



JFOODO

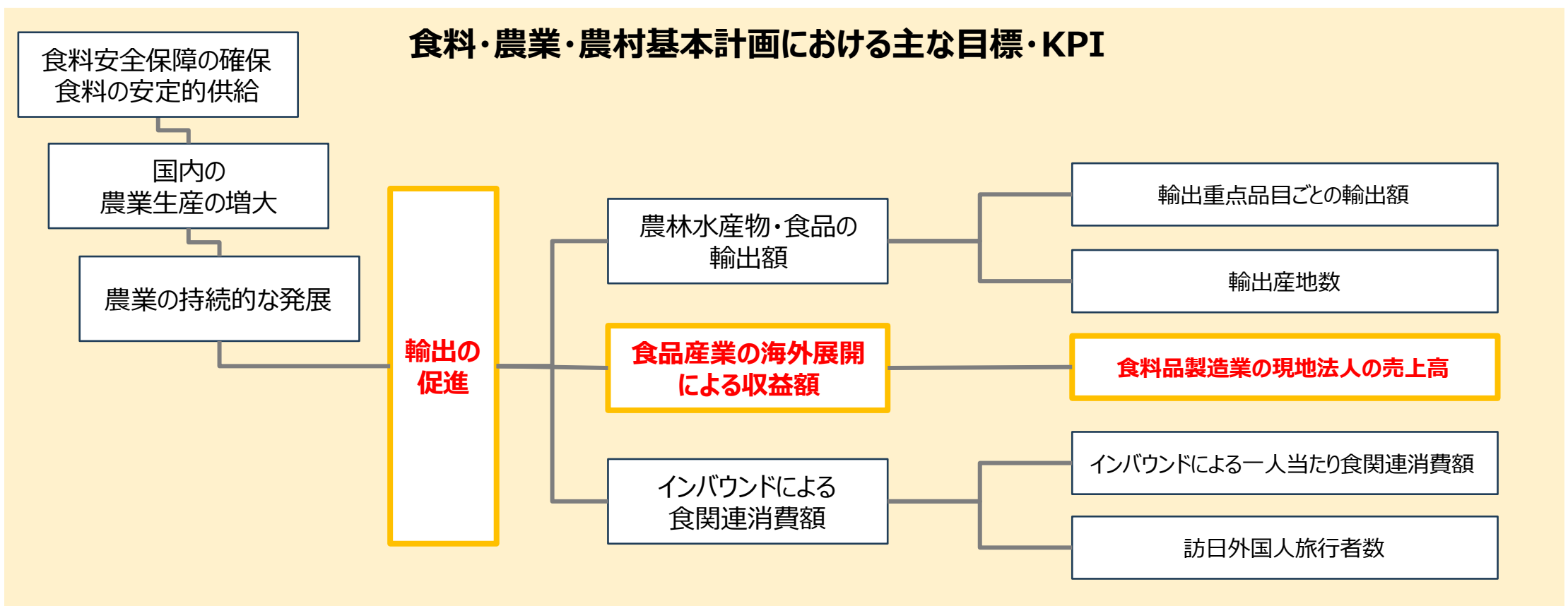
2025年度 コメプロモーション実施報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2026年8月

- ・食料・農業・農村基本計画
 - 食品産業の収益額の増加を通じた輸出促進

農業者・食品事業者の収益を確保し、現地企業・法人の海外展開を支援することが輸出の促進に重要な役割を果たすことから、食料・農業・農村基本計画にて目標・KPIが新たに追加された

