

米国プラットフォーム

1. 米国 PF と共同での活動に関心のある都道府県を探しています！

➤ 具体的な活動は、以下を想定しています。

① 米国の日系スーパー及びジャパン・ハウスにおいて、網羅的な都道府県プロモーションを開催（全米）

補足：米国内の日系スーパー（ロサンゼルス周辺、ニュージャージー、サンノゼ、ハワイなど）において、試食・体験・セミナー・広報強化・商談会を含む網羅的な都道府県プロモーションを開催。また、ロサンゼルスにあるジャパン・ハウスでも連動し、現地消費者向けセミナー&試食会等を開催。11 月初旬、来年 1 月前半、来年 3 月初中旬に自治体が参加可能。商社との商談など出口戦略を兼ねそろえた事業のため、定番商品化の可能性もあり。5 月中には、情報をオープンする予定。

② 日本食文化振興協会と連携した都道府県プロモーション（ロサンゼルス）

補足：日本食文化振興協会（ロサンゼルスにある日系団体）の主催する Japanese Food Expo において、都道府県ブースを設け、現地消費者向けテスト販売、及び現地商社等向け商談会を開催。

③ 日本酒インスタ「Premium Sake」における関連情報の発信

補足：NY では、米国における日本酒の認知度と親しみやすさを向上させるため、インスタアカウントを運営。日本酒の一般的な情報はもちろん、銘柄情報、フードペアリング、リカーショップ・レストランの紹介、イベント情報の拡散等、幅広い内容を掲載。写真と日本語キャプション案（事例は別添参照）をいただければ投稿可能。例えば、米国で流通している日本酒や米国におけるイベントについての情報の発信が可能。写真、キャプション案の送付先：ジェトロ NY 岩田（papt3@jetro.go.jp）、北出（teruo_kitade@jetro.go.jp）

④ 日本食文化振興協会及び自治体国際化協会と連携したプロモーション（NY）

補足：11 月初旬に日本食文化振興協会（ロサンゼルスにある日系団体）が開催する Japanese Food Expo において、自治体国際化協会とも連携のもと、日本産食材の PR を開催。Japanese Food Expo は現地消費者向けテスト販売等を目的としたものであり、自治体が参加可能。定番商品化の可能性もあり。5 月中には、情報がオープンになる予定。

(別添) Premium Sake 投稿事例

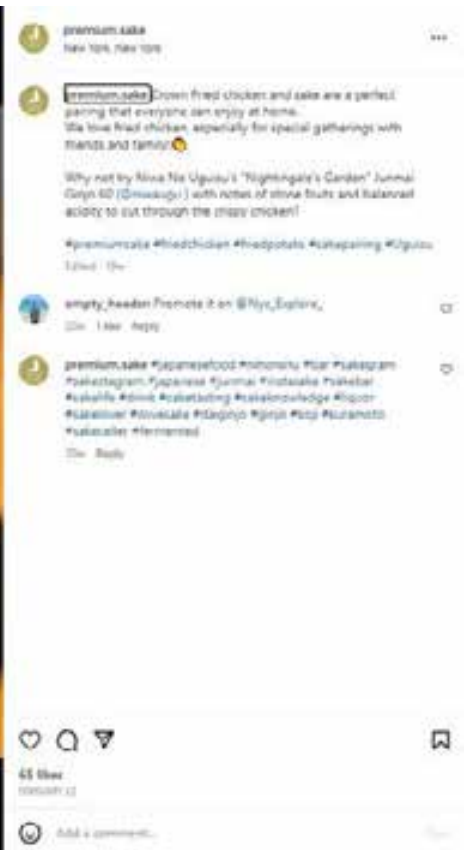
① お酒 (米国・NY で流通しているもの)



② イベント@米国・NY



③ お酒と料理のペアリング（米国の食文化に合わせたもの）



米国輸出支援プラットフォームの活動について (ロサンゼルスを中心に)

