

6 . アンケートの実施

6-1. 出展者



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

概要

目的 : 日本からドバイ市場に進出する際に障害となる輸出入の規制や商習慣、現地マーケティングの課題を把握するとともに、本事業終了後の出展食材の成約状況や問い合わせの有無について確認する。

実施日 : 各期終了後、2週間以内

調査内容 : ・ 出展動機
・ UAE(ドバイ)市場に期待すること
・ UAE(ドバイ)市場進出にあたって障害となること
・ 参考となったバイヤー等の意見
・ 出展食商品に対する問い合わせ、商談等の有無
・ 販売実績(量・金額等)
・ 今後のUAE(ドバイ)市場へのビジネス計画

方法 : 電子メール

回答数 : 10社



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

アンケート調査票

世界のハブ都市 UAE（ドバイ）における日本食・食文化の世界的普及プロジェクト

「JAPANESE FOOD EXHIBITION」出展者アンケート

○出展企業名： _____

1) 出展動機をお教えてください。

2) UAE（ドバイ）市場に期待することをお教えてください。

3) UAE（ドバイ）市場進出にあたり、御社が障害となると感じていることをお教えてください。

①輸出入の規制や税制など現地での政治・法律環境的な課題

②顧客や競合の動向、プロモーション手法などの現地マーケティングに関する課題

③その他

1 / 2 ページ



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

アンケート調査票

■「JAPANESE FOOD EXHIBITION」出展を終了し、以下の項目についてお教えてください。

A) ご参考になった来場者の意見などについてお教えてください。

B) -1 実際に出展商品について問合せ、商談等がありましたらお教えてください。

B) -2 更に、成約等がありましたら、量・金額等お教えてください。

C) UAE (ドバイ) 市場への今後のビジネス計画についてお教えてください。

設問は以上です。

本事業にご協力いただきまして誠にありがとうございました。

2 / 2 ページ



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

出展者アンケート回答 (A社-E社)

会社名	1)	2)	3)		
	本事業への出展動機をお教えてください。	UAE(ドバイ)市場に期待することをお教えてください。	UAE(ドバイ)市場進出にあたり、御社が障害となると感じていることをお教えてください。	輸出入の規制や税制など現地での政治・法律環境的な課題	顧客や競合の動向、プロモーション手法などの現地マーケティングに関する課題
A社	大分県産品の海外への新規開拓	富裕層向けに出荷していきたい	なし	なし	輸送の問題
B社	イスラム圏への日本食材動向	冷凍品の供給(運送コストが安価な海上便の冷凍コンテナを使用)	ハラール問題	日本食を提供している店舗が少なく、認知される為の環境整備。	なし
C社	日本の高品質な食の提案を世界に発信したい。自らの商品力の状況と課題の把握のため。	ドバイをきっかけに、世界市場のゲートウェイとしたい。	通関手続きや輸送ロットの問題。	現地協力先やディストリビューター、パートナー、販促全般。	なし
D社	UAEが世界のハブ都市であることから、弊社は中東・ヨーロッパ諸国への販路拡大を検討している為、いい機会だと思いい出展いたしました。	日本製の食品がまだ市場にあまり広がっていない為、日本製で日本産のハラール商品がまず存在しているということの認知と品質の良さや安全性の高さを評価してもらいたいと期待しています。	肉の輸出に関しては、そもそもの受入状況や、ト畜場の認定、輸出手続きの際に規制が厳しく、現在お話いただいている企業様との障害になっていると感じます。	今回展示会に参加させていただきましたが、具体的なお話は頂けなかったことから、やはり現地まで足を運び、直接プロモーション活動を積極的にすすめていく必要があると感じます。	なし
E社	ハブ都市であるドバイでの緑茶(特に高級品)の味に関する反応と価格の整合性を知りたかった。	ドバイでの認知度を上げ、中東及びアフリカ諸国への足がかりを見つけない。	一番問題になるのは、運送費が高い事ではないだろうか。	当社が現地に行く、販売拠点を持つほどの余裕がない事。	なし



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

出展者アンケート回答 (A社-E社)

会社名	「JAPANESE FOOD EXHIBITION」出展を終了し、以下の項目についてお教えてください。			
	A)	B)-1	B)-2	C)
	ご参考になったパイヤー等の意見などについてお教えてください。	実際に出展商品について問合せ、商談等がありましたらお教えてください。	更に、成約等がありましたら、量・金額等お教えてください。	UAE（ドバイ）市場への今後のビジネス計画についてお教えてください。
A社	・富裕層は高くても気にしないで買っていく ・梨については洋梨しか入ってこないのので日本の梨はおもしろいと思う。	なし	なし	未定
B社	なし	なし	なし	無回答
C社	具体的な味の嗜好等を伺いたい。日本の味で何が好まれるのか？	なし	なし	今後も継続して市場開拓を行っていく。
D社	なし	なし	なし	現在引き合いのあるところへの継続的ないい関係を続けながら現地営業を続けていく、展示会に参加する、常設展示に商品を紹介する、単独での商品プロモーション会、試食販売イベント等を検討しております。
E社	なし	なし	なし	国内商社を通して営業展開中



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

出展者アンケート回答(F社-J社)

会社名	1)	2)	3)		
	本事業への出展動機をお教えてください。	UAE(ドバイ)市場に期待することをお教えてください。	輸出入の規制や税制など現地での政治・法律環境的な課題	顧客や競合の動向、プロモーション手法などの現地マーケティングに関する課題	その他
F社	中東での市場調査	富裕層向けに日本の良いもの(伝統品、健康食品)を販売したい。	なし	なし	なし
G社	ドバイへの商品輸出の可能性を探る為	日本食市場の広がり	現時点では、上記課題にぶつかっていない	なし	なし
H社	食品ではないですが、食品と切っても切れない関係のアイテムなので展示させて頂きました。	日本製品のグローバル化 売る相手の文化に合わせた日本製品の進化	Shipmentが高すぎる。	その商品を作っている人が、もっとドバイで活動しないといけないと思います。	なし
I社	ご紹介いただいたのと、ドバイの市場の鯉節類への反応をみたかった。	削り節や弊社のオリジナル商品に対する市場があること	輸出の知識全般がよくわからないこと	現地に出向けないので、現地でも願っている販売ネットワークが不足している	なし
J社	ガルフード2015期間中に農水省の催しがあることをジェトロから聞き、広く商品PRをする機会を求めたため	和歌山のおいしいフルーツを売り込みたい。また、しょうゆや酢など日本食関連の業界に進出したい。	ハラルについて。伝統的な製法で作るしょうゆが樽の中で自然発酵してアルコールを発生するという理由でNGになってしまう。	引き続き情報収集を継続する。	なし



