

中国市場での受容拡大に向けた、 中国人「米」体験会・評価調査 報告書

～北京版～

2016.12



一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
〒103 - 0001 東京都中央区日本橋小伝馬町15-15
Tel:03-5643-1720 Fax:03-5643-1721
E-mail:ljimukyoku@zenbeiyu.or.jp HP:<http://zenbeiyu.com/jp/>



株式会社中国市場戦略研究所(China Market Research & Consulting ., Ltd)
〒103 - 0005 東京都中央区日本橋久松町11番6号日本橋TSビル3階
Tel:03-5651-8106(8107) Fax:03-5651-8107
E-mail:cmrc@cm-rc.com HP:<http://www.cm-rc.com/>
【中国オフィス】上海伝沐商務諮詢有限公司、上海伝慕商貿有限公司
〒200062 上海市中山北路3553号伸大厦24階
Tel:86-21-6082-5523 Fax:86-21-6082-5524

目次

I. 実施概要	-----	2
II. 体験の様子(写真)	-----	11
III. ディスカッション結果	-----	19
1. ご飯に対する意識・価値観	20
2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より	24
3. 「パックご飯」の評価より	27
4. 「米菓」の評価より	31
5. 「日本酒」の評価より	33
IV. 拡散結果	-----	36
1. 拡散内容の傾向	37
2. 拡散量(推測)	38
3. 発信事例 パワーブロガー	41
4. 発信事例 一般生活者	47
付. インタビュー時のアンケート他	-----	53

I . 実施概要

1. 目的と課題

【目的】

- 中国での、日本製のコメとコメ関連食品『米(ご飯)、パックご飯、日本酒、米菓(あられ・せんべい)』の拡販に向けて、上海、北京等主要都市で、ターゲットとなる富裕層クラスを対象に試食体験会を行い、今後のプロモーションの方向性の質的探索と、販売促進のための情報拡散を目的とする。

【課題】

- 下記を抽出・達成課題とする。

- ① 米(ご飯)、パックご飯、日本酒、米菓の各カテゴリーごとに、**コアとなるターゲット層・利用シーン**等を探る。
- ② 各カテゴリーごとに、**受容性を高める特徴・ベネフィット**を探る。
- ③ // **効果的なプロモーション方法**を探る。
- ④ 加えて、体験者に、自身のSNSを通じて、体験会で感じたコメとコメ関連食品の**魅力を発信**してもらおう。

※ 特に①～③は都市間の差も探る。

2. 実施ステップ



狙い

- 中国の代表的な消費都市として「上海」、「北京」、「成都」、「大連」の4都市での実施とする。
- 上海は中国での消費最先端都市であり、かつ日本製品に対する許容・関心も高いので、より精度高く探索し、また情報拡散量も多くすることを意図して、2回実施することとする。

初回は、生活者目線での実態・反応の確認に重きを置き、ターゲットである富裕層クラスの一般生活者のみを対象とし、2回目は、情報発信力のあるブロガーも混合で行い、目的としている情報拡散もより広くできるように想定した。
- ②以降の実施内容は、初回の反応を踏まえて、より評価・反応を得やすいよう、必要に応じて「試食方法」や「対象者条件」等を調整する。

3. 実施仕様

参加人数

各都市1回当たり10人×2ステージ(午前、午後実施) ×5回=100人

※ 総サンプル数100sはアンケート質問を通じて集計結果も算出するが、今回は定性情報の収集を目的としているため、分析上は参考として扱う。

対象者条件

- 「一般生活者」はコメの主たるターゲットと想定される人として、日本食に抵抗がなく(月に一回以上は日本料理のお店に行くか、半年以内に日本に旅行に行ったことがある)、中の上以上の収入のある世帯(上海・北京は1.5万元以上、成都・大連は8千元以上)の、週に2回以上は自宅で料理を作る、20～30代既婚女性で、微信(we chat・ウェイシン)・微博(weibo・ウェイボー)等SNSにほぼ毎日出来事をアップし、登録友人が200人程度いる人。
- 「パワーブロガー(PB)」は、魅力を共感でき、かつ拡散力のある人として、フォロワーが数十万人単位で、発信内容は化粧品など特定のものだけでなく、飲食情報の配信もあり、上記条件と大きくズレてない20～30代女性。

各回の人数配分

	①上海1	②上海2	③北京	④成都	⑤大連
一般生活者	20人	10人	14人	20人	20人
PB	0人	10人	6人	0人	0人

※それぞれの人数は、一般生活者による情報の深い浸透と、PBによる拡がりの両方のバランスとコスト等を踏まえた。なお、成都や大連ではPBという種類の人が数少ないため0人とした。

体験時間

1回当たり2時間

実施都市

上海(2回)と、北京、成都、大連(各1回)

