
平成26年度農山漁村6次産業化対策事業

米輸出特別支援事業 報告書

平成27年3月

全日本コメ・コメ関連食品輸出促進協議会

•海外マーケティング調査	2
•第1章 定性調査	3
•日本米：流通面談・店頭調査・イベント販売	4
•日本酒：流通面談・店頭調査	20
•日本酒：セミナー・試飲販売促進・試飲イベント等	27
•第2章 定量調査	84
•日本食材・日本料理 浸透度およびイメージ	85
•日本米・日本酒 イメージおよび希望する楽しみ方	111
•日本米・日本酒 非意向理由および購入喚起要素	129
•日本米・日本酒コンセプト評価	139
•外食実態・食情報源	147
•プロフィール	159
•第3章 文献調査	169

海外マーケティング調査

海外マーケティング調査 第1章 定性調査

海外マーケティング調査

第1章 定性調査

【日本米：流通面談・店頭調査・イベント販売】

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：アメリカ合衆国 カリフォルニア州 ロサンゼルス
- 2:実施期間：2015年2月26日-3月4日
- 3:実施：株式会社Wakka Japan

(2) 現地小売店調査

面談先	会社概要	内容	写真
Mitsuwa market place /torrance	日系スーパー カリフォルニア州トーランス本社 カリフォルニア州に7店舗。	<ul style="list-style-type: none"> • 既に日本産米は多数入っているものの、売れ行きはいいとは言えない • カリフォルニア米の方がよく売れる 	
Marukai/torrance	日系スーパー カリフォルニア州ガーデナ本社 カリフォルニア州に9店舗 ハワイに2店舗 (ドン・キホーテグループ)	<ul style="list-style-type: none"> • 一定数の日本産米販売量はあるが、やはりボリュームは月20~30kg/店舗程度とのこと 	
Nijiya/torrance	日系スーパー カリフォルニア州トーランス本社 カリフォルニア州に10店舗 ハワイに2店舗 ニューヨークに1店舗	<ul style="list-style-type: none"> • 日本産米の評判はあまりよくなく、米に関してはカリフォルニア米がメイン商材になっている 	

(3) 日本食レストラン調査

ほぼ全ての日本食の飲食店でカリフォルニア米を使用しており、日本産米の存在感はなかった。また小売店でも日本産米が売れている様子も見ることができなかった。

写真①



北海道のラーメン店。
ランチ時は行列ができるほど好評。サイドメニューのご飯、どんぶりですべてのお米はカリフォルニア米(玉錦)

写真②



Kawaba rice ball
2015.1.30オープン。経営は川場村スキー場の運営会社(大阪)。
川場村の「雪ほたか(こし)」使用。
\$3.5/個で一人2~3個のオーダー。



Sunny blue
\$3.5-4/個。大雑把な味付けで基本味が濃い。スタッフの中に日本人はいない。

（4）調査国の現状

- カリフォルニア米の主戦場ということもあり、カリフォルニア米の存在感に圧倒された。
- ほぼ全ての飲食店でカリフォルニア米を使用しており、日本産米を使用している店舗は極小。
- ただし、カリフォルニア米の中でも高級米になると小売価格で450～480円/kgで流通していることから、日本産米の可能性は感じた。
- 日本産米は800円以上と高く、また精米してから1年程度経過しているものも散見された。

（5）所見・今後の方針

- 弊社のビジネスモデルである「現地精米」をすることで、マーケットに大きな可能性は感じた。
- カリフォルニア米と日本産米の米自体のクオリティには大きな差があるので、そこを突破口にするためLAに拠点を設けたい。
- 物流や販売チャネルの開拓。飲食店はもちろんのこと、小売店へのアプローチも必要。
- 会社を設立し、現地精米にこだわった販売をしていく。

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：英国・ロンドン
- 2:実施期間：2015年2月23-24日
- 3:実施：千田みずほ株式会社

(2) 現地流通関係者との面談

面談先	会社概要	内容	写真
Westmill Foods	1965年Associated British Foodsの一部門として設立。当初より第2次大戦後増大した旧大英帝国植民地系移民のコメ需要を満たす目的でコメ輸入・卸として活動。	<ul style="list-style-type: none"> ・面談者はSenior Rice BuyerのMr. Peter Colliganで、穀物等取り扱い扱って20数年の経験者である。 ・Westmill Foods社は粒長6mmまでの一般的長粒種市場の50%(5万トン)、Thai産香り米、バスマティ・パーボイルド米市場の7%(1万トン強)を握っている。 	

(3) 現地小売店・日本食レストラン調査

- ・ Sainsbury's Local：価格はkg当り単価Stg£ 1.38のPB長粒米から単価Stg£ 3+/-0.3当たりの中価格帯を挟んで、Stg£ 5以上のバスマティ米まで、長粒米はかなり豊富な品揃えをしている。
- ・ WASABI：かっぱ巻き2貫Stg£ 1から各種あり、ホットミールとしてカレー、そうめん、タンメンや丼物、フライもの炒め物等まで広く扱っている。価格はStg£ 5-6内外と、英国では手軽な価格帯で設定している。(因みに英国パブでサンドイッチ、フィッシュアンドチップス等はStg£ 10以上である) 使用しているコメは店スタッフに依れば日本米との事だが、近隣のWASABI店舗に置いてあったのはYUTAKAブランドのイタリア産Sushi Riceであった。
- ・ SeeWoo Supermarket, Loo Fung Supermarket：両店とも英国系に比べ中粒米が多かったが、日本米は皆無。JFCのHARUKA (Stg£ 2/kg)、Nishiki(1kg 特売Stg£ 2.28、通常Stg£ 2.85)があったが、タイ米に比較して若干割高であった。
- ・ Marks & Spencer SIMPLY FOOD：PBの香り米の価格はStg£ 2.09/kgとSainsbury'sの中価格帯に対抗している。他にPB品としてバスマティ米 (Stg£ 1.29)、リゾット用米 (Stg£ 1.39)、パエリア用米 (Stg£ 1.15) 等日本米が対抗すべき品揃えがなされていた。

