

令和元年度海外農業・貿易投資環境調査分析委託事業
(サウジアラビア)

最終報告書

令和2年3月
株式会社 みずほ銀行

注意事項

本事業は、農林水産省大臣官房国際部の委託により、株式会社みずほ銀行が実施したものであり本報告書の内容は農林水産省に見解を示すものではありません。

免責事項

本報告書は農林水産省からの受託調査として、情報提供のみを目的として作成されたものであり、特定の取引の勧誘・取次ぎなどを強制するものではありません。また、本資料はみずほフィナンシャルグループ各社との取引を前提とするものではありません。

本報告書は当行が信頼に足り且つ正確であると判断した情報に基づき作成されておりますが、当行はその正確性・確実性を保障するものではありません。本資料のご利用に際しては、貴社ご自身の判断にてなされますよう、また必要な場合は、弁護士、会計士、税理士などにご相談のうえお取扱い下さいますようお願い申し上げます。

また、調査の内容を踏まえた提言に係る記載もございますが、みずほフィナンシャルグループとしての意見を代表するものではありません。

目次

第1章 本事業の目的および事業内容	1
1 項 本事業の背景・目的	1
2 項 事業内容	1
第2章 調査報告書	4
1 項 招聘事業について	4
1-1 招聘者について	4
1-2 招聘事業	7
1-3 招聘事業実施記録	9
1-4 招聘事業実施についてまとめ	38
2 項 招聘者による情報発信結果及び効果評価	41
2-1 情報発信目処に関する取り決め	41
2-2 情報発信実績とその分析	43
2-3 コメント結果と分析	48
2-4 その他	54
2-5 情報発信結果と効果評価まとめ	55
第3章 日本食・日本食文化の認知度向上に向けた取り組み仮説・政策提言	57
1 項 日本食・日本食文化の認知度向上に向けた取り組み仮説	57
1-1 仮説構築の前提としてのサウジアラビア市場の特殊性	57
1-2 日本食・日本食文化の認知度向上に向けた取り組み仮説	59
1-3 本調査事業結果・実績	60
2 項 調査事業から判明した各種課題	61
2-1 日本市場が持つ課題について	61
2-2 サウジアラビア市場が持つ課題について	63
2-3 調査事業実施方法に関する課題	64
2-4 今後に向けた課題の総括として、各種手法比較	66
第4章 政策提言	69
提言1	69
提言2	70
提言3	72
添付資料 企業ミーティング講演資料	73

第1章 本事業の目的および事業内容

1 項 本事業の背景・目的

農林水産業では、農業生産から製造・加工、流通、消費に至るフードバリューチェーンの構築を各国と協力して進めていくための方針として取りまとめたグローバル・フードバリューチェーン戦略に基づき、日本の食産業の海外展開を促進するための取り組みを進めているところである。

サウジアラビアについては、平成29年3月にサウジアラビア国王が来日し、新たな戦略的パートナーシップの羅針盤として「日・サウジ・ビジョン2030」が両国間で合意された。同ビジョンにおいては、農業・食料分野が重点分野の一つに含まれており、当該分野における日本企業の進出への期待が高まっている。しかしながら、サウジアラビアは中東地域において市場としての潜在力は大きいが、日本企業が企業活動を行う上での情報不足が課題となっていた。

このような中、平成29年～30年度に農林水産省委託事業「海外農業・貿易投資環境調査分析委託事業」により、サウジアラビアにおける農業・食品分野の現況調査を実施し、同分野における日本企業の進出に向けての課題・可能性について調査した。その結果、外食及び食品関連分野が進出の有望分野の1つであることが特定された。

上記事業結果を踏まえ、今後は外食・食品関連企業の進出に向けた取り組みを支援していくこととしているが、日本食及び日本産食品の同国における認知度が低いことが課題となっている。

サウジアラビアでは、2000年代の各種規制緩和によりスマートフォンが大幅に普及したことを受け、新聞やテレビ、雑誌など従来型メディアによるコマーシャルに代わり、ウェブを活用したメディアの成長が著しく、グルメやファッションなどのトレンドを知りたい場合、SNSを活用しているユーザーが多くみられる。このため、商品やサービスの認知向上・普及に影響力を持つ者（以下「インフルエンサー」）が発信する情報は人々へ大きな影響力を及ぼしていると言われている。

このため、サウジアラビアのインフルエンサーに日本食および日本産食品の魅力を学ぶ視察に参加してもらい、その魅力をSNSで発信してもらうことは、サウジアラビアにおける我が国外食・食品関連企業の進出促進と日本食・日本産食品の普及促進につながると考えている。

