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
（ロンドン）

実施報告書

Speciality & Fine Food Fair 2016
4-6 September, Olympia London

1.全体概要

1.全体概要　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) ロンドン

□ 出展催事名　：　Speciality & Fine Food Fair 2016
実 施 会 場　　Olympia London

□ 想定来場者数　：　約12,000人（2015年度）
※出展団体 800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9月4日（日） 10:00～17:30
5日（月） 9:30～17:00
6日（火） 10:30～17:00
【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】Speciality & Fine Food Fair 2016 来場者（3日間）

②日本酒セミナー　/　日本産米・水産物セミナー

【日 時】2016年9月4日(日)　日本酒: 11:00～12:00 / 日本産米・水産物: 13:10～14:50
9月6日(火)　日本酒: 11:00～12:00 /日本産米・水産物: 13:20～14:50
【内 容】・ソムリエ真塩氏による日本酒紹介/
・ 日本食シェフ樋渡氏による日本産米・水産物デモ/水産会　今野氏　中平氏による水産物セミナー
【対 象】 SFFF来場者　　1回20名程度（各2回　計4回実施で　約80名想定）

③ビジネスマッチング

【日 時】2016年9月5日(月)　(水産物)11:00～12:30　(日本産米関連)14:00～15:30【各1回　計2回】

【内 容】全米輸 会員、及び水産物・水産加工品輸出拡大協議会会員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　各1回　20名～25名程度

□ 会員社情報

※アルファベット順

NO	商材	種別	会員社名(日本語)	会員社名(英語表記)	役職	氏名	よみがな	通常展開セミナー	展示	ビジネスマッチング
1	Kome	卸	千田みずほ	Senda Mizuho Co.,LTD.	代表取締役社長 執行役員 海外事業部長	千田　法久 陰山	せんだ　のりひさ かげやま	×	●	●
2	Sake	蔵元	明石酒類醸造株式会社	Akashi Sake Brewery Co,Ltd.	代表取締役社長	米澤　仁雄	よねざわ　きみお	●	●	●
3	Sake	卸	株式会社C&D	C&D Inc.	代表取締役社長	藤井　純	ふじい　じゅん	×	●	●
4	Sake	蔵元	月桂冠株式会社	Gekkeikan Sake Company, Ltd.	TBC	神吉 勇佑	かみよし　ゆうすけ	●	●	●
5	Sake	蔵元	株式会社本家松浦酒造場	Honke Matsuura Brewery Co.,Ltd.	代表取締役社長	松浦　素子	まつうら　もとこ	●	●	●
6	Sake	蔵元	金紋秋田酒造株式会社	Kinmon Akita Sake Brewery	代表取締役	佐々木　孝	ささき　たかし	●	●	●
7	Sake	蔵元	人気酒造株式会社	NINKI INC.	営業部	森本　衣美	もりもと　えみ	●	●	●
8	Sake	卸	株式会社シェンロンインターナショナル	XENLON INTERNATIONAL CO.,LTD.	代表取締役	中田　昌宏	なかた　まさひろ	×	●	●
9	Beika	米菓	ぼんち株式会社	BONCHI CO.,LTD.	管理部付主任	遠藤　洋紀	えんどう　ひろき	●	●	●

□Speciality & Fine Food Fair 2016とは

日程：9月4日(日)　10:00～17:30
　　9月5日(月)　 9:30～17:00
　　9月6日(火)　 9:30～17:00

会場：Olympia London

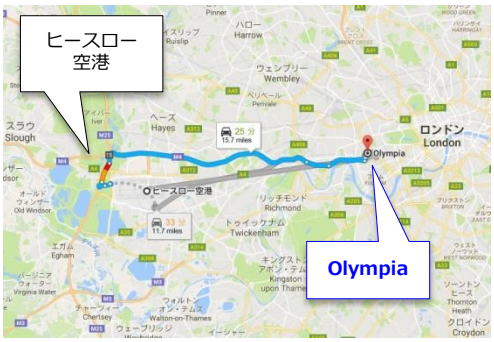
HP：http://www.specialityandfinefoodfairs.co.uk/

概要：約11,333人（2015年度）※77%が購買責任者
　内訳：食品サービス35%　食品小売業25%　卸売/流通業21%　製造21%

　主要5カ国は、英国・アイルランド・イタリア・スペイン・フランス
　全体の発注量は2014年の2倍
　出展社数 800（2015年度）

1.全体概要　会場情報

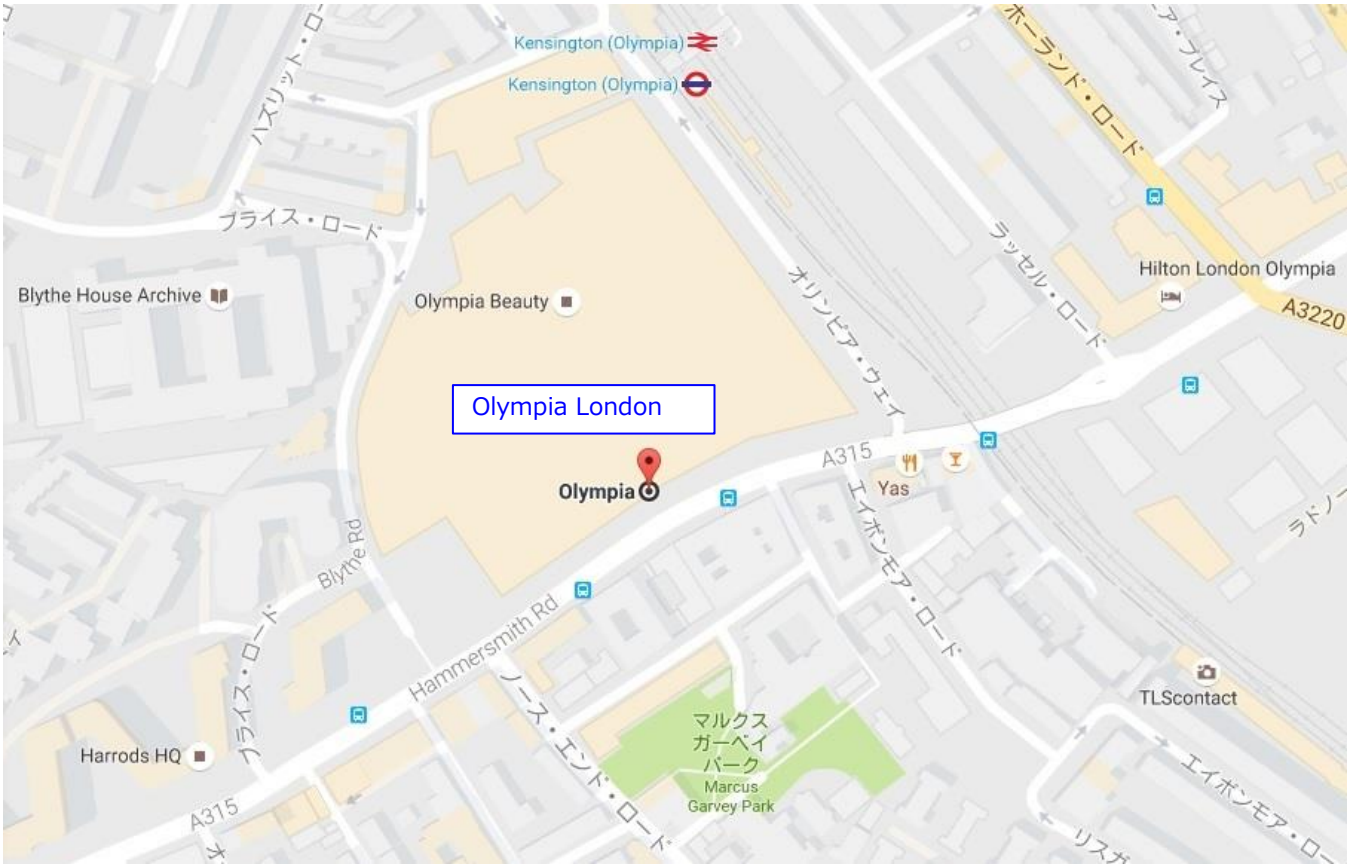
■広域図



● Olympia London
Hammersmith Road, Kensington, London W14 8UX
TEL: +44(0)20-7598-5511

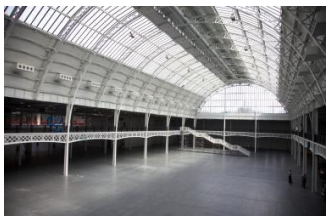
・ロンドン・ヒースロー空港（LHR）より車で約30分
・地下鉄Piccadilly LineでBarons court駅まで約40分、会場まで徒歩約8分
【その他の最寄駅】
Hammersmith駅、West Kensington駅、Kensington(Olympia)駅など

■周辺図

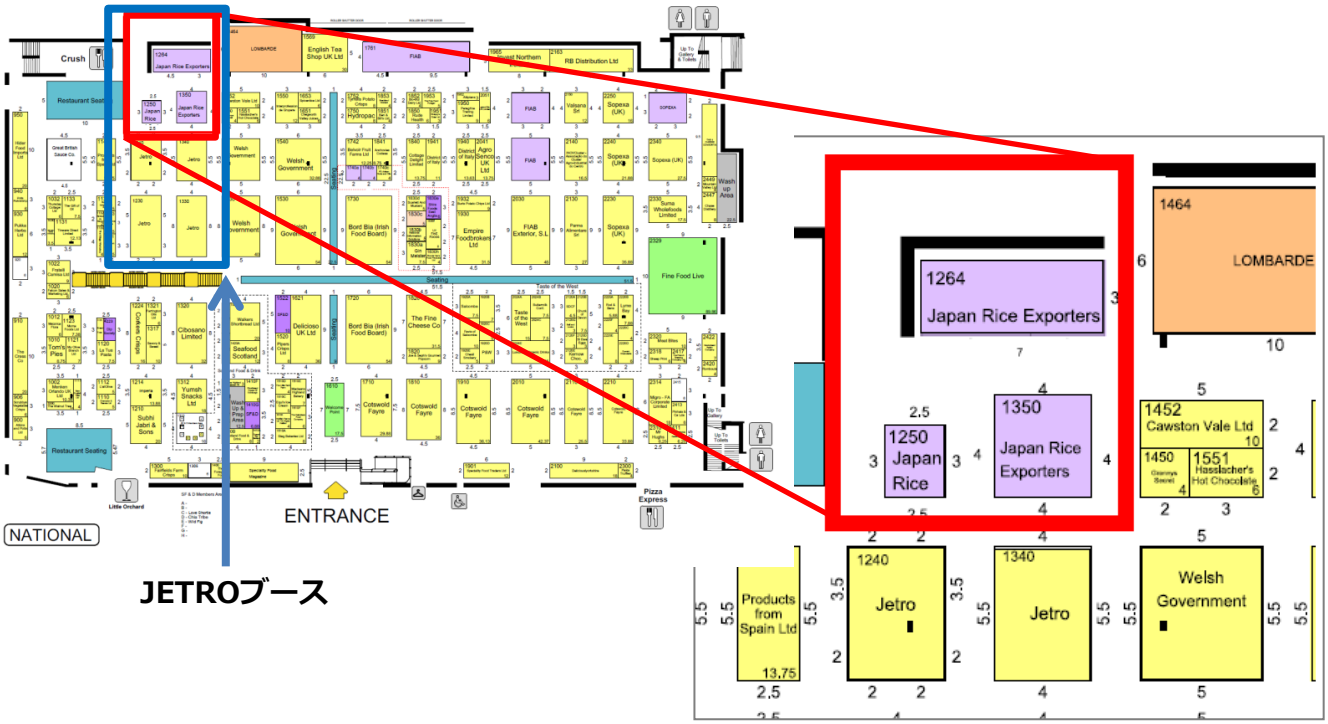


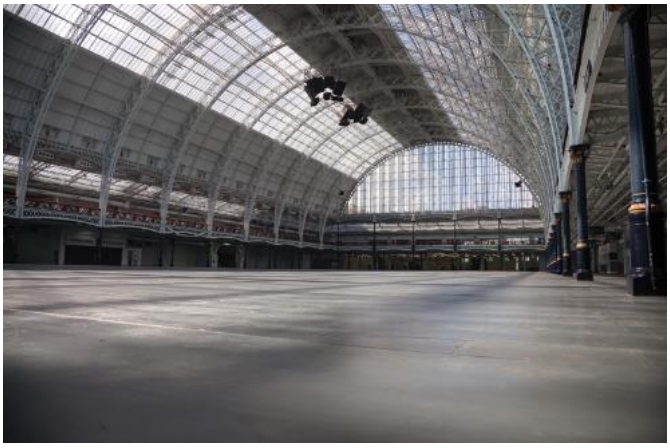
●オリンピア・ロンドン【Olympia London】

オリンピア・ロンドンは、ウエスト・ケンジントンに位置する見本市会場である。1885年に建設された。
大広間は450フィート×250フィートで王国最大の鉄とガラスで出来た覆われた建造物と言われ、 19世紀から
今日まで、国際的な催し物が数多く行われている。
現在は主に、オリンピア・グランドホール(14,355m²)や、オリンピア・ナショナルホール(8,730m²)、
オリンピア・セントラルホール(8,929m²)、オリンピア・ウエスト(7,688m²)などの展示ホールに分かれている。

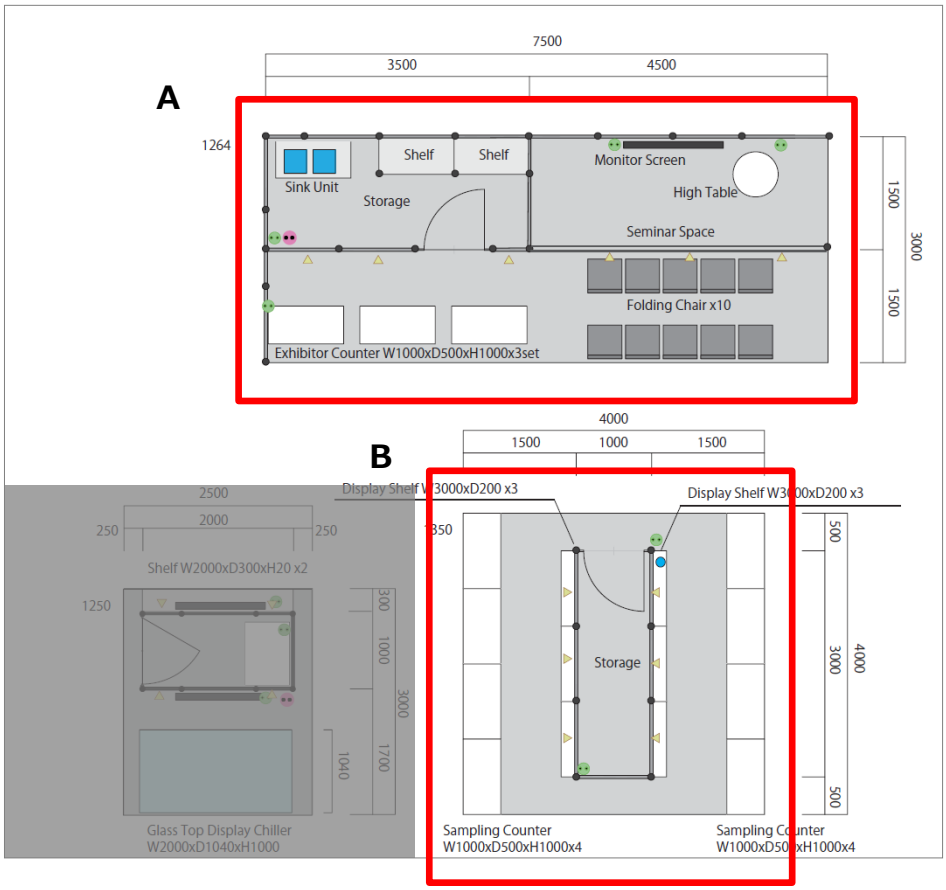


■Olympia London

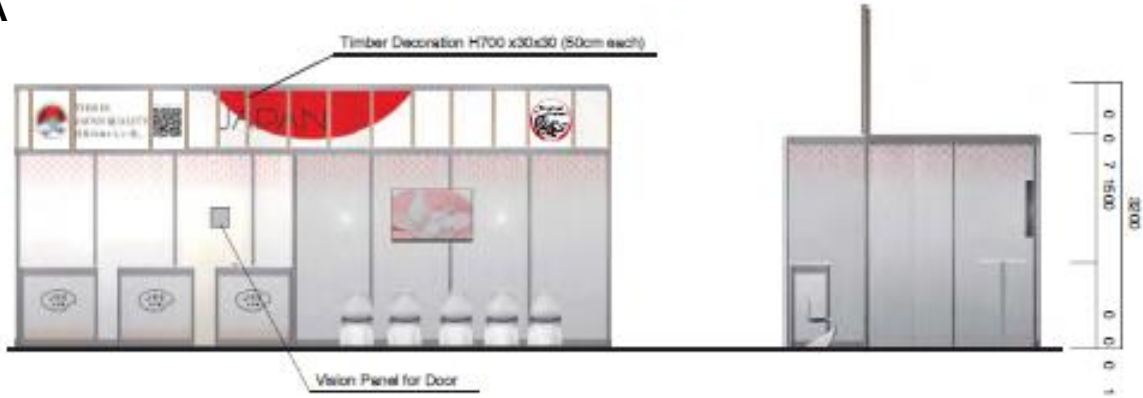




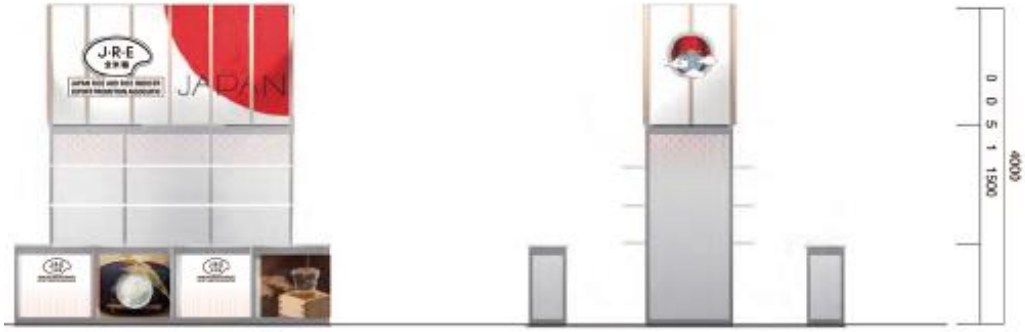
■レイアウト


A
7500
3500
4500
1264
Shelf
Shelf
Sink Unit
Storage
Monitor Screen
High Table
Seminar Space
Folding Chair x10
Exhibitor Counter W1000xD500xH1000x3set
1500
1500
3000
B
4000
1500
1000
1500
Display Shelf W3000xD200 x3
Display Shelf W3000xD200 x3
350
Storage
500
3000
500
4000
Sampling Counter
W1000xD500xH1000x4
Sampling Counter
W1000xD500xH1000x4
2500
2000
250
250
Shelf W2000xD300xH20 x2
1250
300
1000
1700
3000
1040
Glass Top Display Chiller
W2000xD1040xH1000

A


Timber Decoration H700 x30x30 (50cm each)
JAPAN
Vision Panel for Door

B


J·R·E
JAPAN

■試飲提供・展示・日本酒セミナー

※アルファベット順

No.	社名	銘柄名	種類	アルコール度	1本の容量	準備本数 試飲提供	備考
3	日：明石酒類醸造株式会社 英：Akashi Sake Brewery Co.,Ltd.	大吟醸 明石鯛	大吟醸	17度	720ml	1	英語ラベル
		Daiginjo Akashi-Tai	Daiginjo				
		純米 明石鯛	純米	15度	720ml	1	英語ラベル
		Junmaishu Akashi-Tai	Junmai				
		本醸造原酒 明石鯛	本醸造原酒	19度	720ml	1	英語ラベル
		Honjozo Genshu Akashi-Tai	Honjozo Genshu				
4	日：株式会社C&D 英：C&D Inc.	純米大吟醸 白鶴錦	純米大吟醸	15.5度	720ml	2	英語ラベル
		Junmai Daiginjo "HAKUTSURU NISHIKI"	Junmai Daiginjo				
		純米にごり酒 さゆり	純米	12.5度	720ml	2	英語ラベル
		Junmai Nigori "SAYURI"	Junmai				
5	日：月桂冠株式会社 英：Gekkeikan Sake Co., Ltd.	超特撰 鳳麟 純米大吟醸	純米大吟醸	16-17度	720ml	1	現地流通のものを使用
		Horin Junmai Daiginjo	Junmai Daiginjo				
		祝米 大吟醸	大吟醸	14-15度	720ml	1	現地流通のものを使用
		Iwai Daiginjo	Daiginjo				
		うたかた ゆず スパークリング	リキュール	5-6度	285ml	1	現地流通のものを使用
		Utakata Sparkling Sake Yuzu	Liqueur				
6	日：株式会社本家松浦酒造場 英：Honke Matsuura Brewery Co.,Ltd.	鳴門鯛　吟醸しぼりたて生原酒	吟醸	18.5度	720ml	2	英語ラベル
		Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu	Ginjo				
		ナルトタイ 純米原酒 水卜米	純米	14.5度	720ml	1	日本語ラベル
		Narutotai Junmai Genshu Mizutokome	Junmai				
7	日：金紋秋田酒造株式会社 英：Kinmon Akita Sake Brewery Co.,Ltd	熟成古酒　山吹ゴールド	古酒	18度	720ml	1	英語ラベル
		Yamabuki　Gold	Koshu				
		エックススリー　ブラン	純米	15度	720ml	1	英語ラベル
		X3 Blanc	Junmai				
		悠久の梅 雫 銀撰	リキュール	14度	720ml	1	英語ラベル
		Yukyuno Ume Shizuku Ginsen	Liqueur				
8	日：人気酒造株式会社 英：NINKI INC.	ゴールド人気 純米大吟醸	純米大吟醸	15度	720ml	3	日本語ラベル
		Gold Ninki Junmai Daiginjo	Junmai Daiginjo				
9	日：株式会社シェンロンインターナショナル 英：XENLON INTERNATIONAL CO.,LTD.	特選白鶴 純米吟醸	純米吟醸	14.5度	720ml	2	英語ラベル
		Superior "Junmai Ginjo"	Junmai Ginjo				
		淡雪スパークリング	純米	5.5度	300ml	2	英語ラベル
		"AWAYUKI " Sparkling Sake	Junmai				
米・米菓							
1	日：千田みずほ株式会社 英：SENDA MIZUHO LTD.	無洗米　秋田県産あきたこまち	米	提供数：2Kg x 2 ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供			日本語ラベル
		Akita Pref. Musenmai Akitakomachi Variety	Rice				
2	日：ぼんち株式会社 英：BONCHI CO.,LTD.	10枚豆もち黒大豆	米菓	提供数：36袋（360個） ・アンケート用試供品 ・ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供品			日本語ラベル
		10MAI　MAMEMOCHI　KURODAIZU	Beika				
		10枚ぼんち焼あっさり塩味	米菓	提供数：12袋（120個） ・アンケート用試供品 ・ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供品			日本語ラベル
		10MAI BONCHI　YAKI　- Light Salt Taste	Beika				

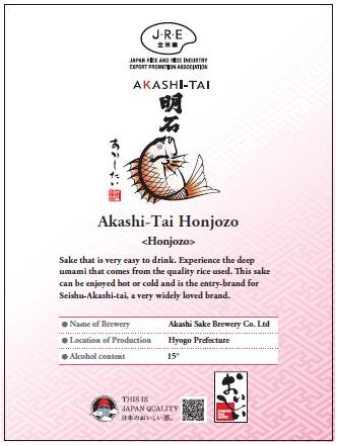
■日本酒とは紹介パネル（B2タテ）
1枚制作

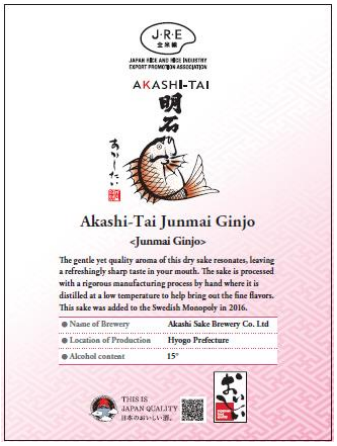
■日本酒種類紹介パネル（B2タテ）
1枚制作

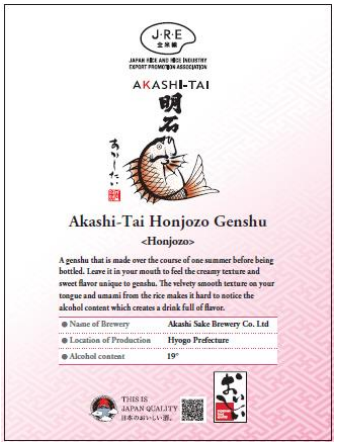
■日本産米紹介パネル（B2タテ）
1枚制作

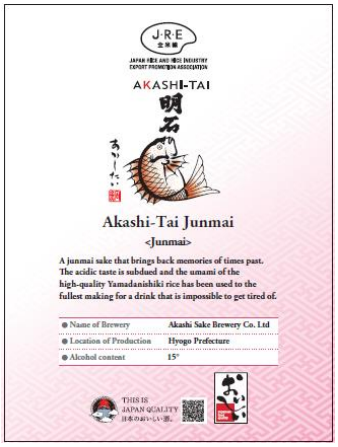
■紹介キャプション（W150×H200　紙足使用）
各1枚制作

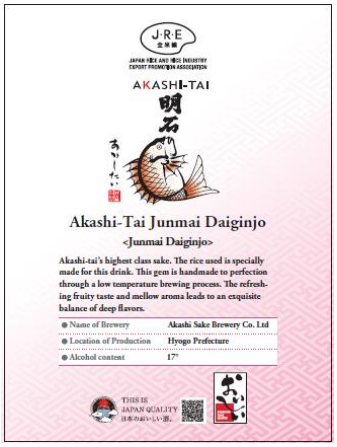
・明石酒類醸造株式会社

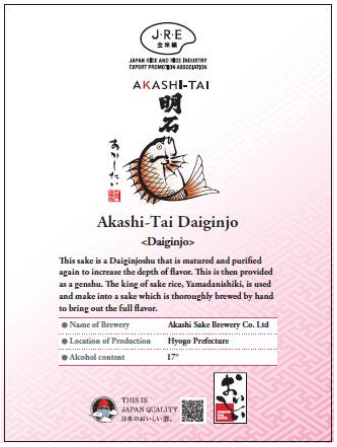








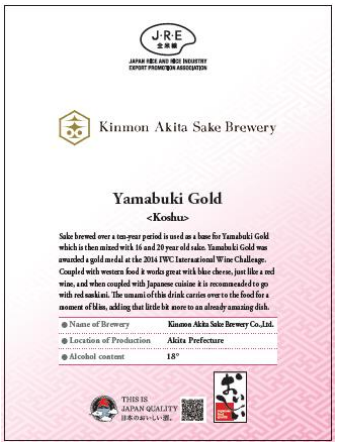


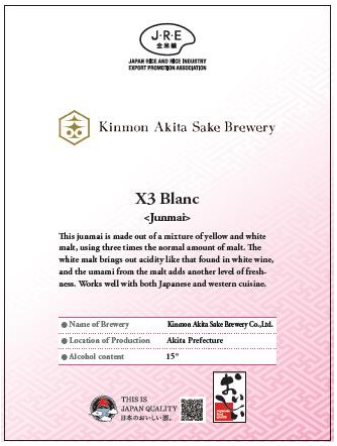


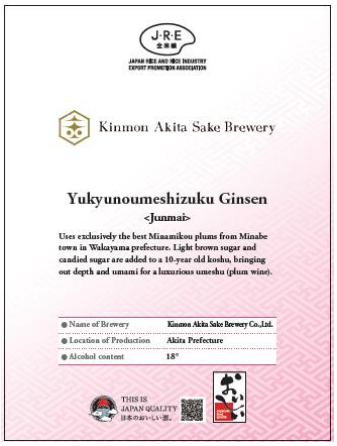
・月桂冠株式会社

■紹介キャプション（W150×H200　紙足使用）
各1枚制作

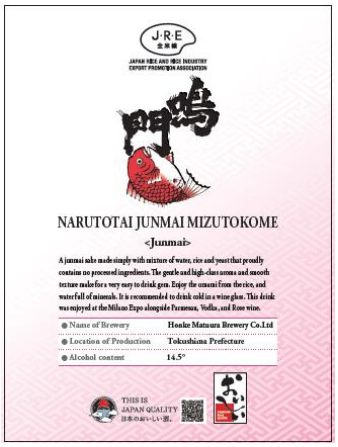
・金紋秋田酒造株式会社



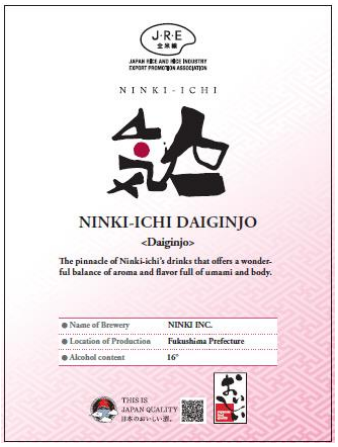




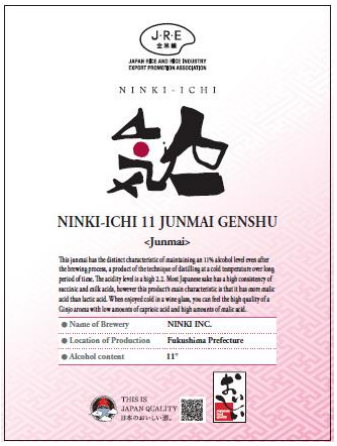
・株式会社本家松浦酒造場



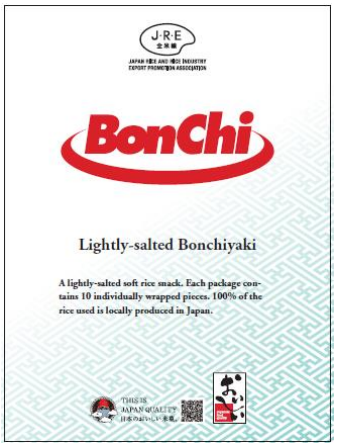
・人気酒造株式会社



■紹介キャプション（W150×H200　紙足使用）
各1枚制作



・ぼんち株式会社



Speciality & Fine Food Fair 2016
4-6 September, Olympia London

2.PRブース

試飲アイテム一覧

No.	社名	銘柄名	種類	アルコール度	1本の容量	準備本数 試飲提供	備考
3	日：明石酒類醸造株式会社 英：Akashi Sake Brewery Co.,Ltd.	大吟醸 明石鯛	大吟醸	17度	720ml	1	英語ラベル
		Daiginjo Akashi-Tai	Daiginjo				
		純米 明石鯛	純米	15度	720ml	1	英語ラベル
		Junmaishu Akashi-Tai	Junmai				
		本醸造原酒 明石鯛	本醸造原酒	19度	720ml	1	英語ラベル
		Honjozo Genshu Akashi-Tai	Honjozo Genshu				
4	日：株式会社C&D 英：C&D Inc.	純米大吟醸 白鶴錦	純米大吟醸	15.5度	720ml	2	英語ラベル
		Junmai Daiginjo "HAKUTSURU NISHIKI"	Junmai Daiginjo				
		純米にごり酒 さゆり	純米	12.5度	720ml	2	英語ラベル
		Junmai Nigori "SAYURI"	Junmai				
5	日：月桂冠株式会社 英：Gekkeikan Sake Co., Ltd.	超特撰 鳳麟 純米大吟醸	純米大吟醸	16-17度	720ml	1	現地流通のものを使用
		Horin Junmai Daiginjo	Junmai Daiginjo				
		祝米 大吟醸	大吟醸	14-15度	720ml	1	現地流通のものを使用
		Iwai Daiginjo	Daiginjo				
		うたかた ゆず スパークリング	リキュール	5-6度	285ml	1	現地流通のものを使用
		Utakata Sparkling Sake Yuzu	Liqueur				
6	日：株式会社本家松浦酒造場 英：Honke Matsuura Brewery Co.,Ltd.	鳴門鯛　吟醸しぼりたて生原酒	吟醸	18.5度	720ml	2	英語ラベル
		Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu	Ginjo				
		ナルトタイ 純米原酒 水卜米	純米	14.5度	720ml	1	日本語ラベル
		Narutotai Junmai Genshu Mizutokome	Junmai				
7	日：金紋秋田酒造株式会社 英：Kinmon Akita Sake Brewery Co.,Ltd	熟成古酒　山吹ゴールド	古酒	18度	720ml	1	英語ラベル
		Yamabuki　Gold	Koshu				
		エックススリー　ブラン	純米	15度	720ml	1	英語ラベル
		X3 Blanc	Junmai				
		悠久の梅 雫 銀撰	リキュール	14度	720ml	1	英語ラベル
		Yukyuno Ume Shizuku Ginsen	Liqueur				
8	日：人気酒造株式会社 英：NINKI INC.	ゴールド人気 純米大吟醸	純米大吟醸	15度	720ml	3	日本語ラベル
		Gold Ninki Junmai Daiginjo	Junmai Daiginjo				
9	日：株式会社シェンロンインターナショナル 英：XENLON INTERNATIONAL CO.,LTD.	特選白鶴 純米吟醸	純米吟醸	14.5度	720ml	2	英語ラベル
		Superior "Junmai Ginjo"	Junmai Ginjo				
		淡雪スパークリング	純米	5.5度	300ml	2	英語ラベル
		"AWAYUKI " Sparkling Sake	Junmai				
米・米菓							
1	日：千田みずほ株式会社 英：SENDA MIZUHO LTD.	無洗米　秋田県産あきたこまち	米	提供数：2Kg x 2 ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供			日本語ラベル
		Akita Pref. Musenmai Akitakomachi Variety	Rice				
2	日：ぼんち株式会社 英：BONCHI CO.,LTD.	10枚豆もち黒大豆	米菓	提供数：36袋（360個） ・アンケート用試供品 ・ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供品			日本語ラベル
		10MAI　MAMEMOCHI　KURODAIZU	Beika				
		10枚ぼんち焼あっさり塩味	米菓	提供数：12袋（120個） ・アンケート用試供品 ・ビジネスマッチング(情報交換会)試食提供品			日本語ラベル
		10MAI BONCHI　YAKI　- Light Salt Taste	Beika				

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

PRブース

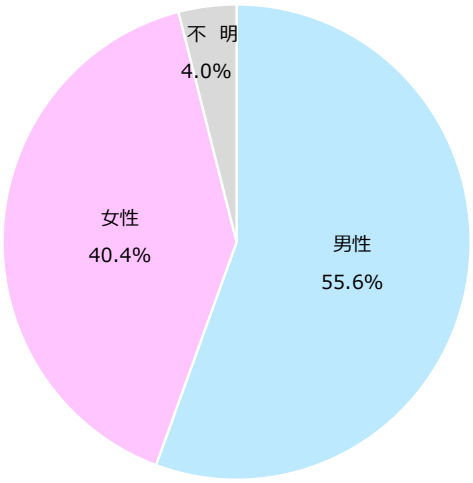
アンケート集計 – イベント来場者 –

集計結果－イベント来場者－

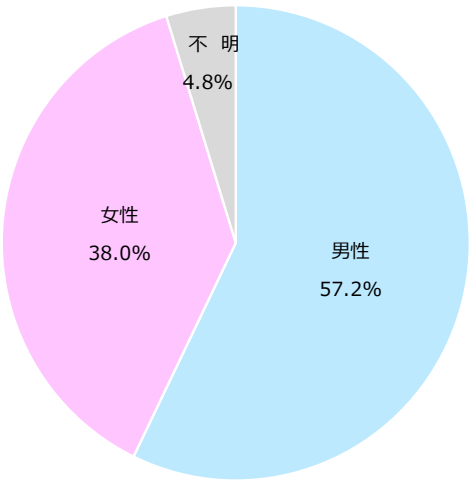
- イベント参加者（うちアンケート回答者）は、全体、通常展開、セミナーで、男性(全体：55.6%、通常展開：57.2%、セミナー：47.2%)、女性(全体：40.4%、通常展開：38.0%、セミナー：52.8%)となり、通常展開では男性、セミナーでは女性が多い。年齢は全体は30代（23.3%）、通常展開は20代（23.0%）、セミナーは40代（41.7%）がそれぞれ最も多く、特にセミナーにおける40代の割合が特に高い。回答者の仕事内容は、全体、通常展開はレストランが最も多い（全体：24.7%、通常展開：27.3%）、対してセミナーは流通が最も高く22.2%。(SC1,SC2,SC3)
- 日本食レストランの利用頻度について1ヵ月1回以上利用する人は、全体64.1%、通常展開62.0%、セミナー75.0%。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、全体65.5%、通常展開63.6%、セミナー75.0%となっており、どちらもセミナー参加者の方が高い(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回以上が全体43.0%、通常展開43.3%、セミナー41.7%であり通常展開とセミナー参加者に大きな差は見受けられない（Q1③）。
  通常展開、セミナーのどちらも全体的に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、認知度と飲食経験は共に高く、認知は、全体：95.1%、通常展開：95.2%、セミナー：94.4%、飲食経験ありでは、全体：96.9%、通常展開：96.8%、セミナー：97.2%といずれも9割を超える。（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）との回答は、【日本産のコメ】では、全体：54.7%、通常展開：49.2%、セミナー：83.3%（Q4①）、【日本産の日本酒】では、全体：85.2%、通常展開：84.5%、セミナー：88.9%（Q4②）、【日本産の米菓】では、全体：52.9%、通常展開：51.8%、セミナー：58.3%（Q4③）。
  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】では、全体：56.5%、通常展開：52.9%、セミナー：75.0%（Q5①）、【日本産の日本酒】では、全体：82.0%、通常展開：81.8%、セミナー：83.4%（Q5②）、【日本産の米菓】では、全体：52.1%、通常展開：51.9%、セミナー：52.7%（Q5③）。
  興味関心と購入意向のいずれもセミナー参加者の回答が高く、特に【日本産のコメ】に対し大きな差が見受けられる。
  また、【日本産のコメ】【日本産の日本酒】【日本産の米菓】のなかでは、【日本産の日本酒】への関心が最も高い。
- 事業という観点から、魅力を感じた（TOP2スコア）との回答は、【日本産のコメ】では、全体：50.2%、通常展開：45.5%、セミナー：75.0%（Q7①）、【日本産の日本酒】では、全体：58.7%、通常展開：55.1%、セミナー：77.7%（Q7②）、【日本産の米菓】では、全体：47.1%、通常展開：44.4%、セミナー：61.1%（Q7③）といずれもセミナー参加者の回答が高く、特に【日本産の日本酒】に対する魅力が最も高い。
  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、同様に【日本産のコメ】では、全体：37.6%、通常展開：33.1%、セミナー：61.1%（Q8①）、【日本産の日本酒】では、全体：44.4%、通常展開：42.8%、セミナー：52.8%（Q8②）、【日本産の米菓】では、全体：34.5%、通常展開：31.6%、セミナー：50.0%（Q8③）といずれもセミナー参加者の回答が高い。
  また、取り扱い意向ではセミナー参加者の【日本産のコメ】に対する意向が最も高い。
- 今後の販売拡大にあたって、全体、通常展開、セミナーとも「他国産米または他国産米商品との違いの認知」（全体：50.2%、通常展開：49.7%、セミナー：52.8%）に関する施策が最も望まれている。また、次に続く「入手できる店の拡大」（全体：39.5%、通常展開：38.0%、セミナー：47.2%）においてセミナー参加者の方が通常展開よりも強く望まれている。（Q6）
- 試飲メニューのうち美味しいと思ったものとして、通常展開では、「【Sake】Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu」が26.2%で最も多く、次いで「【Beika】Lightly-salted Bonchiyaki」(17.1%)、「【Beika】Mamemochi Black Soybeans」(15.1%)と続く。
  また、セミナーでは、「【Sake】Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu」が25.0%で最も多く、次いで「【Beika】Mamemochi Black Soybeans」(22.2%)、「【Rice】“Ajijiman” Musenmai Milled Rice」(13.9%)と続く。通常展開、セミナーとも「【Sake】Narutotai Ginjo Shiboritate Nama Genshu」が最も多く選ばれた。（Q3）

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

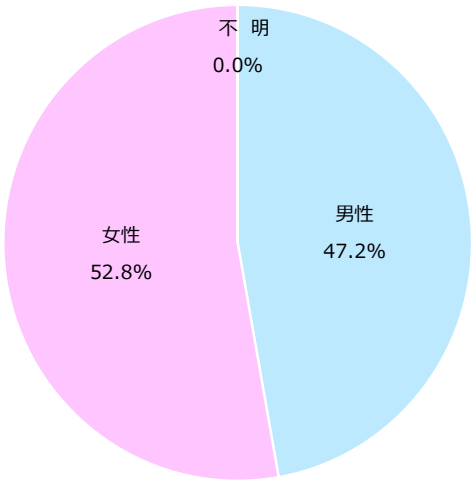
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187

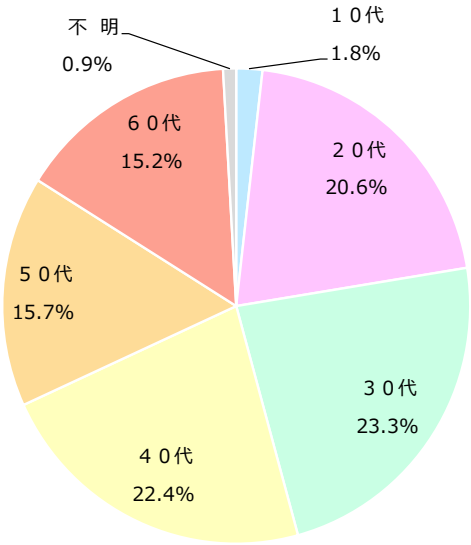


【セミナー】　N=36

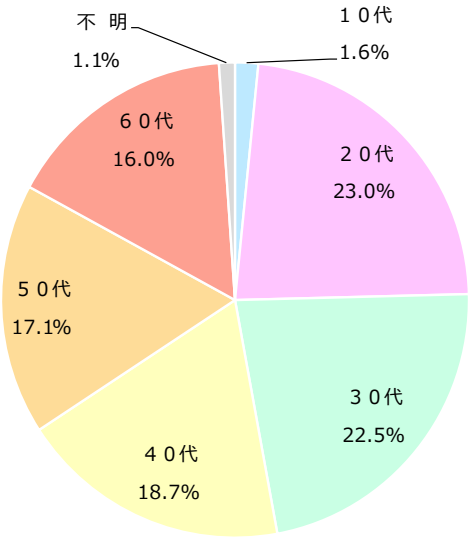


SC2.あなたの年代をお聞かせください。

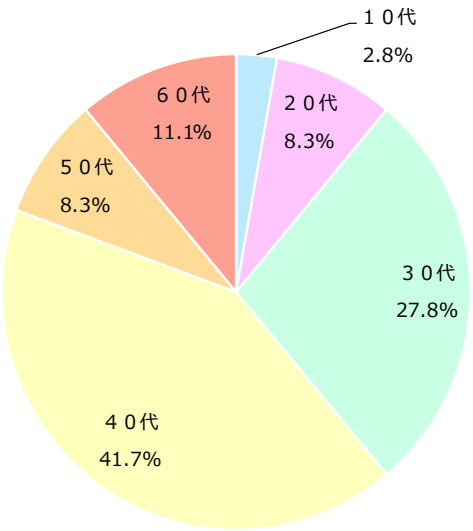
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187