写真①



Sainsbury's Localチェーン。TEESCO, ASDAと並んで現地では有力なスーパーである。ロンドン市内中心部にあるが、仕事帰りの客が多く立ち寄っている。



写真②



"WASABI" Dong Hyun Kim (韓国系)が2003年にロンドンで第1号店をオープン。現在市内に30店舗以上を展開する、すしと弁当・イートインショップである。2014年ニューヨークに米国1号店を開いた。



写真③



ロンドンのコメの業務用小売の中心の一つはチャイナタウンにある2軒(SeeWoo, Loon Fung Supermarket)の中華系スーパーであるとの事で視察をする。写真はLoon Fung Supermarket。



写真④



元来衣服系に強さを持っていたMarks&Spencerだが、最近SIMPLY FOODの店ブランドを展開し、先にあげたSainsbury's Local同様に市内中心部で集客していた。日本でいえば「まいばすけっと」「マルエツプチ」等に当たる中〜小規模の店構えで展開している。PBでタイ産ジャスミンライスを品揃えしていた。



(4) 調査国の現状

- コメ需要量は長粒種系で約25万トン/年。内6割がバスマティ系、4割が一般長粒種系と言われている。
- 殆どが移住者を中心とした需要に支えられている。近年Sushi Rice等として中粒種・短粒種が出てはいるものの、まだきわめて少ないと言え、主にイタリア或いはカリフォルニアから入れられている。
- 主なコメ消費者としての移民人口は以下の通り。
 - 中国系 50万人（広東系・香港系中心）
 - 東南アジア 250万人（インド系150万人、パキスタン・バングラデシュ・スリランカ系計100万人）、
 - アフリカ系 140万人（ナイジェリア系100万人、ガーナ系40万人）、
 - その他カリブ系、アラブ系等
- 消費傾向別長粒種産地内訳は以下の通り。
 - 中国系 — 米国産、スペイン産、タイ産（香り米）
 - インド系・パキスタン系・スリランカ系
 - インド産又はパキスタン産バスマティ、タイ産（一般長粒種）
 - アフリカ系 — バスマティ・パーボイルド米
- 輸入されている長粒種の価格は現状US \$ 470/ t (FOB US Port/Bangkok etc.)程度と言われている。
- 日本食と言われるものが昨今人気が出ていることは確かだが、日本米を必要とするかは微妙な問題といえる。日本米でなくとも十分と捉えられているのが実情であり、これは現地バイヤーの大方が一致した見方との事。

(5) 所見・今後の方針

- ごく限られた滞在日程ではあったが、WASHOKUの世界文化遺産指定以降、欧州の代表的都市ロンドンでの日本米の浸透実態を垣間見ることはできたと思う。
- 一方で、英国人系・移民系問わず、寿司を中心とする和食系コメ食が、従来の小規模独立店での「食事」の扱いから、現代的な起業型（ある程度の資金を調達し、チェーン展開を積極的に図る）店舗での「軽食・スナック」化・「Ready to Eat化」という動きが主体となってきていることが認識できた。
- 日本食・和食ブームがある事は確かながら、日本における「ブーム（猫も杓子も）」状況があるわけではなく、一般消費者（英国人バイヤーを通じて）の関心・認知度の程度は、あくまでもニッチな中で「注目されている」ということを再確認させられたことで、これは冷静に受け止める必要がある。
- 日本米の独自性・優位性を生かすには、現在の外国産すし用米との競合は避けられないが、価格競争に埋没させられてしまう可能性は否定できない。需要を喚起するには、より「起業型・新規展開型」パートナーと日本米を使用する事の共通認識の上で、仕掛けていく必要があると考える。

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：英国・ロンドン
- 2:実施期間：2015年3月7日－12日
- 3:実施：伊藤忠食糧株式会社

(2) 現地流通関係者との面談

面談先	会社概要	内容	写真
Harro Foods Limited	伊藤忠系列の日本食材卸会社。業務用に特化しており客先は1,000軒程有している。	<ul style="list-style-type: none"> • UKでの炊飯商品市場流通は5°C以下、店頭品質保持3日間が前提。 • 一般的なコメは長粒種。和食店ではUS、ITAのコメが主流。特にITAは手頃で主流となっている。 • 炊飯器は韓国製が主流。短時間で炊飯可能な設定。 • 自社は23台、他は庸車を使用し物流、ピークは月・金に集中している。受注方法はメール受注70%、電話受注25%、FAXが5%。 • 主な米扱い品目はイタリア米が主流(商品名:舍利、金太郎、伊吹等)。 • 業態としては業務用90%、単独店70%程度だがオーナーシェフは少なく中国、韓国の経営者が多い、チェーン店30%、1000店舗クラスが入る。売上の50%はチェーン店が50%の占有比。 • 業務用の日本米価格は394円/kg程度であり一部の日本人レストランが使用する程度、一般の業務用としては使用できない価格である。 	 
YOSHINO	ロンドン市内にて日本人の方が経営する日本料理店。高級感漂う店舗と、他に持帰り店を展開。	<ul style="list-style-type: none"> • 日本産の「信頼度」は何においても高い。 • ただしコメに関しては現地流通品のコストの約3倍。殆どの英国内日本食レストランでは3倍の価格のメリットを見いだせない。 • ただしYOSHINOに関して現在常に質重視、また現行円安メリットもあり日本産玄米を自社輸入、店で搗精。過去お店ではCN⇒US⇒(現在)日本米 	

