

炊飯・コメ調理関連機器輸出取組みと連携した
日本産米輸出促進プログラム @ドバイ

【事業報告書】

2021年3月

第1章 はじめ 1-1 事業展開の背景

【I】どこに広めよう！誰に広めよう！

1. 対象エリアの選定

- ①市場規模はあり成長は見込めるが日本産米の市場占有低いエリア
- ②コメの使用の高く成長性は見込めるが日本産米の特徴の理解低いエリア
- ③健康志向高くオーガニックやグルテンフリー等の普及しているエリア

2. 対象国の選定

①まだ日本産米の市場性低いが健康に対し高い関心をもつ中近東の要
将来周囲への浸透も図れるUAE,特に多様性あるドバイとした

②市場環境(2020年JETROドバイリポート)

☑人口 UAE 937万人 ドバイ 340万人 男69.2% 女30.8%

ドバイでの国籍 UAE7.9% 他92.1%

☑GDP:1.7%成長、1人あたりGDP:3万9484ドル

☑在留日本人:4,280人、日本食レストラン:272店

☑日本からの農産品輸出:35億円 第23位

1-1 事業展開の背景

2. 対象国の選定

- ☑輸出品目:清涼飲料水等、牛肉、ソース調味料、練り製品
- ☑ハラル要件:コメ、野菜、果実、製茶は植物検疫証明書の交付で可能
- ☑ドバイには年間約1,670万人来訪の観光国、周辺国波及効果見込める
- ☑既存の米輸出がまだ少量、数社の日本産米が少量輸出されている

③政府の取組:肥満や糖尿病の抑制と削減目指し食生活の改善目指している

「ウエカワ栄養プログラム」2013年から開始

④生活者の健康志向:オーガニック製品やグルテンフリー等製品の普及開始

⑤学校:児童への健康的な生活スタイルの教育、食堂や教師が児童の弁当の内容まで監視している

「ヒーローズ・ミール」2015年から開始

⑥外食・宅配事業の成長高く、新規カテゴリーの日本産米の取組環境がある
おにぎり・寿司がコメ使用市場の中心(事前のコンサル情報)とのこと
日本産米の付加価値を活かしたメニュー開発・提案で差別化を図り日本産米の市場を開拓する

☑フードサービス:14,700百万ドル

☑小売・流通業:18,300百万ドル

1-2 事業展開の狙い

【Ⅱ】日本産米普及の切り口は何！

1. 事業の目的

＜中近東では肥満や糖尿病の抑制を目指し、健康をテーマに食生活の改善を政府はじめ料理指導者、シェフ、学校が推進している。その流れに日本産米を活用した健康メニューを中心に地域の健康課題解決に貢献することで日本産米の普及を図る＞

2. 事業コンセプト

＜日本の長寿国の健康とアスリートを支えてきた日本産米＞

3. お米の賢い食べ方の啓発と外食メニューへの活用

簡単

美味しく

健康

4. スポーツ栄養学の観点を含めた日本産米の食べ方を提案

5. 学校、スポーツ、フードサービス、宅配、総菜にて簡単・美味しく・健康につながるメニュー提案で日本産米の使用機会創出を目指す

1-2 事業展開の狙い

6. コアコンセプトに合わせた日本産米のメニューを選定

＜炭水化物(エネルギー減)+タンパク質(筋肉・骨・肌等)の自分事＞

☑ドバイでの健康志向に連動し次のメニューを日本産米のコアメニュー化

☑日本スポーツ栄養協会「元気いなりプロジェクト」と連動

☑提案コアメニューは次の3品とする

①「おいなり」 ハラル認証油揚げとタイアップ

②「こむすび」 日本のアスリートが間食として活用、食べて活躍

③「おはぎ」 日本の健康的伝統スイーツ、カロリーはケーキの1/2

7. 新たな提案とのタッチポイント、経験をドバイの販売店・ユーザーに提供し、日本産米の実需要者の開拓を図り輸出増につなげる

☑日本の米穀事業者との商談機会の創出

☑今回の企画を通し日本の米穀事業者の輸出増につながる要素の検索

第2章 2-1 ワークショップ実施概要

【II】ワークショップ展開方法

1. ワークショップの目的

ドバイでのスポーツ栄養という新しい概念を活用した健康と美味しさの体験する場を提供することで、影響力あるインフルエンサーとバイヤー・ユーザーの方々に日本産米の価値を自分事化して輸出促進の一助とする
そして、日本の米穀業者との具体的商談機会を提供し、成約につながる事に貢献する

2. 開催会場

ICCA (International Centre of Culinary Art, Dubai)

