

# 第2回地域ブランド認知度アンケート調査 結果

2019年4月

日本貿易振興機構(ジェトロ) 農林水産・食品課

## 調査の目的・問題意識

日本産農林水産物・食品の市場開拓をより効果的に促進するための取組方向の検討に資するため、ジェトロでは2013年、日本産食品の成熟市場の典型といえる香港、シンガポールにおいて、地域ブランドを前面に出した市場開拓アプローチがどの程度効果的かを把握するための調査を実施した。その結果、日本産農林水産物・食品輸出先1位(当時)の香港、同9位のシンガポールであっても、産地名や地域ブランドの認識は限定的であることがわかった。

前回の調査から5年が経過した今、地域ブランドの認知度合いの変化を測定(時系列比較)するため、香港、シンガポール、またアジア以外における地域ブランドの認知度合いを測定(地理的比較)するため、米国において調査を実施した。

なお、新規設問として「日本食品を選択する際のポイントは何か」「地域ブランドを意識する理由」を尋ね、消費者は地域ブランドを求めているのか、またそこに何を求めているのかを探った。これら回答結果より、今後の事業推進、支援の方向性を検討するための材料とする。

◎参考:地域ブランド認知度アンケート調査(2013年11月)

<https://www.jetro.go.jp/world/reports/2013/07001547.html>

- ◆対象市場:香港、シンガポール、米国
- ◆回答者:20代~50代の男女、対象国・地域各250名
- ◆調査手法:インターネットによるアンケート調査

# 要旨：日本産食品市場の成熟度合に応じて、 産地・地域ブランドのアピール戦略を変えることも検討

- ◆ 香港、シンガポール、米国において、日本の食品を購入・飲食する際の「産地」の優先順位が高いとは言えない(Q1)。また、香港、シンガポールでは、前回調査(2013年)と比較して、「産地」を意識する割合は減少した(Q2-1)。
- ◆ 香港は、前回調査(2013年)と比較して、認知されている産地・地域ブランドが383回答(89種)から816回答(103種)へ増加傾向にある。回答数は倍増しているが(383回答→816回答)、認知されている産地・地域ブランドの種類(89種→103種)の増加率は限定的(Q3-1)。
- ◆ シンガポールは、前回調査(2013年)と比較して、認知されている産地・地域ブランドが53回答(23種)から287回答(51種)に増加。回答数は4倍、認知されている産地・地域ブランドの種類も2倍になった(Q3-2)。正しい認識率も約3倍になった。
- ◆ 米国は、「産地名、地域ブランドを意識する」と答えた回答者が47.6%と、香港の83.6%、シンガポールの66.6%と比べて低い傾向にある。認知されている産地・地域ブランドも128回答(43種)と今回の調査対象国・地域の中で最も少ない(Q2-1、3-3)。

## 結論

- ✓ 日本産食品の購入にあたって産地・地域ブランドをより重視する傾向にあるとは言えない。ただし、産地・地域ブランドを意識する層では、前回調査(2013年)と比較して、香港の誤認率が低く、認知されている産地・地域ブランドも多くなった。また香港に次ぐ形で、シンガポールでも同様の傾向がみられる。このことから、現地で既に一定程度浸透している一部産地・地域ブランドについては、単体で売り込みを図っても効果が狙えるとみられるが、多くの産地、地域ブランドは引き続きジャパブランドの下で各地産品の特色を出していくことで、ブランド価値を高めていくことが期待される。一方、産地・地域ブランドを認識するきっかけには、食品ラベル等の表示、小売店でのプロモーションとの回答が多いことから、メディアの活用やインバウンドの促進などをより強化していくことで、認知度向上に努めていくことも有意義。
- ✓ また、日本産食品に馴染みの深い香港・シンガポールと比較し、米国では産地・地域ブランドを意識しない層が多く、また実際に産地・地域ブランドの認知も低いいため、オールジャパンを強調した取り組みを続けることが必要と考えられる。

# Q1.あなたにとって、日本の食品を購入・飲食する際の意識することは何ですか【新規設問】

【設問】日本の食品を購入したり、飲食する際に、どのようなことを意識しますか。(自由記述)

