

# 海外富裕層の食習慣等を踏まえた日本食品プロモーションの条件に関する助言業務

---

富裕層概況マップ

2021年3月31日

**MRI** 株式会社三菱総合研究所

海外事業本部

スマート・リージョン本部

# 構成

本レポートにおける富裕層のカテゴリー	2
<b>1. 富裕層の分布</b>	3
エリア別分布	4
国別分布	7
富裕層の動き	11
<b>2. 主要国における富裕層の概要</b>	13
対象国	14
対象国における富裕層のタイプ	15
米国	16
中国	17
中東	18
香港	19
シンガポール	20
英国	21
<b>3. 対象4ヶ国・地域における富裕者像</b>	22
米国	23
中国	43
UAE	64
香港	84
<b>参考：調査実施概要</b>	104

## 本レポートにおける富裕層のカテゴリー

- 本レポートでは、富裕層を下記の3カテゴリーに分類する
- なお、本レポートでの「ドル」はUSドルを指す



### **HNWI**

*High-net-worth individual*

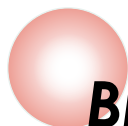
- 保有資産100万ドル以上（約1億円以上）



### **UHNWI**

*Ultra High-net-worth individual*

- 保有資産3000万ドル以上（約30億円以上）
- 一部の富裕層レポートでは「超富裕層」と位置付けられるカテゴリー



### **Billionaires**

- 保有資産10億ドル以上（約1000億円以上）
- 一部の富裕層レポートでは「億万長者」と位置付けられるカテゴリー

---

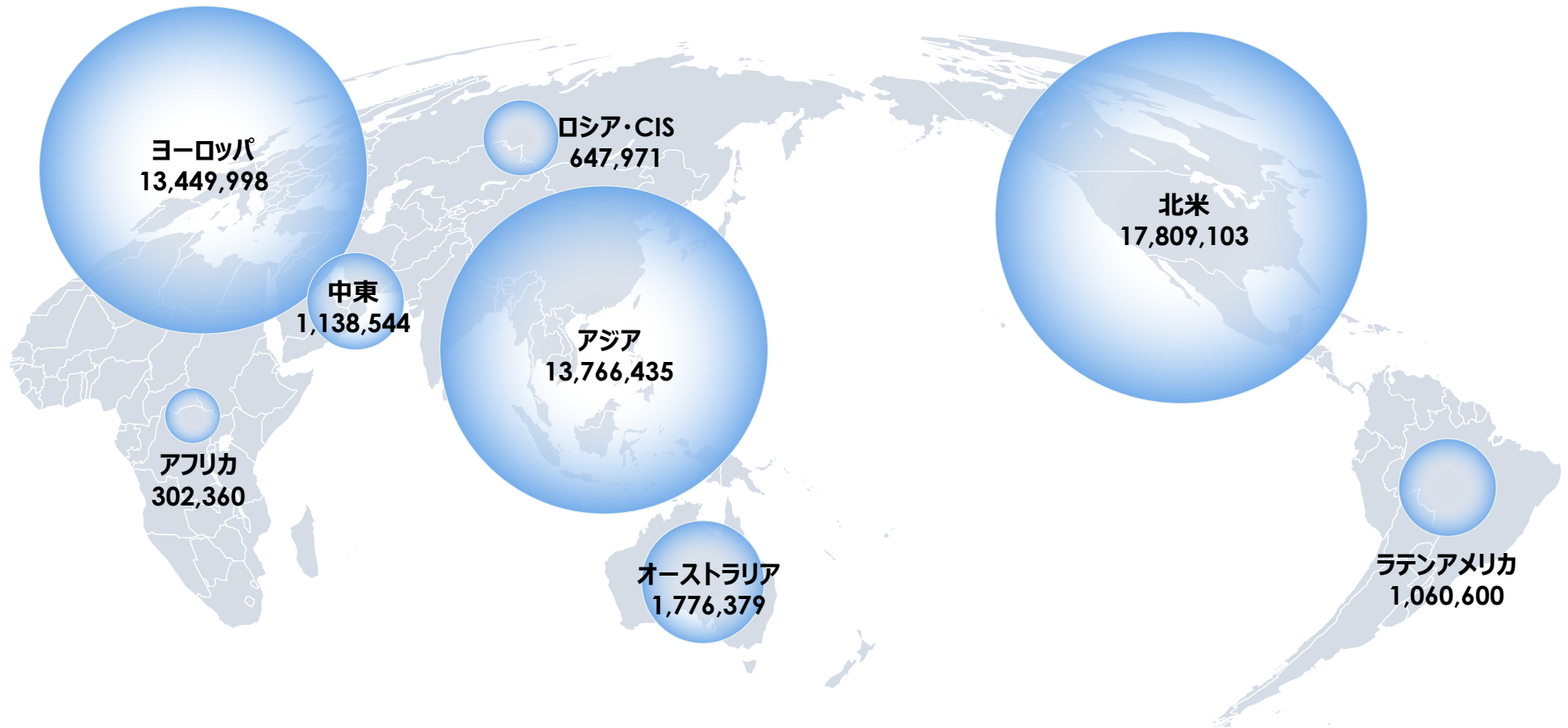
# 1. 富裕層の分布

---

## エリア別分布 | HNWI（100万ドル以上）

■ 保有資産100万ドル以上の富裕層は世界で約5000万人、北米・アジア・欧州に点在

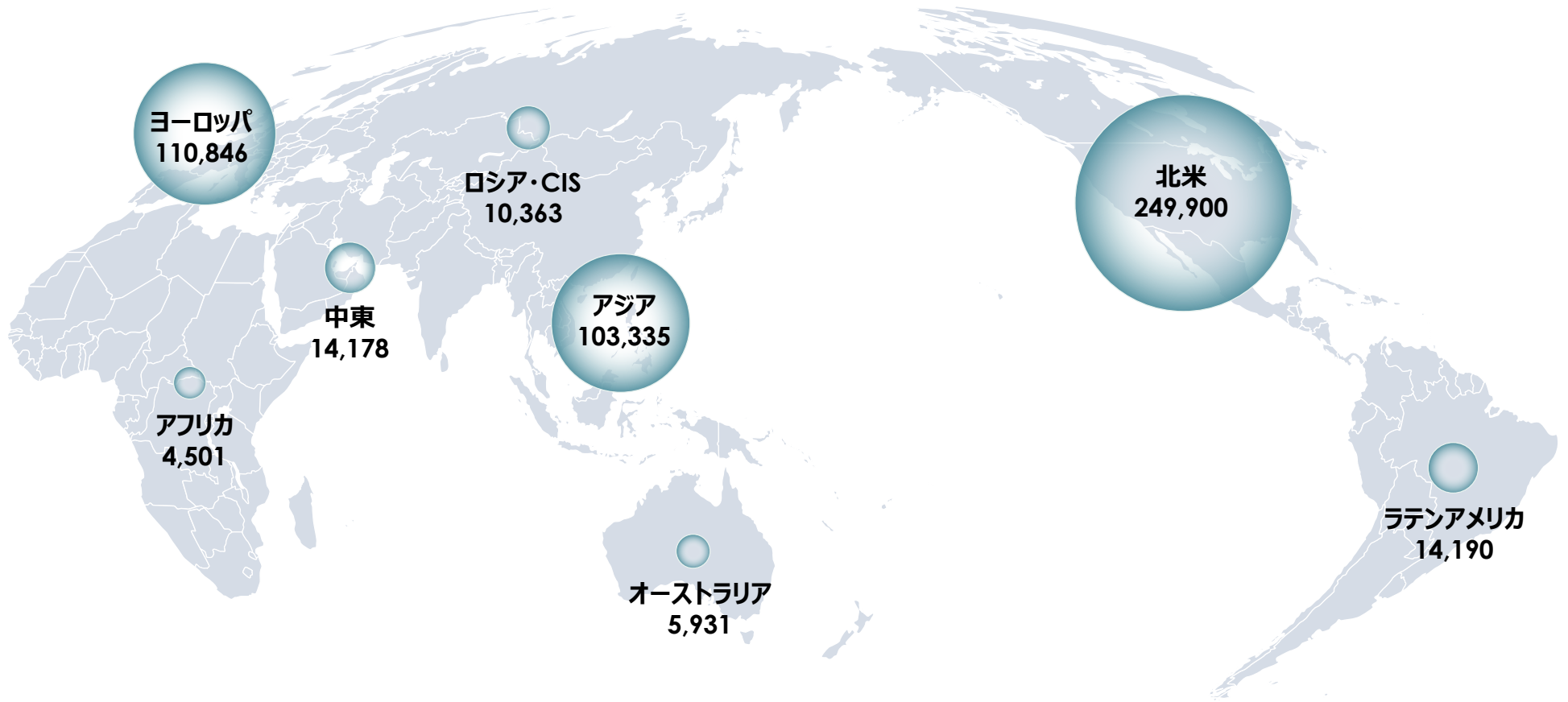
《2019年、人》



## エリア別分布 | UHNWI (3000万ドル以上)

■ 保有資産3000万ドル以上の富裕層は世界で約52万人、主に米国に集中

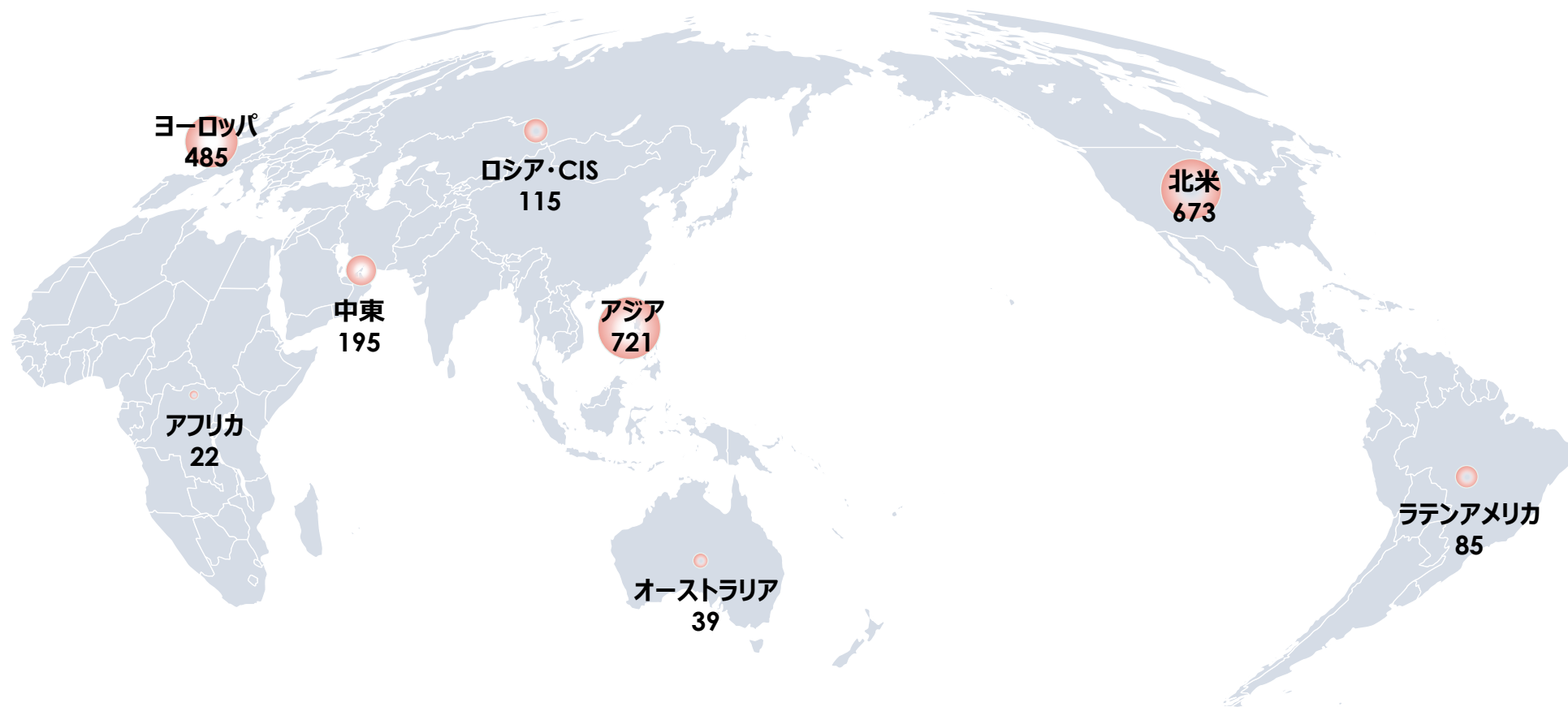
《2019年、人》



## エリア別分布 | Billionaires (10億ドル以上)

■ 保有資産10億ドル以上の富裕層は世界で約2300人、主にアジア（中国）に集中





















《2019年、人》























## 国別分布 |

- いずれの 카테고리でも米国・中国はTop2
- 保有資産100万ドル以上及び3000万ドル以上の傾向は類似、10億ドル以上になると中東比率が高まる





















### 保有資産100万ドル以上\_2019年 (人)

1		US	16,456,543
2		China	7,351,168
3		Japan	3,652,774
4		UK	2,240,146
5		Germany	2,208,163
6		France	2,120,079
7		Australia	1,546,203
8		Italy	1,455,492
9		Canada	1,352,560
10		Spain	1,043,772
11		Switzerland	932,962
12		South Korea	920,090
13		Hong Kong	609,938
14		Russia	504,551
15		Taiwan	464,385
16		Sweden	450,302
17		Brazil	332,556
18		Mexico	315,505
19		India	291,274
20		Saudi Arabia	272,417

### 保有資産3000万ドル以上\_2019年 (人)

1		US	240,575
2		China	61,587
3		Germany	23,078
4		France	18,776
5		Japan	17,013
6		UK	14,367
7		Italy	10,701
8		Canada	9,325
9		Russia	8,924
10		Switzerland	8,395
11		Spain	6,475
12		India	5,986
13		South Korea	5,847
14		Sweden	5,174
15		Saudi Arabia	5,100
16		Brazil	4,812
17		Australia	3,796
18		Mexico	3,790
19		Singapore	3,306
20		Hong Kong	2,737

### 保有資産10億ドル以上\_2019年 (人)

1		US	631
2		China	316
3		Germany	129
4		India	104
5		Russia	103
6		Saudi Arabia	75
7		Hong Kong	71
8		UK	71
9		UAE (United Arab Emirates)	62
10		France	50
11		Italy	44
12		Brazil	42
13		Canada	42
14		Japan	39
15		Taiwan	38
16		Australia	37
17		South Korea	37
18		Switzerland	36
19		Thailand	31
20		Singapore	30

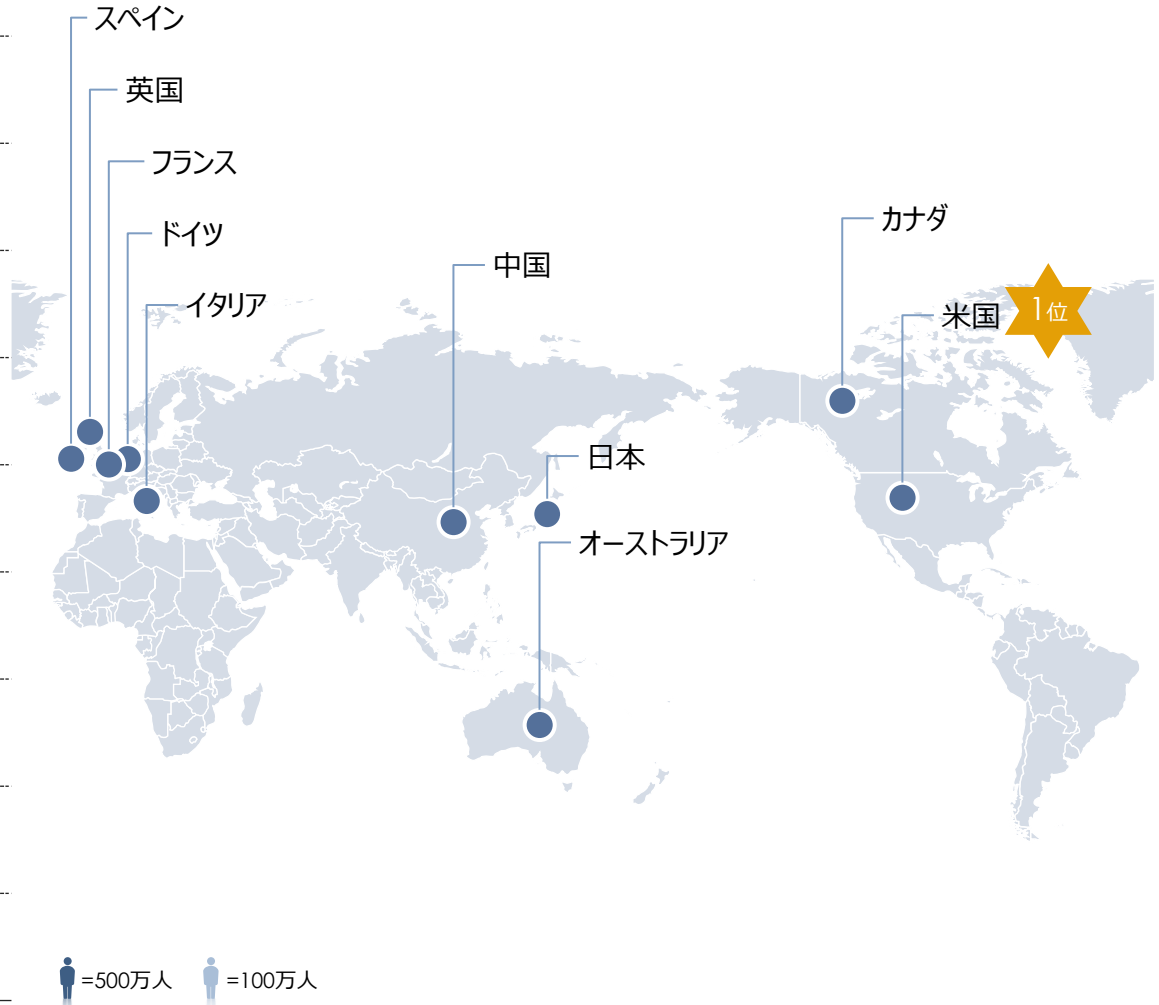


# 国別分布 | HNWI（100万ドル以上）の分布

■ 保有資産100万ドル以上の富裕層の約3割は米国在住

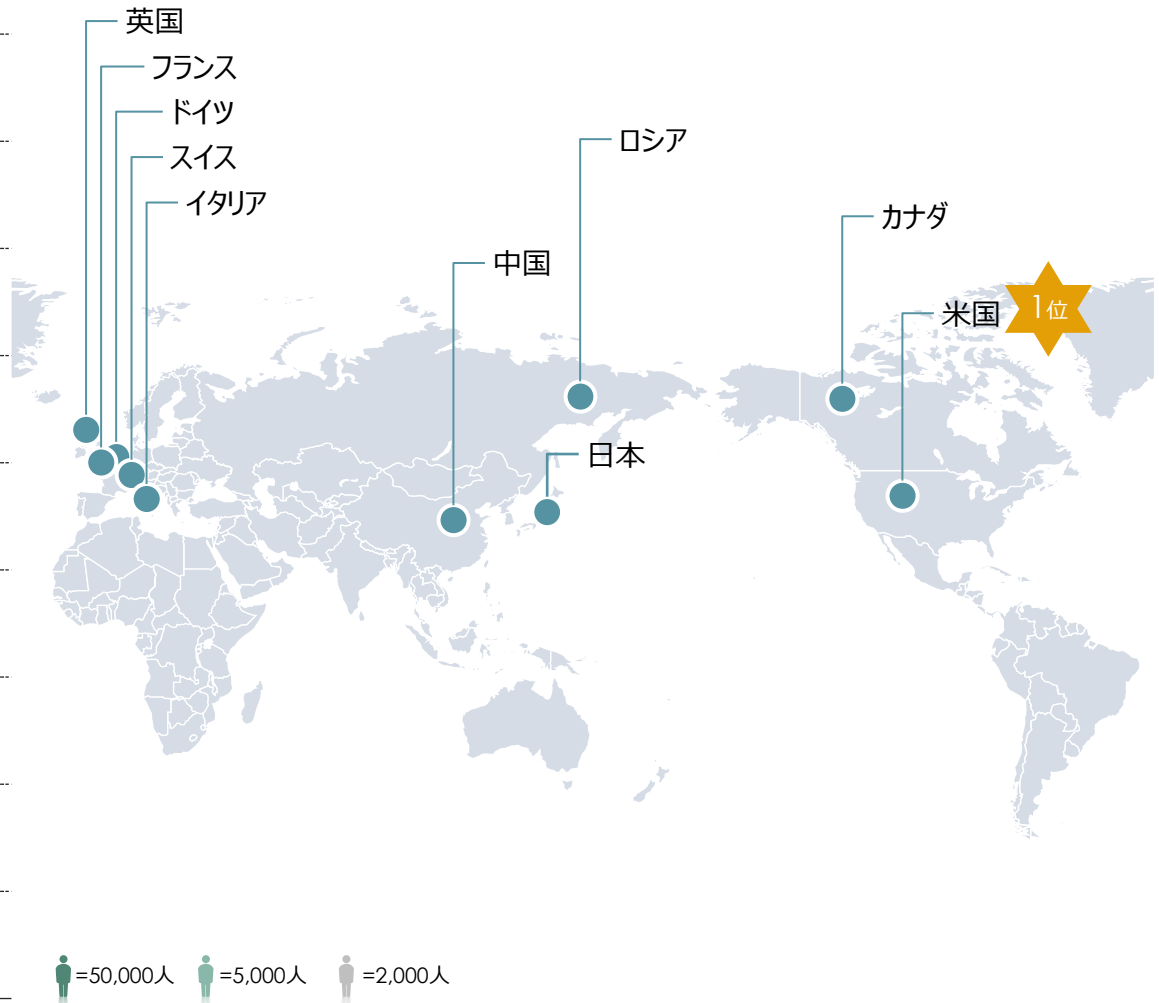
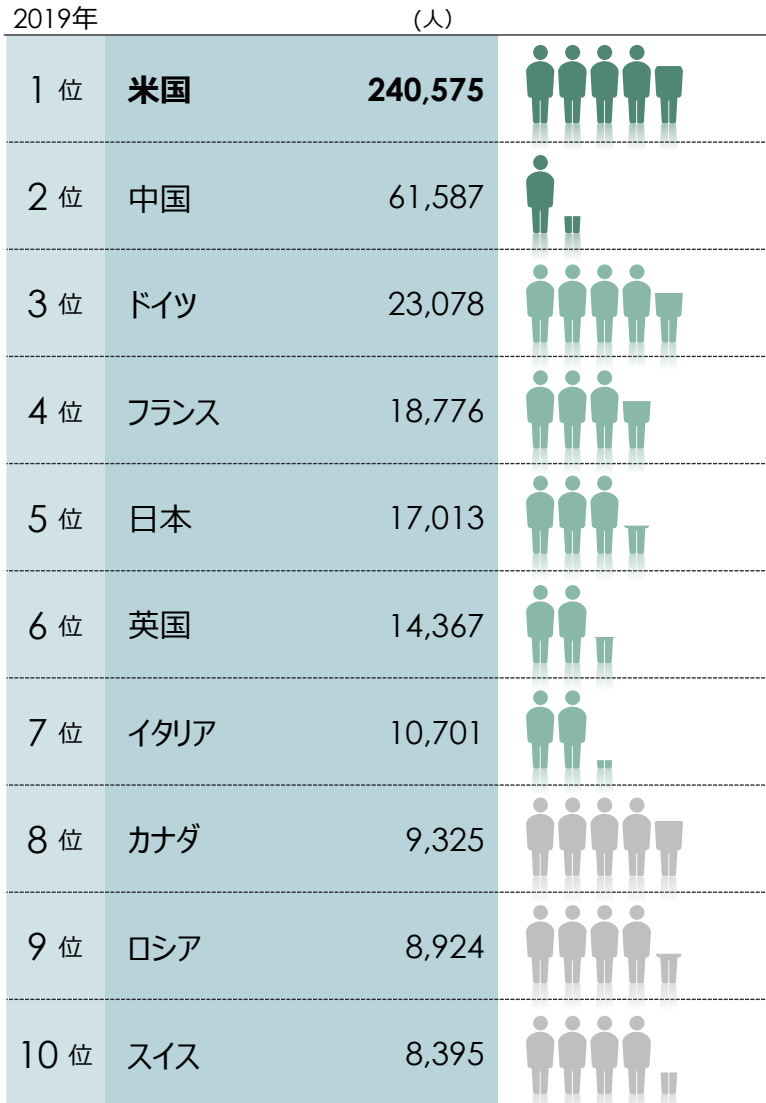
2019年 (人)

1位	米国	16,456,543	
2位	中国	7,351,168	
3位	日本	3,652,774	
4位	英国	2,240,146	
5位	ドイツ	2,208,163	
6位	フランス	2,120,079	
7位	オーストラリア	1,546,203	
8位	イタリア	1,455,492	
9位	カナダ	1,352,560	
10位	スペイン	1,043,772	



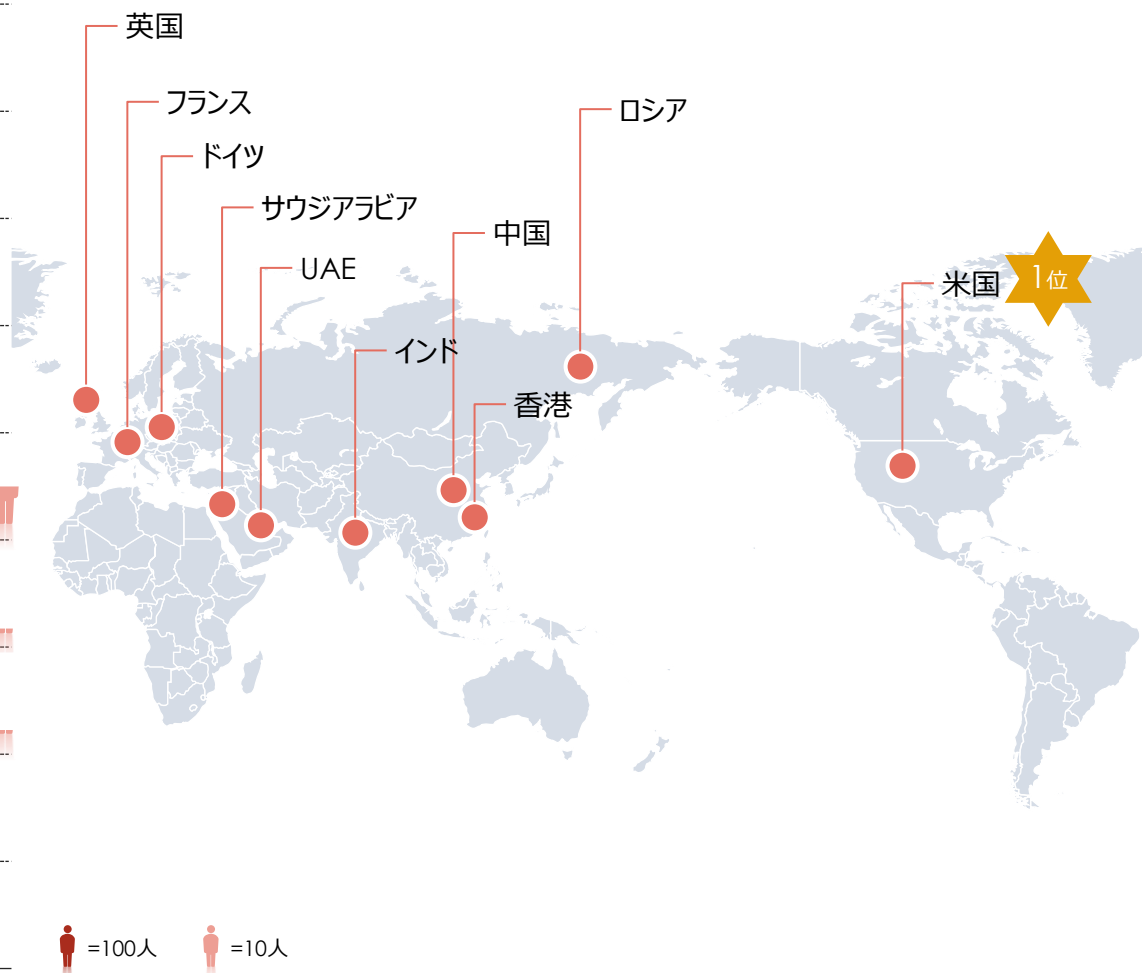
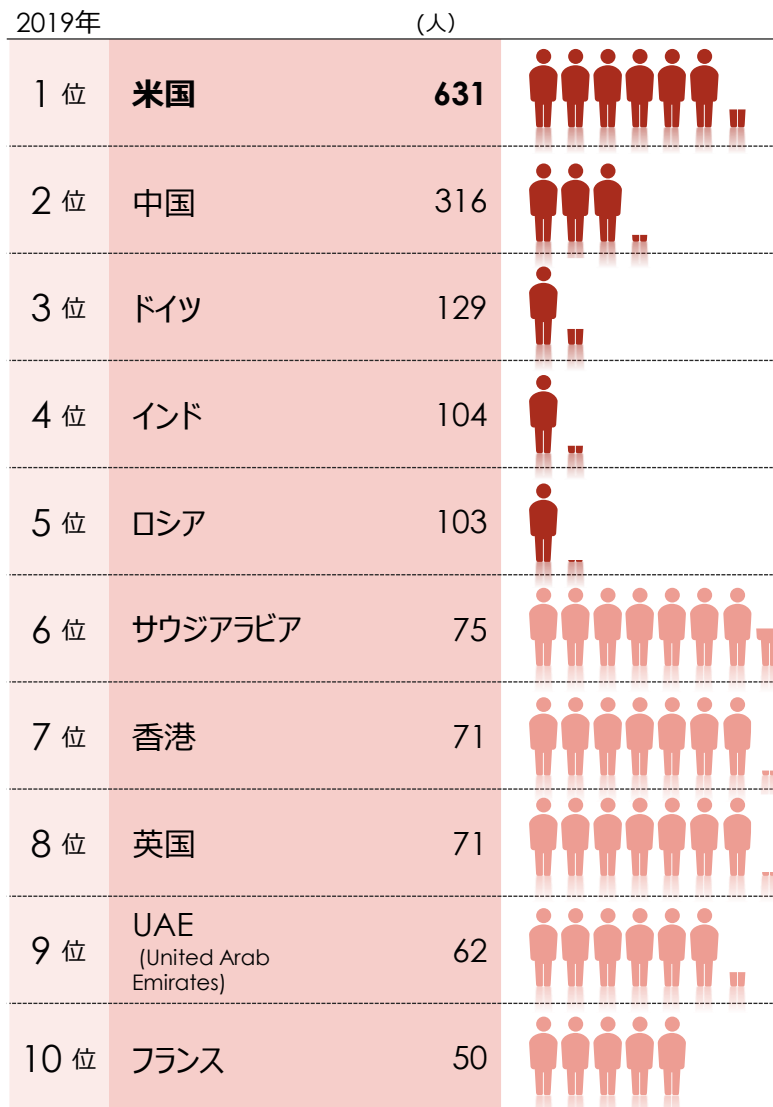
# 国別分布 | UHNWI (3000万ドル以上) の分布