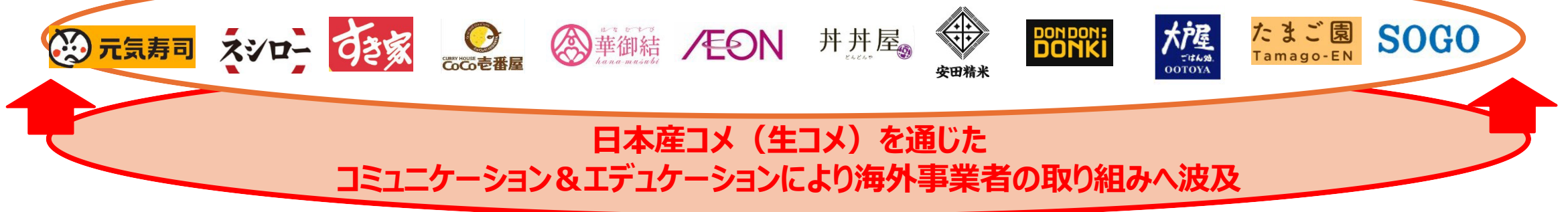


出典：改正 食料・農業・農村基本計画令和7年4月閣議決定

- ・ 香港における食品関連企業の店舗
 - プロモーションによる各チャネルへの波及効果が期待

日本産コメは、寿司、牛丼、おにぎり他、外食～中食～小売チャネルにわたって幅広いメニューとして提供され、コメに焦点を置くコミュニケーション及びエデュケーションによる各店舗への波及効果が期待できる

メニュー	寿司	牛丼 カレーライス	おにぎり	海鮮丼	定食・焼肉 居酒屋	卵かけご飯 オムライス	コメ (生コメ)
店舗例	元気寿司 スシロー 寿司エクスプレス 魚尚	すき屋 CoCo壱番屋	華御結 OMUSUBI 安田精米 イオン	井井屋	大戸屋 和民 どらや 塚田農場 焼肉ライク	米気 たまご園	イオン SOGO dondondon ki Oisix(EC)華 御結（予定）



- ・ JFOODO日本産コメプロモーション
 - 過去プロモーション実績

外食・中食チャネルを中心に統合型マーケティングコミュニケーション施策を実施し、2023年度は認知、理解、購入意向において、当初目標としていた各KPIを達成 （※2024年度は香港での実施なし）

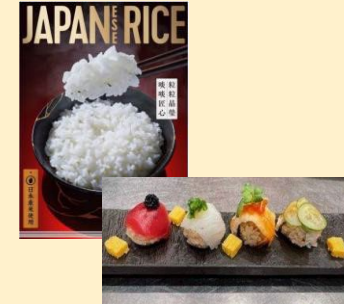
過去の香港向けプロモーションキービジュアルと提供した日本産コメメニュー



2021年度
ライスバーガー
鯛めし
炊き込みご飯
バター醤油ご飯

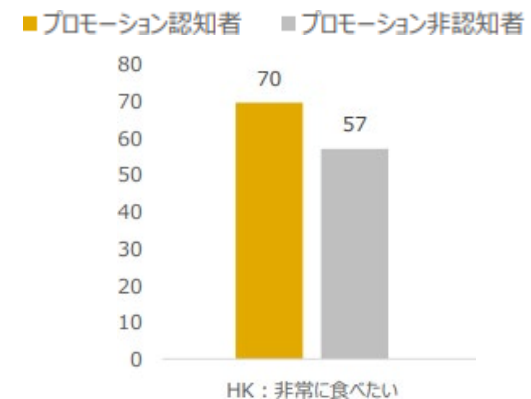


2022年度
五目飯
ライスプティング
スープ&ライ斯拉
テンちまき 他



2023年度
おにぎり
寿司
定食
海鮮丼

プロモーション認知率
HK : 53.8%
(目標20%)