会場

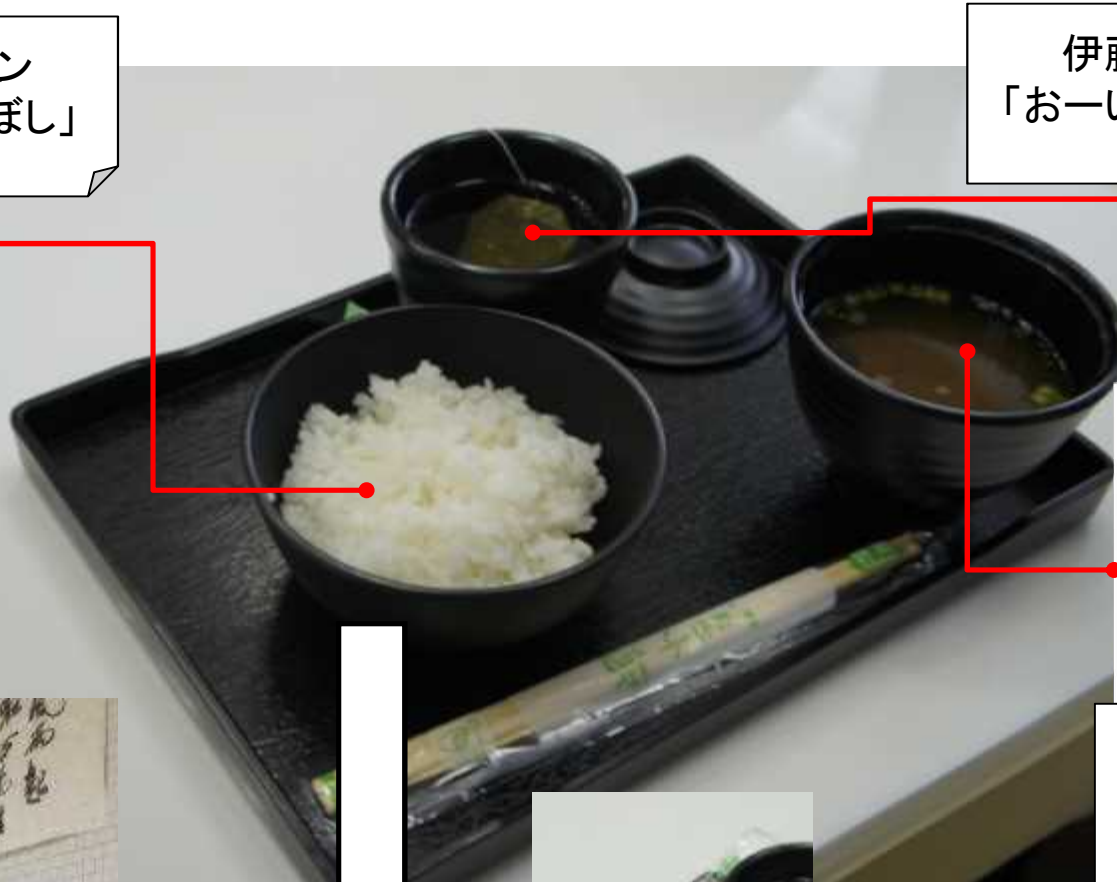
ホテルの貸ルームなど



4. 試食・試飲した商品 ①炊飯器での炊き立てご飯



ホクレン
「ななつぼし」



伊藤園
「おいお茶」



永谷園
「一杯でしじみ70
個分のちから」

ナック
「クリクラミオ」
(炊飯、お茶、
味噌汁、飲料と
して使用)



- 最初は何もかけずに試食し、その後好きなふりかけで試食



永谷園
「おとなのふりかけ
ミニ その2」

4. 試食・試飲した商品 ②パックご飯



ウーケ
「富山県北アルプスの天然水仕立て
ふんわりごはん」

4. 試食・試飲した商品 ③米菓



富山ささら屋
「しろえびせんべい」



富山ささら屋
「おかきいろいろ
歌づくし」



富山ささら屋
「医王揚げ」



岡山畠山製菓
「備前焼」



富山ささら屋
「ざらめせん」



4. 試食・試飲した商品 ④日本酒



白鶴酒造
「上撰 白鶴」



白鶴酒造
「上撰 白鶴
淡麗純米」



白鶴酒造
「超特撰 白鶴
純米大吟醸
山田穂」

4. 試食・試飲した商品

- なお、試飲試食した商品の選択については、次の条件に当てはまる商品を優先。
 - 既に中国に輸出している……米、日本酒、水
 - 中国側の放射能に関する輸入規制にあたる10都県(福島、宮城、茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、新潟、長野)以外の生産……米菓、茶、ふりかけ、味噌汁、パックご飯
 - 全米輸会員様企業

Ⅱ.体験の様子

北京(12/17)

■会場の様子



■会場の様子



1. 炊き立てご飯の試食の様子

午前の部「一般生活者+パワーブロガー」



午後の部「一般生活者+パワーブロガー」



2. パックご飯試食の様子

午前の部「一般生活者+パワーブロガー」



午後の部「一般生活者+パワーブロガー」



3. 米菓試食の様子

午前の部「一般生活者+パワーブロガー」



午後の部「一般生活者+パワーブロガー」



4. 日本酒試飲の様子

午前の部「一般生活者+パワーブロガー」



午後の部「一般生活者+パワーブロガー」



Ⅲ. ディスカッション 結果

- 一般消費者の反応を中心にまとめ、流行・トレンドの知見が高いパワーブロガーの反応は必要に応じて追記した。
- レポートिंगにあたっては、対象者の発言を列記するデータ集を作成するではなく、出席者の発言・反応(「―」で引用)から、その背景にある意識や価値観を踏まえて、ターゲット層の一般的な実態・意識を推測した。
- また、出席者の大多数が同様に反応し、かつ上記点でも確からしさの高そうな実態・意識は「多くがそのように反応」等のように記述。また、出席者の反応が少数であっても、確からしさがある程度の人に感じられる実態・意見は「一部で・・・」等と記述。
- なお、あくまでも定性的な分析結果なので、母集団において多数派であるかどうか等の量的な判断は今回の業務範囲外。

1. 「ご飯」に対する意識・価値観

1) やはりご飯が主食の中心と言える。

- 東北・華北地方は、他の地域に比べると麺やパンを食べることが多いと言われているが、今では、満足感を感じる食事にはご飯はなくてはならないようだ。

【背景・結果要因】

- 「小さい頃から毎日食べているもの」であり、特に、「夫などの男性にとっては、なくてはならない主食」と言える。

- 「ビビンバ」、「炒飯」、「オムライス」、「カレー」などのご飯料理も人気メニューとして一定程度は浸透しているよう。

- ✓ 日本に留学経験があったり、普段からいろいろな情報収集をしているパワーブロガー等では、「味噌汁と漬物とご飯の日本式の食事」、「ローカルブランド(燕京)の納豆」などで、ご飯そのものを味わっている人もいた。

- ✓ 麺やパンよりは低いものの、「カロリーが少し気になって控えることもある」ようだが、「温泉たまごがある時は別」と我慢できないとの人もいた。

- ✓ 「新元素」、「松子」など市内にお気に入りの日本料理屋がある人もいる。

- さらに、ご飯と言えば、「家族」、「暖かいご飯を食べると幸せ」などを連想し、家庭料理の中心・象徴として位置づけられているよう。



豆豆知識① 東北・華北の麺、パン

- ◆ 華北や東北地方一帯は寒冷地で降水量もそれほど多くなく、米の栽培よりも小麦の栽培に適しているため、他の地域よりも麺類、マントウが主食として食べられている。
- ◆ 歴史的背景から、日本の影響で東北地域ではコメ作りが盛んになり、現在では中国国内でも、美味しいお米の産地として東北地域があげられるようになっており、今ではご飯が食事の中心になっている。



「板麺」



「刀削麺」



各種蒸しパン



1. 「ご飯」に対する意識・価値観

2) 「いろいろなおかずがあつてのご飯」という位置づけと言える。

- どんぶり等おかずが一品だけの食事は、そのような食べ方が元々のメニューとしてないせいもあるが、「物足りない」印象があるよう。ご飯に合ういろいろなおかずがあるものが慣れ親しんだ食事のようだ。

