

2019年～2021年
クールジャパン官民連携プラットフォーム
SNS分析 3か年調査

クールジャパン官民連携プラットフォーム
令和4年3月31日(木)

2019年～2021年

クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析 3か年調査

1 実施概要	3
2 調査結果① 対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較	9
3 調査結果② 食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較	24
4 調査結果③ 食ツーリズムに関する話題トレンドと各国比較	36
5 調査結果④ 日本の食文化に関する話題と評価	41

1. 実施概要

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

実施概要 – SNS分析 の実施と背景

- ◆ SNS分析を活用して、4つのテーマについて調査を実施した。
- ◆ 調査・分析を通じて得られた各種数値データについて、KGI/KPIとしての活用可能性を検証した。

目的

- ・クールジャパン(CJ)の目的である、世界の共感獲得(日本のブランド力向上、日本ファンの増大、日本のソフトパワー強化)を達成する
- ・既存のオープンデータに基づく調査だけでなく、SNS分析を実施することで、より精度高く現状を把握し、リアルタイムのトレンドを取り入れる

SNS分析の概要

Twitter、Instagram等の代表的なソーシャルメディア(SNS)に加えて、ブログや掲示板、レビューサイトなどに発信された情報を収集・分析し、マーケティングに活かしていくこと。

インターネット上では、様々な個人や団体が考え感じたことを自由かつ正直に発信しており、グローバルにおけるSNS分析では、消費者が日々閲覧している情報を多言語で収集・分析することができる。

そのため、各国における事象や情報に対する評価・印象の違いなど、その国々の特性を客観的に比較することが可能。

新型コロナの影響で、SNS等に蓄積されるデータ量は増え、利用層は拡大。消費者が主役であり、消費者に寄り添ったマーケティングが重要な現代において、SNS分析の重要性は高まっている。

SNS分析の実施内容

調査テーマ

- ① 対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較
- ② 食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較
(レストラン、食材、シェフ、留学等について)
- ③ 食ツーリズムに関する話題トレンドと各国比較
- ④ 日本の食文化に関する話題と評価

調査対象データ

- ・ソーシャルメディアデータ全般
- ・Twitter等のSNS、各国の主要なニュースメディア、ブログ、フォーラム等を含む
 - Twitterは100%データを対象とした
 - その他のデータはメディアによりデータカバレッジが異なる(非公表)

調査対象国・言語

- ・アメリカ/英語
- ・イギリス/英語
- ・フランス/フランス語
- ・スペイン/スペイン語
- ・シンガポール/英語

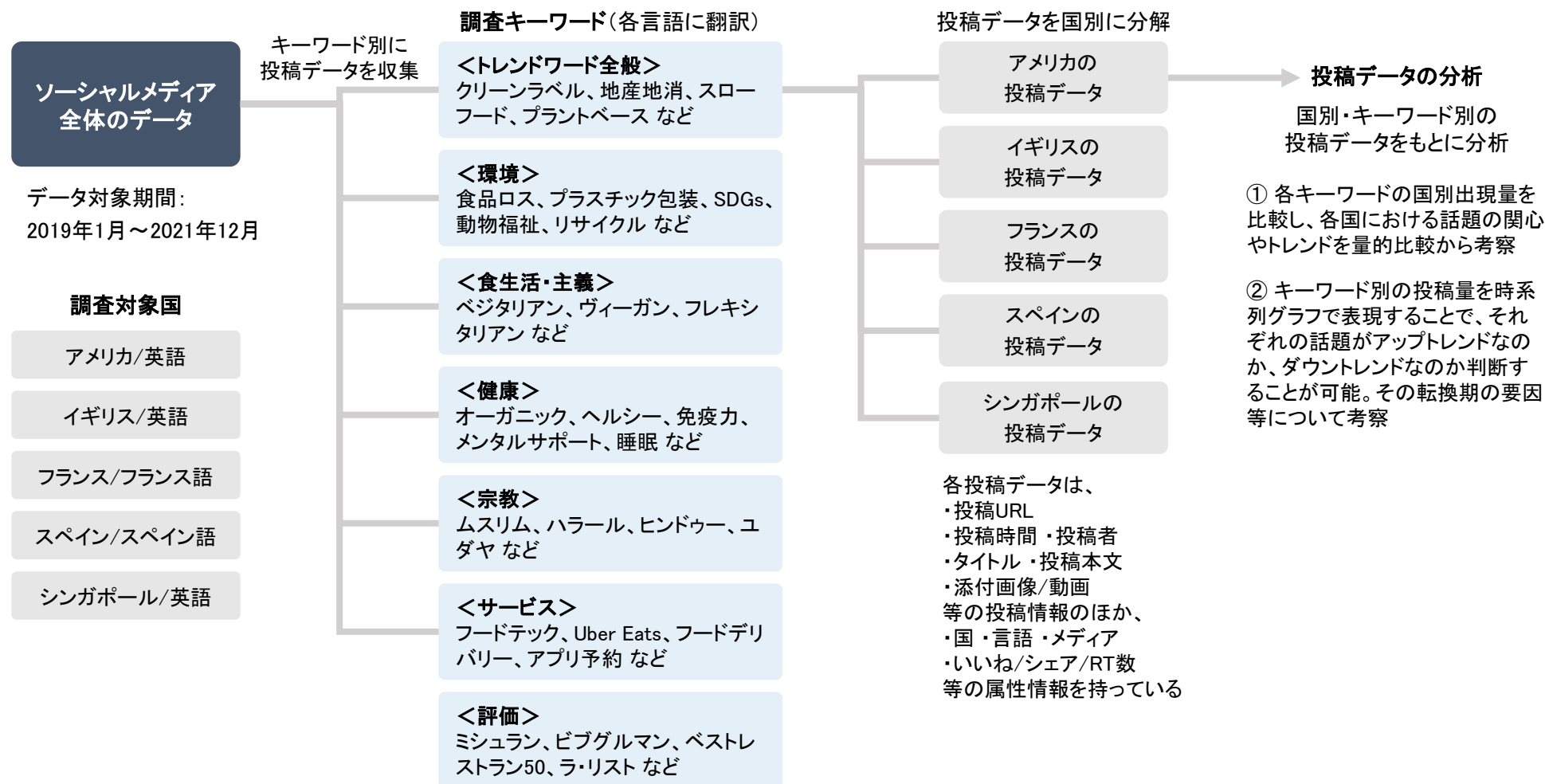
調査対象期間

- ・2019年1月～2021年12月(3年間)
- ・コロナ前後の期間のデータを取得することで、コロナ前から現在にいたるトレンドの変化を捕捉する

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

実施概要 – SNS分析の調査テーマ①「対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較」

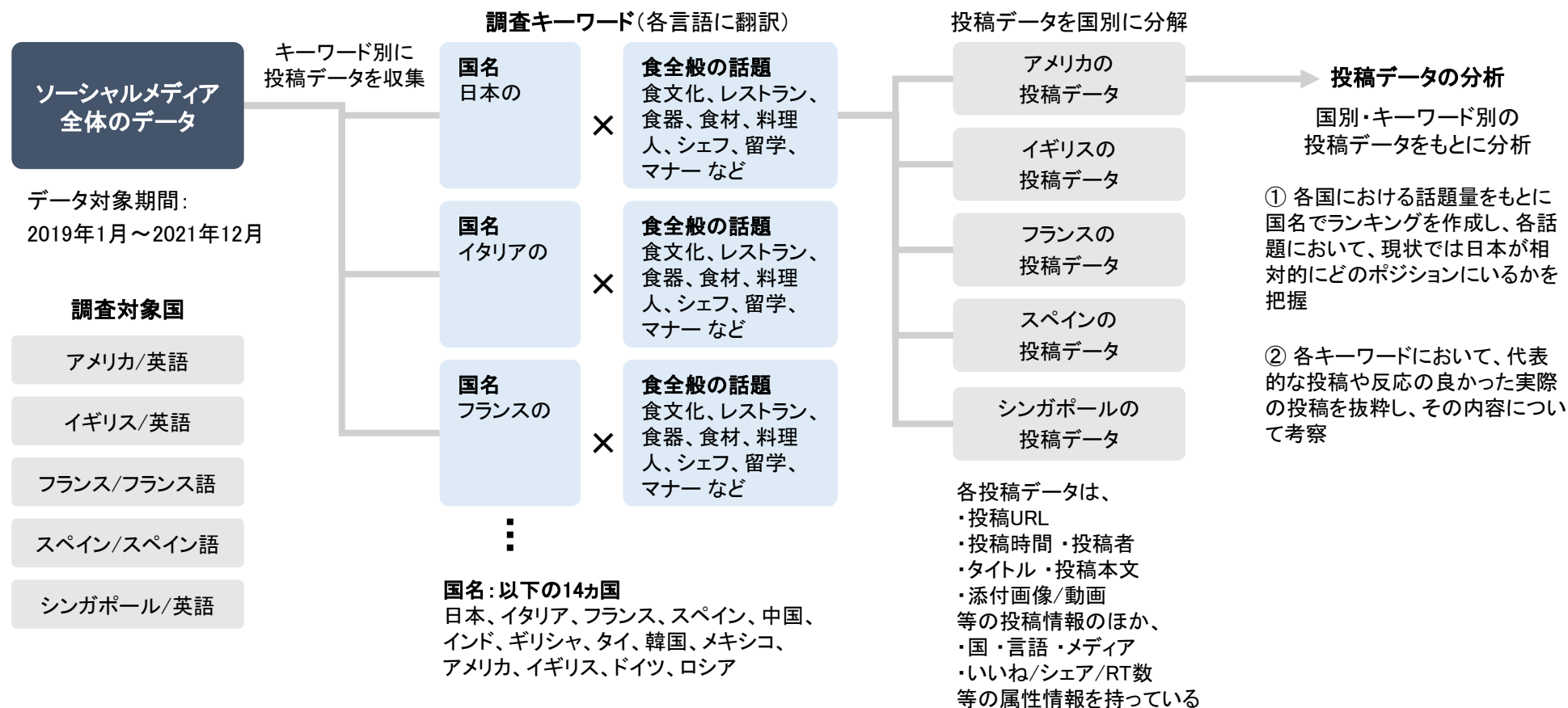
- ◆ 食に関するトレンドワードについて、コロナ前後の話題トレンドが各国においてどのように変化しているかを調査した。
- ◆ キーワード別の話題量を件数表と時系列グラフで整理することにより量的変化を客観的に把握し、特徴的な投稿を抜粋した。



2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

実施概要 – SNS分析の調査テーマ②「食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較」

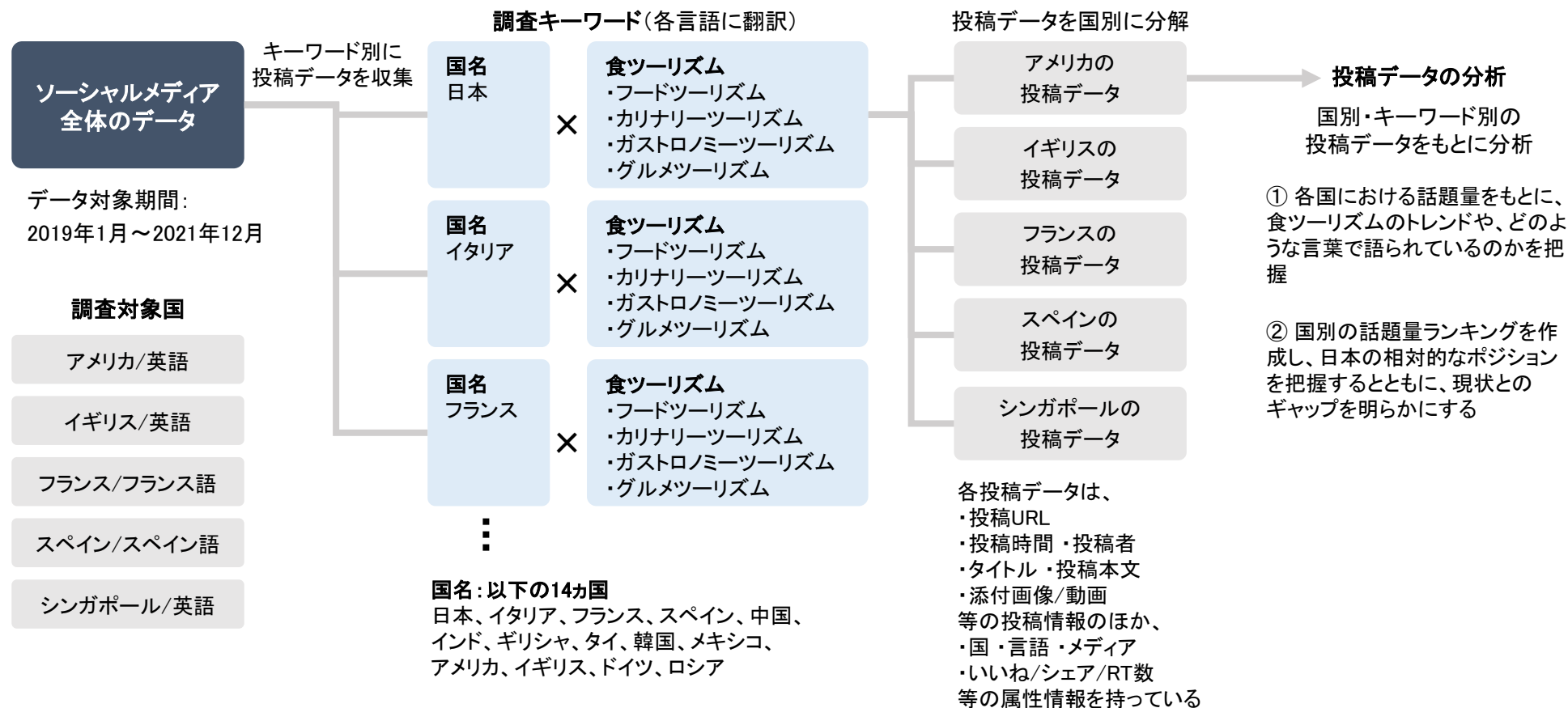
- ◆「食文化、レストラン、食、食材、料理人」などのフード産業に関連するワードが、調査対象国内においてどのような国名と共に起しているか調査し、各話題における日本のプレゼンスを相対的に把握する。



2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

実施概要 - SNS分析の調査テーマ③「食ツーリズムに関する話題トレンドと各国比較」

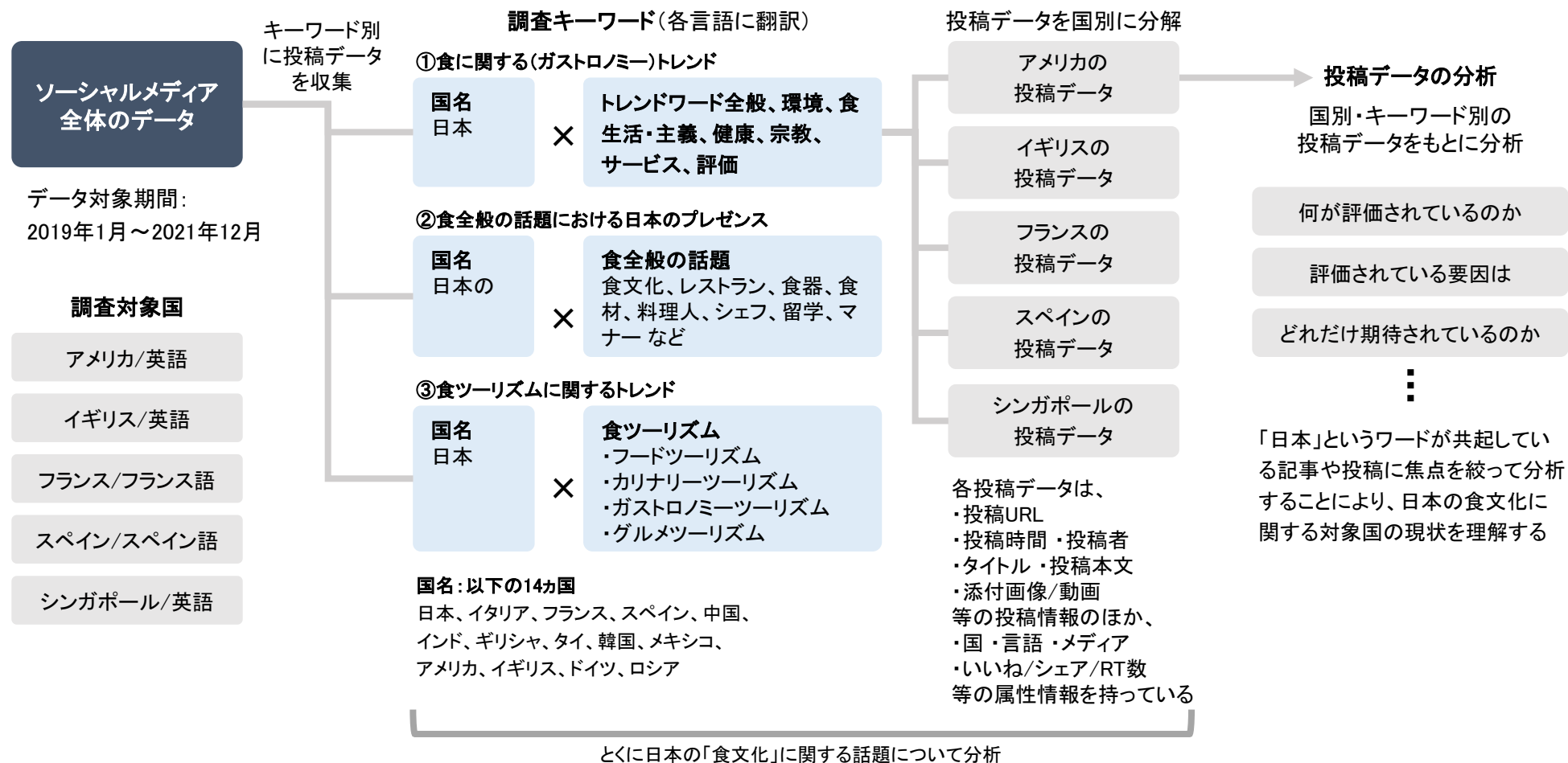
- ◆ 食ツーリズムに関連するキーワードのコロナ前後の話題量の変移を測定した。
- ◆ 調査対象国内においてどのような国名との掛け合わせで共起しているかを調査し、各話題における日本のプレゼンスを相対的に把握する。