ドバイのみならず中近東・欧州から学生が集まる料理学校

3. 募集方法

- ①募集H.P JREのH.Pとのリンク、リモート商談参加企業紹介、提案メニューのクッキング動画とのリンク等事前情報を充実し参加者増を図った
- ②募集レター配布 TSSC社が自社およびICCA、ギルドのネットワーク活用し配布
- ③TSSC社等の口コミ

2-1 ワークショップ実施概要

4. 実施内容

- ①日時 2021年2月28日、3月1日 13時&16時の計4回
UAE政府のコロナ規制で30名会場で12名/回(ソーシャルディスタンス)
キャパ設定され、参加1回目10名、2回目14名、3回目4人、4回目14人
 - ②対象者 料理指導者、シェフ、フードサービス事業者、インポーター、販売店
学校、給食事業者、学術関係者等々
 - ③主催者 JRE 現地支援 JETROドバイ事務所
 - ④タイトル Japanese Rice & Sushi Robot
 - ⑤サブタイトル A well-balanced nutritional food for school activities & sports
- すしロボットに関してはTSSC社にコンパクトサイズの機器なく実現できず
コメの美味しさ引き出すとき方と炊飯方法に変更

2-1 ワークショップの実施概要

⑥ワークショップの流れ

- ✓日本と日本産米のすばらしさ、日本の素材の価値をビデオで鑑賞
- ✓JETROドバイ事務所 安藤所長挨拶
- ✓スポーツ栄養(新概念)と子供の発育に関するビデオ講演
- ✓小野寺シェフのコメ炊飯技術指導(美味しく炊飯するコメのとき方、炊飯方法)
- ✓ドバイで著名な小野寺シェフに健康・栄養メニューと日本のフードコーディネータの提案する日本産米活用ドバイ料理の実演と試食
- ✓リモート商談開催のご案内

<ICCAの会場並びに厨房、講義風景>



2-1 ワークショップの実施概要

⑦ワークショップタイムテーブル

日本産米輸出促進ワークショップ@ドバイ

●実施日時

・2/28（日）、3/1（月）13:00,16:002回/日※準備は11:00～ 会場：I C C A

●タイムテーブル案

時刻	所要	コンテンツ	備考
11:00	適宜	1:30 準備開始	会場設営準備開始は前日27日15:00から
12:30	15:30	0:30 開場	日本および日本産米紹介ビデオ放映
13:00	16:00	0:03 ガイダンス	司会は高橋健三郎+岩田通訳
13:03	16:03	0:10 オープニンググリーティング	J E T R Oドバイ事務所 安藤所長様
13:15	16:15	0:30 日本スポーツ栄養協会ビデオ講演	鈴木会長、小島講師のP. P放映
13:45	16:45	1:00 小野寺シェフ実演	参加者クッキングコーナーへの移動
14:45	17:45	0:15 アンケート並びにリモート商談出欠確認	
15:00	18:00	0:05 締め挨拶	高橋健三郎+岩田通訳、次回の紹介も兼ねる
	18:30	0:30 撤収	
		0:00 完全退出	

2-2 ワークショップコンテンツ

【Ⅲ】講演と制作物

- ①講演 日本スポーツ栄養士小嶋先生ビデオ講演
「スポーツ栄養での日本産米活用方法」



小嶋理恵子 (こじま りえこ)

日本スポーツ協会・日本栄養士会公認スポーツ栄養士
管理栄養士

☆10年以上の病院での臨床栄養指導経験

☆スキーを始め野球、サッカー、陸上競技などのスポーツ団体様へ
栄養セミナーや栄養指導の実施／献立提供

☆日本スポーツ栄養協会協力

「アスリートとスポーツ愛好家のためのレシピ

(月刊メニューアイデア増刊号)食品新聞社より」へメニュー・レシピ
提供

☆2017年よりさいたま市スポーツ振興審議会委員を委嘱

2-2 ワークショップコンテンツ

②小嶋先生の講演のポイント(映像は別途添付)

☑タイトル「スポーツ栄養での日本産米の活用方法」

☑講演の要旨

「日本産米の特徴、アスリートにとっての食の重要性、日本産米のスポーツへの活用方法、補食としての日本産米活用メニューの紹介」

☑講演の概略

「講演の骨子」・日本食とは？－日本産米の特徴－
・アスリートにとっての食事の重要性
・日本産米をスポーツでどのように使用できるか

「講演のポイント」

- ・日本食の特徴は家庭料理として世界遺産に登録、*お米が主食*発酵調味料を使う*だしを多用する。日本で食べられているジャポニカ米:日本産米の特徴はアミロース含有量の差で食感に違う、そして低脂肪食品、しっかりタンパク質が含まれ、糖質を効率よく吸収する
- ・アスリートにとって食事はパフォーマンスを高める。IOCの合意声明2010はスポーツ栄養が重要、食事が競技成績と体の機能に大きな影響と発表
実際のスポーツ現場でのお米の活用方法は食事だけでなく「補食」を活用必要な栄養素を補う

