

3. マレーシア



実施概要、全体的な販売実績

	場所	品目数	品目の種類	方法
マレーシア (7月～2月)	伊勢丹KLCC店	200	青果物、水産物、酒類及び茶等	<ul style="list-style-type: none"> ・販売員が販促活動 ・試食販売・モニタリング実施 ・出品企業による実演販売(希望制)

販売実績

品目	7-8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	総計	うち6次化 採択済	売上金額 (日本円)
米・包装米飯							1	1	0	27,920
果実	11	7	5			2	2	27	0	3,726,773
野菜	3	19	15					37	0	1,122,203
その他加工品			15	9	6		18	48	7	1,208,115
肉								0	0	0
水産物・水産加工品	6	2	5		8		1	22	1	949,373
茶		11	3	5			2	21	0	243,971
調味料類			1	7	6		2	16	1	518,642
清涼飲料水			1		2			3	0	66,058
日本酒			6	10			4	20	0	708,539
その他アルコール飲料	2		1	2				5	0	314,020
総計	22	39	52	33	22	2	30	200	9	8,885,614

場所:伊勢丹KLCC店



<伊勢丹KLCC店概要>

住所: Suria KLCC Kuala Lumpur City Centre 50088 Kuala Lumpur, Malaysia

アクセス: ラピッドKLクラナ・ジャヤ線 KLCC駅

営業時間: 日~木: 10:00~21:00、金・土・祝日の前日: 10:00~21:30

店の特徴: マレーシア クアラルンプールの中心部に位置し、マレーシアの
アッパーミドル層から、アッパー層、観光客など消費者層の幅は広く、伊勢
丹では、年間様々な各自治体のフェアを実施している。

【消費者アンケート】

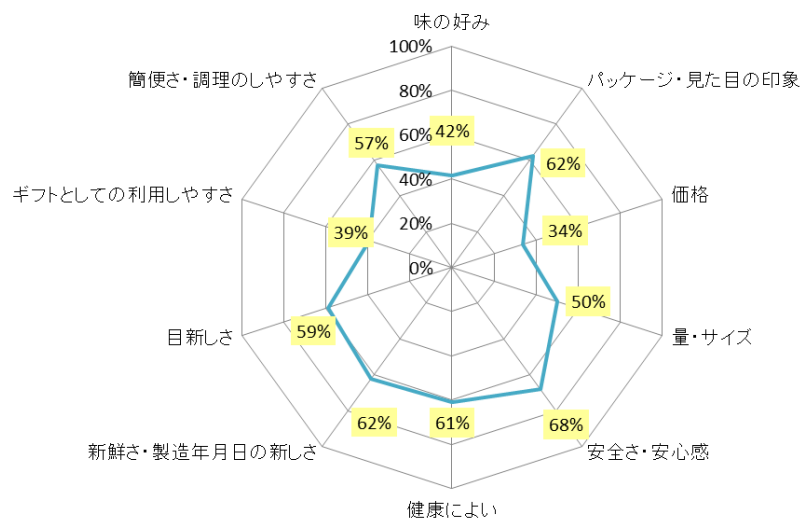
①実施方法：2015年7月～2016年2月までの間、各試験販売コーナーにプロモーターを配置し、店頭にて消費者から「各商品に対する購買意向やその理由」、「味やパッケージデザイン、価格、サイズなどの評価」をアンケート調査した（各項目について、消費者に「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5段階評価のうち1つを選択してもらう形式で調査）。

②アンケート回収件数：3,074件

- 調査対象者は、性別では「女性」が89%、年代別では「30代」が45%と「40代」が35%を占める。職業は「専業主婦」52%、「会社員」31%であった。
（アンケート実施時間が午後12時～午後8時であったため、女性、主婦の割合が高い。）
- 世帯月収は「MYR5,000～7,999」が42%で最も多い。ただし収入についてはプライベートな質問のため、消費者の多くは無回答。
- 日本食購入頻度は「月に1回」が44%と最も多く、次いで「月に1回未満」が32%、「週に1回」が20%だった。

③全体集計結果

アンケート調査において、評価が比較的高かった項目は「安全さ・安心感」、「新鮮さ・製造年月日の新しさ」だった。一方、「価格」「ギフトとしての利用しやすさ」については評価が低かった。



(注)項目毎の回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

【出品商品について】

- マレーシアは、日本へ旅行に行ったことがある人々が増えてきており、日本産食品の人気が高まりつつある。ギフト用だけでなく、普段の食生活に取り入れる人も多く見られた。
- 中華系の消費者が多いため、パッケージが重視されるという点はマレーシア市場の特徴である。豪華な、またおしゃれなパッケージの商品は、価格が少し高くても贈答品として人気がある。
- 中国産やマレーシア産の商品と比較すると、日本産は品質は勝る。しかし、多くの商品は、価格が高いため敬遠されがちであり、価格設定に工夫が必要であると思われる。
- 生鮮食品(果物類)は特に人気があり、梨やみかんは値段が少し高くても売れる傾向がある。一方で、マレーシアで生産しているものも多く、価格競争に陥りやすい。
- 加工品(ジュレ・ゼリー等)については、プロモーション活動が必要で、試食はプロモーションの中でも重要な役割を担っている。現地消費者にとっては、馴染みのない商品が多いことから、どのように調理するのか、食べ方などの説明が必須となる。
- 水産物・水産加工品については、鮭類の商品が消費者の味覚に合い、人気がある。
- 調味料はなかなか味が伝わりづらいため、販売に苦戦した。
- 日本酒は、中華系の人々の関心が高く人気がある。知名度の高い商品もある。価格が比較的手頃な商品は売れる傾向があり、価格競争力が求められる。

米・包装米飯

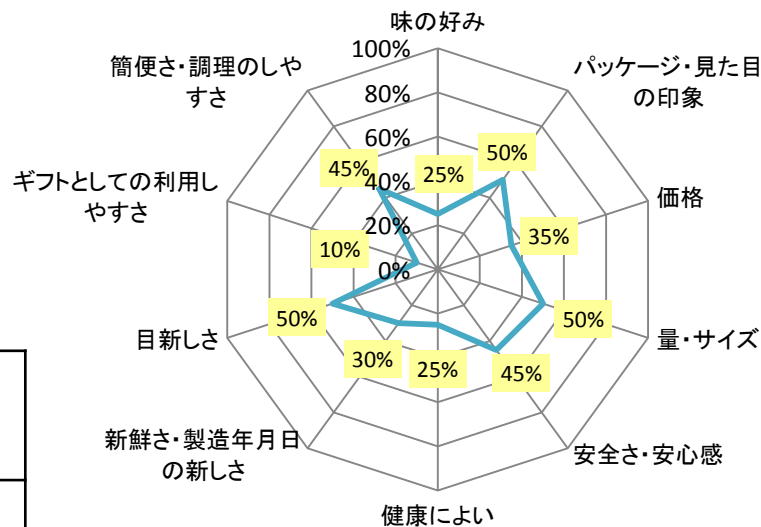
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
1	80	29	36%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・長持ちしそう☆ ・パックになっていて便利☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・見た目(パッケージ)から美味しそうに見えない☆ ・食感が硬い☆
商品に対するコメント	<p>米: 玄米それ自体は特別美味しいものではないため、「健康にいかに良いか」という面でアピールできると良い。 真空パックになっているのは、保存に便利で販売もしやすいが、そのようなメリットをパッケージやPOPに英語での説明し、セールスコピーとして記載する等の工夫があると良い。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・マレーシアのような熱帯雨林気候帯の国では、保存の観点から真空パックになっているのは好印象である。
- ・米の品質の良さや特徴をパッケージ上でいかに表現できると良い。
- ・玄米、雑穀米のように、「健康に良い」ことは訴求ポイントになると思われる。

果実

<出品品目数、販売数>

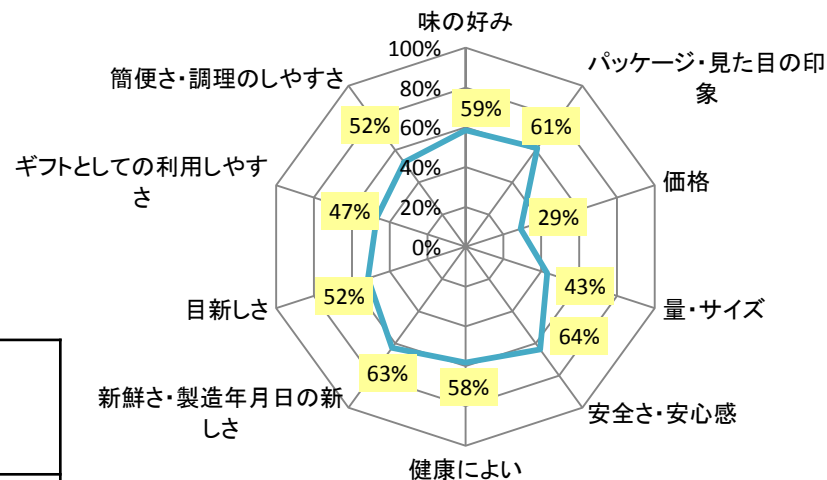
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
27	4,284	3,198	69%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	＋評価	<ul style="list-style-type: none"> ・実が大きく見栄えがする☆ ・甘みがある☆ ・価格は高いものの品質が良い☆ ・ギフトとして利用したい☆
	－評価	<ul style="list-style-type: none"> ・サイズが小さい☆ ・価格が高い☆ ・地元産・他国産と(味の)違いが分からない☆

