



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
(11/27 ぐるなび上海戦略共有サミット実施イベント)
実施報告書

1.实施概要

1.実施概要

■実施概要

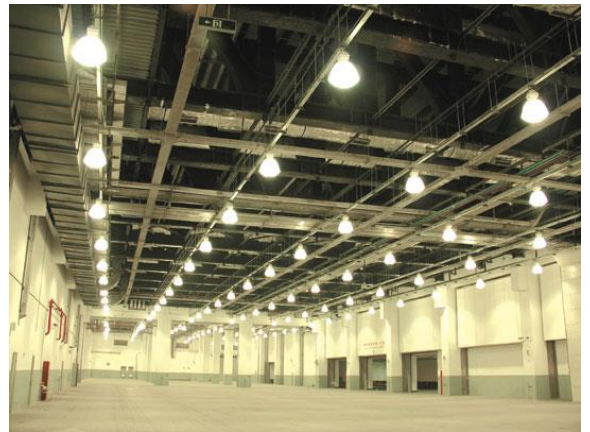
開催名称	ぐるなび上海戦略共有サミット 及び第三回上海国際飲食経営博覧会 全米輸ブース
日程	2016年11月27日（日）
時間	10:30～17:00
場所	世貿商城（Shanghai Mart）1F展示ホール 上海市興義路99号
開催趣旨	創立11周年を迎えるぐるなび上海。 年に一度の日本と中国を繋ぐ「食」のイベント。
来場者	経営者・料理長・購買部・市場部
主催	上海市餐飲料理業協会 ぐるなび上海
協力	在上海日本国総領事館 日本貿易振興機構（JETRO） 超越美食精英会



1. 実施概要：実施会場情報

■会場名：世貿商城（Shanghai Mart）

■住所：世貿商城（Shanghai Mart）1F展示ホール



■会場アクセス：（地铁・出租车）

<地下鉄>

10番線：伊犁路駅4番出口，徒歩15分

2番線：娄山关路駅2番、3番出口，徒歩15分

<タクシー>

虹桥国际机场出发：約30分

浦东国际机场出发：約60分



【住所】：上海市興義路99号 世貿商城

【アクセス】：上海虹桥国際空港から車で約22分

【電話番号】：+86-139-1612-2268

【URL】：<http://www.shanghaimart.jp/>

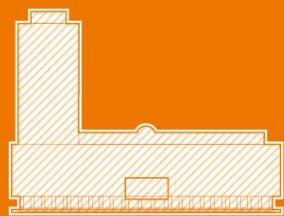


1.実施概要：実施会場情報

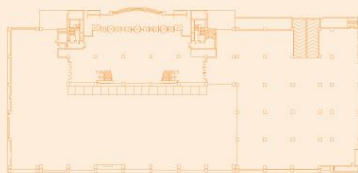
■会場レイアウト

● 楼层分布图

1F
Expo



● 标准层平面图



■ブース番号：C25-C27



■ブース

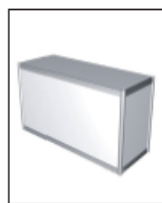
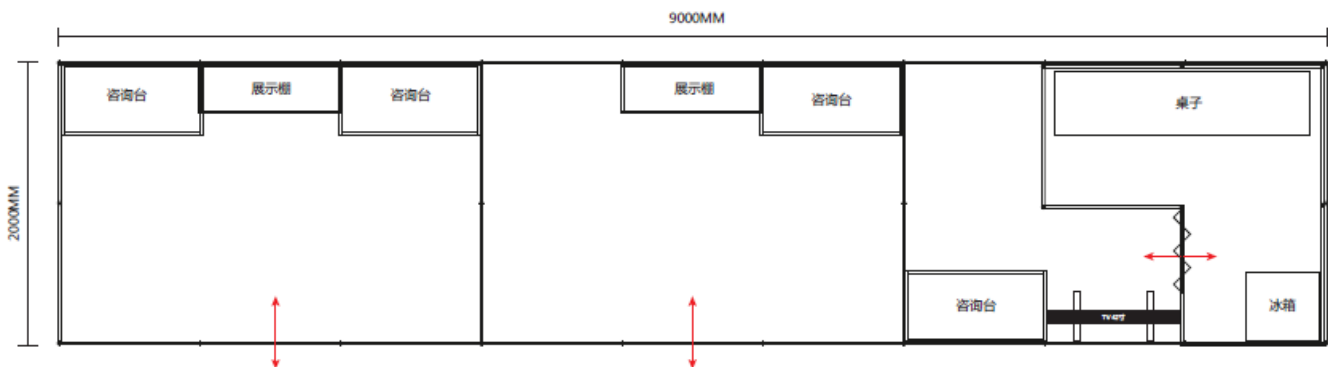
搬入時間：11月26日15:00~17:00

11月27日8:30~

1.実施概要：実施会場情報

■ブースレイアウト

※3ブース出展（1ブースサイズ：2*3m, H: 2.5m）



咨询台*4个
1000 X 500 X 750MM



电视机
42寸



冰箱
520 X 1355 X 479MM



微波炉
529 X 483 X 335MM



电饭煲*2个
250 X 360 X 200MM



展示櫃*2个
1000 X 330MM



IBM桌*1个
1800 X 450MM



基本備品（1ブースにつき）

ブース構築	1个
テーブル	1个
椅子	2个
ブース照明	3个
入場券	50枚

追加備品

台 (W1000×D500)	1个
テーブル (W1800×D450)	1个
展示台	2个

1.実施概要：出展アイテム一覧

■展示一覧

分類	会社名	現地取り扱い製品		イメージ	現地卸先について	展示数量	試食数量	試飲・試食時 必要備品
		日本語名	中国語名			ぐるなび上海	ぐるなび上海	
包装米飯	ウーケ	北アルプスの天然水仕立て ふんわりごはん 富山県産こ しひかり	wooke牌包装米飯		上海：新鮮館全店 舗、高島屋全店舗、 久光百貨店 北京：イトーヨーカ 堂全店舗	3パック	30パック 試食240人 ※1パック=約8人分 1人分25g（飯）	レンジ×1（兼用） 試食用小皿 プラスプーン
	サトウ食品	サトウのごはん ※商品詳細確認中	確認中	 商品確認中	確認中	3パック	17パック 試食136人 ※1パック=約8人分 1人分25g（飯）	レンジ×1（兼用） 試食用小皿 プラスプーン
米	木徳神糧	北海道産ゆめぴりか	北海道産米 夢美利可 （右図参照）		上海：久光百貨、 City Super、上海伊 勢丹、高島屋 ※北京 は扱い予定無し （参考） 蘇州：久光百貨、泉 屋 無錫：マルエツ（リ ンコス）	2袋（4kg分）	3袋（6kg分） ※試食525人分 1人分25g（飯）	炊飯器2台（電通手 配） 軟水（ボルヴィック 等） 試食用小皿 プラスプーン
酒	白鶴	超特撰 白鶴 純米大吟醸 山 田穂 上撰 白鶴 上撰 白鶴 純米にごり酒 さ ゆり	清酒 白鶴 超特選 山田穂 純米 大吟醸 清酒 白鶴 上選 清酒 白鶴 特選 純米造酒 小百 合		日系百貨店、スー パーを中心に多数取 り扱い有	試飲用を展示	山田穂720ml 1×8本 試飲288人分 上撰1800ml 1×5本 試飲450人分 さゆり300ml 1×14本 試飲210人分 ※全て1人分20ml（飯）	透明プラカップ 冷蔵庫（冷凍機能付 き） ワインクーラー×2 水（ワインクーラー に入れる用、溶けた ら順次追加）
米菓	ほんち	[100%国産商品] ・10枚ほんち焼あつさり塩 味 ・28枚ほんち焼あつさり塩 味 ・10枚豆もち黒大豆 （個包装）	10枚 少塩 本吉米餅 28枚 少塩 本吉米餅 10枚 M AM EMO CHI 黒豆		卸業者に任せている ため把握不可	各2パック	28枚ほんち焼き×4パック 10枚ほんち焼き×4パック 試食152人分/1人1枚 10枚もち黒大豆/14パック 試食70人分/1人2枚（1包 装）	
	森白	アーモンドおかき めちゃうまラー油 赤カレーあられ わさびあられ （内容量70g/12個入/個包 装）	杏仁小仙貝 絶賛辣油小仙貝 紅咖喱小仙貝 芥末小仙貝		北京・上海で取扱い はあるが、現地のど こに卸されているか 業者に任せている為 全く把握していな い。（北京では今取 り扱っていないかも しれないとのこと）	各2パック	各6パック 計24パック 試食288人分 1人1個	藤かご×3

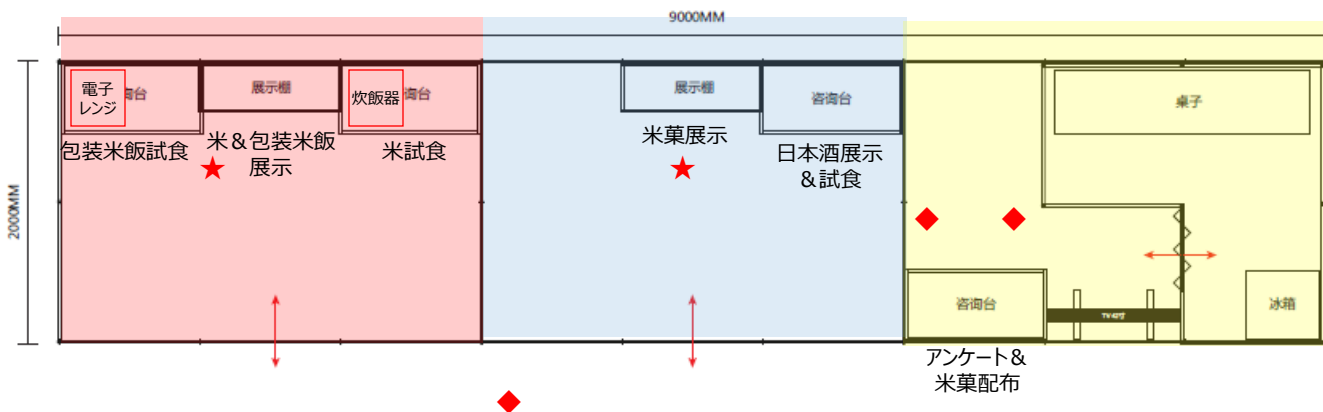
1.実施概要：進行構成

■ブース展開

米コーナー

日本酒米菓コーナー

アンケート



記号	業務担当	人数	業務詳細
★	米試食対応	2名	米・包装米飯の展示・試食、日本酒の展示・試飲、米菓の展示の管理
◆	アンケート要員	3P/4名	アンケートご協力のお声かけと回収業務

1.実施概要：備品リスト

展示リスト

展示物	中国名	数量	備考
北海道産ゆめぴりか	北海道産米 夢美利可	2袋	2kgのもの
北アルプスの天然水仕立て ふんわりごはん 富山県産 こしひかり	wooke牌包装米飯	3	
サトウのごはん	※確認中	3	
超特撰 白鶴 純米大吟醸 山田穂720ml	清酒 白鶴 超特選 山田穂 純米大吟醸		※試飲用を使用
上撰 白鶴1800ml	清酒 白鶴 上選		※試飲用を使用
上撰 白鶴 純米にごり酒 さゆり300ml	清酒 白鶴 特選 純米浊酒 小百合		※試飲用を使用
10枚ぼんち焼あっさり塩味	-	2	
28枚ぼんち焼あっさり塩味	-	2	
10枚豆もち黒大豆	-	2	
アーモンドおかき	杏仁小仙貝	2	
めちゃうまラー油	絶賛辣油小仙貝	2	
赤カレーあられ	紅咖喱小仙貝	2	
わさびあられ	芥末小仙貝	2	

試食リスト

試食物	中国名	数量	備考
北海道産ゆめぴりか	北海道産米 夢美利可	3	2kgのもの
北アルプスの天然水仕立て ふんわりごはん 富山県産 こしひかり	wooke牌包装米飯	30	
サトウのごはん	※確認中	17	
超特撰 白鶴 純米大吟醸 山田穂720ml	清酒 白鶴 超特選 山田穂 純米大吟醸	720ml×8本	
上撰 白鶴1800ml	清酒 白鶴 上選	1800ml×5本	
上撰 白鶴 純米にごり酒 さゆり300ml	清酒 白鶴 特選 純米浊酒 小百合	300ml×4本	
10枚ぼんち焼あっさり塩味	-	2	※アンケート後配布用
28枚ぼんち焼あっさり塩味	-	3	※アンケート後配布用
10枚豆もち黒大豆	-	10	※アンケート後配布用
アーモンドおかき	杏仁小仙貝	20	※アンケート後配布用
めちゃうまラー油	絶賛辣油小仙貝	20	※アンケート後配布用
赤カレーあられ	紅咖喱小仙貝	20	※アンケート後配布用
わさびあられ	芥末小仙貝	20	※アンケート後配布用

2.制作物

2.制作物

■ 日本酒とは紹介パネル (A3タテ) 1枚制作

Japanese Sake

J-R-E
全米酒
JAPAN RICE AND MALT INDUSTRY
EXPORT PROMOTION CENTER

日本米酒是由大米釀造而成。

是日本烹調傳統的一個組成部分。

從釀製到運往酒舖每一滴都寫著我們對優質飲品的理解。這是一個需要兩到三個月之久、需要大量實力的過程。其成功與否的步數是不斷從工廠生產的港口往世界各地運往另一個國家。杜松酒類及威士忌酒類因其免費添加材料、且其管理整個生產過程。