(3) 現地小売店・日本食レストラン調査

- UK内において和食、特に寿司の認知度は高い。ただし多国籍国家でもあり、外国の料理としては①インド、②中国、③US(Tex-Mex)④タイ、⑤その他となり、ここに和食も入る。
- ごはん(日本米)の味の認識がない。
- 炊飯器は韓国製、またはティファールを見かけた。炊飯時間は日本とかなり違いがあり、短時間。その為日本米を炊く機会があったが、15分程で炊きあがり、芯が残った状態となる。
- 日本米の取扱は一部の日本食材スーパーのみ、業務用は一部の高級店にてしか実績はない。

(3) 現地小売店・日本食レストラン調査・続

写真①



【ITSU】

①外食
②チェーン店
③寿司、巻物、ライスケーキ
ロンドン市内でスタイリッシュな店構え。祝日の屋間でもお客は女性、家族中心に入っており、寿司・手巻きが中心。ライスパフにチョココーティングの菓子もあり。

写真②



【試食評価】

ITA単粒種を使用と思われる。コメは粘りの無い固めの食感ながら、海外の寿司でこの品質ならば日本人でも理解出来る味で驚嘆する。

写真③



【MORRISONS】

①小売り
②チェーン店
③CVS的品揃え/コメ加工品のみ
冷蔵で「chilli con carene&rice」
450g・£2.3
(参考)
レタス: £0.49
ミニトマト: £1.26/PAC

写真④



【WASABI】

①外食
②チェーン店
③サンドイッチ、寿司、巻物、おにぎり、丼、大福
ロンドン市内で多数店舗あり、若者中心に店内賑わっている。女性中心にお箸の使い方が上手く、日頃から使い慣れている感あり。



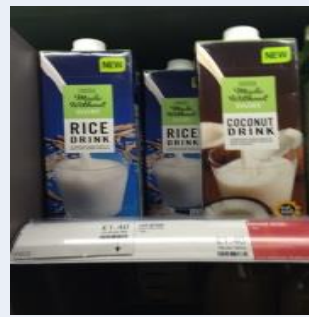
【試食評価】

ITA単粒種を使用と思われる。コメは粘りの無い固めの食感ながら、海外の寿司でこの品質ならば日本人でも理解出来る味で驚嘆する。丼ものはボリュームもあり、男性でも納得出来る量。大福は日本と同じ味で冷凍と推測。
・かつぱ巻き2個入り: £0.6
・ちらし寿司: £5.99
・おにぎり: £1.59



【マークス&スペンサー】

①小売り
②チェーン店
③寿司、巻物
ややグレードの高いSM。日本食はエンドで寿司、巻物を扱っているが、店頭3日期限の必要があり、寿司ネタは限られている。



ライスミルクの販売あり。牛乳とは違う形でココナッツ、ソイとならび2フェイス販売。乳アレルギーの客向け。

・寿司海苔巻セット
: £1.25~6.0



【YO! SUSHI】

①外食
②チェーン店
③回転寿司
全体的に高目の価格帯。日本と同じで血の色で価格が分かれており、その他多国籍料理もあり。市内に多数店舗あり、ヒースロー空港では満席であった。



【試食評価】

コメはやや固めながら日本人でも理解できる味。味噌汁もマルコメ社のサーバーが設置されている。ガリも置いており、かなり日本の回転寿司に近い形で営業している。

・1皿:
£1.90、£2.50、£3.40
£3.90、£4.30、£5.00

(4) 調査国の現状

- 外食で食べるコメはITA米、US米が多いと推測されるが、話を聞く限りITA米の認知度が、品質・価格的にも良評価。
- 外食の費用として昼食の価格目安は£ 7.0(日本円で約1250円)程度が目安、夕食は30~100£(日本円にて約5,000円~18,000円)と幅広い。
- 外食で食べるコメは日本人でも食味的にあまり問題無く食べる事可能。ただし小売店惣菜部門では賞味期限3日の問題/5℃以下流通が課題で、老化が著しく早く、非常に残念な食感・食味となる。これは現地の方でも改善必要と感じるとの事。
- 小売での賞味期限3日が問題となり、流通は限られた寿司ネタしか使用出来ず、ほぼどの店舗でも同じ様な商品ばかりとなる。特にサーモンは多く、どの商品も似た品揃えとなる。
- ロンドン市内では外食の寿司が比較的美味しく食べる事が出来るが、郊外に行くと小売の5℃以下流通となり、和食/ご飯の評価が下がると思われる。
- 日本食はロンドン市内に集中しており70~80%ある。市場的にはレストラン形態は大きく三分割されている。

①カジュアルダイニング=80%=品質より価格重視

(非日本人経営個店レストラン、日本食「風」、itsuやwasabi等が入る。)

②オーセンティック=高品質、高単価

③ヒュージョン=自分の拘り、高単価

- ②/③の市場は20%程度、ここは良いものを出す店舗、ロンドンの店舗としては①立地の良さ
- ②スタイリッシュ(店舗、食べ方) ③味(本来の日本食とは比較はできない)
- 表示については「賞味期限」、米は1年(アジアは2年)が普通だが販売してもよい。考え方として食品として食べられるか、否か、である。問い合わせ等の対処方法として日本国内で対応する場合は専属の担当者等の設置が不可欠(時差、言葉の課題あり)。
- 日本ブランドは多少あるものの、コメに関してはITA米が圧倒的コストと、品質で市場を握っている。現地からはせめて1.5倍のコスト迄日本米が下がれば、可能性は一気に増える見込み。