2024年5月16日
JETROロサンゼルス
木村 恒太

本日のご報告事項

1. 米国について
2. 米国輸出支援PFの事業展開（LAPFを中心に）
3. 米国輸出支援PFからのご案内

1. 米国について

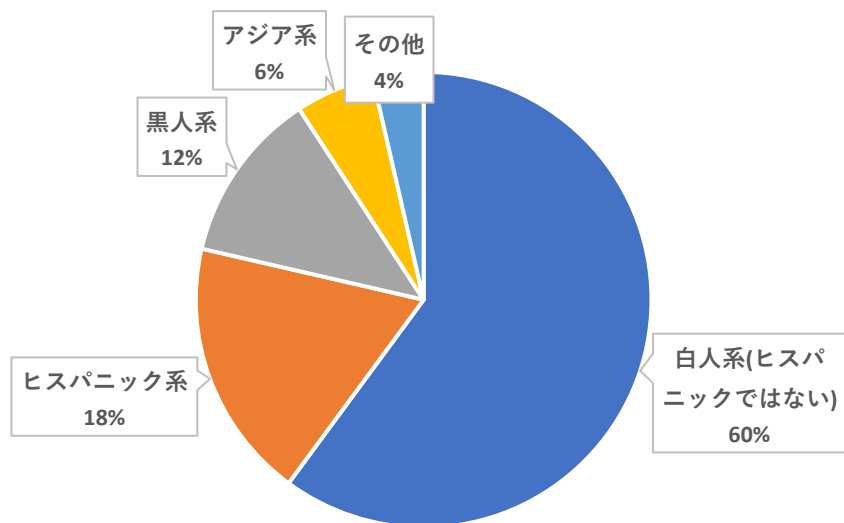
(1) 米国の広さ



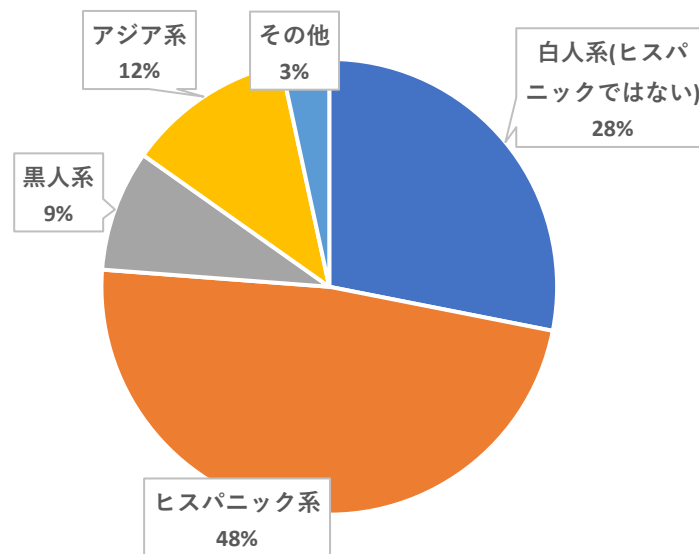
1. 米国について

(2) 米国の人種構成

全米平均