由於日本米酒大多數產於冬季，整個一年的消費量，人們可以品嚐到每一批於不同季節釀成的米酒。而且隨著一年到次年中的春季，都會有新釀的日本米酒上市。在夏季的幾個月乃至整個夏季，米酒釀成法典，味道變得更加醇厚。米酒口味的這些變化成為其魅力的一部分，且其與日本料理文化的結合是它不斷變化的核心聯繫。

隨著其廣泛的歷史和口味，日本米酒不僅可以釀製日本料理，也可以釀製世界上的其他菜系。隨著其歷史和風味在國外持續增長，越來越多人開始對日本許多釀造地區的獨特風味和特色產生興趣。

日本米酒的優點

在世界各地各種各樣的酒中，傳統日本米酒有100多個品種，而所有這些都賦予了酒類之外都含有豐富成分。含有維他命、氨基酸和維生素。其成分有助於增強信心、心臟或腸胃健康。有據說這種釀造飲用日本米酒能顯著促進消化系統，並使其作用於人體的不平衡部分。

THIS IS JAPAN QUALITY
日本のおいしい酒。

■ 日本酒種類紹介パネル (A3タテ) 1枚制作

Type of Sake

J-R-E
全米酒
JAPAN RICE AND MALT INDUSTRY
EXPORT PROMOTION CENTER

其美「良好的加熱或冷卻特性」，相比於世界上的其他酒類，日本米酒可以說是一種不同尋常的。日本米酒的溫度範圍在5°C至55°C，以其他酒類和威士忌。日本米酒是在日本的深海中產生的。從冬季到夏季，再從夏季一直延續到秋季。日本米酒是由日本獨特氣候形成的一種飲品。人們將它釀成日本米酒的原因在於其日本人民智覺的产物。

Ginjo 吟醸

由精製的糙米（最少50%的外層）製成。米酒和水。這使用這些材料與過濾。而釀造而成。其具有獨特的風味、良好的顏色和光澤。

Daiginjo 大吟醸

大吟釀是山田錦和純米山田錦。這使用這些材料以最少50%的外層的大米。米酒和水。這使用這些材料與過濾。而釀造而成。其具有獨特的風味、良好的顏色和光澤。

Junmai 純米

純米酒由大米、米酒和水製成。具有其自己的風味、顏色和光澤。這和它的名字一樣。這和它的原料只有大米。

Junmai daiginjo 純米大吟醸

它是一種由精製的糙米製成。由最少50%的外層的大米。米酒和水製成。具有一種與眾不同的香氣、顏色和光澤。

Fukubetsu junmai 特別純米

特別純米酒。這和它的。它具有獨特的香氣、顏色和光澤。製作方法與純米酒不同。釀造在50%或更多的精米。這是一種獨特的優良產品。

Honjozo 本醸造

本釀造酒是一種由最少50%或更多的大米。米酒和水製成。具有其自己的香氣、顏色和光澤。

Koshu 古酒

古酒是一種由自來水製成。純日本米酒。可以對它進行釀造和進行釀造。

THIS IS JAPAN QUALITY
日本のおいしい酒。

■ 日本産米紹介パネル (A3タテ) 1枚制作

Japanese rice

J-R-E
全米酒
JAPAN RICE AND MALT INDUSTRY
EXPORT PROMOTION CENTER

日本产大米绝美味道背后的原因

日本产大米，非常广泛和多样。日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。其成功与日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。其成功与日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。

大米是每餐的核心

日本属于东亚稻米文化。它以其独特的风味而闻名。另一方面，日本的米酒以其独特的一种品质而闻名。其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。其成功与日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。

大米精制技术

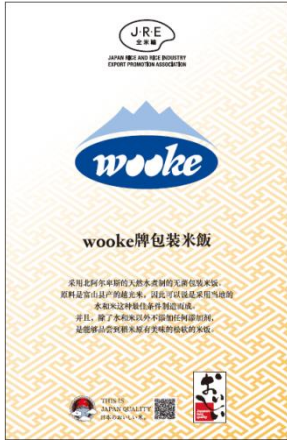
日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。其成功与日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。其成功与日本产大米，其独特的风味，并是米酒的重要组成部分。

THIS IS JAPAN QUALITY
日本のおいしい米。

2.制作物

■日本産米・日本酒・日本産米菓キャプション (W130mm×H200mm) ※各1枚制作

・株式会社ウーケ



・木徳神糧株式会社



・森白製菓株式会社



・ほんち株式会社



・白鶴酒造株式会社



3.実施記録

3.実施記録：実績詳細

■実績詳細						
実施日	実施回	開始時間	全体来場	ブース来場	アンケート回収数	備考
11/27(日)	1	10:30~	TBD	230人	49枚	日本酒試飲・パックご飯試食
11/27(日)	2	12:30~			52枚	日本酒試飲・パックご飯試食
11/27(日)	3	14:30~		110人	32枚	日本酒試飲・パックご飯試食
11/27(日)	4	16:30~			4枚	日本酒試飲・パックご飯試食
合計			—	340人	137枚	
■計画数・実績数比較						
数 値 目 標	● アンケート数		100 枚×		1 日 =計 100 枚	
	● その他					
↓						
実 績 数	● アンケート数		合計 137枚 枚			
	● その他					

3.実施記録：記録写真



会場風景



会場センターステージ



ブース全景



日本産米試食コーナー



日本産パックご飯試食エリア



日本酒試飲エリア

3.実施記録：記録写真



日本産米現物・製品展示



米菓製品展示



センターステージに掲載される全米輸バナー



通常展開時の様子



パックご飯のパッケージを撮影する来場者



試飲後にアンケートを記入する来場者

4.アンケート結果－イベント来場者

4.アンケート結果－イベント来場者

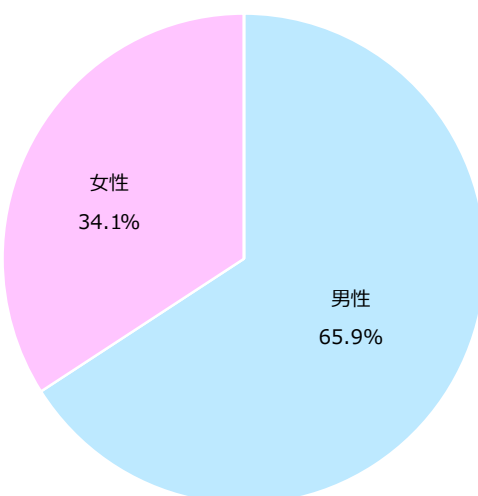
- イベント参加者(うちアンケート回答者)は、男性が65.9%、女性が34.1%。年齢は30代が最も多く46.5%、次いで20代が21.7%、40代が18.6%と続く。回答者の仕事内容は、レストランが42.6%と最も多い。(SC1,SC2,SC3)
- 日本食レストランの利用頻度について1ヵ月1回以上利用する人が86.8%、日本産食材の利用頻度については1ヵ月1回以上利用する人が79.8%となっている(Q1①,②)。家庭内での日本食メニュー調理頻度については1ヵ月1回以上が62.7%であり(Q1③)、日常生活への浸透が伺える。
- 日本産コメ・コメ加工品について、認知度と飲食経験ともに高く、それぞれ98.4%が認知・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87.6%(Q4①)、【日本産の日本酒】で57.4%(Q4②)、【日本産の米菓】で41.9%(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83.7%(Q5①)、【日本産の日本酒】で56.6%(Q5②)、【日本産の米菓】で44.2%(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87.6%(Q7①)で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が58.1%(Q7②)、【日本産の米菓】が41.9%(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)については、【日本産のコメ】と回答した人が80.7%(Q8①)で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が55.0%(Q8②)、【日本産の米菓】が41.9%(Q8③)と続く。
- 今後の販売拡大にあたって、「値頃感」(31.0%)と「入手できる店の拡大」(24.8%)、「認知度の向上」(21.7%)等に関する施策が望まれている。(Q6)
- 試食/試飲品のうち、実際に試されたものとして、「北海道産 ゆめぴりか」が55.0%と最も多く、「ウーケ 包装米飯」が33.3%、「日本酒 白鶴 特撰純米にごり酒 さゆり」が22.5%、「サトウ食品 包装米飯」と「日本酒 白鶴 上撰」がそれぞれ18.6%、「日本酒 白鶴 超特撰 山田穂 純米大吟醸」が17.8%と続いている。また、試食品の商品評価として、「北海道産 ゆめぴりか」が83.1%、「ウーケ 包装米飯」が72.1%、「サトウ食品 包装米飯」が83.3%となり、試食された商品の中では「サトウ食品 包装米飯」の評価が最も高い結果となった。試飲品の商品評価としては、「日本酒 白鶴 上撰」が83.3%、「日本酒 白鶴 特撰純米にごり酒 さゆり」が69.0%、「日本酒 白鶴 超特撰 山田穂 純米大吟醸」が78.3%となり、試飲された商品の中では「日本酒 白鶴 上撰」の評価が最も高い結果となった。(Q3)

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

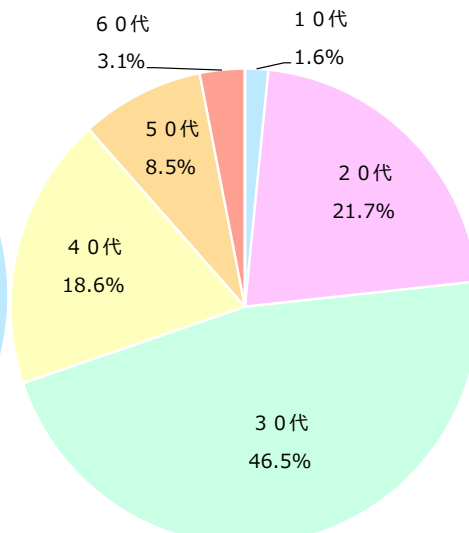
SC2.あなたの年代をお聞かせください。

SC3.お仕事内容をお聞かせください。

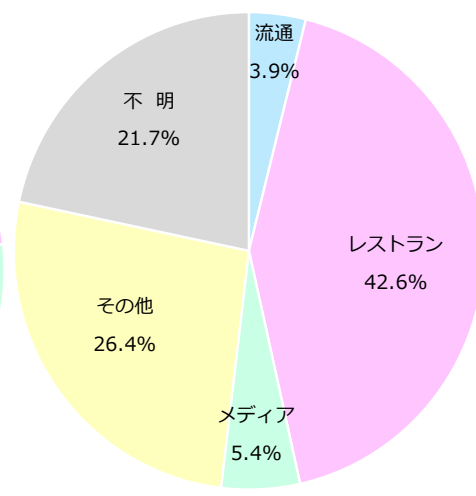
SC1.性別 N=129



SC2.年代 N=129



SC3.仕事内容 N=129



4. アンケート結果 – イベント来場者

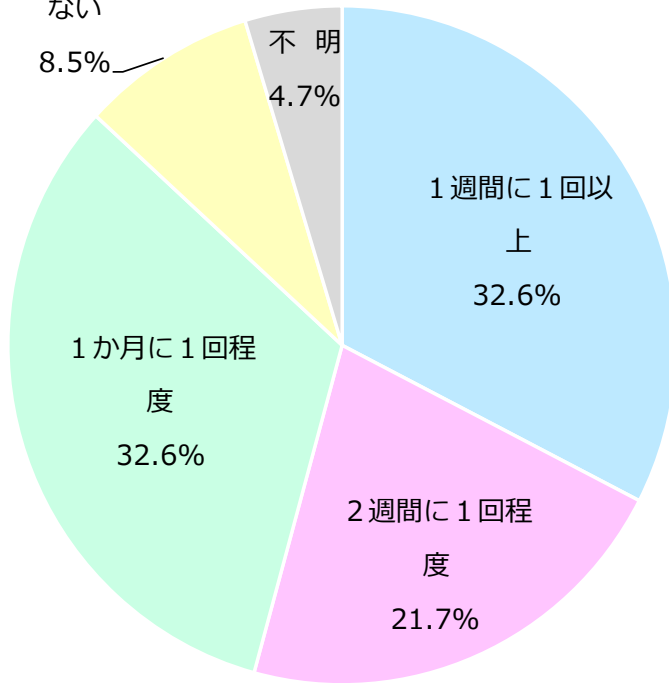
Q1. あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材を利用されていますか。

