

《2月》

1. 開催概要

- 開催店舗 ⑥H Mart(韓国系)
Fort Lee 店(マンハッタン通勤圏の住宅街)
- 住所 ニュージャージー州 フォートリー市
(112 Linwood Plz. #130 Fort Lee, NJ 07024)
- 開催期間 平成22年2月5日～14日(10日間)
- 開店時間 8:00～23:00
- 名称 Japanese Food Festival
- 内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格(US\$)	販売数	売上額(US\$)	試食数	損傷数	他国産競合品目の価格
マルちゃん冷凍生焼きそば	-	480g	400	2.29	-	-	14	0	-
冷凍生焼きそば	-	480g	0	3.99	-	-	0	0	-
お好み焼粉 鯉昆布	-	400g	10	3.49	-	-	0	0	US\$1.99/500g 韓国
お好み焼粉 海老帆立	-	400g	40	4.49	-	-	0	0	同上
SKI お好み焼粉 山芋入	-	600g	50	4.49	-	-	10	0	同上
マヨネーズ	-	500g	300	3.99	-	-	1	0	US\$3.99/500g 韓国
深煎りごまドレッシング	-	300ml	60	2.99	-	-	2	0	-
おでん2人前	-	440g	240	6.31	-	-	6	0	-
冷凍讃岐うどん	-	1.25kg	264	3.99	-	-	3	0	US\$3.99/1.15kg 中国
本つゆ 1L	-	1L	0	8.99	-	-	0	0	-
本つゆ 500ml	-	500ml	144	3.99	-	-	3	0	-
本つゆ 300ml	-	300ml	144	2.49	-	-	0	0	-
ざる蕎麦つゆの素 500ml	-	500ml	0	4.99	-	-	0	0	-
ざる蕎麦つゆの素 300ml	-	300ml	0	3.49	-	-	0	0	-
マルコメ君 合わせ味噌	-	750g	48	4.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 麴味噌	-	750g	0	4.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 こし味噌	-	750g	8	4.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 料亭の味 だし入	-	750g	88	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 料亭の味 減塩	-	750g	56	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 野菜	-	9g	90	0.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 葱	-	9g	90	0.69	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 豆腐	-	9g	180	0.62	-	-	0	0	-
ジャワカレー辛口	-	220g	70	2.50	-	-	0	0	-
ジャワカレー中辛	-	220g	70	2.50	-	-	0	0	-
こくまろカレー辛口	-	200g	60	2.50	-	-	0	0	-
こくまろカレー中辛	-	200g	70	2.50	-	-	0	0	-
バーモンドカレー辛口	-	250g	240	2.50	-	-	0	0	-
バーモンドカレー中辛	-	250g	320	2.50	-	-	0	0	-
バーモンドカレー甘口	-	250g	300	2.50	-	-	0	0	-
クックドゥー 青椒肉絲	-	90g	60	2.49	-	-	0	0	-
クックドゥー 干焼蝦仁	-	90g	40	2.49	-	-	0	0	-
クックドゥー 麻婆豆腐 中辛	-	90g	170	2.49	-	-	0	0	-
クックドゥー 麻婆豆腐 マイルド	-	90g	180	2.49	-	-	0	0	-

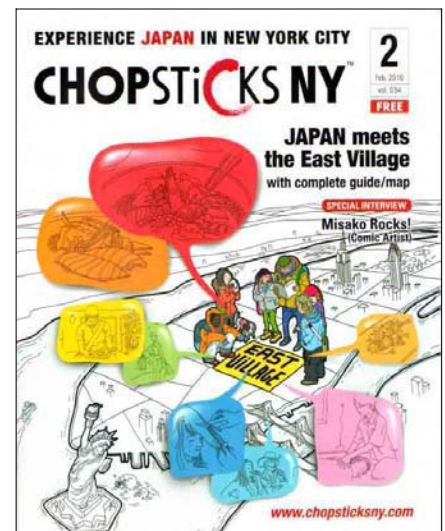
品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合品目の価格
カルピス ウォーター 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ウォーター 1.5L PET	-	1.5L	56	2.99	-	-	0	0	-
カルピス アロエ 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス アロエ 1.5L PET	-	1.5L	24	2.99	-	-	0	0	-
カルピス ライチ 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ライチ 1.5L PET	-	1.5L	0	3.09	-	-	0	0	-
カルピス マンゴー 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス マンゴー 1.5L PET	-	1.5L	40	2.99	-	-	0	0	-
カルピス ストロベリー 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ストロベリー 1.5L PET	-	1.5L	48	2.99	-	-	0	0	-
カルピス ピーチ 1.5L PET	-	1.5L	40	2.99	-	-	0	0	-
ジャスミン茶 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
金の烏龍茶 2L PET	-	2L	78	3.49	-	-	0	0	-
お〜いお茶 2L PET	-	2L	144	3.49	-	-	0	0	-
お〜いお茶 500ml PET	-	500ml	120	1.50	-	-	0	0	-
お〜いお茶 濃い味 2L PET	-	2L	54	3.49	-	-	0	0	-
お〜いお茶 ティーバッグ	-	20 袋	0	4.99	-	-	0	0	US\$3.99/20袋 米国
とんかつソース	-	500ml	20	4.99	-	-	0	0	-
ほんだし	-	150g	495	2.99	-	-	0	0	-
ポッキー 9袋入	-	127g	240	3.46	-	-	0	0	US\$4.49/180g 韓国
ポッキー チョコレート	-	80g	0	1.99	-	-	0	0	US\$0.99/30g 韓国
ポッキー イチゴ味	-	119g	280	1.99	-	-	0	0	US\$4.49/180g 韓国
洋風どら焼き抹茶ムース	-	240g	10	5.99	-	-	0	0	-
合 計									

※仕入数は2月最初の2週間のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※店舗による売上額非公表により、販売数・売上額の一般公表は不可。

3. 販売促進及び広報活動(⑤Great Neck 店と共通)

(1) 開催店舗で配布したちらし及び地元紙掲載広告(レターサイズの半分)



(2) 新聞広告 (H Mart)



(3) 店舗 WEB サイト掲載広告



(4) 日本食紹介のちらし(レターサイズ)



(5) 商品 POP(レターサイズ)



4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



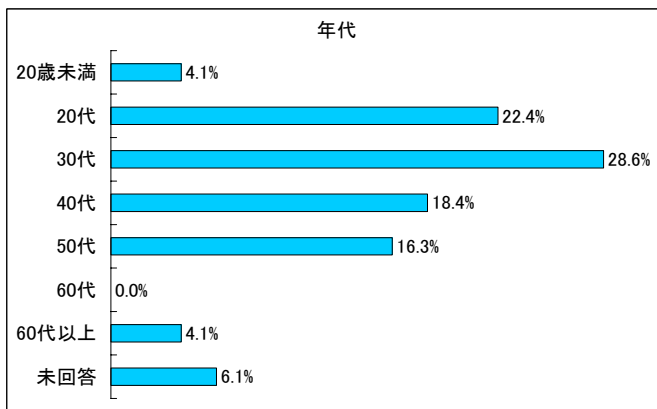
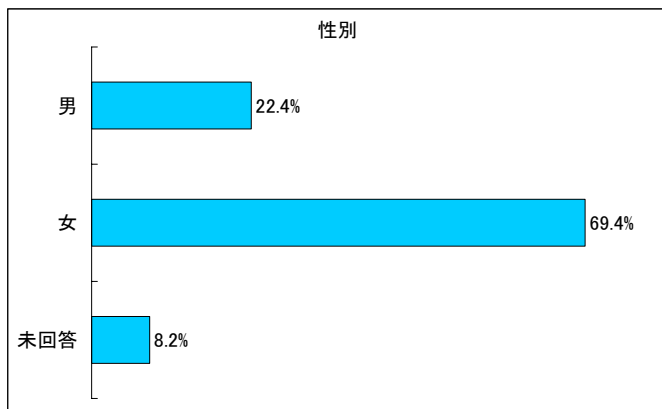
販売促進員(マネキン)の配置



- ・ 複数メーカーの協力によりメーカー独自のデモも含めた日本製品の料理デモが実施されたが、通常から複数の料理デモを行っていることと、各料理デモが店内に点在せざるを得ず、来店者(約3割が非アジア系)にとっては一見して「通常の料理デモ」との印象となったようである。
- ・ しかし、今回の料理デモメニューは通常実施されているものと異なるため、初めて知る来店者も多く、興味深く次々に試食している様子であった。また、来店者数、売上ともに通常よりも増加したとのことで、盛況であったと言える。

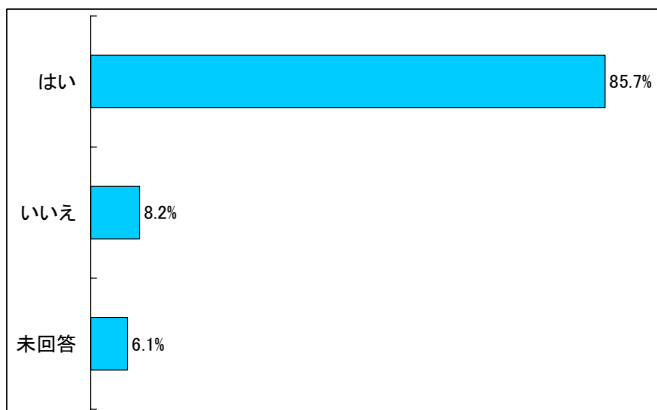
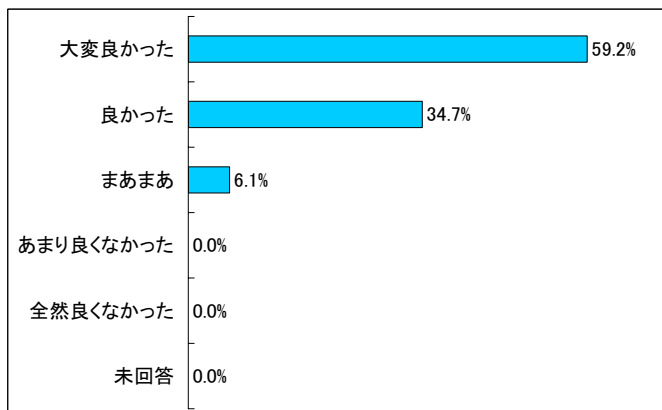
5. 現地消費者の反応（アンケート結果）

【回答者の属性】



Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

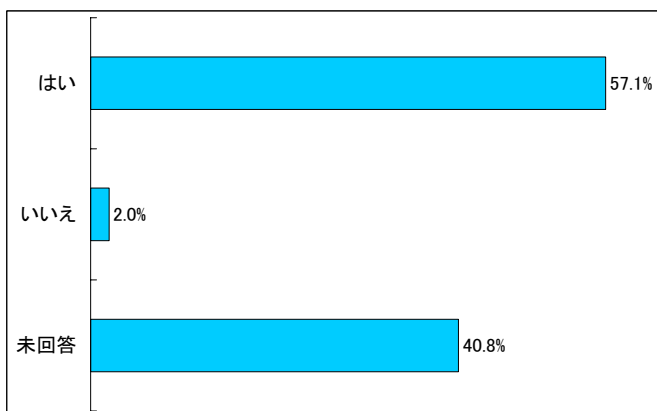
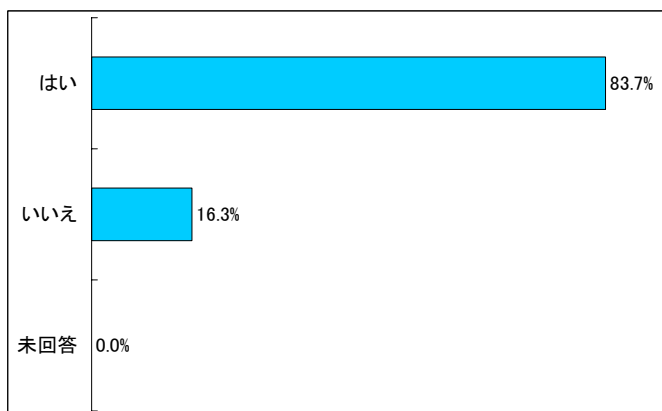
Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



「はい」の理由：日本食が好き×2、おいしかった
 「いいえ」の理由：寿司デモなら

Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？

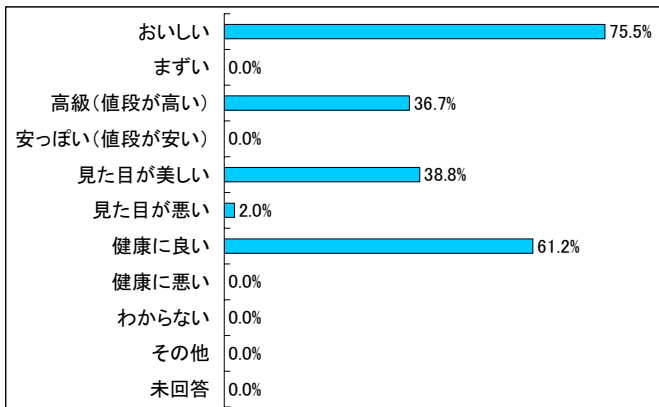
Q4 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？



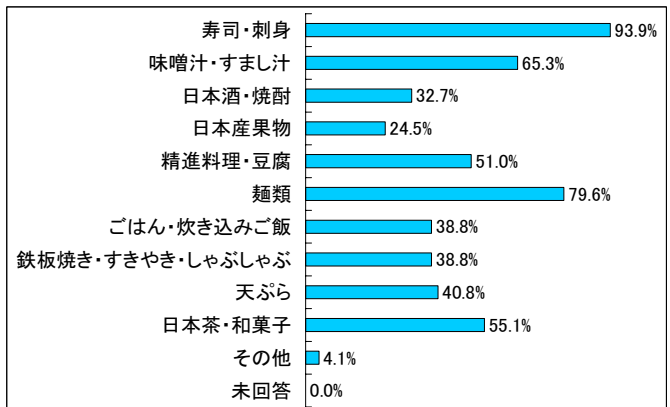
「いいえ」の理由：作るのが難しそう×2

具体的商品：焼きそば×7、お好み焼×4、うどん×1

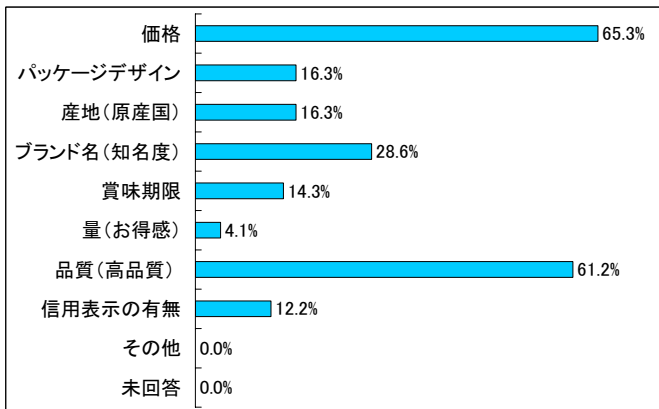
Q5 日本食・日本食材のイメージを
お聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