ロサンゼルス

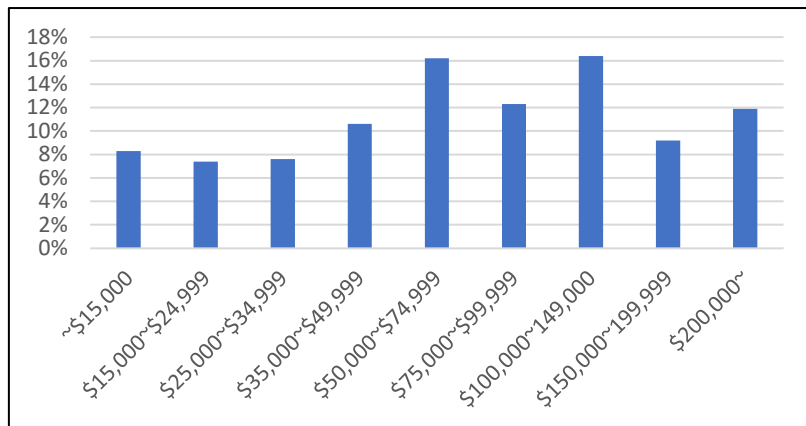


参考:USセンサスなどをもとに、JETRO作成

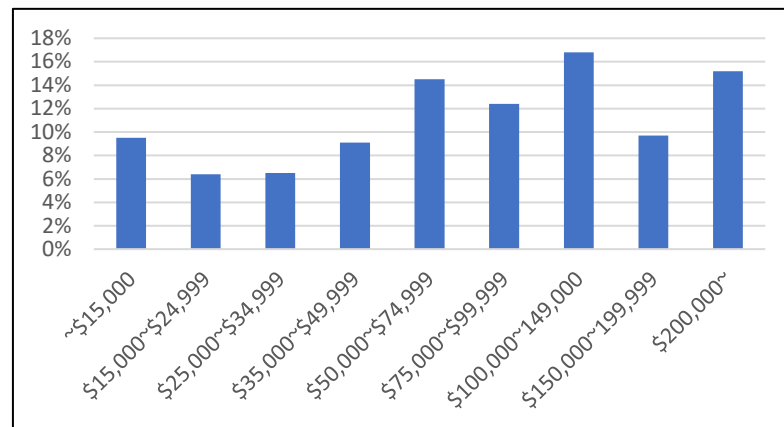
1. 米国について

(3) 米国の平均世帯所得

全米平均
\$106,400(2022年)



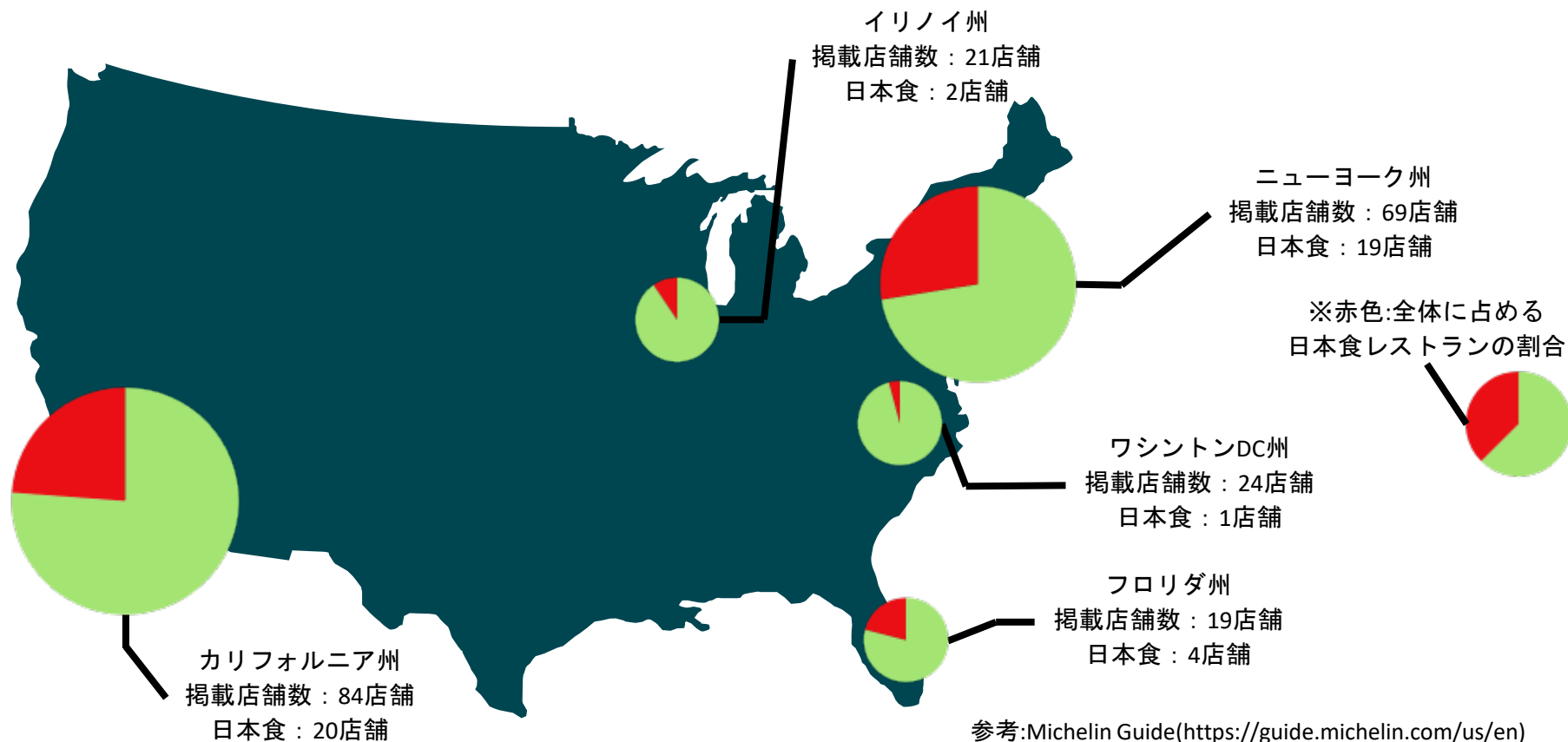
ロサンゼルス
\$120,272(2022年)