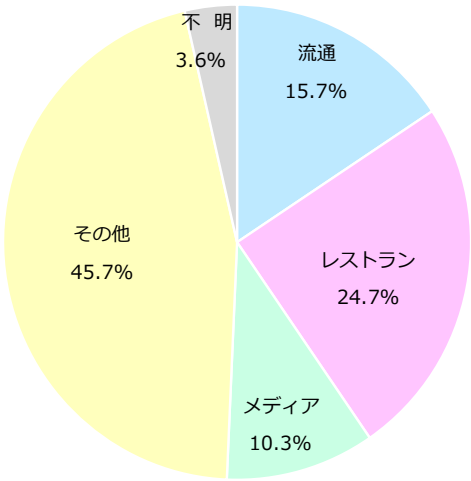


【セミナー】　N=36

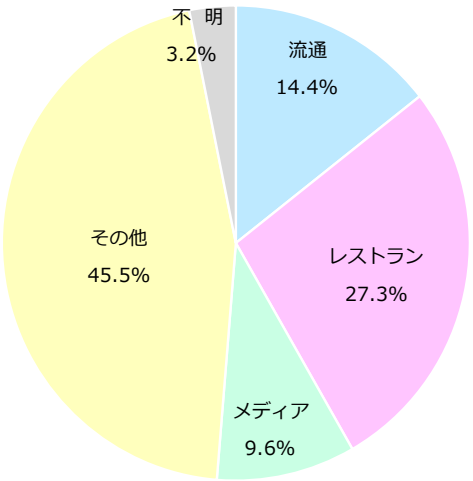


SC3.お仕事内容をお聞かせください。

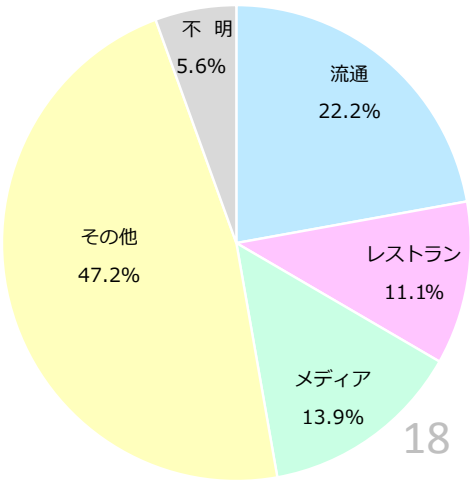
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187



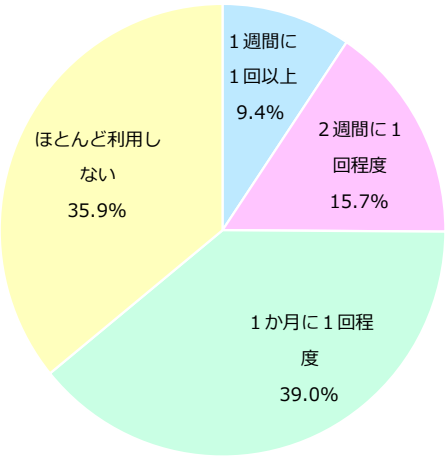
【セミナー】　N=36



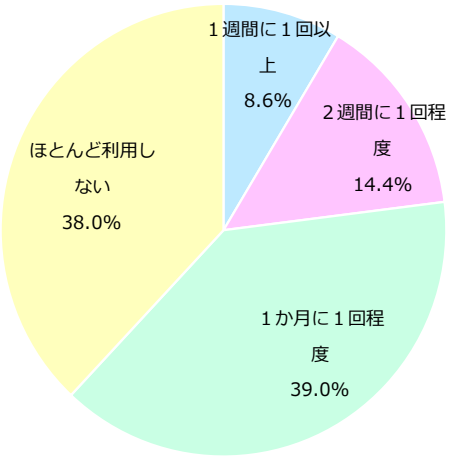
Q1.あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材を利用されていますか。
また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

①日本食レストランの利用頻度

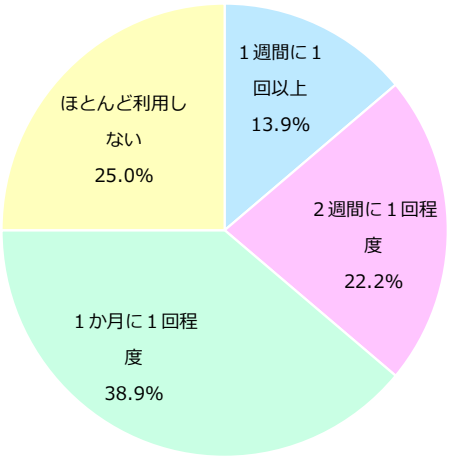
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187

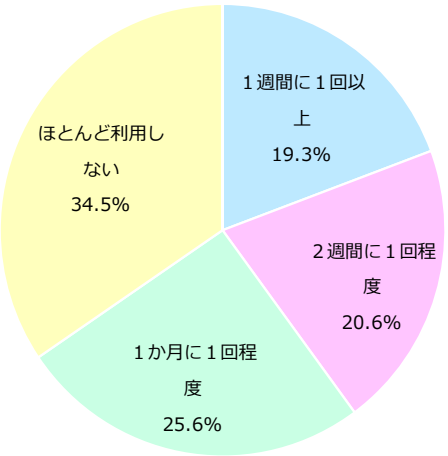


【セミナー】　N=36

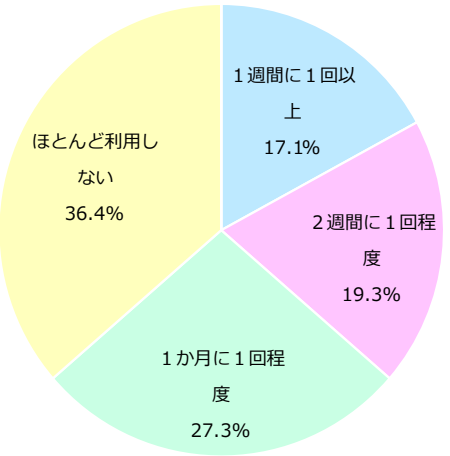


②日本産食材の利用頻度

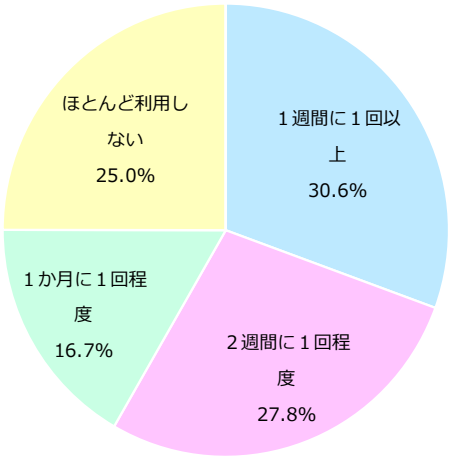
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187

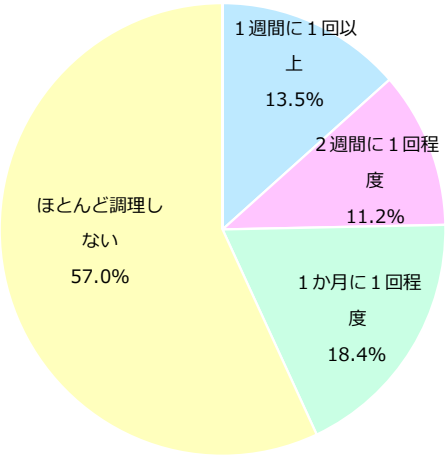


【セミナー】　N=36

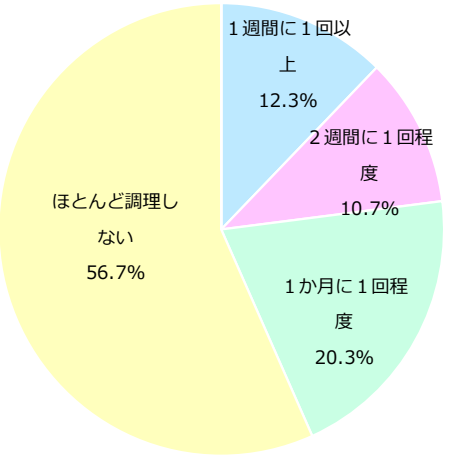


③ご家庭での日本食メニューの調理頻度

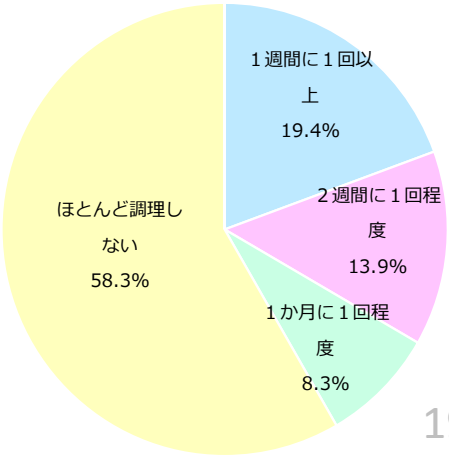
【全 体】　N=223



【通常展開】　N=187

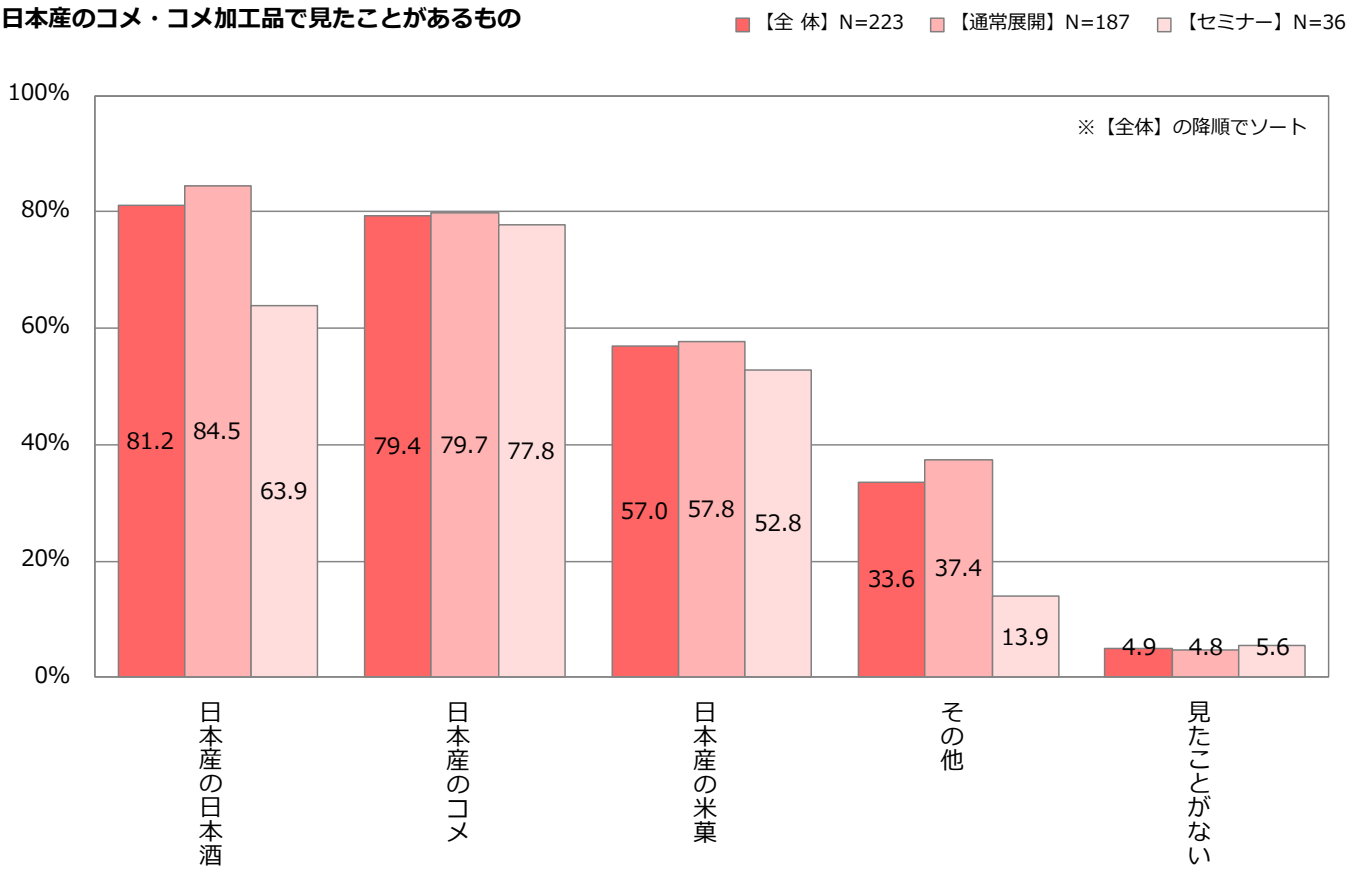


【セミナー】　N=36

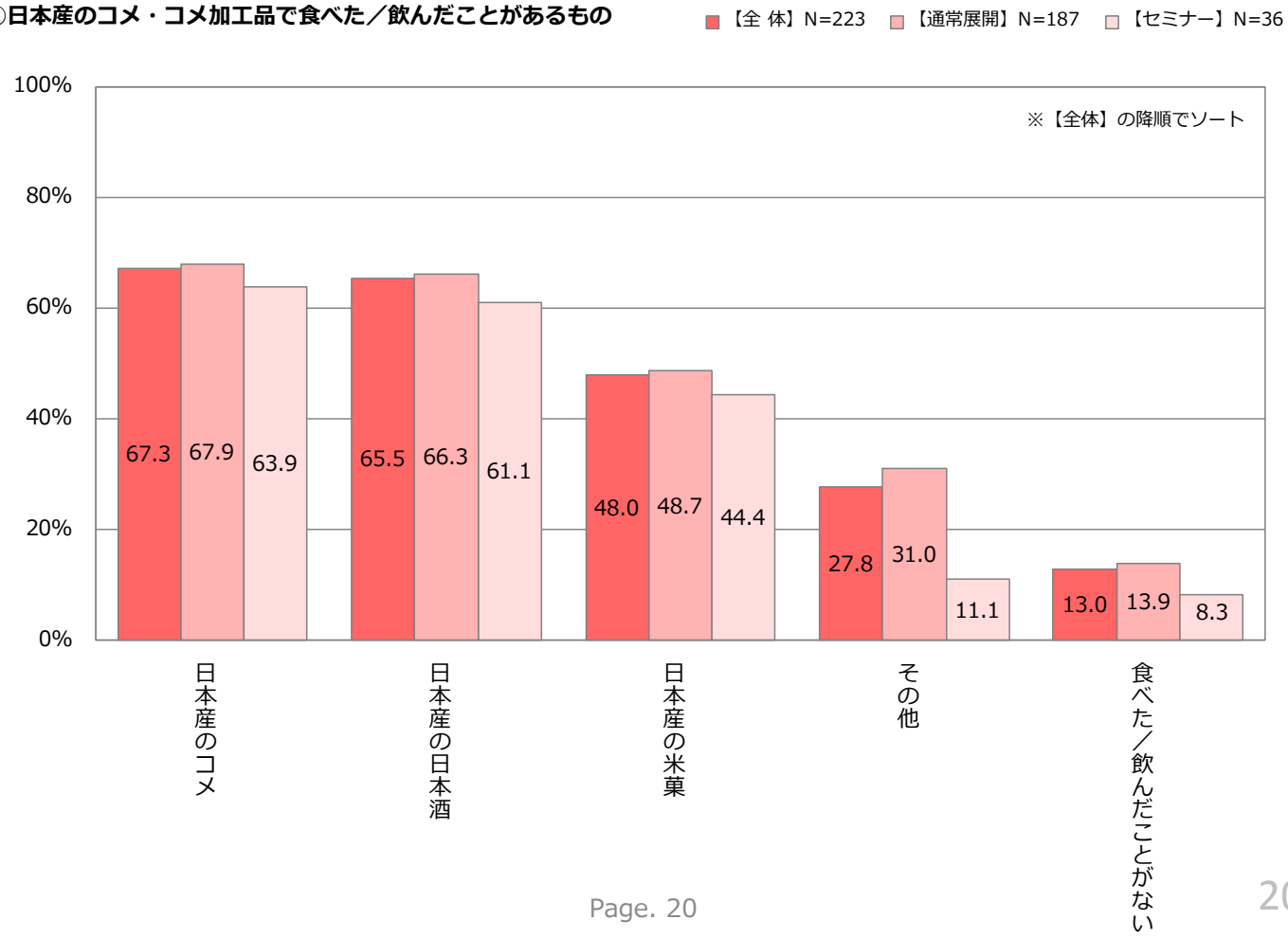


Q2.本日のイベントに来る前に、あなたは日本産のコメ・コメ加工品を見たり・食べたりしたことがありますか。

①日本産のコメ・コメ加工品で見たことがあるもの

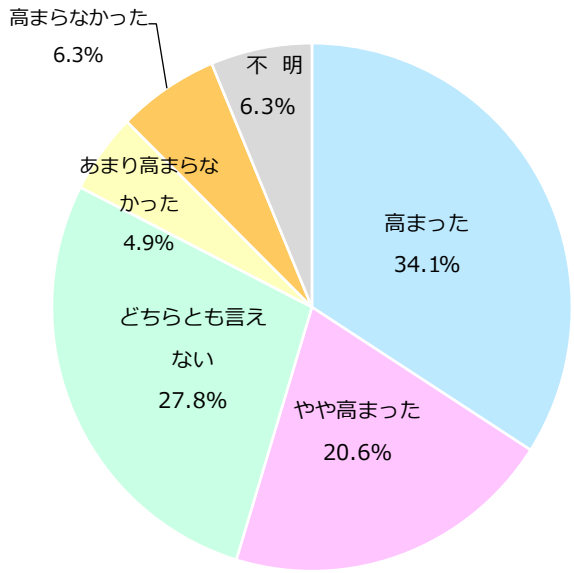


②日本産のコメ・コメ加工品で食べた／飲んだことがあるもの



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。

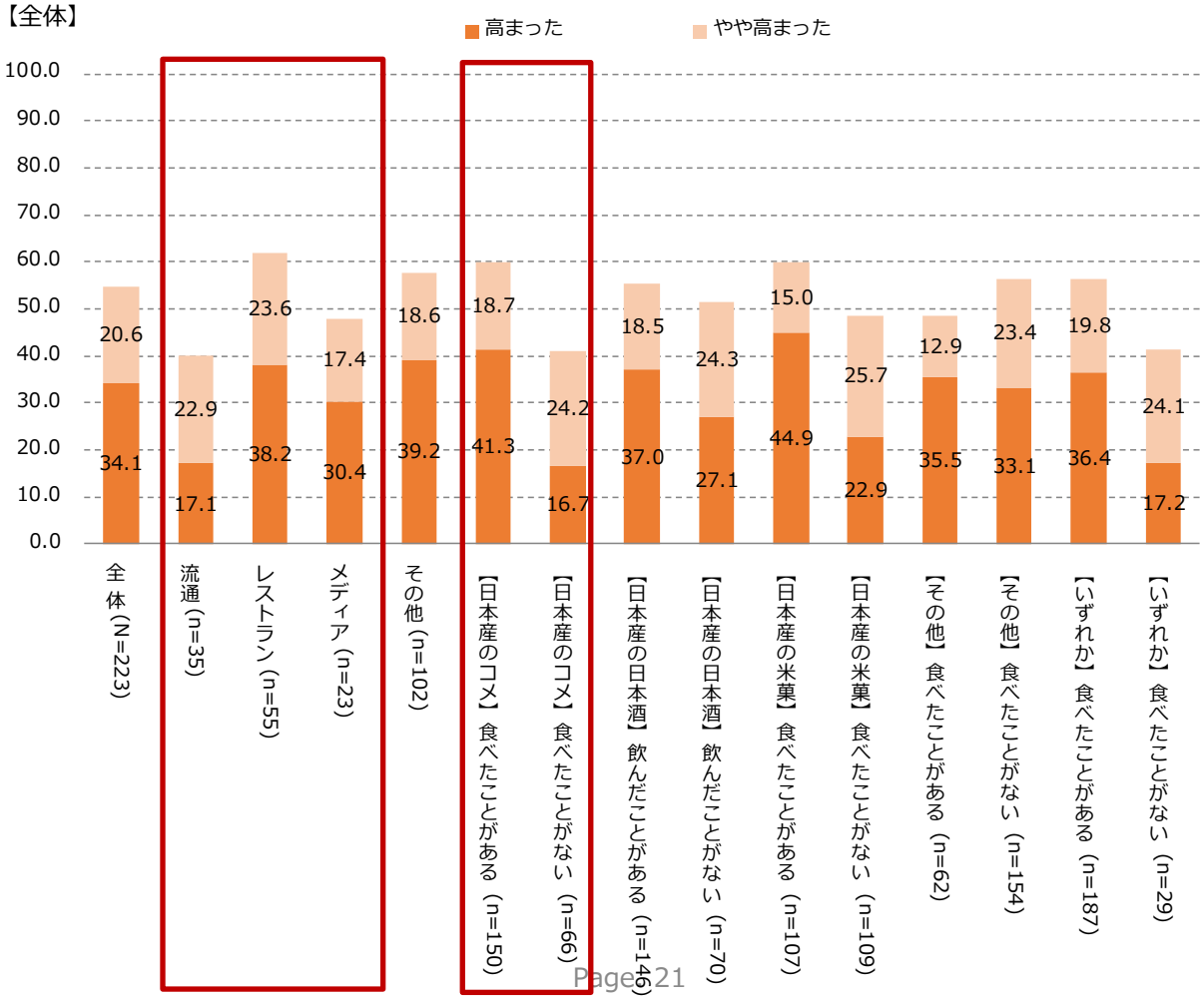
【全 体】①日本産のコメへの興味関心　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

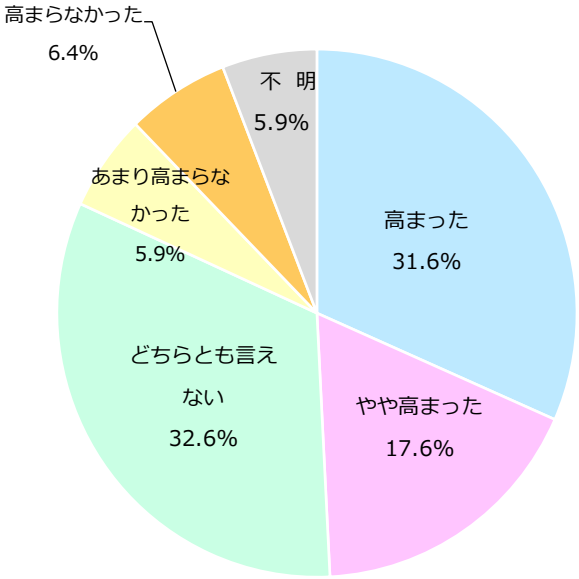
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約4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。

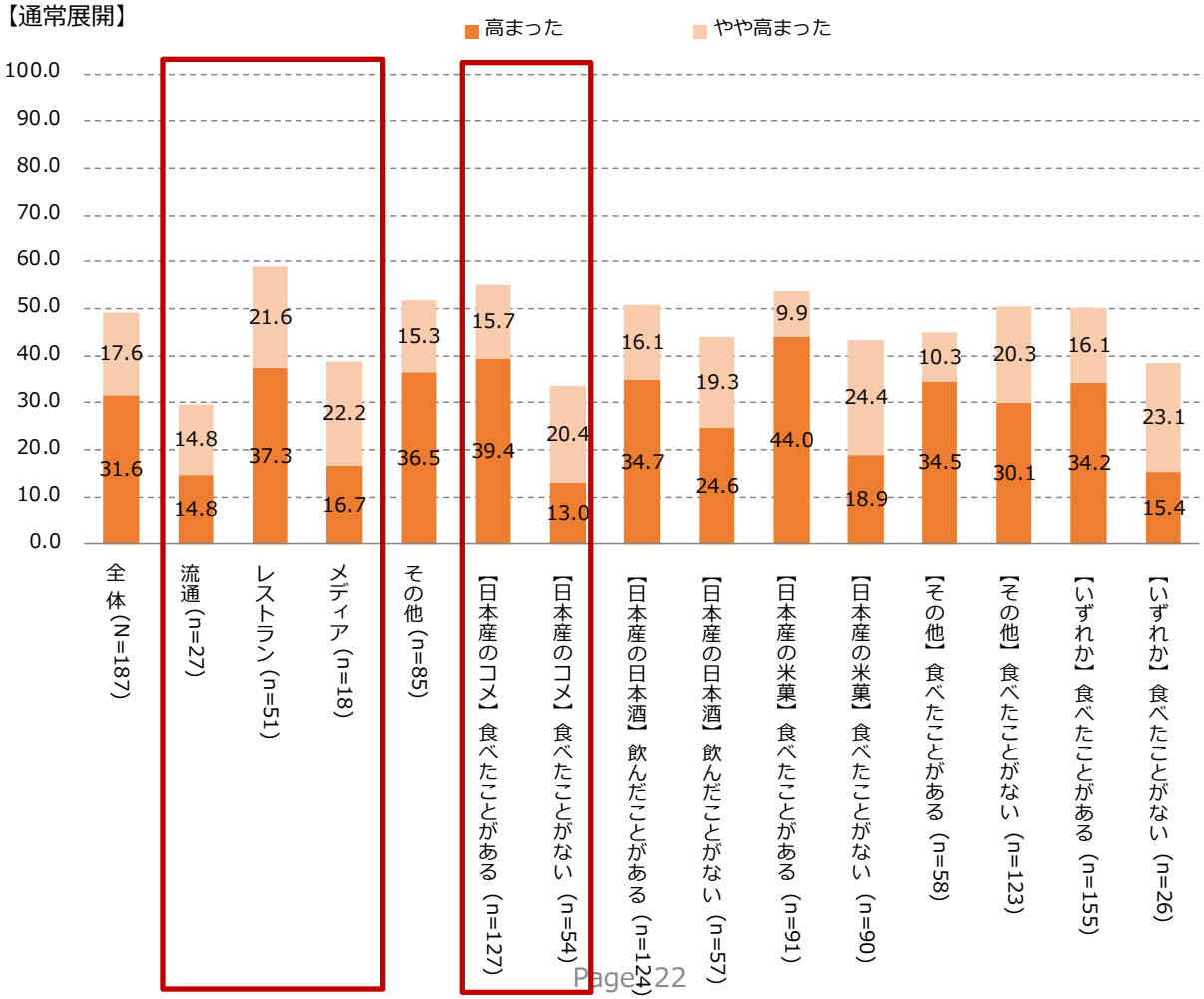
【通常展開】①日本産のコメへの興味関心　N=187



※n数が少ないため、一部参考値

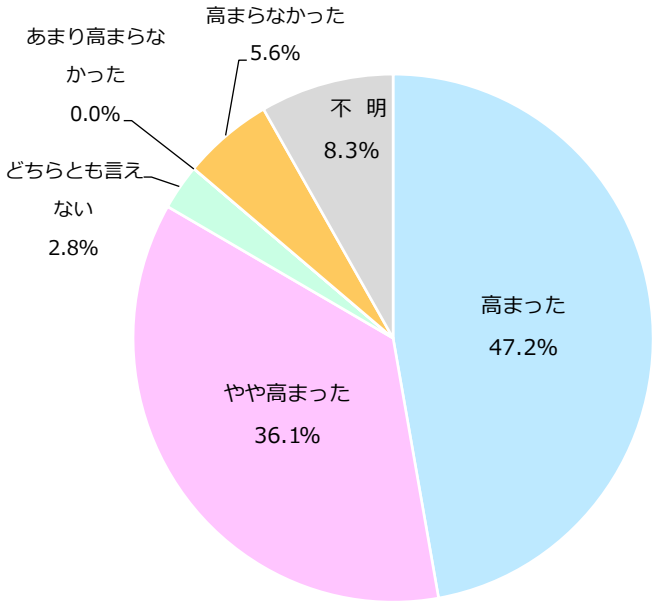
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約3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。

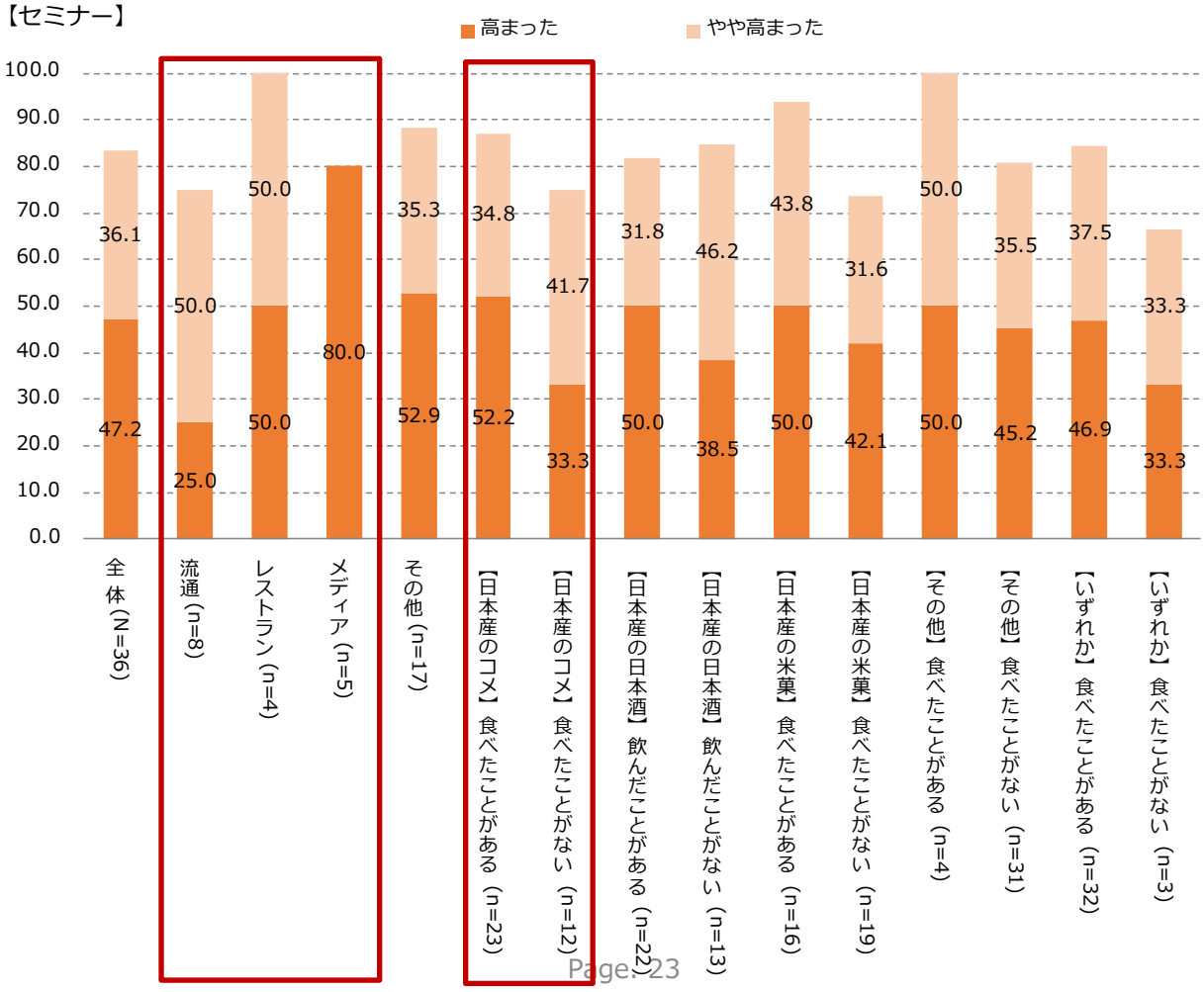
【セミナー】①日本産のコメへの興味関心　N=36



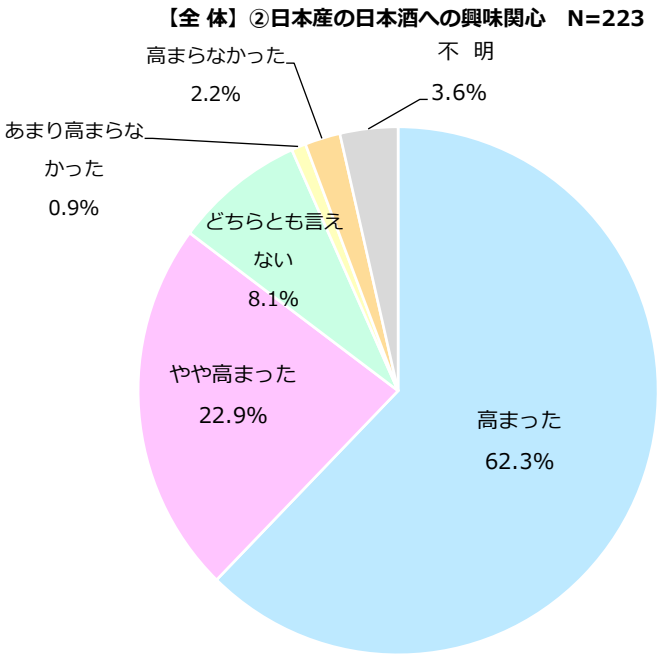
※n数が少ないため、一部参考値

・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「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。



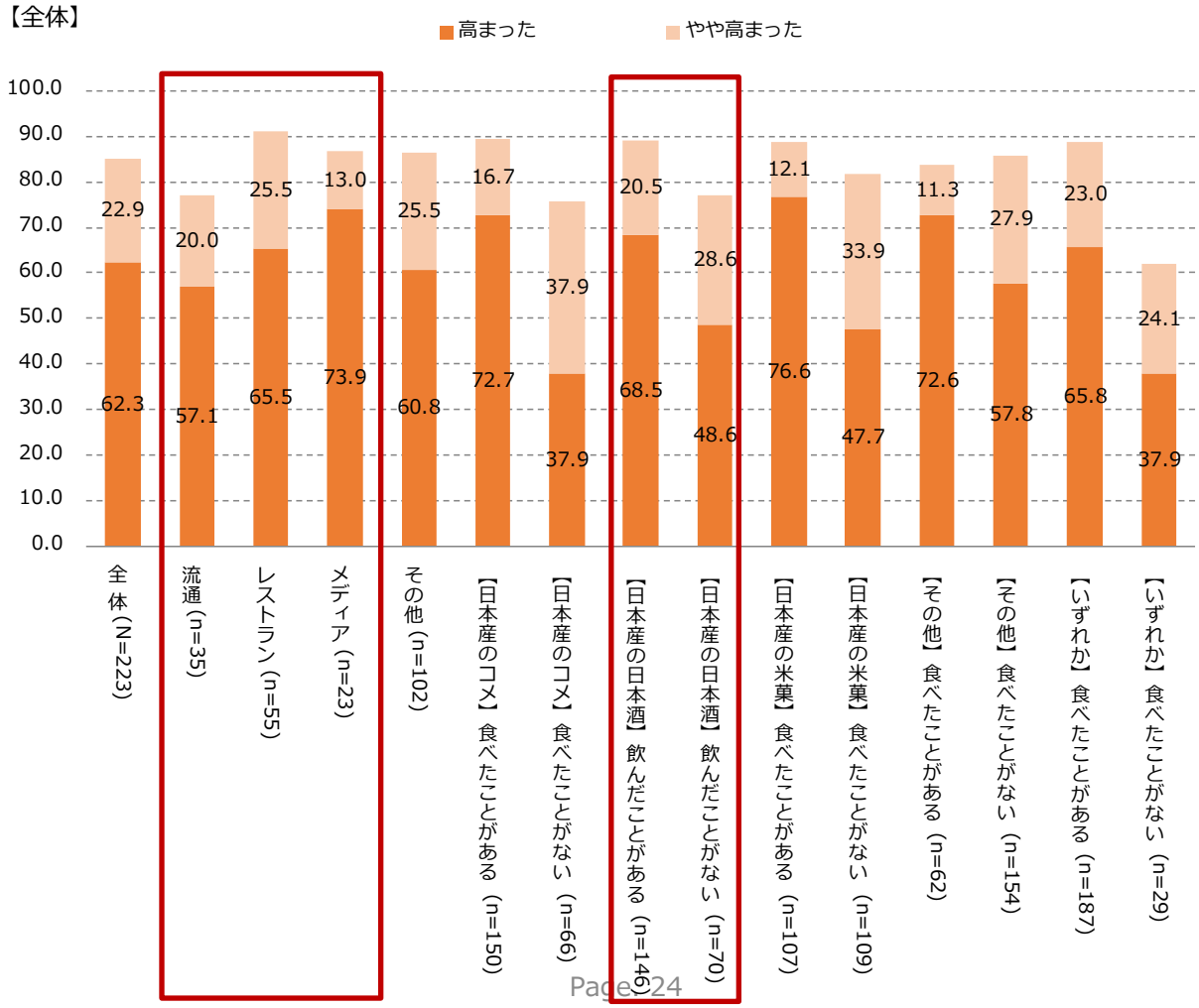
Q4.本日のイベントで、あなたは日本産のコメ・コメ加工品への興味関心が高まりましたか。



※n数が少ないため、一部参考値

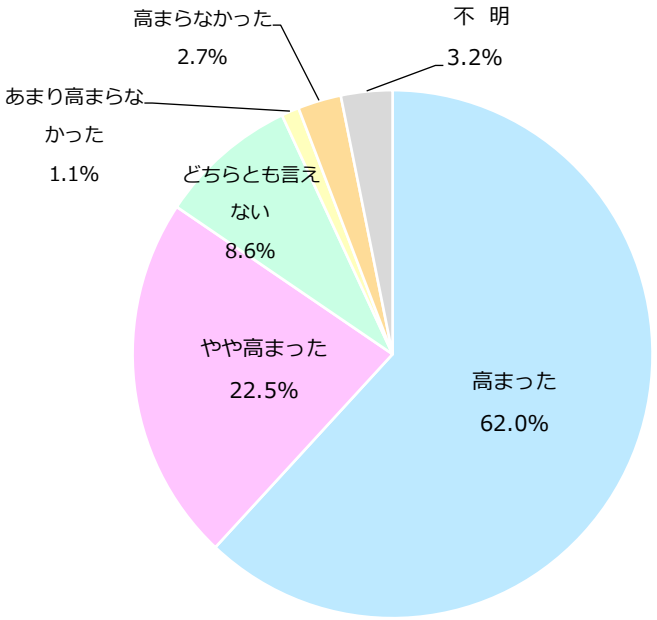
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約8割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。

【通常展開】②日本産の日本酒への興味関心　N=187

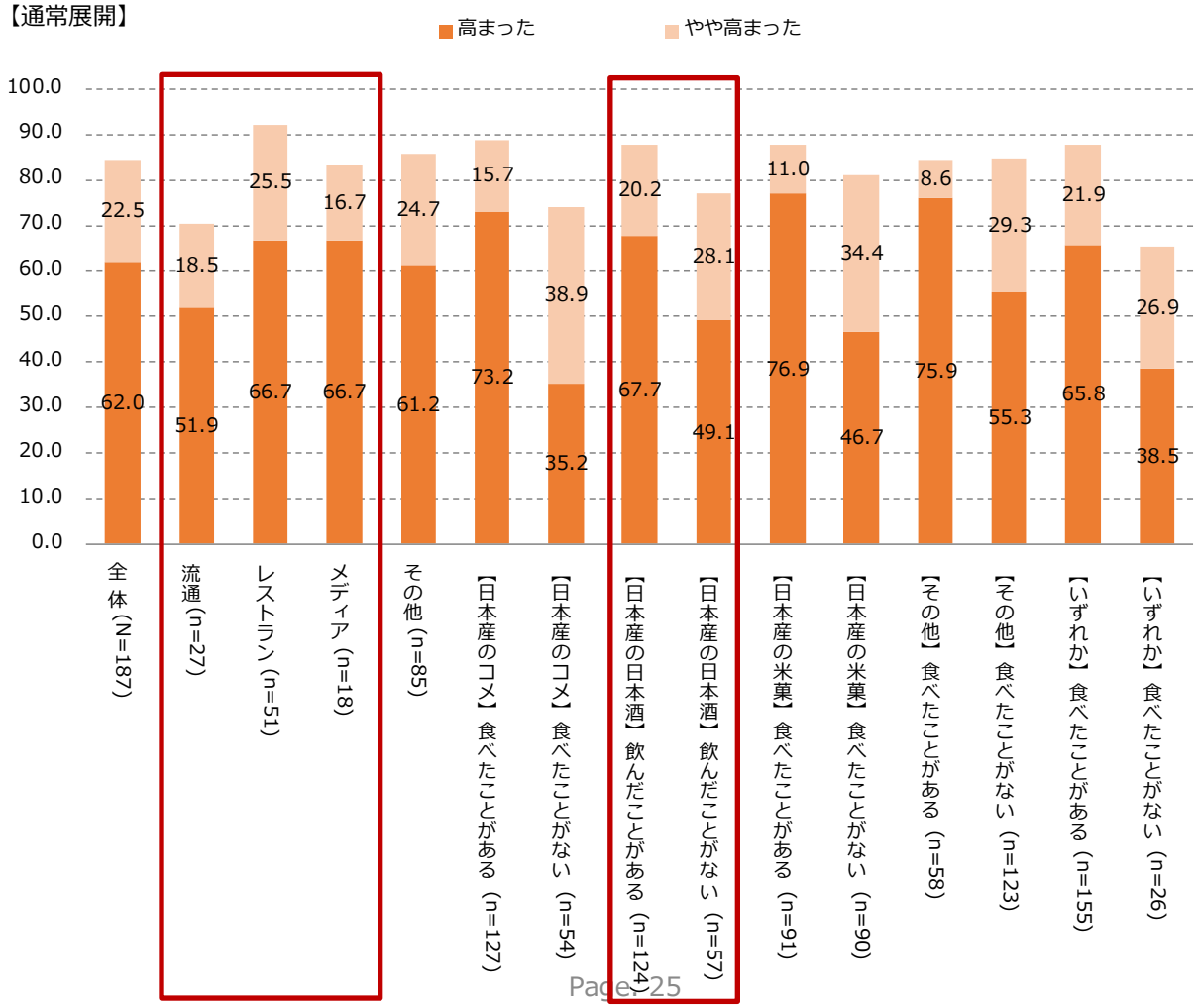


※n数が少ないため、一部参考値

・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」。

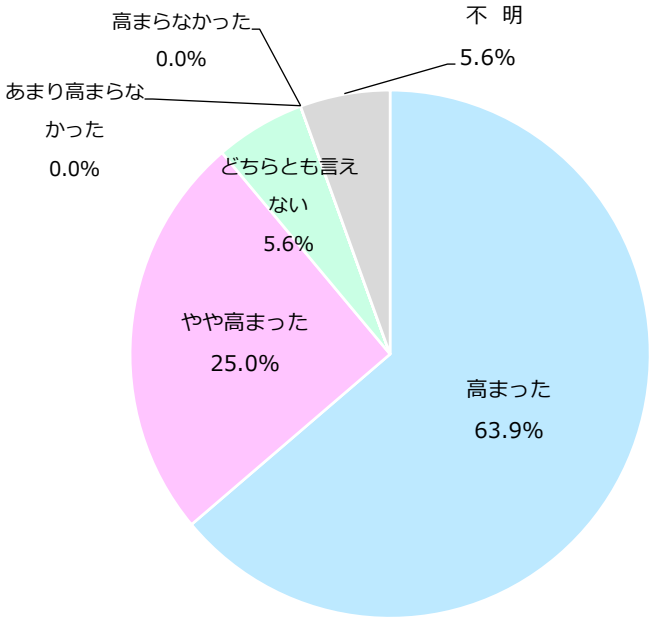
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約8割が日本酒への興味が高まったと回答。

