



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

- 青果物 台湾 -

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。

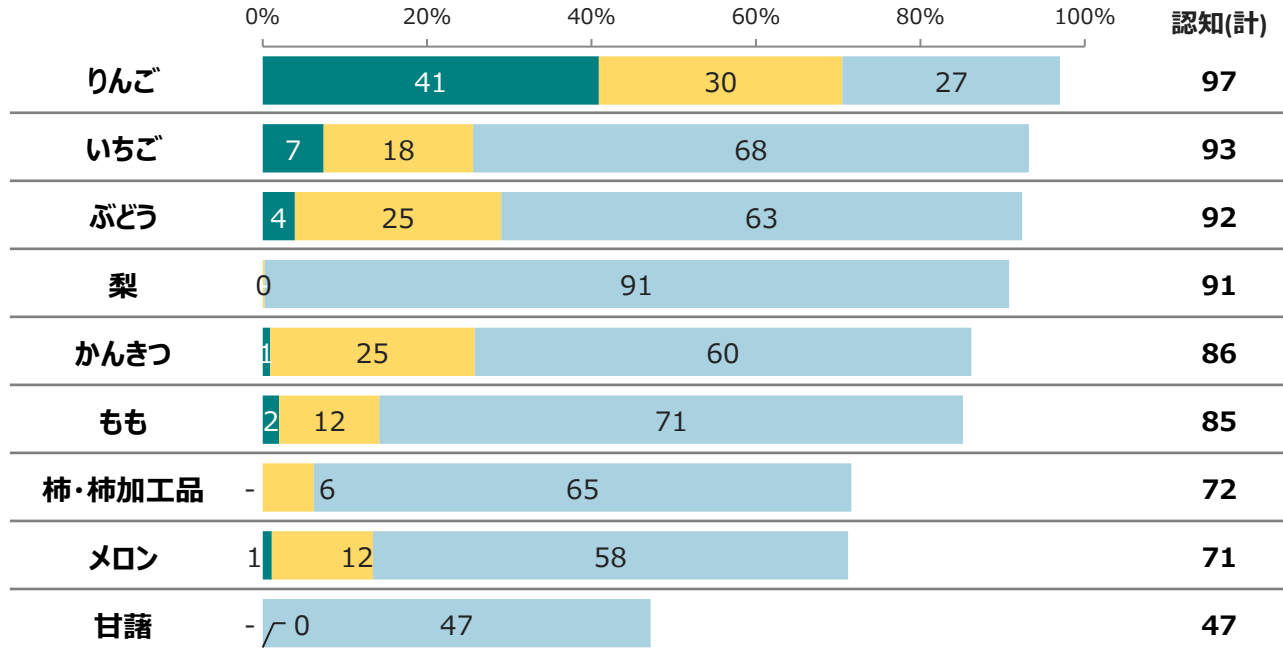
本レポートはあくまでも参考情報提供を目的としており、提供情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロおよびJFOODOでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよびJFOODO、イブソス株式会社は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

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	りんご：呈示現地語「蘋果」、ぶどう：呈示現地語「葡萄」、いちご：呈示現地語「草莓」、かんきつ：呈示現地語「柑橘類水果」 柿・柿加工品：呈示現地語「柿子和柿子加工品（柿餅等）」、もも：呈示現地語「桃子」 梨：呈示現地語「梨」、甘藷(サツマイモ)：呈示現地語「番薯」																										
対象者条件	・18-59歳の男女 ・世帯月収NT 120,000以上 ・除外条件 市場調査、P R & 広告、新聞/テレビ/ラジオ、食品メーカー / 食品の小売・卸売業者、レストラン / 食品販売業者																										
	台湾・台北市 在住者																										
サンプル数	n=400																										
割付	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>18-29 歳</th> <th>30-39 歳</th> <th>40-49 歳</th> <th>50-59 歳</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">台湾・台北市</td> <td>男性</td> <td>45</td> <td>47</td> <td>51</td> <td>48</td> <td>191</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>42</td> <td>52</td> <td>59</td> <td>56</td> <td>209</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>87</td> <td>99</td> <td>110</td> <td>104</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>			18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計	台湾・台北市	男性	45	47	51	48	191	女性	42	52	59	56	209	合計	87	99	110	104	400
		18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計																					
台湾・台北市	男性	45	47	51	48	191																					
	女性	42	52	59	56	209																					
	合計	87	99	110	104	400																					
ウェイトバック 後	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>18-29 歳</th> <th>30-39 歳</th> <th>40-49 歳</th> <th>50-59 歳</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">台湾・台北市</td> <td>男性</td> <td>57</td> <td>40</td> <td>59</td> <td>47</td> <td>204</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>42</td> <td>56</td> <td>50</td> <td>48</td> <td>196</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>99</td> <td>96</td> <td>109</td> <td>96</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>			18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計	台湾・台北市	男性	57	40	59	47	204	女性	42	56	50	48	196	合計	99	96	109	96	400
		18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計																					
台湾・台北市	男性	57	40	59	47	204																					
	女性	42	56	50	48	196																					
	合計	99	96	109	96	400																					
実査期間	2025年10月28日(火)~11月20日(木)																										

