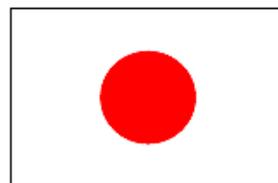
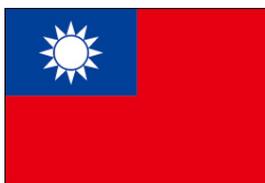


「日本産水産物の美味しさと安心安全を伝える」 試食アンケート調査



2018年6月27日(水)～30日(土)

FOOD TAIPEI 2018

エグジビション テクノロジーズ 株式会社

2018年8月3日(金)、現在

FOOD TAIPEI 2018におけるアンケート概要

- 2018年7月に開催された、FOOD TAIPEI 2018において、水産物・水産加工品輸出拡大協議会ブース来訪者へ試食メニューを提供し、アンケートを、6月27日(水)、28日(木)、29日(金)の3日間のバイヤー451名、6月30日(土)の一般来場者中心とした65名より集計

- ① マ グ ロ：刺身(ワサビと醤油)
- ② ブ リ：刺身(ワサビと醤油)、創作刺身(練りごま、砂糖、酢、ごま油、醤油、塩で作ったごまソースに、細く切った万能ねぎ添え)
- ③ ホ タ テ：ほたて貝柱ステーキ(フライパンで、きつね色になるまで焼く)

- 台北における水産物消費・日本食文化に関する動向

- ・バイヤー、一般消費者ともに、よく食べる魚種として、マグロ、ブリ、ホタテの名前も挙げられている。
 - マグロ、ブリ、ホタテともに名前は挙がっているが、輸出拡大へ向け、全年代へより一層のピーアールが必要と推察される結果となった。
- ・水産物の調理方法では、バイヤー、一般消費者ともに、“生食”が3番目に多い。生食に抵抗がない人も、60~70%以上も存在している。また、来日経験も約60%~70%と多い。
 - 親日家も多く日本文化に一定数理解があることから、日本の生食文化を浸透させやすいと推測される。また、バイヤーへは、国内外で日本の水産物をピーアールすることも重要と考える。一般消費者へは、インバウンド需要との連動性を図ることで、水産物輸出拡大の可能性も考えられる。
- ・日本の水産物に対して高評価なイメージを持つ要素として、バイヤー、一般消費者ともに、“味”、“鮮度”で約100%となった。“サステナビリティ”では、約70%となった。価格については、“高い”との意見が約60%、“適正”が約35%となった。
 - 今後は、サステナビリティの観点からもピーアールすることが輸出拡大へ重要と考えられる。
- ・サステナビリティに関する認証の有無を確認する回答者は、バイヤー約60%に対し、一般消費者は約50%となった。考慮した製品を選ぶとしたバイヤーは約70%に対し、一般消費者は約55%となった。
 - バイヤー、消費者ともに、持続的漁業への関心が高まっていることが伺える結果となった。日本の水産物は持続的漁業に配慮していることを、国内外で啓蒙活動することが、バイヤー、そして一般消費者へも認知されるきっかけ作りへ繋がる可能性も考えられる。また、資源の持続的利用や環境配慮への取組を証明する水産エコラベルをつけた水産物をピーアールすることも重要と考えられる。

- 試食メニューへの反応

- ・マグロ、ブリ、ホタテともに、バイヤー、一般消費者で約70~80%が“美味しかった”との回答を得た。評価に影響を与えた要素として“食感”が、バイヤー・一般来場者ともに1番となった。
 - 台湾には、日本料理店、寿司チェーン店も多いが、鮮度管理が行き届いた水産物が提供されていないことも、“食感”が1番となった要因の一つと推察される。今後、評価を高めた“食感”とそれを生み出す理由である“鮮度”管理技術を中心にしたプロモーションが有効であることが推察される。

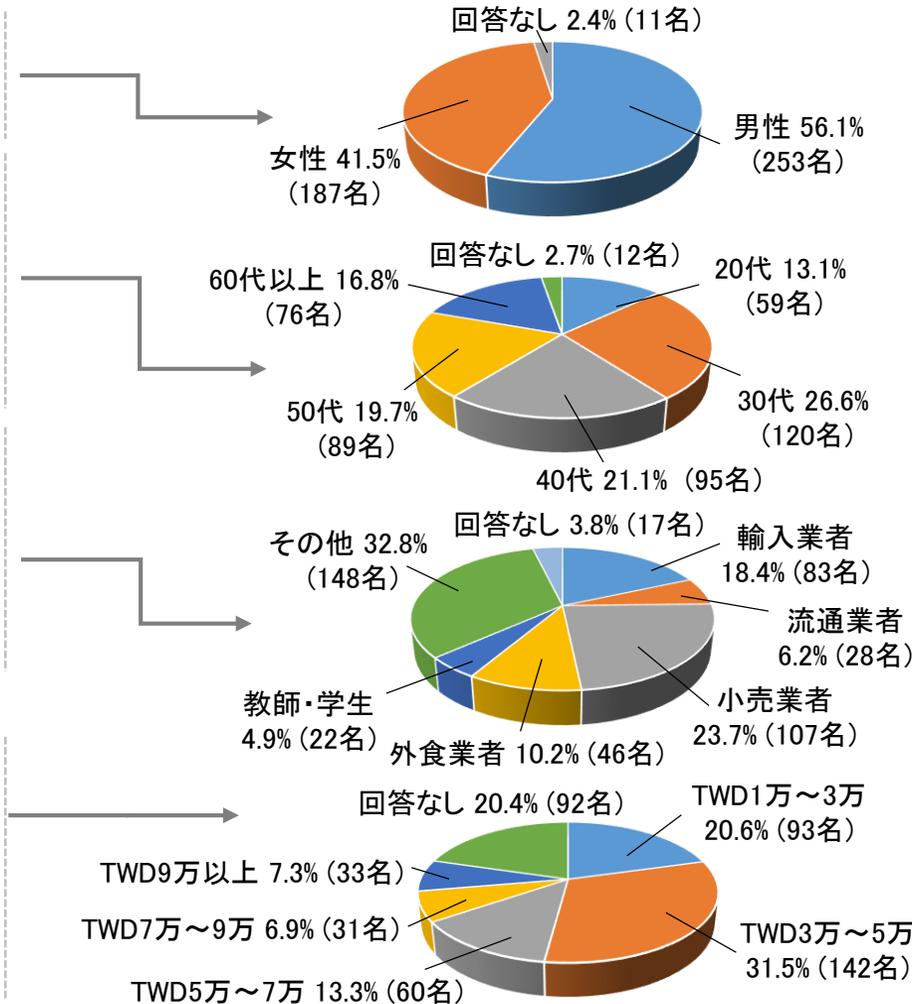
● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

バイヤー451名が、アンケートに回答。男女の概ね半数ずつ、20代～60代までバランスの取れた回答を収集。職業は、輸入業者、流通業者、小売業者、外食業者で約60%を占めた。

アンケート回答者内訳(計451名)

| | | |
|-----|---------------|--------------|
| 性別 | 男性 | 253名 (56.1%) |
| | 女性 | 187名 (41.5%) |
| | 回答なし | 11名 (2.4%) |
| 年齢別 | 20代 | 59名 (13.1%) |
| | 30代 | 120名 (26.6%) |
| | 40代 | 95名 (21.1%) |
| | 50代 | 89名 (19.7%) |
| | 60代以上 | 76名 (16.8%) |
| | 回答なし | 12名 (2.7%) |
| 職業別 | 輸入業者 | 83名 (18.4%) |
| | 流通業者 | 28名 (6.2%) |
| | 小売業者 | 107名 (23.7%) |
| | 外食業者 | 46名 (10.2%) |
| | 教師・学生 | 22名 (4.9%) |
| | その他 | 148名 (32.8%) |
| | 回答なし | 17名 (3.8%) |
| 収入別 | 1万TWD～3万TWD未満 | 93名 (20.6%) |
| | 3万TWD～5万TWD未満 | 142名 (31.5%) |
| | 5万TWD～7万TWD未満 | 60名 (13.3%) |
| | 7万TWD～9万TWD未満 | 31名 (6.9%) |
| | 9万TWD以上 | 33名 (7.3%) |
| | 回答なし | 92名 (20.4%) |