【背景・結果要因】

- 「角煮」、「じゃがいもとチキンの煮込み」、「豚肉の春雨炒め」の定番おかずや、「四川、湖南の辛い料理」がご飯には合うとのこと。
- 上海に比べると、ご飯にあらかじめ乗せた丼ぶりものより、白いご飯といろいろなおかずで食べる食事が好まれ、「一品だけの食事では満足はできない」とのこと。



「じゃがいもとチキンの煮込み」



「豚肉の春雨炒め」



四川、湖南料理



1. 「ご飯」に対する意識・価値観

3) 現在食べている東北米に不満はそれほどない。

- 多くは「普段東北米を食べて」おり、「十分に美味しい」と特に「不満は感じていない」。また、柔らかめが好きな人には特に東北米が好まれているようだ。

【背景・結果要因】

- 東北米では黒竜江省産の「五常」が美味しいと評判。Tモールでは5kgでおおよそ80元くらい。他にも「タイ米や天津の米」なども食べている。タイ米は「泰国香米」と言われており、元々の、香りの良さを特徴とした高価な輸入米というイメージがあるよう。
- 南の地方の国産米に対しては、「歯ごたえがない」、「砂が入っている」、「夫の実家に行くと食べざるをえないが美味しくない」などのネガティブな印象が強いよう。
- 開封後の「保管の手間」等から、「普段は5Kg入を買う」人が多く、必要な場合は「それを何袋か買う」よう。店頭には量り売りもあるが、5kgの商品が多く陳列されている。「50元～70元(800円～1,200円)の中の上くらいの価格帯を買う」層が多かった。
- 「近所のスーパーで買う」こともあるが、「タオバオ」、「京東」等の全国区のECサイト、ローカルサイトの「春播網」や「本来生活網」など、「ネットでの購入が中心」とのこと。



北京の地元スーパーの米売り場

2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

1) 一粒一粒の歯ごたえの良さ等から感じる品質の高さを評価。

- 今よく食べている東北米と比べると、「1粒ごとの存在感」や、「噛んだ時の甘い味わい、香りなどが違う」との反応で、「少しくらい高くても買ってほしい」と高い評価が得られた。

【背景・結果要因】

- 上海同様「ご飯だけ食べても美味しいかも」とまで感じられている。既述したように「おかずがたくさんないと物足りない」との意識があるにも関わらず、「最初の一杯目はご飯だけでもほぼ完食状態」であった。
- 「(意図的にすることもあるようだが)炊くときに油を足したかのような美味しそうなつや」が感じられ、見た目の美味しさも好評。

2) ただし、味や品質がよいだけでは実際の購入まではつながりにくい。

- 味や品質の良さは実感するものの、「東北米をはじめ国産でもよいものはある」と認識しているので、「それだけでスイッチはしないだろう」との反応。

【背景・結果要因】

- 例えば、味・品質がよいだけではなく、だからどうなのかといった、「食べることによる機能的ベネフィット」までであると付加価値となり、許容価格も高まる」との意見もあり。
 - ✓ 一例として、「安心安全な生産体制はよって子供にも安心して食べさせられる」や「女性には美容効果がある」等なら、より効果的と言える。

2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

3) 2Kgで40～60元あたりが上限価格。

- 米は普段食べる主食という意識が強いのか「毎日食べるものなので、精々2kg=40～60元(普段の倍くらい)」が上限のよう(ほぼ全員この範囲で回答)。

【背景・結果要因】

- 上海では春節等の特別な時のためのご飯という位置づけもあったが、北京ではうかがえず、ご飯はあくまでも普段食べる主食という考えのよう。これは、北の方では南より宮廷料理の影響か、お祝い時には、米や魚より、小麦粉や肉が多いせいかもしれない。
- 両親等へのプレゼントであれば、100～200元くらいも検討の範囲になるとのこと。ただ、それほど高額になるのであれば、「紙や風呂敷などの日本的な質・デザインにこだわったパッケージ」も望ましいとのこと。

4) 当地でもふりかけは好評。大人も子供もご飯を食べる量を増やせそうだ。

- 上海同様「おかわりが続出」。「それぞれを美味しそうに食べている」様子からは、ふりかけも一種類でなく、複数種類試せた点が効果的だったよう。日本の米を買う気持ちを少しは高められるかもしれない。

【背景・結果要因】

- 何人かは食べた経験があり、概ねどのようなものかは理解されている。
- 一部ではあるが、「ふりかけは味付けが濃いため、ご飯自体の味わいがなくなってしまう」との意見もあった。

2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

- 「ふりかけは子供も好きそうなので食欲がでてよい」と感じられているが、「普段から味の素を使わなかったり」、「着色料等を気にしている」という反応が多く見られた。美味しさの評価は高いが、「(色・味が)人工的なものではないか」との不信も少し感じているようで、安全性についてはやはり気になっている。
- 個々のふりかけの味に対して次のような反応があった。
 - ✓ かつお味や明太子味は「最初はちょっと魚臭い」が、どちらも「美味しい」とのこと。特にかつお味は、(中国人にも好まれる)「うな丼のような味がして美味しい」とのこと。
 - ✓ また、かつお味は「コンビニのおにぎりでも食べたことがある」と比較的慣れているよう。
 - ✓ 梅味に対しては、「柑橘系の甘さ」が強いようで、「しょっぱいものが合うという前提のご飯には合わない」との反応が多かった。

3. 「パックご飯」の評価より

1) 形状から、どのようなものでどのようにして食べるかはわかるよう。

- 「日本に旅行に来た時に食べた」や「韓国製の商品や中国国産のおかず付のものを食べたことがある」人もいるため、概ね、「商品の形状やパッケージの漢字表記から、どのように調理するものかは想像できる」よう。

サイトを見ると、電子レンジで温めるカレーライスが28元、韓国産冷凍ご飯が3.5元といったものが販売されている。

2) 賞味期限1年は添加物等を連想してしまう。

- 「長持ちすれば買いやすいのでよい」との反応だが、「1年も持つということは「添加物等が使用されているのではないかとの不信も感じるようだ。」

【背景・結果要因】

- 全般的に健康被害に対しては敏感であるため、上海と同じように他にないくらいの「長い賞味期限は気になる」よう。また、プラスチック状のパッケージに関しても「加熱することで何か有害物質がでないのか」との不安もある。
- 「実際には3カ月、6カ月以内に食べてしまいそう」だし、また中国では定着しているLL牛乳の賞味期限(6カ月)なら理解の範囲内なのか、「1年も持たなくてもよいかも」とのこと。ただし、「1年持つことに納得できれば魅力点にはなりそう」との反応もあり、評価点にもなりうる。

