



JFOODO

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

- 日本酒 シンガポール -

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（JETRO）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。JETRO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、JETRO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。

調査設計

調査手法	インターネット調査																																																
調査対象品目	日本酒：呈示現地語「Sake」																																																
対象者条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 18-59歳の男女 ・ 除外条件 市場調査関連、マスコミ・広告関連、飲料・アルコールメーカー、食品メーカー/流通・小売、飲食業 ・ 飲酒頻度：月2-3回以上 ・ シンガポール在住者 ・ 世帯月収：11,000SGD以上 																																																
サンプル数	n=400（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	<p>■割付</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>18-29</th> <th>30-39</th> <th>40-49</th> <th>50-59</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>51</td> <td>47</td> <td>49</td> <td>49</td> <td>196</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>51</td> <td>51</td> <td>52</td> <td>50</td> <td>204</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>102</td> <td>98</td> <td>101</td> <td>99</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table> <p>■ウェイトバック後</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>18-29</th> <th>30-39</th> <th>40-49</th> <th>50-59</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>46</td> <td>74</td> <td>72</td> <td>60</td> <td>252</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>34</td> <td>43</td> <td>39</td> <td>32</td> <td>148</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>80</td> <td>117</td> <td>111</td> <td>92</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>		18-29	30-39	40-49	50-59	合計	男性	51	47	49	49	196	女性	51	51	52	50	204	合計	102	98	101	99	400		18-29	30-39	40-49	50-59	合計	男性	46	74	72	60	252	女性	34	43	39	32	148	合計	80	117	111	92	400
	18-29	30-39	40-49	50-59	合計																																												
男性	51	47	49	49	196																																												
女性	51	51	52	50	204																																												
合計	102	98	101	99	400																																												
	18-29	30-39	40-49	50-59	合計																																												
男性	46	74	72	60	252																																												
女性	34	43	39	32	148																																												
合計	80	117	111	92	400																																												
実査期間	2025年11月7日(金)～11月20日(木)																																																

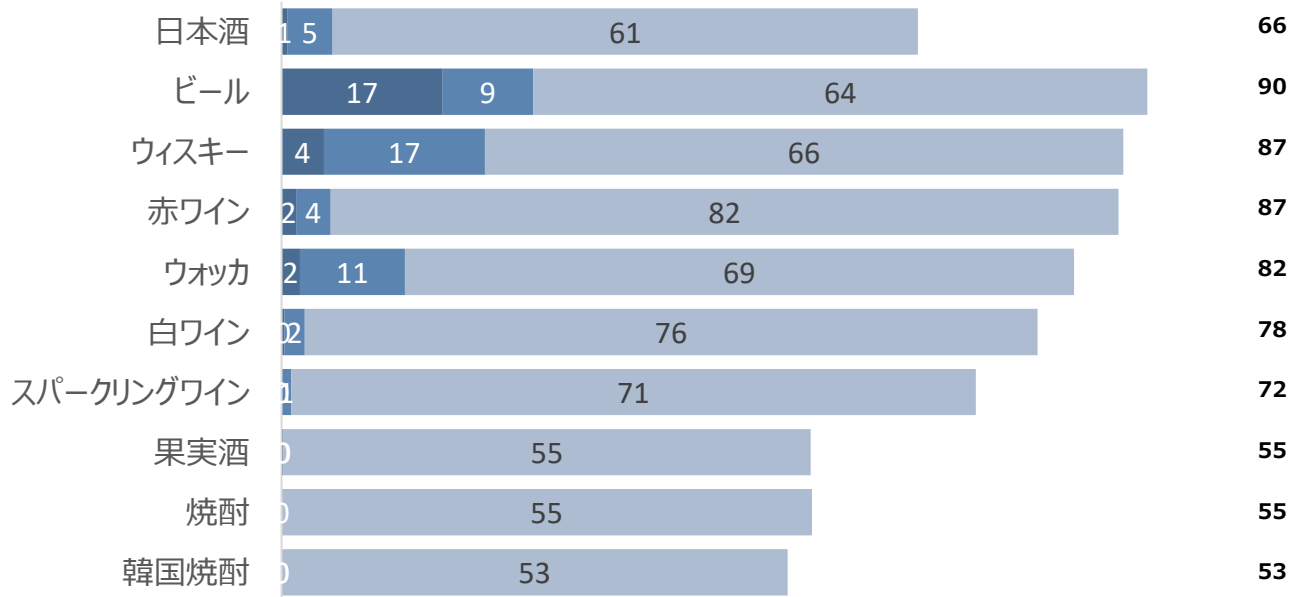
アルコール飲料 認知（純粹想起/助成想起）

Base : 全体 (n=400)

(%)