参考:USセンサスなどをもとに、JETRO作成

1. 米国について

(4) 米国におけるミシュラン・レストラン



(参考) 米国輸出支援PFの体制

- 輸出支援プラットフォームは、「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略」に基づき、マーケットイン・マーケットメイクの輸出を進めるため、**輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援**するため設立。都道府県、品目団体等との連携も強化。

在外公館、JETRO海外事務所、JFOODO海外駐在員が主な構成員。

- 2022年4月の米国をはじめとして、EU、タイ等の9カ国・地域（15拠点）において立ち上げ済。今後UAEにも設置予定。

- プラットフォーム設置国・地域



設置国・地域	事務局設置都市
米国	ロサンゼルス
	ニューヨーク
	ヒューストン
タイ	バンコク
シンガポール	シンガポール
EU	パリ
	ブリュッセル
ベトナム	ホーチミン
香港	香港
中国	北京
	上海
	広州
	成都
台湾	台北
UAE	ドバイ（候補）
マレーシア	クアラルンプール

2. 米国輸出支援PFの事業展開（一部抜粋）

（１）カンントリーレポート ～先ずこれを見ればわかる～

- ・「**全体レポート**」の解説動画を作成（昨年 8 月）
- ・昨年度は、**水産物・アルコール類・菓子類・花き類・テキサス州**について作成
- ・今年度も、「**品目別レポート**」や、「**テーマ別レポート**」を作成予定

（２）商流開拓支援 ～新たな市場、地域、分野、手法で展開を支援～

- ・**パッケージデザイン**の無料相談会を開催予定（本年 9 月を予定）
- ・**米国有機執行強化（SOE）規制**に関し、セミナーを開催（本年 2 月）
- ・食品見本市**Bar & Restaurant Expo**に「**ジャパン・パビリオン**」を設置（本年 3 月）
- ・**現地情勢ブリーフィング**を実施（随時）

（３）現地法人支援 ～日系企業の課題や問題を専門・継続的に支援～

- ・FDA等の**新規規制**に関する体制構築 & セミナー開催（本年 5 月～）
- ・「**米国における日本食レストラン動向調査**」の解説動画を作成（昨年 7 月）

（４）地方自治体等との連携 ～個社でなく連携で課題を突破～

- ・**日系スーパー＆ジャパンハウス**と連携した都道府県連携プロモーション（本年秋～）
- ・**Japanese Food Expo**における都道府県ブース設置（本年 1 1 月）



