平成30年度重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業の青果物バイヤー招聘及び青果物デジタルメディア広報宣伝事業

実施報告書

2019年7月1日～2020年2月28日

事業概要

＜事業名＞

平成30年度重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業の青果物バイヤー招聘及び青果物デジタルメディア広報宣伝事業

＜事業目的＞

海外から日本産青果物のバイヤーを招聘するとともに、海外における日本産青果物のPRをデジタルメディアを活用して実施する事により輸出促進を図る。

＜事業内容＞

１、日本産青果物のバイヤー招聘事業

・ベトナム及びマレーシアから1回合計5名を招聘し、以下を実施。

・毎回国内2産地でセミナーを開催。

・生産園地及び選果施設視察では、生産管理方法や選別方法を説明。

・バイヤーと生産者、輸出関係者間で、交流会や懇親会を実施。

・訪日外国人に人気のある青果物を使った商品、サービスも体験、見学。

◎対象国及び対象青果物は次の通り

ベトナム：りんご、なし

マレーシア：メロン、サクランボ、なし、ブドウ、もも、りんご、柑橘、いちご等

※対象青果物は、招聘受け入れ産地の状況に合わせ調整を行った。

２、日本産青果物のデジタルメディア活用の広告宣伝事業

ベトナム及びマレーシアからバイヤーを招聘した産地を含む青果物の輸出時期に合わせて両国において消費者向けのSNS広告及び記事配信を行った。

・デジタルメディアは「FUN!JAPAN」とした。

・記事制作・配信：Facebook投稿計24回＋毎月1回記事掲載計6回＝合計30回/各国）

・ターゲティング広告：FUN!JAPANに掲載した記事（各国100,000PV×2か国を目指して配信）

⇒結果：ベトナム：合計118,711PV　　マレーシア:合計122,465PV

３、相乗効果を発揮するため上記の（１）及び（２）は連携して実施。

招聘対象者（ベトナム）

ベトナムバイヤー紹介

■会社名：**トゥフォントレーディングサービス**
■屋号： **TONY　FRUIT**
■創業：1994年
■代表：NGUYEN　QUOC　TU
■社員数：約100名
■運営店舗：直営店1店
■取引先：ビンマート、メガマーケット、オーチャン等の大手量販店及びにローカルマーケット、果物専門店等
■取扱ブランド：ニュージーランド「ゼスプリ」「エンザ」、アメリカ「サンワールド」、日本茨城産ナシ、青森産リンゴ等
■所在地：（ベトナム・ホーチミン）
オフィス兼店舗：169 Khanh Hoi Street, Ward 3, District 4, Ho Chi Minh City
■HP：http://www.traicaytony169.vn/en/index.html

代表コメント：
トニーフルーツは創業以来25年の歴史を持ち、ベトナムのフルーツ業界においてリーディングカンパニーの１つであります。我々はニュージーランドのゼスプリ社、エンザ社、アメリカのサンワールド社など、ベトナムにおける輸入販売代理店として活動しており顧客は国内大手量販店のビンマート、メガマーケット、オーチャンなどです。ローカルマーケットや果物専門店とも取引がありベトナム全土に販売網を有しております。
日本からは茨城県下妻産梨を輸入販売して3年目であり、今年は110トンの輸入を予定しています。また青森県産りんごは今年で5年目を迎えます。昨年度は250トンを輸入販売しており更なる拡大を目指しております。
8月25日には新たなオフィスビルも完成し、今後ますます日本産果物の取り扱いを増やしたいと考えております。

（Facebookページ）

（自社ロゴ）

（自社配送車）

（直営店舗）

ベトナム全国規模の大手小売店（販売先）

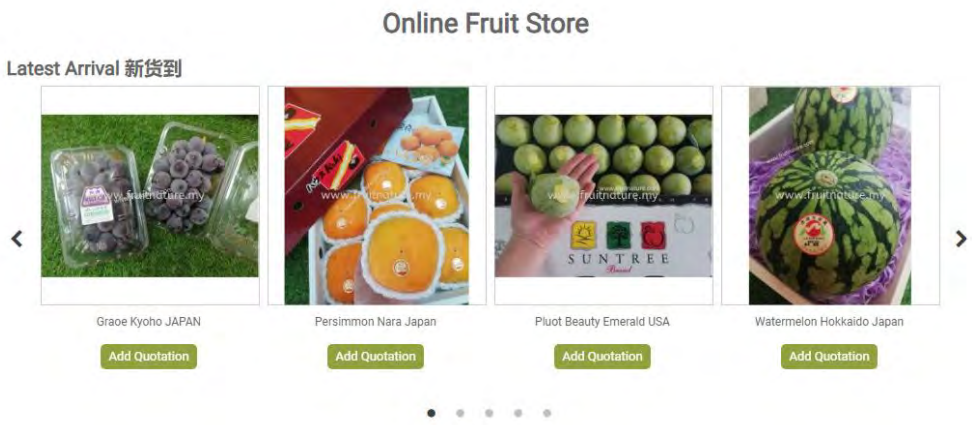
招聘対象者（マレーシア）

マレーシアバイヤー紹介

■会社名：**サングロウ・グローバル・エンタープライズ**
■屋号： **Fruit Nature（中国語名：緑豊源）**
■設立：2015年
■代表：LIM YEOU HWANG
■社員数：18名
■運営店舗：リアル店舗3店+ネットショップ
■商品の仕入れ元：マレーシア、シンガポール、日本、台湾
■所在地：（マレーシア・ジョホールバル）
Johor Jaya HQ :
39, Jalan Dedap 23, Taman Johor Jaya, 81100 Johor Bahru, Johor, Malaysia.
Austin Height Branch :
10, Jalan Austin Height 8/9, Taman Mount Austin, 81100 Johor Bahru, Johor, Malaysia.
■HP：http://www.fruitnature.my/index.php

代表コメント：
　私たちは、果物専門店を運営し、特に日本産フルーツを地域のお客様に提供しています。5年間の取扱いを通し、マーケットでの高品質フルーツの需要が相当高い事に気づきました。そのため、昨年に日本から直接輸入が出来るよう、JETROマレーシアと接触を図りました。更なる業務拡大を図り、別の地域でも消費者に良い商品を届けたいと考えています。
　私たちは、直接大型スーパーに商品を卸しません。自社のオンライン、オフラインの両ルートを通し消費者に直接商品を届けています。今後の発展計画としては、各地域の専門店を取り込み、日本の輸入品をそのままの品質と価格で届けたいと思っています。また、積極的なPR、認知度の向上を通して、品質や価格のコントロールを行い、高品質な商品をより多くの消費者が受け入れやすい形で届けたいです。現在の顧客はほとんどがミドル、アッパー層です。