2-2 ワークショップコンテンツ

「講演のポイント」 前頁より続く

- ・アスリートの食事の特徴として、日本ではトップアスリートも選ぶ補食NO.1はおにぎり、栄養計算がしやすく具材とのりでタンパク質アップとミネラルが簡単にとれる。
- ・日本産米をスポーツでどのように活用できるか、という点では、だしをうまく活用したパワーボール(こむすび)は食べやすく、うま味で食欲アップ。いなりは特に酢飯と油揚げで相乗効果を発揮する。コメ+酢は糖質とタンパク質、油揚げはタンパク質、脂質、カルシウム、鉄と相乗効果高く、必須アミノ酸バランス、特にコメにたりないリジンが豊富である。スポーツ現場で使うのに重要な特徴、* 保存性 * 携帯性 * 高栄養価からおいなりの使用機会が日本では増加している。最後に日本の伝統的なお菓子としてコメを活用したおはぎを紹介した。特徴は小豆に注目、ビタミンB・C、鉄分、カリウム、植物繊維が豊富。カロリーもショートケーキ(370kcal)1切れの半分(180kcal)とお米を使った健康で甘みバランスの良い日本産米活用の素晴らしいメニューです。以上スポーツ栄養での日本産米の活用方法の講演ポイントでした。

2-2 ワークショップコンテンツ

③フードコーディネーターのメニューレシピとクッキング動画制作(添付別紙)



小田真規子 プロフィール

1998年スタジオナッツ(<http://studionuts.com/>)を設立。
料理・生活雑誌にオリジナルレシピを発表する他、
レシピ本の出版、企業への料理提案やアドバイス、
レシピや商品の開発などに携わる。

広告・宣伝用撮影現場のフードコーディネーター
やディレクションの実績も多数。

* レシピ掲載誌: オレンジページ、ESSEなど

* 出演番組: あさイチ(NHK)、きょうの料理(NHK)など

* 学歴: 女子栄養大学短期大学部卒業後、
香川調理製菓専門学校で製菓を学ぶ。栄養士資格保有。

<おいなりと飾りおいなり>



<おはぎ>



<ドバイ豆ごはん>



2-2 ワークショップコンテンツ

③レシピ一例と写真

日本産米・コメ関連食品の輸出促進プログラム推進事業メニュー

*牛肉とナッツの混ぜご飯

にんにく・しょうが・クミンをアクセントに利かせた甘辛い牛肉の煮物に、炊き上げた白飯・小口切りの青ネギ・刻んだナッツを混ぜ込みます。「牛丼」をイメージさせる、具だくさんの混ぜごはんです。

(材料) 2~3人分

【牛肉の煮物】

牛薄切り肉：200g

にんにく：10g

しょうが：10g

クミン (ホール)：5g

サラダ油：15g

A砂糖：15g

醤油：40g

水：100g

白飯 (うるち米・白米)：500g

クレソン：50g

万能ねぎ：20g

ピーナッツ、またはアーモンドなど：50g

粗挽きブラックペッパー：1g

(作り方)

(1) 牛肉の煮物を作る。

① しょうが、にんにくはみじん切りに切る。牛肉は3~4cm長さに切る。

② フライパン (直径26cm) にクミン・サラダ油を入れて弱火にかけ、香りが出てはじけたら、①を加えて2分炒め、Aを加えて煮立てる。中火にして、水分が少なくなるまで中火で7~9分煮る。途中、アクが気になるようならスプーンなどで除く。

(2) クレソンは2cm長さに切り、万能ねぎは小口に切る。ナッツは粗く刻む。

(3) 炊きたての白飯に(1)の1/2量を加え混ぜ、(2)を混ぜて盛りつけ、残りの(1)のをせブラックペッパーをふる。

<牛肉とナッツの豆ごはん>



<こむすび>



<おむすびケバブ>



<キーマカレー>



<簡単ちらし寿司>



2-2 プロモーション(SNS&PR)

④情報発信と参加者募集

- ☑募集H.Pは2020年12月18日開設、2021年1月21日最終稿TSSC社から発信、募集レターも12月21日付で作成し1月初頭より順次TSSC社顧客、ICCA経由会員(個人情報把握できず)に配布(アップロード運営は後述)
- ☑UAE最大のシェフ組合組織「The Emirates Culinary Guild」サイトと募集H.Pをリンクして会員数1,000人以上のルートを活用した募集活動も展開
- ☑インスタグラムは1月制作2月8日配信、逐次情報アップロードを3月末まで

