



マレーシアでの食品販路拡大・開拓に向けて

(一財)自治体国際化協会シンガポール事務所 所長補佐 白井 万智子 (広島県派遣)
所長補佐 井上 和哉 (宮崎県派遣)

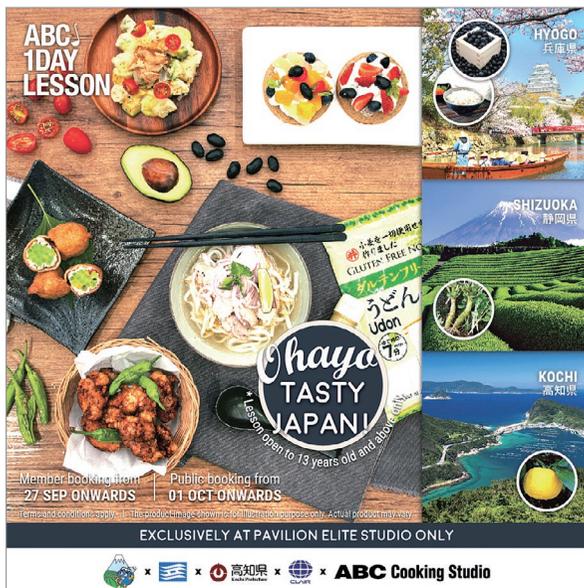
料理体験を通じた地方の魅力発信

クレアシンガポール事務所では、ABC クッキングスタジオ (以下「ABC 社」という。) と連携し、地方の食材の魅力を伝える料理教室を実施しています。この取り組みは 2017 年度から行っており、これまではシンガポール国内のみでしたが、2019 年 10 月に初めてマレーシア (クアラルンプール) で開催しました。

本事業は、自治体が PR したい食材を提供し、ABC 社がレシピを考案。自慢の食材を実際に使って、その国の消費者自らの手で調理・試食するものです。

料理教室はたくさんのお客様に参加いただけるよう、1 回 4 人のレッスンを複数の日程で継続的に実施。

自らの手で調理・試食することで、その美味しさを実感してもらい、その後の継続的な購入や口コミによる情報の拡散につなげ、販路拡大・開拓に寄与することを目的としています。あわせて、食材を通じて地方の魅力を発見していただくことにも期待しています。



マレーシアでのレッスン告知ポスター

マレーシアでの料理教室の概要

○実施期間

2019 年 10 月 24 日、25 日、30 日、31 日、11 月 1 日
1 日 3 回、合計 5 日間 15 回レッスンを実施

○会場

ABC Cooking Pavilion Studio, Kuala Lumpur

○参加者

計 64 人 (インフルエンサー・メディア招待者含む)

○参加自治体 静岡県、兵庫県、高知県

○メニュー・PR 食材

冷たいフォー風うどん	兵庫県：グルテンフリーうどんヌードル、淡路島たまねぎ 高知県：ユズ果汁
わさびいなり寿司	静岡県：わさびーズ 兵庫県：コウノトリ育むお米
ゆず風味から揚げ	高知県：ユズ果汁
アボカドとクリームチーズのわさび風味	静岡県：わさびスパイスディップ
八穀パンケーキ	兵庫県：八穀パンケーキミックス、蒸し黒豆



PR 食材の説明を受けながら調理を楽しむ参加者

PR 食材には、同時期にクアラルンプールで開催されたクリア主催の「日本ふるさと名産食品展」(次ページ参照)に出品された一部食材も使用し、購買への相乗効果を図りました。

また、レッスンには、インフルエンサーおよび地元メディアを招待し、レッスンの様子・PR 食材等について広く発信する機会を設けました。

さらに、レッスン会場においては、大型ビジョンでの自治体 PR 動画の上映、参加者への観光パンフレット等の配付など、物産だけでなく観光も含めた地方の魅力発信を行っています。



メディアおよびインフルエンサーによる SNS 投稿



会場内で自治体 PR (ポスターおよび動画)

レッスン参加者の様子

ABC 社によると、今回のレッスンは、募集開始後、数日で満席になる人気ぶりで、参加者は主に 20 ~ 40 歳代の女性でした。

実際に料理を体験した参加者からは、「美味しかったので自宅でもまた作りたい」、「レッスンを通じて食材と

その生産地に興味を持った」など前向きなコメントをいただきました。

参加者アンケートによると、PR 食材のうち、ゆずは 7 割、わさびは 9 割の人が知っているもしくは食べたことがあると回答し、いずれも味・購買意欲の面で高評価でした。また、普段よく購入する日本食材としては、みりんや醤油などの調味料、米といった回答が多数を占めました。クアラルンプールでは、伊勢丹やイオンなどの日系スーパーのほか、ショッピングモールに入っているスーパーの一角に日本コーナーがあることが珍しくないためか、日本の食材に一定程度親しみがあるようでした。

