

オーストラリア食品市場参入セミナー

TRYBER PTY LTD
長谷川 潤



TRYBER

ローカルをグローバルに。
GLOCAL -グローカル-

オーストラリア市場の特徴 1

- 150以上の民族が混在する多民族国家
- 親密・友好な日豪関係
- 主要8都市の傾向が微妙に異なる
- 『安くて良いモノが売れる』方程式が必ずしも成立しない
- アジアのように日系の大手百貨店などはない

オーストラリア市場の特徴 2

- 日系サプライヤーの他、豪州・アジア系を含めると主要サプライヤーは30社前後(特にアルコール専門会社など)
- 豪州のフードメディアの著しい変革(2000年代～現在)
- 現在、オーストラリアに流通している主な日本食材・伝統工芸品
 - 米・醤油・酒(日本酒はリキュール類まで含むと約1,000銘柄)
 - 柑橘・和牛
 - 果物
 - 包丁・陶器・今治タオル・日本製デニム
 - 日本食(食文化)に対する興味・需要は高い

オーストラリアにおける輸入規制

青果物



- ・柿・キウイ・日本梨・りんご・イチゴ:園地登録等をクリアすれば輸出可
- ・冷凍/缶詰であれば輸出可能

水産物



- ・施設登録が必要
- ・サケ科は、2022年に輸入が解禁したが加熱処理が必要

畜産物



- ・豚・鶏肉は輸出不可
- ・牛肉:と畜・食肉処理場の施設認定、牛肉加工品:輸入許可書が必要

加工食品



- ・添加物に係る規制は対象食品ごとに規定されているため確認が必要
- ・卵成分が乾燥重量比10%を超える商品は「卵製品」であり申請必要

オーストラリアにおける青果物流通状況

- 柿: 和歌山、いちご: 岐阜県産は流通経験あり
- 梨: 商標取得含め、韓国が競合
- りんご: 東北が取組予定？
- キウイ: 日本産は見かけない
 - 隣国ニュージーランドから安価なものが多く流入
- 冷凍フルーツはドリップ・食味劣化への対策が課題
 - 缶詰であれば、パティシエ等から引き合いあり

オーストラリア市場参入のヒント 1

- 究極のローカライズがグローバリズム(万能より特化)
- ネーミングやラベル、商品特徴を直訳ではなくネイティブ英語で迫る
- 啓蒙と教育は常に必要
- 商品の付加価値、物語を付帯する(付加価値を創る)
- 売り方のブランディングを模索する

オーストラリア市場参入のヒント 2

- 絞った市場や業種とタイアップし、PB商品を売り込む
- 商品や土地への背景、文化に興味を持ち、継続的な営業が出来る現地パートナー
- サンプル提供はテストドライブ、現地視察は現場の臨場感を味わう
- シェフやソムリエ、バリスタ達は常に新しい日本の食材を待っている
- データや定石も大切。でも直感や見切り発車も時には大事（行きたい場所に仕事を作るエネルギーは強い）

加工品のチャンス創出について 1

- 加工品については一定のチャンスありだが、市場の特徴に合わせたマインドチェンジとコツが必要
- 売り先・売り方・売り文句(セールストーク)の3つ、これらのダイヤルを合わせる事が不可欠になる

加工品のチャンス創出について 2

①売り先

豪州市場の現状・特徴、現実問題を踏まえた上で、役立ち・貢献を目線に絞る

例)

人件費の高い豪州市場において…

シティでの一人住まい、カップル住まい、核家族化の増加に伴い…

アジア人の富裕留学生達が高級マンションに住んでおり…

ホテルや会員制クラブのラウンジ、朝食シーンにおいては…

②売り方

パッケージデザイン、商品説明、商品のシリーズ化

小売店、スーパーマーケット、オンライン

③売り文句(セールルストーク)

日本側の商品説明だけではなく、豪州に届いてからのビジョンや付加価値を創る

岐阜飛騨牛イベント



- 生鮮食品と併せて加工食品を売り込むことも効果的
- 飛騨牛でいえば、例えば肉に合うソースも一緒に販売可能(クロスセル)

