

日本産水産物の広報（インド）

在インド大使館

日時

実施日時：2026年2月13日（金）
実施場所：大使公邸
訴求対象：インド上院・下院議員、インド政府関係者、民間
企業関係者等
開催規模：約800人

概要

- 日本産水産物のPRを行うことを目的として、天皇誕生日レセプションにおいて、PRイベントを実施。具体的には、水産事業者と協力して、インド上院・下院議員をはじめとする来場者に対して、当館公邸料理人が日本産のマグロ等を利用した握り寿司を提供。
- なお、錦鯉の生態展示も行われた。

効果

- キレン・リジジュ議会問題・マイナリティー大臣も寿司を堪能するなど、来場者数百名に訴求することができた。
- 来場者からは日本の高い品質の水産物を評価する声が多数聞かれた。

特記事項

- 2027年に日印国交樹立75周年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日本産農林水産物の輸出と日印関係の強化を見込む。



寿司ブース



ブースを訪れるキレン・リジジュ議会問題・マイナリティー大臣（右から2人目）



錦鯉の展示

日本の魅力発信レセプション（日本産農林水産品）（インド）

在ベンガルール総領事館

日時

実施日時：2026年2月20日（金）
実施場所：リッツ・カールトン・ホテル・ベンガルール
訴求対象：現地政府・経済・文化・メディア・学術関係者
開催規模：来場者数約300人

概要

- 現地政府・経済・文化・メディア・学術関係者に対して、天皇誕生日祝賀レセプションと同日開催で、来場者約300名規模のレセプションの機会を設けることで、日本産農林水産品を用いた日本食を提供、紹介した。

効果

- 出席の当地ホテル、ワイナリー、食品輸入業者に対して、日本産農林水産品を用いた日本食を提供、紹介して、当地での流通を促すことが出来、先方からは高い関心が示された。
- レセプション出席のVIPほかインド側関係者及び日系企業関係者に対して日本食の魅力を発信することができた。

特記事項

- 2027年に日印外交関係樹立75周年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日インド・日カルナータカ州関係の強化を見込む。



日本産食品の販路拡大支援（インド）

在ムンバイ総領事館

日時

実施日時：2026年2月2日（月）
実施場所：The Taj Mahal Palace, Mumbai
訴求対象：現地政府、ビジネス、芸能、領事団関係者等
開催規模：約300人

概要

- 現地政府及びビジネス関係者等に対して日本産食品を使用した日本食産品レセプションを実施した。
- 在外公館料理人及びインド人の「日本食普及の親善大使」による日本食の提供や、愛媛県産品のはまちを利用した巻き寿司を提供する等により、関係者との接点を形成した。

効果

- レセプションには、マハーラーシュトラ州下院議長や州首席次官をはじめ、多数の州政府高官が参加した。
- 従来、生魚にあまり馴染みの無いインド人であっても、提供した寿司はすぐに完売する等、日本食に対する興味・関心の高さが伺え、効果的な食文化発信の場となった。

特記事項

- 2027年に外交関係樹立75年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日印関係の強化を見込む。



公邸料理人による日本産水産物の魅力発信イベント（インドネシア）

在インドネシア大使館

日時

実施日時：2026年2月5日（木）
実施場所：セントレジスジャカルタ
訴求対象：現地政府関係者、現地民間企業等
開催規模：約1,000人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの機会を捉え、日本産水産物のPRを目的とした公邸料理人による料理ブースを設置。
- マサバ、カキ、本マグロ等の日本産水産物を使用し、在インドネシア大使館及びASEAN代表部の各公邸料理人により、マサバの味噌煮、ちらし寿司、牡蠣フライ、鰻ざくを提供。

効果

- 寿司や刺身といった和食以外にも、日本産水産物を効果的に調理する日本人シェフによる日本食を提供し、日本食における日本産水産物の素材の素晴らしさをPRする良い機会となった。
- 冬の時期に日本の各地域で漁獲される水産物を素材の特徴を最も生かした調理で提供している旨を説明し、高品質な日本産水産物と日本食が密接な関係にあることへの理解を得られた。
- インドネシア人参加者に対し、日本産水産物の奥深さや日本食へのより深い理解を醸成する機会となった。



ブースの全景



料理の一例（ちらし寿司）



レセプション時のブースの様子

日本産和牛の魅力発信の魅力発信イベント（インドネシア）

在インドネシア大使館

日時

実施日時：2026年2月9日（月）
実施場所：縁（ENISHI）Yakiniku
訴求対象：現地政府関係者
開催規模：約50人

概要

- インドネシアの特にジャカルタで近年急速に人気が拡大している和牛について、日本産の本物の和牛を政府高官に提供し、その品質についてより深い理解を醸成するため、当地の和牛焼肉専門のレストランを利用し、現地政府高官を対象にしたレセプションを実施。

効果

- トレンゴノ海洋水産大臣やディアズ環境副大臣といった閣僚の参加の他、各省庁から次官級が7名参加するなど、現地政府高官に対し、和牛の認知向上の機会を得た。
- 特に、シェフによる肉カットのデモンストレーションで、筋肉毎に肉を分け、最も味の良い部分を選別し提供していることや、取り除いた部分もその部位に適した調理を施して別の料理に活用している旨の説明に対して、和牛がこれほど繊細なサーブをされている点につき、参加者から感嘆の声が漏れた。
- 参加者からは、ジャカルタに和牛専門店があることを知らなかった、といったコメントもあり、日本産和牛のジャカルタにおける一層の普及に向けた効果的な機会となった。



臨時代理大使による挨拶



和牛の部位の説明



肉カットデモンストレーションを見学する参加者

天皇誕生日レセプションにおける水産物PR（インドネシア）

在スラバヤ総領事館

日時

実施日時：2026年2月10日（火）
実施場所：JWマリオットホテルスラバヤ
訴求対象：現地政財界要人、メディア
開催規模：約350人

概要

- 政財界要人やメディア関係者のほか当地日系スーパー、日本食レストランを含む多数の出席者を迎えて、当館主催の「天皇誕生日レセプション」を開催。
- この機会を捉えて個別のブースで公邸料理人による日本産水産物のPRを実施。複数の刺身や稲荷寿司、巻き寿司など、多様な日本産水産物を提供した。

