

平成 29 年度
農林水産物・食品輸出促進対策事業のうち
中堅・中小食品関連企業海外展開特別対策事業

事業実施報告書

2018 年 3 月

株式会社 JT B コーポレートセールス

(1) 事業の概要

1) 本事業の枠組み 農林水産物・食品輸出促進対策事業

本事業実施計画書により説明される事業（以下、本事業）は農林水産省が実施する「平成29年度農林水産物・輸出促進対策事業のうち中堅・中小食品関連企業海外展開特別対策事業」の一部として実施される。農林水産物・輸出促進対策事業の趣旨・目的は以下の通り。

1. 趣旨

少子高齢化等により国内の食市場の縮小が見込まれる中、農林水産業・食品業のさらなる成長のためには、国産農林水産物・食品の輸出促進や食産業の海外展開を図り、世界人口増加や各国の経済発展等により今後大きく成長するグローバルな食市場を獲得することが重要である。同事業は農林水産物・食品の輸出促進に資する施策を一体的かつ総合的に推進するもの。

2. 目的

農林水産物・食品の輸出促進に向けた取り組みを推進し、輸出力強化戦略に基づく商流確立・拡大に取り組むとともに、諸外国の輸入規制の緩和・撤廃等の輸出環境整備を推進することを目的とする。

2) 中堅・中小食品関連企業海外展開特別対策事業

上述の農林水産物・食品輸出対策事業のうち「中堅・中小食品関連企業海外展開特別対策事業」は以下の趣旨・事業項目に沿って実施される。

1. 趣旨

平成28年5月に日露首脳会談で示された8項目の「協力プラン」に基づき、経済分野をはじめとした交流促進に向けて、貿易や企業進出の活性化を図るための支援を実施する。企業進出の活性化のため、連携先となる日露の関連企業開拓のためのビジネスマッチング、日本産農林水産物・食品の販路拡大のためのマーケティング支援等を行い、日本の食関連産業のロシア進出を目指す。

また、日本産品の輸出を拡大する上では、日本産品そのもののみならず、世界で高く評価されている日本食・食文化と併せて幅広く発信し、効果的に、かつ、正しく伝播させることで、日本産品の需要を高めて普及を加速する仕組みの構築が必要である。

2. 事業項目

- (1) ロシア進出に当たっての国内外の連携先開拓支援事業
- (2) ロシア進出企業の課題解決支援事業
- (3) 日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業

3) 本事業の事業項目および事業実施者

本事業実施計画書は、事業実施者である株式会社JTBコーポレートセールス（以下、本事業実施者）が上記事業項目のうち実施する以下の事業項目の実施計画を説明し、事業承認者に承認申請を行うもの。

1. 本事業での事業実施項目

- (2) ロシア進出企業の課題解決支援事業
- (3) 日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業
 - [1]マーケティング拠点設置における試験販売
 - [2]日本産農林水産物等のプロモーション

本報告書では、全事業のうち、日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業、マーケティング拠点設置における試験販売について記載する。

(2) 事業の実施方針

1) 事業の目的

今日の日露関係をみてみると、健康食を意識した日本食の価値観が醸成されつつあると言える。また、外食の中でもイタリア料理に続いて人気の高い料理が日本料理である。

ロシア国民の食生活は、糖分を多く含んだ食事が多く、糖尿病及び肥満体質の人が増加傾向にあり、健康を意識した日本食へのニーズが加速している現在、日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業の一環として、ロシア主要都市にてマーケティング拠点を設置し試験販売を実施、ロシアの消費者の嗜好性等を把握し、事業者による商品開発・改良・輸出計画の立案及び実際の商談への活用に結び付ける。

2) 事業の成果目的

- ・嗜好性調査来店者へのアンケート300枚回収。
- ・公募の中から日本産出品数を10品以上とする。

(3) 事業の実施方法

1) 事業の目的・成果目標・実施内容

日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業のうちマーケティング拠点設置における試験販売

1. 目的

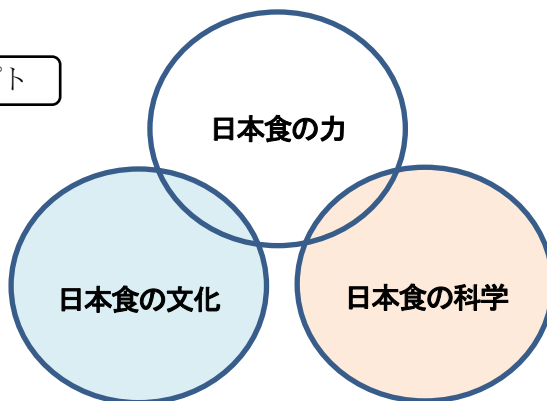
ロシアの主要都市等において、日本産農林水産物等の試験販売を実施するマーケティング拠点を設置し、農林水産物等のマーケティングのための輸出計画の立案及び実際の商談への活用に結び付ける。また、日本産農林水産物等の魅力発信のプロモーション等を行い、消費者の嗜好性との把握の他、日本産品への信頼性向上と普及を図る。

【コンセプト】

日本食で健康マネジメント「からだが喜ぶ日本食」

*ロシアでは、食事と生活様式の影響が起因とされる心血管疾患が高い割合で発生しています。健康寿命の延伸を図るためには、食から健康を考えることが必要不可欠です。からだに良い日本食は健康をサポートする上で理想的な役割を担ってくれます。例えば出汁の旨味は減塩に繋がり、発酵食品は腸内環境を良い状態へ導いてくれます。楽しく、おいしく、体に良い日本食の提案を通して日本食の良さを実感していただく機会となります。

商品選定のコンセプト



《五味》

「甘味」「酸味」「塩味」「苦味」「うま味」

1908年東京帝国大学の池田教授が、昆布からうまみ成分を発見。

100年後の2000年、アメリカのマイアミ大の研究が舌にうま味を感じる受容体の存在を確認。

酢酸菌・麹菌・乳酸菌・酵母菌など

発酵食品：清酒・味噌・醤油・ぬか漬け・お酢など

2. 事業の成果目標

定量的目標：・嗜好性調査来店者へのアンケート300枚回収

・公募の中から日本産出品数を10品以上



実績：・モスクワにて616枚（内有効数614枚）ウラジオにて1825枚（内有効数1822枚）

合計2441枚（内有効数2436枚）を回収

・公募により13品目の日本産商品を選定

3. 実施内容

①ロシアの法令及び通関等に必要な手続に関する情報収集（現地インポーターとの連携）

②拠点の設置・運営

設置都市：モスクワ、ウラジオストクを予定

試験販売対象品目：EAC承認された日本産品

期間：2017年10月から12月

試験販売する商品の募集方法：JTBが展開する日本企業海外進出支援LAPITAサイトにて6月より募集

③拠点の広報活動

・FacebookやInstagramを活用し、富裕層から一般消費者まで幅広くPRを行った。

・ソーシャルメディアを活用した、オンライン店舗への誘因を図る。

4. 全体概要

ロシア人の食に対する関心の変化

食の安心・安全へ関心が高まるロシアでは2010年ロシアでは2010年認証制度が改正され、食の安心・安全は厳格に管理されています。また、ソ連崩壊後は資本主義社会の台頭により、健康・勤勉が豊かな生活への架け橋となることから、健康への認識が高まり、食生活に影響を与え続けており、ソ連崩壊直後58歳だった平均寿命が、近年では67歳以上に伸び続けています。日ロ経済協力プラン8項目の1項目「医療」には、政府間協力による健康寿命の改善が含まれており、暮らしの基礎となる安心・安全でおいしい、健康を築くための食の選択肢が求められています。

ロシアの経済の現状

マクロ経済的視点からは、ロシア経済が石油輸出に依存する性質はいまだ確固たるものがあり、石油価格が下落すると大きなダメージを受ける経済的不安定さは否めない。[Novie Izvestiya]によれば、2017年度の経済に対し上位中間層(59%)は「悪くなった」と回答。「良くなった」と回答した人は15%であるとはいえ、「今後良くなると期待している」との回答は、年を追うごとに増加(2017年は30%)している。特に上位中間層の消費マインドは活性化する傾向が見て取れる。

都市の選定理由

◆モスクワ

欧州最大の都市であり、最も多民族の都市。それだけ住民の嗜好の傾向も多様性に富んでいる。ここで日本食の価値を幅広い層に知ってもらえることができれば、他の都市への波及効果は極めて高い。

◆ウラジオストク

ロシア極東において人口だけでなく最大の経済の中心都市である。プーチン大統領が「21世紀のベクトルは極東にある」として発展に注力し、人口の増加を目指す、そのための食住の環境をまずウラジオストクで示す方針を打ち出している。日本も経済協力で後押しすることを約束する重要都市。

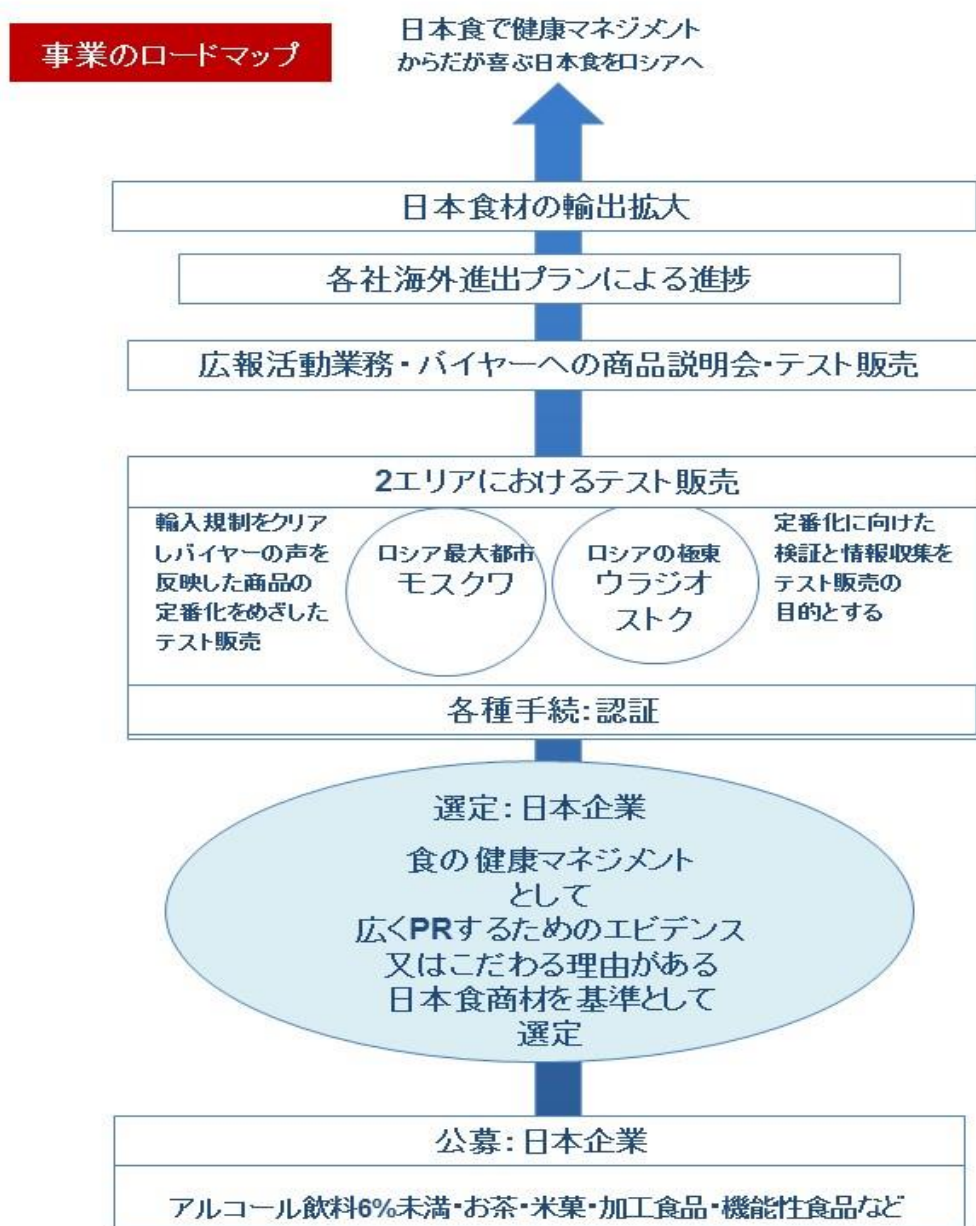
展開店舗選定の理由

◆モスクワ

ミドル～ハイエンドの経済層に浸透させることで、将来的に日本食文化の波及効果が高まる。ロシア経済は、漸くトンネルを脱し実質購買力が上向き、再度中層階級の幅が厚みを増し始めている。こうした流れの中で、中・高経済層の顧客を対象とするグローブスグルメにおけるテスト販売を開始することは目的に合っている。