また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

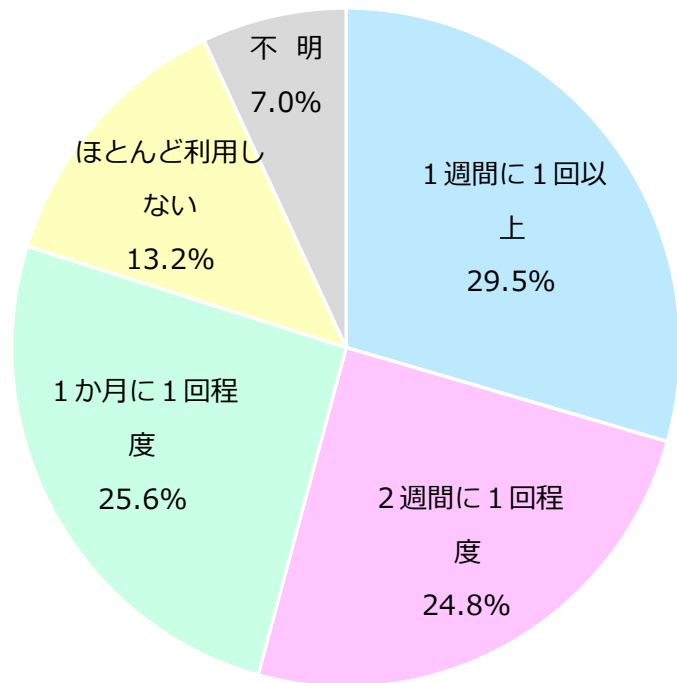
① 日本食レストランの利用頻度 N=129

ほとんど利用し

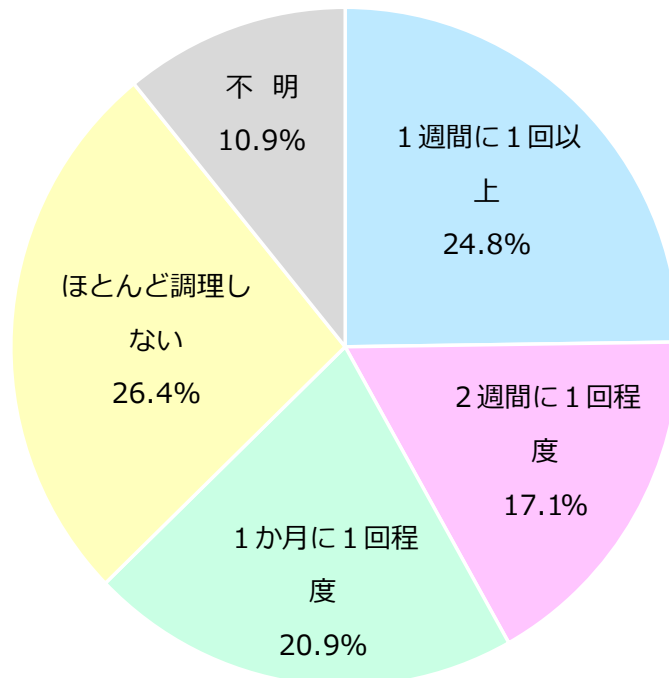
ない



② 日本産食材の利用頻度 N=129



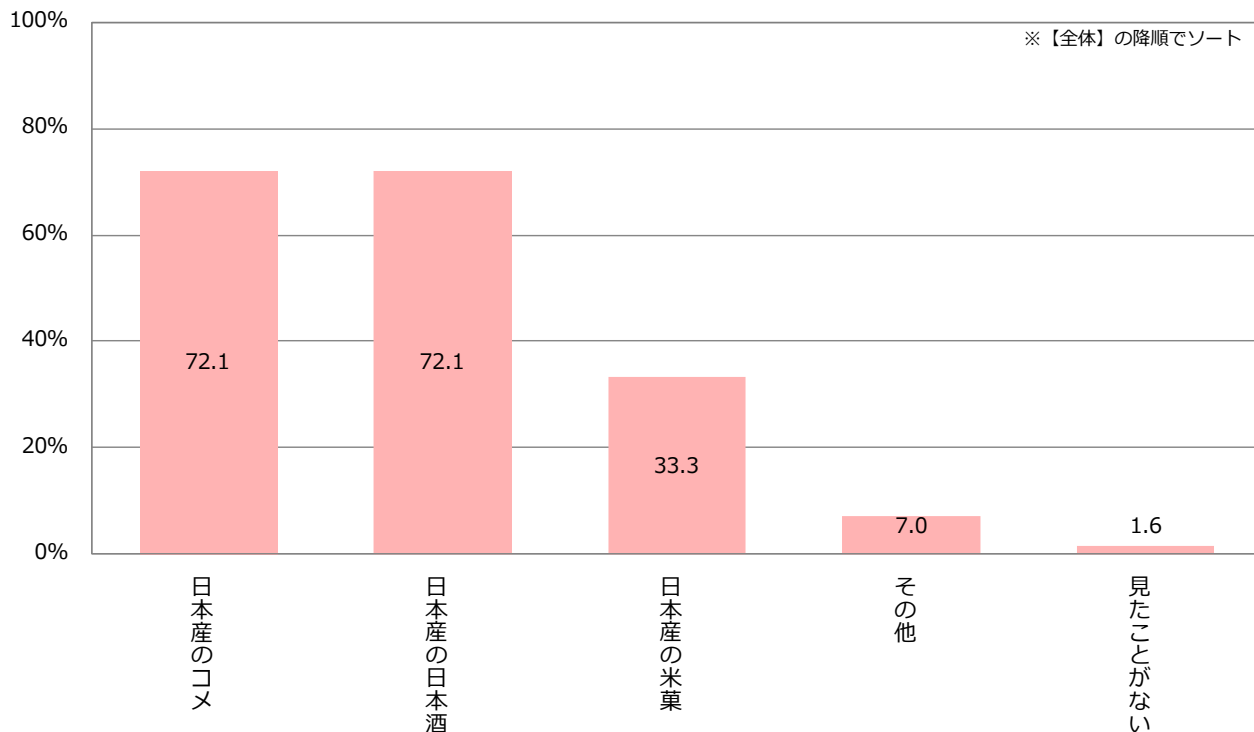
③ ご家庭での日本食メニューの調理頻度 N=129



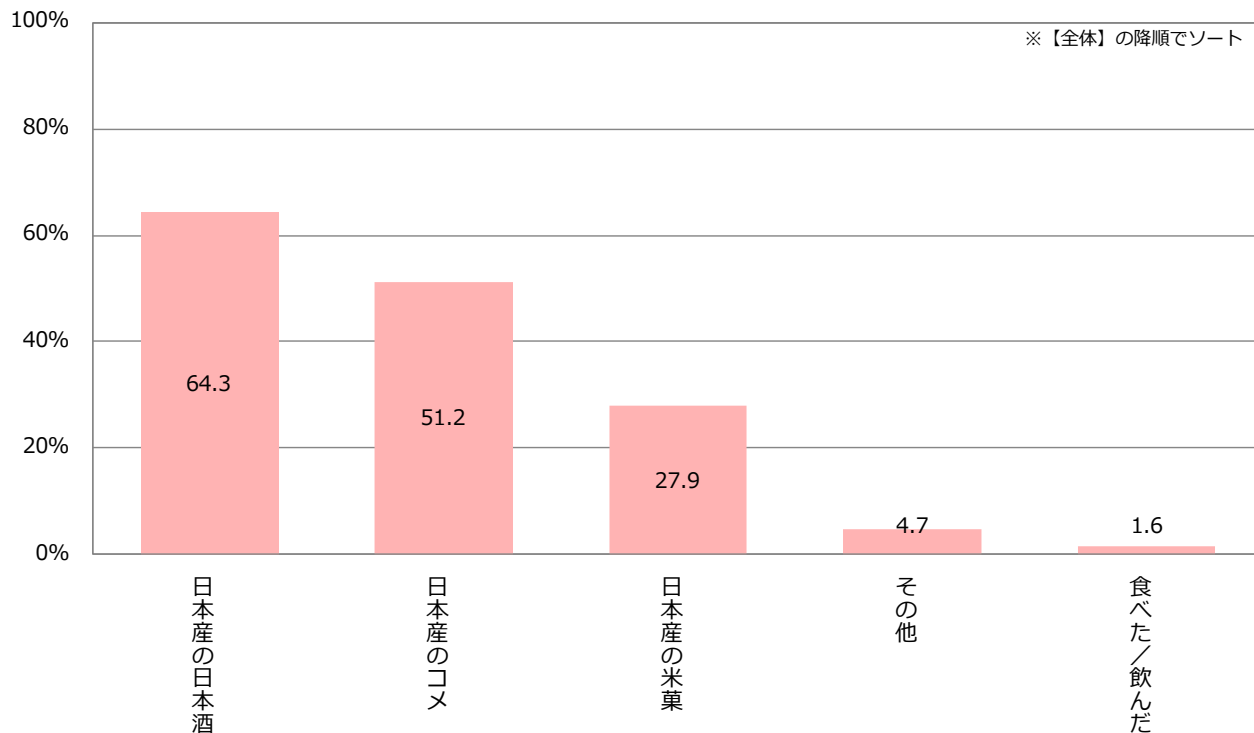
4.アンケート結果－イベント来場者

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=129



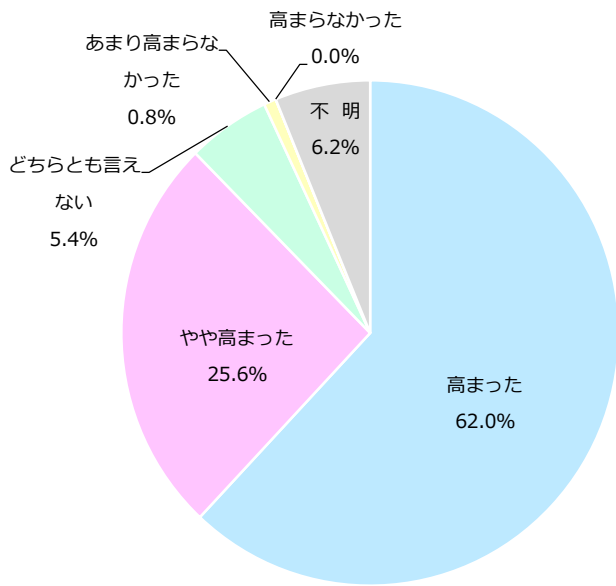
②日本産のコメ・コメ加工品で食べた／飲んだことがあるもの N=129



4.アンケート結果－イベント来場者

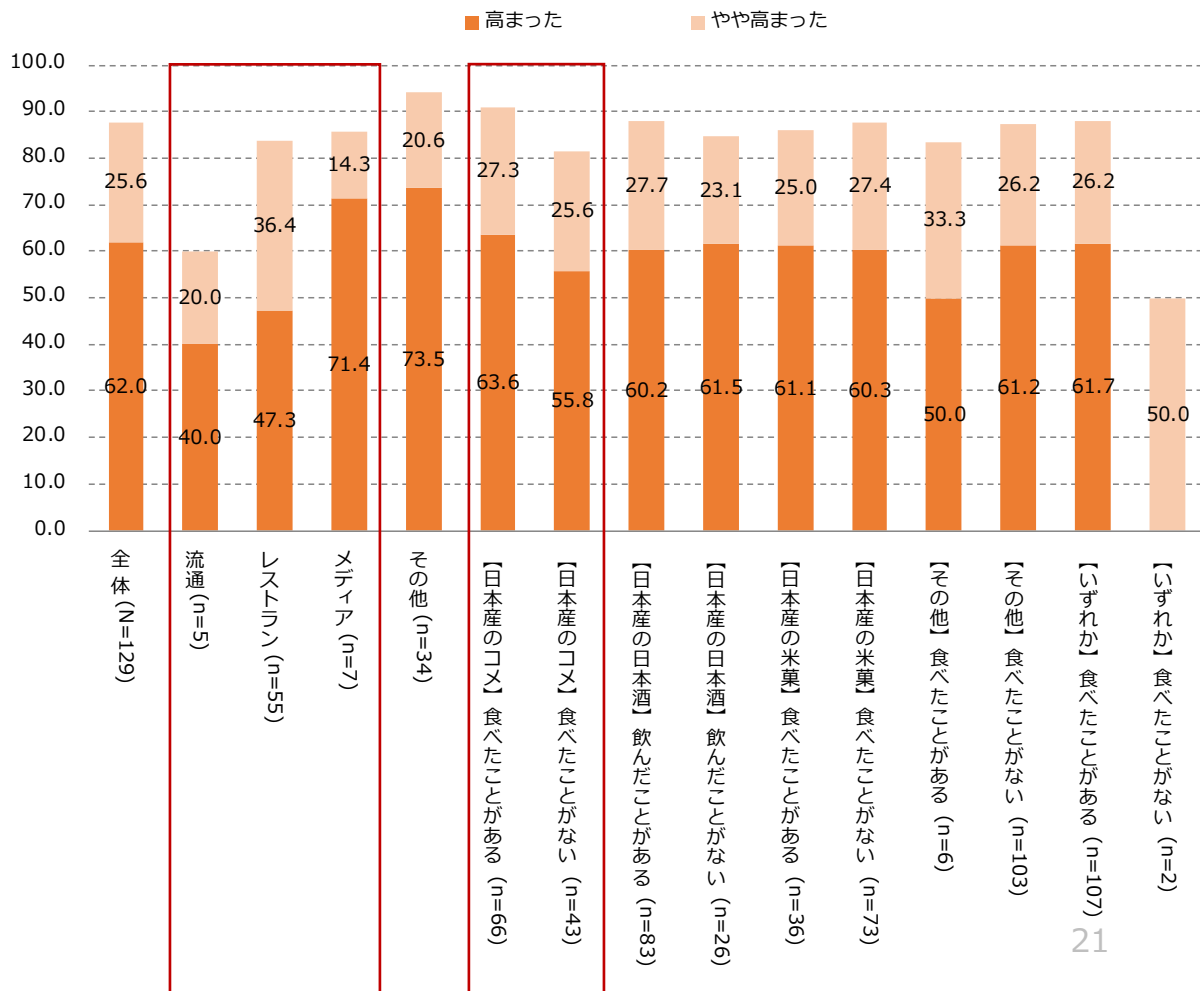
Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。

