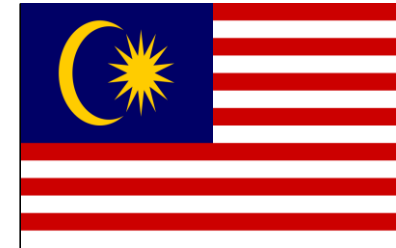
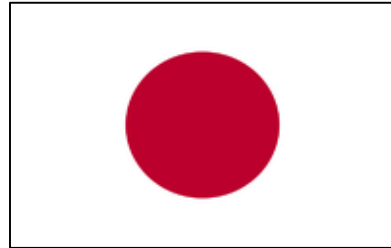


「日本産ふぐの輸出拡大プロモーション」

in マレーシア



主 催：水産物・水産加工品輸出拡大協議会

運 営：国際ふぐ協会

（事務局：エグジビション テクノロジーズ（株））

事業概要報告

- 事業名：「日本産ふぐの輸出拡大プロモーションinマレーシア」
- 実施日：2022年10月17日（月）～10月19日（水）
- 主催者：水産物・水産加工品輸出拡大協議会
- 運営：国際ふぐ協会（事務局：エグジビションテクノロジーズ（株））
- 事業目的：水産物・水産加工品輸出拡大協議会主催、国際ふぐ協会運営により、マレーシア首都のクアラルンプールの高級レストラン JAPAS 及び ISETAN ジャパンフードエリアに於いて、日本産フグと旬の魚の認知拡大のプロモーションを実施する。現地の中華や和食レストランにサンプルを直接持参し、フグのメニュー化にチャレンジしていただけるよう訪問活動を実施する。
- 事業内容：1) プロモーション・イベント
マレーシアにおけるフグ等の輸出拡大のため、現地のレストランオーナーやシェフ、サプライヤーをはじめとする関係者を招聘しフグ職人による実演と日本産フグと旬の魚（マグロ、カキ）の試食会を実施した。味、安全性、流通等に係るアンケートを実施した。
2) 消費者マーケティング活動
フグ、マグロ、ウナギのサンプルをマレーシアの一般消費者に試食提供し、アンケートを実施した。
- 成果：バイヤー61店へのPR活動、レストランでの試食により、約3,000万円の成約見込を得た。



事業内容

1. 実施の背景と準備

日本産フグ加工品の輸入が全て許可されているマレーシアにおいては、過去2年間渡航が出来ませんでした。国際ふぐ協会・マレーシア代表を務めるアンディ（SENDOICHI 代表）氏によって、プロモーションは継続実施していました。今回は日本もマレーシアもコロナによる入国・行動制限が緩和され、人々の交流も再開されてきたため、渡航を伴うプロモーションを実施することができました。当日会場で流すため、会場の JAPAS においてメニュー開発を協議し、事前に VTR を収録しました。



フグ春巻きを試作する Jeff シェフ



事前撮影



食材

マレーシアは、同様なイベントへの集客数が芳しくない状況である上に、コロナによる行動制限が緩和されたばかりのため、集客数を心配していましたが、開催の1週間前には参加申込者が80名に達し、JETROからの協力も得て100名の定員を超え、日本産フグへの興味や期待が大きいと感じられました。

事業内容

2. 現地の主要な先への訪問活動

日 程：10月17日（月）

目 的：実施にあたり、現地の主要な関係先を訪問

(1) JETRO

集客をはじめとする事業準備にご協力いただいた JETRO マレーシア小野澤所長様、園田様を訪問しました。

「コロナ禍の2年間、日本と全く往来できず、歯がゆい状態だったが、マレーシア人の所得も増えてきており、富裕層は600万人以上も存在し、クランバレーと呼ばれる中心地に集中して、シンガポールに引けをとらない魅力的な国になっている」と説明をいただき、最新のマレーシア日本食事情の資料も提供をいただきました。

