

## 平成 29 年度「日本ふるさと名産食品展 in ロサンゼルス」開催報告

クレアでは、自治体が行う地場産品の販路開拓事業の支援と、海外での食品展開催ノウハウを自治体に還元することを目的として「日本ふるさと名産食品展」を北米と東南アジアと北米で開催しています。この度、北米では昨年度に引き続き、2018年2月22日（木）から2月28日（水）までの7日間、アメリカ・ロサンゼルスの日系スーパーで開催しました。



会場の様子

### ロサンゼルスの市場性！

会場となったロサンゼルスが位置するカリフォルニア州は全米の中でもアジア系人口の占める割合が高く、また、日本食レストランの数はアメリカで最も多く存在します。この市場性を活かして食品展を開催することは、更なる日本食のファンを獲得し、今後の商流につなげる絶好の機会でした。

会場店舗のマルカイマーケット・ガーデナ店は、主に日系人および日本食ファンが日々の買い物を楽しむ地域密着型のスーパーで、食品展会場にも多くの客が来場し、一部の事業者の商品は最終日を待たずして完売するなど大変な賑わいでした。

### 出展者の創意工夫と店舗からのサポートが食品展を成功に導く

今回のフェアでは、つくだ煮や味噌、蜂蜜製品、うなぎの蒲焼など様々な日本食が人気を博し、多くの商品が完売するなど良い販売結果を残しました。例えば、竹素材の敷物の上にサンプルの入ったカップを置くことで日本食の雰囲気を出したり、そのままでは食べにくく感じる人のために味付けしたサンプルを提供したりするなどし、まずは試食してもらうように工夫したことが功を奏しました。

そして立ち止まった来場者には、プロモーター任せにせず、出展事業者自ら丁寧に商品説明を行い、また、日本語が通じない方に対しては、英語を交えながら熱心に PR することで、来場者が説明に真剣に耳を傾け、商品の購入に結び付けることに成功していました。

また、会場となった店舗からも、広報や現場での協力に加え、個別の商談会や食品展会場以外の店舗での同時販売など、非常に協力的にサポートしていただきました。



出展サンプルの例

## JFF (Japanese Food Festival) への出展をサポート

一方、今回初めて、食品展出展事業者を対象に JFF (主催: JFCA、米国日系レストラン協会) でのクレアブースへの出展機会を提供し、事業者をサポートしました。また、併せて長井市の秋元さん (後述) は JTB ブースに出展し、クレアスタッフとともに市の PR けん玉ワークショップを実施しました。

JFF は日本食の普及促進イベントで、B to B および B to C 双方を対象として昨年度よりダウンタウンのインターコンチネンタルホテルで開催されています。

クレアの食品展では客層がアジア系に偏っていましたが、この JFF イベントには白人層含むアメリカ人消費者や、現地レストラン事業者含めたバイヤーも多く来場し、クレア食品展では機会の少なかった層への PR ができ、また反応を得たことで、両方のイベントに出展した事業者にとっては有意義な機会となりました。



会場の様子

### 商流につながった！

今回の食品展では、ほぼ全ての事業者が店舗のバイヤーと商談を行う機会を得ました。定番棚を獲得することとなった事業者や、同店舗にて今後の試食販売が決定した事業者があるなど、事業者にとって今後につながる特筆すべき良い成果が得られました。また、食品展後の JFF にも出展した事業者は、商品をどこで買うことができるのかを聞かれたり、一緒に写真を撮って顔と名前を覚えてもらえたりと、有意義な機会となったようです。

### けん玉と観光 PR！

今回の食品展および JFF では、事業者による出展商品の PR だけでなく、自治体職員やクレア職員が各自自治体の観光パンフレットを配布して観光 PR も行いました。日本に関心のある客層が多いため、用意したパンフレットは早々に無くなりました。

また、日本文化の発信と食品展への集客目的のため、山形県長井市で地域おこし協力隊として活動されている、けん玉パフォーマー・秋元悟さんを派遣し、けん玉のパフォーマンスおよびワークショップを実施しました。けん玉パフォーマンスの際には、長井市の観光ポスター等も掲載し、当地への誘客も促進するようサポートしました。



長井市ブースの様子

## 今後について

クレア食品展では集客面では問題がなかったものの、主な客層が日系に留まるなどの課題がありました。ただ、その後の JFF イベントにおいて、幅広い層に PR することができたため、有意義なテストマーケティングの場を提供することができました。

今後、アメリカに展開する上での課題としては、米国食品輸入規制の厳格化で展開自体のハードルが上がること、ターゲットを日系以外のアメリカ人にも更に広げる必要があること、冒頭に記載のとおり、日本食レストランがアメリカで最も多いため、小売だけでなく業務用としての提案ができないかを模索すること、が挙げられます。今後の日本食の展開動向に注目したいと思います。

## 食品展概要

- (1) 日程：2018年2月22日～2月28日
- (2) 会場：マルカイマーケット・ガーデナ店
- (3) 出展事業者数：11事業者（8自治体）
- (4) 出展商品：つくだ煮、ちくわ、味噌、だし醤油、納豆、コロッケ、茶、ドレッシング等
- (5) 運営委託者：米国カリフォルニア州登録特定非営利活動法人 日本食文化振興協会

一般財団法人自治体国際化協会（CLAIR） 経済交流課  
TEL 03-5213-1742 E-mail keishin@clair.or.jp