

平成28年度地域経済産業活性化対策調査委託費
(福島復興推進情報発信・調査事業)

福島の復興状況等に関する意識調査 海外調査 報告書

調査方法

インターネット調査

調査対象者

・中国、韓国、台湾、香港居住20～69歳男女

回収サンプル数

計120ss
【内訳】中国、韓国、台湾、香港居住者各30ss

割付

	男性	女性	計
中国	15	15	30
韓国	15	15	30
台湾	15	15	30
香港	15	15	30
計	60	60	120

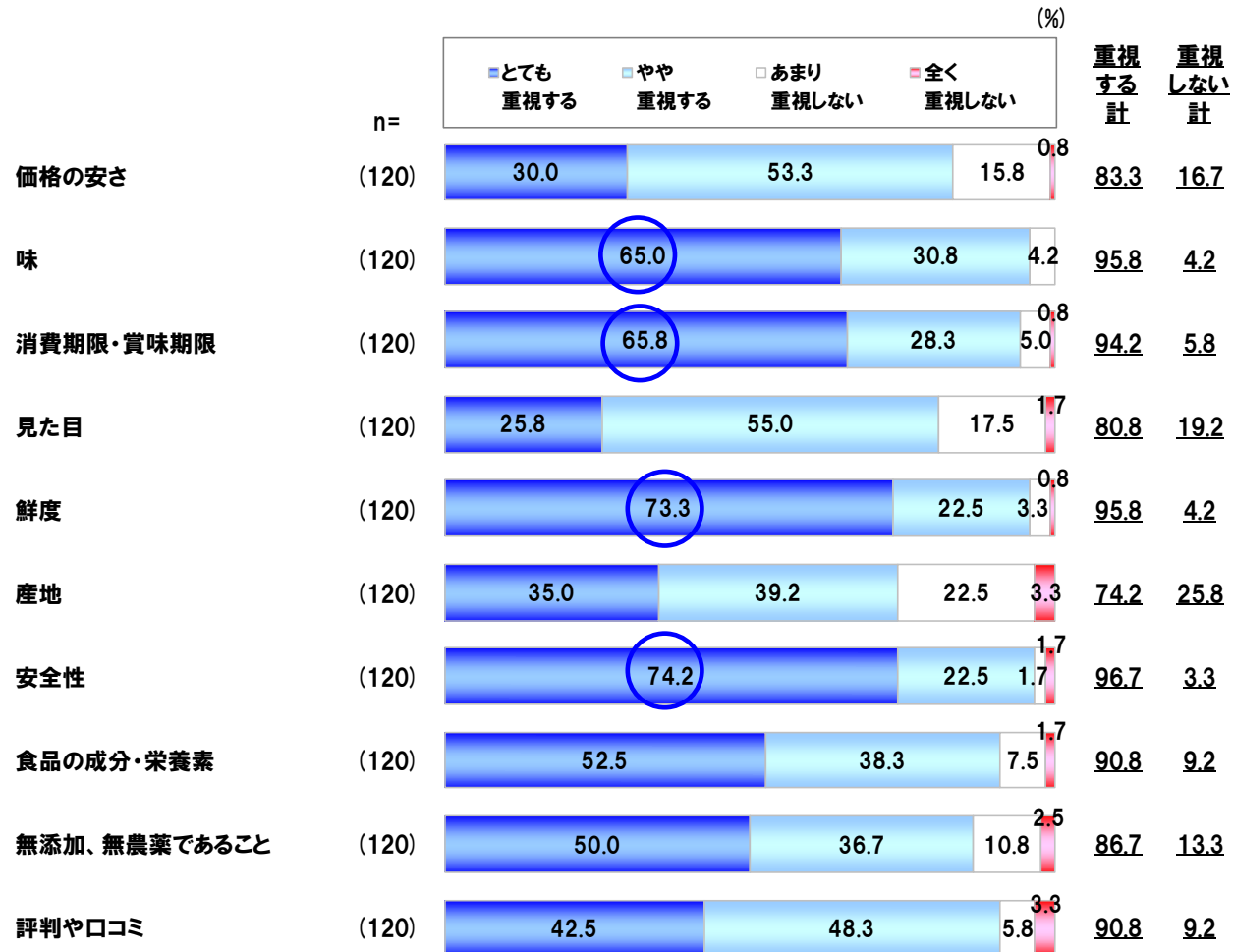
調査期間

中国：2017年2月6日（月）～2月8日（水）
韓国：2017年2月6日（月）～2月8日（水）
台湾：2017年2月9日（木）～2月11日（土）
香港：2017年2月10日（金）～2月11日（土）

食品・食材に関する意識

- 現在居住している国に関わらず、食品・食材を購入する際には、「安全性」「鮮度」「消費期限・賞味期限」「味」を特に重視している。

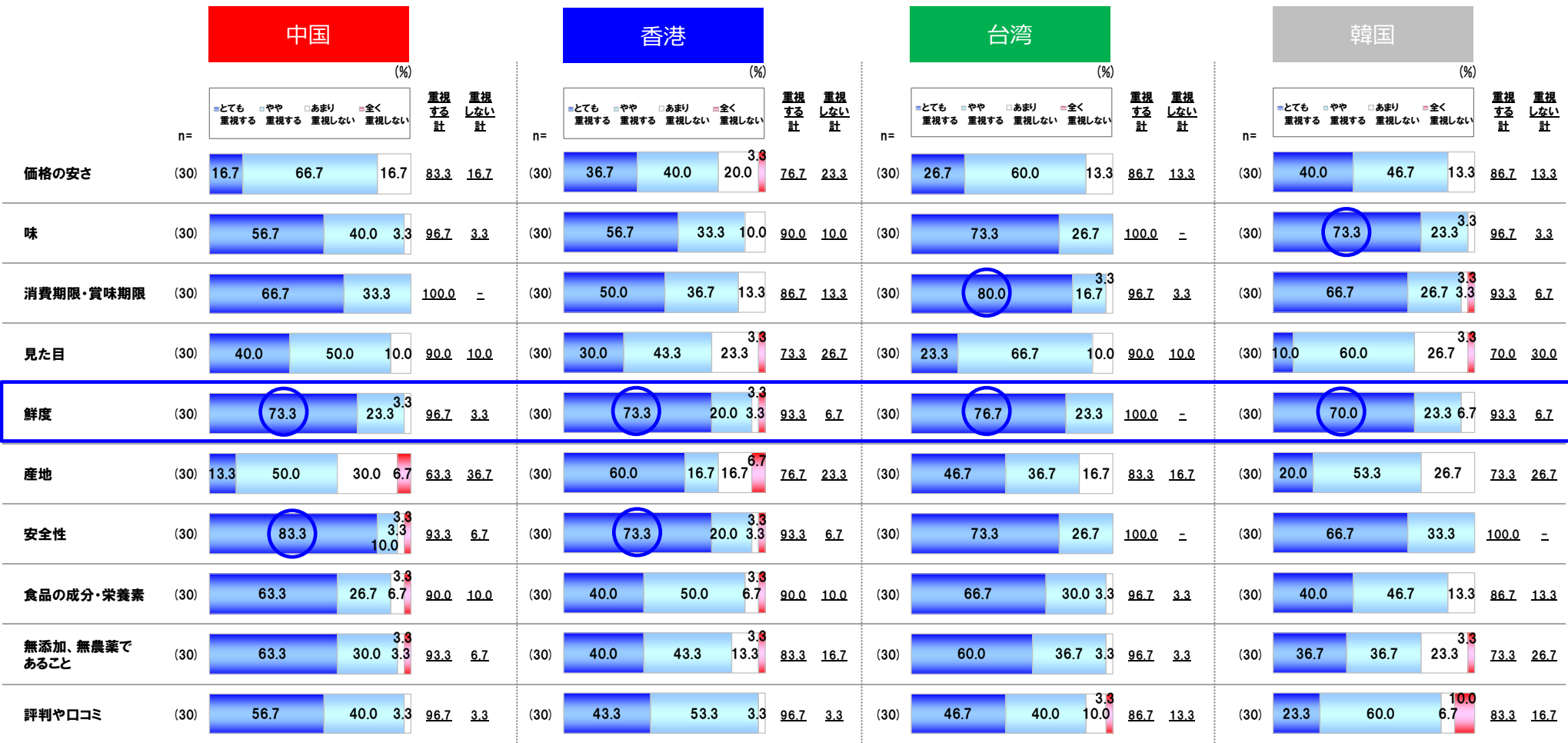
Q. 以下の内容について、あなたが食品・食材を購入する際にどの程度重視しますか。