JETROに向かう道すがら、至る所で建設ラッシュが見受けられ、地震がない国である故か、高層ビルが乱立していました。

フグについては「日本独自の食文化で魅力的なのだが、現地での認知が為されていないので、もっと詳細な説明や機能性をアピールすると良い」、「今回のプロモーション・イベントが好評であれば、次回は在マレーシア日本国大使館にもご協力いただきJETROで商社等を招待したフグの説明会・商談会を実施することも可能になります」等とアドバイスをいただきました。



JETRO クアラルンプールでの打合せ

事業内容

2. 現地の主要な先への訪問活動

(2) 在マレーシア日本国大使館

在マレーシア日本国大使館では、高橋特命全権大使にご面談いただきました。「マレーシアは親日国であり、富裕層も増えてきており、イスラム文化への入口としても、中東を見据えたマーケティングとしても最適な地である」とのことでした。「フグは、2017年に解禁した和牛に続くポテンシャルのある食材であり、JETRO と組んでお手伝いします。皆さんと私は同じ船に乗っていると思ってください!」と力強い応援メッセージを賜りました。この度のプロモーション・イベントの実施に賛同いただき、お忙しいなか、ご夫婦でご参加いただけることになりました。



在マレーシア日本国大使館 高橋特命全権大使と記念



事業内容

3. プロモーション・イベント

日 程：10月17日（月）

場 所： Japas by Jeff Ramsey

11th Floor, Work @ Clearwater, Jalan Changkat Semantan, Damansara Heights, 50490 Kuala Lumpur.

会場の JAPAS は クアラルンプール 中心部を望む眺めの良いレストランで、バイヤーが落ち着いて試食、商談をしていただくことに適した施設です。窓をフルオープンにできるので、コロナ禍においても安心な開放的な施設です。

シェフ兼オーナーであるJeff氏は、日本のミシュラン星のレストランで修業をされた経験を有しており、JAPASは創作寿司メニューが特徴のファイン・ダイニングです。高橋大使もよくご利用される先であると伺いました。

店内の装飾、マイクやモニターの設営、プレゼンやVTRのチェック、食材の準備、通訳との打合せ、VIPを含む受付やアンケートの手配や段取りなど、出来る限りSENDOICHIスタッフと当会メンバーで取り組み、効率的な運営に努めました。



会場の JAPAS



フグ刺身、フグ皮盛り付け準備中

19時より受付開始としていましたが、30分前に10名ほどが来場されました。その後も続々とゲスト（招待客）が来場され、あっという間に会場は満席となりました。刺身の準備をしていたシェフに注目が集まり、写真を撮影する方々で溢れるほどでした。

事業内容

3. プロモーション・イベント

○ イベントプログラム

1. 主催代表挨拶：国際ふぐ協会 古川会長
2. 共同主催挨拶：SENDOICHIマネージャー アルドレッド氏
3. 来賓挨拶：高橋特命全権大使
4. お酒の説明：JAPAS・ソムリエ ジャスティン氏
※冷たいヒレ酒で乾杯
5. フグ刺身・フグ皮デモンストレーション：吉田水産、永野商店
6. フグ春巻き（VTR）：JAPAS・Jeff氏
7. 日本産フグのプレゼンテーション：国際ふぐ協会 古川会長
8. アンケート回収、閉会