商品別コメント	<p>ブドウ: マレーシア(クアラルンプール)で最も人気のある品種はシャインマスカットである。甘みがあり、酸味が少なく、皮まで食べられるのが評価されている。価格は高いものの中華系の富裕層を中心に人気がある。ピオーネは、甘さが評価されシャインマスカットに次ぐ人気である。</p> <p>梨: 通常の梨よりも大ぶりの品種は消費者の目に留まり、販売も好調で、完売したのものもあった。甘さも評価されている。 一方で、韓国産や中国産の梨が安く入手できるため、品質の良さをアピールするための試食や、ブランドの浸透に向けたプロモーション活動を継続する必要があると思われる。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・食べ方が分かりやすい分、消費者も手に取りやすい。また日本産の味の良さが浸透しており、価格が多少高くても売れる。
- ・一方で、国内で生産している品種も多く、価格競争は激しい。また、他国産も品質が改良され味が良くなってきており、しかも価格が安いいため、競争力がある。
- ・甘さや品質の高さをアピールし、ブランドイメージを高めていくことが重要であると考えられる。

野菜

<出品品目数、販売数>

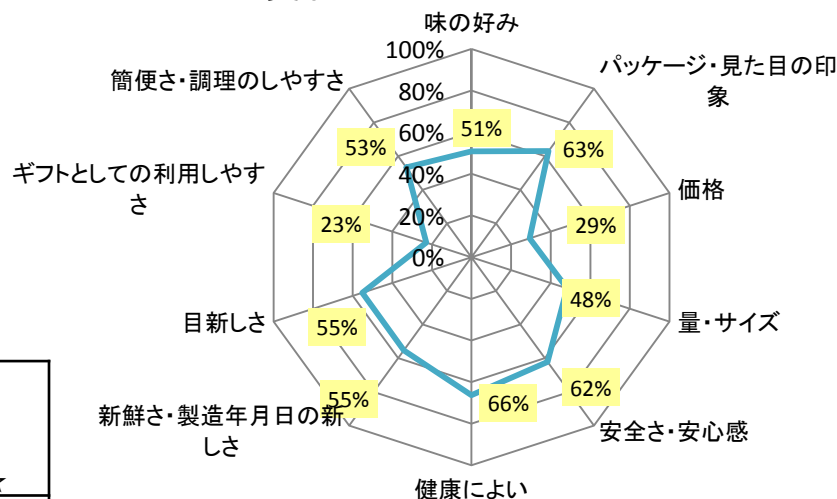
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
37	4,004	3,073	65%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・大ぶりである☆ ・品質が高く、美味しい☆ ・日本産で安心☆ ・日本独特の野菜であり、食べてみたい☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆ ・日持ちしない、変色する ・地元産・他国産との違いが分からない☆

商品別コメント	<p>甘薯: 甘みが強く、実の色が鮮やかな品種の人気の高い。また、調理のしやすさから、甘薯に関してはサイズが小ぶりのものも人気がある。 マレー系の人々はフライやデザートとして、また中華系の人々は蒸したりスープに入れたりして、一般的に食べられている食材であるが、日本の焼芋のように甘さを感じられる食べ方の提案をすると、更に販売が伸びると考えられる。</p> <p>山芋: マレーシアでも手に入る食材であるが、日本産の長芋や大和芋は、物珍しさに加え、健康に良いイメージがあり、好評である。 価格が高く、広く販売しにくい面もあるが、特に健康への関心が高い高所得者層には、品質の高さや安全・健康面を前面に出しながら、一つのブランドとして売り込んでいけると良い。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・日本産野菜は味の良さや香り高さが評価されている。安心安全の観点から、他国産よりも日本産を選択する消費者もいる。
- ・日本産は価格が高い割りに、地元産や他国産野菜との違いを打ち出しにくい面がある。ブランドイメージを高める工夫などが必要と思われる。
- ・なお、日本独特な野菜も徐々に現地に定着し、人気が出ている。販売の際は、調理方法普及のため、レシピを提供することなども良いと思われる。

その他加工品 (果実・野菜加工品、菓子、麺等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

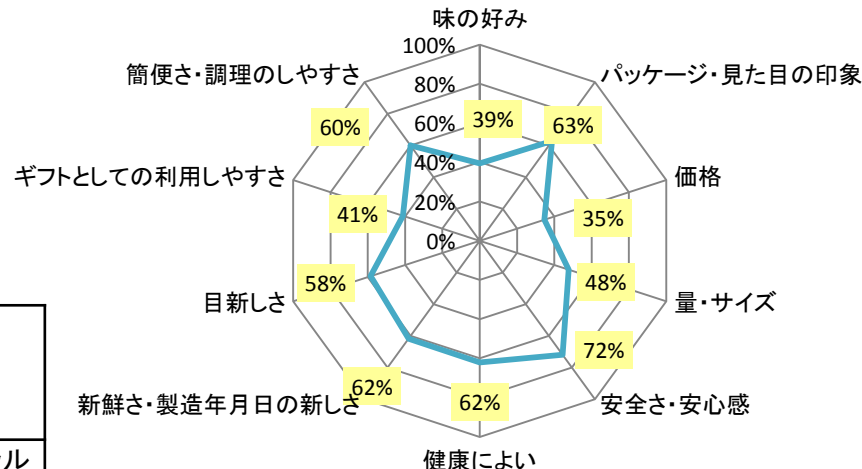
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
48	4,633	1,903	42%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・日本製は品質が良い☆ ・品質がよく美味しい☆ ・パッケージのデザインがよい☆ ・健康に良さそうである☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージから中身が分からない(ハラル表記がない、英語表記がない) ・量が少ないのに価格が高い☆ ・試食や調理方法の紹介が必要

商品別コメント	<p>菓子類: 現地消費者の間では、日本産のデザートは美味しいと認知されている。バニラアイスや抹茶アイス、梅ゼリーは、味の濃さや素材本来の味がする点が評価されている。嗜好品であり、パッケージについては「デザイン性の高いもの」、「和テイスト」、「かわいい」ものの評価が高い。一方で、商品の中身や原材料が見た目で分かるよう、英語表記やハラル表記は必須である。</p> <p>麺類: 麺類は現地でも日常食べられており、詳細な説明が無くともある程度販売が見込める。そばは、日本食レストランで食べる人も多く、現地では健康食品として認知されている。ラーメンも、日系ラーメン専門店が数多く進出しており、人気がある。味自体は現地の人々も理解しているため、価格と量のバランスが良ければ、より受け入れられると考えられる。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・一品あたりの平均販売率は42%だった。現地消費者にとっては、馴染みがなく味の好み合わない商品が多かった点が、理由の一つと考えられる。例えば、トマトジャムやジュレは、1%~4%ほどの販売率だった。加工品については、プロモーション時の試食が重要となる。また、調理方法や食べ方の説明も必須である。
- ・他国産に比べて、全般的に量が少ない(大きさが小さい)。試食を通じ、美味しいとの反応があっても、容量が小さすぎると割高感があり敬遠されてしまう。お試しとして少量サイズを準備することは重要だが、いくつかサイズのバリエーションがあるとなお良いと思われる。
- ・日本の果物は、ジャムやジュレのように加工したり加糖するよりも、新鮮なものを生のまま食したい人が多い。

水産物・水産加工品

<出品品目数、販売数>

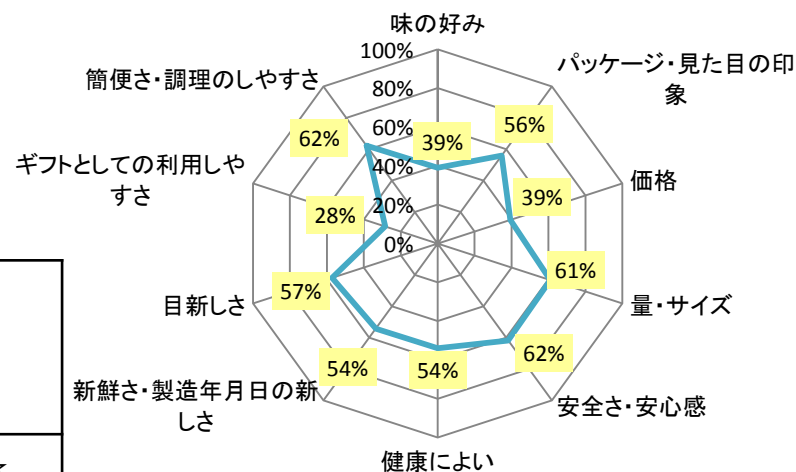
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
22	1,781	1,000	48%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・エビやカニの味は現地消費者に好まれる ・魚は健康に良いというイメージがある☆ ・味、量、手軽さ、のバランスが良いと完売する品もある
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージから中身が分からない(英語表記がない)☆ ・価格が高い☆ ・他の類似品との違いが分からない☆ ・類似品が多く、商品の差別化が難しい

