

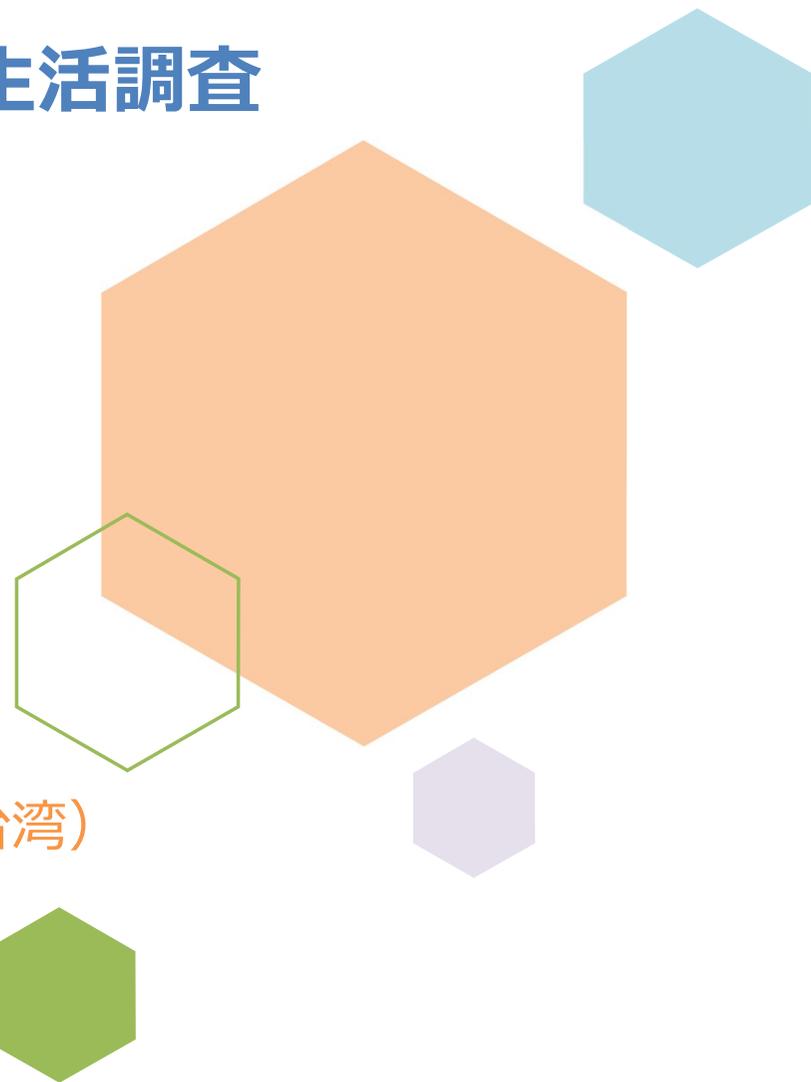
台湾における一般消費者の食嗜好・食生活調査

(1) アンケート調査レポート

2026年3月

公益財団法人日本台湾交流協会

農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム（台湾）



本資料に関する免責事項、お問い合わせ先について

【免責事項】

本資料にて提供される情報については、生産者や事業者の方々の台湾への日本産農林水産物・食品の輸出の一助となることを目的としているものであり、正確性、完全性、目的適合性、最新性を保証するものではありませんので、当該情報の採否は、ご閲覧者様ご自身の判断、責任において行ってください。

本資料での提供情報に関連して、ご閲覧者様が不利益を被る事態が生じたとしても、農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム（台湾）および公益財団法人日本台湾交流協会は、ご閲覧者様に対し一切の責任を負わないものとします。

また、本資料は今後もご閲覧者様のご意見やご知見を踏まえて、継続的に見直し、より有用なものとしていきたいと考えております。本資料に関するご意見ご質問は、以下までお願い致します。

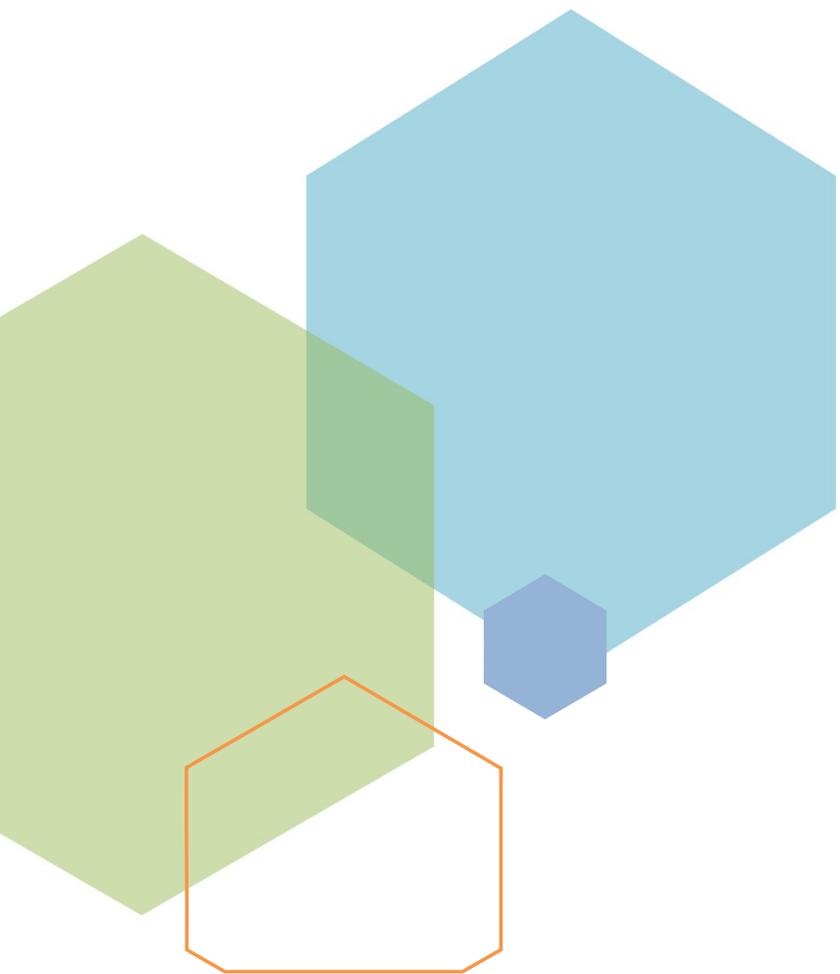
本レポートに関する問い合わせ先：

公益財団法人日本台湾交流協会（農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム担当）

電話番号：886-2-2713-8000 E-mail アドレス：taiwan-pf-k1@tp.koryu.or.jp

目次

I. 調査概要	調査概要（実施内容、本レポートの構成、注意点）	P4				
II. アンケート設問一覧	1-2. アンケート設問一覧	P8				
III. 回答者属性	1-3. 回答者属性	P21				
IV. 調査結果 （全体の傾向分析）	外食の利用傾向	P28	V. クロス集計分析	外食・食生活に関する属性差	P64	
	自炊の頻度	P31		日本食品の利用・購買行動	P71	
	家庭内での日本食調理傾向	P32		健康意識・価値観と日本食品購買意識	P78	
	食費支出と日本食品の利用状況	P33		品目別の嗜好や購買状況等	P82	
	情報収集と影響要因	P36				
	日本旅行経験と日本食嗜好	P40		VI. サマリー	サマリー	P92
	贈答習慣と季節行事	P45				
	健康志向と食品選択	P46				
	食品カテゴリー別嗜好傾向	P48				



I. 調査概要

調査概要（実施内容、本レポートの構成、注意点）

【調査の実施内容】

本調査では、台湾における日本産農林水産物・食品の消費動向に関する情報の収集を目的として、台湾一般消費者を対象としたオンラインでのアンケート調査を実施。

調査質問数： **全68問**（回答者の属性に関する質問：8問、消費動向に関する質問：60問）

調査対象者： **360名**

男女各180名。**居住地**については、台北市、新北市、桃園市、新竹県／市 各50名（北部合計200名）

台中市50名、彰化県30名（中部合計80名）、台南市40名、高雄市40名（南部合計80名）

年齢については20代80名、30代105名、40代101名、50代40名、60代34名（年代ごとに差がある点に留意）

実施時期：2025年9月22日（月）から10月12日（日）

【本レポートの構成】

I. 調査概要（本項）

本レポートの調査内容、構成、及び使用上の注意点について記載。

II. アンケート設問一覧

調査において使用したアンケート設問について記載。

III. 回答者属性

本調査で行った質問のうち、回答者の属性に関する質問の回答結果及び分析について記載。

IV. 調査結果（全体の傾向分析）

本調査で行った質問（属性に関する質問除く）について、単純集計での回答結果、及び全体の傾向分析を記載。

V. 調査結果（クロス集計）

本調査で行った質問（属性に関する質問除く）について、回答者の属性（性別、年代、居住地、家族形態）とのクロス集計を行った分析結果を示している。

※なお、属性毎に回答に差がある傾向が見られた分析結果に絞って示している点にご留意ください。年代、居住地、家族形態については、各属性のサンプル数に差がある点についても、使用に当たってはご留意ください。

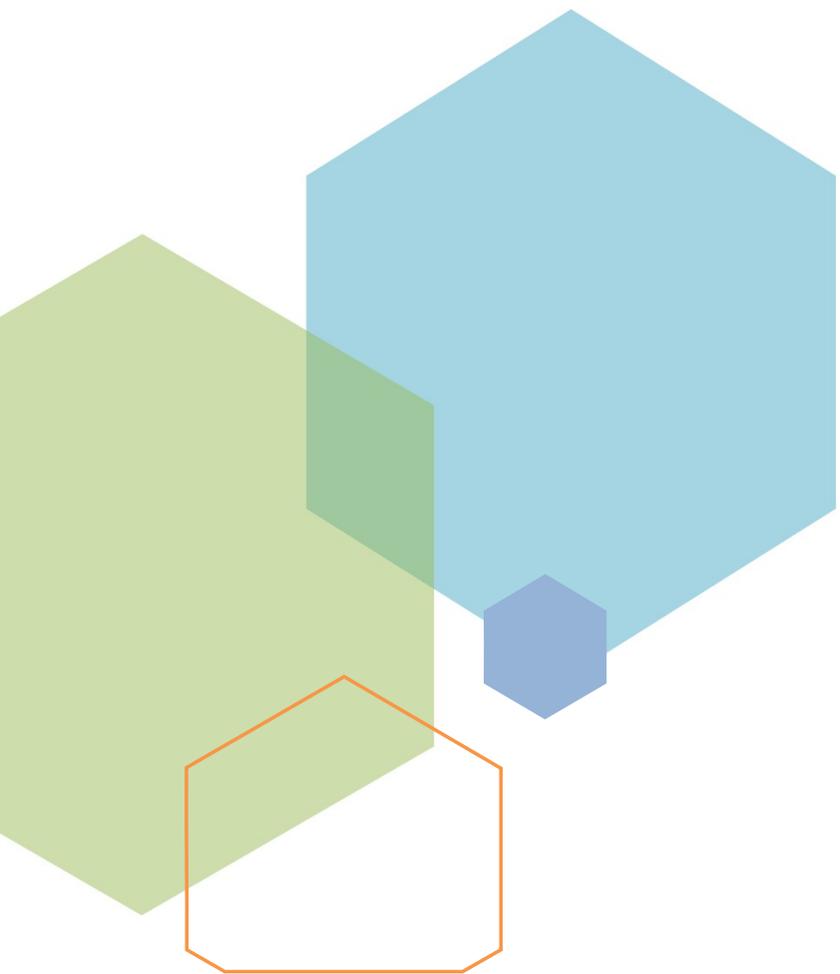
VI. サマリー

本調査の結果について簡単にまとめたサマリーを掲載。

調査概要（実施内容、本レポートの構成、注意点）

【注意点】

- 本レポートでは、各設問の回答形式を以下の略語で表記しています。
 - SA：単一回答 (Single Answer) 設けられた選択肢のうち当てはまるものを1つのみ回答。
 - MA：複数回答 (Multiple Answer) 設けられた選択肢のうち当てはまるものについて全て回答。
 - FA：自由回答 (Free Answer) 自由回答（選択肢は定めていない）
- 自由回答設問において、具体的な商品名や社名等での回答があった点は、商品名・社名等は本レポート上では伏せています。
- ご利用にあたっては、免責事項（本レポートp.2）をご確認ください。
- なお、別紙「**(2)アンケート調査設問別集計データ**」において、アンケートの各質問に対する全体の回答及び性別／居住地／年齢ごとの回答結果をまとめているので、併せてご利用ください。
また、本調査（アンケート調査）のほか、少人数でのグループインタビューによる聞き取り調査も行っています。
別紙「**(3)グループインタビューレポート**」にまとめているので、そちらもご活用ください。



Ⅱ.アンケート設問一覧

アンケート設問一覧 (1)

Q1. 年齢

- (01)20-29歳
- (02)30-39歳
- (03)40-49歳
- (04)50-59歳
- (05)60-69歳

Q2. 性別

- (01)男性
- (02)女性

Q3. 居住エリア

- (01)台北市
- (02)新北市
- (03)桃園市
- (04)新竹縣/新竹市
- (05)台中市
- (06)彰化縣
- (07)台南市
- (08)高雄市

Q4. あなたの食生活について教えてください。

- (01)葷食 | なんでも食べる
- (02)全素/純素 | ビーガン (完全菜食、肉・魚・卵・乳製品・はちみつなど動物性食品を一切使用しない)
- (03)蛋素 | オボ・ベジタリアン (卵は食べるが、肉・魚・乳製品は食べない)
- (04)奶素 | ラクト・ベジタリアン (乳製品は食べるが、肉・魚・卵は食べない)
- (05)奶蛋素 | ラクト・オボ・ベジタリアン (乳製品と卵は食べるが、肉・魚は食べない)
- (06)植物五辛素 | 植物性 (肉・魚・卵・乳製品は使用せず、五葷を含む ; 五葷 = にんにく・ねぎ・にら・あさつき・らっきょう)

Q5. 外食の頻度を教えてください。(日数単位)

- (01)毎日
- (02)週5~6日
- (03)週3~4日
- (04)週1~2日
- (05)週に1日未満
- (06)外食はしない (自炊のみ)

Q6. どのくらいの頻度で日本食の外食店を利用しますか? (回数単位)

- (01) 週に3回以上
- (02) 週に1~2回
- (03) 月に1~3回
- (04) 月に1回未満

Q7. 普段、よく利用する日本食の外食店を教えてください。(複数回答可)

- (01)寿司
- (02)ラーメン
- (03)定食
- (04)焼肉
- (05)トンカツ (豚カツ)
- (06)うどん/そば
- (07)丼もの (どんぶり)
- (08)すき焼き
- (09)カレー
- (10)しゃぶしゃぶ
- (11)居酒屋
- (12)その他 (具体的にご記入ください : _____)

アンケート設問一覧 (2)

Q8. 日本食の外食での1回での1人当たりの消費金額はどのくらいですか？

- (01)200元以下
- (02)200～399円
- (03)400～599円
- (04)600～999円
- (05)1,000～1,999円
- (06)2,000元以上

Q9. 普段よく利用する外食店（日本食以外）のブランドを教えてください。（自由記述）

Q10. 1週間のうち、家で自炊をどの程度しますか？

- (01)毎日
- (02)週に5～6日
- (03)週に3～4日
- (04)週に1～2日
- (05)週に1日未満
- (06)家でまったく自炊しない【Q13へスキップ】

Q11. 自炊をするのはどの時間帯の食事ですか？（複数回答可）

- (01)平日朝食
- (02)平日昼食（弁当を含む）
- (03)平日夕食
- (04)休日朝食
- (05)休日昼食
- (06)休日夕食

Q12. 自宅でよく料理する日本食のジャンルがあれば教えてください。（複数回答可）

- (01)和食（煮物、焼き魚など）
- (02)麺類（うどん、そば、ラーメンなど）
- (03)カレー
- (04)丼もの
- (05)寿司（手巻き寿司など）
- (06)揚げ物（天ぷら、トンカツなど）
- (07)日式鍋物、すき焼きなど
- (08)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (09)ほとんど和食を作らない

Q13. 普段、食品にかける月間の平均的な支出額（1人あたり）はどのくらいですか？

- (01)6,000円及以下
- (02)6,001～8,000円
- (03)8,001～10,000円
- (04)10,001～12,000円
- (05)12,001～14,000円
- (06)14,001～16,000円
- (07)16,001～18,000円
- (08)18,001～20,000円
- (09)20,001元以上

Q14. 日本産食品を食べる頻度は以下のうちどれですか？

- (01)週に5回以上
- (02)週に3～4回
- (03)週に1～2回
- (04)月に1～3回
- (05)それ以下、またはほとんどない

アンケート設問一覧 (3)

Q15. 日本産の食品でよく購入するものは何か？（複数回答可）

- (01)クッキー・スナック菓子
- (02)飲料
- (03)酒類
- (04)牛肉
- (05)貝類（ホタテなど）
- (06)魚類
- (07)果物
- (08)米
- (09)調味料
- (10)茶類
- (11)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (12)日本産食品はあまり購入しない

Q16. 日本産食品を台湾で購入する場所を教えてください（複数回答可）

- (01)台湾のチェーンスーパー
- (02)百貨店
- (03)日系小売店
- (04)ホールセール系小売
- (05)コンビニエンスストア
- (06)ネット購入
- (07)その他（具体的にご記入ください：_____）

Q17. オンラインで日本産食品を購入する際、よく使うプラットフォームを教えてください。（複数回答可）

- (01)Shopee蝦皮購物
- (02)PChome
- (03)momo購物網
- (04)楽天市場
- (05)東森購物
- (06)松果購物
- (07)Yahoo奇摩購物中心
- (08)共同購入・まとめ買い
- (09)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (10)オンラインでは購入しない

Q18. 食品を購入する際、参考にする情報源は何ですか？（複数回答可）

- (01)店内表示
- (02)POP広告
- (03)SNS（例：Facebook、Instagram、LINE、YouTube、TikTok など）【Q19へ続く】
- (04)評価・レビューサイト
- (05)テレビ、雑誌、新聞などのメディア
- (06)友人や家族からの紹介・推薦
- (07)メーカーまたはブランドの公式サイト
- (08)店員の説明・推薦
- (09)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (10)特に参考にしない【Q21、Q21Aはスキップ】

アンケート設問一覧 (4)

Q19. 日本産農林水産物・食品の情報を得るために、普段利用するSNSは何ですか？
(複数回答可)

- (01)Facebook
- (02)Instagram
- (03)LINE
- (04)YouTube
- (05)TikTok
- (06)X (旧Twitter)
- (07)Threads
- (08)その他_____

Q20. 好きなインフルエンサーがいますか？

- (01)ある【Q20Aへ続く】
- (02)ない

↓

Q20A. 好きなインフルエンサーがいれば、具体的に教えてください。(自由記述)

Q21. 食品を購入する際に、参考にしているインフルエンサーはいますか？

- ① ある【Q21Aへ続く】
- ② ない

↓

Q21A. 食品を購入する際に参考にしているインフルエンサーがいれば具体的に教えてください。(自由記述)

Q22. 日本への旅行回数を教えてください。

- (01)1回
- (02)2～3回
- (03)4～5回
- (04)6～9回
- (05)10回以上
- (06)行ったことがない【Q25へスキップ】

Q23. 日本に旅行した時によく買うお土産（食品関係）を教えてください(複数回答可)

- (01)クッキー・スナック菓子
- (02)飲料
- (03)酒類
- (04)調味料
- (05)だし・スープの素
- (06)ラーメン
- (07)ご飯ふりかけ
- (08)その他（具体的にご記入ください：_____）

Q24. 日本への旅行経験が日本産食品の購入意欲に影響を与えましたか？

- (01)非常に影響がある
- (02)ある程度影響がある
- (03)あまり影響がない
- (04)全く影響がない

Q25. 台湾ではまだあまり見かけないが、今後台湾で増えると良い日本食があれば教えてください。(自由記述)

アンケート設問一覧 (5)

Q26. 日本のこの地域の食品が食べてみたい、という地域や都道府県などがあれば教えてください。(複数回答可)

- (01)北海道
- (02)青森県
- (03)岩手県
- (04)宮城県
- (05)秋田県
- (06)山形県
- (07)福島県
- (08)茨城県
- (09)栃木県
- (10)群馬県
- (11)埼玉県
- (12)千葉県
- (13)東京都
- (14)神奈川県
- (15)新潟県
- (16)富山県
- (17)石川県
- (18)福井県
- (19)山梨県
- (20)長野県
- (21)岐阜県
- (22)静岡県
- (23)愛知県
- (24)三重県
- (25)滋賀県
- (26)京都府
- (27)大阪府
- (28)兵庫県
- (29)奈良県
- (30)和歌山県

- (31)鳥取県
- (32)島根県
- (33)岡山県
- (34)広島県
- (35)山口県
- (36)徳島県
- (37)香川県
- (38)愛媛県
- (39)高知県
- (40)福岡県
- (41)佐賀県
- (42)長崎県
- (43)熊本県
- (44)大分県
- (45)宮崎県
- (46)鹿児島県
- (47)沖縄県
- (48)その他 (具体的にご記入ください: _____)
- (49)特に決まった地域はない

Q27. 日本の地方で実際に行って体験してみたい日本食があれば教えてください。(自由記述)

Q28. 影響を受けた日本のコンテンツがあれば教えてください。(複数回答可)

- (01)漫画、アニメ
- (02)音楽
- (03)書籍
- (04)SNSやインフルエンサー
- (05)日本のドラマや映画
- (06)その他 (具体的にご記入ください: _____)
- (07)特に影響を受けていない【Q30へスキップ】

アンケート設問一覧 (6)

Q29. 上記の質問に関して、影響を受けた日本のコンテンツの具体的な内容（タイトル等）があれば教えてください。（自由記述）

Q30. ふだん、中秋節の贈り物はどういう物を贈りますか。（複数回答可）

- (01)台湾のお菓子（月餅、パイナップルケーキ、ヌガーなど）
- (02)台湾の果物
- (03)台湾の酒類
- (04)日本のお菓子
- (05)日本の果物
- (06)日本の酒類
- (07)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (08)ほとんど贈り物をしない

Q31. ふだん、春節の贈り物はどういう物を贈りますか。（複数回答可）

- (01)台湾のお菓子
- (02)台湾の果物
- (03)台湾の酒類
- (04)日本のお菓子
- (05)日本の果物
- (06)日本の酒類
- (07)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (08)ほとんど贈り物をしない

Q32. 普段の食生活において、健康をどの程度意識していますか？

- (01)非常に重視している
- (02)ある程度重視している
- (03)あまり重視していない
- (04)全く重視していない

Q33. 自身や家族の健康のために意識していることはありますか。（複数回答可）

- (01)定期的な運動
- (02)十分な休息と睡眠
- (03)食事の栄養とカロリーに注意
- (04)野菜を多く摂る
- (05)冷たい食べ物を控える
- (06)塩分を控える
- (07)糖分を控える
- (08)油分を控える
- (09)お菓子を食べない
- (10)栄養補助食品を摂取する
- (11)外食を避ける
- (12)その他（具体的にご記入ください：_____）
- (13)特に気をつけていない

Q34. 食品を選ぶ際に、気になるキーワード・表示は何ですか？（複数回答可）

- (01)オーガニック（有機栽培）
- (02)食品添加物・無添加
- (03)グルテンフリー
- (04)減塩
- (05)低糖／無糖
- (06)カロリーオフ／低カロリー
- (07)高たんぱく
- (08)健康食品
- (09)お徳用（大容量・まとめ買い）
- (10)植物性食品
- (11)台湾製造／台湾産原料使用
- (12)日本製造商品
- (13)アレルギー対応（乳・卵・小麦不使用など）
- (14)エコパッケージ・環境配慮
- (15)トレーサビリティ
- (16)フェアトレード
- (17)その他（自由記述）
- (18)特に気にしない

アンケート設問一覧 (7)

Q35. よく飲むお酒の種類を教えてください。(複数回答可)

- (01)ビール
- (02)サワー
- (03)日本酒
- (04)焼酎
- (05)ワイン
- (06)ウイスキー
- (07)ハイボール
- (08)梅酒
- (09)果実酒 (梅酒以外)
- (10)その他自由記述
- (11)アルコール類は飲まない【Q40へスキップ】

Q36. お酒をどこで飲みますか？(複数回答可)

- (01)自宅
- (02)台湾料理レストラン
- (03)日本食レストランや居酒屋
- (04)海外料理 (日本食以外) のレストラン
- (05)バー
- (06)その他(自由記述)

Q37. お酒をどこで購入しますか？(複数回答可)

- (01)スーパーマーケット
- (02)コンビニエンスストア
- (03)酒専門店
- (04)デパート
- (05)免税店
- (06)その他(自由記述)
- (07)自分ではお酒を購入しない (飲食店で飲む/他人が買った・もらったものを飲むなど【Q40へスキップ】)

Q38. 台湾で日本酒を購入する際にどのような点を重視しますか (複数回答可)

- (01)価格
- (02)味
- (03)産地
- (04)ブランド
- (05)SNSでの評判
- (06)その他(自由記述)
- (07)お酒を購入しない【Q40へスキップ】

Q39. 日本のお酒 (日本酒、焼酎) の価格について、どの程度までなら購入しますか？ (720mlの日本酒の場合)

- (01)NT\$500未満
- (02)NT\$500-1000
- (03)NT\$1001-1500
- (04)NT\$1501-2000
- (06)NT\$2001以上

Q40. 普段、どのような日本のお菓子 (和菓子、洋菓子、スナック菓子含む) をよく購入しますか？ (複数回答可)

- (01)チョコレート
- (02)クッキー・ビスケット
- (03)せんべい・おかき
- (04)ポテトチップス
- (05)グミ
- (06)ガム
- (07)ケーキ
- (08)プリン
- (09)大福・まんじゅう
- (10)羊羹
- (11)その他 (自由記述)
- (12)お菓子は食べない/購入しない【Q45へスキップ】

アンケート設問一覧 (8)

Q41. 日本のお菓子で好きな商品・味・ブランドは何ですか (自由記述)

Q42. 台湾産と日本産のお菓子の価格差がいくらいまでであれば日本産を購入しようと思いませんか (台湾産が100円の場合)

- (01)同額かそれ以下
- (02)110元まで
- (03)120元まで
- (04)130元まで
- (05)140元まで
- (06)150元まで
- (07)175元程度まで
- (08)200元程度まで
- (09)価格はあまり気にしない

Q43. お菓子を買う際、どのような点を重視しますか? (複数回答可)

- (01)価格
- (02)味
- (03)ブランド
- (04)パッケージデザイン
- (05)SNSでの評判
- (06)限定品・季節品
- (07)贈答用
- (08)安心・安全
- (09)その他 (自由記述)

Q44. 日本のお菓子・スナック・飲料などで好きな香りやフレーバーを教えてください (複数回答可)

- (01)抹茶
- (02)柚子
- (03)チーズ系
- (04)スパイシー系
- (05)塩味・旨味系
- (06)フルーツ系(柚子以外)
- (07)その他 (自由記述)
- (08)特になし

Q45. 普段どのような飲料をよく飲みますか。 (複数回答可)

- (01)水
- (02)お茶(無糖)
- (03)お茶(加糖)
- (04)ジュース(果物系)
- (05)ジュース(野菜系)
- (06)炭酸飲料
- (07)コーヒー
- (08)紅茶
- (09)機能性飲料(スポーツドリンク,エナジーなど)
- (10)アルコール飲料
- (11)その他(自由記述)

Q46. 日本の飲料で好きな商品・味・ブランドは何ですか (自由記述)

Q47. 飲料を買う際、どのような点を重視しますか? (複数回答可)

- (01)健康だから
- (02)好きな味だから
- (03)手頃な価格だから
- (04)慣れているだから
- (05)便利だから (コンビニで買えるなど)
- (06)広告やSNSの影響
- (07)栄養補給のため
- (08)その他 (自由記述)

アンケート設問一覧 (9)

Q48. あなたが「新しい／飲んでみたい」と感じる香り・フレーバーを選んでください（複数回答可）

- (01) 柚子・シトラス系
- (02) 抹茶・焙じ茶
- (03) チーズクリーム系
- (04) スパイス系（シナモン・ジンジャーなど）
- (05) 花系（ジャスミン・ローズ）
- (06) ナッツ・キャラメル系
- (07) 発酵・ヨーグルト系
- (08) その他（自由記述）
- (09) 特になし

Q49. 牛肉を買う、または外食で牛肉を食べる時に、最も重視するものを教えてください。（複数回答可）

- (01) 価格
- (02) 味
- (03) 産地
- (04) サシ
- (05) 赤身
- (06) 量
- (07) その他
- (08) 牛肉は食べない【Q52へスキップ】

Q50. 知っている「ブランド和牛」を教えてください。（複数回答可）

- (01) 神戸牛
- (02) 飛騨牛
- (03) 松阪牛
- (04) 宮崎牛
- (05) 熊本黒毛和牛
- (06) 鹿児島和牛
- (07) 近江牛
- (08) 大分豊後牛
- (09) 米沢牛
- (10) 前沢牛
- (11) その他（自由回答）

Q51. 日本産と他国産の牛肉の価格差がいくらくらいまでであれば日本産を購入しようと思えますか（300gの場合）

- (01) 価格差はあまり気にしない（品質重視）
- (02) 価格差1,000円まで
- (03) 価格差750～1,000円まで
- (04) 価格差500～750円まで
- (05) 価格差250～500円まで
- (06) 同価格～250円まで
- (07) その他（自由記述）

Q52. 水産物を購入する際、重視するものを選んでください（複数回答可）

- (01) 価格
- (02) 味
- (03) 産地
- (04) 鮮度
- (05) ブランド
- (06) 生産方法
- (07) 色
- (08) その他（自由記述）
- (09) 水産物は食べない/購入しない【Q55へスキップ】

Q53. 普段、どこで日本の水産物（魚介類、加工品含む）を食べますか？（複数回答可）

- (01) 寿司店
- (02) 居酒屋
- (03) 鍋店
- (04) その他の日本食店
- (05) スーパー等で購入し自宅で食べる
- (06) その他（自由記述）

アンケート設問一覧 (10)

Q54. どのような日本の水産物（魚介類、加工品含む）をよく購入しますか？（複数回答可）

- (01)ホタテ
- (02)いくら
- (03)ぶり
- (04)練り物（かまぼこなど）
- (05)かに
- (06)干物
- (07)缶詰
- (08)その他（自由記述）

Q55. 普段、どのような時に日本のお米を食べますか？（複数回答可）

- (01)寿司店（しゃり）
- (02)すし店以外の日本食店（居酒屋など）
- (03)小売店で購入し自宅で食べる
- (04)その他（自由記述）
- (05)あまり意識したことがない

Q56. お米を購入する際に重要視する点はどのような点ですか？（複数回答可）

- (01)価格
- (02)量
- (03)産地
- (04)知名度
- (05)味
- (06)その他（自由記述）
- (07)自分ではお米を購入しない

Q57. 普段、どのような時に日本の果物を食べますか？（複数回答可）

- (01)外食店で食べる
- (02)贈り物でもらった時
- (03)節句の贈答品
- (04)自家消費用に購入
- (05)その他（自由記述）
- (06)果物は食べない【Q60へスキップ】

Q58. 普段、どのような日本の果物をよく購入しますか？（複数回答可）

- (01)りんご
- (02)みかん
- (03)ぶどう
- (04)桃
- (05)いちご
- (06)梨
- (07)メロン
- (08)柿
- (09)さくらんぼ
- (10)その他（自由記述）

Q59. 日本の果物を購入する際、どのような点を重視しますか？（複数回答可）

- (01)甘さ
- (02)新鮮さ
- (03)見た目（色・形）
- (04)安全性
- (05)ブランド
- (06)価格
- (07)贈答用
- (08)季節感
- (09)その他（自由記述）

アンケート設問一覧 (11)

Q60. ご自宅でお料理を作られる際に、日本の調味料で使われるもの全てに○をつけてください。(複数回答可)

- (01)醤油
- (02)酢
- (03)胡麻油
- (04)味醂
- (05)料理酒
- (06)味噌
- (07)ソース
- (08)マヨネーズ
- (09)サラダドレッシング
- (10)塩
- (11)砂糖
- (12)その他 (自由記載)
- (13)日本の調味料は使わない【Q63へスキップ】

Q61. 日本産の調味料はどんな料理に使いますか (複数回答可)

- (01)日本料理【Q61_1へ続く】
- (02)台湾料理【Q61_2へ続く】
- (03)それ以外の料理【Q61_3へ続く】
- (04)その他 (自由記述)

↓

Q61_1 . 前の質問に続き、あなたが日本産調味料を「日本料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。【自由記入】

Q61_2 . 前の質問に続き、あなたが日本産調味料を「台湾料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。【自由記入】

Q61_3 . 前の質問に続き、あなたが日本産調味料を「その他の料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。【自由記入】

Q62. 調味料を買うときに重視するのはどれですか (複数回答可)

- (01)価格
- (02)味
- (03)使い道が明らか (分かりやすい) かどうか
- (04)使い道の多さ
- (05)買いやすさ
- (06)その他 (自由記述)

Q63. カレーをどのくらいの頻度で食べますか？

- (01)週に3回以上
- (02)週に1～2回
- (03)月に2～3回
- (04)月に1回以下
- (05)ほとんど食べない【Q65へスキップ】

Q64. カレーのどんな味が好きですか？ (複数回答可)

- (01)甘口
- (02)中辛
- (03)辛口
- (04)スパイシーで複雑な味
- (05)まろやかでコクのある味
- (06)その他 (自由記述)

Q65. 現在のご職業は何ですか？

- (01)会社員（医療以外）
- (02)会社員（医療関連）
- (03)自営業
- (04)公務員
- (05)学生
- (06)パート・アルバイト
- (07)無職・求職中
- (08)専業主婦（主夫）
- (09)定年退職済
- (10)その他（自由記述）

Q66. ご自身の学歴を教えてください。

- (01)中卒・高卒未満
- (02)高校・専門学校
- (03)短期大学
- (04)大学
- (05)修士
- (06)博士
- (07) その他（自由記述）

