

訪日外国人向けお試しいちご実験事業業務 実施報告書

1. 目的

成田空港付近のホテルに宿泊する外国人に対し、千葉県産のいちごを試験的に提供することにより、今後の県内でのいちご狩りや県産いちごの購入に結び付ける。更にアンケート実施により、将来的な県産いちごの輸出可能性に資する情報を得る。

2. 実施業務内容

(1) 県産いちごの提供について

- 提供期間：令和5（2023）年3月11日（土）～3月20日（月）提供分まで
- 納品数量：1日100パックを納品（上記期間合計：1,000パック）
※ 1パックに4～5粒(80～90g)のいちご（右写真参照）
- 提供数量：1,000パック（全量使用）
- 提供方法：宿泊している航空会社外国人クルーおよびお子様連れの外国人宿泊客に対してチェックイン時に配布



(2) アンケートカードについて

上記(1)のいちごパック上面に以下のカードを貼付。表面に「ちば電子申請サービス」に掲載したアンケート入力ページと、千葉県作成英語版いちご狩りパンフレット「Strawberry Picking Farms Easily Accessible from Narita Airport（成田空港から近い！いちご狩り施設のご案内）」のQRコードを印刷した。

(表)

(裏)



(3) アンケート結果について

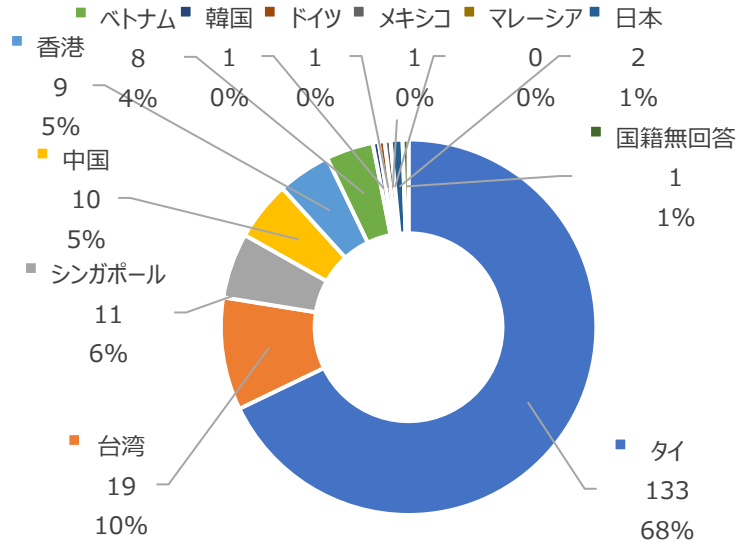
令和5（2023）年3月11日（土）0時～3月24日（金）17時までのアンケート集計結果は以下のとおりであった。

回答数：196 回答率：19.6%

- 設問① : Nationality
(国籍を教えてください)

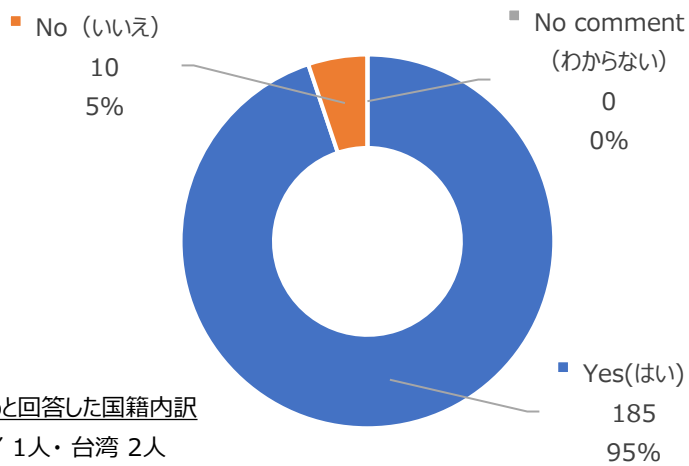
回答 : Thailand (タイ) ・ Viet Nam (ベトナム) ・ Malaysia (マレーシア)
Singapore (シンガポール)

Other(Please specify below) (その他[以下に具体的に記載してください])



- 設問② : Have you eaten Japanese strawberries before?
(日本のいちごを食べたことがありますか?)