各青果物の認知（純粹想起/助成想起）

Base:全回答者
(n=400)

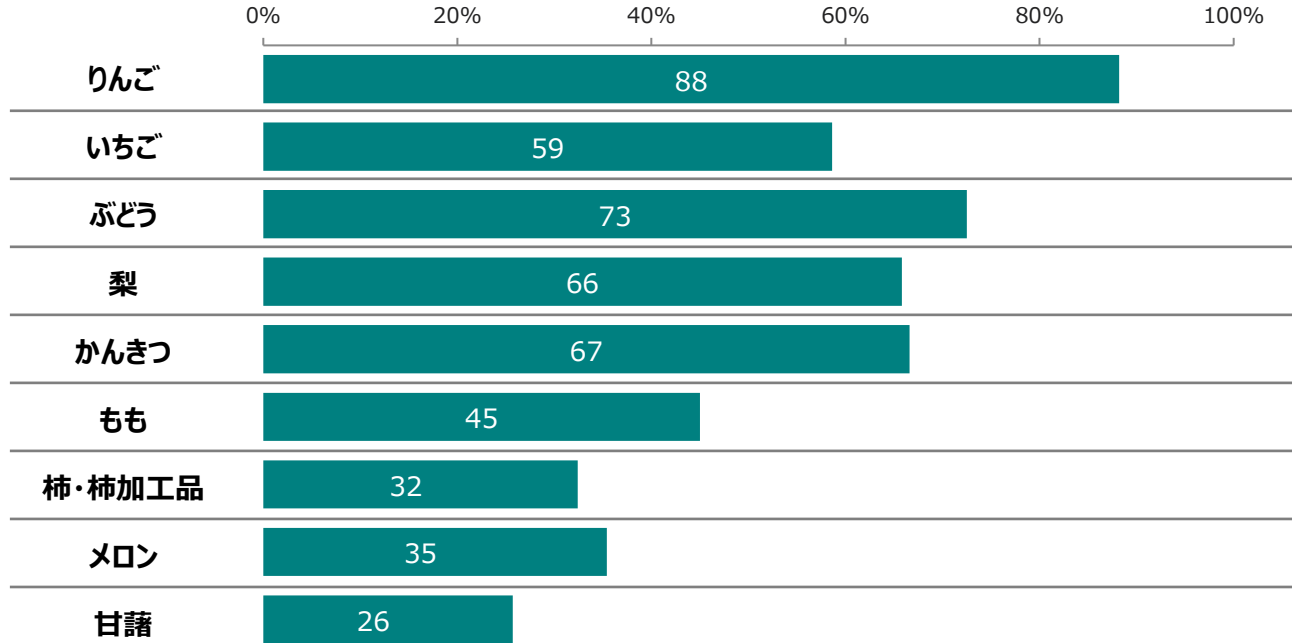
(%)



Q0. フルーツと聞いて、あなたが思い浮かぶものをいくつでもご記入ください。※10個以上思い浮かぶ方は10番目の記入欄に並べてご記入ください。
Q1. あなたがご存知の果物の種類を全てお選びください。(MA)

各青果物の購入経験 (過去12か月)

