



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 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（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。

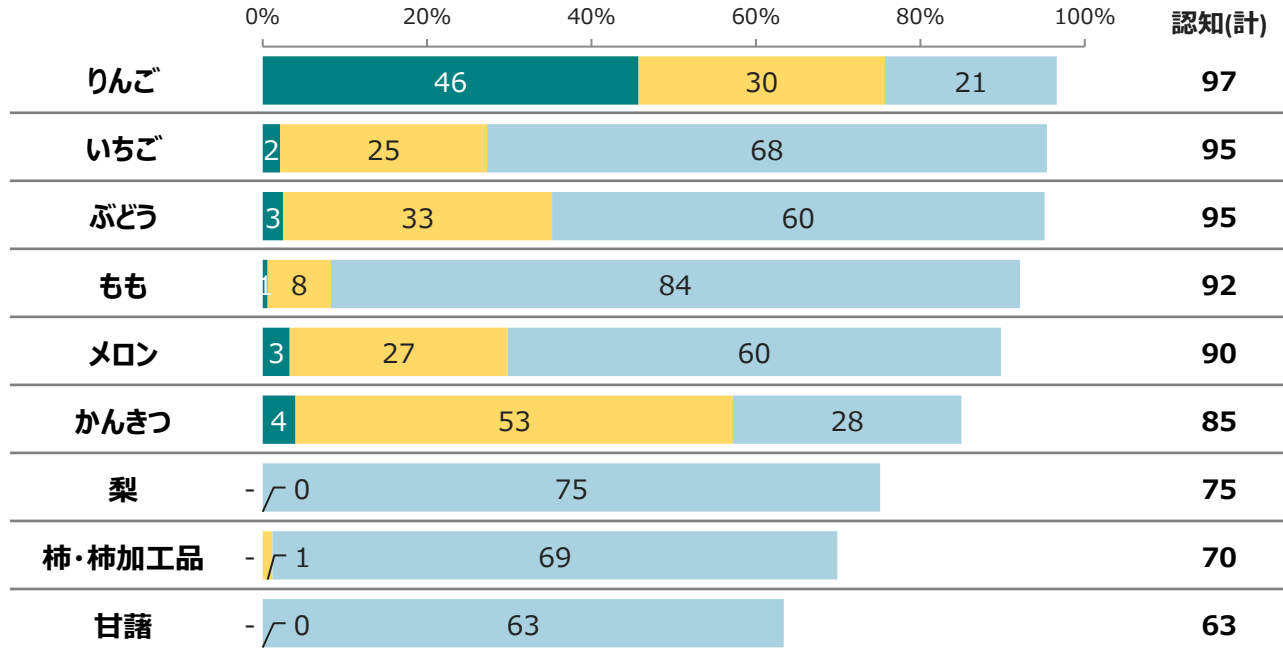
本レポートはあくまでも参考情報提供を目的としており、提供情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。ジェトロおよびJFOODOでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよびJFOODO、イブソス株式会社は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

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「Apples」 ぶどう： 呈示現地語「Grapes」 もも： 呈示現地語「Peaches」 かんきつ： 呈示現地語「Citrus fruits」 いちご： 呈示現地語「Strawberries」 柿・柿加工品： 呈示現地語「Persimmons and processed persimmons(dried persimmons, etc.)」			甘藷(サツイモ)： 呈示現地語「Sweet potatoes」 梨(なし)： 呈示現地語「Asian pears」																												
対象者条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 18-59歳の男女 ・ 世帯月収 11,000 SGD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 シンガポール在住者																															
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">シンガポール 全域</td> <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>								18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計	シンガポール 全域	男性	51	47	49	49	196	女性	51	51	52	50	204	合計	102	98	101	99	400
		18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計																										
シンガポール 全域	男性	51	47	49	49	196																										
	女性	51	51	52	50	204																										
	合計	102	98	101	99	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">シンガポール 全域</td> <td>男性</td> <td>37</td> <td>54</td> <td>63</td> <td>47</td> <td>201</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>44</td> <td>51</td> <td>61</td> <td>43</td> <td>199</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>81</td> <td>105</td> <td>124</td> <td>90</td> <td>400</td> </tr> </tbody> </table>								18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計	シンガポール 全域	男性	37	54	63	47	201	女性	44	51	61	43	199	合計	81	105	124	90	400
		18-29 歳	30-39 歳	40-49 歳	50-59 歳	合計																										
シンガポール 全域	男性	37	54	63	47	201																										
	女性	44	51	61	43	199																										
	合計	81	105	124	90	400																										
実査期間	2025年11月7日(金)～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)

