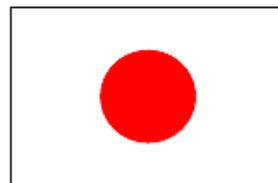
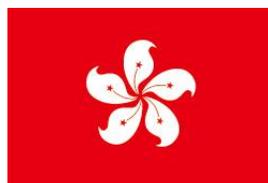


「日本産水産物の美味しさと安心安全を伝える」 試食アンケート調査



2018年8月16日(木)～18日(土)

Food Expo 2018

水産物・水産加工品輸出拡大協議会

香港におけるアンケート概要

・2018年8月に開催された、Food Expo 2018において、試食メニューを提供。

①ブリ:刺身にて提供

➢対象者:水産物・水産加工品輸出拡大協議会ブースの来訪者(289人より集計)

②ホタテ:貝柱ステーキにて提供

➢対象者:水産物・水産加工品輸出拡大協議会ブースの来訪者(289人より集計)

【香港における水産物消費・日本食文化に関する動向】

- ・ 今回のアンケートにおいては、ホタテの消費が最も多く、僅差でマグロ、サーモン、差を開けてカキ、サバ、ブリ、ヒラメが続いた。
➢ホタテは年代を問わず浸透しているが、ブリについては未だ全年代に浸透していない。
- ・ 水産物の主な調理方法としては、“蒸す”と“生食”がほぼ同数となった。
➢生食文化が一定数浸透しているため、日本の魚食文化等の教育の必要性は低い市場であるといえる。
- ・ 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、“味”・“安全性”・“鮮度”を挙げる回答者が多数となった。
➢価格については、“高い”との意見が50%、“適正”との意見が約40%となった。
- ・ サステナビリティを考慮した製品を選ぶという回答者が約50%、MSC認証等の認証の有無について確認するという回答者も約50%と、どちらも半数を超えた。
➢小売業者、輸入業者、流通業者では、サステナビリティを考慮している商品・認証している商品を選ぶとの回答は50%前後となったが、
外食業者では、25%以下という結果となった。
- ・ 来日経験のある回答者の方が、日本食を食べる回数が多い傾向があるが、来日経験のない回答者でも、約50%が週に1回、もしくは月に1回は日本食を食べており、日本料理を食べる場所については、来日経験の有無に関わらず日本料理店の割合が高い。

【試食メニューへの反応】

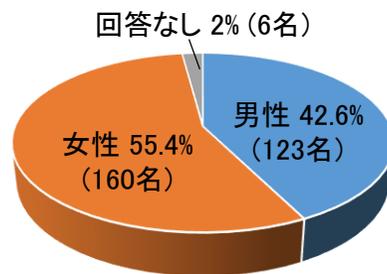
- ・ 刺身については、約85%が“美味しかった”と回答し、その理由として“食感”を挙げる声が多かった。
➢来日経験の有無や、生食の抵抗有無に関わらず、刺身を“美味しい”とする回答が多いため、広い消費者を対象に生食としての水産物の販促が可能。

289名がアンケートに回答。男女比では女性の回答が多い。年齢別にみると若年層が少ないものの、中年層、高年層では比較的バランスの取れた回答を収集。職業は、小売業者・流通業者・輸入業者にて約50%を占め、年収は15万香港ドル～30万香港ドルが約30%となった。

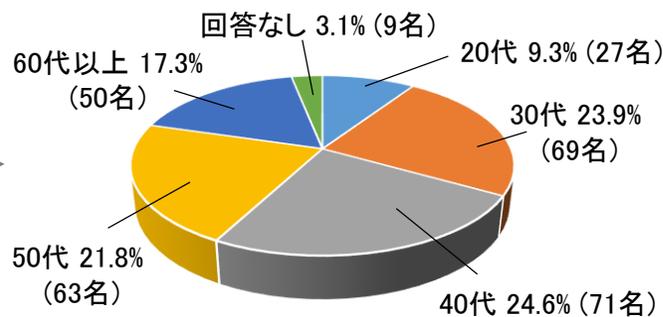
アンケート回答者内訳(計289人)

性別	男性	123名 (42.6%)
	女性	160名 (55.4%)
	回答なし	6名 (2.0%)
年齢別	20代	27名 (9.3%)
	30代	69名 (23.9%)
	40代	71名 (24.6%)
	50代	63名 (21.8%)
	60代以上	50名 (17.3%)
	回答なし	9名 (3.1%)
職業別	輸入業者	33名 (11.4%)
	流通業者	33名 (11.4%)
	小売業者	40名 (13.8%)
	外食業者	17名 (5.9%)
	教師・学生	14名 (4.9%)
	その他	139名 (48.1%)
	回答なし	13名 (4.5%)
収入別	15万HK\$未満	52名 (18.0%)
	15万HK\$～30万HK\$未満	78名 (27.0%)
	30万HK\$～50万HK\$未満	57名 (19.7%)
	50万HK\$～70万HK\$未満	30名 (10.4%)
	70万HK\$以上	15名 (5.2%)
	回答なし	57名 (19.7%)