Base:全回答者
(n=400)



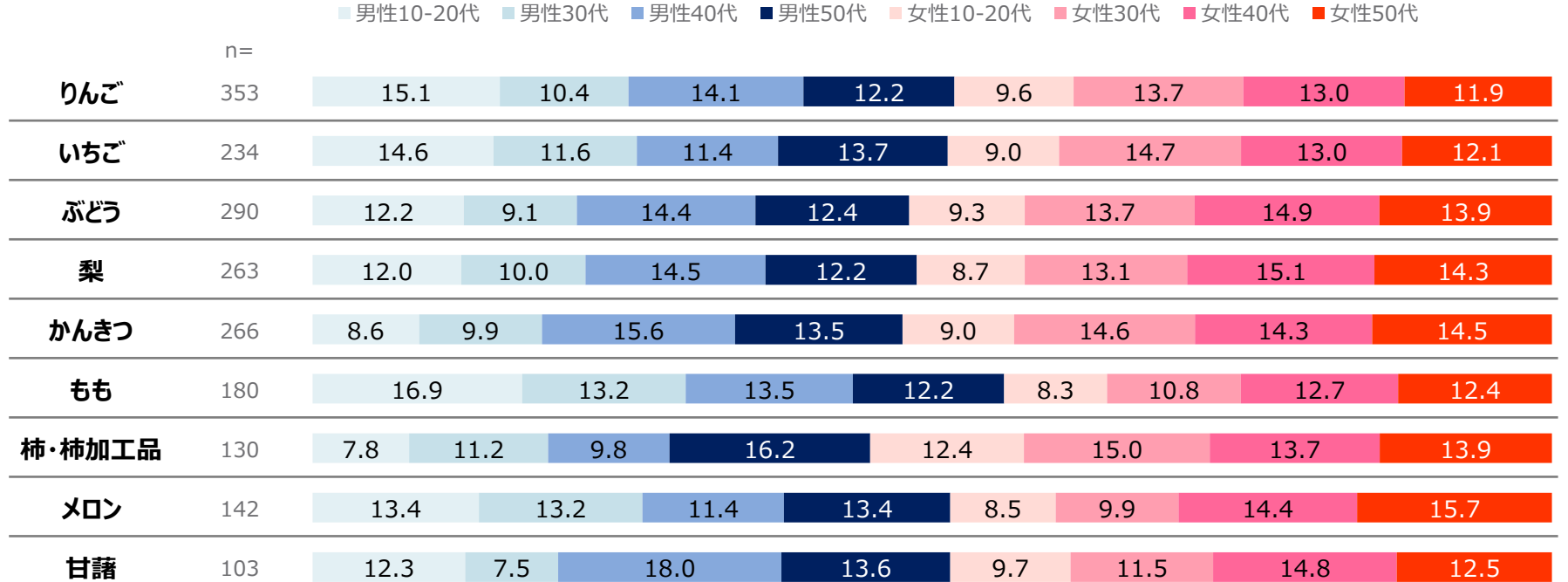
Q3.あなたが知っている「果物」のうち、過去12ヶ月間にタイ国内の店頭（スーパー / マーケット、果物屋さんなど）で買ったことがあるものはどれですか。
過去12ヶ月間に買ったこと、食べたことのあるものをすべてお選びください。