酒テイスティングイベント



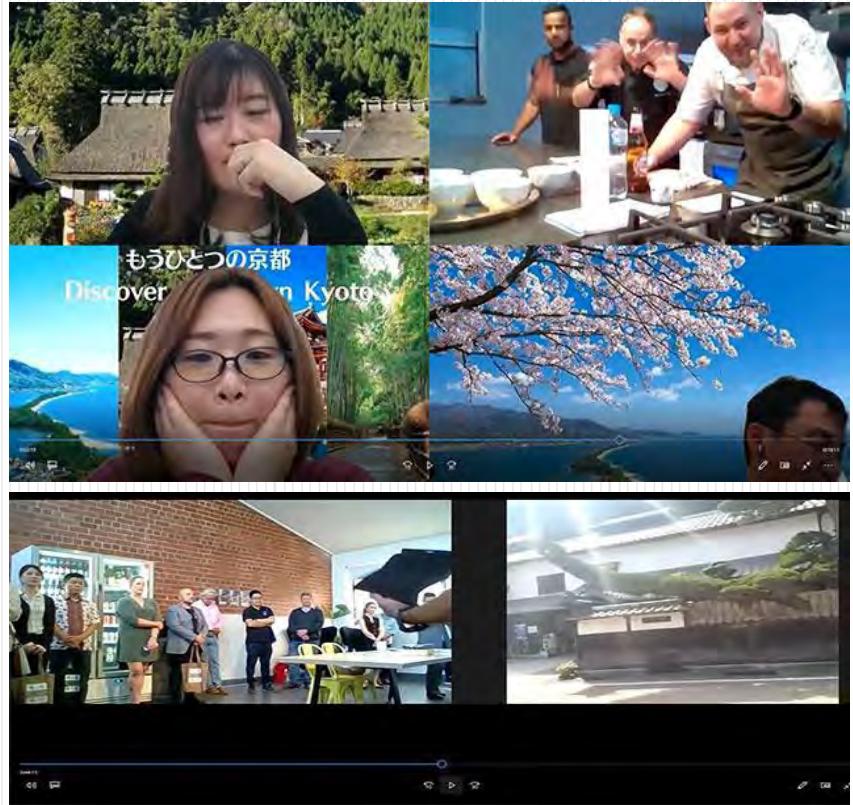
- 日本酒は第二成長期に入っており、食前酒から食中酒(DRYなお酒)のニーズが上昇
- お酒と併せた日本のおつまみ加工品やペアリングで使える加工品のニーズも併せて高まっている

酒テイスティング・京都観光



- 商品を売る=その土地のことも知っておく必要があり、その土地ならではの歴史やストーリーに共感して、対価を払っていただける
- その土地を紹介する=商品の価値を高める(ストーリーアウトが有効)

お茶体験イベント(オフライン/オンライン)



- 実際にお茶の点て方を学んで体験することで、商品だけでなく文化やお茶に対する知識を深めることができる
- コロナ禍ではオンラインイベントも開催し、疑似体験型のイベントも開催

リカーショップイベント・調理学校との提携



- ローカルのリカーショップで毎週金曜日に日本酒のプロモーションを実施（年間30回実施）
- 調理学校と提携し、日本食の調味料や食材をサンプル提供し、使い方などの手ほどきをしている。これからシェフに育っていく若年層に向けて、日本食の訴求活動をしている

料理の鉄人イベント



- メディアと提携し、料理の鉄人の有名シェフを招聘し、イベントを開催
- 有名シェフが使った商材という事で、拍が付き訴求が可能

| イベントで使用した鹿児島県産食材



鹿児島和牛

うしの中山

- タルタルに使用
- 第12回全国和牛能力共進会 8区肉牛の部 1席
- 第12回全国和牛能力共進会 農林水産大臣賞受賞

知覧茶

(現地にて入手)

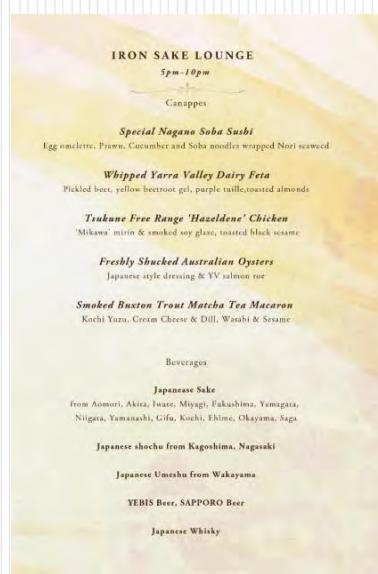
- 食後の飲み物に使用(ホット・アイス)