①日本産のコメへの興味関心 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

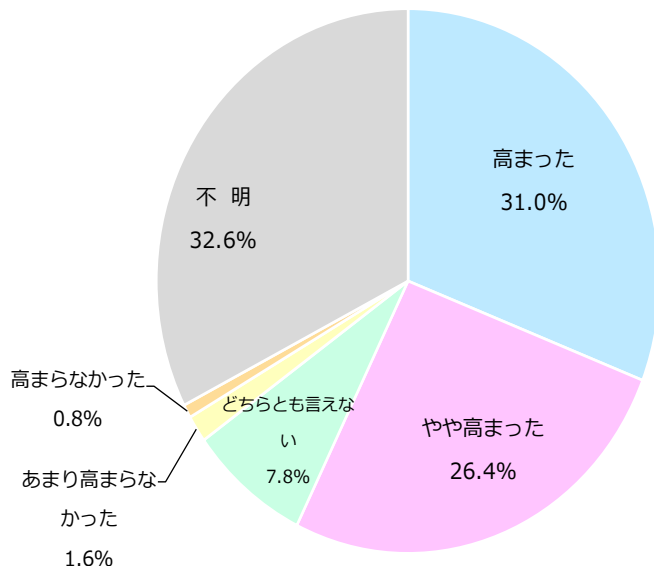
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、8割以上がコメへの興味が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

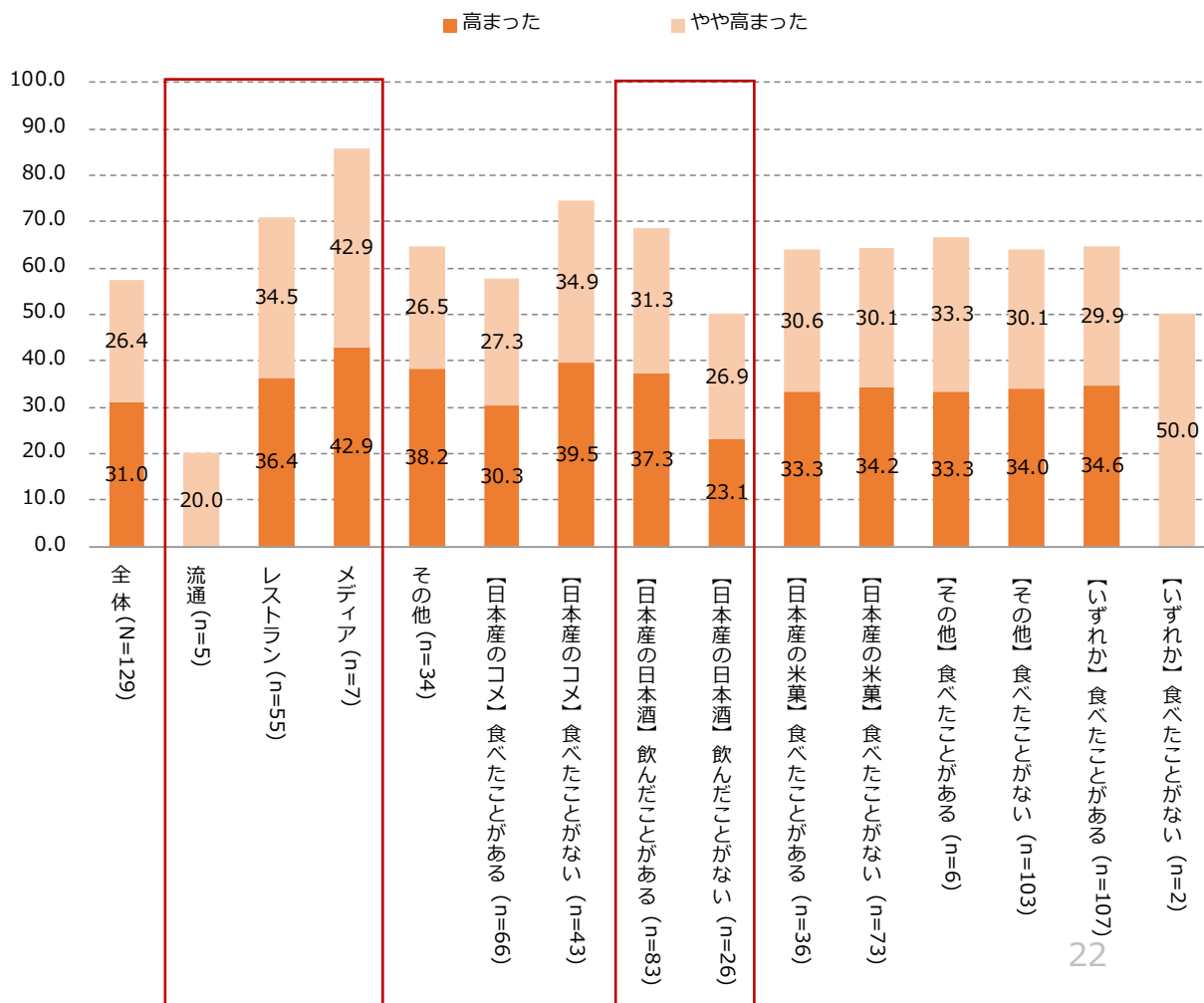
Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。

②日本産の日本酒への興味関心 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

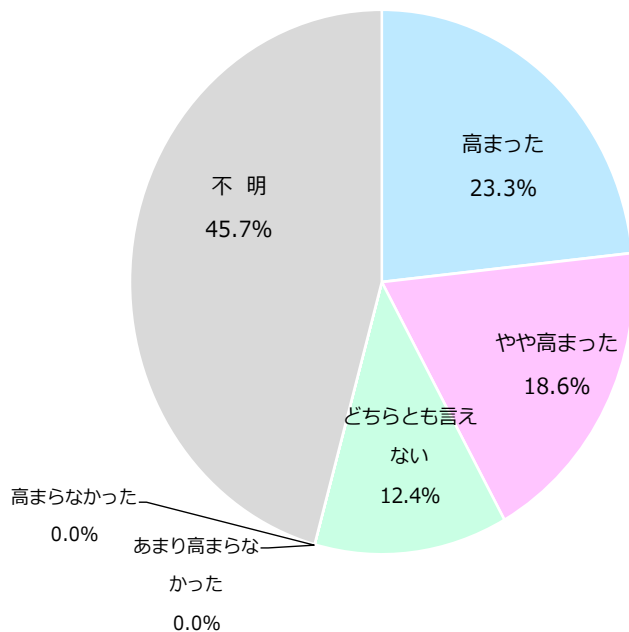
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割が日本酒への興味が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

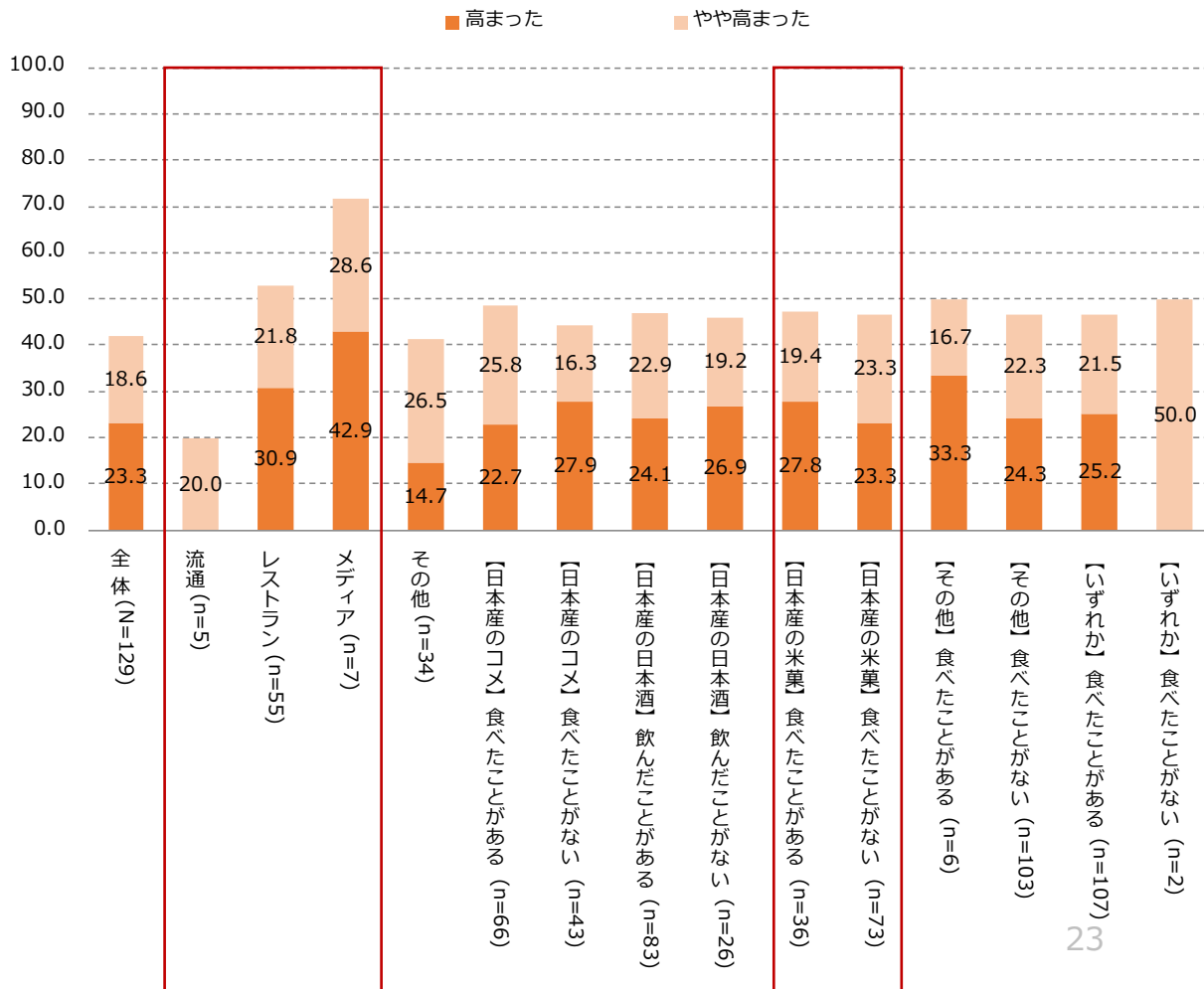
Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。

③日本産の米菓への興味関心 N=129



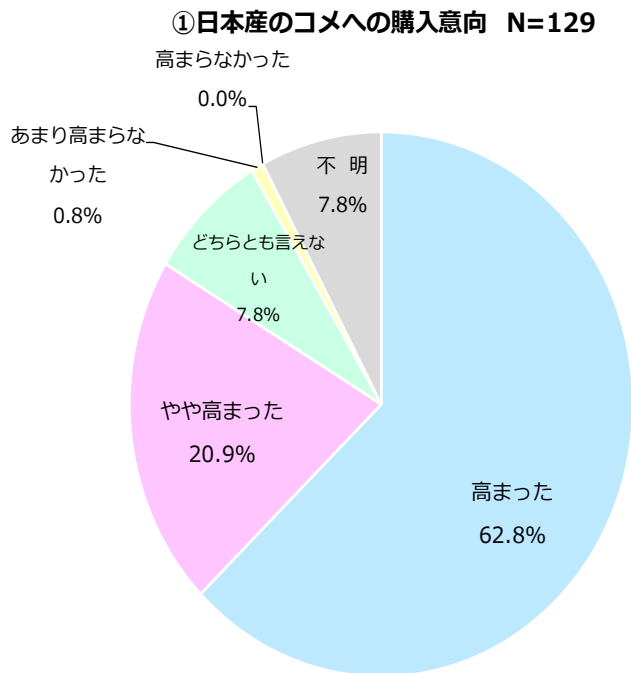
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約5割が米菓への興味が高まったと回答。