■ 保有資産3000万ドル以上の富裕層の約半数は米国在住、その他欧州諸国に集中



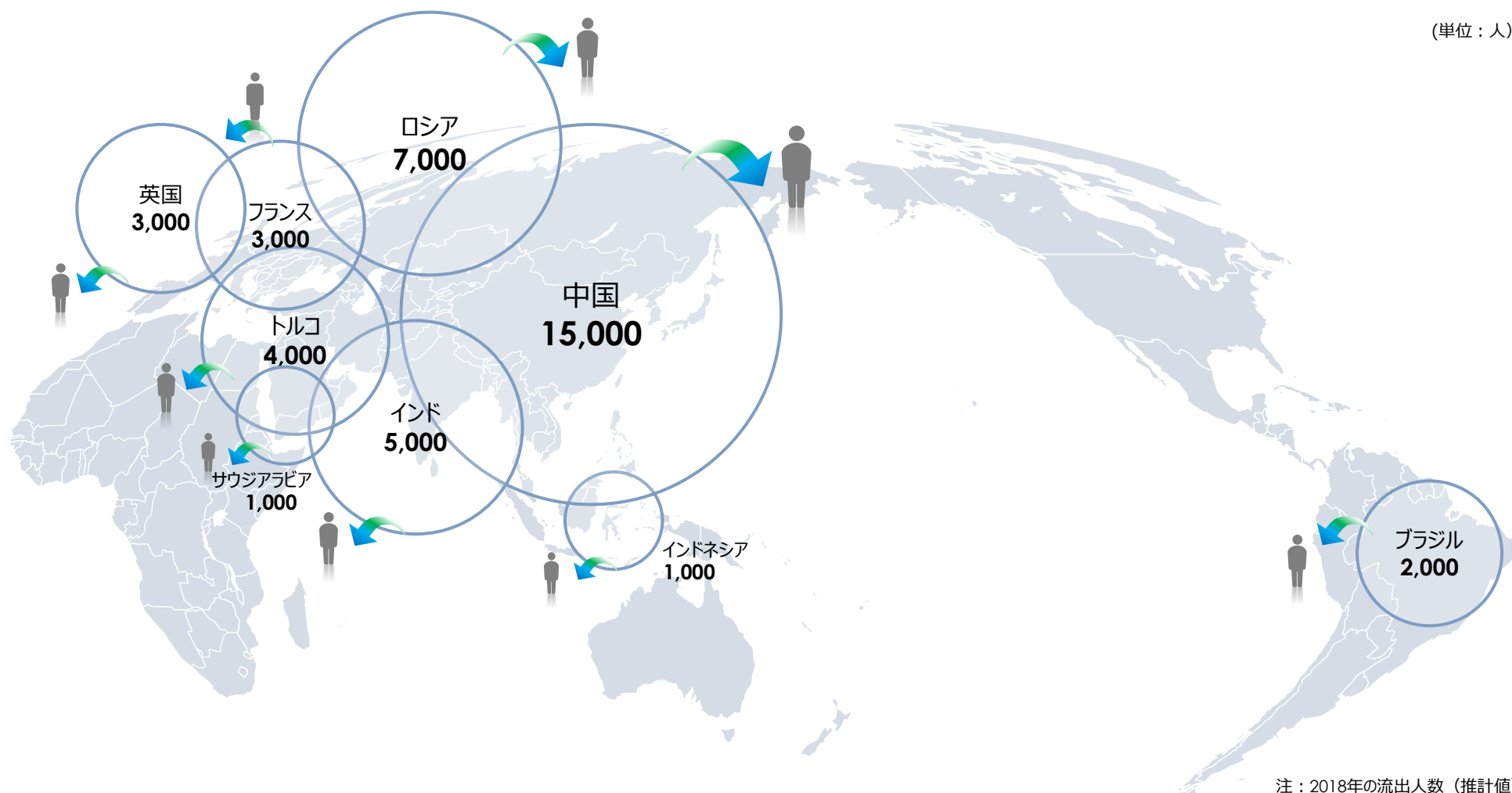
# 国別分布 | Billionaires (10億ドル以上) の分布

■ 保有資産10億ドル以上の富裕層の約3割は米国に在住



# 富裕層の動き | 流出 (HNWI : 100万ドル以上)

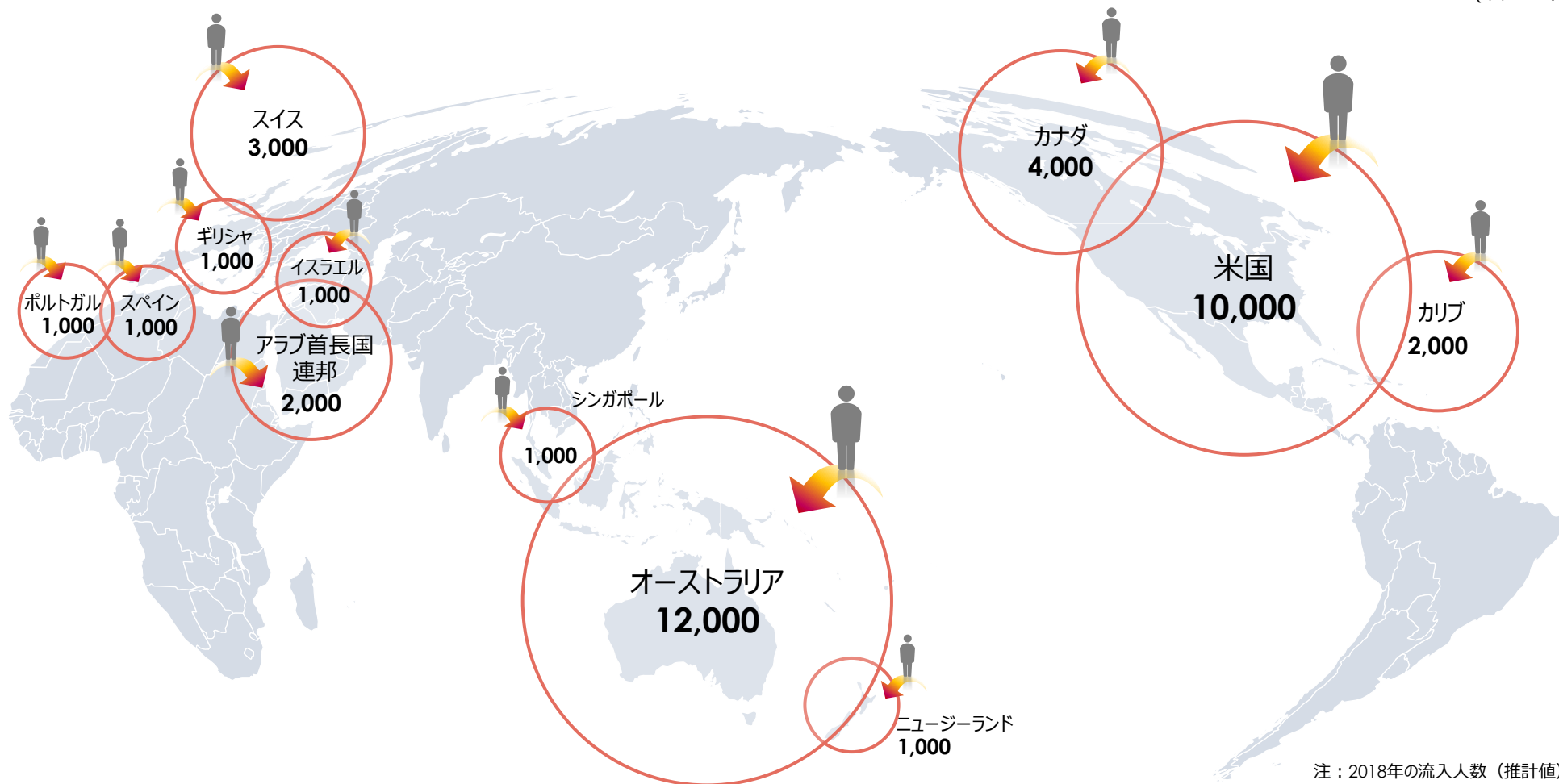
■ 富裕層大国の中国ではあるものの、国外へ移住する傾向が高いのも中国



# 富裕層の動き | 流入・移住 (UHNWI : 3000万ドル以上)

■ 富裕層の移住先として、オーストラリア、北米、UAEが人気

(単位: 人)



注: 2018年の流入人数 (推計値)

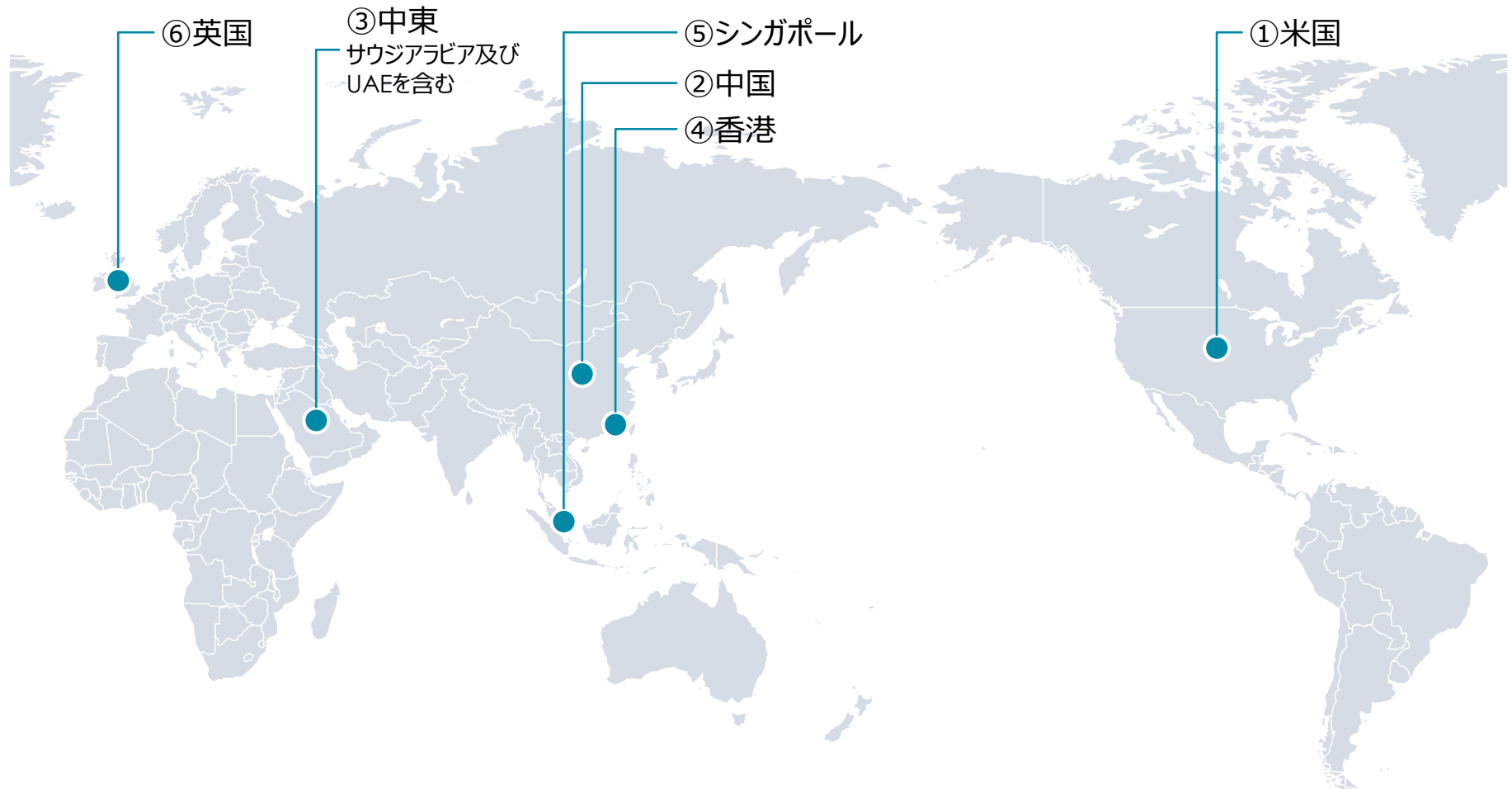
---

## 2. 主要国における富裕層の概要

---

## 対象国

■ 本項では、下記の6カ国・地域における富裕層像を概観



## 富裕層の概況 | 対象国における富裕層のタイプ<sup>o</sup>

- 富裕層は国によって異なる富裕層タイプが存在
- 米国は企業に属する富裕層が多く、中華系は投資家が多い傾向

<p>① 米国</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 企業幹部・重役等</li> <li>● 投資家</li> <li>● プロフェッショナル・専門家</li> <li>● 起業家</li> </ul> <p><i>U.S.A</i></p>	<p>④ 香港</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 起業家・実業家</li> <li>● 不動産投資家</li> <li>● 金融投資家</li> </ul> <p><i>Hong Kong</i></p>
<p>② 中国</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 起業家・実業家</li> <li>● ゴールドカラー</li> <li>● 不動産投資家</li> <li>● 金融投資家</li> </ul> <p><i>China</i></p>	<p>⑤ シンガポール</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 起業家・実業家</li> <li>● 土地・株長者</li> <li>● 金融投資家</li> </ul> <p><i>Singapore</i></p>
<p>③ 中東</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 国支配者一族</li> <li>● 実業家</li> <li>● 政治家</li> </ul> <p><i>Middle East</i></p>	<p>⑥ 英国</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>● 貴族</li> <li>● 王族系</li> <li>● 資産家</li> </ul> <p><i>England</i></p>



# 富裕層の概況 | 米国



## 富裕層のタイプ



### 企業幹部・重役等

大手企業・多国籍企業を渡り歩く企業人  
ビジネスをベースとした生活スタイル

### 投資家

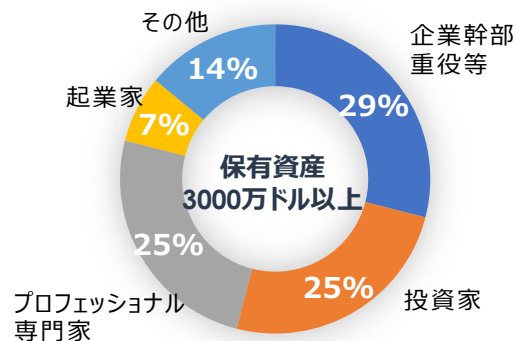
投資家の63%はリタイヤ組、半リタイヤ組も  
14%存在し、悠々自適なライフスタイル

### プロフェッショナル・専門家

弁護士、医師、ブローカー等の専門家集団  
社会的ステータスも高い

### 企業家

ITベンチャー等で財を成した後はエンジェル  
投資家に転身するケースも



## 居住エリア・住まい



### 都市部に集中

主にカリフォルニア州、ニューヨーク州、フロリ  
ダ州の都市部を好む傾向



## 生活スタイル



### 熟年世代富裕層 (1945以前生まれ)

儉約志向で、無駄にしない・欲しがらないを  
モットーとした生活スタイル

### ベビーブーマー世代富裕層 (1946~1964 生まれ)

個人の自由や自己表現が大切。楽観主義  
で若々しい生活スタイル

### X世代富裕層 (1965~1979生まれ)

起業家世代。一代で財を築き、消費額も桁  
違いな贅沢スタイル

## 関心事項・ネットワーキング



### 慈善活動

億万長者の過半数(56%)が社会方針に従事  
富裕層の責務との意識大

### レジャー (旅行・スポーツ観戦・アート)

旅行・スポーツ観戦も、慈善活動に次ぐ関心事。  
事。

### ネットワーキング |

- ボックス席でのスポーツ観戦
- 社交パーティー
- チャリティーパーティー

## 食スタイル



### 超富裕層はオーガニック志向

大半がオーガニック購入者。ウェルネスコーチ  
やホリスティック専門家へ相談も  
一方で遺伝子組み換え食品は気にならない

### ビリオネアは個々のこだわり

Amazon CEO: 「ゆったりとした朝食」のため  
に朝の会議は厳禁  
テスラCEO: 朝食は採らずチョコレートバー等。  
昼食も仕事の合間に軽食程度  
ビルゲイツ: 3~4缶/日のコーラとチーズバー  
ガーが日課

# 富裕層の概況 | 中国



## 富裕層のタイプ



### 起業家・実業家

ITを中心に、幅広い業種での実業家

### ゴールドカラー

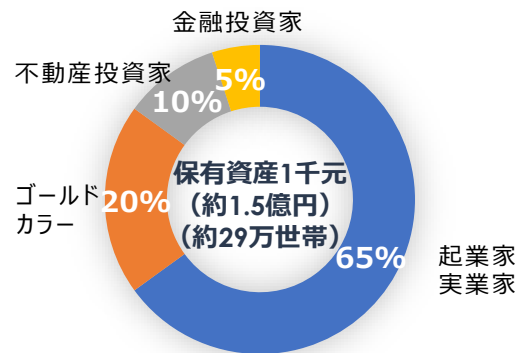
大財閥や多国籍企業のトップ層。高額な年俸や配当金などで安定した高収入

### 不動産投資家

主に富裕層による不動産投資で、複数の物件を所有

### 金融投資家

株や先物などの金融投資に携わるプロ集団



## 居住エリア・住まい



### 都市部に集中

富裕層は北京と上海に集中  
持ち家の平均的な広さは300㎡以上  
立地や近隣住民との環境を重視するため、  
自然と富裕層エリアを形成  
空気環境のよい副都心エリアを好む傾向も



## 生活スタイル



### ネット・アプリ大国

富裕層に限らず中国ではSNS、アプリが数多く存在し、ライフスタイルに欠かせない。情報収集だけでなく情報発信、買い物等がアプリを通じて行われ、食生活においても例外ではない。若い富裕層の主な購入ルートは携帯アプリ。

### 伝統・風習を重んじる

アプリやSNSの浸透と合わせて、従来の伝統文化やそれに起因するイベントは決してないがしるにしない。特に年配の富裕層は、旧正月と中秋等を重んじ、その季節にあった食事や家族、同族、客人をもてなす。

## 関心事項・ネットワーキング



### 伝統的ネットワーキング

従来の伝統的な文化や知識を共有しながらネットワークを築く。書道や京劇など楽しみながらも伝統を守ることを使命とする人も多い。

### 西洋型ネットワーキング

昨今では、ヨットやゴルフ等の西洋型の会員制クラブも浸透。

#### ネットワーキング |

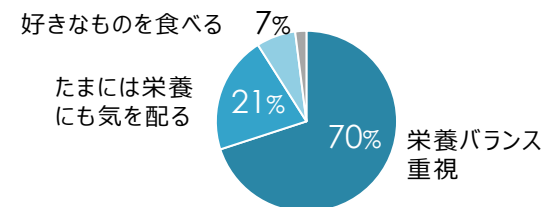
- 大学同窓会
- ビジネススクール同窓会
- 会員制クラブ

## 食スタイル



### 健康・栄養に注視

健康意識は高く、安全性もさることながら「栄養バランス」に高い関心  
栄養は「野菜・果物」等自然由来を好む傾向



# 富裕層の概況 | 中東

Middle East

## 富裕層のタイプ



### 支配層一族

いわゆる王族で、石油等の資源で巨万の富を成す血縁関係が濃い

### 実業家

非資源分野（建設、不動産、銀行・投資、IT等）の企業幹部、起業家など

### 政治家

王族遠戚も多く、資源収入、建設投資等から権力と富を保有

## 居住エリア・住まい



### 4都市に集中

アブダビ、リヤド、ドバイ、ジェッダの4都市

### 複数所有で使い分け

平均4つの住宅を所有

大家族のためファミリーハウスで日常は都市部で生活、避暑時は郊外の別荘へ

別荘は海外（英国、米国、フランス、UAE、スイス）所有も一般的



## 関心事項・ネットワーキング



### 贅沢（支配層一族）

自分の時間を楽しむことに財を投下

### 宗教と自分時間のバランス（実業家）

仕事もプライベートも宗教も熱心なストイックさ

### 美容・健康（女性）

家事はしないが、食等を通じて熱心に美を追求

### 施し

施しの意識が強くフードロスを貧困層へ提供等

- ネットワーキング
- 社交パーティー（特に血縁者）
  - 宗教やライフスタイル上のイベント（ラマダン、イード・アル=フィトル、結婚式等）

## 生活スタイル



### 支配層一族

プライベートジェット、チャーター便等、超高級志向ナイトクラブ、ビーチパーティではアルコールも摂取

### 裕福なビジネスマン

早起きの習慣（午前4時から5時の間に起床）  
自分自身を大切にしている時間（音楽を聴く、運動をする、旅行する等）

## 食スタイル



### イベント

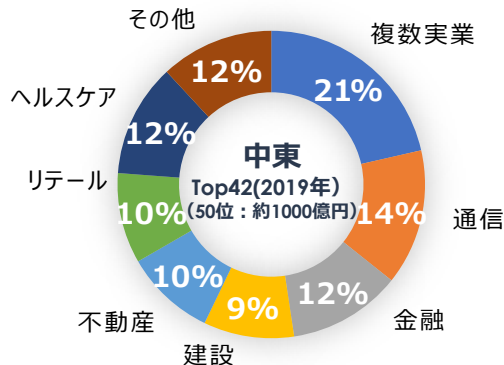
週末は夫婦や親族の複数家族が集いランチやディナー。社交パーティーはオープンビュッフェ、家庭料理誕生日、ビジネスミーティング、婚約パーティ、結婚式でふるまう料理の質と量が富裕層のレベルを示す

### 宗教との関係

イスラム教徒であっても豚肉を食べたり、飲酒する人もラマダン終了後に宴に富裕層は互いに招待しあう

### 嗜好性

日本食、すし、刺身などもブーム  
一流レストランのケータリング、プライベートシェフ  
ロブスター、羊、ラクダ、子牛等健康的な食事を好む  
子どもたちは甘いもの、塩辛いものを好み、健康課題



# 富裕層の概況 | 香港



Hong Kong

## 富裕層のタイプ



### 起業家・実業家

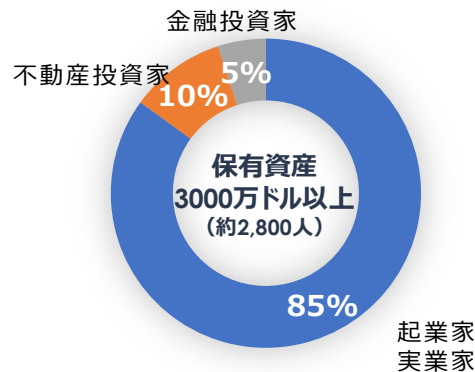
一代で財を成した起業家、老舗家業を継承する財閥等さまざま

### 不動産投資家

香港における土地事情から不動産投資による財を形成

### 金融投資家

香港富裕層のタイプで最も西洋化の傾向、米国等への移住組も多い



## 居住エリア・住まい



### 香港島・西貢区が高所得エリア

富裕層の多くは香港島半山等の1等地に一軒家を構え居住

土地の少ない香港では持ち家を持つこと自体が富裕層のシンボル



## 生活スタイル



### シンプル・素朴（起業家・実業家）

早寝早起き、食事は定時、瞑想や早朝ゴルフ等の日課も含め規則正しい生活スタイル

### 家庭的・伝統的（不動産投資家）

不動産資産を家業として後継者に引き継ぐことが多く、家族のつながりを重視し家族でのイベントが多い

### 贅沢・高級、西洋式（金融投資家）

他のタイプに比べて贅沢かつ西洋的な生活スタイルが多く、アメリカ移住組も多い

## 関心事項・ネットワーキング



### 家族・親族との時間

億万長者でもシンプルライフを好む例も多く、血族や同族等の結束は固い。週末に3世代集まって飲茶を楽しむのもネットワーキング

### レジャー（スポーツ観戦・レース観戦）

観戦時に食を楽しみながらネットワーキングを行うなど、香港富裕層にとっては食は切っても切れない重要な位置づけ

ネットワーキング ↓ 会員制クラブ

- 同業種クラブ（役人等）
- 食事とレース等を楽しむ会員制クラブ

## 食スタイル



### 健康・栄養に注視

比較的年齢層が高い起業家や不動産投資家は、特に健康意識が高く、あっさりした味を好む

日常の家庭での食事は質素で、家族とともに食卓を囲むスタイル

### 宴会でのもてなし

ビジネスシーン、家族のイベントなど、各種オケージョンでは宴会が一般的

ここでは贅をつくすことでホストの役目を果たすことから宴会は大規模、贅沢となる傾向

## 富裕層の概況 | シンガポール



Singapore

## 富裕層のタイプ



## 起業家・実業家

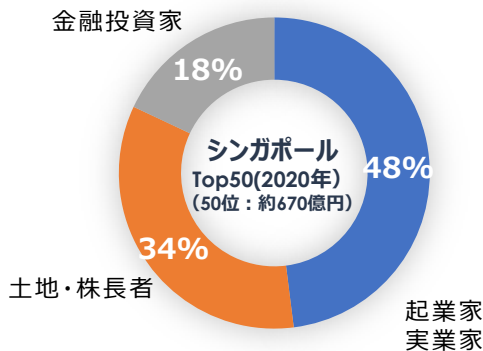
シンガポールに集まる大手多国籍企業  
や金融機関の幹部やアジア統括

## 土地・株長者

2代目、3代目の後継者が多く、生まれ  
ながらのセレブ

## 金融投資家

シンガポールの中ではインド系が多い



## 居住エリア・住まい



## 狭い国土に富裕層エリアが点在※

**マリーナベイ** | S\$4,000万～：

代表的な高級エリアで海外のバイヤーにも人気

**ホランドヒルズ** | S\$3,000万～：

中級/上流、シンガポール人、外国人等が混在

**オーチャード** | S\$3,000万～：

商業・ショッピングの中心地

**セントーサ島** | S\$2,500万～：

南海岸沖のリゾート地。唯一、外国人が土地付き  
家屋を購入できる一角がある



※金額は各地区のマンション価格の相場

## 生活スタイル



## 節約家

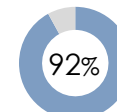
ちょっとした食べ物や飲み物に浪費をしない  
ものは簡単に捨てず、売ってお金にする

## ただし子供への投資は惜しまない

最大の投資先は子ども。教育にはお金も時間もかける

## 高い健康意識

「富を増やすことよりも健康に投資す  
ることが重要」とする回答者92%



UBS 調べ※

## 仕事とプライベートの切り替え

仕事と私生活のバランスを取り、労働時間を減らし、  
週末と休日は仕事をしない

## 関心事項・ネットワーキング



## ステータス

希少価値のあるコレクションがステータスシンボル

## インフルエンサー（発信）

若手富裕層は家業よりもSNS発信に熱心

## 教育

教育熱心で高額な学費を厭わず、子弟は米国、  
英国への留学あるいは国内名門校へ

- ネットワーキング
- 若手向けのStraits Clan
  - 老舗クラブのTanglin Club
  - 外国人富裕層向けCricket Club

## 食スタイル



## オンとオフの格差

日常は質素な食生活。メイドが市場で安価な  
食材を購入、食費の紐はしっかりと締める

## 美食家多し、ヘルシー志向

「食を慎む」のは健康意識の高さから

## 高級レストランは限定的

オンの夕食は高級レストランで嗜むことを好む  
ただし、限られた数の高級レストランしかなく、  
富裕層の集う場所は限定的で、会員制クラ  
ブに流れる要因

# 富裕層の概況 | 英国



England

## 富裕層のタイプ



### 起業家・実業家資産家

IT系、航空会社・鉄道・レンタカーなど、ここ40-50年で起業

### 資産家

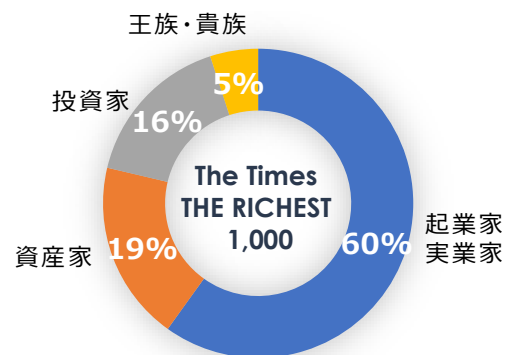
一代では築けない規模の資産を有する古からの地主等

### 投資家

主に金融投資家。ロンドン・シティを中心に金融街を渡り歩く金融プロフェッショナル

### 王族・貴族

Duke、Marquess、Earl、Viscount、Baronの称号を持つ世襲制貴族



## 居住エリア・住まい



### 郊外・都市部

王族・貴族は親類縁者の人たちと近くに住む傾向あり

核家族が主流

資産家はドーセット、ノッティンガム、ロンドン一等地のホランドパーク等に土地を所有



## 生活スタイル



### 王族・貴族

財団を設立して資産管理する等、財産の減少・消失の防止に取り組む

### 資産家

郊外の自宅に住み、夜明けの白鳥を見るために日常的に乗馬する優雅な生活

### 投資家

ロンドンの日本株やアジア株ファンド関係者はアジア時間に合わせた早寝早起きの生活・勤務時間

## 関心事項・ネットワーキング



### Noblesse oblige

貴族は社会的責任を伴う階級であり、「チャリティへの寄付等は社会から要請されるもの」

### 芸術品愛好家・競馬、白鳥

城や芸術品に私財を投入  
馬主であったり、白鳥を所有したりと動物愛護

### Instagram（発信）

ウェブで起業した起業家は圧倒的なユーザー数を誇るInstagramや自身のサイトを保有

#### ネットワーキング |



- 大学同窓会
- ビジネススクール同窓会
- 会員制クラブ

## 食スタイル



### イングリッシュブレックファースト・アフタヌーンティー

これらはもともと貴族の文化。今は一般庶民にも定着。毎日は摂らない

### 身なり

普段からより食生活に気を遣い、スリムな体系を維持

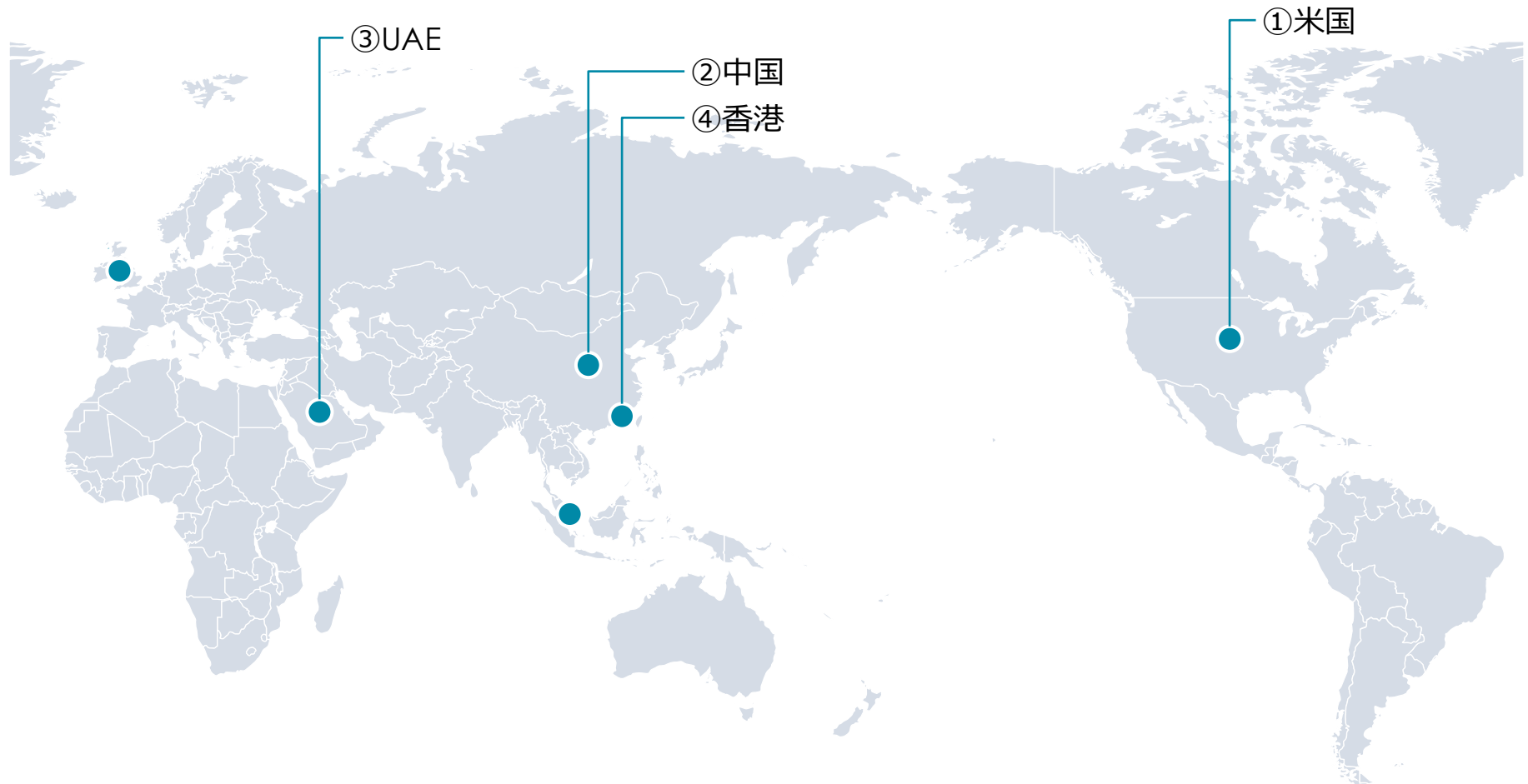
---

## 3. 対象4ヶ国・地域における富裕層像

---

## 対象国

- 本項では、下記の4カ国・地域における富裕層像についてインタビュー調査及びアンケート調査を踏まえて整理





---

# 米国

---



*U.S.A*

# 米国富裕層の概況 | 1. 概要



## 1. 生活スタイル

- 平日・オフの日ともに朝は早くから起床。オフの日は就寝がやや遅めになるが、平日と大差ない生活リズム。
- 食事には時間をかけず、重要と認識している朝食も30分程度。
- 日中のティーブレイクも一般的ではなく、保有資産3000万ドルのカテゴリーで一部好まれる。
- 保有資産が多い富裕層の中には、食事の時間は流動的で、夕食が深夜近くになる場合も。

## 2. 関心事項

- 健康増進、等身大であること、知的好奇心、マインドフルネスが日常の関心事項。
- 買い物では利便性が共通した重視点。保有資産が多いと、これに加えてブランドやラグジュアリー、希少性も重視。
- 日常で情報発信に関心があるカテゴリーでは、食品・食材に対して環境配慮への感度が他のカテゴリーに比べて高くなるなど、日常の問題意識の高さが食材選択にも影響。