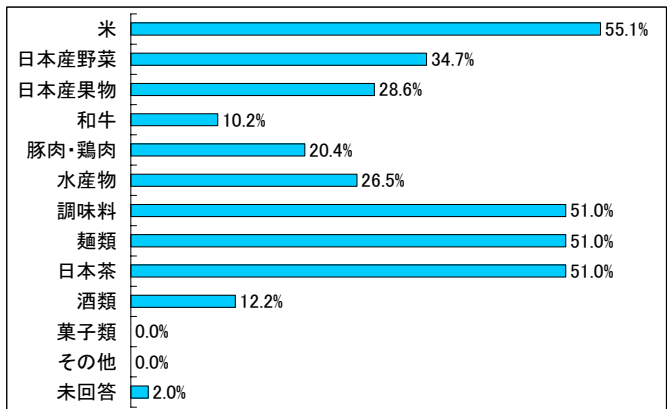
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。
複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを
教えてください。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本
食材を購入したいですか？ 複数回答可。



- ・ 日本食に対するイメージは「おいしい」、「高い」、「見た目が美しい」、「健康に良い」に集中したが、「おいしい」、「健康に良い」は、他の店舗と比して約10ポイント程度少なめの各75.5%、61.2%程度であった。
- ・ 食べたことのある日本食は、寿司が圧倒的に多く(約94%)、次いで麺類(約80%)、味噌汁(約65%)と続き、代表的なメニューが上位に並ぶ予想通りの結果であった。

6. 販売員の意見

⑤Great Neck 店の項を参照。

7. 販売店の意見

⑤Great Neck 店の項を参照。

8. 輸入業者の意見

⑤Great Neck 店の項を参照。

9. 所感

⑤Great Neck 店の項を参照。

《2月》

1. 開催概要

□開催店舗 ⑦H Mart(韓国系)

Burlington 店(ボストン通勤圏の住宅街)

□住所 マサチューセッツ州 バーリントン市

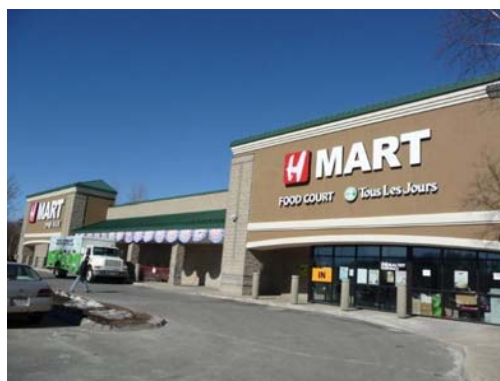
(3 Old Concord Rd., Burlington, MA 01803)

□開催期間 平成22年2月19日～28日(10日間)

□開店時間 8:00～21:00

□名称 Japanese Food Festival

□内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
マルちゃん冷凍生焼きそば	-	480g	700	2.99	-	-	16	0	US\$3.29/495g 米国
冷凍生焼きそば	-	480g	0	2.99	-	-	0	0	同上
お好み焼粉 鯉昆布	-	400g	100	3.29	-	-	5	0	US\$1.59/500g 韓国
お好み焼粉 海老帆立	-	400g	0	3.29	-	-	0	0	同上
SKI お好み焼粉 山芋入	-	600g	0	3.29	-	-	0	0	同上
マヨネーズ	-	500g	200	5.99	-	-	4	0	US\$4.99/500g 韓国
深煎りごまドレッシング	-	300ml	0	4.99	-	-	4	0	-
粗挽き金胡麻ドレッシング	-	300ml	72	4.99	-	-	4	0	-
おでん2人前	-	440g	180	6.99	-	-	27	0	US\$2.49/200g 台湾
冷凍讃岐うどん 1.25Kg	-	1.25kg	960	3.99	-	-	15	0	US\$4.99/1.25kg 中国
冷凍讃岐うどん 1Kg	-	1kg	16	5.49	-	-	0	0	同上
冷凍名人蕎麦	-	880g	16	4.99	-	-	0	0	US\$5.49/1kg 台湾
本つゆ 500ml	-	500ml	132	4.99	-	-	0	0	-
本つゆ 300ml	-	300ml	24	3.99	-	-	0	0	-
ざる蕎麦つゆの素 500ml	-	500ml	12	4.99	-	-	0	0	-
ざる蕎麦つゆの素 300ml	-	300ml	24	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 合わせ味噌	-	750g	120	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 麴味噌	-	750g	112	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 こし味噌	-	750g	120	3.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 料亭の味 だし入	-	750g	8	8.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 料亭の味 減塩	-	750g	0	5.99	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 野菜	-	9g	30	1.19	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 葱	-	9g	30	1.49	-	-	0	0	-
マルコメ君 味噌カップ 豆腐	-	9g	0	1.49	-	-	0	0	-
ジャワカレー辛口	-	220g	10	3.99	-	-	0	0	US\$1.99/100g 韓国
ジャワカレー中辛	-	220g	30	3.99	-	-	0	0	同上
こくまろカレー辛口	-	200g	0	3.99	-	-	0	0	同上
こくまろカレー中辛	-	200g	0	3.99	-	-	0	0	同上
こくまろカレー甘口	-	200g	0	3.99	-	-	0	0	同上
バーモンドカレー辛口	-	250g	487	2.50	-	-	0	0	同上
バーモンドカレー中辛	-	250g	487	2.50	-	-	0	0	同上
バーモンドカレー甘口	-	250g	487	2.50	-	-	0	0	同上

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合品目の価格
クックドゥー 青椒肉絲	-	90g	40	2.99	-	-	0	0	-
クックドゥー 干焼蝦仁	-	90g	40	2.99	-	-	0	0	-
クックドゥー 麻婆豆腐 中辛	-	90g	160	2.50	-	-	0	0	-
クックドゥー 麻婆豆腐 マイルド	-	90g	120	2.50	-	-	0	0	-
カルピス ウォーター 500ml PET	-	500ml	432	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ウォーター 1.5L PET	-	1.5L	200	3.99	-	-	0	0	-
カルピス アロエ 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス アロエ 1.5L PET	-	1.5L	40	3.99	-	-	0	0	-
カルピス ライチ 500ml PET	-	500ml	240	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ライチ 1.5L PET	-	1.5L	40	3.99	-	-	0	0	-
カルピス マンゴー 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス マンゴー 1.5L PET	-	1.5L	128	3.99	-	-	0	0	-
カルピス ストロベリー 500ml PET	-	500ml	0	1.99	-	-	0	0	-
カルピス ストロベリー 1.5L PET	-	1.5L	48	3.99	-	-	0	0	-
カルピス ピーチ 1.5L PET	-	1.5L	80	3.99	-	-	0	0	-
ジャスミン茶 2L PET	-	2L	0	3.99	-	-	0	0	-
ジャスミン茶 500ml PET	-	500ml	12	1.49	-	-	0	0	-
金の烏龍茶 2L PET	-	2L	132	3.99	-	-	0	0	-
お〜いお茶 2L PET	-	2L	146	1.49	-	-	0	0	-
お〜いお茶 500ml PET	-	500ml	144	1.49	-	-	0	0	-
お〜いお茶 濃い味 2L PET	-	2L	36	3.99	-	-	0	0	-
玄米茶ティーバッグ	-	20 袋	0	5.99	-	-	0	0	US\$2.99/16袋 米国
お〜いお茶ティーバッグ	-	20 袋	0	3.99	-	-	0	0	US\$1.49/20袋 中国産
とんかつソース	-	500ml	10	4.99	-	-	0	0	US\$2.49/333g 米国
おでんだしの素	-	27.2g	0	2.99	-	-	0	0	-
ほんだし	-	150g	331	4.99	-	-	0	0	-
ポッキー チョコレート	-	80g	180	2.49	-	-	0	0	US\$2.99/47g 韓国
洋風どら焼き抹茶ムース	-	240g	10	4.99	-	-	0	0	-
合 計									

※仕入数は 2 月中旬以降のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※店舗による売上額非公表により、販売数・売上額の一般公表は不可。

3. 販売促進及び広報活動

(1) 開催店舗で配布したちらし及び地元紙掲載広告(レターサイズの半分)



(2) 新聞広告・店舗 WEB サイト掲載広告

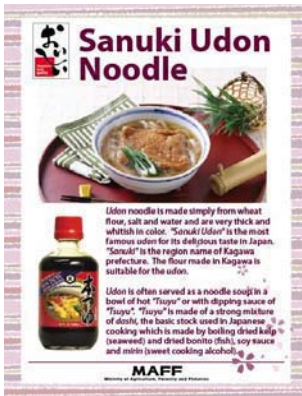


(3) 店舗ちらし

(4) 日本食紹介のちらし(レターサイズ)



(5) 商品 POP(レターサイズ)



4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



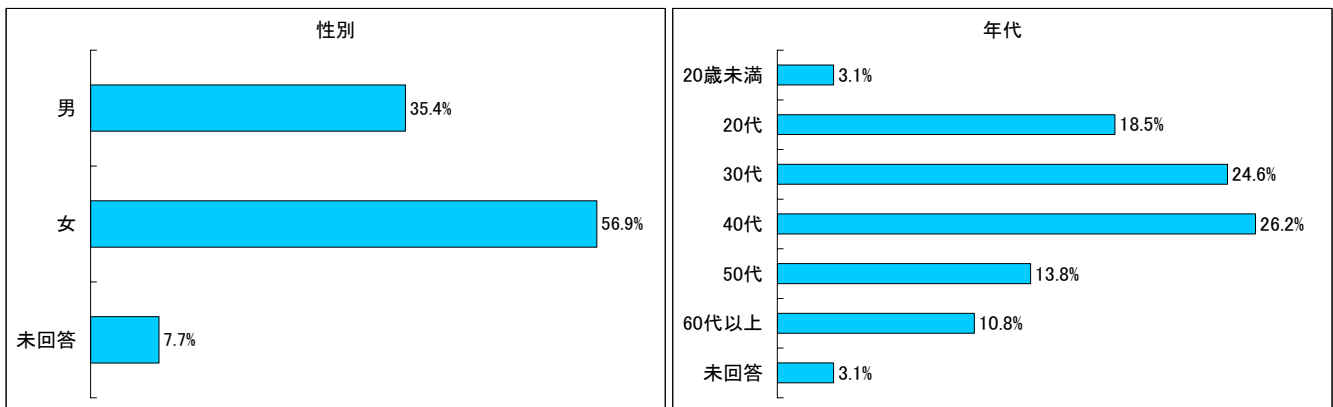
販売促進員(マネキン)の配置



- ・ 複数メーカーの協力により、日本製品の料理デモが店舗の至る所で実施されたが、スペースの関係から広い店内に点在する形となり、来店者にとっては「いつものデモ」という印象のようであった。(普段から約 20 箇所料理デモを実施しており、今回は約 30 箇所にて実施された。)
- ・ 普段から複数の料理デモを実施しているため、試食目当てに来る来店者も多く、また、近郊に本店舗のような大型店がないため、すれ違うのに苦労する程の混雑ぶりで、週末は終日、大盛況であった。
- ・ 顧客層は中国系 40%、韓国系 30%、非アジア系 20%、その他アジア系 10%の比率で、他の韓国系スーパーに比べて客層に非アジア系が多いこともあり、特にお好み焼に関しては初めて食する日本食として興味深く次々に試食をする来店者が多く見られ、来店者数、売上ともに通常よりも増加したとのことであった。

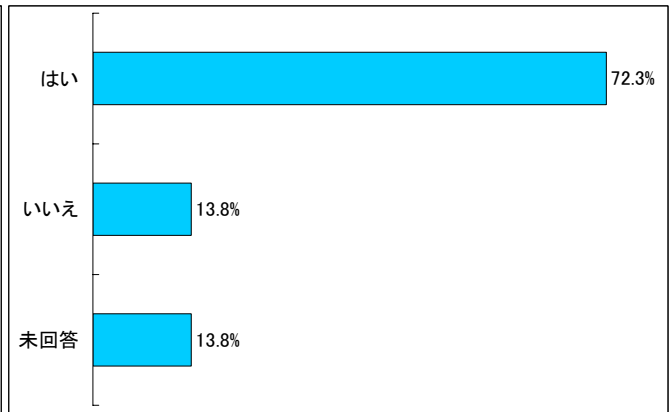
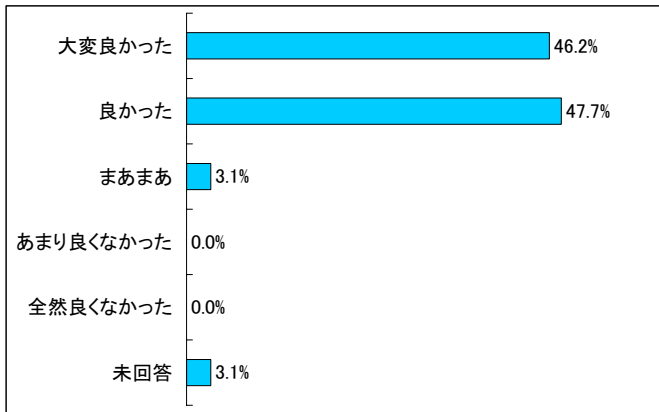
5. 現地消費者の反応 (アンケート結果)