【通常展開】



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。

【セミナー】②日本産の日本酒への興味関心　N=36

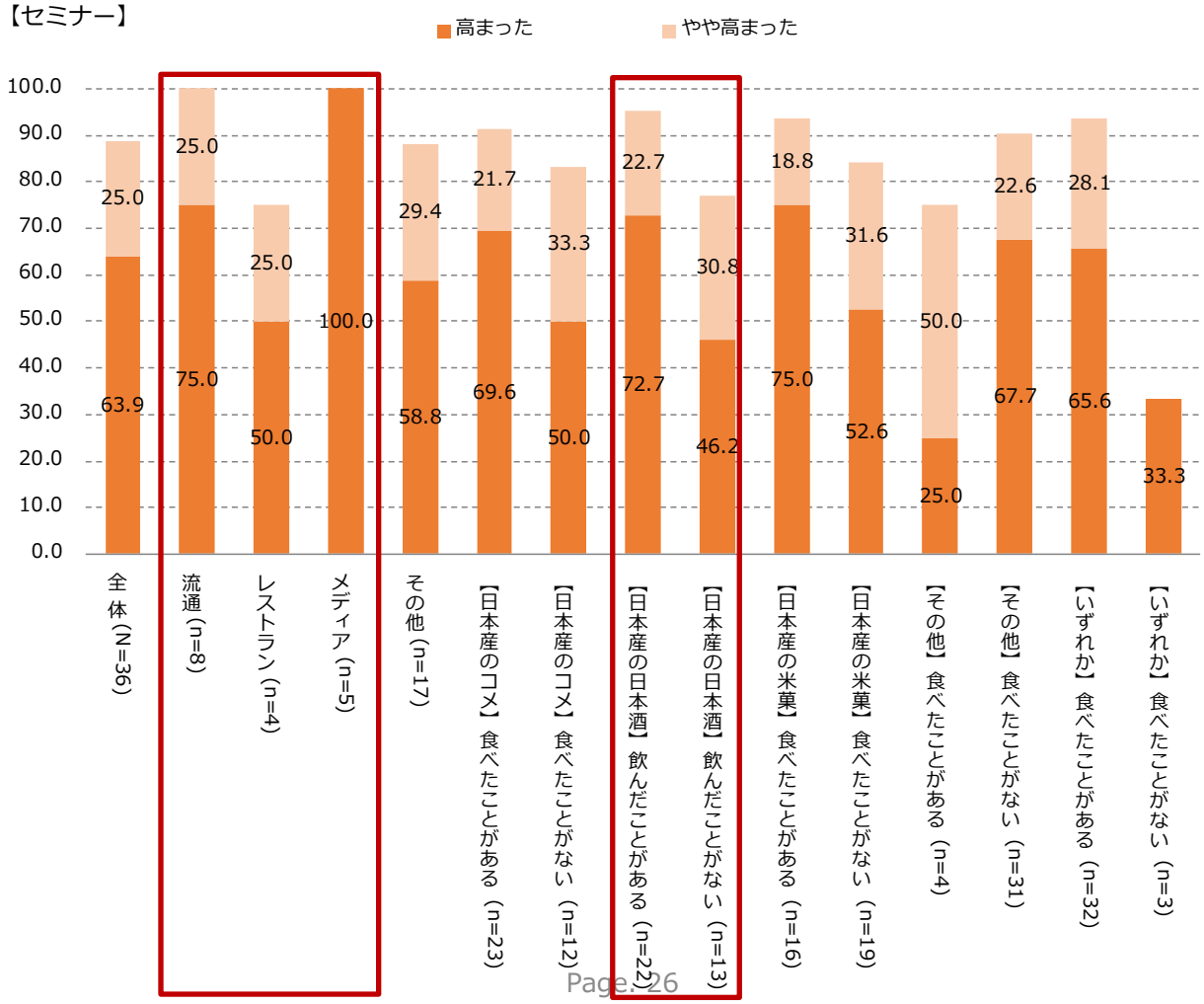


※n数が少ないため、一部参考値

・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

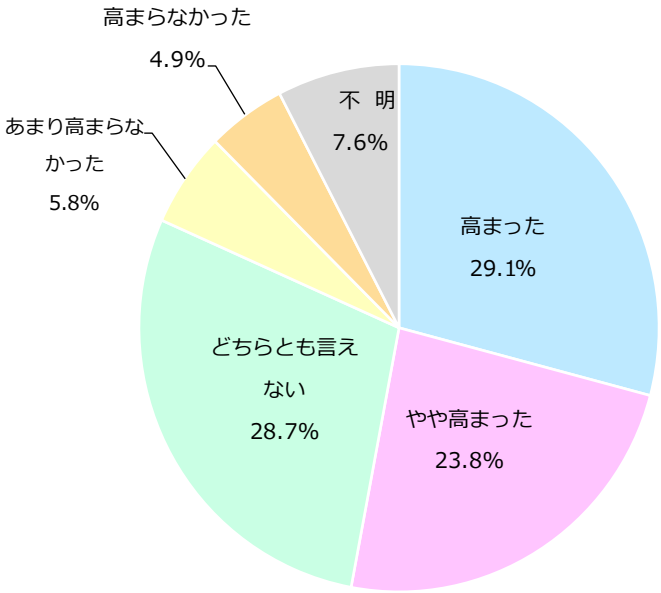
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約8割が日本酒への興味が高まったと回答。

【セミナー】



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。

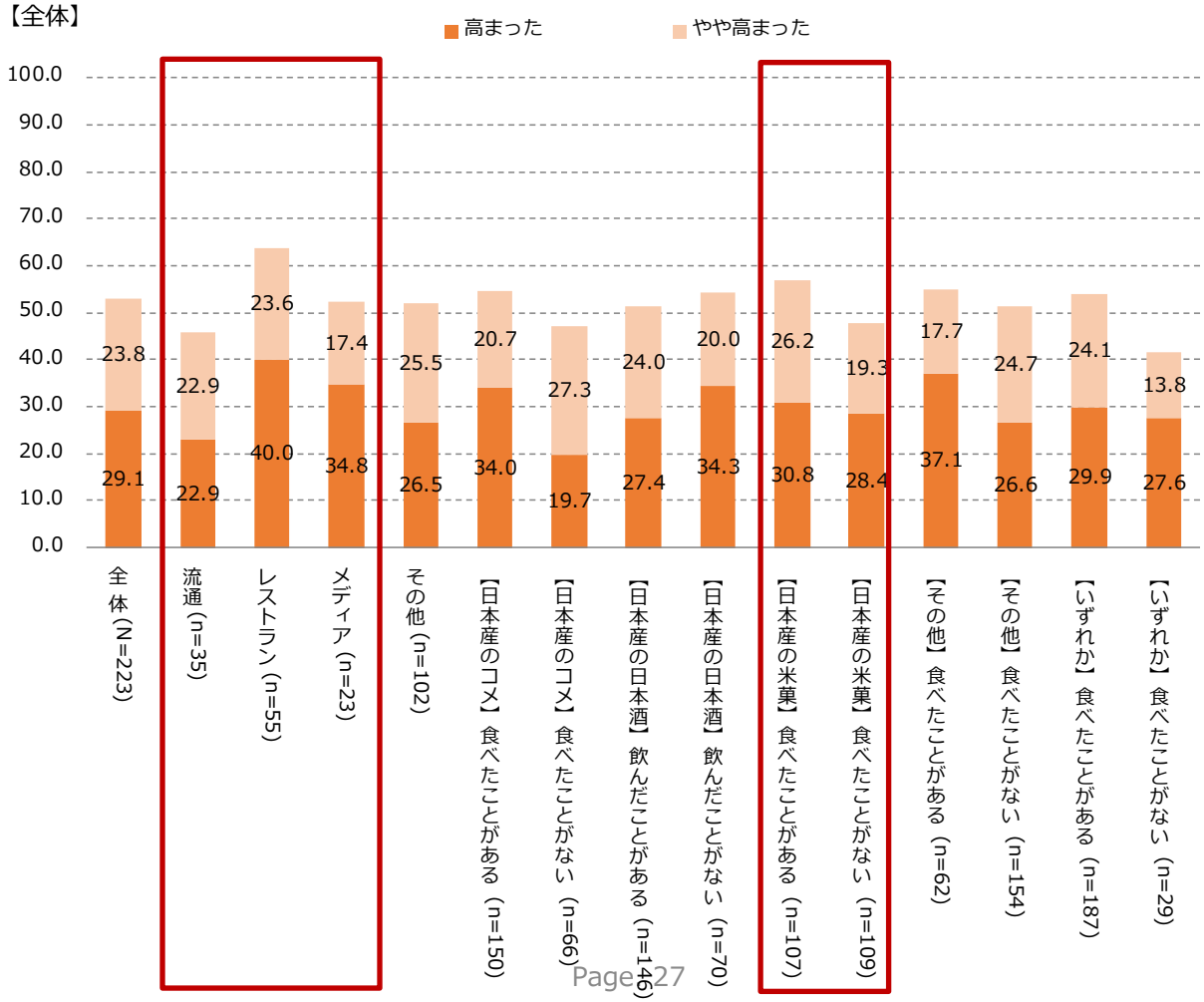
【全 体】③日本産の米菓への興味関心　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

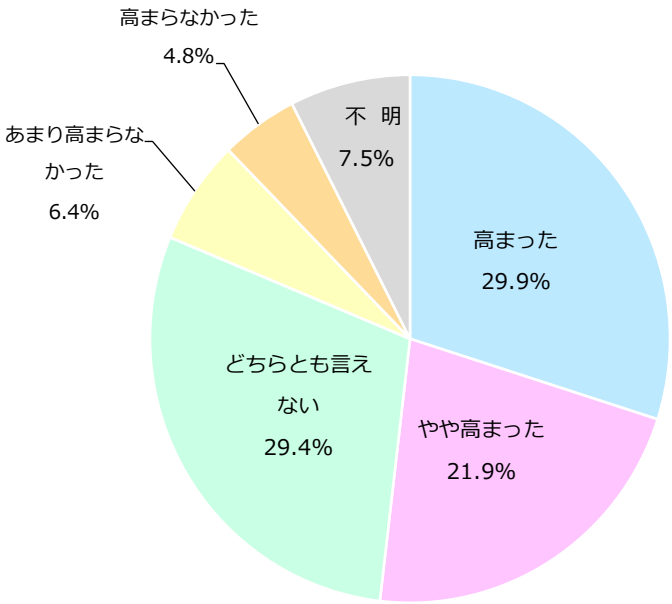
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、4割以上が米菓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。

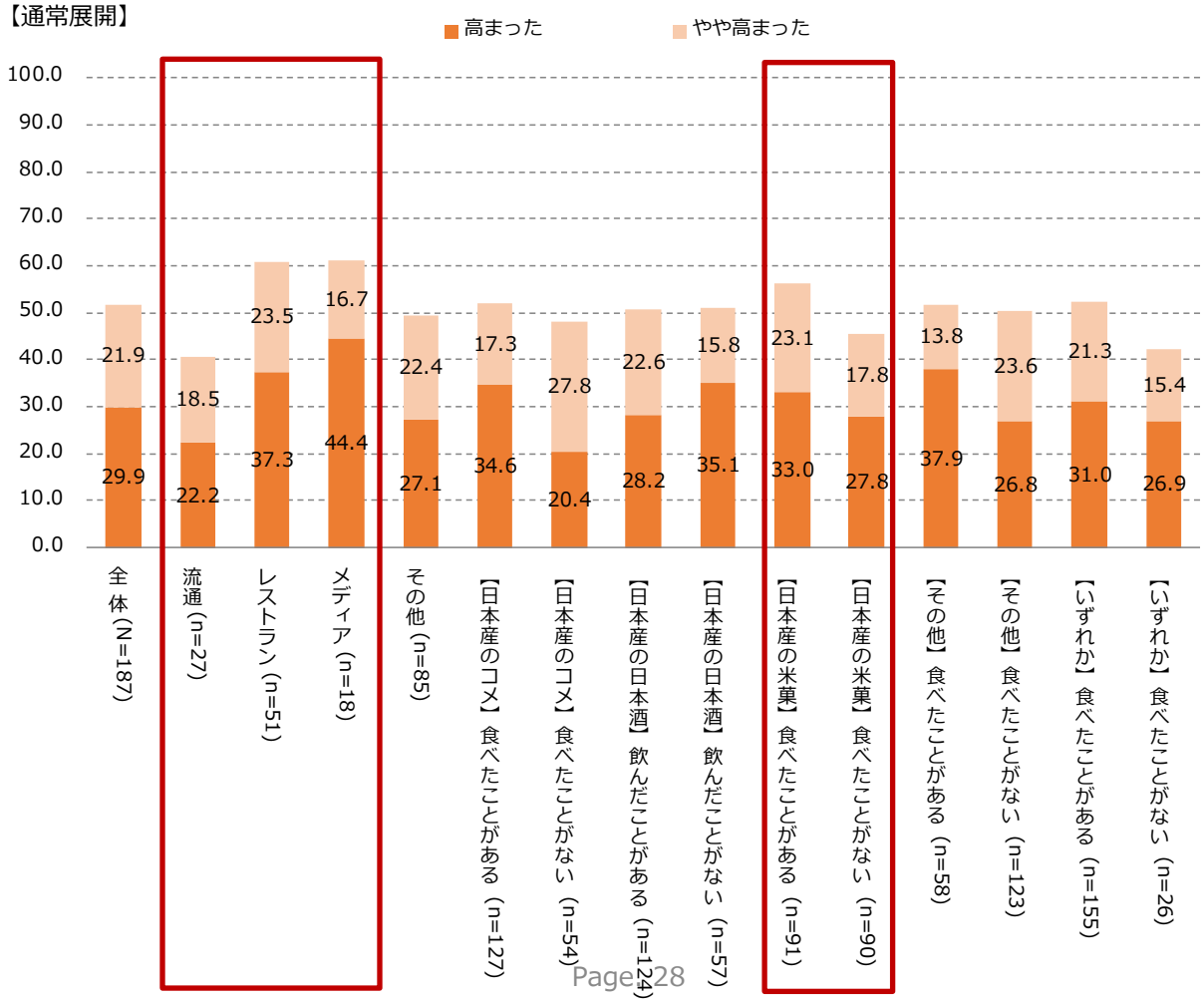
【通常展開】③日本産の米菓への興味関心　N=187



※n数が少ないため、一部参考値

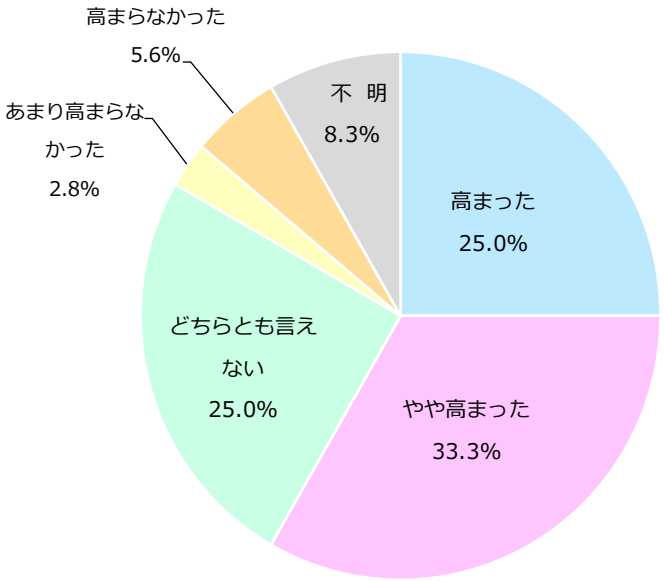
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、4割以上が米菓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。

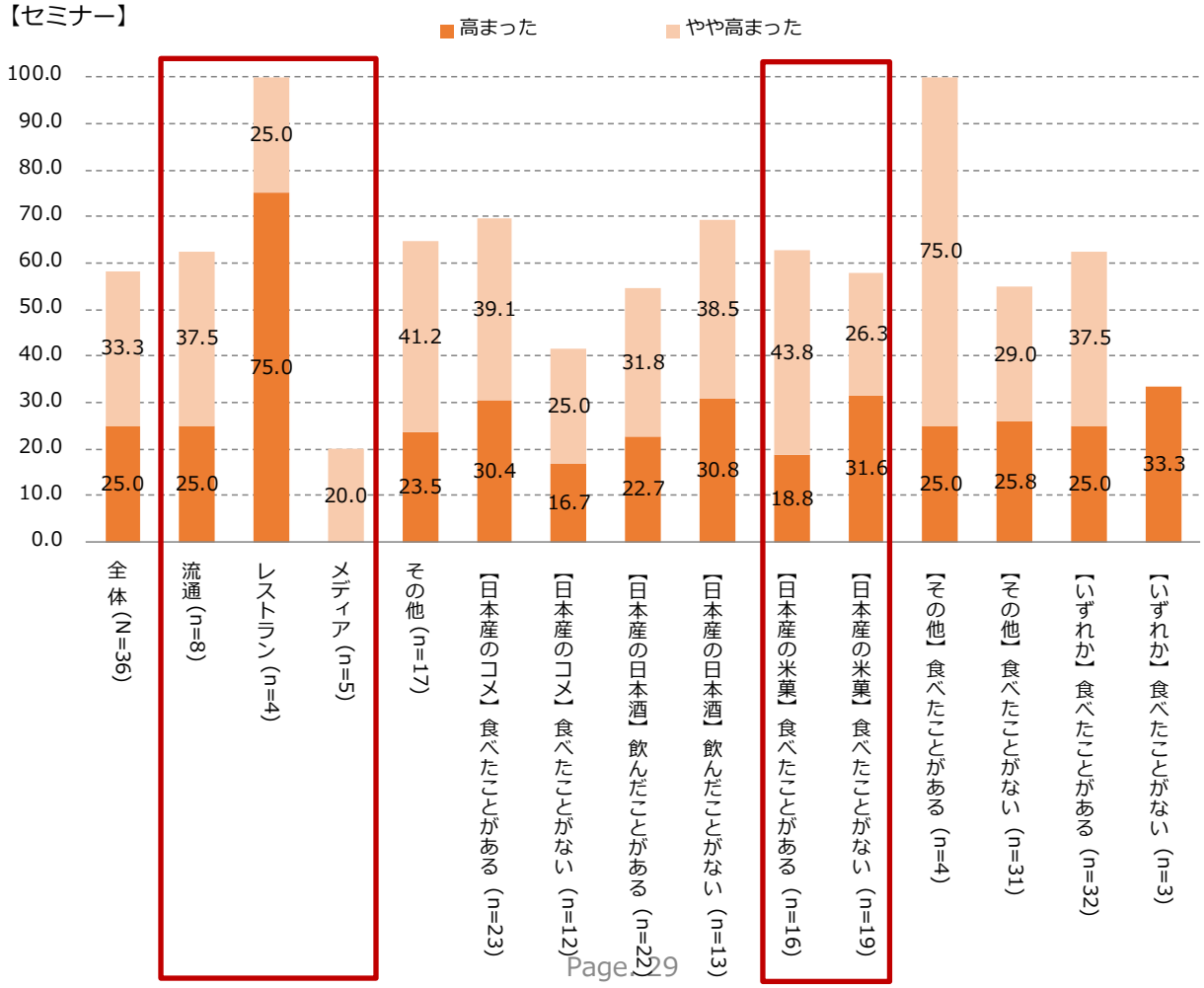
【セミナー】③日本産の米菓への興味関心　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

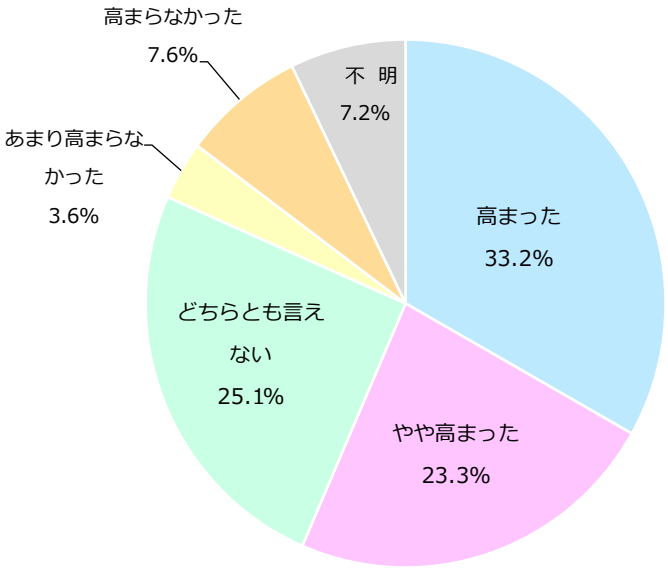
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約6割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。

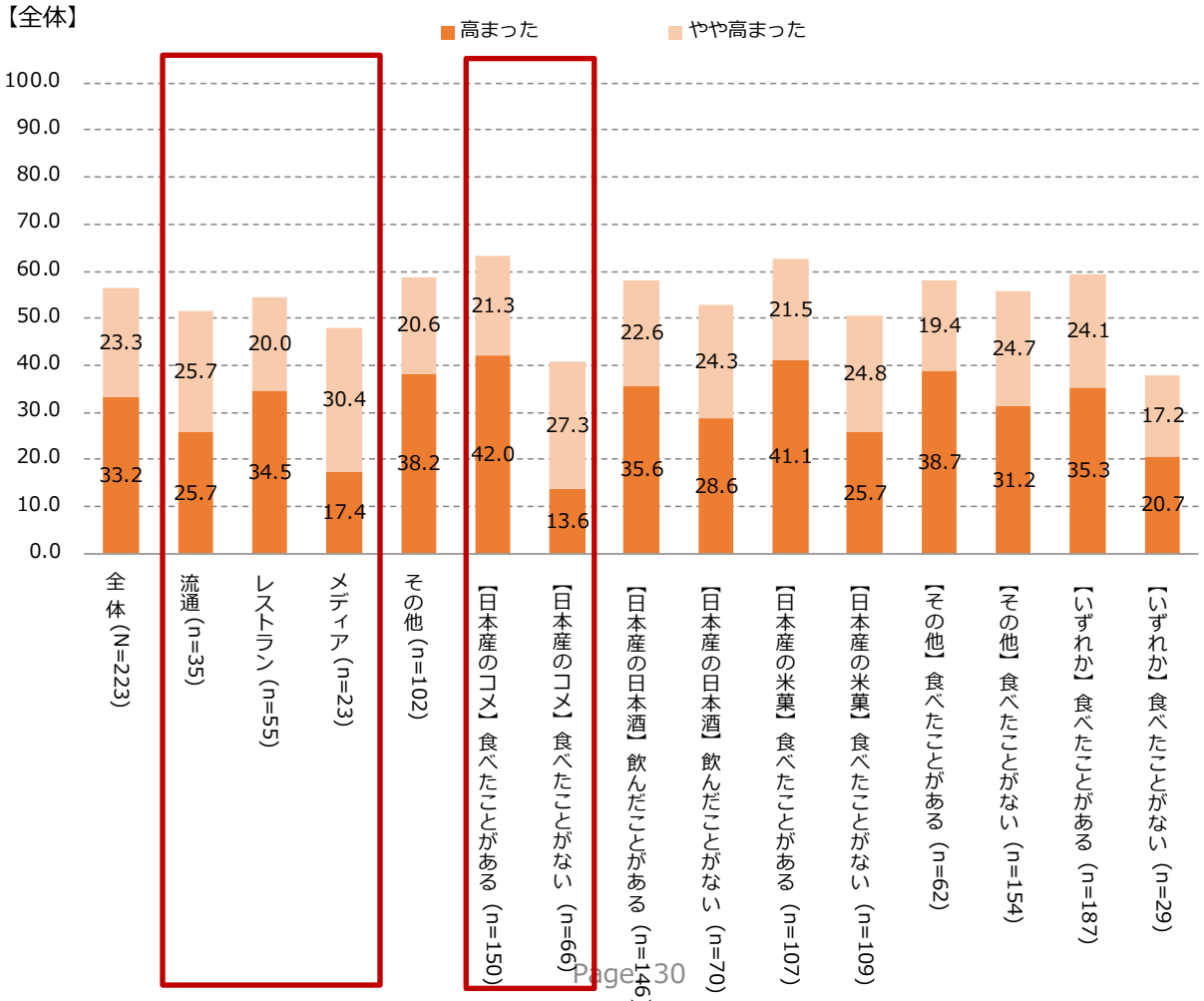
【全 体】①日本産のコメへの購入意向　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

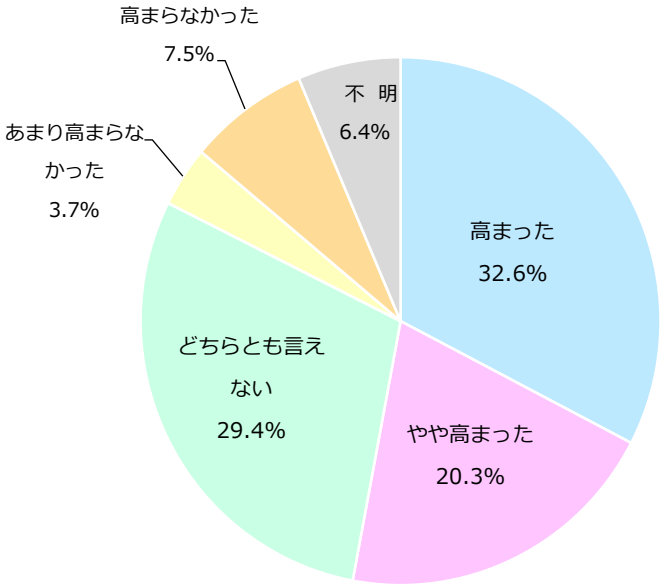
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約4割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。

【通常展開】①日本産のコメへの購入意向　N=187

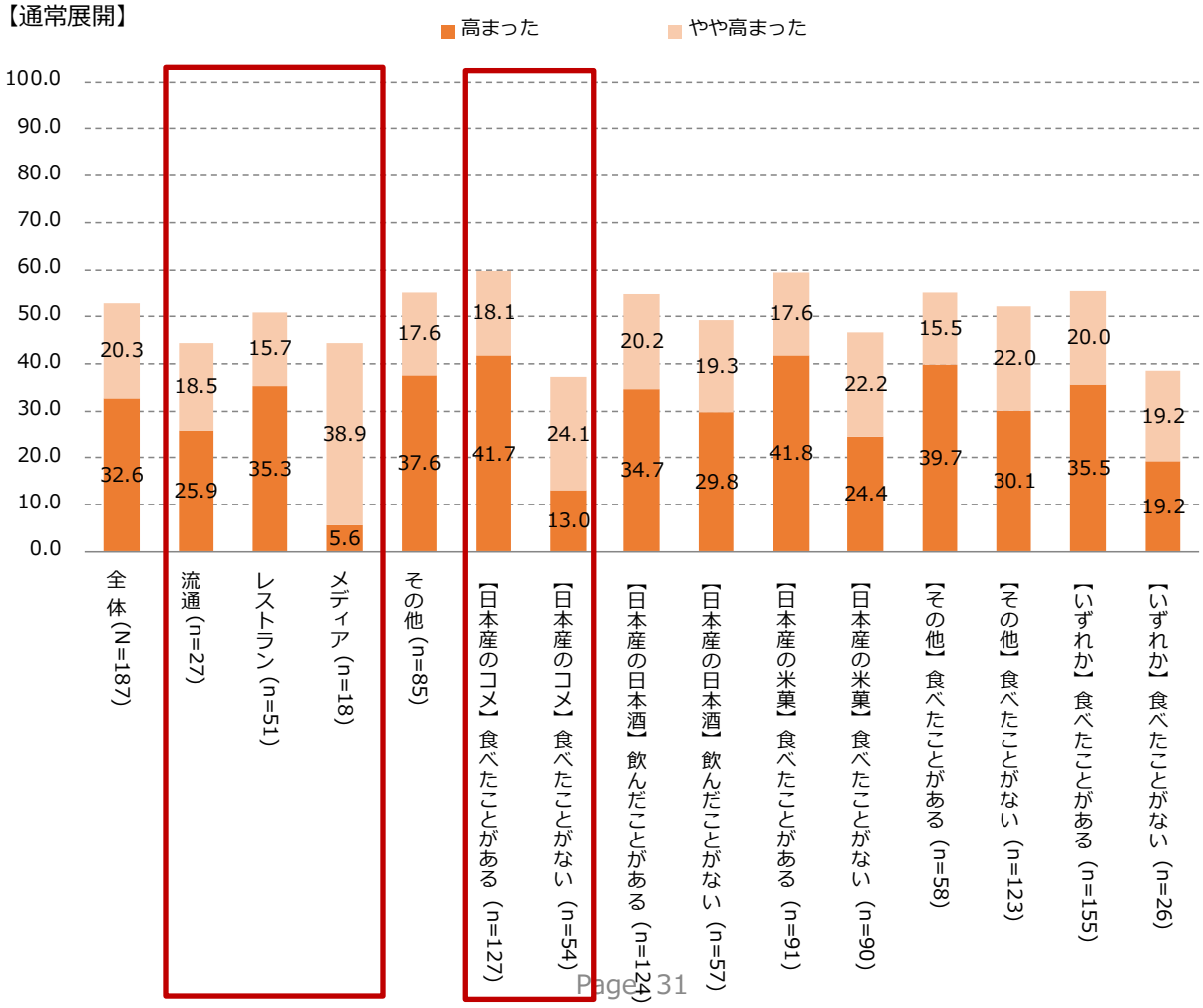


※n数が少ないため、一部参考値

・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

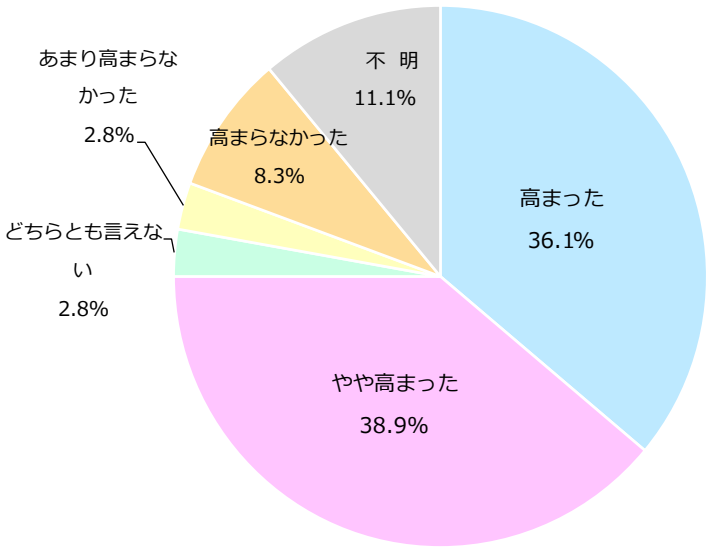
・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約4割がコメへの購入意向が高まったと回答。

【通常展開】



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。

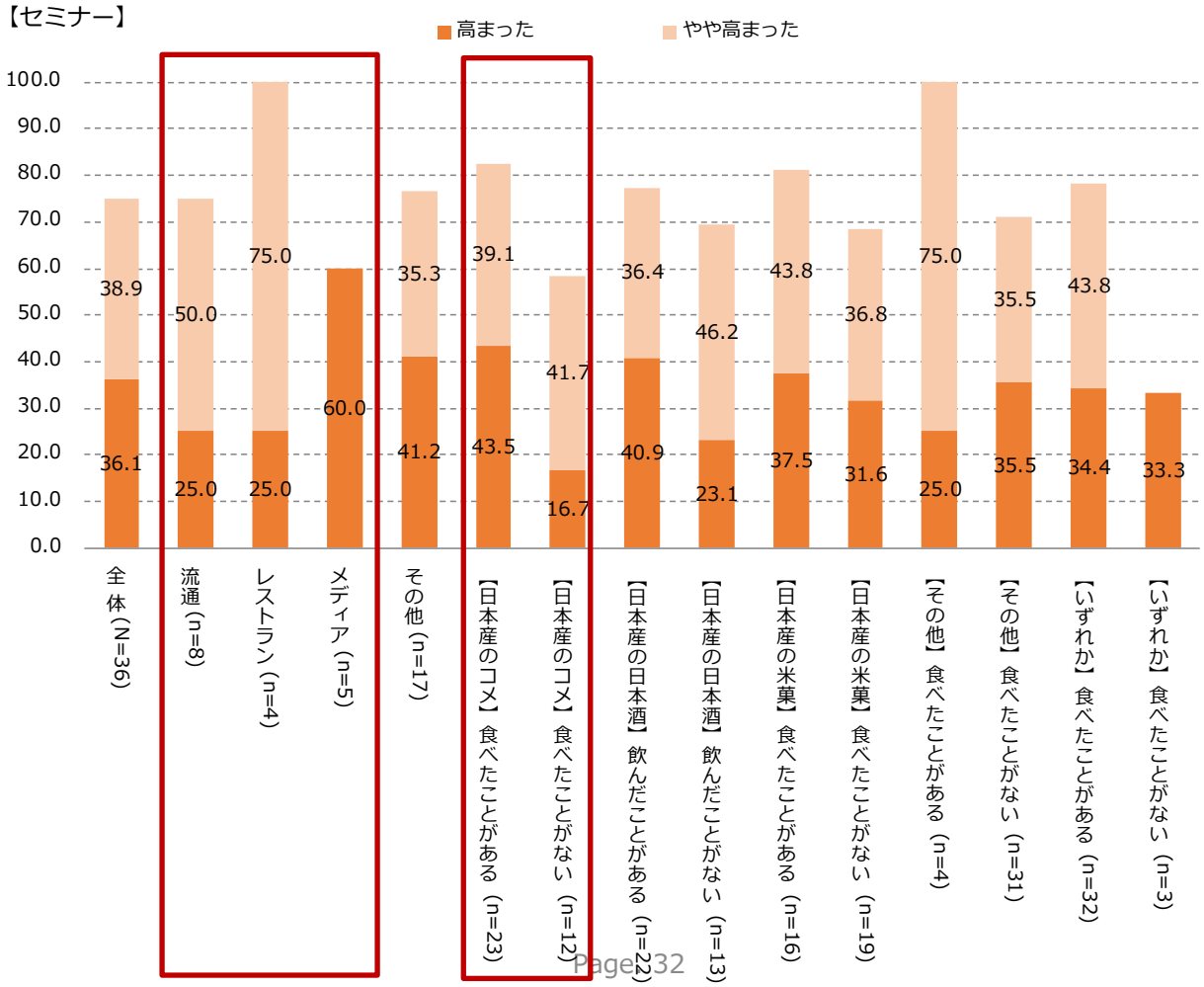
【セミナー】①日本産のコメへの購入意向　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

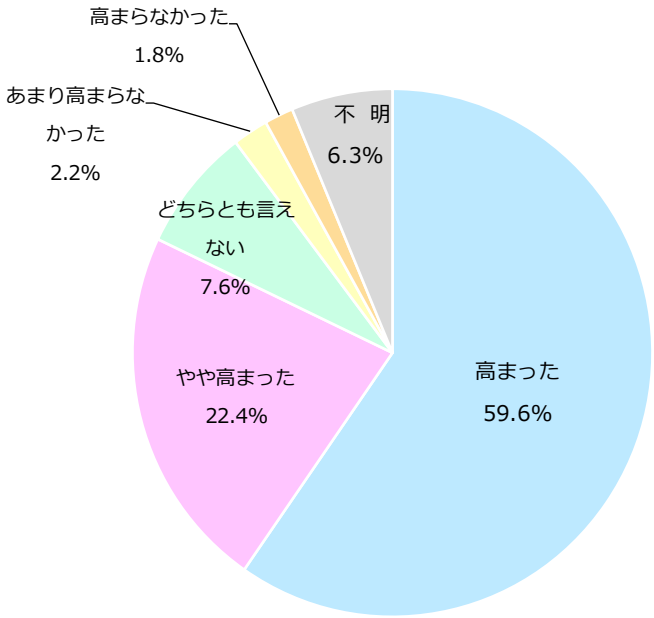
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約6割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。

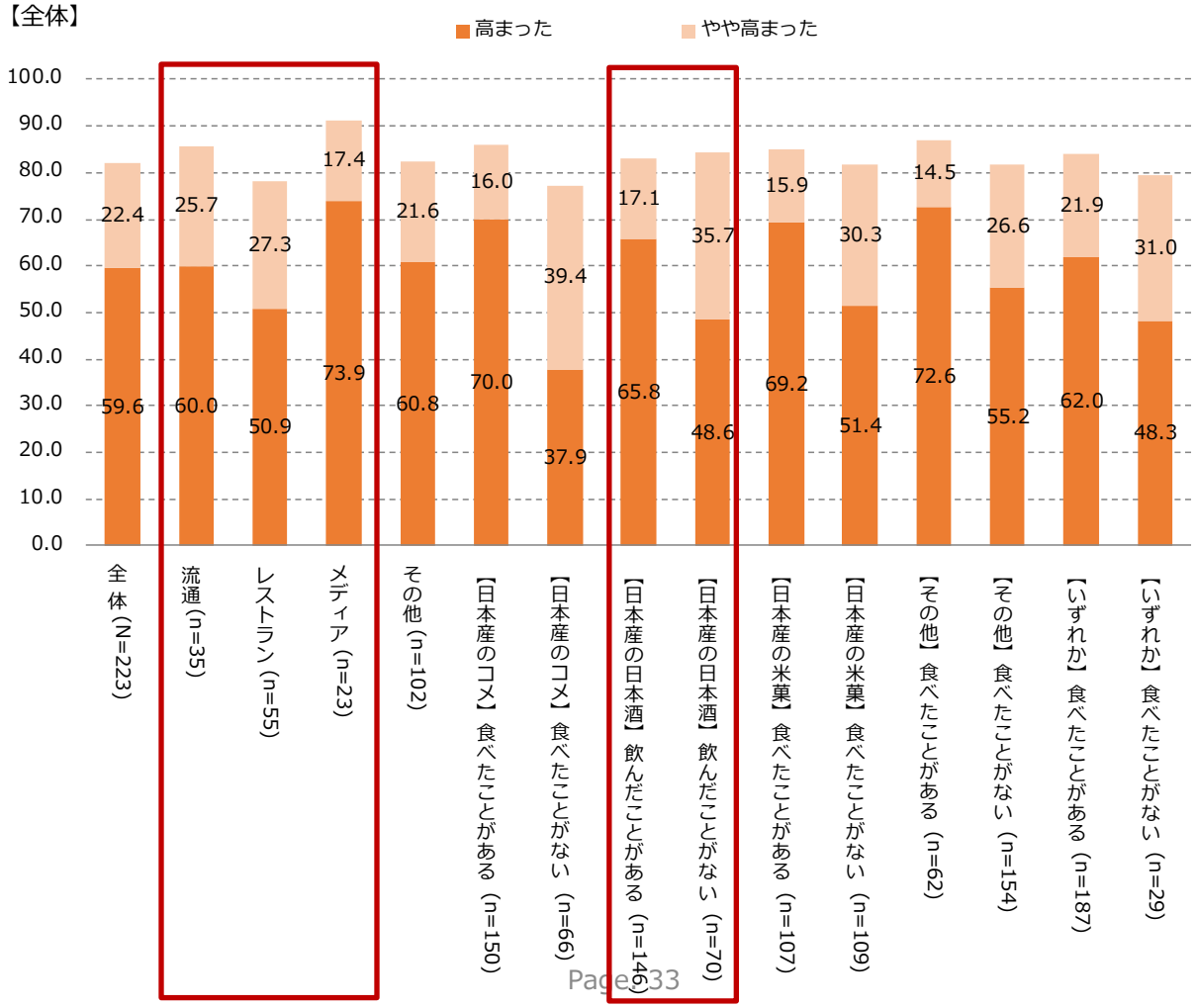
【全 体】②日本産の日本酒への購入意向　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

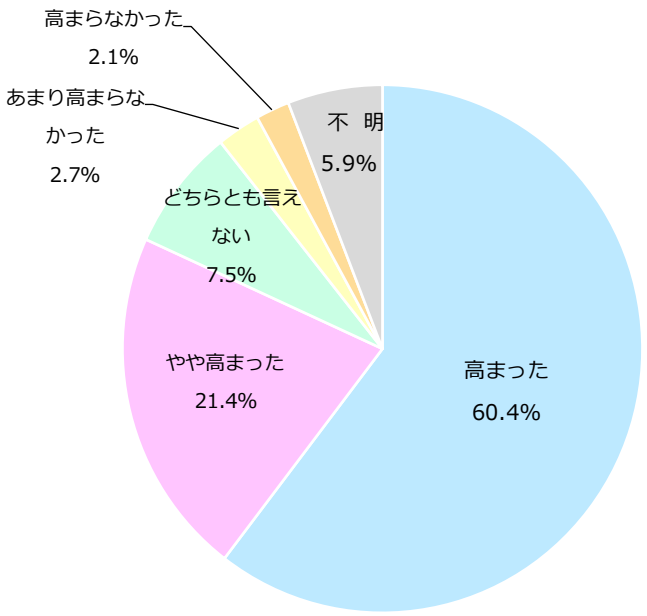
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約8割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。