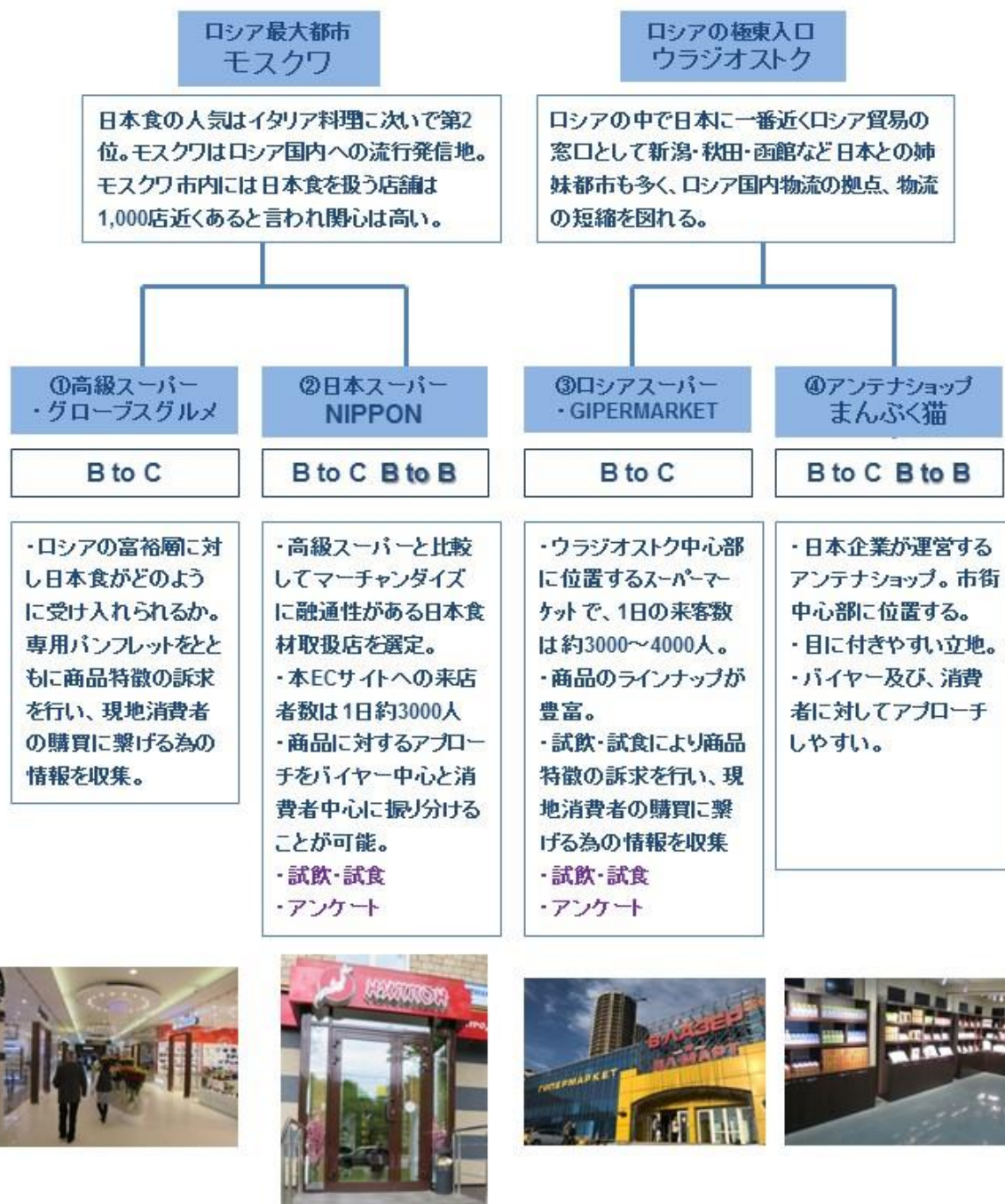
◆ウラジオストク

NIPPON社は、グローブスグルメ(モスクワ市内に5店舗以上)への卸売業を営む傍ら、小売業として自社直営の日本食専門の4店舗及びECサイトでの展開を通じその普及に努めている。日本食を理解しており、販売努力の姿勢においても協力パートナーとして適切な企業である。



表：事業のロードマップ

実施都市及び主要販売実施店舗



表：実施都市及び主要販売実施店舗

5. 実施概要

■ テスト販売及びアンケート調査

実施期間：平成29年10月～平成30年3月上旬

実施都市：モスクワ・ウラジオストク

■ モスクワ大使館：天皇誕生日レセプションへの出展(展示・試飲)

日時：平成29年12月7日(木)18:30～20:30

場所：在ロシア日本国大使館

主旨：大使館主催の天皇誕生日レセプションに会場されたアッパーミドル～ハイエンド層のオピニオンリーダーやインフルエンサーへのアプローチを通じたPR、及びテスト販売を継続する店舗へ誘致図った。

■ バイヤー意見交換会：モスクワ

日時：平成29年12月8日(金)13:00-17:00

場所：日本料理レストラン 一番星 (<http://www.ichiban.ru/>)

主旨：来場されたバイヤーへの試飲・試食体験等を通じ、日本産食品の魅力を訴求し、商談に繋げる。

■ バイヤー意見交換会：ウラジオストク

日時：平成29年12月20日(水)13:00-15:00

場所：現代ホテル内エメラルドホール (<https://hotelhyundai.ru/ja/>)

主旨：来場されたバイヤーへの試飲・試食体験等を通じ、日本産食品の魅力を訴求し、商談に繋げる。

■ フォーカスグループインタビュー (FGI)の実施

日時：平成30年3月15日(木)10:00-16:00

場所：モスクワ ジャパンハウス (<http://www.saison-group.ru/jp/>)

主旨：テスト販売商品の試飲・試食を通じ、クローズド形式のリラックスした雰囲気の中、商品に関する感想・改善点、日本産品に対する認識その他、店頭アンケートでは深く聞くことができなかった情報を回収し、出店企業へ提供。

● テスト販売事業のウェッブ告知とエントリー企業募集

JTBが運営する海外展開支援サイトLAPITA内にHPを作成し事業告知を行った。

(表：掲載ページ画面1↓)

(表：掲載ページ画面2↓)

◆◆◆◆◆ 本事業について ◆◆◆◆◆

【事業の概要・目的】
本事業は、ロシアの主要都市において、日本産農林水産物に関する食品の試飲販売を促進するマーケティング活動（イベント・セミナー）を実施し、インストア・オンライン・オフラインでの販路拡大を図る。ロシアの消費者の嗜好を把握し、事業による販路拡大、試飲・試食の促進、輸出業者の営業活動への支援に結び付け、輸出促進や販路拡大による日本産農林水産物に対する認知度の向上、信頼向上と普及を図るために実施します。

【事業の実施方針】
① 試飲販売のための販路の確保
② 販路拡大のためのマーケティング戦略の立案・実行
③ 出店業者のPR・プロモーション
④ 出店業者による販路拡大の支援
⑤ 出店業者による販路拡大の支援
⑥ 出店業者による販路拡大の支援

【実施スケジュール】
本事業は、以下の通り実施する予定です。
(1) 実行計画の立案・実行：2017年10月～12月
(2) 参加企業募集：2017年10月15日（月）～7月14日（金）
(3) 参加企業への案内・説明：7月14日（金）～7月20日（木）
(4) 実行計画、参加企業募集、販路・試飲・試食：2017年7月21日（金）以降
(5) テスト販売：2017年10月～12月の3か月間
(6) イベント実施：2017年10月～12月
(7) テスト販売結果報告：2018年3月

【参加企業募集】
募集期間：2017年10月～12月（3か月間）
募集地域：ロシア、ウラルシナイド、シベリア
業種：食品・飲料、日本産農林水産物、食品、化粧品、アパレル、ファッション、レストラン、高級サービス
主要ターゲット：輸出業者、販路拡大、販路拡大、販路拡大、販路拡大、販路拡大、販路拡大、販路拡大
主要テーマ：日本産食品の健康・安全・品質・信頼性（これらの点が日本産食品の強み）

【募集要項】
・ 法人・個人問わず、食品・飲料（6%以上）はEAC（ロシア規格認証）取得の場合のみテスト販売が可能です。
（EACマークは「Eurasian Conformity」の略称です。）
・ 輸出可能な商品（輸出業者）を有していること（輸出業者は、テスト販売の仕様が異なります。）
・ 出店する場合は、東京、大阪、岡山、北海道のいずれかで、道の庁舎等での出店費用は、各社負担となります。
・ EAC規格取得：必要と認められる場合は、EAC規格取得費用、検定費用、検定料など、出店時に必要な書類・検定料等、運賃・送料等、諸費用は別途必要です。

【応募条件】
・ ロシアへ輸出可能な農林水産物の中から、ロシアの食品市場や食の嗜好等を踏まえ、日本産・食文化の認知度の向上が期待できる商品、食品を募集します。
・ P.L. (製造商名) 表示（一部は消費者保護法等で規定している時期責任表示でも可）に加入していること。
・ 輸出業者名、JAS番号等の表示が必須で対応できること。

詳細は、こちらの募集要項をご覧ください。
[ロシア主要都市における日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業（JTB）](#)

日時	【エントリー受付日時】2017年6月27日（水）～7月14日（金）17:00まで
対象	日本産農林水産物に関する食品の生産・製造・加工を行っている方
主催	農林水産省（運営委託：株式会社JTBコーポレートセールス）
内容	【参加要項】 応募者は、下記のエントリーシートをダウンロードし、応募に必要な書類一式と共に、株式会社JTBコーポレートセールス (lapita@jtb.jp) まで送付いたします。 【エントリーシート】ロシア主要都市における日本産農林水産物・食品の販路拡大支援事業 テスト販売 ※書類提出期限：7月14日（金）17:00まで FAXでの提出は受付できませんのでご注意ください。 下記「申し込み」からの登録は不要です。

お問い合わせ
＜運営事務局＞株式会社JTBコーポレートセールス 新築第五事業部 クローバルビジネス推進課
ロシアサポートデスク 担当：福川・東・坂井
TEL: 03-5909-0091 FAX: 03-5909-0110
E-mail: lapita@jtb.jp
〒143-0426 東京都目黒区目黒2-4-1 新築三井ビル209号

● 事業説明会

事業の説明を行うため、ロシア経済セミナーとテスト販売説明会を開催を
SENQ京橋にて2017年6月26日（月）開催



写真右：ロシア経済事情と日本食材ロシア向け輸出について講演する日本食文化ロシア普及協会会長
日ロ経済交流コンサルタントの朝妻幸雄氏

写真左：極東ウラジオストク経済事情について講演するPegasus-HC LLC代表の池田英希氏

● テスト販売事業の選定委員

ロシアテスト販売の商材を選定するため、下記3名の専門家に協力を頂いた。ロシアの日本食流通に詳しい日本食文化ロシア普及協会会長の朝妻幸雄氏、日本茶インストラクター協会の上原美奈子氏、国際ビジネスアドバイザーで元味の素で海外現地社長を歴任した酒井芳彦氏。

● エントリー数及び選定結果

エントリー企業総数15企業+1団体（協議会）商品総数42品のエントリーを頂きその中から農林水産省と検討を重ねた結果、おいしく・安全安全で、賞味期限が6カ月以上あり、コストパフォーマンスが妥当な13の商材を選定した。

● 訴求ポイント

コンセプト：健康をマネージメントする各商品の訴求ポイントは下記の通り。

日本茶：茶葉を醗酵させないことで健康に良い生葉の成分を残す日本茶。

黒豆麦茶：ポリフェノールの一種イソフラボンを豊富に含んだ黒豆茶

国産紅茶：消化促進作用があるレモングラスと国産紅茶をブレンド。茶葉は安心安全の日本産

米菓：一粒一粒にこだわったグルテンフリーなヘルシースナック。おやつやお酒のおつまみに

焼肉ダレ：腸内環境を整えてくれる発酵食品醤油をベースに様々な食材ブレンド。

ごまダレ：抗酸化作用、美肌効果のあるごまだれ

みかんジュース：ビタミンC豊富な和歌山産みかん100%使用

甘酒：新陳代謝の活性化、老化防止、腸内環境を改善し免疫力を助ける甘酒。飲む点滴。

ミラクルボディV：気力、集中力を高めるガラナエキスや高麗人参など体に優しい飲料

しじみラーメン：抗酸化力を高める発酵食品醤油をベースに肝臓に良いとされるシジミエキスをブレンド。

NO	種別	企業名(日本語)	商品名	商品画像	実施期間
1	日本茶	株式会社マルカ	松寿園 自然農法栽培茶		2017年 10～12月
2	日本茶	有限会社 大蔵園	夏摘み茶 掛川産 本格白碾き深蒸し粉末茶		2017年 10～12月
3	日本茶	株式会社 悠雅堂 (メーカー名: 三栄興産株式会社)	日本の黒豆麦茶 20P		2017年 10～12月
4	紅茶	株式会社気ごころ	レモングラス		2017年 10～12月
5	米菓	ぼんち株式会社	ピーナツあげ 70g		2017年 10～12月
6	米菓	ぼんち株式会社	EXIぼんち揚40g		2017年 10～12月
7	米菓	ぼんち株式会社	6パック 海鮮揚げえび揚げせんr		2017年 10～12月
NO	種別	企業名(日本語)	商品名	商品画像	実施期間
8	調味料	ベル食品株式会社	カルビーのたれ		2017年 10～12月
9	調味料	ベル食品株式会社	ラーメンサラダ焙煎ごまだれ		2017年 10～12月
10	清涼 飲料水	和歌山県産品ロシア輸 出協議会	100%ピュアジュース みかんしぼ り		2017年 10～12月
11	清涼 飲料水	株式会社 日本サンガ リア ベバレッジカン パニー	こだわりの冷やしあま酒 190g缶		2017年 10～12月
12	清涼 飲料水	株式会社 日本サンガ リア ベバレッジカン パニー	ミラクルボディV 350g缶		2017年 10～12月
13	加工 食品	星醸造株式会社	一番星麵 (喜多方しじみしょうゆラーメン) ※ノンミート		2017年 10～12月