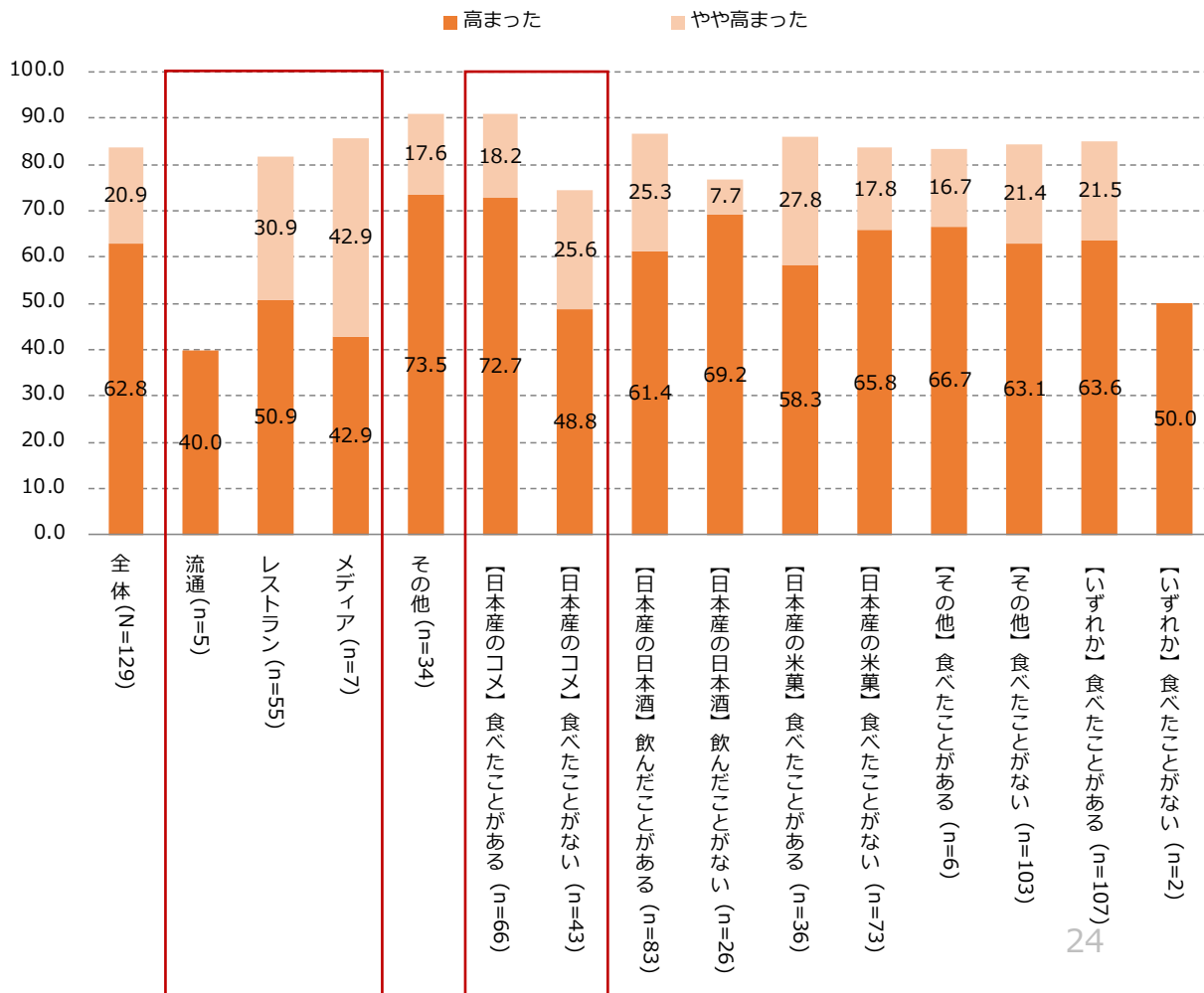
4.アンケート結果－イベント来場者

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。



※n数が少ないため、一部参考値

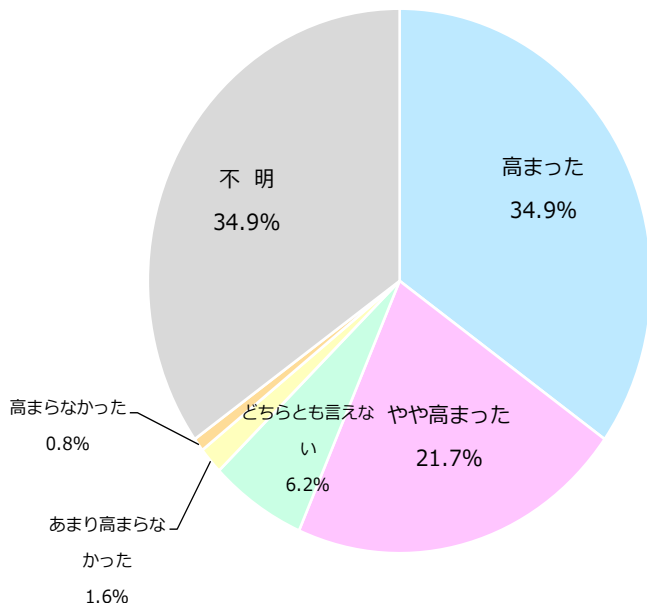
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、7割以上がコメへの購入意向が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

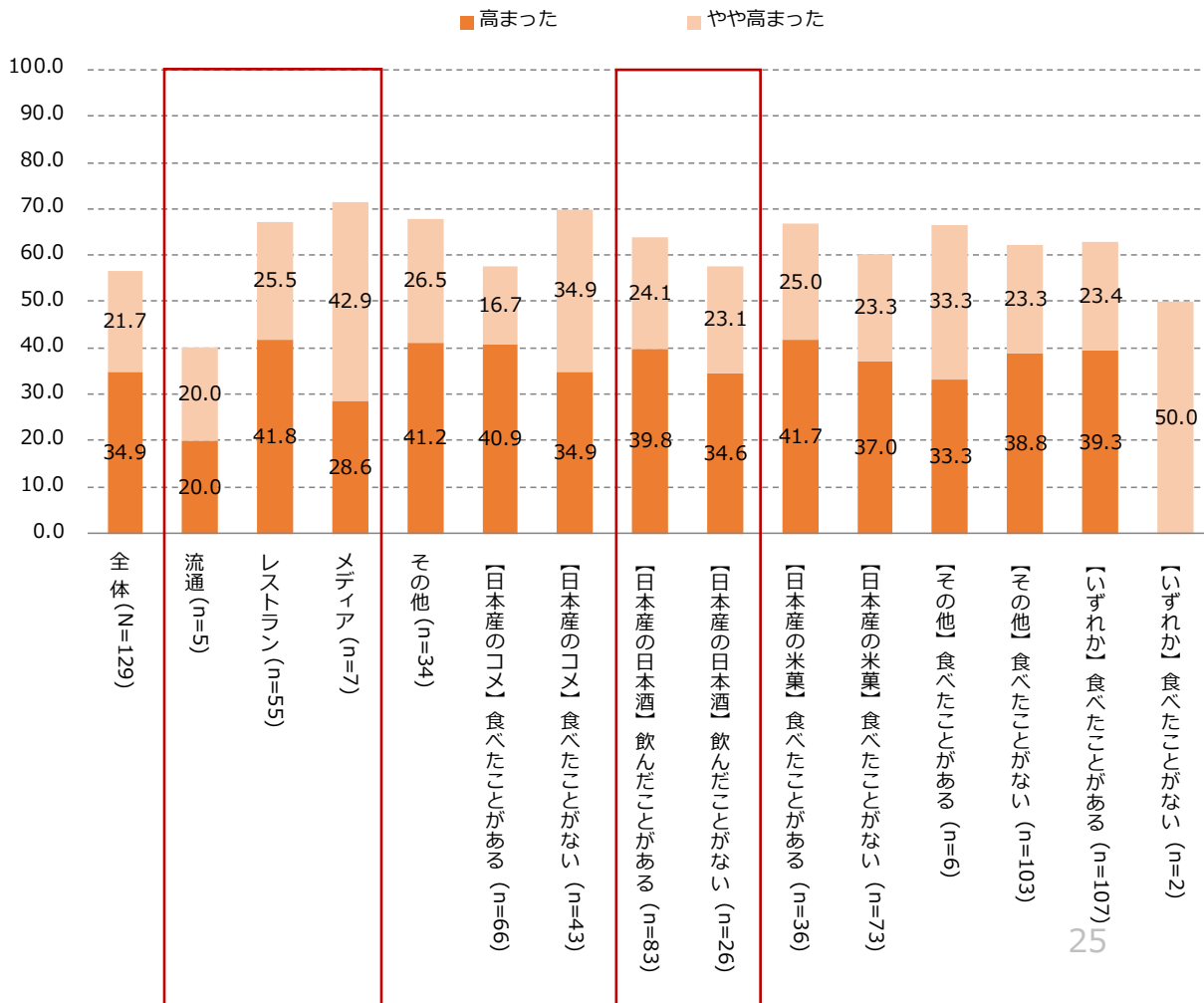
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への購入意向が高まりましたか。

②日本産の日本酒への購入意向 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

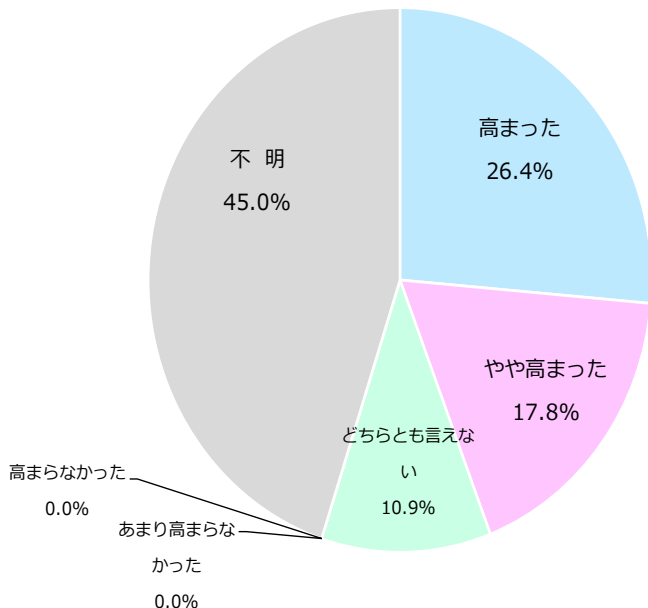
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約6割が日本酒への購入意向が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

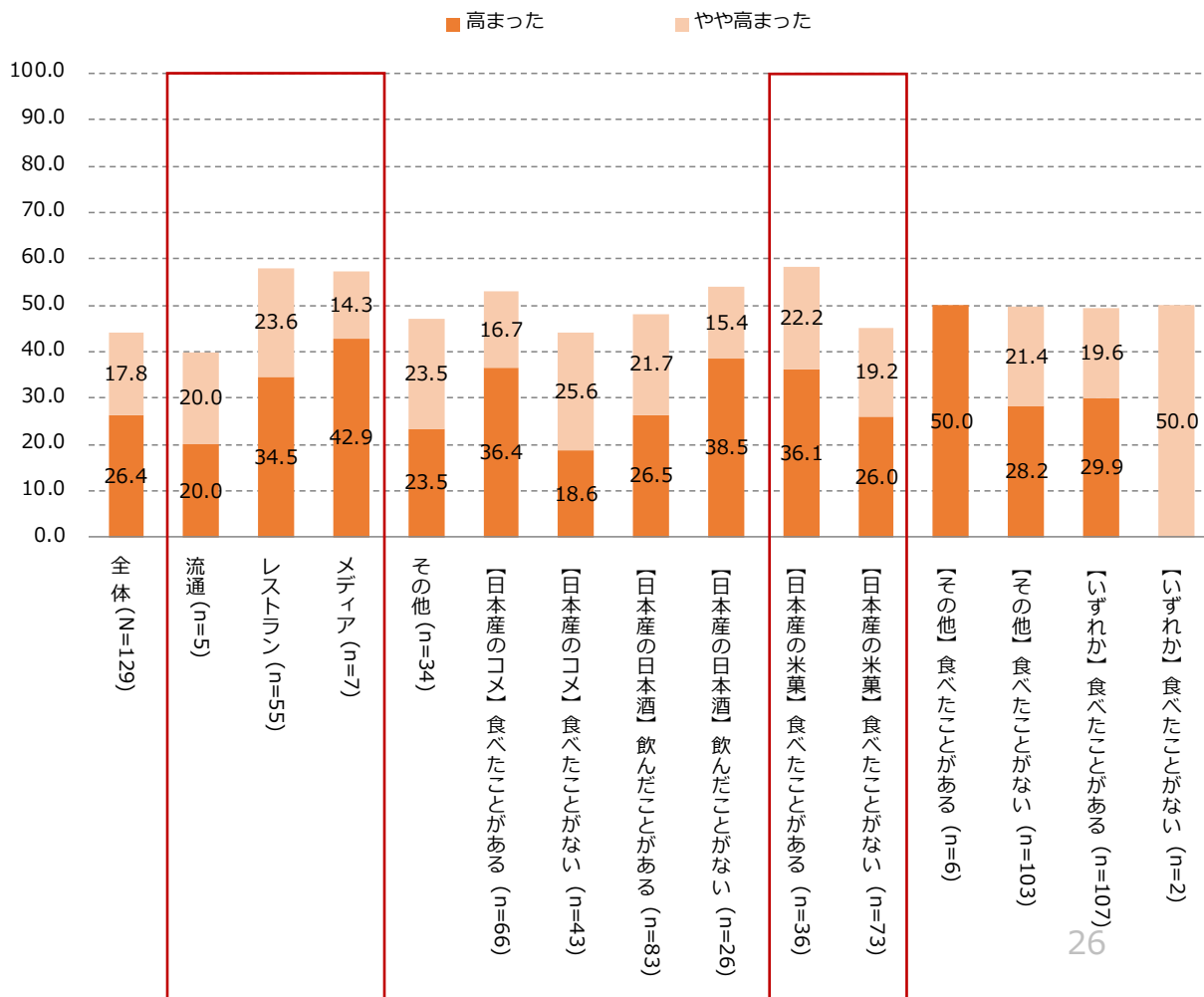
Q5.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への購入意向が高まりましたか。

③日本産の米菓への購入意向 N=129



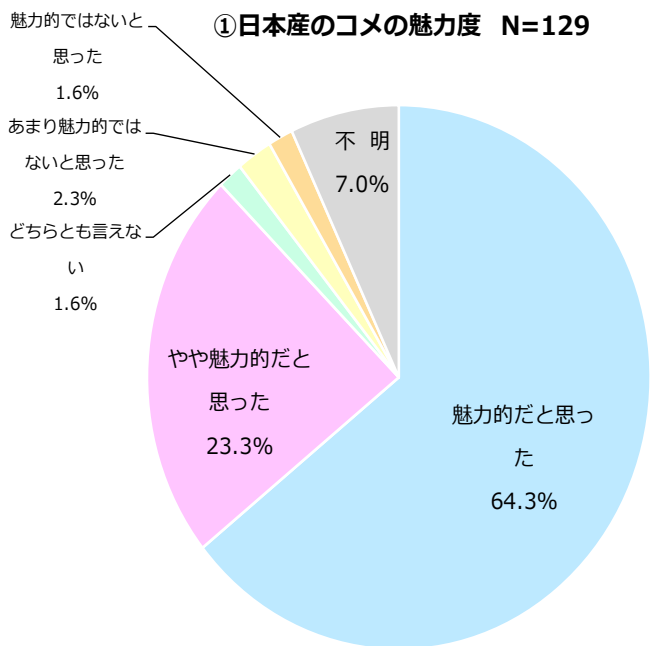
※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」「メディア」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「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。