回答 : Yes (はい) ・ No (いいえ) ・ No comment (わからない)



Noと回答した国籍内訳

タイ 1人・台湾 2人
シンガポール 1人・中国 1人・香港 1人
ベトナム 3人・メキシコ 1人

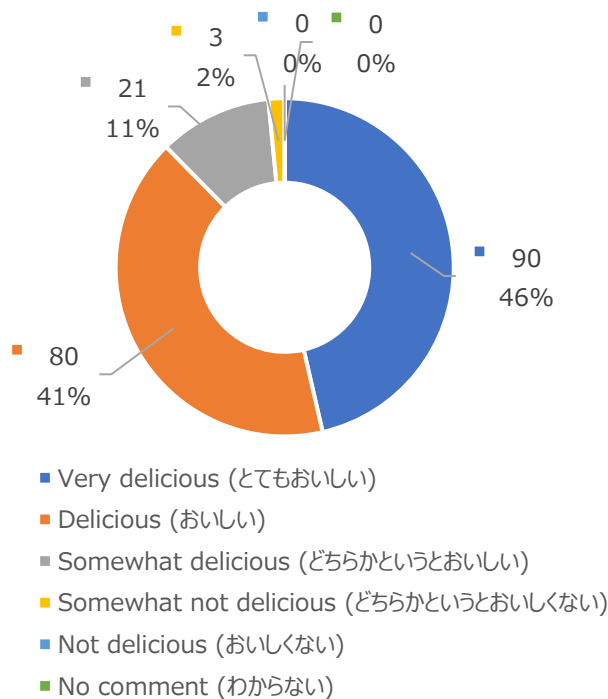
考察 : 95%が日本産のいちごを食べたことがあると回答。航空会社クルーが大半であることが影響しているからか想定数以上の回答を得られた。

● 設問③ : Strawberries you received at Hotel Nikko Narita

These strawberries are ripe and freshly picked from a farm in Chiba. How did you like them?

(ホテル日航成田で受け取られたいちごは千葉の観光いちご園の、摘みたてで完熟したいちごを使用しています。味は如何でしたか。)

回答 : Very delicious (とてもおいしい) ・ Delicious (おいしい) ・ Somewhat delicious (どちらかというとおいしい) ・ Somewhat not delicious (どちらかというとおいしくない) ・ Not Delicious (おいしくない) ・ No comment (わからない)



回答内訳 :

	Very delicious (とてもおいしい)	Delicious (おいしい)	Somewhat delicious (どちらかというとおいしい)	Somewhat not delicious (どちらかというとおいしくない)	Not delicious (おいしくない)	No comment (わからない)
タイ	61	56	15	1	0	0
台湾	9	9	0	1	0	0
シンガポール	7	2	1	0	0	0
中国	5	4	1	0	0	0
香港	2	5	1	1	0	0
ベトナム	3	4	1	0	0	0
韓国	0	0	1	0	0	0
ドイツ	1	0	0	0	0	0
メキシコ	1	0	0	0	0	0
マレーシア	0	0	0	0	0	0
日本	1	0	1	0	0	0

考察 : 87%が「とてもおいしい」・「おいしい」と回答。

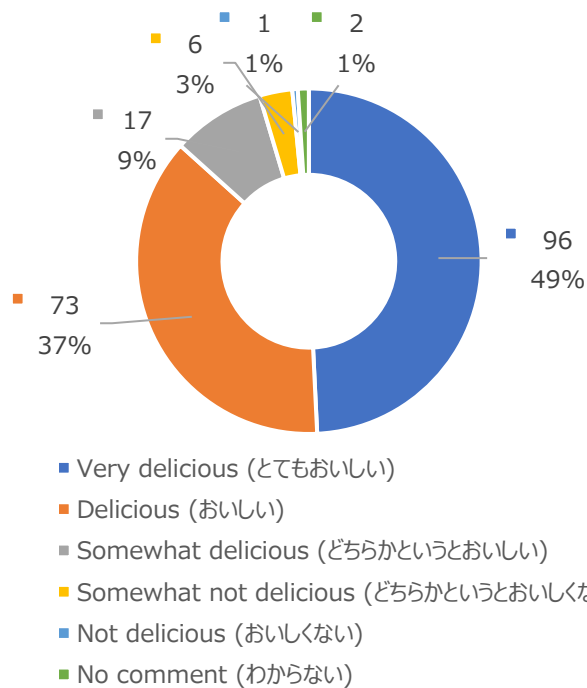
「どちらかというとおいしい」と答えた方を含めると 98%。

日本産のいちごに対するイメージとの乖離は少なかったものとする。

- 設問④ : How did these strawberries taste compared to the strawberries you have had in your country before?