効果

- 当地における日本食人気は年々高まっているものの、現状ではサーモンやマグロ等、手に取りやすい刺身が主流となっている。こうした中、今回は上記に加えハマチ、カンパチ、シマアジ、いくら、またいなり寿司や巻き寿司も提供した。これにより、従来あまり馴染みのなかった日本産水産物について認知度を上げることができた。
- 参加者には大好評で、他の料理よりも人気を集めた。

特記事項

- 今回提供した日本産水産物は当地の日系日本食卸売会社で購入可能であり、単なる需要喚起または認知度向上に留まらず現地での購買促進にもつなげることができた。



日本酒及び日本産食品の魅力発信レセプション（インドネシア）

在メダン総領事館

日時

実施日時：2026年1月14日（水）
実施場所：総領事公邸
訴求対象：現地ホテル、レストラン、旅行代理店関係者等
開催規模：約40人

概要

- 現地外食産業を手がけるホテルやレストラン、またインバウンドに繋がる旅行代理店に対して日本酒及び日本食のプロモーションを実施。日本酒ソムリエが参加者に対して日本酒の製造工程や品種による味の違い等について説明した。
- その後は紹介した日本酒6種とのペアリングディナーを提供しつつ、サプライヤーと現地企業関係者との接点を形成した。

効果

- 参加者からは日本酒ソムリエに対して日本酒に関する質問がなされ、日本酒の魅力が深く伝わった。
- 卸売業者との間で具体的な協業の可能性に言及する企業もあった。
- 従来、日本酒を扱っていた卸売り業者にとって、販売促進に向けた意欲喚起の一助となった。
- レセプションに参加した現地企業の多くが、日本酒の拡販や試飲会等のイベント開催に関心を示した。

特記事項

- この機会に、2024年に「伝統的酒造り」がユネスコ無形文化遺産登録された点につき、ポスターやリーフレット、ビデオ上映を通じて広報した。



日本産食品・酒類の魅力発信（カンボジア）

在カンボジア大使館

日時

実施日時：2026年2月11日（水）

実施場所：大使公邸

訴求対象：政府関係者、財経有力者、外交団・国際機関等

開催規模：約400人

概要

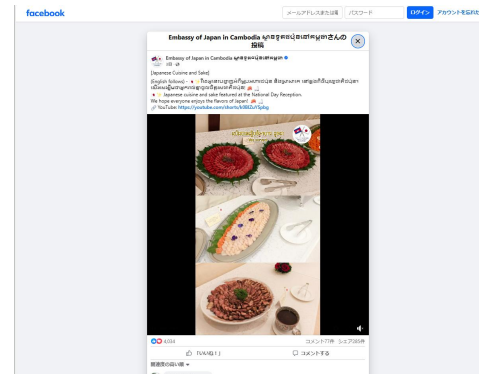
- 本レセプションにおいては、日本産食品（マグロ及びホタテの刺身、和牛ステーキ）を提供した。また、日本産酒類の特設ブースを設置し、来場者に対して日本酒の魅力や銘柄ごとの特徴、料理とのペアリング等を紹介することで、日本産食品及び日本産酒類の魅力を広く発信した。

効果

- 日本産食品については、提供ブース前に長蛇の列ができるなど高い関心を集め、来場者からは、味の良さ、新鮮さ、安心・安全性を評価する声が多数聞かれた。
- 日本産酒類についても、総じて「美味しい」との高い評価が得られ、複数回試飲する来場者の姿も見られるなど、強い関心が示された。

特記事項

- 当館フェイスブックで本レセプションにおける日本産食品・酒類の提供に特化した動画を発信した。（閲覧数29万、インタラクション54）
(<https://www.facebook.com/share/r/1D5P1Qg5aC/?mibextid=wwXIfr>)
- タイとの国境問題による当地における国産和牛や北海道産ホタテの流通が滞る中、業者の計画的な調整に努め、来場者に満足いただけるよう食材確保に取り組んだ。



天皇誕生日祝賀レセプションでの日本産水産品のPR（カンボジア）

在シムリアップ領事事務所

日時

実施日時：2026年2月27日（金）
実施場所：ソカ・コンベンションセンター
主 催：在シムリアップ日本国領事事務所
協力企業：Daishin Trading Cambodia LTD

概要

- シムリアップ州選出国民議会議員及び州知事代理を主賓に迎え、管轄5州政府関係者や領事団等約180名が参加した天皇誕生日祝賀レセプションにおいて、日本産水産品、日本産酒類を提供し、招待客より好評を得た。



多くの招待客から好評を得た日本産水産品（ホタテ、マグロ）

効果

- 日本産水産品については、Daishin Trading Cambodia社を通じて北海道産ホタテ・長崎県産マグロを調達した。これら水産品は、在カンボジア大使館から出張した在外公館料理人が調理した。同料理人は、会場内で天麩羅の提供も行った。



特記事項

- 今回初めての試みとなる在外公館料理人による料理提供は、大使挨拶の中でも言及し、招待客に日本食のアピールを行った。

日本産水産物の魅力発信（シンガポール）

在シンガポール大使館

日時

実施日時：2026年2月13日（金）
実施場所：ザ・リッツ・カールトン・ミレニア・シンガポール
訴求対象：現地政府関係者、企業関係者、外交団等
開催規模：約930人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの開催に併せて、日本水産物を中心とした食品プロモーションを実施した。鹿児島県産マグロを使用した解体ショー及び刺身の提供や在外公館料理人によるウナギ・かぼすブリの試食を行った他、福島相双復興推進機構による寿司の提供等を行った。

効果

- マグロの解体ショーは、日本食ブースの中でも最も人気があり、常時来場者による長蛇の列が出来ていた。また、本レセプションの主賓であるタン・シーレン人材開発大臣兼エネルギー・科学技術担当大臣や星側議員等による試食も行われ、その様子は、大使館のみならず来場者のSNS等で発信された。

