

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

～大連版～

2017.03



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	-----	17
1. ご飯に対する意識・価値観	18
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	26
4. 「米菓」の評価より	28
5. 「日本酒」の評価より	30
IV. 拡散結果	-----	34
1. 拡散内容の傾向&拡散量(推測)	35
2. 発信事例	37
付. インタビュー時のアンケート他	-----	42

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け物他も試食



←永谷園
「おとなのふりか
けミニ その2」
漬け物他→
※ 成都・大連のみ実施。
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」



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」
(本醸造と表記)



白鶴酒造
「上撰 白鶴」
淡麗純米
(純米酒と表記)

白鶴酒造
「超特撰 白鶴」
純米大吟醸 山田穂
(大吟醸純米と表記)

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。
 - 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、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)。

ただし、ナス浅漬けと塩昆布は、大連では外して実施(そもそもこれらのアイテムの試食は参考程度であったことと、成都において、茄子は「色が黒くて見た目がよくない」、「生のナスは食べ慣れていない」と否定的であったり、塩こんぶは「しょっぱい」と、反応はかなり芳しくなかったため)。

なお、漬け物は上記の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した。いずれもJETROへ電話で相談・確認した。

Ⅱ.体験の様子

■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」



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

- レポーティングにあたっては、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。
- 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) 今回の大連も、比較的地理的に近いためもあってか、北京と同じように粉ものの多かった主食も、今ではご飯が中心。

- 今回の対象者の親以上の世代なら、家で万頭(蒸しパン)や麺を作ることも少なくなかったよう。

そのため、現在もスーパー等では専用小麦粉を始め、生めんなど粉ものの食材も多く販売されている。

ただし、20～30才代の世代では既にご飯食が中心のようで、ご飯の無い食事は「WIFIのないスマホのようなもの」とのこと。



【背景、結果、事例】

- 「小さい頃から他の地域のものより美味しい東北米を食べて育った」といった**環境**や、「パンや麺ではお腹いっぱいにならないのでご飯はやはり欠かせない」、「パンだとおかずがしょっぱいと感じる」といった**嗜好**、また「パンは作るのに手間がかかる」といった**社会変化**等がご飯食の背景として考えられる。
- 一部では「パンばかり食べていると白髪になりやすくなる」といった言い伝えまであるようだ。
- なお、水餃子はお祝い時を始め、そうでなくてもたまに作って食べるものとして、既に食生活に定着している。



豆豆知識① 「粉もんの主食」

- ◆ 街のスーパーや市場では、蒸しパンや麺、餃子の皮の売り場がほぼしっかりとあり、また、材料売り場には米と同じ売り場に、米と同じくらいいろいろな種類の小麦粉が販売されている。



スーパーの粉売り場



市場の蒸しパンや
餃子の皮売り場



市場の麺売り場

1. 「ご飯」に対する意識・価値観

2) たくさんのおかずと白いご飯の組み合わせが定番。

- 海に面した都市なので多くの海鮮料理もあるが、今回実施したほとんどの都市であげられ、“中国全土で愛されているご飯に合うおかず”と言えそうな、「麻婆豆腐」、「豚肉の角煮」、「魚香肉絲」等の、味が濃い目・ピリ辛のものがやはり好まれている。

【背景、結果、事例】

- 「朝はおかゆか麺で、昼と夜は白いご飯とおかず」というケースが基本。たまに、蒸しパン、麺、水餃子を食べることもあり、北京エリアと近い主食とうかがえる。
 - 海鮮料理は、ナマコ等のスープや、魚貝系と野菜の炒めたものが多い。比較的シンプルなピリ辛味のものが多く、酒のおつまみやおかずとして、またはそれだけで食べることも少なくないよう。一部ではあるが、魚貝系はご飯には合わないと感じている人もいるよう。
- 一方で、**ご飯料理も好まれている**。日本との関係も深いせいか、丼ぶり、カレー、寿司、オムライス等も人気。特に海産物が豊富なこともあってか、**寿司は他の都市よりも普段の食生活に浸透**しているよう。