(5) 所見・今後の方針

- 小売店では現地の物価が高い面もあり、気軽に日本米を購入できる環境では無い。その為、まずは高級店/業務用向けに日本米の提案を検討。
- まずは高価格帯として販売するが、量的にはミドル層の価格帯を狙いたく。その為減反部分での多収米による作付を検討。また場合によっては外米と日本米のブレンドでの現地販売も視野に入れ、まずは日本米の認知度を高めたい。
- 課題は、①価格(最重要)、②炊飯のインフラ、小売り流通(5℃以下、3日賞味期限)、③本当の和食の認知度向上

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：オーストラリア シドニー・メルボルン
- 2:実施期間：2015年3月9日-3月15日
- 3:実施：株式会社Wakka Japan

(2) 現地流通関係者との面談

面談先	会社概要	内容	写真
元Jun pacific在籍者	日系の商品サプライヤー。シドニー、メルボルンにて「東京マート」や「フジマート」等の小売業態も展開する。	<ul style="list-style-type: none"> • 卸価格に関して、韓国米は10kg - \$20, • 日本産米は 2kg - \$15.3 (vox trading は \$11) • US米は安いものなら10kg - \$10というものもあり。日本産で\$4.5/kgなら安いと感じる価格。 	

(3) 現地小売店・日本食レストラン調査

神明さんの日本産米が多数流通しているものの、飲食店需要はまだほとんどない様子。高級日本食レストランでも日本産米を使用している店舗は極少数。一方で小売店については日本産米の取り扱いが豊富で、価格も他国に比べると安い印象 (\$6/kg前後)。それでも現地の日本人に話を聞くと、「高い」と印象が強く、日本人でも現地生産のジャポニカ米を食べている方が多く感じられた。

写真①	 <p>【YAYOI】(city) ランチで鯖塩焼き定食\$23 日本産米を使用していると謳っているレストラン。 日系のサプライヤーから仕入れているとのこと。 平均ランチ単価\$30</p>	写真②	 <p>【Maruyuu】(city) 日系の小売店。 日本産米のコメの取り扱い多数あり。 売れ筋はAus米(sun rice)</p>
写真③	 <p>【夢屋】(North sydney) 日本人や日本食料理店の多い地区で小売販売をしているお店。 お米は青森まっしぐらが5kg - \$38 青森まっしぐらはJFCからで今年から入荷が始まる。北秋田米は日系の小卸店から購入。小さい店舗だが、月600kgほどの販売量あり。</p>	写真④	 <p>【東京マート】 シドニーで1番の日本食料品店。 JunPacific経営で幅広い品揃え 山形つや姫5kg - \$49.05 北海道ななつぼし 5kg - \$40.6 新潟こしひかり5kg - \$32.34 新潟ゆきんこ舞5kg - \$32.15 富山こしひかり5kg - \$31.32 兵庫こしひかり5kg - \$35.9 秋田あきたこまち 5kg - \$30.38</p>
写真⑤	 <p>【Lucky Mart】 ノースシドニーにある日本食材店 ラッキーマートでは木徳の長野・八重原産のこしひかりの販売あり。</p>	写真⑥	 <p>【komachi】 シドニーでも日本産米使用を謳っている数少ない日本食店。 定食で\$12ほど。御飯は北秋田のあきたこまち使用。お店販売と卸しも行っている。 つやもあり先日の韓国米との差は歴然だが、味は淡白。</p>

(4) 調査国の現状

- オーストラリアでも日本米（ジャポニカ米）は生産されているが、干ばつ等で生産量及び価格は安定していない。
- それでも、生産コストや流通コストは日本産米よりも優位なため、日本産米の品質と比較して価格は安い印象。
- ヒアリングした日系の飲食店ではオーストラリア米を使用している店舗はなく、カリフォルニア米や韓国米の人気が高い様子。
- 特に韓国米に関しては、価格はそこそこで品質はオーストラリア産よりもいいといった意見が多く聞かれた。
- また基本的な物価も日本に比べて倍近く高く（500mlの水で\$2〜）人件費の最低賃金が\$17/hといったことや、家賃相場も高いためビジネスコストが非常に高い。


(5) 所見・今後の方針

- 一定数の日本産米需要はあるものの、既に先行している神明さんのお米が広く流通していることや、飲食店での日本産米需要が少ないため、さらには弊社ビジネスモデルではコストがかかりすぎてしまうことがはっきりとわかった。
- オーストラリアを市場とした展開については一旦保留とした。
- 日本食レストランのレベルが高まり、日本産米の需要が拡大してくるまでは、オーストラリアに拠点を設けてビジネスを展開するには時期尚早と思われる。引き続き注視していく。
- 他の進出先との比較をしつつ、オーストラリア市場の動向に注視する。

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：オーストラリア シドニー
- 2:実施期間：2015年3月15日-3月17日
- 3:実施：千田みずほ株式会社