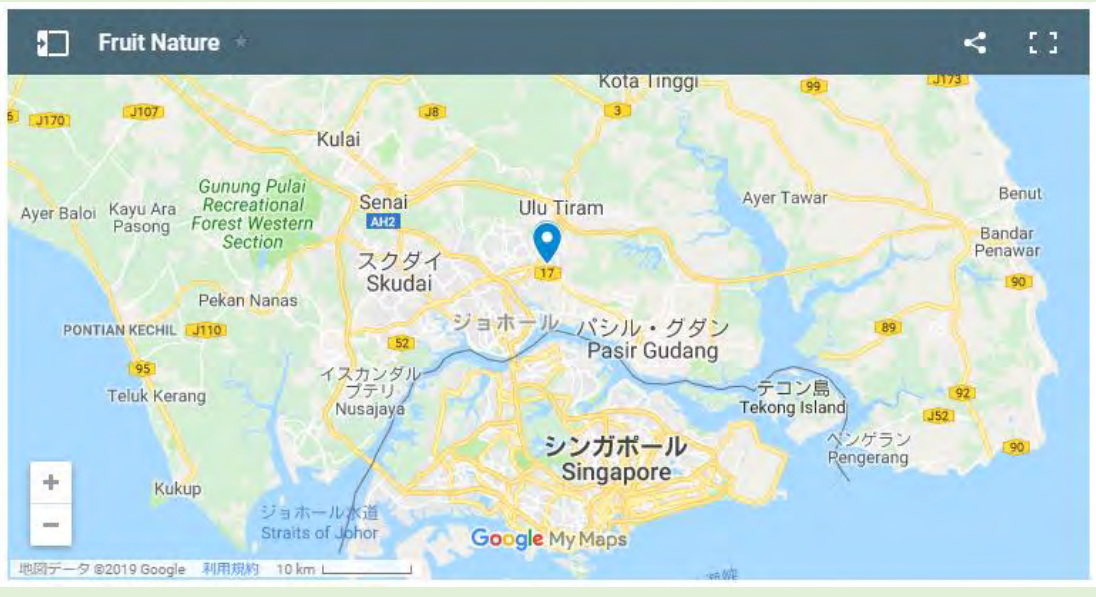
（直営オンラインショップ）



（ギフト品）

（直営店）

所在地



<ジョホールバル市・マーケット環境>
●概要：マレー半島最南端に位置し、ジョホール州の州都で、都市圏の規模は首都クアラルンプールに次ぐ第二位。大規模な都市開発が進められている。高層マンションや商業施設、工場が次々に建設、さらに、タンジュンペラパス港が整備されるなど、この10年で街の姿は劇的に変化した。その背景にあるのは、このエリアの地の利。海峡を挟んでシンガポールに隣接しており、事業運営コストの高い同国からの機能の移転先としても注目されている。 ※2006年より進められているイスカンダル計画。
●居住者概要：物価がシンガポールの1/3のため、住居を移すシンガポール人が増えている（メディニ地区）。マレーシア人がシンガポールで職につけば、マレーシアで得られる給料の3倍を得られるため、ジョホールバルの人たちはこぞってシンガポールに働き口を探している。<州別民族構成>マレー系54%、中華系29.5%、インド系6.4%、外国人9.6%、その他0.5%。平均所得が高い中華系の割合が29.5%とクアラルンプール、ペナンに次ぎ3番目に多い。
●人口：50.29万（2017年）
●平均世帯収入：ジョホール州154,000円、※クアラルンプール247,000円（2016年）

行程

日次	月日（曜）	地名	現地時間	交通機関	行　程
1	8／25（日）	シンガポール ベトナム	深夜	ＳＱ６３６ VN300	チャンギ国際空港発（３時間前に個人チェックイン） ホーチミン空港発
2	8／26（月）	東京	午前 午後	ハイヤー リムジンバス ・タクシー	出迎え ホテルへ移動後、マレーシア組、ベトナム組合流 ホテルにてブリーフィングを実施 都内にて関連施設参観 ＜東京泊＞
3	8／27（火）	東京	午前 午後	専用車	大田市場競り視察 産地担当者との交流会（商品提案、意見交換） @東京青果様の会議室にて AEON品川シーサイド店 サン・フルーツ日本橋三越店見学 銀座千疋屋見学及び試食 品川プリンスホテルメインタワー39階 「常夏マンゴーデイズ」フルーツフェアの見学 ＜東京泊＞
4	8／28（水）	東京 茨城 静岡	午前 午後 夕方	専用車 新幹線	ＪＡ常総ひかり　下妻梨第一共同選果場 産地紹介、収穫体験、選果場施設見学 昼食　※意見交換会等 茨城県庁訪問　　住所：水戸市笠原町978－6 東京へ向けて出発 品川駅着 新幹線にて静岡へ 静岡駅着 ＜静岡泊＞
5	8／29（木）	静岡 袋井 東京	午前 午後	専用車 新幹線 専用車	クラウンメロン支所（経営戦略室） 出荷場、産地ハウス農園の見学 意見交換会 昼食 掛川駅から出発 品川着 ホテル到着 ＜東京泊＞
6	8／30（金）	東京	午前	ハイヤー SQ631 リムジン・タクシー VN303	マレーシア組は羽田空港へ 空港着 帰国 ベトナム組は成田空港へ 空港着 帰国

バイヤー招聘事業

招聘事業の実施状況

＜大田市場視察＞
日時：8月26日7時
実施事項：市場場内、競り、品種視察
実施状況：今回の訪問産地以外で全国から収穫、運ばれてきた産品を知ってもらうとともに日本の流通事情や海外へ届くまでの出荷現場を見学した。場内説明、アテンドは東京青果輸出室課長が行った。現地の市場にはない産品、品種を見て触ってみて理解を深めることで購入の意欲を高めた。また、市場内では残る日本伝統的な「競り」を見学し、輸出者の買い付けプロセス等も理解を深めた。ベトナムバイヤーからは、我々ももっと多くの品種を輸入したいと取扱商品の拡大（ベトナムに関しては規制緩和）への期待をのぞかせた。マレーシアバイヤーからは、一部商品の新鮮さに対し、やはり直接輸入したいとの声が上がった。

＜意見交換会＞
日時：8月26日8時
実施事項：バイヤーの輸入・販売状況、マーケット環境の紹介、JAみなみ信州の市田柿の紹介（代理：東京青果）、試食（シャインマスカット等）、意見交換
参加者：青果物輸出促進協議会事務局長、JETRO青果担当、東京青果株式会社輸出室、株式会社松源輸出担当
実施状況：東京青果輸出担当より、JAみなみ信州の「市田柿」のPR紹介を行った。次回、機会があれば産地訪問と今後の輸出対象品目となれば、取組みたいとの要望があった。会場内にてシャインマスカットの試食を行う。ベトナムバイヤーからは、市田柿、シャインマスカット共に関心が高く今後の輸入解禁等に於いても、高い関心を持っている事が伺えた。

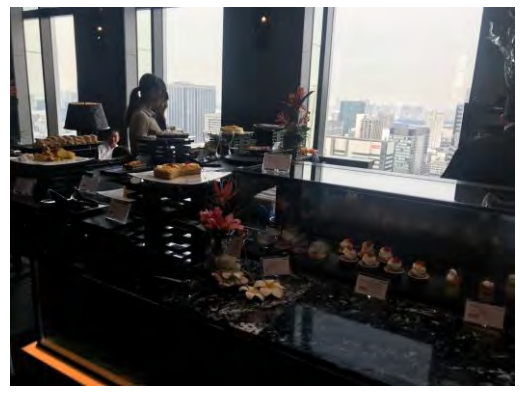
＜量販店視察＞
日時：8月26日10時
場所：イオン品川店
実施状況：全国区の一般的なスーパーでの果物の価格や品質、品揃え、展示方等を見て頂き、現地での販売方の参考にした。