以上を踏まえ、本委託事業では、サウジアラビアにおいて日本食及び日本産食品の認知度向上やこれらに対する関心を高めるための効果的な手段を特定するため、インフルエンサー招聘を通じた調査を実施し、この結果を我が国外食・食品関連企業の進出の機会拡大に活用することを目的とする。また、外食関連企業の進出が活性化されることで、日本産食材・食品の調達も促されることから、これら一連の取り組みにより、サウジアラビアにおける日本の外食・食品関連企業が関与した形でのフードバリューチェーン構築を目指す。

2 項 事業内容及び実施方法

我が国外食・食品関連企業の進出促進と日本食・日本産食品の普及の観点から、サウジ人

インフルエンサー、外食・食品分野のパートナー候補企業（以下「パートナー候補企業」という）、政府関係者等から選定し、日本招聘を通じた調査を実施する。

(1) 日本食及び日本産食品の認知度向上に向けた調査

サウジアラビアにおける日本食及び日本産食品の認知度を向上させ、それらに対する関心を高めるため、インフルエンサー、パートナー候補企業、政府関係者等から選定し、日本に招聘する。

招聘者による、日本食、日本産食品及びその関連企業を巡る視察を行う。招聘者及び視察先の企業等から、日本食及び日本産食品をサウジアラビアで普及させるためにどのような手法が効果的であるのか、聞き取り、分析し取りまとめる。さらに、サウジアラビア国内で、インフルエンサー等から情報を受け取った人々の反応及びパートナー候補企業が招聘後に今後、どのような日本食及び日本産食品にかかるビジネス形成を行っていくかについても、調査することとし、上記調査結果に加えることとする。具体的な業務は以下を想定する。

招聘日程の調整、招聘者の選定と調整、視察先の選定と調整、招聘に係るロジ対応、招聘の概要報告書の作成、その他の必要な事項を、担当部局と調整の上実施する。

ア 招聘日程の調整、招聘者の選定と調整

招聘回数は事業実施期間中 1 回とする。招聘期間は日本滞在日数を 4 日を想定。招聘者は合計で最低でも 3 名以上とする。インフルエンサー、外食・食品分野のパートナー候補企業、政府関係者等の幅広い分野から選定し、インフルエンサーは必ず 1 名加えることとする。但し、相手国の意向なども踏まえる必要があることから、担当部局と十分な調整を実施することとする。

イ 視察先の選定と調整

サウジアラビアで普及の可能性がある日本食、日本産食品及びその関連企業（外食産業等）を視察先として選定する。なお、選定に当たっては、招聘者が情報発信をする際に見栄えのよいものとなるように留意する。

また、パートナー候補企業と視察先の日本企業とのマッチングが最も効果的に行われるよう工夫すること。

ウ 招聘に係るロジ対応

ロジ関連資料作成、行程管理、視察先等での通訳や説明者の手配、参加者の誘導、写真撮影、車両の手配、招聘者の航空チケット・宿舍・食事の手配等を行う。

エ 費用負担

招聘者の日本訪問及び滞在に係る費用（航空賃、宿泊費、食費等）視察先への移動のための車両借り上げ費、通訳費、イヤホンレシーバー（現地視察用）など、招聘に必要な経費については、本委託費で負担すること。

オ 招聘を通じた調査報告

招聘者を対象に、招聘前と招聘後で日本食及び日本産食品への認知度がどのように変化したか、招聘中又は招聘後のサウジアラビア国内への発信の有無・方法（インフルエンサー等による日本食・日本産食品に関する SNS への投稿など）、具体的なビジネス形成の動き等を調査し、取りまとめ、招聘の概要と併せて報告書を作成し、期限までに担当部局

に提出することとする。なお、調査項目には、日本食及び日本産食品の認知度をサウジアラビアで向上させる効果的な手法についても含めることとする。

(2) セミナーやマッチングイベント等の開催

招聘期間中に、日本食、日本産食品、日本産食材、日系企業の有する農業関連技術等についてサウジアラビアで認知度を向上させるため、招聘者を対象に、セミナーや同国への進出に関心の高い日系企業関係者を選定した上で、マッチングイベント等を日本で開催する（視察先でセミナーやマッチングイベント等を開催することも可）。なお、会場の手配等、セミナーやマッチングイベント等の開催に要する費用は本委託費で負担することとする。また、セミナーやマッチングイベント等の開催規模や内容も提案に含めることとする。