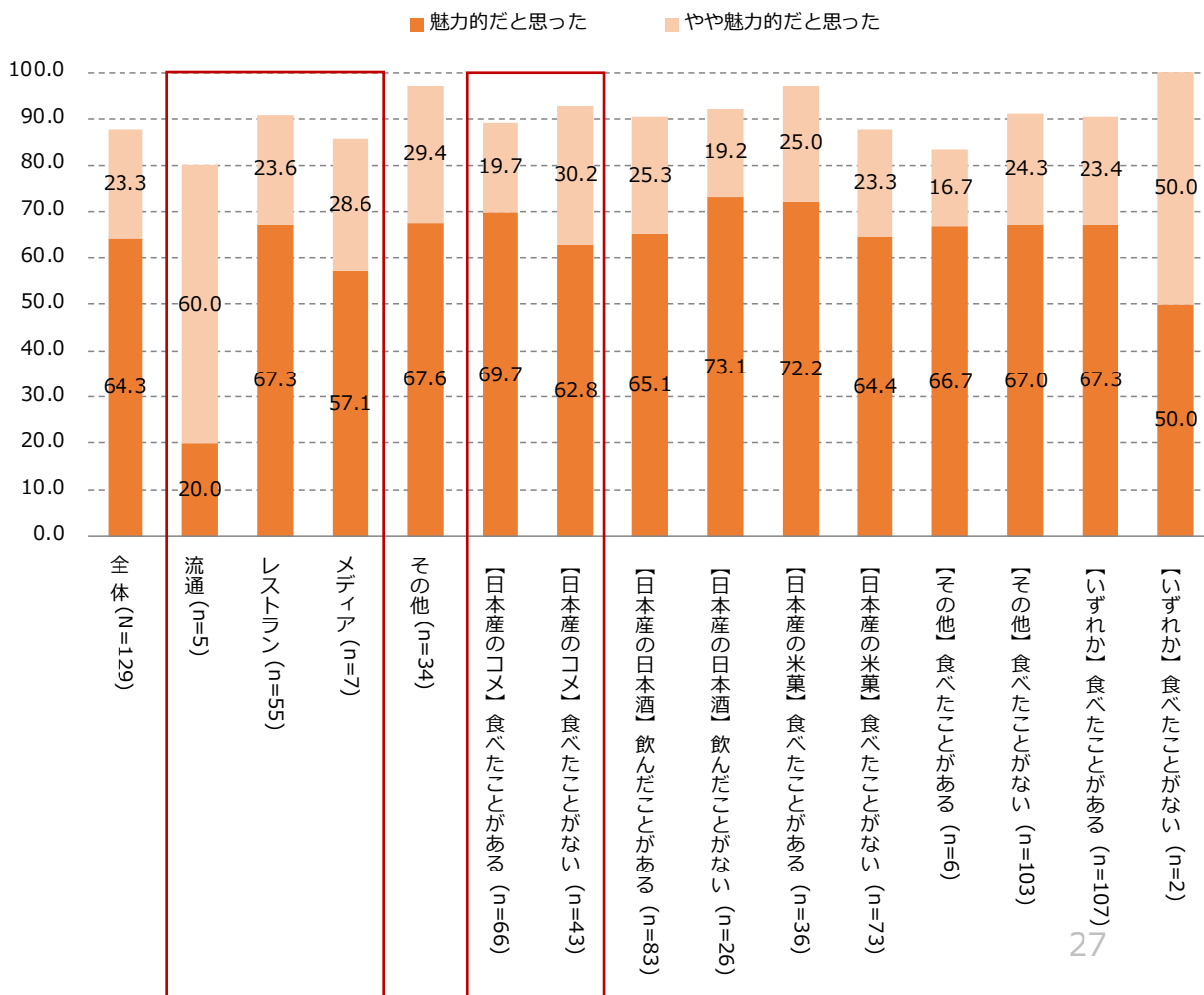
4.アンケート結果－イベント来場者

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。



※n数が少ないため、一部参考値

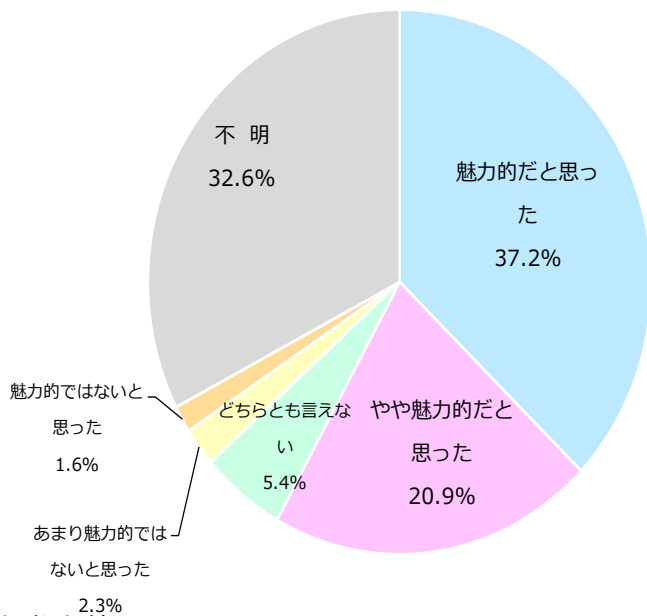
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、9割以上がコメへの魅力が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

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。

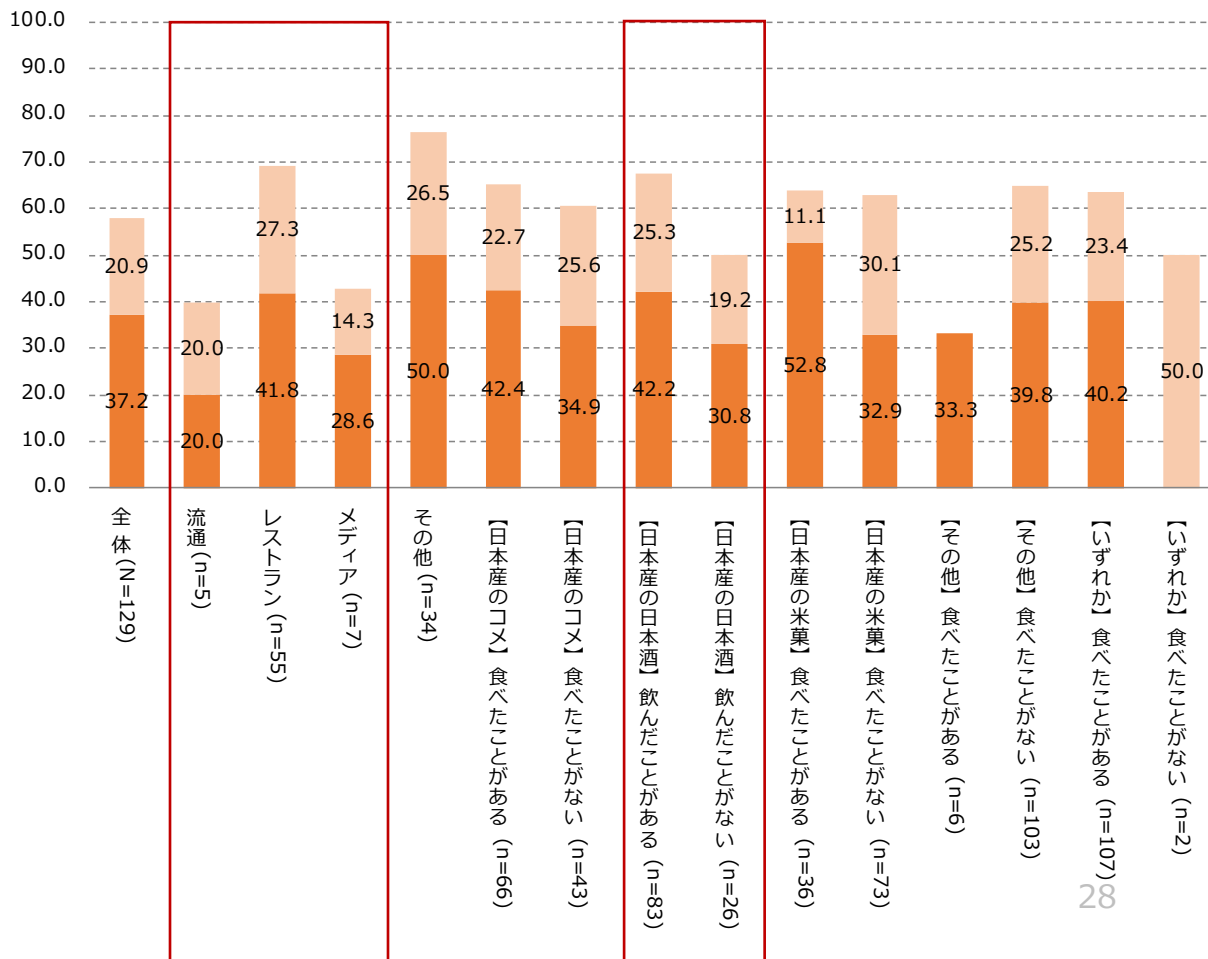
②日本産の日本酒の魅力度 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

- ・業種別に見ると、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」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割が日本酒への魅力が高まったと回答。

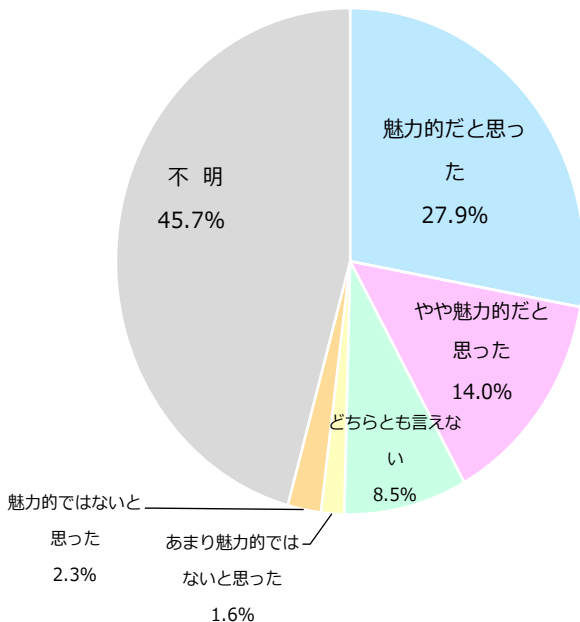
■ 魅力的だと思った ■ やや魅力的だと思った



4.アンケート結果－イベント来場者

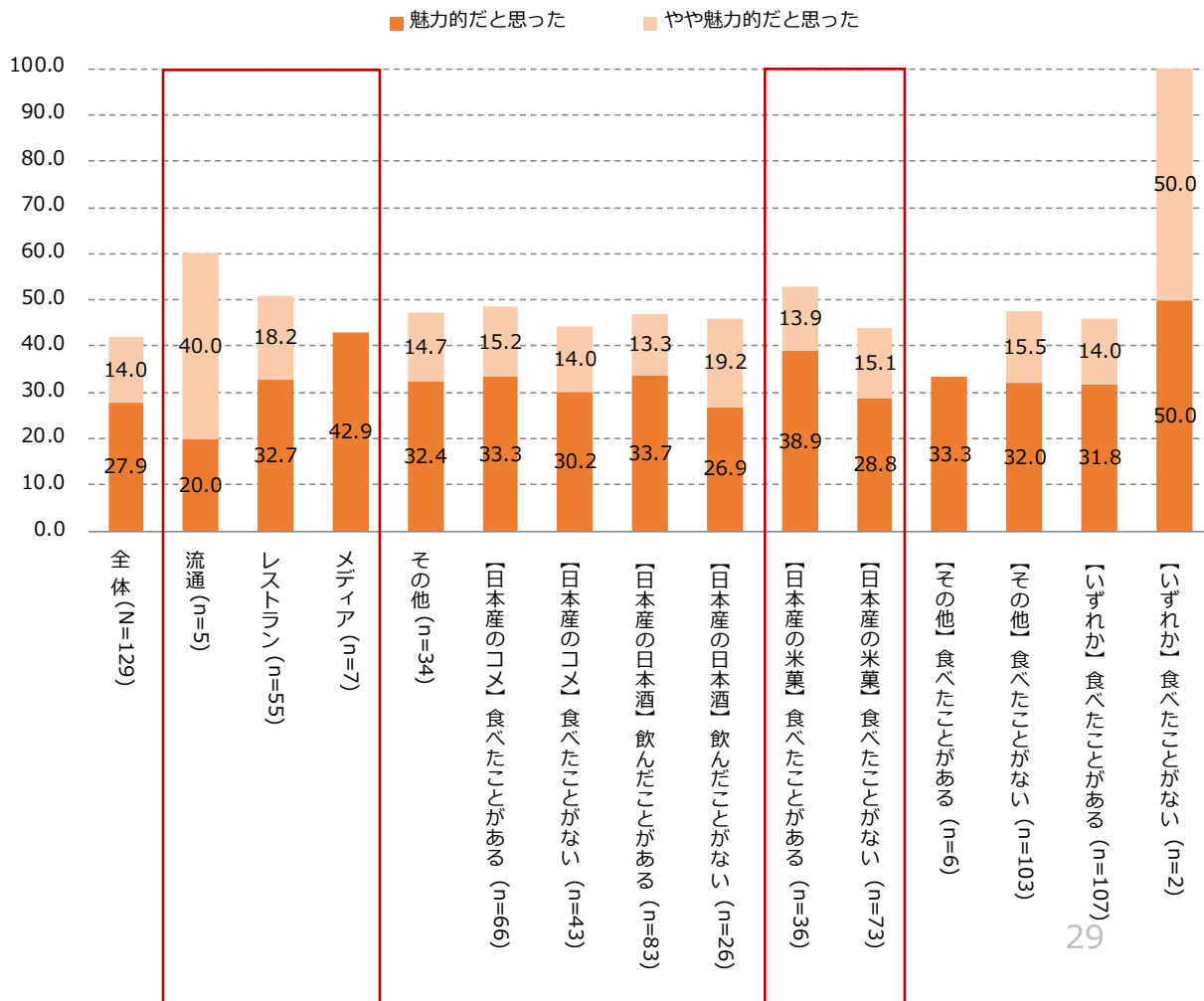
Q7.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品があなたの事業にとって魅力的な食材だと思いましたか。

