

# 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

## ～成都版～

2017.2



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](mailto: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](mailto: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	-----	16
1. ご飯に対する意識・価値観	.....	17
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	.....	28
4. 「米菓」の評価より	.....	32
5. 「日本酒」の評価より	.....	33
IV. 拡散結果	-----	36
1. 拡散内容の傾向&拡散量(推定)	.....	37
2. 発信事例	.....	39
付. インタビュー時のアンケート他	-----	44

---

# 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。

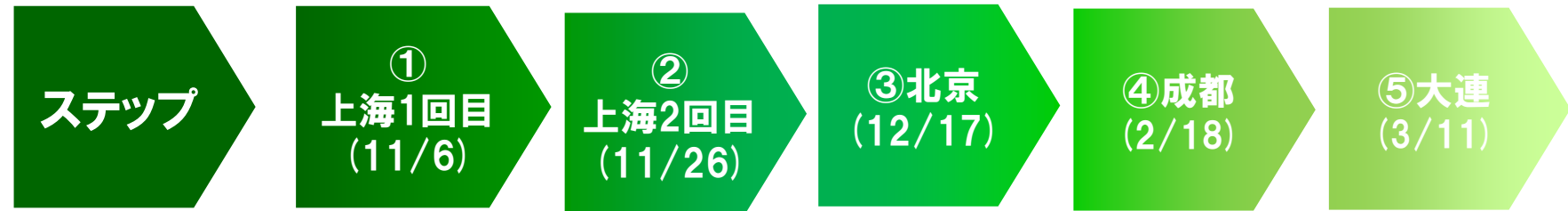
## 【課題】

- 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」

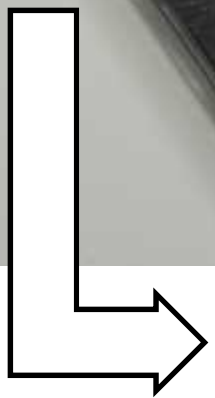


伊藤園  
「おーいお茶」



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、その後ふりかけと漬物他も試食



←永谷園  
「おとなのふりか  
けミニ その2」  
  
漬物 他→  
※ 成都から実施。内容  
詳細は10頁。



## 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」



富山ささら屋  
「ざらめせん」

岡山畠山製菓  
「備前焼」



## 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」

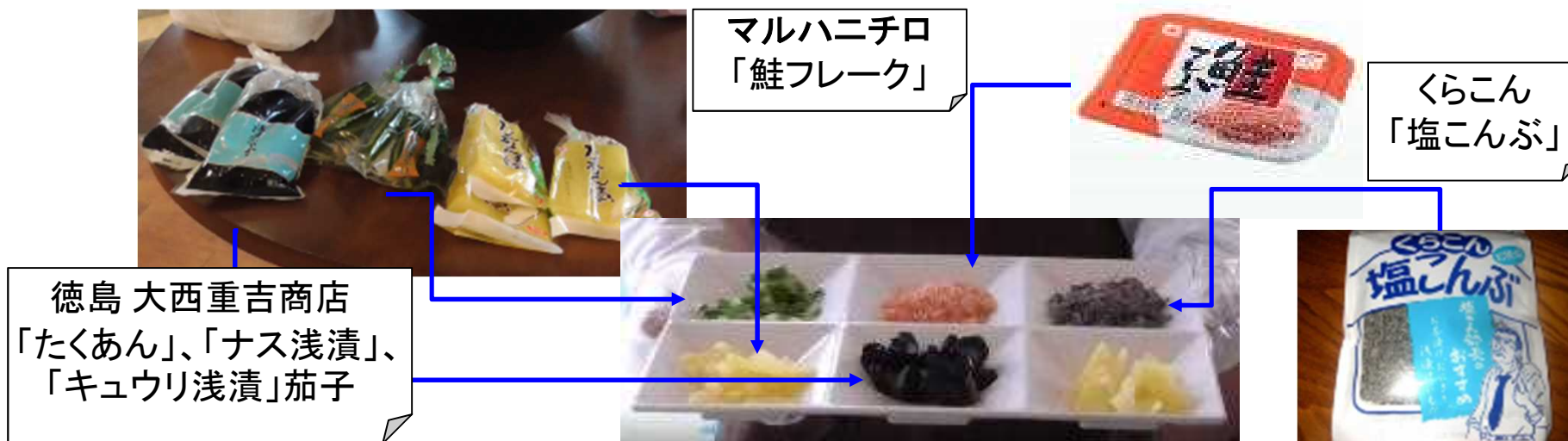


白鶴酒造  
「超特撰 白鶴  
純米大吟醸  
山田穂」

## 4. 試食・試飲した商品 ⑤漬物 他

- 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。
  - ① 既に中国に輸出している……米、日本酒、水
  - ② 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、パックご飯等