各青果物の購入者

青果物全般

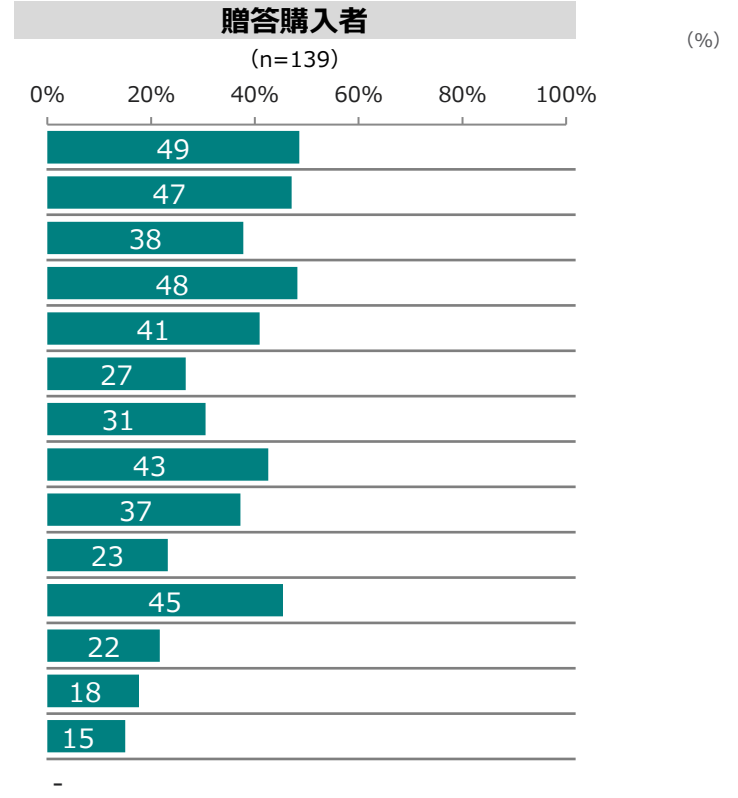
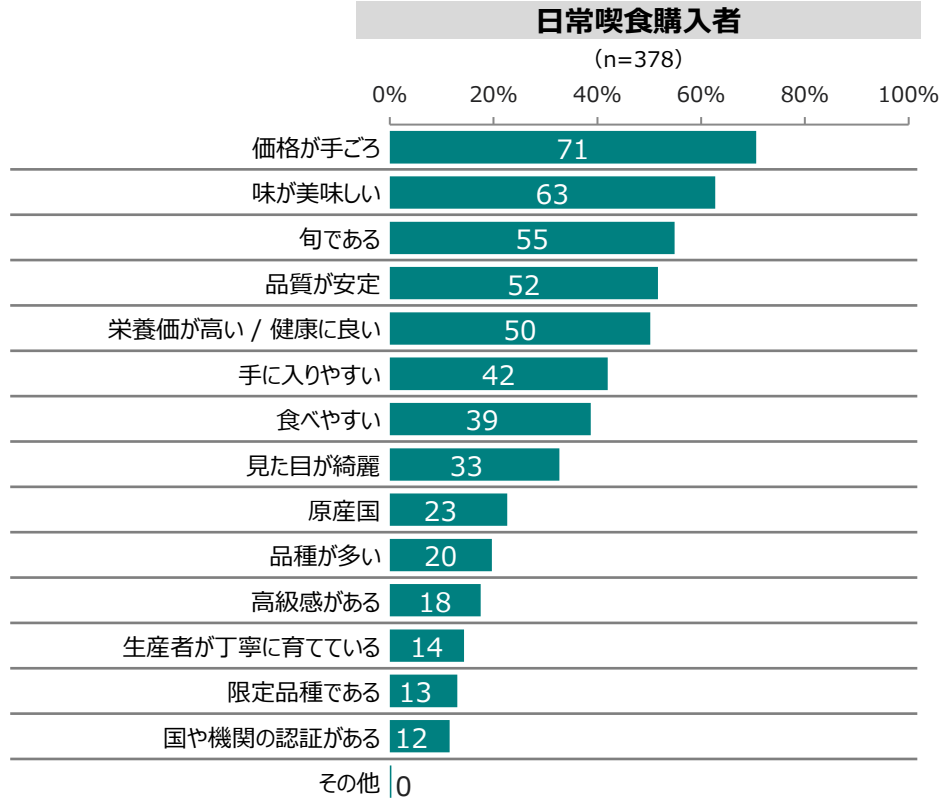
Base:P12M購入者

(%)



各青果物重視点

青果物全般



Q7-1. あなたが普段、果物を日常喫食用に購入する場合、どのような点を重視しますか。当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

Q7-2. あなたが贈答用に果物を購入する場合、どのような点を重視しますか。当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

各青果物イメージ

青果物全般

(%)