食品・食材を購入する際の重視点（居住国別）

- 中国、香港は「安全性」を特に重視しており、台湾は「消費期限・賞味期限」、韓国は「味」を特に重視している。
- 各国共通して、「鮮度」に対する重視度が高くなっている。

Q. 以下の内容について、あなたが食品・食材を購入する際にどの程度重視しますか。



食品・食材を購入する際の重視点の優先順位（居住国別）

- 食品・食材の購入時重視点の優先順位をみると、「安全性」を1位に挙げる割合が最も高く、次いで「味」「価格の安さ」が続く。
- 「価格の安さ」「味」については、他国と比べて韓国で1位に挙げる割合が高く、一方で、「安全性」については、中国、香港、台湾で1位に挙げる割合が高い。

Q. では、先ほどの質問であなたが「とても重視する/やや重視する」とお答えになった意識について、その優先する順位をお知らせください。

(%)

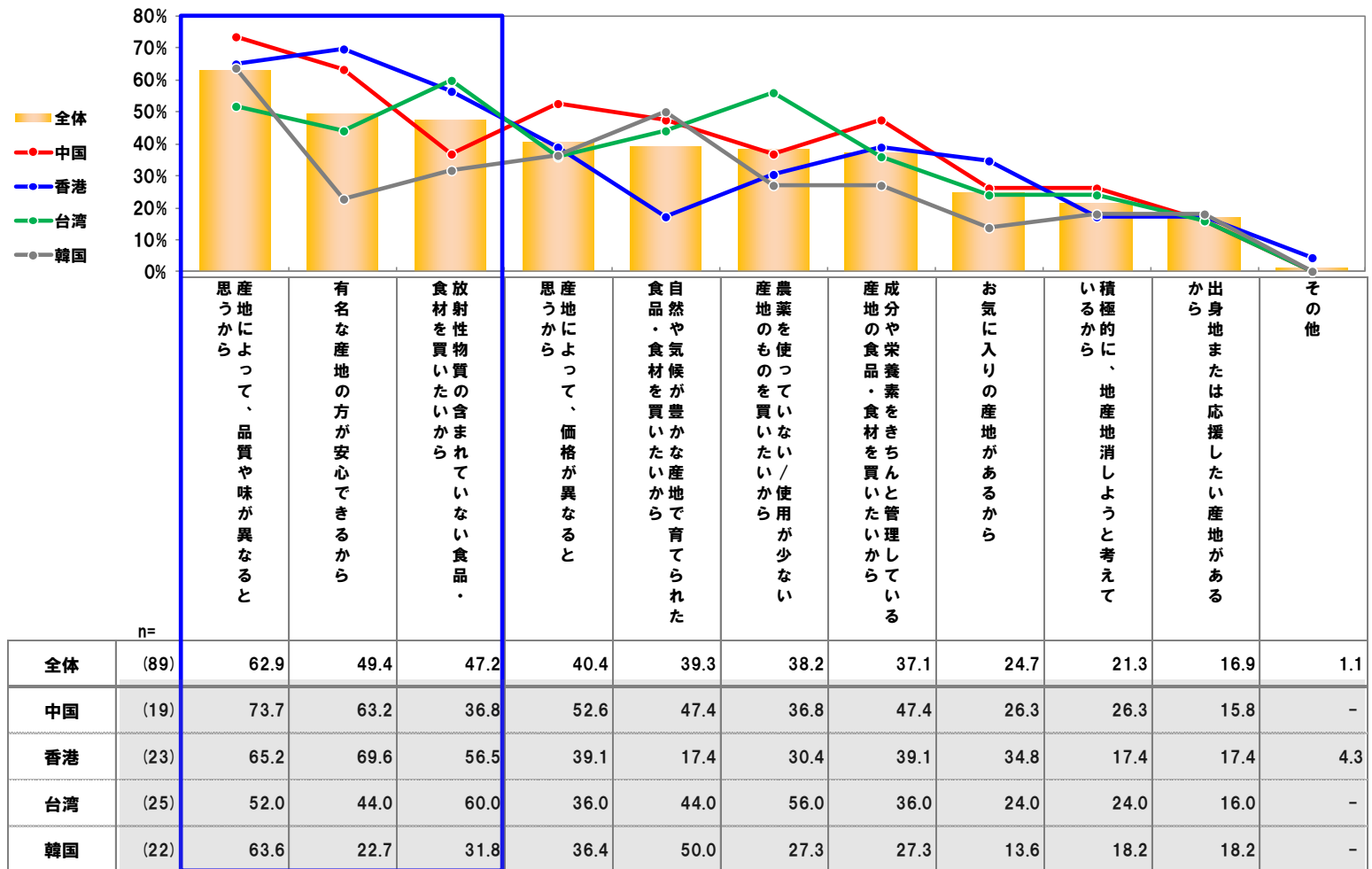
(横%)	全体	中国	香港	台湾	韓国
	n=(120)	(30)	(30)	(30)	(30)
価格の安さ	10.8	3.3	6.7	6.7	26.7
味	19.2	13.3	13.3	13.3	36.7
消費期限・賞味期限	8.3	10.0	16.7	6.7	-
見た目	1.7	3.3	3.3	-	-
鮮度	10.0	6.7	6.7	13.3	13.3
産地	0.8	-	3.3	-	-
安全性	30.0	43.3	36.7	26.7	13.3
食品の成分・栄養素	10.0	16.7	3.3	16.7	3.3
無添加、無農薬であること	6.7	3.3	3.3	13.3	6.7
評判や口コミ	2.5	-	6.7	3.3	-

- 全体値より+10%以上
- 全体値より+5%以下
- 全体値より-5%以上
- 全体値より-10%以下

食品・食材を購入する際「産地を重視する」理由（居住国別）

- 『産地を重視する』理由としては、「産地によって、品質や味が異なるから」が特に高く、次いで「有名な産地の方が安心できるから」「放射性物質の含まれていない食品・食材を買いたいから」といった食品・食材に対する安心感を感じられることが理由として続く。

