

JENESYS2023 インドネシア・マレーシア オンライン同窓会 フォローアップ事業の記録

1. プログラム概要

【目的】過去に JENESYS で来日経験のあるインドネシア、マレーシアの参加者が、特定のテーマ、自国と日本の連携に関する知識をアップデートすることを目的に実施しました。また、各国の同窓生ネットワークの強化と同窓生生活動の活性化を図りました。

【参加者】 JENESYS ASEAN インドネシア同窓生（2015 年度～2022 年度の参加者） 計 20 名
JENESYS ASEAN マレーシア同窓生（2015 年度～2022 年度の参加者） 計 20 名
（高校生～社会人、オンライン訪日経験者含む）

【訪問地】 東京都、マレーシア

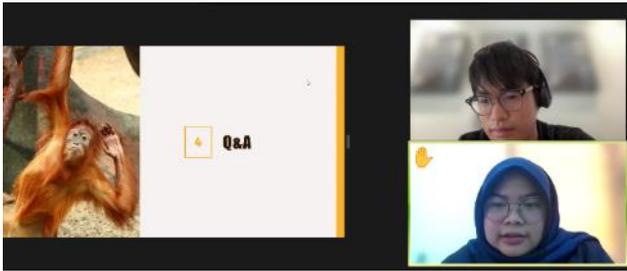
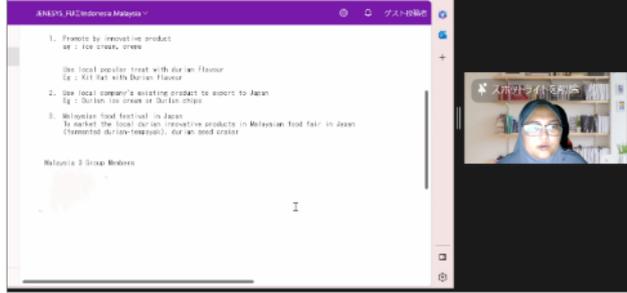
【日程】

■ オンライン同窓会 2023 年 10 月 13 日（金曜日）

1. 【開会】【挨拶】 外務省南部アジア部南東アジア第二課 外務事務官 星 綾理 氏
2. 【アイスブレイク】 チャットで意見交換
 - ・皆さんの国で好まれている農作物は何ですか？
 - ・農業に関する社会問題で知っていることはありますか？
 - ・皆さんの国で食べられている日本の農作物はありますか？
3. 【講義】「持続可能な農業を目指して」
講師：Chitose Agri Laboratory Sdn. Bhd. 農業専門家 浅野 航輝 氏
4. 【グループワーク】 グループディスカッション
テーマ：あなたの地域の特産農産物をより魅力的に販売するためのプロモーションアイデアを考えましょう

2. 記録写真

	
<p>【アイスブレイク】</p>	<p>【講義】「持続可能な農業を目指して」</p>

	
<p>【講義】「持続可能な農業を目指して」質疑応答</p>	<p>【グループワーク】グループディスカッションの様子（インドネシア）</p>
	
<p>【グループワーク】グループディスカッション後の発表の様子（マレーシア）</p>	<p>【記念撮影】</p>

3. 参加者の感想（抜粋）

◆ 社会人（インドネシア）

プログラムでは、専門家の講義を通じて、持続可能な農業についての知識を深めることができ、視野が広がりました。また、JENESYSの同窓生と再会し、特にインドネシア出身の友人のネットワークを広げることができたのは有益でした。

◆ 大学生（インドネシア）

このプログラムはわかりやすく、農業と持続可能性の関係についての有益な知識を提供し、参加者に新しい視点やより深い考察をもたらしました。

◆ 高校生（インドネシア）

日本で食べたイチゴをはじめとする果物を思い出しました。インドネシアにおいて、新たな果物の開発や技術革新を行い、果物の付加価値を付けることで、より高い価値で果物を販売できることに興味を持ちました。販売市場の拡大や、利益の増加に期待しています。

◆ 社会人（マレーシア）

日本の企業が、マレーシアの農家と協力してキャメロンハイランド（マレーシアの高原リゾート地）でイチゴを栽培していることを知り、大変驚きました。ぜひ試食したいです。

◆ 大学生（マレーシア）

今回のプログラムでは、日本とマレーシアの間に農業の協力関係があることなど、多くのことを学びました。特に、日本の農業システムは非常に進んでいる上、政府からの支援もあり、素晴らしいと感じました。