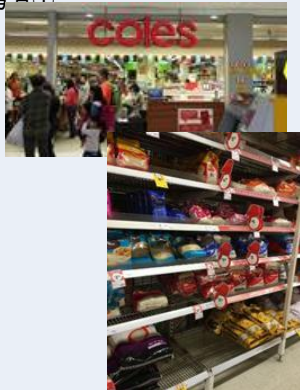
(2) 現地流通関係者との面談

面談先	会社概要	内容	写真
Ricegrowers Ltd.	豪州NSW州米穀シングルデスク業務を委託されSunRiceブランドで幅広く集荷・精米・輸入・製造・卸売を行なっている。	・面談者はGM-International CommodityのMr. Milton Bazelyで20数年の経験者であり、対日ビジネスはじめ海外市場を担っている。SunRiceブランドは小売市場で60%のシェアを有している。Basmati, ArbolioのRivianaブランド約9%加え同社は豪州国内小売市場の約7割を押さえている。	

(3) 現地小売店調査

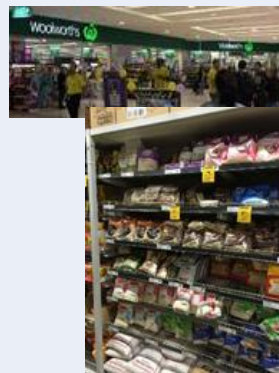
- ・ Coles : 価格はkg当り単価A\$1.5/kg (特売A\$1/kg)から単価A\$2/kg程度の中価格帯を挟んで、A\$3/kg以上のバスマティ米まで、長粒米・中粒米共にSunRiceと自社PBを中心に品揃えをしている。SunRice中粒種玄米5kgが通常価格の半値のA\$6.49(A\$1.3/kg)で特売であったが、ほぼ完売の状態であった。
- ・ Woolworth : Colesとほぼ同様の品揃えと価格帯としており、玄米についても同値特売であった。また、両社ともコメのレトルト・レンジ製品群が充実していた。
- ・ Sushi Izu : Woolworth店内に必ずと言っていいくらい出店している模様で、運営に専任スタッフが配置されている。中国系・韓国系スタッフと見受けられる。コメはどこのか聞いてみたが、仕込みはボスがやっているのだからわからない、との回答であった。
- ・ 香港系CitiSuperのCity Hall店であるが、隣接Woolworthと競合する立地であるものの、アジア系に特色を出し、精米の品揃えボリュームがあった。価格は豪州2社に比較しても安くはなく、SunRiceのSushiRiceはA\$5.35(750g)と約14%高い価格であった。仕入れ力の違いだろうか。中粒種・短粒種は全てアジア圏かイタリアのものであった。

写真①



市内World Square内地下にあるColes店舗のコメ売り場。豪州二大スーパーの一翼。夜12時まで営業。SunRice製品中心に各種取り揃えているが、中心となる中粒種はA\$3.2/kg、長粒種は通常同値であるが、A\$2/kgのセールを行っていた。端境期の在庫処理の模様。

写真②



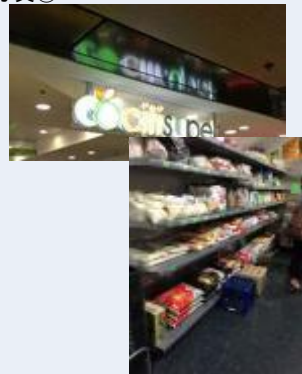
Bondi Junction SC内のWoolworth。品揃え価格帯ともColesとほぼ同じと言える。レンジ加熱製品の品揃えが充実。各種2for\$5, 2for\$6セールを行っていた。

写真③



Woolworth店内にあるすしSushi Izu。中巻A\$5/本内外、アソートプレートA\$35内外であった。コメは日本米では無い模様。

写真④



香港系CitiSuper City Hall店。隣接するWoolworthと違い、アジア系食品とカトラリー・雑貨に特化した様子。中国系の客層が多いと見受けられた。コメの品揃えは豊富であり、価格もしっかりしていた。加州錦がA\$4.14/kg, MAMA SAN Sushi RiceA\$3.69/kg等となっていた

(4) 調査国の現状

- ジャポニカ米生産国という事、コメを主食とする移民が相当数居住する事、英国系にあってもコメを使ったデザート（Rice Pudding）が一般的にもある事などから、コメ食については受け入れられやすい環境がある。
- しかしながら約2400万人の人口で22万トンのコメ消費（一人当たり約9kg/年）であり、消費についてはアジア系に偏在していると言える。
- コメ輸入は精米・破碎精米は関税ゼロで輸入できるものの、玄米・粳は検疫上の理由から自由化されていない。
- すしを中心とした日本食人気は確かだが、日本米を必要とするかは微妙な問題といえる。日本米でなくとも十分と捉えられているのが実情であり、SunRiceも短粒種はベトナム産輸入が中心との事。

(5) 所見・今後の方針

- 実質1日半の限られた滞在日程ではあったが、日本米の浸透実態を垣間見ることはできたと思う。
- 一方で、英国調査の時にも実感したが、寿司を中心とする和食系コメ食が、現代的な起業型（ある程度の資金を調達し、チェーン展開を積極的に図る）店舗での「軽食・スナック」・「Ready to Eat食品」としての認知が一般的になっていることが認識できた。
- 日本食・和食輸出ブームといえる日本の現状は、まだ十分に理解はされていないのではないか。現地2大チェーンスーパーのみならず、CitiSuperの店頭にすら、日本産のコメは売られておらず、他の和食材も「アジア」の中の一部としての品揃えで、一般消費者の関心・認知度は、あくまでも高くは無い、或いは、日本食と日本産米は全くと言っていいほどリンクしていないのではないか、ということを実感させられた。
- 日本米の独自性・優位性を生かすには、現在の外国産すし用米との競合は避けられないが、価格競争に埋没させられてしまう可能性は否定できない。需要を喚起するには、より「起業型・新規展開型」パートナーと日本米を使用する事の共通認識の上で、仕掛けていく必要があると考える。また、SunRiceではレトルト・レンジ製品の品揃えを充実させており、確実にいつも同じ味のコメ・調理米が食べられる市場が広がっているとのことで、日本産米・コメ関連食品輸出の参考としたい。

