

2020(令和元年補正予算)  
**日本産米の中国販売促進施策  
報告書**

2021.3.26



一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町15-15

Tel:03-5643-1720 Fax:03-5643-1721

E-mail:[ljimukyoku@zenbeiyu.or.jp](mailto:ljimukyoku@zenbeiyu.or.jp)

HP:<http://zenbeiyu.com/jp/>

---

# I .実施概要

# 1. 背景・目的

## 背景

- 2017年からのお米の輸出拡大プロジェクトの立上げ以降、その多くを期待する中国市場への輸出は、2019年(商業用米)で見ると、香港、シンガポール、アメリカ、台湾に次いでこの順で約1,000t。

香港から大陸への流入も一定程度あるかもしれないが、トップの香港の1/5以下程度と目標の2,000tを下回っている。

パックご飯も同様で、2019年はトップのアメリカの1/4くらいで100t程度の輸出にとどまっている。

⇒ 10年後には全体で10倍の輸出増が目標とのことだが、それを埋めるには潜在需要の大きな中国市場へのアプローチ施策は急務。

## 目的

- 今回の施策では、この中国市場へのさらなる米の輸出拡大に向けて、精米をメインとし、これまでのような一部の富裕層にとどまらず、海外商品への関心・消費意欲が高く、よりボリュームの大きな中間層を中心に、認知・購入意向を高めることを目的とした。

⇒ 中国では、正式な輸出品でなくとも消費者の口コミで話題になることで、訪日時のお土産、並行輸入業者・バイヤーを通じて、大ヒットする化粧品や日用品、食品も少なくない。これまで同様、今回の販促提案も、SNS等を活用した、ターゲット層への情報発信を核とすることが最も有効。

## 2. 今回の施策のベースとなる問題

- 中国への日本産米の輸出に関しては、「検疫が中国側が認可した指定登録施設のみ」であったり、高い関税、輸入上限枠等、政治的な阻害要因もあるが、それ以前に、ターゲットとなる中間層にとって『それでも、ぜひ買いたい、食べたい』との対象になっていないのが現状。

この日本産米に対する消費者の盛り上がりの無さは、下記が主な要因と考えられる。

### 1)日本産米の「体験」露出が少ない。

⇒ 口コミの元として影響力の大きい、ECサイトやSNS等では中国産の米、タイ米の情報は多いが、日本産米の情報はかなり少ない。

特に、影響力の強い「小紅書(RED)」、「抖音(ドウイン/TikTok)」での試食レビューや動画での露出が皆無に等しい(中国の五常米、タイ米は露出が多い)。

### 2)日本産の米ならではの、必要性・必然性が弱い。

⇒ 中国産米の味・品質の向上、日本米由来の中国産米がリーズナブルに買え、日本産のお米ならではの利用ケースが少ない。

### 3)日本産の米の価格が高すぎる。

⇒ 中国産米の中では高い「五常米」など売れ筋同士で比較すると、kg当たり5倍くらいの差。

### 3. 発信のターゲット

#### 下記の「世代」で、かつ「特性」を持つ層が、 今回の施策の主たるターゲット

#### 世代

- これからの消費の中心となるのは「90後」「00後」と言われている90年代、00年代生まれの20代の若者。この世代は、生まれた時からモノが豊富で、物質的には満たされていることもあってか、それ以前の世代に比べると『品質を重視』する消費スタイルが強いよう。

加えて、20代に比べると物寄りの指向は強いが、それでも自分達より前の世代に比べると、時代の変化による大きな意識の差があり、「見栄」などの見た目の満足感だけでなく、クオリティの重視度も高い、80年代生まれの30代若者。

#### 特性

- 中国では、同じ世代でも、地域格差、収入格差等、生活・価値観の差はかなり大きい。

そのうち今回対象として想定しているのは、内陸の中小地方都市に住むようなローカル感の強い若者ではなく、「日本をはじめ海外旅行にも行き、比較的高額な輸入品も買うような経済感覚の、日本人でも知っているような沿海・内陸の都市に住んでいる20.30代の男女」がターゲット。

## 4. 発信のポイント

### 妨げの要因(既掲)

1)  
日本産米の  
「体験」露出不足

2)  
日本産米の  
必要性・必然性  
欠落

3)  
日本産米の  
価格の高さ

### 発信のポイント

➤ターゲット層に対して影響力・拡販力のあるSNSメディアで発信。

⇒ 特に、体験レビューの小紅書(RED)やショートムービーが人気の抖音(TikTok)など今一番見られているメディアでの発信が効果的。

➤在日者に「実体験」を通して知る日本産米の美味しさをアピール。

⇒ 毎日の食事だけでなく、例えば「寿司パーティー」「丼ものご飯」「おにぎり」など中国人も好む日本のご飯料理を食べる場面であれば、少し価格は高くても、日本産の米が機能的にも、味的にもこれらの料理に合うことを経験談として、実演などを交えて伝える。

➤中国産米、タイ米を上回る日本産米の魅力である「安心安全、味、香り、見た目」の良さや、日本人の米の生産、ご飯の炊き方などのこだわりをアピールして価格許容を高める。