特筆事項



約半数ずつと男女でバランスの良いアンケートをとることが出来た。

30代～50代を中心に、比較的バランスの良いアンケートを取ることが出来た。

小売業が約25%、輸入業者で約20%、外食業者でも10%の回答を得た。

TWD1万～3万が20%、TWD3万～5万が31%と、TWD5万未満にて半数を超える回答を得た。

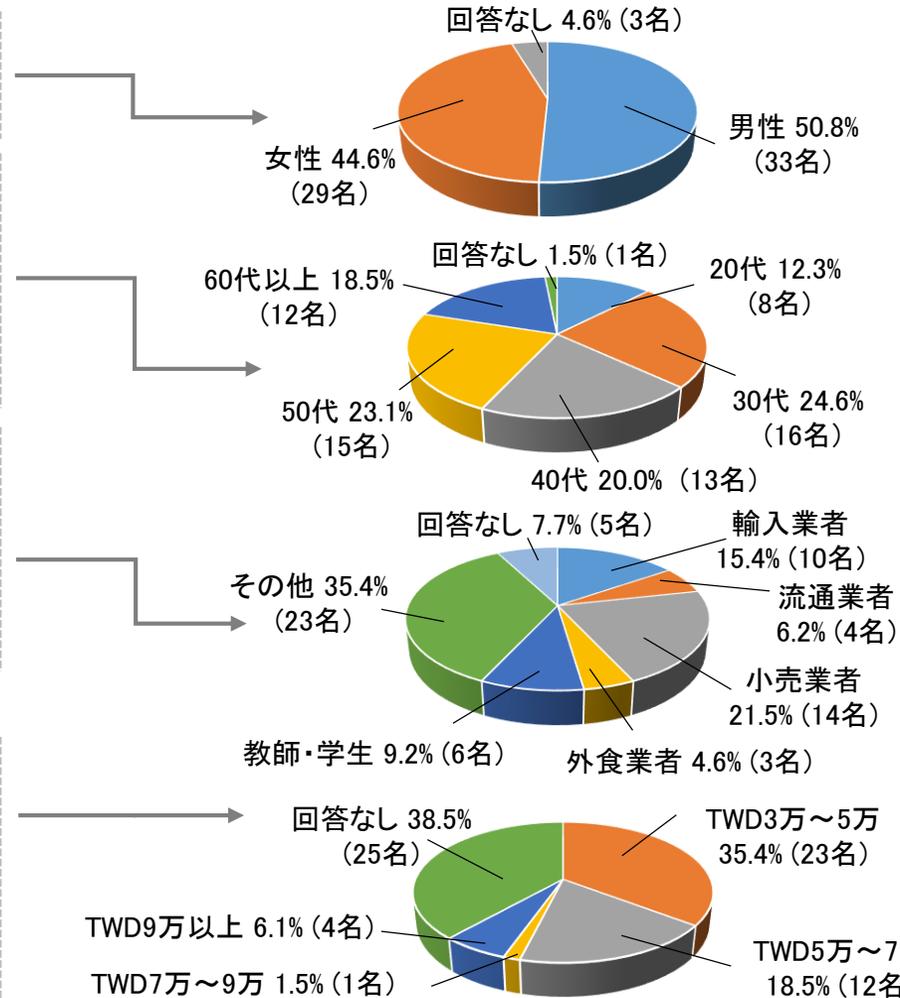
● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

一般消費者を中心に、65名がアンケートに回答。男女の概ね半数ずつ、20代～60代までバランスの取れた回答を収集。職業は、輸入業者、流通業者、小売業者、外食業者であるが、約48%と半数を割ってしまった。

アンケート回答者内訳(計65名)

| | | |
|-----|---------------|-------------|
| 性別 | 男性 | 33名 (50.8%) |
| | 女性 | 29名 (44.6%) |
| | 回答なし | 3名 (4.6%) |
| 年齢別 | 20代 | 8名 (12.3%) |
| | 30代 | 16名 (24.6%) |
| | 40代 | 13名 (20.0%) |
| | 50代 | 15名 (23.1%) |
| | 60代以上 | 12名 (18.5%) |
| | 回答なし | 1名 (1.5%) |
| 職業別 | 輸入業者 | 10名 (15.4%) |
| | 流通業者 | 4名 (6.2%) |
| | 小売業者 | 14名 (21.5%) |
| | 外食業者 | 3名 (4.6%) |
| | 教師・学生 | 6名 (9.2%) |
| | その他 | 23名 (35.4%) |
| | 回答なし | 5名 (7.7%) |
| 収入別 | 1万TWD～3万TWD未満 | 0名 (0.0%) |
| | 3万TWD～5万TWD未満 | 23名 (35.4%) |
| | 5万TWD～7万TWD未満 | 12名 (18.5%) |
| | 7万TWD～9万TWD未満 | 1名 (1.5%) |
| | 9万TWD以上 | 4名 (6.1%) |
| | 回答なし | 25名 (38.5%) |

特筆事項



男女別にバランスの良いアンケートをとることが出来た。

30代～60代を中心に、バランスの良いアンケートを取ることが出来た。

開催が土曜日であったことから、一般人消費者と見受けられる、その他、回答なしに加え、教師・学生で50%以上の回答を得た。

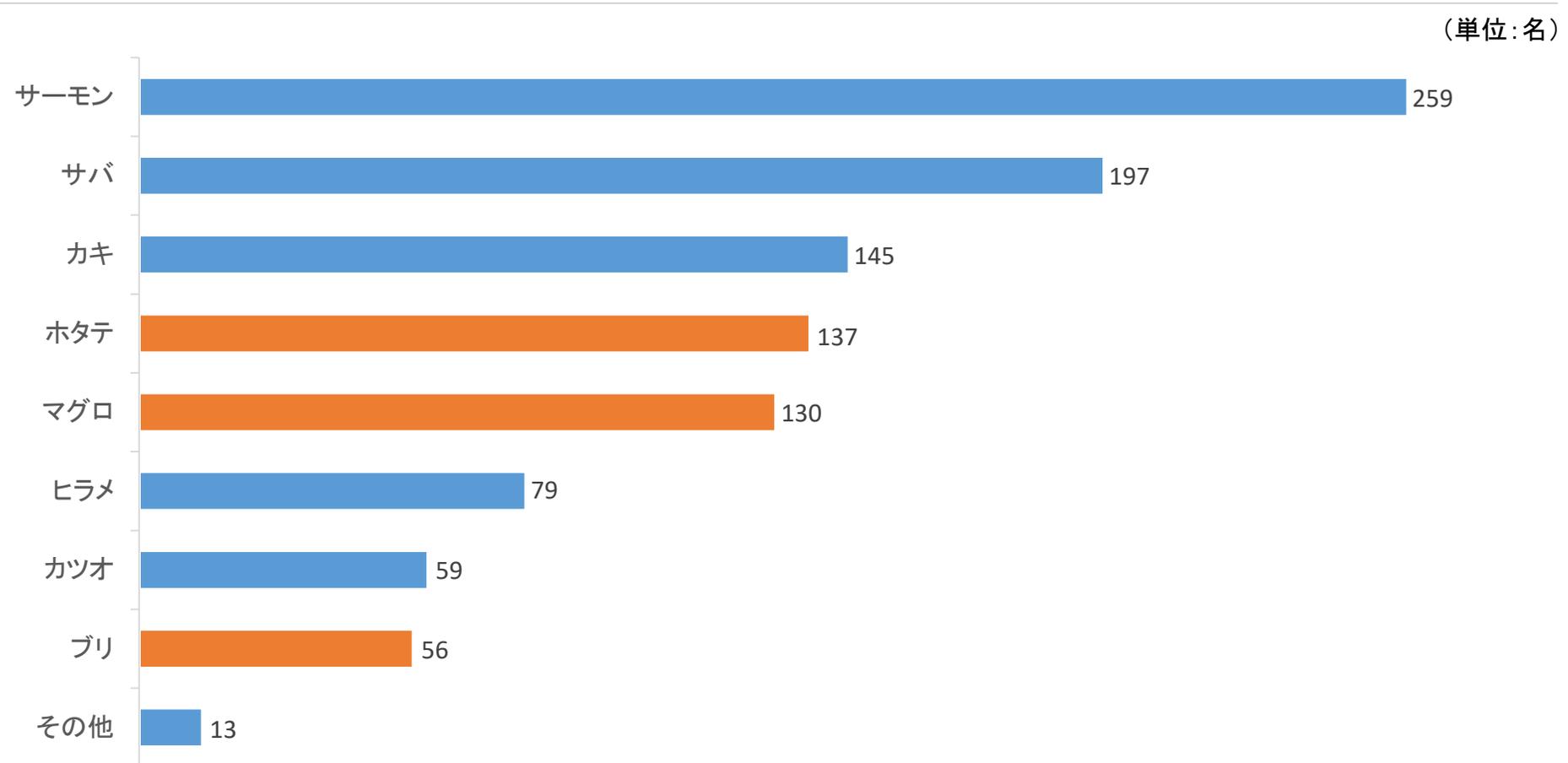
TWD3万～5万の割合は、前日までの回答者と同等だが、3万未満はならず、5万～7万にて18%の回答を得た。

● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

1. よく食べる魚の種類

サーモンをよく食べるが最も多く、次いでサバ、カキ、ホタテ、マグロが続く。ブリも魚種として名前が挙がった。

よく食べる魚の種類(複数回答)



