

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
(ベトナム)
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) ベトナム
- 実施会場 : New World Saigon Hotel
- 想定来場者数 : 約50人 (1日2回実施)
- 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

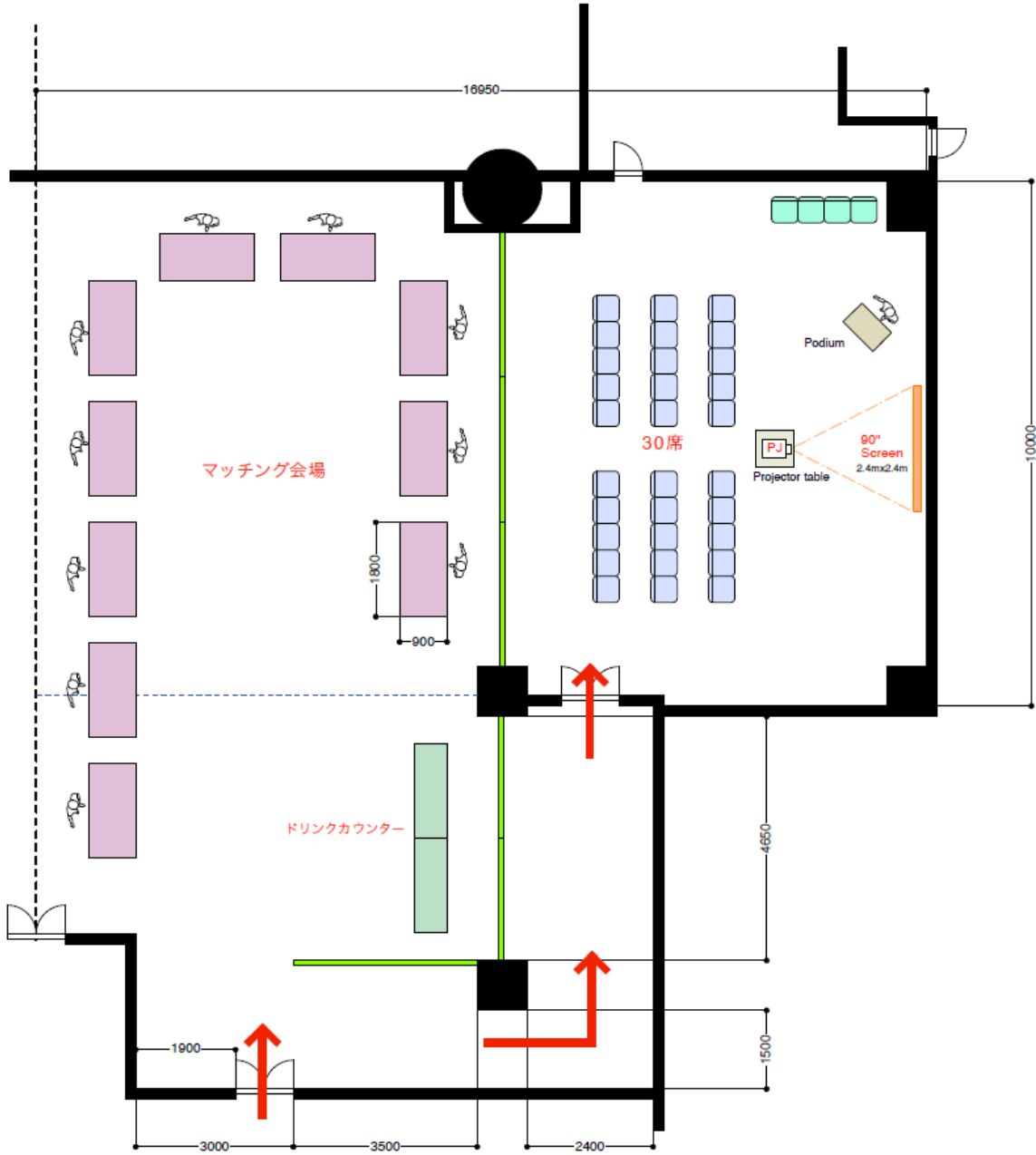
①日本産米・日本酒セミナー

- 【日時】 2016年8月1日 (月) 第一回 10:00~10:55 第二回 14:00~14:55
- 【内容】 全米輸米田専務理事による基本セミナー・現地野村氏による日本産米セミナー・
香港在の酒サムライ、ルイス・ホー氏による日本酒セミナー
- 【対象】 ビジネスマッチング参加者 (計2回実施約50名)

②ビジネスマッチング

- 【日時】 2016年8月1日 (月) 第一回 10:55~12:25 第二回 14:55~16:25
- 【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 (2回実施)

■レイアウト



■ 日本酒とは紹介パネル (B2タテ) 1枚制作

■ 日本酒種類紹介パネル (B2タテ) 1枚制作

Japanese Sake

J-RE
JAPAN RICE AND RICE BREWERY EXPORT PROMOTION ASSOCIATION

Rượu Sake Nhật Bản được nâng tầm lên như một mặt xích quan trọng trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản

Rượu Sake Nhật Bản là loại rượu pha chế với nguyên liệu chính là gạo.

Để hiểu hơn về cách thức sản xuất và quy trình chế biến, mời bạn tham khảo các tài liệu sau đây. Chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn những thông tin chi tiết nhất về loại rượu này.

Trong văn hóa, những lễ hội gắn liền với rượu Sake được xem như là một phần không thể thiếu của đời sống người dân Nhật Bản. Những lễ hội này thường diễn ra vào mùa xuân và mùa thu, thu hút hàng triệu du khách từ khắp nơi trên thế giới.

Rượu Sake Nhật Bản còn là một loại rượu pha chế với nguyên liệu chính là gạo. Gạo được chọn lọc kỹ lưỡng và được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Rượu Sake Nhật Bản được nâng tầm lên như một mặt xích quan trọng trong văn hóa ẩm thực Nhật Bản. Chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn những thông tin chi tiết nhất về loại rượu này.

Lợi ích của rượu Sake Nhật Bản

Trong số những loại rượu nổi tiếng nhất, rượu Sake Nhật Bản được xem là một loại rượu pha chế với nguyên liệu chính là gạo. Gạo được chọn lọc kỹ lưỡng và được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本のおいしい酒。

Type of Sake

J-RE
JAPAN RICE AND RICE BREWERY EXPORT PROMOTION ASSOCIATION

Rượu Sake Nhật Bản là loại rượu pha chế với nguyên liệu chính là gạo. Chúng tôi sẽ cung cấp cho bạn những thông tin chi tiết nhất về loại rượu này.

Ginjo 吟醸
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Daiginjo 大吟醸
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Junmai 純米
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Junmai-daiginjo 純米大吟醸
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Tokubetsu junmai 特別純米
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Honjozo 本醸造
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

Koshu 古酒
Đây là loại rượu Sake được ủ men trong môi trường sạch sẽ để tạo ra hương vị đặc trưng của loại rượu này.

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-RE
JAPAN RICE AND RICE BREWERY 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 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

Japan belongs to East Asian rice culture. Unlike 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 it is so revered that it has been said that "God exists in grains of rice".

Although hard-working when freshly cooked, one of the Japanese rice's advantages is that it also tastes great when cooled. It is often enjoyed as onigiri (rice balls) in bento lunches. Other rice-based variations include fried rice made by adding cooked vegetables as well as sushi rice made by adding vinegar. Rice culture also spreads widely to other food and drink such as sake and Japanese sweets.

Rice polishing techniques

Polished rice, called "seimai", is the resulting semimochi-type white rice produced from harvested rice. The polishing process is crucial in defining rice flavor. In this process, first the harvest undergoes a rigorous quality inspection. The safest method first is selected and the hull is removed to produce a brown rice called "genmai". 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 affirms the promise of JAPAN QUALITY.

THIS IS JAPAN QUALITY 日本のおいしい米。

■ 進行表（50分構成）

時間	項目	出演者	展開内容
00:00～ 00:05 (5分)	主催者挨拶	MC 全米輸 木村理事長	司会者のご紹介後、全米輸 木村様ご登壇。 木村 様によるご挨拶 ※使用言語：日本語（ベトナム語逐次通訳を実施）
00:05～ 00:10 (5分)	基本セミナー	MC 全米輸 米田専務理事	司会者のご紹介後、全米輸 米田様ご登壇。 米田 様による基礎セミナー ※使用言語：日本語（ベトナム語逐次通訳を実施）
00:10～ 00:30 (20分)	日本産米 プレゼン テーション	MC 野村様	司会者のご紹介後、野村様ご登壇。 野村様によるプレゼンテーション
00:30～ 00:50 (20分)	日本酒 プレゼン テーション	MC ルイス・ホー様	司会者のご紹介後、ルイス・ホー様ご登壇。 ルイス・ホー 様によるプレゼンテーション