JAPAS 入口



古川会長あいさつ



高橋大使からご挨拶



フグ刺身デモンストレーション

事業内容

3. プロモーション・イベント



日本産フグの説明プレゼンの様子



賑わう店内



ゲストにインタビュー



VIP ゲスト



事業内容

3. プロモーション・イベント

○ 今回の日本産フグと旬の魚特別メニュー

使用原料：宮崎産及び長崎産の養殖トラフグ、北海道産マフグ、北海道産カキ・愛媛産マグロ

ウエルカムドリンク：冷たいフグひれ酒（京都：佐々木酒造）

揚げ：フグ唐揚げ

乾杯酒：冷たいフグひれ酒（山梨：太冠酒造株式会社）

熱燗：フグひれ酒

生食：生カキのサンバルソース・マグロ

刺身：フグ刺身、フグ皮湯引き

薬味：下関小ネギ、紅葉卸、

寿司：フグ白子ソースしゃり外巻き

シェフオリジナル：フグの春巻き

焼物：フグ一夜干し

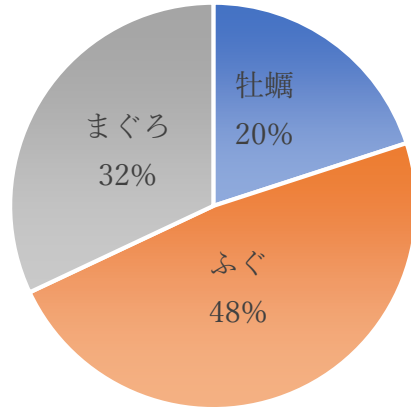


事業内容

3. プロモーション・イベント

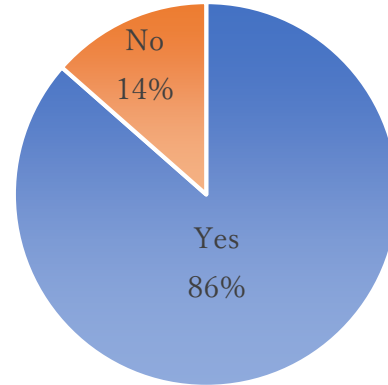
○ アンケート結果

① どのメニューが、一番良かったですか？

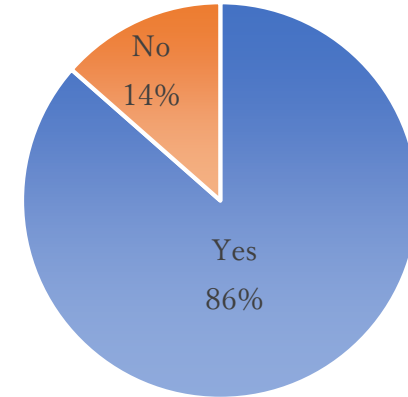


※一番美味しかったメニューは、白子です。

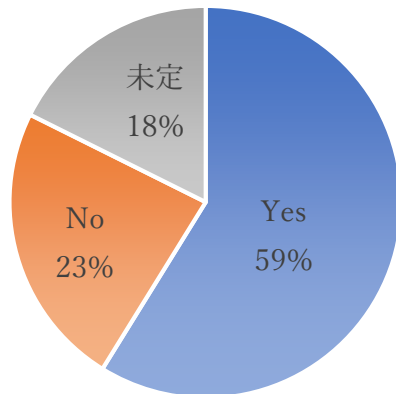
② 日本食材を使っていますか？



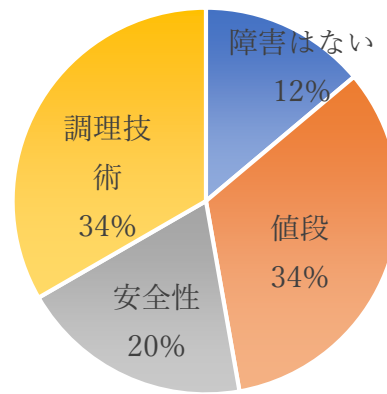
③ 日本海産物を使用していますか？



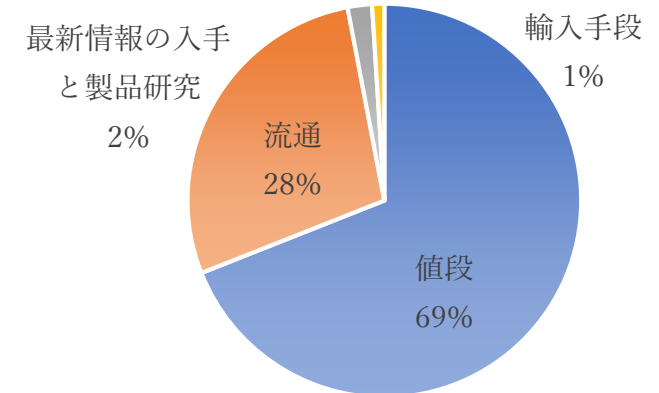
④ 日本産フグに興味はありますか？



⑤ フグ取扱で、何か障害はありますか？



⑥ 日本産水産物を取り扱うことに課題はありますか？



※ 多くのレストラン関係者が、「将来使ってみたい食材」にフグをあげました。

事業内容

3. プロモーション・イベント

○ バイヤーインタビュー

- ・「フグを始めて食べたけど、美味しかった。料理方法がたくさんあるので面白い食材。」
- ・「フグはマレーシアでウケると思う。」