⇒ 料理人・店員・農家など「匠」「プロ」への取材をインフルエンサーが発信。

## (1)発信メディア

**ターゲット層に対して影響力・拡販力のあるSNSメディアで発信。**

⇒ 特に、体験レビューの小紅書(RED)やショートムービーが人気の抖音(TikTok)など今一番見られているメディアでの発信が効果的。

### 小紅書(RED)



➤ユーザー数は3億人と下記のドゥインより劣るものの、比較的裕福な都市部の女性をはじめとした、若年層にとって流行商品の情報を知る必須ソースと言える。特に日本商品の発信が多い。

### 抖音(ドゥイン)



➤ユーザー数は6億人超(微信10億、微博7億)と、主要SNSにかなり近づき、幅広い属性・特性の層をカバーするメディアとなった。



## (2)発信イメージ例

### ① 留学生、訪日経験者、在日者に、「実体験」を通して知った日本産米の美味しさをアピール。

⇒ 毎日の食事ではなく、例えば「寿司パーティー」「丼ものご飯」「おにぎり」などの中国人も好む日本のご飯料理を食べる場面なら、少し価格は高くても、日本産の米が機能的にも、味的にもこれらの料理に合うことを経験談として、実演などを交えて伝える。





## (2)発信イメージ例

②中国産米、タイ米を上回る日本産米の魅力である「安心安全、味、香り、見た目」の良さをアピールして価格許容を高める。

⇒ 料理人などのプロ取材し、インフルエンサーが発信。



## (2)発信イメージ例

### ③日本人の米の生産、ご飯の炊き方などの強いこだわりをアピールして価格許容を高める。

⇒ 農家、米屋、料理人、お役所等「匠」や「専門家」にインタビューし、インフルエンサーが発信。



米へこだわる会席店「くろぎ」より

お米ソムリエのいる東京都北区の米屋「篠原ライス」のホームページより



京の文化から学んだ  
ブレンド技術  
味の重ね合わせ

お米の製法や特徴を熟知した上で、よりお米が美味しくなる方法を追求しました。

味の重ね合わせは、お米の個性を活かすことで、深い味わいを実現しています。

京都の祇園の米屋経営の料亭「八代目儀兵衛」のホームページより

## 5. 今回の実施仕様

### 【発信内容】

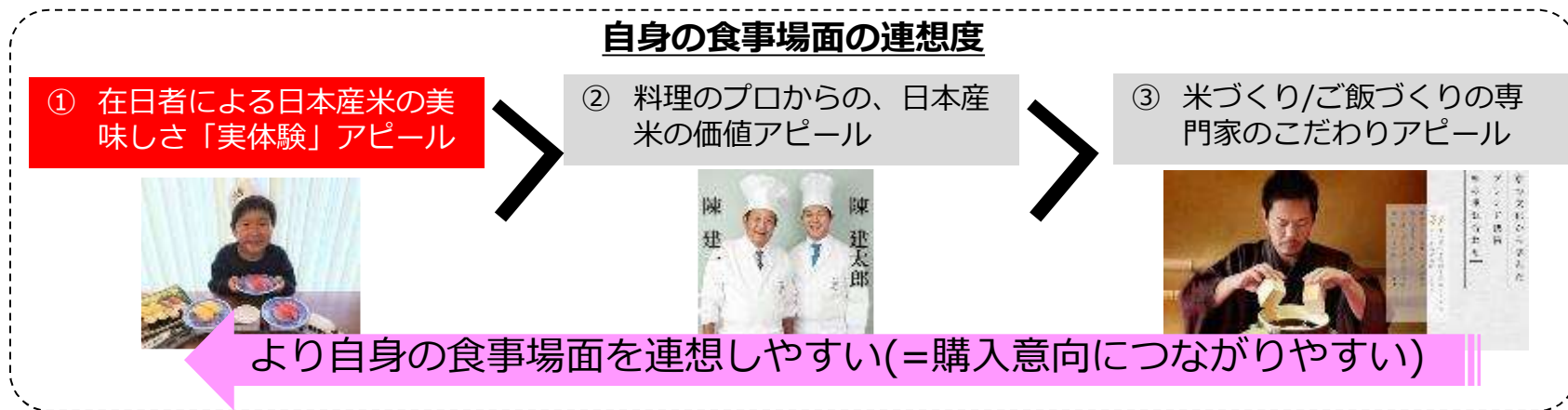
- 今回の情報発信は、既述した下記3つのうちの①を発信。

#### ①在日者による日本産米の美味しさ「実体験」アピール

#### ②料理のプロからの日本産米の価値アピール

#### ③米づくり・ご飯づくりの専門家のこだわりアピール

⇒ 初回として、より一般消費者が自身の食事場면을連想しやすい、“①在日者による日本産米の美味しさ「実体験」アピール”の発信が有効と判断。



### 今後の施策について

- ▶ 日本産精米販促の次の事業として想定「②料理のプロからの日本産米の価値アピール」、「③米づくり・ご飯づくりの専門家のこだわりアピール」は、即販売の効果とは言い難いが、自国産米との価格差を受容してもらうための蓄積としては有効な手段と考える。例えば、鴨農法についての紹介ができれば、ここまで手間をかけているというアピールと合わせて、そのアイデアのインパクトもあるので、情報拡散の面でも有効と思われる。このような価値と拡散の2つに効果的な材料を御相談の上検討。