セミナー

□ セミナー講師

■ 日本産米：野村正男氏



■ 日本酒：ルイス・ホー氏

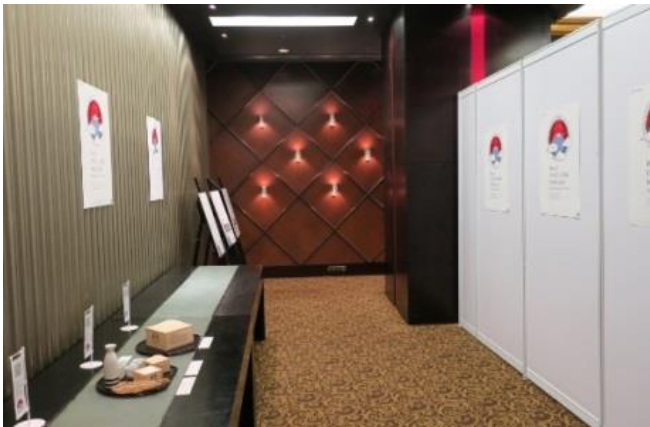




セミナー会場の様子



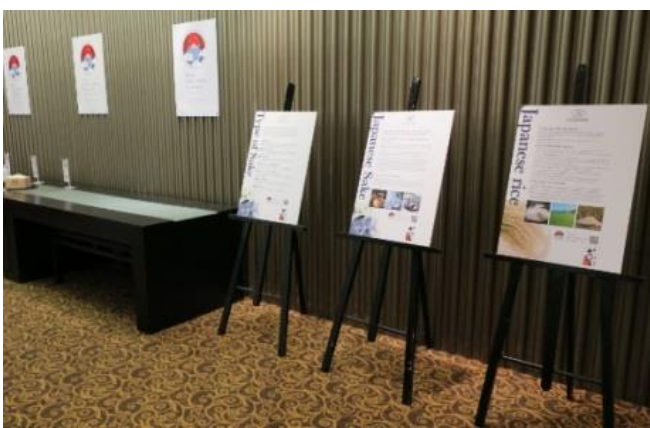
セミナー会場の様子



セミナー会場の様子



セミナー会場の様子



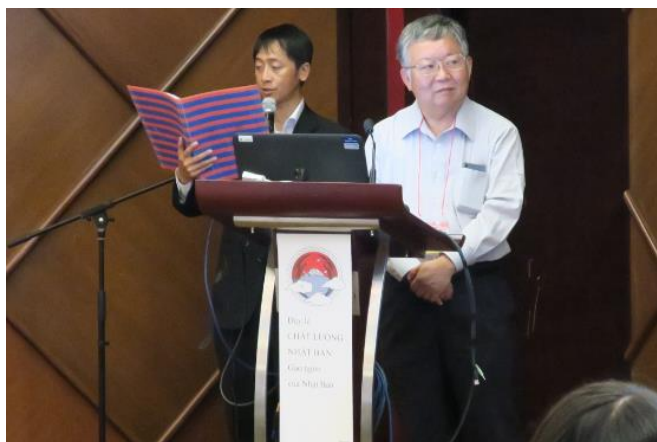
セミナー会場の様子



セミナー会場の様子



セミナーの様子



セミナーの様子



セミナーの様子



セミナーの様子



セミナーの様子



セミナーの様子

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60.9%、女性が39.1%。年齢は30代が最も多く32.6%、次いで20代が30.4%、40代が26.1%と続く。回答者の仕事内容は、レストランが30.4%と最も多い。(SC1,SC2,SC3)
- 日本食レストラン、及び日本産食材・日本酒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95.7%、97.8%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58.7%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、全員が認知(100.0%)、飲食経験あり(100.0%)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】が32.6%で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が30.4%、【日本産の米菓】が19.6%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も、【日本産のコメ】が最も多く65.2%、次いで、【日本産の日本酒】が50.0%、【日本産の米菓】が41.3%と続いている。(Q3①,②)
- 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82.6%(Q5①)で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が80.5%(Q5②)、【日本産の米菓】が63.0%(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【日本産の日本酒】が76.1%(Q6②)、【日本産のコメ】が67.4%(Q6①)、【日本産の米菓】が56.5%(Q6③)となり、【日本産の日本酒】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73.9%(Q7①)で最も高く、【日本産の日本酒】が67.4%(Q7②)、【日本産の米菓】が52.2%(Q7③)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67.4%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、「【Rice】Yamagata Pref. Tsuyahime - Low Temperature Processed Rice」が54.3%で最も多く、次いで「【Rice】Organic Brown Rice Mochi」(28.3%)、「【Beika】10MAI MAMEMOCHI KURODAIZU」(26.1%)と続く。(Q4)

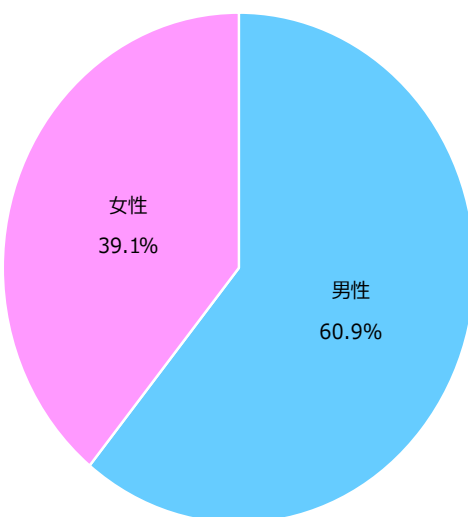
※N数が少ないデータの取り扱いにはご注意ください。

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

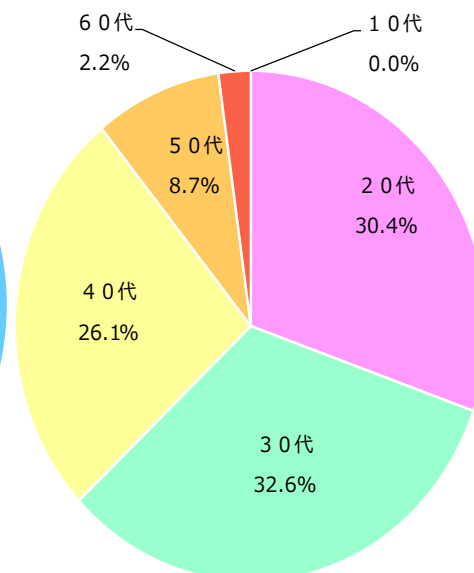
SC2.あなたの年代をお聞かせください。

SC3.お仕事内容をお聞かせください。

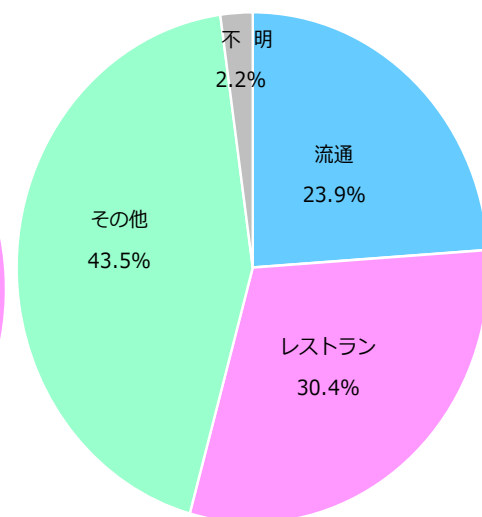
SC1.性別 N=46



SC2.年代 N=46



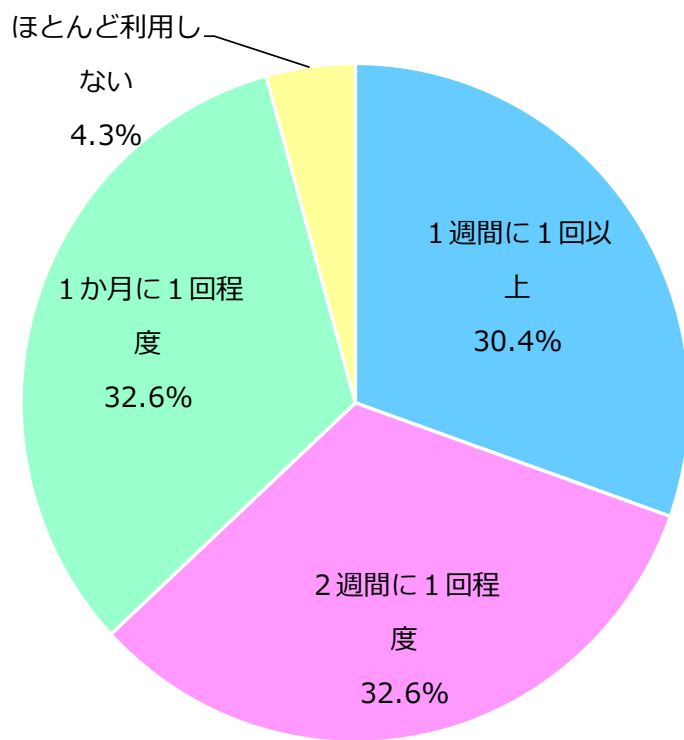
SC3.仕事内容 N=46



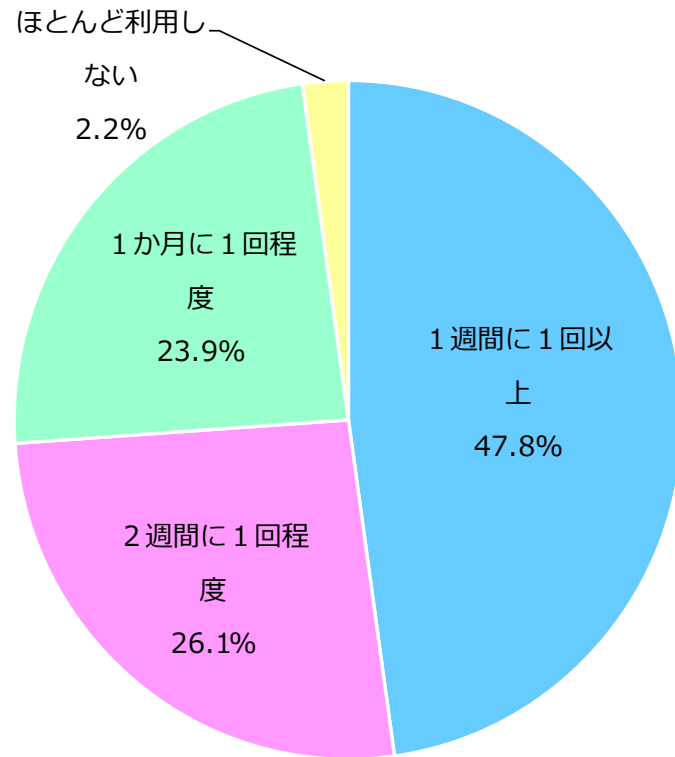
Q1.あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材を利用されていますか。