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

出展者アンケート回答(F社-J社)

会社名	「JAPANESE FOOD EXHIBITION」出展を終了し、以下の項目についてお教えてください。			
	A)	B)-1	B)-2	C)
	ご参考になったバイヤー等の意見などについてお教えてください。	実際に出展商品について問合せ、商談等がありましたらお教えてください。	更に、成約等がありましたら、量・金額等お教えてください。	UAE（ドバイ）市場への今後のビジネス計画についてお教えてください。
F社	・糖尿病に効く日本山人参への興味が高い	日本山人参	なし	ジャバクラフトウィーク
G社	バイヤーと直接商談をすることができなかつたので、現地を視察しての感想になりますが、今回、出展料無料で現地の様子等垣間見ることができたのは良い点でした。会場のメリディアン内の日本食レストラン kikuは大変繁盛しているようだったので、今後は、展示だけではなく、出展商品を使った日本食フェアや、展示だけではなく興味を持って頂けた方にそのまま購入頂けるような販売会のようなものがあるといいと思う。	なし	なし	当面は予定しない
H社	なし	なし	なし	なし
I社	なし	なし	なし	なし
J社	・和歌山食材に対する評価が高く、今後ドバイ進出にあたっての自信となった。 ・欧州産と比較した場合のコスト面の問題	なし	なし	ドバイでいただいた貴重な意見を生かして今後の商品開発などに活かしていきたい。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

所感

- ・ドバイ市場に関して、富裕層への販売やドバイだけでなく海外展開の足掛かりとなることを期待しており、本事業の中で自社製品を現地でPRするとともに、市場調査を行うことを目的に本事業に参加している。
- ・「輸出入の規制や税制など現地での政治・法律環境的な課題」は、肉や発酵調味料に関するハラル規制が輸出するうえでの障害に挙げられている。税制や現地での政治・法律環境的な課題については、具体的な記載はなかった。
- ・「顧客や競合の動向、プロモーション手法などの現地マーケティングに関する課題」として、ドバイ現地での直接的な営業活動やプロモーションの実施の必要性を感じている。一方で、日本食を提供する料理店がドバイに少ないことや、現地で販売するための販売ネットワークや協力してくれる現地企業がないことを課題としている。
- ・今後のドバイでのビジネス計画として、引き続き情報収集、市場調査を継続したうえで、ドバイでの新規開拓を図っていくとの回答があった。

6 . アンケートの実施

6-2 . 来場者



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

一般来場者向けアンケート概要

目的 : 来場者に対してアンケート調査を実施することにより、現地需要者の食品ニーズと日本産食材に対する評価を把握する。

実施日 : 2014年9月16日～2015年2月14日

調査内容 : ・属性（性別、年代、居住地、職業）
・Japanese Food Exhibitionの評価
・日本食材の飲食の経験と今後の飲食意向
・食品選択する際に重視する点
・日本食材が優れている点
・日本食材と他国産食材との間の価格差の許容度

方法 : 来場者に対してアンケート用紙を手渡し、その場で記述していただく。

回答数 : 71名



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

アンケート調査票 (一般来場者)

Questionnaires ①

General Information

- SEX woman man
- Age 20 generations 30 generations 40 generations
 50 generations 60 generations other ()
- Region UAE Other ()
- Occupation
 Import-export business Wholesale Retail Restaurant
 Industry experts Department store Hotel Supermarket
 Government agency Press General Other ()

I) What was good program in this event?

What was the **best**(Single Answer) What was the **good** (Multi Answer)

- Atmosphere of venue
- Exhibition panel
- Tasting
- Web/Facebook

II) Which Japanese food that may you've eaten?

- Fruits and vegetables Drinks Processed food
- Fresh fish Processed marine products Wagyu beef
- Rice sake confectionery Other ()

III) Which Japanese food you want to eat?

- Fruits and vegetables Drinks Processed food
- Fresh fish Processed marine products Wagyu beef
- Rice Sake Confectionery Other ()

Questionnaire will continue on the back !

IV) What do you emphasize when you choose the food?

- Taste Safety Price Quality
- Luxury / Rarity Natural (Organic)
- Amount of contents Contents Healthy
- Freshness Ease of preparation Seasonal Long shelf life
- Other ()

V) Do you think what the point of Japanese food is better?

- Taste Safety Price Quality
- Luxury / Rarity Natural (Organic)
- Amount of contents Contents Healthy
- Freshness Ease of preparation Seasonal Long shelf life
- Other ()

VI) Do you think would like to buy the price of Japanese food if how much compared to the food of other than Japan?

	Do not buy it if high	Buy it if equal	Buy it if 1.5 times	Buy it if 2 times
Fruits and vegetables	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Drinks	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Processed Food	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Fresh Fish	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Processed Marine products	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Wagyu Beef	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Rice	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Sake	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>
Confectionery	1 : <input type="checkbox"/>	2 : <input type="checkbox"/>	3 : <input type="checkbox"/>	4 : <input type="checkbox"/>

Thank you for your cooperation in the questionnaire!



