



2024 年度第 1 回海外経済セミナー 地域製品の販路拡大戦略の最前線～米国市場の魅力と課題～

(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課 主事 加納 智理 (愛知県派遣)

第 1 回海外経済セミナー開催

2024 年 5 月 10 日、今年度初となる海外経済セミナー「地域製品の販路拡大戦略の最前線～米国市場の魅力と課題～」を開催しました。

世界第 3 位となる 3.4 億人の人口を擁し、健康志向や食の多様化などを背景に日本食ブームが起きているアメリカは、他国への波及効果も高く、日本の食品業界にとって最も魅力あふれる市場のひとつと言えます。一方で、州ごとに異なる法制度や年々厳しさを増す輸出入規制により、輸出ハードルの高い市場でもあります。

そこで今回のセミナーでは、アメリカの食品市場に深い知見を持ち、第一線で活躍されている二人の講師を迎え、アメリカ市場への販路開拓に有益な情報についてお話しいただきました。講師のお二人はアメリカ・ロサンゼルス在住のため、本セミナーは日本とアメリカをオンラインでつなぎ、リアルタイムでの現地の様子も交えた臨場感溢れるセミナーとなりました。

プログラム (2024 年 5 月 10 日開催)

講演 1

「米国輸出支援プラットフォームの活動について」
独立行政法人 日本貿易振興機構 (JETRO) ロサンゼルス
米国輸出支援プラットフォーム
事務局長 木村恒太氏

講演 2

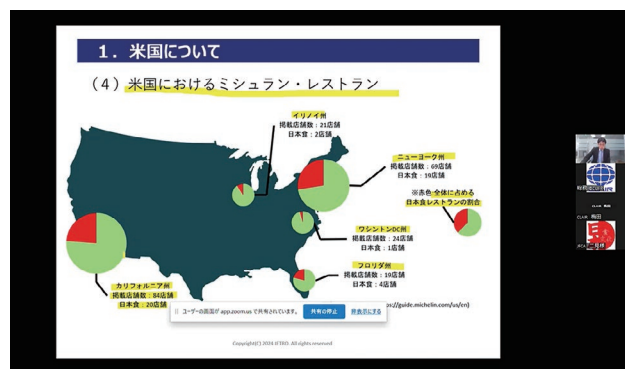
「米国での日本産商品の販売を目指して」
日本食文化振興協会 (JFCA)
事務局長 二見義之氏

最初に登壇したのは、独立行政法人 日本貿易振興機構ロサンゼルス (JETRO LA) にて、米国輸出支援プラットフォームの事務局長を務める木村恒太氏です。農林水産省、在ロサンゼルス総領事館における業務経験や JETRO LA での市場調査結果を踏まえた日本食輸出の

ポテンシャル分析に加え、JETRO LA が実施しているアメリカ向け輸出支援事業について紹介いただきました。

現地での日本食の台頭

なかでも特に筆者の印象に残ったのは、アメリカにおける日本食レストランの出店状況です。現在アメリカには約 2 万 3,000 店舗もの日本食レストランが存在するようですが、その数は 1990 年の調査開始当初から増加し続けており、2050 年には約 2 倍となる 5 万店舗にまで達すると見込んでいるとのこと。また、北米屈指の世界都市であるニューヨークやロサンゼルスを含む主要州に所在するミシュランガイド掲載店舗の約 21% を日本食レストランが占めており、なかでもニューヨーク州では、全 69 軒のうちの 19 軒、約 28% の割合となっているそうです。さらにニューヨークで最も高級なレストランは、日本食の代表とも言える寿司屋で、なんと客単価 1,000 ドルとも言われているとのこと。



地図からも日本食レストランが全米に分布することがわかる

アメリカにおいて日本食が広く人気を得ており、今後ますます拡大が見込まれること、またハイエンドなものとしても受け入れられていることがデータからもうかがえ、日本食輸出の可能性を強く感じました。木村氏が繰り返し口に「アメリカにおける日本食の未来は明るい」という言葉も、非常に力強く印象的でした。