※画像：選定13品目





※画像：ロシア語テスト販売消費者向けパンフレット

■ テスト販売及びアンケート調査

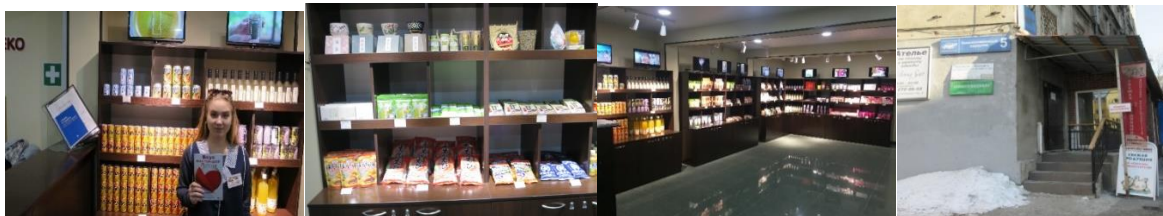
出品商品のプロモーション：マーケティング拠点でマネキンを活用し、試食・試飲を実施
 アンケートの実施：プロモーション時にアンケートを実施、消費者の評価・意見を収集)

テスト販売実施風景

ウラジオストク：GIPPERMARKET



ウラジオストク：MANPUKUNEKO



モスクワ：Globus Gourmet



モスクワ：NIPPON



● テスト販売員からの試食後コメント

No.	商品名	都市名	販売員コメント	No.	商品名	都市名	販売員コメント
1	ビーナッツ揚げ	モスクワ	・全体的に美味しいという評価が高く、嫌いというコメントをした人は少数。 その一方で、ビーナッツに対するアレルギーを心配する声もあった。 ・粉を使用しているのではと考える人がいた。	10	深蒸し粉末茶	モスクワ	・試飲後に気に入ったという購入した消費者が数名いたが、粉末茶を知らずに驚く人も多かった。 ・NIPPONの顧客は日本のお茶を知る人々が多くが粉末茶は見慣れていないが、インスタントと違い抵抗感を持ったのももれない。またこの粉末茶の香りが馴染みのないものだったため、好き嫌いがはっきりと別れたように感じた。 ・美味しいミルクと混ぜた色々な飲み方が試せることをお伝えした。
		ウラジオ	・多のから好意的なコメントをいただいた。試飲後、そのまま購入していかれる方もいた。 ・サクサクしていて飽きずに食べられそうと好評であった。			ウラジオ	・手軽で便利に美味しいお茶が飲める。 ・香りを余りないと感じた人々が多かったが、試飲すると苦味が少なく、美味しいと評価されていた。 ・「向日美の種の殻の香りがする」という声もあり、「こういうお茶は初めて飲んだ」という方も少なからなかった。 ・見た感じでは色が濃(紅茶)に似ているので、緑茶よりは受け入れやすい印象があった。 ・全体的には、好き嫌いがはっきりと別れた商品だった。 ・珍しい味だけおいしいとのこと、カフェインがないので好意的に受け入れられた。
2	ぼんち揚げ	モスクワ	・全体的に美味しいという評価が高く、「毎日食べたいと思う味だ」「軽くてとてもおいしい」等のコメントをいただいた。 ・試食をして直ぐに購入する人もいれば、油が多(レステロール)過多を懸念する子連れの主婦連もいた。 ・アンケートに回答後、即座に購入した子供がおり、この子供はピーターとなった。	11	黒豆麦茶	モスクワ	・珍しい味だけおいしいとのこと、カフェインがないので好意的に受け入れられた。
		ウラジオ	「毎日食べたいと思う味、軽くてとてもおいしい。」			ウラジオ	・「香りがとても素晴らしい、味も良い、全体的に試飲した人の多くが気に入っていた。 ・価格面では、5パック入りで503ルーブル(約1060円)は値段が高過ぎるという声が多く、試飲後に購入したのは1名ほど。 ・「パッケージが素晴らしい」という声も若干あったが、多くは「パッケージから中身が全く想像出来ず案のよう」とのこと。 ・高所得層をターゲットに絞り、パッケージの改善ができれば購入に繋げるのではと感じた。
3	えび揚げせん	モスクワ	・全体的に美味しいという評価が高く、試食して直ぐに購入する人もいた。 ・上記の2種類と容量は10gほどしか変わらないものの、値段に対するボリューム感があるとして高評価する人も多かった。 ・「ピーター」になったお客様がおり、今後販売が継続されるなら箱買いたいとのこと。 ・パッケージにエビのデザインがあるため、中身が分かりやすいということでも高評価を得た。	12	和紅茶レモングラス	モスクワ	・「とても美味しいので買っていきます」と何名もの方が試飲後購入された。
		ウラジオ	・海老のライスクラッカーはめずらしく、美味しい、と子供から大人まですべてのお客様に喜ばれた。 ・概して好評だったが値段が高く躊躇して、なかなか購入には至らなかった。 ・「このジュースは最高においしい。みかんだけで添加物が入っていないのがいいと思う。」 ・この商品はグルメで高所得層層人向けの商品であり、高級レストランなどに適している。 ・「最高においしい。みかんだけで添加物が入っていないので体にとてもいいと思う」とご意見をいただいた。 ・多くの方がみかんジュースを買いたが、値段で躊躇していた。(販売員)				
4	ミカンジュース	モスクワ	・値段にも手頃で、着者に人気が高かった。ロシアで流通しているレッドフルに味が似ているからかもしれない。 ・NIPPONでは既に500mlサイズのミラクルボディを販売しており、定期的に購入されている。	13	喜多方ラーメン	モスクワ	・「とても美味しいので買っていきます」と何名もの方が試飲後購入された。
		ウラジオ	・「とても美味しいので買っていきます」と何名もの方が試飲後購入された。			ウラジオ	・特別に美味しい、まずいと言った評価はなく、平均点の評価であった。 ・ロシアでは、90年代から販売されている韓国や韓国の安価な即席麺(四角いカップ麺「ドンジャク」)の認知度が非常に高く、「即席麺」イコール化学調味料を多用しており体に悪い商品と思われているため、このイメージがマイナスに作用したと思う。なるべししみの効果を謳ったが、「しみを知らない人」が多く、しみの効果を謳っても、もったしみの情報及び実物が目立つという声が多かった。また通常パッケージにはラーメンが描写されているが、喜多方ラーメンにはそれが無いため、分りにくいという声もあった。即席麺に対する消費者を見ていると、ラーメンが描写されている商品も多く購入しているようだった。しみラーメンなら、しみの写真をパッケージに載せても良いのではないかと思つた。
5	ミラクルボディV	モスクワ	・値段にも手頃で、着者に人気が高かった。ロシアで流通しているレッドフルに味が似ているからかもしれない。 ・NIPPONでは既に500mlサイズのミラクルボディを販売しており、定期的に購入されている。	14	Coco Carob	モスクワ	・この商品のパッケージでは、中身がラーメンだと分らないという声があった。多くの方からおいしと評価された。 ・ココナツとオレンジの味が強(感じられ、とても美味しいと評価する人々が多かった。またキャラボの味を知っている人々も多数おり、「懐かしい味」、「ダイエットに効果的」、「種原病に効く商品」というコメントが多数あった。当該商品は健康にも良いと感じる人が多かったように感じた。「今直ぐに購入したい」、「今後もNIPPONで販売してくれるのか?」という声が多く、評価は概してとても高かったように思う。
		ウラジオ	・「とても美味しいので買っていきます」と何名もの方が試飲後購入された。			ウラジオ	N/A
6	あま酒	モスクワ	・「日により絶対に飲みたない」と言う人も、美味しいという声も多かった。感覚値では「気に入った」人の割合が30%程度。 ・見慣れない飲み物のため、敬遠する声も多かった。「日本の伝統的な健康に良い飲料とアピールすると、ウオッカを飲むように一気飲みする人もいた。 ・コップに注いだ時の見た目、臭いが気になるという声が多かった。	15	Soy Tart	モスクワ	・全体的な評価は、まあまあといった感じで、「はざはざ過ぎる」、「味を感じない」、「スバリキ(ロシアの伝統食品で、黒パンを刻み揚げたもの)」という声が多かった。一方で、豆乳を使用していること着目する健康志向のお客さんもいて、こういう人々には健康に良い商品と評価された。普通一般の人々には、おからはロシアではほとんど知られていないので、馴染みのない味を興味を感じたのももれない。
		ウラジオ	・ロシア人に甘酒は味の合わないそうで、飲みにくいという声が多かったです。			ウラジオ	N/A
7	カルピたれ	モスクワ	・大多数が「美味しい」と評価し、うち数名が試食後に購入した。 ・「ロシアには馴染みのない(イーストの味)」コメントする人も多かった。 ・容量と値段が合わないというコメントもあり、もっと容量が多ければ購買に繋がるかもしれない。	15	Soy Tart	ウラジオ	N/A
		ウラジオ	・味のちよっと甘くてちよっと酸っぱいの味がロシア人に好評を得ている(販売員)。				
8	ゴマだれ	モスクワ	・試食したほぼ全員が「とても美味しい」と評価し、値段が高すぎる、ということで購入に至らないケースが多かった。 ・「塩分が過ぎる」、「酢が強過ぎる」、「値段に対して容量が少ない」という声もあった。 ・カルピのたれ同様、大きいボトルがあればお得感を感じることができ、購買に繋ぐことができたかもしれない。展示の際、左側に「他社の大サイズボトルのため、たれが値段の割には、量が少ない」印象を持たれてしまった。	15	Soy Tart	ウラジオ	・多くのロシア人は胡麻がとても体に良いという認識を持っており、ごまだれは味も美味しいので評判が良く、試食して購入してくれのお客様も少なくない。
		ウラジオ	・多くのロシア人は胡麻がとても体に良いという認識を持っており、ごまだれは味も美味しいので評判が良く、試食して購入してくれのお客様も少なくない。				
9	自然療法栽培茶	モスクワ	・評価は全体的にとても高かったが、時には驚きのコメントもあった。 ・香りが強すぎたジャガイモのようだというコメントもあり聞いた。 ・年齢の方からは、濃い紅茶の味に近いというコメントもあった。 ・値段がRUB400(約800円)と手頃で満足度が高かったが、後にRUB600(約1200円)に上がり販売数が減ってしまいました。	15	Soy Tart	ウラジオ	・香りがよく、元気になるというコメントを何度も聞いた。
		ウラジオ	・香りがよく、元気になるというコメントを何度も聞いた。				

● テスト販売の実績

◆テスト販売実施期間：平成29年10月~12月上旬まで

◆各店舗への提供数： 基本は各商品25 (試食分含まず)

但し、各店舗の販売状況により、提供数を超えた場合は備品を該当店舗へ追加配送。

◆店舗別商品販売数・売上げ

商品名	店舗別商品販売数				単価(RUB)				合計	
	キーベル マート	まんぶく 猫	Globus Groumet	NIPPON	キーベル マート	まんぶく 猫	Globus Groumet	NIPPON	販売数	金額(RUB)
ビーナッツ揚げ	7	2	20	31	282	197	197	197	60	12,415
ぼんち揚げ	12	10	20	13	272	190	190	190	55	11,434
えび揚げせん	13	15	20	22	294	205	205	205	70	15,507
ミカンジュース	8	5	17	15	889	617	617	617	45	29,941
ミラクルボディV	16	12	38	34	162	112	112	112	100	12,000
あま酒	5	11	15	9	153	106	106	106	40	4,475
カルピたれ	13	4	17	26	279	199	199	455	60	19,636
ゴマだれ	22	10	35	18	279	199	199	455	85	23,283
お茶 マルカ	6	2	14	35	560	400	400	400	57	23,760
お茶 大蔵円	7	3	10	25	546	390	390	390	45	18,642
黒豆麦茶	7	4	13	16	294	210	210	210	40	8,988
和紅茶レモングラス	3	5	16	17	705	503	503	503	41	21,229
喜多方ラーメン	14	2	26	32	337	232	232	232	74	18,638
合計	133	85	261	293					772	219,948

■ モスクワ大使館：天皇誕生日レセプションへの出展(展示・試飲)



実施概要

日 時： 平成29年12月7日(木)18:30～20:30

場 所： ロシア日本国大使館 来場者約800名

主 旨： 大使館主催の天皇誕生日レセプションに来場された富裕層及びバイヤーへの試飲体験等を通じ、日本産食品の魅力を訴求し、商談に繋ぐ。

出展後の感想：

お茶の専門家が着物を着てお煎茶道を披露するおもてなしにより、日本茶に対する訴求を効果的に行うことができた。

会場は熱気に包まれており冷製日本茶の準備もあったが、ブース付近を通るほぼすべての方が、途絶えることなく熱い日本茶を所望された。寿司ブースの隣というメリットもあったが、日本茶に対する認知が富裕層レベルでは進んでいることがうかがえた。