だいやめ～DAIYAME～

濱田酒造

- カクテルに使用
- 「香熟芋」で仕込んだ本格芋焼酎
- ライチのような華やかな香りと甘くまろやかな味わいとキレの良い後味が特長

イベント当日のメニュー



Aperitif

Wakayama Umeshu (Plum Wine)
Kagoshima Beef Wagyu Tartare
Zucchini, Pickle Consommé Jelly with Kadocho-Soy Sauce
2023 Black Label Pinot Noir
Kagoshima Shochu Cocktail with Hassaku citrus

Pan Fried Barramundi
Fennel, Sprouts, Umami Kombu Bouillabaisse
2020 Balgownie Estate Chardonnay
Bishu Ranman Special Edition

Roasted Lamb Loin
Pancetta, Tobanjan, Cous cous purée, Thyme jus
2018 Balgownie Estate Cabernet Sauvignon
Shichiken Junmai Ginjo Birodo no Aji

Binchotan Charcoal Hida Beef Wagyu Steak
Asparagus, Kadocho-Soy Powder, Wasabi sauce
2017 Balgownie Estate Rock Block Shiraz
Hizou Tokubetsu Junmai Miyamagiku

Caramelised Pear Compote
Vanilla Bean Ice Cream & Tokushima Sudachi
NV Premium Cuvée Sparkling Brut

Coffee or Kagoshima Chiran Japanese Tea
by LIFT UP COFFEE
Hakuba & Nozawa Onsen, Nagano, Japan

Canapés

Special Nagano Soba Sushi
Egg omelette, Prawn, Cucumber and Soba noodles wrapped Nori seaweed

Whipped Yarra Valley Dairy Feta
Pickled beet, yellow beetroot gel, purple tuille, toasted almonds

Tsukune Free Range 'Hazeldene' Chicken
'Mikawa' mirin & smoked soy glaze, toasted black sesame

Freshly Shucked Australian Oysters
Japanese style dressing & YV salmon roe

Smoked Buxton Trout Matcha Tea Macaron
Kochi Yuzu, Cream Cheese & Dill, Wasabi & Sesame Beverages

Japanese Sake
from Aomori, Akita, Iwate, Miyagi, Fukushima, Yamagata, Niigata, Yamanashi, Gifu, Kochi, Ehime, Okayama, Saga

Japanese shochu
from Kagoshima, Nagasaki

Japanese Umeshu
from Wakayama

YEBIS Beer, SAPPORO Beer

Japanese Whisky

| イベント当日の様子 (1/4)



| イベント当日の様子 (2/4)



| イベント当日の様子 (3/4)



| イベント当日の様子 (4/4)



開催結果

- チケット完売(380\$/人)、2日で260名/日。鹿児島来訪者も20名/日程度。
- 和牛タルタル:1品目をムツシユの出身地食材に持ってきたことが反響がよかつた。
- 知覧茶:カフェ文化であるオーストラリア・メルボルンにおいて、コーヒーと同程度の人気を博した。
 - ホットもアイスも品質がよかつた。苦すぎず甘すぎない味が現地嗜好にマッチした。
 - カフェスイーツ向けにも活用できる可能性がある。
- すでにオーストラリアで人気の高い鹿児島焼酎(DAIYAME)カクテルも反響が大きかつた
 - 2-3ケースの販売実績にも繋がった。
 - 一方、酒税・価格の高さ、日本酒に後れを取っている点は課題。今後ますますの啓蒙が必要。
 - まずはプロ向け(語り手を増やす)⇒ストロングゼロ・ソジュと近い味、と伝えるとボトムアップに繋がる。
 - 濱田酒造:白の匠が人気(日本酒と間違って買っている)。
 - 過去7年で日本酒の7倍、ここ10年で100倍になる勢い。焼酎の啓蒙は今力を入れるべき。
 - 西洋系文化であるため、ロンドンプロモーションの応用が利くのではないか。

TRYBER PTY LTD

- 日本の食文化や伝統工芸は常に次世代へ伝承・継承され、素晴らしいものが引き継がれてゆく。そんな中、TRYBERの仕事はそれらを食べてくださる人達、飲んでくださる人々、使ってくださる人達、興味を持ってくださる人達の為に、受け入れる側の伝承・継承です。オーストラリアに拠点を置き活動しておりますが、世界のどちらでも素晴らしい交流を繋げて参ります。
- 本来、海外にいる日本人一人一人が日本代表。海外から出来る日本の食文化や伝統工芸への力添えもできると信じております。
- 交渉力、実行力
- 御挨拶アポイントメントは殆どありません。

個別のご質問・お問い合わせ

TRYBER PTY LTD 担当:長谷川 潤

E-mail : jun@tryber.com.au

まで御連絡ください。