Base:各青果物認知者

	りんご		
	日本産	米国産	ニュージーランド産
(n=)	343	291	227
味が美味しい	52	35	38
品質が安定	47	31	44
高級感がある	46	12	13
見た目が綺麗	38	22	21
原産国自体に良いイメージがある	38	15	30
栄養価が高い / 健康に良い	27	23	26
限定品種がある	23	14	16
手に入りやすい	21	32	21
生産者が丁寧に育てている	20	12	11
品種が多い	17	18	13
価格が手ごろ	16	48	36
匂がある	15	11	12
食べやすい	13	18	16
国や機関の認証がある	10	9	14
その他	-	1	-

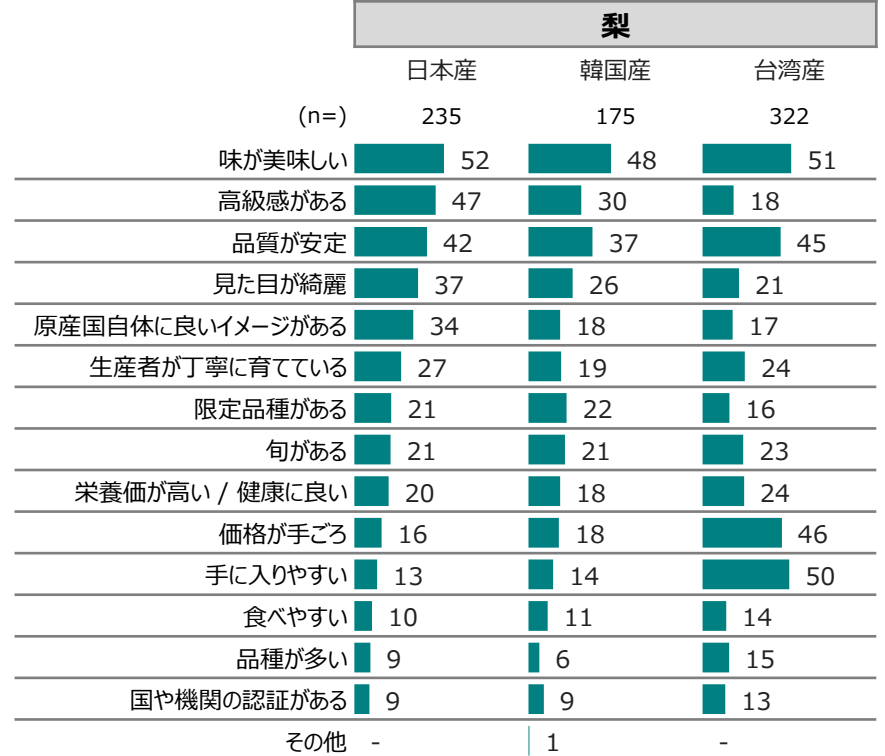
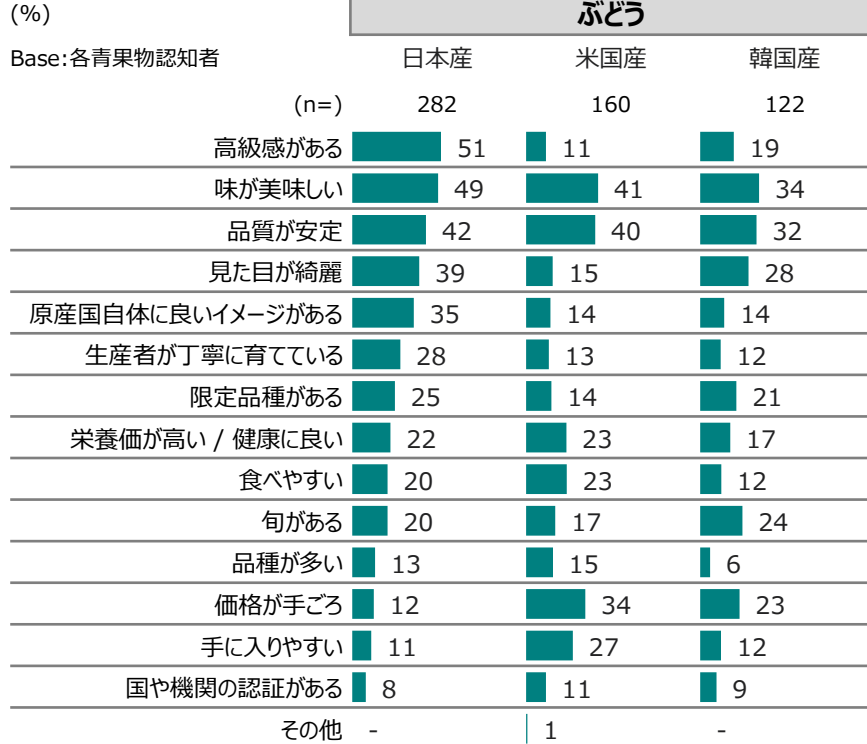
	いちご		
	日本産	米国産	韓国産
(n=)	290	107	99
味が美味しい	55	37	46
高級感がある	48	18	23
見た目が綺麗	40	21	31
品質が安定	39	30	29
匂がある	32	26	24
原産国自体に良いイメージがある	30	10	13
限定品種がある	24	17	16
生産者が丁寧に育てている	24	13	21
栄養価が高い / 健康に良い	18	15	16
食べやすい	18	14	15
価格が手ごろ	14	30	17
品種が多い	13	5	7
手に入りやすい	12	27	14
国や機関の認証がある	10	14	14
その他	1	2	-