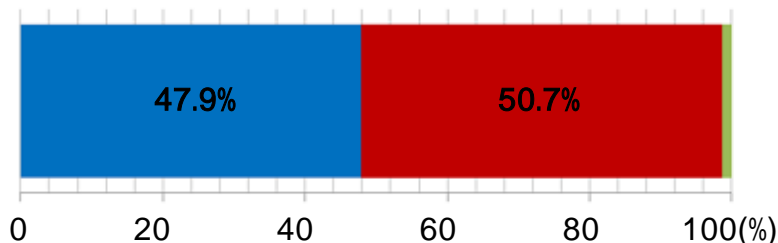
JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

一般来場者アンケート（回答者総数：71名）

性別

■男性 ■女性 ■不明

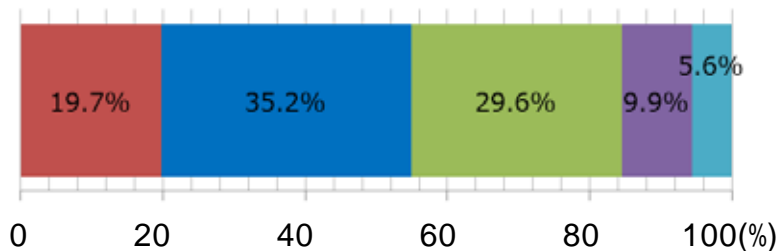


男性	34
女性	36
不明	1

(人)

年代

■20代 ■30代 ■40代 ■50代 ■60代



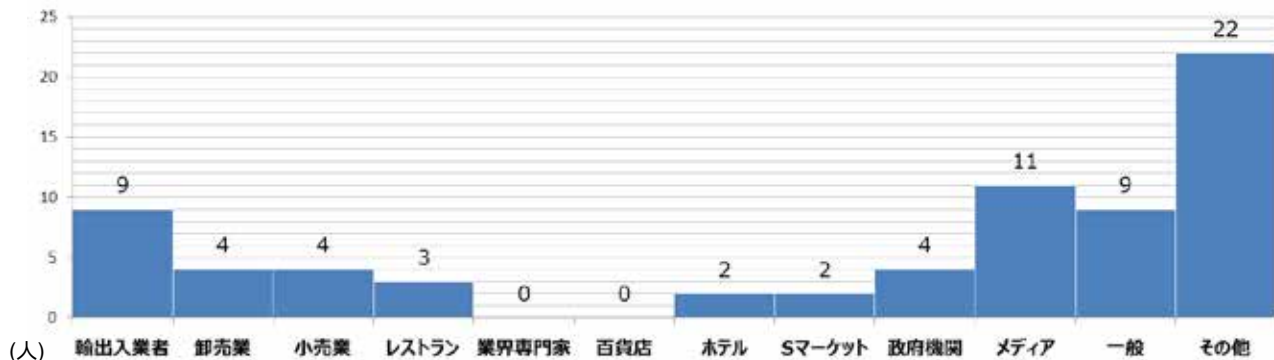
20代	14
30代	25
40代	21
50代	7
60代	4

(人)

職業

輸出入業者	卸売業	小売業	レストラン	業界専門家	百貨店	ホテル	スーパーマーケット	政府機関	メディア	一般	その他
9	4	4	3	0	0	2	2	4	11	9	22

(人)

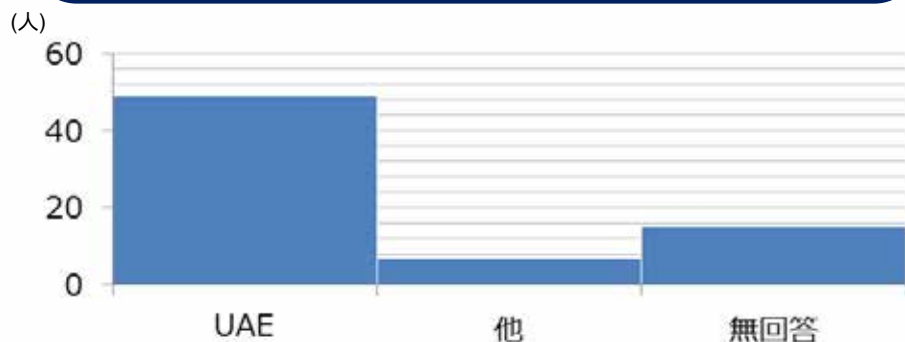




JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

在住国

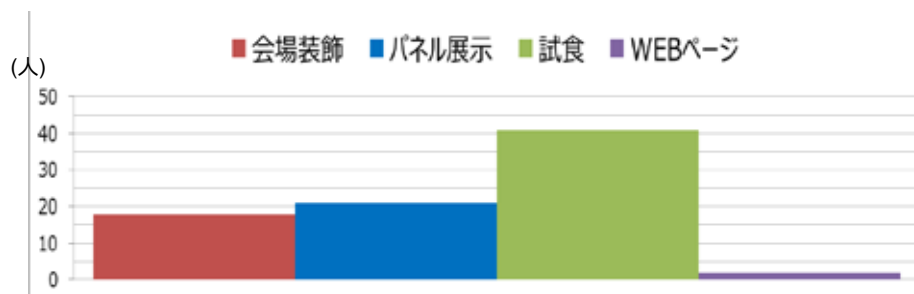


UAE在住の来訪者が多い。

UAE	49
他	7
無回答	15

(人)

Q:本イベントのプログラムで良かったものは何ですか(SA)

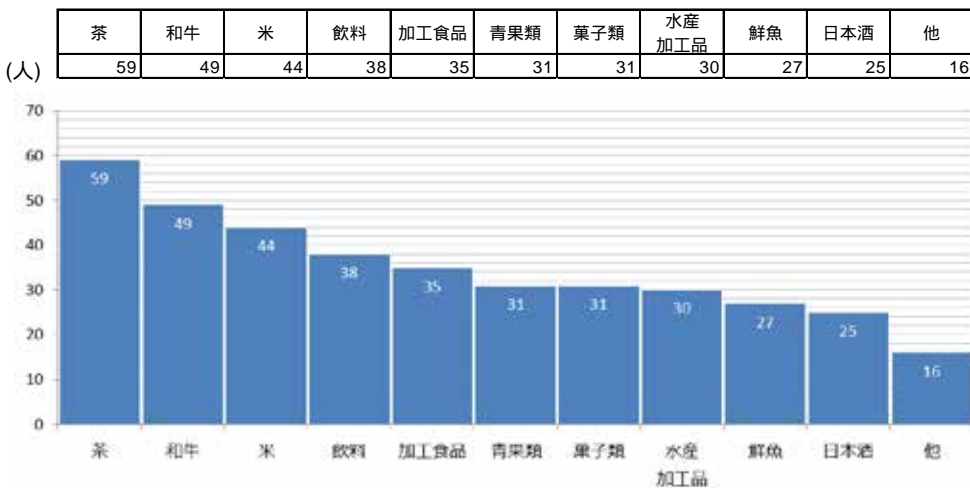


試食が最も人気のプログラムであった。

会場装飾	18
パネル展示	21
試食	41
WEBページ	2

(人)

Q:食べたことがある日本産の食品は何ですか(MA)