◆ その他（マレーシア）

プログラムを通じて、他の国の参加者の意見を知ることができました。交流は非常に興味深く、プログラムに満足しています。

4. 受入れ側の感想

◆ 講師

参加者からの積極的な質問や参加者同士での活発なディスカッションがあり、楽しい時間を過ごすことができました。今回のプログラムを通じて、今後若い世代と交流の機会があれば積極的に参加したいと思いました。

5. 参加者の対外発信（抜粋）、報道記事等

	
<p>2023年10月13日（Instagram） 対日理解促進プログラムとは</p> <ol style="list-style-type: none">1. 相互理解の促進、信頼関係を築く2. 日本への理解を深める3. プログラムを通じて、情報を共有し日本に対する世界の関心を喚起する	<p>2023年10月16日（Instagram等） マレーシアのスーパーで販売されている高級イチゴやメロンは、日本企業の協力の元、マレーシアで栽培されていることを知っていましたか？</p>

 <p>For this JENESYS alumni program, the overarching theme of our program encapsulated the intersection of Food and Environment, harmonizing with the ideals of Sustainable Development Goals. We delved into a wealth of knowledge concerning agricultural processes, from the inception to the desired outcomes.</p> <p>Did you know that Chitose Agriculture from Japan has collaborated with Malaysia in Cameroon Highlands to produce high-quality crops? If you're interested in experiencing the fruits and vegetables from Chitose Agriculture, you can pay a visit to Chitose Strawberry in Cameron Highlands or conveniently find their products at your nearest Aeon and Jaya Grocer store.</p> <p>That's all for now. Goodbye~</p>	<h3>Interpretasi Perbandingan Agrikultur Indonesia-Jepang</h3> <p>Pada Program Alumni Online Event JENESYS untuk Indonesia dan Malaysia yang membahas terkait agrikultur, dapat disimpulkan ada perbedaan dalam hal mekanisme pengembangan agrikultur antara Indonesia dan Jepang. Secara interpretatif, mekanisme Agrikultur di Indonesia cenderung lebih berlandaskan pada kuantitas. Sedangkan Jepang berlandaskan pada Kualitas.</p> <p>Menurut Koki Asano, Narasumber pada program Jenesys yang bekerja di Chitose Agriculture Initiative menjelaskan bahwa mekanisme pengembangan agrikultur di Jepang berproses pada pengembangan secara <i>value</i>. Maksudnya, suatu produk agrikultur dikemas secara metodik dan sistematis dari proses penanaman hingga proses penjualan. Salah satu bentuk pengembangan yang mencolok ada pada proses <i>branding</i> terhadap pengemasan produk yang memiliki nilai jual tinggi dibandingkan nilai jual yang tidak dikemas.</p> <p>Secara empiris, Indonesia tidak terlalu terpacu pada pengembangan secara kualitas. Setiap produk yang dipanen dikemas aladaarnya</p>
<p>2023年10月16日 (Instagram)</p> <p>本プログラムでは、「食と環境の関係性」をテーマに掲げました。</p> <p>プログラムを通じて、農業について幅広い知識を得ることができ、また日本の企業 (Chitose Agriculture) が、マレーシアにあるキャメロンハイランドで高品質な農作物を生産していることを知りました。Chitose Agriculture が手掛けた野菜や果物は、マレーシアのスーパーや食料品店で手に入れることができます。</p>	<p>2023年10月13日 (Kompasiana.com 電子版)</p> <p>インドネシアとマレーシアの JENESYS オンライン同窓会プログラムで農業について意見交換が行われました。</p> <p>プログラムを通じて、各国の農業発展の取組みについて違いがあることがわかりました。インドネシアの農業は市場の需要を満たすことを重視しており、一方、日本は品質を重視していると言えます。</p>

6. グループワークでの参加者の発表 (抜粋)

グループディスカッション

テーマ：あなたの地域の特産農産物をより魅力的に販売するためのプロモーションアイデアを考えましょう

全8グループが発表

◆ グループ1 (マレーシア)

■ Some promotional ideas to sell your local specialty agricultural products more attractively. (choose one product)

