



経済情報コーナー

現地県人会の協力で情報収集が加速 ～高知県物産展 in L.A.～

高知県地産地消・外商課 百田 将

■ ロサンゼルスにおける米国販路開拓

高知県では、2014年秋に米国カリフォルニア州トーランスにある日系スーパーマーケット「Mitsuwa Market Place」にて、現地消費者にアピールできる商品の調査を行うため、10週間にわたってテスト販売を行い、その総仕上げとして、最後の3日間に高知県物産展を開催しました。

また、物産展終了の翌日には、Japanese Food and Culture Association (JFCA、日本食文化振興協会) および Japanese Restaurant Association of America (JRA、米国日系レストラン協会) 主催で、Hilton (Universal Studio) で開催された Japanese Food And Sake Festival (以下、フェスティバル) にも参加しました。

カリフォルニア州トーランスは、日本人の人口が10万人を超えるロサンゼルス郡の中でも、特に日本人および日系人が集中している地域の一つです。14万5,000人の市の人口の約10%を日系人が占めています。また、人口の1/3をアジア系が占めています。高知県の県人会も活発に活動しており、今回の取り組みにも多大な協力をいただきました。また、日本の企業も多く進出しており、今回の事業に協力いただいたJFCAをはじめ、さまざまな食品商社や小売店が活動しています。

■ テスト販売事業について

テスト販売事業では、週末を中心に売り場で試食販売とアンケートを実施し、出展商品に対する現地の消費者の声を収集、分析を行うとともに、さまざまな販売方法、試食方法を試すことができました。実際に、現地ではなじみのない柚子味噌をサンドイッチにして試食販売し、人気商品に育てあげ、店舗で定番商品として採用されている例があります。

長期間にわたってテスト販売を行ったメリットとして、リピート購入についての情報が集められた点があります。これまでの高知県物産展では、数日間の販売を実施し、さまざまな販売方法で、どのように商品が売れるかというところまでの情報を集めていましたが、今回は、10週間にわたって販売を続けることで、購入したお客様が実際に家庭で商品を利用し、気に入ってくれているか、再び店舗に購入に来てくれるか、といったリピート購入についての情報を集めることができました。

今回集めたアンケート結果は、今後、海外市場に進出するにあたって、商品の改良や売り方について、非常に有益な情報として活用する予定です。

テスト販売事業では、県内事業者の渡航はなかったのですが、物産展では、高知県職員とともに、複数の事業者が現地での販促活動を行いました。また、現地の高知県人会の方々からも多大な応援を受けました。県人会の方々には、家族や友達とともにご来店いただき高知県商品を購入するだけにとどまらず、一部の方には売り子としてご活躍いただきました。また、地元紙「羅府新報」や「日刊サン」、「Lighthouse」に物産展の情報を掲載していただくなど、広報活動もしていただきました。



テスト販売の様子

参加事業者は、県人会の方々から、自社商品の情報はもちろんのこと現地の他店舗の情報などもいただき、自社の販路開拓の参考にしていました。



試食販売の様子

海外での販路開拓は言葉の壁もあり、どうしても現地の情報を取りにくい部分があるのですが、今回は県人会の方々と販売や視察、夕食をともにすることにより、土佐弁（高知県の方言）での現地の情報交換を行い、通常のフェアやアンケートでは取りきれない本音を伺うことができました。

■ 物産展について

物産展では、ジョン万次郎氏や、高知出身でハワイにわたりキリスト教伝道や日本人社会でさまざまな活動を行った奥村多喜衛氏のパネル展示を行いました。ちょうど、ジョン万次郎氏が現地TVのドキュメンタリーで取り上げられたこともあり、興味津々に見られる方がいらっやいました。また、奥村氏のパネルについては、偶然にも高知県物産展の隣りでハワイフェアが行われており、ハワイに興味のある人やハワイ出身者が熱心にパネルを読む姿が見られました。



物産展の様子

■ Japanese Food And Sake Festivalについて

最後に行われたフェスティバルでは、高知県企業のブースのほか、高知県の柚子果汁が会場の各試食テーブルに醤油などと一緒に並べられ、高知県産柚子を使った現地メーカーの商品ブースができるなど、高知県をPRすることができました。

また、入場料が60ドルと高額だったため、前日までのスーパーマーケットの消費者とは違う、アッパーミドルクラス以上の消費者の購入行動やアピールできる商品の情報を収集することができました。

高知県人会の方々には、よさこい祭りをステージで披露いただき、高知県とフェスティバルに訪れた方々との交流をより一層深めました。

■ おわりに

今回のテスト販売、物産展およびフェスティバルへの参加はクレアの補助金および、JFCAによる物流、商品アドバイスやテスト販売中のアンケート収集・分析、物産展、フェスティバルへのご協力で実現しました。

高知県のこれまでの物産展では、短期間で、売り場や現地人および現地にいる日本人への販売活動のみを行っていました。今回の取り組みでは、長期にわたる販売、現地県人会との交流、フェスティバルの参加といった新しい取り組みを行いました。

今回、現地県人会との交流とともに物産展を行うことで、事業実施中の商品販売はもちろん、現地での高知県のPRや販路拡大に必要な現地情報の収集など、県人会との交流なしでは実現しえなかった、これまで以上の成果を挙げることができました。

今後、高知県のロサンゼルスにおける販路開拓にあたっては、現地県人会との協力を強めていきたいと考えております。



フェスティバルでのよさこい披露（県人会）