なお、招聘日程、視察先の選定、食品の提供にあたっては、招聘者の宗教上の規則（ハラールなど）を考慮したうえで決定すること。

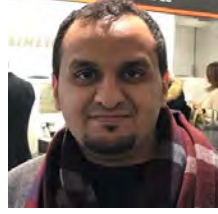
第2章 調査報告書

1 項 招聘事業について

1-1 招聘者について

- (1) 本調査事業においては、インフルエンサーとして、Yasser Jad 氏（以下、Yasser 氏）と Khulood Olaqi 氏（以下、Khulood 氏）を招聘。また、サウジアラビア政府関係者について3名を招聘。

図 2-1-1-1：「招聘者リスト」

氏名	所属	写真
Mr. Yasser Jad ヤシール・ジャド	Influencer (chair man of Saudi Chef association) インフルエンサー (サウジ調理師協会会長)	
Mrs. Khulood Olaqi クルード・オラキ	Influencer (Owner Chef of Restaurant "Oishii Sushi") インフルエンサー (レストラン「Oishii Sushi」オーナーシェフ)	
Mr. Faris bin Mohammed Al-Ghamdi ファリス・ビン・モハメッド・ アル・ガムディ	Director General, Health and Fisheries Services Department, Ministry of Environment, Water and Agriculture (MEWA) 環境・水資源・農業省、健康・漁業局 局長	
Mr. Faisal bin Fahd Sunaid ファイサル・ビン・ ファハド・スネイド	Director, Health Food Department, Saudi Food and Drug Authority (SFDA) 食品・医薬品規制庁、健康食品局 課長	
Mr. Abdulaziz Suleman アブドゥルアジズ・スレマン	Vice President, Arar Chamber of Commerce and Industry アラール商工会議所 副社長	

作成：みずほ銀行国際戦略情報部

本件インフルエンサー招聘者を選ぶ際の要件として、①日本食及び日本産食品の背景となる日本食文化について真摯に理解しようとする意思をもつもの、②サウジアラビア市場に確実に影響力をもつインフルエンサーであり、外食、食品について相応に専門知識をもつもの、日本食・日本食品に興味を持つもの、または日本食文化に興味をもつフォロワー層を有するものとした。

- (2) サウジアラビアにおける「インフルエンサー」を調査した結果が図 2-1-2 の「インフルエンサーリスト」。サウジアラビアでは、「ファッション」又は特定の分野に拘らない「マルチ」に区分されるインフルエンサーが太宗で「料理系」は少数派であった。