Q. あなたは、食品・食材を購入する際、「産地を重視する」とお答えですが、その理由として、以下の中からあてはまるものをすべてお知らせください。

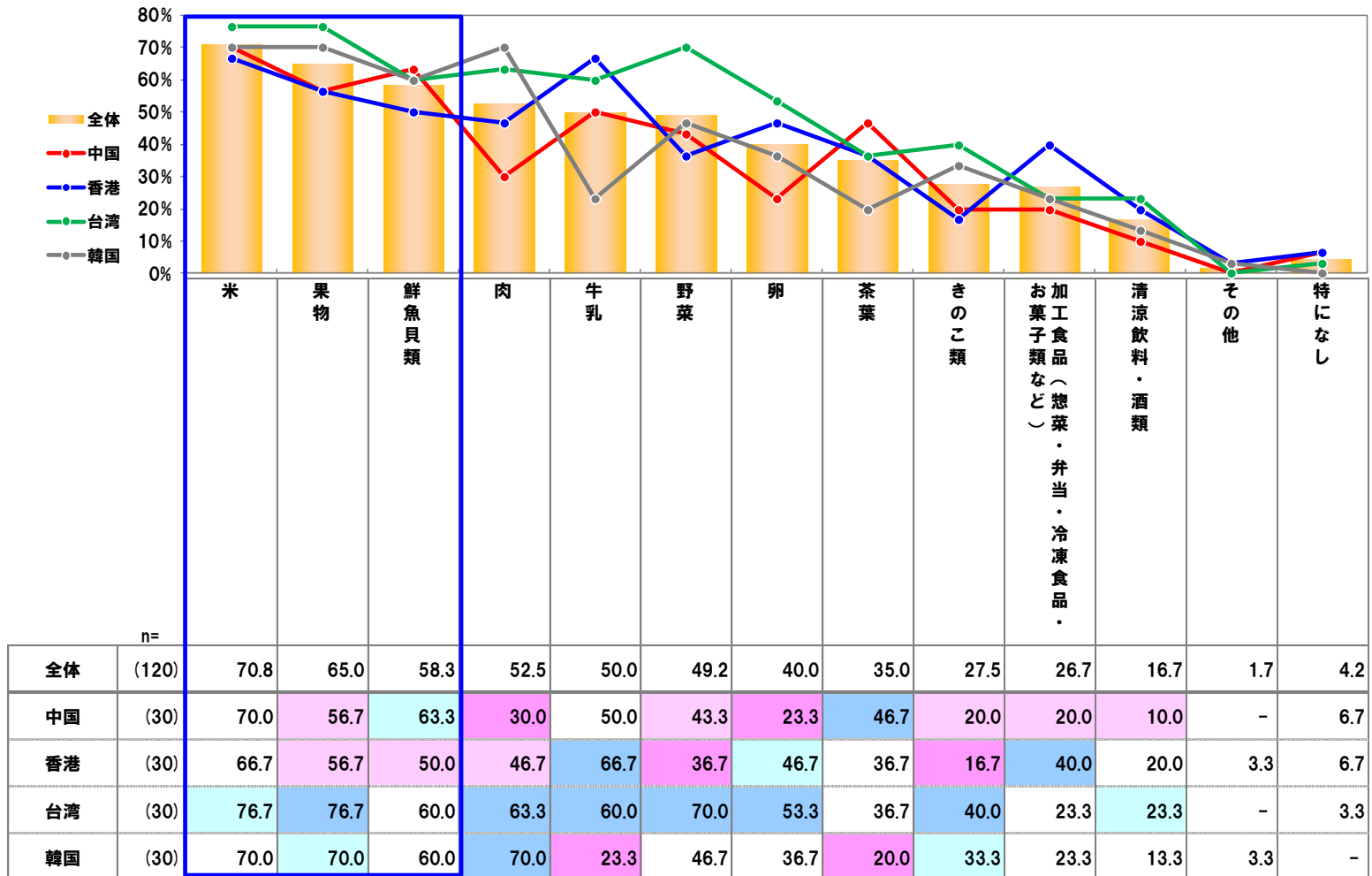


■ 全体値より+10%以上
■ 全体値より+5%以下
■ 全体値より-5%以上
■ 全体値より-10%以下

産地を気にする食品・食材（居住国別）

- 産地を気にする食品・食材としては、「米」が特に高く、次いで「果物」「鮮魚貝類」が続く。いずれの国も「米」の産地は特に気にしていることが窺える。

Q. あなたが、産地を気にする食品・食材として、あてはまるものをすべてお知らせください。

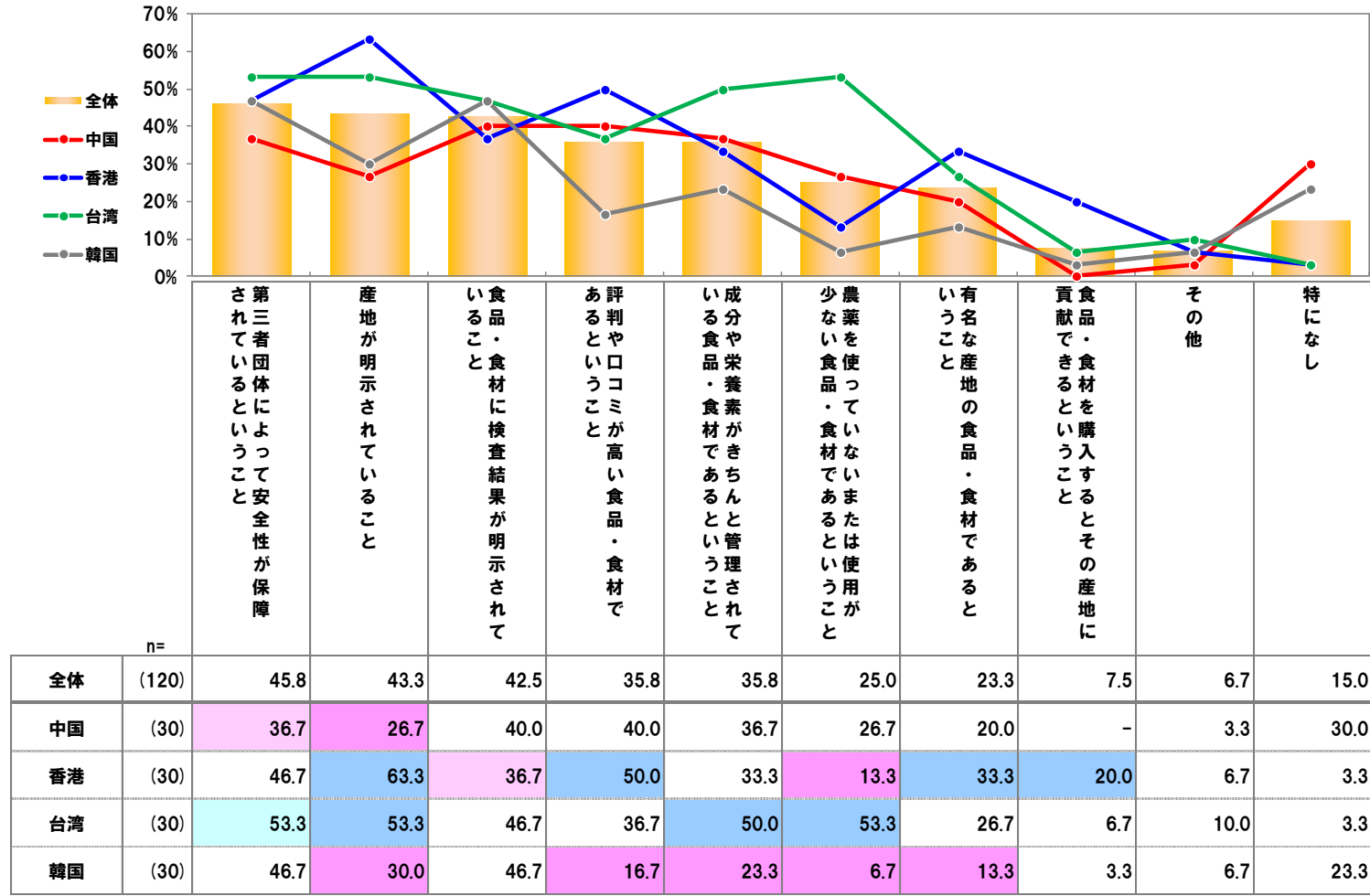


■ 全体値より+10%以上
■ 全体値より+5%以下
■ 全体値より-5%以上
■ 全体値より-10%以下

日本産、福島県産の食品・食材を積極的に購入するために必要な情報（居住国別）

- 日本産、福島県産の食品・食材を積極的に購入するために必要な情報としては、「第三者団体によって安全性が保障されていること」「産地が明示されていること」「食品・食材に検査結果が明示されていること」といった食品・食材に安全性関連のものが挙がっている。
- 台湾は上記以外にも「成分や栄養素が管理されていること」「農薬を使っていない・少ないこと」も挙げており、安全面の情報を特に気にしている。
- 中国、韓国は、積極的な購入のために必要な情報はないという人が多い。