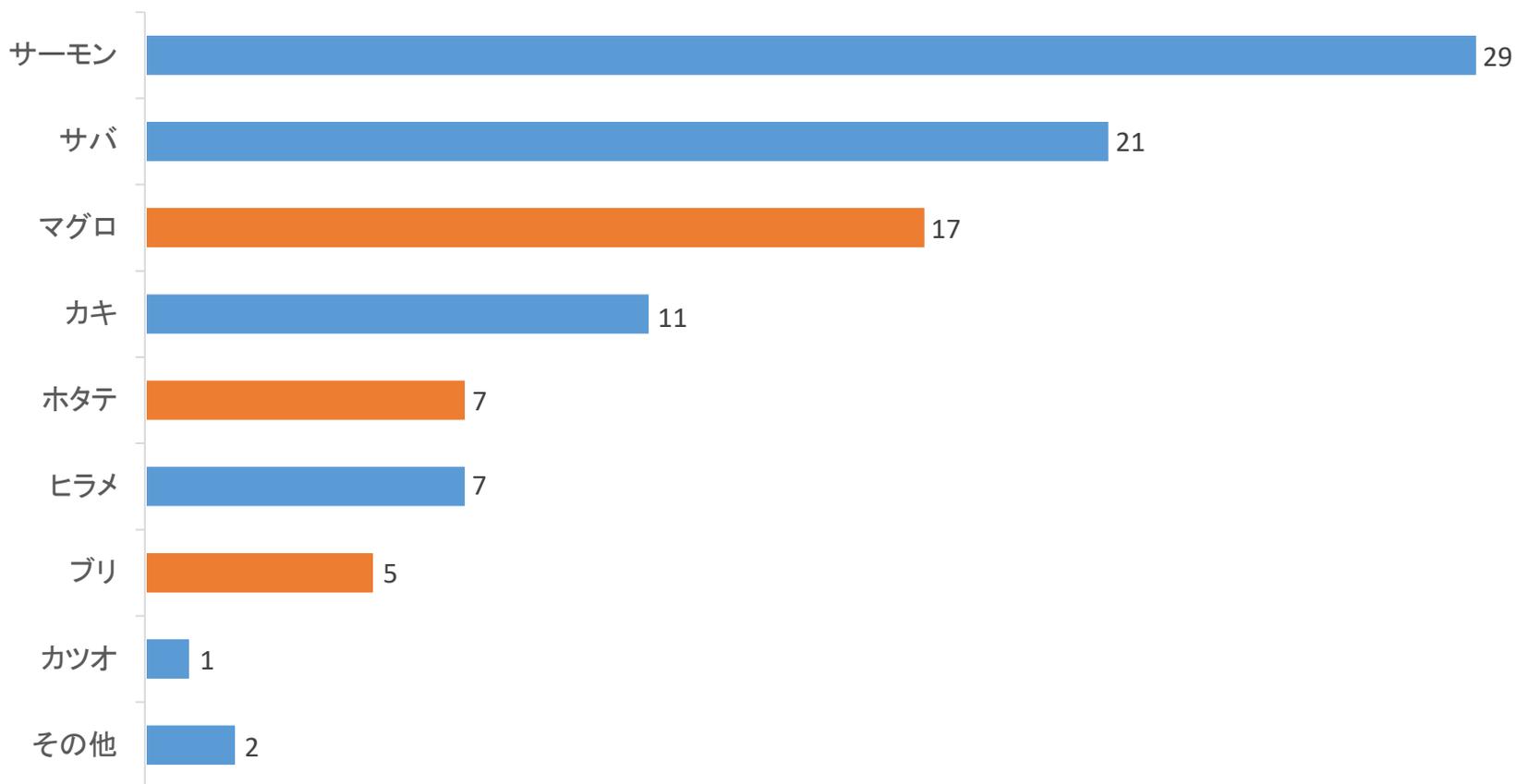
● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

1. よく食べる魚の種類

サーモンをよく食べるが最も多く、次いでサバ、マグロが続く。ホタテ、ブリも魚種として名前が挙がった。

よく食べる魚の種類(複数回答)

(単位:名)

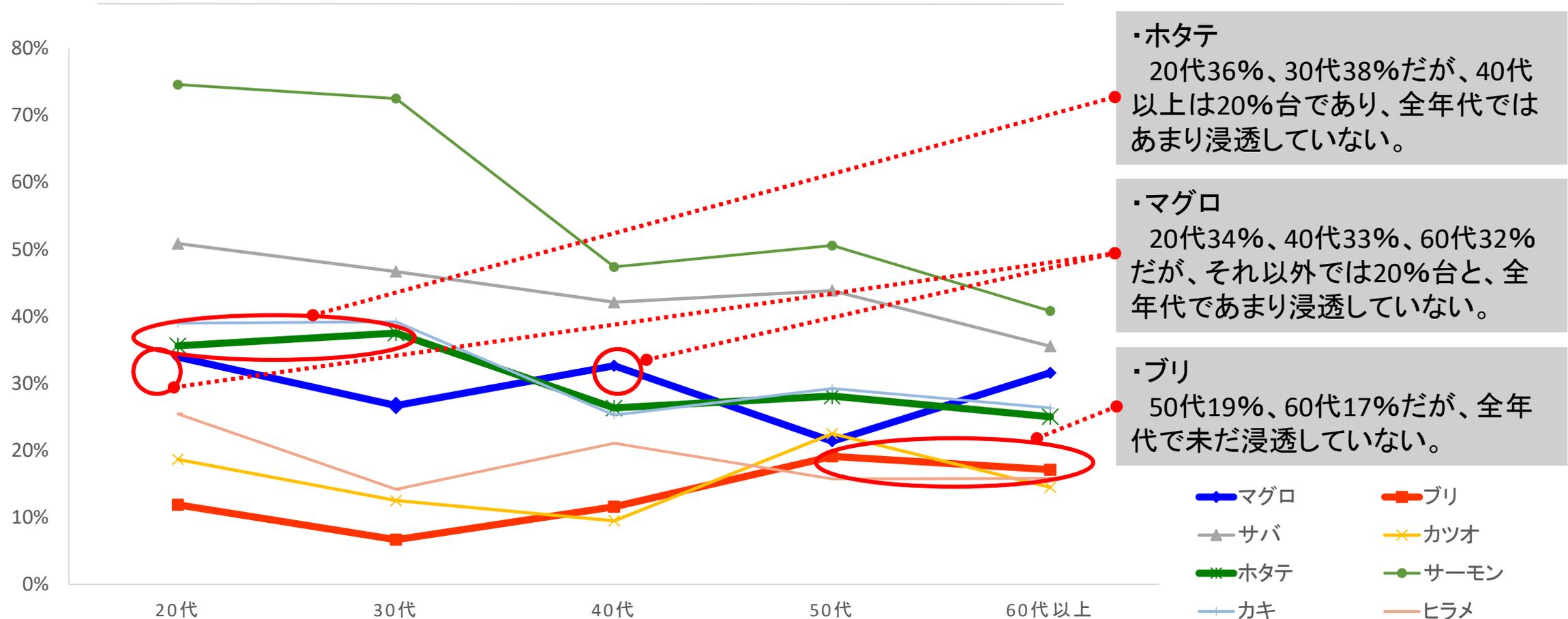


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

2. 年代別のよく食べる魚の種類

サーモンは全年代で約40～75%、サバも約30～50%と概ね浸透している。ホタテ、マグロともに約20～40%であり、あまり浸透しておらず、消費が分かれる傾向にある。ブリは、未だ全年代に浸透していない結果が得られた。

年代別のよく食べる魚の種類(複数回答)

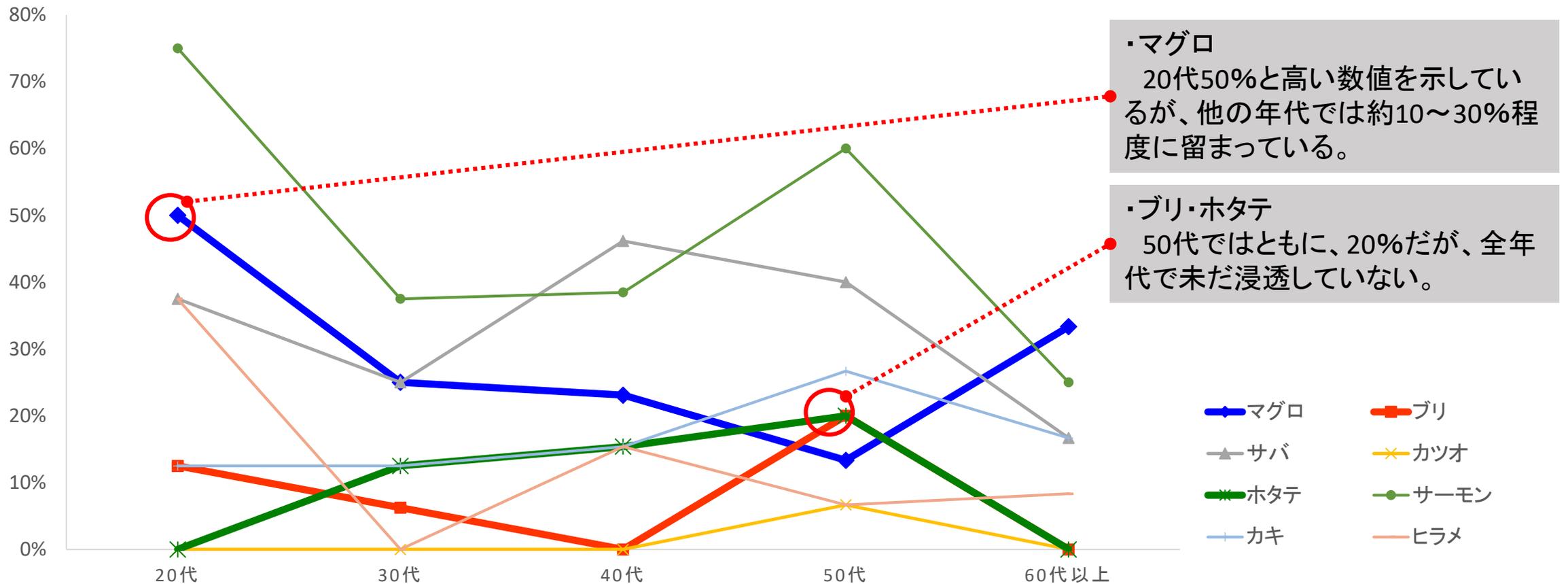


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

2. 年代別のよく食べる魚の種類

サーモンはバラつきはあるものの若年層を中心に、サバも中年層を中心として概ね浸透している。マグロは若年層には浸透しているが、中・高年層にはあまり浸透していない。ブリ、ホタテは未だ全年代に浸透していない結果が得られた。

年代別のよく食べる魚の種類(複数回答)