- 各国・地域ともに上位3項目は、
  - 価格(妥当性)
  - 美味しさ・味・風味
  - 鮮度
- 「産地(日本産含む)」については、
  - 香港:4位31回答
  - シンガポール:9位7回答
  - 米国:9位8回答
 と、「値段」「美味しさ・味・風味」「鮮度」と比較して低い
- ほか、各国・地域の特徴は、
  - 香港:安全性(6位)
  - シンガポール:衛生(7位)
  - 米国:ヘルシー(6位)

	香港	シンガポール	米国	合計
価格(妥当性)	81	71	36	188
美味しさ・味・風味	76	47	45	168
鮮度	32	58	41	131
品質	25	42	28	95
原材料・成分(アレルギー・グルテンフリー含む)	12	16	29	57
ヘルシー(塩分・糖分・カロリー含む)	8	14	26	48
産地(日本産含む)	31	7	8	46
安全性	22	9	6	37
見た目・パッケージ	10	6	9	25
衛生	9	10	3	22
信頼性	0	6	12	18
放射性物質	9	5	2	16
賞味期限・消費期限・製造日	6	8	0	14
ブランド・知名度	5	3	3	11
新規性・独自性・特別性	4	3	2	9
量・種類	1	3	5	9
手軽さ・便利さ	2	3	2	7
栄養	3	2	2	7
ハラール	0	6	0	6
口コミ・評判	1	1	4	6
高級さ	0	5	1	6
ベジタリアン・ヴィーガン	0	0	4	4
持続可能性	0	1	2	3
その他	15	32	45	92

(注1)自由記述の回答を分類し、回答個数で集計。複数回答あり。

(注2)各国・地域の上位5項目をマーク(「その他」除く)

## Q2.あなたは日本の食品を購入・飲食する際に、 産地名、地域ブランドを意識しますか【継続設問】

- 香港、シンガポールは、「産地名、地域ブランドを意識する」の回答が、前回調査(2013年)と比較して減少。  
-香港:2013年92.4%→2019年83.6%  
-シンガポール:2013年86.0%→66.0%
- 米国は、「産地名、地域ブランドを意識しない」が52.4%、「意識する」が47.6%。

【設問】あなたは日本の食品を購入・飲食する際に、産地名、地域ブランドを意識しますか。(単一回答)  
(注)商品名、企業ブランドではなく産地名、地域ブランドが対象。

	香港		シンガポール		米国	
	回答数	回答割合	回答数	回答割合	回答数	回答割合
はい	209	83.6%	165	66.0%	119	47.6%
いいえ	41	16.4%	85	34.0%	131	52.4%
合計	250	100%	250	100%	250	100%