(%)

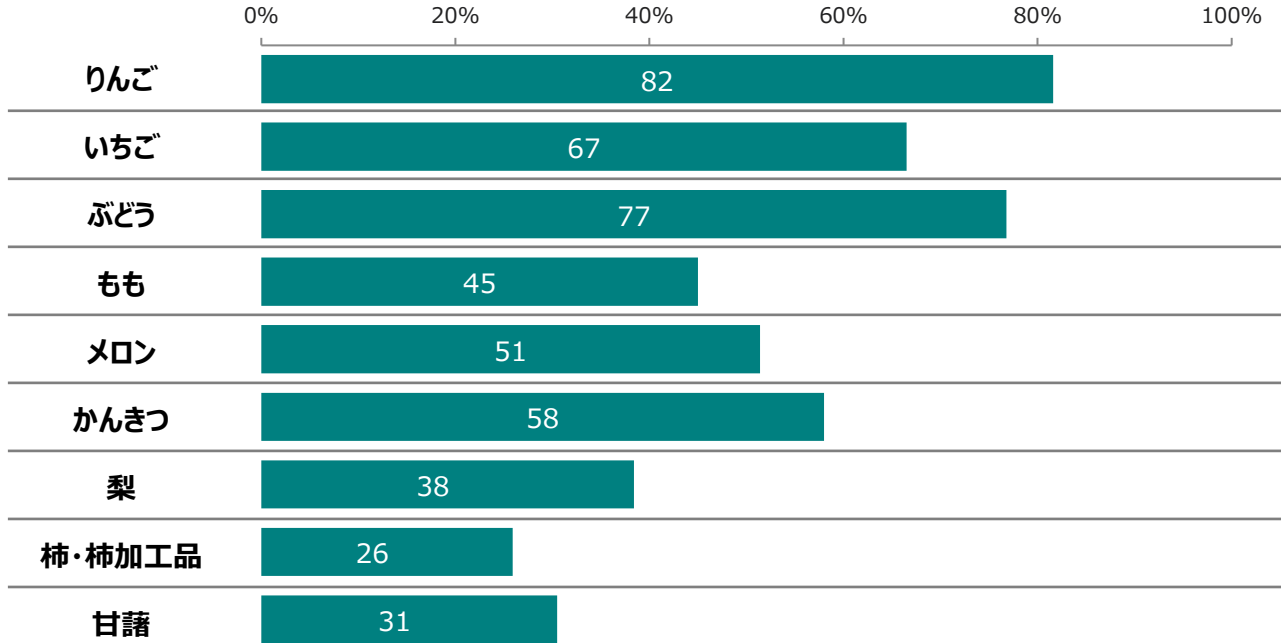


Q0. フルーツと聞いて、あなたが思い浮かぶものをいくつでもご記入ください。※10個以上思い浮かぶ方は10番目の記入欄に並べてご記入ください。
Q1. あなたがご存知の果物の種類を全てお選びください。(MA)

各青果物の購入経験 (過去12か月)

Base:全回答者
(n=400)

(%)