茶、和牛、米など日本的な食品を食べたことがある人が多い。



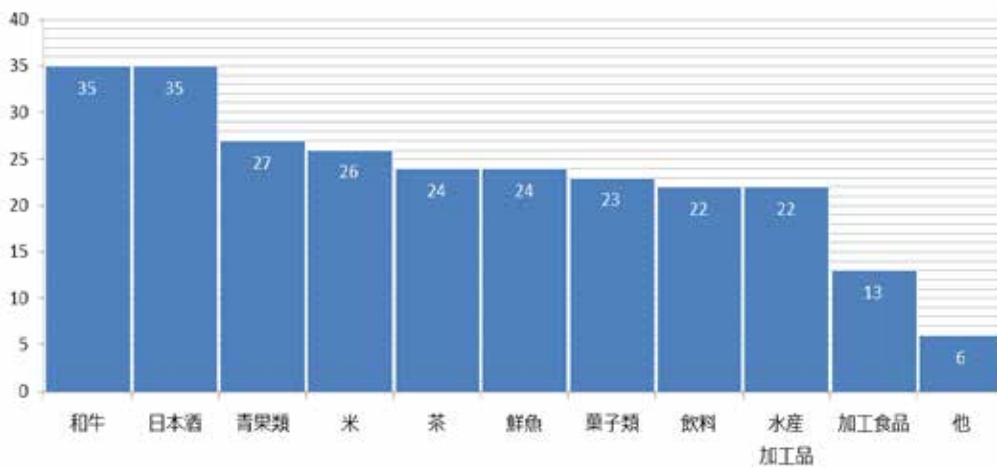
JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

Q:今後、食べてみたい日本産の食品は何ですか(MA)

和牛	日本酒	青果類	米	茶	鮮魚	菓子類	飲料	水産加工品	加工食品	他
35	35	27	26	24	24	23	22	22	13	6

(人)



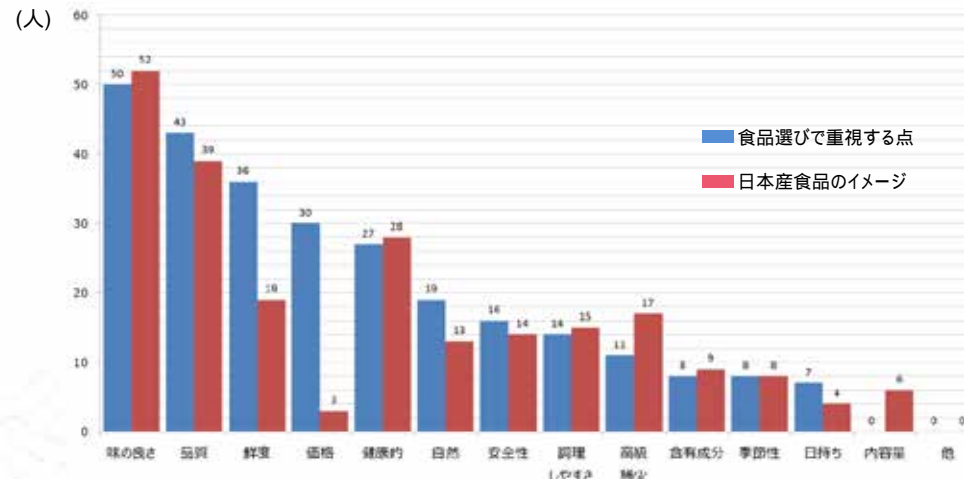
和牛と日本酒が同数でトップだった。

Q:あなたが食品を選ぶ際に重視することは何ですか(MA)

Q:日本産の食品が優れていると思うことは何ですか(MA)

	味の良さ	品質	鮮度	価格	健康的	自然	安全性	調理しやすさ	高級稀少	含有成分	季節性	日持ち	内容量	他
食品選びで重視する点	50	43	36	30	27	19	16	14	11	8	8	7	0	0
日本産食品のイメージ	52	39	19	3	28	13	14	15	17	9	8	4	6	0

(人)



消費者が食品を選ぶ際に重視することと、日本産の食品が優れていると感じることは概ね一致した。

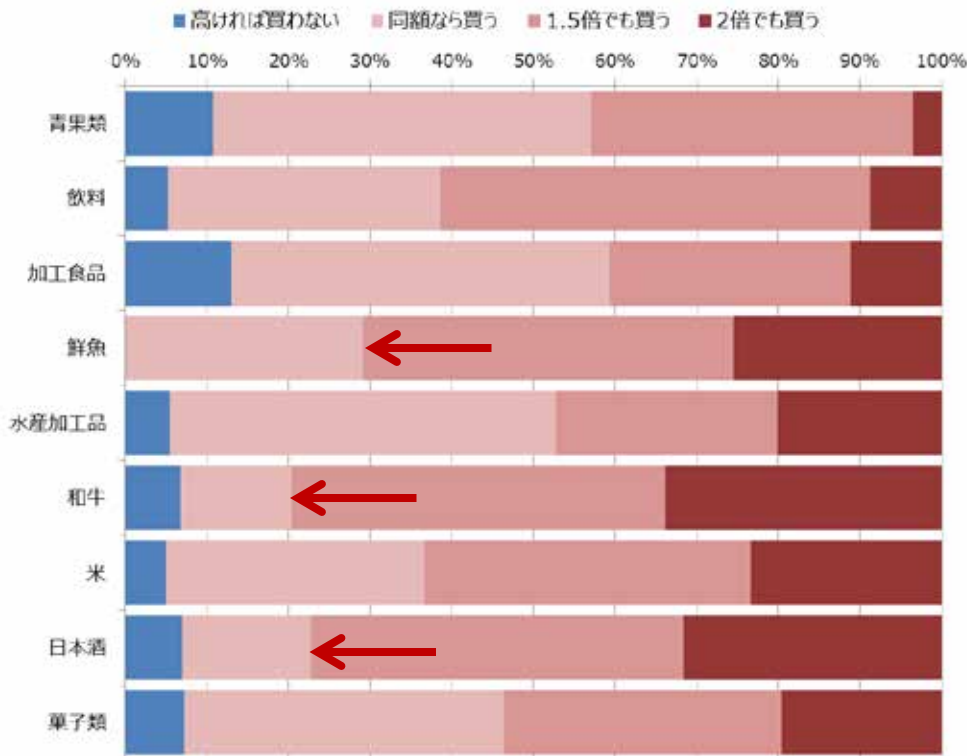
一方で、鮮度や価格については、日本産が対応できていない結果となった。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