商品別コメント	<p>ぶり： 脂の乗っている魚は中華系の人々を中心に人気があり、販売しやすい。刺身よりサクでの販売が好調。</p> <p>魚フレーク(そぼろ、ほぐし)： 魚種の違いや類似の日本産製品との品質の差、価格の差が現地消費者には伝わりづらく、全般的に販売が伸びなかった。 英語での説明書きや、試食を通じた食べ方の提案など、プロモーション活動は必須である。</p> <p>のり： 韓国産などの類似商品が、安く市場に出回っている。したがって、まずは価格設定が重要となる。 商品の差別化を図るためには、日本産ならではの、品質の良さや安心感をアピールすると共に、カロリーの低い健康食品として売り出すことも考えられる。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・消費者アンケートでは、「味の好み」「価格」面の評価が高くなかった。特に価格については、水産品は現地で似た商品が流通していることから、消費者も厳しい目を持っている。
- ・かつおぶしなどは、匂いが苦手との消費者の声がある。商品展開に際しては、事前に現地の嗜好などをよく調査する必要があると思われる。
- ・販売を伸ばすため、まるの魚については、刺身以外の食べ方を提案することや、加工品については、地元産、他国産に無い特徴などを前面に出し、プロモーション活動を行うことなどを考えていく必要があると思われる。

茶

<出品品目数、販売数>

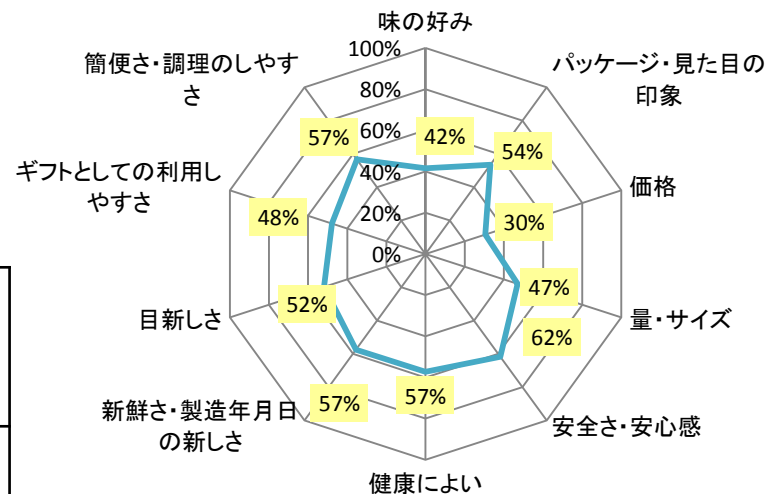
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
21	700	331	44%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・香りが良い☆ ・味が良い☆ ・ティーバックタイプで手軽☆ ・健康のために飲む☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆ ・日本茶の中でも高いが、他の日本茶との味の違いが分からない ・パッケージが良くない(英語表記がなく1回の使用量が分からない)☆ ・飲み方が分からない(茶葉タイプ)☆、類似品が多く商品の差別化が難しい

商品別コメント	<p>緑茶： 緑茶は健康に良いというイメージが浸透しており、粉末や加糖タイプよりも、通常の煎茶や抹茶の評価が高い。特に日本産は、香りの高さを評価する声が多い。 なお、リーフタイプも人気はあるが、手軽なティーバックタイプのほうが、より人気がある。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・現地でも日本茶に対する認知度は高まってきている。また、日本茶＝健康飲料と認識されている。
- ・緑茶の味や美味しさの差、また香りの違いは、現地消費者には分かりづらい。産地別の特徴なども伝わりづらい。特徴が分からない分、価格も高いと評価されがちである。
- ・より手軽に飲むことができるティーバック商品の展開だけでなく、急須を使わない飲み方(入れ方)を指南するなど、現地事情に即したプロモーション活動が必要と思われる。

調味料

<出品品目数、販売数>

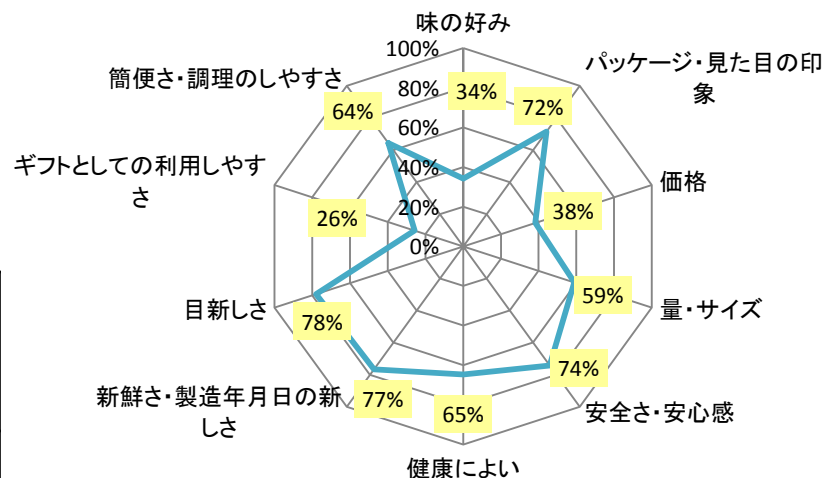
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
16	1,485	743	45%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格は高いものの量が多くて良い☆ ・品質が良い☆ ・味が良い☆ ・「無添加」で安心☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆ ・パッケージから中身が分からない☆ ・デザインが簡素すぎる☆ ・何に使うのか分からない☆

商品別コメント	<p>味噌： 日本国産に対する品質の良さと味の良さが評価されている。 中華系の人々には、特に「無添加」の商品の人气が高い。 赤味噌や白味噌など、味噌の種類や違いに関しては、現地消費者にはあまり理解されていないため、より中身が分かりやすくしたり、説明書きを付けたパッケージにすると良い。</p> <p>出汁： マレーシアには日本のうどん店が進出してきており、出汁やうどんへの関心が高まっている。手軽に使える「白だし」は、味の評価も高く、ほぼ完売した。 一方で、出汁そのものは、まだ現地では一般的ではないので、販売の際は販売促進のためのマネキン等を配置し商品の説明をすることが必須であり、現地の料理や食材に合うようなレシピの提案などがあると良い。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・調味料については、味噌や出汁など日本ならではの商品が多く、消費者にとって馴染みが薄い。アンケートでも味の評価は高くなかった。ただし、個別の消費者の声を聞くと、関心は高まっている。
- ・パッケージやラベルから味を伝えづらいため、試食やPOPの作成など販促活動は必須と思われる。
- ・健康志向が高まっており、無添加や有機といった、健康志向に沿うような商品は可能性があると思われる。

清涼飲料水

<出品品目数、販売数>

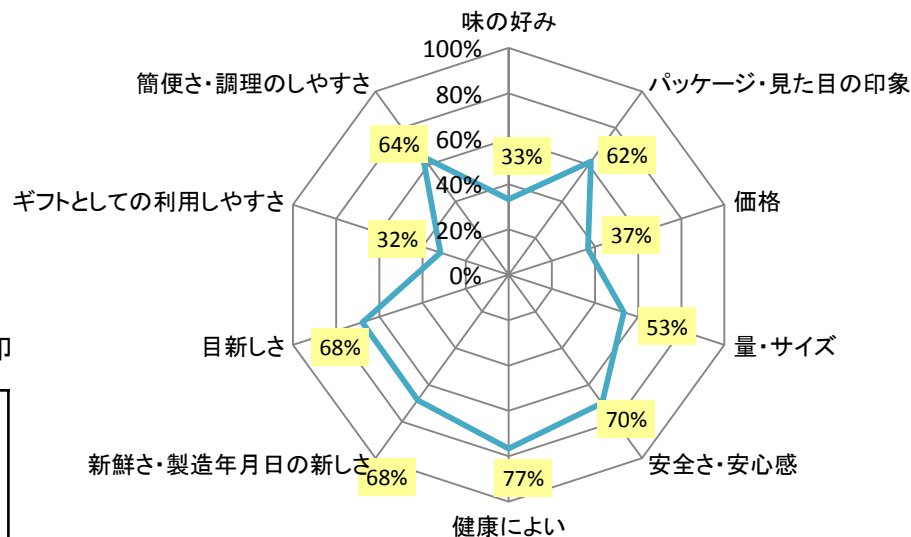
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
3	204	100	60%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・目新しい☆ ・ジュースとしては見たことがない原料で作られており、面白い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高過ぎる☆ ・果物はそのまま食べたい☆