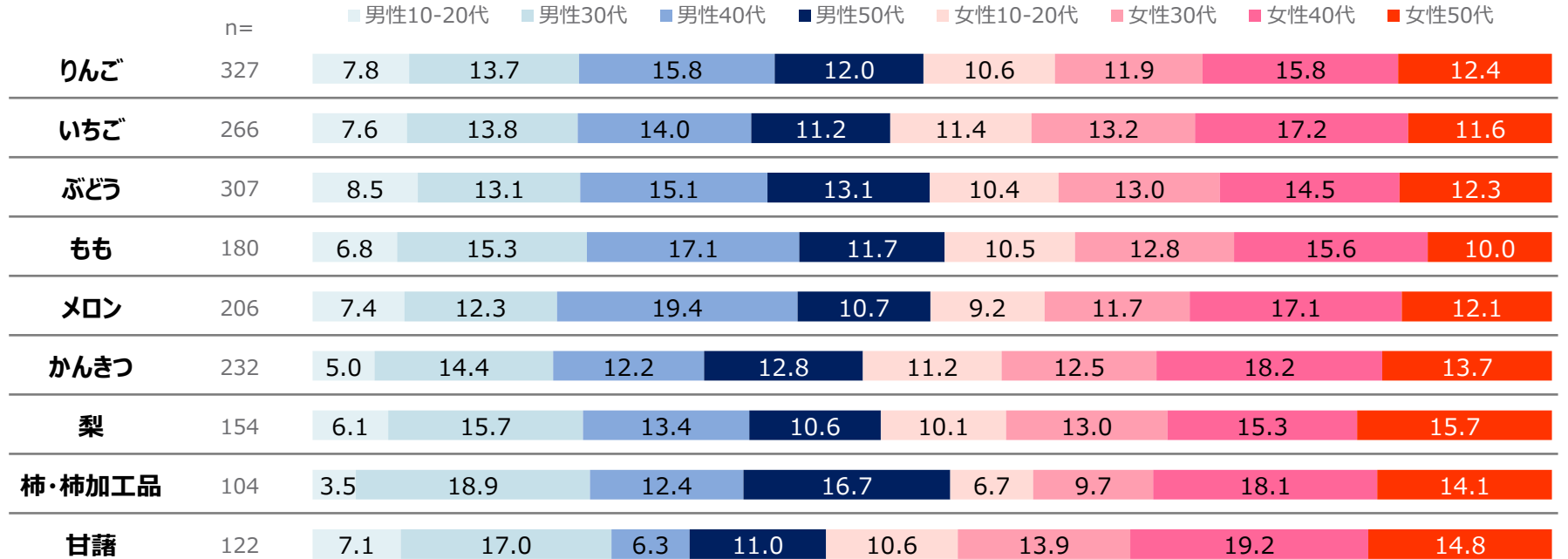
Q5. あなたが知っている「果物」のうち、過去12ヶ月間に香港国内の店頭（スーパー / マーケット、果物屋さんなど）で買ったことがあるものはどれですか。過去12ヶ月間に買ったたり食べたたりしたことがあるものをすべてお選びください。