【通常展開】②日本産の日本酒への購入意向　N=187



※n数が少ないため、一部参考値

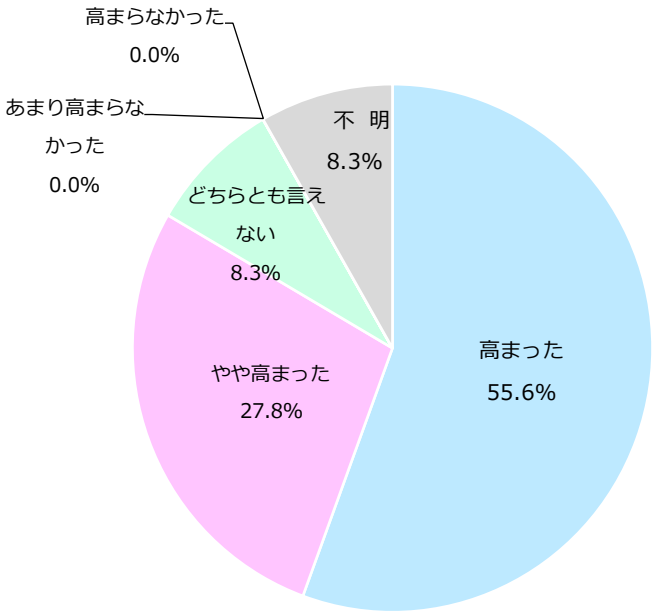
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約9割が日本酒への購入意向が高まったと回答。

【通常展開】

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。

【セミナー】②日本産の日本酒への購入意向　N=36

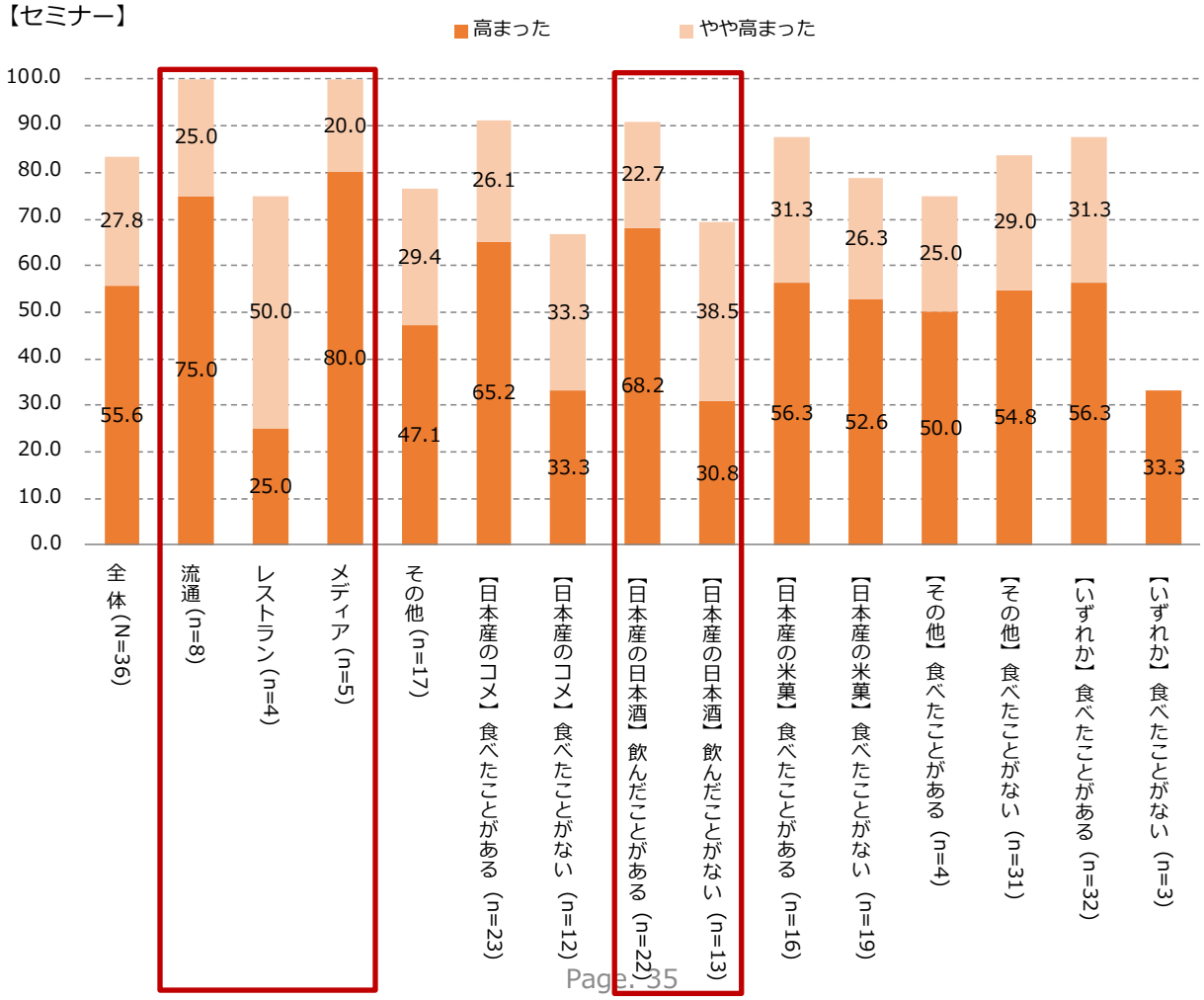


※n数が少ないため、一部参考値

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

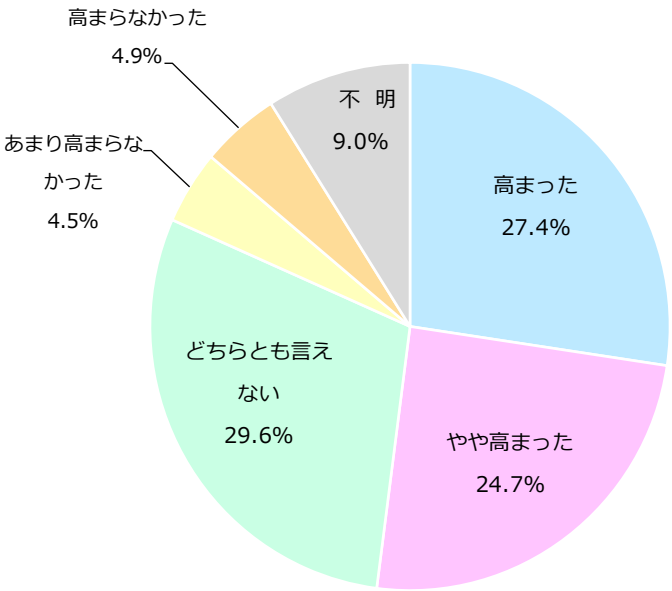
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約7割が日本酒への購入意向が高まったと回答。

【セミナー】



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。

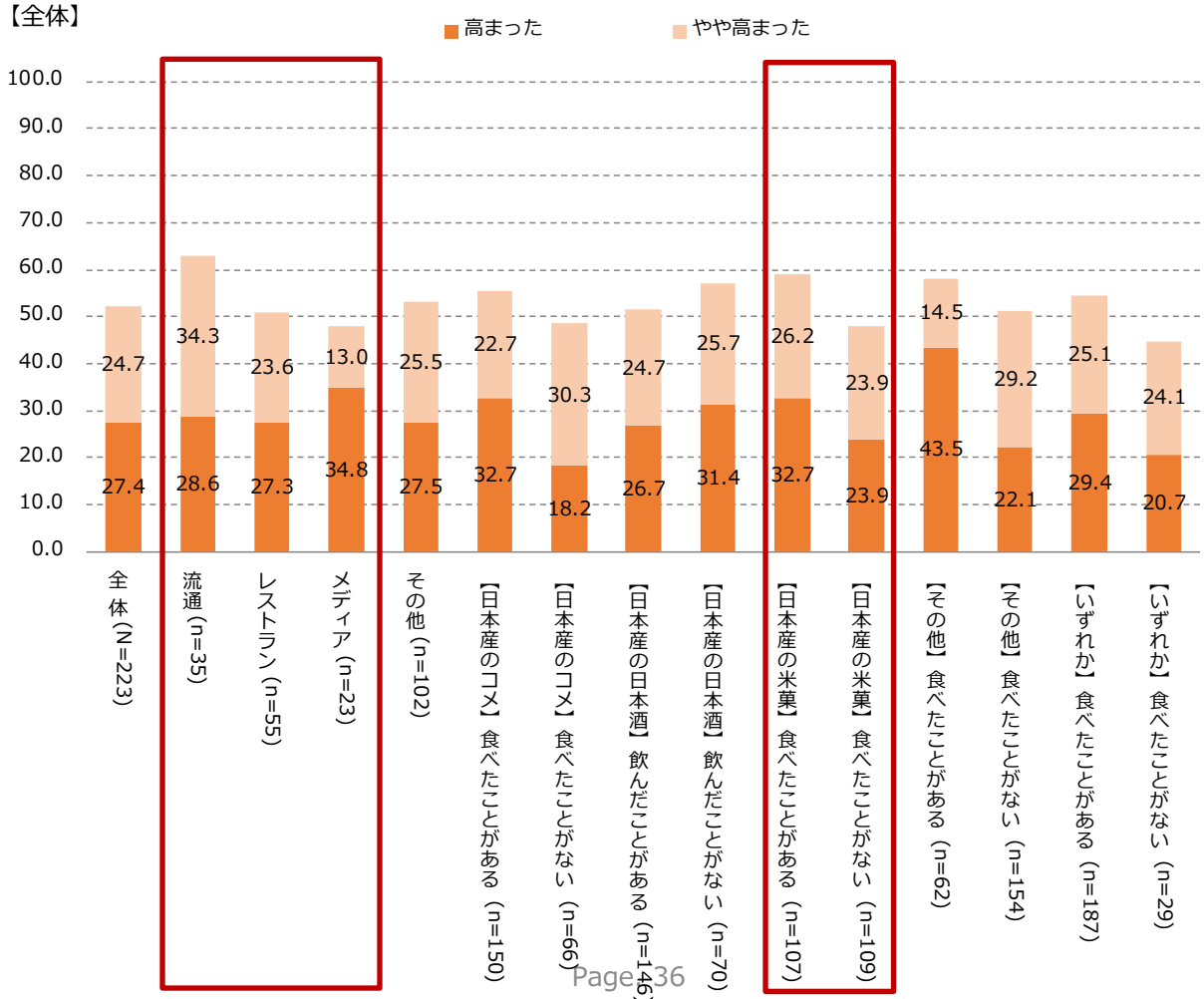
【全 体】③日本産の米菓への購入意向　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

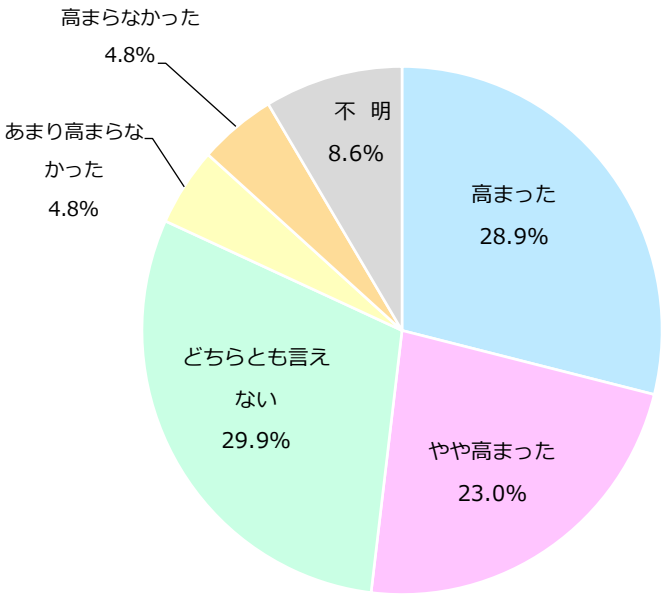
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「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。



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。

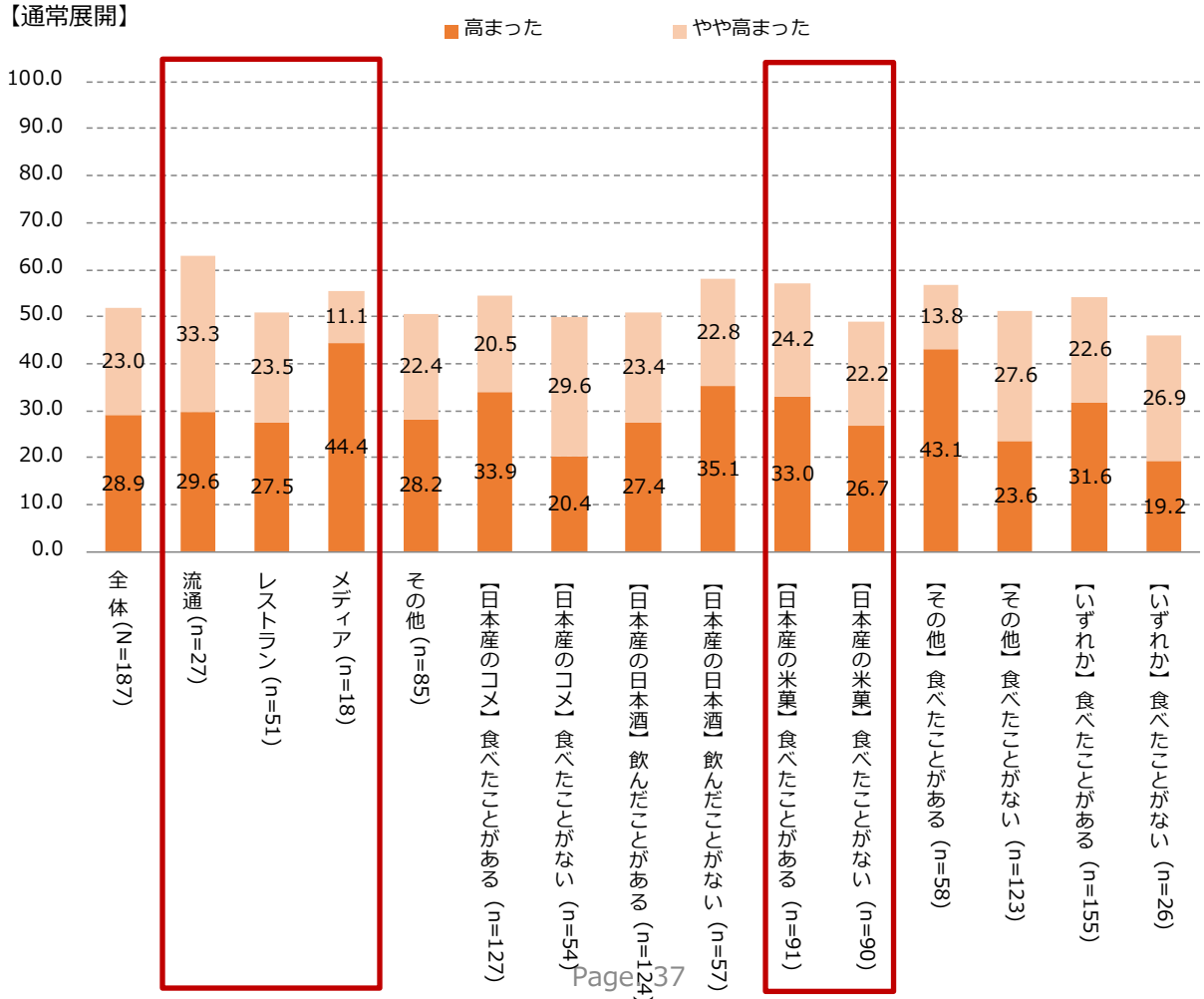
【通常展開】③日本産の米菓への購入意向　N=187



※n数が少ないため、一部参考値

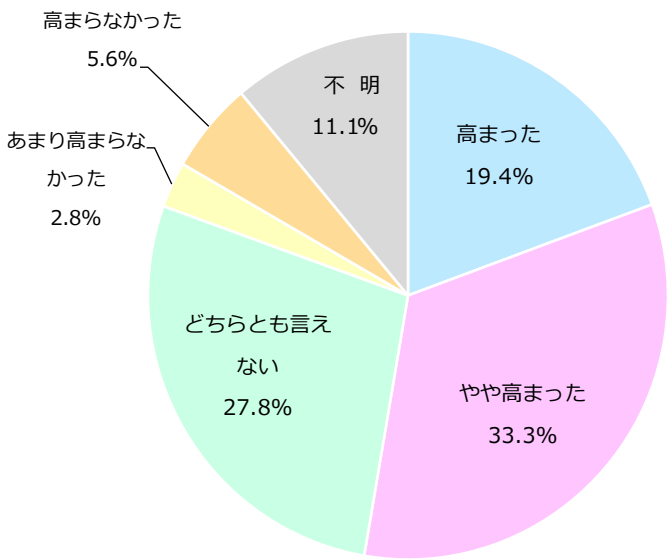
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約5割が米菓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。

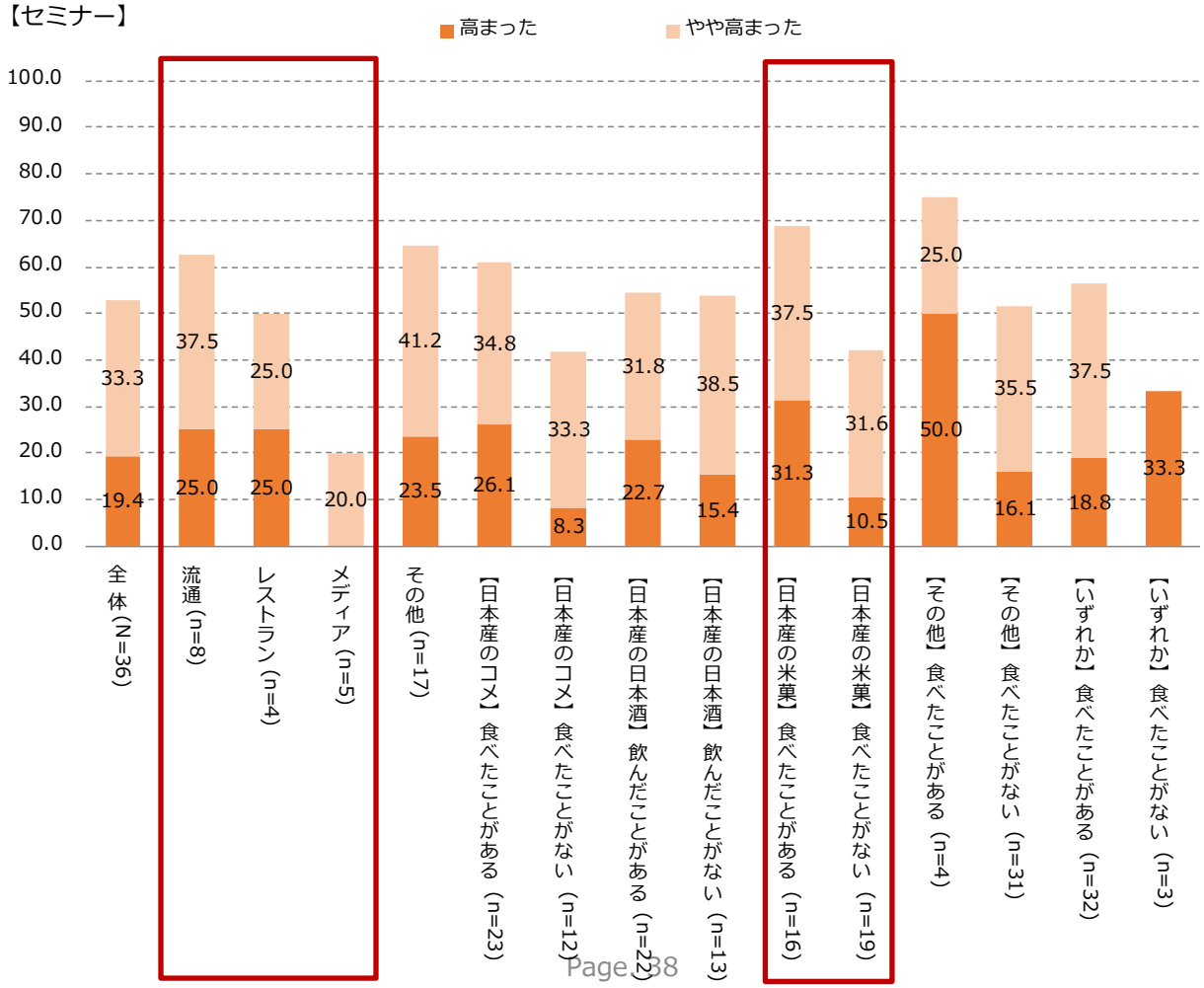
【セミナー】③日本産の米菓への購入意向　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

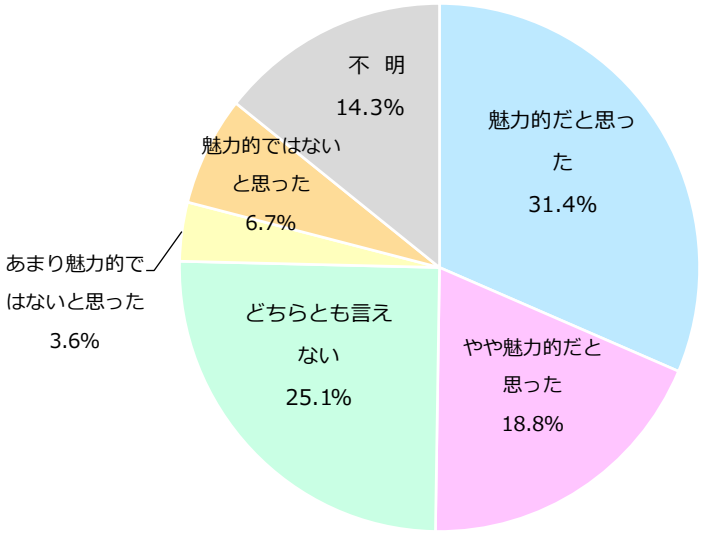
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約4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。

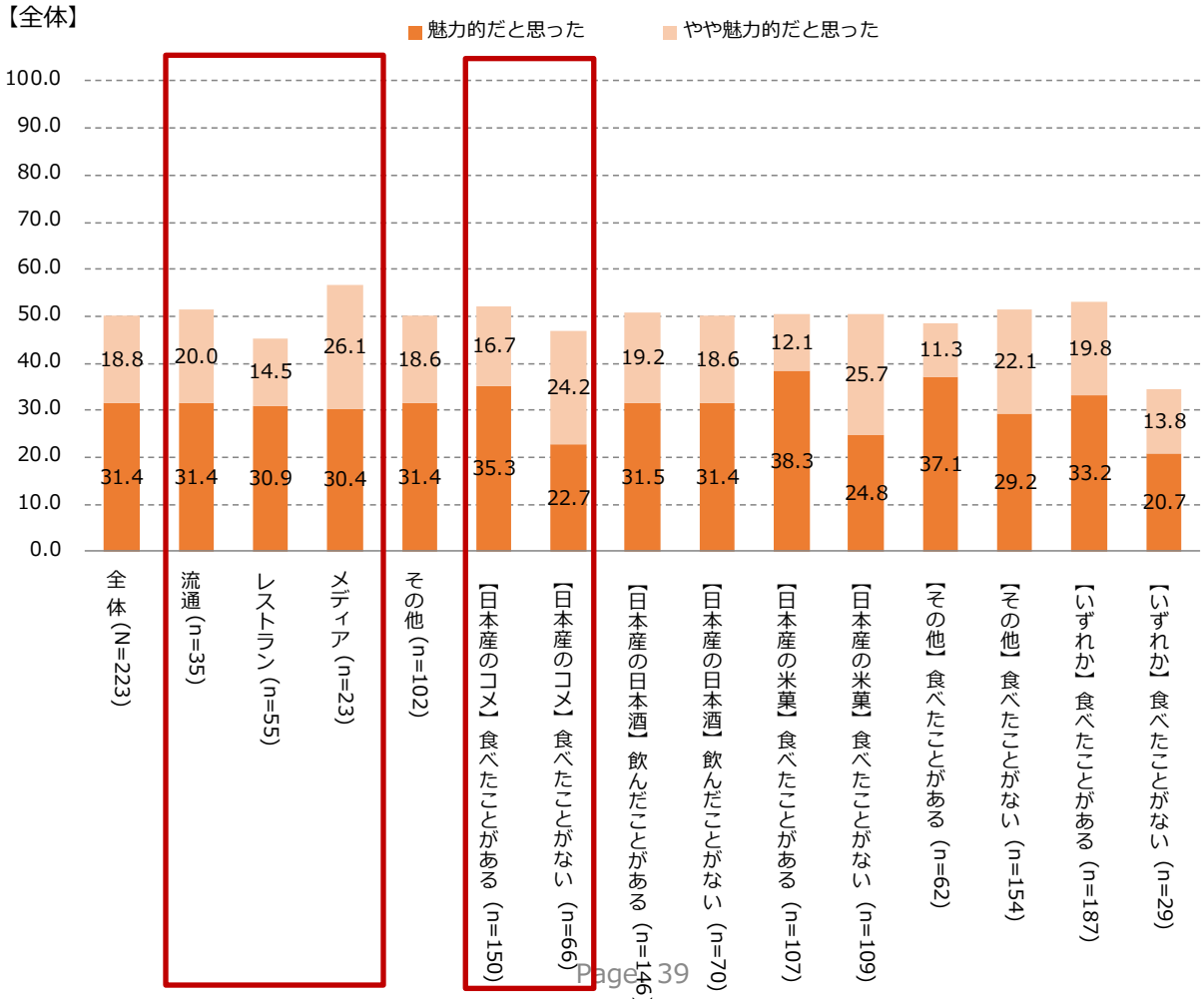
【全 体】①日本産のコメの魅力度　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

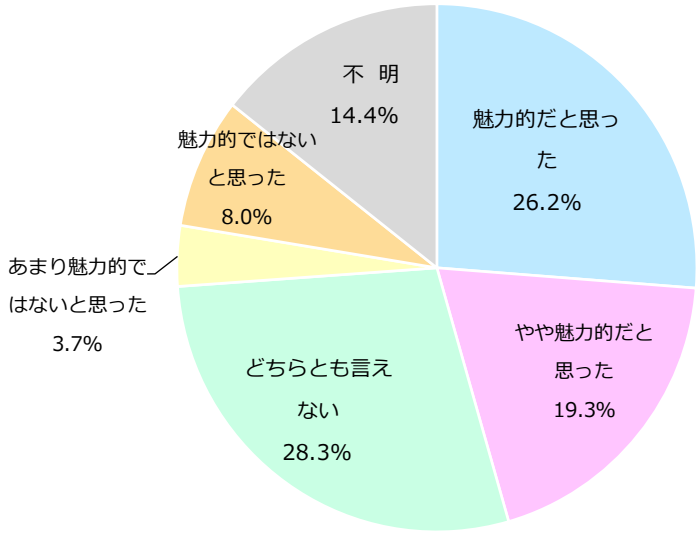
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約5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。

【通常展開】①日本産のコメの魅力度　N=187

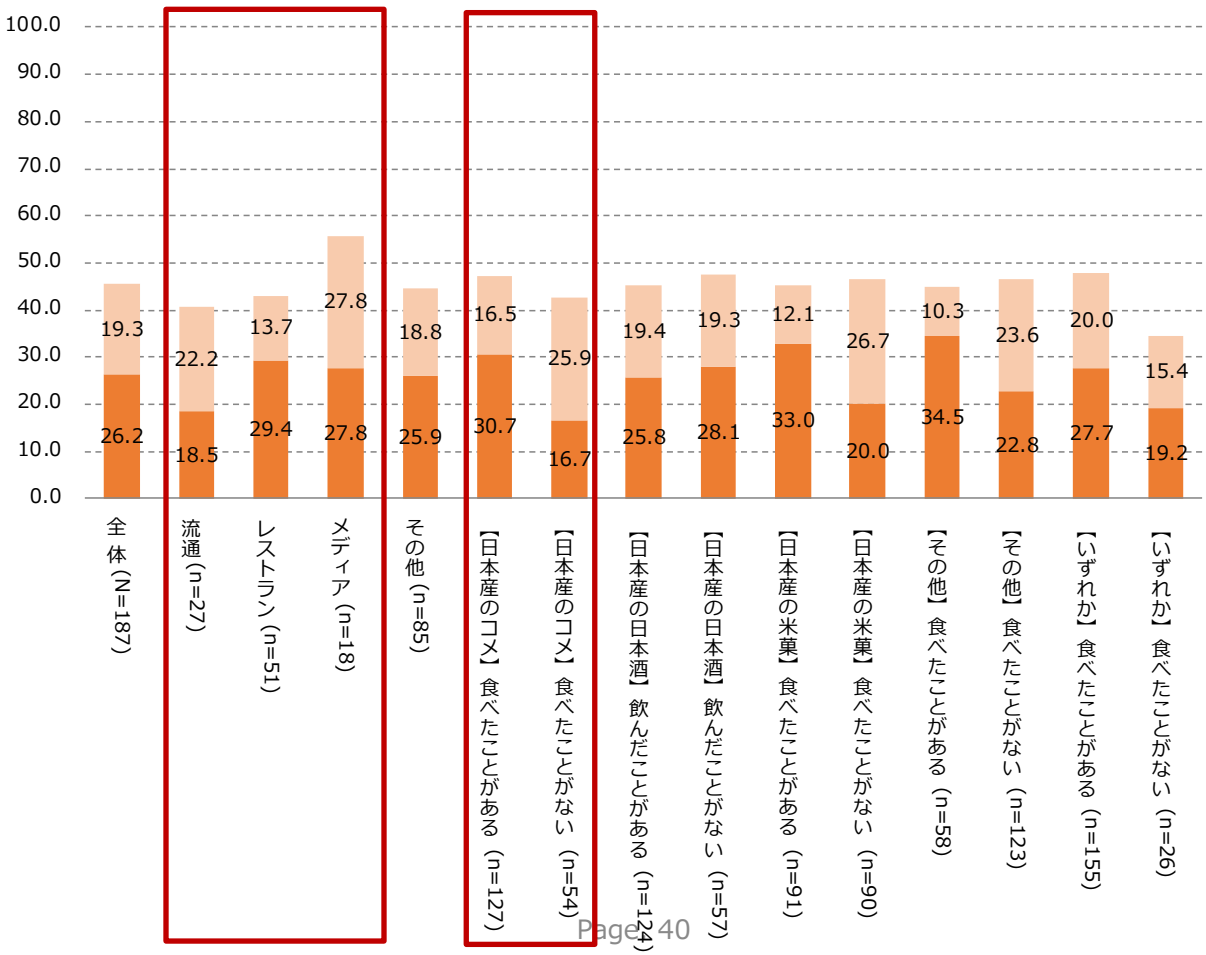


※n数が少ないため、一部参考値

・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」。

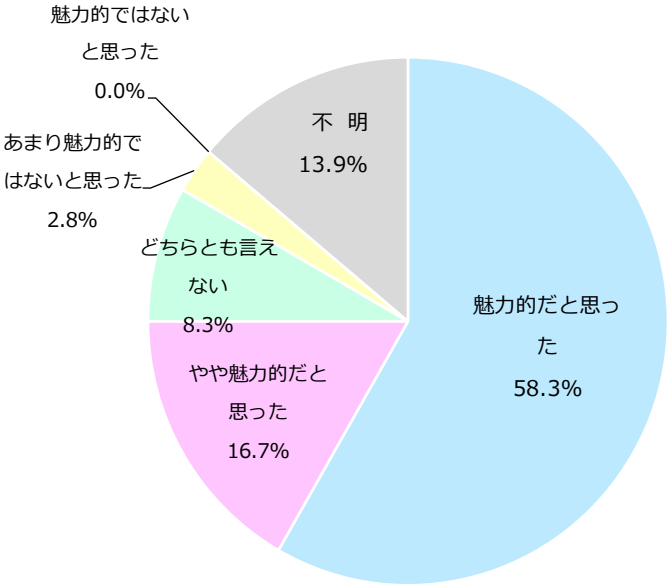
・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約4割がコメへの魅力が高まったと回答。

【通常展開】



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。

【セミナー】①日本産のコメの魅力度　N=36

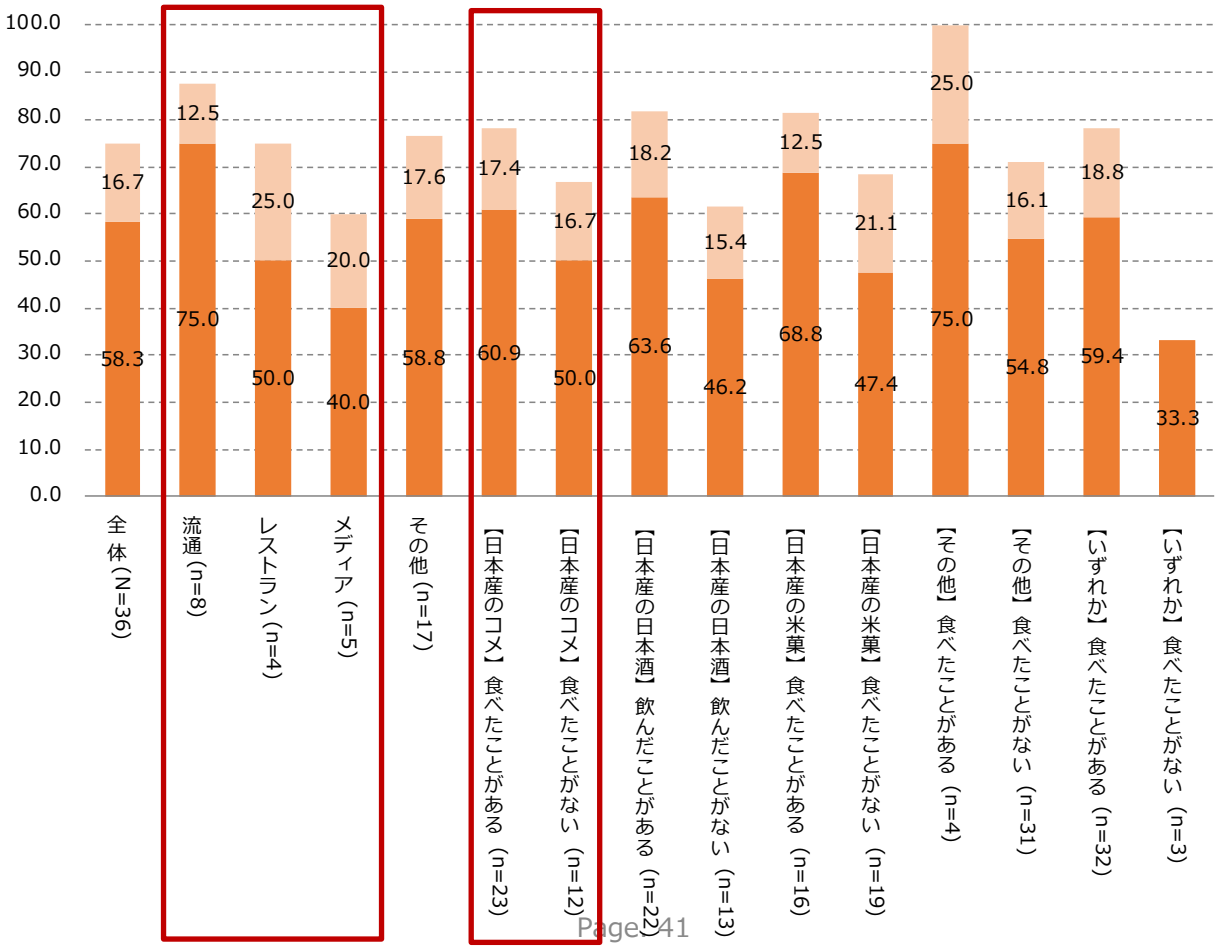


※n数が少ないため、一部参考値

・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

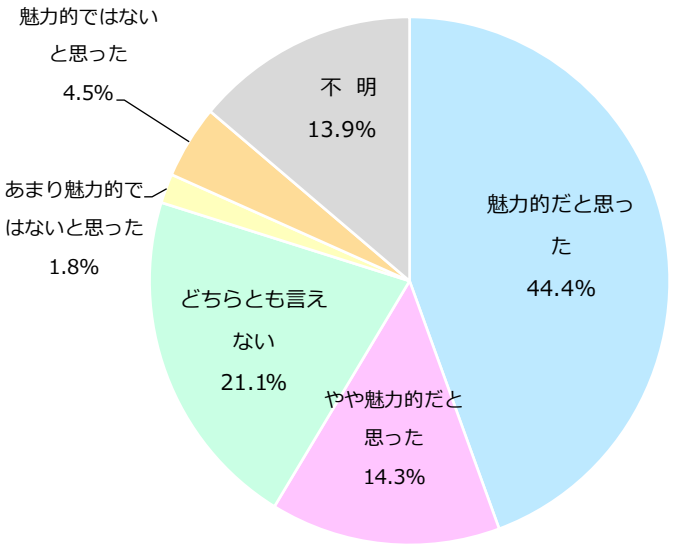
・「日本産のコメを食べたことがない」人も、約7割がコメへの魅力が高まったと回答。

【セミナー】



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。

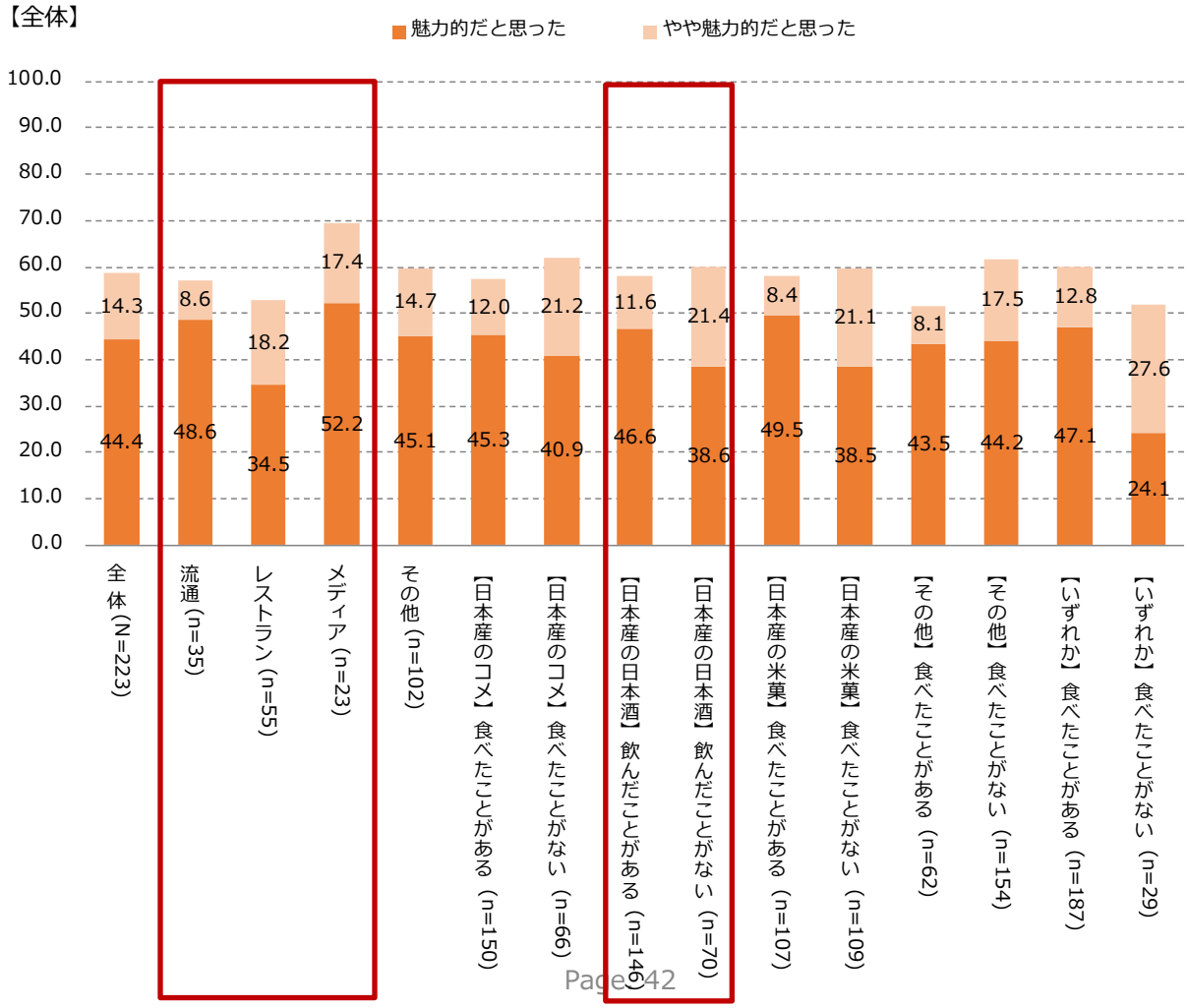
【全 体】②日本産の日本酒の魅力度　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

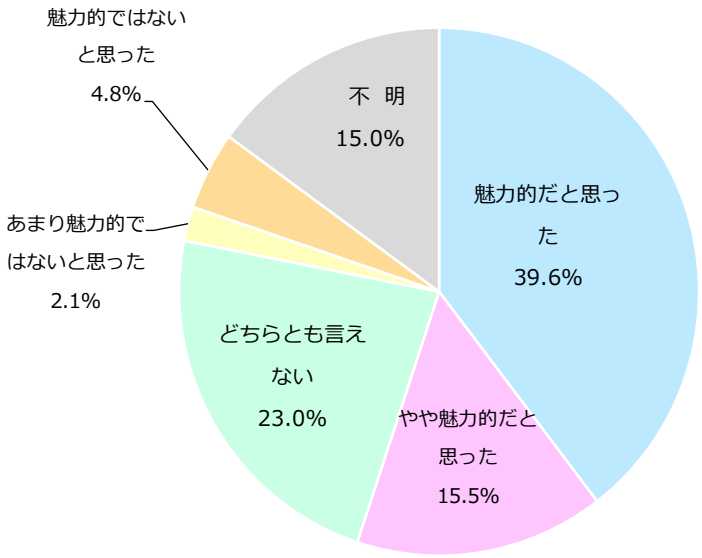
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、6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。