A8. 以下の原産国のりんごに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

F8. 以下の原産国のいちごに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

各青果物イメージ

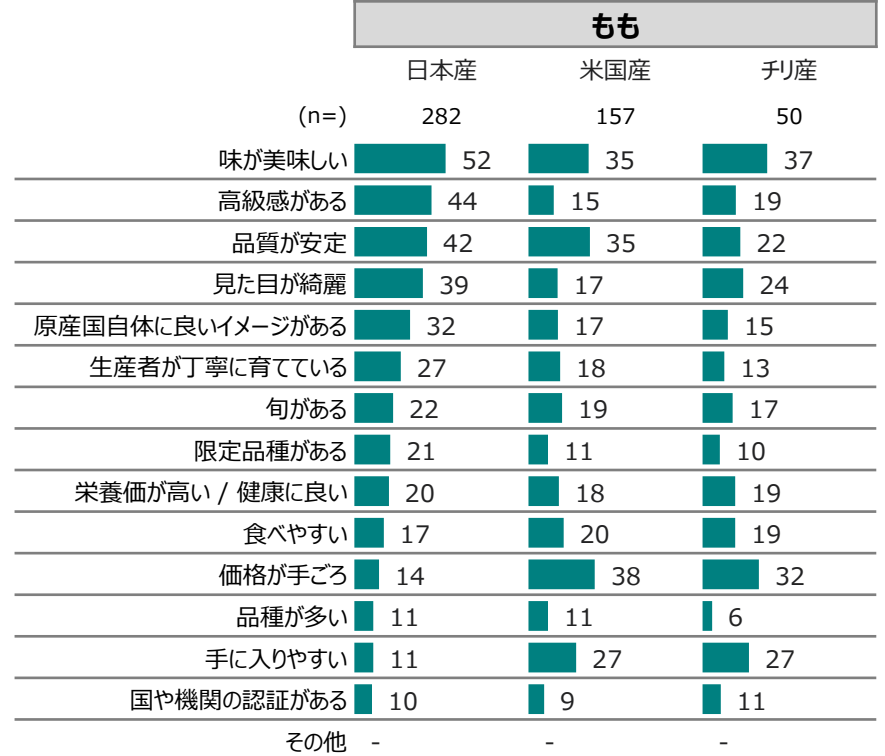
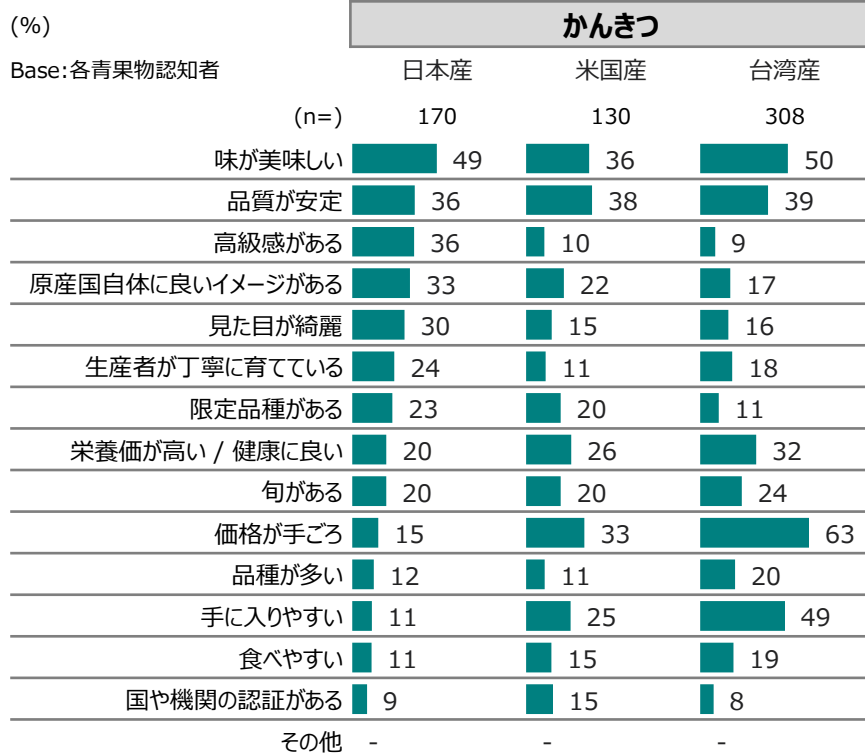
青果物全般