③日本産の米菓の魅力度 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

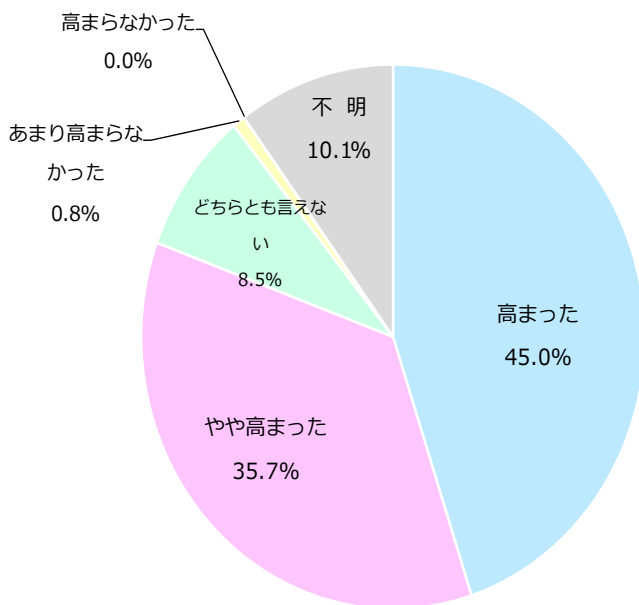
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、4割以上が米菓への魅力が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

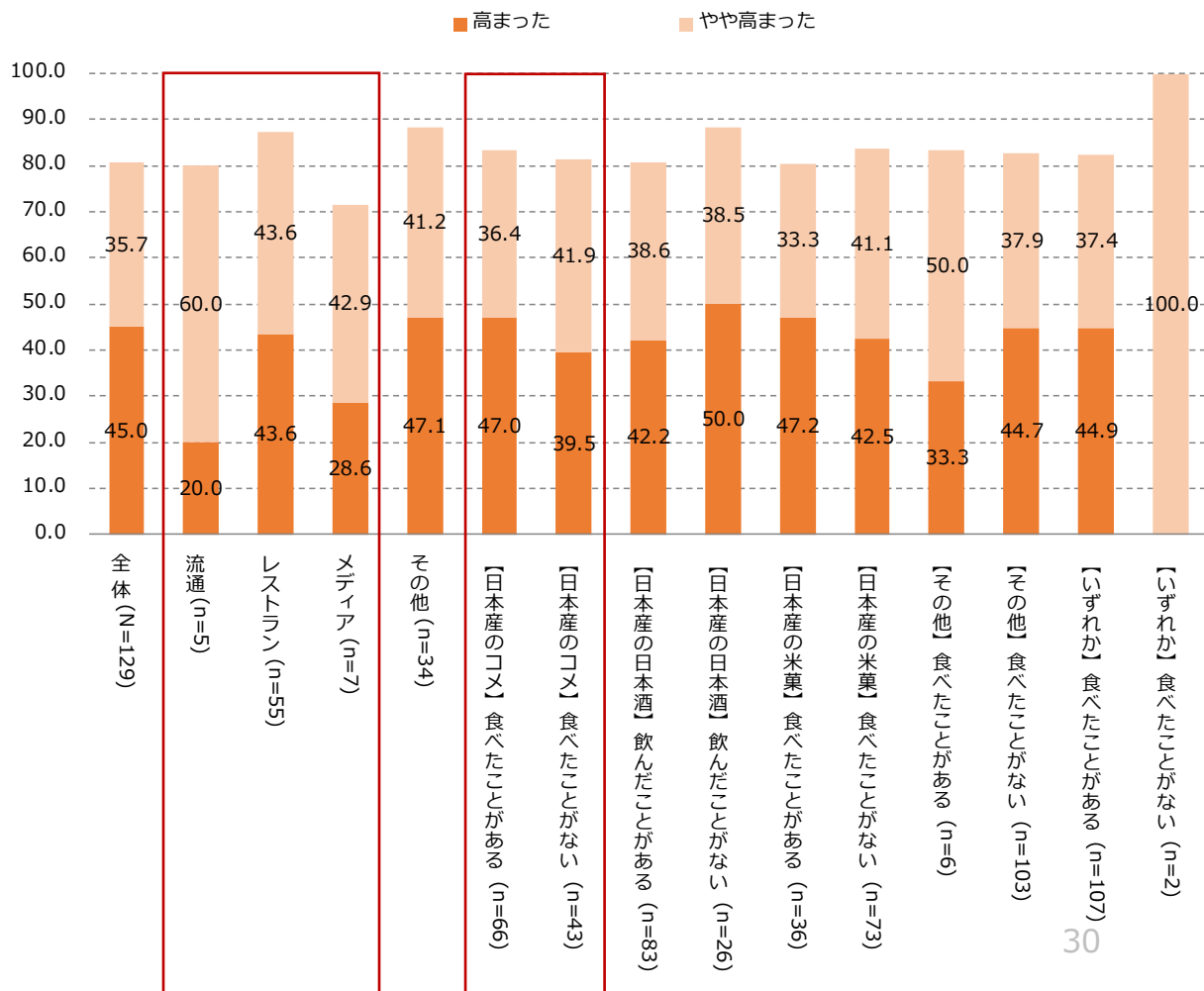
Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。

①日本産のコメの取り扱い意向 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

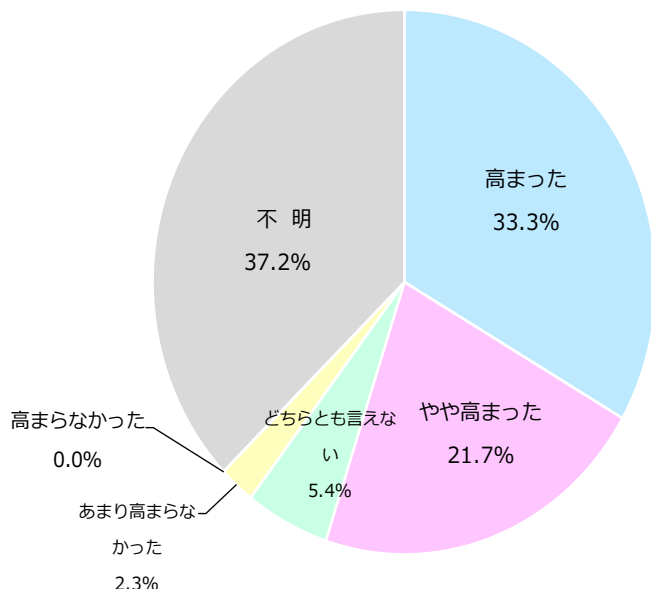
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的评价が低いのは「メディア」。
- ・「日本産のコメを食べたことがない」人も、8割以上がコメへの取り扱い意向が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

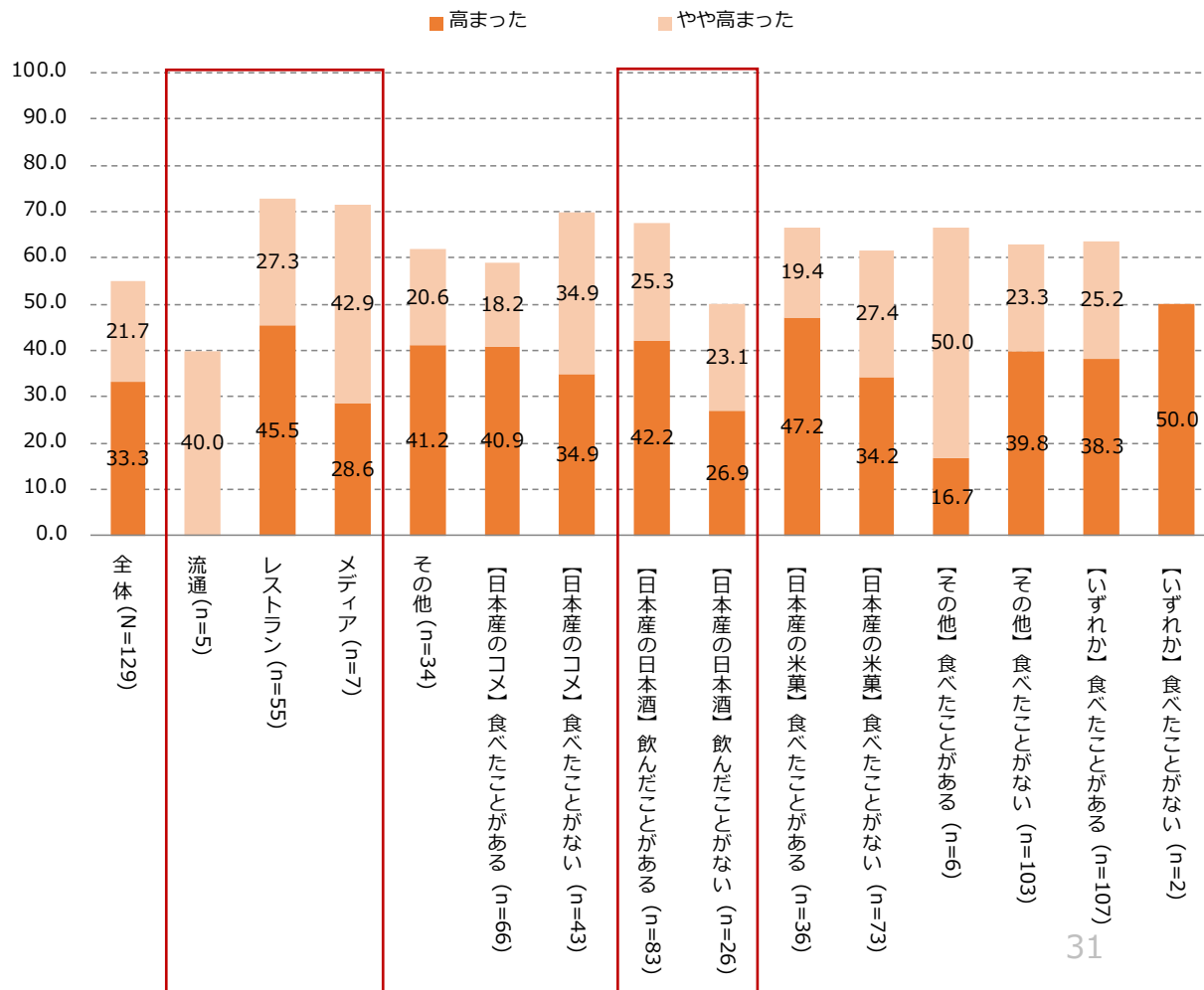
Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。

②日本産の日本酒の取り扱い意向 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

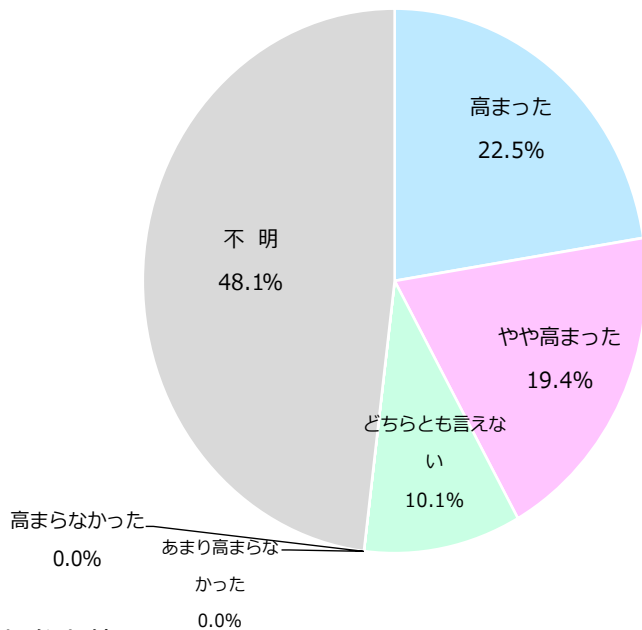
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」「メディア」。反対に比較的评价が低いのは「流通」。
- ・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割が日本酒への取り扱い意向が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