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：ニュージーランド オークランド
- 2:実施期間：2015年2月24日-2月27日
- 3:実施：木徳神糧株式会社

(2) 現地小売店調査

写真①



I mart:

地元韓国系スーパーで日本産米の取扱は無し。客層の中心は現地韓国人と日本人。
販売されているお米は韓国米、アメリカ米、ベトナム米が中心。売れ行きが多いのは写真2枚目の蓬萊米(US産カルローズ)やもち米。
店内ではテイクアウェイ形式のどんぶり物やお惣菜の販売が行われていた。

写真②



Mt Roskill Fresh Supermarket:

地元中国系スーパーで日本産米の取扱は無し。客層の中心はアジア人が中心。
調味料等で日本産食品の取扱も一部有り。日本食材店と比較し安価に日本風の食材を調達できる事もあって日本人の来店も少なくない。
米の取扱はUS米、豪州米、ベトナム米に加えて、中華系客層が多い為長粒種の取扱が多い。

写真③



Daruma Sushi Restaurant:

日本人経営の寿司店。店員はワーキングホリデーで渡新している日本人も居り、日本語での注文が可能。客層は白系が中心。価格は1皿2.8NZD~7NZD。日本産米は使用していないが、黒霧島、海童、アサヒスーパードライ、辛丹波等、様々な酒造メーカーの酒の取扱がある。
回っているのはロール系の寿司が多かったが、握り等も種類が充実している。

(2) 現地小売店調査 (続)

写真④



SUSHI YAH!!:

ロール寿司のテイクアウェイ形式の店舗。価格は1つ1.6NZD～2.5NZD程。
ショーケースに保管されていたが、確認したところ温度が常温に近い状態の為、品質面で不安がある。来店時には客が居なかった為客層等は不明。

写真⑤



PAK'n SAVE:

Wholesale型の大型スーパー。ニュージーランドにある白系のスーパーの中では最もリーズナブルで、来店時も多くの客が訪れていた。客層の中心も白系。
日本産米の取扱は無し。白系の客が多い事もありオーガニック、玄米、雑穀等の取扱品目が多かった。

写真⑥



New World:

PAK'n SAVEと同じ会社 (Foodstuffs) 経営のスーパーマーケット。PAK'n SAVEと比較して、高級な食材の取扱が多い。来店客層は白系が中心。
他ではチキン等、肉のロールが多かったが、こちらはサーモンやアボガドを使用したロールが多く、1パック8～10ドルと価格も比較的高い。

(5) 所見・今後の方針

- ニュージーランド全体の昨年の日本産米の輸出実績は9MTとまだ少ない数量。
- 同国でも日本食はブームになっており、その一旦を担っているのが、爆発的に増えている中華系住人。現在17万人いる中華系住人の内、7割がオークランド地区に集中して住んでおり、外食傾向の高い彼らのニーズを満たす為、市内では高級店から安価な日本食レストランまで、幅広く増え続けている。
- また、人口の大半を占めるヨーロッパ系住人は、ホームパーティ等で巻き寿司を振舞う事が流行しており、日本食に触れる機会が増える事で、今後家庭用のニーズが増える事も予想される。今後はレストラン需要、日本食材店の両方からアプローチを行う事が必要。

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：シンガポール
(実施場所：NATAS Travel 2015旅行展示会 SAMURICEブース、チャイナ・スクエア SAMURICE 店舗)
- 2:実施期間：2015年3月6日－3月20日
- 3:実施：SAMURAI FOODS PTE LTD・千田みずほ株式会社

(2) 活動内容

1:NATASブースでの出張販売

- ・初日販売目標は200個であったが、ほぼ開場時間前半で完売をした。
- ・2日目は430個、3日目は400個を販売した。

写真①



NATAS Travel 2015会場内日本食関連エリアにブースを出展し、臨時店員2名を配置、他に配送要員を確保した。

写真②



開場は午前10時。飲食エリアは11時過ぎよりオープンし、直ぐに来場者たちがやってきては、日本産米使用のおにぎりを購入してくれていた。

写真③



POPIにて日本産米である事、安全でおいしく、健康に良いことをアピールした。

写真④



会場内ジャパンパビリオン。この後方に、サムライはじめ、ラーメン店、たこ焼き店等が出店をしていた。

2: China Square Samurice店頭

- ・Jパスポートにより、来店数が大幅に増加した。2月中の一日あたり平均来店者数240人であったところ、3月プロモーション開始直後から、来店者数が270人+/-と着実に増加した。それに伴い、販売個数も上昇している。
- ・また、日本産米統一ロゴマーク掲示以降、来店者からの「日本産のみなのか？」との質問や、味・品質の良さを再認識した等のコメントが販売員との間に交わされる場面が出て来るようになった。

写真①



サムライスChina Square内店舗屋時になると近隣ビジネスマン、OLで一杯となる。

写真②



16日のロゴマークシンガポール発表に合わせて即日商品カウンターにPOPを置いて、日本産米をアピールした。

写真③



16日のロゴマークシンガポール発表に合わせて即日商品カウンターにPOPを置いて、日本産米をアピールした。

写真④



店の脇にある棚に統一ロゴマークの旗を掲示し、China Squareに入ってくる人々の注目をひいた。

(3) 販売商品一覧並びにPR配布物

▼ダイレクトEメール

日本米おにぎり専門店 **samurice**
1st ONIGIRI OUTLET in Singapore!
ONIGIRI is Japanese SoulFood!
 With premium Japanese rice grown and harvested in Japan
SAMURICE proudly uses 100% short grain Japonica Rice imported directly from Japan!