## 5. 今回の実施仕様

### 【発信者について】

- 普段から、日本産の米を購入して食べており、『日本のご飯の美味しさ』（「粒の心地よい噛み応え、米本来の甘さ、日本のご飯料理にあった粘り気…等々」）を、実際に日本に住んでいて感じている、在日の主婦、OL、留学生等。

うち、小紅書(RED)、抖音(TikTok)で一定のクオリティの情報を普段から発信しており、フォロワーがある程度の規模に達している人。人数は以下の通り。

- Sランク(小紅書/抖音のフォロワーが数万人以上)・・・5人
  - Aランク(＼ 1万人前後)・・・5人
  - Bランク(＼ 数千人程度)・・・10人
- 計20人**

### 【発信方法について】

- 小紅書か、抖音での発信。ただし、抖音でクオリティの高い発信ができる人は少数のため、**小紅書での発信者を中心(抖音20人中2~3人程度)**とする。

動画か、静止画かは本人の得意なものとするが、概ね半々くらいとなるように調整。それぞれのコンテンツは、今回の発信の意図・狙いをオンラインで伝え、その上で、個別にシナリオを調整して制作・発信をしてもらった。



## 5. 今回の実施仕様

---

### 【販売効果について】

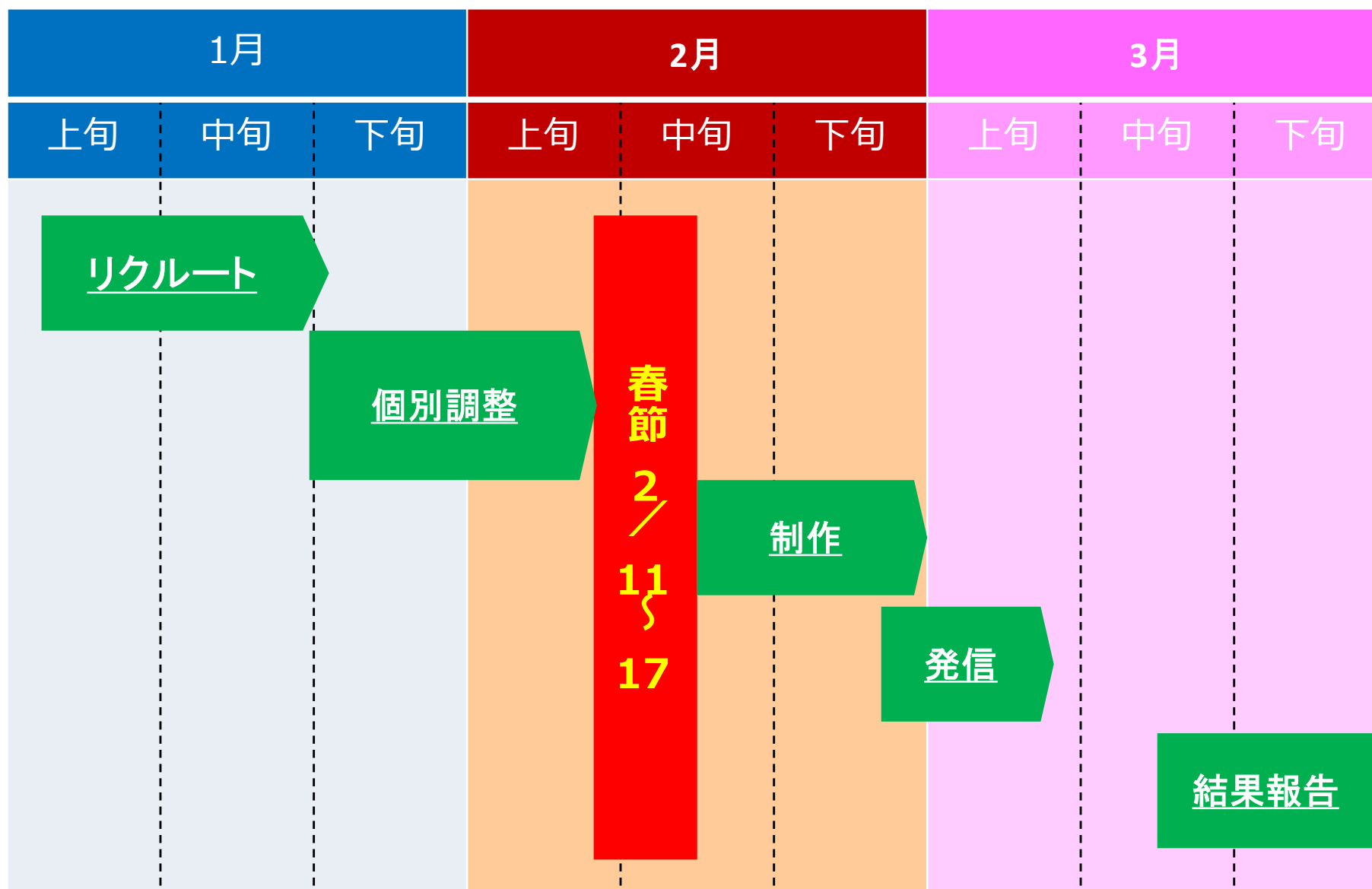
- 少しでも購入意向上を高めるためには、漠然と「日本産のお米」を伝えるよりは、特定の魅力ある銘柄をお得な価格とともにアピールすることがより効果的。