【背景、結果、事例】

- 北京、成都でもあげられたが、「ベーコンと一緒に」、「ジャガイモと一緒に」炊くや、「炊くときにオリーブオイルを入れる」、「タイ米を混ぜる」等ご飯そのものを美味しくしようとの料理や工夫もある。
- また、日本の米が中国米と大きく違う点として、「冷めても美味しい」、「だから寿司に合う」、「30分浸してから炊く」、「水の量が大切」等、ご飯自体に対するこだわり感もご飯料理好きの一因のよう。

1. 「ご飯」に対する意識・価値観

3) 自慢の地元の東北米を食べており、大きな不満はないが、日本の米はより美味しいものという認識が持たれている。

- 日本の米の印象として、(試食前から)「白くてつやがある」、「1粒1粒の存在感」、「香りがよい」等が挙げられ、東北米よりさらに美味しいとの意識がある。

【背景、結果、事例】

- 上記のような見た目や味以外にも、「中国の米は柔らかくてねばねばしている」等の食感の点でも、日本米の方が美味しいと感じているよう。
- 「蟹を田んぼに放して農薬を減らす農法で安全性をアピールした商品がある」ことも認識しているが、概ね、中国産に対する安全安心面の不安はある。特に子供に食べさせるものに関してはとても注意しているので、この点もやはり日本米の魅力と感じられている。

4) ネットでも買うが、成都同様、スーパー等のリアル店舗で、5kg、50～80人民元程度の東北米購入が多い。

- リアル店舗は「ウォールマート」や「メトロ」、「山姆(サム/ウォールマート傘下の輸入品スーパー)」等が挙げられた。

【背景、結果、事例】

- 「天健網」等ローカルのECサイトで買う人もいるが、上海や北京とは異なり、多数はまだリアル店舗のスーパーで買うようだ。
- 現地では野菜や魚・肉等とともに日用品等も多く売っている市場も主要なチャネルだが、若い人はスーパー等が中心になっているとのこと。

豆豆知識② 「主な東北米」

- ◆ 東北米とは、広義では黒竜江省、吉林省、遼寧省など中国東北地域で生産された米のことを指す。
- ◆ 他の都市でも名前があげられたが、中国清朝のころ宮廷御用達であったと言われている「五常稻花香大米」や、2008年北京オリンピック公式米にもなった「盘锦大米」などが有名どころ。
- ◆ 1998年に中国に持ち込まれた「あきたこまち」も現在同地域で多く栽培され、東北米の一種として売られている。

中国大手ECサイトで売れ筋の主な東北米

<u>盘锦大米</u>	<u>五常稻花香大米</u>	<u>秋田小町</u>
29.9元／5kg	55元／5kg	34.9元／5kg
月間13万個販売	月間5.1万個販売	月間2.9万個販売

豆豆知識③ 「蟹を使った有機農法」

◆ 中国には「蟹田大米」という蟹を利用した有機農法で作った米がある。この農法は、田植えの際に蟹を水田に放つことで、蟹が雑草や害虫を食べ、またその排泄物が土地の肥やしとなるなどのメリットがある。

例えばこの農法で製造した「丝苗米」は、4Tモールでは5kgで69元とやや高く、月間で4,000個くらいの販売。

◆ 蟹は農薬に対して非常に敏感な為、この農法は農薬を使う事ができないとされている。そのため、この農法の米はヘルシー且つ栄養豊富だと考えられており、健康意識の強い層の中では話題となっているようだ。

2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

1) 他地域同様、見た目、味・香り、食感とも、**普段食べている東北米を上回る、美味しいご飯の見本レベルのような高い評価。**

- 特に、「粒が大きく」、「**1粒1粒**が独立している存在感」と、「1粒単位でのもちもちした食感」のある点が好評。

【背景、結果、事例】

- 上述の粒の存在感に加え、「炊くときにオーブオイルなどを入れてだしたつやではなく、あくまでも自然のつやがある」という見た目の良さ、「もち米が入っているのではないかと思うくらいの心地良い弾力」に驚きを感じている。
- また、一部、柔らかめが好きな人や、ご飯粒同士がくっついているのがよいという人もいるようだが、ご飯特有の「甘い美味しさ」、「噛むほど味わいがでる」、「天然のご飯の香りがする」の味・香りの評価は断然高い。

