



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:水産加工品 (中国/US)

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 ● 調査設計
- 7 ● 中国市場における日本産水産加工品の浸透状況と受容性
- 16 ● 中国市場における水産加工品の喫食実態と喫食意向
- 31 ● US市場における日本産水産加工品の浸透状況と受容性
- 40 ● US市場における水産加工品の喫食実態と喫食意向

調查設計



定量調査設計：水産加工品



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	カニカマ / 水産練り製品 中国：呈示現地語「蟹肉棒/鱼糜（鱼浆）产品」 US：呈示現地語「Crab stick /Surimi」
対象者条件	18-59歳男女、過去1年間にカニカマ / 水産練り製品を喫食した人
サンプル数	各国n=600
エリア	中国(北京、上海、青島)、各都市200 n US(LA、NY、SF)、各都市200 n
割付	センサスに沿うよう、性年代10代刻みで割付(ソフト)
目的	対象水産加工品の購入・喫食実態の把握をし、日本産練り製品のポテンシャルを把握する

* 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。

回収サンプル



【年代別 回収サンプル数】

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	41	105	82	82	310
女性	38	101	76	75	290
Total	79	206	158	157	600



【年代別 回収サンプル数】※ウェイト後N

	18-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	Total
男性	85	77	68	68	298
女性	83	76	71	72	302
Total	168	153	139	140	600

【エリア別 回答サンプル数】

	北京市	上海市	青島市	Total
Total	200	200	200	600

【エリア別 回答サンプル数】※ウェイト後N

	New York city	Los Angeles	San Francisco	Total
Total	309	214	77	600

【直近一年 水産練り製品喫食者数】

	かにかまぼこ	魚肉ソーセージ	つみれ	かまぼこ	ちくわ
家庭で食べたもの	454	356	518	153	162
外食で食べたもの	406	267	431	291	234
いずれかで食べたもの	529	420	558	325	287

【直近一年 水産練り製品喫食者数】※ウェイト後N

	かにかまぼこ	魚肉ソーセージ	つみれ	かまぼこ	ちくわ
家庭で食べたもの	387	229	185	157	150
外食で食べたもの	343	186	143	159	152
いずれかで食べたもの	499	293	239	232	221

定性調査設計：水産加工品

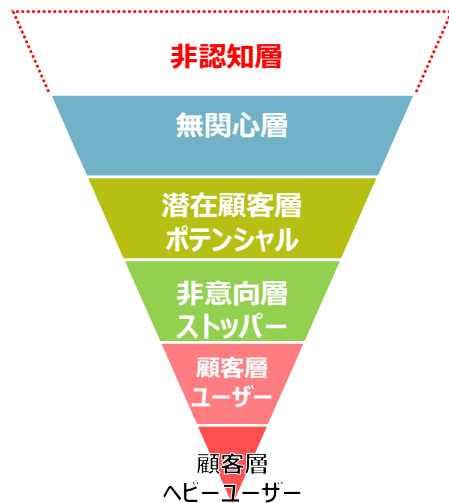


定性

インタビュー手法	オンライン座談会 (120 分)
エリア	中国：3都市（北京、上海、青島） US：3都市（ニューヨーク、サンフランシスコ、ロサンゼルス）
対象者条件/割付	各国9グループ 1都市あたりA/B/C3グループずつ（各グループ5名：total 45名） 各グループそれぞれ以下の対象者を条件とする A) 20-35歳の有職者女性、独身または既婚子供無し。月2-3回以上カニカマを使って料理 カニカマ以外の水産練り製品使用者を含む B) 20-59歳の女性、15歳以下の子供あり。月2-3回以上カニカマを使って料理 カニカマ以外の水産練り製品使用者を含む C) 20-59歳の男女。未既婚不問。週2-3回以上は、朝/昼/晚いずれかを外食またはケータリング。月2-3回以上はカニカマまたは他の水産練り製品を使った食事を外食またはケータリング
実査日	中国：2022年1月17~19日 US：2022年2月2日~7日

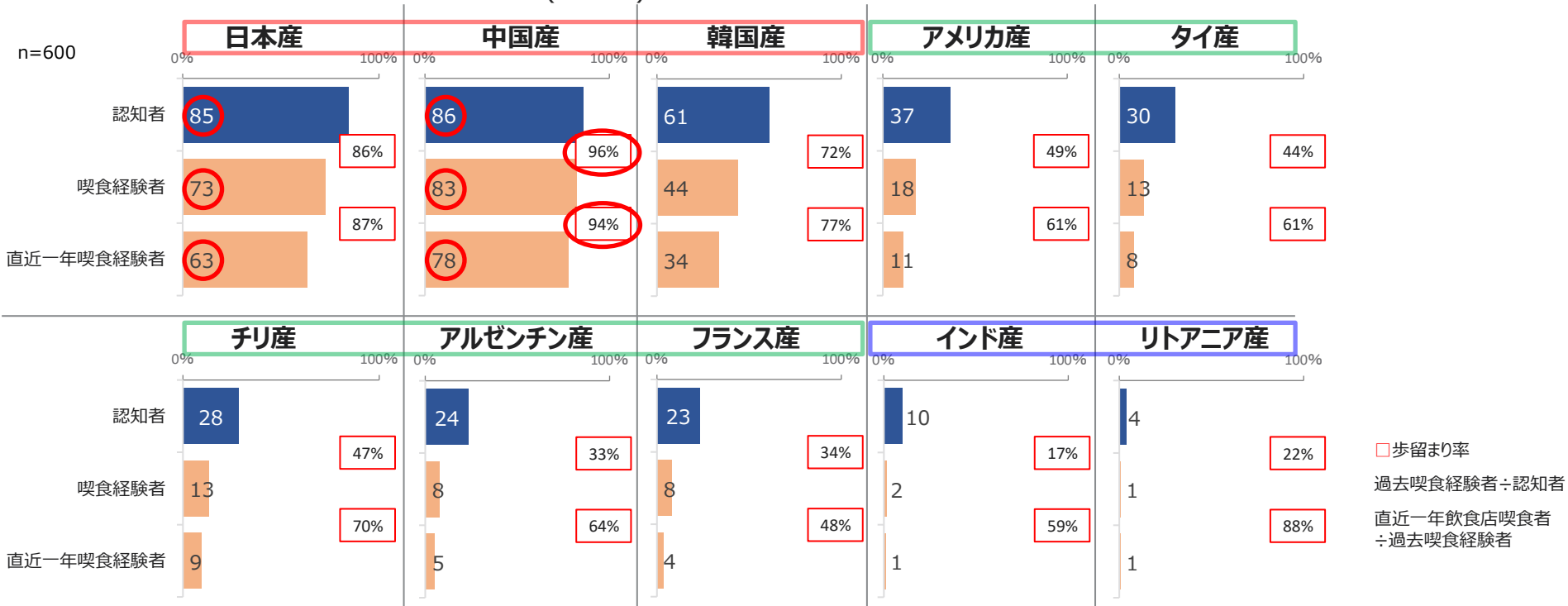
* 本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているので、既存データや二次データと必ずしも一致しない可能性があります。

中国市場における日本産水産加工品の浸透状況と受容性



各国水産練り製品（カニカマ除く）の市場浸透状況

中国市場における各産地の市場浸透をみると、認知、喫食経験が高い「日本産」「中国産」「韓国産」、中ほどに位置する「アメリカ産」「タイ産」「チリ産」「アルゼンチン産」「フランス産」、いずれのスコアも低い「インド産」「リトアニア産」に分かれる。日本産は、認知が85%と中国産と拮抗しているが、喫食経験、直近一年喫食経験は中国産(自国産)に次ぐ2番手に位置している。中国産は歩留まり率も他国産に比べて高い。



Q1a. 「水産練り製品（かにかまぼこ除く）」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。

Q2a. 以下の中で、あなたが知っている「水産練り製品（かにかまぼこ除く）」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）

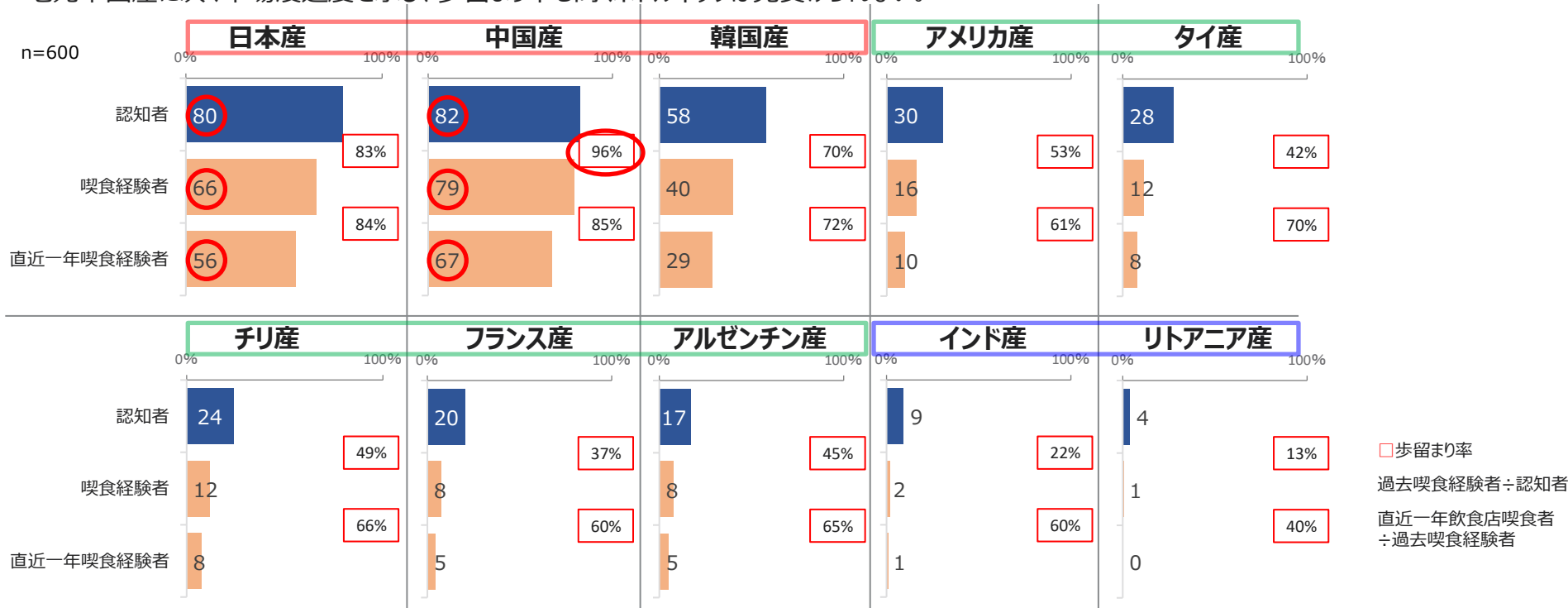
Q3a. では、その中であなたが今まで食べたことのある「水産練り製品（かにかまぼこ除く）」の原産国を全てお選びください。飲食店で注文して食べたもの、スーパーなどで購入して食べたもの両方を含めてお答えください。

Q4a. では、その中で過去12ヶ月間にあなたが食べたことのある「水産練り製品（かにかまぼこ除く）」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。

各国カニカマの市場浸透状況

カニカマも水産練り製品同様、各産地の市場浸透は三分される。日本産は、認知80%、喫食経験者66%、直近一年喫食経験者56%と地元中国産に次ぐ市場浸透度を示し、歩留まり率も高くボトルネックは見受けられない。



Q1b. 「かにかまぼこ」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。

Q2b. 以下の中で、あなたが知っている「かにかまぼこ」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）

Q3b. では、その中であなたが今まで食べたことのある「かにかまぼこ」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。

Q4b. では、その中で過去12ヶ月間にあなたが食べたことのある「かにかまぼこ」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。



各国水産練り製品/カニカマのイメージ

定性

主に日本産、韓国産、中国産が言及された。日本産は高い加工技術や安全・新鮮とイメージされた一方、韓国産は豊富な味のバリエーションや身近さが挙げられた。

日本産

- ✓ 新鮮な味/薄味⇒ヘルシー
- ✓ 添加物が少ない
- ✓ 高い加工技術
- ✓ 安全性が高い/衛生的
- ✓ 本物の味 - 水産練り製品/カニカマの長い歴史、魚の含有量の高さ
- ✓ 精巧な/美しい - 小さいサイズ、PKGがエレガント
- ✗ 価格が高い
- ✗ 韓国産と比べてオフラインでは殆ど見かけない

韓国産

- ✓ 汎用性が高い - 豊富な味や形状（例：ガーリック味、ロブスター状の形）
- ✓ 韓国ドラマで見かける
- ✓ 店舗で手に入りやすい（スーパー&コンビニ）
- ✓ 見た目が綺麗 - 魅力的な色、形

中国産

- ✓ 味の選択肢が豊富（例：バーベキュー、クミンなど）
- ✓ オンラインでもオフラインでも買やすい
- ✓ 価格がリーズナブル
- ✗ 品質が安定しない（良いものも良くないものも混じっている）
- ✗ 味が良くない - デンプンが多すぎて、魚の含有量が少ない