2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

実施概要 – SNS分析の調査テーマ④「日本の食文化に関する話題と評価」

- ◆ 調査テーマ①～③を通じて得られたデータと分析結果をもとに、とくに日本の食文化に関する話題に関して、評価されている要素やその期待値等について掘り下げて分析した。



2. 調査結果① 対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較「キーワード一覧」

- ◆ 食に関連する82のキーワードをリストアップし、コロナ前後の話題トレンドが各国においてどのように変化しているかを調査した。
- ◆ キーワード別の話題量を件数表と時系列グラフで整理することで、量的変化を客観的に把握し、特徴的な消費者の声を抽出した。

調査対象とした82のキーワード一覧

No.	①-1 トrendワード
1	クリーンラベル
2	地産地消
3	スローフード
4	プラントベース
5	グルメ
6	サーキュラーエコノミー
7	ガストロノミー
8	カリナリー

No.	①-2 環境
1	食品ロス
2	プラスチック包装
3	SDGs
4	動物福祉
5	リサイクル
6	フェアトレード
7	エシカル
8	サステナビリティ
9	プラネタリーヘルスダイエット
10	アップサイクル
11	もったいない
12	窒素循環
13	COP26
14	脱炭素
15	脱成長

No.	①-3 食生活・主義
1	ベジタリアン
2	ヴィーガン
3	フレキシタリアン
4	マクロビオティック
5	果実食主義、フルータリアン
6	ペスカタリアン
7	フェイクミート
8	完全食
9	ローフード
10	精製していない
11	ビオディナミ(農法)
12	天然
13	トレーサビリティ
14	乳製品不使用

No.	①-5 宗教
1	ムスリム
2	ハラール
3	ヒンドゥー
4	ユダヤ
5	コシャー
6	ジャイナ

No.	①-4 健康
1	オーガニック
2	ヘルシー
3	免疫力
4	メンタルサポート
5	睡眠
6	ストレス
7	スーパーフード
8	機能性食品
9	アダプトゲン
10	プロバイオティクス
11	アレルギー
12	低糖質
13	低炭水化物
14	低塩分
15	低脂肪
16	低カロリー
17	グルテンフリー
18	オートファジー
19	タンパク質危機
20	無添加
21	アレルゲンフリー
22	平飼い(鶏の卵)
23	グラスフェッド

No.	①-6 サービス
1	フードテック
2	Uber Eats
3	フードデリバリー
4	アプリ予約
5	モバイルオーダー
6	コンビニ
7	屋台
8	フードトラック
9	フード3Dプリンター
10	出張シェフ

No.	①-7 評価
1	ミシュラン
2	ビブグルマン
3	ベストレストラン50
4	ラ・リスト
5	TASTEMADE

No.	①-8 その他
1	放射能・原発

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「キーワード別の話題量」

◆ 82のキーワードについて、各国における話題量を年別に集計した。
(※各グループ合計値の降順にソート、矢印は前年比 ↑ アップ ↓ ダウン)

No.	①-1 トrendワード	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	カリナリー	2,702,242	723,060	612,647 ↓	664,050 ↑	75,330	85,912 ↑	87,210 ↑	90,123	90,974 ↑	96,383 ↑	41,483	41,851 ↑	57,346 ↑	10,411	10,281 ↓	15,181 ↑
2	ガストロノミー	1,961,913	61,901	51,103 ↓	62,852 ↑	16,405	15,105 ↓	15,919 ↑	144,852	127,871 ↓	137,430 ↑	513,616	354,248 ↓	453,173 ↑	2,671	2,120 ↓	2,647 ↑
3	グルメ	1,860,170	523,808	445,903 ↓	417,251 ↓	59,139	56,884 ↓	47,158 ↓	30,730	28,155 ↓	28,250 ↑	71,908	59,997 ↓	71,580 ↑	6,196	6,008 ↓	7,203 ↑
4	プラントベース	1,724,362	450,017	418,109 ↓	565,088 ↑	70,407	80,666 ↑	104,265 ↑	1,246	1,124 ↓	1,441 ↑	1,586	2,324 ↑	5,435 ↑	5,539	6,811 ↑	10,304 ↑
5	サーキュラーエコノミー	175,621	15,194	21,143 ↑	36,873 ↑	5,838	7,479 ↑	9,944 ↑	6,446	5,572 ↓	8,000 ↑	12,650	14,554 ↑	29,873 ↑	465	651 ↑	939 ↑
6	クリーンラベル	84,626	17,485	23,210 ↑	36,674 ↑	1,402	1,586 ↑	2,084 ↑	223	213 ↓	438 ↑	164	204 ↑	357 ↑	195	173 ↓	218 ↑
7	スローフード	59,309	12,502	9,368 ↓	11,569 ↑	3,178	2,610 ↓	4,377 ↑	1,622	1,239 ↓	844 ↓	4,317	2,674 ↓	3,200 ↑	132	128 ↓	1,549 ↑
8	地産地消	30,632	3,919	3,240 ↓	4,601 ↑	466	393 ↓	667 ↑	3,287	4,690 ↑	3,123 ↓	764	2,517 ↑	2,408 ↓	91	276 ↑	190 ↓

No.	①-2 環境	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	サステナビリティ	5,036,000	931,009	1,028,739 ↑	1,460,110 ↑	163,549	224,481 ↑	290,233 ↑	89,134	99,461 ↑	128,687 ↑	130,988	155,416 ↑	273,233 ↑	16,079	18,470 ↑	26,411 ↑
2	リサイクル	1,431,275	354,439	310,514 ↓	390,681 ↑	73,867	90,139 ↑	95,389 ↑	14,606	12,861 ↓	16,175 ↑	17,122	14,883 ↓	25,997 ↑	4,768	4,322 ↓	5,512 ↑
3	エシカル	899,448	207,784	228,502 ↑	204,298 ↓	31,538	34,139 ↑	41,298 ↑	22,320	21,953 ↓	29,748 ↑	18,953	22,304 ↑	30,387 ↑	1,970	2,043 ↑	2,211 ↑
4	食品ロス	734,579	148,538	125,943 ↓	158,679 ↑	63,602	72,610 ↑	76,794 ↑	20,748	13,485 ↓	15,410 ↑	9,542	9,821 ↑	10,291 ↑	2,655	2,777 ↑	3,684 ↑
5	動物福祉	317,879	60,146	53,869 ↓	66,982 ↑	18,490	41,036 ↑	26,078 ↓	6,476	6,246 ↓	7,057 ↑	6,945	7,973 ↑	13,712 ↑	959	1,071 ↑	839 ↓
6	SDGs	169,330	23,866	25,775 ↑	40,018 ↑	4,841	4,968 ↑	6,772 ↑	4,692	3,864 ↓	7,479 ↑	10,298	12,257 ↑	22,571 ↑	534	494 ↓	901 ↑
7	COP26	147,251	4,618	3,019 ↓	58,719 ↑	1,394	4,792 ↑	53,701 ↑	1,866	495 ↓	7,509 ↑	3,362	872 ↓	5,489 ↑	61	58 ↓	1,296 ↑
8	プラスチック包装	145,460	28,228	29,217 ↑	38,116 ↑	10,174	9,832 ↓	10,503 ↑	1,861	1,616 ↓	2,220 ↑	3,440	3,780 ↑	5,013 ↑	515	416 ↓	529 ↑
9	フェアトレード	135,068	34,937	29,965 ↓	30,513 ↑	7,656	7,782 ↑	8,621 ↑	2,048	1,781 ↓	2,093 ↑	2,932	2,386 ↓	3,128 ↑	415	479 ↑	332 ↓
10	アップサイクル	84,272	16,948	17,978 ↑	28,445 ↑	3,717	5,638 ↑	7,734 ↑	69	80 ↑	118 ↑	542	245 ↓	484 ↑	528	738 ↑	1,008 ↑
11	脱炭素	72,112	4,238	6,441 ↑	28,422 ↑	1,668	3,075 ↑	7,951 ↑	531	1,500 ↑	6,069 ↑	1,717	2,525 ↑	7,171 ↑	46	255 ↑	503 ↑
12	脱成長	19,868	622	947 ↑	1,608 ↑	173	222 ↑	200 ↓	2,495	4,332 ↑	4,152 ↓	969	2,130 ↑	1,997 ↓	0	0 -	21 ↑
13	プラネタリーヘルスダイエット	7,172	2,423	217 ↓	357 ↑	1,129	614 ↓	117 ↓	690	213 ↓	728 ↑	310	104 ↓	191 ↑	49	30 ↓	0 ↓
14	窒素循環	5,359	1,848	1,156 ↓	1,741 ↑	97	96 ↓	65 ↓	34	48 ↑	111 ↑	35	26 ↓	82 ↑	4	8 ↑	8 -
15	もったいない	420	109	75 ↓	140 ↑	0	16 ↑	8 ↓	4	0 ↓	0 -	0	22 ↑	4 ↓	8	34 ↑	0 ↓

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「キーワード別の話題量」

◆ 82のキーワードについて、各国における話題量を年別に集計した。
(※各グループ合計値の降順にソート、矢印は前年比 ↑ アップ ↓ ダウン)

No.	①-3 食生活・主義	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	ヴィーガン	11,861,109	3,359,660	2,486,587 ↓	2,214,640 ↓	1,074,854	910,047 ↓	784,665 ↓	149,058	118,042 ↓	104,082 ↓	254,760	164,496 ↓	173,543 ↑	13,468	15,837 ↑	37,370 ↑
2	天然 (natural)	10,197,285	2,587,004	2,500,244 ↓	2,726,918 ↑	270,037	341,188 ↑	353,522 ↑	154,703	164,369 ↑	196,350 ↑	233,278	233,615 ↑	342,389 ↑	29,888	29,174 ↓	34,606 ↑
3	ベジタリアン	3,846,507	1,098,087	813,131 ↓	702,263 ↓	278,311	245,272 ↓	222,717 ↓	72,765	60,156 ↓	63,290 ↑	95,040	70,097 ↓	64,743 ↓	13,704	15,304 ↑	31,627 ↑
4	乳製品不使用	553,792	139,489	129,610 ↓	118,237 ↓	39,503	33,699 ↓	29,108 ↓	5,249	4,788 ↓	4,419 ↓	15,263	14,868 ↓	16,116 ↑	702	851 ↑	1,890 ↑
5	フェイクミート	528,475	158,790	121,158 ↓	138,261 ↑	19,816	21,699 ↑	24,812 ↑	1,542	2,492 ↑	2,616 ↑	18,010	7,423 ↓	3,080 ↓	2,732	2,812 ↑	3,232 ↑
6	精製していない	312,434	13,963	12,029 ↓	14,787 ↑	1,413	1,668 ↑	1,632 ↓	1,309	1,381 ↑	2,511 ↑	59,699	75,474 ↑	125,835 ↑	204	213 ↑	316 ↑
7	トレーサビリティ	168,608	30,782	35,602 ↑	50,491 ↑	6,014	6,658 ↑	7,329 ↑	9,646	8,967 ↓	10,953 ↑	0	0 -	0 -	733	661 ↓	772 ↑
8	ペスカタリアン	152,590	47,038	44,749 ↓	36,484 ↓	7,043	7,130 ↑	7,293 ↑	634	410 ↓	443 ↑	71	43 ↓	114 ↑	110	163 ↑	865 ↑
9	ローフード	124,549	43,296	30,148 ↓	26,627 ↓	6,020	6,599 ↑	5,792 ↓	788	813 ↑	1,456 ↑	132	182 ↑	173 ↓	796	775 ↓	952 ↑
10	フレキシタリアン	98,180	21,438	14,629 ↓	21,895 ↑	8,439	5,904 ↓	7,179 ↑	6,049	3,095 ↓	3,505 ↑	1,853	1,220 ↓	2,007 ↑	245	208 ↓	514 ↑
11	バイオダイナミ	97,562	19,547	13,557 ↓	15,596 ↑	5,815	4,931 ↓	5,882 ↑	8,671	8,500 ↓	10,176 ↑	1,052	1,106 ↑	1,936 ↑	236	191 ↓	366 ↑
12	完全食	19,095	5,807	4,933 ↓	3,388 ↓	1,226	1,114 ↓	945 ↓	533	448 ↓	625 ↑	0	0 -	8 ↑	21	26 ↑	21 ↓
13	マクロビオティック	15,734	3,847	3,435 ↓	2,958 ↓	525	529 ↑	538 ↑	249	185 ↓	106 ↓	1,298	715 ↓	1,262 ↑	57	0 ↓	30 ↑
14	フルータリアン	13,863	5,009	4,169 ↓	2,488 ↓	851	583 ↓	435 ↓	38	35 ↓	21 ↓	56	38 ↓	60 ↑	30	20 ↓	30 ↑

No.	①-5 宗教	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	ユダヤ	1,003,234	289,565	265,152 ↓	243,747 ↓	19,252	24,819 ↑	26,418 ↑	22,879	21,795 ↓	23,596 ↑	18,980	18,731 ↓	24,198 ↑	1,101	1,254 ↑	1,747 ↑
2	ムスリム	839,840	233,355	198,369 ↓	174,327 ↓	25,761	34,085 ↑	27,494 ↓	27,833	32,974 ↑	34,271 ↑	10,481	10,444 ↓	12,865 ↑	5,671	5,370 ↓	6,540 ↑
3	コシャー	416,544	130,450	124,905 ↓	126,228 ↑	6,487	6,976 ↑	7,766 ↑	2,162	2,970 ↑	3,105 ↑	1,065	1,082 ↑	1,175 ↑	571	606 ↑	996 ↑
4	ハラール	261,778	60,905	50,477 ↓	56,792 ↑	15,833	14,206 ↓	14,025 ↓	6,382	6,486 ↑	7,429 ↑	2,578	1,613 ↓	2,030 ↑	7,809	6,822 ↓	8,391 ↑
5	ヒンドゥー	189,911	56,983	50,350 ↓	43,597 ↓	6,732	7,799 ↑	5,849 ↓	2,387	2,392 ↑	2,725 ↑	3,018	2,125 ↓	2,433 ↑	1,306	870 ↓	1,345 ↑
6	ジャイナ	93,073	21,550	28,169 ↑	35,382 ↑	1,246	2,482 ↑	2,951 ↑	70	48 ↓	57 ↑	12	8 ↓	8 -	276	326 ↑	488 ↑

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「キーワード別の話題量」

◆ 82のキーワードについて、各国における話題量を年別に集計した。
(※各グループ合計値の降順にソート、矢印は前年比 ↑ アップ ↓ ダウン)