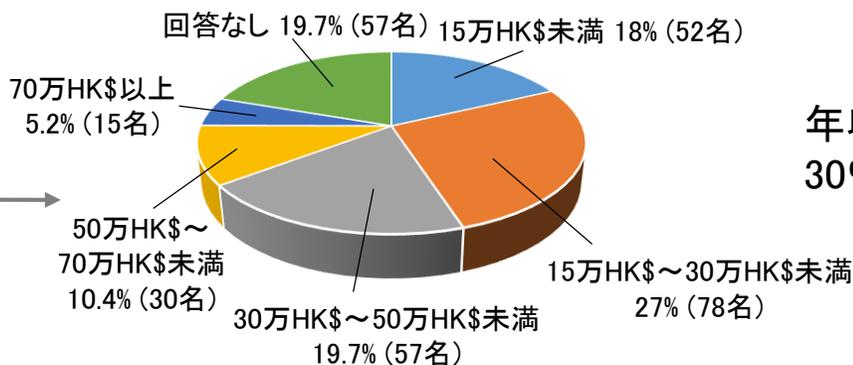
特筆事項



女性が160名で、過半数を超えた。



30代・40代が各約25%、50代・60代が各約20%となり、20代のみが約10%であった。

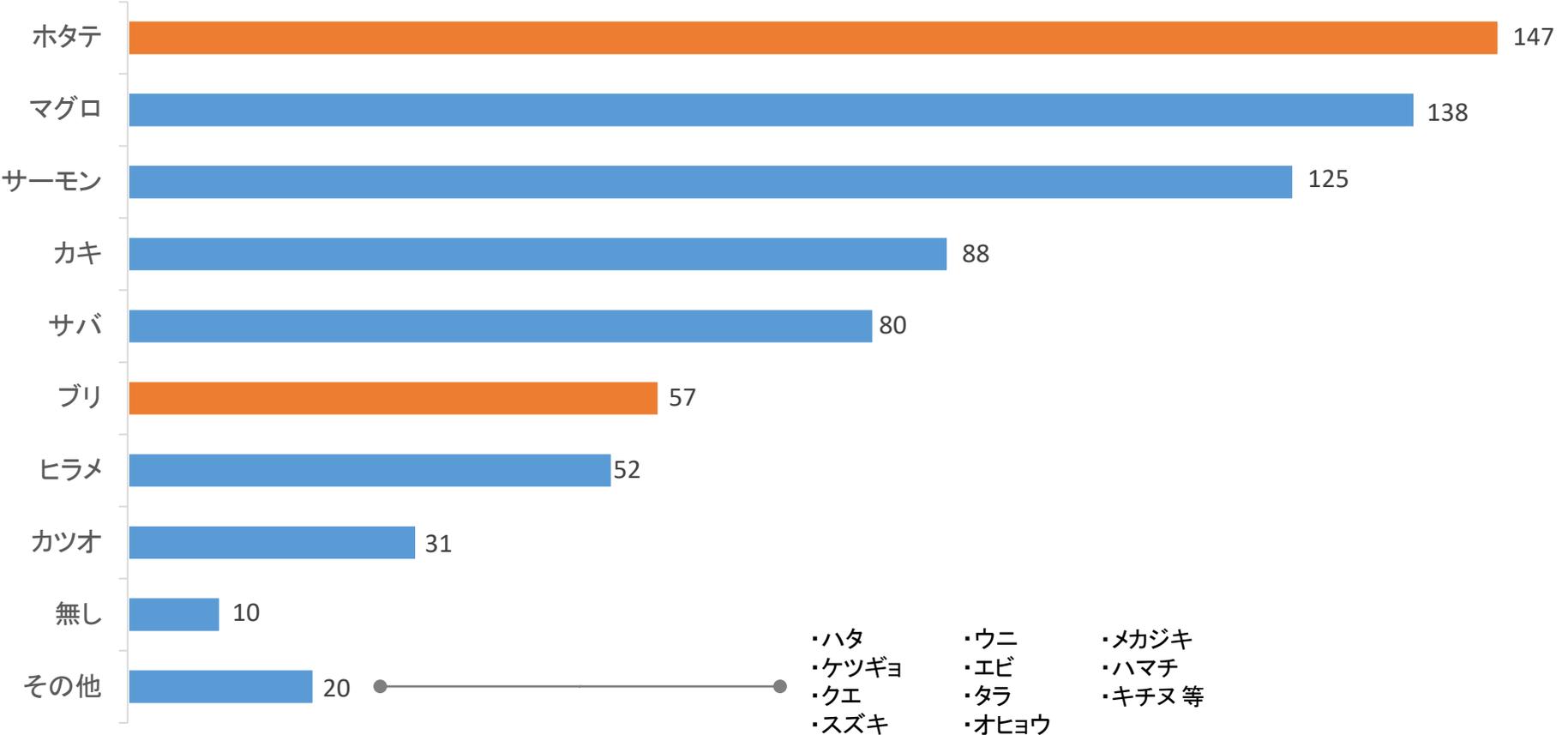


年収15万HK\$～30万HK\$が全体の約30%と多数であった。

ホタテの消費が最も多く、僅差でマグロ、次いで、サーモンが続く。

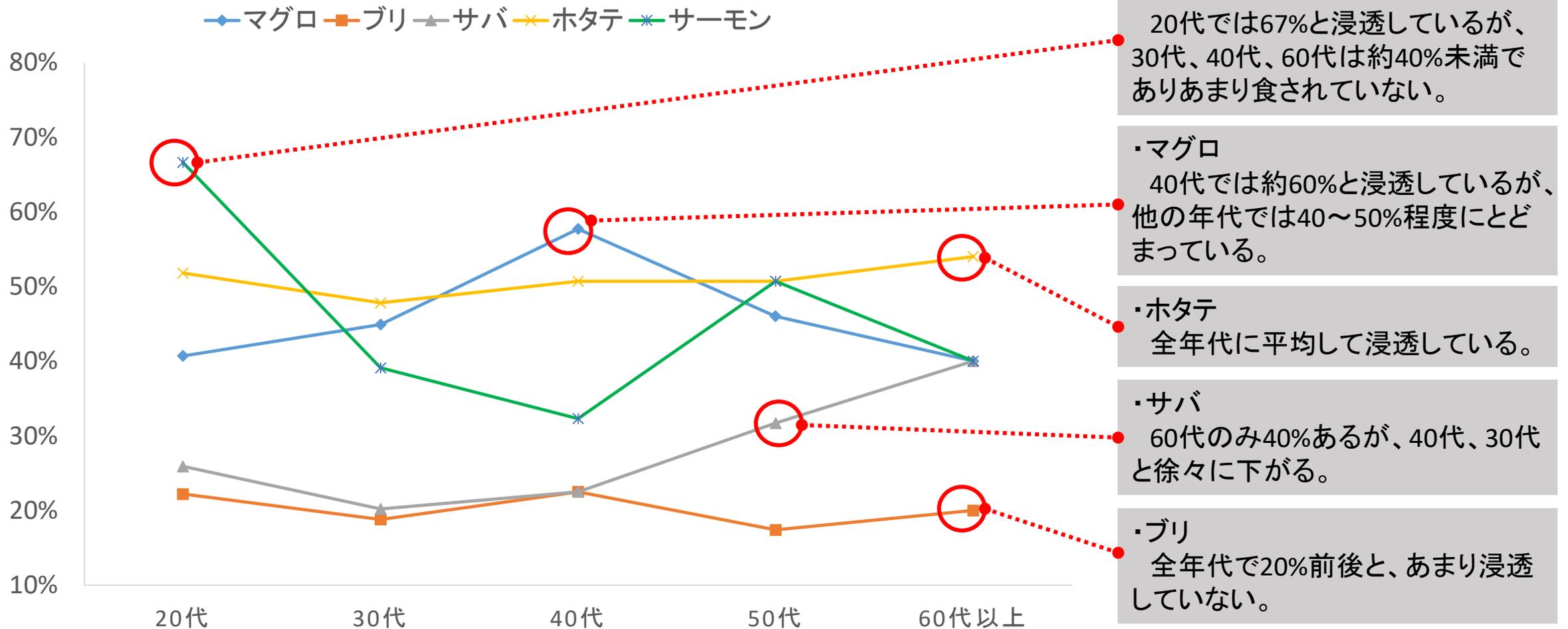
よく食べる魚の種類(複数回答)