【回答者の属性】

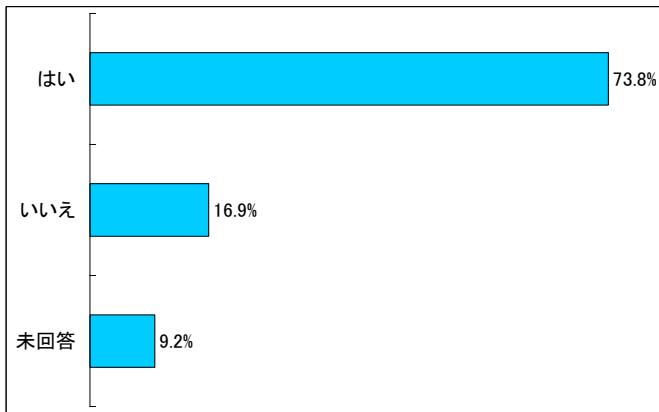


Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



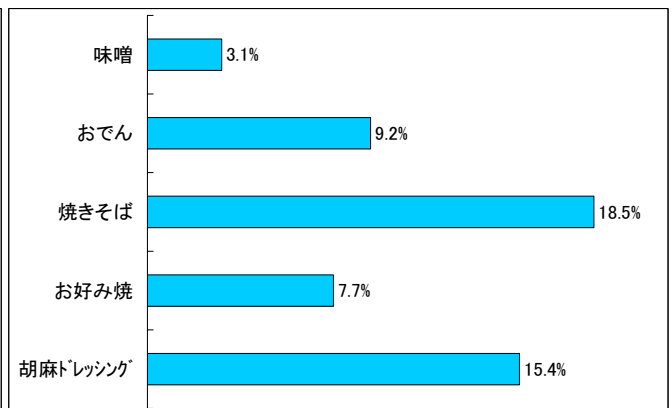
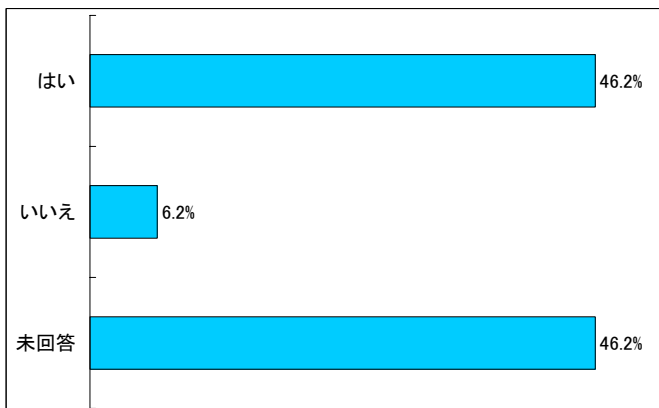
Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？



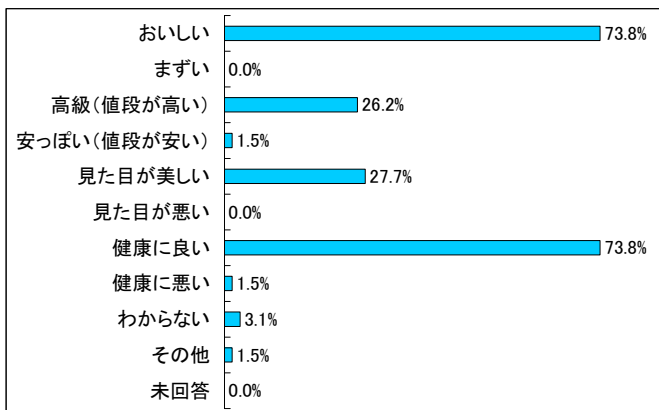
「いいえ」の理由: 高い(おでん)、MSG(胡麻ドレッシング)

Q4-1 本日もご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？

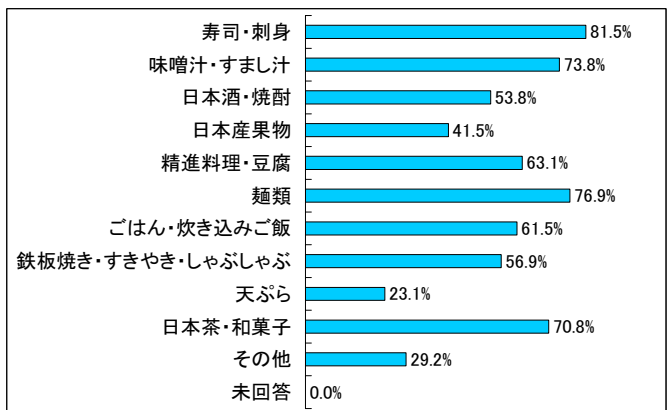
Q4-2 本日もご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたら、ご記入下さい。



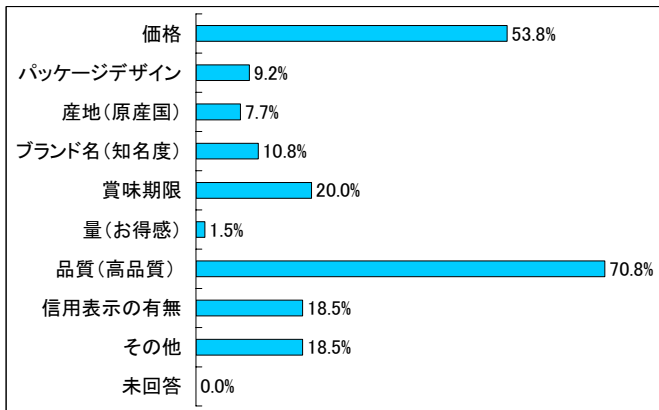
Q5 日本食・日本食材についてのイメージをお聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



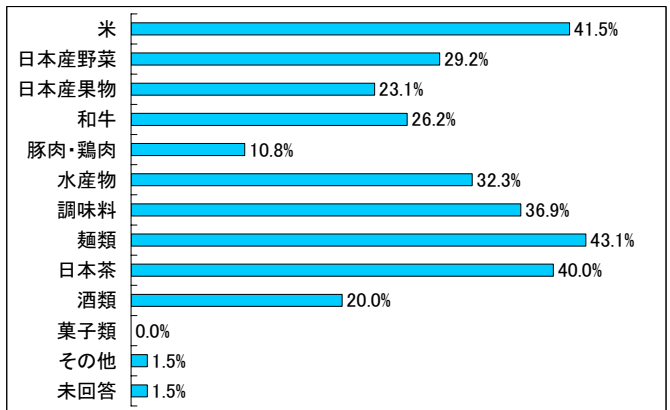
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを教えてください。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本食材を購入したいですか？ 複数回答可。



その他: 味×2、新鮮さ×7、健康×2、自然原材料

- ・ 回答者の半数以上が30代以上の女性であり、料理デモについては殆どの消費者が「良かった」と回答した。
- ・ 日本食に対するイメージが「おいしい」、「健康に良い」に集中していること、食べたことのある日本食の傾向は他店舗とほぼ同じであった。
- ・ 食材選択で重視する点に、「味」、「新鮮さ」、「自然原材料」の記載があったのはアジア系スーパーの中では珍しく、米系スーパーと同じ傾向を示しているのは、アメリカ人消費者が他のアジア系スーパーに比べて多かった点を反映していると思われる。

6. 販売員の意見

- ・ 日本食に対する消費者のイメージは非常に良く、信頼されており、試食は非常に喜ばれる。
- ・ 「マヨネーズ」は、ソフトでクリーミーで、他のブランドのものよりもおいしいとの反応であった。
- ・ 「胡麻ドレッシング」は、競合品もなく非常に好評で、まとめ買いする消費者も多く、面白いほど飛ぶように売れて1日で売り切れてしまった。翌日に「昨日の胡麻ドレッシングを買いに戻った」という消費者が非常に残念がっていた。
- ・ 「お好み焼」は、おいしいと評判であったが、殆どの消費者が初めて知る様子で、小麦粉の違いが分からない上に複数種類が販売されているので、目の前で作り方を教えても「難しい」との反応が多く、レシピを浸透させるの

に工夫が必要と感じた。

- ・「讃岐うどん」は、おいしい上に値ごろ感が良いと好評であったが、中には「つゆ」が含まれていないことが気に入らないという消費者もみられた。
- ・「おでん」は、試食では非常に人気が高かったが、価格が高いため隣に陳列されているすり身の類似品の客寄せとなってしまった感がある。
- ・「焼きそば」は、ソース含有のため、炒めるだけという手軽さから非常に好評であった。

7. 販売店の意見

- ・ 日本食は消費者から「健康に良い」という信頼が確立しており、また、日本食の取扱量はマサチューセッツ州内では日系スーパーにも引けを取らないと自負しており、新たな食品を広めることで今後も日本食の販売促進を継続したい。
- ・ 賞味期限の記載は義務化されていないものの、非記載の商品は特に非アジア系のアメリカ人から敬遠されており、またFDA(米国食品医薬品局/Food and Drug Administration)で義務化が検討されていることから、米国内向け商品への賞味期限記載は必須と認識すべきである。
- ・ 顧客層は中国系 40%、韓国系 30%、非アジア系 20%、その他アジア系 10%であるが、週末の来店数が1万人/日(平日でも 2-3 千人/日)を超えるため、当店での販売(特に料理デモ)は効果的な販売促進になると確信する。

8. 輸入業者の意見(⑤Great Neck 店、⑥Fort Lee 店と共通)

※⑤Great Neck 店の項(P32)を参照。

9. 所感

- ・ 料理デモは、出品商品(胡麻ドレッシング、お好み焼粉)が売り切れるほど非常に盛況であったが、アンケート結果にも表れているように、料理デモをしたお好み焼等の「居酒屋メニュー」の知名度が低かった等、日本食の浸透は、東海岸に比べて西海岸の方が進んでいる印象を受けた。
- ・ アメリカ国内輸送費分が余計にかかるため、小売価格が高くなっていることも要因と思われるため、東海岸での日本製品の推進は更に課題が多い。
- ・ アンケート結果には記載されていないが、食べたことのある日本食についての回答中に、「日本産品かどうかは分からないが」とコメントする消費者も多く見られ、「日本食」と「日本産品」の区別をしている消費者は非常に少ないことが分かった。

《2月》

1. 開催概要

- 開催店舗 ⑧HOWS Markets(米系)
 Torrance 店(郊外の住宅街)
 □住所 カリフォルニア州 トーランス市
 (4848 West 190th St, Torrance, CA 90503)
 □開催期間 平成 22 年 2 月 20 日～28 日(9 日間)
 □開店時間 24 時間(年中無休)
 □名称 Japanese Food Festival
 □内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
カルピス ウォーター缶	-	335ml	72	0.99	51	50	72	0	-
カルピス ウォーターPET	-	500ml	120	1.89	80	151	120	0	-
カルピス ライチPET	-	500ml	72	1.89	47	89	72	0	-
カルピス マンゴーPET	-	500ml	120	1.89	98	185	120	0	-
カルピス ストロベリーPET	-	500ml	120	1.89	112	212	120	0	-
アーモンドクラッシュポッキーーフ	-	32g	20	2.89	14	40	20	0	-
ポッキー	-	80g	20	1.99	28	56	20	0	-
ポッキーストロベリー	-	40g	0	1.49	9	13	0	0	-
味噌 みそPET	-	283g	12	5.29	8	42	12	0	-
円熟8食 豆腐	-	151.2g	72	3.50	67	235	72	0	-
円熟8食 わかめ	-	151.2g	48	3.50	36	126	48	0	-
HANAYUKI パン粉	-	227g	6	3.99	8	32	6	0	-
だしの素	-	149g	0	5.99	4	24	0	0	-
水戸納豆	-	85g	0	1.29	7	9	0	0	-
わさび粉	-	28g	0	2.99	4	12	0	0	-
牡丹飴	-	21g	60	1.19	32	38	60	0	-
友白髪そうめん	-	453g	12	1.89	7	13	12	0	-
山芋入蕎麦	-	300g	24	1.79	16	29	24	0	-
四段納豆	-	160g	0	2.49	7	17	0	0	-
豆腐バーガーパーティーパック	-	49g	10	2.99	6	18	10	0	-
インスタント味噌汁 白味噌	-	30g	0	2.49	9	22	0	0	US\$4.69/51.6g 米国
インスタント味噌汁 赤味噌	-	30g	12	2.49	11	27	12	0	同上
インスタント味噌汁 豆腐	-	30g	12	2.49	22	55	12	0	同上
インスタント味噌汁 ホウレン草	-	30g	0	2.49	9	22	0	0	同上
インスタント味噌汁 わかめ	-	18g	0	2.49	4	10	0	0	同上
味みりん 300ml	-	300ml	12	3.59	8	29	12	0	-
味みりん 500ml	-	500ml	0	4.79	2	10	0	0	-
醤油マイルド	-	250ml	0	4.39	3	13	0	0	-
そうめんつゆの素	-	300ml	0	3.50	8	28	0	0	-
ざる蕎麦つゆの素	-	300ml	0	3.50	7	25	0	0	-
マルちゃん 焼きそば	-	480g	60	3.00	57	171	60	0	US\$3.59/495g 米国
マヨネーズ	-	500g	12	3.99	8	32	12	0	US\$3.49/532ml 米国
緑茶PET 2L	-	2L	6	3.99	8	32	6	0	-
緑茶PET 500ml	-	500ml	0	1.79	6	11	0	0	-

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
烏龍茶PET 2L	-	2L	0	3.99	6	24	0	0	-
烏龍茶PET 500ml	-	500ml	0	1.79	4	7	0	0	-
ラムネ オリジナル	-	200ml	0	1.79	14	25	0	0	-
ラムネ メロン	-	200ml	30	1.79	17	30	30	0	-
ラムネ オレンジ	-	200ml	0	1.79	11	20	0	0	-
ラムネ ストロベリー	-	200ml	0	1.79	14	25	0	0	-
カレーパウダー缶	-	85g	0	3.99	5	20	0	0	-
ゴールデンカレー辛口	-	100g	12	2.89	10	29	12	0	-
ゴールデンカレー中辛	-	100g	12	2.89	12	35	12	0	-
ゴールデンカレー甘口	-	100g	12	2.89	6	17	12	0	-
胡麻塩	-	35g	0	3.00	0	0	0	0	-
一味唐辛子	-	15g	10	1.79	6	11	10	0	-
七味唐辛子	-	15g	12	2.19	8	18	12	0	-
ラー油	-	33ml	20	2.19	18	39	20	0	-
辛子粉缶	-	85g	0	3.79	2	8	0	0	US\$1.39/85g 米国
練りわさび	-	43g	30	2.29	26	60	30	0	-
おでんの素	-	80g	0	2.99	3	9	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント辛口	-	220g	0	3.00	14	42	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント中辛	-	220g	0	3.00	20	60	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント甘口	-	220g	0	3.00	8	24	0	0	-
クリームシチュルー	-	160g	30	3.00	11	33	30	0	-
ハヤシライスルー	-	160g	30	3.00	14	42	30	0	-
コーンシチュルー	-	160g	30	3.00	27	81	30	0	-
たくあん太郎	-	348g	0	4.99	3	15	0	0	-
東京たくあん	-	178g	0	3.29	5	16	0	0	-
ハワイアン粉コーヒー	-	337ml	0	1.59	10	16	0	0	-
オリジナルブレンド	-	337ml	24	1.29	13	17	24	0	-
白味噌	-	500ml	12	4.99	11	55	12	0	-
手作り赤味噌	-	500ml	12	4.99	15	75	12	0	-
合 計						2,730			