■ 純粹想起(第一想起) ■ 純粹想起(第一想起以外) ■ 助成想起

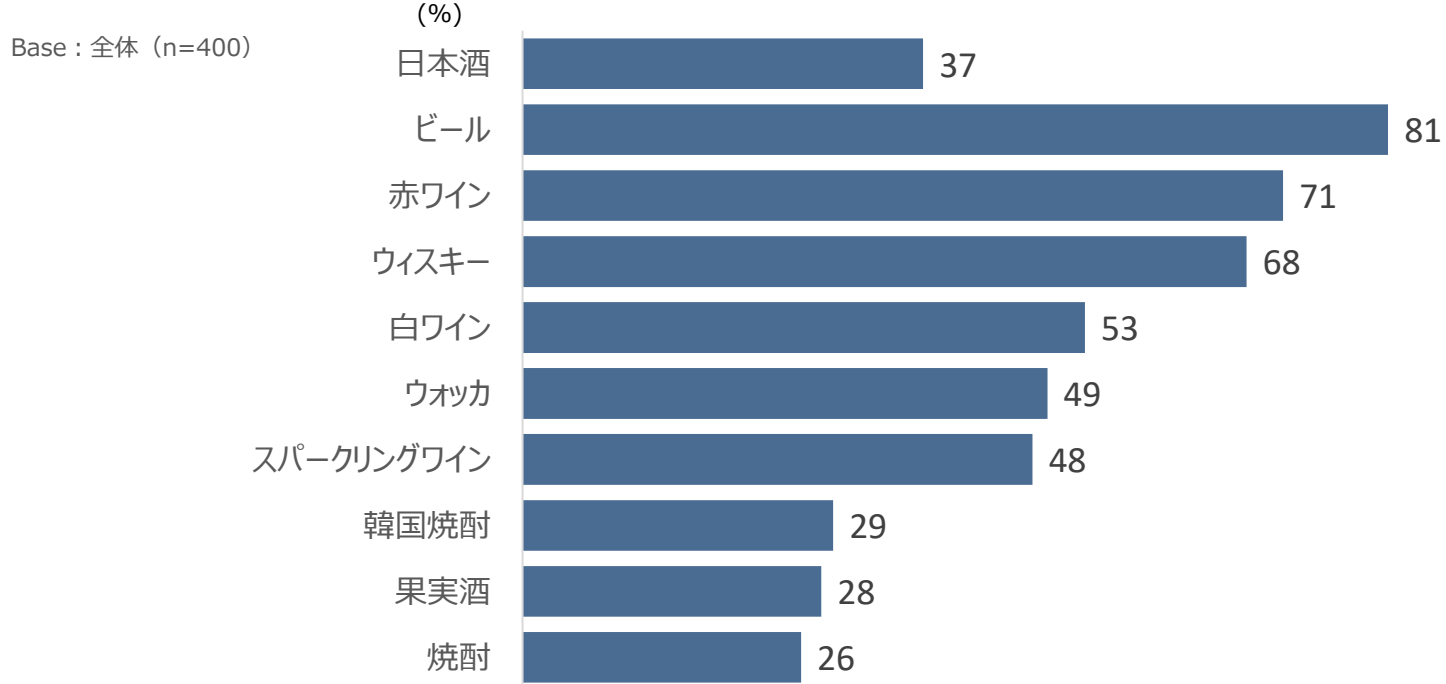
認知(計)



N1. 「アルコール飲料」と言われて思い浮かぶものは何ですか?購入の有無に関わらず、思いつく種類をいくつでもご記入ください。(OA)

N2. 以下の「アルコール飲料」の中で、あなたが知っているもの全てをお選びください。(MA)