Q.あなたが、食品・食材の購入時に、どのような情報があればより日本産、福島県産の食品・食材を積極的に購入しようと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

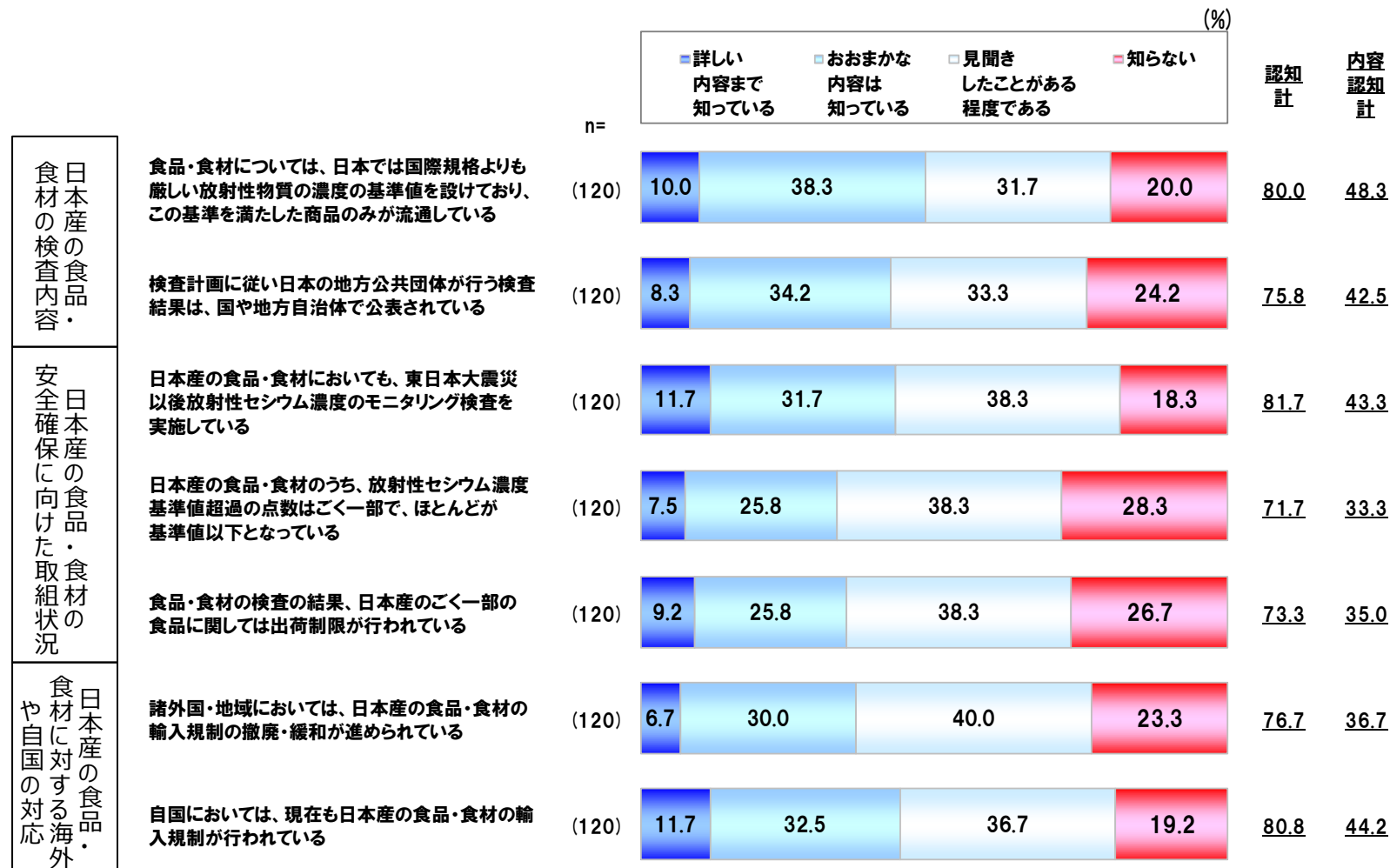


■ 全体値より+10%以上
■ 全体値より+5%以下
■ 全体値より-5%以上
■ 全体値より-10%以下

日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況と海外や自国の対応認知

- 日本で行われている食品・食材の検査内容、日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況、そして海外や自国の対応については、いずれも内容認知が半数を下回り、内容まではほとんど知られていない。
- その中でも、「日本産の食品・食材のほとんどが、放射性セシウム濃度が基準値以下」や「出荷制限」といった安全確保に向けた取組や、「諸外国・地域において、日本産の食品・食材の輸入規制の撤廃・緩和が進められている」ことの内容認知は低い。

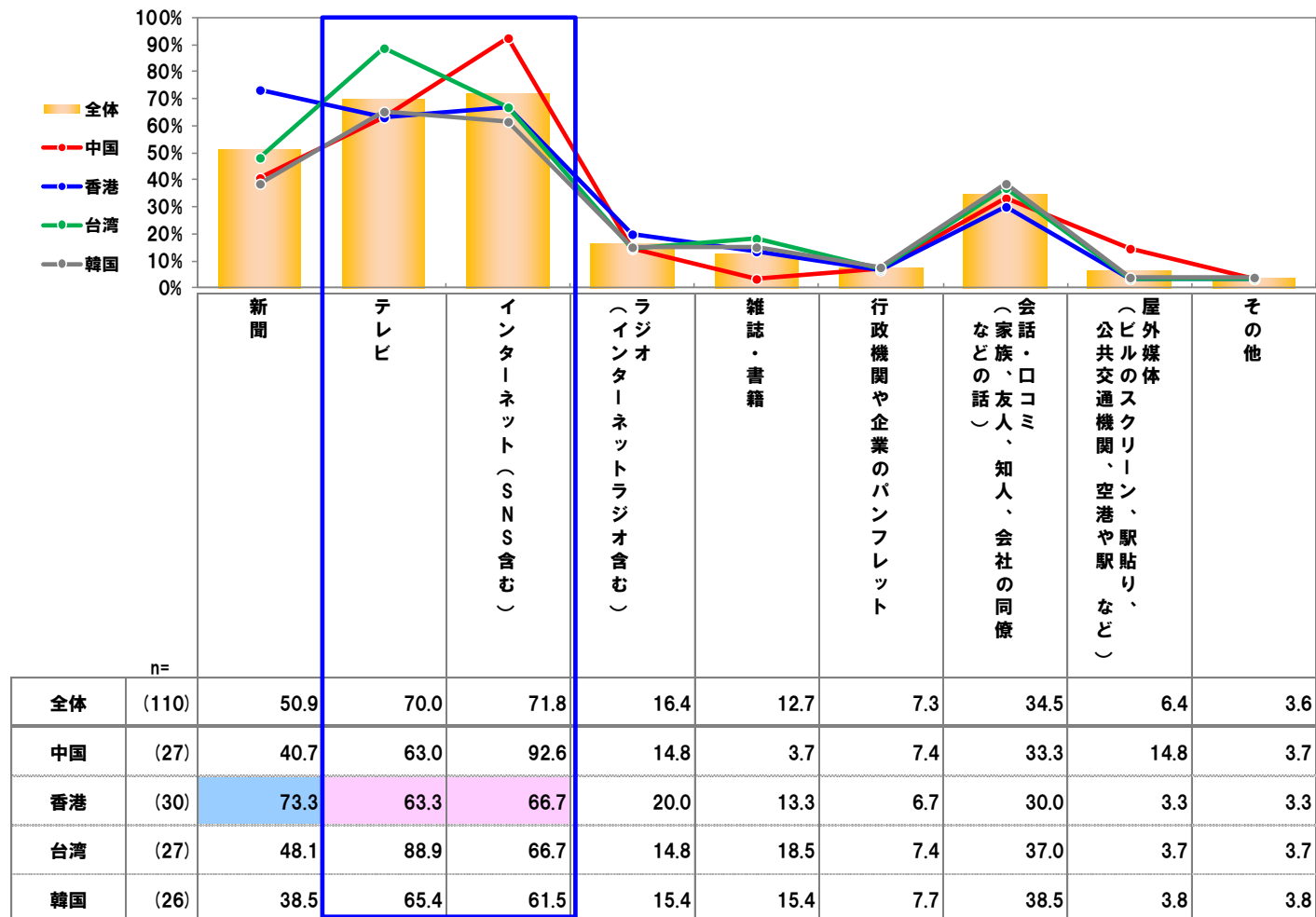
Q.現在、日本では「日本産」の食品・食材の安全確保に向けた様々な取組が行われています。あなたは、日本で行われている食品・食材の検査内容、日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況、そして海外や自国の対応についてどの程度ご存じですか。