  - ③ 全米輸会員様企業
- 成都で新たに追加したご飯のお供品は、下記の、漬物(たくあん、ナス浅漬、キュウリ浅漬)と、海産加工品(塩昆布、鮭フレーク)。

漬物等は上記の②に当てはまる業者より選択。海産加工品はさらに、日中の行政機関間で承認された加工業者より選択。いずれもJETROへ電話で相談・確認。



---

## Ⅱ.体験の様子

# 1. 炊き立てご飯の試食の様子

午前の部「一般生活者」



午後の部「一般生活者」



## 2. パックご飯試食の様子

午前の部「一般生活者」



午後の部「一般生活者」



### 3. 米菓試食の様子

午前の部「一般生活者」

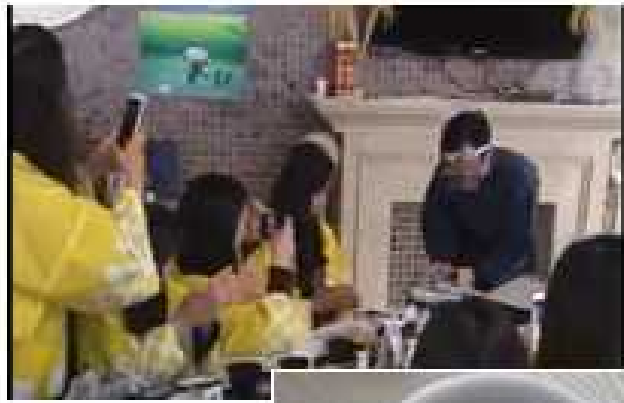


午後の部「一般生活者」



## 4. 日本酒試飲の様子

午前の部「一般生活者」



午後の部「一般生活者」





## Ⅲ. ディスカッション 結果

- 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のではなく、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。
  - 一般消費者と流行・トレンドの知見が高いパワーブロガーの両方を実施した都市(上海、北京)については、あくまでも一般消費者の反応を中心にまとめ、パワーブロガーの反応は必要に応じて追記。
- 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) 北京、上海と同じく、主食はご飯。

- 温暖な気候により豊かな物産に恵まれるとともに、長い期間、中国の都として栄えたことで各地の物産が豊富なのでご飯も麺も蒸しパンも食べるものの、主食はやはりご飯とのことだ。

### 【背景・結果要因】

- 「栄養があり、お腹もいっぱいになるのがご飯」、「ご飯でないと頭も働かないし、元気もでない」と、毎日食べる主食はご飯であるとの意識は強い。



## 2) 北京、上海より、ご飯、コメを使った料理が多く、ご飯料理にこだわっている印象がある。

- 日本人はコメそのものを磨き上げることにこだわるが、成都では、よりおいしい食事にすることにウエイトがあるよう。

### 【背景・結果要因】

- 成都エリアは、「川菜(四川料理)」で有名だが、かつての都であり、地理的特徴からも東西の物流の拠点でもあったため、中国各地の料理がもたらされているようだ。

特に、ご飯料理に関しては、広東料理風の蒸したものやおかゆ料理も今回の参加者から多く挙げられ、地元では欠かせないもののように。また、炊飯器がない時代の独特の炊き方で炊いた「沥米饭(リーミーファン)」は、既に自宅で作ることはほぼないが、この炊き方を売りとする食堂も多い(上海・北京の大都市では少ない)など、ご飯に対する思いの強さがうかがえる。