⑤Webコンテンツの作制

- ☑募集H.PにてJREのH.Pをリンクし日本風景と日本産米のコンテンツを活用
- ☑小田真規子先生のクッキング動画もH.PリンクまたYouTubeにもアップロード

⑥会場での情報発信

- ☑素材として油揚げの良さを強調すCDも活用(動画参照)
- ☑ワークショップJREバナーの作制(写真集参照)
- ☑メニューPOPとアレルギー表示の掲載(あとのページ参照)
- ☑商品は空見本ではなく現物見本を会場並びにリモート商談会場で展示

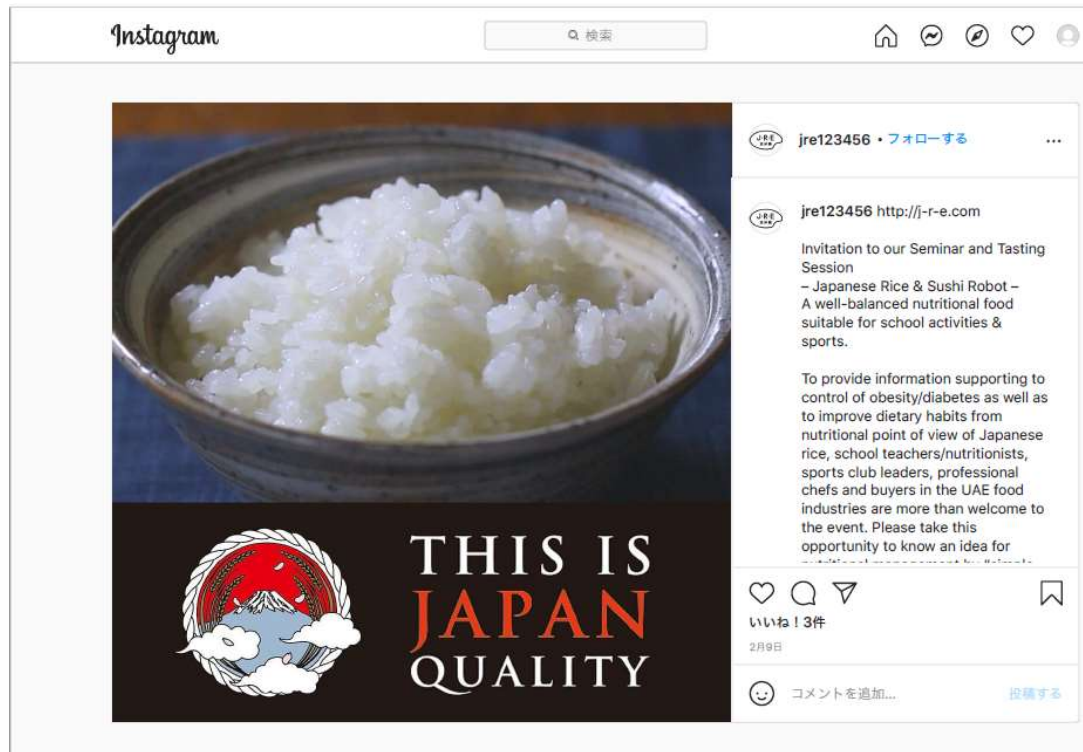
⑦アンケートを通して情報収集

- ☑会場でワークショップ終了後アンケート実施 * アンケート結果は別途掲載

2-2 プロモーション制作物

⑦制作物一覧

インスタ

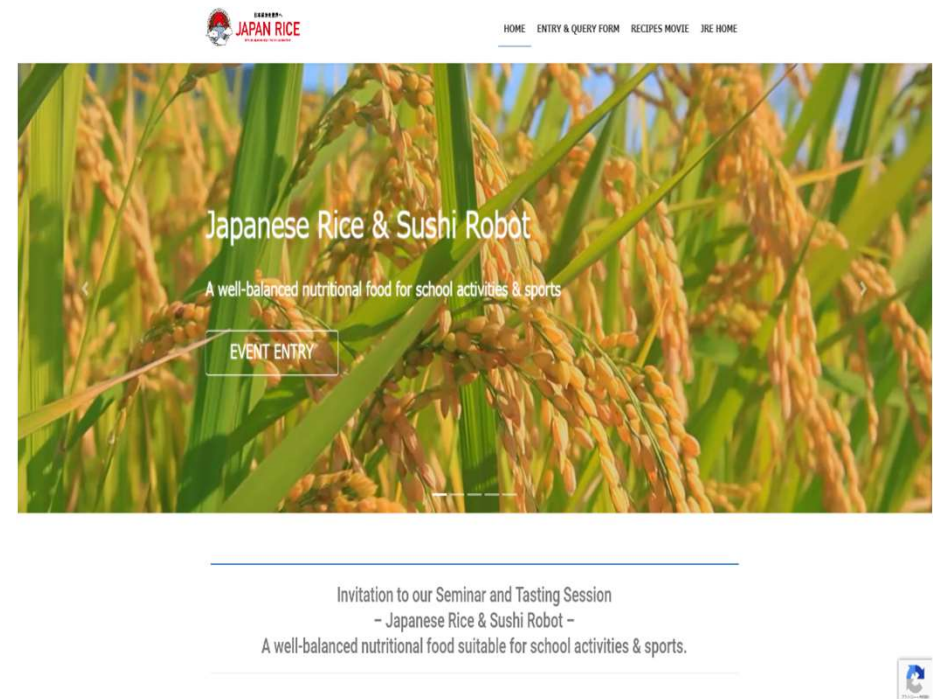


インスタ運営

2021/2/8 開設・投稿開始

2021/2/9,18,3/1,2,23 逐次情報アップロード

募集H.P



H.P運営

2020/11/6 ドメイン取得、プログラミング

2020/12/18 開設

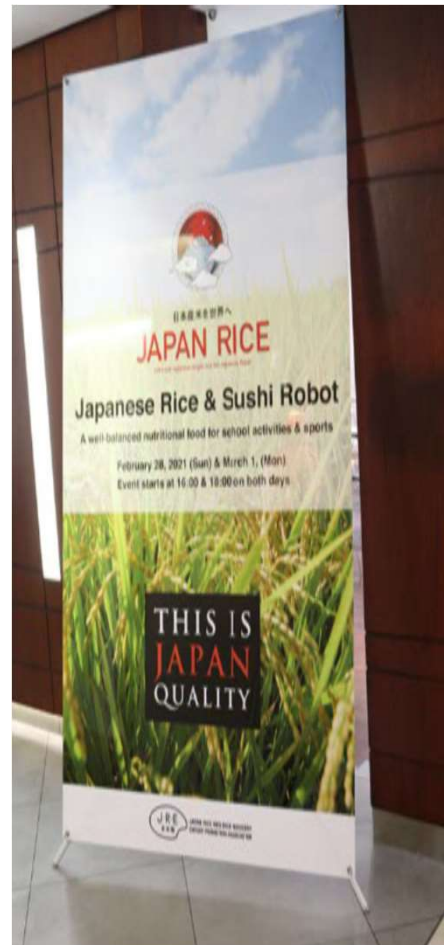
2020/12/23 情報更新作業開始

至 現在まで187回の情報更新で継続

2-2 プロモーション制作物

⑦制作物一覧

<会場用バナー 2種類>



<メニューPOP 他7種>

DUBAI STYLE BEAN RICE

28 items such as allergy-specific raw materials (corresponding items are displayed in color)		
Egg	Orange	Matsutake mushroom
Milk	Kiwi fruit	peach