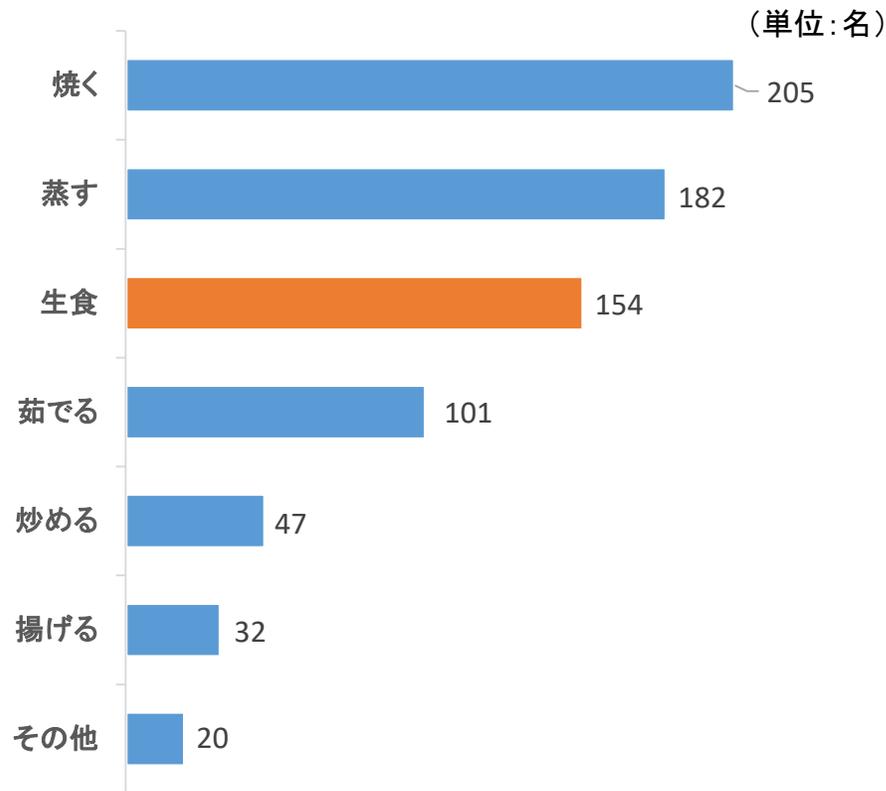


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

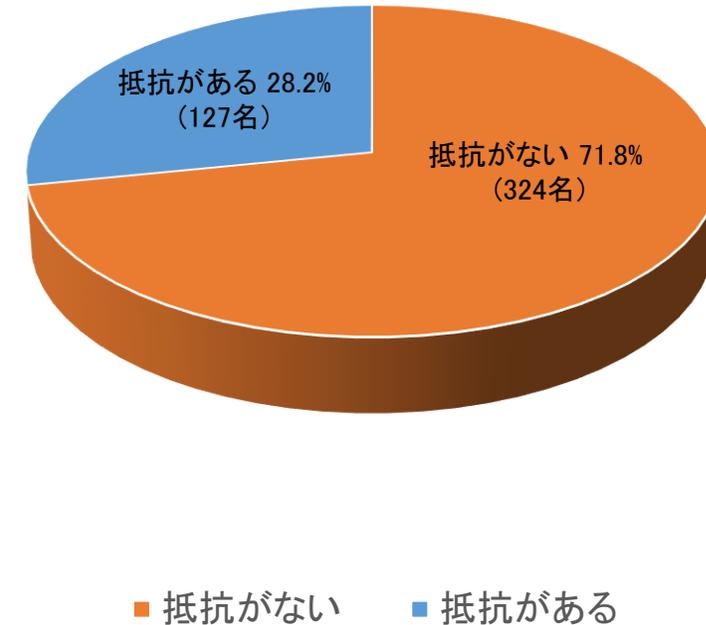
3. 普段の調理方法、および生食の抵抗有無

水産物の調理方法としては“焼く”、“蒸す”に次いで、“生食”が続く。生食に抵抗がない人が、70%以上も存在している。

普段の調理方法(複数回答)



生食に抵抗がありますか？

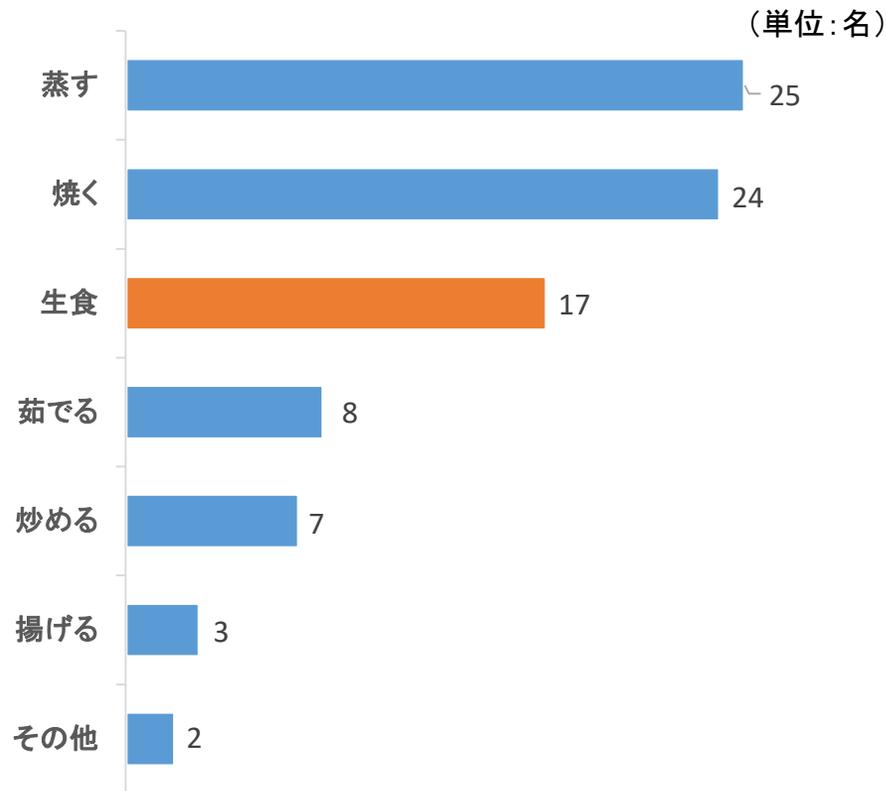


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

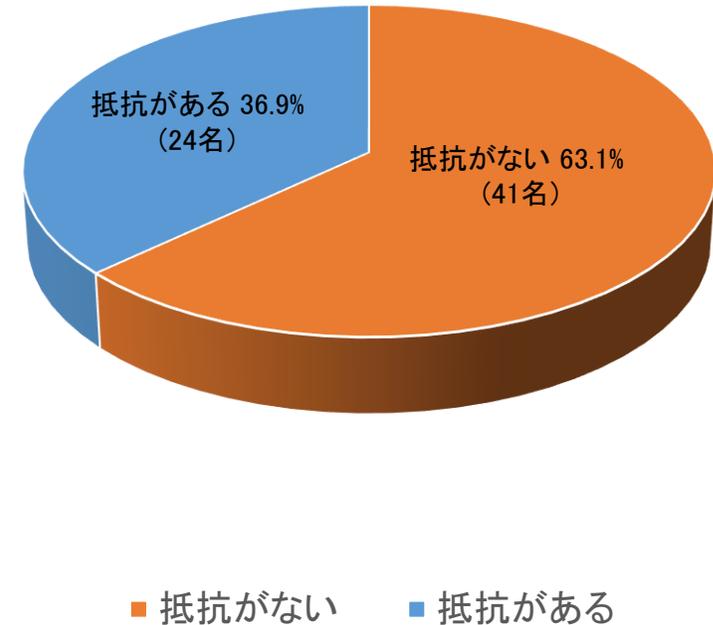
3. 普段の調理方法、および生食の抵抗有無

水産物の調理方法としては“蒸す”、“焼く”がほぼ同数、次いで“生食”が続く。生食に抵抗がない人が、60%以上も存在している。

普段の調理方法(複数回答)