(あなたの国で食べているいちごと比較して味はどうですか。)

回答 : Very delicious (とてもおいしい) ・ Delicious (おいしい) ・ Somewhat delicious (どちらかというとおいしい) ・ Somewhat not delicious (どちらかというとおいしくない) ・ Not Delicious (おいしくない) ・ No comment (わからない)



回答内訳 :

	Very delicious (とてもおいしい)	Delicious (おいしい)	Somewhat delicious (どちらかというとおいしい)	Somewhat not delicious (どちらかというとおいしくない)	Not delicious (おいしくない)	No comment (わからない)
タイ	71	43	16	2	0	1
台湾	11	7	0	1	0	0
シンガポール	8	3	0	0	0	0
中国	3	5	0	2	0	0
香港	1	6	1	0	0	1
ベトナム	0	7	0	1	0	0
韓国	0	1	0	0	0	0
ドイツ	1	0	0	0	0	0
メキシコ	0	1	0	0	0	0
マレーシア	0	0	0	0	0	0
日本	1	0	0	0	1	0

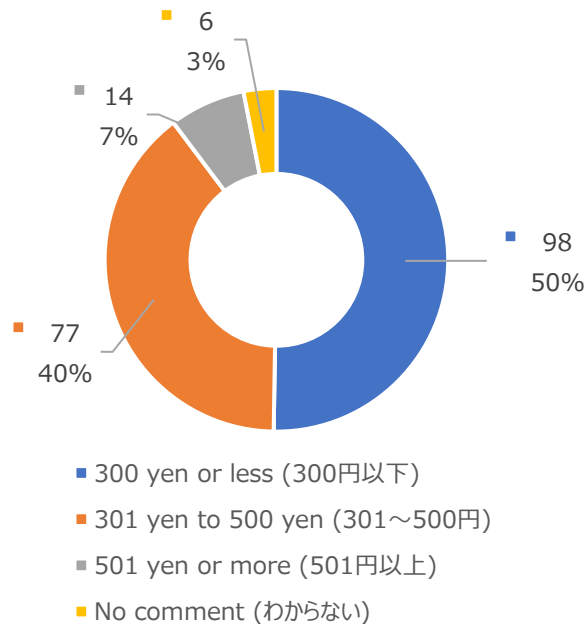
考察 : 自国で食べたいちごとの比較においては、86%が「とてもおいしい」・「おいしい」と回答。

今回の中国・東南アジアを中心とした国々のいちごよりも日本産いちごに対する魅力を感じて頂けている。「どちらかというとおいしい」の選択割合についてはタイの方の割合が12%と比較的高い割合となった。タイ人のデータが多い部分はあるものの、それなりの品質のいちごに触れたことがある可能性が高い。

- 設問⑤ : How much would you pay if you bought the amount of strawberries you receive at the hotel ?

(受け取られたいちごの量がいくらであれば買いますか。)

回答 : 300yen or less (300 円以下) ・ 301yen to 500 yen (301 円~500 円)
501yen or more (501 円以上) ・ No comment (わからない)



回答内訳 :

	300 yen or less (300円以下)	301 yen to 500 yen (301~500円)	501 yen or more (501円以上)	No comment (わからない)
タイ	73	48	9	3
台湾	9	8	1	1
シンガポール	2	7	2	0
中国	2	7	0	1
香港	6	3	0	0
ベトナム	3	2	2	1
韓国	0	1	0	0
ドイツ	1	0	0	0
メキシコ	1	0	0	0
マレーシア	0	0	0	0
日本	1	1	0	0

考察 : 価格については、各国の物価や自国での日本産いちごの価格などを踏まえての回答が多いと仮定すれば、タイ・台湾・シンガポール・中国・ベトナムの方々は 301 円以上の価格でも購入するという層が多い。