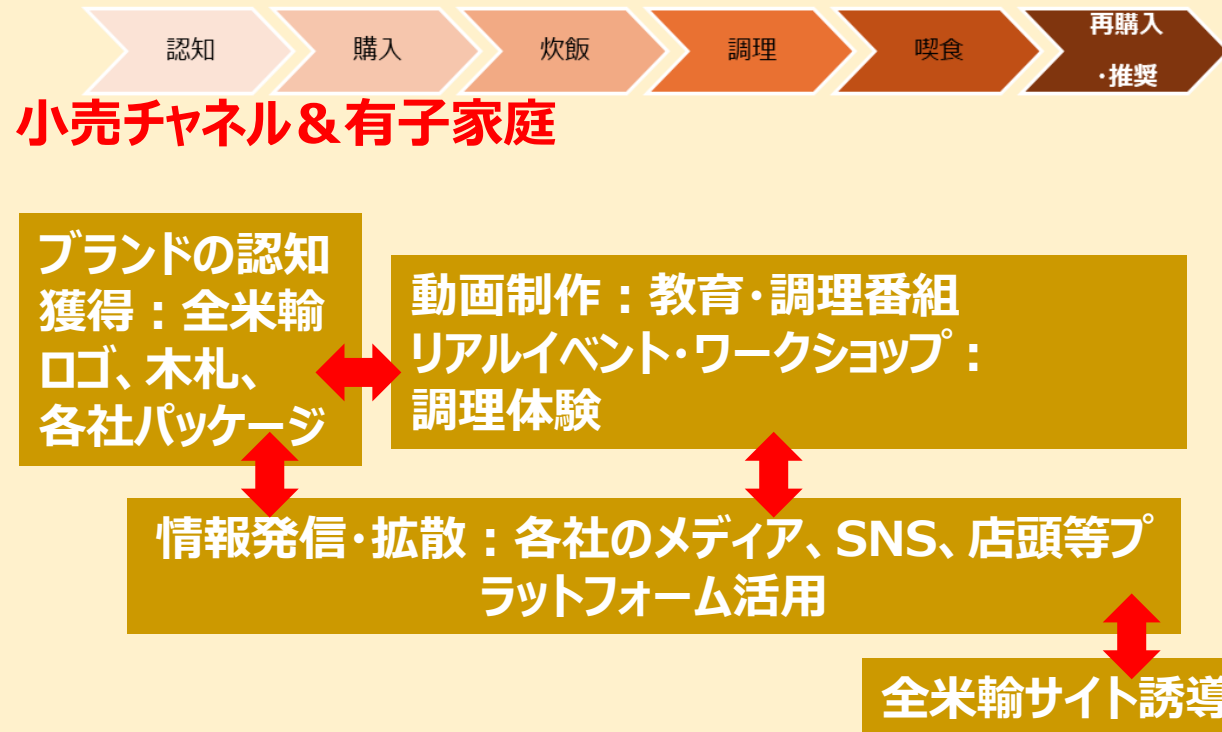
プロモーション認知者がより高い日本産コメ理解率を獲得

プロモーション認知者がより高い日本産コメ喫食意向率獲得

・ 日本産コメを活用した海外進出食品産業支援プロモーション

有子家庭をターゲットに、小売チャネルを活用して日本産コメのプロモーションを実施することで、日本産コメを選好するきっかけを作る

施策イメージ



期待される効果

日本産コメの
ロゴ・木札認知率の向上

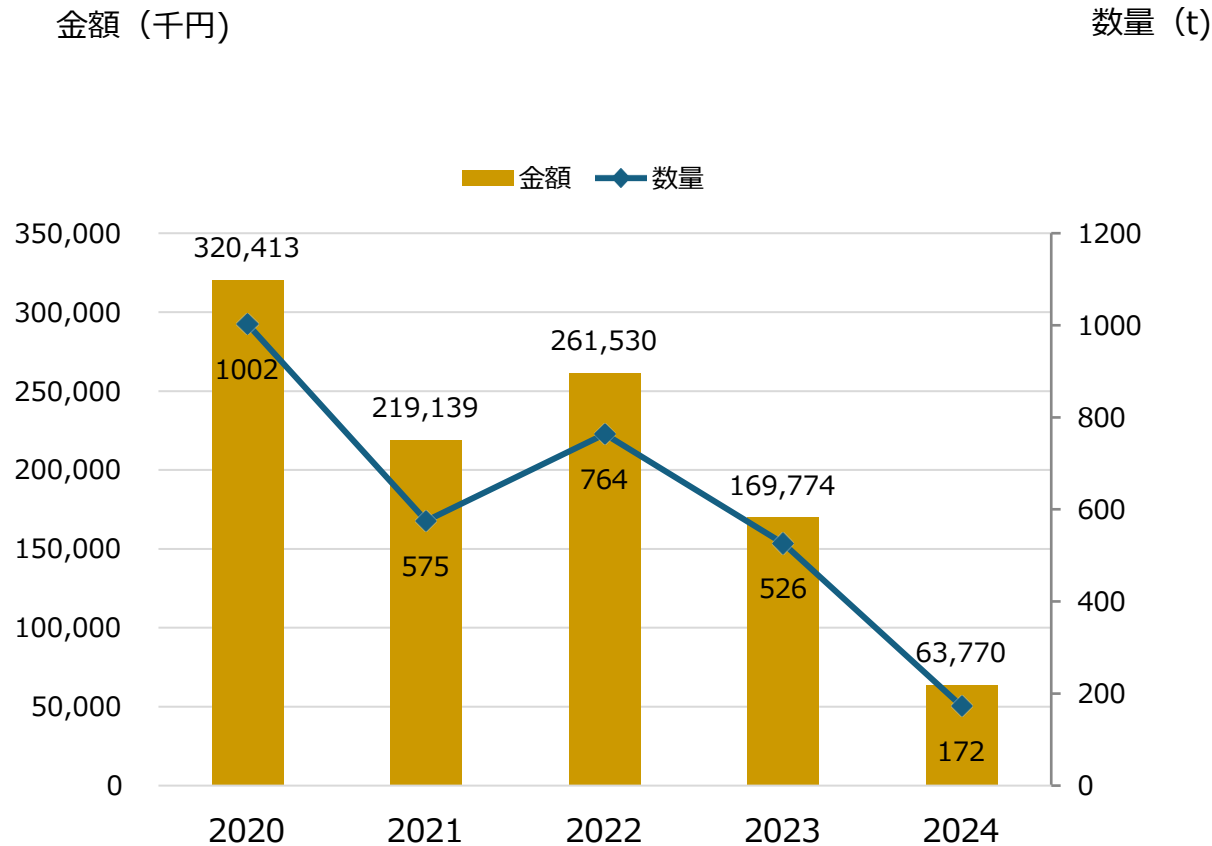
日本産コメ（生米）の
購入～炊飯～調理経験の向上

日本産コメの販売各チャネルへの
波及効果による
海外進出食品産業事業者の
利益・売上向上

※KPIの詳細は受託者と調整

- ・ 深圳
 - 今後の輸出に向けた種まき

中国向け日本産コメ輸出実績は2024年に過去5年間で最低となり、深圳での日本産コメ購入・喫食可能チャンネルは限定的であるため、消費拡大の基盤づくりとなる日本産コメの認知＋購入可能場所呈示から検討



【図表】チャンネル別の日本産コメ関連店舗

チャンネル	店舗名
外食	・寿司芳 ・厳 日本料理
中食	・おにまる(2025年オープン日本産コメ使用有無は未確認) ・OMUSUBI（2025年秋常設店舗をオープン予定、メインターゲットは中国消費者、おにぎり販売のみ）
小売	不明
EC	不明

