

海外における一般消費者を対象とした農林水産物・食品の品目に関する 態度意識 (Usage & Attitude) 調査

- 日本茶 仏国 -

日本食品海外プロモーションセンター (JFOODO)
2026年3月

【本報告書の利用についての注意および免責事項】

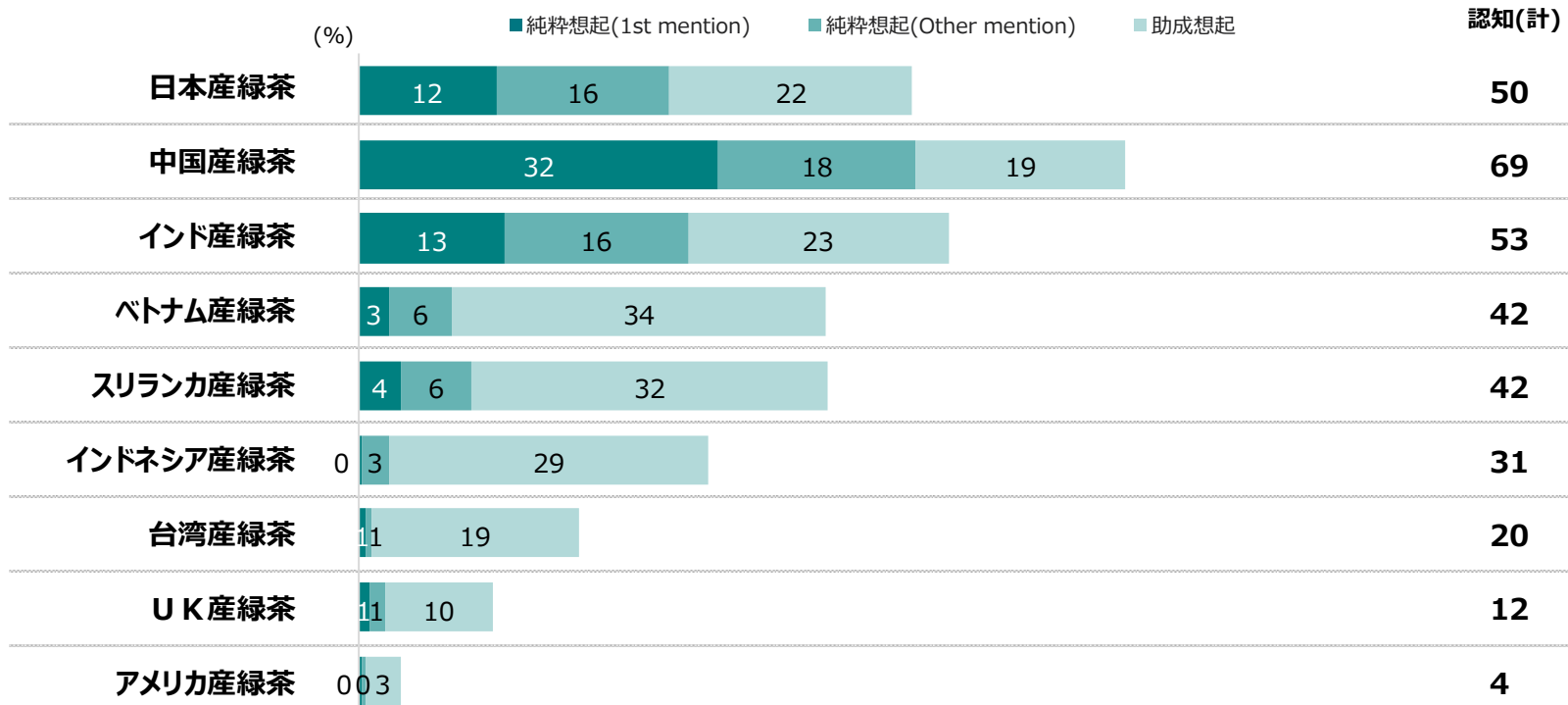
本調査は、日本貿易振興機構（ジェトロ）日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）の業務の一環として、調査会社であるイブソス株式会社に委託し、2025年度に実施したものです。本調査は、一般消費者のパーセプションをベースに分析しているため、販売データをはじめとした既存データや2次データと必ずしも一致しない可能性があります。