No.	①-4 健康	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	ヘルシー	12,479,397	3,382,894	3,286,560 ↓	3,041,031 ↓	432,415	533,694 ↑	468,989 ↓	91,915	101,895 ↑	116,143 ↑	275,136	280,886 ↑	348,549 ↑	34,193	39,778 ↑	45,319 ↑
2	睡眠	9,076,430	2,829,333	2,411,603 ↓	2,180,280 ↓	375,648	407,709 ↑	366,939 ↓	38,962	42,711 ↑	48,515 ↑	77,967	84,845 ↑	112,598 ↑	32,140	33,360 ↑	33,820 ↑
3	ストレス	6,694,156	1,637,015	1,883,519 ↑	1,680,886 ↓	213,909	366,709 ↑	310,646 ↓	48,808	59,980 ↑	72,319 ↑	91,381	115,263 ↑	142,668 ↑	18,732	24,809 ↑	27,512 ↑
4	オーガニック	3,992,568	1,006,424	943,672 ↓	1,079,314 ↑	106,169	113,378 ↑	115,037 ↑	152,370	150,406 ↓	168,903 ↑	31,102	37,049 ↑	57,011 ↑	10,551	9,705 ↓	11,477 ↑
5	免疫力	3,234,095	532,571	1,045,831 ↑	1,152,653 ↑	51,134	156,557 ↑	141,154 ↓	7,193	14,574 ↑	16,075 ↑	11,097	31,169 ↑	41,951 ↑	5,032	12,507 ↑	14,597 ↑
6	メンタルサポート	2,160,312	436,880	553,157 ↑	612,426 ↑	84,165	192,222 ↑	180,466 ↓	15,517	25,848 ↑	31,873 ↑	2,022	4,488 ↑	3,952 ↓	3,435	6,388 ↑	7,473 ↑
7	グルテンフリー	2,101,806	588,257	501,617 ↓	480,564 ↓	121,493	117,975 ↓	116,843 ↓	23,440	18,839 ↓	16,908 ↓	35,038	28,082 ↓	32,675 ↑	2,543	3,297 ↑	14,235 ↑
8	アレルギー	1,790,249	482,020	513,794 ↑	451,361 ↓	66,160	71,412 ↑	70,837 ↓	18,758	19,621 ↑	24,510 ↑	15,745	16,427 ↑	20,520 ↑	3,163	4,703 ↑	11,218 ↑
1	低炭水化物	1,247,992	489,193	325,081 ↓	228,350 ↓	70,664	61,684 ↓	55,075 ↓	953	792 ↓	1,066 ↑	1,681	1,860 ↑	2,471 ↑	3,082	2,328 ↓	3,712 ↑
2	プロバイオティクス	974,842	293,278	255,965 ↓	258,783 ↑	28,614	28,822 ↑	27,947 ↓	9,839	10,173 ↑	9,974 ↓	9,459	15,992 ↑	15,072 ↓	3,281	3,590 ↑	4,053 ↑
3	低脂肪	522,927	178,403	132,868 ↓	113,101 ↓	27,929	28,844 ↑	23,881 ↓	209	276 ↑	334 ↑	3,521	3,754 ↑	5,095 ↑	1,734	1,530 ↓	1,448 ↓
4	スーパーフード	501,124	132,088	112,866 ↓	117,161 ↑	20,908	17,004 ↓	15,622 ↓	4,107	2,658 ↓	3,891 ↑	31,500	19,548 ↓	18,128 ↓	1,814	1,831 ↑	1,998 ↑
5	低カロリー	420,045	121,959	114,418 ↓	112,268 ↓	20,829	23,062 ↑	19,610 ↓	1,663	1,232 ↓	2,119 ↑	35	30 ↓	84 ↑	997	837 ↓	902 ↑
6	グラスフェッド	283,321	93,868	83,087 ↓	72,029 ↓	10,393	9,369 ↓	9,932 ↑	679	282 ↓	421 ↑	95	105 ↑	214 ↑	930	813 ↓	1,104 ↑
7	低糖質	229,732	46,928	43,037 ↓	45,690 ↑	11,116	11,292 ↑	8,662 ↓	16,065	18,574 ↑	23,128 ↑	777	815 ↑	1,354 ↑	737	666 ↓	891 ↑
8	低塩分	196,561	62,162	47,477 ↓	51,841 ↑	5,226	5,210 ↓	5,683 ↑	5,013	5,321 ↑	5,144 ↓	642	632 ↓	1,078 ↑	354	339 ↓	439 ↑
9	機能性食品	160,294	34,710	40,802 ↑	62,440 ↑	2,387	1,908 ↓	2,684 ↑	483	1,622 ↑	2,076 ↑	5,743	1,626 ↓	2,507 ↑	361	393 ↑	552 ↑
10	アダプトゲン	73,600	18,087	20,341 ↑	25,812 ↑	1,645	2,123 ↑	2,483 ↑	475	607 ↑	724 ↑	293	268 ↓	371 ↑	86	127 ↑	158 ↑
11	無添加	56,108	10,624	10,539 ↓	11,918 ↑	1,740	1,527 ↓	1,640 ↑	3,961	2,915 ↓	3,498 ↑	1,599	1,858 ↑	3,798 ↑	118	214 ↑	159 ↓
12	オートファジー	45,766	10,607	17,564 ↑	13,104 ↓	765	770 ↑	818 ↑	165	192 ↑	254 ↑	220	499 ↑	629 ↑	48	52 ↑	79 ↑
13	アレルギーフリー	31,128	7,107	7,398 ↑	11,063 ↑	907	857 ↓	1,069 ↑	254	135 ↓	271 ↑	467	539 ↑	836 ↑	29	69 ↑	127 ↑
14	平飼い(鶏の卵)	24,181	6,522	5,298 ↓	5,890 ↑	434	435 ↑	407 ↓	0	22 ↑	20 ↓	1,151	1,763 ↑	1,922 ↑	90	109 ↑	118 ↑
15	タンパク質危機	329	43	191 ↑	41 ↓	0	0 -	0 -	0	0 -	4 ↑	12	8 ↓	26 ↑	0	4 ↑	0 ↓

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「キーワード別の話題量」

◆ 82のキーワードについて、各国における話題量を年別に集計した。
(※各グループ合計値の降順にソート、矢印は前年比 ↑ アップ ↓ ダウン)

No.	①-6 サービス	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	コンビニ	1,869,533	571,180	532,063 ↓	532,565 ↑	36,007	57,596 ↑	54,001 ↓	14,129	24,620 ↑	14,946 ↓	2,515	4,230 ↑	7,814 ↑	6,122	6,147 ↑	5,598 ↓
2	Uber Eats	1,731,249	362,077	471,741 ↑	403,481 ↓	55,272	126,888 ↑	95,670 ↓	35,571	54,017 ↑	74,245 ↑	10,015	18,544 ↑	18,323 ↓	1,782	2,069 ↑	1,554 ↓
3	フードトラック	1,345,248	508,149	317,482 ↓	422,775 ↑	12,447	11,664 ↓	14,371 ↑	15,140	12,847 ↓	15,938 ↑	3,811	2,596 ↓	3,698 ↑	1,386	1,178 ↓	1,766 ↑
4	フードデリバリー	1,219,276	210,173	364,941 ↑	335,087 ↓	28,150	103,168 ↑	64,446 ↓	7,086	10,996 ↑	12,104 ↑	794	3,785 ↑	1,654 ↓	19,229	26,035 ↑	31,628 ↑
5	フードテック	259,561	47,322	45,446 ↓	68,698 ↑	16,151	17,736 ↑	16,215 ↓	8,067	4,625 ↓	5,018 ↑	5,873	6,205 ↑	12,574 ↑	1,367	1,786 ↑	2,478 ↑
6	屋台	246,409	29,392	22,108 ↓	22,952 ↑	16,161	8,673 ↓	13,548 ↑	34,027	41,542 ↑	32,612 ↓	4,287	2,957 ↓	4,484 ↑	4,066	4,378 ↑	5,222 ↑
7	出張シェフ	177,022	45,648	49,371 ↑	51,429 ↑	5,402	8,793 ↑	8,737 ↓	1,038	1,685 ↑	1,539 ↓	528	412 ↓	538 ↑	533	705 ↑	664 ↓
8	アプリ予約	168,264	33,052	44,331 ↑	46,375 ↑	5,048	15,806 ↑	12,800 ↓	2,136	2,330 ↑	2,497 ↑	91	141 ↑	83 ↓	716	878 ↑	1,980 ↑
9	モバイルオーダー	100,191	22,887	29,570 ↑	40,685 ↑	1,550	1,857 ↑	2,207 ↑	8	0 ↓	21 ↑	163	230 ↑	409 ↑	226	214 ↓	164 ↓
10	フード3Dプリンター	7,648	2,165	1,699 ↓	1,882 ↑	316	329 ↑	783 ↑	52	82 ↑	55 ↓	78	9 ↓	74 ↑	12	73 ↑	39 ↓

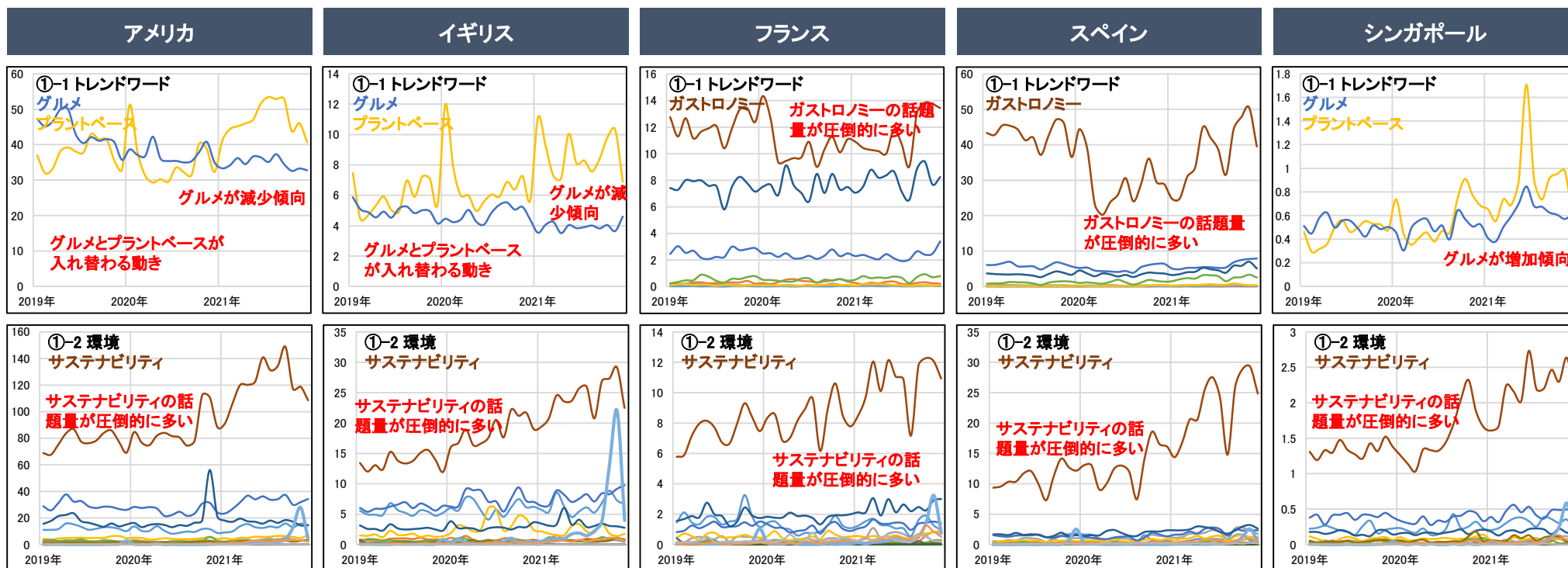
No.	①-7 評価	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	ミシュラン	665,754	111,365	88,621 ↓	101,401 ↑	42,788	39,244 ↓	52,292 ↑	26,455	21,942 ↓	21,545	42,482	38,985 ↓	52,939 ↑	8,091	6,627 ↓	10,977 ↑
2	ラ・リスト	295,292	580	756 ↑	462 ↓	57	38 ↓	69 ↑	73,385	104,247 ↑	115,453 ↑	26	21 ↓	106 ↑	48	17 ↓	27 ↑
3	TASTEMADE	27,374	8,700	8,124 ↓	7,139 ↓	881	793 ↓	789 ↓	221	119 ↓	118	115	52 ↓	136 ↑	97	69 ↓	21 ↓
4	ビブグルマン	19,588	2,981	1,258 ↓	3,028 ↑	1,032	458 ↓	1,047 ↑	1,164	1,036 ↓	870	1,351	1,127 ↓	1,876 ↑	783	589 ↓	988 ↑
5	ベストレストラン50	5,754	1,304	915 ↓	1,695 ↑	251	133 ↓	272 ↑	480	65 ↓	132 ↑	9	4 ↓	31 ↑	223	72 ↓	168 ↑

No.	①-8 その他	合計	アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
			2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年	2019年	2020年	2021年
1	放射能・原発	104,222	23,436	25,074 ↑	32,361 ↑	1,376	2,749 ↑	1,644 ↓	5,053	3,995 ↓	6,214 ↑	413	289 ↓	839 ↑	259	168 ↓	352 ↑

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「時系列データによるトレンド分析」

- ◆ 各国におけるキーワード別の話題量をもとに時系列グラフを作成し、特徴的なトレンドが出ている項目を抽出した。
- ◆ 同じキーワードでも、国により話題量のトレンドが大きく異なることがわかる。



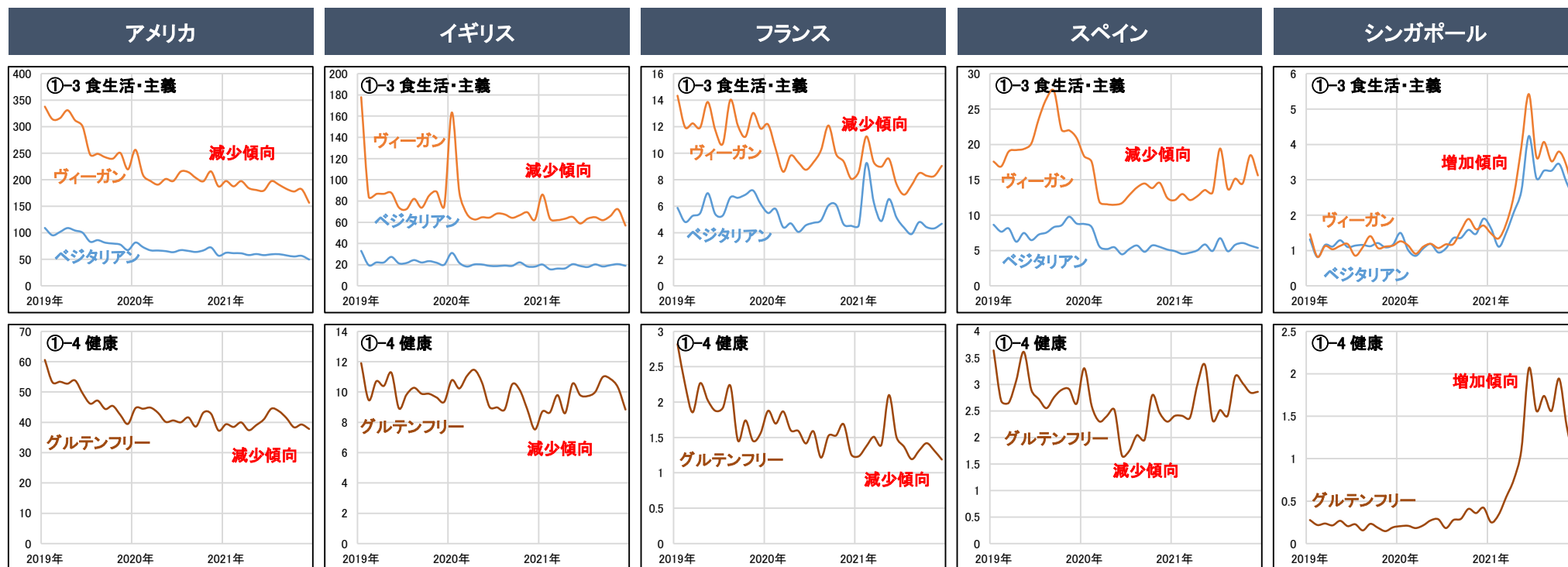
(単位: 千件)

- アメリカ、イギリスでは、「グourmet」と「プラントベース」の話題量が入れ替わるような、大きなトレンドの変化が見られた。
- シンガポールでは「グourmet」の増加傾向が顕著であったのに対して、アメリカ、イギリスでは「グourmet」の減少傾向が顕著だった。
- フランス、スペインでは「ガストロノミー」の話題量が多く、英語圏の国と大きく異なる傾向が見られた。
- 5か国すべてでサステナビリティの話題量が多く、共通して増加傾向が顕著だった。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「時系列データによるトレンド分析」

- ◆ 各国におけるキーワード別の話題量をもとに時系列グラフを作成し、特徴的なトレンドが出ている項目を抽出した。
- ◆ 5カ国を比較したときに、異なるキーワードで同様の傾向が見られたのは興味深い。



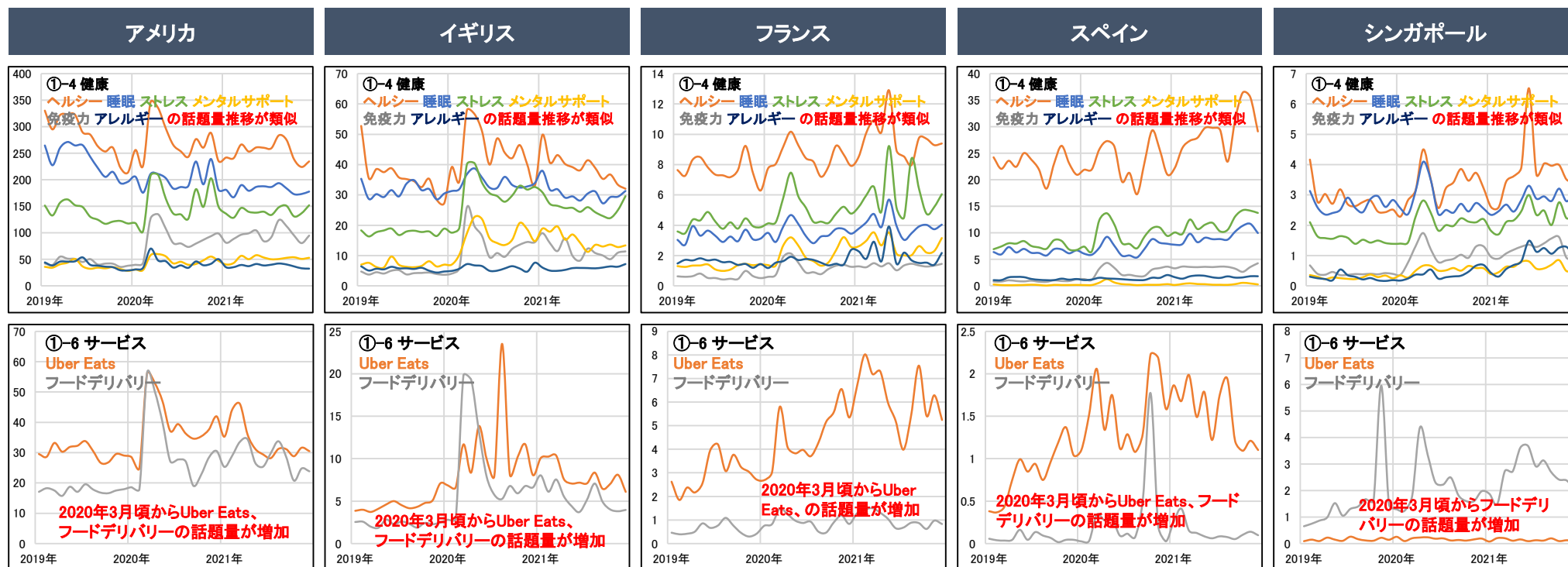
(単位: 千件)