図 2-1-1-2 : 「インフルエンサーリスト」

No	名前	URL	活動媒体	主要コンテンツ	備考
1	Njoud Al Shamari	https://www.youtube.com/channel/UCDZ0tbyJnUrLzvIADLCg/featured	Youtube	health and beauty tutorials, and comedy skits	900K subscribers, and generated over 53M views
2	Asrar Arif	https://www.youtube.com/user/DramaQueen7373/featured	Youtube	challenges, beauty tips, travel advice, along with recipes and other food-based content	generated over 45M views, and has a loyal following of over 500K subscribers
3	Hessa Al Awad	https://www.youtube.com/user/mivadean22/featured	Youtube	beauty tips and tutorials, as well as lifestyle advice and Japanese Culture	470K subscribers, and generated nearly 61M views
4	Al Juhara Sajer	https://www.youtube.com/user/JaysCherry/featured	Youtube	travel, challenges, and lifestyle advice	48M views, and 425K subscribers
5	Afnan Al Batel	afnan_albatel	Instagram	Multi	7.7m Followers Average Comments 35,545 Average Likes 8,565
6	Model Roz	Model_roz Management: (312) 975-8757	Instagram	Multi	10,25m Followers
7	Ahmad AlShugairi	ahmadalsugairi on Instagram	Instagram/Twitter	Multi	17.8m followers (Twitter) 10.2 (Instagram)
8	Sausan AlKadi	sausan@dcatchers.com	Instagram	Multi	133k Follower
9	about.her.ksa	about.her.ksa	Instagram	Fashion & Lifestyle	867k follower
10	Yara AlNamla	Yara@dcatchers.com	Instagram	Multi	618k follower
11	Noura AlOmairi	nka@_al3ameeri@hotmail.com	Instagram	Multi	878k Follower
12	Sara Wadaani	sw@thesw.com	Instagram	Multi	1.8m Follower
13	Afnan AlNamla	afnan_albatel (Instagram user)	Instagram	N/A	N/A
14	Faris Altorki	Farooi (Instagram account)	Instagram	Multi	87.5k follower
15	Mahmood Sidani	mrmoudz (snapchat user)	Snapchat	Multi	N/A
16	Sara Murad	saraspics (Snapchat)	Snapchat	Multi	N/A
17	Shahad AlZahrani	mediashahad@gmail.com	Instagram/Snapchat	Multi	1m Followers
18	Fatima AlMomen	Falmomen (instagram)	Instagram/Snapchat	Multi	1.7m follower
19	Hala Abdullah	Thehala (Instagram User)	Instagram/Snapchat	Multi	2m Follower
20	Adwa Al-Dakheel	adwa@foloos.com	Instagram/Snapchat	Multi	1m Followers
21	Kholood Ogaili	kholoodolaqi	Instagram/Snapchat	Food	50.8K Follower
22	Bader AlSaad	contact@bdralsaad.me	Instagram/Snapchat	Multi	67.7k follower
23	Nihal Filimban	dipsntrips (instagram acc)	Instagram/Snapchat	Food/Travel	74.5k Follower
24	Raneen Joudah	Raneens.table.com/	Youtube/Instagram/Snapchat	Food	128K Follower
25	Abu Hamadan	Ads@warchieff.com	Instagram/Snapchat/Twitter	Multi	3.9M on Instagram
26	Ahmad AlShugairi	ahmadalsugairi on Instagram	Instagram/Twitter	Multi	17.8m followers (Twitter) 10.2 (Instagram)
*Please not that the follower count is for twitter or instagram as snapchat does not release public follower account					
14	Abu Hamadan	Ads@warchieff.com	Instagram/Snapchat/Twitter	Multi	3.9M on Instagram
26	Raneen Joudah	Raneens.table.com/	Youtube/Instagram/Snapchat	Food	128K Follower
7	Ahmad AlShugairi	ahmadalsugairi on Instagram	Instagram/Twitter	Multi	17.8m followers (Twitter) 10.2 (Instagram)

作成：みずほ銀行国際戦略情報部

- (3) さらにサウジアラビアのインフルエンサー市場を調査した結果、下記のこと が判明した。①インフルエンサーは、撮影機材、加工・管理ソフトやフォロワーなどは自らの資産であり、事前の資金投資をもとに現在の地位があることから、情報発信には相応の

対価を求める。②特定の情報発信に係る市場認識として、10 万人以上のフォロワーをもつインフルエンサーは情報発信の対価を求めてくるといわれ、一回の情報発信相場は1 万ドルから2 万ドルと言われている。

上記から、日本食・日本食文化に特別な関心がないと思われる「ファッション」や「マルチ」に区分されるインフルエンサーを日本に招聘し情報発信させることは、コストの関係から現実的ではないと判断した。

- (4) 一方で、日本食や日本食文化（または海外の食文化）に強い興味をもつインフルエンサーに対し、弊行の持つ関連人脈を上手く活用し、アプローチをすれば、招聘側の旅費・滞在費負担程度のコストで招聘できる可能性はあると考えた。

- (5) 上記考えから、サウジアラビア調理師協会のトップ、サウジアラビアの人気番組「Top Chef」の審査員、国内のフラッグシップキャリアであるサウジアラビア航空の機内食監修を務める Yasser 氏、リヤドで唯一女性として日本食レストラン「Oishii Sushi」を経営する Khulood 氏に対して、現地に訪問し、今回の招聘事業の趣旨等を丁寧に説明することで、招聘側の旅費・滞在費負担という条件で日本へ招聘することができた。

Yasser 氏は、訪日経験もなく、日本食・日本食文化への興味・知識はほぼ無いながらも、サウジアラビアの食文化発展のために他国の食文化を学ぶという姿勢があり、日本食・日本食文化を真摯に学ぶ可能性が高いと考え、招聘するインフルエンサーとして適切だと判断した。またサウジアラビアの日本料理店でシェフを務める佐藤タキ氏*からも、Yasser 氏招聘においてはサポート頂いた。Khulood 氏は、2 回の訪日経験があり、日本食・日本食文化に高い関心を持ち、真摯に理解したいという気持ちも強く、また Yasser 氏のようにサウジアラビア調理師協会の重鎮ではないものの、食や料理に関する情報発信は頻繁に行っており、招聘するインフルエンサーとして適切だと判断。