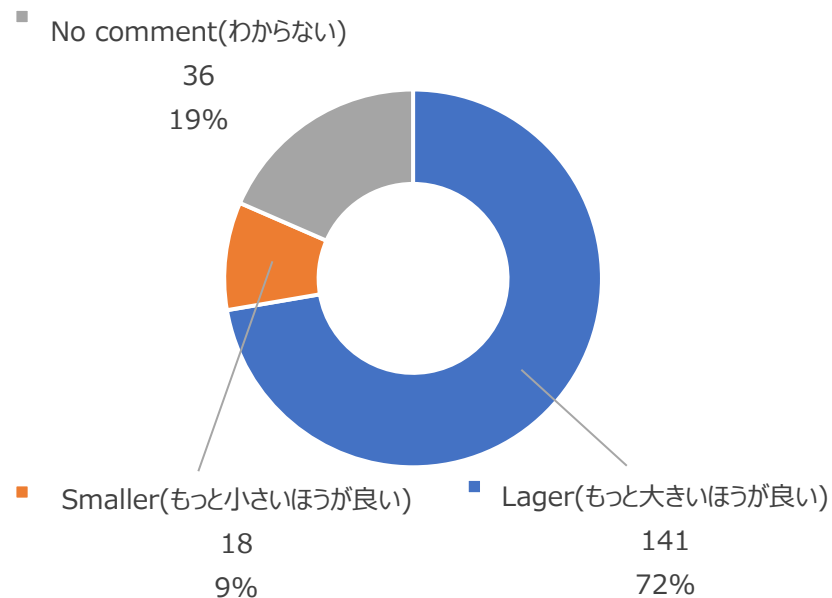
今回の品質と量を踏まえれば、上記の国・地域の方々は、日本産いちごに対し、適切な価格感度(つまり、海外で販売されている日本産いちごと同じ価格感度)を持っていると考えられる。

- 設問⑥ : As a gift, what size of strawberries would you prefer compared to the ones you received at the hotel.

(贈答用として買う場合、受け取られたいちごと比較して粒の大きさはどれ位が良いですか。)

回答 : Larger (もっと大きいほうがよい) ・ Smaller (もっと小さいものがよい)

No comment (わからない)



回答内訳 :

	Larger (もっと大きいほう が良い)	Smaller (もっと小さいほう が良い)	No comment (わからない)
タイ	103	8	22
台湾	11	3	5
シンガポール	7	2	2
中国	7	1	2
香港	5	2	2
ベトナム	4	1	3
韓国	0	1	0
ドイツ	1	0	0
メキシコ	1	0	0
マレーシア	0	0	0
日本	2	0	0

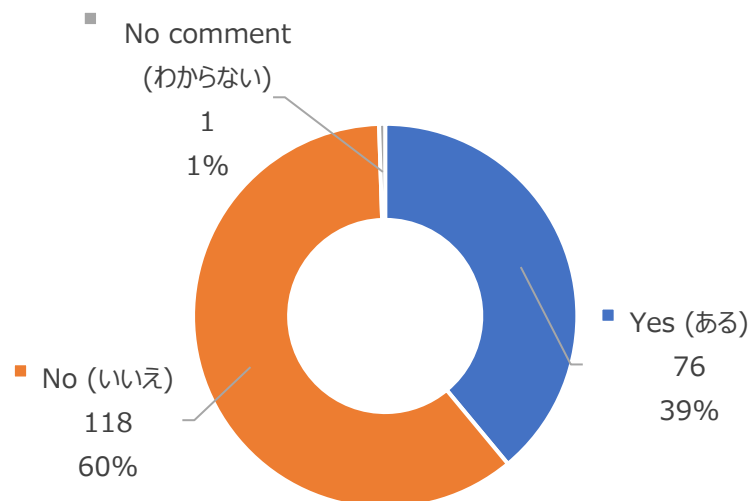
考察 : 今回提供したいちごは 17~22g 程度のいちごを 4~5 粒であったが、72%が今回のものよりも大粒のいちごを好む傾向にある。

一般的に中国・東南アジアを含めたいちごの販売においては、大粒のいちごを好む傾向が強いと考えていたが、今回の結果をもって、海外販路では、大粒いちごが好まれることが証明された。

ただし、「わからない」との回答が 19%であったことを踏まえ、今後大きさの好みについては、更なる調査が必要と考えられる。

- 設問⑦：Have you ever been to a strawberry picking farm in Japan?
(日本で観光いちご園に行ったことがありますか。)

