

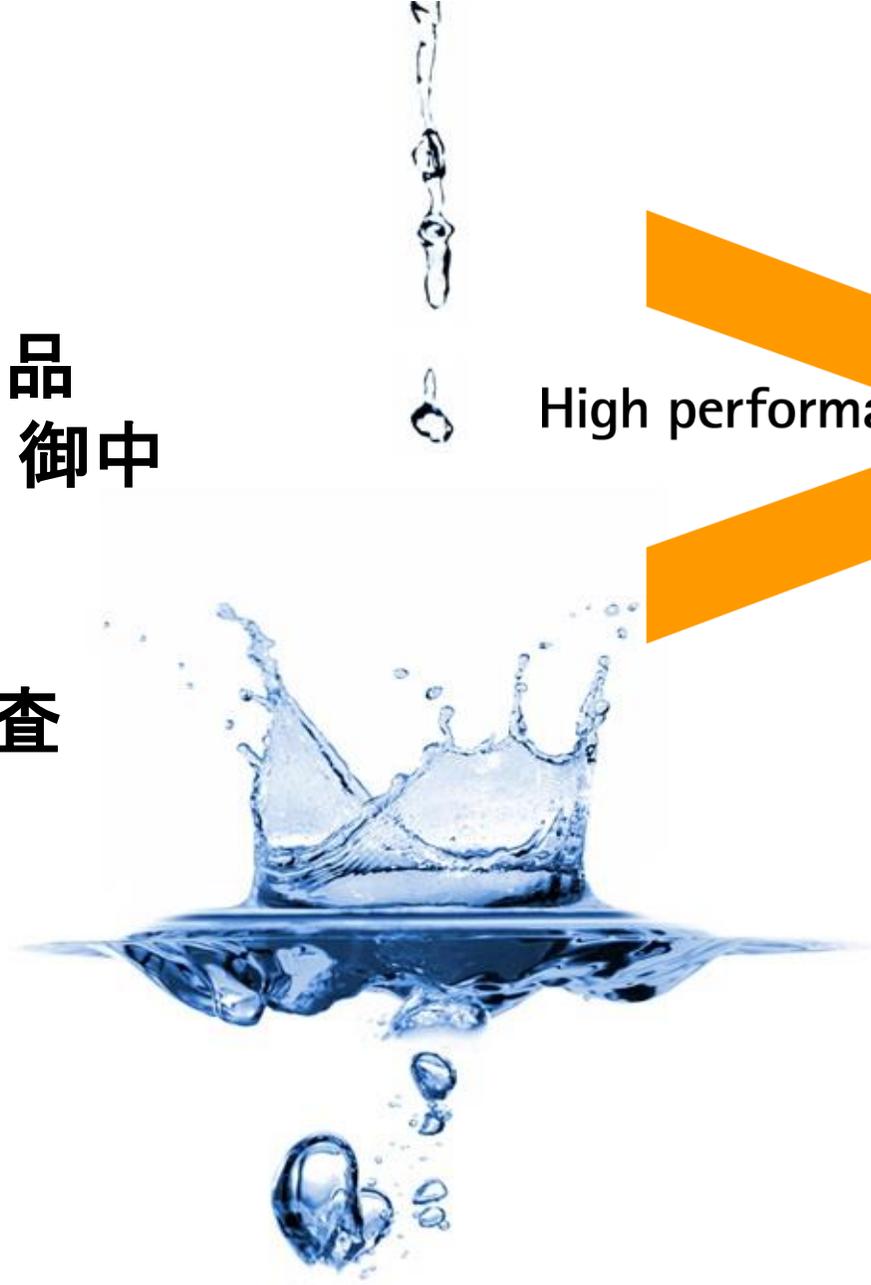
水産物・水産加工品
輸出拡大協議会 御中

平成29年度
試食アンケート調査

2018年3月
アクセンチュア株式会社

 **accenture**

Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations



High performance. Delivered.

目次

1. 中国（青島）	2
2. 台湾（高雄）	22
3. マレーシア（クアラルンプール）	41
4. 米国（ボストン）	62

1.中国

(青島シーフードショー)

1-1. 青島におけるアンケート概要

1-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

1-3. 試食メニューへの反応

- ブリの握り
- ブリの現地風味付け

【青島】1-1. 青島におけるアンケート概要

試食メニュー内容

- 2017年10月に開催された青島シーフードショーにおいて、2種類の日本産水産物の試食メニューを提供。
 - ① ブリの握り：日本産のブリを握りとして提供
 - 対象者：水産協議会が開催したセミナーの参加者（計90人）
 - ② ブリの現地風味付け：日本産のブリを豆板醤で味付けしたものを提供
 - 対象者：水産協議会のブースの来訪者（計82人）

試食アンケートの目的・構成

- それぞれの試食メニューへの意見をアンケート形式で収集し、今後の日本産水産物のプロモーション活動の向上につながる示唆を抽出。配布したアンケートの構成と分析方法については以下の通り。

アンケート分類	内容	分析方法
A. 基本情報（性別・年齢・職業・年収）		<ul style="list-style-type: none"> 傾向を抽出する基礎情報として活用
B. 試食メニューについて	<ul style="list-style-type: none"> 提供したメニューの味付け、水産物自体の意見を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 試食メニューごとに傾向を分析 <ul style="list-style-type: none"> ① ブリの握り(計90人) ② ブリの現地風味付け(計82人)
C. 水産物の消費について	<ul style="list-style-type: none"> 現地で消費されている水産物や生食への抵抗有無、日本産水産物のイメージ等を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 2種類のアンケート結果をまとめて、青島における傾向を分析(計172人)
D. 日本食文化について	<ul style="list-style-type: none"> 来日経験や日本料理を食べる頻度等を把握 	

【青島における水産物消費・日本食文化に関する動向】

- ホタテやカキ等の貝類の消費が圧倒的に多い
 - ブリについてはそこまで浸透しておらず、高所得者層による購入が中心となっている
- 水産物の生食には抵抗がない人が84%を占めている
 - “抵抗がある”と回答したのは女性が中心
- 一般的に日本産水産物のアピール要素となっている“鮮度”・“美味しさ”よりも、日本産水産物に期待する要素として“安全性”を挙げる声が多い
 - さらに、職種によって日本産水産物を取り扱う際に重視する点が異なるため、職種ごとに異なるPR活動が必要
- 来日経験者は少ないものの、日本食文化は比較的浸透しているといえる
 - 日本料理の見た目の美しさを評価する人が多い
 - “季節感・旬”や“歴史感”などの本格的な日本の食文化の知識については、20代～30代の若い世代を中心に浸透し始めている

【試食メニューへの反応】

- 参加者の約80%が、ブリは握り(生食)で食べるのが適していると回答
 - 特に、身の柔らかさや見た目の良さ、新鮮さが人気
 - 試食メニュー(ブリの握り)への意見は、来日経験の有無による影響は受けないことを把握
 - 生食に対して抵抗があるが今回のメニューには高評価な人の割合が高いため、生食への抵抗意見に関わらず、握りとしての水産物のPRは効果的
- 参加者の約80%が、ブリを現地風味付けで調理する方法が適していると回答
 - 魚自体に対するポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数125件、ネガティブ回答数62件)、特に、身の柔らかさや見た目の良さが人気
 - ネガティブな回答については、身の柔らかさ/固さに言及する人が多いが、回答がほぼ同数なため(柔らかすぎる12件、固すぎる11件)、好みによるところが多いと推測
 - 味付け自体については、「酸っぱすぎる」という回答も見られた

1-1. 青島におけるアンケート概要

1-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

1-3. 試食メニューへの反応

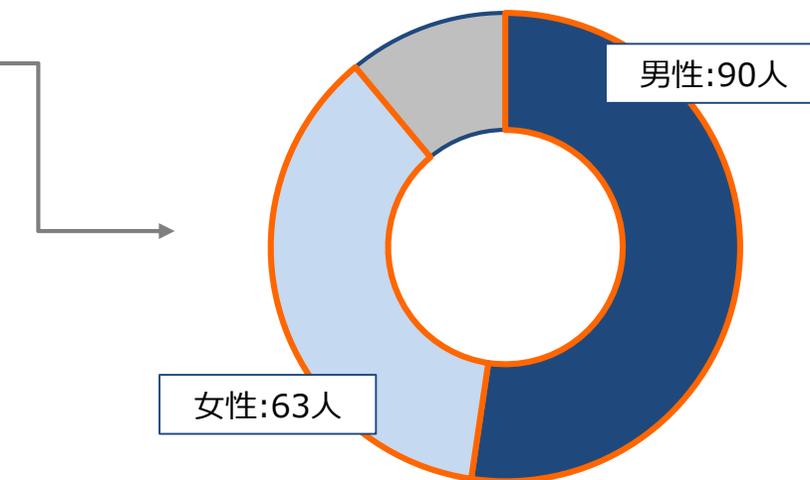
- ブリの握り
- ブリの現地風味付け

青島で実施した計2種のアンケートにおける回答者の傾向は以下の通り。性別については男女比が3：2となっているが、その他の項目においては、やや傾向が偏っている。

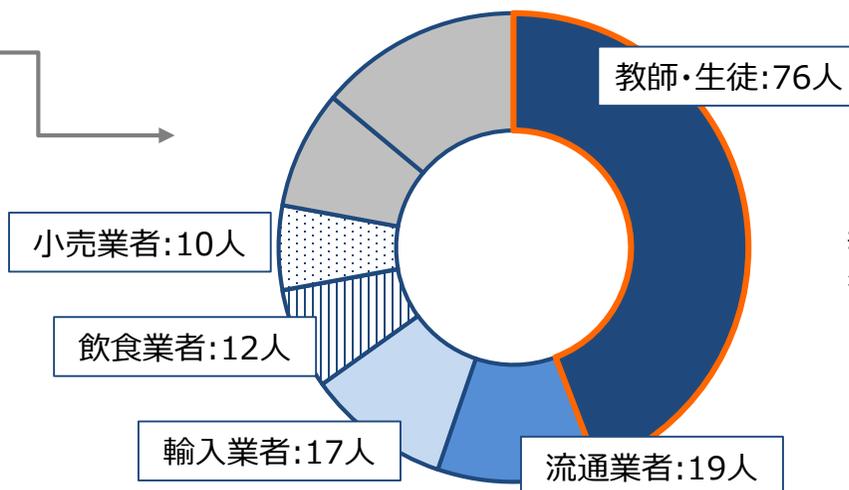
アンケート回答者内訳 (計172人)

特筆事項

性別	男性	90人
	女性	63人
	回答なし	19人
年齢別	20代	86人
	30代	35人
	40代	20人
	50代	12人
	60代	2人
	回答なし	17人
	職業別	教師・生徒
流通業者		19人
輸入業者		17人
飲食業者		12人
小売業者		10人
その他		14人
回答なし		24人
年収別		5千～15千\$未満
	15千～35千\$未満	24人
	35千～50千\$未満	5人
	50千～70千\$未満	2人
	70千\$以上	5人
	回答なし	64人



アンケート回答者の男女比は3:2

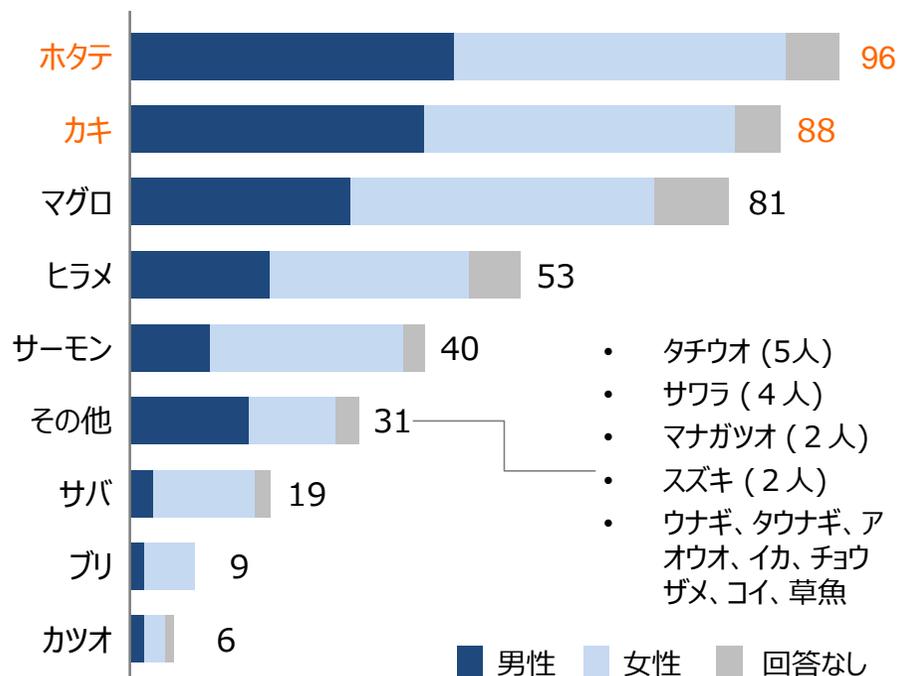


教師・生徒の回答が最も多い

家庭・外食店でよく食べる品目としては、ホタテやカキ等の貝類が多い。ブリについてはそこまで浸透しておらず、高所得者層による購入が中心となっている。

設問：家庭・外食店でよく食べる魚種を教えてください（複数回答可）

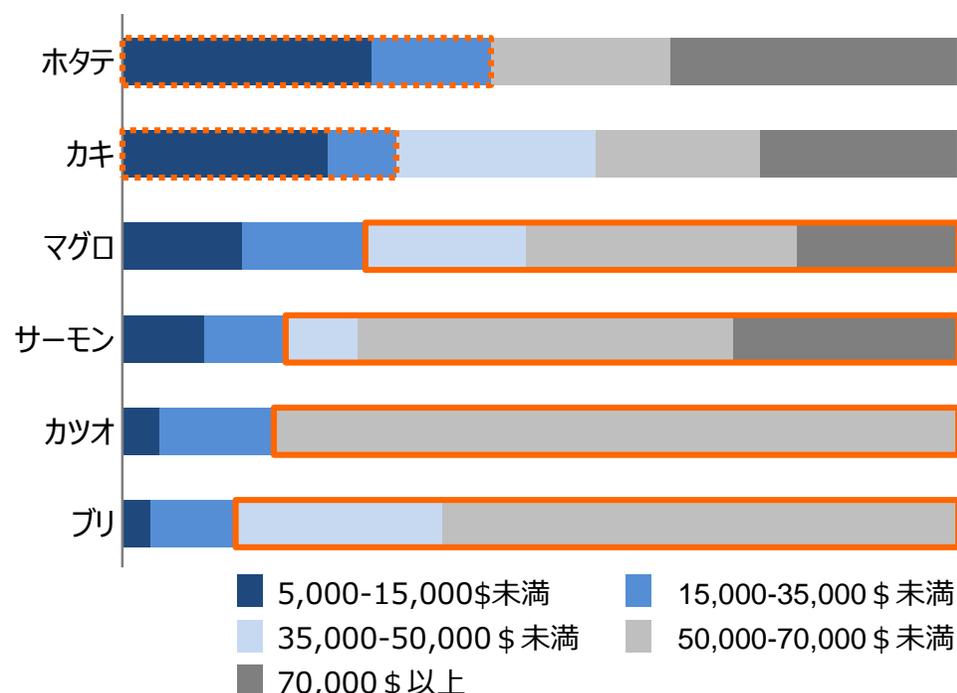
男女別回答結果（回答数：計240件）



ホタテ、カキ等の貝類の消費が多い

- ホタテ、カキ、カツオについては、男性よりも女性の回答数が多い

年収別回答結果※1,2



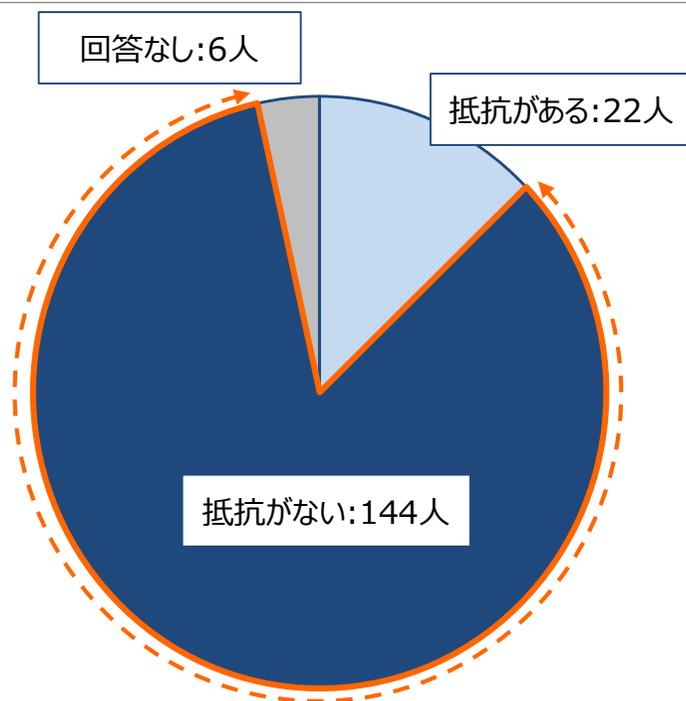
マグロ、サーモン、カツオ、ブリなどについては、中～高所得者が中心

- 比較的消費量の多いホタテ、カキについては、年収が35,000未満の低～中間層も購入している

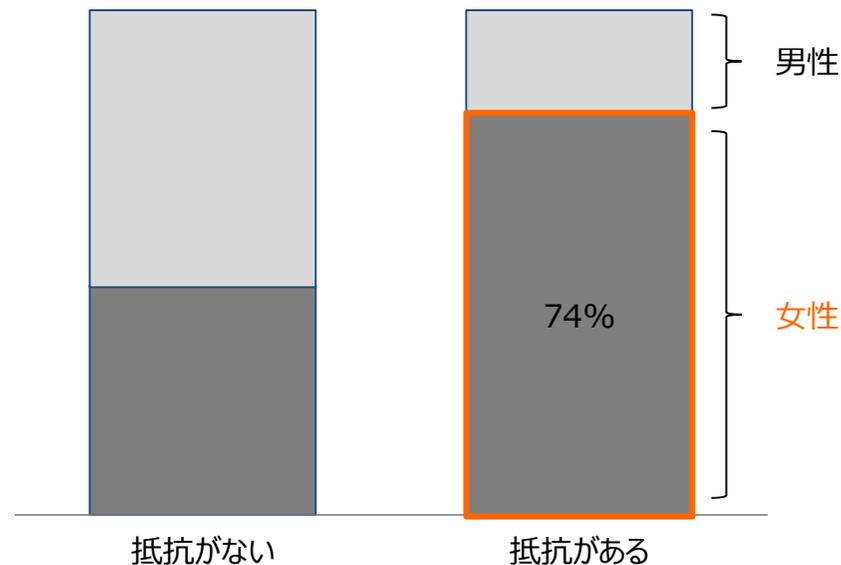
水産物の生食には抵抗がない人が84%を占めており、“抵抗がある”と回答したのは女性を中心に。

設問：水産物の生食には抵抗がありますか

回答結果概要



男女別回答結果※1,2



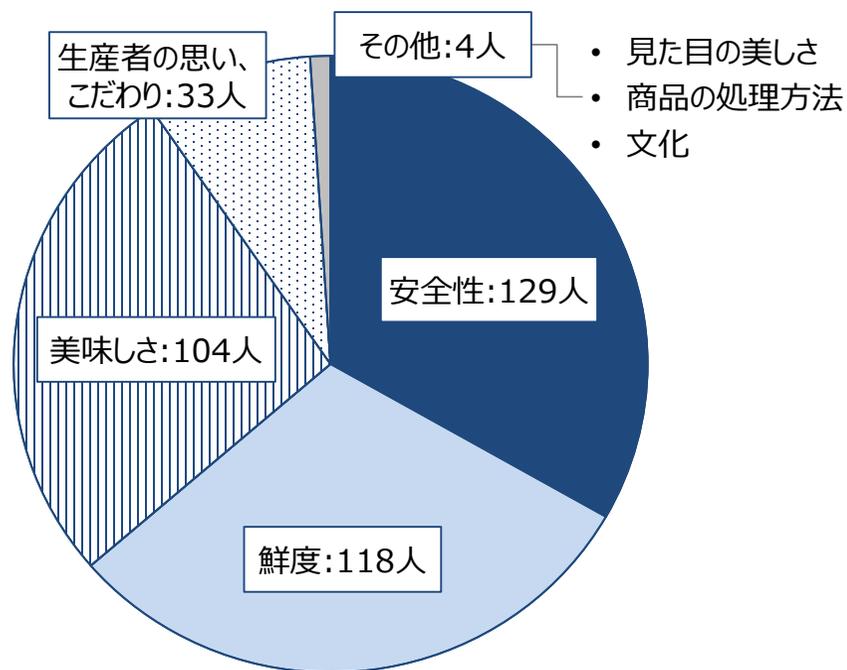
- アンケート回答者の**84%**が水産物の生食に**抵抗がない**と回答

- 水産物の生食に抵抗があるのは**女性が多い**

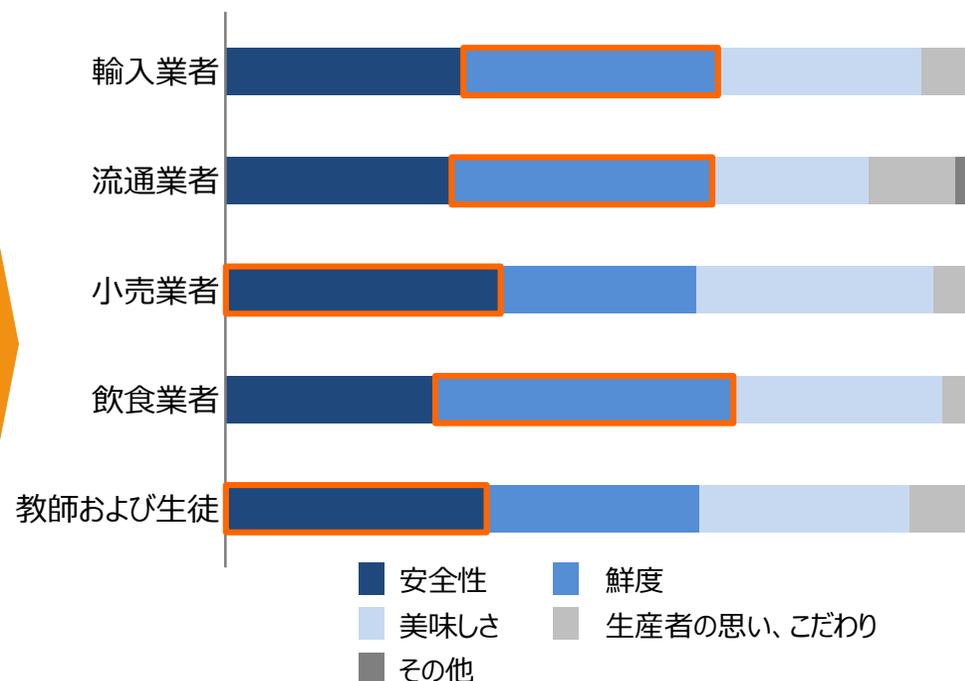
一般的に日本産水産物のアピール要素となっている“鮮度”・“美味しさ”よりも、日本産水産物に期待する要素として“安全性”を挙げる声が多い。また、職種によって日本産水産物を取り扱う際に重視する点が異なるため、職種ごとに異なるPR活動が必要。

設問：日本産水産物を取り扱う場合、何に期待をしていますか（複数回答可）

回答結果概要（回答数：計388件）



職業別回答結果※1,2

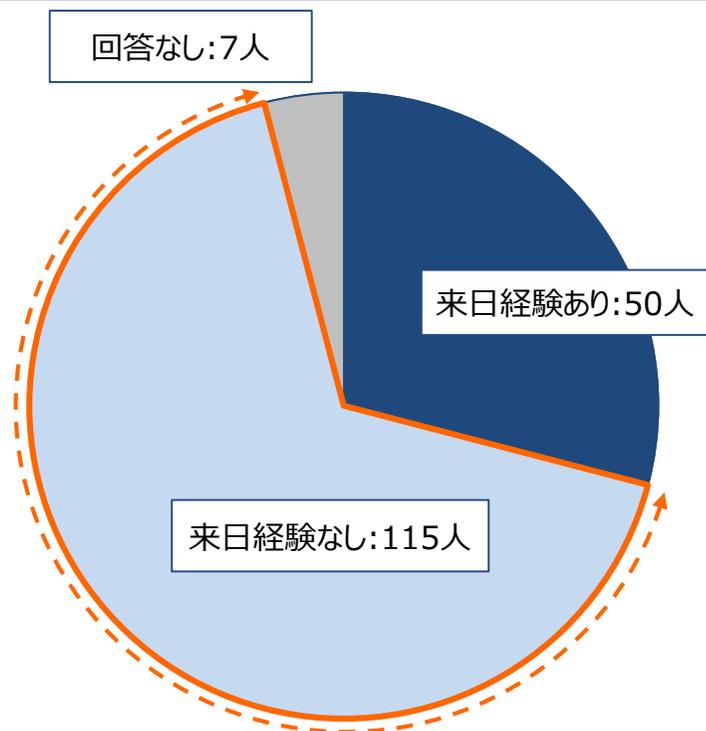


- “安全性”を重視する声が多い
 - 原発の影響が残っていると推測
- 次に“鮮度”・“美味しさ”が続く

- 職業によって日本産水産物を取り扱う際に最も重視する点が異なるため、**職種ごとに異なるPR方法が必要**
 - 輸入業者、流通業者、飲食業者は“鮮度”を重視
 - 小売業者、教師および生徒は“安全性”を重視

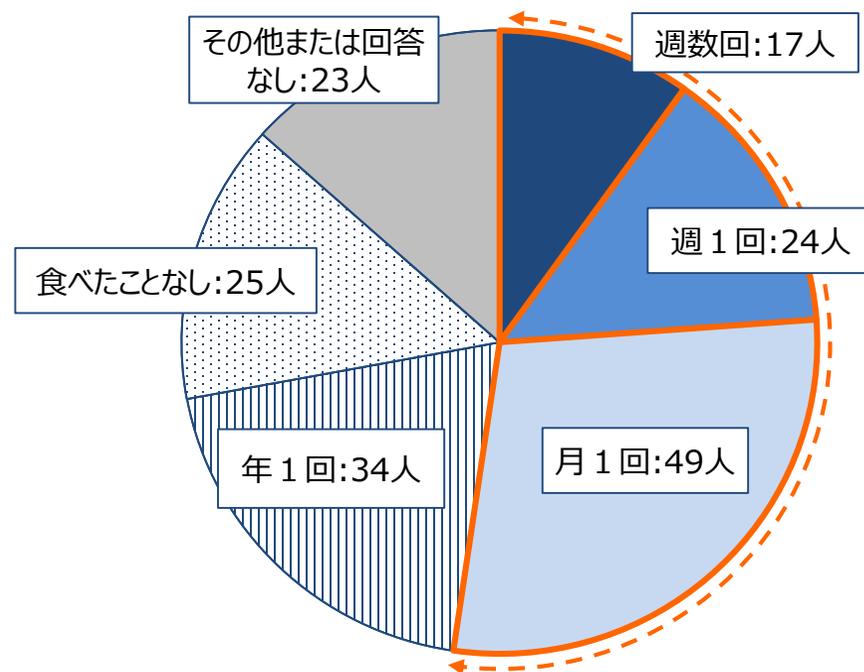
全体の67%が来日経験がないと回答しているものの、アンケート回答者の50%以上が月に1回以上日本料理を食べると回答。そのため、来日経験に関わらず、日本食文化は比較的浸透しているといえる。

設問：来日経験はありますか



- アンケート回答者の**67%**が来日経験がないと回答

設問：日本料理を食べる頻度はどの程度ですか

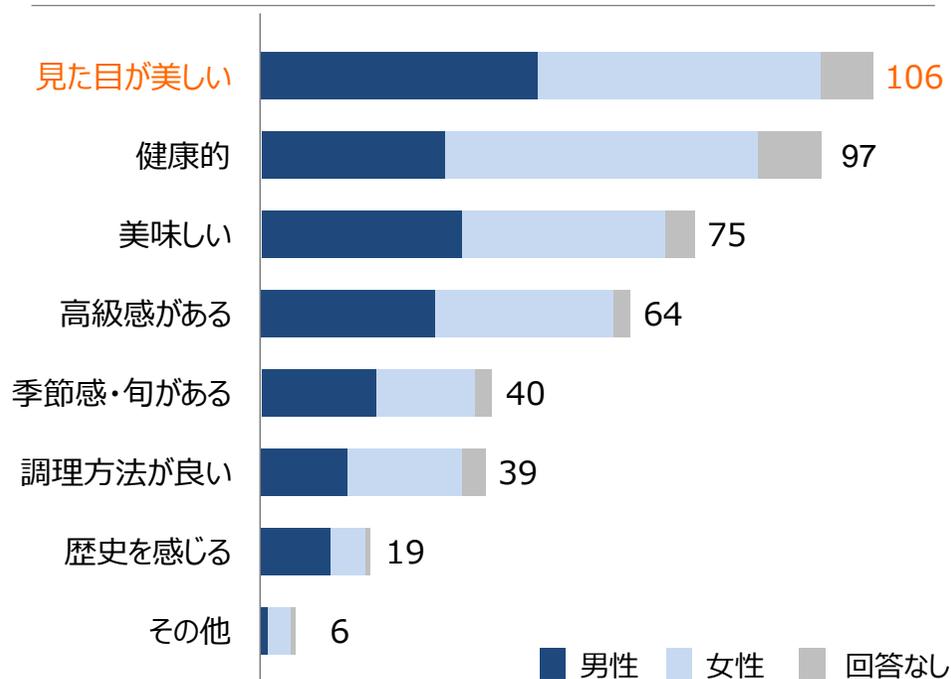


- アンケート回答者の**50%以上**が、月に1回以上日本料理を食べると回答
 - 月に1回程度との回答が最多

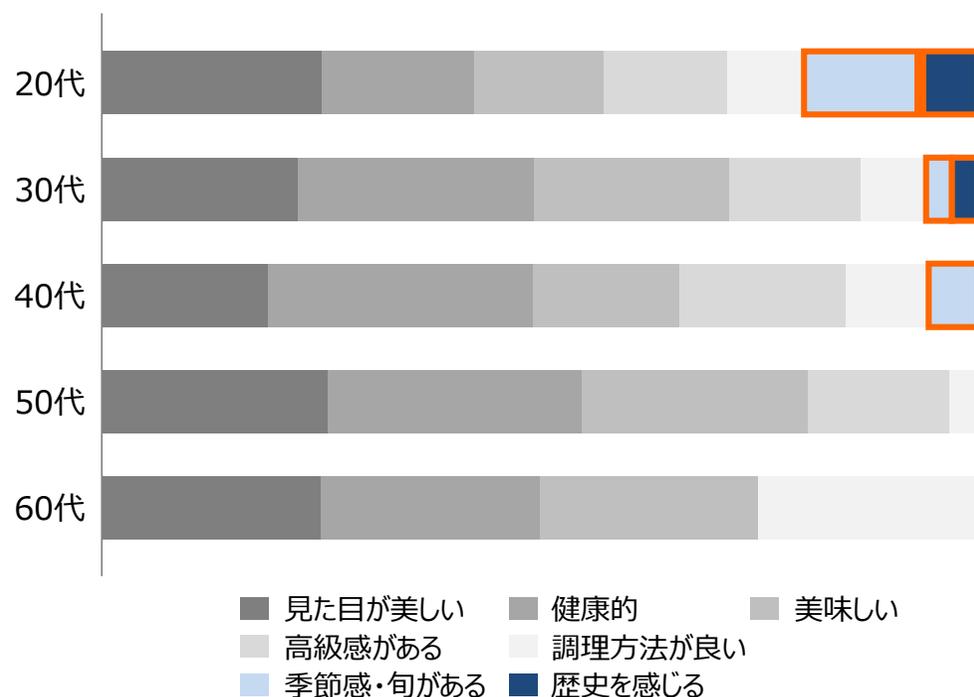
**日本料理のイメージについては、男女ともに見た目の美しさを挙げる人が多数。
また、“季節感・匂”・“歴史を感じる”などの本格的な日本の食文化の知識については、
少数ではあるが20代～30代の若い世代を中心に浸透し始めている。**