特記事項

- 2026年は、日シンガポール外交関係樹立60周年（SJ60）であることから、日本食関連イベントを含む様々な周年事業が予定されており、日本産水産物の魅力発信の気運は例年以上に高まっている。本事業及び今後の関連イベントを契機に更なる日本産水産物の普及が高く期待される。



外交関係樹立60周年を記念した日本食文化の魅力発信イベント（シンガポール） the SJ60 Commemorative Matcha Sling Launch Reception

在シンガポール大使館

日時

実施日時：2026年3月26日（木）
実施場所：Raffles Hotel Singapore
訴求対象：現地政府・企業関係者、外交団、インフルエンサー等
開催規模：約220人



概要

- 日シンガポール外交関係樹立60周年（SJ60）を記念し、ラッフルズホテルと共同で日本産抹茶を使用した特別記念カクテル「抹茶スリング」のローンチ・レセプションを開催した。京都・堀井七茗園の抹茶を使用し、日本食文化及び日本産食材の魅力発信を行った。



効果

- 約220名の来場者を迎え、レセプションは盛況を博した。抹茶スリングは多くの来場者から高い評価を得るとともに、現地主要メディアにも大きく取り上げられた。また、2026年4月1日よりLong Barにてレギュラーメニューとして販売が開始され、継続的な日本産抹茶の露出・認知向上が期待される。



特記事項

- 本件を契機として、ラッフルズホテルにおいて日本産抹茶を活用した商品展開（Matcha Kaya）が実現したほか、SJ60関連事業としての発信効果も高く、日本食文化のブランド価値向上に寄与した。



テーマ：日本産和牛の普及拡大支援（タイ王国）

在タイ大使館

日時

日時：2026年2月5日（木）～7日（土）
場所：リアップドゥアン・ナイトマーケット
主催：タイ政府（タイ国家イノベーション庁（NIA））
共催：日本、米国、ブラジル、豪州
訴求：牛肉業界関係者、一般消費者

概要

- 日本に加え、タイ、アメリカ、オーストラリア、ブラジルにおける牛肉の紹介、出展がなされた。
- 日本産和牛PRのための展示、来場者への試食提供などを行ったほか、民間ブースでは和牛ハンバーグ、和牛と野菜の炒めもの、和牛丼などが販売。
- イベント2日目には、日本人シェフによる日本産和牛の特徴や魅力についての講義を実施。

効果

- 各国の牛肉と日本の和牛を食べ比べることのできる機会であり、改めて和牛の香り、美味しさ、食べやすさなどを訴求することができた。
- 出展者からも、「商談につながる声掛けが複数あり、卸・飲食店関係者の来場も多かった」「各国との共同イベントのため、普段は来ることのないエリアでの実施、会うことのなかった事業者との繋がりができた」との声があった。

特記事項

- 2027年に日タイの外交関係樹立140年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日タイ関係の強化を見込む。



テーマ：日本産食材の販路拡大支援（タイ王国）

在タイ大使館

日時

実施日時：2026年2月13日（木）
実施場所：クイーンシリキット・ナショナルコンベンションセンター
訴求対象：現地政府関係者、財閥・企業の幹部 等
開催規模：約2,500人

概要

- 日本企業各社や地方自治体、独立行政法人などがブースを出展し各企業・自治体の特色や魅力を発信。
- レセプションには、アヌティン首相をはじめとした政府関係者、CPやCentralグループなどの財閥・企業幹部が参加した。
- 農林水産物の食品及び加工品に関しては、お寿司、和牛、いちご、さつまいも、日本産ビール等が振る舞われた。

効果

- 各ブースでは、日本の生産地やタイでの購入場所についての質問がなされ、本イベント参加者に対し、改めて日本食材を訴求する機会となった。
- 本イベントへの出展を通して、多くの参加者と交流することができ、今後の商談に繋がったという声もあった。

特記事項

- 2027年に日タイの外交関係樹立140年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日タイ関係の強化を見込む。



抹茶フェスティバル（日本産抹茶の販路拡大支援）（タイ国チェンマイ）

在チェンマイ総領事館

日時

実施日時：2026年3月28日（土）、29日（日）
実施場所：市内デパート（セントラル・エアポート・チェンマイ） 訴求対象：現地政府関係者、現地飲食店経営者、一般客
開催規模：約800人

概要

- 現地政府関係者及び飲食店経営者等に対して、日本産抹茶の魅力を発信するイベントを開催。抹茶ドリンクやスイーツを提供する当地飲食店がブースを出展した。
- 味や香りだけでなく、多角的に抹茶の魅力を発信するため、茶道のワークショップを複数回開催し、抹茶に関する研究者や経営者を招いたパネルディスカッションを行い、日本文化や精神性、健康効果についても紹介した。

効果

- チェンマイ市長、商工会議所会頭ほか、多くのVIPゲストやインフルエンサーが参加。週末の開催であり、一般参加客も多く盛況であった。
- インフルエンサーに加え、多くのプレスが参加し、合計18の報道があり、日本産抹茶の魅力を広くアピールすることができた。特にプラチャーチャート・トゥラキット（経済紙）はパネルディスカッションの内容を含め、詳細な記事を報道している（記事邦訳別添）。

特記事項

- 2027年に日タイ外交関係樹立140周年を迎えるところ、本イベントを契機に、当地における抹茶ブームを後押しし、更なる日タイ関係の強化を見込む。



日本産の水産物の安全性P R（大韓民国）

在大韓民国大使館

日時

実施日時：2026年2月3日（火）
実施場所：コンラッドホテル・ソウル
訴求対象：現地政府関係者、現地企業関係者等
開催規模：582人

概要

- 大使館主催レセプションにおいて、マダイ、ブリ、シマアジ、ホタテの計4種類の日本産水産物を使った料理（寿司、刺身、ボイル）コーナーを設置し、その魅力等をP Rした。
- 日本産ブースや飲食スペースで日本産水産物の安全性や福島県の観光P Rに関するリーフレットを配布した。
- 東日本大震災から15年という節目の年であることも考慮し、ブース出展した復興庁や福島県と連携し、福島県の復興状況を伝える現地映像の発信を実施した。
- ブース出展した自治体・団体・企業が日本産酒類や食品等のPRを実施した。