Q:日本以外を産地とする食品と比べて、日本産食品の価格がどれくらいなら買っても良いと思いますか(SA)



全ての食品で、「同額以上でも日本産の食品を買う」と回答した人数が、「高ければ買わない」と回答した人数を大幅に上回った。

特に、和牛、日本酒、鮮魚は1.5倍以上でも日本産を買うと回答する割合が高い結果となった。

(人)	高ければ買わない	同額なら買う	1.5倍でも買う	2倍でも買う
青果類	6	26	22	2
飲料	3	19	30	5
加工食品	7	25	16	6
鮮魚	0	16	25	14
水産加工品	3	26	15	11
和牛	4	8	27	20
米	3	19	24	14
日本酒	4	9	26	18
菓子類	4	22	19	11



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

業界関係者向けアンケート概要

目的 : イベントに来場したバイヤーやホテル、シェフ等を対象に、日本食材の需要調査を行うとともに、ハラール食材の取り扱いや今後ドバイ進出するうえで留意すべきことを調査する。

実施日 :

試食・商談イベント : 平成26年10月7日(火) ~ 10月9日(木)

試食・商談イベント : 平成26年11月26日(水) ~ 11月27日(木)、29日(土)

試食・商談イベント : 平成26年2月11日(水)

調査内容 : ・属性(性別、年代、居住地、職業)
・Japanese Food Exhibitionの評価
・日本食材の取り扱い状況及び今後の取り扱い意向
・食品選択する際に重視する点、日本食材の魅力的な点
・ハラール認証に関するトラブル
・ドバイ市場に進出するにあたっての留意点

方法 : 来場者に対してアンケート用紙を手渡し、その場で記述していただく。併せて、来場した日本人の日本食関係者等に対して、ドバイ市場における日本食・日本食文化の普及状況と今後の展望等についてインタビューを行った。

回答数 : 62名



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

アンケート調査票 (業界関係者)

Questionnaires ②

General Information

- SEX woman man
- Age 20 generations 30 generations 40 generations
 50 generations 60 generations other ()
- Region UAE Other ()
- Occupation
 Import-export business Wholesale Retail Restaurant
 Industry experts Department store Hotel Supermarket
 Government agency Press General Other()

I) What was good program in this event?

What was the **best**(Single Answer) What was the **good** (Multi Answer)

- Atmosphere of venue
- Exhibition panel
- Tasting
- Web/Facebook

II) Which Japanese food that is handled by your company?

Fruits and vegetables Drinks Processed food
 Fresh fish Processed marine products Wagyu beef
 Rice sake confectionery Other ()

III) Which Japanese food you want to handle in your company?

Fruits and vegetables Drinks Processed food
 Fresh fish Processed marine products Wagyu beef
 Rice sake confectionery Other ()

Questionnaire will continue on the back !

IV) Please choose the relevant ones to the following questions

(Factor)	V-① Elements that you want to focus on that deal?	V-② What Japanese food do you attractive?	V-③ What Japanese food do NOT attractive?
1) Taste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Safety	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Price	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Quality	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Luxury / Rarity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Natural(Organic)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Amount of Contents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Healthy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Freshness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Contents	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Ease of Preparation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12) Seasonal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13) Long Shelf life	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14) Brand Name	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15) Advertising / PR support	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16) Product Name / package	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17) Ease of Imports	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18) Ease of Trading	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Questionnaire will continue next page !

V) Do you handle even if there is no halal certification for imported goods?
 handling Do not handle

VI) We will ask those who have been selected "Handling" in the VI.
 Please tell us the item to handle even if there is no halal certification.
 () () ()

VII) Do you have that you have got in trouble in halal certification?
 Yes Occasionally No

VIII) We will ask those who have been selected "Yes", "Occasionally" in VIII.
 Did you experience what trouble?
 Trouble of raw materials and additive components
 Trouble of production and manufacturing process
 Trouble of transportation and storage system
 Trouble of machinery and equipment
 Trouble Certificate Authority
 Other ()

IX) What do you look to foreign companies to new entrants to Dubai market?
 Experience on your past, please tell us common mistakes committed foreign companies, a point that should be noted / preparation.

Thank you for your cooperation in the questionnaire !



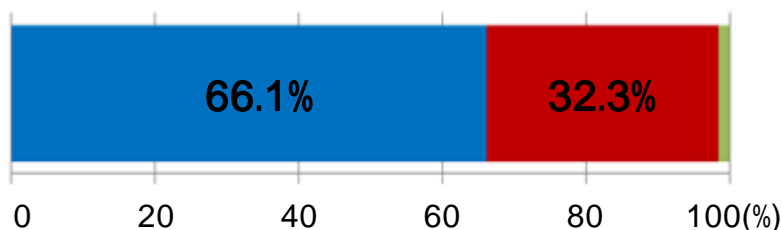
JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

業界関係者アンケート（回答者総数：62名）

性別

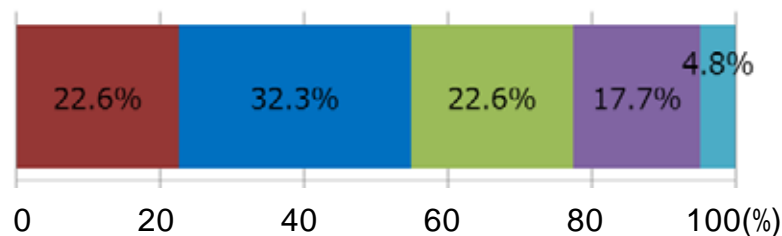
■ 男性 ■ 女性 ■ 不明



男性	41
女性	20
不明	1(人)