設問：日本料理にどのようなイメージを持っていますか（複数回答可）

男女別回答結果（回答数：計446）



年齢別回答結果※1,2



・ **日本食料理のイメージとして、“見た目が美しい”と回答する人が多い**

➢ 女性では“見た目が美しい”、男性では“健康的”と回答する人が最も多い

・ “季節感・匂がある”・“歴史を感じる”等の本格的な日本の食文化の知識については、少数ではあるが20代～30代(一部、40代)の若い世代を中心に浸透してきている

1-1. 青島におけるアンケート概要

1-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

1-3. 試食メニューへの反応

- ブリの握り

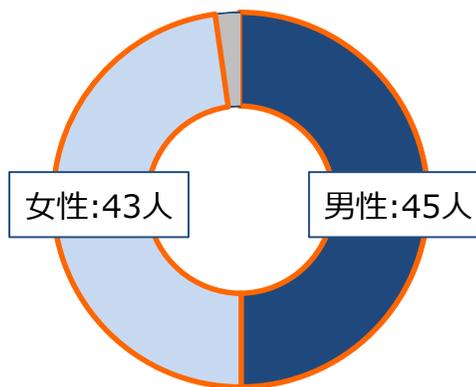
- ブリの現地風味付け

セミナーに参加した90人が、ブリの握りを試食。うち73名(80%)が水産関連の学校の教師・生徒となっている。男女比は1:1とバランスが取れた情報を収集。

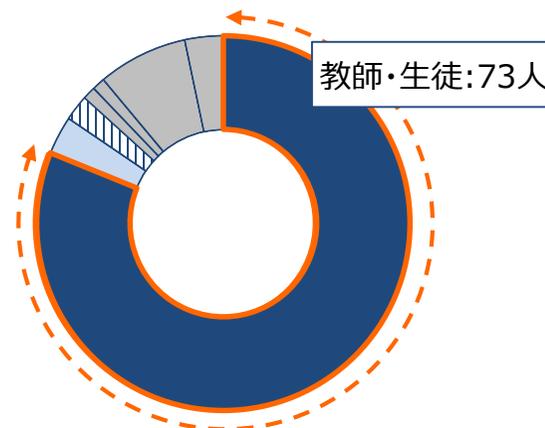
アンケート回答者内訳 (計90人)

特筆事項

性別	男性	45人
	女性	43人
	回答なし	2人
年齢別	20代	72人
	30代	5人
	40代	5人
	50代	4人
	回答なし	4人
職業別	教師・生徒	73人
	輸入業者	3人
	流通業者	2人
	飲食業者	1人
	小売業者	1人
	その他	7人
	回答なし	3人
年収別	5千~15千\$未満	48人
	15千~35千\$未満	5人
	35千~50千\$未満	2人
	50千~70千\$未満	1人
	70千\$以上	5人
	回答なし	29人



アンケート回答者の男女比はおよそ1:1

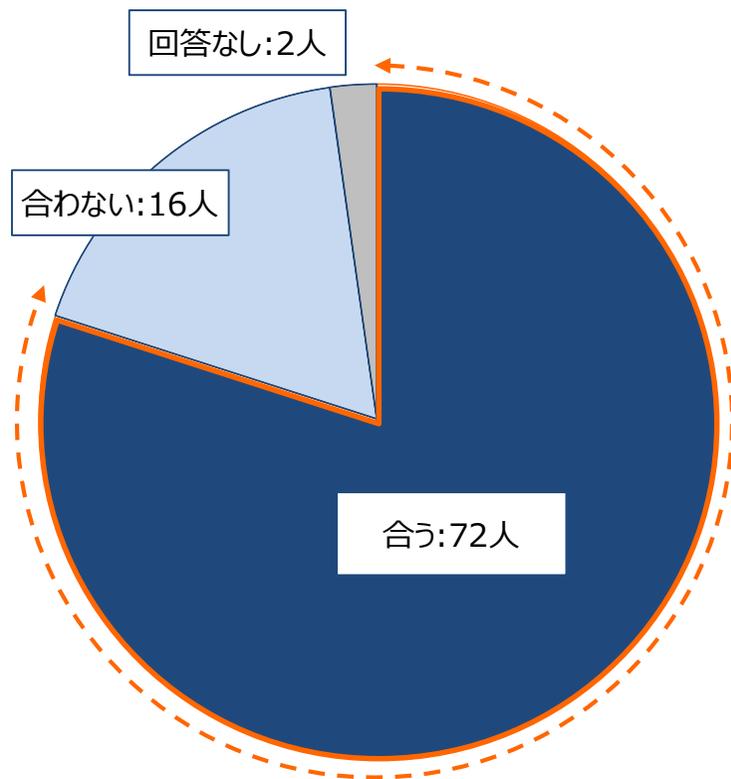


教師・生徒がアンケート回答者の80%を占める

参加者の約80%が、ブリは握りで食べるのが適していると回答。握り以外の調理法としては、油で揚げる方法を支持する声が挙がった。

設問：本日の試食料理の調理方法は
日本産のブリによく合うと思いますか

特筆事項

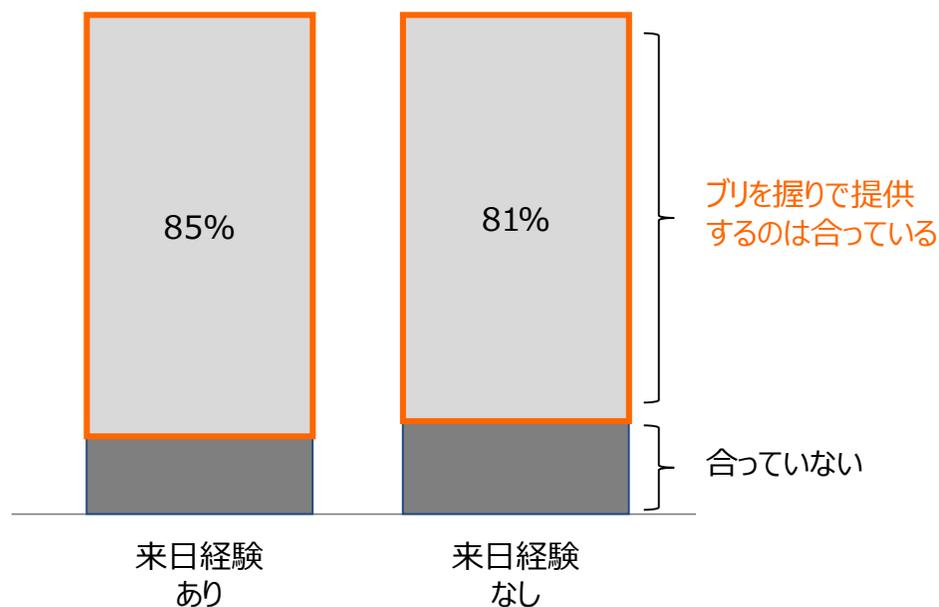


アンケート回答者の80%が“合う”と回答

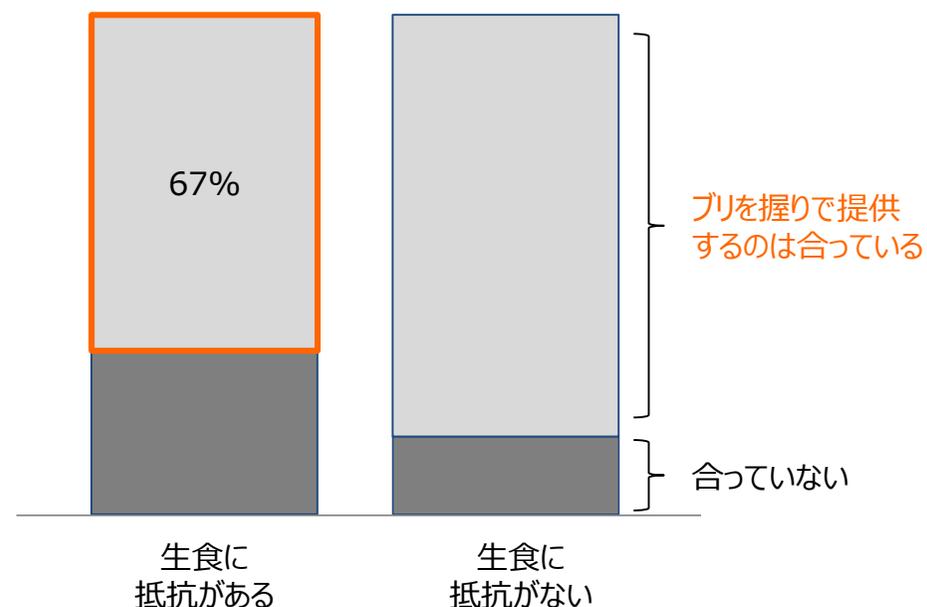
- アンケート回答者の**80%**が“**合う**”と回答
 - 男女比は均等
- “合わない”と回答した理由
 - 食習慣が違う
 - 少し血生臭い
 - 少し米が固い
- 日本産ブリに合うその他の調理方法、調味料、食材
 - 調理方法
 - ✓ 油で揚げる(3名)
 - ✓ 蒸す
 - ✓ 塩であぶる
 - ✓ 生食
 - 食材
 - ✓ 糖納豆

生食の試食メニュー(ブリの握り)への意見は、来日経験の有無による影響は受けないことが分かった。また、生食に対して抵抗があるが今回のメニューには高評価な人の割合が高いため、生食への抵抗意見に関わらず、握りとしての水産物のPRは効果的である。

来日経験と生食の試食メニュー(ブリの握り)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(ブリ握り)の反応※



• **来日経験の有無は、生食の試食メニュー(ブリの握り)の評価には大きく影響しない**

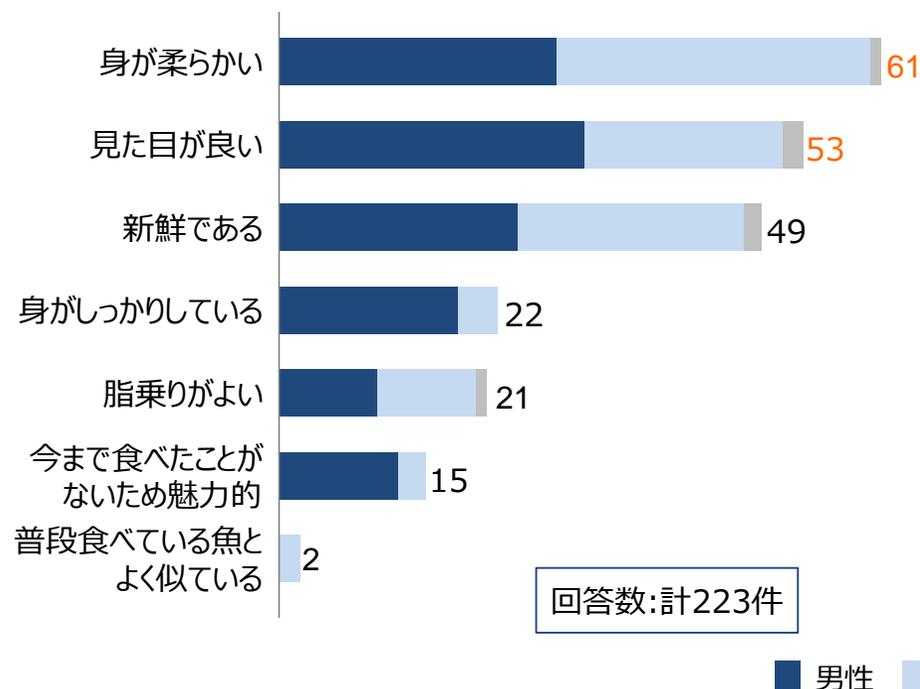
- 来日経験がない消費者に対しても、日本産水産物を日本料理風に提供してヒットする可能性はある

• **生食に抵抗があると回答していても、今回の試食メニューで提供したブリの握りを評価する人が多い**

- 単なる食わず嫌いの可能性が高い

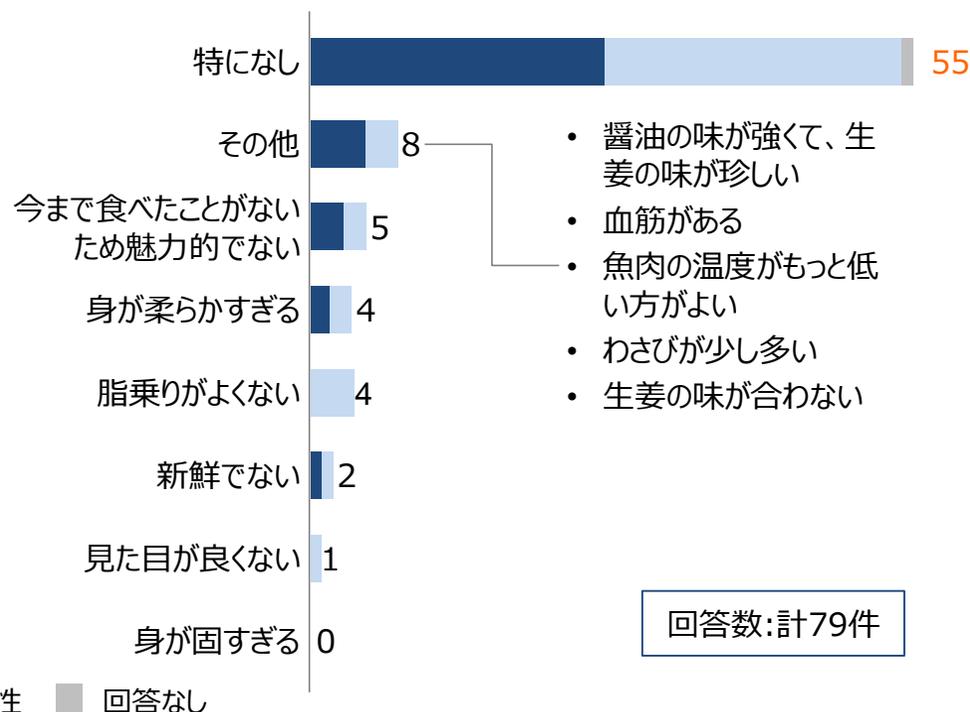
今回提供したブリの握りについては、ポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数223件、ネガティブ回答数79件)、特に、身の柔らかさや見た目の良さが人気。

設問：提供した魚自体についてポジティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



- **身の柔らかさや見た目の良さが特に人気**
- “身がしっかりしている”・“今まで食べたことがないため魅力的”は、女性の回答が多い

設問：提供した魚自体についてネガティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



- **“特になし”の回答が最も多い**
- “脂乗りがよくない”・“見た目が良くない”の回答者については、件数自体が少ないが、男性のみ

1-1. 青島におけるアンケート概要

1-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

1-3. 試食メニューへの反応

- ブリの握り

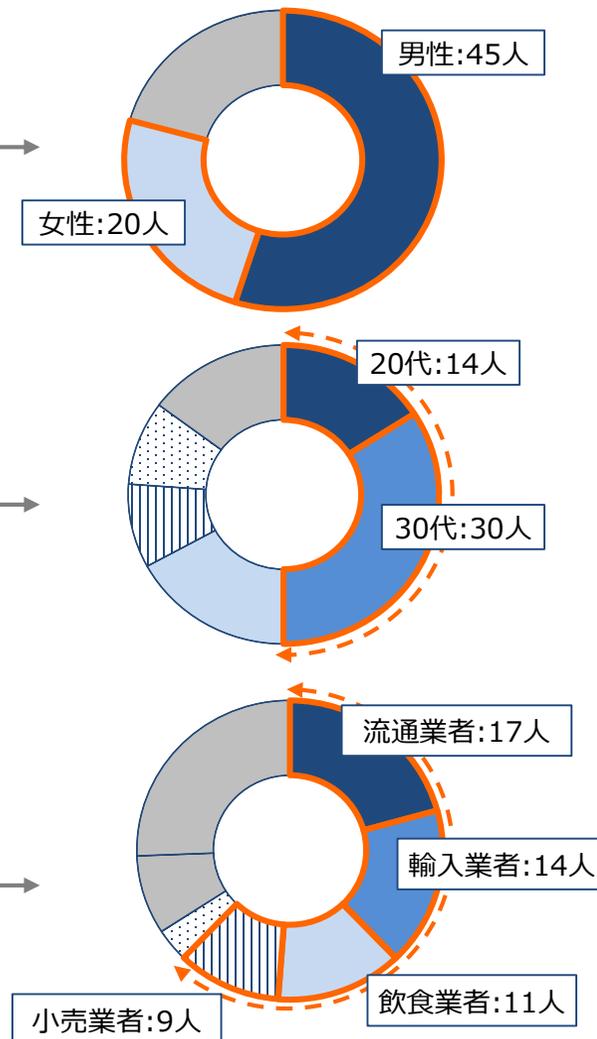
- ブリの現地風味付け

ブリを現地風味付けに調理したメニューは82人が試食。男女比は2:1と男性が多めの回答となっており、20代、30代の回答が中心となった。職業別では、幅広い回答を収集。

アンケート回答者内訳 (計82人)

特筆事項

性別	男性	45人
	女性	20人
	回答なし	17人
年齢別	20代	14人
	30代	30人
	40代	15人
	50代	8人
	60代	8人
	回答なし	13人
職業別	流通業者	17人
	輸入業者	14人
	飲食業者	11人
	小売業者	9人
	教師・生徒	3人
	その他	7人
	回答なし	21人
年収別	5千~15千\$未満	24人
	15千~35千\$未満	19人
	35千~50千\$未満	3人
	50千~70千\$未満	1人
	回答なし	35人



アンケート回答者の男女比は約2:1

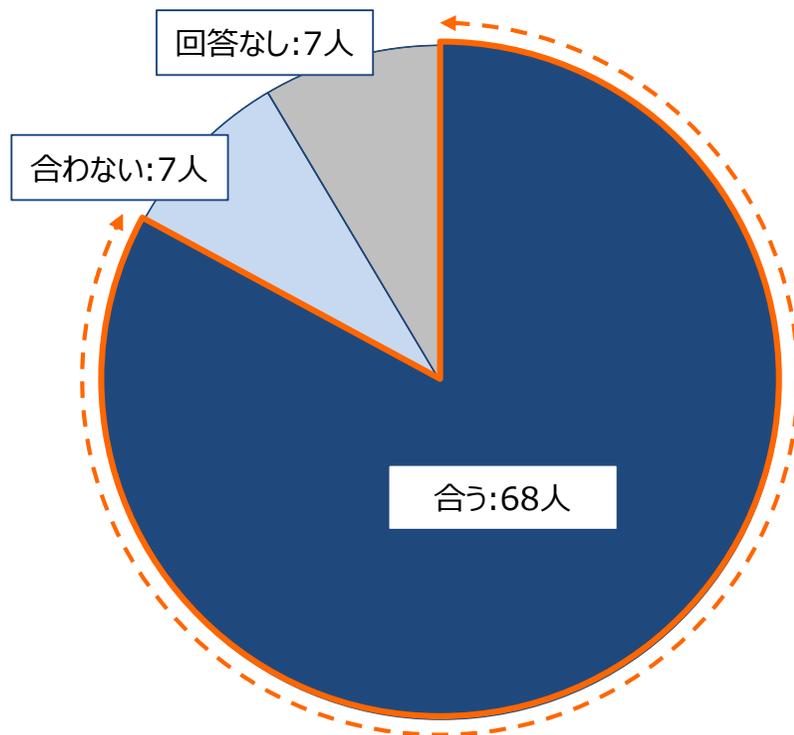
20代、30代が半数を占める
特に30代の回答が多い

直接日本産水産物を取り扱う業者(流通業者、輸入業者、飲食業者、小売業者等)の回答が大半を占める

参加者の約80%が、ブリを現地風味付けで調理する方法が適していると回答。その他の調理方法としては、寿司や刺身などの生食での方法を挙げる人が多い。

設問：本日の試食料理の調理方法は
日本産のブリによく合うと思いますか

特筆事項

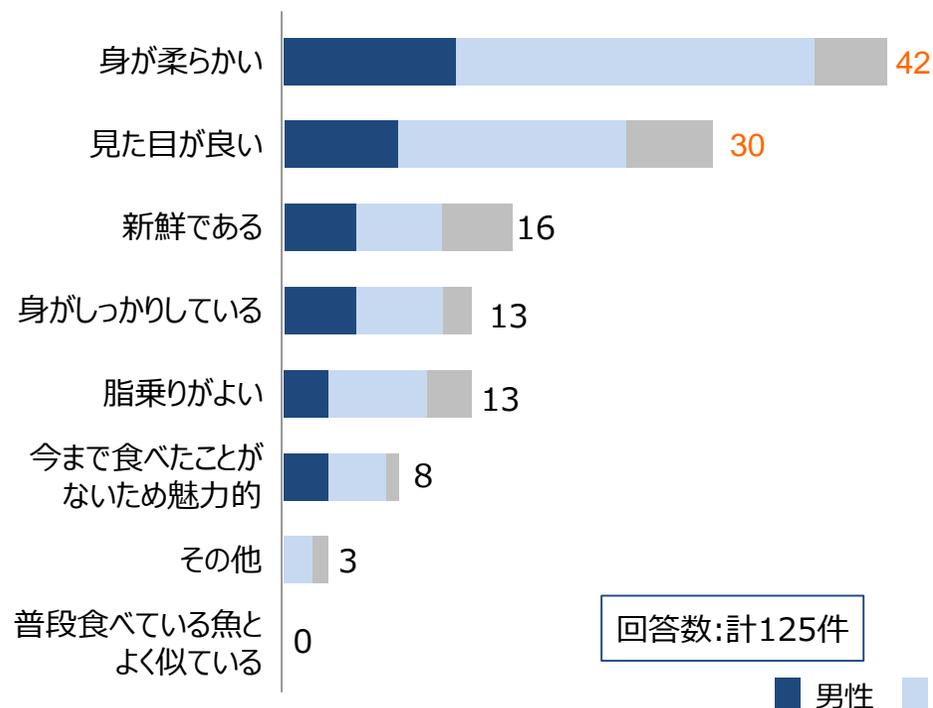


- アンケート回答者の**80%が“合う”と回答**
- 日本産ブリに合うその他の調理方法、調味料、食材
 - 調理方法
 - ✓ 寿司(2名)
 - ✓ 刺身(2名)
 - ✓ 中華料理
 - ✓ 醤油で煮込む

アンケート回答者の80%以上が“合う”と回答

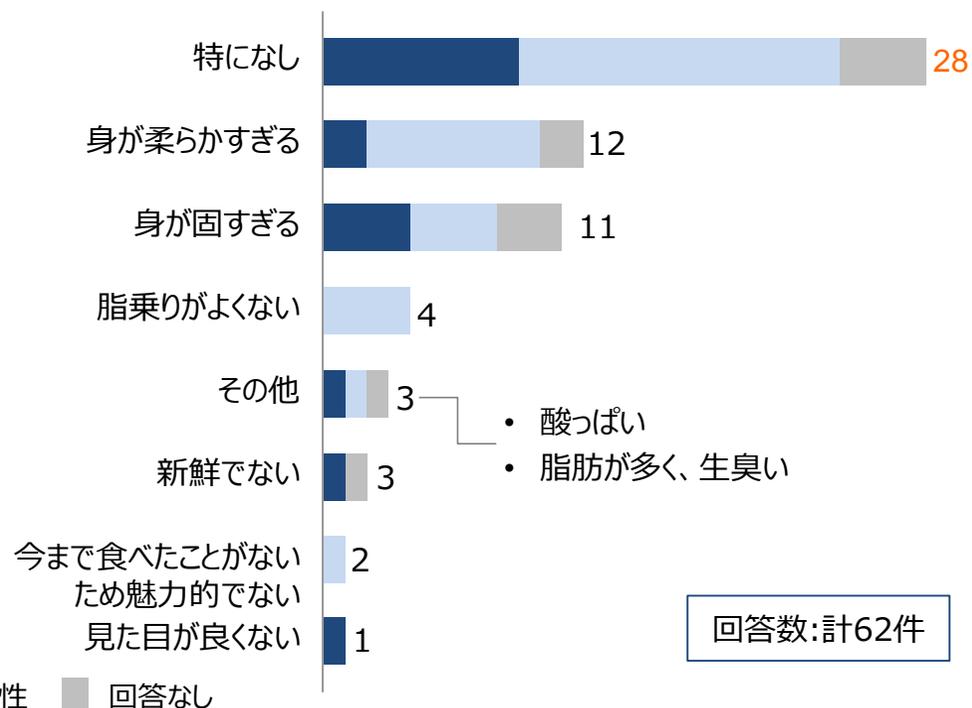
ブリの味付けについてはポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数125件、ネガティブ回答数62件)、特に、身の柔らかさや見た目の良さが人気。

設問：提供した魚自体についてポジティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



• **身の柔らかさや見た目の良さ**が特に人気

設問：提供した魚自体についてネガティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



• **“特になし”**の回答が最も多い

台湾
(高雄シーフードショー)

2-1. 高雄におけるアンケート概要

2-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

2-3. 試食メニューへの反応

- 養殖クロマグロの握り
- ブリの現地風味付け

【高雄】2-1. 高雄におけるアンケート概要

試食メニュー内容

- 2017年11月に開催された高雄シーフードショーにおいて、2種類の日本産水産物の試食メニューを提供。
 - ① 養殖クロマグロの握り：日本産の養殖クロマグロを握りとして提供
 - 対象者：水産協議会のブースの来訪者（計577人）
 - ② ブリの現地風味付け：日本産のブリを豆板醤で味付けしたものを提供
 - 対象者：水産協議会のブースの来訪者（計352人）

試食アンケートの目的・構成

- それぞれの試食メニューへの意見をアンケート形式で収集し、今後の日本産水産物のプロモーション活動の向上につながる示唆を抽出。配布したアンケートの構成と分析方法については以下の通り。

アンケート分類	内容	分析方法
A. 基本情報（性別・年齢・職業・年収）		<ul style="list-style-type: none"> 傾向を抽出する基礎情報として活用
B. 試食メニューについて	<ul style="list-style-type: none"> 提供したメニューの味付け、水産物自体の意見を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 試食メニューごとに傾向を分析 <ol style="list-style-type: none"> ① 養殖クロマグロの握り(計577人) ② ブリの現地風味付け(計352人)
C. 水産物の消費について	<ul style="list-style-type: none"> 現地で消費されている水産物や生食への抵抗有無、日本産水産物のイメージ等を把握 	
D. 日本食文化について	<ul style="list-style-type: none"> 来日経験や日本料理を食べる頻度等を把握 	
		<ul style="list-style-type: none"> 2種類のアンケート結果をまとめて、高雄における傾向を分析(計929人)

【高雄における水産物消費・日本食文化に関する動向】

- マグロとサーモンの消費が圧倒的に多い
 - 20代についてはサーモンが最も人気であるが、30代以上になるとマグロの方が人気が高い
 - ブリについては、そこまで浸透していない様子
- 水産物の生食には抵抗がない人が88%を占めている
 - 若い世代の人々の方が生食を経験する機会が多く、抵抗の有無を明確に自覚していると推測
- 日本産水産物に期待する要素として“鮮度”を重視する声が最も高い
 - 業種に関わらず、“鮮度”が一番のアピールポイントになる
 - ただし、“安全性”を重視する声も高く、原発の影響などを考慮した丁寧な販促活動が求められる
- 日本文化の浸透という視点から見ると、成熟段階の市場であると考えられる
 - アンケート回答者の半数が来日経験があり。また、高い頻度で日本料理を食べる機会を持つ回答者が多い
- 日本料理については、“健康的”であるとのイメージが最も強い
- 本格的な日本の食文化の知識もすべての年齢層に浸透しており、旬や産地ブランドをアピールした販促が効果的

【試食メニューへの反応】

- 天然ものと養殖ものを比べると、天然ものの人気が依然として高い
 - ただ、来日経験がある人の方が養殖ものに対して評価が高い傾向があるため、訪日人口が多い高雄は有望な市場であるといえる
 - 魚自体に対するポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数1,146件、ネガティブ回答数531件)、特に身の柔らかさや新鮮さが人気
- 参加者の約90%が、ブリを現地風味付けで調理する方法が適していると回答
 - 魚自体に対するポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数645件、ネガティブ回答数310件)、特に食感に関する意見が多い
 - ✓ 女性は身が柔らかい点を好む割合が高く、男性は身がしっかりしている点を好む割合が高い
 - その他の調理方法としては、寿司や刺身などの生食や煮込み、スープを挙げる人が多い

2-1. 高雄におけるアンケート概要

2-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

2-3. 試食メニューへの反応

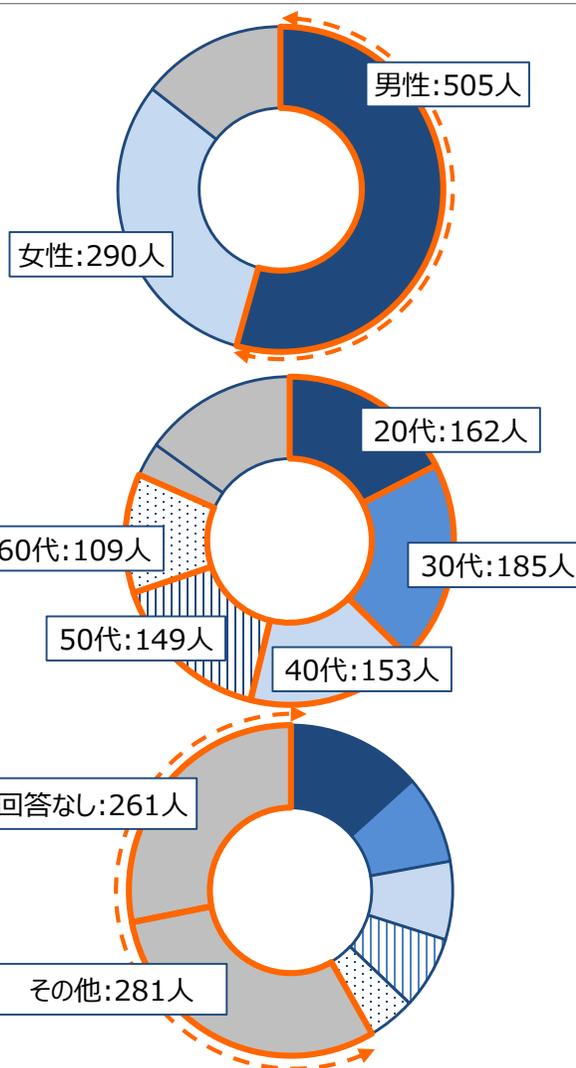
- 養殖クロマグロの握り
- ブリの現地風味付け

929人がアンケートに回答。男女比では男性の回答が多いが、年齢別にみると比較的バランスのとれた回答を収集。職業や年収については、未回答が多くみられる。

アンケート回答者内訳 (計929人)