- ・ 5カ国ともに「ベジタリアン」「ヴィーガン」の話題量が多かった。とくにイギリスでは「ヴィーガン」の話題量の多さが顕著だった。
- ・ 欧米諸国では「ベジタリアン」「ヴィーガン」の話題量は減少傾向もしくは目立った推移の変化はないが、シンガポールでは増加傾向だった。
- ・ 同様に、欧米諸国では「グルテンフリー」の話題量は減少傾向であるが、シンガポールでは増加傾向だった。
- ・ 各国における「ベジタリアン」「ヴィーガン」「グルテンフリー」の話題量推移が類似していた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「時系列データによるトレンド分析」

- ◆ 各国におけるキーワード別の話題量をもとに時系列グラフを作成し、特徴的なトレンドが出ている項目を抽出した。
- ◆ 5カ国を比較したときに、一見関連性のないキーワードの話題量推移に類似性が見られるのは興味深い。



(単位: 千件)

- 2020年3月頃(コロナ感染拡大)を機に、各国において「ヘルシー」「睡眠」「ストレス」「メンタルサポート」「免疫力」「アレルギー」などの話題が増加した。また、これらのキーワードの話題量推移が類似している。
- 同じく、2020年3月頃(コロナ感染拡大)を機に各国において「Uber Eats」や「フードデリバリー」の話題量が増加した。とくにシンガポールでは、他のキーワードと比べて「フードデリバリー」の話題量の多さが顕著であった。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「時系列データの相関分析」

- ◆ 食に関連する82のキーワードについて、5カ国全体の時系列データをキーワード別に相関分析し、関連性の高いキーワードを抽出した。
- ◆ 分析の結果、「サステナビリティ」「ベジタリアン」「ヴィーガン」が、82のキーワード群の中心に存在していることがわかった。

相関が強いキーワードの組合せ(0.8以上)

No.	キーワード1	キーワード2	相関係数
1	ベジタリアン	ヴィーガン	0.94
2	サステナビリティ	サーキュラーエコノミー	0.87
3	サステナビリティ	SDGs	0.85
4	サステナビリティ	脱炭素	0.84
5	免疫力	メンタルサポート	0.84
6	低炭水化物	グラスフェッド	0.83
7	サーキュラーエコノミー	SDGs	0.83
8	免疫力	フードデリバリー	0.82
9	フードデリバリー	Uber Eats	0.82
10	グラスフェッド	乳製品不使用	0.81
11	サステナビリティ	クリーンラベル	0.81

※キーワード1とキーワード2は順不同

相関係数の絶対値合計ランキング(参考)

No.	キーワード	スコア
1	サステナビリティ	28.63
2	ベジタリアン	27.96
3	ヴィーガン	26.81
4	免疫力	25.87
5	サーキュラーエコノミー	25.61
6	脱炭素	25.05
7	天然(natural)	24.93
8	精製していない	24.90
9	グルテンフリー	24.42
10	メンタルサポート	24.31

相関の強いキーワードをグループ化

① サステナビリティ&SDGs

キーワード	サステナビリティ	SDGs
サステナビリティ	1.00	0.85
SDGs	0.85	1.00
サーキュラーエコノミー	0.87	0.83
脱炭素	0.84	0.73
クリーンラベル	0.81	0.61
精製していない	0.80	0.66
機能性食品	0.78	0.63
フードテック	0.78	0.65
トレーサビリティ	0.77	0.62
プラントベース	0.72	0.57
リサイクル	0.70	0.60
アップサイクル	0.70	0.56

② ベジタリアン&ヴィーガン

キーワード	ベジタリアン	ヴィーガン
ベジタリアン	1.00	0.94
ヴィーガン	0.94	1.00
グルテンフリー	0.79	0.74
睡眠	0.74	0.66
ローフード	0.73	0.69
グルメ	0.71	0.61

③ 免疫力

キーワード	免疫力
免疫力	1.00
メンタルサポート	0.84
フードデリバリー	0.82
ストレス	0.75
Uber Eats	0.70

④ グラスフェッド

キーワード	グラスフェッド
グラスフェッド	1.00
低炭水化物	0.83
乳製品不使用	0.81
低カロリー	0.79
低脂肪	0.61
低糖質	0.69

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「特徴的な話題:アメリカ」

- ◆ 各国における食に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ アメリカにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

オーガニック

アリゾナ州のジェイク・チャンスレー(別名ジェイク・アンジェリ)が連邦議会議事堂襲撃に関する罪で初公判に出廷しました。彼の母親によると、拘置所ではオーガニックな食事が出されないの、彼は金曜日から何も食べていないとのこと。@abc15
Twitterより(リツイート:30,331、いいね:175,348)

移民には歯磨き粉も石鹸も与えないのに、ジェイク被告にはオーガニック食品を与えた。。。
Twitterより(リツイート:31,271、いいね:129,089)

2021年アメリカ合衆国議会議事堂襲撃事件にて逮捕された白人男性が刑務所での食事がオーガニックではないことを抗議し、その結果オーガニックな食事が提供されたことを白人特権と揶揄するような投稿がいくつも見られ、多いものでは3万件以上RTされた。

アメリカでは警察官による黒人射殺事件をはじめとして、国の機関による人種差別的と考えられる行動や対応の差は注目されやすい。アメリカの根深い人種差別問題に対する意識の高さが表れている。

リサイクル

アースデイに挑戦する18の環境にやさしい製品

電動自転車の使用や、プラスチックを含まない石鹸の使用、トイレに流すことができるプラスチックを含まない妊娠検査薬などがあげられている。その中で、サイズが不揃いなどの訳あり食材の購入についても紹介されている。

ブログ記事より

4月22日のアースデイにちなんだ環境に関する記事が多く、#earthdayを付けた投稿も多い。

アースデイのように、特定の記念日にはハッシュタグを用い、その記念日にちなんだ投稿が増加しやすい。投稿することは自身がその活動に賛同している、啓発活動に参加していることの主張となる。

ベジタリアン

ベジタリアンやフルーツをベースとした食事、クルエルティフリーでないことを忘れないでください。

※クルエルティフリー:主に動物実験などの動物への虐待性がないことを指す。ここでは農業従事者の労働環境について語られている。

Twitterより(リツイート:112,099、いいね:25,577)

菜食主義な食生活(ベジタリアン、フルータリアンなど)は動物愛護や環境を保護していると思われがちだが、野菜の生産プロセスの労働環境への配慮も忘れてはいけないと啓発する投稿がいくつか見られた。

- ・ **オーガニック**:アメリカでは警察官による黒人射殺事件をはじめとして、国の機関による人種差別的と考えられる行動や対応の差は注目されやすい。アメリカの根深い人種差別問題に対する意識の高さが表れている投稿の盛り上がりがあった。
- ・ **リサイクル**:アースデイのように、特定の記念日にはハッシュタグを用い、その記念日にちなんだ投稿が増加しやすい。投稿することは自身がその活動に賛同している、啓発活動に参加していることの主張となる。
- ・ **ベジタリアン**:菜食主義な食生活(ベジタリアン、フルータリアンなど)は動物愛護や環境を保護していると思われがちだが、野菜の生産プロセスの労働環境への配慮も忘れてはいけないと啓発する投稿がいくつか見られた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「特徴的な話題:イギリス」

- ◆ 各国における食に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ イギリスにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

グルメ

ジョンソンと彼のガールフレンドは、8ヶ月間で27,000ポンド分のグルメを密かに消費したことになる(赤ん坊や写真撮影用の犬には使われなかったと仮定)。他にはどこでも食事していないと仮定しても、1日110ポンド。もっと少ない金額で1週間生き延びる家庭はたくさんある。

Twitterより(リツイート:3,188、いいね:8,414)

イギリス首相が一般市民の生活水準と比較し異常に高級な食事に大金を費やすことを批判した投稿が3,000件以上RTされた。

国民との生活水準と比較して首相の異常にグルメな生活ぶりは批判され、SNSでも大きな反響を呼んだ。

食品ロス

もしイギリス国民全員が1日食べ物を捨てるのをやめたら、1年間14,000台の自動車が道路から消えるのと同じくらい気候変動に効果があるそうです。

この #FoodWasteActionWeek期間中に、どうすれば食品廃棄物を減らせるか調べてみてください。

Twitterより(リツイート:49、いいね:59)

2021年3月1日から7日まで、イギリスではFood Waste Action Weekとして、初めての食品ロス問題の啓発週間が設けられたことにちなんで #FoodWasteActionWeekを使用した様々な投稿が2,000件以上投稿された。

このように特定の記念日にはハッシュタグを用い、その記念日にちなんだ投稿が増加しやすい。投稿することは自身がその活動に賛同している、啓発活動に参加していることの主張となる。

ヴィーガン

抽選でヴィーガン食品がプレゼントされるキャンペーン投稿。

Twitterより(リツイート:978、いいね:532)

1月はイギリスの非営利団体が2014年から始めたVeganuaryとしてのヴィーガン推奨月間であり、#veganuaryを使用した投稿が3万件以上あった。

この期間には「プラントベース」「フェイクミート」「フレキシタリアン」なども同期間で話題量が増加傾向にある。

- ・ **グルメ**: 国民との生活水準と比較して首相の異常にグルメな生活ぶりは批判され、SNSでも大きな反響を呼んだ。
- ・ **食品ロス**: 2021年にイギリスでは初めて食品ロス問題の啓発週間が設けられた。このように特定の記念日にはハッシュタグを用い、その記念日にちなんだ投稿が増加しやすい。投稿することは自身がその活動に賛同している、啓発活動に参加していることの主張となる。
- ・ **ヴィーガン**: 毎年1月にイギリスでは2014年から同国の非営利団体が始めたVeganuaryというヴィーガン推奨月間がある。この期間には「プラントベース」「フェイクミート」「フレキシタリアン」なども同期間で話題量が増加傾向にある。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「特徴的な話題: フランス」

- ◆ 各国における食に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ フランスにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

カリナリー

「フランス万歳。フレンチガストロノミーに感謝。自国の料理を非常に愛している。我々のカリナリー芸術が永久に生き、こういう恐ろしくてコレステロール地獄を受け入れないように祈ります」

Twitterより(リツイート: 1.2万、いいね: 2.7万)

アメリカのFood InsiderのNutellaまみれのワッフルの動画に対して皮肉を言うツイートが約1.2万件RTされていた。

自国の食文化に誇りをもっていることが伺える投稿。また、皮肉を言うのもフランスの特徴と思われる。

食品ロス

(お菓子を敷き詰めたケースの中に女性を落とすどっきりの動画に対するコメント)

食べ物を粗末にできるのが信じられない。

Twitterより(リツイート: 3,931、いいね: 1.2万)

食品の廃棄を非難する投稿が4,000件近くRTされていた。

エシカル

有名なYouTuber兼ミュージシャンのPV Novaに関する記事が多数投稿された。

投稿文: ナント在住のPV Novaは誕生日を祝うのに、おいしい店を教えてほしいとTwitterに投稿したところ、Twitterユーザーの多くが、UberEatsではなくエシカルな配達をモットーにしている企業(NaofoodやLes Coursiers Nantais)を利用して料理を取り寄せるようおすすめした。

ブログ記事より

誕生日を祝うためにおいしいお店を教えてほしいとの投稿に対して、エシカルな配達をモットーにしている企業をおすすめしたという記事が投稿されていた。

モットーを基準として企業を選択するところが新しい考え方と興味深い。

- **カリナリー**: アメリカのFood InsiderのNutellaまみれのワッフルの動画に対して皮肉を込めた投稿が約1.2万件リツイートされていた。
- **食品ロス**: 食品の廃棄を非難する投稿が拡散されていたり、世界食料デーおよび食品廃棄物削減のための国民デーに合わせ、ハッシュタグをつけたツイートが多数投稿された。
- **エシカル**: 誕生日を祝うために美味しいお店を教えてほしいとの投稿に対して、エシカルな配達をモットーにしている企業をおすすめしたという記事が投稿されていた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「特徴的な話題:スペイン」

- ◆ 各国における食に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ スペインにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

食品ロス

今日は国際的な#FoodWaste and Loss AwarenessDayです。

@ UN_esによると、毎年13億トンの食料が無駄になっていることをご存知ですか？

Twitterより(リツイート:6、いいね:18)

9月28日は国際食品ロスの廃棄を知る日で、それに関する内容が多数投稿されていた。

食品ロスの廃棄をする日に投稿量が増加し、意識の高さが伺える。

プラスチック包装

政府が増税するのは

砂糖入り飲料、ファストフード、ディーゼル、FFP2マスク、保険、自営業の税金、プラスチックパッケージ

お金持ちのものは知っての通り Amancio Ortega (ZARAの創設者) が隅っこで泣いているのを見たという…。

Twitterより(リツイート:4,456、いいね:1.1万)

政府が税金を増やすものの一つとしてプラスチック容器があるという内容のツイートが4,400件以上RTされていた。

増税する対象の中にプラスチック包装が入っているのが興味深い。

COP26

#COP25 LuisPlanas(農産省大臣) 廃棄物を出さない持続可能な農業と食品を実現するためのスペインのコミットメントを擁護した。大臣は農家や畜産農家の適正な報酬を保障する生産物を提唱しています。

Twitterより(リツイート:1,170、いいね:3,561)

COP25の開催に伴い、それに関連する記事やツイートが多数投稿されていた。

- **食品ロス**: 9月28日は国際食品ロスの廃棄を知る日で、それに関する内容が多数投稿されていた。
- **プラスチック包装**: 政府が税金を増やすものの一つとしてプラスチック容器があるという内容のツイートが4,400件以上リツイートされていた。
- **COP26**: COP25の開催に伴い、それに関連する記事やツイートが多数投稿されていた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 – ①対象各国における食に関するトレンドの可視化・比較 「特徴的な話題:シンガポール」

- ◆ 各国における食に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ シンガポールにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

食品ロス

Maryam Muzamirは「The Late Late Show with James Corden」に出演。

Maryamが一般的な食品廃棄物をサステナブルタイプの家畜飼料になると発明した。その発明で3つの国際的な賞も受賞しました。彼女はまた11歳です。私たちにとって彼女は誇りです。

引用元

11歳のMaryam Muzamirはシーフードの殻で持続可能な家畜飼料を作ること気づき、発明した。Go, Maryam, go! #ClimateNight

Twitterより(リツイート:1万、いいね:1.3万)

一般的な食品廃棄物をサステナブルタイプの家畜飼料になると発明した11歳の少女の番組インタビューの動画が1万件以上RTされた。

11歳の少女が環境問題に取り組んでいることが興味深い。

ベジタリアン、ヴィーガン

スペシャルバーガーはベジタリアン向けなのに、まさか代替肉も同じフライパンで焼くのは驚きました。ガツカリ。

多分、企業はこの問題まったく考えてなかったね。

気づいてくれて本当にありがとうございました。。

掲示板 (hardwarezone) より

KFCがシンガポールで期間限定で肉を使わないハンバーガーを発売したことについて、SNS上でも様々な議論が繰り広げられていた。フェイクミートは通常の肉パティと同じ調理器具で調理されることを残念に思う投稿もあった。

ストレス

食事を抜く、不規則な睡眠習慣、常にストレス、深く考え過ぎ、疲れて消耗している。それが私の日常です。

Twitterより(リツイート:3.3万、いいね:7.2万)

コロナ禍の生活に大きなストレスを抱えているという投稿が共感を呼び、3万件以上RTされていた。

- ・ **食品ロス**: 一般的な食品廃棄物をサステナブルタイプの家畜飼料になると発明した11歳の少女の番組インタビューの動画が1万件以上リツイートされた。
- ・ **ベジタリアン、ヴィーガン**: KFCがシンガポールで期間限定で肉を使わないハンバーガーを発売したことについて、SNS上でも様々な議論が繰り広げられていた。
- ・ **ストレス**: コロナ禍の生活に大きなストレスを抱えているという投稿が共感を呼び、3万件以上リツイートされていた。

3. 調査結果② 食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較

- ◆「食べ物」「食事」「料理」「食材」「グルメ」「レストラン」「料理人・シェフ」など、フード産業に関連する10個の基本的なキーワードが、調査対象国内においてどのような国名と共に起しているか調査し、各キーワードおよび全体における日本のプレゼンスを相対的に評価した。

調査対象としたキーワード

No.	キーワード
1	食べ物
2	食事
3	料理
4	食材
5	グルメ
6	カリナリー
7	ガストロノミー
8	レストラン
9	料理人・シェフ
10	調味料
11	米
12	ビーフ
13	茶
14	お菓子
15	スイーツ・デザート
16	フルーツ
17	ビール
18	ワイン

5項目を合計し総合評価

さらに、10個のキーワードのうち、「食べ物」「食事」「料理」「食材」「グルメ」の5項目の話題量を合計し、各国における「食」全体の日本のプレゼンスを評価した。

調査対象とした国名

No.	キーワード
1	日本
2	イタリア
3	フランス
4	スペイン
5	中国
6	インド
7	ギリシャ
8	タイ
9	韓国
10	メキシコ
11	アメリカ
12	イギリス
13	ドイツ
14	ロシア

世界の食における競合14カ国を選定

各国における「日本の食」のポジションを客観的に評価するために、世界に食文化が普及している競合14カ国を選定した。

この14カ国の中で「日本の食」に関する話題量は何番目にあるかで、その国における日本のプレゼンスを測る。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較「5項目総合」

- ◆「食べ物」「食事」「料理」「食材」「グルメ」の5項目に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の総合順位は「7位」となった。
- ◆日本の食に関する大きな目標として、この総合順位を引き上げていくことが今後の課題と言える。

5項目合計(食べ物・食事・料理・食材・グルメ)