よって、今回は、天猫や京東で公式に販売している国内企業様(31ページ参照)の協力が得て、発信時に各社の指定するECサイトの案内を行い、販売につながりやすいアピールを行った。

- なお誘導方法は、当該ECへのリンクを貼付けることは、小紅書、抖音とも規則的に困難なため、あまり直接的でない言い方や書き方をし、興味を持った人は自ら検索してアクセスできるように仕向けた。

**⇒ 販売は、各社のEC旗艦店だけでなく、他のECサイトや、バイヤー等のCtoC、リアル店でも効果があると想定。さらには、今回指定した商品に限らず、取扱いの日本産精米全体の底上げにも効果はあると考えられる。**

## 6. スケジュール



---

## Ⅱ. 発信結果・効果



# 1. リーチ数

---

- 今回は、グルメなどの食べ物関連のことに興味があり、かつ、普段から積極的に情報収集をし、周りに影響力のある、約53万人の小紅書読者(ニアーリーアダプター)に日本の精米の情報がリーチできた。うち、約1.3万人から「いいね」と評価。彼らを通しての更なる広がりが期待できる。

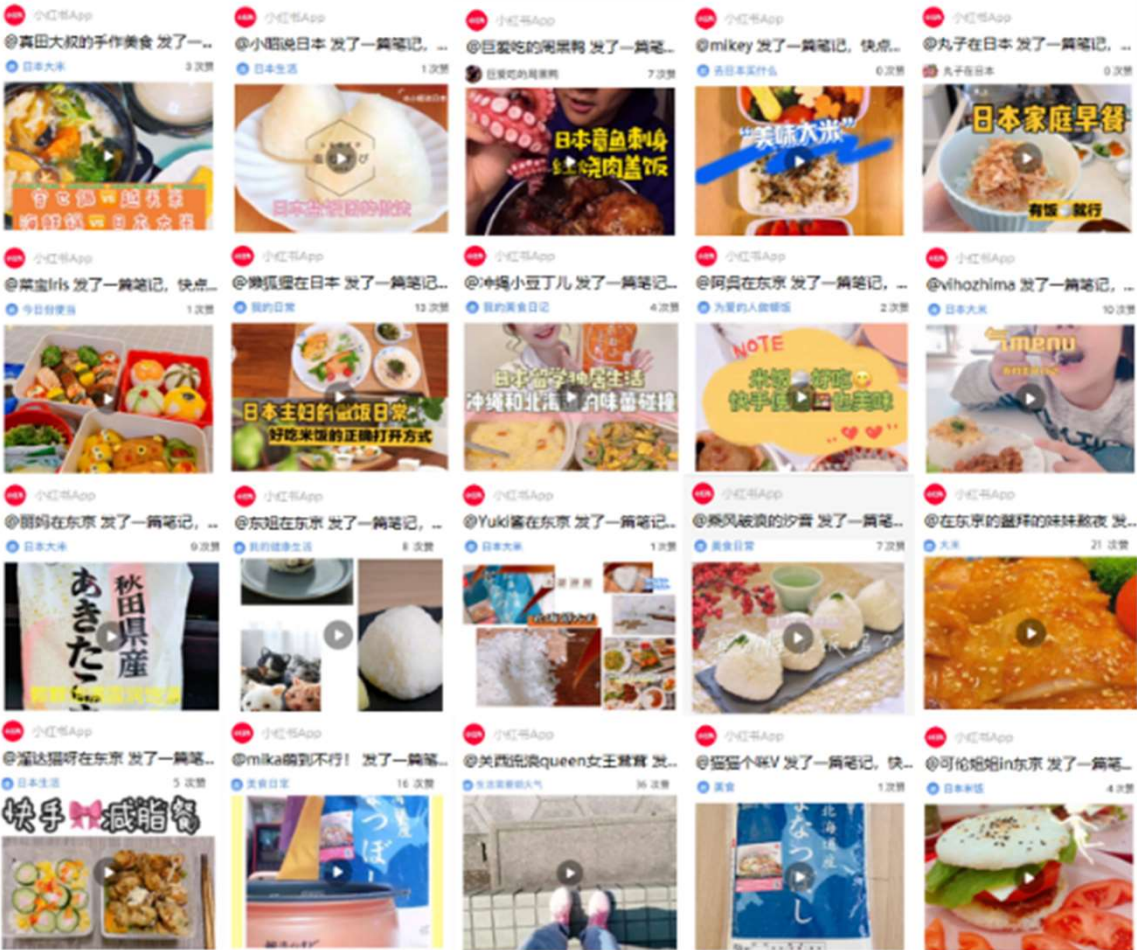
詳細は非公開

### 3. 小紅書での盛り上げ効果


- 今回の発信数の多さ、多様なタイプの発信という網羅性によって、意図していた小紅書 (RED)の検索画面の占有度を高めることにも貢献できた。

**小紅書で「日本米」「日本大米」などで検索すると今回発信した下記で一定程度を占めており、日本産の米に関する話題性提供の一助となった。**


前ページ表の  
HEAVY1~5



同MIDDLE1~5



同LIGHT1~10



## 4. 発信抜粋 1)真田大叔

### 小紅書アカウント情報



真田大叔的手作美食 🍲

目前生活在上海的北海道大叔🍷清酒喇酒師🍷

📍上海 徐汇

关注 粉丝 获赞与收藏

82 5.7万 6.5万



手作美食|好好吃饭~海鮮鍋🍲日本大米飯

节后第一顿手作美食料理就吃这个！很久没有在家吃日式火锅了，这一次做一个豪华升级版吧「寄席鍋」海鮮鍋 vs 越米飯🍷

比起肉火锅，其实日本人更偏向于吃海鲜锅🍲加上这还是冷锅端上桌，海鲜火锅可以说是从小吃到大的一种美食，这次的海鲜锅甚至比普通的海鲜锅，里面汇集了海苔和鱼卵的鲜美，而且北海道的做法使得火锅的汤底也会非常鲜美，不用另外蘸料，光喝汤也是一种享受🍷

吃火锅的话，必不可少的就是米饭了🍷上一两卷米饭的米饭才是干饭人的真谛，用到的大米是我和上海家人常年在海淘买的富山県産的「日本神産越米」，是日本人熟知的一款大米，一口粒粒分明弹住十足香喷喷的米饭，配一口海鲜锅，让我有一种回到日本的感觉，哪怕在上海，也能感受到日本进口日本大米，非常方便，在上海也能吃到日本的味道！