## 豆豆知識①「四川のご飯料理あれこれ」

- ◆ 四川料理は、中国8大料理の一つであり、料理の種類も多彩。参加者からもあげられたが、代表的なご飯料理としては以下がある。
- ① 沥米饭(リーミーファン):前頁でも述べた、参加者の親以上の世代のご飯の炊き方。大きな鍋で七割ぐらいまで米を煮て、さらに蒸して仕上げることで、お米の粒が立ち、香りが良くなる。茹でた後の煮汁はスープとして利用。
  - ② 腊肉饭(ラーロウファン):お米にベーコンを入れて一緒に炊く料理。ベーコンの香り、味が浸み込んだご飯が美味しいと評判。
  - ③ 甜烧白(ティエンシャオバイ):もち米と豚肉のスペアリブの蒸し料理。小豆や砂糖が入っている甘い味付け。類似の料理に醤油等で味付けた盐烧白という料理もある。
  - ④ 蛋炒饭(ダンチャオファン):中国の各地にもある定番の卵のチャーハンだが、成都では火鍋の時シメとして食べる習慣があるとのこと。



②腊肉饭(ラーロウファン)



④蛋炒饭(ダンチャオファン)

# 1. 「ご飯」に対する意識・価値観

## 3) 北京、上海に比べると、米・ご飯そのものにこだわるという意識は弱い印象。

- 既述したように、米を料理するメニューも多くあるためか、「炊く前に米を研ぐのは2～3回程度」、「糠にこそ栄養がある」等と、**白いご飯を美味しくしようとの発想・興味関心は、日本はもちろん、上海や北京よりも弱いよう。**

### 【背景・結果要因】

- 「スペアリブなどと一緒に蒸すと美味しくなる」、「ソーセージと一緒に炊くとよい」、「もち米を入れて炊くと粘り気がでて美味しくなる」、「(賽の目に切った)かぼちゃを入れたかぼちゃご飯や、さつまいもご飯、マンゴーご飯、ジャスミンご飯」など、多くのご飯料理を楽しんでいる。

四川料理の代表的な、豚肉とご飯を使った甘い料理『甜烧白(ティエンシャオバイ)』も人気。

- また、「火鍋を食べる時は、卵炒飯は必須」や、「回鍋肉、水煮肉、麻婆豆腐等のご飯に合う」と濃い目の味のものでご飯がすすむようで、ご飯に合う料理を楽しんでいる。

## 4) 東北米、タイ米の味や価格、いずれにも不満は感じていない。

- 「(地元)四川産もあるが、東北米の方が美味しい」と、現在よく食べている東北米や、「香りがよい」とタイ米に不満はほとんどない。

### 【背景・結果要因】

- 東北米の味の評価は高く、普段使いであり、「おかゆの時は真珠米(珍珠米/東北米の一種)」等と評価。タイ米も「香り、安全、価格の手頃さ」、「会社で無料配布されている」とのこと。
- 5kgで70元くらいがよく買う価格帯のよう。

## 豆豆知識② 白いご飯に合うと人気の家庭のおかず



回鍋肉  
(ホイコーロー)

- ◆ 日本ではキャベツ、甜面醬を入れた甘めの料理だが、本場四川の回鍋肉は菌ニンニク、豆板醬を使った辛い料理。
- ◆ なお、豆板醬は回鍋肉だけでなく四川料理には欠かせない調味料である。



麻婆豆腐  
(マーボードウフ)

- ◆ 四川の麻婆豆腐には日本ではあまり無い、花椒(四川山椒)由来の「麻(痺れるの意)」の味があり、舌が痺れる独特の感覚を味わう事ができる。
- ◆ 本場の麻婆豆腐は、豚ではなく、牛ひき肉を使う。



水煮肉片  
(シュイジューロー  
ピエン)

- ◆ 豚の肩ロース、白菜、莴笋(ウォースン。レタスの一種)の茎、セリ、ニンニクすりおろしなどを豆板醬やトウガラシ、香辛料で煮た四川の定番。

### 豆豆知識③ 「タイ米」

- ◆ 各地の体験会で参加者からたびたび「タイ米」の使用があげられた。タイ米は中国では広く親しまれており、「孟乍隆(モンジャーロン)」、「KOKO」といったブランドが有名。Tモールで売れ筋の「孟乍隆」は、10kg109元、月間販売数は約7千以上。
- ◆ 1986～1988年の中国の食糧不足の際、タイから大量に輸入され、中国国内で大きく広まった。現在でもタイは2016年の輸出量がインドに次ぐ世界第二位であるなど、米輸出に力を入れている。
- ◆ タイ米は、炊いたご飯の香りのよさと粒が立っているところが人気。日本人のイメージするタイ米と同様、細長く、水分量の少ない品種である。日本人は触感を気にしてしまうが、中国人は普段のご飯として食すようである。なお、チャーハンは特にタイ米の方がおいしく作れるとの意見もあった。輸入ものなので印象がよい上に、比較的廉価なので購入しやすいよう。



