

THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。



平成27年度コメ・コメ加工品輸出特別支援事業
(マレーシア)
実施報告書



1.全体概要

- 事業名 : 平成27年度 コメ・コメ加工品輸出特別支援事業
(日本産コメ・コメ関連食品のプロモーション活動の強化支援) マレーシア

- 出展催事名 : The 17th Malaysian International Food & Beverage Trade Fair
実施会場 Kuala Lumpur Convention Centre

- 想定来場者数 : 約15,000人 (2015年度)
※出展団体 323団体

- 事業主催 : 一般社団法人 全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会
(Japan Rice and Rice Industry Export Promotion Association)

- 実施目的 : 日本産米・日本酒・米菓のプロモーション及び現地への販路拡大

- 実施内容

① 日本産米・日本酒・米菓PRブース

- 【日 時】 2016年7月27日(水)～ 29日(金) 10:30～18:00 (最終日は17:00まで)
- 【内 容】 日本産米・日本酒・米菓の基本情報パネル訴求及び各種アイテムの提供
- 【対 象】 MIFB2016 来場者 (3日間)

② 日本産米・日本酒セミナー

- 【日 時】 2016年7月27日(水) 日本産米セミナー: 12:10～13:00 / 日本酒セミナー: 16:10～17:00
2016年7月28日(木) 日本酒セミナー: 12:10～13:00 / 日本産米セミナー: 15:10～16:00
- 【内 容】 現地日本食レストラン料理長笹川氏による日本産米セミナー・
シンガポール在の利き酒師による日本酒セミナー
- 【対 象】 MIFB2016 来場者 (計4回実施)

② ビジネスマッチング

- 【日 時】 2016年7月29日(金) 13:40～15:10
- 【内 容】 全米輸 会員社と現地バイヤーとのビジネスマッチング
- 【対 象】 現地バイヤー (1回実施)

1.全体概要

全体概要

No.	社名	試飲・試食アイテム名	備考
■日本産米			
1	日：舞台アグリノベーション 英：Butai Agri Innovation. Co.,LTD	展示のみ	
2	日：有限会社大坂商店 英：Osaka Shoten Inc.	展示のみ	
3	日：千田みずほ株式会社 英：Senda Mizuho CO.,LTD.	展示のみ	
4	日：東洋ライス株式会社 英：Senda Mizuho CO.,LTD.	展示のみ	
■日本産米			
5	日：天吹酒造合資会社 英：AMABUKI SHUZO CO.,LTD	天吹 裏大吟醸 愛山・天吹 生酛純米大吟醸 雄町・天吹 山廃純米 雄町・天吹 低温瓶貯蔵 本醸造・天吹 純米大吟醸 50・天吹 超辛口特別純米	
6	日：株式会社C&D 英：C&D Inc.	※ビジネスマッチングのみ出品	
7	日：株式会社本家松浦酒造場 英：Honke Matuura Brewery Co.Ltd	鳴門鯛 吟醸しほりたて生原酒・ナルトタイ 純米原酒 水ト米	
8	日：株式会社南部美人 英：NANBU BIJIN CO.,LTD.	南部美人 純米吟醸	
9	日：株式会社シエンロンインターナショナル 英：XENLON INTERNATIONAL CO.,LTD.	※ビジネスマッチングのみ出品	
■日本産米菓			
10	日：森白 英：Morihaku Co.,LTD.	こんがりコーン、やみつきトムヤンクン、森のちーず屋さん、わさびあられ	
11	日：ぼんち 英：Bonchi Co., Ltd.	豆もち、ぼんち焼	

□The 17th Malaysian International Food & Beverage Trade Fairとは

主 催：Sphere Exhibits Malaysia Sdn Bhd

概 要：毎年クアラルンプールで行われているB to Bの食と飲料の大規模な展示会。
国内のみならず海外からも多数の業者が参加し、今年で17回目を迎える。
様々なビジネスマッチングの機会もあり、ブランド認知の広告やメディア露出も期待できる。

2015年実績：来場者数 15,000人（2015年）

出展者数：323団体（48か国、11パビリオン）

出展者内訳：食品サービス3% 食品小売業10% 卸売/流通業22% 製造14%他

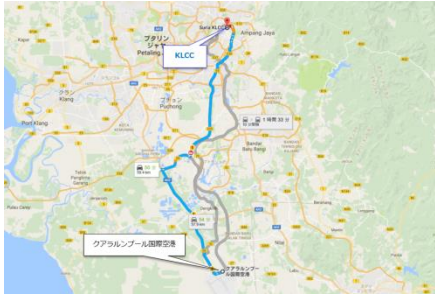
主要5カ国は、中国、台湾、韓国、インドネシア、マレーシア

日本からの出展者：5社

- ・ Toyox（食品用ホースー併設イベントFOODTECH出展）
 - ・ Sunnap（紙コップ、皿など）
 - ・ TL Unity（緑茶など）
 - ・ Kiitos（パン?）
 - ・ Feed Innovation（ハラル認証米、食品など）



■ 広域図



■ 周辺図



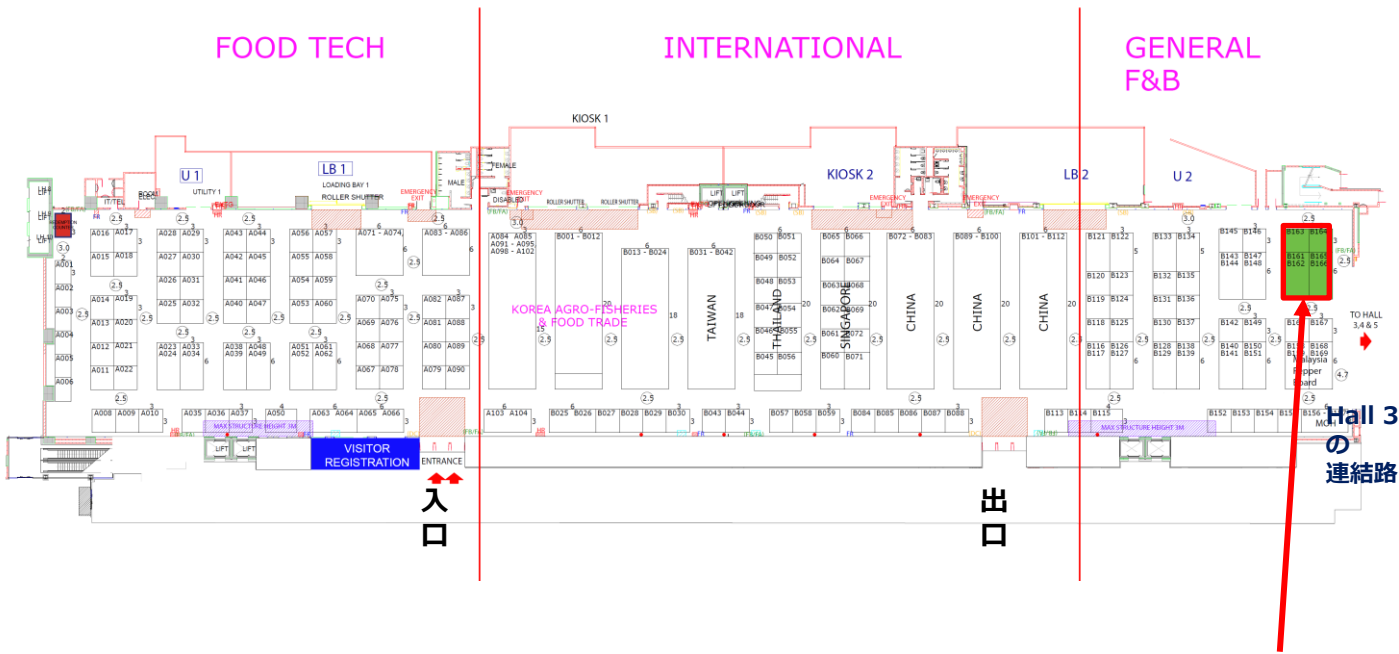
●クアラルンプールコンベンション&エキシビションセンター【KLCC】
Kuala Lumpur Convention Centre
Stall 7, Jalan Pinang, Kuala Lumpur City Centre, 50088 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur

1.全体概要

出展小間位置

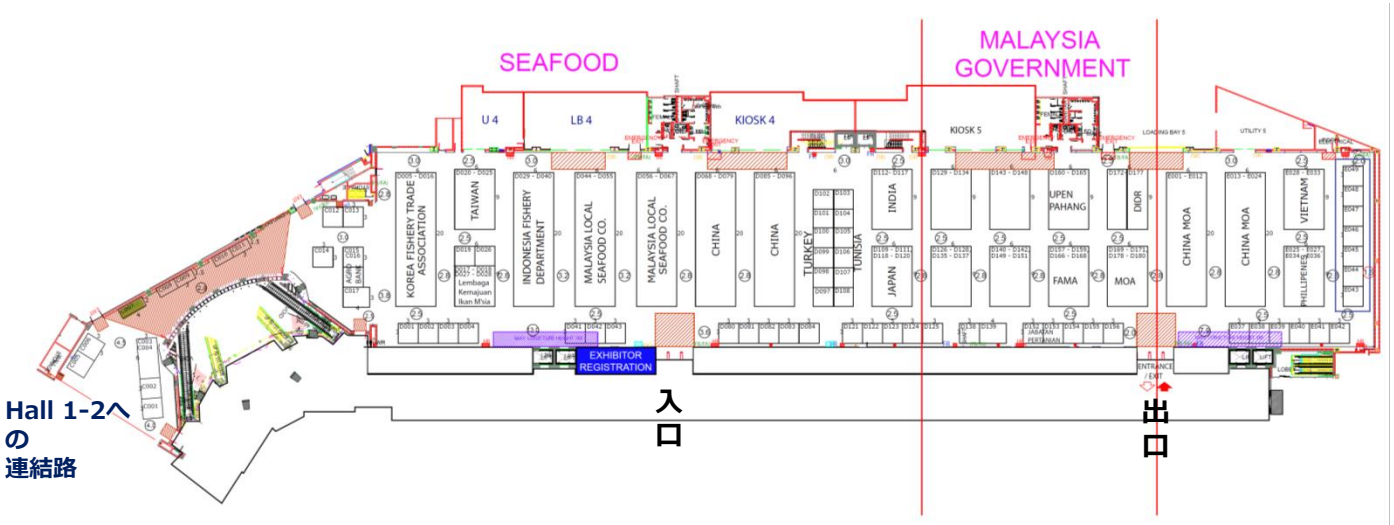
■ 出展小間位置 : Hall 2

Hall 2



出展位置 Hall 2
GENERAL F&B内の6コマ
54m²

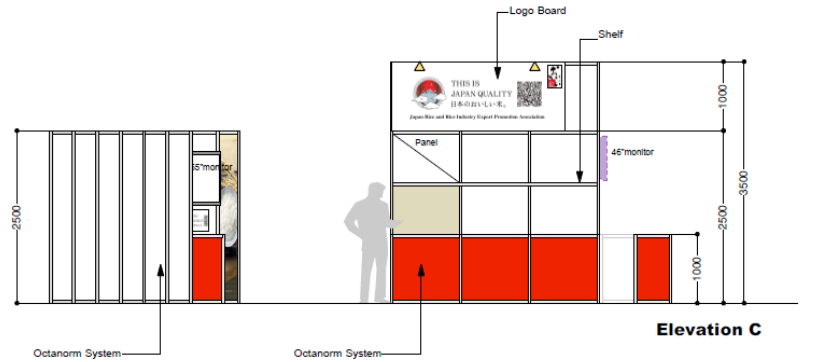
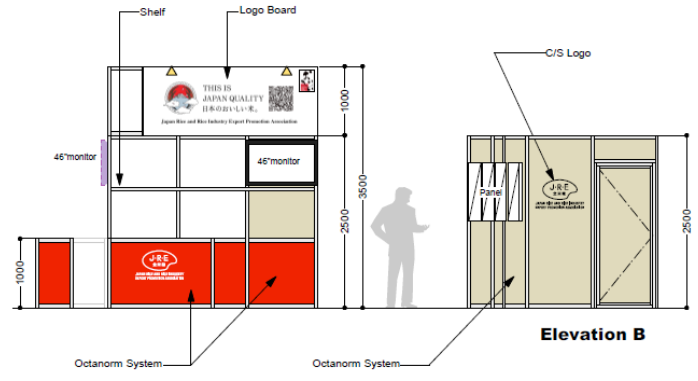
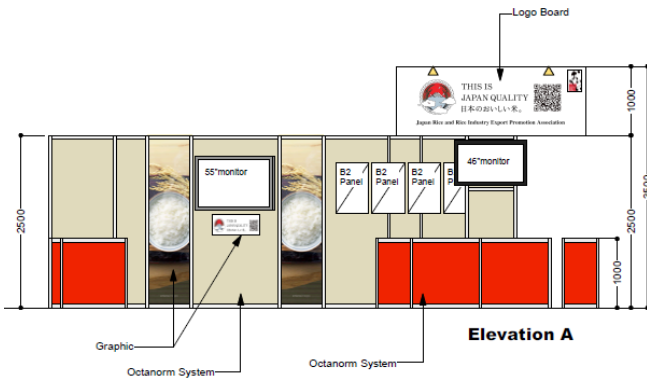
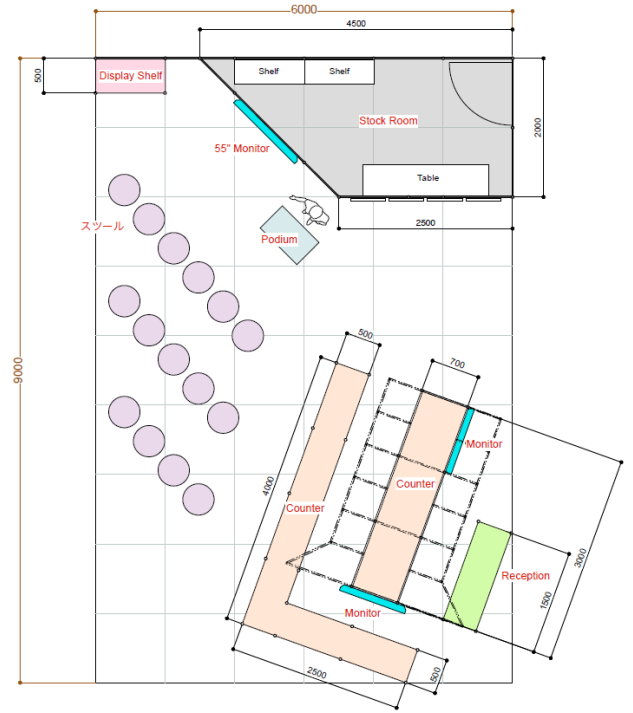
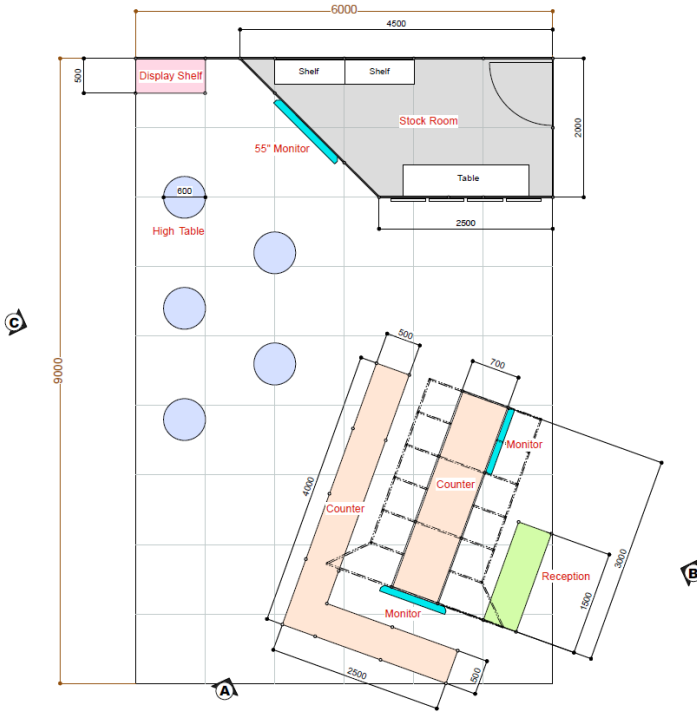
Hall 3~5



■レイアウト

□ハイテーブルを使用したレイアウト
通常展開・ビジネスマッチング時を想定

□スツールを使用したレイアウト
日本産米・日本酒セミナー時を想定
※座席数：18席



■ 試飲提供

■ 試食アイテム一覧：日本産米				
区分	アイテム名	会員社名		備考
米	つやひめ	舞台アグリノバージョン		
■ 試飲アイテム一覧：日本酒				
区分	アイテム名	会員社名	日本酒区分	備考
酒	天吹 生酏純米大吟醸 雄町	天吹酒造合資会社	純米大吟醸	
	南部美人 純米吟醸	株式会社南部美人	純米吟醸	
	鳴門鯛 吟醸しぼりたて生原酒	株式会社本家松浦酒造場	吟醸	
	ナルタイ 純米 水ト米		純米酒	
■ 試食アイテム一覧：日本産米菓				
区分	アイテム名	会員社名		備考
米菓	こんがりコーン	森白製菓株式会社		
	やみつきトムヤムクン			
	森のちーず屋さん			
	わさびあられ			
	10枚豆もち黒大豆	ぼんち株式会社		
	10枚ぼんち焼あっさり塩味			

■ 日本酒とは紹介パネル（B2タテ） 1枚制作



Japanese Sake

J-R-E
全米稲
JAPAN RICE AND RICE INDUSTRY
EXPORT PROMOTION ASSOCIATION

An integral part of Japan's culinary tradition
Sake is liquor brewed from rice.

From milling the rice to pressing and filtering each precise step of the *momeni* (made into the liquid we know and love) is a labor-intensive process requiring two to three months. The many delicate steps involved along the way are another factor behind the great variety of flavors found in sake produced by different brewers.

The role of the *ajii* brewmaster cannot be underestimated. He is in charge of selecting the rice materials and managing the entire production process.

As sake is brewed mostly in winter, any one batch of it is enjoyed at various stages of maturity through the one-year consumption cycle.

From late winter to spring, freshly pressed sake arrives on market. Over the next months and through the summer it ripens, acquiring a richer, more mellow taste. These natural changes in its flavor profile are part of its allure, and dovetail with the appreciation of seasonal nuance that is such a focal point of *washoku*.

As such, the enjoyment of sake is intrinsically tied to the Japanese culinary tradition.

With its wide-ranging aroma and flavor profiles, sake complements not only *washoku*, but other world cuisines as well. As its popularity abroad continues to grow, more people are showing interest in the particular styles and distinctions of Japan's many brewing regions.

The Benefits of Sake

Among the various kinds of liquor throughout the world, Japanese sake in particular has more than a hundred varieties, all with trace components in addition to alcohol, such as organic acids, sugar, amino acids, and vitamins.

An increased appetite, ingredients that may help prevent cancer, heart or cerebrovascular disease, to name a few reports say that drinking sake in modest amounts will activate these trace components to have an effect on various parts of the body.



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい酒。




■ 日本酒種類紹介パネル（B2タテ） 1枚制作



Type of Sake

J-R-E
全米稲
JAPAN RICE AND RICE INDUSTRY
EXPORT PROMOTION ASSOCIATION

Japanese sake is an unusual liquor when compared with other drinks from around the world because it's "good heated or chilled." The temperature range for drinking is also broad compared with other alcoholic drinks, ranging from 5° to 55° Celsius.

Sake is a liquor that was born and is nurtured by the transition of Japan's four seasons, from winter to spring, and summer through to the autumn. Sake, a drink created by the unique climate of Japan, has been described as the fruit of the blessings of Japan's abundant nature and the wisdom of the Japanese people.

Ginjo 吟醸
Brewed with carefully selected polished rice (at least 60% of the outer layer is milled away), malted rice, and water or using these ingredients together with distilled alcohol, Ginjo-shu has a distinct flavor, fine color, and sheen.

Daiginjo 大吟醸
Daiginjo-shu is a sake made from select ingredients rice that is further polished with at least 50% of the outer layer removed, malted rice, and water or using these ingredients together with distilled alcohol. Daiginjo has a distinct flavor, as well as color and luster.

Junmai 純米
Junmai-shu, made from rice, malted rice, and water, has a fine flavor, color, and luster. True to its name, it is made from rice alone.

Junmai daiginjo 純米大吟醸
Sake made with carefully selected ingredients: rice polished with at least 50% of the outer layer removed, malted rice and water, offering a particularly fine, distinct aroma, color, and radiant luster.

Tokubetsu junmai 特別純米
A special junmai sake, as the name suggests, tokubetsu junmai has an especially fine aroma, color and luster. Labels for manufacturing methods include descriptions of the use of rice polished down to 60% or less for a distinct, superior quality.

Honjozo 本醸造
Honjozo-shu is a sake made with rice polished to 70% or less, malted rice, distilled alcohol, and water, boasting a fine aroma, color, and luster.

Koshu 古酒
Matured Sake that has been stored for a long time. Period of maturation can be authenticated.



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい酒。




■ 日本産米紹介パネル（B2タテ） 1枚制作



Japanese rice

J-R-E
全米稲
JAPAN RICE AND RICE INDUSTRY
EXPORT PROMOTION ASSOCIATION

The reason behind the exquisite taste of Japan-grown rice
Japan is blessed with abundant rainfall that is perfectly suited for cultivating rice.

The rice cultivated from plains to Japan is not only plentiful and delicious, but the cultivation also undergoes constant improvement. On top of this, Japan commands highly advanced rice polishing techniques for removing bran from brown rice to produce white rice.

Rice is central to every meal

Rice belongs to East Asian rice culture.

India rice comprises 80% of the world's rice, and is known for its smooth texture when cooked. Japanese rice from Japan, on the other hand, is distinctly characterized by its stickiness. While sticky, this type of rice also has a plump texture and produces a sweetish flavor that is commonly delicious.

Once its bran is removed, nearly 80% of the starch from polished rice is easily digested. For Japanese people, this rice makes up their largest source of dietary energy. Because rice serves as the core of people's diet, it was naturally used as a substitute for meat, and is so revered that it has been said that, "God eats in grains of rice."

Although hard-tasting when freshly cooked, one of the Japanese rice's advantages is that it also tastes great when *cook-mash* (it is often enjoyed as *onigiri* (rice balls) in bread baskets. Other rice-based variations include *barbecued rice* made by adding seafood or vegetables as well as *zabai* (rice made by adding vinegar). Rice culture also spreads widely to other food and drink such as *zoni* and Japanese sweets.

Rice polishing techniques

Polished rice, called "seimai", is the resulting *senjomyanpan* white rice produced from harvested rice. The polishing process is crucial in defining rice's flavor.

In this process, first the harvest undergoes a rigorous quality inspection. The safest unshelled rice is selected and its hull is removed to produce a brown rice called "gemma".

Any rice grains that have foreign matter, are moldy, or have unsatisfactory rice are discarded using a special light source and air-blown away from whens. The remaining grains are then polished to produce white rice. Japan draws on the strength of its unique and highly advanced techniques to produce white rice that is beautiful, uniform, and has incomparable quality. This rice offers the promise of JAPAN QUALITY.



THIS IS
JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。




■ 日本酒種類紹介パネル（A3タテ） 2枚制作




List of Japanese sake available
 Enjoy various different types of Japanese sake!