- ・「5年前まではフグを扱っていたが、今回再度扱いを考えるきっかけとなりました。」
※ 当時は、味と価格がマッチしていなかったようです。
- ・「日本酒も流行ってきている。フグはお酒に合う。」
- ・「ファイン・ダイニングでは中華系のお客様がほとんどで、OMAKASE が大流行している。」
- ・「フグは全然怖くない。そんな人はそもそも食べにこない。」
- ・「以前フグは全然ダメだったけど、環境は変わってきている。」
- ・「フグは美味しい。クアラルンプールで扱うお店も増えると思う。」
- ・「刺身が最高、他にない食感。」
- ・「お客が中華系なので、ヒレ酒も喜ぶだろう。」
- ・「フグは高い。普通の店では扱えない。」
- ・「日本の文化が感じられる食材で、ゲストに喜んでいただける食材だと思います。」
- ・「毒がある、だけど美味しく食べられる。なんてユニークな食材なんだろう。」
- ・「マレーシアでしか日本のフグが食べられないことに驚き。これは、大きな差別化のポイントです。ぜひマレーシアの特徴としてアピールしたい。政府は、このことを知っているのかな？」
- ・「事前情報と食べてみた感じが、全然違いました。美味しいし、しかも安全なんですね。」

事業内容

4. 消費者マーケティング活動

日 程：10月18日（火）

場 所：ISETANブキビタンショッピングモールLOT10 4 F、J's Gate Dining

住 所：50, Jln Bukit Bintang, Bukit Bintang, 55100 Kuala Lumpur, Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur

会 場：ISETANショッピングモールLOT10の4 F

内 容：マレーシアの一般消費者が、日本産フグや魚をどのように思っているのかを調査すべく、JETROアドバイザーでもあるfan Japanマレーシア・五木田社長の協力の下、ISETANブキビタン内のJ's Gate Diningに於いて試食会を実施しました。調理人が日本産のマフグ、本マグロをスライスし、九州産ウナギの蒲焼きはスライス後にバーナーで炙り、寿司3貫セットで試食を提供し、アンケートを通じて感想をいただきました。



