



## 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、イブ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。

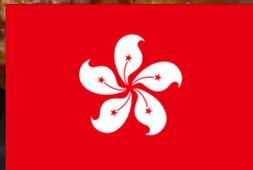


# 2021年度 農林水産物・食品8品目 消費者調査：鶏肉（香港/シンガポール）

消費者定量調査・定性調査 統合報告書

イプソス株式会社

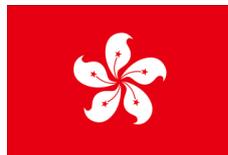
2022年3月



# 目次

## 3 調査概要

### 調査結果詳細：香港



#### 調査結果詳細

-香港市場における産地別高級鶏肉の現状理解

7 産地別浸透状況

10 産地別喫食意向と理由、イメージ

#### 調査結果詳細

-香港市場における高級鶏肉の実態

16 高級鶏肉の購入実態

22 高級鶏肉の喫食・調理実態

### 調査結果詳細：シンガポール



#### 調査結果詳細

-シンガポール市場における産地別高級鶏肉の現状理解

29 産地別浸透状況

32 産地別喫食意向と理由、イメージ

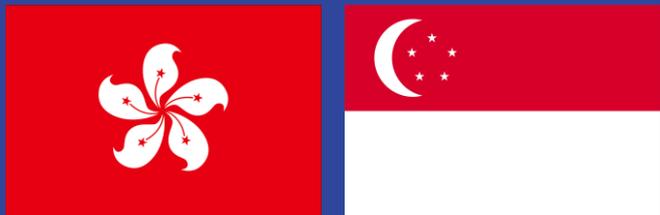
#### 調査結果詳細

-シンガポール市場における高級鶏肉の実態

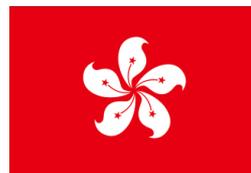
39 高級鶏肉の購入実態

45 高級鶏肉の喫食・調理実態

# 調查概要



# 定量調査設計：鶏肉



定量

調査手法	インターネット調査
調査対象品目および調査内呈示現地語	鶏肉：呈示現地語「Chicken」
対象者条件	男女18-59歳、月2回以上鶏肉と鶏卵を食べている人、世帯の食品関連のプライマリーショッパー
サンプル数	n=600（男性100 n / 女性500 n）
エリア	香港/シンガポール
割付	18-39/40-59の2区分均等(各区分の中で極端な偏りが無いようコントロール)
目的	日本産鶏肉のUSPのヒントとなる情報を得る

\*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、他国産の鶏肉を日本産と思い回答している可能性、等）。

# 回収サンプル



【回収サンプル数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	12	38	31	19	100
女性	87	163	159	91	500
Total	99	201	190	110	600

【高級鶏肉の購入回答者数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	12	37	30	19	98
女性	84	163	155	89	491
Total	96	200	185	108	589

【高級鶏肉の家庭内喫食回答者数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	12	38	29	18	97
女性	82	161	154	88	485
Total	94	199	183	106	582



【回収サンプル数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	17	33	34	16	100
女性	123	127	164	86	500
Total	140	160	198	102	600

【高級鶏肉の購入回答者数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	13	29	24	12	78
女性	105	99	132	67	403
Total	118	128	156	79	481

【高級鶏肉の家庭内喫食回答者数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	14	29	23	13	79
女性	106	100	134	69	409
Total	120	129	157	82	488

# 定性調査設計：鶏肉

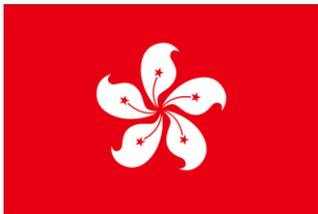


定性

調査手法	オンラインフォーカスグループインタビュー（1グループ120分）
グループ構成 / 対象者条件	<p>グループA) 20-34歳男女、有職、独身一人暮らし or DINKS          グループB) 35-49歳男女、子あり（低年齢）          グループC) 50-59歳男女、子あり（高年齢）（シンガポールではグループCは56歳以上はオンラインFGIに向かないため除外）          *Group B/C：：無職は各グループ2名まで。全員有職者でもOK。          *Group B：：末子12歳未満。就学前の子供がいる対象者を各グループ2名含む。          *Group C：：末子12歳以上。          20-59歳、男女</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品の買い物をも自分でする人、食事の準備・調理をも自分でする人</li> <li>・ 非日系人であること。親族に日本人がいる、過去に日本に長期滞在していたなど日本との関わりが深い方は除外</li> <li>・ (香港)過去に日本産の鶏肉を購入し、自宅で自ら調理して喫食した経験がある方、または外食で日本産鶏肉を喫食した経験がある方を各グループ2名以上含む</li> <li>・ (香港)日本産鶏肉の喫食経験が無い場合、それ以外の高級鶏肉を購入し調理・喫食した経験があること</li> <li>・ (シンガポール) 過去に日本産の鶏肉 又は 牛肉 又は 豚肉 又は 鶏卵を購入し、自宅で自ら調理して喫食した経験がある方、または外食で喫食した経験がある方を各グループ2名以上含む（デリバリーなどで自宅で喫食した場合も含む）</li> <li>・ (シンガポール) 全員が、日本産か否かに関わらず、現地における「高級鶏肉」を購入し調理・喫食した経験があること</li> <li>・ 鶏肉の複数の部位を購入した方を優先する</li> <li>・ 鶏肉の複数の部位を購入した方を優先する             <ul style="list-style-type: none"> <li>※「調理・喫食経験」・・・回数・時期・特定の喫食/購入場所は問わない</li> <li>※「高級鶏肉」・・・日系スーパー等で販売している日本産の鶏卵と同等以上の価格レンジを想定/シンガポールではケージフリーやオーガニックに該当するもの</li> </ul> </li> </ul>
サンプル数	1グループ各5名 × 3グループ（計15名）
エリア	香港/シンガポール
目的	日本産鶏肉のUSPのヒントとなる情報を得る

# 香港市場における 産地別高級鶏肉の現状理解

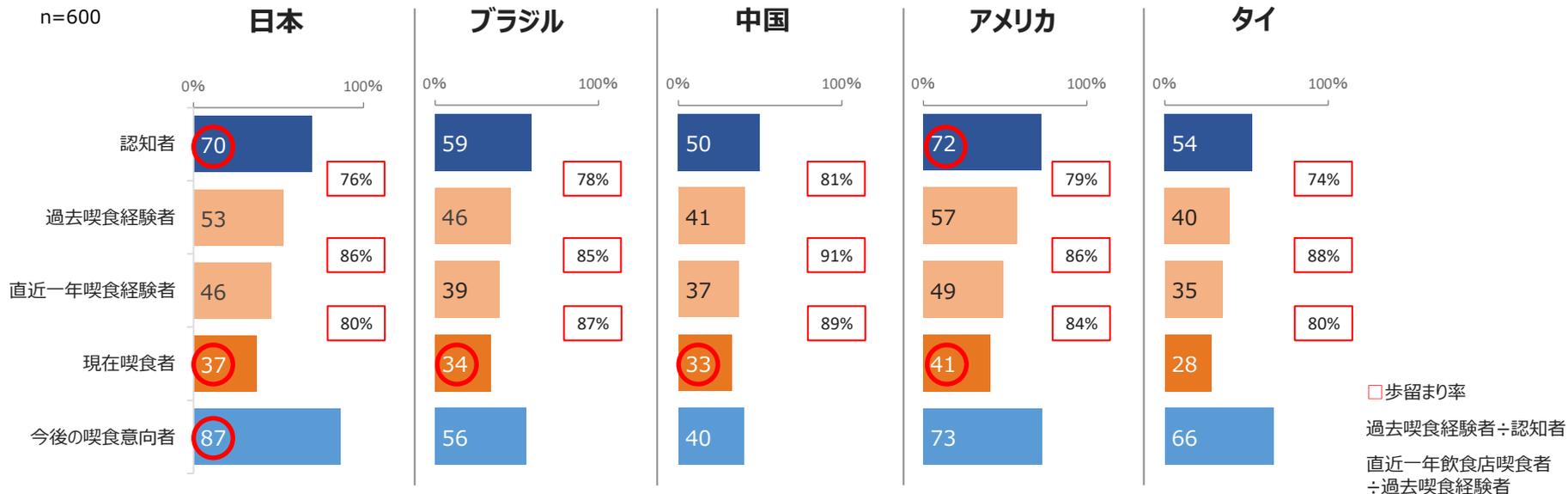
## 産地別浸透状況



定量調査では、対象者に高級鶏肉の定義（高級鶏肉とは、スーパーやデパートで輸入ものと同様以上の価格帯で売られている高品質な鶏肉のこと）を提示の上、聴取した

# 産地別の市場浸透状況

香港市場における各産地の位置付けは、「アメリカ産」「日本産」が認知者、経験者で、その他の「ブラジル産」「タイ産」「中国産」を上回る。一方で、現在喫食者割合で見ると、「タイ産」を除いて、スコアが拮抗。競争の激しさが窺える。なお、各国産とも歩留り率についてボトルネックとなる部分は見当たらない。今後の喫食意向者という視点では、日本産が他国産を凌ぐ受容性を有す。