年代

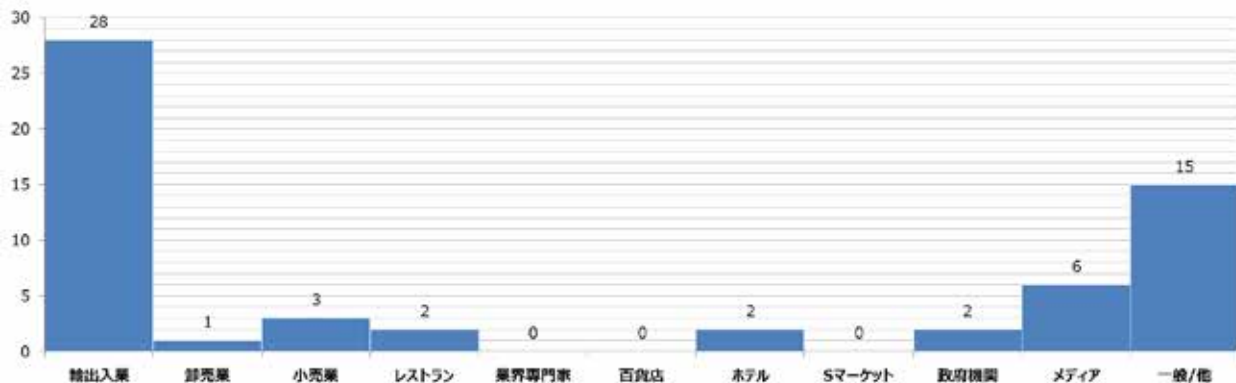
■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代



20代	14
30代	20
40代	14
50代	11
60代	3(人)

職業

職業	人数
輸出入業	28
卸売業	1
小売業	3
レストラン	2
業界専門家	0
百貨店	0
ホテル	2
Sマーケット	0
政府機関	2
メディア	6
一般/他	15

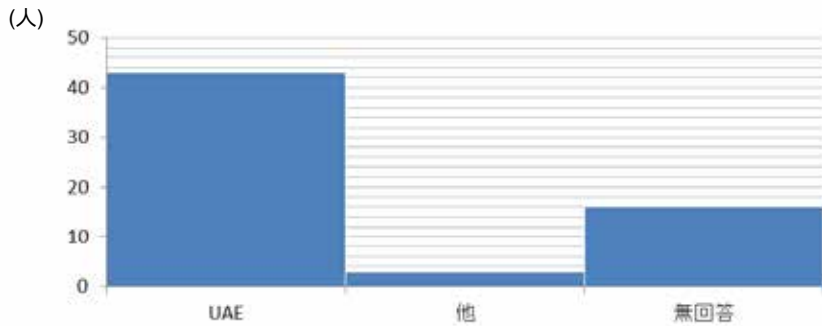




JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

在住国



在UAE業界関係者が多く来場。

UAE	43
他	3
無回答	16

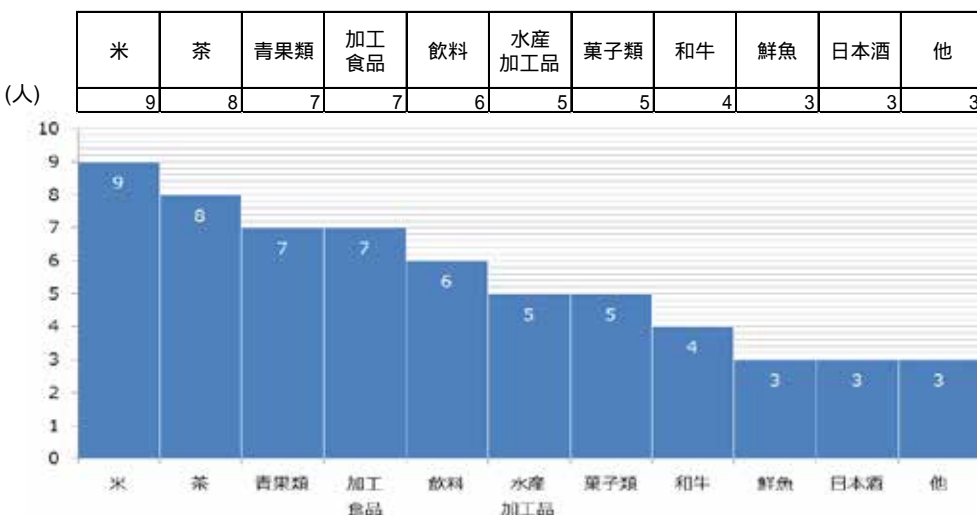
Q:本イベントのプログラムで良かったものは何ですか(SA)



試食が最も人気のプログラムだった。

会場装飾	16
パネル展示	17
試食	48
WEBページ	1

Q:現在取り扱っている日本産の食品は何ですか(MA)



現在取り扱っている日本産の食品は、米、茶、青果物が中心。

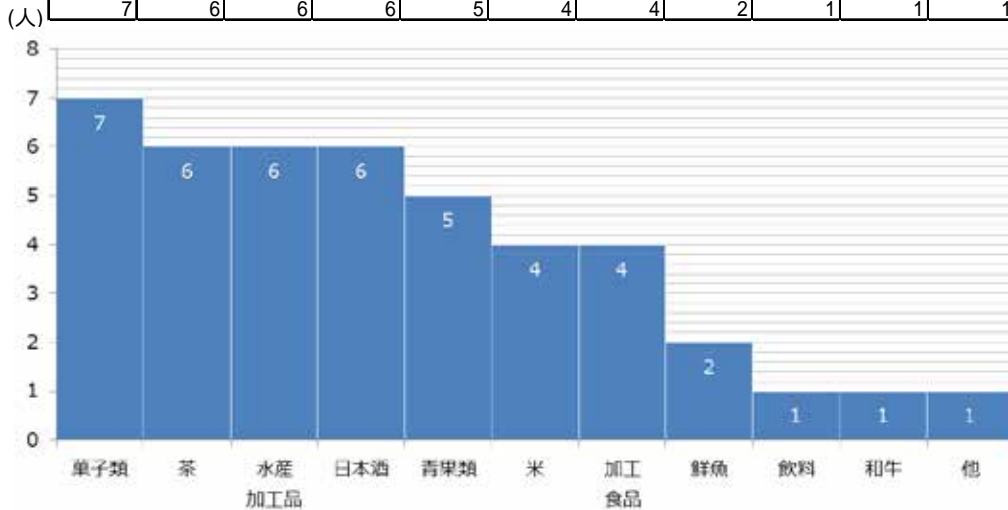


JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

Q:今後、取り扱ってみたい日本産の食品は何ですか(MA)