特筆事項

性別	男性	505人
	女性	290人
	回答なし	134人
年齢別	20代	162人
	30代	185人
	40代	153人
	50代	149人
	60代	109人
	70代以上	31人
	回答なし	140人
	職業別	教師・生徒
	輸入業者	81人
	飲食業者	71人
	流通業者	66人
	小売業者	44人
	その他	281人
	回答なし	261人
年収別	5千～15千\$未満	265人
	15千～35千\$未満	206人
	35千～50千\$未満	87人
	50千～70千\$未満	31人
	70千\$以上	49人
	回答なし	291人



男性が60%弱を占める

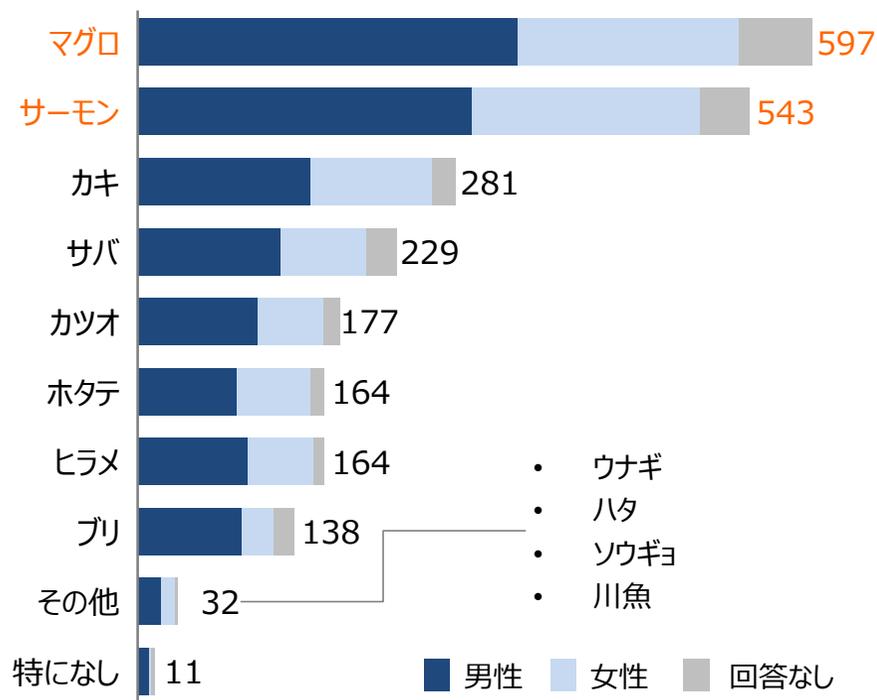
年齢別にみると比較的バランスの取れた回答を収集

教師・生徒の回答が最も多い。回答の半数以上が“その他”・“回答なし”となっている

高雄においては、マグロとサーモンの消費が圧倒的に多い。年代別に見てみると、20代についてはサーモンが最も人気であるが、30代以上になるとマグロの方が人気が高い。ブリについては、そこまで浸透していない様子。

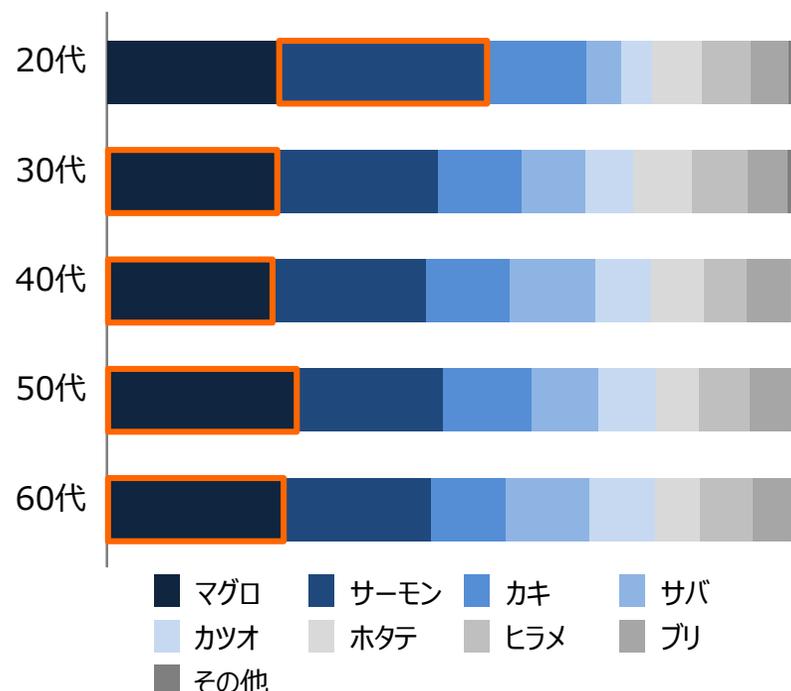
設問：家庭・外食店でよく食べる魚種を教えてください（複数回答可）

男女別回答結果（回答数：計2,336件）



- マグロ、サーモン消費が圧倒的に多い
- 貝類については、ホタテよりもカキの消費が多い

年齢別回答結果※1,2

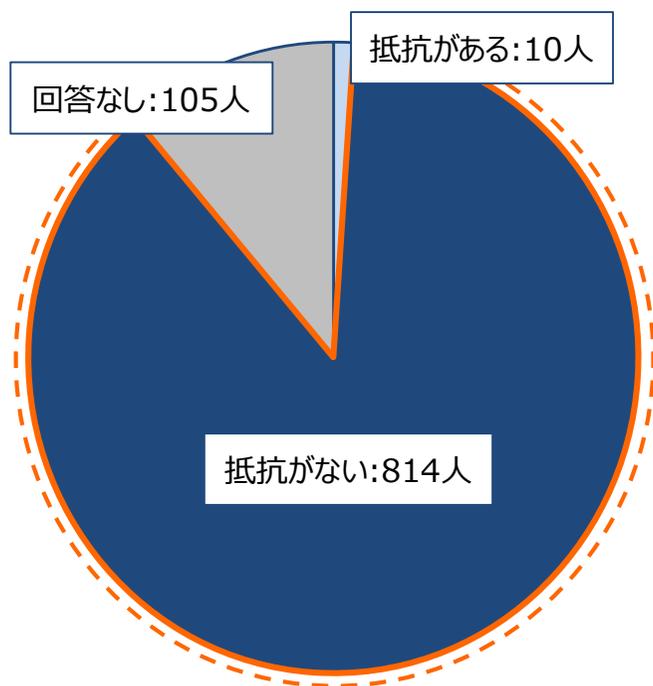


- 20代にはサーモンが最も人気だが、他の年齢層においては、マグロの消費が最も多い

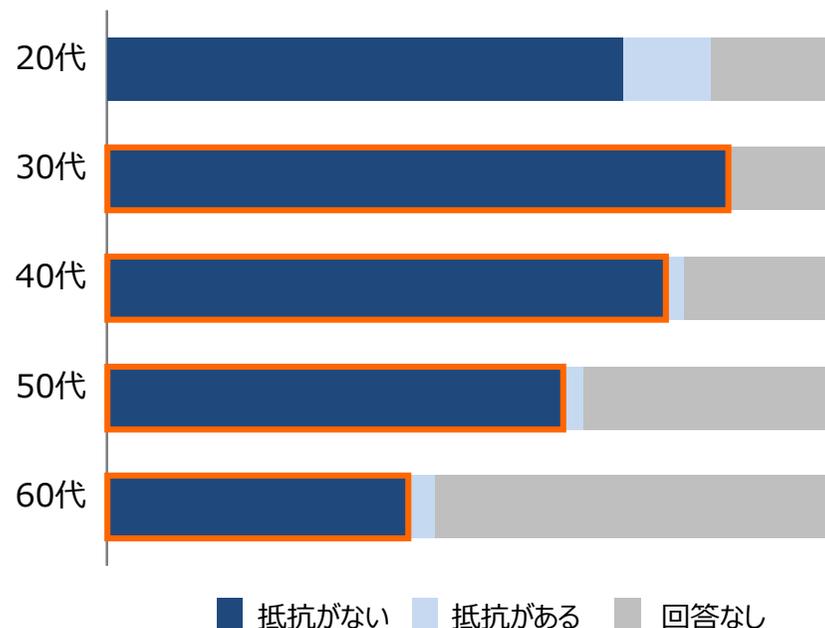
水産物の生食については、88%が“抵抗がない”と回答。年齢が上がるにつれて“抵抗がない”回答者が減少し、その代わりに“回答なし”の回答が増えることから、若い世代の人々の方が生食を経験する機会が多く、抵抗の有無を明確に自覚していると推測。

設問：水産物の生食には抵抗がありますか

回答結果概要



年齢別回答結果※1,2



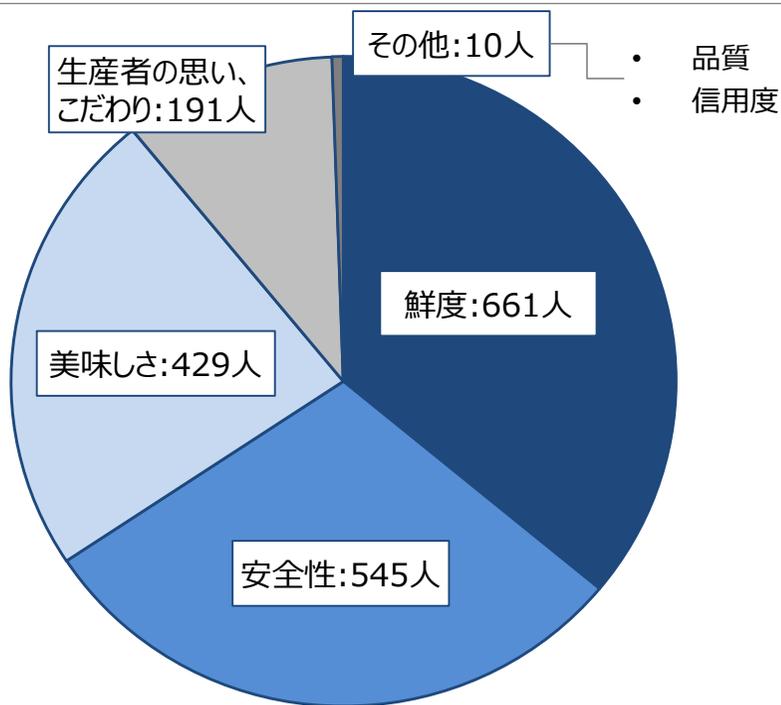
アンケート回答者の88%が水産物の生食に抵抗がないと回答

30代以上については、年齢が上がるにつれて“抵抗がない”割合が減少し、代わりに“回答なし”の割合が増加
➤ 若い世代の方が生食で食べる機会が多く、抵抗の有無を自覚していると推測

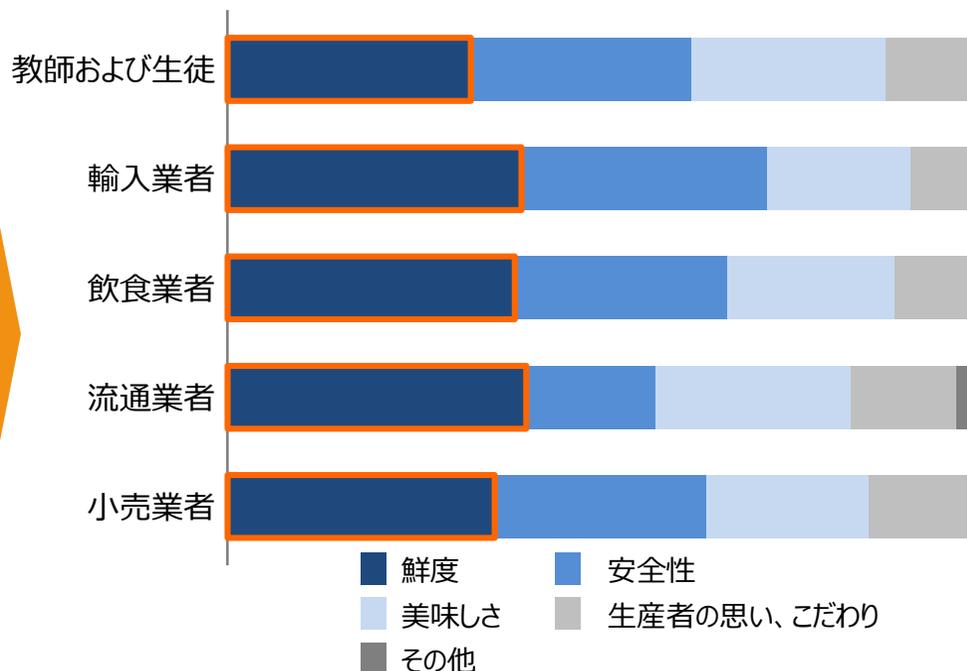
“鮮度”を重視する声が最も高く、どの業種に対しても“鮮度”が一番のアピールポイントになる。ただし、“安全性”を重視する声も高く、原発の影響などを考慮した丁寧な販促活動が求められる。

設問：日本産水産物を取り扱う場合、何に期待をしていますか（複数回答可）

回答結果概要（回答数：計1,836件）



職業別回答結果※1,2

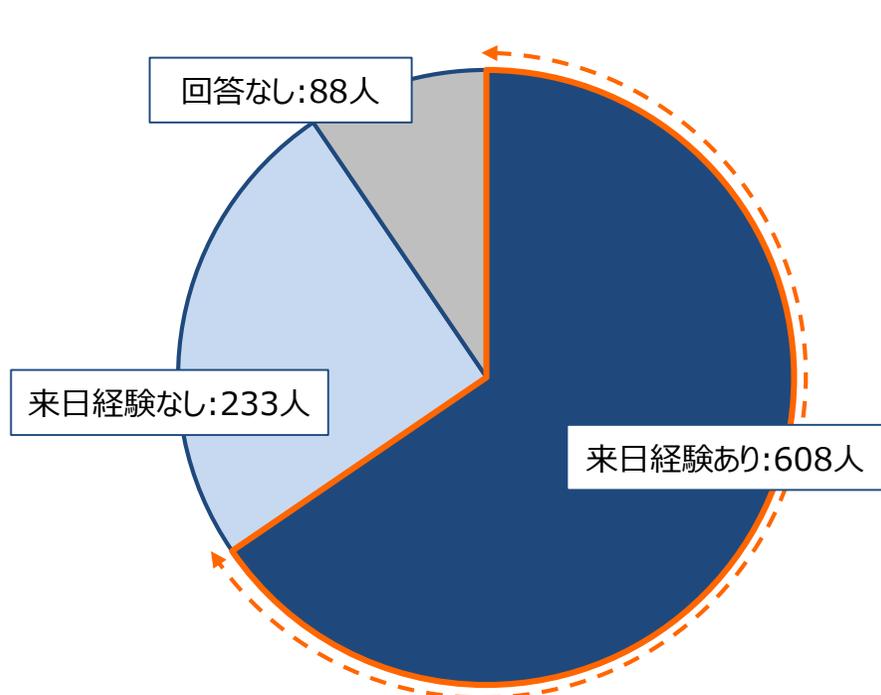


- “鮮度”を重視する声が多い
- 次に“安全性”が続く
 - 原発の影響が残っていると推測

- 高雄においては、職業に関わらず“鮮度”を重視する声が高い
 - 日本からの距離が近く、比較的lowコストでチルドでの輸送が可能のため、鮮度をアピールした販促が効果的

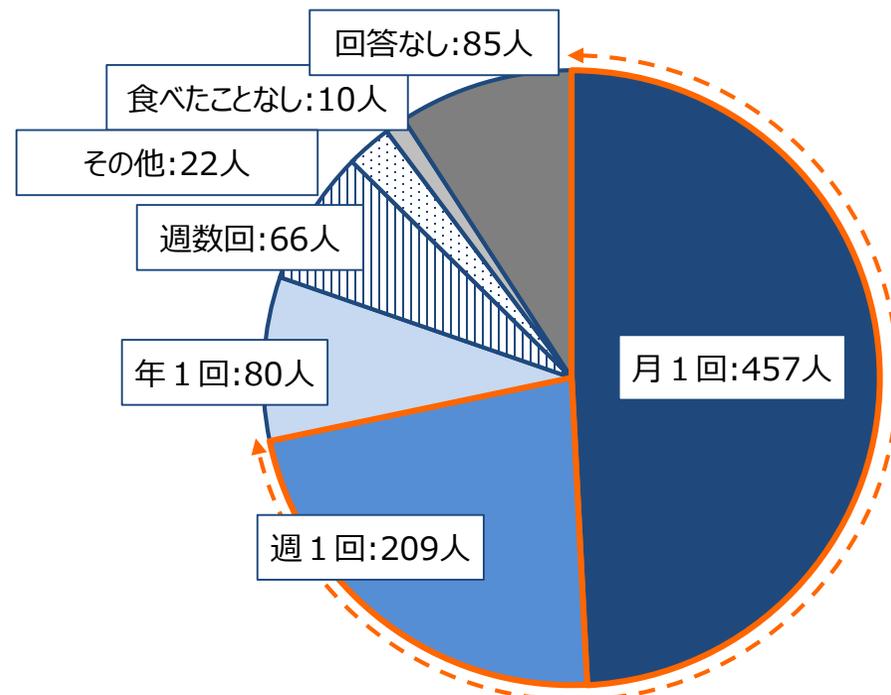
高雄においては、来日経験者が半数を超えていたり、高い頻度で日本料理を食べる機会を持つ回答者が多いことから、日本への関心度が高いことが伺える。日本文化の浸透という視点から見ると、成熟段階の市場であると考えられる。

設問：来日経験はありますか



- アンケート回答者の**65%**が来日経験があると回答
 - ▶ 青島では67%が来日経験がないと回答していた状況と比べると、日本への関心度が高いことが分かる

設問：日本料理を食べる頻度はどの程度ですか

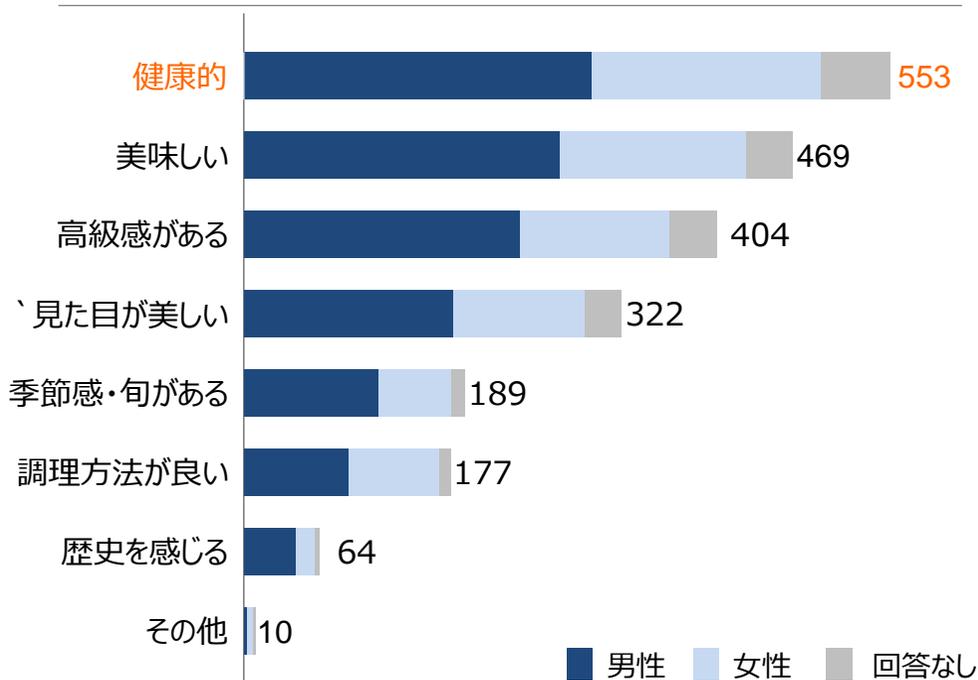


- アンケート回答者の**72%**が“月に1回”もしくは“週に1回”程度日本料理を食べると回答
 - ▶ 日本の食文化に関しても、浸透度が高いことが分かる

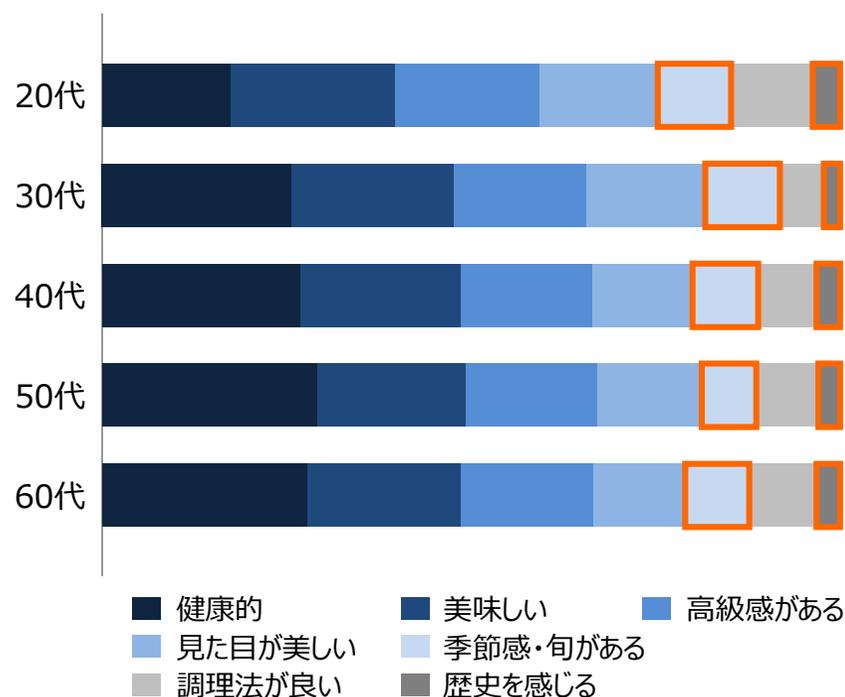
日本料理については、“健康的”であるとのイメージが最も多い。また、より本格的な日本の食文化の知識についてもすべての年齢層に浸透しており、旬や産地ブランドをアピールした販促活動が効果的である可能性が高い。

設問：日本料理にどのようなイメージを持っていますか（複数回答可）

男女別回答結果（回答数：計2,188件）



年齢別回答結果※1,2



• “健康的である”との回答が最も多い

➢ 次に、“美味しい”・“高級感がある”との回答が続く

• “季節感・旬がある”・“歴史を感じる”等の、より本格的な日本の食文化の知識も各年代に浸透

➢ 日本の食文化が広く浸透しており、旬や産地ブランドをアピールした販促活動が効果的である可能性が高い

2-1. 高雄におけるアンケート概要

2-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

2-3. 試食メニューへの反応

– 養殖クロマグロの握り

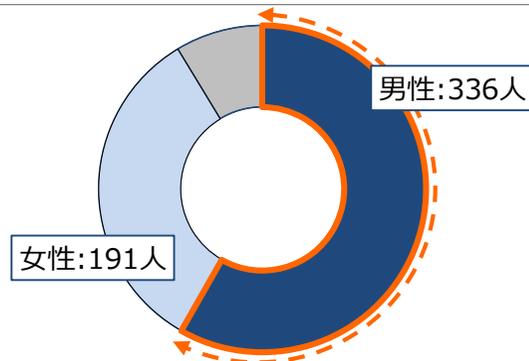
– ブリの現地風味付け

577人がアンケートに回答。男女比では男性の回答が多く、年齢別にみると30代の回答が最も多い。職業や年収については、未回答が多くみられる。

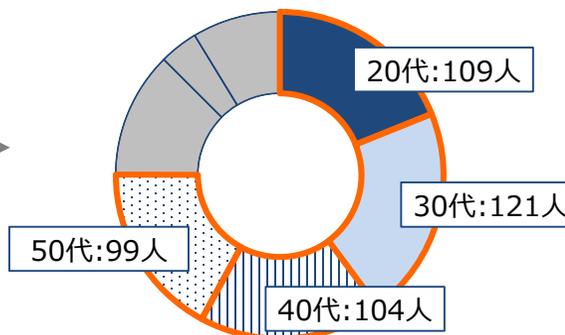
アンケート回答者内訳 (計577人)

特筆事項

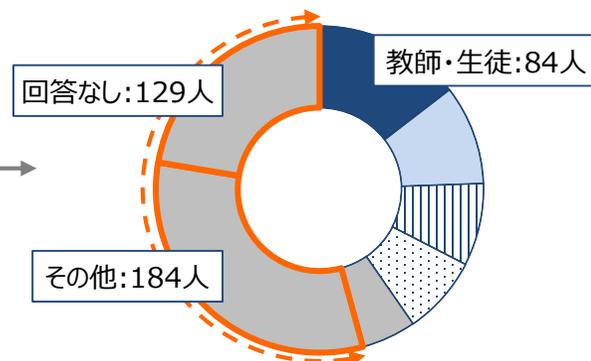
性別	男性	336人
	女性	191人
	回答なし	50人
年齢別	20代	109人
	30代	121人
	40代	104人
	50代	99人
	60代	72人
	70代以上	22人
	回答なし	50人
	職業別	教師・生徒
輸入業者		57人
飲食業者		47人
流通業者		45人
小売業者		31人
その他		184人
回答なし		129人
年収別	5千～15千\$未満	174人
	15千～35千\$未満	133人
	35千～50千\$未満	60人
	50千～70千\$未満	20人
	70千\$以上	30人
	回答なし	160人



男性が60%弱を占める



30代の回答が最も多いが、20代から50代まで各100人前後の回答を集計

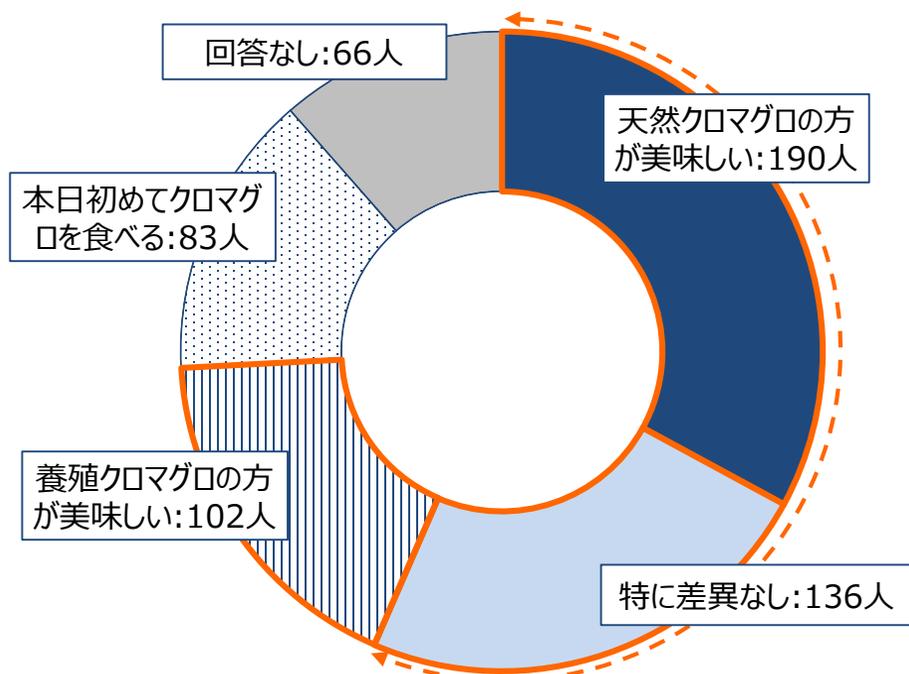


教師・生徒の回答が最も多い。回答の半数以上が“その他”・“回答なし”となっている

天然ものと養殖ものを比べると、天然ものの人気が依然として高い。ただ、来日経験がある人の方が、養殖ものに対して評価が高い傾向があるため、訪日人口が多い高雄は有望な市場であるといえる。

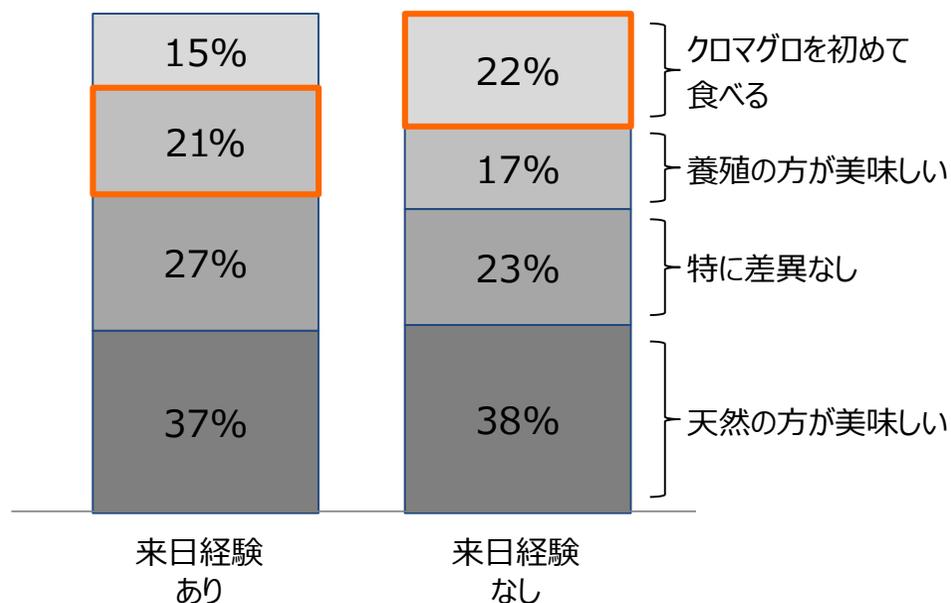
設問：普段食べている天然クロマグロと比べて、本日提供させていただいた養殖クロマグロの刺身はいかがでしたか