カナダ産

- ✓ 品質が良い - ピュア&クリーンな環境 高品質な魚を連想

日本は加工技術や衛生面で優れていると思います。安全性についてはあまり心配していません。（上海、C）

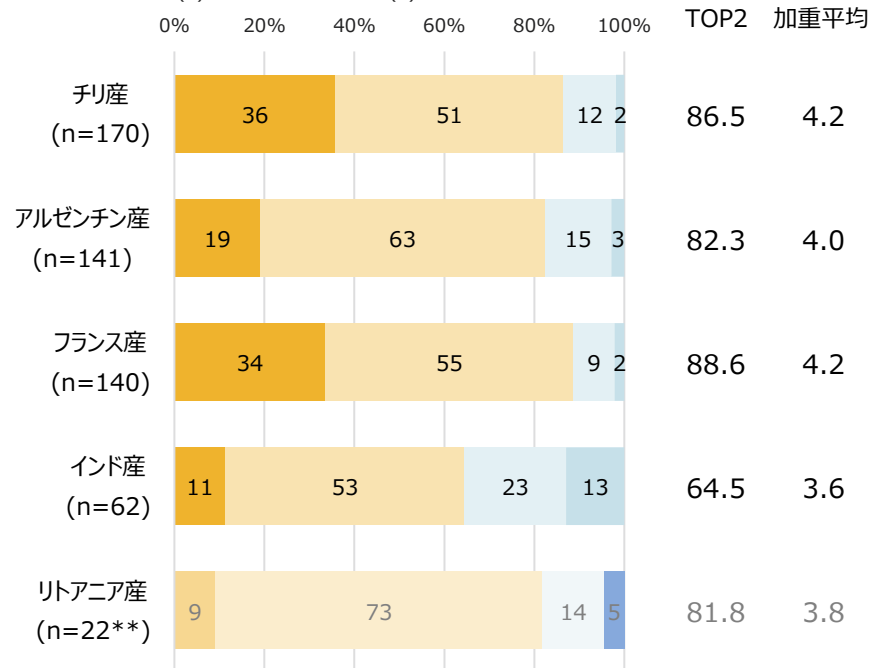
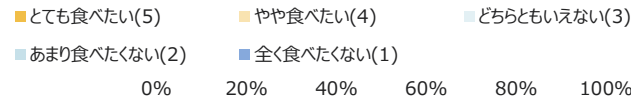
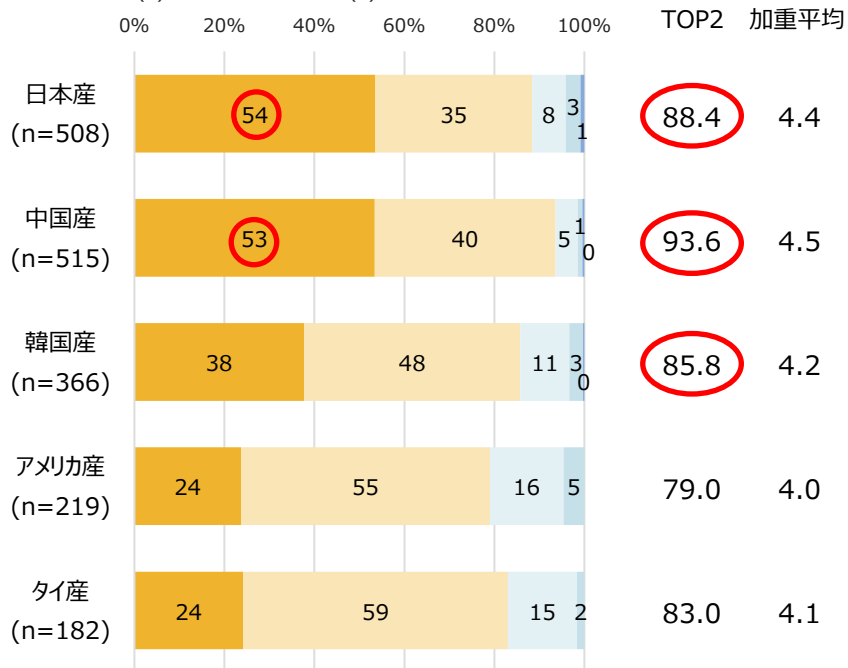
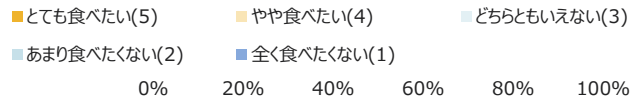
韓国の番組で見て買いました。韓国は文化の影響力が強い。しかし、日本のカニカマはあまり見たことがありません。（青島、A）

*一部からは日本製において、福島原発の放射能漏れによる安全性を懸念する声が挙がった

日本産水産練り製品（カニカマ除く）の喫食意向

日本産水産練り製品(カニカマ除く)は、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)が9割、トップボックス「とても食べたい」が半数と受容性は高いが、中国産、韓国産の喫食意向も同等の評価。

水産練り製品（かにかまぼこ除く）各原産国認知者



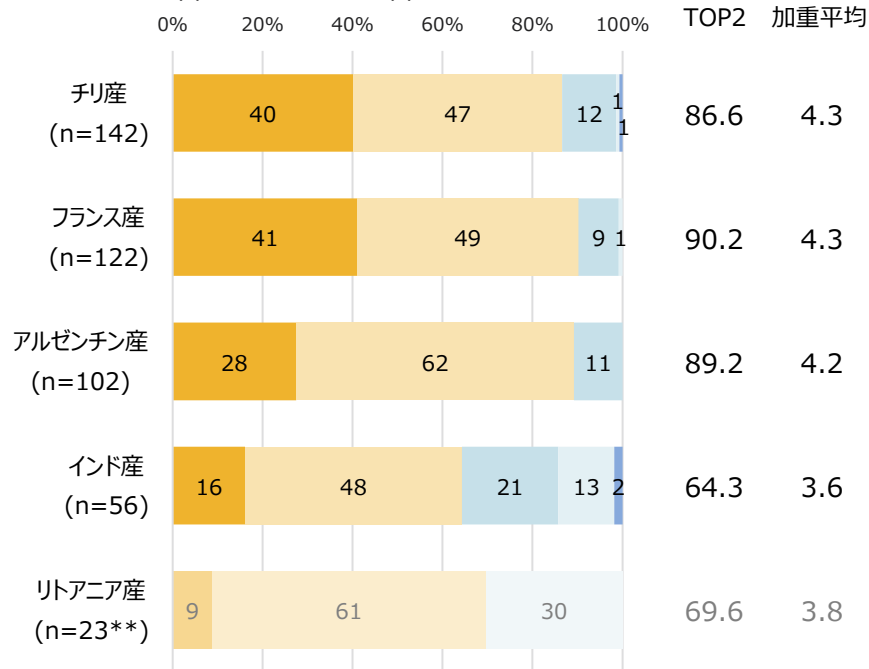
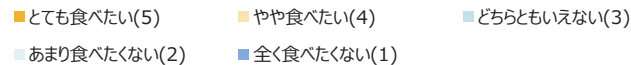
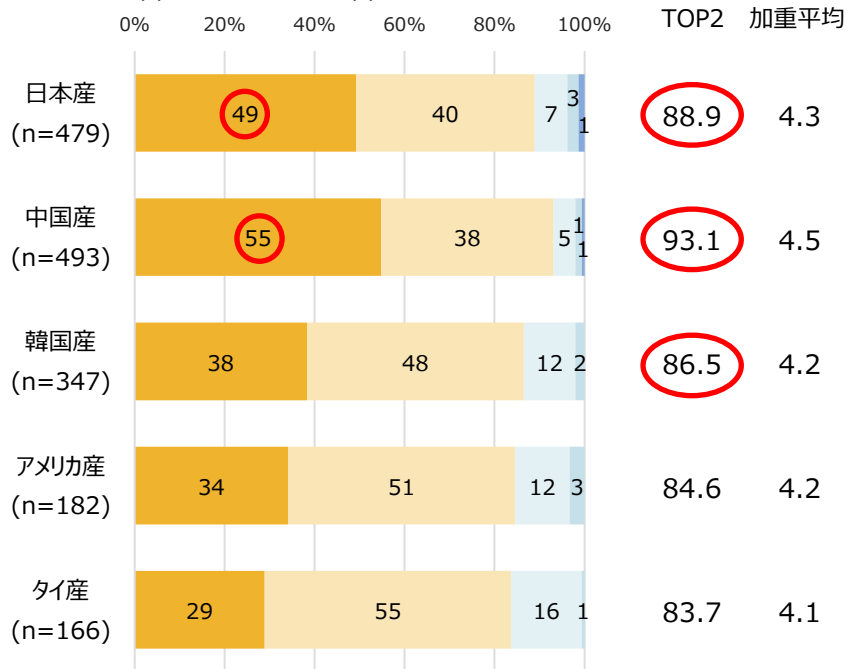
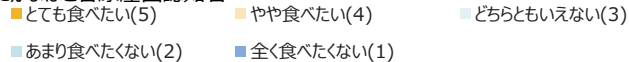
Q5a.あなたは、今後、以下の原産国の水産練り製品（かにかまぼこ除く）をどの程度食べたいと思いますか。それぞれ最もあてはまるものをお選びください。
飲食店で注文して食べるもの、スーパーなどで購入して食べるもの両方を含めてお答えください。

**Very small base ref. only

日本産カニカマの喫食意向

日本産カニカマは、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)が9割、トップボックス「とても食べたい」が5割と受容性は高いが、日本産水産練り製品(カニカマ除く)同様、中国産、韓国産も同等の評価。

かにかまぼこ各原産国認知者



Q5b.あなたは、今後、以下の原産国の「かにかまぼこ」をどの程度食べたいと思いますか。それぞれ最もあてはまるものをお選びください。

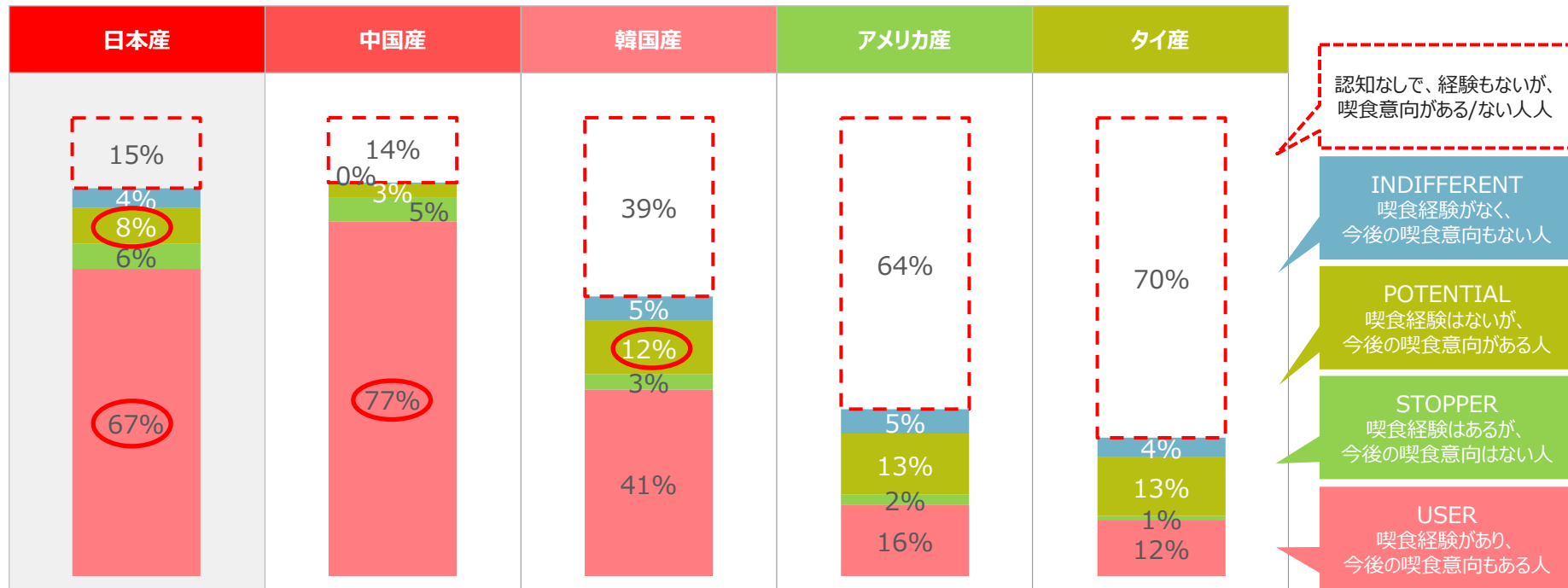
**Very small base ref. only

13 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。

日本産水産練り製品（カニカマ除く）のファネル構成比

水産練り製品(カニカマ除く)のファネル構成比をみると、日本産は「USER」が中国産に次ぐ位置ではあるが、「POTENTIAL」が中国産を上回り、今後市場拡大の（中国産に追いつく）可能性が窺える。但し、韓国産の「POTENTIAL」が12%と今後の顧客拡大の可能性も窺える。