日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況と海外や自国の対応認知経路（居住国別）

- 日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況と海外や自国の対応認知経路については、「インターネット（SNS含む）」「テレビ」からが約7割と最も高く、インターネットからの認知がテレビと同程度高いことが特徴的である。

Q.あなたは、日本で行われている食品・食材の検査内容、日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況、そして海外や自国の対応のうち、ご存じのことがおありとのことですが、どこでお知りになりましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

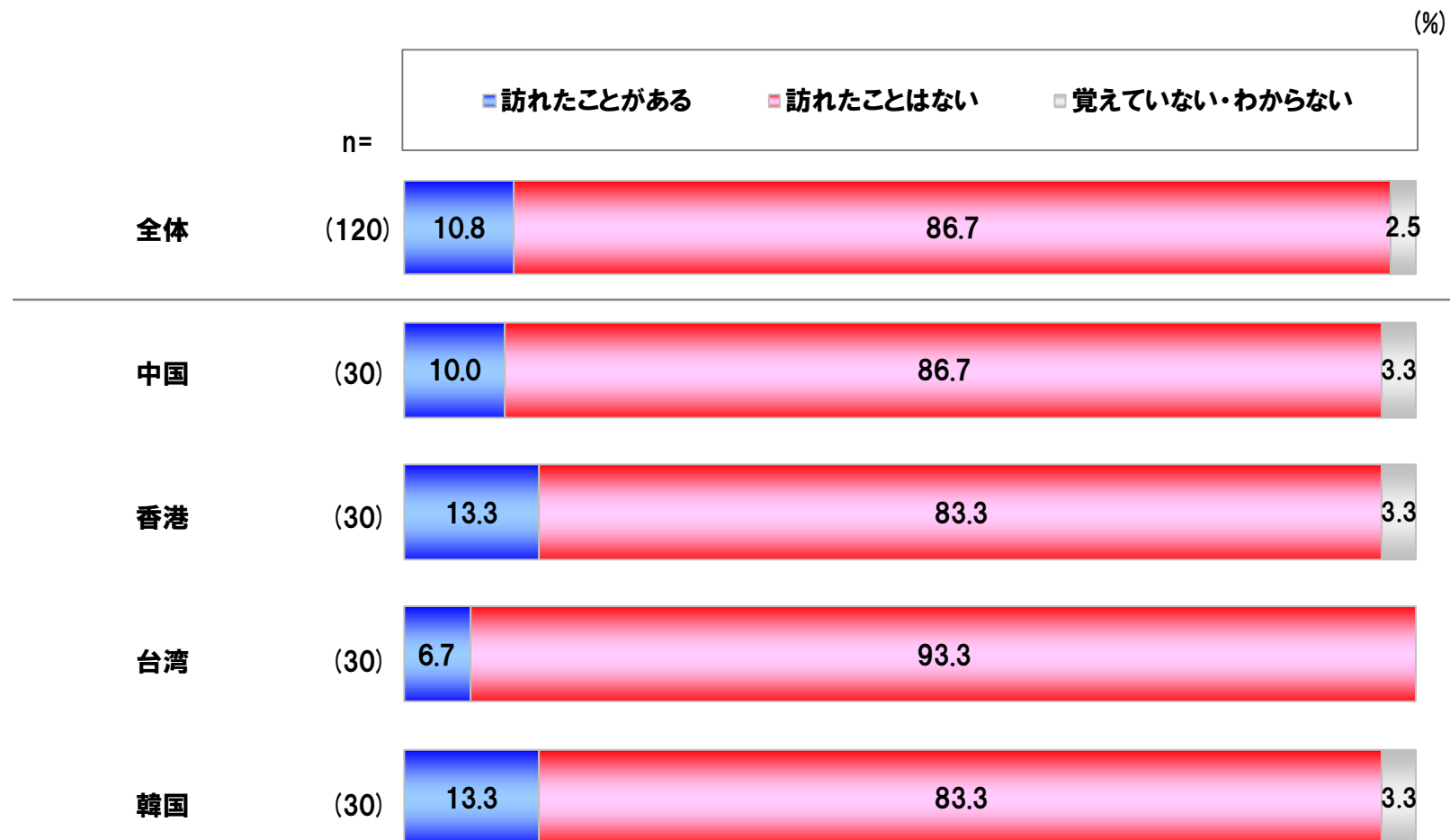


福島県の復興に関する関与状況・意識

福島県訪問経験（居住国別）

- これまでに福島県を訪れたことがある人は約1割である。

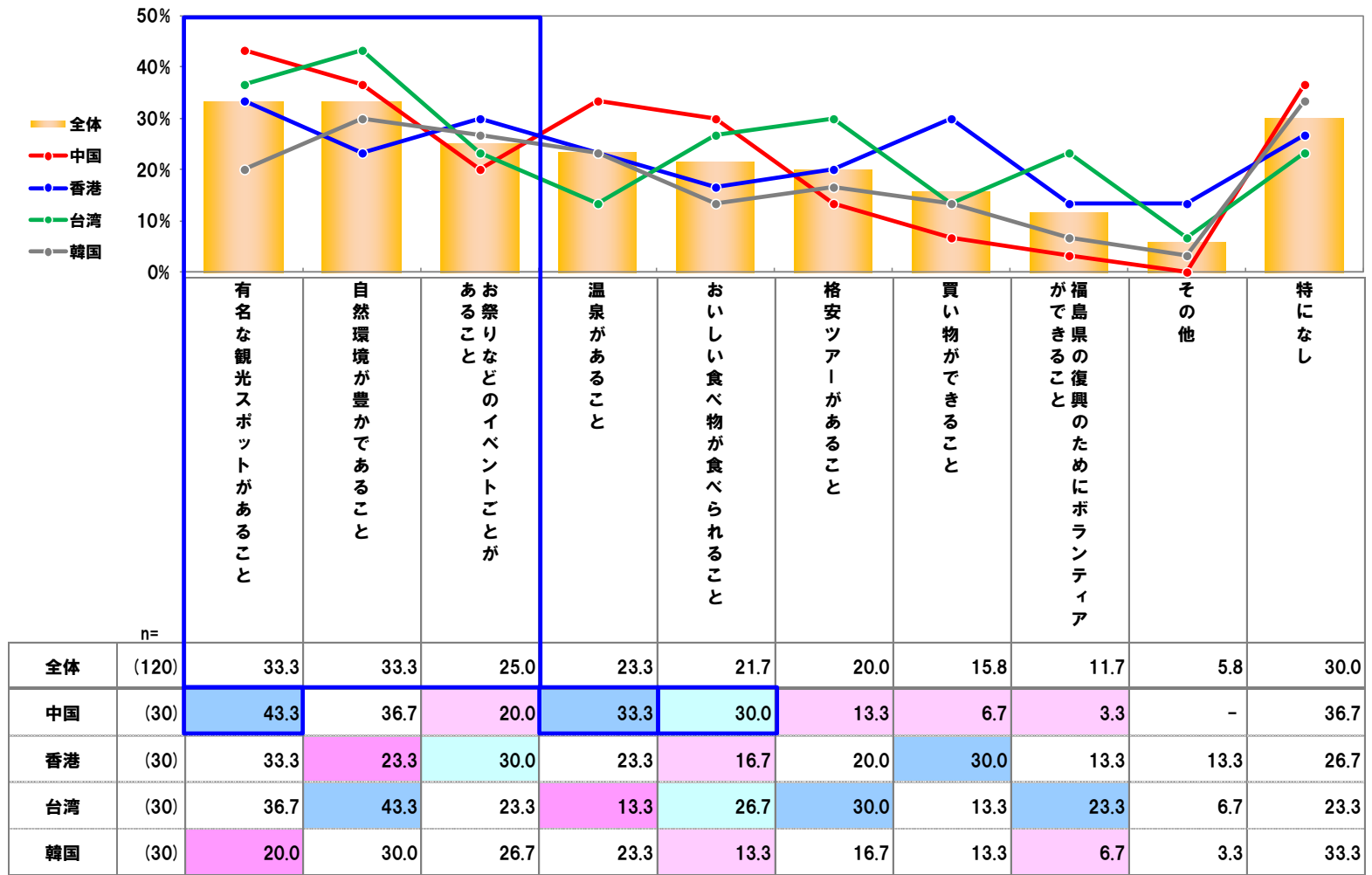