(単位:名)



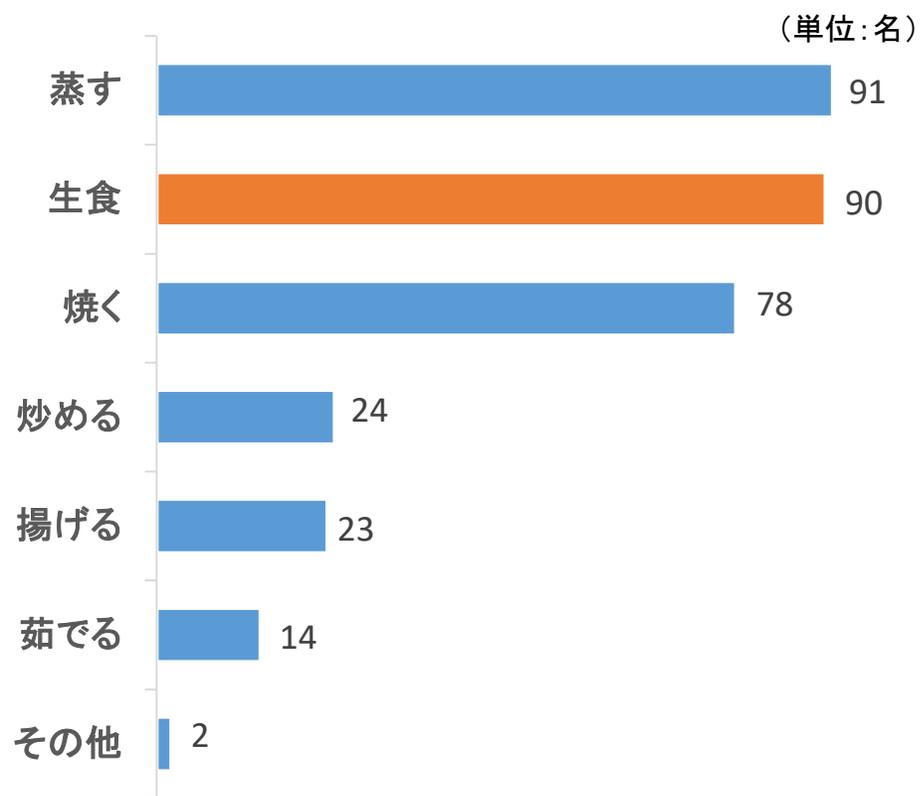
ホタテについては全年代平均して浸透している。サーモン、マグロ、サバについては、消費が別れる傾向にある。ブリは未だ全年代に浸透していない結果となった。

よく食べる魚の種類(複数回答)

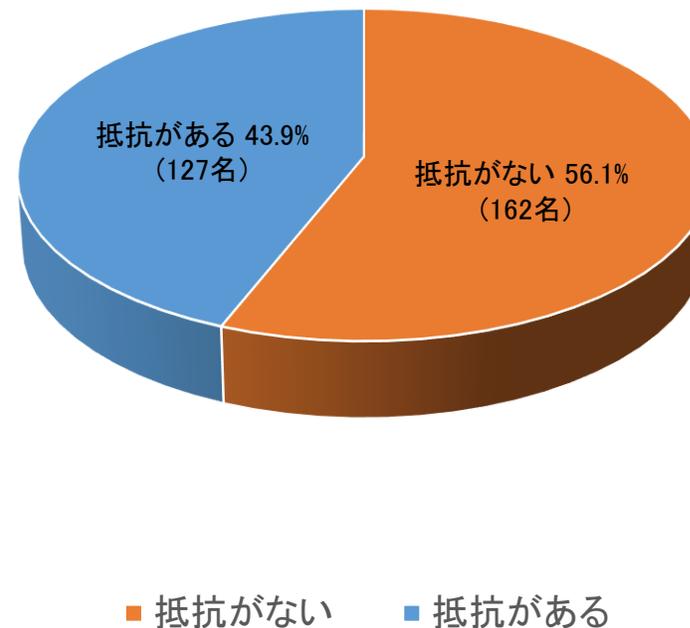


水産物の主な調理方法としては“蒸す”が最も多く、僅差で“生食”が続く。生食に抵抗がない人が約60%存在している。

普段の調理方法(複数回答)

