

(一社)日本青果物輸出促進協議会 御中



# 令和5年度補正品目団体輸出力強化緊急支援対策事業のうち 「輸出産地の育成・展開に向けたマレーシア商談会」事業

## 報告書

2025年3月12日

株式会社JTB ビジネスソリューション事業本部 第三事業部

# 目次

- ・試食調査会 P.3
- ・WEB商談会 P.27
- ・マレーシアでの試食・商談会 P.34

# 試食調査会

## 実施概要

## ■事業実施概要と目的

マレーシアでの試食調査会は以下に基づいて実施いたしました。

- |          |  |
|----------|--|
| 1. 目的    | 座談会形式のマーケット調査を実施し、これまで調査が行われてこなかったマレーシアでの現地ニーズの確認をするとともに、今年度の商談会実施につながるデータを整理し、現地に即した販売・販促方法のアドバイスを行う。 |
| 2. 内容    | 日本産青果物のポテンシャル購入層と考えられるマレーシアの母集団(合計20人程度)に向けて座談会形式のマーケット調査を実施   |
| 3. 対象青果物 | ①今年度のマレーシア商談会にご参画予定の各種青果物(ぶどう、もも、かんしょ、メロン、みょうが等)<br>② ①の加工品  |
| 4. 開催頻度  | 7月に1回実施  |
| 5. 報告    | ①アンケート結果の集計をもとにした概略版の報告<br>②アンケート結果を集計をもとに、今年度以降の商談会やその他日本産青果物のPRに使える資料として提案                           |

# 座談会形式のマーケット調査 - 開催日程&場所

下記日程および場所で座談会を開催しました。

実施日時: 2024年7月27日(土) 15:00~17:30

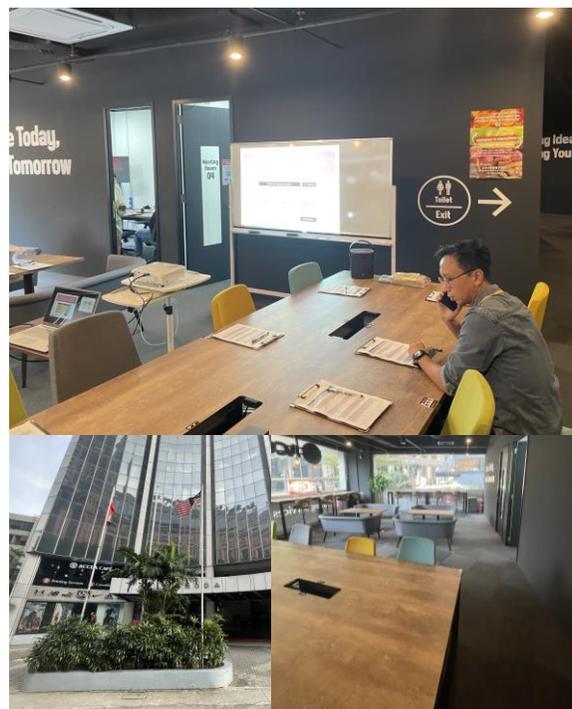
実施場所: ACCEA CAFÉ Kuala Lumpur

BANGUNAN AMODA, 22 JALAN IMBI, 55100 KUALA LUMPUR  
(クアラルンプール市内ブキッピンタンエリア)

## ●試食調査会ポスター



## ●会場外観とセッティング



## ●会場での商品陳列



# 座談会形式のマーケット調査 - 実施の様子

試食調査会の当日は以下のように実施いたしました。

## ●司会進行の様子



## ●プレゼンテーション



## ●青果物試食の様子



## ●アンケート回答の様子



## ●座談会ディスカッション



## ●参加者集合写真



試食調査会の当日は以下の内容とスケジュールで進行しました。

### <Part 1> 試食とアンケートの実施

- 03:00 PM - 開会式
- 03:05 PM - 日本産青果物に関する紹介
- 03:15 PM - アイスブレイク
- 03:25 PM - 試食の準備
- 03:40 PM - 試食提供&アンケート調査

### <Part 2> 定性調査

- 04:15 PM - 定性調査(実態把握、ニーズ把握、阻害要因)
- 05:20 PM - 質疑応答
- 05:30 PM - 調査終了・解散

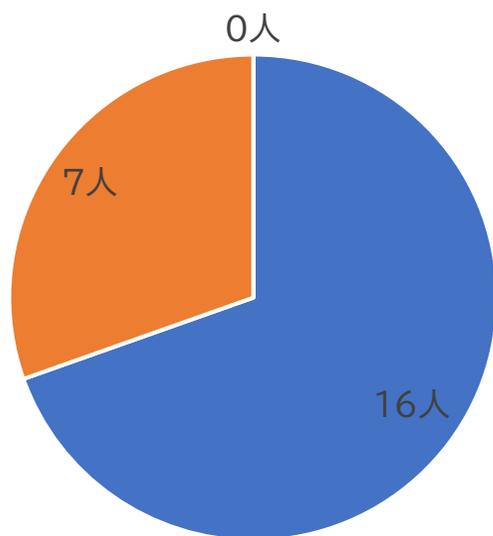
# 座談会形式のマーケット調査 – 試食調査会参加者

試食調査会の当日は以下の方々に参加いただきました。

参加者数:全23名

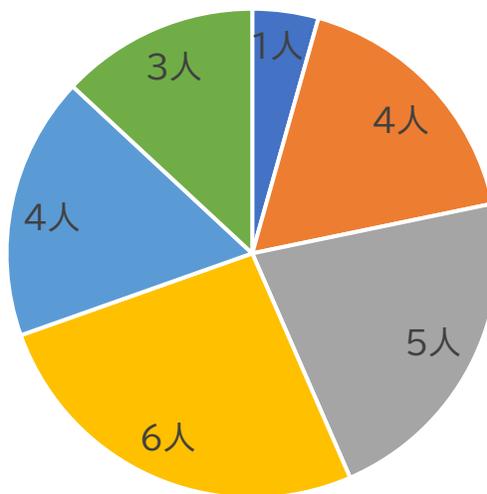
参加者内訳 性別・年齢層・人種

### 性別



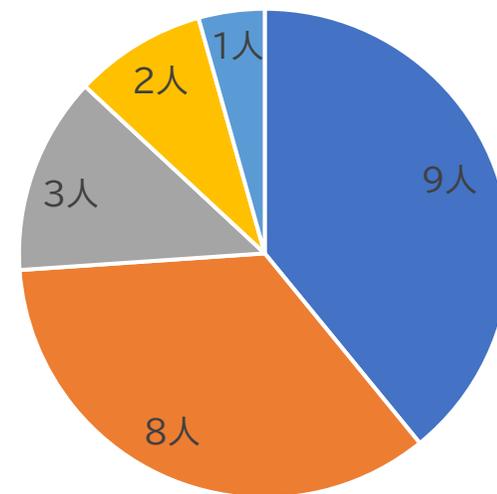
■女性 ■男性 ■その他/非回答

### 年齢



■18-19歳 ■20代 ■30代  
■40代 ■50代 ■60代

### 人種



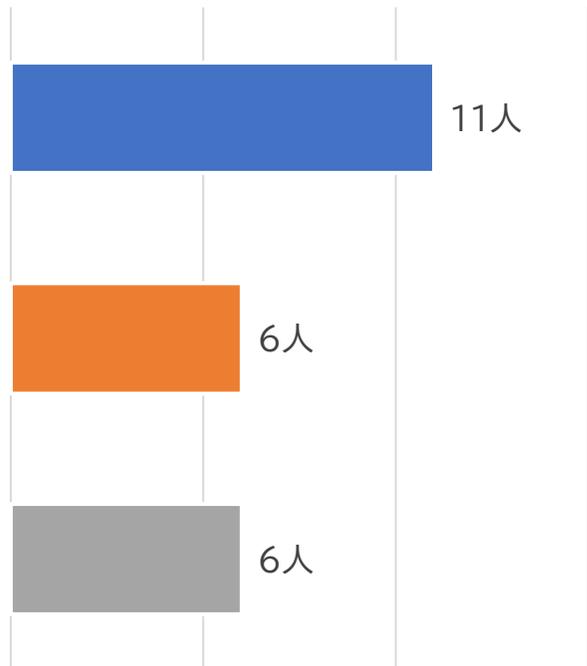
■中華系 ■マレー系 ■日系  
■インド系 ■その他

# 試食調査会 アンケート結果

# 座談会形式のマーケット調査 - アンケート結果(属性)

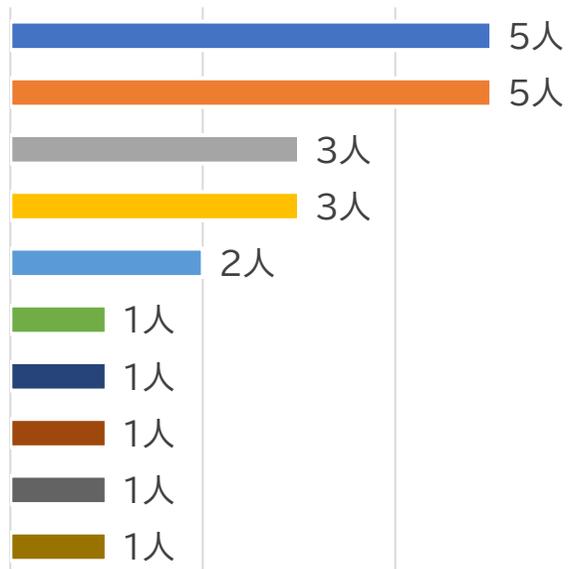
性別・年齢層・人種以外の、参加者の属性を識別する設問の回答結果は以下の通りです。

## 婚姻状況



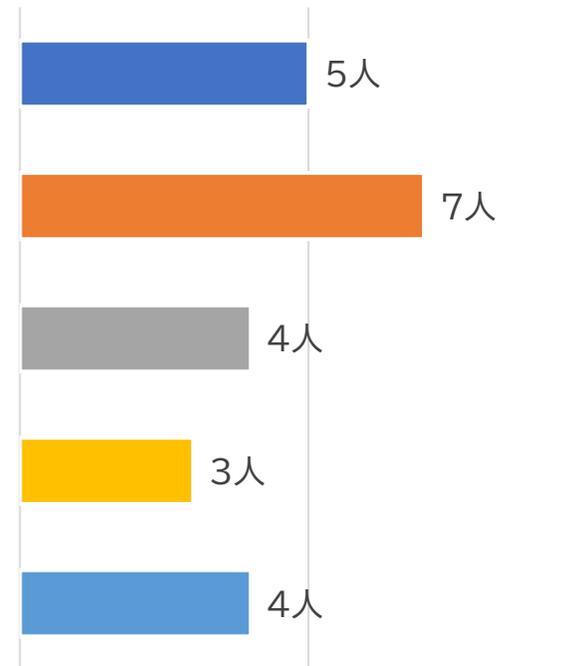
- 未婚
- 既婚(未成年の子供がいない)
- 既婚(未成年の子供がいる)

