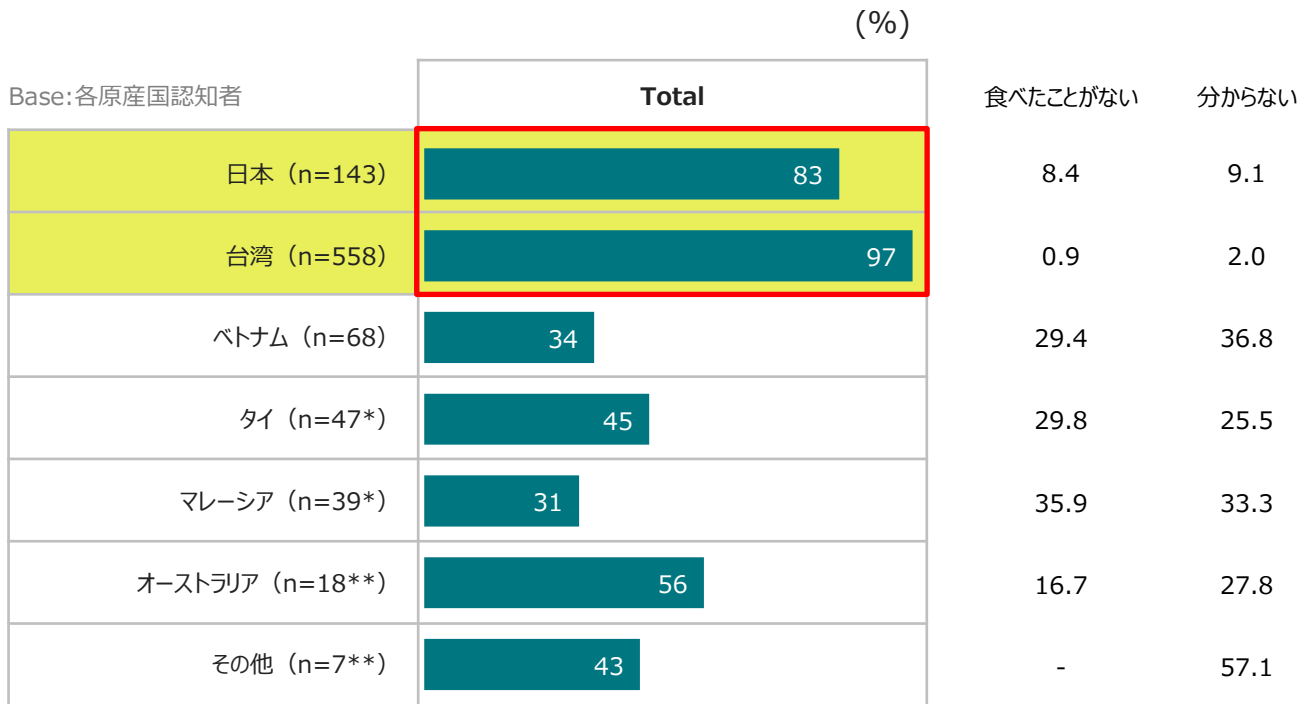
「台湾産」が9割と突出して高い。次いで「日本産」が2割強だが、「台湾産」との差は大きい。



Q10. 以下の中で、あなたが知っている「Sweet potato」の原産国を全てお選びください。  
(今まであなたが食べたことがなくても、ご存じの原産国があれば教えてください)

# 原産国別かんしょ喫食経験

認知の高い「台湾産」が、認知者内での喫食経験でも高い。「日本産」は認知が低い中、認知者内の喫食は8割を超え高い。



Q11.では、各国原産の「Sweet potato」について、あなたは食べたことがありますか。あなたにあてはまるものをひとつずつお選びください。  
飲食店で注文して食べたもの、スーパーなどで購入して食べたもの両方を含めてお答えください。



# 原産国別イメージ

日本産のイメージは「おいしそう・おいしい」「品質が高そう・高い」「高級感がある」が上位となった。他国と比べると「高級感がある」「衛生管理がよさそう」の高さが目立つ。台湾産のイメージは「どこでも購入できそう・購入できる」「鮮度が良さそう・良い」「簡単に調理できそう・調理できる」が日本産に比べて特に高い。(%)

Base:各原産国認知者

	日本 n=143	台湾 n=558	ベトナム n=68	タイ n=47*	マレーシア n=39*	オーストラリア n=18**
おいしそう・おいしい	46	49	19	9	13	28
品質が高そう・高い	45	44	10	9	5	17
高級感がある	45	9	2	2	-	22
甘味がしっかりしていそう・しっかりしている	42	47	15	17	5	28
栄養価が高そう・高い	41	47	15	13	21	22
健康に良さそう・健康に良い	39	51	12	13	10	28
衛生管理がよさそう	37	18	7	6	3	22
食感がほくほくしてそう・ほくほくしている	34	38	22	13	10	33
安心感がある	33	39	9	9	8	17
安全性が高そう・高い	30	40	10	6	13	22
他の食材を引き立ててくれそう・引き立ててくれる	30	24	10	17	13	22
色々な料理に合いそう・合う	27	38	25	19	21	33
鮮度が良さそう・良い	27	40	12	9	5	11
食感がねっとりしてそう・ねっとりしている	26	30	9	9	8	17
簡単に調理できそう・調理できる	23	38	27	36	23	28
飲食店でよく使用されていそう・使用されている	19	27	13	21	13	33
コスパが良さそう・良い	18	30	24	30	21	11
どこでも購入できそう・購入できる	17	50	18	11	23	17
上記にあてはまるものはない	2	1	18	21	26	22