¥248,460

※仕入数は2月中旬以降のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※売上額は、開催店舗により非公表のため、本フェア開始前後の仕入数の差より推計した金額である。

3. 販売促進及び広報活動(HOWS Markets 全4店舗共通)

(1) 開催店舗広告への掲載



(2) 地元誌への掲載(ハーフレターサイズ)



(3) 日本食紹介のちらし(レターサイズ)

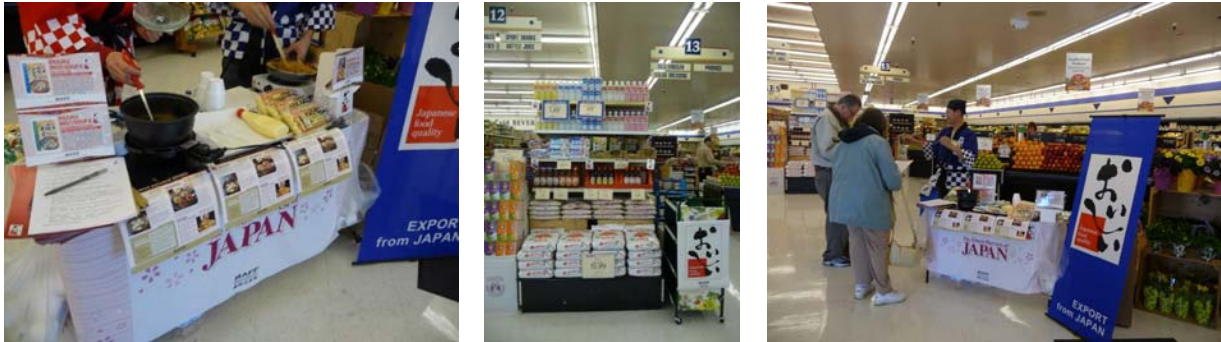


(4) 商品 POP(ハーフレターサイズ)



4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



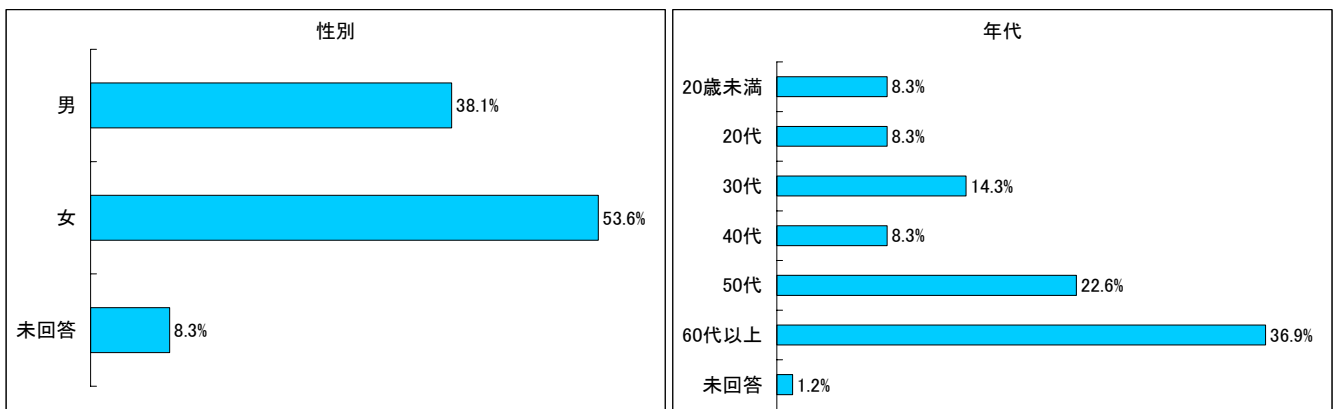
販売促進員(マネキン)の配置



- ・ 客層は圧倒的に白人系アメリカ人の年配が多かった。
- ・ 店舗内は全体的に混雑することなく、のんびりとした雰囲気であったものの、米系スーパーでは料理デモを減多に行わないため、入口近くの料理デモブースには物珍しそうに多くの来店者が寄ってきた。
- ・ カルピス(米国での商品名は CALPICO)は、全体的に人気はあったものの、「甘過ぎる」、「(成分表を見て)糖分が多い」という反応も多く、また牛乳が含まれていることに対して驚き、試飲を拒否する消費者も複数見られた。
- ・ 焼きそばと味噌汁は、知名度があるので抵抗なく受け入れられたものの、MSG・塩分の含有量を聞いたり、成分表を見る人が多く、健康を気にする消費者がアジア系の消費者に比べて非常に多い印象を受けた。

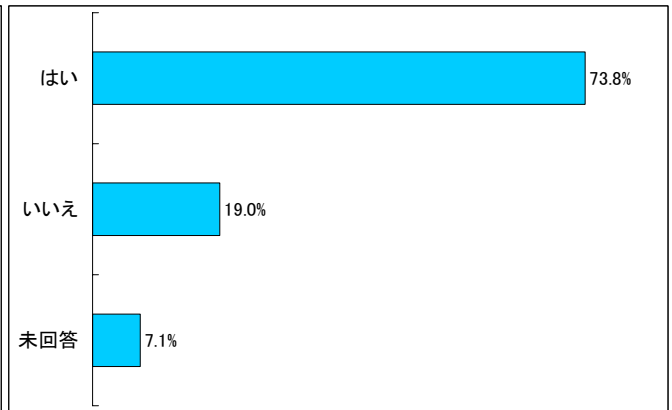
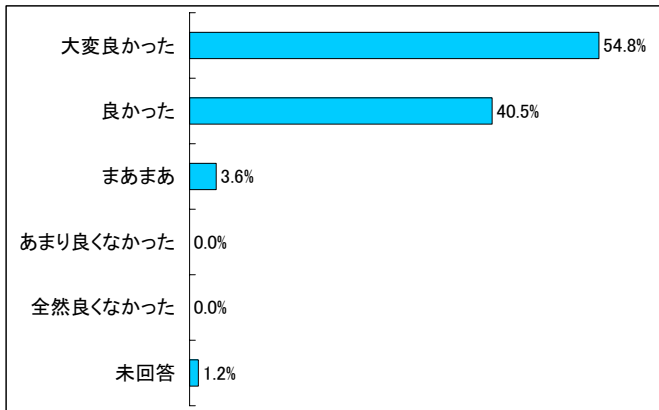
5. 現地消費者の反応 (アンケート結果)

【回答者の属性】



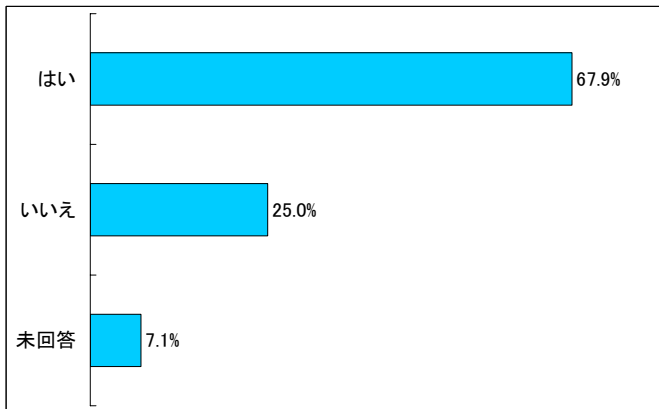
Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



「はい」の理由: いろいろな料理を食べてみたい
 「いいえ」の理由: 内容による、しゃぶしゃぶ、焼き鳥、寿司なら食べてみたい

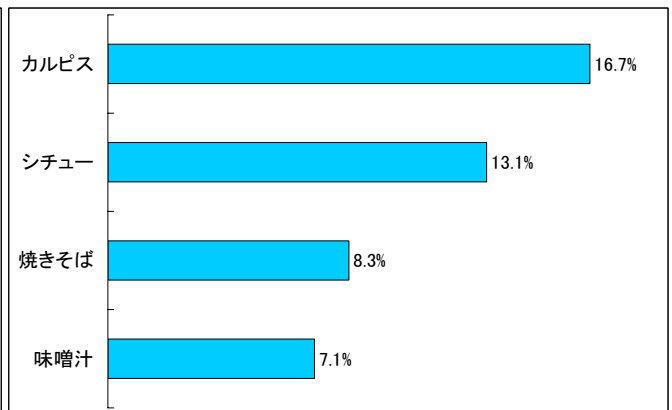
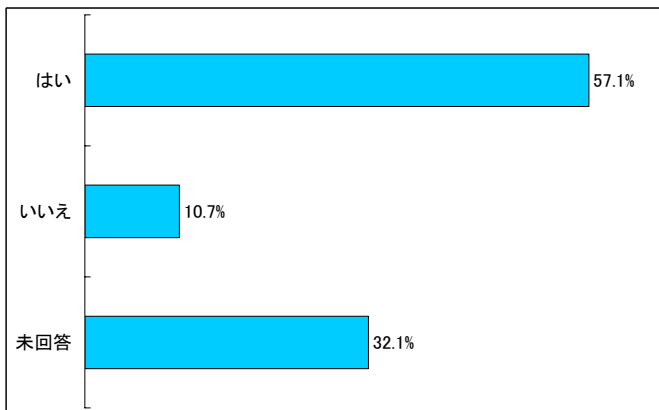
Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？



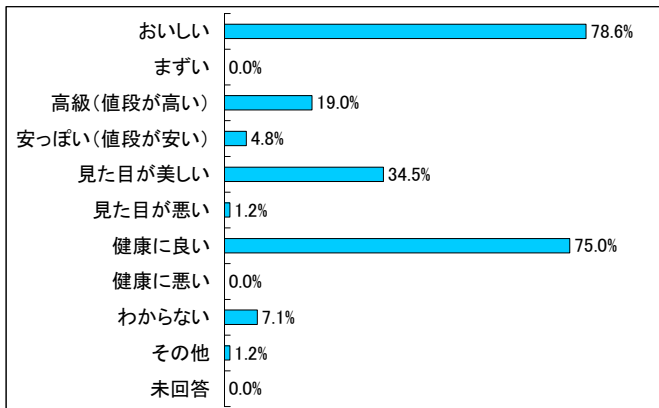
「はい」の理由: 麺類が好き、珍しい料理を試したい
 「いいえ」の理由: 料理をしない×2、(以下、蕎麦つゆ) 味が濃い×2、好きな味ではない×2

Q4-1 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？

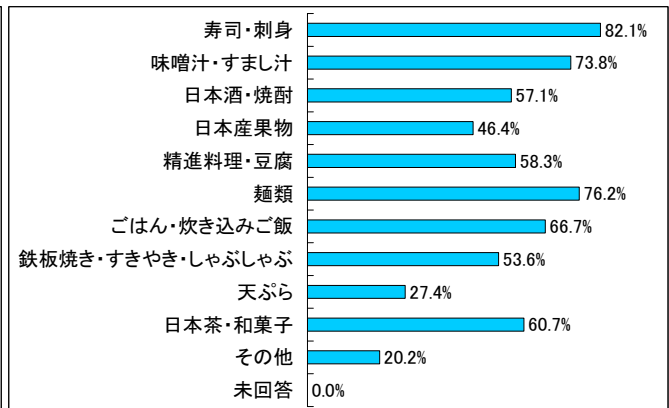
Q4-2 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたら、ご記入下さい。



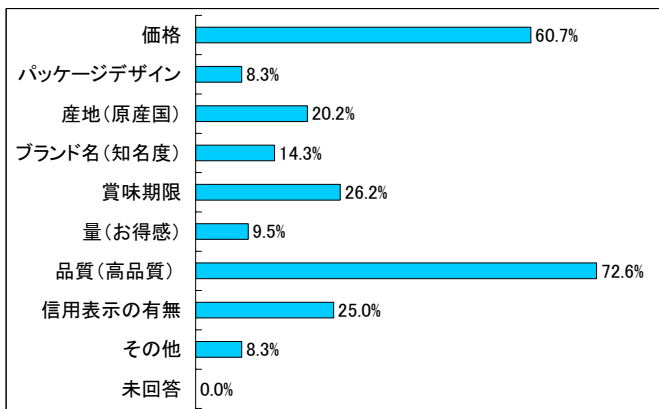
Q5 日本食・日本食材についてのイメージをお聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



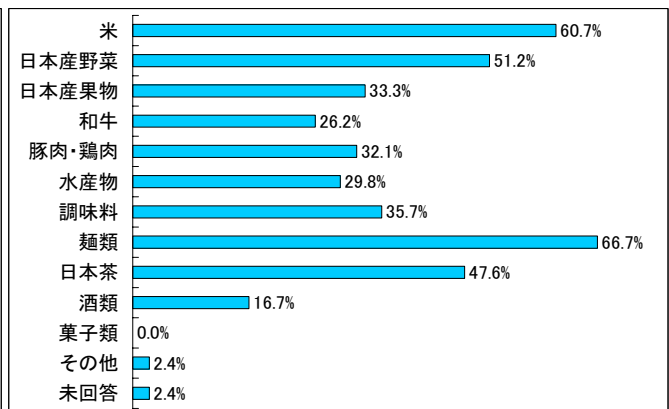
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを教えてください。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本食材を購入したいですか？ 複数回答可。



「その他」の記載：味×4、健康×2

- ・ 50代以上が約60%を占め年配層が多かった。料理デモは殆どが「良かった」と回答している。
- ・ 蕎麦・そうめんつゆについて「味が濃い」との記載があり、アンケート以外でも同様の反応が多々見られた。
- ・ 日本食のイメージは「おいしい」、「健康に良い」に集中した。
- ・ 食べたことのある日本食の数は、回答者当たり6.2種類でアジア系の消費者と変わらない。
- ・ 食品選びの基準につき、「品質」を挙げる消費者が圧倒的に多く、その他の意見として「味」と「健康」を挙げる消費者も多かった。