JETRO による輸出支援も積極的活用を

後半では、国内事業者からの販路開拓の注目度が高い国・地域に設置されている「輸出支援プラットフォーム」について紹介いただきました。アメリカには、世界に先駆けて立ち上げたロサンゼルスを含む計3カ所の輸出支援プラットフォームを構えているだけでなく、輸出に初めて取り組む事業者などに向けて「カントリーレポート」という現地市場調査をまとめたり、現地イベントやセミナーの開催を行うなど、今年度も多数の支援を実施予定とのことです。ご関心のある皆さまはぜひ JETRO の WEB サイトをご確認ください。

現地における日本食販売状況のリアルを知る

次に登壇した二見氏は、米国における日本食文化の発展・拡大を目指して立ち上げた、米国カリフォルニア州 NPO 法人日本食文化振興協会 (JFCA) の事務局長を務めるアメリカ向け日本食輸出の専門家です。本セミナーでは、アメリカへの販路拡大を見据えた市場分析と押さえるべきポイントについてお話しいたしました。

市場分析においては、さまざまな角度で捉えたアメリカ市場の特徴について、データに基づき詳しく解説いただきました。消費の観点から分析したアメリカ国内における地域差や、日系スーパーマーケット・アジア系人口の分布など、輸出に取り組む事業者にとって重要な情報を、地図や表により視覚的に理解することができました。

中盤には、セミナー当日の1週間前に、二見氏が実際に日系スーパーマーケットを視察して現地を撮影した写真も交え、客層や商品棚の様子からリアルな日本食の普及状況をうかがうことができました。かつての日系スーパーマーケットは、在米日本人・日系人のためのもので

したが、現在はその比率が逆転し、非日系、非アジア系の来店客が多い店舗もあるとのことで、写真からも、小さな子どもを連れた非アジア系の家族が買い物をする様子が見られたほか、高級フルーツからキャラクター菓子まで多岐にわたる商品が陳列されており、さまざまな客層に対応するため豊富な品揃えを維持しているようでした。

米国での日本産食品の販売を目指して

そして最後に、これまで多くのアメリカ向け輸出支援を手掛けた経験から、販路拡大を目指す事業者が押さえておくべきポイントを紹介いただきました。アメリカ向け輸出の障壁として一番に挙がるのはやはり厳しい輸出入規制ですが、現在多くの事業者で課題となっているのは現地での商流の確立とのことです。自社製品やターゲット市場の特徴をよく分析し、適切な手段を用いることが販路拡大の近道となるようです。

またその分析には市場調査 (テストマーケティング) が鍵となるとして、動画を交えて解説いただきました。今年11月開催予定の「日本ふるさと名産食品展」では、アメリカの二大市場であるロサンゼルスおよびニューヨークの現地にて市場調査を行うことが可能であり、その他にも、経済交流課では自治体の海外活動における課題解決に向けてさまざまな支援を行っておりますので、販路拡大を目指す自治体の皆様はぜひ活用をご検討ください。

最後に

今回のセミナーは、当日参加者が93人、アーカイブ配信視聴者が43人、総勢136人にご参加いただきました。本セミナーがアメリカへの販路拡大支援を行う自治体の皆様の業務の参考となれば幸いです。

当課では、主に自治体の経済分野・観光分野などの職員や関連団体の皆様を対象に、インバウンド・海外販路開拓など、海外との経済交流をテーマとしたセミナーを定期的開催しています。

毎回異なるテーマで各分野の最前線で活躍している講師を招き、自治体に役立つ情報を提供しています。次回はサステナブルツーリズムをテーマに開催予定です。ご関心のある皆様は、当課 WEB サイトをご覧ください。今後のセミナー情報も、どうぞお楽しみに！



日系スーパーマーケット現地の写真を用いて説明