本レポートはあくまでも参考情報提供を目的としており、提供情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロおよびJFOODO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JFOODO、イブソス株式会社は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

| | | | | | | |
|-------------------|---|--------|--------|--------|--------|-----|
| 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 | 日本緑茶：呈示現地語「Japanese green tea」 | | | | | |
| 対象者条件 | <p>18-59歳の男女 過去12カ月の緑茶、紅茶、ハーブティー、コーヒーいずれかの飲用経験者 除外条件：市場調査、PR&広告、新聞/テレビ/ラジオ、コンサルティング、食品、飲料/アルコール飲料、レストラン、食品・飲料の流通・小売り パリ 及び パリ近郊 [パリを除くイル＝ド＝フランス地域圏] 在住 世帯年収 40,000ユーロ以上</p> | | | | | |
| サンプル数 | n=600（SCRの本調査対象者出現率を用いてウェイト値を算出し、本調査データをターゲット構成比になるようウェイトバック） | | | | | |
| 割付/ ウェイトバック | | 18-29歳 | 30-39歳 | 40-49歳 | 50-59歳 | 合計 |
| | 男性 | 86 | 74 | 70 | 63 | 293 |
| | 女性 | 91 | 79 | 71 | 66 | 307 |
| | 合計 | 177 | 153 | 141 | 129 | 600 |
| ウェイトバック後N | | 18-29歳 | 30-39歳 | 40-49歳 | 50-59歳 | 合計 |
| | 男性 | 72 | 76 | 106 | 83 | 337 |
| | 女性 | 42 | 72 | 94 | 55 | 263 |
| | 合計 | 114 | 148 | 200 | 138 | 600 |
| 実査期間 | 2025年11月7日(金)～11月24日(月) | | | | | |

原産国認知（純粹想起/助成想起）

Base : 全体 (n=600)



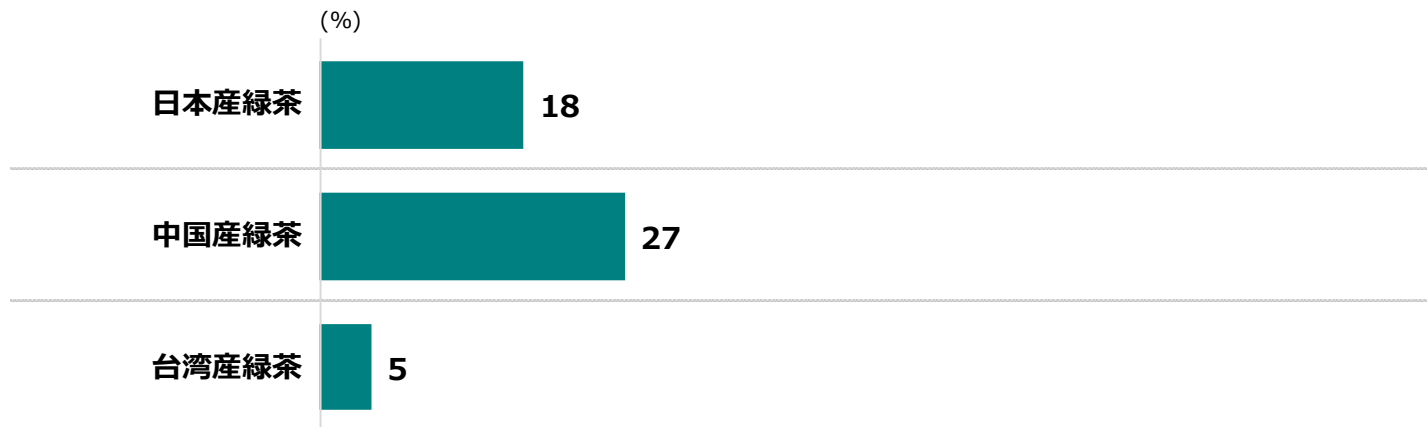
Q1. 緑茶の原産国と聞いて、あなたが思い浮かぶ国名をいくつでもご記入ください。(OA)

Q2. あなたが緑茶の原産国と聞いてご存知の国名を全てお答えください。(MA)