効果

- 日本産水産物コーナーは長蛇の列ができるほどの人気であり、配布した上記のリーフレットを持ち帰る来客者も多く、日本産水産物の魅力や安全性に対する理解醸成につながった。

特記事項

- 当地において日本産水産物に対する輸入規制が続いているところ、その撤廃に向け引き続き情報発信に取り組む。



（日本産水産物ブースを3箇所設置）



（水産物の安全性などをPR）



（大型スクリーンで被災地（福島県）の復興の映像を放映）

在済州総領事館主催レセプションにおける北海道産ホタテPR（韓国）

在済州総領事館

日時

実施日時：令和8年1月27日（火）
実施場所：済州特別自治道内ホテル
訴求対象：済州特別自治道政財界要人、メディア・教育・文化芸術分野関係者、観光業界関係者等
開催規模：約170人

概要

- 在済州日本国総領事館が主催したレセプションにおいて、上記訴求対象に対し、「北海道産ホタテ」を提供。
- 会場内に北海道産ホタテのポスターを展示し、関連映像をモニターにて上映。在済州日本国総領事による挨拶において、北海道産ホタテの魅力と安全性につき来場者に対しPR。

効果

- 多数の出席者から北海道産ホタテに対する賞賛の声が寄せられた。当地にて特に好評である寿司の形で提供したところ、提供ブースには常に出席者の列ができていた。
- レセプションには当地の要人が多数参加しており、当地における日本産水産品の安全性に係る懸念を取り除きつつ、北海道産ホタテの魅力を直接体験してもらい、新たな需要を喚起。
- 当館SNSで広報（#食べるぜニッポン）し、36万以上のインプレッションを得た。

特記事項

- 生産地の関係者からも、本取組に対し謝意の表明があった。
- 令和8年は、青森県と済州特別自治道が姉妹都市となって10周年を迎えるところ、当地において日韓間の地方自治体交流がさらに活発になることが期待される。



日時

実施日時：2026年2月11日（水）
実施場所：パラダイスホテル釜山
訴求対象：現地の政府/企業/教育関係者等
開催規模：約360人

概要

- 日本の水産物に焦点をあてた日本産食品のPRコーナーを設置。日本産食品を広報すべく、当地の政治・経済・教育関係者やマスコミ関係者、外交団等を幅広く招待した。
- 今まであまり韓国で食されることのなかった日本の加工品（アジフライ等）を初めて提供し、日本の高い加工技術に対する驚きの声があった。
- 刺身(マグロ、タイ、ブリ)、甘エビ、軍艦巻き(ウニ、イクラ)、ちらし寿司、太巻き、タイとホタテガイの酒蒸し等の水産物を使った料理を提供。
- 宇治の抹茶を使ったアイスクリームやケーキなどのデザートも提供し、長蛇の列ができるほど、参加者から好評を得た。

効果

- ブリやタイなど日本産の活魚刺身の材料の輸入が大幅に増加しており、昨年から今年にかけての韓国の日本産水産物の輸入額は東日本大震災前の水準を上回る勢いの中、今次レセプションにより、当地における更なる輸入が期待できる反応が多く寄せられた。

特記事項

- 当地において日本産水産物に対する輸入規制が続いているところ、その撤廃に向け、引き続き積極的な取組が必要。



（日本産水産物ブースを設置）



（日本産水産物のPR）



日本産農産物の輸出拡大のための販売促進イベント（中国）

在中国大使館

日時

実施日時：2026年3月24日（火）
実施場所：北京市内ホテル（光明飯店）
訴求対象：現地系食品メーカー、外食事業者等
開催規模：171事業者の来場

概要

- 日本からの輸入食品（ゆずと精米）の活用を中心に、各出展企業が実店舗で提供可能な日本食メニューを想定した提案型展示会を実施した。
- 各企業は、それぞれのメニューについてプレゼンテーションを行い、素材の品質やメニューの多様性について来場者に価値が伝わるよう説明を行った。

効果

- 具体的なメニュー提案型展示としたことで、単なる商品紹介に比べ、実際の活用イメージを明確に提示することができた。
- 各企業によるプレゼンテーションを通じて、素材の品質のみならず、メニュー展開の幅や差別化の可能性について来場者の理解を促進させ、商談機会の創出に寄与した。

特記事項

- 事後アンケートの結果、総商談数233、成約件数50件、その中で邦貨で1億円を超える発注あり（3月30日現在）。
- 更に、今回の展示会を契機として、食品企業各社が、自社製品とゆず果汁を組み合わせたメニューを外食企業等に販売するための提携を行うこととなったのも大きな成果。



日本産食品の魅力発信（中国）

在中国大使館

日時

実施日時：2026年2月27日（金）
実施場所：大使公邸
訴求対象：現地日中交流関係者、外交団等
開催規模：約900人

概要

- 日本産米を使用した寿司を、日本人職人がレセプション会場内で握り、日本産の調味料を用いた日本料理を提供。
- 各地方自治体と当地調理師会との連携により、各ブースにおいて日本各地の郷土料理を提供。
- 日本酒をはじめとする多彩な日本の酒類を提供。

効果

- 寿司ブースにはレセプション開始から終了まで長蛇の列ができ、多くの来場者に日本産米を味わっていただくとともに、日本の「食」の奥深さや安全性を広く発信。
- 日本各地の郷土料理を紹介することで、日本全国の多様な「食」の魅力を発信。

特記事項

- 令和7年度天皇誕生日祝賀レセプションと同日開催とすることで、より多くの来場者に日本食を堪能していただき、魅力発信の効果を最大化。



2027年国際園芸博覧会の機運醸成（中国）

在中国大使館

日時

実施日時：2026年2月27日（金）
 実施場所：大使公邸
 訴求対象：現地日中交流関係者、外交団等
 開催規模：約900人

概要

- 国際園芸博覧会のP Rブースを設置し、パンフレットの配布やスタッフによる説明を通じて園芸博を紹介するとともに、花材で装飾したフォトブースを設置。
- 大使による挨拶の中で園芸博を紹介したほか、メインホールのステージを活用してP Rイベントを実施するとともに、P R動画を放映。あわせて大使演台を花で装飾。
- 大使館員全員に博覧会バッジを配布し、P R活動を実施。