会場の J's Gate



シャリロボ



試食の日本魚寿司 3 貫



吉田社長の調理

フグはもちろんのこと、うなぎも知らない人が結構いたので、もっと日本水産物の周知が必要だと思いました。

事業内容

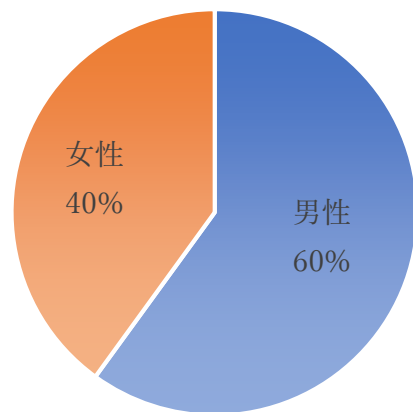
4. 消費者マーケティング活動



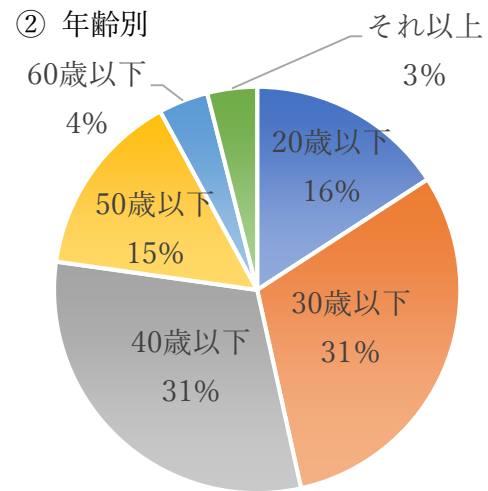
お寿司の試食とアンケート風景

○ 試食結果

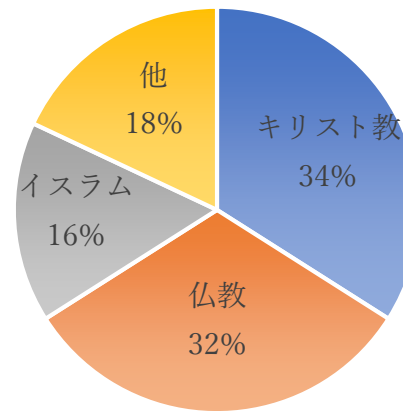
① 男女比



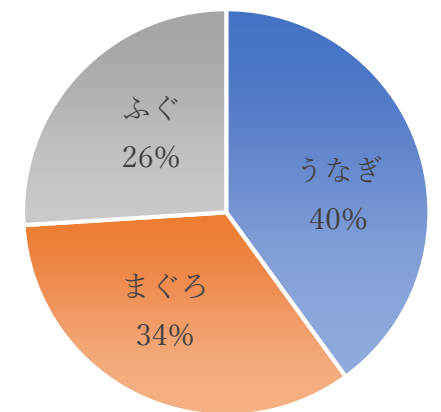
② 年齢別



③ 宗教別



④ どの寿司が一番おいしかったですか？



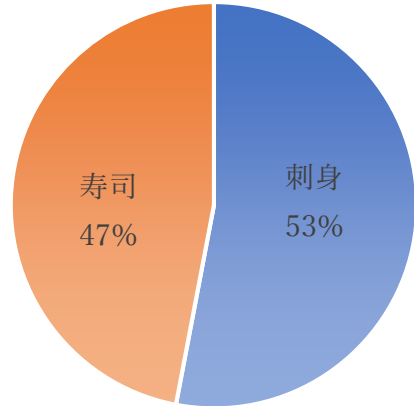
※ 人口比ではイスラム教が60%

事業内容

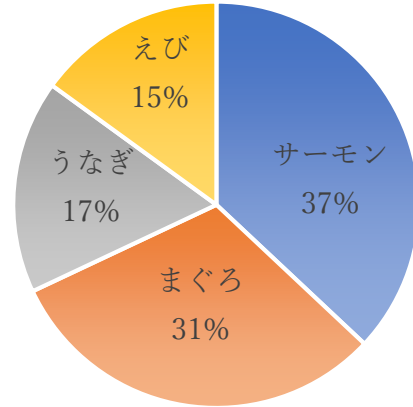
4. 消費者マーケティング活動

○ 試食結果

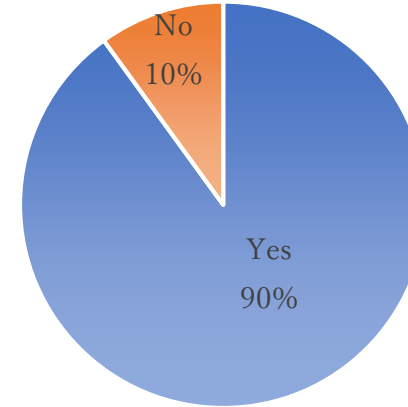
⑤ 日本水産物でよく見るメニューは？



⑥ 日本水産物でよく食べる魚は？

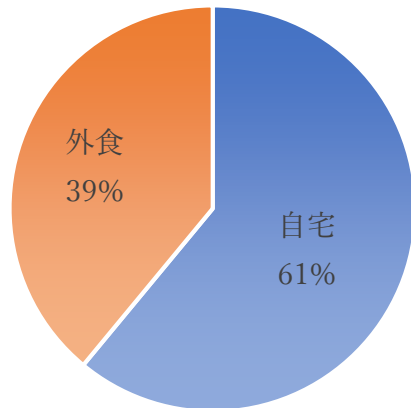


⑦ ハラルは気にするか？

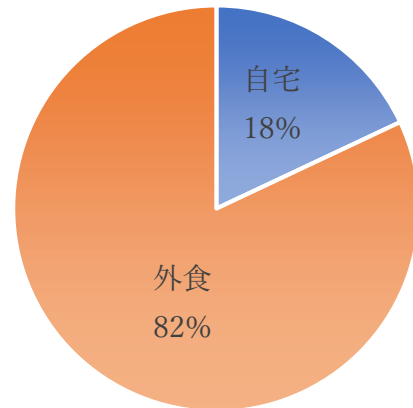


※ アンケートによると、フグは初めて食べてちょっと怖かったという人もいたが、免許をもったシェフを信じるといった人が多かった。プロモーション活動は、大切であると思いました。

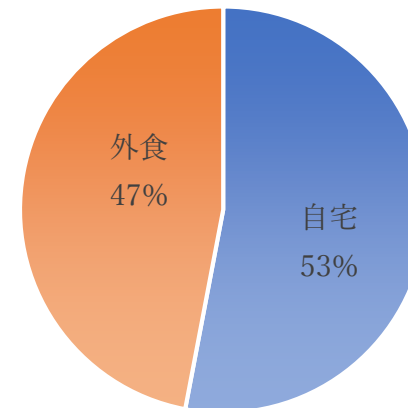
⑧ 食事はどこで摂りますか？（朝食）



⑧ 食事はどこで摂りますか？（昼食）



⑧ 食事はどこで摂りますか？（夕食）



※ 日本食が好きな人はコロナ禍で自宅食が増えているようです。

事業内容

5. バイヤー訪問活動