*Small base**Very small base ref. only

各緑茶の購入経験（過去12か月）

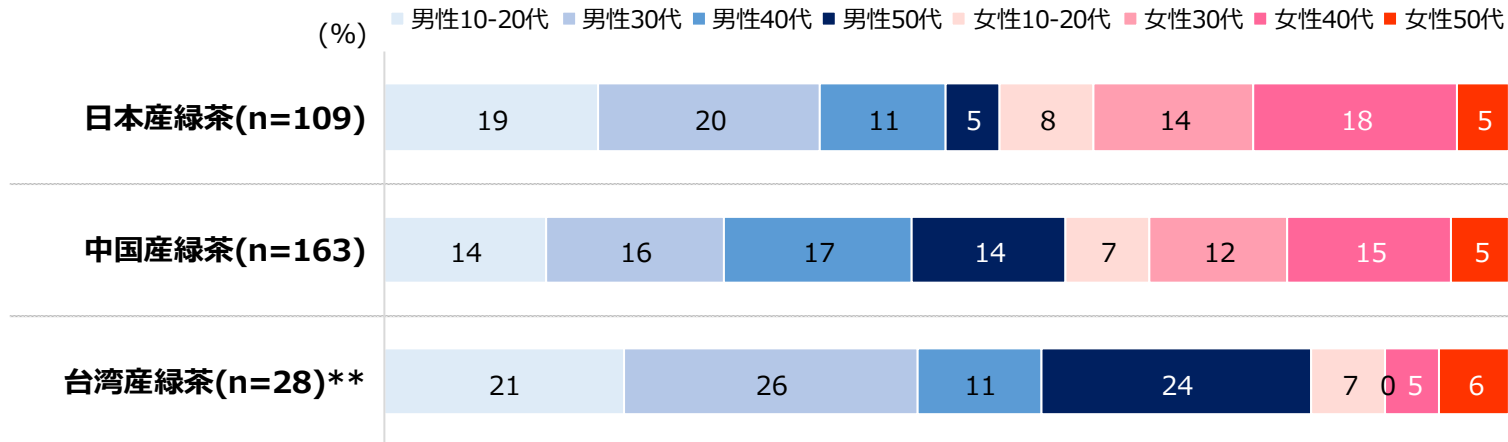
Base : 全体 (n=600)



Q4.あなたが過去12か月以内に米国内で飲んだことがある緑茶の原産国を全てお答えください。(MA)