## 職業



- IT
- 個人事業
- 金融
- 教育
- 士業
- 旅行関係
- 製造業
- 広告
- メディア
- 専業主婦・夫

## 世帯月収

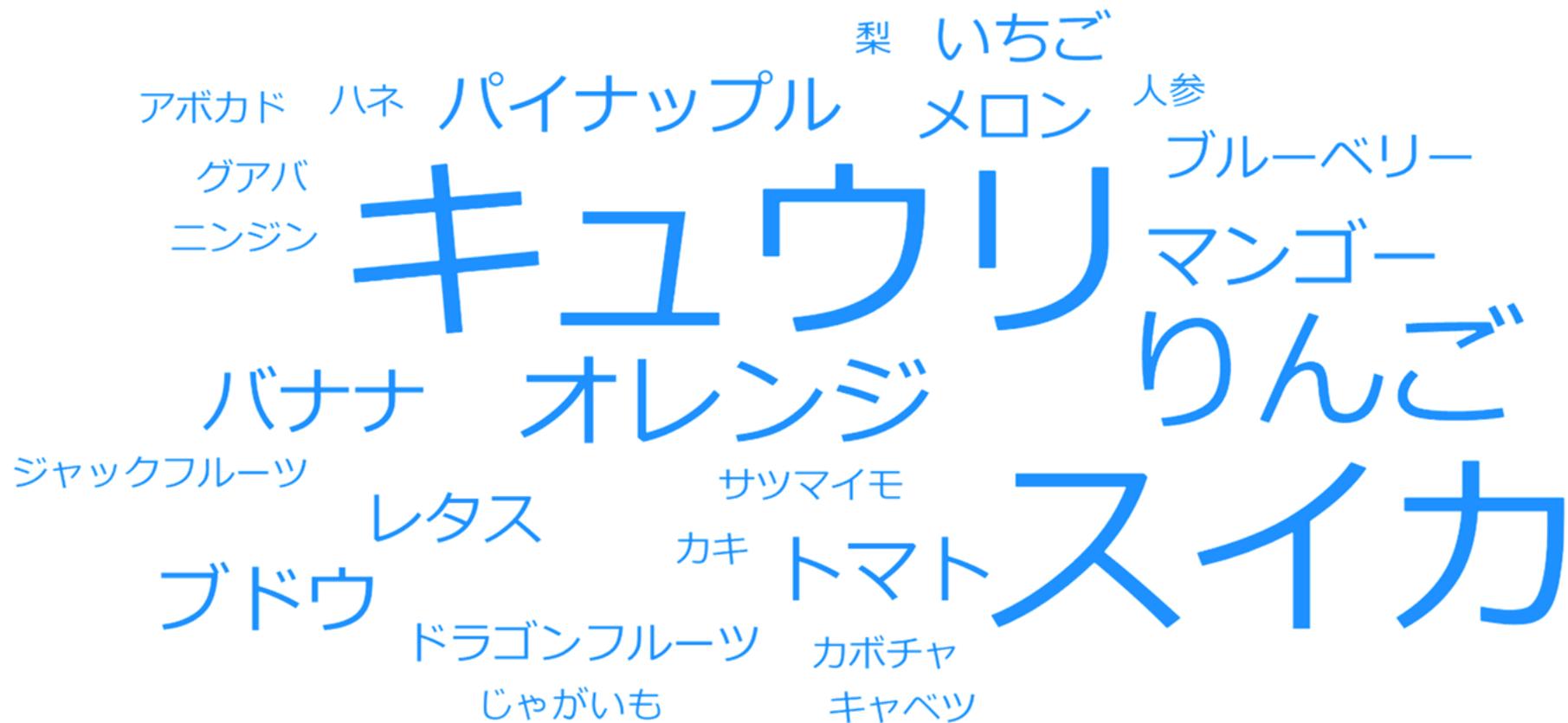


- RM0-5K
- RM5K-10K
- RM10K-15K
- RM15K-20K
- 無回答

※2024/08/30時点で、  
RM1=JPY33.54

## 座談会形式のマーケット調査 - アンケート結果(普段よく購入する青果物)

日本産・外国産問わず、普段よく購入すると回答した青果物は以下の通りです。  
(思いつくものを複数回答)

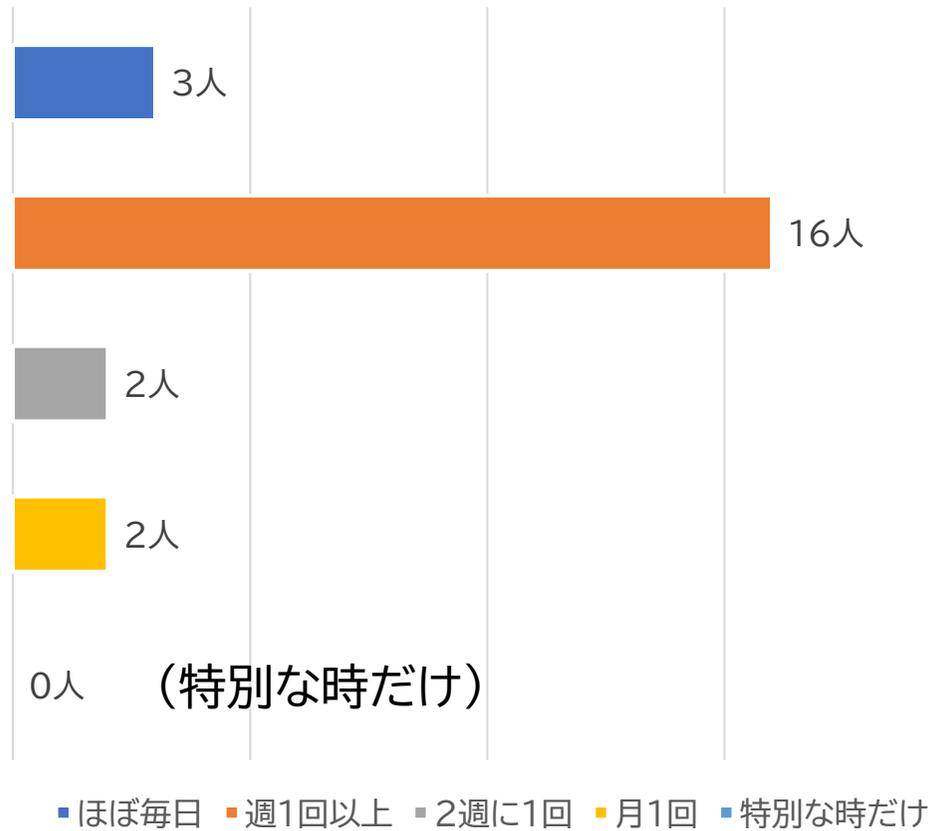


普段購入する野菜はキュウリが、果物はスイカ、リンゴ、オレンジの回答が頻出した。

# 座談会形式のマーケット調査 - アンケート結果(普段の青果物の購入頻度／購入価格)

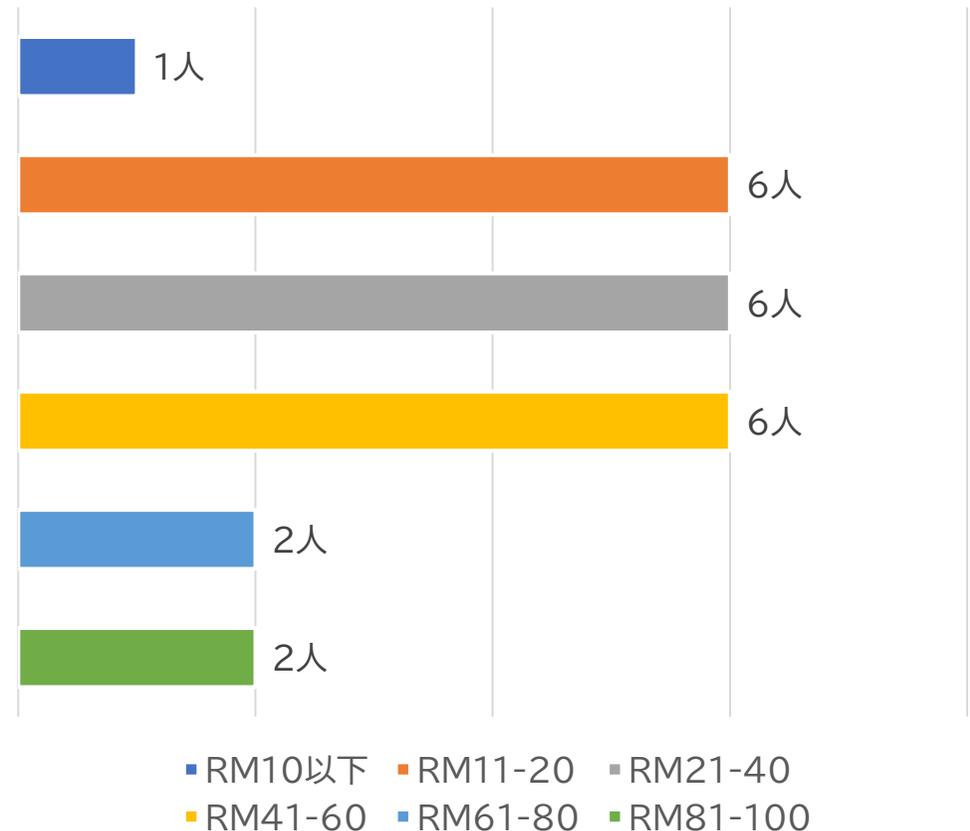
日本産・外国産問わず、普段の青果物の購入頻度は以下の通りです。

## 購入頻度



日本産・外国産問わず、普段の1回あたりの青果物の購入金額は以下の通りです。

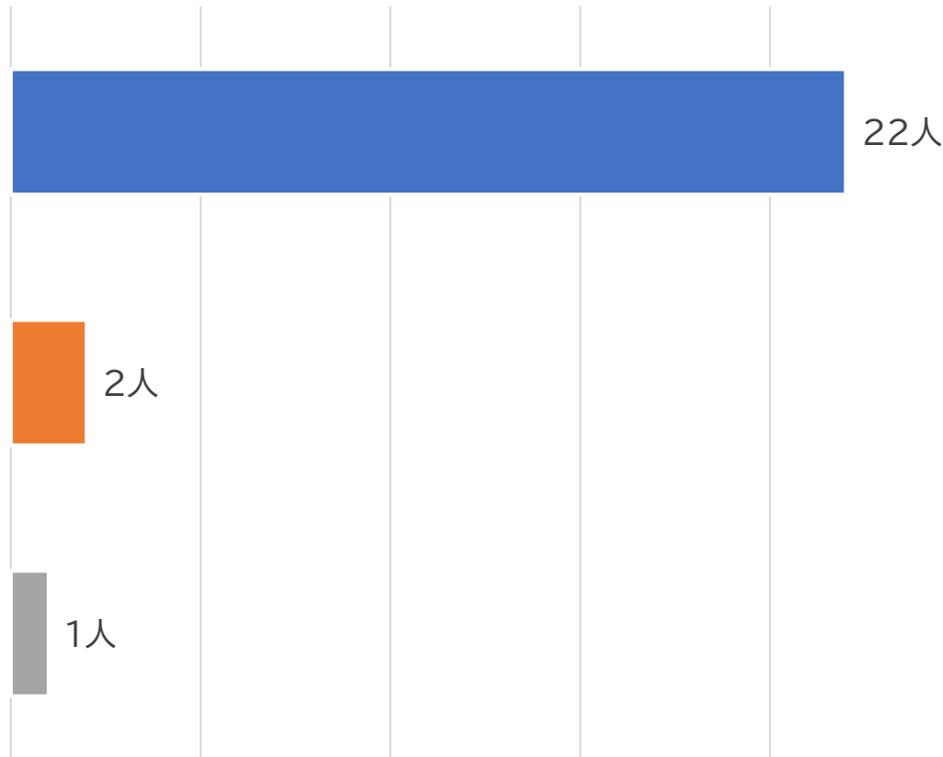
## 購入金額



# 座談会形式のマーケット調査 – アンケート結果(普段の青果物の購入理由／購入産地)

日本産・外国産問わず、普段の青果物の購入理由は以下の通りです。(複数回答可)