\*Small base ref. only\*\*Very small base ref. only

Q12.あなたは各国の「Sweet potato」について、どのような印象をお持ちですか。あてはまるものを全てお選びください。



## かんしょ原産国イメージ

定性

日本産かんしょは、台湾産ほどの市場浸透は見られないものの、「日本産」だから品質が良さそう、とおしなべてイメージは良く、高いトライアル意向がみられた。日本旅行中に喫食経験をした数名からは、食感と味の良さが言及された。

### 日本産

- ✓ 高品質
- ✓ 甘い
- ✓ 中身が詰まって繊細/柔らか（台湾産のように硬くない）
- ✓ なめらかな食感（日本旅行での経験）
- ✓ まろやかな味（日本旅行での経験）

- 台湾のドン・キホーテでかんしょを見たり実際に購入した人も存在した。喫食した感想としては、味がパサパサしていたと表現された。見ただけで買わなかった人は、価格の高さや見た目がバリアとなっていた。

### 台湾産

#### 苗栗桐生産

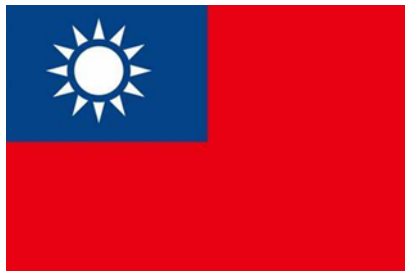
#### 金山産

#### 雲林産

- ✓ 新鮮・おいしい・甘い。
- ✓ 台湾の農作物は信頼できる。品質も良く、安心
- ✓ 価格がより安い

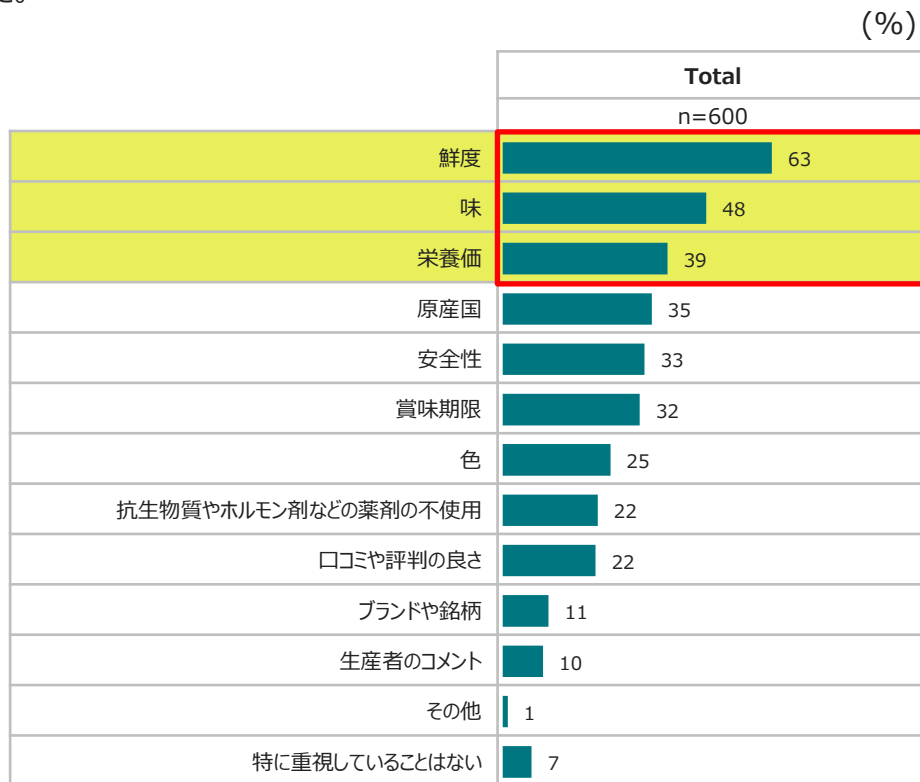
# 台湾市場におけるかんしょの現状理解

「かんしょ」「焼き芋」の購入・喫食実態



## 「かんしょやかんしょ加工品」購入重視点

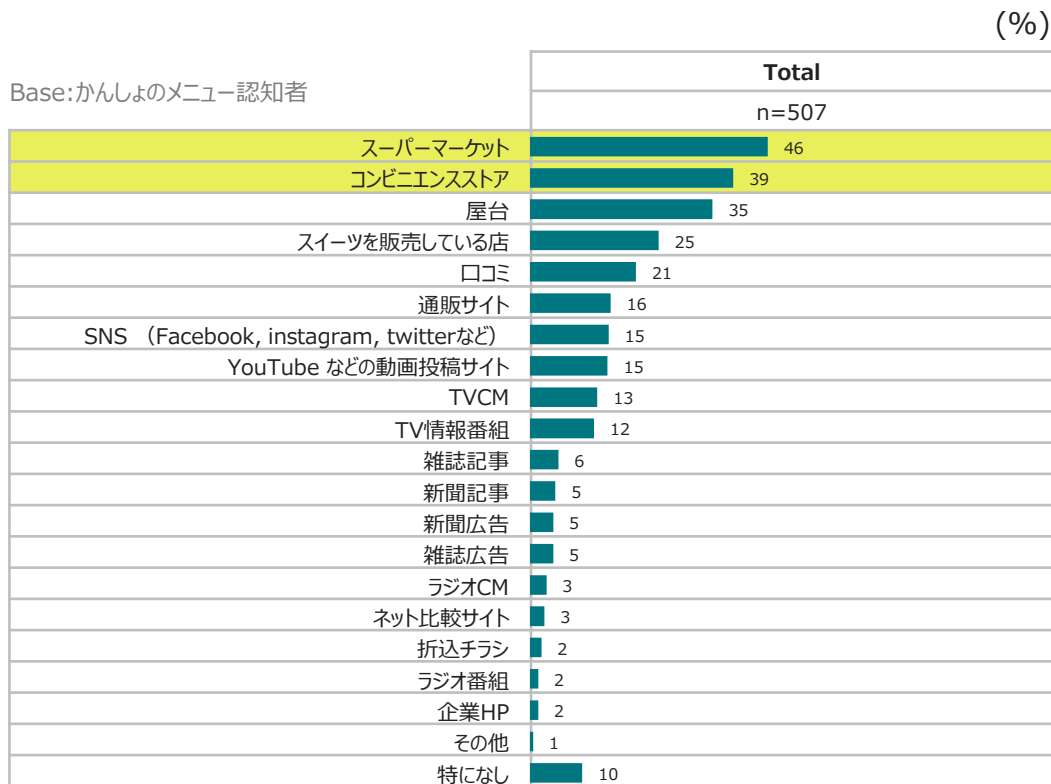
「鮮度」が突出して高く、次いで「味」「栄養価」となった。  
「原産国」重視は3人に1人であった。