効果

- 多くの来場者がP Rブースに立ち寄り、フォトブースでSNS向け画像を撮影したほか、大使挨拶やP Rイベント等を通じて、園芸博の横浜開催に関する認知度が向上。2027年の開催に向け、当地における機運醸成に大いに貢献。

特記事項

- 令和7年度天皇誕生日祝賀レセプションと同日開催とすることで、より多くの来場者に園芸博を認知していただき、機運醸成の効果を最大化。



2027年国際園芸博覧会「GREEN×EXPO 2027」機運醸成レセプション（中国・上海）

在上海総領事館

日時

実施日時：2026年3月26日（木）
 実施場所：総領事公邸
 訴求対象：当地で活動する華道関係者や文化人、経済界
 開催規模：約100人

概要

- 2027年に神奈川県横浜市で開催される国際園芸博覧会の機運醸成のため、当館において当地関係企業及び生け花関係者等と連携したレセプションを開催。総勢約100名が参加。
- 協力／参加企業・自治体・団体：横浜市上海事務所、サカタのタネ、フラワーキング、中田食品、三和酒造、明治（中国）投資有限公司、上海山崎面包有限公司、清水建設（中国）有限公司、竹中（中国）建设工程有限公司、東急商務諮詢（上海）有限公司、日本大和房屋工業（株）上海代表处、明治安田生命保険相互会社、日本横浜银行股份有限公司 上海分行、日本政府観光局（JNTO）上海事務所、いけばな草月流上海支部、小原流上海東方支部、華道家元池坊上海支部。

効果

- レセプションでは当地横浜市上海事務所から国際園芸博覧会の概要を説明。さらに、GREEN×EXPO 2027にパビリオンを設置する企業等がPRを行うなど、来年の開催に向けた機運を醸成。
- 横浜市の花を含めた日本産花きを調達し、展示及び当地のいけばな草月流、小原流、華道家元池坊の三流派によるいけばなのデモンストレーションに活用。日本産花き及びいけばなへの理解増進につながった。

特記事項

- 当地における訪日観光客の需要は底堅く、令和8年度も引き続き2027年国際園芸博覧会に向けた機運醸成を様々な形で実施していく。
- 中国での日本産花きの認知度向上や取り扱い拡大に向けて、引き続き日本産花きのプロモーションを実施していく。



日時

実施日時：2026年3月23日（月）
実施場所：重慶解放碑ウェスティンホテル7階大宴会ホール
訴求対象：重慶市政府関係者、現地日本食関係者等
開催規模：約200人

概要

- 当館主催の天皇誕生日祝賀レセプションの併設イベントとして、当地の回転寿司チェーン店の「はま寿司」と連携して、マグロ解体ショーを行うとともに、来場者に対し、解体したマグロを寿司や刺身として提供。
- 当地で認知度が高まりつつある、寿司や刺身の魅力を伝えるとともに、日系回転寿司チェーン店である「はま寿司」を大々的にPR。

効果

- 来場者の多くが「はま寿司」に関心を示し、「次は重慶市にある店舗を訪りたい」という声が多数あった。
- マグロ解体ショーは大好評であり、日本の食文化の普及・啓発にも大きく寄与。
- 特に、寿司や刺身の提供ブースは長蛇の列が途切れず、来場者より非常に高い評価を得た。

特記事項

- 日本産マグロやホタテの輸入再開に対する期待の声が数多く寄せられ、本イベントを通じて潜在的な日本産水産物に対する需要が高まったと評価。将来的な輸出拡大につながることを期待したい。



日本産食品の魅力発信PR活動の実施（中国：遼寧省瀋陽市）

在瀋陽総領事館

日時

実施日時：2026年3月18日（水）17:00～19:30

実施場所：在瀋陽総領事館内（新館3F講堂）

訴求対象：当地地方政府・企業・文化関係者等

開催規模：約200人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプションの機会を捉え、日本産食品の魅力発信PR活動として、本マグロの解体ショーを実施した。来場者にはその場で新鮮なマグロの刺身を提供し、日本の食および食文化のPRを行った。

効果

- マグロ解体時には、一目見ようとする来場者やスマートフォンで撮影する人々で人だかりができた。解体の様子はステージ上のモニターでライブ中継し、会場後方の来場者も見入っていた。刺身の提供時には長蛇の列ができ、主賓の中国地方政府幹部をはじめ、多くの来場者に対して効果的にPRを行うことができた。
- また、会場では公邸料理人によるにぎり寿司の実演と提供が行われるとともに、地方自治体や日系企業などから27のブースが出展して、多くが日本の食・酒のPRを行い、マグロ解体ショーとの相乗効果を発揮。
- 多数の来場者から高く評価され、日本産食品の魅力発信に大きなPR効果があった。

特記事項

- 天皇誕生日祝賀レセプションの総領事挨拶において、日中関係の中で日本の食と酒は特に重要な役割を果たしていること、地方独自の酒類や特産品の多彩な魅力等について紹介した。



国際園芸博覧会のPR活動の実施（中国：遼寧省瀋陽市）

在瀋陽総領事館

日時

実施日時：2026年3月18日（水）13:00~19:30

実施場所：在瀋陽総領事館内（新館3F講堂）

訴求対象：当地地方政府・企業・文化関係者等

開催規模：約300人



概要

- 同日開催された日本企業PRイベントおよび天皇誕生日祝賀レセプションの機会を捉え、神奈川県と横浜市の協力を得て、国際園芸博覧会特別PRブースを設置した。その周囲に日本から空輸した桜を用いて国際園芸博覧会会場の目玉となることが見込まれる桜並木を再現し、さらに神奈川県産スイートピーで装飾を施すことで、来場者に対するPR効果を高める雰囲気作りを行った。