2) 「おかゆにしてもとても美味しそうだが」、「**ご飯だけでも美味しく食べられそう**」との反応もうかがえた。

- 朝食でおかゆをよく食べているので気になるようだが、おかゆにすると粒が崩れたり、なくなったりするご飯が多いが、「このご飯なら**おかゆにしてもしっかりと食べられそう**」との印象が持たれている。

2. 炊飯器で炊いた「ご飯」の評価より

3) ただし、許容価格は販売価格を大きく下回っており、味等の評価はかなり高いものの、**簡単なスイッチは困難**。

- 普段用としては5Kgパックを想定しているが、「**せいぜい100人民元くらいが上限**」のよう。

【背景、結果、事例】

- 「夫や子供はばくばくと食べ、そんなに味わってなく、これではもったいない」ので、毎日食べるご飯の代わりにはなりにくいようだ。「**たまに作る手巻き寿司の時**」、「**安心安全もアピールしてのギフト**」としての可能性ならありえるとのこと。
- また、ご飯に限らないが、子供の成長・健康によいもので、**子供も喜ぶものであれば、許容価格は高まる**ようで、「160や、200人民元/5kg」でもよいかもとの反応もあった。

4) ふりかけ、漬け物等によって**一定程度ご飯はすすむよう**。

- 「せっかくのご飯自体の味がなくなってしまう」と、ふりかけのしっかりとした味付けを気にする人もいるが、概ね、**ご飯が進むよう**。

【背景、結果、事例】

- ふりかけは、彩りも合わせて、やはり「子供が喜びそう」、「冷めても美味しい」との印象。鮭と鰹の味の良さと濃さの評価が高いが、対して梅味については「塩辛い」と受容されにくい。
- 「日本の漬物は甘いから中国ではあまり受け入れられていない」とのことだが、沢庵ときゅうりの浅漬の2種は、ご飯に合う、ほどよい塩味と見栄えの良さもあり、多数が納得。
- ふりかけを友人からお土産にもらったという人もおり、上海同様認知は高いようだ。

3. 「パックご飯」の評価より

1) 他の都市同様、それほど美味しくない、「携帯用のインスタントご飯」との印象。

- 食堂がないような場所に行ったり、行けない時でも温かいご飯が食べられる、**便利なものではあるが、特に美味しいものという認識はない。**

【背景、結果、事例】

- 「旅行」、「アウトドア」、「作るのが面倒な時」、「忙しい時のランチや残業時」といった、普段ではなく、特別な時に**やむを得ず食べるもの**との位置づけ。
- このパッケージ(200g)を見た印象として、「量が少なそう」、「男性なら倍は必要」と、不足感も感じている。

2) 食べてみても、特に感激の無い、予想していた範囲内の味。

- 普段食べている**東北米と同じ程度の風味・食感**。直前に試食した日本産のご飯に比べると、**特に「味・香り・歯ごたえが弱く」、特別な魅力は感じられていない。**

【背景、結果、事例】

- 「米の甘みを感じられない」、「新米ではない、こもったにおいがする」、「水分が多すぎ」、「弾力がない」、「柔らか過ぎて歯ごたえがない」など、炊き立ての試食に比べると、「これだと白いご飯だけでは無理」との印象。

3. 「パックご飯」の評価より

3) ご飯だけなら、10数元の印象。許容上限ならば、せいぜい15～16元程度。

「国産のこの手の商品は品質や安全の不安があるので買うことないが、日本の米・生産であれば買ってみてもよい」とのことだが、既述したように味等は普段食べている中国米レベルなので、高い価値は感じにくいよう。