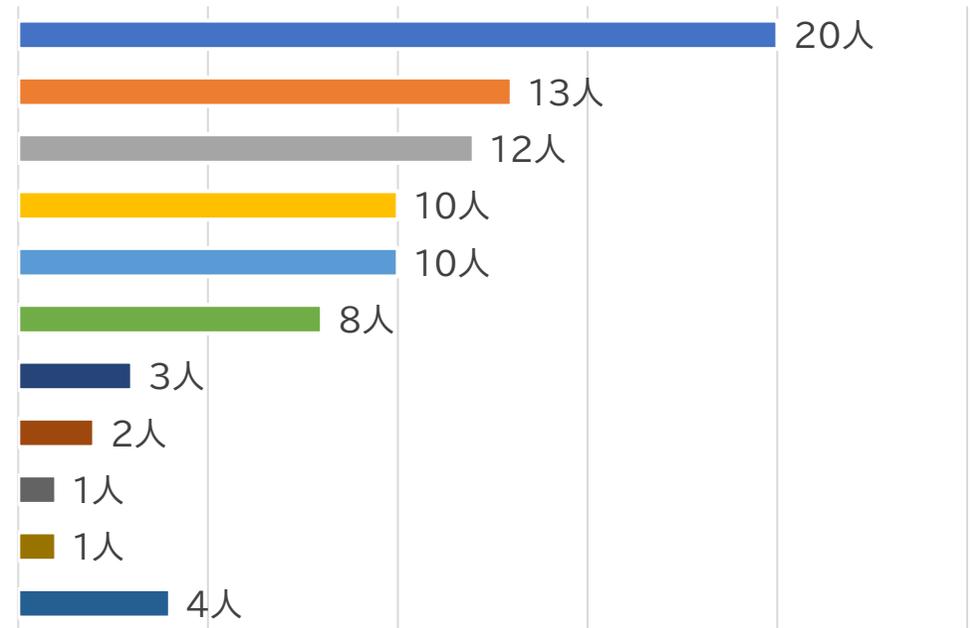
## 購入理由



■ 自分自身/家族のため ■ 顧客へのギフト ■ パーティ用のギフト

日本産・外国産問わず、普段の青果物の購入産地は以下の通りです。(複数回答可)

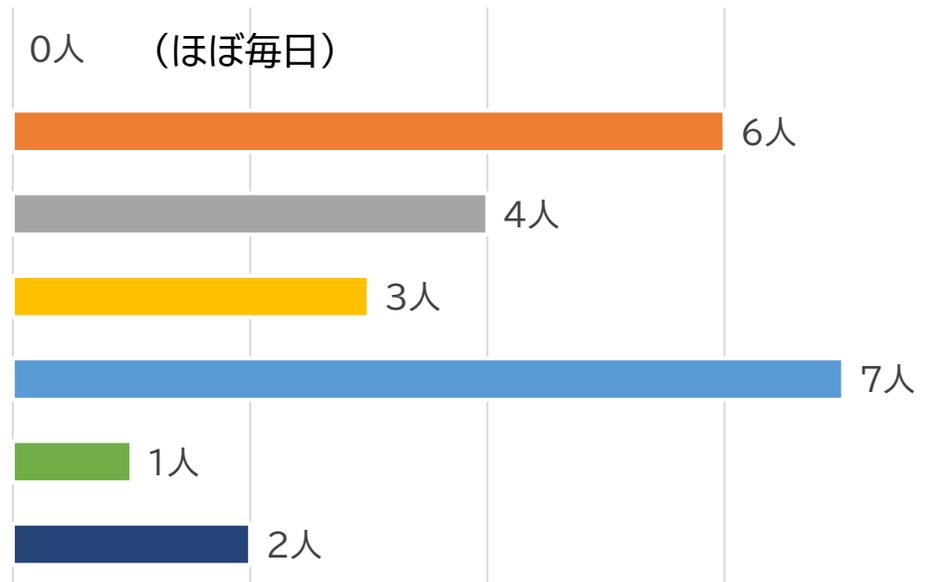
## 購入産地



■ マレーシア ■ 日本  
■ オーストラリア ■ タイ  
■ 中国 ■ 韓国  
■ エジプト ■ トルコ  
■ スペイン ■ 南アフリカ  
■ 生産国はこだわらない

日本産青果物の購入頻度は以下の通りです。

## 購入頻度



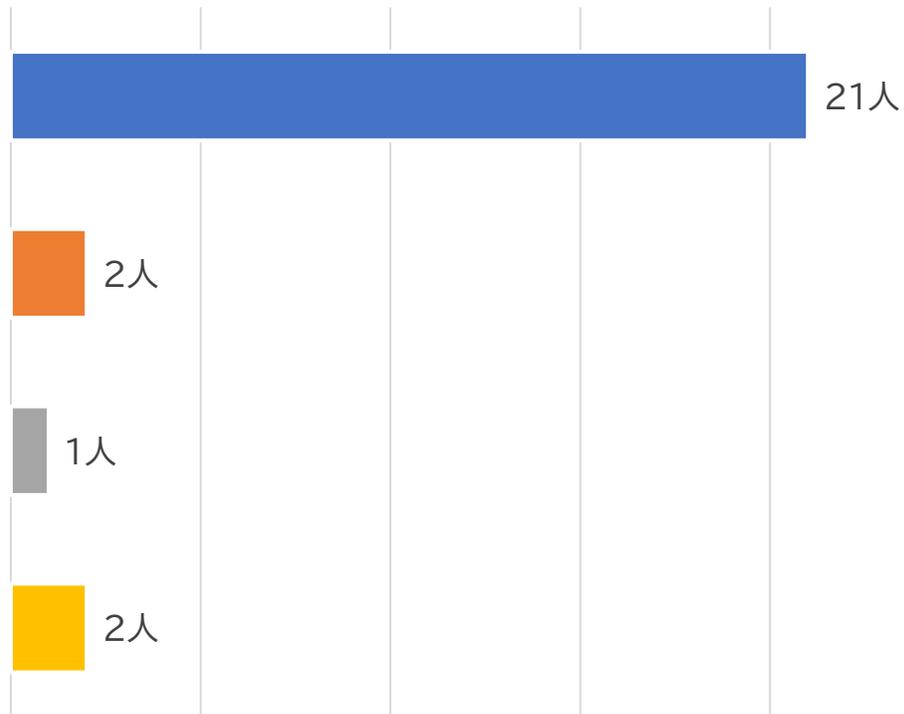
- ほぼ毎日
- 週1回以上
- 2週に1回
- 月1回
- 特別な時だけ
- 食べたことはない(見たことはある)
- 食べたことはない(見たこともない)

購入金額に関しては、  
定性調査の中で  
回答いただきました。

# 座談会形式のマーケット調査 – アンケート結果(日本産青果物の購入理由／購入場所)

日本産青果物の購入理由は以下の通りです。  
(複数回答可)

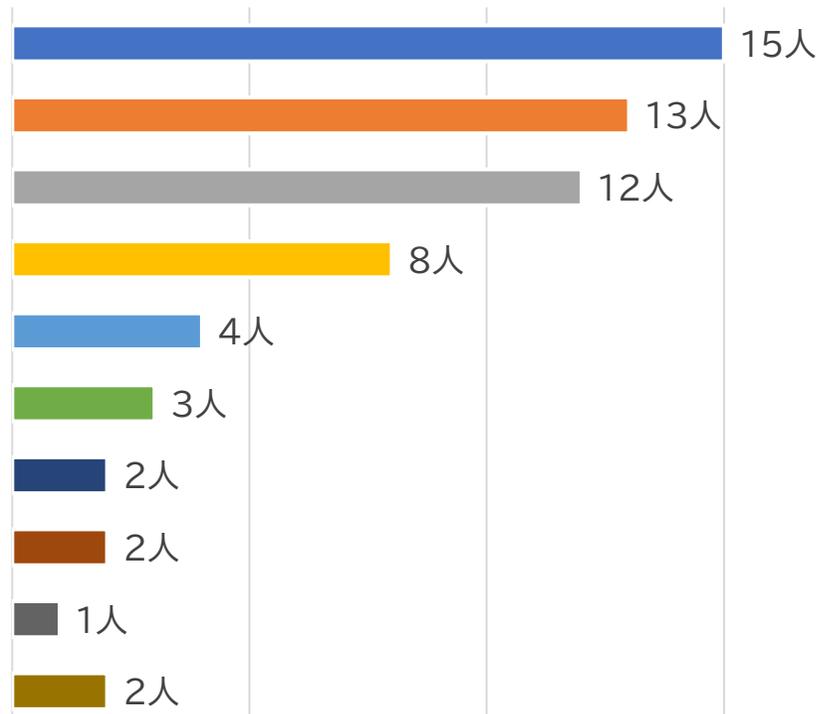
## 購入理由



- 自分自身/家族のため
- 顧客へのギフト
- パーティ用のギフト
- 日本産青果物は買わない

日本産青果物の購入場所は以下の通りです。  
(複数回答可)

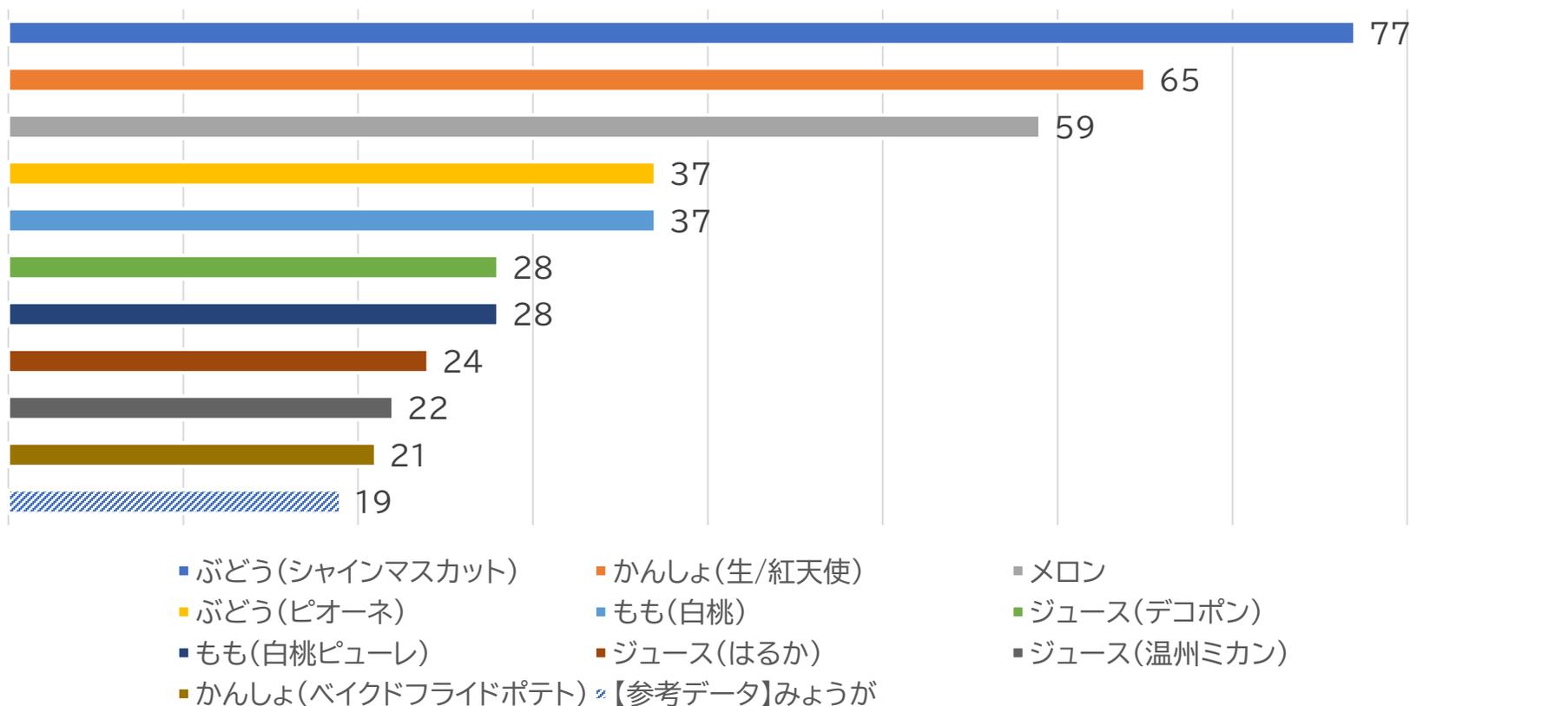
## 購入産地



- Jaya Grocer
- Village Grocer
- Aeon
- DonDonDonki
- B.I.G.
- Tesco/Lotus's
- BSC
- その他
- Isetan
- 購入しない