Q20.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potato製品を購入する際に重視している点は何ですか。  
あてはまるものを全てお選びください。

# かんしょやかんしょ加工品の情報源

「スーパーマーケット」が約半数と最も高く、次いで「コンビニエンスストア」となった。  
 実店舗がメインであり、実店舗以外では「口コミ」が2割であった。



Q19.あなたが普段、Sweet potatoやSweet potatoについての情報をどのようなところで目にしますか。あてはまるものをそれぞれいくつでもお選びください。

## かんしょやかんしょ加工品の購入場所

自宅用購入では「総合スーパー」が66%で突出して高い。以下「食品スーパーマーケット」「コンビニエンスストア」と続く。  
 自宅外用購入においては「コンビニエンスストア」「総合スーパー」が4割弱、「食品スーパーマーケット」が続く。(%)

Base: 自宅用／自宅外かんしょ自購入者

	自宅 n=414	自宅外 n=415
総合スーパー（食品だけでなく日用品・衣料品なども扱っているスーパー）	66	38
食品スーパーマーケット（食品のみを扱っているスーパー）	36	26
コンビニエンスストア	31	39
個人商店	14	10
その他の飲食店	13	27
スイーツを販売している店	9	14
ネット通販	8	7
デパート	5	8
青果市場	5	1
その他	9	5

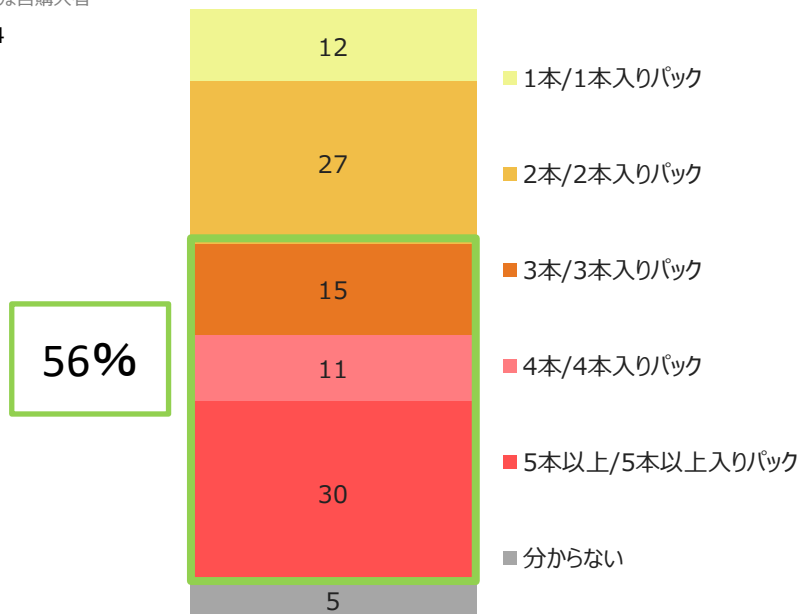
Q16.あなたは、普段どちらでSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。それぞれあてはまるものを全てお選びください。

# 自宅用「かんしょ」の購入本数／購入金額

平均購入本数は3.2本で、「3本以上」が56%を占める。  
 平均購入金額は41.6NTDで、「60NTD以上」が27%と高い。

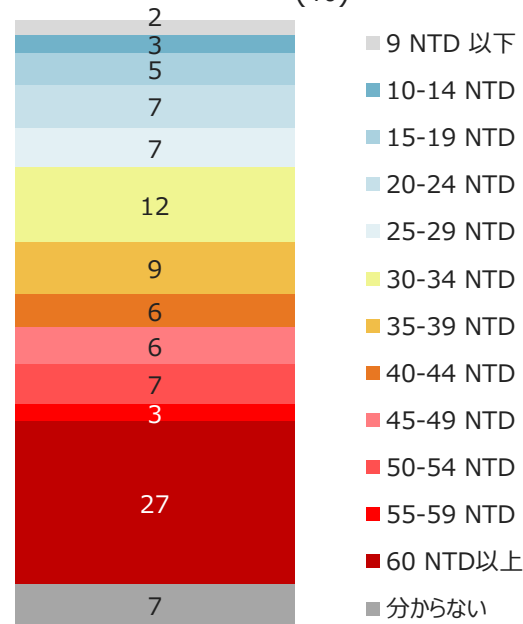
Base: 自宅用かんしょ自購入者  
 n=414

## 購入本数 (%)



平均 (本) 3.2

## 購入金額 (%)



平均 (NTD) 41.6

Q17.あなたは、ご自宅用に購入するSweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q18.あなたが普段ご自宅用に購入するSweet potatoは、いくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