2. 米国輸出支援PFの事業展開

(1) カントリーレポート

Q.カントリーレポートとは？
カントリーレポートとは初めて
米国に輸出する人向けに公開し
ているものである。
次より事例紹介する。

全体レポート



アリゾナレポート



テキサスレポート



2. 米国輸出支援PFの事業展開

(1) カントリーレポート

花き類レポート



菓子類レポート



アルコール類レポート



水産物レポート



2. 米国輸出支援PFの事業展開

(1) カントリーレポート

牛肉レポート



茶レポート



ブリ・ハマチレポート



パッケージ・デザインレポート



2. 米国輸出支援PFの事業展開

(2) 食品見本市Bar & Restaurant Expoにおける「ジャパン・パビリオン」の展開

日時：本年3月19日～20日

場所：ネバダ州ラスベガス

出展企業：60ブース60社

品目：水産物、和牛、日本酒、
加工食品等等

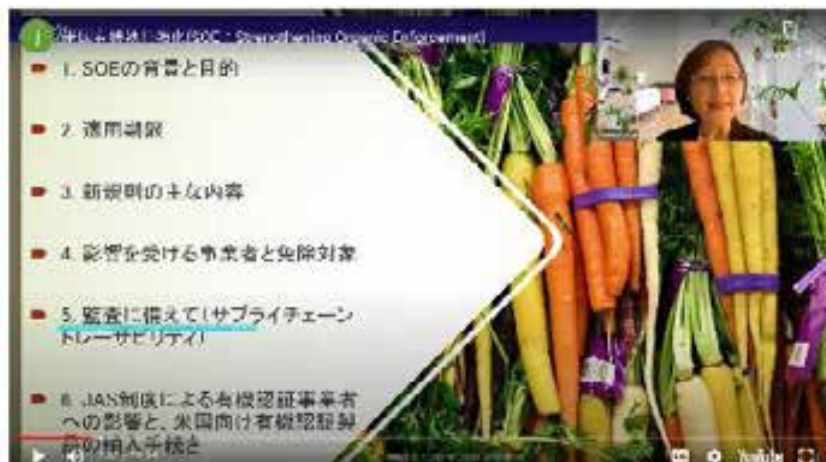


2. 米国輸出支援PFの事業展開

(3) 規制関係セミナーの開催

内容：反響の大きい「米国向け有機執行強化（SOE）」について解説
目的：

- SOEの背景と目的
- 新規則の主な内容
- 影響を受ける事業者と免除対象 等



3. 米国輸出支援PFからのご案内

(1) 日系スーパー＆ジャパン・ハウスにおける都道府県プロモーション

- 日系スーパー＆ジャパン・ハウスにおいて、「**日本産食材**」と「**訪日観光**」を一体的にPR。
- 現地視察や商談会**の設定など、出口戦略も設ける予定。
- 昨年、構想した「常設型アンテナショップ」を少しずつ形に。



日系スーパーにおける日本産水産物の試食会及び食育体験



ジャパン・ハウスにおける日本食PRの様子

3. 米国輸出支援PFからのご案内

(2) Japanese Food Expoにおける都道府県ブースの設置

- 本年11月2日（土）、3日（日）に、Loews Hollywood Hotelにて、**Japanese Food Expo**が開催（日本食文化振興協会）。
- 本イベントにおいて、「**都道府県ブース**」を設置。
- 10ブースにおいて、都道府県等と一体となって地方の魅力をPR。



昨年のJapanese Food Expoの様子

ご清聴いただき、ありがとうございました。

2024年度にNYで実施見込みの活動

NY輸出支援プラットフォーム

2024年5月

2024年度実施見込みの活動

- 2023年度に引き続き、これから米国向け輸出に取り組む新規事業者や、米国ですでに展開する既存事業者など、事業者の置かれた状況に応じたサポートを実施。
- 米国PF全体において、輸出重点品目や注目地域・分野における情報収集を強化。

◆ 商談機会の提供

- 海外見本市
 - Summer Fancy Food Show (NY、6月)
 - Seafood Expo North America (ボストン、3月)
- 商談会の実施

◆ 専門家による支援

- 海外コーディネーターによる相談対応、ビジネスマッチング
- JFOODOフィールドマーケターによるレポート、ウェビナー

◆ その他

- 国連総会イベント
- 米国東海岸における食品・業界・その他の有益情報の発信
- 輸出アドバイザーによる需要のある品目の調査（米系小売店の取引条件等）

2024年度実施見込みの活動

- プロモーションの実施に当たっては、NYならではの注目度の高いイベントを活用するなど、現地ニーズをくみ取り事業を実施。また、和牛などの有望品目を対象としつつ、非日系市場へ訴求。
- 地方自治体、品目団体等との連携を図り、日本食の認知度を高める効果を最大化するとともに、現地消費者やバイヤー等に一体的に日本産農林水産物・食品を訴求。