【通常展開】②日本産の日本酒の魅力度　N=187

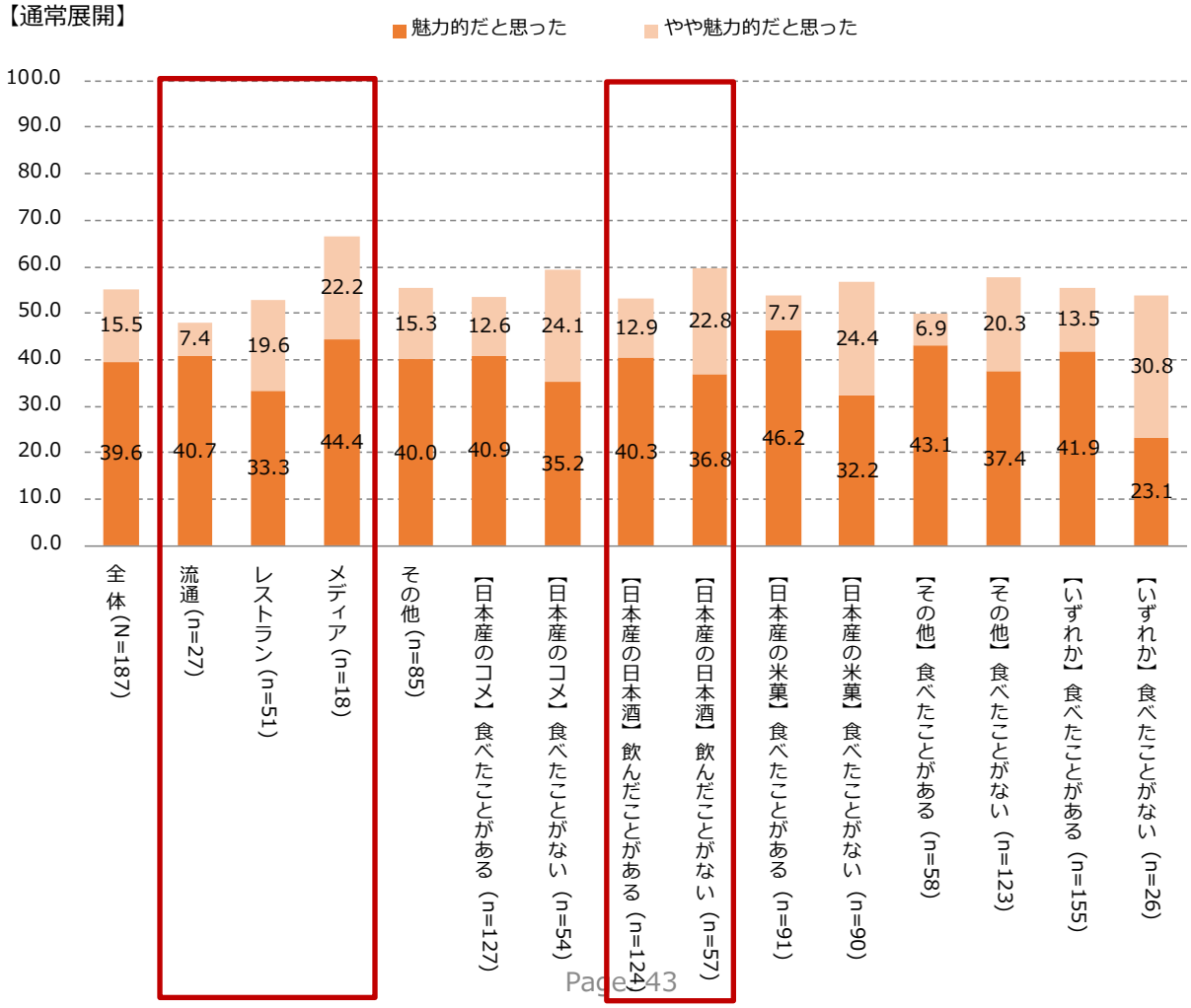


※n数が少ないため、一部参考値

・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」。

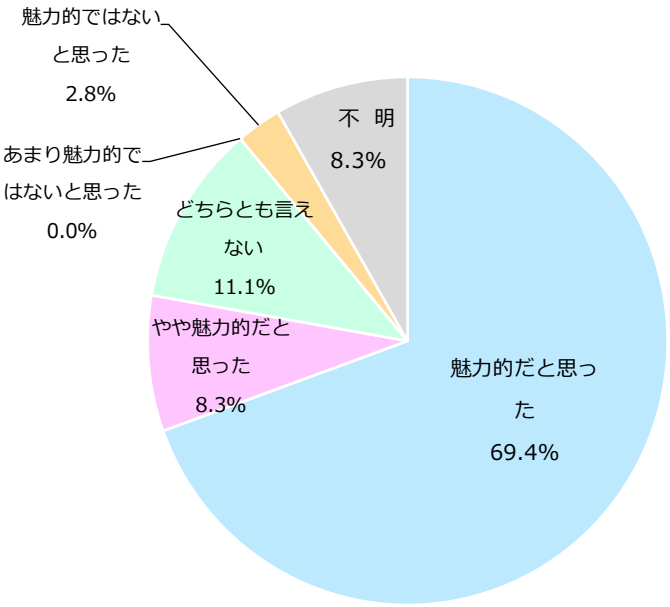
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約6割が日本酒への魅力が高まったと回答。

【通常展開】



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。

【セミナー】②日本産の日本酒の魅力度　N=36

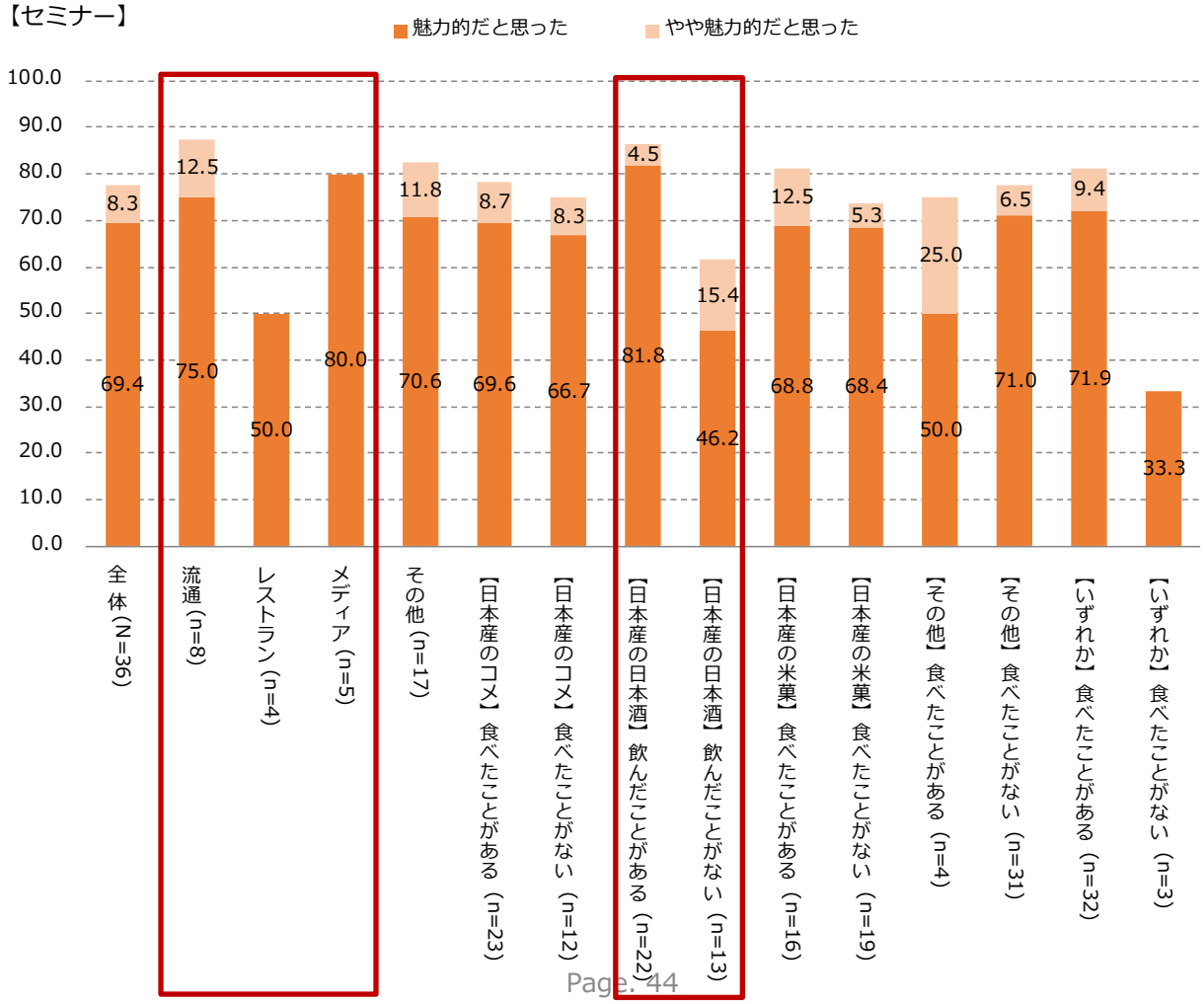


※n数が少ないため、一部参考値

・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

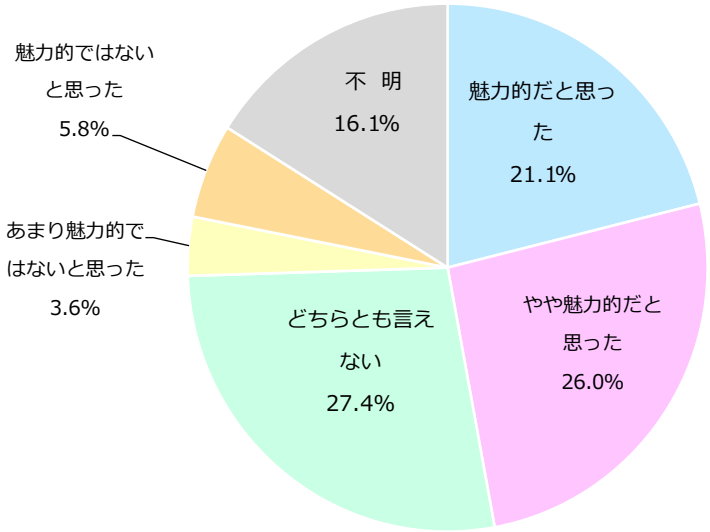
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、6割以上が日本酒への魅力が高まったと回答。

【セミナー】



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。

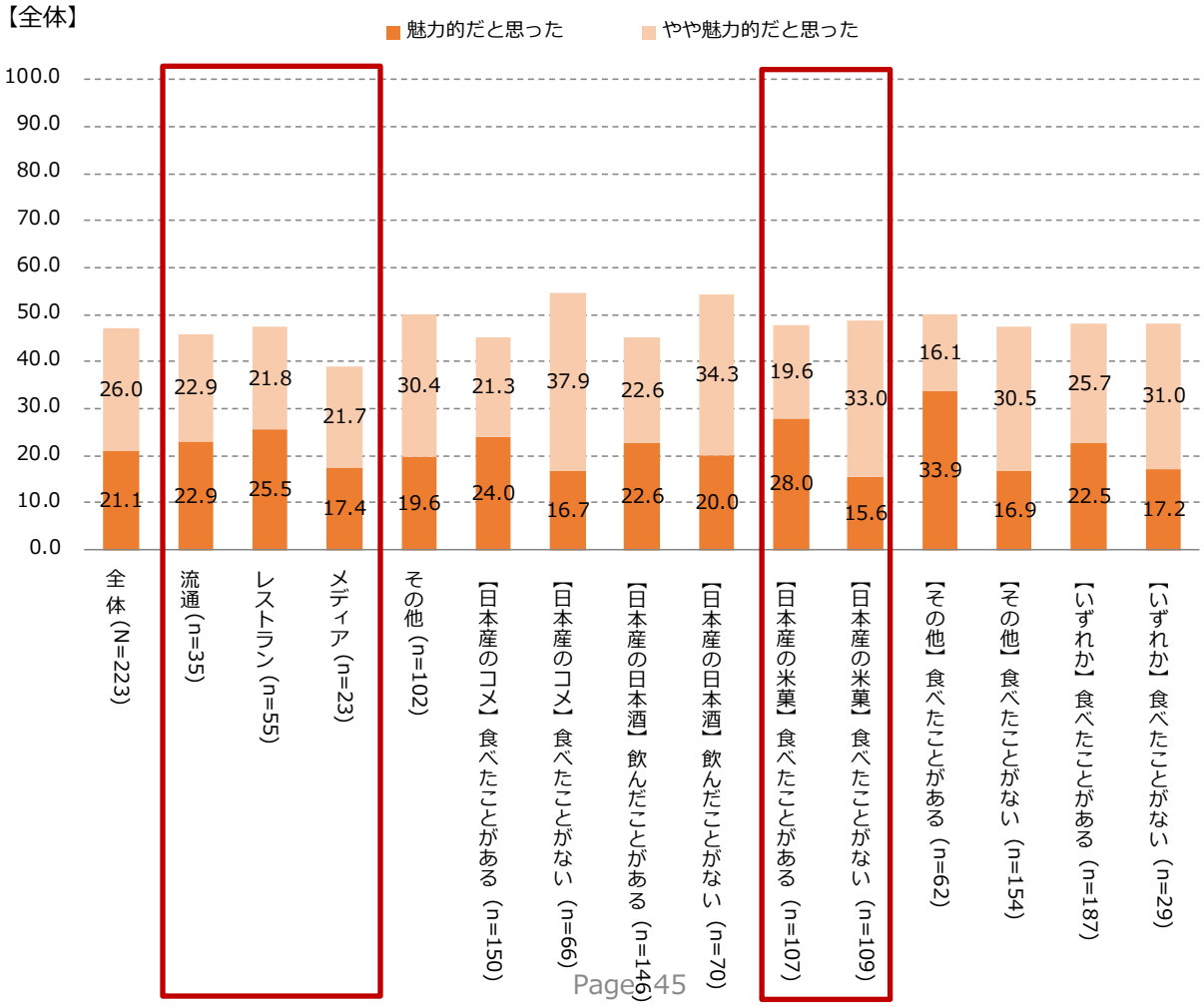
【全 体】③日本産の米菓の魅力度　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

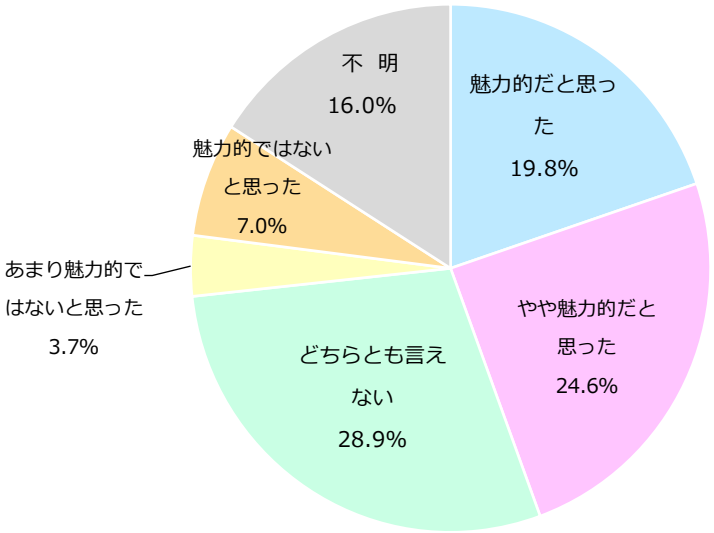
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「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。

【通常展開】③日本産の米菓の魅力度　N=187

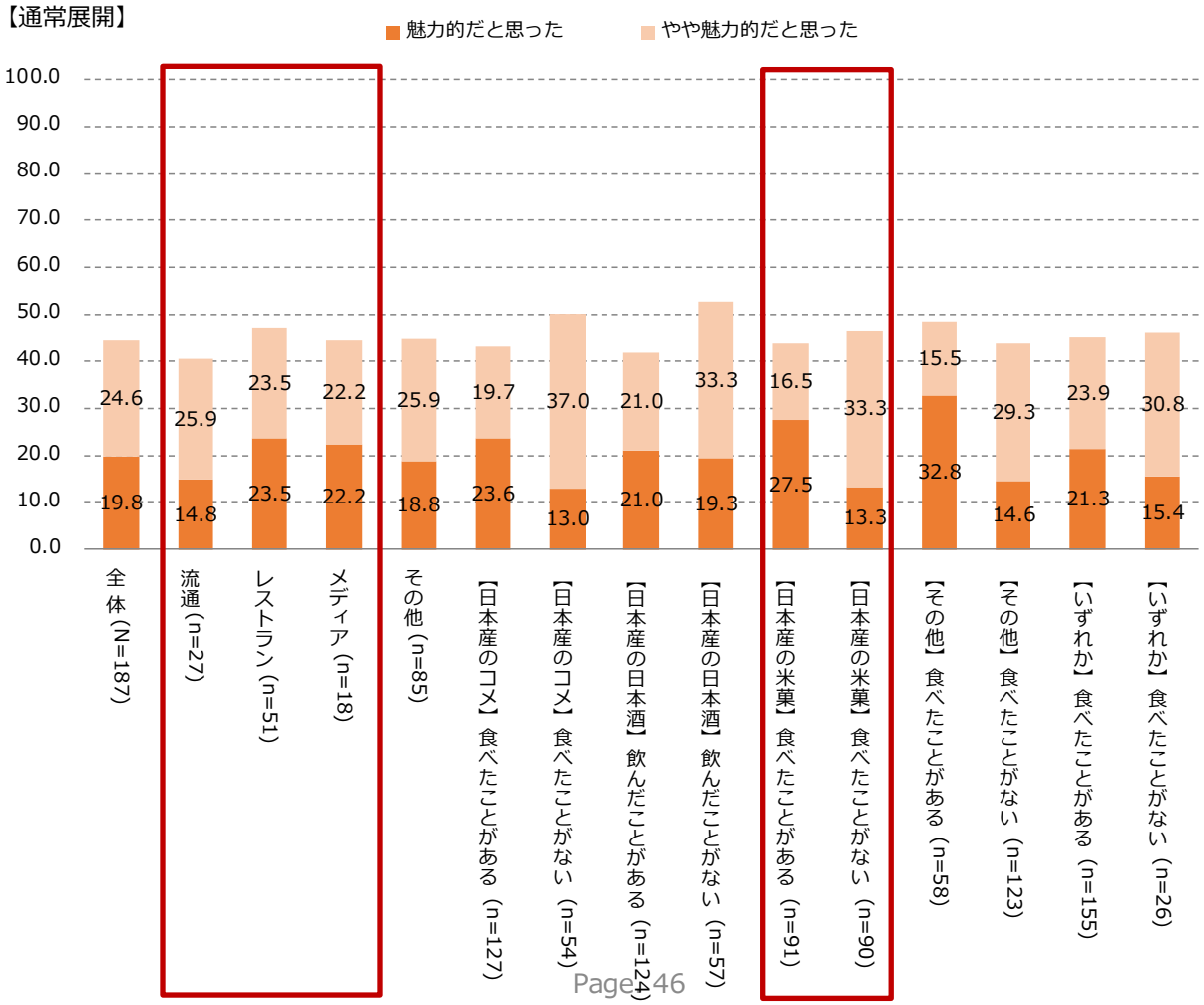


※n数が少ないため、一部参考値

・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」。

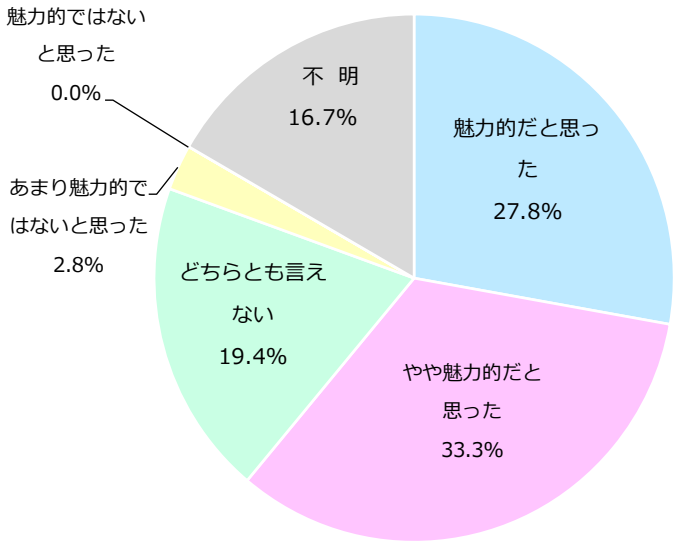
・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約5割が米菓への魅力が高まったと回答。

【通常展開】



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。

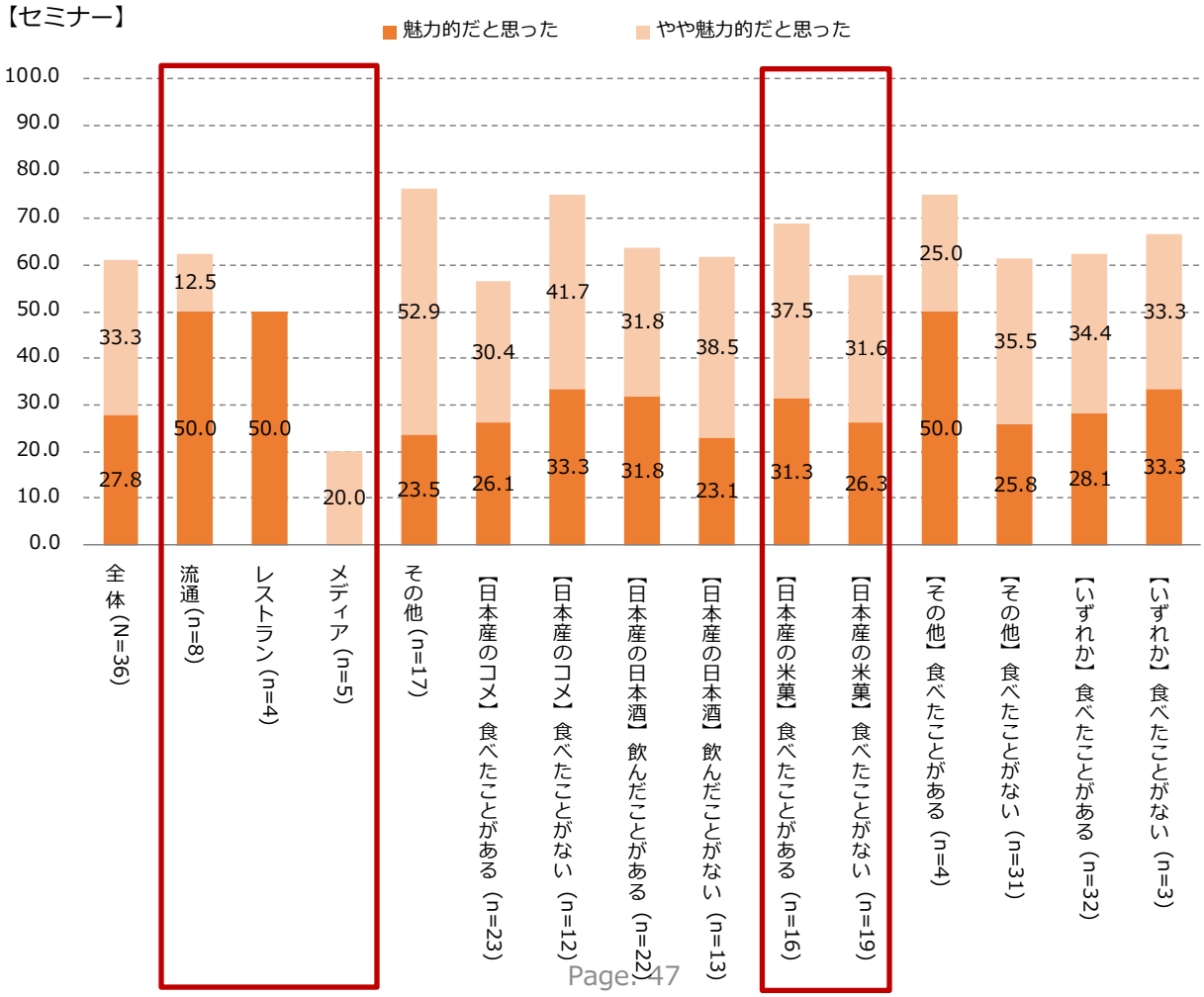
【セミナー】③日本産の米菓の魅力度　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

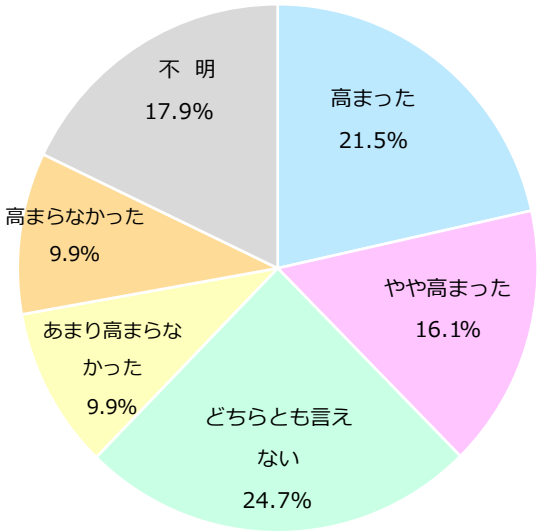
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約6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。

【全 体】①日本産のコメの取り扱い意向　N=223

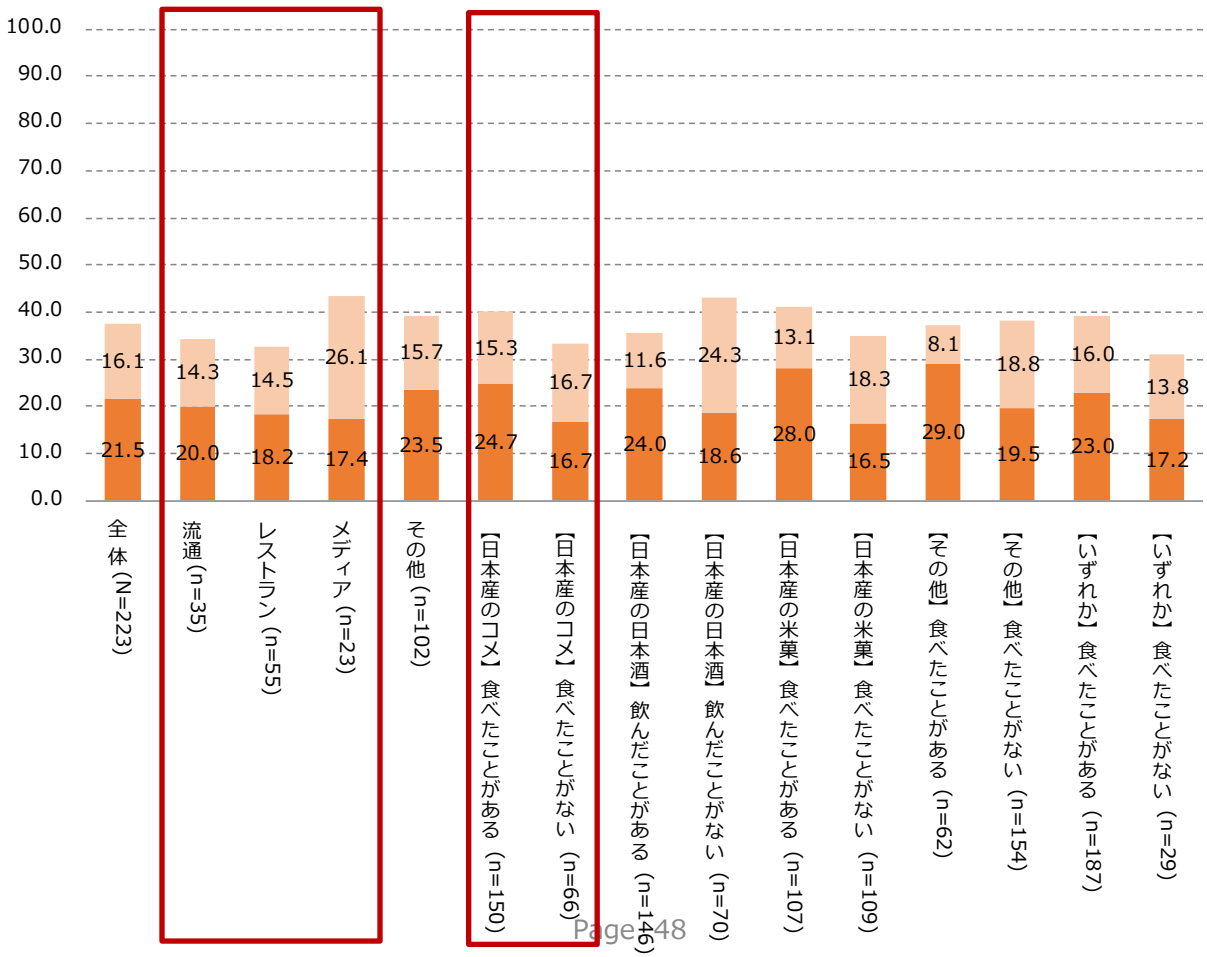


※n数が少ないため、一部参考値

・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「レストラン」。

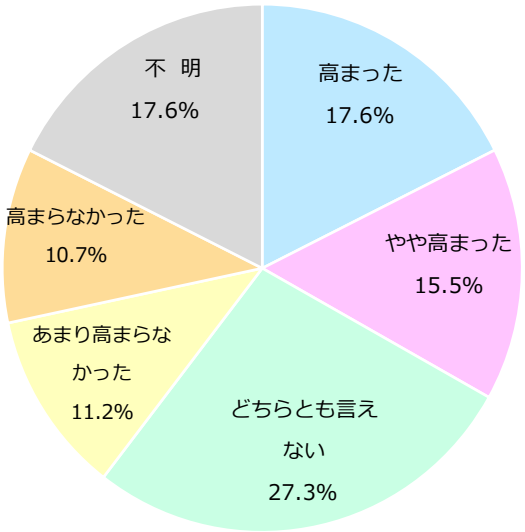
・「日本産のコメを飲んだことがない」人も、3割以上がコメへの取り扱い意向が高まったと回答。

【全体】



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。

【通常展開】①日本産のコメの取り扱い意向　N=187

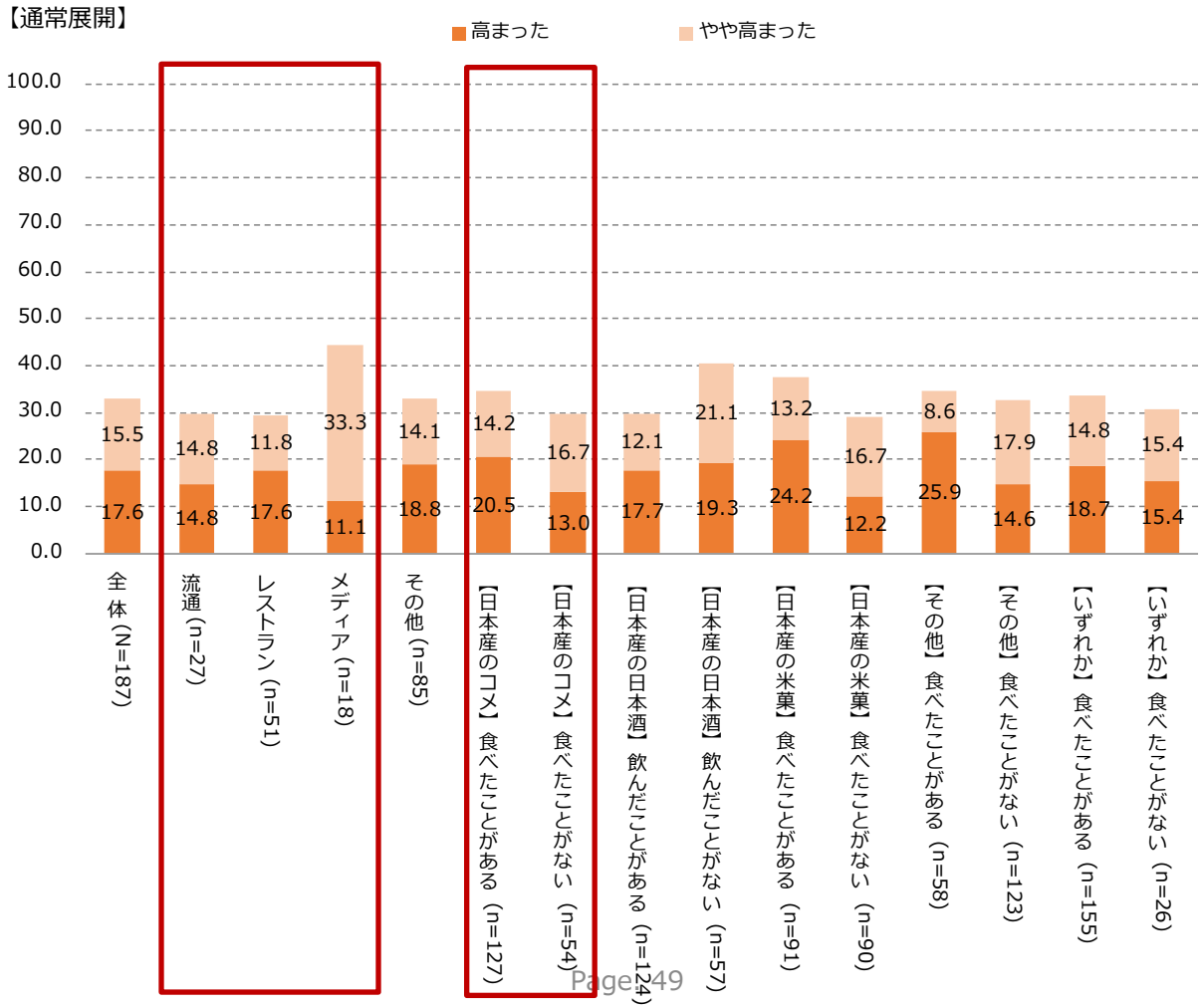


※n数が少ないため、一部参考値

・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「レストラン」。

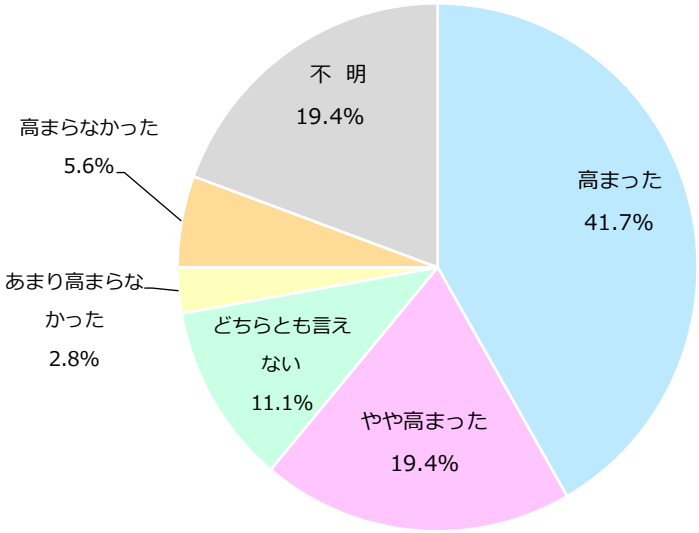
・「日本産のコメを飲んだことがない」人も、約3割がコメへの取り扱い意向が高まったと回答。

【通常展開】



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。

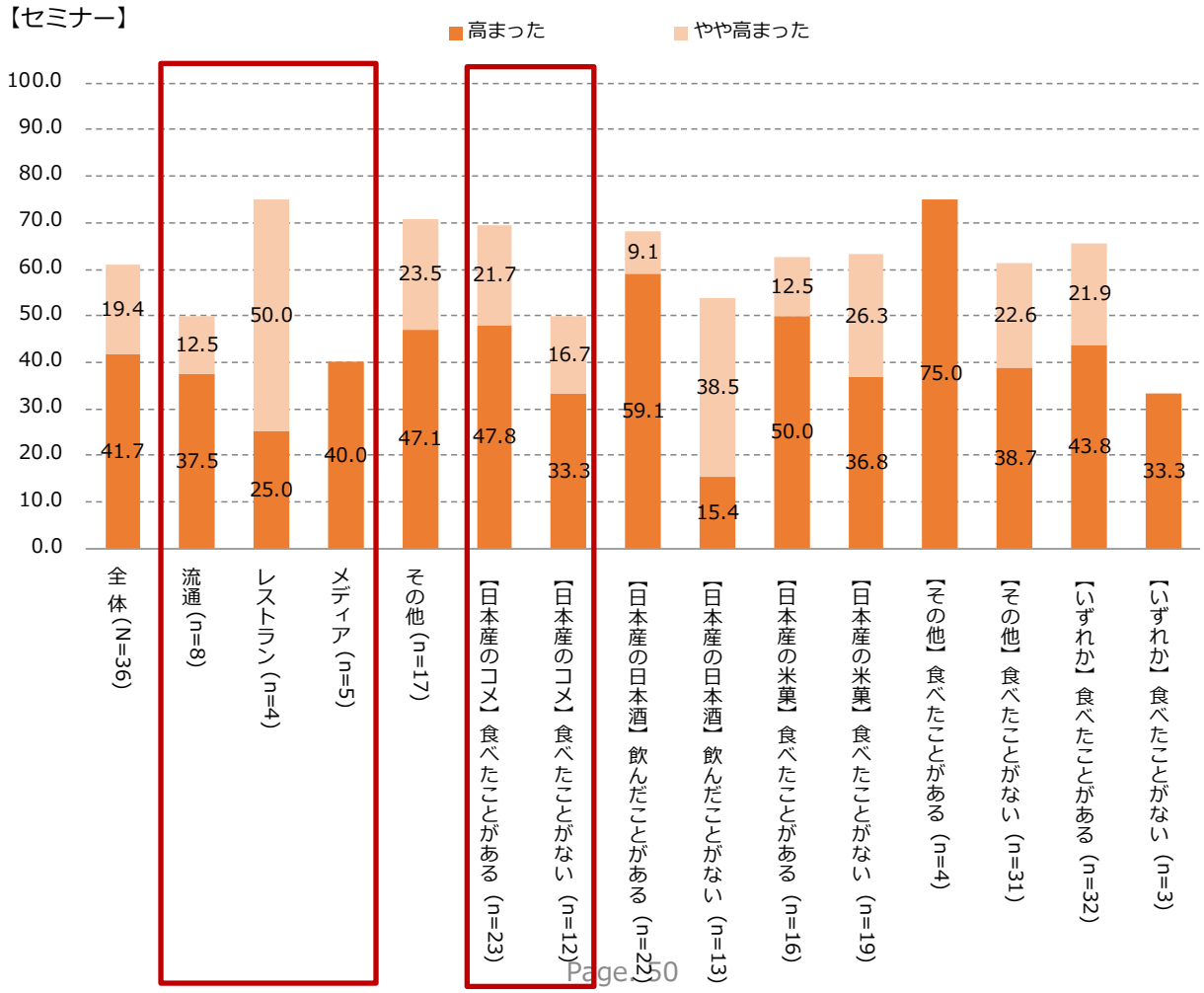
【セミナー】①日本産のコメの取り扱い意向　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

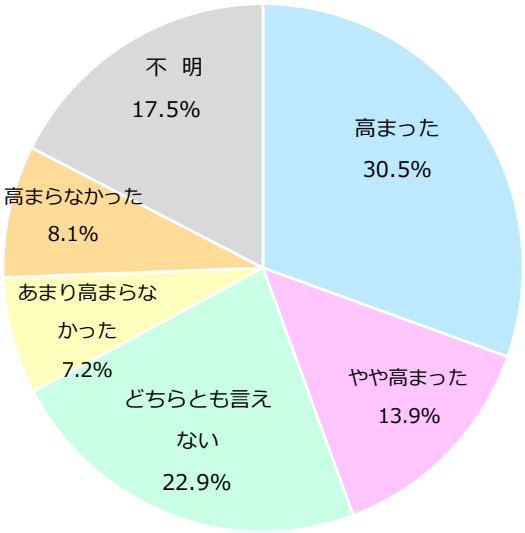
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「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。

【全 体】②日本産の日本酒の取り扱い意向　N=223

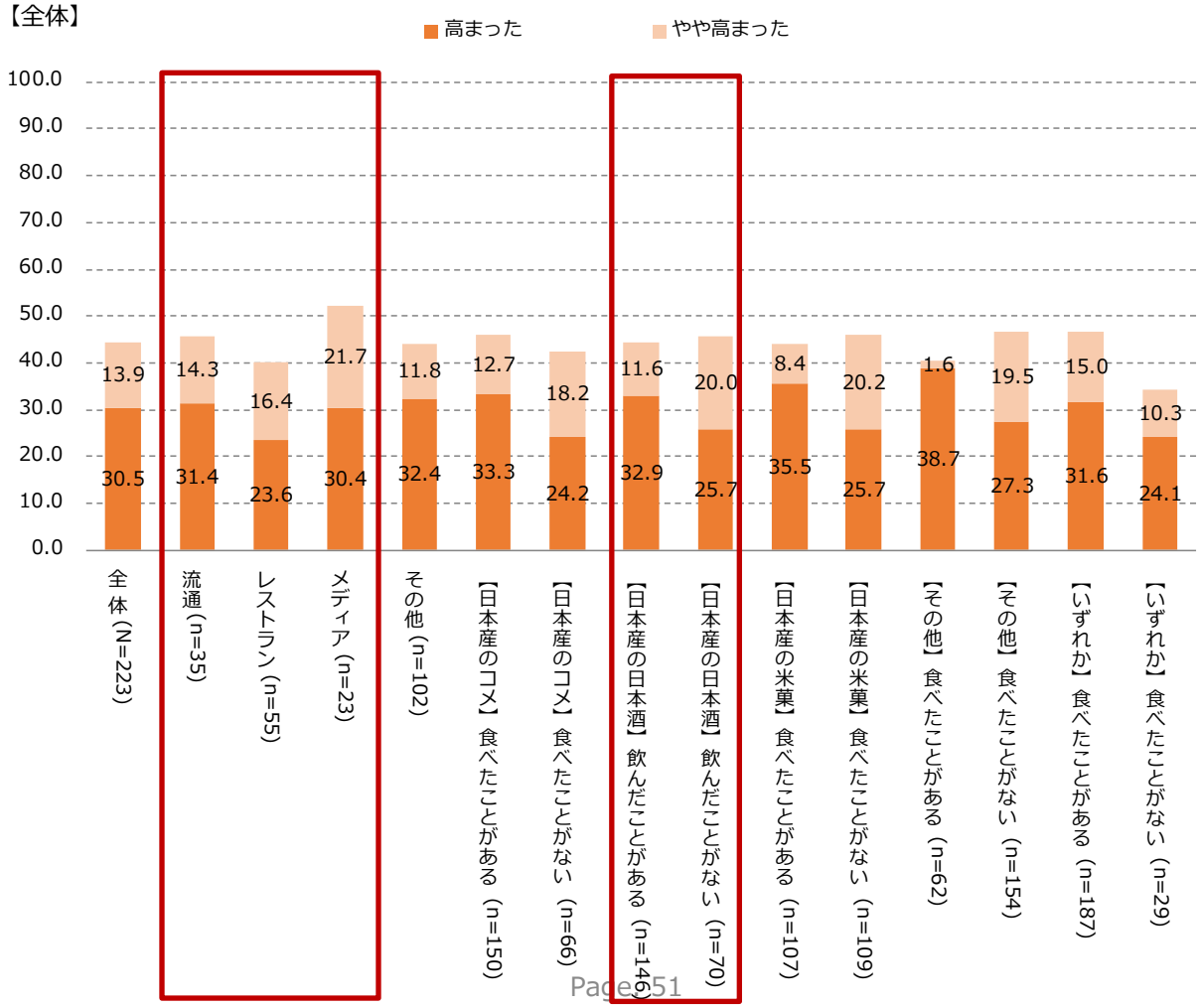


※n数が少ないため、一部参考値

・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「レストラン」。

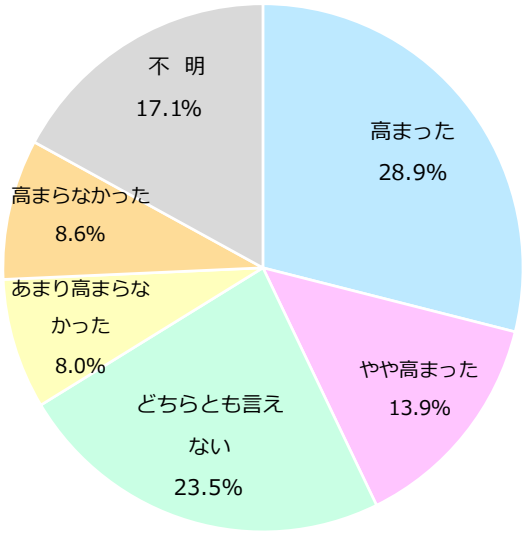
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、約5割が日本酒への取り扱い意向が高まったと回答。