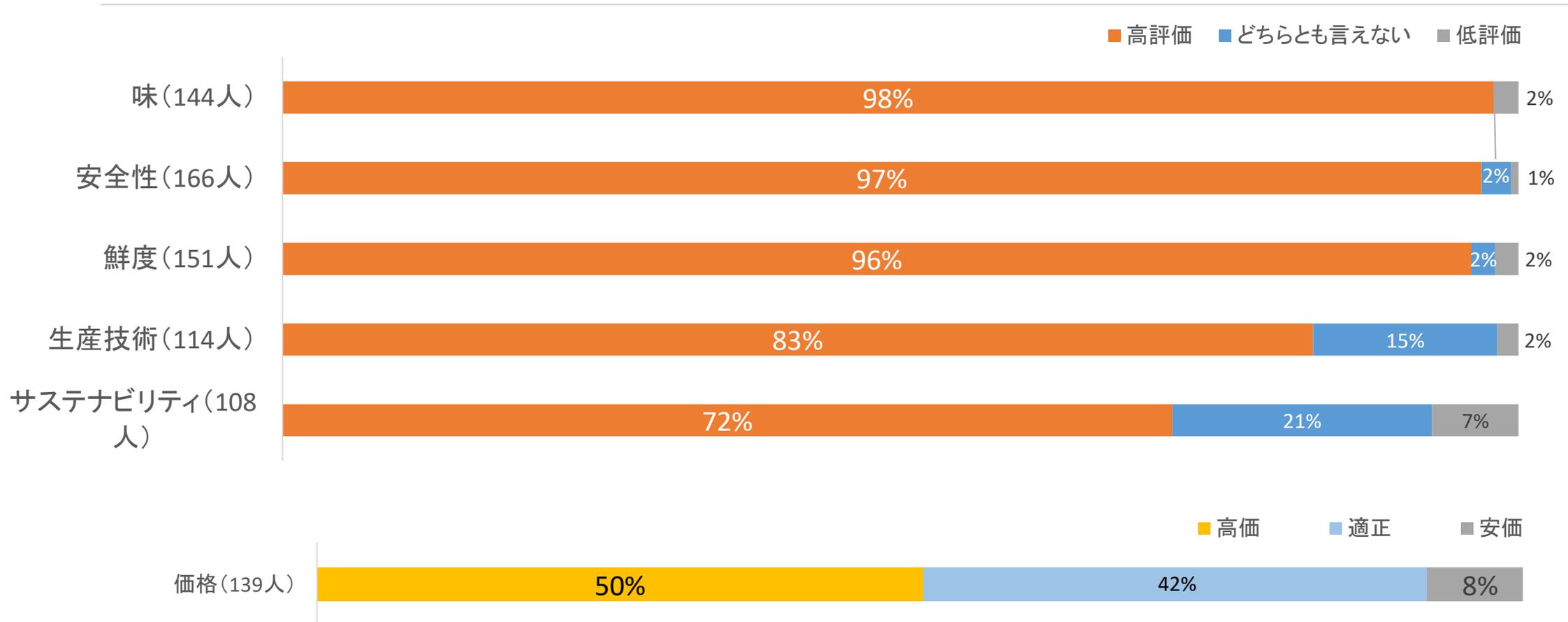


生食について



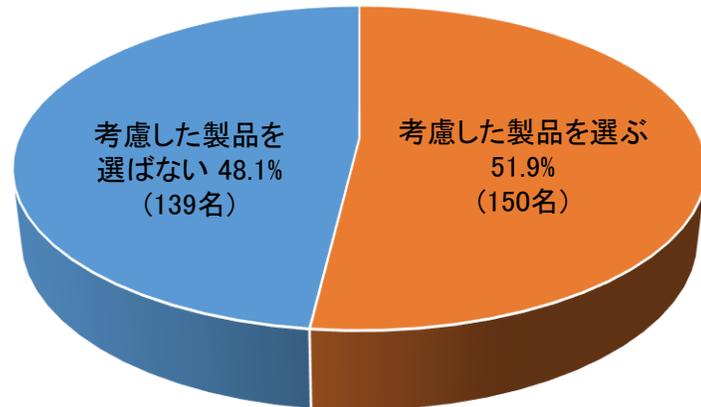
日本の水産物に対して高評価なイメージを持つ要素として、“味”、“安全性”、“鮮度”を挙げる回答者が95%以上と多数。次いで“生産技術”、“サステナビリティ”が続く。価格については半数が“価格が高い”としている。

日本の水産物のイメージ(複数回答)



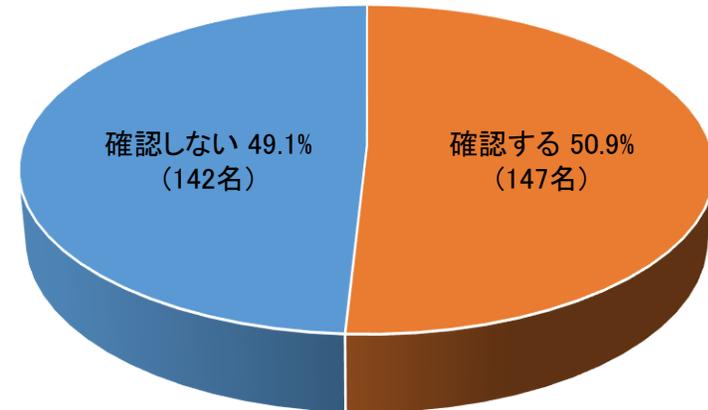
サステナビリティを考慮した製品を選ぶという回答者が約50%、MSC認証等の認証の有無について確認するという回答者も約50%と、どちらも半数を超えた。