*：本招聘事業のアドバイザーとして参加

- (6) サウジアラビア政府関係者に関しては、「日・サウジ・ビジョン 2030」における農林水産省の連携相手である環境・水資源・農業省（Ministry of Environment, Water and Agriculture 以下 MEWA）に対して、現地に訪問し、今回の招聘事業の趣旨等を丁寧に説明した。結果、MEWA より下記 3 名が推薦され、訪日に至った。①環境・水資源・農業省（MEWA）健康・漁業局（Health and Fisheries Services Department）の Mr. Faris bin Mohammed Al Gamdi 局長（以下、Faris 氏）、②食品・医薬品規制庁（Saudi Food and Drug Authority 以下、SFDA）健康食品局（Health Food Department）の Mr. Faisal bin Fahd Sunaid 課長（以下、Faisal 氏）、③アラール商工会議所の Mr. Abdulaziz Suleman 副社長（以下、Abdulaziz 氏）。また実際の調査事業時には在日本サウジアラビア大使館から、Mrs. Samr Saleh 商務官と Mr. Hisham Alsubeheen 商務官補佐も参加。

サウジアラビアから来日した 3 名に関しては、訪日経験もなく、日本食・日本食文化への興味・知識はほぼ無かった。

1-2 招聘事業

- (1) 今回の招聘事業にあたり、まず訪問地域を、サウジアラビアへの事業展開を考える日本企業が確実に存在し、日本食・日本食文化の中心地である東京、またサウジアラビアの一般消費者に日本の多様性を理解してもらいたいとの観点から、サウジアラビアとは全く風土が違い、かつ多様な食品・外食産業を有する北海道と定めた。

- (2) 訪問先に関しては、招聘者が、日本食及び日本食文化に対する知識を多角的に向上させ、体験する機会を提供することで、日本市場のダイナミズムと現在進行形の広がりを感じてもらえるように計画した。

東京においては、伝統的な日本食・日本料理体験という観点から、東京調理製菓専門学校における日本料理の調理体験、日本橋ゆかりにおける懷石料理の体験、虎屋における和菓子製作実演の視察等、さらには、一般消費者が日常的に利用する市場、店舗及び購入・消費する食材などを多面的に伝えたいという観点から、アメ横探索、豊洲市場視察、大丸デパ地下体験、合羽橋商店街・かまた刀剣店の視察を行程に組み入れた。また、サウジアラビア市場に興味を持つ個別企業への訪問や企業ミーティングも行程に組み入れた。

訪問先との調整にあたっては、訪問先企業のスケジュールの都合と招聘日程の兼ね合いや、他地域に経営資源を集中する経営判断などの理由から、協力を断られるケースも少なからずあったが、弊行が全ての訪問予定先へ訪問し、主旨を説明することで、協力についての了承を多数の企業から得ることが出来た。

サウジアラビア政府関係者の行程に関しては、農林水産省と経済産業省と面談する機会を作ることで、サウジアラビア政府と日本政府が保有する「日・サウジ・ビジョン2030」推進における課題を議論、検討する機会を提供した。

- (3) 北海道においては、日本が有するハラル食品をサウジアラビアの一般消費者に知って欲しいという観点から、ハラルラーメンを製造している西山製麺やハラル和牛を取り扱う牛美道、日本には全国各地に様々な銘菓が存在するという事実を知って欲しいという観点から、北海道の銘菓である「白い恋人」を製造・販売する石屋製菓等を行程に組み入れた。

図 2-1-2-1：「招聘事業全体行程」

12月2日		12月3日		12月4日	12月5日	
東京 (政府関係者)	東京 (インフルエンサー)	東京 (政府関係者)	東京 (インフルエンサー)	東京/札幌	札幌 (政府関係者)	札幌 (インフルエンサー)
07:00		EX2: 05:00-07:00 豊洲市場視察				
08:00						
09:00	EX1: 08:30-13:30 東京調理製菓専門学校 校調理体験				G4 09:00 - 10:00 北海道農政事務所訪問	BM5 09:00-10:30 西山製麺訪問
		BM2: 09:30-11:00 カルビー訪問		BM3: 09:30-11:00 企業ミーティング		
10:00		SV3: 11:00-11:30 大丸デパ地下体験			G5 10:30 - 11:30 北海道庁訪問	BM6 11:00-12:00 風月訪問
11:00						
12:00				SV5: 11:30-12:30 渋谷散策	BM7: 12:30-13:30 だるま食品訪問	
		SV4: 12:00-14:00 合羽橋商店街 かまた刀剣店訪問				
13:00				BM4: 13:30-15:30 トリドール訪問 丸亀製麺体験		
14:00	BM1: 14:30-16:25 大気社ベジファクトリー訪問	EX3: 15:00-17:00 虎屋訪問			EX5: 14:00-15:30 石屋製菓訪問 白い恋人調理体験	
15:00						
16:00						
	SV1: 17:00-18:00 アメ横散策				EX6: 16:30-17:30 牛美道訪問 ハラル和牛食体験	
17:00	SV2: 18:00-18:30 神田明神視察					
18:00						
19:00						
			EX4: 19:00-21:00 日本橋ゆかり訪問 懐石料理体験			
20:00						
21:00						