イトーヨーカドー成都店のタイ米



# 1. 「ご飯」に対する意識・価値観

## 5) 北京、上海とは異なり、リアル店舗での購入が中心。

- 実物をしっかり見て確認して購入したいとの考えが強いようで、北京や上海ではネット通販での購入が多数だったが、成都ではスーパー等での購入が中心。

### 【背景・結果要因】

- 品質・安全性を重視すると、チェーンのスーパーやモール、百貨店での購入が安心できそうとの印象が強い。例えば下記等の有名店が挙げられた。
  - ✓ 伊藤洋華堂、王府井百貨、伊勢丹、萬象城(大手ショッピングモール)、IFS(専門店)
- なお、**家まで配達してくれることは前提**のよう。



伊藤洋華堂

## 豆豆知識④「成都 日本米販売状況」

- ◆ 今回は、「伊藤洋華堂(イトーヨーカドー)」の米売り場を見て回った。日系スーパーということもあり、多くの日本米が現地産・輸入ともに販売されていた。なお、今回の体験会で使用した「ななつぼし(2kg176元)」や「パックご飯(1パック19元)」もあった。



ななつぼし



パックご飯



ヨーカドーPB米



## 2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

### 1) 「歯ごたえ・弾力のよさ」をはじめ、日本のご飯の美味しさを高く評価。

- 「もちもちとした弾力と歯ごたえはこれまで食べた中で一番」、「1粒1粒の存在感がしっかりとあり、しかも均一の美味しさ」といった『**食感の良さ**』を筆頭に、「美味しそうなたつやと透明感」という『**見た目**』、「米ならではの甘みと香り」という『**味・香り**』で高く評価された。

#### 【背景・結果要因】

- さらに、「小さい頃に食べていたご飯で感じた、木の懐かしい香りがする」、「無添加で自然のままの味」といった感情を刺激する美味しさも感じられている。
- 一部で「柔らかめが好きなのでちょっと固い」や「東北米でもこのくらいのものはある」との意見もあったが、総じて評価はされていた。

### 2) ご飯だけでも食べられるくらいの美味しさと評価。

- 既述したように、北京、上海より白いご飯の美味しさをそれほど意識する食文化ではないようだが、試食後は『**ご飯だけでもイケる**』との反応が多く見られた。

#### 【背景・結果要因】

- 価格を問わなければ、少しくらい高くても買いたいとの反応が多数。
- なお、白いご飯そのものへの意識が低いことは、今回の対象者では訪日経験者が0人であることも影響しているかもしれない(そもそも成都当たりの方は上海・北京に比べるとまだまだ少ない)。

## 2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

### 3) 想定価格では高過ぎてとても普段食べる米として継続できないよう。

- 普段買っている東北米やタイ米は、5kgで70～100元程度。「たまに買うタイ米のよいものの程度の価格(5kgで100数十元)であれば手が出せる」とのことだが、**提示した160元(2,640円)/2kgでは予算を大きく超えてしまう。**

#### 【背景・結果要因】

- 今回の対象者は世帯月収が、最低1万元以上で、中には3～4万元、5～6万元のかなりの高収入世帯もいるが、想定160元/2kgではかなりの予算オーバーとの印象のよう。

今のままでの許容価格としては、2kgなら40～50元くらいが上限くらい。

- 他の地域同様、現状の東北米、タイ米に対してお金を払ってでも解決したいような強い不満が顕在化していないこともあって、「美味しい・安心・安全」だけにここまでの追加料金は困難との反応が多数派のよう。

- なお、一部の層であろうが、「米のエルメス」(ロートの目薬がこのように言われ爆買いされた)のように、誰もが知っていてうらやむようなブランド価値やあきらかな身体上のベネフィット等があれば想定160元/2kgくらいでも購入されるかもしれない。