PRODUCT: DURIAN

1. Taste Testing Events: Host durian taste testing events at local markets or food festivals to introduce the fruit to a new audience. Offer small, free samples to entice curious consumers.
2. Cooking Demonstrations: Collaborate with local chefs to showcase various durian recipes, from savory dishes to desserts. This can help diversify durian and highlight its versatility.
3. Storytelling Campaign: Share the story behind durian, its cultural significance, and its journey from Southeast Asia to the new country through engaging online content or videos.
4. Durian Pairing: Promote the idea of pairing durian with other local ingredients or dishes to create unique flavor combinations. For example, durian ice cream, durian-filled pastries, or durian and chocolate pairings (like an indulgent durian cream chocolate benetton durian).
5. Educational Workshops: Organize workshops on how to select, open, and enjoy durian, while addressing any misconceptions or fears associated with its smell (share about the durian's nutritional).
6. Durian Festivals: Organize durian-themed festivals with music, games, and cultural activities to create a vibrant and immersive experience for visitors.
7. Social Media Challenges: Create social media challenges and contests encouraging people to share their durian experiences, recipes, or innovative uses of using durian.
8. Collaborations: Partner with local food influencers, bloggers, and restaurants to feature durian products in their content or on their menus.
9. Durian Subscription Boxes: Offer subscription boxes that deliver a variety of durian products to customers on a regular basis, allowing them to explore different forms of durian.
10. Packaging and Branding: Invest in sleek, informative, and eco-friendly packaging that showcases the quality and origins of the durian products.

■ 選んだ食材「ドリアン」

1. 試食イベントの実施：地元の市場やお祭りでドリアンの試食会を開催し、新たな顧客層を開拓します。
2. 料理の実演：地元のシェフと協力して、風味豊かな料理からデザートまで、ドリアンのレシピを開発して実演します。新しいレシピでドリアンが様々な

料理や調理に使用できることをアピールします。

3. ストーリーテリング・キャンペーン: 東南アジアを中心に広く消費されているドリアンの歴史や、地域ごとの食文化の違い、東南アジアから輸出されたドリアンの消費状況や各国の料理方法を紹介するなど、ドリアンの魅力をオンライン・コンテンツや動画を通じて配信します。
4. ドリアン・ペアリング: ドリアンを他の地元の食材や料理と組み合わせ、ユニークなアイデアを考えます。例えば、ドリアン・アイスクリーム、ドリアン入りのペストリー、ドリアンとチョコレートのペアリング（ドリアン餅、ドリアン・クレープ、ドリアンにチョコレートのコーティング）が挙げられます。
5. 教育ワークショップ: おいしいドリアンの見分け方やトゲトゲした外皮の割り方、栄養素、調理方法などに関するワークショップを開催し、ドリアンの独特な強い匂いに対する誤解や不安を解消します。
6. ドリアン・フェスティバル: 音楽、ゲーム、文化的アクティビティなど、ドリアンをテーマにした活気あるフェスティバルを開催し、来場者に楽しんでもらいます。
7. ソーシャルメディア・チャレンジ: ドリアンを使った料理のレシピコンテストなどを開催し、ハッシュタグを使用してユーザー同士で投稿を共有してもらうなどソーシャルメディアを通して情報の共有や交流を促します。
8. コラボレーション: 地元の食品紹介しているインフルエンサーやブロガー、地元のレストランと提携し、ドリアン製品を紹介します。
9. ドリアン・サブスクリプション（定期購入）・ボックス: バリエティ豊かなドリアン製品が入ったサブスクリプション・ボックスを提供し、様々な品種や商品を試してもらい、自分の好みに合ったものを見つけてもらいます。
10. パッケージとブランディング: ドリアンの品質と原産地をアピールする魅力的なデザインに加え、地球環境にも配慮したパッケージの作成を提案します。

◆ グループ 2 (マレーシア)

■ Some promotional ideas to sell your local specialty agricultural products more attractive. (choose one product)

1. Expand the export markets
 - Export durians to many other countries
 - Not only makes durians more attractive, it also creates a bond between nations
2. Sell durians to tourist attractions
 - Increase chance of tourists seeing a durian
 - To get tourist taste and get to know more about tasty durian.
3. Make more products out of durian (ice cream, mooncake, chips, etc)
 - To increase the durian fruit's popularity
4. Organize a fruit festival to make durian more popular among tourists
 - Hopefully attract tourists to visit our country for the fruit festival
 - Not only let them understand more about the durian, also let them taste (and other fruits)