【全体】



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。

【通常展開】②日本産の日本酒の取り扱い意向　N=187

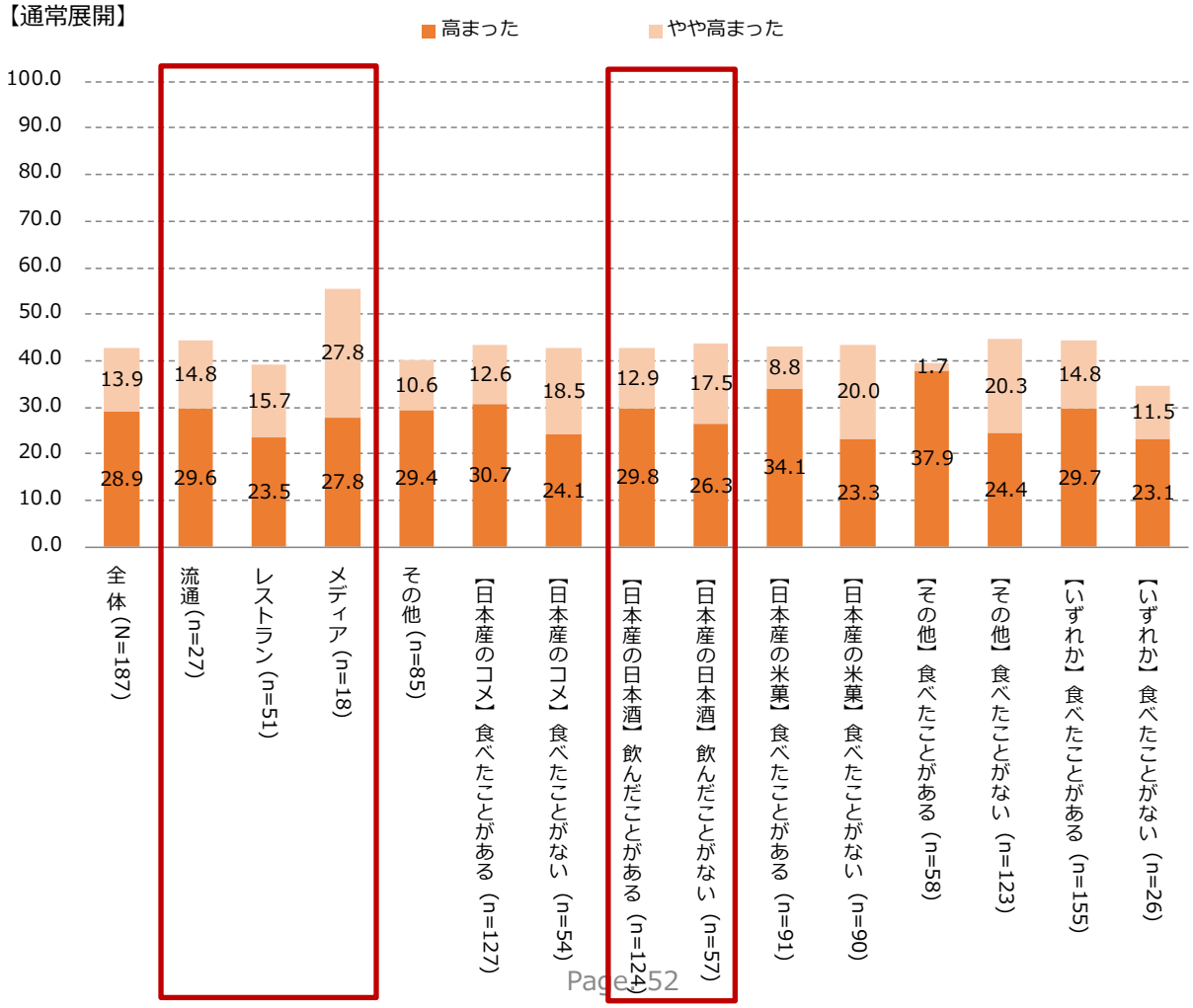


※n数が少ないため、一部参考値

・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「レストラン」。

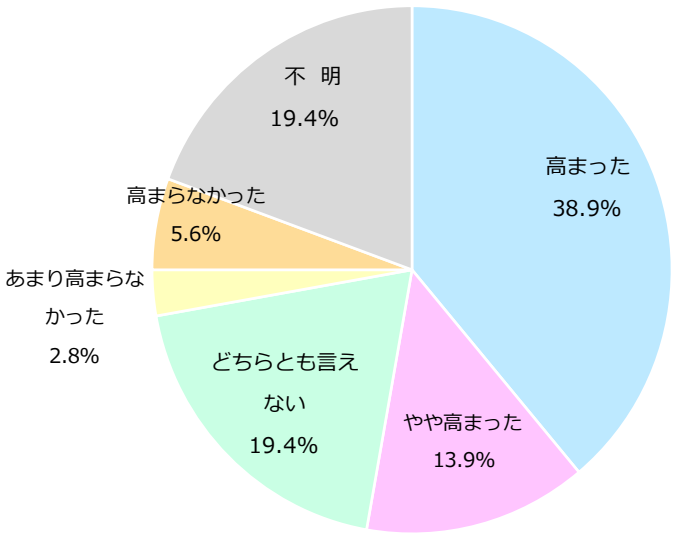
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、4割以上が日本酒への取り扱い意向が高まったと回答。

【通常展開】



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。

【セミナー】②日本産の日本酒の取り扱い意向　N=36

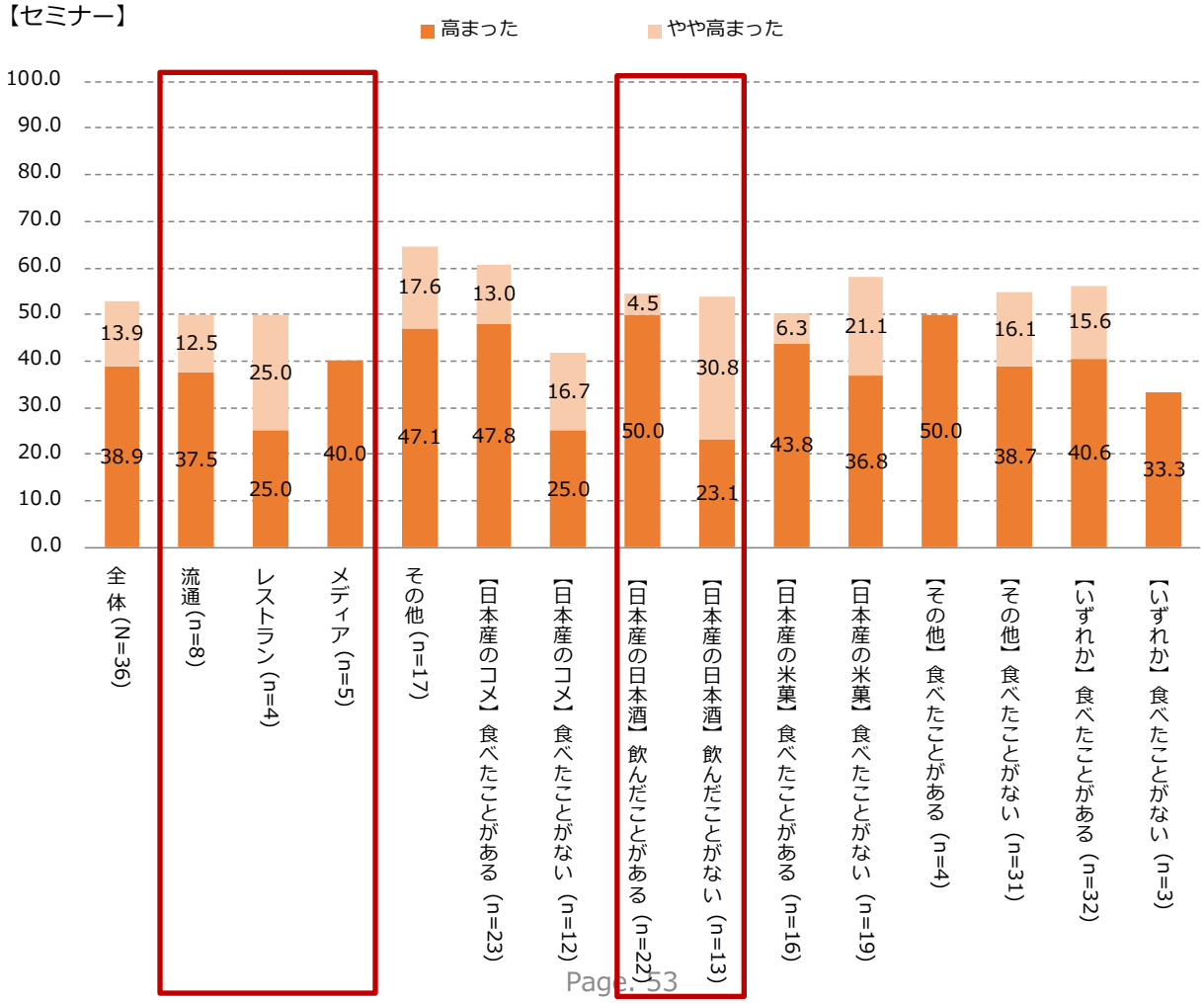


※n数が少ないため、一部参考値

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

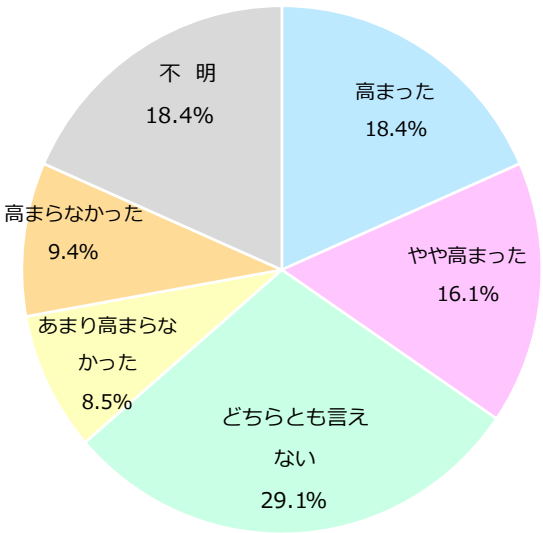
・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、5割以上が日本酒への取り扱い意向が高まったと回答。

【セミナー】



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。

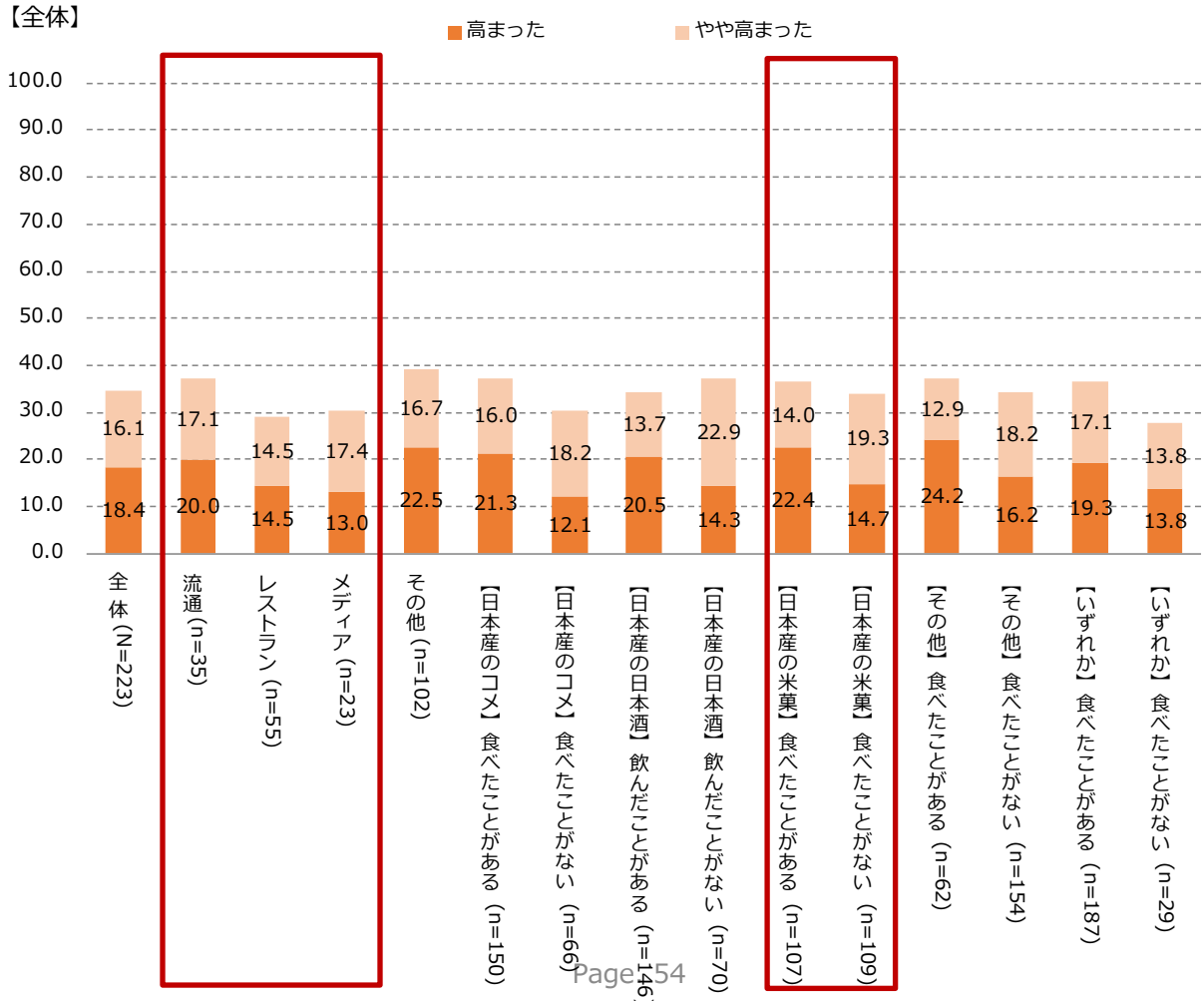
【全 体】③日本産の米菓の取り扱い意向　N=223



※n数が少ないため、一部参考値

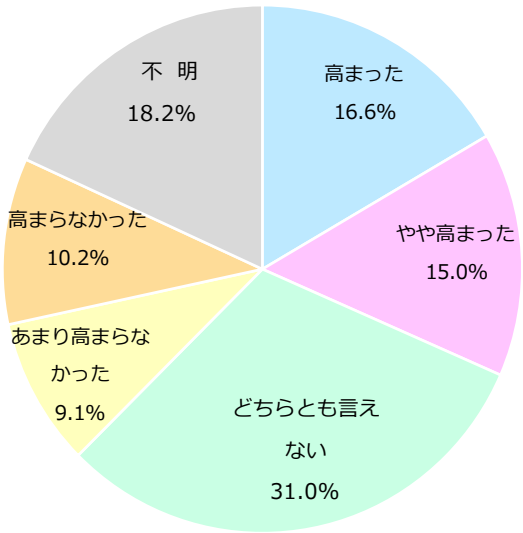
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、3割以上が米菓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。

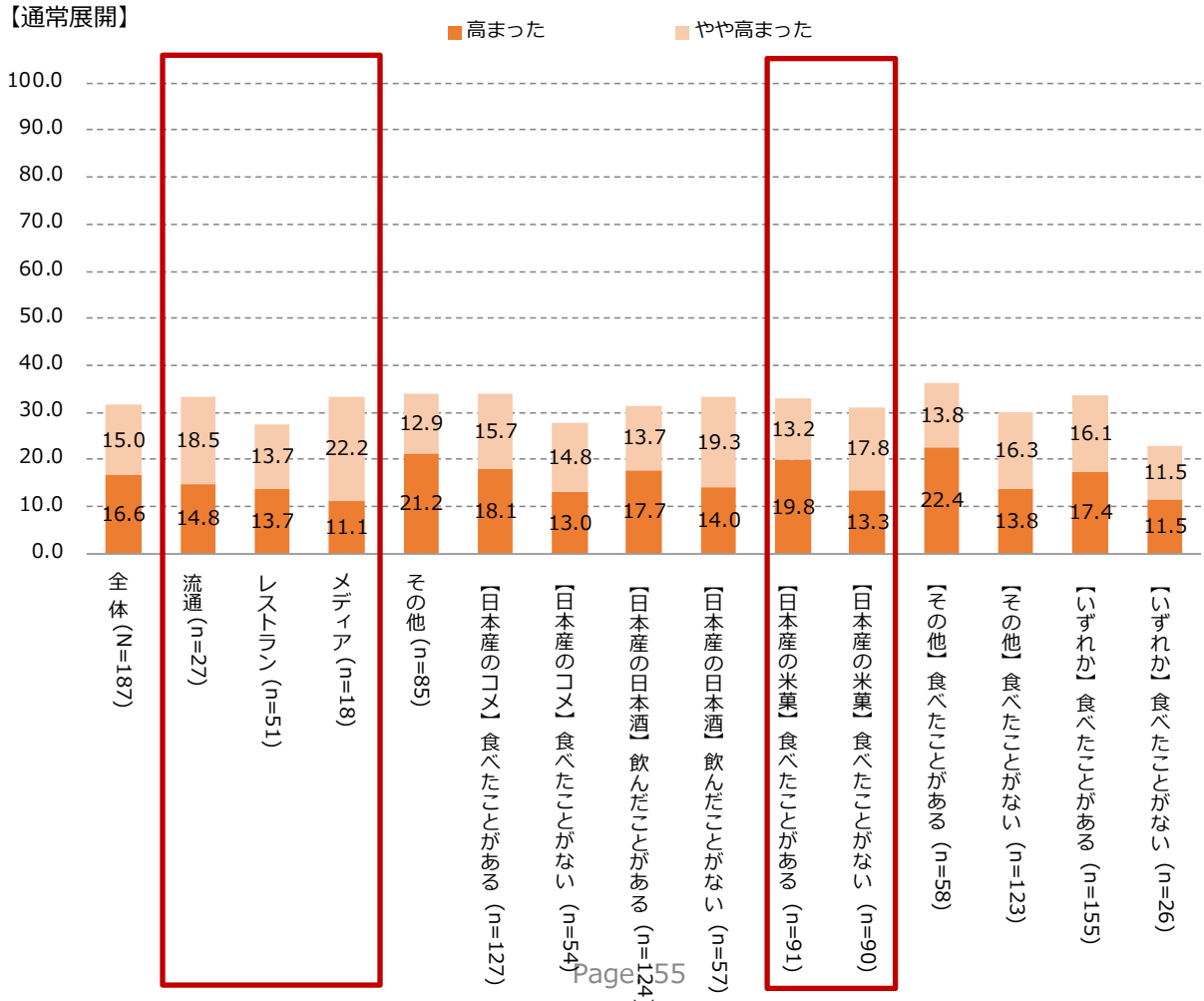
【通常展開】③日本産の米菓の取り扱い意向　N=187



※n数が少ないため、一部参考値

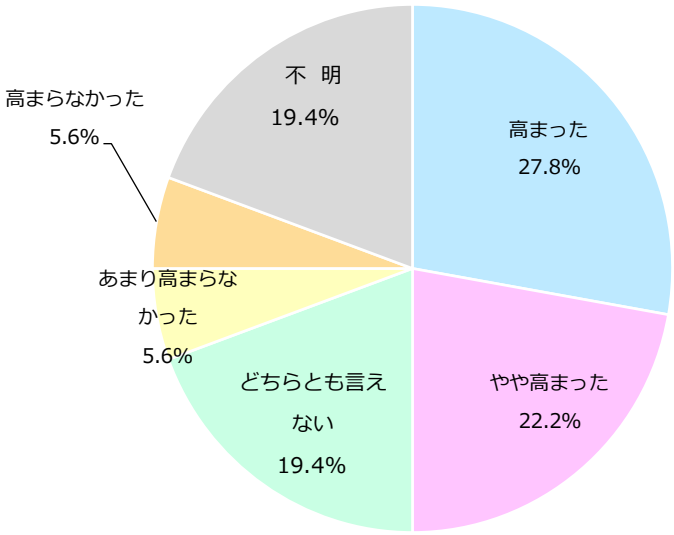
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」と「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、3割以上が米菓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。

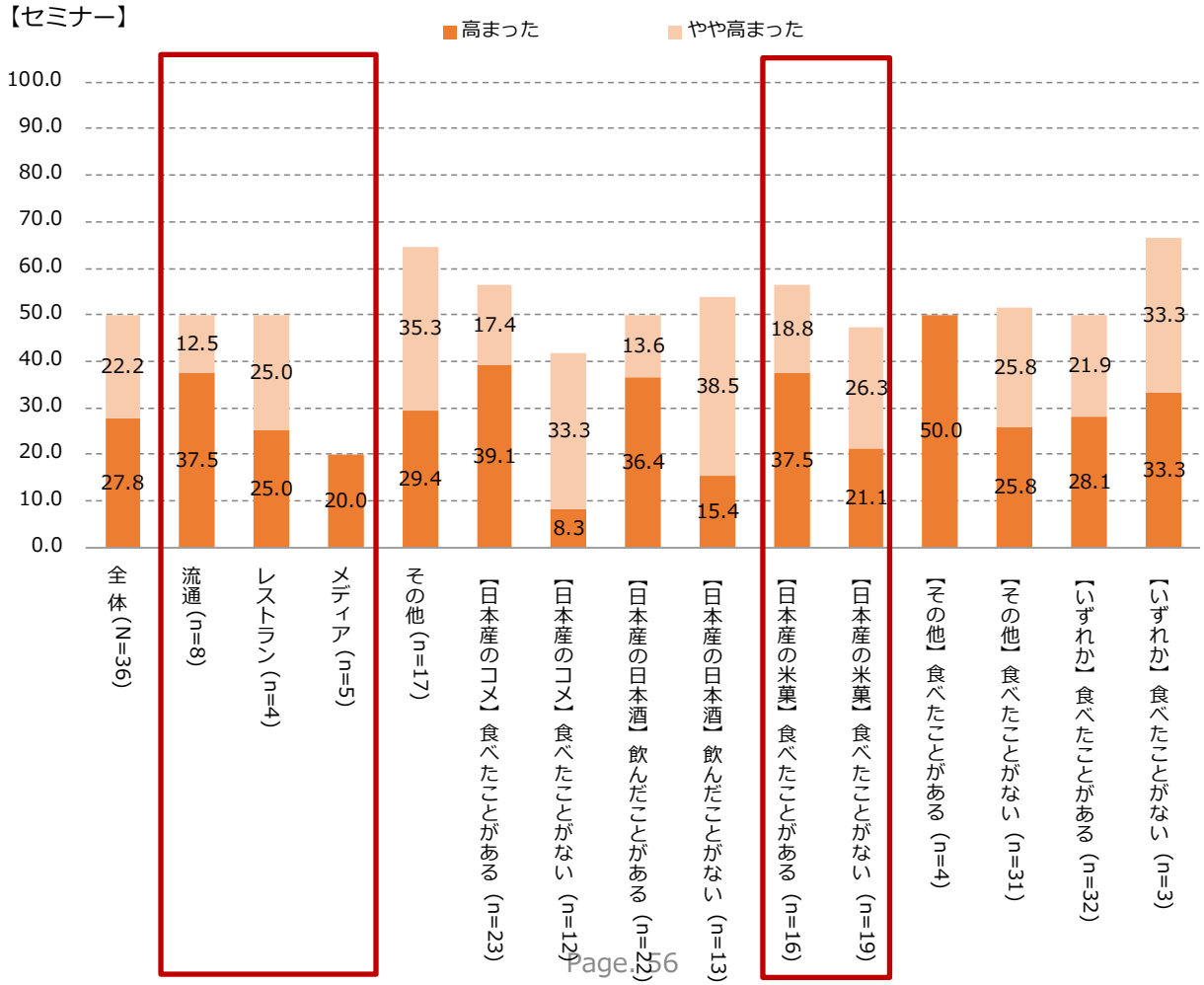
【セミナー】③日本産の米菓の取り扱い意向　N=36



※n数が少ないため、一部参考値

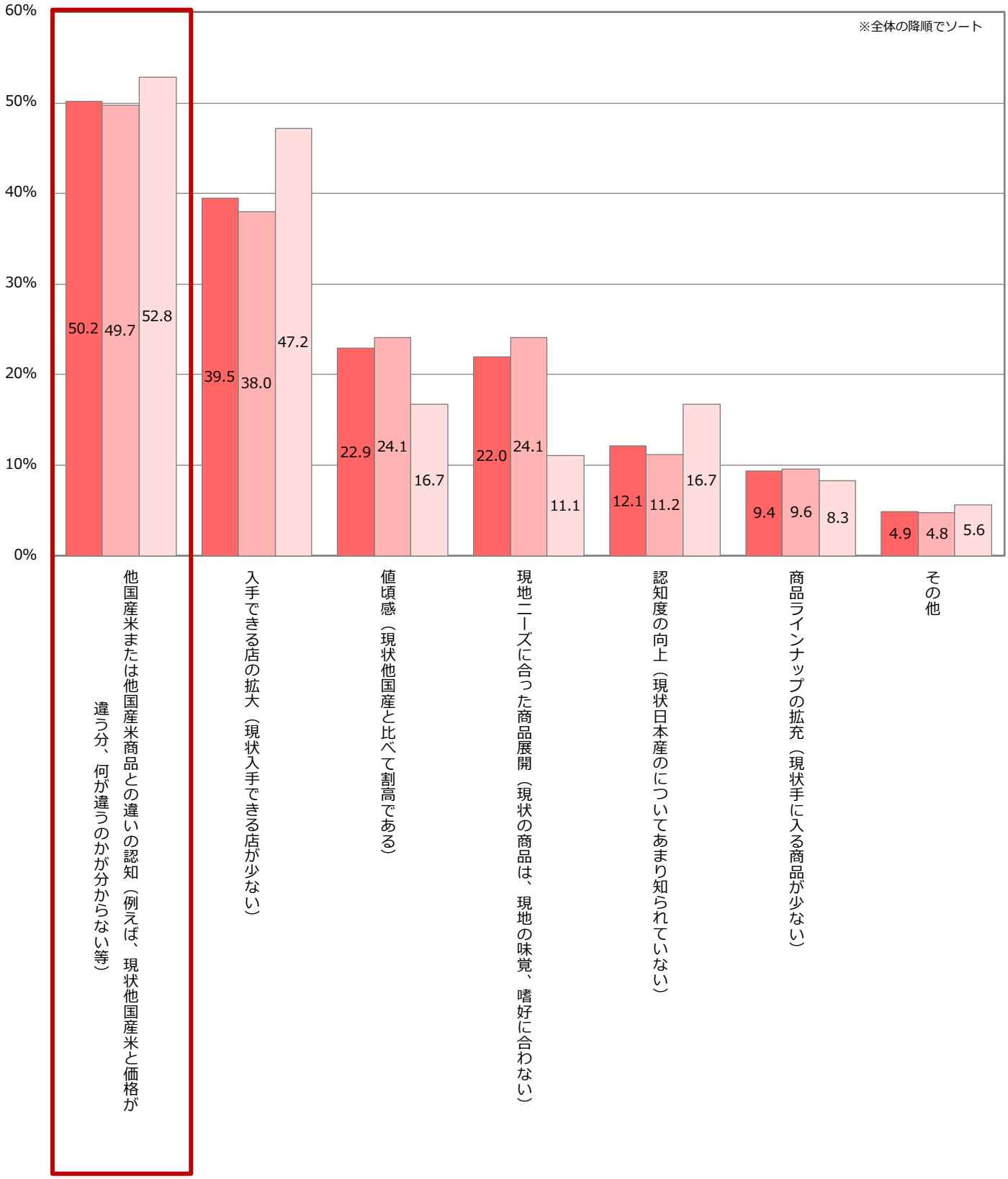
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」と「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「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



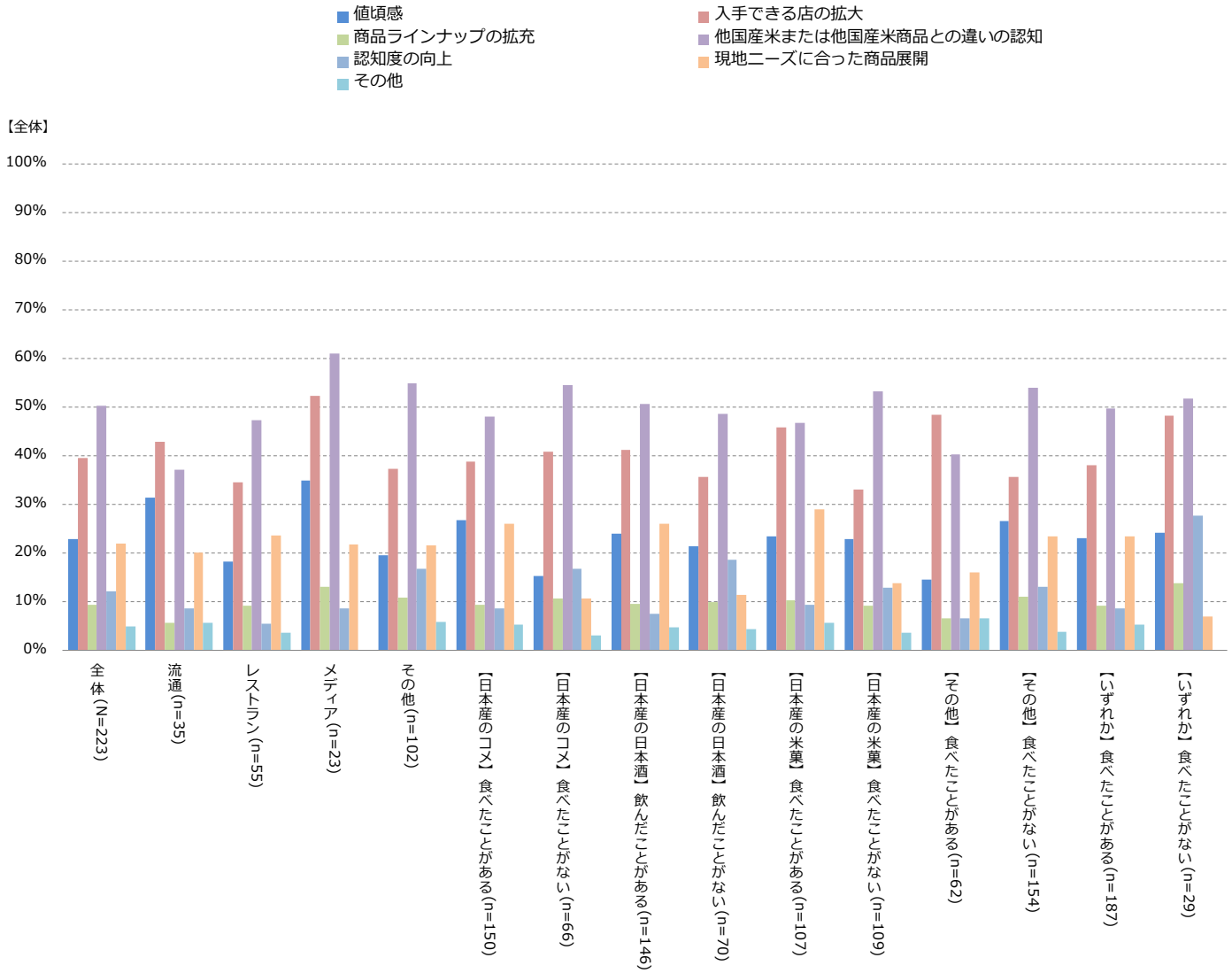
Q6.今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

［全体］業種別比較

・業種別に見ると、レストランとメディアでは「他国産米または他国産米商品との違いの認知」、流通では「入手できる店の拡大」
　がトップ。

・またメディアは「他国産米または他国産米商品との違いの認知」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、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「他国産米または他国産米商品との違いの認知」のスコアが高い。



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。

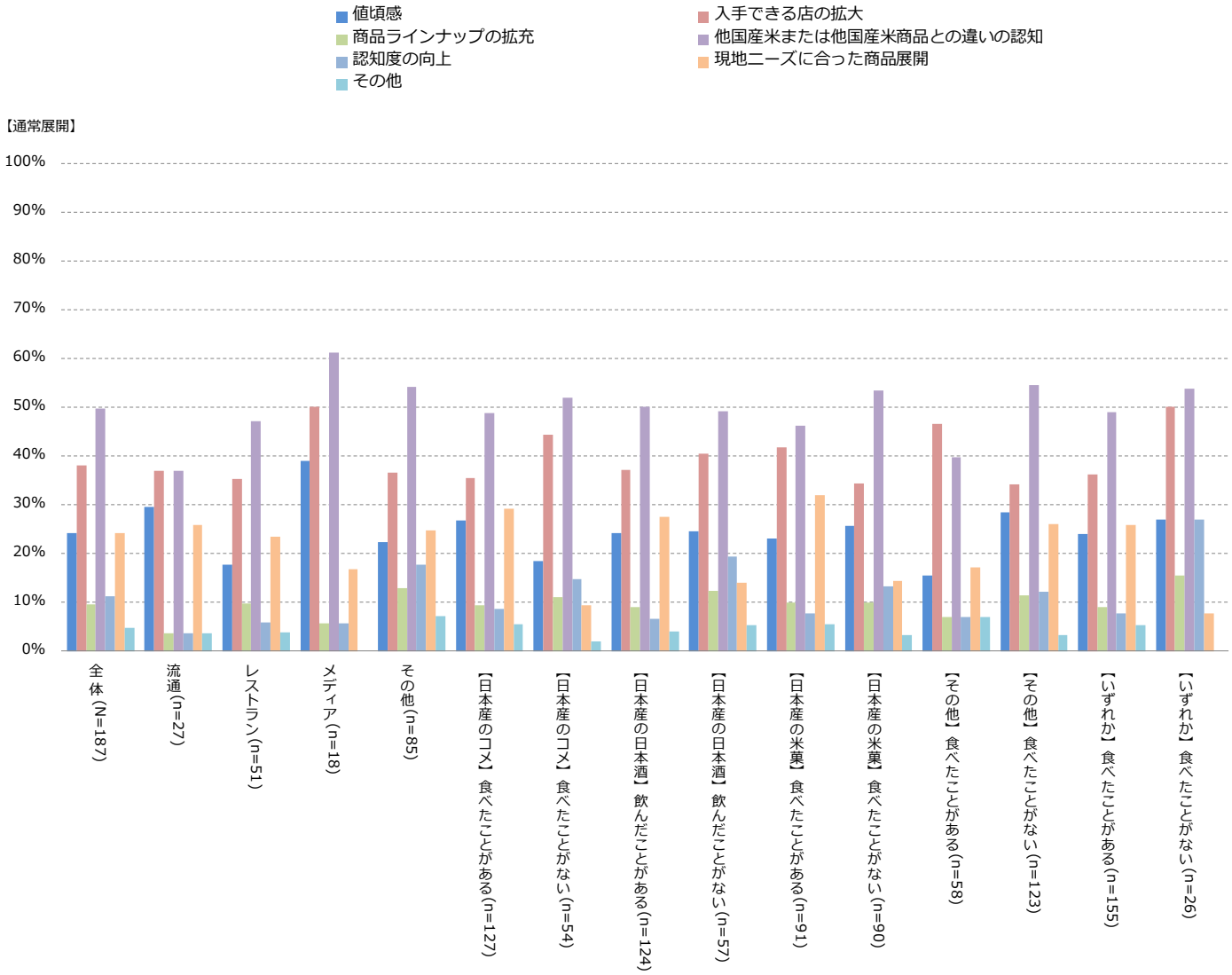
［通常展開］業種別比較

・業種別に見ると、流通とレストラン、メディアのいずれも「他国産米または他国産米商品との違いの認知」がトップ。

・またメディアは「他国産米または他国産米商品との違いの認知」「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、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「他国産米または他国産米商品との違いの認知」のスコアが高い。



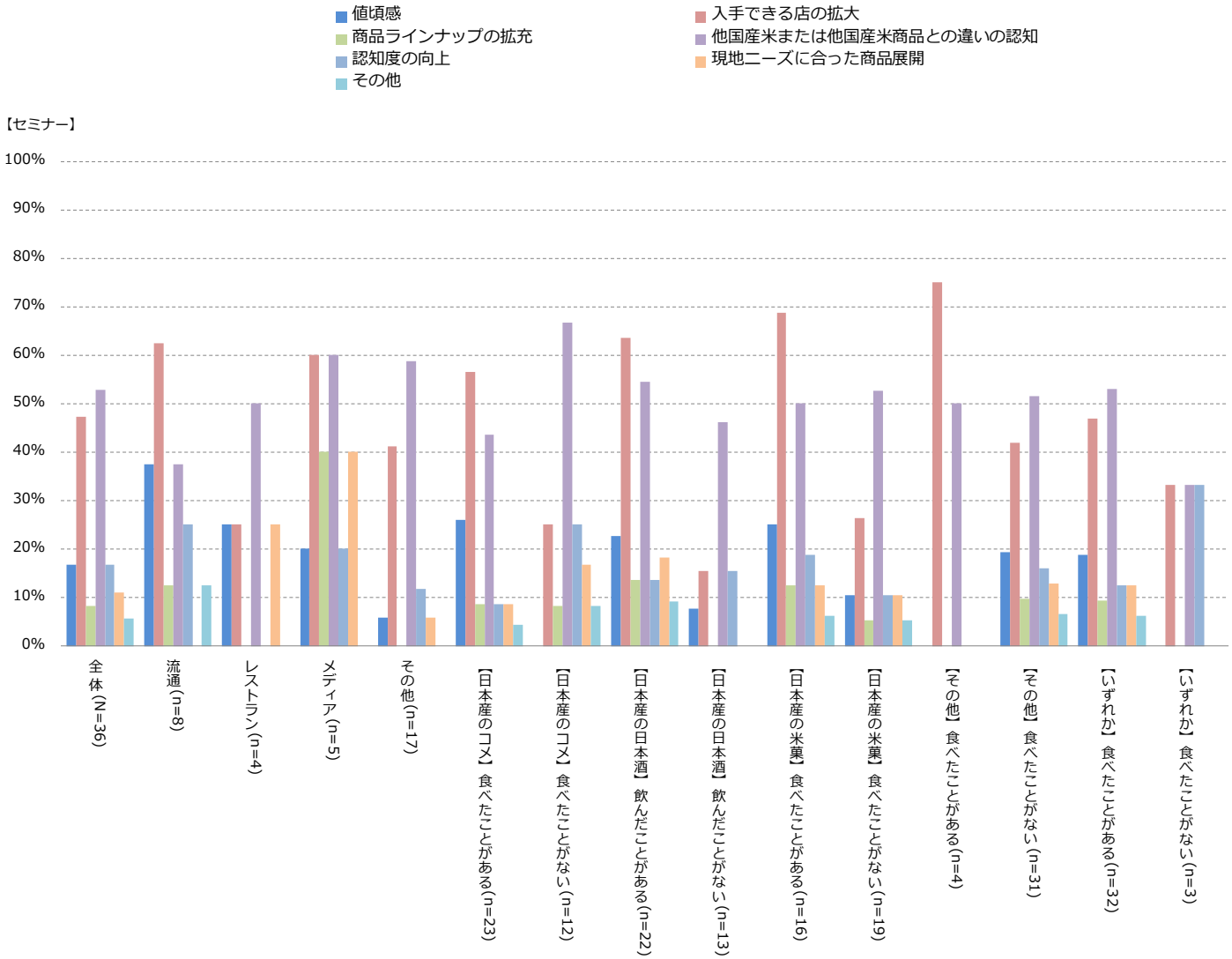
Q6.今後、貴地において日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するには何が必要だと思いますか。

［セミナー］業種別比較

・業種別に見ると、レストランとメディアでは「他国産米または他国産米商品との違いの認知」、流通では「入手できる店の拡大」
　がトップ。

・また流通は「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、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「他国産米または他国産米商品との違いの認知」のスコアが高い。



＜事業評価～業種別＞

全体的に通常展開よりも、セミナーの方が評価が高い。
興味・購入意向喚起出来たが、取り扱い意向喚起には課題あり。

・全体のスコアでは、興味や購入意向喚起について評価が高く、特に商材では「コメ」や「日本酒」、業種では「レストラン」でスコアが高かった。特に「日本酒」は通常展開においても8割以上が興味や購入意向を喚起されるという高評価だった。また事業としての魅力については「メディア」でスコアが高めになっている。全体的にセミナーでスコアが高い傾向になっている。

・他方で、事業としての取り扱い意向については、セミナーでも辛うじて5割を超える程度とあまり高くはなく、個人的な興味や購入意向を高めることには成功したが、事業への意向を高めるという点ではやや課題が残る結果となっている。

・今後、日本産のコメ・コメ加工品の販売が増加するために必要なものとして、高いのは「他国産米または他国産米商品との違いの認知」となっている。（セミナー参加者の流通関係者からは「入手できる店の拡大」という声も。）→事業への評価に繋がらなかった要因として、本イベントにおいて「他国産との違い」を明確にしきれていなかったのではないか、ということが仮説として考えられる。

＜今後に向けて＞

他国産との違いが感じられる深い情報の発信と
セミナー、ビジネスマッチングの拡大

・欧米は全体的に日本や日本食への関心がアジアほど高くはないが、今回のアンケート対象者では「コメ」「日本酒」の経験は6割を超えているなど、一般的な情報や経験は既に持っている人も多いのではないか、ということが分かる。基本情報をおさえつつ、より一歩踏み込んだ情報を増やすことで“他国産との違い”を理解してもらうことが、個人の関心だけではなく事業者としての関心を高めていくためには重要なのではないか。

・また上記のように深い情報を発信するためには、セミナーやビジネスマッチングという場を増やしていくことが必要と考える。実際に今回のアンケートでもセミナーにおける評価は全体的に高かった。