効果

- PRブース後方のモニターでは、常時国際園芸博覧会のPR動画を上映、パンフレット配布を通じて広報活動に努め、会場ステージでは横浜市による特別PR（紹介）を2回実施して、来場者への周知を行った。（説明資料は別添参照。）
- 桜並木の前で写真撮影する者も多く見られた。来場者が帰る際には桜の花木を持ち帰ってもらい、さらなるSNS等による拡散効果を狙った。桜をもちかえった来場者の中には、高速鉄道内で見知らぬ人から話しかけられ話題となった者もいた。



特記事項

- 日本企業PRイベントおよび天皇誕生日祝賀レセプションの総領事挨拶において、国際園芸博覧会の開催日程や会場の概要を紹介するとともに、会場に咲く予定の約40種類・600本の桜について説明し、中国側参加者や各国領事館関係者に対して、来場を呼びかけた。



国際園芸博覧会のPR活動の実施（中国：大連）

在大連領事事務所

日時

実施日時：2026年3月6日（金）
実施場所：ホテル・ニッコー大連
訴求対象：当地政府、日中交流団体、企業、文化関係者等
開催規模：約340人

概要

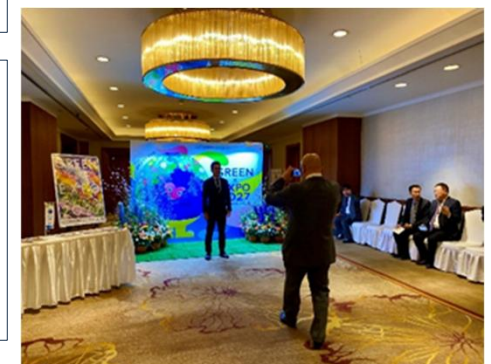
同日開催された天皇誕生日祝賀レセプションの機会を捉え、横浜市及びレセプション会場であるホテル・ニッコーの協力を得て、生花の演出を含む国際園芸博覧会特別PRブースを設置した。

効果

園芸展特別PRブース、レセプション会場内の横浜市出展ブースにおいて写真を撮る来場者が多く見られたほか、パンフレットを持ち帰る来場者も多くいた。

特記事項

天皇誕生日祝賀レセプションでは横浜市上海事務所長による国際園芸博の紹介及びPR動画の上映を行ったほか、レセプション会場にも神奈川県及び横浜市にブース出展いただき、訴求効果を高めた。



和牛肉PRイベントの実施（パキスタン）

在パキスタン日本国大使館

日時

実施日時：2026年2月10日（火）
実施場所：イスラマバード・セレナホテル
訴求対象：アシーフ・アリーザルダリ大統領、その他閣僚級・首相補佐官含め現地政府関係者、現地富裕層、企業等
開催規模：約600人

概要

- 現在2.5億人の人口を有し、普段から食肉を好み、和牛肉輸出拡大のポテンシャルが大きいと考えられるパキスタンにおいて、現地政府関係者、富裕層、企業等を対象に和牛肉をPRするイベントを開催した。
- イベントにおいては、目の前で調理されたハラール和牛肉のサイコロステーキを提供し、和牛肉を食したゲストから、感想を伺いつつ和牛の説明等も行った。

効果

- 現地政府関係者、富裕層、企業等に和牛の魅力を周知することができたとともに、日本企業、現地政府関係者とも今後の日本からの和牛肉輸出拡大に向けた現実的な話を行うこともできた。
- 和牛肉を食したゲストからは、味や見た目に感動したという声が多く寄せられ、今後、自分で購入してでも、和牛肉をまた食したいという声も多く寄せられた。



天皇誕生日祝賀レセプションにおける日本産ホタテ・和牛肉 P R （バングラデシュ）

在バングラデシュ大使館

日時

実施日時：2026年3月31日（火）

実施場所：大使公邸

訴求対象：現地政府関係者、外交団、メディア関係者等

開催規模：約500人

概要

- 天皇誕生日祝賀レセプション（於：大使公邸）において、現地日本食レストランと協力し、日本産ホタテ及び和牛肉（ハラル対応）を提供し、閣僚を含む参加者に魅力を P R。
- 「ホタテと和牛肉の新たな貿易機会の創出に貢献することを期待する」旨参加者全体へアナウンス。

効果

- 主賓のジャヒド社会福祉相兼女性・児童問題相及びサラウッディン内務相を始め、参加者の反応は好評で、ホタテ・和牛肉に強い関心が示された。
- 事後アンケート（口頭）によると、回答者（約4割はホタテ・和牛肉初試食）のうち、ほぼ全員が5段階評価で4又は5と評価し「また食べたい」と回答。

特記事項

- 現在は和牛肉の輸出に必要な異議なし証明が現地政府から発行されにくい状況であるが、2026年2月に署名した日・バングラデシュ経済連携協定において、和牛肉の関税撤廃（15年間）を獲得したところ、和牛肉の認知度を上げることで将来的な日本からの輸出に資する。



天皇誕生日レセプションを活用した日本産食品の魅力発信及び園芸博機運醸成（フィリピン）

在フィリピン大使館

日時

実施日時：2026年3月3日（火）
実施場所：グランド・ハイアット・マニラ・ホテル
訴求対象：現地政財界要人、文化人、外交団、メディア等
開催規模：約1,000人

概要

- 日本産水産物、和牛、味噌等を参加者へ提供。展示ブースの中で最も人気があり、終始大盛況で好評を博した。
- 大使スピーチの際に、大型スクリーンで2027横浜園芸博をPR。さらに、輸出解禁された日本産いちごの提供と併せ、パンフレット、ピンバッジ等を活用し魅力を発信した。
- 一般社団法人Miss SAKEの協力を得て、Miss SAKE JAPAN及びMiss SAKE Philippines が日本酒類のほか、上記日本食、園芸博の紹介も行った。

効果

- 他の出展関係者から、新鮮な日本水産物の流通、取扱業者に関する質問が寄せられたほか、多くの参加者から購入先に関する質問があり関心の高さがうかがわれた。
- 多くの参加者から園芸博の開催時期、場所、大阪万博と園芸博の違いに関する質問を受け、基本的な内容を理解してもらう良い機会となった。

特記事項

- 2026年に日比国交正常化70周年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日比関係の強化を見込む。