出所：みずほ銀行国際戦略情報部作成

1-3 招聘事業実施記録

(1) 東京

① 訪問先概要

東京の行程（12月2日～4日）は以下のとおり実施した。

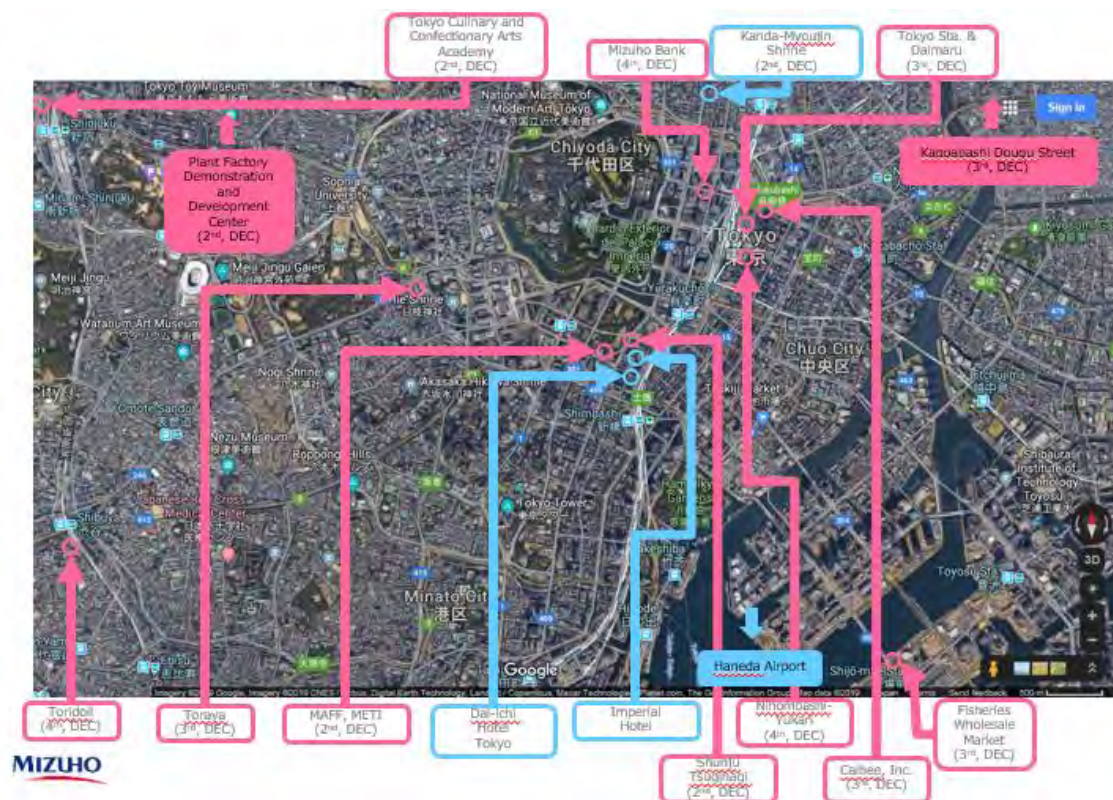
図 2-1-3-1：「東京の招聘事業行程・訪問先概要」

日付	時間	番号	プログラム名	訪問先概要	面談	視察	体験	記録
12月2日	08:30	i	Ex1 東京調理製菓専門学校調理体験 (インフルエンサーのみ)	1939年に当時の陸軍省、内務省、農林省等の関係省庁の国策で設立された調理学校。新宿にある校舎にはフードスタジオがあり、料理のデモンストレーションが可能。			○	○
	10:00	ii	G1 農林水産省訪問 (政府関係者のみ)	-	○			○
	11:00	iii	G2 経済産業省訪問 (政府関係者のみ)	-	○			○
	14:30	iv	BM1 大気社ベジファクトリー訪問	1913年創業の空調設備会社。板橋にある「ベジファクトリー」は完全人工光型・水耕栽培植物工場で、世界で唯一の結球レタス量産化が可能。	○			○
	17:00	v	SV1 アメ横探索	東京都台東区にある商店街。御徒町駅と上野駅の山手線の高架橋西側と高架下の約500～600メートルを中心に、衣服、化粧品、鮮魚、果物等様々な商品を取り扱う約400店が並ぶ。		○		○
	18:00		SV2 神田明神探索	730年に現在の東京都千代田区大手町・将門塚周辺に創建された神社。1616年に江戸城の表鬼門守護の場所にあたる現在の地に遷座し、「江戸総鎮守」として、幕府や江戸庶民から篤い崇敬を受ける。アニメ文化の発信地である秋葉原（アキバ）に近いこともあって、アニメの舞台となり、聖地巡礼も行われている。		○		
12月3日	05:00	vi	Ex2 豊洲市場視察	豊洲にある公設の卸売市場で、東京都内に11か所ある東京都中央卸売市場の一つ。築地市場の代替施設として建設され、2018年10月11日から取引が行われている。マグロの競り等の見学が、国内外の観光客から人気を集めている。			○	○
	09:30	vii	BM2 カルビー訪問	1949年に創業したスナックメーカー。サウジアラビアでも、『かっぱえびせん』等の商品を展開。	○			○