商品別コメント	<p>果物ジュース： 味が良く価格も高すぎない、バランスの良い商品については、完売した。</p> <p>サイダー： 売れ行きは伸びなかった。 日本のジュースとしては100%果汁のほうが、値段の高さや付加価値の高さを伝えやすく、消費者の関心と呼ぶと思われる。</p>
---------	--

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・ジュース類は、ストレート果汁(濃縮還元ではないもの)の人気がある。価格は多少高くとも、購入につながる。
- ・ストレート果汁であれば、その旨をパッケージやラベルにはっきり明記したほうが良い。
- ・目新しい商品も消費者の関心と呼ぶが、どのような付加価値があり、なぜ相応の値段がするのか、POPなどを通じ説明を加える必要があると思われる。

日本酒

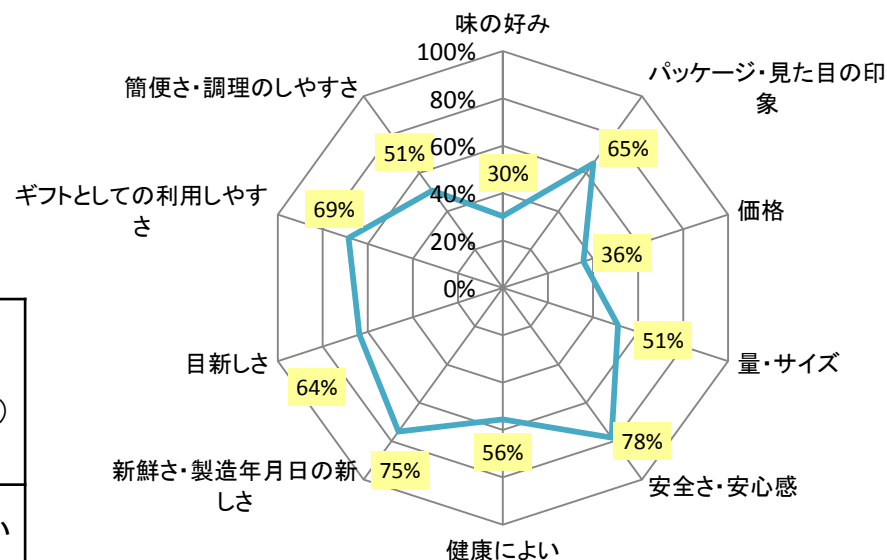
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
20	432	256	40%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・純米大吟醸は中華系の人々に人気がある ・パッケージが美しく、ギフトに良い☆ ・価格が安い(日本産は高いイメージがある)☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・家族や友人と楽しむため300ml入りは小さい☆ ・一人用のカップ酒は馴染みが無い(一人で酒を飲まない) ・パッケージが良くない(英語表記がない)☆
商品別コメント	<p>日本酒: ギフト用やパーティー用などに、箱付きの商品の需要がある。 マレーシアの人々は、高級なものを好むか、安くて手軽なものを好むか、志向が分かれるので、販売ターゲットを明確にする必要がある。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・中華系の人々を中心に日本酒、特に純米大吟醸は人気がある。贈答品需要もある。
- ・日本酒自体は市場に数多く流通しており、価格競争力が求められている。
- ・知名度のあるブランドも存在し、それらの人気は高い。逆に知名度が低いものは、そのまま販売しても売上はあまり伸びない。出品物のなかには販売率が8%の商品もあった。
- ・地道なプロモーション活動に加え、豪華なパッケージやおしゃれなパッケージにするなどの工夫が必要であると思われる。

その他アルコール飲料 (果実酒、焼酎等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

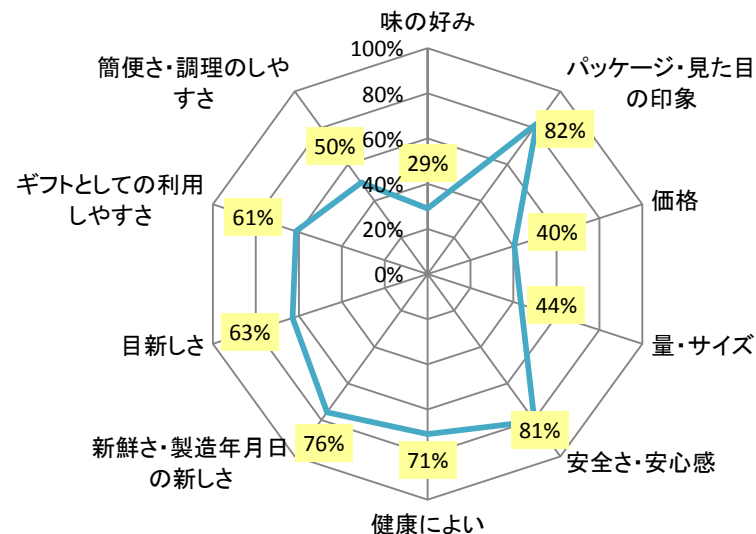
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
5	243	167	61%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・健康に良い(梅酒)☆ ・香りが立ち、美味しい☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高い☆ ・サイズが大きすぎる☆

商品別コメント	<p>焼酎: 焼酎については、まだ日本酒には人気及ばないものの、中華系の人々を中心に飲む人が増えてきている。 今後の販売拡大のためには、日本酒との違いなどについて、継続的に店頭でPR活動を行い、消費者に焼酎の良さを分かってもらうことが必要である。</p> <p>果実酒: 女性を中心に人気がある。現地に競合品が少ないものについては、味を知ってもらい、かつ知名度を上げるため、小さいサイズを用意することも考えられる。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・消費者アンケートでは、味に対する評価は高くないものの、一品あたりの平均販売率を見ると、他品目よりは比較的高い。
- ・アルコール類は、消費者により好き嫌いが分かれるものであり、美味しいと評価する声がある一方、口に合わないとする消費者もいる。口に合わないと評価しつつも、ギフトとして購入したい、との声もある。パッケージを工夫するなどすることで贈答需要が見込まれる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 7-8月 (1/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円 換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	紅鮭加工品		26	738	20	7	日本人需要対応で継続展開希望。	類似品との違いが分からない。
2	北海道	鮭加工品		17	483	30	12	日本人需要対応で継続展開を希望。	価格が安い。
3	北海道	時鮭加工品		26	738	10	3	差別化の打ちだしが必要。	価格や品質で他商品と違いが分からない。
4	北海道	秋鮭加工品(スモーク)		110	3,124	10	4	根気強いサンプリングが必要。	高い。
5	北海道	秋鮭加工品		20	568	10	2	商品を絞り込むか、価格による味や品質の違い等をPOPにて表示することが必要。	価格や品質で他商品と違いが分からない。
6	福島	しいたけ		7	199	80	48	当初予測していたよりもシェルフライフが短く、すぐに変色してしまう為、大変売りにくい。変色したものは売れないので廃棄処分になってしまう。	高い。
7	福島	桃		23	653	1000	900	大きさ、価格、甘さとも申し分ない。県職員が来て試食販売したことも奏功。	状態が良い。
8	茨城	メロン(アールスメロン)		109	3,096	15	12	品切れの無いよう、サプライヤーと綿密な納品計画が課題。	高価格。
9	茨城	メロン		38	1,079	50	40	品質の割に割安感があるため好評であった。	メロンとしては低い価格帯で甘味もある。
10	茨城	メロン(カット)		40	1,136	40	32	カットすることにより、所得の高いおフォ酢ワーカーの需要を引き出すことが出来る。	ランチ用に購入。
11	茨城	白とうもろこし		20	565	30	30	サプライヤーとの連携で安定量を確保したい。	白とうもろこしは珍しい。
12	千葉	さつまいも(紅はるか)		5	142	200	180	糖度の高さや味の良さで、固定客からの安定した売上がある。	甘くて美味しい。
13	和歌山	桃		19	540	25	17	出荷量を増やす必要がある。	甘い。
14	岡山	ぶどう(シャインマスカット)		280	7,952	30	24	岡山県産シャインマスカットは年々ブランド力が上がっている一方価格が高いため、今後は価格次第か。	価格は高いが、品質が良い。
15	広島	ぶどう(シャインマスカット)		109	3,096	150	100	ギフト箱対応も出来るようになると拡販に繋がると思われる。	酸味が少なく、皮まで食べられる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 7-8月 (2/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円 換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	広島	ぶどう(ピオーネ)		69	1,960	120	90	パッケージが簡素であるが、ピオーネは現地では人気の商品。	シャインマスカット同様美味しい。
17	広島	レモン		5	139	300	120	他国産レモンとの違いをPOP案で打ち出すべき。	他国産との違いが分からない。
18	香川	ぶどう(シャインマスカット)		188	5,339	80	60	品切れの無いようサプライヤーと密な納品計画が肝要。	美味しい。
19	香川	ぶどう(ピオーネ)		69	1,960	30	25	豊富な出荷量があると、サプライヤーにとっては安定した数量を確保しやすく、今後の販売に繋がっていくと思われる。	美味しい。
20	大分	ブリ		299	8,492	70.72kg	41.24kg	廃棄の削減の為、週末の客数増に向けて豊富に品揃えする必要がある。	刺身よりサクで買いたい。
21	大分	麦焼酎		272	7,725	4	3	固定客用に品切れの無いよう常時ストックを確保すべき。	飲み慣れている。
22	大分	麦焼酎		129	3,664	3	2	価格が手頃である。	日本食レストランで初めて焼酎を飲み、以後、自身で購入。