招聘事業の実施状況

＜サン・フルーツ日本橋三越店視察＞
日時：8月26日11時30分
実施事項：売り場視察、販売品種、価格、包装パッケージ等の視察
実施状況：高級フルーツの専門店を視察。ベトナム、マレーシアでは日本産青果物は極めて高級品となるため、店内のレイアウト、贈答品のパッケージ、展示・陳列方等参考になるものがたくさんあった模様。各バイヤーは店内撮影等、記録に残していた。また、マレーシアバイヤーからは、対面型販売の専用テーブルに興味を持たれ日本型の高額品（贈答用ギフト）の販売方法について確認をされていた。商品に関しても脱粒したブドウを小さな個包装の商品にしていたことも、廃棄ロス排除の観点から販売手法の参考にしたいとの意見を頂く。

＜千疋屋銀座店視察＞
日時：8月26日14時
実施事項：売り場視察、販売品種、価格、包装パッケージ等の視察。フルーツを使ったメニューの試食
実施状況：高級フルーツの専門店にて、1階の物販コーナーの視察並びに、2階のレストランにて試食を行った。それぞれ注文した日本らしいメニューと共に来ている客層、店内の内装等、人気高級フルーツ専門店のビジネスを観察していた。また、一つ一つのフルーツの品質も確かめる等、ライフスタイルの意識変化に対応した食べ方について、実体験を頂く。
日本産の高級品の小売り以外の販売納入先についてイメージ頂く。

＜品川プリンスホテル　フルーツフェア「常夏のマンゴーデイズ」視察＞
日時：8月26日16時
場所：品川プリンスホテル「 DINING & BAR TABLE 9 TOKYO 」
実施事項：フルーツフェアの現場視察、担当者からのフェア企画・運営者としての質疑応答
対応者：ホテル料飲担当者
実施状況：現地にて、全国区のホテルチェーン向けの販売（BtoB）と同時に日本産青果物ファンの開拓（BtoBtoC）を同時に行える事業モデルとして勉強頂く機会となった。



（プロモーションイメージ画像）

招聘事業の実施状況

＜産地訪問：下妻市＞
日時：8月28日14時
実施事項：意見交換会・セミナー、出荷場視察、梨狩り体験、交流会
場所：第一選果場
参加者：下妻市長、下妻市農政課長、農政課主幹、JA常総ひかり代表理事組合長、下妻地域営農経済センター長、
下妻営農課長、下妻営農課担当者、下妻梨第一選果場総務部長、選果部長、第二選果場総務部長、
選果部長、JA全農いばらき輸出室室長、県西VFステーション地区担当者、JETRO茨城事務所担当者、
東京青果輸出室課長
紹介品種：幸水、豊水、あきづき、新高

実施状況：出荷が開始した時期の産地訪問となった。茨城県内でも有数の梨生産地として、生産品種の幸水、豊水、あきづき、新高などを紹介。東京青果輸出室課長より、ーについて簡単な紹介を行い、意見交換が行われた。
ベトナムバイヤーは3年前から下妻市果樹組合連合会より梨を輸入しており、今年も100トン以上の輸入を見込むとのこと。世界一、購入量の多い顧客であることで、下妻市関係者より感謝の意を示された。下妻市では、生産者も海外輸出の拡大を喜んでおり、作付面積を広げる農家もう増えているとの事だった。マレーシアバイヤーからは、今までシンガポールを通して間接的に輸入していたが、今後は直接仕入れて販売したいとの話がでた。また、最も美味しい食べ方として、喫食の直前4時間前に冷蔵庫に入れる方法等、現地直接、間接販売時に顧客に紹介可能な、現地ならではの有益情報もたくさん得る事ができた。

招聘事業の実施状況

＜産地訪問：袋井市＞
日時：8月29日7時
実施事項：ビデオ上映による産地、品種理解促進、意見交換会・セミナー、出荷場視察、交流会
場所：クラウンメロン支所
参加者：クラウンメロン支所長、副支所長、輸出担当
実施状況：温室栽培研究のためのビニールハウスを見学し、生産者が集荷物を持ち込み荷詰めまで行う出荷場、また、品質検査を視察した。その後、支所内にてビデオやパンフレット、支所長自らの説明を通しクラウンメロンの産地、品種、生産管理、食べ方、日本国内での商品の位置づけ等の理解を深めるため説明会を実施した。また、意見交換会が行われ、支所長から他商品との差別化を図る為の展示・陳列方法、（1個のみの展示スペースを確保し、高級なイメージブランディング戦略）の提案が行われた。
直営店経営のマレーシアバイヤーからは、販売実績はあったが、生産環境、品質管理、また食べ方の理解を深めることで、店内にて社員教育を通し、今後の顧客創造の観点で販売強化に自信を示していた。

＜生産者農園訪問＞
日時：8月29日10時
実施事項：温室視察、生産者との意見交換
実施状況：出荷予定時期をずらして、一年中生産している温室をそれぞれ見学。生産・品質管理をどのよう行われているのか等見学を頂く。 特に贈答品として、表面を撫で網目を綺麗に浮き上がらせる作業など、バイヤー達も日本らしいきめ細かなモノづくりのに関する基本的な精神を感じて頂く。また、一年中供給できる体制について

＜高級フルーツ店視察＞
日時：8月29日11時
実施事項：店内視察、試食、店舗経営者との意見交換
実施状況：クラウンメロン以外の現地の産品について認知を広げてもらうため、著名フルーツ店を視察。「紅ほっぺ」や「三ケ日みかん」等のPRにもつながった。ギフトの包装やゼリーやジュースなどの加工商品や、販売方法、陳列方法等、現地での販売拡大の上でヒントとなる視察になった。

招聘の全体総括

１、新規の商流構築

JETROクアラルンプール事務所の協力の元、マレーシア第三の都市ジョホールバルより、新規バイヤーの招聘に成功。日本の輸出者と直接取引をしたいと言う希望の元、当事業に参画。すでに取引は始まっている。

２、新たな品種のPR、興味を喚起

ナシの産地下妻市では、「豊水」「幸水」以外に「あきづき」「新高」なども紹介。品種への認識の拡大と共に今後の取引拡大の方向性が示された。クラウンメロンの産地袋井市では、クラウンメロン支所内でのセミナーを通して、果物の栽培に適した自然環境を紹介するとともに、現地のフルーツ店を通してその他の国内では知名度の高い品種である「紅ほっぺ」「三ケ日みかん」等を紹介。バイヤーも店内で商品購入をし、興味喚起に成功した。

３、産地の取組みの発信

意見交換会やセミナー、出荷場等の視察を通して、海外への輸出拡大や高品質管理方法など現地訪問ならではの有益情報として、産地の取り組みを発信した。例えば、下妻市では輸出拡大に向けたGAPの取得や光センサーを活用した商品の等級分け、クラウンメロン支所では、組合員による糖度検査や「一木一果」の生産方法などである。