■ 選んだ食材「ドリアン」

1. 輸出市場の拡大
 - ・ 多くの国にドリアンを輸出し、市場を拡大します。
 - ・ ドリアンの魅力を伝えるだけでなく、輸出により国と国との絆

を深めます。

2. 観光地でのドリアンの販売
 - ・ 観光客がドリアンを目にする機会を増やします。
 - ・ 観光客にドリアンを試食してもらい、ドリアンの美味しさをもっと知ってもらいます。
3. ドリアンを使用した製品の開発（アイスクリーム、月餅、チップスなど）。
 - ・ ドリアンの用途が多岐に渡ることを知ってもらいます。
4. フルーツ・フェスティバルを開催し、観光客を誘致します。

- ・ドリアンの認知度を高めると同時に、他の果物も味わってもらいます。

◆ グループ3（インドネシア）

■ Some promotional ideas to sell your local specialty agricultural products more attractive. (choose one product)

JAVA PREANGER COFFEE
Group 4: Indonesia

Description

- The product: Coffee bags
- Location: West Java, Indonesia
- Promotional ideas:
 - Social media platforms such as Instagram and TikTok
 - Our idea: to make coffee bags that do not leak coffee ground, similar to the concept of testags.

Each member from Indonesia-4 is from West Java, due to this we have decided to sell coffee or "West Java coffee". West Java coffee or also known as "Java Preanger coffee" has a significant relationship with the region, due to the long history of coffee cultivation and production. West Java is known for its coffee plantations, this is because of the region's climate and high-altitude. Coffee was introduced by the Dutch colonial to West Java, which eventually became one of the leading coffee-producing areas in Indonesia.

We decided to develop Java preanger coffee even further by adding a special feature to it, instead of leaving it like a normal coffee ground, it would be dipped. The coffee would be contained in a bag so that coffee drinkers would not be able to accidentally drink the ground.

■ 選んだ食材「ジャワ・プレアンガー・コーヒー」

グループのメンバーが西ジャワ州出身であることから、西ジャワコーヒーのひとつである「ジャワ・プレアンガー・コーヒー」を題材に選びました。

コーヒーがインドネシアに持ち込まれたのはオランダの植民地時代ですが、

西ジャワ州は気温や降水量、標高の高さなどの特徴がコーヒー栽培に適していたので、インドネシアで有数のコーヒー生産地になりました。

私たちはジャワ・プレアンガー・コーヒーをより魅力的に販売するためのプロモーションとして、ティーバッグのように、コーヒーの粉が漏れないコーヒーバッグを作ることをご提案します。豆を挽いたままの粉末状のコーヒーの販売形態ではなく、ティーバッグ状の袋に入れるという特徴を加えました。

InstagramやTikTokなどのソーシャルメディア・プラットフォームを使用するという販促方法を提案します。

◆ グループ4（インドネシア）

■ Some promotional ideas to sell your local specialty agricultural products more attractive. (choose one product)

1. The product: Strawberry
2. Location: Bandung, West Java, Indonesia
3. Promotional ideas:
 - a. Using the social media, e.g: Tiktok, Instagram, etc to promote and tell the story
 - i. Increase the awareness about strawberry and strawberry farming in Indonesia
 - ii. Increase the marketing flow
 1. Touching the consumer's lifestyle, culture, etc
 - iii. Marketing with a unique approach:
 1. Trying to also change the mindset that farming is fun through giving a certain message to the consumer
 - b. Giving the consumers a chance to experience the life as strawberry's farmer
 - i. Workshops about strawberry
 - ii. The chance to go strawberry picking
 - iii. Cook foods made from strawberry
 - iv. Vacation
 - v. Trying to also change the mindset that farming is fun

■ 選んだ食材「イチゴ」

初めにイチゴとイチゴ栽培についてインドネシアにおける認知を高めるため、TikTokやInstagramなどソーシャルメディアを活用したプロモーションを行います。

イチゴ狩りなどイチゴ農家の生活を体験してもらうワークショップも効果的

だと思います。体験型のワークショップを通して、農業は楽しいものだという意識を促進したいと考えています。

実施団体名：一般財団法人日本国際協力センター（JICE）