- ✓ 成都の伊藤洋華堂内にある小麦粉専門の「富沢商店(TOMIZ)」は、高付加価値のある小麦粉として評価は高く、「国産の5倍近くするものでも買う」とのことだ。



## 2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

### 4) ふりかけは美味しいと感じられてはいるが、北京・上海より反応は弱い。

- 既述したように、多くのご飯の料理があるためか、ふりかけだけでは物足りないという印象が持たれているようで反応がやや冷ややかな人もいた。

#### 【背景・結果要因】

- 「カツオ味の鮮味(うまみ)」、「明太子のつぶつぶ食感」、「海苔の美味しさ」、「子供が好みそう」、「日本に旅行した友人のおみやげでもらった」のプラス点や、反対に、「味の素がたくさん入っているのでは?」、「梅はすっぱいので合わない」などのマイナス点も、個別では上海・北京でうかがえたポイントとほぼ同じ評価。
- ただし、既述のような当地の食のスタンダードを踏まえると、このような食べ方には慣れていなく、かなり質素な印象に感じて、評価がそれほど高くなかったのかもしれない。
- また、北京・上海でもあげられたが、せっかくのご飯の甘み・香りが消えてしまうとの声もあった。

## 2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

### 5) 日本の漬け物等への評価は芳しくはなく、ご飯がすすむ食材としては難しい。

- 中国でも生で食べる習慣のあるきゅうりや、味の想像ができる鮭フレークは一定の評価はあったものの、味や調理方法的に食べ慣れていないことや、ふりかけ同様に、物足りなさを感じさせたよう。

#### 【背景・結果要因】

- 中国でも漬け物はあるが、いろいろな薬味に浸け込んだ複雑な味のように、今回提供した浅漬けのような「塩味だけのあっさりした味」は食べ慣れていないよう。また、自然と体が欲するような対象にはなっていないともうかがえる。
- なすは生で食べる習慣がないことや全体の黒っぽい見た目にネガティブな印象が持たれた。塩こんぶは特に「塩味が濃い」と感じているようで、「おかゆになら合うかも」といった感想の人が多かった。たくあんは「ちょっと甘い」との意見もあったが、強い否定ではなかった。

- ※ なお、この評価に関しては、ご飯の試食の最後の方のため、既に満腹感のあったことが低評価の原因かもしれない。
- ※ ただし、このテーマはあくまでも可能な範囲での追加確認なので、試食順序を変えるほどではないと言え、次回の大連も、ネガティブ感の強かった「なす」と「塩こんぶ」を除けばよいと考える。



### 3. 「パックご飯」の評価より

1) 見た目はつやがあってよいが、食べてみると期待はずれとの感が強い。

- 「水分が多すぎ」、「香りがいい」、「歯ごたえが柔らかすぎ」と、炊いたご飯で評価の高かったポイントがいずれも低評価となり、納得できない様子。

#### 【背景・結果要因】

- 「柔らかめの方が好きなのでこのくらいがよい」という人は他の地域同様、若干いたが、大多数の評価は上記の通り。
- なお、炊いたご飯の試食後であることの影響度について直接質問したところ、「影響があったかもしれない」とのことだが、「客観的に判断しても美味しくない」との声も少なくなかった。

2) 類似のローカル商品“方便米饭”（自加熱式のおかず付）は、旅行、外出、ドライブ時の渋滞等に利用している。ほぼそれしかないから食べるが、満足度は低い。

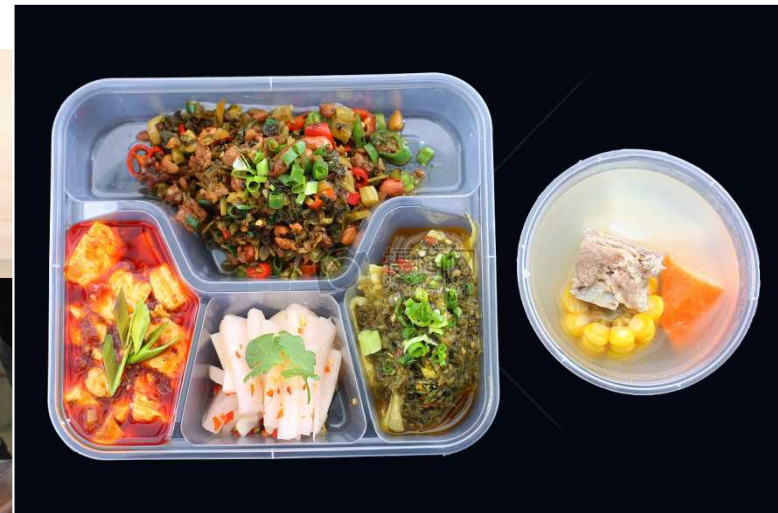
- 「旅行先の食事は高いから・・・」、「外出時に食べる店がないことがあるから・・・」、「ドライブ時の渋滞で食べるきっかけを逃してしまったから・・・」などの理由でしかたなしに選択している食事。