Q. あなたは、これまでに福島県を訪れたことがありますか。



どのようなことがあったり、体験できたりしたら福島県を訪れたいと思うか（居住国別）

- 福島県を訪れたいと思う内容の中では、「有名な観光スポットがあること」「自然環境が豊かであること」「お祭りなどのイベントごとがあること」が約3割と特に高い。
- 福島県への訪問意向が低い中国は、全体と比べて「有名な観光スポットがあること」「温泉があること」「おいしい食べ物が食べられること」があれば、意向が高くなる傾向がみられる。

Q. あなたは、どのようなことがあったり、体験できたりしたら福島県を訪れたいと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。



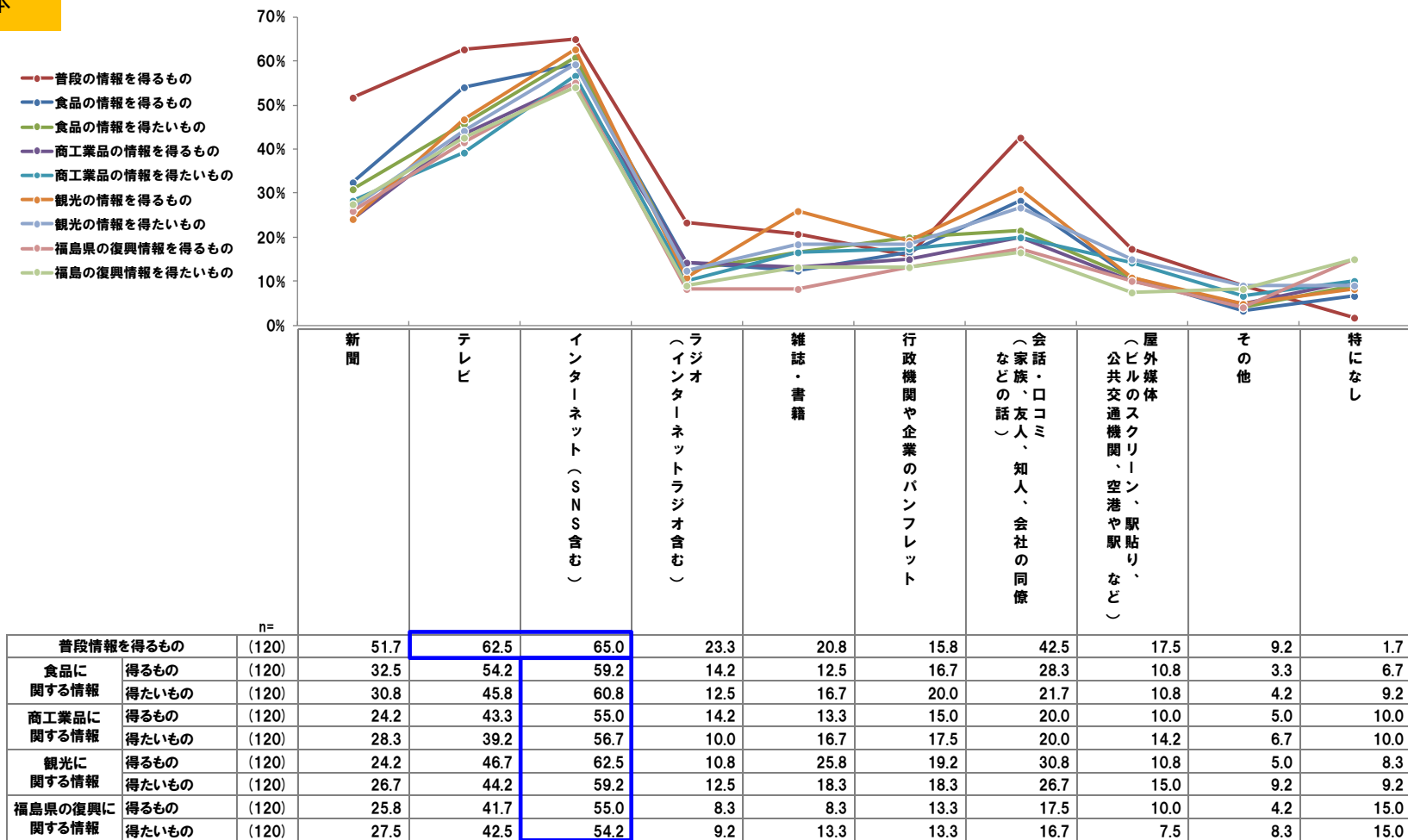
全体値より+10%以上
 全体値より+5%以下
 全体値より-5%以上
 全体値より-10%以下

情報源（普段の情報/食品情報/商工業品/観光/福島の復興情報）（居住国別）

- 普段の情報に関しては、「テレビ」「インターネット」からの取得が多い。
- 食品、商工業品、観光、福島復興情報については、「インターネット」からの情報取得が多く、意向が高い。