４、現地での新たな販路開拓のヒントの提供

ホテルでのフルーツフェア（品川プリンスホテルの「マンゴーフェア」）は、日本国内では昔からあるプロモーション手法だが、彼ら輸入者にとっては珍しく、まだ経験したことのないプロモーション手法であり、ホテルと言う新たな販路の開拓方法の参考になった。ベトナムバイヤーから「実際、ホテルの本部から各ホテル店舗に企画が伝達され、しっかり現場レストラン責任者が品質、調理管理を出来るか、低中級ホテルでは難しいかもしれないが、高級ホテルなどでは大変いい、日本らしいその果物の季節に合ったプロモーションをする事ができる」と前向きな意見が効けた。

５、第二回目招聘の中止について

日本食品輸出EXPOと同時期に実施予定であったが、バイヤーの都合がつかず断念をする事になった。さらに年明け以降の実施について、来日バイヤーが確定後に新型コロナウイルスが発生し、実施が困難となった。

６、次年度について

今回の教訓を踏まえて、更なる輸出実績の拡大に繋がる、充実した内容となるように企画していく。

デジタルメディア広報宣伝事業

招聘事業と広報宣伝事業の連動について

招聘事業と広報宣伝事業を連動させることで相乗効果を発揮させた。

事前のバイヤーとの打ち合わせ、調査により、日本人からすると当たり前の事が、現地目線では非日常的な光景に映り、また自ら発信が出来ない付加価値の高いコンテンツ（＝記事になる）が多い事が分かった。日本産青果物のプライオリティの向上のため、現地から以下のような切り口で記事を構成、発信をしてほしいと依頼を受け、記事選定や構成に繋げた。

■多種多様な全国の品種

・・・東南アジアに比べ、四季がはっきりとしている日本だからこそ多種多様なフルーツが全国に存在している。北から南まで多種多様な品種の紹介を通し、日本産青果物への興味喚起をしてほしいとのことだった。

■果物狩りが出来るほど新鮮

・生鮮青果物を洗剤で洗う事もある現地人からすると、「果物狩り」で生で食べられるのが本当に信じられないとのこと。「果物狩り」は訪日観光客にも大人気。ぜひ、一般消費者への安全性のアピールのためにも紹介して欲しい。どのような規格基準に基づき生産をしているのか、発信してほしい、とのことだった。

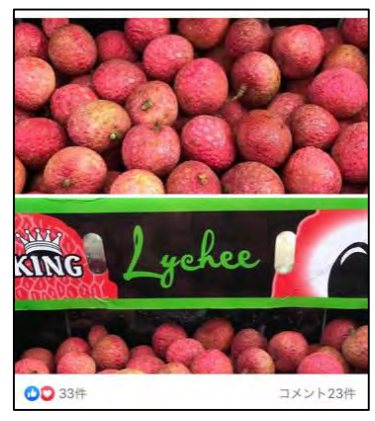
■ギフト文化

・現地では、日本産青果物は味、品質と共に価格も最高級であり、そのためギフトに利用される事も多い。日本でも果物を贈る文化があり、現地と何が違うのか、どのような文化なのか、消費者の1つの購入動機として紹介して欲しいとのことだった。

■実際の視察状況

・ベテランバイヤーが直接産地訪問をし、自信をもって商品選定をし輸入をしている事を伝えたい。また、現地でしか得られない、バイヤー自身も知らない情報を発信する事で、消費者により驚きや関心を以て購入してもらいたいとのことだった。

～来日が叶わなかったマレーシアの青果物輸入卸最大手の一つ「Great　Harvest」社のFacebookでの発信～
※産地で「新鮮なものをその場で味わう」と言う概念がないため、Facebookにアップロードされる画像はほとんどが、箱に入った状態のものである。



記事配信

各回、4回の記事広告を発信し、記事の配信元であるFUN!JAPANの記事ページへ誘導した。以下は、7月第一回目の記事配信時の内容。

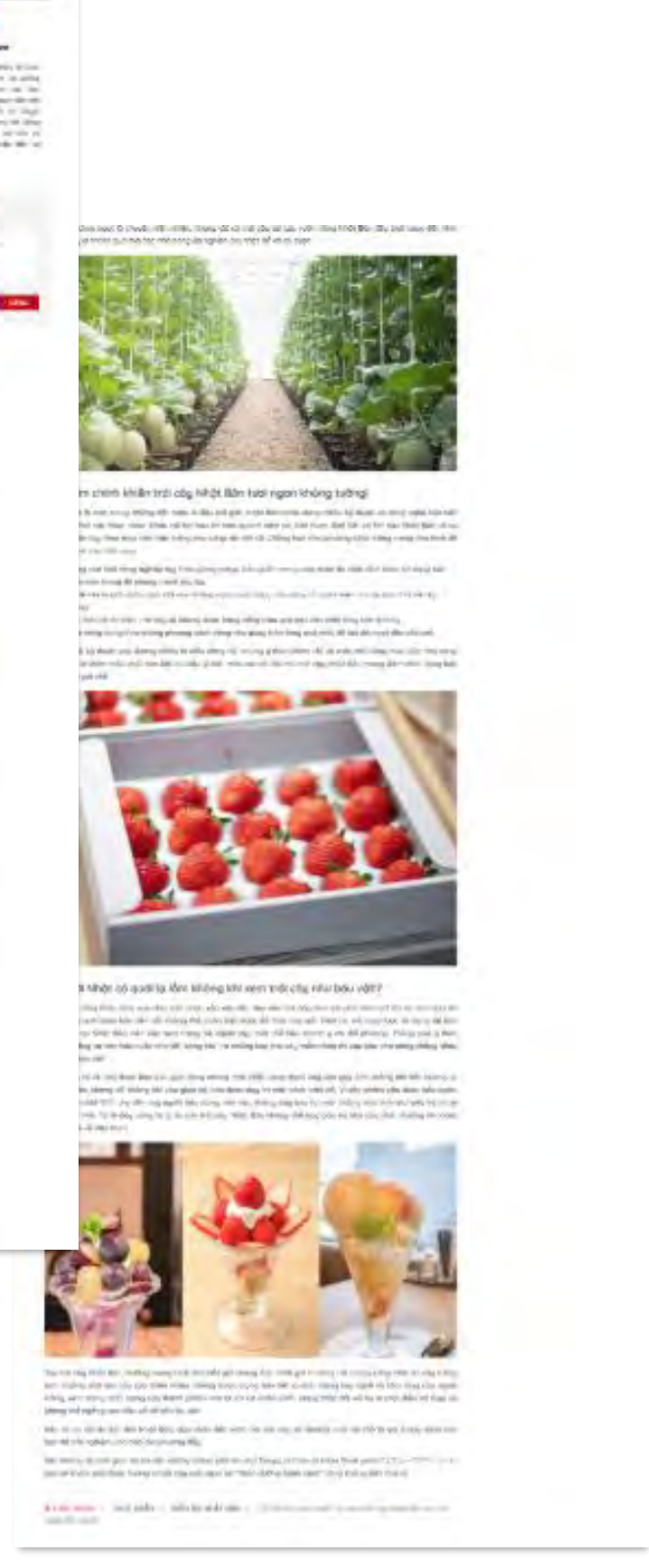
誘導広告配信
1回目

誘導広告配信
2回目

誘導広告配信
3回目

誘導広告配信
4回目

配信ページ



https://www.fun-japan.jp/vn/articles/10421
https://www.fun-japan.jp/my/articles/10421