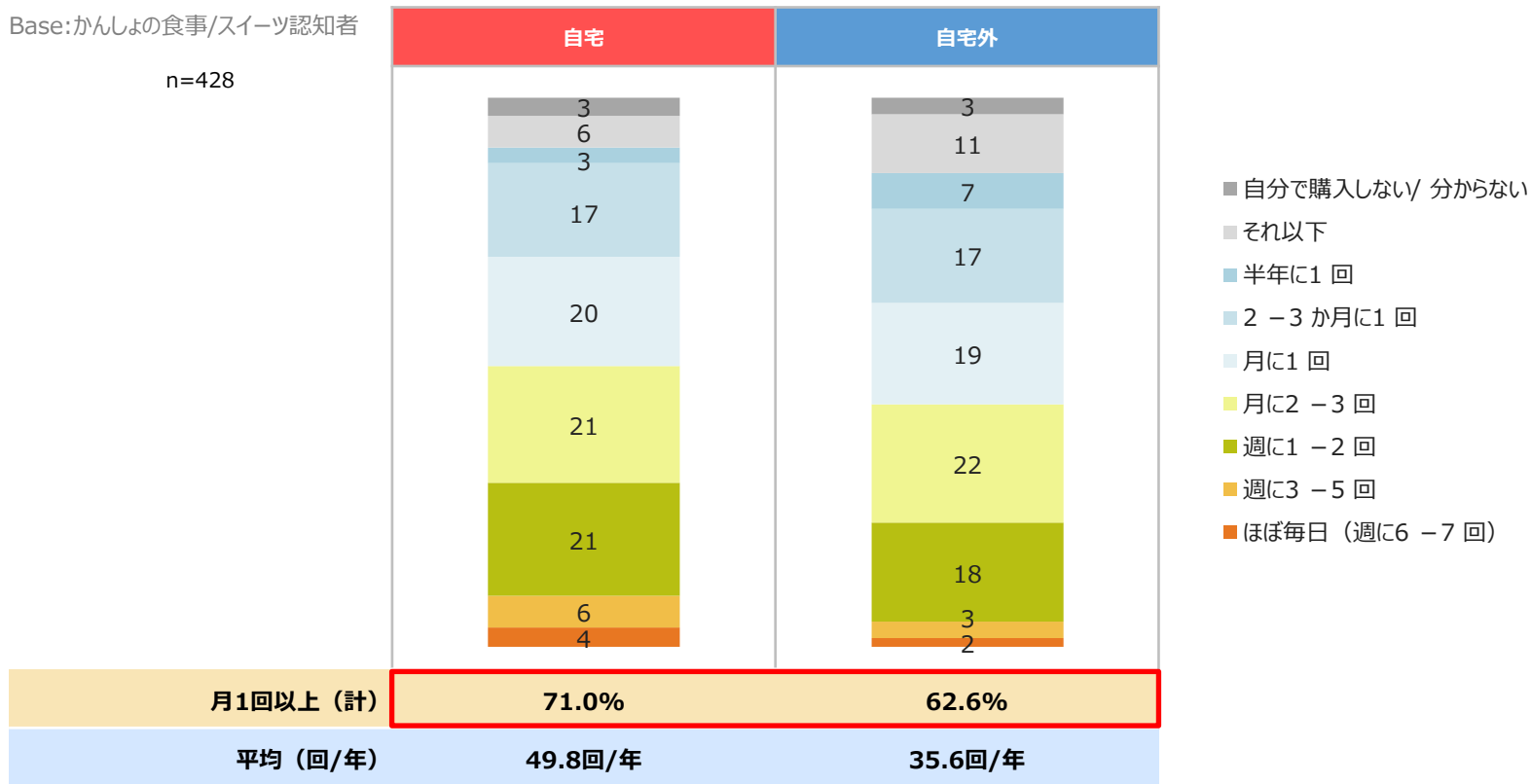
# 「かんしょやかんしょ加工品」の購入頻度

『月1回以上』購入率は、自宅用購入が7割であった。

(%)