6. 販売員の意見

- ・ 多くの消費者が「おいしい」との好意的な反応で、日本食の味に対してポジティブな印象を持っている消費者が殆どであったが、原材料(MSG、糖分、塩分、牛乳)やカロリーを気にする人が驚くほど多く、健康に対する意識、健康管理が日本人よりも厳しいように感じた。
- ・ 焼きそばは日本の「焼きそば」というよりも、中華料理の Pan Fried Noodle が既に浸透しているために躊躇なく試食をしてくれたように思われる。

7. 販売店の意見(HOWS 全店舗共通)

- ・ 日本食はヘルシーなイメージがあり、人気が高い。また、寿司デリバリーも非常に好評である。今回のフェアは、新しい日本食が試食でき、消費者も楽しんだ様子で有意義であった。
- ・ パッケージに日本語しか書いていない商品は、裏に英文ラベルが貼ってあっても、陳列した状態では何か分からないので売れないため、英語の商品名とレシピは必須である。
- ・ 当初は、ハヤシライス料理デモを予定していたが、豆乳入りコーンシチューに変更した。日本食はヘルシーなイメージの方が売れる。

8. 輸入業者の意見(HOWS 全店舗共通)

- ・ 料理デモ対象となった商品及びその関連商品は今回セール価格としたが、値引き分を店舗側は負担せず、卸業者が負担しなければならなかった。
- ・ 他に商品を卸している米系スーパーもあるが、大手チェーンになるほど中間に米系のブローカー(仲買人)が入り、直接取引は難しい。卸業者の数を極力抑えようとするのはどの店舗も同じだが、米系は特にその傾向が強い。その上に「棚代」を支払って置いてもらっているものもある。オーガニック等の特異な商品か、余程の売れ筋商品でない限りは、これらブローカーへのマージンの支払いと棚代を支払えるメーカー以外の商品は米系スーパーへの展開は難しい。
- ・ 米系で料理デモをやらせてもらえるところは稀である(におい・食中毒等事故回避のため)。しかし、料理デモをしなければ消費者に商品の良さを知ってもらえず、購入に繋がらないので、日本食を浸透させるには二重のハードルがある。その意味で今回のフェアは有意義であった。

9. 所感

- ・ 本店舗があるトランス市は、南カリフォルニアの中で最も日本人が多く住む地区であるので、来店者は日本人や日系人が多くなることを予想していたが、白人系のアメリカ人がほとんどであった。
- ・ 店舗ちらしで本フェアを知ったため来店したという消費者もおり、日本食に対して非常に好意的な印象を持っている消費者が多く、レストランで食べたことがあるものを嬉しそうに語ってくれる消費者もいた。しかしながら、会話の端々で依然、アジア系スーパーの消費者層に比べて日本食は「エキゾチック」というイメージが強い印象を受けた。
- ・ 消費者の中に、「日本食は大好きだが、作り方の検討もつかず、インターネットで調べても普段使わない特別な調味料(料理酒、みりん、めんつゆ、だし等)が必要になるので、レストランで食べるものの域を超えることはない。タイ料理が好きな日本人がタイレストランに通っても家で作るに至らないのと同様である」と語っていたのが印象的である。やはり手軽さが必要で、かつ、日本食レストランの定番メニュー等、ある程度知られているものからPRしていく必要があると感じた。

《2月》

1. 開催概要

- 開催店舗 ⑨HOWS Markets(米系)
 Malibu 店(超高級住宅街)
 □住所 カリフォルニア州 マリブ市
 (30745 Pacific Coast Hwy, Malibu, CA 90265)
 □開催期間 平成 22 年 2 月 20 日～28 日(9 日間)
 □開店時間 24 時間(年中無休)
 □名称 Japanese Food Festival
 □内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
ほんだしスティック	-	65g	0	3.49	4	14	0	0	-
カルピス ウォーター缶	-	335ml	72	0.99	27	27	0	0	-
カルピス ウォーターPET	-	500ml	72	1.89	44	83	3	0	-
カルピス ライチPET	-	500ml	72	1.89	48	91	6	0	-
カルピス マンゴーPET	-	500ml	72	1.89	59	112	6	0	-
カルピス ストロベリーPET	-	500ml	72	1.89	43	81	3	0	-
ポッキー	-	80g	20	1.99	17	34	0	0	-
ポッキーストロベリー	-	40g	10	1.49	10	15	0	0	-
円熟8食 豆腐	-	151.2g	48	3.50	48	168	6	0	-
円熟8食 わかめ	-	151.2g	12	3.50	12	42	6	0	-
わさび粉	-	28g	0	2.99	1	3	0	0	-
友白髪そうめん	-	453g	24	1.89	19	36	2	0	-
山芋入蕎麦	-	300g	24	1.79	14	25	3	0	-
インスタント味噌汁 白味噌	-	30g	0	2.49	4	10	0	0	US\$4.69/51.6g 米国
インスタント味噌汁 赤味噌	-	30g	0	2.49	3	7	0	0	同上
インスタント味噌汁 豆腐	-	30g	0	2.49	13	32	0	0	同上
インスタント味噌汁 ホウレン草	-	30g	0	2.49	7	17	0	0	同上
インスタント味噌汁 わかめ	-	18g	0	2.49	6	15	0	0	同上
味みりん	-	300ml	0	3.59	2	7	0	0	-
そうめんつゆの素	-	300ml	6	3.89	5	19	5	0	-
ざる蕎麦つゆの素	-	300ml	6	3.50	4	14	2	0	-
マルちゃん 焼きそば	-	480g	30	3.00	30	90	0	0	US\$3.59/495g 米国
マヨネーズ	-	500g	4	3.99	2	8	0	0	US\$3.49/532ml 米国
ゴールデンカレー辛口	-	100g	0	2.89	3	9	0	0	-
ゴールデンカレー中辛	-	100g	0	2.89	5	14	0	0	-
ゴールデンカレー甘口	-	100g	0	2.89	0	0	0	0	-
胡麻塩	-	35g	0	3.00	0	0	0	0	-
一味唐辛子	-	85g	0	3.79	0	0	0	0	-
七味唐辛子	-	15g	10	2.19	3	7	1	0	-
練りわさび	-	43g	10	2.29	4	9	1	0	-
オリエンタルカレーインスタント辛口	-	220g	20	2.50	16	40	3	0	-
オリエンタルカレーインスタント中辛	-	220g	20	2.50	19	48	4	0	-
オリエンタルカレーインスタント甘口	-	220g	15	2.50	8	20	5	0	-

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
クリームシチュールー	-	160g	10	3.00	5	15	0	0	-
ハヤシライスルー	-	160g	10	3.00	5	15	0	0	-
コーンシチュールー	-	160g	20	3.00	16	48	0	0	-
白味噌	-	500ml	4	4.99	3	15	0	0	-
手作り赤味噌	-	500ml	4	4.99	4	20	0	0	-
合 計						1,210			

¥110,119

※仕入数は2月中旬以降のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※売上額は、開催店舗により非公表のため、本フェア開始前後の仕入数の差より推計した金額である。

3. 販売促進及び広報活動(HOWS Markets 全4店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



販売促進員(マネキン)の配置

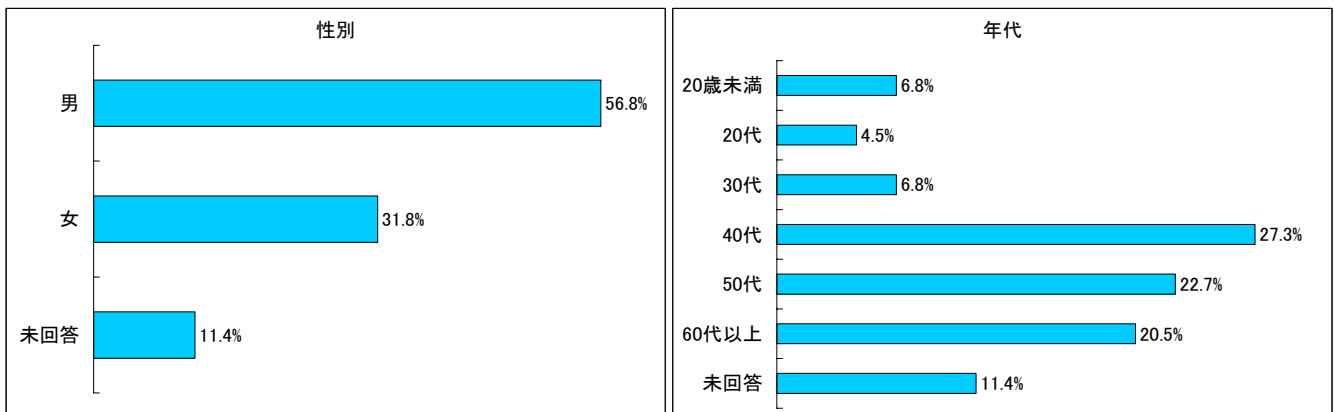


- ・ 客層は圧倒的に白人系アメリカ人、かつ、富裕層が多かった。
- ・ 海岸線沿いのため、海水浴客(サーファー等)が一日に何度も来店し、顔見知りとなり、和やかな雰囲気であった。
- ・ 店舗は非常に狭いが、近所に食品スーパーがないこともあり、一日を通して消費者の足が途絶えることはなかった。
- ・ 客層は全体的に落ち着いており、のんびりとした雰囲気であった。

- ・ 米系スーパーでは料理デモを減多に行わないため、入口近くの料理デモブースには物珍しそうに多くの来店者が集まってきた。
- ・ 健康に気を使う消費者が非常に多く、半数以上が試食の前に成分表を確認していた。中高年の男性は塩分の多さを指摘し、男性・女性ともにMSG含有を指摘して試食を断るケースがあった。逆に、カレーはMSGが含有されていないため、殆どの消費者が試食した。
- ・ 料理デモ対象商品は全て手軽に作れる点が好評であった。

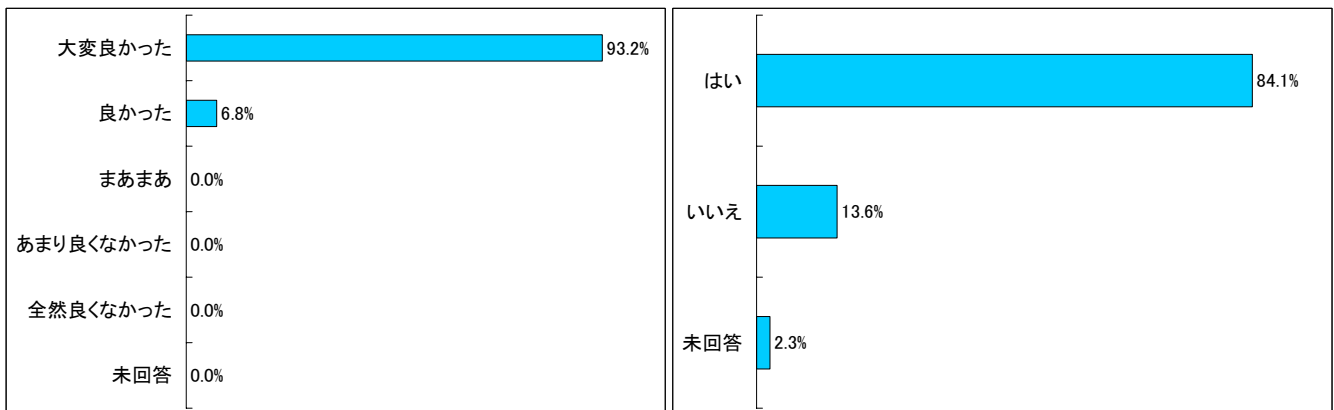
5. 現地消費者の反応（アンケート結果）

【回答者の属性】



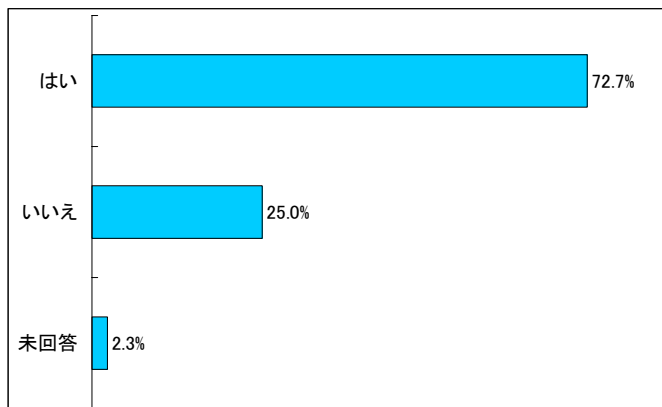
Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



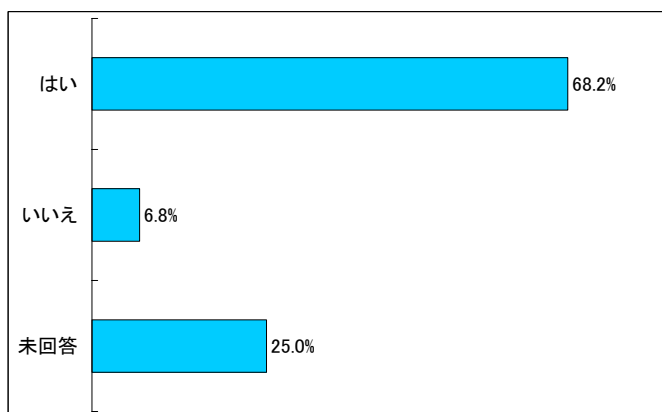
「はい」の理由: 寿司なら是非

Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？

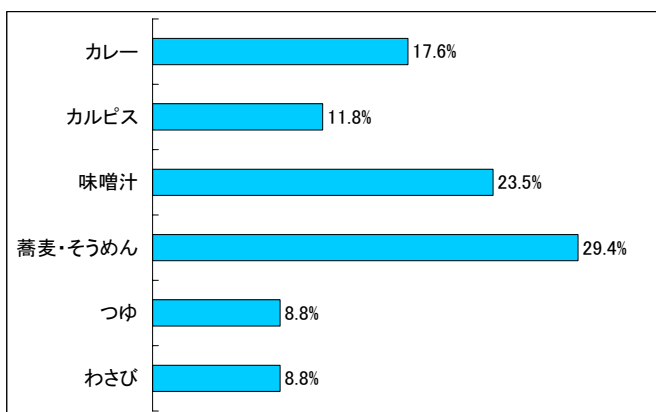


「はい」の理由: 料理が好き、カレーが好き、日本料理が好き

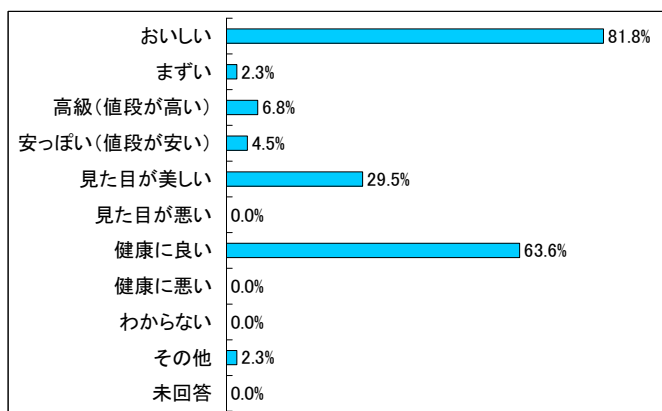
Q4-1 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？