还做了出汁味噌🍷当小菜，再配上日本人几乎每一餐都要吃的大根おろし🍷萝卜泥，简直完美。

新的一年，你们也要好好吃饭哦！

➤ アカウント名:真田大叔的手作美食(真田おじさんの手作りグルメ)・・・在上海の日本人。日本酒をはじめ、各種のグルメ情報を発信する人気ブロガー。

➤ 今回記事:

<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/60376bcf00000000102ea25?xhsshare=CopyLink&appuid=5d2eaa0a000000001103ac73&apptime=1614299951>

今回発信したメディア/発信日	フォロワー数	今回閲覧数	今回いいね数
小紅書(RED)2/25	5.7万	4,681	28
抖音(ドウイン/DY)3/1	6.1万	1.3万	53
微博3/5	3,431	985	2
ビリビリ3/1	1,878	70	12

### 手作りグルメ/ご飯がうまい 海鮮鍋と日本産のご飯

今年最初の手作りグルメ料理はこれ。久しぶりに家で和風鍋が食べたくなったので、今回は「寄席鍋」の海鮮と野菜のお雑煮鍋をデラックスにグレードアップしたのを作ってみました🍷!

日本人は実は肉鍋より海鮮鍋の方が好きなんですよね🍷 しかも私は北海道出身なので、海鮮鍋を食べて育ったのです。

今回の海鮮寄席鍋は普通の海鮮鍋よりも、新鮮な魚が色々入っていて、北海道仕込みのスープベースがとてもフレッシュで、スープを飲むのも一種の楽しみなんですよね~🍷

お鍋を食べるときにはご飯が欠かせません🍷。香ばしい香りがたまらないです。使用したお米は、家族が某宝(タオバオを暗喩)で買った日本神明の「富山県産コシヒカリ」で、日本では誰もが知っているお米です。海鮮鍋と一緒に、弾力と香り高いご飯を一口食べると、日本に帰ったような気分になりました。上海でもこの輸入日本米がネットで買えるのでとても便利。

上海でも日本を味わえるんです!?

また、卵焼きを副菜にして、日本人が好む「大根おろし」を添えてみました。

新年も元気に食べてくださいね。



## 4. 発信抜粋 1)真田大叔

1.今日は寄せ鍋を作る。日本各地の鍋の違いについて説明。北海道の寄せ鍋はだし入り。



2.鍋と一緒にお米も炊いて食べる。日本富山県産のこしひかりを使う。こしひかりは日本で一番栽培されたお米で、日本人が一番食べるお米。富山県は新潟県に次ぐ日本の有名なお米の産地。