	11:00		SV3 大丸デバ地下体験	東京駅に隣接するデパートであり、1954年に開業。地下の食品街では、惣菜からデザートまで多種多様な食品が販売されている。		○		
	12:00	viii	SV4 合羽橋商店会 かまた刀研店訪問	1923年に創業した刃物店。最高級の包丁等約800種類の刃物を取扱う。		○		○
	15:00	ix	Ex3 虎屋訪問	室町時代に京都で創業した和菓子店。「とらやの羊羹」が特に有名。日本国外でも事業を展開しており、1980年からパリに出店している。			○	○
	19:00	x	Ex4 日本橋ゆかり訪問 懐石料理体験	1935年創業の日本料理店。現在は、京都の名店「霞庵菊乃井」で修業積んだ野永喜三夫氏が、三代目として腕を振るう。			○	○

12月4日	09:30	x i	BM3 企業ミーティング	日本食及び日本産食品のサウジアラビアにおける認知度向上と事業機会創出支援のために、サウジアラビアのインフルエンサー・政府関係者と日本企業とが自由闊達に情報・意見交換をする場を設定。	○			○
	11:30		SV5 渋谷視察	渋谷は若者に人気の街であり、日本の若者のファッションや文化の発信地になっている。渋谷駅前のスクランブル交差点は、東京の観光名所の一つとして多くの海外のガイドブックで紹介されている		○		
	13:30	X ii	BM4 トリドール訪問 丸亀製麺体験	1990年創業のレストラン運営会社。国内で約1,000店舗、海外でも約600店舗を展開。讃岐うどんを提供する「丸亀製麺」が主力レストランチェーンとして有名。	○			○

出所：みずほ銀行国際戦略情報部作成

図 2-1-3-2：「東京の訪問先地図」



出所：Google Map よりみずほ銀行国際戦略情報部作成

②個別訪問記録

(i)「東京調理製菓専門学校訪問」

【参加者】

当方	Mr. Yasser Jad, Mrs. Khulood Olaqi
先方	柘植末利校長, 松村博准教授

【視察先選定理由】

- ・インフルエンサーが日本料理の調理方法を学ぶことで、日本料理の奥深さ・繊細さを感じてもらうため。
- ・SNS を通じ日本料理の正統的調理法をサウジアラビアの一般消費者へ紹介するため。
- ・当該調理学校は、外国人学生を受入れており、サウジアラビア人調理指導も可能。