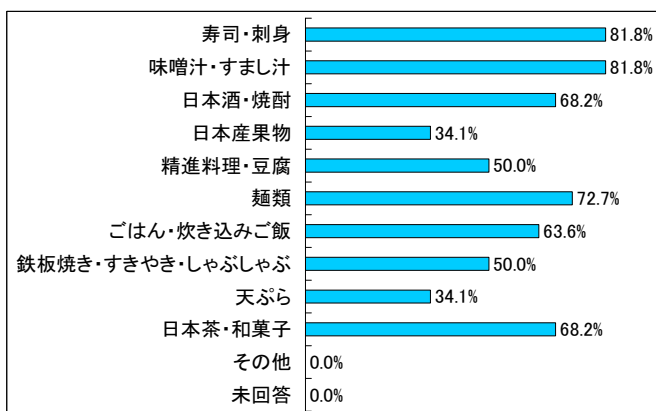
Q4-2 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたら、ご記入下さい。



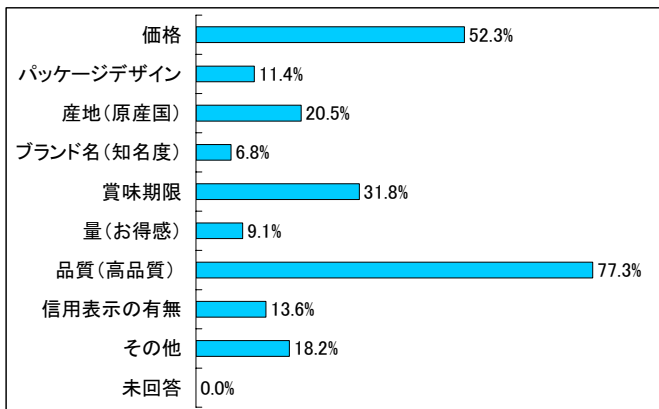
Q5 日本食・日本食材についてのイメージをお聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



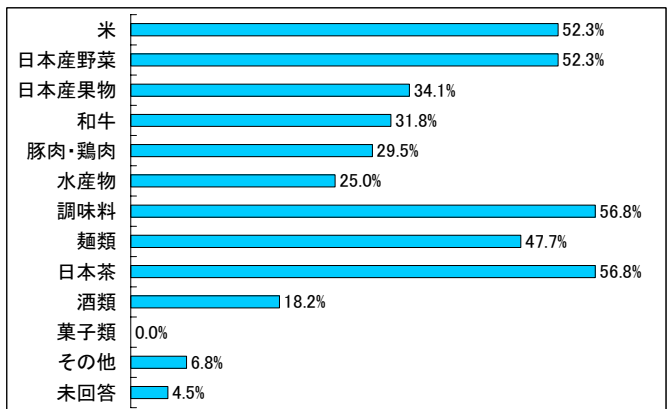
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを教えて下さい。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本食材を購入したいですか？複数回答可。



「その他」の記載:原材料×3、オーガニック×2、自然食品、味

- ・ 殆どが40代以上で、他の店舗と異なり半数以上が男性客であったのは、海岸線沿いでサーファーが多いという立地を反映している。料理デモは殆どが「大変良かった」と回答している。
- ・ 食べたことのある日本食の数は、回答者当たり6種類でアジア系消費者と変わらない。
- ・ 食品選びの基準につき、「品質」を挙げる消費者が圧倒的に多く、その他として「原材料」、「自然食品」等を記載する消費者がこれまでのどのアンケートよりも多く、健康に気遣う客層が多いことを反映している。

6. 販売員の意見

- ・ カルピスは、「甘過ぎる」、「(成分表を見て)糖分が多い」、「コーンシロップは不健康」という理由で、試飲を躊躇する消費者が多く、健康管理が日本人よりも厳しいように感じた。特にMSGはアレルギー反応と言ってよい程であり、途中からMSG含有商品の試食を勧めることに罪悪感を覚えるようになってしまった。
- ・ 蕎麦・そうめんは、全体的に好意的と否定的な反応に二分された。ネガティブ面では、「つゆがしょっぱい」、「(蕎麦に関して)虫みたいで気持ち悪い。ゴム？」等。「見た目は悪いがおいしい」という意見もあり、蕎麦やそうめんの認知度の低さを痛感した。
- ・ 味噌汁は、MSGが入っている割には人気があり、豆腐とわかめ両方を購入する消費者も複数いた。
- ・ 商品を置くスペースが少なく、料理デモを行う場合は直ぐ傍に商品を置かないと購入に繋がりにくいと感じた。

7. 販売店の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

8. 輸入業者の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

9. 所感

- ・ マリブの、しかもPCH(Pacific Coast Highway)という著名な海岸線沿いという立地から富裕層が多く、健康を気にする消費者がこれまでで最も多い印象を受けた。また、来店者は100%と言ってよいほど白人であった。
- ・ 塩分・糖分が高い商品も嫌がられるので、原材料に応じてターゲット層を検討する必要性を感じた。

《2月》

1. 開催概要

- 開催店舗 ⑩HOWS Markets(米系)
Granada Hills 店(郊外の住宅街)
- 住所 カリフォルニア州 ロサンゼルス市
(11900 Balboa Blvd., Granada Hills, CA 91344)
- 開催期間 平成 22 年 2 月 20 日～28 日(9 日間)
- 開店時間 24 時間(年中無休)
- 名称 Japanese Food Festival
- 内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
カルピス ウォーター缶	-	335ml	24	0.99	12	12	0	0	-
カルピス ウォーターPET	-	500ml	48	1.89	44	83	4	0	-
カルピス ライチPET	-	500ml	48	1.89	38	72	4	0	-
カルピス マンゴーPET	-	500ml	48	1.89	40	76	4	0	-
カルピス ストロベリーPET	-	500ml	48	1.89	31	59	4	0	-
ポッキー	-	80g	20	1.99	26	52	0	0	-
ポッキーストロベリー	-	40g	10	1.49	19	28	0	0	-
円熟8食 豆腐	-	151.2g	48	3.00	48	144	2	0	-
円熟8食 わかめ	-	151.2g	24	3.00	22	66	1	0	-
だしの素	-	149g	6	4.39	5	22	0	0	-
わさび粉	-	28g	0	4.99	6	30	0	0	-
牡丹飴	-	21g	60	1.19	14	17	0	0	-
友白髪そうめん	-	453g	24	1.89	22	42	0	0	-
山芋入蕎麦	-	300g	24	3.99	24	96	1	0	-
インスタント味噌汁 白味噌	-	30g	0	2.49	7	17	1	0	-
インスタント味噌汁 赤味噌	-	30g	0	2.49	9	22	0	0	-
インスタント味噌汁 豆腐	-	30g	12	2.49	18	45	0	0	-
インスタント味噌汁 ホウレン草	-	30g	6	2.49	9	22	0	0	-
インスタント味噌汁 わかめ	-	18g	6	2.49	8	20	0	0	-
味みりん	-	300ml	0	3.59	4	14	0	0	-
そうめんつゆの素	-	300ml	20	3.89	14	54	1	0	-
ざる蕎麦つゆの素	-	300ml	20	3.00	18	54	1	0	-
マルちゃん 焼きそば	-	480g	10	3.00	14	42	0	0	US\$1.29/340g 米国
マヨネーズ	-	500g	6	3.99	5	20	0	0	US\$3.49/532ml 米国
緑茶PET 2L	-	2L	6	3.99	3	12	0	0	-
緑茶PET 500ml	-	500ml	6	1.79	14	25	0	0	-
烏龍茶PET 2L	-	2L	0	3.99	5	20	0	0	-
烏龍茶PET 500ml	-	500ml	0	1.79	8	14	0	0	-
味選ざる蕎麦	-	360g	0	3.99	4	16	0	0	-
カレーパウダー缶	-	85g	0	3.99	3	12	0	0	-
ゴールデンカレー辛口	-	100g	0	2.89	7	20	0	0	-
ゴールデンカレー中辛	-	100g	0	2.89	10	29	0	0	-
ゴールデンカレー甘口	-	100g	0	2.89	3	9	0	0	-
胡麻塩	-	35g	0	3.00	0	0	0	0	-

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
ラー油	-	33ml	0	2.19	10	22	0	0	US\$3.19/148ml 米国
辛子粉缶	-	85g	12	3.79	8	30	0	0	US\$1.39/57g 米国
練りわさび	-	43g	10	2.29	12	27	1	0	-
オリエンタルカレーインスタント辛口	-	220g	50	2.50	41	103	4	0	-
オリエンタルカレーインスタント中辛	-	220g	50	2.50	46	115	3	0	-
オリエンタルカレーインスタント甘口	-	220g	20	2.50	18	45	3	0	-
七味唐辛子	-	15g	10	1.79	8	14	1	0	-
クリームシチュールー	-	160g	20	3.00	11	33	0	0	-
ハヤシライスルー	-	160g	20	3.00	18	54	0	0	-
コーンシチュールー	-	160g	40	3.00	36	108	0	0	-
たくあん太郎	-	348g	0	4.99	4	20	0	0	-
東京たくあん	-	178g	0	3.29	3	10	0	0	-
ハワイアン粉コーヒー	-	337ml	0	1.29	3	4	0	0	US\$1.29/325ml 米国
オリジナルブレンド	-	337ml	0	1.59	5	8	0	0	同上
白味噌	-	500ml	0	4.99	8	40	0	0	-
手作り赤味噌	-	500ml	32	4.99	19	95	0	0	-
合 計						1,994			

¥181,425

※仕入数は 2 月中旬以降のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※売上額は、開催店舗により非公表のため、本フェア開始前後の仕入数の差より推計した金額である。

3. 販売促進及び広報活動(HOWS Markets 全 4 店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



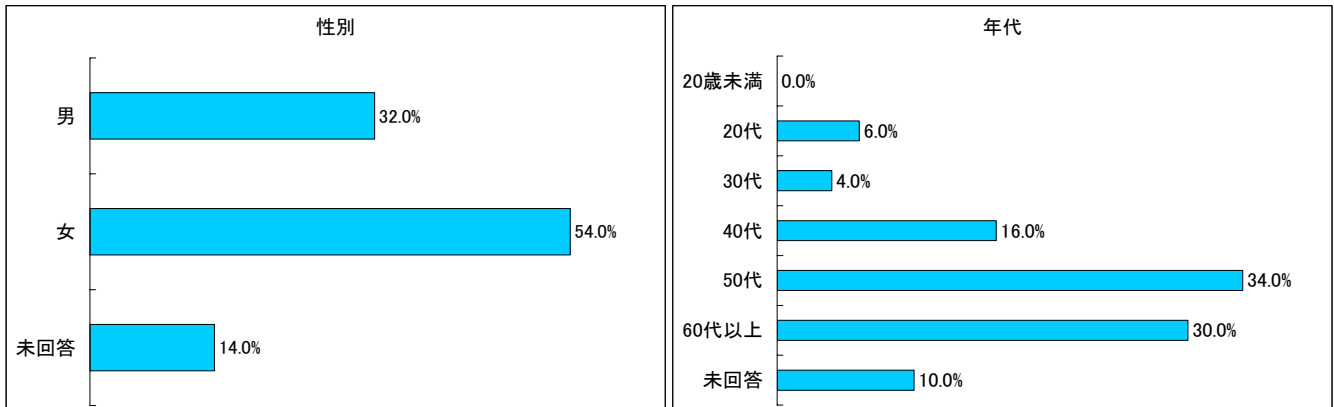
販売促進員(マネキン)の配置



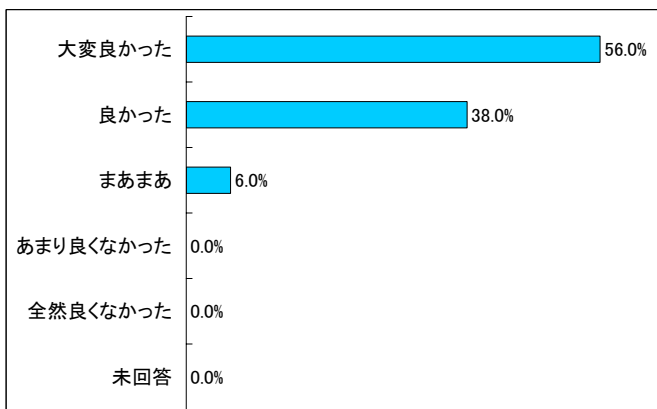
- ・ 客層は圧倒的に白人系アメリカ人で、50代以上が非常に多かった。
- ・ 店舗内は全体的に混雑することなく、のんびりとした雰囲気であったものの、米系スーパーでは料理デモを減多に行わないため、入口近くの料理デモブースには物珍しく多くの来店者が寄ってきた。
- ・ 店舗近郊には日本食レストランも少なく、日本食を知っている消費者が少ない印象であったが、日本食そのものに対するイメージは全体的に好意的であった。
- ・ 年齢層が高いためか、塩分や糖分量を気にする消費者が非常に多かった。また、ベジタリアンも多く見られた。

5. 現地消費者の反応 (アンケート結果)