日本米 100% 有明海産海苔使用

ONIGIRI (Rice Balls) \$3.0

- ・焼鮭 Roasted Salmon
- ・鰻きぼろ Tori Soboro
- ・明太子 Mentaiko
- ・紀州産高級梅干し Umeboshi
- ・子りせきサーモン Teriyaki Salmon
- ・サーモンわかし/マヨ Salmon Wacabi Mayo
- ・ツナマヨ Tuna Mayo
- ・高菜 Takana
- ・北海道産昆布 Konbu
- ・おから Okoko

Side Dish \$2.5

- ・鶏手揉み Karasage Chicken
- ・昆布の煮物 Kombu
- ・むじきの煮物 Mujiko
- ・角じやが Aburago
- ・野菜のおひたし Ohiyashi
- ・片付けのえんどう Takekoko
- ・薬上はメニュー未定です。

LUNCH SET MENU

58.0
2 ONIGIRI + 1 Side Dish

10.0
2 ONIGIRI + 2 Side Dish

ランチセットにはお味噌汁がついています。

デリバリー用セットメニュー・お弁当・パーティーセットなどのデリバリーも行っております。詳しくは電話または SNS にてお問い合わせください。

Raffles Place 店
 51 Telok Ayer Street #01-18
 China Square Food Centre Singapore 049441
 Access : MRT Raffles Place / Telok Ayer
 Opening hours : Monday-Friday 7:30am-7:00pm
 Sat&Sun Pre-order only

Novena United Square 店
(2015年4月オープン予定)
 101 Thomson Road #B1-18 United Square
 Shopping Mall Singapore 307591
 Access:MRT Novena
 Opening hours:Monday-Sunday
COMING SOON

www.facebook.com/samurice.sg

▲チラシ

HEALTHY CASUAL DINING: PREMIUM ONIGIRI

日本米おにぎり専門店 **samurice**

China Square

Welcome to **SAMURICE!** Located at China Square, Raffles Place, SAMURICE is the place for healthy **casual onigiri dining!** Have a Japanese soul food, **onigiri**, with premium Japanese rice!

PREMIUM JAPANESE RICE

At SAMURICE, we are using authentic premium Japanese rice, known for the soft and sticky texture, perfect for making **onigiri**. Taste the unique texture of premium Japanese rice, filled with your favorite ingredients!

You can choose from 10-15 different selections of **onigiri** everyday. SAMURICE is bringing the **onigiri** culture from Japan to the whole world, starting from Singapore!

Now, you can try the **limited edition PREMIUM TEMPURA/UNAGI ONIGIRI** in Singapore! For only **\$3** (U.P. \$5), enjoy the crispy tempura or tasty unagi with premium Japanese rice!





Busy with work or school? Have a healthy lunch with Samurice Lunch Set Menu

海外マーケティング調査
第1章 定性調査
【日本酒：流通面談・店頭調査】

(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：英国 ロンドン
- 2:実施期間：2015年2月27日－2月28日
- 3:実施：株式会社C&D

(2-1) 現地流通関係者・飲食店との面談 ①

面談先	会社概要	写真
店長 <ul style="list-style-type: none"> ・ 業種:レストラン・外食事業 ・ 従業員数:50~99人 ・ 国内支店数:1店舗 		 
内容 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: <ul style="list-style-type: none"> 日本米:少し知っている 日本酒:とても良く知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ <ul style="list-style-type: none"> 日本米:美味しいが海外では値段が高い。 日本酒:これからロンドンでも人気が出る。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 <ul style="list-style-type: none"> 日本米:後価格が下がれば販売量も増えると思うが、限界あり。 日本酒:外人の嗜好に合えば更に販売伸びる可能性高い。 		

(2-2) 現地流通関係者・飲食店との面談 ②

面談先	会社概要	写真
Chotto Matte 店長 <ul style="list-style-type: none"> ・ 業種:レストラン・外食事業 ・ 従業員数:100~149人 ・ 国内支店数:1店舗 		 
内容 <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: <ul style="list-style-type: none"> 日本米:とても良く知っている 日本酒:少し知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ <ul style="list-style-type: none"> 日本米:ヘルシー。 日本酒:和食とは良い組み合わせ。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 <ul style="list-style-type: none"> 日本米:今後ヘルシー指向の高まりから玄米への需要が増えるのでは? 日本酒:コメントなし。 		

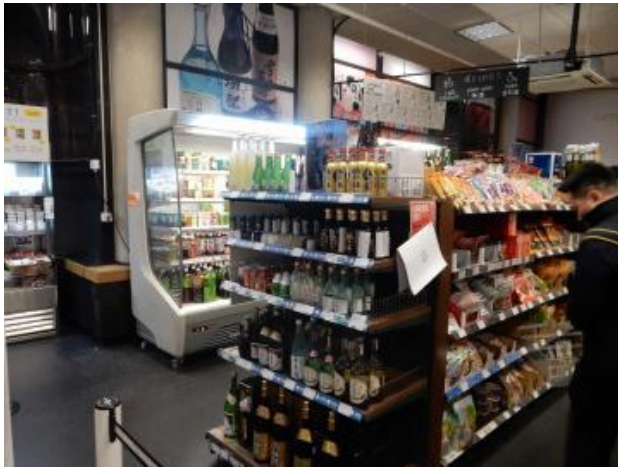
(3) 現地小売店調査

店舗名：JAPAN CENTER

店舗種類：ハイパーマーケット

日本酒価格リスト：

	種類	商品名		価格	内容量(ml)
1.	純米大吟醸	大七／箕輪門		£ 6 9 . 1 0	720
2.	大吟醸	香住鶴		£ 4 6 . 0 0	720
3.	特別純米	浦霞／ひやおろし		£ 3 3 . 5 0	720
4.	本醸造生酒	九州菊		£ 2 8 . 0 0	720