アンケート集計 – ビジネスマッチング –

集計結果－ビジネスマッチング－

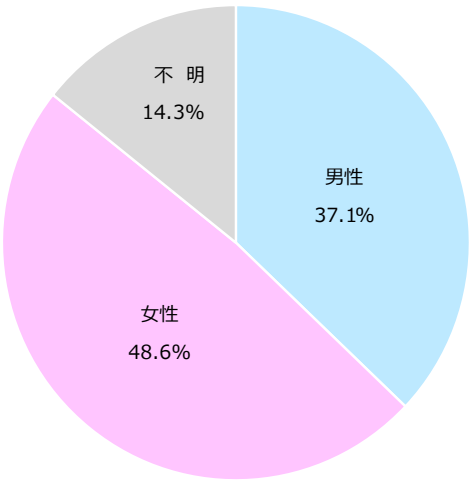
- イベント参加者（うちアンケート回答者）は、男性が37.1%、女性が48.6%。年齢は40代が最も多く28.6%、次いで30代が20.0%、50代、60代が14.3%と続く。回答者の仕事内容は、レストランが17.1%と最も多い。(SC1,SC2,SC3)
- 日本食レストランの利用頻度について1ヵ月1回以上利用する人が54.3%、日本産食材の利用頻度については1ヵ月1回以上利用する人が62.9%となっている(Q1①,②)。家庭内での日本食メニュー調理頻度については1ヵ月1回以上が48.6%であり（Q1③）、ある程度の日常生活への浸透が伺える。
- 日本産コメ・コメ加工品について、認知度と飲食経験ともに高く、97.1%が認知、91.4%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65.7%（Q4①）、【日本産の日本酒】で80.0%（Q4②）、【日本産の米菓】で65.7%（Q4③）となり、【日本産の日本酒】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65.7%（Q5①）、【日本産の日本酒】で80.0%（Q5②）、【日本産の米菓】で65.7%（Q5③）となっており、興味関心と同様に【日本産の日本酒】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28.6%（Q7①）で最も多く、次いで、【日本産の日本酒】が25.8%（Q7②）、【日本産の米菓】が22.8%（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17.2%（Q8①）で最も高く、次いで、【日本産の日本酒】が14.3%（Q8②）、【日本産の米菓】が11.4%（Q8③）と続く。
- 今後の販売拡大にあたって、「値頃感」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」（各34.3%）等に関する施策が望まれている。（Q6）
- 試食・試飲メニューのうち美味しいと思ったものとして、「【Beika】Lightly-salted Bonchiyaki」が45.7%で最も多く、次いで「【Beika】Mamemochi Black Soybeans」(31.4%)、「【Sake】Akashi-Tai Junmai Daiginjo」(22.9%)と続く。（Q3）

SC1.あなたの性別をお聞かせください。

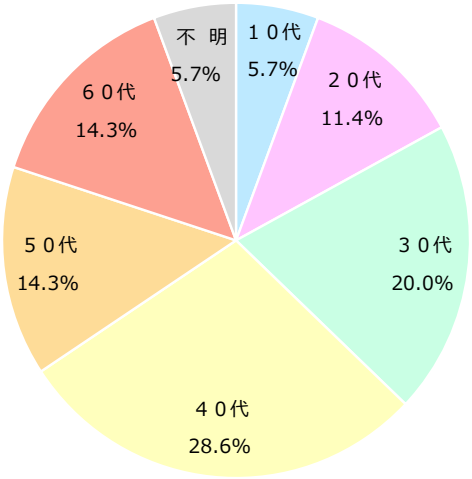
SC2.あなたの年代をお聞かせください。

SC3.お仕事内容をお聞かせください。

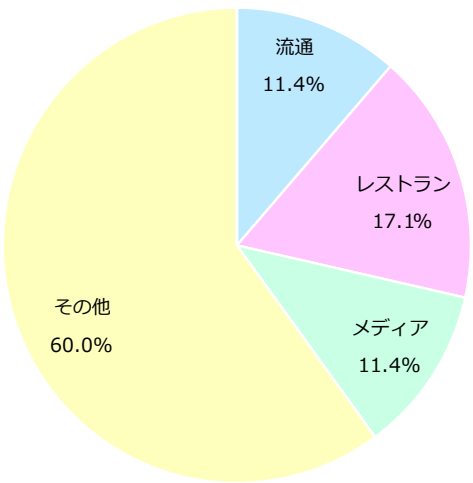
SC1.性別　N=35



SC2.年代　N=35

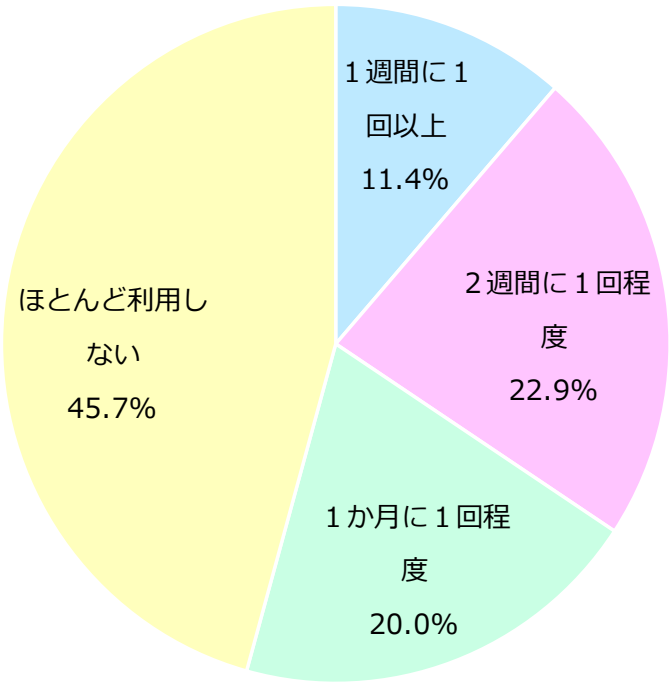


SC3.仕事内容　N=35

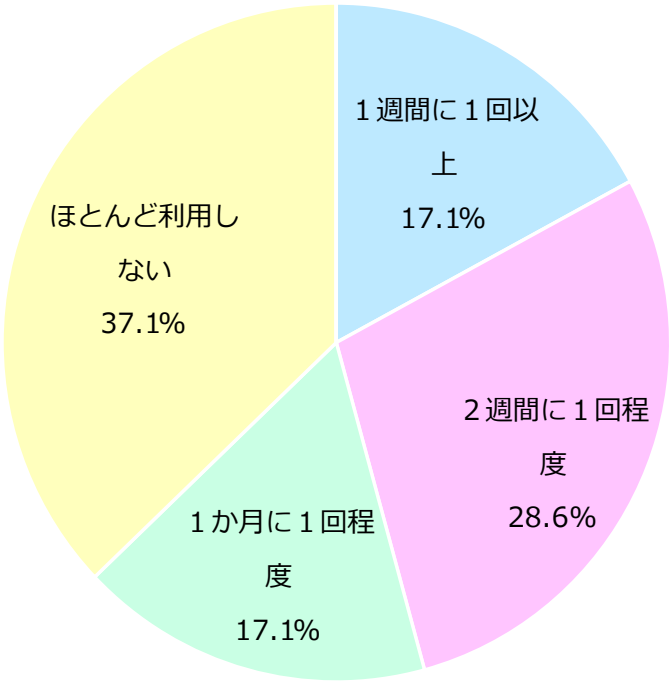


Q1.あなたは普段、日本食レストランや日本産の食材を利用されていますか。
また日本食をご家庭で調理されることがありますか。

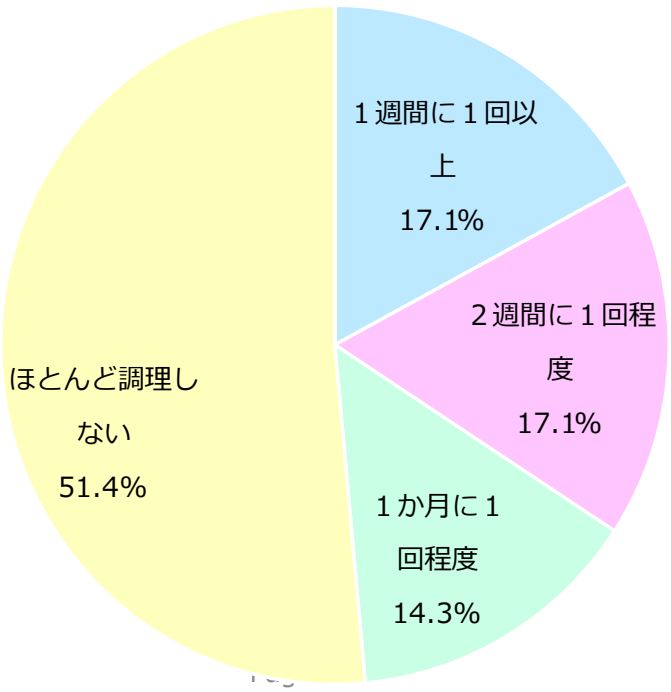
①日本食レストランの利用頻度　N=35



②日本産食材の利用頻度　N=35

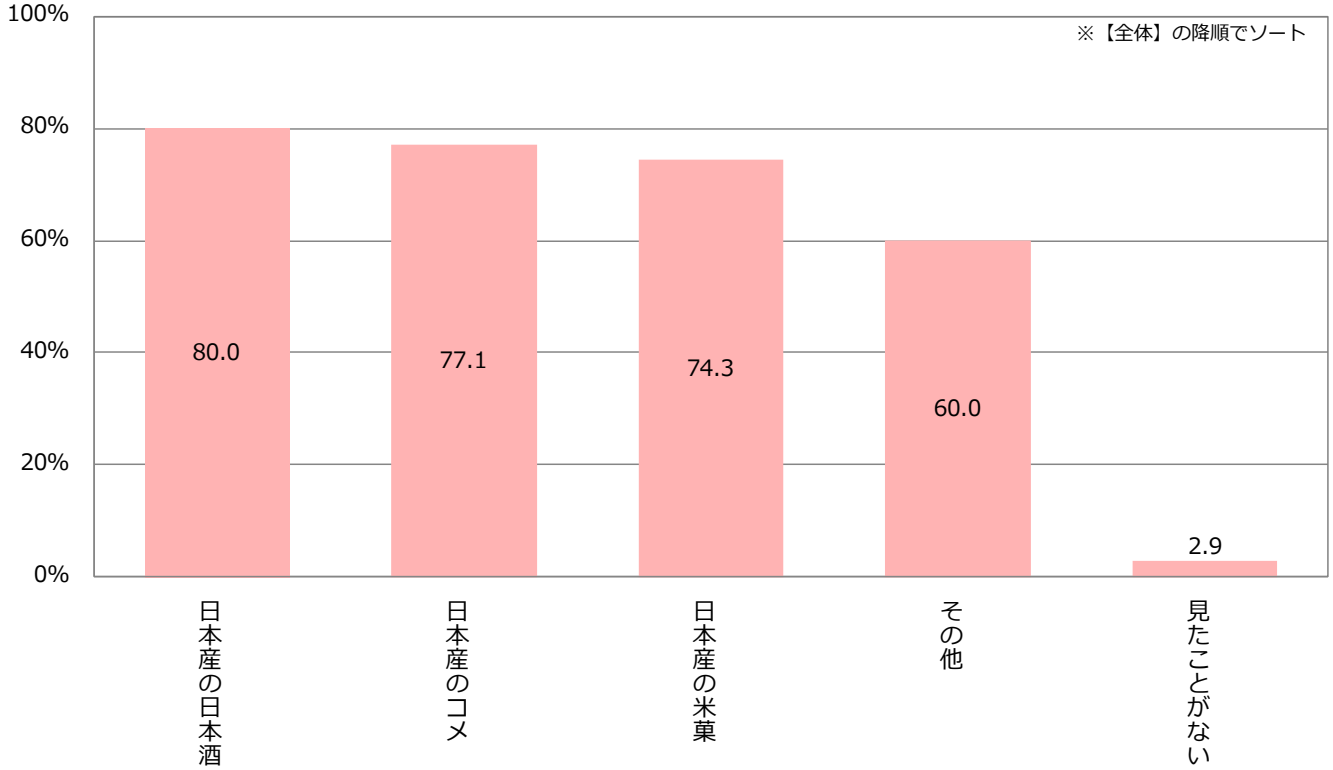


③ご家庭での日本食メニューの調理頻度　N=35

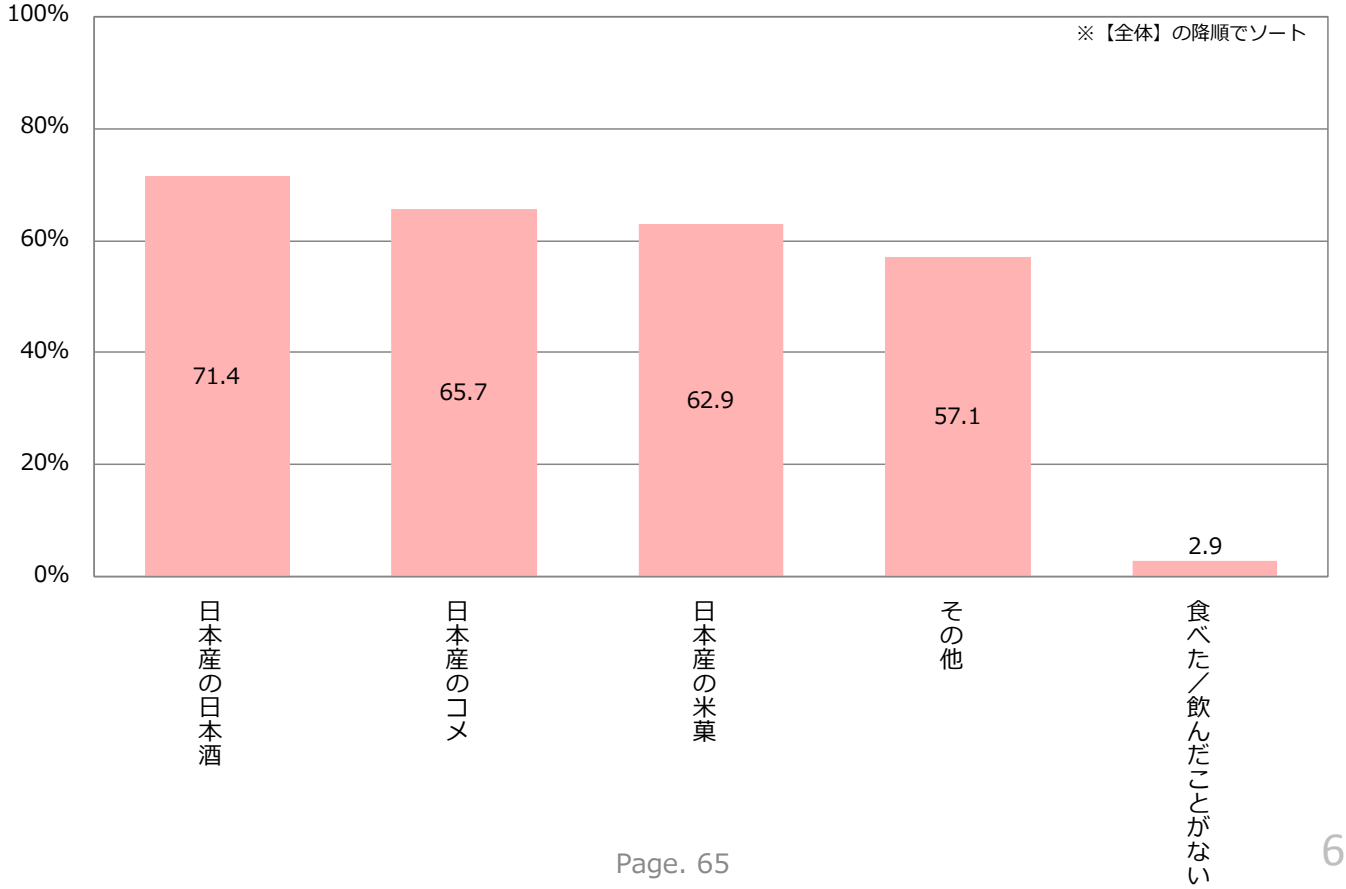


Q2.本日のイベントに来る前に、あなたは日本産のコメ・コメ加工品を見たり・食べたりしたことがありますか。

①日本産のコメ・コメ加工品で見たことがあるもの　N=35

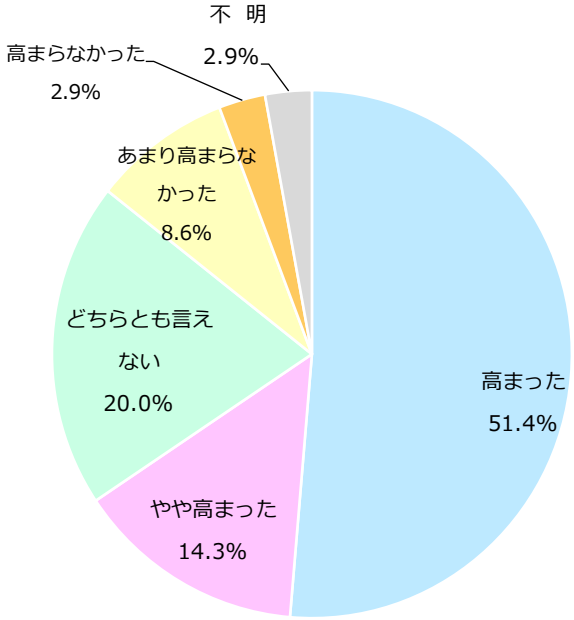


②日本産のコメ・コメ加工品で食べた／飲んだことがあるもの　N=35



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。

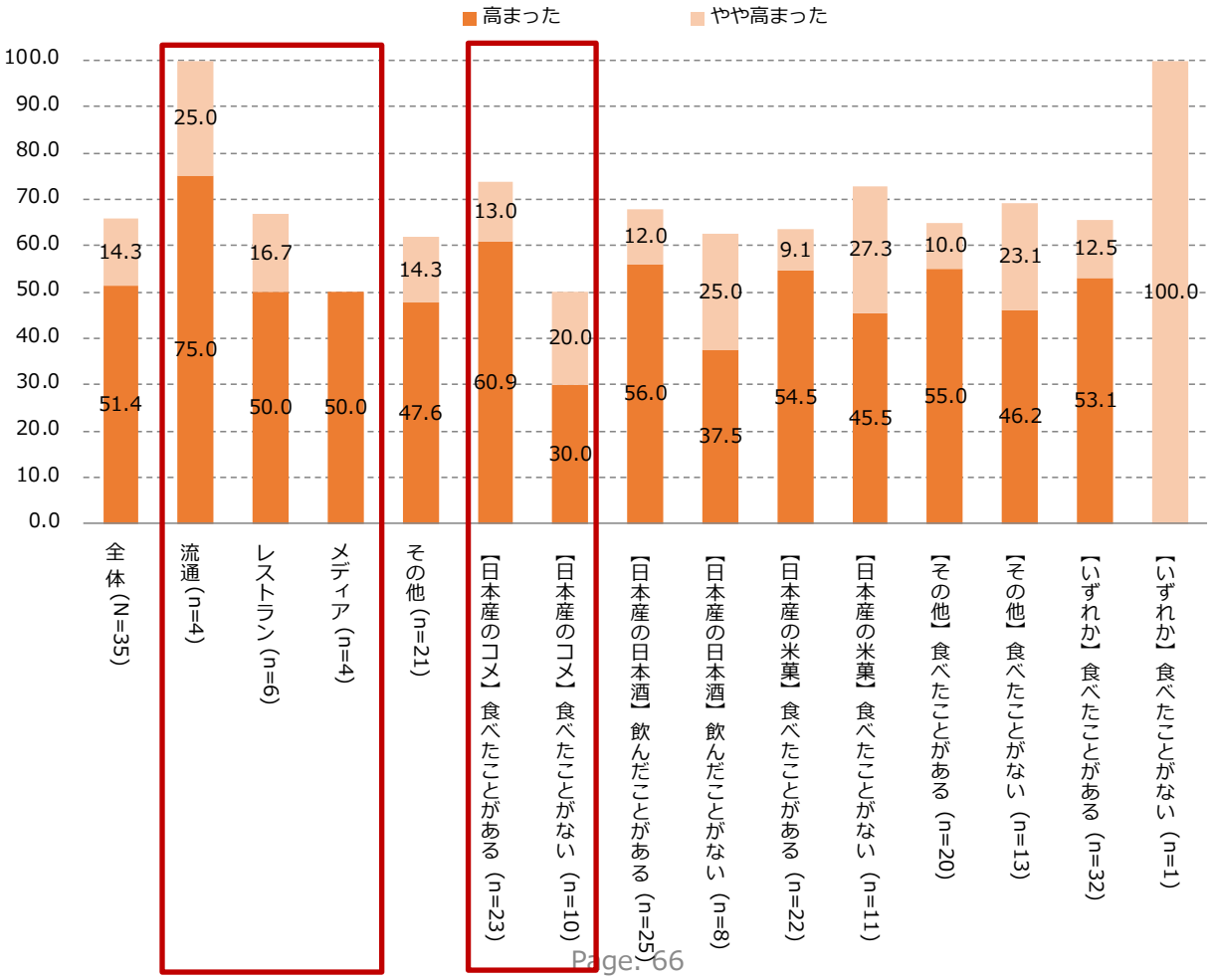
①日本産のコメへの興味関心　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

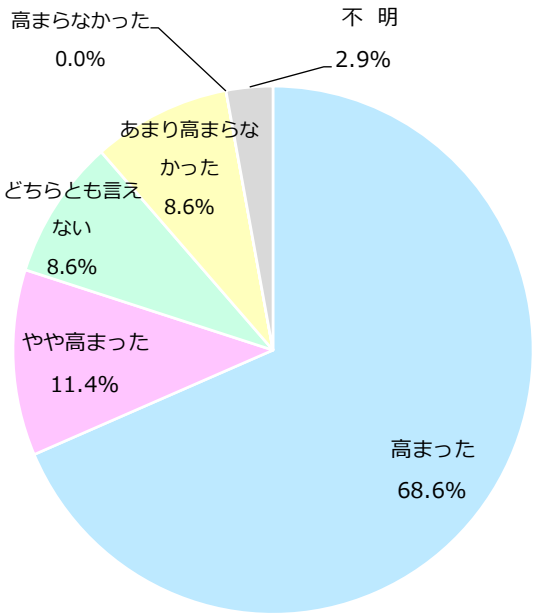
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、5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。

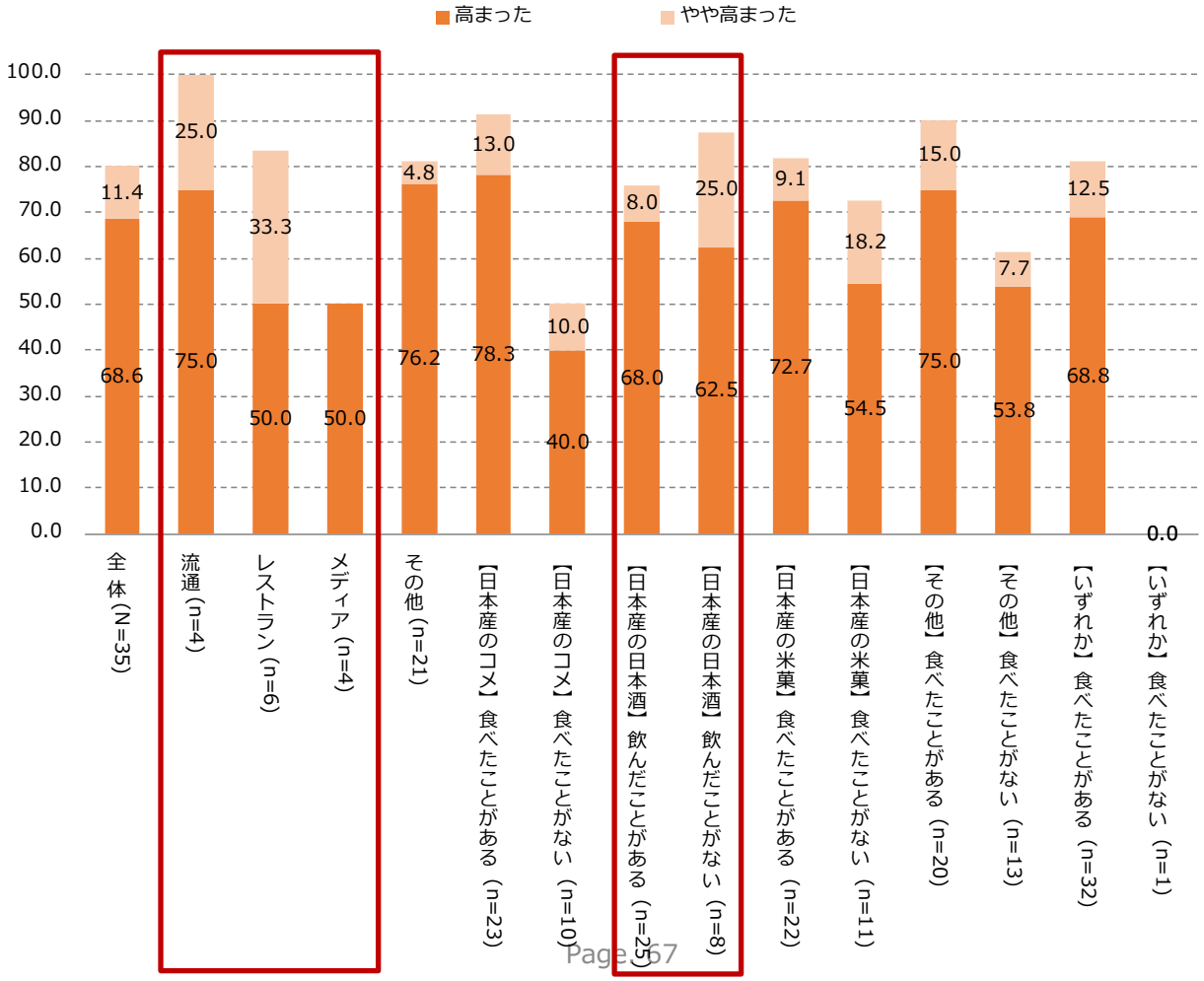
②日本産の日本酒への興味関心　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

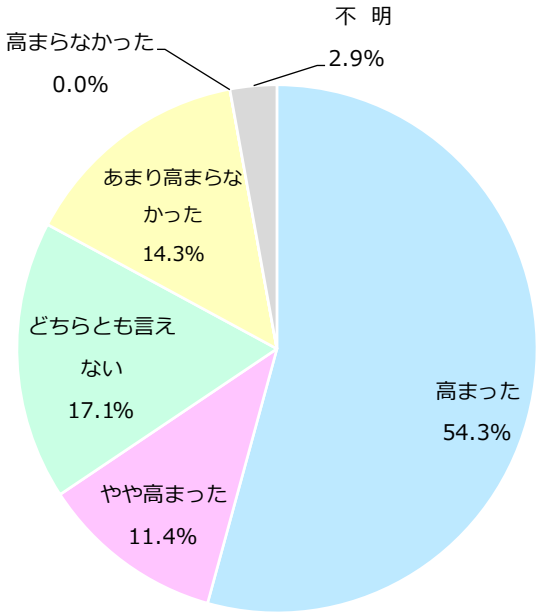
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、8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。

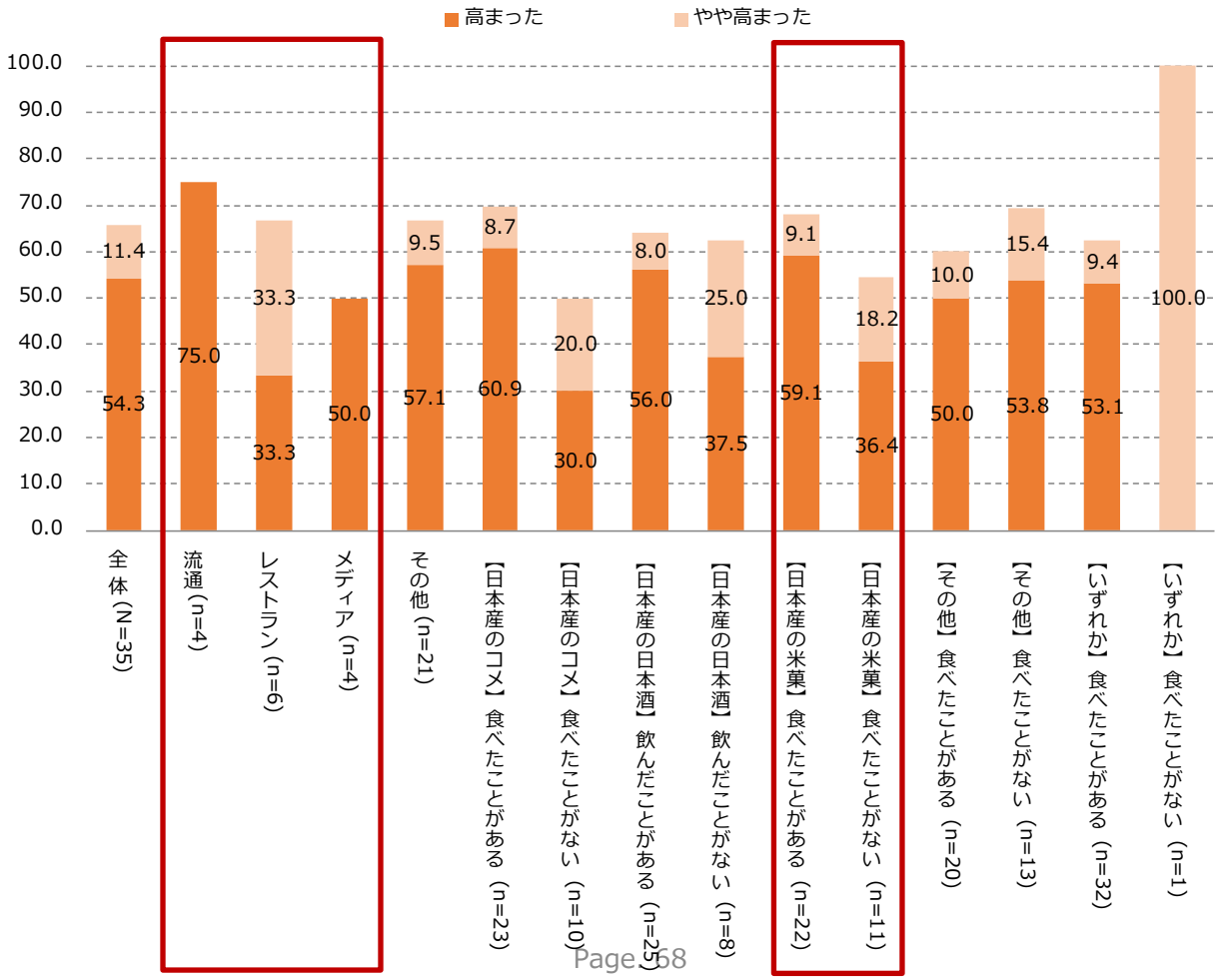
③日本産の米菓への興味関心　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

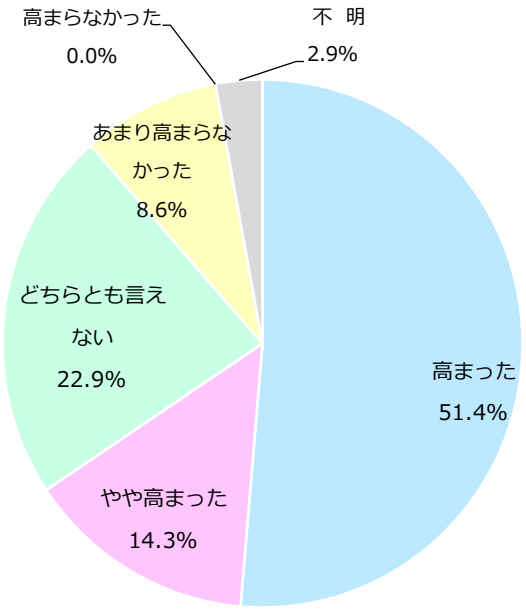
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「メディア」。

・「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。

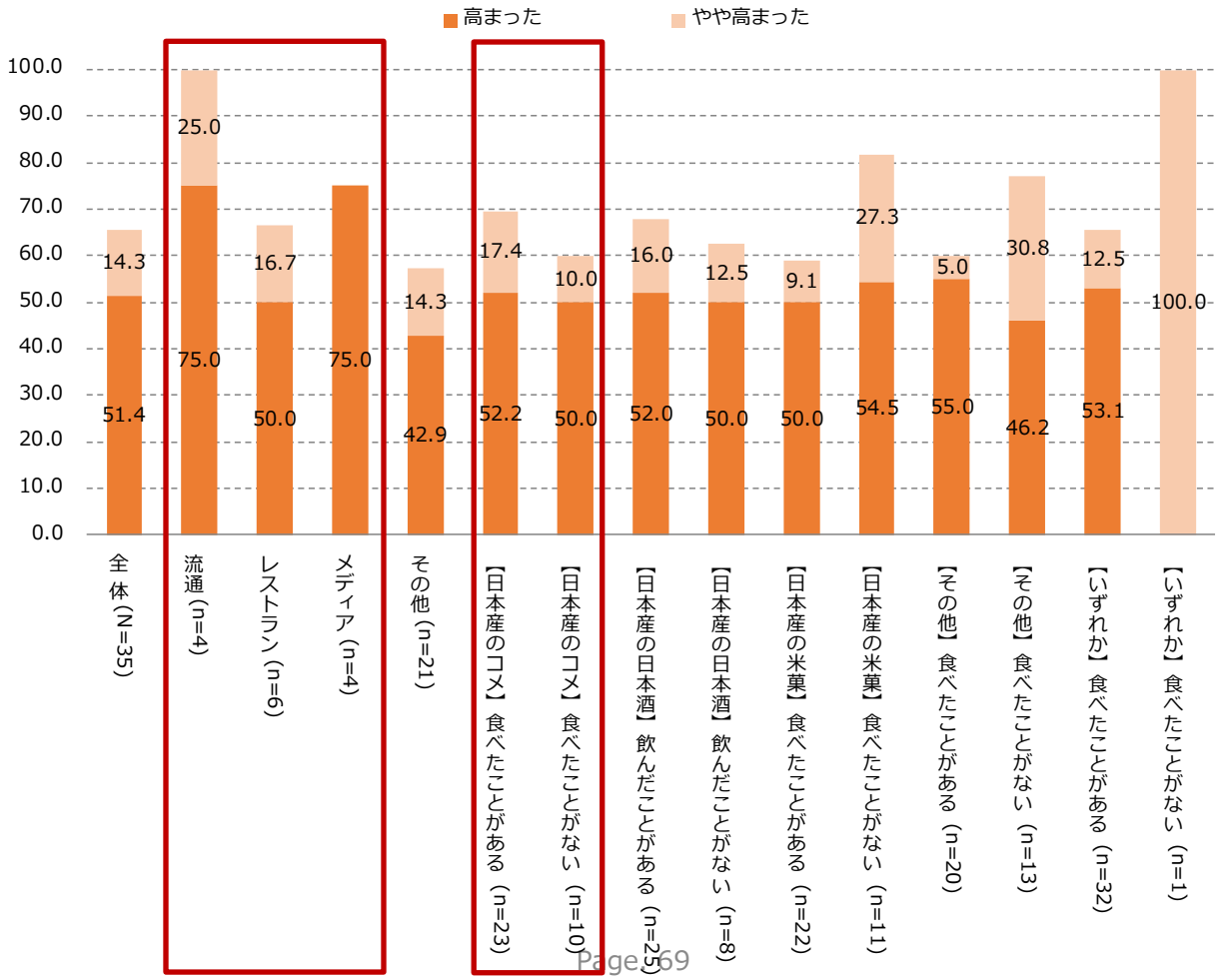
①日本産のコメへの購入意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

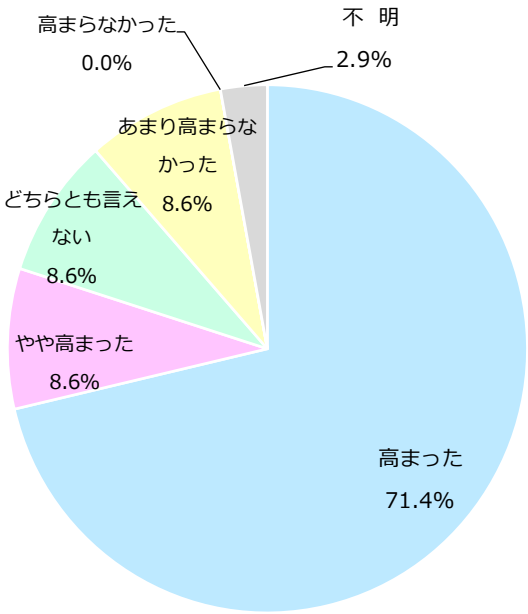
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、6割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。

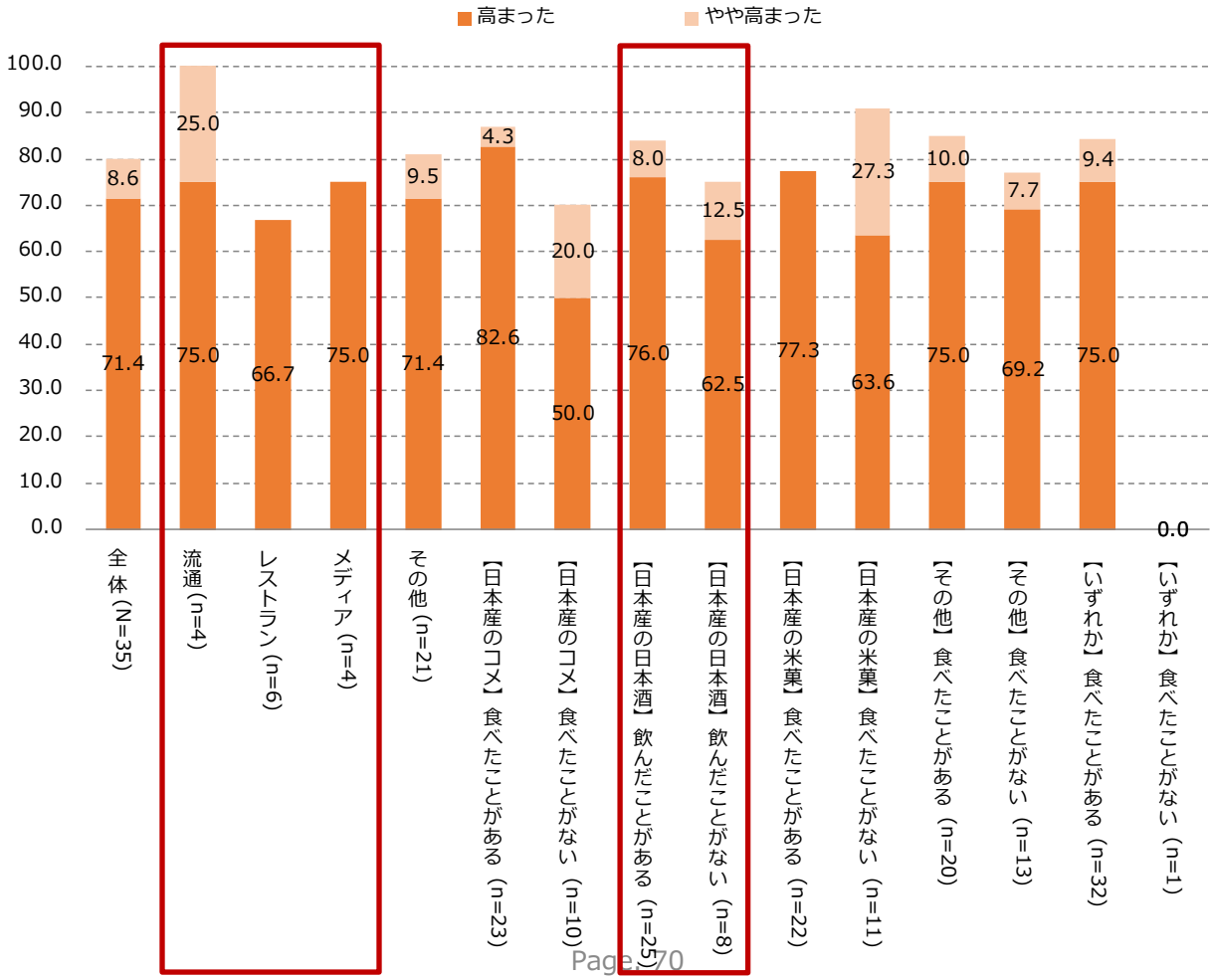
②日本産の日本酒への購入意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

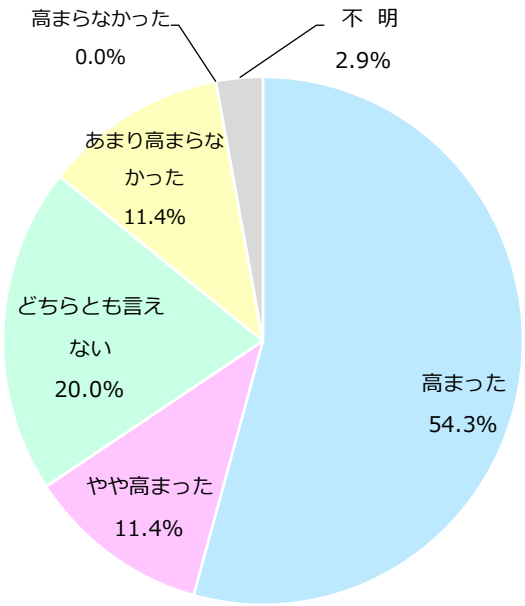
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、7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。