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

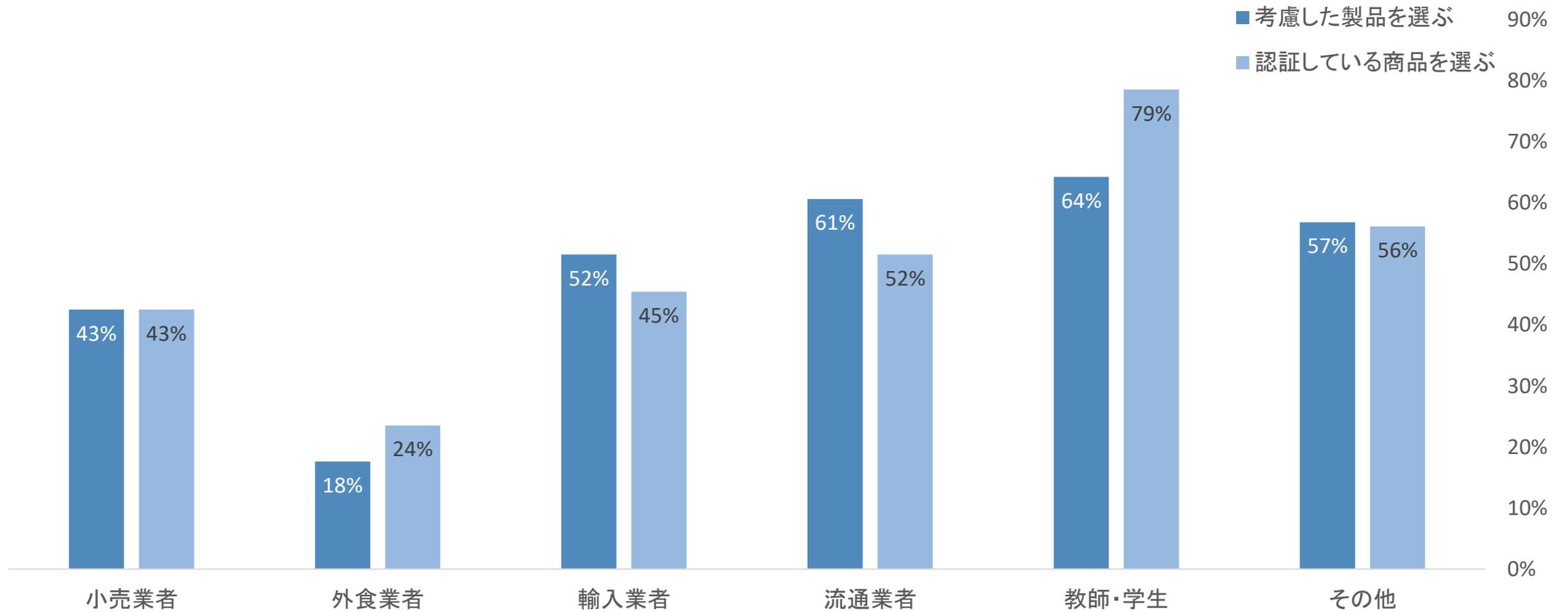
サステナビリティに関する認証の有無を確認しますか



■ 確認する ■ 確認しない

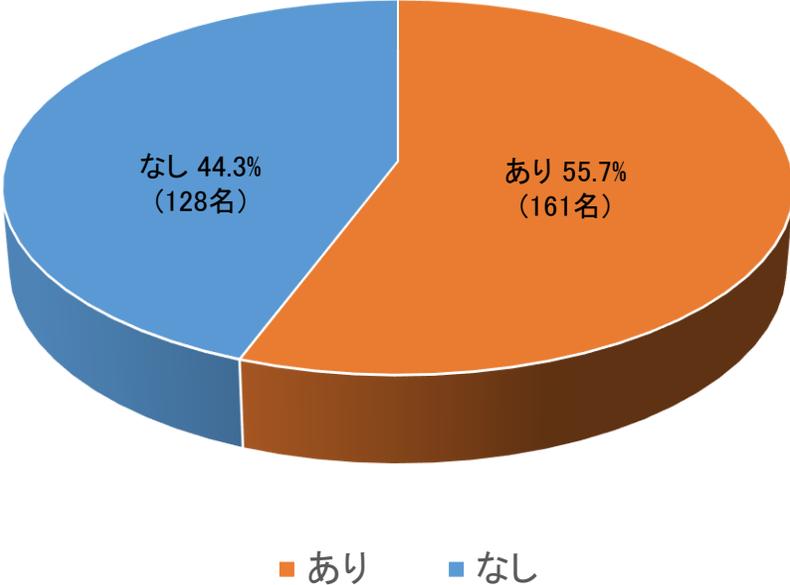
小売業者、輸入業者、流通業者では、サステナビリティを考慮している商品・認証している商品を選ぶとの回答は50%前後となったが、外食業者では、25%以下という結果となった。

職業別のサステナビリティに対する意識



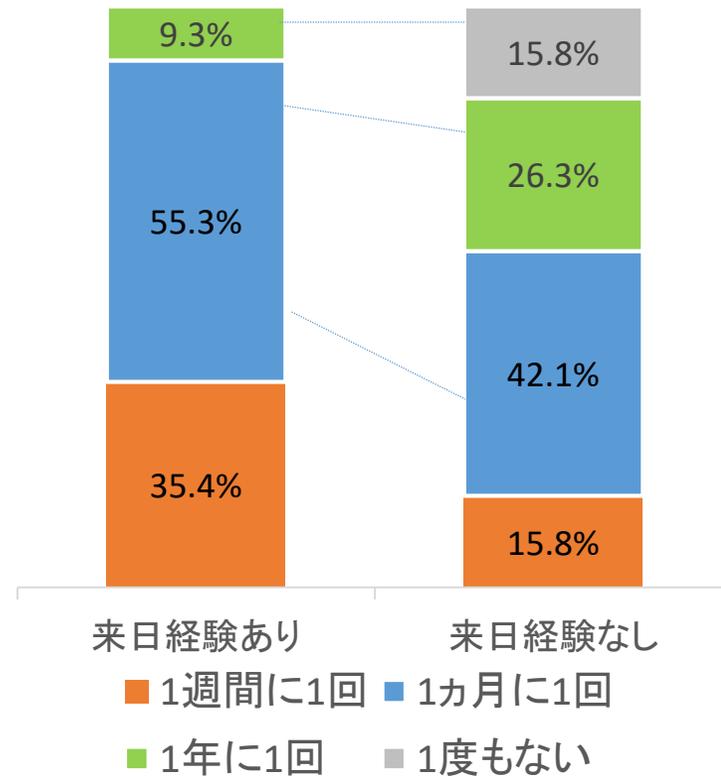
来日経験のある回答者が約60%と半数を超えた。

来日経験はありますか

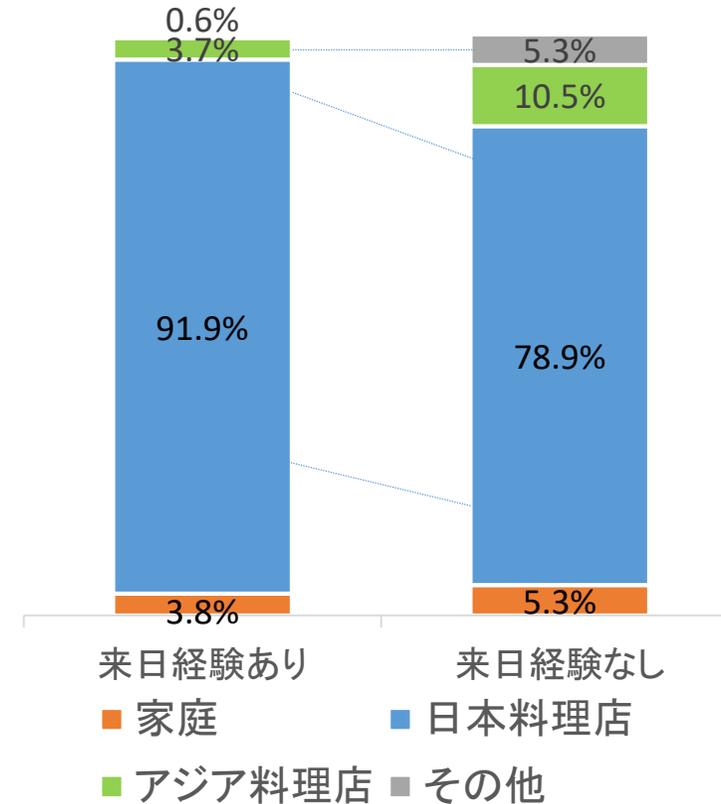


来日経験のある回答者では約90%、来日経験のない回答者でも、約50%が週に1回、もしくは月に1回は日本食を食べている結果となった。また、日本料理を食べる場所については、来日経験の有無に関わらず日本料理店が最も多い。