Q67. 居住状況はどのような形態ですか？

- (01)一人暮らし（未婚）
- (02)一人暮らし（既婚）
- (03)配偶者と同居
- (04)配偶者・子どもと同居【Q67Aへ続く】
- (05)子どもと同居【Q67Aへ続く】
- (06)両親・配偶者と同居
- (07)両親・配偶者・子どもと同居【Q67Aへ続く】
- (08)両親・子どもと同居【Q67Aへ続く】
- (09)その他（自由記述）

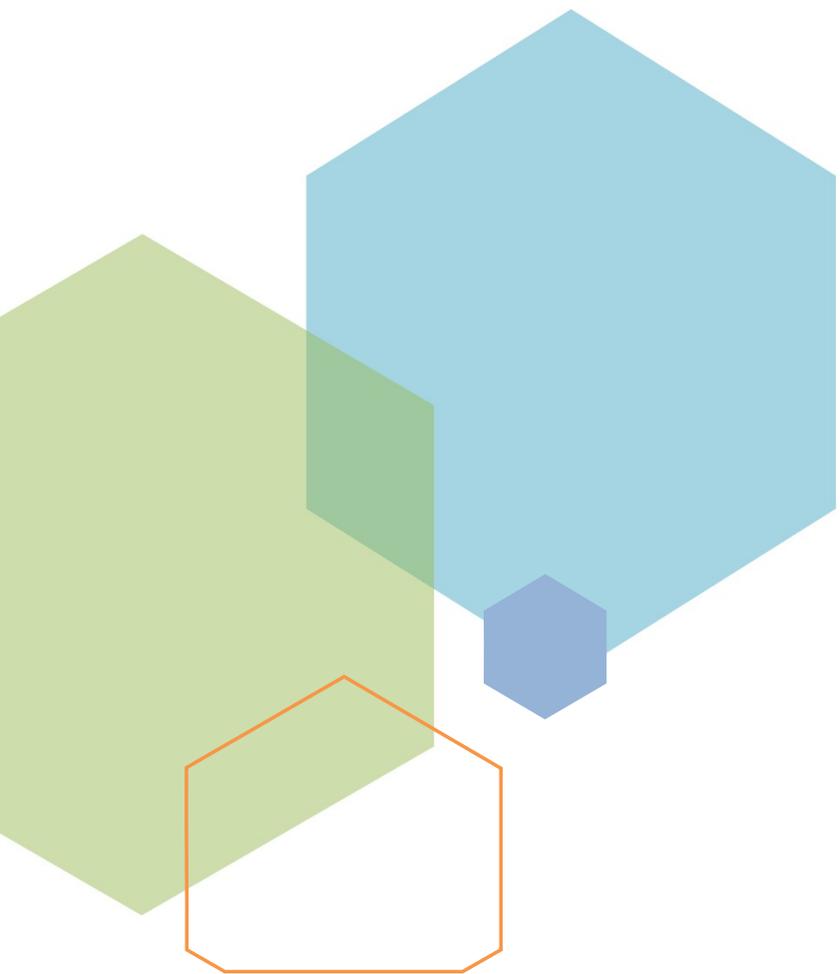
↓

Q67A. 前の質問に関連して、何人のお子様と同居されていますか？

- (01)1人
- (02)2人
- (03)3人
- (04)4人
- (05) その他（自由記述）

Q68. ご家庭の平均年間収入はどのくらいですか？

- (01) 50万台湾ドル以下
- (02) 51～100万台湾ドル
- (03) 101～150万台湾ドル
- (04) 151～200万台湾ドル
- (05) 201～250万台湾ドル
- (06) 251～300万台湾ドル
- (07) 301～350万台湾ドル
- (08) 351～400万台湾ドル
- (09) 401万台湾ドル以上



Ⅲ 回答者属性

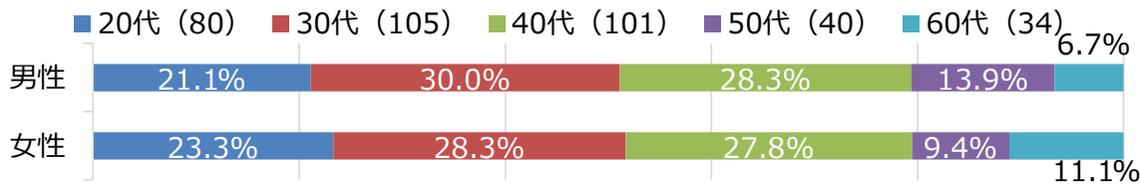
回答者属性 (1) 性別・年齢／居住エリア

Q1. 年齢 (SA) Q2. 性別 (SA) Q3. 居住エリア (SA)

男女各180名。居住地については、北部（台北～新竹）合計200名、中部（台中、彰化）合計80名、南部（台南、高雄）合計80名で割付。
 年齢については20代80名、30代105名、40代101名、50代40名、60代34名（年代ごとに差がある点に留意）

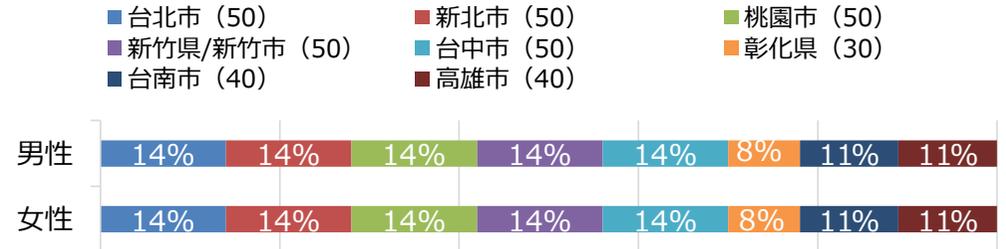
■ 性別・年齢 (%)

対象：男性 (n=180) / 女性 (n=180)



■ 居住エリア (%)

対象：男性 (n=180) / 女性 (n=180)



■ 性別、年齢、居住エリア別の回収数 (人数)

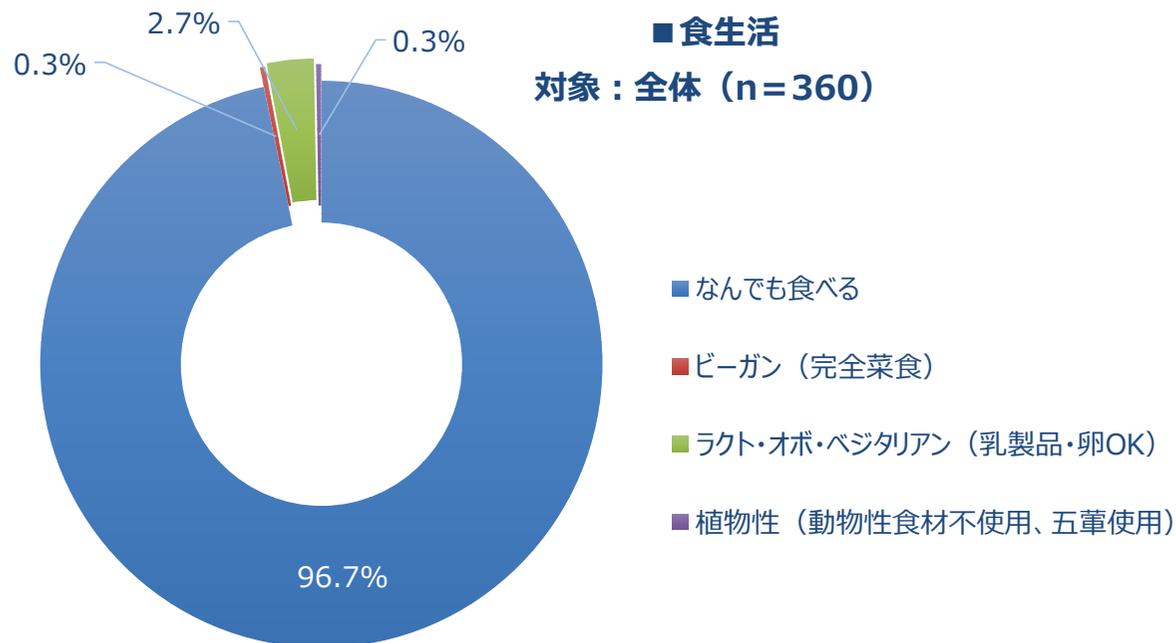
	男性 (n=180)					女性 (n=180)					計
	20代	30代	40代	50代	60代	20代	30代	40代	50代	60代	
台北市	6	7	7	5	0	6	7	7	2	3	50
新北市	6	7	7	1	4	6	7	7	2	3	50
桃園市	5	8	7	3	2	6	7	7	2	3	50
新竹県新竹市	6	7	7	3	2	6	7	7	4	1	50
台中市	4	8	8	3	2	6	7	7	1	4	50
彰化県	1	6	5	2	1	2	6	5	2	0	30
台南市	5	6	4	3	2	5	5	5	2	3	40
高雄市	5	5	6	3	1	5	5	5	2	3	40
計	38	54	51	23	14	42	51	50	17	20	360

回答者属性 (2) 食生活タイプ

Q4. あなたの食生活について教えてください。(SA)

■ 食生活タイプ

本調査の回答者の大半（約97%）は「なんでも食べる」と回答しており、ビーガンやベジタリアンなど特定の食生活を実践している層はごく少数（約3%）であった。



回答者属性 (3) 職業／学歴

Q65. 現在のご職業は何ですか？ (SA)

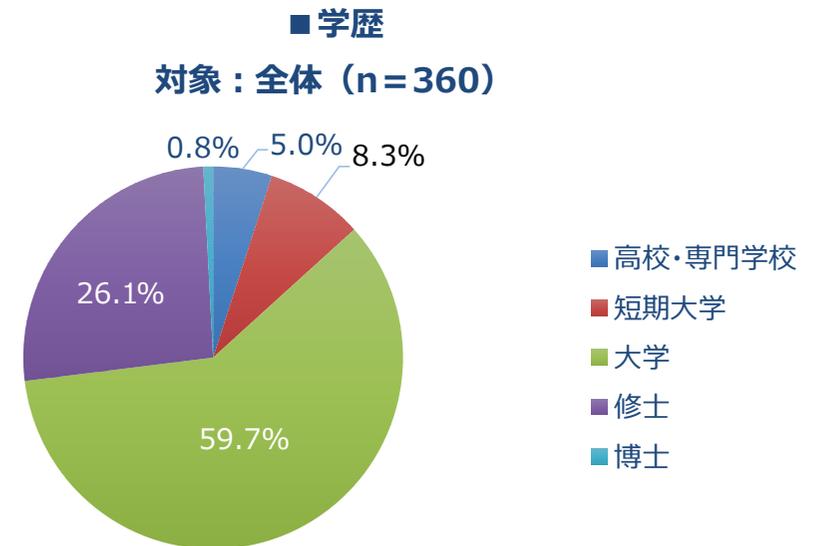
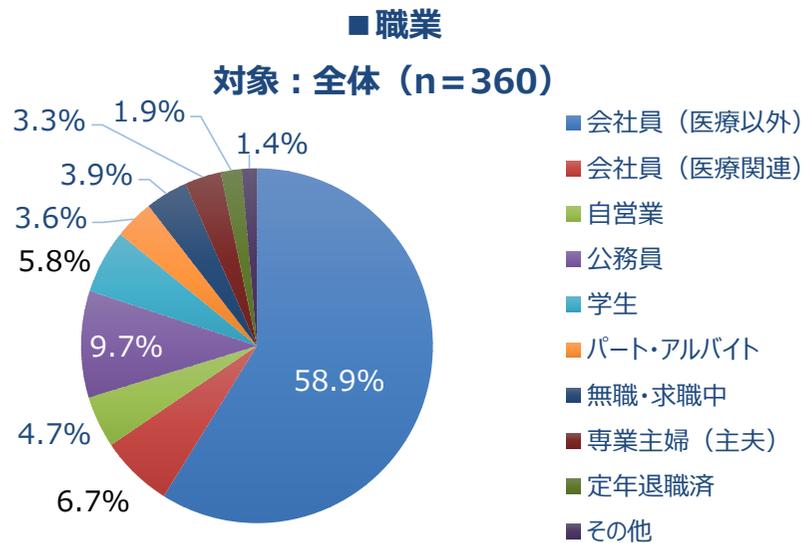
Q66. ご自身の学歴を教えてください。 (SA)

■ 職業

回答者の職業は「会社員（医療以外）」が最も多く、全体の約6割（59%）を占めた。次いで「公務員」（10%）、「会社員（医療関連）」（7%）、「学生」（6%）、「自営業」（5%）が続く。その他、パート・アルバイト（4%）、専業主婦（主夫）（3%）、無職・求職中（4%）なども一定数含まれており、社会人を中心に幅広い生活層を対象とした構成となっている。

■ 学歴

学歴は「大学卒」が最も多く、全体の6割（60%）を占めている。次いで「修士」（26%）、「短期大学」（8%）、「高校・専門学校」（5%）が続く。



回答者属性（4） 居住状況／子供の同居人数

Q67. 居住状況はどのような形態ですか？（SA）

Q67A. 前の質問に関連して、何人のお子様と同居されていますか？（SA）

■ 居住状況

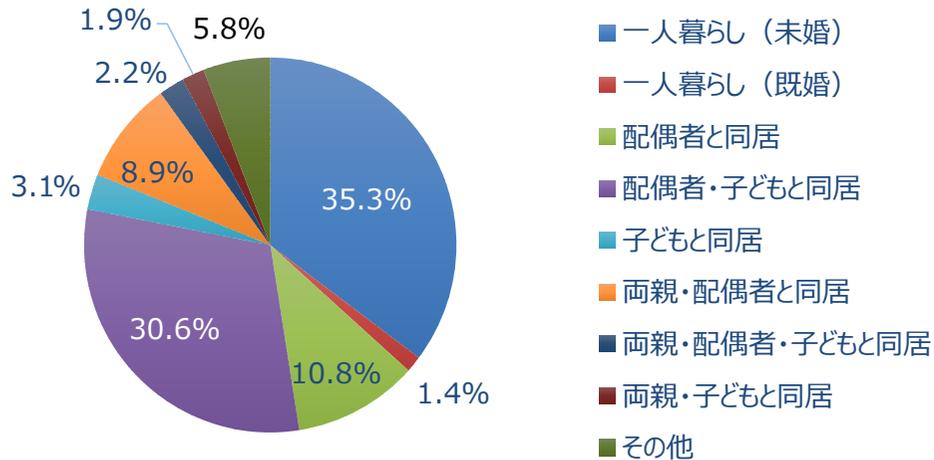
回答者の居住形態は「一人暮らし（未婚）」が最も多く、全体の35%を占めている。次いで「配偶者・子どもと同居」（31%）が続き、単身世帯とファミリー世帯が6割程度を占める構成となっている。

■ 子供の同居人数

子どもと同居している回答者（n=136）のうち、「2人」と回答した者が最も多く、全体の51%を占めている。次いで「1人」（35%）、「3人」（11%）、「4人」（4%）の順であり、1～2人の子どもと同居する世帯が多数を占めた。

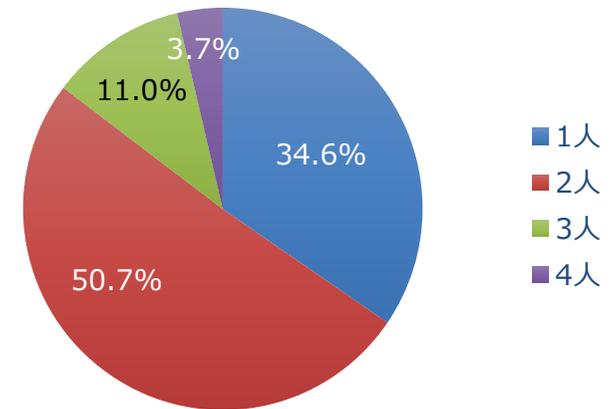
■ 居住状況

対象：全体（n=360）



■ 子供の同居人数

対象：子どもと同居している回答者（n=136）



回答者属性 (5) 年収

Q68.ご家庭の平均年間収入はどのくらいですか？ (SA)

■年間世帯収入

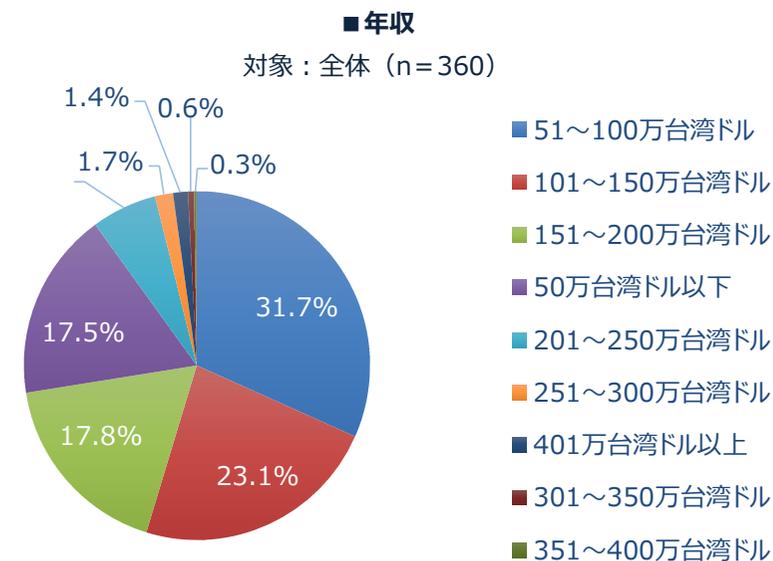
回答者の年間世帯収入は「51～100万台湾ドル」(32%)が最多で、「101～150万台湾ドル」(23%)が続き、概ね50～150万台湾ドルの中間層が中心となっている。一方、「201万台湾ドル以上」は1割未満と少なく、高所得層は限定的である。

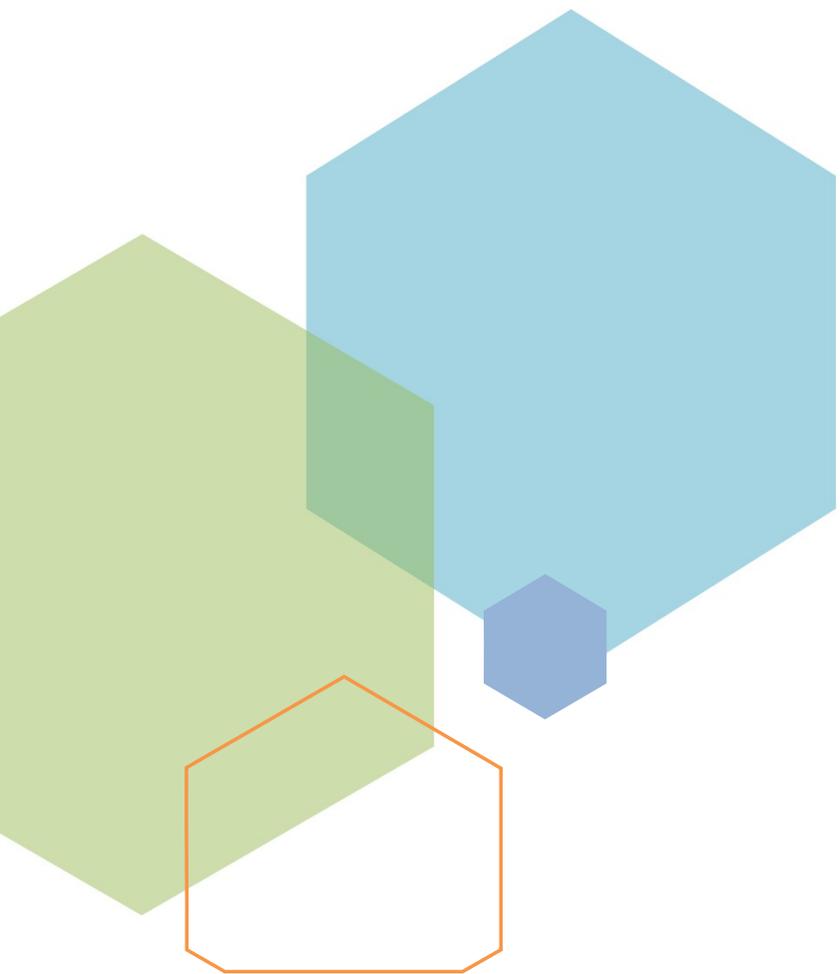
※本設問は世帯収入を聴取しているため、学生・無職層も回答者に含む。

■居住エリア別の傾向

本調査では各地域のサンプル数が少ないため、明確な地域差は統計的には確認されなかった。ただし傾向として、北部(台北・新北・桃園・新竹)は101～200万台湾ドルの層が多く、南部(台南・高雄)は51～150万台湾ドルの層が中心となった(地域の経済規模や生活コストの差を反映していると考えられる)。

	全体 (n=360)	台北市 (n=50)	新北市 (n=50)	桃園市 (n=50)	新竹県/ 新竹市 (n=50)	台中市 (n=50)	彰化県 (n=30)	台南市 (n=40)	高雄市 (n=40)
50万元以下	18%	12%	18%	16%	10%	24%	30%	22.5%	12.5%
51～100万元	32%	38%	30%	20%	30%	28%	33.3%	45%	32.5%
101～150万元	23%	18%	18%	40%	22%	24%	16.7%	20%	22.5%
151～200万元	18%	26%	24%	12%	22%	18%	10%	7.5%	17.5%
201～250万元	6%	4%	8%	8%	6%	4%	6.7%	2.5%	10%
251～300万元	2%	2%	2%	0%	4%	0%	0%	2.5%	2.5%
301～350万元	1%	0%	0%	0%	2%	2%	0%	0%	0%
351～400万元	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%
401万元以上	1%	0%	0%	2%	4%	0%	3.3%	0%	2.5%



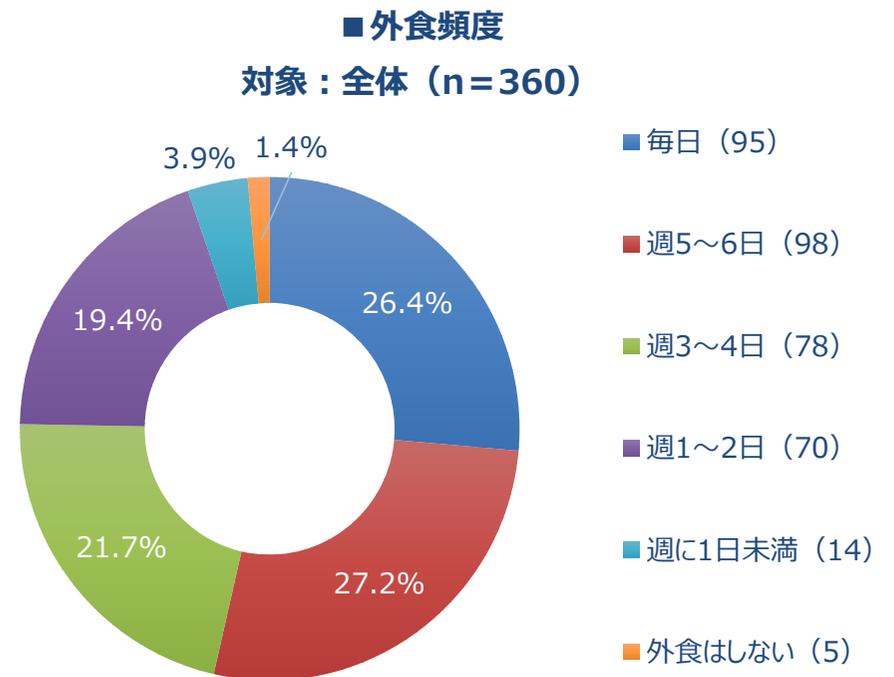


IV. 調査結果 (全体の傾向分析)

Q5. 外食の頻度を教えてください。(日数単位) (SA)

■ 外食頻度

- 「毎日外食」26.4%、「週5～6日」27.2%で、約半数が外食の割合が週5日以上。
- 「週3～4日」21.7%、「週1～2日」19.4%と、8割が週1回以上外食している。
- 「外食しない(自炊のみ)」は1.4%とごく少数で、台湾では外食が習慣化されている。



日本食外食の利用傾向 (1)

Q6. どのくらいの頻度で日本食の外食店を利用しますか？ (SA)
 Q7. 普段、よく利用する日本食の外食店を教えてください。 (MA)

■ 日本食外食の利用頻度

- 日本食外食の利用は「月1～3回」51.8%が最も多く、「月1回未満」26.5%、「週1～2回」18.6%が続く。
- 月1～3回以上である層が全体の約4分の3を占めている。

■ よく利用する日本食外食のジャンル

- よく利用される日本食外食は「寿司」が最多で、「ラーメン」・「定食」が続く。
- 「とんかつ」、「定食」、「カレー」、「しゃぶしゃぶ」も3割以上の層が利用しており、選択肢として浸透している様子が見られた。

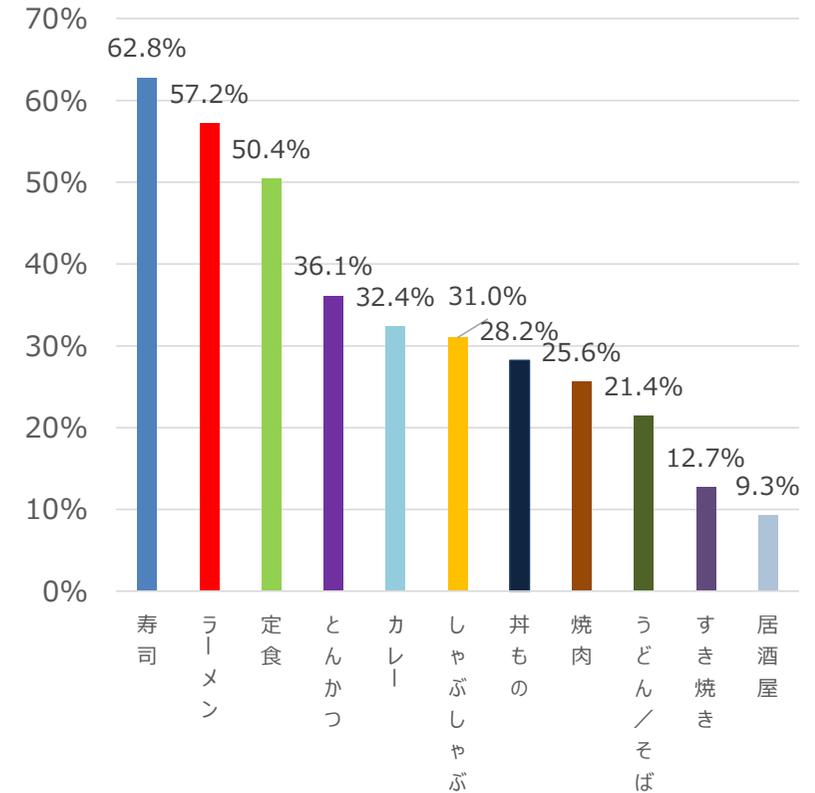
■ 日本食外食の利用頻度

対象：外食はしない層を除く (n=355)

■ 月に1回未満 ■ 月に1～3回 ■ 週に1～2回 ■ 週に3回以上



■ よく利用する日本食外食のジャンル 対象：外食はしない方を除く (n=355)



※対象：外食をしない層を除く (n=355)
 ※複数回答形式

日本食外食の利用傾向（2）

Q8. 日本食の外食店での1回での1人当たりの消費金額はどのくらいですか？（SA）
 Q9. 普段よく利用する外食店（日本食以外）のブランドを教えてください。（FA）

■ 日本食外食の1回あたり支出金額

- 1回あたり支出は200～399円（46.2%）が最多、400～599円（29.9%）が続き、200～600円に約7割が集中。
- 1,000円以上の高価格帯は約6%。日常+やや特別な際の外食として利用されている。

■ 普段よく利用する外食店（日本食以外）

- 主なジャンルは①鍋、②ファストフード、③ステーキなどの洋食、④イタリアン。
- ブランドとしては大手ファストフード店が最も多く、台湾系の鍋、ステーキ店などが続いていた。
- 全体として、手軽で品質が安定したチェーン店が好まれている。

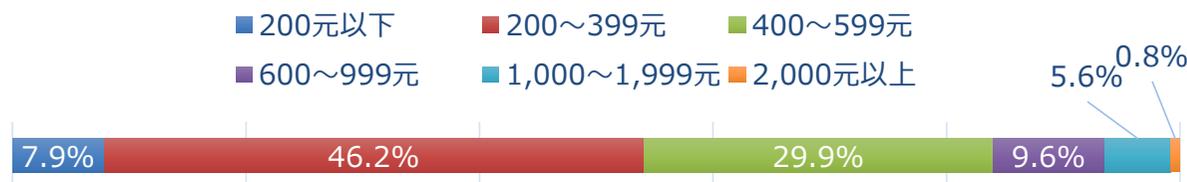
よく利用する日本食「以外」のブランド

区分	構成比
鍋系	14.9%
ファストフード系	13.6%
ステーキ系	9.0%
イタリアン系	5.6%
タイ料理	4.4%
韓国料理	3.6%
麺類・餃子系	3.6%

※自由記述の回答からカテゴリ毎に集計。

■ 日本食外食の1回あたり支出金額

対象：外食はしない層を除く（n=355）



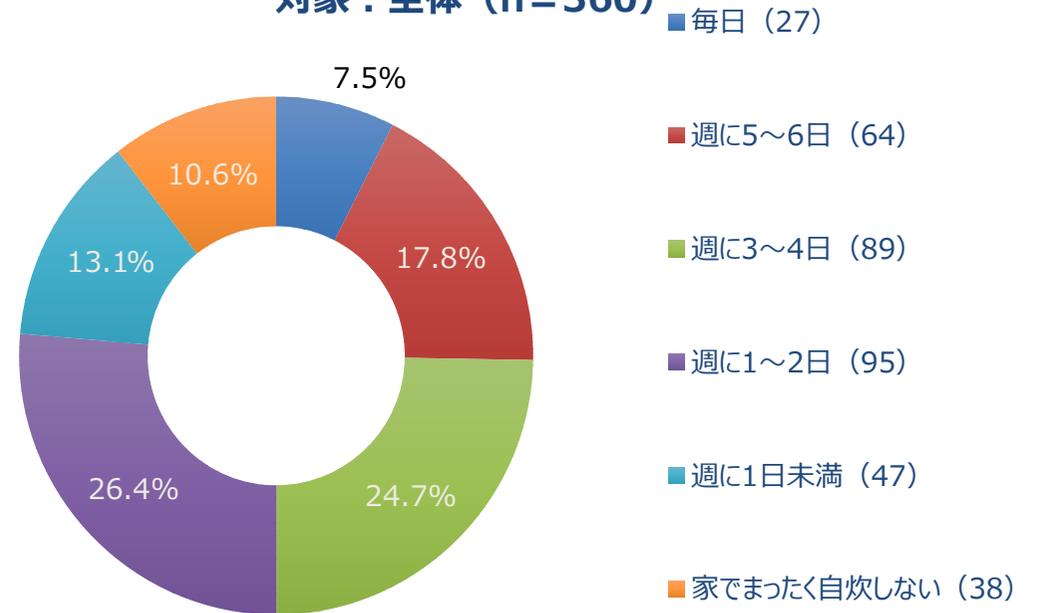
自炊の頻度

Q10. 1 週間のうち、家で自炊をどの程度しますか？ (SA)

■ 自炊頻度

- 「週 5 日以上」「週 3 ~ 4 日」「週 1 ~ 2 日」「週 1 日未満以下」がそれぞれ 4 分の 1 程度を占めた。
- 外食を基本としつつ、人により必要に応じて自炊する併用型スタイルが主流と推察される。
- 台湾では一般的に手の込んだ外食をする人が少ないと言われている。自炊の具体的な内容や、中食も含む食習慣、1 週間のモデルケース等を明らかにすることが今後の調査の課題。

■ 自炊頻度
対象：全体 (n=360)



家庭内での日本食調理傾向

Q11.自炊をするのはどの時間帯の食事ですか？ (MA)
 Q12.自宅でよく料理する日本食のジャンルがあれば教えてください。 (MA)

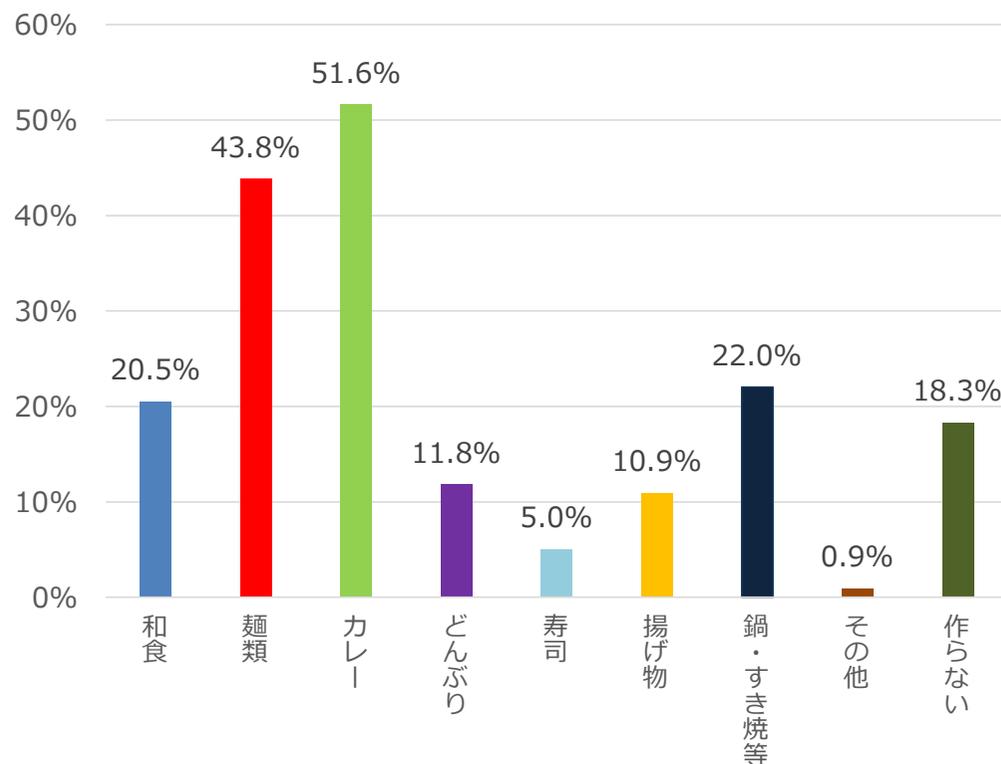
■ 自炊を行う時間帯

- 自炊は平日夕食が最多（約7割）。
- 「休日夕食」（50.3%）・「休日昼食」（34.2%）も多く、休日の自炊機会も多い。
- 一方、「朝食・平日昼食」は少なく、外食・中食利用が多い傾向。