生食に抵抗がありますか？

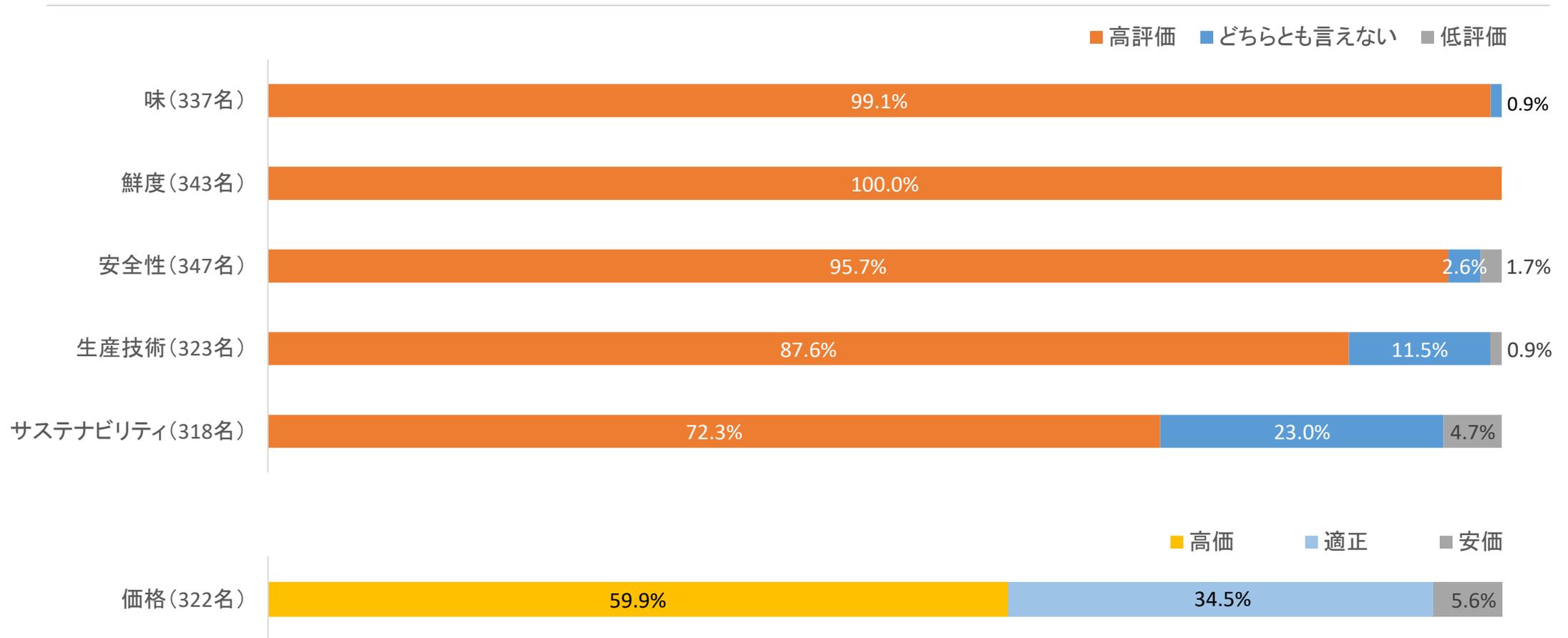


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

4. 日本の水産物のイメージ

日本の水産物に対して高評価なイメージを持つ要素で特筆すべきは、“鮮度”が100%との回答を得た。“味”、“安全性”も95%以上と高く、日本の水産物への高い評価が表れる回答が得られた。

日本の水産物のイメージ(複数回答)

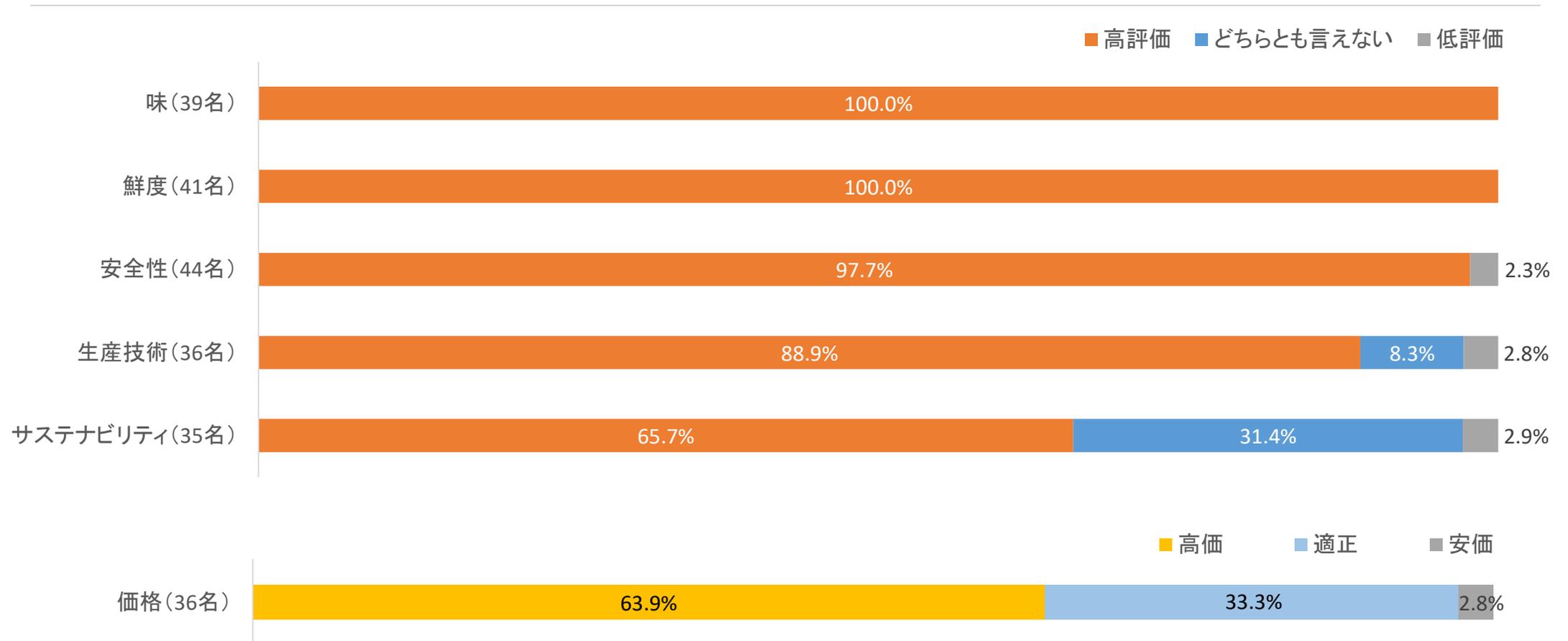


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

4. 日本の水産物のイメージ

日本の水産物に対して高評価なイメージを持つ要素で特筆すべきは、“鮮度”、“味”が100%との回答を得た。また、“安全性”も97%以上と高く、日本の水産物への高い評価が表れる回答が得られた。

日本の水産物のイメージ(複数回答)

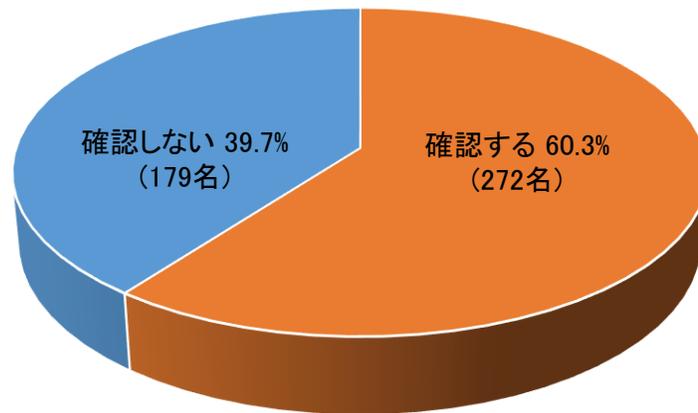


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

5. サステナビリティを考慮した製品、および認証の有無の確認

サステナビリティに関する認証の有無を確認する回答者は60%以上、考慮した製品を選ぶ回答者が70%以上、持続的漁業に関心が高まってきていると推察される回答が得られた。

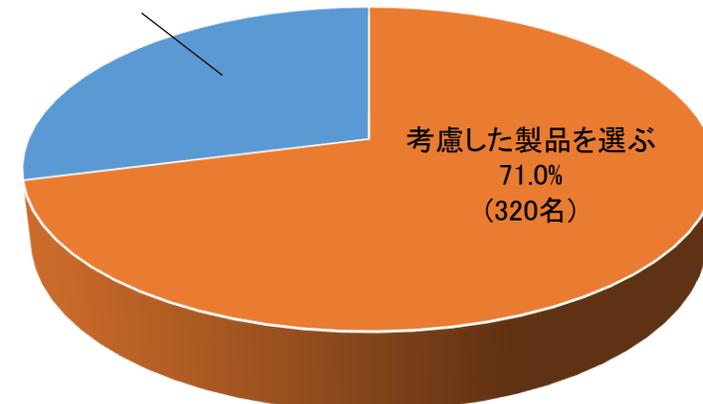
サステナビリティに関する認証の有無
を確認しますか？



■ 確認する ■ 確認しない

サステナビリティを考慮した製品を選びますか？

考慮した製品を選ばない
29.0%(131名)



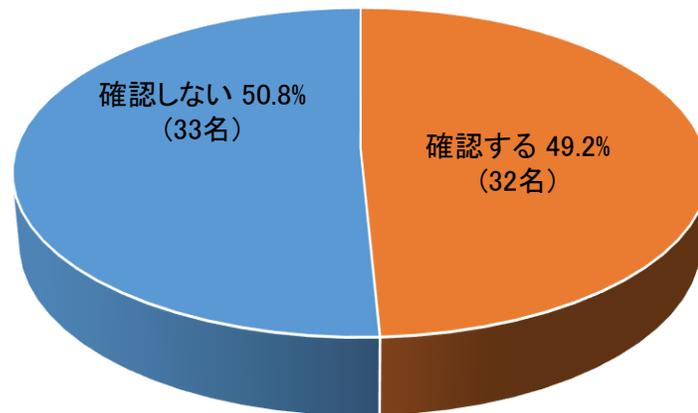
■ 考慮した製品を選ぶ ■ 考慮した製品を選ばない

● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

5. サステナビリティを考慮した製品、および認証の有無の確認

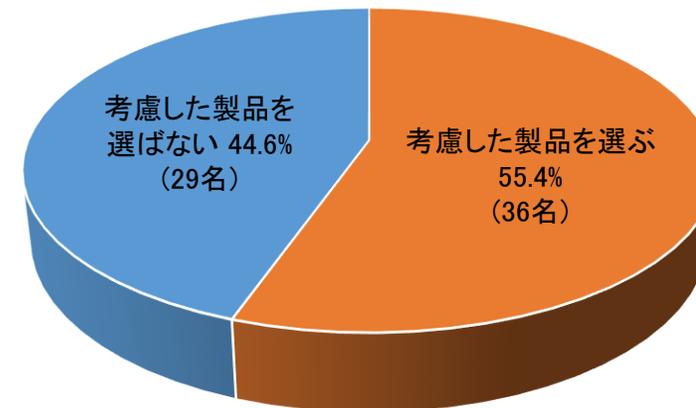
サステナビリティに関する認証の有無を確認する回答者は約50%、考慮した製品を選ぶ回答者が約55%と半数に留まった。