- Q1.「高級鶏肉」と言われて思い浮かぶ原産国はどこですか?購入の有無に関わらず、思いつく国をいくつでもご記入ください。  
 Q2.以下の中で、あなたが知っている「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。(今まで食べたことのないものも含めてお答えください)  
 Q3.では、その中であなたが今までに香港で食べたことのある「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q4.では、その中で過去12ヶ月間にあなたが香港で食べたことのある「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q5.では、普段、あなたが香港で食べている「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q7.あなたは、今後香港で以下の原産国の高級鶏肉をどの程度食べたいと思いますか。それぞれについて最もあてはまるものをお選びください。飲食店で注文して食べるもの、スーパーなどで購入して食べるもの両方を含めてお答えください。

## 産地別タッチポイント

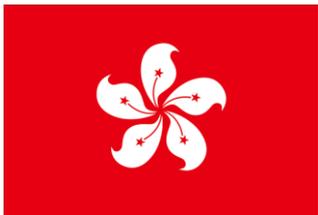
鶏肉の産地別タッチポイントは、日本産、アメリカ産は「小売店」「レストラン」が高い点は共通しているが、それに加え日本産は「SNS」「家族/友人から聞いた」がアメリカ産よりも高い。また、タイ産は「小売店」が他国産よりも高く、店舗からの情報発信が強めの傾向。

Base:各原産国認知者

	日本 n=420	ブラジル n=354	中国 n=299	アメリカ n=434	タイ n=321
小売店	31	31	28	30	36
レストラン	23	14	16	21	11
SNS	18	10	9	10	13
家族/友人から聞いた	16	12	12	10	14
TV	10	10	12	11	11
旅行ガイドブック	10	6	4	5	5
デジタル広告（バナー広告等）	10	5	5	4	5
雑誌	10	5	6	6	4
イベント/フェア	9	9	5	8	9
新聞	8	7	8	8	9
デジタル雑誌・新聞	6	7	5	6	6
屋外広告	6	6	7	8	6
ラジオ	4	5	4	4	3
その他	1	1	1	0	-
この12ヶ月間接触したことがない	30	34	33	33	31

# 香港市場における 産地別高級鶏肉の現状理解

## 産地別喫食意向と理由、イメージ



# 産地別イメージ

日本産は「品質が高そう」「安全性が高そう」「産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある」「衛生管理がよさそう」といったイメージが他国産を上回り、日本産の強み・特長となっている。中でも「品質が高そう」は他国産との差も大きく、差別化ポイントとみられる。肉自体のイメージをみると「おいしそう」「肉質が柔らかそう」「鮮度や色が良い」は他国産を上回る。

Base:各原産国認知者

	日本 n=420	アメリカ n=434	タイ n=321	ブラジル n=354	中国 n=299
品質が高そう	49	29	17	13	10
安全性が高そう	48	35	27	17	12
産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある	45	35	22	15	11
衛生管理がよさそう	44	35	21	14	11
口コミや評判が良い	36	26	25	24	10
おいしそう	32	18	26	15	20
肉質が柔らかそう	32	17	20	17	18
ブランドイメージがよい・知名度がある	31	17	13	13	6
飼料にこだわりがありそう	31	16	8	6	7
飼育環境がよさそう	30	18	14	11	13
栄養価が高そう	29	17	15	13	11
抗生物質やホルモン剤を使用してなさそう	28	14	15	7	7
鮮度や色が良い	25	16	28	15	21
脂肪分が丁度よさそう	21	13	20	13	12
コスパが良さそう	19	17	14	35	40
色々な料理に合いそう	18	16	39	18	25
臭みがなさそう	17	17	22	17	18
環境へ配慮してそう	14	10	17	5	5
独自性がある・他国産と比べユニークである	13	7	8	7	3
飲食店でもよく使用されていそう	13	21	6	27	34
その他	1	-	20	1	3

Q6.あなたは、以下の高級鶏肉の原産国に対して、どんなイメージをもっていますか。  
 あてはまるものを全てお選びください。過去に喫食経験がない方もイメージでお答えください。

## 産地別の喫食意向理由

日本産では「産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある」「衛生管理が良さそう」「品質が高そう」「安全性が高そう」が上位。日本産の衛生管理の良さや安全性の高さが、安心感・信頼感という情緒的価値の醸成につながっていることが受容背景要因となっている。肉自体の評価をみると「肉質が柔らかそう/柔らかい」は3割と他国産を上回り、「おいしそう/おいしい」「鮮度や色が良い」は他国産と同程度、もしくは若干上回る。

Base:各原産国喫食意向者

	日本 n=520	アメリカ n=437	タイ n=398	ブラジル n=335	中国 n=241
産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある	49	38	23	19	12
衛生管理が良さそう	45	37	24	17	15
品質が高そう	45	25	14	8	12
安全性が高そう	42	30	21	19	13
口コミや評判が良い	35	25	23	18	17
飼料にこだわりがありそう	32	14	11	7	9
肉質が柔らかそう/柔らかい	32	22	24	21	24
ブランドイメージがよい・知名度がある	29	18	12	13	10
おいしそう/おいしい	29	22	25	26	29
飼育環境が良さそう	27	19	13	15	11
栄養価が高そう	27	17	13	10	18
抗生物質やホルモン剤を使用しなそう	26	16	24	12	11
鮮度や色が良い	21	17	17	15	23
脂肪分が丁度よさそう/丁度良い	21	14	12	17	16
コスパが良さそう/良い・価格が手ごろ	18	19	34	35	40
色々な料理に合いそう	18	17	20	19	25
独自性がある・他国産と比べユニークである	17	8	6	8	7
臭みがなさそう/臭みがない	16	13	17	19	17
環境へ配慮しそう	13	11	9	10	10
手軽に買えそう/買える	12	22	27	32	42
その他	0	-	1	0	0



## 日本産鶏肉の喫食理由

定性

健康や食の安全への関心の高まりにより、信頼できる日本産鶏肉が選択されるようになった

### 他国産より高くても日本産を選ぶ主な理由：

- ここ数年、食の安全に対する意識が高まり、特に鶏肉や卵については、「ホルモフリー」「オーガニック」「フリーレンジ」などを強調したものが選ばれる傾向にある
  - ✓ ウェットマーケット（市場）で販売されている中国、ブラジル産よりも、タイ、日本、米国産の健康的な輸入鶏肉に、多くの人切り替えている
- 日本への旅行や食の経験を通して、最高の基準を追求する日本文化を理解したことで、「日本の食品は高品質であり、安全な産地である」という認識が強まっている
  - ✓ 「メイド・イン・ジャパン」に、高い信頼性があり、追加で費用を出しても良いと考える
- 日本の鶏肉の味と食感は、風味が豊か、脂肪と肉のバランスが良く、柔らかく、滑らかでジューシーだと評価されている

## 産地別の非喫食意向理由

日本産では「価格が高そう/高い」が他国産に比べて高く、日本産＝価格が高いと感じられていることが大きな受容阻害要因となっている。それ以外の理由はいずれも20%以下と他国産に比べて低く、日本産に対するネガティブな理由が少ないことが窺える。

Base:各原産国非喫食意向者

	日本	中国	ブラジル	タイ	アメリカ
	n=80	n=359	n=265	n=202	n=163
価格が高そう/高い	43	2	5	5	21
安全性に不安を感じる	19	44	31	22	18
独自性がない	19	18	19	29	21
どこで買えるかわからないから	16	7	10	15	10
抗生物質やホルモン剤を使用していそう	8	33	19	14	22
飼育環境が良くなさそう	8	25	12	15	8
口コミや評判が良くない	8	24	11	7	6
鮮度や色が良くない	6	10	6	5	7
おいしくなさそう/おいしくない	6	9	7	5	7
脂肪分が多そう/多い	6	5	6	3	10
衛生管理ができていなさそう	5	36	16	11	9
栄養価が低そう	5	10	7	10	6
肉質が硬そう/硬い	5	9	9	7	10
臭みがありそう/臭みがある	4	12	6	7	4
ブランドイメージが良くない	3	26	12	10	5
品質が悪そう	3	25	11	7	6
飼料に問題がありそう	3	19	6	6	6
料理が限定されそう	3	5	2	4	5
環境への配慮がなさそう	1	12	5	7	4
その他	4	0	1	1	-