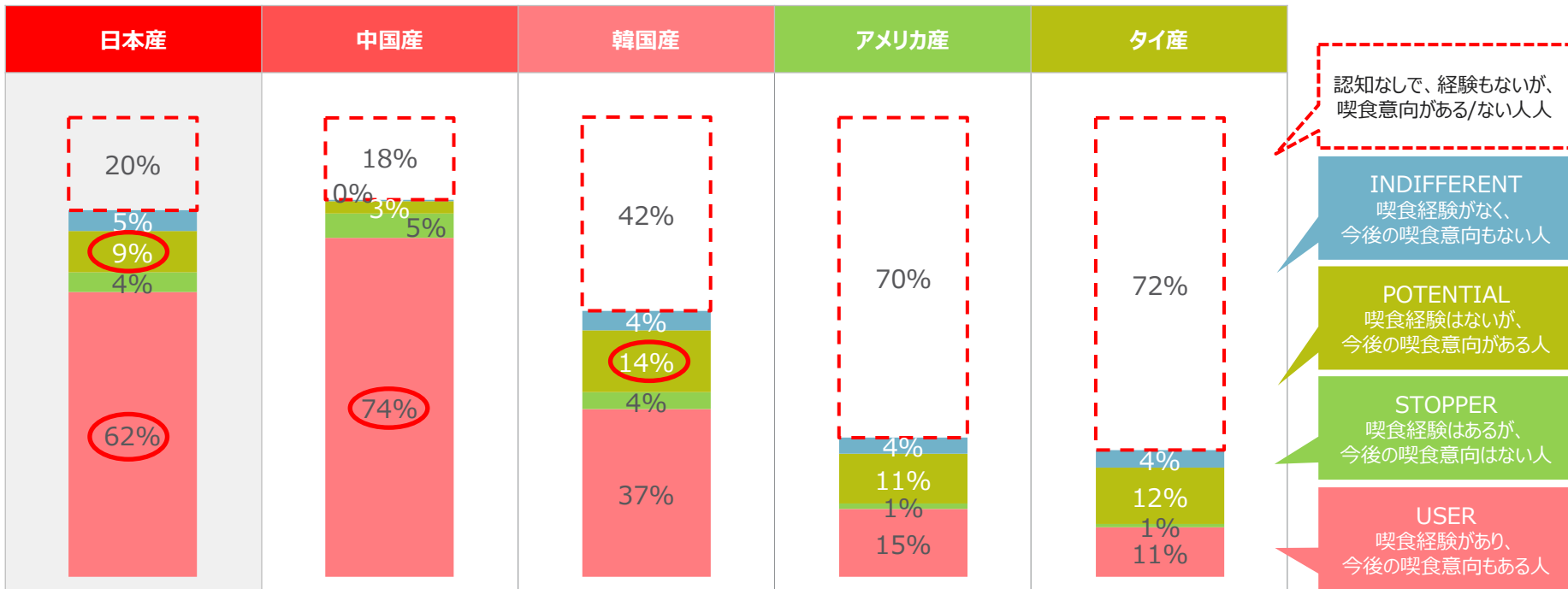
n=600



日本産カニカマのファネル構成比

カニカマのファネル構成比も、日本産は「USER」が中国産に次ぐ位置ではあるが、「POTENTIAL」が中国産を上回り、今後市場拡大の（中国産に追いつく）可能性が窺える。但し、韓国産の「POTENTIAL」が14%と最も高く、今後の顧客拡大の可能性も窺える。

n=600





日本産カニカマのUSP：刺激物への反応

定性

製品説明文を呈示したところ、製品特徴は既に既視感があり、日本産としての突出した魅力点は感じられていない。

• 栄養価、利便性などのベネフィットが言及されるものの、**突出した魅力とまでは言えない。**

Appealing
Neutral

Take it into
your daily
usage
High

(他のカニカマと同じ特徴を持つという意味で)、**日常的に使えそう**

• **日本産であることから、品質の良さは伝わる。**ただし際立ったベネフィットまでは感じられない

Trial interest
Neutral

worth being
made in Japan
Low

日本産ならではの特徴や魅力は伝わらず、他のカニカマと同じと捉えられた

• 甲殻類アレルギーでも安心して使えるという点では独自性が感じられる。しかし、**その他の事項（低脂肪、バラバラにならない、調理時間が短いなど）は差別性がない**

distinctiveness
Low

What kind of
food can it be
used for?

- 鍋物（バラバラにならない）
- サラダ・寿司（そのまま食べられる）

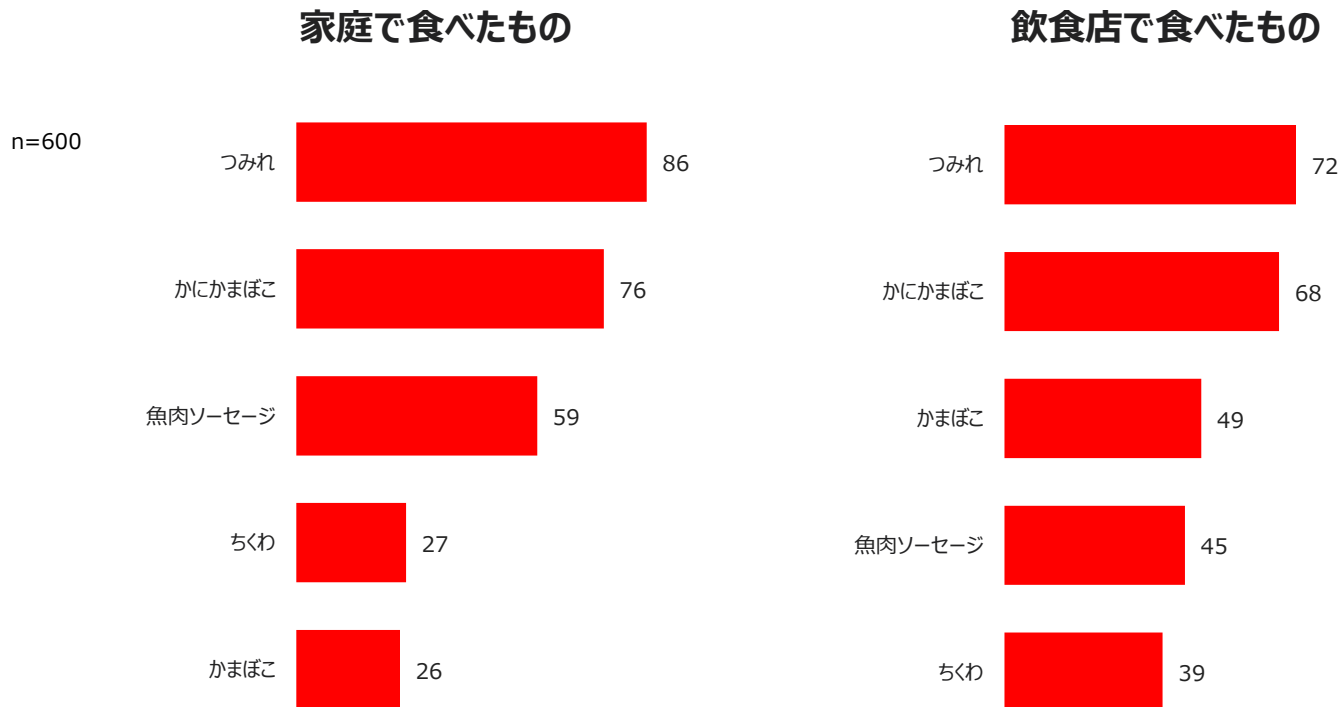


中国市場における水産加工品の 喫食実態と喫食意向



水産練り製品P12M喫食経験

中国市場では、家庭で食べたもの/飲食店で食べたものは、いずれも「つみれ」が最も多く、次いで「かにかまぼこ」が続く。「魚肉ソーセージ」は家庭で、「かまぼこ」は外食がそれぞれ多い傾向。



SC6.こちらの画像をご覧ください。あなたは、過去12か月以内にこちらの水産練り製品を食べたことはありますか。お魚を購入して家で作ったものは省いてお答えください。スーパーなどで購入して食べたもの、飲食店で注文して食べたもの、それぞれあてはまるのをいくつでもお答えください。



中国における水産練り製品の位置づけ

定性

手軽に使えるタンパク質の補給源として、日常的に喫食されている。

- 中国では、魚貝類は少なくとも週1-2回程度は喫食されており、**普段の生活においてとても身近な食材**とされた。
- **水産練り製品/カニカマも日常的に喫食されており、利点として、「魚貝類と比べて高度な調理技術なく手軽」「幅広いメニューに使える」「美味しい」「低カロリー」「たんぱく質が豊富で健康に良い」**であることも挙げられた。たんぱく質補給のため、肉の代替で喫食する人もいる。
- 一方、添加物や保存料が含まれている事から新鮮な（本物の）魚貝類ほど健康的/栄養的ではないとも考えられ、魚貝程は頻繁には食べないとする人もいた。



色々な料理に使える。とても便利です。 - 上海 A



弾力のある食感、とても新鮮な味が思い浮かびます。また、栄養もあってとても便利だと思います。 - 青島、C

各水産練り製品の喫食重視点

いずれの水産練り製品も「食感の良さ」「おいしさ」「栄養価の高さ」といった点が重視されている他、つみれと魚肉ソーセージは「手軽に食べられる」、かにかまぼことかまぼこは「品質の良さ」「よい原材料が使われている」も上位に挙がる。

Base:各水産練り製品
直近一年喫食経験者

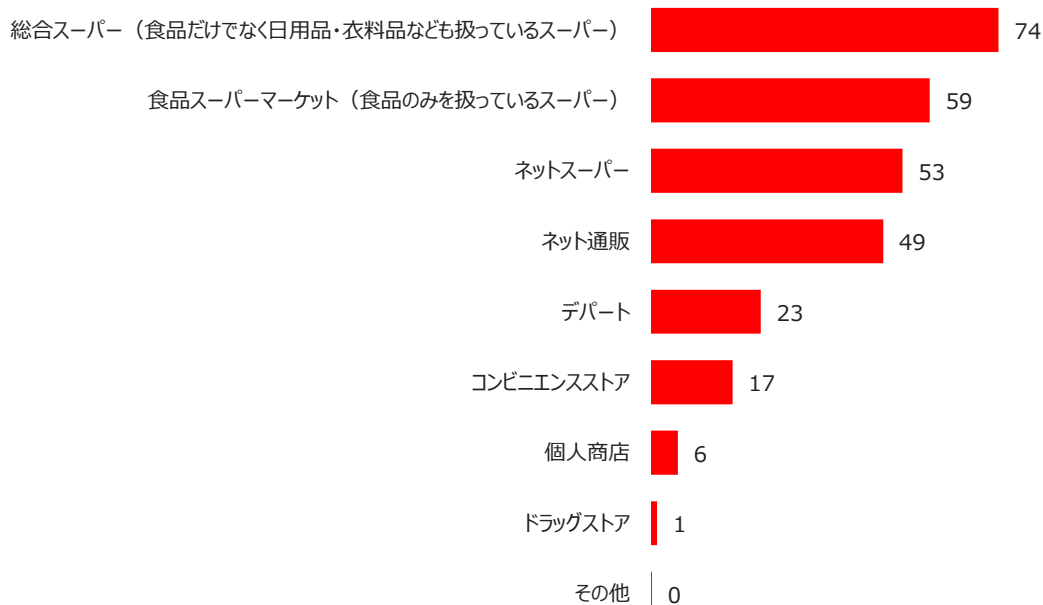
	つみれ n=558	かにかまぼこ n=529	魚肉ソーセージ n=420	かまぼこ n=325	ちくわ n=287
食感の良さ	43	44	35	34	35
おいしさ	39	41	40	31	29
栄養価の高さ	33	32	32	35	31
手軽に食べられる	31	27	31	23	27
品質の良さ	29	31	29	34	29
よい原材料が使われている	29	30	28	31	29
手軽に調理できる	28	23	23	21	27
安全性の高さ	26	25	27	26	28
衛生管理のよさ	25	22	23	26	25
コスパの良さ	25	25	21	15	18
香りの良さ	21	23	25	23	21
ブランドや銘柄	20	16	17	20	20
色々な料理に合う	20	20	19	18	20
産地（輸入国）	20	21	16	20	23
口コミや評判の良さ	19	18	17	21	15
バリエーションが豊富	18	18	17	18	19
健康・美容によい	18	19	21	23	24
加工技術が優れていそう	18	18	16	20	22
簡単に見つけられる	18	18	19	16	20
見た目の良さ	16	20	18	26	23
その他	-	-	-	-	-
特に重視していることはない	1	1	1	1	0

Q7.あなたは、普段水産練り製品を食べる際に重視している点は何ですか。それぞれ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。