3.お米を炊く。だし巻き卵、大根おろしも作る。



4.ご飯が炊けた。日本人のかき混ぜ方を紹介。かき混ぜた後によそう。柔らかく、空気が含まれるように盛るのがポイント。



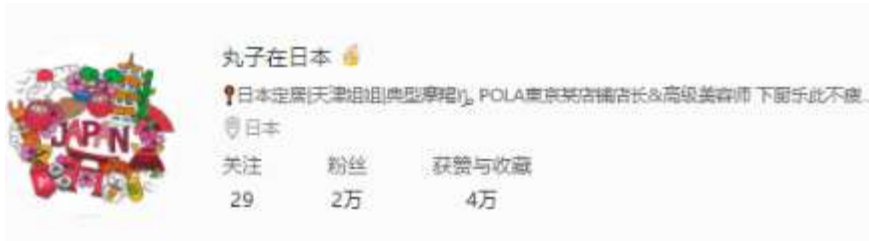
## 4. 発信抜粋 1)真田大叔

5. ご飯を美味しく食べるシーン。日本に行けないけど、日本のお米を食べられるのが嬉しい。ご飯を食べながら、今回使ったお米のよいところを解説。富山県には大きな山-北アルプスがある。北アルプスの雪解け水を使ってお米を作っている。味わいがピュアで、食感も歯触りに弾力がある。ミネラルも豊富で調理に合う。



## 4. 発信抜粋 2)丸子在日本

### 小紅書アカウント情報



日本家庭早餐又吃什么😋

当然还是白米饭🍚占C位啦!

日本人觉得最舒服的早餐就是米饭有嚼劲，再配上米饭上的煎蛋、生鸡蛋或者一颗梅子，就能成为一顿朴素而美味的早餐。

日本耕地少，农业规模很小，很多食物都从国外进口，连大米完全靠自产自销的。他们对本土大米非常看重，不管吃什么，最要紧是吃一碗米饭下肚，就觉得很安心踏实。

除了大米是日本传统食物之外，日本人喜爱大米还有一个原因：从小就被灌输重视大米，日本孩子从小就知道米饭大米营养丰富，有能量，并且大米和日本料理这些传统食物代表着民族精神，重视传统的日本人将大米的地位传递给其他农作物的意识传递给下一代。

值得一提的是，日本人在稻米的研究上也非常深入，中国袁隆平那种植物大专家，日本也有大批为搞水稻产量、口感等一直努力的研究所，尽管日本农业在世界上没有太大竞争力，但是种植是日本人无论如何都要守护和传承下来的技术，毕竟稻米对日本人来说无可替代。

- アカウント名:丸子在日本(日本に住む丸子)
- 今回記事:  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/6038652000000000011025743?xhsshare=CopyLink&appuid=5d2eaa0a000000001103ac73&apptime=1614317433>

今回発信したメディア/発信日	フォロー数	今回閲覧数	今回いいね数
小紅書(RED)2/26	1.8万	2.7万	409

日本の家庭の朝ご飯は何を食べているの？

日本人の朝ご飯、もちろんセンターは白米です。朝食といえば、ご飯と味噌汁です。透き通ったご飯に納豆や生卵、梅干しなどがあれば、りっぱな朝食になります。

日本は平地が少ないため、小規模な農業を行っており、米を除いて多くの食品を海外から輸入しています。彼らは地元のお米を大切にしている、何を食べても最後にご飯がないと不安になってしまうみたいです。

お米が日本の伝統食であること以外にも、日本人がお米を愛する理由は、幼い頃からお米を大切にすることを教えられていることにあります。日本の子供たちは、お米は栄養価が高く健康的であること、お米や日本料理は国の精神を代表する伝統的な食べ物であることを幼少期から教えられ、他の作物よりもお米の方がはるかに大切であるという意識を次の世代に伝えています。

また、日本人の米の研究がとても深いことも特筆すべき点で、中国にも袁隆平のような偉大な専門家がいますが、日本にも多くの研究者がいて、米の収量や味の向上に力を入れています。日本の農業は世界的に見てもあまり競争力がありませんが、稲作は日本人にとっては何があっても守りたい技術であり、何があっても継承したい技術であり、結局のところ、日本人にとっては米に代わるものはありません。

## 4. 発信抜粋 2)丸子在日本

1.最近朝ごはんの動画を撮っていない。今日は我が家の朝ごはんについて紹介。

この一年間在宅勤務が多かったのでお米の消費が早い。日本人は白いご飯があればいい。朝起きたらまずご飯を炊く。



3.最近よく買っているお米のパッケージには「木徳神糧」と書いてある。100年の歴史がある会社らしい。



2.我が家はずっと北海道産のお米を食べている。北海道の気候はお米作りに適している。短粒種のお米で、普段のおかずに合わせて食事でも、お寿司にも、おにぎりにも合う。



4.米の研ぎ方、水に浸す時間や効果を説明





## 4. 発信抜粋 2)丸子在日本

5.その間に、きゅうりの浅漬けと味噌汁を作る。十分に浸したお米で出来上がったご飯粒は、艶やかでふっくら。香りが広がり、粘り気がちょうどいい。お寿司にもおにぎりにも合う。冷めても硬くならない。