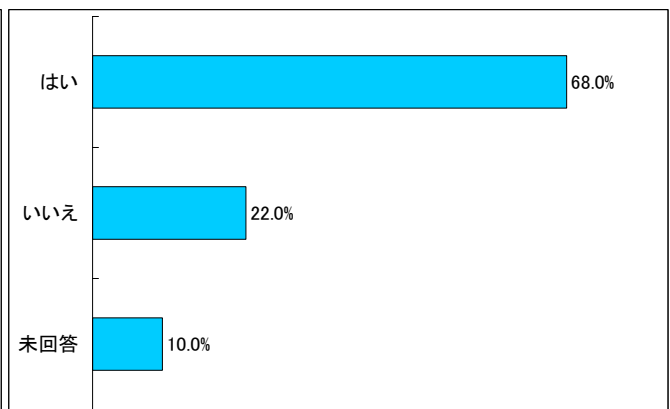
【回答者の属性】



Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

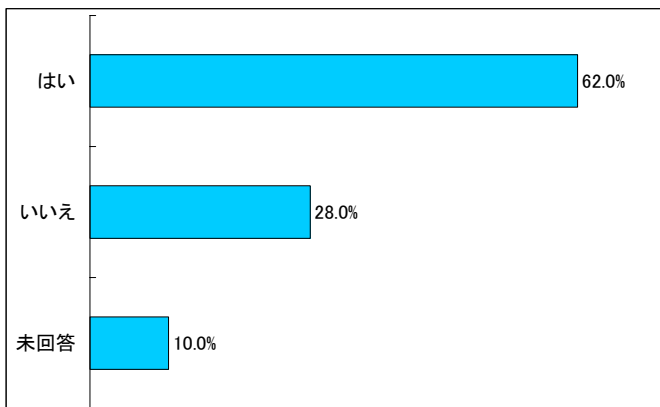


Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



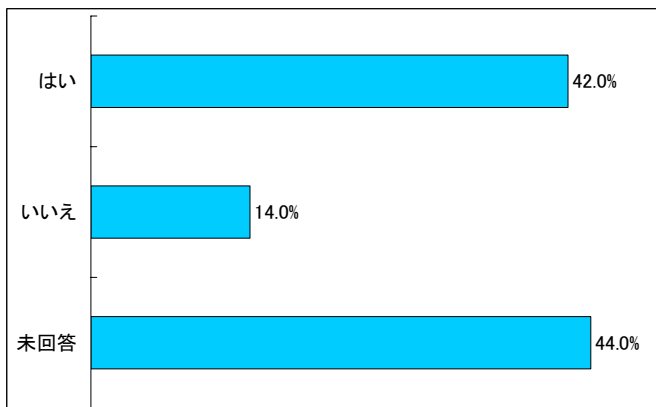
「はい」の理由: いろいろな料理を試したい、料理が好き

Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？



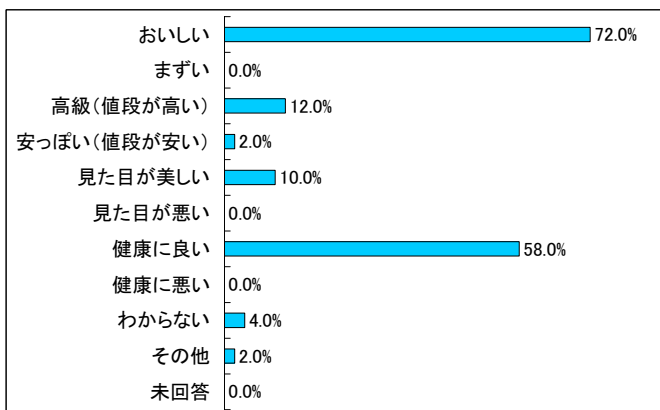
「はい」の理由: おいしかった
 「いいえ」の理由: 既に家にある(カレー)、しょっぱ過ぎ

Q4 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？

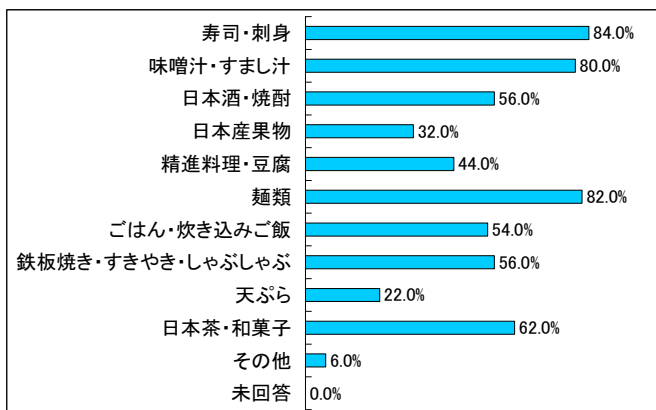


具体的な記載: カレー×5、カルピス×4、そうめん×3、
 つゆ×3、わさび×2

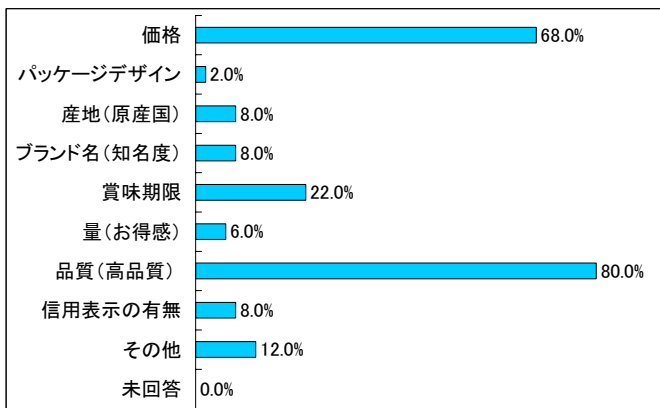
Q5 日本食・日本食材についてのイメージをお聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



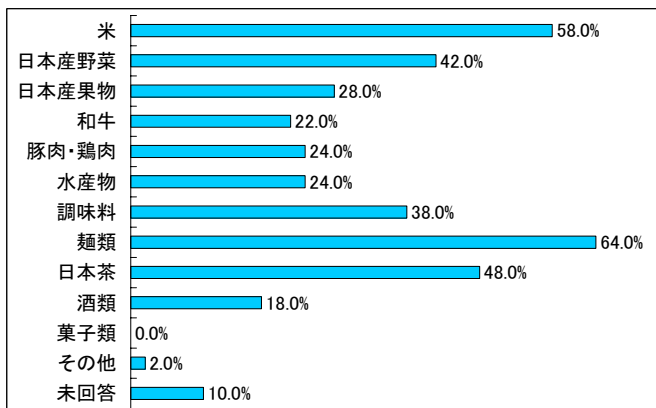
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを教えてください。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本食材を購入したいですか？ 複数回答可。



「その他」の記載: 味×5、原材料×1

- ・ 50代以上が64%以上を占め、年配層が多かった。料理デモは殆どが「良かった」と回答している。
- ・ 蕎麦・そうめんつゆについて「しょっぱい」との記載があり、アンケート外でも同様の反応が多々見られた。
- ・ 日本食のイメージは「おいしい」、「健康に良い」に集中した。
- ・ 食べたことのある日本食の数は回答者当たり5.8種類でアジア系消費者より若干少ない程度で大差はない。
- ・ 食品選びの基準につき、アジア系消費者と比べて「品質」を挙げる消費者が圧倒的に多く、その他として「味」を挙げる消費者が多かった。

6. 販売員の意見

- ・ 蕎麦・そうめんは初めて見る消費者も多く、「おいしい」と「(見た目最初から/試食後も)全く駄目」に二分された。試食後は「しょっぱい」というコメントが多かったため途中から薄めにしたが、依然として「しょっぱい」という意見が散見された。
- ・ インスタント味噌汁とインスタントカレーは、「インスタントなのにこんなにおいしいなんて」と非常に人気が高かった。カレーはベジタリアン用ということで多くの消費者が試食し、辛口が人気であった。
- ・ 一方で、カルピスは、「糖分が多すぎる」、味噌汁は、「塩分が多すぎる」として購入どころか試食・試飲を躊躇する消費者も多かったが、子供連れの消費者は殆どがカルピスを購入し、味噌汁はレストランよりも安くていいと購入していく消費者も複数いた。

7. 販売店の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

8. 輸入業者の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

9. 所感

- ・ 全4店舗の中で最も、日本食の認知度が低い顧客層であった(食べたことのある日本食の種類数も最も低かった)。中流階級で日系社会からも遠く、日本食レストランもあまりない地区であることが反映されていると思われる。
- ・ 本店舗の常連客の中にも、同店で日本食の取り扱いがあるのを知らない顧客が多かったのには驚いた。「店内のいつもの動線」上に日本食コーナーが入っていない場合、定期的に料理デモ等を行わないと認知してもらえないことを痛感した。

《2月》

1. 開催概要

- 開催店舗 ①HOWS Markets(米系)
Pasadena 店(超高級住宅街)
- 住所 カリフォルニア州 パサデナ市
(3035 E. Huntington Dr., Pasadena, CA 91107)
- 開催期間 平成 22 年 2 月 20 日～28 日(9 日間)
- 開店時間 24 時間(年中無休)
- 名称 Japanese Food Festival
- 内容 料理デモの実施、日本産食品の試食提供・販売



2. 販売品目

1アメリカドル(US\$)=91円(平成22年2月15日)

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
ほんだしスティック	-	65g	0	3.49	8	28	0	0	-
カルピス ウォーター缶	-	335ml	72	0.99	36	36	0	0	-
カルピス ウォーターPET	-	500ml	72	1.89	48	91	9	0	-
カルピス ライチPET	-	500ml	72	1.89	56	106	3	0	-
カルピス マンゴーPET	-	500ml	72	1.89	63	119	6	0	-
カルピス ストロベリーPET	-	500ml	72	1.89	44	83	3	0	-
アーモンドクラッシュポッキーハーフ	-	32g	20	2.89	23	66	0	0	-
ポッキー	-	80g	20	1.99	26	52	0	0	-
ポッキーストロベリー	-	40g	10	1.49	9	13	0	0	-
ブリッツ ロースト パーティーパック	-	193g	0	3.19	3	10	0	0	-
味噌 みそPET	-	283g	24	5.29	16	85	0	0	-
円熟8食 豆腐	-	151.2g	72	3.50	62	217	4	0	-
円熟8食 わかめ	-	151.2g	48	3.50	40	140	4	0	-
HANAYUKI パン粉	-	227g	6	3.99	4	16	0	0	US\$2.79/226.8g 米国
だしの素	-	149g	0	5.99	4	24	0	0	US\$2.99/454g 米国
水戸納豆	-	85g	12	1.29	9	12	0	0	-
わさび粉 28g	-	28g	0	4.99	5	25	0	0	-
わさび粉 56g	-	56g	0	2.99	2	6	0	0	-
牡丹飴	-	21g	0	1.19	9	11	0	0	-
友白髪そうめん	-	453g	0	1.89	5	9	0	0	-
山芋入蕎麦	-	300g	0	1.99	9	18	0	0	-
5連グミ	-	135g	0	2.19	4	9	0	0	US\$1.39/100g マレーシア
ローストグリーンピース	-	95g	20	2.49	6	15	0	0	US\$1.69/113g 中国
ローストグリーンピース辛口	-	87g	0	1.79	8	14	0	0	同上
豆腐バーガーパーティーパック	-	49g	0	2.99	2	6	0	0	-
カレーソース辛口	-	210g	0	3.29	6	20	0	0	-
カレーソース中辛	-	210g	0	3.29	8	26	0	0	-
ラー油	-	31g	0	2.59	8	21	0	0	US\$3.19/148ml 米国
インスタント味噌汁 白味噌	-	30g	12	2.49	13	32	0	0	-
インスタント味噌汁 赤味噌	-	30g	0	2.49	16	40	0	0	-
インスタント味噌汁 豆腐	-	30g	24	2.49	28	70	0	0	-
インスタント味噌汁 ホウレン草	-	30g	12	2.49	10	25	0	0	-
インスタント味噌汁 わかめ	-	18g	0	2.49	7	17	0	0	-
味みりん 300ml	-	300ml	0	3.59	4	14	0	0	US\$2.59/290ml 米国

品目	企業名・産地	内容量	仕入数	販売価格 (US\$)	販売数	売上額 (US\$)	試食数	損傷数	他国産競合 品目の価格
味みりん 500ml	-	500ml	0	4.79	2	10	0	0	-
醤油マイルド	-	250ml	0	4.39	4	18	0	0	US\$3.19/296ml 米国
そうめんつゆの素	-	300ml	12	3.89	2	8	0	0	US\$2.99/296ml 米国
ざる蕎麦つゆの素	-	300ml	12	3.00	5	15	0	0	同上
マルちゃん 焼きそば	-	480g	60	3.00	54	162	4	0	US\$2.19/567g 米国
マヨネーズ	-	500g	12	3.99	9	36	0	0	US\$3.49/532ml 米国
緑茶PET	-	2L	6	3.99	3	12	0	0	-
烏龍茶PET	-	2L	0	3.99	2	8	0	0	-
ラムネ オリジナル	-	200ml	30	1.79	13	23	0	0	-
カレーパウダー缶	-	85g	12	3.99	3	12	0	0	-
ゴールデンカレー辛口	-	100g	12	2.89	8	23	0	0	-
ゴールデンカレー中辛	-	100g	12	2.89	11	32	0	0	-
ゴールデンカレー甘口	-	100g	12	2.89	5	14	0	0	-
胡麻塩	-	35g	0	3.00	0	0	0	0	-
七味唐辛子	-	15g	10	1.79	3	5	0	0	-
ラー油	-	33ml	0	2.19	1	2	0	0	US\$3.19/148ml 米国
辛子粉缶	-	85g	0	3.79	2	8	0	0	US\$1.39/57g 米国
練りわさび	-	43g	0	2.29	8	18	0	0	-
練りわさび ファンサイズ	-	90g	0	3.29	4	13	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント辛口	-	220g	0	2.50	0	0	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント中辛	-	220g	0	2.50	0	0	0	0	-
オリエンタルカレーインスタント甘口	-	220g	0	2.50	0	0	0	0	-
クリームシチュー	-	160g	10	3.00	6	18	0	0	-
ハヤシライス	-	160g	10	3.00	4	12	0	0	-
コーンシチュー	-	160g	24	3.00	21	63	5	0	-
東京たくあん	-	178g	0	3.29	1	3	0	0	-
オリジナルブレンド	-	337ml	24	1.29	5	6	0	0	US\$1.29/325ml 米国
白味噌	-	500ml	4	4.99	4	20	0	0	-
手作り赤味噌	-	500ml	4	4.99	7	35	0	0	-
合 計						2,052			