B8. 以下の原産国のぶどうに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)
 J8. 以下の原産国の梨(なし)に対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

各青果物イメージ

青果物全般

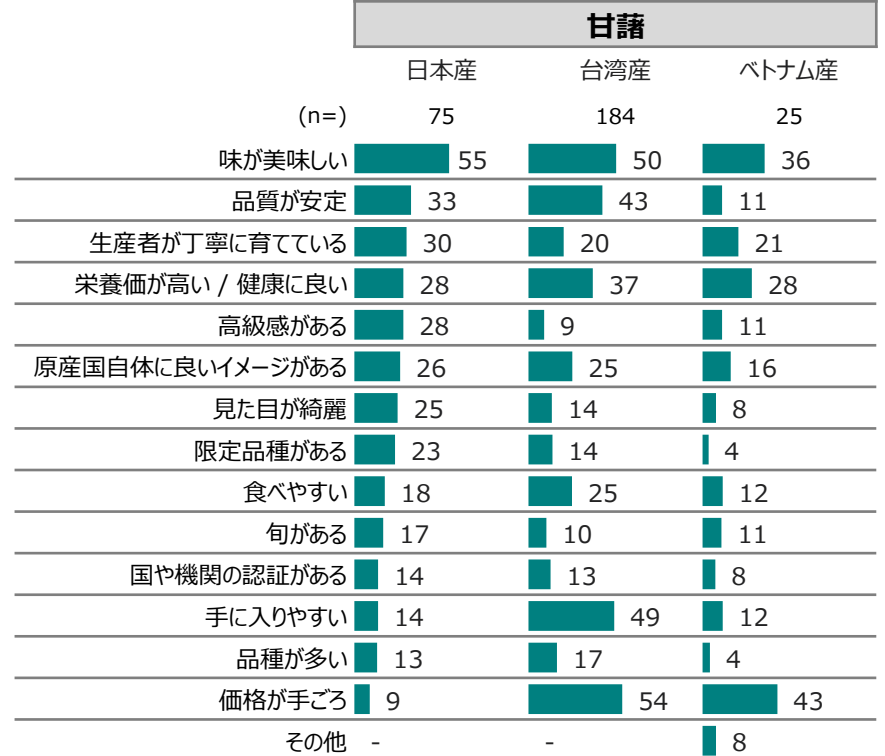
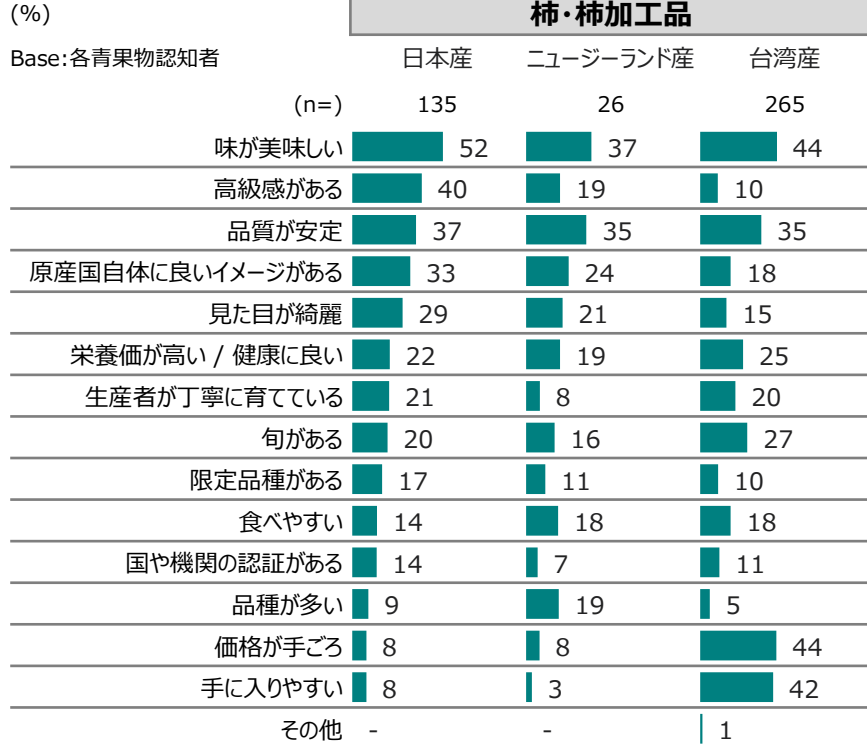