【概要・所感】

- ・アドバイザーの佐藤タキ氏より、トマトを用いてうま味に関する説明を行った。トマトを飲み込まないようにして、数十回噛みながら、味わうことで、うまみを構成する酸味や甘味などの味わいの変化を認識させることが出来た。
- ・専門学校側がインフルエンサーに対し、鯛を三枚におろし、刺身を作る一連の流れを指導するとともに、日本料理で使われる包丁の多様性についてもレクチャーを行った。サウジアラビアでは、魚をまるごと仕入れるよりもフィレを仕入れて調理しているケースが多く、インフルエンサーは三枚おろしにかなり苦戦していた。Yasser 氏からは、サウジアラビアでは、伝統的に食材は丸ごと出すのが礼儀で、加工して出すのは無礼（文化的背景から、食材として山羊やラクダなどを想定しているように見受けられる）。ついては、三枚におろす技術はないとの発言あり。また包丁の種類の多さには非常に驚いており、包丁ごとの使用用途等を詳しく聞いていた。
- ・インフルエンサーは、学校側が調理した鯛の炊き込みご飯、天ぷら、鯛の刺身等を試食。しかしながら、刺身にはほとんど箸をつけず、生魚は苦手な様子が伺えた。また鯛の炊き込みご飯も残しており、上品に仕上げられた素材の味を活かした調味はサウジアラビア人の味覚とは合わないようであったのが印象深かった。
- ・Yasser 氏は、帰国後サウジアラビアにおいて初となる調理師学校の設立を計画している。日本の専門学校の教育プログラム、クラス・教育期間などの仕組み（調理師学校は教授内容の性質上、受講者に合わせた各種クラス分けをしている）、教室や実習室といった学校そのものについて興味を持って視察をしていた。
- ・Yasser 氏から「日本の調理師学校には外人パティシエ（パン・スイーツ）はいないのか」と質問あり。日本側より、多数のパティシエが欧州等で修行しており日本の製菓技術は相応に高い水準にある。また日本人需要が中心であることから、特段外人パティシエが必須ではないとの問答あり。

Yaseer 氏から、日本などには上手いパンもスイーツないはずなので、外人パティシエは

必須だ、自分は世界一上手いフランスパン職人を知っているなどコメントあり。

図 2-1-3-3～図 2-1-3-7



出所：みずほ銀行国際戦略情報部撮影

(ii)「農林水産省訪問」

【参加者】

当方	Mr. Faris bin Mohammed Al-Ghamdi, Mr. Faisal bin Fahd Sunaid Mr. Abdulaziz Suleman, Mrs. Samar bint Mazen Saleh
先方	中田峰示大臣官房審議官（国際）、平中隆司課長 平野賢一国際交渉官、西村佳郎係長

【視察先選定理由】

- ・日本における農業施策等への理解を深めるため。
- ・「日・サウジ・ビジョン 2030」推進における課題を議論、検討する機会を提供するため。

【概要・所感】

- ・「日・サウジ・ビジョン 2030」における協力や日系企業のサウジアラビアにおける投資促進について意見交換を実施。

図 2-1-3-8



出所：農林水産省撮影

図 2-1-3-9



(iii)「経済産業省訪問」

【参加者】

当方	Mr. Faris bin Mohammed Al-Ghamdi, Mr. Faisal bin Fahd Sunaid Mr. Abdulaziz Suleman, Mrs. Samar bint Mazen Saleh
先方	田村亮平課長、伊藤建総括・イラン担当補佐、森田治尉課長補佐

【視察先選定理由】

- ・日本の経済政策等への理解を深めるため。

- ・「日・サウジ・ビジョン 2030」推進における課題を議論、検討する機会を提供するため。

【概要・所感】

＜日本側より＞

- ・経済産業省は、「日・サウジ・ビジョン 2030」を支援しており、現在、アニメ・エクスポや、サウジ版たけし城など、エンタメ分野での貢献は相当実績を積み重ねることができた。「日・サウジ・ビジョン 2030」の枠組み中でも食品産業は重要なテーマであり、エンタメ分野同様、今後多くの食品関連のプロジェクトが立ち上がることを期待している。
- ・サウジの肥満問題も認識している。
- ・我が国では、国民に対し健康な生活習慣を推奨している。例えば、塩分を減らした食品を認定する「カルシオ」プロジェクトは、減塩を通じた肥満解消が大きな狙いのひとつ。

＜サウジ側より＞

- ・大使館としては、食品の日サ貿易に関しては、デザートやコーヒーの輸出にビジネス拡大の余地があるし、北海道の食品などを輸入することにも取り組んでいる。
- ・日本人の肥満率は低く、日本食は健康食品であるという認識。従って、日本食をサウジの市場に紹介したいと考えている。
- ・サウジの健康食品への取り組みは真剣であり、「100%Fresh Juice」という標章を使う商品に砂糖を加えることを禁じることを法制化した。
- ・塩分を減らして、肥満を防止するというアイデアも非常に興味深い。「カルシオ」という取り組みには関心がある。

図 2-1-3-10



図 2-1-3-11



出所：みずほ銀行国際戦略情報部撮影