## 日本産鶏肉購入時の障壁

定性

特に大きなバリアは見られないが、販路の拡大による拡販の可能性は残る

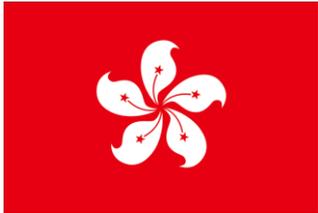
### 日本産鶏肉の非購入者のバリアは：

#### 販売チャンネルが限られている

- 日本の鶏肉は、日系スーパー（イオン、Yata、Don Don Donki、City super）や食肉専門店、オンラインショッピングプラットフォーム（HKTV Mall）などで広く販売されているが、地元のスーパー（ParknShop や Wellcome）では販売されていない（ただし、今回の対象者達は、日系スーパーで購入しており、不便は感じていない）

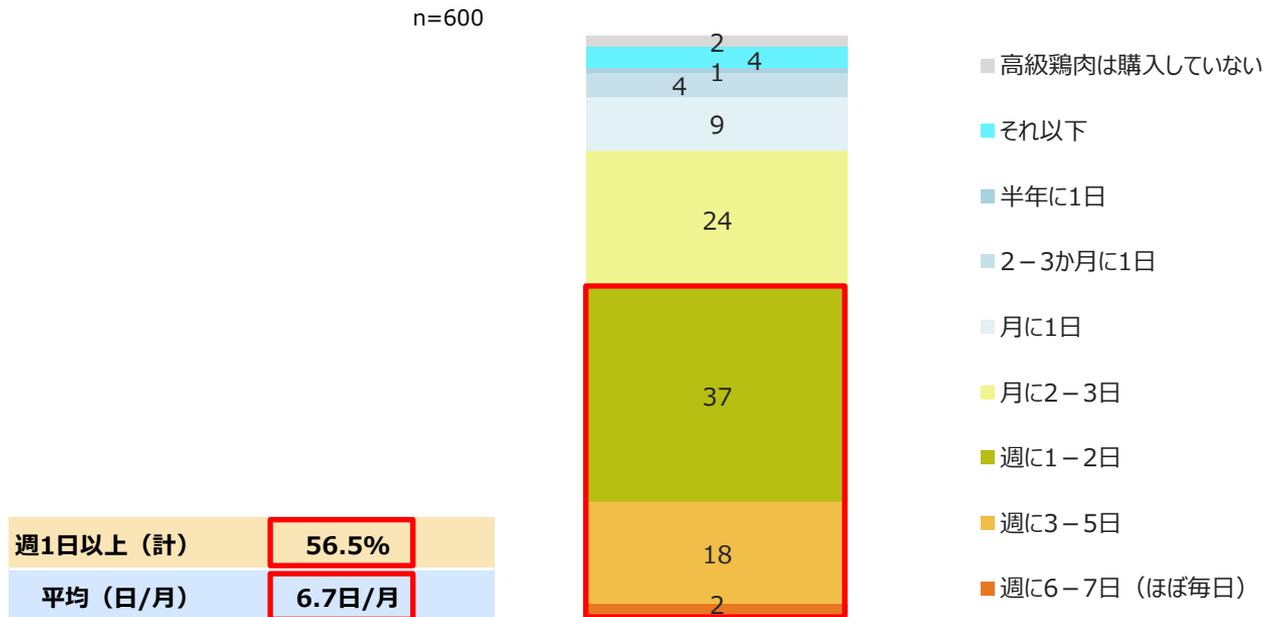
# 香港市場における 高級鶏肉の実態

## 高級鶏肉の購入実態



## 高級鶏肉の購入頻度

高級鶏肉の購入頻度は、『週1日以上』が約6割を占め、購入頻度は月平均6.7日となっている。



Q11.あなたは、普段どれくらいの頻度で高級鶏肉を購入していますか。最も近いものをお選びください。

# 高級鶏肉の購入部位

全体では「もも肉」「手羽」が6割以上と高く、「ささみ」「むね肉」が約半数で続く。ヘビー層、ライト層いずれもこれらの4部位が高いが、「ささみ」は特にヘビー層で高いという特徴がみられる。また、購入者は少ないが「もみじ」はヘビー層がライト層を上回っている。

Base:高級鶏肉購入者	Total n=589	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー) n=339	週1日未満 (ライト) n=250
もも肉	63	65	60
手羽	60	59	61
ささみ	49	57 ↑	39 ↓
むね肉	49	52	45
もみじ	11	14	8
ひき肉	6	8	4
レバー	5	6	4
ぼんじり	5	5	4
砂肝	4	5	3
ハツ	3	4	2
せせり	2	3	1
その他	1	1	2

Q13.あなたが普段購入している高級鶏肉の部位はどれですか。あてはまるものを全てお選びください。

 Totalより有意に高い  
 Totalより有意に低い

# 高級鶏肉の購入重視点

全体では「一パック当たりの価格」「原産国(国産、アメリカ産など)」「抗生物質やホルモン剤の不使用」「鮮度や色」が上位。トップの「一パック当たりの価格」は特にライト層で高く、ヘビー層においては「原産国(国産、アメリカ産など)」と同程度の重視点となっている。また、ヘビー層では「肉質の柔らかさ」「おいしさ」といった点が全体に比べて有意に高い。

Base: 高級鶏肉購入者	Total n=589	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー) n=339	週1日未満 (ライト) n=250
一パック当たりの価格	49	45	55
原産国 (国産、アメリカ産など)	46	45	47
抗生物質やホルモン剤の不使用	41	40	42
鮮度や色	40	43	35
安全性	38	40	36
賞味期限	36	36	36
肉質の柔らかさ	27	32 ↑	19 ↓
部位	27	29	23
ブランドや銘柄	24	25	22
口コミや評判の良さ	24	25	22
一パック当たりの量	22	20	24
栄養価	21	24	16
脂肪分・脂肪の量	19	21	17
おいしさ	19	24 ↑	12 ↓
100g当たりの価格	17	19	14
飼育環境	12	13	10
生産者のコメント	11	13	9
カットのされ方 (厚み)	9	8	9
その他	-	-	-
特に重視していることはない	1	0	2

# 高級鶏肉の参考情報源

全体では「口コミ」が最も高く、「通販サイト」「店頭POP」が続く。ヘビー層では新聞、雑誌といったマスメディアも含め、総じてスコアが高い傾向。

Base:高級鶏肉購入者	Total n=589	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー) n=339	週1日未満 (ライト) n=250
口コミ	37	39	33
通販サイト	22	22	21
店頭POP	19	21	16
折込チラシ	17	20	14
ネット比較サイト	15	17	12
新聞記事	12	14	8
TVCM	11	13	8
企業HP	10	12	9
新聞広告	9	13 ↑	4 ↓
雑誌広告	9	12 ↑	5 ↓
TV情報番組	9	11	6
雑誌記事	8	12 ↑	4 ↓
ラジオ番組	7	9	4
ラジオCM	5	7	3
その他	1	1	2
特に参考としている情報はない	21	16 ↓	29 ↑