5カ国合計			アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量
1	中国	892,512	1	中国	757,161	1	イギリス	107,583	1	フランス	38,666	1	スペイン	59,687	1	イタリア	16,802
2	メキシコ	790,294	2	メキシコ	717,202	2	インド	99,155	2	イタリア	19,346	2	中国	32,452	2	中国	15,380
3	イタリア	579,955	3	イタリア	429,999	3	イタリア	84,530	3	アメリカ	15,557	3	イタリア	29,278	3	日本	14,899
4	インド	526,299	4	インド	395,821	4	中国	78,246	4	日本	13,311	4	日本	25,720	4	インド	13,648
5	アメリカ	398,456	5	アメリカ	341,811	5	メキシコ	42,366	5	中国	9,273	5	メキシコ	20,584	5	タイ	11,300
6	タイ	276,650	6	タイ	224,394	6	タイ	35,294	6	インド	8,375	6	フランス	12,600	6	韓国	8,312
7	日本	275,247	7	日本	191,281	7	アメリカ	32,633	7	メキシコ	4,373	7	イギリス	10,252	7	フランス	6,512
8	イギリス	229,658	8	フランス	130,227	8	日本	30,036	8	イギリス	4,328	8	インド	9,300	8	メキシコ	5,769
9	フランス	215,742	9	韓国	117,288	9	フランス	27,737	9	スペイン	3,266	9	アメリカ	4,699	9	アメリカ	3,756
10	韓国	142,680	10	イギリス	105,942	10	ギリシャ	20,633	10	ギリシャ	2,631	10	韓国	3,910	10	ギリシャ	2,128
11	スペイン	133,454	11	ギリシャ	81,675	11	スペイン	14,323	11	タイ	1,915	11	タイ	3,747	11	スペイン	1,975
12	ギリシャ	110,220	12	ドイツ	61,928	12	韓国	13,054	12	ドイツ	1,911	12	ドイツ	3,516	12	イギリス	1,553
13	ドイツ	75,688	13	スペイン	54,203	13	ドイツ	7,346	13	ロシア	1,548	13	ロシア	3,161	13	ドイツ	987
14	ロシア	31,700	14	ロシア	23,273	14	ロシア	3,230	14	韓国	116	14	ギリシャ	3,153	14	ロシア	488

10個のキーワードに関する日本のポジション

- ・各キーワードの話題量を国別にランキングにすると、日本の相対的な順位は、アメリカ・イギリスよりも、フランス・スペイン・シンガポールにおいて上位にランキングされていることが多かった。
- ・とくにシンガポールにおいては、日本の順位がより上位にランキングされており、日本のプレゼンスが相対的に高いことがうかがえた。
- ・国により、他国と並べたときの「日本の食」の相対的な話題量（≒認知や興味）の順位は大きく異なることがわかった。
- ・日本の食に関する話題量は他国と比較しても遜色ない程度の量があり、今回の調査対象5カ国において、日本食の認知度は一定以上あることがわかった。
- ・中国に関しては、コロナの影響からくる不安が話題量の増加につながっているケースも見られた。
- ・とくにネガティブな影響が出ているように感じられたのは中国であるが、中国に限らず新型コロナウイルスが食全体にマイナスの影響を与えていることもわかった。
- ・「お菓子」や「米」、「茶」などは、どの国でも日本の話題量の順位が高かった。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「食べ物」「食事」

- ◆「食べ物」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「8位」となった。
- ◆「食事」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「7位」となった。

②-1 食べ物

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	中国	763,620
2	メキシコ	651,484
3	インド	365,675
4	イタリア	355,198
5	アメリカ	255,992
6	タイ	213,255
7	イギリス	170,366
8	日本	160,075
9	韓国	102,854
10	フランス	78,414
11	ギリシャ	76,719
12	スペイン	57,652
13	ドイツ	51,800
14	ロシア	17,673

アメリカ

No.	国名	話題量
1	中国	673,794
2	メキシコ	600,703
3	インド	288,220
4	イタリア	275,767
5	アメリカ	225,964
6	タイ	178,445
7	日本	119,553
8	韓国	85,829
9	イギリス	80,512
10	ギリシャ	59,441
11	フランス	57,251
12	ドイツ	43,882
13	スペイン	34,956
14	ロシア	13,899

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	84,628
2	インド	62,093
3	中国	56,607
4	イタリア	53,987
5	メキシコ	33,288
6	タイ	25,001
7	アメリカ	24,720
8	日本	19,117
9	ギリシャ	14,030
10	フランス	13,377
11	韓国	9,483
12	スペイン	8,490
13	ドイツ	5,702
14	ロシア	2,157

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	3,481
2	中国	2,307
3	日本	2,044
4	イタリア	1,904
5	アメリカ	1,514
6	イギリス	1,437
7	インド	1,364
8	メキシコ	766
9	ギリシャ	534
10	ドイツ	480
11	スペイン	376
12	ロシア	176
13	タイ	158
14	韓国	9

スペイン

No.	国名	話題量
1	中国	21,923
2	スペイン	12,842
3	イタリア	12,670
4	メキシコ	12,267
5	日本	11,387
6	インド	4,977
7	イギリス	2,810
8	韓国	2,012
9	フランス	1,817
10	タイ	1,736
11	アメリカ	1,292
12	ギリシャ	1,255
13	ロシア	1,156
14	ドイツ	1,124

シンガポール

No.	国名	話題量
1	イタリア	10,870
2	インド	9,021
3	中国	8,989
4	日本	7,974
5	タイ	7,915
6	韓国	5,521
7	メキシコ	4,460
8	アメリカ	2,502
9	フランス	2,488
10	ギリシャ	1,459
11	スペイン	988
12	イギリス	979
13	ドイツ	612
14	ロシア	285

②-2 食事

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	イタリア	33,200
2	インド	27,034
3	中国	25,067
4	フランス	16,295
5	メキシコ	13,271
6	アメリカ	12,818
7	日本	12,781
8	タイ	7,374
9	スペイン	6,154
10	イギリス	6,145
11	ドイツ	4,545
12	ギリシャ	4,304
13	韓国	3,996
14	ロシア	1,381

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	21,379
2	インド	14,184
3	中国	11,859
4	メキシコ	10,027
5	アメリカ	9,968
6	日本	7,130
7	フランス	5,340
8	タイ	3,758
9	ドイツ	3,309
10	韓国	3,109
11	イギリス	2,670
12	ギリシャ	2,497
13	スペイン	1,337
14	ロシア	680

イギリス

No.	国名	話題量
1	中国	9,578
2	インド	9,406
3	イタリア	6,283
4	タイ	2,665
5	イギリス	2,289
6	メキシコ	1,681
7	日本	1,201
8	フランス	965
9	ギリシャ	947
10	アメリカ	942
11	スペイン	648
12	韓国	485
13	ドイツ	421
14	ロシア	72

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	9,501
2	イタリア	4,483
3	日本	3,177
4	中国	2,792
5	インド	2,760
6	スペイン	1,468
7	アメリカ	1,360
8	メキシコ	1,305
9	イギリス	811
10	ギリシャ	734
11	タイ	666
12	ドイツ	562
13	ロシア	562
14	韓国	22

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	2,633
2	日本	725
3	中国	430
4	アメリカ	403
5	イギリス	321
6	インド	190
7	ドイツ	190
8	メキシコ	181
9	フランス	163
10	イタリア	90
11	ギリシャ	86
12	タイ	81
13	韓国	81
14	ロシア	58

シンガポール

No.	国名	話題量
1	イタリア	965
2	日本	548
3	インド	494
4	中国	408
5	フランス	326
6	韓国	299
7	タイ	204
8	アメリカ	145
9	メキシコ	77
10	スペイン	68
11	ドイツ	63
12	イギリス	54
13	ギリシャ	40
14	ロシア	9

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「料理」「食材」

- ◆「料理」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「6位」となった。
- ◆「食材」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「6位」となった。

②-3 料理

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	イタリア	181,938
2	インド	128,304
3	アメリカ	119,550
4	メキシコ	119,256
5	フランス	112,796
6	日本	95,356
7	中国	93,639
8	スペイン	52,738
9	タイ	52,385
10	イギリス	43,368
11	韓国	33,127
12	ギリシャ	27,514
13	ドイツ	17,574
14	ロシア	11,449

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	126,974
2	メキシコ	101,410
3	アメリカ	99,125
4	インド	90,263
5	中国	66,037
6	フランス	68,888
7	日本	60,510
8	タイ	39,644
9	韓国	26,302
10	イギリス	21,537
11	ギリシャ	18,582
12	スペイン	16,868
13	ドイツ	13,772
14	ロシア	8,001

イギリス

No.	国名	話題量
1	インド	26,438
2	イタリア	22,358
3	イギリス	15,975
4	フランス	12,580
5	中国	11,310
6	日本	8,740
7	メキシコ	6,981
8	タイ	6,822
9	アメリカ	6,287
10	ギリシャ	5,412
11	スペイン	4,864
12	韓国	2,837
13	ドイツ	1,115
14	ロシア	920

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	23,491
2	イタリア	12,543
3	アメリカ	12,226
4	日本	7,588
5	インド	4,138
6	中国	3,749
7	メキシコ	2,221
8	イギリス	1,904
9	スペイン	1,382
10	ギリシャ	1,323
11	タイ	1,051
12	ドイツ	793
13	ロシア	761
14	韓国	81

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	28,768
2	イタリア	15,354
3	日本	12,920
4	フランス	9,415
5	メキシコ	7,502
6	中国	6,904
7	イギリス	3,513
8	インド	3,472
9	タイ	1,854
10	ドイツ	1,604
11	韓国	1,600
12	ギリシャ	1,595
13	ロシア	1,586
14	アメリカ	902

シンガポール

No.	国名	話題量
1	中国	5,639
2	日本	5,598
3	イタリア	4,714
4	インド	3,993
5	フランス	3,422
6	タイ	3,014
7	韓国	2,307
8	メキシコ	1,142
9	アメリカ	1,010
10	スペイン	856
11	ギリシャ	602
12	イギリス	439
13	ドイツ	290
14	ロシア	181

②-4 食材

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	スペイン	15,838
2	中国	9,136
3	アメリカ	8,757
4	イギリス	8,611
5	イタリア	7,219
6	日本	6,240
7	フランス	5,927
8	メキシコ	4,821
9	インド	4,776
10	タイ	2,899
11	韓国	2,614
12	ギリシャ	1,462
13	ドイツ	1,453
14	ロシア	1,067

アメリカ

No.	国名	話題量
1	アメリカ	5,798
2	中国	4,859
3	イタリア	4,506
4	メキシコ	3,789
5	日本	3,785
6	インド	2,937
7	フランス	2,407
8	韓国	1,985
9	タイ	1,867
10	イギリス	1,151
11	ギリシャ	983
12	スペイン	920
13	ドイツ	725
14	ロシア	616

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	4,578
2	イタリア	1,622
3	インド	1,010
4	日本	856
5	タイ	779
6	中国	652
7	フランス	593
8	アメリカ	503
9	メキシコ	371
10	スペイン	281
11	ギリシャ	240
12	ギリシャ	208
13	ドイツ	90
14	ロシア	81

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	1,953
2	アメリカ	394
3	日本	389
4	イタリア	358
5	中国	262
6	イギリス	172
7	インド	95
8	メキシコ	81
9	ドイツ	72
10	ロシア	45
11	ギリシャ	40
12	スペイン	31
13	タイ	27
14	韓国	4

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	14,570
2	中国	3,064
3	イギリス	2,638
4	アメリカ	1,985
5	フランス	766
6	インド	630
7	ドイツ	553
8	日本	530
9	イタリア	516
10	メキシコ	512
11	ロシア	312
12	韓国	213
13	ギリシャ	204
14	タイ	72

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	680
2	中国	299
3	イタリア	217
4	フランス	208
5	韓国	172
6	タイ	154
7	インド	104
8	アメリカ	77
9	イギリス	72
10	メキシコ	68
11	スペイン	36
12	ギリシャ	27
13	ロシア	13
14	ドイツ	13

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「グルメ」「カリナリー」

- ◆「グルメ」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「8位」となった。
- ◆「カリナリー」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「4位」となった。

②-5 グルメ

5カ国合計

No.	国名	話題量
1	イタリア	2,400
2	フランス	2,310
3	メキシコ	1,462
4	アメリカ	1,339
5	イギリス	1,168
6	スペイン	1,072
7	中国	1,050
8	日本	795
9	タイ	737
10	インド	510
11	ドイツ	316
12	ギリシャ	221
13	ロシア	130
14	韓国	89

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	1,373
2	フランス	1,341
3	メキシコ	1,273
4	アメリカ	956
5	タイ	680
6	中国	612
7	日本	303
8	ドイツ	240
9	インド	217
10	ギリシャ	172
11	スペイン	122
12	ロシア	77
13	イギリス	72
14	韓国	63

イギリス

No.	国名	話題量
1	イタリア	285
2	フランス	222
3	インド	208
4	アメリカ	181
5	日本	122
6	イギリス	113
7	中国	99
8	メキシコ	45
9	スペイン	40
10	ギリシャ	36
11	タイ	27
12	ドイツ	18
13	韓国	9
14	ロシア	0

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	240
2	中国	163
3	日本	113
4	アメリカ	63
5	イタリア	58
6	インド	18
7	タイ	13
8	スペイン	9
9	イギリス	4
11	ドイツ	4
10	ロシア	4
12	ギリシャ	0
13	メキシコ	0
14	韓国	0

スペイン

No.	国名	話題量
1	イギリス	970
2	スペイン	874
3	イタリア	648
4	フランス	439
5	日本	158
6	中国	131
7	メキシコ	122
8	アメリカ	117
9	ロシア	49
10	ドイツ	45
11	インド	31
12	ギリシャ	13
13	タイ	4
14	韓国	4

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	99
2	フランス	68
3	中国	45
4	イタリア	36
5	インド	36
6	スペイン	27
8	アメリカ	22
7	メキシコ	22
9	タイ	13
10	韓国	13
11	イギリス	9
12	ドイツ	9
13	ギリシャ	0
14	ロシア	0

②-6 カリナリー

5カ国合計

No.	国名	話題量
1	フランス	11,902
2	アメリカ	11,608
3	イタリア	5,225
4	日本	4,245
5	中国	3,157
6	イギリス	2,270
7	スペイン	2,190
8	インド	1,942
9	メキシコ	1,915
10	タイ	886
11	韓国	683
12	ギリシャ	596
13	ドイツ	561
14	ロシア	496

アメリカ

No.	国名	話題量
1	アメリカ	10,617
2	フランス	7,053
3	イタリア	3,740
4	日本	2,556
5	中国	1,876
6	メキシコ	1,559
7	インド	1,310
8	イギリス	870
9	スペイン	838
10	タイ	634
11	韓国	548
12	ギリシャ	435
13	ドイツ	340
14	ロシア	244

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	1,006
2	フランス	661
3	アメリカ	489
4	イタリア	435
5	中国	344
6	日本	285
7	インド	226
8	スペイン	126
9	メキシコ	99
10	タイ	77
11	ドイツ	63
12	ギリシャ	54
13	韓国	49
14	ロシア	40

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	3,341
2	日本	757
3	イタリア	670
4	アメリカ	417
5	中国	408
6	イギリス	281
7	インド	194
8	ロシア	140
9	スペイン	126
10	メキシコ	113
11	ドイツ	90
12	ギリシャ	54
13	タイ	54
14	韓国	9

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	1,069
2	フランス	503
3	日本	389
4	中国	276
5	イタリア	222
6	メキシコ	140
7	イギリス	95
8	インド	90
9	ロシア	68
10	ドイツ	68
11	タイ	60
12	アメリカ	36
13	ギリシャ	31
14	韓国	9

シンガポール

No.	国名	話題量
1	フランス	344
2	日本	258
3	中国	253
4	イタリア	158
5	インド	122
6	タイ	81
7	韓国	68
8	アメリカ	49
9	スペイン	31
10	ギリシャ	22
11	イギリス	18
12	メキシコ	4
13	ロシア	4
14	ドイツ	0

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「ガストロノミー」「レストラン」

- ◆「ガストロノミー」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「4位」となった。
- ◆「レストラン」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「5位」となった。

②-7 ガストロノミー

5か国合計			アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量
1	スペイン	41,578	1	フランス	3,486	1	フランス	711	1	フランス	27,821	1	スペイン	39,911	1	フランス	226
2	フランス	36,088	2	メキシコ	1,024	2	イギリス	389	2	イタリア	4,456	2	イタリア	5,857	2	日本	63
3	イタリア	11,563	3	イタリア	956	3	スペイン	272	3	日本	2,221	3	日本	4,361	3	イタリア	54
4	日本	7,125	4	スペイン	625	4	イタリア	240	4	中国	1,119	4	メキシコ	3,853	4	中国	49
5	メキシコ	5,533	5	アメリカ	539	5	日本	113	5	スペイン	725	5	フランス	3,844	5	スペイン	45
6	中国	4,086	6	日本	367	6	メキシコ	77	6	アメリカ	698	6	中国	2,588	6	タイ	27
7	イギリス	2,681	7	ギリシャ	335	7	中国	72	7	イギリス	652	7	イギリス	1,482	7	韓国	18
8	アメリカ	1,785	8	中国	258	8	インド	68	8	メキシコ	566	8	インド	952	10	イギリス	13
9	インド	1,730	9	インド	167	9	ギリシャ	58	9	インド	530	9	ドイツ	806	8	インド	13
10	ギリシャ	1,480	10	イギリス	145	10	アメリカ	45	10	ドイツ	376	10	ギリシャ	738	11	ドイツ	13
11	ドイツ	1,290	11	タイ	104	11	ドイツ	18	11	ギリシャ	340	11	タイ	548	9	メキシコ	13
12	タイ	986	12	ロシア	90	12	タイ	13	12	ロシア	299	12	ロシア	548	12	ギリシャ	9
13	ロシア	950	13	ドイツ	77	13	ロシア	9	13	タイ	294	13	韓国	516	13	ロシア	4
14	韓国	596	14	韓国	31	14	韓国	4	14	韓国	27	14	アメリカ	503	14	アメリカ	0