Base:かんしょの食事/スイーツ認知者

n=428

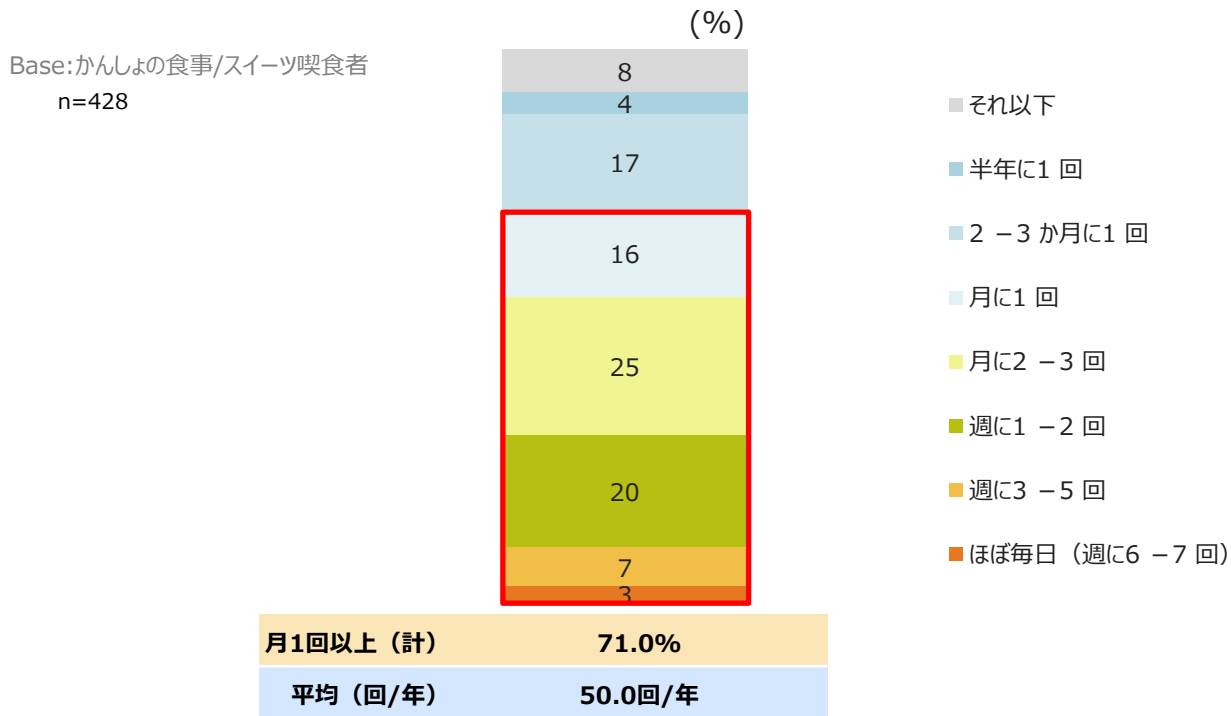


Q15.あなたは、普段どれくらいの頻度でSweet potatoやSweet potato製品を購入していますか。  
ご自宅用とご自宅以外で購入するSweet potatoそれぞれについて、最も近いものをお選びください。



# 「かんしょやかんしょ加工品」の喫食頻度（自宅）

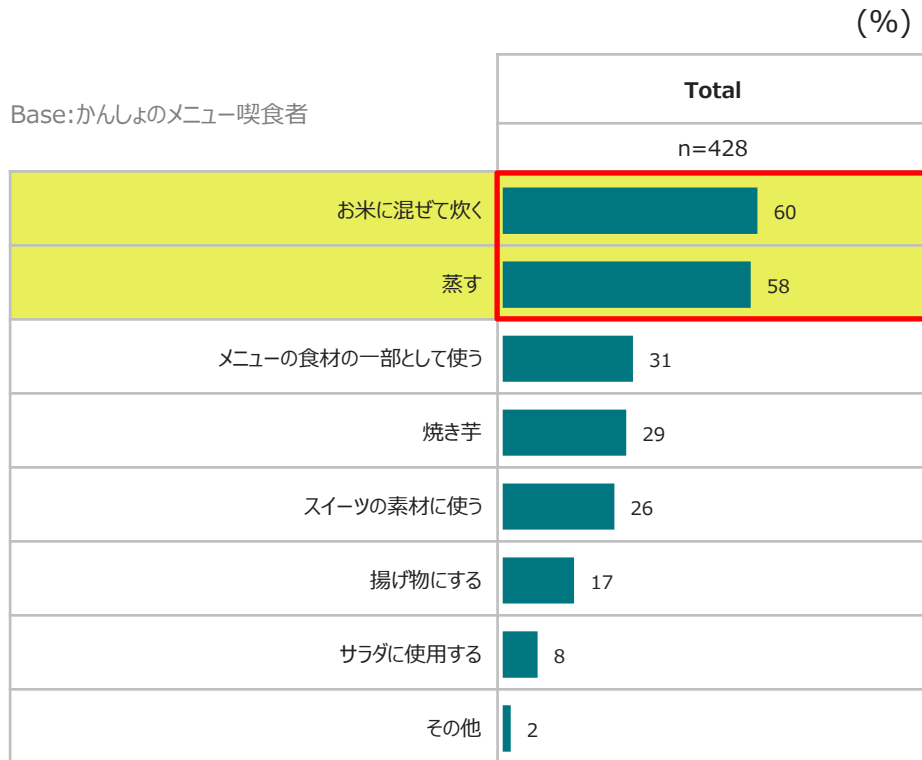
『月1回以上』喫食率は7割であった。



Q21.あなたは、ご自宅で、どれくらいの頻度でご自身もしくはご家族の方が料理したSweet potatoを喫食されていますか。最も近いものをお選びください。baked/roasted sweet potatoは除いてお考え下さい。

## 自宅用「かんしょ」の調理方法

「お米に混ぜて炊く」「蒸す」がいずれも6割と高く、以下「メニューの食材の一部として使う」「焼き芋」が3割程度で続く。



Q22.あなたのご自宅では、普段Sweet Potatoをあなたご自身もしくはご家族の方がどのように調理されますか。  
あなたのご自宅での食べ方として、あてはまるものをいくつかもお選びください。



## かんしょ：家庭での食べ方

定性

手軽に調理ができるので、多くのシーンで使われている。子供がかんしょを使ったメニューを好む事もあることから、母親は子供用に少し多めに作る事もある。

 朝食/夕食/ 夜食/デザート				
対象者	グループA・B・C (20-59歳、男性、女性、独身、既婚子持ち、子なし) *全グループが喫食	グループA・B (20-59歳、女性、独身・既婚子持ち、子なし)	グループB (20-59歳女性、既婚子持ち)	グループB (20-59歳女性、既婚子持ち)
原産国	台湾	台湾	台湾	台湾
シーン・タイミング	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝食として</li> <li>夕食代わり</li> <li>デザートや夜食、軽食</li> </ul>	朝食または夕食	夕食	夕食
一緒に食事をする相手	一人	家族	家族	家族
メニュー名/調理方法 (メインor サイド)	かんしょの蒸し煮、メインディッシュとして	かんしょごはん・おかゆ、/ 茹でる メインディッシュとして	かんしょとチキンのカレー、メインディッシュとして/ 煮込む	かんしょの子キンスープ、サイドディッシュとして 茹でる・煮る
このメニューを食べる理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>空腹感を解消し</li> <li>健康や体力維持に良い</li> <li>調理が簡単</li> </ul>	調理が簡単 家族も好き	NA	美味しくてスープの味に深みが出る