(MA)

各青果物の購入者

青果物全般

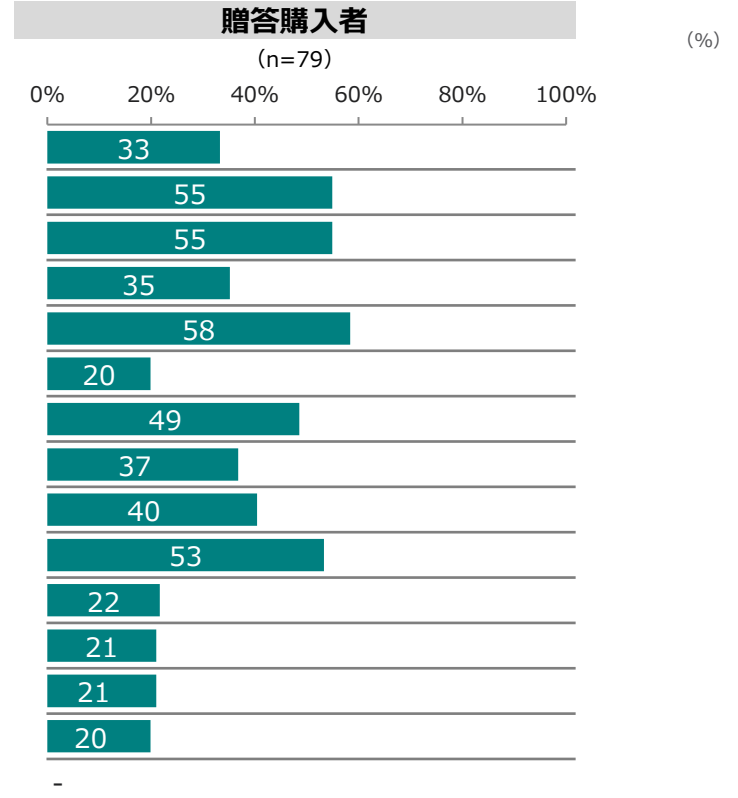
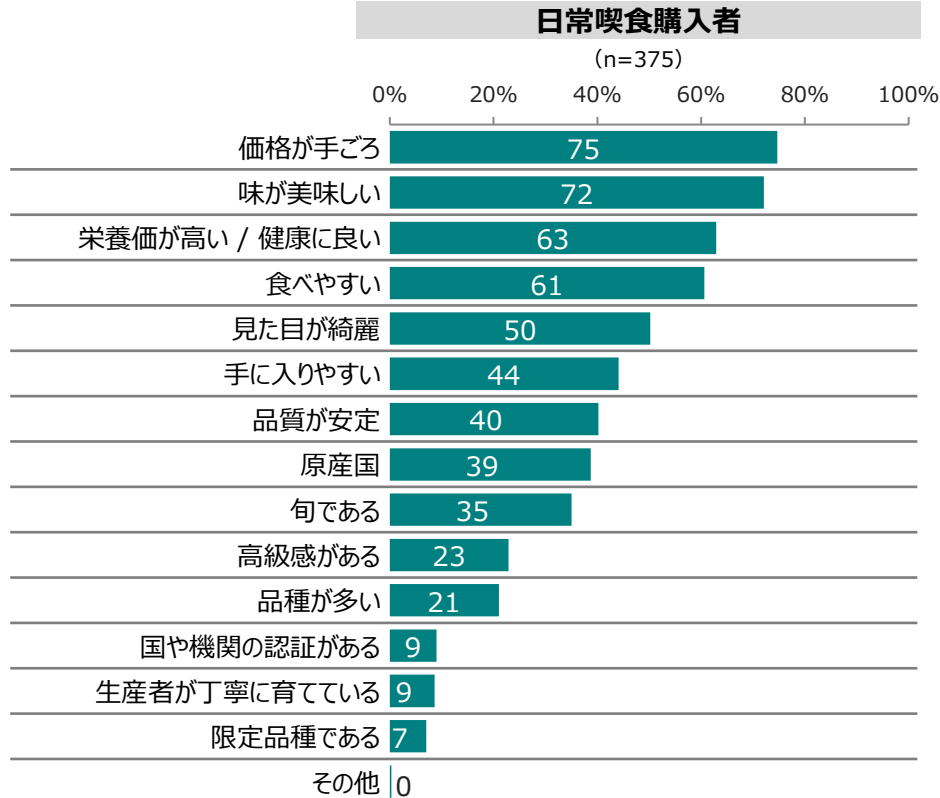
Base:P12M購入者