参考：JFOODO駐在員、JETRO広州からの情報提供

【図表】2020～2024年の中国向けコメ（精米）輸出額、量の推移
参考：貿易統計より ※過去5年間は 精米、パックリスの輸出実績のみ

2025年度プロモーション取組結果

- ・ 消費者向けイベント①
 - 日本産コメの理解向上、調理意向向上

消費者に対して、日本産コメとタイ産コメの違いを伝達し、日本産コメの理解を深めてもらうためのイベントを開催した

狙い： 日本産コメの特徴を体験・理解してもらい、購入・喫食意向を向上
生米を配布することで、日本産コメの自宅での調理を促進

実施内容：

- ① 日本産コメとタイ産コメのおにぎり試食提供
- ② アンケート回答で安田精米様の生米2合の配布
- ③ フォトスポット等で撮影したUGC投稿でおにぎり型配布



インフルエンサーによるイベント周知のInstagram投稿

- ・料理番組
 - 炊飯・調理の理解・意向の獲得

日本産コメの正しい炊き方やメニューをTVメディア内の料理番組で紹介し、
26.6万人にリーチ、日本産コメに対する認知・態度変容に貢献

狙い：消費者に日本産コメの調理方法を広く知ってもらうとともに
日本産コメを楽しめるメニューを提案

実施内容：香港で長年にわたり放送されている長寿情報番組
(流行都市)の「睇餸食飯(今晚のおかず)」という料理コーナーで
有名シェフより日本産コメの炊き方・レシピを紹介
番組Youtubeでアーカイブ配信、テレビ局SNSでも発信