かんしょ：家庭での食べ方

デザート作りにもよく使われる。

かんしょを使ったデザートは、家族からも好評で、食べると 幸せな気分になる、と幸福感を感じている。

定性



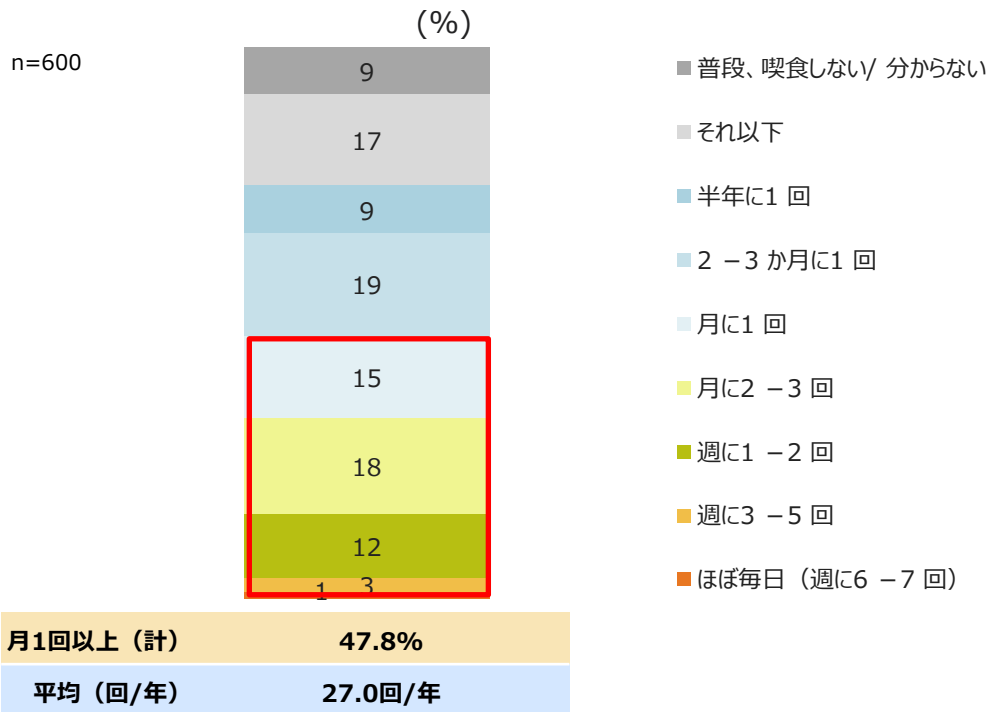
夜食/デザート



対象者	グループB (20-59歳女性、既婚子持ち)	グループB (20-59歳女性、既婚子持ち)	グループA・B (20-59歳、女性、独身・既婚子持ち、子なし)
原産国	台湾	台湾	台湾
シーン・タイミング	デザート、夜食	デザート	デザート、夜食
一緒に食事をする相手	一人で、または家族	家族	家族/友人
メニュー名/ 調理方法	かんしょの砂糖漬け/揚げる	さつま揚げボール/揚げる	かんしょのボール入りインゲン豆の スープ/ボールにして茹でる
このメニューを食べる理由	美味しくてみんな好き	子供が好き	美味しくて子供が好き

# 「焼き芋」の喫食頻度

『月1回以上』喫食率は約半数であった。



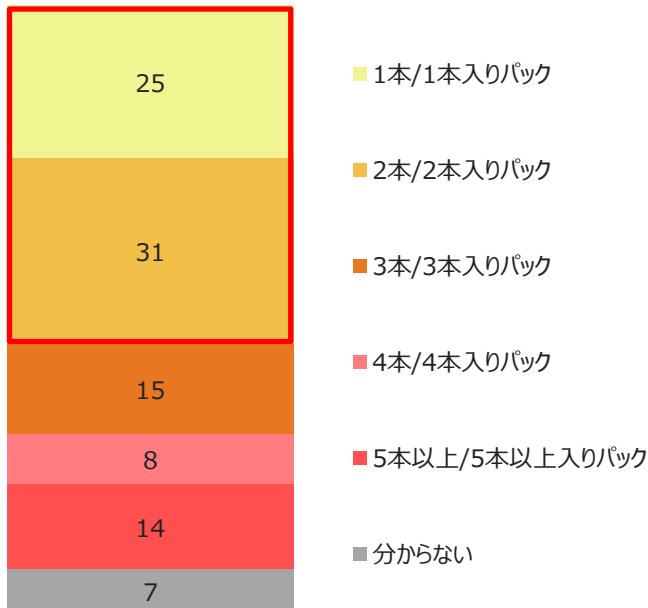
Q23.あなたは、どれくらいの頻度でbaked/roasted sweet potatoを喫食されていますか。最も近いものをお選びください。