また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

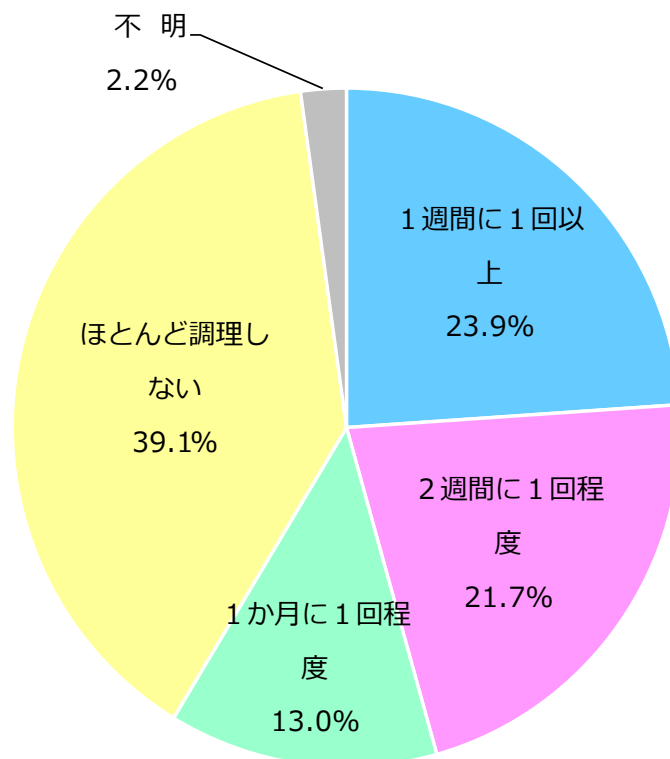
①日本食レストランの利用頻度 N=46



②日本産食材の利用頻度 N=46



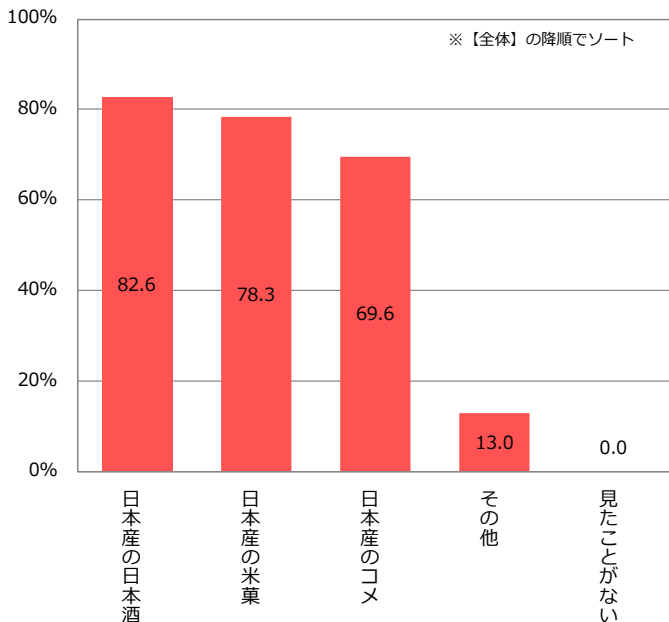
③ご家庭での日本食メニューの調理頻度 N=46



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。

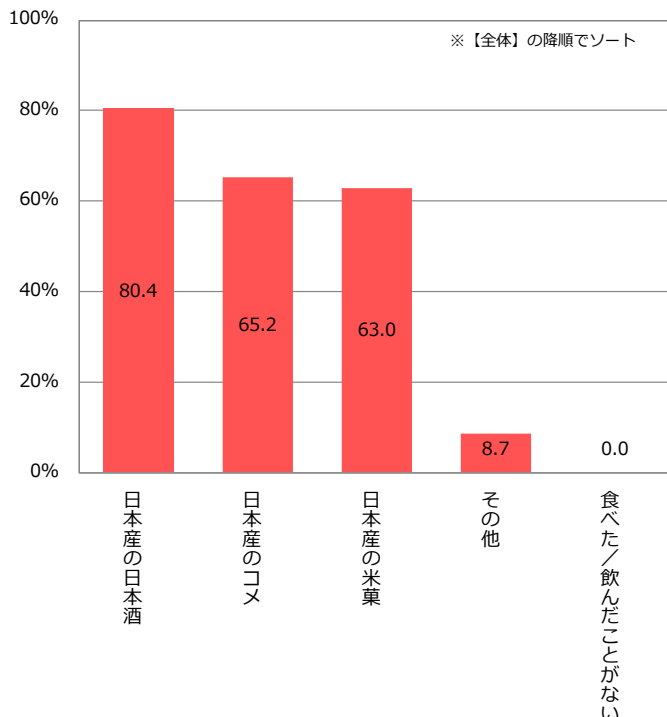
①日本産のコメ・コメ加工品で見たとあるもの

N=46



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

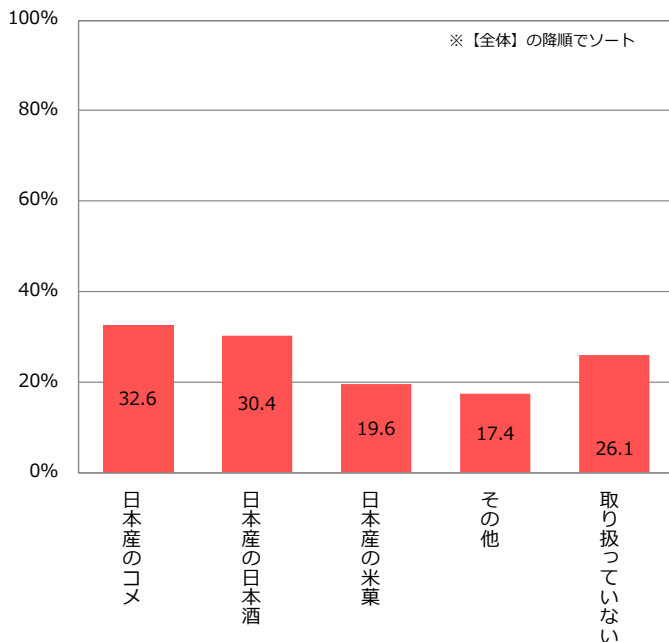
N=46



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。

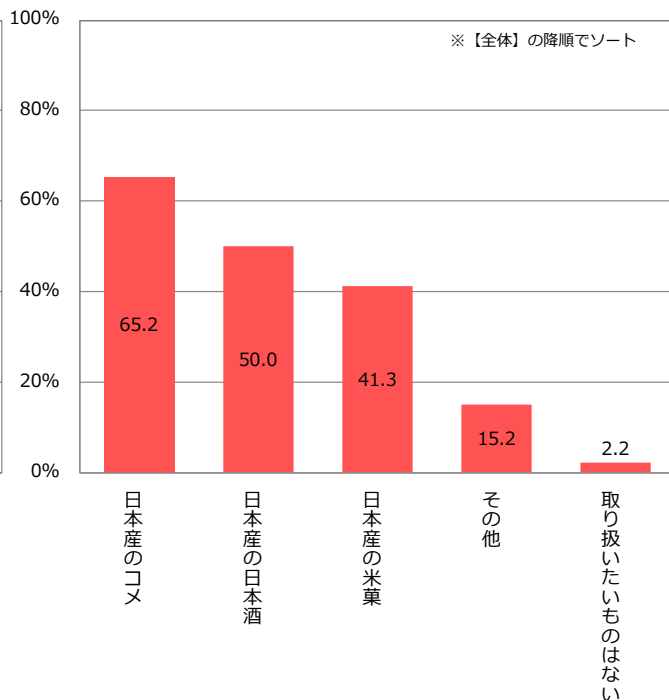
①日本産のコメ・コメ加工品で取り扱っているもの

N=46



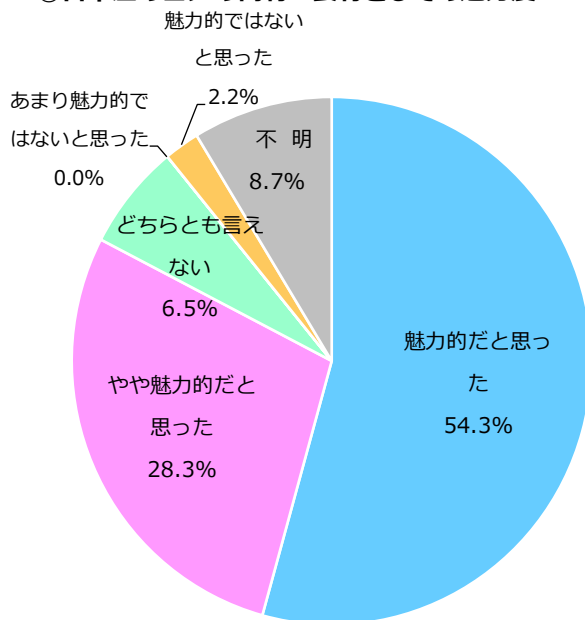
②日本産のコメ・コメ加工品で今後新たに取り扱いたいと思っているもの／今後も取り扱い続けたいと思っているもの

N=46



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=46



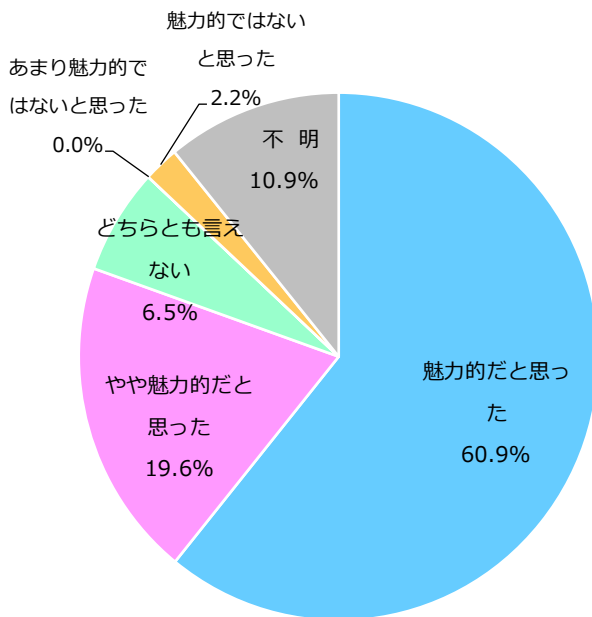
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、8割強がコメに魅力を感じたと回答。