Wheat	Beef	Yam
Buckwheat	Walnut	Apple
Peanut	Salmon	Gelatin
Shrimp	Mackerel	Sesame
Crab	Soybean	Cashew nut
Abalone	Chicken	Almond
Cuttlefish	Banana	
Salmon roe	Pork	



2-3 リモート商談の実施概要

【IV】リモート商談実施内容

- ①日時 2021年3月2日(火) ドバイ10時～13時(日本15時～18時)
- ②開催場所 TSSC会議室(Wi-Fi設置並びにPC4台必須)
- ④商談ポイント
 - ☑日本産の輸入・日本産玄米の輸入・コメ加工機器の輸入

2-4 店頭調査実施概要

【V】店頭試食 & 調査実施内容

- ①概要 「Bluefin tuna」社が本企画に賛同し、店頭で試食 & データ収集に協力
 - ☑店頭試食アイテム:「おいなり」「こむすび」 *「おはぎ」はあんこがハラール認証取れていないのでのカルフルより試食許可されず
 - ☑マネキンが2名対応し、試食と&アンケート調査実施
- ②日時 2021年2月26日(木)~27日(金) *ドバイは金曜と土曜が休日
- ③場所 エミレーツモール内カルフルのBluefin店頭
 - ☑カルフルの許可済イートインコーナーにて実施
- ④展開方法
 - ☑日本からテスト用に日本米、油揚げ用意
 - ☑「こむすび」「おいなり」各100個/日 店頭試食2日間400個試食用準備
 - *油揚げはみすずコーポレーション協賛「ハラール認証済み商品」
 - ☑準備展示物:「JREキャンペーンバナー」「メニューPOP,アレルギー表示付き」

2-4 店頭調査用制作物

⑤ 店頭展開写真と制作物

☑ 制作物

<メニューPOP>

<店頭バナー>

Enjoy nutritious and healthy Japanese rice!