日本食食品セレプション（日本食日本酒ペアリング試食会）（フィリピン・ダバオ）

在ダバオ総領事館

日時

実施日時：2026年3月6日（金）

実施場所：DusitD2 Davao

訴求対象：現地レストラン、ホテル、旅行業界関係者等

開催規模：約70名

概要

- 日本産食材及び日本酒のペアリング試食会を通じてダバオ市のレストラン及びホテル関係者等に日本産農水産品及び日本酒のプロモーションを行い、実際の購入につなげる。
- 試食会開始前に園芸博2027のプロモーション動画を上映、当館と懇意にしている生け花師範による生け花展示、日本産農産品及び日本酒提供業者との商談の機会を設けた。

効果

- 試食会の満足度は5点中平均4.7（回答数65）と極めて高い満足度が得られた。また回答数65に対して62が次回も参加したいとの反応があった。
- 試食会には当地大物財界人、有名レストランシェフ及びホテル幹部が参加し、日本産食材及び日本酒の購入に高い関心が示された。実際にバイヤーと招待客13名が商談を実施。
- 地元メディア等4紙に事後掲載のほか、SNSで合計60件の投稿またはシェア等の具体的な広報効果も得られた。

特記事項

- 2026年は日比国交正常化70周年（日・フィリピン友好年）であり、本イベントを70周年記念行事として実施。
- 食の外交官でもある在外公館料理人を活用した好事例。



天皇誕生日祝賀レセプションの場を活用した 日本産食品（水産物、和牛、日本酒）のPR（ハノイ）

在ベトナム大使館

日時

実施日時：2026年3月3日（火）

実施場所：JWマリオットハノイ

訴求対象：ベトナム中央・地方政府、外交団、越系企業等

開催規模：約600名

概要

- ベトナム中央・地方政府、越系企業等から約600名が参加した天皇誕生日祝賀レセプションにおいて、日本産食品（水産物、和牛及び日本酒）を提供し、その魅力をPR。
- 水産物は中トロ・ホタテ・ボタンエビ・ウニ等の寿司を会場で握りながら提供。和牛はローストビーフ・ステーキ・すき焼きを会場で調理するなど温かい状態で提供。日本酒は用意した日本食と一緒に楽しんでもらえるよう組合せを提案。さらに、乾杯には泡酒（スパークリング日本酒）を使用。

効果

- 多くの来場者が日本産食品エリアを訪れ、料理と日本酒を楽しむ姿が確認できた。日本産食品は全て大好評で、その魅力を発信する絶好の機会となった。
- 提供された食品をどこで入手できるかといった問い合わせもあり、来場者自身による日本産食品の消費の増加や周囲への波及効果が期待される。
- 特に、非日系のホテル・外食・小売関係の企業へのPRにより、日本産食品の更なる販路拡大に繋がることが期待される。



天皇誕生日祝賀レセプションの場を活用した 日本産食品（水産物、和牛、酒類）のPR（ホーチミン）

在ホーチミン総領事館

日時

実施日時：2026年1月27日（火）
実施場所：ホテルニッコーサイゴン
訴求対象：ベトナム地方政府、外交団、ビジネス関係者等
開催規模：約270人

概要

- ベトナム地方政府関係者や外交団、ビジネス関係者等約270名が参加した天皇誕生日祝賀レセプションにおいて、日本産食品（水産物、和牛及び酒類）を紹介するコーナーを設置し、その魅力をPR。
- 水産物は、日本の水産養殖技術により生産されたぶり、たい、ホタテ、ヒオウギガイ、まぐろを使った寿司を提供。和牛は公邸料理人が調理したサイコロステーキ及び和牛寿司を提供。酒類は、日本酒、焼酎、果実酒、ウイスキー、ジンといった多様な種類を提供するとともに、乾杯時のイベントとして日本酒による鏡割りを実施。
- 提供コーナーでは、各食材を紹介するバナーやポップを設置するとともに、説明ができるスタッフを設置。

効果

- 多くの来場者が、スタッフと会話しながら料理や酒類を楽しんでいる姿が確認でき、日本産食品の魅力を広めることができた。
- 来場者からは、提供された食品をどこで入手できるかといった問い合わせもあり、来場者自身による日本産食品の消費の増加や周囲の人物への波及効果が期待される。



日本産食材及び日本食の魅力発信レセプションの開催（マレーシア）

在マレーシア大使館

日時

実施日時：2026年2月11日（水）
実施場所：JWマリオットホテルクアラルンプール
訴求対象：現地政府関係者、現地食品関係企業等
開催規模：約450人

概要

- 現地政府関係者等を招待し、在外公館料理人（岳野基道氏）、日本食親善大使（川崎直也氏）による日本産食材及び日本食の魅力発信レセプションを開催。
- JETROとも連携し、現地非日系食品バイヤーも招待し、当日はアテンドを実施。

効果

- レセプションでは、宮崎県産和牛及び日系企業が現地生産したキノコや野菜を使用したすき焼きや、日本各地の海産物や新潟県産コシヒカリを使用した寿司を提供。
- レセプションには、経済大臣や財務副大臣等の要人や、現地食品バイヤー等450名弱が参加し、日本食を楽しんだ。

特記事項

- 2027年には外交関係樹立70年を迎えるところ、本イベントを契機に更なる日馬関係の強化を見込む。
- 同2027年には、国際園芸博覧会が横浜で開催予定であり、マレーシアも出展予定。インバウンド需要の創出も目指す。



日本産農林水産物・食品の広報及び日本企業の取組発信等による日本のプレゼンス向上（ミャンマー）

在ミャンマー大使館

日時

実施日時：2026年2月20日（金）
実施場所：在ミャンマー日本国大使公邸
訴求対象：外交団、国際機関およびミャンマー企業等
開催規模：約400人

概要

- MAJA（ミャンマー元日本留学生協会）会長を主賓に迎え、外交団、国際機関及び民間関係者等を招待し、日本産の水産品、和牛及び酒等を提供した。
- 主催者挨拶で日本産品の魅力及び園芸博の開催等に言及した。
- 日系企業のブース出展によるPR等、日本のプレゼンス向上を図った。