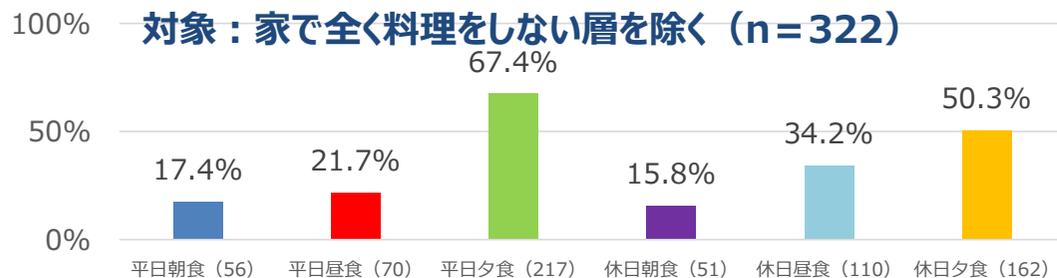
■ 自宅でよく料理する日本食のジャンル

- 最も多いのはカレー（51.6%）・麺類（43.8%）。調理が簡単で家庭向きメニューが主流と推察される。
- 続いて鍋／すき焼き等（22.0%）、和食（20.5%）が中心。
- 寿司（5.0%）・揚げ物（10.9%）は少ない（自炊する場合の手間がハードルとなっている可能性がある）。
- 日本食をほとんど作らない層は約2割程度。

■ 自宅でよく料理する日本食のジャンル 対象：家で全く料理をしない層を除く（n=322）



■ 自炊を行う時間帯



食費支出と日本食品の利用状況 (1)

Q13. 普段、食品にかける月間の平均的な支出額（1人あたり）はどのくらいですか？（SA）

Q14. 日本産食品を食べる頻度は以下のうちどれですか？（SA）

■ 月間食品支出額（1人あたり）

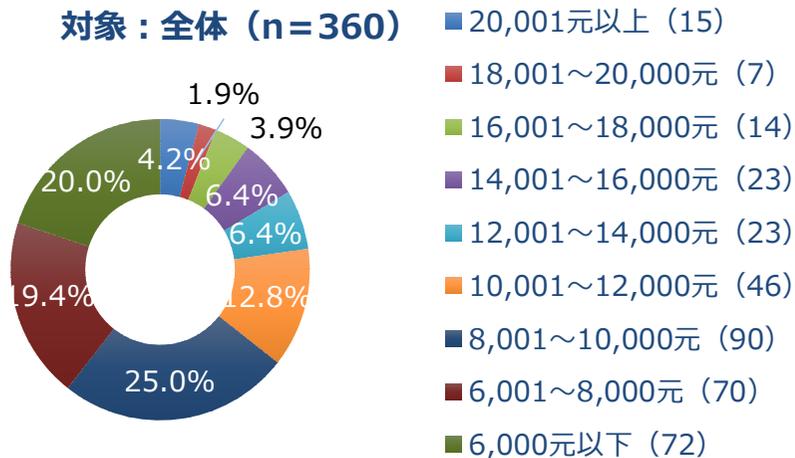
- 食品支出は「8,001～10,000元」が最多（25.0%）。
- 「6,000元以下」（20.0%）・「6,001～8,000元」（19.4%）が続き、「8,000～10,000元」を中心とする中間層が主流。
- 一方、「12,000元超」の高支出層は2割程度。

■ 日本産食品を食べる頻度

- 最も多いのは「月1～3回」（34.4%）、次いで「週1～2回」（29.4%）。
- 6割以上が「月1回以上」日本の食品を食べており、台湾の人々にとって日本の食品は身近な存在となっている。

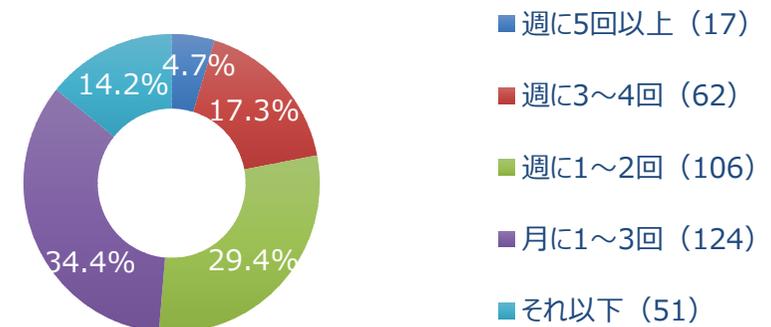
■ 月間食品支出額（1人あたり）

対象：全体（n=360）



■ 日本産食品を食べる頻度

対象：全体（n=360）



食費支出と日本食品の利用状況（2）

Q15.日本産の食品でよく購入するものは何か？（MA）

Q16.日本産食品を台湾で購入する場所を教えてください（MA）

■よく購入する日本産食品

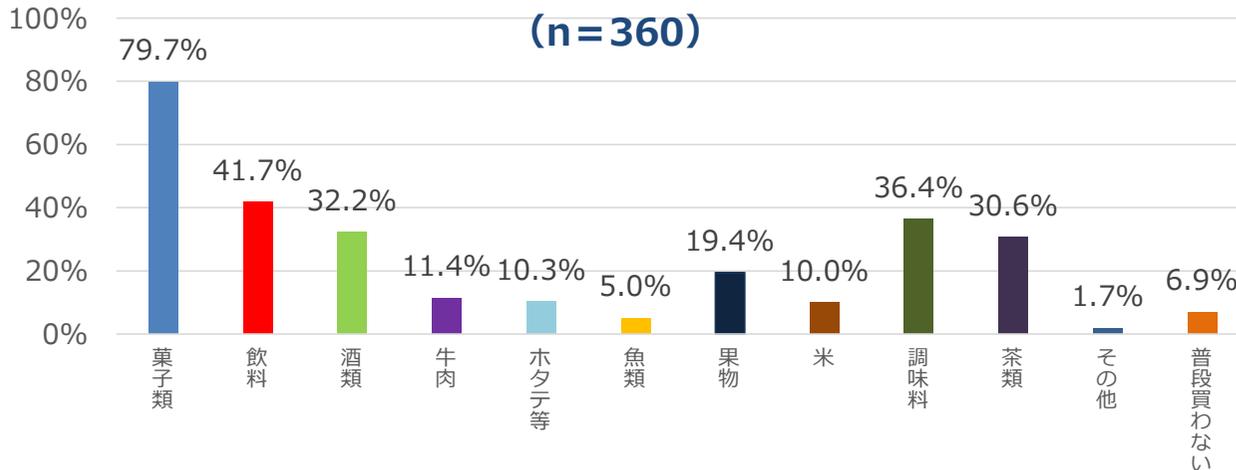
- 最も多いのは菓子類（約8割）。
- 続いて飲料（41.7%）・調味料（36.4%）・酒類（32.2%）・茶類（30.6%）が中心。
- 一方、牛肉・魚介類・米などはそれぞれ約1割。直接小売店で購入するよりも外食店での喫食が多いと推察される。

■日本産食品を購入する場所

- 最も利用されているのは台湾のチェーンスーパー（77.5%）。
- ネット購入（73.6%）も高く、オンライン購買が一般化。
- コンビニ・日系小売も広く利用されている。
- 百貨店（26.1%）は高価格帯・贈答用途の商品を買う際に利用されていると見られる。

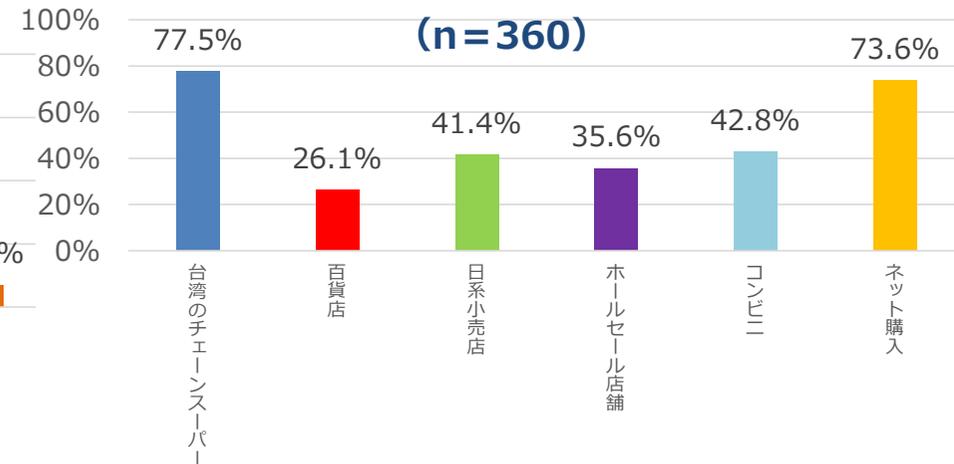
■よく購入する日本産食品

(n=360)



■日本産食品購入場所

(n=360)



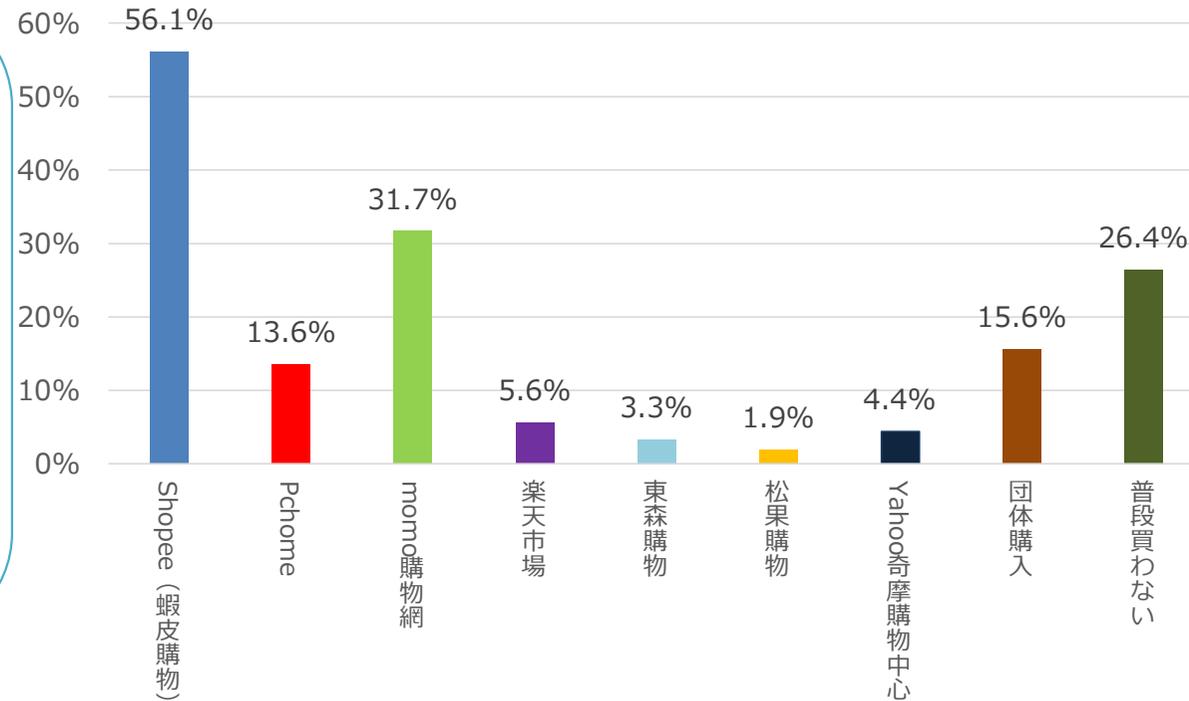
食費支出と日本食品の利用状況 (3)

Q17.オンラインで日本産食品を購入する際、よく使うプラットフォームを教えてください。
(MA)

■ よく使うオンラインプラットフォーム (n=360)

■ オンラインで日本産食品を購入する際のプラットフォーム

- 最も利用されているのは「Shopee」(56.1%)。低価格帯・少量購入のしやすさが支持されている(個人間取引も多い)。
- 次いで「momo購物網」(31.7%)が多く、配送の速さ・在庫の安定性・ポイント制度が評価されている。
- 台湾特有の「団体購入」(15.6%)も一定の利用率がある。
- 一方、「オンラインでは普段買わない」(26.4%)層もあり、実店舗での購入を重視する層が一定存在する。



情報収集と影響要因（1）～食品購入時に参考にする情報源～

Q18. 食品を購入する際、参考にする情報源は何ですか？（MA）

Q19. 日本産農林水産物・食品の情報を得るために、普段利用するSNSは何ですか？（MA）

■ 食品購入時に参考にする情報源

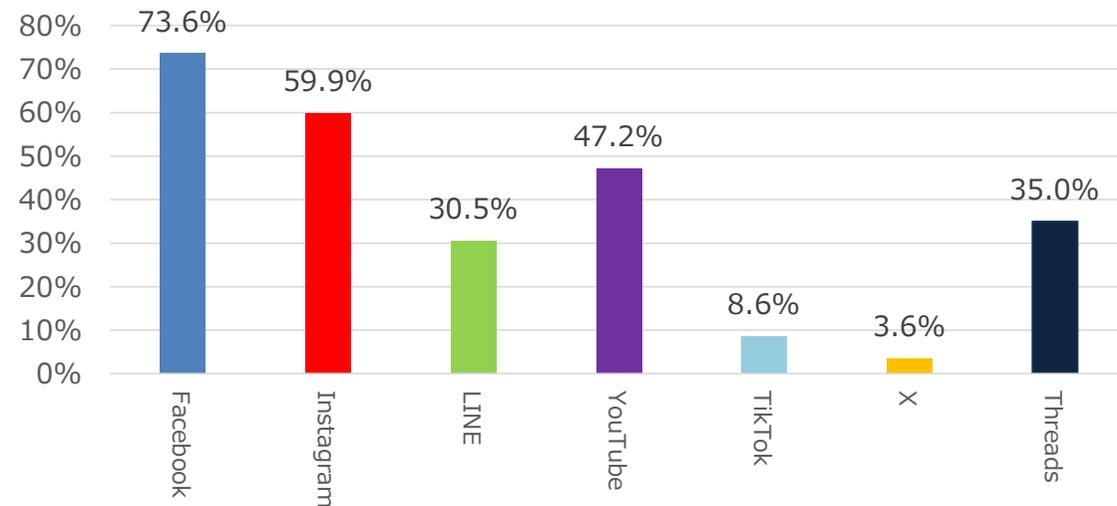
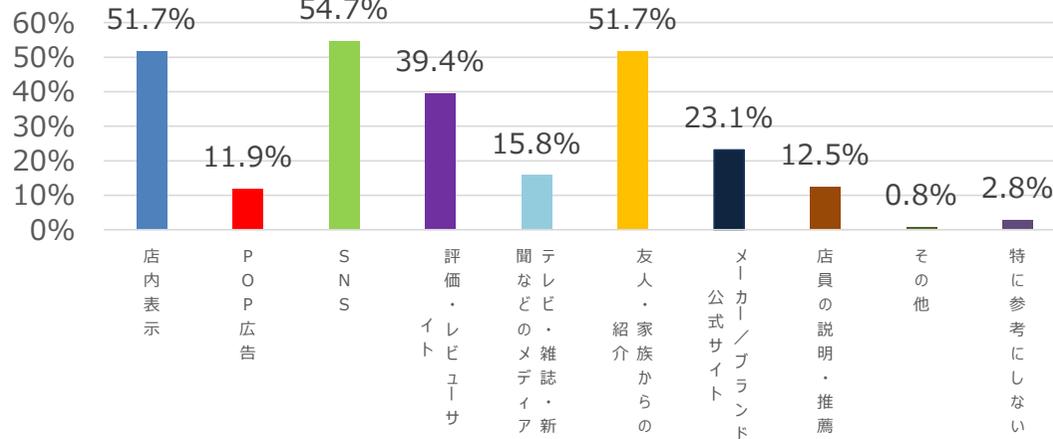
- 最も利用されているのは「SNS」（54.7%）。
- 次いで「店内表示」、「友人・家族の紹介」が同水準で続く。
- 「レビューサイト」も一定の影響がある。
- 一方、「テレビ・雑誌」、「POP広告」、「店員の説明」は低め。
- 全体として、SNS × 店頭情報 × 口コミ × オンラインレビューを組み合わせたハイブリッド型の情報収集が主流であった。

■ 日本産農林水産物・食品の情報を得るために利用しているSNS

- 最も利用されているのは「Facebook」（73.6%）。台湾の料理店には公式サイトを持たずFBアカウントを運営しているケースも多く見られ、各店舗の公式情報を見るためにアクセスしている人が多いと推察される。
- 続いて「Instagram」（59.9%）、「YouTube」（47.2%）が多い。
- 一方、「TikTok」（8.6%）、「X（旧Twitter）」は低い。
- 全体として、Facebook・Instagram・YouTubeを中心に視覚訴求の強いSNSが日本食品認知に大きく影響している。

■ SNS : 全体（n=197）

■ 食品購入時に参考にする情報源対象：全体（n=360）



情報収集と影響要因（2）～影響を受けるインフルエンサー～

Q20.好きなインフルエンサーがいますか？（SA）

Q21.食品を購入する際に、参考になっているインフルエンサーはいますか？（SA）

■好きなインフルエンサーの有無

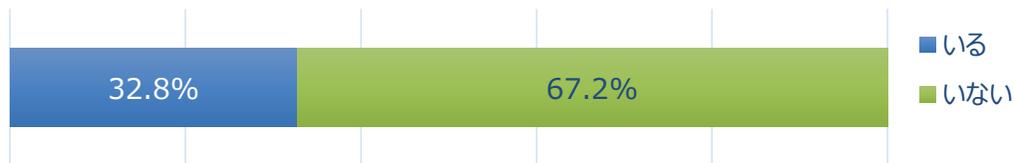
- 好きなインフルエンサーが「いる」人は32.8%（約3割）。
- 一方、「いない」が67.2%（242名）にのぼった。

■食品購入時に参考にするインフルエンサーの有無

- 購入時に参考にするインフルエンサーが「いる」は19.7%と、2割弱程度であった。

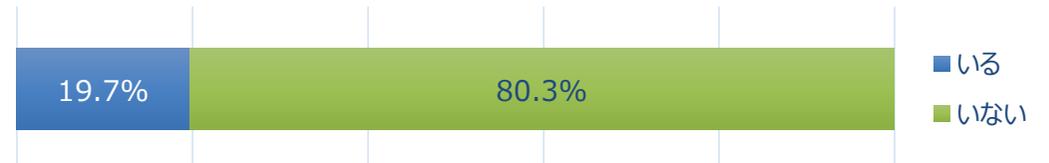
■好きなインフルエンサーの有無

対象：全体（n=360）



■食品購入時に参考にするインフルエンサーの有無

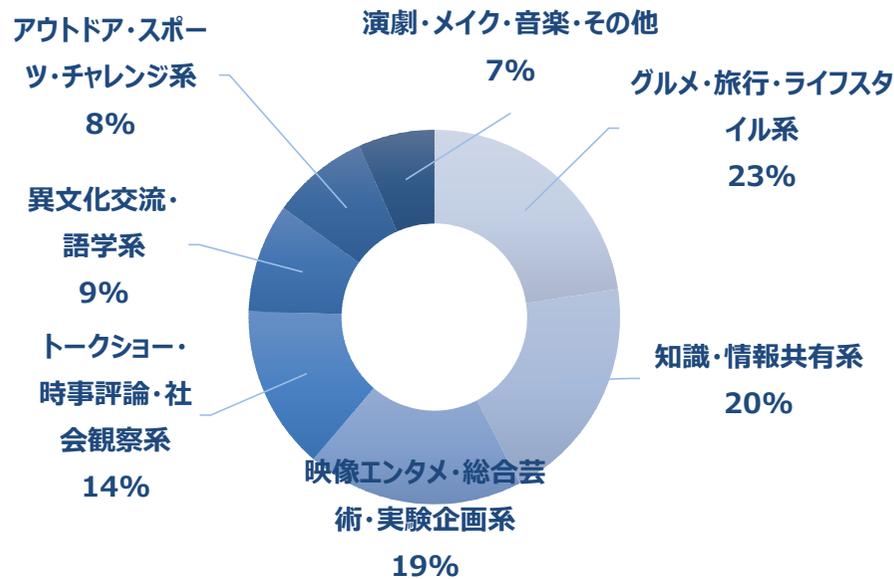
対象：Q18で「特に参考にしない」と回答した層を除外（n=350）



Q20A.好きなインフルエンサーがいれば、具体的に教えてください。(FA)

■好きなインフルエンサーについて (有効回答 : 91名)

- カテゴリーとしては、「グルメや旅行等をテーマとしたもの」、「ためになる知識等をシェアするもの」、「映像エンタメや実験企画」等が特に多かった。
- 言及は延べ80名以上と多様だが、複数回挙がったインフルエンサーは一部に限られており、いずれも150万人以上のフォロワー (YouTube) を持っていた。
- 上位5件のインフルエンサーの詳細は右下図の通り。グルメ系にフォーカスしたものが比較的多く見られた。



順位	特徴	フォロワー数 (YouTube) 2025年12月時点
1位	グルメ系。高い知名度を持つ大食い系インフルエンサー。	187万人
2位	台湾在住の海外人の視点から台湾 (グルメ含む) を探求しており、独自性の高い内容。	226万人
2位	グルメや旅行に関するレビューの他、懸賞企画などの企画系に強みを持つ。	276万人
4位	挑戦企画・実験型の動画作成。	160万人
4位	歴史や知識の要素を実験的な企画に織り交ぜる。	173万人

※自由記述の回答からカウント。具体名については伏せている。

Q21A.食品を購入する際に参考に行っているインフルエンサーがいれば具体的に教えてください。(FA)

■食品を購入する際に参考に行っているインフルエンサーについて(有効回答: 56名)

●全体傾向

- 参考に行っているインフルエンサーがいるのは全体数の約2割であった。
- 試食系/レビュー系がメインであるが、料理を扱うインフルエンサーについても挙げた。

順位	該当インフルエンサーのコンテンツカテゴリー	特徴	YouTube登録者数(2025年12月末時点)
1位	グルメ系	大食い系・グルメ系としての豊富な試食経験を有する。	187万人
2位	料理系	日本人料理人による料理チャンネル。「調理実用性」や「食材に対する専門知識」に基づいて商品を参考に行っている可能性。	186万人
3位	商品レビュー系	幅広い内容を扱うが、「日常の開封紹介」や「コラボ商品」などが人気。	115万人
3位	商品レビュー系	ブランド批評や生配信中のレビューによって、一部視聴者の購買行動に影響を与えていると推測される。	58.2万人
3位	漢方・健康志向系	「健康・養生」志向の購買選定に影響する存在であり、機能性食品ジャンルにおける専門KOLとしての越境影響が見られる。	169万人
3位	テクノロジー・企画型/商品連携	グルメや旅行に関するレビューの他、懸賞企画などの企画系に強みを持つ。	276万人

※自由記述の回答からカウント。具体名については伏せている。

日本旅行経験と日本食嗜好（1）～訪日経験とお土産購入傾向～

Q22.日本への旅行回数を教えてください。(SA)
 Q23.日本に旅行した時によく買うお土産（食品関係）を教えてください(MA)
 Q24.日本への旅行経験が日本産食品の購入意欲に影響を与えましたか？(SA)

■ 日本への旅行回数

- 訪日経験あり：83.3%
- 「2～3回」(21.7%) もしくは「4～5回」(19.7%) の層が多いが、それ以上のリピーターも一定数見られる。
- 台湾では日本旅行の人气が定着しており、訪日体験が日本文化・食品への親和性を高めていると考えられる。

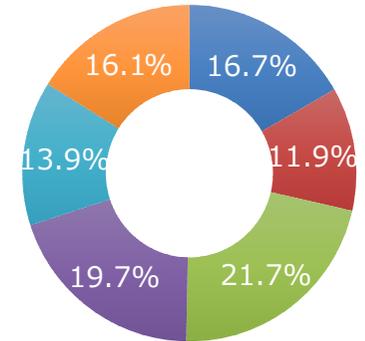
■ 日本旅行時に購入する食品系お土産

- 最も多いのは菓子類(96.3%)で突出。
- 次いで調味料(34.3%) / 飲料(29.7%) / 酒類(27.0%) / ふりかけ(27.0%) / ラーメン(21.3%)
- シェアしやすい菓子+家庭で再現できる調味料・加工品が中心

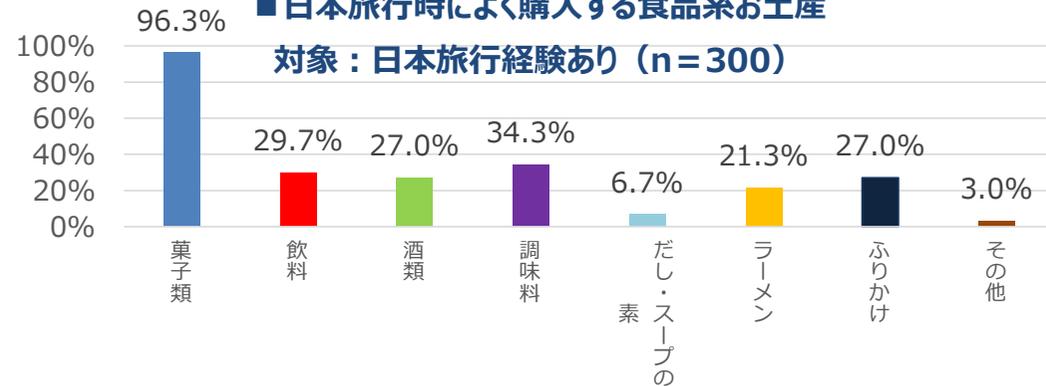
■ 訪日経験が日本産食品の購入意欲に与える影響

- 「非常にある」27.3% + 「ある程度ある」49.7% = 合計77%が購入意欲に影響あり
- 訪日体験は日本食品の購買意欲を高める大きな要因

■ 日本への旅行回数
 対象：全体 (n=360)



■ 日本旅行時によく購入する食品系お土産
 対象：日本旅行経験あり (n=300)



■ 日本旅行経験が日本産食品の購入意欲に与える影響
 対象：日本旅行経験あり (n=300)



Q25.台湾ではまだあまり見かけないが、今後台湾で増えると良い日本食があれば教えてください。（FA）

■今後台湾で増えると良い日本食 （自由回答の傾向まとめ）

1. 希少性・高級食材への関心

- 「馬肉」、「ふぐ」など、台湾での希少性、高価格帯の食材への要望が多かった

2. 地域料理・専門部位へのニーズ

- 「沖縄料理」、「牛タン」、「お好み焼き」など、地域の名物料理が人気
- 「うなぎ料理（蒲焼き・白焼き・うなぎ重）」も注目されていた。

3. 専門業態・未導入ジャンルへの期待

- 「もつ鍋」、「懐石料理」など、台湾に少ない専門カテゴリへの要望が多くあった。

4. スイーツ・和風デザート

- わらび餅・最中・団子、抹茶スイーツについても人気が高く、日本の甘味／デザート文化への高い関心が推測される。

5. 日常食・地域限定商品のニーズ

- 「インスタントラーメン」、「日本のコンビニ商品」、「B級グルメ」など

✓自由記述の回答をもとにキーワード単位で集計を行い、言及数が多かった上位10項目を抽出。

✓順位は言及回数の多い順に整理している。



順位	キーワード	言及回数
1	馬肉	10
2	うなぎ	8
3	沖縄料理	6
3	牛タン	6
5	デザート	5
5	お好み焼き	5
5	もつ鍋	5
8	懐石料理	4
8	インスタントラーメン	4
8	ふぐ	4

日本旅行経験と日本食嗜好（3） ～今後食べてみたい日本食・地域～

Q26.日本のこの地域の食品が食べてみたい、という地域や都道府県などがあれば教えてください。（MA）

■日本のこの地域の食品が食べてみたい、という地域や都道府県

●上位都道府県

• 北海道（237名）

最も人気。水産物や乳製品等のブランドは台湾市場でも浸透。

• 沖縄（145名）

台湾から非常に近い。独自の食文化は台湾でも人気。

• 青森（102名）

りんご・水産物等台湾でも浸透。台湾でのメディア露出も増えている。

• 大阪（95名）

人気の観光地であり、食文化もよく知られている。

• 福岡（82名）

アクセスがよく、グルメについては台湾でもよく知られている。

• 東京、大阪、京都といった有名観光地のみならず幅広い県が挙がっており、台湾の人々の関心の幅広さが垣間見られる。

• アクセスがよくメディア露出も多い九州から多くがランクイン（沖縄、福岡、熊本、鹿児島、長崎）

• 大阪、京都、奈良、和歌山等、関西圏のエリアも上位に多く見られた。

順位	都道府県	数 (n=360)
1	北海道	237
2	沖縄県	145
3	青森県	102
4	大阪府	95
5	福岡県	82
6	京都府	80
7	熊本県	77
8	東京都	73
9	静岡県	68
10	鹿児島県	67
11	奈良県	64
12	千葉県	47
13	長崎県	46
14	新潟県	45
15	和歌山県	40

Q27.日本の地方で実際に行って体験してみたい日本食があれば教えてください（FA）

■日本の地方で実際に行って体験してみたい日本食

1. 日常メニューの「本場で味わいたい」志向

- 最多はラーメン（豚骨・塩・ご当地のラーメンなど）
- 「焼肉」、「寿司」、「とんかつ」など台湾で普及している料理も多数
- 地元ならではの味・品質を現地で体験したい欲求が強い

2. 地方特産・高級食材への希少性ニーズ

- 「和牛」、「牛タン」、「うなぎ」、「馬肉」など地域色の強い高級食材が人気
- 「A5」、「仙台牛タン」、「宮崎和牛」など等級・産地へのこだわりが明確なものもみられる。
- 「ふぐ」、「馬刺し」など台湾でほぼ食べられない食材への関心も高い

- 「日本でしか味わえない」価値が重視されている

3. 地域文化とリンクした体験型メニュー

- 「治部煮」、「石狩鍋」など郷土料理
- 「流しそうめん」、「駅弁」、「ローカル食堂」など体験要素の強い内容
- 食 = 文化体験としての価値が求められている

自由記述から読み取れる総合傾向

台湾消費者が求める日本食体験は、次の3つに集約される：

- 本場志向：地域×素材×技術の違いを味わいたい
- 希少性志向：高級・限定・現地でしか食べられない食材
- 文化体験志向：料理そのもの＋背景・ストーリーの体験



順位	キーワード	言及回数
1	ラーメン	38
2	焼肉	22
3	和牛	20
4	寿司	17
5	馬肉	11
6	刺身	11
7	うなぎ	10
8	牛タン	10
9	とんかつ	8
10	すき焼き	8

※自由記述の回答をもとにキーワード単位で集計を行い、上位10位を抽出。

日本旅行経験と日本食嗜好 (5) ～日本メディアからの影響～

Q28. 影響を受けた日本のコンテンツがあれば教えてください (MA)

Q29. 上記の質問に関して、影響を受けた日本のコンテンツの具体的な内容 (タイトル等) があれば教えてください。 (FA)

■ 影響を受けた日本のコンテンツ

- 漫画・アニメ (61.4%) が最も多い。
- 日本のドラマ・映画 (60.0%) も高い支持。
- 音楽 (37.8%)、SNS / インフルエンサー (24.7%) が続く。
- 書籍 (16.7%) は比較的低い。
- 「影響なし」は18.6%と少なく、8割以上が日本メディアの影響を受けている。

■ 影響を受けた日本メディア作品について

自由記述についても、多くの言及回数があったのは「漫画・アニメ」のカテゴリーであった。

1. 漫画・アニメ

- 上位の項目のうちほとんどは漫画 / アニメ。台湾でも露出が多いメディアが多く見られた。漫画でもアニメでも展開している作品が多く、特に少年漫画が挙がるが多かった。

2. ドラマ

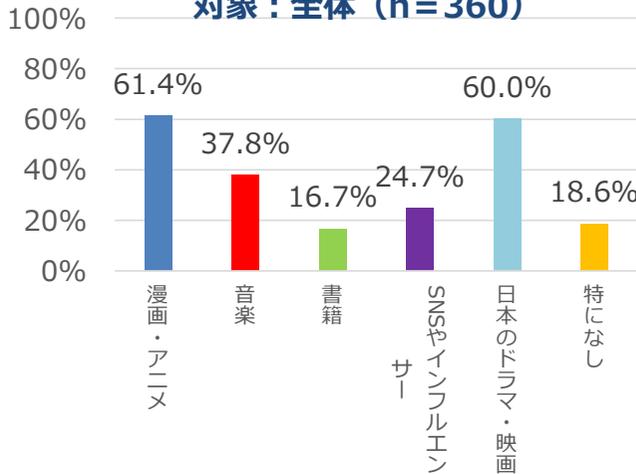
- 台湾でも放映されているドラマが挙がり、いずれもグルメ系のものであった。食に関するコンテンツの人気の高さが伺える。

3. その他多く見られた回答

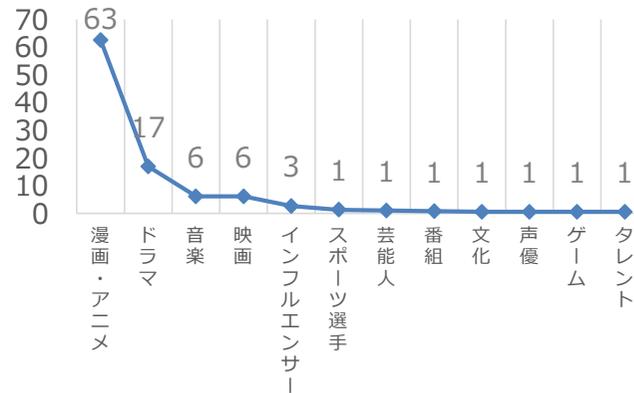
- 音楽では、日本でも著名な歌手についていくつか回答があった。

■ 影響を受けた日本のコンテンツ

対象 : 全体 (n=360)



