足が顕著で、教育機会の創出など更なる工夫が必要な分野と認識した。
・干菓子紹介と原料である和三盆について説明があったが、中々理解されなかった模様。
・Yasser 氏からは、中東のデーツを使った方が良いとのアドバイスがあった。小豆等に関しては、サウジアラビア人には馴染みがなく、現状では受入れやすい食材ではないと見受けられた。
・和菓子そのもののサウジアラビア展開については課題が多数あるように思われた。
・その後、販売店の視察や赤坂店内のギャラリーで虎屋や羊羹の歴史等について学んだが、必ずしも歴史に対して全員の関心が高いわけではなかった。

図 2-1-3-34～図 2-1-3-37

出所：みずほ銀行国際戦略情報部撮影

(x)「日本橋ゆかり訪問」
【参加者】

当方	Mr. Yasser Jad, Mrs. Khulood Olaqi
先方	野永喜三夫

【視察先選定理由】
・伝統的な日本の懐石料理を経験することで、日本料理・文化についての知見を深めるため。
・日本橋ゆかりは定期的に外国人の料理人の研修生を受け入れており、外国人の対応に習熟

しているため。

【概要・所感】

・本招聘事業において、伝統的な懐石料理を体験できる唯一の機会であった。
・日本橋ゆかりは、三代目の野永氏を中心に親族が協力し運営されているが、Yasser 氏からは、日本でも家族経営が行われていることについて高い関心と共感が示された。
・また、Yasser 氏から、野永氏をサウジアラビアに招聘して、サウジ料理店の視察をしてもらい、サウジと日本のフュージョン料理の献立を立ててもらえば、両国間の相互理解に繋がる等のアイデアが示された。
・全ての料理が好評であった。特にネギを使用した料理が三品（ネギまの焼き大トロ、汁物、すきしゃぶ）に対して、それぞれのネギの調理方法が素晴らしいとの発言があった。　一方で、一部の料理（サウジのスパイスを使った炊き込みご飯）に対しては、もう少し塩分が欲しいとのコメントがあった。これは、サウジアラビア人には日本の伝統的な味付け、懐石料理はやや薄味に感じる傾向があることが改めて示された。
・両インフルエンサー共に伝統的な懐石料理体験に満足。対応していただいた野永氏とは料理人同士として意気投合し、将来に向けて協力していく絆を育んだ。

図 2-1-3-38～図 2-1-3-41

出所：佐藤タキ氏撮影

（xi）「企業ミーティング」

【開催趣旨】

・本調査事業委託元である農林水産省を座長とし、本調査事業の主旨と意義を参加者に説明する機会を提供。

・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、自由闊達な情報・意見交換をする場を提供。

【概要・所感】

・MEWA より、サウジアラビアの漁業市場、国家戦略である National Fisheries Development Program、水産養殖への取り組みについてのプレゼン実施。

・SFDA より、サウジアラビアの食品市場、SFDA の役割の説明があった。特に、サウジアラビア国民の健康を守るために、国民の食生活に関する調査を行うとともに、塩や砂糖の含有量の規制も含めた健康食品規制に関して取り組みを始めている旨の説明があった。

・参加日本企業より、サウジアラビアで販売している商品や展開しているビジネスの内容を中心にプレゼンが行われた。

・尚、企業ミーティングにおける日・サウジアラビア双方のプレゼンテーション資料は資料編に添付。

図 2-1-3-42：「企業ミーティング」式次第及び概要

場所	式次第	概要
12月4日	（場所：みずほ銀行本店）	-
09:30	「開会の挨拶」 ・農林水産省　平野国際交渉官	-
09:35	サウジ環境・水資源・農業省(MEWA) 「The Saudi Arabia Fisheries Industry」	・国家漁業開発プログラム（NFDP）の紹介 ・養殖産業の紹介
09:50	サウジ食品医薬品庁(SFDA) 「Health Food」	・食品分野におけるビジネスポテンシャルの説明 ・SFDAの役割について説明
10:05	「サウジの他参加者からの挨拶」	・アラール商工会議所 ・Mr. Yasser Jad ・Mrs. Khulood Olaqi
10:20	尾西食品株式会社 「Company Profile」	・自社製品（アルファ米等）の紹介
10:30	株式会社出光商会 「世界に羽ばたく出光商会」	・業務内容（輸出入業務等）の紹介
10:40	ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社 「Company & Products」	・自社グループ及び製品（健康関連）の紹介
10:50	株式会社TBM 「Company Introduction」	・自社製品（Limex Paper）の紹介

出所：みずほ銀行国際戦略情報部作成

図 2-1-3-43～図 2-1-3-46

出所：みずほ銀行国際戦略情報部撮影

(xii)「トリ ドール訪問」

【参加者】

当方	Mr. Yasser Jad, Mrs. Khulood Olaqi Mr. Faris bin Mohammed Al-Ghamdi, Mr. Faisal bin Fahd Sunaid Mr. Abdulaziz Suleman
先方	菅聡部長、松村彩夏氏

【視察先選定理由】

・海外展開を活発に行っている日本の FC レストラン運営会社を視察することで、サウジアラビア市場における進出可能性を探るため。

・SNS を通じて、丸亀製麺の店舗やうどん等の商品をサウジアラビアの一般消費者に紹介するため。

【概要･所見】

・企業概要の説明を実施後、実際の丸亀製麺の店舗に行き、試食を行った。

・一部招聘者が勝手にキッチンに入ってしまうほど、オープンなライブキッチンへの関心は高かった。

・セルフ形式のレストラン形態には、サウジアラビアにも同様のバッフェが存在することから、特段の抵抗感を持たずに利用できた様子。一方、様々に用意されている天ぷら等の中身に関しては全く分からず、どの天ぷらを取るべきか迷っていた。
・意外にも、カレーうどんへの高い興味が確認できた。丸亀製麺の定番商品ラインナップ上、スパイスを前面に出しているのはカレーうどんであることから、スパイス好きな嗜好から興味を持ったものと考える。
・天ぷらに関しては、サウジアラビアに馴染みのある鶏天・海老天が人気であり、天ぷらへの抵抗感は見られなかった。
・食事体験中に Khulood 氏がその風景をライブで発信。これに対する視聴者の評価はよかった。うどんを体験したいとのコメントも多数寄せられた。
・サウジアラビアの伝統的食文化にはスープヌードルは存在しないため、うどんにどのような反応をするか危惧してきたが、予想外にうどんに対する抵抗感は無いように見受けられた。
・ヒアリングしてみると、既にサウジアラビアには、アジア料理のファーストフードチェーンである Wok to Walk（アムステルダムで創業し、現在はトリドール傘下）等があり、うどんに類するスープヌードルに対する経験や知識がある参加者が確認できた。一方で、参加者の中にはうどんに抵抗感があり、ピザを食べたいと主張する招聘者もいた。

図 2-1-3-47～図 2-1-3-50

図 2-1-3-51～図 2-1-3-52

出所：みずほ銀行国際戦略情報部撮影