②-8 レストラン

5か国合計			アメリカ			イギリス			フランス			スペイン			シンガポール		
No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量	No.	国名	話題量
1	イタリア	468,088	1	メキシコ	388,244	1	イタリア	71,205	1	中国	18,790	1	中国	29,063	1	イタリア	11,206
2	メキシコ	418,207	2	イタリア	350,653	2	インド	55,211	2	イタリア	18,156	2	イタリア	16,868	2	中国	10,417
3	中国	380,897	3	中国	285,060	3	中国	37,567	3	フランス	10,997	3	インド	18,464	3	日本	8,536
4	インド	186,586	4	インド	107,916	4	メキシコ	16,927	4	日本	10,322	4	スペイン	12,512	4	インド	4,338
5	日本	149,027	5	日本	102,571	5	日本	16,895	5	インド	5,657	5	日本	10,703	5	フランス	3,196
6	フランス	119,451	6	フランス	87,987	6	タイ	14,724	6	アメリカ	3,282	6	メキシコ	8,028	6	タイ	3,128
7	タイ	97,936	7	アメリカ	80,811	7	フランス	14,588	7	メキシコ	2,710	7	フランス	2,683	7	韓国	3,078
8	アメリカ	92,619	8	タイ	78,113	8	ギリシャ	8,599	8	ギリシャ	1,573	8	イギリス	1,704	8	メキシコ	2,298
9	韓国	48,741	9	韓国	40,151	9	イギリス	6,999	9	スペイン	1,146	9	韓国	1,523	9	スペイン	983
10	ギリシャ	48,595	10	ギリシャ	36,801	10	アメリカ	6,940	10	タイ	1,056	10	ロシア	1,097	10	アメリカ	965
11	スペイン	39,188	11	ドイツ	20,798	11	スペイン	5,789	11	ロシア	625	11	ドイツ	942	11	ギリシャ	757
12	ドイツ	24,228	12	スペイン	18,758	12	韓国	3,912	12	イギリス	553	12	タイ	915	12	イギリス	344
13	イギリス	17,932	13	イギリス	8,332	13	ドイツ	1,668	13	ドイツ	548	13	ギリシャ	865	13	ドイツ	272
14	ロシア	8,312	14	ロシア	5,748	14	ロシア	675	14	韓国	77	14	アメリカ	621	14	ロシア	167

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「料理人・シェフ」「調味料」

- ◆「料理人・シェフ」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「6位」となった。
- ◆「調味料」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「4位」となった。

②-9 料理人・シェフ

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	フランス	105,884
2	イタリア	63,550
3	アメリカ	54,637
4	スペイン	32,905
5	イギリス	26,599
6	日本	25,919
7	中国	25,326
8	インド	19,999
9	メキシコ	14,927
10	ロシア	9,436
11	ドイツ	8,866
12	韓国	7,115
13	タイ	6,952
14	ギリシャ	4,789

アメリカ

No.	国名	話題量
1	フランス	43,683
2	アメリカ	34,267
3	イタリア	32,182
4	日本	15,037
5	中国	14,787
6	イギリス	11,469
7	メキシコ	10,304
8	インド	8,817
9	韓国	5,394
10	スペイン	5,267
11	タイ	4,918
12	ドイツ	3,608
13	ロシア	2,901
14	ギリシャ	2,180

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	10,784
2	フランス	9,098
3	イタリア	8,468
4	インド	3,286
5	アメリカ	2,293
6	中国	2,108
7	日本	1,994
8	スペイン	1,754
9	メキシコ	1,020
10	タイ	983
11	ギリシャ	648
12	韓国	512
13	ドイツ	408
14	ロシア	136

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	46,530
2	イタリア	18,486
3	アメリカ	16,732
4	スペイン	11,374
5	インド	6,564
6	ロシア	5,920
7	中国	5,639
8	日本	5,322
9	ドイツ	4,166
10	イギリス	1,849
11	ギリシャ	1,749
12	メキシコ	1,550
13	韓国	480
14	タイ	317

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	14,266
2	フランス	4,456
3	イタリア	3,499
4	日本	2,225
5	イギリス	2,058
6	メキシコ	1,940
7	中国	1,319
8	アメリカ	770
9	インド	752
10	ドイツ	612
11	ロシア	448
12	韓国	299
13	タイ	163
14	ギリシャ	154

シンガポール

No.	国名	話題量
1	フランス	1,622
2	中国	1,473
3	日本	1,341
4	イタリア	915
5	インド	580
6	アメリカ	575
7	タイ	571
8	イギリス	439
9	韓国	430
10	スペイン	244
11	メキシコ	113
12	ドイツ	72
13	ギリシャ	58
14	ロシア	31

②-10 調味料

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	イタリア	50,083
2	ギリシャ	5,198
3	メキシコ	4,082
4	日本	2,659
5	フランス	1,322
6	中国	1,217
8	インド	1,058
7	タイ	1,041
10	スペイン	715
9	アメリカ	710
11	韓国	402
12	ドイツ	131
13	イギリス	130
14	ロシア	45

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	48,216
2	ギリシャ	5,063
3	メキシコ	3,658
4	日本	2,012
5	フランス	1,124
6	中国	974
7	タイ	893
8	インド	874
9	アメリカ	580
10	スペイン	480
11	韓国	349
12	ドイツ	113
13	イギリス	54
14	ロシア	36

イギリス

No.	国名	話題量
1	イタリア	1,505
2	メキシコ	312
3	日本	213
5	タイ	113
4	中国	113
7	アメリカ	99
6	インド	99
8	ギリシャ	95
9	フランス	68
10	イギリス	54
11	スペイン	36
12	韓国	18
13	ドイツ	9
14	ロシア	0

フランス

No.	国名	話題量
1	イタリア	136
2	日本	95
3	フランス	40
4	アメリカ	22
7	インド	18
6	スペイン	18
8	メキシコ	18
5	中国	18
11	イギリス	4
9	ギリシャ	4
10	タイ	4
14	ドイツ	0
13	ロシア	0
12	韓国	0

スペイン

No.	国名	話題量
1	日本	244
2	スペイン	181
3	イタリア	86
4	中国	81
5	フランス	72
6	メキシコ	63
7	インド	58
8	ギリシャ	36
9	タイ	22
10	韓国	22
11	イギリス	18
12	アメリカ	9
14	ドイツ	9
13	ロシア	9

シンガポール

No.	国名	話題量
1	イタリア	140
2	日本	95
4	メキシコ	31
3	中国	31
5	フランス	18
6	韓国	13
7	インド	9
8	タイ	9
11	アメリカ	0
12	イギリス	0
10	ギリシャ	0
9	スペイン	0
14	ドイツ	0
13	ロシア	0

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「米」「ビーフ」

- ◆「米」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「3位」となった。
- ◆「ビーフ」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「5位」となった。

②-11 米

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	スペイン	39,964
2	メキシコ	31,641
3	日本	28,813
4	中国	23,131
5	タイ	15,986
6	韓国	11,649
7	インド	10,457
8	アメリカ	6,299
9	イタリア	5,347
10	ギリシャ	2,377
11	フランス	2,233
12	イギリス	651
13	ロシア	624
14	ドイツ	532

アメリカ

No.	国名	話題量
1	スペイン	37,128
2	メキシコ	27,757
3	日本	20,196
4	中国	14,547
5	タイ	11,283
6	韓国	9,606
7	インド	7,094
8	アメリカ	5,181
9	イタリア	3,708
10	ギリシャ	1,935
11	フランス	1,360
12	ドイツ	430
13	ロシア	394
14	イギリス	244

イギリス

No.	国名	話題量
1	メキシコ	3,350
2	日本	2,933
3	中国	2,307
4	タイ	2,198
5	インド	1,641
6	スペイン	1,264
7	韓国	1,042
8	イタリア	666
9	アメリカ	657
10	イギリス	222
11	フランス	190
12	ギリシャ	181
13	ドイツ	40
14	ロシア	36

フランス

No.	国名	話題量
1	日本	1,328
2	中国	802
3	インド	657
4	タイ	507
5	フランス	299
7	アメリカ	290
6	イタリア	290
8	スペイン	231
9	メキシコ	154
10	ギリシャ	49
11	イギリス	36
12	ドイツ	13
14	ロシア	9
13	韓国	9

スペイン

No.	国名	話題量
1	中国	4,342
2	日本	1,201
3	スペイン	1,128
4	インド	571
5	イタリア	457
6	タイ	353
7	フランス	244
8	韓国	235
9	メキシコ	231
10	ギリシャ	181
11	ロシア	181
12	イギリス	140
13	アメリカ	49
14	ドイツ	18

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	3,155
2	タイ	1,645
3	中国	1,133
4	韓国	757
5	インド	494
6	イタリア	226
7	スペイン	213
8	メキシコ	149
9	フランス	140
10	アメリカ	122
11	ギリシャ	31
12	ドイツ	31
13	イギリス	9
14	ロシア	4

②-12 ビーフ

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	イタリア	55,635
2	アメリカ	28,703
7	イギリス	25,715
3	韓国	19,147
4	メキシコ	10,168
5	日本	9,314
6	タイ	7,645
9	フランス	7,183
8	中国	7,025
12	スペイン	2,800
10	インド	1,706
11	ギリシャ	1,480
13	ドイツ	1,072
14	ロシア	922

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	53,593
2	アメリカ	23,899
3	韓国	17,108
4	メキシコ	7,693
5	日本	6,754
6	タイ	5,462
7	イギリス	5,113
8	中国	4,352
9	フランス	3,631
10	インド	1,178
11	ギリシャ	1,165
12	スペイン	1,038
13	ドイツ	779
14	ロシア	571

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	20,236
2	アメリカ	2,547
3	メキシコ	2,049
4	イタリア	1,654
5	タイ	1,595
6	韓国	1,446
7	中国	1,160
8	日本	965
9	フランス	670
10	インド	276
11	スペイン	240
12	ギリシャ	158
13	ドイツ	108
14	ロシア	90

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	2,366
2	アメリカ	1,677
3	日本	494
4	中国	272
5	メキシコ	204
6	イタリア	181
7	タイ	122
8	ロシア	108
9	イギリス	104
10	インド	90
11	ドイツ	77
12	スペイン	68
13	ギリシャ	22
14	韓国	0

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	1,432
2	中国	1,015
3	フランス	394
4	日本	335
5	アメリカ	240
6	イギリス	181
7	メキシコ	154
8	ギリシャ	113
9	ロシア	113
10	ドイツ	90
11	韓国	86
12	インド	81
13	イタリア	49
14	タイ	49

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	766
2	韓国	507
3	タイ	417
4	アメリカ	340
5	中国	226
6	イタリア	158
7	フランス	122
9	イギリス	81
8	インド	81
10	メキシコ	68
11	ロシア	40
13	ギリシャ	22
12	スペイン	22
14	ドイツ	18

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「茶」「お菓子」

- ◆「茶」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「2位」となった。
- ◆「お菓子」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「1位」となった。

②-13 茶

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	タイ	52,127
2	日本	40,299
3	中国	35,506
4	イギリス	35,132
5	ロシア	15,080
6	インド	10,432
7	アメリカ	7,726
8	フランス	4,846
9	韓国	3,090
10	イタリア	2,505
11	メキシコ	1,444
12	ドイツ	1,407
13	ギリシャ	1,381
14	スペイン	985

アメリカ

No.	国名	話題量
1	タイ	47,473
2	日本	30,078
3	中国	23,804
4	イギリス	22,435
5	ロシア	13,155
6	インド	6,858
7	アメリカ	6,446
8	フランス	2,706
9	韓国	2,330
10	イタリア	1,654
11	メキシコ	1,115
12	ギリシャ	1,010
13	ドイツ	924
14	スペイン	430

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	9,665
2	中国	5,947
3	日本	4,256
4	インド	2,302
5	アメリカ	1,069
6	タイ	1,051
7	ロシア	1,038
8	フランス	571
9	イタリア	530
10	韓国	326
11	ドイツ	235
12	ギリシャ	222
13	メキシコ	149
14	スペイン	126

フランス

No.	国名	話題量
1	日本	3,368
2	中国	1,459
3	イギリス	1,292
4	フランス	734
5	ロシア	725
6	インド	421
7	アメリカ	131
8	ドイツ	95
9	イタリア	86
10	メキシコ	72
11	ギリシャ	63
12	タイ	36
13	スペイン	27
14	韓国	4

スペイン

No.	国名	話題量
1	イギリス	1,582
2	日本	1,369
3	中国	1,341
4	インド	480
5	スペイン	389
6	フランス	163
7	韓国	145
8	ロシア	140
9	ドイツ	117
10	イタリア	113
11	メキシコ	72
12	ギリシャ	68
13	タイ	63
14	アメリカ	31

シンガポール

No.	国名	話題量
1	タイ	3,504
2	中国	2,955
3	日本	1,228
4	インド	371
5	韓国	285
6	フランス	172
7	イギリス	158
8	イタリア	122
9	アメリカ	49
11	ドイツ	36
10	メキシコ	36
12	ロシア	22
13	ギリシャ	18
14	スペイン	13

②-14 お菓子

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	日本	20,031
2	アメリカ	10,686
3	インド	9,414
4	韓国	6,367
5	メキシコ	6,285
6	イギリス	5,112
7	中国	4,096
8	イタリア	2,966
9	ドイツ	2,899
10	スペイン	2,177
11	タイ	1,844
12	フランス	1,752
13	ギリシャ	1,187
14	ロシア	669

アメリカ

No.	国名	話題量
1	日本	15,943
2	アメリカ	8,218
3	インド	6,546
4	メキシコ	5,743
5	韓国	5,000
6	イギリス	2,661
7	中国	2,606
8	イタリア	2,094
9	ドイツ	1,935
10	タイ	1,405
11	フランス	1,133
12	ギリシャ	947
13	スペイン	915
14	ロシア	521

イギリス

No.	国名	話題量
1	インド	2,511
2	日本	2,475
3	イギリス	2,244
4	アメリカ	2,098
5	スペイン	988
6	ドイツ	770
7	韓国	716
8	中国	621
9	イタリア	602
10	メキシコ	439
11	フランス	294
12	タイ	258
13	ギリシャ	213
14	ロシア	72

フランス

No.	国名	話題量
1	日本	335
3	アメリカ	267
2	フランス	267
4	イタリア	176
5	ドイツ	136
6	中国	131
7	イギリス	104
8	ロシア	45
9	スペイン	40
10	インド	36
11	メキシコ	36
12	ギリシャ	18
13	韓国	13
14	タイ	0

スペイン

No.	国名	話題量
1	中国	421
2	日本	417
3	スペイン	194
4	イギリス	49
5	韓国	45
6	インド	36
7	イタリア	31
8	ロシア	27
10	ドイツ	22
9	フランス	22
11	メキシコ	18
12	アメリカ	13
13	タイ	9
14	ギリシャ	0

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	861
2	韓国	593
3	中国	317
4	インド	285
5	タイ	172
6	アメリカ	90
7	イタリア	63
8	イギリス	54
9	メキシコ	49
10	スペイン	40
12	ドイツ	36
11	フランス	36
13	ギリシャ	9
14	ロシア	4

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「スイーツ・デザート」「フルーツ」

- ◆「スイーツ・デザート」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「3位」となった。
- ◆「フルーツ」に関する5か国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「7位」となった。

②-15 スイーツ・デザート

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	フランス	18,642
2	イタリア	17,170
3	日本	14,092
4	アメリカ	13,489
5	インド	12,990
6	イギリス	7,850
7	メキシコ	5,439
8	スペイン	4,866
9	中国	4,721
10	ギリシャ	3,977
11	タイ	3,324
12	ドイツ	3,089
13	韓国	2,243
14	ロシア	1,571

アメリカ

No.	国名	話題量
1	イタリア	10,558
2	インド	8,885
3	日本	7,919
4	アメリカ	7,529
5	フランス	6,976
6	メキシコ	4,021
7	イギリス	2,788
8	中国	2,402
9	タイ	2,361
10	ギリシャ	2,307
11	ドイツ	2,030
12	韓国	1,505
13	スペイン	1,024
14	ロシア	788

イギリス

No.	国名	話題量
1	アメリカ	3,531
2	イギリス	2,973
3	インド	2,946
4	イタリア	2,298
5	フランス	1,826
6	日本	1,763
7	中国	480
8	ギリシャ	466
9	タイ	371
10	メキシコ	317
11	スペイン	294
12	ドイツ	290
13	韓国	204
14	ロシア	86

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	7,978
2	日本	1,908
3	アメリカ	1,727
4	イタリア	1,586
5	イギリス	602
6	中国	562
7	ロシア	344
8	ギリシャ	303
9	ドイツ	285
10	インド	267
11	スペイン	267
12	メキシコ	68
13	タイ	58
14	韓国	9

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	3,232
2	イタリア	2,398
3	日本	1,863
4	フランス	1,468
5	メキシコ	988
6	イギリス	956
7	ギリシャ	856
8	中国	643
9	インド	494
10	ドイツ	457
11	ロシア	349
12	アメリカ	249
13	韓国	226
14	タイ	145

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	639
2	中国	634
3	アメリカ	453
4	インド	398
5	フランス	394
6	タイ	389
7	イタリア	330
8	韓国	299
9	スペイン	49
10	ギリシャ	45
11	メキシコ	45
12	イギリス	31
13	ドイツ	27
14	ロシア	4