展示していた急須や抹茶茶碗などを買いたいという人もあり、日本の茶文化への関心は高いものと感じた。

ウォッカと合わせると緑茶の緑が鮮やかに抽出されて、絵的に多くの人々の興味を引いた。味わいも新鮮で反応も良く、注目を集める効果が期待できる。緑茶が海外に輸出され始めたころは、アメリカ人は緑茶に砂糖とミルクを入れて飲んでいたので今回はその試みはなかったが、可能性として、そのような方法も提案できるだろう。

お茶以外にも、雑味がない和歌山みかんジュース、ロシアにはない梅みつ、今までにない触感がサクッとしたエビ揚げ煎餅に高い評価が集まった。



■ バイヤー意見交換会：モスクワ



【実施概要】

日 時： 平成29年12月8日(金)13:00-17:00

場 所： 日本料理レストラン 一番星ヤキマンカ店 <http://www.ichiban.ru/>

主 旨： 来場されたバイヤーへの試飲・試食体験等を通じ、日本産食品の魅力を訴求し、商談に繋げる。

【出展後の感想】：

本商談会において、15品目の中で彼らの関心を惹いたのは、主に「えび揚げせん」、「ぼんち揚げ」、「ミラクルボディ」、「みかんしぼり」であった（ベル食品の「カルビーのたれ」は、同社の他のソース類が既に「NIPPON」でも販売されていることもあり、「美味しい」との評価にとどまった）。特に米菓はインポーターが購入を希望されており、日本のメーカーサイドとの調整を進めながら輸出に繋げたい。

ロシア人にとってスナック菓子類の魅力は、珍しいこと、美味しいこと、そして比較的安いことにあると推察できる。またインポーターにとっては商品の軽さも非常に魅力的なポイントである（輸送費が嵩まないため）ため、賞味期間さえ比較的長ければ流通させやすいと考察する。

「ピーナッツあげ」（ぼんち）は、ロシア人に好まれる味だとバイヤーからも意見があったが、値段がもっと手頃、せめて小売価格が100～150ルーブルであれば、ニッチな顧客層を獲得できる可能性が広がる。また「ぼんち揚げ」（ぼんち）は、概して「ピーナッツあげ」よりも評価が高かった（これはテスト販売店舗でも見受けられた反応である）。このお菓子も100～150ルーブルで小売販売できると需要を見込めるだろう。

「えび揚げせん」（ぼんち）は、今回の試食で一番人気が高かった。ロシア人がえび好きということも大きな要因だ。また消費者の感想で多かったのが、1パックにボリューム感があるということで、CSが高いと感じているようだ。内容量に然程変わりはないものの、子袋に詰まっているため、袋自体に厚みがでていることも大きなプラス要因と言えるだろう。またこれはその他スナック菓子2商品にも言えることだが、もし100～150ルーブルの小売価格帯で販売出来ない場合、袋自体にボリューム感をつけることも重要だろう。

「ミラクルボディ」は既に「NIPPON」でも販売されていることもあるが、やはりエネルギー飲料ということでロシア人の関心を惹く。「みかんしぼり」の場合、1Lの大瓶には余り価格の面で厳しく需要を見込むのはB2Cでは難しそうだが、小瓶なら売れるかもしれないというバイヤーもいた。値段さえ安くなれば必ず売れると見込んでいるようだった。

お茶類で言えば、このモスクワでさえ既に様々な日本茶が入っているため、この部門では既に品質の良さで価格で競合すべき時期にあると言えるだろう。

「ロ麺チスト」（会津喜多方グローバル倶楽部）は、しじみ醤油ラーメンだが、ロシア人の評価は「美味しい」、「不思議な味」とはっきりと二分された。「しじみ」自体に知名度がないため効能をよりアピールしていく必要がある。パッケージに「しじみ」の写真を載せる、しじみの効能を視覚化する等の工夫により訴求しやすくすることも検討したい。ロシアでは、即席麺といえば「韓国ヤクルト」の「ドシラック」という四角いカップ麺や「日清食品」が資本参加している「ロルトン」等の非常に安価な袋麺と認識しており、非常に安価かつ不健康な食品と捉える人々が多いため、日本ブランドと効能を出して差別化を図る

ことで、将来的な可能性があるように思える。尚、一番星のブランドシェフが説得できる卸値で販売出来れば、レストランでメニュー展開できる可能性もある。



■ バイヤー意見交換会：ウラジオストク



【実施概要】

日 時：平成29年12月20日(水)13:00-15:00

場 所：現代ホテル内エメラルドホール (<https://hotelhyundai.ru/ja/>)

主 旨：来場されたバイヤーへの試飲・試食体験等を通じ、日本産食品の魅力を訴求し、商談に繋げる。

【出展後の感想】

本商談会では、レストランのオーナーやオーナーシェフが半数を占め、全体的に率直な意見交換が行われ、実需に繋がる交渉の場となった。

日本茶は、概して美味しいと評判がよかったが、パッケージについては味ほど高評価ではなかった。日本用のパッケージそのままでは、せっかくの自然農法のお茶もその価値を伝えることができない。また、ロシアで販売されている他のお茶は四角い箱型のパッケージが多く、棚に整然と陳列されているので、そうした工夫も必要であろう。箱は、概して鮮やかな装丁が好まれている。消費者は買ったお茶を茶缶に入れかえて保存するわけではなく箱のままストレージに並べておくようである。



●意見交換会参加バイヤーリスト (モスクワ・ウラジオストク)

AtoZ

No	都市	企業名	事業内容
1	モスクワ	Asia Food for you	アジア食品スーパー・ネット販売
2	モスクワ	Azbuka Vkusa	高級スーパーチェーン
3	モスクワ	Fuji San	アジア食品小売り・ネット販売
4	モスクワ	Globus Gourmet (Capital Trading Company)	高級スーパーチェーン
5	モスクワ	Japanese Design Center	高級日本食品輸入販売
6	モスクワ	KorShop	アジア食品・ネット販売
7	モスクワ	Mir Sushi	日本食全般卸売
8	モスクワ	NIPPON	アジア食品スーパー・ネット販売
9	モスクワ	Rus Business Technologies	スナック・低アルコールの飲料販売
10	モスクワ	Sedmoji Continent	スーパーチェーン
11	モスクワ	Sushi Market	日本食輸入卸
12	ウラジオストク	Eilan, LLC	商社
13	ウラジオストク	炎(EN)	レストラン
14	ウラジオストク	銀座	レストラン
15	ウラジオストク	LLC "TASAN GSN"	商社
16	ウラジオストク	LLC Trade house «Konbini.ru»	Net Shop
17	ウラジオストク	Niko-DV	商社
18	ウラジオストク	Port Cafe	レストラン
19	ウラジオストク	東京	レストラン
20	ウラジオストク	ZUMA	レストラン

● バイヤーアンケート結果

ロシア・テスト販売：現代ホテルB2B商談会アンケート調査結果											回収数：15
NO	種別	商品名	商品 画像	とても美味し い・最高	美味 しい	ふつう	美味しくない・ 好きではない	その他	無回答	合計	その他コメント
1	日本茶	松寿園 自然農法栽培茶		3	7	1			4	15	柔らかい味がする やさしい味がする 日本の味 200Rだとい
2	日本茶	夏摘み茶 掛川産本格臼碾き深蒸し粉末茶		3	7	1			4	15	強い印象のある味 充実した味 柔らかく面白い味 200Rだとい
3	日本茶	Black Soybean & Barley Tea 20P 日本の黒豆麦茶 20P		3	5	1	4	1	1	15	変わった味/独特な味 不思議な味/濃い味 ロシア人には合わない味 150Rなら買いたい
4	紅茶	レモングラス (LEMONGRASS)		5	4		2	2	2	15	味が薄い すっぱい 味と値段が合っている
5	米菓	ピーナツあげ 70g 70g Peanuts Fried Rice Crackers			8		2		4	14	価格OK 売れそう ビールに合う 90Rだとい
6	米菓	EXぼんち揚40g Ex 40g Bonchi Fried Rice Crackers		4	10				1	15	大きいパック可/ 面白い/ 油っ ぽくなくサクサク / トウモロコシ スープ味似/ 価格OK/90Rだとい いい/ロシア人に合う味
7	米菓	6/パック 海鮮揚げえび揚げせん 6 Packs Shrimp Fried Rice Cracker		2	8		2		2	14	面白い味 アルコールに合う 添加物の味 -面白い 120Rだとい
8	調味料	カルビーのたれ		7	5				2	14	サイズ・味共に良い 大きなポテンシャルがある/ 優し い味 130Rだとい
9	調味料	ラーメンサラダ 焙煎ごまだれ		6	7				1	14	サイズ・味共に良い 大きなポテンシャルがある/ 優し い味/ まねできない味/面白い 味 130Rだとい
10	清涼 飲料水	100%ピュアジュース みかんしぼり		4	10				1	15	とても美味しいが価格が合わない 300Rだとい
11	清涼 飲料水	こだわりの冷やしあま酒 190g缶		1			7	5	2	15	特殊な味。珍しい味なので好み が分かれる。売るのは難しい。 甘酒の商品理解が必要。 口に合わない。
12	清涼 飲料水	ミラクルボディV 350g缶		4	8				3	15	甘味が少なく美味 価格が高い/55Rだとい 自動販売機で売れそう 人気が高い
13	加工 食品	一番星麺 ※ノンミート (喜多方しじみしょうゆラーメン)		1	10		2		2	15	美味しいが価格が高い/115Rだ とい 麺はとても良い インスタントとしては素晴らしい しじみはロシア人にわかるか？
14	加工 食品	90g Soy Tart 90g素材でカラダ想い ソイタルト		2	9	1	1		2	15	めずらしく新鮮な味 美味しいが価格をさげしてほしい
15	加工 食品	90g Coco carob 90g素材でカラダ想い ココキャラブ		1	8	1	2		3	15	美味しくて体に良さそう 甘くなくて美味しい とても健康に良さそうな味
16	健康 食品	紀州南高梅 梅みつ			10	1	1	2	1	15	良い物なので売ってもらいたい/ 美味しいがめずらしい味なので 好みが変われる/ 塩気のある味 / すっぱい/価格が高い
17	加工 食品	燻し梅ビューレ			5		4	4	2	15	とても珍しく好みが変われる/ すっ ぱい/ うまいがパッケージに問 題あり(中身がわからない)/食 感・形態が面白い/価格が高い/ くせのある味
合計				46	121	6	27	14	37	251	

※No14以降は、本B2B商談会に追加出展された商品

■フォーカスグループインタビュー (FGI)の実施

■ フォーカスグループインタビュー (FGI)

日 時：平成30年3月15日(木)10:00-17:00

場 所：ジャパンハウス <http://www.saison-group.ru/jp/>

主 旨：テスト販売商品の試飲・試食を通じ、クローズド形式のリラックスした雰囲気の中、商品に関する感想・改善点・日本製品に対する認識など、店頭アンケートでは深く聞くことができなかった情報を回収。出店企業への追加情報として共有。

1. 導入・ラポール形成 (あいさつ~自己紹介)

【ここでの質問内容はラポール形成目的がメイン】

氏名、家族構成、ご自身の趣味、 訪日回数、日本を動物に例えるとどんな？ (何故その動物なのか?)

【参加者情報：第3回実施時の参加者】

①エレーナ (36歳)

医者、独身。両親と住む。訪日回数：0回

日本を動物に例えると：パンダ (何となく)

②ディアナ (37歳)

娘と暮らすシングルマザー。趣味はスキー、スケート、自転車、刺繍など。訪日回数：0回

日本を動物に例えると：蝶々 (春や桜のイメージから連想)

③ゲーラ (33歳)

既婚、子持ち。趣味は心理学読書。訪日回数：0回

日本を動物に例えると：パンダ (何となく、東洋=パンダ)

④イリーナ (59歳)

独身。絵画の修正をする仕事をしている。訪日回数：2回

日本を動物に例えると：狸、鶴 (何となく)

⑤マルガリータ (21歳)

学生で、家庭教師をしている。趣味は読書。訪日回数：0回

日本を動物に例えると：小さな動物 (小さくてカワイイから)

⑥ナタリア (23歳)

医学系の専門学生。日本といえばアニメというイメージ。訪日回数：0回

日本を動物に例えると：なし

1. 米菓試食後の感想

①ぼんち揚げ、②ピーナッツ揚げ、③エビ揚げ

	①ぼんち揚げ	②ピーナッツ揚げ	③えび揚げ
医者(36)	・味が濃い ・水が飲みたくなる	・何にでも合う ・電車をつまむのに良い	・好きじゃない
スタッフ(37)	・美味しい ・水が飲みたくなる	・懐かしい味がする	・美味しい ・パーティで人気の味
主婦(33)	・買わない	・懐かしい味がする	・とても美味しい ・えびの風味を感じる
美術関係(59)	・一番美味しい	・普通	・サクサクで間食に良い
学生(21)	・塩辛くて美味しい ・一番美味しい ・40gなのに値段が高い	・ダイエット中の人にウケそう ・薄い塩味にナッツも感じた ・妥当な値段	・エビの味がして良い ・パーティとかで使えそう ・値段は妥当
学生(23)	・一番美味しい ・醤油を感じる	・味を感じない	・エビの味がして良い