3. 「パックご飯」の評価より

3) 総じて、便利だろうけど大して美味しくないとの先入観は持たれている。

- 1)の「国産の自国商品を食べた」経験や、漠然と簡易的、インスタント的なものという印象があるようで、このような先入観が持たれていると思われる。

4) 味は炊き立てご飯よりは劣るとのこと。※

※ 元を隠したブラインドテストではないため、既述の2)~3)のネガティブな連想・先入観が味の評価にも影響しているかもしれない。

- 今回の体験会の性格上、炊き立てご飯と比較しての評価になることもあってか、味については「新鮮さが無い」、「歯ごたえが無い」、「柔らかすぎ」、「香りが無い」など、炊き立てご飯を大きく下回っており、日本の美味しいご飯であるとは感じられていない。

【背景・結果要因】

- 中には、柔らかいご飯が好きなのでと、パックご飯の方を好む人は何人かいた。

5) コスパ・意外と手間な点もあって家族用には使いにくそうとの評価。

- 残業、旅行、外出時や、一人暮らしの学生にとっては、簡単に作れる便利な点に価値はありそう。

ただし、普段食事を作る立場からは、味の評価、コスパ、家族全員の分を1つ1つ準備する手間の多さからも、使い勝手のよいものとは言い難いよう。

3. 「パックご飯」の評価より

5) 1つ20元が上限価格。

- 使用場面としてイメージしやすいのが「外出時」のためか、さらに「おかずを買うことを考えると、20元でも実際は高い」との印象はあるよう。

普段よく利用されている「地元の食堂や出前のランチ」ならば10数元～20元くらいで済むことを考えてもそううかがえる。

街の食堂ならば、お粥や麺類なら10元未満、炒飯類で10元前後、牛肉等を載せたご飯なら20元弱。チェーン系のレストランなら、定食が30元前後の感覚。

豆豆知識② 中国で定番の定食チェーン『真功夫』

- ◆ 1990年創業。広東省発祥で中国全土に500店舗以上ある、中華料理定食のファストフード店。料理を蒸すことで食品の栄養価を守り、また素早い提供ができることを特徴としている。中華系ファストフードで初めて全国チェーン展開を実現した。
- ◆ 中国国内の人気ファストフード店であり、マクドナルド、ケンタッキー、dico's、ピザハットなど西洋料理が多い中でも上位に食い込んでいる。
- ◆ 中国人の中でも、その便利さから利用経験者は多いが、特に美味しいというわけではないようで、「他に選択肢がなければ・・・」くらいのポジション。
ちなみにブルース・リーとは関係はない。



4. 「米菓」の評価より

1) 米菓というカテゴリーの菓子は生活に既に浸透している。

- 総合菓子メーカーである、台湾の「旺旺(ワンワン)」ブランドの米菓は「よく食べることがある」と認知は高く、普段食べる菓子の1つとして定着している。

【背景・結果要因】

- 代表的な旺旺の米菓は「もっとさくさくしたもの」と感じられており、実際のラインアップでも軽いタイプのものが多いため、米菓に対しては比較的軽いものと認識。

2) 固いと感じるものの、試食後は美味しいと高い評価。

- 上述の軽めのものに慣れているが、「固い」と言いながらも「かなりの量を食べており」、食感・歯ごたえのある日本の米菓独自の美味しさも充分に感じられ、せんべい、おかき等どのタイプも好まれた。

【背景・結果要因】

- 「旺旺の米菓は揚げたタイプのイメージがある」が、試食したものは「焼いてあるので脂っぽさがなく、(体にも悪くないので)たくさん食べられそう」とのこと。
- 醤油味系のものも「美味しい」と味の評価は高いが、「しょうゆを摂りすぎると肌が黒くなる」といったうわさ話があるので少し気にしている人もいた。
- ざらめのせんべいに対しては、中には「固すぎる」とネガティブな反応もあったが、概ね評価は高く、甘さとしょっぱさの混ざった味わいも受容されるよう。
- 「パッケージがきれい」とこだわり感も高い評価の一因になっているよう。

豆豆知識③ 「旺旺(ワンワン)の米菓」

- ◆ 新潟の「岩塚製菓」の技術指導を経て、台湾の巨大菓子メーカーとなった「旺旺集団」の米菓は、既に中国全土に浸透。
- ◆ せんべい、おかき、あられのラインアップがあり、日本の商品に比べると比較的サクサクした軽い歯ざわりの商品が多いよう。
- ◆ 位置づけは、普段食べるお菓子ではあるが、旺は、「旺盛」、「栄える」、「繁栄」などのよい意味がある、縁起のよい文字なので、春節等、何かのお祝いにも食べられている。また、日本のようにお供え物としての利用もあるとのこと。



5. 「日本酒」の評価より

1) 飲みやすい、柔らかな雰囲気女性が合うと感じて高い評価。

- 見た目が似ているためか、白酒と比較してしまうようで、「白酒に比べ、甘めで度数が高くない、口触りが飲みやすい」と高評価。

【背景・結果要因】

- 「日本に行った時」や「北京の日本料理屋」等、日本酒を飲む場面は比較的あるよう。
- 「居酒屋」、「やきとり」といった日本人と同じようなイメージを連想しており、味や価格も含め、日本人の生活に密着した酒との印象が持たれているよう。

2) 好みはバラつくが、純米や純米大吟醸の方が「酒っぽい」と感じるよう。

- ボトルのこだわったデザインからの先入観もあるかもしれないが、上撰に比べると、純米や純米大吟醸の方が「香りが強い」、「味が濃い」、「後味がよい」等お酒らしさや上質感を感じている。

【背景・結果要因】

- 純米大吟醸に対しては、白酒の高級ブランドである「『五糧液』のように濃くてよいお酒」との意見もあった。

3) ~500元くらいまでの価格帯であれば購入できるとのこと。

- 「『茅台酒』(マオタイ酒)など白酒に比べると安い」という印象もあり、このくらいの金額ならばたまに飲む外国のお酒として買える金額と感じたようだ。

【参考】PRビデオの印象

- 次の6種のPRビデオに関する主な印象は以下の通り。

【提示ビデオ「ご飯関連」】



1.米全体



2.精米



3.食べ方



4.パックご飯

1) 中国との違いをもっと知りたい。

- 自然の風景、落ちついた語り口や映像の雰囲気から、「安心安全な商品である」ことを連想させるが、上海参加者同様、田んぼや稲は「中国の様子と大差はないのであまり日本ならではの良さを感じにくい」とのこと。
- より具体的に「中国の米との違いを伝えた方がわかりやすいし、魅力になる」とのこと。