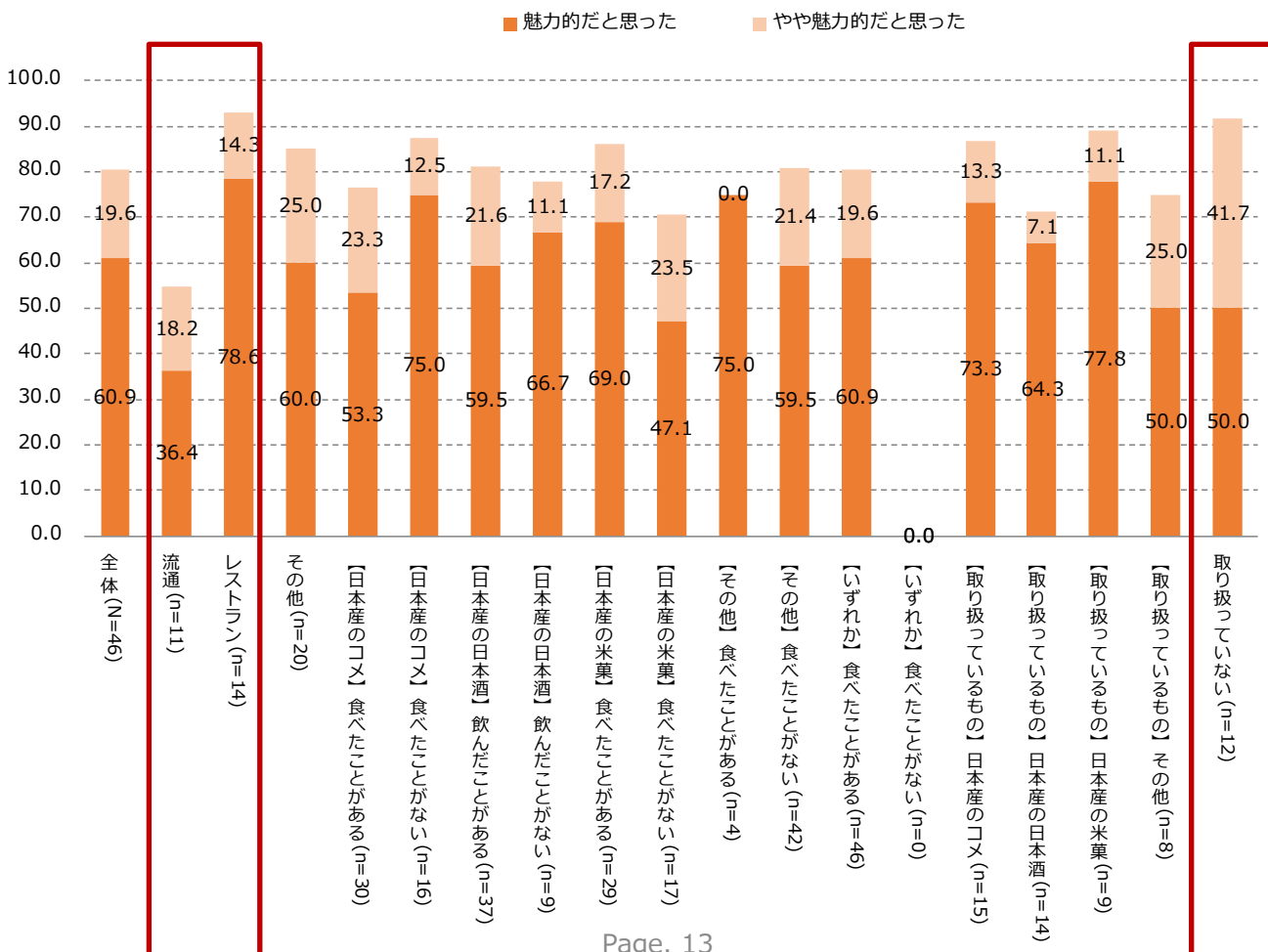
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品が魅力的な商材・食材だと思いましたか。

②日本産の日本酒の商材・食材としての魅力度 N=46



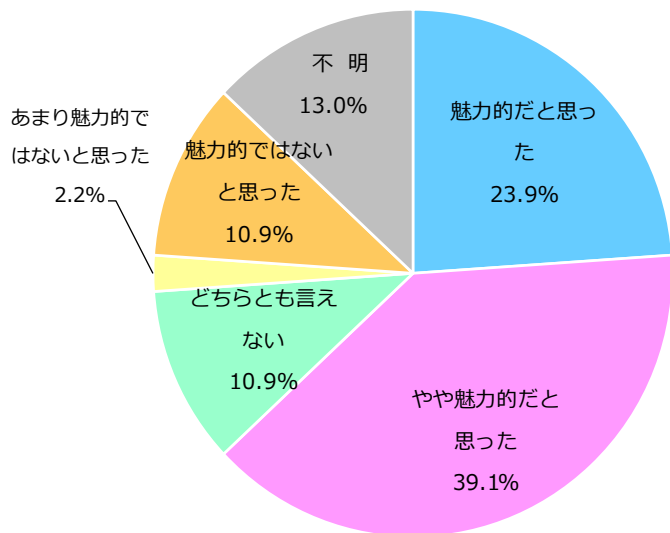
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、9割強が日本酒に魅力を感じたと回答。



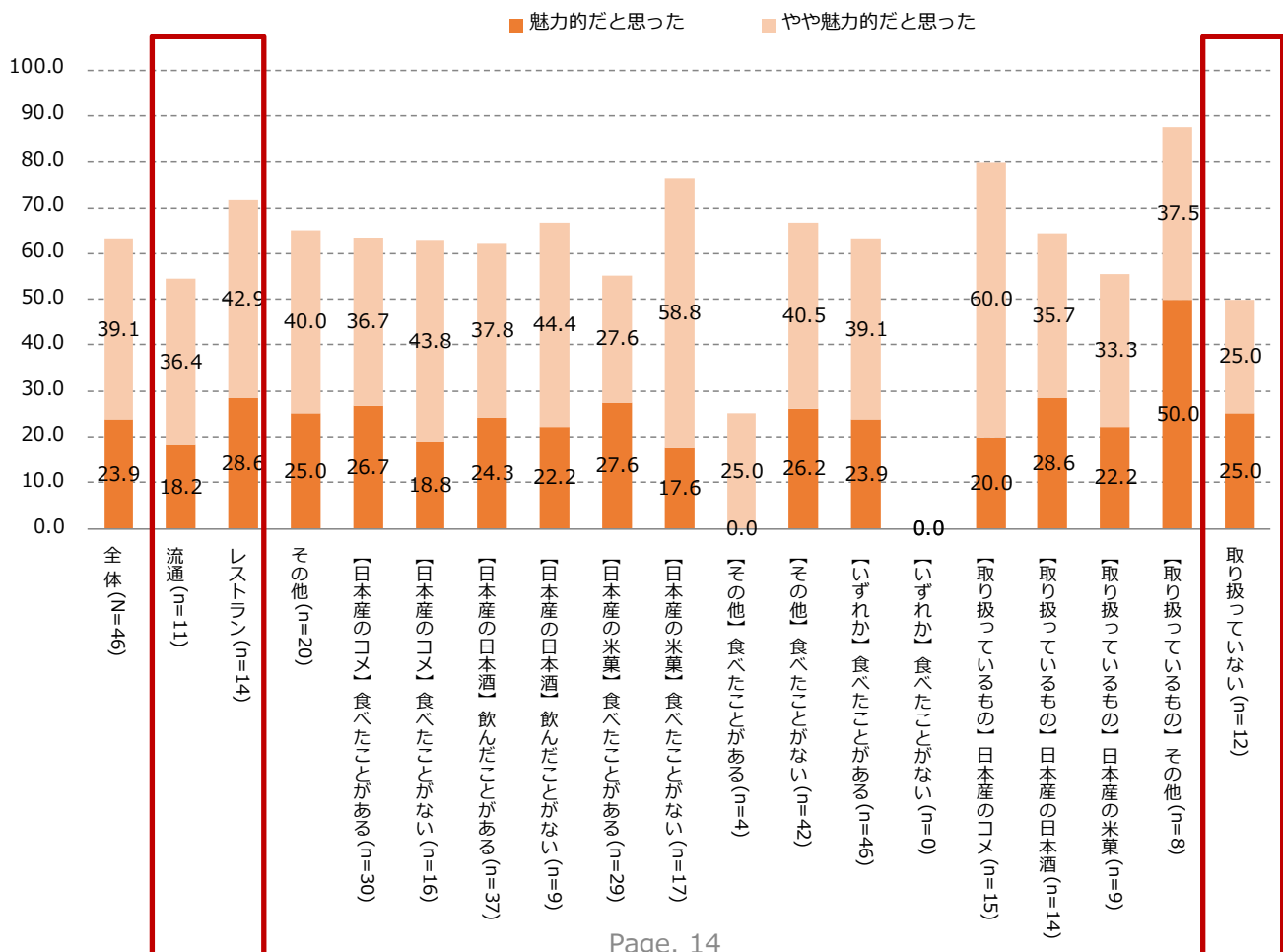
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品が魅力的な商材・食材だと思いましたか。