## 3. 食事に対する意識・スタイル

- 食は「生きる糧」として位置付けている富裕層が多く、文化等も含めて食を楽しむカテゴリーは1割程度。
- 富裕層が最も重要視しているのは、平日の朝食。
- 一方、平日・オフの日ともに、夕食はリラックス、コミュニケーションの観点から重要。
- 全般的に内食が多く、外食は特に昼食に集中。保有資産が多くなると外食比率がやや高まる傾向。

## 4. 訪日経験と日本食への関心

- 訪日経験者は2～4割弱と限定的だが、訪日経験に関わらず日本食を食べた経験やの関心は高い。
- 訪日経験がある人は新しい食材を試すことが多い人が多い。買い物時に希少価値への関心が相対的に高いカテゴリーであり、新しいもの・珍しいものへの感度が高い可能性。
- 日本に対して清潔・礼儀正しい・安全なイメージを持っており、日本食にも鮮度・健康的な食材のほか、丁寧な作り方や美しい盛り付け等「素晴らしい食文化」との評価の声も。

# 米国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



## 生活時間

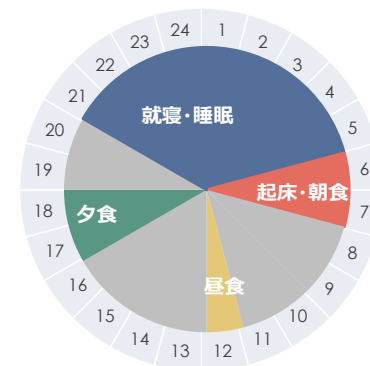
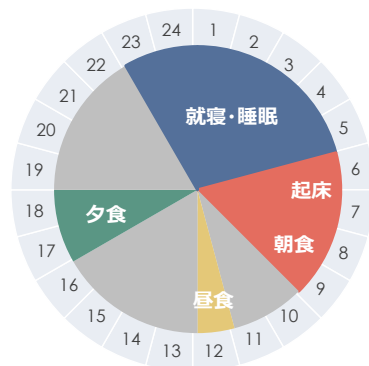
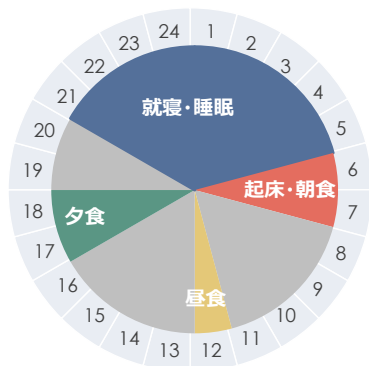
- 米国の富裕層は、平日より遅めに就寝する以外は、平日と祝日・オフの日で類似した生活リズム

HNWI : 100万ドル以上  
(n=109)

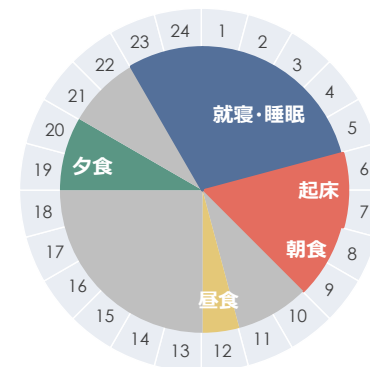
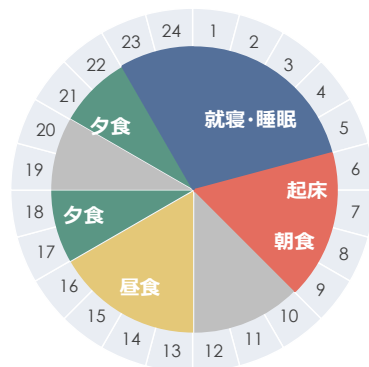
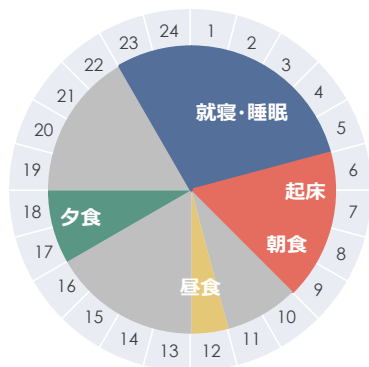
UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=40)

Billionaires : 10億ドル以上  
(n=63)

### 平日



### 祝日・オフの日



# 米国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



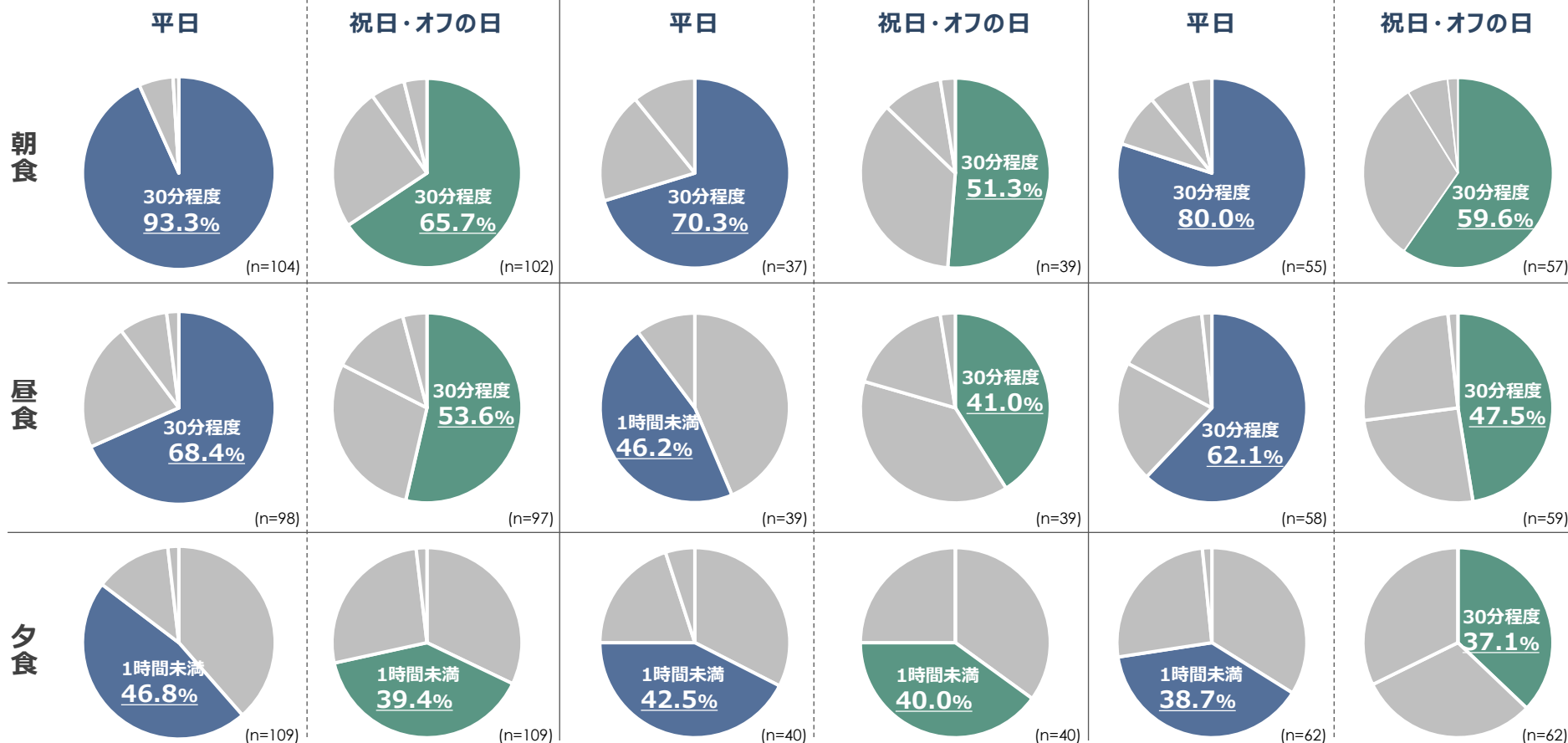
## 食事に かける時間

- 米国の富裕層は、**食事に長い時間をかけない傾向**
- 朝食は平日、オフの日、保有資産に関わらず「30分程度」が多く、夕食も「1時間未満」が最も多い

### HNWI : 100万ドル以上

### UHNWI : 3000万ドル以上

### Billionaires : 10億ドル以上





# 米国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

## 生活時間

- 米国では**ティーブレイク**を採る習慣は**3000万ドル以上のカテゴリー**が相対的に多い
- いずれもカテゴリーでも、**夜以降がティーブレイクの時間**

	午前中のティーブレイク	午後のティーブレイク	食後のお酒/ お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/ お茶やコーヒータイム
平日	HNWI : 100万ドル以上 (n=109)	採る 38.5%	採る 48.6%	採る 51.4%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=40)	採る 80.0%	採る 70.0%	採る 75.0%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=63)	採る 46.0%	採る 46.0%	採る 57.1%
祝日・オフの日	HNWI : 100万ドル以上 (n=109)	採る 39.4%	採る 38.5%	採る 47.7%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=40)	採る 80.0%	採る 82.5%	採る 75.0%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=63)	採る 49.2%	採る 49.2%	採る 57.1%

# 米国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



## 生活時間・食事にかける時間

- インタビューでは朝食は通常7~8時だが、昼食は2時、夕食は8時と、**遅い時間に食べている**との回答
- **3000万ドル以上、10億ドル以上のカテゴリー**の回答では、100万ドル以上よりも**流動的な時間帯で食事**をしており、**夕食が23時**のこともある



(インタビュー調査)

### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 毎日規則正しく食事や飲み物を摂っています。平日は朝食を8時頃に摂りますが週末はその時によります。昼食は午前11時から**午後2時**、**夕食は午後8~9時**の間です。

▶ 女性 | 53才 HNWI : 100万ドル以上 (> 600万ドル)

- 朝は7時に食べて、**昼は2時**に食べて、**夜は8時**に食べる。

### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 47才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 7,000万ドル)

- 朝食 7~11時 - **昼食 2:30pm** - **夕食 8~10:00**、フレキシブルです。11時に大量の朝食を食べたり、**深夜に夕飯**を食べたりすることもあります。

### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 32才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 80億ドル)

- 朝食は7 : 45、昼食は12時、夕食は19時、**遅い夕食**をとるときは23時。



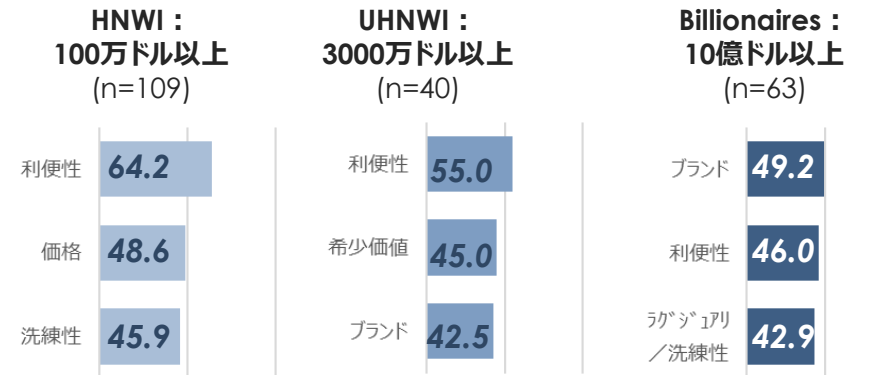
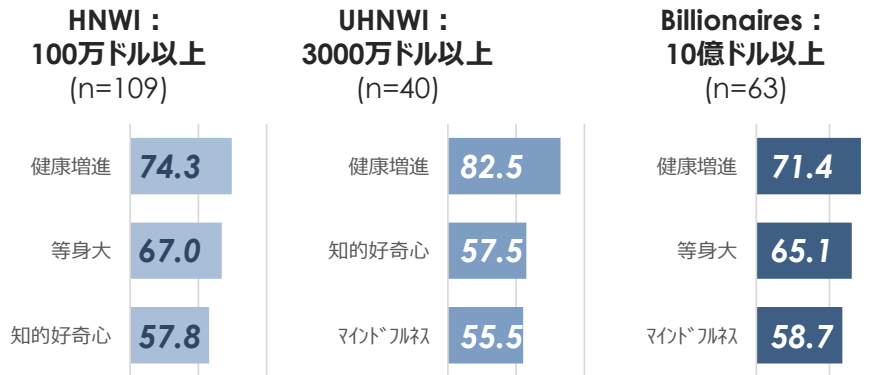
# 米国富裕層の概況 | 3. 関心事項

## 日常の関心事項

- **健康増進**、**等身大**であること、**知的好奇心**、**マインドフルネス**が日常の関心事項

## 買い物時の重視点

- **利便性**は共通した重視点
- 超富裕層以上では、**ブランド**や**ラグジュアリー**、**希少性**も重視
- インタビューでは、**鮮度**・**ヘルシー**・**品質**を重視



(インタビュー調査)

(インタビュー調査)

▶男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

● 最近自己発見に熱中するようになり、瞑想が大好きになりました。瞑想すると自分の心が解放され、はっきりと物事を考えることができます。仏教について数多くの本を読みましたがその中で最も良かったのはリック・ハンセンの「ブッダの脳」です。本から学ぶことは多いです。

▶男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

● 新鮮かつ高品質な食材を買います。

▶女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

● 私はいつも旅行と新しい食事に惹かれています。ハイキングをして、新しいトレイルを探検するのが好きです。今は短期的にカリフォルニアで過ごし、健康的なライフスタイルを探求することに重点を置いています。

▶女性 | 53才 HNWI : 100万ドル以上 (> 600万ドル)

● 常に新鮮な食品は冷凍や缶詰ではありません。私たちの健康を維持する食べ物かを確認します。

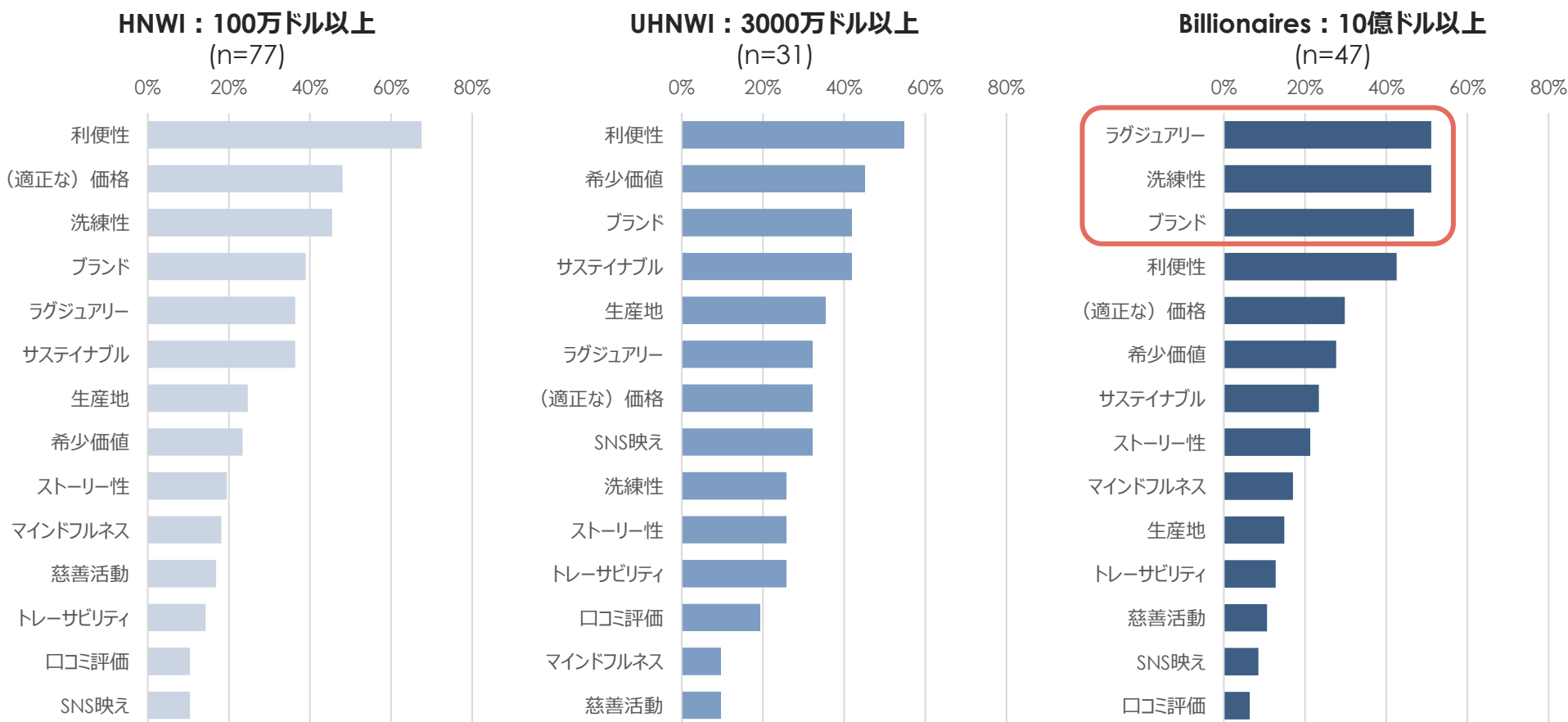
# 米国富裕層の概況 | 3. 関心事項



## 買い物時の重視点

- 日本食に関心があるカテゴリにおいては、特に保有資産が多いカテゴリで、**ラグジュアリーさや洗練性、ブランド**が訴求効果を有する可能性

### ▶「日本食に関心がある」人の買い物時の重視点







# 米国富裕層の概況 | 3. 関心事項

## 日常の関心事項と食材の重視点

- 日常で情報発信に関心があるカテゴリーでは、食品・食材に対して環境配慮（食べ残しがでない、パッケージ等）への感度が他のカテゴリーに比べて高く、**日常の問題意識の高さは食材選択にも影響**する可能性

### ▶ 食材に対して重視する点

(%)

▼ 日常の関心事項

	全体	安全性	ストーリー性	マインドフルネス	風味・味・香り等	栄養素やダイエット	環境配慮	利便性	新鮮、鮮度	認証（オーソライズ機関）	製造企業ブランド、メーカー	見た目、美的要素	季節性	納得感のある価格	希少価値	特にこだわりはない
全体	309	44.0	7.8	11.3	78.0	39.8	20.1	35.3	63.1	10.7	12.9	20.1	19.1	25.2	4.9	1.6
マインドフルネス	150	53.3	15.3	18.7	78.7	43.3	27.3	40.0	61.3	16.0	18.0	20.7	21.3	24.7	6.7	0.0
等身大	190	45.3	7.9	10.0	82.6	42.6	21.1	40.0	70.0	12.1	13.2	26.8	19.5	31.1	5.8	1.1
ミニマム志向	92	54.3	8.7	13.0	81.5	47.8	29.3	40.2	65.2	17.4	13.0	27.2	20.7	40.2	8.7	0.0
健康増進	220	48.2	9.1	10.0	80.9	46.8	25.0	37.3	66.8	12.7	13.6	21.4	21.8	25.0	5.9	0.5
知的好奇心	158	46.8	9.5	12.0	82.3	42.4	24.1	38.6	65.2	12.7	12.0	21.5	19.0	31.6	5.1	0.6
情報発信（ライフスタイル等の発信）	81	58.0	14.8	19.8	77.8	40.7	32.1	27.2	45.7	16.0	22.2	16.0	18.5	12.3	11.1	0.0
情報発信（社会活動、問題提起）	74	55.4	16.2	18.9	75.7	40.5	35.1	35.1	50.0	18.9	17.6	16.2	20.3	10.8	8.1	1.4
ステータス維持・確保	76	51.3	14.5	17.1	77.6	42.1	27.6	30.3	57.9	11.8	18.4	15.8	21.1	17.1	13.2	1.3
サステイナブル社会への貢献	118	52.5	13.6	16.1	82.2	45.8	36.4	37.3	61.9	19.5	19.5	24.6	22.9	28.0	9.3	0.0
チャリティ活動の実践	112	50.0	13.4	14.3	80.4	47.3	28.6	32.1	62.5	17.0	17.0	19.6	23.2	23.2	9.8	0.9
人との交流	148	48.6	10.1	13.5	83.1	39.9	27.0	41.9	70.9	15.5	16.9	25.7	22.3	31.8	6.8	0.0
宗教（信仰）の実践	95	43.2	12.6	11.6	80.0	47.4	25.3	38.9	71.6	15.8	20.0	25.3	16.8	34.7	8.4	0.0

全体+10ポイント
  全体+5ポイント
  全体-5ポイント
  全体-10ポイント



# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

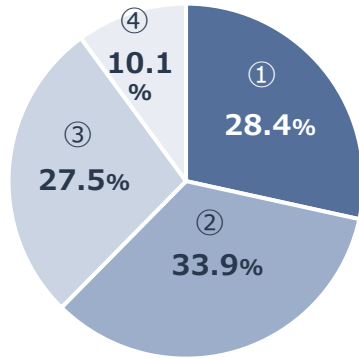
## 「食」の位置づけ

- いずれのカテゴリーでも、**食を生きる糧として位置付けている**カテゴリーが3～4割存在
- **文化等も含めて食を楽しむカテゴリーは1割程度**
- インタビューでは**女性が比較的重要**と見ており、**Billionaires（億万長者）が楽しむ位置づけ**

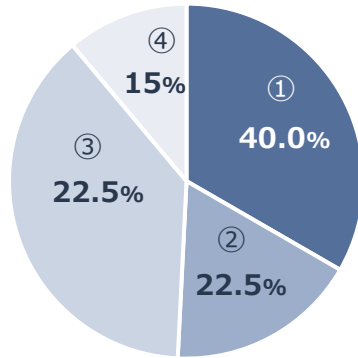


(インタビュー調査)

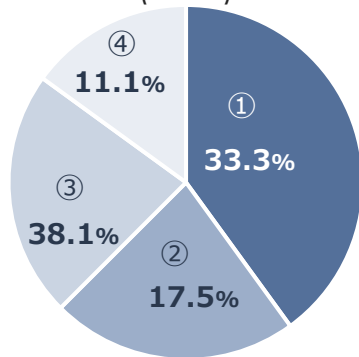
HNWI : 100万ドル以上  
(n=109)



UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=40)



Billionaires : 10億ドル以上  
(n=63)



- 凡例 |
- ① 生きる糧
  - ② 味を楽しむ
  - ③ 食べることを楽しむ
  - ④ 文化等を楽しむ

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- ジャンクフードを食べずに**健康的な生活をするためにも、ただ単に重要**。不健康なファストフードを避け、健康的な食事をするルールを自分に課す必要があります。

▶ 男性 | 32才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 80億ドル)

- 家族がいつも一番。**食は家族を一つのテーブルに集め会わせてくれます。友達と楽しい時間を過ごすこともできます。生きるために食べています。**

▶ 女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- **食は極めて重要**です。健康的な食事をして、素晴らしい食事を楽しむことは、**人生を楽しむものです。おしゃれをして、素敵なお食事をしながら友達に会うのはいつでも楽しいものです。**

▶ 女性 | 53才 HNWI : 100万ドル以上 (> 600万ドル)

- 私たちの**家族が常に一緒にいるためには、重要**ですが、私たちの価値観では、健康的な食事をして、私たちの食生活に加えて素晴らしい何か新しいものを試してみることを大切にしています。

# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 富裕層が最も重要視しているのは、**平日の朝食**。前述の「生きる糧」として一日の最初の食事を重要視と推察
- 一方、平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視

HNWI : 100万ドル以上



(%)

	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	当て はまらない /わからない
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=97)	<b>34.0</b>	2.1	10.3	1.0	24.7	2.1	2.1	4.1	1.0	0.0	0.0	16.5	0.0	2.1	0.0
(n=109)															
2.特に重要だと思う食事	<b>44.0</b>	5.5	22.9	4.6	<b>45.9</b>	4.6	5.5	25.7	4.6	17.4	4.6	37.6	4.6	3.7	11.0
3.特にリラックスできる時間	16.5	11.9	16.5	11.9	<b>30.3</b>	8.3	8.3	22.9	7.3	11.0	8.3	<b>34.9</b>	8.3	5.5	9.2
4.家族との時間として大切な食事	14.7	6.4	12.8	5.5	<b>54.1</b>	7.3	5.5	11.9	5.5	12.8	5.5	<b>47.7</b>	6.4	3.7	9.2
5.友人・知人と採ることが多い食事	5.5	4.6	15.6	9.2	14.7	4.6	3.7	4.6	2.8	14.7	3.7	<b>25.7</b>	5.5	0.9	<b>35.8</b>

# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 超富裕層も同様に、最も重要視しているのは**平日の朝食**で、平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視
- 一部、**午後のティータイム**も友人・知人との**コミュニケーション**の場

UHNWI : 3000万ドル以上



(%)

	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	当て はまらない /わからない
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=38)	<b>28.9</b>	5.3	15.8	5.3	15.8	2.6	2.6	2.6	0.0	5.3	0.0	13.2	0.0	2.6	0.0
(n=40)															
2.特に重要だと思う食事	<b>47.5</b>	17.5	40.0	15.0	<b>42.5</b>	5.0	5.0	35.0	15.0	32.5	12.5	40.0	5.0	10.0	5.0
3.特にリラックスできる時間	15.0	25.0	7.5	22.5	<b>30.0</b>	7.5	12.5	20.0	20.0	22.5	10.0	<b>27.5</b>	7.5	7.5	5.0
4.家族との時間として大切な食事	17.5	17.5	7.5	20.0	<b>47.5</b>	7.5	7.5	12.5	7.5	22.5	17.5	<b>40.0</b>	2.5	7.5	7.5
5.友人・知人と採ることが多い食事	10.0	7.5	<b>22.5</b>	<b>22.5</b>	17.5	15.0	10.0	7.5	7.5	15.0	7.5	<b>25.0</b>	15.0	10.0	10.0

# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 超富裕層も同様に、最も重要視しているのは**平日の朝食**で、平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視

Billionaires : 10億ドル以上



(%)

	平日							祝日 オフ							当てはまらない/ わからない
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=60)	<b>30.0</b>	8.3	8.3	0.0	15.0	0.0	3.3	0.0	1.7	5.0	0.0	28.3	0.0	0.0	0.0
(n=63)															
2.特に重要だと思う食事	41.3	15.9	23.8	7.9	<b>36.5</b>	7.9	9.5	20.6	6.3	19.0	4.8	<b>41.3</b>	9.5	4.8	4.8
3.特にリラックスできる時間	23.8	15.9	23.8	14.3	<b>31.7</b>	14.3	9.5	23.8	9.5	25.4	9.5	<b>31.7</b>	11.1	4.8	7.9
4.家族との時間として大切な食事	20.6	11.1	15.9	11.1	<b>39.7</b>	4.8	12.7	15.9	4.8	17.5	6.3	<b>41.3</b>	4.8	7.9	14.3
5.友人・知人と採ることが多い食事	14.3	12.7	<b>28.6</b>	12.7	15.9	6.3	7.9	9.5	4.8	14.3	12.7	<b>28.6</b>	6.3	4.8	<b>30.2</b>

# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



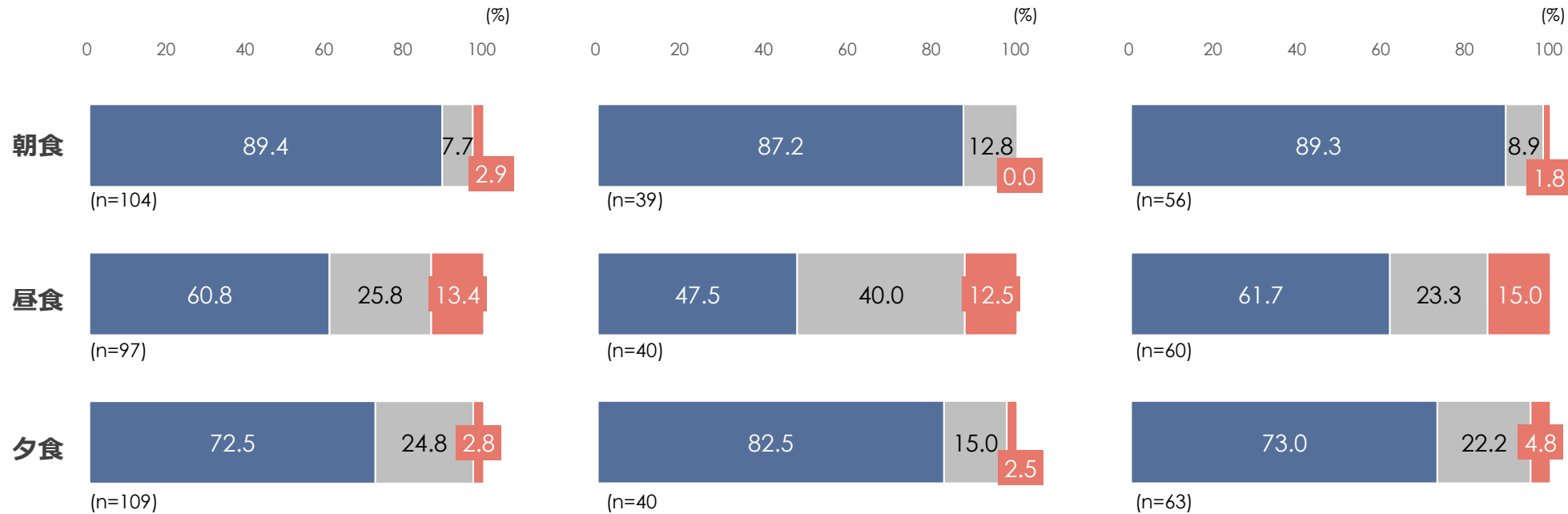
## 食事のスタイル

- 全般的に**内食が多く**、外食は特に昼食に集中

HNWI : 100万ドル以上

UHNWI : 3000万ドル以上

Billionaires : 10億ドル以上



凡例 | ■ 内食が多い ■ 内食・外食半々程度 ■ 外食が多い

# 米国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 食事のスタイル

- インタビューでは、**100万ドル以上のカテゴリーは内食が基本で外食が昼食**だが、**300万ドル以上と10億ドル以上のカテゴリーは外食が多い**



(インタビュー調査)

### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 65才 HNWI : 100万ドル以上 (> 300万ドル)

- 外食は主に昼食時です。夜は友人と外出することもあります。夕食で外食することは殆どありません。

▶ 女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- 料理が好きなので、家で食べますが、週に3~4回は外食もしています。

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 息子と自宅で朝食をとるのが好きですが、実際には殆どの場合新しい場所を発見するために外食することが多いです。

### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 47才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 7,000万ドル)

- 必ず外食にしています。

### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 32才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 80億ドル)

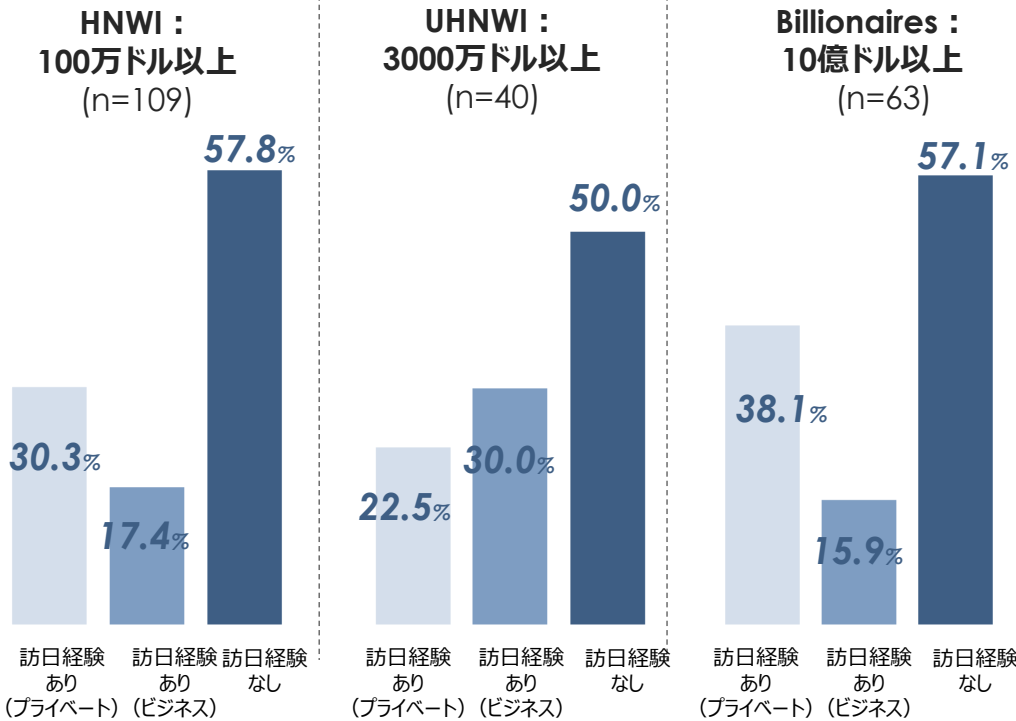
- 両親の家か外で食べます。家で作ったり食べたりはしません。

# 米国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



## 訪日経験

● 訪日経験がある富裕層は2~4割弱と限定的



## 自国で流行りそうな日本食



(インタビュー調査)