日 程：10月18日（火）～19日（水）

1) The Regent

住 所：Lot-A-0G-01, Block A, No. 2, Jalan Kiara, Plaza Mont Kiara, 50480 Kuala Lumpur.

内 容：日本人も多く住むキアラ地区に位置し、Tatler Dining Malaysia.からTOP20のレストランに選ばれた人気の中華レストランです。事前にお送りしていたサンプルで調理をした結果、フグ皮に興味を持ち、粥に入れてみたいとのことでした。マフグ身は味付けにこだわがあるので、唐揚げをやりたいが粉付けは不要、とのこと等、さらに現場で細かな料理方法やメニューについて意見交換をすることができました。素材を重視した広東風の調理なので、フグの食感を活かした料理を提案いたしました。春節時の料理であるイーサン（生魚の切り身を入れるがサーモンが主流）にフグを提案いたしました。何らかのフグのメニューをトライしてくれるとお約束をいただきました。中華レストランは、大規模であり、使用量も多く、このような老舗店でフグを取り扱っていただければ、同店での需要のみならず、現地で広く宣伝することにつながると思われれます。



フグサンプルを見ながら
メニュー検討



フグ看板ポスターを持って



事業内容

5. バイヤー訪問活動

2) ISHIN JAPANESE DINING

住 所： No. 202 Persiaran Klang Jalan Klang Lama 58100 Kuala Lumpur Kuala Lumpur

内 容：高級住宅街の中にあるレストランでヘッドシェフはマレーシア人、お客様の90%が中華系、10%が日本人です。日本酒を店内に飾ってあり、人気は伸びているそうです。フグはあまり扱っていないが、せっかく訪問してくれたので、ぜひ取り組んでみたいとの要望をいただき、ミガキから刺身、鍋、唐揚げの作り方を説明しました。消費者にアピールすべく、店外に設置する装飾物の提供要望があり、次年度のPMの課題となりました。日本の冬の時期に合わせてプロモーションを実施してはとの提案・要望をいただきました。