②-16 フルーツ

5ヵ国合計

No.	国名	話題量
1	スペイン	9,949
2	フランス	7,849
3	アメリカ	7,533
4	イギリス	7,418
5	中国	4,396
6	メキシコ	4,147
7	日本	4,005
8	イタリア	2,976
9	ギリシャ	2,586
10	インド	2,519
11	タイ	2,042
12	ドイツ	1,688
13	ロシア	986
14	韓国	967

アメリカ

No.	国名	話題量
1	アメリカ	6,605
2	メキシコ	3,699
3	フランス	3,332
4	日本	3,082
5	中国	2,475
6	イタリア	1,799
7	インド	1,700
8	タイ	1,622
9	スペイン	1,523
10	ギリシャ	1,491
11	イギリス	1,319
12	ドイツ	1,219
13	韓国	761
14	ロシア	661

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	5,503
2	スペイン	806
3	フランス	670
4	イタリア	616
5	アメリカ	453
6	ギリシャ	412
7	インド	376
8	日本	335
9	中国	326
10	ドイツ	222
11	タイ	190
12	メキシコ	163
13	韓国	72
14	ロシア	63

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	3,304
2	スペイン	648
3	アメリカ	367
4	中国	281
5	イタリア	204
6	日本	158
7	イギリス	126
8	ドイツ	117
9	インド	108
10	ギリシャ	104
11	タイ	63
12	メキシコ	36
13	ロシア	36
14	韓国	4

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	6,972
2	中国	1,183
3	ギリシャ	557
4	フランス	466
5	イギリス	430
6	イタリア	294
7	インド	290
8	メキシコ	231
9	ロシア	217
10	日本	172
11	ドイツ	108
12	アメリカ	72
13	タイ	45
14	韓国	22

シンガポール

No.	国名	話題量
1	日本	258
2	中国	131
3	タイ	122
4	韓国	108
5	フランス	77
6	イタリア	63
7	インド	45
8	イギリス	40
9	アメリカ	36
10	ギリシャ	22
11	ドイツ	22
12	メキシコ	18
13	ロシア	9
14	スペイン	0

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ②食全般の話題における日本のプレゼンスと各国比較 「ビール」「ワイン」

- ◆「ビール」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「5位」となった。
- ◆「ワイン」に関する5カ国の話題量を合計した結果、日本の現在の順位は「9位」となった。

②-17 ビール

5カ国合計

No.	国名	話題量
1	アメリカ	90,959
2	ドイツ	70,532
4	イギリス	56,038
3	メキシコ	38,553
5	日本	13,474
8	フランス	11,476
6	イタリア	8,687
13	スペイン	8,090
7	中国	6,122
12	インド	3,326
9	タイ	2,886
11	ロシア	2,663
10	韓国	2,414
14	ギリシャ	2,338

アメリカ

No.	国名	話題量
1	アメリカ	83,563
2	ドイツ	52,106
3	メキシコ	33,741
4	イギリス	11,337
5	日本	9,900
6	イタリア	4,877
7	中国	3,640
8	フランス	3,445
9	タイ	1,962
10	韓国	1,926
11	ロシア	1,831
12	インド	1,795
13	スペイン	1,781
14	ギリシャ	1,432

イギリス

No.	国名	話題量
1	イギリス	42,827
2	ドイツ	12,530
3	アメリカ	5,734
4	イタリア	2,742
5	メキシコ	2,647
6	日本	1,586
7	スペイン	1,400
8	フランス	1,323
9	中国	929
10	インド	816
11	タイ	612
12	ギリシャ	580
13	韓国	290
14	ロシア	276

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	6,251
2	ドイツ	2,275
3	アメリカ	1,160
4	メキシコ	924
5	イギリス	834
6	日本	752
7	イタリア	389
8	スペイン	385
9	中国	330
10	ロシア	181
11	ギリシャ	136
12	インド	99
13	タイ	77
14	韓国	18

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	4,438
2	ドイツ	3,023
3	イギリス	1,323
4	メキシコ	1,137
5	中国	1,078
6	日本	779
7	イタリア	553
8	インド	521
9	ロシア	371
10	フランス	358
11	アメリカ	330
12	ギリシャ	145
13	タイ	104
14	韓国	63

シンガポール

No.	国名	話題量
1	ドイツ	598
2	日本	457
3	イギリス	217
4	アメリカ	172
5	中国	145
6	タイ	131
7	イタリア	126
8	韓国	117
9	メキシコ	104
10	フランス	99
11	インド	95
12	スペイン	86
13	ギリシャ	45
14	ロシア	4

②-18 ワイン

5カ国合計

No.	国名	話題量
1	フランス	145,676
2	イタリア	80,596
4	スペイン	66,080
3	アメリカ	31,958
5	ドイツ	18,602
7	中国	16,803
6	ギリシャ	12,568
10	イギリス	12,047
9	日本	7,042
8	メキシコ	6,911
11	ロシア	3,524
12	インド	3,284
13	韓国	1,975
14	タイ	1,621

アメリカ

No.	国名	話題量
1	フランス	85,462
2	イタリア	55,066
3	アメリカ	25,681
4	スペイン	19,987
5	ドイツ	11,691
6	ギリシャ	8,368
7	中国	7,475
8	メキシコ	5,671
9	日本	4,442
10	イギリス	3,449
11	ロシア	2,030
12	インド	1,758
13	韓国	1,582
14	タイ	970

イギリス

No.	国名	話題量
1	フランス	25,082
2	イタリア	15,839
3	スペイン	7,507
4	イギリス	5,480
5	ドイツ	3,980
6	ギリシャ	2,597
7	アメリカ	2,520
8	中国	2,389
9	日本	1,219
10	インド	761
11	ロシア	426
12	メキシコ	417
13	タイ	412
14	韓国	136

フランス

No.	国名	話題量
1	フランス	25,232
2	イタリア	4,438
3	アメリカ	2,593
4	スペイン	2,216
5	ドイツ	1,282
7	イギリス	748
6	中国	748
8	ロシア	521
9	ギリシャ	512
10	日本	285
11	インド	113
12	メキシコ	72
13	タイ	45
14	韓国	4

スペイン

No.	国名	話題量
1	スペイン	35,527
2	フランス	8,096
3	中国	4,637
4	イタリア	3,694
5	イギリス	2,312
6	ドイツ	1,500
7	アメリカ	929
8	ギリシャ	711
9	日本	702
10	メキシコ	693
11	ロシア	534
12	インド	503
13	韓国	81
14	タイ	72

シンガポール

No.	国名	話題量
1	フランス	1,804
2	イタリア	1,556
3	中国	1,554
4	スペイン	843
5	日本	394
6	ギリシャ	380
7	アメリカ	235
8	韓国	172
9	インド	149
10	ドイツ	149
11	タイ	122
13	イギリス	58
12	メキシコ	58
14	ロシア	13

4. 調査結果③ 食ツーリズムに関する話題トレンドと各国比較

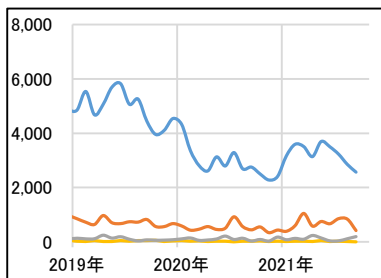
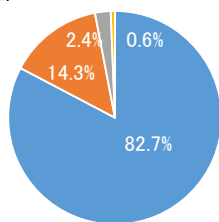
2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ③食ツーリズムに関する話題トレンドと各国比較「話題量」

- ◆ 食ツーリズムに関する4つのキーワードについて、対象期間における話題量と、話題量推移を測定した。
- ◆ 国によって、よく使われるキーワードが異なることがわかる。

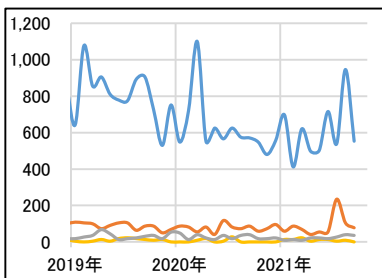
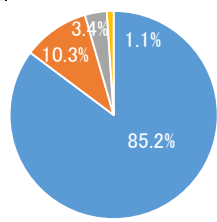
アメリカ

No.	項目	話題量
1	フードツーリズム	128,053
2	カリナリーツーリズム	22,136
3	ガストロノミーツーリズム	3,685
4	グルメツーリズム	979



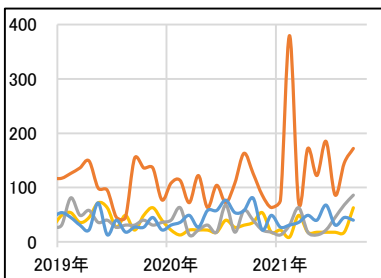
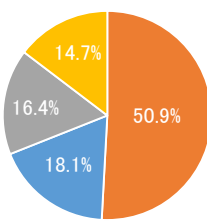
イギリス

No.	項目	話題量
1	フードツーリズム	28,487
2	カリナリーツーリズム	2,846
3	ガストロノミーツーリズム	938
4	グルメツーリズム	290



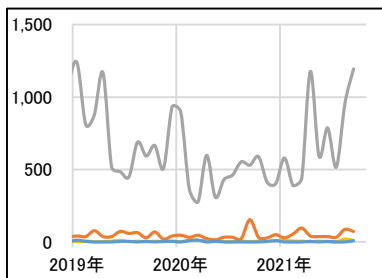
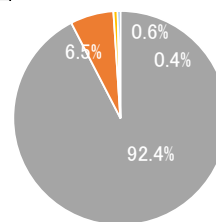
フランス

No.	項目	話題量
1	カリナリーツーリズム	4,057
2	フードツーリズム	1,446
3	ガストロノミーツーリズム	1,305
4	グルメツーリズム	1,169



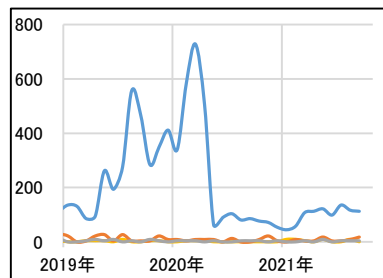
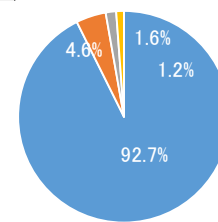
スペイン

No.	項目	話題量
1	ガストロノミーツーリズム	22,521
2	カリナリーツーリズム	1,595
3	グルメツーリズム	154
4	フードツーリズム	99



シンガポール

No.	項目	話題量
1	フードツーリズム	7,076
2	カリナリーツーリズム	349
3	ガストロノミーツーリズム	122
4	グルメツーリズム	90



- ・ 英語圏では、「フードツーリズム」の話題量が割合としては圧倒的に多く、次いで「カリナリーツーリズム」が多い。
- ・ フランスでは「カリナリーツーリズム」、スペインでは「ガストロノミーツーリズム」の話題量が最も多く、同じラテン系でも国ごとの違いが表れた。
- ・ フランスでは①-1トレンドワードで比較した通り「ガストロノミー」「カリナリー」単品ではガストロノミーの方が件数が多いが、ツーリズムをかけ合わせると「カリナリーツーリズム」の件数が最も多くなることは興味深い。
- ・ 「グルメツーリズム」に関しては各国でほとんど話題量がない。
- ・ 日本では「グルメツアー」と呼ぶことも多いが、言葉の使い方には大きなギャップがあると言える。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ③フードツーリズムに関する話題トレンドと各国比較 「日本の食ツーリズムのプレゼンス」

- ◆ 食ツーリズムに関する4つのキーワードについて、調査対象国内においてどのような国名との掛け合わせで共起しているかを調査し、各国における「日本の食ツーリズム」のプレゼンスを相対的に評価した。

アメリカ

国名	合計	フード ツーリズム	カリナリー ツーリズム	ガストロノミー ツーリズム	グルメ ツーリズム
イタリア	14,740	9,692	4,066	885	117
フランス	11,790	8,114	3,001	521	154
イギリス	10,552	6,981	2,715	779	77
メキシコ	9,767	7,053	2,035	584	95
中国	9,437	6,931	1,904	485	117
インド	8,798	5,712	2,534	471	81
スペイン	8,466	5,634	1,985	761	86
日本	7,673	5,557	1,668	272	176
ドイツ	5,243	3,526	1,328	312	77
タイ	4,812	3,295	1,151	312	54
ギリシャ	4,165	2,534	983	621	27
韓国	2,918	2,257	544	54	63
ロシア	2,197	1,473	548	140	36

イギリス

国名	合計	フード ツーリズム	カリナリー ツーリズム	ガストロノミー ツーリズム	グルメ ツーリズム
アメリカ	2,120	1,564	421	86	49
フランス	1,942	1,364	603	176	99
インド	1,612	1,210	326	45	31
イタリア	1,476	947	294	149	86
中国	1,263	992	167	86	18
スペイン	1,241	861	222	122	36
日本	1,054	761	199	81	13
メキシコ	755	557	167	22	9
ギリシャ	719	521	99	63	36
タイ	656	448	131	68	9
ドイツ	510	353	54	54	49
韓国	302	222	40	22	18
ロシア	292	176	63	31	22

フランス

国名	合計	フード ツーリズム	カリナリー ツーリズム	ガストロノミー ツーリズム	グルメ ツーリズム
イタリア	1,300	77	779	272	172
アメリカ	1,128	122	680	181	145
日本	991	68	575	199	149
中国	841	63	525	145	108
インド	841	40	643	104	54
スペイン	728	49	480	122	77
イギリス	696	54	453	140	49
ドイツ	569	45	312	122	90
ギリシャ	347	22	190	63	72
メキシコ	324	13	172	58	81
ロシア	324	4	190	72	58
タイ	275	18	199	45	13
韓国	112	0	63	22	27

スペイン

国名	合計	フード ツーリズム	カリナリー ツーリズム	ガストロノミー ツーリズム	グルメ ツーリズム
アメリカ	1,295	0	122	1,169	4
フランス	1,200	4	136	1,042	18
イタリア	1,096	4	149	942	4
メキシコ	1,055	0	122	933	0
日本	919	0	99	816	4
イギリス	616	0	27	589	0
ドイツ	566	0	9	557	0
中国	556	0	31	521	4
ロシア	330	0	18	303	9
インド	311	4	54	253	0
ギリシャ	289	0	36	253	0
タイ	203	0	36	167	0
韓国	58	0	4	54	0

シンガポール

国名	合計	フード ツーリズム	カリナリー ツーリズム	ガストロノミー ツーリズム	グルメ ツーリズム
中国	855	761	63	4	27
日本	564	462	58	31	13
インド	556	457	77	18	4
アメリカ	492	344	117	27	4
タイ	410	303	90	13	4
フランス	325	190	77	27	31
イギリス	312	213	68	13	18
イタリア	238	140	58	13	27
韓国	230	204	18	4	4
スペイン	175	95	45	31	4
ドイツ	103	72	13	9	9
メキシコ	98	72	22	4	0
ギリシャ	62	36	13	9	4
ロシア	35	31	0	4	0

- ・ フランス、シンガポールでは、日本食を目的とした旅行に関する話題量が比較的多い。
- ・ シンガポール以外での4カ国ではアメリカ、イタリア、フランスが上位に位置している一方、シンガポールでは同じアジア圏の中国、日本、インドが上位3位に位置しており、他の国とは異なる傾向を持つ。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ③フードツーリズムに関する話題トレンドと各国比較 「食ツーリズムを意味する言葉の組み合わせ」

◆「食ツーリズム」を意味するキーワードを、食＝「**フード**」「**カリナリー**」「**ガストロノミー**」「**グルメ**」の4種、ツーリズム＝「**ツアー**」「**ツーリズム**」「**トリップ**」「**トラベル**」の4種、合計16種の組み合わせ別に話題量を計測し、各国で使用されている言葉の組み合わせの傾向を調査した。

アメリカ

No.	キーワード	話題量
1	food tour	71,187
2	food travel	44,571
3	culinary tour	12,049
4	food trip	7,983
5	food tourism	5,503
6	culinary travel	4,243
7	culinary tourism	3,998
8	culinary trip	2,497
9	gastronomy tourism	1,953
10	gastronomy tour	1,418
11	gourmet tour	571
12	gourmet travel	226
13	gastronomy trip	222
14	gourmet trip	149
15	gastronomy travel	140
16	gourmet tourism	36

イギリス

No.	キーワード	話題量
1	food tour	11,904
2	food travel	8,472
3	food tourism	1,940
4	culinary tour	1,858
5	food trip	1,287
6	gastronomy tour	562
7	culinary trip	466
8	culinary travel	326
9	culinary tourism	235
10	gastronomy tourism	217
11	gourmet tour	172
12	gastronomy trip	136
13	gourmet trip	68
14	gourmet travel	45
15	gastronomy travel	27
16	gourmet tourism	9

フランス

No.	キーワード	話題量
1	voyage culinaire	3,848
2	food tour	1,001
3	voyage gourmand	1,001
4	voyage gastronomique	947
5	tourisme gastronomique	358
6	food travel	244
7	tourisme culinaire	208
8	food trip	185
9	tourisme gourmand	167
10	food tourism	13
11	voyage gourmet	4
12	tourisme gourmet	0

スペイン

No.	キーワード	話題量
1	turismo gastronómico	17,571
2	viaje gastronómico	3,934
3	viaje culinario	1,373
4	tour gastronómico	1,092
5	turismo culinario	176
6	viaje gourmet	81
7	tour de comida	49
8	tour culinario	45
9	turismo gourmet	40
10	viaje de comida	36
11	tour gourmet	31
12	turismo de comida	13