Ginjo 吟醸	
Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu	[Brewery] Honke Matuura Brewery Co.,Ltd
Daiginjo 大吟醸	
Amabuki Ura Daiginjo Aiyama	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD
Junmai 純米	
Narutotai Junmai Genshu Mizutokome	[Brewery] Honke Matuura Brewery Co.,Ltd
Amabuki Yamahai Junmai	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD
Junmai Ginjo 純米吟醸	
NANBU 萬年 JUNMAI GINJO	[Brewery] NANBU BJIN CO.,LTD.
Junmai Daiginjo 純米大吟醸	
Amabuki Kimoto Junmai Daiginjo Omachi	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD
Amabuki Junmai Daiginjo 50	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD
Tokubetsu junmai 特別純米	
Amabuki Chokakuchi Tokubetsu Junmai	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD
Honjozo 半醸造	
Amabuki Honjozo	[Brewery] AMABUKI SHUZO CO.,LTD





■ プログラムパネル（A3立て 紙足使用） 1枚制作




Enjoy authentic Japanese rice and sake!

Japanese rice seminar



Date: Jul 27 (Wed) 12:00 p.m. – 13:00 p.m.
Jul 28 (Thu) 15:00 p.m. – 16:00 p.m.
Lecturer: **Hitoshi Sasagawa**
Language: English

Head chef of Sasagawa

Head chef of Sasagawa, a Japanese restaurant in Sheraton Imperial Kuala Lumpur Hotel that provides exquisite Japanese cuisine using only the best finely selected ingredients.

Sasagawa polished his craft under Japanese cuisine master Tadamichi Ota, a man who made a name for himself on the TV show Iron Chef. Sasagawa is also a prominent figure himself, having taken up the position of head chef at Awara Onsen Seirikaku at the young age of 30.



Japanese Sake seminar



Date: Jul 27 (Wed) 16:00 p.m. – 17:00 p.m.
Jul 28 (Thu) 12:00 p.m. – 13:00 p.m.
Lecturer: **Taeko Tsukada**
Language: English

Certified Sake Educator (Certification number 318), and International Kikisake-shi

Fell deeply in love with wine, Japanese sake, and shochu (distilled spirits) while working in a company after graduating from university. Such was her love that she gained qualifications in the quest to take her understanding of sake to the extremes only such an avid lover of drinks would. Established Taste Navigator in May of 2015 with the aim of spreading Japanese culture all over the world through sake and shochu.

With a fond love of the combination of alcohol and food, she gives lectures on the ways to enjoy and savor Japanese sake, including through cuisine pairings.

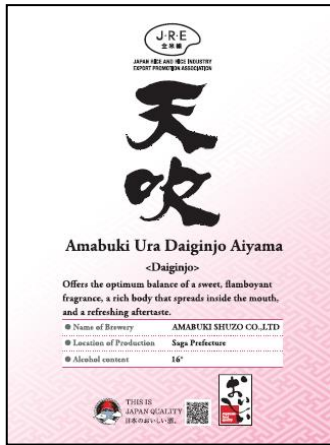







■日本酒紹介キャプション（W150×H200 紙足使用） 各1枚制作

・天吹酒造合資会社



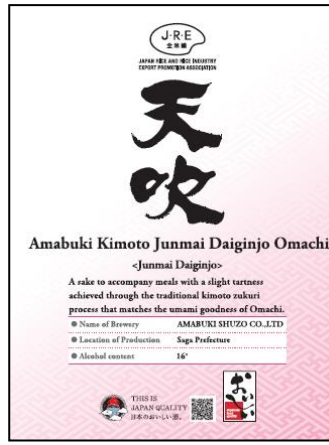
天吹

Amabuki Ura Daiginjo Aiyama
-Daiginjo-

Offers the optimum balance of a sweet, flamboyant fragrance, a rich body that spreads inside the mouth, and a refreshing aftertaste.

● Name of Brewery AMABUKI SHUZO CO.,LTD
● Location of Production Saga Prefecture
● Alcohol content 16°

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい酒。



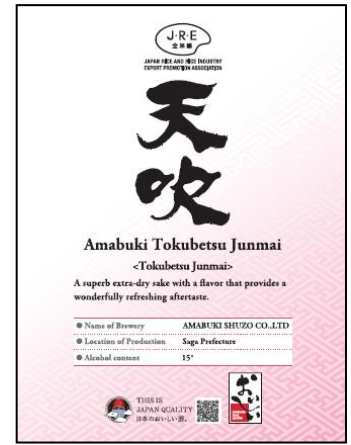
天吹

Amabuki Kimoto Junmai Daiginjo Omachi
-Junmai Daiginjo-

A sake to accompany meals with a slight tartness achieved through the traditional kimoto zokuri process that matches the umami goodness of Omachi.

● Name of Brewery AMABUKI SHUZO CO.,LTD
● Location of Production Saga Prefecture
● Alcohol content 16°

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい酒。



天吹

Amabuki Tokubetsu Junmai
-Tokubetsu Junmai-

A superb extra-dry sake with a flavor that provides a wonderfully refreshing aftertaste.

● Name of Brewery AMABUKI SHUZO CO.,LTD
● Location of Production Saga Prefecture
● Alcohol content 15°

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい酒。

・ぼんち株式会社



BonChi

MAMEMOCHI KURODAIZU

Tamba black soy beans are blended into 100% domestic glutinous rice and spread into thin sheets of Nashimochi.
Then it is fragrantly baked, lightly salted with a traditional taste. Five bags with 2 pieces are in each package.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。

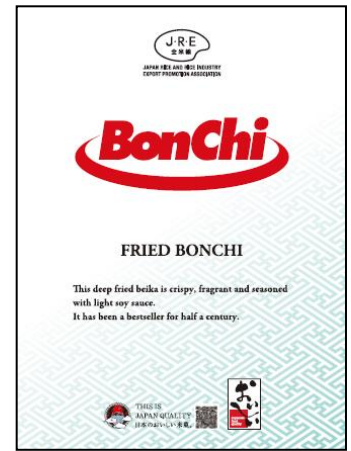


BonChi

4 PACK FRIED SNACKS WITH PEANUTS

Crushed peanuts are kneaded into the steamed glutinous rice, fried and seasoned with salt. It is eye-catching with crushed peanuts and a cute character "Peanut Star Boy."

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。



BonChi

FRIED BONCHI

This deep fried beika is crispy, fragrant and seasoned with light soy sauce.
It has been a bestseller for half a century.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。

・森白製菓株式会社



BonChi

BONCHI YAKI
Light Salt taste

The soft beika has a light, salty flavor. Each of the 10 pieces are individually wrapped.
100% domestic non-glutinous rice.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。



BonChi

AJIKARUTA
Honey soy sauce

Using a high grade of acacia honey results in a refined sweetness.
The big, round size and crispy texture makes it worthwhile to snack on.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。



森白
もりはく

Kongari Corn

Made from domestic glutinous rice and Hokkaido corn, and baked golden brown, finishing with soy sauce.
With a light sweetness, it is a popular item, especially with women and children.

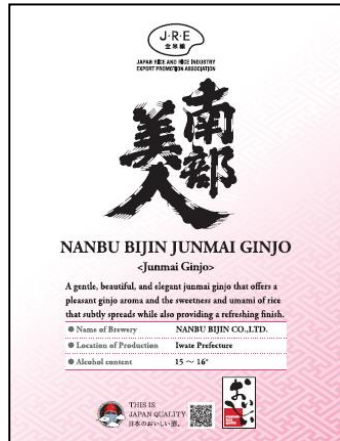
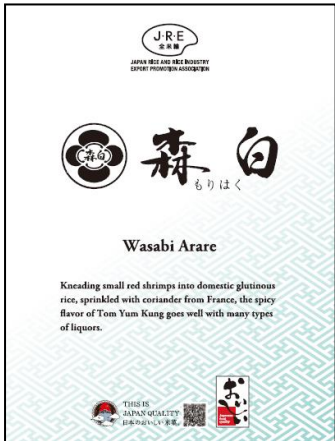
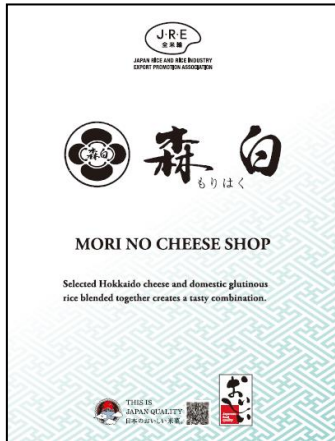
THIS IS JAPAN QUALITY 日本がおいしい食品。

1.全体概要

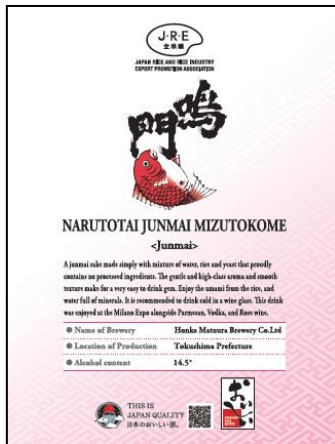
制作物（通常展開・セミナー）

■日本酒紹介キャプション（W150×H200 紙足使用）
各1枚制作

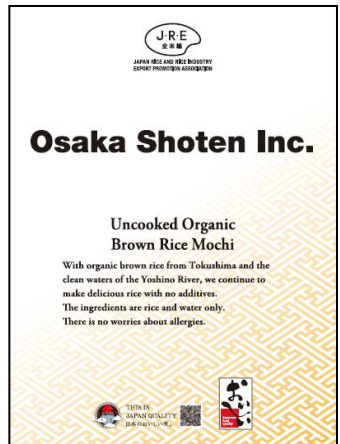
・株式会社南部美人



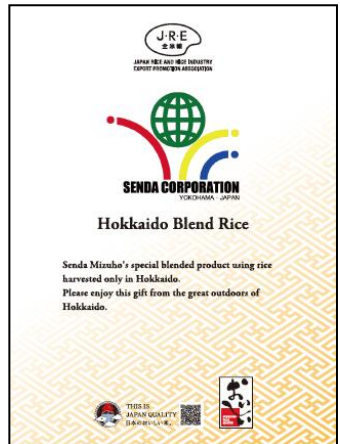
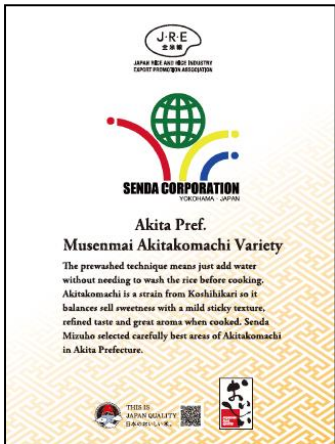
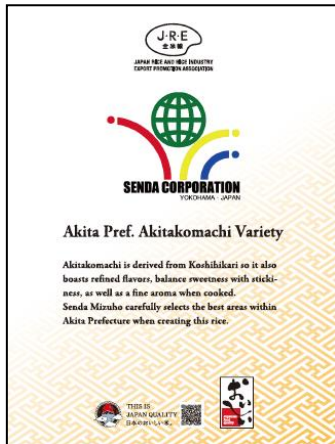
・株式会社本家松浦酒造場



・有限会社大坂商店

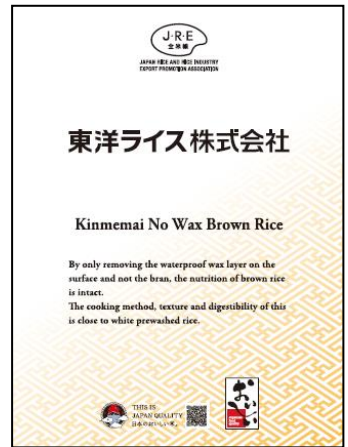
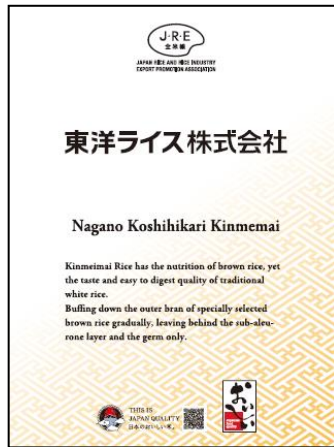
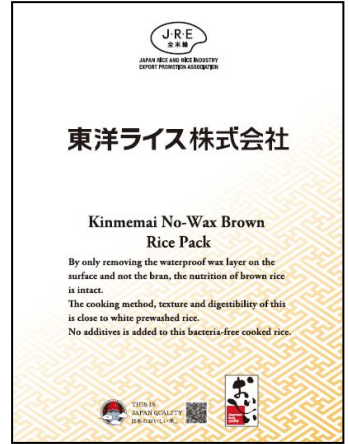
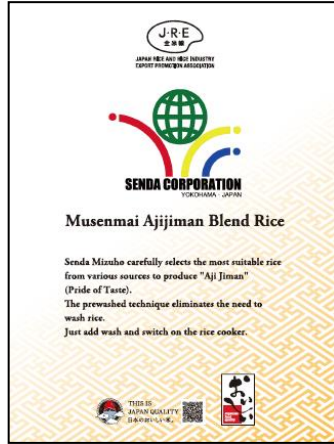
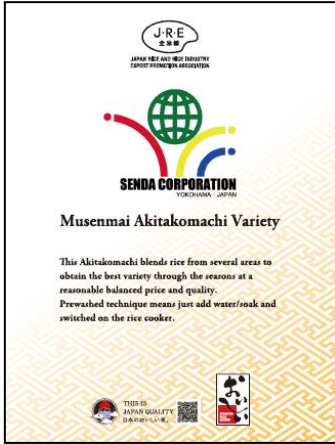


・千田みずほ株式会社



- 日本酒紹介キャプション（W150×H200 紙足使用）
各1枚制作

・東洋ライス株式会社





2.日本酒PRブース

試食・試飲品

■試食アイテム一覧：日本産米

区分	アイテム名	会員社名	備考
米	つやひめ	舞台アグリバージョン	

■試飲アイテム一覧：日本酒

区分	アイテム名	会員社名	日本酒区分	備考
酒	天吹 生酛純米大吟醸 雄町	天吹酒造合資会社	純米大吟醸	
	南部美人 純米吟醸	株式会社南部美人	純米吟醸	
	鳴門鯛 吟醸しぼりたて生原酒	株式会社本家松浦酒造場	吟醸	
	ナルトタイ 純米 水ト米		純米酒	

■試食アイテム一覧：日本産米菓

区分	アイテム名	会員社名	備考
米菓	こんがりコーン	森白製菓株式会社	
	やみつきトムヤムクン		
	森のちーず屋さん		
	わさびあられ		
	10枚豆もち黒大豆	ほんち株式会社	
	10枚ほんち焼あっさり塩味		



PRブース



PRブース



ブース運営



ブース運営



ブース運営



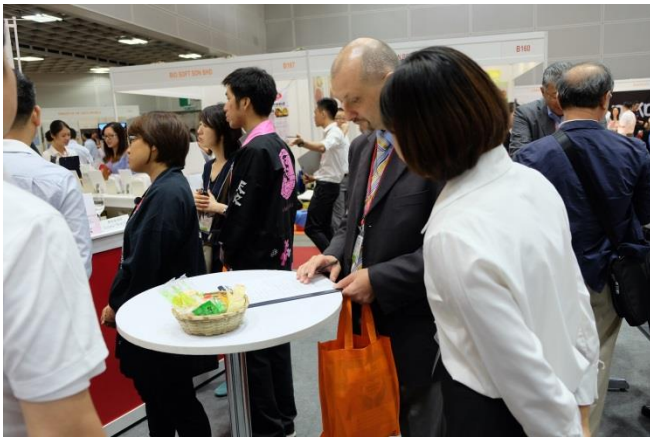
ブース運営



アンケート実施風景



アンケート実施風景



アンケート実施風景



アンケート実施風景



メディア取材の様子



メディア取材の様子



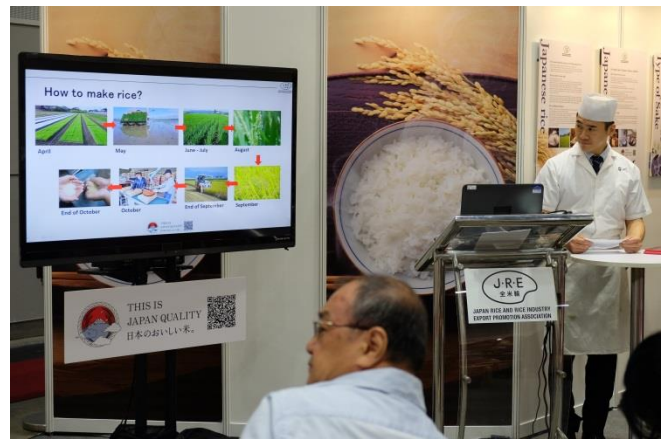
セミナーの様子



日本酒セミナーの様子



日本酒セミナーの様子



日本産米セミナーの様子



日本酒セミナーの様子



日本産米セミナー試食の様子

--	--

アンケート集計－イベント来場者－

＜調査結果全体スコア概要＞

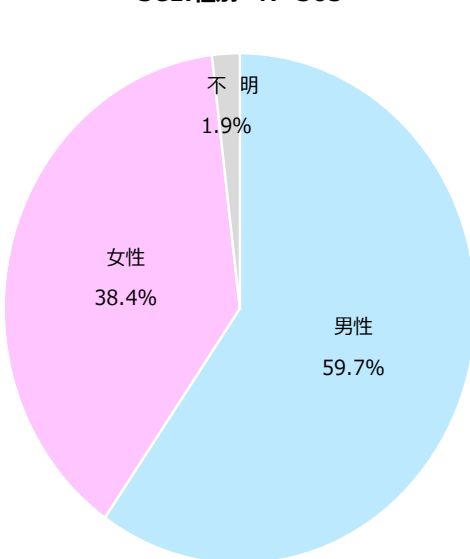
- イベント参加者（うちアンケート回答者）は、男性が59.7%、女性が38.4%。年齢は30代が最も多く29.6%、次いで40代が23.0%、20代が20.0%と続く。回答者の仕事内容は、流通が20.8%と最も多い。（SC1,SC2,SC3）
- 日本食レストランの利用頻度について1ヵ月1回以上利用する人が93.2%、日本産食材の利用頻度については1ヵ月1回以上利用する人が92.4%となっている（Q1①,②）。家庭内での日本食メニュー調理頻度については1ヵ月1回以上が49.0%であり（Q1③）、ある程度の日常生活への浸透が伺える。
- 日本産コメ・コメ加工品について、認知度と飲食経験ともに高く、97.3%が認知、95.1%が飲食経験ありと回答している。（Q2①,②）
- イベント参加による【日本産のコメ】【日本産の日本酒】【日本産の米菓】への興味関心と購入意向について、興味関心が高まった（TOP2スコア）と回答した人は、【日本産のコメ】で76.5%（Q4①）、【日本産の日本酒】で73.5%（Q4②）、【日本産の米菓】で58.9%（Q4③）となり、【日本産のコメ】が最も高い。また、購入意向が高まった（TOP2スコア）と回答した人は、【日本産のコメ】で71.5%（Q5①）、【日本産の日本酒】で65.5%（Q5②）、【日本産の米菓】で55.6%（Q5③）となっており、興味関心と同様に【日本産のコメ】が最も高い結果となった。
- 事業という観点から、【日本産のコメ】に魅力を感じた（TOP2スコア）と回答した人が76.5%（Q7①）で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が72.3%（Q7②）、【日本産の米菓】が59.7%（Q7③）と続く。また、今後の事業としての取り扱い意向（TOP2スコア）についても、【日本産のコメ】が53.7%（Q8①）で最も高く、次いで、【日本産の日本酒】が53.5%（Q8②）、【日本産の米菓】が44.1%（Q8③）と続いている。
- 今後の販売拡大にあたって、「値頃感」（35.6%）と「入手できる店の拡大」（30.1%）、「他国産米または他国産米商品との違いの認知」（21.1%）等に関する施策が望まれている。（Q6）
- 試飲メニューのうち美味しいと思ったものとして、「【Sake】Narutotai Junmai Genshu Mizutokome」が28.8%で最も多く、次いで「【Sake】NANBU BIJIN JUNMAI GINJO」（23.0%）、「【Sake】Narutotai Ginjo Nama Genshu」（21.9%）と続く。（Q3）

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

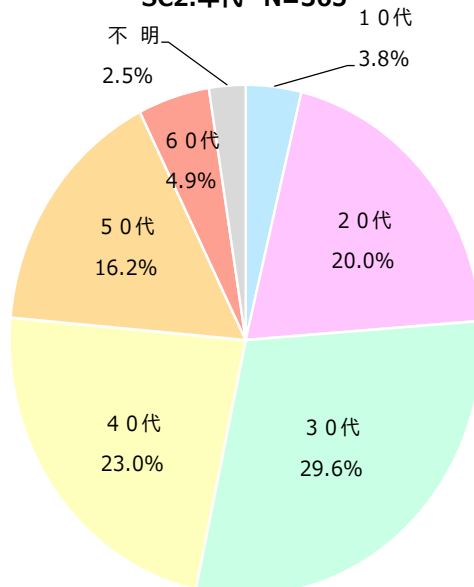
SC2.あなたの年代をお聞かせください。

SC3.お仕事内容をお聞かせください。

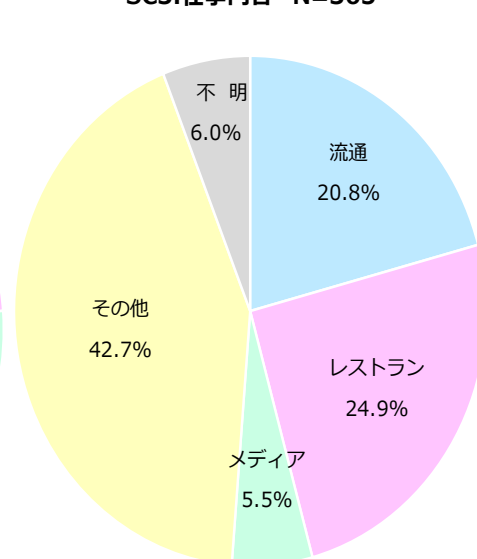
SC1.性別 N=365



SC2.年代 N=365



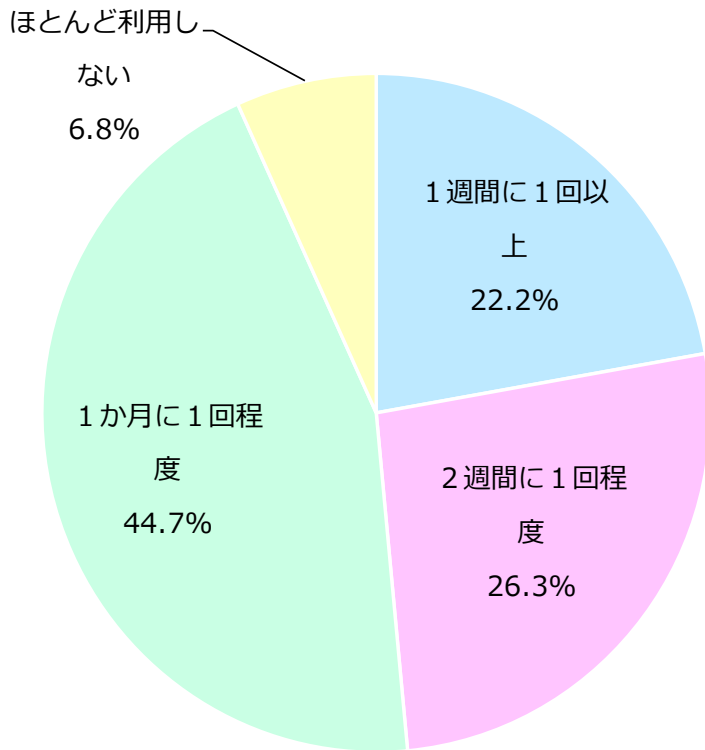
SC3.仕事内容 N=365



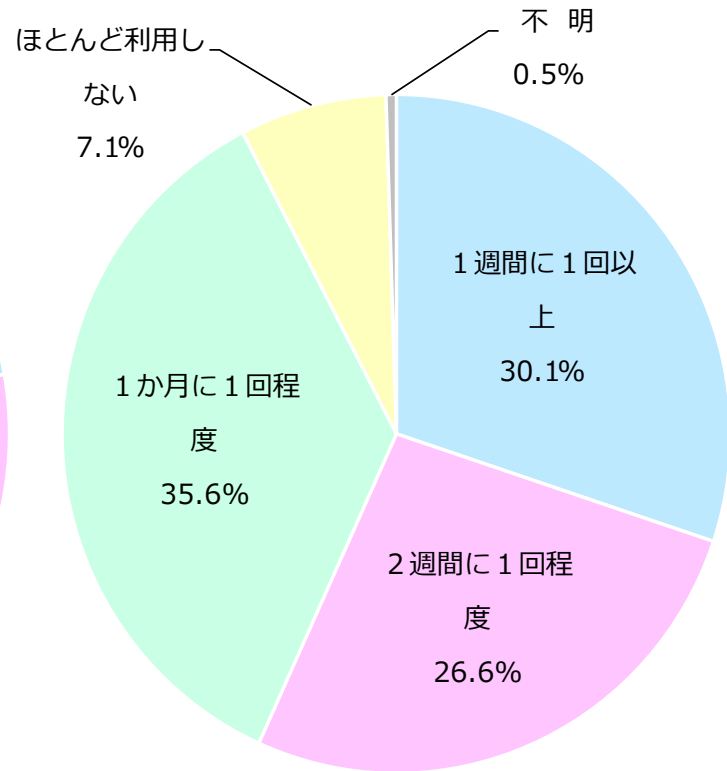
Q1.あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材を利用されていますか。