回答：Yes (ある) ・ No (ない) ・ No comment (わからない)



回答内訳：

	Yes (ある)	No (いいえ)	No comment (わからない)
タイ	61	72	0
台湾	3	15	1
シンガポール	4	7	0
中国	1	9	0
香港	4	5	0
ベトナム	0	8	0
韓国	1	0	0
ドイツ	0	1	0
メキシコ	0	1	0
マレーシア	0	0	0
日本	2	0	0

考察：いちごを食べたことがある方は多いものの、日本のいちご狩りに行ったことがある方々は39%に留まっている。

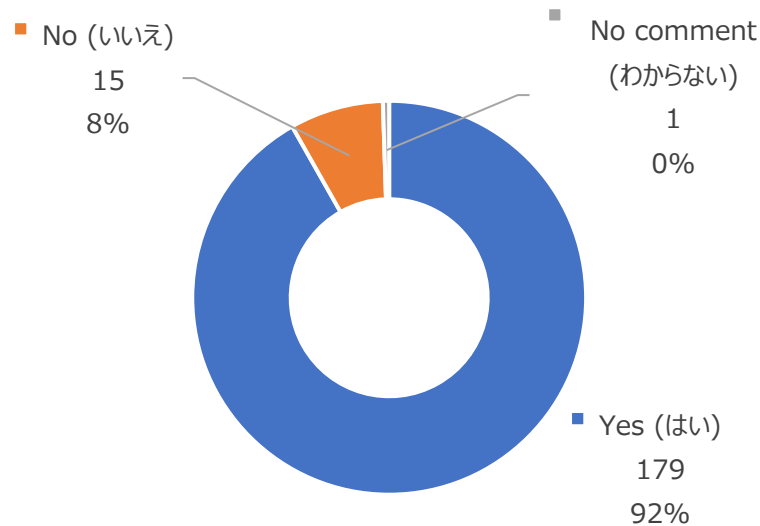
「行ったことがある」と回答した割合が高いタイ・香港でも半数未満。

台湾・シンガポール・中国・ベトナムにおいては、大半がいちご狩りに行ったことがないとの回答であり、インバウンド向けのいちご狩りについては、これらの4か国・地域への訴求により、需要を喚起できる可能性がある。

- 設問⑧ : Would you like to try strawberry picking at a farm in Chiba Prefecture next time you visit ?

(次回千葉県にいらしたときに、千葉県の観光いちご園でいちご狩りをしたいですか。)

回答 : Yes (はい) ・ No (いいえ) ・ No comment (わからない)



回答内訳 :

	Yes (はい)	No (いいえ)	No comment (わからない)
タイ	126	6	1
台湾	15	4	0
シンガポール	10	1	0
中国	10	0	0
香港	7	2	0
ベトナム	6	2	0
韓国	1	0	0
ドイツ	1	0	0
メキシコ	1	0	0
マレーシア	0	0	0
日本	2	0	0

考察 : 千葉県でのいちご狩りに行ってみたいと答えた方が 92%を占めており、国籍に関係なく今回の事業に興味を持って頂けたことが伺える。

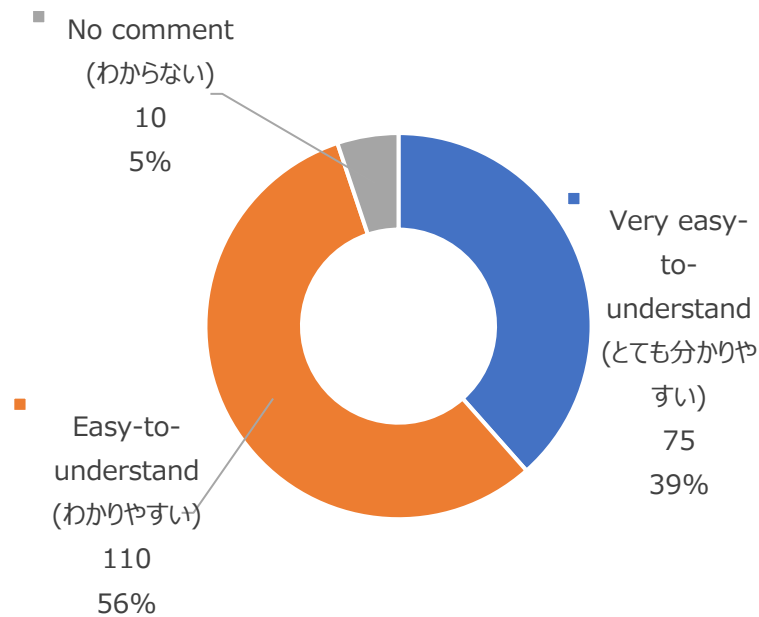
今後の海外発日本向けツアー客などへ訴求を行うことでいちご狩りに訪れるインバウンドのお客さまを増やすことができる可能性が高い。