(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：ハンガリー ブタベスト
- 2:実施期間：2015年3月2日
- 3:実施：株式会社C&D

(2-1) 現地流通関係者・飲食店との面談 ①

面談先	会社概要	写真
AZSIA 店長	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業種:輸入食品卸売業 ・ 従業員数:49名以下 ・ 国内支店数:1店舗 	
<p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: 日本米:あまりよく知らない 日本酒:少し知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ 日本米:価格が高い。 日本酒:まだまだハンガリーでは知名度低い。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 日本米:ハンガリーでは高過ぎて売るのが難しい。 日本酒:徐々に販売数量伸びる可能性あり。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本米」「日本酒」を取扱う上での課題 日本米:価格下げてもらいたい。 日本酒:価格下げてもらいたい。 ・ 「日本米」「日本酒」が競合になると思われる商品 日本米:コメントなし。 日本酒:コメントなし。 ・ 「食材」情報収集 インターネット(Webサイトの開設)、納品業者からの提供。 		

(2-2) 現地流通関係者・飲食店との面談 ②

面談先	会社概要	写真
FUJI レストラン オーナー	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業種:レストラン・外食事業 ・ 従業員数:49名以下 ・ 国内支店数:1店舗 	
<p>内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: 日本米:少し知っている 日本酒:とても良く知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ 日本米:価格が高い。ヘルシー、美味しい。 日本酒:ハンガリーには高品質の日本酒が輸入されていない。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 日本米:価格を大幅に下げない限りなかなかハンガリーでは売れない。 日本酒:知名度が上がってきているので今後は需要増期待出来る。 <ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本米」「日本酒」を取扱う上での課題 日本米:コメントなし 日本酒:コメントなし ・ 「日本米」「日本酒」が競合になると思われる商品 日本米:安価なヨーロッパ米。 日本酒:特になし。 ・ 「食材」情報収集 専門誌での雑誌広告、 インターネット(Webサイトの開設) 		

(3) 現地小売店調査

店舗名：AZSIA

店舗種類：ハイパーマーケット

日本酒価格リスト：

	種類		商品名			価格	内容量(ml)
1.	純米		玉乃光			14,500フォリント (6,670円)	500
2.			大関			4,200フォリント (1,932円)	720
3.							
4.							



(1) 実施概要

- 1:実施国・都市名：中国 上海
- 2:実施期間：2015年3月2日
- 3:実施：株式会社C&D

(2-1) 現地流通関係者・飲食店との面談 ①

面談先	会社概要	写真
Lacto Shanghai Co.,Ltd. 貿易部 総経理	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業種: 輸入食品卸売業 ・ 従業員数: 49名以下 ・ 国内支店数: 1店舗 	—
内容		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: 日本米: とても良く知っている 日本酒: とても良く知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ 日本米: 安心、安全、美味しい。 日本酒: 安心、安全、美味しい。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 日本米: 安心、安全故に需要が高まる。 日本酒: 中国人の嗜好に合った商品やデザインのもの売れていく。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本米」「日本酒」を取扱う上での課題 日本米: 関税、価値税が高く、価格が高くなってしまふ。 日本酒: 認知度がまだまだ低い。 ・ 「日本米」「日本酒」が競合になると思われる商品 日本米: 中国米(こしひかり、ひとめぼれ、秋田小町など多数が出ている) 日本酒: 白酒 ・ 「食材」情報収集 インターネット(Webサイトの開設)、 業界向けセミナー・イベントの開催 	

(2-2) 現地流通関係者・飲食店との面談 ②

面談先	会社概要	写真
イトーヨーカードー 管理営業統括本部 統括	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業種: 小売業 ・ 従業員数: 200人以上 ・ 国内支店数: 6店舗 	—
内容		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本米・日本酒認知: 日本米: とても良く知っている 日本酒: とても良く知っている ・ 「日本米」「日本酒」に対するイメージ 日本米: 美味しいが高い。 日本酒: 美味しいが高い。 ・ 「日本米」「日本酒」必要性 日本米: 価格を下げれば徐々に売れるようになる。 日本酒: 今後、増えていくであろう。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「日本米」「日本酒」を取扱う上での課題 日本米・日本酒: 関税等が高いこと、成都是内陸部にあるので輸送期間に北京から1週間以上かかるケースもある。 ・ 「日本米」「日本酒」が競合になると思われる商品 日本米: 中国米。 日本酒: 白酒。 ・ 「食材」情報収集 業界向けセミナー・イベントの開催、 取引先からの情報提供 	

(3) 現地小売店調査

店舗名：伊勢丹

店舗種類：ハイパーマーケット

日本酒価格リスト：

	種類	商品名	価格	内容量(ml)
1.	清酒	白鶴 (山田穂)	7 1 1 元 (14,220円)	720
2.	純米大吟醸	白鹿 (千年寿)	5 5 0 元 (11,000円)	720
3.	純米吟醸	羅生門	3 3 4 元 (6,680円)	720
4.	純米吟醸	五橋	2 7 2 元 (5,440円)	720