回答結果概要



- “天然クロマグロの方が美味しい”との回答が30%強を占める
 - “養殖クロマグロの方が美味しい”との回答は20%弱

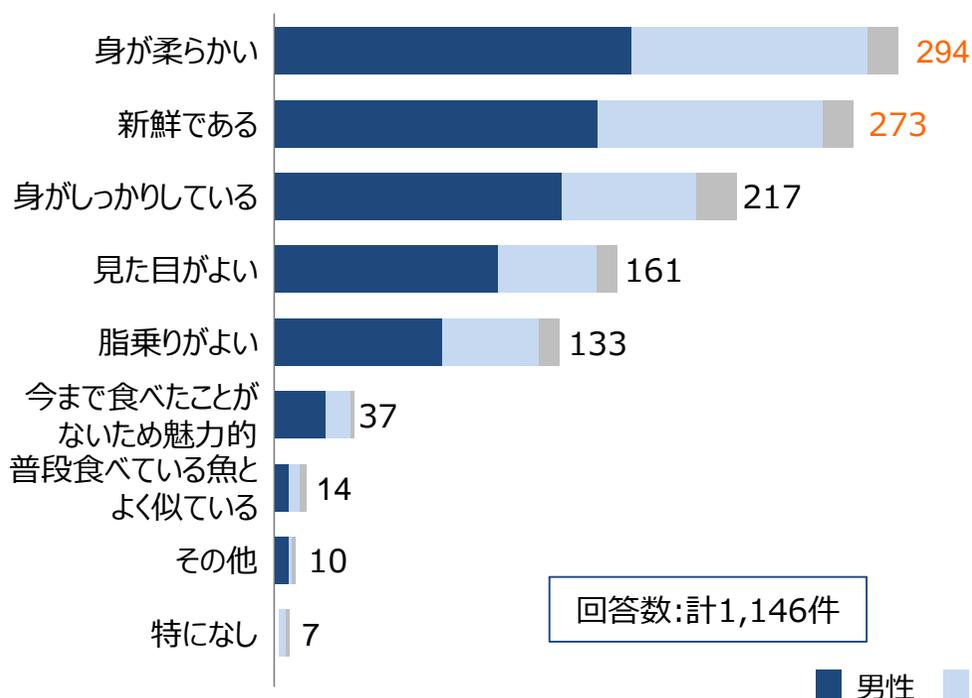
来日経験と試食メニューの反応※



- 来日経験のある人の方が、“養殖クロマグロの方が美味しい”と回答する割合が高い
- 来日経験のない人の方が、今回の試食でクロマグロ自体を初めて食べる」と回答した割合が高い

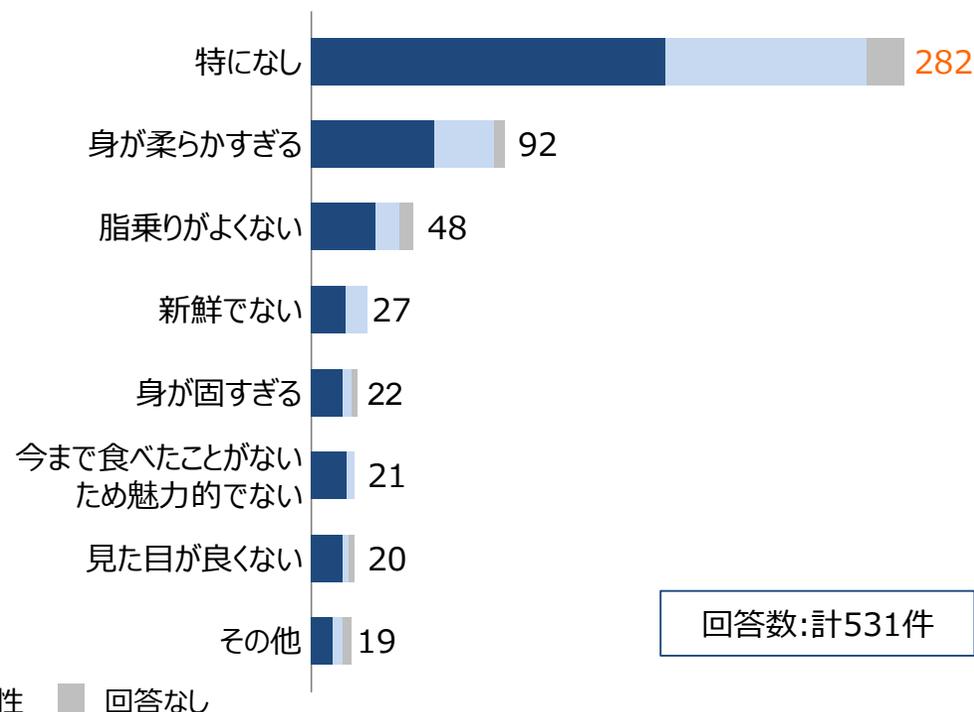
今回提供した養殖クロマグロの握りについては、ポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数1,146件、ネガティブ回答数531件)、特に、身の柔らかさや新鮮さが人気。

設問：提供した魚自体についてポジティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



• **身の柔らかさや新鮮さ**が特に人気

設問：提供した魚自体についてネガティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



• **“特になし”**の回答が最も多い

2-1. 高雄におけるアンケート概要

2-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

2-3. 試食メニューへの反応

– 養殖クロマグロの握り

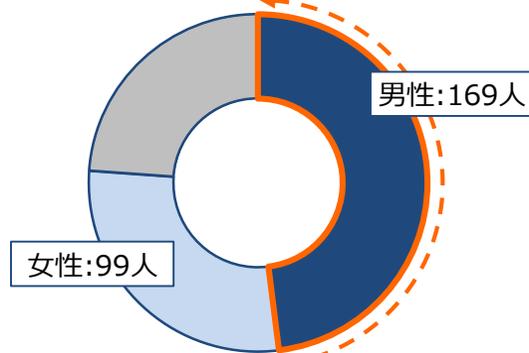
– ブリの現地風味付け

352人がアンケートに回答。男女比では男性の回答が多く、年齢別にみると30代の回答が最も多い。職業や年収については、未回答が多くみられる。

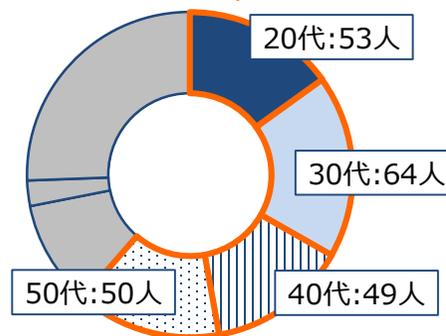
アンケート回答者内訳 (計352人)

特筆事項

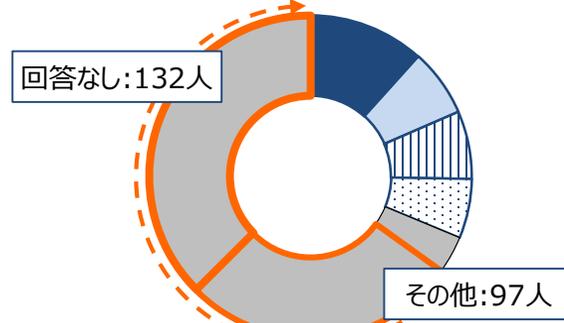
性別	男性	169人
	女性	99人
	回答なし	84人
年齢別	20代	53人
	30代	64人
	40代	49人
	50代	50人
	60代	37人
	70代以上	9人
	回答なし	90人
職業別	教師・生徒	41人
	輸入業者	24人
	飲食業者	24人
	流通業者	21人
	小売業者	13人
	その他	97人
	回答なし	132人
年収別	5千~15千\$未満	91人
	15千~35千\$未満	73人
	35千~50千\$未満	27人
	50千~70千\$未満	11人
	70千\$以上	19人
	回答なし	222人



アンケート回答者の男性が50%弱を占める



30代の回答が最も多いが、20代から50代まで各50人前後の回答を集計

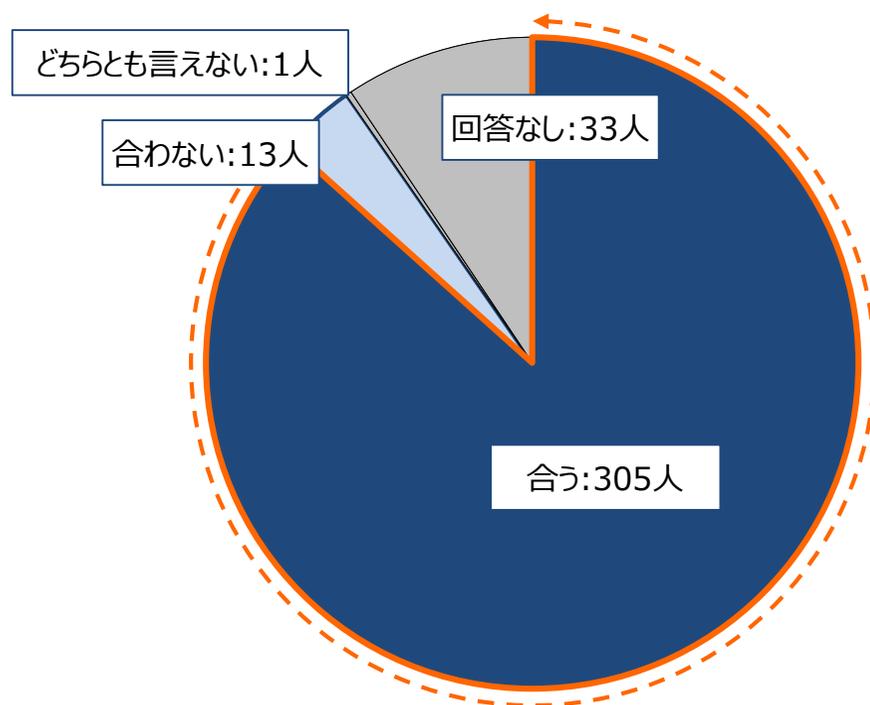


回答の65%以上が“その他”・“回答なし”となっている

参加者の約90%が、ブリを現地風味付けで調理する方法が適していると回答。その他の調理方法としては、寿司や刺身などの生食や煮込み、スープを挙げる人が多い。

設問：本日の試食料理の調理方法は
日本産のブリによく合うと思いますか

特筆事項

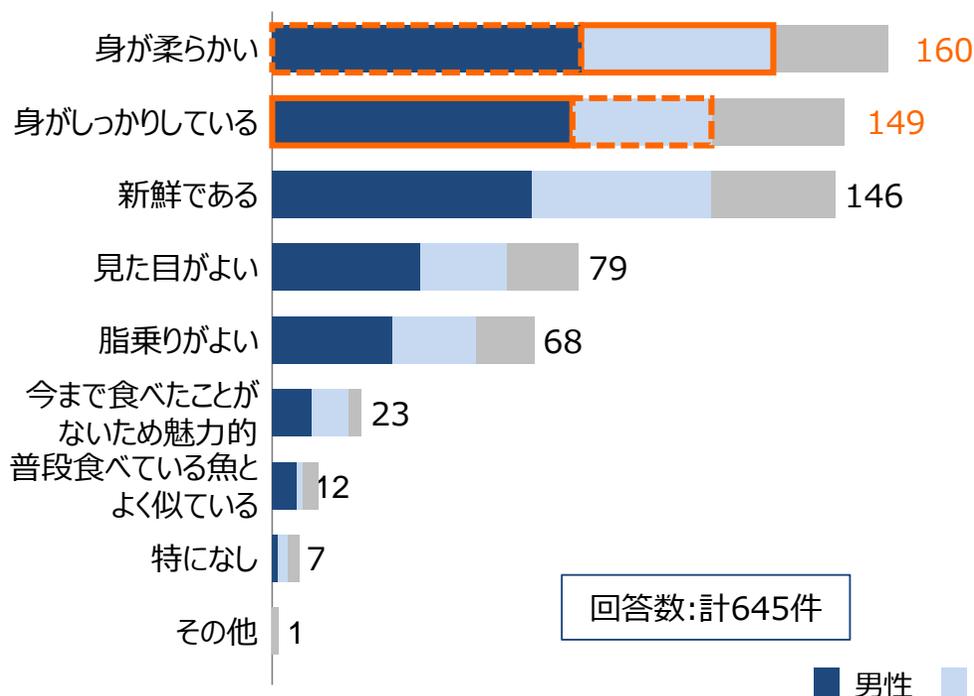


アンケート回答者の87%以上が“合う”と回答

- アンケート回答者の**87%**が“**合う**”と回答
- 日本産ブリに合うその他の調理方法、調味料、食材
 - 調理方法
 - ✓ 生食・刺身(4人)
 - ✓ 煮込む(4人)
 - ✓ スープ(3人)
 - ✓ 揚げる
 - ✓ 蒸す(酒蒸し等)
 - 調味料
 - ✓ 味噌
 - ✓ 醤油
 - 食材
 - ✓ 大根(煮る)

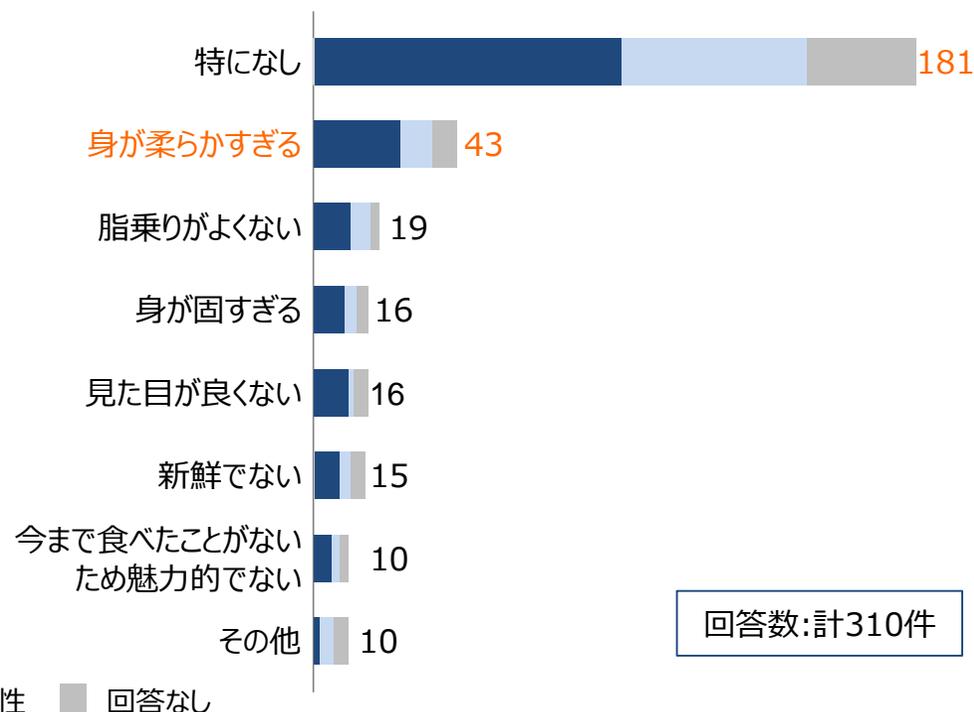
今回提供したブリの現地風味付けについては、**ポジティブな回答が多く(ポジティブ回答数645件、ネガティブ回答数310件)**。特に、**触感に関する意見が多く、女性は身が柔らかい点を好む割合が高く、男性は身がしっかりしている点を好む割合が高い。**

設問：提供した魚自体についてポジティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



- “身が柔らかい”という回答と、“身がしっかりしている”という回答が多い
 - 女性は身が柔らかい点を好む割合が高い
 - 男性は身がしっかりしている点を好む割合が高い

設問：提供した魚自体についてネガティブな印象をお持ちですか。その場合はどの点が挙げられますか（複数回答可）



- “特になし”の回答が最も多い
 - 次に、“身が柔らかすぎる”という回答が男性を中心に多い

マレーシア
(クアラルンプールシーフードショー)

3-1. クアラルンプールにおけるアンケート概要

3-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

3-3. 試食メニューへの反応

【クアラルンプール】3-1. クアラルンプールにおけるアンケート概要

試食メニュー内容

- 2018年1月に開催されたクアラルンプールシーフードショーにおいて、5種類の日本産水産物の試食メニューを提供。
 - ① 寿司：ブリ・本マグロ・ホタテ・ウニ
 - ② ブリの現地風味付け：日本産のブリをガーリックマヨネーズで味付けしたものを提供

試食アンケートの目的・構成

- それぞれの試食メニューへの意見をアンケート形式で収集し、今後の日本産水産物のプロモーション活動の向上につながる示唆を抽出。配布したアンケートの構成と分析方法については以下の通り。

アンケート分類	内容	分析方法
A. 基本情報 (性別・年齢・職業・年収・宗教)		<ul style="list-style-type: none"> 傾向を抽出する基礎情報として活用
B. 試食メニューについて	<ul style="list-style-type: none"> 提供したメニューの味付け、水産物自体の意見を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 試食メニューごとにクアラルンプールにおける傾向を分析(計52人) <ol style="list-style-type: none"> ① 握り寿司(マグロ・ウニ・ホタテ・ブリ) ② ブリの現地風味付け
C. 水産物の消費について	<ul style="list-style-type: none"> 現地で消費されている水産物や生食への抵抗有無、日本産水産物のイメージ等を把握 	
D. 日本食文化について	<ul style="list-style-type: none"> 来日経験や日本料理を食べる頻度等を把握 	
E. ハラル性について	<ul style="list-style-type: none"> マレーシアにはイスラム教徒が多いことを考慮し、水産物に対するハラル認証の重要性を把握 	

【クアラルンプールにおける水産物消費・日本食文化に関する動向】

- サーモン・マグロ・サバの消費が多く、貝類やブリの浸透度は比較的低い
- 水産物の生食には抵抗がない人が76%を占めている
 - ▶ 旧正月の祝い料理に生魚(主にサーモン)が使用される等、生食文化が浸透している
- 水産物の調理方法は「焼く」「生食」「蒸す」等が多く、調味料は塩・コショウが中心
 - ▶ 男性は「生食」を好み、女性は「焼く」を好む傾向
 - ▶ その他にサンバルと呼ばれる現地のチリソースを用いて調理する他、カレーや茶碗蒸しにして食する回答者も存在
- 日本産水産物のイメージは高品質・高価格である
 - ▶ 回答者のほぼ全員が日本産水産物に対して、味・鮮度・安全性の観点で好印象を持っている
- 訪日経験のある回答者の約半数が週に1回日本食を食べている
 - ▶ 《参考》回答者の約70%が訪日経験ありと回答
- ハラル性に関しては、イスラム教徒・ヒンドゥー教徒は重視すると回答。一部、仏教徒でもハラル性を重視
- 生食への抵抗の有無に関しては、宗教による大きな差異は見られなかった
 - ▶ 《参考》今回の回答者はマレーシア全体の宗教分布に比べ、仏教徒の割合が高く、イスラム教徒の割合が低い

【試食メニューへの反応】

- 総じて試食したメニューの評価は高い。提供したメニュー全てが美味しいと回答する回答者も存在
- ホタテ、マグロ、ウニが人気。特にホタテを好む回答者が多い
 - ▶ マグロ・ウニは高評価と低評価が同数のため、好みの分かれるメニューと考えられる
 - ▶ ガーリックマヨ風味のブリを好む回答者はほとんどおらず、総じて寿司による調理法を高評価する人が多い
- 味・鮮度・食感の評価が高い。脂乗りを評価する割合は低く、販促時のアピールポイントにはなりにくい
 - ▶ 一方で、ホタテの握り寿司は“味”、ブリの握り寿司は“鮮度”を理由に挙げる人は少なかった
- 低評価の理由はまばらだが、マグロの握り寿司の低評価の理由として“味”を挙げる人が多い

3-1. クアラルンプールにおけるアンケート概要

3-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

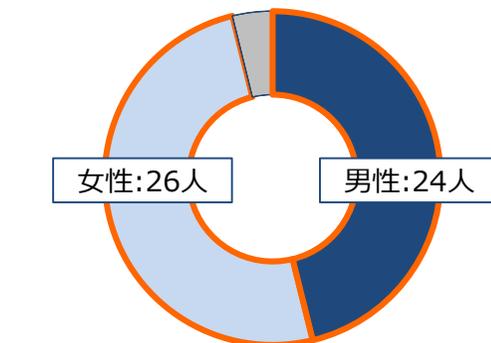
3-3. 試食メニューへの反応

52人がアンケートに回答。男女比は約半々で、30、40代の回答が約65%を占める。職業は飲食業者が40%を占め、年収は70千\$以上の高所得者層による回答が多い。

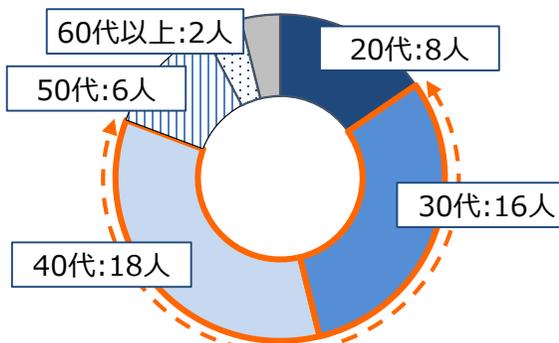
アンケート回答者内訳 (計52人)

特筆事項

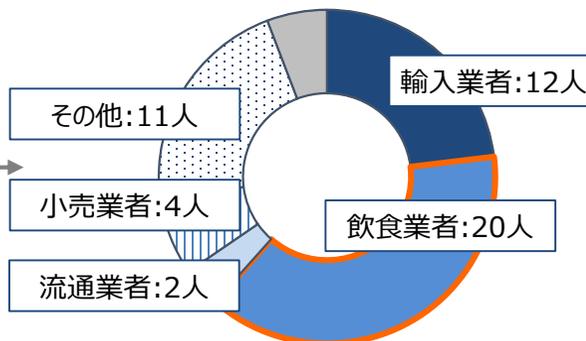
性別	男性	24人
	女性	26人
	回答なし	2人
年齢別	20代	8人
	30代	16人
	40代	18人
	50代	6人
	60代	2人
	70代以上	0人
	回答なし	2人
職業別	教師・生徒	0人
	輸入業者	12人
	飲食業者	20人
	流通業者	2人
	小売業者	4人
	その他	11人
	回答なし	3人
年収別	5千~15千\$未満	5人
	15千~35千\$未満	4人
	35千~50千\$未満	5人
	50千~70千\$未満	7人
	70千\$以上	13人
	回答なし	18人



男女比が約半々



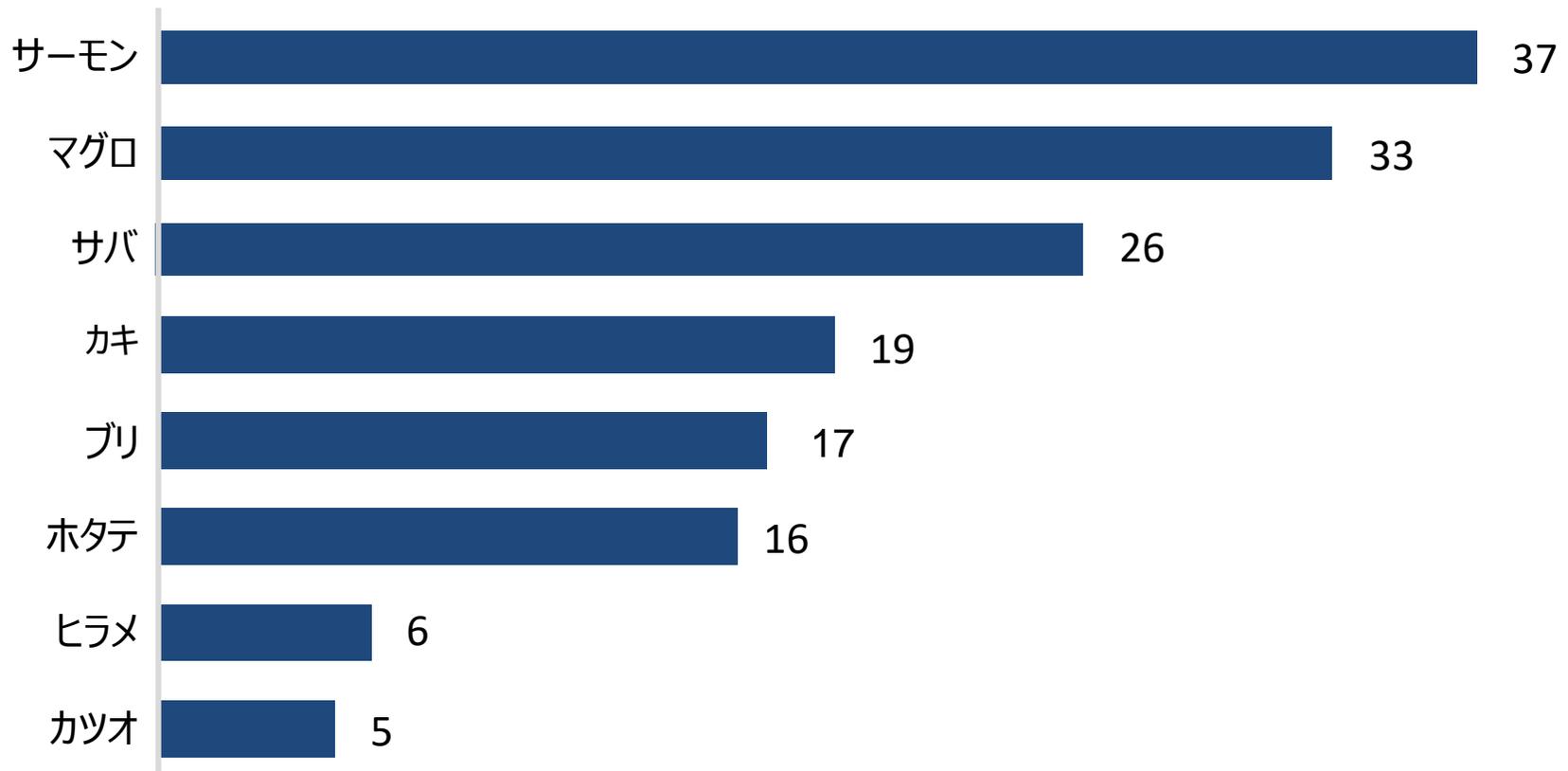
30、40代が約65%を占める



飲食業者が約40%を占める

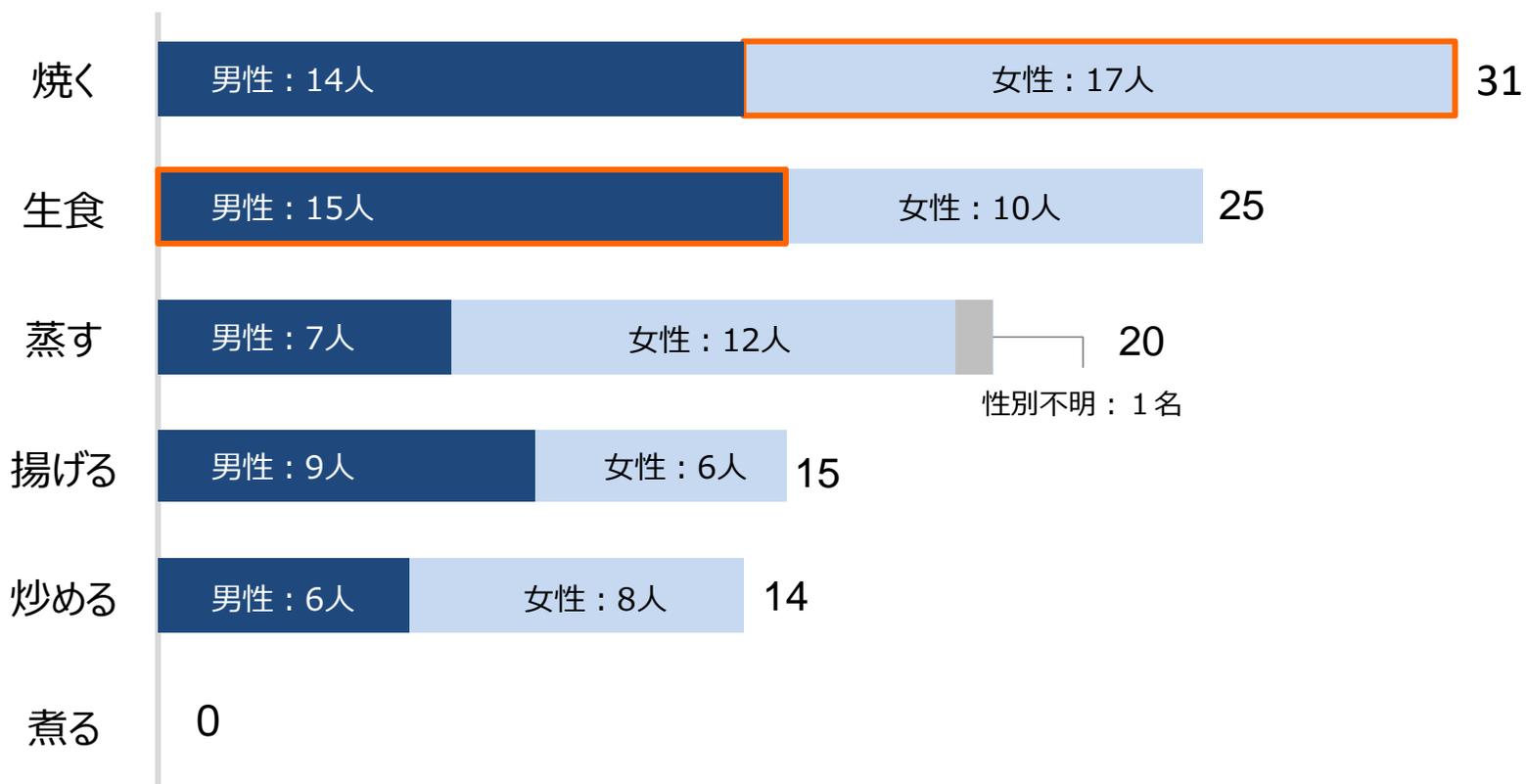
マレーシアではサーモン・マグロ、サバ、カキ等が日常的に食されていることが確認できた。