■ 影響を受けた日本のコンテンツ分類別出現割合 (%)



順位	対象名	言及回数	分類別
1	漫画・アニメ (少年漫画)	23	漫画・アニメ
2	漫画・アニメ (少年漫画)	21	漫画・アニメ
3	漫画・アニメ (少年漫画)	17	漫画・アニメ
3	漫画・アニメ (少年漫画)	17	漫画・アニメ
5	漫画・アニメ (子ども向け)	16	漫画・アニメ
6	ドラマ (グルメ関連)	13	ドラマ
7	漫画・アニメ (少年漫画)	10	漫画・アニメ
8	漫画・アニメ (少年漫画)	9	漫画・アニメ
8	漫画・アニメ (子ども向け)	9	漫画・アニメ
10	ドラマ (グルメ関連)	8	ドラマ

※自由記述の回答からカウント。具体名については伏せている。

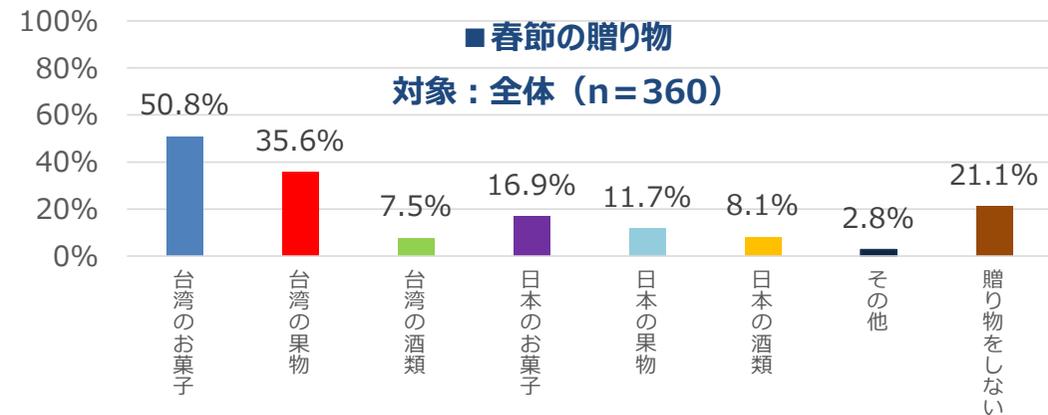
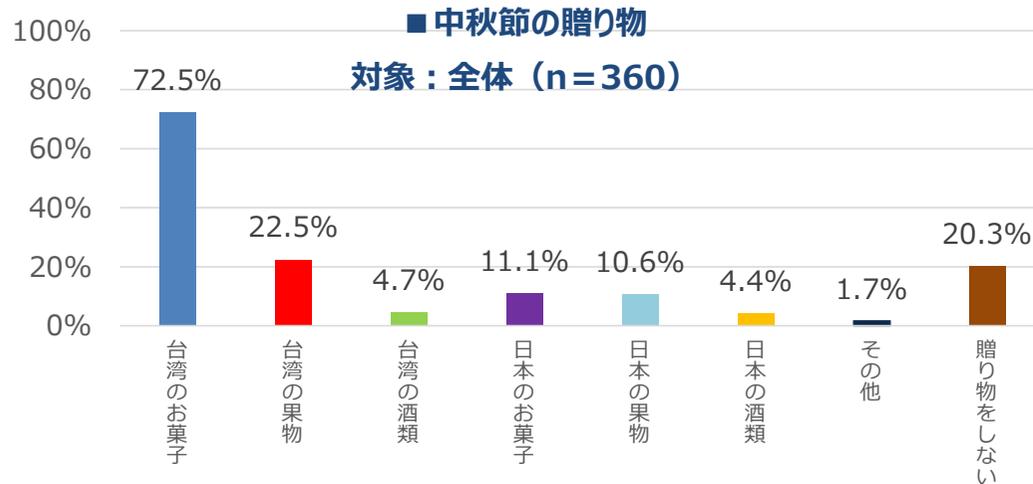
Q30.ふだん、中秋節の贈り物はどういう物を贈りますか (MA)
 Q31.ふだん、春節の贈り物はどういう物を贈りますか (MA)

■ 中秋節の贈り物

- 中秋節では「台湾のお菓子（月餅・パイナップルケーキ等）」が72.5%と最多。
- 日本関連では菓子（11.1%）と果物（10.6%）が多い。
 中秋節ではぶどう、桃、梨等が贈り物の選択肢として定着。
- 20～39歳を中心に「贈らない」層（20.3%）も一定数存在していた。

■ 春節の贈り物

- 春節は台湾のお菓子（50.8%）が最多も、中秋ほど特定商品には偏らない。
- 「良い果物を贈る文化」が強く、台湾産、日本産とも、中秋節より高い選択率となった。酒類（7.5%）も年始の祝いムードでやや増加。
- 日本関連の菓子（16.9%）・果物（11.7%）は中秋節より選択率が高い。
- 春節でも「贈らない」層（21.1%）は同程度存在。



健康志向と食品選択 (1)

Q32. 普段の食生活において、健康をどの程度意識していますか？ (SA)
Q33. 自身や家族の健康のために意識していることはありますか。(MA)

■ 普段の食生活における健康意識

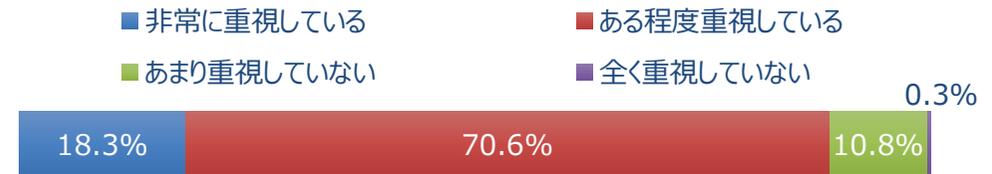
- 健康を「非常に重視／ある程度重視」している人が88.9%
- 中でも「ある程度重視」が70.6%と最多
- 過度に重視はせず、無理なく続けられるライト健康志向が主流と推察される。
- 「あまり重視していない」10.8%、「全く重視していない」0.3%
- 健康無関心層はごく少数に限られる。
- 若年層を含め広い年代で健康意識が浸透
- 「無添加」、「ヘルシー」、「機能性」などの訴求は依然有効（但し表示規制にも要留意）

■ 自身や家族の健康のために意識している行動

- 「野菜を多く摂る」67.2%
- 「十分な休息・睡眠」64.7%
- 「定期的な運動」60.3%
- 「栄養・カロリーに注意」60.0%
- 糖分（38.9%）・油分（41.1%）・塩分（34.2%）
- 完全に控えるのではなくほどほどに控えるスタイルが多数
- 「栄養補助食品の摂取」38.9%
- 手軽に補うサプリ利用も一定の支持
- 「特に気をつけていない」層は2.2%とごく少数

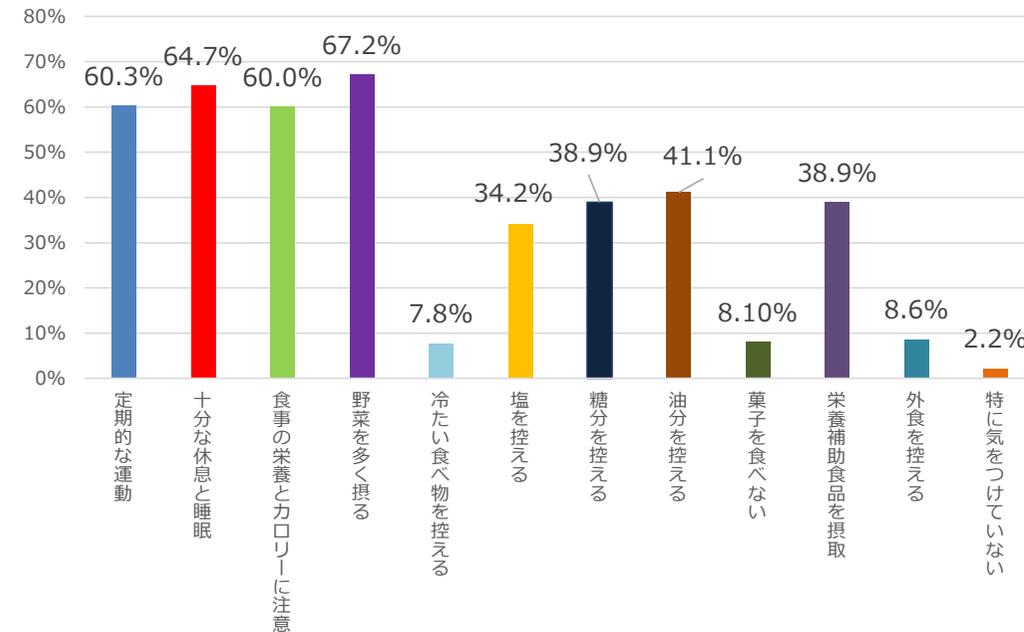
■ 普段の食生活における健康意識

対象：全体（n=360）



■ 自身や家族の健康のために意識している行動

対象：全体（n=360）



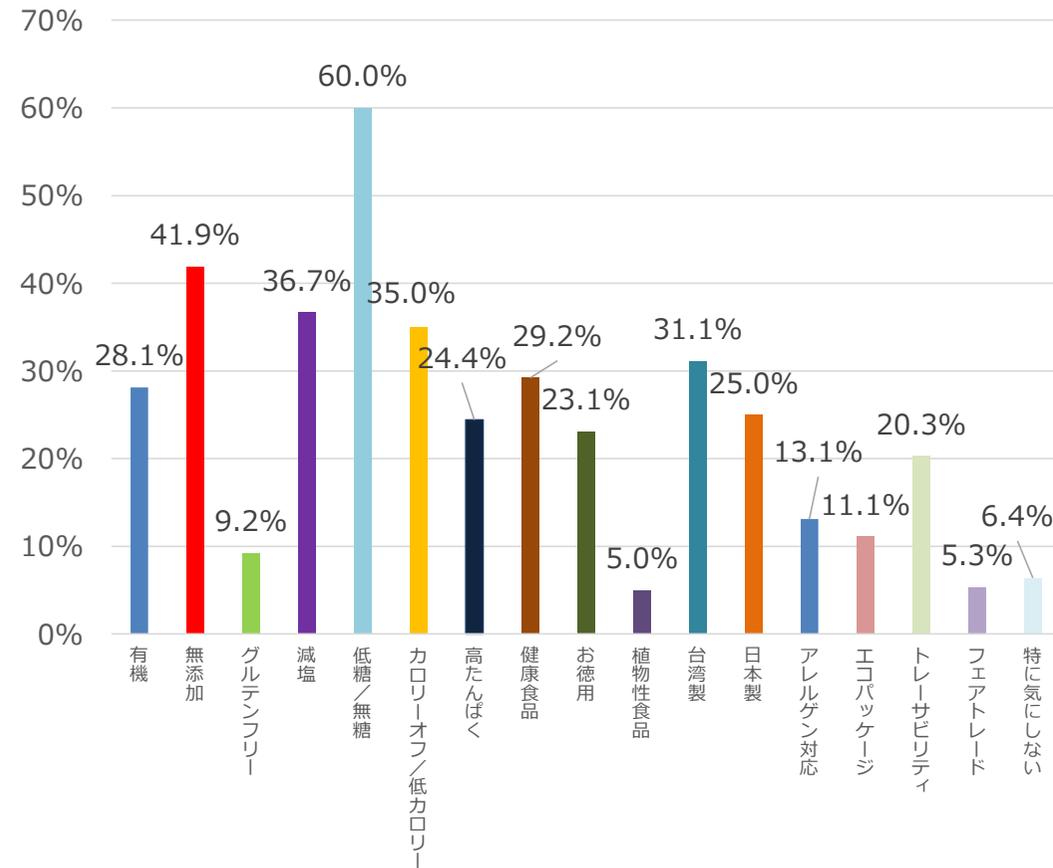
健康志向と食品選択 (2)

Q34.食品を選ぶ際に、気になるキーワード・表示は何ですか？ (MA)

■ 食品を選ぶ際に気になるキーワード

- 低糖／無糖（60%）が最多。
- 無添加、減塩、低カロリー等、特定のを「避ける」「減らす」傾向も多い。
- 有機（オーガニック）・健康食品・高たんぱくなど、付加価値のある健康訴求も一定の支持。
- 台湾製造・日本製造など、産地の信頼感が強く影響。
- トレーサビリティなど、安全性への関心も高い。
- エコ、フェアトレードは低め、
- 「特に気にしない」は6.4% と少数。

■ 気になるキーワード、表示
対象：全体（n=360）



食品カテゴリー別嗜好傾向：お酒（1）

Q35.よく飲むお酒の種類を教えてください。(MA)

Q36.お酒をどこで飲みますか？(MA)

■よく飲むお酒の種類

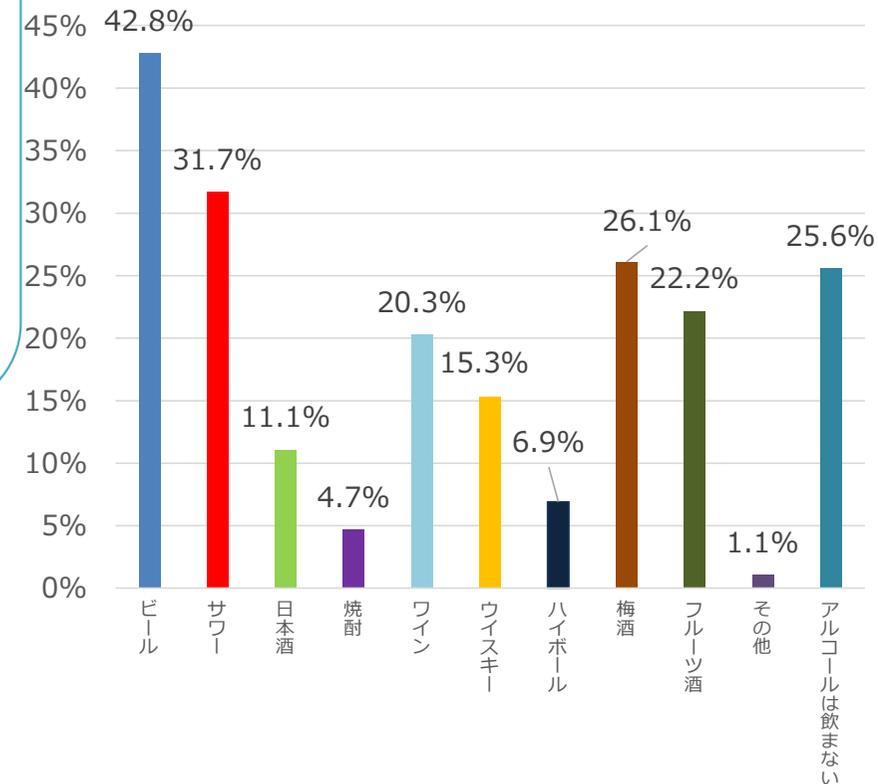
- ビール（42.8%）が最多で、幅広い層に浸透した定番カテゴリー。
- サワー（31.7%）・梅酒（26.1%）・果実酒（22.2%）など、甘め・飲みやすいライト系の人気が高い。
- 日本酒（11.1%）・焼酎（4.7%）は上記の酒類と比べると限られるが、コアなファンもおり人気。
- 飲まない層は25.6%と約4人に1人。

■飲酒場所

- 飲酒場所については、「自宅」が圧倒的（88.1%）。
- 気軽さ・コスト面から家飲みがの割合が大きいと推察される。
- 外食の場での飲酒では、日本食レストラン（39.9%）が中心。
- 台湾料理店（29.5%）及びバー（20.5%）は一定の利用がある。
- 海外料理店（13.1%）は限定的であった。

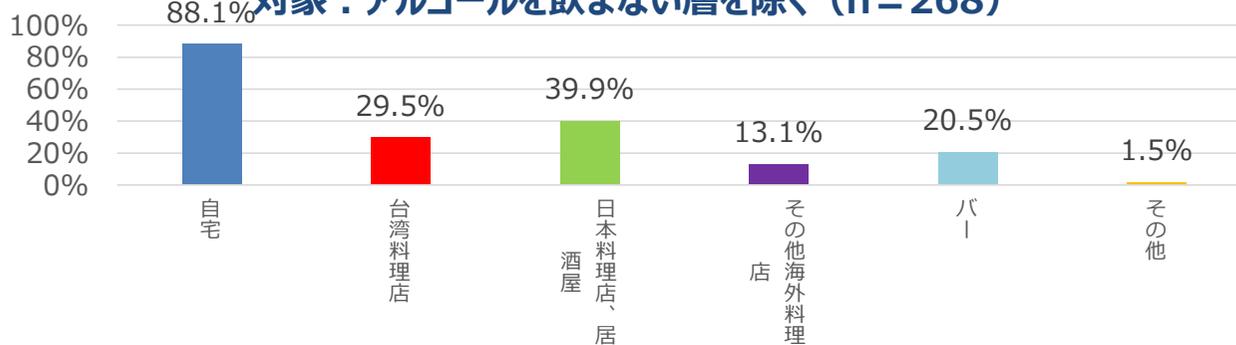
■よく飲む酒類

対象：全体（n=360）



■飲酒場所

対象：アルコールを飲まない層を除く（n=268）



食品カテゴリー別嗜好傾向：お酒（2）

Q37.お酒をどこで購入しますか？(MA)

Q38.台湾で日本酒を購入する際にどのような点を重視しますか（MA）

Q39.日本のお酒（日本酒、焼酎）の価格について、どの程度までなら購入しますか？（720mlの日本酒の場合）（SA）

■酒類の購入場所

- スーパー（72.4%）・コンビニ（60.1%）が圧倒的。
- 酒専門店（25.7%）、デパート（19.8%）が続いている。
- 台湾では酒類のオンライン購入は禁止されているため、実店舗での購入のみ。

■日本酒購入時に重視される点

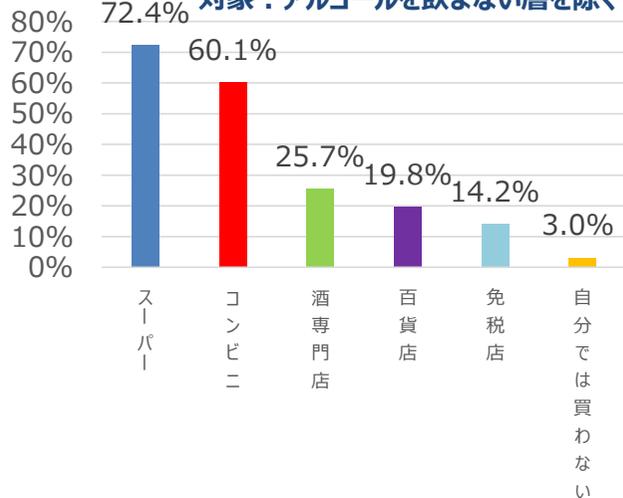
- 最重要は味（65.0%）。次いで価格（46.9%）が主要判断軸。
- ブランド（22.3%）・産地（17.3%）など背景情報も一定の影響。
- SNS評価（7.7%）は低めで、オンラインレビュー依存は弱い。
- 日本酒を購入しない層：17.3%。

■日本酒（720ml）の許容価格帯

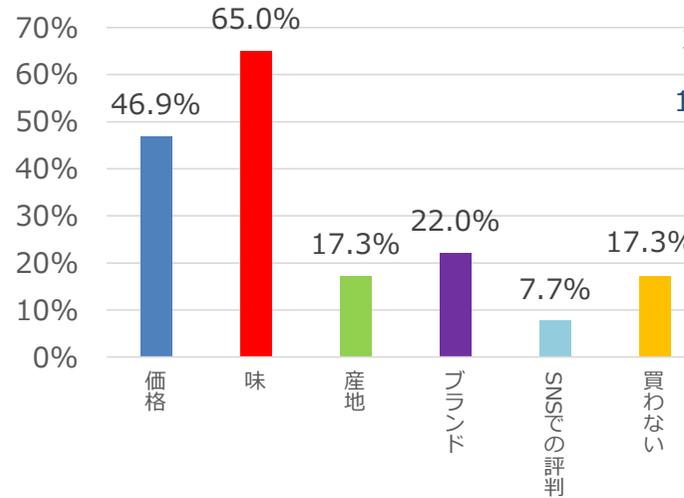
- 最も多いのはNT\$501～1000（53.5%）。
- 次いでNT\$500未満（21.9%）が続き、全体の約75%がNT\$1000以下を許容。
- NT\$1001～1500（15.8%）／NT\$1501～2000（7.0%）は少数派。
- NT\$2001以上は1.9%。

■酒類の購入場所

対象：アルコールを飲まない層を除く（n=268）

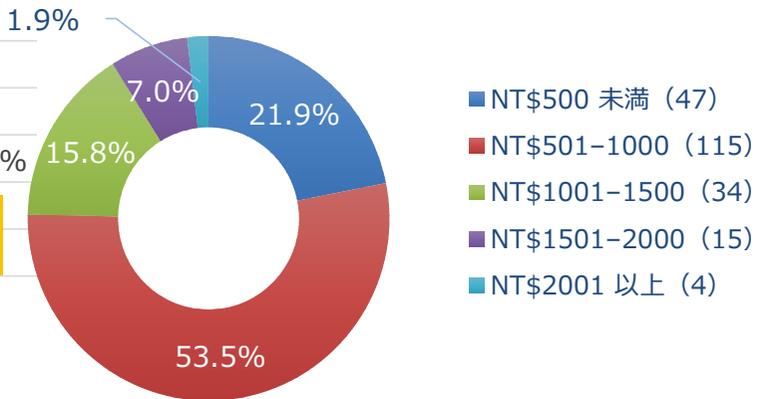


■日本酒購入時に重視する点（n=268）



■日本酒（720ml）の購入価格帯

対象：日本のお酒を買わない層を除く（n=215）



食品カテゴリー別嗜好傾向：お菓子（1）

Q40. 普段、どのような日本のお菓子（和菓子、洋菓子、スナック菓子含む）をよく購入しますか？（MA）

Q41. 日本のお菓子で好きな商品・味・ブランドは何ですか。（FA）

■日本のお菓子の購入傾向

- 最もよく買われているのは「クッキー・ビスケット」（64.2%）。
- 次いで「せんべい・米菓」（54.7%）／「チョコレート」（44.7%）が人気。
- ポテト（36.9%）・グミ（22.8%）などスナック系も一定の支持。
- 和菓子では大福・まんじゅう（23.1%）・羊羹（10.3%）が選ばれている。
- 「日本のお菓子を食えない」層は6.4%とごく少数。

■日本のお菓子で好きな商品・味・ブランド

1. 定番ブランド・地域銘菓への強い支持

- 上位にランクインした品目については、旅行土産等として有名で、インバウンドの定番商品として知名度を得たと考えられる品目が多数入っていた。

2. フレーバー（味）が選択の中心軸

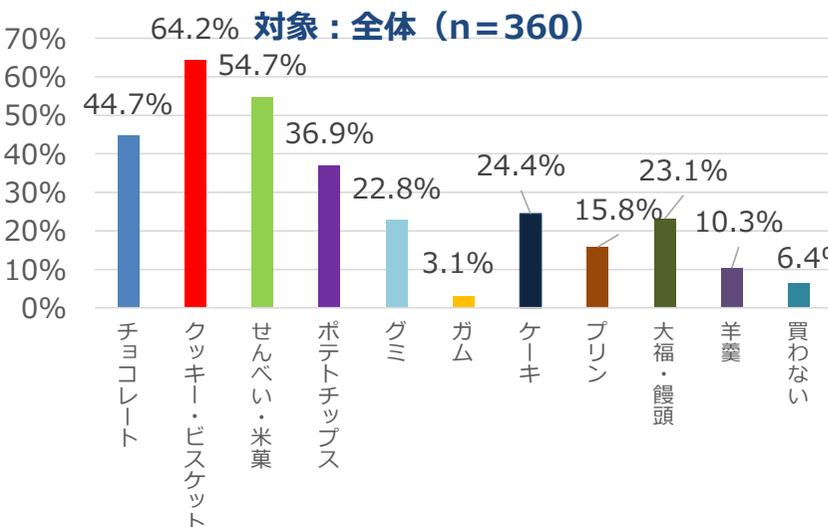
- 「抹茶」、「いちご」、「梅」、「塩味」など、味そのものに言及する回答もあった。抹茶では「何でも好き」といった強い嗜好も多く、カテゴリーを超えて共通する好みとなっている。

ている。

3. 和菓子への関心も一定

- 「どら焼き」、「和菓子」への言及もあり、特定の老舗名も挙がるなど、品質・信頼性を重視する嗜好が推察された。

■日本のお菓子の購入傾向



■Q41における日本菓子カテゴリー別の選好割合(%)



順位	備考(分類別)	言及回数
1	ポテトチップス系	34
2	クッキー・ビスケット	21
3	せんべい・おかき	17
3	せんべい・おかき	17
5	チョコレート	16
6	ポテトチップス	13
7	ケーキ	10
8	大福・まんじゅう	9
8	チョコレート	9
10	プリン	8

※自由記述の回答からカウント。具体名については伏せている。

食品カテゴリー別嗜好傾向：お菓子（2）

Q42.台湾産と日本産のお菓子の価格差がいくらいまでであれば日本産を購入しようと思いますか（台湾産が100円の場合）
 Q43.お菓子を買う際、どのような点を重視しますか？（MA）

■日本産菓子に許容できる価格差（台湾産が100円の場合）

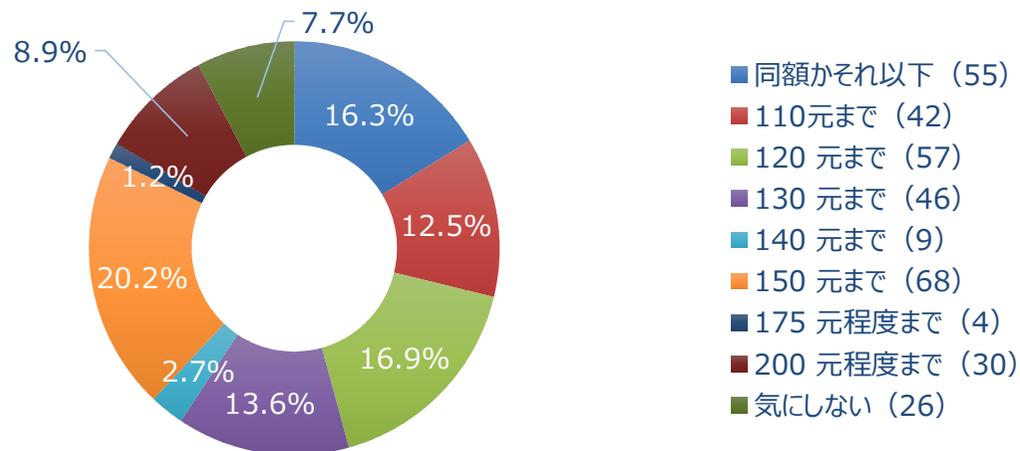
- 最も多い許容価格差は+50元（150元まで）で20.2%。
- 次いで+20元（120元まで）16.9%、価格差なし～同価格16.3%。
- +30～40元（130元・110元）も各1割超で、主要レンジは+20～50元。
- 一方で「価格はあまり気にしない」（7.7%）、「200元まで」（8.9%）など高価格許容層も一定割合。
- 大半は「少し高い程度ならOK」のライト・プレミアム層が厚い。

■お菓子購入時に重視する点

- 圧倒的に「味」が最重要（87.8%）。
- 次いで「価格」（62.9%）が主要判断軸。
- ブランド・安心安全（各30%）、限定品・季節品（27.6%）も一定の支持。
- SNSの評判（9.2%）や贈答用（9.8%）は低めで、衝動性・自家消費中心。
- 判断基準としては「味 × 価格」が核心にあり、その他の基準が+aで考慮されていると推察される。

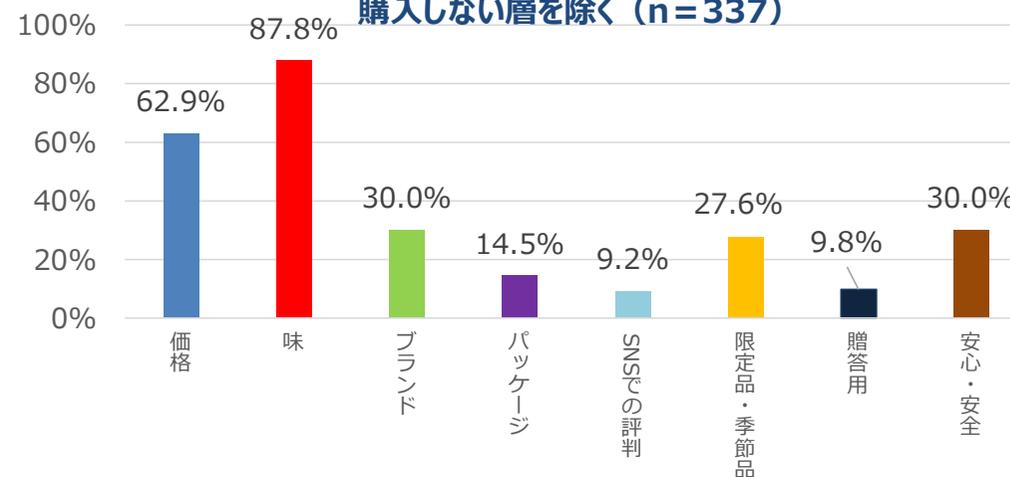
■日本産菓子に許容できる価格差

対象：お菓子を食べない・購入しない層を除く（n=337）



■お菓子購入時に重視する点

購入しない層を除く（n=337）



食品カテゴリー別嗜好傾向：お菓子（3）

Q44.日本のお菓子・スナック・飲料などで好きな香りやフレーバーを教えてください（MA）

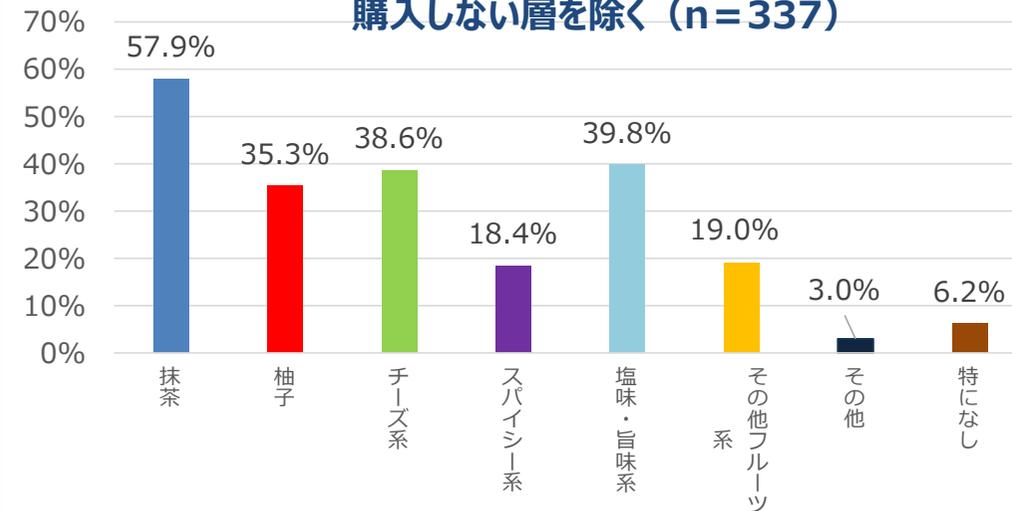
■日本のお菓子・スナック・飲料で好まれるフレーバー

- 最も人気：抹茶（57.9%）：日本らしさのある王道フレーバー。
- 塩味・旨味（39.8%）／チーズ系（38.6%）も強く、甘味だけでなくしょっぱい系も支持されている。
- 柚子（35.3%）・フルーツ系（19.0%）など爽やか系・和テイストも一定の人気。
- スパイシー系（18.4%）はやや低めで、辛味よりも甘味・旨味を志向する層が多いと推察される。
- 「特になし」は6.2%と少数で、多くの消費者が明確な嗜好を持っていると推察される。

■「その他」自由回答（10件）の傾向

- 甘味系：6件（60%）
 - チョコレート、いちご、スイートクリームなど。
 - 王道スイーツ系へのニーズが最も強い。
- 爽やか系：2件（20%）
 - サイダー風味などの清涼系フレーバー。
- 和風・お茶系：2件（20%）
 - お茶味、柚子こしょう。
 - 既存選択肢外の和テイストにも一定の関心。

■好きな香りやフレーバー 購入しない層を除く（n=337）



食品カテゴリー別嗜好傾向：飲料（1）

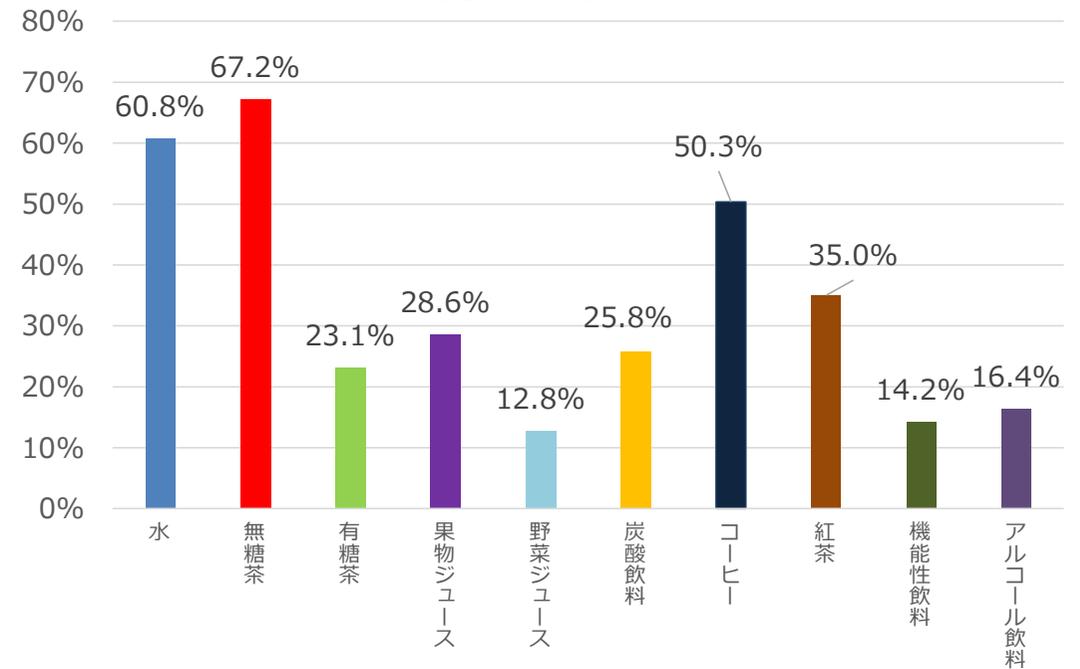
Q45. 普段どのような飲料をよく飲みますか。（MA）

■ 日常的に飲む飲料

- 最も飲まれているのは無糖茶（67.2%）。台湾でも健康の観点もあり、無糖茶が強く定着。
- 水（60.8%）・コーヒー（50.3%）も日常習慣として高い利用率。
- 紅茶（35.0%）・果物ジュース（28.6%）・炭酸飲料（25.8%）など嗜好系飲料も一定の支持。
- 有糖茶（23.1%）・機能性飲料（14.2%）・野菜系ジュース（12.8%）は比較的低めであった。
- 全体として「無糖・日常系」が中心、嗜好系はサブ的な位置づけと推察される。