“OINARI”




COLORFUL INARISUSHI

28 items such as allergy-specific raw materials (corresponding items are displayed in color)

Egg	Orange	Matsutake mushroom
Milk	Kiwi fruit	peach
Wheat	Beef	Yam
Buckwheat	Walnut	Apple
Peanut	Salmon	Gelatin
Shrimp	Mackerel	Sesame
Crab	Soybean	Cashew nut
Abalone	Chicken	Almond
Cuttlefish	Banana	
Salmon roe	Pork	

Enjoy nutritious and healthy Japanese rice!

“KOMUSUBI”



SMALL RICE BALL

28 items such as allergy-specific raw materials (corresponding items are displayed in color)

Egg	Orange	Matsutake mushroom
Milk	Kiwi fruit	peach
Wheat	Beef	Yam
Buckwheat	Walnut	Apple
Peanut	Salmon	Gelatin
Shrimp	Mackerel	Sesame
Crab	Soybean	Cashew nut
Abalone	Chicken	Almond
Cuttlefish	Banana	
Salmon roe	Pork	

THIS IS JAPAN QUALITY

Enjoy nutritious and healthy Japanese rice!

“KOMUSUBI”



“OINARI”

“Sweet OHAGI”

日本産米を世界へ

JAPAN RICE

Let's use Japanese origin rice for Japanese food!

J·R·E 日本米 日本産米と米産業輸出促進協会

3-1 ワークショップ・メディア報道

掲載メディア : Arab News Japan
取材担当記者 : Carla Chahrour
掲載日 : 2021年3月20日付版 (SNS版)

Rice workshop held in UAE to boost Japan's agricultural exports



The Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association in partnership with the Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries conducted a Japanese rice workshop at ICCA, Dubai, UAE. (ANJP photo)

Carla Chahrour Dubai

The Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association (JRE) in partnership with the Japanese Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries conducted a rice workshop entitled "This is Japan Quality" on March. 2 at the International Centre for Culinary Arts (ICCA) in Dubai, United Arab Emirates, with the aim of increasing rice exports throughout the country.



Based in Tokyo, the Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association is committed to the promotion of trade in the export of agricultural products and foodstuffs, with a focus on domestically produced rice. Through working with rice wholesalers and food manufacturers in Japan, the association contributes to the establishment of cooperative frameworks towards joint development of export operations with the ultimate goal of expanding exports.

3-1 ワークショップメディア報道

The workshop consisted of three sessions including an introductory lecture on the nutritious benefits of Japanese rice, a live rice cooking demonstration and a tasting session.

The first session involved a video-lecture on "Making the best use of Japanese rice in Sports Nutrition" by Rieko Kojima, a Japanese Sports Dietician and the founder of "plus N" an athlete nutrition support organization, where she discussed the characteristics of Japanese rice, the importance of food for athletes and how Japanese rice can be used for sports.



Japanese Sports Dietician Rieko Kojima giving a video-lecture about "Making the best use of Japanese rice in Sports Nutrition" at the Japanese rice workshop in ICCA, Dubai, UAE. (ANJP photo)

According to Kojima, Japanese rice is considered a low-fat food, includes zero grams of salt, contains an efficient amount of carbohydrates (55.7g per cup) and an adequate amount of protein (3.8g per cup).

Outlining the nutritious features of Japanese rice aims to educate people on the multiple benefits provided within this specific type of cereal grain, while simultaneously highlighting the reason it forms a large component of the Japanese cuisine. In order to contextualize the discussion on sports nutrition and rice, Kojima presented several snacks that are eaten by athletes in Japan.

This included "Onigiri" which is a Japanese white-rice ball with fillings that is often wrapped with seaweed (or nori); the "Powerball" that is a rice ball that contains soupstock (Dashi); the "Inari Sushi" that is made with fried tofu made from soybeans and filled with sushi rice. The nutrition facts of each of the snacks were discussed to explain why they are commonly chosen by athletes as a health snack option.

Kojima pointed out the "synergistic effect of sushi rice and fried tofu" that is found in snacks such as "Inari Sushi" by saying that rice alone lacks the essential amino acid lysine, while fried tofu is rich in lysine. When combined, the two provide an adequate balance of essential amino acids, which is needed for vital functions within the human body.

The second session was hosted by Japanese Chef Tatsu, who provided a demonstration on how to cook and prepare Japanese rice.

3-1 ワークショップメディア報道

The rice was first placed in a large bowl in order for it to be washed. Water was added until the rice was submerged, and then discarded within 13 seconds to prevent the rice from absorbing the water. This process was repeated until the water surrounding the rice was clear, which occurred after about three to four times.

While the rice was submerged in water, he gently washed the rice by moving his hand in a circular motion within the bowl. The water used for washing was then drained once the rice water was clear.