試食した日本産青果物のうちで、人気順にスコア化した結果は以下の通りです。

## 人気順位



それぞれを試食後に、全ての品目を対象として1位5点、2位4点、3位3点、4位2点、5位1点としてスコア化し、23名の回答の合計数値を記載しております。

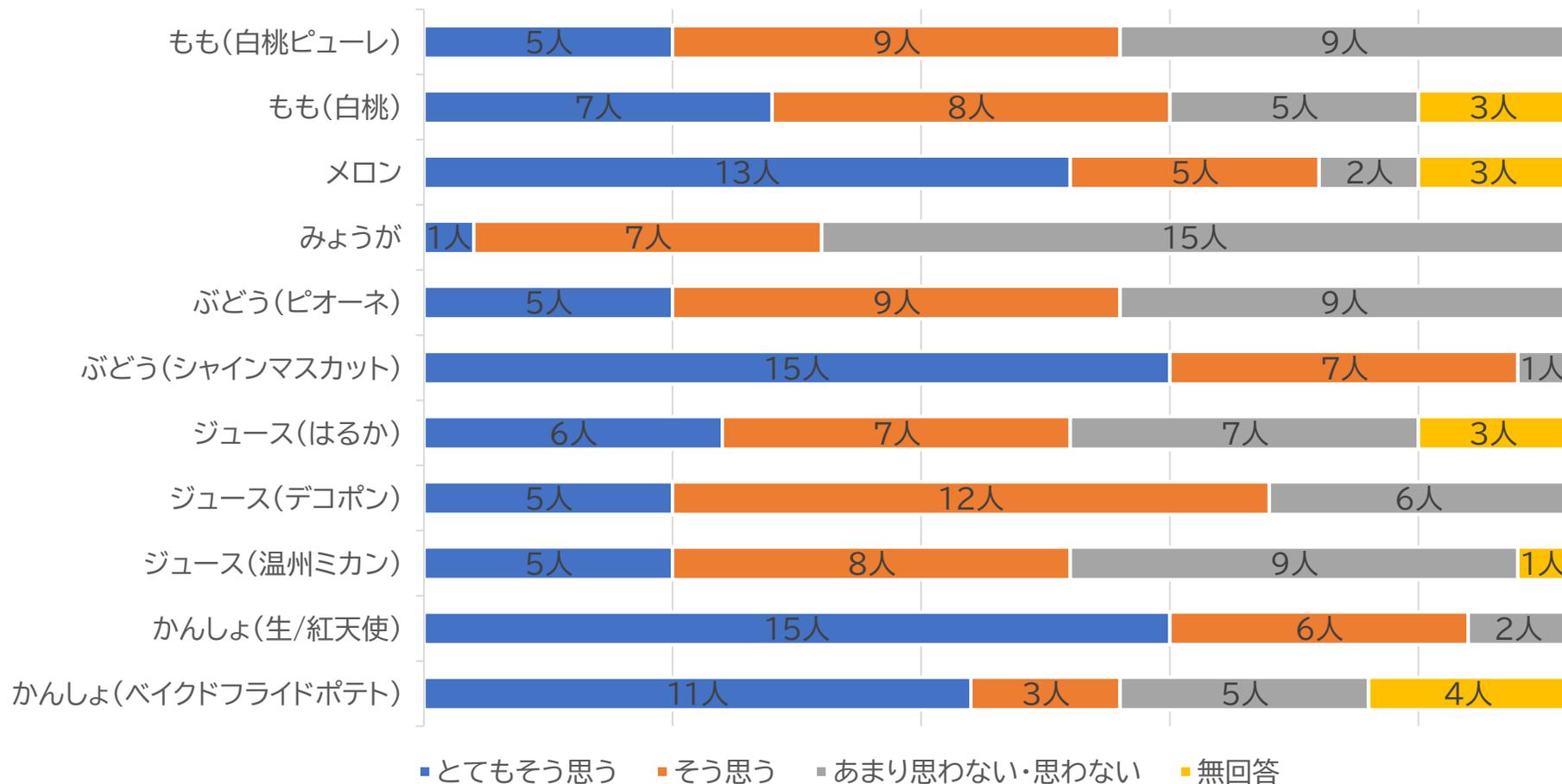
※かんしょ(生)とかんしょ(紅天使)の混同が多く、正確なデータが取れないため、合算値で算出しております。

※みょうがのみ甘味を感じない商品につき、単純比較が難しいため参考データとしております。

## 座談会形式のマーケット調査 – アンケート結果(日本産青果物の購入意欲)

試食した日本産青果物のうちで、参加者が示した購入意向結果は以下の通りです。

質問：それぞれの日本産青果をどのくらい購入したいと思いますか？



それぞれを試食後に、全ての品目を対象として1位5点、2位4点、3位3点、4位2点、5位1点としてスコア化し、23名の回答の合計数値を記載しております。

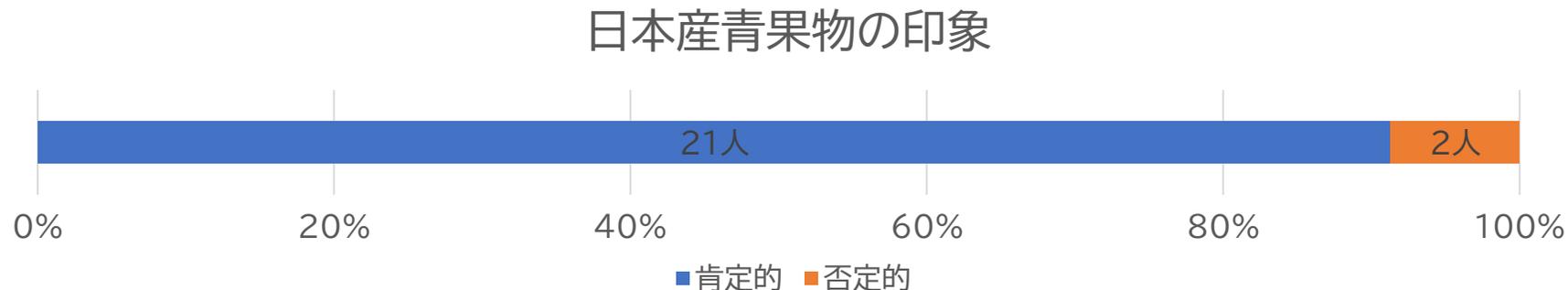
※かんしょ(生)とかんしょ(紅天使)の混同が多く、正確なデータが取れないため、合算値で算出しております。

# 試食調査会

定性調査

## Q1:日本産青果物のイメージや印象を教えてください

### 【全般/印象】



### 【全般/イメージ】

#### <肯定的>

美味しい  
高品質  
特別なイベント用というイメージ  
繊細

#### <否定的>

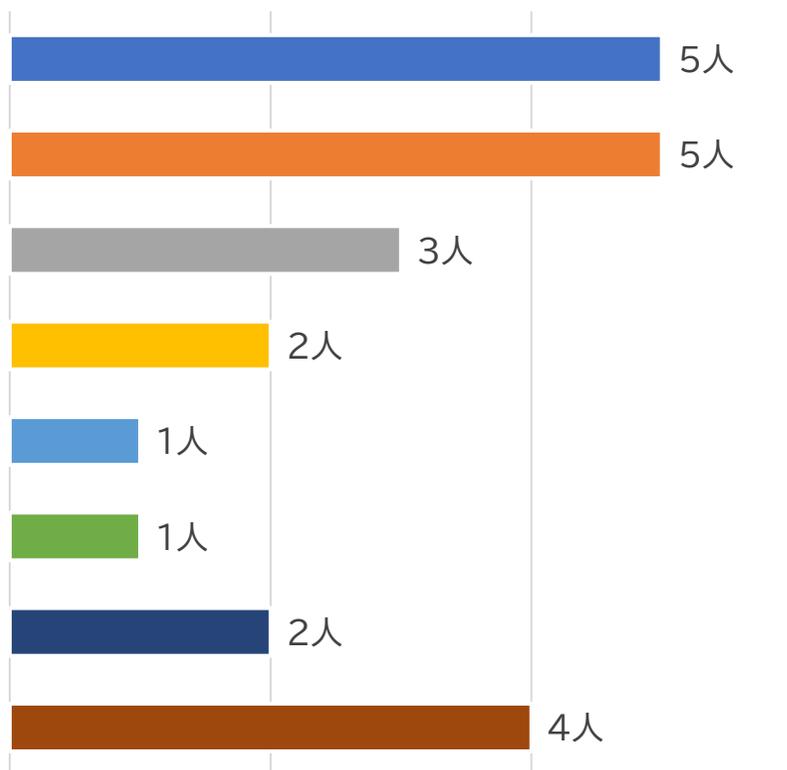
価格が高い  
説明不足(情報量)  
甘すぎる(糖尿病が心配)  
環境に良くない(包装)

### 【個別商品への意見】

- ・ピオーネ:アルコールのような酸味が気になった(マレー系)
- ・ジュース類:手軽に買えるようなサイズ展開が欲しい

## Q2:日本産青果物を購入する際、あなたが比較する他の原産国はどこですか？

原産国の比較



- オーストラリア
- 韓国
- 中国
- マレーシア
- アメリカ
- タイ
- 原産国では比較しない
- 無回答・回答しない

### 【なぜその原産国と比較をするのか】

オーストラリア: コスパが良い、種類が豊富、リンゴは遜色を感じない

韓国: 味・見た目、日本産より少し安い、ブドウ・梨・いちご等似たような商品がある

中国: 価格、ものによる

マレーシア: 価格

アメリカ: 種類が豊富

タイ: 同じくらい良い

原産国は比較しない: いい物を見て選ぶ

### Q3:日本産青果物を購入する際、欲しい情報とその情報の収集方法は？

#### 欲しい情報 / どこで収集するか

- ・原産地/スーパーや売場
- ・農家の情報/スーパーや売場・インターネット(SNS)
- ・オーガニックかどうか/スーパーや売場・クチコミ
- ・価格/スーパーや売場
- ・品質・風味・味覚(糖度など)に関する情報/スーパーや売場
- ・品種と旬の時期/スーパーや売場
- ・どれくらい新鮮か/スーパーや売場
- ・環境への配慮/スーパーや売場
- ・使っている農薬の種類/スーパーや売場
- ・どのように食べるか/インターネット(SNS)
- ・自分で見て気に入ったものを買う/スーパーや売場
- ・いい物であると知っている/日本渡航時の経験から

スーパーや売場での情報を中心に、インターネット・SNS上や日本渡航で食べたことでいい物であると知り、購入という流れが多いと推察される。

#### 日本産青果物の輸出用ロゴマークの認知度

知っている人は0名、全員ロゴマークがあるのはいいこととの回答でした。



## Q4:日本産青果物の購入目的と購入意向は？

### 【購入目的】

下記の3パターンに大別された。

- 自分用(ごほうび/興味本位)
- 自分の周りの人(家族・友人)用
- 取引先のギフト用

### 【購入意向】

日本産青果物で買いたいものを尋ねた際、とくに シャインマスカット・メロン・りんご の3品目が購入意向が高かった。さつまいも、桃に関しても話題にする方がいた。

### 【その他意見】

自分用としては過剰包装(プラスチック)という意見があった。また、興味本位で購入するには価格が高いことが多く、小さめの包装のものと挑戦しやすいという意見があった。

ギフト用としてはきれいなバスケットに入っている方が良いという意見と、日本式のラッピング(良い箱に綺麗な包装用紙で梱包)が良いという意見の両方が聞かれた。

## Q5: 価格がいくらまでなら、それぞれの日本産青果物を購入したいと思いますか？

味を知ったうえで、日本産青果物それぞれを購入する際に許容できる料金(目安)です。

品目	価格(RM)
シャインマスカット	自分用:RM30/房 ギフト:RM100/房
ピオーネ	自分用:RM20/房 ギフト:RM50/房
白桃	自分用:RM10/個 ギフト:RM60/2個
メロン	ギフト:RM150-200/個
みょうが	RM10/5本 (ただしどう食べるかを知らない難しい)
かんしょ	RM9/本 (ただし生ではなく調理済みで大きくて甘い場合)
ジュース類	自分用:RM15-20/本 (小さいサイズ) ギフト:RM40/本
白桃ピューレ	回答が難しい
バイクドフライドポテト	RM15/パック