(%)



各青果物重視点

青果物全般

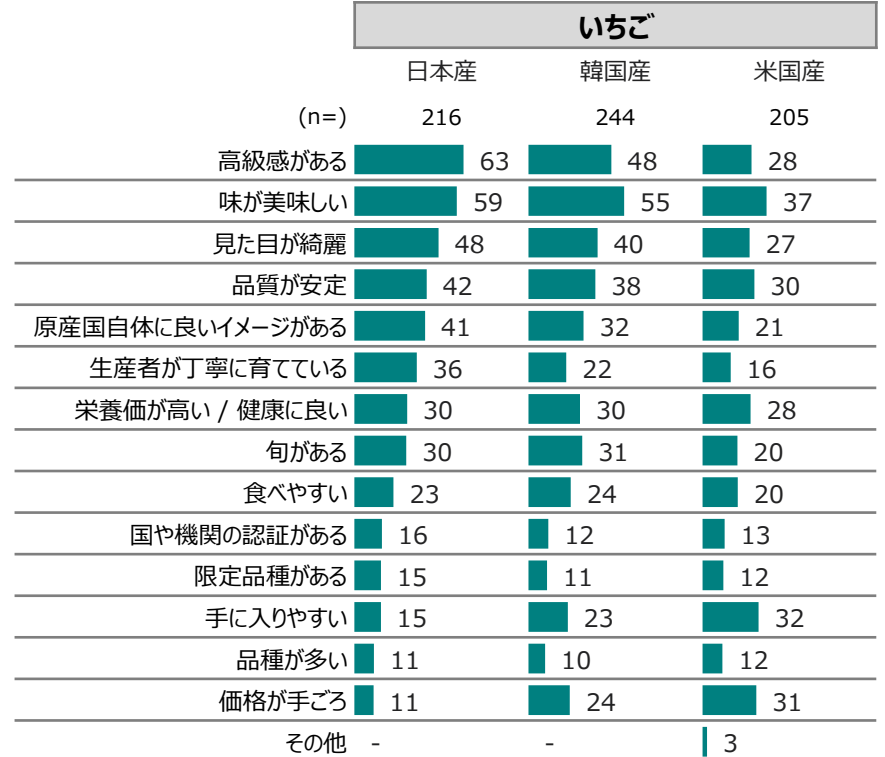
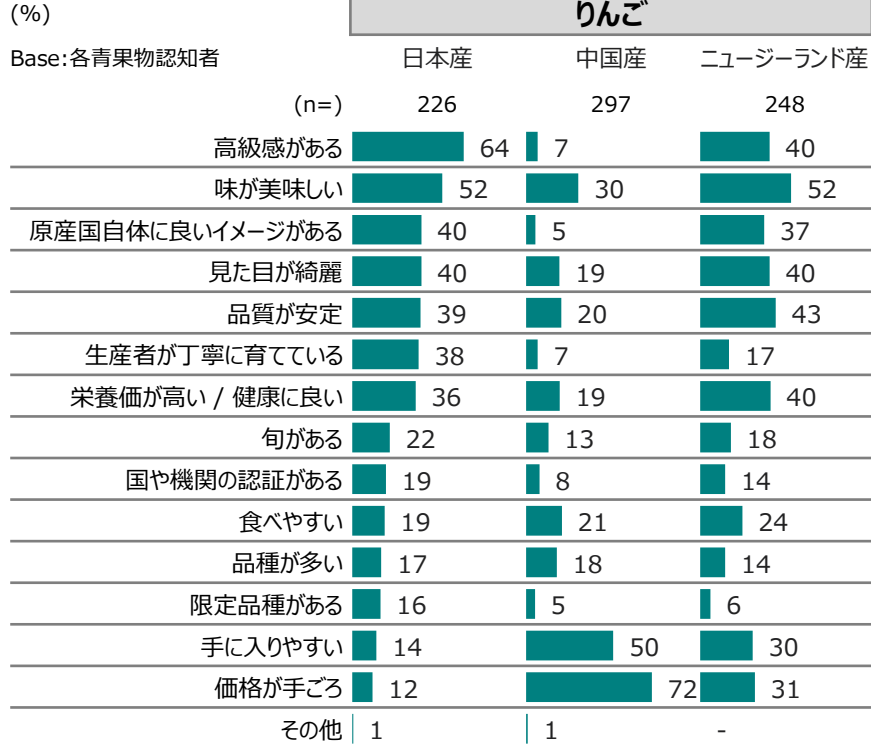


Q7-1. あなたが普段、果物を日常喫食用に購入する場合、どのような点を重視しますか。当てはまるものをすべてお選びください。(MA)