日本食をどの頻度で食べていますか



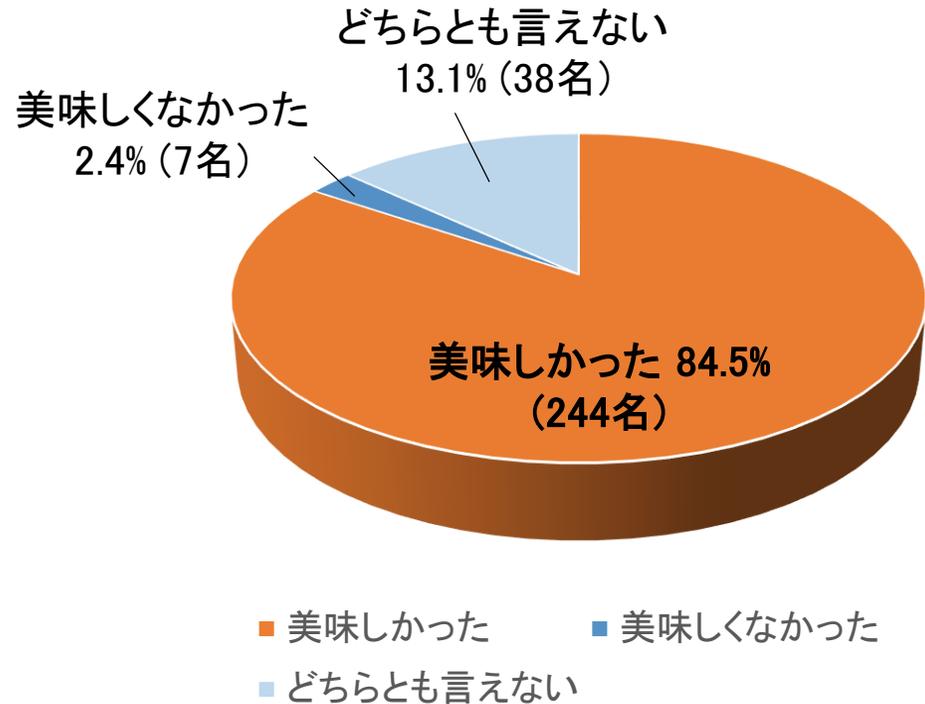
日本食をよく食べる場所はどこですか



【ブリについて】

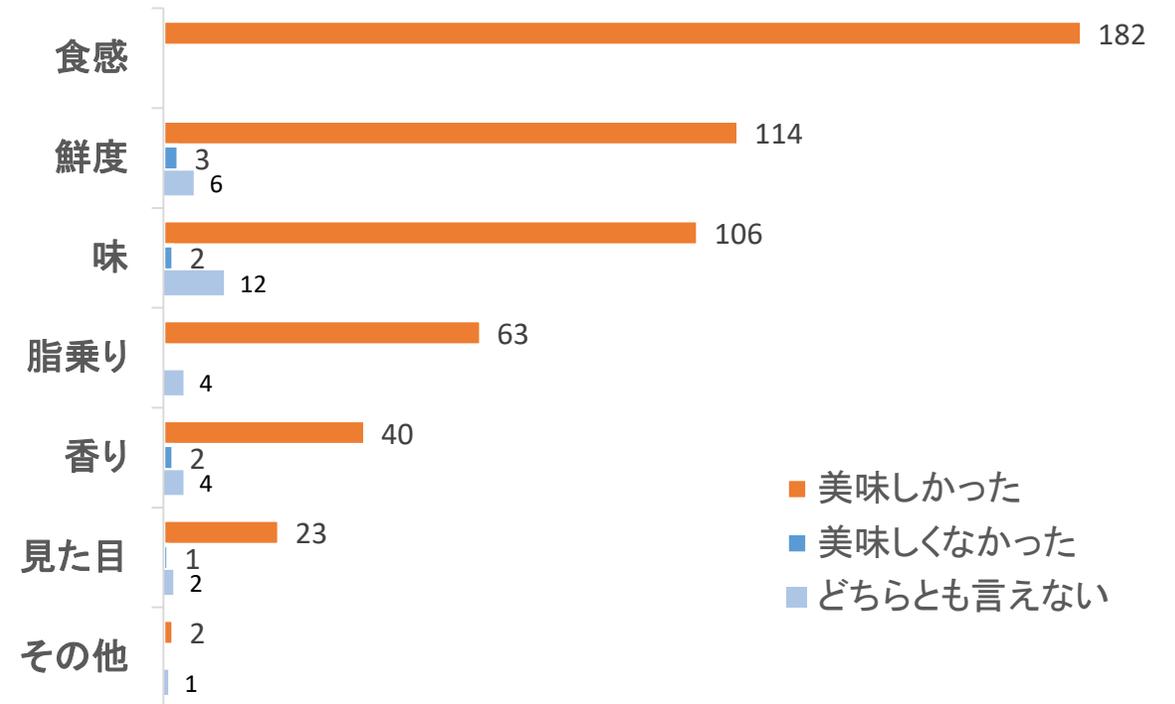
約85%が“美味しかった”と回答し、その理由として“食感”、“鮮度”を挙げる声が多い。