記事配信 – 1回目：日本の果物は新鮮な理由（日本語原文）

タイトル：知っていた？日本の果物が新鮮な理由

（農家写真）

日本産のリンゴやなしが、最近（ベトナム・マレーシア）店頭で販売されることが増えてきました。ところが、気になる値段は他国産のものと比べて3-5倍高いことだってあるし、他の国の果物と比べて傷みやすいという特徴がある。なんで腐りやすいのに高いの？少し矛盾があるよね？でも、その理由として、日本の農家が消費の健康を意識しながら、果樹の栽培のさまざまな工夫と長い年月の経験から最も美味しい時期を見極めた結果がある。今回の記事では、みなさんに日本の果物と海外の果物の違いとその原因について紹介する。

（写真１-1）イチゴやみかん狩りの写真

洗わずにそのまま食べるって非常識？！日本の果物はもぎたてを食べられるほど新鮮！

日本では、四季に応じて様々な果物があり、新鮮なものを味わえるのが楽しみの一つである。春はイチゴ、初夏は桃やさくらんぼ、秋はぶどうやりんご、冬はみかん　など種類が豊富だが、殆どは１年に１回しか収穫できない。その上、日本政府が決めた規格基準に従って安全に生産されているから、日本では生鮮青果物を洗剤で洗うことは稀です。したがって、子供たちが直接農園に入って、友達や家族でフルーツ狩りしてその場でおいしく食べるスポットが沢山あります。

（写真１-2）イチゴやみかん狩りの写真

日本では生で食べる上で安全で最も美味しく、かつ新鮮であることが重要なので、このような独特なフルーツの楽しみ方が生まれたかもしれない！日本では生産も流通も生で最も美味しく食べられるようにシステムが組まれており、長期保存とために未熟な果実を収穫することはほとんど無い。だから日本産の果実を貴方の国で買うときには、店に並んだら直ぐに購入して、早く食べることが一番良い。あなたが気づいていないかもしれないけど、実は、日本のフルーツ狩りは外国人観光客、特に東南アジアからも人気を集めている。ポイントは味の違い。ほとんどの果物は、完熟に近い状態で収穫され流通するので、未熟なものにあうことはめったにない。日本農園で食べる果物は、「なんで？」って思わせるほどどれも均一においしい！それは、農家たち熟成と美味しさをとことん追求しているからである。

（写真２）ビニールハウス（メロン）

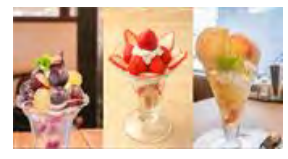
日本の果物がおいしく育つ４つのポイント！

世界の先進国である日本は、多様な分野にわたって優れた技術を持っている。年中に気候が安定する（ベトナム・マレーシア）とは違って、四季によって天気が激しく変わる日本は、果物を育てるのに手数がかかる。例えば、青森の農家では以下のような方法で新鮮な果物を育てている。作物の品種によってビニールハウスを建て、一定の気温で慎重に育てたり、害虫の対策として防虫ネットを張ったりしている。梅雨や強風など、時期に応じてビニールなどを張らないといけないため、毎日天気予報のチェックを欠かせない。ビニールが汚れると果物に日当たりが悪くなり、定期的に張り替えしていかなければならない。果物を回転して均等に日光を浴びさせることで、全体的の甘さを引き出す工夫なども自分たちで考えて手入れもしている。技術が高いのは当然すごいだが、それを忠実に行う日本農家の意識は一番肝心である。農家さんのおかげで、日本の果物は世界と比べて格別な味を持っているんだね！

（写真３）いちご（BOX）

果物を宝物扱いする日本人って不思議すぎる！？

（ベトナム・マレーシア）では、イチゴが宝石のように、一個一個ずつ包まれてきれいに並べるところ見たことないよね！しかも、パッと見たら偽物が本物か区別できないほど形が完璧！実は、日本では、果物は特別な贈り物であるため、見た目を大事にすることで、相手に対する敬意を表している。この文化・伝統を意識しながらきれいな果物を作り出す日本の農家さんたちは、まさに芸術家だね。また、過剰にも包装されているように見えるが、実はこれも味に貢献している！できるだけ空気が入らないように密封することで鮮度を徹底的に保つ。消費者に届くまで、常に10℃以下で冷凍保存し、スーパーなどしっかりした環境で売らないと果物が腐ってしまう。日本の果物が（ベトナム・マレーシア）に輸入されても一般の路上や市場で取り扱えない理由も、それだけ品質にこだわっているからである。



（写真4）フルーツパーラーパフェ

日本の果物は値段が高いイメージがあるが、それだけ相当する価値がある。自然に恵まれるというのもあるが、何よりも農家のほとんどは収益を度外視して美味しいものを作りたい【クラフトマンシップ】が根付いている。美味しくないものを作ることは彼等のプライドが許さないし、先祖に顔向けできない。日本に旅行する機会があったら、記事で紹介したようなフルーツ狩りなどを文化体験の一つとして、採りたての果物をおいしく味わってみるのがおすすめ。

時間が足りないときは、東京など大都会にある【フルーツパーラー】を探して、フルーツを中心にした“スィーツ・パラダイス”を味わってみれば、日本の生で食べる美味しさが実感できるよ。

記事配信 – ２回目：インフォグラフィック編（日本語原文）

タイトル：明日、友達に自慢できる！日本の果物の意外なエピソード＆生産量１位の県ずらり

「ふじリンゴは、富士山産ではない！」「日本には、蛇口からミカンジュースが出てくる県がある」…知っていましたか？そして、一口に「日本産」とは言うけれど、リンゴ、イチゴ、ミカンなどは、日本のどこで一番作られているのか知っていますか？今回は、そんな豆知識を満載でお届けいたします。

（写真１）りんご（狩り）

(H2)ふじリンゴは、富士山産ではない！

リンゴの生産量1位は青森県で、生産しているリンゴの品種は実に約50種と言われています。一番有名なのは「ふじ」リンゴ。日本のリンゴ生産量の約半分が、この「ふじ」という品種。①日本の有名な山、「富士山」、と②このリンゴが生まれた青森県の「藤崎町」、の「ふじ」から取って、名づけられたそうです。

あっ、ちなみに、アメリカでも、同じ品種の「ふじ」リンゴを生産しています。日本産のリンゴを試したいときに、生産地を確認してから、買い物かごに入れてくださいね。

（写真２）イチゴ狩り

(H2)イチゴ王国・栃木県で、いちごを研究し続ける人たち

栃木県は日本国内のイチゴの収穫量が日本一。日本で唯一のイチゴの「専門研究機関」で、「栃木県いちご研究所」という場所まであります。ここで、品質を向上させる技術の研究、新品種の開発などが行われています。日本の有名なイチゴのブランド「とちおとめ」「スカイベリー」などは、ここ、栃木で生まれました。

栃木県内の生産量の９割以上が「とちおとめ」。その「とちおとめ」のパパが「栃の峰」でとママが「久留米４９号」。パパからは「美味しい味」を、ママからは「形が大きくて、きれい」な要素を受け継いでいます。ちなみに、同時期に誕生した、イチゴ狩りに適した品種「とちひめ」は、「とちおとめ」とは逆で、パパが「久留米４９号」で、ママが「栃の峰」です。パパとママの品種が変わるだけで、異なる特徴の新品種が生まれるのは面白いですね。こういった開発に、日本のフルーツの繊細さが垣間見られます。