Chef Tatsu explained that “the purpose of washing the rice is to clean the external surface of the rice and remove the smell of the rice plant.”

“Rice, especially dry rice, absorbs water very quickly, so it is important that the first time the rice is washed with water it is removed quickly, to prevent the rice from soaking that water,” Chef Tatsu added.



Japanese Chef Tatsu demonstrating how to prepare Japanese rice during the Japanese rice workshop at ICCA, Dubai, UAE. (ANJP photo)

The rice was then placed into an iron pot and after an equal amount of water was added, it was left to soak for 20-30 minutes before cooking. After that, the pot was covered with a tight lid and placed over high heat.

Once the water started to boil, the heat was turned down to low medium heat and cooked for a further 15 minutes to allow the water to absorb completely. The heat was then turned off and the rice was left to cook in the remaining steam inside the pot for around 10 minutes.

Once the rice was ready, Chef Tatsu demonstrated several recipes in a show of the different types of meals that can be created using Japanese rice.



For the final session, Chef Tatsu presented multiple dishes that were made using Japanese rice as the main component. The dishes included mixed rice with beef and nuts, Chirashi-Sushi, Dubai-style Bean Rice, Rice Ball Kebab, Japanese style Keema Curry, Ohagi rice cake covered with sweet beans and Inari Sushi. The ingredients present within each dish were displayed and the cooking instructions for the dishes offered were provided to attendees to allow them to reciprocate the meals at home.

3-1 ワークショップメディア報道

<アラブニュース(ジャパン)会社紹介>

1. 沿革

1975年ヒシャム・アリ・ファヒズ、モハメッド・アリ・ファヒズ兄弟が設立したサウジアラビア初の英字新聞、現在はサウジ・リサーチ・マーケティング・グループ (SRMG)の子会社、サウジリサーチ&パブリッシングカンパニー (SRPC)での29種類の刊行物の1つ、2016年以降ファイサル・J・アバス氏が編集長を務めアラブニュースジャパンの設立については「よりグローバルに、よりデジタルに」という編集長の方針で開始された

* SRMGは1977年設立され、サウジアラビアのアフマド・ビン・サルマール王子が出資後独占的に所有し、死後息子が社長を継承している

2. 業容

SRMGは1988年よりは出版・印刷・配送・広告・教育・情報メディアを子会社に持つ中東・北アフリカ地域最大級の総合メディア出版会社グループ、「アラブニュース」は29種類の刊行物の中で英字高級紙としての位置付けで発行、中東に留まらず、アジア、欧州のニュースそして政治、ビジネス、芸術と文化等を扱い、Webサイトは世界中閲覧者数十万人/日を記録している

3. 今後も情報発信プラットフォームとして関係づくりを目指す

4-1 日本産米についての認識と販売機会

【Ⅱ】日本産米メニュー開発とレイヤー別販路開拓

<考察の背景は、①店頭調査、市場調査②ワークショップ結果③日本人駐在者コメント④JETROドライレポート⑤味の素社時代の海外事業・販売経験>

- ①アラブ人(人口の7%強)&レイヤー高所得層(非アラブの中で欧州、日本)層
市場視察、関係者のコメント等、アンケートの認知・経験からおすしとおにぎりは
コモディティ化していると思われる
輸出促進のため、如何に日本産米活用で差別化と付加価値創造することができるかがポイントだと思われる
日本産米に対する上位消費階層での認知と消費に対するアイデアとして、ロイヤルやセレブの方々に好まれている日本メニューをリサーチ(小野寺シェフ経由)し高級・高品質な寿司も含めた日本産米ならではのメニューでドライモール
ウエイトローズ等にてテストセールを実施し、拡販と同時にインフルエンサー育成を図る

4-1 日本産米についての認識と販売機会

- ②非アラブ系(人口の90%強)の中流所得(フィリピン・インド・ロシア等)層
この階層が使うスーパーマーケットやモール内のデリカ店でジャポニカを使用するメニューの中心はおすしとおにぎり、上記店での販売価格パック8~15AED(240円~450円:すし)で、日本産米を使用して販売する価格帯としては相当厳しい価格帯だと思われるので、日本産米を使った副菜メニューや和風デザート(JETROドライレポートから日本のデザート評価高い)領域で健康と美味しさを訴求しながら認知・購買の向上を図ることが突破口だと思われる
- ③生産・販売者の開拓
上記メニューの原料調達・生産や販路開拓のできる販売店や総菜工場の開拓が課題となる
今後会員各社が単に日本産米だけ売込むことは容易ではないと考察しているが事業開発視点(調達・生産・販売の一元管理)で現地パートナーを見つけることが重要だと思われる
日本国内ではハラル認証の日本産米を活かす副素材開発やパートナーも同時に必要となってくるとと思われる
- ④流通マップ作成
次回会員社商談に向け、上記市場別(到達ルール開拓)流通マップをコンサルに依頼済み