2) 米の粒を選別している場面は言われないとわからない。

- 粒を揃えるというこだわりには「凄い」と関心しているものの、説明したので伝わったが、「映像だけではわかりにくい」とのこと。

3) [3. 食べ方]以外のBGMは効果的ではない。

- [3. 食べ方]は内容にあったりズミカルなBGMによって共感しやすい雰囲気を感じられたが、他のビデオはBGMの記憶もないくらい。なお、各ビデオにある三味線の音は、「印象に残る」ようで、日本っぽさを伝えるものとしては有効なようである。
- また、[4. パックご飯]以外のナレーションに対しては、上海同様、「発音や区切りが変だったり、普通の中国人が使う言葉と比べるとあまり適切でなかったり、棒読み」など違和感があるとのこと。そして、「ナレーションは日本語。中国語のテロップでもそれほど違和感はない」との意見もあった。

【参考】PRビデオの印象

【提示ビデオ「米菓、日本酒」】



5.米菓



6.日本酒

- 4) 米菓については「揚げていない」ことがわかったので健康には特に悪いものではないとの認識が持たれたよう。
- 既述したように、食べることの多い旺旺の米菓は、「揚げてある印象があった」のでそうではないことが伝わりプラスの印象は持たれたよう。
- 5) 日本酒については、今一つ日本酒がどのようなものかは感じにくいのと、特に飲みたいという気持ちを喚起できなかったよう。
- 水や米へのこだわりはなんとなく感じられたようだが、「日本酒にはどのような特徴・違いがあるのかわからなかった」と、具体的な要素としては伝わっていないよう。

IV. 拡散結果

- 体験会後に微信(we chat・ウェイシン)、微博(weibo・ウェイボー)等のSNSで発信した主な事例とポイントをまとめた。
- 閲読数、リツイート数、コメント数、いいね！数は、参加者から連絡を受けた時点のものあり、その後数値が増減しているためあくまで参考値。

1. 拡散内容の傾向

- 今回の試食を通じて感じた点のうち、下記点を中心に拡散された。強く印象に残り、かつ、中国人の友人・知人に伝えるには効果的なポイントと言えよう。
 - ① 「もちもちとした柔らかさ、ほどよい噛みごたえ、自然な香り」に、日本のご飯の美味しさを強く感じ、**ご飯だけでも美味しい**とも感じていた。
 - ② この評価の要因として感じられた、「**1粒1粒のサイズを揃えている**」工程には強く関心したようであった。
 - ③ お米はもちろん、炊飯器も水も全て日本のものを使用したことから、**細部までこだわる日本らしさ**を強く感じたようである。また、②と合わせて**職人・匠のイメージ**も想起され、**安全、健康**なものであるとの説得力が増したようである。
 - ④ 今回もふりかけは好評で、その美味しさに驚いていた。
 - ⑤ 米菓と日本酒に対しては、個々の味だけでなく、**一緒に味わうことでよりおいしくなる**ことに興味を持っていた。

2. 拡散量(推測)

1) パワーブロガー

- パワーブロガー6名が微博(weibo・ウェイボ—)・微信(we chat・ウェイシン)を通じて情報拡散を行った。
- 微博での拡散数は、合計453万人のフォロワーに対して、のべ**481万人**に閲読された。総いいね！は1,861人。
- 微信では、およそ**2.7万人**に拡散し、微博の閲読数と合わせると**合計で約483万人に拡がった**と言える。

うち、微信の閲読者はSNSの性格上、友人・知人であるケースが多いので、信頼度の高い情報として閲読していると言える。総いいね！は438人。

2) 一般参加者

- 一般参加者14名では、微信を通じてのみの拡散だが、約**4,700人**に信頼度の高い情報として伝える事ができた。総いいね！は161人。

合計でおよそ484万人に拡散した。



微博



微信

参考 パワーブロガーの微博 (weibo・ウェイボー) 拡散結果

参加者名	フォロワー数 (人)	今回の閲読数 (延べ人数)	リツイート数	コメント数	いいね!数 (人)
A	60万	22万	148	147	408
B	71万	20.7万	226	100	88
C	98万	33万	464	321	105
D	104万	88.2万	1,300	1,040	384
E	34万	36万	356	370	264
F	86万	281.3万	1,019	398	613

参考 参加者の微信 (we chat・ウェイシン) 拡散結果 ※はパワーブロッガー

■午前	友人登録数 ≒拡散数	いいね！数(人)	コメント数
A	4,500	77	64
B	4,087	47	24
C	4,461	55	32
D	245	9	0
E	370	11	9
F	308	14	26
G	594	11	3
H	361	3	4
I	280	5	6
J	212	4	3

■午後	友人登録数 ≒拡散数	いいね！数(人)	コメント数
A	4,981	119	16
B	4,822	43	10
C	4,476	97	44
D	260	6	4
E	369	11	27
F	362	14	10
G	317	1	1
H	384	30	33
I	350	2	8
J	295	40	20

3. 発信事例 パワーブロガー ①



微博(weibo・ウェイボ—)

数日前韓国から戻ってきてすぐに、北京で日本のお米試食会に参加したよ。東北人の私に言わせれば東北米が一番有名で美味しい！でも日本のお米はもっと歯ごたえが良かった。あとこのお米も日本の東北エリアのお米だって！一番すごかったのは一粒一粒のお米をハイテク機械で同じ大きさになるよう選り分けてたこと！あと日本のお酒と米菓は全部お米でできているんだよ。是非機会があったら食べてみて！

閲覧数: 22万
 リツイート: 148
 コメント: 147
 いいね: 408

いいね: 77
 コメント: 64



微信(we chat・ウェイシン)

3. 発信事例 パワーブロガー ②



微博(weibo・ウェイボー)

閲読数: 20.7万
 リツイート: 226
 コメント: 100
 いいね: 88

小さい頃からお米は大好き。
 今日北海道のななつぼし
 を食べることができてとっ
 もハッピー。つやつやでクレ
 イなお米はちょうどいい歯ご
 たえ。それに一粒一粒がよ
 り分けられてて全部同じ大
 きさなんだよ。お米の香りが
 鼻をくすぐり、おかずなしで
 もいっぱい食べられそう。お
 米だけでなくお米を醸造した
 日本酒も見逃せない。白鶴
 淡麗純米酒が私の一番の
 お気に入り。香りが良くてお
 せんべいと合わせると更に
 いいよ。ヘルシーで美味しい
 のでオススメ