Q16.あなたが普段、高級鶏肉を購入する際に参考に行している情報は何ですか。  
あてはまるものをいくつかでもお選びください。

 Totalより有意に高い  
 Totalより有意に低い



## 鶏肉の参考情報源

定性

口コミや店頭、ネット・ソーシャルメディアが中心

### 情報源

- 友人や家族のおすすめ
- YouTubeの料理チャンネルで新しいレシピを紹介
- 店頭でのプロモーター、無料試食、季節のプロモーション、お試し特別価格

### 検索して得る情報

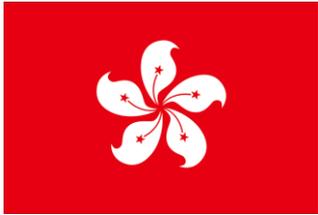
- 味
- その素材が適しているレシピ

### 消費者が興味を持った プロモーションや展示方法

- 商品周辺のディスプレイでUSP、安全性、品質がアピールされている
- USPを紹介するプロモーター
- 日本のお祭りシーズンのプロモーション

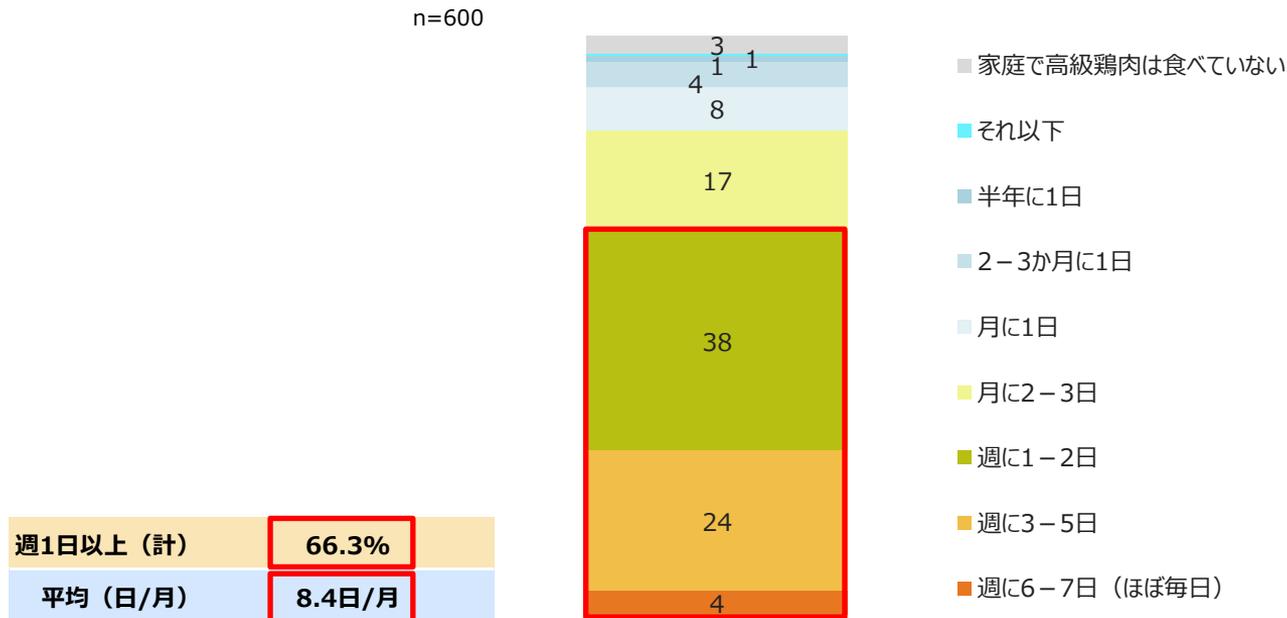
# 香港市場における 高級鶏肉の実態

## 高級鶏肉の喫食・調理実態



## 高級鶏肉の喫食頻度

高級鶏肉の喫食頻度は、『週1日以上』が約7割を占め、喫食頻度は月平均8.4日と週に2日程度食卓にあがっている。



Q17.あなたの家庭では、普段どの位の頻度で高級鶏肉を食べてますか。最もあてはまるものをひとつだけお答えください。



## 高級鶏肉喫食状況 (1)【内食】

定性

日本の鶏肉は、香港の消費者の日常生活のあらゆる場面で、ジューシーさと柔らかさが楽しまっている

デモグラフィック	すべてのグループ	グループA: 20-34歳(シングル/DINKS)、 グループC: 50-59歳(高年齢子供あり)	グループA: 20-34歳(シングル/DINKS)、 グループB: 35-49歳(低年齢子供あり)
タイミング/シーン	朝食	平日のランチ	昼食
誰と	一人で・家族と	一人で	一人で・家族と
料理名	チキンステーキ	チキンサラダ	チキンヌードル
部位	骨のない太もも	太ももまたは胸	丸ごとの手羽先、手羽、骨なしのもも肉
調理方法	1. 鶏肉を塩・胡椒で味付けし、フライパンで焼き上げる 2. パン、バイクドビーンズ、卵、ハッシュブ라운などを添えて食べる	1. 鶏肉を塩や醤油で味付けし、フライパンで焼き上げる 2. 選んだ野菜（レタス、トマト、アボカドなど）の上のせて食べる	1. 鶏肉を塩や醤油で味付けし、フライパンで焼くかオーブンで焼く 2. インスタントラーメン、中華麺、日本の麺（ラーメン、うどん）などと食べる
原産国	日本産 肉厚でジューシー、フォークや箸で切れるくらい柔らかいため		



## 高級鶏肉喫食状況 (2)【内食】

定性

鶏肉は夕食によく使われる食材である

デモグラフィック	すべてのグループ	グループB : 35-49歳(低年齢子供あり)、 グループC: 50-59歳(高年齢子供あり)
タイミング/シーン	昼食または夕食	夕食
誰と	家族や友人と	家族や友人と
料理名	手羽先のオープン焼き/フライパン焼き	蒸し鶏
部位	手羽	丸鶏
調理方法	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 塩、醤油、ごま油、時には紹興酒などで味付けする</li> <li>2. 手羽をフライパンで焼き、特に縁をカリッとさせる</li> <li>3. 食べる際には、中の肉が赤くなっていないことを確認する</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 塩で味付け</li> <li>2. 葱、生姜を入れて蒸す（野菜の場合もある）</li> </ol>
原産国	<p>タイやアメリカ産：沢山食べる場合は、ホルモンフリーの外国産や安価な鶏肉を選択する</p> <p>日本産：日本産を良く購入している者は、この用途にも使用する</p> 	<p>中国産</p> <p>消費者は、鮮度を優先するために、冷凍鶏肉でなくチルドチキンを購入するため、中国本土産を選ぶことになる</p>



## もみじを使った主要料理

定性

もみじは、家庭では煮込んだスープとして、外食ではストリートフードや点心料理として、揚げたり、味付けされたりして食べられることが多い

### 【内食】

デモグラフィック	グループB : 35-49歳(低年齢子供あり)、 グループC:50-59歳(高年齢子供あり)
タイミング/シーン	夕食
誰と	主に家族と一緒に
料理名	チキンスープ/鶏の薬膳スープ
料理の説明	骨付きのまま調理すると味が濃くなるとされているため、もみじ又は丸鶏を、他の材料（漢方、豚骨、野菜など）と一緒に数時間煮る 広東料理ではスープがとても重要で、チキンスープには、鼻づまりを解消し、風邪の症状を和らげる医学的な効果があると信じられている
原産国	不明（産地があまり意識されていない）

### 【外食】

デモグラフィック	全てのセグメント
タイミング/シーン	昼食・夕食（点心）・稀にストリートフードとして
誰と	一人で、または家族・友人・パートナーとともに
レストランのタイプ	中国料理（点心、ストリートフード）
料理名	鳳爪
料理の説明	もみじを茹で、揚げたり、味付けしたりしたもの
原産国	不明