4-2 ドバイでの日本産米の認知と期待

【Ⅲ】日本産米の啓発と展開

1. 既存ジャポニカに対する認識の打破は日本産米の「Reputaion」の向上

<対策>「日本産米活用術」でターゲット別イベントの開催

☑ターゲット別タッチポイントの強化、インフルエンサーの育成とメディアの注目度向上と活用

①健康&スポーツでの日本産米活用術

☑ターゲット 学校関係とメディア

☑内容 親子に人気の高いサッカー、アブダビで活躍する日本人プロを招聘したイベント開始し、日本産米の価値とスポーツ栄養の補食訴求

②販売チャネル別イベント、日本産米活用術メニュー提案

☑ターゲット アラブ&高収入層向け販売店と非アラブ&中流層向け販売店

☑内容 ターゲット別販売店向け販売手法提案とメニュー提案

③インフルエンサー開発

☑ICCAの影響力、特にアラブ人、欧州人に強いポジションと講師陣を活用し高いインフルエンサー機能を育成、例えば今回のワークショップには料理本も出版しているICCAのMr.Sunjeh Rajash(シェフ兼役員)も参加し、日本産米と提案メニューを高く評価、ICCAのインスタにも今回のワークショップが掲載済み(3月25日確認)

4-2 ドバイでの日本産米の認知と期待

③インフルエンサー開発(前頁に続く)

☑王室やセレブに絶大の人気を誇る小野寺シェフも継続的に起用しインフルエンサー化を図る

特に、王室やアラブ人セレブ、欧州人セレブが好む日本食メニューと日本産米を提供することで高所得層にインフルエンサーを醸成する

小野寺シェフへの定期的日本産米の提供が必要である

既に王室で日本産玄米は喫食経験があるそうだが、このようなトピックスをメディアでのニュース化してもらうこともバックアップになる

メディアでの露出機会を逃さないことが肝要だと思われる

☑メディア活用

今回の提案がドバイにおける生活者の課題「肥満 & 糖尿病」解決を日本産米メニューを通して提案していることに高い評価を得ていた

今後はよりイベント性の高い取組みを通してメディアのアテンション向上を図り、情報の拡散を狙っていくことが必須であると痛感した

次回はサッカーとスポーツ栄養の補食提案日本産米活用術イベントニュースバリュー向上を図り、メディアの参加増を目指す

4-2 ドバイでの日本産米の認知と期待

2. 次回リンクする情報プラットフォーム案(募集H.P等日本発信情報の活用)

①ICCA-H.P、Emirates Culinary Guildsサイト、Arab Newsサイト

(ターゲット)

ローカルの外食、デリバリー等のユーザー、販売店等流通

②日本人会で代表される各国駐在者向けサイト、学術系情報ルートの開拓

(ターゲット)

当面の主要消費者層及びコミュニティーのコミュニケーション発信層

学校関係者及び学術系

③非アラブ系の主流(フィリピン、インド、ロシア)への情報到達ルートの開拓

(ターゲット)

主要消費者層を第2世代そして開拓するため発信サイトの発掘

- ☑Reputation向上目指し刷り込み効果(何度も情報に触れる)向上施策の実施やドバイにおける日本産米の啓発リーダーの開拓により発信力アップを目指す
情報はタッチポイントの提供が難しいが重要であるので今後の活動ではこの点より重視し日本産米の輸出促進に貢献したい

4-2 ドバイでの日本産米の展開と期待

【IV】日本産米への期待と課題

1. 日本産米＋副菜(素材)の開発

☑日本産米単独での輸出がベストではあるものの、今回の諸々の反応から推察しますと、例えば「おはぎ」はあんこ、きな粉、「おいなり」は油揚げのように日本産米を使うことで一層美味しく、安全に喫食できる付加価値メニューからオールジャパンでの取組みにより付加価値創造と輸出の実現を目指すが、課題として「ハラール認証」があるので、農水省はじめ農業関連各位が事業として確立していくことが必要だと思われる

2. ドバイの生活者のパートナーに

☑肥満と糖尿病の解決やスポーツを通じた日本産米活用で、政府はじめメディア、生活者の良きパートナーになれる日本産米のポジションを作り、またエリアの経済力からも間違いなく日本産米を浸透できると今回の取組みを通して確信いたしました

3. 次回は7月か11月に次のステージ目指すが、暑さから11月にすべきとの意見

最後に今回コロナ禍の中、多くの方々のご理解とご協力により本企画を推進、完了できましたことに御礼申し上げますと共に感謝申し上げます。 終