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

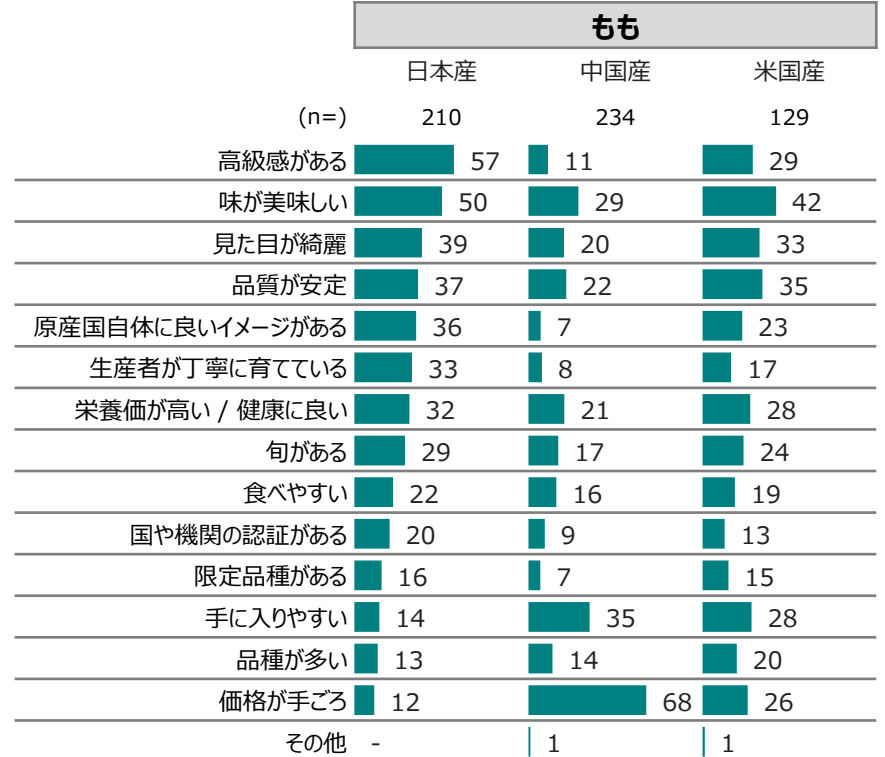
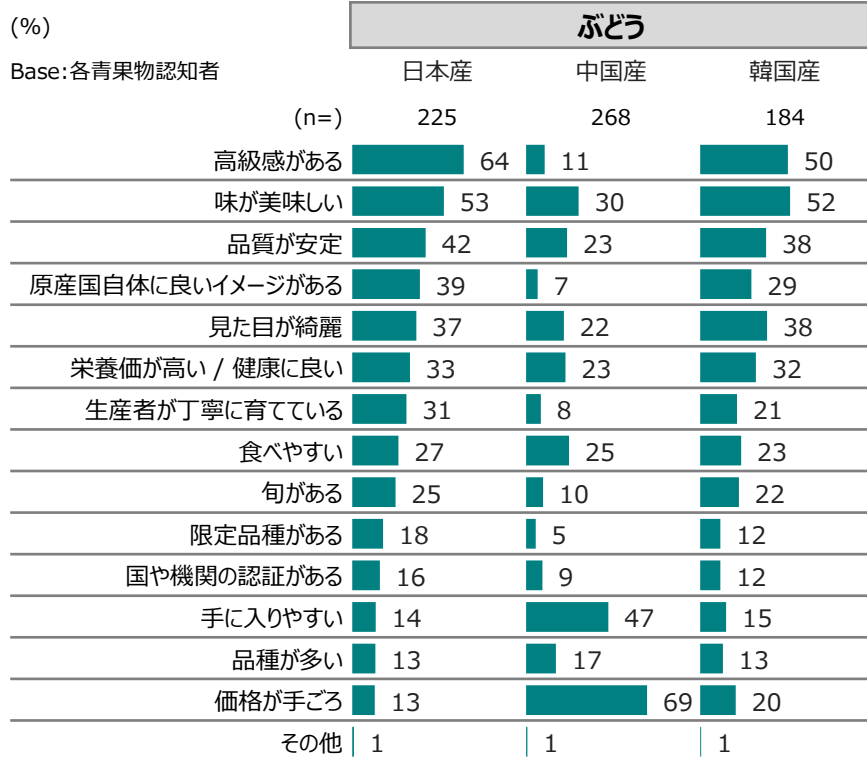