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)  
 ・何と言ってもおにぎり。梅干し、黒ゴマといった具材も流行りそう

▶ 男性 | 65才 HNWI : 100万ドル以上 (> 300万ドル)  
 ・イカ焼き、たい焼きなどの食べ歩きで売っている食べ物は米国で人気が出ると思います。団子も流行るかもしれません。

▶ 女性 | 53才 HNWI : 100万ドル以上 (> 600万ドル)  
 ・テイクアウトやデリバリーが簡単なものや、自宅で簡単に調理や調理ができるものが多いと思います。

▶ 男性 | 47才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 7,000万ドル)  
 ・海苔を使ったもの

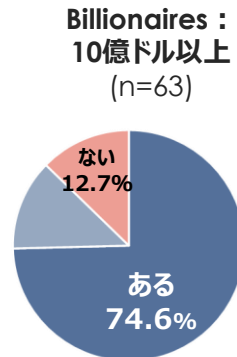
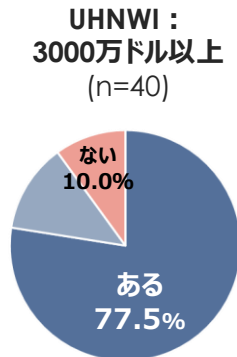
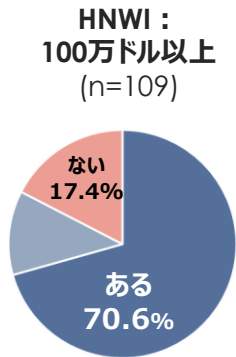




# 米国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 日本食への関心

- 訪日経験に関わらず**日本食への関心は高く**、いずれの  
カテゴリーでも7割強
- インタビューでは**骨付き魚や貝類、匂い・味の濃い  
(独特、強い)もの、納豆を除き**、基本的に日本食  
を好む



(インタビュー調査)

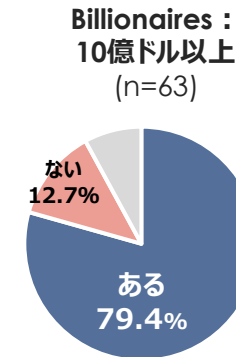
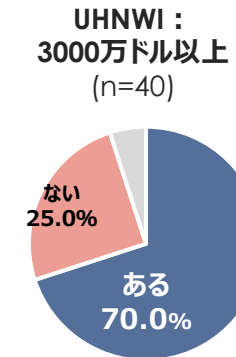
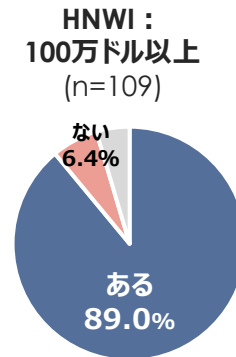
▶ 女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)  
・うなぎ以外は好きです。

▶ 男性 | 65才 HNWI : 100万ドル以上 (> 300万ドル)  
・特に嫌いなものはなくて、何でも食べます。

▶ メディア向けインタビュー (Condé Nast Traveler)  
・特にアメリカ人は骨付きの魚を好んで食べない。貝類や、匂いの強い魚、納豆  
(食感や匂いが嫌い)、味の濃いものは嫌われる傾向にある

## 日本食を食べた経験

- 訪日経験に関わらず、**日本食を食べた経験も高く**、**7~9割**に達する
- インタビューでは、**家族・友人との外食**で日本食を食べたことがあるとの声が多い



(インタビュー調査)

▶ 女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)  
・お寿司が大好き。美味しいお寿司屋さんを知っている友達と外食しています。

▶ 男性 | 65才 HNWI : 100万ドル以上 (> 300万ドル)  
・妻や友人と一緒に日本食レストランで食事をします。寿司とツナにぎりを食べる  
事が多いです。高級食材店で新鮮な寿司詰めを買うときもありますが、日本  
食レストランで食べる方が美味しいです。

▶ 男性 | 32才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 80億ドル)  
・日本食は好きです。家族や友人と1か月に2・3回食べます。街には良い日本  
食レストランがあるので行ってみたいです。



# 米国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

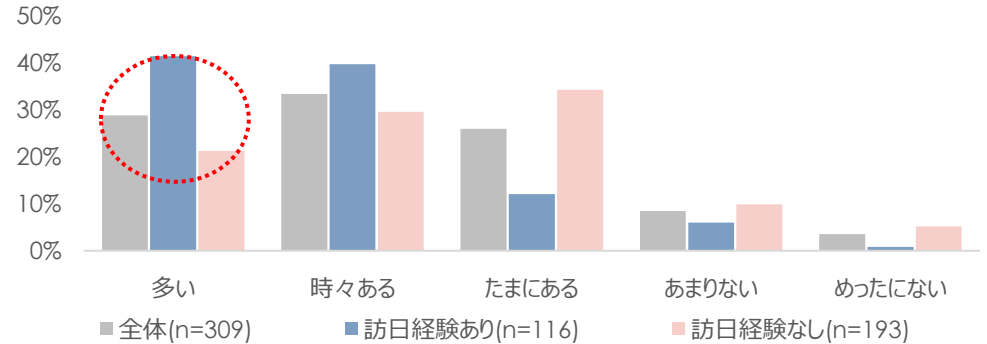
## 訪日経験と日本食への関心

- 日本食への関心は、訪日経験は影響せず、**訪日経験がない人も日本食への関心**を示す
- 訪日経験がある人は、**新しい食材を試す人が多く**、また、買い物時に**ラグジュアリーさや希少価値への関心**が相対的に高いカテゴリであり、**新しいもの・珍しいものへの感度が高い可能性**

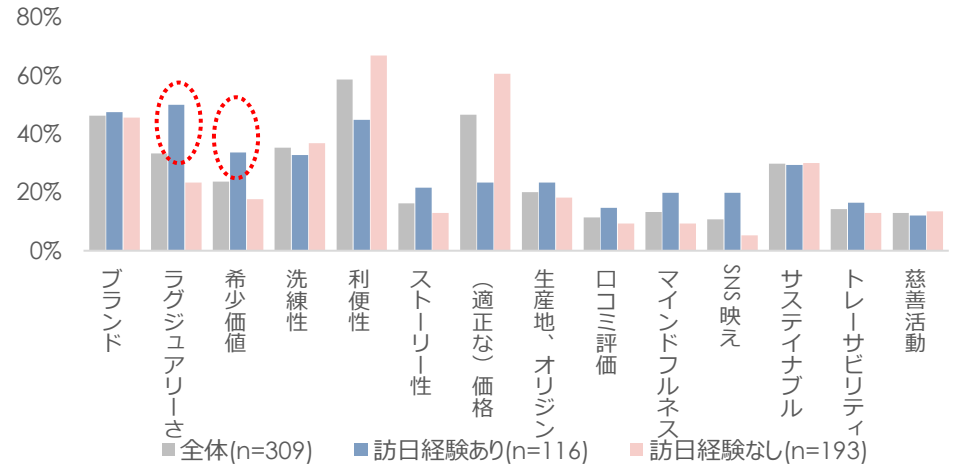
▼日本食への関心

### ▶訪日経験

		訪日経験	
(n=309)		あり	なし
日本食への関心	あり	29.8% 92人	39.8% 123人
	どちらとも いえない	4.5% 14人	10% 31人
	なし	3.2% 10人	12.6% 39人



訪日経験がある人の方が、新しい食材を試すことが多い



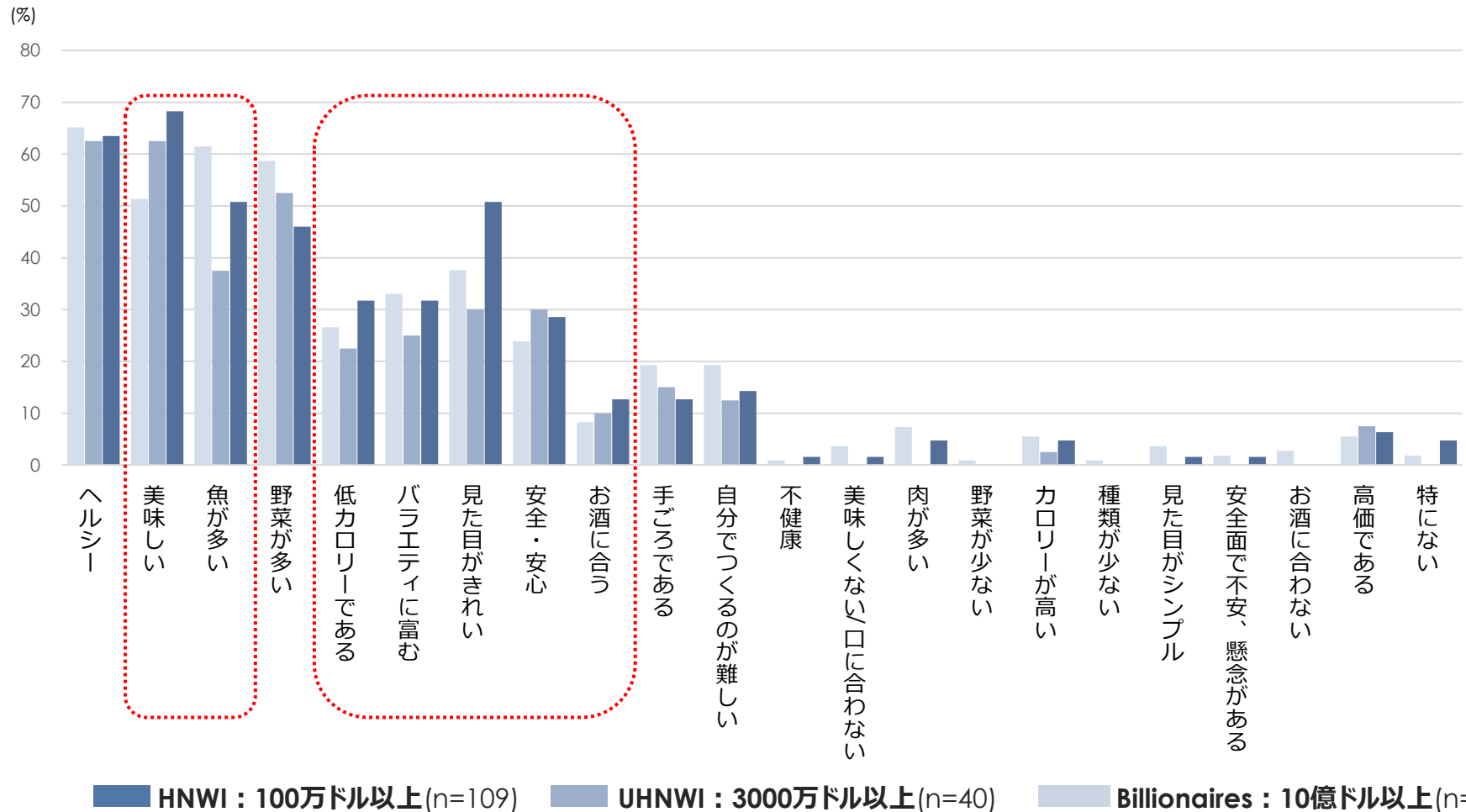
訪日経験がある人の方が買い物においてラグジュアリー、希少性を重視する



# 米国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 日本食のイメージ

- 日本食に対するイメージとしては、美味しい、見た目がきれい、野菜が多いと言った点が共通事項
- **美味しいと見た目がきれい**は、特に億万長者が持つイメージの要素



# 米国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



## 日本・ 日本食の イメージ

- 日本については**清潔・礼儀正しい**・家族や地域の**関係性が深く安全**なイメージを持っており、日本食については同様な**鮮度・健康的な食材**のほか、**丁寧な作り方や美しい盛り付け**等「**素晴らしい食文化**」とされている



(インタビュー調査)

### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- ・歴史が長く、**健康的な食材**を誇る素晴らしい国

▶ 男性 | 30才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- ・日本は米国と比較的良い関係を築いており、東京は世界で最も安全な場所の一つです。日本料理はとて**美しく食文化も素晴らしい**です。

▶ 女性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- ・日本の文化と人々をとて**尊敬**しています。とて**清潔で礼儀正しい**。

▶ 女性 | 53才 HNWI : 100万ドル以上 (> 600万ドル)

- ・料理と**清潔感**、それから**海の幸も豊富**に食べられることで有名

▶ 男性 | 44才 HNWI : 100万ドル以上 (> 100万ドル)

- ・素晴らしい国で人々や家族も**関係が近く、村などに住んでいる**。**豊かな料理文化と素晴らしい食事の盛り付け、新鮮な食べ物**もある。

### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 47才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 7,000万ドル)

- ・アクティブな国、勤勉な人々

### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 32才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 80億ドル)

- ・アメリカに日本人の友人がいます。とて**礼儀正しく**、規則正しく、**家族を大事にしています**。大声で話すこともありません。

---

中国

---



*China*

# 中国富裕層の概況 | 1. 概要



## 1. 生活スタイル

- 中国の富裕層は、比較的規則正しい生活を送る傾向。食事の時間や回数も毎日同じとする声も。
- 朝食は30分未満で手早く、昼食と夕食は朝食より長めに時間を採る。
- 平日・オフに関わらず、3000万ドルのカテゴリーがティーブレイクを採ることが多い。

## 2. 関心事項

- 健康増進、マインドフルネス、サステイナブル、情報発信が日常の関心事項。インタビューではスポーツへの関心の高さも示されたが、健康増進と合わせて裕福さを見せる目的が背景。
- 買い物ではブランドを重視する。保有資産が多いと、これに加えて生産地、ストーリー性も重視。
- 日常の買い物において、20-30代はブランド、洗練されていること、エクスクルーシブさを重視、40代以上はブランドのほか生産地を重視する傾向。

## 3. 食事に対する意識・スタイル

- 10億ドル以上のカテゴリーでは食を「生きる糧」として位置付けている人が多く、100万ドル以上、3000万ドル以上のカテゴリーは「文化等までふくめて楽しむ人」が多い。インタビューでも幅広い考え方が存在。
- 平日の朝食が比較的重要視されているが、夕食はコミュニケーションや家族との場という点で重要視。
- 全般的に内食が多く、外食は特に昼食に集中。特に10億ドル以上のカテゴリーの昼食は外食が多い。
- インタビューでは、自宅が慣れた場所であり、家族の絆を育む役割を果たすため、内食が基本との声も。

## 4. 訪日経験と日本食への関心

- 100万ドル・3000万ドル以上のカテゴリーは特にプライベートでの訪日が多く、日本食を食べた経験も多いが、10億ドル以上の富裕層は日本食の摂取経験がないか、わからない人も存在。
- ビジネスでの訪日経験がある人は、自国や欧米にない珍しさ、お酒に合う、見た目がきれいといった付加価値を日本食に感じている傾向。
- 日本食に関心がある人は日常の買い物においてラグジュアリーさ、エクスクルーシブさ、洗練性を重視。
- 日本食は、ヘルシー、美味しいといったイメージ。レストランでしか食べられないイメージとの声も。

## 中国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

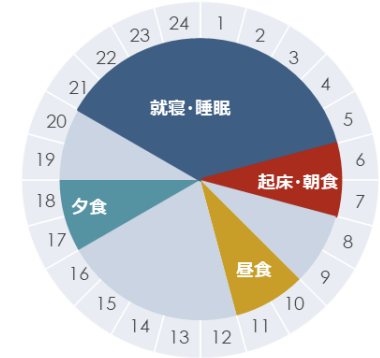
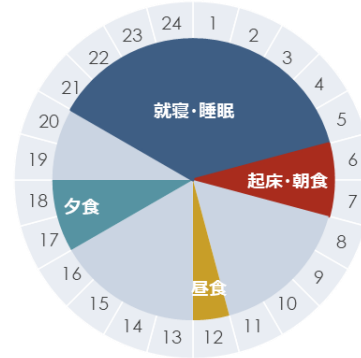
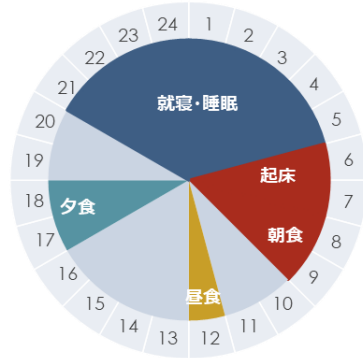


## 生活時間

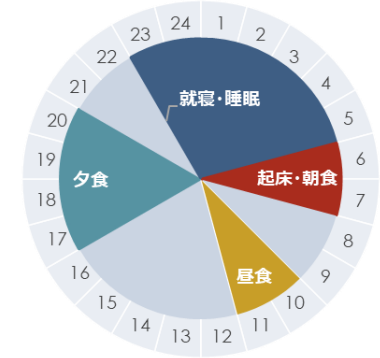
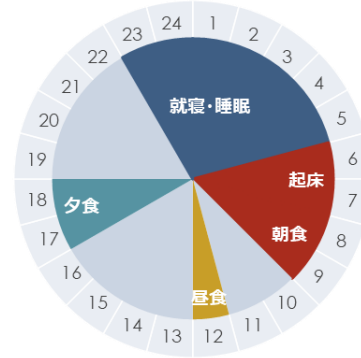
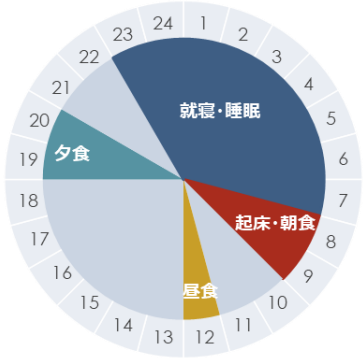
- 中国の富裕層は、平日は規則正しい生活を送る傾向
- 保有資産が**3000万ドル以上**の人は**平日の起床・朝食時間が短い**
- **10億ドル以上**の人は**オフの夕食に時間をかける傾向**

HNWI : 100万ドル以上  
(n=157)UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=74)Billionaires : 10億ドル以上  
(n=40)

## 平日



## 祝日・オフの日



## 中国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

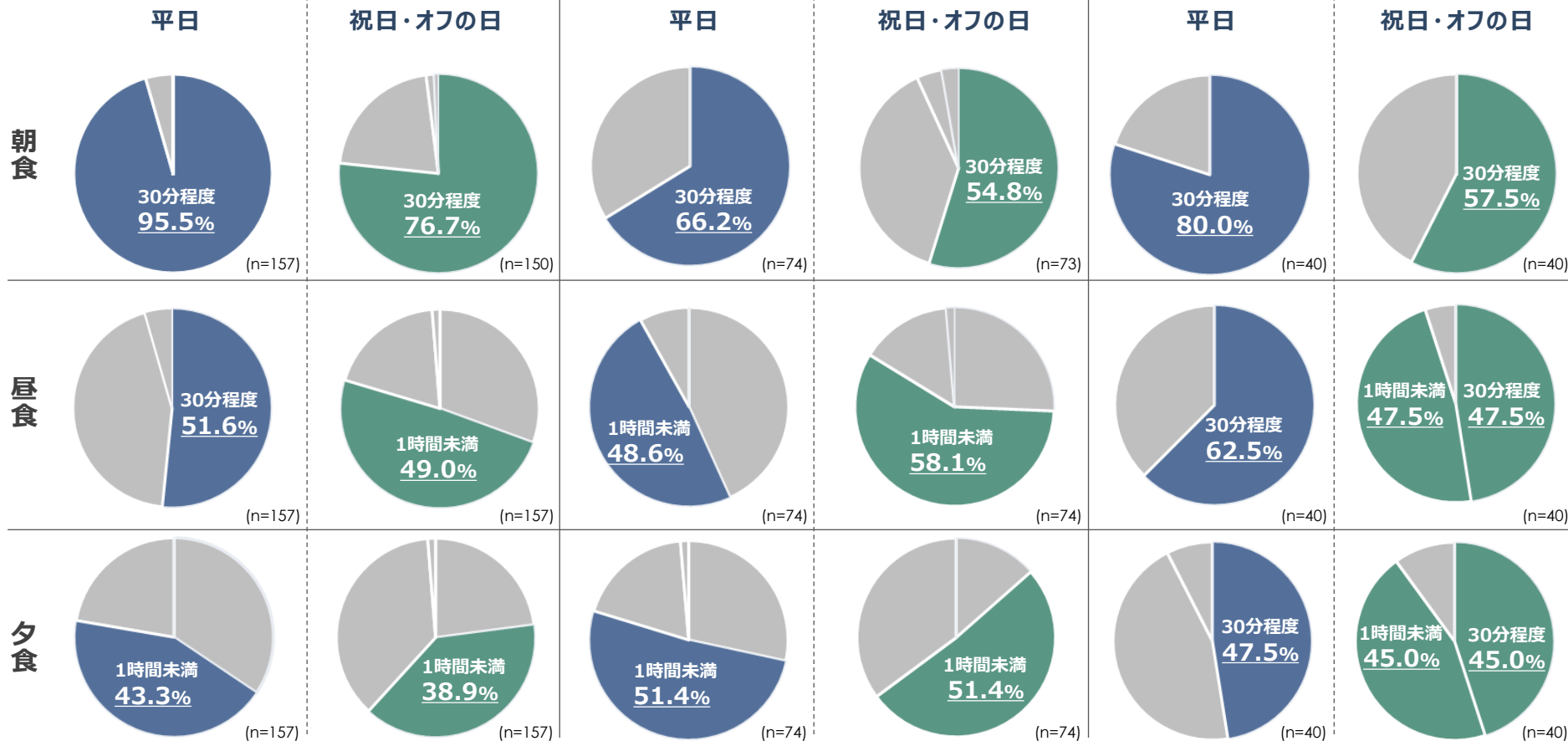
食事に  
かける時間

- 中国の富裕層は、**朝食は30分程度、夕食は1時間未満**であることが多い
- 昼食は30分～1時間未満の時間にばらつく傾向

HNWI : 100万ドル以上

UHNWI : 3000万ドル以上

Billionaires : 10億ドル以上





# 中国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



## 生活時間

- 中国では平日・オフに関わらず、**3000万ドルのカテゴリーがティーブレイク**を採ることが多い傾向

	午前中のティーブレイク	午後のティーブレイク	食後のお酒/ お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/ お茶やコーヒータイム
平日	HNWI : 100万ドル以上 (n=157)	採る 59.9%	採る 60.5%	採る 48.4%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=74)	採る 73.0%	採る 71.6%	採る 75.7%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=40)	採る 82.5%	採る 82.5%	採る 82.5%
祝日・オフの日	HNWI : 100万ドル以上 (n=157)	採る 61.1%	採る 58.6%	採る 49.7%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=74)	採る 85.1%	採る 89.2%	採る 82.4%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=40)	採る 85.0%	採る 90.0%	採る 87.5%

## 中国富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

生活時間・  
食事に  
かける時間

- インタビューでは、**毎日同じ時刻に同じ回数の食事**を摂る人が複数名存在
- 女性の回答者は、昼食を摂らないとする回答



(インタビュー調査)

## HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 50才 HNWI : 100万ドル以上 (&gt; 500万ドル)

- 朝は7時頃、昼は12時頃、夜は7時~8時頃。**平日も休日と同じ**です。

▶ 男性 | 35才 HNWI : 100万ドル以上 (&gt; 500万ドル)

- 食事は朝7時、昼12時、夕方6時、と三回に分けて食べます。スナックは1日中食べますし、水もよく飲みます。

▶ 女性 | 37才 HNWI : 100万ドル以上 (&gt; 800万ドル)

- 朝は8時、夜は9時、**毎週同じ**

▶ 男性 | 61才 HNWI (&gt; 1,000万ドル)

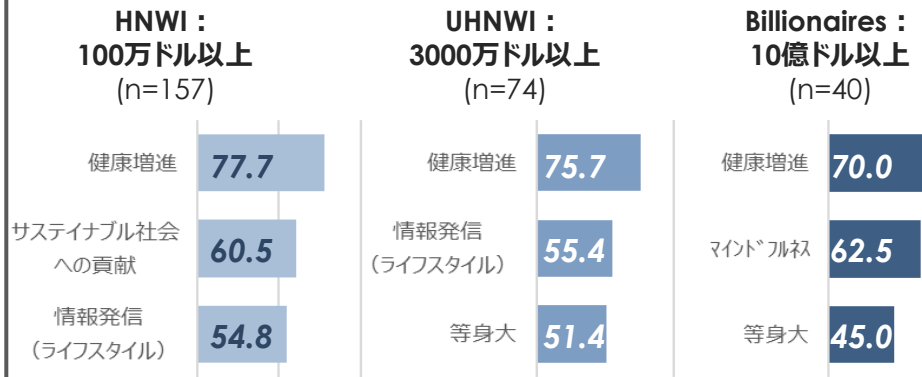
- 朝食8時頃、昼食1時頃、夕食は帰宅したら。**平日も週末も同じ**です。

# 中国富裕層の概況 | 3. 関心事項



## 日常の関心事項

- **健康増進、マインドフルネス、サステイナブル**への貢献、**情報発信**が日常の関心事項
- インタビューでは**全員スポーツに関心**を持ち、①**健康増進**、②**裕福さを見せる**という目的



(インタビュー調査)

▶ 女性 | 37才 HNWI : 100万ドル以上 (>800万ドル)

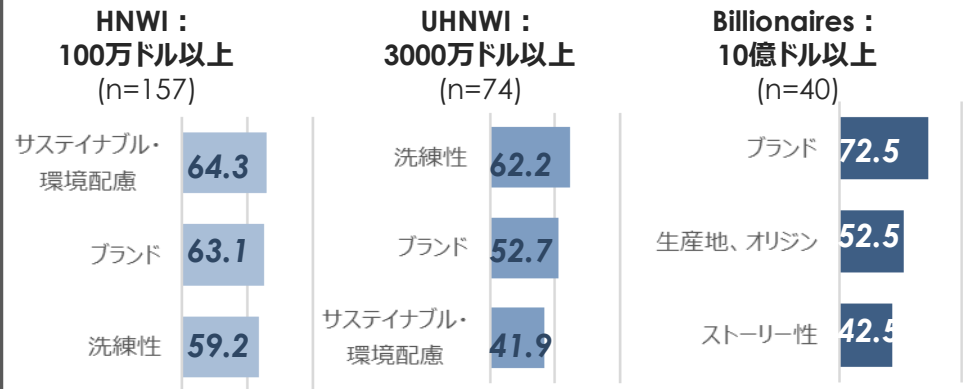
- 一般的に健康管理に興味があります。健康を保つために、インターネットのGoogle検索などで色々な情報を見ます。

▶ 男性 | 35才 HNWI : 100万ドル以上 (>500万ドル)

- スポーツが好きです。ランニング、卓球、バドミントンなど。ランニングは健康を保つため、テニスは品格のあるスポーツでアッパークラスのためのものと思います。

## 買い物時の重視点

- **ブランド**は共通した重視点。10億ドル以上のカテゴリりは**生産地、ストーリー性**を、その他のカテゴリりは**サステイナブル**を重視
- インタビューでは**鮮度**を重視



(インタビュー調査)

▶ 女性 | 37才 HNWI : 100万ドル以上 (>800万ドル)

- 選ぶ基準は緑が多く、栄養の高いものを選びます。

▶ 男性 | 61才 HNWI : 100万ドル以上 (>1,000万ドル)

- 通常野菜市場で交流しています。食材は新鮮です。

# 中国富裕層の概況 | 3. 関心事項



## 日常の関心事項と食材の重視点

- 買い物において洗練性、サステイナブルに関心があるカテゴリーでは、食品・食材に対して安全性や新鮮さを重要視し、**日常の買物の重視点は食材選択にも関係**する可能性

### ▶ 食材に対して重視する点

(%)

### ▼ 日常の買物の重視点

	全体	安全性	ストーリー性	マインドフルネス	風味・味・香り等	栄養素やダイエット	環境配慮	利便性	新鮮、鮮度	認証（オーソライズ機関）	製造企業ブランド、メーカー	見た目、美的要素	季節性	納得感のある価格	希少価値	特にこだわりはない
全体	309	64.1	15.9	23.3	64.4	44.0	31.4	34.3	60.8	18.8	12.0	9.4	31.4	12.6	3.2	0.6
マインドフルネス	154	68.2	18.2	26.0	64.3	47.4	29.9	33.8	64.9	22.7	15.6	12.3	38.3	13.0	5.8	0.0
等身大	159	72.3	12.6	27.0	61.6	47.8	38.4	37.1	69.2	23.9	13.2	11.9	38.4	16.4	2.5	0.0
ミニマム志向	69	60.9	24.6	34.8	68.1	55.1	29.0	42.0	55.1	18.8	21.7	8.7	23.2	10.1	2.9	0.0
健康増進	233	69.1	15.9	24.5	69.1	48.1	36.9	36.9	63.5	21.9	13.3	10.3	30.5	13.3	3.4	0.4
知的好奇心	116	62.1	20.7	28.4	69.8	53.4	31.9	31.0	62.1	20.7	18.1	13.8	37.1	13.8	4.3	0.0
情報発信（ライフスタイル等の発信）	164	67.7	17.7	26.8	69.5	48.2	39.6	32.9	68.9	26.8	14.0	12.8	36.0	12.8	4.9	0.0
情報発信（社会活動、問題提起）	121	73.6	20.7	28.1	62.0	54.5	36.4	34.7	71.9	30.6	20.7	15.7	44.6	10.7	5.8	0.0
ステータス維持・確保	119	77.3	17.6	28.6	62.2	52.1	42.9	30.3	62.2	27.7	17.6	13.4	41.2	11.8	5.0	0.0
サステイナブル社会への貢献	163	74.8	17.2	26.4	66.9	44.8	43.6	40.5	72.4	26.4	17.8	14.1	33.7	15.3	4.9	0.0
チャリティ活動の実践	103	76.7	15.5	24.3	68.9	52.4	48.5	42.7	68.9	31.1	20.4	14.6	40.8	13.6	7.8	0.0
人との交流	143	79.0	16.8	23.1	65.0	52.4	36.4	37.1	67.8	25.2	18.2	16.1	39.2	16.1	4.9	0.0
宗教（信仰）の実践	15	73.3	20.0	33.3	73.3	60.0	46.7	60.0	66.7	40.0	46.7	6.7	46.7	20.0	6.7	6.7

■ 全体+10ポイント

■ 全体+5ポイント

■ 全体-5ポイント

■ 全体-10ポイント

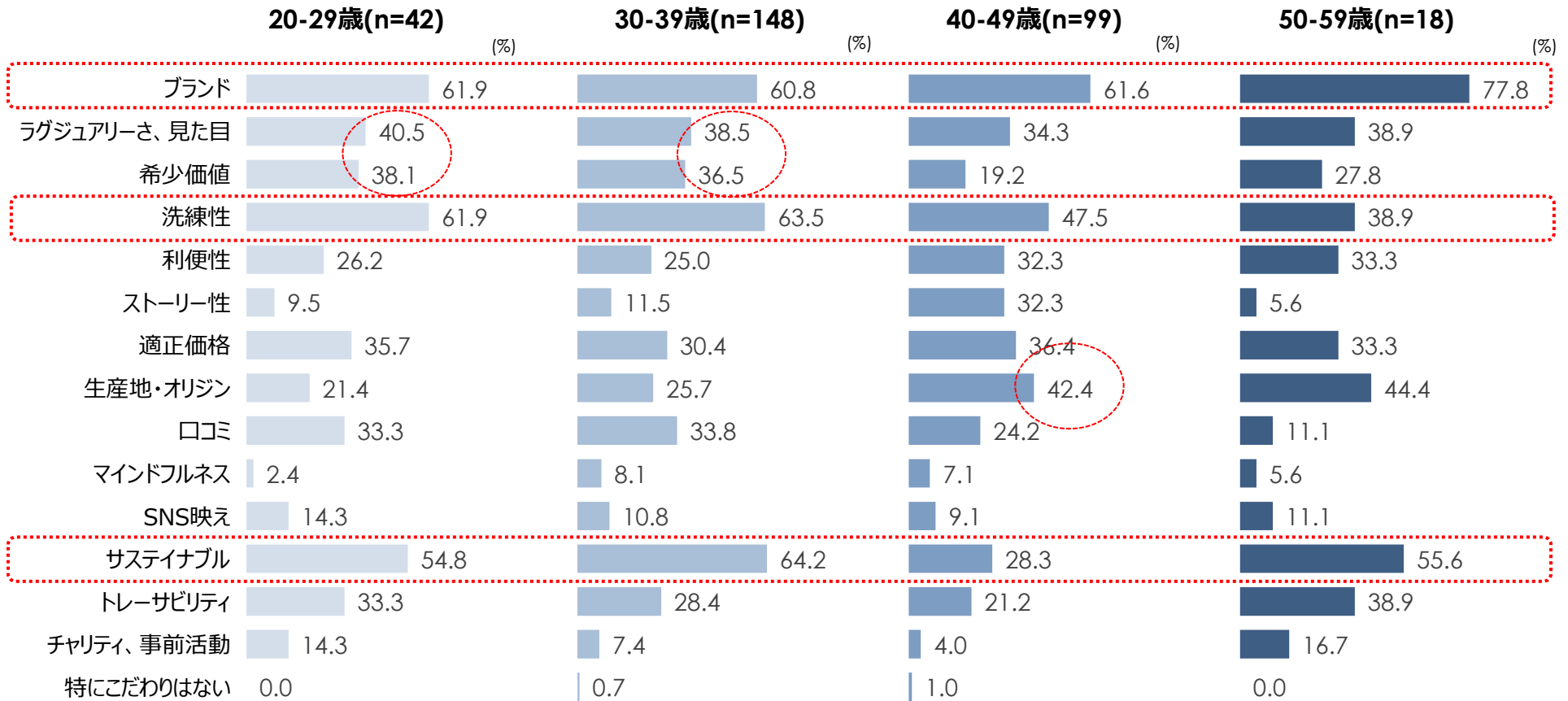
# 中国富裕層の概況 | 3. 関心事項



## 日常の関心事項と食材の重視点

- 日常の買い物において、**ブランド**、**サステイナブル**、**洗練性**については年代に関わらず共通した重視点
- これに加えて、**20-30代はラグジュアリーさや希少価値**、**40代以上は生産地**も重視する傾向