(参考)個別商品のモニタリング結果

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

販売実績一覧(マレーシア) 9月 (1/3)

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円 換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	かぼちゃ		59	1,676	100	57	日本産かぼちゃは安定した人気がある。	甘くてほくほくしており美味しい。
2	北海道	とまと(トマトベリー)		20	568	50	24	甘さがあり人気。	試食をして甘さを実感。
3	北海道	ゴボウ		11	312	50	36	買いやすい価格で順調に販売中。	買い求めやすい。
4	北海道	乾燥スモークサーモン		248	7,043	30	4	単価が高いため販売に苦戦しているが、常時サンプリングを実施。馴染みが無い。	
5	北海道	ブリ		30	849	100	52	刺身よりサクでの販売が好調であり、中心顧客は中華系である。	脂が乗っていて美味しい。刺身以外の食べ方を指南すると面白い。
6	青森	長いも		38	1,079	100	63	価格が高いため、ブランドであることをアピールする必要がある。	通常の日本産と比較して高すぎる。
7	福島	桃(ゴールデンピーチ)		50	1,420	50	16	中華系富裕層を中心に購入されている。	甘さを実感。
8	福島	桃		45	1,278	100	55	安定した人気を保っている。	甘さを実感。
9	埼玉	長ネギ		3	80	77	40	価格もこなれてきており販売しやすい。地元産の長ネギと比べて香りが高く、みずみずしい。	韓国産もあるが日本産のほうが品質がよい。日本産長ネギは、甘くておいしい。
10	岐阜	カラフルミニトマト		18	511	68	50	こちらでは珍しい発想の商品ではあったが価格のため苦戦した。	価格が高い割に現地産との違いがわからない。
11	静岡	煎茶		38	1,088	30	5	一番の売り込み商品ではあったがティーバッグに押され気味。	急須で淹れるのが面倒。
12	静岡	ほうじ茶		18	520	30	10	他店でなかなか入手しにくいため好調に推移している。	香ばしくて美味しい。
13	静岡	玄米茶		25	719	30	18	香りが好まれている。	中国茶には無い味。
14	静岡	煎茶(ティーバッグ)		19	534	30	22	ティーバッグタイプで人気がある。	通常取扱商品より割高だが味がいい。
15	静岡	ほうじ茶(ティーバッグ)		19	534	30	9	リーフタイプより香りがやや劣る。	リーフタイプのほうが美味しい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

販売実績一覧(マレーシア) 9月 (2/3)

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円 換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	静岡	緑茶50g		10	277	30	21	珍しさもあり人気。	香りが良い。
17	静岡	粉末状煎茶ラテ		47	1,332	10	0	ケーキとのセット販売には不向き。	砂糖が入っており甘すぎる。
18	静岡	緑茶詰め合わせ		30	862	20	0	ギフト需要での品揃えであったが実績はなし。	高い割に他商品との違いがわかりにくい。
19	静岡	緑茶100g		30	862	20	3	価格が高いが、違いを伝えきれていない。	高い割に他商品との違いがわかりにくい。
20	静岡	粉末茶50g		89	2,528	40	3	アイスクリームに混ぜる提案等も必要。	溶かすだけなので手軽さがよい。
21	静岡	抹茶20g		56	1,590	20	1	飲み方の指南等が必要。	どのように使ったらいいのかよくわからない。
22	京都	ピオーネ		70	1,988	50	20	試食販売を通じ、甘さや品質の高さを実感いただけた。	甘い
23	京都	キャベツ		2	54	30	15	価格がローカルのものとはさほど変わらない為、売れている。ローカルのものと比較して密度感がある。	
24	京都	九条ねぎ		14	398	50	33	珍しさと品質の良さで販売は好調。	色ツヤがいい、鮮度がいい(長持ちする)。
25	京都	万願寺		16	454	50	18	調理法についての情報提供が必要である。	辛いのか、辛くない唐辛子なのか一目でわからない。
26	京都	きゅうり		16	454	100	62	珍しい形で価格もこなれており販売は好調だった。	形がかわいいため、女性客に好評。サラダに使用とのこと。
27	兵庫	とうもろこし		19	540	50	30	生の試食を出したところ好評だった。	生でもかなり甘い。
28	兵庫	ぶどう(ピオーネ)		94	2,670	50	12	一定の人気と価格の買いやすさが評価された。	甘い。
29	兵庫	ほうれん草		17	483	50	20	ローカルで安いものがあるにもかかわらず販売は伸びた。日本産葉物は安全安心の点で定評がある。	
30	兵庫	小松菜		12	341	50	20	ローカルで安いものがあるにもかかわらず販売は伸びた。日本産葉物は安全安心の点で定評がある。	

(参考)個別商品のモニタリング結果

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

販売実績一覧(マレーシア) 9月 (3/3)