■ よく飲む飲料

対象：全体（n=360）



食品カテゴリー別嗜好傾向：飲料（2）

Q46.日本の飲料で好きな商品・味・ブランドは何ですか（FA）

■ 日本の飲料で好きな商品・味・ブランドについて

自由記述を整理すると、台湾回答者の嗜好は①定番ブランド②無糖茶③味（フレーバー）④アルコール4軸で形成されている。

1. 定番ブランド志向

台湾の小売店でも浸透しているドリンクが挙がるが多かった。定番のブランドである点が影響していると考えられる。2位の紅茶ブランドについては具体的なフレーバー（ミルクティー等）まで具体的に挙がり、ブランド全体への認知が深い。また、企業ブランドを回答するケースも多かった。

2. 無糖茶の強さ（健康志向）

茶については、ランク外も含め「緑茶」、「麦茶」といった回答や、日系メーカーの特定ブランドを含め無糖茶系が多く挙げた。ブランドにこだわらず「無糖茶なら何でも好き」という回答もあり、健康意識と飲用習慣の結びつきが見られる。

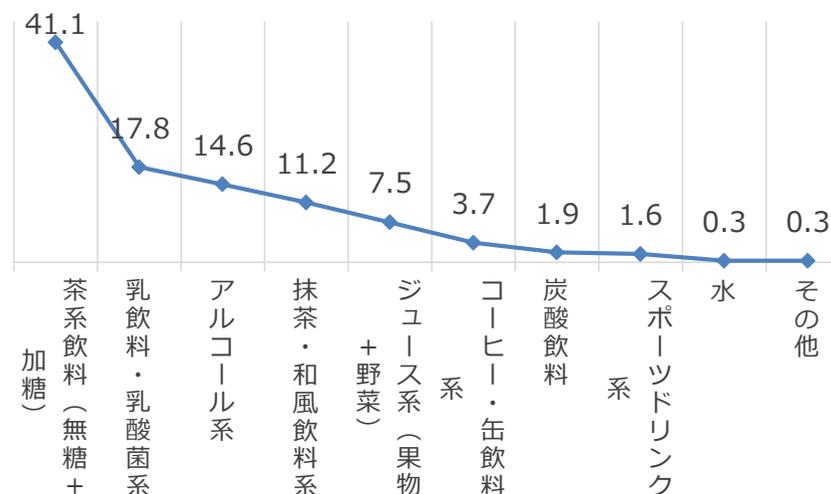
3. フレーバー嗜好（抹茶・果実系）

「抹茶」、「りんご」、「もも」など、素材・味そのものを理由に挙げるパターンも多く見られた。抹茶は「抹茶オレ」、「静岡抹茶」など多様な形の回答があった。

4. アルコール飲料（象徴的・体験ベースの選好）

「日本酒」や「梅酒」、その他特定のメーカー名や商品ブランドが挙げた。

■ 日本飲料カテゴリー別の選好割合（%）



■ 回答数の順位一覧（上位10）

順位	対象名	回数	順位	対象名	回数
1	乳酸菌飲料（商品名）	47	6	緑茶飲料（商品名）	12
2	紅茶飲料（商品名）	32	6	大手飲料メーカー（会社名）	12
3	緑茶飲料（商品名）	25	8	日本酒	8
4	抹茶	17	8	大手飲料メーカー（会社名）	8
5	大手飲料メーカー（会社名）	13	10	緑茶飲料（商品名）	7

※回答数の順位一覧（上位10）については自由記述の回答をもとに集計を行い抽出。

なお、4位の抹茶、8位の日本酒以外は具体的商品名もしくは会社（メーカー）名が挙げたもの。具体的な商品名、社名は伏せている。

食品カテゴリー別嗜好傾向：飲料（3）

Q47.飲料を買う際、どのような点を重視しますか？（MA）

Q48.あなたが「新しい／飲んでみたい」と感じる香り・フレーバーを選んでください（MA）

■飲料購入時に重視する点

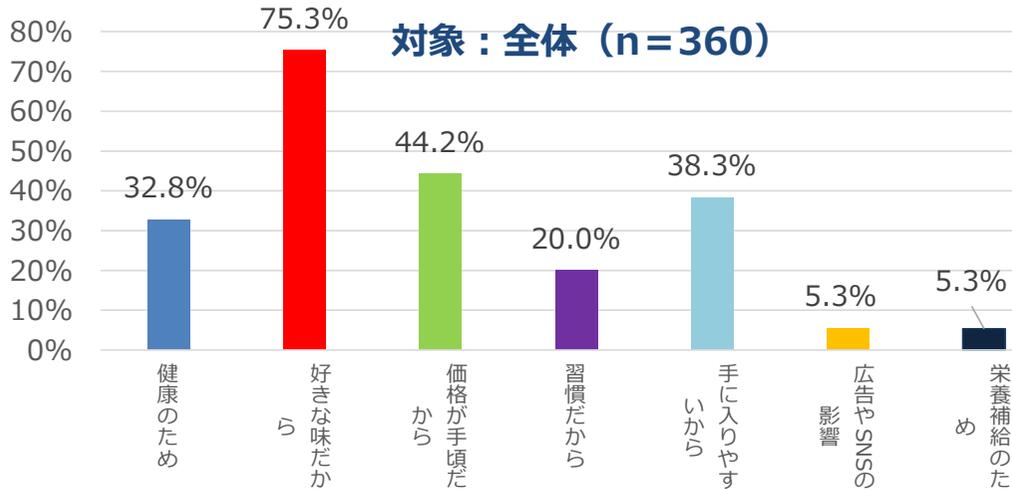
- 最重要は「好きな味」（75.3%）。まず好みが選択の起点。
- 次いで「手頃な価格」（44.2%）／「手に入りやすさ」（38.3%）／「健康」（32.8%）が続き、味・価格・利便性・健康の4軸が主要な判断基準。
- 「習慣」（20.0%）も一定の影響あり。
- 広告・SNS（5.3%）／栄養補給（5.3%）は低かった。

■新しく試してみたい香り・フレーバー

- 1位：抹茶・ほうじ茶（44.4%）→日本らしい「和テイスト」への高い関心。
- 2位：柚子・柑橘系（シトラス）（41.1%）→爽やか系の支持が強い。
- 3位：フローラル系（ジャスミンやローズ）（38.1%）→華やかさ・リラックス感が人気。
- ナッツ・キャラメル（25.0%）／発酵・ヨーグルト（24.2%）も中程度の需要。
- スパイス系（15.6%）／チーズクリーム（16.7%）は好みが分かれる傾向。
- 特になし（11.1%）は少数で、新しい味を試したい層が多い。

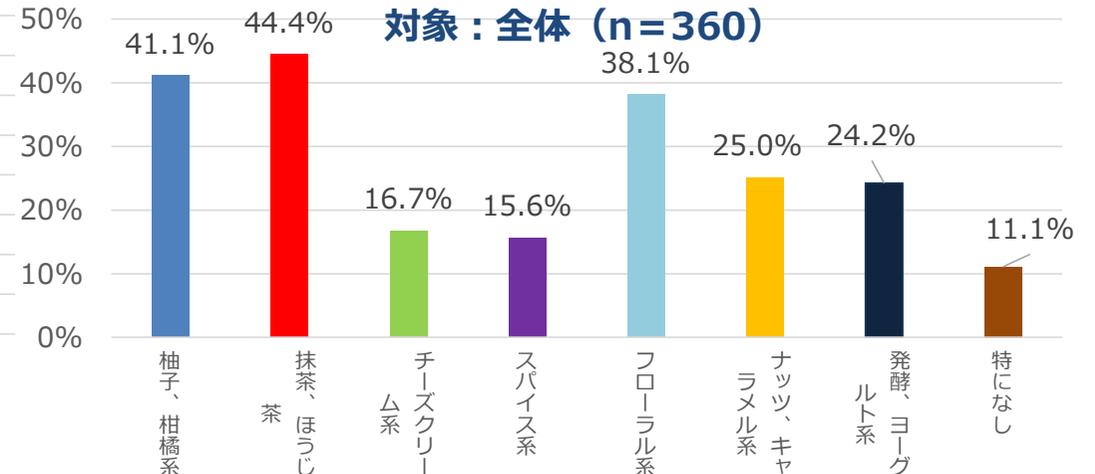
■飲料購入時に重視する点

対象：全体（n=360）



■飲んでみたい香り、フレーバー

対象：全体（n=360）



食品カテゴリー別嗜好傾向：牛肉

Q49.牛肉を買う、または外食で牛肉を食べる時に、最も重視するものを教えてください。(MA)

Q50.知っている「ブランド和牛」を教えてください。(MA)

Q51.日本産と他国産の牛肉の価格差がいくらくらいまでであれば日本産を購入しようと思いませんか(300gの場合)(SA)

■牛肉購入・飲食時の重視点

- 牛肉の重視点は価格(57.8%)と味(49.2%)が中心。
- 次いで産地、霜降り(33.6%)が続き、肉質や原産地への関心も高い。
- 赤身(15.6%)は比較的低く、霜降りを好む傾向が強い。
- 牛肉を食べない層は14.2%。

■認知しているブランド和牛

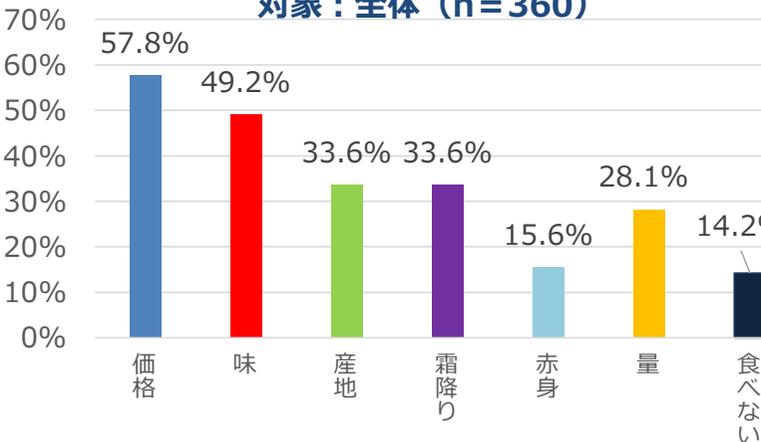
- 認知度は神戸牛(84.5%)と松阪牛(67.6%)が突出。
- 飛騨牛(50.8%)・熊本牛(44.0%)・鹿児島牛(35.3%)も広く知られる。
- 「その他」には宮古牛・石垣牛なども見られた。

■日本産牛肉に許容される価格差

- 同価格～250円(23.9%)、250～500円(23.6%)が最多で、+0～500円の価格差まで許容する層が約半数。
- 中～高価格差(500～1,000円)許容は約24%。
- 価格を気にしない層、1,000円まででも購入する層が合わせて3割弱と、日本産には一定のプレミアム需要が見られる。

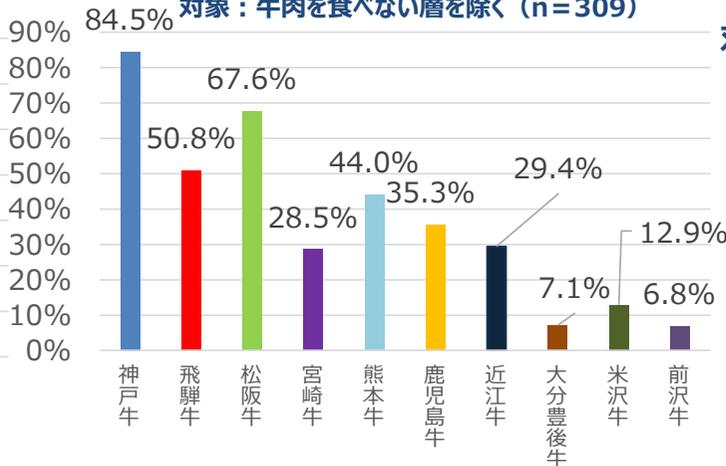
■牛肉を購入・飲食する際に重視する点

対象：全体 (n=360)



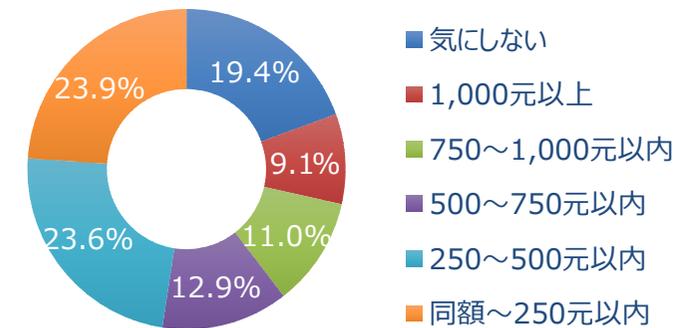
■認知しているブランド和牛

対象：牛肉を食べない層を除く (n=309)



■日本産牛肉に許容できる価格差

対象：牛肉を食べない層を除く (n=309)



食品カテゴリー別嗜好傾向：水産物

Q52.水産物を購入する際、重視するものを選んでください (MA)
 Q53.普段、どこで日本の水産物（魚介類、加工品含む）を食べますか？ (MA)
 Q54.どのような日本の水産物（魚介類、加工品含む）をよく購入しますか？ (MA)

■水産物購入時に重視する点

- 鮮度（75.0%）が最重視（他カテゴリーより突出）
- 次いで 価格（56.4%）／味（43.6%）／産地（38.3%）
- ブランド（8.6%）／生産方法（10.6%）／色（7.8%）は重視度が低い
- 全体として鮮度・品質・価格の基本要素が中心
- 食べない／買わない：7.5%

■日本の水産物を食べる場所

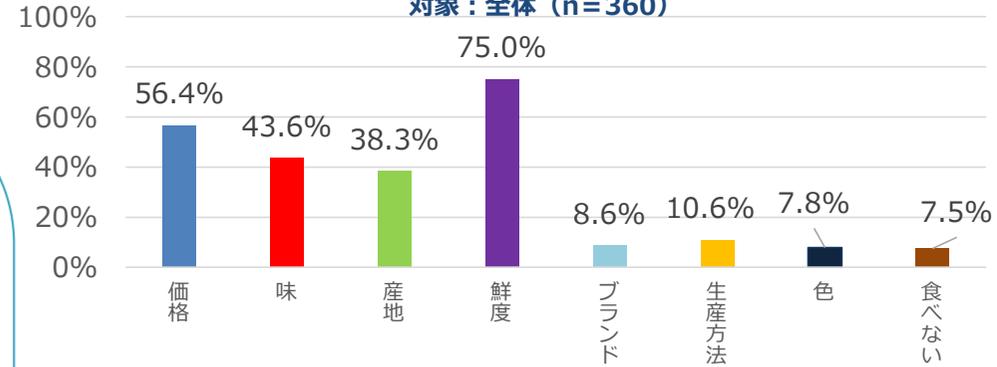
- 寿司店（64.9%）が最大の接点
- 次いで鍋料理店（43.2%）／居酒屋（38.4%）／その他日本食店（35.4%）
- 外食での摂取が中心
- 一方、スーパー購入→自宅で食べる（34.8%）も3割超
- 全体として外食中心＋一定の家庭消費

■よく購入する日本の水産物

- ホタテ（64.3%）が最多
- 次いでいくら（35.4%）（高付加価値品が上位）加工品は 干物（27.6%）／練り物（26.7%）／缶詰（17.7%）が利用される
- ぶり（4.8%）は購入が少なめ
- 「その他」には明太子・ウニ・刺身・昆布・カニカマ・もずくなど多様なニーズ
- 該当なし／あまり買わない層も一定数存在

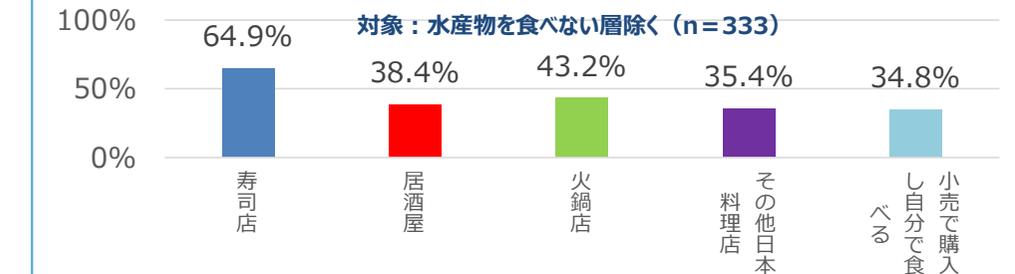
■水産物購入で重視する点

対象：全体（n=360）



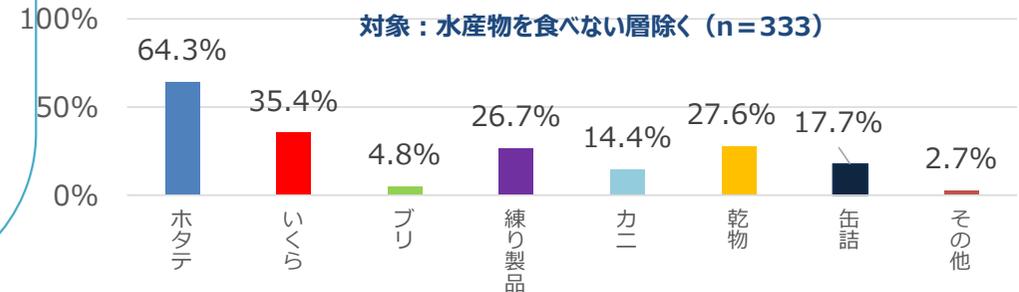
■食べる場所

対象：水産物を食べない層除く（n=333）



■購入する水産物

対象：水産物を食べない層除く（n=333）



食品カテゴリー別嗜好傾向：お米

Q55. 普段、どのような時に日本のお米を食べますか？ (MA)
 Q56. お米を購入する際に重要視する点はどのような点ですか？ (MA)

■ 日本のお米を食べる場面

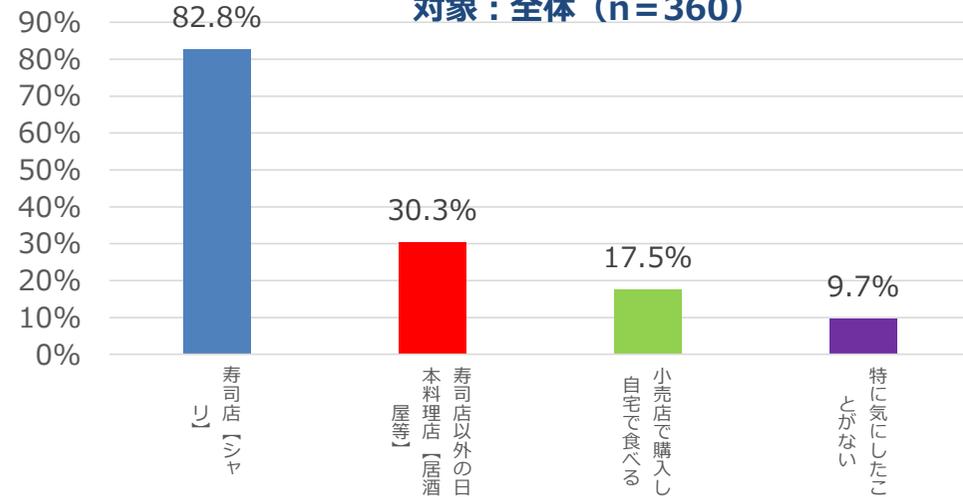
- 寿司店 (82.8%) が圧倒的に多く、日本米の主要な接点は寿司店に集中
- 寿司以外の日本食店 (30.3%) でも一定の利用が見られる
- 小売購入→自宅で食べる (17.5%) は比較的少なく、家庭での日本米利用は外食利用と比べると低い。
- あまり意識したことがない (9.7%) 層も存在し、日本米と認識せずに食べている可能性もある。

■ お米購入時に重視する点

- 価格 (54.7%) が最も重視され、価格感度の高さが顕著
- 味 (43.3%) / 産地 (41.1%) も重要視され、品質面への関心も強い
- 量 (24.4%) は一定の重視、日常的な消費量との関連がうかがえる
- 知名度 (8.3%) は低く、ブランドよりも「中身 (品質・値段)」を重視
- 自分では購入しない (17.5%) 層もあり、外食中心または家族任せのケースが一定数存在
- 全体として価格 + 品質 (味・産地) が主要判断軸となっている点が特徴

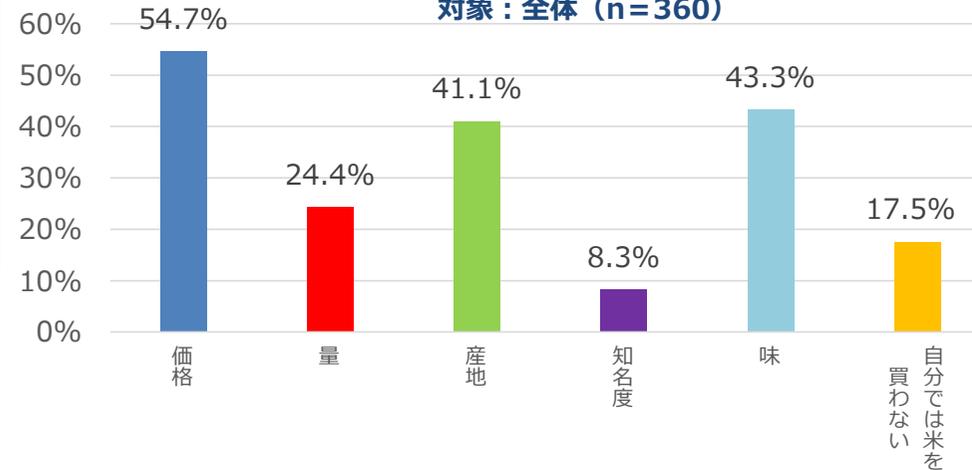
■ 米を食べる時

対象：全体 (n=360)



■ 米購入時に重要視する点

対象：全体 (n=360)



食品カテゴリー別嗜好傾向：果物

- Q57. 普段、どのような時に日本の果物を食べますか？ (MA)
- Q58. 普段、どのような日本の果物をよく購入しますか？ (MA)
- Q59. 日本の果物を購入する際、どのような点を重視しますか？ (MA)

■ 日本の果物を食べる場面

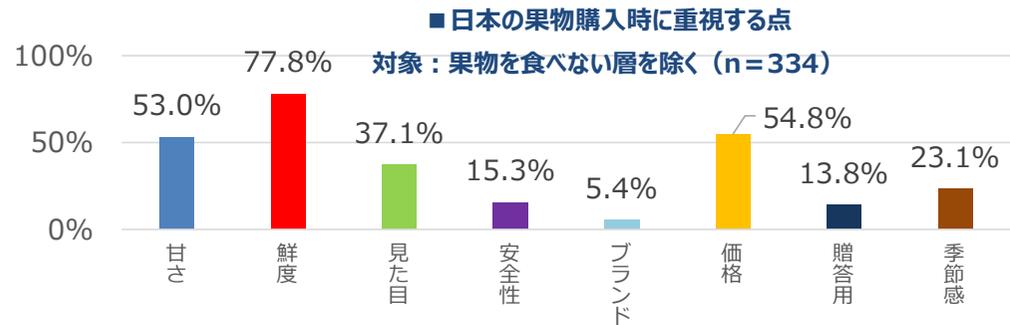
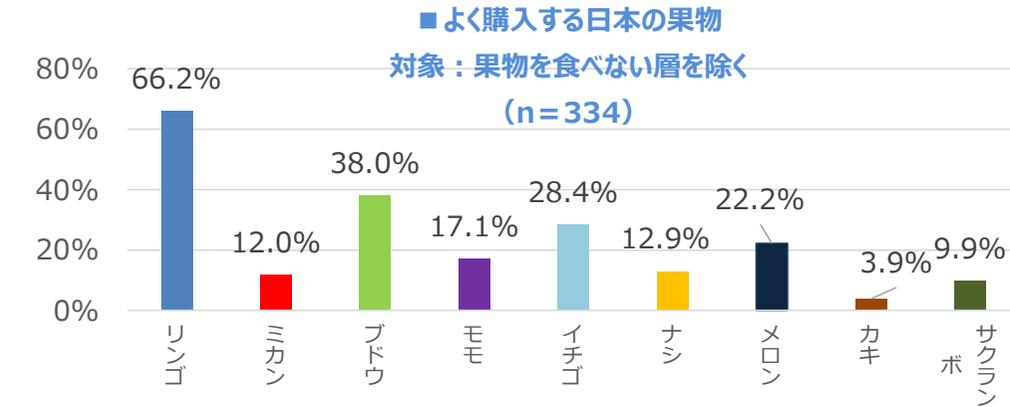
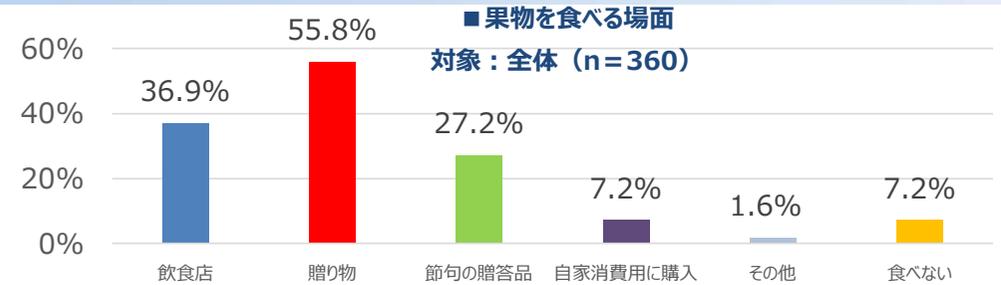
- 贈り物でもらった時 (55.8%) が最も多く、日本の果物 = 「高級ギフト」の位置づけが強い
- 飲食店で食べる (36.9%) も多く、外食を通じた接点が一定存在
- 節句の贈答品 (27.2%) も多く、ハレの日需要が目立つ
- その他 (1.9%) には「日本旅行中に現地購入」、「共同購入」、「海外渡航時の購入」で、旅行などの特別な行動の際が中心

■ よく購入する日本の果物

- りんご (66.2%) が最多で、日本産果物の中でも最も日常的に選ばれている
- ぶどう (38.0%) / いちご (28.7%) / メロン (22.2%) など、高価格帯の人気品も一定の購入がある
- 桃 (17.4%) / 梨 (12.9%) / みかん (12.0%) は中位
- さくらんぼ (9.9%) / 柿 (3.9%) は比較的少なかった。
- りんごが突出しており、次いでぶどう・いちご・メロンなど人気の果物が続く構造

■ 日本の果物購入時に重視する点

- 新鮮さ (77.8%) が最重視で、品質面への信頼・安心が中心
- 価格 (54.8%) / 甘さ (53.0%) も重要で、味とコスパのバランスが判断基準
- 見た目 (37.1%) は一定の重視があり、贈答性・高級感と関連
- 季節感 (23.1%) も評価され、旬の果物へのニーズが見られる
- 安全性 (15.3%) は相対的に低いですが、一定の関心は維持
- ブランド (5.4%) は低く、果物では「ブランド名」より品質そのものが重視される可能性がある
- 鮮度・味・価格が主要な判断軸で、視覚的魅力や季節性も補完要素として働く



食品カテゴリー別嗜好傾向：調味料（1）

Q60.ご自宅でお料理を作られる際に、日本の調味料で使われるもの全てに○をつけてください。（MA）
 Q61.日本産の調味料はどんな料理に使いますか（MA）
 Q62.調味料を買うときに重視するのはどれですか（MA）

■ 自宅で使う日本の調味料

- ・ 醤油（50.6%）／味噌（46.4%）の割合が高く、家庭料理の基盤として広く浸透
- ・ 味醂（31.9%）／ソース（22.5%）も一定の利用がある。
- ・ その他（3.3%）には「柚子こしょう」、「鰹粉」、「昆布塩」など多様な和風調味料が挙げられた
- ・ 日本の調味料を使わない（14.7%）層も存在し、自炊頻度の低い層も含まれる
- ・ 家庭では醤油・味噌を中心に幅広く日本調味料が利用されている点が特徴

■ 日本産調味料を使う料理

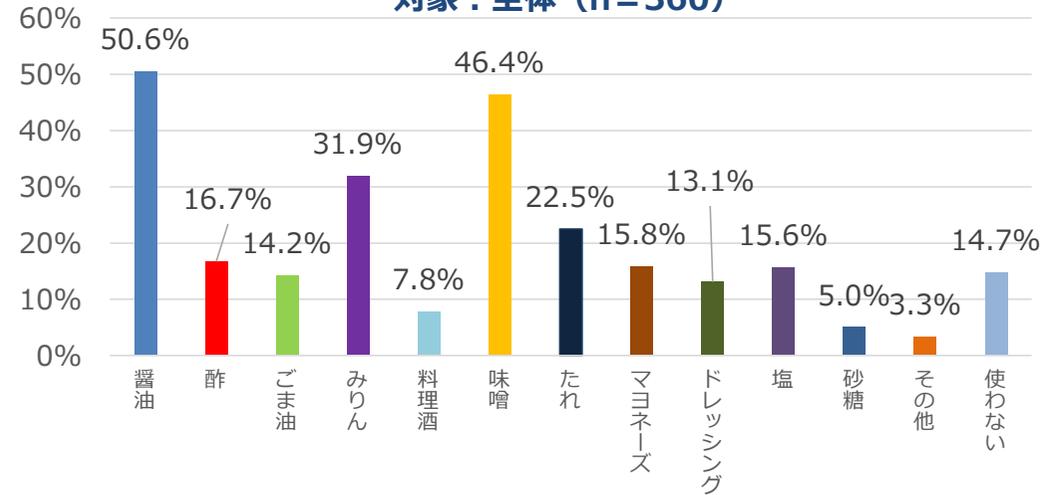
- ・ 台湾料理（64.8%）が最多で、日常の台湾料理にも日本調味料が取り入れられている
- ・ 日本料理（53.7%）でも半数以上が利用し、自宅での和食づくりにも一定の浸透
- ・ それ以外の料理（4.6%）は少なく、日本調味料の応用は限定的
- ・ 日本の調味料は、日本料理だけでなく台湾料理へのアレンジ用途として広く使われている点が特徴

■ 調味料購入時に重視する点

- ・ 味（69.7%）が最重視され、調味料は料理の味の決め手として評価
- ・ 価格（47.2%）も重要で、コスパへの意識が強い
- ・ 使い道の多さ（40.4%）は汎用性を求める傾向を示す
- ・ 用途の明確さ（21.5%）／買いやすさ（22.5%）は一定の重視にとどまる
- ・ 全体として味＋価格が主要軸で、続いて使い勝手（用途・汎用性）が重視される構造

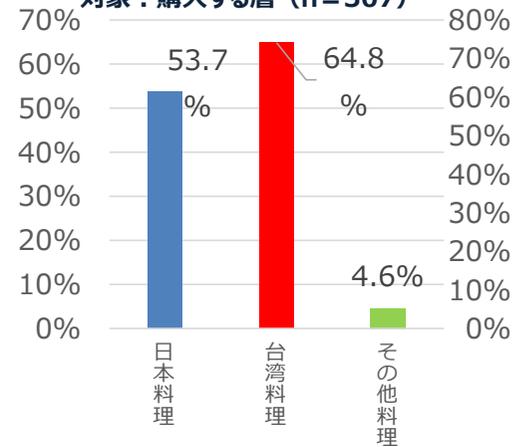
■ 自宅で使う日本の調味料

対象：全体（n=360）



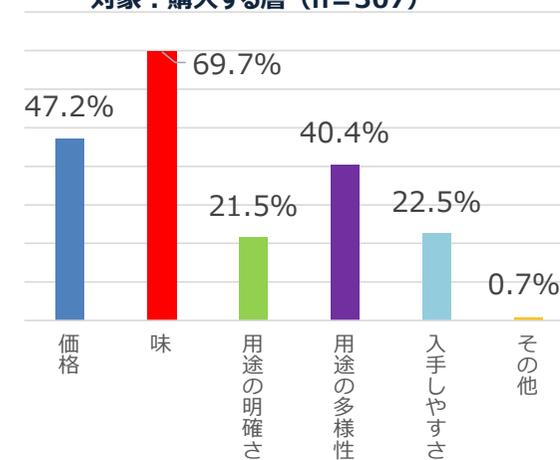
■ 日本産調味料を使う料理

対象：購入する層（n=307）



■ 日本産調味料購入の際重視する点

対象：購入する層（n=307）



食品カテゴリー別嗜好傾向：調味料（2）

- Q61_1. あなたが日本産調味料を「日本料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。（FA）
 Q61_2. あなたが日本産調味料を「台湾料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。（FA）
 Q61_3. あなたが日本産調味料を「その他の料理」に使う場合、具体的にどの料理に使うか例を挙げて教えてください。（FA）

■ 日本産調味料を「日本料理/台湾料理/その他の料理」に使うについて

自由記述の集計から、台湾回答者は日本産調味料を和食専用ではなく、日常料理全般に使える汎用的な調味料として捉えていることが分かる。特に、味の深み、風味の補強、健康志向が重視され、日本調味料は料理の完成度を高める存在として受容されている。