4) プラスチック風の容器を電子レンジで温めることによる、においや有害物質の発生が漠然と気になるとのこと。

■ 「このようなプラスチックはレンジで温めると縮むことがあり、何か良くないものが溶けだしているような気になる」ようだ。

【背景、結果、事例】

- 1年間保存ができることに対しても、「人工的な成分や加工がされている」と感じてしまい、やはり、体によくない漠然とした不安を感じさせるようだ。

4. 「米菓」に対する評価より

1) 現在、家やオフィスで米菓は好まれて食べられており、日本の米菓に対しても、**好意的に捉えられている。**

- 台湾の「旺旺」、中国四川の「米老頭」あたりの米菓を買い、「家やオフィスでちょっと小腹がすいた時に食べる」とのこと。

【背景、結果、事例】

- 「旺旺は、甘すぎたり、しょっぱすぎたり感じるものもあるが、「サクサクして食べやすい」点が好まれている。

2) ザラメに対しては既存品とのギャップもあってか、「硬すぎる」との意見もあるが、**全体的に「香ばしい後味」、「食べだすと止まらない」など、評価は高い。**

- 備前や白エビ煎餅に対しては、「味もちょうどよく」、硬さも「サクサクして食べやすい」と好評であった。

【背景、結果、事例】

- 「(ザラメは)硬すぎるので、高齢者や子供は食べられないかも」との印象も持たれている。

4. 「米菓」に対する評価より

3) 既存商品と比べての、味の良さ、食べやすさ、ヘルシーさでも評価されている。

- 既存品に比べ、「米の味・香りがしっかりとして濃い」といった**味の良さ**、「手に油がつかない」、「空気が少なくしっかりとつまっているせいか、ポロポロとこぼれない」などの食べやすさ、「油で揚げてないからある程度食べても体に負担はない」といったヘルシーさなどが挙げられている。

【背景、結果、事例】

- その他、「紙のような個包装の包みは品質がよさそうに感じる」や、「喉があまり渴かない」、「歯にくっつかない」と、既存品で気になっていることが試食品では感じない点も評価された。
- 旺旺などの既存品より「2倍～2.5倍の価格でも許容できる」との価格評価もあった。

5. 「日本酒」に対する評価より

1) たまに行く日本料理屋で日本酒を飲むなど、日本酒を飲んだ経験やおおよそどのようなものかの認知は上海と同じくらいかそれ以上に高いとうかがえた。

- 日本企業が比較的多いので、日本人も多いため、日本料理や日本関連のものに接することも少なくないようで、比較的親日的な都市。

【背景、結果、事例】

- 「日本料理店に行った時は日本酒」、「普段はビール、ワイン、ウイスキー、梅酒、カクテルなどを飲み、寿司など日本料理の時は日本酒を飲む」とある程度定着した酒の1つのように。
- 他の都市では、無色透明の見た目やアルコールの匂いから白酒っぽいとの先入観を持つ人もいたが、上記のような背景から、大連ではそのような誤解は少ないとうかがえる。

2) アルコールの香りや味の穏やかさの点で、本醸造が**気軽に飲めるとの印象**。

- 料理があまりなくても、またそれほど酔った感じにもなりにくそうなせいか、「一人でちょっと飲みたい時」、「女同士で」などにちょうどよいと感じられている。

【背景、結果、事例】

- 本醸造に対しては、アルコール感、匂い、口当たり、のど越し等々全体的に「薄い」と感じるくらいあっさりした味と感じる人も一部いた。
- そのため、「(普段白酒を飲んでいる)夫はこれは飲まない」、「男性向きではない」といった印象も持たれた。

5. 「日本酒」に対する評価より

3) 本醸造<純米酒< 大吟醸純米の順で「お酒っぽさ」が強く感じるようで、
だんだんと男性向けに感じられるよう。

- 「(大吟醸純米の)ボトルが凝っていてお酒らしい、高そう」と、ボトルの見た目の影響もあろうが、アルコール度数、匂い、口当たり、のど越し等々でお酒っぽさをより感じているよう。

【背景、結果、事例】

- (純米酒は)「長く醸造しているのか濃く感じる」、(大吟醸純米は)「夫が普段飲んでいる白酒の“五糧液”みたいな味」、「濃い、香りが違う」、「飲むのが身体的につらい」と、より強いお酒との印象が持たれた。

【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) 各ビデオ全体的に、「短くて結局どういうことを言いたいのかがよくわからない」、「日本ならではの特徴が伝わらない」との印象が持たれたよう。
- 2) ナレーションに関しては、それほど違和感は強くなかったようで、「言われてみれば発音がはっきりしていない」という程度。
 - 「ネイティブの中国人のナレーションである必要はなく、日本人の中国語でもストレスなく通じるのならよい」との反応。
- 3) ご飯のビデオについては、安心・安全や美味しさの根拠となるような説明がないので物足りない印象が持たれた。
 - 「土地の耕し方や稲の植え方、水の管理等々」の米の生育に関してのこだわりがわかるとより伝わりやすくなるようだ。
 - パックご飯のビデオでは、元々気になっているプラスチックのパックだけ天然なものではないせいか、「気になってしまう」とのこと。

