

冷凍シャリ玉 シンガポール試食商談会 事業結果報告書



令和7年度 コメ・コメ加工品輸出拡大緊急対策事業
戦略的輸出基盤強化支援

開催地: シンガポール | 開催日: 2026年1月22日 - 23日

Executive Summary

2日間で計20社・38名が参加し、冷凍しゃり玉の高い評価を獲得

Total Participants

20社・38名

(Day 1: ホテル12名 / Day 2: 19社26名)

Event Satisfaction

 3.84 / 5.0

(満足度 76.8%)

Product Quality

 3.84 / 5.0

(食感・味・見た目の総合評価)

Business Fit

 3.89 / 5.0

(保管・準備・提供時間の評価)

Challenge

シンガポールにおける「**熟練調理人の不足**」「**人件費高騰**」という深刻な社会課題。

Solution

ミツハシの「冷凍しゃり玉」は、最も技術を要する「炊飯・酢合わせ・成形」を日本品質でパッケージ化。

Opportunity

「ネタなし」のしゃり玉は、ハラール・ヴィーガン・アレルギー対応など多様なニーズに柔軟に対応可能。

事業の背景：市場課題と解決策



Market Challenges (市場課題)

- **Serious Labor Shortage (深刻な職人不足):**
熟練した寿司職人人の確保が困難、人件費高騰。採用難がボトルネック。
- **Quality Variance (品質のバラつき):**
スタッフの技術レベルにより顧客満足度が変動するリスク。
- **Food Loss (フードロス):** ビュッフェ等での消費予測が難しく、廃棄が発生。



Mitsubishi's Solution (ミツハシの解決策)

- **Exporting Skills (「技術」の輸出):**
最難関工程 (洗米・炊飯・酢合わせ・成形) を日本で完結。現地では「解凍するだけ」。
- **Zero Training (教育不要・即戦力化):**
トレーニング期間ゼロで、均一な高品質寿司を提供可能。
- **Adaptability (多様性への適応力):**
「ネタなし」のため、ハラル・ヴィーガン等、現地の多様なニーズにアレンジ可能。

商品概要・会社概要



商品名：冷凍しゃり玉 (Frozen Formed Sushi Rice)

規格：18g / 個 (10個入)

特徴：100%日本産米使用。独自の急速冷凍技術で、解凍後も「ふっくら」とした食感を維持。均一な重量・形状で原価管理に貢献。

株式会社ミツハシ

1951年創業（横浜）。米のプロフェッショナル企業。
信頼性：FSSC22000, ISO9001 認証取得。
事業：精米、炊飯、冷凍米飯の製造・開発。

試食商談会の概要 (2 Days)



2026年1月22日 - 23日 | Grand Copthorne Waterfront Hotel (Singapore)

Day 1: ホテル導入実証

対象: Grand Copthorne Hotel シェフ・F&Bマネージャー (12名)

目的: ホテル内オペレーション適合性とメニュー開発の検証。

Day 2: 汎用性提案商談会

対象: 外部バイヤー (19社 26名 - 卸売、飲食チェーン、エアライン等)

目的: 市場ニーズの検証と新規取引先の開拓。

当日の様子



商品説明とプレゼンテーション



バイヤーとの個別商談

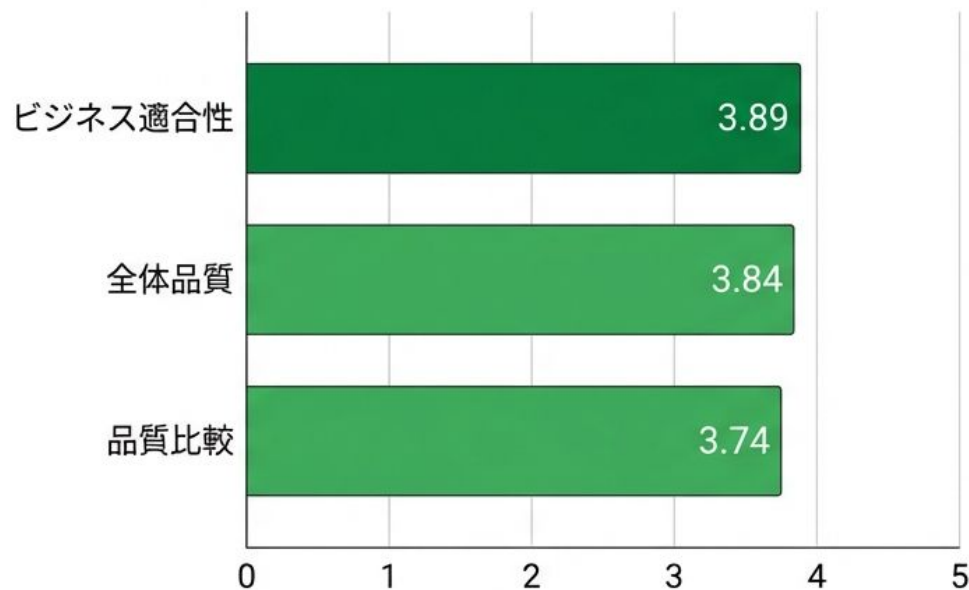


現地シェフによるメニュー実演・試食



オペレーション確認

アンケート結果：冷凍シャリ玉



ビジネス適合性 (Business Fit):
3.89 / 5.0

「オペレーションの簡素化」「保存の利便性」が人手不足の現場ニーズに合致。

全体品質 (Overall Quality): 3.84 / 5.0

「冷凍とは思えない」「解凍後もふっくらしている」との高評価。

Key Insight: 単なる「食材」としてだけでなく、「業務効率化ソリューション」としての価値が最も高く評価された。

参加者の声とその他商材評価

冷凍シャリシート評価: ビジネス適合性 **3.84 / 5.0**

「誰でも簡単に作れる」「廃棄ロス削減」が高評価。

参加者の声

"The texture is surprisingly good... like fresh rice."

(Hotel Chef)

冷凍とは思えない食感

"No need for skilled staff to make sushi."

(Restaurant Owner)

熟練スタッフ不要で
オペレーションが楽

"Good solution for labor shortage."

(F&B Manager)

人手不足の解決策

Market Feedback: 玄米(Brown Rice)などの健康志向オプションへの要望あり。

商談成果・今後の展望

2026.03
(Immediate Win)



Grand Copthorne Hotel

ビュッフェ「Food Capital」の
Japan Fairにて正式導入・プロ
モーション開始。

*現時点では、採用是非についての FB待ち

2026 Mid-Year
(Expansion)



Millennium Hotels Group

シンガポール国内系列ホテル
(Orchard Hotel, M Hotel等)
へ水平展開。おにぎり等への用
途拡大。

2027 Onwards
(Long-term)



Airline & Retail

機内食および小売向けパック商
品の開発。シンガポールをハブ
としたASEAN周辺国への輸出
拡大。



結論：輸出拡大モデルの確立

01. 市場ニーズの合致

人手不足・コスト上昇への直接的な解決策として評価され、課題解決型の輸出モデルとして成立。

02. 品質の受容性

5つ星ホテルやエアラインから実用レベルの評価を獲得。ハラル・ヴィーガン対応も含め展開余地大。

03. 商流構築の目途

JALUXグループ、Cross Reach社との連携によるコールドチェーンと、旗艦顧客（Grand Copthorne）の獲得により、輸出拡大の足がかりを確立。

The logo icon consists of three vertical green bars of varying heights, with the tallest bar on the left and the shortest on the right, creating a stylized 'M' shape.

Mitsubishi Rice

株式会社ミツハシ