1. 「日本料理」に使う場合

- 「味噌汁」、「すき焼き」、「寿司」、「カレー」など、台湾でも定着している定番和食が多く挙げられた。
- 家庭調理において日本産調味料を用いることで、本格的な和食や専門店の味の再現を意識する傾向が見られる。

2. 「台湾料理」に使う場合

- 「鍋物」、「炒め物」、「三杯鶏」、「蒸し魚」など、日常的な台湾料理への使用が多く確認された。
- 日本調味料は台湾料理のベース調味料として自然に取り入れられ、味に深みや変化を加える役割を果たしている。

3. 「その他の料理」に使う場合

- 「ステーキ」、「パスタ」などの洋食や、「サラダ」、「和え物」などジャンルを問わない料理への言及も見られた。



■ . Q61_1「日本料理」に使う場合

順位	キーワード	言及回数
1	味噌汁	37
2	すき焼き	24
3	カレー	22
4	寿司	20
5	うどん	14
6	ラーメン	11
7	丼もの	9
8	鍋物	7
9	親子丼	6
10	サラダ	5

■ . Q61_2「台湾料理」に使う場合

順位	キーワード	言及回数
1	炒め物	36
2	鍋物	18
3	味噌汁	16
4	スープ	14
5	肉の煮込み	12
6	魚料理	11
7	チャーハン	10
8	サラダ	9
9	和え物	8
10	ゆで野菜	6

※自由記述の記載を、一部統合・整理した上で集計。

食品カテゴリー別嗜好傾向：カレー

Q63.カレーをどのくらいの頻度で食べますか？ (SA)
Q64.カレーのどんな味が好きですか？ (MA)

■ カレーを食べる頻度

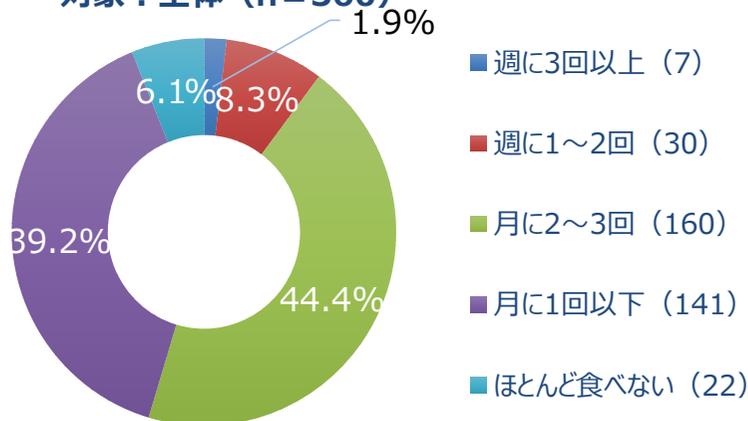
- 月に2~3回 (44.4%) が最も多く、カレーは月に数回の定番メニューとして定着
- 月に1回以下 (39.2%) も多く、軽めの頻度で食べる層が全体の約4割
- 週1~2回 (8.3%) / 週3回以上 (1.9%) は少なく、日常的 (高頻度) に食べる層は限定的
- ほとんど食べない (6.1%) 層も一定数存在
- 多数派は「月に数回ペース」。高頻度で食べる層は少なく、無理のない日常食として定着

■ 好きなカレーの味

- 甘口 (36.1%) / まろやかでコクのある味 (35.8%) が上位で、やさしい・濃厚系の人気が高い
- スパイシーで複雑な味 (32.2%) も一定の支持があり、本格派ニーズも存在
- 中辛 (26.9%) / 辛口 (21.0%) はやや少なめで、強い辛さよりも食べやすさ重視の傾向が推察される
- 全体として、甘口~中辛の食べやすい味やまろやか・コク系への支持が強く、本格スパイス系も一定層に好まれる構造

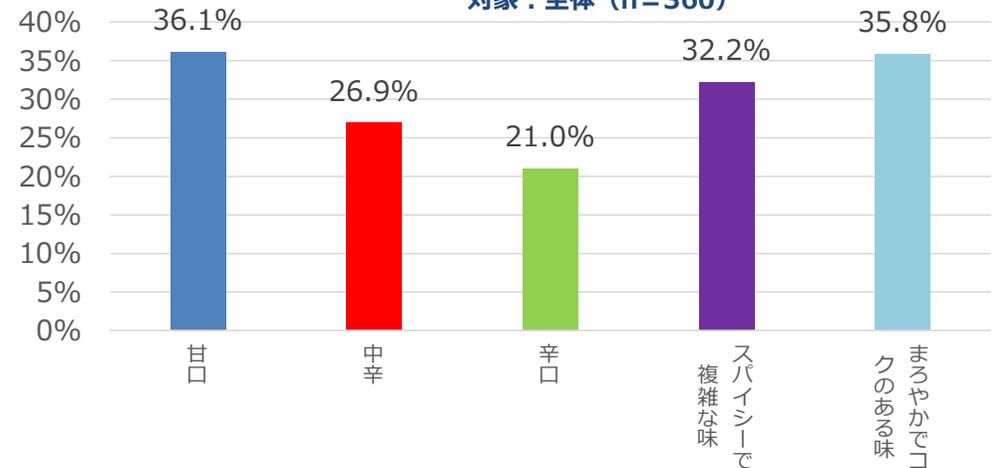
■ カレーを食べる頻度

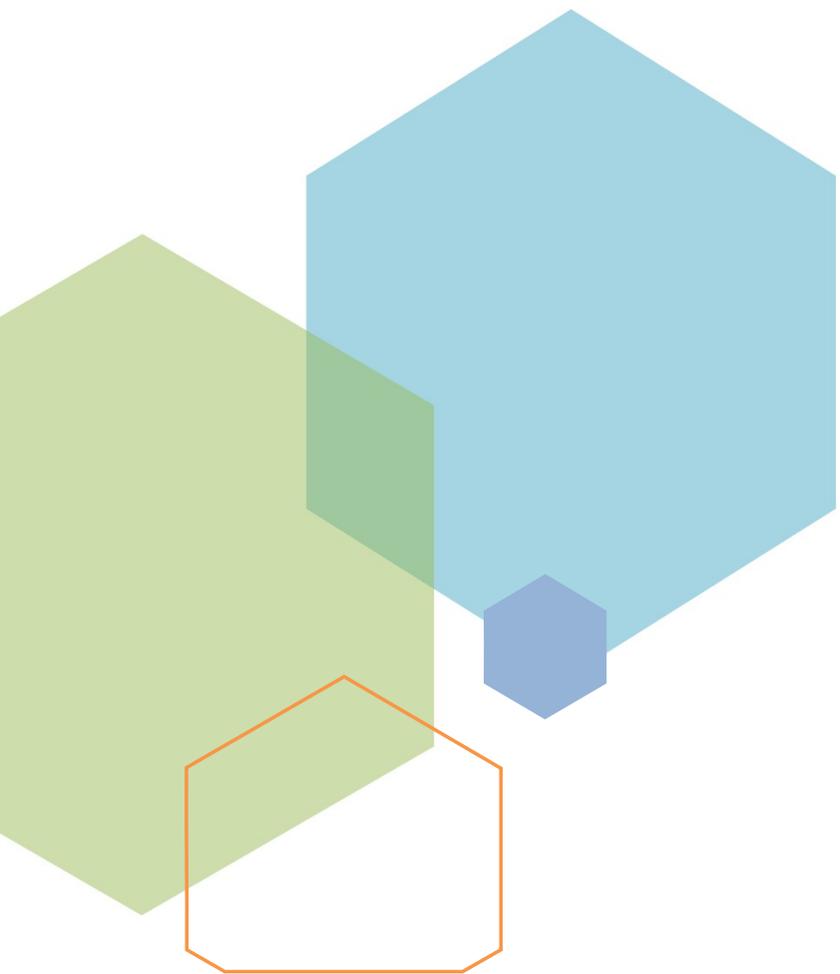
対象：全体 (n=360)



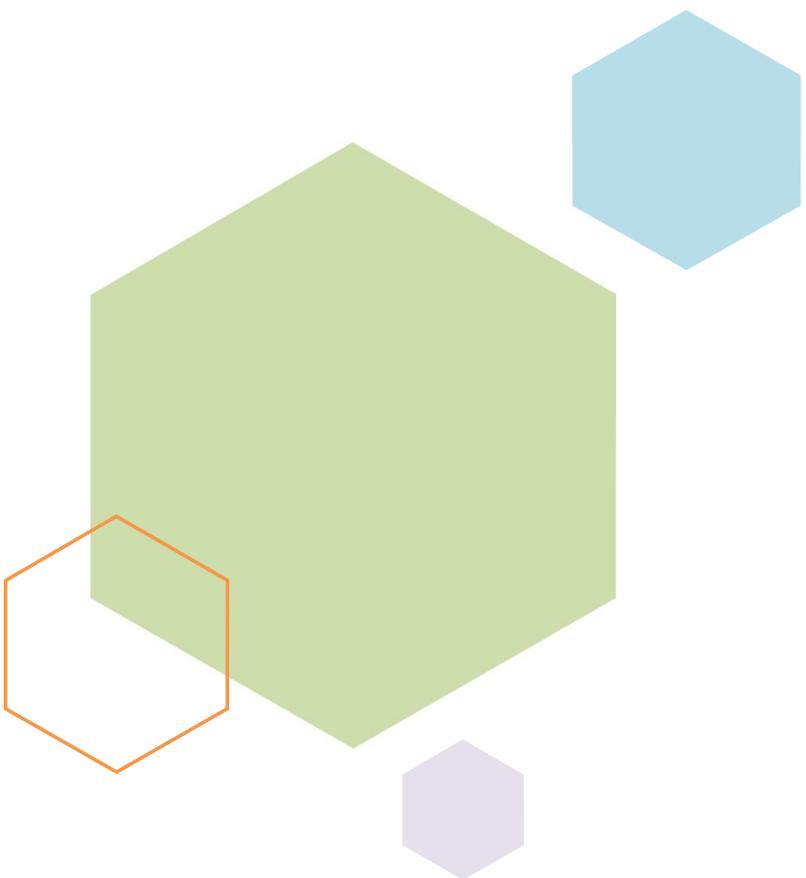
■ 好きなカレーの味

対象：全体 (n=360)





V. 調査結果 (クロス集計)



クロス集計

1 外食・食生活に関する属性差

外食頻度

日本食外食の利用頻度

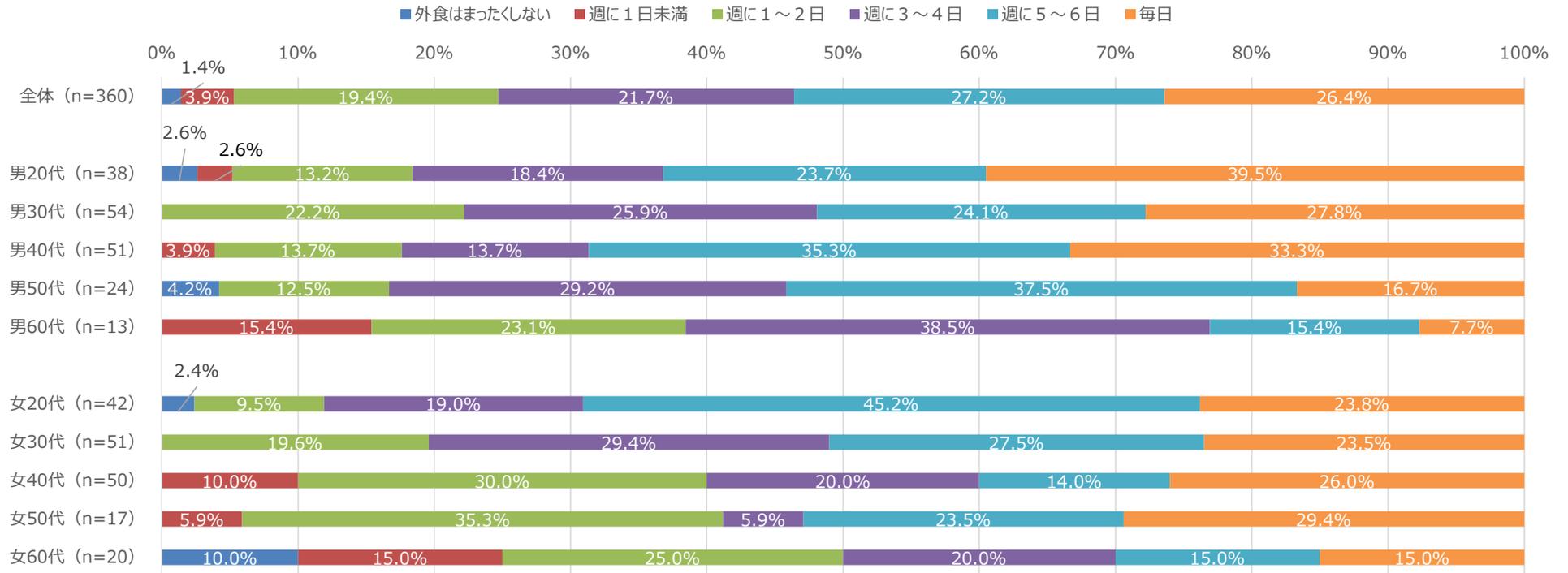
自炊頻度

自炊を行う時間帯

外食頻度【性別・年代別】

Q5. 外食の頻度を教えてください。(日数単位) (SA)

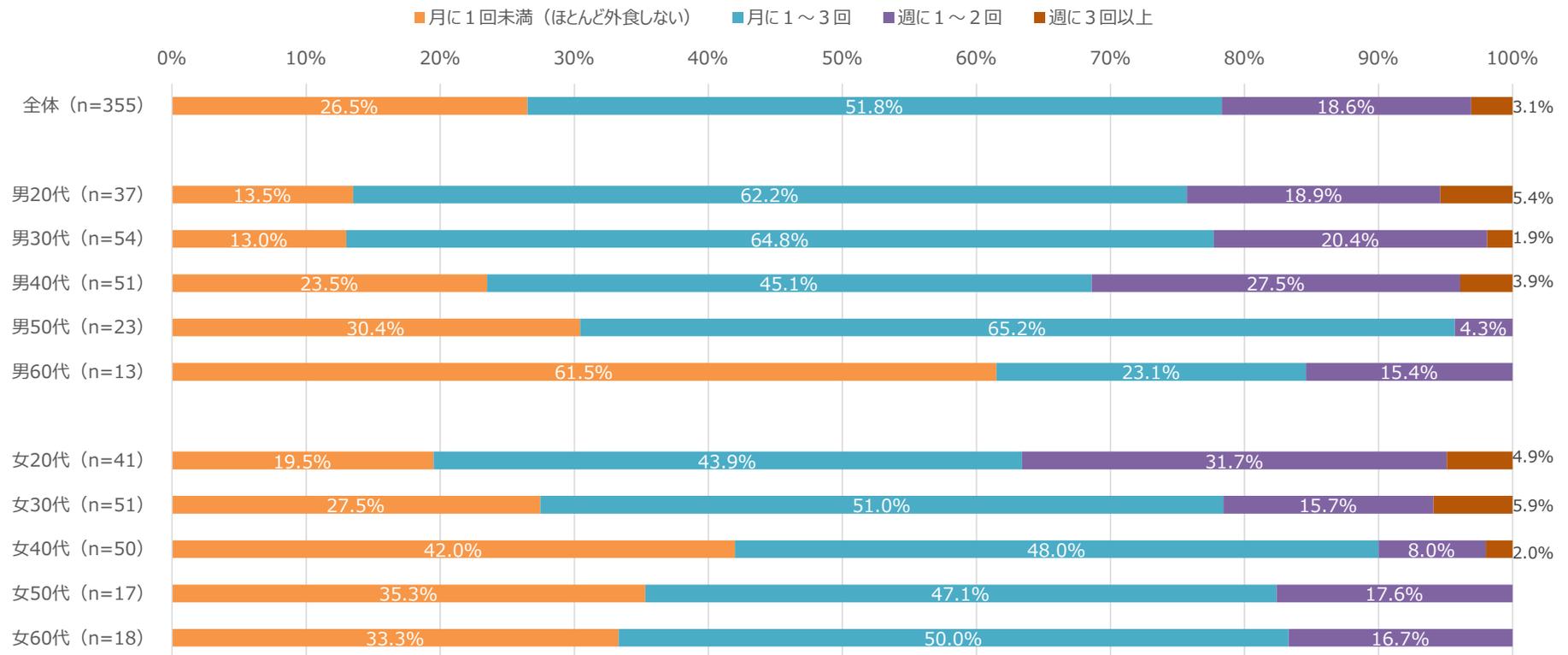
- 全体的に外食頻度が高く、週5日以上利用している層が約半数を占める年代が多い。
- 20～40代では男女とも週3～4日以上の割合が5割以上。年代が若めの層は外食頻度が高い傾向。
- 60代では自炊中心の生活スタイルが強い。男女とも「外食はしない」「週に1日未満」の合計が1割以上を占める。



日本食外食の利用頻度【性別・年代別】

Q6. どのくらいの頻度で日本食の外食店を利用しますか？（SA）

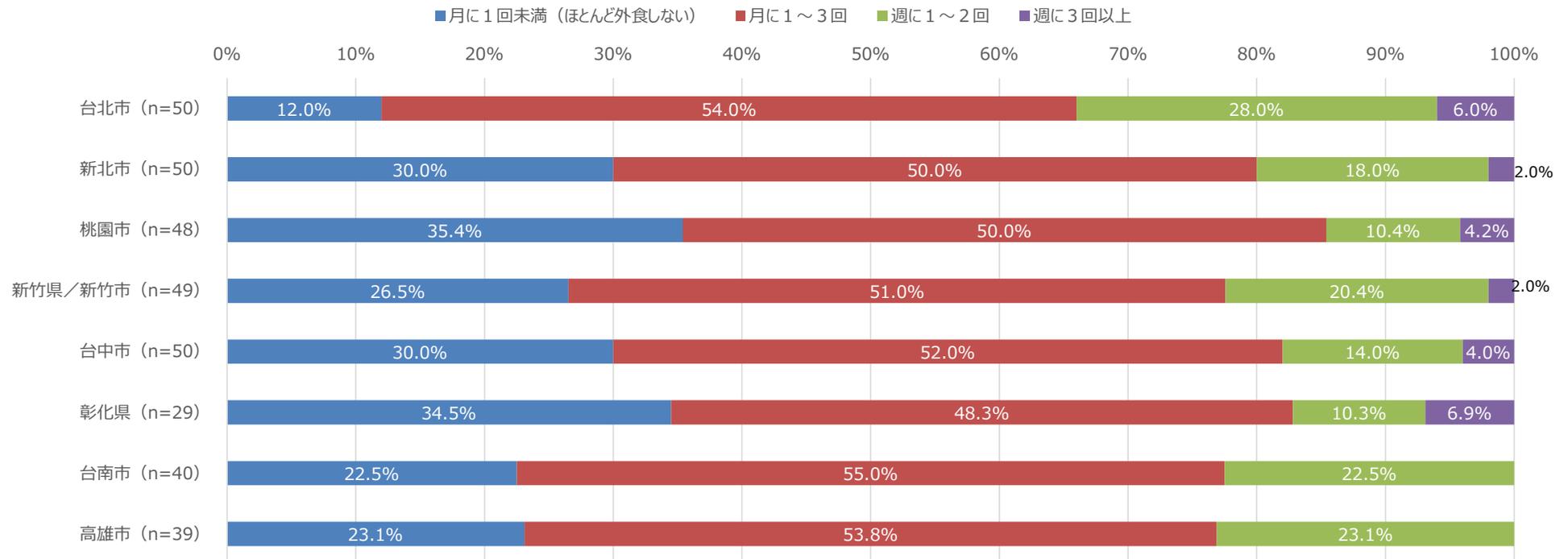
- 全体的な傾向として「月1～3回」が中心。男性では基本的に年齢層が高くなるほど利用頻度が減っていく傾向。
- 女性と男性では、60代を除くと基本的に女性の方が外食を利用する層（週3回以上から月1～3回）の利用頻度が低い。



日本食外食の利用頻度【居住エリア別】

Q6. どのくらいの頻度で日本食の外食店を利用しますか？（SA）

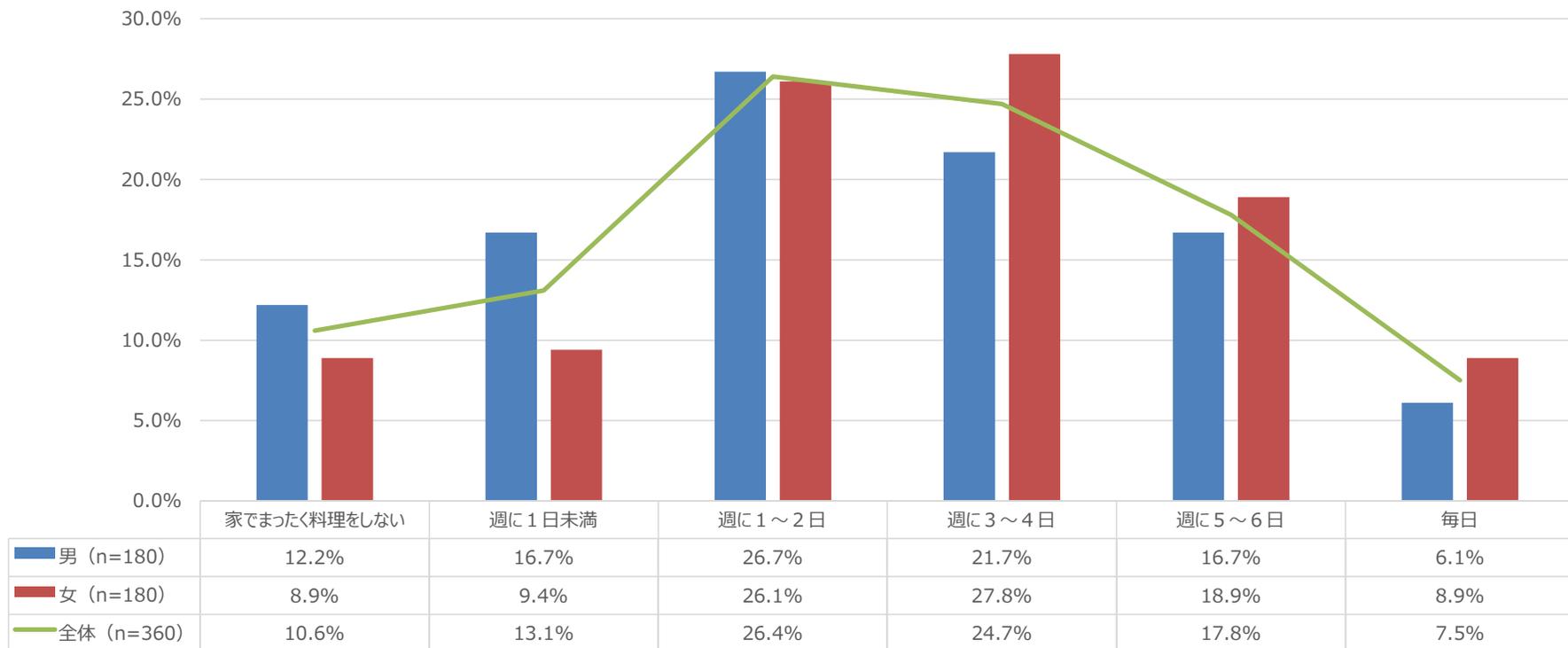
- 週に1～2回以上利用する割合は、台北が特に多く、南部のほか、新竹も頻度が高い傾向がある。
- 「月1回未満」では、桃園や彰化が3割を超え、新北や台中はちょうど3割程度。今後更なる拡大が期待される。



自炊頻度【性別別】

Q10. 1 週間のうち、家で自炊をどの程度しますか？（SA）

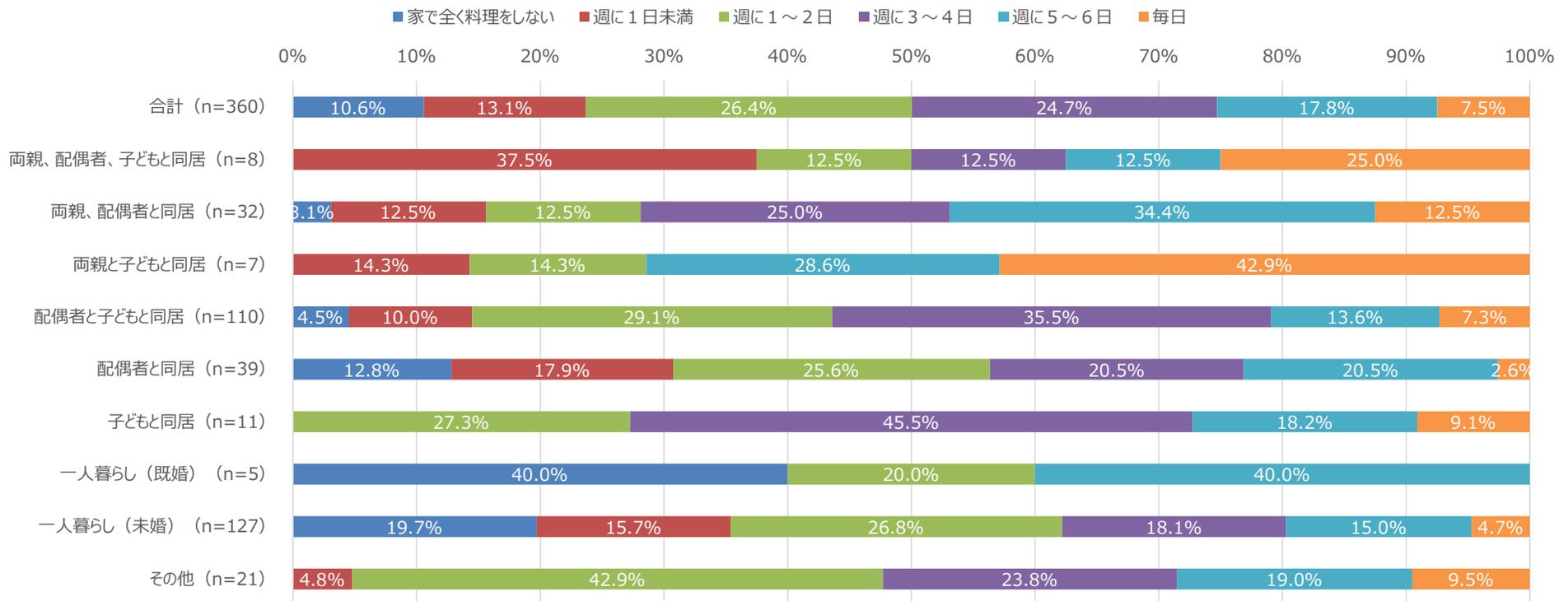
- 男女とも「週1～2日」「週3～4日」の中頻度層が中心。「週3～4日」「週5～6日」「毎日」といった、週の半分以上自炊を行う層は、女性の方が高い傾向にある。
- 「週に1日未満」「まったく料理をしない」は男性で高い割合。



自炊頻度【家庭構成別】

Q10. 1週間のうち、家で自炊をどの程度しますか？（SA）

- 基本的に同居人数が多いと、自炊頻度が多い傾向が見られる。（サンプル数は少ないが）子どもとのみ同居しているケースも自炊頻度が高い傾向。
 - 一方で、一人暮らし層は自炊頻度が少ない。
- （各カテゴリーごとの回答者数の差が大きいことにご留意ください）



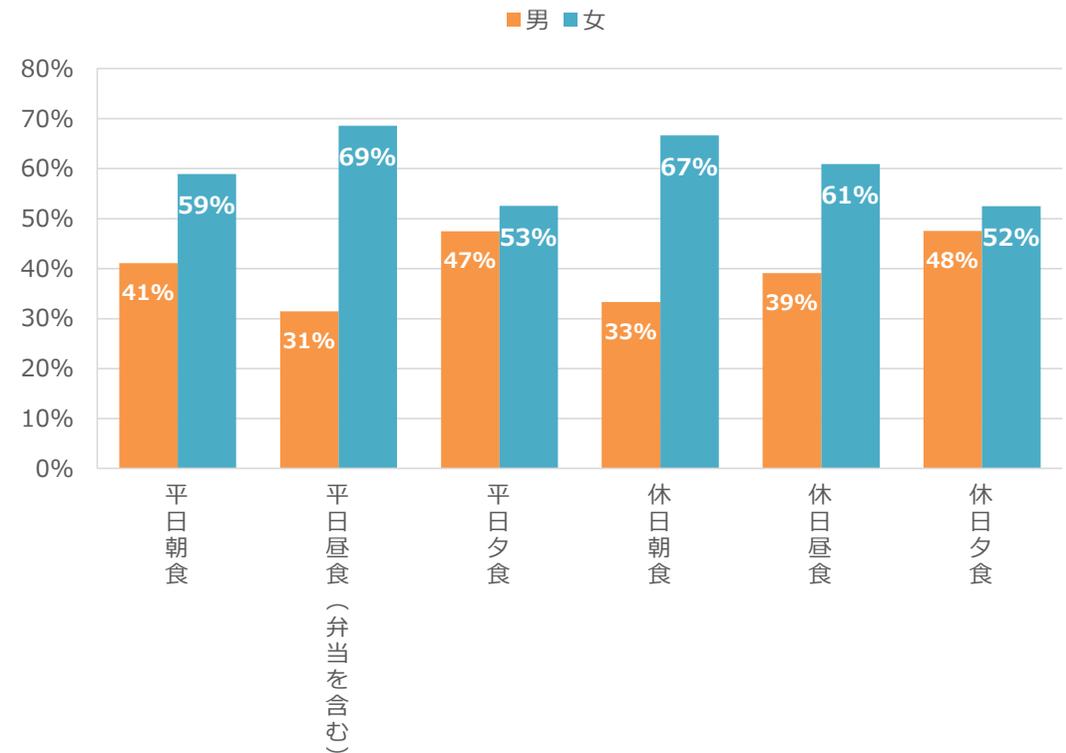
自炊を行う時間帯 【性別別】

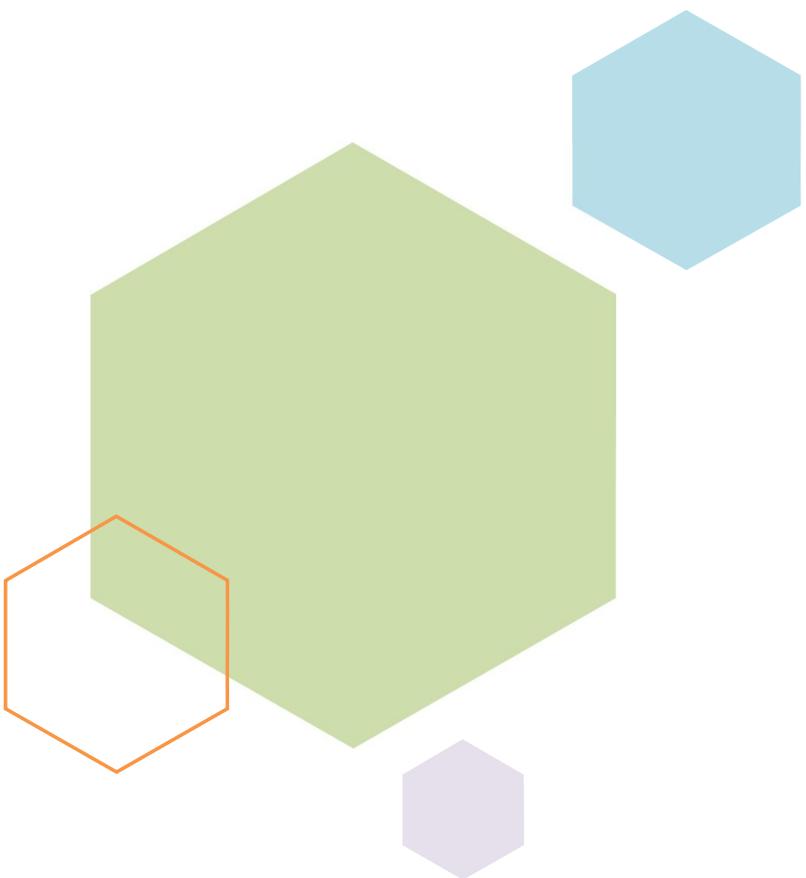
Q11. 自炊をするのはどの時間帯の食事ですか？ (MA)

※本設問は複数回答であり、Q10 で「自炊しない」と回答した層を除いた 有効回答者 n=322 (男性 n=158、女性 n=164) を母数として集計している。

※図表の割合は「選択者構成比 (項目内の男女構成)」を示す。

- 自炊を行う時間帯では、いずれも女性の比率が男性を上回っていた。特に「平日昼食 (弁当を含む)」「休日朝食」では女性比率が約7割に達していた。
- 一方で、夕食 (休日夕食および平日夕食) では男女差が比較的小さかった。