シンガポール

No.	キーワード	話題量
1	food travel	5,290
2	food tour	1,233
3	food trip	453
4	culinary tour	204
5	food tourism	104
6	culinary travel	68
7	gastronomy tour	58
8	gourmet tour	45
9	culinary trip	45
10	gastronomy tourism	45
11	culinary tourism	40
12	gourmet trip	27
13	gourmet travel	18
14	gastronomy trip	18
15	gourmet tourism	9
16	gastronomy travel	0

- ・アメリカ、イギリスでは「food tour」の話題量が圧倒的に多く、2位の「food travel」も3位以下のキーワードと件数が大きく離れている。
- ・シンガポールではほぼ「food travel」のみ、スペインではほぼ「turismo gastronómico」のみが使用されている。
- ・英語圏の中でも、「〇〇 tour」なのか「〇〇 travel」なのか「〇〇 tourism」なのか等、主な組み合わせのパターンが異なる。
- ・フランスでは「〇〇 voyage」の方が「〇〇 tourisme」より話題に上がりやすく、スペインでは食ワードと旅行ワードの組み合わせによる。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ③フードツーリズムに関する話題トレンドと各国比較 「食・食ツーリズムに関する言葉の使われ方」

◆ 各国における食・食ツーリズムに関する言葉の使われ方を調査し、5カ国の共通点と相違点をまとめた。

No.	キーワード	共通点	相違点
1	ガストロノミー	ガストロノミーとは、食と文化の関係、調理方法、特定の地域の料理スタイル、美食科学などに関する研究である。ガストロノミーに精通した者はガストロノームと呼ばれ、ガストロノミストはガストロノミーの研究において理論と実践とを融合した者である。(英語圏)	・ガストロノミーが最も幅広く、食に関わる事象のほぼすべてをカバーする語のように思われる。(フランス) ・ガストロノミーは栄養補給だけではなく、楽しさ、新鮮さ、雰囲気も重要である(フランス)
2	カリナリー	フランス語のculinaireから取り入れられたものであり、ラテン語のculinarius, culina(「台所」)から派生したものである。料理の実践または料理活動に関するもの。またはキッチン、台所関連。(英語圏)	・「食」のうち、とくに「調理」に関して使われる語(フランス)
3	グルメ	グルメという言葉が使われるようになったのは、弁護士・政治家のジャン・アンテルム・ブリア＝サヴァランが古典フランス料理の定義のために、1825年に料理論の「美味礼讃」(Physiologie du goût)を発表したときから。バランスの取れたコース料理や、歴史的にその地域の文化や習慣の影響を受けたり、ご当地の珍しい食材を使った料理のこと。また、食事、料理に関心の高い人はグルメと呼ばれている。(英語圏)	・「グルメ」「グルマン」のいずれも「食べる」こと、「食べる楽しみ」に関わる語(フランス) ・日本語の使い方に近い(スペイン)
4	フード	生物の栄養補給のために消費されるあらゆる物質。炭水化物、脂肪、タンパク質、ビタミン、ミネラルなどの必須栄養素が含まれる。生物は摂取することより生命維持やエネルギー補充、成長することが実現できる(英語圏)	・食事として使われる:朝食:Desayuno、昼食:Comida、夕食:Cena(スペイン)
5	ガストロノミー ツーリズム	・国際イベントやフォーラムでよく使われるフレーズ(フォーマルな表現) 例:UNWTOガストロノミーツーリズム国際フォーラム、UNWTO世界ガストロノミーツーリズム スタートアップコンペティション など ・業界報告書、マーケットレポート ・ヨーロッパ諸国でよく使われる表現、英語圏では少し堅い(エリート主義)のように聞こえる。 ・食文化の探求、食を通じて地域への理解を深めるといったイメージが強い。	・料理を楽しめるクルーズ旅行(フランス) ・特産品を知ることは目的であり、様々な旅行ルートが形成された。(スペイン) 例:アルゼンチンのMendozaのワインルート、コロンビアのコーヒールート、メキシコのタコスルート
6	カリナリー ツーリズム	・料理教室や、現地の農家やホテルが提供する料理体験を通じて旅を楽しめる ・料理人、シェフなどのプロ集団向けの旅行ツアー、調理方法を学習するイメージが強い(イギリス、アメリカ)	・幅広く一般的に使われる表現(フランス) ・食を通じて異国の文化、歴史を発見するニュアンスが強い(フランス) ・実際に旅行することではなく、食フェスやイベントを通じて世界各地の料理を楽しむこと(フランス:voyage culinaire) ・Culinarioは「料理」として使われて、viejo Culinario=料理への旅行(スペイン) ※フランスに関して、ガストロノミーもカリナリーも文化の側面を強調するイメージがある模様
7	グルメ ツーリズム	・使用頻度(投稿件数)は最も少ない(英語圏:アメリカ、イギリス、シンガポール) ・「グルメツアー」の言い方はほとんどされない。グルメとツアーそれぞれが別に語られる(英語圏とスペイン)	・専門性が高い、当地の農園や生産者、職人と地域の生産物や食事、ワインを楽しむこと(フランス) ・地域の特産品や郷土料理を発見する旅(フランス) ・旅行パッケージ商品名(スペイン)
8	フード ツーリズム	・使用頻度(投稿件数)は最も多い、カジュアルな表現であり幅広く一般的に使われている(英語圏) ・個人の投稿も多く、観光業に関係ある組織や機関の公式アカウントからの投稿もある。 ・一般的な美食ツアーや料理体験の話があれば、食を通じて現地文化を理解するような話もあり、より包括的な使い方(英語圏)	・「turismo de comida」「viaje de comida」が使われている例が少なく、食+観光の場合はガストロノミー+ツアー、カリナリー+ツアー、グルメ+ツアーの表現が多い(スペイン)

5. 調査結果④ 日本の食文化に関する話題と評価

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 – ④日本の食文化に関する話題と評価 「特徴的な話題:アメリカ」

- ◆ 各国における日本の食文化に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ アメリカにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

放射能・原発

“ママたちは子供の夕食をどうすればいいのか悩んでいた”

3月11日の原発事故後、食品、土壌、水の放射能を監視する研究所を運営する福島の子供たちを紹介
[#10years later #防災いまで](https://trib.al/s3NC0d3)
[https://trib.al/s3NC0d3](#) #10years later #防災いまで
できること #あれから10年

Twitterより(リツイート:1,183、いいね:3,590)

東日本大震災から10年経った福島を特集した映像。
日本国内でも大きく取り上げられることは少なくな
ったが、10年目の節目に、現地では今も食生活
に影響を与えていることが描かれている。

10年経った今でも、海外で特集され、投稿が拡散さ
れるほど注目されていることがわかる投稿。

お菓子

アメリカ在住の日本人プロレスラーのYoutubeチャ
ネル(チャンネル登録者数46.7万人)で「アメリカで日
本のお菓子を紹介しながら大量に食べるぞ」という動
画が11万回以上再生された。

YouTubeより(再生数:117,249、いいね:5,561)

動画は掲示板などでも一時期話題となった様子。
YouTubeでは「日本のお菓子大好き」「ポカリスエ
ットが懐かしい。私の住む地域には売ってなくて残
念」「日本のお菓子はきちんと個包装されていて素
晴らしい。住んでいる地域の日本食料品に行って
お菓子を買いたい」などのコメントがある。

発酵食品

株式会社コーセーフーズ – 日本の発酵食品「熟成米
ぬか床」を米国で発売

株式会社コーセーフーズは、日本のスーパーフード
「熟成米ぬか床」(通称:ぬかどこ)の販売を開始しま
した。

ニュースメディア (Atlanta News Online) より

株式会社コーセーフーズがアメリカでぬかどこの
販売を開始したことが記事になった。ぬかどこは
日本のスーパーフードと紹介されている。

日本の伝統的な食文化がスーパーフードとして海
外で紹介されるパターンは、今後も様々あると考
えられる。

- **放射能・原発**: 東日本大震災から10年経った福島が特集され、今も現地での食生活に影響を与えていることが描かれた映像が拡散されていた。
- **お菓子**: 「日本のお菓子大好き」「ポカリスエットが懐かしい。私の住む地域には売ってなくて残念。」「日本のお菓子はきちんと個包装されていて素晴らしい。住んでいる地域の日本食料品に行ってお菓子を買いたい。」などのコメントがあった。
- **発酵食品**: アメリカでぬかどこが販売されたことが記事となり、ぬかどこは日本のスーパーフードと紹介された。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ④日本の食文化に関する話題と評価 「特徴的な話題:イギリス」

- ◆ 各国における日本の食文化に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ イギリスにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

フードツーリズム

2020年のマスターシェフ(料理対決番組)のセミファイナリストの発言

「西洋料理と東洋料理を同等に理解し、外国の料理を紹介していきたいと考えています。フランスと日本で修業してみたいと思います。それから中国を起点としたシルクロードを巡ってフードツアーをするつもりです。その頃には良いシェフになっていると思います。」

ニュースメディア (BrainTree&WithamTimes) より

東洋料理を理解するために日本で料理修行をしてみたいと述べた。東洋を代表するほど日本の食のレベルが高いと認識されていることがわかる。

(東洋料理を学ぶ先として、中国ではなく日本の名前が挙がっているのが興味深い)

レシピ

イギリス各都市の好きな料理はこちら

メキシコ料理、インド料理、日本料理は同率3位で、それぞれイギリスの2つの都市で好まれている。ロンドンとマンチェスターの人々は、日本食を好んでいることがわかった。

英国人が家庭で作りたい日本料理のトップ3のうち、毎月17,000人がラーメンのレシピを検索し、次いで4,100人が寿司のレシピを、3,600人が味噌汁のレシピを探していることがわかりました。

ニュースメディア (TheShieldGazette) より

和食はイギリスで最も好まれる食事のひとつであり、その中でもラーメン、寿司、味噌汁は家庭で調理するためのレシピの検索が多かったと紹介されている。(味噌汁も多かった点が興味深い)

米

今イギリスの食のトレンドの一つとして、人々がTikTokで日本のLittle Moonsという甘いお菓子を試し、レビューしている。この記事を書いている時点で、TikTokの5340万人の視聴者がハッシュタグ #littlemoonを閲覧しており、このお菓子に対する熱狂ぶりがうかがえる。

Little Moonsとは日本の伝統的な餅とアイスクリームを組み合わせた、小さなアイスクリーム・サンドイッチです。餅は、短粒米の「もちごめ」と砂糖、水、コーンスターチから作られます。

ニュースメディア (FifeToday) より

TikTokを発端として、イギリスを中心に世界的に餅アイスがブームとなっている。

- ・ **フードツーリズム**: 料理対決番組のセミファイナリストが、東洋料理を理解するために日本で料理修行をしてみたいと述べた。
- ・ **レシピ**: 和食はイギリスで最も好まれる食事のひとつであり、その中でもラーメン、寿司、味噌汁は家庭で調理するためのレシピの検索が多かったと紹介されていた。
- ・ **米**: イギリスを中心にTikTokを発端として世界的に餅アイスがブームとなっている。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ④日本の食文化に関する話題と評価 「特徴的な話題: フランス」

- ◆ 各国における日本の食文化に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ フランスにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

ガストロノミー

フランス料理のシェフ小林圭は日本人として初めてミシュランの三つ星を獲得した。

ニュースメディア (LaCroix) より

ミシュランガイド2020が発表され、星を獲得したレストランや日本人シェフ小林圭氏などのニュースが報道されていた。

お菓子

ハロウィンを記念してZenPopは日本のお菓子セットをプレゼントするよ！

Twitterより(リツイート: 171、いいね: 181)

ハロウィンを記念して日本のお菓子をプレゼントするというツイートが投稿・RTされていた。

日本のお菓子の人気うかがえる。

茶

抹茶人気は日本茶の救世主となるか？ アイス、お菓子、チョコレート: この緑色の粉末茶は日本でも外国でも人々の舌を大いに楽しませている。日本茶の消費は減少しているが、この新たな儲け口はこの傾向にストップをかけることはできるのだろうか？

Twitterより(リツイート: 16、いいね: 28)

抹茶人気は日本茶の救世主となるか？という動画付きのツイートが投稿・リツイートされていた。

ツイートの文章から、抹茶が海外でも人気である一方、日本茶の消費は減少し、認知度や人気が高くないことが読み取れる。日本国内において課題として認識されている問題が、海外でも同様の認識で映像化されている。

- **ガストロノミー**: ミシュランガイド2020が発表され、星を獲得したレストランや日本人シェフ小林圭氏などのニュースが報道されていた。
- **お菓子**: ハロウィンを記念して日本のお菓子をプレゼントするというツイートが投稿・リツイートされていた。
- **茶**: 抹茶人気は日本茶の救世主となるか？という動画付きのツイートが投稿・リツイートされていた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ④日本の食文化に関する話題と評価「特徴的な話題:スペイン」

- ◆ 各国における日本の食文化に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ スペインにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

食事

痩せることに対しての私の日本人の食事へのイメージ

Twitterより(リツイート:58、いいね:1,200)

私は子供の頃から体重が増えないように食べ物に注意しなければなりませんでした。今でも食事に執着しています。日本ではダイエットの種類が多く、ダイエット商品がどんどん出てきています。趣味は食事の準備なので、健康的な食事を試したり、組み合わせたりするのが大好きです。

日本人女性がスペイン語で日本の多様なダイエット食品などを紹介しているYouTube動画を載せたツイートが投稿・リツイートされていた。

お菓子

新しい#KitKat！ 焦がしたほうじ茶のホワイトチョコレートで覆われたバーをお楽しみください！

Twitterより(リツイート:18、いいね:14)

新しいフレーバーであるほうじ茶味のキットカットを紹介するツイートが投稿・リツイートされていた。

KitKatは抹茶を世界に広めた立役者の1つであるが、最近ではほうじ茶を使ったお菓子やスイーツも海外で見られるようになってきた。

調味料

伝統的な料理の革新的な変換を提案します。種は風味、新しい栄養特性、独特の食感を追加します。その中でも、報告書を作成する専門家チームは、マクロビオティック料理で高く評価されているごまと海塩から作られた日本の調味料であるごま塩に焦点を当てています。ごま塩は風味を犠牲にすることなく塩分摂取量を減らす優れた味方です。

ニュースメディア(LaOpinionDeZamora)より

2019年のトレンドを生み出す食品の中で、日本のごま塩を紹介した記事が投稿されていた。

「マクロビオティック」は比較的古くから使われている言葉ではあるが、昨今の世界的な健康志向のトレンドとも相性がよいと考えられる。

- ・ **食事**: 日本人女性がスペイン語で日本のダイエット食品などを紹介しているYoutubeを載せたツイートが投稿・リツイートされていた。
- ・ **お菓子**: 新しいフレーバーであるほうじ茶味のキットカットを紹介するツイートが投稿・リツイートされていた。
- ・ **調味料**: 2019年のトレンドを生み出す食品の中で、日本のごま塩を紹介した記事が投稿されていた。

2019年～2021年 クールジャパン官民連携プラットフォームSNS分析3か年調査

調査結果 - ④日本の食文化に関する話題と評価 「特徴的な話題:シンガポール」

- ◆ 各国における日本の食文化に関連するトレンドがわかる特徴的な話題を抽出した。
- ◆ シンガポールにおける投稿サンプルと、背景にある要因や分析結果を以下に示す。

ラ・リスト

日本食レストランが世界のベストレストランに急浮上
日本のレストラン2軒が「La Liste」の世界のレストランランキングでトップになり、3軒目も権威ある「ガイドのガイド」のランキングで2位に選ばれています。

ラ・リストの上位1,000店舗中に日本は130店舗が入り、国別テーブルでトップとなっている。

ニュースメディア(TheIndependent)より

日本のレストランが世界レストラン格付けの「ラ・リスト」のトップに選出され、国別に見ると上位に選出されるレストランの数が最も多いことが紹介された。

米

9月30日まで、次のThe NEXT Meatless Yakiniku(肉なし焼肉セット)をご注文の方に、鬼滅の刃キーホルダーをプレゼントいたします。Aburi-EN全店にて販売中。

対象商品:プレミアムカルビ丼味噌汁セット

特製ソースで焼き上げた骨なしカルビをプレミアムな日本米にのせて。

※The NEXT Meatless Yakiniku:動物性食品や添加物を使用しない、大豆由来のプラントベース商品。

掲示板(HardwareZone)より

シンガポールの焼き肉店の日本の人気アニメとのコラボレーションが紹介されている。また、プラントベースメニューが対象メニューとなっている。

日本食×プラントベース の掛け合わせが面白い。

発酵食品

日本の文化風土の特徴は、「四季」と「軟水」です。このミネラル分の少ない軟水は、食、衣、美術、工芸などあらゆる文化に影響を与え、日本文化は「軟水文化」と呼ぶことができる。

食:炊飯、出汁、煮物、清酒(醸造酒)、お茶、和菓子、発酵食品など。

衣類:染織品、絹糸など

美術:水墨画や日本画の「にじみ」技法、日本の色彩など

工芸品:和紙など

Twitterより(リツイート:15、いいね:64)

※日本のアカウントによる投稿であるが、シンガポール国内でもリツイートされた。

日本のあらゆる文化は日本の軟水によってもたらされたと紹介されている。

軟水に焦点を当てている点が興味深い。

- ・ **ラ・リスト**:日本のレストランが世界レストラン格付けの「ラ・リスト」のトップに選出され、国別に見ると上位に選出されるレストランの数が最も多いことが紹介された。
- ・ **米**:シンガポールの焼き肉店の日本の人気アニメとのコラボレーションが紹介されている。また、プラントベースメニューが対象メニューとなっていた。
- ・ **発酵食品**:日本のあらゆる文化は日本の軟水によってもたらされたと紹介されている。