# 「焼き芋」の購入本数／購入金額

平均購入本数は2.5本で、「2本以下」が半数を超えた。  
 平均購入金額は39.9NTDであった。

Base:焼き芋喫食者  
 n=549

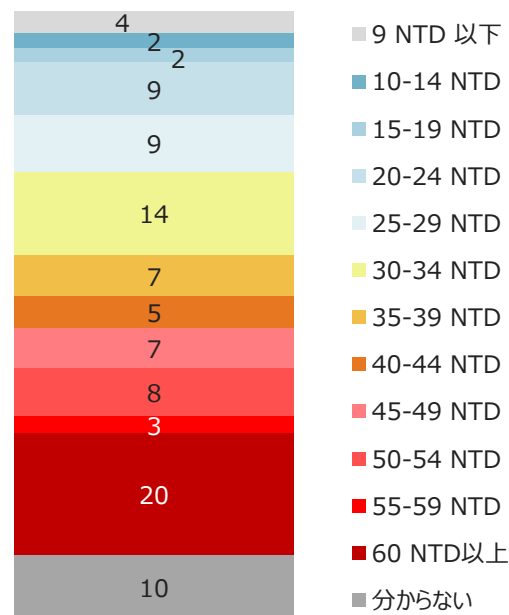
## 購入本数 (%)



平均 (本)

2.5

## 購入金額 (%)



平均 (NTD)

39.9

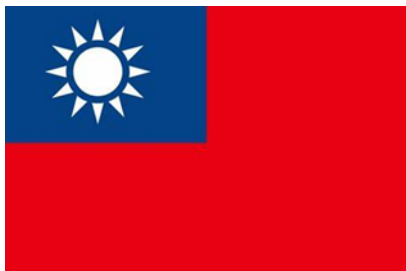
Q24.あなたが購入するbaked/roasted sweet potatoについて、普段、何本くらい購入されますか。一度に買う量として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

Q25.あなたが普段購入するbaked/roasted sweet potatoは、おいくらくらいですか。

1本あたりの金額として、最もあてはまるものをひとつだけお選びください。

# 台湾市場におけるかんしょの現状理解

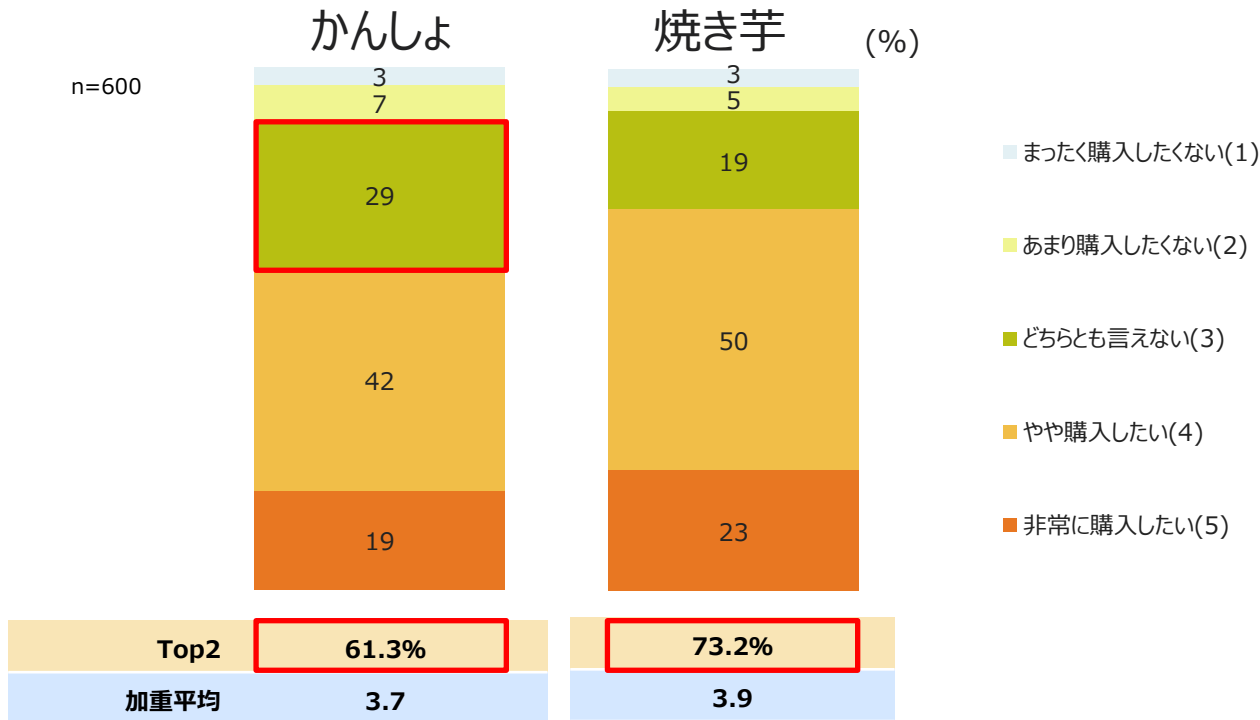
## 日本産「かんしょ」「焼き芋」コンセプト評価



## 「かんしょ」「焼き芋」コンセプトの購入意向

「かんしょ」コンセプトでは、Top2（非常に購入したい+やや購入したい）は6割に留まり、焼き芋と比較すると中間層（どちらとも言えない）が3割存在した。

焼き芋コンセプトでは、Top2（非常に購入したい+やや購入したい）は7割と好感触であった。



Q13.では、これからSweet potatoの説明文をご覧ください。じっくりお読みください。あなたはSweet potatoをどの程度、購入してみたいと思いますか。