クロス集計 2 日本食品の利用・購買行動

日本食品の利用状況

よく購入する日本産食品

日本産食品を購入する場所

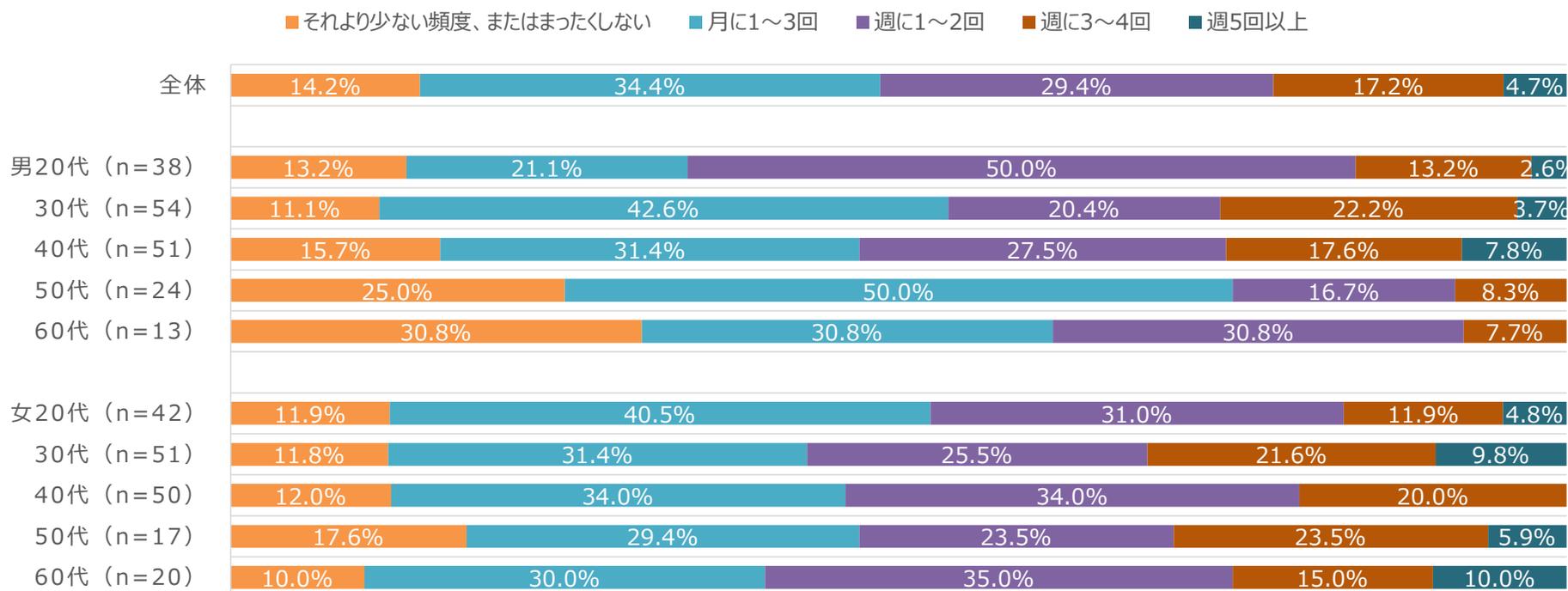
食品購入時に参考にする情報源

日本産農林水産物・食品の情報を得るために利用しているSNS

日本産食品の利用状況【性別・年代別】

Q14.日本産食品を食べる頻度は以下のうちどれですか？（SA）

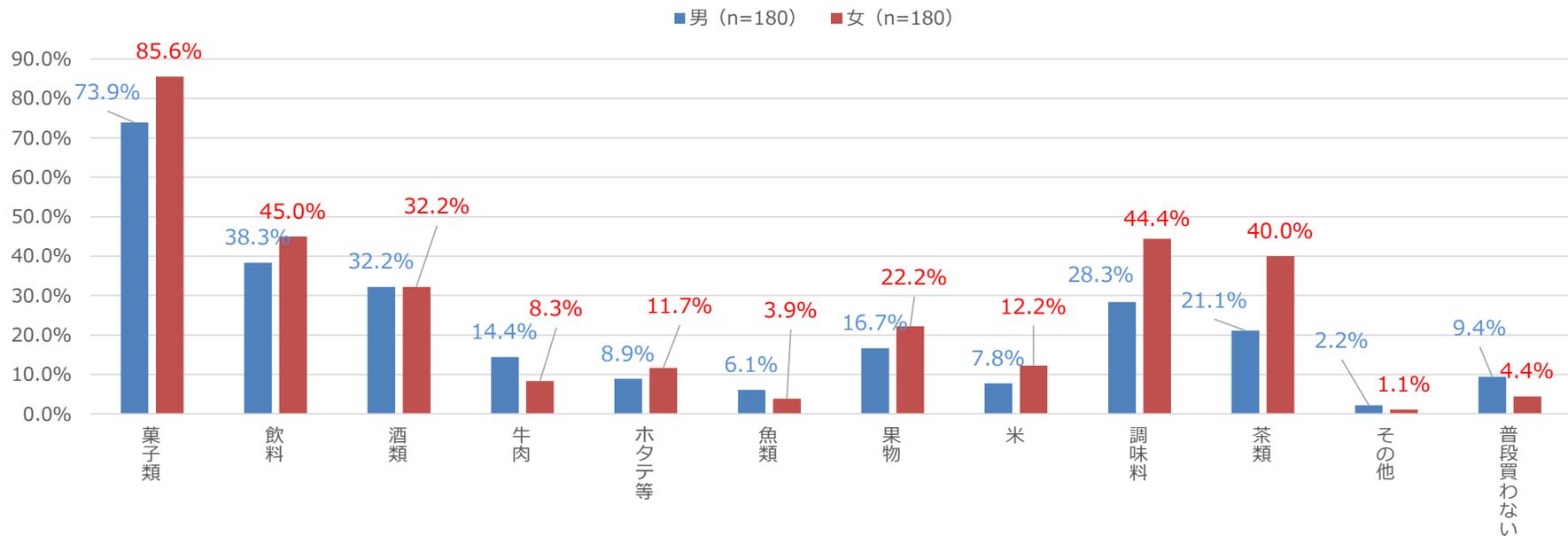
- 全体では「月に1～3回」（34.4%）が最も高く、「週に1～2回」（29.4%）が続き、日本食品は日常的に利用されている。
- 年代別では、いずれも「週1～2回」「月1～3回」が主流。50代以上の場合、低頻度層の割合が増加している傾向が見られる（60代女性以外除く）



よく購入する日本産食品【性別別】

Q15.日本産の食品でよく購入するものは何か？（MA）
※性別別の回答者数を母数とした選択率を算出。

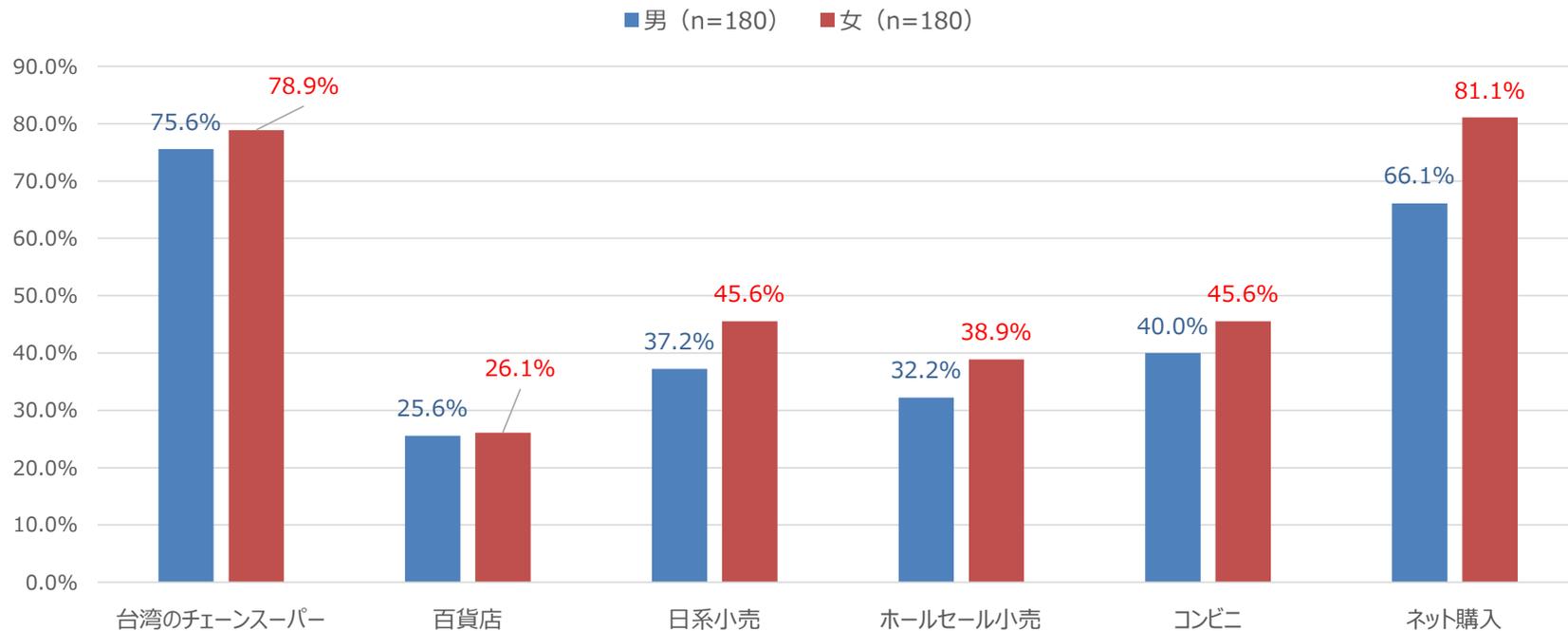
- 性別ごとに見ると、「菓子類」「調味料」「茶類」については女性の方が選択率が高い傾向（男性と比べ10%以上の差がある）。
- 一方、男性では「牛肉」「魚類」の選択率が女性よりやや高い。
- また、「酒類」は男女でほぼ同水準。性別差は限定的であると見られる。
- 「日本産食品をあまり購入しない」割合は男性でやや高く、女性の方が日本産食品への接触頻度が高い傾向がうかがえる。



日本産食品を購入する場所【性別別】

Q16.日本産食品を台湾で購入する場所を教えてください (MA)
※性別別の回答者数を母数とした選択率を算出。

- 男女ともに「台湾のチェーンスーパー」「ネット購入」の利用率が最も高く、主要な購入チャネルとなっている。
- 購入場所について性別による大きな傾向差は大きくはないものの、女性はすべての購入場所において男性を上回るという特徴があった。特に「ネット購入」では15%程度の差が見られる。

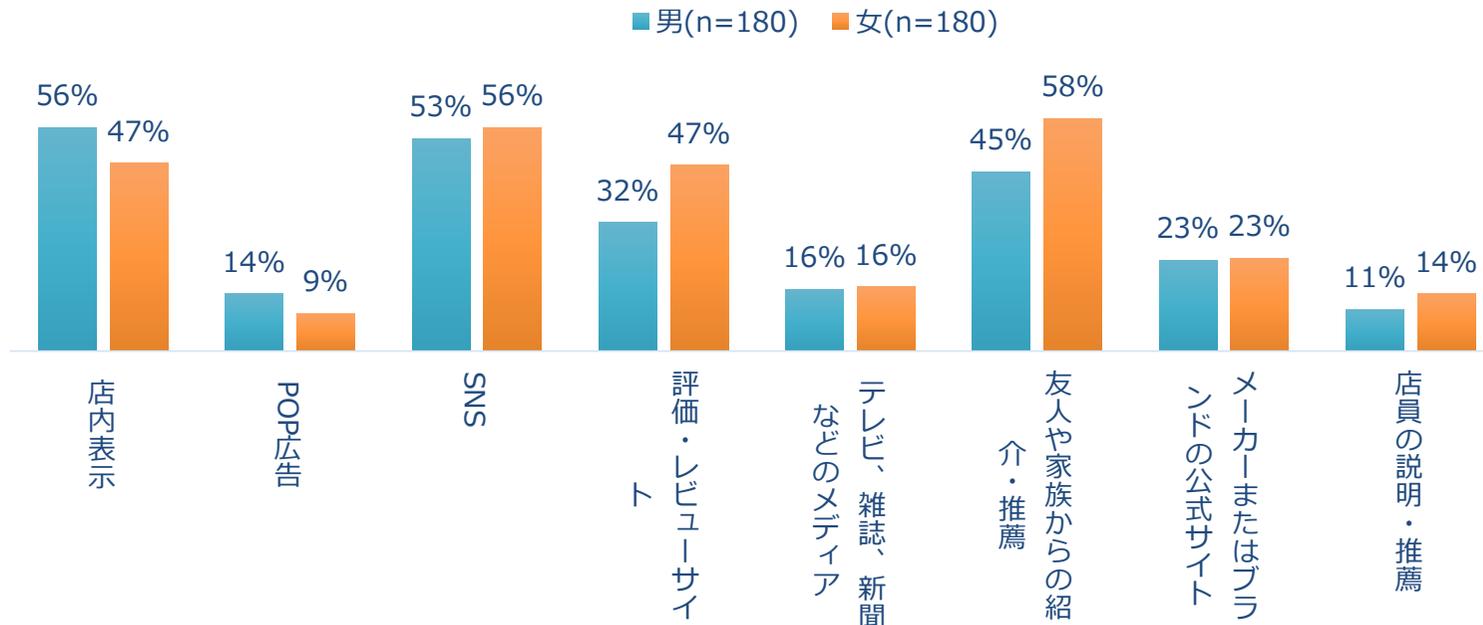


食品購入時に参考にする情報源【性別別】

Q18. 食品を購入する際、参考にする情報源は何ですか？（MA）

※性別別の回答者数を母数とした選択率を算出。

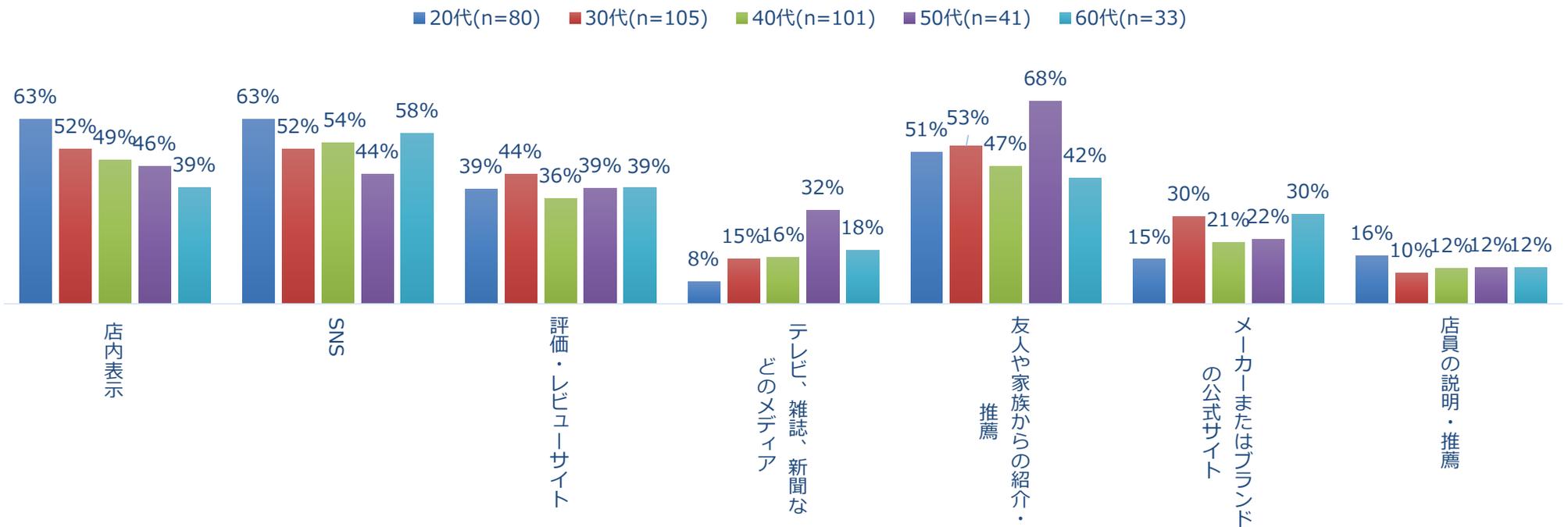
- 性別別に見ると、女性は「SNS」「評価・レビューサイト」「友人・家族からの紹介・推薦」「店員の説明・推薦」といった人的・デジタル情報源の利用率が相対的に高い。
- 一方、男性は「店内表示」や「POP広告」など、売場内の視覚情報を参考にする割合が女性より高い傾向が見られる。
- 公式サイトやマスメディアについては男女差は小さく、性別を問わず一定水準で利用されている。



食品購入時に参考にする情報源【年代別】

Q18.食品を購入する際、参考にする情報源は何ですか？（MA）
※各年代の回答者数を母数とした選択率を算出。

- SNSは、年代問わず主要な情報源となっていた。レビューサイトについては、世代ごとの差は小さい。
- 「友人・家族からの紹介・推薦」も高水準で、口コミの影響力の大きさが推察される。30代、50代では割合が最も高い項目となっている。



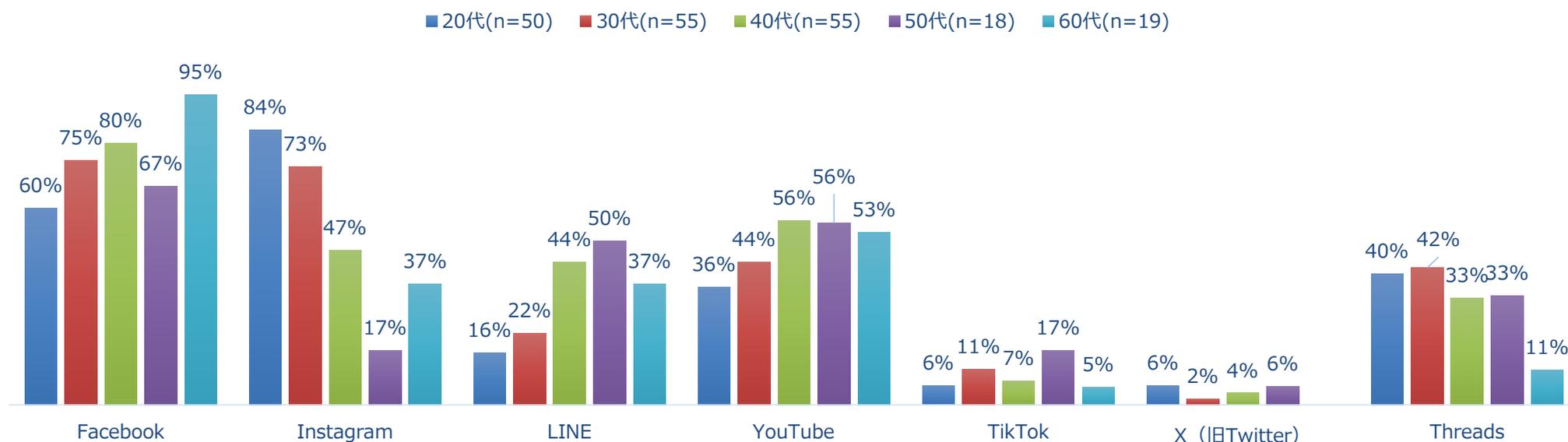
日本産農林水産物・食品の情報を得るために利用しているSNS【年代別】

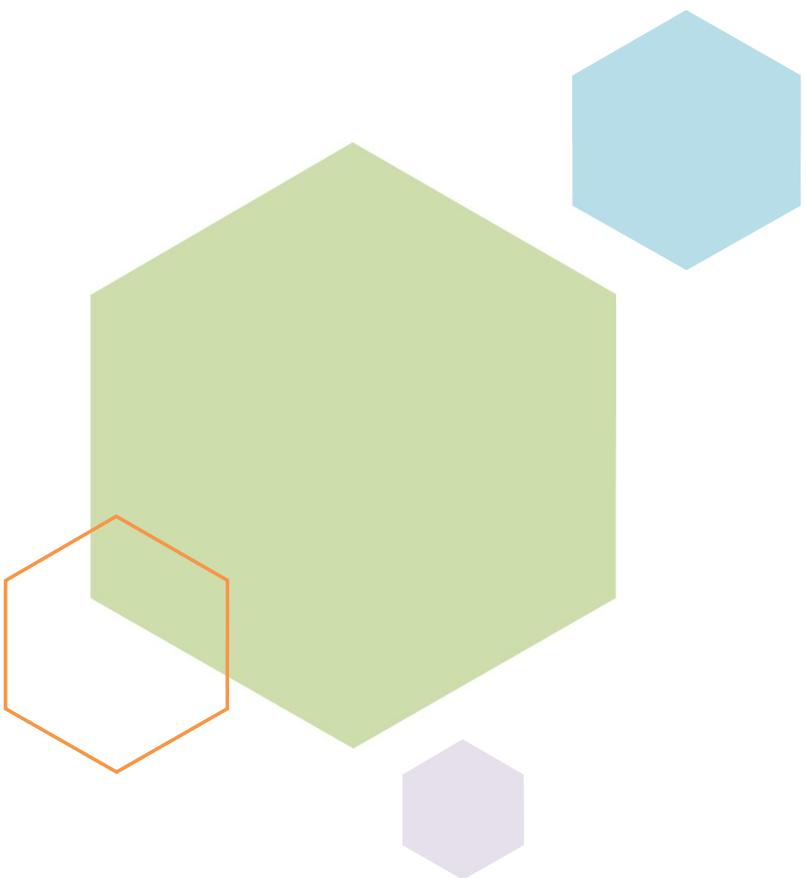
Q19.日本産農林水産物・食品の情報を得るために、普段利用するSNSは何ですか？（MA）

※Q18で「SNS」を選択した回答者（n=197）を対象に集計。

※構成比：各年代の回答者数を母数として算出。

- 年代別に見ると、20～30代ではInstagramの利用率が特に高く、日本産食品に関する情報取得において主要なSNSとなっている。
- 40代以上ではFacebookおよびYouTubeの利用比率が比較的高い傾向。
- TikTok や X（旧Twitter）の利用は全体的に限定的であり、日本産食品情報の取得においては一部層の利用にとどまっている。





クロス集計

3 健康意識・価値観と 日本食品購買意識

日本旅行経験による購入意欲への影響

健康意識の程度

健康のために意識していること

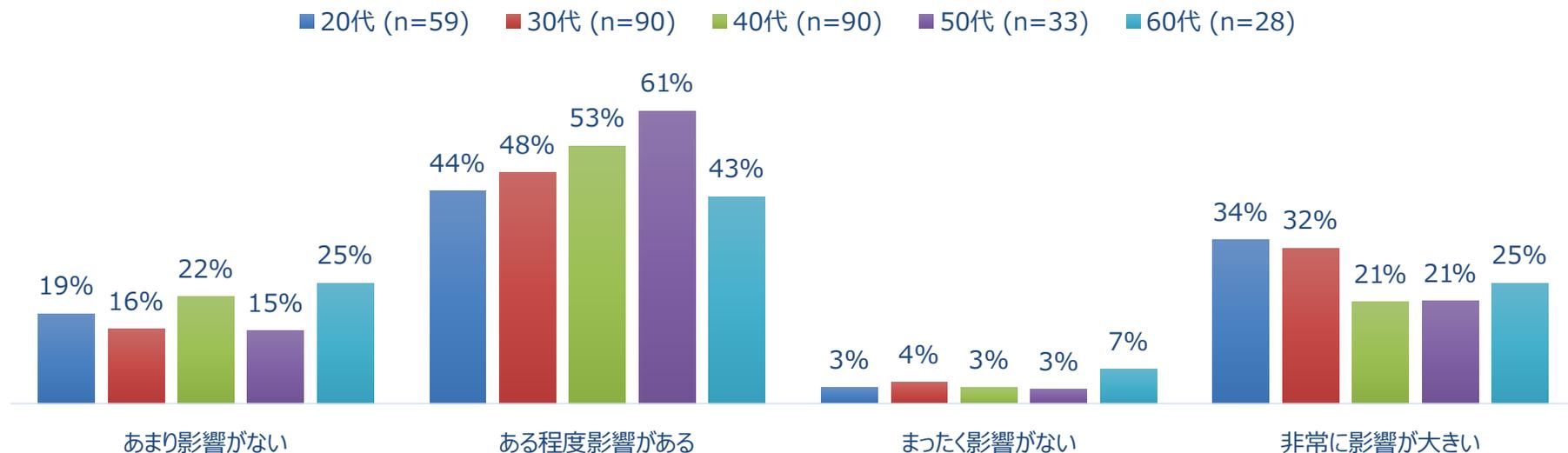
食品選択時に重視するキーワード・表示

日本旅行経験による購入意欲への影響【年代別】

Q24.日本への旅行経験が日本産食品の購入意欲に影響を与えましたか？（SA）

※全体集計は n=300、年代別集計は各年代の回答者数を母数として構成比を算出。

- 全体では「ある程度影響がある」が約5割と最も高く、日本旅行経験が購入意欲に一定の影響を与えていることが分かる。
- 20～30代では「非常に影響が大きい」の比率が3割前後と高く、旅行体験が購買意欲に強く結び付いている傾向が推察される。

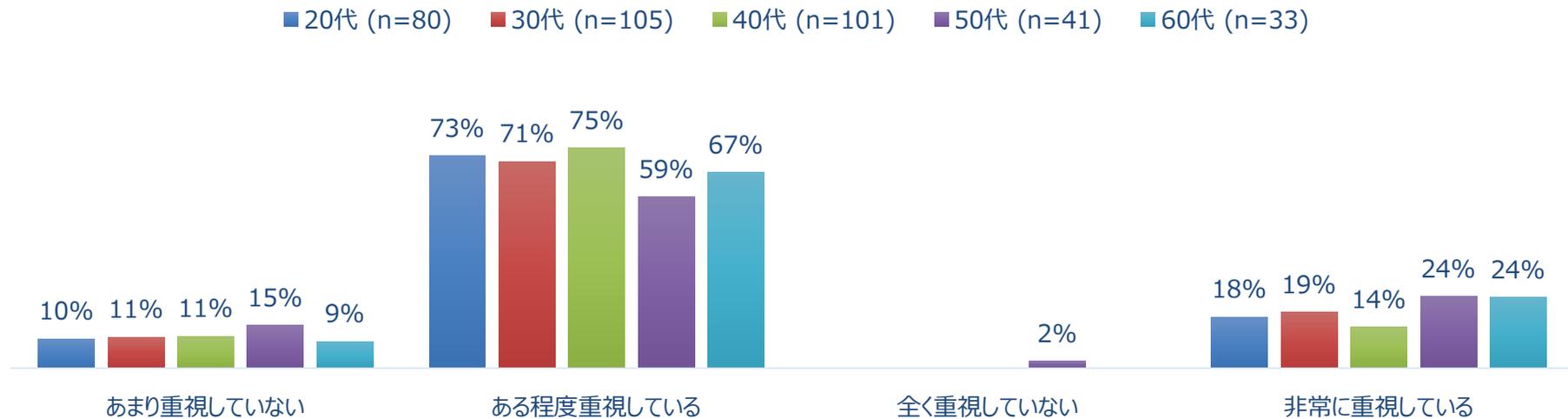


健康意識の程度【年代別】

Q32. 普段の食生活において、健康をどの程度意識していますか？（SA）

※年代別の回答者数を母数として構成比を算出。

- いずれの年代においても「ある程度重視している」が最多。
- 「非常に重視している」は50代・60代で2割超と相対的に高く、健康意識が年齢とともに高まる傾向が推察される。
- 「全く重視していない」は全体で1%未満と極めて少なく、年代を問わず健康意識は広く浸透。



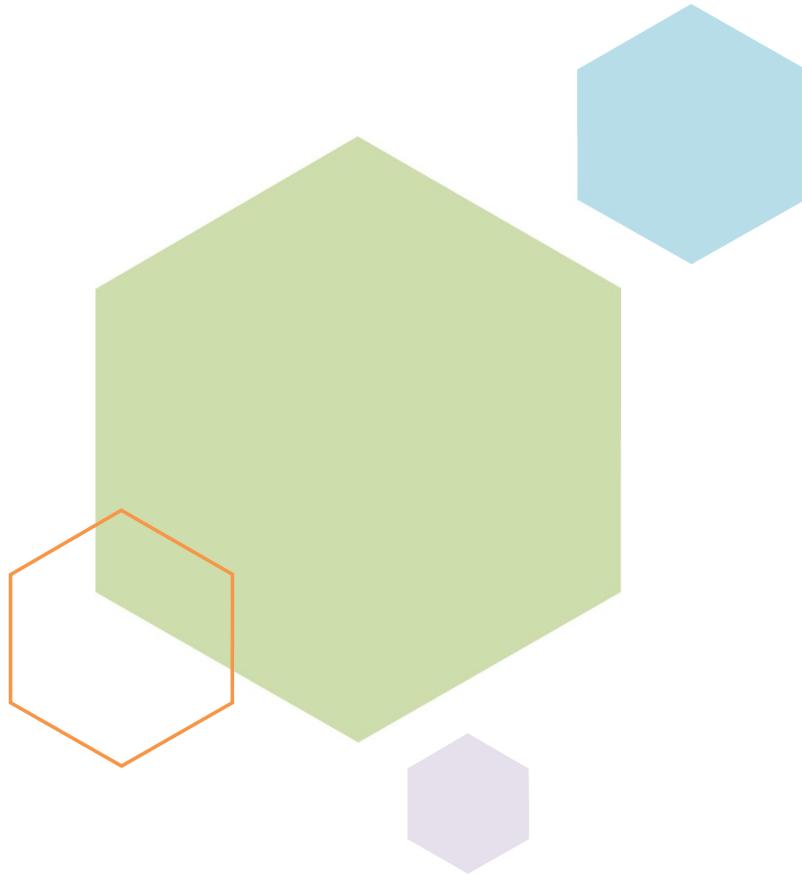
食品選択時に重視するキーワード・表示【年代別】

Q34. 食品を選ぶ際に、気になるキーワード・表示は何ですか？ (MA)
 ※複数回答につき、各年代の回答者数 (n) を分母として選択率を算出。
 ※分析上の示唆が高い主要項目を抜粋して表示。

- 年代別に見ると、食品選択時に重視されるキーワードには世代差が見られる。
- 20～30代では「低カロリー」「高たんぱく」などの指標への関心が他年代と比べて高い。
- 一方、40～50代では「減塩」「低糖」「食品添加物・無添加」といった表示が比較的重視されている。
- 60代では「オーガニック」「台湾製造・原料使用」「エコパッケージ」に関わるキーワードへの関心が他年代と比べ相対的に高く、価値観に基づいた食品選択が進んでいる可能性がある。

年代別	オーガニック (有機栽培)	食品添加物 無添加	グルテンフリー	減塩	低糖 無糖	カロリーオフ 低カロリー	高たんぱく
20代 (n=80)	22.5%	33.8%	3.8%	26.3%	57.5%	41.3%	35.0%
30代 (n=105)	24.8%	42.9%	12.4%	34.3%	61.0%	40.0%	26.7%
40代 (n=101)	30.7%	40.6%	10.9%	41.6%	58.4%	29.7%	16.8%
50代 (n=41)	31.7%	51.2%	9.8%	43.9%	65.9%	24.4%	22.0%
60代 (n=33)	39.4%	51.5%	6.1%	45.5%	60.6%	33.3%	18.2%

年代別	健康食品	お徳用 (大容量・まとめ買 い)	台湾製造 台湾産原料使用	日本製造商品	アレルギー対応 (乳・ 卵・小麦不使用な ど)	エコパッケージ 環境配慮	トレーサビリティ
20代 (n=80)	31.3%	27.5%	22.5%	17.5%	10.0%	12.5%	15.0%
30代 (n=105)	27.6%	18.1%	27.6%	29.5%	11.4%	5.7%	23.8%
40代 (n=101)	27.7%	27.7%	33.7%	26.7%	18.8%	8.9%	15.8%
50代 (n=41)	31.7%	17.1%	39.0%	24.4%	12.2%	19.5%	29.3%
60代 (n=33)	30.3%	21.2%	45.5%	24.2%	9.1%	21.2%	24.2%



クロス集計 4 品目別の嗜好や購買状況等

日常的な酒類嗜好

日本果物の購入品目

日本菓子購入時の重視点

日本果物購入時の重視点

日常飲料の選択傾向

調味料購入時の重視点

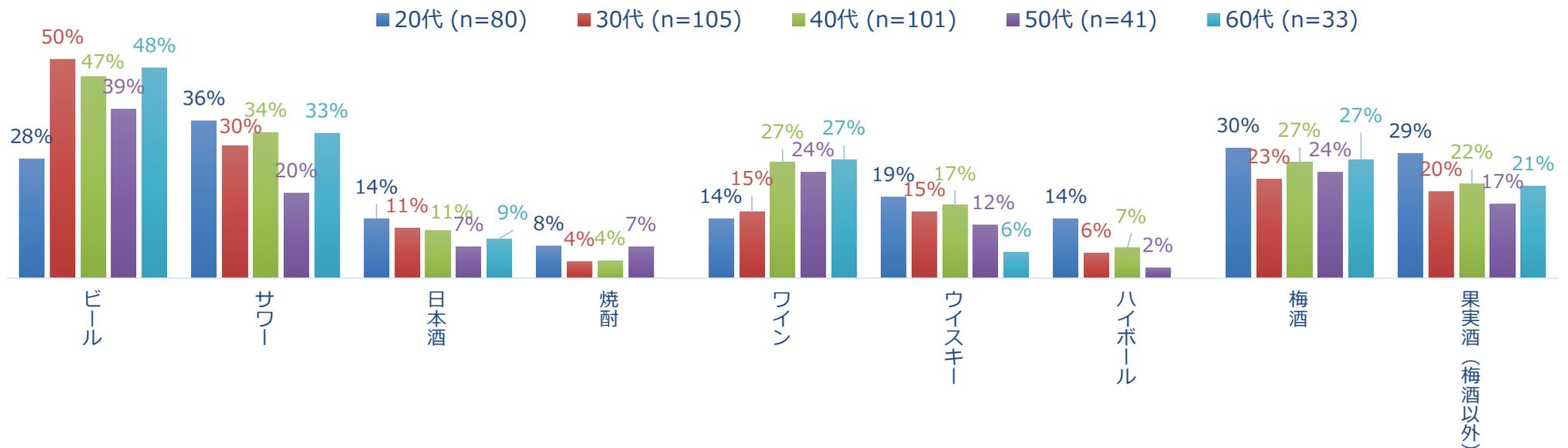
水産物購入時の重視点

日本水産物の購入品目

日常的な酒類嗜好【年代別】

Q35.よく飲むお酒の種類を教えてください。(MA)
※各年代の回答者数(n)を母数とした選択率を算出。

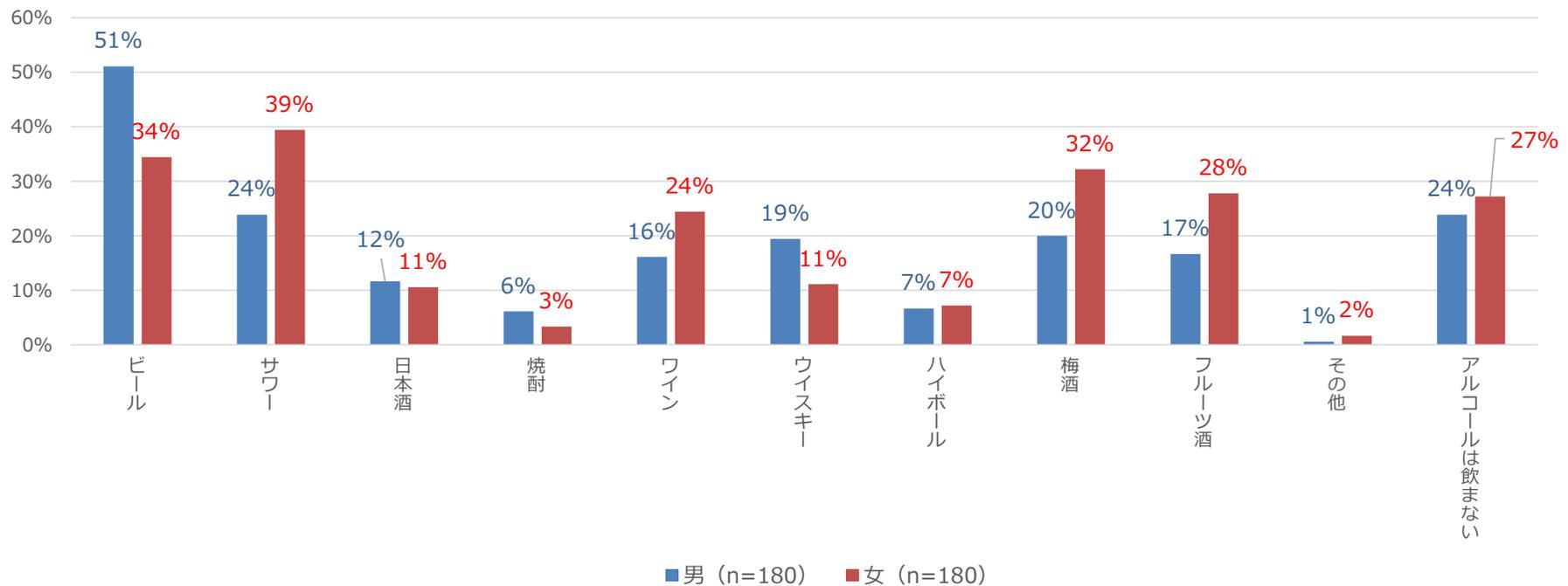
- ビールは20代を除く年代で最も選択率が高い。特に30代(50%)と60代(48%)では約半数に達している。
- 「ワイン」は40代(27%)から60代(27%)にかけて高い水準で安定しており、年齢が上がるにつれて嗜好が定着する傾向が推察される。
- 梅酒・果実酒も一定の支持を集めており、飲みやすさが評価されていると考えられる。