サステナビリティに関する認証の有無
を確認しますか？



■ 確認する ■ 確認しない

サステナビリティを考慮した製品を選びますか？



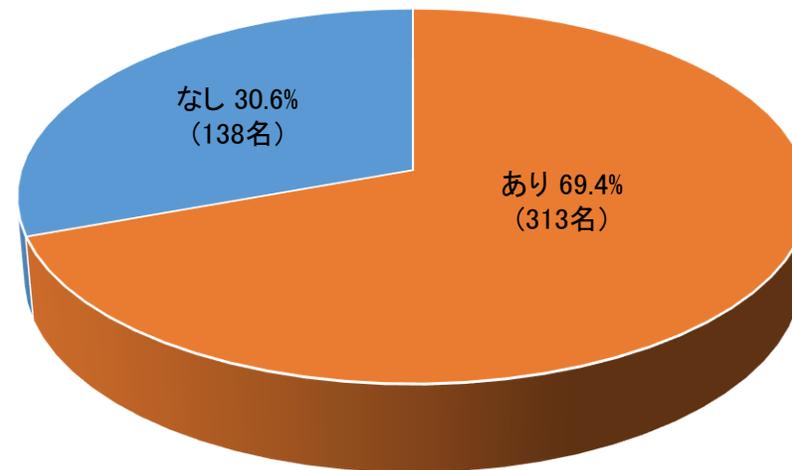
■ 考慮した製品を選ぶ ■ 考慮した製品を選ばない

● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

6. 来日経験の有無

来日経験がある回答者が約70%と高く、日本文化への関心の高さが伺える結果を得た。

来日経験はありますか



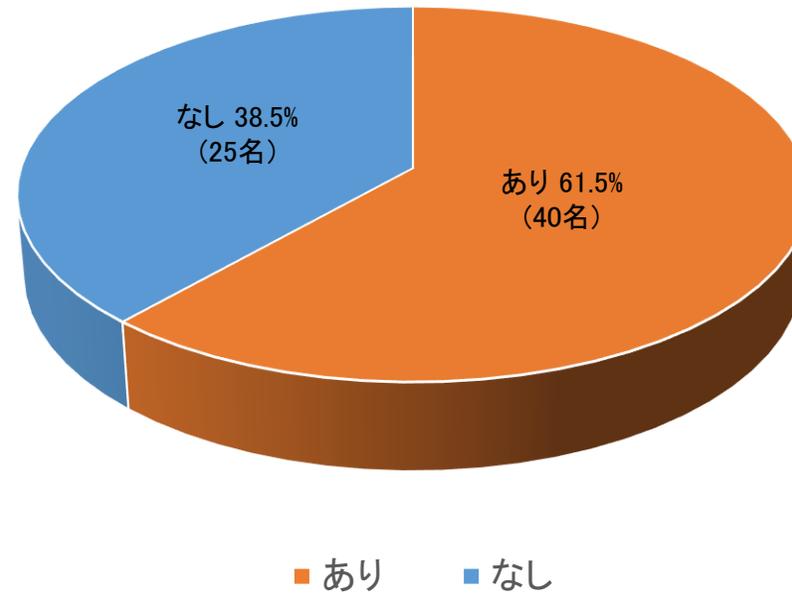
■ あり ■ なし

● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

6. 来日経験の有無

来日経験がある回答者が約60%を超え、日本文化への関心の高さが伺える結果を得た。

来日経験はありますか

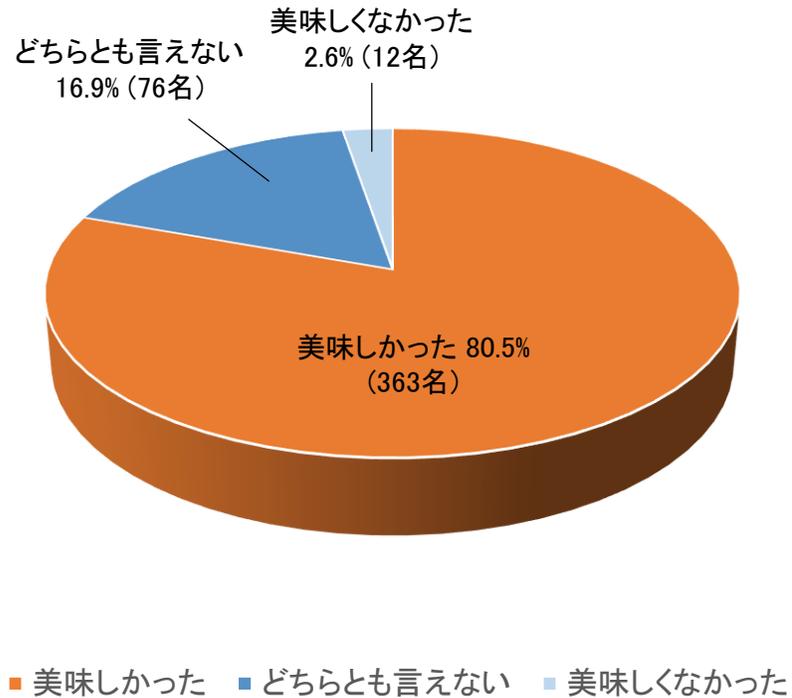


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

7. 試食したブリの評価、および評価に影響を与えた要素

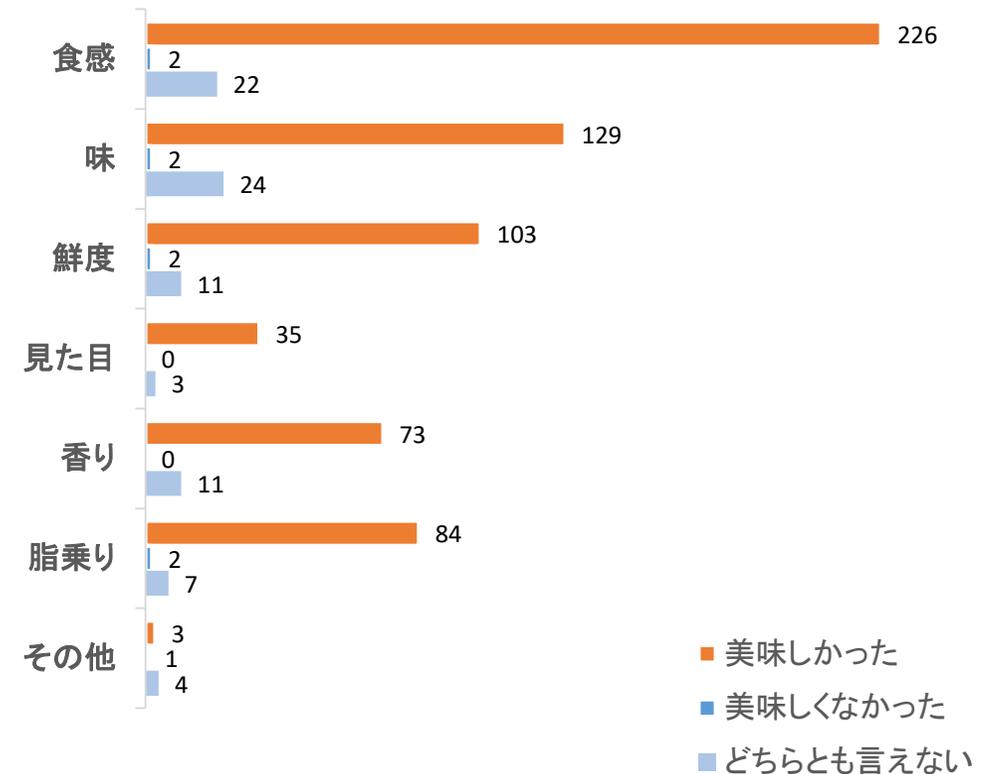
“美味しかった”との回答者が80%と高い評価を得、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したブリはどうか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

(単位:名)