（写真３）　みかん狩りの写真&みかんジュース蛇口

(H2)蛇口から、ミカンのジュースが出てくる？

柑橘類の収穫量が日本一の愛媛県では、ミカン関連の面白いものが多彩に揃っています。蛇口からミカンジュースが出てくる場所もあるし、ミカン関連のゼリーや食べ物もいっぱいあります。

愛媛県オリジナルの『紅まどんな』（商品名）という、みかんとオレンジを掛け合わせたものもあります。想像通り、オレンジの爽やかさとみかんの濃厚な味わいを併せ持っています。そして、最大の特徴は「ぷるぷるとしたゼリー状の食感」です。この名前で出荷できるのは、「愛媛果試第28号」（品種名）という品種を光センサーでチェックして、糖度、外観、着色、形状等々が合格したものだけ。基準に合格しない「愛媛果試28号」は『紅まどんな』の名前は使用できません。愛媛県を訪れたら、食べてみてくださいね。

（写真４）ブドウの各品種

(H2)MY：「甲州」と「巨峰」という品種名を知っているだけでも日本ツウかも

山梨県では、いろんな品種のブドウと出会えます。なかでも面白いのが、「甲州」という品種で、８００年以上前からこの地で栽培されていると言われています。今も、この品種を使ったワインは、山梨県の特産になっています。

そして、一番有名なブドウは、日本で育成された「巨峰」だろう。日本では「ブドウの王様」とまで呼ばれています。山梨県は日本の「巨峰」生産量が一番多いのです。

さらに日本では、近年、シャインマスカットという品種が徐々に人気になっています。黒に近い黒紫色の「巨峰」に対して、「シャインマスカット」は鮮やかな黄緑色です。山梨県でも、「巨峰」の生産が減って「シャインマスカット」の生産が急増しているのだとか。

（写真５）干し柿のれん

(H2)番外編１：これは暖簾？いえ、干し柿です

「干し柿」をご存じでしょうか？そう。柿の果実を乾燥させたドライフルーツの一種ですね。では、日本の「暖簾」のことをご存じでしょうか？日本の建物の入り口近くにある「布のドア」のことです。

上の写真の暖簾は、「干し柿暖簾」と呼ばれています。でも実は、暖簾が目的で作られたものではなくて、「干し柿」を作る過程の景色なのです。日本の都会ではあまり見られない風景ですが、干し柿の生産地では、風通しの良いところに、柿がこんな風に吊られているんですよ。

（写真6）ながいも

(H2)番外編　２：日本料理に時々登場するナガイモ

みなさんは、ナガイモ好き？ナガイモは生でシャキシャキとした食感を楽しんだり、焼いてホクホクとした歯ざわりを楽しんだりする食材です。実は、この長芋は日本が輸出する主要な野菜の一つです。また、日本のナガイモのほとんどが、青森県と北海道で生産されています。

見ているだけでワクワクしますよね。その県に行くことができれば、そこで、ご当地の果物を食べてみたいですよね？行けなくても、あなたの国の店やオンラインショップで買えると良いですよね。

記事配信 – 3回目：果物ご当地キャラクター編（日本語原文）

タイトル：あなたはいくつ知っている？日本各地のユニークなフルーツ系キャラクター

季節ごとに旬の果物を楽しめる日本は、各地においしい果物の種類が豊富で、当地の特産品となるものもある。そこに、果物のマスコットキャラクターまでいるって知っていた？かわいい、おもしろい、ユニークなど個性豊かな特徴を持ち、変わった外見で地域の名産をアピールしていくものが多い。今回は、そんなゆるキャラたちを通じて、日本各地のおいしい果物を探ってみよう！

1.岡山のモモをおいしいのは「はっぴーち」のおかげかも！？
見た目がクマのようにかわいくて全身のこの淡い色は、岡山県のモモのイメージをモチーフしている。桃といえばピンクのものが一般的と知られている中で、岡山のモモの一番の特徴は上品な白さである「白桃」だって。桃づくりに適した温暖な気候と作り手の手間がその美味しさを作り上げているが、はっぴーちがモモに息を吹きかけると、とろけるような甘みがますますアップらしい！
ちょうど夏の今はモモが旬であるため、このようなみずみずしい果汁が暑い日に最適だね。

（写真1）はっぴーち

2.ベトナムの国旗！？違う、長野出身のりんご妖精「みつどん」だよ
りんご界の王様といわれる『サンふじ』の大産地である長野県生まれのキャラクター。顔全体が赤いりんごをイメージされ、黄色の星形は日本を代表するりんごの品種「ふじ」の甘い蜜をイメージしている。肥沃な土地に恵まれ、ここに育つりんごは絶妙な甘味と酸味のバランスを持ち、完熟度たっぷりで自然本来の濃厚な味わいが大きな特徴。
ベトナムでも日本産のふじりんごを買い求めることができるから探してみてね。

（写真2）みつどん

３．柿を食べすぎてちょっと太った高野山の神様「かきたん」！
ほっこりとした顔つきで、頭とおしりに柿のへたをつけるのがチャームポイントのようだ。全身を柿の形にしながら、柿を手に持って和歌山県の柿を宣伝するのがお仕事。生産量が１位である和歌山の柿は、いろんな種類があるが、中でも種が入っていない甘くて口当たりがまろやかな『たねなし柿』という品種が人気らしいです。ベトナムでも柿はあるが、日本産の格別な食感を味わってみると、柿に対する概念が変わるかもしれないね。

（写真3）かきたん

４．さくらんぼをアクセサリーの代わりに！女子力が高い山形の妖精「チェリン」
両耳に大きなさくらんぼをかわいらしくつけることで、山形県のさくらんぼをアピールしている。他県と比べて霜害・台風被害が少ない山形はさくらんぼの栽培で有名。ちなみに、右耳が「佐藤錦（さとうにしき）」、左耳が「紅秀峰（べにしゅうほう）」という品種になっているらしい。綺麗な鮮紅色と光沢を持ち、甘味と酸味のバランスが絶妙である「佐藤錦」に対し、「紅秀峰」は比較的に大粒で、酸味が少なく糖度が甘いという特徴を持つ。味が美味しくて食べやすいだけでなく、さくらんぼは栄養が豊富であることもよく知られているよ。

（写真４）チェリン

５．「いちご王国」栃木で生まれた甘えんぼの「ベッキー」
ぱっと見たらなんの果物かわかるよね？そう、いちご。日本国内のいちご品種取り扱いシェア１位の誇る栃木県の産品をアピールしているおさるさん。実が大きくて、酸味が少なく、甘くてジューシなため、子どもから大人まで大好きな味わい。中でも、ツヤと光沢があるのが特徴の「とちおとめ」がおすすめ！初めて口にする人は感動するに違いないね。

（写真5）ベッキー

かわいらしいフルーツ系のキャラクターたちと記事を読んで、各地域にある果物を多少イメージついた？ベトナムでも日本産の果物が売ってあるから食べてみる価値がある。また、日本に訪れるなら、ご当地キャラクターとご当地の新鮮な果物を探して、味わってみてね。