E8. 以下の原産国のかんきつに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

C8. 以下の産国のももに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

各青果物イメージ

青果物全般



G8. 以下の原産国の柿・柿加工品(干し柿など)に対して、どのようなイメージを持っていますか? (MA)

I8. 以下の原産国の甘藷(サツマイモ)に対して、どのようなイメージを持っていますか? (MA)

日本産青果物別購入・喫食理由

日本産青果物

Base: P 12M日本産青果物購入者

(%)	りんご	いちご	ぶどう	梨	かんきつ	もも	柿・柿加工品	甘藷
	n=253	n=127	n=155	n=111	n=87	n=126	n=48*	n=23**
品質が安定	56	59	56	59	57	60	58	59
味が美味しい	51	49	51	51	50	57	47	65
高級感がある	41	38	38	43	46	43	39	40
原産国自体に良いイメージがある	40	40	41	40	33	41	45	31
見た目が綺麗	37	39	40	41	41	41	38	38
栄養価が高い / 健康に良い	33	34	36	44	39	41	41	43
旬である	31	34	37	28	30	26	42	34
価格が手ごろ	22	22	20	22	19	22	24	31
限定品種である	23	27	30	24	33	23	31	16
生産者が丁寧に育てている	23	30	24	25	23	27	27	18
手に入りやすい	22	20	19	23	25	19	13	29
食べやすい	16	20	21	21	17	19	24	18
品種が多い	16	17	16	18	19	16	24	19
国や機関の認証がある	11	15	12	17	15	12	16	27
その他	-	-	-	-	-	-	-	-

H6. 先ほど、日本産の果物を購入したと回答されましたが、どのような理由から購入しましたか。当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

*Small base**Very small base ref. only

日本産青果物別非購入・喫食理由

Base: P 12M日本産青果物非購入者 (%)

	W3
	n=81
価格が高いから	51
手に入りにくいから	10
どこで売られているかわからないから	8
旬ではないから	8
品質が安定していないから	7
原産国に良いイメージがないから	5
品種が少ないから	4
高級感がないから	4
生産者が丁寧に育てていないから	3
栄養価が低いから / 健康に良くないから	3
国や機関の認証がないから	2
見た目が綺麗ではないから	2
食べにくいから	2
味がおいしくないから	1
その他	-

*Small base**Very small base ref. only

H7. 先ほど、日本産の果物について、購入してないと回答されましたが、どのような理由からでしょうか？該当するものをすべてお選びください。(MA)