マレーシアやその他国産で普通に購入する場合、以下の価格が全員が納得する金額です。

ぶどう: RM10-25/kg、もも: RM5-10/個、かんしょ: RM7-10/kg、メロン:RM15-25/kg

## Q6:日本産青果物に対する改善点はありますか?(全般、または個別の商品に関して)

改善点として以下のような意見が参加者から挙がりました。

### 【全般】

#### •価格が高い

- 小さくて安くしてほしい
- 簡易包装で気軽に試せるようにしてほしい

#### •売り場に情報カードがあると良い

- 食感、味、栄養価等、果物の説明が欲しい

#### •種類を増やして欲しい

- マレーシアの中で手に入るものが少ない

#### •環境への配慮

- くだものを包む発泡スチロールを紙に変える
- 包装の中のプラスチック個包装は要らない

### 【個別の商品に関して】

#### •商品の食べ方の提案

- みょうがは特にどう食べたらいいかわからない(酢漬け以外にどうしたらいいか)

#### •名称の変更

- バイクドフライドポテトはフライドポテトという名称にするなら、食感をよりカリっとするか、別の名称にすると良いとおもう

Q7:それぞれの青果物をどう調理したらよりおいしくなるとおもいますか？

もしくは、あなたならどうアレンジしますか？

そのまま、カットして、焼いて等の通常の調理以外にどのような方法があるかを調査しました。

**\*果物全般**

- ・お菓子作り(ケーキ、アイスクリーム等)に

**\*白桃ピューレ**

- ・ヨーグルトと合わせて
- ・ソーダで割って
- ・レシピを付けてお菓子作りに活用

**\*みょうが**

- ・寿司(刺身)とあわせて
- ・ナシウラムに混ぜて
- ・ラクサにのせて

**\*かんしょ**

- ・おかゆに入れて(中華系)
- ・マレーシアのデザートにして(マレー系)

ナシウラム  
マレー系のハーブチャーハン



さつまいも粥  
シンプルな中華粥



ラクサ  
ニョニヤ料理の国民的麺料理



デザート(ブブルチャチャ)  
ココナッツと合わせたデザート



## 総括

日本産青果物はマレーシアにおいて概ね肯定的に受け入れられており、高品質・おいしいと認知されている。調査会全体を通じて、この商品は既にマレーシアに入っているのか、といった問合せや、是非より多くの試食品目を携えてまた調査会を行って欲しいといった声が散見された。今回「日本産」を銘打って調査を実施したことが影響している可能性もあるが、集まった人からは誰からも原発関連の健康を疑う声は聞くことはなかった。

人種においては、マレーシアの中でも触れることが難しい問題となっており、調査の中でマレー系、中華系、その他と席を分けて調査を行うことは、現地担当者より行うべきでない事柄として席を変更して実施した。

## 考察

経験としては、食べたことはないと回答した参加者もいた一方、世帯月収がRM5,001以上(日本円で約16.7万円/月以上)と回答した参加者は全員日本産青果物を食した経験があり、この所得層が輸出にあたりターゲットとすべき層であると推測される。

頻度に関しては、普段から2週間に1回程度以下しか何かしらの青果物を食べない人も4名おり、その人たちは日本産青果物の購入もしたことがないか、特別な時にしか購入しないと回答していることから、通常の青果物の購入習慣と、日本産青果物の購入可能性はある程度連動すると想定される。

人種に焦点を当てると、普段購入している青果物に大きな違いは認められなかったうえ、マレー系、中華系問わず、リンゴが人気の青果物である等同じ傾向が見られた。しかし、試食した青果物の中でランキングづけした際に、人種間で青果物の嗜好が異なる部分があった。中華系はシャインマスカットに加え、サツマイモを高く評価する傾向にあり、ピオーネを高く評価する人が多くいた。マレー系では同様にシャインマスカットが高く評価された一方、サツマイモの評価は分かれており、ピオーネに関しては評価があまり高くなく、白桃の方が良い結果となった。

また、購入理由として「取引先へのギフト」という回答は中華系から多く聞かれたこともあり、そのようなギフトを設定する場合は華僑のカレンダーを参考に商品設定したほうが良い可能性が高い。

# WEB商談会

## 実施概要

## ■WEB商談会 事業実施概要と目的

マレーシアでのWEB商談会は以下に基づいて実施いたしました。

- |          |  |
|----------|--|
| 1. 目的    | ①1月に実施されるリアル商談会の事前打合せ・顔合わせの機会として日本産青果物の輸出促進を行う。<br>②1月に参加が不可能な事業者や、旬でない青果物の商談と輸出促進を行う。 |
| 2. 内容    | マレーシア現地で青果物や日本産食品を取り扱う事業者と、日本側の協議会員をマッチングし、初期商談の機会を創出する。                               |
| 3. 対象青果物 | ①各種日本産青果物<br>② ①の単純加工食品  |
| 4. 開催頻度  | 10月に複数回実施  |
| 5. 報告    | 実施回数やバイヤー関心度等をまとめて報告   |

# WEB商談会 - 日程&実施方法および実績

下記日程・方法でWEB商談会を実施しました。

- 実施日: 2024年10月21日、23日、25日、28日、29日の合計5日間
- 実施方法: Zoom Workplaceシステムを用いたオンライン商談形式
- 実施詳細: 1枠40分として、事前マッチング時期の自由商談を実施

## <実施日ごとの商談件数>

実施日	10/21	10/23	10/25	10/28	10/29	合計
商談件数	4	2	2	4	2	14

## <商談会参加企業数>

	日本側事業者	マレーシア側事業者	合計
商談参加企業数	4社 ※1社不参加	5社	9社

※1社不参加・・・高知県農業協同組合様は事前マッチング後に、マレーシア側事業者の商談辞退があり、日本側事業者の参加企業数は4社となっております。

- 今回の商談会における事務局側の実施事項:
  - 日本側事業者の商品規格書および企業情報の書類の回収、チェック、翻訳
  - 日本側事業者とマレーシア事業者のマッチング管理と資料事前共有
  - 日本側事業者とマレーシア事業者の商談当日の通訳とタイムキープ
  - 日本側事業者とマレーシア事業者の商談の簡易記録

# WEB商談会 - 日程 & 実施方法および実績

WEB商談会の参加者と取扱品目は以下の通りです。

## <日本側事業者>

日本側事業者名	取扱品目(青果物に限る)
A TRA-DE 株式会社	シャインマスカット、白桃、梨、柿、いちご、およびその加工食品
カルビーかいつかスイートポテト株式会社	焼き芋(かんしょ)
SAMURAI SUMMIT Co., Ltd.	安納芋(パウダー・ペースト)、桃、シャインマスカット
宮崎「食と農」海外輸出促進協議会(宮崎経団連)	かんしょ、かんしょ加工品(バイクドフライドポテト)
(高知県農業協同組合)	(みょうが)

※高知県農業協同組合様は、マレーシア側事業者の商談辞退の関係で商談が実現しなかった。

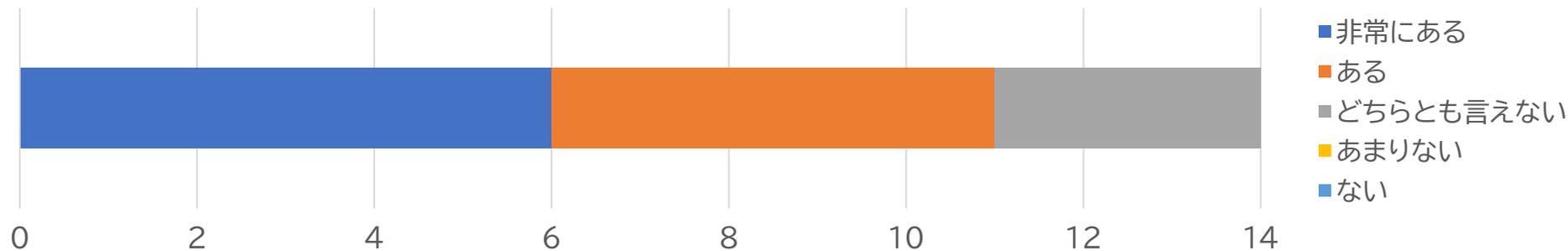
## <マレーシア側事業者>

マレーシア側事業者名	事業者区分	取扱品目
JFC MALAYSIA	輸入卸売業者	日本産食品全般(野菜類の実績あり)
JMG TRADING	輸入卸売業者	青果物、生鮮・冷凍水産品
SENRI MALAYSIA	輸入卸売業者	果物類、生鮮・冷凍水産品、菓子類、肉類
DAISHO FOOD MALAYSIA	輸入卸売業者/小売店/レストラン	日本産食品全般(青果はなく今後拡大)
SENDOICHI	輸入卸売業者	野菜類、米、鮮魚・冷凍魚、アルコール類、 麺類、調味料、菓子類、肉類

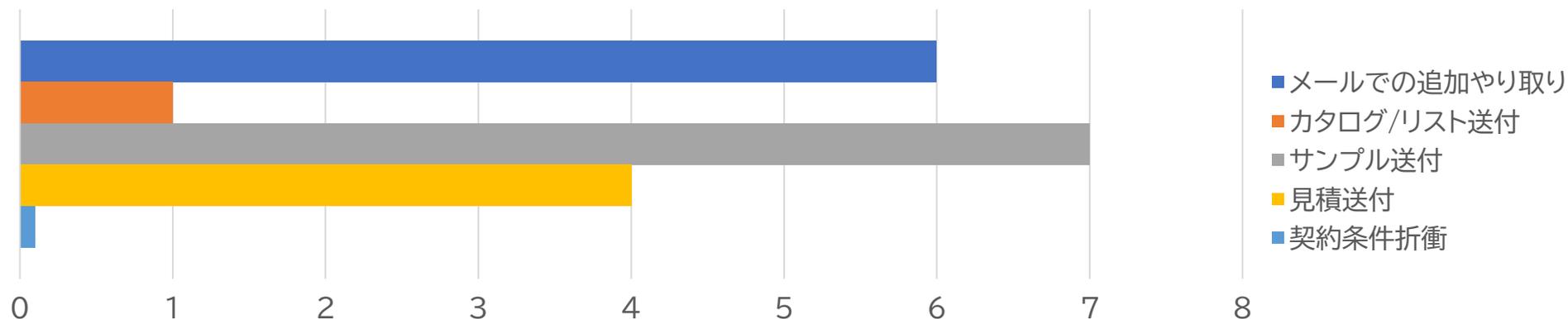
※その他事業者15社に声掛けを行うも、日程調整や取扱品目の関係で商談が実現しなかった。

WEB商談会実施時のバイヤーの関心度と事業者の次のステップは以下の通りです。

## ●各商談におけるバイヤーの関心度



## ●各商談において約束した次のステップ (複数回答可)

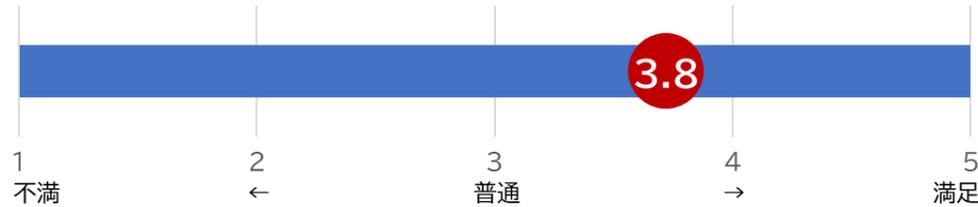


### 【考察】

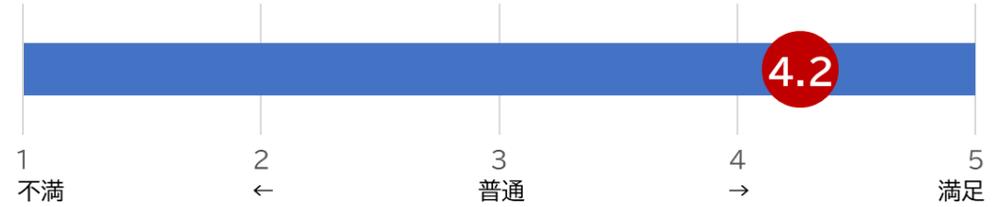
今回マッチングしたバイヤーの関心度は高く、商談はいずれも有意義との声が多かった。また今回、事前に商品情報をバイヤーに連携したことで、カタログ送付で止まる商談が少なく、次のステップであるサンプル送付や見積送付に移ることができた商談が多かったことは成果。