#### 【背景・結果要因】

- 北京、上海では、リアル店舗ではあまり扱っていないこともあってか、利用経験もそれほどないようだったが、成都では、コンビニやスーパーでもカップ麺と同じ様に、サブ的なご飯との位置づけで陳列されており、一定の利用経験の上での反応。味、量の少なさに不満は持たれており、今回のパックご飯も同じくくりで見られがち。また、味・量・作り立て・価格の点で、既に中国人の生活に浸透している「出前(外卖/ワイマイ)の方がよい」と考える人が大多数。

## 豆豆知識⑤ 「中国版出前“外卖/ワイマイ”」

- ◆ 中国では出前(外卖/ワイマイ)が広く浸透しており、マクドナルド、ケンタッキーなど外資ファストフードや真功夫などのローカルチェーン、個人経営の飲食店まで行っている。
- ◆ 一人当たりの消費額は、マクドナルド、ケンタッキーなど大手チェーンなら一食一人当たり30 元程度、個人の飲食店なら15元程度である。
- ◆ 出前のポータルサイトもあり、所在地付近の出前を調べられ、メニューや価格を比較して注文できる。代表的サイトは「美团(メイトゥアン)」「饿了么(アーラマ)」の全国レベルでの2大チェーン。



### 3. 「パックご飯」の評価より

3) おかず付で16元程度なので、ご飯だけなら10元くらいが許容価格。

- 既述したようなおかず付の“方便米饭”が16元程度なので、ご飯だけならこのくらいという印象。

#### 【背景・結果要因】

- 日々使うものというよりは、「家事をしたくない時」や「旅行、外出等」用に「8～10元なら家に常備しておいてもいいかな」とのこと。

4) 1年の長期保存に対してはやや驚きはあるものの、北京、上海での反応ほど、不信感はうかがえなかった。

- 上海や北京のような沿海部の都市に比べると、急かされていたり、評価が気になるような社会・人間関係ではないということが大きいと思われるが、上記の四川ローカルの得益緑色(DEYIGREEN)が発売しているパックご飯は賞味期限(中国では“保存期限”)が9か月あることも関係しているかもしれない。

#### 【背景・結果要因】

- パッケージに関しては、水がよい地域で作った、メイドインジャパンの安心・安全な商品で、電子レンジで温めて食べられるものという基本的なことは、現行パッケージだけでも伝わる。



## 豆豆知識⑥ 「ローカルの“方便米饭(パックご飯)”」

- ◆ 成都では、現地の多くのコンビニやスーパーなどでローカルの「方便米饭(パックご飯)」が販売されていた。(上海・北京ではリアル店舗での販売は少ない様)。特に自熱式は、空港の手荷物持ち込み禁止の商品リストに載っているなど、ポピュラーな商品のようなのである。
- ◆ 基本的に「ご飯+おかず」の組合せで、パッケージ内にレトルトのおかずが入っている。中国では「方便面(インスタントラーメン)」と同カテゴリーの商品と捉えられているようで、残業時の夜食や、長距離旅行の時などに食べられる事が多い。
- ◆ ただ、あまりおいしいものと認識はされてはおらず、あくまで「時間が無い」、「長距離鉄道で暖かいものが食べたい」など限定された場面で消費される傾向にある模様。