・意見

- ① ・パーティ用に大きなパッケージがほしい
- ② ・ピーナッツ揚げは小さいパックで小分けしてあると良い / 子どもにも良さそう
- ③ ・エビ揚げの絵が小さくてわかりにくい / パーティ用に大きなパッケージがほしい
- その他 ・グルテン制限してほしい

2. 茶試飲後の感想

①茶葉（煎茶）、②黒前麦茶、③粉茶、④レモングラス

	①茶葉（煎茶）	②粉茶	③黒豆麦茶	④レモングラス
医者(36)	・美味しい	・ちょっと甘くて好みでない	・黒豆のおいが嫌い	・一番美味しい
スタッフ(37)	・一番美味しい ・水が飲みたくなる	・飲むとしたら、 ミルク、砂糖と一緒に飲む	・身体に良さそう	・美味しいが、高い
主婦(33)			・コーヒーに似ている ・美味しい	・一番美味しい ・値段は高いが買いたい
美術関係(59)	・一番美味しい	・独特だが美味しい	・まったく好きでない	・二番目に美味しい
学生(21)		・匂いが良い	・値段は良い	・匂いが良い
※砂糖がないと 茶を飲まない		・自然を感じる ・値段は妥当	・味が好みでない ・妥当な値段	
学生(23)	・一番美味しい ・醤油を感じる		・一番美味しい	・美味しい ・レモングラスが気に入らない

■意見

- ①+② ・特になし
- ③ ・匂いが広がる / 香草の匂い / 苦味がない、・毎日飲める、・熱いビールのように
- ④ ・内容が少ない / 値段が高い
- その他 ・風邪には日本のお茶が効くというイメージがある。

3. 清涼飲料試飲後の感想

① みかん、②甘酒、③ミラクルボディV

	①みかん	②甘酒	③ミラクルボディV
医者(36)	・ 美味しい	・ ちょっと甘くて好みでない	・ 黒豆のにおいが嫌い
スタッフ(37)	・ ちょうどいい甘さ ・ ボトルは高く買えない	・ 甘酒は合わない ・ 身体に良くても・・・ ・ 味や感じに慣れない ・ 水を含めたらいいかも	・ とても気に入った ・ ロシアの身体に悪いものに比べたらいい ・ 店にあれば買う
主婦(33)	・ とても美味しい ・ 小さいボトルが欲しい	・ あまり美味しくない ・ 味や感じに慣れない	・ 美味しい ・ リフレッシュできる
美術関係(59)	・ 美味しい ・ 値段が高い	・ 味や感じに慣れない ・ 甘くて飲めない ・ 残りカスが嫌	・ 甘すぎず良い ・ 時々飲みたい
学生(21)	・ 100%の自然由来は最高 ・ とても美味しい	・ 美味しいけど、 買うかはわからない	・ とても美味しい ・ ロシアの味はきつい ・ ソフトな感じがいい
学生(23)	・ すっぱい	・ 残りカスが嫌 ・ あまり美味しくない	・ 既視感がある

■意見

- ① ・ 小さなボトル（甘酒の缶くらい）があれば買う
・ 自然なすっぱさも100%自然由来であれば納得
- ② ・ 全体的に評価が低め
- ③ ・ 砂糖でなくて蜂蜜という点が良い

※日本食品はロシアのものより良いイメージがあるので日本産をアピールできれば良い

4. 調味料試食後の感想

①カルビだれ、②ゴマだれ

	①カルビだれ	②ゴマだれ
医者(36)	・ より美味しい ・ 買いたい	・ 肉に使いそう
スタッフ(37)	・ てりやき、醤油に近い味 ・ 少し高い	・ より美味しい ・ ゴマの風味がいい ・ 50ルーブル下げてほしい
主婦(33)	・ とても美味しい	・ とても美味しい
美術関係(59)		・ どっちかと言えばこっちが良い
学生(21)	・ とても美味しい ・ 買って肉料理を作りたい	・ ちょうどいい辛さ ・ ユニークな感じ
学生(23)	・ 美味しい ・ 醤油が強い	・ より美味しい

■意見

- ①+② どちらも美味しいという意見が多かった。

5. しじみラーメン試食後の感想

	しじみラーメン
医者(31)	・ レストラン用であればデザインは問題ないが店で売るなら改良すべき ・ 味は美味しい
スタッフ(37)	・ 塩加減はちょうどいい ・ みそ汁のほう塩辛いのだが、もう少し塩が少なくても良い
主婦(33)	・ 即席麺は安いイメージが強いから、何か特別な説明がほしい
美術関係(59)	・ 美味しい ・ 値段は問題ないが、具がないのに高いと思う ・ デザインがイマイチ。青色は塩のイメージがある ・ グルテンが気になる
学生(21)	・ 美味しいが、ダシが好きでない ・ この値段だと買わない ・ デザインがイマイチ。青色は塩のイメージで良くない
学生(23)	・ 美味しい ・ 値段が高い

■意見

- ・ 健康に良い！という説明があれば良い
- ・ しじみにフォーカスすれば安いイメージはなくなるし高級感も出る
- ・ デザインのせいで実際の麺よりも安っぽいイメージ

—「トッピングつきでレストラン（例；一番星）に400ルーブルで売られていたら頼むか？」という質問に対して・・・それぞれ「レストランだったら注文する」という回答だった。

6. ①Soy tart、②Coco Carob

	①Soy tart	②Coco Carob
医者(31)	・ より美味しい ・ 値段が高い	・ 味がユニーク、大人向けの味 ・ オフィスでパクってつまみたい
スタッフ(37)	・ どちらもあまり美味しくないが、健康志向の人は欲しがるはず ・ 値段が高い	
主婦(33)	・ どちらも砂糖が入っていないように感じて良い	
美術関係(59)	・ より美味しい ・ 買いたい	・ あまり好きでない
学生(21)	・ より美味しい ・ 身体に良さそう	・ 香りはいい
学生(23)	・ より美味しい	

● アンケート調査の実施

【調査目的】 ロシアにおける日本産食品の普及を目的とした嗜好性把握及び選定商品に対する消費者の反応(味・価格・パッケージ・利用シーン他)の調査

【調査手法】 ・来店者を対象としたスーパーでのアンケート調査
 ・試食・試飲後に筆記形式で調査を実施。
 ・商品カテゴリー別にスケジュールを組み商品の説明や訴求内容の理解が得やすいよう一日一商品の試食(又は試飲)を実施した。

【実施エリア】 モスクワ ・ ウラジオストク

【実施施設】 モスクワ：NIPPON / ウラジオストク：ギーベルマート (計2店舗)

【調査対象者】 調査会場のスーパーに来店した10代以上のロシア人男女

【サンプル数】 有効サンプル数 2,357s

【実施期間】 2017年10月9日(月)～2017年11月29日(水)

【実施機関】 株式会社JTBコーポレートセールス

【カテゴリー別試飲・試食スケジュール】 試飲試食のスケジュールは以下の通り。

カテゴリー	期間	商品No	商品名	メーカー
米菓	10月09日(月)～10月12日(木)	1	ピーナツ揚げ70g	ぼんち餅
	10月13日(金)～10月16日(月)	2	EXぼんち揚げ40g	
	10月17日(火)～10月20日(金)	3	6パックえび揚げせん	
飲料	10月21日(土)～10月24日(火)	4	こだわりの冷やし甘酒	餅)サンガリアベバ
	10月25日(水)～10月28日(土)	5	ミラクルボディV 350g缶	レッジカンパニー
	10月29日(日)～11月01日(水)	6	100%ピュアジュースみかん絞り	餅)伊藤農園
調味料	11月02日(木)～11月05日(日)	7	カルビーのたれ	ベル食品餅)
	11月06日(月)～11月09日(木)	8	ラーメンサラダ焙煎ごまだれ	
茶	11月10日(金)～11月13日(月)	9	松寿園 自然農法栽培茶	餅)マルカ
	11月14日(火)～11月17日(金)	10	夏摘み茶 掛川産本格白ひき深蒸し粉末茶	餅)大蔵園
	11月18日(土)～11月21日(火)	11	日本の黒豆麦茶20P	三栄興産餅)
	11月22日(水)～11月25日(土)	12	レモングラス	餅)気ごころ
ラーメン	11月26日(日)～11月29日(水)	13	一番星麺 【喜多方しじみしょうゆラーメン】	星醸造餅)

調査サマリー ※調査資料詳細は別添

■フェース F1. 性別

- ・今回の調査対象は、モスクワとウラジオストクの2都市。
- ・エリア構成比では、モスクワが約2割、ウラジオストクが約8割を占めている。
- ・全体の男女比では、男性36%、女性59%となっており、女性が全体の約6割を占めた(性別不明 5%)。

※ジャンル別やエリア別にみても全体とほぼ同様の傾向である。

注：調査対象者の性別、エリア構成比のコントロールは行っていない。ロシアの男女比は女性が男性より4-5%程度多い(総務省統計局 世界の統計2017)

■フェース F2.年代

・今回の対象者全体の年齢構成は、30代が最も多く26%、40代が21%、10代・20代が17%、50代以上が13%となっており、30-40代の合計が半数近くとなった(47%) (不明6.7%)。エリア別にみると、ウラジオストクでは30-40代が合計で半数(50%)であるのに対し、モスクワでは10-20代が約半数を占めており、年齢構成はエリアにより差がみられる。全体数に対し一番回答率が高かったのは「お茶」31%、次に「米菓」26%、「飲料」22%と続く。逆に一番回答が得にくかったのが「ラーメン」の8.5%であった。手軽に手に取りやすい商品を試しアンケートまで繋げることができた可能性が高い。

■フェース 職業

・今回の対象者全体では会社員が最も多く29%、次いで学生14%、自営業8%、専業主婦7%、無職6%と続く(不明15%)。エリア別にみると、ウラジオストクもモスクワも会社員が最も多く約3割となっている。モスクワでは学生が2割とウラジオストクよりもやや多い。

・いずれのジャンルでも全体の傾向は、会社員が約3割と最も多く、学生、自営業、主婦・無職と続く(その他、不明を除く)。

■モニター商品：米菓 ピーナツあげ

【味の評価】 「おいしい」計75.5%と味への評価は高いが「とてもおいしい」は10代から40代にかけて減少傾向にあり「おいしい」計も10代20代で80%超の為、若年層でより高い評価と考えられる。

【商品特徴の評価】 ≪ 5.年齢問わず、子どもから大人まで楽しめるおやつである≫が61.7%で他の4設問中、一番「そう思う(賛同)」計が高く、米菓3種の中でもトップであった。逆に≪ 4.お酒のお供としても楽しめる≫は米菓3種中「そう思う(賛同)」計が最下位となっており、“年代を問わない商品”とイメージした人が多かったと想定できる。

【一緒に食べたい相手】 10代20代では「友人・知人」、30代は「彼/妻/彼女」、40代50代以上は「子供」がトップで、年代があがるにつれ一緒に食べたい相手の傾向に変化があった。

【食べたいシーン】 「休憩するとき」「間食として」が1.5ポイント差で並び、“おやつ”のようなイメージをしていることが考えられる。

【商品外観評価】 「デザインが良い」71.9%とトップ、年代別でも圧倒的にポイントが高い結果となった。

【価格評価】 ウラジオストクでは「高い」計77.3%と過半数以上が高いと判断したが、モスクワ36.4%と半減し、かつモスクワは「ちょうどよい」58.2%と価格評価が分かれる結果となった。

【購入意向】 「購入したい」計が69.9%で、特にモスクワ92.8%が米菓3種の中で最も高い数字となった。

■モニター商品；米菓 RXぼんち揚

【味の評価】 「おいしい」計85.0%と味への評価は高い。年代別では「おいしい」計が最も高いのは40代50代以上と続き、比較的年配層での評価がより高いことがわかる。

【味の感想・印象】 「しょっぱい」67.9%と、他の米菓と比較して唯一トップが「しょっぱい」となった。(他の米菓のトップは「サクサク感が良い」)

【一緒に食べたい相手】 「友人・知人」50.8%、「夫/妻/彼女」35.2%と米菓全体と並びは変わらないが、平均回答数が他の米菓よりも高く、一緒に食べたい相手を多くイメージできる商品ともいえる。

【商品外観評価】 「デザインが良い」78.2%とトップ、他の米菓の中でもトップであった。年代別では40代93.0%と高い評価であった。

【価格評価】ウラジオストクでは「高い」計84.1%と米菓の中で最も高い数値となった。10代20代は60%代の一方、30代以上は80%となり、年代によって価格評価が二分される結果となった。

【購入意向】「購入したい」計が67.9%となっている。特に10代は81.8%、それ以外の年代では20代の67.6%を先頭に50代以上の59.5%となっており、年代差が出る内容であった。

【購入意向理由】購入したい理由は「味」の69.5%となり、ここでも「味」が購入したい理由として次点と大きく離してトップとなった。

■モニター商品：米菓 えび揚げせん

【味の評価】「おいしい」計が83.1%とポイントは高かった。一方、20代73.7%、40代75.9%と「おいしくない」計が80%に届かない年代もあった。

【味の感想・印象】「サクサク感が良い」62.6%、次いで「しょっぱい」52.1%となり、年代による、各項目の変動もほとんど見られなかった。

【商品特徴の評価】《5.年齢問わず、子どもから大人まで楽しめるおやつである》が60.3%と5設問中、「そう思う(賛同)」計の数値が最も高かった。中でも10代が82.9%と高い数値を示した。