また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

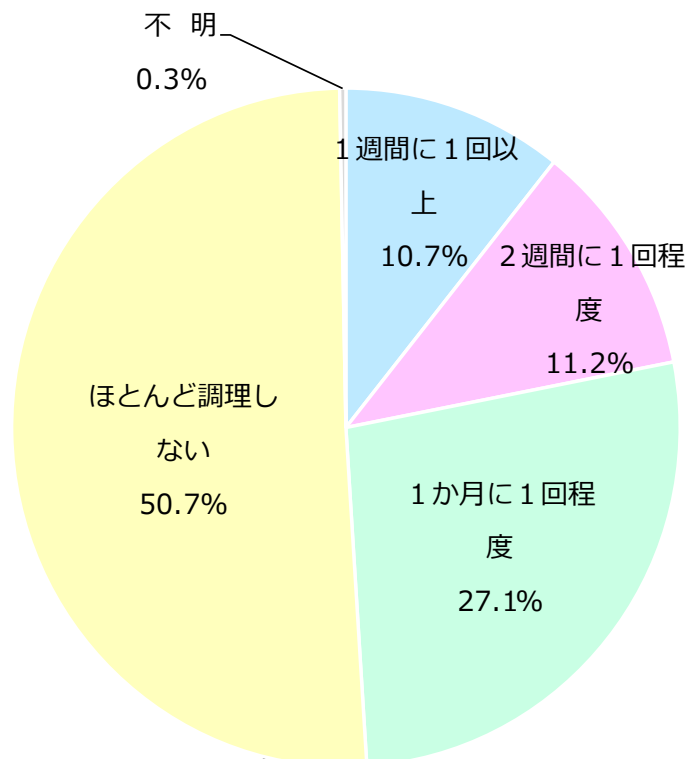
①日本食レストランの利用頻度 N=365



②日本産食材や日本酒の利用頻度 N=365

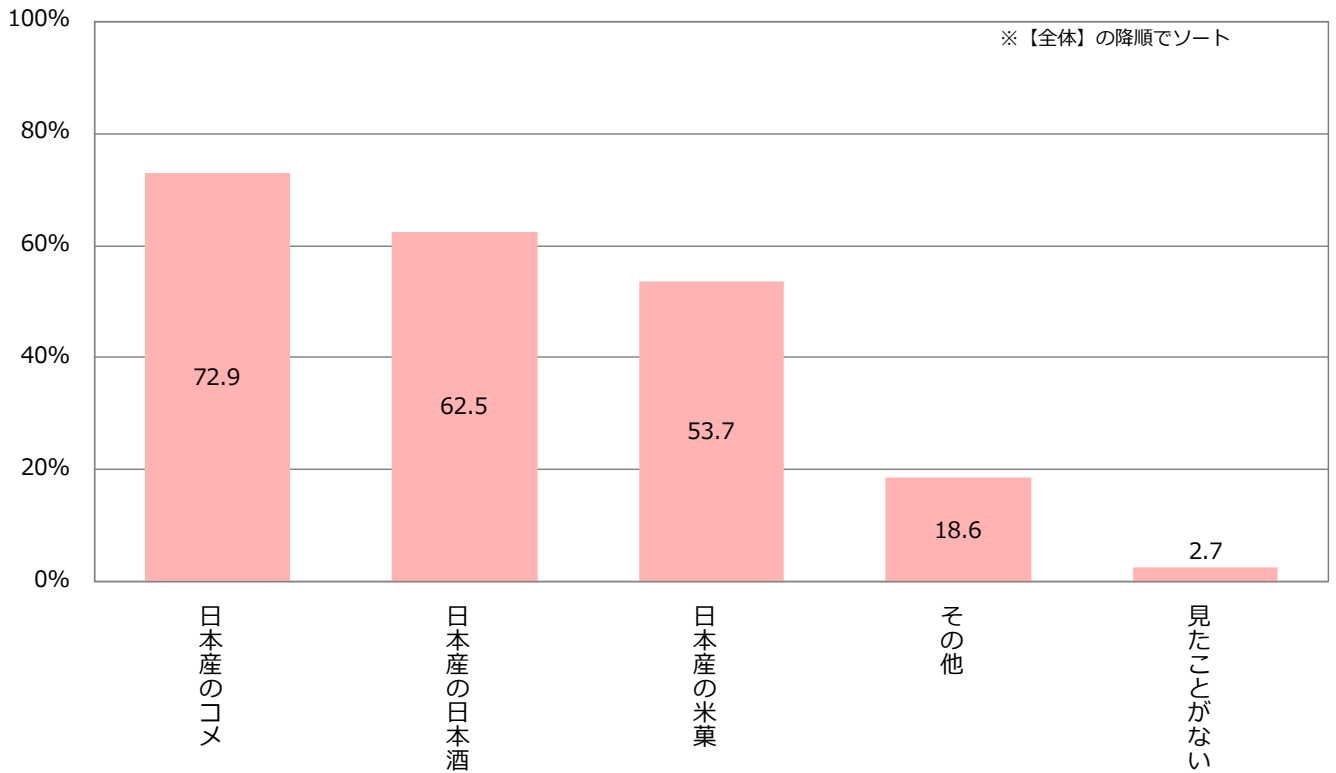


③ご家庭での日本食メニューの調理頻度 N=365

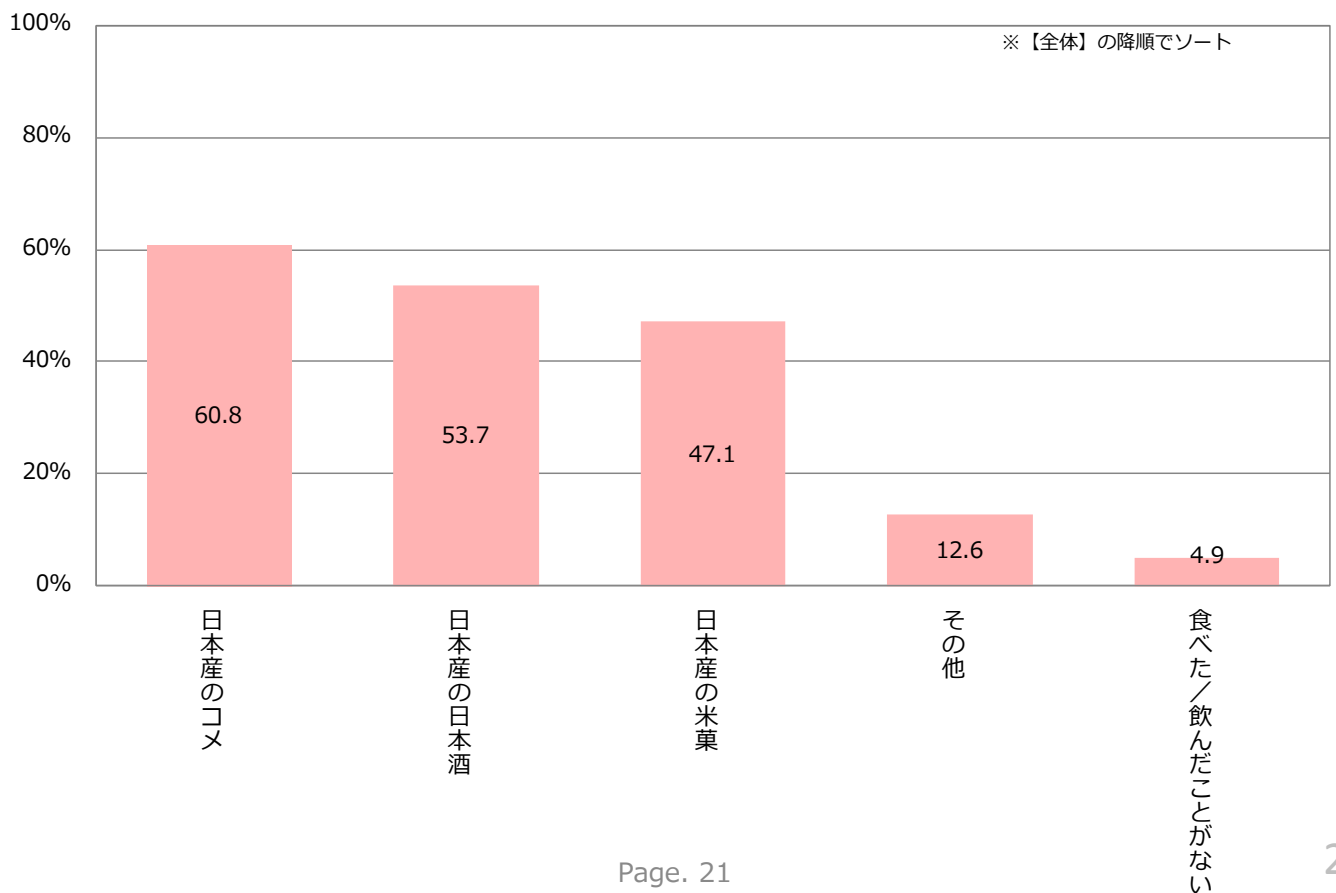


Q2.本日のイベントに来る前に、あなたは日本産のコメ・コメ加工品を見たり・食べたりしたことがありますか。

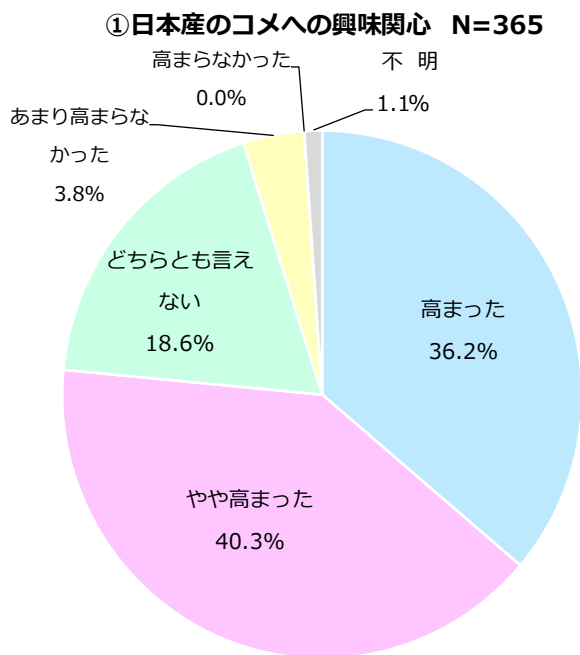
①日本産のコメ・コメ加工品で見たことがあるもの N=365



②日本産のコメ・コメ加工品で食べた／飲んだことがあるもの N=365

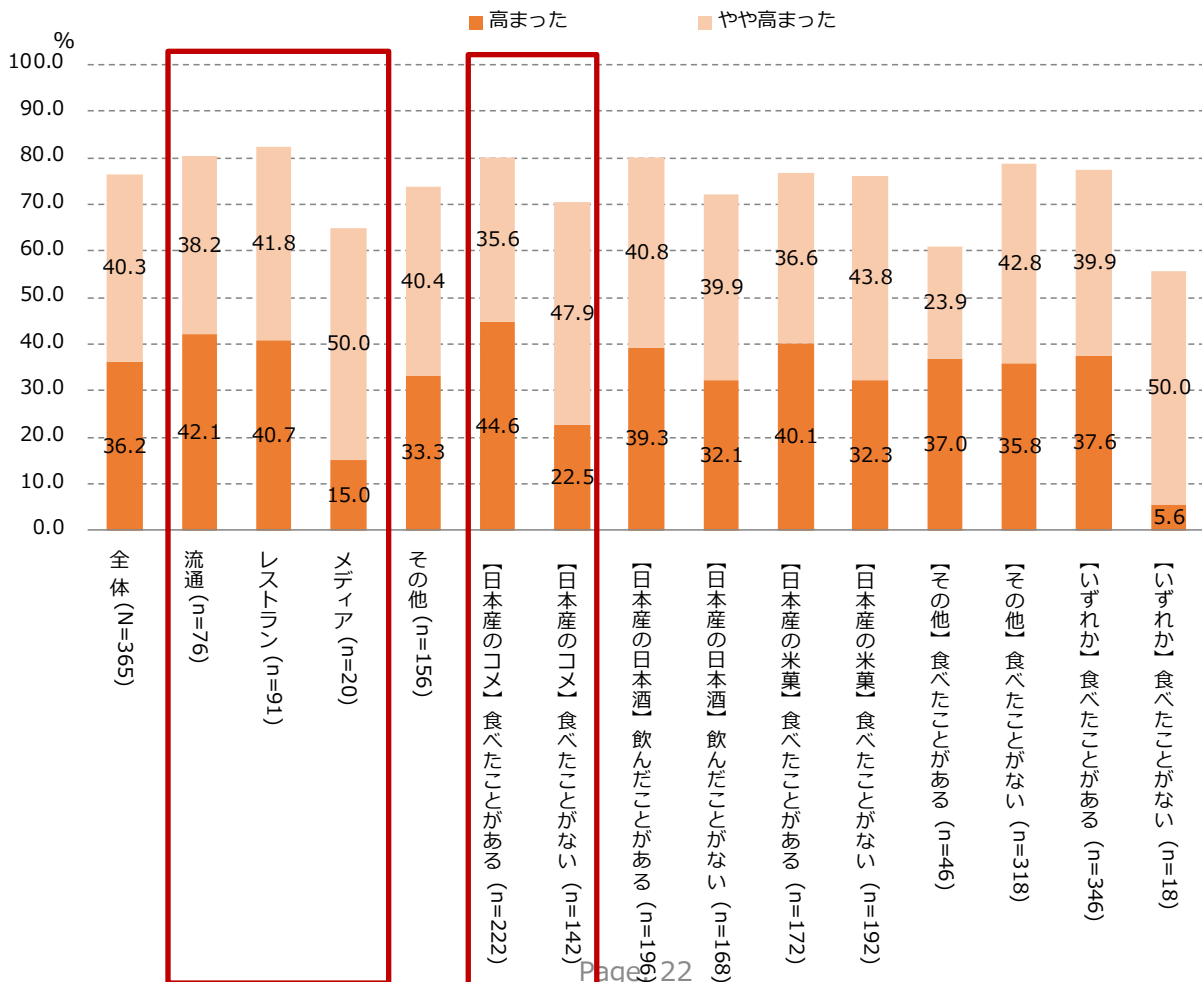


Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。【コメ】

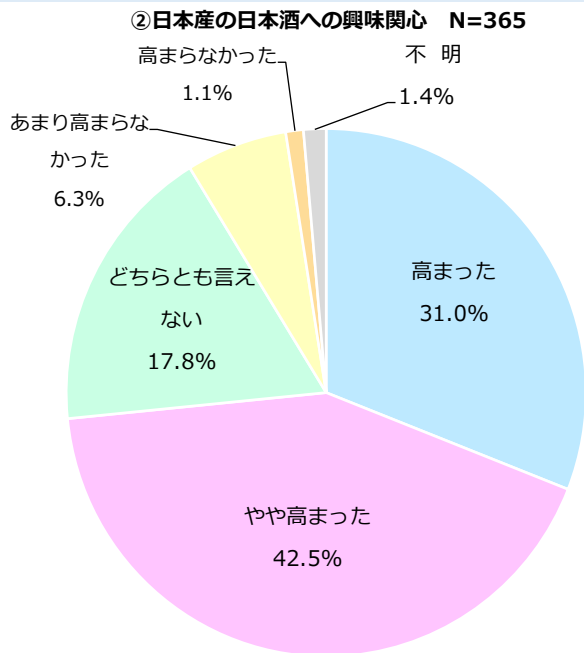


[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、7割がコメへの興味が高まったと回答。



Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。【日本酒】



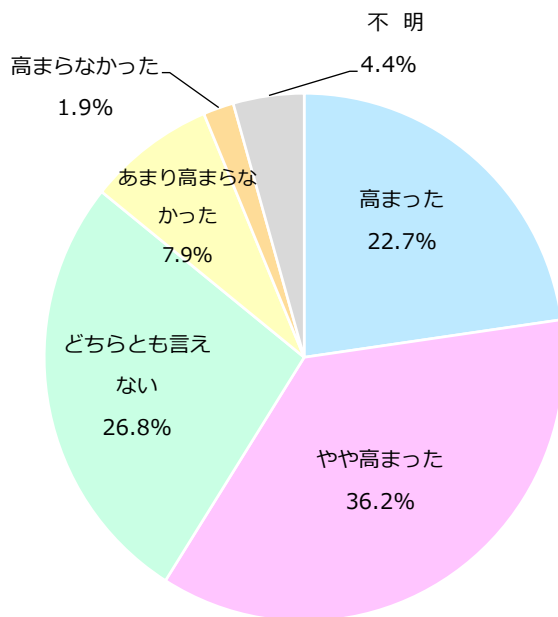
【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、6割以上が日本酒への興味が高まったと回答。



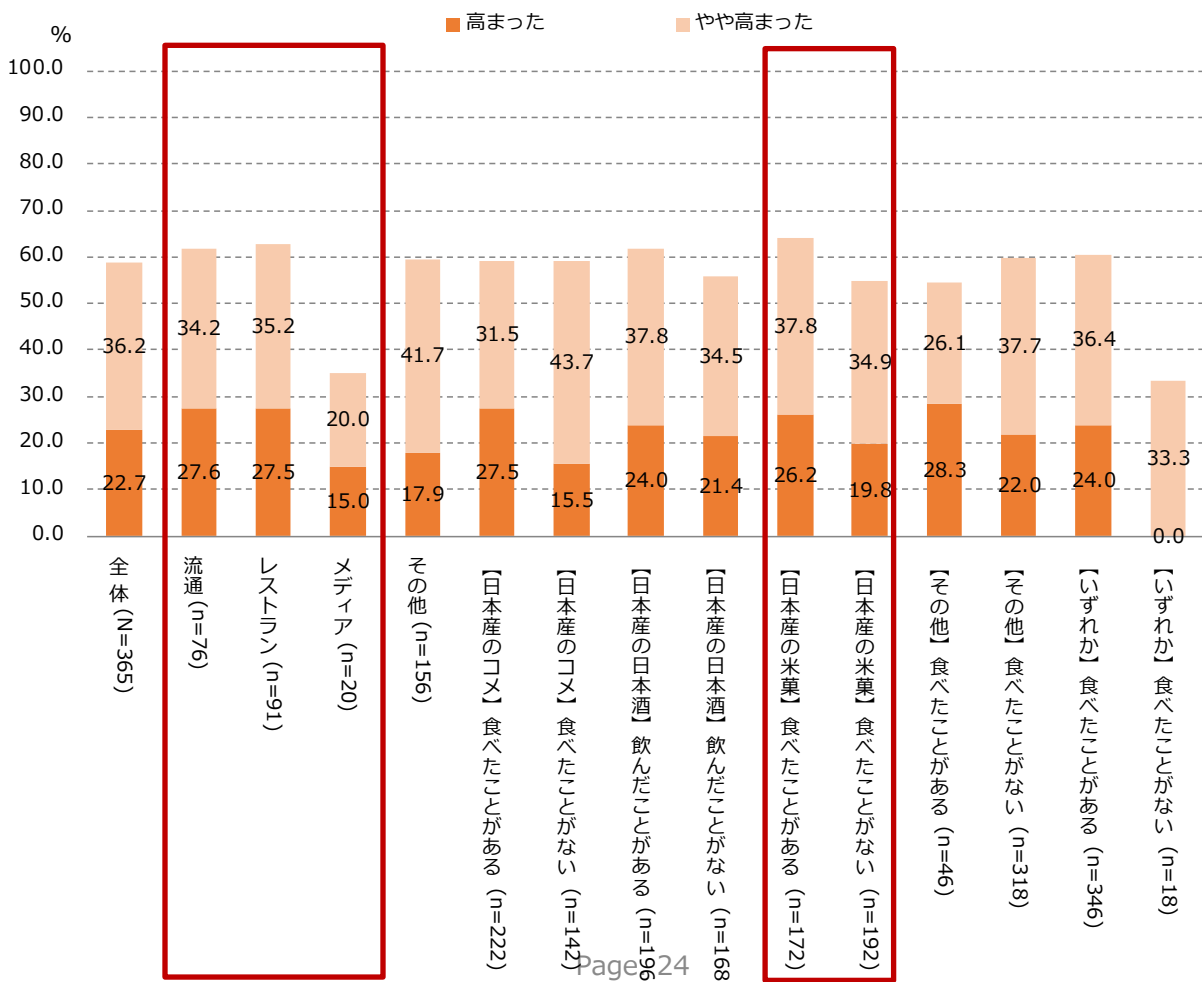
Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。【米菓】