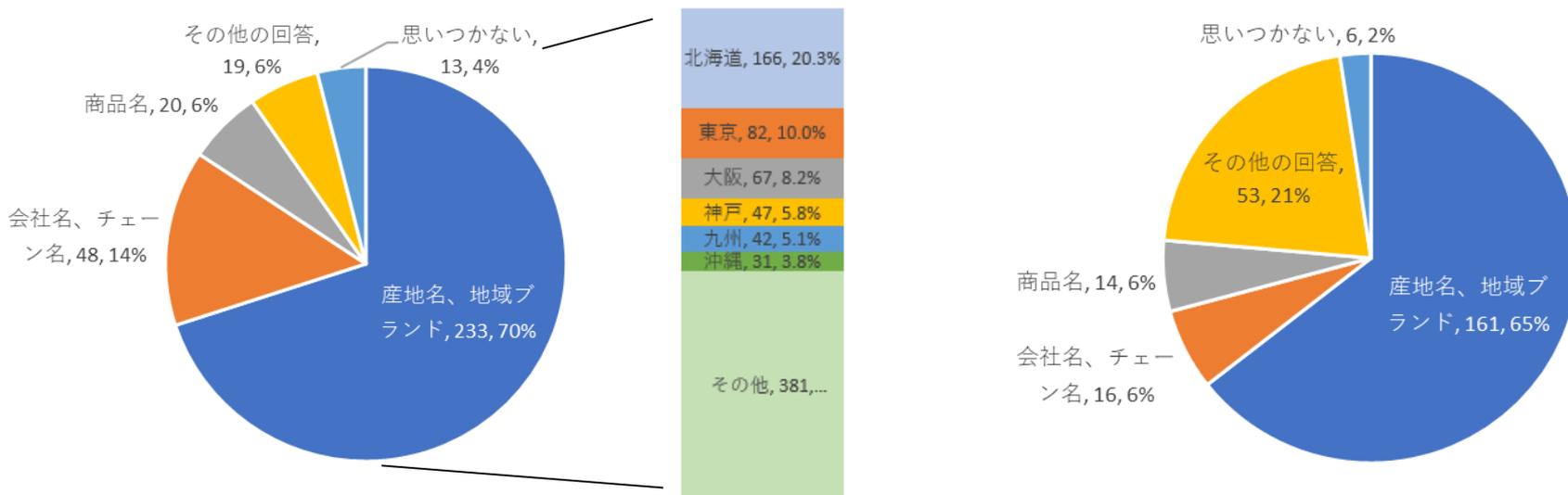
参考:前回(2013年)の調査結果

	香港		シンガポール	
	回答数	回答割合	回答数	回答割合
はい	231	92.4%	215	86.0%
いいえ	19	7.60%	35	14.00%
合計	250	100%	250	100%

## Q3-1.知っている日本の産地名、地域ブランドを 教えてください(香港)(自由記述)【継続設問】

- 「産地名、地域ブランドを意識する」と答えた回答者は83.6%(Q2-1)であるが、正しく「産地名、地域ブランド」を認識している割合は70%であった。
- 認知されている産地、地域ブランドは、北海道が20.2%と、前回(2013年)の22.5%に引き続き高い結果となっている。また、前は383回答(89種)であったが、今回は816回答(103種)と回答数が増加した。  
(産地例:北海道、東京、大阪など。地域ブランド例:神戸牛、讃岐うどん、北海道ミルクなど)
- 産地名、地域ブランド以外を回答した誤認率は、30% (「思いつかない」を含む)。

【設問】知っている日本の食品の産地・地域ブランドを教えてください。(自由記述)



円グラフ: 回答数、回答割合の順に表示。回答は自由記述による複数回答 (n=333)

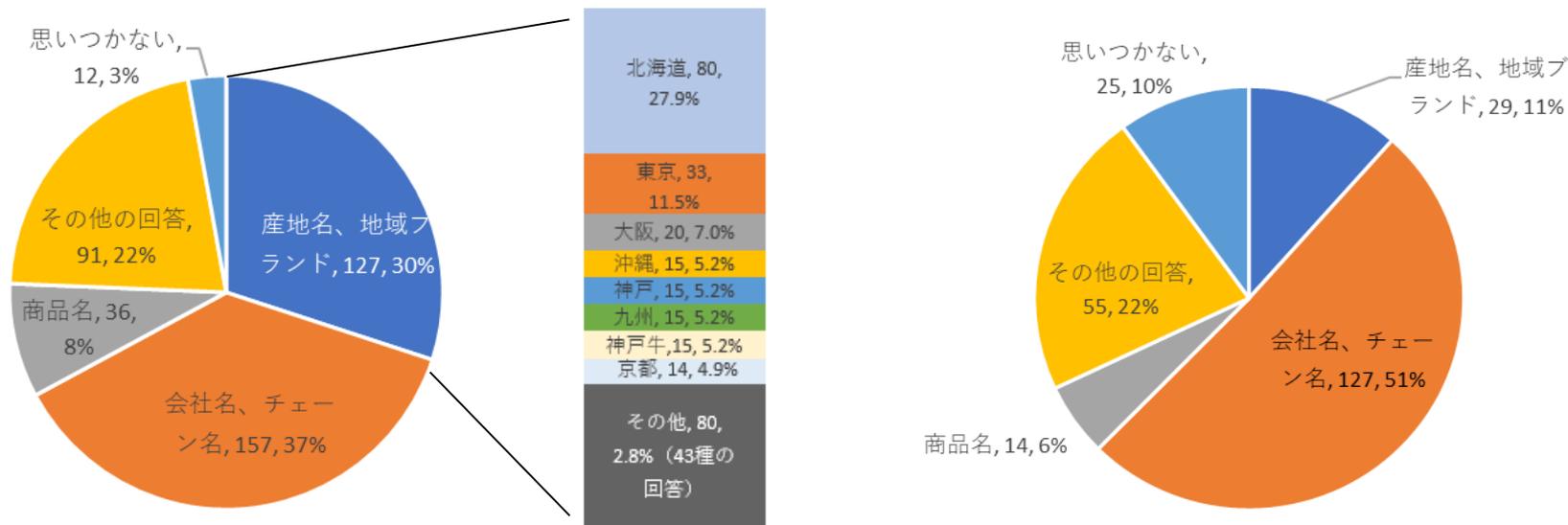
ただし、前回(2013年)は複数回答者を「その他回答」として分類している (n=250)