## 高級鶏肉喫食状況【外食】

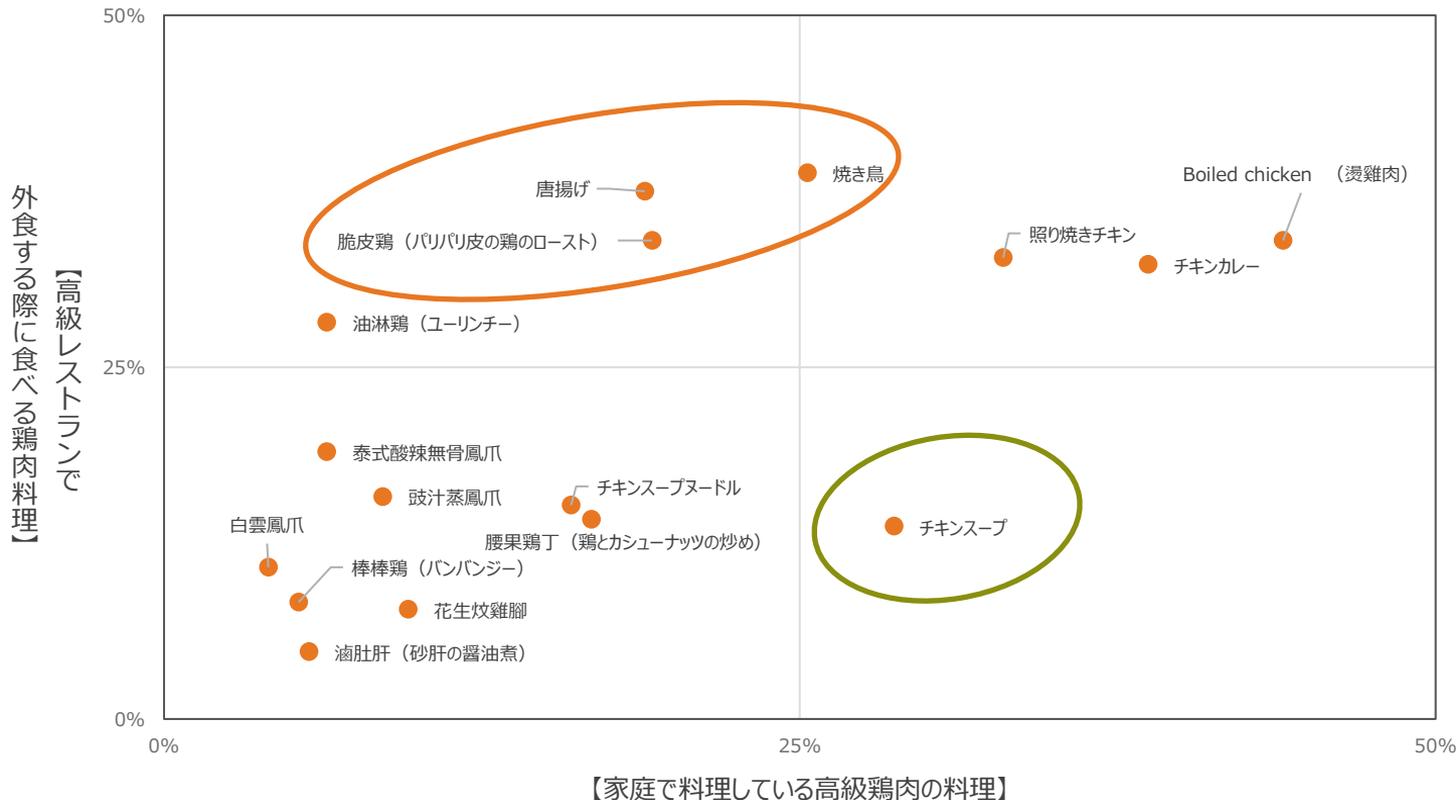
定性

外食やテイクアウトの際には、家では作るには手間のかかる料理が好まれる

デモグラフィック	すべてのグループ	グループA:20-34歳(シングル/DINKS)、 グループC:50-59歳(高年齢子供あり)
タイミング/シーン	昼食または夕食	友人の集まり、ビジネスディナー
誰と	一人で、または家族や友人と	友人や仕事のパートナー
レストランのタイプ	日本料理店、韓国料理店、香港式カフェ、マクドナルド	日本流バーベキュー料理・焼き鳥
料理名	唐揚げ	バーベキュー料理・焼き鳥
部位	もも肉、ドラムスティック、手羽先全体	鶏肉のミンチ、手羽先、内臓全部
料理の説明	家庭では調理しにくいクリスピーな食感 特に子供・若者層に好まれる	軽い味付けで、網の上でじっくりと焼き上げて、肉本来の味を大切にする
原産国	日本産、日本の鶏肉である旨を明記している店がある 	

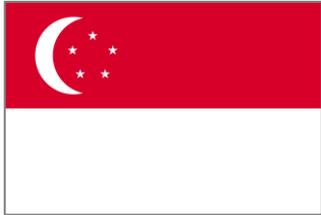
## 高級鶏肉の家庭メニュー×外食メニュー

Boiled chicken、チキンカレー、照り焼きチキンは家庭、外食いずれのシーンでも喫食されている。一方、焼き鳥、唐揚げ、脆皮鶏は外食中心、チキンスープは家庭中心で喫食される傾向。



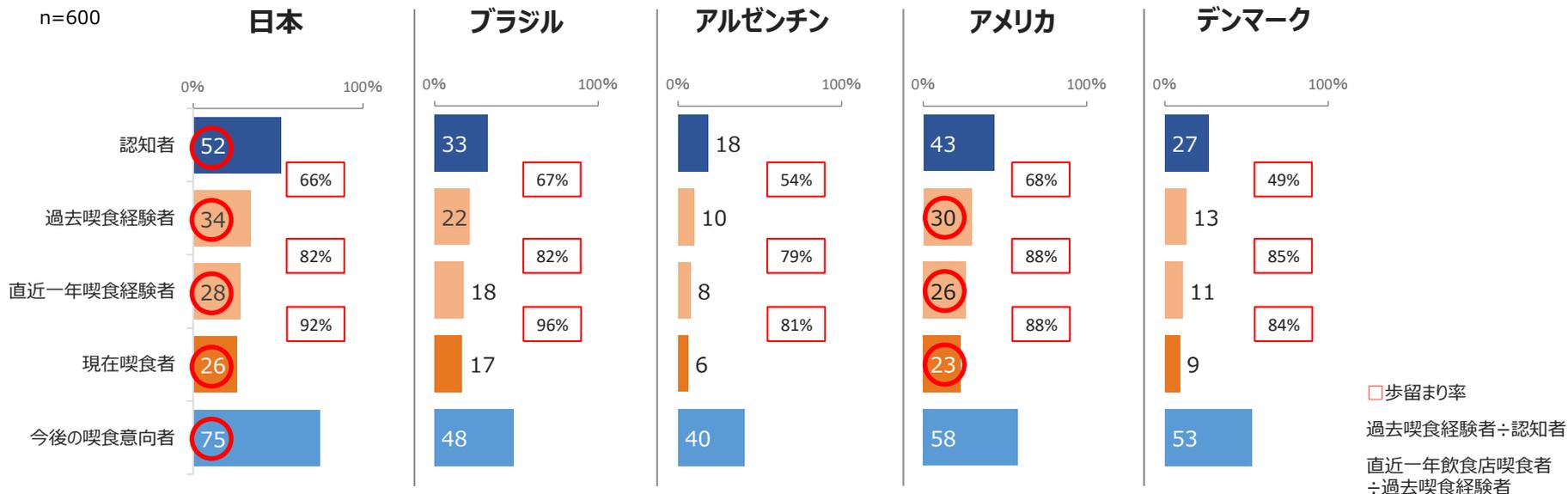
# シンガポール市場における 産地別高級鶏肉の現状理解

## 産地別浸透状況



# 産地別の市場浸透状況

シンガポール市場において「日本産」は認知が他国産に比べて高いが、各喫食経験は「アメリカ産」と同程度であった。歩留まり率をみると認知者から喫食へ移行するフェーズがボトルネックとなっているが、今後の喫食意向は他国産に比べて高く、ポテンシャルの高さが窺える。



Q1.「高級鶏肉」と言われて思い浮かぶ原産国はどこですか?購入の有無に関わらず、思いつく国をいくつでもご記入ください。  
 Q2.以下の中で、あなたが知っている「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。(今まで食べたことのないものも含めてお答えください)  
 Q3.では、その中であなたが今までにシンガポールで食べたことのある「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q4.では、その中で過去12ヶ月間にあなたがシンガポールで食べたことのある「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q5.では、普段、あなたがシンガポールで食べている「高級鶏肉」の原産国を全てお選びください。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。  
 Q7.あなたは、今後シンガポールで以下の原産国の高級鶏肉をどの程度食べたいと思いますか。それぞれについて最もあてはまるものをお選びください。飲食店で注文して食べるもの、スーパーなどで購入して食べるもの両方を含めてお答えください。

# 産地別タッチポイント

鶏肉の産地別タッチポイントを見ると、日本は「小売店」「レストラン」「SNS」「家族/友人から聞いた」が上位。アメリカ、デンマークは日本と上位項目が同様の傾向。アルゼンチンは全体的にメディアへの接触率が高く、他国産とは異なるプロモーションを展開している様子。一方、ブラジルは他国産に比べてメディアへの接触率がやや低い。なお、日本は他国に比べて「デジタル広告」が7%と低い。

Base:各原産国認知者

	日本 n=309	ブラジル n=195	アルゼンチン n=110	アメリカ n=260	デンマーク n=160
小売店	21	22	20	19	22
レストラン	21	14	19	18	23
SNS	19	13	15	20	18
家族/友人から聞いた	15	16	12	15	21
新聞	12	15	16	10	16
イベント/フェア	12	9	16	9	11
TV	11	8	16	14	10
屋外広告	10	10	16	12	12
旅行ガイドブック	9	7	17	10	14
デジタル雑誌・新聞	9	7	14	12	13
雑誌	8	7	17	11	13
ラジオ	8	6	6	7	7
デジタル広告（バナー広告等）	7	13	17	13	16
その他	-	2	-	1	-
この12ヶ月間接触したことがない	27	29	12	28	16