③日本産の米菓の商材・食材としての魅力度 N=46

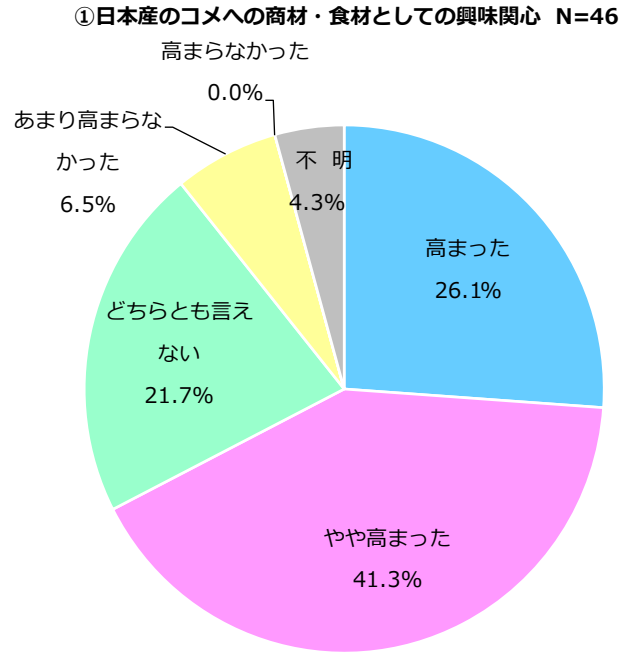


※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、5割が米菓に魅力を感じたと回答。

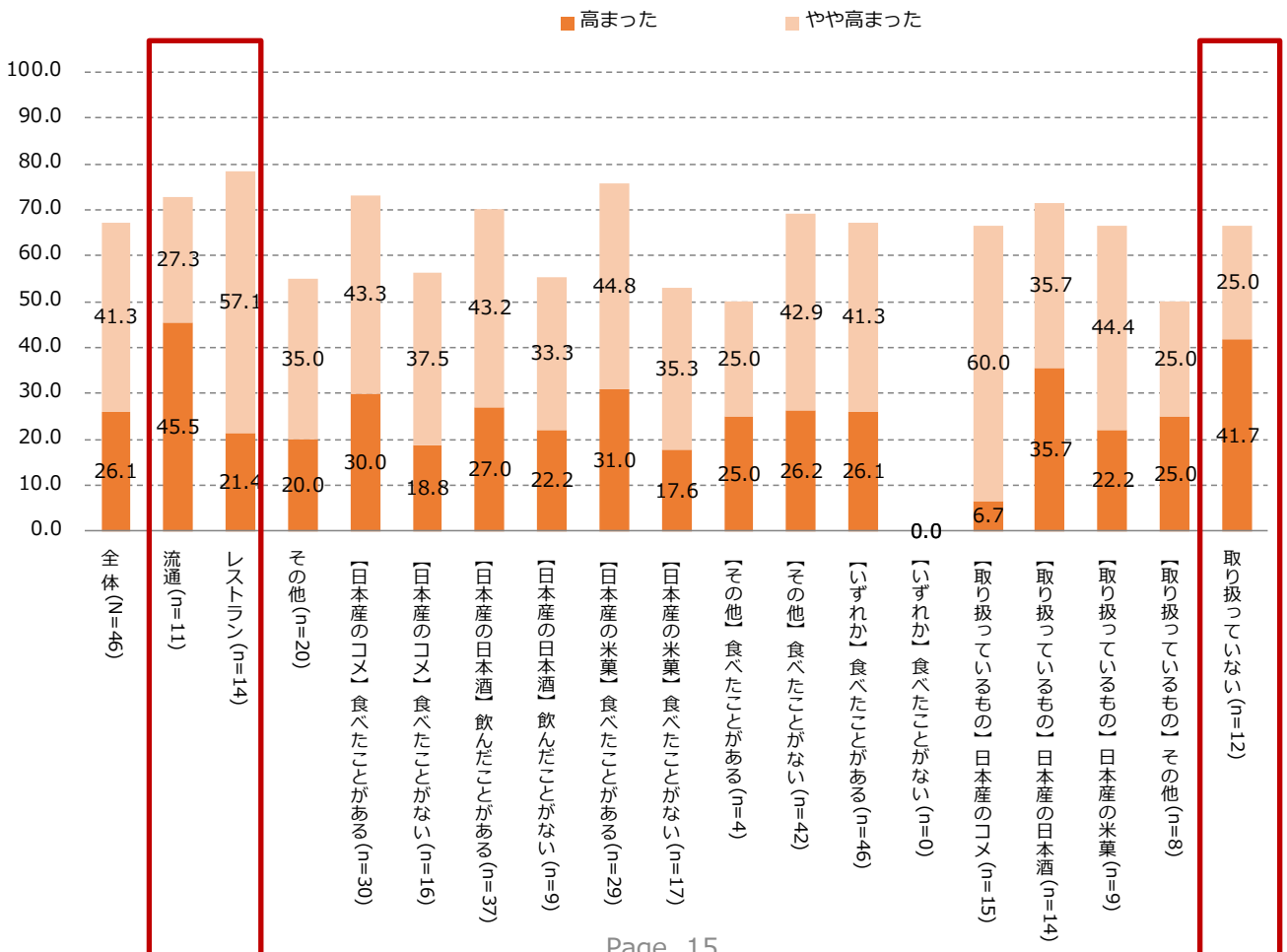


Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。



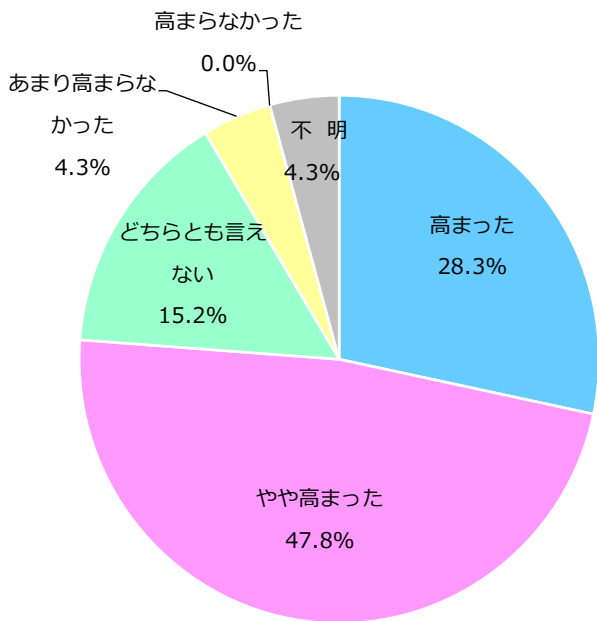
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、「レストラン」「流通」で共に7割以上がコメへの興味が高まったと回答。
- ・「日本産のコメ・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、7割弱がコメへの興味が高まったと回答。



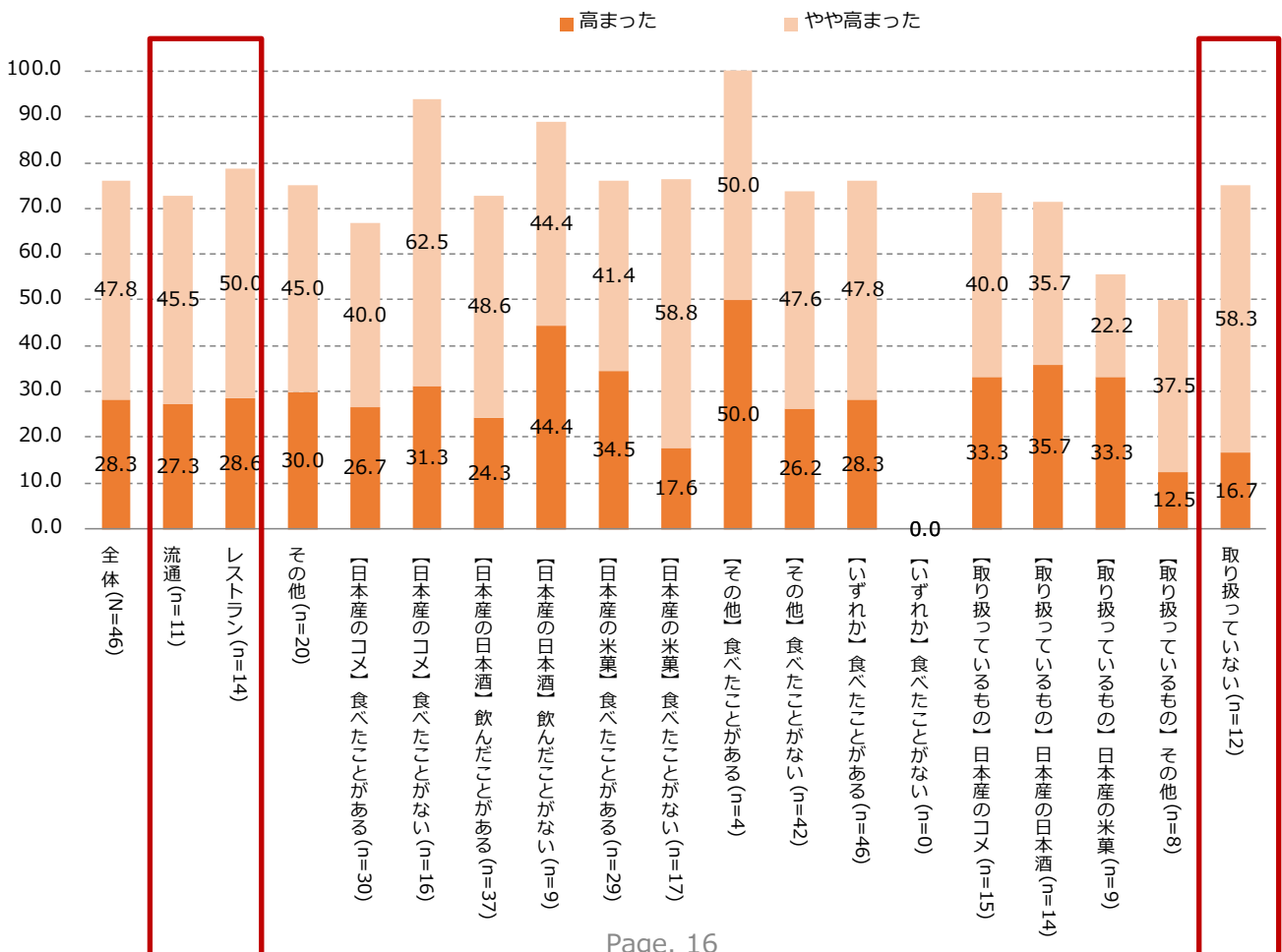
Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。