写真は、成都の大手食品メーカー「得益绿色(DEYIGREEN)」の自熱式パックご飯。パック下部に発熱材を置いて水を注ぎ、蒸気で米とレトルトを温める仕組み。



## 4. 「米菓」に対する評価より

1) 「ちょっと固い」との反応もあったが、バリバリ・サクサクの食感・歯ごたえは、これまでにないものとして好評価。

- 台湾ブランド『旺旺』の米菓は成都でも浸透。比較的薄いパリパリしたものが多いため、試食したような固いものは新鮮だったよう。

### 【背景・結果要因】

- 『旺旺』は子どもも食べられるものとしてか、塩味のあっさりした味付けが多いからか、味の点でも新鮮な印象を与えたよう。
- 個々の主な反応については、
  - ✓ 特にざらめや備前焼の固さには驚いていたが、否定的な反応はなかった。食べやすさとしては、備前焼程度の固さがよいよう。
  - ✓ 海老の味がしっかりとしてぱりぱり食べやすく、地元の菓子でもありそうなエビせんべいは好評価。

2) 「毎日ではないが」、ちょっと良いおやつとしての位置づけ。

- 外出先での「アフタヌーンティー時のお茶・ジュースうけ」というシーンが持たれやすいよう。その他「テレビ/映画を見ながら」、「日本酒を飲みながら」等といった場面も浮かぶよう。

### 【背景・結果要因】

- 自宅で何かをしながら食べたり、『旺旺』のように「お土産としてもよさそう」と、日本での米菓の食べ方・使われ方と同じ様な印象が持たれている。

## 5. 「日本酒」に対する評価より

- 1) 口当たりの良さや香りも良さ、度数の低さなどから飲みやすさが感じられ、自分達「女性向け」と好評。

### 【背景・結果要因】

- 白酒や成都の米の地酒と比べると、「苦みのようなものがなく飲みやすい」という点もあげられた。
- 「成都の日本料理屋で出てくる日本酒は薄い」と感じているが、それに比べると試飲の日本酒は「味がしっかりしている」印象があるよう。

- 2) “上撰”がより飲みやすいようで、日々のお酒として気軽に飲めそうとの印象。

- 「ある程度ちゃんとした日本料理で飲むのなら、よりお酒らしい味・香りの“純米大吟醸”がよい」が、「普段の食事で気軽に飲むのなら“上撰”がよい」とのこと。

### 【背景・結果要因】

- “純米大吟醸”は、味・香りなどが白酒っぽく、男性やよく飲む人向けの印象。
- “純米”は人によっては味・香が弱く、度数も低いと感じて物足りないと評価する人もいる。

- 3) “上撰”に対しては、150～200元くらいが許容価格のようだ。

- “純米大吟醸”に対しては、ボトルの立派さも感じているようだが、300～500元くらいが上限のよう。

## 【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) やはり、『3.食べ方』のいろいろな丼ぶりものが紹介されているビデオの評価が最も高く、食べたい気持ちを一番喚起していると言える。
  - 他の少し重々しいBGMに較べるとなおさらだが、軽快な音楽も好評で参加者全員の顔が緩むのがわかり、『**食欲が出るビデオ**』と感じたよう。
- 2) 『2.精米』の米の粒の自動分別機をはじめ、水などにもこだわるなど、手間暇かけ作っている印象は伝わっている。
  - 「日本の米がなぜ高いか」はわかったようだが、『**それでも買いたい、買った方がよいというところまでは感じられていない**』。
- 3) ナレーションは女性の方が聞きやすい印象はあるようだが、北京、上海ほど強く指摘する人は少なくなかった。
  - 細かなことは気にしない中国人の中でも、より余裕があるのか大した違いは感じていないようであった。

## 【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、機械化された製造プロセス場面が多くあげられており、安心・安全な印象が持たれたよう。
- 贈答用のパッケージの綺麗さには日本らしい一面が感じられたようで好評。
- 5) 日本酒については、天然・自然の風景等から、よい水を使った、汚染されていない安心安全なお酒であることは伝わったようだが、どのようなお酒であるかは感じられていない。

## IV. 拡散結果

- 体験会後に微信(we chat・ウェイシン)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&拡散量 (推測)

## 1) 拡散内容の傾向

- 今回の試食を通じて感じた下記点が多くの人に拡散された。強く印象に残り、中国人の友人・知人にも共有できるポイントと言えよう。
  - ① 「**もちもちとした柔らかさ、自然な米の香り**」のある日本のご飯のよさを強く感じ、**ご飯だけでも美味しい**とも感じていた。また、美味しいご飯はお寿司に使うといいと連想し、実際に自分で巻き寿司を作った人もいた。
  - ② 「**1粒1粒のサイズを揃えている**」工程や、米、水も全て日本のものを使用していることなどから、美味しい理由が納得できたようである。
  - ③ 今回はふりかけについてほぼ言及されていなかった。ふりかけでは、**ご飯の料理が豊富な成都人には満足できない**ようである。