試食したブリについて



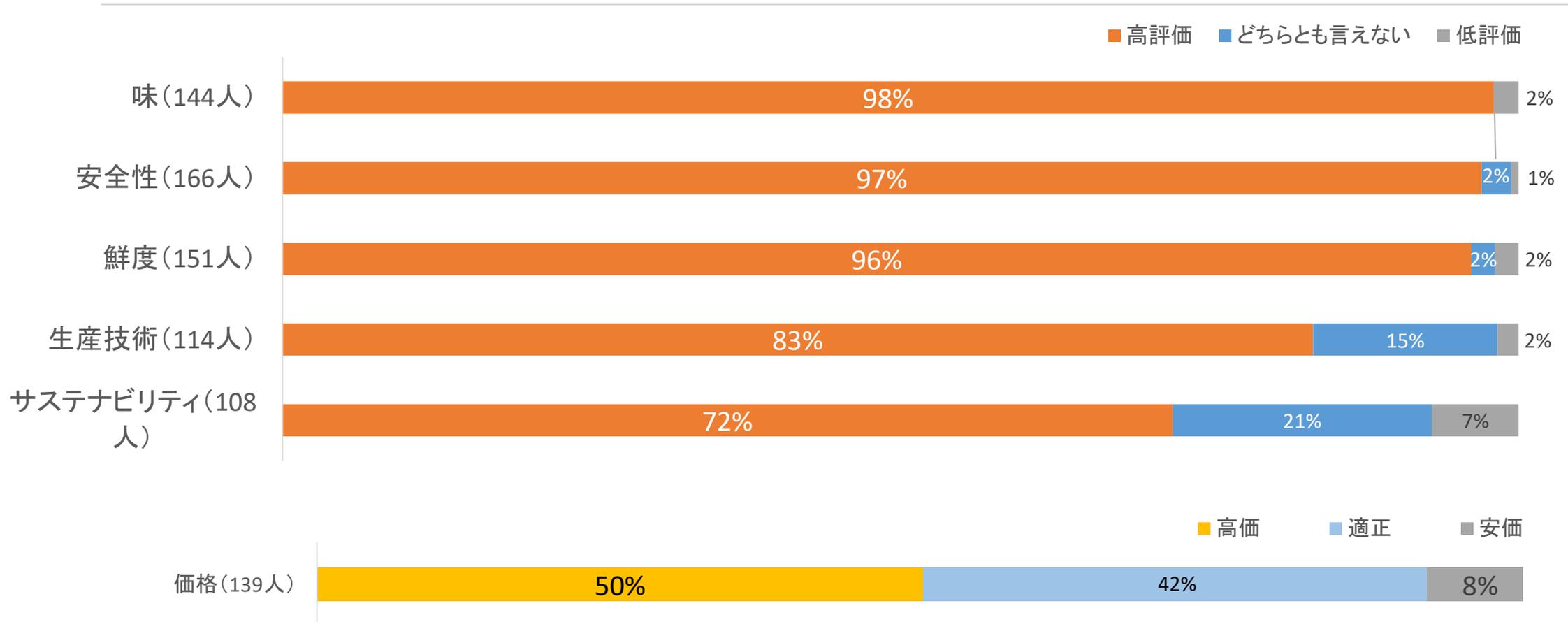
評価に影響を与えた要素(複数回答)

(単位:名)



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、“味”、“安全性”、“鮮度”を挙げる回答者が95%以上と多数。次いで“生産技術”、“サステナビリティ”が続く。価格については半数が“価格が高い”としている。

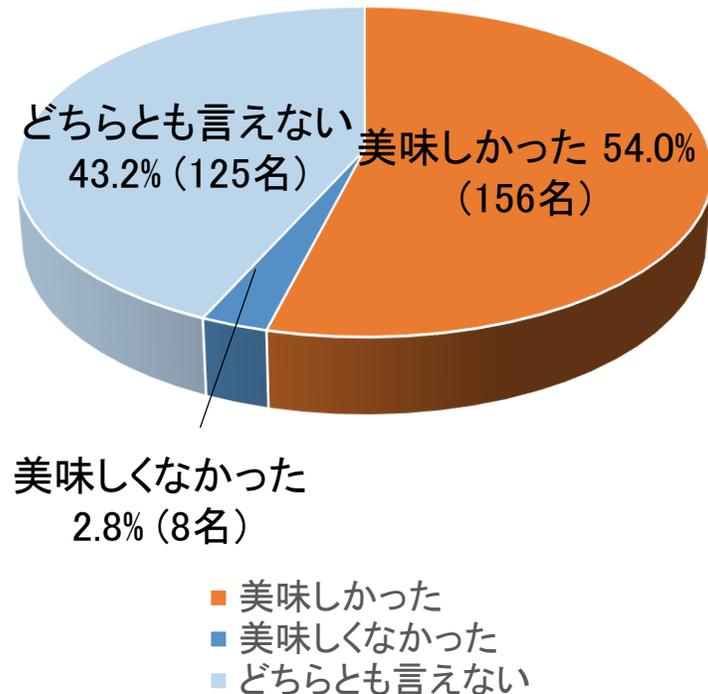
日本の水産物のイメージ(複数回答)