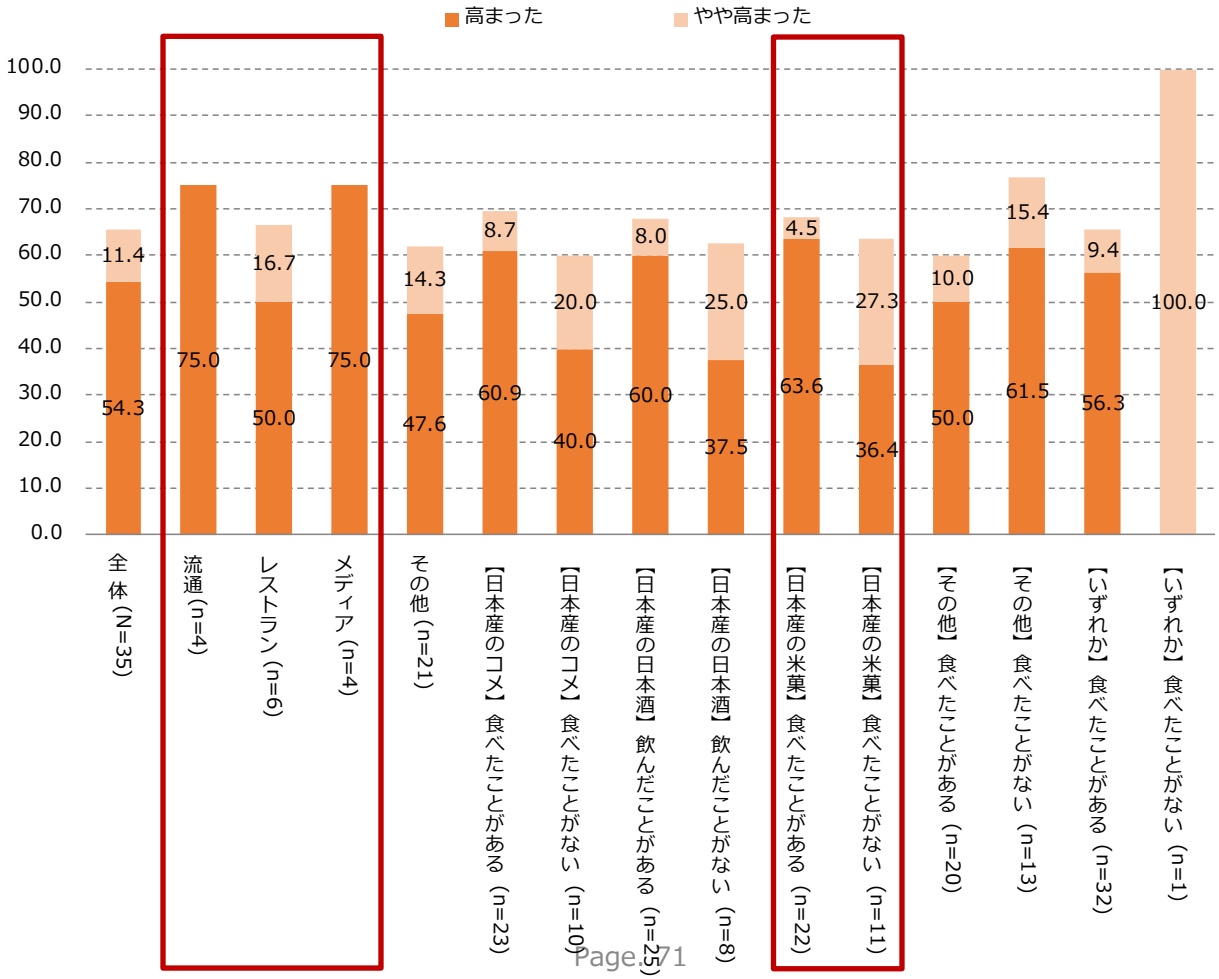
③日本産の米菓への購入意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

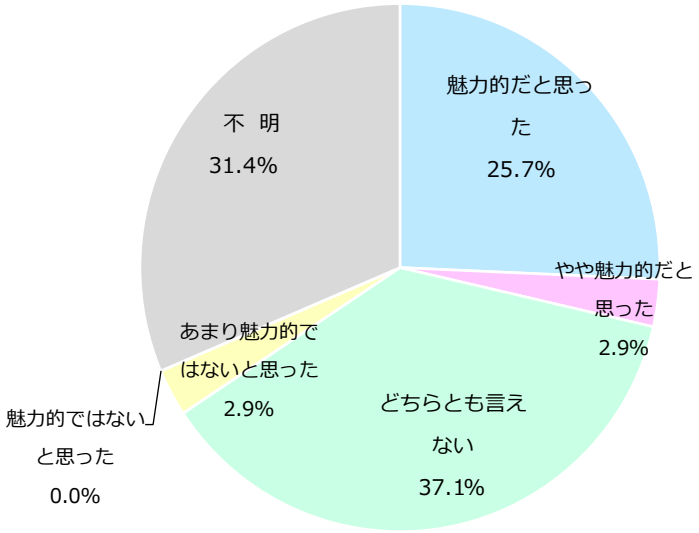
・業種別に見ると、評価が高いのは「流通」と「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約6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。

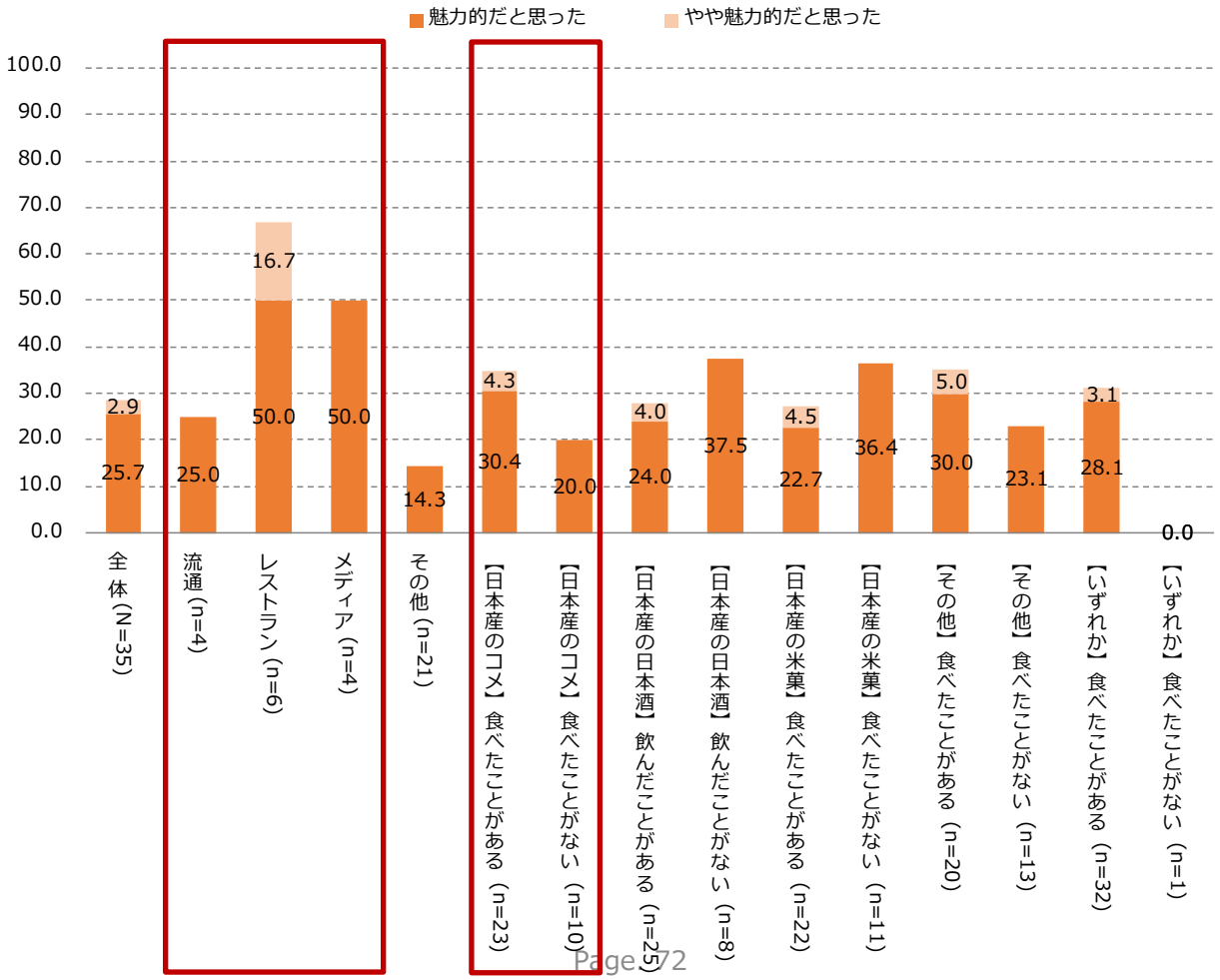
①日本産のコメの魅力度　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

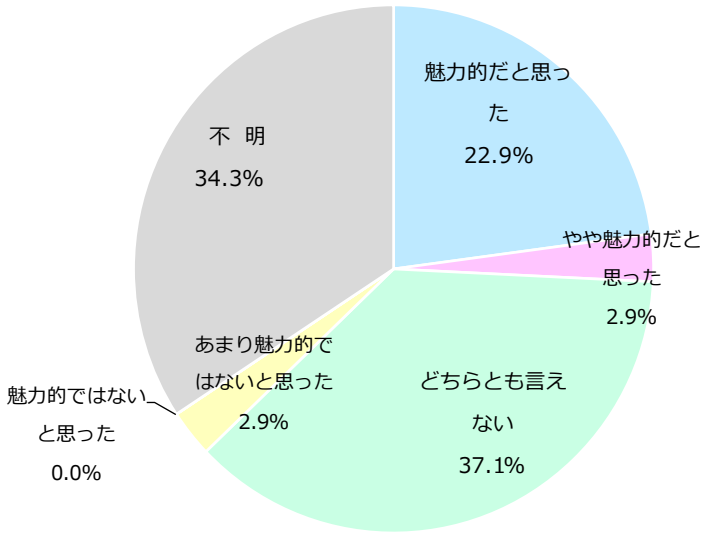
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産のコメを食べたことがない」人も、2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。

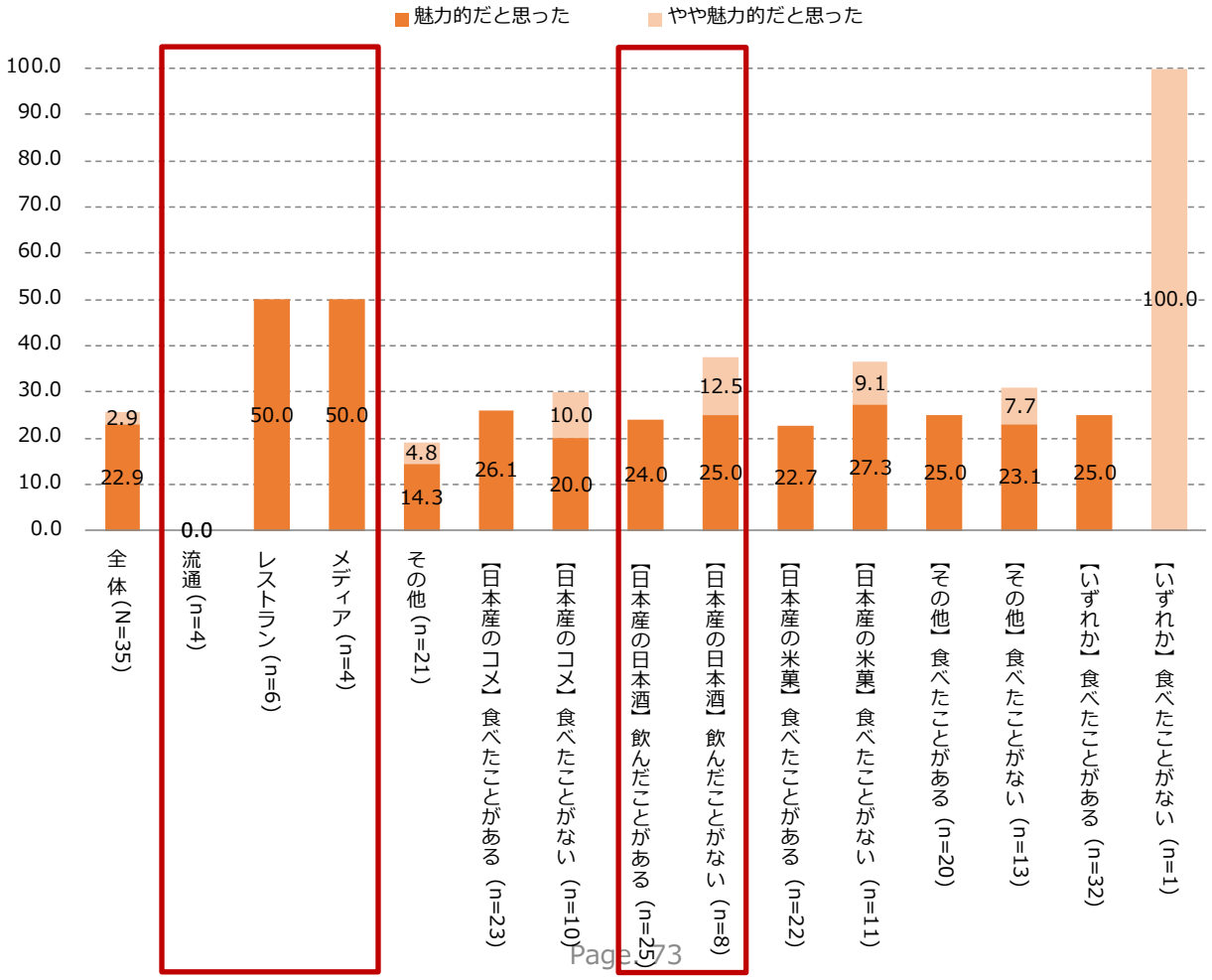
②日本産の日本酒の魅力度　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

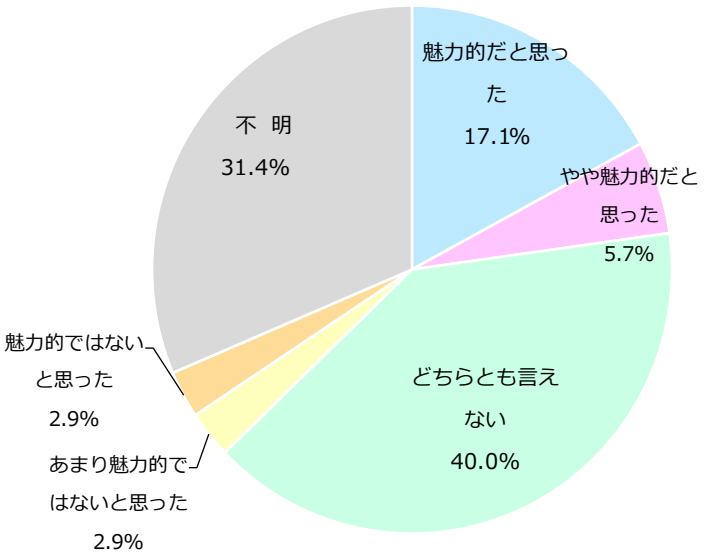
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」と「メディア」。反対に「流通」は0.0%。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人も、3割以上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。

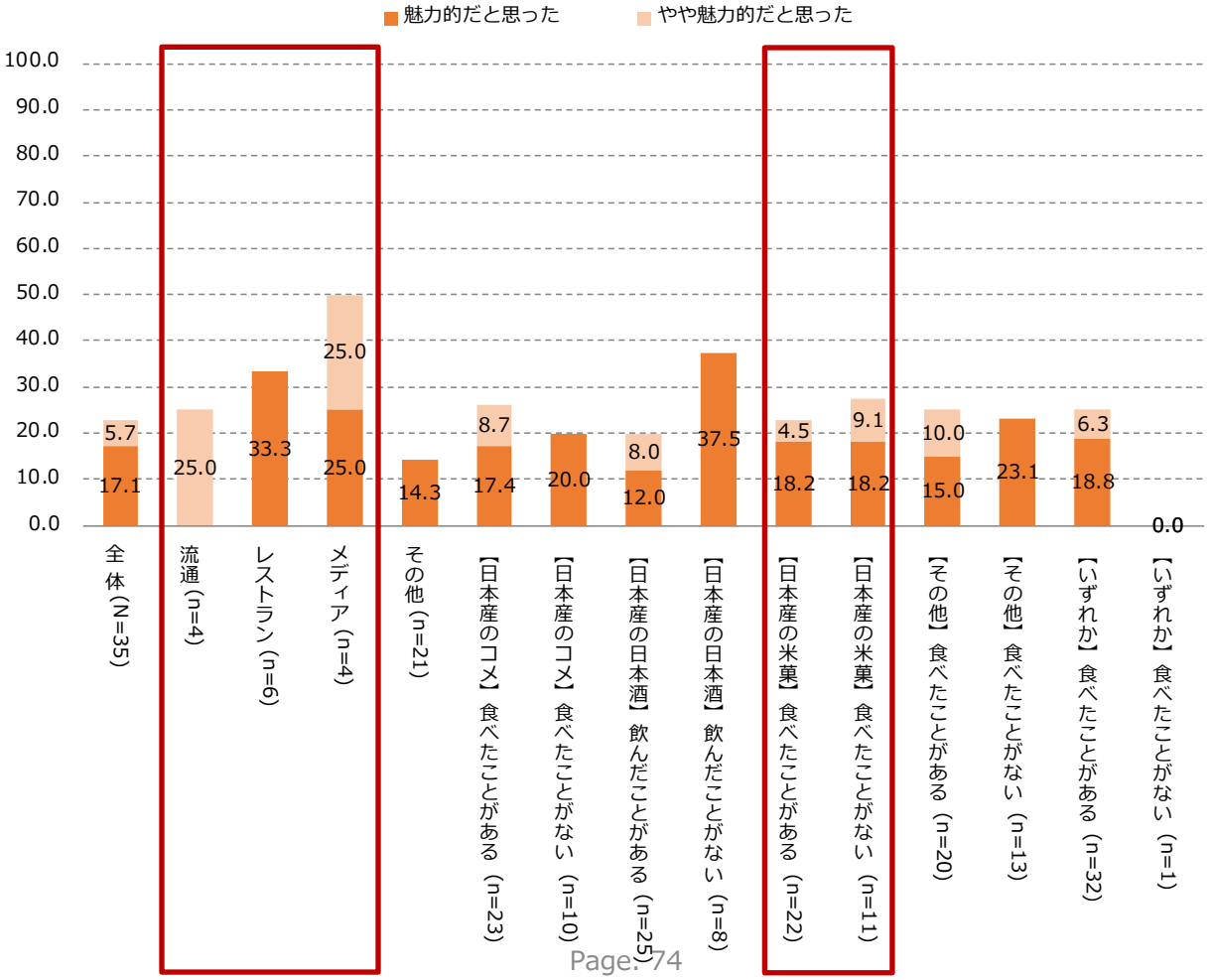
③日本産の米菓の魅力度　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

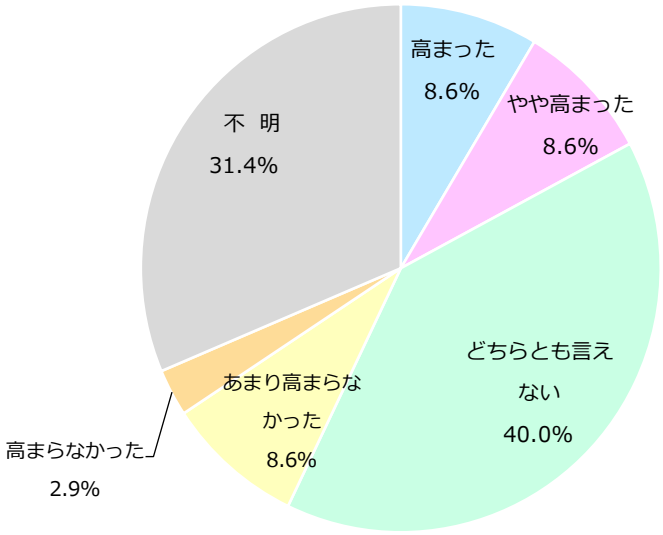
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、2割以上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。

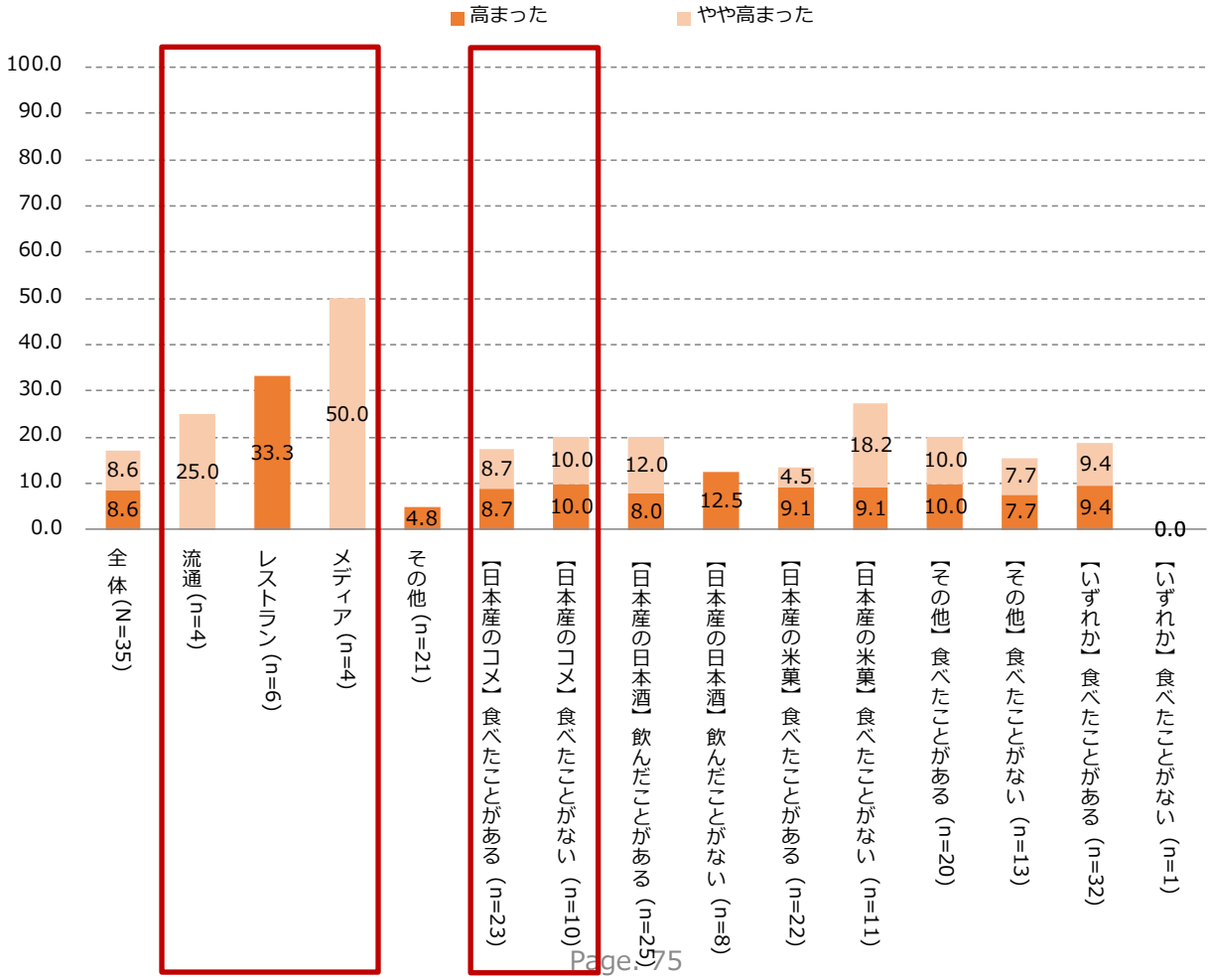
①日本産のコメの取り扱い意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

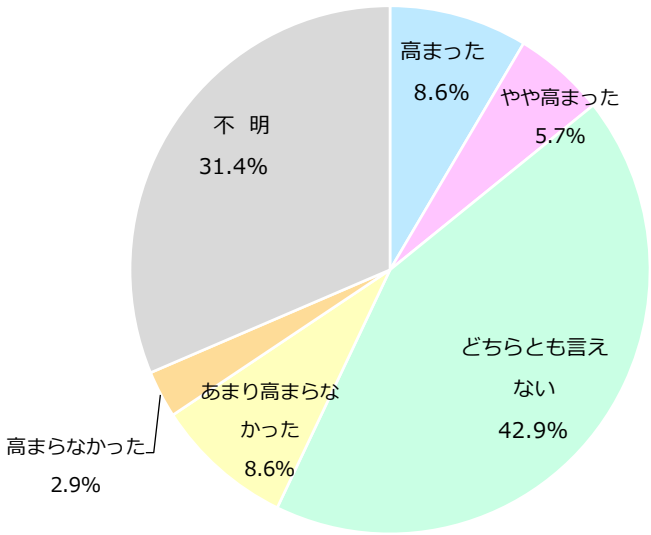
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「流通」。

・「日本産のコメを飲んだことがない」人も、2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。

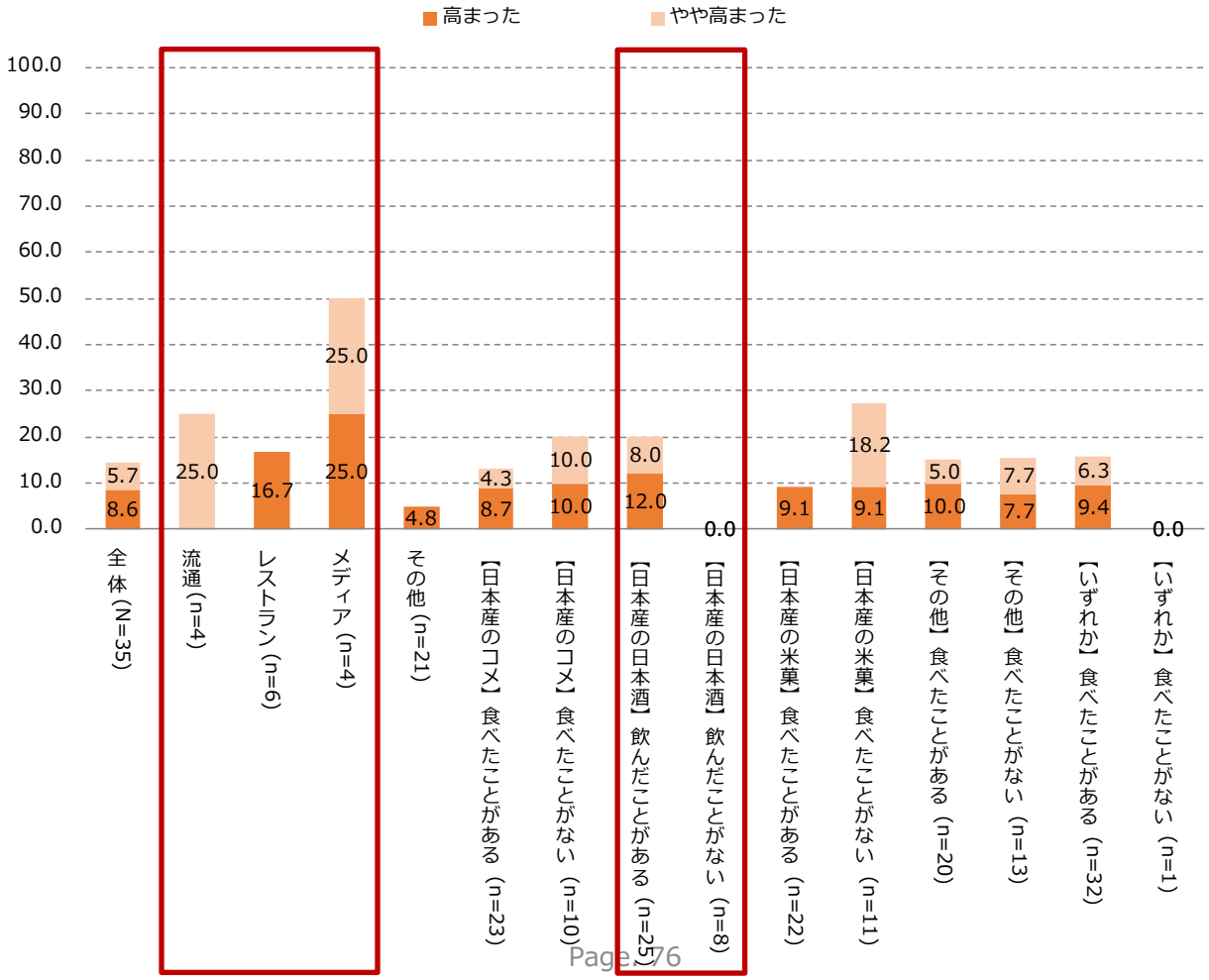
②日本産の日本酒の取り扱い意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

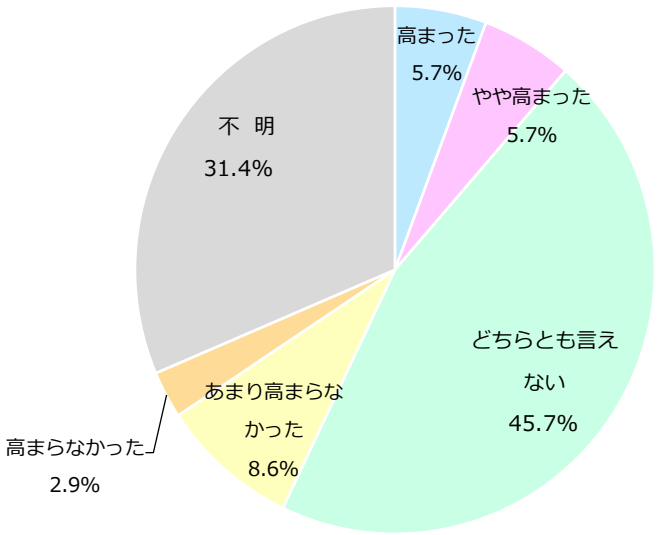
・業種別に見ると、評価が高いのは「メディア」。反対に比較的評価が低いのは「レストラン」。

・「日本産の日本酒を飲んだことがない」人は、日本酒への取り扱い意向が高まったとの回答は0.0%。



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。

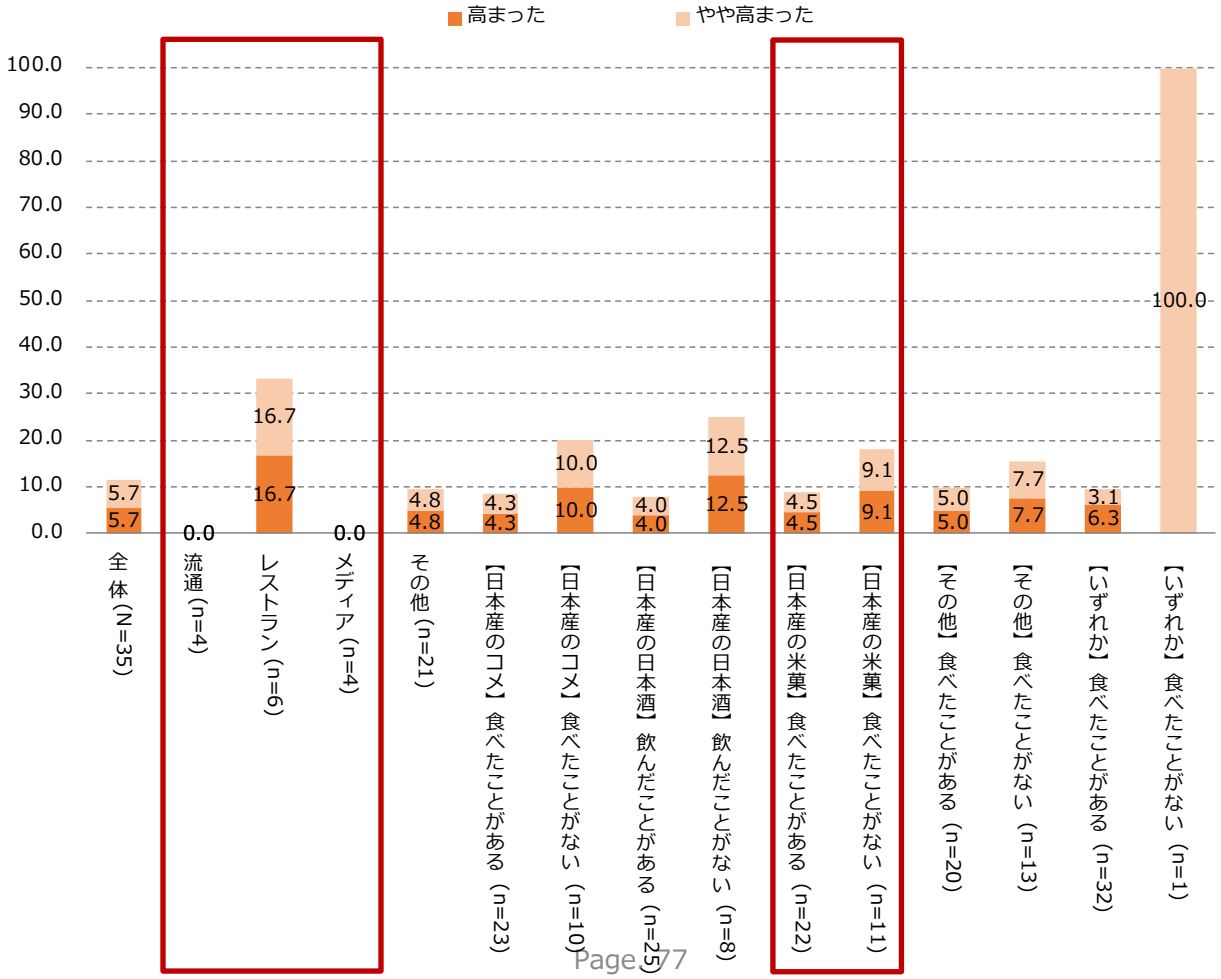
③日本産の米菓の取り扱い意向　N=35



※n数が少ないため、一部参考値

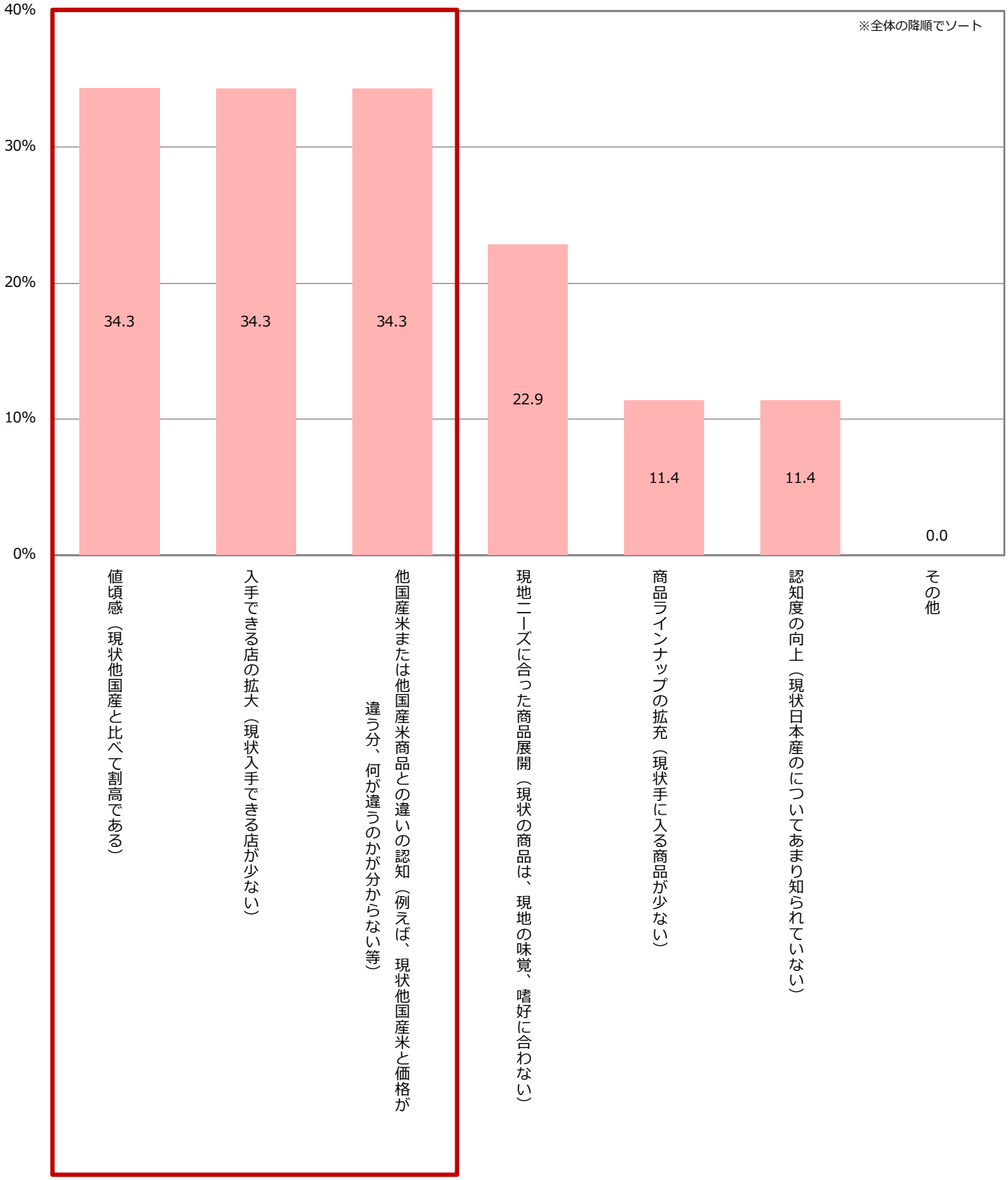
・業種別に見ると、評価が高いのは「レストラン」。反対に「流通」と「メディア」は0.0%。

・「日本産の米菓を食べたことがない」人も、約2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。

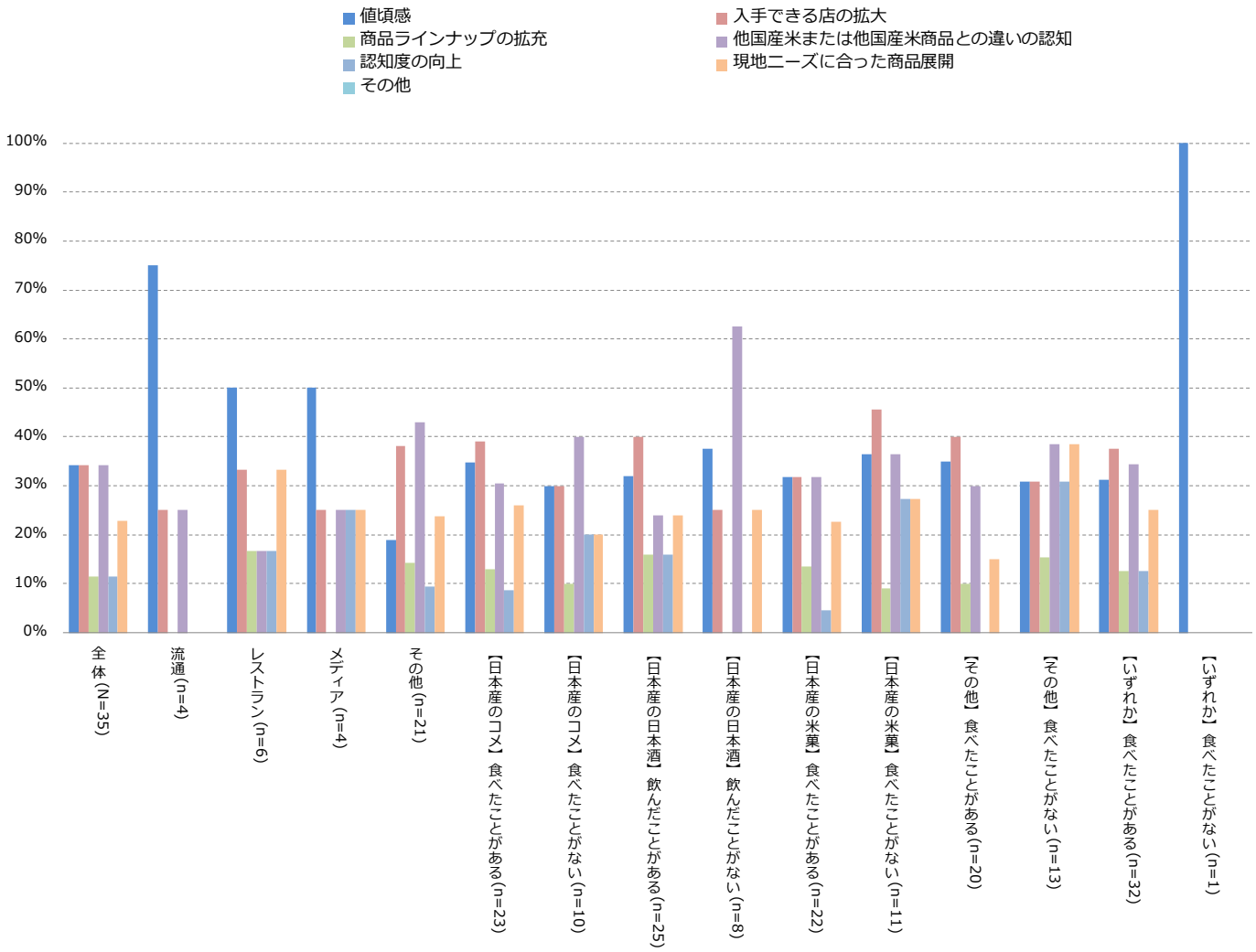
日本産のコメ・コメ加工品の販売増加に必要なこと　N=35



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、流通とレストラン、メディアともに「値頃感」がトップ。
・またレストランは「入手できる店の拡大」「現地ニーズに合った商品展開」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、「他国産米または他国産米食品との違いの認知」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、「他国産米または他国産米食品との違いの認知」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＞

興味や購入意向については全体的に高く、特に「日本酒」が人気。しかし事業としての魅力や取り扱い意向にはあまり繋がらなかった。

・興味や購入意向については、「コメ」「日本酒」「米菓」ともに6割～8割という高評価となっている。特に「日本酒」に関する評価が突出して高い。業種別に見ると「流通」の評価が高くなっている。

・しかし他方で事業としての魅力や取り扱い意向についてはスコアが低い。事業としての魅力では、すべての商材で3割未満、取り扱い意向については2割にも達していない状況。N数が少ないため参考値であるが、レストラン関係者の評価は「コメ」に対して事業としての魅力を感じる人が6割存在するなど一部評価が高いところがあったが、流通関係者からの評価が全体的に低くなっていることが全体のスコアが低いことに繋がっている様子。

・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か、という質問に対する回答としては「値頃感」「入手できる店の拡大」「他国産品との違い」が同スコアで並んでいる。業種別に見るとN数が少ないため参考値であるが流通では「値頃感」が突出して高くなっている。

＜今後に向けて＞

発信内容と対象者の再検討→少数制のセミナー、ビジネスマッチングの検討

・実際に他国産品と比較してどうしても価格が高くなってしまう日本産商品について、徹底的に「値頃感」を重視している事業者に対してアプローチしても結果に繋がりにくいのではないか、と考えられる。幅広い層を対象にするのではなく、有望な顧客層に絞り、より深い情報を発信していくことも検討したい。（そもそもアジアよりも欧米では日本に対して関心が低い傾向があり、反応してもらいにくい環境であることを認識しておく必要がある。）

・今後はセミナーやビジネスマッチングを開催する際は、事業者のニーズを把握し、「なぜ価格が高いのか」が納得出来る日本産の品質や美味しさについての情報を徹底的に訴求し、効果・効率の良い情報発信の場にしていくことをより意識していきたい。