日常的な酒類嗜好【性別別】

Q35.よく飲むお酒の種類を教えてください。(MA)
※性別別の回答者数(n)を母数とした選択率を算出。

- ビールやウイスキーの選択率は男性の方が高い、定番かつアルコール感のある酒類を中心とした嗜好が推察される。
- 女性はサワー・梅酒・果実酒の選択率が相対的に高く、甘味や飲みやすさを重視した酒類嗜好が特徴と考えられる。
- ワインは女性の選択率がやや高い。日本酒・焼酎・ハイボールでは男女差は小さく、性別による嗜好の偏りは限定的である。

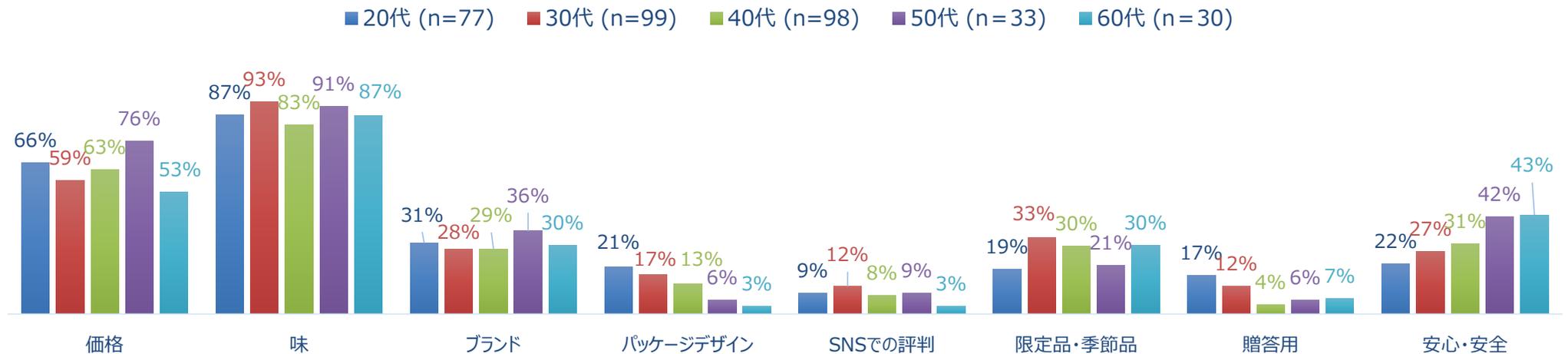


日本菓子購入時の重視点【年代別】

Q43.お菓子を買う際、どのような点を重視しますか？（MA）

※各年代の回答者数（n）を母数とした選択率を算出。

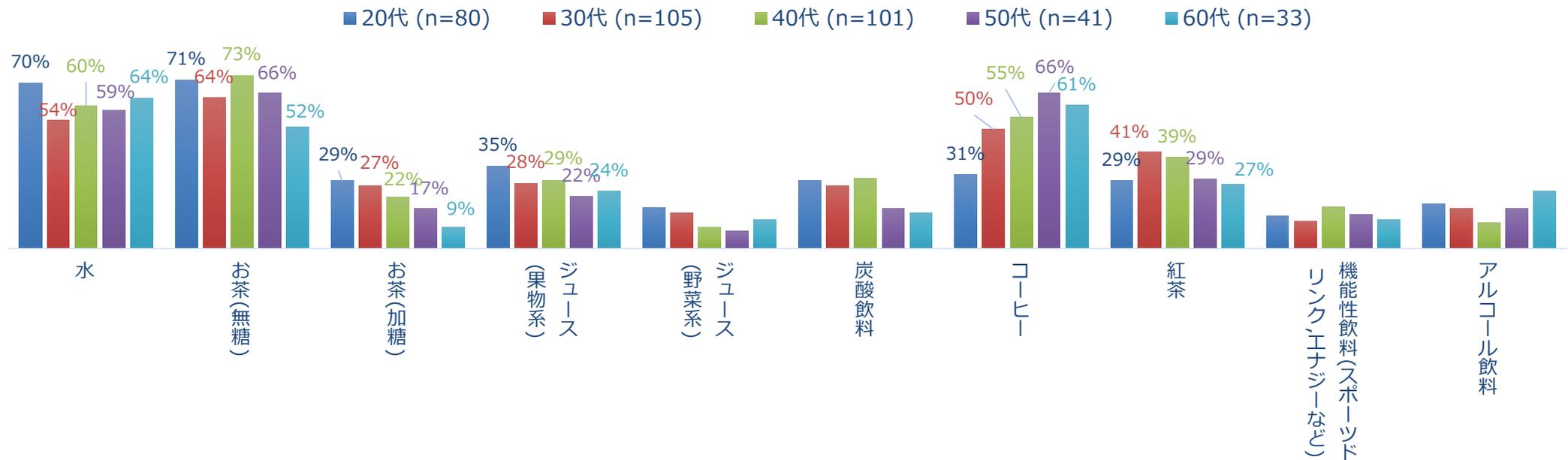
- 全世代で「味」「価格」が重視されている傾向がある。
- 年代が上がるにつれて「安心・安全」を重視する割合が高まり、特に50～60代で顕著である。若年層では相対的に低く、世代間で重視点の差が見られる。
- 「パッケージデザイン」「SNSでの評判」「贈答用」は全体として重視度が低く、補助的な判断要素にとどまっている。



日常飲料の選択傾向【年代別】

Q45. 普段どのような飲料をよく飲みますか。(MA)
※各年代の回答者数 (n) を母数とした選択率を算出。

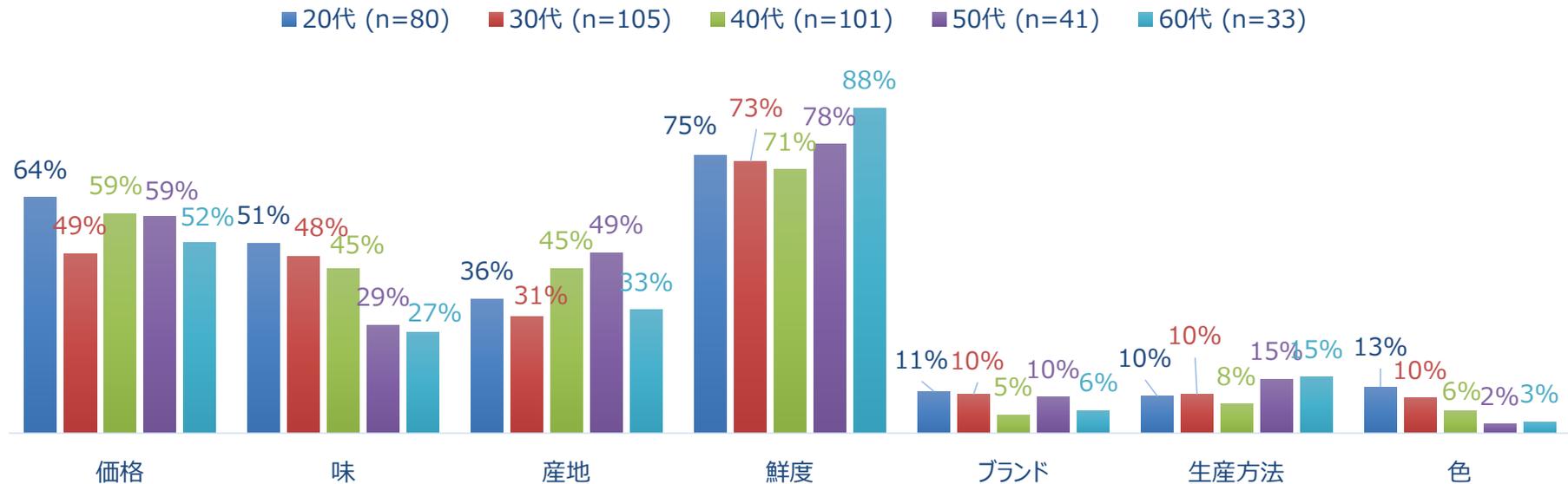
- 水・無糖茶はいずれの年代でも選択率が高く、健康意識を背景に日常飲料として定着している。
- 20～30代ではお茶（加糖）や果物系ジュースの選択率が相対的に高く、甘味や飲みやすさを重視した飲料選択が見られる。
- 紅茶は30～40代で選択率が高い傾向が見られた。



水産物購入時の重視点【年代別】

Q52.水産物を購入する際、重視するものを選んでください（MA）
※各年代の回答者数（n）を母数とした選択率を算出。

- 全世代で「鮮度」が最も重視されており、水産物選択における重要な判断基準となっている。
- 50～60代では鮮度重視がより強まり、味や色など感覚的要素の比重は他年代と比べ低下する傾向が見られる。
- 40～50代では産地を重視する割合が相対的に高く、水産物の背景情報や信頼性を意識した選択が見られる。
- ブランドや生産方法は全体として重視度が低く、世代差も限定的。



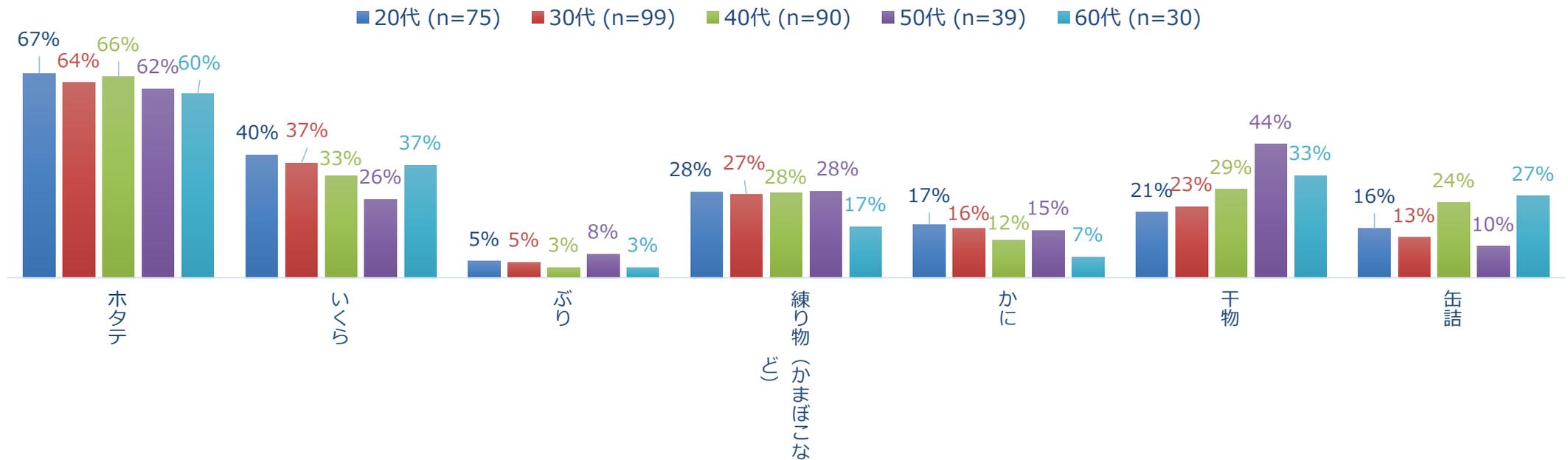
日本水産物の購入品目【年代別】

Q54.どのような日本の水産物（魚介類、加工品含む）をよく購入しますか？（MA）

※各年代の回答者数（n）を母数とした選択率を算出。

※本設問は水産物を購入する回答者（n=333）を対象に集計している。

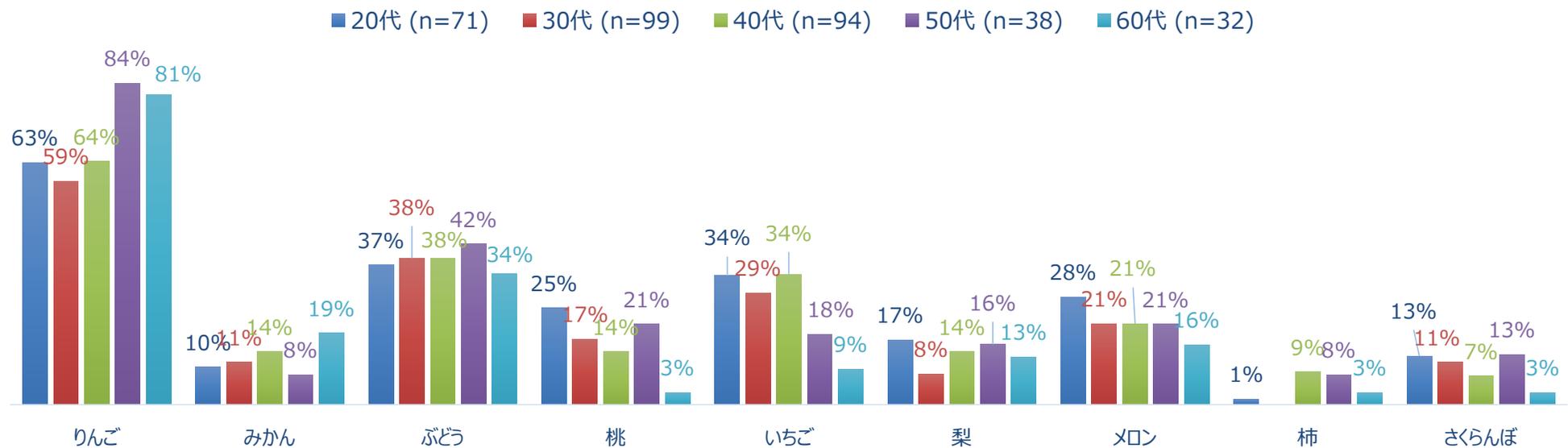
- 「ホタテ」や「いくら」は全世代で選択率が高く、日本水産物の中でも世代差の少ない定番品目となっている。
- 「干物」は年代が上の世代が選択率が相対的に高い傾向。
- 「ぶり」や「かに」などの生魚系は全体として選択率が低く、年代による顕著な差は見られない。



日本果物の購入品目【年代別】

Q58. 普段、どのような日本の果物をよく購入しますか？ (MA)
※各年代の回答者数 (n) を母数とした選択率を算出。

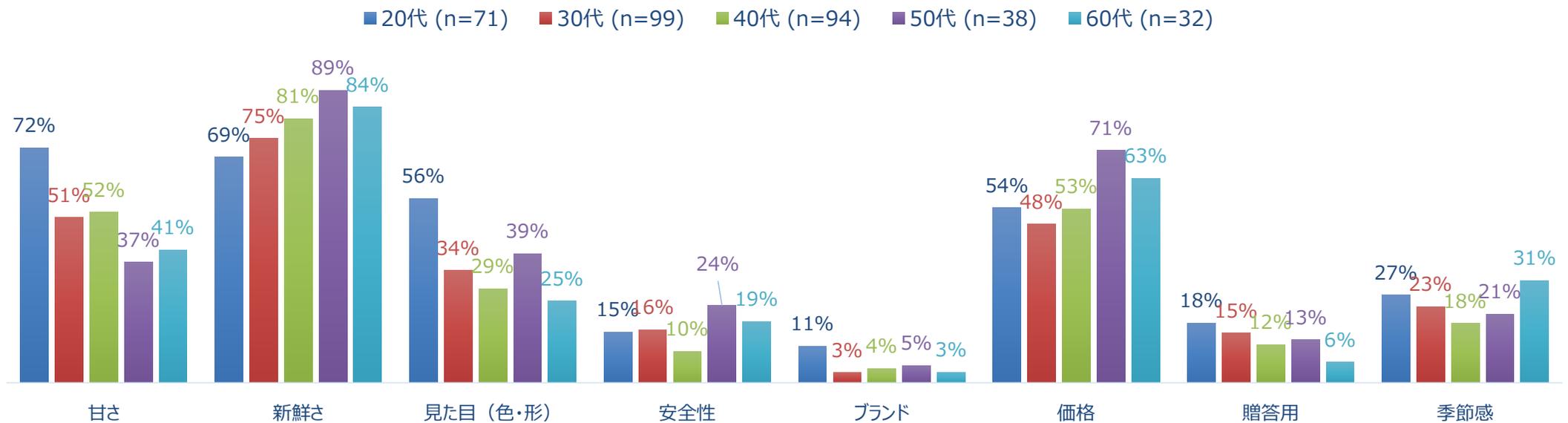
- 「りんご」は全世代で最も選択率が高く、特に50～60代で顕著に高く、日本果物の中で最も安定した定番品目となっている。
- 「ぶどう」はいずれの年代でも3～4割前後と比較的高く、世代差の小さい果物として広く購入されている。
- 「いちご」は20～40代で選択率が高く、若年～中年層での支持が推察される。
- 60代では「りんご」「ぶどう」に続いて「みかん」の選択率が高かった。



日本果物購入時の重視点【年代別】

Q59.日本の果物を購入する際、どのような点を重視しますか？（MA）
※各年代の回答者数（n）を母数とした選択率を算出。

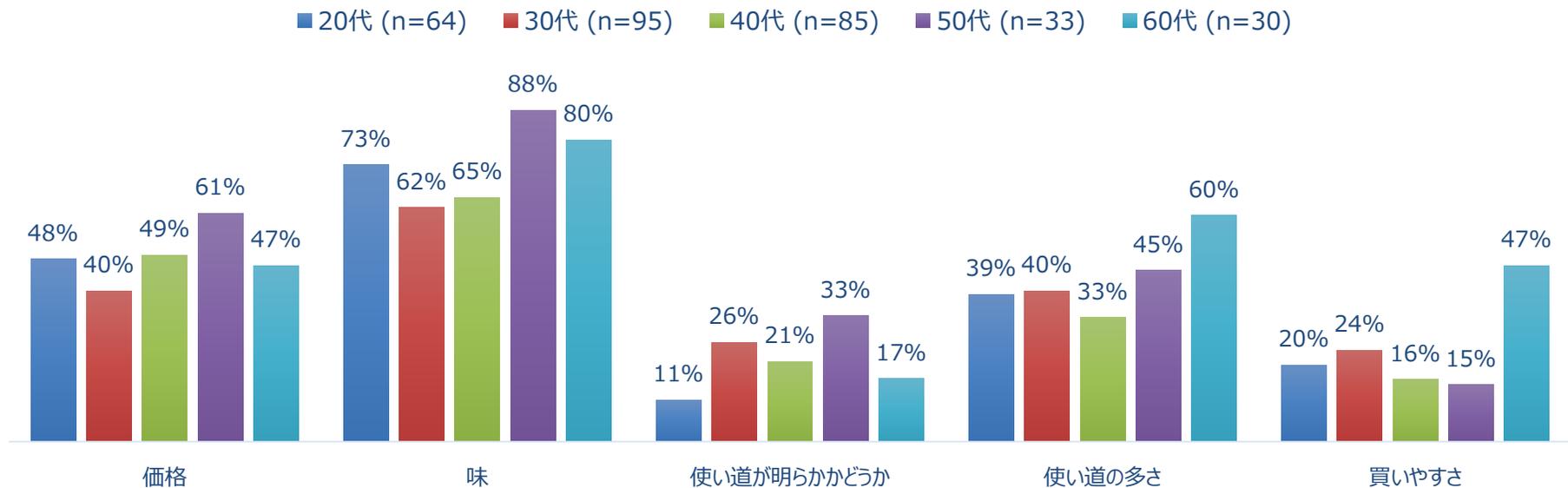
- 全世代で「新鮮さ」が最も重視されており、日本果物購入における共通かつ最重要な判断基準となっている。
- 20代では「甘さ」および「見た目（色・形）」「価格」の重視度が高く、嗜好性や第一印象も重視した選択を行う傾向がある。
- 50～60代では「価格」および「安全性」を重視する割合が高く、価格に加え安心感を意識した選択傾向が見られる。

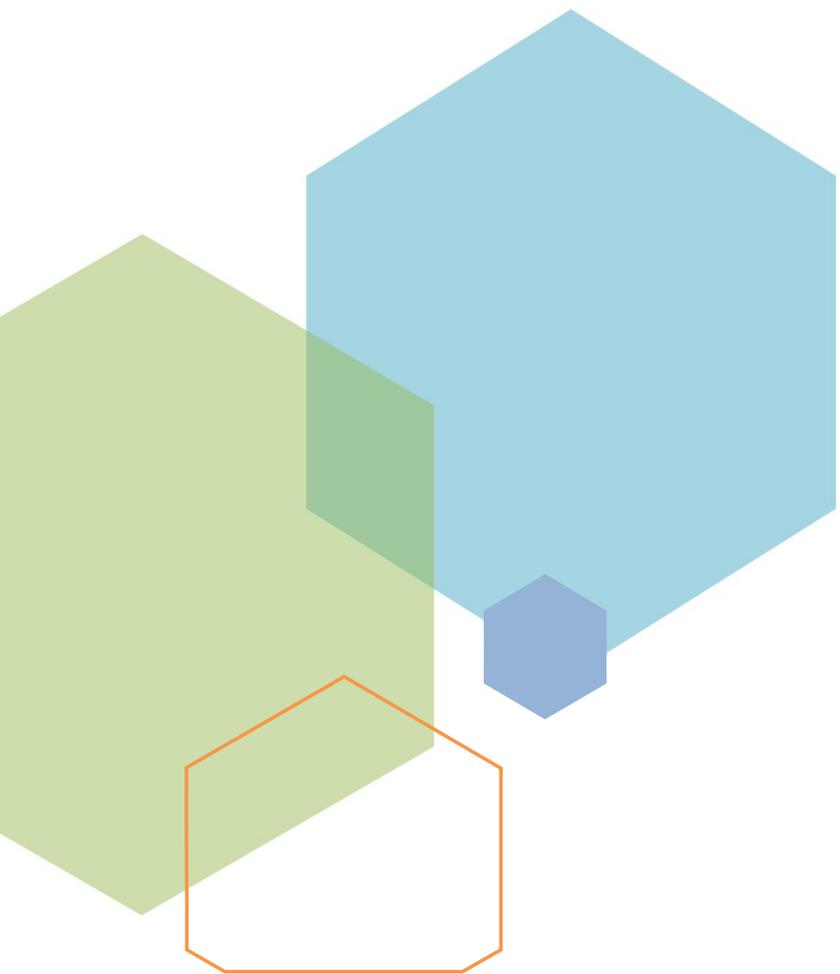


調味料購入時の重視点【年代別】

Q62.調味料を買うときに重視するのはどれですか？（MA）
※各年代の回答者数（n）を母数とした選択率を算出。

- 全世代で「味」が最も重視されており、調味料選択における共通の判断基準となっている。
- 「使い道の多さ」は年代が高い層が重視する割合が高い。中高年層では、用途の汎用性や使い勝手を意識した実用的な選択傾向が見られる。
- 価格は50代でやや高いものの、全体としては「味」や「使い勝手」に比べると優先度は低い。
- 「買いやすさ」は60代で突出して高く、手に取りやすいことが考慮要素となっていると推察される。





VI. サマリー

- ① 台湾消費者の食生活構造と日本食品の位置づけ
- ② 日本食品受容の背景と継続拡大の要因
- ③ 日台食文化交流を踏まえた市場展望と方向性

【外食の頻度／うち日本食の外食の傾向】（Q5～Q8）

週5日以上外食する層が約半数、週1回以上は約9割を占めており、**外食は日常の中で習慣化した選択肢**となっている。60代では自炊が高くなる傾向。基本的に女性の方が外食を利用する層が少なめ。

また、日本食の外食を食べる頻度が月1～3回以上である層が全体の4分の3を占め、**日本食は日常における外食の選択肢として定着**。**寿司、ラーメン、定食**は約半数の人が挙げており、定番化された選択肢と考えられる。

日本食外食の**1回当たり支出は、200～399元、400～599元の層が全体の4分の3**を占める。（1元5円計算で約1,000～3,000円）。

【自炊の頻度／日本食の自炊】（Q10～12）

「週5日以上」「週3～4日」「週1～2日」「週1日未満以下」がそれぞれ4分の1程度を占めた。**外食を基本としつつ、人により必要に応じて自炊していると推察される**。男性は比較的自炊をしないケースが多い。基本的に同居人数が多いと、自炊頻度が多い傾向が見られる。「平日夕食」の自炊率が最も高かった。**自宅で調理される日本食はカレー（52%）／麺類（44%）**など、**家庭でも比較的調理しやすいメニューが上位**。

【日本食を口にする習慣】（Q14～15）

日本産の食品を食べる頻度は「週に1～2回」以上の層で半分程度を占めており、**約半数が週に1～2回は口にしている**。

購入品目は「菓子（約8割）」が突出。飲料、調味料、酒類、茶類が続く。調理の必要がある生鮮品より、**加工品の消費が多い傾向**。

サマリー 2 台湾消費者の食生活構造と日本食品の位置づけ

94

【日本食の購買チャネル、情報源】（Q16～21）

購入場所は「台湾のチェーンスーパー」が最多。「ネット購入」も多く見られた（Shopeeやmomoといったチャネルが多い）。

続いて多いのは日系小売やコンビニ。百貨店は日常的なチャネルというより、高価格品や贈答品を購入する際の選択肢である可能性。

購買判断の情報源はSNS、店頭表示、口コミ（友人や家族）が多い。（高年層ほど口コミ・マスメディア・公式情報を相対的に重視）。

うちSNSでは、Facebook（公式サイトのない店舗の情報収集目的と推察される）やInstagram、YouTubeの利用が比較的多く見られた。

好きなインフルエンサー有無は約3割が「いる」と回答。グルメ系のインフルエンサーを挙げるケースが25%。食品購入の参考にもされているケースとしては、グルメ紹介系、料理系、商品レビュー系等のインフルエンサーが多く見られた。

【インバウンドと食品消費の関連】（Q22～24、26～27）

回答者の8割以上が日本への旅行経験があり、うち半数以上が4～5回以上の日本旅行経験があった。訪日経験者のうち、77.0%が購入意欲への影響を認識。訪日土産では、菓子（96.3%）に加え、調味料、飲料、酒類等が上位。

地域の食品を食べたい都道府県としては、北海道、沖縄、青森、大阪、福岡が上位に位置。旅行先で食べてみたい料理としては、ラーメンが最多で、焼き肉、和牛、寿司が続いた。

【台湾ではあまり見かけないが、今後台湾で増えてほしい日本食】（Q25）

馬肉、うなぎ、牛タンのほか、地域の料理としては沖縄料理が上位にランクイン。

サマリー 3 台湾消費者の食生活構造と日本食品の位置づけ

【影響を受けた日本のコンテンツ】（Q28～29）

漫画、アニメ及びドラマ、映画が最多。続くのが音楽。具体的な作品名でも、漫画やアニメ（特に少年漫画）が多く、ドラマではグルメ関連の題材を扱ったものが人気であった。

【贈答品文化】（Q30～31）

中秋節、春節の贈り物どちらでも、台湾の菓子類を贈るケースが最も多い。日本産品は台湾産品と比べると贈られる頻度は多くないが、菓子、果物、酒類等はそれぞれ1割程度が採用。春節は果物が微増する傾向。

【健康】（Q32～34）

約9割の回答者が食生活において健康を「ある程度」あるいは「非常に」重視している（「ある程度重視」が7割）。

健康のために意識していることとしては、野菜の摂取、十分な休息・睡眠、定期的な運動、食事の栄養とカロリーに注意するケースが多かった。食品を選ぶ際に気にするキーワードとしては、「低糖／無糖」が最も多く、「無添加」「減塩」「低カロリー」等、特定のを「避ける」「減らす」傾向も多い。

サマリー 4 品目ごとの消費動向 (1)

【酒類】(Q35~Q39)

よく飲む酒類としてはビールが最多であった。サワー・梅酒、果実酒など、甘め・飲みやすいライト系の人気も高い。飲酒場所は「自宅」が圧倒的。外食での飲酒は日本食レストランが中心。購入場所はスーパー、コンビニが圧倒的（ネット購入は禁止されている）。購入時重視する点は味、続くのが価格。日本酒（720ml）の許容価格帯として最も多いのはNT\$501~1000程度であった。

【菓子】(Q40~Q44)

最もよく買われているのはクッキー・ビスケット。せんべい・米菓、チョコレートが続く。好きな商品・味・ブランドとしては、旅行土産等として有名で、インバウンドの定番商品として知名度を上げたと考えられる品目が多数。抹茶、いちご、梅、塩味なども多く挙げた。日本産菓子に許容できる価格差は、4分の3の人々は150元以下の差を回答。大半は「少し高い程度ならOK」とみられる。酒類と同じく、重視する点は味、続くのが価格。好きなフレーバーとしては抹茶が比較的突出。続いて塩味・旨味系、チーズ系、柚子系も人気。

【飲料】(Q45~Q48)

最も飲まれている飲料は無糖茶。台湾でも健康の観点もあり、無糖茶が強く定着と推察。水、コーヒーも高い利用率。好きなブランドについては、全体的に多かったのは茶飲料。個別ブランドについては、清涼飲料水（乳酸菌飲料）や紅茶・緑茶飲料が上位。購入時に気にする点としては味が最多。新しく試してみたい香り・フレーバーでも、抹茶・ほうじ茶が高い人気。柚子・柑橘系、フローラル系も同程度の支持。

サマリー 5 品目ごとの消費動向（2）

【牛肉】（Q49～Q51）

購入時に重視する点は**価格と味**が中心。認知度が高いブランドは、**神戸牛と松阪牛**が特に高かった。

また、許容価格差としては、同価格～250元（23.9%）、250～500元（23.6%）が最多で、**+0～500元の価格差**まで許容する層が約半数。

【水産物】（Q52～Q54）

購入時に重視する点は**鮮度**が最も高い（他カテゴリーより突出）。次いで **価格、味、産地**。

日本産水産物を**食べる場所**としては、**寿司店**が最大の接点。次いで**鍋料理店、居酒屋、その他日本食店**が多かった。

よく食べる水産品としては、**ホタテ**が最多。次いで**いくら**。加工品は **干物**や**練り物**がよく見られた。

サマリー 6 品目ごとの消費動向 (3)

【お米】 (Q55~Q56)

日本の米を食べる場としては、**寿司店** (シャリ) が圧倒的に多く、日本米の主要な接点は寿司店に集中。**寿司以外の日本食店**でも一定の利用が見られ、基本的な消費の場は外食中心。

購入時に重視するのは**価格**が最も高く、**味**、**産地**も高く、品質面への関心も強い

【果物】 (Q57~Q59)

日本産果物を食べる機会としては、**贈り物でもらった時**が最も多く、日本の果物 = 「高級ギフト」の位置づけが強い。**飲食店で食べる**も多く、外食を通じた接点が一定存在。**お祝い事で小売購入**も多く、ハレの日需要も目立つ。

よく食べる果物としては、**りんご**が最多、**ぶどう**、**いちご**など、高価格帯の人気品も一定の購入。

購入時に重視するのは**新鮮さ**が最も高い。**価格**、**甘さ**も重要視。

サマリー 7 品目ごとの消費動向（4）

【調味料】（Q60～Q62）

よく使う調味料は醤油、味噌の割合が高く、家庭料理の基盤として広く浸透。味醂、ソースも一定の利用がある。

使い道としては台湾料理が最多で、日常の台湾料理にも日本調味料が取り入れられているが、日本料理でも半数以上が利用し、自宅での和食づくりにも一定の浸透。台湾料理としては「鍋物」、「炒め物」、「三杯鶏」、「蒸し魚」、日本料理としては「味噌汁」、「すき焼き」、「寿司」、「カレー」などが多い。

購入時に重視するのは味が最も高く、調味料は料理の味の決め手として評価。価格も重要で、コスパへの意識が強い。使い道の多さを重視し、汎用性を求める傾向もある。

【カレー】（Q63～Q64）

食べる頻度としては、月に2～3回が最も多く、カレーは月に数回の定番メニューとして定着。月に1回以下も多く、軽めの頻度で食べる層が全体の約4割。

好きな味としては、甘口、まろやかでコクのある味のほか、スパイシーで複雑な味の人気が同程度ある。