¥186,708

※仕入数は2月中旬以降のものであり、店舗に在庫があった既存商品も含まれているため、仕入数と販売数は一致しない。

※売上額は、開催店舗により非公表のため、本フェア開始前後の仕入数の差より推計した金額である。

3. 販売促進及び広報活動(HOWS Markets 全4店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

4. フェア実施の様子

おいしいロゴ入りのぼり・タペストリー、ポスターの掲示



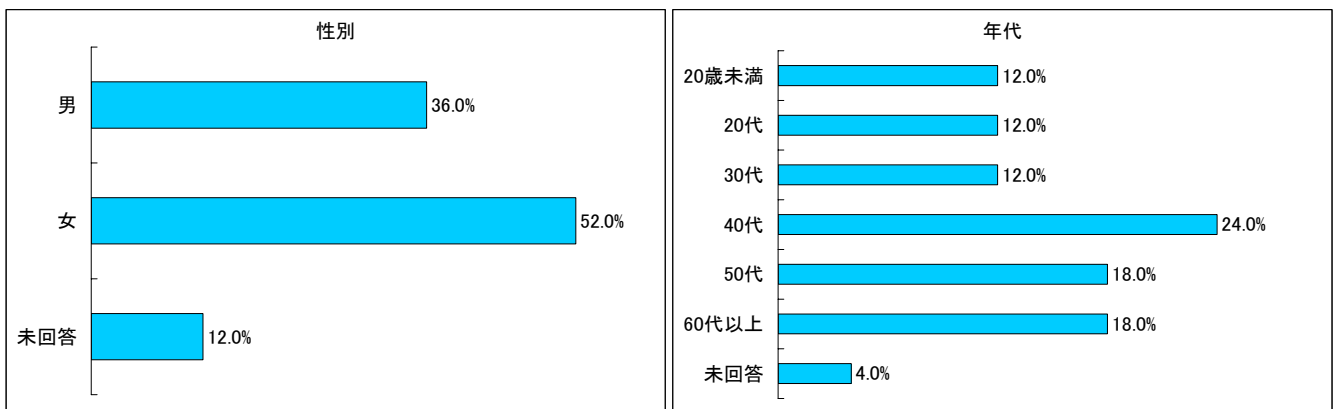
販売促進員(マネキン)の配置



- ・ 客層は圧倒的に白人系アメリカ人が多かった。
- ・ カルピスは思いの外知名度があり全体的に人気はあったものの、「甘過ぎる」、「(成分表を見て)糖分が多い」という反応も多かった。マンゴー味の人気が最も高かった。
- ・ コーンシチューは日本食なのかという質問を多く受けたが、評判はとても良かった。
- ・ 全体的に MSG・塩分の含有量を聞いたり、成分表を見る人が多く、健康を気にする消費者がアジア系の消費者に比べて非常に多い印象を受けた。特に MSG に関しては「アレルギー反応」と言える程に忌避する傾向が見られた。

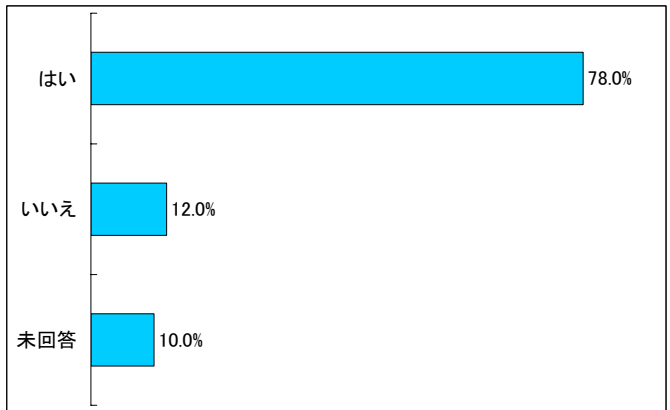
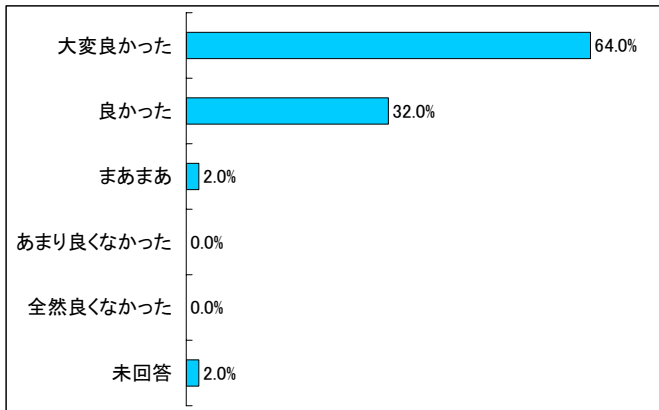
5. 現地消費者の反応 (アンケート結果)

【回答者の属性】



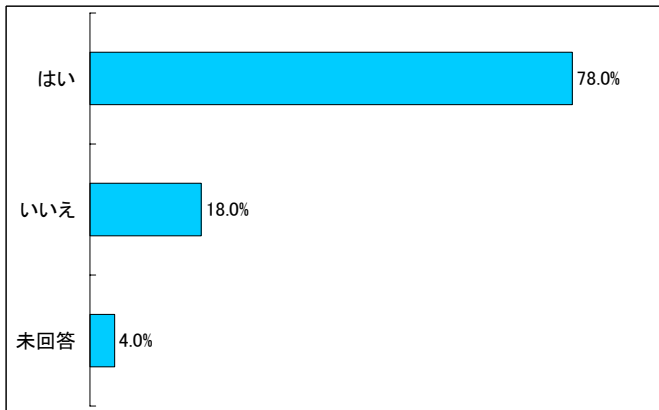
Q1 本日の料理デモはいかがでしたか？

Q2 同様の料理講習会があればまた参加されたいですか？



「はい」の理由: 楽しかった

Q3 本日の料理デモにてご紹介した料理を家でも試してみたいと思いますか？

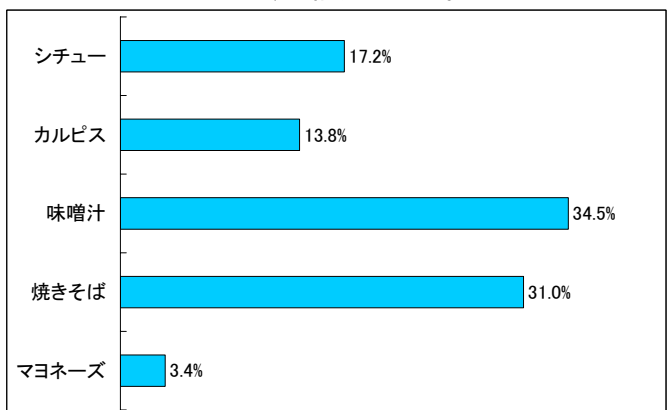
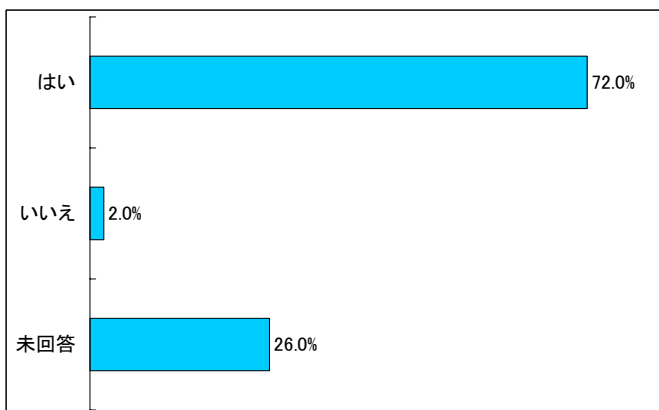


「はい」の理由: 作るのが簡単そう×2、おいしかった×2

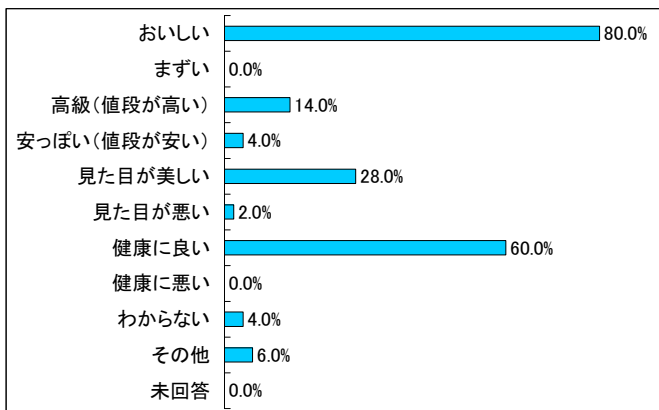
「いいえ」の理由: 料理をしない×2、料理は妻がする、忙しい

Q4-1 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたか？

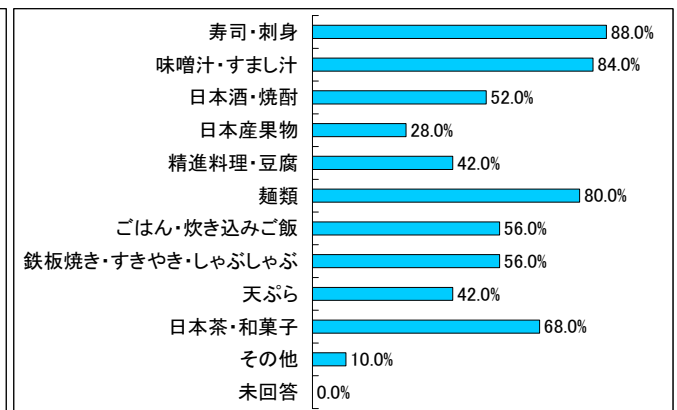
Q4-2 本日ご紹介した食材の中で、購入したい商品がございましたら、ご記入下さい。



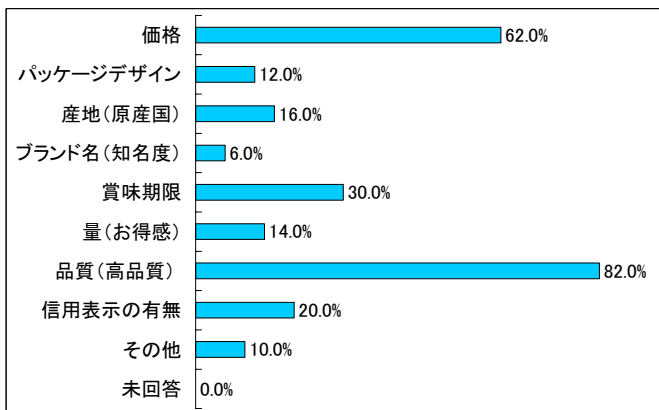
Q5 日本食・日本食材についてのイメージをお聞かせ下さい。上位3つを選択下さい。



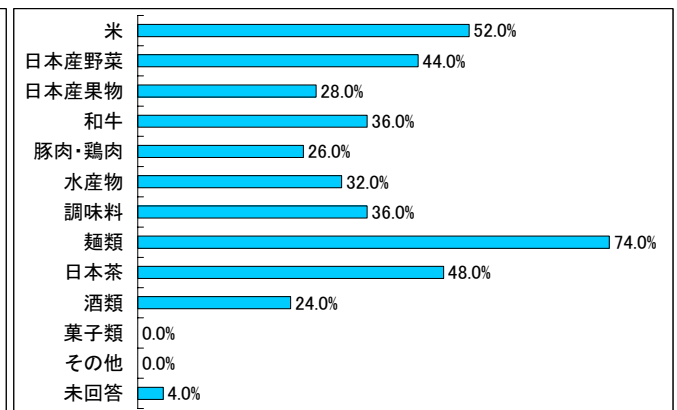
Q6 食べたことのある日本食・日本食材を教えてください。複数回答可。



Q7 あなたが食材を購入する際に重視することを教えてください。上位3つを選択下さい。



Q8 貴国で簡単に手に入るとしたら、どの日本食・日本食材を購入したいですか？ 複数回答可。



「その他」の記載：健康さ×3、自然原材料、味

- ・ 年代はほぼ満遍なく散らばり、女性が半数を占めている。料理デモは殆どが「良かった」と回答している。
- ・ 日本食のイメージは「おいしい」、「健康に良い」に集中した。
- ・ 食べたことのある日本食の数は、回答者当たり 6.1 種類でアジア系の消費者と変わらない。
- ・ 食品選びの基準につき、アジア系の消費者と比べて「品質」を挙げる消費者が多く、その他として「健康さ」を挙げる消費者も多かった。関連して、MSG に関する記載が複数見られ、健康管理に対する意識の高さが伺える。

6. 販売員の意見

- ・ 「日本食が大好き」というコメントを殆どの消費者から聞き、日本食の人気の高さを感じた。全体的に「おいしい」との好意的な反応で、日本食の味に対してポジティブな印象を持っている消費者が殆どであった。
- ・ 焼きそばについては「初めて見た。中華料理かと思った。」という消費者が多く、アメリカ人にはまだ浸透していないことを痛感したが、人気が高く、作り方を質問する消費者が多かった。
- ・ 原材料(MSG、糖分、塩分)やカロリーを気にする人が驚くほど多く、半数以上(高齢層は殆ど)の消費者からMSGか塩分の含有量に関する質問があり、健康に対する意識や、健康管理がアジア人よりも厳しいように感じた。また、「日本食は塩分が高い」というコメントも複数寄せられた。

7. 販売店の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

8. 輸入業者の意見(HOWS 全店舗共通)

※⑧HOWS Markets Torrance 店の項を参照。

9. 所感

- ・ 米系スーパーなので当然ながら客層はほぼ全てと言っていいほど白人系のアメリカ人ばかりであった。また、アンケート結果に反して、高齢層が多い印象を受けた(販売員同様)。原材料に関する質問が多かった要因の一つと思われる。
- ・ 周辺にはアジア系スーパーがないので、「ここにはアジア系の食材が多く置いてあるのが気に入っていてよく来店する」というコメントをした消費者が複数見られた。店舗ちらしで本フェアを知ったから来店したという消費者もいた。

以上