一方で、自治体(地域)そのものや、食材の生産地としての知名度に関する質問については、ほとんどの参加者が知らなかったと回答しました。あらためて、地方への関心はこれから高める余地があり、食材を用いたアプローチもそのきっかけの 1 つとして有効ではないかと感じました。

レッスンを担当した講師によると、レッスン終了後、参加者から「気に入った食材をどこで購入できるのか」という質問が相次いだそうです。実際に購入したい食材に関するアンケートでは、グルテンフリーのうどんや八穀パンケーキミックスなどが上位にランクイン。健康志向の高まりもうかがうことができました。



自分で作った料理を前に記念撮影する参加者

今年度は、シンガポールにおいても、2020 年 2 月に 2 週間にわたり料理教室の開催を予定しています。

クリアシンガポール事務所では、引き続き、東南アジアをはじめとする所管国において、さまざまな観点から日本の地方の魅力を知ってもらおうべく、取り組んでまいります。

マレーシアで食品展を開催

クレアは2019年10月25日から11月3日まで、「日本ふるさと名産食品展 in クアラルンプール」を開催しました。13自治体から15事業者が出展し、果物や魚介類、お酒など、日本各地から100品以上の商品が集まりました。前のページで紹介したABC社の料理教室で使われたわさび商品も陳列され、来場者は試食をしながら、各商品に手を伸ばしていました。

食品展の概要

開催期間	2019年10月25日～11月3日
開催場所	マレーシア・クアラルンプール ISETAN The Japan Store (食品売場フロア)
出展者数	15事業者 (13自治体)
出展内容	霊芝、黒にんにく、りんご、冷凍うに、乾麺、さば味噌煮、お粥、シャインマスカット、かにかまぼこ、漬物、わさび、はちみつ、日本酒、ワイン 等 (計：約100品目)

※当食品展の詳細は3月号の現場レポートのコーナーに掲載される予定となっております。



料理教室で使用されたわさび商品も展示された

マレーシアでの大規模食品見本市

2019年9月24日から27日にかけて、マレーシアでフード・アンド・ホテル・マレーシア (FHM) が開催され、クレアシンガポール事務所では、ジャパンパビリオンに出展していた企業・団体へ取材を行いました。ここでは出展者に聞き取りをした内容について紹介します。

まず、海外での販路開拓を目指す企業は、現地のディストリビューター等に関する情報が不足しており、その情報発信を自治体に期待する声がありました。

フード・アンド・ホテル・マレーシアの概要

開催期間	2019年9月24日～27日
開催場所	クアラルンプールコンベンションセンター
来場者数	26,000人 (2017年実績)
出展内容	食品、飲料、ホスピタリティー、フードサービス、ベーカリー、キッチン用品等
出展企業・団体	50カ国・地域の1,250超の企業・団体 (2017年実績)

また、自治体から事業者に対する助成制度について、品目の特性に合わせた配慮を求める声がありました。例えば、精肉等は他の品目と比べて出展までのコストがかかるところ、公的機関からの補助は品目に関わらず一律となる傾向があり、実情を反映していない、との指摘がありました。

その他、「輸出は1年では効果が出にくく、3年は続ける必要がある。1年目から事業報告を求められるが、すぐに成果を出すのは難しい。単年度ではなく複数年度の実施を前提とした事業が望ましい」との声もありました。

また、ある出展企業からは、「輸出は利益が出るまで長期間の辛抱が必要となるため、代表者の理解が無いと成り立たない。中小企業の海外進出を進めたいのであれば、日本国内で海外についての情報発信や勉強会を強化し、それに興味を示した企業の代表者に働きかけるのが合理的」との指摘がありました。

今後、マレーシアにおいては今後も経済成長が続き、富裕層の増加が見込まれることから、価格帯は高いものの、高品質である日本産品が現地で受け入れられる可能性は高くなります。しかし、そのような市場にアプローチするためには、自治体も事業者側も短期での成果を求めず、長期的視野で輸出を推進していく必要があるようです。



FHM ジャパンパビリオンの様子