【一緒に食べたい相手】カテゴリ全体では「友人・知人」「夫妻/彼/彼女」「子供」「同僚」と続くが、この商品は「友人・知人」38.8%「子供」22.4%「夫妻/彼/彼女」16.9%「親」9.1%となっており、また年代毎に順位にもバラつきが見られる。

【価格評価】「高い」計が62.1%で米菓3商品中、最も低い数値となり、価格への抵抗感が一番低かったと言える。同様にモスクワでは「高い」計26.8%これも最も低い数値となった。わずかだが年代の上昇と共に「高い」計もあがる傾向があった。

【購入意向】ウラジオストクの「購入したい」計が69.7%となっており、全体も「購入したい」計は71.7%と他の2商品の中で最も高い数値となった。

■モニター商品：飲料 100%ピュアジュースみかんしぼり

【味の感想・印象】「飲みやすい」が50.8%でトップ、以降、「甘い」45.6%、「すっぱい」39.9%と続く。平均回答数が3商品の中で最も多く、特に「飲みやすい」と回答した10代は69.2%、50代でも64%と、年代を問わず受け入れられた商品であることがうかがえる。

【一緒に飲みたい相手】「子供」40.9%、「夫妻/彼/彼女」36.3%と上位に大きなポイント差は無かった。年代毎でみると、20代以下はトップが異なっている。平均回答数が多くモスクワは2.0、40代1.9と、一緒に飲む相手のイメージが広がる商品だったことが推測できる。

【飲みたいシーン】「休憩するとき」44.0%で、30代以外、すべての世代でもトップであった。ここでも平均回答数が他より多く、モスクワは1.9であった。

【価格評価】「高い」計が81.3%、40代でも「高い」90.2%に上り、他の2商品との比較でも圧倒的に価格が高いイメージであることを示す結果となった。

【購入意向】「購入したい」計65.3%、モスクワ80.4%、ウラジオストク60.5%と約20ポイント差。20代をピークに年代が下がるにつれて「購入したい」計が上がっており、若年層での評価の高さが見える。

【購入意向理由】購入したい理由は「味」71.4%、「効能」19.0%に対し、購入したくない理由は「価格」85.5%、「味」29.1%となっており、年代による違いは見られなかったが、価格への抵抗感が際立つ結果となった。

■モニター商品：飲料 こだわりの冷やしあま酒

- 【味の評価】「おいしい」計51.8%で、もっとも高い数値を示したのが30代の66.7%だった。
- 【味の感想・印象】「甘い」が67.6%、「飲みやすい」31.2%とトップと2位に倍以上の差をつけている。特にウラジオストックでの開きが顕著であった。
- 【商品特徴の評価】《2.日本産なので安心・安全である》の「そう思う(賛同)」計が59.4%と4質問中もっとも「そう思う(賛同)」計が高かった。エリア毎の差は殆どないが、30代以上の年代で「そう思う(賛同)」計が多くなる傾向であった。
- 【一緒に飲みたい相手】全体の結果としては「夫妻/彼/彼女」「友人・知人」「子供」となっているが、エリア毎、年代毎で見ると、それぞれ順位は異なっており、属性によって意見が割れる結果となった。
- 【商品外観評価】「デザインが良い」62.9%と他の飲料の中でも数字が低かった。次点は大差での「デザインが魅力的でない」ではあるものの、飲料のデザインの評価の比較では芳しくない結果となっている。
- 【価格評価】全体の「高い」計は65.3%。モスクワでは「高い」計が26.8%、「ちょうどよい」が一番多く70.7%とモスクワでは価格への納得感があるとみられる結果であった。また30代は「高い」計と「ちょうどよい」が50%づつで意見が二分している。
- 【購入意向】「購入したい」計45.9%と全商品の中で最も低い結果となっている。モスクワでは68.3%であるが、ウラジオストックが38.8%、また「購入したくない」も51.2%と半数を超えている。

■モニター商品：飲料 ミラクルボディV

- 【味の評価】「おいしい」計は90.5%で飲料の3商品の中で最も高い数値であった。エリア毎ではモスクワ97.6%、年代では30代が93.0%が最も高い結果だった。
- 【味の感想・印象】「甘い」63.9%、「飲みやすい」39.2%となっている。他の飲料ではトップ3にエリアによる変化はなかったが、この商品はモスクワのみ、全体の結果と乖離しており、「飲みやすい」に次いで、「甘い」「清涼感がある」が同率43.9%で2位になっている。
- 【飲みたいシーン】「休憩するとき」52.5%、「スポーツをするとき」13.3%となった。トップと2位の差は40ポイント近くあるが、他の飲料ではトップ3に入っていない「スポーツをするとき」が上位にきたところが特徴的といえる。
- 【商品外観評価】「デザインが良い」75.9%、「商品内容がわかりやすい」17.1%とパッケージを評価する項目がトップにきている。
- 【価格評価】「高い」計58.2%と比較的低い結果であった。モスクワでは「ちょうどよい」が一番多く63.4%、「高い」計は24.4%とモスクワでは価格への妥当性があると読み取れる結果であった。
- 【購入意向】「購入したい」計が69.6%と飲料の中では最も高い数値。モスクワは「購入したい」計90.2%とほとんどの人が購入への意志を示した状態。年代別では20代をピークに「購入したい」計が下がっており、最も購入に積極的な「是非購入したい」も同様に下がっている。

■モニター商品：調味料 カルビーのたれ

- 【味の評価】「おいしい」計が89.9%と高くなっている。更にウラジオストックの「おいしい」計92.0%は他の全商品の中で最も高い数字となっている。
- 【味の感想・印象】「甘い」82.4%、次点が「味わいがある」23.9%と、「甘い」が圧倒的に高い数値となっており、30代の「甘い」は92.5%という結果であった。

【商品特徴の評価】 「そう思う(賛同)」計は≪3.日々の料理に活用したい≫55.3%、≪4.各種肉類や野菜の味付けに幅広く活用できる≫61.6%で高くなっており、この商品を積極的に食卓で活かすイメージにつながっていると考えることができる。

【食べたいシーン】 「普段の食事」44.7%がトップとなり、各年代でも「普段の食事」が1位となっている。

【商品外観評価】 「デザインが良い」が66.0%と次点の「商品内容がわかりやすい」と大きく差を付けている。また年代による変動もなく、あらゆる世代にデザインを評価されたともいえる。

【価格評価】 全体で「高い」計が45.3%と価格への抵抗感は低いが、モスクワは70.6%である。他の商品カテゴリーではウラジオストクが「高い」計のポイントが高い傾向だが、この調味料カテゴリーでは逆の現象が起きている。

【購入意向理由】 購入したい理由は「味」82.7%と高い水準だが、年代があがるにつれて「味」を挙げる割合が下がる傾向がみて取れる。

■モニター商品：調味料 焙煎ごまだれ

【味の評価】 「おいしい」計84.7%となり、モスクワ80.6%、ウラジオストク85.8%だが、「とてもおいしい」はモスクワで29.0%、ウラジオストク6.6%と、約4倍である。

【味の感想・印象】 「甘い」38.0%、「すっぱい」35.8%、「味わいがある」35.0%とトップ3が拮抗している状態で、年代毎に、この3項目の順位が入れ替わっていることから、味の捉え方・感じ方が年代によって異なっていたことが分かる。

【商品特徴の評価】 「そう思う(賛同)」計は≪3.日々の料理に活用したい≫64.2%、≪4.各種肉類や野菜の味付けに幅広く活用できる≫75.9%とカルビたれよりも高い評価を得られている。

【一緒に食べたい相手】 「夫/妻/彼/彼女」54.7%と次点の「子供」18.2%と、30ポイント以上開いている。エリアで順位が異なり、モスクワは「親」、「友人・知人」、「夫/妻/彼/彼女」と続いている。

【価格評価】 「高い」計が43.1%と半分以下となったものの、モスクワでは64.5%である。他の商品カテゴリーではウラジオストクが「高い」計のポイントが高い傾向にあるが、このカテゴリーでは逆の現象が起きている。

【購入意向】 「購入したい」計が83.9%で、特に30代は90.6%と高い数字になっている。

【購入意向理由】 購入したい理由は「味」87.0%がトップとなっているが、一方購入したくない理由も「味」70.6%と高く、「味」が購入意向に大きく影響したことが推測できる。

■モニター商品：お茶 松寿園自然農薬栽培茶

【味の評価】 「おいしい」計88.8%と他のお茶3種の中でも一番高い数値となっている。とりわけモスクワの「おいしい」計は97.8%と極めて高い数字となった。エリア毎で12.3ポイント差はあるが、ウラジオストクも85.5%であった。

【味の感想・印象】 全体では「さわやか」36.1%、「味が濃い」30.2%、「味わいがある」20.7%と続いているが、年代別ではトップ3に違いが出ている。即ち10代では「味わいがある」55.6%、「さわやか」29.6%、「味が濃い」7.4%、30代では「味が濃い」40.4%、「さわやか」27.7%、「味わいがある」14.9%となり、年代によって商品の味の捉え方の変化がみえる。

【一緒に飲みたい相手】 「夫/妻/彼/彼女」がトップの60.4%、以下「友人・知人」「親」と続くが、10代以外は「夫/妻/彼/彼女」と「友人・知人」の間が25ポイント以上あり、特定の相手のイメージがしやすい商品だったともいえる。

【飲みたいシーン】 全体は「普段の食事」46.7%、「休憩するとき」44.4%となっているが、年代毎では20代以下は「休憩するとき」がトップとなり、次点が「普段の食事」と逆転している。

【価格評価】「高い」計が43.8%、「ちょうどよい」54.4%と価格に違和感のない人が半数を超えており、「ちょうどよい」はモスクワで71.1%であった。また年代が上がるにつれ、「ちょうどよい」が減少する傾向にある。

【購入意向】「購入したい」計が85.8%となっているが、特筆すべきはモスクワの「購入したい」計97.8%で今回の出展商品の中で、最も高い数値となった。

■モニター商品；お茶 掛川産本格白深蒸し粉末茶

【味の評価】「おいしい」計83.7%でモスクワとウラジオストクの差もほぼ無い状態。20代30代の「おいしい」計が特に高く95.3%、92.2%となっている。

【味の感想・印象】全体では「さわやか」と「味が濃い」が共に26.1%とトップになっているが、エリア毎ではモスクワは「味わいがある」「さわやか」「味が濃い」と続いており、ウラジオストクは「味が濃い」「さわやか」「味わいがある」とそれぞれポイント差が開いた状態でトップ3が並んでいる。年代毎では30代と40代を境に傾向が分かかれ、トップが30代は「さわやか」、40代では「味わいがある」となった。

【商品特徴の評価】他の3種のお茶と比較すると、「そう思う(賛同)」計の数値が高い項目が多かった。《1.日本産の健康によい食品である》70.4%、《2.日本産なので、安心・安全である》67.0%、《4.香りと風味が良くリラックス効果がある》68.0%、《5.普段の食事のお共にも最適である》68.5%などが挙げられる。

【商品外観評価】「デザインが良い」が48.8%、「商品内容がわかりやすい」40.9%と外見を評価する項目が上位に挙がってきた。20代30代は「商品内容がわかりやすい」がトップとなっている。

【価格評価】「高い」計が48.3%、「ちょうどよい」50.7%と価格への声が二分されている状態。30代は「ちょうどよい」が一番高く62.5%となっており、40代以上は「高い」計が多くなる傾向にある。

【購入意向】「購入したい」計が86.2%となっており、エリアによるスコアの違いもほぼ無い状態。

■モニター商品；お茶 日本の黒豆麦茶

【味の評価】「おいしい」計は48.3%で他のお茶3種の中でも最も低い結果となった。モスクワの「おいしい」計は73.6%、ウラジオストクの「おいしい」計は37.6%とエリアで2倍近い差が出ている。同様に「おいしくない」についてもモスクワ3.8%、ウラジオストク47.2%と、エリアによって味の評価が分かれる結果となっている。

【味の感想・印象】全体では「味わいがある」が47.8%で最も高く、次いで「味が薄い」23.6%となっている。モスクワでは7割が「味わいがある」と回答しているが、ウラジオストクでは4割とエリアごとの差は大きい。

【商品特徴の評価】日本産であることを評価する《1.日本産の健康によい食品である》51.7%、《2.日本産なので、安心・安全である》48.9%、と「そう思う(賛同)」計のスコアが高い項目であった。

【一緒に飲みたい相手】「友人・知人」41.6%、「夫妻/彼/彼女」33.1%とお茶全体の結果とは1位2位が逆転する結果であった。30代のみ5ポイント差ではあるが「夫妻/彼/彼女」がトップである。

【購入意向】「購入したい」計が70.2%と7割を超えているものの、他のお茶3種の中では一番低いスコアとなっている。40代のみ「購入したい」計が88.1%となっている。