菓子類	茶	水産加工品	日本酒	青果類	米	加工食品	鮮魚	飲料	和牛	他
7	6	6	6	5	4	4	2	1	1	1



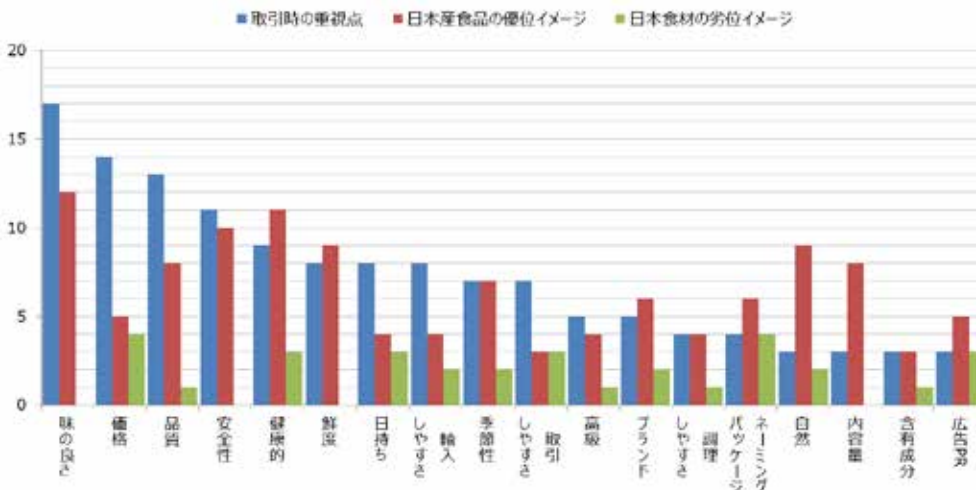
菓子類をトップに茶、水産加工品、日本酒が取扱い意向が高い食品上位になった。

Q:食品を取引する上で重視する要素は何ですか(MA)

Q:日本産食品が優れていると思う要素は何ですか(MA)

Q:日本産食品が劣れていると思う要素は何ですか(MA)

(人)	味の良さ	価格	品質	安全性	健康	鮮度	日持ち	輸入しやすさ	季節性	取引しやすさ	高級	ブランド	調理しやすさ	名前パッケージ	自然	内容量	含有成分	広告PR
取引時の重視点	17	14	13	11	9	8	8	8	7	7	5	5	4	4	3	3	3	3
日本産食品の優位イメージ	12	5	8	10	11	9	4	4	7	3	4	6	4	6	9	8	3	5
日本産食品の劣位イメージ	0	4	1	0	3	0	3	2	2	3	1	2	1	4	2	0	1	3



日本産は、安全性、健康、鮮度に優位と思われる一方で、味、価格、品質は対応できていない。特に、価格は劣っているという意見が多数であった。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

Q:輸入品についてハラル認証が無くても取り扱うか(SA)



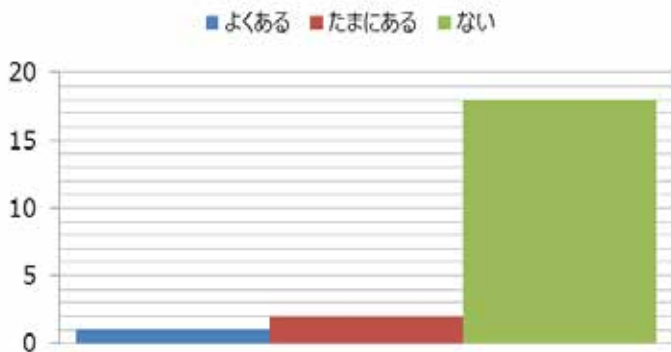
ハラル認証が無くても取り扱う商品として具体的に示された食品

- ・パスタソース
- ・豆腐
- ・海苔
- ・醤油
- ・米
- ・野菜
- ・砂糖/塩
- ・海藻
- ・菓子類

回答者の多くはハラル認証に対応していない食品を取り扱うことには消極的であった。

だが、取扱い意向がある業者は農産物や加工食品に注目していた。

Q:ハラル認証関係でトラブルになったことがあるか(SA)



よくある	1
たまにある	2
ない	18

回答者の中でハラル認証関係でトラブルに巻き込まれた経験がある者は比較的少なかった。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

会場来場者のインタビュー情報

現地コンサルタント / Y氏 (ドバイ在住 8年目 日本人)

- ・ドバイで日本食・日本食材のターゲットになりうるのは、食への関心が比較的高い先進国 (欧米人) 給料が高いヤングエグゼクティブ層 日本への渡航歴のある方
- ・ドバイにおいて日本食はかなりニッチであるため、ドバイのみでの市場規模はまだ小さい点であることに注意する必要がある。
- ・日本からUAE市場へ食品を販売する場合は、自身で現地法人を立ち上げる場合を除き、現地輸入業者 / 代理店を経由して行う必要がある。現状、日系業者は、「Summit Trading」、「Deans Trading」、「AGSS」の3社があり、ドバイ進出をする場合は、まずはこの3社に相談するとよい。

現地メディア関連会社 / General Manager / S氏 (ドバイ在住 8年目 日本人)

- ・今回の出展食材に関して、全般的に価格が高いうえに包装過剰な印象を受ける。いくら包装をキレイにしても、現地の人にはそもそも食材がどうかかわからない。中身が見える、品名を英語やアラビア語で大きく記載するなどして、食材がわかりやすい包装にすべき。
- ・お茶を「ocha」のように和名をローマ字で表記することに意味はない。

日本食品輸入業者 / Y氏 (ドバイ在住35年 日本人)

- ・現地の家庭にいきなり日本食が出てくることは考えにくい。
- ・日本食レストランなどを除き、日本食文化は現地にほとんど浸透しておらず、まだまだ時間がかかるだろう。
- ・ドバイでは肥満による糖尿病が大きな社会問題になっており、それに対応する機能性食品がヒットする可能性がある。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

現地日本料理店関係者 / T氏（日本人）

- ・ドバイにおける日本食レストランは伸びている。これから期待がもてる市場だと思う。
- ・ドバイの客は用途によって日本食レストランを使い分けている。
接待用は「TOMO」と「ZUMA」、社内宴会用や友人との会食などに「KIKU」、
「HANABI」が利用されている。
- ・ドバイモールに入っている日本食レストラン（日本人シェフはいない）は立地が
いいので流行っている。多少家賃が高くても集客効果があるため、かなりの利益を
上げている。
- ・一方で経営難のため閉店していく日本食レストランも多い。
- ・現在の日本食材輸入会社としては「AGSS」や「Summit Tradings」が老舗で大手だが、
価格が高いため、自社で輸入会社を設立して日本産食材を輸入する企業も増えている。