◆ 各種プロモーションの実施

➤C向けの日本食、日本産食材の普及活動

- ①Japan Street Fairでの重点品目（ブリ、ホタテ、和牛、コメ）のPR（5月）
- ②日系・米系プロモーターによる消費者向け和牛教育（和牛フェス）（7月）
- ③Japanese Food Expo in NYにおける日本産食品PR（11月）
- ④米系団体とのコラボイベント、インスタ発信及びリカーショップ販促を通じた日本酒PR（通年）

➤B向けの普及活動

- ①シェフ養成機関への和牛コース設置(拡充版2年目)（5月～11月）
- ②（予算状況を見つつ）水産案件
 - ・冷凍マダイ・ブリロインのテストマーケティング・米系商流への売り込み
 - ・米系小売店等でのホタテの取扱促進

2024年度実施見込みの活動（自治体等による活用）

商談機会の提供

<Summer Fancy Food Show>

- ・ 毎年6月にNYで開催される北米最大規模の食品総合見本市。
- ・ 2023年のジャパンパビリオンには35社が出展（和牛、茶、調味料、加工食品等）



<Seafood Expo North America (SENA) >

- ・ 毎年3月にボストンで開催される世界三大水産見本市の一つ。
- ・ 2024年のジャパンパビリオンには17社が出展（ブリ、ホタテ、タコ、水産加工品等）



専門家による支援

<海外コーディネーターによる相談対応、ビジネスマッチング及びウェビナー>

（ウェビナー）現場からの声ニューヨークにおける日本食品市場



日系、アジア系、米系のグロッサリー・レストランのトレンド等について解説。また、ニューヨークでの商品の展示イベントの可能性や現地バイヤーからの要望、米系グロッサリーの消費者ニーズ、商談の留意点や準備のポイントについて考察。

[ニューヨークにおける日本食品市場 | 動画で見る！農林水産物・食品の輸出 - 農林水産物・食品の輸出支援ポータル - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

<JFOODO海外フィールドマーケットによるレポート公表、ウェビナー>

（レポート、ウェビナー）コロナ禍で変わった！ 食べ方・飲み方の多様化 in ニューヨーク



NY在住のJFOODO海外フィールドマーケットがNYの小売店、一般家庭、日本食店等のインタビューした結果等をレポートにして公表。また、コロナ禍で変わったニューヨークでの食べ方・飲み方の多様化についてのウェビナーを実施。

[JFOODO海外フィールドマーケットによる現地「食」情報レポート | 動画・お役立ちツール・報告書 - 日本食品海外プロモーションセンター \(JFOODO\) - ジェトロ \(jetro.go.jp\)](#)

2024年度実施見込みの活動（品目団体等との連携）

シェフ養成機関への和牛コース（拡充版2年目）

- ◆ ドレクセル大学において、2023年に設立した将来シェフになる学生や事業者を対象とした日本産和牛のアカデミックコースを継続。2024年秋に4コマの講義・実習を実施予定（事業者が参加しやすくなるよう短期集中型に改善）。
- ◆ 日本産和牛に関する知識や取扱い技術に関する教育に加えて、卸売価格の幅、コスト計算、価格設定などの考え方にも触れ、ビジネス目線でも有益な講義内容にすることで、より実用的な日本産和牛の教育環境の整備に取り組む。
- ◆ さらに、2024年5月に同大学が開催する卒業生を対象としたディナーイベントにおいて、日本産和牛の紹介・説明、前年受講生によるプレゼンテーション、試食提供を行うことで、①和牛にコース受講者によるアウトプットの機会提供、②レストラン・ホテル等で活躍する卒業生への日本産和牛のインプット、③卒業生の受講促進に取り組む。
- ◆ その他、追加的な和牛の提供、教材の提供、日本人講師の派遣、ドレクセル大学教員の日本招へいなど、和牛コースの充実化を図るべく牛肉輸出コンソーシアムとの連携を打診中。
- ◆ 事業実施後は、知見を身に付けた教員と連携した調理セミナー・料理教室、他のシェフ養成機関への横展開なども模索。