# WEB商談会 - バイヤーアンケート

## ●商談内容の満足度

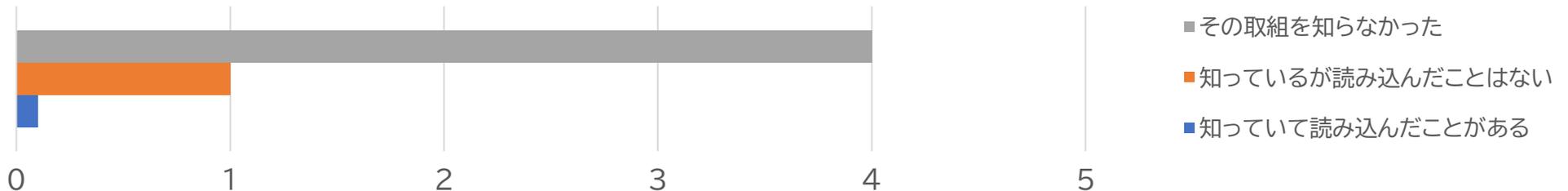


## ●商談会運営の満足度



●商談会において、改善が必要と思われたこと：特になし(各社から意見なし)

## ●偽造防止シールの取組の認知度



## ●今後、どのような日本産青果物を取扱いたいのか？

- ・青果物全般 (SENRI)
- ・みかん、ぶどう、いちご、もも (JMG TRADING)

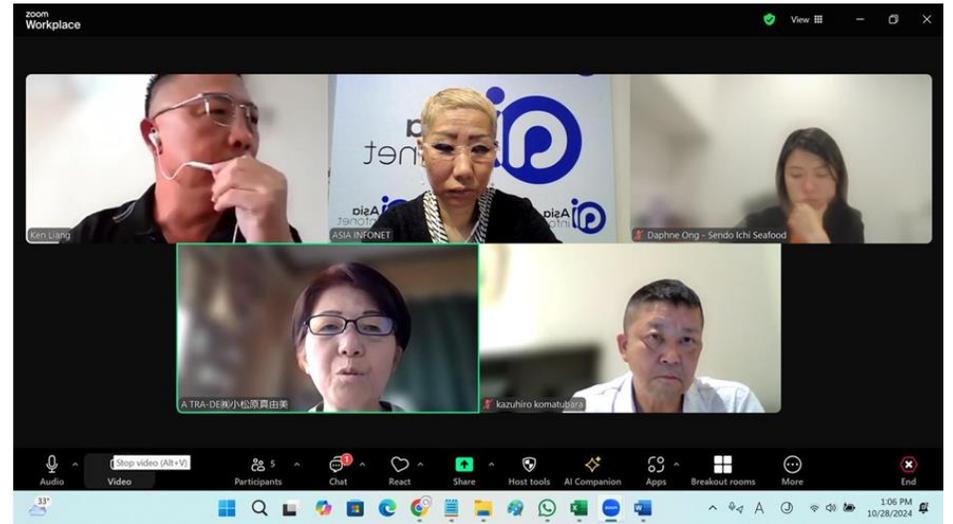
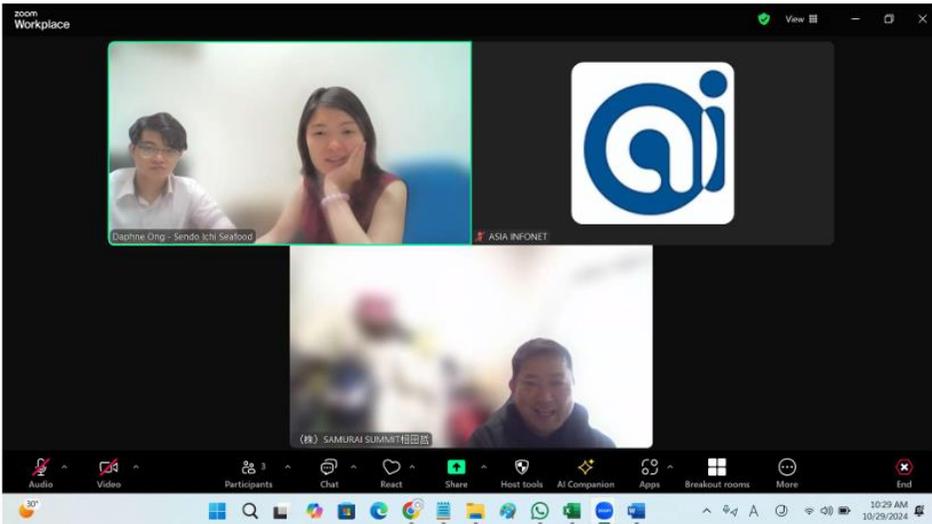
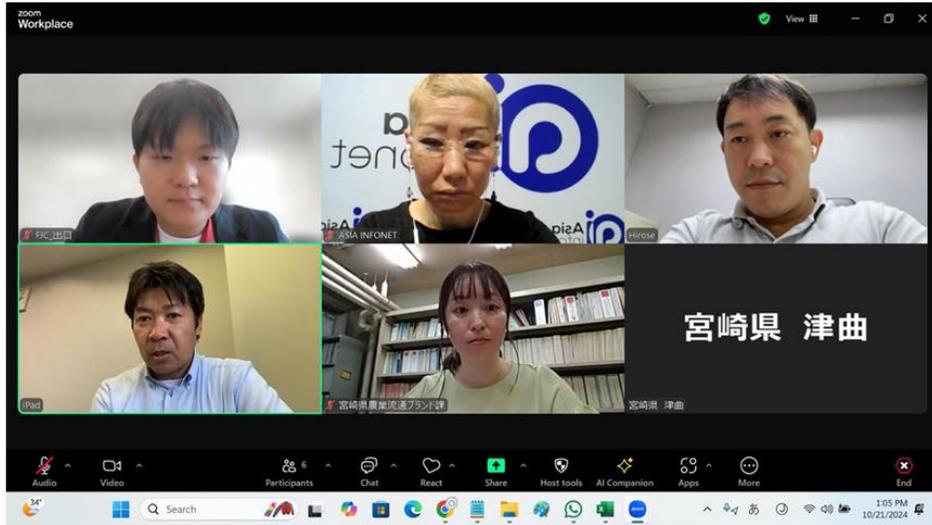
## ●1月のリアル商談会に参加したいか

はい：4票、 おそらく：1票、 いいえ：0票

### 【考察】

バイヤーの運営に対する満足度も、良い評価をもらうことができ、リアル商談会へ参加意欲あるバイヤーも多かったことから、WEB商談としては成功したと言える。

# WEB商談会 - 記録写真(様子)



# マレーシアでの試食・商談会

## 実施概要

## ■マレーシアでの試食・商談会 – 事業実施概要と目的

マレーシアでの試食商談会は以下に基づいて実施いたしました。

1. 目的	マレーシアでの試食・商談会を実施することで、日本産青果物のマレーシアへの輸出促進を行う。
2. 内容	マレーシア現地に直接日本産青果物を輸送し、その場にマレーシアの食品関連事業者(卸・小売等)を招聘し、試食してもらいながら商談を行うことで、契約機会を創出する。
3. 対象青果物	① 各種日本産青果物 ② ①の単純加工食品
4. 開催頻度	2025年1月15日に実施
5. 報告	バイヤーアンケート等をまとめて報告

## マレーシアでの試食・商談会 – 日程&実施方法

下記日程・方法でマレーシアでの試食・商談会を実施しました。

- 実施日程 2025/1/15(水) 14:00~16:30
- 実施場所 St. Giles Boulevard Hotel Kuala Lumpur
- 対象品目 青果物(果物・野菜)
- 協力事業者 A TRA-DE様、カルビーかいつかスイートポテト様、日本ブドウ産地協議会様、高知県農業協同組合様(\*)  
(\*印の事業者はオンラインでの参加)
- 商品数 協力事業者4社さまの取扱い商品計14商品
- 実施内容 現地視察の実施、試食・商談会の実施

### □ 実施場所詳細

St. Giles Boulevard Hotel Kuala Lumpur / Level 8 Westside 1  
Mid Valley Megamall, 57G, Lingkaran Syed Putra, Mid Valley City,  
59200 Kuala Lumpur  
(アクセス:KTM Mid Valley駅より徒歩5分)

スーパーや百貨店のほか、アパレルショップ、飲食店、映画館などが入ったマレーシア屈指の巨大複合施設である、ミッドバレーメガモールに隣接するホテル。  
隣にはThe Gardens Mallが立ち、クアラルンプールでの一大商業エリアとなっています。



外観



会場(イメージ)

以下のスケジュールで当日の試食・商談会は実施しました。

**イベント実施日:2025年1月15日(水)**

### **①事前合同視察 10:50-12:00**

マレーシア人のコーディネーターが参加者を連れて計3件の小売店を回りました。その際、価格を説明するとともに、簡単に青果物の現状等を話しました。

**視察店舗:Jaya Grocer、AEON、MBG Fruits**

(MBG Fruitsは現地調整で視察)

### **②試食商談会 14:00-16:30(受付13:00)**

(13:00 事業者準備、14:00 開場・挨拶・事業者紹介、14:30 商談開始)

試食を提供し、商品をディスプレイしながら、招待したバイヤーが個別のブースをめぐり、商談を行いました。試食商談会は事前マッチングはせず、事前に招待事業者のリストを日本側参加者に共有して行いました。

日本側参加者は3社はリアルで参加し、1社はオンラインで参加しました。

## マレーシアでの試食・商談会 – 事前合同視察

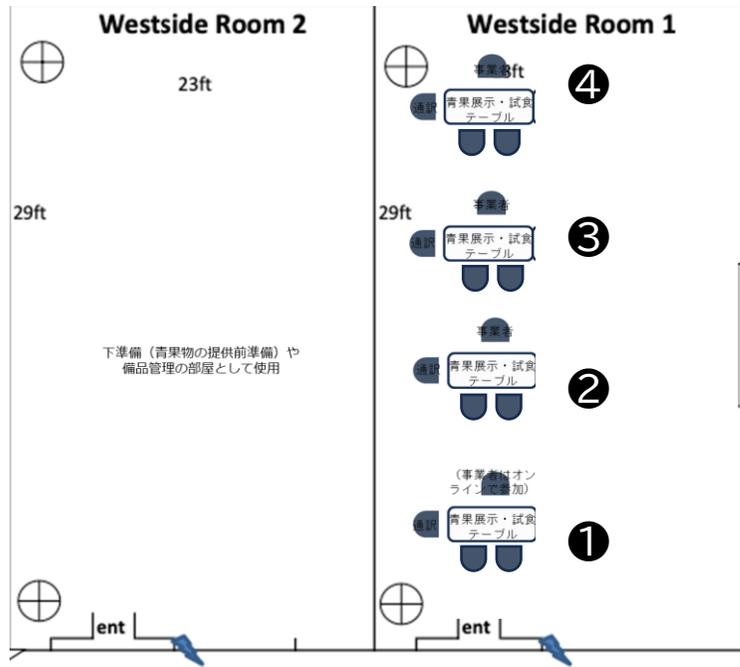
マレーシアでの試食・商談会に先立ち、以下の3箇所の青果物小売店へ視察を行いました。  
試食・商談会前に、金額や流通の状況を改めて把握するために実施しました。