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円 換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
31	兵庫	大根		16	454	50	16	価格が高いため苦戦した。	太くて品質はよいが高すぎる。
32	兵庫	玉ねぎ		26	738	50	18	有名産地のため日本人中心に売れている。	これだけの大玉のものは現地産では見つからない。
33	奈良	柿		30	852	50	30	試食を出して甘さが好評で販売が伸びた。	甘さと適度なやわらかさである。
34	鳥取	梨(二十世紀梨)		20	568	200	105	梨の中でもこちらでは珍しい品種の為好調である。	甘い。
35	岡山	ぶどう(シャインマスカット)		94	2,670	52	50	人気品種と買いやすい価格でほぼ完売した。	甘い。
36	徳島	なると金時		29	824	100	50	色が鮮やかで見栄えが良い。	鮮やかな色、甘い。
37	高知	しょうが		10	273	50	22	地場産で代替え商品がないため、安定した売上を見せている。	日本のものが買えて良い。
38	福岡	大葉		5	128	190	147	現在はローカルスーパーでも取り扱いが増えている。	サラダなどによく使用する。
39	鹿児島	安納芋		29	824	50	37	他品種に比べて価格が高いわりに甘さも十分でなく、苦戦。	高すぎる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 10月 (1/4)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	たまねぎ		1	28	100kg	72kg	日本産たまねぎは売れ筋商品の一つ。特に北海道産はイメージが良く、地元産のたまねぎに比べて甘みが強く、人気がある。	ローカル産のものに比べて、大ぶりである。
2	北海道	男爵じゃがいも		5	141	40kg	20kg	じゃがいもについては、アメリカ産・オランダ産が安く、数も多い。北海道ブランドがあり品質が良くても、価格面では高く売りにくい面がある。	ポテトサラダに最適である。
3	青森	ごぼう		4	108	28kg	22kg	「ごぼう」は、見た目について、現地の消費者はなじみがないため、販売しにくい面がある。	中国産よりも香りがあるので、こちらが好みである。
4	青森	大根		1	36	190kg	150kg	価格は高いと思われているものの、サイズが大きく、辛味が少ないことが人気の理由と考えられる。また、鮮度に対する評価が高く、健康に良いイメージもある。	地元産のものより大きく、また繊維っぽさがなくて品質が良い。
5	青森	長芋		3	80	100kg	92kg	日本産の長芋は売れ筋商品のひとつとなっている。マレーシアにも長芋はあるが、多くの消費者は品質の良い日本産長芋を手にとる。	今まで食べたことはないが、料理に使ってみたい。
6	茨城	栗		49	1,392	40	21	中国産の栗と比べて価格は高いものの、甘みが強く、品質も良い。	日本で食べた栗が美味しかったので、購入したい。
7	茨城	水菜		19	540	80	54	日本と比べると、生野菜のサラダは、マレーシアではあまり一般的ではないが、富裕層の中華系の人々を中心に、家庭でも取り入れられつつある。	日本の水菜は、なかなか売っていない。
8	茨城	太秋柿		13	366	288	245	マレーシアの消費者は歯ごたえが良く、甘みの強い商品を好むため、受け入れられやすいと思われる。	普段は韓国産の柿を購入するが、それよりもおいしい。
9	茨城	豊水梨		17	480	504	411	この商品は味などの評価は高いものの、韓国産、中国産の梨と比べると、サイズが小さく、かつ値段も高いため、販売しづらい。	価格が高いもののおいしい。
10	茨城	蓮根		13	378	120	80	時間の経過とともに表面と内側が黒くなることや、日持ちする期間が短いことが難点である。	栄養分が豊富で、子ども大好きである。
11	千葉	さつまいも(紅はるか)		2	51	208kg	177kg	甘みが強く、人気がある。ベニアズマよりも甘みが強く、地元客に受け入れられている。地元の中国系の人には、調理に時間がかからないことから、SサイズやSSサイズのほうが人気がある。	さつまいもは、蒸して子どもに食べさせることが多い。
12	千葉	ヤマトイモ(平)		4	111	12kg	8kg	値段が高く、販売しづらい面がある。健康に良い商品と評価されている。健康志向の高い一部の高所得層に人気がある。	普段なかなか目にしない商品なので、食べてみたい。
13	千葉	梨(新高梨)		16	452	288	220	舌触りはなめらかではないものの、大きさと値段のバランスがよく、販売しやすい梨である。長期保存ができるのも良い。	先日韓国産を購入したが、甘味が無く食感がザラザラしており、美味しくなかった。こちらは大変甘味があり、おいしい。
14	長野	えのき茸		7	210	60	41	えのき茸については、マレーシアでは韓国産のもの主。韓国産は1束約1MYRで、日本産とは7倍ほどの価格差があるため、日本産は苦戦中。	鮮度がいいまいちである。
15	鳥取	醤油		77	2,198	52	12	商品の特徴の説明が難しい。何に使うのかわかりにくい、価格や量などについても、現地での評価は厳しい。	価格が高い。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 10月 (2/4)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	鳥取	カレー		40	1,142	150	82	日本ではインターネット販売において人気商品であるとのことだったが、海外で販売する場合はなじみがないため、価格面・量の面で取扱いが難しいか。	パッケージがかわいい。
17	鳥取	ラーメン		16	454	280	120	マレーシアには、日系ラーメン店が数多く進出しているため、ラーメンは説明がなくても販売可能。鳥取県というマレーシアではあまり知名度のない地域のラーメンではあるが、目新しさがあり想像以上に現地消費者に受け入れられた。	味があっさりしており、おいしい。
18	鳥取	せんべい(えび風味)		20	574	80	80	パッケージが良い。また、かつばえびせんは現地消費者は味を知っているため、販売しやすい。	日本食品のお菓子コーナーで類似品を安く買える。
19	鳥取	せんべい(カニ風味)		20	574	80	80	味が好みであると好評価。エビ・カニの味は、多くの商品で消費者に好まれる傾向にある。	日本のスナックは美味しい。
20	鳥取	ラーメン		32	903	96	55	海鮮系ラーメンは地元消費者に人気がある。価格が高いと感じるため、この面を検討すれば、販売も伸びると思われる。	カニ風味のラーメンを食べてみたい。
21	鳥取	スナック菓子(カニ味)		46	1,295	60	36	味・パッケージでは評価が高いが、目新しさはさほど無いか。	価格が高すぎる。
22	鳥取	味噌汁		28	784	120	59	のどぐろとは何か、名前の意味の説明が難しい。パッケージも商品がみそ汁なのかどうか、分かりにくい。	のどぐろが何かわからない。
23	鳥取	のり		28	784	60	60	お酒のつまみとしてよりも、カロリーの低さなど健康に良い商品として販売することも一案。	食感が良い。
24	鳥取	焼あじ		20	574	120	120	「魚は健康に良い」という良いイメージもあるが、焼あじという商品自体の説明は難しい。	スナック菓子のように好きである。
25	鳥取	小鯛加工品		20	574	240	240	味については受け入れられると思われる。一方で、消費者に対する小鯛の説明は難しい。	食べにくそうである。
26	鳥取	日本酒(カップ酒)		19	540	48	24	マレーシアの消費者は日本酒に関心をもっているものの、カップ酒には慣れていない。加えて一人でお酒を飲む文化がないため、販売しにくい面がある。	少し飲むのにちょうどよい量。
27	鳥取	日本酒(純米酒)		68	1,928	72	70	日本産日本酒はマレーシアの中華系の人々(特に百貨店の顧客)の関心が高い商品。本商品は価格が安く、消費者の評価も高い。	日本産の日本酒としては、価格が安い。
28	鳥取	日本酒(純米吟醸)		23	665	48	48	日本人は300mlなどの飲みきりタイプを好むが、現地では家族や友人と皆で楽しむため、720mlボトルの方が関心が高くなっている。	量が多くないので、一回で飲みきれぬ。
29	鳥取	日本酒(純米吟醸)		81	2,289	42	42	マレーシアでは、高級な商品を好むか、または手ごろな価格を好むか、志向がはっきり分かれている。	日本のお酒が好きなのでフェアでいつも買っている。
30	鳥取	日本酒(純米大吟醸)		221	6,262	12	12	マレーシアの中華系の人々(特に百貨店の顧客)にとって、日本酒は、非常に関心の高い商品。特に純米大吟醸の人気は高く、ギフト用ボックス付きには、需要がある。	初めて見るブランドで、興味がある。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 10月 (3/4)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
31	鳥取	日本酒(純米大吟醸)		130	3,703	18	18	純米大吟醸クラスのお酒は自家用に加え、パーティ用として消費者に購入を販売をすすめることが可能。	家族の集まりのために購入する。
32	鳥取	梅酒		48	1,355	200	145	梅酒は、現地の中華系の人々にとって特に健康に良いというイメージがある。	梅は健康に良い。
33	鳥取	アイスモナカ	○	6	162	120	111	ミルクの味が濃厚であり、また、日本的なアイスクリームの味がすると評価が高い。量も消費者が満足できる商品。	日本のアイスクリームの味がする。味自体も濃い。
34	鳥取	バナラソフト	○	6	162	120	98	味、パッケージ、価格など多くの面で消費者に受け入れられ、パッケージもよい。	日本の他社のアイスクリームより廉価である。
35	鳥取	抹茶アイス	○	6	162	120	120	アイスクリームなので詳細な説明が不要で売りやすいものの、パッケージが漢字使用なので、分かりにくい。	価格がリーズナブルである。
36	鳥取	梅ゼリー(完熟タイプ)		10	278	48	35	日本産などで類似商品もあることから、差別化が必要。	日本のデザート(ゼリー)は美味しい。
37	鳥取	白ネギ		4	125	1,000	1,000	日本のネギは香りが良く品質も良いため、さらに輸出を推進すべき。	日本のネギは香りが良い。
38	鳥取	白桃加工品		18	514	600	242	味に対する評価は高いが、価格が高すぎる。パッケージは、消費者の興味を引いており、良いデザイン。	パッケージは良いが、価格が高い。
39	鳥取	梅ゼリー		10	278	48	33	地元の消費者は梅の味を好んでおり、味の面では受け入れられている。	梅の味が美味しい。
40	鳥取	無花果ブラウニー(セット)		72	2,033	48	24	海外向け商品として、パッケージに風呂敷を使い、和を表現しているのが良い。	日本的なパッケージでよい。
41	鳥取	無花果ブラウニー(バラ)		14	400	100	68	初めて試す消費者も多いことから、バラ売りという販売方法は良い。	初めてみる商品なのでトライする。
42	鳥取	ジュース(梨)		40	1,145	60	40	ジュースとしての「梨」に対する味の評価は難しい。フルーツとして販売することも一案。	ジュースとしてあまり好みの味ではない。
43	鳥取	煎茶		26	724	60	41	長いもそばは、マレーシアでは目新しい商品であるものの、日本のそば自体が消費者に認知されているため、販売時の説明はしやすい。	長いもが入っているので健康に良い。
44	鳥取	グリーンティ		40	1,145	20	20	日本の煎茶についてはティーバッグだけでなく、最近茶葉タイプも好まれている。健康のために飲む人が多いので、甘いラテタイプよりも、通常の煎茶の方が良さそう。	新しい種類のお茶なので、良い。
45	鳥取	抹茶ラテ		28	784	60	60	健康に良いという日本茶のイメージと異なるので、本来の日本茶ファンは購入しづらいか。	日本茶は健康のために飲むが、これは日本茶とは思えない。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 10月 (4/4)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
46	鳥取	そば(長いも入り)		26	724	80	68	そばを健康食品ととらえている人が多い。日本食レストランでそばはかなり食べられているので、自宅用として、販売を拡大していくことは可能。	レストランでそばを食べたことがあるので、自宅で食べてみたい。
47	鳥取	茶そば		28	784	60	23	日本茶の加工食品だが、現地の人々にとっては日本のお茶のイメージと異なり、味が甘すぎる。現地では日本茶=健康飲料という認識が強いため、甘すぎるとそのイメージが伝わりにくい。	緑茶は健康に良いが、これは甘い。
48	高知	みょうが		10	273	150	120	みょうがはクアラルンプールでも取扱いスーパーが増えてきており、地元消費者の間でも一般的になりつつある。	日本独特の野菜なので、試したい。
49	福岡	アールスメロン		188	5,339	10	6	価格は高いが、味は良く、見た目もいいことからギフト用を買う消費者が多い。	オーストラリア産に比べて甘味があり、滑らかな食感で美味しい。
50	福岡	キャベツ		2	54	130kg	90kg	地元産のキャベツと比べると、甘みが強い。葉も柔らかく、食べやすいのが人気の理由の一つとなっている。	以前購入したが、柔らかい食感で捨てる場所が少ない。
51	福岡	小松菜		13	366	31	21	こまつなは日本産ということで安心・安全であり、健康にもよいイメージがある一方で、地元産こまつなの価格が安いことから、販売しにくい面がある。	日本産のため、子供に安心して食べさせられる。離乳食としても最適である。
52	沖縄	かぼちゃ		2	65	130kg	110kg	日本のかぼちゃは甘みが強いので、産地を問わず人気があり、評判も高い。	いつもスープに使用する。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 11月 (1/3)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	茨城	日本酒		246	6,986	12	1	日本的なデザインで好評。一般販売用としては、価格面などで厳しいか。	パッケージが美しいのでギフトとして検討できる。
2	茨城	日本酒		246	6,986	12	1	ギフトとしての実績あり。	ギフトとして購入してもよいが自身はコールを飲まない。
3	茨城	日本酒(1級酒)		636	18,062	12	1	レギュラーカスタマーが自家需要として購入している商品である。	価格が高い。
4	茨城	日本酒(純米酒 金箔入り)		292	8,293	12	1	パッケージの評価が高いものの、価格が高く苦戦。	日本酒より果実酒を好んで飲む。
5	茨城	柚子酒(1.8L)		278	7,895	12	5	女性のお客さまが中心顧客であった。	日本のお酒は高いので横で説明してくれる販売員がいると購入の助けとなる。
6	茨城	柚子酒(720ml)		155	4,402	24	12	柚子の香りが強く酸味があり、あまり甘くない点が人気であった。	ワインを好んで飲む。
7	茨城	日本酒(純米酒 300ml)		73	2,073	24	11	価格と品質が手頃で販売員が売りやすい商品。	日本のお酒は一般的に体によくおいしいという認識。
8	茨城	日本酒(純米酒720ml)		202	5,737	12	4	価格と品質が手頃で販売員が売りやすい商品。	興味はあるので機会があれば購入してみたい。
9	茨城	日本酒(純米大吟醸)		231	6,560	24	12	当地では純米大吟醸が中華系に好まれる。	見た目が特別に見えるのでトライしてみたい。
10	茨城	日本酒(純米大吟醸)		2,153	61,145	12	1	レギュラーカスタマーが自家需要として購入している商品である。	ボトルのデザインがよい。
11	茨城	日本酒(雫酒)1.8L		748	21,243	12	1	パッケージの評価は高いが、価格が高い。	味はよいが、英語の説明があるとよい。
12	茨城	日本酒(雫酒)720ml		427	12,127	12	1	各面での評価がまちまちである。更にPRが必要か。	試してみる価値はある。
13	新潟	麺(うどん)		22	611	80	57	同時期にイオンにてRM5.7という日本より安い価格で販売しているものがあり、一部の消費者より問い合わせがあった。	いろいろな調理法で試してみたい。
14	福井	ドレッシング(生姜味)		50	1,417	36	15	価格が高く苦戦。ボトルの形はいいが、デザインがシンプルすぎる。生姜味は中華系に人気がある。	ドレッシングとしては高すぎるので購入するのにじっくり考える必要がある。
15	福井	ドレッシング(白髪葱入り)		50	1,417	36	12	価格が高い。ネギの風味がいまいち出ていない。	素材そのものを食べる方が好みなため、このようにドレッシングにするのは好まない。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 11月 (2/3)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	福井	ドレッシング(味噌味)		50	1,417	36	9	価格が高い。ボトルの形はいいが、味噌の味を更に前面に出していくべき。	大きいサイズのものを購入したい。しょっぱすぎる。
17	長野	赤系みそ		20	565	180	66	赤と白の味があるがパッケージや実際の味噌の色がほぼ一緒で違いが不鮮明。	通常、他のブランドのものを使用しているのでスイッチしたくない。
18	長野	白系みそ		20	565	180	97	赤と白の味があるがパッケージや実際の味噌の色がほぼ一緒で違いが不鮮明。	モノがよければ価格は問わない。
19	長野	味噌汁		23	639	180	159	買いやすい価格で好評であった。	品質と味がいい。安い。
20	静岡	ほうじ茶(ティーバッグ)		24	676	30	18	購買客は日本人が中心であった。	トライしてみたいが、パッケージは英語表記すべき。
21	静岡	煎茶(ティーバッグ)		24	676	30	30	手軽なティーバックにて好評につき完売した。	マレーシア在住ではないが、普段であれば購入したい商品。パッケージデザインがよい。
22	静岡	抹茶入り玄米茶(ティーバッグ)		24	676	30	30	有機栽培ということをプロモーターから説明することで販売に繋がった。	リーズナブルな価格で味もよい。ティーバッグよりティーリーフを購入したい。
23	静岡	有機茶(ティーバッグ)		33	923	30	6	価格が高く苦戦。山吹についての商品説明が難しい。	お茶よりコーヒーが好みだが、味がよければ購入したい。
24	愛知	抹茶		33	923	60	42	価格が高いにも関わらず販売は好調であった。	味も価格もよい。
25	愛知	アーモンドチョコレート(抹茶味)		24	667	100	30	パッケージが簡素なわりに高いと感じる。味は良い。	価格が安ければ購入したい。
26	福岡	無花果加工品		23	639	60	15	ごく少量にも関わらず価格が高い。1ピースが小さく、食べ応えがない。	英語表記がないので正確な原材料がわからないしなぜこんなに高いのかも理解できない。
27	福岡	柿加工品		14	395	60	31	ごく少量にも関わらず価格が高い。1ピースが小さく、食べ応えがない。	パッケージに改善必要。日本語表記が中心なので、英語も表記すべき。
28	福岡	富有柿加工品		30	849	30	30	柿チップが当地でなかなか手に入らない為、好評につき完売。	ハラル表記がなく、実際にハラルかわからないので購入できない。
29	長崎	野菜チップス	○	11	310	120	29	食感にメリハリがない。もう少し厚めのスライスの方が食べ応えと風味が出るのではないかと。	価格が高い、普段こういった商品は購入しない。
30	長崎	野菜パウダー	○	17	469	50	48	市場にない珍しい商品で好評。価格も買いやすい設定である。	調理方法がわかれば購入を検討してもよい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 11月 (3/3)