7.炊きあがったごはんを軽く混ぜ、茶碗に入れて、朝ごはん完成。



6.このお米はサムスーパー (sam's club) で売っているのを発見した。TAOBAO内のサムスーパーのECで家族に買ってあげた。中国で売っている商品のパッケージは日本国内で売っているものと全然違うけど、「木徳神糧」の商標がある。



## 4. 発信抜粋 3) 菜宝iris

### 小紅書アカウント情報



菜宝iris

半熟少女的生活日记 爱生活 | 爱美 | 爱吃 | 爱爱我的人! [iristaolili@163.com](mailto:iristaolili@163.com)

中国 山东 青岛

关注 249    粉丝 2.6万    获赞与收藏 8.1万



贝勒爷的便当 | 可以分享的寿司便当

贝勒爷要和同事们share一下午餐~特地开了一袋刚从某宝买的日本大米!  
 撒雅等的日本朋友说岛北海道最受欢迎的品牌是七喜! 做寿司再合适不过了!  
 做的时候忍不住吃了两个, 软糯适中, 甜甜的口感, 饭团凉了依然口感不变!  
 今天的便当味道太赞了, 又是可可爱爱的一天! ~

➤ アカウント名: 菜宝iris

➤ 今回記事:

<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/60379122000000000100ae06?xhsshare=CopyLink&appuid=5c3882950000000006033cd3&apptime=1614254497>

今回発信したメディア/発信日	フォロワー数	今回閲覧数	今回いいね数
小紅書(RED)2/26	1.5万	21.5万	1.1万

#### お弁当をお友達とシェア

同僚とお昼ご飯のお弁当をシェアすることになりました。買ったばかりの日本米の袋を開けました!  
 日本人の友人によると、北海道で一番人気のブランド、「ななつぼし」がお勧めだそうです。特に お寿司を作るのに最適だとか。  
 作っている時についつつまみ食いしちゃいましたが、ふっくらとしていて甘くて、冷めても味は変わらずでした  
 今日のお弁当も美味しく、素敵な一日になりました。

**フォロワー1.5万人を大きく上回る、22万人に拡散し、いいね数も1.1万人に達した。**

**評価ポイントとしては、色どりや可愛さなどの見栄えが良く美味しそうな料理をテンポよくコンパクトにまとめた点かと思われる。また、頑張れば自分でも作れそう・参考にできそうと感じられるレベルだったことも効果的だったといえる。**

## 4. 発信抜粋 3)菜宝iris

1.今日は同僚とお昼ご飯のお弁当をシェアするので、こういう時、お寿司が一番！TAOBAOで買ったばかりの無添加のお米を使います！



2.ご飯出来上がり！お米の香りで癒される。寿司職人の真似をしてお米を握る。サーモンを載せてサーモン握り。



3.カニ、ウナギの握り寿司



4.たまごの握りに、海藻の軍艦巻き。





## 4. 発信抜粋 3)菜宝iris

5.おにぎりに梅干しを入れ、いなり寿司、炙りサーモンも作った。



7.リラックマ、ミニオンズなどのキャラクターに変身させて完成。



6.すごくおいしそうなので、ちょっとつまんでみた。このお米は冷めてもおいしいよ。



# 4. 発信抜粋 4) 丽妈在东京

## 小紅書アカウント情報



**丽妈在东京**  
 中日家庭1家6口3男1女 3餐4季 旅居日本1年 新加坡4年 加拿大4年 现居日本...  
 日本  
 关注 862 粉丝 1304 获赞与收藏 1.6万



又香又好吃的大米

秋田県産「あきたこまち」美人米

秋田県産「あきたこまち」美人米は、地域一番の名産品です。お米の質もその理由の一つですが、ご飯の作り方も重要です。今日は、あきたこまち美人のお米を使ってご飯をつくりますね。この画面のパッケージは日本国内向けで5kg入です。中国向けには2kgの袋に中国語のロゴが入っていますので、「あきたこまち美人米」で検索してくださいね。その上で3月1日から31日までキャンペーンです。みんなでチェックしに行ってみてね。まずは、ろ過した軟水で素早くやさしく洗うようにしてください（お米は水に触れると吸収が早いので、ろ過した飲料水で洗うようにしてください）。お米を2回洗います。洗ったお米を炊飯器に入れて、お米と水の割合（炊飯器にはたいてい水とお米の割合の目盛りがついています）を合わせて、ろ過した飲料水を入れます。炊飯ボタンを押す前に、お米を30～60分ほど水に浸し水分を取り込ませます。炊きあがったらあわてて開けず、10～15分ほど蒸らした後、蓋を開けて優しくほぐしてください。蒸らした後のあきたこまちは美しいお米は、透き通っていて、コクと甘みと、柔らかさがあります。お味噌汁、梅干し、漬物、海苔、胡麻などがあるとさらに美味しいですよ。

- ▶ アカウント名: 丽妈在东京(東京の美しいママ)
- ▶ 今回記事:  
<https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/60382f320000000210356e0?xhsshare=CopyLink&appuid=5d2eaa0a000000001103ac73&apptime=1614318178>