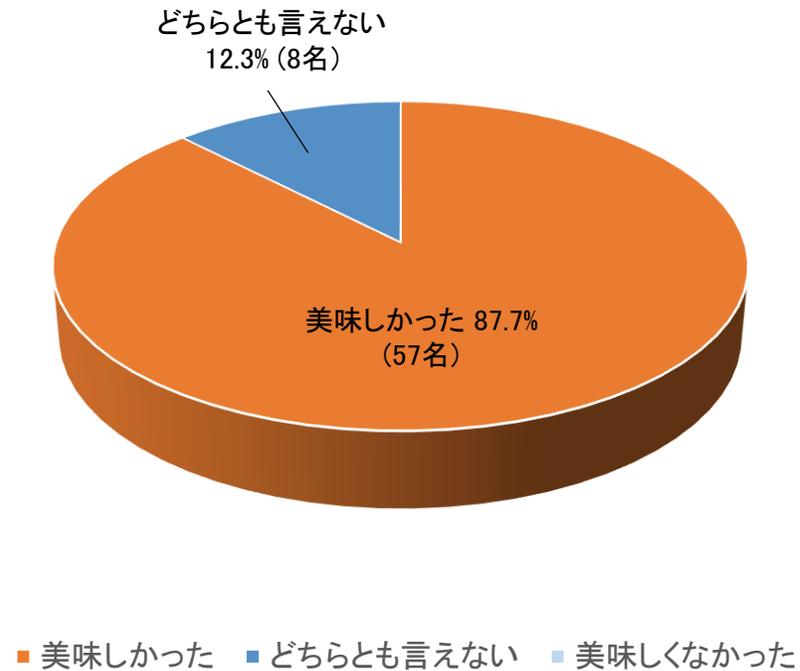


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

7. 試食したブリの評価、および評価に影響を与えた要素

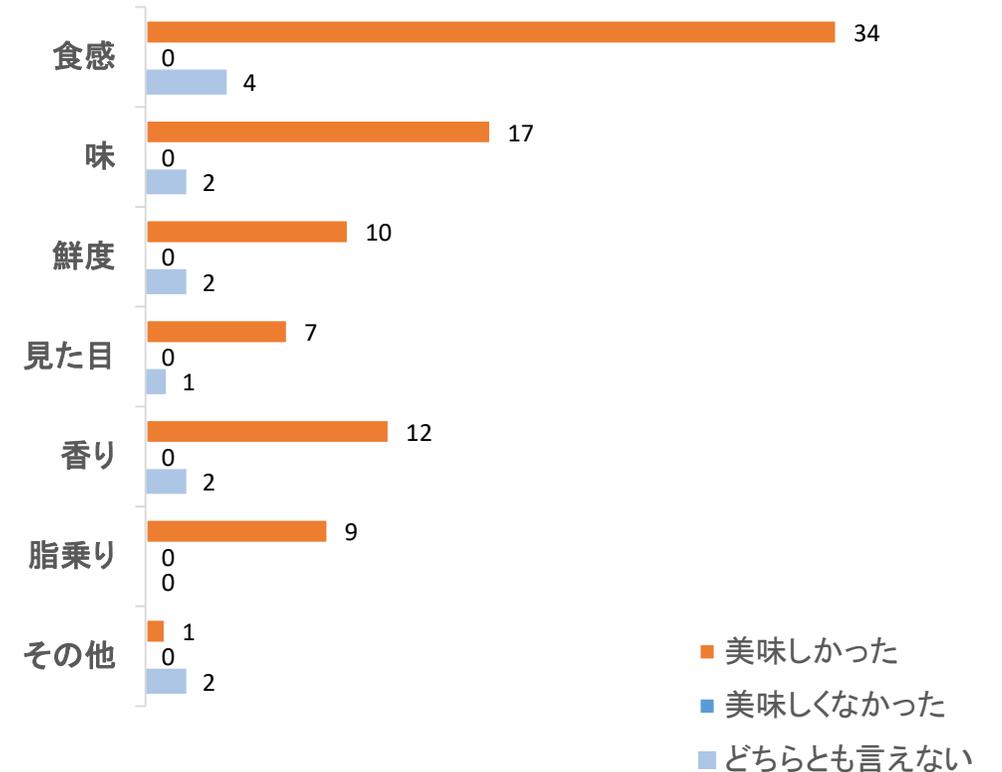
“美味しかった”との回答者が約90%と高い評価を得、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したブリはどうか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

(単位:名)

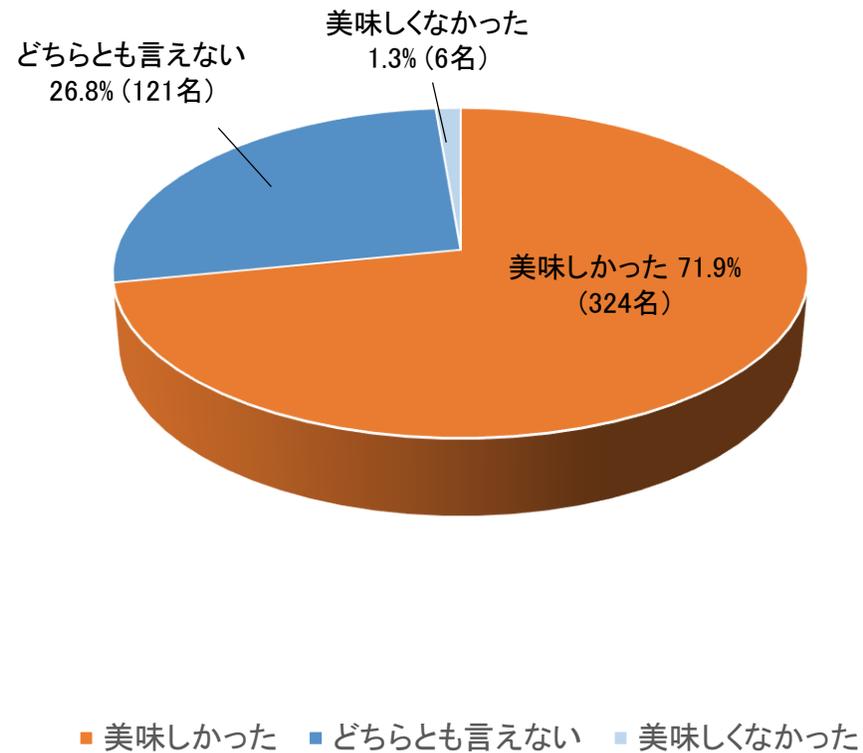


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

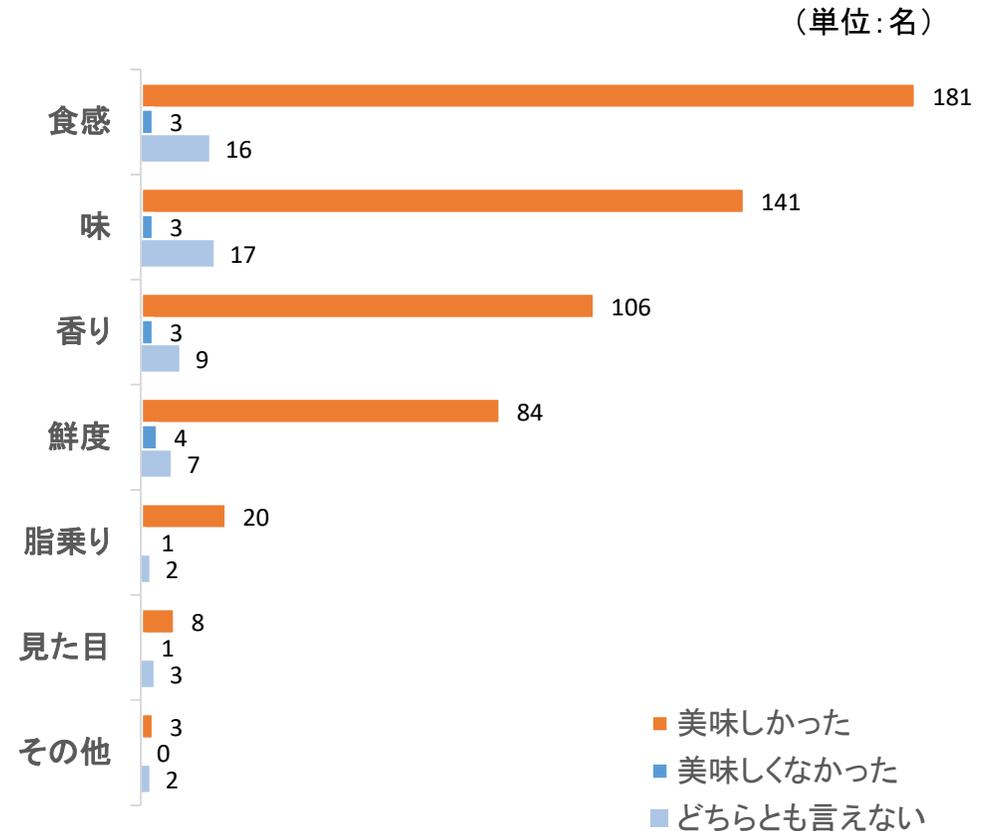
8. 試食したホタテの評価、および評価に影響を与えた要素

“美味しかった”との回答者が約70%を超え、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したホタテはどうでしたか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