③日本産の米菓への興味関心 N=365

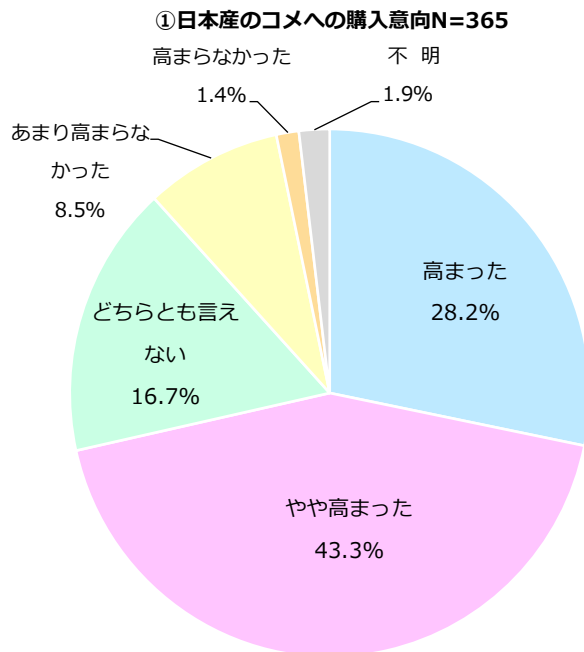


【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、5割以上が米菓への興味が高まったと回答。

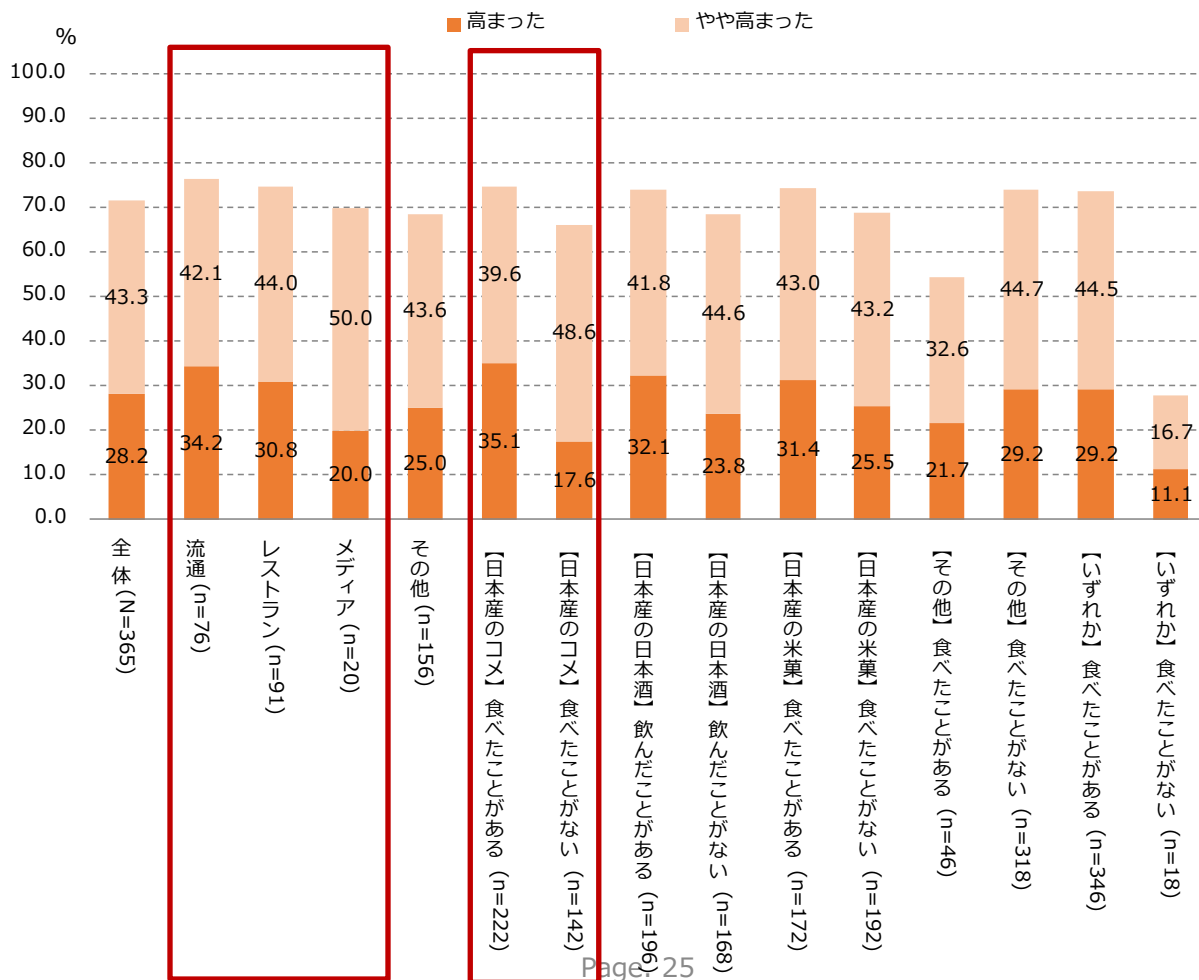


Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への購入意向が高まりましたか。【コメ】

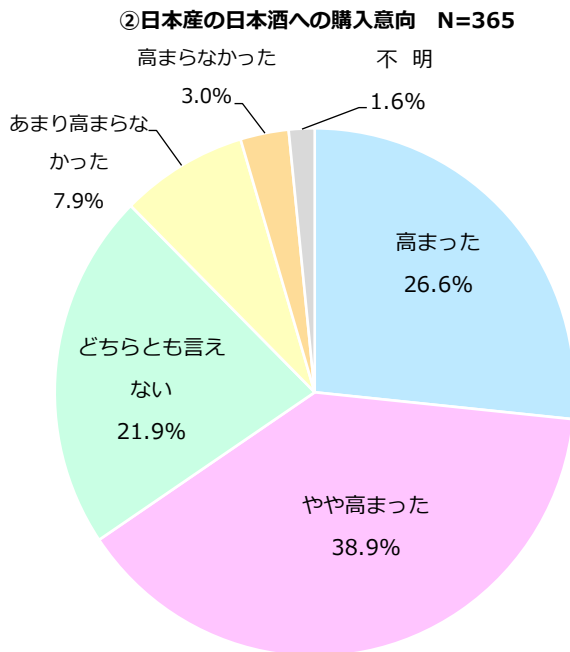


[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、6割以上がコメへの購入意向が高まったと回答。

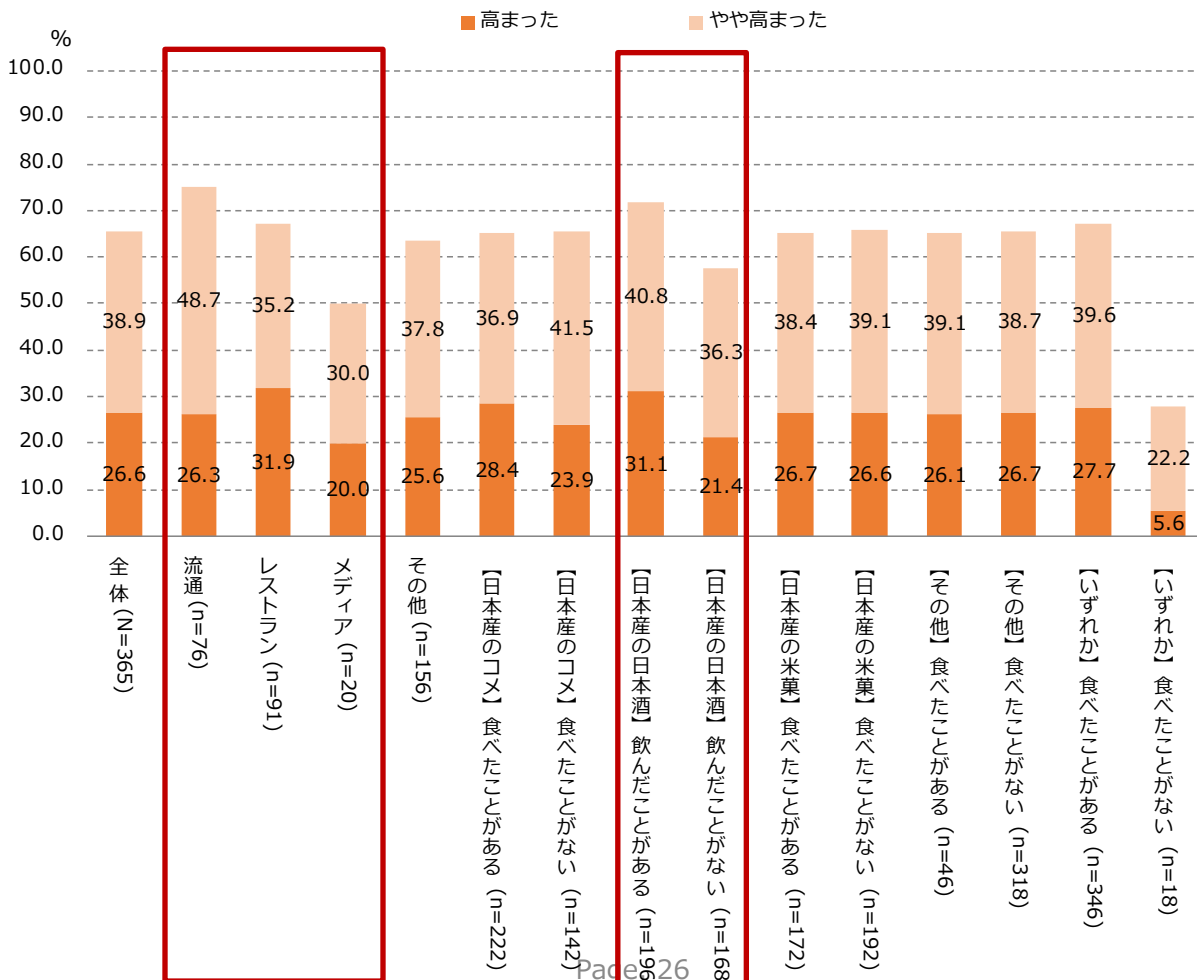


Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への購入意向が高まりましたか。【日本酒】



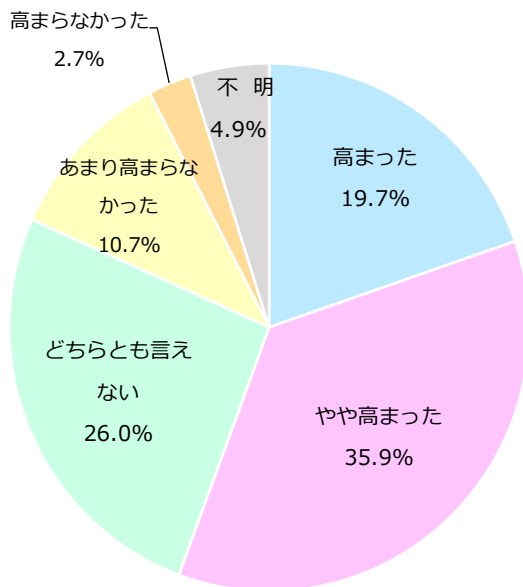
【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割以上が日本酒への購入意向が高まったと回答。



Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への購入意向が高まりましたか。【米菓】

③日本産の米菓への購入意向 N=365

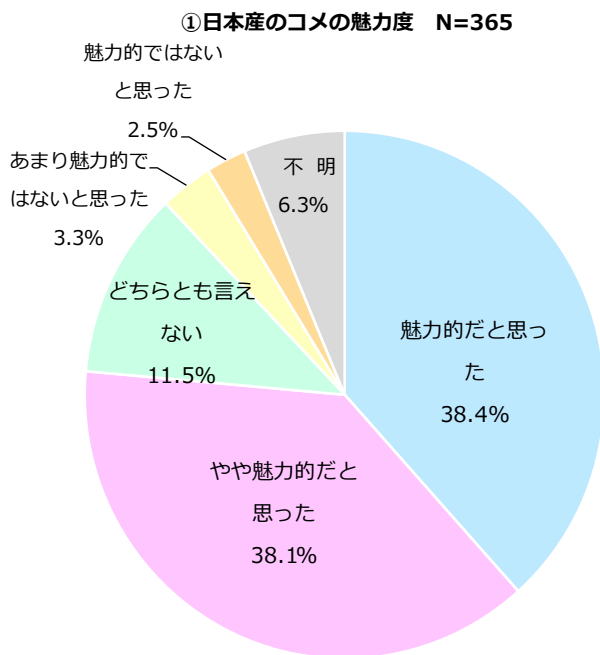


【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約5割が米菓への購入意向が高まったと回答。

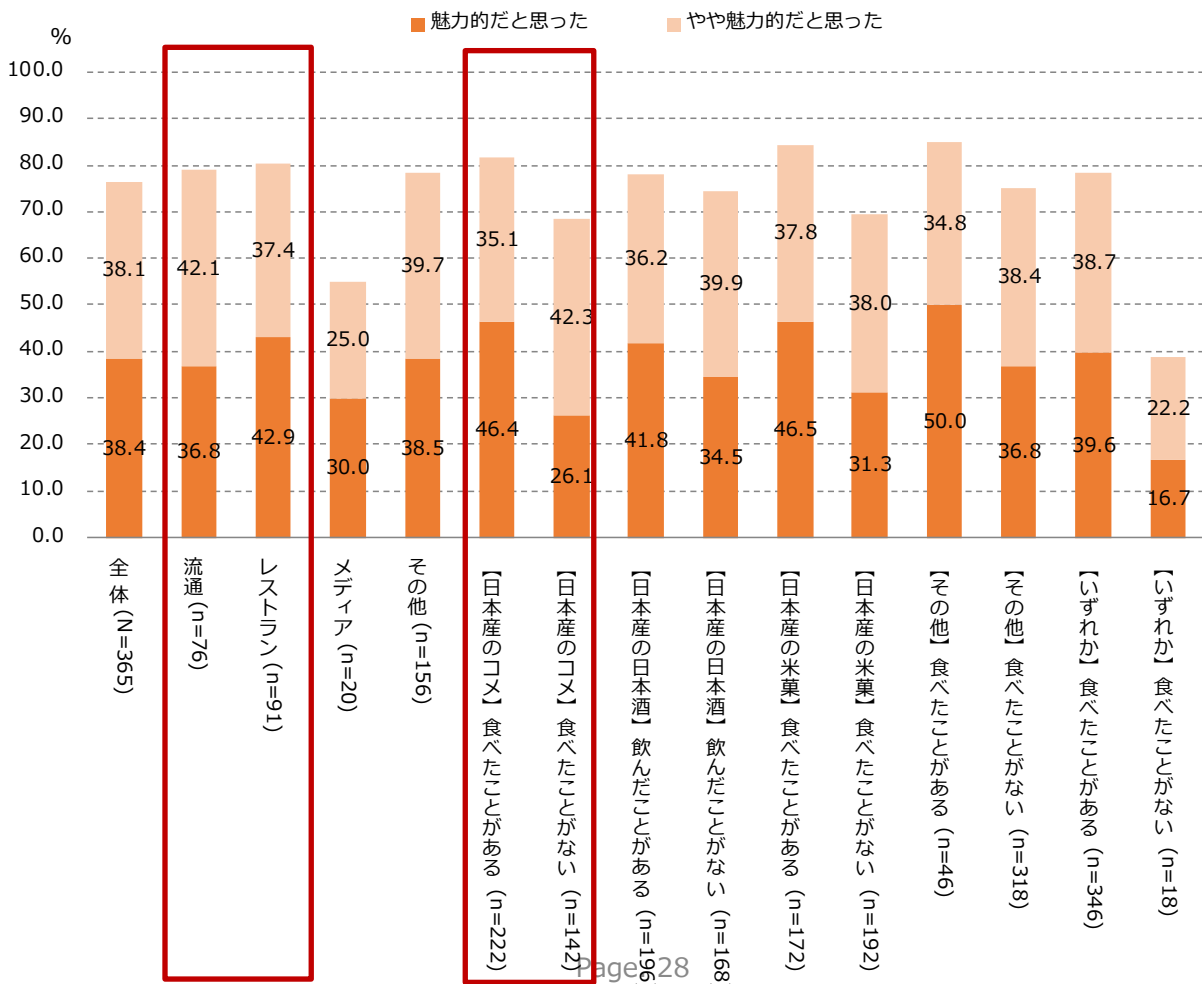


Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品があなたの事業にとって魅力的な食材だと思いましたか。【コメ】

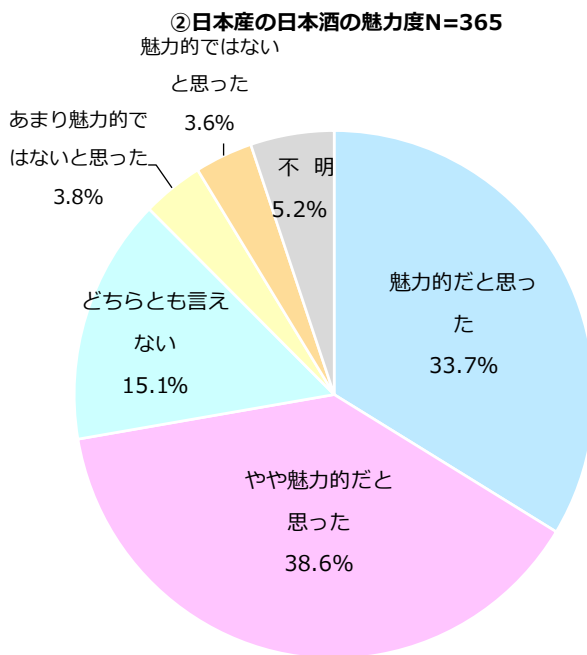


【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約7割がコメへの魅力が高まったと回答。

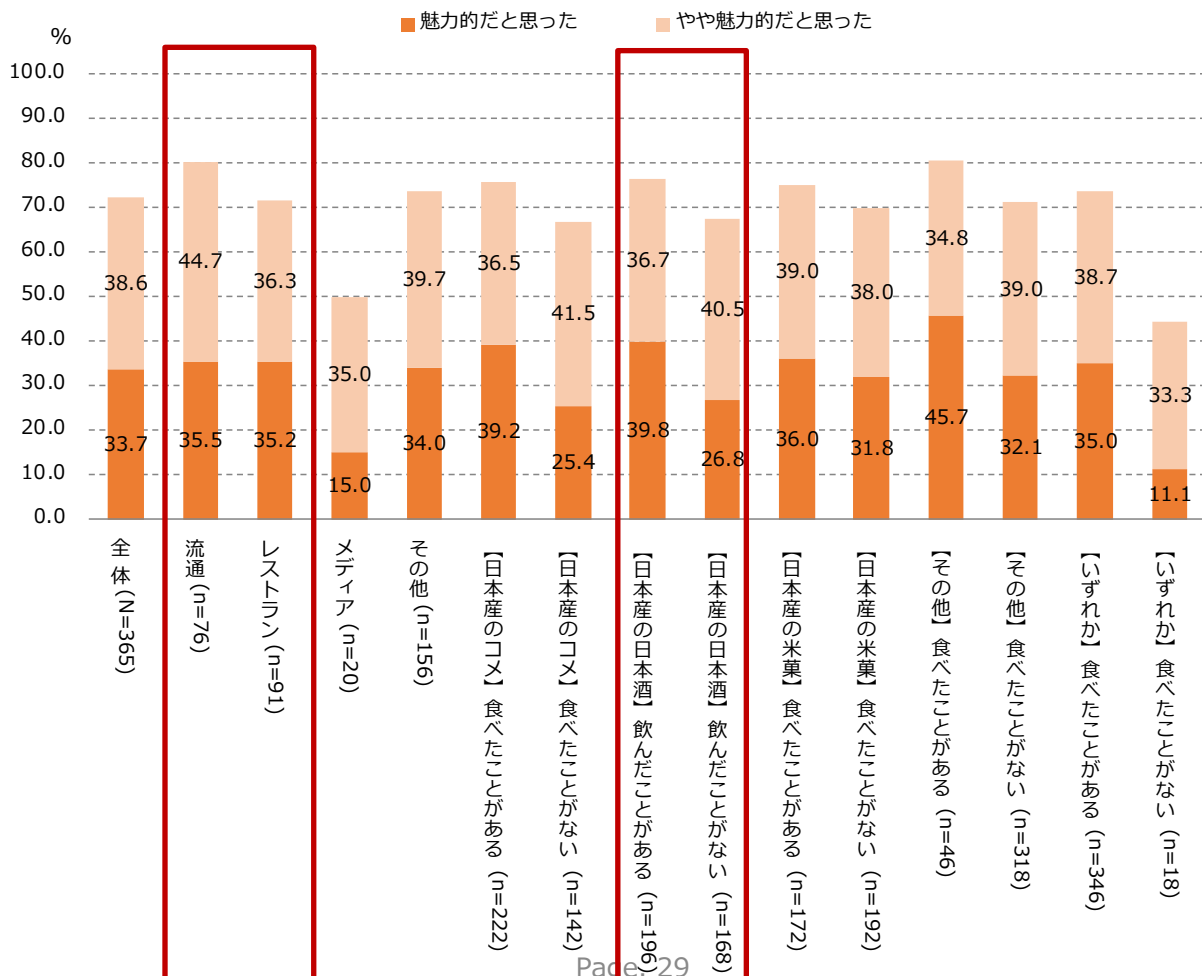


Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品があなたの事業にとって魅力的な食材だと思いましたか。【日本酒】



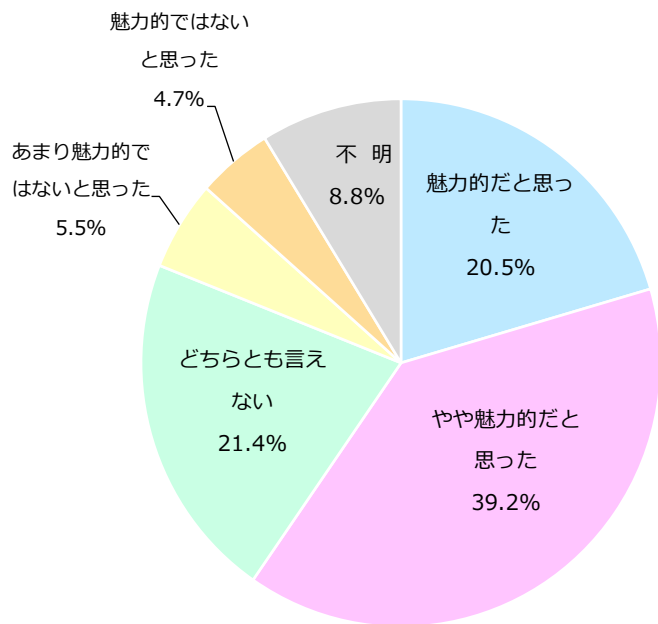
[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約7割が日本酒への魅力が高まったと回答。



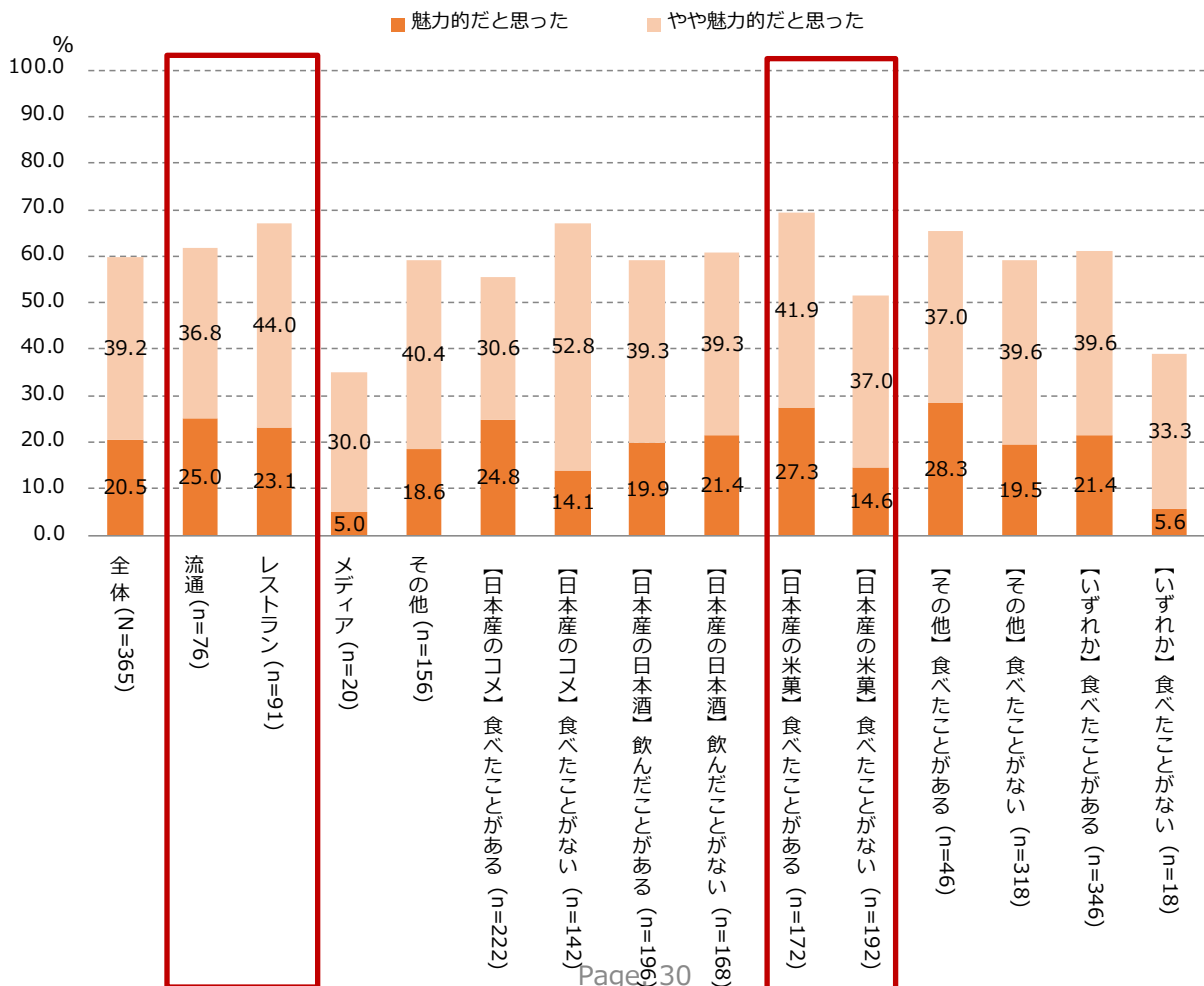
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品があなたの事業にとって魅力的な食材だと思いましたか。【米菓】