今回発信した メディア/発信日	フォロー 数	今回 閲読数	今回 いいね数
小紅書(RED)2/26	1,303	776	47

香りがよい美味しいお米

日本にいる私に対して、どんなお米を食べているのかと聞かれることが多いです。特に南アジアの友人や親戚、中国の友人、北米の中国人の友人からは「どんなお米が好きなんですか」とよく聞かれます。

はい。私が一年中食べているお米は、秋田県産の「あきたこまち美人米」です。東北地方の秋田県にある「あきたこまち美人米」は、地域一番の名産品です。お米の質もその理由の一つですが、ご飯の作り方も重要です。今日は、あきたこまち美人のお米を使ってご飯をつくりますね。この画面のパッケージは日本国内向けで5kg入です。中国向けには2kgの袋に中国語のロゴが入っていますので、「あきたこまち美人米」で検索してくださいね。その上で3月1日から31日までキャンペーンです。みんなでチェックしに行ってみてね。まずは、ろ過した軟水で素早くやさしく洗うようにしてください（お米は水に触れると吸収が早いので、ろ過した飲料水で洗うようにしてください）。お米を2回洗います。洗ったお米を炊飯器に入れて、お米と水の割合（炊飯器にはたいてい水とお米の割合の目盛りがついています）を合わせて、ろ過した飲料水を入れます。炊飯ボタンを押す前に、お米を30～60分ほど水に浸し水分を取り込ませます。炊きあがったらあわてて開けず、10～15分ほど蒸らした後、蓋を開けて優しくほぐしてください。蒸らした後のあきたこまちは美しいお米は、透き通っていて、コクと甘みと、柔らかさがあります。お味噌汁、梅干し、漬物、海苔、胡麻などがあるとさらに美味しいですよ。



## 4. 発信抜粋 4) 丽妈在东京

1. どんなお米を食べているのかよくと聞かれる。我が家がずっと食べている秋田県産のあきたこまち美人米を紹介。お米を研ぐ時はできれば軟水を使って、2,3回お米を押し洗います



3. お米を30~60分ほど水に浸した後に炊飯器に入れる。炊きあがったら、10~15分ほど蒸らした後、蓋を開け、優しくほぐす。



2. 3月1日から3月31まで、天猫で割引をやっているらしい。中国で売っているのは2kgのもの。



4. 出来上がったご飯は、ふっくらしていて、透き通っている。納豆かけご飯は子供の大好物。梅干し、海苔、胡麻などと食べても美味しい。



---

# Ⅲ.販売効果



## 1. 今回の推奨商品

---

- 今回は、日本産の精米の価値・魅力を伝える中で、それだけにとどまらず、発信記事の中で、具体的にお勧めとなる精米商品を推奨してもらった。
- 推奨商品に関しては、お米の購入は現地ではECが主流なので、全米輸会員企業様を対象に、既に現地のECで日本産の精米を販売していることを条件にお声かけをして頂いた。

## 2. 各商品紹介記事のリーチ/いいね数

番号	名前	リーチ数(フォロワー数と閲覧数の多い方)					いいね数				
		計	小紅書 (RED)	抖音(ドウイン/DY)	微博	ビリビリ	計	RED	DY	微博	ビリビリ
H e a v y	1 真田大叔の手作美食	123,309	57,000	61,000	3,431	1,878	95	28	53	2	12
	2 小昭说日本	26,000	26,000	-	-	-	19	19	-	-	-
	3 巨爱吃的周黑鸭	25,000	25,000	-	-	-	300	300	-	-	-
	4 mikey	31,000	31,000	-	-	-	7	7	-	-	-
	5 丸子在日本	27,000	27,000	-	-	-	409	409	-	-	-
M i d d l e	1 莱宝iris	215,000	215,000	-	-	-	11,000	11,000	-	-	-
	2 懒狐狸在日本	15,000	15,000	-	-	-	231	231	-	-	-
	3 呢喃妹妹在日本	8,974	8,974	-	-	-	34	34	-	-	-
	4 阿吴在东京	12,000	12,000	-	-	-	13	13	-	-	-
	5 vihozhima	8,220	8,220	-	-	-	11	11	-	-	-
L i g h t	1 丽妈在东京	1,303	1,303	-	-	-	47	47	-	-	-
	2 东姐在东京	8,280	8,280	-	-	-	17	17	-	-	-
	3 ayuki	2,401	2,401	-	-	-	12	12	-	-	-
	4 乘风破浪的汐音	2,400	2,400	-	-	-	34	34	-	-	-
	5 在东京的鳌拜的妹妹熬夜	7,649	1,219	116	6,314	-	254	26	2	226	-
	6 溜达猫	3,651	3,651	-	-	-	9	9	-	-	-
	7 丹丹 (mika萌到不行!)	3,597	3,597	-	-	-	16	16	-	-	-
	8 关西流浪女王茸茸	2,212	2,212	-	-	-	71	71	-	-	-
	9 猫猫个咪V(珊瑚丹丹)	1,174	1,174	-	-	-	10	10	-	-	-
	10 可伦姐姐in东京	2,256	2,256	-	-	-	24	24	-	-	-

リーチ

いいね