Willamシェフとフグメニューについて協議

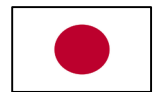
3) YUZU

住 所： T236, 3rd Floor, The Gardens, Mid Valley City, Linkaran Syed Putra, 59200 Kuala Lumpur

内 容：ショッピングセンター内に位置し、代表的な商業施設である Kuala Lumpur City Center（通称：KLCC）にもある日本食チェーンレストランです。シェフはマレーシア人で、フグは扱ったことがないとのことで、ヒレ酒の作り方や提供の仕方、唐揚げ、刺身などを説明して、後日サンプルを届ける約束をしました。イオンやISETANも入っている大きなショッピングモール内ですが、ビジネス客も多く、日本酒も「久保田」が並んで、メニューは寿司と刺身が人気とのことでした。フグもメニュー化したら人気が出そうと話してくれました。まずはテストしてみて、感想をきかせてもらうことにしました。



シェフとフグメニューについて協議



事業内容

5. バイヤー訪問活動

4) SOU創

住 所： Lot G247, Ground Floor, The Gardens, Mid Valley City, Lingkaran Syed Putra, 59200 Kuala Lumpur Kuala Lumpur

内 容： 2017年開業の人気OMAKASEダイニングレストランです。クアラルンプール市内のファインダイニングの中では廉価な価格設定で高い人気を誇ります。日本酒を好む人が増加していることもあり、たいへんな人気店という印象です。現状、フグはオーダーがあればトラフグのミガキを予約して仕入れる程度とのことでした。活ベのミガキフグを週1~2尾程度とのことなので、日本での最新冷凍機械で急速凍結したミガキの説明やポスターを渡して、メニュー化を提案しました。



シェフとフグメニューについて協議



事業内容

5. バイヤー訪問活動

5) M公館

住 所： B-G-3A Plaza Arkadia, Jalan Medan Residen, Desa Parkcity, 52200 Kuala Lumpur, Kuala Lumpur, Malaysia

内 容： 2020年に創業した、住宅街にあるたくさんのレストランが集合したプラザ内に店舗を構える中華レストランです。同プラザ内では犬を連れて散歩に来ている人が多く、イスラム教以外の方が多く住んでいる地域という印象でした。その中でもひとときわ大きい中華レストランで、店内には幾つものVIPルームが設置されています。300人ほど収容可能で、約30名ものシェフを抱えています。去年のプロモーションではマフグをサンプルとして提供しましたが、身が柔らかいとこのことで取り扱いが不可となっていました。今回はトラフグを提案し、サンプルを調理していただくこととなりました。

※ A5ランクの和牛も提供しており、日本酒も取り扱う可能性を有していると感じました。



ヘッドシェフ、仕入責任者へフグの紹介



この大規模の中華レストランで日本産フグがハマると面白いと思いました。

事業内容

5. バイヤー訪問活動

6) Yoshinari Restaurant

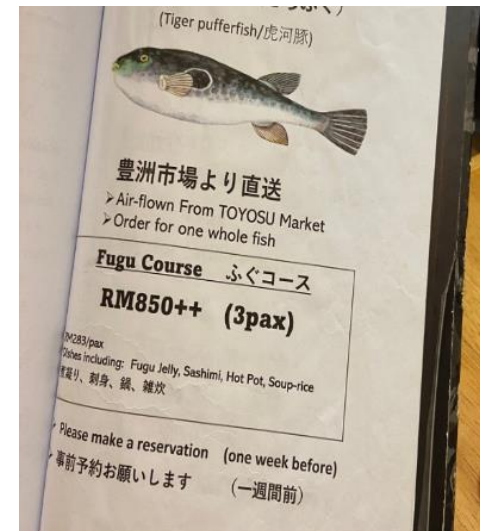
住 所： Plaza Damas 3, A-00-11, 63, Jalan Sri Hartamas 1 50480 Kuala Lumpur Federal Territory of Kuala Lumpur