③日本産の米菓の魅力度 N=365



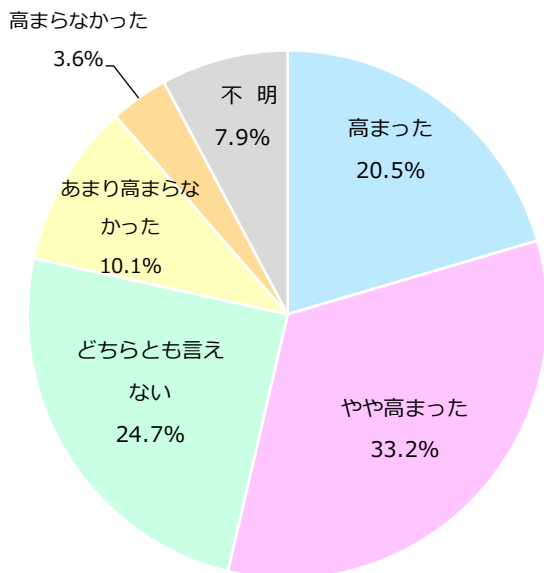
[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、5割が米菓への魅力が高まったと回答。



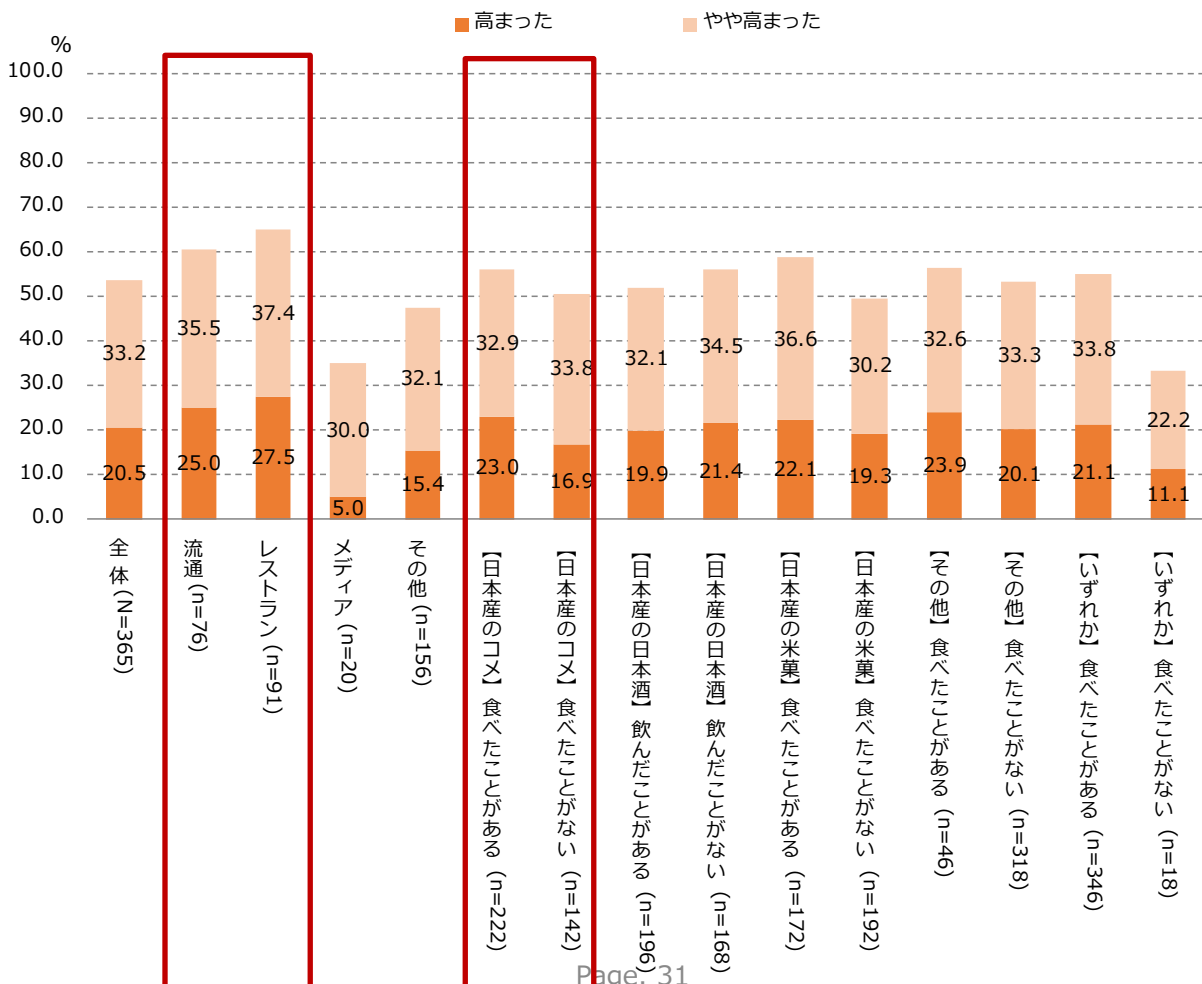
Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。【コメ】

①日本産のコメの取り扱い意向 N=365



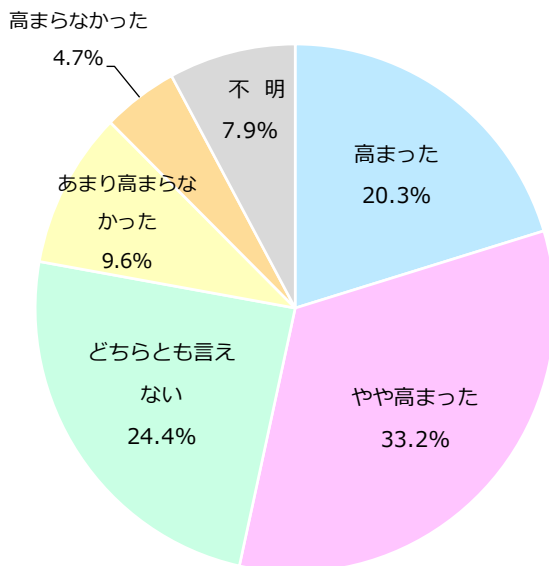
[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメを飲んだことがない」人も、5割がコメへの取り扱い意向が高まったと回答。



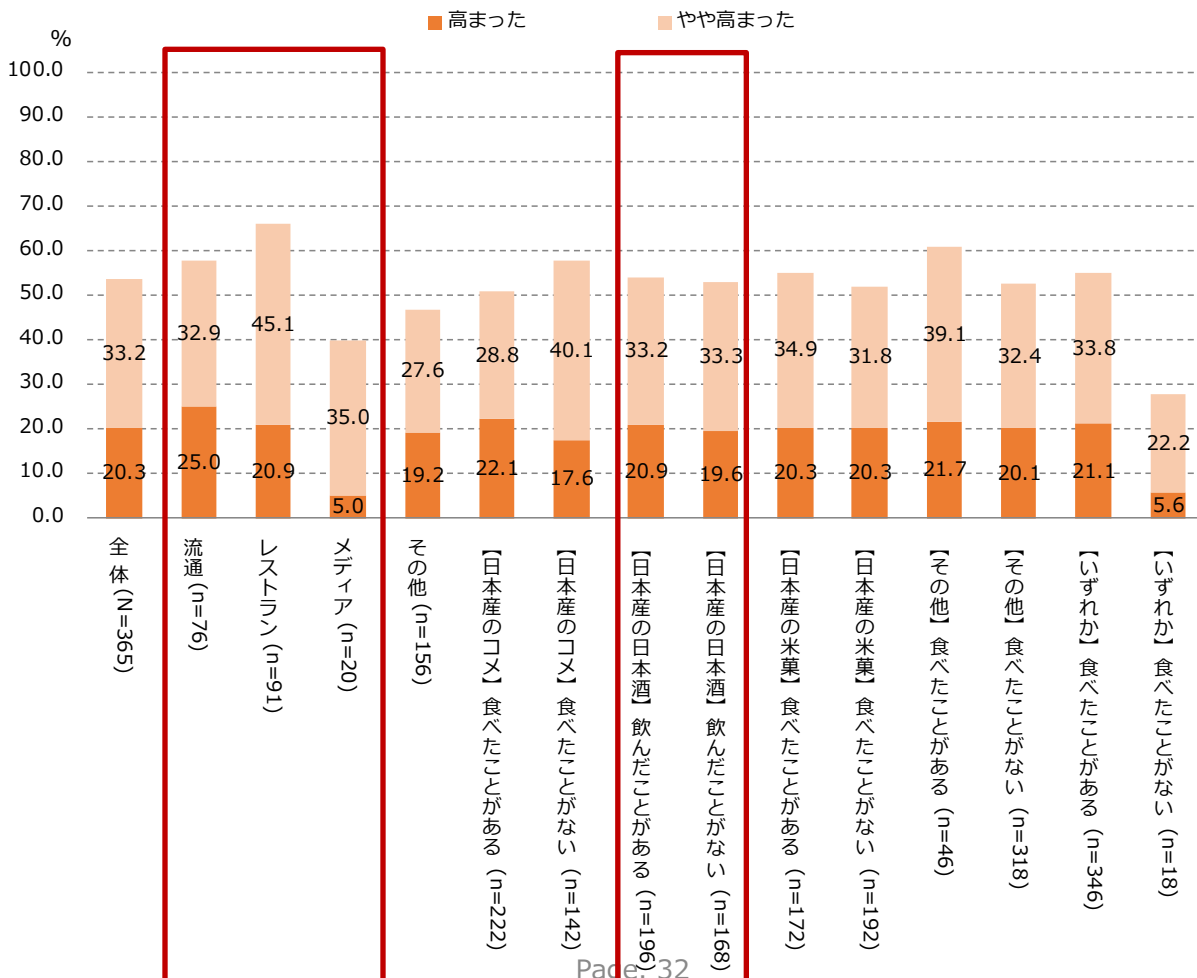
Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。【日本酒】

②日本産の日本酒の取り扱い意向 N=365



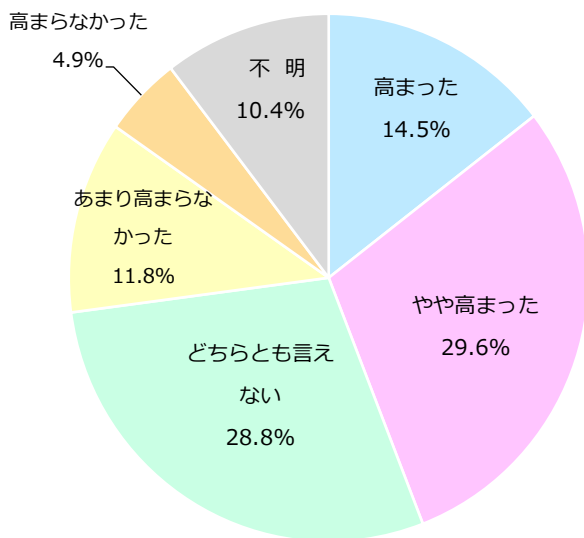
【業種・経験別】 ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割以上が日本酒への取り扱い意向が高まったと回答。



Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。【米菓】

③日本産の米菓の取り扱い意向 N=365



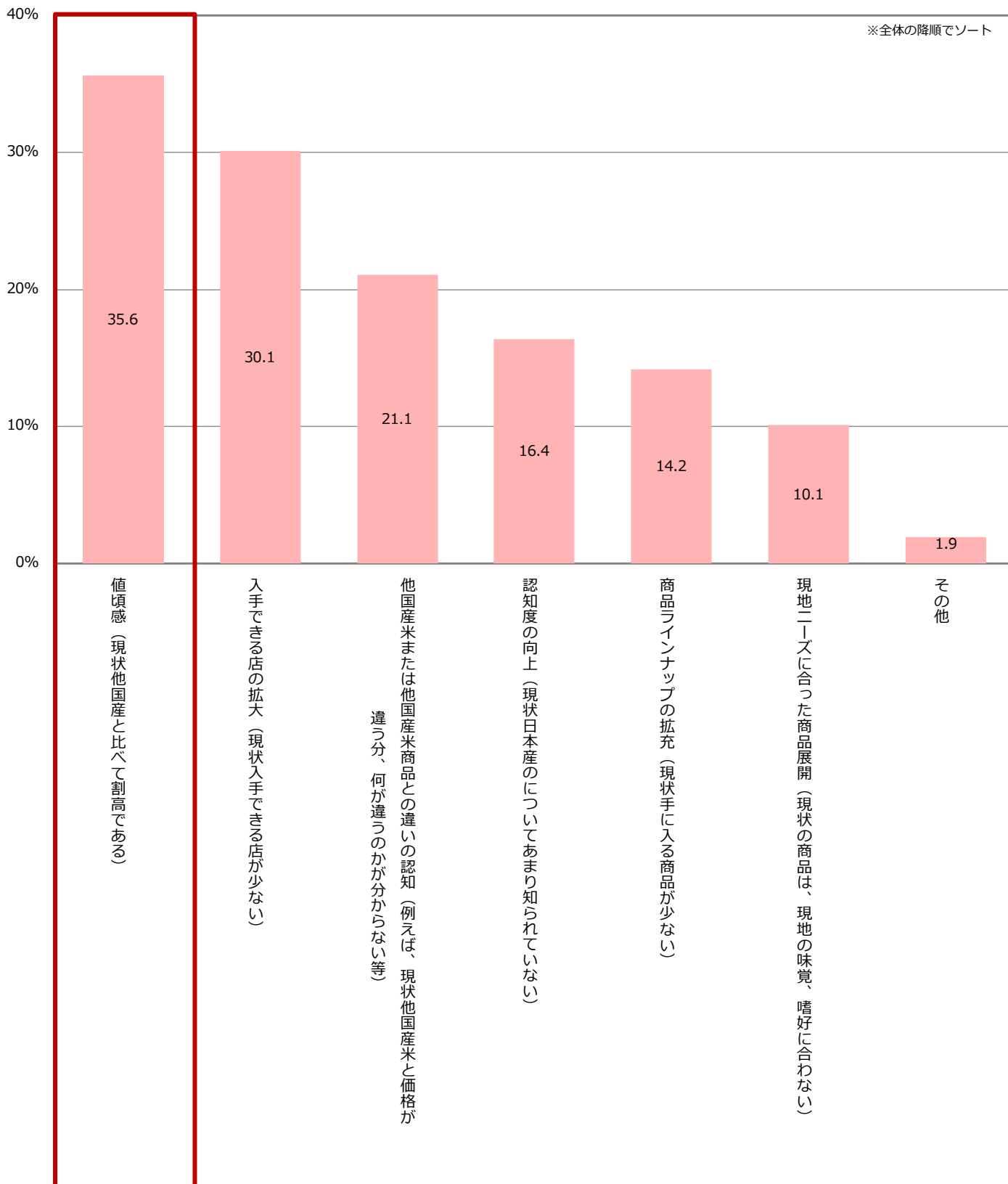
[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、4割が米菓への取り扱い意向が高まったと回答。



Q6.今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

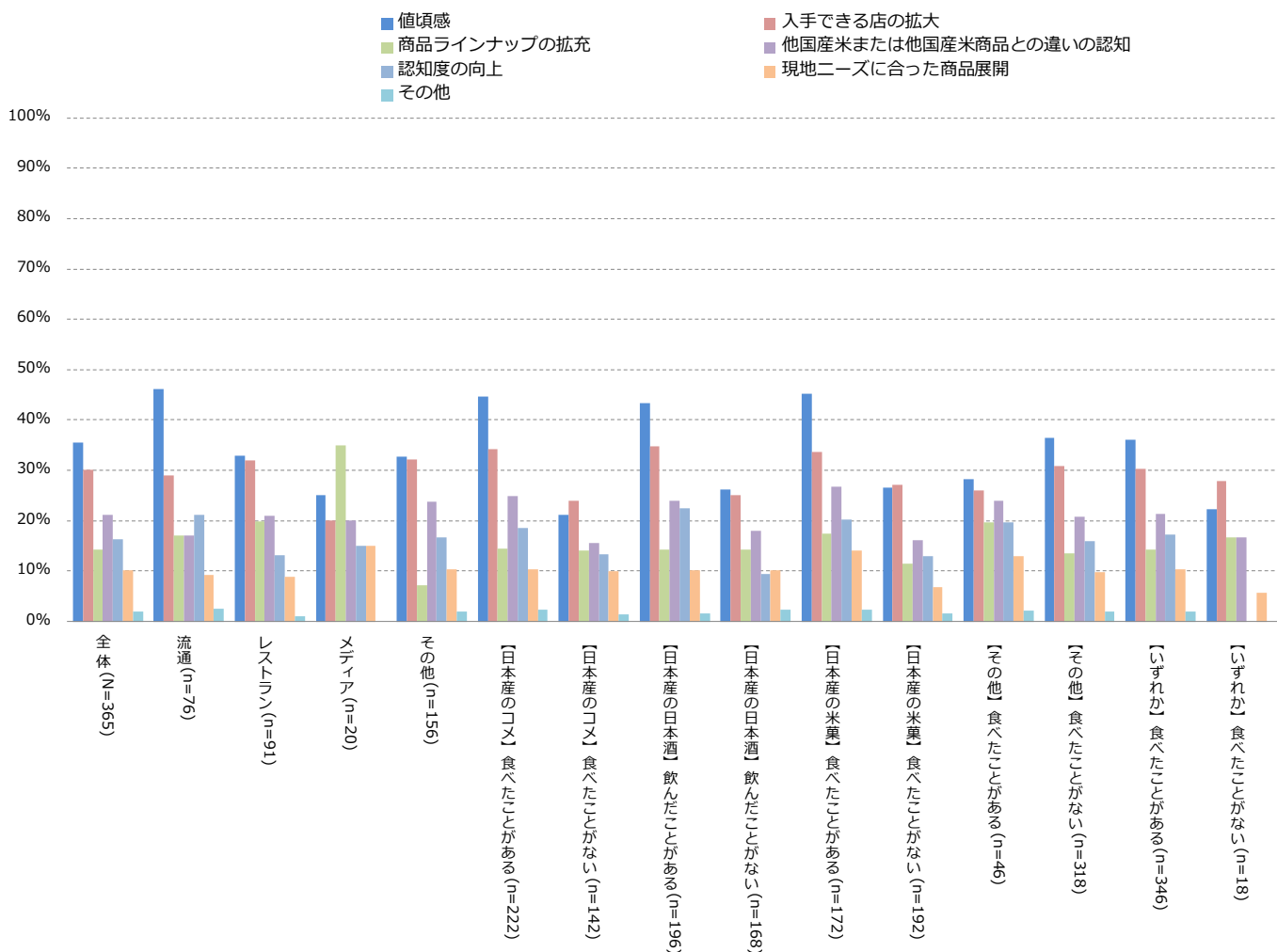
日本産のコメ・コメ加工品の販売増加に必要なこと N=365



Q6.今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

[業種・経験別] ※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、流通とレストランでは「値頃感」、メディアでは「商品ラインナップの拡充」がトップ。
- ・また流通は「値頃感」「入手できる店の拡大」が他と比較するとスコアが高い。
- ・日本産のコメを食べたことがない人では、「入手できる店の拡大」のスコアが高い。
- ・日本産の日本酒を飲んだことがない人では、「値頃感」のスコアが高い。
- ・日本産の米菓を食べたことがない人では、「入手できる店の拡大」のスコアが高い。



<事業評価～業種別>

全体的に評価が高く、特に「コメ」「日本酒」についてスコアが高い。

業種別では「レストラン」「流通」関係者の評価が高い。

・全体的にスコア自体は高く、食材で見ると「コメ」「日本酒」「米菓」の順に関心が喚起され、事業としての魅力が高まっている。日本産のコメ・コメ加工品を経験したことのない事業者でも、「コメ」「日本酒」では7割近くの人が事業として魅力的に感じ、5割強以上の方が取り扱い意向も高まったと回答している。「コメ」「日本酒」と比較すると「米菓」は全体的にスコアが低い傾向。

・全体としては高い評価である中で、業種別に比較をしてみると、「レストラン」「流通」関係者からの評価は個人的な興味や事業としての興味、両方ともに反応は良く、非常に効果的であったと言える。

・他方で「メディア」関係者で、特に「日本酒」「米菓」についてはスコアが5割に届かないことが多く、全体的に評価が低めであった。（ただしメディア関係者についてはn数が少なく、参考値）

・「メディア」関係者からの評価が比較的低かったことの要因として、「新規性」という視点が不十分であったのではないかと推察される。「メディア」関係者の「日本産のコメ・コメ加工品や日本酒の販売が増加するためには何が必要だと思いますか」という質問の回答では「ラインナップの拡充」という項目が高く、常に何か新しいものを求めている姿勢が伺える。メディアの関心を高めるためにも、「新規性」や「ニュース性」という視点を強化していくことを検討したい。



<今後に向けて>

新しい情報を求めるターゲット層を意識した情報発信の仕方・内容の検討

・日本産コメ・コメ加工品への関心を高めるためにはメディアでの露出情報を増やし話題にすることが重要であり、そのためにはイベントを通じて来場したメディア関係者の関心を高めることも重要な狙いとして意識する必要がある。現地において目新しくうつる商品の提示や、現地におけるコメ・コメ加工品に関する意識・実態を踏まえた文脈での商品紹介（例えば社会的な意義、消費者ターゲット別の商品の魅力・使い道・レシピ等）など、メディアの関心を高める情報発信の仕方や内容を検討していきたい。