Q. あなたが接する情報源について、それぞれあてはまるものを全てお知らせください。

全体

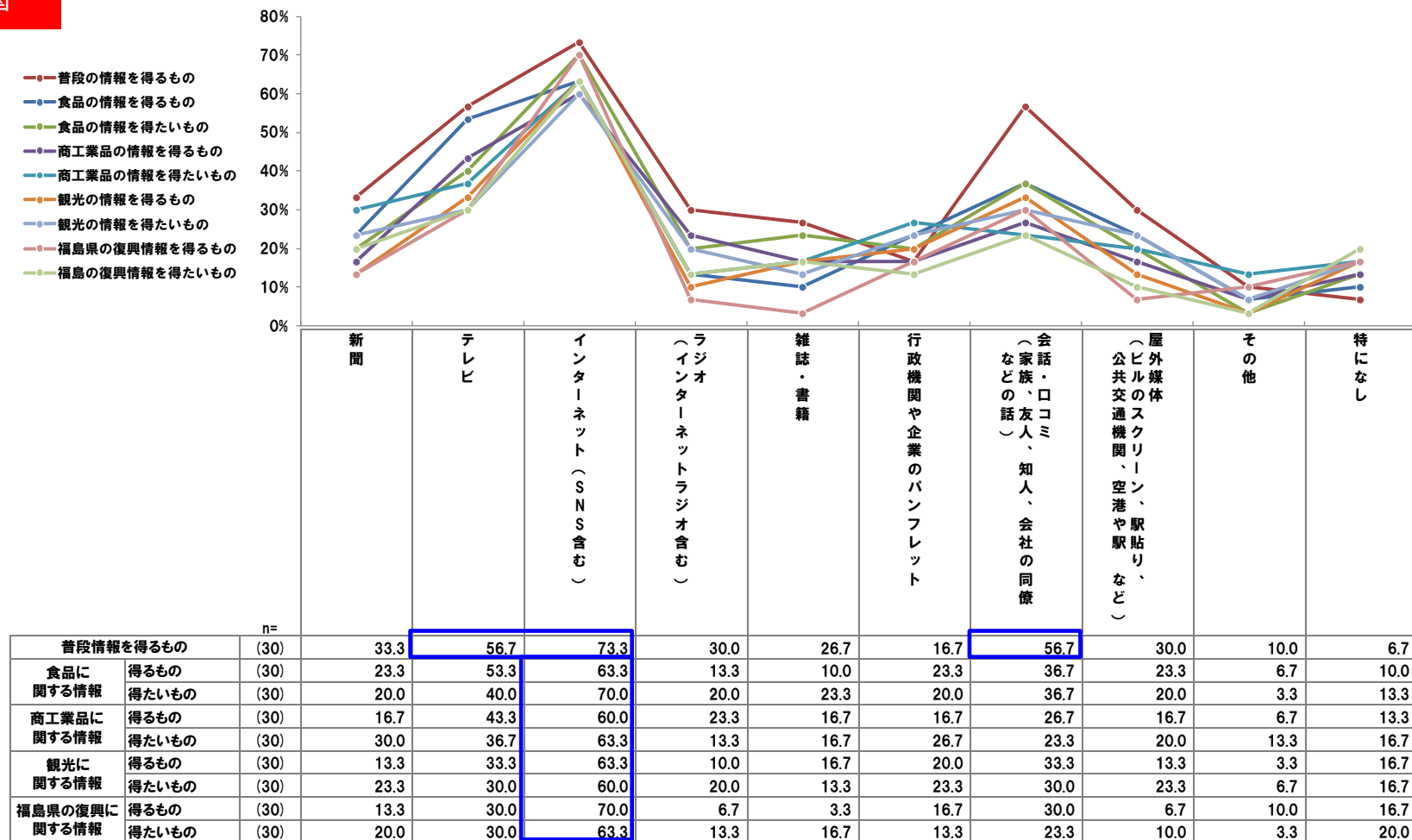


情報源（普段の情報/食品情報/商工業品/観光/福島の復興情報）（居住国別）

- 普段の情報に関しては、「インターネット」からの取得が最も多く、次いで「テレビ」「会話・ロコミ」が続く。
- 食品、商工業品、観光、福島復興情報については、「インターネット」からの情報取得が多く、意向が高い。

Q. あなたが接する情報源について、それぞれあてはまるものを全てお知らせください。

中国

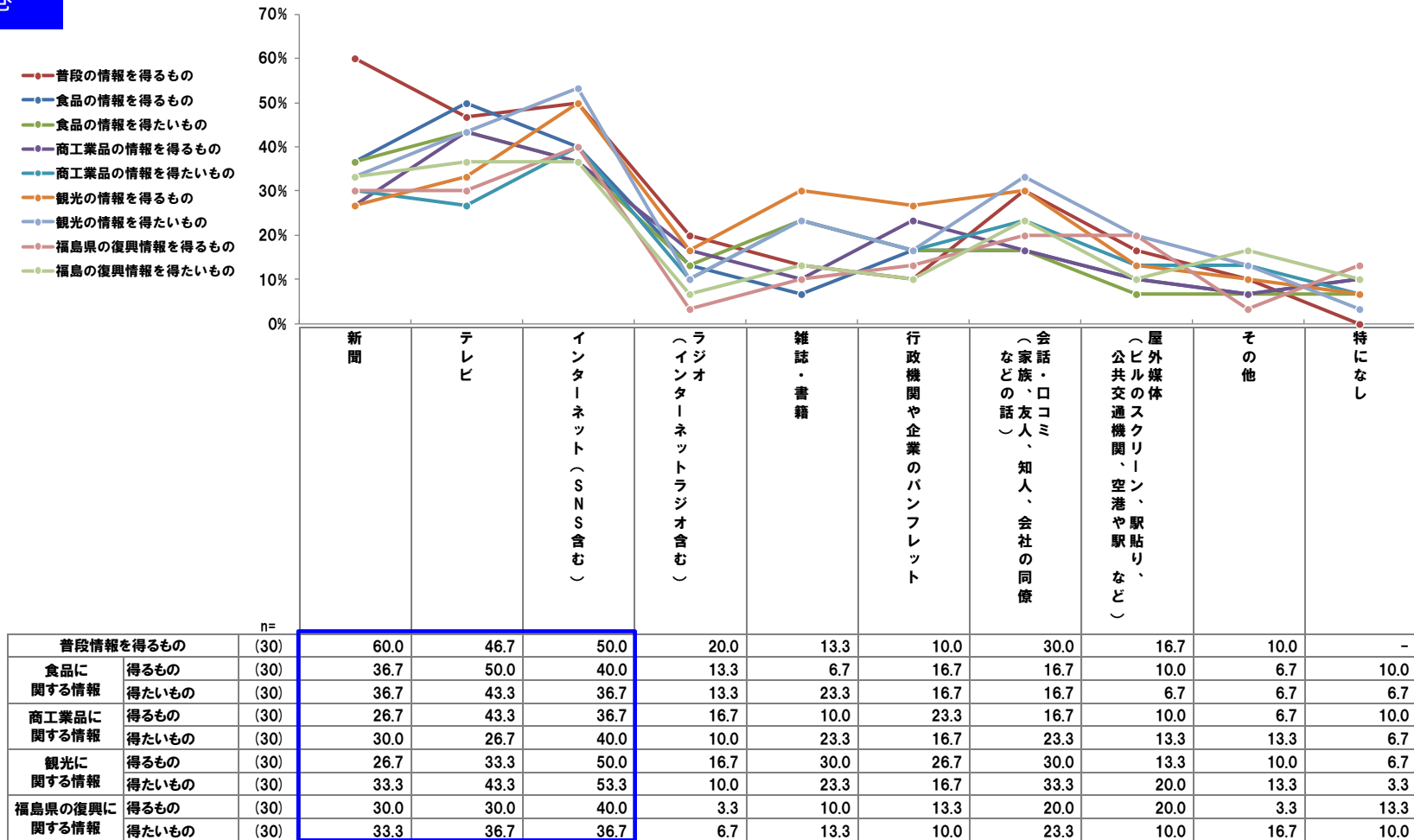


情報源（普段の情報/食品情報/商工業品/観光/福島の復興情報）（居住国別）

- 普段の情報に関しては、「新聞」からの取得が最も多く、次いで「インターネット」「テレビ」が続く。
- 食品、商工業品、観光、福島復興情報については、比較的「新聞」「インターネット」「テレビ」からの情報取得が多く、意向が高い傾向。