参加者: A TRA-DE、カルビーかいつかスイートポテト、日本青果物輸出促進協議会



# マレーシアでの試食・商談会 – 会場レイアウト

下記会場レイアウトでマレーシアでの試食・商談会を実施しました。



# マレーシアでの試食・商談会 – 会場デザイン

以下の資材等を用いた会場デザインでマレーシアでの試食・商談会を実施しました。

## <活用資材>

- A4/A3ポスター (英語)



- スイングPOP\_KV版 (英語)



- スイングPOP



日本産果実マーク+ハローキティ版

日本産果実マーク版



青果物展示



会場



受付



催事名表示



動画再生

## <配布資材>

- オリジナルシール (英語・ベトナム語)



表面

裏面

- ストーリーブック (英語)



- ・ 表裏面は1頁、KVや、LP等に開発したコピーを再編集してレイアウトし、内容の充実を図る。
- ・ 既存のリーフレットスタンドを活用することも検討したい。(手配り以外の配布機会)



ギブアウェイ

## マレーシアでの試食・商談会 – マレーシア側参加事業者

下記の事業者がマレーシア側参加者として試食・商談会に参加しました。

	企業名	参加代表者名	参加人数	業種	概要
1	Khaishen Trading Sdn Bhd	Edmanda Chang	0	輸入卸売業	全国の主要な大型スーパーマーケット、スーパーマーケット、卸売業者、小売業者に新鮮な果物と野菜を卸している大手輸入業者。
2	Dajin Food & Beverages Sdn Bhd	Joshua L H Boo	2	輸入卸売業	マレーシアの大手アルコール類輸入業者。近年アルコール以外の商品の輸入・販売にも注力。
3	JFC Malaysia Sdn Bhd	Hirose Ryuichi	5	輸入卸売業	世界各地にJFCグループのネットワークを有数する輸入業者。
4	JMG TRADING Sdn Bhd	Seiko Tabuchi	2	輸入卸売業	桃やシャインマスカットなどの高級果物、日本産野菜などを得意とする輸入業者。
5	Sendo Ichi Seafood Sdn Bhd	Daphne Ong	2	輸入卸売業	マレーシアのレストラン、小売店へ販路を有する大手輸入業者。
6	Senri (M) Sdn Bhd	Brandon	2	輸入卸売業	マレーシア全土の高級おまかせレストランへ販路を有する大手輸入業者。
7	Tian An Trading Sdn Bhd	Kelvin Tan Kean Peng	0	輸入卸売業	韓国、中国、日本、ニュージーランドなどから輸入し、大手スーパーマーケット、コンビニエンスストア、卸売業者/代理店、オンライン再販業者に供給。
8	Jaya Grocer (Trendcell Sdn Bhd)	Anis Idayu	4	小売業	中間層～富裕層がメインターゲットの高級スーパー。マレーシア全土に50店舗以上を展開。
9	MBG Fruits Sdn Bhd	Lim	4	小売業	地元の果物や輸入果物を含む250種類の新鮮な果物を扱っている
10	Kampachi Restaurant Sdn Bhd	Chef Ronii Lee	0	レストラン	50年近くにわたり、クアラルンプールを代表する日本料理店
11	Mamami Shoppe	Felicia Tan	4	輸入卸売業	食品や飲料の輸入・販売専門商社として設立。SarangChaという直営飲食店も3店舗展開。
12	Yuzu Marketing Sdn Bhd	Fung	1	eコマース	日本の柚子、梅酒、フルーツリキュール、日本酒に焦点を当てたオンラインeコマースを行っている。

計9社26名が参加

※黒塗りは当日欠席の事業者、赤字は当日急遽参加の事業者

# マレーシアでの試食・商談会 – 日本側事業者と商品

日本側事業者の商談対象商品として、以下の商品を試食・商談会で提供しました。

事業者情報	商品情報	その他
事業者様/団体様名	青果物の品種名または商品名	【確定】希望する試食提供方法
カルビーかいつかスイートポテト株式会社	紅天使焼きいも < 冷凍食品 > 500g	①冷やす ②温める（保温器）
A T R A - D E 株式会社	越冬シャインマスカット	切る・もしくはそのまま
A T R A - D E 株式会社	紅ほっぺ	切る・もしくはそのまま
A T R A - D E 株式会社	淡雪	切る・もしくはそのまま
A T R A - D E 株式会社	かおりの	切る・もしくはそのまま
A T R A - D E 株式会社	干し柿	切る・もしくはそのまま
A T R A - D E 株式会社	焼き芋	①温める（保温器） ②冷やす
A T R A - D E 株式会社	焼き芋 ペースト	①温める（保温器） ②冷やす
日本ブドウ産地協議会	サツマイモ（べにはるか）	①温める（保温器・オープン希望）
高知県農業協同組合	みょうが	①切って（市販の）甘酢に漬ける ②切って下段の焼なすにのせる
高知県農業協同組合	なす	①焼いて塩を振る ②焼いて醤油をかける
高知県農業協同組合	しょうが	①薄く切って（市販の）甘酢に漬ける ②すり下ろして、上段の焼なすに乗せる



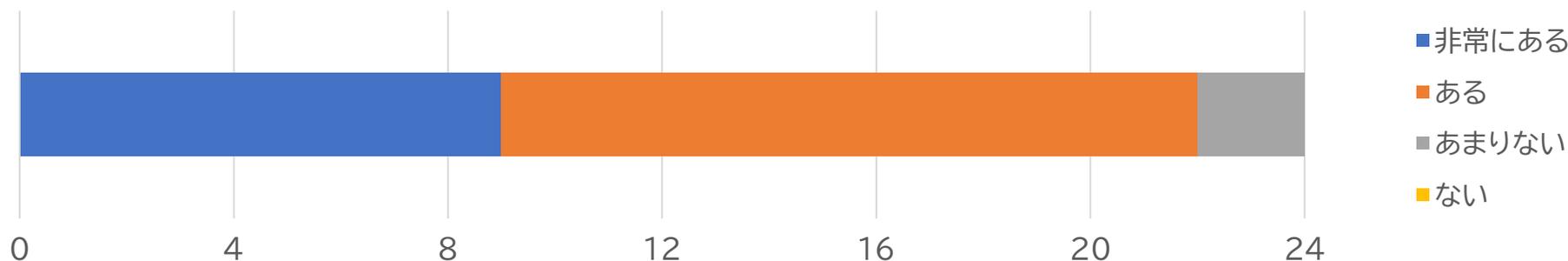
◀ 隣会場での商談会用商品確認と提供方法に沿った準備の様子

# マレーシアでの試食・商談会 – 試食・商談の記録

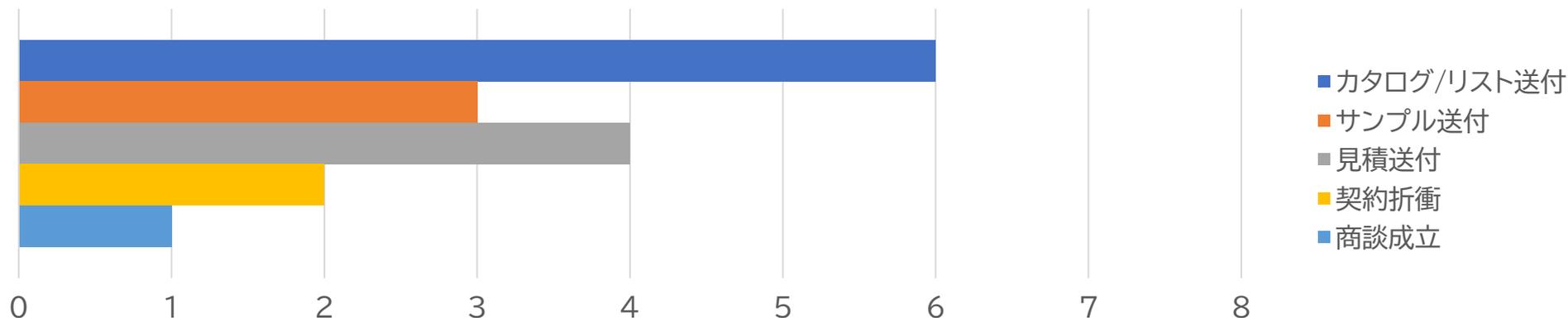
マレーシアでの試食・商談会の商談回数とその際のバイヤー関心度は以下の通りでした。



## ●各商談におけるバイヤーの関心度



## ●各商談において約束した次のステップ (複数回答可)



**【考察】**  
WEB商談会から契約が成立した件や、契約折衝中の件が発生し、実際の取引につながっている。

# マレーシアでの試食・商談会 – 記録写真(会場の様子)



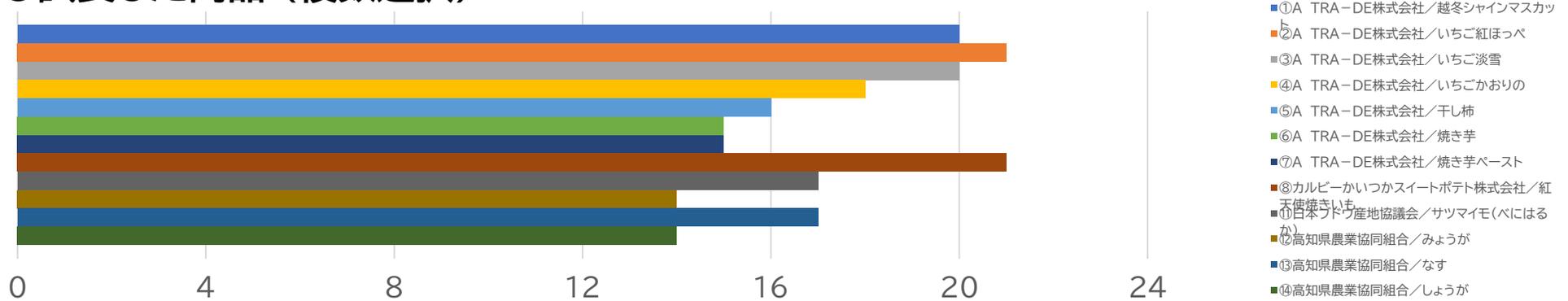
# マレーシアでの試食・商談会

バイヤーアンケート結果

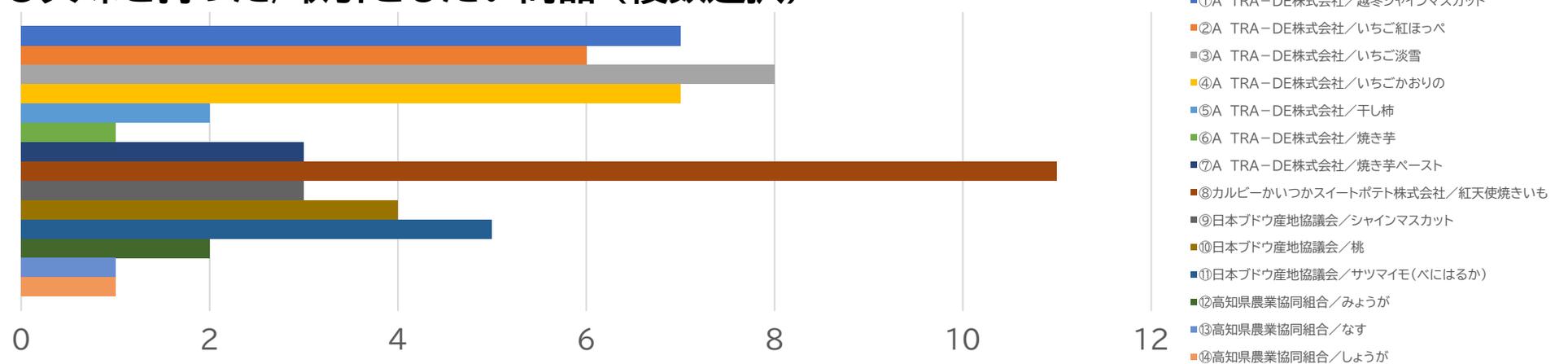
# マレーシアでの試食・商談会 – バイヤーアンケート

マレーシアでの試食・商談会で実施したアンケート結果は以下の通りでした。(n=26)