水産練り製品の購入場所

「総合スーパー」が7割強で最も高く、次いで「食品スーパーマーケット」「ネットスーパー」「ネット通販」が5-6割で続く。

Base:水産練り製品 直近一年家庭喫食経験者
n=596

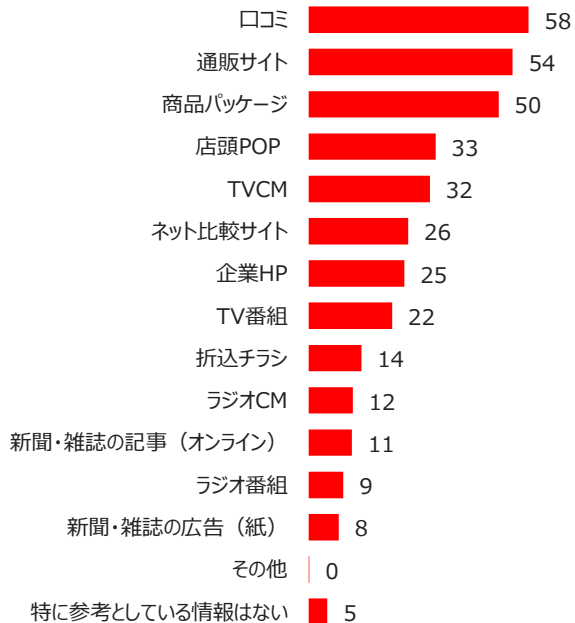


Q10.あなたは普段どちらで水産練り製品を購入していますか。あてはまるものを全てお選びください。

水産練り製品の参考情報源

「口コミ」が最も高く、次いで「通販サイト」「商品パッケージ」がそれぞれ半数程度で続く。

Base:水産練り製品 直近一年家庭喫食経験者
n=596



Q11.あなたが普段、水産練り製品を購入する際に参考にしている情報は何ですか。あてはまるものをいくつでもお選びください。

各水産練り製品の喫食シーン・オケージョン

いずれの水産練り製品も「夕食時」「昼食時」での喫食が多く、特につみれは「夕食時」が7割と集中している。魚肉ソーセージは「おやつ/小腹がすいた時」「朝食時」も高めの傾向。

Base:各水産練り製品
直近一年家庭喫食経験者

	つみれ n=518	かにかまぼこ n=454	魚肉ソーセージ n=356	ちくわ n=162	かまぼこ n=153
夕食時	72	64	46	56	46
昼食時	42	44	39	42	42
お弁当のおかず	24	29	31	30	29
時短料理を作る時	21	23	21	24	16
おやつ/小腹がすいた時	13	21	32	16	17
人が集まる時	13	12	7	12	9
飲酒時・飲酒後	12	18	17	20	23
日本料理を作る時	12	16	12	16	23
仕事・家事・勉強の合間	10	10	21	12	18
朝食時	6	10	27	4	17
その他	-	0	0	1	1

Q13.あなたのご家庭では、普段どのようなシーンやオケージョンで以下の水産練り製品を食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。

各水産練り製品の家庭での食べ方・調理方法

つみれ、かにかまぼこ、ちくわ、かまぼこは「おでんや鍋に入れて食べる」が最も多い他、つみれ、かにかまぼこ、ちくわは「スープに入れて食べる」といった煮込み系も多い。魚肉ソーセージは「炒め物にして食べる」「お弁当に入れて食べる」「そのまま食べる」が上位に挙がり、他の練り製品とやや異なる傾向が見られる。

Base:各水産練り製品
直近一年家庭喫食経験者

	つみれ n=518	かにかまぼこ n=454	魚肉ソーセージ n=356	ちくわ n=162	かまぼこ n=153
おでんや鍋に入れて食べる	62	60	31	51	44
スープに入れて食べる	55	35	24	41	20
炒め物にして食べる	23	26	40	19	23
お弁当に入れて食べる	22	27	37	24	33
お寿司のネタとして食べる	17	28	24	20	29
焼き物にして食べる	15	21	24	17	20
揚げ物にして食べる	14	14	20	19	13
サラダと合わせて食べる	11	23	31	19	28
そのまま食べる	10	22	37	15	31
その他	0	0	-	-	-

Q14.あなたのご家庭では、普段どのようにして以下の水産練り製品を食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。



水産練り製品（カニカマ除く）：家庭での食べ方

定性

平日夜や週末に、友人や家族と、鍋やスープなどの食事を楽しむ時に登場。



対象者	女性/男性、既婚、子供あり	女性/男性、既婚、子供あり	女性/男性、既婚者/子供なし
水産練り製品の種類	ちくわ、かまぼこ、魚肉ソーセージ、フィッシュボール	ちくわ、かまぼこ、魚肉ソーセージ、フィッシュボール	ちくわ、かまぼこ、フィッシュボール
原産国	中国産が殆ど。韓国産/日本産も言及される	中国産が殆ど。韓国産/日本産も言及される	中国産が殆ど。韓国産/日本産も言及される
シーン・オケージョン	平日の夜または週末	週末	平日の夜または週末
一緒に食事をする人	夫や子供たちと、または友人たちと	夫や子供たちと	夫や子供たちと
メニュー名（メインorサイド）	鍋、メインディッシュとして	麻辣香鍋（まららこうなべ）、メインディッシュとして	スープ、サイドメニューとして
調理方法（茹でる、蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など）	野菜、肉、魚貝類と一緒に煮込む	野菜、肉、魚貝類と一緒に炒める	他の野菜と一緒に煮る



カニカマ：家庭での食べ方

定性

カニカマも冷凍タイプは、多くのシーンで鍋物の具材として使われる。
一方 ready-to eatタイプは主にサンドイッチやサラダにトッピングされる。



対象者	女性/男性、 既婚、子供あり	女性/男性、 既婚、子供あり	女性/男性、 既婚/子供なし	女性/男性、独身/ 既婚、子供なし	女性/男性、独身/ 既婚、子供なし
原産国	中国産が殆ど 日本産も言及される	中国産が殆ど 日本産も言及される	中国産が殆ど 日本産も言及される	中国産/韓国産	中国産/韓国産
シーン・オケーション	平日の夜または週末	週末	平日の夜または週末	平日の夜	朝食
一緒に食事をする人	夫や子供たちと、 または友人たちと	夫や子供たちと	夫や子供たちと	一人で	一人で
メニュー名 (メインorサイド)	鍋、メインディッシュとして	麻辣香鍋などの炒め物を メインメニューとして	サイドメニューのスープ	サラダやおつまみをメインに (お肉の代わりに)	サンドイッチをメインメ ニューに (肉の代わり に)
調理方法 (茹でる、 蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など)	野菜、肉、魚貝類と一緒に 煮込む	野菜、肉、魚貝類と一緒に 炒める	他の野菜と一緒に煮る	野菜 (サラダ) と一緒に (調理しないで) そのまま食べる	パンと野菜を添えて (調理しないで) そのまま食べる

各水産練り製品の飲食店での食べ方・料理方法

いずれの水産練り製品も「おでんや鍋に入れて食べる」が多いが、つみれ、かにかまぼこ、ちくわは「スープに入れて食べる」が、かにかまぼこ、かまぼこ、ちくわは「お寿司のネタとして食べる」も上位に挙がる。魚肉ソーセージは家庭での食べ方と同様、他の練り製品とやや異なり、様々な料理方法で喫食されている。

Base:各水産練り製品
直近一年外食喫食経験者

	つみれ n=431	かにかまぼこ n=406	かまぼこ n=291	魚肉ソーセージ n=267	ちくわ n=234
おでんや鍋に入れて食べる	63	59	40	39	54
スープに入れて食べる	47	32	25	29	33
炒め物にして食べる	24	26	21	39	24
焼き物にして食べる	21	22	13	30	18
お寿司のネタとして食べる	19	31	41	26	30
そのまま食べる	15	22	34	30	22
揚げ物にして食べる	14	15	13	19	21
サラダと合わせて食べる	13	25	26	32	20
その他	0	0	-	-	-

Q16. 外食する際、水産練り製品はどのようにして食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。



水産練り製品（カニカマ除く）：飲食店での食べ方

定性

主に肉や野菜と一緒に、鍋の具材として喫食される。



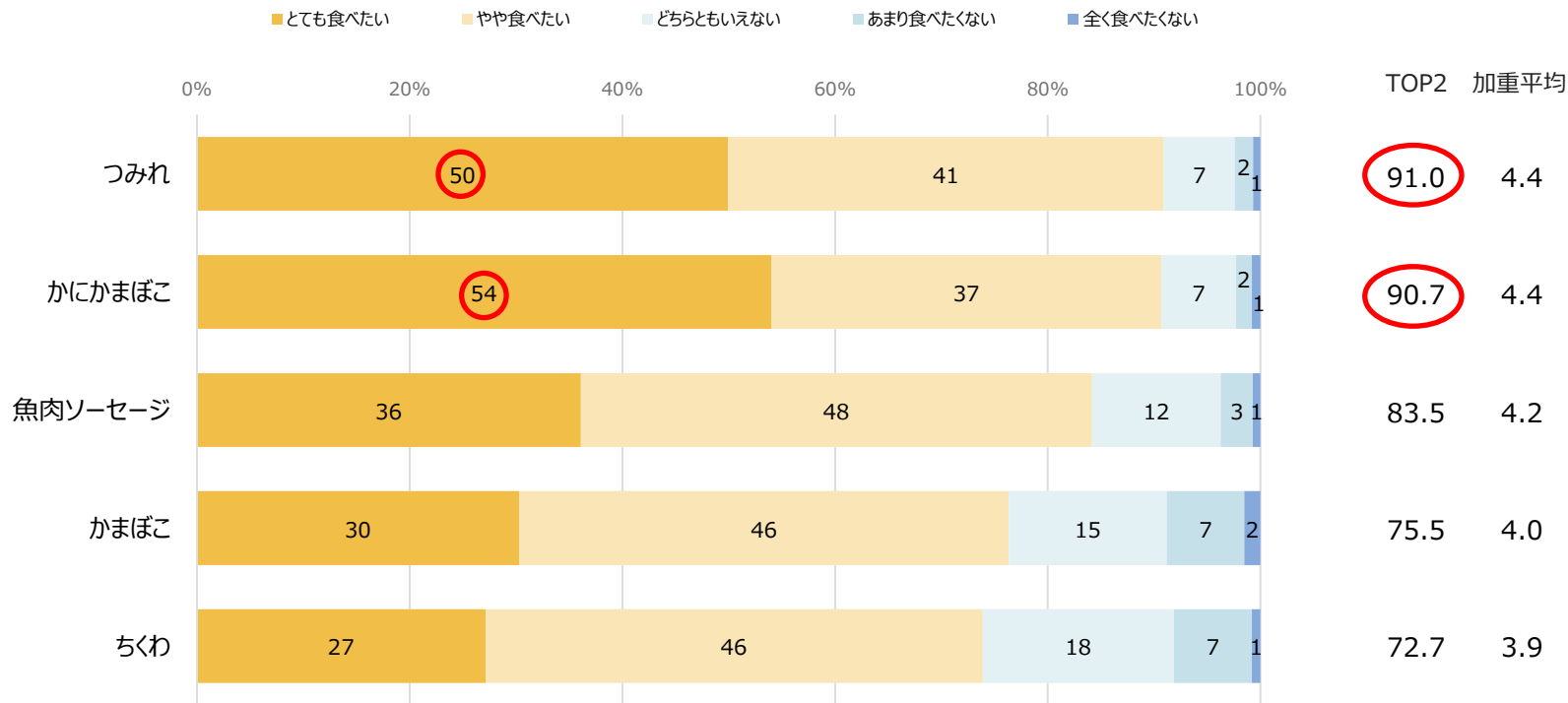
対象者	女性/男性、既婚、子供なし	女性、独身/既婚、子供なし
水産練り製品の種類	ちくわ/かまぼこ/魚肉ソーセージ/フィッシュボール	ちくわ/かまぼこ/魚肉ソーセージ/フィッシュボール
シーン・オケージョン	平日の夜または週末	平日の昼または夜
お店の種類と名前	居酒屋、韓国料理店	スパイシーな鍋を提供する小さな店
一緒に食事をする人	友達/家族と	一人、または友人・同僚と一緒に
メニュー名 (メインorサイド)	すき焼き、ブデチゲ、メインディッシュとして	麻辣烫（マラタン）、サイドディッシュとして
調理方法（茹でる、蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など）	野菜、肉、魚貝類と一緒に煮込む	野菜、肉、魚貝類、卵と一緒に煮込む

- 喫食状況は、都市によって大きな違いはない

水産練り製品の喫食意向

つみれ、かにかまぼこは、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)がともに9割、トップボックス「とても食べたい」が5割と他品目に比べて受容性が高い。

n=600



Q6.あなたは、今後、以下の水産練り製品をどの程度食べたいと思いますか。それぞれ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。

水産練り製品の喫食意向理由

いずれの水産練り製品も、「食感が良さそう」「栄養価が高そう」が上位に挙がり、食感と栄養価が受容背景要因となっている他、つみれは「手軽に食べられそう」「よい原材料が使われていそう」「手軽に調理できそう」も上位に挙がり、手軽さや原材料も受容ポイントとなっている。