→事前に現地プロダクションを通じてコメ・コメ加工品の話題を定性的に把握し、その上で発信する商品や情報を議論することを検討。

アンケート集計－ビジネスマッチング－

- ・ イベント参加者(うちアンケート回答者)は、男性が63.0%、女性が33.3%。年齢は30代が最も多く37.0%、次いで40代が25.9%、20代が14.8%と続く。回答者の仕事内容は、流通が37.0%と最も多い。(SC1,SC2,SC3)
- ・ 日本食レストラン、及び日本産食材の利用頻度について、1ヵ月1回以上利用する人がそれぞれ100.0%、92.6%と9割を超える(Q1①,②)。また、家庭内での日本食メニュー調理頻度については1ヵ月1回以上が48.1%であり(Q1③)、ある程度日常生活への浸透が伺える。
- ・ 日本産コメ・コメ加工品について、ほぼ全員が認知(96.3%)、飲食経験あり(92.6%)と回答している。(Q2①,②)
- ・ 現在取り扱っている日本産コメ・コメ加工品について、【日本産のコメ】【日本産の日本酒】が33.3%で最も多く、次いで、【日本産の米菓】が18.5%となっている。また、新たに取り扱いたい/今後も取り扱い続けたい日本産コメ・コメ加工品については、【日本産の日本酒】が最も多く37.0%、次いで、【日本産の米菓】が22.2%、【日本産のコメ】が18.5%と続いている。(Q3①,②)
- ・ 事業という観点から【日本産の日本酒】に魅力を感じた(TOP2スコア)と回答した人が74.1%(Q5②)で最も多く、次いで、【日本産のコメ】が74.0%(Q5①)、【日本産の米菓】が70.3%(Q5③)と続く。また、興味関心が高まった(TOP2スコア)と回答した人は【日本産の米菓】が77.8%(Q6③)、【日本産の日本酒】が77.7%(Q6②)、【日本産のコメ】が70.3%(Q6①)となり、【日本産の米菓】が最も高い。今後の事業としての取り扱い意向(TOP2スコア)については、【日本産のコメ】が59.2%(Q7①)で最も高く、【日本産の日本酒】【日本産の米菓】が51.8%(Q7②,③)で続く結果となっている。
- ・ 今後の販売拡大にあたって求められている施策は、「値頃感」が40.7%で最も多い。(Q8)
- ・ 試飲メニューのうち美味しいと思ったものとして、「【Sake】NANBU BIJIN JUNMAI GINJO」が40.7%で最も多く、次いで「【Sake】Amabuki Ura Daiginjo Aiyama」(25.9%)、「【Rice】Yamagata Pref. Tsuyahime - Low Temperature Processed Rice」「【Rice】Akita Pref. Akitakomachi Variety」「【Sake】Amabuki Kimoto Junmai Daiginjo Omachi」「【Sake】Narutotai Ginjo Nama Genshu」(18.5%)と続く。(Q4)

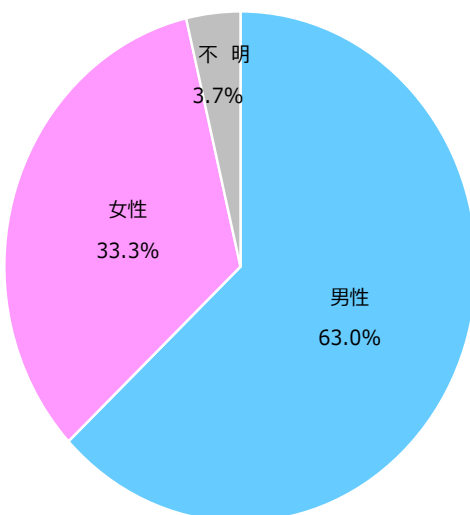
※N数が少ないデータの取り扱いにはご注意ください。

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

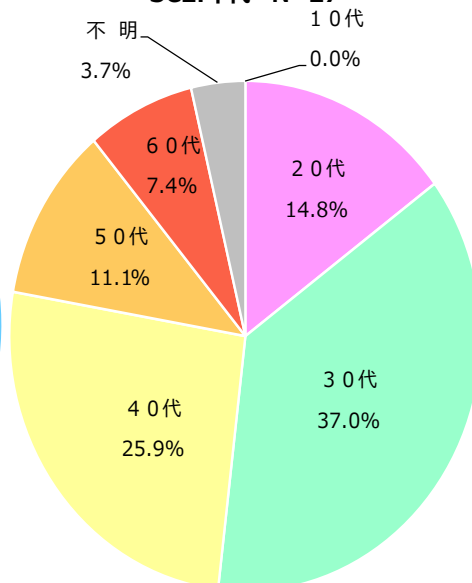
SC2.あなたの年代をお聞かせください。

SC3.お仕事内容をお聞かせください。

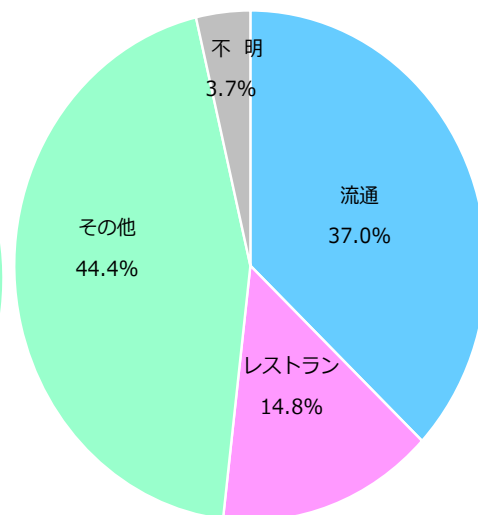
SC1.性別 N=27



SC2.年代 N=27

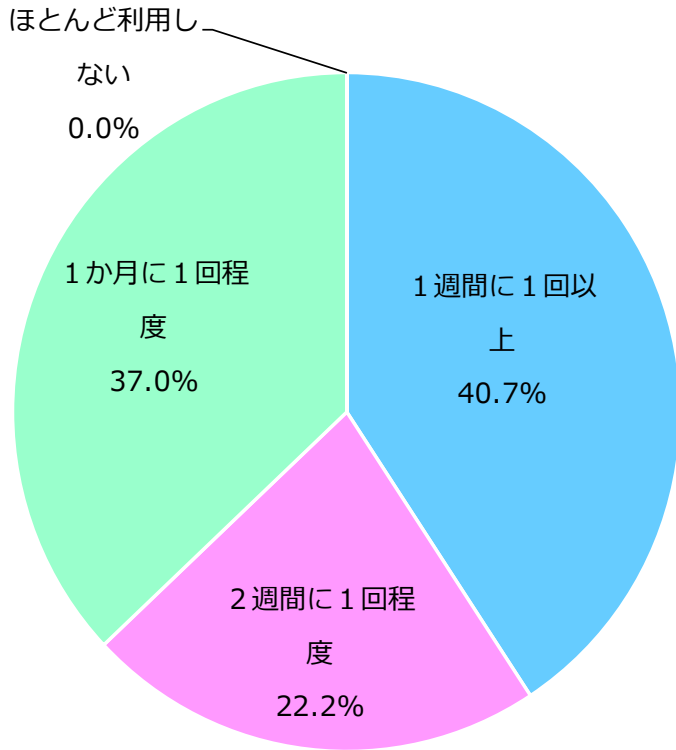


SC3.仕事内容 N=27

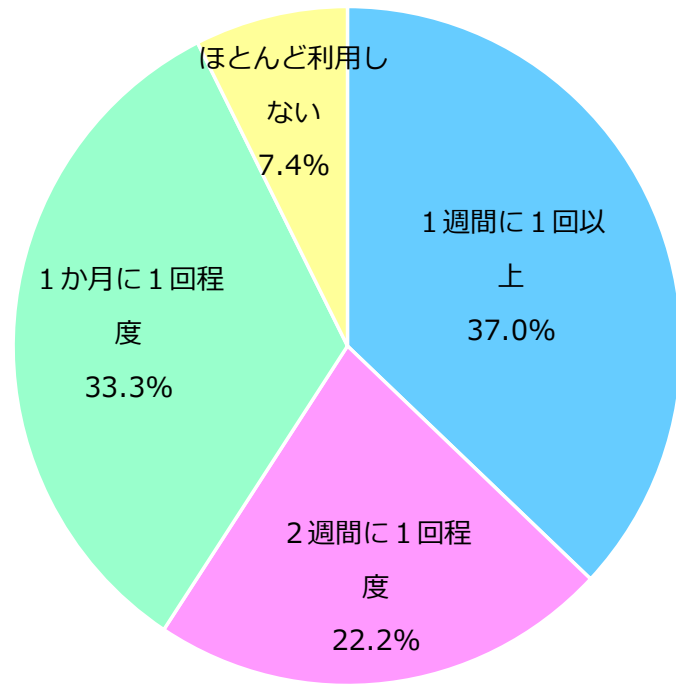


Q1.あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材・日本酒を利用されていますか。
また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

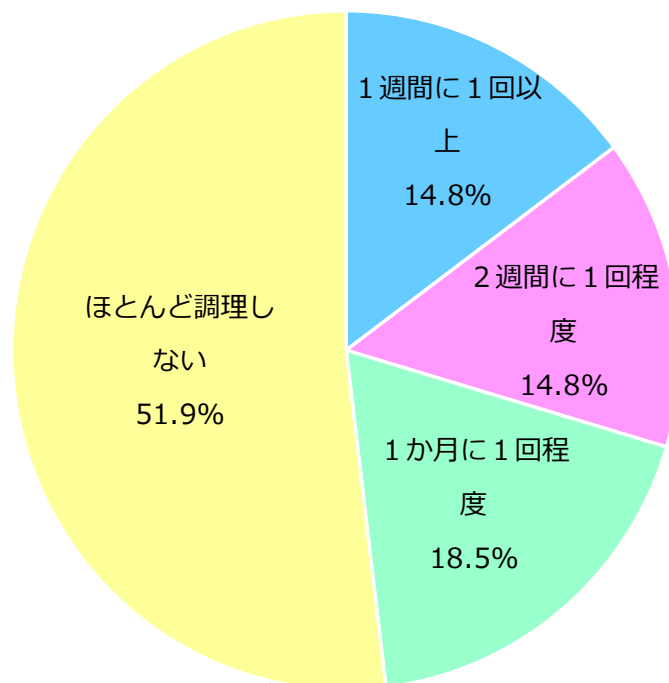
①日本食レストランの利用頻度 N=27



②日本産食材や日本酒の利用頻度 N=27



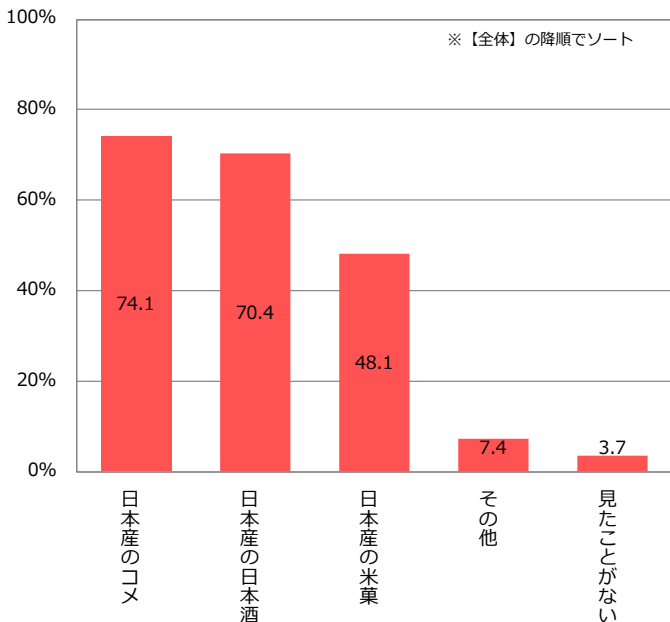
③ご家庭での日本食メニューの調理頻度 N=27



Q2.本日のイベントに来る前に、あなたは日本産のコメ・コメ加工品を見たり・食べたりしたことがありますか。

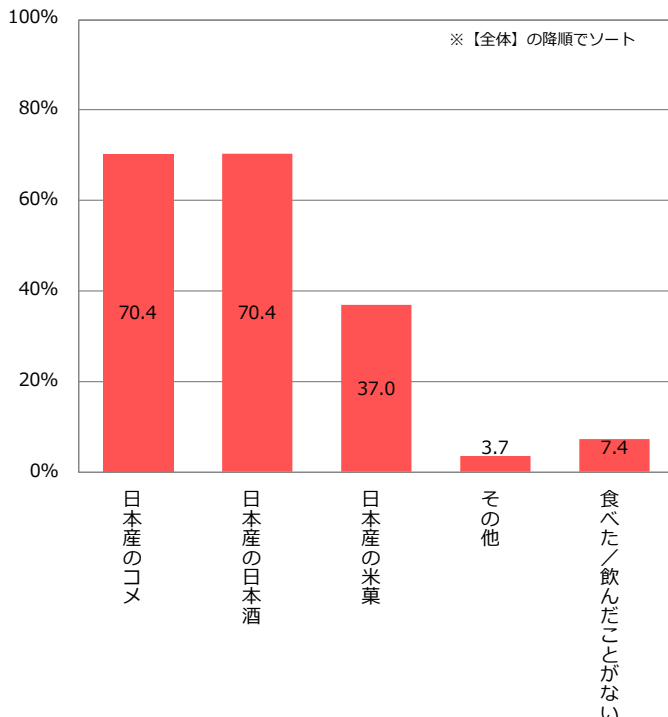
①日本産のコメ・コメ加工品で見たことがあるもの

N=27



②日本産のコメ・コメ加工品で食べた／飲んだことがあるもの

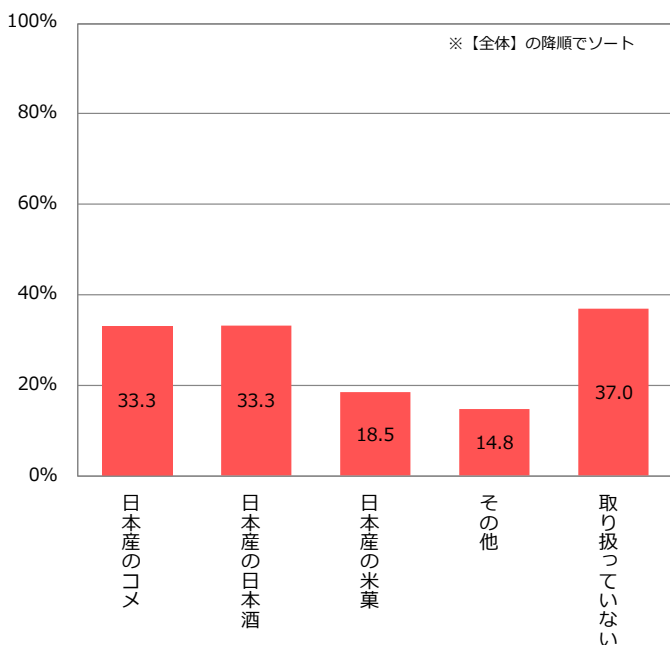
N=27



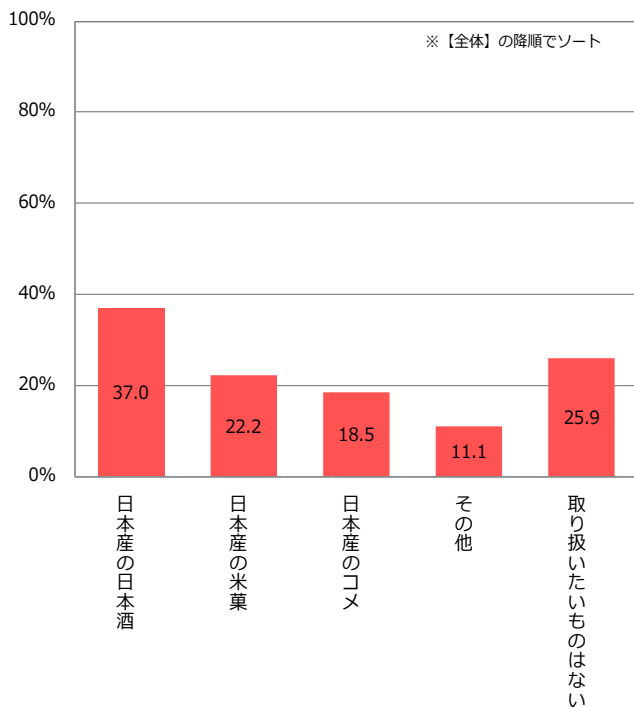
Q3.あなたの所属する会社・店舗では、日本産のコメ・コメ加工品を商材あるいは食材として取り扱っていますか。

①日本産のコメ・コメ加工品で取り扱っているもの

N=27

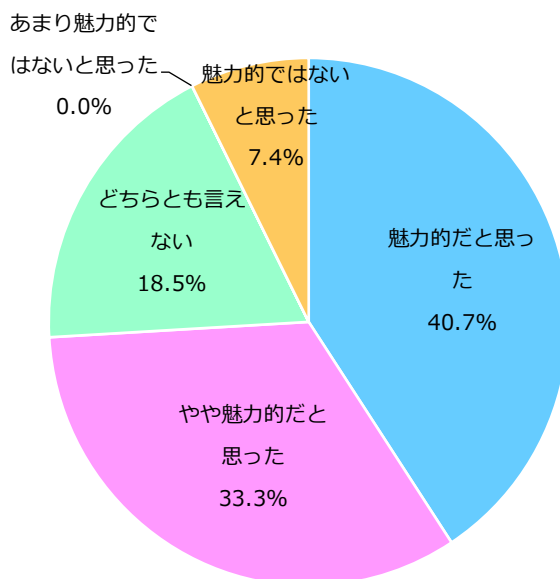


②日本産のコメ・コメ加工品で今後新たに取り扱いたいと思っているもの／今後も取り扱い続けたいと思っているもの N=27



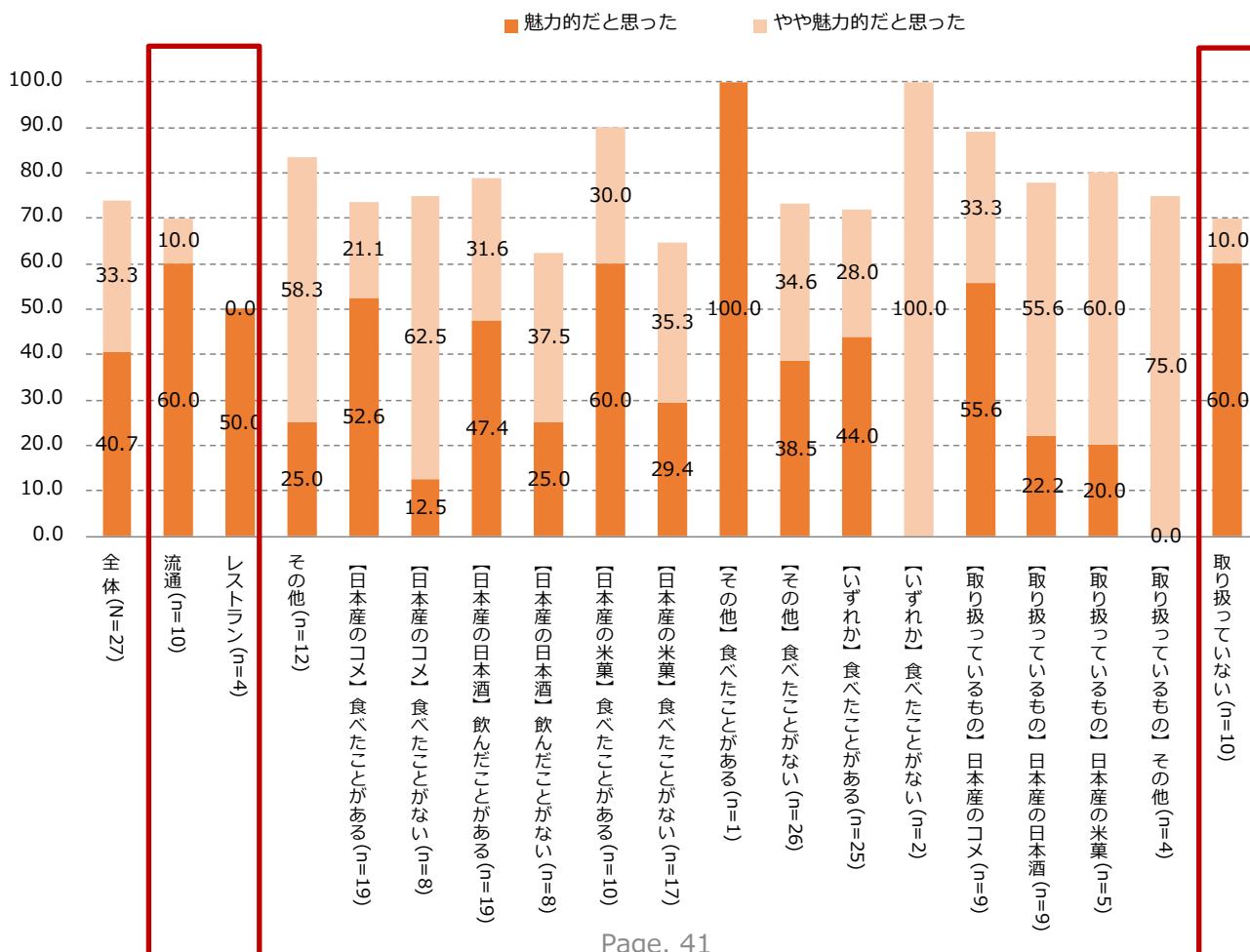
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品が魅力的な商材・食材だと思いましたか。

①日本産のコメの商材・食材としての魅力度 N=27



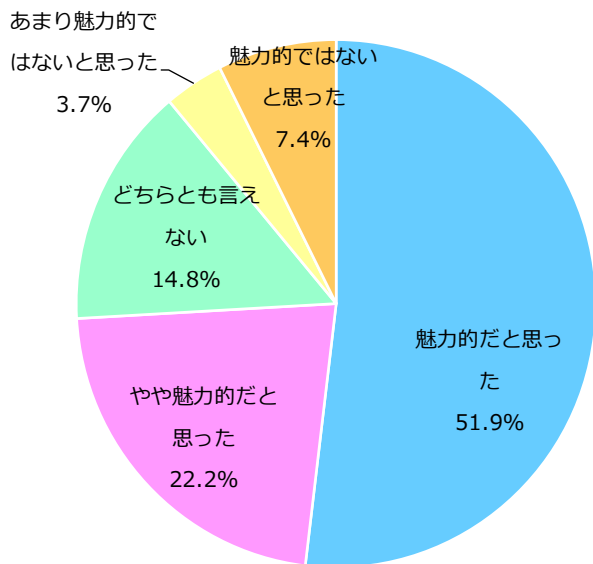
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメを取り扱ったことがない」人も、7割がコメに魅力を感じたと回答。