各緑茶の購入者

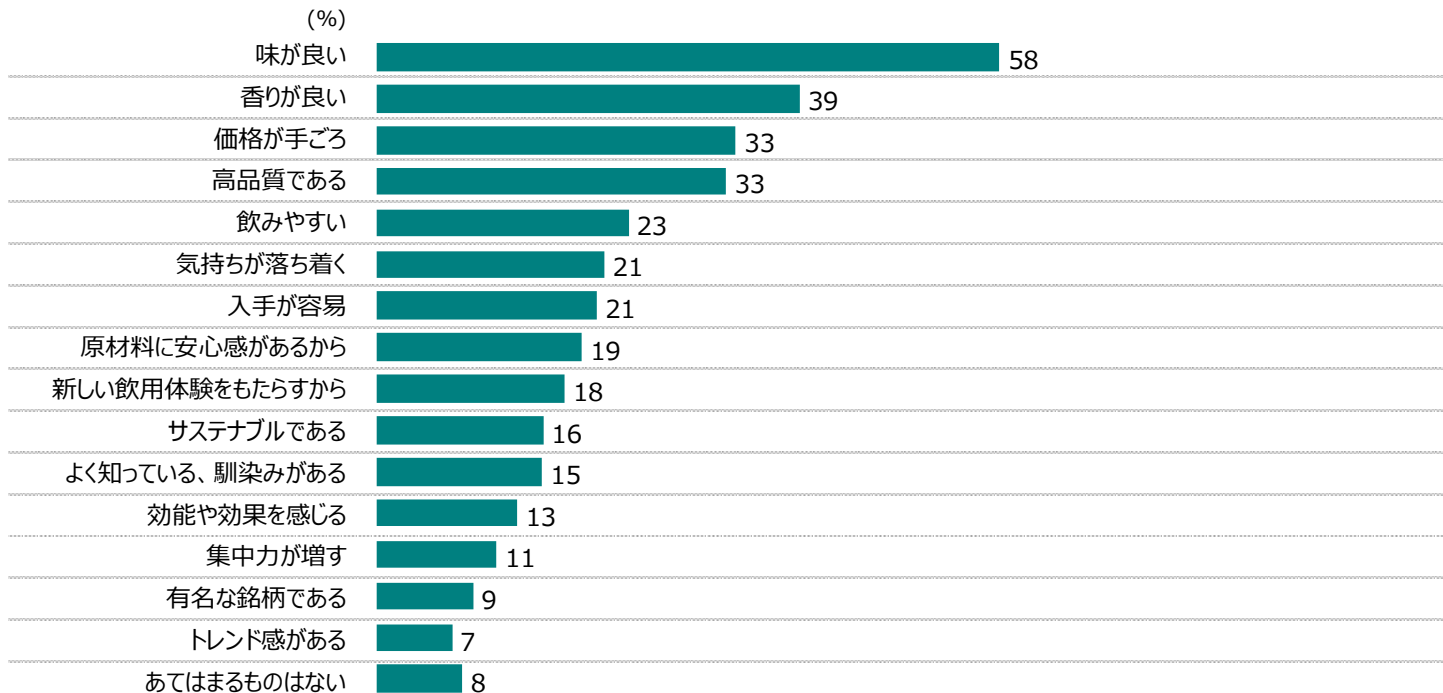
Base : 過去12か月購入者



**小サンプルサイズ (参考値)

緑茶重視点

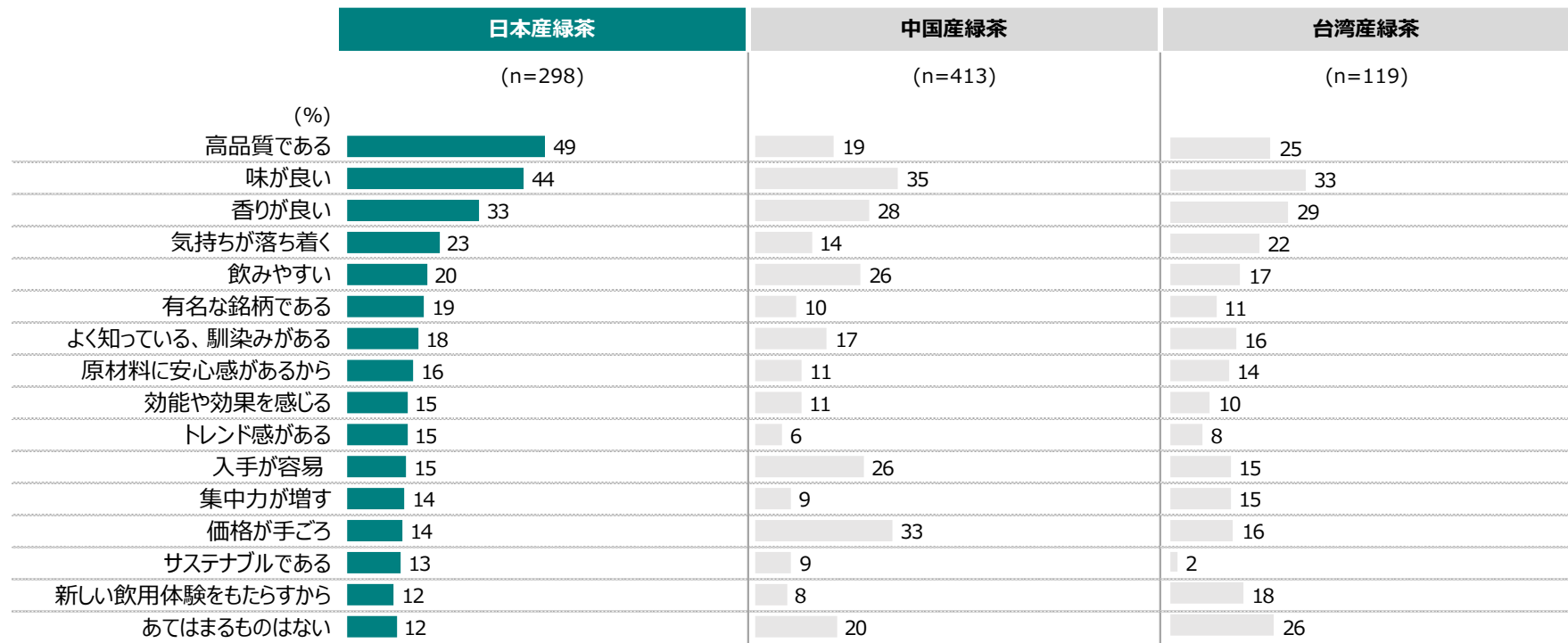
Base : 全体 (n=600)



Q9.あなたが緑茶を購入したり飲む場合、どのようなことを重視しますか。あてはまるものを全てお選びください。(MA)

緑茶イメージ

Base: 緑茶原産国（日中台）認知者



Q8. 以下の原産国の緑茶に対して、どのようなイメージを持っていますか？(MA)