### ▶あなたは日常の買い物においてどのようなことを重視しますか



# 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



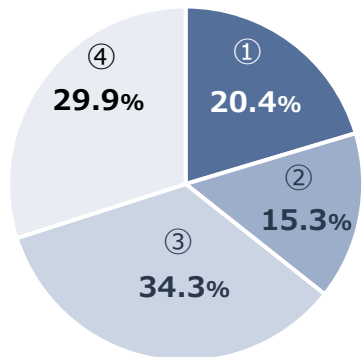
## 「食」の位置づけ

- 10億ドル以上のカテゴリーは食を生きる糧として位置付けている人が7割
- 100万ドル以上、3000万ドル以上のカテゴリーは文化等までふくめて楽しむ人が多い
- インタビューでも文化として楽しむ回答者が比較的多かったが、幅広い考え方が存在

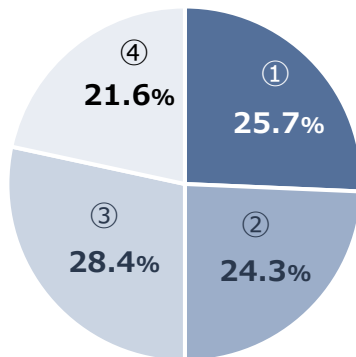


(インタビュー調査)

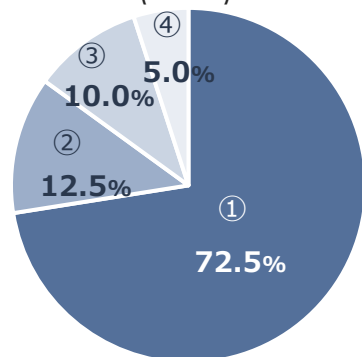
HNWI : 100万ドル以上  
(n=157)



UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=74)



Billionaires : 10億ドル以上  
(n=40)



- 凡例 |
- ① 生きる糧
  - ② 味を楽しむ
  - ③ 食べることを楽しむ
  - ④ 文化等を楽しむ

▶ 男性 | 50才 HNWI : 100万ドル以上 (> 500万ドル)  
 ・ 中国人にとって、**食べることは一種の文化**であり、生活の一部です。

▶ 男性 | 61才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・ **好みや美味しさを追求し**、生活の質を高めます。

▶ 男性 | 57才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,100万ドル)  
 ・ **生きていくために食べるだけ**です。ベジタリアン料理を選ぶこともあります。**食事は家族をつなぐ絆**でもあります。

▶ 女性 | 37才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)  
 ・ **とても重要**。見境なくなんでも食べるということはない

# 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 100万ドル以上のカテゴリーが重要視しているのは、**平日の朝食と祝日の夕食**
- **家族との時間としては平日・オフの日の夕食**を重要視

HNWI : 100万ドル以上



(%)

	平日							祝日 オフ							当てはまらない/わからない
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=155)	<b>21.9</b>	0.6	20.0	5.2	11.6	0.6	0.0	2.6	0.0	7.7	1.3	<b>27.7</b>	0.6	0.0	0.0
(n=152)															
2.特に重要だと思う食事	48.4	3.8	48.4	10.8	50.3	7.0	1.9	18.5	7.0	33.1	10.2	41.4	5.7	2.5	1.3
3.特にリラックスできる時間	3.8	14.6	10.2	26.8	28.7	21.0	11.5	17.2	19.7	20.4	19.1	39.5	17.2	8.9	2.5
4.家族との時間として大切な食事	6.4	2.5	10.8	3.8	<b>42.7</b>	14.0	8.9	15.3	6.4	36.3	14.6	<b>61.1</b>	12.7	3.2	0.6
5.友人・知人と採ることが多い食事	3.2	5.1	22.3	13.4	28.7	14.0	3.2	3.8	8.3	27.4	12.1	40.1	8.3	1.3	3.8

# 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 3000万ドル以上のカテゴリーが、重要視しているのは**平日の朝食・昼食・夕食**
- 平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視

UHNWI : 3000万ドル以上

	平日							祝日・オフ							当てはまらない/わからない
	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=72)	<b>27.8</b>	1.4	25.0	2.8	19.4	0.0	0.0	4.2	0.0	9.7	2.8	5.6	1.4	0.0	0.0
(n=74)															
2.特に重要だと思う食事	<b>43.2</b>	4.1	<b>58.1</b>	17.6	<b>43.2</b>	6.8	6.8	24.3	6.8	27.0	9.5	20.3	5.4	2.7	2.7
3.特にリラックスできる時間	10.8	21.6	12.2	25.7	<b>25.7</b>	17.6	14.9	16.2	20.3	9.5	23.0	<b>25.7</b>	18.9	9.5	1.4
4.家族との時間として大切な食事	8.1	6.8	21.6	8.1	<b>43.2</b>	9.5	5.4	14.9	12.2	36.5	12.2	<b>43.2</b>	10.8	4.1	2.7
5.友人・知人と採ることが多い食事	2.7	2.7	23.0	13.5	<b>27.0</b>	12.2	9.5	9.5	10.8	25.7	18.9	<b>35.1</b>	20.3	6.8	2.7



# 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 10億ドル以上のカテゴリーも同様に、**平日の夕食**を重要視
- **リラックス**するための時間として、**平日午前中のティータイム**を、**友人とのコミュニケーション**の時間として、**平日午後のティータイム**を重要視

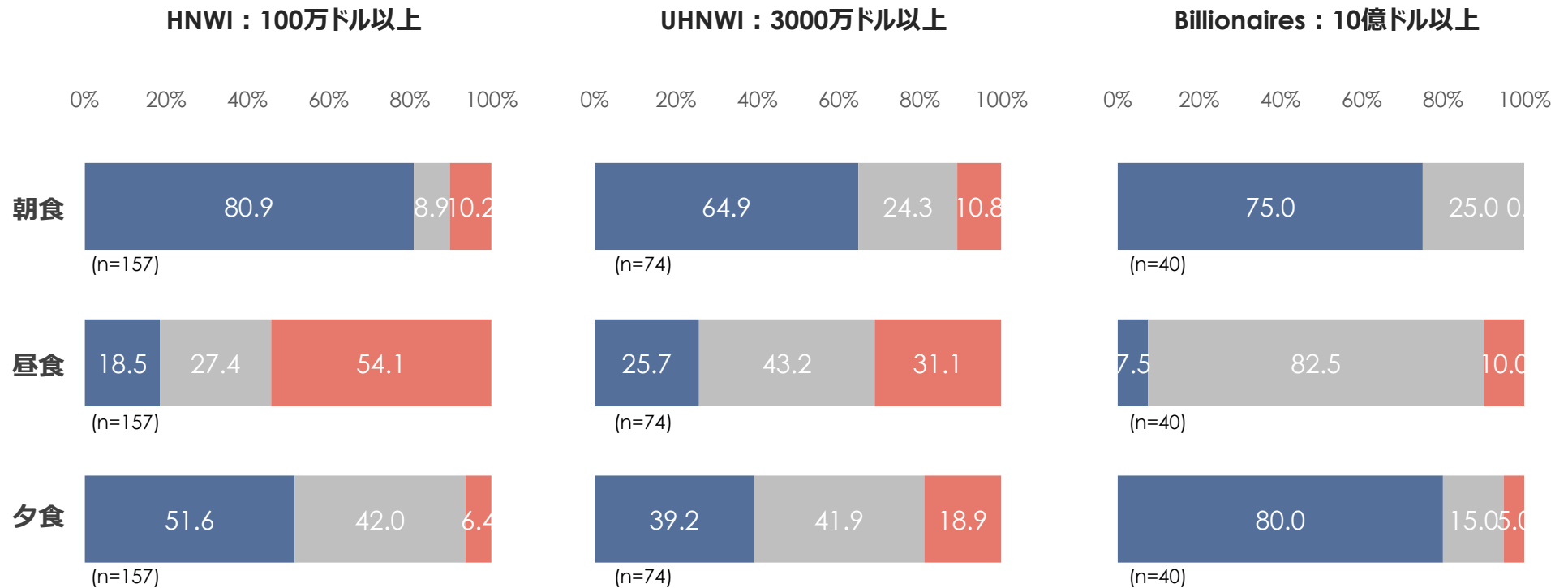
Billionaires : 10億ドル以上

	平日							祝日							当てはまらない/わからない (%)
	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=39)	25.6	0.0	17.9	0.0	<b>41.0</b>	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	0.0	10.3	0.0	0.0	0.0
(n=40)															
2.特に重要だと思う食事	27.5	0.0	22.5	2.5	<b>50.0</b>	0.0	2.5	2.5	2.5	5.0	2.5	15.0	0.0	0.0	2.5
3.特にリラックスできる時間	5.0	<b>37.5</b>	15.0	22.5	7.5	0.0	2.5	10.0	2.5	7.5	7.5	5.0	5.0	2.5	7.5
4.家族との時間として大切な食事	0.0	5.0	10.0	12.5	<b>60.0</b>	0.0	0.0	7.5	0.0	10.0	2.5	12.5	2.5	7.5	2.5
5.友人・知人と採ることが多い食事	2.5	0.0	7.5	<b>45.0</b>	35.0	0.0	0.0	2.5	2.5	12.5	10.0	7.5	5.0	0.0	5.0

## 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

食事の  
スタイル

- 全般的に**内食が多く**、外食は特に昼食に集中
- 特に10億ドル以上のカテゴリーの昼食は外食が多い



凡例 | ■ 内食が多い ■ 内食・外食半々程度 ■ 外食が多い

## 中国富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

食事の  
スタイル

- インタビューでは、**自宅が慣れた場所**であり、**家族の絆を育む**役割を果たすため、**内食が基本**
- **外食は**、週末のどこかのタイミング等 **週1回程度**との回答



(インタビュー調査)

## HNWI : 100万ドル以上

## ▶ 男性 | 50才 HNWI (&gt; 500万ドル)

- **平日は家で**食事をし、**週末は外に出る**ことが多いです。

## ▶ 男性 | 35才 HNWI (&gt; 500万ドル)

- **7割は自宅で食べます**。自分が食べたいものを食べるのと、用意されたものを食べるのが好きです。

## ▶ 女性 | 37才 HNWI (&gt; 800万ドル)

- **絆の強い家族である**私たちは家で食事をします。家族**全員が集まって同じテーブルで食事を**します。外で食事をする場合は私と友人が(場所を)決めることになっています。

# 中国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



## 訪日経験

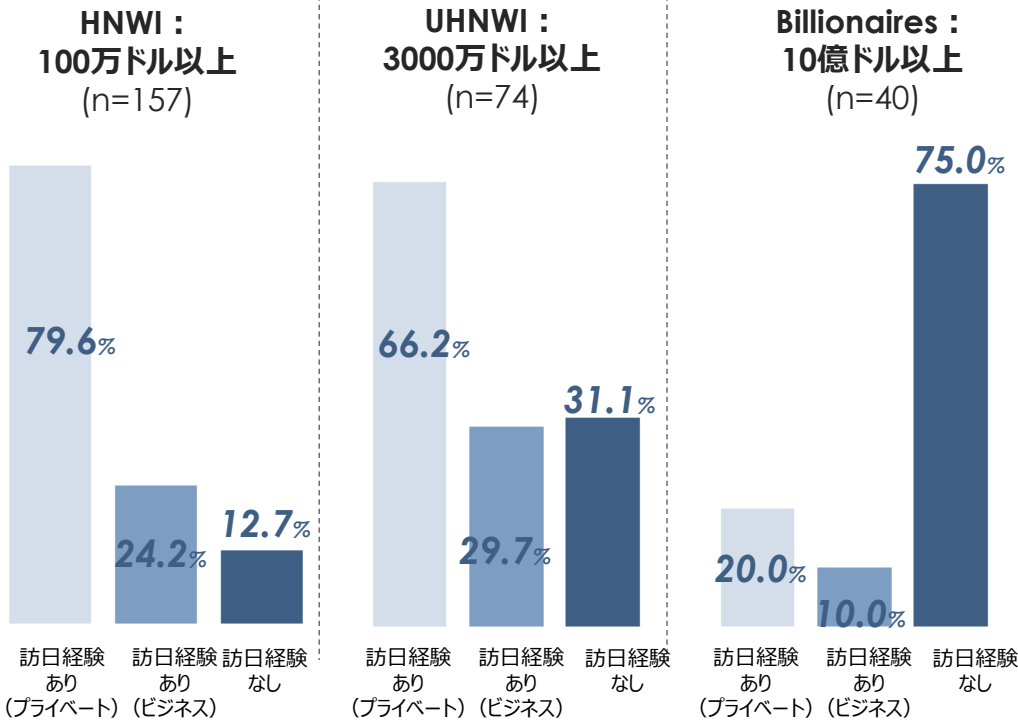
- 100万ドル以上、3000万ドル以上のカテゴリーは**訪日経験がある人が多い**
- 特に**プライベートでの訪日**が主流

## 自国で流行りそうな日本食

- インタビューでは**和牛**（「牛肉の中で一番美味しい」）、**麺類**、**飲み物**が人気
- ただし、**日本食はレストランでしか食べられない**イメージが定着している人も存在



(インタビュー調査)



▶ 男性 | 50才 HNWI (> 500万ドル)  
 ・私は日本の牛肉が牛肉の中で一番美味しいと思ってます。火でグリルしたステーキはジューシーです。

▶ 男性 | 57才 HNWI (> 1,100万ドル)  
 ・日本といえば寿司です。生麺を売ることができたらとても良いと思います。頻度は少ないですが、日本食はレストランでしか食べないので、メニューにあるものを選びます。

▶ 女性 | 37才 HNWI (> 800万ドル)  
 ・私達の住んでいる場所にある日本食レストランでほとんど何でも食べることができますが、私達がまだ食べたことのない日本食が入ってきたら流行るかもしれません。中国でも日本のお菓子を食べることができます。飲み物ももっと種類があれば良いかもしれません。

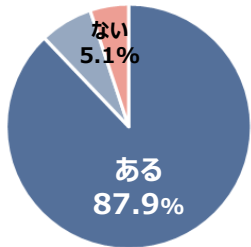
# 中国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



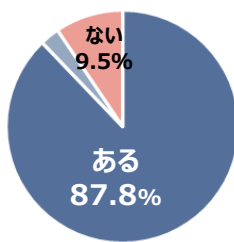
## 日本食への関心

- 100万ドル以上、3000万ドル以上のカテゴリーは**日本食への関心が高い**
- 10億ドル以上のカテゴリーは**日本食に関心がない人が多い**

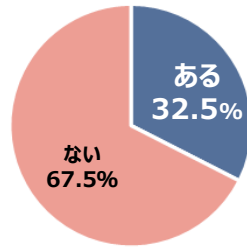
HNWI :  
100万ドル以上  
(n=157)



UHNWI :  
3000万ドル以上  
(n=74)



Billionaires :  
10億ドル以上  
(n=40)



(インタビュー調査)

▶ 男性 | 50才 HNWI (> 500万ドル)

● **日本食が好きな中国人は多い**です。

▶ 男性 | 61才 HNWI (> 1,000万ドル)

● **既に非常に人気**があります。中国には**日本料理店がたくさん**あります。

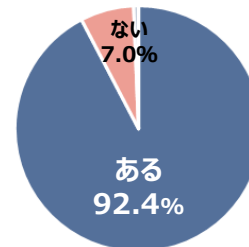
▶ 男性 | 35才 HNWI (> 500万ドル)

● 中国人は自国の料理が好きだと思います。

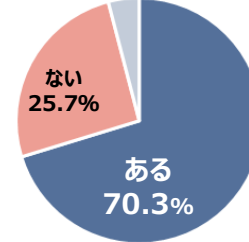
## 日本食を食べた経験

- 100万ドル以上、3000万ドル以上の富裕層は**日本食の摂取経験も多い**
- 10億ドル以上の富裕層は**日本食の摂取経験がないか、わからない人も多い**

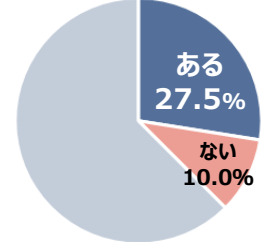
HNWI :  
100万ドル以上  
(n=157)



UHNWI :  
3000万ドル以上  
(n=74)



Billionaires :  
10億ドル以上  
(n=40)



(インタビュー調査)

▶ 女性 | 37才 HNWI (> 800万ドル)

● 麺類。**友人や家族と一緒に**、健康食である**刺し身**を楽しみます。

▶ 男性 | 61才 HNWI (> 1,000万ドル)

● **非常に良い経験**でした。**日本食が大好き**です。友人に勧められて色々な料理を試しました。一年以上前、5月のことです。

▶ 男性 | 35才 HNWI (> 500万ドル)

● **好きではありません**。中華が**いい**です。

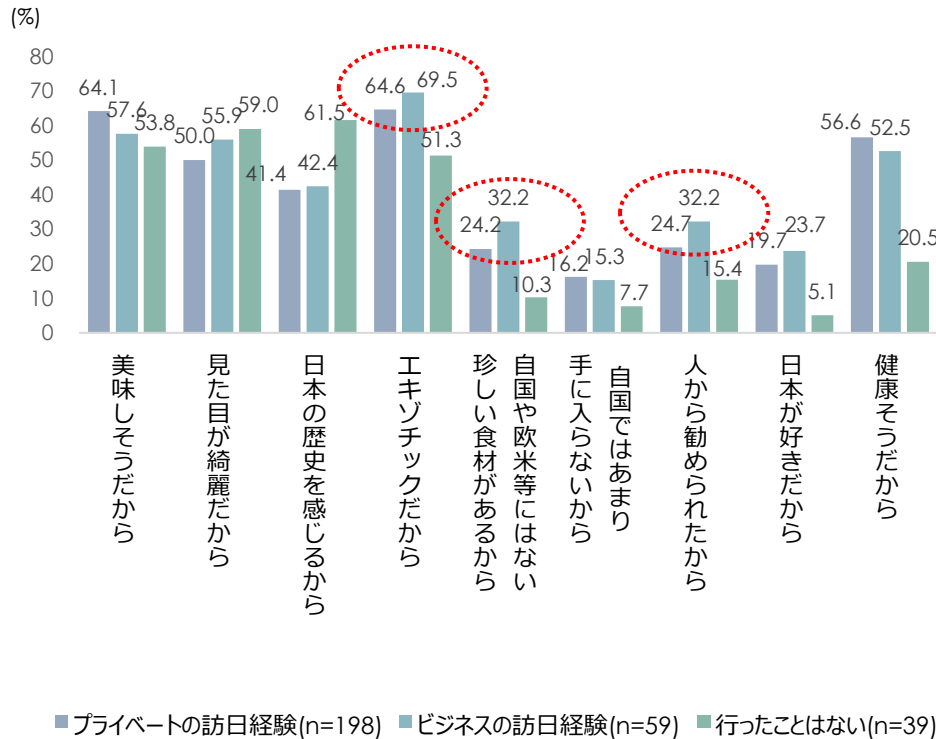
# 中国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



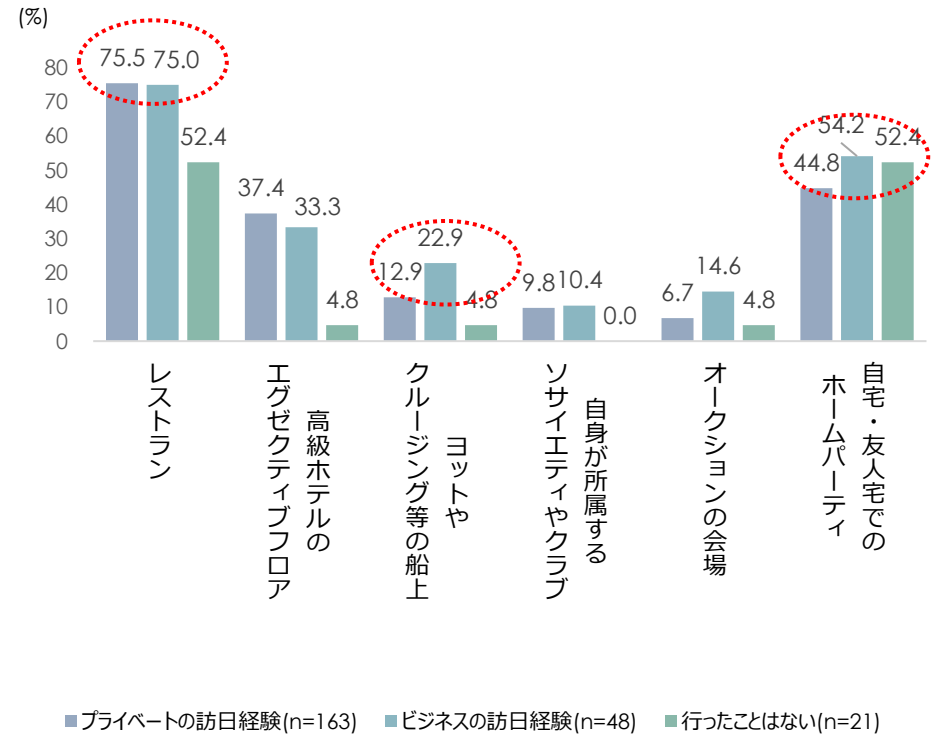
## 訪日経験と日本食への関心

- ビジネスでの訪日経験がある人は、**自国や欧米にない珍しさ**を日本食に感じている傾向。人に勧められて日本独自の日本食を食べた経験があると推察
- ビジネスの訪日経験がある人は、**レストランのほか、高級ホテル、ヨット、オークション会場、ホームパーティ等**、外食の場所が多岐にわたる

▶ 訪日経験と日本食への関心事項



▶ 訪日経験と外食の場所



日本食に対してエキゾチックであるというイメージを持つ人が多い

レストランのほか、ホームパーティも多い傾向

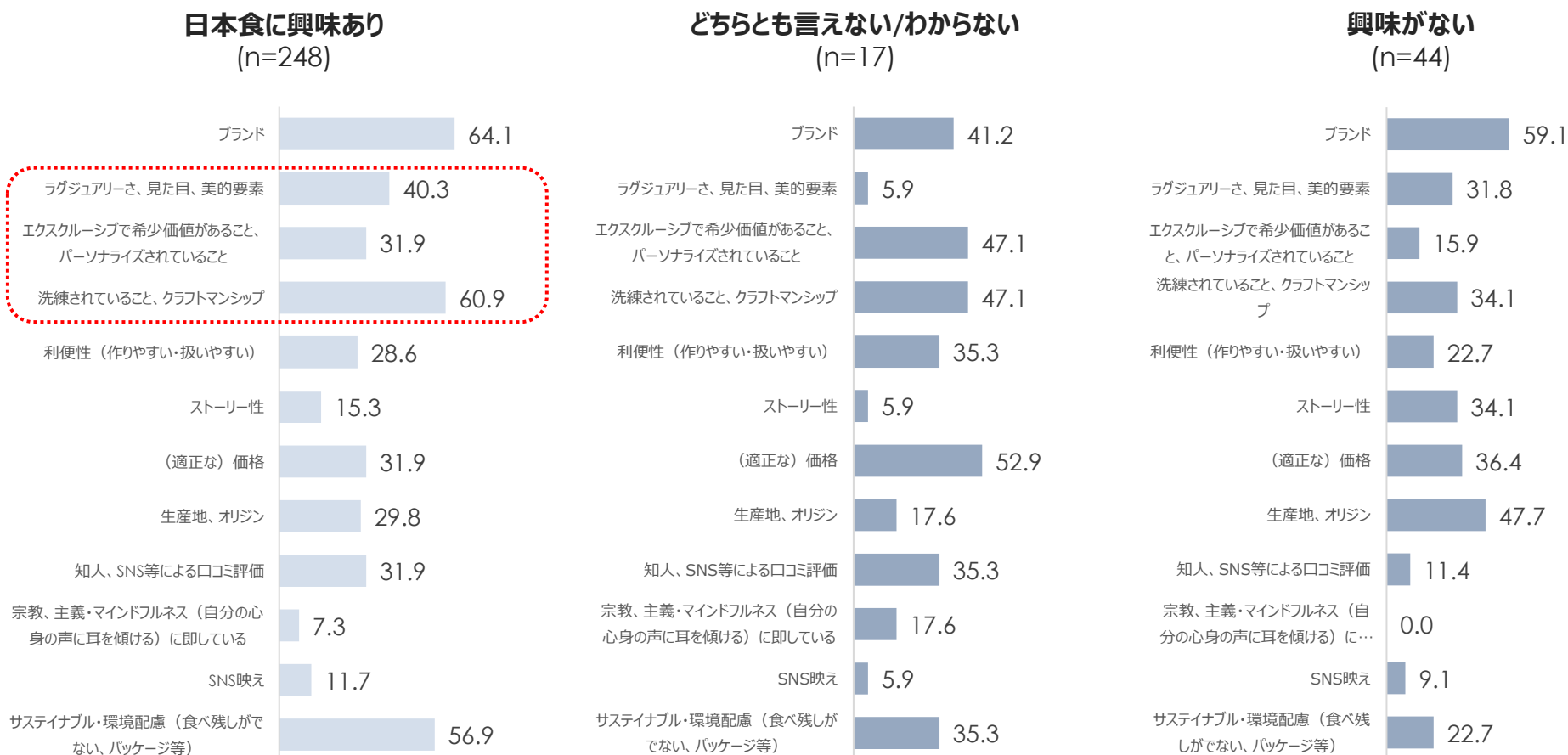
# 中国富裕層の概況 | 3. 関心事項



## 買い物時の重視点

- 日本食に関心がある人は日常の買い物において**ラグジュアリーさ、エクスクルーシブさ、洗練性**を重視

### ▶「日本食に関心がある」人の買い物時の重視点

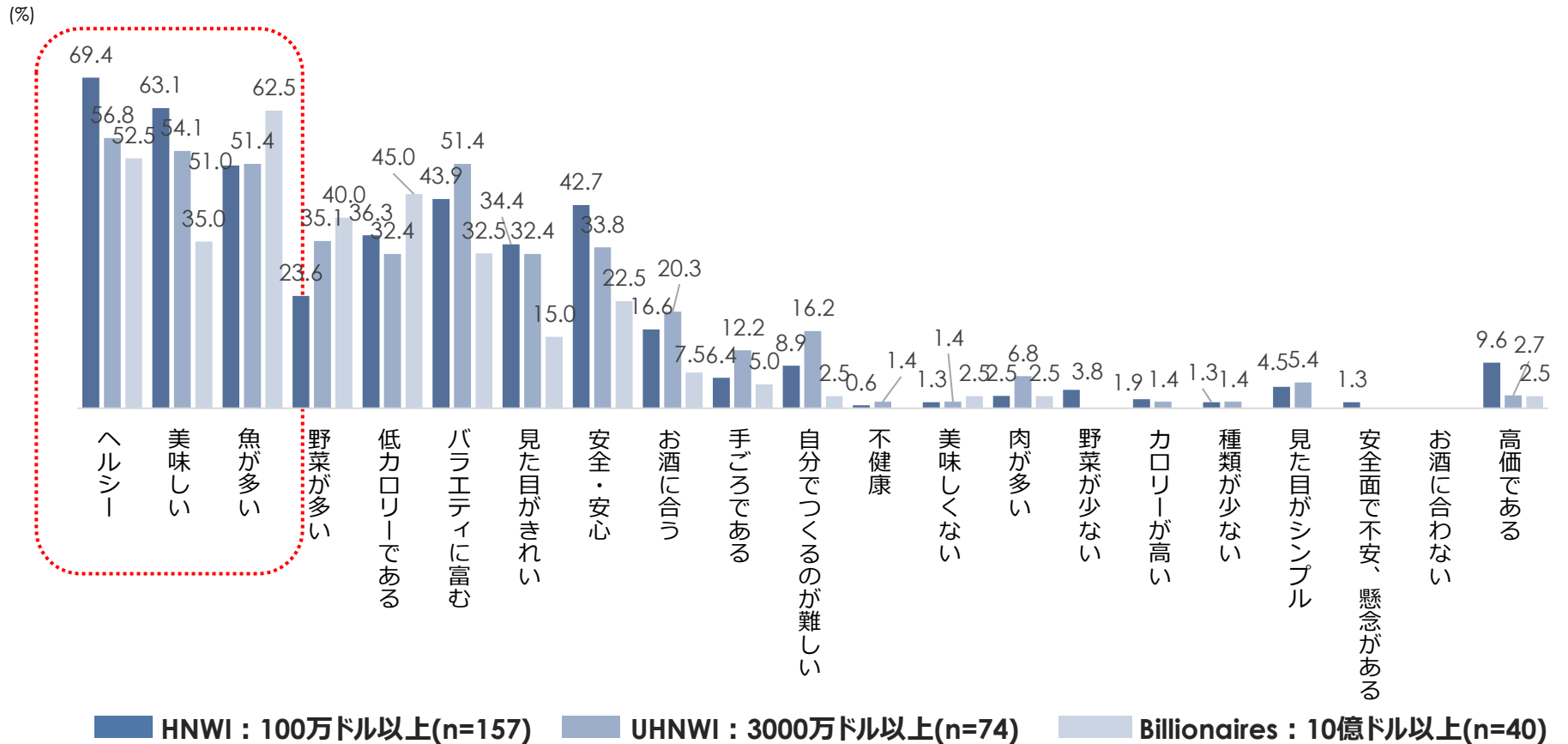


# 中国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



## 日本食のイメージ

- 日本食に対するイメージとしては、ヘルシー、美味しい、魚が多いと言った点が共通事項
- ヘルシー、美味しいは、100万ドル以上、3000万ドル以上のカテゴリー、魚が多いは10億ドル以上のカテゴリーを持つイメージの要素





## 中国富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

日本・  
日本食の  
イメージ

- 日本が持つ**他にはない独自の文化が評価**されており、**国として良好なイメージ**を持つとの回答
- 日本食については、「**胃に優しく栄養価が高い**」等、**健康的なイメージ**



(インタビュー調査)

## HNWI : 100万ドル以上

## ▶ 男性 | 50才 HNWI (&gt; 500万ドル)

- 良い国だと思います。日本車。日本食はいいと思います。

## ▶ 男性 | 35才 HNWI (&gt; 500万ドル)

- 日本食はやはりとても健康に良いと思います。

## ▶ 男性 | 57才 HNWI (&gt; 1,100万ドル)

- とても素晴らしい。独特の文化で、とても魅力的。料理も素晴らしく、アニメのように他の国にはないものを持っている。

## ▶ 女性 | 37才 HNWI (&gt; 800万ドル)

- 日本食は健康的で、胃に優しく栄養価が高いです。日本はまた、農業や漁業がさかんな国です。

---

## UAE (United Arab Emirates : アラブ首長国連邦)

---





# UAE富裕層の概況 | 1. 概要

## 1. 生活スタイル

- UAEの富裕層は、保有資産に関わらず一定のリズムで生活。
- 食事に関しては、オフの日の夕食が21-22時と遅めの時間帯であったり、1日2回食や夕食の時間を定めていないといったケースも。
- 平日は30分程度で食事をすませる一方、オフの日の食事（特に昼食）は平日よりも時間をかける傾向。また、ティーブレイクは浸透。