また、各国のいちご狩り事情も調査・研究したうえで、千葉県内におけるいちご狩りの方法を検討するなど、差別化要素について明確にする必要がある。

- 設問⑨ : What you think about the digital pamphlet of Strawberry Picking in Chiba you saw via the QR code or the link below?

(QRコードまたは以下リンクからご覧いただいた千葉県のいちご狩り園のデジタルパンフレットは如何でしたか。)

回答 : Very easy-to-understand (とてもわかりやすい) ・ Easy-to-understand (わかりやすい) ・ No comment (どちらともいえない)



回答内訳 :

	Very easy-to-understand (とてもわかりやすい)	Easy-to-understand (わかりやすい)	No comment (どちらともいえない)
タイ	47	78	8
台湾	4	13	2
シンガポール	4	7	0
中国	8	2	0
香港	5	4	0
ベトナム	6	2	0
韓国	0	1	0
ドイツ	0	1	0
メキシコ	1	0	0
マレーシア	0	0	0
日本	0	2	0

考察 : デジタルパンフレットについては、全体の 95%が理解しやすいものであったと回答。

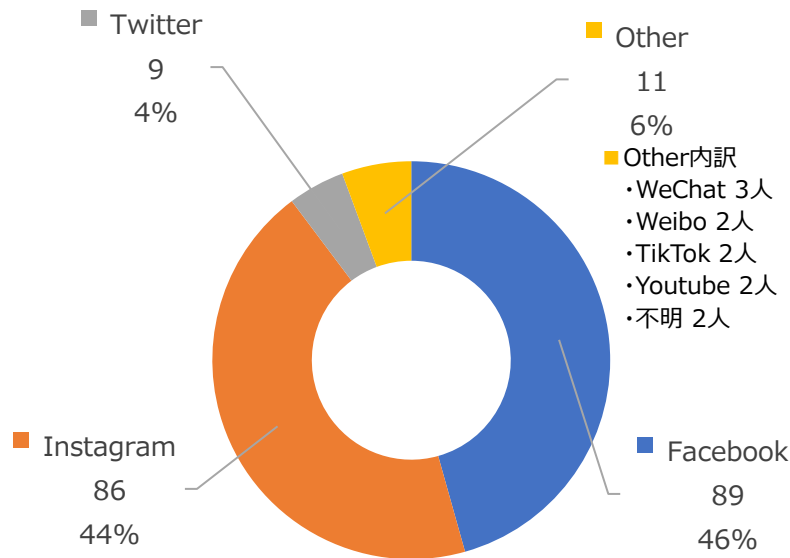
日本の旅行雑誌的なパンフレットであったが、地図も掲載されており、今回の内容で十分に理解頂ける内容であったと考えられる。

- 設問⑩ : Which social media app or website do you get the most information from?

(どのSNSから最も情報を得ますか。)

回答 : Facebook ・ Instagram ・ Twitter

Other(Please specify below) (その他[以下に具体的に記載してください])



回答内訳 :

	Facebook	Instagram	Twitter	Other
タイ	71	53	6	2
台湾	10	8	0	1
シンガポール	1	8	1	1
中国	0	4	1	5
香港	1	8	0	0
ベトナム	4	3	0	1
韓国	0	1	0	0
ドイツ	0	0	1	0
メキシコ	1	0	0	0
マレーシア	0	0	0	0
日本	1	1	0	0
国籍無回答	0	0	0	1

考察 : 一般情報から東南アジアでは、TikTok が情報源になっている可能性が高いと推測していたものの、Facebook ないしは Instagram の利用者が多い結果となった。年齢層についてのデータがないため、一概にこのデータだけで情報源を判断することはできないが、今後は上記データを参考に各国でのターゲット層を絞ることで、利用広告媒体の絞りこみに活用できると考える。