いいね: 47
 コメント: 24



微信(we chat・ウェイシン)

3. 発信事例 パワーブロガー ③



微博(weibo・ウェイボ—)

南方出身だから白いご飯は大好物。個人的には粒が立っていて、柔らかくも歯ごたえがあるお米が好み。そんな私は、今日みんなと一緒に北海道のななつぼしを味わったよ。お米はふっくらしていて、炊きあげた後、真っ白つやつや。自然なお米の香りが広がったよ。まさに私の好みね。他にも色んなふりかけもあり、美味しくてびっくり。おせんべいと、香り芳醇な日本酒をセットで新年を迎えるのもいいね！

阅读数: 33万
 リツイート: 464
 コメント: 321
 いいね: 105



微信(we chat・ウェイシン)

3. 発信事例 パワーブロガー ④



微博(weibo・ウェイボ一)

閲読数: 88.2万
 リツイート: 1,300
 コメント: 1,040
 いいね: 384

日本へ行って一番思うのがお米の事。柔らかくもちょうど良い歯ごたえのお米を毎回お椀いっぱい食べてたな。今回帰国してすぐに北海道のななつぼしを味わう機械があったよ。このブランド米は、更においしい。柔らかくふっくらしているだけでなく、自然のお米の香りが広がる。ふりかけと一緒に2杯も食べちゃった。会場ではナマケモノ向きの即席米飯を発見したよ。電子レンジで加熱したらすぐに食べられる。さらに一年間も保存できるなんて、会場のみんなもびっくり。添加物は一切使われてないんだって。更に特色のあるおせんべいと日本のお酒。どの商品も好き！



微信(we chat・ウェイシン)

3. 発信事例 パワーブロガー ⑤



微博(weibo・ウェイボ)

麵派から米派へ心変わり
りさせる午後。お米の香
りに満ちた午後。それに
配膳とお酌をしてくれる
職人さん。いろいろと飲
んだり食べたりしたけど、
日本のちょうどいい歯ご
たえのお米が一番好き
です。このような生活に
即した内容が最も心を
動かされるね。体験会
にととても満足。

いいね:43
コメント:10

閲読数:36万
リツイート:356
コメント:370
いいね:264



微信(we chat・ウェイシン)

3. 発信事例 パワーブロガー ⑥

1月7日 13:14 来自 iPhone 6
 对于超级吃货来说吃饱并不重要，吃的有品质才最重要的大米印象最最最深刻。（PS：很多人去日本都来炖米的味道并不一样，其实重点不在锅是在米啊！一样的大米，就是北海道七星日本产米，在活动现场



阅读量 281.3万 推广 1019 398

阅读量：281.3万
 リツイート：1,019
 コメント：398
 いいね：613

微博(weibo・ウェイボ)

食いしん坊に言わせると、お腹が満たされたことよりも、質がいいことこそ重要！主食だと、日本のお米が一番印象深い。（追伸：日本から炊飯器を買って帰った人の多くが、炊きあがったご飯の味が日本と違うと気づくけど、じつはポイントはお米の違いなんだよ）北海道のななつぼしを今回のイベントで味わったけど素晴らしかった！一粒一粒がふっくらしていて、食べると食感がすごくいい。他にも日本酒や煎餅とかもあって舌を満足させてくれたよ。シェアした写真で食いしん坊がどれだけ喜んだか感じ取れるかな？

对于超级吃货来说吃饱并不重要，吃的有品质才最重要！说到主食方面，对日本的大米印象最最最深刻，（PS：很多人去日本都会买电饭锅回来，但发现回来炖米的味道并不一样，其实重点不在锅是在米啊！）回国之后终于发现口感一样的大米，就是北海道七星日本产米，在活动现场尝到了太多美好！每一粒大米都很饱满而且吃起来口感满分，还尝到了日本清酒米饼这些满足味蕾的小食，分享一些图片给你们，能感受到吃货的快乐吗？



2017年1月7日 下午1:14 删除

いいね：97
 コメント：44

微信(we chat・ウェイシン)

4. 発信事例 一般生活者 ①趙さん



微信(we chat・ウェイシン)

初めて日本のお米と米菓と、お酒を味わったよ。ちょっとふりかけをかけるだけで、一杯全部食べられちゃいそう。今後お刺身を食べるときは、本物の北海道のお米に合わせよう。

いいね:9

4. 発信事例 一般生活者 ②楊さん

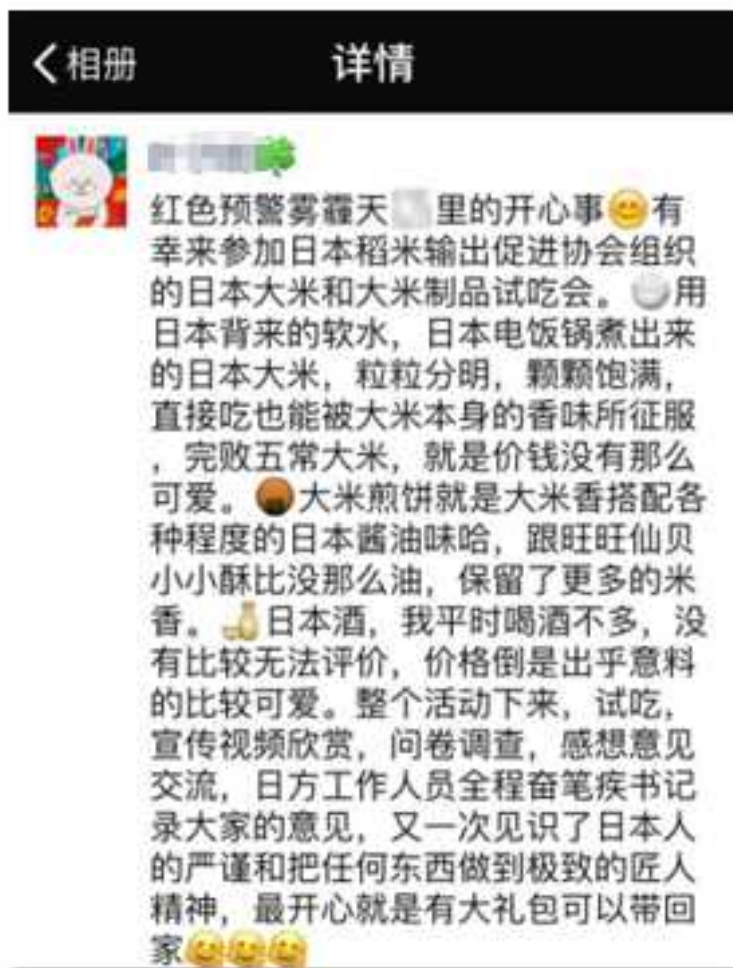


北海道のお米は一味ちがうね。お米にツヤがあって、一粒一粒の大きさや形が一緒。まるでオーダーメイドみたい！500グラム50元は高すぎるってほどでは無いので、食べたい人は私のうちに来て！白鶴のお酒と白飯で満足できるよ。