Base:各水産練り製品
喫食意向者

	つみれ n=546	かにかまぼこ n=544	魚肉ソーセージ n=501	かまぼこ n=453	ちくわ n=436
食感が良さそう	41	41	34	36	35
栄養価が高そう	32	35	32	30	29
手軽に食べられそう	32	29	30	23	24
よい原材料が使われていそう	27	27	26	25	24
手軽に調理できそう	27	22	26	20	20
品質が良さそう	26	30	28	28	28
香りが良さそう	24	27	23	21	20
おいしそう	23	27	24	23	25
安全性が高そう	23	23	23	24	24
コスパが良さそう	22	23	22	18	18
色々な料理に合いそう	21	19	21	19	21
健康・美容によさそう	21	18	19	22	20
衛生管理がよさそう	21	21	20	21	20
簡単に見つけられそう	19	17	16	16	16
産地（輸入国）が信頼できる、安心感がある	19	16	17	18	18
見た目が良さそう	19	21	21	28	23
加工技術が優れていそう	19	22	20	19	20
バリエーションが豊富そう	19	16	16	14	16
口コミや評判が良い	18	17	14	19	17
ブランドイメージがよい・知名度がある	16	16	16	17	17
その他	0	0	-	-	-

Q8a.先ほど、「とても食べたい」「やや食べたい」と回答いただきましたが、その理由としてあてはまるものを全てお答えください。

水産練り製品の非喫食意向理由

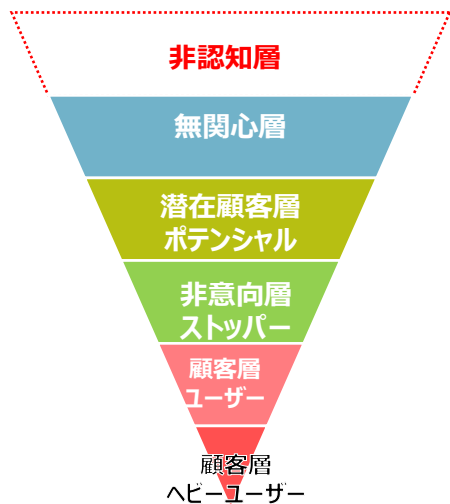
ちくわでは「簡単に見つけられなさそう」「おいしくなさそう/おいしくない」、かまぼこは「簡単に見つけられなさそう」、魚肉ソーセージは「おいしくなさそう/おいしくない」、かにかまぼこは「原材料に不安がある」がそれぞれ上位に挙がり、アベイラビリティの低さ、味覚、原材料の不安が主な受容阻害要因となっている。

Base:各水産練り製品
非喫食意向者

	ちくわ n=154	かまぼこ n=140	魚肉ソーセージ n=94	かにかまぼこ n=56	つみれ n=54
簡単に見つけられなさそう	21	29	11	2	11
おいしくなさそう/ おいしくない	20	18	25	14	13
バリエーションが少なそう/ 少ない	18	12	11	13	17
見た目が悪そう	17	7	6	11	11
栄養価が低そう	16	4	12	16	9
手軽に調理しにくそう	16	9	3	7	17
料理が限定されそう/ どのような料理に合うかわからない	13	11	13	13	7
食感が良くなそう	12	13	15	7	13
コストが悪そう	11	14	14	9	6
原材料に不安がある	9	11	9	20	13
食べるのに手間がかかりそう	9	12	9	11	7
健康・美容によくなさそう	7	8	4	9	9
安全性が低そう	7	7	11	16	6
ブランドイメージがよくない・知名度がない	7	6	6	9	11
品質が悪そう	6	5	10	11	9
加工技術がよくなさそう	5	4	4	11	4
口コミや評判が良くない	5	5	9	2	2
産地（輸入国）が信頼できない、安心感がない	4	11	4	11	11
臭いがありそう	3	6	7	11	11
衛生管理がよくなさそう	3	4	5	4	7
その他	1	1	2	4	4

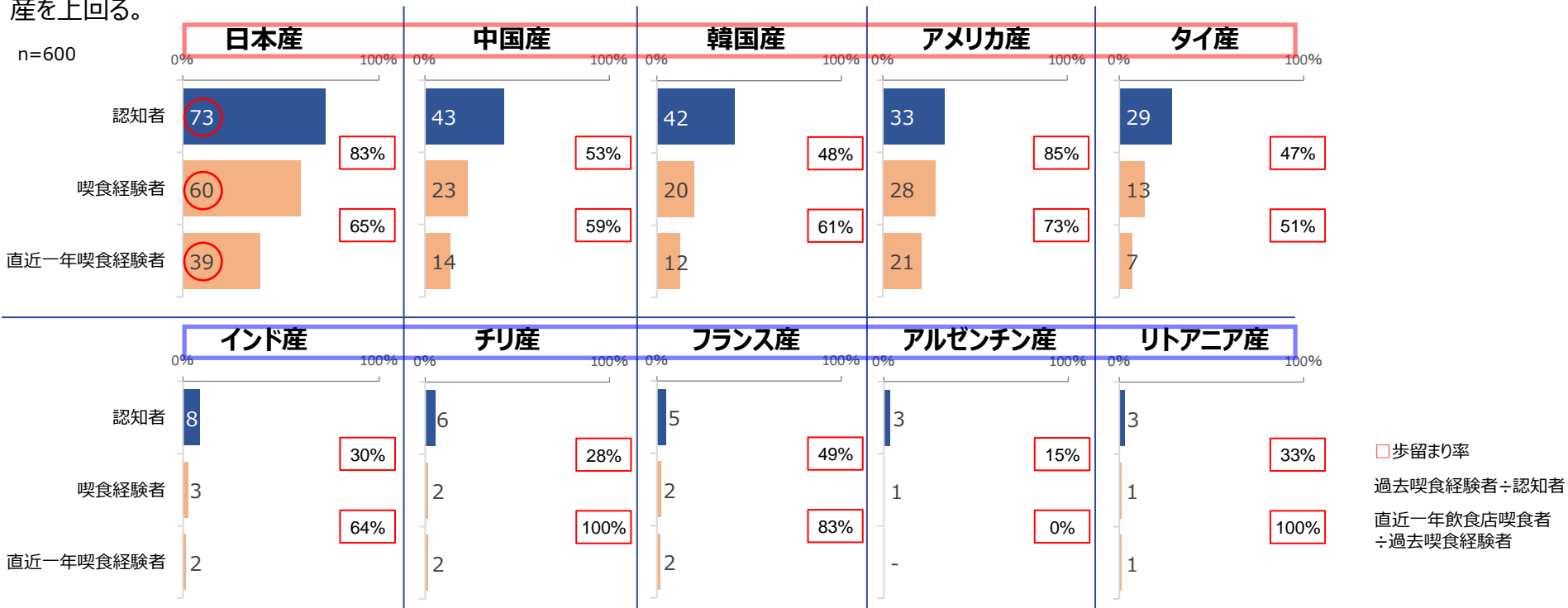
Q8b. 先ほど、「どちらともいえない」「あまり食べたくない」「全く食べたくない」と回答いただきましたが、その理由としてあてはまるものを全てお答えください。

US市場における日本産水産加工品の浸透状況と受容性



各国水産練り製品（かにかまぼ除く）の市場浸透状況

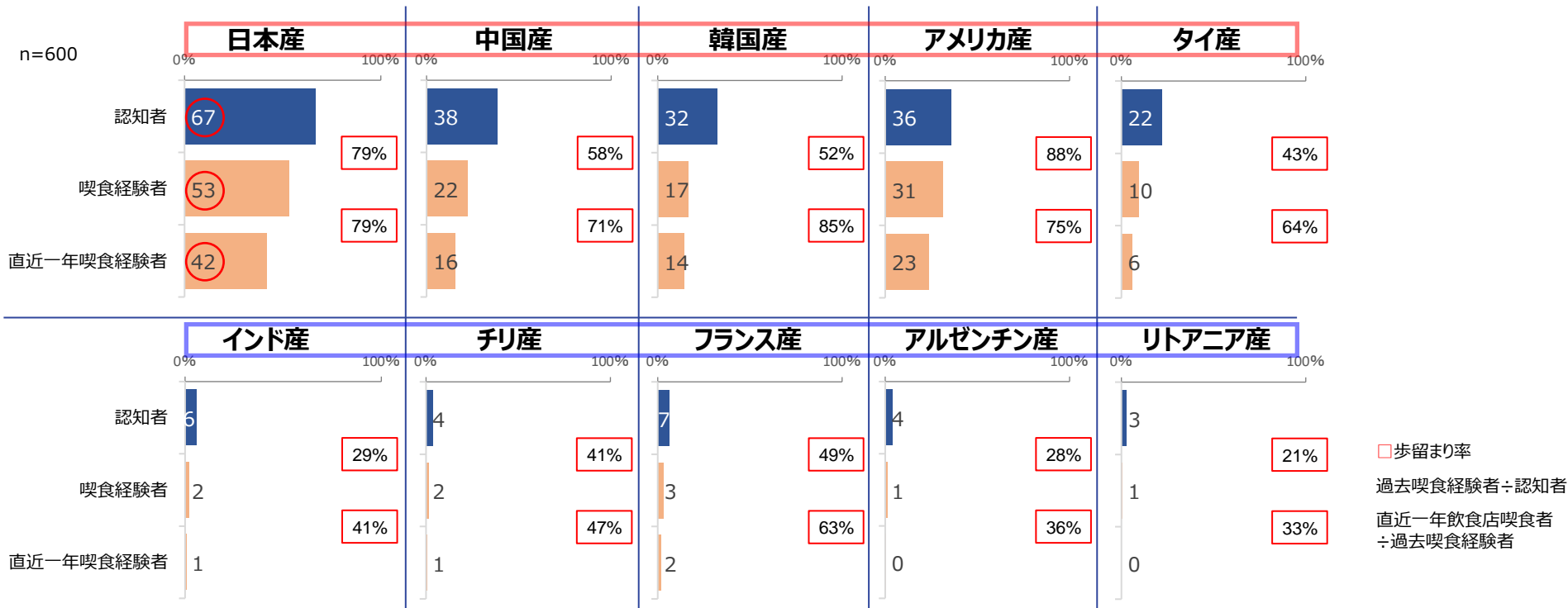
US市場における各産地の市場浸透をみると、認知、喫食経験が高い「日本産」「中国産」「韓国産」「アメリカ産」「タイ産」と、スコアが低い「インド産」「チリ産」「フランス産」「アルゼンチン産」「リトアニア産」に二分される。日本産は、認知が7割、喫食経験6割、直近一年喫食経験4割といずれも他国産を上回る。



Q1a. 「水産練り製品（かにかまぼ除く）」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。
 Q2a. 以下の中で、あなたが知っている「水産練り製品（かにかまぼ除く）」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）
 Q3a. では、その中であなたが今まで食べたことのある「水産練り製品（かにかまぼ除く）」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。
 Q4a. では、その中で過去12ヶ月間にあなたが食べたことのある「水産練り製品（かにかまぼ除く）」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。

各国カニカマの市場浸透状況

カニカマも水産練り製品同様、各産地の市場浸透状況は二分されている。日本産は、認知が7割、喫食経験者5割、直近一年喫食経験者4割といずれも他国産を上回り、市場浸透度が高い。歩留まり率も高くボトルネックは見受けられない。



Q1b. 「かにかまぼこ」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。

Q2b. 以下の中で、あなたが知っている「かにかまぼこ」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)

Q3b. では、その中であなたが今まで食べたことのある「かにかまぼこ」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。

Q4b. では、その中で過去12ヶ月間にあなたが食べたことのある「かにかまぼこ」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。



各国水産練り製品/カニカマのイメージ

定性

日本産は、水産練り製剤の本場で、品質・味の質が高い製剤を生み出していると押しなべて印象は良い。

日本産

- ✓ 高い品質基準/味
 - ✓ 中国よりも輸出規制基準が高い=安全
 - ✓ 調味料の使用が少なく、魚の風味がある
 - ✓ US産/中国産より添加物が少なくヘルシー
 - ✓ 環境的に持続可能な手段で調達され、労働者に質の高い待遇を提供
- ✓ 水産練り製剤の本場
 - ✓ 最大の輸出国
 - ✓ 水文化や魚料理をイメージ(California Rollなど)

US (アラスカ)、 カナダ産

- ✓ 馴染みがある
- ✓ 中国よりも輸出規制が高い=安全
- ✓ 自国産は安心、自国産購入で貢献したい (特に母親グループ)
- ✓ 冷たい水や釣りのイメージ