# シンガポール市場における 産地別高級鶏肉の現状理解

## 産地別喫食意向と理由、イメージ



## 産地別イメージ

日本産は「品質が高そう」「安全性が高そう」といった物性的価値に関するイメージが他国産を上回り、日本産の強み・特長となっている。その中でも「品質が高そう」は他国産との差が大きく、差別化ポイントと考えられる。肉自体のイメージをみると「おいしそう」「肉質が柔らかそう」はアメリカ産と同程度、「鮮度や色が良い」はアメリカ産を含む他国産を上回る。

Base:各原産国認知者

	日本 n=309	アメリカ n=260	デンマーク n=160	ブラジル n=195	アルゼンチン n=110
品質が高そう	38	28	23	16	16
安全性が高そう	36	24	21	26	21
おいしそう	29	30	22	14	17
衛生管理がよさそう	26	21	21	13	24
産地（輸入国）が信頼できる、安心感がある	25	25	23	17	16
肉質が柔らかそう	24	21	16	15	15
ブランドイメージがよい・知名度がある	24	15	21	16	14
鮮度や色が良い	23	17	16	12	14
飼育環境がよさそう	21	17	18	8	15
抗生物質やホルモン剤を使用してなさそう	21	12	14	11	10
栄養価が高そう	20	16	18	8	16
口コミや評判が良い	20	14	13	14	11
コスパが良さそう	17	17	16	26	16
飼料にこだわりがありそう	17	12	13	10	12
脂肪分が丁度よさそう	15	13	10	10	14
飲食店でもよく使用されていそう	14	18	14	18	8
色々な料理に合いそう	14	16	12	14	15
環境へ配慮してそう	13	12	21	10	11
臭みがなさそう	13	10	14	13	14
独自性がある・他国産と比べユニークである	12	11	12	8	17
その他	-	-	-	1	2

## 産地別の喫食意向理由

日本産では「品質が高そう」「産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある」「安全性が高そう」「衛生管理が良さそう」が上位。日本産の衛生管理の良さや安全性の高さが安心感・信頼感の醸成に繋がり、高品質な鶏肉として捉えられていることが受容背景要因となっている。肉自体の評価をみると「おいしそう/おいしい」「肉質が柔らかそう/柔らかい」「鮮度や色が良い」はいずれも2割と他国産と同程度、もしくは若干上回る。

Base:各原産国喫食意向者

	日本 n=448	アメリカ n=348	デンマーク n=320	ブラジル n=290	アルゼンチン n=241
品質が高そう	40	28	28	17	18
産地(輸入国)が信頼できる、安心感がある	36	24	29	18	18
安全性が高そう	35	25	29	23	20
衛生管理が良さそう	34	17	21	16	16
飼育環境が良さそう	25	16	19	15	17
ブランドイメージがよい・知名度がある	24	22	18	17	12
おいしそう/おいしい	21	22	19	18	15
肉質が柔らかそう/柔らかい	20	17	16	15	12
鮮度や色が良い	20	18	18	14	17
栄養価が高そう	20	16	16	16	13
飼料にこだわりがありそう	20	14	13	15	13
抗生物質やホルモン剤を使用してなさそう	19	9	16	14	13
環境へ配慮してそう	19	13	19	12	15
口コミや評判が良い	18	14	13	14	17
コスパが良さそう/良い・価格が手ごろ	16	17	15	21	22
色々な料理に合いそう	16	17	13	17	17
脂肪分が丁度よさそう/丁度良い	13	8	13	13	11
手軽に買えそう/買える	12	20	13	25	14
臭みがなさそう/臭みがない	12	10	11	11	14
独自性がある・他国産と比べユニークである	11	8	14	12	14
その他	-	0	-	0	0



## 日本産鶏肉の喫食理由

定性

日本の鶏肉は、高品質で価格に見合う価値を実感している

### 他国産より高くても日本産を選ぶ主な理由：

- 日本製に対する信頼感や、高品質であること
  - ✓ マレーシアやシンガポール産の鶏肉と比べ、割高な価格を払う価値があると認識



日本の鶏肉の方が品質が良いと感じ、購入しました。一般的に、日本は何でも品質管理状況が良い。私にとっては、日本の方が高級で、品質が良い。農産物をとても大切に育む印象があります。 - グループC:50-55歳(高年齢子供あり)

## 産地別の非喫食意向理由

日本産では「価格が高そう/高い」が他国産に比べて高く、日本産＝価格が高いと感じられていることが大きな受容阻害要因となっている。また、「どこで買えるかわからないから」はいずれの産地でも一定数が挙げており共通の阻害要因とみられる。

Base:各原産国非喫食意向者

	日本 n=152	アルゼンチン n=359	ブラジル n=310	デンマーク n=280	アメリカ n=252
価格が高そう/高い	30	11	9	19	21
どこで買えるかわからないから	21	25	24	30	19
安全性に不安を感じる	11	20	21	10	17
環境への配慮がなさそう	10	7	11	6	10
料理が限定されそう	10	4	5	7	8
独自性がない	9	11	10	12	15
抗生物質やホルモン剤を使用していそう	9	8	12	6	18
脂肪分が多そう/多い	9	6	7	6	8
口コミや評判が良くない	9	8	5	9	10
品質が悪そう	9	6	8	6	6
鮮度や色が良くない	8	7	7	7	7
臭みがありそう/臭みがある	8	5	6	5	7
衛生管理ができていなさそう	7	9	11	6	8
飼料に問題がありそう	7	7	8	8	10
栄養価が低そう	7	6	7	6	8
飼育環境が良くなさそう	6	11	8	7	9
肉質が硬そう/硬い	6	8	7	11	6
ブランドイメージがよくない	5	11	9	7	9
おいしくなさそう/おいしくない	5	8	7	6	7
その他	7	4	4	4	5



## 日本産鶏肉購入時の障壁

定性

日本産鶏肉は、高価で馴染みが薄い  
鮮度（味）の面でも、ローカル産との差別化が難しい

### 日本産鶏肉の非購入者のバリアは：

- 購入場所が分からず、馴染みが薄い
- 価格が高い
  - ✓ 価格が高いため、特別な機会にしか食べない
  - ✓ 豚肉や牛肉などに比べ、鶏肉は特別なものではないため、余計に金額を払う程ではない
- ローカル産と比べて、鮮度（味）の面でも、魚介類などと違い差別化が難しい
  - ✓ 柔らかくて脂肪分が少なく人気がある“サクラチキン”（マレーシア・シンガポール産、Kee Songブランド）を、そのネーミングから日本産と誤認

日本のチキンを見たことがない（ここシンガポールで） - グループC: 50-55歳(高年齢子供あり)

更なる認知向上が必要。そんなに様々な種類の鶏肉があることを理解していない。既に認知している和牛や神戸牛なら、食べてみたいという気持ちになります。でも、鶏肉に関しては、そういう知識も認知もない。認知があって初めて挑戦する意欲が湧いてくる。 - グループB：35-49歳(低年齢子供あり)



## 日本産鶏肉のUSP

定性

USPとして“Made in Japan”を打ち出し、興味を喚起した上で、柔らかで臭いがないといった食味の特徴を伝えることが効果的

- **日本産であることをパッケージに明示する**
  - パッケージに手がかりとなるような、「Made/Produced in Japan」という表示や日本語の文章が必要
  - 日本産のポジティブなイメージがトライアル意向を高める
- **鶏の臭いがないことや、柔らかな食感を強調する**
  - 日本産鶏肉喫食者は、柔らかさと鶏臭くないことを実感している
- **ホルモフリーというワードは健康的な選択肢であるという指標としてある程度有用**
  - 消費者は「ホルモフリー」や「ケージフリー」という言葉を表面的に理解し、オーガニックであること、抗生物質や農薬を使用していないことと大まかに結びつけ、ポジティブなイメージを持つ
  - ただし、購入のきっかけになるほどではない

日本由来の製品なんだろうと思うのですが、日本語がありません。原産地を明示してほしい。本当に日本産なら買います。- グループB：35-49歳(低年齢子供あり)  
パッケージに「Produced in Japan」と書かれているべき。 -グループC：50-55歳(高年齢子供あり)

以前、日本の鶏肉を食べたことがあります。味も少し柔らかく、鶏の臭みもありません。でも、値段は少し高いです。- グループB：35-49歳(低年齢子供あり)