和風チキンカレーのレシピ紹介

- ・ 親子向け料理教室
 - 炊飯・調理への理解・意向の獲得

親子で日本産コメの炊飯～調理の一連の過程を体験することでより実感を持って理解を深め
炊飯・調理意向向上、喫食・購入意向向上に寄与

狙い：消費者に日本産コメの調理方法を親子で楽しみながら学ぶことで自宅での炊飯・調理意向の向上

実施内容：年間100以上の料理教室を運営しているTowngasで親子で日本産コメの炊き方とおにぎり弁当の調理体験をする親子料理教室を開催

告知方法：①インフルエンサーによる発信
②イベントでのチラシ配布
③TowngasCookingCentreのチラシ・冊子広告



親子料理教室当日の様子

- ・ 消費者向けイベント②
 - 日本産コメの理解向上、購入・調理意向の獲得

炊飯器販売コーナーで日本産コメの正しい炊き方を伝え試食提供をするイベントを実施した

狙い：

日本産コメの炊飯器売り場において実演に加え正しい炊飯方法を学べる動画を発信し、日本産コメの購入・調理意向を向上

実施内容：家電メーカーHITACHIの炊飯器等PRイベントとのコラボレーション

- ①日本産コメの炊飯デモンストレーション及び試食提供
- ②炊飯動画（全米輸様制作）の放映
- ③アンケート回答で八代目儀兵衛様の生米2合の配布



イベントの様子

- ・炊飯動画の制作・放映
 - 購入・調理への理解・意向の獲得

日本産コメの正しい炊き方と、自宅で再現しやすく日本産コメの味わいを伝達できるレシピを発信することで、購入・調理意向を向上

狙い：

日本産コメの炊飯方法と簡単な日本産コメのレシピを学べる動画を発信し、日本産コメの購入・調理意向を向上

放映先：

家電量販店Fortressの10店舗において5日間放映
toCメディア WeekendWeekly記事広告
Jetro Global Channel他



炊飯・レシピ動画の抜粋

- ・海外進出事業者支援
 - 支援パッケージの提案

香港に進出している日本産コメ取り扱い事業者へ木札等のツールを提供し、小売～中食～外食における日本産コメの認知拡大施策を提案

①店頭等での木札活用

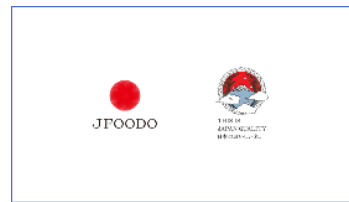
- ・日本産コメ使用の目印として店頭での掲出

実寸：45cm×15cm



②店頭等での炊飯動画活用

- ・炊飯動画（炊飯器）
15sショート及び60s ロングバージョン



③店舗情報発信支援

- ・お取引様の店舗メニューやフェア等をご紹介
- ・オンラインメディアの記事広告の活用を想定



【炮製日本米究極攻略】在家都能煮出飽滿飯粒秘訣 + 推介中環隱世食店必食餐點！

メディア：Weekend Weekly
2026年2月25日公開
炊飯動画や木札の紹介も含む

香港・深圳（海外進出事業者支援）

- 2025年度プロモーション結果（スコアカード）

消費者の喫食、調理、炊飯意向の向上に寄与し、日本産コメを使用する事業者・店舗様から木札が役だった点、継続的に露出を高めることに寄与する点を評価いただいた

消費者視点

I IMC施策の効果

施策後の日本産コメの炊飯・調理意向



施策後の日本産コメの購入・喫食意向



■ そう思う ■ ややそう思う ■ あまりそう思わない ■ 思わない

外食：日本産ロゴ（木札）掲出店舗**100店**

メディア：計**366,587人**に炊飯・調理方法を伝達

【評価】◎ 施策接触者約99%の日本産米に対する炊飯調理、購入喫食意向向上に寄与

事業者視点

II ディストリビューター/小売/外食

	役立ち度
日本産木札役立ち度	100%
継続活用意向	100%
メディア露出役立ち度	100%



【評価】○ 事業者からのオールジャパンツールへの高評価

客観データ

III 輸出統計等

2025年コメ輸出（貿易統計）

- 数量ベース
 - 全世界 前年比104%
 - 対象国(香港) 前年比100%
 - 対象国（中国）前年比34%
- 金額ベース
 - 全世界 前年比115%
 - 対象国(香港) 前年比109%
 - 対象国（中国）前年比47%

【評価】△ 香港向けは維持・拡大
中国向けは減少の一途をたどる

【総合評価】I～IIIの項目について消費者向けの施策に加え、海外進出事業者の支援策へ高い評価を頂くことができた。
日本産コメの内需拡大に対して、輸出向けの品種・産地指定が崩れている状況から汎用性の高い木札については継続して強い希望を頂いている。