【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) “3.食べ方”のビデオは他都市と同じように美味しそうな印象があるようだが、「ご飯の美味しい炊き方」など、中国人があまりこだわっていない点についての説明もあると興味深いとのこと。
- 5) 米菓については試食したものと同じようなものが清潔な工場で製造されていることが伝わるので安心できるとのこと。
 - 一定程度の人がダイエット上、気にしているようだが、「油を使用有無や、どのような油を使っているか」等の情報もあると選ぶ基準になりそうだ。
- 6) 日本酒についてもご飯同様に、「どのように水にこだわっていたり、どのように製造・管理しているか」等の原材料や製造のこだわりなどの説明も含めて、どのようなお酒か、どのくらい安心・安全かがわかるとよいようだ。

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 日本のご飯は「**自然な米の香り、粒が立っていて歯ごたえがある**」ので非常に美味しい。
 - ② 「**体験会を通じて学んだ、日本の米文化や米に対するこだわり**」から、おいしい理由がわかった。



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。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
 - 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128人。

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	231	0	4
B	145	2	2
C	1,720	11	3
D	273	3	0
E	396	3	2
F	130	4	1
G	340	4	4
H	177	1	0
I	1,952	16	2
J	740	18	1

■午後	友人登録数 ≒拡散数	いいね！数(人)	コメント数
A	341	11	4
B	169	19	1
C	332	16	4
D	522	1	2
E	225	1	2
F	247	0	0
G	298	4	2
H	225	7	3
I	476	6	3
J	254	1	3

2. 発信事例 ①高さん ②王さん



お米体験会素晴らしかった！

友人：日本のお米を体験したよ

友人：韓国を買わずに日本商品を

ほめているのかな(笑)

友人：東北米よりおいしい？

色々得るものがあった

●いいね：3

友人：どこ行ったの？

友人：たくさん美食があるね



2. 発信事例 ③韓さん ④金さん



日本のお米から作られる米菓はこんなに種類があるんだね

●いいね:16

友人:どれ食べたの?送ってあげるよ(日本にいる友人)

日本の美食を味わい、日本のお米文化を学んだよ。とっても楽しかった。

●いいね:18

友人:仕事の一環で行ったの?



2. 発信事例 ⑤範さん ⑥王さん

まさに酒もご飯も
いっぱい頂いたと
表現できるね。色々
もらえたり、みんな
とても楽しかったよ。
日本のお米は素晴
らしい！
●いいね:11

いいお米！いい酒！
いい友達！
●いいね:16

友人:素晴らしいね
友人:お酒飲み
に行ったんだね

完全可以用酒足饭饱来形容，还有日本礼物可以
拿！大家都超级开心，日本大米真的很好吃！

好米！好酒！好室友！

2. 発信事例 ⑦劉さん ⑧杜さん



お米はほんと素晴らしい。食べて飲んで満足。そしてたくさん実用的な物を貰えた！
●いいね:19

今回の日本食品体験会に参加してとても楽しかったお米は純天然で美味しかった。またお米をよりおいしく食べる方法を知る事ができた。あと米菓に日本酒。みんなで楽しい時間を過ごすことができたよ。



2. 発信事例 ⑨王さん ⑩王さん



試食会。味がとっても良かった！

●いいね:7

日本農水省のお米体験会。

シンプルでストレート,最も自然なお米の香りは私を魅了したよ。白鶴もよかった。家にはお米好きな子供もいるし、本当に素晴らしい。

●いいね:1



2. 発信事例 ⑨王さん ⑩王さん



日本農水省のお米体験会。
 シンプルでストレート,最も自然なお米の香りは私を魅了したよ。白鶴もよかった。家にはお米好きな子供もいるし、本当に素晴らしい。
 ●いいね:1

試食会。味がとっても良かった！
 ●いいね:7



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

大連会場

- 大連市沙河口区滨海西路431号 国宝典蔵