記事配信 – 4回目：日本産果物と自国産果物の違い（日本語原文）

農家と果物

リンゴを塩水に漬ける?果物は高価なプレゼント?マレーシア/ベトナムとはまったく違う日本の果物文化

同じアジア圏でも、国や地域によって異なる食文化。幅広い年代の人が楽しめる果物に関するこだわりや扱い方も各国で違いがある。新鮮で美味しい果物で有名な日本にもおもしろい果物文化がある。今回は、マレーシア/ベトナム人とはまったく異なる日本人の果物の扱い方やこだわりを紹介！

（写真1）リンゴを塩水に漬ける

裏技１：日本人は果物を塩水に漬けることで鮮度を保つ

日本では、食材や果物の新鮮さを重視する習慣がある。できるだけ旬の食材を使う、鮮度をなるべく長く保つなど、様々な工夫がされている。
りんごなどは切った後に変色が早く、見た目が良くないため、変色防止として塩水に入れることが日本では常識。長時間に鮮度が保てるだけでなく、すぐに食べても美味しさと甘さが増す。

（写真2）バナナを食品用ラップフィルムで包む

黒くなりやすいバナナは、保管の仕方に悩むことが多い。日本人は食品用ラップフィルムを使って、バナナを包んだり、中にはバナナケースに入れて保存する人も！バナナは、房の根本をラップで包むと５日以上食べごろを維持できると言われている。

（写真3）カラフルな果物の組み合わせ

日本では果物は、お客さんへのおもてなし用の菓子の一つである

日本人は果物をデザートとして楽しみ、「水菓子」として接客する際におもてなしする習慣がある。そのため、果物を買う際に見た目もかなり重視する。果物専門店の千疋屋が200年近くも生き残っているのは、味だけでなく見た目も美しい果物や、果物を使ったスイーツにこだわっているからだ。今度お客様をお迎えするときに日本の果物をふるまってみては？きっと喜ばれるよ！

（写真4）お歳暮や中元ギフト写真

クライアントやお世話になった人に、日本人は果物を定期的に送る

日本人は８月のお中元や12月のお歳暮の時期に、お世話になった人に感謝の気持ちを込めてプレゼントを贈る。その時に一番多く送られているものは、飲み物、食品、お菓子、果物などがある。値段は少し高めで、果物の場合の価格帯は5,000円～30,000円ぐらいと言われている。高価だが、新鮮でおいしいブランドフルーツのギフトは老若男女問わず非常に喜ばれる。

あなたも、大切な人や日ごろお世話になっている目上の方、ご両親においしい日本の果物をプレゼントして、「ありがとう」の気持ちを伝えてみない？

日本人はおいしい果物へのこだわりが強い。
この日本の文化と生活に染みついた果物へのこだわりが、品質が高くおいしい果物を生産する原動力なのかもしれない。食べておいしい、見た目も美しい果物は大切な人への贈り物にもピッタリ。これを機にぜひ食べてみて！

記事配信 – 5回目：バイヤー視察編（日本語原文）

【農場・選果場の視察会を徹底リポート！】高品質でおいしいJapan fruitsのおいしさの秘密を探ってみた！

8月26日～28日に、ベトナムとマレーシアの、世界中の果物を販売している大手バイヤー向けに開催された日本の果物農園や選果場の視察会。大好評だった梨狩りやメロンのハウス栽培所見学。この日は、普段は見ることができない農場や選果場の作業工程も公開された。おいしくてみずみずしいMade in Japan フルーツのおいしさの秘密を徹底リポート！

（なし農園の様子）

みずみずしくて今が旬の梨狩りにもトライ！

今回、バイヤーが視察に訪れたのは、日本梨の名産地・茨城県下妻市の農園。ここでは、「幸水」という品種の赤梨を生産しているよ。
一般的に、日本梨は皮が黄緑色の青梨（鳥取県の「二十世紀」など）と、皮が褐色の赤梨の2種類に分けられる。たくさんの品種がある日本梨の中でもっとも生産量が多いのが赤梨の「幸水」で、梨全体の生産量の約40%を占める。今回視察で訪れた茨城県や、収穫量が第1位の千葉県（2017年データを参照）などでもたくさん栽培されているよ。幸水についで生産量が多いのは、甘みと酸味のバランスが良くコクのある味わいの「豊水」、果汁たっぷり肉質がやわらかめの「新高（にいたか）」など。
梨は秋を代表する果物。7月頃から幸水が市場に出まわり始めますが、８月から９月の最盛期には豊水や二十世紀、10月には新高（にいたか）など、様々な品種が出回ります。

（梨狩りの様子）

視察団も驚いた！日本のフルーツのおいしさと安全性

日本の梨栽培の特徴は、徹底した摘蕾・摘花（てきらい・てきばな）で必要な花だけを残し、収穫前にも、いらない実を落とすこと。こうした作業によって、花の栄養分が無駄にならず大きくて形の良い梨が育つ。そして、この日の視察では、1年の集大成である収穫を体験！日本梨は西洋梨と違い追熟させないので、収穫後はすぐに出荷される。収穫時期＝食べ頃の旬。今回の果物狩りでも、まさに、フレッシュなもぎたてを味わえて、体験したバイヤーもその果汁のジューシーさと、甘さと酸味の絶妙なバランスに、思わず「おいしい！」との声が！

（選果場で果物が選果されている様子／コンテナ・フォークリフトなどで荷下ろしされる果物の様子）

最高級フルーツはこうやって選ばれる！おいしい果物を選ぶ選果場のヒミツ

従業員総出で収穫した梨はすぐに選果場に運び込まれ、等級や品質を機械と人間の目によって判別していきます。
まず最初に、収穫された梨をコンテナから出し、人の目で選別されて、傷が大きいものや集荷規格外の梨は没収されます。その後はベルトコンベアへ。たくさんの梨がベルトコンベアで流れながらサイズごとに集まる仕組みや、ローラーで流されてくる段ボール箱が自動的に閉じられていく様子は圧巻！

（静岡メロンのアップ・網目／メロンの温室の様子）

おいしいメロンを生み出すこだわりの温室づくりと徹底した温度管理

静岡県は温室メロンの収穫量、作付面積、出荷量が日本一！
中でも、美しく浮き上がった網の目と芳醇な香り、あふれるばかりの果汁。そして口に入れた瞬間にとろけるようななめらかな舌触りで、贈答用として人気のある「アールスメロン（通称：マスクメロン）」。その中でも最高峰と言われる高級メロンが、「静岡クラウンメロン」。
“温室”というと一般的にビニールハウスを想像するけど、静岡県の温室メロンは、スリークォータ型といわれるメロン栽培専用のガラス温室で作られている。ガラス温室はビニール温室より太陽の光をよく通し、どのメロンの葉っぱにも光がよく当たるように、また、温室の温度にも徹底して注意をはらっており、視察で訪れた袋井（ふくろい）市の農園では、昼間は28~32℃、夜間は18~23℃程度で一定に保たれるように管理されている。

（※動画：網目をなでる様子）

また、アールスメロンの特徴といえば、T字のつると、きめ細かな網の目。
T字のつるは、1本の木の全栄養を注ぎ込んで1つの果実だけを実らせたことの証明。果物の王様といわれるアールスメロンの、そのなかでも最高の名を冠せられているクラウンメロンの証でもある。
そして、きめ細かくしっかりとした網目は肉厚でおいしいメロンの証拠でもあるので、栽培時に1個1個表面をなでて、きれいな網目になるようにしているんだ！バイヤーの口からは「納得の美味しさだよね!!」との嬉しいコメントも。