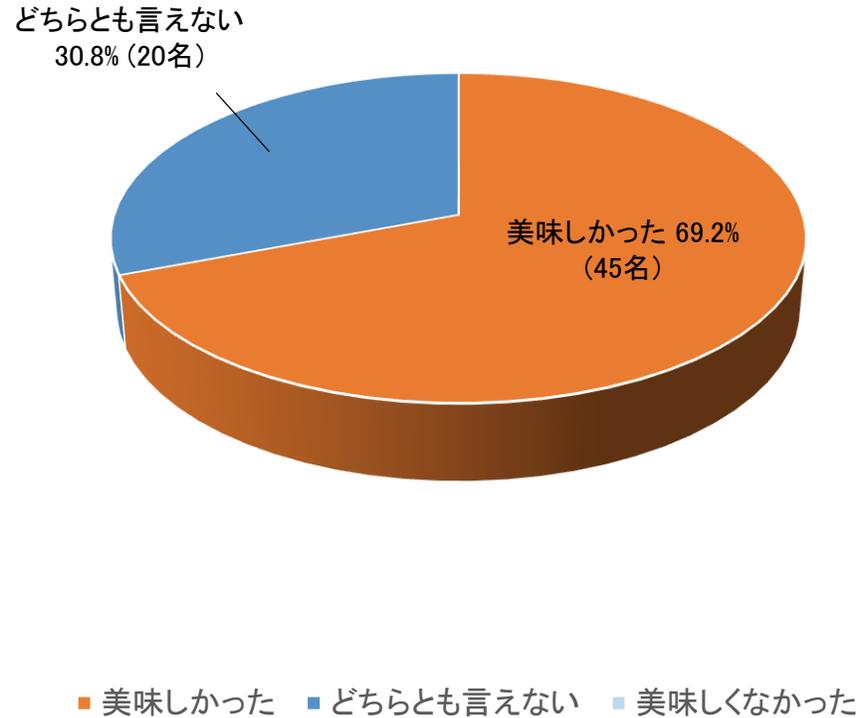


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

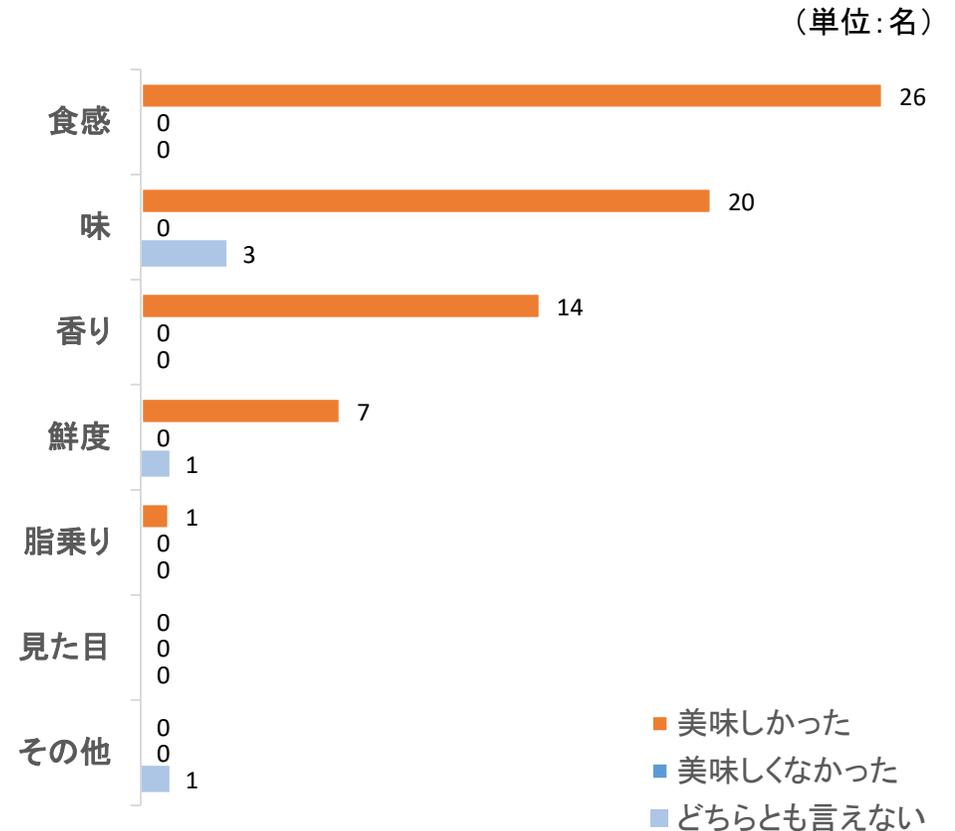
8. 試食したホタテの評価、および評価に影響を与えた要素

“美味しかった”との回答者が約70%であり、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したホタテはどうでしたか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

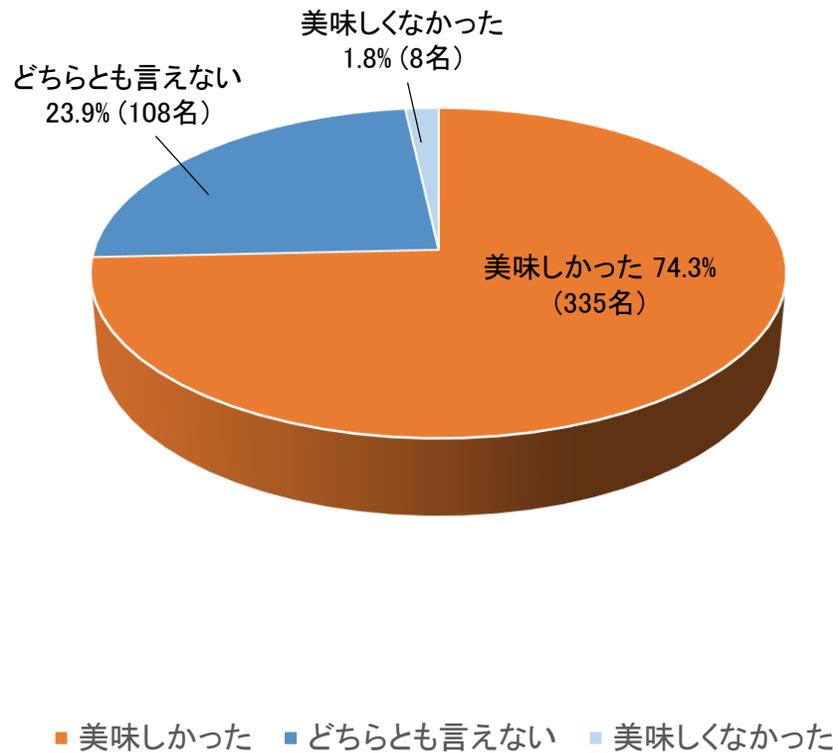


● 6月27日～29日の回答者(バイヤー)

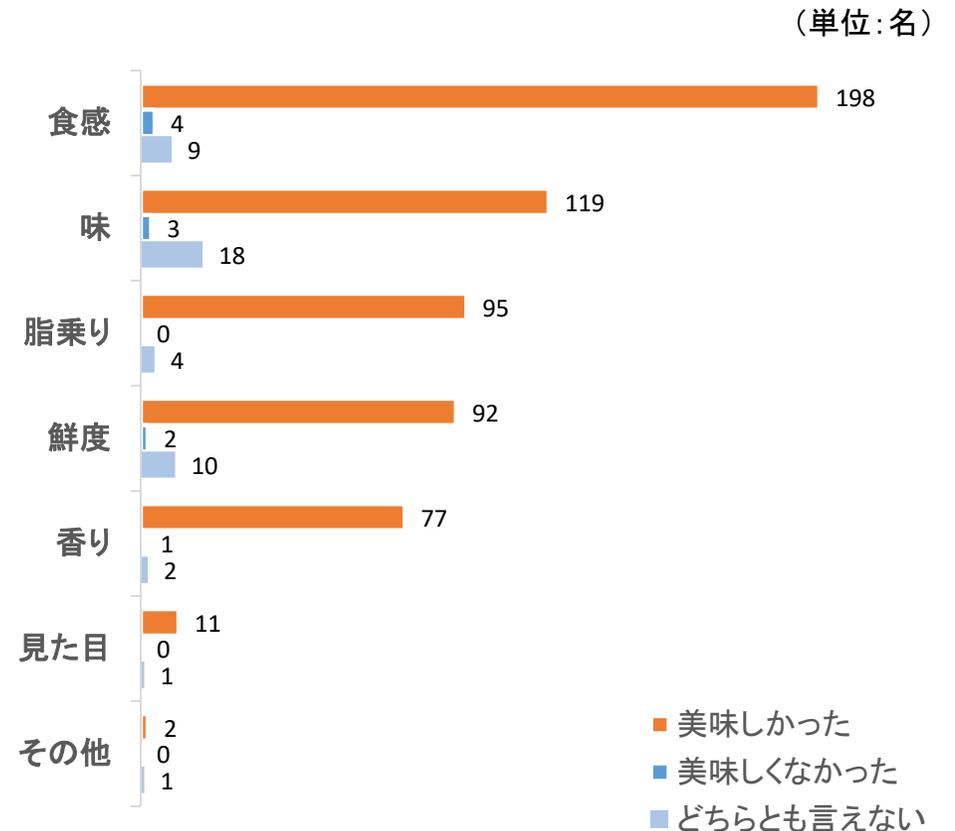
9. 試食したマグロの評価、および評価に影響を与えた要素

“美味しかった”との回答者が約75%を得、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したマグロはどうでしたか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

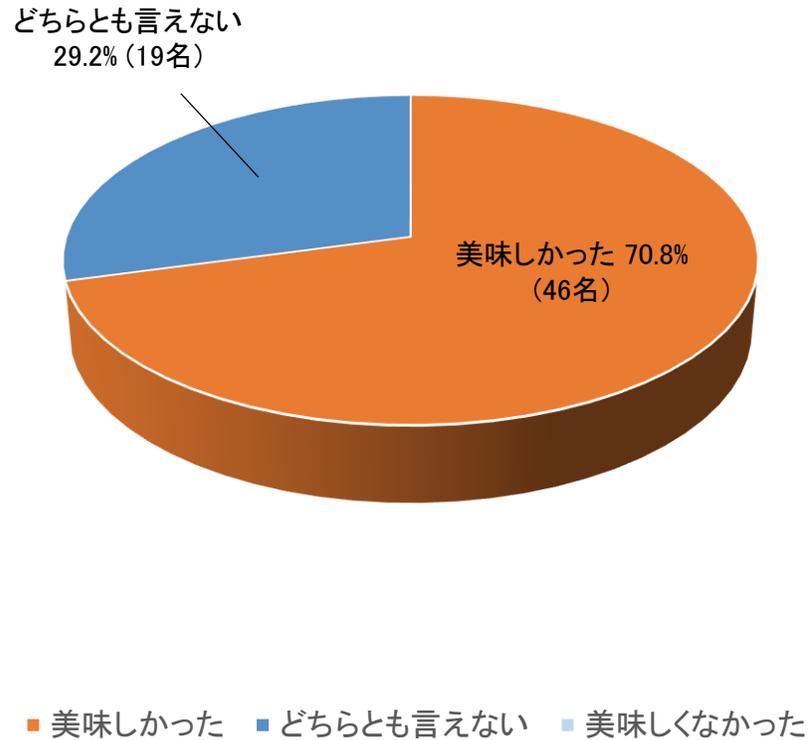


● 6月30日の回答者(バイヤー・一般消費者)

9. 試食したマグロの評価、および評価に影響を与えた要素

“美味しかった”との回答者が70%を超え、その理由として“食感”を挙げる声が多数となった。

試食したマグロはどうでしたか



評価に影響を与えた要素(複数回答)