【購入意向理由】購入したい理由は「味」79.2%となっているが、一方購入したくない理由も「味」70.5%と高く「味」が購入意向に大きく影響したことが推測できる。

■モニター商品；お茶 レモンガラス（紅茶）

- 【味の評価】「おいしい」計79.6%となり、モスクワとウラジオストクの差が15ポイント以上となっている。特に「とてもおいしい」はモスクワ25.0%と、これもウラジオストクの「とてもおいしい」3.6%の6倍以上となっている。
- 【商品特徴の評価】日本産であることを評価する《1.日本産の健康によい食品である》65.2%、《2.日本産なので、安心・安全である》71.3%で、「そう思う(賛同)」計のスコアが高くなっている。
- 【商品外観評価】全体では「デザインが良い」48.1%、「商品内容がわかりやすい」37.0%と結果が出たが、年代毎では30代のみ、「商品内容がわかりやすい」54.0%、「デザインが良い」24.0%となった。
- 【価格評価】「高い」計が59.7%で、モスクワ59.1%、ウラジオストク59.9%と他の商品に比べてエリアによる差異がほとんどない数値となった。
- 【購入意向】「購入したい」計は80.7%、モスクワ90.9%とウラジオストク77.4%より10ポイント以上の差があった。30代以上には「是非購入したい」が少数ではあるものの存在するが、20代以下は皆無で、年代によって分かれている。
- 【購入意向理由】購入したい理由は「味」81.5%となっていて「味」への評価が高い一方、購入したくない理由「価格」89.3%と他のお茶3種の理由のなかでも高い数値を示している。

■モニター商品：ラーメン 喜多方しじみしょうゆラーメン

- 【味の評価】「おいしい」計が80.1%と味は高評価であり、10代20代より30代40代の方が評価が高い。
- 【商品特徴の評価】《1.日本産の健康によい食品である》が5設問の中で「そう思う(賛同)」計が高く66.7%となった。《3.このノンフライ麺は一般的な・・・脂肪分しかなく、ヘルシーである》が最も「そう思う(賛同)」計が少なく、日本産で健康的という情報は伝わったが、脂肪分についてのイメージはあまり湧かなかったことがみてとれる。
- 【一緒に食べたい相手】「友人・知人」40.8%、「親」33.8%と続くが、モスクワとウラジオストクでは2位以下が異なり、モスクワは「友人・知人」「子供」「夫/妻/彼/彼女」と続き、「親」は5位であった。
- 【食べたいシーン】「休憩するとき」50.2%、「間食として」31.8%が続き、食事としてより、おやつのような感覚で食べるイメージが高いことが想像できる。
- 【商品外観評価】「デザインが良い」、「商品内容がわかりやすい」と上位が続くが、30代のみ「商品内容がわかりやすい」58.4%と高めの数字になっている。
- 【価格評価】「高い」計は54.2%となっている。モスクワで「非常に高い」は0%であったが、「高い」64.3%とウラジオストクの「高い」計52.6%より多い数字を示した。
- 【購入意向】「購入したい」計は81.1%と高く、年代による違いは無いがN数30以下の20代50代以上以外には85%超となっている。

アンケート調査票（日本語とロシア語）米菓

本日はありがとうございます。今後の参考のために、アンケートにご協力ください。 調査日 2017年 月 日

Q1. 今日あなたが試食したお菓子はどれですか。（○はひとつ）

1. ビーナズあげ 2. RXぼんち揚 3. 6P海鮮揚煎及び揚げせん

Q2. 試食した商品についてどのように感じましたか。（○はひとつ）

1. とてもおいしい 2. おいしい 3. おいしくない 4. 味が合わない

Q3. 試食した商品についてどのように感じましたか。（○はいくつでも）

1. 甘い 2. しゅっぱい 3. 香ばしい 4. ササッ感が強い 5. 味わいがある 6. 味わいがない 7. 味が濃い 8. 味が薄い

Q4. 試食した商品について、以下のそれぞれについて、どのくらい賛同できますか。（○はそれぞれひとつずつ）

	とても そう思う	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	まったくそう 思わない
1. 日本産の健康によい食品である	1	2	3	4	5
2. 日本産なので、安心・安全である	1	2	3	4	5
3. このケトルプアール/スナックはアレルギーの心配がない	1	2	3	4	5
4. お酒のお供としても楽しめる	1	2	3	4	5
5. 年齢問わず、子どもから大人まで楽しめるおやつ	1	2	3	4	5

Q5. 試食した商品を食べるとしたら、誰と一緒に食べたいと思いますか。（○はいくつでも）

1. 子供 2. 夫/妻/娘/彼女 3. 親 4. 友人・知人 5. 同僚 6. その他

Q6. 試食した商品を食べるとしたら、どのようなときがふさわしいと思いますか。（○はいくつでも）

1. 普段の食事 2. パーティ 3. 休憩するとき 4. 間食として 5. 職場で 6. その他

Q7. 試食した商品のパッケージ/容量についてどのように感じますか。（○はいくつでも）

1. デザインが良い 2. デザインが魅力的でない 3. 商品内容がわかりやすい 4. 量が少ない 5. 量が多い

Q8. 試食した商品の価格についてどのように感じますか。（○はひとつ）

1. 非常に高い 2. 高い 3. ちょうどよい 4. 安い 5. 非常に安い

Q9. あなたは、試食した商品を購入したいと思いますか。（○はひとつ）

1. 是非購入したい 2. 見かけから購入するかもしれない 3. 興味が湧いたので検討する 4. 購入したいと思わない

Q10. あなたが、試食した商品を購入したい購入したくないと思ったのはなぜですか。あてはまるものを選んでください。（○はいくつでも）

1. 価格 2. 機能 3. 味 4. パッケージ 5. その他

◆あなたご自身のことについて伺います（○はそれぞれひとつずつ）

F1. 性別 F2. 年齢 F3. 職業

1. 男性 2. 女性 3. 10代 4. 20代 5. 30代 6. 40代 7. 50代 8. 60代以上 9. 会社員 10. 自営業 11. 学生 12. 専業主婦 13. 無職 14. その他

以上で終了です。ご協力ありがとうございました。アンケート用紙を係員にお渡しください。

Благодарим Вас за участие! Для нашего дальнейшего развития нам очень важно Ваше мнение, поэтому просим Вас ответить на вопросы нижеуказанной анкеты. Дата опроса: 2017 г. месяц _____ день _____

Q1. Какой из сэндвичей Вы сегодня попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. «Пиказ-аэро» 70 г 2. «EX Воппе-аэро» 40 г 3. «Мирай Боул Vn»

Q2. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень вкусный 2. Вкусный 3. Некусный 4. Мне такой вкус не подходит

Q3. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Сладкий 2. Соленый 3. Ароматный 4. Хрустящий 5. Особенный вкус 6. Ничего особенного 7. Слишком интенсивный вкус 8. Слабый вкус

Q4. Насколько Вы согласны со следующими высказываниями о продукте, который Вы попробовали (обведите по одному ответу для каждого высказывания)?

	Совершенно согласен (на)	Согласен (на)	Не могу сказать определенно	Не согласен (на)	Совершенно не согласен (на)
1. Продукт японского производства, полезный для здоровья	1	2	3	4	5
2. Поскольку это продукт японского производства, можно быть уверенным в его безопасности	1	2	3	4	5
3. Поскольку это безглютеновый сэндвич, можно не беспокоиться об аллергии	1	2	3	4	5
4. Хорош в качестве закуски к спиртному	1	2	3	4	5
5. Вкусный сэндвич, который подойдет людям всех возрастов – как взрослым, так и детям	1	2	3	4	5

Q5. С кем вместе Вы бы хотели есть этот продукт (обведите все подходящие ответы)?

1. С ребенком 2. С мужем/женой/своим молодым человеком/своей девушкой 3. С отцом/матерью 4. С другом/знакомым 5. С коллегой 6. Другое

Q6. Когда, по вашему мнению, уместно есть этот сэндвич (обведите все подходящие ответы)?

1. За едой в обычное время 2. На вечеринке 3. Во время отдыха 4. В качестве перекуса 5. На работе 6. Другое

Q7. Какое Ваше впечатление об упаковке/количестве продукта, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Хороший дизайн 2. Дизайн не привлекательный 3. Хорошо понятны особенности продукта 4. Слишком маленькое количество 5. Слишком большое количество

Q8. Какое Ваше впечатление о цене продукта, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень дорого 2. Дорого 3. В самый раз 4. Дешево 5. Очень дешево

Q9. Вы бы хотели купить продукт, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень хочу купить 2. Если увидю, то, может-быть, куплю 3. Продукт меня заинтересовал, и я подумаю покупать его или нет 4. Не хотел(а) бы купить

Q10. Какая причина Вашего желания/нежелания купить продукт, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Цена 2. Полезные свойства 3. Вкус 4. Упаковка 5. Другое

◆ Пожалуйста, расскажите немного о себе (обведите по одному ответу).

F1. Ваш пол F2. Ваш возраст F3. Ваш род занятий

1. Мужчины 2. Женщины 3. 10-19 лет 4. 20-29 лет 5. 30-39 лет 6. 40-49 лет 7. 50-59 лет 8. 60 лет и старше 9. Студент 10. Служащий компании 11. Сельскохозяйственный 12. Домохозяйка 13. Неработающий 14. Другое

На этом наша анкета закончена. Благодарим Вас за сотрудничество! Пожалуйста, отдайте заполненную анкету нашему работнику.

アンケート調査票（日本語とロシア語）飲料

本日はありがとうございます。今後の参考のために、アンケートにご協力ください。 調査日 2017年 月 日

Q1. 今日あなたが試食した飲み物はどれですか。（○はひとつ）

1. 100%ジュース みかんしゅり 2. ごたわりのお冷しあま酒 3. ミラクルポティV

Q2. 試食した商品についてどのように感じましたか。（○はひとつ）

1. とてもおいしい 2. おいしい 3. おいしくない 4. 味が合わない

Q3. 試食した商品についてどのように感じましたか。（○はいくつでも）

1. 甘い 2. しゅっぱい 3. 飲みやすい 4. 飲みみにい 5. 味が濃い 6. 味が薄い 7. 清涼感がある

Q4. 試食した商品について、以下のそれぞれについて、どのくらい賛同できますか。（○はそれぞれひとつずつ）

	とても そう思う	そう思う	どちらとも いえない	そう 思わない	まったくそう 思わない
1. 日本産の健康によい食品である	1	2	3	4	5
2. 日本産なので、安心・安全である	1	2	3	4	5
3. 子どもから大人まで幅広い年齢が楽しめるだけ	1	2	3	4	5
4. 薬効効果が期待できそうである	1	2	3	4	5

Q5. 試食した商品を飲むとしたら、誰と一緒に飲みたいと思いますか。（○はいくつでも）

1. 子供 2. 夫/妻/娘/彼女 3. 親 4. 友人・知人 5. 同僚 6. その他

Q6. 試食した商品を飲むとしたら、どのようなときがふさわしいと思いますか。（○はいくつでも）

1. 普段の食事 2. パーティ 3. 休憩するとき 4. スポーツをするとき 5. 職場で 6. その他

Q7. 試食した商品のパッケージ/容量についてどのように感じますか。（○はいくつでも）

1. デザインが良い 2. デザインが魅力的でない 3. 商品内容がわかりやすい 4. 量が少ない 5. 量が多い

Q8. 試食した商品の価格についてどのように感じますか。（○はひとつ）

1. 非常に高い 2. 高い 3. ちょうどよい 4. 安い 5. 非常に安い

Q9. あなたは、試食した商品を購入したいと思いますか。（○はひとつ）

1. 是非購入したい 2. 見かけから購入するかもしれない 3. 興味が湧いたので検討する 4. 購入したいと思わない

Q10. あなたが、試食した商品を購入したい購入したくないと思ったのはなぜですか。あてはまるものを選んでください。（○はいくつでも）

1. 価格 2. 機能 3. 味 4. パッケージ 5. その他

◆あなたご自身のことについて伺います（○はそれぞれひとつずつ）

F1. 性別 F2. 年齢 F3. 職業

1. 男性 2. 女性 3. 10代 4. 20代 5. 30代 6. 40代 7. 50代 8. 60代以上 9. 会社員 10. 自営業 11. 学生 12. 専業主婦 13. 無職 14. その他

以上で終了です。ご協力ありがとうございました。アンケート用紙を係員にお渡しください。

Благодарим Вас за участие! Для нашего дальнейшего развития нам очень важно Ваше мнение, поэтому просим Вас ответить на вопросы нижеуказанной анкеты. Дата опроса: 2017 г. месяц _____ день _____

Q1. Какой из напитков Вы сегодня попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. 100% чистый сок Выжатый мандарин «Милка-сборно» 2. Колдрави-но Хаики Амальде 3. «Мирай Боул Vn»

Q2. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень вкусный 2. Вкусный 3. Некусный 4. Мне такой вкус не подходит

Q3. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Сладкий 2. Кислый 3. Легко пьется 4. Пьется с трудом 5. Слишком интенсивный вкус 6. Слишком слабый вкус 7. Дает чувство свежести

Q4. Насколько Вы согласны со следующими высказываниями о продукте, который Вы попробовали (обведите по одному ответу для каждого высказывания)?

	Совершенно согласен (на)	Согласен (на)	Не могу сказать определенно	Не согласен (на)	Совершенно не согласен (на)
1. Продукт японского производства, полезный для здоровья	1	2	3	4	5
2. Поскольку это продукт японского производства, можно быть уверенным в его безопасности	1	2	3	4	5
3. Вкусный продукт, который подойдет людям разных возрастов – как взрослым, так и детям	1	2	3	4	5
4. Можно рассчитывать на косметический эффект	1	2	3	4	5

Q5. С кем вместе Вы бы хотели пить этот напиток (обведите все подходящие ответы)?