中国産

- 食品の主要な輸出国として認識されているが印象は様々
- ✗ USや日本より輸出規制基準が低い

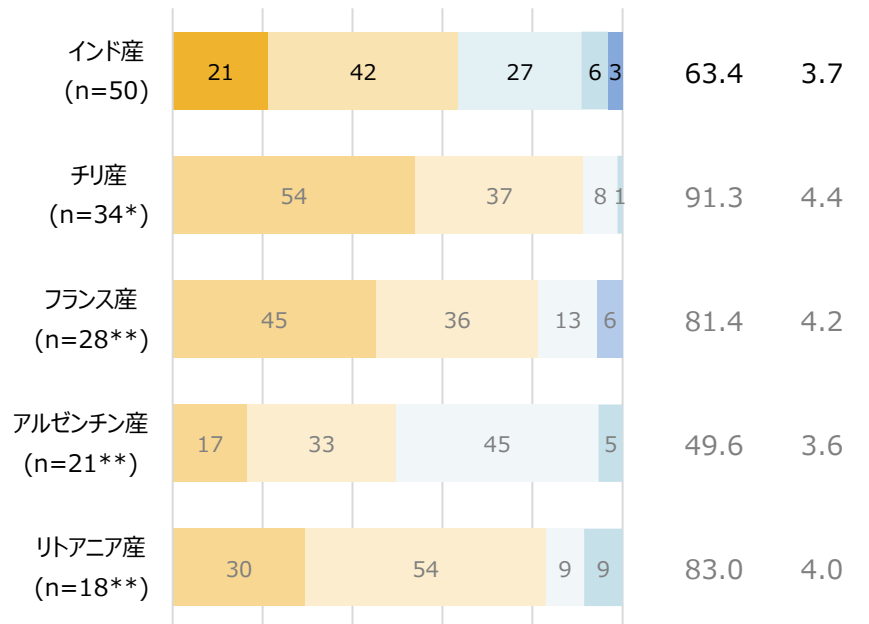
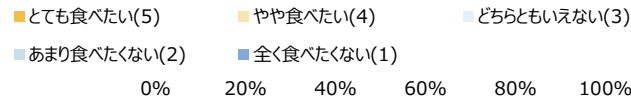
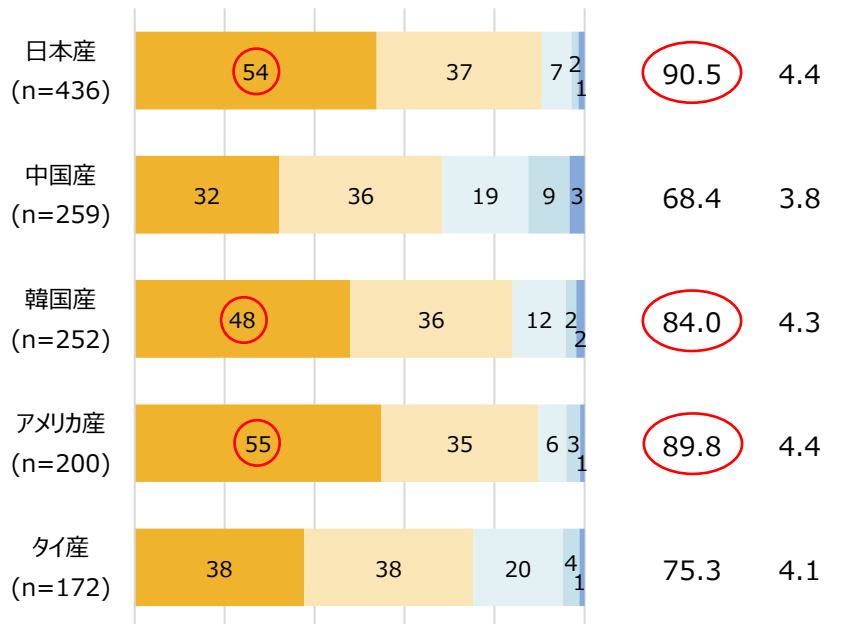
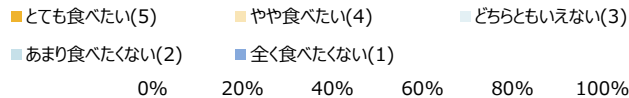
アメリカは加工食品が多く、良くないものがたくさんあります日本はUSよりも健康的な選択肢があると思います。ニューヨーク、B

「魚貝類を手に入れるなら、日本は安心して食べられる国の上位に入ります。寿司は日本出身です。- LA, A

日本産水産練り製品（カニカマ除く）の喫食意向

日本産水産練り製品(カニカマ除く)は、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)が9割、トップボックス「とても食べたい」が半数と受容性は高いが、アメリカ産、韓国産も日本産と同等レベルの喫食意向を示している。

水産練り製品（かにかまぼこ除く）各原産国認知者



Q5a.あなたは、今後、以下の原産国の水産練り製品（かにかまぼこ除く）をどの程度食べたいと思いますか。それぞれ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。

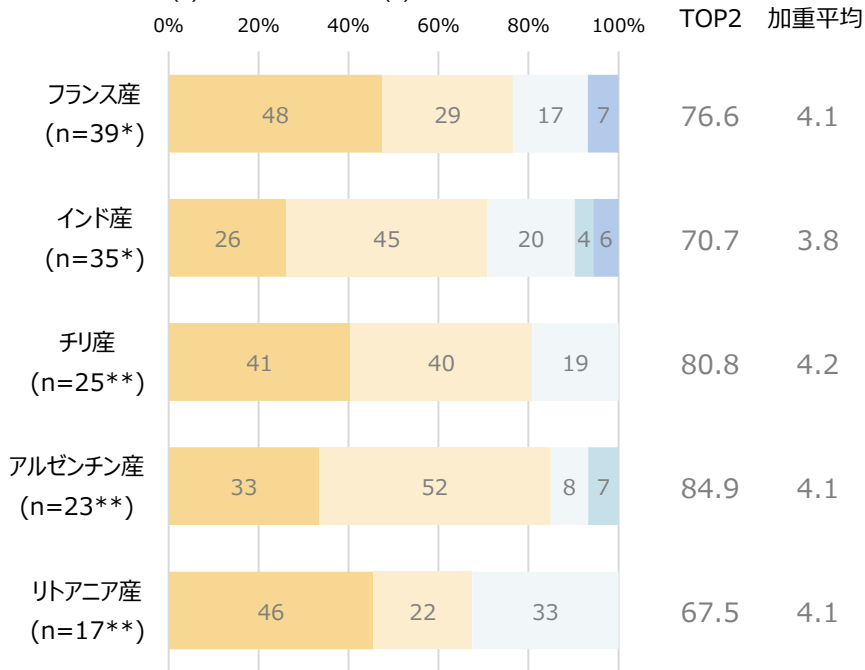
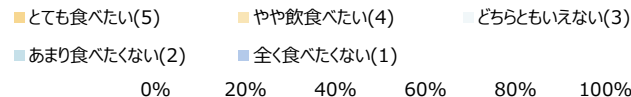
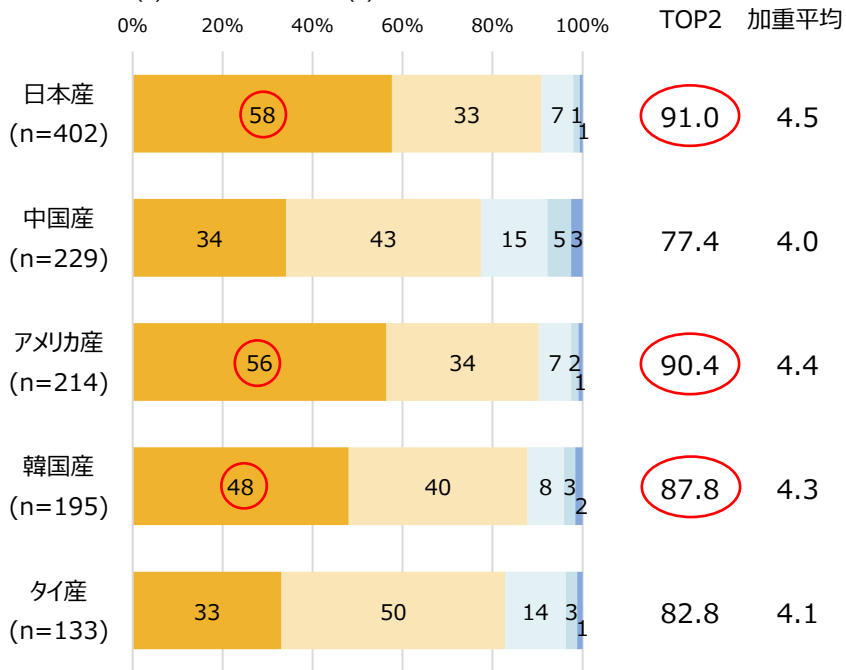
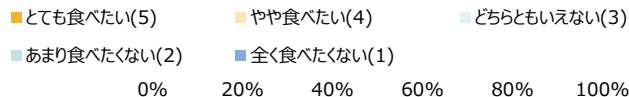
*Small base ref. only**Very small base ref. only

Copyright©2022 JFOODO. All rights reserved.

日本産カニカマの喫食意向

日本産カニカマは、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)が9割、トップボックス「とても食べたい」が6割と受容性は高いが、日本産水産練り製品(カニカマ除く)同様、アメリカ産、韓国産が日本産と同等レベル。

かにかまぼこ各原産国認知者

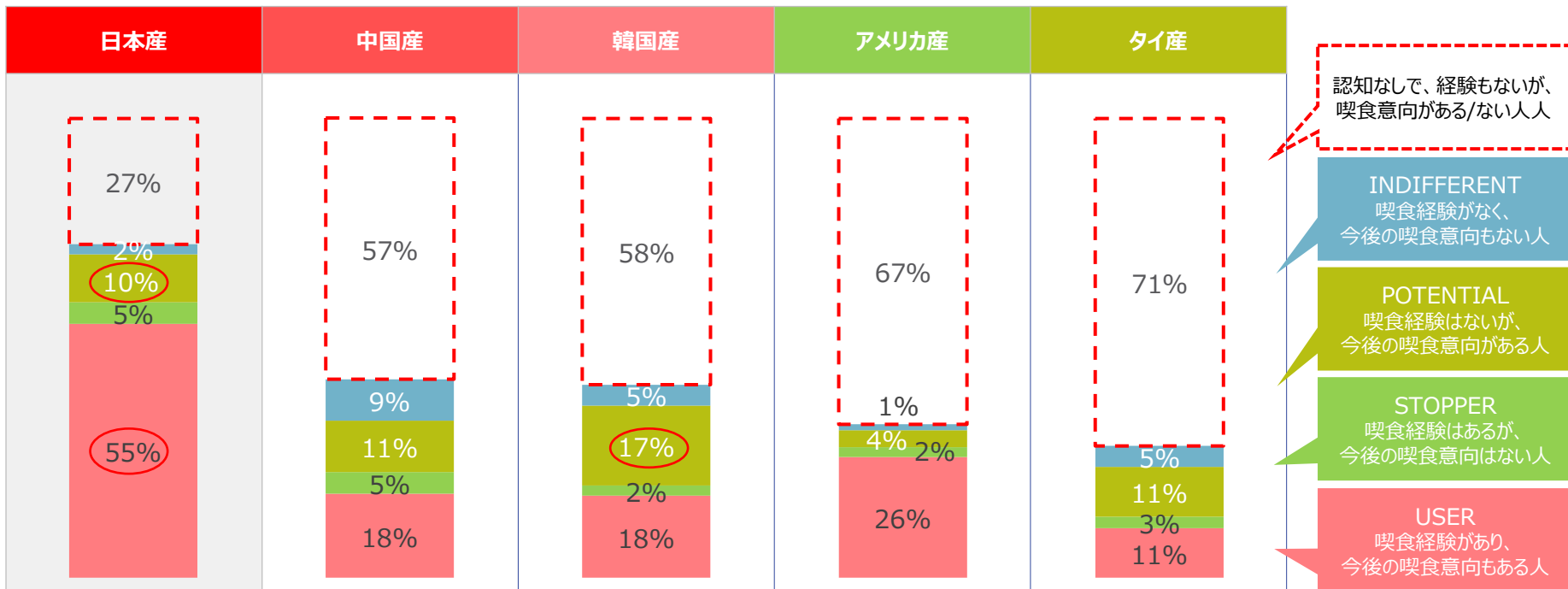


*Small base ref. only**Very small base ref. only

日本産水産練り製品（カニカマ除く）のファネル構成比

水産練り製品(カニカマ除く)のファネル構成比をみると、日本産は「USER」が他国産に比べて高く、「POTENTIAL」も一定数確保できており、競争優位な状況ではあるが、韓国産の「POTENTIAL」が17%と顧客拡大の可能性が窺える。