## 2. 関心事項

- 健康増進に関心を持つ人が多く、保有資産が多くなるとこれに加えてマインドフルネスへの関心も高まる。
- SNSにおける情報発信やInstagram映えに関心があり、食の見た目も重視する傾向。
- インタビューではスポーツが共通して挙げられ、特にヨットやサイクリングが人気。
- 買い物ではブランドを重視する声が多く、その他、サステイナブルへも高い関心。
- インタビューでは、鮮度が挙げられる一方で、とにかく食べたいものを買う、という声も。

## 3. 食事に対する意識・スタイル

- 食を「生きる糧」として位置付けている人が過半数、「文化等も含めて食を楽しむ」のは1割程度。ただし、生きる糧として、スポーツ生活を支える役割やビジネス活動においても重要と、幅広い理由。
- 平日の朝食を重視。平日の夕食、オフの日の昼食・夕食はリラックス、コミュニケーションの点で重視。
- 全般的に内食が多く、外食は特に昼食や週末に集中。内食は家族と過ごす、外食はビジネスミーティングや自らの趣味を共有する仲間との会食との位置付け。

## 4. 訪日経験と日本食への関心

- 訪日経験がない人が多いが、日本食への関心は高い。中でも30代は訪日経験及び日本食を食べた経験が多く、日本食に対する関心も高い。日本食レストランが普及していることや話題となったことも一定の関心の背景。UAEのレストランで「エビの天ぷら」「肉と海産物」「寿司」を食べたとの回答も。
- 日本食のイメージとしては、ヘルシー、美味しい、見た目がきれい、安全・安心が共通事項。
- 日本食の良さは、他にはない調理方法や見せ方、代々受け継がれた伝統への誇りといった声も。

## UAE富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

### 生活時間

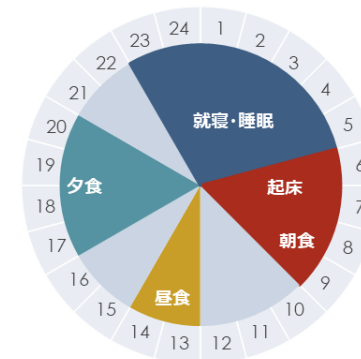
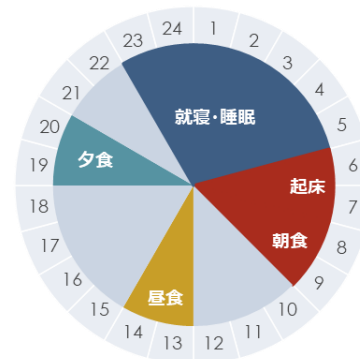
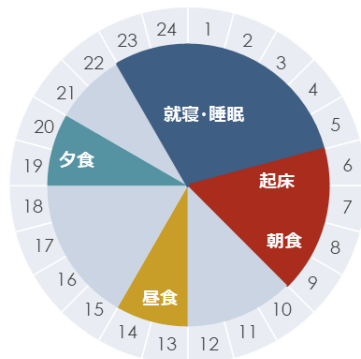
- UAEの富裕層は、**保有資産に関わらず**一定のリズムで生活を送っている
- **オフの日の夕食が21-22時**と遅めの時間帯であることが特徴

HNWI : 100万ドル以上  
(n=132)

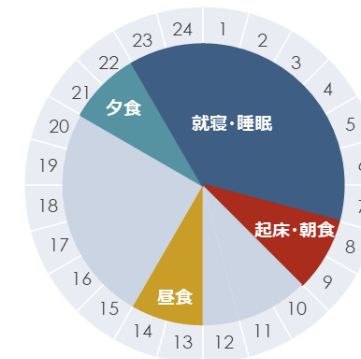
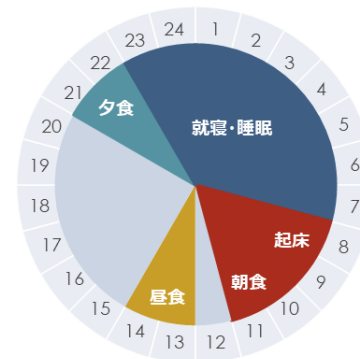
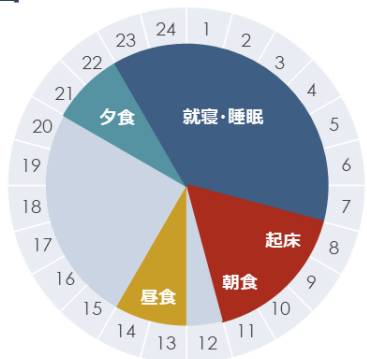
UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=79)

Billionaires : 10億ドル以上  
(n=16)

### 平日



### 祝日・オフの日





## UAE富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

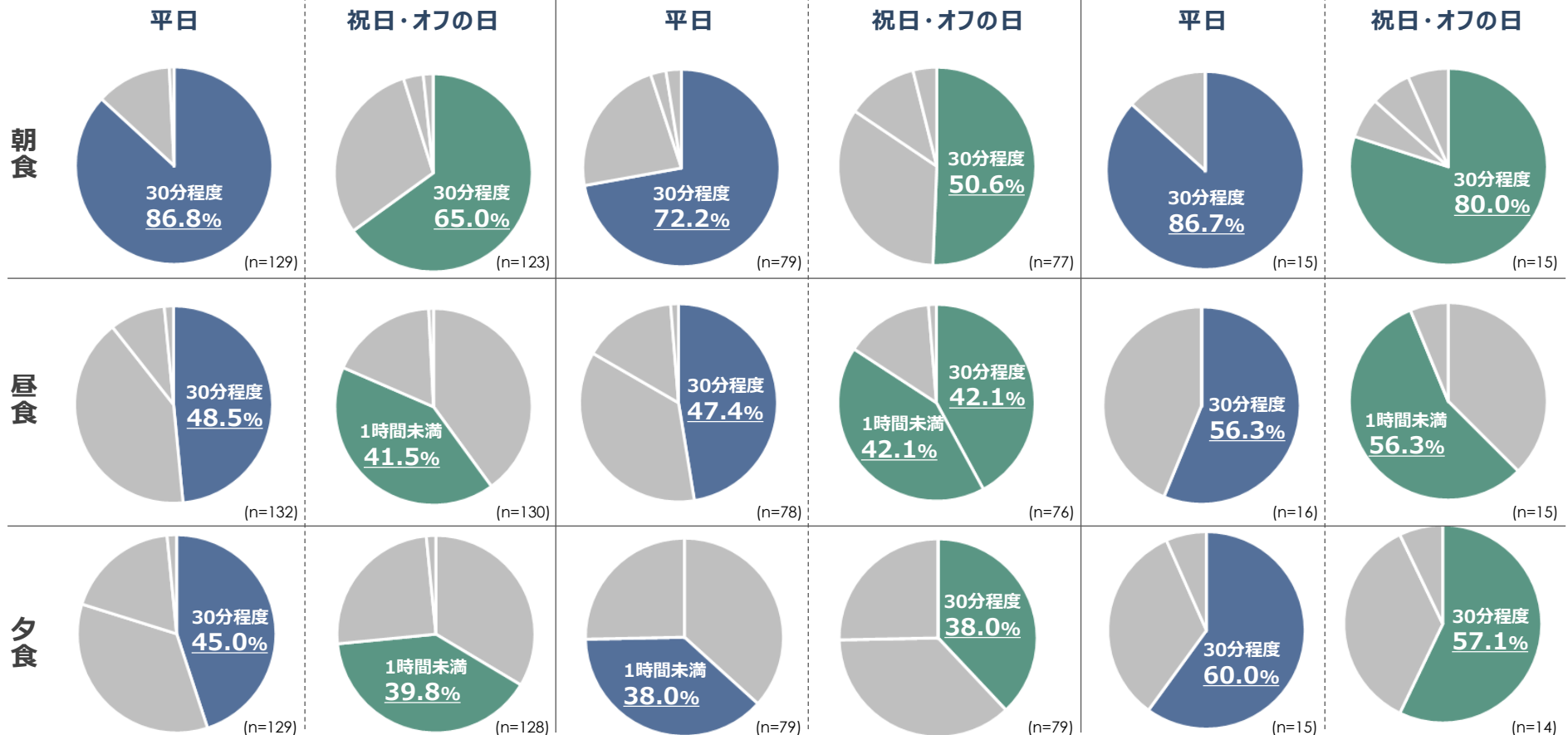
### 食事に かける時間

- UAEの富裕層は、**平日は30分程度**で食事をすませる傾向
- **オフの日の昼食、夕食**は30分-1時間未満の時間をかけるカテゴリーが出現

HNWI : 100万ドル以上

UHNWI : 3000万ドル以上

Billionaires : 10億ドル以上





# UAE富裕層の概況 | 2. 生活スタイル

## 生活時間

- UAEでは平日・オフの日ともにティーブレイクを採る人が多い
- 特に、**3000万ドル以上のカテゴリーは午前・午後のティーブレイクを採る人が9割超**

	午前中のティーブレイク	午後のティーブレイク	食後のお酒/ お茶やコーヒータ임	就寝前の軽食・お酒/ お茶やコーヒータ임
平日	HNWI : 100万ドル以上 (n=132)	採る 78.0%	採る 75.0%	採る 67.4%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=79)	採る 92.4%	採る 93.7%	採る 84.8%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=16)	採る 87.5%	採る 81.3%	採る 75.0%
祝日・オフの日	HNWI : 100万ドル以上 (n=132)	採る 78.8%	採る 77.3%	採る 67.4%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=79)	採る 92.4%	採る 89.9%	採る 83.5%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=16)	採る 75.0%	採る 81.3%	採る 75.0%

## UAE富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



### 生活時間・ 食事に かける時間

- インタビューでは、**仕事が終わるタイミングで食べている**ため、複数の回答者で**昼食（2時頃）**や**夕食（8時ごろ）**が遅くなる
- 3000万ドル以上、10億ドル以上のカテゴリーでは、1日2回食（3000万ドル以上）や夕食の時間を定めていない（10億ドル以上）といった独特な回答もあった



（インタビュー調査）

#### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 毎日午前7時-午後2時-午後8時。

▶ 女性 | 62才 HNWIHNWI : 100万ドル以上 (> 500万ドル)

- 朝食はいつも食べていますが、平日は仕事が終わってから昼食を食べます。夕食は6~7時頃に食べます。

#### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 66才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 5,000万ドル)

- いつでも。拘りません。でも血糖値が落ちてきたら食べます。アラブ風コーヒーを飲みます。

▶ 男性 | 51才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 1億ドル)

- 1日2食のみで11時に朝食、17~18時の間に昼食をとります。

#### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)

- 朝は7時半、昼は1時、夜は9時か10時にお腹が空いた時の夕食



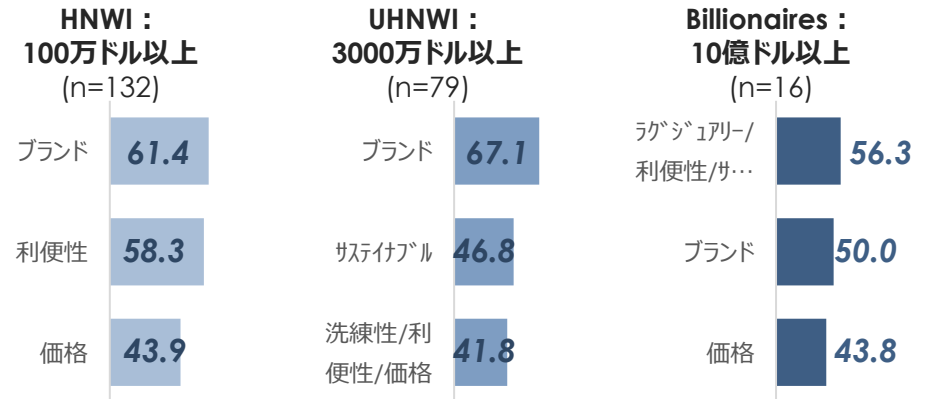
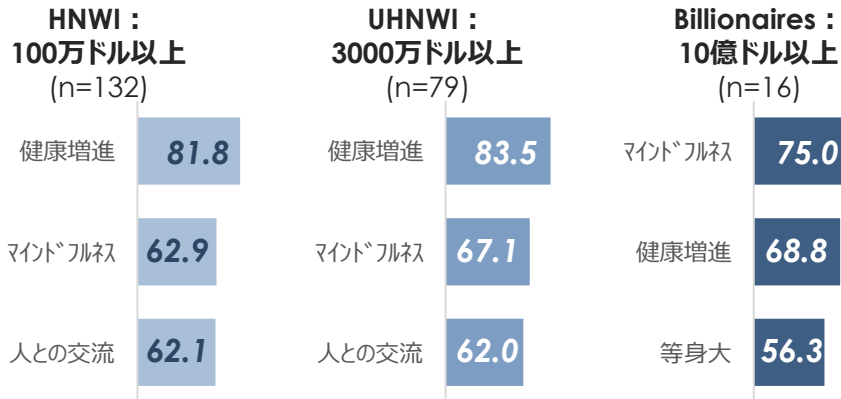
# UAE富裕層の概況 | 3. 関心事項

## 日常の関心事項

- **健康増進**に関心を持つ人が多く、10億ドル以上のカテゴリーは**マインドフルネス**にも高い関心
- インタビューでは**スポーツが共通**しており、多岐に渡るが、**ヨットやサイクリング**が複数回出現

## 買い物時の重視点

- **ブランド**を重視する人が多い
- その他、**サステイナブル**への関心も見られる
- インタビューでは、**鮮度**を重視する回答者も、とにかく**食べたいもの**を買う回答者も混在



▶女性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- ・ジョギングとサイクリング、健康、ヨガ、ハイキング。クラブ、SNSや経験から学びます。

▶女性 | 62才 HNWI : 100万ドル以上 (> 500万ドル)

- ・水泳やサウナが好きで、自分の体調管理や健康管理をするのが好きです。また、セーリングも楽しんでいて、定期的にこれらのスポーツをしています。

▶男性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- ・スポーツ、サイクリング、慈善事業、栄養、食材

▶男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)

- ・スポーツ、サッカー、ウォーキングが好きです。スポーツカーや旅行、素敵な靴が好きです。

▶女性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- ・常に自分の身体が必要としている栄養分を満たす食材を買うようにしています。
- ・素晴らしい味の良い食事だけ、自分の食べたいものを確かめて買います。

▶男性 | 68才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 3,100万ドル)

- ・市場でとれた新鮮なもの、加工品や冷凍品は使わない、買い物は自分です、新鮮なものを選ぶのが好きです。

▶男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)

- ・最高品質の食品で、きちんとした成分のものを選びます。





# UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

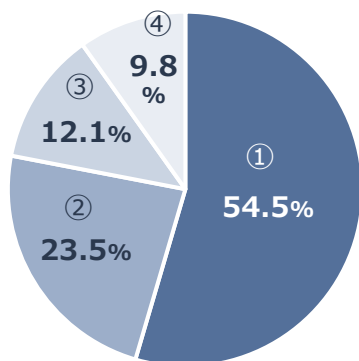
## 「食」の位置づけ

- いずれの категорияでも、**食を生きる糧**として位置付けているcategoryが半数、**文化等も含めて食を楽しむcategoryは1割程度**
- インタビューでも「生きる糧」としている回答者が複数人、具体的に今人気の**スポーツ生活を支える役割が重視点**。**ビジネス活動においても重要**と位置付けている回答者も複数名

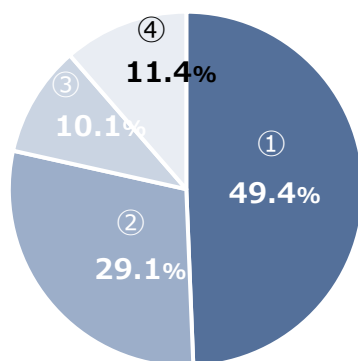


(インタビュー調査)

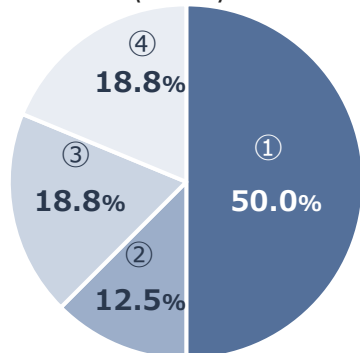
HNWI : 100万ドル以上  
(n=132)



UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=79)



Billionaires : 10億ドル以上  
(n=16)



- 凡例 |
- ① 生きる糧
  - ② 味を楽しむ
  - ③ 食べることを楽しむ
  - ④ 文化等を楽しむ

▶ 男性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 重要である。**サイクリストとして、健康を保つことは大切**であり、そのためには食材の質にこだわらなければならないので。

▶ 男性 | 49才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 生きていくために重要、**ビジネスマンと会ったりパーティーの中で重要**。

▶ 女性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- きわめて重要。**走ったり、運動するために食べることは必要なこと**。また **ビジネスの話をするのにも良い時間**。

▶ 男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)

- 生きるために食べる、**健康を維持するために食べる**、友人や家族と一緒に食べる、そんなときに食べ物は私たちの生活の重要な一部です。



# UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

## 大切な食事

- 100万ドル以上のカテゴリーが重要視しているのは、**平日の朝食**
- 一方、**平日の夕食、オフの日の昼食・夕食をリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視

HNWI : 100万ドル以上



(%)

	平日							祝日 オフ							当てはまらない/わからない
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=132)	<b>37.1</b>	3.8	23.5	1.5	6.8	0.8	0.8	5.3	0.0	11.4	1.5	6.8	0.0	0.8	0.0
(n=132)															
2.特に重要だと思う食事	<b>61.4</b>	26.5	<b>62.1</b>	11.4	42.4	10.6	9.8	33.3	17.4	44.7	14.4	40.2	11.4	6.8	0.0
3.特にリラックスできる時間	19.7	22.7	31.8	22.7	25.8	18.2	10.6	22.7	22.7	27.3	20.5	31.8	15.9	12.1	1.5
4.家族との時間として大切な食事	18.9	17.4	25.0	12.9	<b>50.0</b>	13.6	12.9	26.5	18.2	<b>45.5</b>	15.9	<b>44.7</b>	17.4	10.6	0.0
5.友人・知人と採ることが多い食事	10.6	12.9	34.8	17.4	15.9	13.6	10.6	7.6	6.1	22.7	15.9	31.8	15.2	7.6	2.3

# UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



## 大切な食事

- 3000万ドル以上のカテゴリーが重要視しているのは**平日の朝食**で、平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視
- 一部、**平日の昼食・夕食、オフの日の夕食もコミュニケーション**の場

UHNWI : 3000万ドル以上



(%)

	平日							祝日 オフ							当てはまらない/わからない
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=79)	<b>40.5</b>	5.1	21.5	3.8	7.6	0.0	1.3	3.8	1.3	6.3	2.5	5.1	1.3	0.0	0.0
(n=79)															
2.特に重要だと思う食事	<b>63.3</b>	27.8	<b>51.9</b>	20.3	44.3	15.2	7.6	25.3	21.5	21.5	11.4	25.3	5.1	5.1	0.0
3.特にリラックスできる時間	32.9	19.0	<b>35.4</b>	21.5	<b>39.2</b>	20.3	7.6	19.0	12.7	21.5	15.2	21.5	13.9	6.3	0.0
4.家族との時間として大切な食事	25.3	12.7	<b>36.7</b>	10.1	<b>46.8</b>	10.1	15.2	19.0	11.4	36.7	15.2	<b>45.6</b>	16.5	2.5	1.3
5.友人・知人と採ることが多い食事	19.0	19.0	30.4	22.8	29.1	11.4	11.4	8.9	8.9	20.3	16.5	<b>30.4</b>	8.9	6.3	0.0



# UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

## 大切な食事

- 10億ドル以上のカテゴリーも同様に、最も重要視しているのは**平日の朝食**
- 平日・オフの日ともに、**夕食はリラックス、コミュニケーション**の観点から重要視

Billionaires : 10億ドル以上

	平日							祝日 オフ							当てはまらない/ わからない	
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム		
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=16)	<b>37.5</b>	6.3	25.0	0.0	18.8	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0
(n=16)																
2.特に重要だと思う食事	<b>50.0</b>	25.0	<b>50.0</b>	6.3	<b>50.0</b>	12.5	18.8	25.0	12.5	18.8	12.5	25.0	12.5	6.3	0.0	0.0
3.特にリラックスできる時間	37.5	12.5	25.0	18.8	18.8	18.8	6.3	25.0	12.5	25.0	12.5	18.8	18.8	6.3	0.0	0.0
4.家族との時間として大切な食事	12.5	0.0	43.8	6.3	31.3	25.0	0.0	6.3	18.8	18.8	18.8	<b>43.8</b>	12.5	12.5	0.0	0.0
5.友人・知人と採ることが多い食事	18.8	6.3	31.3	6.3	37.5	12.5	12.5	12.5	0.0	18.8	12.5	31.3	12.5	0.0	0.0	0.0



# UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

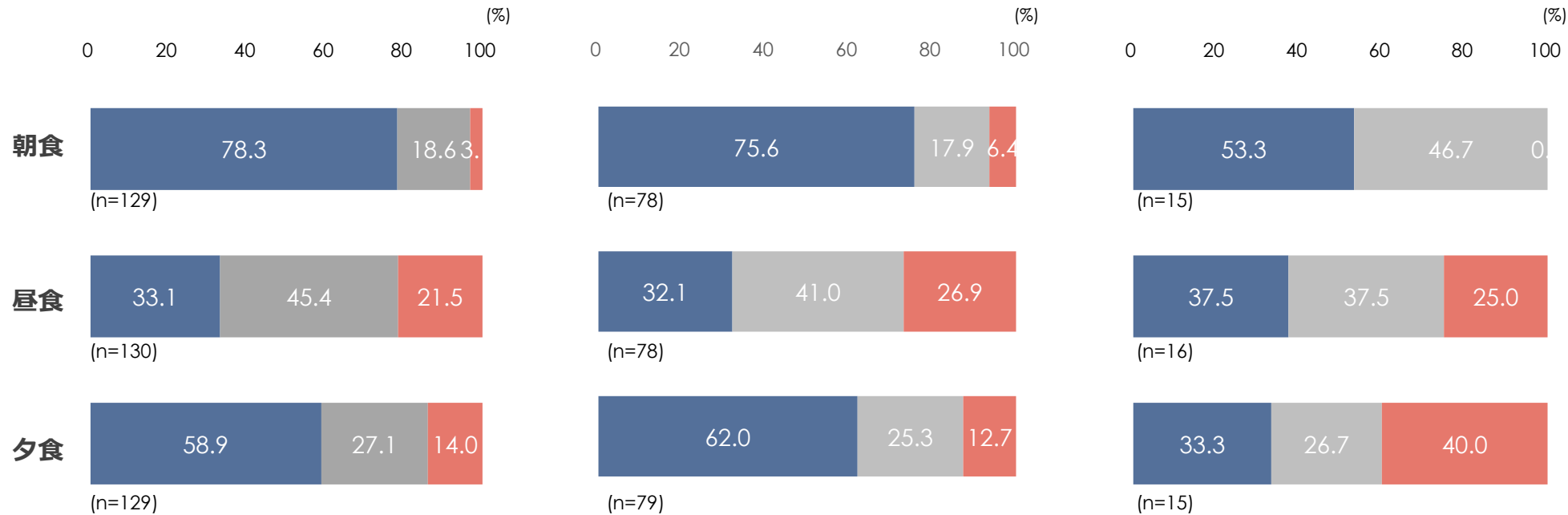
## 食事のスタイル

- 全般的に**内食が多く**、外食は特に昼食に集中

HNWI : 100万ドル以上

UHNWI : 3000万ドル以上

Billionaires : 10億ドル以上



凡例 | ■ 内食が多い ■ 内食・外食半々程度 ■ 外食が多い

## UAE富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル

### 食事のスタイル

- インタビューでは、**平日が基本的に内食、外食は昼食や週末**といった場合のみ
- 内食の理由としては、**家族と過ごせること**などが挙げられた
- 外食の理由としては、**ビジネスミーティング**、あるいは**自らの趣味を共有する仲間との会食**が複数名



(インタビュー調査)

#### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 49才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 自宅で食べるのが好きです。外食はあまりしない。**子供たちが周りにいるので。**

▶ 男性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 平日は**自宅**で、週末は友人と食べるか**サイクリングのイベント**で食べます。

▶ 女性 | 43才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,400万ドル)

- 平日に**ビジネスミーティング**がある場合は**昼食**を外で食べます。

▶ 男性 | 59才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,600万ドル)

- 平日の家での食事は全て自分で用意し、**友人と一緒にの際やキャンプの時は外**で食べます。

▶ 男性 | 68才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 3,100万ドル)

- 平日は家に帰って料理したり食べたりするのが好きです。

#### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 51才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 1億ドル)

- 仕事をするために料理の持ち帰りを利用することもあります。

#### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)

- 週末は客が来ない限り**いつも家で**、平日の朝は家で、**昼や夜はときどき会食**。



# UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 訪日経験

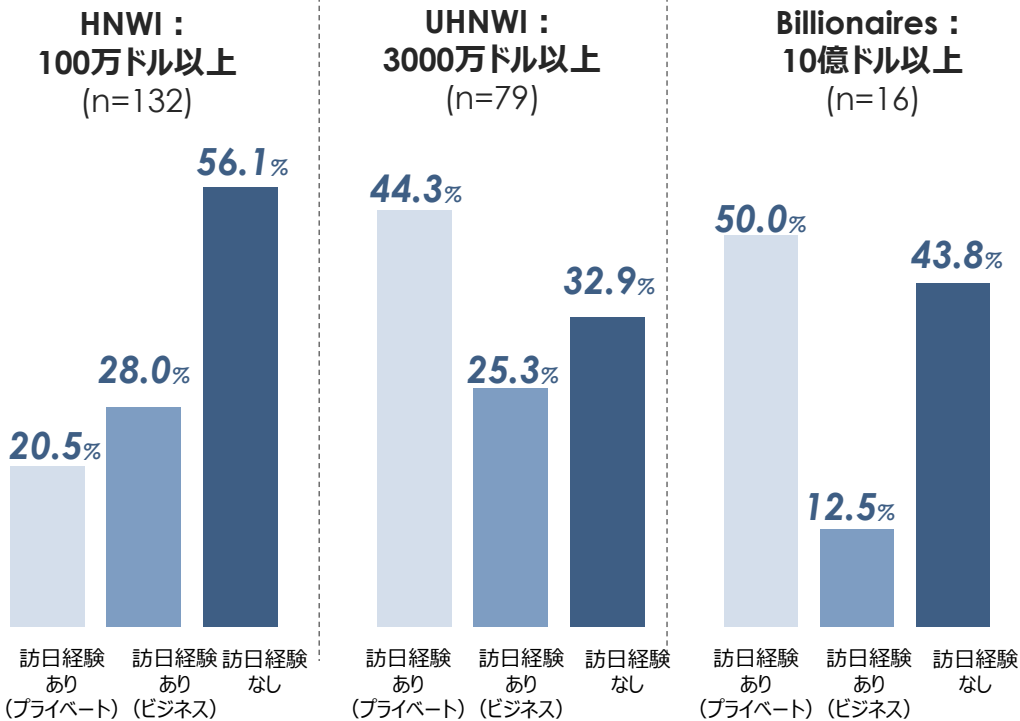
- 訪日経験がない人が多い
- 3000万ドル以上のカテゴリーはプライベートの訪日経験が多い

## 自国で流行りそうな日本食

- インタビューでは、「**栄養要素の高い食品**」に可能性を見出している回答
- 具体的な品目として、**ラーメン、炒め物、出汁、玉子焼き**が挙げられた



(インタビュー調査)



▶ 男性 | 45才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・ 寿司や刺身、てんぷら、和牛は既にあります。ラーメンはあまり知られていません。

▶ 男性 | 68才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 3,100万ドル)  
 ・ 炒め物、出汁がいい

▶ 男性 | 51才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 1億ドル)  
 ・ 栄養要素の高い食品であれば何でもOK、品質の高い豚脂を使用していないハラル。

▶ 男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)  
 ・ 玉子焼きが有名になり得る。今は地元のスーパーでも和風チーズケーキが買えるようになりました。



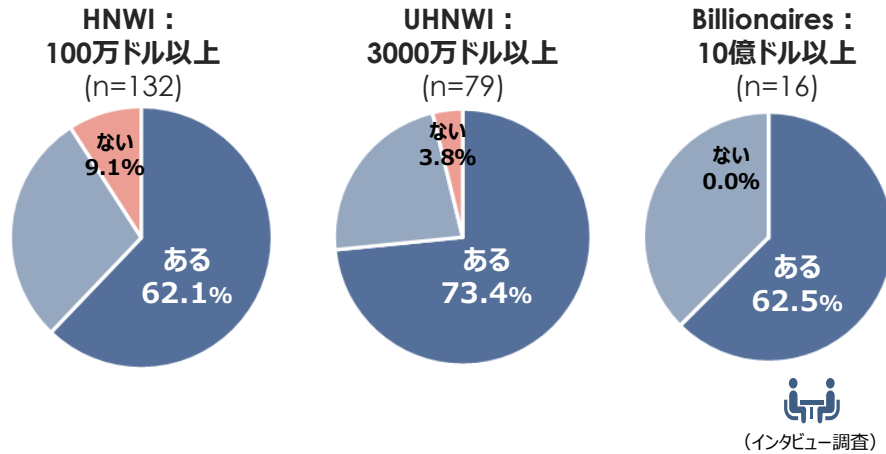
# UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 日本食への関心

- 日本食に関心がある人は全体の**6-7割**
- インタビューでは、日本食が食べられるレストランが普及されていることが話題となったことから、この地域に一定の関心があることが示されている

## 日本食を食べた経験

- 日本食の摂取経験は**3000万ドルのカテゴリーが最も多い**
- インタビューでは、食べたことがある人はUAEの**日本食レストラン**で、「エビの天ぷら」「肉と海産物」「寿司」などが挙げられた

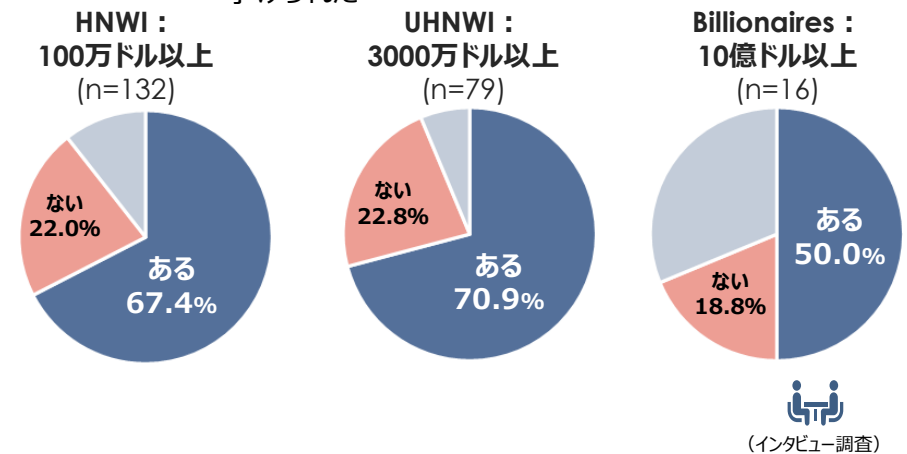


▶ 女性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・なんでもあるかと思えます。

▶ 女性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・お寿司はどこでも有名。ラーメンも。

▶ 女性 | 43才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,400万ドル)  
 ・自分の知っている日本料理は、ほとんど今住んでいる場所で食べることができます。

▶ 男性 | 59才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,600万ドル)  
 ・アラブ首長国連邦では日本食はほぼ全て揃っています。



▶ 男性 | 45才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・何回かありますが、あまり覚えていません。グリルしたものとごはんだった。友達とドバイの日本食レストランで食べました。

▶ 男性 | 38才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)  
 ・日本食レストランでのみ食べたことがあります。友人や家族と一緒に、エビの天ぷらと焼き飯、寿司を食べました。

▶ 男性 | 51才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 1億ドル)  
 ・UAEの**日本食レストラン**で友達と肉と海産物を食べます。ご飯を食べずに魚を食べます。

▶ 男性 | 47才 Billionaire : 10億ドル以上 (> 20億万ドル)  
 ・UAEと日本で日本食を食べたことがある。家族や友達と8回日本に行った。