効果

- 日本産水産品等を入手することが難しい当地において、今回の提供は、招待客がミャンマーで日本産品を味わえる貴重な機会となり、外交団及びミャンマー人等から好評を得た。
- 企業ブースに出展した日系企業からは、「招待客に自社の取組を発信することができ、有意義かつ成果を感じられた」等の感想を得られた。

特記事項

- 能の実演、地方自治体の紹介ブースの設置、公邸料理人による料理の提供及び日本が拠出している国際機関の紹介等により、日本への関心を高め、国際園芸博覧会への機運醸成及び訪日需要の喚起を図った。



主催者挨拶でのPR



日本産水産品等の提供



園芸博開催に関する発信



能の実演による日本文化の紹介

日本産農林水産物・食品の広報及び日本の伝統文化の発信（ミャンマー）

在ミャンマー大使館

日時

実施日時：2026年2月27日（金）
実施場所：Sakura Tower Yangon
対象：各国商工会議所、外交団、国際機関、ミャンマー企業等関係者
開催規模：約220名

概要

- JCCM（ミャンマー日本商工会議所）との共催により、ネットワーキングイベントである「酒ナイト」を開催し、日本酒及び日本食を提供。この「酒ナイト」を通じ、日本酒等の認知度向上に取り組んだ。
- 臨時代理大使挨拶で日本の農林水産物及び園芸博の開催等に言及し、日本の魅力をアピールした。
- 日本酒に関する情報提供（映像及び資料）及び日本政府が拠出している国際機関の紹介等により、日本のプレゼンス向上を図った。

効果

- 日本酒を含めた日本産品の入手が難しいミャンマーにおいて、「酒ナイト」は、日本産品の認知度向上に資する貴重な機会となった。
- 約20の外交団及び国際機関、約15の各国商工会議所等の多様な参加者に日本のプレゼンスを発信することができた。

特記事項

- 臨時代理大使から、「令和」の元号を揮毫した茂住菁邨氏の書を紹介し、日本の伝統文化を発信をした。
- 会場において、国税庁作成の日本酒紹介動画を放映する等、参加者が日本政府が発信している情報に触れられるように工夫した。



臨時代理大使挨拶でのPR



日本酒の提供



ポスター展示による情報発信



日本政府が拠出している
国際機関の活動紹介

日本産農林水産品及び食品の販路拡大支援（モルディブ）

在モルディブ大使館

日時

実施日時：2026年3月30日（月）
 実施場所：Nihonbashi Blue（クロスロード・モルディブ）
 対象：政府関係者、観光業（リゾート）及び食品輸入業者等
 開催規模：30人

概要

- モルディブの主力産業である観光業の中でも、海外富裕層（欧州・中東）を宿泊客とする高級リゾート向け市場を対象に和食・日本酒振興及び日本産農林水産品・食品の販路拡大のためのビジネスイベントを開催。
- ヤマキ株式会社、合同会社風丸、Sara International社と協力して、かつお節（ヤマキ）、日本酒、米、和牛、緑茶（伊藤園）等を在外公館料理人によるデモンストレーションや試食を通じて紹介。
- 産地や生産工程、味わい、品質及びユネスコ無形文化遺産（「伝統的酒造り」「和食：日本人の伝統的な食文化」）について、パネルやビデオ上映を通じて発信。

効果

- 参加したリゾート・食品輸入関係者との間で、日本産食品の取扱い、リゾート向け供給、今後の商談につながる関係構築が図られた。
- イベント実施後、日本酒、和牛、緑茶等に対し、参加者から取扱いに向けた関心が示され、日本産食品の認知度向上と販路拡大に向けた商談機会創出につながった。
- 現地メディアにより、イベント内容がテレビ・SNS・YouTubeで取り上げられ、和食及び日本産食品が広く紹介された。
- リゾートの購買担当者や飲食部門に対し、富裕層顧客の嗜好を満たしうる高品質な日本酒がモルディブで購買可能であることを試飲を通じて認識させることができた。
- 日本からモルディブへの水産物輸出は、高級リゾート向けの需要が存在するものの、モルディブ政府当局との間で衛生証明書にかかる手続きが整備されていないため、日本からの直接輸入ができず、主にUAEやシンガポール、タイなど経由した間接的な輸入が主流となっている。本ビジネスイベントに同証明書を担当するモルディブ食品医薬品局高官を招待したところ、2週間後に衛生証明書の整備に向けた調整のための会合が実現した。

特記事項

- 2027年に日・モルディブ外交関係樹立60周年を迎えるところ、本イベントを契機に、更なる日・モルディブ関係の強化を見込む。



ウェルカムドリンクには緑茶を用意。



観光・環境大臣に日本の食品を説明する石神大使



和食の試食をする参加者



江藤在外公館料理人による寿司デモンストレーション

日本酒・梅酒・泡盛・海産物のPRイベント「Taste of Japan」（ラオス）

在ラオス日本国大使館

日時

実施日時：2026年2月27日（金）
 実施場所：アマリホテル
 訴求対象：現地飲食業関係者、現地ホテル関係者等
 開催規模：約70人

概要

- 現地飲食業関係者、ホテル関係者、報道関係者を対象に、日本酒・梅酒・泡盛の基礎知識や飲み方、日本産海産物の産地紹介や調理方法等に関するPRイベントを実施。
- 前半はセミナー形式による参加企業からのプレゼンテーション、後半は試飲・試食及びネットワーキングを実施することで、日本の伝統的な食文化の魅力を訴求し、日本産品の普及促進を目指し、将来的な販路開拓・市場拡大への布石とした。

効果

- 試飲・試食会では各ブースで日本企業とラオス関係者による積極的な交流が行われ、今後の販路拡大が見込まれた。
- アンケートでは回答者全員が本イベントについて「満足」と回答。
- 現地新聞Vientiane Times紙及びPathet Lao紙で本イベントに関する記事が掲載された。

特記事項

- 近年ラオスにおいて日本食への関心が高まりつつある一方で、日本酒・梅酒・泡盛に対する認知度は低い状況であった。本イベントを実施することで日本の伝統的な食文化及び日本食材輸入に対する理解や意欲増進のための良い機会となった。