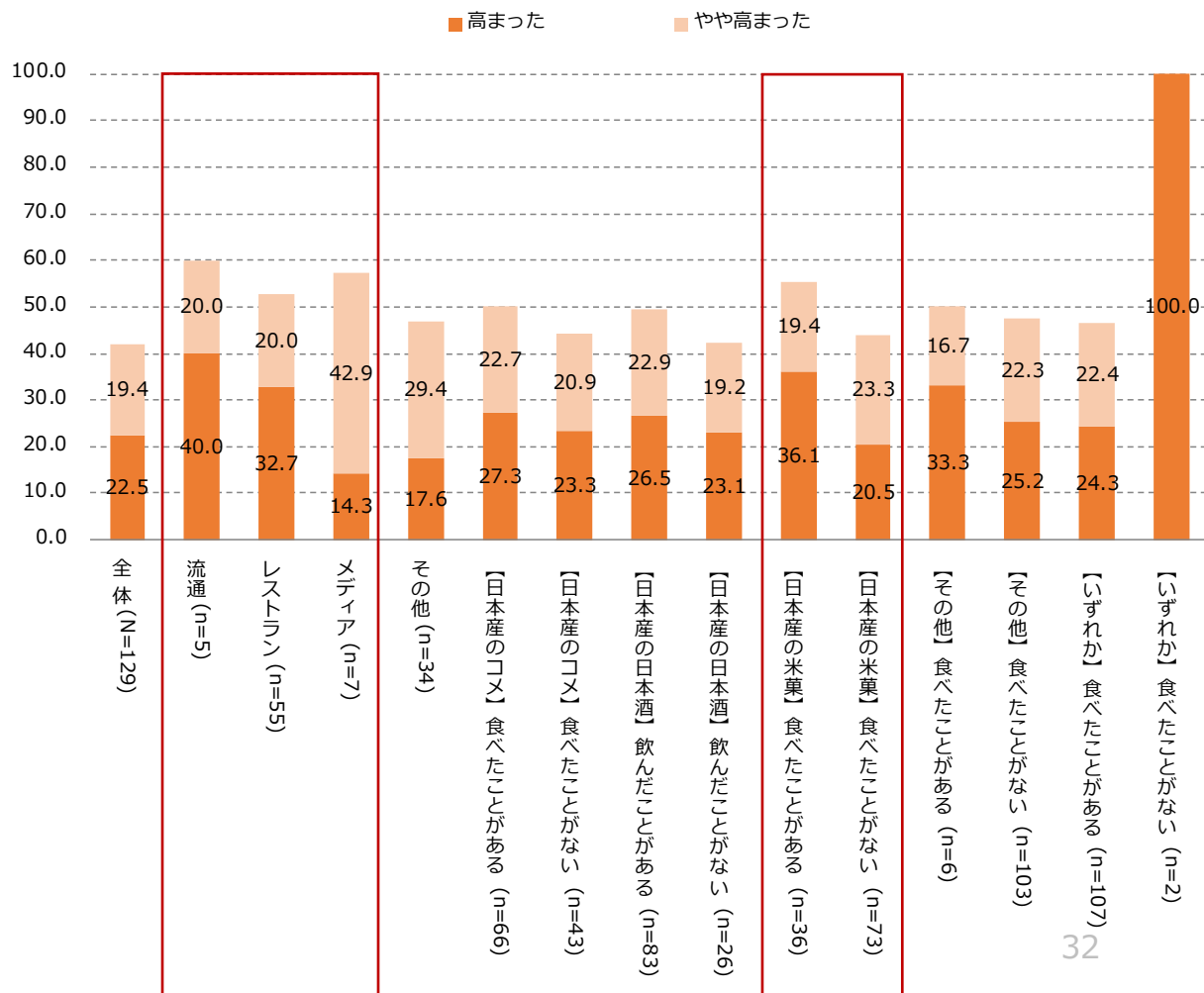
Q8.本日のイベントで、あなたはあなたの事業における日本産のコメ・コメ加工品の取り扱い意向が高まりましたか。

③日本産の米菓の取り扱い意向 N=129



※n数が少ないため、一部参考値

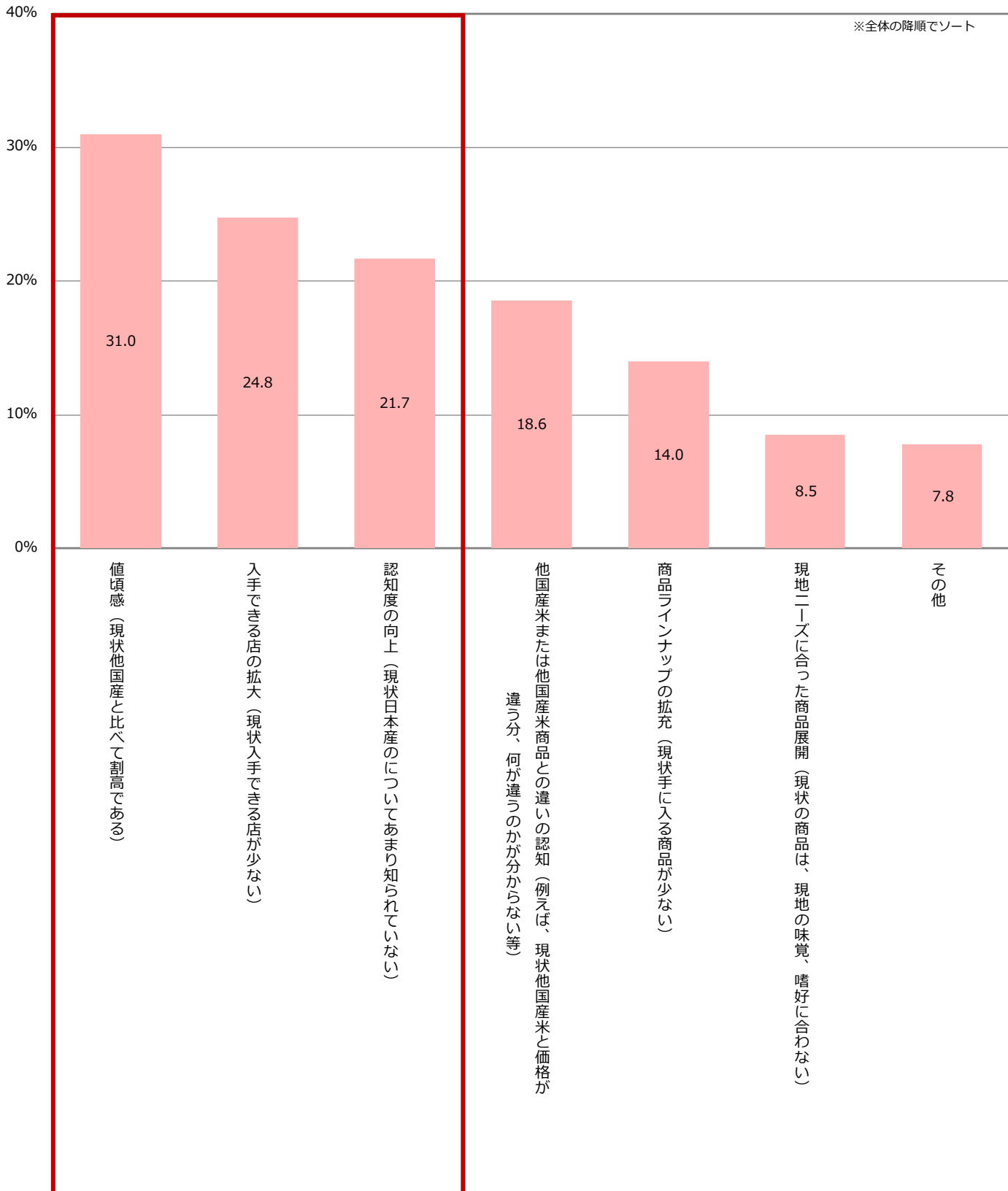
- ・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。
- ・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、4割以上が米菓への取り扱い意向が高まったと回答。



4.アンケート結果－イベント来場者

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=129

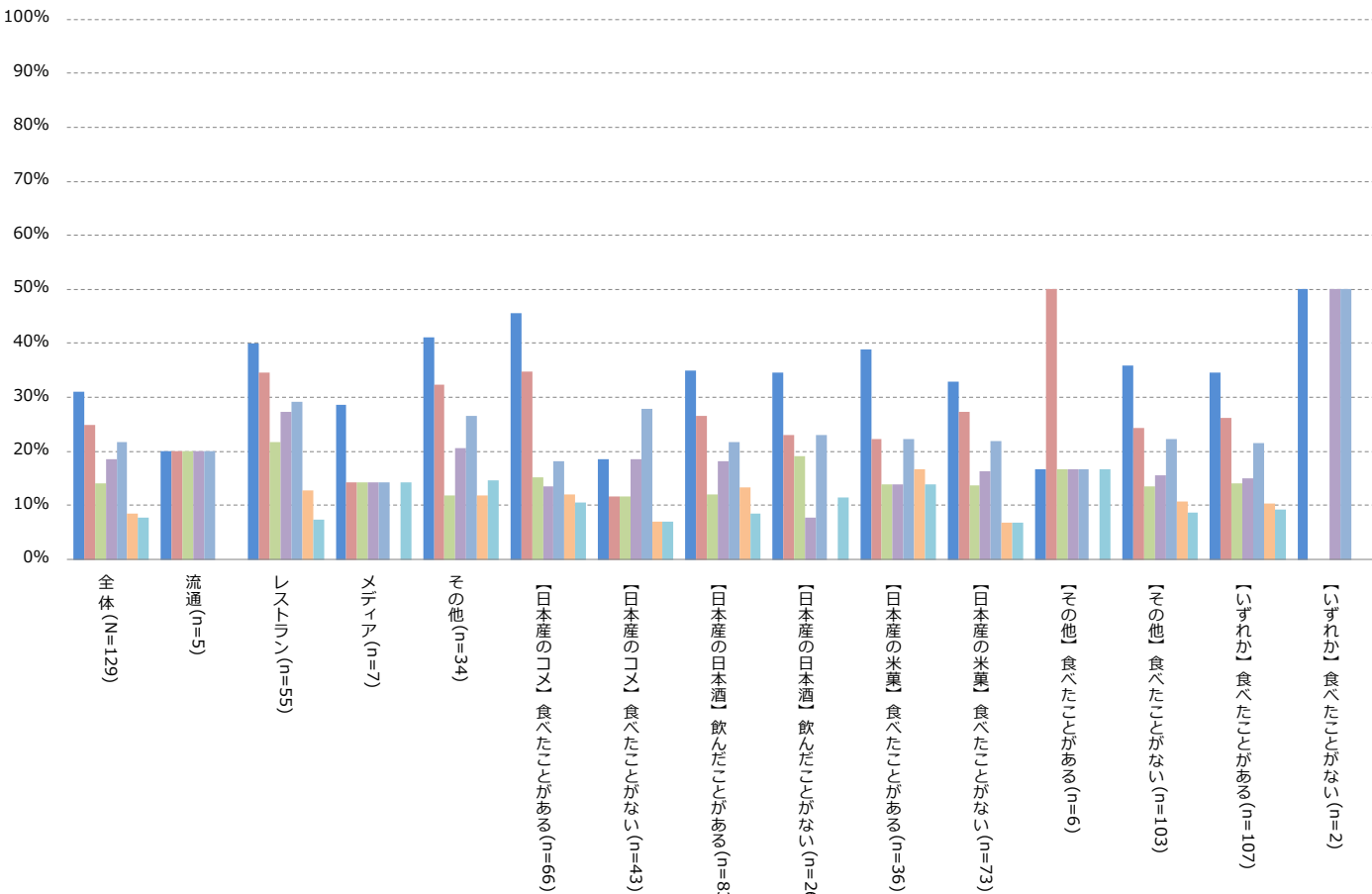
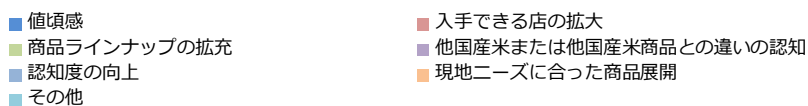


4. アンケート結果 – イベント来場者

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。

[全体] 業種別比較

- ・業種別に見ると、レストラン、メディアともに「値頃感」がトップとなっている。
- ・またレストランは他の業種と比較すると「入手できる店の拡大」「他国産米または他国産米商品との違いの認知」「認知度の向上」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、「認知度の向上」のスコアが高い。
- ・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、「値頃感」のスコアが高い。



4.アンケート結果－イベント来場者

<事業評価～業種別>

全体的に「米」への関心が高い。

業種では「レストラン」で関心が高い傾向。

- ・興味関心および購入意向、商材／食材としての魅力度、取扱い意向について、「コメ」の評価が高く、全ての項目で8割を超える高スコアを獲得している。「コメ」については試食での味の評価も全体的に高い。
- ・次に評価が高いのは「日本酒」で、「レストラン」関係者では全ての項目で6割から7割を超える高スコアとなっている。
- ・業種では「レストラン」や「メディア」の評価が高い傾向。N数が少ないため参考値となるが、「流通」は「レストラン」と比較して全体的にスコアが低いものの、商材／食材としては「コメ」と「米菓」での評価が高く、特に「米菓」では「レストラン」を上回るスコアとなっている（6割という高スコア）。
- ・「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」という質問に対しては「値頃感」が最も高くなっている。評価が全体的に高かった「レストラン」や、「日本産のコメ・コメ加工品を食べたことがある人」の意見としても「値頃感」がトップに。



<今後に向けて>

**経験・関心・評価が高い「コメ」について「値頃感」を感じてもらえる情報発信
およびまだ経験の少ない「米菓」について流通を中心に売り込む。**

- ・経験・関心・評価、すべてにおいて高い「コメ」について、「何故高いのか」ということを納得してもらえよう、品質の高さや味のおいしさ・こだわり等、バックグラウンドに関する情報発信をしていく。
- ・また日本食のリテラシーの高い上海においてもまだ経験が少ない「米菓」は、「流通」では反応が良かった。今後、新たな日本食として関心を集めるポテンシャルがあるのではないかと。