A8. 以下の原産国のりんごに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

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

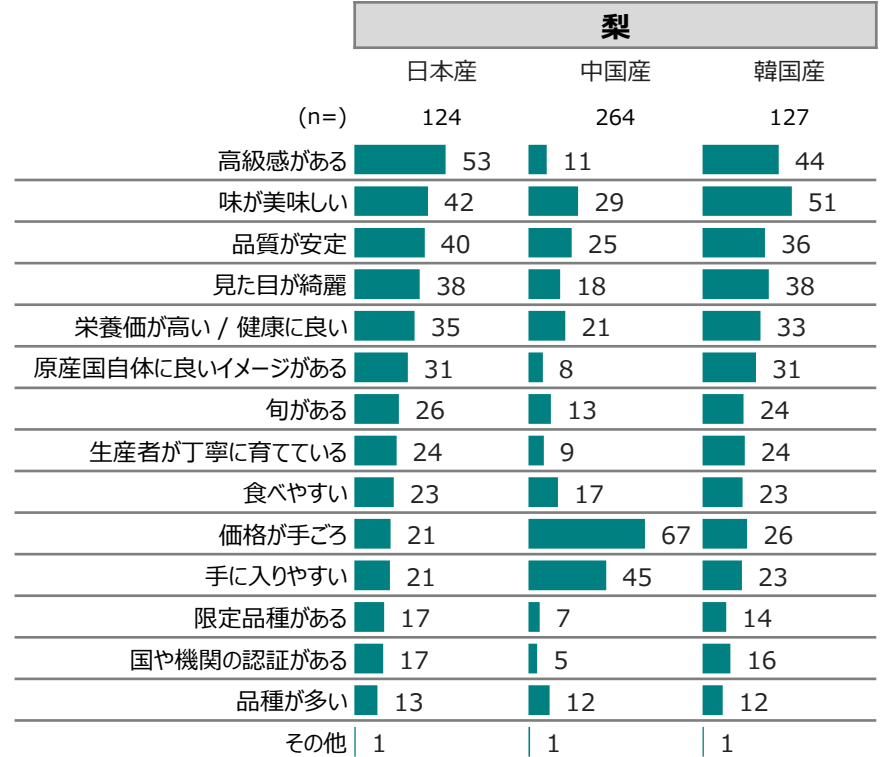
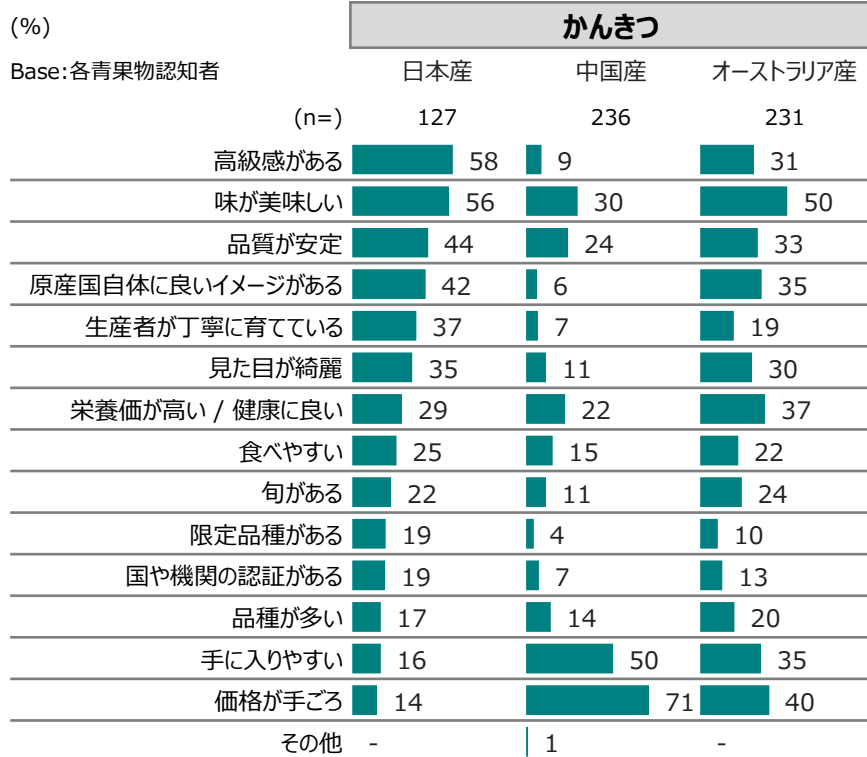