各緑茶の直近12か月以内の購入・飲用理由

Base: 過去12か月購入・飲用者

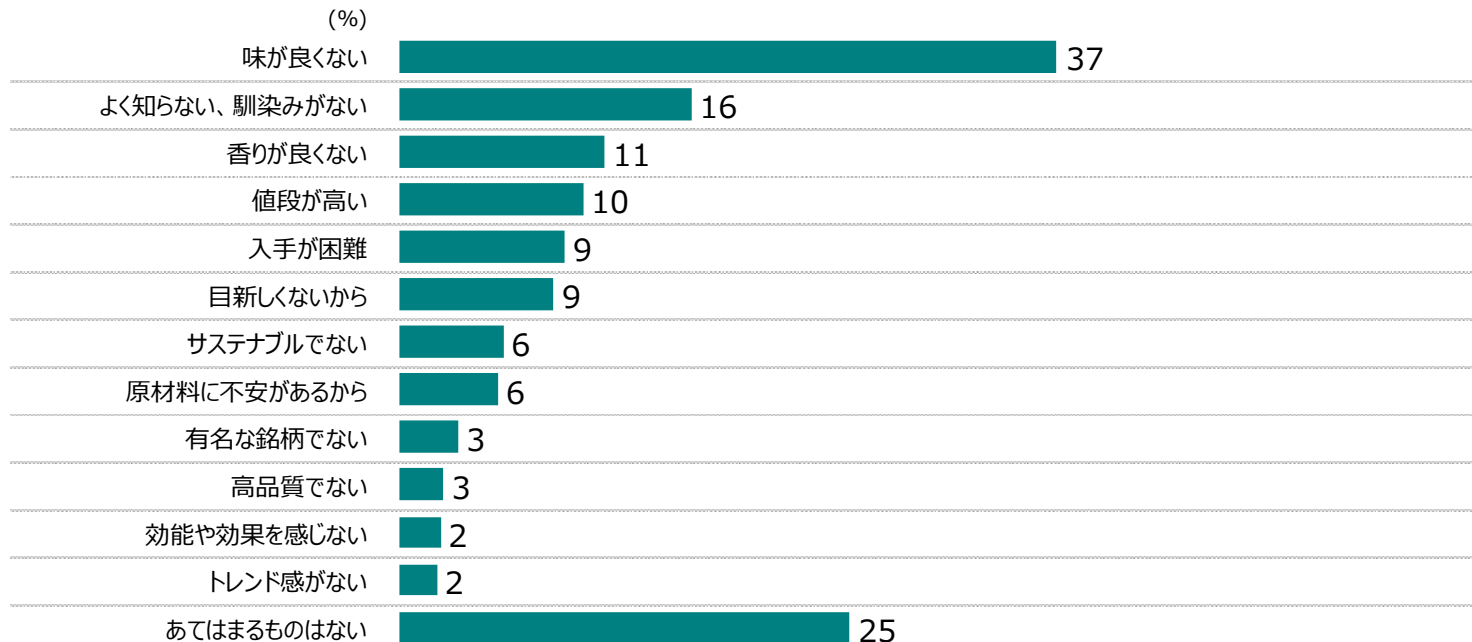
| | 日本産緑茶 (n=109) | 中国産緑茶 (n=163) | 台湾産緑茶 (n=28)** |
|----------------|------------------|------------------|-------------------|
| (%) | | | |
| 高品質である | 57 | 26 | 62 |
| 味が良い | 53 | 40 | 43 |
| 気持ちが落ち着く | 39 | 17 | 39 |
| 香りが良い | 35 | 37 | 41 |
| よく知っている、馴染みがある | 22 | 28 | 33 |
| 原材料に安心感があるから | 21 | 14 | 37 |
| 飲みやすい | 21 | 26 | 30 |
| 有名な銘柄である | 20 | 16 | 32 |
| 新しい飲用体験をもたらすから | 20 | 15 | 29 |
| 入手が容易 | 17 | 31 | 31 |
| サステナブルである | 15 | 8 | 19 |
| 価格が手ごろ | 15 | 27 | 22 |
| 集中力が増す | 13 | 11 | 35 |
| 効能や効果を感じる | 13 | 17 | 20 |
| トレンド感がある | 10 | 7 | 14 |
| あてはまるものはない | 0 | 3 | 0 |

**小サンプルサイズ (参考値)

Q5.あなたが、次のそれぞれの原産国の緑茶を、過去12か月以内に、購入して飲んだ理由として当てはまるものをお答えください。(MA)

緑茶の直近12か月以内の非購入・非飲用理由

Base:過去12か月非飲用者(n=189)



Q6.あなたが、緑茶を、過去12か月以内に、購入して飲まなかった理由として当てはまるものをお答えください。(MA)