棒グラフ: 「産地名、地域ブランド」を回答したうちの回答個数を表示。回答は自由記述による複数回答 (n=816)

## Q3-2.知っている日本の産地名、地域ブランドを教えてください(シンガポール)(自由記述)【継続設問】

- 「産地名、地域ブランドを意識する」と答えた回答者は66.6%(Q2-1)であるが、正しく「産地名、地域ブランド」を認識している割合は30%(前回調査(2013年)から約3倍に増加)。
- 認知されている産地、地域ブランドは、北海道が27.9%と、前回(2013年)の18.9%に引き続き高い結果となっている。また、前回は53回答(23種)であったが、今回は287回答(51種)と大幅に増加した。  
(産地例:北海道、東京、大阪など。地域ブランド例:北海道ミルク、北海道ホタテ、北海道ラーメンなど)
- 産地名、地域ブランド以外を回答した誤認率は、70% (「思いつかない」を含む)。

【設問】知っている日本の食品の産地・地域ブランドを教えてください。(自由記述)



円グラフ: 回答数、回答割合の順に表示。回答は自由記述による複数回答 (n=423)

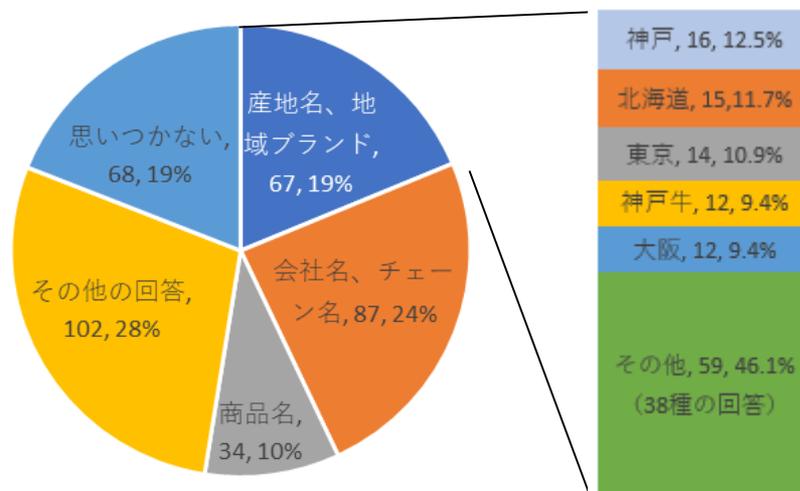
ただし、前回(2013年)は複数回答者を「その他回答」として分類している (n=250)

棒グラフ: 「産地名、地域ブランド」を回答したうちの回答個数を表示。回答は自由記述による複数回答 (n=287)

## Q3-3.知っている日本の産地名、地域ブランドを 教えてください(米国)(自由記述)【継続設問】

- 「産地名、地域ブランドを意識する」と答えた回答者は47.6%(Q2-1)であり、正しく「産地名、地域ブランド」を認識している割合は19%であった。
- 認知されている産地、地域ブランドは、神戸が12.5%であった。合計の回答数は128(43種)。  
(産地例:神戸、北海道、東京など。地域ブランド例:神戸牛、讃岐うどん、博多ラーメンなど)
- 産地名、地域ブランド以外を回答した誤認率は、81% (「思いつかない」を含む)。