## 2) 拡散量(推測)

- 一般参加者20名が微信(we chat・ウェイシン)を通じて情報拡散を行った。
  - 約**9,200人**にお米およびお米関連商品の情報を伝えられた。さらに、総「いいね」数は217人。
  - 微信の読者は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覧していると言える。

## 参考 参加者の微信 (we chat・ウェイシン) 拡散結果

■午前	友人登録数 ≒拡散数	いいね！数(人)	コメント数
A	262	8	8
B	1,458	8	4
C	979	2	1
D	854	20	9
E	206	2	6
F	243	14	7
G	384	2	2
H	273	9	1
I	268	24	3
J	200	5	2
■午後	友人登録数 ≒拡散数	いいね！数(人)	コメント数
A	327	11	1
B	272	0	1
C	150	15	2
D	445	32	6
E	407	11	2
F	276	12	1
G	189	22	5
H	818	10	3
I	1,018	1	1
J	189	9	2

※成都と大連の参加者は、一般人のみなので、上海などのKOLと比べると拡散数は少ない。

## 2. 発信事例 ①陳さん ②熊さん

日本産のお米——北海道ななつぼし。粒がふっくらしていて、美味しそうな香りが広がる！さすがは一粒一粒より分けたお米だね！

●いいね:2

友人:日本料理食べたんだ。

本人:お米は確かにおいしかった。

友人:日本料理大好き、特にお寿司。

友人:おかず無くてもお米でだけで食べれるね

本人:ほんとにそう。単独で食べても味わいがある

友人:日本料理は確かにいいね

おコメ体験会で美味しいお米製品を食べることができました。家で寿司を作るのが好きな人は、写真のお米は絶対おすすめだよ。

●いいね:9

日本産のお米——北海道ななつぼし。粒がふっくらしていて、美味しそうな香りが広がる！さすがは一粒一粒より分けたお米だね！

大米体验会 品尝到好吃的大米系列制品 喜欢在家做寿司 图五这款大米一定会是聪明的选择

吃的日式料理  
米的确实好吃

日式料理挺好吃的，最爱吃寿司

不用买菜了，只吃饭。

还真是，这个米单独吃呀还更有韵味

日式料理还是挺不错的。



## 2. 発信事例 ③黄さん ④張さん



日本料理が好きな友人はいいねしてね～！100%の日本食は素晴らしい味です！  
●いいね:14

友人:てっきり日本に行ったのかと思ったよ  
本人:違うよー  
友人:あなたはこんな料理も好きなんだ  
本人:とても好きだよ



先週日本のお米と米製品体験会に参加したよ。米製品はパックご飯、日本酒、米菓などだよ。全部体験したけど、個人的にはお米が好きだね。この炊いたご飯はおかず無しでも、美味しかった！

## 2. 発信事例 ⑤葉さん ⑥李さん



今日は友人の紹介で楽しく日本の美食を味わうという、意義あるイベントに参加できたよ！

●いいね:32

友人:美味しかった？

本人:確かに私が普段食べてるのと違って、美味しくてモチモチしてた。



日本のお菓子を食べてたら、お寿司を作る気になったよ。(自分が作ったお寿司の)見た目は悪いけどすごくおいしかった。

●いいね:11

## 2. 発信事例 ⑦陳さん ⑧劉さん



今日のイベントは盛沢山だった。食べたり飲んだり写真撮ったり、ふりかけにご飯のお供、おやつにピンクのお酒とか。。。最後はいっぱい物を貰えて大満足だった。  
●いいね:12



「一壺浊酒尽余欢今宵别梦寒」って詩があるけど、今日はその濁り酒と日本酒を貰えたよ。実は濁り酒って一種のお米だって初めて知ったんだ。  
●いいね:22

## 2. 発信事例 ⑨呉さん ⑩陳さん



日本の食品は、細部までこだわっているのを否定できないな。。。北海道のお米に富士山のお水。。。  
●いいね:1

このお米とてもおいしいよ！  
●いいね:24



---

# 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

### 成都会場

- 成華区建設路9号高地中心22階 成都高地センター