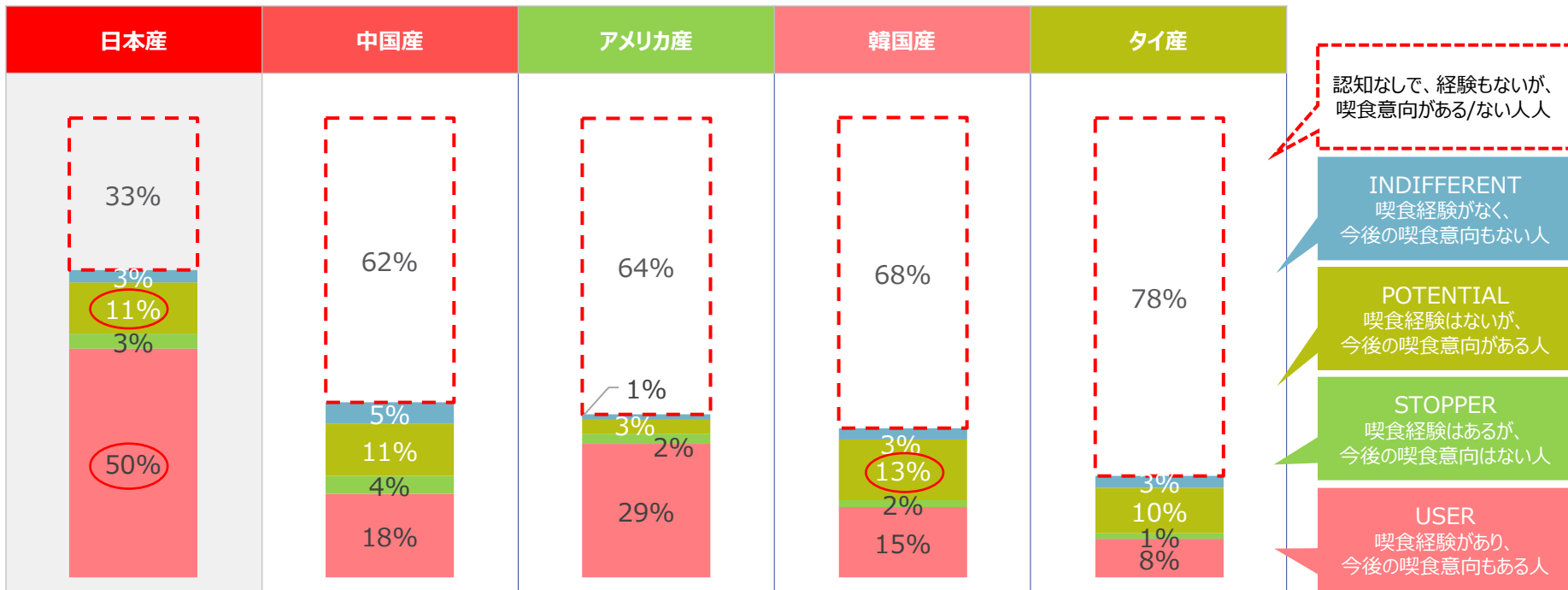
n=600



日本産カニカマのファネル構成比

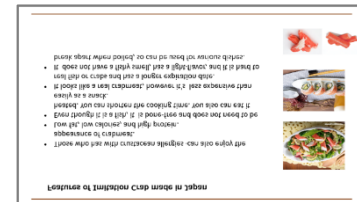
カニカマのファネル構成比をみると、日本産は「USER」が他国産に比べて高く、「POTENTIAL」も一定数確保できており、競争優位な状況ではあるが、韓国産の「POTENTIAL」が13%と日本産を上回る。

n=600



日本産カニカマのUSP: 刺激物への反応

製品説明文を呈示したところ、品質の良さが感じられトライアル意向は高い。一方、栄養、味、食感などの表現は既存製品との差別化まで至っていない。



- **高品質な日本産**はUS消費者にとっても魅力的。**カニカマの生産国**としても、日本が真っ先に連想される。

Appealing
High

Incorporate
into daily
usage
Neutral

味や食感、見た目が満たしていれば、毎日の食生活に取り入れられる

- **日本産ならではの高品質**が感じられたことから、より高い値段を払う意向も確認された

Trial interest
High-Neutral

Worth being
made in Japan
High to
Neutral

- **日本といえば、健康的/高品質で倫理的に配慮された製品**と連想。しかしながら、**原産地の情報のみでは満足できず、製品特徴などで製品を差別化する必要性**も感じられた

- 栄養価、味、食感、外観は既に認知しているからこそ**他の製品よりも優れているevidence**が期待された

Distinctiveness
Neutral

What kind of
food can it be
used for?

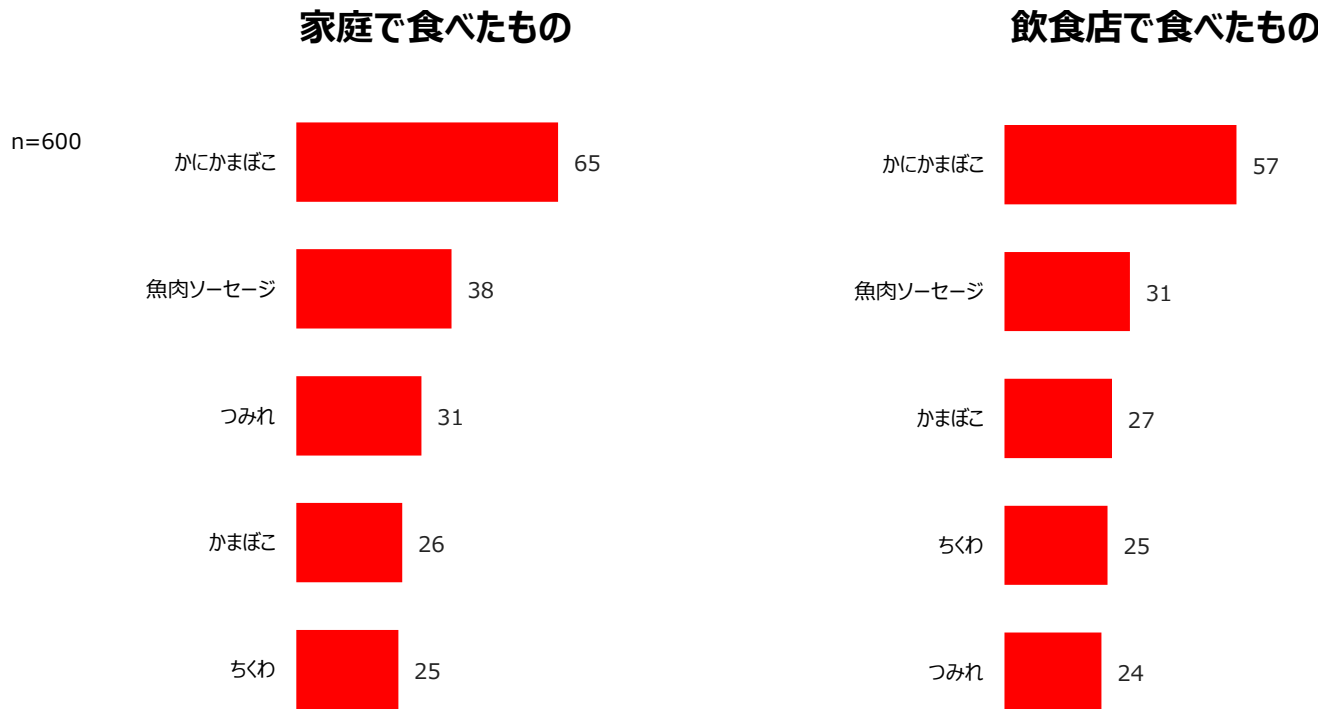
- カニカマを楽しむためのレシピや、個別の「スナックパック」や「調理済み食品」といった消費方法など、新しく革新的なアイデアが求められている

US市場における水産加工品の 喫食実態と喫食意向



水産練り製品P12M喫食経験

家庭で食べたもの/飲食店で食べたものも、いずれも「かにかまぼこ」が最も多く、次いで「魚肉ソーセージ」が続く。



SC6.こちらの画像をご覧ください。あなたは、過去12か月以内にこちらの水産練り製品を食べたことはありますか。お魚を購入して家で作ったものは省いてお答えください。
スーパーなどで購入して食べたもの、飲食店で注文して食べたもの、それぞれあてはまるのをいくつでもお答えください。



USにおける水産練り製品の位置づけ

主にカニカマが喫食されている。汎用性が高く、手軽に使えるタンパク源として、一部のフレキシタリアンから、“animal meat”に代替する“less guilty（罪悪感の軽減）”としての意見も挙がった。

- 提示した殆どの水産練り製品は認知されている。その中でカニカマが最も頻繁に消費されている。
- 米国人にとっての水産練り製品の利点は、「利便性が高い」「栄養価が高い」「風味が良い」「本物のカニよりも安価で使いやすい」
- 健康面においては、良質なタンパク源でヘルシーな食材とみなされている。また、一部のフレキシタリアン（柔軟な菜食主義者）たちは、他の肉の代替品に代わる食材とみなしている。特に、動物愛好家は、動物（牛や豚）の肉を食べるほどの罪悪感を感じないという情緒的要素も確認された。

“カニカマは、便利で美味しくお得です。”- SF、B

冷蔵庫にはいつも、スープに使う麺類が入っています。練り物は、料理をする時間がないときに、魚貝類を入れて、満腹感を得るため便利- SF、B

健康のためです。なぜなら、私は肉が大好きだから。毎日、肉を食べられるとしたら、そうしたい。だからこそ、練り製品を食べていると自分にとって良いことをしているような気がします- NY、A

各水産練り製品の喫食重視点

いずれの水産練り製品も「おいしさ」「品質の良さ」といった点が重視されている他、かにかまぼこは「手軽に食べられる」「食感の良さ」、ちくわも「手軽に食べられる」が上位に挙がる。

Base: 各水産練り製品
直近一年喫食経験者

	かにかまぼこ n=499	魚肉ソーセージ n=293	つみれ n=239	かまぼこ n=232	ちくわ n=221
おいしさ	44	27	39	33	24
品質の良さ	34	32	30	27	32
手軽に食べられる	31	25	28	26	31
食感の良さ	30	23	24	26	24
見た目の良さ	27	20	20	27	23
香りの良さ	27	22	20	20	18
手軽に調理できる	24	18	22	21	20
栄養価の高さ	23	24	20	23	26
コスパの良さ	23	17	20	21	16
簡単に見つけられる	20	18	19	20	15
衛生管理のよさ	17	17	13	16	16
産地（輸入国）	17	15	19	22	18
色々な料理に合う	17	12	10	17	15
安全性の高さ	17	14	17	18	19
ブランドや銘柄	14	12	15	18	16
健康・美容によい	14	19	19	17	17
加工技術が優れている	14	15	12	17	13
よい原材料が使われている	13	18	17	23	16
口コミや評判の良さ	11	10	13	10	8
バリエーションが豊富	10	15	15	13	10
その他	0	-	-	-	-
特に重視していることはない	3	1	1	1	2

Q7.あなたは、普段水産練り製品を食べる際に重視している点は何ですか。それぞれ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。

水産練り製品の購入場所

「アジア系スーパーマーケット」と「食品スーパーマーケット」が共に約半数と上位に挙がり、次いで「総合スーパー」、「ネット通販」、「会員制のスーパー」、「ネットスーパー」が2-3割で続く。

Base:水産練り製品 直近一年家庭喫食経験者
n=554

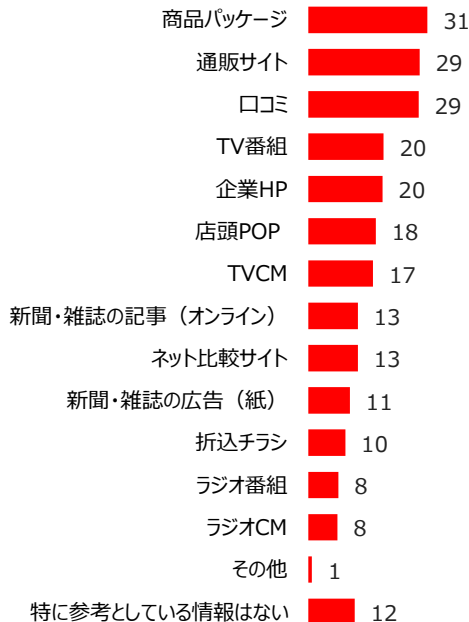


Q10.あなたは普段どちらで水産練り製品を購入していますか。あてはまるものを全てお選びください。

水産練り製品の参考情報源

「商品パッケージ」が最も高く、次いで「通販サイト」「口コミ」がそれぞれ3割で続く。

Base:水産練り製品 直近一年家庭喫食経験者
n=554



Q11.あなたが普段、水産練り製品を購入する際に参考にしている情報は何ですか。あてはまるものをいくつでもお選びください。

各水産練り製品の喫食シーン・オケージョン

いずれの水産練り製品も「夕食時」「昼食時」での喫食が多い。特に、かにかまぼこは「夕食時」が6割と5品目の中で最も高い。

Base:各水産練り製品
直近一年家庭喫食経験者

	かにかまぼこ n=387	魚肉ソーセージ n=229	つみれ n=185	かまぼこ n=157	ちくわ n=150
夕食時	60	47	49	47	51
昼食時	41	39	44	41	34
おやつ/小腹がすいた時	19	15	17	16	16
日本料理を作る時	18	10	13	18	18
飲酒時・飲酒後	13	19	15	17	15
お弁当のおかず	12	10	10	20	12
時短料理を作る時	10	15	17	16	13
仕事・家事・勉強の合間	10	14	12	14	11
人が集まる時	7	6	8	7	6
朝食時	7	19	11	19	16
その他	1	1	1	1	2