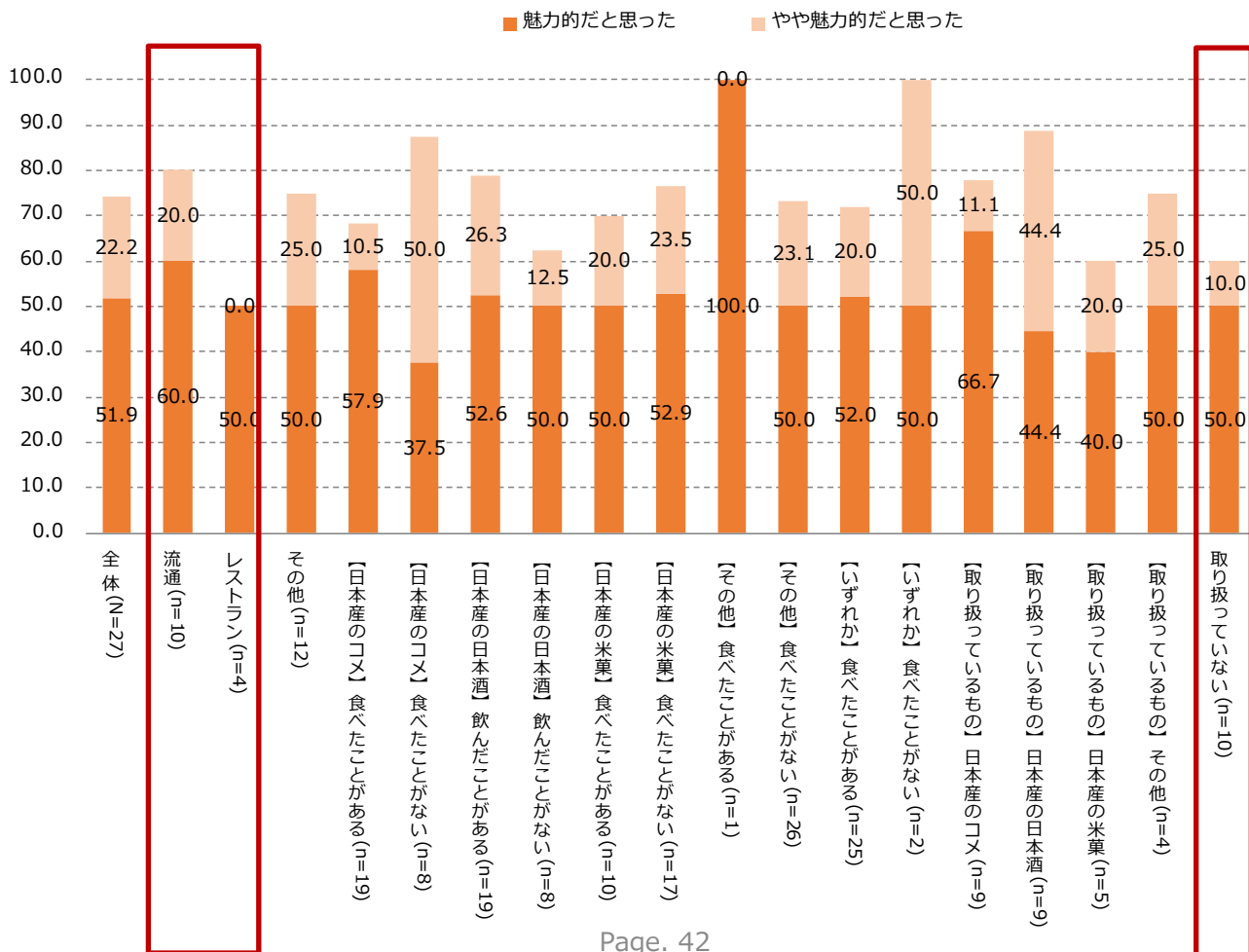
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品が魅力的な商材・食材だと思いましたか。

②日本産の日本酒の商材・食材としての魅力度 N=27



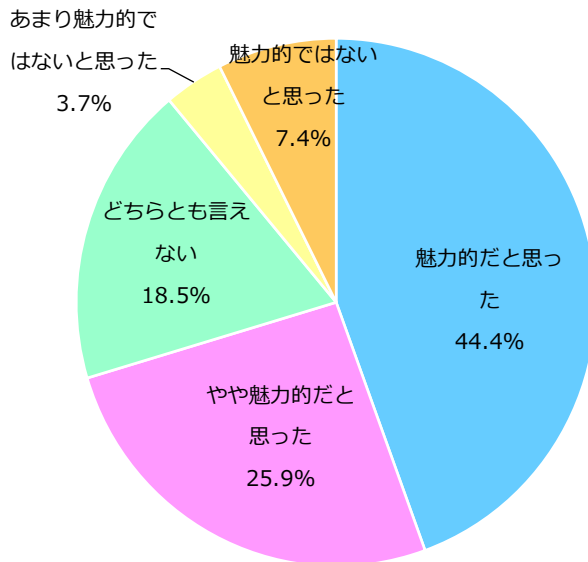
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、6割が日本酒に魅力を感じたと回答。



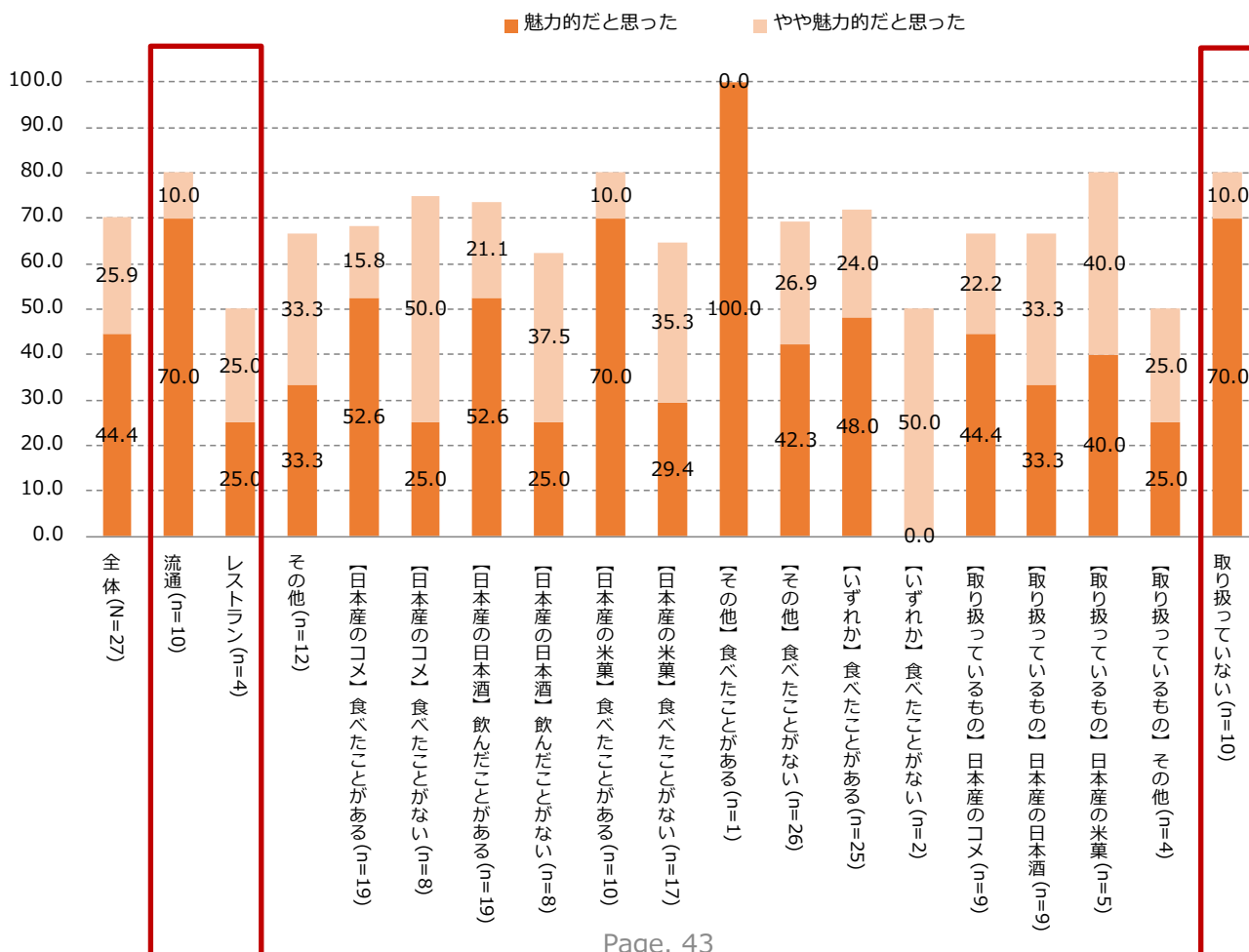
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品が魅力的な商材・食材だと思いましたか。

③日本産の米菓の商材・食材としての魅力度 N=27



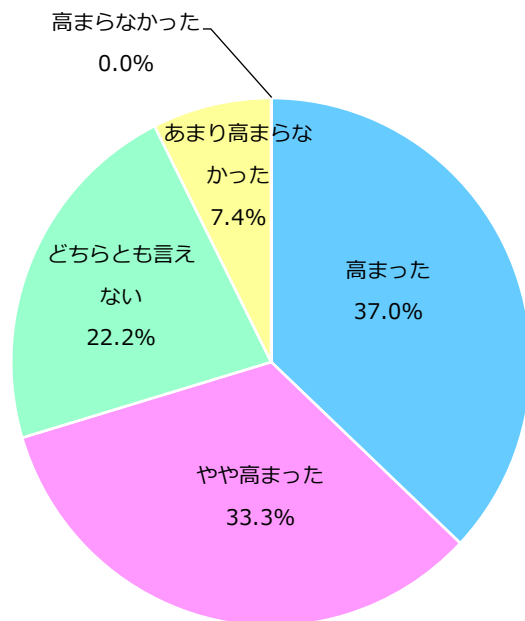
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、8割が米菓に魅力を感じたと回答。



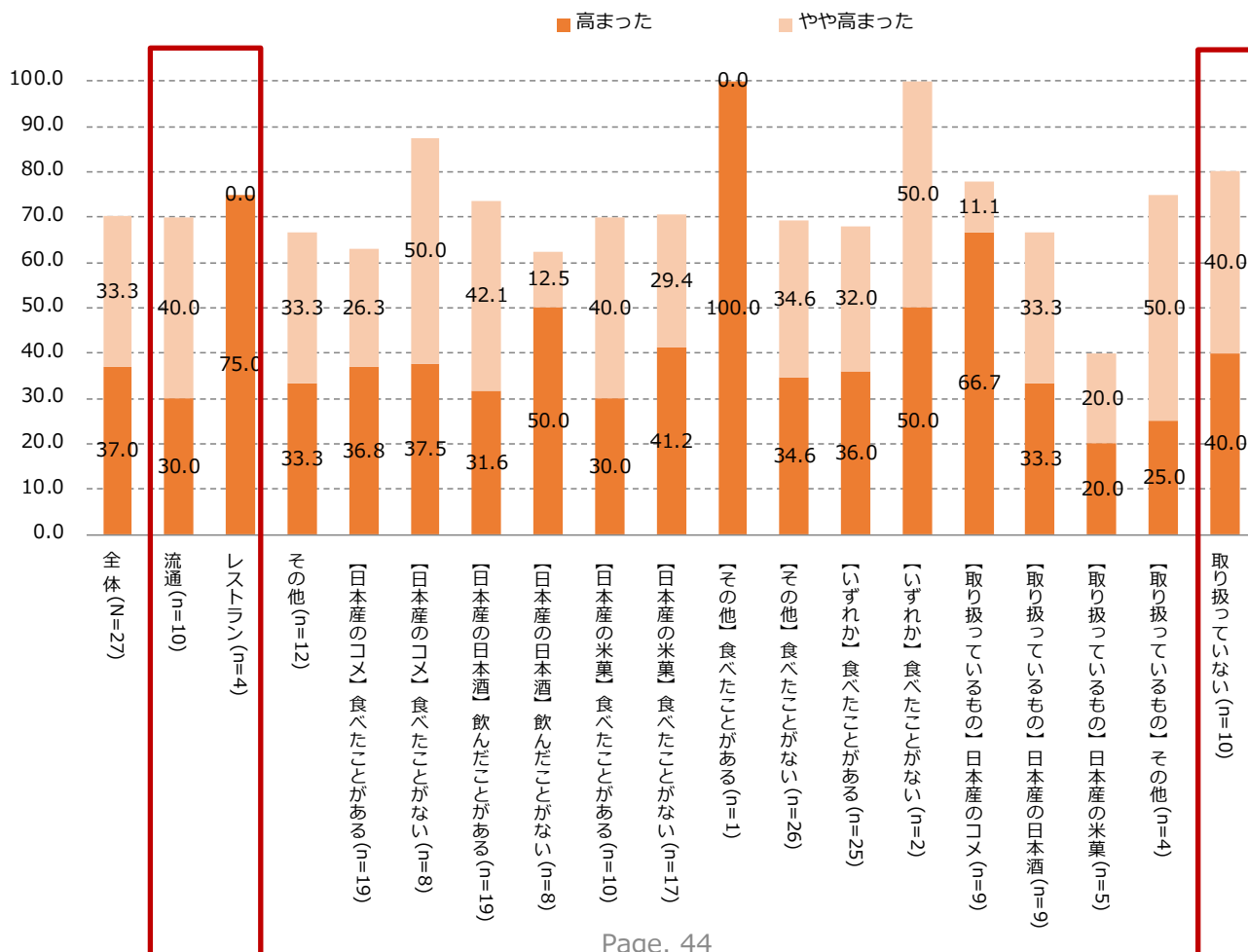
Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。

①日本産のコメへの商材・食材としての興味関心 N=27



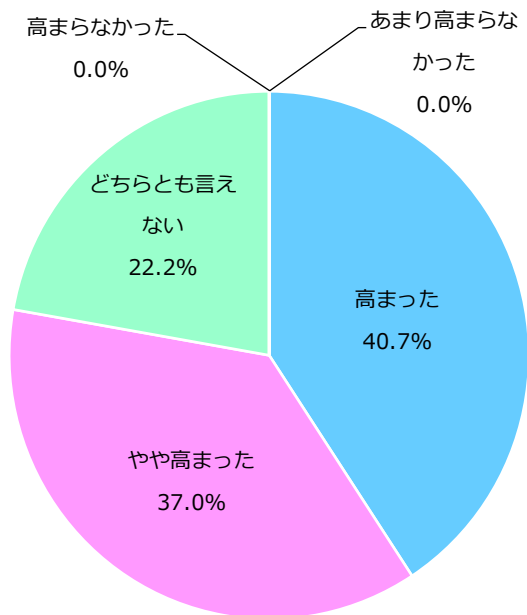
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、「レストラン」「流通」で共に7割が日本酒への興味が高まったと回答。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も評価が高く、8割がコメへの興味が高まったと回答。



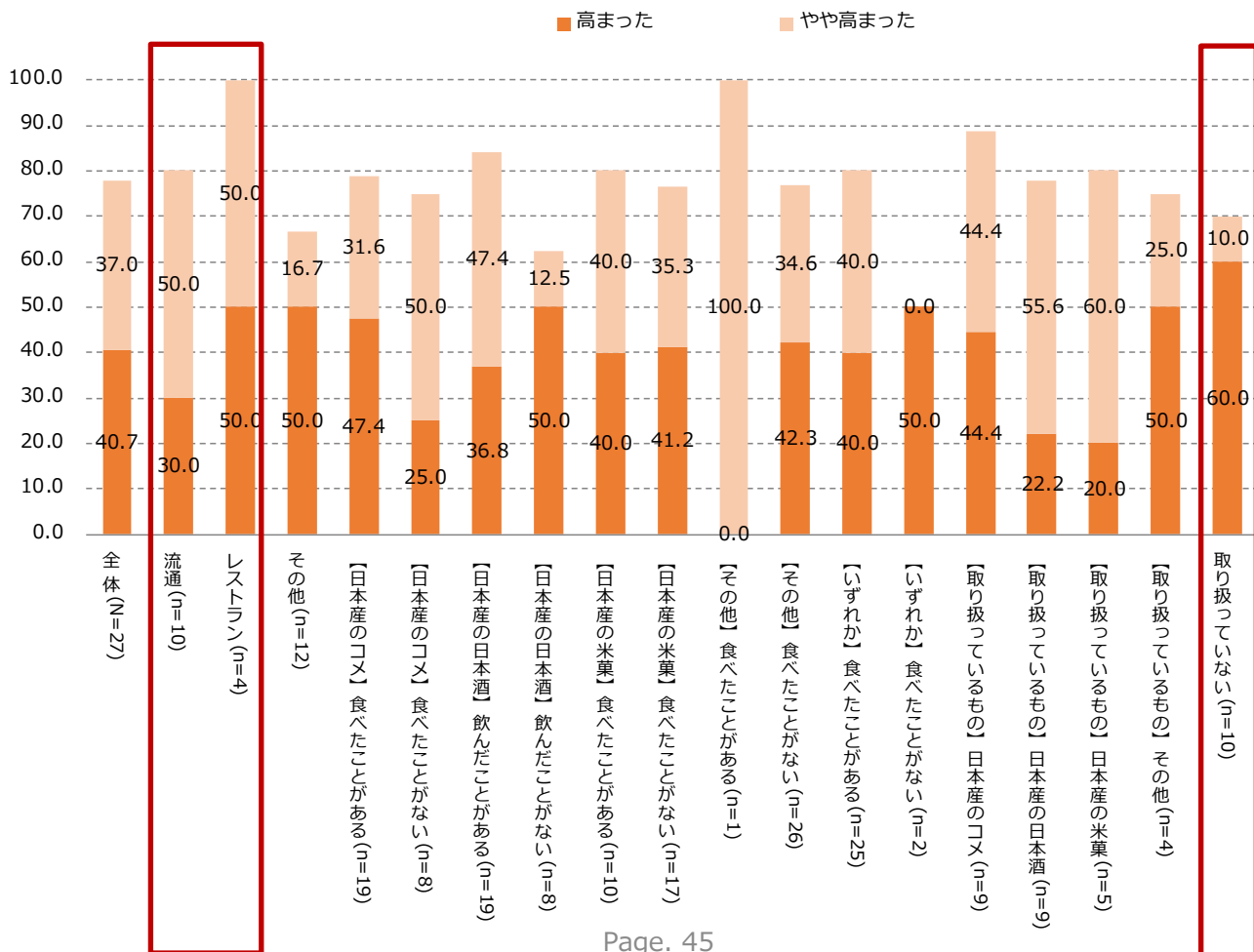
Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。

②日本産の日本酒への商材・食材としての興味関心 N=27



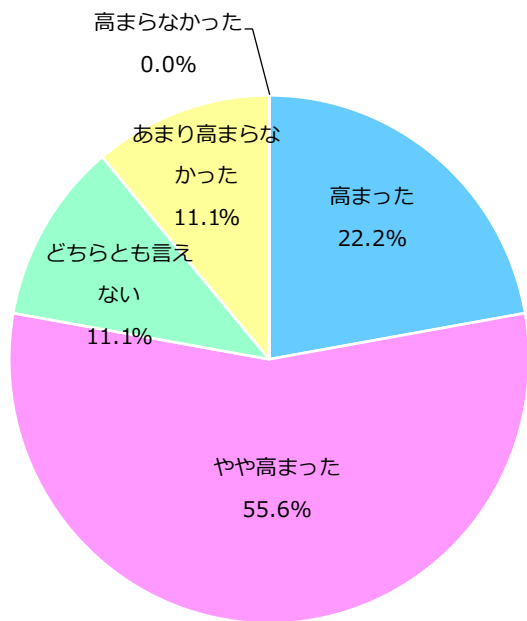
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、6割が日本酒への興味が高まったと回答。



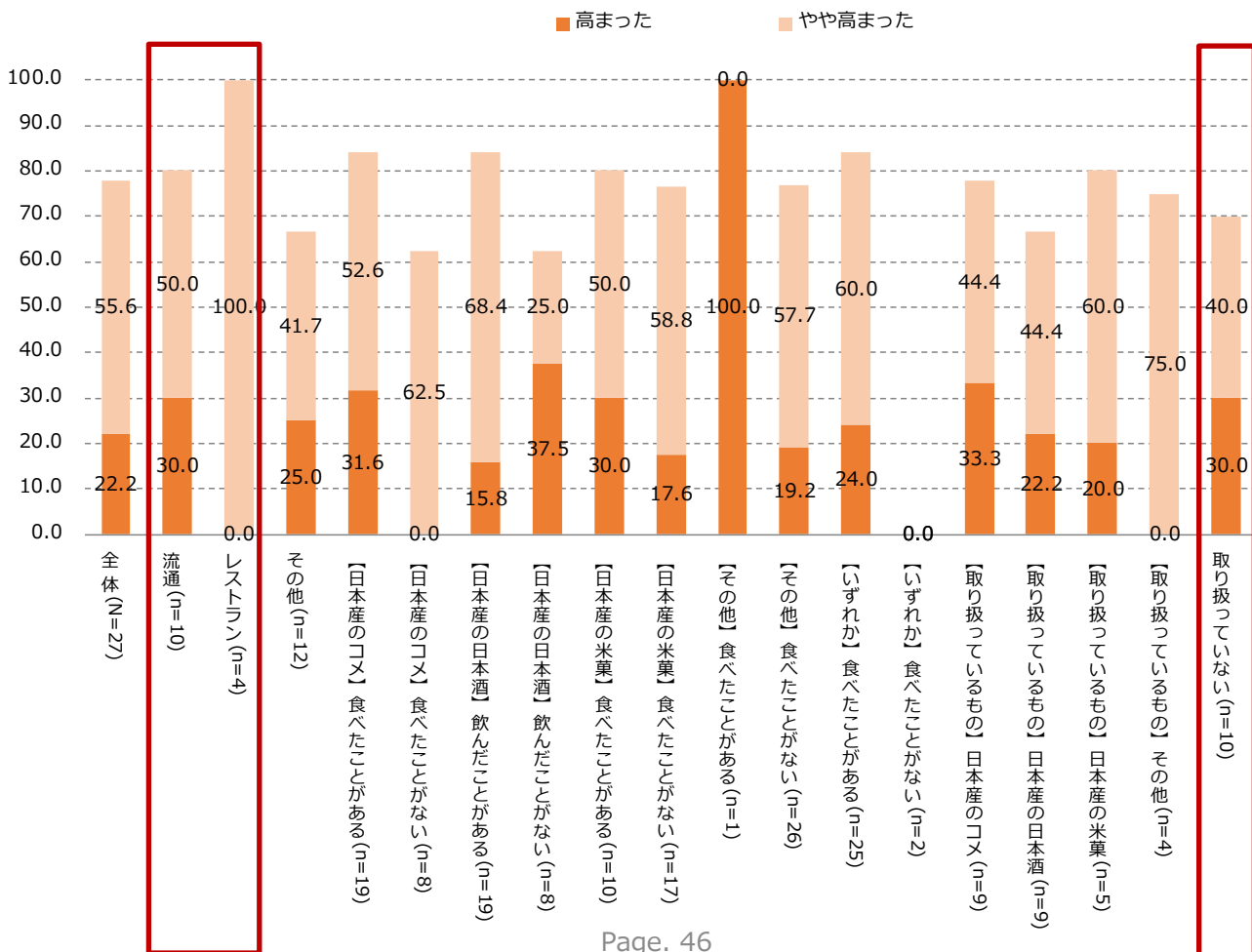
Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。

③日本産の米菓への商材・食材としての興味関心 N=27



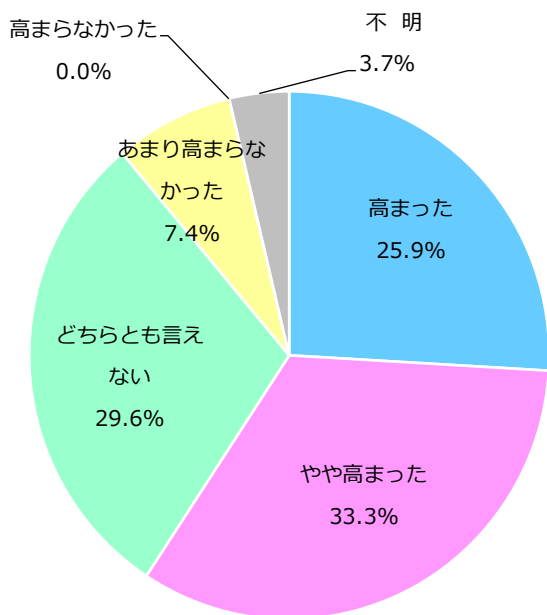
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、7割が米菓への興味が高まったと回答。