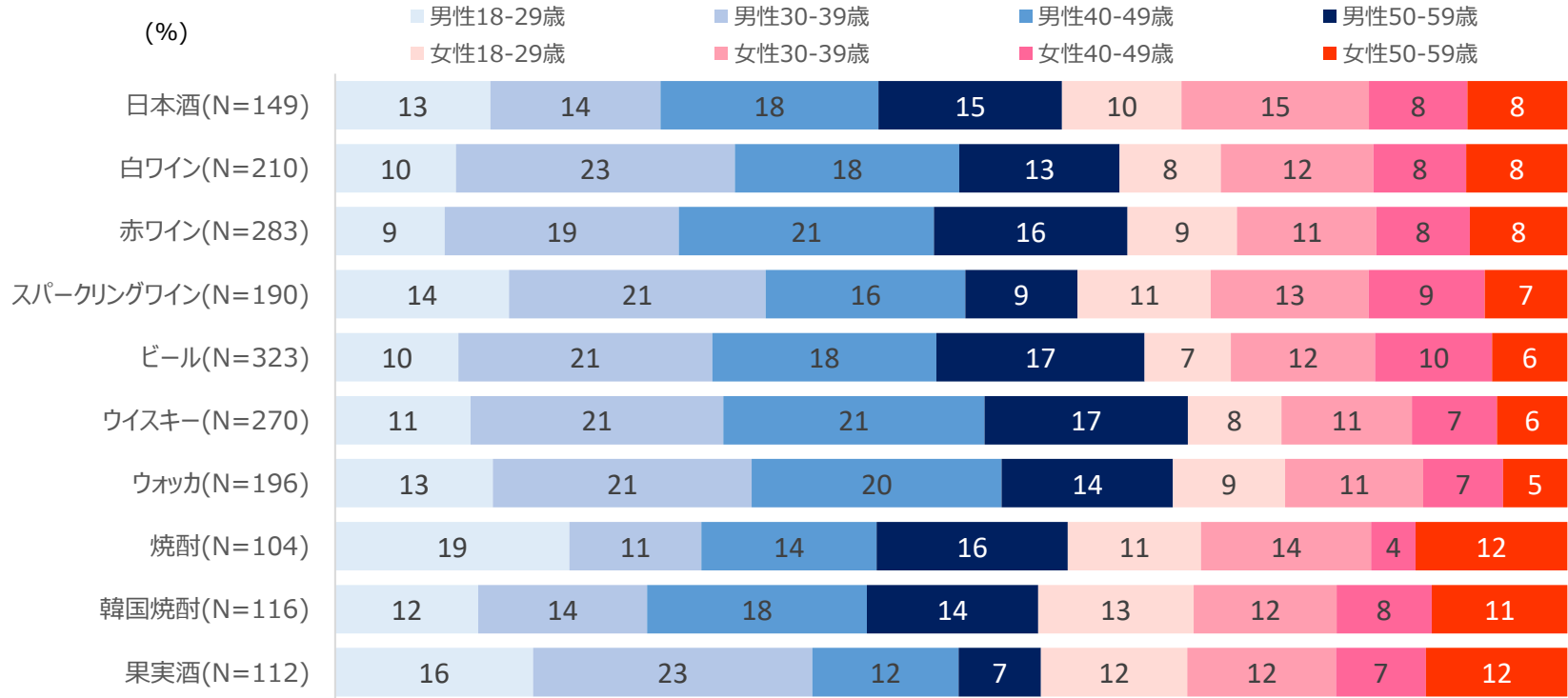
アルコール飲料の購入経験（過去12か月）



N3_2.次に、以下のアルコール飲料の種類の内、あなたが"シンガポール"内で直近1年間に飲んだことのある物をそれぞれお選びください
飲食店で注文して飲んだもの、購入して飲んだもの両方を含めてお答えください。(MA)