設問：家庭・外食店でよく食べる魚種を教えてください（複数回答可）
（回答数：159件）



マレーシアでは、魚介類は「焼く」・「生食」で食する割合が高い。男性の方が「生食」を好み、女性は「焼く」を好む傾向がある。

設問：普段どのように水産物を調理しますか（複数回答可）
（回答数：105件）



【クアラルンプール】3-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

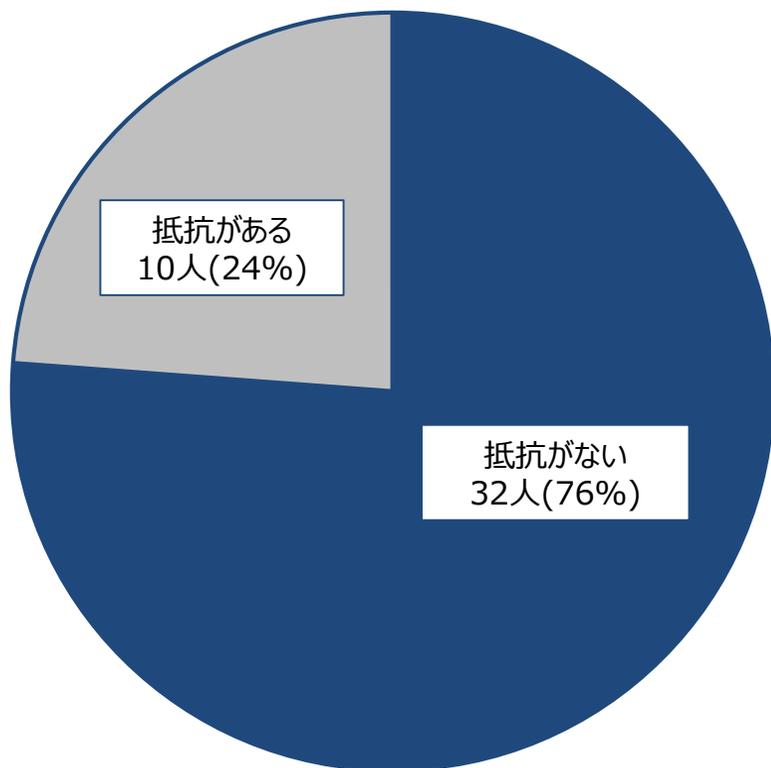
《参考》設問：本日試食メニューとして提供した水産物に合う調理方法はありますか

	生食	焼く	煮る	その他
ブリ	<ul style="list-style-type: none"> 刺身 ※刺身をはじめとするブリの生食を挙げる人は少数 	<ul style="list-style-type: none"> 塩焼き 照り焼き 味噌焼き 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> 燻製
本マグロ	<ul style="list-style-type: none"> 刺身 たたき 	<ul style="list-style-type: none"> 塩焼き 鉄板焼き 	<ul style="list-style-type: none"> カレー 	<ul style="list-style-type: none"> 揚物
ホタテ	<ul style="list-style-type: none"> 刺身 (大葉と合わせて) ※刺身をはじめとするホタテの生食を挙げる人は少数 	<ul style="list-style-type: none"> 塩焼き 炒め物 鉄板焼き 	<ul style="list-style-type: none"> スープ 	<ul style="list-style-type: none"> 揚物 蒸し物 パスタ スープ ソース・サルサ グレービーソース
ウニ	<ul style="list-style-type: none"> 生食 (マグロのタルタルと合わせて) (海苔・大葉と合わせて) 手巻き寿司 	<ul style="list-style-type: none"> 炒め物 	<ul style="list-style-type: none"> スープ 	<ul style="list-style-type: none"> 揚物 パスタ 茶碗蒸し

水産物の生食への抵抗のない人が全体の約80%近く程度存在している。旧正月料理等の現地料理にサーモンの刺身等が使用されており、生食文化が浸透している国である。

設問：水産物の生食には抵抗がありますか※

《参考》旧正月の生魚料理:魚生(イーシェン)

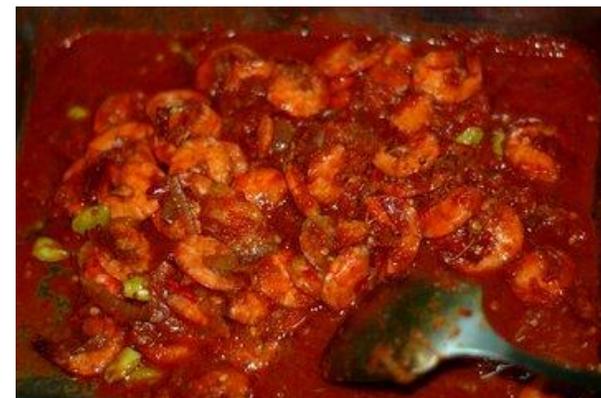
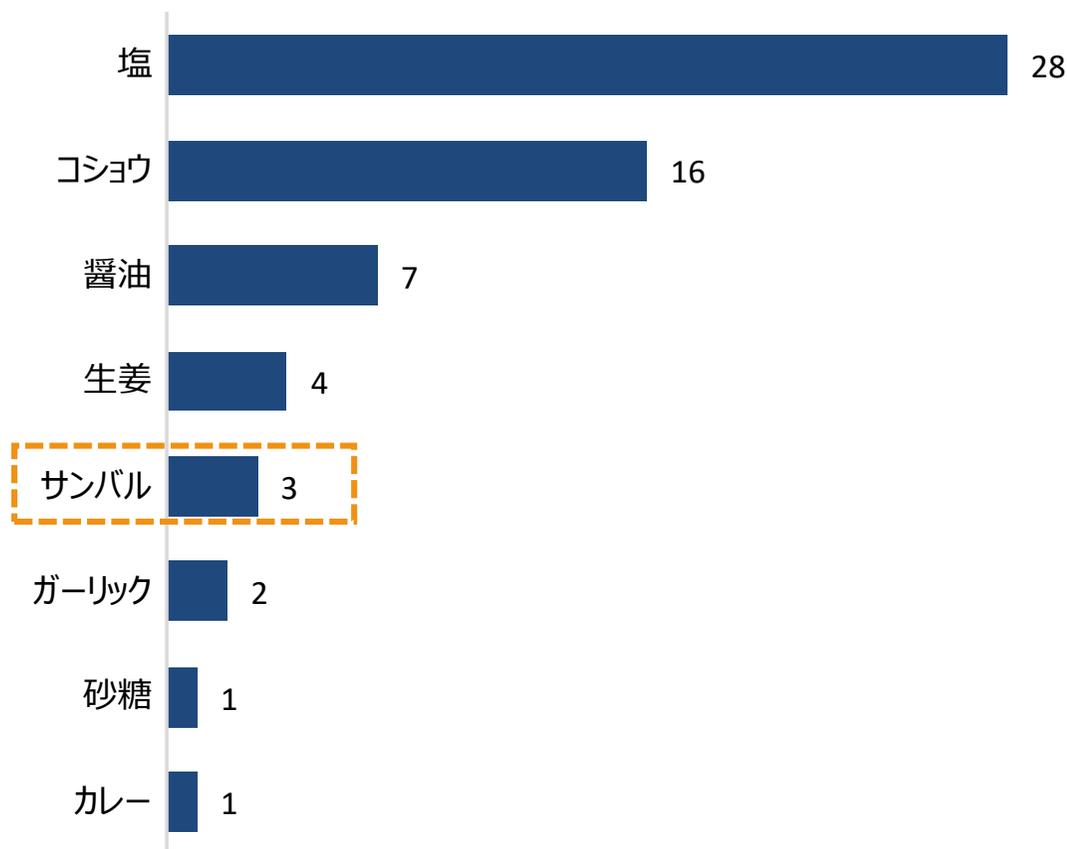


マレーシア・シンガポールで旧正月に食される料理。
細かく切った野菜・魚介類を大きな器に入れて、よく混ぜ、散らかしながら食べる。
オレンジ色は縁起がよいとされており、主にサーモンが使用される。
唐辛子で味付けしたスモークサーモンが使用されることもある。

塩・コショウ・醤油以外に現地の調味料である「サンバル」が魚介類の調理の際の調味料として活用されていることが確認できた。

設問：水産物を調理する際にどのような調味料を使いますか(複数回答可)
(回答数：62件)

《参考》サンバルを使ったエビ料理

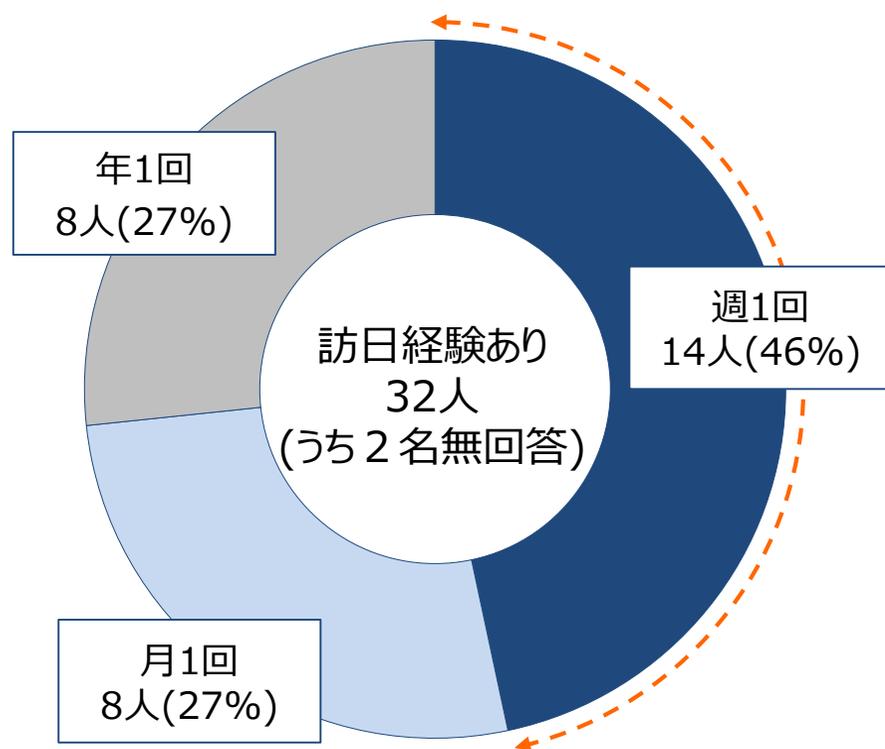


サンバル（サンバルソースともいう）は、チリソースの一種でインドネシア料理やマレー料理などによく用いられる万能な辛味調味料。辛いものから甘いものまで様々な味がある。

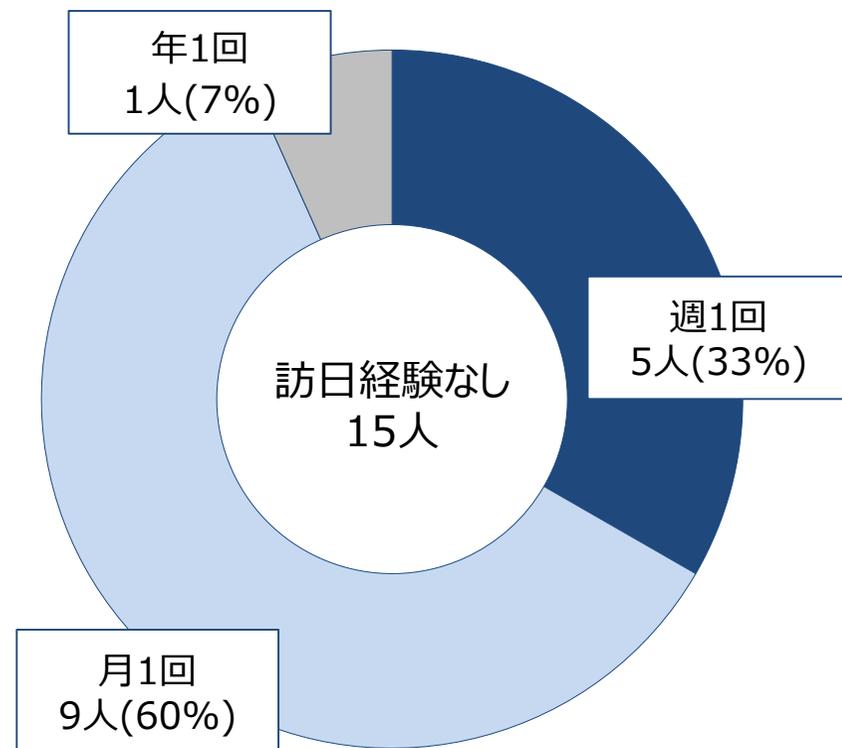
出所：調味料メーカー-SAMBAL ASLI

訪日経験がある回答者の方が日本食を食べる割合が高い傾向にあり、70%以上が月に1回以上食べると回答。

訪日経験がある回答者の日本食を食べる頻度



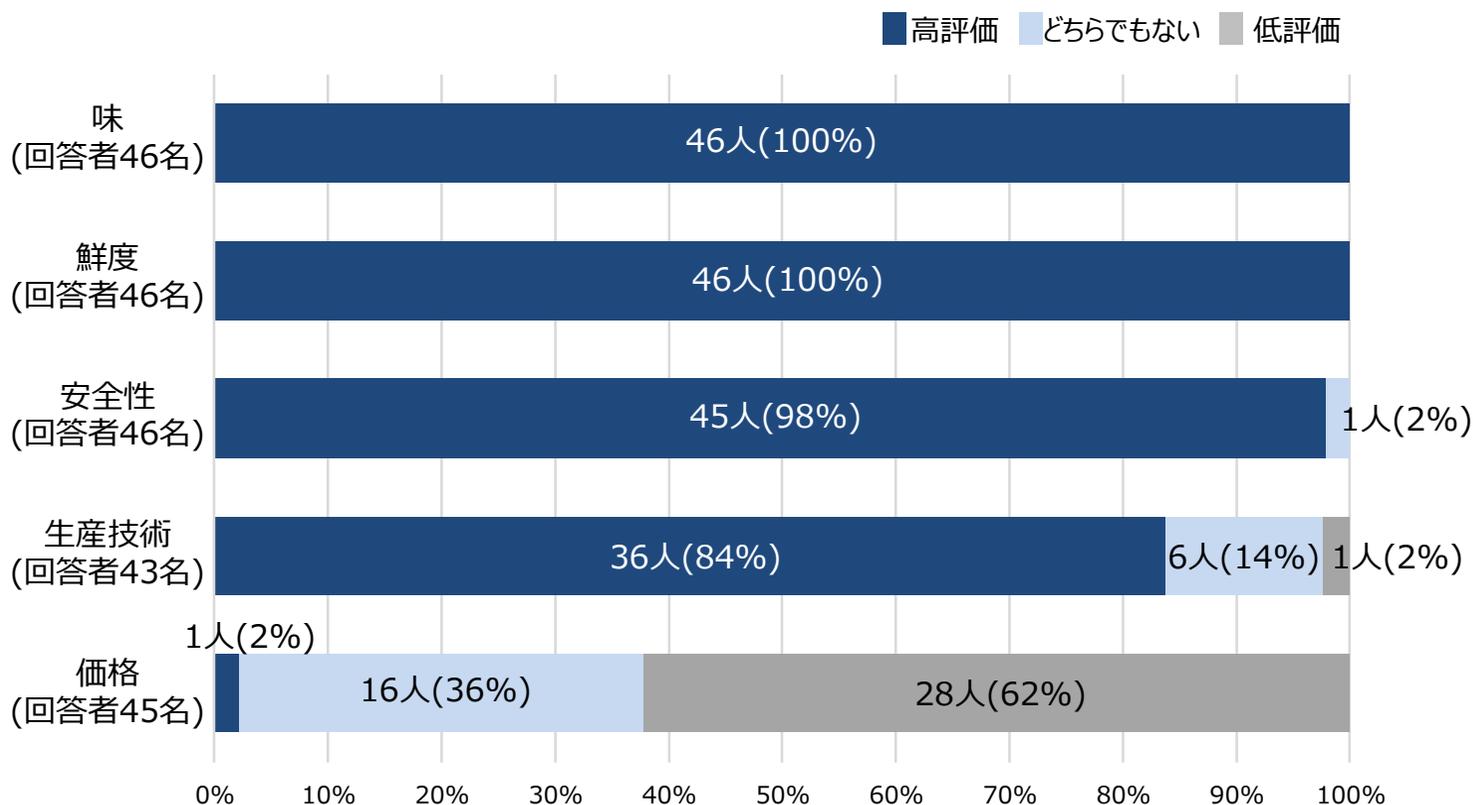
訪日経験がない回答者の日本食を食べる頻度



日本産水産物に関して、味・鮮度・安全性等の品質に関する評価が高い一方で、価格に関する評価は低い。

設問：日本産水産物にどのようなイメージをお持ちでしょうか

アンケート結果から読み取れる示唆

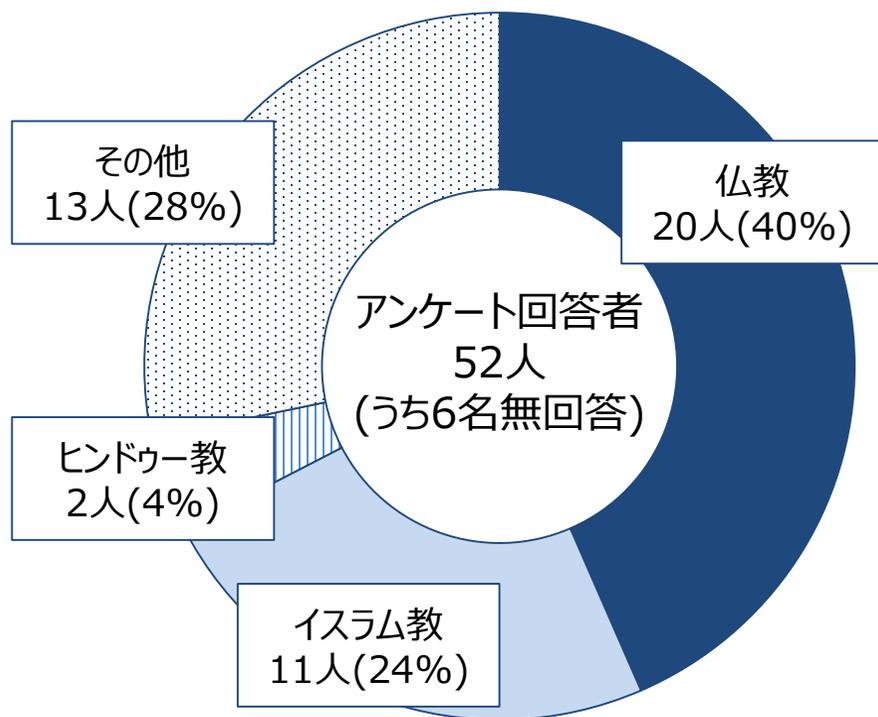


• **品質の評価が高い**
ほぼ100%の回答者が日本産水産物の味・鮮度・安全性を評価

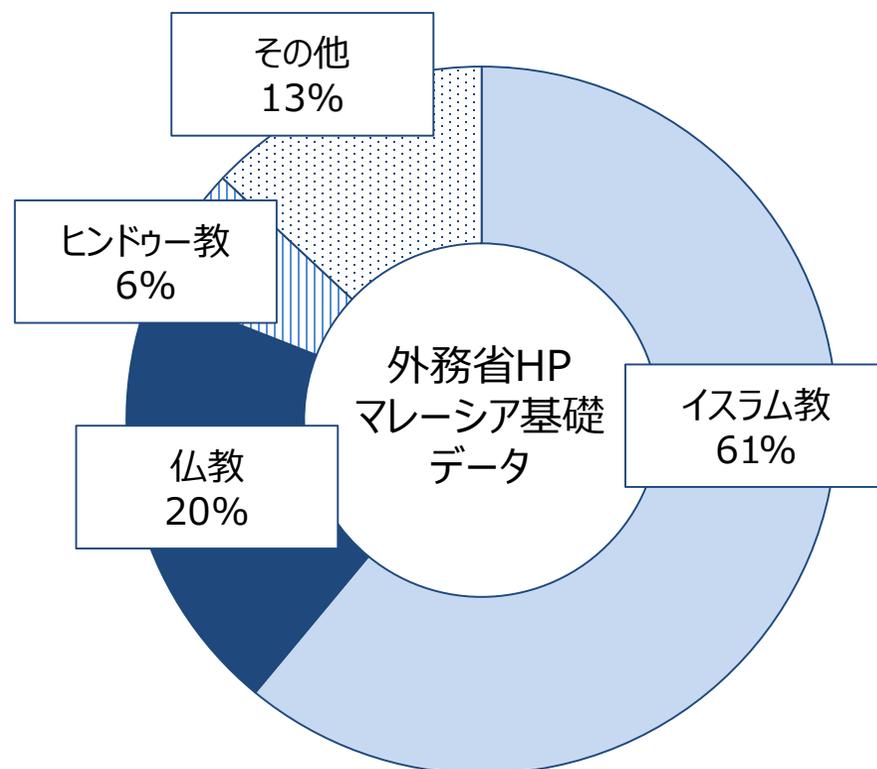
• **価格の評価が低い**
約60%の回答者が日本産水産物の価格が高いと評価

マレーシア国内の宗教分布と比較すると、今回のアンケート回答者は仏教徒の割合が高く、イスラム教徒の割合が低い。したがって、水産のハラール性に関する回答結果については、マレーシアのイスラム教徒の意見を十分に反映しているわけではない点に留意。