※【1マレーシアリングギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
31	鹿児島	だし(野菜)	○	41	1,162	40	30	価格が高いにも関わらず、味噌との合同サンプリングにて、味噌と一緒に購入する消費者が多かった。	購入するかはニーズによる。必要であれば購入する。
32	鹿児島	乾燥野菜	○	13	355	100	6	パッケージが簡素過ぎる。調理活用方法を伝えられるパッケージにすべき。	好きな味、品質も悪くない。
33	鹿児島	茶(こぼう)	○	40	1,133	40	33	シンプルな原材料と風味豊かな味で試飲が奏功。	パッケージデザインはよい。原材料がわからないので英語表記があるとよい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 12月 (1/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	長野	サイダー(ブルーベリー)		20	565	96	12	価格が高い理由や付加価値をいかに伝えるかが重要。日本のジュースとしてはストレート果汁のほうが引きが強いようだ。	飲料として値段が高すぎる。
2	長野	ブルーベリーコンフィチュール		69	1,957	96	14	価格が高い。高い品質を伝えられる販促物があると尚良い。	果実そのままの味があって、とてもおいしいが、値段が少し高い。
3	静岡	ふりかけ(鰹入り)		19	525	60	28	見た目で味がわからないため、サンプル品が切れ試食販売ができないと販売数が落ちてしまうことがあった。	英語ラベルを加えて欲しい。
4	静岡	鰹節(ソフトタイプ)		16	452	60	17	品質がよいため、個人でやっている日本食レストラン関係者が購入する例があった。	サイズをもう少し大きく、価格もお手頃にして欲しい。
5	静岡	鰹節(糸削りタイプ)		19	525	60	16	そうめんのにせて試食販売を実施。中華系に対しての食べ方の提案については再考が必要。	見た目だけでは、何かわからない。
6	静岡	だし(鰹節入り)		27	753	40	6	サンプリングの実施で味は大変好評であったが、価格が高い割に容量が少なく、購買に繋げるのが難しかった。	金色は眩しすぎる。シルバーに変えた方がいい。
7	静岡	だし(さば節入り)		27	753	40	5	ローカルのお客さまの中には、鰹節自体のにおいに抵抗感を示す消費者もいた。	興味はあるが、パッケージに英語を入れて欲しい。
8	静岡	だし(昆布入り)		27	753	40	14	鰹節や鰹だし関連のものを日常的に食べるローカルの消費者はまだ少ない。	パッケージに英語を入れて欲しい。
9	静岡	無添加かつおだし		24	679	40	20	そうめんのだしとして使用し、試食販売実施。当地では化学調味料に対する罪悪感はまだ低い。	そうめんと一緒に食べると、すごく美味しい。
10	静岡	鰹節(6袋入り)		13	366	60	17	時期的に正月需要もあり、日本人で購入する消費者が多く見受けられた。	英語ラベルを加えて欲しい。
11	静岡	ジュース(みかん)		10	281	48	48	サンプリングの実施で味の評判がよく、価格も高すぎず完売することができた。	商品のサイズをもう少し大きくしても良いかも。
12	愛知	卓上のり		27	753	120	14	味付けおかずのりに比べ、BOXで使いやすい特長はあるもののお得感がなく苦戦。	少し値段が下がるとよい。
13	愛知	チョコレート(抹茶味)		8	224	60	25	抹茶と黒糖は当地でも人気のある素材であるので、販促物等でもっと売場訴求ができると販売に繋げられたと思われる。	流行りのパッケージで、とても素敵。試したことがないので好きなら買いたい。
14	愛知	味付のり		15	423	120	117	購入しやすい価格でほぼ完売する事が出来た。	パッケージがシンプルすぎる。普段、こういうものを食べない。
15	愛知	味付のり(100枚)		35	991	120	28	パッケージにインパクトがあったが、味付けのりとしては価格があまりにも高すぎる。	パッケージが面白い。是非試してみたい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 12月 (2/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	広島	みかんゼリー		24	679	24	1	当地では、日本のフルーツはフレッシュなものを生で食べたいという欲求が強い傾向にある。	日本産品はもともと安全。パッケージも良い。
17	広島	りんごゼリー		24	679	24	1	サンプリングするにあたり、おすすめの食べ方が店頭で伝えきれなかった。	パッケージがおもしろい。試してみても良い。
18	香川	魚せんべい	○	25	711	120	8	パッケージを袋仕様にして価格をもっと抑えるべき。	以前に食べたことがあり、味がおいしい。
19	長崎	素麺つゆ		23	650	180	49	やや味が濃いと意見がいくつかあり、パッケージも簡素過ぎる。	パッケージがよくない。
20	長崎	うどん		23	650	180	84	プロモーターが茹で方を店頭で熱心に伝えて試食販売した。価格の割に容量が少ないとの声もあり。	値段が高すぎる。
21	長崎	素麺		90	2,553	35	35	ギフト用としても自家用としても中華系の消費者に人気であった。	日本製は品質がよいのため好き。
22	長崎	だし		8	224	180	51	そうめんと一緒にサンプリングしたことで興味を引いた。試しやすい価格である。	プロモーションがあれば購入する。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 1月 (1/1)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	和歌山	温州みかん		68	1,931	300	264	ギフトBOXを活用して販売した結果大変好評であった。	食べたことはないが、新鮮でおいしそうなので食べてみたい新鮮である。
2	愛媛	温州みかん		89	2,522	300	178	同時期に販売していたみかんもあったため売場を拡大。好評であった。	安い、他のみかんと味の差があまりない。値段が高すぎる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 2月 (1/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	福島	ジャム(トマト)		27	753	72	1	トマトを甘くした加工品は当地の顧客にはなじみがなく、なかなか受け入れられにくかった。	トマトは生でよく食べるが加工品はあまり消費しない。
2	福島	ジャム(桃)		27	753	72	19	味が非常に受け入れられ、他社商品であまり見かけないフレーバーのため一番の売れ筋となった。	桃の味が残っており美味しい。
3	福島	ゆず加工品		27	753	72	11	ゆずは当地で人気フレーバーであるが、強い競合も多かったため、価格が高い今回の商品は購買になかなか繋がらなかった。	パッケージがシンプル過ぎる。
4	福島	ジャム(りんご)		27	753	72	5	価格が高い、容量が小さいという意見が多く、味もそれほど受け入れられなかった。	高すぎる。
5	福島	トマトゼリー		17	480	84	2	パッケージがシンプル過ぎて得られる情報が少ない。	小さい割に価格が高すぎる。
6	福島	トマトソース		34	963	48	2	単身暮らしが少ないため、容量の少なさが敬遠されたようである。	家族で食べるには量が足りない。
7	福島	コーヒーゼリー		17	480	84	3	パッケージの改善が必須。	パッケージに魅力が感じられない。
8	福島	ジャム(梅)		27	753	72	7	当地では梅酒や梅フレーバーは比較的人气があり、好評であった。	梅ジャムは他店では見かけないので珍しい。
9	福島	ジャム(イチゴ)		27	753	72	10	マレーシアにおいてストロベリージャムはマーケットとしては大きいのが、世界の有名ブランドが手頃な価格で既に揃っており、新規参入には特色をよほどアピールしなければ非常に難しい。	イチゴ味がよく出ており美味しい。
10	栃木	にっこり梨		32	909	82	82	通常の梨より格段に大きいサイズで珍しく、消費者の目を引き販売好調であった。	これほど大きい梨は見た事がない。価格もそれほど高くない。
11	埼玉	粉末玄米茶		24	679	30	1	粉末茶のため、抹茶と勘違いされやすかった。また、パッケージが小さい割に価格が高いという意見多数。	アイスでも簡単に作れるのは便利。
12	埼玉	粉末煎茶		24	679	60	9	小さいパッケージながらも100杯分の容量とのことだが、日本語表記のため消費者には理解されず、高いという印象だけで販売につなげづらかった。	ジッパーが付いているのが使いやすい。
13	東京	白だし		39	1,105	75	69	価格は高いが、容量が大きい点、味が評価されて販売好調であった。	量が多いので安心してたっぷり使える。
14	神奈川	玄米(ミルククイーン)		34	963	80	29	お米なので真空パックになっているのは好印象であるが、パッケージデザインがシンプル過ぎる。中身や品質の特長を表現できるものが望ましい。	普通のお米より硬すぎる。
15	富山	無添加味噌		21	594	150	129	「無添加」というフレーズが中華系顧客によく響いた。	味噌は好きでよく購入するが、これは価格が安く味もよい。