Q13.あなたのご家庭では、普段どのようなシーンやオケージョンで以下の水産練り製品を食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつでもお答えください。

各水産練り製品の家庭での食べ方・調理方法

かにかまぼこは「サラダと合わせて食べる」「そのまま食べる」、魚肉ソーセージも「サラダと合わせて食べる」が上位に挙がる。つみれ、かまぼこ、ちくわは「スープに入れて食べる」が上位に挙がる他、つみれは「おでんや鍋に入れて食べる」も多い。

Base:各水産練り製品
直近一年家庭喫食経験者

	かにかまぼこ n=387	魚肉ソーセージ n=229	つみれ n=185	かまぼこ n=157	ちくわ n=150
サラダと合わせて食べる	36	34	17	26	20
そのまま食べる	35	27	25	26	29
お寿司のネタとして食べる	29	19	13	23	22
炒め物にして食べる	20	19	20	21	17
スープに入れて食べる	19	17	38	36	31
焼き物にして食べる	18	20	19	18	18
揚げ物にして食べる	17	19	25	12	13
おでんや鍋に入れて食べる	17	20	30	26	23
お弁当に入れて食べる	16	26	16	24	25
その他	2	-	0	-	1

Q14.あなたのご家庭では、普段どのようにして以下の水産練り製品を食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつかでもお答えください。



カニカマ：家庭での食べ方

定性

主にランチまたはディナーのメニューの食材として使われており、調理されるメニューは多岐に渡る。

			
対象者	女性, 31歳, 白人, ニューヨーク Single DINKS	女性, 34歳, ヒスパニック, ニューヨーク 既婚子供あり	女性, 21歳, その他, ロサンゼルス Single Dinks
原産国	NA	NA	NA
シーン・オケーション	ランチまたはディナー	平日または週末のディナー	父の誕生日ディナー
一緒に食事をする人	ひとりで	夫と子供たち	家族全員
メニュー名 (メインorサイド)	メインディッシュオリビエ・ロシアンサラダ	カニカマ入りのトマトソースご飯 メインディッシュとして	シュリンプボイル、メインディッシュとして
調理方法（茹でる、蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など）	他の材料（ジャガイモ、ゆで卵、トウモロコシ、エンドウ豆、セロリ、キュウリ、塩、コショウ）と一緒に調理して、冷やす	野菜、トマトソースと一緒に炒めてご飯にトッピング	魚貝類と一緒に蒸す



水産練り製品（カニカマ除く）：家庭での食べ方

主に、スープや鍋の具材として使われている。

定性



対象者	女性, 33歳, アジア系, ロサンゼルス, Single DINKS	女性, 33歳, フィリピン系, サンフランシスコ, 既婚子供あり	女性, 35歳, ヒスパニック系, ロサンゼルス,
水産練り製品の種類	かまぼこ	フィッシュボール / すり身	フィッシュボール / すり身
原産国	日本	US	NA
タイミング	平日の夜	平日または週末の夜	平日または週末の夜
一緒に食事をする人	一人で、またはルームメイトと	夫と子供と	ひとりで
メニュー名 (メインorサイド)	鍋、メインディッシュとして	鍋/スープ、メインディッシュとして	ラーメン、メインディッシュとして
調理方法（茹でる、蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など）	鍋で野菜、スパイスと煮る	スープが出来る直前に野菜と茹でる	麺、野菜と一緒に茹でる

各水産練り製品の飲食店での食べ方・料理方法

いずれの水産練り製品も「そのまま食べる」が多いが、かにかまぼこは「お寿司のネタとして食べる」「サラダと合わせて食べる」が、つみれ、かまぼこは「スープに入れて食べる」も上位に挙がる。

Base:各水産練り製品
直近一年外食喫食経験者

	かにかまぼこ n=343	魚肉ソーセージ n=186	つみれ n=143	かまぼこ n=159	ちくわ n=152
そのまま食べる	39	35	30	34	32
お寿司のネタとして食べる	38	22	23	22	17
サラダと合わせて食べる	34	27	28	28	20
おでんや鍋に入れて食べる	25	17	23	25	23
揚げ物にして食べる	23	24	27	22	29
スープに入れて食べる	21	22	37	38	23
炒め物にして食べる	20	22	23	17	24
焼き物にして食べる	20	25	20	23	27
その他	1	-	1	-	1

Q16.外食する際、水産練り製品はどのようにして食べていますか。それぞれあてはまるものをいくつかでもお答えください。



カニカマ：飲食店での食べ方

定性

外食でカニカマを食べる機会は日本食レストランの利用時に限られる。

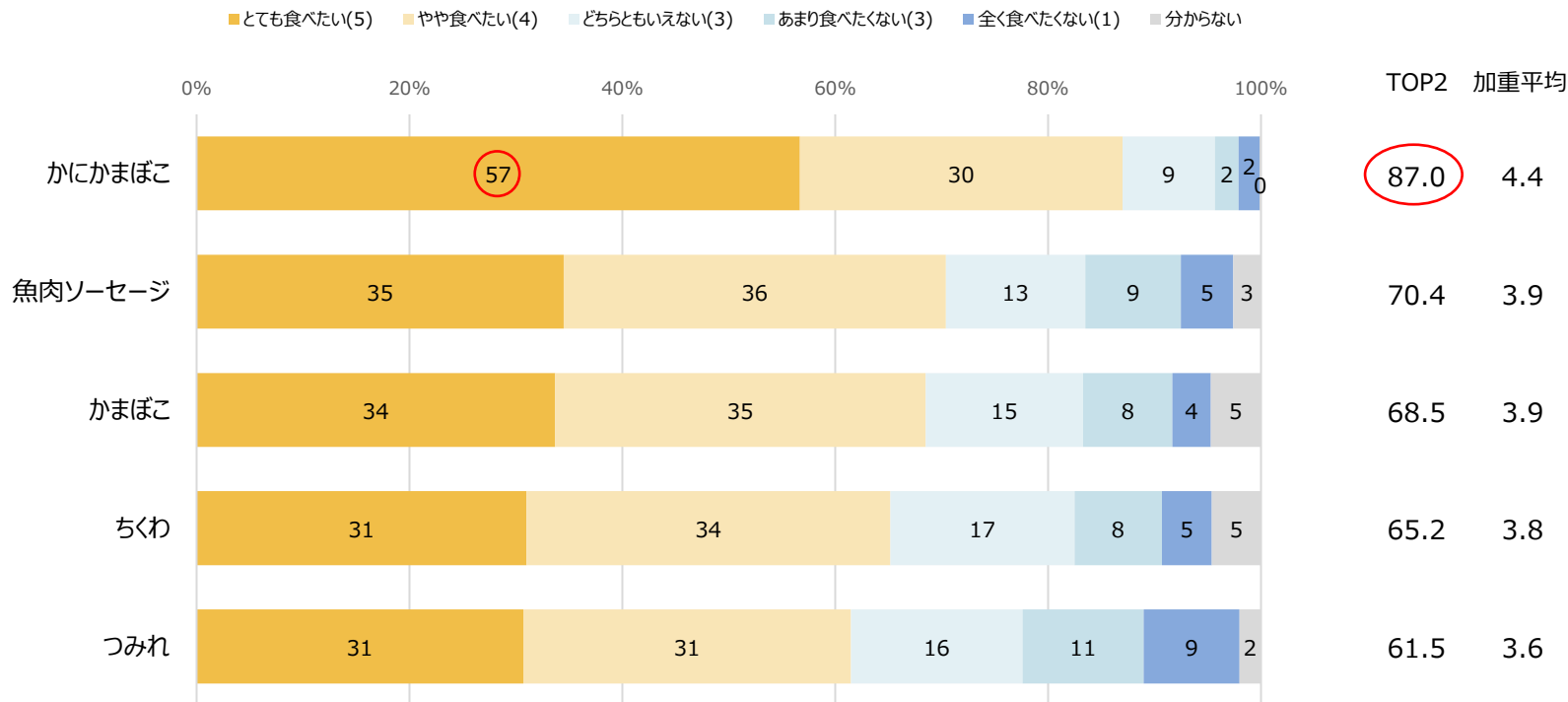


対象者	女性, 25歳, アフリカ系, ロサンゼルス Single DINKS	女性, 44歳, その他, ニューヨーク	男性, 58歳, 白人, ニューヨーク
タイミング	平日夜/ハッピーアワー	平日または週末夜	平日ランチ
お店の種類と名前	日本食レストラン	日本食レストラン	日本食レストラン
一緒に食事をする人	友達	娘	妻
メニュー名 (メインorサイド)	カリフォルニアロール、メインディッシュとして	カニサラダ、メインディッシュとして	ラーメン
調理方法 (茹でる、蒸す、焼くなど、一緒に調理する食材など)	マヨネーズ、ご飯、きゅうりなどの具材と混ぜて海苔で巻いてある	キュウリ、マンゴー、などの具材と混ぜてある	麺や肉などの具材と共にラーメンのトッピングしてある

水産練り製品の喫食意向

かにかまぼこは、TOP2(とても食べたい+やや食べたい)が9割、トップボックス「とても食べたい」が6割と他品目に比べて受容性が高い。

n=600



Q6.あなたは、今後、以下の水産練り製品をどの程度食べたいと思いますか。それぞれ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合わせてお答えください。

水産練り製品の喫食意向理由

いずれの水産練り製品も、「おいしそう」「品質が良さそう」が上位に挙がり、味覚と品質が受容背景要因となっている他、かにかまぼこは「食感が良さそう」「手軽に食べられそう」も上位に挙がり、食感や手軽さも受容ポイントとなっている。

Base:各水産練り製品
喫食意向者

	かにかまぼこ n=522	魚肉ソーセージ n=422	かまぼこ n=411	ちくわ n=391	つみれ n=369
おいしそう	36	32	28	30	35
品質が良さそう	34	31	27	29	33
食感が良さそう	34	23	25	25	27
手軽に食べられそう	32	25	29	22	23
手軽に調理できそう	26	23	20	20	23
見た目が良さそう	25	20	22	22	21
栄養価が高そう	24	23	22	24	21
コスパが良さそう	24	17	18	17	19
香りが良さそう	22	20	19	19	20
簡単に見つけられそう	21	16	13	19	14
健康・美容によさそう	16	16	15	17	16
安全性が高そう	15	15	16	17	14
よい原材料が使われている	14	18	16	13	18
衛生管理がよさそう	14	14	14	14	15
口コミや評判が良い	14	13	15	14	14
産地（輸入国）が信頼できる、安心感がある	13	14	15	13	15
色々な料理に合いそう	13	15	14	11	15
ブランドイメージがよい・知名度がある	12	11	11	11	14
加工技術が優れている	12	11	11	13	13
バリエーションが豊富そう	12	12	11	11	13
その他	-	-	0	0	1

Q8a.先ほど、「とても食べたい」「やや食べたい」と回答いただきましたが、その理由としてあてはまるものを全てお答えください。

水産練り製品の非喫食意向理由

いずれの水産練り製品も「おいくなさそう/おいしくない」が上位に挙がり、味覚が主な受容阻害要因となっている他、つみれ、ちくわ、魚肉ソーセージは「見た目が悪そう」が、かまぼこは「簡単に見つけられなそう」も非受容のポイントとなっている。

Base:各水産練り製品
非喫食意向者

	つみれ n=219	ちくわ n=181	魚肉ソーセージ n=162	かまぼこ n=161	かにかまぼこ n=78
おいくなさそう/ おいしくない	33	29	30	28	24
見た目が悪そう	27	27	24	14	7
簡単に見つけられなそう	18	19	16	22	13
臭いがありそう	16	7	10	3	12
食感が良くなそう	16	18	10	13	6
料理が限定されそう/ どのような料理に合うかわからない	9	13	15	19	13
手軽に調理しにくそう	9	6	5	4	5
原材料に不安がある	8	5	8	9	6
パリエーションが少なそう/ 少ない	8	6	9	5	11
安全性が低そう	6	3	2	4	14
食べるのに手間がかかりそう	6	8	2	6	11
口コミや評判が良くない	6	3	4	4	7
ブランドイメージが良くない・知名度がない	6	4	5	6	16
産地（輸入国）が信頼できない、安心感がない	5	6	7	5	3
健康・美容によくなさそう	4	2	2	4	7
品質が悪そう	3	4	7	8	18
加工技術がよくなさそう	3	4	5	6	5
衛生管理がよくなさそう	3	3	6	3	11
栄養価が低そう	3	6	6	5	10
コスパが悪そう	3	5	5	7	11
その他	3	7	6	5	11

Q8b.先ほど、「どちらともいえない」「あまり食べたくない」「全く食べたくない」と回答いただきましたが、その理由としてあてはまるものを全てお答えください。

THANK

YOU