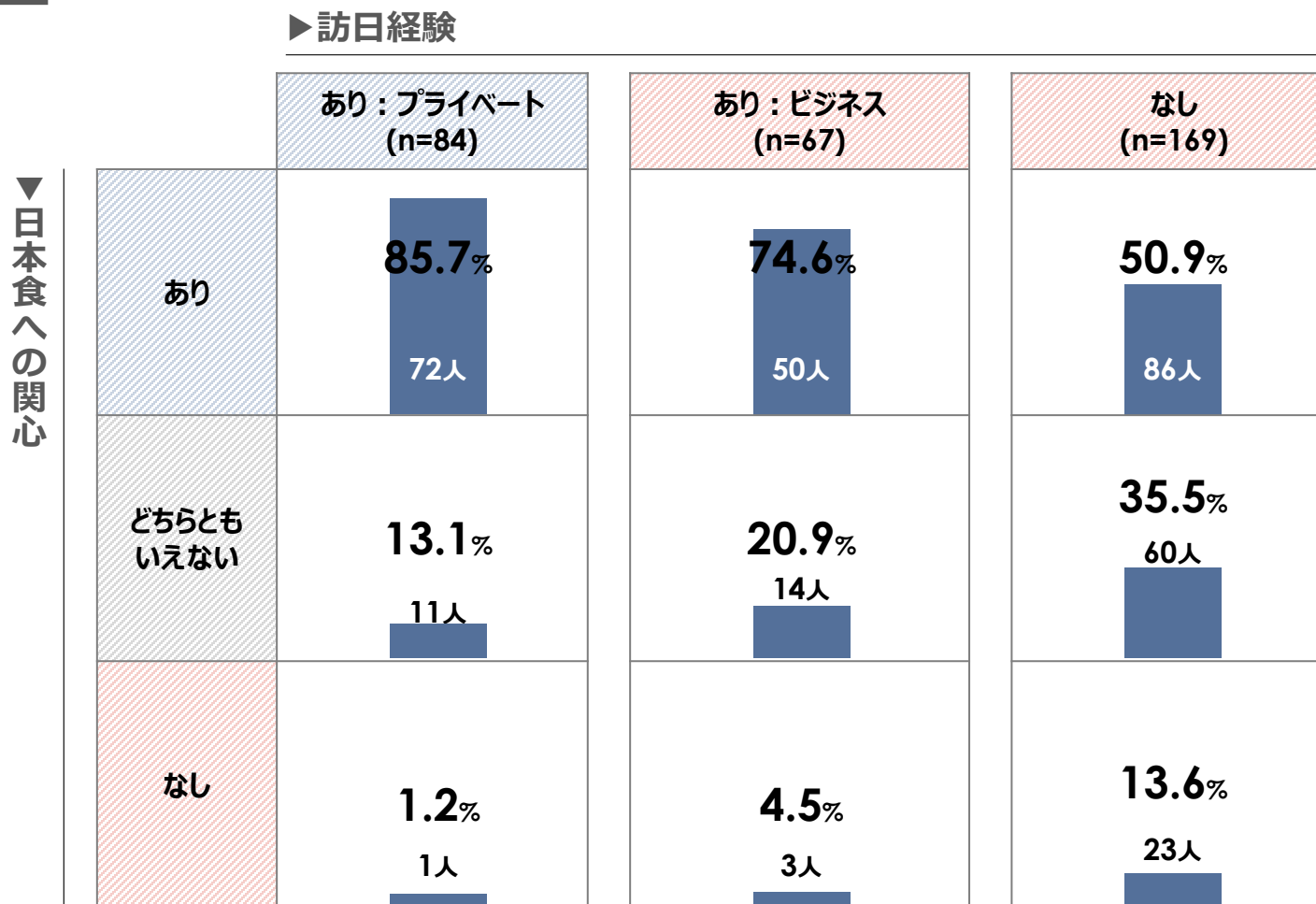




# UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 訪日経験と日本食への関心

- 日本食への関心は訪日経験は影響せず、**訪日経験がない人も日本食に一定の関心**
- 訪日経験者においては、プライベート目的の訪日経験者の方がビジネス目的の経験者より日本食への関心が高まる傾向





# UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 訪日経験と日本食への関心

● **30代**は日本への渡航経験と日本食に対する関心が相対的に高いカテゴリー

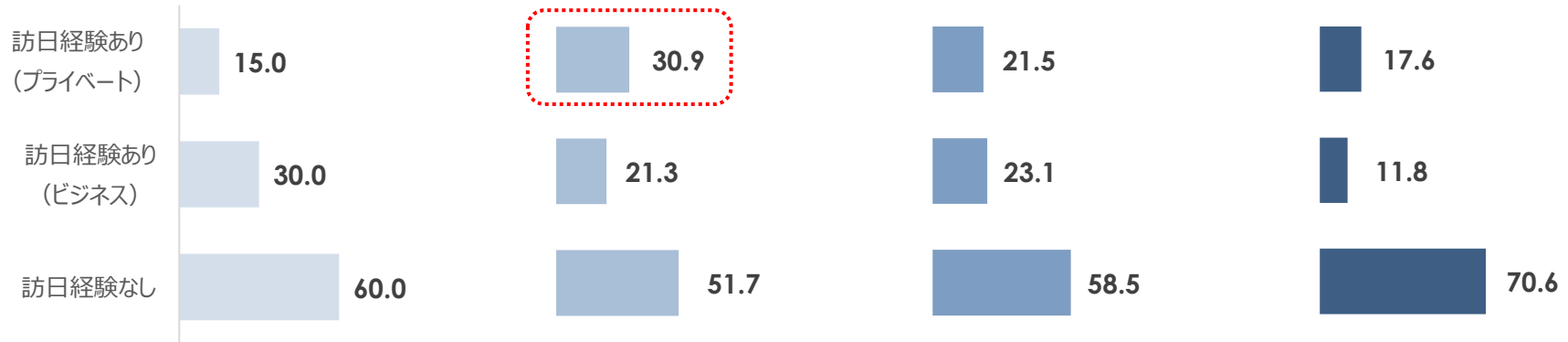
20-29歳(n=20)

30-39歳(n=207)

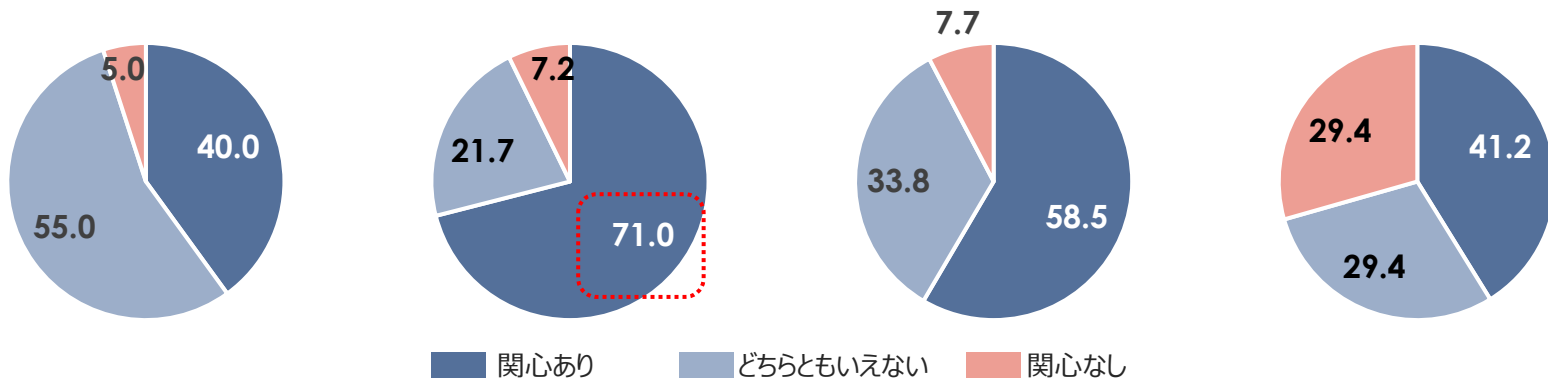
40-49歳(n=65)

50-59歳(n=17)

### ▶年代別にみた訪日経験(%)



### ▶年代別にみた日本食への関心(%)





# UAE富裕層の概況 | 3. 関心事項

日常の買物重視点と日本食への関心

- 買い物において洗練性を重視する人は日本食の見た目の綺麗さを、サステイナブル・SNS映え・宗教を重視する人はエキゾチックさに注目する傾向

## ▶ 日本食に関心を持つ点

(%)

▼ 日常買物の重視点

	全体	美味しそうだから	見た目が綺麗だから	日本の歴史を感じるから	エキゾチックだから	自国や欧米等にはない珍しい食材があるから	自国ではあまり手に入らないから	人から勧められたから	日本が好きだから	健康そうだから
全体	200	76.0	50.0	27.5	29.0	18.0	17.5	19.5	15.0	41.0
ブランド	119	80.7	52.1	30.3	31.9	15.1	22.7	21.0	15.1	38.7
ラグジュアリーさ、見た目、美的要素	66	74.2	51.5	24.2	34.8	19.7	9.1	24.2	15.2	31.8
希少価値、パーソナライズ	57	77.2	52.6	24.6	29.8	22.8	8.8	26.3	12.3	42.1
洗練性、クラフトマンシップ	62	75.8	64.5	33.9	37.1	22.6	17.7	17.7	22.6	46.8
利便性（作りやすい・扱いやすい）	114	80.7	52.6	25.4	27.2	18.4	17.5	15.8	20.2	43.9
ストーリー性	38	76.3	52.6	28.9	34.2	10.5	10.5	23.7	13.2	39.5
（適正な）価格	106	78.3	55.7	29.2	20.8	18.9	18.9	16.0	14.2	47.2
生産地、オリジン	66	80.3	40.9	31.8	24.2	21.2	19.7	13.6	10.6	47.0
知人、SNS等による口コミ評価	38	78.9	47.4	34.2	26.3	21.1	18.4	28.9	23.7	21.1
宗教、主義・マインドフルネス	33	66.7	48.5	18.2	42.4	9.1	12.1	27.3	18.2	45.5
SNS映え	39	71.8	46.2	30.8	35.9	20.5	17.9	33.3	10.3	20.5
サステイナブル・環境配慮	94	79.8	48.9	28.7	34.0	16.0	20.2	18.1	16.0	52.1
トレーサビリティ	29	72.4	37.9	20.7	44.8	13.8	24.1	13.8	6.9	31.0
慈善活動、チャリティ、慈悲	20	60.0	60.0	30.0	15.0	10.0	20.0	25.0	20.0	55.0

全体 + 10ポイント

全体 + 5ポイント

全体 - 5ポイント

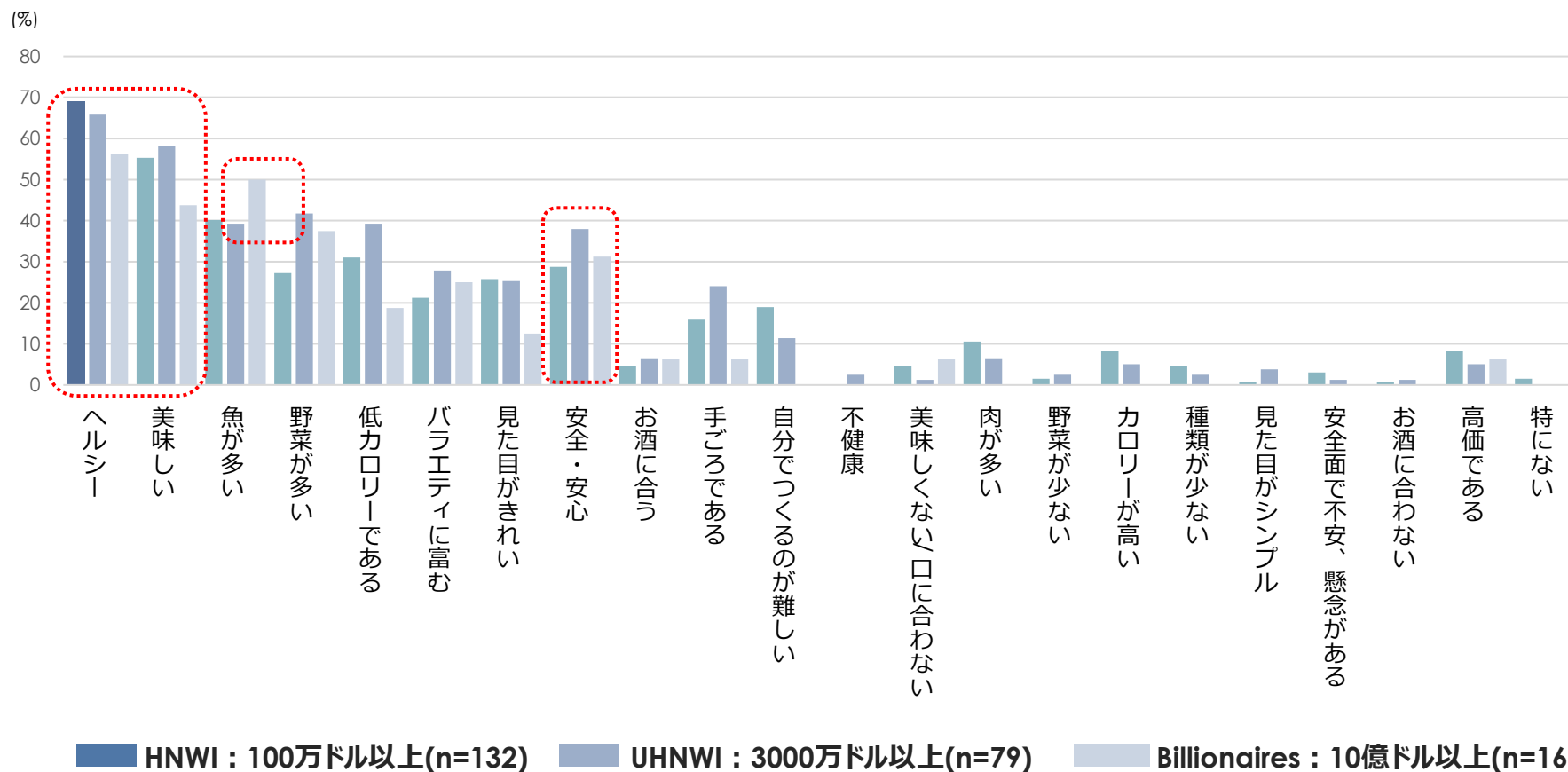
全体 - 10ポイント



# UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

## 日本食のイメージ

- 日本食に対するイメージとしては、ヘルシー、美味しい、見た目がきれい、安全・安心と言った点が共通事項
- 魚が多いは、特に10億ドル以上のカテゴリーを持つイメージの要素



(%)



## UAE富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心

### 日本・ 日本食の イメージ

- インタビューでは、日本食の良さは、**他にはないような調理方法や見せ方**、「調理方法や準備の方法が有名で、**代々受け継がれた調理方法**に誇りを持っている」ことなどに起因しているといった回答が挙げられている
- **ヘルシーさ**とともに、**新鮮**、**清潔**であることも挙げられている



(インタビュー調査)

#### HNWI : 100万ドル以上

▶ 女性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,000万ドル)

- 静かで親切な人が多い。食事は**調理方法や準備の方法が有名**で、**代々受け継がれた調理方法に誇り**を持ち、**新鮮な食材**を使用した**日本料理が有名**。

▶ 女性 | 62才 HNWI : 100万ドル以上 (> 500万ドル)

- 日本には**独特の料理の仕方や見せ方**がある

▶ 男性 | 59才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,600万ドル)

- 興味深い異文化。彼らはとても**整理**されていて、**ユニーク**です。彼らの**料理は他とは違い、どのようにそれを準備するかさえも違います**。

#### UHNWI : 3000万ドル以上

▶ 男性 | 68才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 3,100万ドル)

- 創意に富んだ人々 - **新鮮で清潔な料理**が用意されている

▶ 男性 | 51才 UHNWI : 3000万ドル以上 (> 1億ドル)

- 豊かな文化とフレンドリーな人々です。レストランでのみ、**健康的な食べ物**が提供されます。ファーストフードはそうではありません。

#### Billionaires : 10億ドル以上

▶ 男性 | 32才 Billionaire (> 80億ドル)

- 両親の家か外で食べます。家で作ったり食べたりはしません。

---

# 香港

---



*Hong Kong*



# 香港富裕層の概況 | 1. ポイント

## 1. 生活スタイル

- 香港の富裕層は、平日と祝日・オフの日とで大きく生活スタイルが異なることなく、比較的規則正しい生活時間。
- 朝食は30分未満で、昼食と夕食が1時間未満とやや長めの時間を費やす。
- 保有資産が多くなるとティーブレイクを採る人が増え、また、いずれの 카테고리 も、祝日・オフの日の方がティーブレイクを採る率が高まる。

## 2. 関心事項

- 健康増進、等身大、知的好奇心が共通した日常の関心事項。インタビューでは、「自分の内面と向き合う」、「平静を保つ」、「健康を保つ」という表現。
- 買い物では、適正価格も重視。日本食に関心があるカテゴリーは、全体に比べて適正価格に対して敏感。
- 日常的にサステイナブル、チャリティへの関心を持つ人は、全体に比べて食材に対する重視点が多様。サステイナブルに関心がある人は、食材の環境配慮等も重視しており日ごろの意識が食材の選択基準に影響。

## 3. 食事に対する意識・スタイル

- 食は味を含め「楽しむもの」。インタビューでは、「食材が人生の良し悪しを決めるという要素」という声も。
- こうした意識もあり、リラックス、家族との大切な時間、友人・知人と採る食事といういずれの観点でも、祝日・オフの日の夕食を重視。
- 朝食は内食、昼食は内食と外食のケース、夕食は外食のパターンが多い。内食は「家族と食べるのが好き」、外食は、「仕事中的であること、友人・パートナーとの会食、レストランの食事を楽しむ」という理由。

## 4. 訪日経験と日本食への関心

- 訪日経験がある人は多く、特にプライベートが主流。これらのカテゴリーにおいて日本食への関心が高い。
- 日本の歴史や希少性など、日本食に対し味以外の付加価値に関心を示すのはビジネスでの訪日経験者。
- 日本は親切・謙虚・礼儀正しい人々がいること、歴史にあふれていることを評価。日本食に対しては、ヘルシー、美味しい、魚が多いといったイメージ。値段が高いことから「富の象徴」というイメージを持つ声も。また、日本の菓子に可能性を見込む意見がある一方で、「すでに（香港に）ないものはない」との意見も。

# 香港富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



Hong Kong

## 生活時間

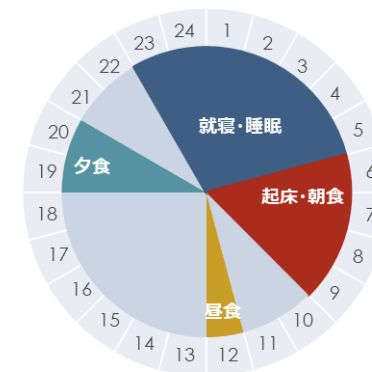
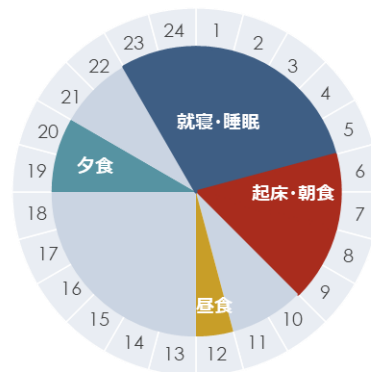
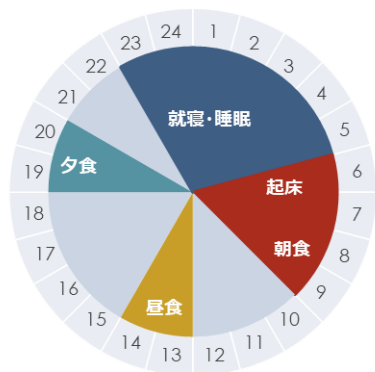
- 香港の富裕層は、平日と祝日・オフの日とで大きく生活スタイルが異なるところはなく、オフの日には起床が平日に比べて1時間ほど後ろ倒しになる傾向

HNWI : 100万ドル以上  
(n=143)

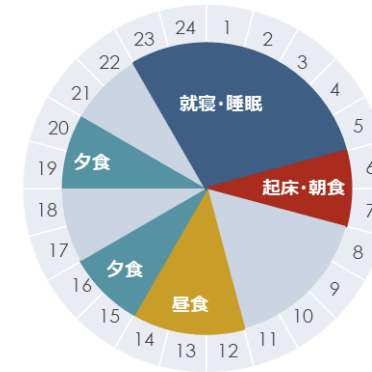
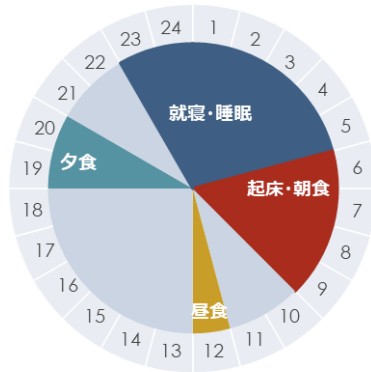
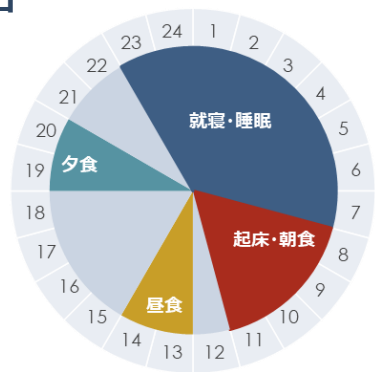
UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=36)

Billionaires : 10億ドル以上  
(n=4)、参考値

### 平日



### 祝日・オフの日





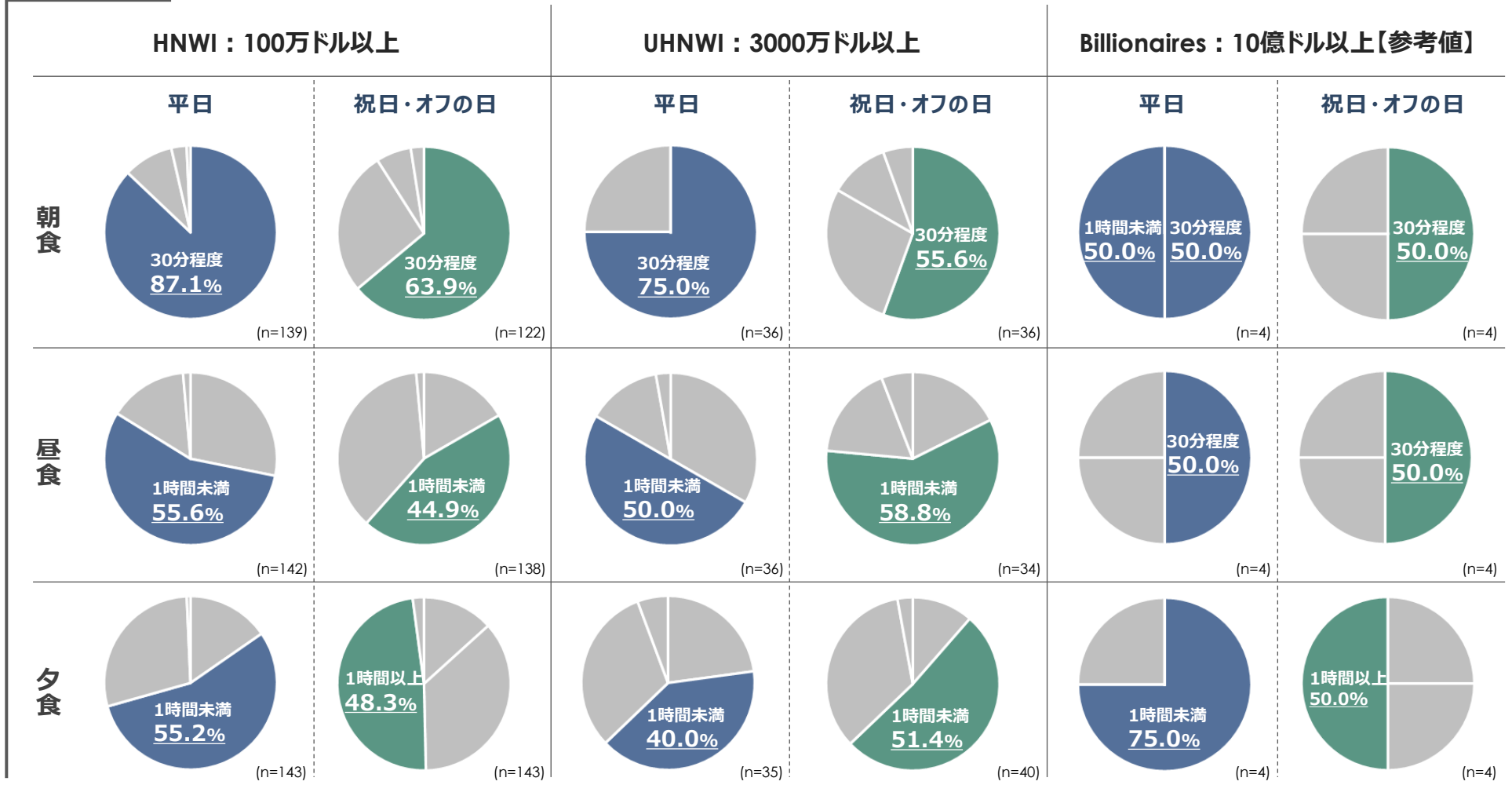
# 香港富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



Hong Kong

## 食事にかかる時間

- 香港の富裕層は、**昼食と夕食が1時間未満と長めの時間**を費やす傾向



# 香港富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



Hong Kong

## 生活時間

- 香港では、100万ドル以下のカテゴリーでティーブレイクを採る人は3~5割程度にとどまるが、**3000万ドル以上のカテゴリーにおいて**は、**午前中、午後、食後**で5~6割存在
- いずれのカテゴリーも、**祝日・オフの日の方がティーブレイクを採る率が高まる**

	午前中のティーブレイク	午後のティーブレイク	食後のお酒/ お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/ お茶やコーヒータイム	
平日	HNWI : 100万ドル以上 (n=143)	採る 36.4%	採る 47.6%	採る 32.9%	
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=36)	採る 63.9%	採る 61.1%	採る 55.6%	
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=4)、参考	採る 50.0%	採る 75.0%	採る 100.0%	採る 75.0%
祝日・オフの日	HNWI : 100万ドル以上 (n=143)	採る 47.6%	採る 54.5%	採る 45.5%	採る 38.5%
	UHNWI : 3000万ドル以上 (n=36)	採る 72.2%	採る 69.4%	採る 66.7%	採る 55.6%
	Billionaires : 10億ドル以上 (n=4)、参考	採る 75.0%	採る 75.0%	採る 100.0%	採る 75.0%

## 香港富裕層の概況 | 2. 生活スタイル



Hong Kong

### 生活時間・ 食事に かける時間

- インタビューでも、**毎日規則正しく食べている**人が複数人存在
- ただし、インタビューでは、週末の場合、昼食・夕食を後倒しにする回答もあった



(インタビュー調査)

#### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

• 朝 7 時頃、昼 1 2 時頃、夕方 4 時頃。平日も休日も同じです。

▶ 男性 | 58才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

• 平日は3食規則正しく食べて、休日は昼食と夕食を2時間ずらします。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

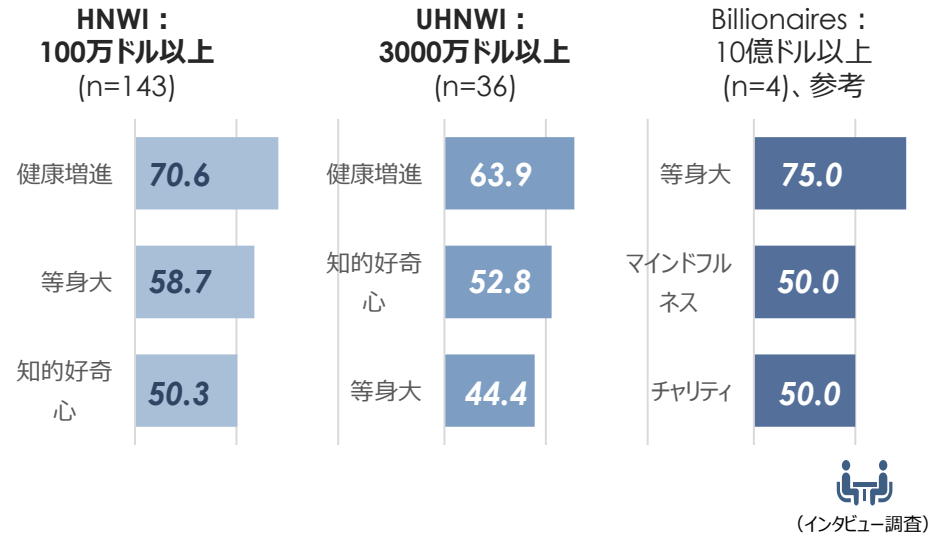
• 食事は一日3回、午前8時、午後2時、午後8時。平日も週末も同じ。



# 香港富裕層の概況 | 3. 関心事項

## 日常の関心事項

- **健康増進、等身大、知的好奇心**に関心
- インタビューでは、「自分の内面と向き合う」、「平静を保つ」、「健康を保つ」という表現が挙げられた



▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

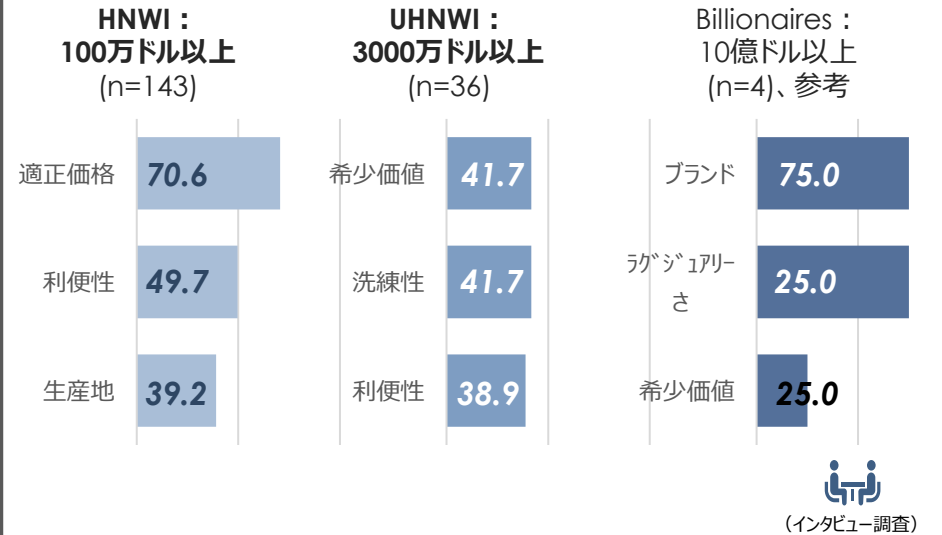
- **スポーツ、ヨガ、体形維持、ボディ&マインドバランス**、“Pengyou Introduction”というTencentの有名なSNS、読書、新聞購読

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 車、**スポーツ、健康関連、ヨガ**
- ヨガは**自分の内面と向き合う**ため、そして**平静を保つ**ため、**健康を保つ**ため、私は健康的な食事を選び、自分の体と年齢にいいものを食べています。

## 買い物時の重視点

- **3000万ドル以上は、適正価格より希少性や洗練性を重視**
- インタビューでは「健康」、「栄養」、「新鮮」、「清潔」、「価格」が挙げられた



▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 食材はスーパーマーケットにて**健康面、栄養面を重視**して、自分のニーズに合わせた予算内で自分で買いに行きます。

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

- 妻が、必ず**新鮮**な食品を買う。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- **清潔さと価格**を重視しています。