いいね:11

微信(we chat・ウェイシン)

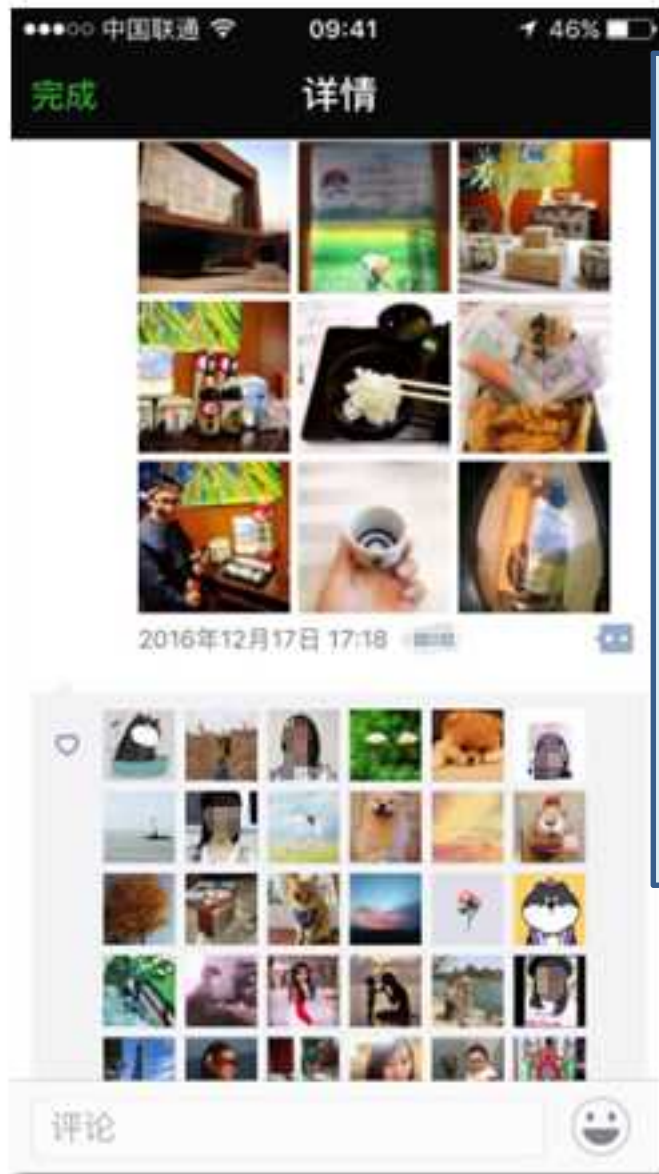
4. 発信事例 一般生活者 ③桑さん-1



大気汚染レベルがレッドアラートの日の楽しいイベント。幸運にも全米輸の日本のお米商品の試食会に参加することができたよ。日本から持ってきた軟水を使用して、日本の炊飯器で炊きあげられた日本米は、粒が立っていてふっくら。食べるとお米本来の香りに魅了されちゃう。五常米(東北米の一種)よりおいしい。ただ価格はちょっと高いかな。おせんべいはお米の香りといろいろな醤油味だったよ。旺旺のより脂っぽくなくて、お米本来の香りがするね。日本酒は普段あまり飲まないからコメントはできないけど、価格は思いのほかリーズナブルだった。イベントを通じて日本人のまじめさやどんなことにも完璧を目指す職人精神があることを感じたよ。食品サンプルをたくさんもらえてうれしかった。

微信(we chat・ウェイシン)

4. 発信事例 一般生活者 ③桑さん-2



いいね:30

コメント:

- とってもこだわったイベントだね
- 羨ましい
- お土産とてもいいね
- 本人:誠意が見て取れたよ
- ご飯が美味しそう
- わざわざ日本から水をもってきただけすごいよ

微信(we chat・ウェイシン)