Q. あなたが接する情報源について、それぞれあてはまるものを全てお知らせください。

香港

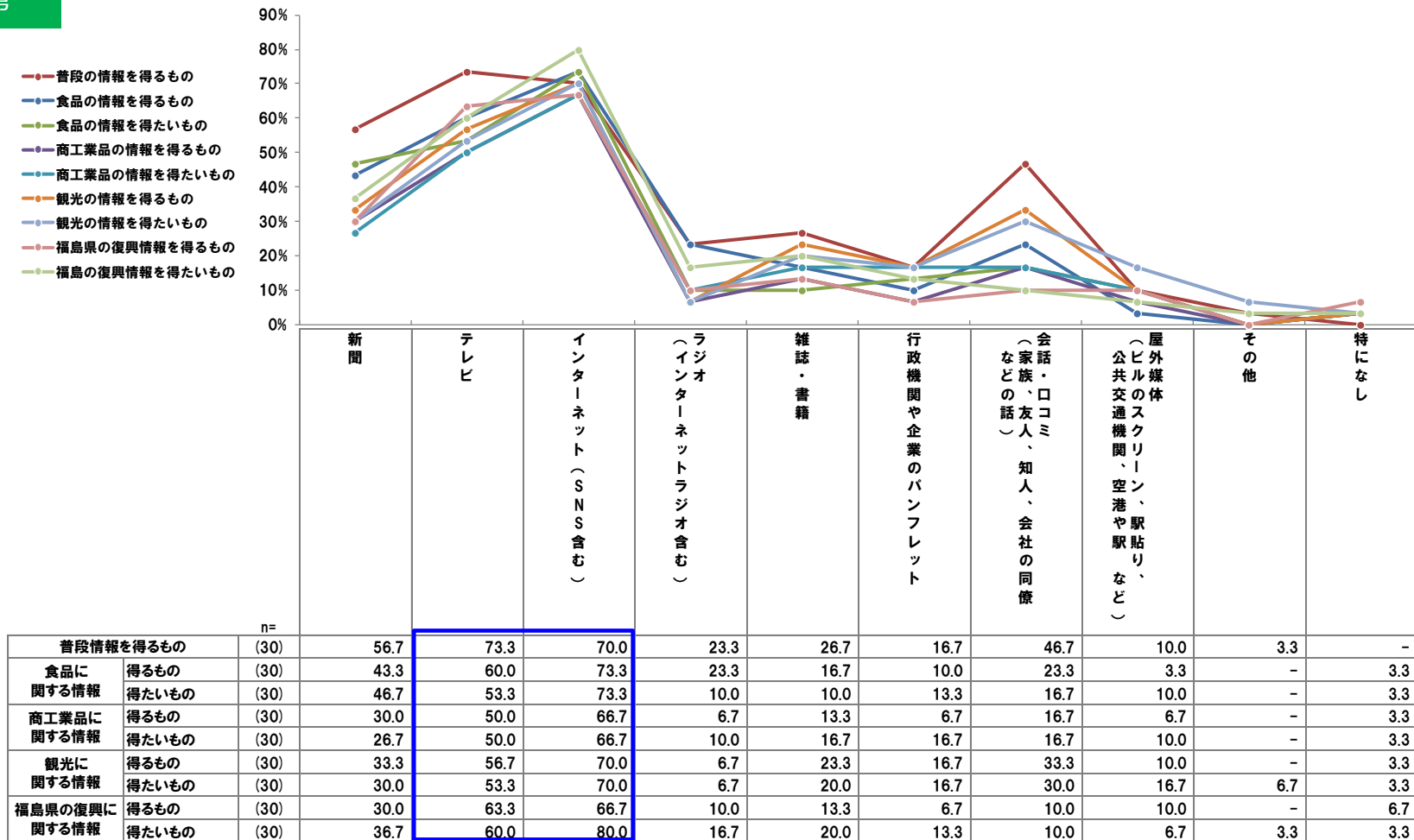


情報源（普段の情報/食品情報/商工業品/観光/福島の復興情報）（居住国別）

- 普段の情報に関しては、「テレビ」「インターネット」からの取得が多い。
- 食品、商工業品、観光、福島復興情報については、「インターネット」「テレビ」からの情報取得が多く、意向が高い。

Q. あなたが接する情報源について、それぞれあてはまるものを全てお知らせください。

台湾

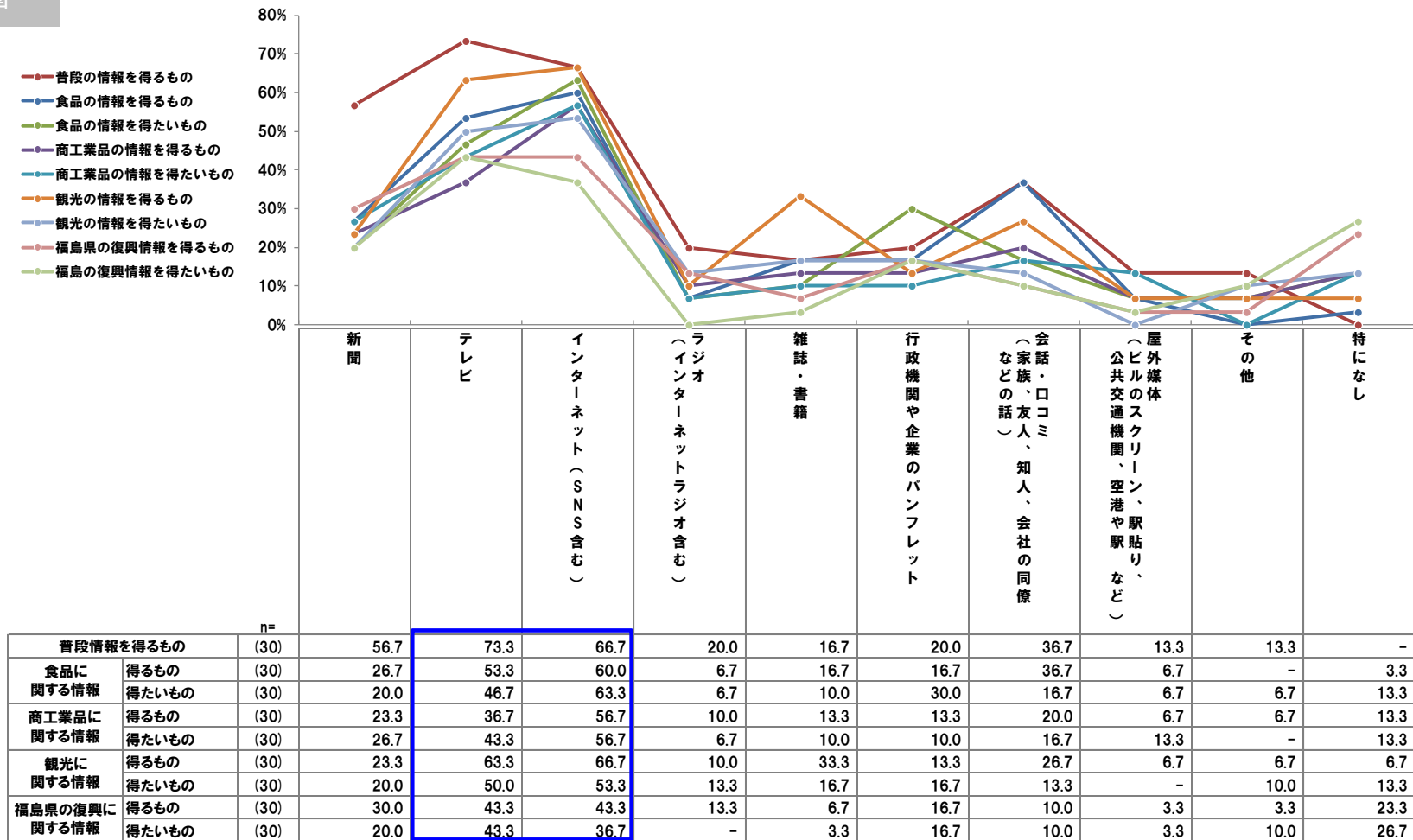


情報源（普段の情報/食品情報/商工業品/観光/福島の復興情報）（居住国別）

- 普段の情報に関しては、「テレビ」「インターネット」からの取得が多い。
- 食品、商工業品、観光、福島復興情報については、「インターネット」「テレビ」からの情報取得が多く、意向が高い。

Q. あなたが接する情報源について、それぞれあてはまるものを全てお知らせください。

韓国



- 日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況と海外や自国の対応に関する内容認知をみると、「日本産」の食品・食材は、安全性が確認されているものであることが伝わっていない状況にある。
- 日本産の食品・食材の安全確保に向けた取組状況と、海外や自国の対応について訴求していくことで、「日本産」、「福島県産」の食品・食材が安心であることを継続して伝えていくことが購入してもらうために重要である。
- 福島県で魅力的に感じる来訪地の要素として、「観光スポットがあること」「自然環境が豊かであること」「お祭りなどの伝統行事があること」を挙げているので、観光地としての福島の魅力を他国にも伝えていくことで、結果、福島県への訪問意向の向上に繋がっていく可能性が窺える。