内 容：渋谷吉成本店のれん分け店舗で、シェフは日本人です。1年中フグのメニューを取り扱っており、ミガキフグを予約に応じて仕入れています。本来のフグ料理に徹しており、唐揚げすらなく、現地でファンも抱えています。ランチを1,000円程度で提供されているが、日本のままの味付けで提供されていました。シェフはマレーシア人の舌に合わさずとも日本の伝統の味を守り続けた結果、定着出来ていると言っていました。

活ベのミガキフグもそのまま海外で仕入れてもちょうどよい締め具合となり、すぐに刺身を引けるので、フグは海外向きだと思ふとのこと。唐揚げの商品を提案し、サンプルをテストいただくことにしました。



サンプルの説明



フグ看板を入口にかけてもらう



事業内容

5. バイヤー訪問活動

7) KURIYA

住 所： Japanese Restaurant 285 Jalan Maarof T2, 3/F, Bangsar Shopping Centre, Kuala Lumpur, Malasia, 59000

内 容：シンガポールでも名高い日本スタイルのレストラングループ・RE&Sが展開する高級日本食レストラン・厨レストランで、店内には蕎麦窯もあり、勘八と並ぶ老舗の日本料理店です。クアラルンプール店では、最初の頃はフグメニューを積極的に取り組んだが成果に至らず、ゴムみたいな食感と捉えられたこと、高価格であったことが理由とのことでした。今は、要望に応じて仕入れをする程度に止まっており、唐揚げは、地元で良く食べられているカエルに食感も似ているので、差別化は難しいと考えるが、JAPASでのイベントの評価が耳に入り、最近は若年層が和食をよく食べるようになってきたとのこと、フグも再チャレンジしてみたいとのことでした。

「福」を呼ぶということで、お正月料理のイーサンに入れる生魚の切り身としてフグ刺身を提案しました。春節向けにメニューを検討している最中とのこと、具体的な価格とサイズの規格を要望され、フグ刺身のサンプルを作ってお送りする約束をしました。

※ 次回のプロモーション時には、斯様な地元の風習（イーサン）に向けたポスターの作成を検討したいと思えます。



サンプルの説明



フグポスターを店内に掲示してもらう



6. 所 感

まず初めに、水産物・水産加工品輸出拡大協議会主催による日本産フグの輸出拡大プロモーションを現地・クアラルンプールで実施できたこと、心より感謝いたします。JETRO、在マレーシア日本国大使館には、多大なるサポートもいただきましたこと、重ねて感謝を申し上げます。

日本の報道によると、マレーシアは政治不安などで経済が伸び悩んでいるとの印象でしたが、街や人々にはエネルギーが溢れ、レストランも活気が感じられ、資源も豊富なマレーシアは今後も成長性を有する国であると感じました。2017年に訪問した際と比較すると、日本食や日本酒の理解が進んでいること、現地のシェフが立派に日本食を提供していること、OMAKASE料理が人気で本物の日本食を好むように変化していることを感じました。

日本産フグの現状としては、日本食レストランでフグは使用されているが、予約だけの提供に限られており、輸出が少量にとどまっているようでした。この状況を打開し、輸出拡大につなげていくためには、フグ料理を広く認知させること、現地料理人へフグ調理技術の提供をすること、中華レストランでメニュー化すること、お正月料理のイーサン向けのフグ提供を根付かせること等が考えられます。日本のフグ料理チェーン店の各社との情報を共有し、マレーシアへの新規出店も提案したいと考えています。

日本の水産物については、寿司を通じて提供していけば、ハラル規制が少なく、生食が徐々に浸透してきていることから、市場性を有すると感じられました。

今後については、在マレーシア日本国大使館・高橋特命全権大使及びJETROクアラルンプールからも国際ふぐ協会へご協力をいただけるとのことですので、日本産フグブーム、日本産水産物ブームを呼び起こし、輸出拡大につなげることができるよう地道に、真摯に活動を継続していく所存です。