4. 発信事例 一般生活者 ④ 耿さん-1

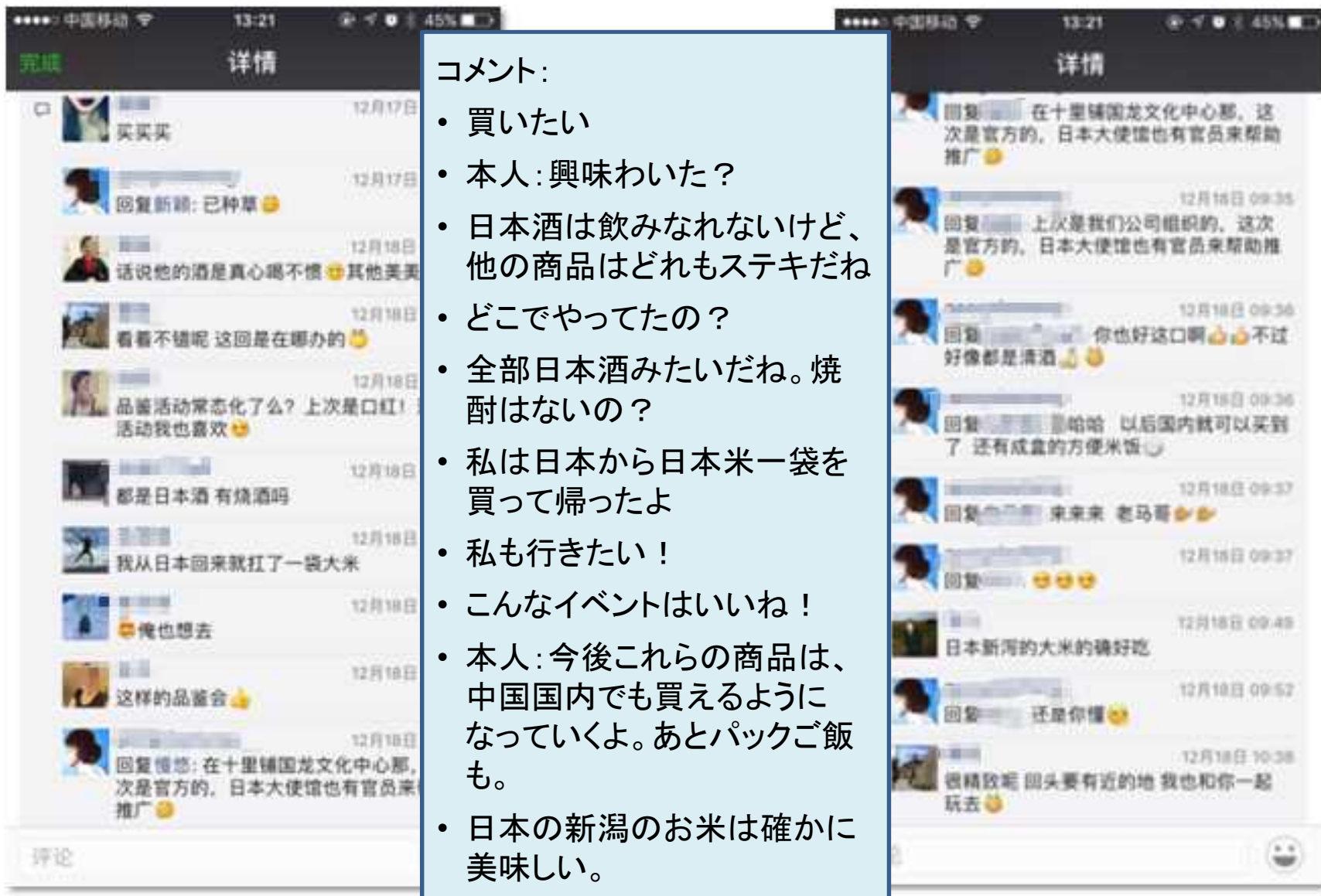


大気汚染がどんなに酷くても食いしん坊の歩みを止めることは出来ないよ！今日日本のお米製品の体験会に参加した。美味しいお米、米菓、複数の日本酒を味わうことができとても楽しかった。一見簡単そうに見えるものでも、実は多くの工夫と技術が詰まっているんだね。どれも信頼の置ける商品だよ。中国国内でもどんどん多くの場所で見えるようになってきているから、見かけたら是非試してみてね。

いいね:14

微信(we chat・ウェイシン)

4. 発信事例 一般生活者 ④ 耿さん-2



The image shows a WeChat post and its comments. The post is titled '详情' (Details) and is dated December 17th. The comments are from December 18th. The comments are in Chinese and discuss the quality of Japanese sake and rice, and the convenience of the event. The comments are:

- 买买买
- 回复新新: 已种草
- 话说他的酒是真心喝不惯 其他美美
- 看看不错呢 这回是在哪办的
- 品鉴活动常态化了么? 上次是口红! 活动我也喜欢
- 都是日本酒 有烧酒吗
- 我从日本回来就扛了一袋大米
- 俺也想去
- 这样的品鉴会
- 回复德德: 在十里铺国龙文化中心那, 这次是官方的, 日本大使馆也有官员来推广

Comments:

- 買いたい
- 本人: 興味わいた?
- 日本酒は飲みなれないけど、他の商品はどれもステキだね
- どこでやってたの?
- 全部日本酒みたいだね。焼酎はないの?
- 私は日本から日本米一袋を買って帰ったよ
- 私も行きたい!
- こんなイベントはいいね!
- 本人: 今後これらの商品は、中国国内でも買えるようになっていくよ。あとパックご飯も。
- 日本の新潟のお米は確かに美味しい。

付. インタビュー時の アンケート他

1. インタビュー時のアンケート

コメに関するアンケート

実施回(1.上海① 2.上海② 3.北京 4.成都 5.大連) 時間(1.午前 2.午後)

名前() 年代(1.二十代 2.三十代)

1) このご飯は美味しいか、美味しくないか？	1.とても美味しい	2.美味しい	3.どちらとも言えない	4.美味しくない	5.まったく美味しくない
2) 中国産のお米より少し高いと仮定して、このような特徴のご飯を自宅でも普段から食べたいか？	1.とてもそう思う	2.そう思う	3.どちらとも言えない	4.そう思わない	5.まったくそう思わない
3) ふりかけをかけたご飯は、美味しいか、美味しくないか？	1.とても美味しい	2.美味しい	3.どちらとも言えない	4.美味しくない	5.まったく美味しくない
4) どのふりかけが美味しいか？ ① 最も美味しいもの。	1.P(鮭)	2.Q(鰹)	3.R(明太子)	4.S(肉味噌)	5.T(梅)
② 2番目に美味しいもの	1.P(鮭)	2.Q(鰹)	3.R(明太子)	4.S(肉味噌)	5.T(梅)
③ 3番目に美味しいもの	1.P(鮭)	2.Q(鰹)	3.R(明太子)	4.S(肉味噌)	5.T(梅)
5) 改めて、中国産のお米より少し高いと仮定して、このようなご飯を今後自宅で普段から食べたいか？	1.とてもそう思う	2.そう思う	3.どちらとも言えない	4.そう思わない	5.まったくそう思わない
6) このパックご飯は美味しいか、美味しくないか？	1.とても美味しい	2.美味しい	3.どちらとも言えない	4.美味しくない	5.まったく美味しくない
7) 同じく、中国産の類似商品より少し高いと仮定して、このようなパックご飯を今後自宅で利用したいか？	1.とてもそう思う	2.そう思う	3.どちらとも言えない	4.そう思わない	5.まったくそう思わない
8) これらのビデオを見て、日本のコメ・関連商品に対する興味・関心は高まったか？	1.とても高まった	2.高まった	3.どちらとも言えない	4.高まらない	5.まったく高まらない
9) これらのお菓子は美味しいか？	1.とても美味しい	2.美味しい	3.どちらとも言えない	4.美味しくない	5.まったく美味しくない
10) 金額に関係なくこのような菓子を今後自宅でも食べたいか？	1.とてもそう思う	2.そう思う	3.どちらとも言えない	4.そう思わない	5.まったくそう思わない
11) これらの日本酒は美味しいか？	1.とても美味しい	2.美味しい	3.どちらとも言えない	4.美味しくない	5.まったく美味しくない
12) 金額に関係なく、このような日本酒を今後自宅でも飲みたいか？	1.とてもそう思う	2.そう思う	3.どちらとも言えない	4.そう思わない	5.まったくそう思わない

整理用/ 席番号() PB(1.yes 2.No)

2. 実施会場

北京会場

- 北京市朝阳区北路141号 国竜文化センター