②日本産の日本酒への商材・食材としての興味関心 N=46



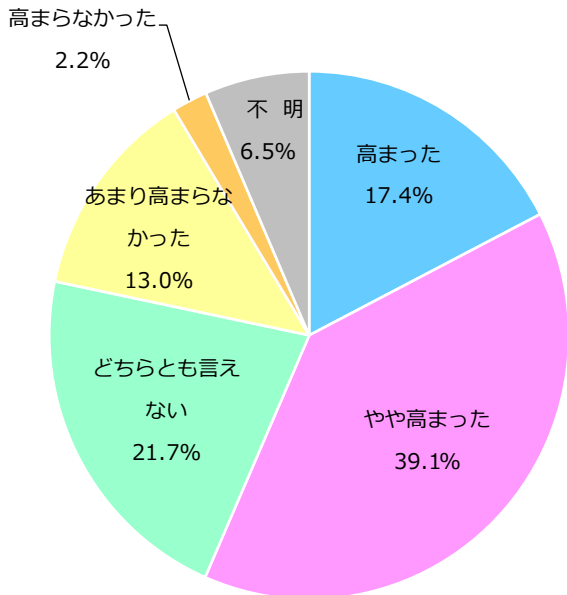
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、7割以上が日本酒への興味が高まったと回答。



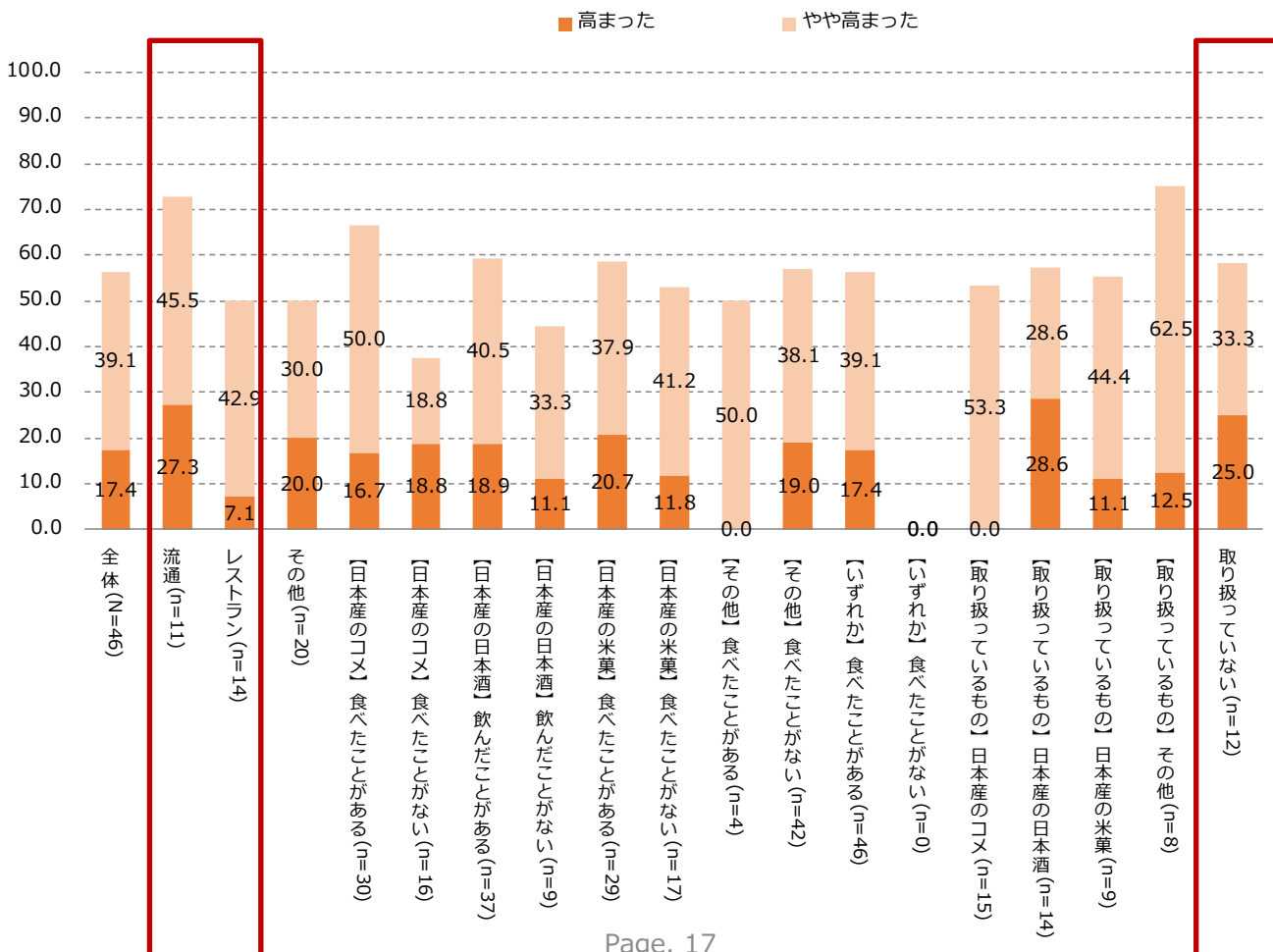
Q6.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品に商材・食材としての興味関心が高まりましたか。