現地航空会社機内食担当 / S氏（日本人）

- ・JALコードシェア便があるため、日本行きの機内食用に日本食を提供している。
- ・メニューに使う食材は日本産食材も使用することはあるが、多くはない。
- ・以前、発酵調味料を用いたハラール認証が無いそばつゆ（日本語表記）を機内で使用した
ことがあったが、乗客からの指摘により当該製品を使用できなくなったこともあり、日本
食材についても原材料とハラール認証の有無には十分に注意して扱う必要がある。
- ・複数の日本人が機内食の調理管理として勤務しているが、現地スタッフの調理技術のス
キルが安定しないため、品質が一定とならないという課題があり、日本人による管理が1
~2週間空く間に料理の質が悪くなることもある。
- ・今後新しい取組みを計画しており、機内食における日本食の質を向上させたいと考えて
いる。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

現地日本料理店関係者 / S氏 (日本人)

- ・調味料や魚、茶は日本から仕入れている。
- ・食材の手配は、ドバイの輸入業者のリストから選んで手配してる。
- ・ドバイの日本食レストランが日本産の食材を購入する場合、販売先に食材を下している輸入業者が共通している場合が多い。そのため、まずはその輸入業者のリストに載せてもらうことが重要である。
- ・リストに無いような食材をシェフからリクエストすることも可能であるが、その店舗のためだけに仕入れることになるためコストが高くなる。

現地日本料理店関係者 / D氏 (ドバイ在住3年目 日本人)

- ・ドバイで好まれるのは、玄米茶、麦茶などの香ばしい香りをもつお茶。抹茶は苦味が強く、抹茶塩などで料理に使うが、飲用としては受け入れられにくい。
- ・日本食の理解レベルはまだまだ低い。今回の展示でも地域ごとに出展しているが、例えば醤油一つとってみても、現地のお客様には産地や製法のみでは違いがわからないため、レストランでは低価格な業務用が使われる。
- ・もっと日本文化自体をPRすることが必要。例えば、日本食レストランに、食に限らず、日本文化のアンテナショップを併設し、日本製品を販売すると良い。

在ドバイ輸出入業者 (アンケート自由回答)

- ・パッケージの英語表記/アラビア語表記を行うことが重要
- ・ハラール認証はもちろんだが、含有成分を明確にしておくことが重要
- ・加工食品に、ゼラチンが含有されていないことに注意しなければならない

現地日本料理店関係者のT氏とS氏それぞれが経営する店舗を訪問し、インタビューを実施。

7. 総括



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

総括

まとめ

【UAE・ドバイへの日本食・日本食材のアプローチ】

日本食レストランからの導入

本事業において協力いただいた「KIKU」のように、日本人シェフがいる日本食レストランが現地における正しい日本食の情報発信の役割を担っており、このような日本食レストランを通じて日本食材の品質の高さ、味の特徴等をアピールすることが効果的である。

今回参加企業は、ドバイを新規の輸出国として捉え、スーパーでの小売り販売を想定しており、少量容器に日本的なデザインを施した包装を施した商品が多かった。

一方で、ドバイで日本食材を主に利用するのは日本食レストランのシェフであるため、まずはドバイにおける日本食レストランでの導入を狙い、業務用サイズでの商品開発・提案することが効果的である。

【有望産品調査分析】

B to B関係者のアンケート結果にも、日本産食材の魅力として、「味」に次いで、「健康」を挙げた割合が多かったが、現在、ドバイでは、肥満とそれに起因する糖尿病が大きな社会問題となっているため、甘みを抑えた低カロリーの菓子類やダイエット効果や糖尿病の発症を防止するような機能性食品が今後ドバイで受け入れられる可能性がある。ただし、消費期限が短いものは販売リスクが高く、保存料や添加物については現地の規制を受ける可能性がある。

課題

【商談支援での課題・反省点】

食材輸送

本事業では、日本から会場に食材を輸送する際に、通常メリディアン・ホテル・ドバイが日本食材を仕入れる場合と同じ輸出会社を通じて航空便により輸送した。展示用及び展示用の食材が少量であったため、出展者からは食材の数量に比して輸送コストが高いという意見があった。

航空便の輸送については、重量によってコストがかかるため、軽くて高価なものよりも、重くて安価な方が1商品あたりの輸送コストが商品金額に上乘せされてしまうため、調味料や生鮮食品については、現地で購入するものよりも割高になる。

消費期限が比較的長い加工食品や冷凍食品は、船便を活用し、大量の商品を定期ルートで一括輸送することにより輸送コストを可能な限り低減させることが可能である。



JAPANESE FOOD EXHIBITION

Information base for the fascinating Japanese food!!

総括

ドバイ現地での事前交渉

本事業においては、全3回(計7日間)イベントを開催し、個別商談の場を設けたが、参加した企業は出展した20社のうち9社にとどまったため、バイヤーやシェフ等の招へいが難しかった。パネルと食材を展示するとともに会場の管理スタッフが商品説明を代わりに行っていたが、バイヤーやシェフ等は直接出展者に会って話をしたいという意向が強かった。

一方で、イベントに参加した企業は、本事業をきっかけにドバイを訪問し、現地の小売店やレストランの市場調査を行うとともに、イベントに来場したバイヤーを意見交換を行った。そのため、実際に商談成立まで至らなくとも、ドバイ国内でのネットワーク形成を行うことができ、次の営業活動に繋げることができた。

提言

日本産食材をドバイに進出するために、まずは日本文化及び日本料理について、実演や試食を通じて現地の人々の理解を促す施策を継続的に行う必要がある。日本料理レストランは現地における正しい日本食の情報発信の役割を担っており、まずは、日本料理レストランでの業務用の需要を狙った商品開発を行うことが効果的である。

また、消費期限が比較的長い加工品や冷凍食品は船便を活用するなど、大量一括輸送のルート作りを行うことで輸送コストを低減し、現地の業界関係者から劣っていると思われる価格の負のイメージを払しょくしていく必要がある。