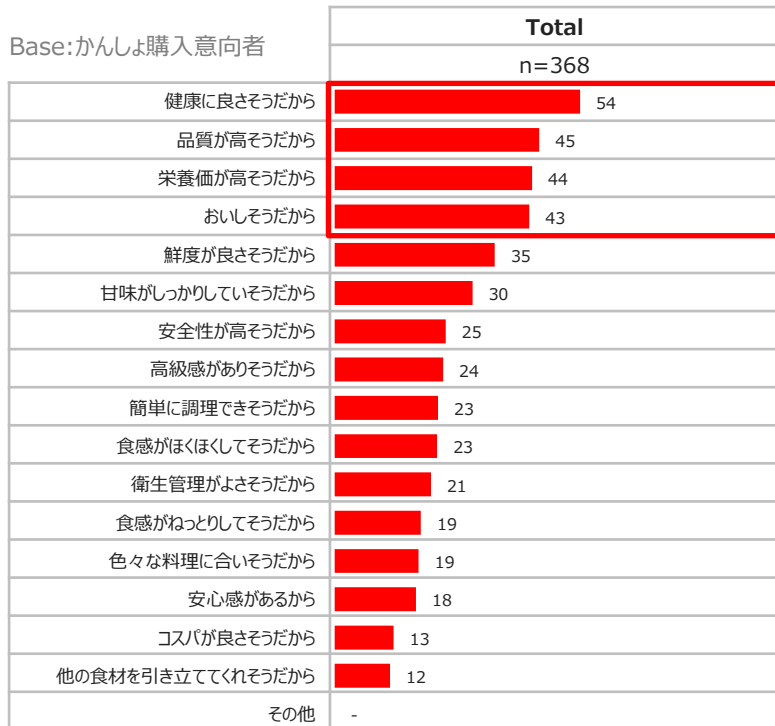
## 「かんしょ」の購入意向理由、非購入意向理由

かんしょの購入意向理由は「健康に良さそう」が5割を超え最も高く、「品質が高そう」「栄養価が高そう」「おいしそう」と続く。  
一方、非購入意向理由は「おいしくなさそう」が25%と最も高く、「食感がほくほくしていなさそう」「コスパが悪そう」が上位となった。

### 購入意向理由

(%)

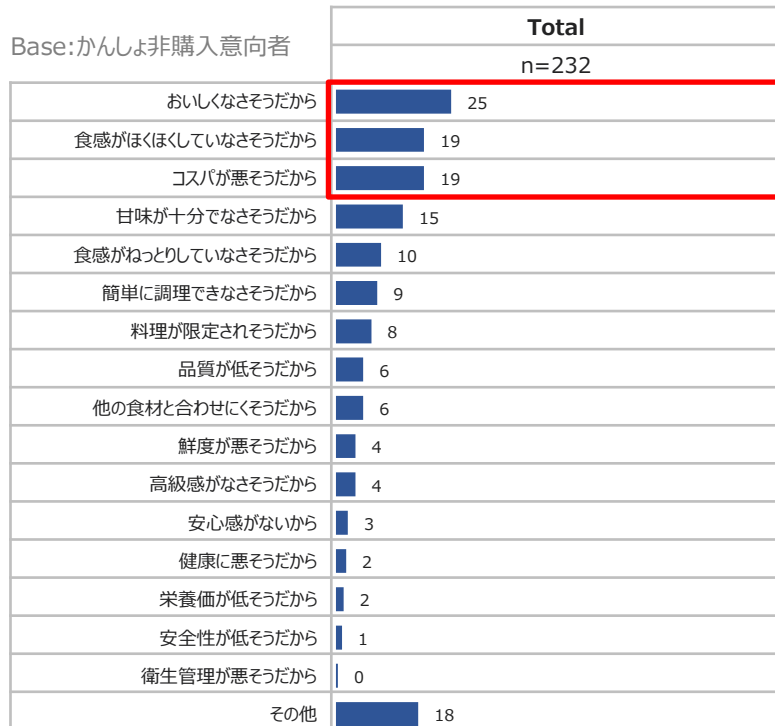
Base:かんしょ購入意向者



### 非購入意向理由

(%)

Base:かんしょ非購入意向者



Q14-1.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

Q14-2.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。

あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

## 「焼き芋」の購入意向理由、非購入意向理由

焼き芋の購入意向理由は「おいしそう」「食感がほくほく」がいずれも6割で上位となった。  
非購入意向理由は「コスパが悪そうだから」が27%であった。

### 購入意向理由

(%)

Base:焼き芋購入意向者

	Total
	n=439
おいしそうだから	62
食感がほくほくしてそうだから	61
甘味がしっかりしているそうだから	48
品質が高そうだから	43
健康に良さそうだから	34
栄養価が高そうだから	34
鮮度が良さそうだから	33
食感がねっとりしてそうだから	25
簡単に調理できそうだから	22
衛生管理がよさそうだから	20
安全性が高そうだから	20
コスパが良さそうだから	19
高級感がありそうだから	17
安心感があるから	16
色々な料理に合いそうだから	13
他の食材を引き立ててくれそうだから	10
その他	-

### 非購入意向理由

(%)

Base:焼き芋非購入意向者

	Total
	n=161
コスパが悪そうだから	27
料理が限定されそうだから	12
おいしくなさそうだから	9
食感がほくほくしていないさそうだから	9
簡単に調理できなさそうだから	6
他の食材と合わせにくそうだから	6
安心感がないから	5
鮮度が悪そうだから	4
栄養価が低そうだから	4
食感がねっとりしていないさそうだから	3
甘味が十分でなさそうだから	3
品質が低そうだから	3
高級感がなさそうだから	3
健康に悪そうだから	2
衛生管理が悪そうだから	2
安全性が低そうだから	1
その他	24

Q14-1.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

Q14-2.あなたがこのSweet potatoを（Q13の回答を挿入）と思われたのはなぜですか。

あなたのお気持ちにあてはまるものをすべてお選びください。

**THANK**

**YOU**