③日本産の米菓への商材・食材としての興味関心 N=46

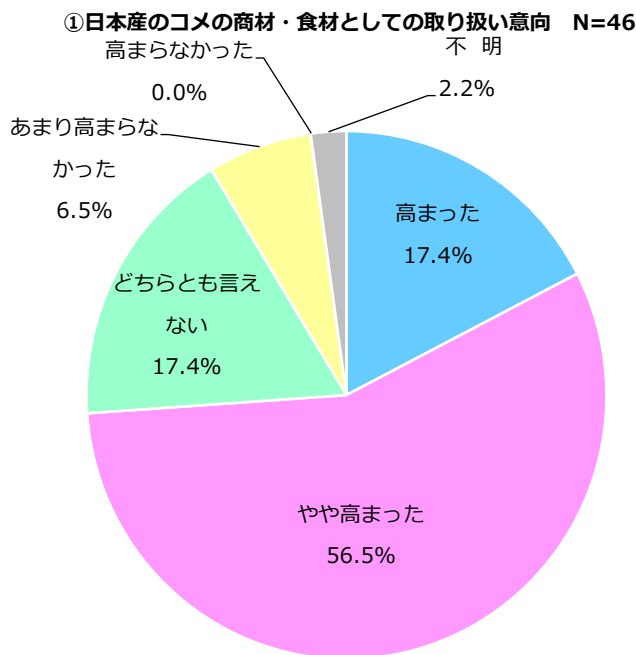


※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、6割弱が米菓への興味が高まったと回答。

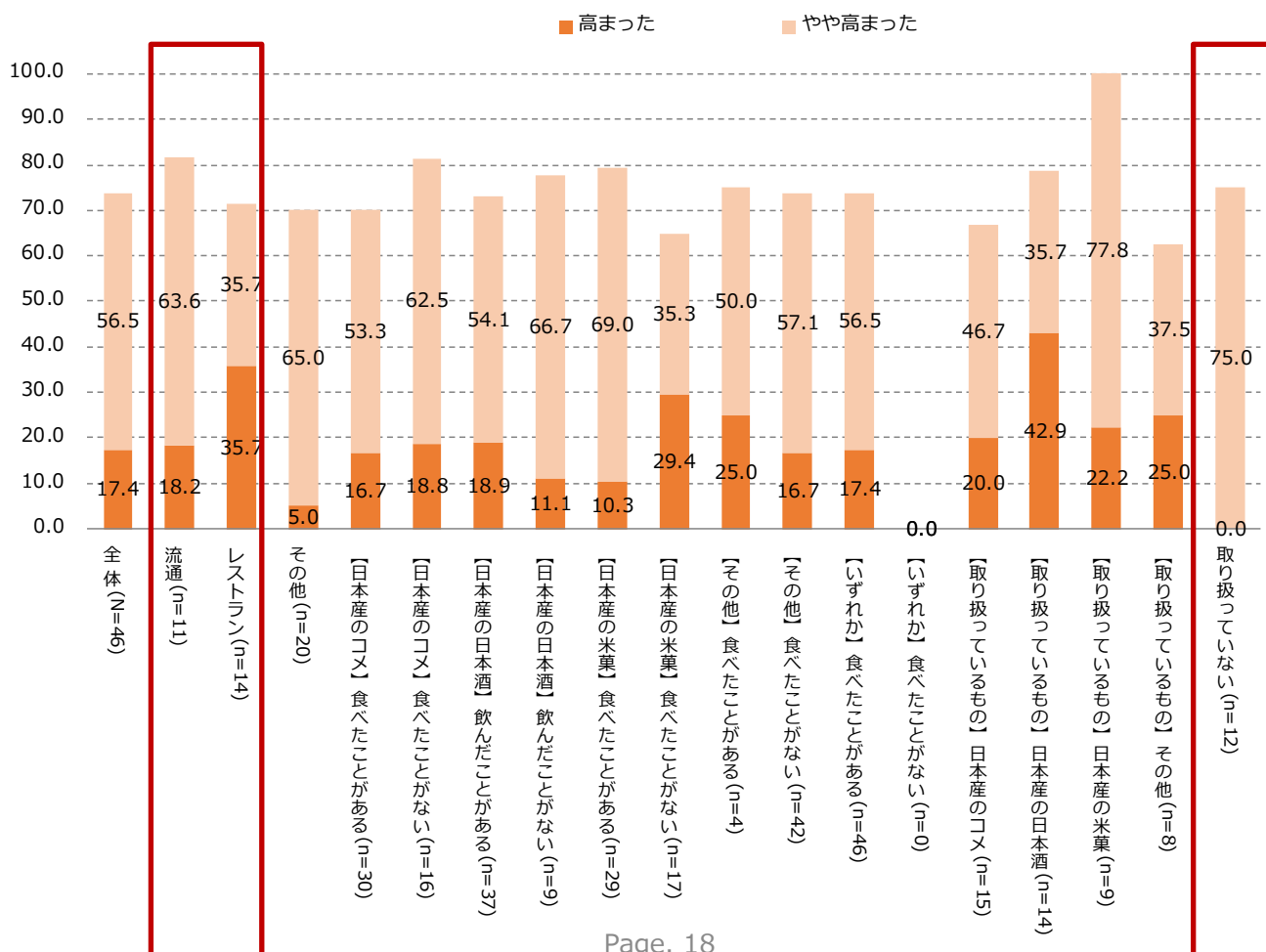


Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。



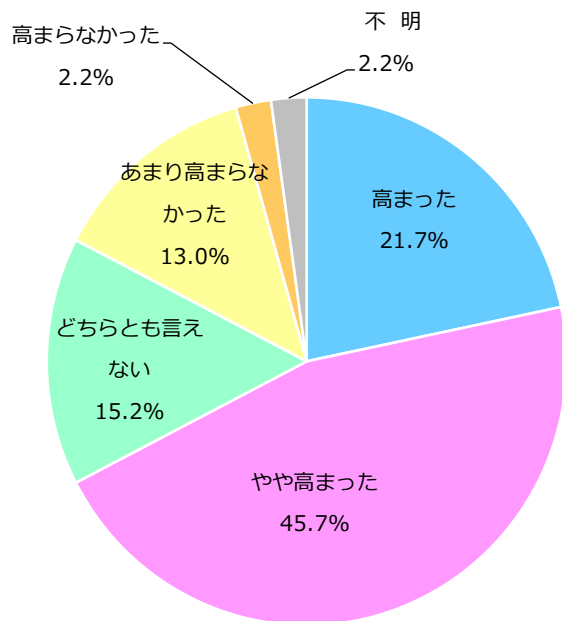
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、7割以上がコメへの意向が高まったと回答。



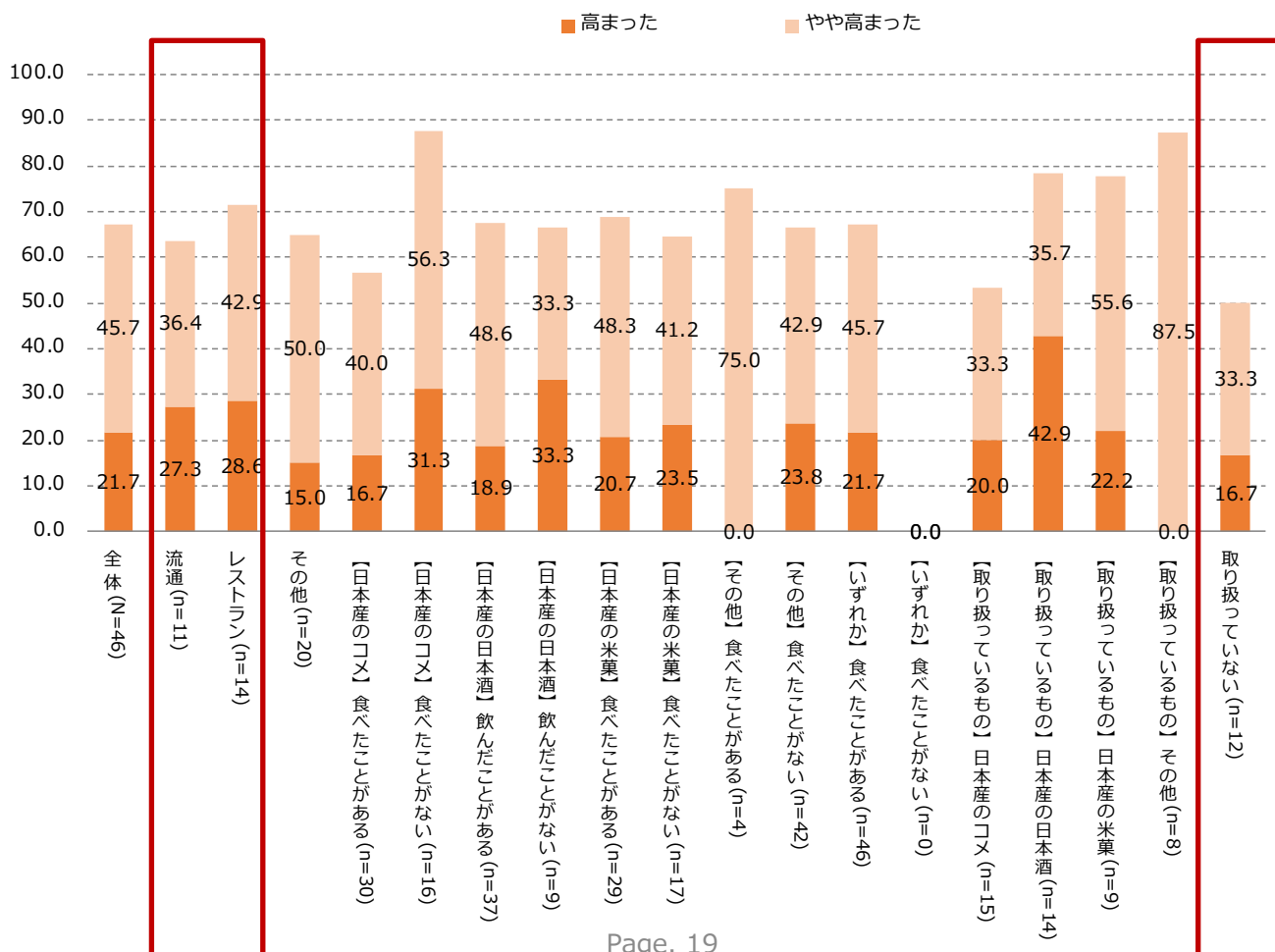
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。

②日本産の日本酒の商材・食材としての取り扱い意向 N=46



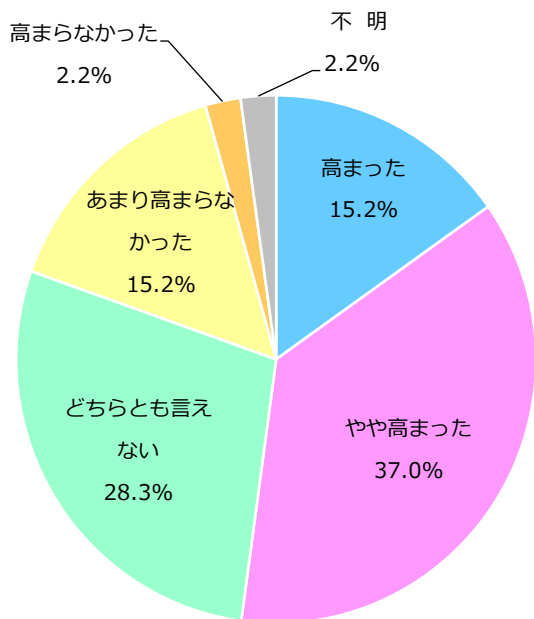
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、5割が日本酒への意向が高まったと回答。



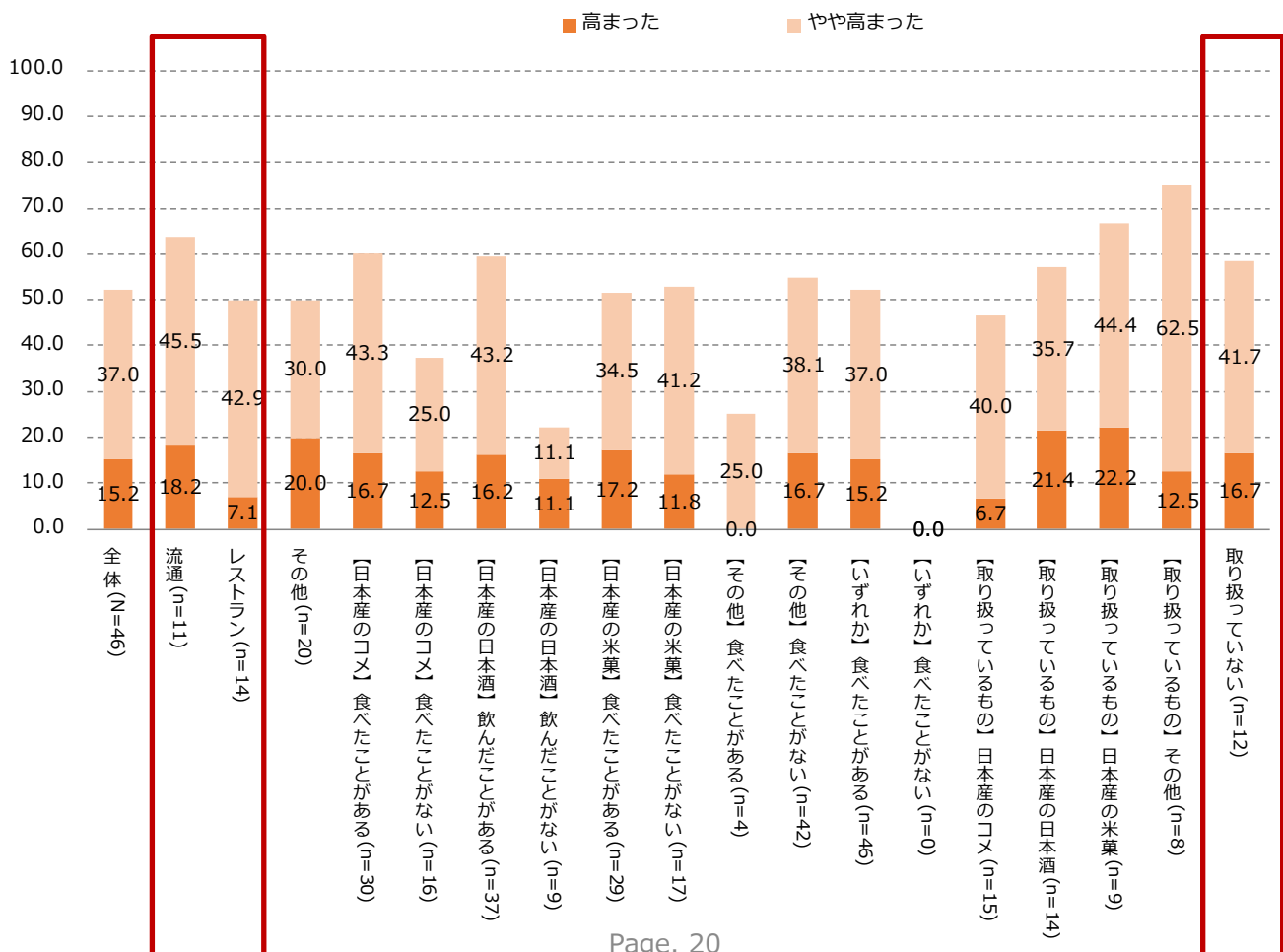
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品の商材・食材としての取り扱い意向が高まりましたか。