## ●試食した商品（複数選択）



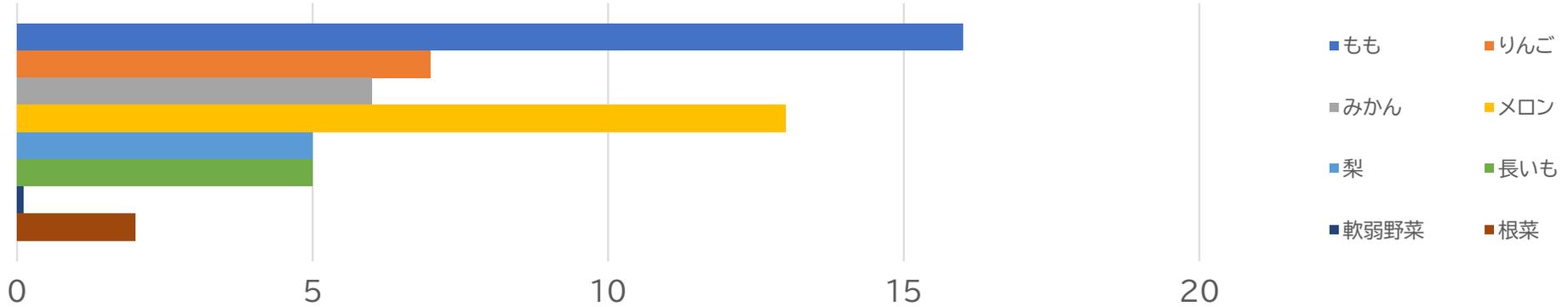
## ●興味を持った/取引をしたい商品（複数選択）



### 【興味を持った理由】

扱いやすい商材: 品目が人気、長期保存可能、鮮度が保たれていた、冷凍輸送、消費期限が長い 等  
 商品の良さ: 味がおいしい、品質が良い、パッケージが良い  
 珍しさ: あまり見ない商品、ユニークでプレミアム

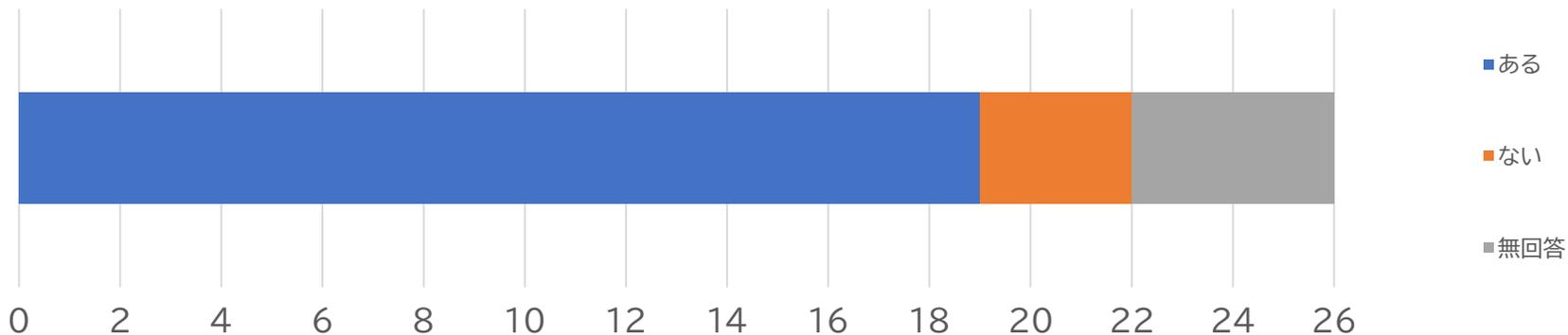
## ●他にどのような日本産青果物の品目の取扱をしたいか(複数選択)



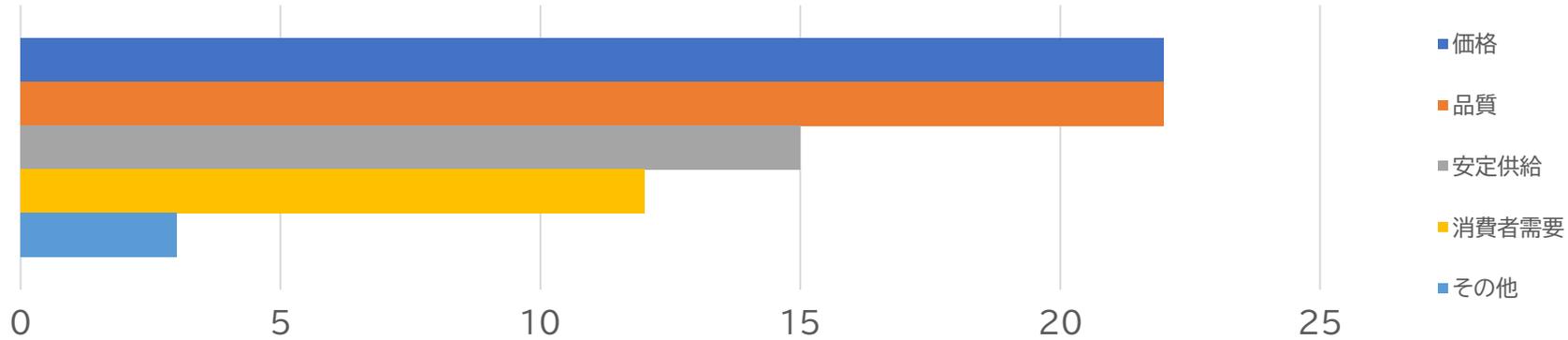
### 【品目の取扱】

- ・いちごは今回に限らず他にも紹介してほしい: 4名
- ・ぶどう: 1名
- ・青果物の常温加工品: 1名
- ・比較的長期間保存がきく野菜類: 1名

## ●これまでに日本産青果物の取扱はあるか



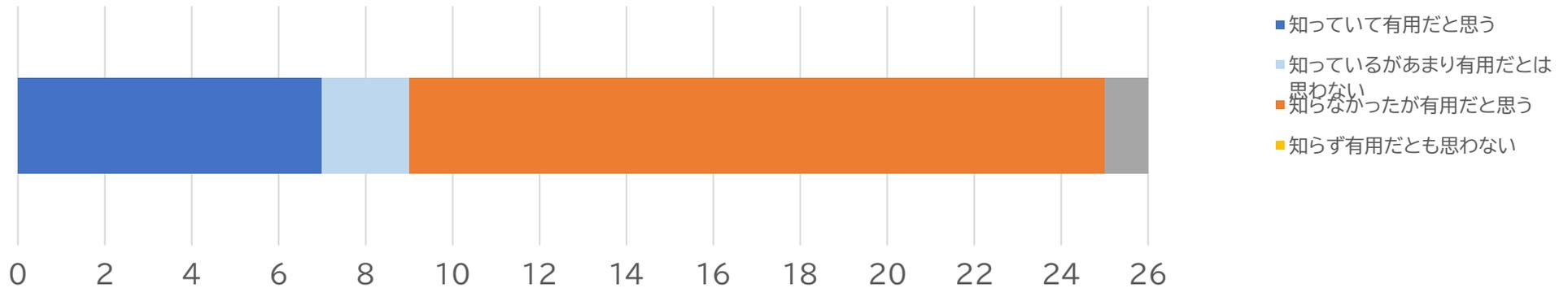
## ●日本産青果物を取り扱う上で重視するポイント（複数選択）



### 【その他ポイント】

・貯蔵寿命: 3名、最低発注数量: 1名

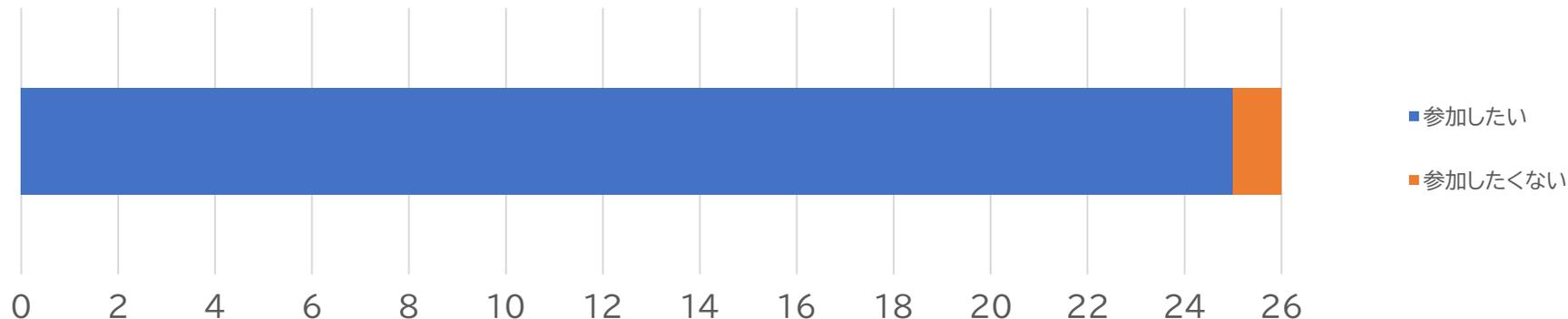
## ●偽造防止技術の認知と有用性



### 【数値検証】

認知している人は9人(36%)、有用だと思っている人は23人(92%)

## ●今後もこのような日本産青果物の試食・商談会に参加したいか



### 【考察】

いいえと回答した方が興味を持った品目はいちご1品目のみでした。

より多くの品目や事業者を呼んで実施した場合は参加してもらえるようになる可能性が有ります。

## ●試食・商談会や日本産青果物の輸入・販売における課題

### 【輸入・販売に関して】

・野菜用の長持ちするテクノロジーを探している

### 【試食・商談会に関して】

・より多くのサプライヤー・サンプルがあると良い

・商品の知識をもっと教えて欲しい

・お客様向けの商品の情報をもっと教えて欲しい

・お客様向けの日本の野菜の食べ方(調理・料理)を教えて欲しい(例えばミョウガ)

## 総括

WEB商談会では、限られた時間の中で商品の理解が十分に進まないことが多く、初回の商談はメールやサンプル送付の段階で終わることが多かった。しかし、顔合わせや初めてマレーシアに品目を輸出する際の現地事業者との交流の機会にはなった。その中でも、サンプルのやり取りから商談が成立したケースもあり、可能性が広がったと感じられる。

試食・商談会では、多くの事業者が一度に来訪し、忙しく対応する場面が多かったが、直接商品を見て、香りや食感、味を試した上で興味を持ち、事業者同士で話し合うシーンが多く見られた。WEB商談よりも商品への関心度は総じて高かったように思う。実際、WEB商談で行った事業者同士の折衝を、試食・商談会の場で再度確認するシーンも見られ、成約に向けて再度交渉の場としても機能していた。

## 考察

バイヤーが今回9社26名、日本側事業者が3社(+1社オンライン)であったことを鑑みると、多くの方に来場いただくことができた。バイヤーからは、もっと多くの事業者や商品を持ってきて欲しいという意見や、具体的な品目として桃やぶどうの取り扱いを希望する意見が多くあった。これを踏まえ、以下の点が重要だと考えられる。

- 1.日本側でより多くの事業者に参画していただくこと
- 2.実施時期を夏～秋ごろに設定し、桃・ぶどう・りんご・みかんの出荷可能時期と合わせること

今回、より多くの事業者へご参加いただけるよう追加募集を実施し、会員に直接電話でアプローチするなどして、参加をご検討いただく。今後の募集方法については、その都度より多くの事業者に参加いただけるよう工夫が必要だと感じられた。

また、今回はバイヤーが卸関連や販売店に限られていたが、参画事業者が増えれば、レストランや飲食店、ホテルなどの仕入れ担当者・シェフも呼び、B2B需要も取り込んだ試食・商談会が次のステップとなると考えられる。

品目別では、野菜類は現地でどのように食していただくかを想定して試食・商談会に臨む必要がある。今回はみょうがやなす等について「珍しい」「美味しい」という意見はいただいたが、マレーシア側事業者が顧客にどう提供するかが見えず、商談が思うように進まなかった。品目の選定も重要であると感じられた。