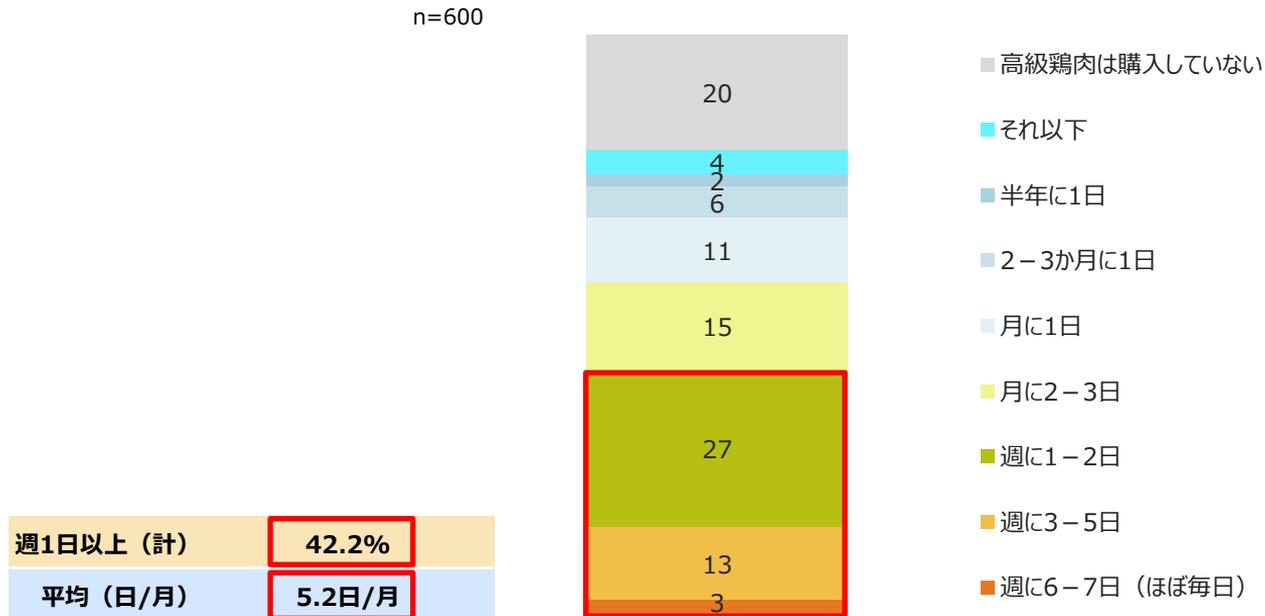
# シンガポール市場における 高級鶏肉の実態

## 高級鶏肉の購入実態



## 高級鶏肉の購入頻度

高級鶏肉の購入頻度は『週1日以上』が4割を占め、購入頻度は月平均5.2日となっている。  
 なお、5人に1人は高級鶏肉の購入はしていない。



Q11.あなたは、普段どれくらいの頻度で高級鶏肉を購入していますか。最も近いものをお選びください。

## 高級鶏肉の購入部位

全体では「手羽」「むね肉」が最も高く、次いで「ささみ」「もも肉」と続く。ヘビー層、ライト層いずれもそれらの4項目が高いが、「ささみ」「もも肉」は特にライト層で高いという特徴がみられる。また、ヘビー層では「もみじ」「砂肝」「ハツ」「せせり」が全体に比べて有意に高い。

Base:高級鶏肉購入者	Total	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー)	週1日未満 (ライト)
	n=481	n=253	n=228
手羽	46	48	44
むね肉	46	45	48
ささみ	43	38	49
もも肉	41	36	46
ひき肉	17	21	12 ↓
もみじ	14	19 ↑	9 ↓
砂肝	11	17 ↑	4 ↓
レバー	11	13	8
ハツ	9	14 ↑	4 ↓
せせり	7	11 ↑	4 ↓
ぼんじり	7	10	4
その他	2	1	2



Totalより有意に高い



Totalより有意に低い

# 高級鶏肉の購入重視点

全体では「鮮度や色」が最も高く、「安全性」「一パック当たりの価格」「肉質の柔らかさ」が上位。トップの「鮮度や色」は特にライト層で高い。ヘビー層では、「おいしさ」「1パック当たりの量」が重視されている。

Base:高級鶏肉購入者	Total n=481	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー) n=253	週1日未満 (ライト) n=228
鮮度や色	38	29 ↓	47 ↑
安全性	32	30	35
一パック当たりの価格	32	27	37
肉質の柔らかさ	30	27	34
賞味期限	27	28	26
栄養価	26	27	25
原産国 (国産、アメリカ産など)	26	23	29
おいしさ	23	26	20
一パック当たりの量	23	27	18
抗生物質やホルモン剤の不使用	22	19	25
部位	21	21	22
100g当たりの価格	20	22	18
飼育環境	18	21	14
ブランドや銘柄	17	20	14
口コミや評判の良さ	15	17	12
脂肪分・脂肪の量	14	16	12
カットのされ方 (厚み)	13	17	9
生産者のコメント	9	12	6
その他	-	-	-
特に重視していることはない	2	1	2

Q12.あなたは、普段高級鶏肉を購入する際に重視している点は何ですか。  
あてはまるものをいくつかもお選びください。

↑ Totalより有意に高い  
↓ Totalより有意に低い

# 高級鶏肉の参考情報源

全体では「口コミ」「通販サイト」「店頭POP」が上位。ヘビー層ではTV、新聞といったマスメディアも含め、総じてスコアが高い傾向。

Base:高級鶏肉購入者	Total	購入頻度	
		週1日以上 (ヘビー)	週1日未満 (ライト)
	n=481	n=253	n=228
口コミ	29	33	25
通販サイト	22	23	20
店頭POP	19	17	21
新聞広告	17	17	18
ネット比較サイト	15	19	12
TV情報番組	13	17	9
TVCM	13	17	8 ↓
折込チラシ	13	15	10
雑誌記事	12	14	9
企業HP	12	13	10
新聞記事	11	15 ↑	7 ↓
ラジオCM	10	16 ↑	4 ↓
雑誌広告	10	12	8
ラジオ番組	8	12 ↑	4 ↓
その他	0	0	0
特に参考としている情報はない	16	10 ↓	23 ↑

↑ Totalより有意に高い  
↓ Totalより有意に低い



## 鶏肉の参考情報源

定性

口コミや店頭、ネット・ソーシャルメディアが中心

初回購入のトリガーは、プロモーション価格・魅力的なパッケージ・試食など

### 情報源

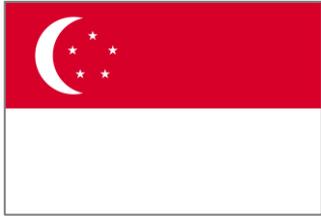
- 鶏肉のレシピをオンラインで検索
- インスタグラムの広告 (20-34 歳グループ)
- フードブロガーによるレビュー (Dr Leslie Tayなど)

消費者が興味を持った  
プロモーションや展示方法  
/初回購入時のトリガー

- 特別価格のキャンペーン
- 魅力的なパッケージ、または対照的な色や明るい色のパッケージ
- 試食などの食品プロモーターの勧め

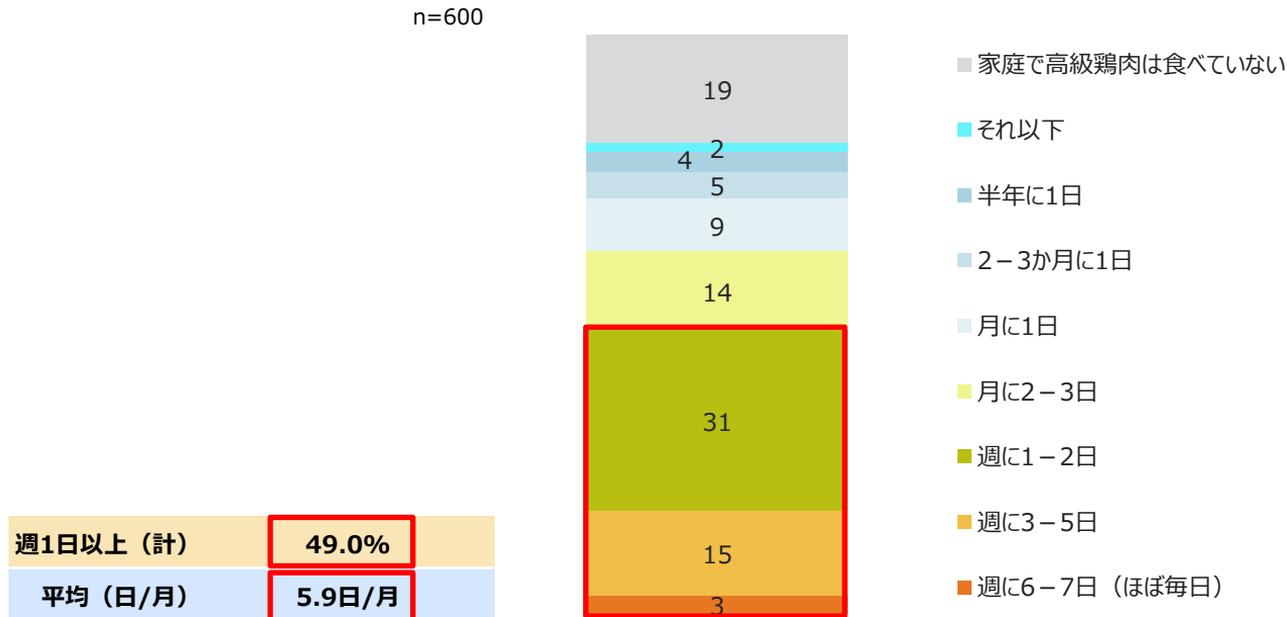
# シンガポール市場における 高級鶏肉の実態

## 高級鶏肉の喫食・調理実態



## 高級鶏肉の喫食頻度

高級鶏肉の喫食頻度は『週1日以上』が約半数を占め、喫食頻度は月平均5.9日と週に1日程度食卓にあがっている。  
 なお、5人に1人は自宅での高級鶏肉喫食はしていない。