アンケート回答者の宗教分布

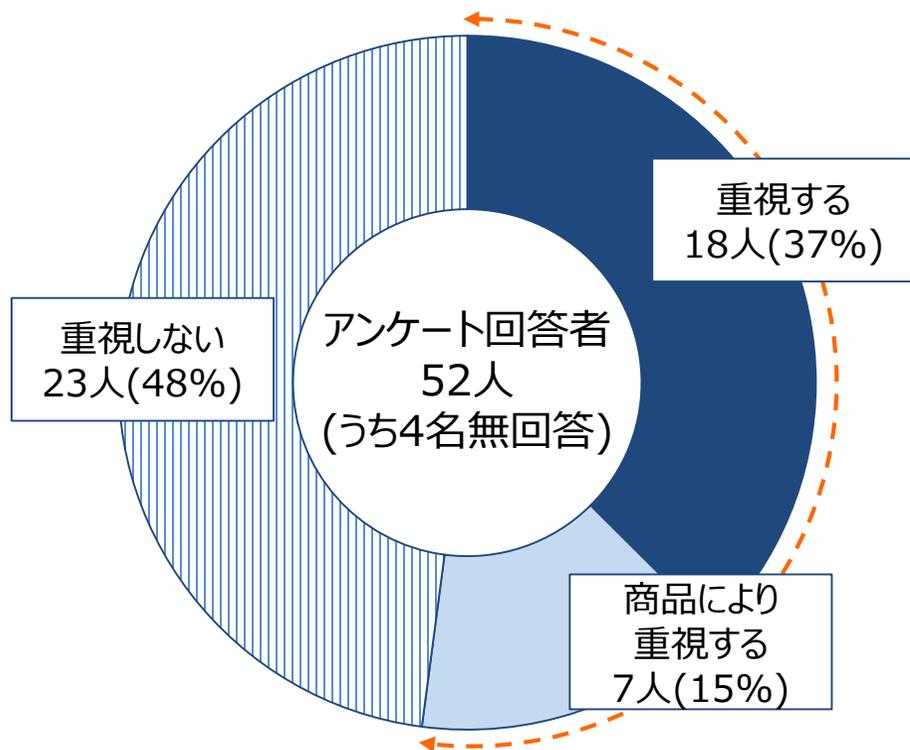


《参考》マレーシア国内の宗教分布

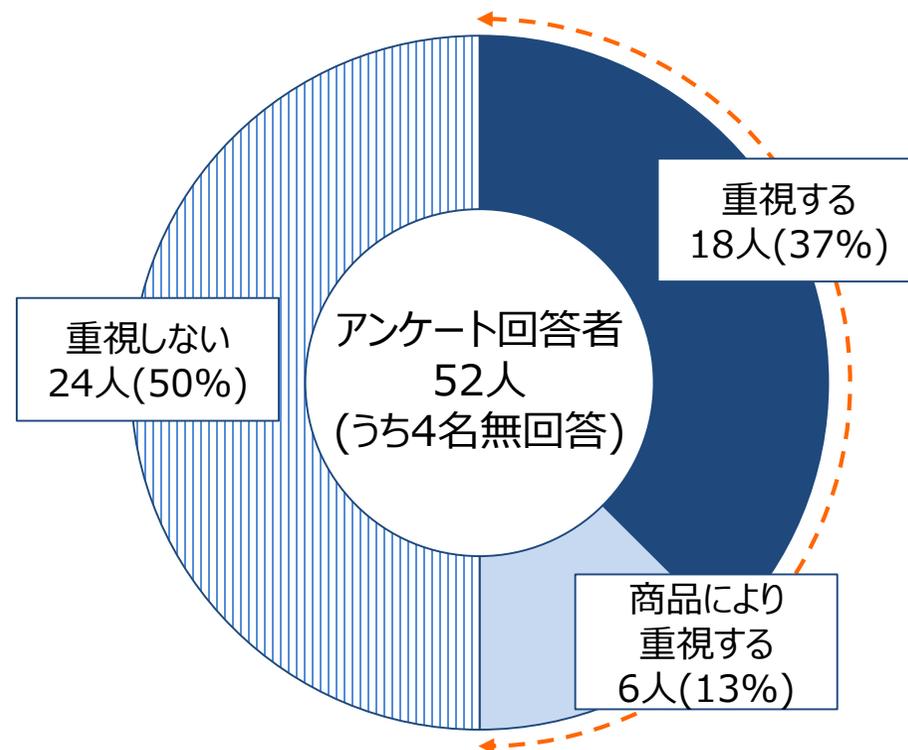


生・加工品での水産物に対するハラール性の認識に対する差異はほとんどない。ハラール性を重視する、商品によっては重視すると回答した人が約半数存在。

生の水産物に対するハラール性への意識

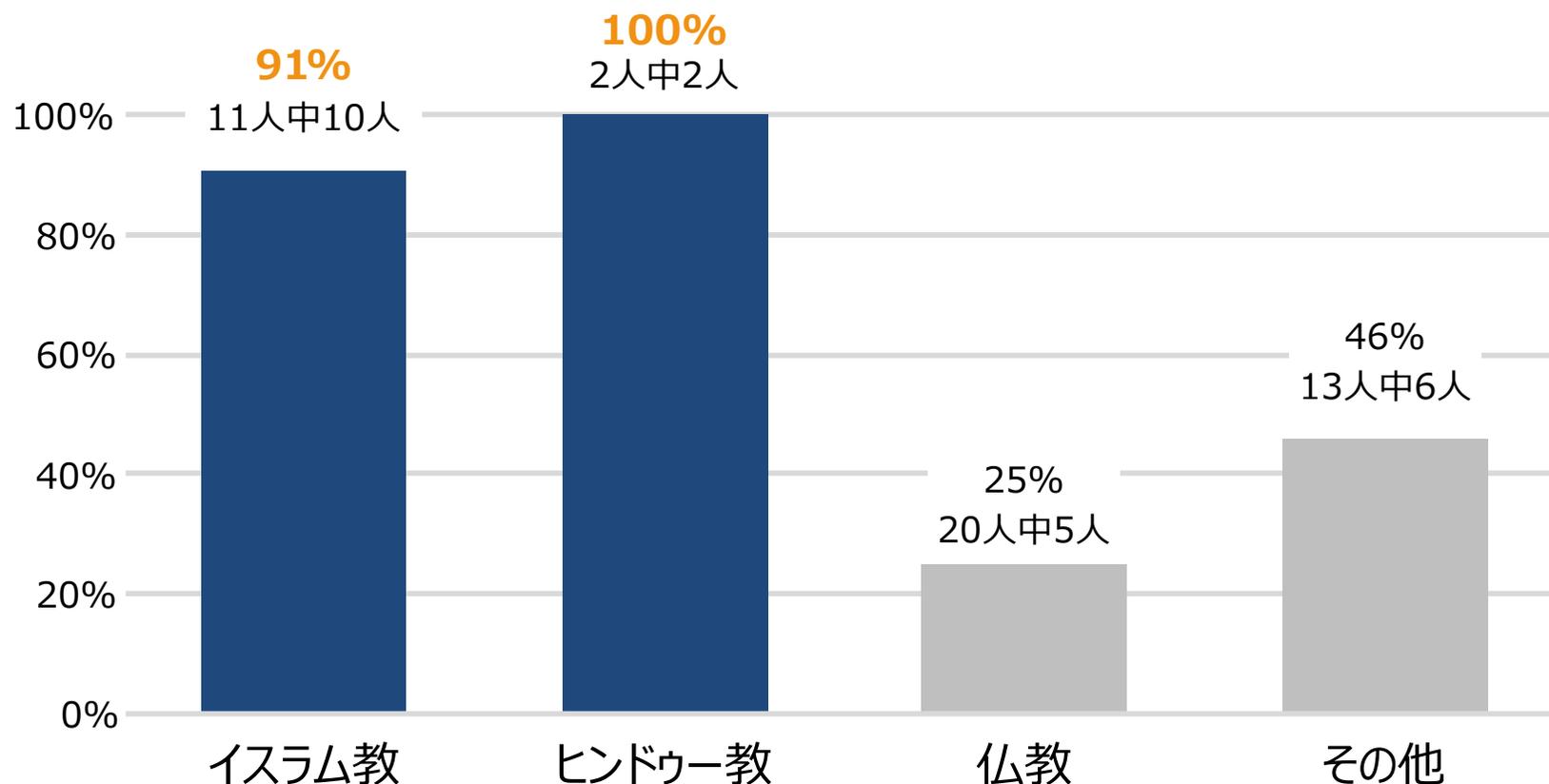


水産物の加工品に対するハラール性への意識

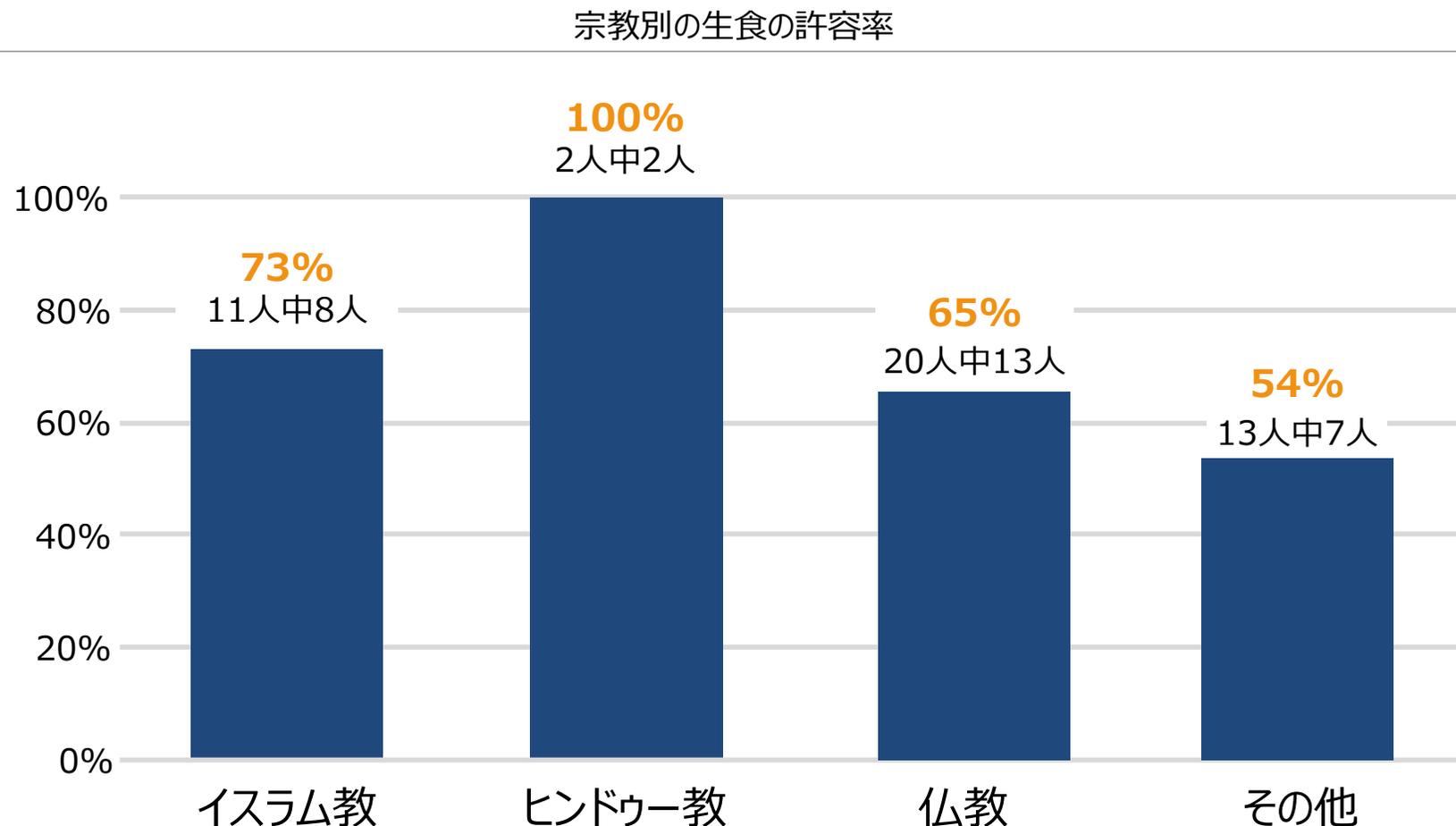


イスラム教徒・ヒンドゥー教徒は90%以上がハラール認証を重要視している。仏教徒の一部もハラール認証の必要性を重要視していることが確認できた。

宗教別ハラール認証の重要視比率



どの宗教においても、水産物の生食については過半数以上が抵抗がないと回答。生食の抵抗の有無に対しては、宗教による大きな差異はない。



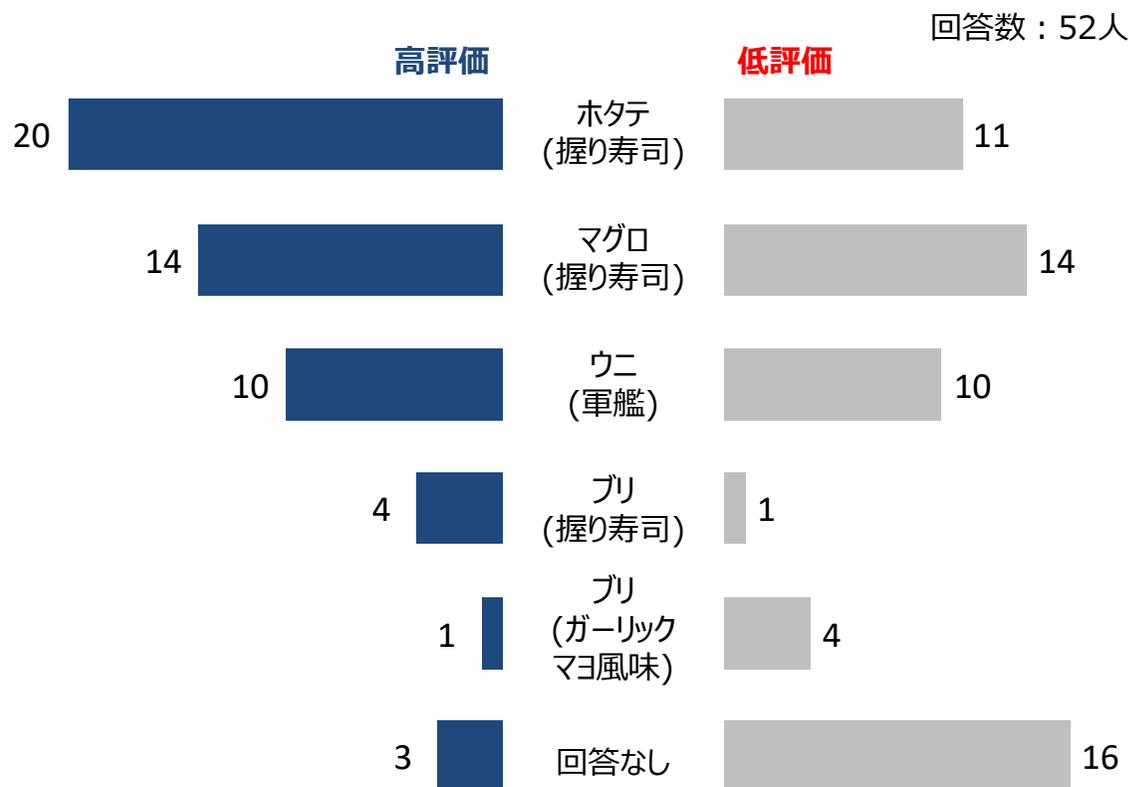
3-1. クアラルンプールにおけるアンケート概要

3-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

3-3. 試食メニューへの反応

今回提供した試食メニューについては、ホタテの握りずしを好む回答者が多い。マグロ・ウニは高評価・低評価が同数であり、好みに分かれるメニューと考えられる。

試食メニューのうち、高評価・低評価のメニュー※1



アンケート結果から読み取れる示唆

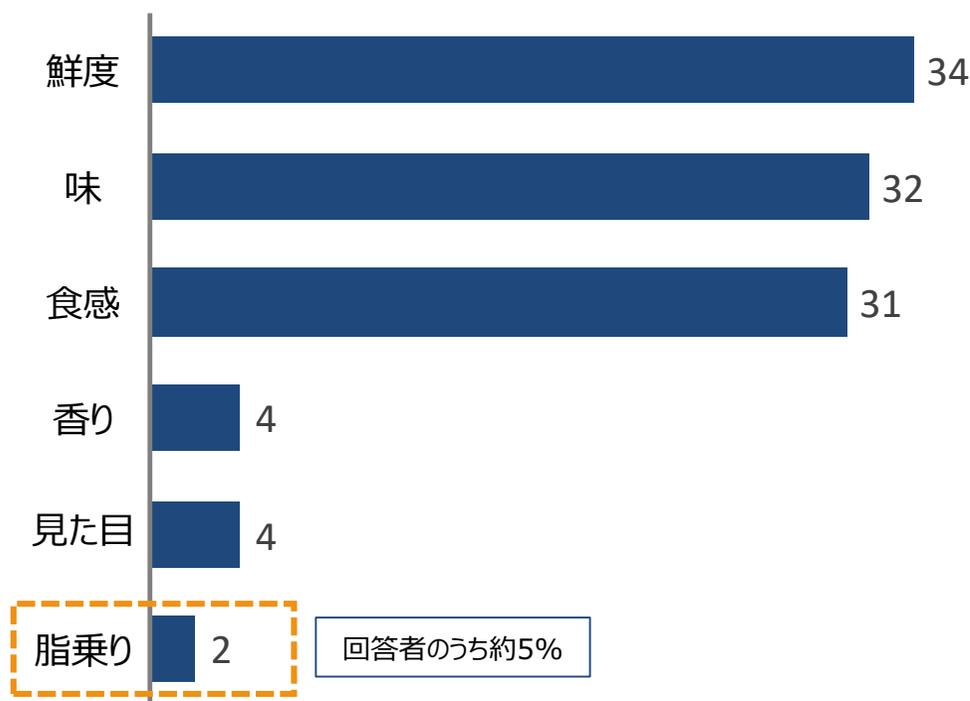
- **ホタテの人気が高い**
ホタテは高評価の割合が低評価の割合を大きく上回り、40%程度の回答者が高評価
- **マグロ・ウニは評価が分かれる**
一定数がマグロ・ウニを高評価と回答する一方で、同数が低評価と回答
- **ブリ総じては低評価**
他のメニューと比べて回答数が少ない。特に、ブリ(ガーリックマヨ風味)は低評価であり、高評価を付けたのは1人のみ

※1 回答者は、高評価、低評価につき1品ずつ選択
※未回答者の意見は除く

マレーシアでは、試食メニューの高評価の理由に鮮度・味・食感を挙げる回答者が多かった。同様のアンケートを実施した青島や高雄と比較すると、脂乗りが良いという点が販促時のアピールポイントにはなりにくい市場であることが分かる。

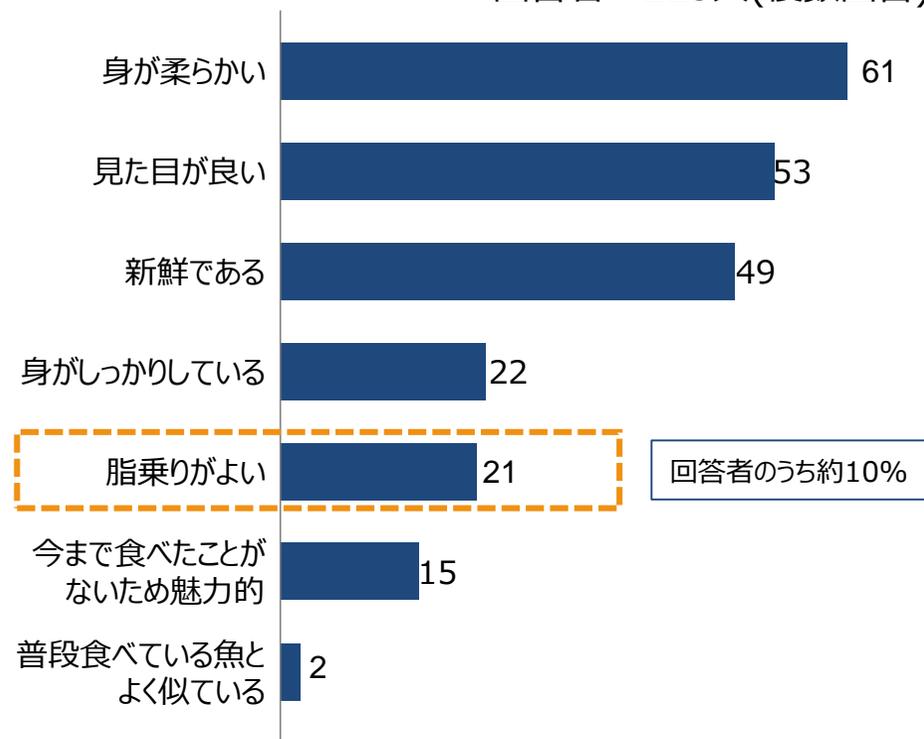
マレーシアでの試食メニューの高評価理由

回答者：52人(複数回答)



《参考》青島での試食メニューの高評価理由

回答者：223人(複数回答)



- 鮮度・味・食感等わかりやすい理由を挙げている回答者が多い。
- 脂乗りを評価した回答者数は、青島では全体の10%程度であるのに対して、マレーシアでは全体の5%程度しか回答していない。

“鮮度”・“味”・“食感”を高評価の理由とする回答が多かったが、ホタテの握り寿司は“味”、ブリの握り寿司は“鮮度”を理由に挙げる人は少なかった。低評価の理由はまばらだが、マグロの握り寿司の低評価の理由として“味”を挙げる人が多い。

試食メニューの評価が高い理由(複数選択可)

メニュー	回答者数	鮮度	味	食感	香り	見た目	脂乗り	その他
握り寿司(ホタテ)	20人	80%	45%	60%	5%	5%		5%
握り寿司(マグロ)	14人	79%	71%	64%	14%	14%	7%	
軍艦(ウニ)	10人	60%	90%	50%		10%	10%	
握り寿司(ブリ)	4人	25%	50%	75%	25%			
ガーリックマヨ風味(ブリ)	1人		100%					

試食メニューの評価が低い理由(複数選択可)

メニュー	回答者数	鮮度	味	食感	香り	見た目	脂乗り	その他
握り寿司(ホタテ)	11人	27%	27%	27%	27%	9%		9%
握り寿司(マグロ)	14人	14%	50%	21%	29%	7%		7%
軍艦(ウニ)	10人	10%	30%	20%	10%	20%		
握り寿司(ブリ)	1人							100%
ガーリックマヨ風味(ブリ)	4人		25%	25%	25%		25%	25%

※ 回答者は、高評価、低評価につき1品ずつ選択。表の%については、それぞれのメニューを高評価・低評価と選択した回答者を母数として、各理由を選択した人数の割合となっている

米国
(ボストンシーフードショー)

4-1. ボストンにおけるアンケート概要

4-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

4-3. 試食メニューへの反応

- マグロ料理
- ブリ料理
- 試食メニューまとめ

【ボストン】4-1. ボストンにおけるアンケート概要

試食メニュー内容

- 2017年4月に開催されたボストンシーフードショーにおいて、4種類の日本産水産物の試食メニューを提供。
 - マグロ：刺身とスパイシーロールの2種類で提供
 - 対象者：水産協議会のブースの来訪者（計295人）
 - ブリ：刺身とスパイシーロールの2種類で提供
 - 対象者：水産協議会のブースの来訪者（計358人）

試食アンケートの目的・構成

- それぞれの試食メニューへの意見をアンケート形式で収集し、今後の日本産水産物のプロモーション活動の向上につながる示唆を抽出。配布したアンケートの構成と分析方法については以下の通り。

アンケート分類	内容	分析方法
A. 基本情報（性別・年齢・職業・年収）		<ul style="list-style-type: none"> 傾向を抽出する基礎情報として活用
B. 試食メニューについて	<ul style="list-style-type: none"> 提供したメニューの味付け、水産物自体の意見を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 試食メニューごとに傾向を分析 <ol style="list-style-type: none"> マグロ(計295人) ブリ(計358人)
C. 水産物の消費について	<ul style="list-style-type: none"> 現地で消費されている水産物や生食への抵抗有無、日本産水産物のイメージ等を把握 	<ul style="list-style-type: none"> 2種類のアンケート結果をまとめて、ボストンにおける傾向を分析(計653人)
D. 日本食文化について	<ul style="list-style-type: none"> 来日経験や日本料理を食べる頻度等を把握 	

【ボストンにおける水産物消費・日本食文化に関する動向】

- ボストンにおいては、**マグロの消費が最も多く、サーモンとブリがそれに続く**
 - マグロについては年配の方を中心に、サーモンについては年代を問わず、ブリについては若い世代を中心に浸透
- 水産物の主な調理方法としては、“**焼く**”・“**生で食べる**”が圧倒的に多く、**塩・こしょうを使って調理することが多い**
 - 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項目として、“**味**”・“**鮮度**”・“**安全性**”を挙げる回答者が多数
 - 他方、評価が低い項目としては“**生産技術**”・“**サステナビリティ**”・“**価格**”が挙げられ、**小売業者を中心に評価が低い**
- 商品の取扱い・購入の際に商品の**サステナビリティ性を考慮する回答者は全体の半数以上存在**。職業別の傾向としては、大半の事業者がサステナビリティ性を考慮する一方、認証の有無については関心度が下がる。ただ、**小売業者については、認証の有無についての関心も高い傾向**にある
- **来日経験のある回答者の方が、日本料理を食べる回数が多い傾向**がある。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食料理店が最も多いものの、**来日経験のある回答者の方が、家庭で日本食料理を食べる割合が高い**

【試食メニューへの反応】

- **刺身**については、**マグロでは約93%、ブリでは約91%**の回答者が“**美味しかった**”と回答し、その理由として“**味**”と“**食感**”を挙げる声が多数
 - 日常的によく消費する魚種としてマグロやブリを挙げなかった回答者についても、それぞれ約95%、94%が“**美味しかった**”と回答
 - 来日経験の有無や生食の抵抗有無に関わらず、刺身料理を“**高評価**”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**
- マグロのスパイシーロールについては、約51%の回答者が“**美味しかった**”と回答。ブリのスパイシーロールについては、約65%の回答者が“**美味しかった**”と回答し、**マグロよりもブリのスパイシーロールの方が高評価の割合が高い結果**となった
 - “**美味しくなかった**”という回答数は少ないが、“**どちらとも言えない**”と回答、もしくは未回答の割合も比較的高い
 - **日本料理を家庭で食べる本格派の人についてはスパイシーロールを“美味しかった”と回答する割合は低くなるため、今後の売り出し方については更なる検討が必要**

4-1. ボストンにおけるアンケート概要

4-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

4-3. 試食メニューへの反応

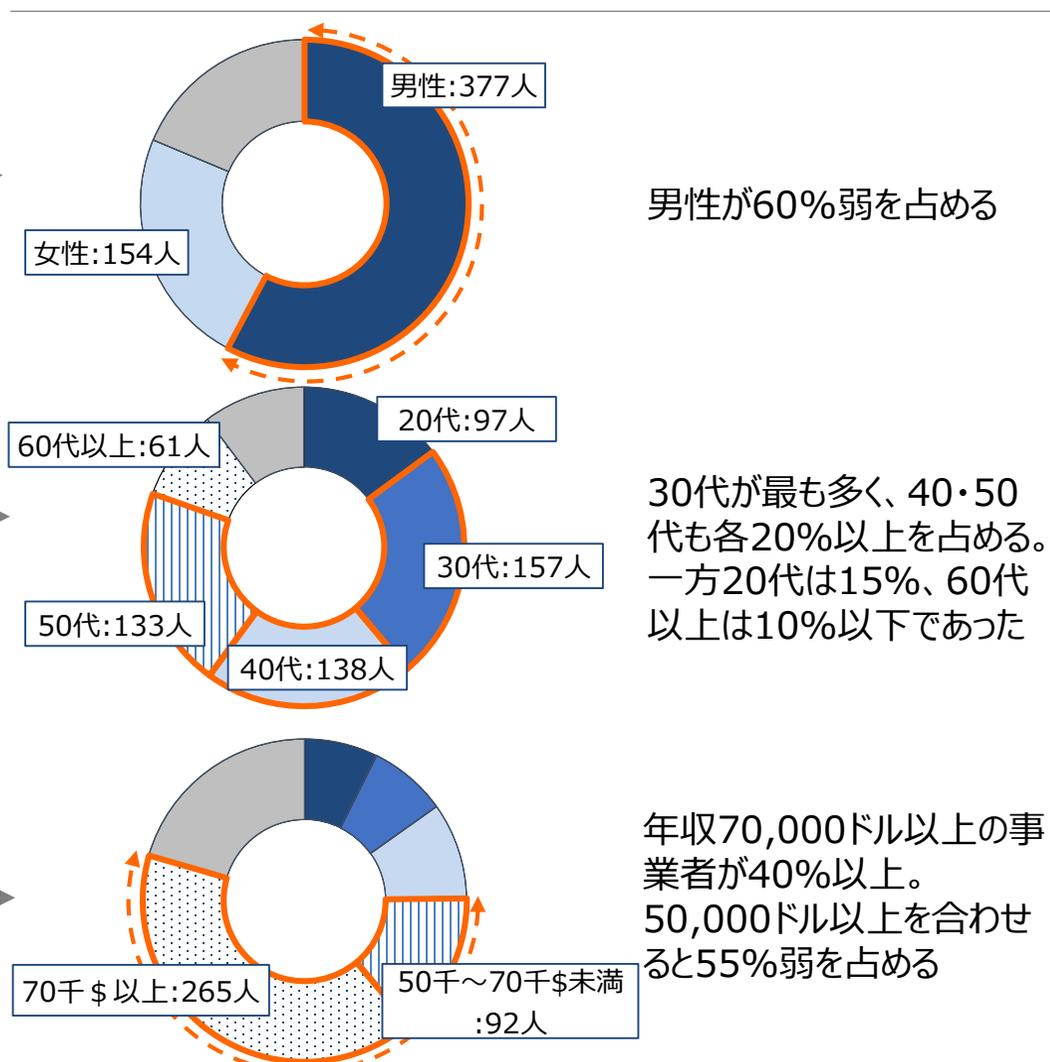
- マグロ料理
- ブリ料理
- 試食メニューまとめ

653人がアンケートに回答。男女比では男性の回答が多いが、年齢別にみると60歳以上がやや少ないものの、比較的バランスのとれた回答を収集。職業は輸入・流通・外食業者で50%弱を占め、年収は50,000ドル以上が55%弱となった。

アンケート回答者内訳 (計653人)

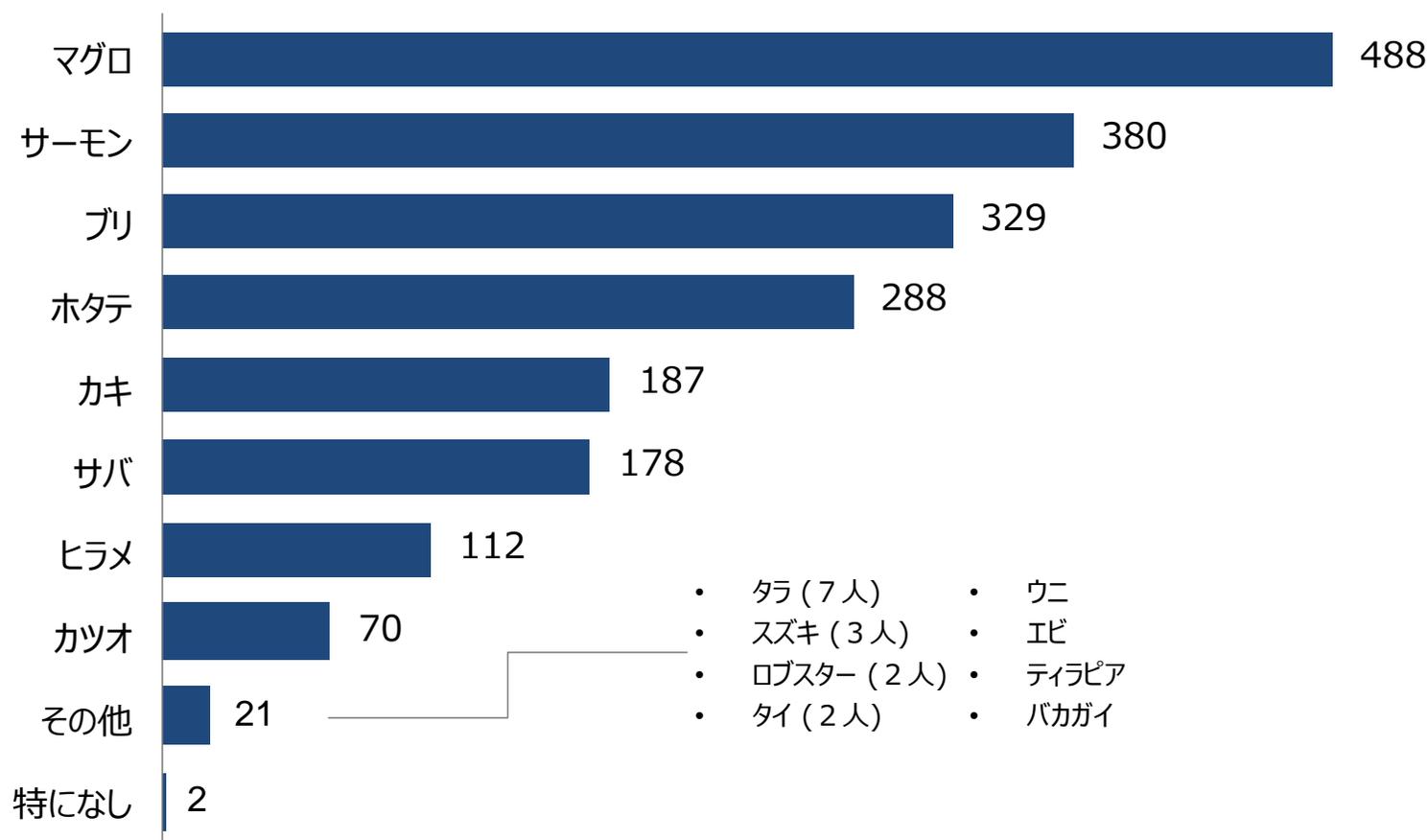
性別	男性	377人
	女性	154人
	回答なし	122人
年齢別	20代	97人
	30代	157人
	40代	138人
	50代	133人
	60代以上	61人
	回答なし	67人
	職業別	輸入業者
流通業者		98人
外食業者		86人
教師・生徒		36人
小売業者		35人
その他		181人
回答なし		82人
年収別		5千～15千\$未満
	15千～35千\$未満	51人
	35千～50千\$未満	63人
	50千～70千\$未満	92人
	70千\$以上	265人
	回答なし	134人

特筆事項



ボストンにおいては、マグロの消費が最も多く、サーモンとブリがそれに続く。

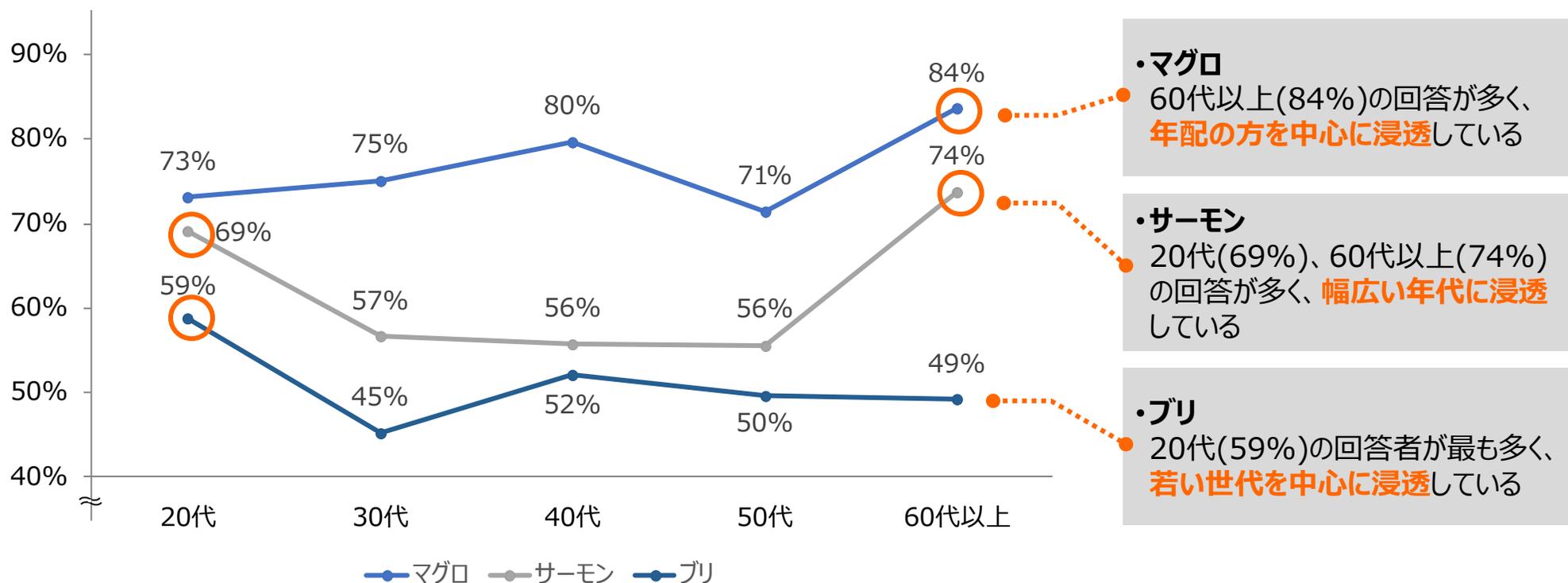
設問：家庭・外食店でよく食べる魚種を教えてください（複数回答可）
（回答数：計2,055件）



マグロについては、60代以上の年配の方を中心に浸透。サーモンについては、20代または60代以上の消費が高く、年代を問わず浸透していることが分かる。ブリについては、20代の若い世代を中心に浸透しており、魚種によって主要消費者層が異なる。

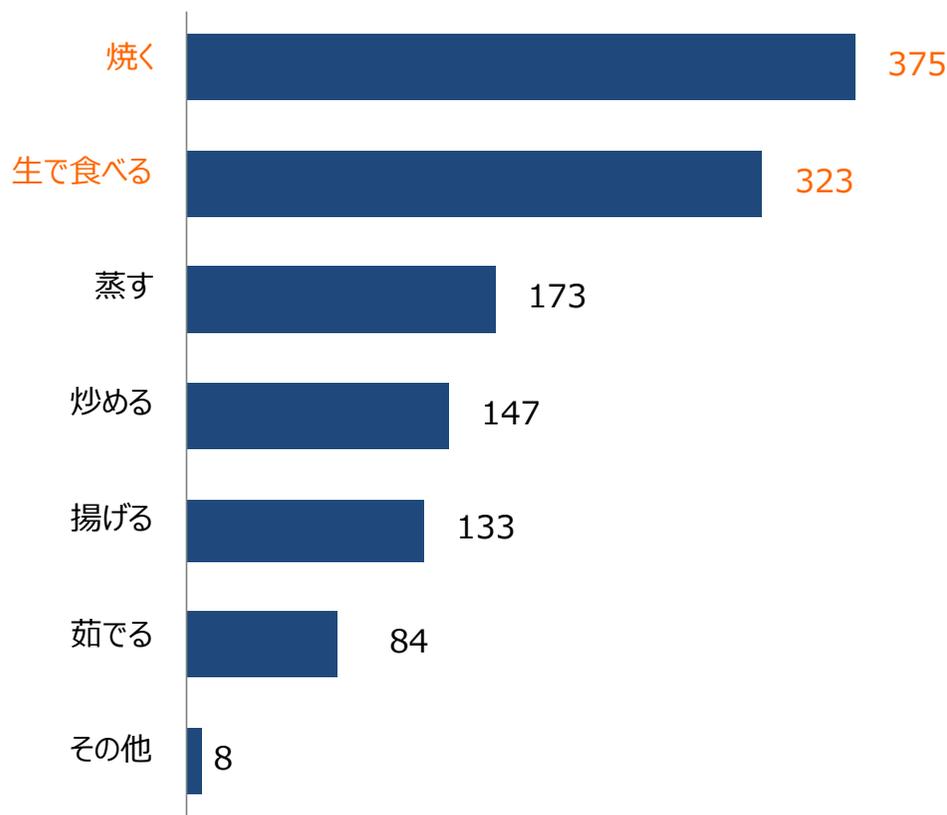
設問：家庭・外食店でよく食べる魚種を教えてください（複数回答可）
（回答数：計2,055件）