B8. 以下の原産国のぶどうに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

C8. 以下の原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

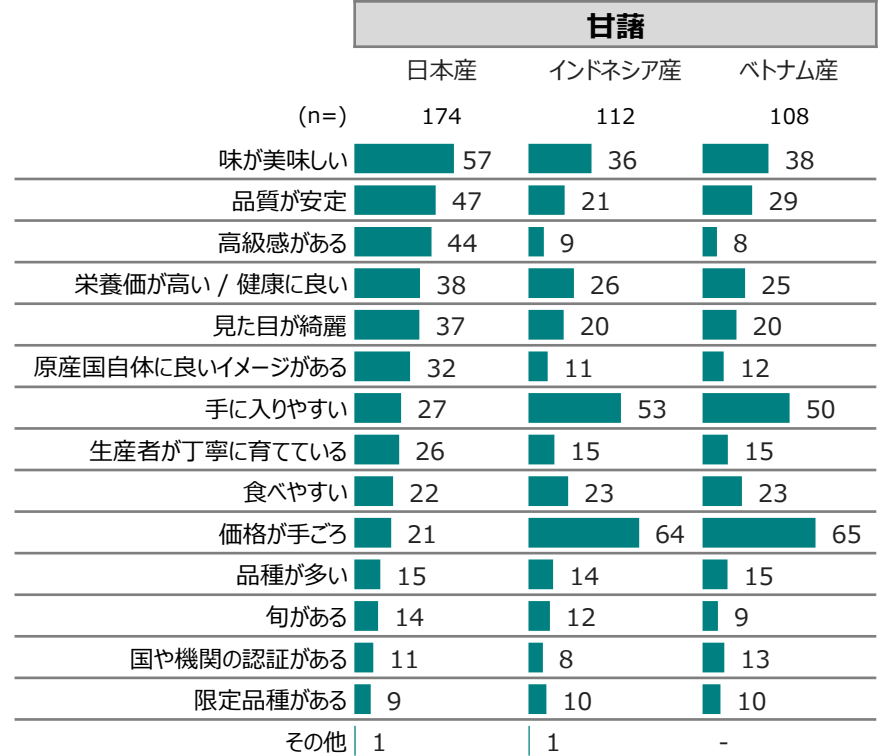
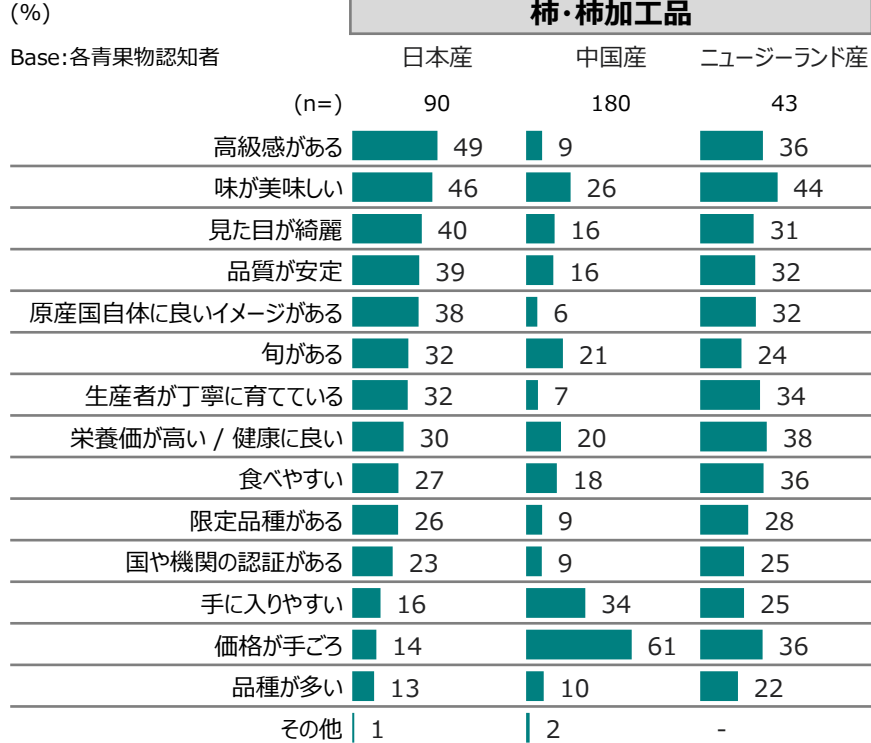


E8. 以下の原産国のかんきつに対して、どのようなイメージを持っていますか？ (MA)

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



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

重視度上位項目

日本産青果物

Base: P 12M日本産青果物購入者

	りんご n=90	いちご n=97	ぶどう n=97	もも n=68	かんきつ n=49*	梨 n=44*	柿・柿加工品 n=23**	甘藷 n=77
味が美味しい	66	60	63	56	62	44	50	63
高級感がある	61	56	55	64	67	49	48	66
見た目が綺麗	53	50	51	50	58	45	48	54
品質が安定	47	43	46	45	58	42	35	46
栄養価が高い / 健康に良い	47	44	43	38	46	47	33	41
原産国自体に良いイメージがある	46	48	46	36	43	25	34	36
旬である	27	31	32	40	27	27	51	34
食べやすい	37	32	32	19	36	28	35	30
価格が手ごろ	27	22	17	18	30	21	27	28
生産者が丁寧に育てている	32	32	31	28	41	36	37	36
手に入りやすい	22	17	20	15	21	25	15	20
国や機関の認証がある	14	19	17	16	18	23	-	13
品種が多い	16	16	18	19	19	21	22	20
限定品種である	10	11	14	13	9	9	14	12
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

	Total
	n=176
価格が高いから	51
手に入りにくいから	12
旬ではないから	10
品種が少ないから	7
品質が安定していないから	6
高級感がないから	6
どこで売られているかわからないから	5
原産国に良いイメージがないから	4
味がおいしくないから	4
食べにくいから	4
生産者が丁寧に育てていないから	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	1
栄養価が低いから / 健康に良くないから	1
その他	2

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)

H7 Reason for not purchase

*Small base**Very small base ref. only