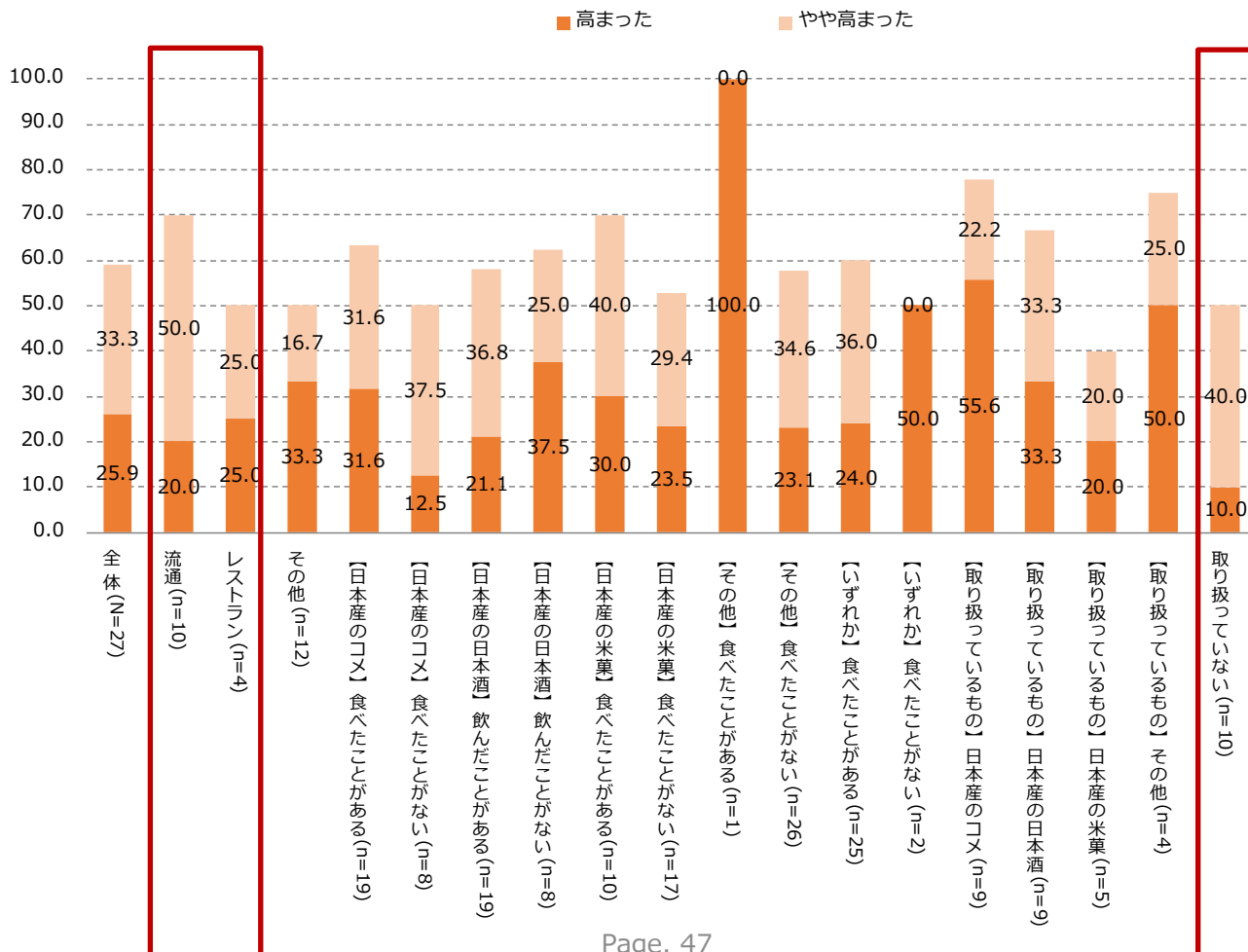
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。

①日本産のコメの商材・食材としての取り扱い意向 N=27



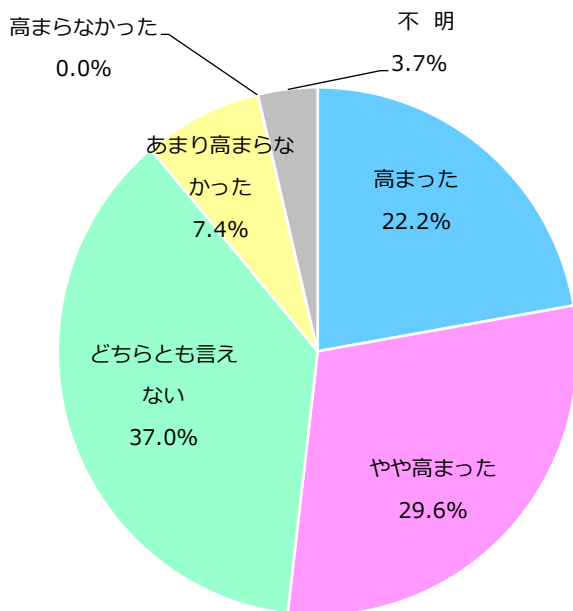
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、5割がコメへの意向が高まったと回答。



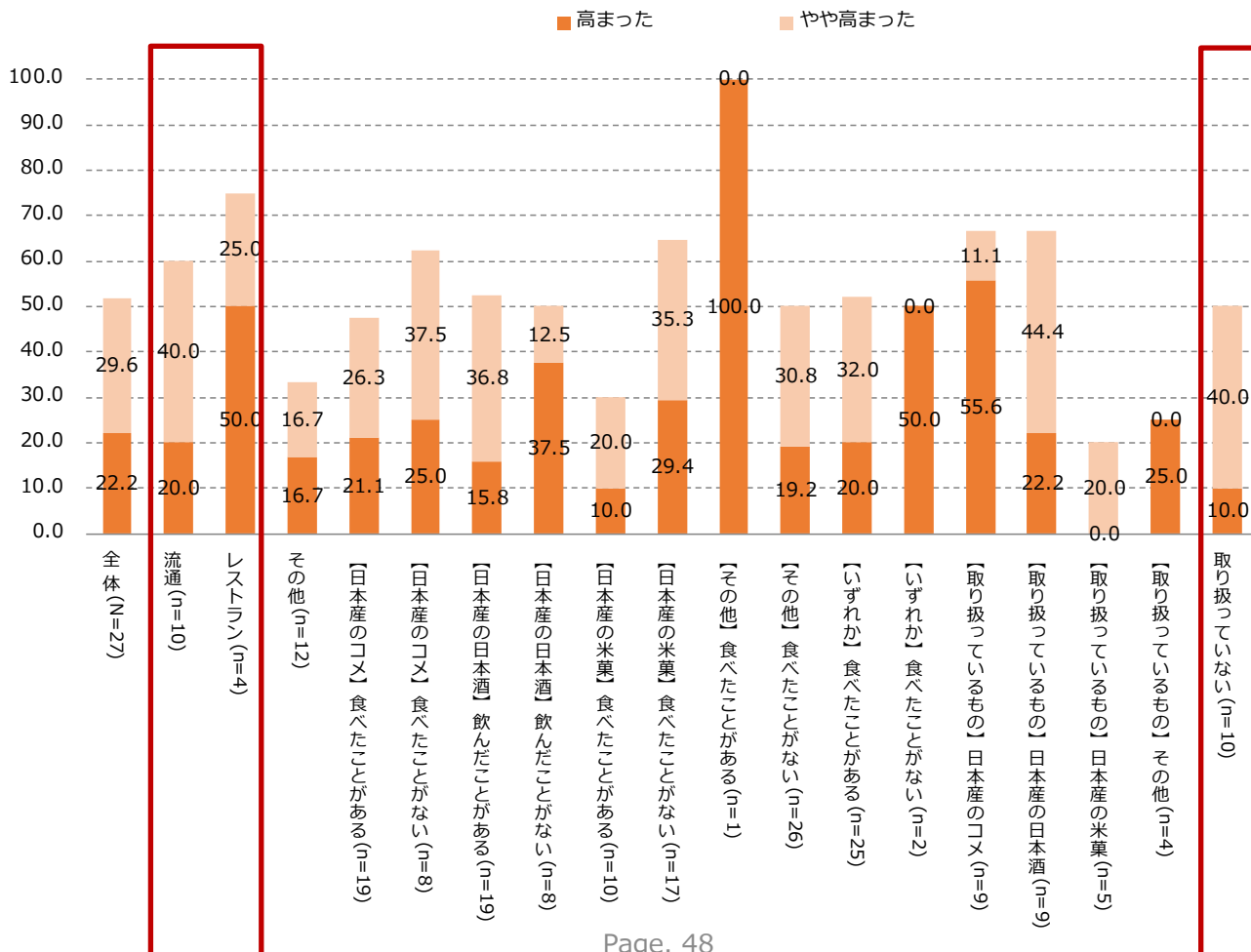
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。

②日本産の日本酒の商材・食材としての取り扱い意向 N=27



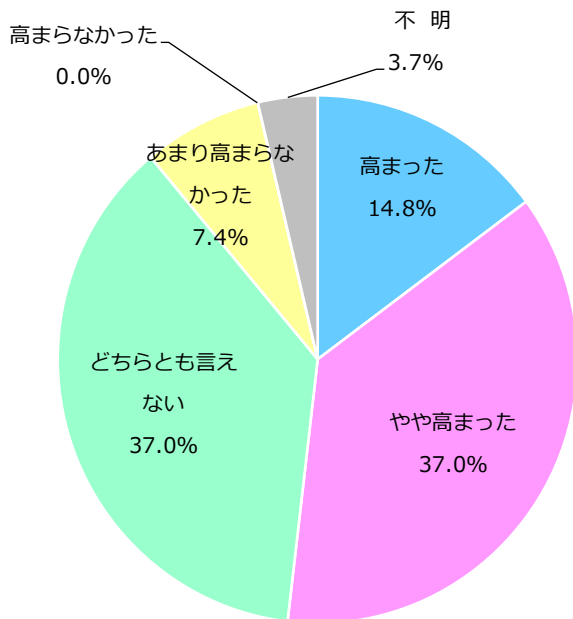
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、5割が日本酒への意向が高まったと回答。



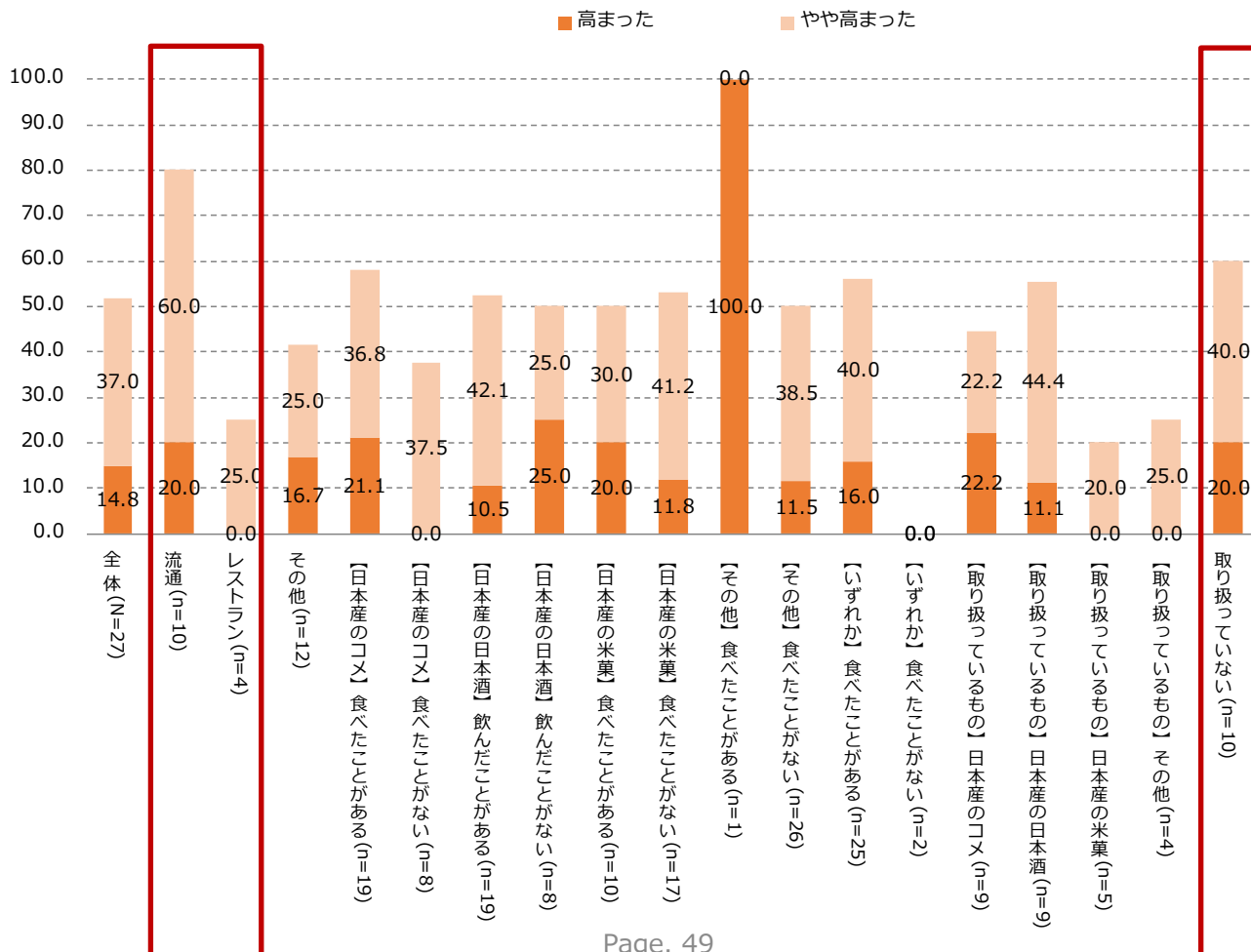
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。

③日本産の米菓の商材・食材としての取り扱い意向 N=27



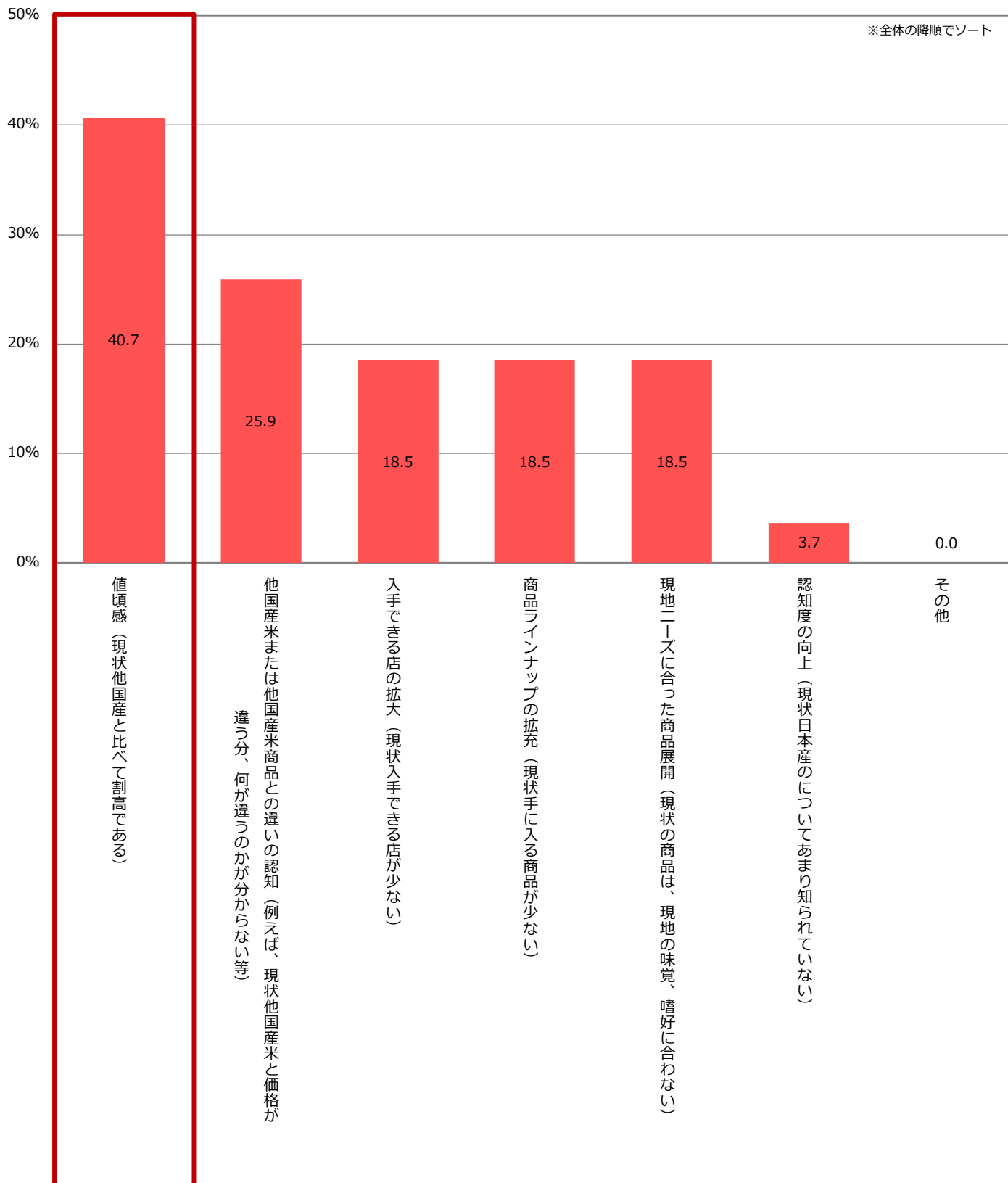
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、全体的に評価が高い中でも評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「レストラン」。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人も、6割が米菓への意向が高まったと回答。



Q8. 今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

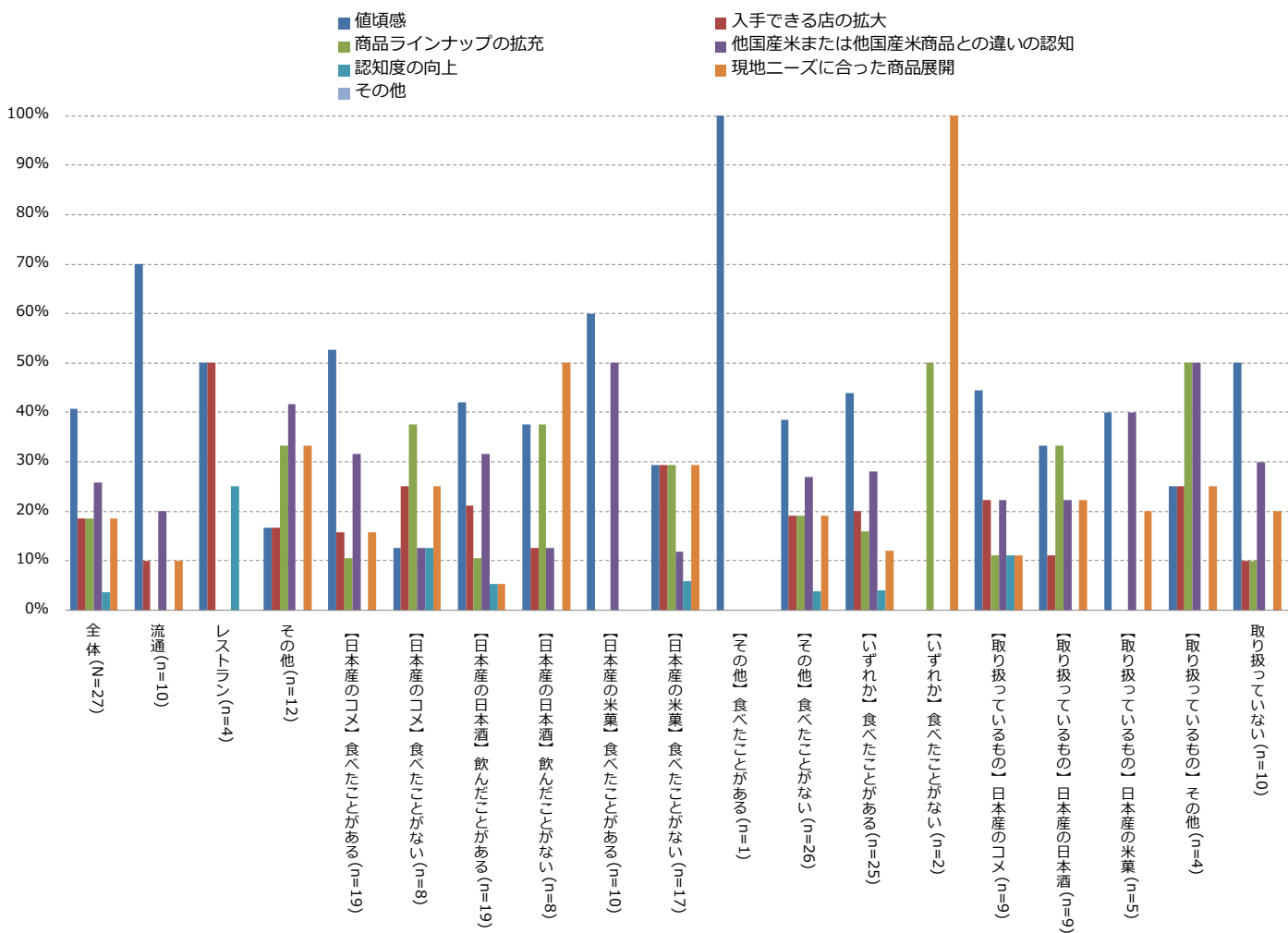
日本産のコメ・コメ加工品の販売増加に必要なこと N=27



Q8.今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

[全体] 業種別比較

- ・業種別に見ると、流通では「値頃感」、レストランでは「値頃感」「入手できる店の拡大」がトップ。
- ・また流通はレストランと比較すると「他国産との違いの認知」といった項目でスコアが高い。
- ・日本産のコメを食べたことがない人では、「商品ラインナップの拡充」のスコアが高い。
- ・日本産の日本酒を飲んだことがない人では、「現地ニーズに合った商品展開」のスコアが高い。
- ・日本産の米菓を食べたことがない人では、「値頃感」「入手できる店の拡大」「商品ラインナップの拡充」「現地ニーズに合った商品展開」のスコアが高い。
- ・「日本産のコメ・コメ加工品を取り扱っていない」人では「値頃感」がトップ。



<事業評価～業種別> ※N数が少なかったため類推傾向

**「コメ」「日本酒」について興味喚起や意向喚起に繋がった。
業種別では“魅力”や“取扱い意向”については「流通」が高く、
「レストラン」では“興味喚起”のスコアが高い傾向。**

- ・全体的にスコアにはバラつきが見られる。「興味喚起」の項目についてスコアが全体的に高く、特に「レストラン」がコメ、日本酒、米菓全ての項目で「流通」を上回る。それ以外では多くの項目で「流通」のスコアが高い。
- ・「興味喚起」についてスコアが高いものの、その高スコアと比較すると「取扱い意向」はそれほど高くはない。
- ・コメ・コメ加工品の販売量が増えるために必要な情報は「流通」「レストラン」ともに「値頃感」がトップ。
- 興味はひけたものの、「値頃感」を感じさせるまでには至らなかった可能性あり



<今後に向けて>

「価格」の高さの“ワケ” = 品質の高さ を納得させる情報の発信を検討

- ・個々の商品の紹介はもちろん、「日本産のコメ・コメ加工品」に共通する“品質の高さ”について訴求。
- 事前に現地プロダクションを通じて食意識等の関連情報を収集。「値頃感」を感じさせる効果的な文脈を構築する。