アンケート結果から読み取れる示唆

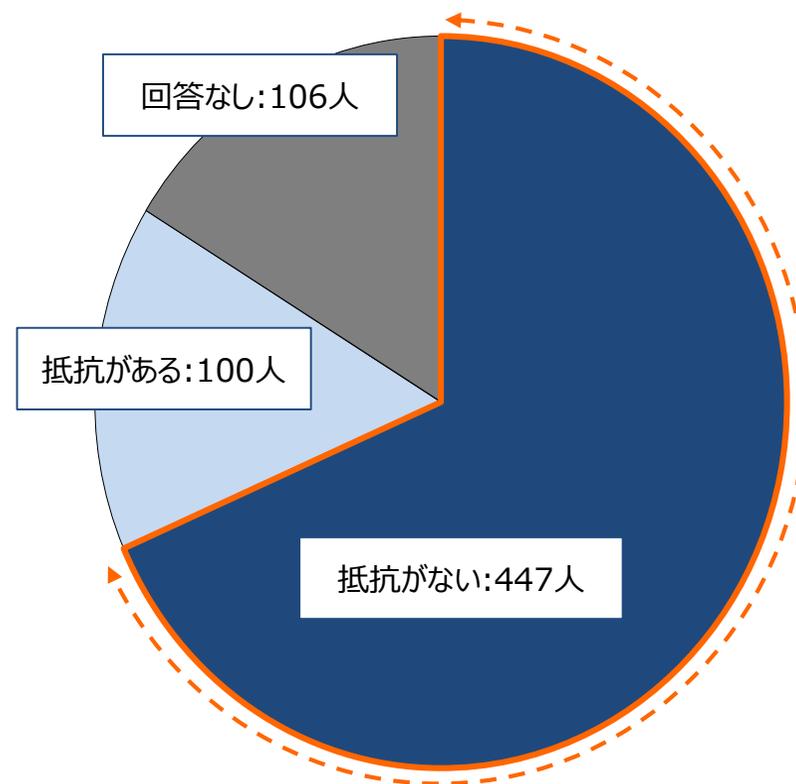


水産物の主な調理方法としては、“焼く”・“生で食べる”が圧倒的に多い。回答者のうち、生食に抵抗がない人が約70%存在することからも分かる通り、生食文化が一定数浸透しているため、日本の魚食文化等の教育の必要性は低い市場であるといえる。

設問：水産物を普段どのように調理しますか？(複数回答可)
(回答数：1,243件)

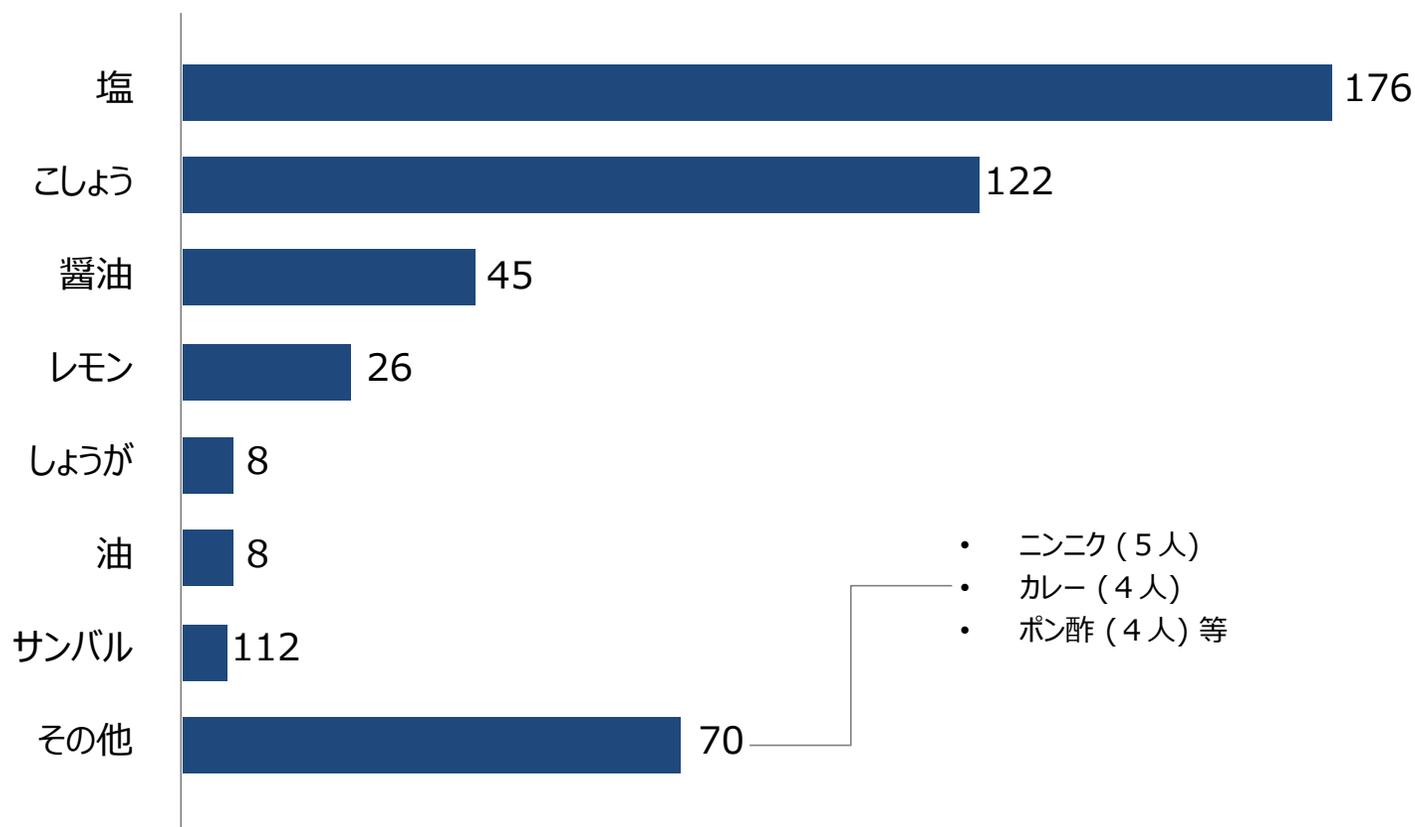


設問：水産物の生食に対して抵抗がありますか？



水産物を調理する際に使われる主な調味料としては、塩・こしょうが圧倒的に多く、シンプルな味付けが主流。

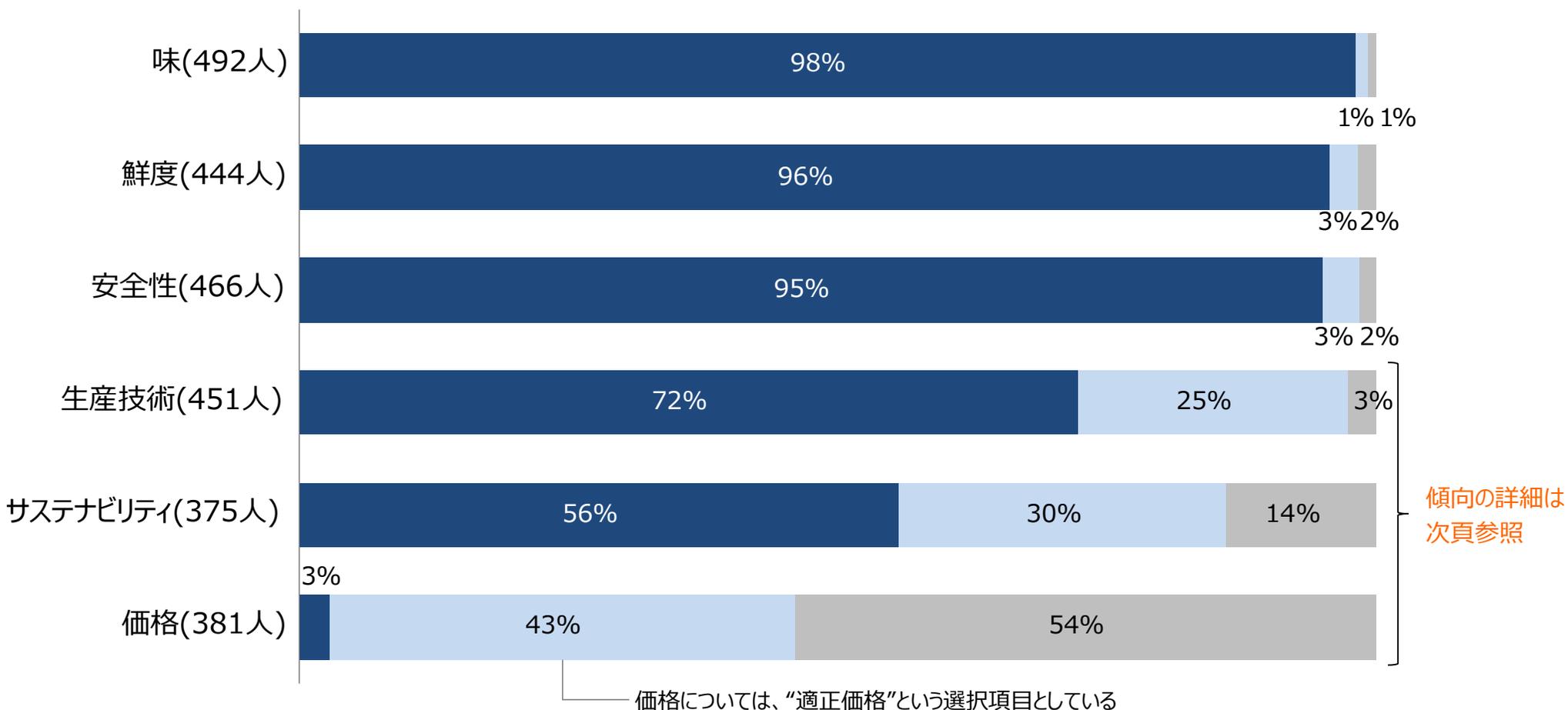
設問：水産物を調理する際にどのような調味料を使いますか(複数回答可)
(回答数：468件)



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”・“鮮度”・“安全性”を挙げる回答者が多数。価格については、回答者数が多いものの、“価格が高い”とする低評価が過半数を超えた。

設問：日本産水産物に対してどのような印象を持っていますか？

■ 高評価 ■ どちらとも言えない ■ 低評価



日本産水産物の生産技術、サステナビリティ、価格の3項目については、小売業者を中心に評価が低い。小売業者を対象とした取組により、日本産水産物のイメージアップを図ることができる可能性が高い。

日本産水産物に対する印象における職業別傾向

	回答者数	生産技術		
		生産技術が高い	どちらとも言えない	生産技術が低い
輸入業者	81人	85%	15%	
流通業者	51人	73%	25%	2%
小売業者	21人	57%	38%	5%
外食業者	50人	78%	18%	4%
教師・生徒	29人	62%	38%	
その他	108人	69%	27%	5%

	回答者数	サステナビリティ		
		配慮している	どちらとも言えない	配慮していない
輸入業者	80人	57%	25%	17%
流通業者	51人	55%	25%	20%
小売業者	21人	43%	48%	10%
外食業者	56人	58%	36%	18%
教師・生徒	31人	72%	17%	17%
その他	108人	51%	39%	10%

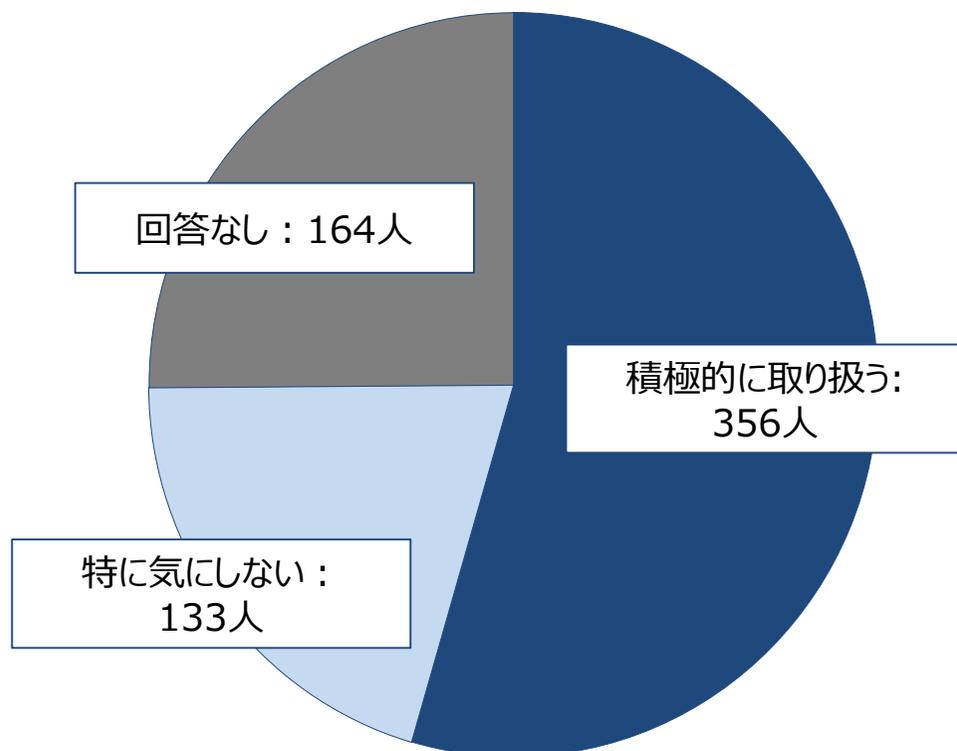
	回答者数	価格		
		価格が低い	適正価格	価格が高い
輸入業者	95人	7%	44%	65%
流通業者	66人	6%	57%	67%
小売業者	24人	5%	19%	90%
外食業者	61人		64%	58%
教師・生徒	31人	7%	41%	59%
その他	120人	1%	50%	60%

アンケート結果から読み取れる示唆

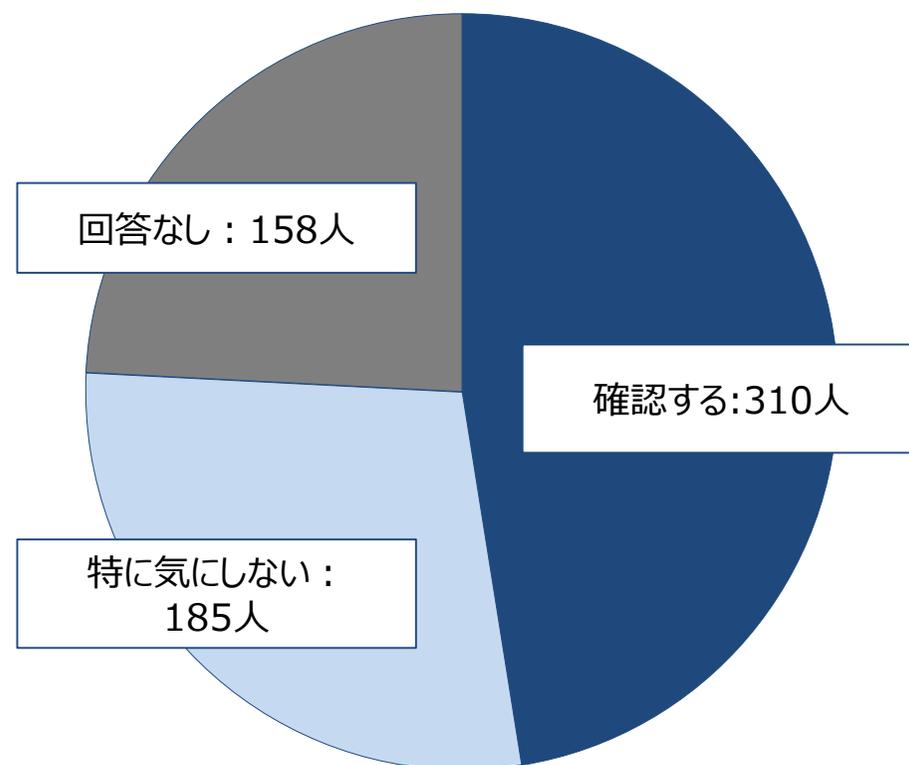
- 小売業者と教師・生徒については、“どちらとも言えない”と回答した割合が高く、**そもそも生産技術に関する知識がない可能性が高い**
- 他方、外食業者については、“生産技術が高い”という回答割合が高く、日本産水産物に関する知識が豊富なハイエンド外食事業者の回答が多い等の理由が考えられる
- 末端事業者である**小売業者**については、日本産水産物はサステナビリティに“配慮している”と回答した割合が低く、**サステナビリティ認証を取得していない商品が多いことに起因している可能性が高い**
 - 詳細はp.75参照
- 輸入・流通段階で“適正価格”と回答した事業者割合は一定数存在する一方で、小売業者については、**90%が“価格が高い”と評価しており、消費者が家庭で消費するには手の届きにくい商品となっている可能性が高い**
- 他方、外食業者については、“適正価格”という回答割合が最も高く、ハイエンド外食事業者の回答が多い等の理由が考えられる

サステナビリティに配慮した水産物・水産加工品を取り扱いたいと回答した人は全体の半数を超えており、そのうち、サステナビリティを担保する認証の有無についても確認するという回答者は約8割程度存在。サステナビリティへの配慮は重要項目であるといえる。

設問：日本産水産物・水産加工品を取り扱う際にサステナビリティを考慮した製品を選びますか？

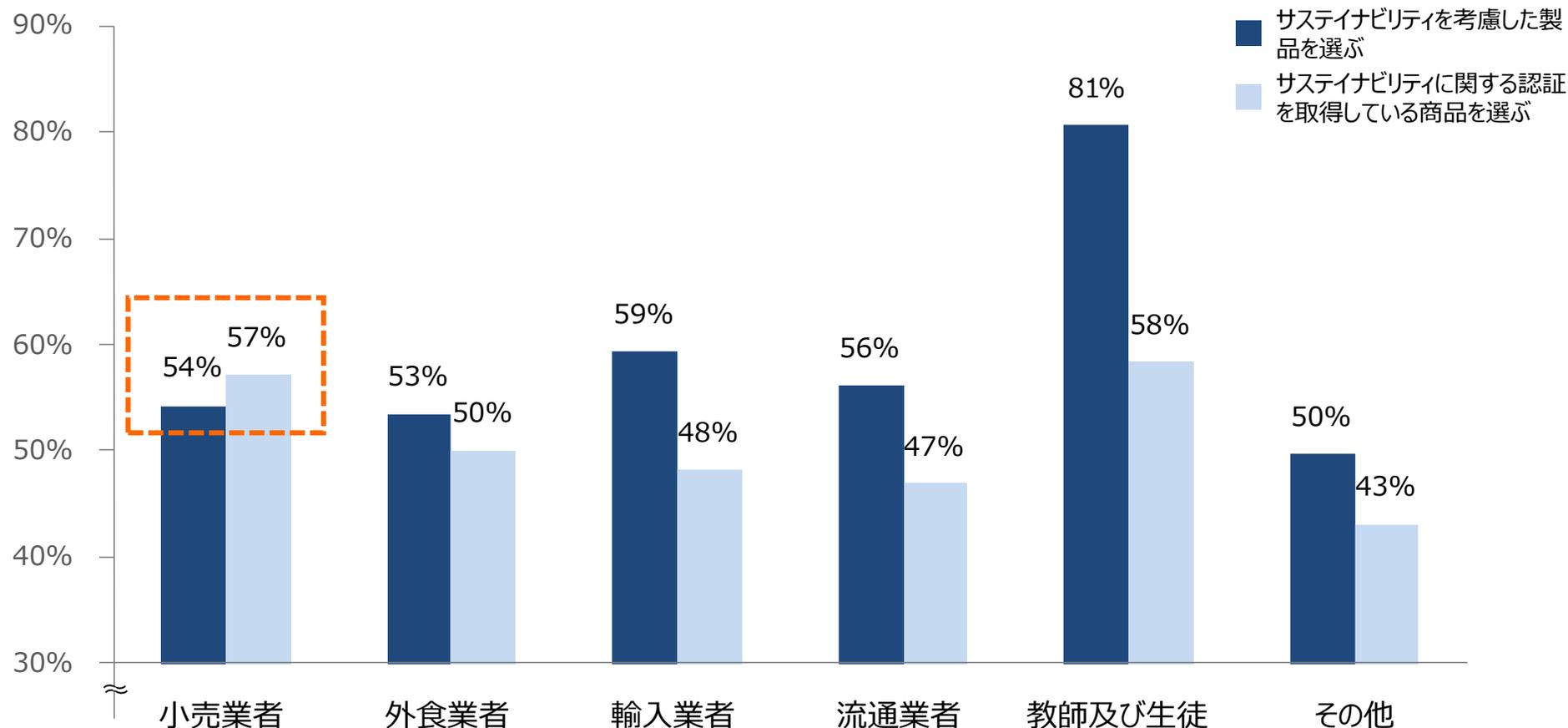


設問：日本産水産物・水産加工品を購入する際にサステナビリティに関する認証の有無を確認しますか？



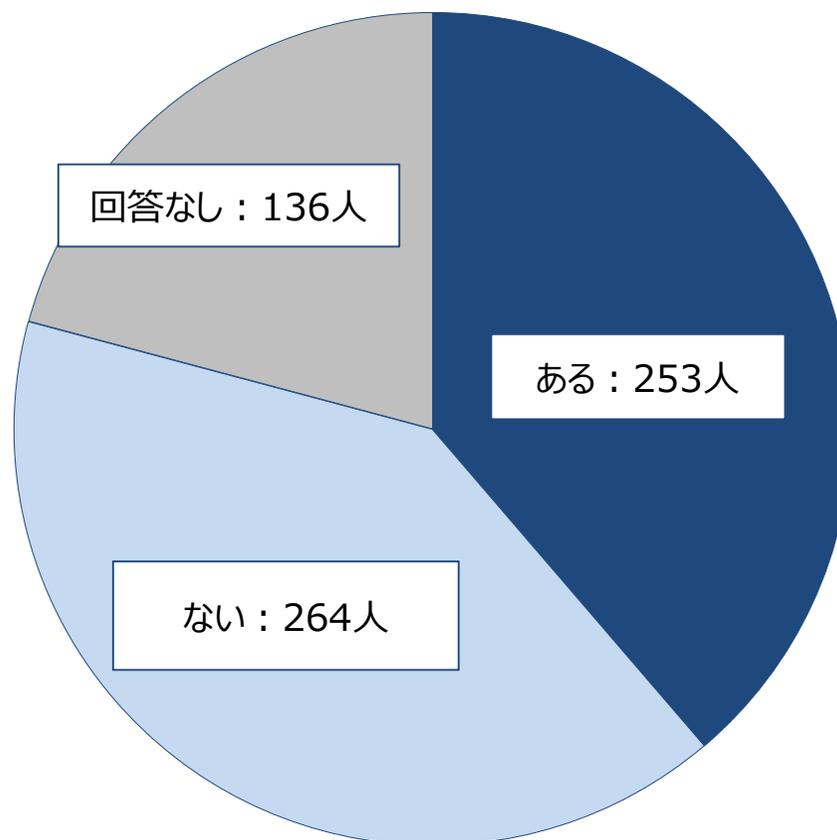
職業別にサステナビリティへの関心度を見てみると、大半の事業者についてはサステナビリティに配慮した商品を取り扱いたいという意向はあるものの認証の有無については関心度が下がる一方、小売り業者は認証の有無についても重視していることが分かる。

職業別のサステナビリティに対する意識



ボストンにおける回答者については、来日経験がある人が約39%、来日経験のない人が約40%と、約同数の回答割合となっている。

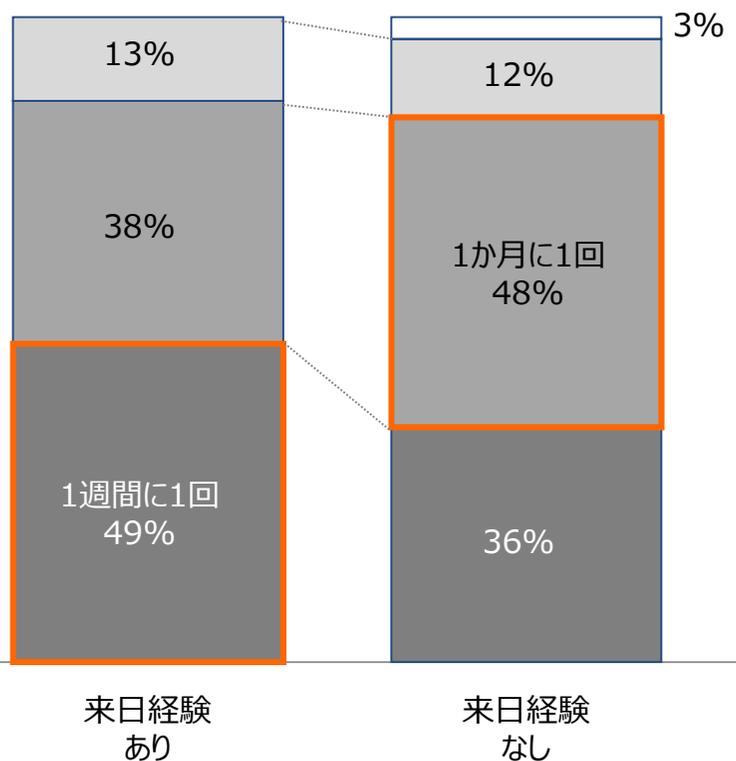
設問：来日経験はありますか？



来日経験のある回答者の方が、日本料理を食べる回数が多い傾向が読み取れる。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食料理店が最も多いが、来日経験のある回答者の方が、家庭で日本食料理を食べる割合が高い。

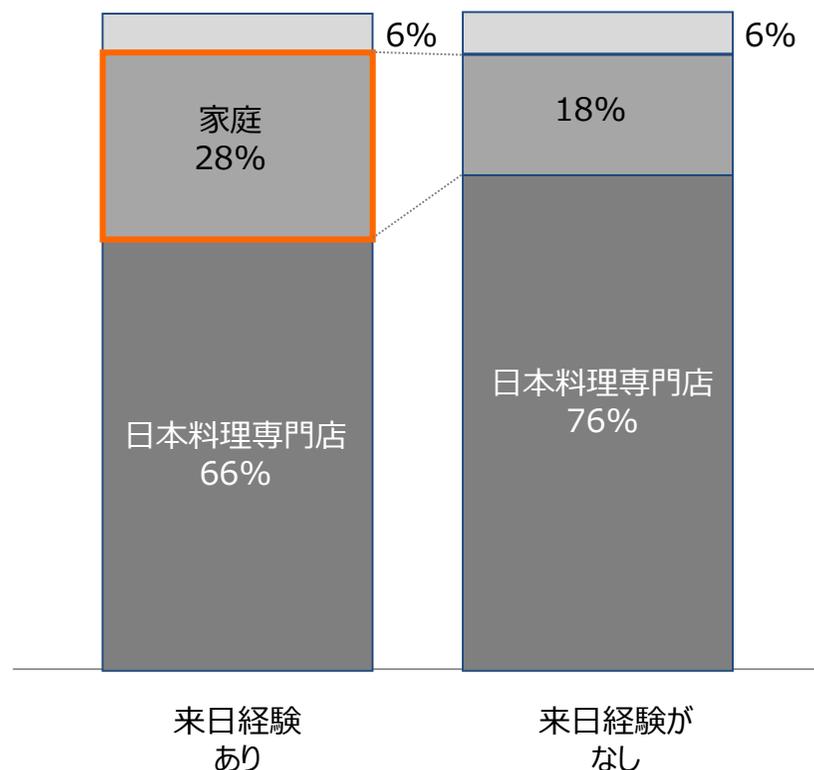
設問：日本食をどの程度の頻度で食べますか？

■ 1週間に1回程度 ■ 1ヶ月に1回程度
 ■ 1年に1回程度 □ 1度もない



設問：日本食を最もよく食べる場所はどこですか？

■ 外食店(日本料理専門店) ■ 家庭
 ■ 外食店(アジア料理店)



4-1. ボストンにおけるアンケート概要

4-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

4-3. 試食メニューへの反応

- マグロ料理

- ブリ料理

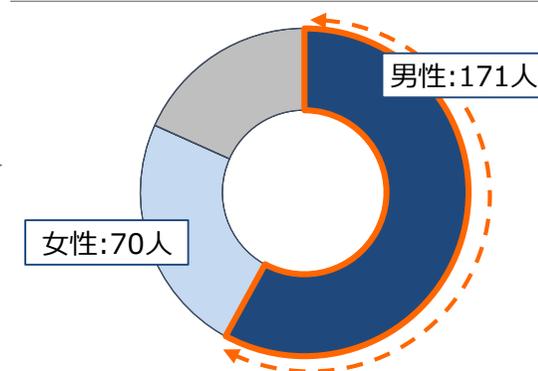
- 試食メニューまとめ

295人がアンケートに回答。合計値と比べると年齢別では30～50代の割合が高く、年収は50,000ドル以上の割合が多い。

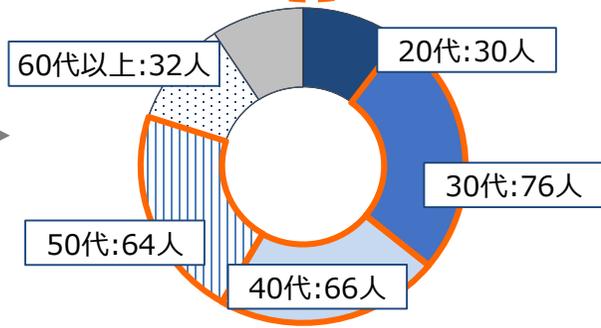
アンケート回答者内訳 (計295人)

性別	男性	171人
	女性	70人
	回答なし	54人
年齢別	20代	30人
	30代	76人
	40代	66人
	50代	64人
	60代以上	32人
	回答なし	27人
	職業別	輸入業者
	流通業者	43人
	外食業者	39人
	教師・生徒	18人
	小売業者	16人
	その他	78人
	回答なし	38人
年収別	5千～15千\$未満	20人
	15千～35千\$未満	22人
	35千～50千\$未満	26人
	50千～70千\$未満	48人
	70千\$以上	121人
	回答なし	58人