# 香港富裕層の概況 | 3. 関心事項

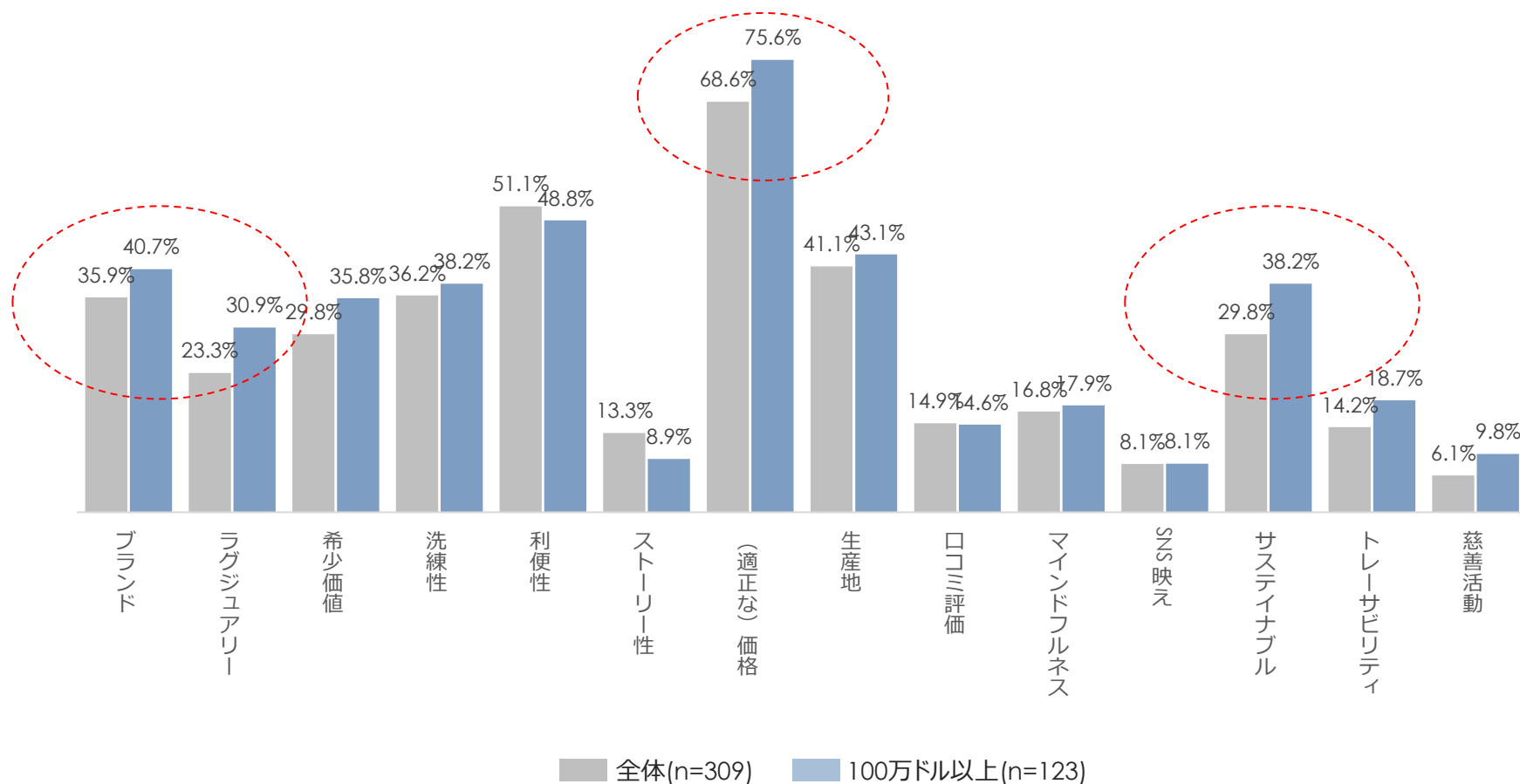


Hong Kong

## 買い物時の重視点

- 日本食に関心があるカテゴリーにおいては、全体に比べて、買い物時において**適正な価格に対して敏感**である
- また、ブランドやラグジュアリーさ、サステイナブル、希少価値といった**付加価値要素も重視**しており、これらの要素に納得がいけば、それに**見合った価格設定に納得感が得られる可能性**

▶「日本食に関心がある」人の買い物時の重視点



# 香港富裕層の概況 | 3. 関心事項



Hong Kong

## 日常の関心事項と食材の重視点

- 日常的に、**サステナブル、チャリティ**といった意識が高いカテゴリーは、**食材に対しても、全体に比べて重視する項目が多様**である。特に、サステナブルへの関心が高い人は、風味・味以外にも、鮮度、価格、栄養素、環境配慮等において重視度が高い

### ▶ 食材に対して重視する点

(%)

## ▼ 日常の関心事項

	全体	安全性	ストーリー性	マインドフルネス	風味・味・香り等	栄養素やダイエツト	環境配慮	利便性	新鮮、鮮度	認証（オーソライズ機関）	製造企業ブランド、メーカー	見た目、美的要素	季節性	納得感のある価格	希少価値	特にこだわりはない
全体	309	44.3	13.9	18.8	62.5	32.4	21.7	43.7	52.8	10.0	12.3	8.7	18.4	36.2	1.6	1.3
マインドフルネス	128	55.5	16.4	21.9	65.6	37.5	21.9	49.2	59.4	14.1	12.5	14.8	22.7	39.1	1.6	0.8
等身大	154	55.2	15.6	18.8	60.4	36.4	25.3	47.4	59.7	11.7	14.3	9.1	18.8	44.2	1.9	0.6
ミニマム志向	83	48.2	10.8	25.3	66.3	34.9	20.5	50.6	50.6	8.4	7.2	10.8	18.1	45.8	0.0	1.2
健康増進	195	51.3	12.3	15.9	66.7	34.4	24.6	46.7	60.5	12.3	13.8	10.8	19.0	42.1	2.1	1.0
知的好奇心	140	46.4	15.7	17.9	68.6	39.3	27.1	45.0	56.4	12.1	12.9	7.9	25.7	38.6	2.1	1.4
情報発信（ライフスタイル等の発信）	102	51.0	16.7	20.6	66.7	36.3	26.5	49.0	64.7	17.6	17.6	11.8	18.6	39.2	2.0	0.0
情報発信（社会活動、問題提起）	65	38.5	15.4	30.8	60.0	38.5	35.4	41.5	53.8	18.5	18.5	13.8	18.5	35.4	0.0	0.0
ステータス維持・確保	98	53.1	16.3	22.4	67.3	38.8	27.6	48.0	55.1	15.3	17.3	12.2	22.4	36.7	4.1	0.0
サステナブル社会への貢献	87	58.6	11.5	19.5	73.6	44.8	37.9	52.9	69.0	19.5	17.2	17.2	29.9	47.1	4.6	1.1
チャリティ活動の実践	56	55.4	16.1	21.4	60.7	44.6	32.1	42.9	53.6	23.2	17.9	16.1	26.8	42.9	3.6	0.0
人との交流	122	50.8	11.5	9.8	70.5	37.7	16.4	57.4	69.7	12.3	17.2	13.1	23.8	52.5	1.6	0.0
宗教（信仰）の実践	33	66.7	18.2	12.1	63.6	45.5	30.3	57.6	75.8	12.1	21.2	12.1	12.1	45.5	0.0	0.0

全体+10ポイント

全体+5ポイント

全体-5ポイント

全体-10ポイント

# 香港富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



Hong Kong

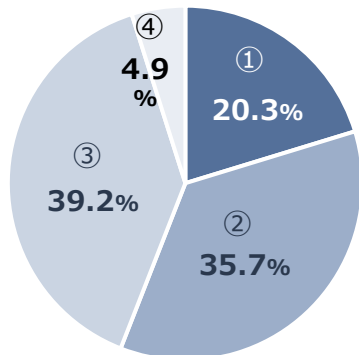
## 「食」の位置づけ

- いずれの категорияにおいても**食は味を含め、楽しむためのもの**として位置付け
- インタビューでは、食材が人生の良し悪しを決めるという要素、常に新しい食事を学ぶ楽しみ方が回答の中に挙げられた

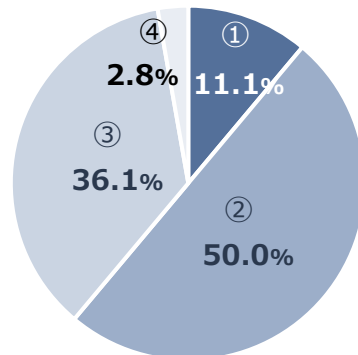


(インタビュー調査)

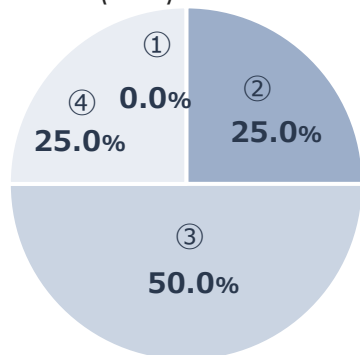
HNWI : 100万ドル以上  
(n=143)



UHNWI : 3000万ドル以上  
(n=36)



Billionaires : 10億ドル以上  
(n=4)、参考



- 凡例 |
- ① 生きる糧
  - ② 味を楽しむ
  - ③ 食べることを楽しむ
  - ④ 文化等を楽しむ

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)  
 ・必要な栄養が取れば良い。それほど重要でない

▶ 男性 | 58才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)  
 ・**良い食材は人生を良いものにし、悪いことがあったときも人生を良い方向に変えてくれます。**

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)  
 ・健康的な食生活をさらに改善し、自分たちの体を維持し、**常に新しい食事を学ぶこと。**

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万USドル)  
 ・とても大事だと思います。健康的な食事は身体の成長に必要な栄養素とエネルギーを与えます。また、**私は食べる事を楽しんでいます。**

# 香港富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



Hong Kong

## 大切な食事

- 100万ドル以上の富裕カテゴリーが最も重視しているのは、**祝日・オフの日の夕食**。リラックス、家族との大切な時間、友人・知人と採る食事のいずれの観点でも、祝日・オフの日の夕食は重要
- また、平日の夕食も相対的に重要な位置づけ

HNWI : 100万ドル以上



(%)

	平日							祝日 オフ							
	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	朝食	午前中の ティー タイム	昼食	午後の ティー タイム	夕食	食後の お酒/ お茶や コーヒー タイム	就寝前の 軽食・ お酒/ お茶や コーヒー タイム	当て はまらない /わからない
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=135)	14.1	3.0	17.0	0.7	11.1	0.0	0.0	3.7	0.7	6.7	1.5	<b>40.0</b>	0.7	0.7	0.0
(n=143)															
2.特に重要だと思う食事	28.0	3.5	35.7	2.8	<b>42.7</b>	2.1	2.1	11.9	0.7	25.2	4.2	<b>51.0</b>	5.6	4.9	5.6
3.特にリラックスできる時間	8.4	4.9	15.4	8.4	21.7	4.9	2.8	21.7	4.9	<b>29.4</b>	18.9	<b>41.3</b>	11.9	9.1	2.8
4.家族との時間として大切な食事	3.5	1.4	5.6	1.4	<b>44.8</b>	2.8	1.4	5.6	3.5	18.2	7.0	<b>69.9</b>	5.6	3.5	2.8
5.友人・知人と採ることが多い食事	2.8	0.7	17.5	4.2	<b>27.3</b>	2.1	0.7	2.8	2.1	31.5	11.2	<b>51.7</b>	6.3	6.3	5.6



# 香港富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



Hong Kong

## 大切な食事

- 3000万ドル以上のカテゴリーも同様に、最も重要視しているのは祝日・オフの日の夕食で、リラックス、家族との大切な時間、友人・知人と採る食事の位置づけ

UHNWI : 3000万ドル以上



(%)

	平日						祝日・オフ						当てはまらない/わからない			
	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム	朝食	午前中のティータイム	昼食	午後のティータイム	夕食	食後のお酒/お茶やコーヒータイム	就寝前の軽食・お酒/お茶やコーヒータイム		
1.一日の中で、最も重要視している食事(n=35)	20.0	17.1	11.4	0.0	17.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	<b>25.7</b>	5.7	2.9	0.0
(n=36)																
2.特に重要だと思う食事	22.2	22.2	16.7	8.3	<b>33.3</b>	0.0	0.0	2.8	2.8	27.8	2.8	<b>36.1</b>	5.6	5.6	2.8	
3.特にリラックスできる時間	8.3	8.3	11.1	8.3	22.2	8.3	8.3	13.9	2.8	<b>33.3</b>	11.1	<b>36.1</b>	5.6	8.3	0.0	
4.家族との時間として大切な食事	5.6	11.1	5.6	2.8	30.6	8.3	5.6	11.1	2.8	<b>33.3</b>	5.6	<b>41.7</b>	5.6	11.1	2.8	
5.友人・知人と採ることが多い食事	2.8	5.6	16.7	2.8	8.3	2.8	8.3	0.0	2.8	<b>38.9</b>	5.6	<b>44.4</b>	16.7	0.0	8.3	

# 香港富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



Hong Kong

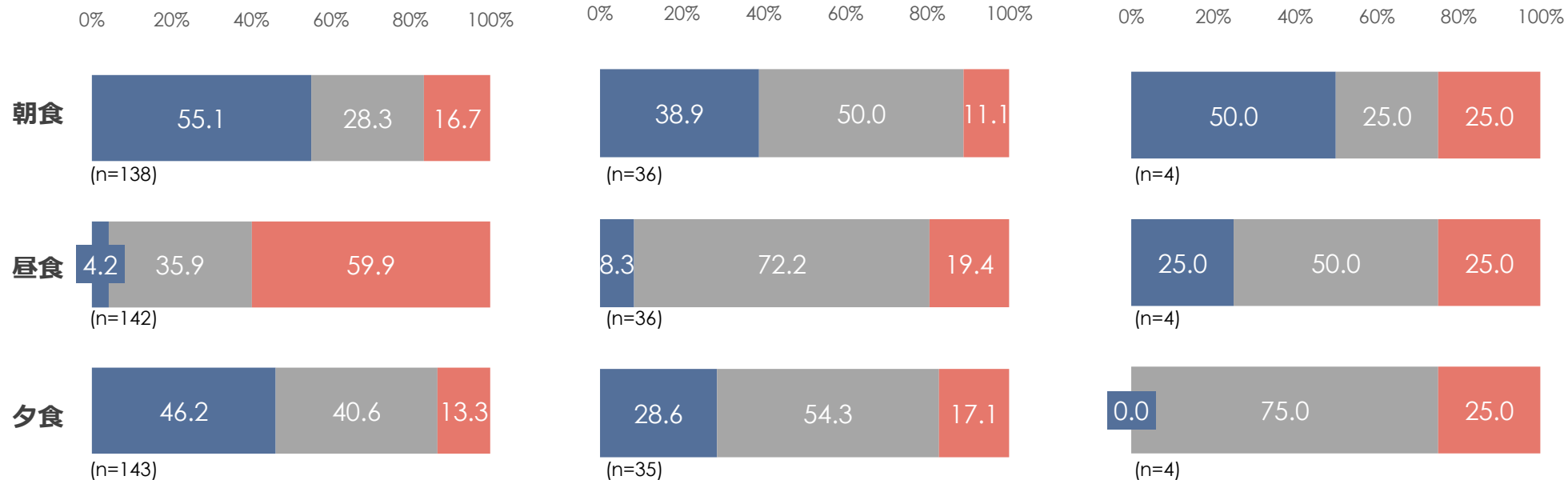
## 食事のスタイル

- 朝食は内食、昼食は内食と外食のケース、夕食は外食
- 100万ドル以上のカテゴリーにおいて外食のケースが多い

HNWI : 100万ドル以上

UHNWI : 3000万ドル以上

Billionaires : 10億ドル以上  
(参考値)



凡例 | ■ 内食が多い ■ 内食・外食半々程度 ■ 外食が多い

# 香港富裕層の概況 | 4. 食事に対する意識・スタイル



Hong Kong

## 食事のスタイル

- インタビューでは、**内食**の理由として「**家族と食べるのが好き**」が挙げられた
- 外食の理由としては、仕事中であること、友人・パートナーとの会食、「レストランの食事を楽しむのが好き」が挙げられた



(インタビュー調査)

### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 勤務日は外食、オフの日（主に日曜日）は自宅にて食事します。**家で家族と食べるのが好き**です。

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

- 仕事の日には外食。休日は家で食べる。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- 平日は自宅を食べますが週末は私がどこで外食するか決めます。友人と会食することもあります。夫婦だけで外食もします。レストランの食事を楽しむのが好きで、新しい食事や場所を楽しむことができます。

▶ 男性 | 58才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- 平日は朝食と昼食、夕食は家で、休日は予定がなければ家で妻が選んだ店で食べる。

# 香港富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



Hong Kong

## 訪日経験

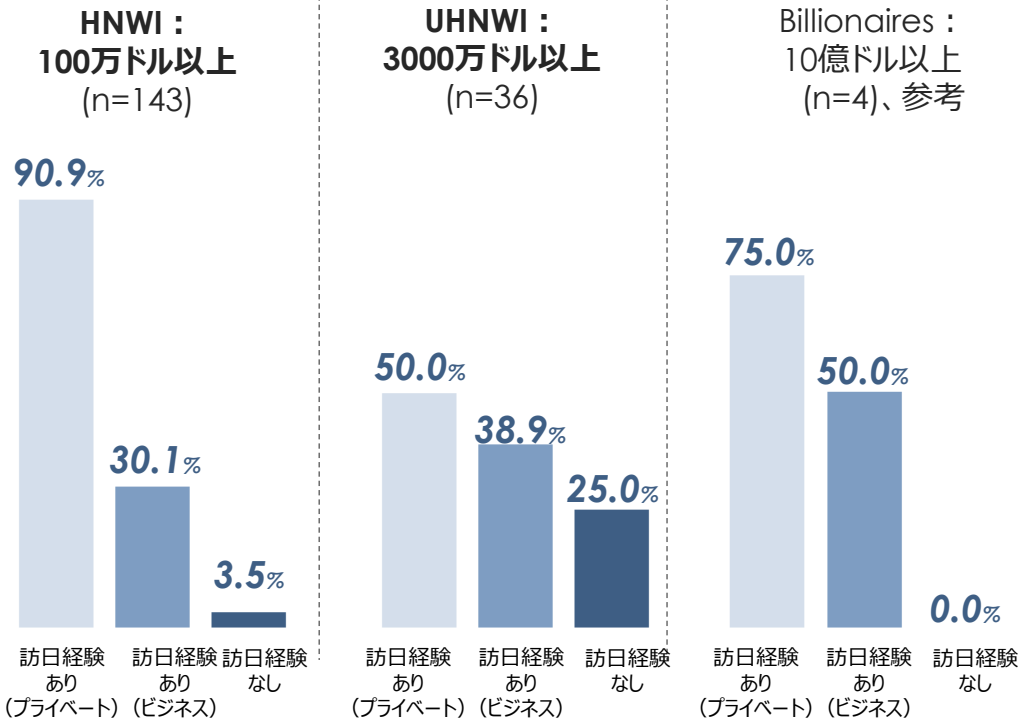
- 訪日経験がある富裕層は多く、特にプライベートでの訪日が主流
- 100万ドル以上のカテゴリでは9割がプライベートで訪日

## 自国で流行りそうな日本食

- インタビューでは、「**栄養要素の高い食品**」に可能性を見出している回答
- 具体的な品目として、**ラーメン、炒め物、出汁、玉子焼き**が挙げられた



(インタビュー調査)



▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

● 香港ではほとんどの日本食が食べられますが、**日本のお菓子**など、ここでは知られていないものもたくさんあります。

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

● 寿司と刺身。中国で既によく知られています。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

● ほとんどの食材はすでに買うことができます。

▶ 男性 | 58才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

● すべての日本食。私の住んでいる場所にはすでに多くの日本食レストランがあります。寿司と刺身が一番気に入っています。

# 香港富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



Hong Kong

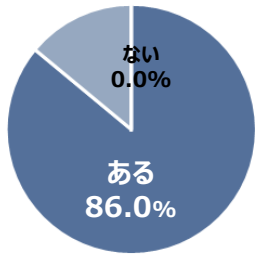
## 日本食への関心

- 特に100万ドル以上のカテゴリーにおいて日本食への関心は高く8割強
- インタビューでは、「**味わい深さ**」「**高品質**」に関心が示された

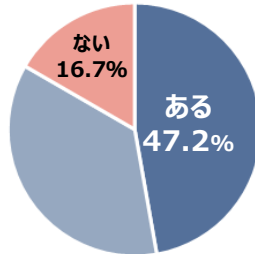
## 日本食を食べた経験

- 日本食を食べた経験も高く、6~8割強に達する
- インタビューでは、基本的に**家族・友人との外食で、寿司・刺身・焼き魚**が挙げられた

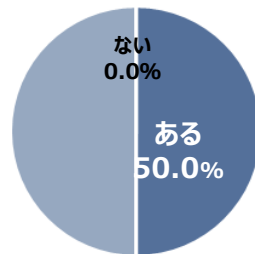
HNWI : 100万ドル以上 (n=143)



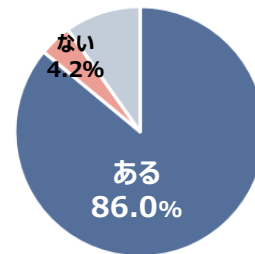
UHNWI : 3000万ドル以上 (n=36)



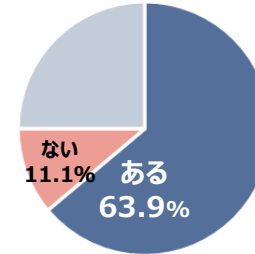
Billionaires : 10億ドル以上 (n=4)、参考



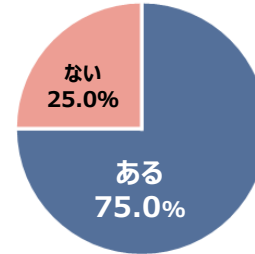
HNWI : 100万ドル以上 (n=143)



UHNWI : 3000万ドル以上 (n=36)



Billionaires : 10億ドル以上 (n=4)、参考



(インタビュー調査)

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

● 日本食はまた食べたいと思います。

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

● 値段が高ければ高いほど多くの人に選ばれると思います。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

● 日本食については**味わい深く、高品質**のことが気に入っています。



(インタビュー調査)

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

● 私は様々な種類の料理がある日本食がとても好きです。3ヶ月前、中国にて、**友人たち**と。食べたものの名前に関しては友人が注文したのでわかりません。

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

● あまり覚えていないが日本料理、**刺し身、焼き魚を家族と友人と食べました。**

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

● **寿司はいつも食べています。夫と食べる事**が多いです。

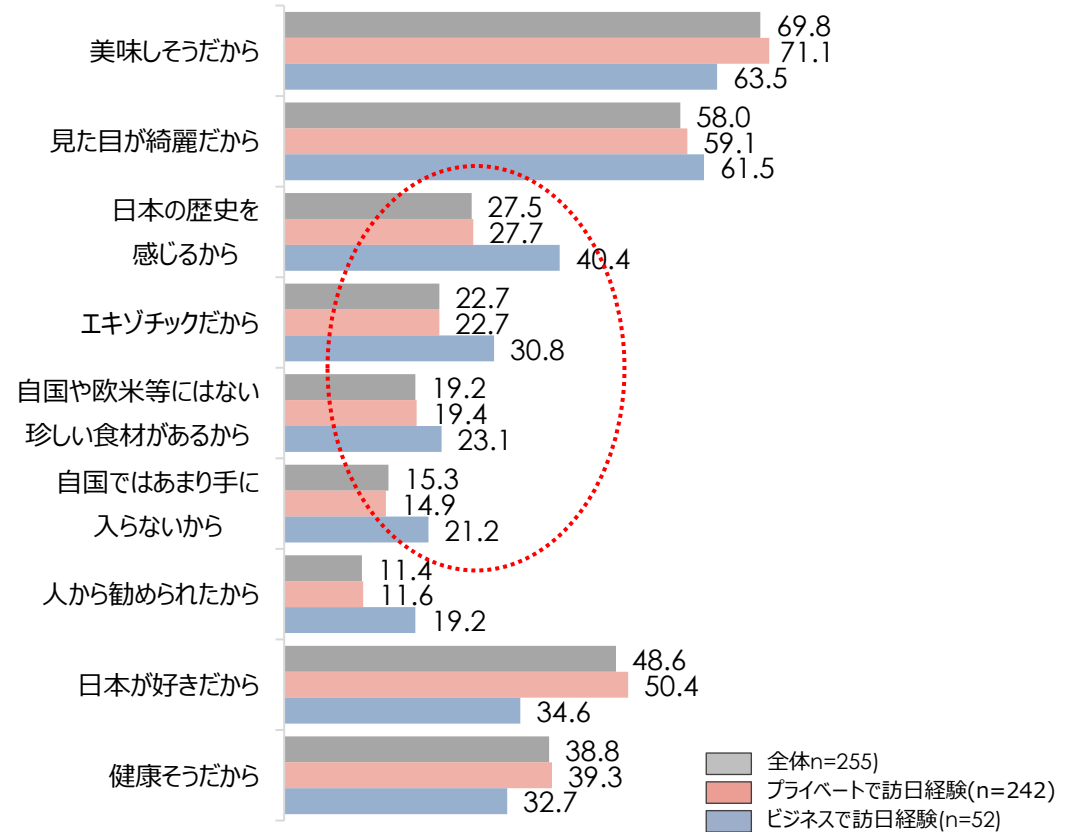
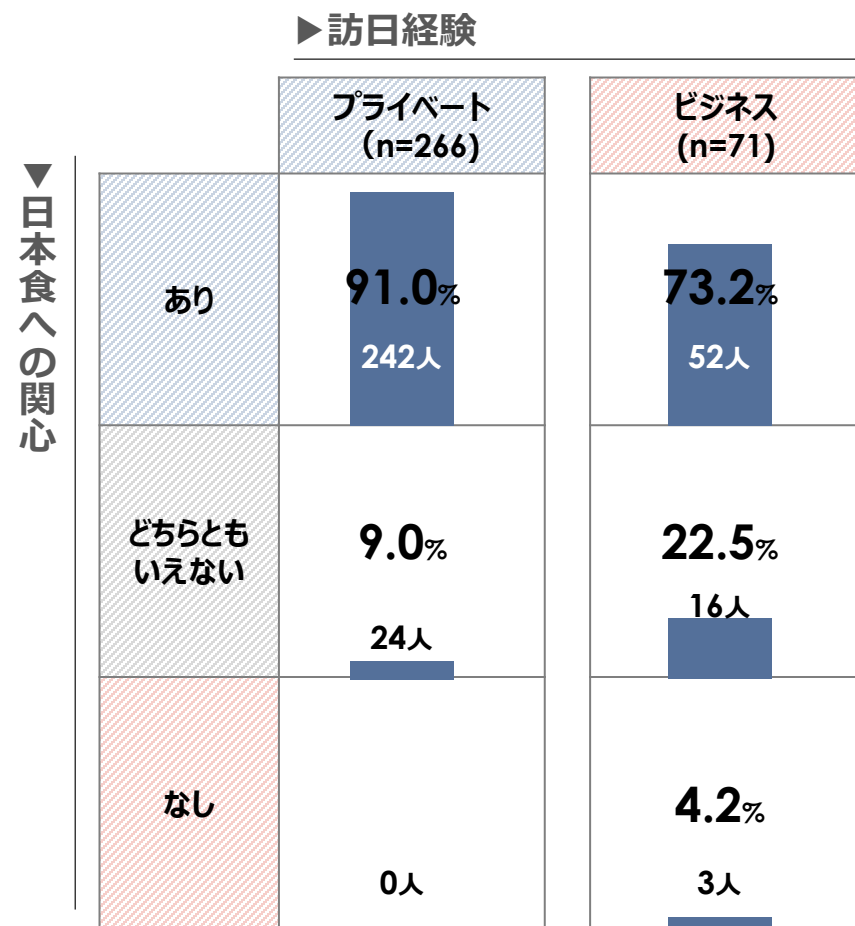
# 香港富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



Hong Kong

## 訪日経験と日本食への関心

- 香港の富裕層は訪日経験者が多いが、特に**プライベートでの訪日が多く、これらのカテゴリーにおいて日本食への関心が高い**傾向
- 一方、日本食について日本の歴史や希少性など、美味しそうといった点以外の付加価値的要素に関心を示すのは、ビジネスでの訪日経験があるカテゴリー



ビジネスでの訪日経験がある人の方が、日本の歴史や希少性への関心が全体に比べて高い

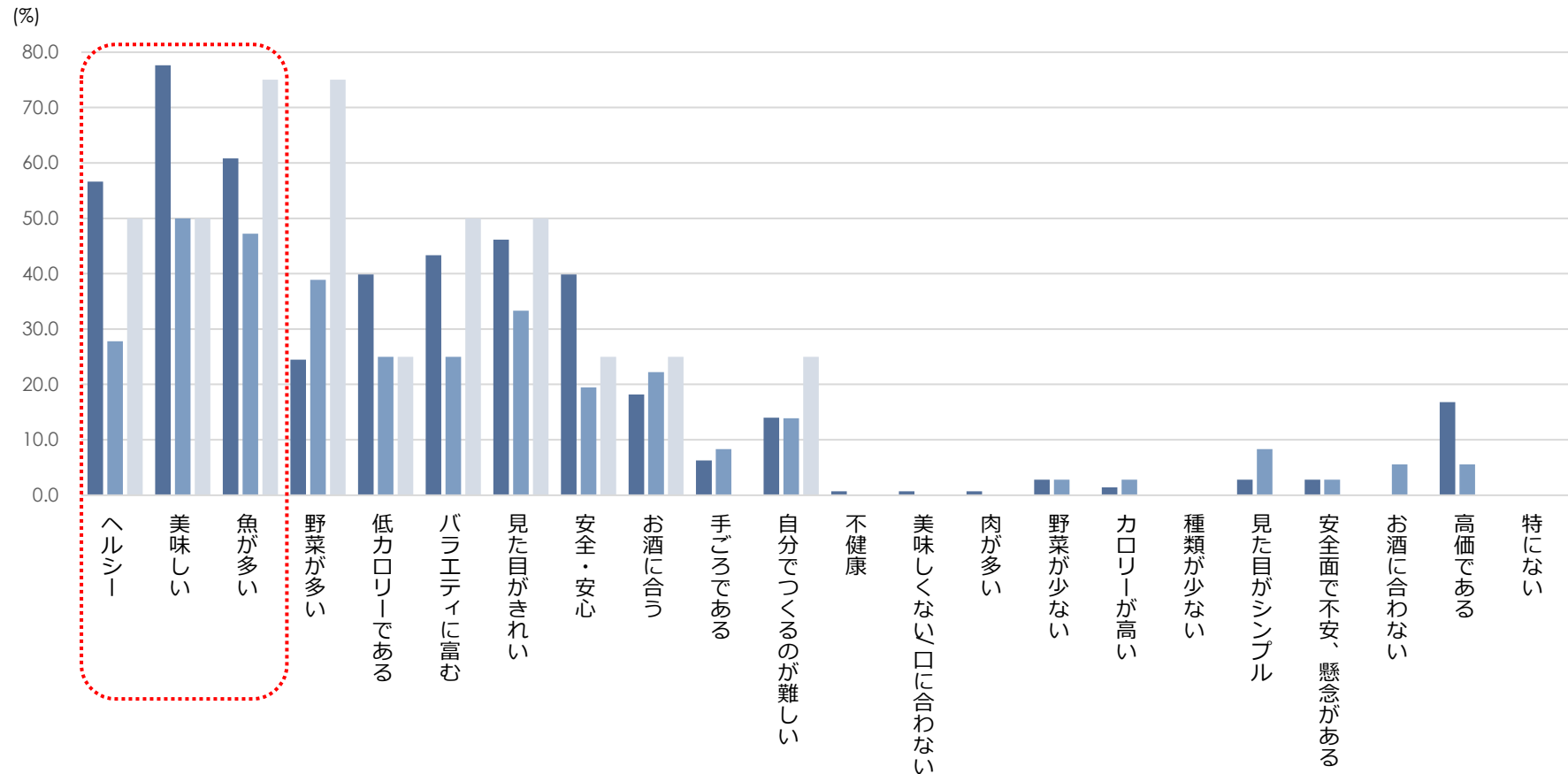
# 香港富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



Hong Kong

## 日本食のイメージ

- 日本食に対するイメージとしては、ヘルシー、美味しい、魚が多いといった点が共通事項



■ HNWI : 100万ドル以上(n=143) ■ UHNWI : 3000万ドル以上(n=36) ■ Billionaires : 10億ドル以上(n=4)、参考

# 香港富裕層の概況 | 5. 訪日経験と日本食への関心



Hong Kong

## 日本・ 日本食の イメージ

- インタビューでは、国として、日本は親切・謙虚・礼儀正しい人々がいること、歴史にあふれていることが評価されている
- 日本食については、値段が高いことなどから「**富の象徴**」というイメージを持っている



(インタビュー調査)

### HNWI : 100万ドル以上

▶ 男性 | 47才 HNWI : 100万ドル以上 (> 800万ドル)

- 日本が大好きです。最高の車を作る事で知られてます。

▶ 男性 | 55才 HNWI : 100万ドル以上 (> 1,500万ドル)

- 素敵な国でいい人たちでした。文化が豊かです。
- 日本食は、公的なイメージ、社会的イメージ、高い食事は香港では**富の象徴**。その富については狭い町でお互いをみな知っているから。

▶ 女性 | 48才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- 親切で歴史あふれる国。
- 私達は日本と親しく、日本食が浸透しています。

▶ 男性 | 58才 HNWI : 100万ドル以上 (> 2,000万ドル)

- 謙遜さと礼儀正しさを知られています。



---

## 参考：調査実施概要

---

# 1. アドホック調査実施概要

■ 本レポートは下記のアドホック調査の結果を踏まえて作成したものである。

富裕者向け アンケート調査	実施方法	Webアンケート
	実施時期	2021年2月
	対象・回答者数	米国・中国・UAE・香港在住の20歳以上の富裕層（世帯年収10万ドル以上） 各309サンプル
富裕者向け インタビュー調査	実施方法	オンラインインタビュー
	実施時期	2021年2月～3月
	対象・回答者数	米国・中国・UAE・香港在住の20歳以上の富裕層 米国8名、UAE13件、中国5名、香港名4件
メディア向け インタビュー調査	実施方法	オンラインインタビュー
	実施時期	2021年3月
	対象・回答者数	米国・中国・香港における海外の富裕層を対象としたメディアから、食関連に 精通したライター・編集者。各1名ずつ、合計3名