1. С ребенком 2. С мужем/женой/своим молодым человеком/своей девушкой 3. С отцом/матерью 4. С другом/знакомым 5. С коллегой 6. Другое

Q6. Когда, по вашему мнению, уместно пить этот напиток (обведите все подходящие ответы)?

1. За едой в обычное время 2. На вечеринке 3. Во время отдыха 4. Во время занятий спортом 5. На работе 6. Другое

Q7. Какое Ваше впечатление об упаковке/количестве продукта, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Хороший дизайн 2. Дизайн не привлекательный 3. Хорошо понятны особенности продукта 4. Слишком маленькое количество 5. Слишком большое количество

Q8. Какое Ваше впечатление о цене продукта, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень дорого 2. Дорого 3. В самый раз 4. Дешево 5. Очень дешево

Q9. Вы бы хотели купить продукт, который Вы попробовали (обведите один подходящий ответ)?

1. Очень хочу купить 2. Если увидю, то, может-быть, куплю 3. Продукт меня заинтересовал, и я подумаю покупать его или нет 4. Не хотел(а) бы купить

Q10. Какая причина Вашего желания/нежелания купить продукт, который Вы попробовали (обведите все подходящие ответы)?

1. Цена 2. Полезные свойства 3. Вкус 4. Упаковка 5. Другое

◆ Пожалуйста, расскажите немного о себе (обведите по одному ответу).

F1. Ваш пол F2. Ваш возраст F3. Ваш род занятий

1. Мужчины 2. Женщины 3. 10-19 лет 4. 20-29 лет 5. 30-39 лет 6. 40-49 лет 7. 50-59 лет 8. 60 лет и старше 9. Студент 10. Служащий компании 11. Сельскохозяйственный 12. Домохозяйка 13. Неработающий 14. Другое

На этом наша анкета закончена. Благодарим Вас за сотрудничество! Пожалуйста, отдайте заполненную анкету нашему работнику.

アンケート調査票（日本語とロシア語）調味料

日本語版アンケート調査票。調味料に関する質問と回答欄。質問内容は商品の試食体験、味の好み、健康への影響、購入意欲など。回答欄には Likert 尺度と自由記述欄が設けられている。

ロシア語版アンケート調査票。調味料に関する質問と回答欄。質問内容は商品の試食体験、味の好み、健康への影響、購入意欲など。回答欄には Likert 尺度と自由記述欄が設けられている。

アンケート調査票（日本語とロシア語）茶

日本語版アンケート調査票。茶に関する質問と回答欄。質問内容は商品の試食体験、味の好み、健康への影響、購入意欲など。回答欄には Likert 尺度と自由記述欄が設けられている。

ロシア語版アンケート調査票。茶に関する質問と回答欄。質問内容は商品の試食体験、味の好み、健康への影響、購入意欲など。回答欄には Likert 尺度と自由記述欄が設けられている。

アンケート調査票（日本語とロシア語） ラーメン

本日おかげでございます。今後の参考のために、アンケートにご協力ください。 調査日2017年 月 日

本日はありがとうございました商品 **一番星 一番星 一番星 (高多芳しめじょうゆラーメン)**

1. とてもおいしい 2. おいしい 3. おいしくない 4. 味が合わない

1. 味わいがある 3. からい 5. しよばい 7. 麺とスープの相性が良い
2. 歯ごたえが良い 4. 味が薄い 6. 味が濃い

1. 日本産の健康によい食品である
2. 常温で長い期間保存しても美味いである
3. このブランド/メーカー/銘柄のラーメンの1/5の価格
4. 味がなく、ヘルシーである
5. 非常に健康的なレシピ/成分で作ったスープのラーメンなので肝臓にやさしい
5. 家庭でも簡単に作れる

1. 子供 3. 親 5. 同僚
2. 夫/妻/娘/彼女 4. 友人・知人 6. その他

1. 商標の食事 3. 休憩するとき 5. 職場で
2. パーティ 4. 間食として 6. その他

1. デザインが良い 3. 商品内容がわかりやすい 5. 量が多い
2. デザインが魅力的でない 4. 量が少ない

1. 非常に高い 2. 高い 3. ちょうどよい 4. 安い 5. 非常に安い

1. 興味がない 3. 興味があるので検討する
2. 検討したら購入するかもしれない 4. 購入したいと思わない

1. 価格 2. 効果 3. 味 4. パッケージ 5. その他

●あなたご自身のことについてお答えください (○はすべて)

F1. 性別 F2. 年齢 F3. 職業

1. 男性 1. 10代 4. 40代 1. 会社員 4. 専業主婦
2. 女性 2. 20代 5. 50代 2. 自営業 5. その他
3. 30代 6. 60代以上 3. 学生 6. その他

以上を終了です。ご協力ありがとうございました。アンケート用紙を廃棄にお戻しくたい。

Вам благодарим за участие! Для нашего дальнейшего развития нам очень важно Ваше мнение, поэтому просим Вас ответить на вопросы нижеприведенной анкеты. Дата опроса: 2017 г. месяц _____ день _____

со вкусом соев **Лапша быстрого приготовления «Китайская» с моллюсками салезим и**

Q1. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали? (обязательно все подходящие ответы?)

1. Очень вкусный 2. Вкусный 3. Не очень вкусный 4. Мне такой вкус не подходит

Q2. Какое Ваше впечатление о продукте, который Вы попробовали (обязательно все подходящие ответы?)

1. Необычный вкус 3. Острый 5. Сладкий 7. Лапша и бульон хорошо сочетаются
2. Плотная текстура, приятная при жевании 4. Слабый вкус 6. Слишком интенсивный вкус

Q3. Насколько Вы согласны со следующими высказываниями о продукте, который Вы попробовали (обязательно по одному ответу для каждого высказывания)?

	Совсем не согласен (мл)	Согласен (мл)	Не могу сказать определенно	Не согласен (мл)	Совсем не согласен (мл)
1. Продукт японского производства, полезный для здоровья	1	2	3	4	5
2. Не теряет своего вкуса даже при долгом хранении	1	2	3	4	5
3. Это лапша не содержит в масле, поэтому содержит всего лишь 1/5 часть жира по сравнению с обычной лапшой быстрого приготовления	1	2	3	4	5
4. Содержит экстракт моллюсков салезим, полезный для печени	1	2	3	4	5
5. Легко готовится в домашних условиях	1	2	3	4	5

Q4. С кем вместе Вы бы хотели есть этот продукт (обязательно все подходящие ответы?)

1. С ребенком 3. С другом/матерью 5. С коллегой
2. С мужем/женой 4. С другом/знакомым 6. Другое

Q5. Когда, по вашему мнению, уместно есть этот продукт (обязательно все подходящие ответы?)

1. За едой в обычное время 3. Во время отдыха 5. На работе
2. На вечеринке 4. В качестве перекуса 6. Другое

Q6. Какое Ваше впечатление об упаковке/количестве продукта, который Вы попробовали (обязательно все подходящие ответы?)

1. Хороший дизайн 3. Хорошо развиты особенности продукта 5. Слишком большое количество
2. Дизайн не привлекательный 4. Слишком малое количество

Q7. Какое Ваше впечатление о цене продукта, который Вы попробовали (обязательно один подходящий ответ?)

1. Очень дорого 2. Дорого 3. В самый раз 4. Дешево 5. Очень дешево

Q8. Вы бы хотели купить продукт, который Вы попробовали (обязательно один подходящий ответ?)

1. Очень хочу купить 3. Продукт меня заинтересовал, и я хочу купить его или нет
2. Если увижу, то, может быть, куплю 4. Не хочу(а) бы купить

Q9. Какая причина Вашего желания/нежелания купить продукт, который Вы попробовали (обязательно все подходящие ответы?)

1. Цена 2. Пользные свойства 3. Вкус 4. Упаковка 5. Другое

● Пожалуйста, расскажите немного о себе (обязательно по одному ответу).

F1. Ваш пол F2. Ваш возраст F3. Ваш род занятий

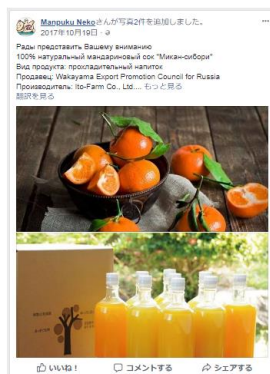
1. Мужчины 1. 10-19 лет 4. 40-49 лет 1. Студентский компании 4. Домохозяйка
2. Женщины 2. 20-29 лет 5. 50-59 лет 2. Самозанятый 5. Неработающий
3. 30-39 лет 6. 60 лет и старше 3. Студент 6. Другое

На этом наша анкета закончена. Благодарим Вас за сотрудничество! Пожалуйста, сделайте использованную анкету частью мусора.

● 拠点の広報活動

FacebookやInstagramを活用。商品のPRを行い店舗誘因を図った。

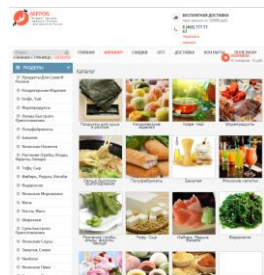
※Facebook掲載画像



※Instagram掲載画像



※Nippon HP



事業の成果

【日本食による健康マネジメントの提案】

本事業は、日本食で健康マネジメント「からだ喜ぶ日本食」をコンセプトに、日本食気運の高まりがみられるロシアの首都モスクワや日本に一番近い中核都市であるウラジオストクを中心に、テスト販売（B2C）、バイヤーへの商品説明会（B2B）、広報活動業務（B2B+B2C）の3本軸に沿って展開された。テスト販売では5種類のカテゴリー計13品目を店頭で販売しアンケート調査を行い、また、モスクワ大使館での天皇誕生日レセプションにおけるブース出展では、オピニオンリーダーや富裕層へ、まだ十分な認知が進んでいない日本製品のPRと販売店舗の紹介を行った。中国茶と日本茶の違いが十分理解されていないため、お茶の選定委員である上原氏が和装にて茶文化（煎茶道）を紹介し、体験の場を提供した。現地で慣れ親しんだ味に日本茶を合わせる、日本茶の新しいソリエーション（日本茶のウォッカ割、コンデンスミルクで作る抹茶ラテなど）を提案し、日本茶文化への理解を広めた。上記2都市にてそれぞれ行われたバイヤー意見交換会やアンケート調査結果の裏付け及び出展企業へ提供するマーケティング情報への追加を目的としたグループ・フォーカス・インタビューでは、日本と同様に建前と本音を使い分ける方が多いロシアにおいてクローズド形式で数時間という、深いレベルでのコミュニケーションを通じ、忌憚ない有効な意見を得ることが出来た。試食・試飲を通じて得られたロシア人のニーズと嗜好性に関する情報や商品のアンケート調査結果等の有意義な情報は、出展企業各社へ共有し、これからのロシア進出に是非ご活用いただきたいと願う。ロシア市場へ日本食商材を展開するうえで下記⑤の点に留意する必要がある。①安心・安全 ②おいしい ③コストパフォーマンスが良い ④付加価値（健康） ⑤パッケージデザイン中身が見える。5つの要素が必須である。

今後の課題や改善点

【実需につながる効果的な手法】

ロシア人の日本への査証取得要件緩和になっているが、ロシア人の訪日旅行者数54,839人（※出展：日本政府観光局（JNTO）2016年 国籍別 / 目的別 訪日外客数（確定値））と隣国である東アジア諸国と比較すると少ない。親日ではあるが、訪日経験が少ないゆえ本物の日本食文化を伝える必要がある。このような状況下では、日本食のPRセミナーと試食販売が最も効果的である。

【ロシア独特の流通構造と障壁】

スーパーなどで売れ残った品物を買取られる現行の仕組みにより、余力がある企業しか進出しにくい状況が続くロシア。このロシア独特の流通構造による障壁は、現地のバイヤーと双方で納得できるプロモーション展開や商品の付加価値を明確に打ち出す戦略等により改善していく必要がある。

【為替問題】

上記の流通構造によりコストが嵩み、消費者の手に届く頃には市場競争力で厳しい立場に立ちやすい。現在はルーブルの低落が続いており（平成30年3月現在：1ルーブル=2円を切っている）、ロシアの原油価格が上がれば、ルーブルの価値も上向きになり、輸出促進への追い風となる。

【流通ルートの整備】

モスクワへ食品を輸出するには、航空便、船便、船便+シベリア鉄道のパターンの3パターンしかないのだが、航空便は運賃が高く、船便は日数がかかり過ぎる。シベリア鉄道の定期運送と運賃の交渉が必要である。

【健康寿命の延伸への日本食の寄与】

WHOの世界保健統計2016によれば、ロシアの平均寿命は男性が64.7歳、女性が76.3歳、そして健康寿命は63.3歳。ロシアにおいても平均寿命が延びる中、糖尿疾患者の増加など社会的問題を背景に健康寿命が注目されはじめ、日本食を病院食として提供するなどの動きもある現在、健康寿命の延伸をキーワードに、日本食の健康によいイメージを利用し、丁寧に日本食文化を伝えると共に、日本の高品質な素材・食材を現地の食生活に合わせて提供すれば、更なる市場を目指すことが出来るだろう。