(参考)個別商品のモニタリング結果

販売実績一覧(マレーシア) 2月 (2/2)

※【1マレーシアリンギット:28.40円換算】

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格(MYR)	日本円換算※	入荷個数	販売済個数	専門家コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
16	愛知	飴(かりん味)		11	310	100	28	はちみつが入っているのがパッケージでわかりやすく、商品の説明がしやすく販売に繋がった。	パッケージの写真がよい。
17	愛知	飴(すだち味)		11	310	100	15	価格の割に容量が少ないという声があった。	あまり甘すぎず美味しい。
18	愛知	飴(ゆず味)		11	310	100	21	ゆずは当地では人気のフレーバーであるが、パッケージ写真がレモンにも見える為、英語にて「Yuzu」の表記があるだけでも売れ数に違いが出てくると思われる。	パッケージに英語表記を入れて欲しい。
19	愛知	飴(抹茶味)		11	310	100	16	パッケージに抹茶のイメージ画像(お薄や茶せん等)をもう少し取り入れるとよい。	抹茶の味が薄くてあまり感じられない。
20	広島	ふりかけ(カレー味)		8	224	60	28	パッケージが明快で写真もあり、商品自体がわかりやすい。	試し購入しやすい価格である。
21	広島	ふりかけ(みりん風味)		12	338	60	20	日本人顧客の購買が多かった。	パッケージ表紙が写真でわかりやすい。
22	広島	ふりかけ(シソ味)		8	224	180	27	購入層は主に日本人が多かった。	パッケージに情報が少な過ぎるので、商品特長を表記してもらいたい。
23	広島	ふりかけ(海苔)		12	338	60	26	試食販売での味の評価が高かった。	海苔が沢山入って美味しい。
24	広島	ふりかけ(鰹味)		12	338	120	15	ふりかけに馴染みがないため、用途を示す必要がある。	パッケージ表紙が写真でわかりやすい。
25	香川	いちご		48	1,363	80	63	果肉がしっかりしているので日持ちがしやすく、また実が赤く粒も大きい為販売に繋がった。	粒が大きく見栄えがいいのでギフトとして購入したい。
26	愛媛	日本酒(吟醸酒)		93	2,655	12	2	金色の文字やロゴなどのパッケージを改善すべきである。	パッケージが魅力的でない。
27	愛媛	日本酒(特別純米酒)		90	2,550	12	1	輸入品にしては価格が買いやすいという評価を得た。	味がよくギフトにも最適。
28	愛媛	日本酒(純米大吟醸)		297	8,435	12	4	多少価格が高くても純米大吟醸が人気がある。	味がよい。
29	愛媛	日本酒(大吟醸)		160	4,534	12	1	ラベルや全体のパッケージに対する評価が高かった。	英語表記を付けて欲しい。
30	長崎	うどん		110	3,121	56	42	中身のサンプル見本を出して販売したことが奏功。	味がよく、きれいな箱に入っているのでギフトにも最適。

【免責条項】本結果概要で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本結果概要で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。