③日本産の米菓の商材・食材としての取り扱い意向 N=46



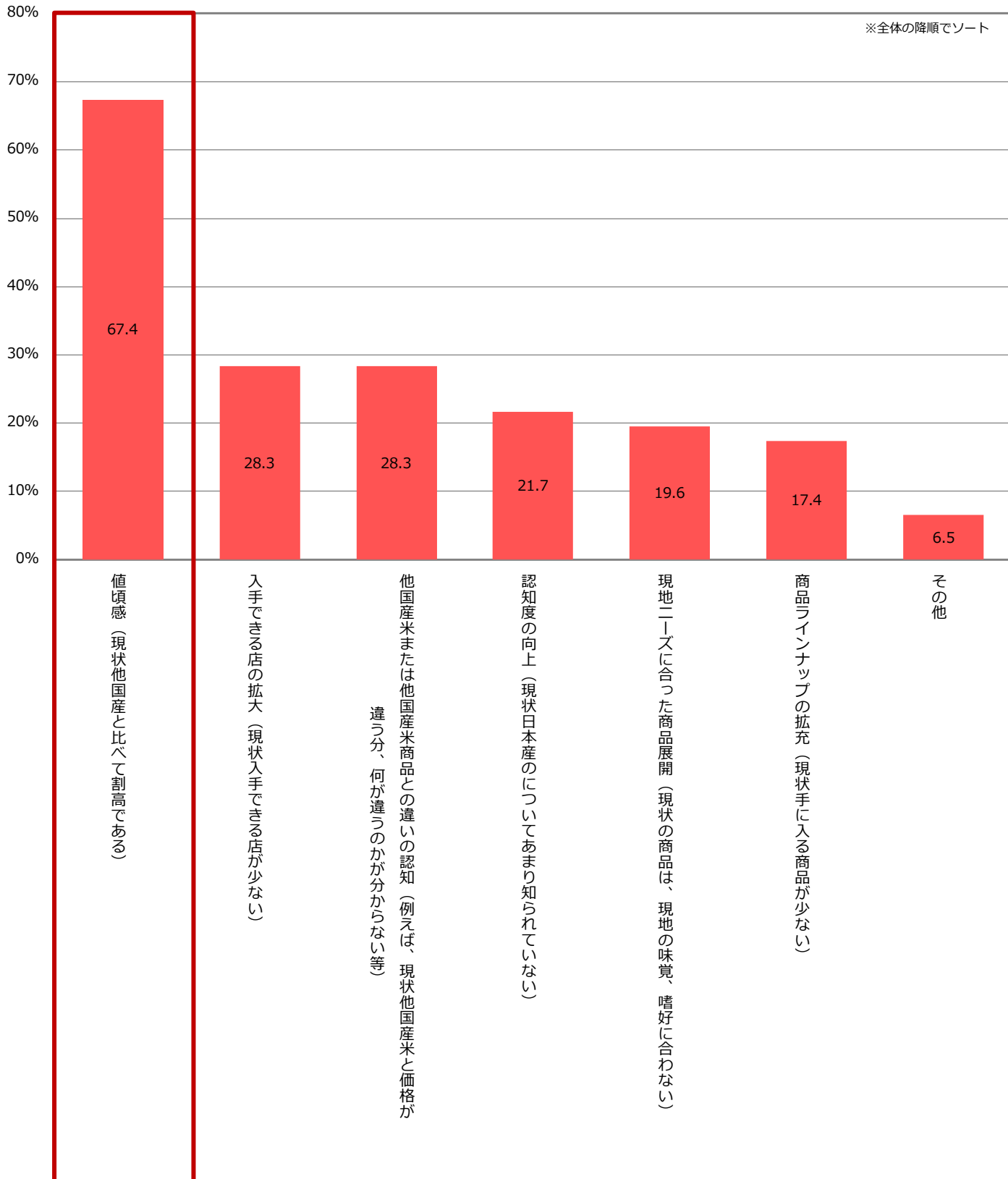
※n数が少ないため、一部参考値

- ・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・コメ加工食品を取り扱ったことがない」人も、6割弱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重要だと思いますか。

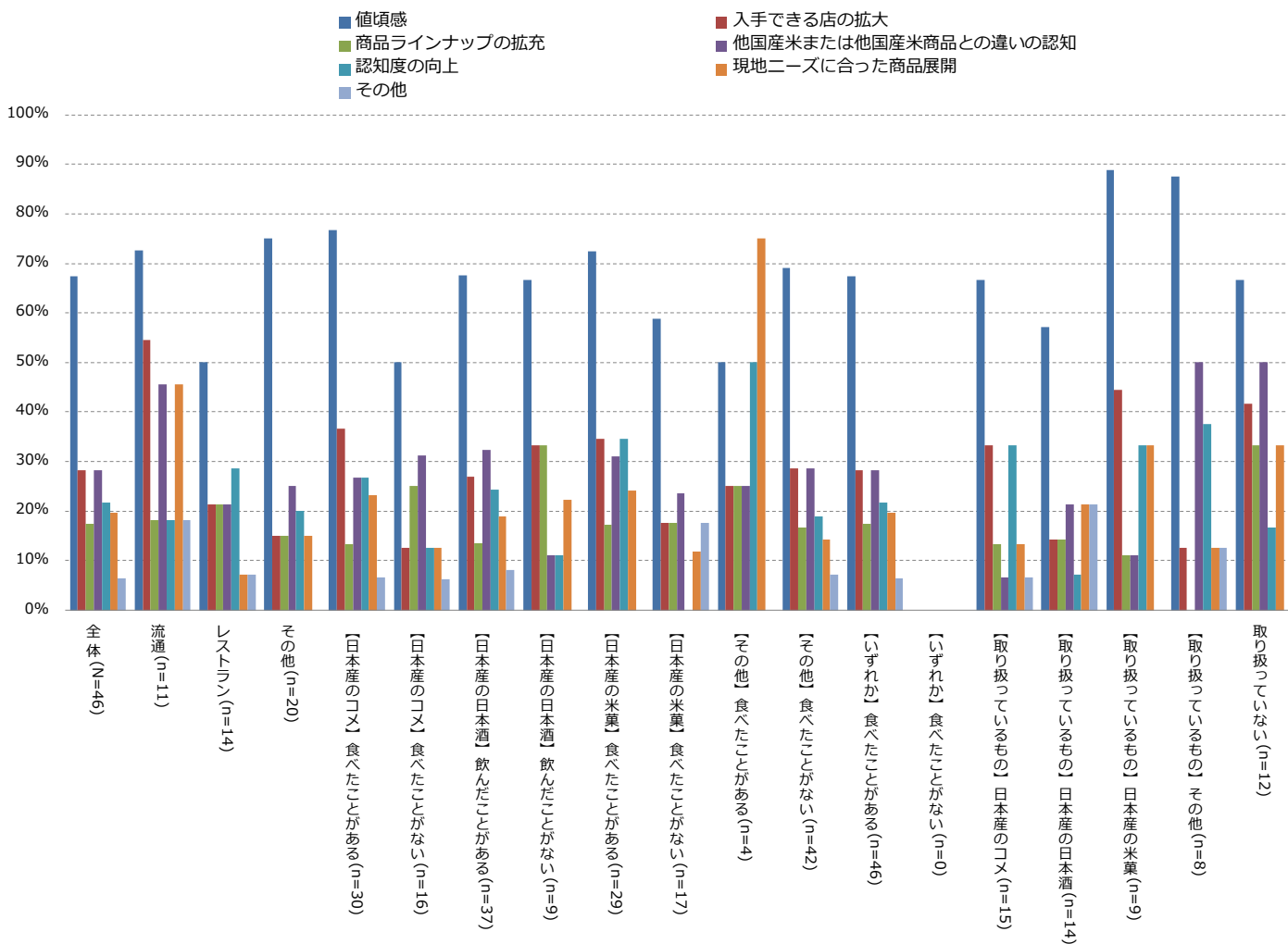
日本産のコメ・コメ加工品の販売増加に必要なこと N=46



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重要だと思いますか。

業種別比較

- ・業種別に見ると、流通とレストランで共に「値頃感」がトップ。
- ・また流通はレストランと比較すると「値頃感」「入手できる店の拡大」「他国産との違いの認知」「現地ニーズに合った商品展開」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」、「日本産の日本酒を飲んだことがない人」、「日本産の米菓を食べたことがない人」ではいずれも「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

すべての項目で5割以上の高スコア。

業種別ではばらつきがあるものの「レストラン」のスコアが高い項目が多め。

食材としては「コメ」についての評価が高い傾向。

- ・全体的にスコアにはバラつきが見られるが、「レストラン」のスコアが高い傾向。
- ・また「コメ」について「魅力的な食材」と感じた人が「流通」「レストラン」ともに8割を超える高スコア。「米菓」は「レストラン」にとって魅力的な食材でありつつ「興味」や「意向」には繋がっていない。
- ・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」が圧倒的にトップ。



<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。特に商材としては魅力的な「米菓」について、より関心や興味に繋がるような文脈を模索したい。
- 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。