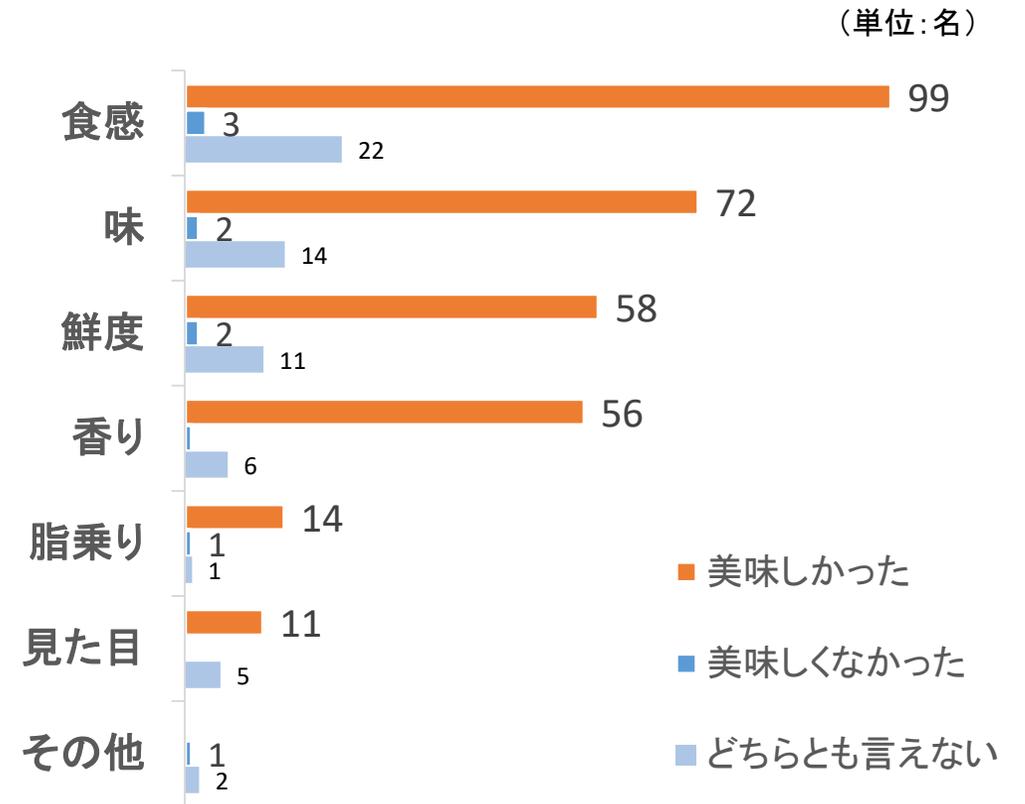
【ホタテについて】

約55%が“美味しかった”と回答し、その理由として“食感”、“味”を挙げる声が多い。

試食したホタテについて



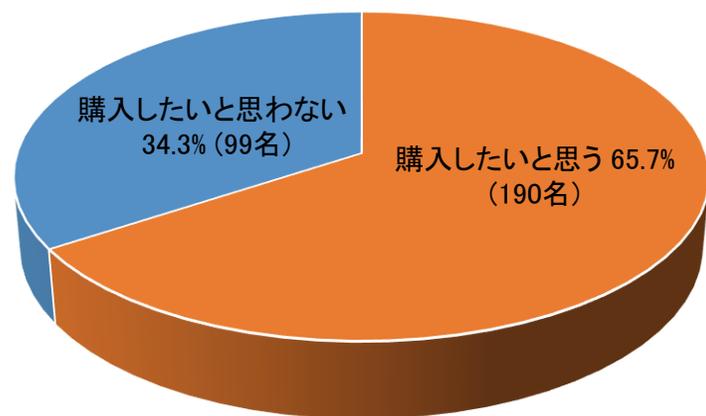
評価に影響を与えた要素(複数回答)



【ホタテについて】

約70%が“購入したいと思う”と回答し、購入金額はHK\$35-69が多数となった。

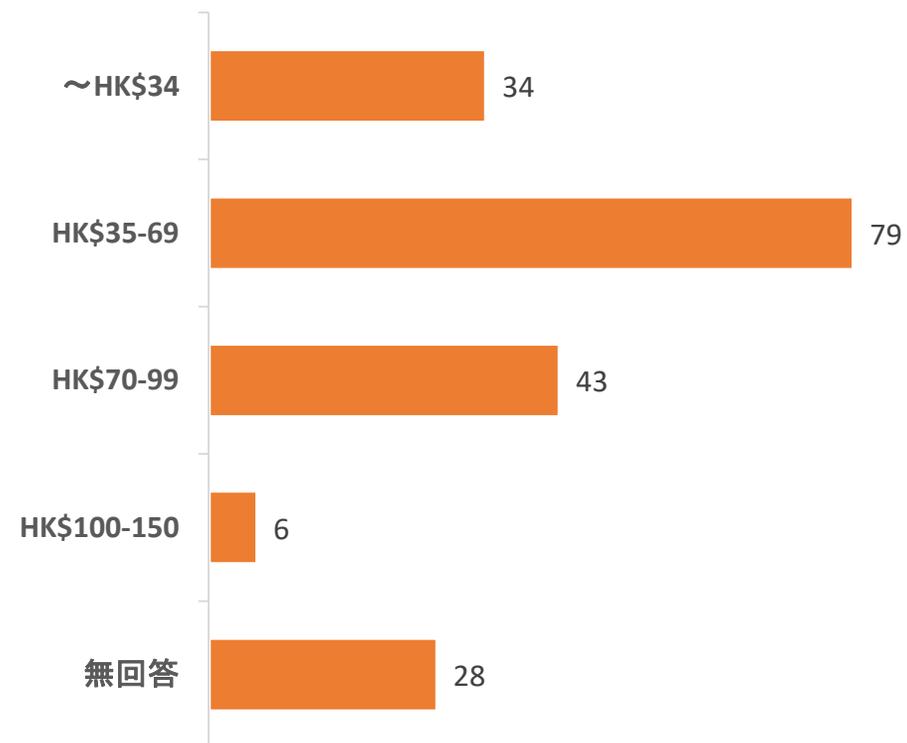
試食したホタテを購入したいか



■ 購入したいと思う ■ 購入したいと思わない

購入したいと思う金額

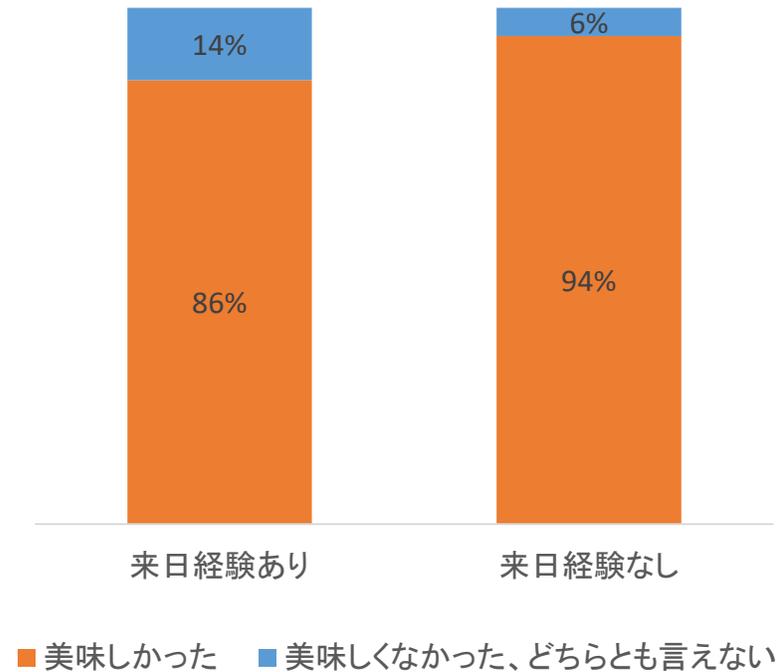
(単位:名)



※ 1袋4個入りにて販売している場合

来日経験の有無や生食の抵抗有無に関わらず、刺身を“美味しい”とする回答が多いため、広い消費者を対象に生食としての水産物の販促が可能。

来日経験と生食の試食メニュー
(ブリの刺身)の反応



水産物の生食に対する意見と
生食の試食メニュー(ブリの刺身)の反応