Q17.あなたの家庭では、普段どの位の頻度で高級鶏肉を食べてますか。最もあてはまるものをひとつだけお答えください。



## 高級鶏肉喫食状況【内食】

定性

家庭料理としては、煮込む・焼くといった、簡単かつ健康的な手法での調理が行われている

デモグラフィック	グループA: 20-34歳 (シングル/DINKS)		グループB: 35-49歳 (低年齢子供あり)		グループC: 50-55歳 (高年齢子供あり)	
タイミング/シーン	昼食・夕食					
誰と	一人で、または家族・パートナーと一緒に		主に家族と一緒に			
料理名	エアフライドチキン	チキンのサラダ	チキンの揚げ物・焼き物		蒸し鶏	チキンカレー
調理方法	エアフライヤーを使用	鶏を蒸し焼きやポイルしたものをサラダに合わせる	焼く・揚げる・マリネしてオーブンで焼く		鶏肉を蒸して、醤油ベースのたれと共に食べる	鶏肉を焼いてカレースープと共に煮込む
鶏肉の部位	丸鶏	むね肉	手羽先・もも肉・ドラムスティックなど		もも肉	もも肉・むね肉・ドラムスティックなど
原産国	主にマレーシア・シンガポール産 日本産の鶏肉を購入した者は、通常と同じ用途で試用している 					



## もみじを使った主要料理

定性

もみじは、家庭では煮込んだスープとして、外食では点心料理として、揚げたり、味付けされたりして食べられることが多い

### 【内食】

デモグラフィック	グループB:35-49歳(低年齢子供あり)、グループC:50-55歳(高年齢子供あり)
タイミング/シーン	昼食・夕食
誰と	主に家族と一緒に
料理名	チキンスープ／鶏の薬膳スープ
料理の説明	もみじをスープに入れて煮込む骨や、丸鶏を入れることもある
原産国	主にマレーシア・シンガポール産

### 【外食】

デモグラフィック	全てのセグメント
タイミング/シーン	決まった機会はない(昼食・夕食が一般的)
誰と	一人で、または家族・友人・パートナーとともに
レストランのタイプ	中国料理(点心)
料理名	鳳爪
料理の説明	もみじを茹で、揚げたり、味付けしたりしたもの
原産国	不明



## 高級鶏肉喫食状況【外食】

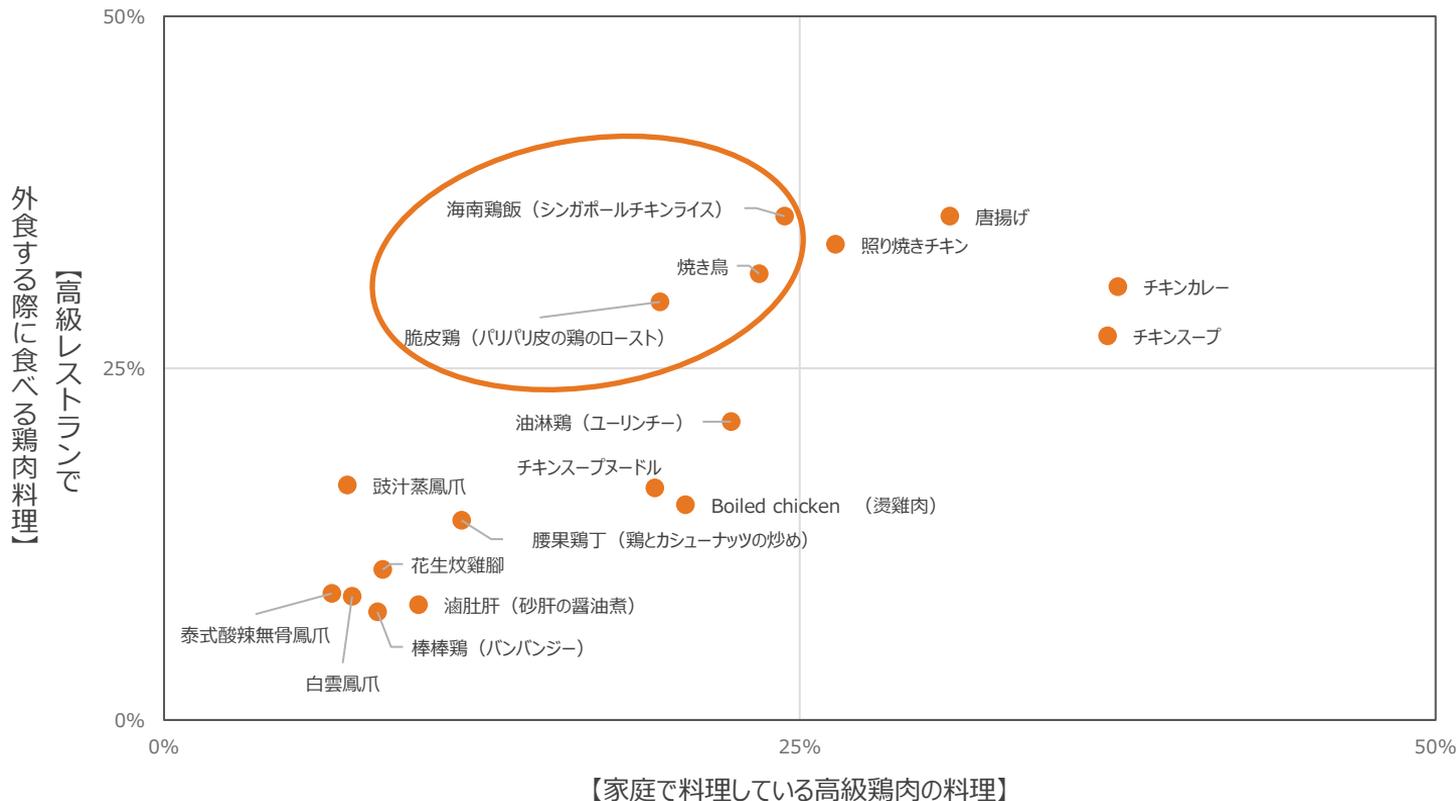
定性

外食では、揚げ物といった家庭では手間がかかる料理や、シンガポールの名物料理であるチキンライスが選ばれている

デモグラフィック	全てのグループ	
タイミング/シーン	昼食・夕食が一般的。子供のいる家族は、週末は外食することが多い	
誰と	一人で、または家族・友人・パートナーとともに	一人で、または家族で
レストランのタイプ	韓国料理店など	チキンライス専門店など (Soup restaurant/Boon Tong Kee)
料理名	唐揚げ	海南チキンライス
部位	手羽先、ドラムスティック	むね肉
調理方法	揚げる・味付けをする	茹でる/煮る/蒸す 等
原産国	不明	不明

## 高級鶏肉の家庭メニュー×外食メニュー

家庭メニューと外食メニューの喫食者数には相関関係がみられ、全体的に家庭、外食で喫食するメニューは共通している様子。相対的にみると脆皮鶏、焼き鳥、海南鶏飯は外食で喫食される傾向。



51 Q18.あなたが普段、家庭で調理している高級鶏肉の料理は何ですか。あてはまるものを全てお選びください。

Q20.普段、高級レストランや高級専門店を外食する際は、どんな鶏肉料理を食べてますか。あてはまるものをいくつかでもお答えください。Copyright©2022 JFOODO. All rights reserved.

**THANK**

**YOU**