アルコール飲料の購入者

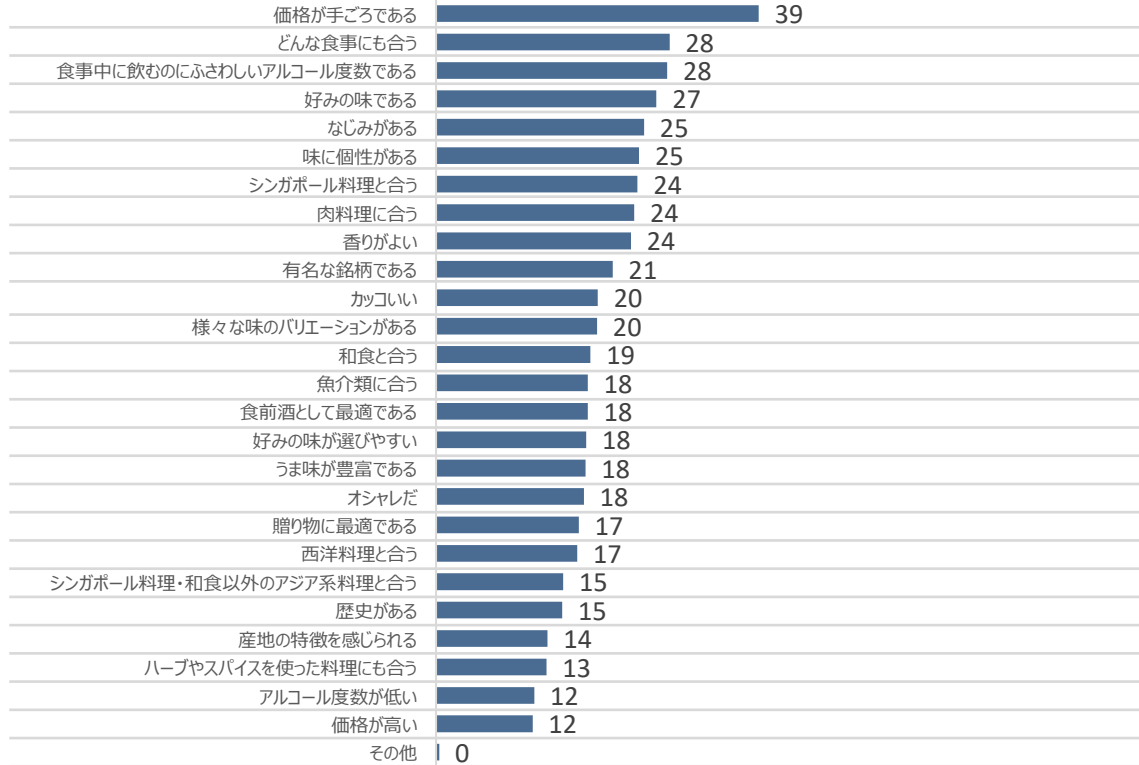
Base : 過去12か月購入者



アルコール飲料 重視点

Base : 全体 (n=400)

(%)



N6_2.あなたがお酒を購入したり飲んだりする場合、そのお酒に対して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)

アルコール飲料 イメージ

Base: 各アルコール飲料認知者

	日本酒 N=264	白ワイン N=314	赤ワイン N=347	スパークリングワイン N=289	ビール N=359
和食と合う	40	13	14	13	15
味に個性がある	31	18	23	19	16
香りがよい	20	20	20	20	14
歴史がある	19	18	19	11	16
うま味が豊富である	19	18	13	14	14
魚介類に合う	17	24	13	15	15
価格が高い	17	17	15	15	9
カッコいい	16	18	17	21	20
シンガポール料理・和食以外のアジア系料理と合う	16	20	15	16	20
好みの味である	15	17	19	20	20
贈り物に最適である	15	20	21	27	9
オシャレだ	14	16	20	24	14
食事中に飲むのにふさわしいアルコール度数である	14	17	18	15	18
価格が手ごろである	13	19	17	16	29
食前酒として最適である	13	16	16	21	16
有名な銘柄である	13	12	17	13	16
なじみがある	12	20	23	19	30
産地の特徴を感じられる	12	11	12	14	13
好みの味が選びやすい	11	16	15	16	17
どんな食事にも合う	11	19	15	19	23
肉料理に合う	11	13	22	12	18
シンガポール料理と合う	10	13	15	15	22
様々な味のバリエーションがある	9	16	15	16	15
ハーブやスパイスを使った料理にも合う	9	13	9	14	12
アルコール度数が低い	9	12	9	14	18
西洋料理と合う	7	21	23	14	15
その他	0	0	0	0	0

N7.あなたが、以下のアルコール飲料に持つイメージとしてあてはまるものを全てお選びください。(MA)

アルコール飲料 飲用理由

Base: P12M各アルコール飲料購入者

	日本酒	白ワイン	赤ワイン	スパークリングワイン	ビール
	N=149	N=210	N=283	N=190	N=323
和食と合う	37	15	11	16	16
香りがよい	34	24	25	25	16
味に個性がある	27	16	21	25	16
うま味が豊富である	20	13	18	18	14
好みの味である	19	28	26	26	23
贈り物に最適である	19	18	21	26	9
価格が手ごろである	18	20	20	22	31
シンガポール料理・和食以外のアジア系料理に合う	18	21	14	17	18
食事中に飲むのにふさわしいアルコール度数である	18	21	23	22	19
オシャレだ	17	18	18	30	12
なじみがある	17	23	20	18	31
シンガポール料理と合う	17	12	15	18	24
産地の特徴を感じられる	17	15	17	16	12
魚介類に合う	17	27	14	20	20
歴史がある	16	16	17	18	10
好みの味が選びやすい	16	15	15	21	20
肉料理に合う	16	14	25	17	20
カッコいい	15	12	20	22	24
有名な銘柄である	15	20	13	18	17
ハーブやスパイスを使った料理にも合う	15	18	14	10	13
どんな食事にも合う	14	17	15	13	22
様々な味のバリエーションがある	13	12	16	17	16
価格が高い	12	12	14	12	7
食前酒として最適である	12	18	15	22	10
アルコール度数が低い	10	10	11	10	17
西洋料理と合う	10	23	28	19	14
その他	0	0	1	0	0

N4."シンガポール"内で、以下のアルコール飲料を過去12ヶ月以内に自分で買ったり飲んだりした時のことについておうかがいします。購入、飲用の理由として、あてはまるものを全て選びください。(MA)

日本酒 非飲用理由

Base: P12M日本酒非飲用者

日本酒

N=54