米国市場におけるMade in Japanの日本酒普及活動

（１）Instagramを通じた発信

日本酒は日本食レストランで飲むもの、日本酒＝大吟醸という画一的なイメージがある。このイメージを打破し、日本酒の認知度や親しみやすさを向上させる必要。このため、Instagramのアカウント「Premium Sake」において、日本酒の一般的な情報はもちろん、日本酒を認知した消費者が更に興味・関心を持つ足掛かりとなるよう、銘柄情報、フードペアリング、リカーショップ・レストランの紹介、イベント情報の拡散等、幅広い内容を掲載する。

（２）リカーショップにおける販促

NYでは、日本酒はリカーショップでしか購入できないため、リカーショップの日本酒への理解促進・取扱増加とリカーショップを通じた消費者へのPRが大変重要。このため、リカーショップへの訪問・販促資材提供、スタッフへのサポートを行い、理解促進と取扱品種数の増加を狙う他、店頭で日本酒をPRするウィンドーディスプレイ等を実施することにより、消費者へのPRも図る。

（３）米系日本酒団体と連携したエデュケーション

東海岸の町で米系日本酒団体と連携したイベントを開催。米国人目線からの日本産酒の提供やセミナー等を通じ、東海岸での日本酒の更なる普及を図る。



インスタ発信



リカーショップでウィンドウディスプレイの様子



B to B 試飲イベント



2024年度実施見込みの活動（自治体等との連携）

Japanese Food Expo in NYにおける日本産食品PR

- ◆ 2024年11月にNYでの開催が予定されている「Japanese Food Expo」において、主催者である日本食文化振興協会（JFCA）や自治体国際化協会と連携し、水産物や日本産米のPRを実施。
- ◆ クレア及びJFCAによって募集された出展企業及び自治体関係者に対して、米国市場の特徴及び商習慣等に関するセミナー等を実施し、出展者の米国進出を後押しすることを検討中。

昨年のJFCA主催「Japanese Food Expo」とクリア主催「ふるさと名産品展in NY」の様子。いずれでもPFで水産物の試食提供・PRを実施。



(参考) 東海岸の市場について



多くの大学が集まり学生が多い街。学生向けの飲食店が多い。また近年高級層を対象とした日本食店も見られる。

米国最大の都市。多くの日本食レストランが集まる。ジャンルも様々。マンハッタンには高所得者層が多く集まる。毎日外食する人々も。

政府関係者が多く、高所得者層が多い。しかし、人口変動は小さく、市場としては拡大しにくい地域。

本格的日本食というより、鉄板焼きスタイルが多いが、ラーメンや居酒屋スタイルも徐々に普及。韓国系人口も多い。

多くの観光客が滞在、リタイアした富裕層が多く住む。オーランド（ディズニーワールド）やマイアミを中心に高級店が展開。

(参考) 東海岸の市場について

◎消費者の特徴

- NYを中心に高所得者層が多い。
- 他とは違う商品を求める傾向。
- 高価格帯の商品では、ストーリー性が重要視される。
- 健康や環境への意識が高い消費者が多い。



野外フードイベントでの日本酒試飲
多様な人種、文化が混在しており、消費者の学習意欲も高い。

◎小売店の特徴

- 日系スーパーは小規模な店舗がほとんど。
- Whole FoodsやTrader Joe's、Wegmansといったオーガニック、ナチュラル商品を多く取扱う店舗が多い。
- NY州ではスーパーでの日本酒、焼酎、ワイン等の販売不可。酒販店での購入が一般的。



マンハッタンのオフィス街にある日系スーパー
売り場面積は小さく、取り扱う数量は多くないものの、日系人以外の割合が高い。

◎レストランの特徴

- 新規オープン数は堅調に推移。200ドル以上のOmakaseコースを出す日本食レストランが相次いで開店。
- 日本食レストランはより専門的に（天ぷら、そば、和牛の専門店等）。
- コロナ禍での在宅勤務普及により、オフィス街でのランチ需要は縮小した一方、ディナーで「特別な体験」を求める消費者増加。



ミシュラン星付きの天ぷら専門店
Omakaseのみ提供するレストランも多くなっている。価格帯は200～500ドル程度。このような店では日本酒ボトルが1,000ドルを超えることも珍しくない。