【設問】知っている日本の食品の産地・地域ブランドを教えてください。(自由記述)



円グラフ: 回答数、回答割合の順に表示。回答は自由記述による複数回答 (n=358)

棒グラフ: 「産地名、地域ブランド」を回答したうちの回答個数を表示。回答は自由記述による複数回答 (n=128)

## Q4.あなたはその産地名、地域ブランドを 何で知りましたか(複数回答可)【継続設問】

- 産地・地域ブランドを知ったきっかけは、
  - 香港:「デパート、スーパーなどの小売店でのプロモーション」「食品ラベル等の表示」
  - シンガポール:「テレビ、雑誌などのメディア」「デパート、スーパーなどの小売店でのプロモーション」
  - 米国:「食品ラベル等の表示」

【設問】あなたはその産地名、地域ブランドを何で知りましたか。(複数回答可)

	香港		シンガポール		米国		合計	
	回答数	回答割合	回答数	回答割合	回答数	回答割合	回答数	回答割合
テレビ、雑誌等のメディア	126	50.4%	95	38.0%	61	24.4%	282	37.6%
SNS等のネットメディア	94	37.6%	94	37.6%	40	16.0%	228	30.4%
デパート、スーパー等の小売店でのプロモーション	179	71.6%	119	47.6%	43	17.2%	341	45.5%
食品ラベル等の表示	168	67.2%	122	48.8%	107	42.8%	397	52.9%
訪日・日本滞在経験での見聞	78	31.2%	64	25.6%	29	11.6%	171	22.8%
その他	2	0.8%	6	2.4%	43	17.2%	51	6.8%

参考: 前回(2013年)の調査結果

	香港		シンガポール		合計	
	回答数	回答割合	回答数	回答割合	回答数	回答割合
テレビ、雑誌等のメディア	154	61.6%	137	54.8%	291	58.2%
SNS等のネットメディア(選択肢になし)	-	-	-	-	-	-
デパート、スーパー等の小売店でのプロモーション	173	69.2%	130	52.0%	303	60.6%
食品ラベル等の表示	172	68.8%	105	42.0%	277	55.4%
訪日・日本滞在経験での見聞	108	43.2%	50	20.0%	158	31.6%
その他	20	8.0%	81	32.4%	101	20.2%

# 回答者属性

## ■F1 あなたの性別を教えてください

	香港		シンガポール		米国	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
男性	124	49.6%	126	50.4%	125	50.0%
女性	126	50.4%	124	49.6%	125	50.0%
合計	250	100%	250	100%	250	100%

## ■F2 あなたの年代を教えてください

	香港		シンガポール		米国	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
20代	62	24.8%	62	24.8%	61	24.4%
30代	62	24.8%	62	24.8%	65	26.0%
40代	62	24.8%	64	25.6%	60	24.0%
50代	64	25.6%	62	24.8%	64	25.6%
合計	250	100%	250	100%	250	100%

## ■F3 あなたは日本の食品を購入したり、食べたことがありますか

	香港		シンガポール		米国	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
はい	249	99.6%	246	98.4%	242	96.8%
いいえ	1	0.4%	4	1.6%	8	3.2%
合計	250	100%	250	100%	250	100%

## ■F4 あなたは日本の食品を購入したり、食べたりしたいと思いますか

	香港		シンガポール		米国	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
はい	249	99.6%	246	98.4%	243	97.2%
いいえ	1	0.4%	4	1.6%	7	2.8%
合計	250	100%	250	100%	250	100%

(ご参考) Q3-1、3-2、3-3の回答分類定義

産地名、地域ブランド	日本のものに限る
会社名、チェーン名	日本or海外、食品or非食品 問わず
商品名	日本or海外、食品or非食品 問わず
その他の回答	国名、料理名、食材名、解読不能
思いつかない	