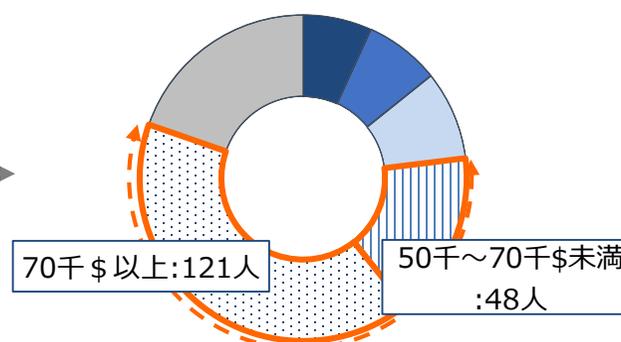
特筆事項



男性が60%弱を占める



30代が最も多く、40・50代も各20%以上を占めた。一方20代、60代以上は10%程度

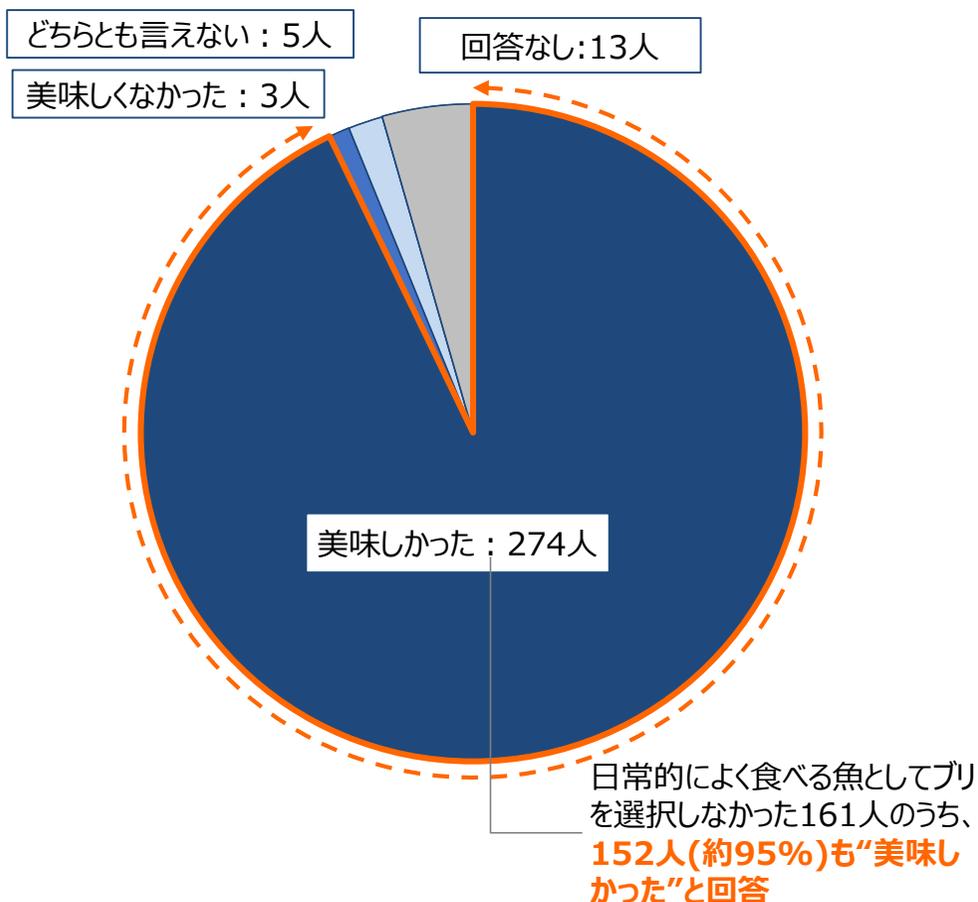


年収70,000ドル以上の事業者が40%以上。50,000ドル以上を合わせると60%弱を占める

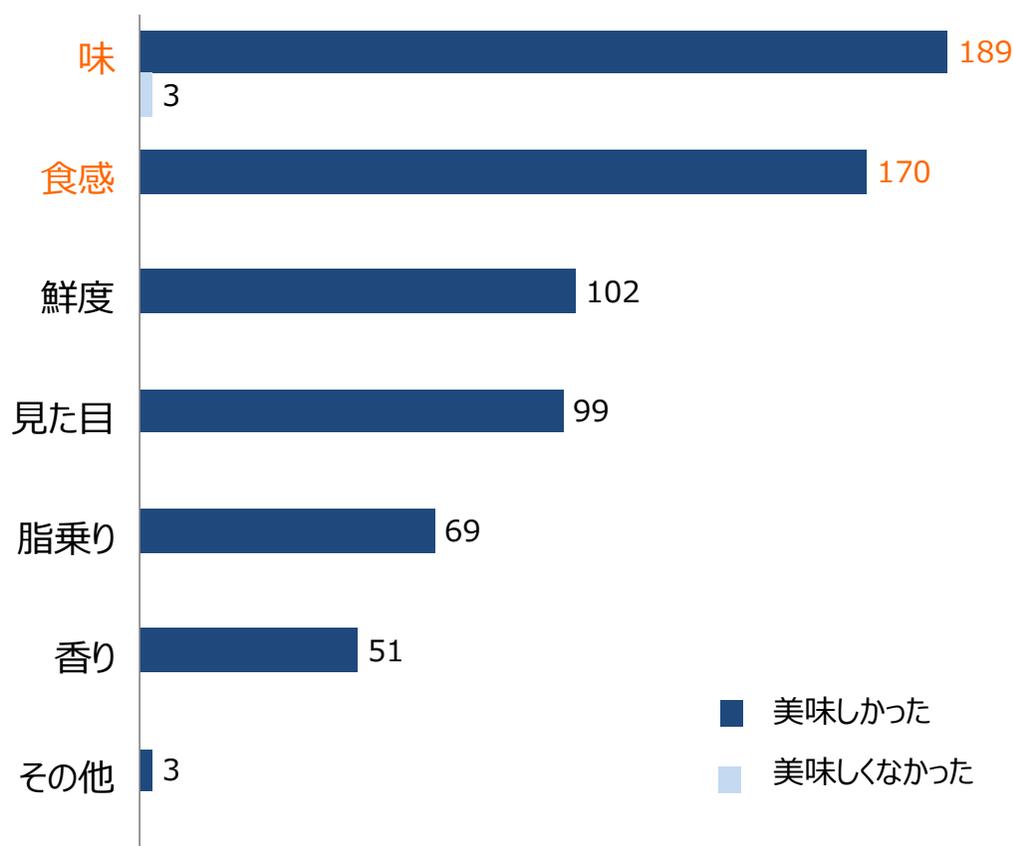
マグロの刺身については、約93%の回答者が“美味しかった”と回答し、その理由として“味”と“食感”を挙げる声が多い。日常的によく消費する魚種としてマグロを挙げなかった回答者についても、約95%が“美味しかった”と回答している。

設問：本日提供させていただいたクロマグロの刺身はいかがでしたか

回答結果概要



評価に影響を与えた要素(複数回答可)

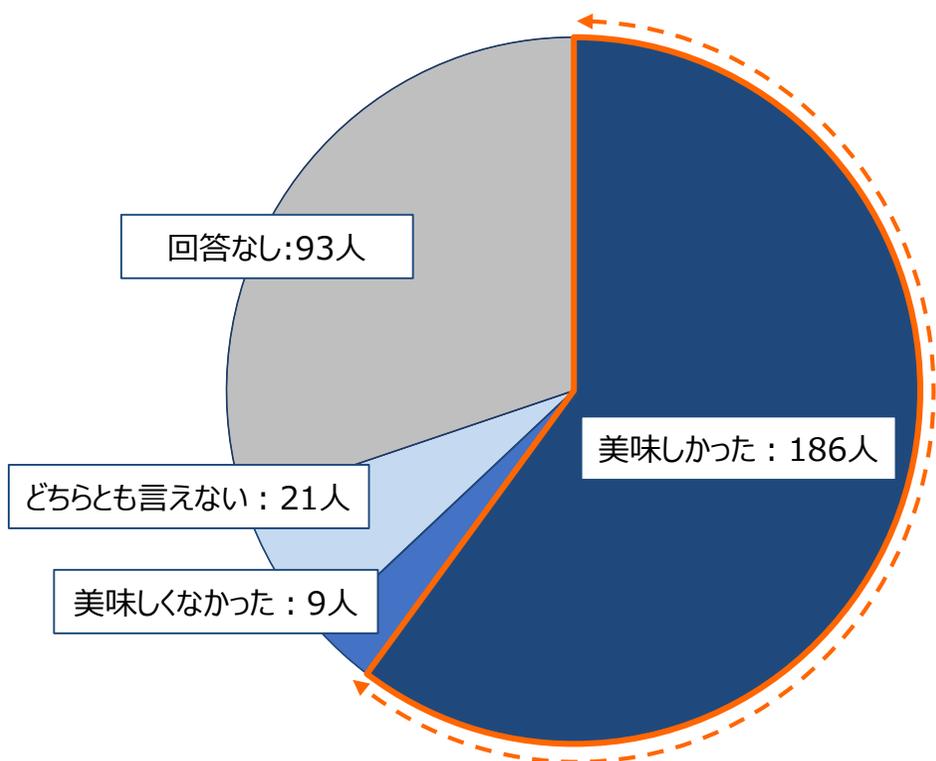


【ボストン】4-3. 試食メニューへの反応(マグロ料理)

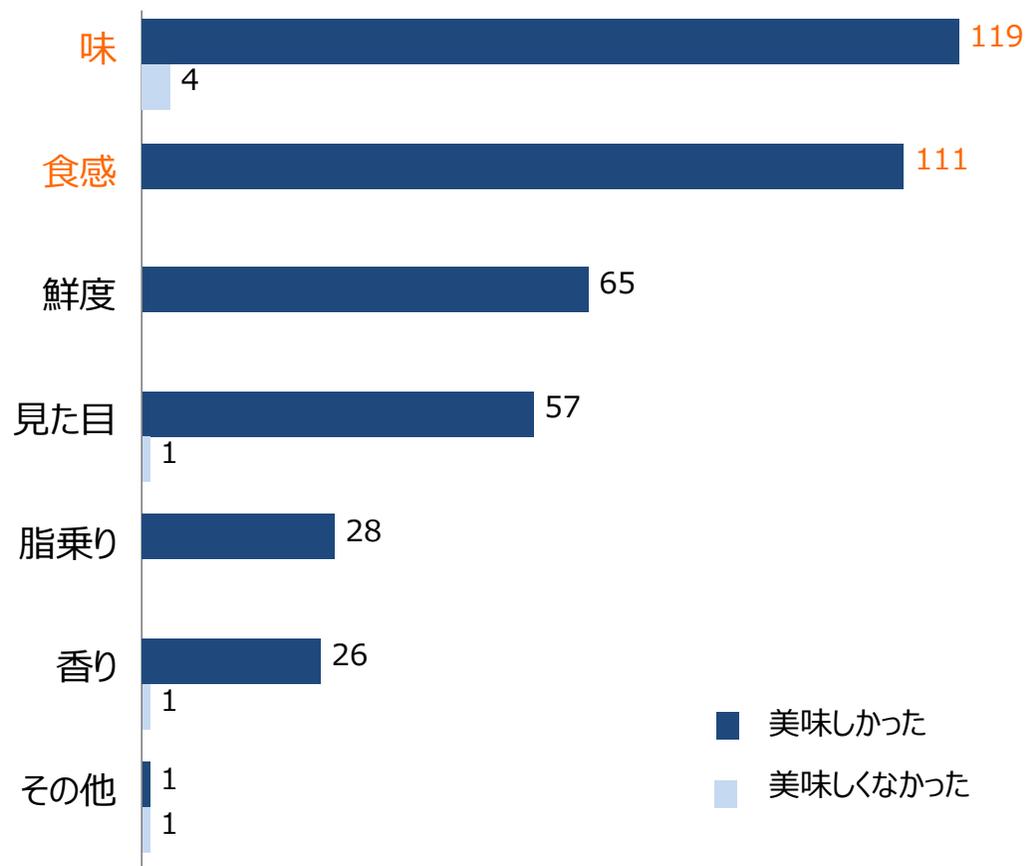
マグロのスパイシーロールについては、約51%の回答者が“美味しかった”と回答。“美味しくなかった”という回答は9件にとどまるが、“どちらとも言えない”と回答、もしくは未回答の人が約46%存在。低評価の理由としては、“味”・“鮮度”・“香り”等が挙げられた。

設問：本日提供させていただいたクロマグロロールはいかがでしたか

回答結果概要



評価に影響を与えた要素(複数回答可)



4-1. ボストンにおけるアンケート概要

4-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

4-3. 試食メニューへの反応

- マグロ料理

- **ブリ料理**

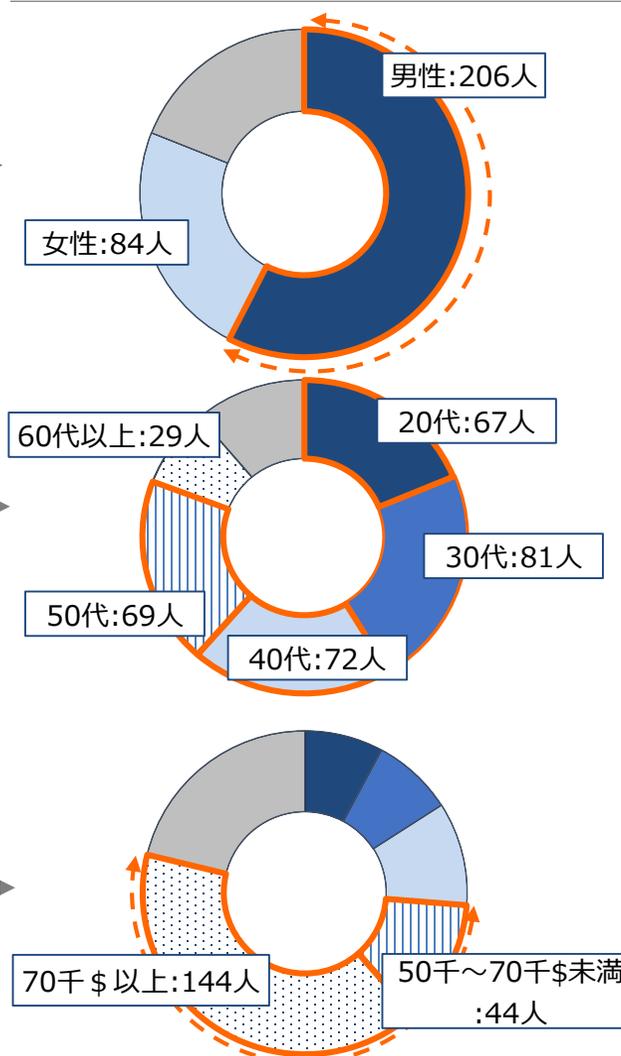
- 試食メニューまとめ

358人がアンケートに回答。合計値と比べると年齢別では20代の割合が高く、年収は50,000ドル以上の割合が低い。

アンケート回答者内訳 (計358人)

性別	男性	206人
	女性	84人
	回答なし	68人
年齢別	20代	67人
	30代	81人
	40代	72人
	50代	69人
	60代	29人
	回答なし	40人
	職業別	輸入業者
流通業者		55人
外食業者		47人
教師・生徒		18人
小売業者		19人
その他		103人
回答なし		44人
年収別	5千~15千\$未満	28人
	15千~35千\$未満	29人
	35千~50千\$未満	37人
	50千~70千\$未満	44人
	70千\$以上	144人
	回答なし	76人

特筆事項



男性が60%弱を占める

30代が最も多く、20・40・50代も各20%前後を占めた。一方60代以上は10%以下

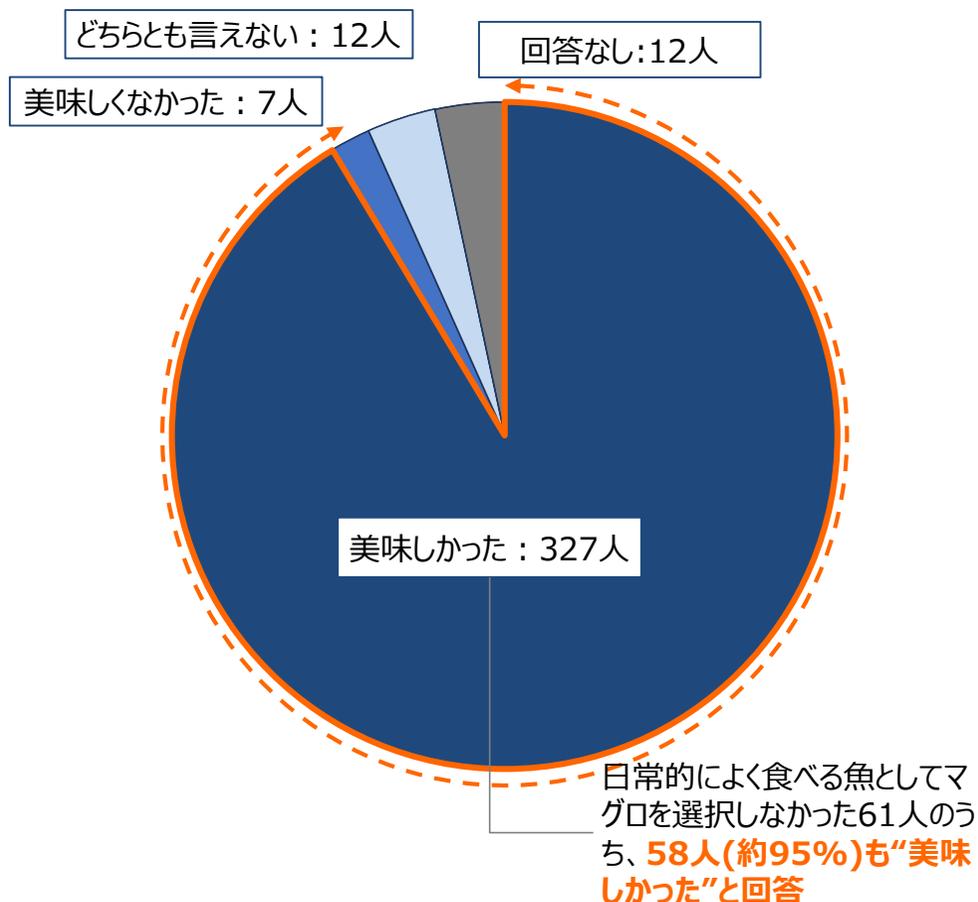
年収70,000ドル以上の事業者が40%以上。50,000ドル以上を合わせると50%強を占める

【ボストン】4-3. 試食メニューへの反応(ブリ料理)

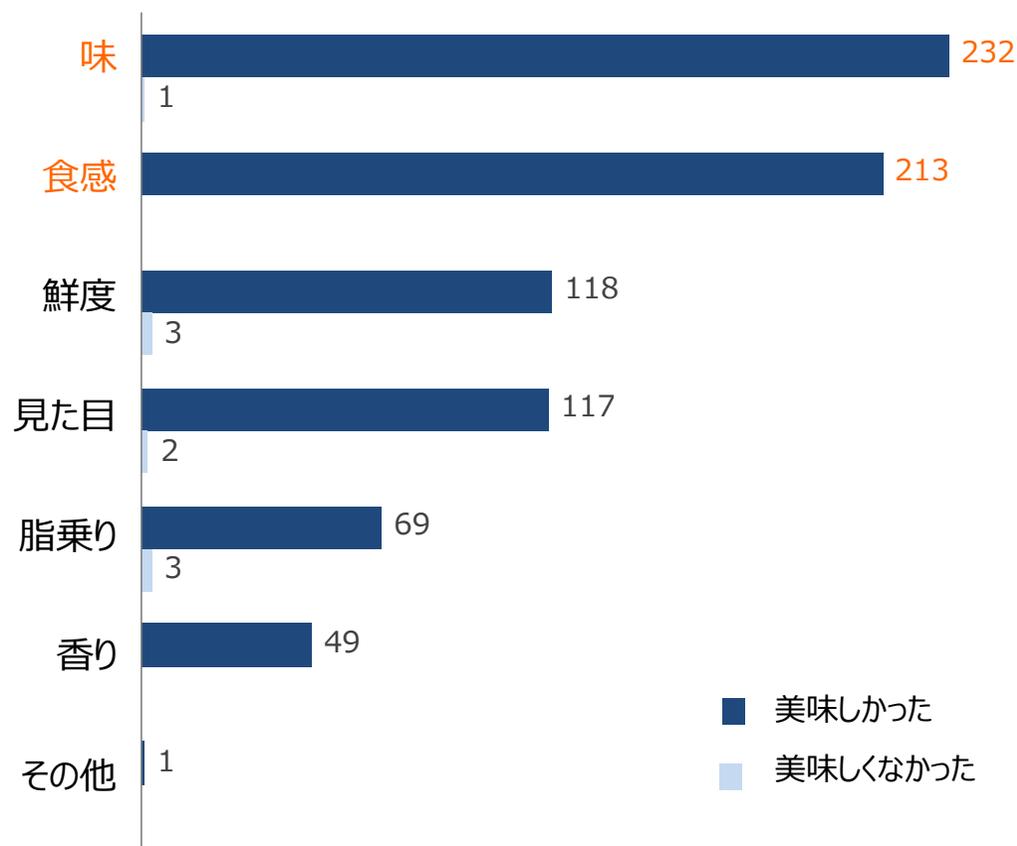
ブリの刺身については、約91%の回答者が“美味しかった”と回答し、その理由として“味”と“食感”を挙げる声が多数。日常的によく消費する魚種としてブリを挙げなかった回答者についても、約94%が“美味しかった”と回答している。

設問：本日提供させていただいたブリの刺身はいかがでしたか

回答結果概要(358人)



評価に影響を与えた要素(複数回答可)



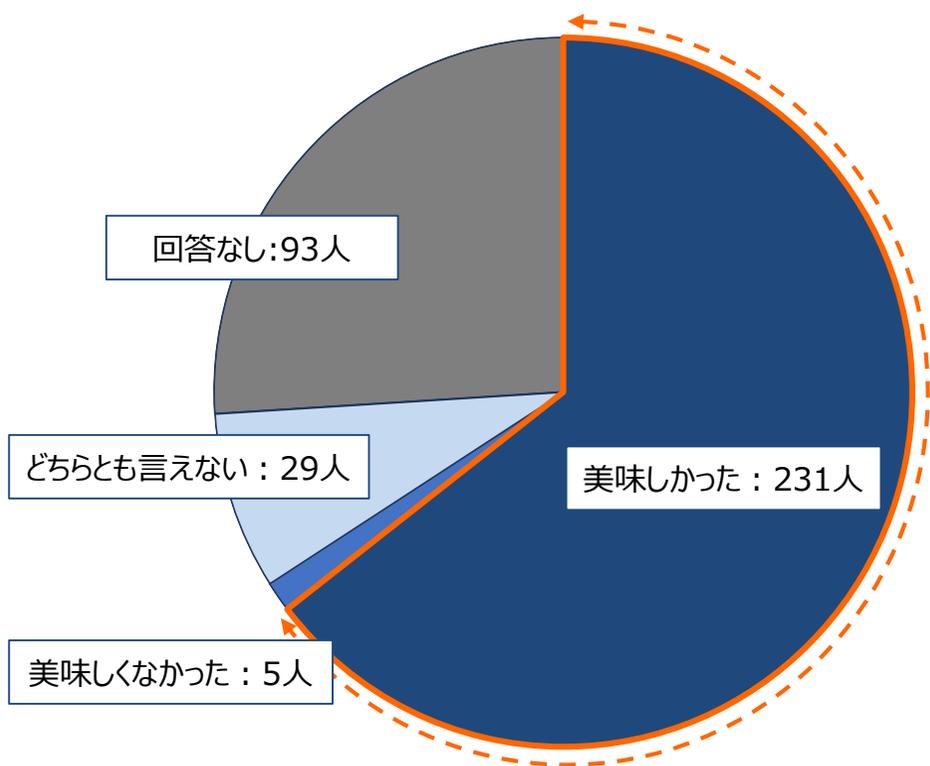
■ 美味しかった
■ 美味しくなかった

【ボストン】4-3. 試食メニューへの反応(ブリ料理)

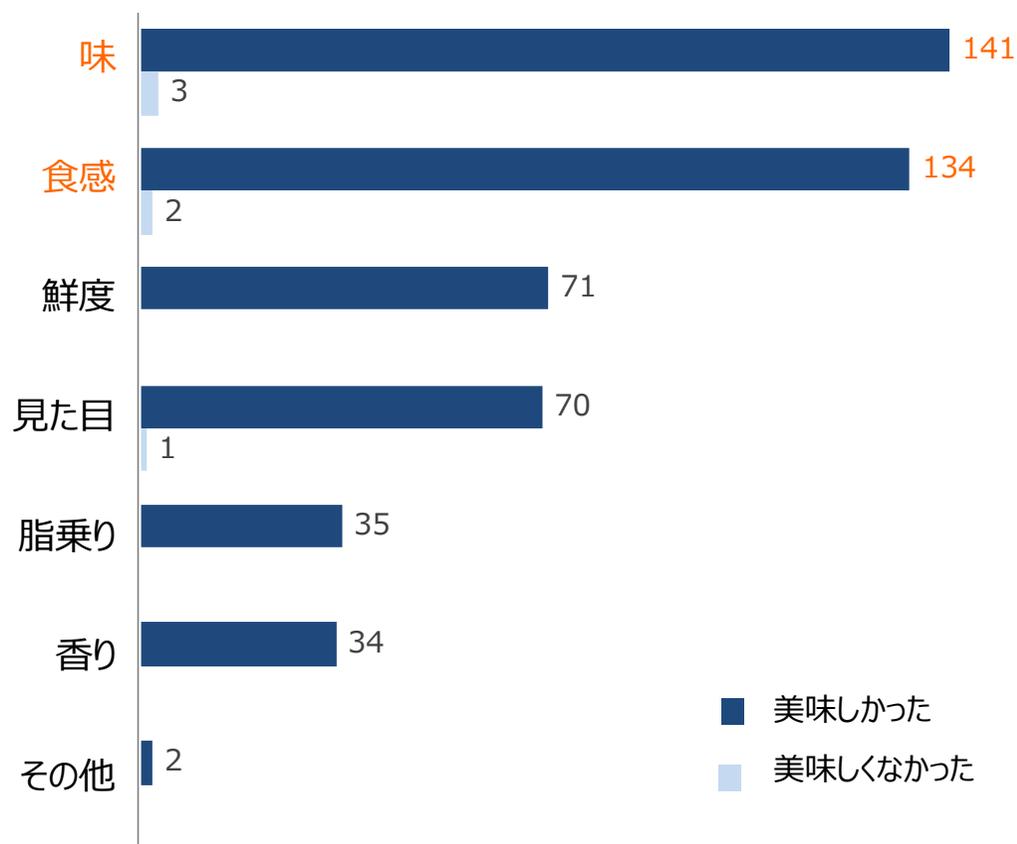
ブリのスパイシーロールについては、約65%の回答者が“美味しかった”と回答し、マグロのスパイシーロールよりも高評価の回答割合が高い結果となった。一方で、“どちらとも言えない”と回答、もしくは未回答の人が約34%存在し、判断に迷う状況が伺える。

設問：本日提供させていただいたブリロールはいかがでしたか

回答結果概要(358人)



評価に影響を与えた要素(複数回答可)



4-1. ボストンにおけるアンケート概要

4-2. 水産物消費・日本食文化に関する動向

4-3. 試食メニューへの反応

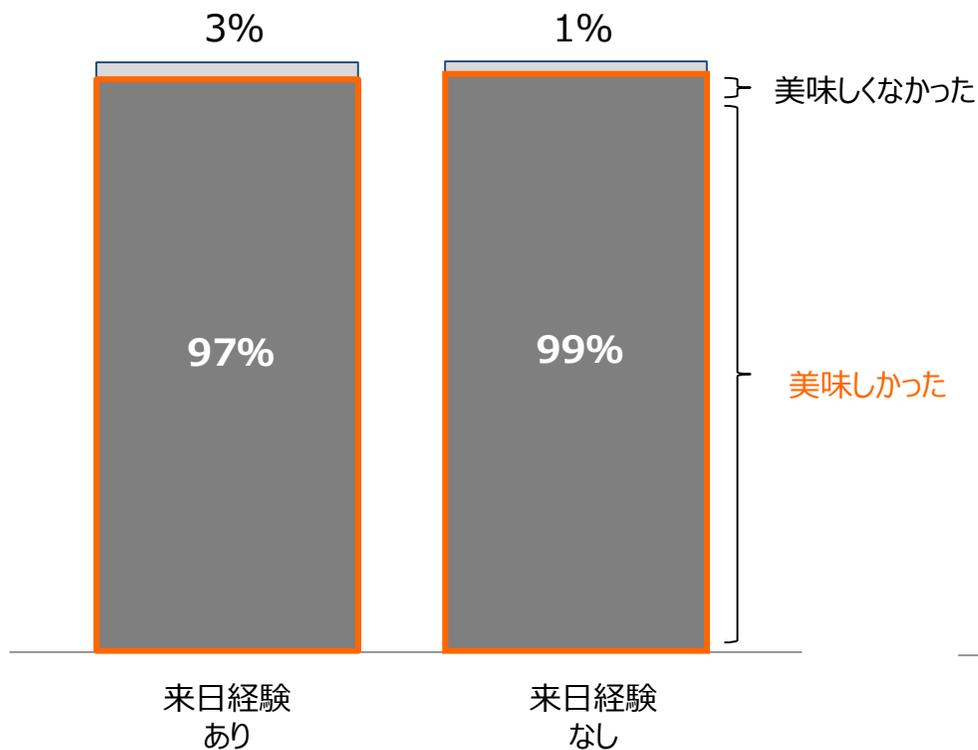
- マグロ料理

- ブリ料理

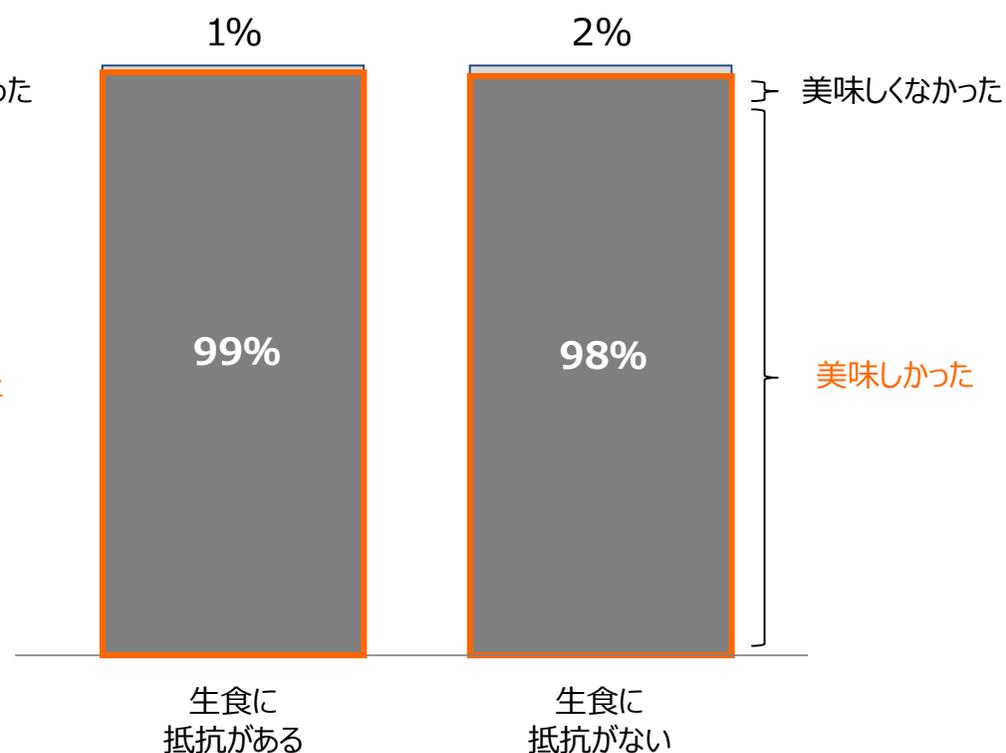
- 試食メニューまとめ

来日経験の有無や生食の抵抗有無に関わらず、刺身料理を“高評価”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(の刺身)の反応※



日本料理を食べる際に外食店(アジア料理店)を利用することが多いと回答した人と比べると、日本料理を家庭で食べる本格派の人についてはスパイシーロールを“美味しかった”と回答する割合は低くなるため、今後の売り出し方については更なる検討が必要。

最も頻繁に日本食を食べる場所とスパイシーロールの試食メニューの反応※