今回の視察では、日本の果物栽培の工程の多さと、管理の緻密さに、ベトナム/マレーシアのバイヤーも圧倒されていたよ。こうした農場と選果場でのこだわりが**Japan fruits**のおいしさと安全性を支えているんだね！みんなも、ぜひ現地の百貨店やスーパーマーケット、専門店で日本産の果物を買って食べてみてね。

記事配信 – 6回目：日本の品種改良はすごい！編（日本語原文）

（果物の集合）

おいしさと食べやすさを追求！品種改良で変わるフルーツの常識！

日本の果物のおいしさと独自性を語るうえで欠かせないのが品種改良。たとえば、冬の果物の女王様イチゴ。最近日本では全国的に『1県1品種』がトレンド！各都道府県の品種ごとに、味、糖度と酸度のバランスがまったく違うんだ！皮ごと食べられるぶどう「シャインマスカット」、種なしの甘柿「秋王」など、おいしさだけでなく、手軽に食べられる、手が汚れない、など果物がより食べやすくなっている！こうしたこだわった果物づくりにも日本の高い農業技術が影響を与えている。

（いちごの画像）

1県1ブランドがトレンド！全国の都道府県がおいしさを競い合うオリジナル苺の世界

最近、日本では各都道府県がオリジナルのブランドいちごを育成＆生産する『1県1品種』がトレンド！日本で一番栽培されているブランドいちご「とちおとめ」、そして後継品種の「スカイベリー」は、大粒で鮮やかな赤色をしていてジューシーな甘さが特徴。そのおいしさは、栃木県の農業試験場で品種改良によって生まれた。
とちおとめが誕生する前、東日本では「女峰（にょほう）」という品種が主流。サイズがあまり大きくなく、酸味も強かったため、食べるときに練乳がけやイチゴミルクにして食べることも多かった。とちおとめは練乳をかけなくても甘みがしっかり感じられ、香りも良いので生食で味わうのがおすすめ！
その他にも、高級いちごの代名詞、福岡の「あまおう」、甘味も酸味もしっかり感じられて、イチゴ本来の甘酸っぱさを堪能できる静岡県産「紅ほっぺ」。人気品種「とよのか」を品種改良した佐賀県の「さがほのか＆いちごさん」など全国各地でおいしいイチゴが作られている。
これからは待ちに待ったイチゴ狩りシーズン。農園によっては複数品種の食べ比べができる農園もあるから、ぜひ各都道府県のいちごのおいしさを味わってみて！

（みかんなど柑橘果物の集合写真）

人気品種同士を掛け合わせてさらにおいしく！ジューシーさととろける果肉で手が止まらないブランドみかん

日本ならではの冬の過ごし方・習慣といえば、こたつでミカンを食べること！こたつとは、電気の熱源をテーブルで囲い、外側を布団で覆った日本の伝統的な暖房器具。寒い冬にこたつで暖まりながら食べるミカンは最高だよ！
冬の果物の代表、温州みかんとオレンジの掛け合わせで誕生した「清見」は、たっぷりの果汁はみかん、芳醇な香りはオレンジという、2品種の良いところを合わせ持つ贅沢な果実。「清見」は「ぽんかん」や「せとか」、「デコポン」など様々な人気品種の親でもある。日本の冬の果物ミカンや柑橘をぜひお試しあれ！

（種なし柿・ブドウの写真）

なんで種がないの！？おいしさだけでなく食べやすさにもこだわりありの種なし果物

大人気の「シャインマスカット」をはじめ、手を汚さずに気軽に食べられる種なしブドウ。そして大きな種のイメージがある甘柿にも、ほとんど種のない「秋王」という新品種が誕生。ミカンやスイカなどさまざまな果物も種なしで作れるようになっている。

こうした種なし果物がどうやってできるのか知ってる？
多くは、品種改良や、農家の人たちが生産時に行う処理によって作り出されるんだ。例えば、種なしブドウは、花が咲く前まえに、「ジベレリン」という植物ホルモン液につぼみを房ごと浸して、通常より早く花を咲かせて、種になる部分がまだ出来上がる前に実を成長させるとできる。ジベレリン処理は手作業で、しかも複数回行わないといけない。大変な手間とこだわりで生み出されてるんだね！

（ピオーネなど品種改良フルーツの写真）

リンゴや桃も！日本の高い農業技術でおいしいJapan Fruitsがどんどん生まれている！
りんごや桃など、これまで紹介した果物以外でも、新しい品種はどんどん生まれている。日本の高い農業技術と果物へのこだわりが、Japan Fruitsのおいしさ、食べやすさを進化させているんだ！あなたもぜひ日本の果物を食べてみてね！

記事配信の結果と総括

結果：想定効果のPV数　241,176PV達成。

※PVとはPage View（ページ･ビュー）：ページを見られた回数のこと

■FUN! JAPAN Website記事別

▼マレーシア

vol	配信：7/1～11/4	PV数
合計		**118,711**

▼ベトナム

vol	配信：7/1～11/4	PV数
合計		**122,465**

*集計期間：2019/7/1~12/18

＜総括＞

１、高いと言われる日本産の金額以上の価値と魅力をアピール

各国において、日本の果物の新鮮さ、おいしさにこだわる農家の工夫や特徴、栽培法を紹介することで、品質の良さを知ってもらい、金額以上の価値と魅力があることをアピールしたうえで、投稿後に集まったコメントでも、日本の果物に対するポジティブなコメントが目立った。例えば、「日本の農業は、すべてにおいて本当にいい仕事をしているね」「甘さや食感の品質改良を重ねて、どこの県が最も優れているのでしょうか？」等のコメントがあった。

２、値段を気にせず食べたいという層が増加

参考資料の調査においても、記事を見た後との態度変動が値段を気にせずに食べたい”層が両国とも増加しており、(ベトナム/64%→73%　マレーシア/71%→76%)、現地の利用する媒体にて、しっかりと魅力を伝える事が、喫食のきっかけになると思われる。

３、訪日旅行中にフルーツ狩りをしたいと言うニーズの存在

日本の都道府県やエリアによって、収穫できる果物は様々であるが、外国人にとってはどこで、どのような果物が作られているかはあまり知られていない。が、FUN!JAPANの過去の記事からもりんごやみかん、ぶどうなどの特産地の紹介記事は人気が高く、コメントなどから「フルーツ狩り」は、訪日旅行中のアクティビティとして大変人気が高いことを改めてうかがえた。

４、訪日旅行中のプロモーションを通した現地での消費拡大

アンケート調査において、マレーシアでは訪日中にその場で喫食する意向が高いのに対し、ベトナムは、お土産購入意向がやや高い。その為、各国毎の訴求方法において、訪日中の消費を想起させるプロモーション、土産購入のきかっけつくりになるようなプロモーションなど、分けて取り入れる事が有効的と考えられる。訪日客が増加している中では、訪日旅行周辺での訴求が、現地での消費のきかっけになるようなプロモーションの一つとなると思われる。