



2024年度物産関係支援事業 「日本ふるさと名産食品展 in ロサンゼルス&ニューヨーク」を 開催しました

(一財)自治体国際化協会交流支援部経済交流課 主査 梅田 祐実花 (青森県派遣)

事業の概要

クリアでは、海外へ進出しようとする地域の事業者支援を行う自治体のために、地域産品のテストマーケティングと販路開拓を目的とした「日本ふるさと名産食品展(食品展)」を実施しています。

米国市場における日本食の状況

農林水産省の発表によると、日本における対米食品輸出額は、中国や香港に次いで3番目の規模(2,062億円)であり、前年同期比で6.4%増加しています。

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米国は、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いえます。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。

【2023年の農林水産物・食品 輸出額 国・地域別】

| 順位 | 2023年1～12月(累計) | | |
|----|----------------|---------|----------|
| | 輸出先 | 輸出額(億円) | 前年同期比(%) |
| 1 | 中華人民共和国 | 2,376 | ▲14.6 |
| 2 | 香港 | 2,365 | +13.4 |
| 3 | 米国 | 2,062 | +6.4 |
| 4 | 台湾 | 1,532 | +2.9 |
| 5 | 大韓民国 | 761 | +14.1 |

※農林水産省「2023年の農林水産物・食品輸出額」から抜粋

2024年度日本ふるさと名産食品展の開催

こうした背景もあり、2024年度は、世界中から人が集まる情報の発信地であり、日本食が注目されている米国・ロサンゼルスおよびニューヨークにおいて、全米最大級の日系食品物産展「ジャパニーズ・フード・エキスポ」の中で食品展を開催しました。

全国のクリア支部を通じて、地場産品を製造・販売する出展事業者を募集し、2024年11月2日開催のロサンゼルス会場「ロウズハリウッドホテル」には8自治体から10事業者、11月8日から10日にかけてのニューヨーク会場・日系商業施設「ジャパンビレッジ」には7自治体から10事業者が出展しました。

主な出展商品 (左：ロサンゼルス会場、右：ニューヨーク会場)

| 自治体名 | 主な商品 | 自治体名 | 主な商品 |
|------|-----------|------|--------------|
| 岩手県 | 羊羹 | 岩手県 | 羊羹 |
| | 南部ゆばスープ | | 南部ゆばスープ |
| 長野県 | 苺加工品 | 兵庫県 | 昆布加工品 |
| 兵庫県 | 昆布加工品 | 和歌山県 | 梅加工品 |
| 和歌山県 | 梅加工品 | 佐賀県 | 麦茶 |
| 福岡市 | 茶、茶加工品 | 熊本市 | 玄米加工品 |
| 佐賀県 | 麦茶 | | 茶 |
| 熊本市 | 玄米加工品 | 宮崎県 | 芋スイーツ |
| | こんにやくスイーツ | | 日向夏・柚子ドレッシング |
| 鹿児島県 | 芋スイーツ | 鹿児島県 | にんにく加工品 |

ロサンゼルス会場の様子

ロサンゼルス会場における食品展は、食品業界関係者を対象とした第1部、一般消費者を対象とした第2部および第3部と、全3部構成での開催となりました。

各出展事業者は、大勢の来場者に自社商品の説明をしながら積極的に商品サンプルを振る舞い、一人ひとりの反応を直接確認していました。

当日は、マグロの解体ショーや和太鼓によるパフォーマンスなどの集客力のあるイベントが行われた相乗効果もあってか、会場は終日盛況となり、1日のみの開催で

はありましたが、来場者数は2,300人を上回る結果となりました。



大勢の来場者でにぎわうロサンゼルス会場の様子

ニューヨーク会場の様子

3日間にわたり開催したニューヨーク会場は、人種や年齢を問わず、目新しい日本の食品を求めて訪れた一般消費者で初日からにぎわいました。来場者の反応をつかみ取りたい出展事業者の思いが通じたのか、最終日には準備していた商品が次々と売り切れるなど大盛況となり、3日間の来場者数は1万3,000人以上に達しました。

米国の一般消費者に訴求性の高い食品特性・特長の例として、グルテンフリー、無添加、ゼロシュガー、ゼロカロリー、アニマルフリー（プラントベース）などが挙げられますが、出展事業者がそれぞれの自社商品について、該当する特性・特長をブース装飾でアピールしていたのが印象的でした。



ニューヨーク会場 PR ポスター

出展事業者の声

食品展終了後に出展事業者に対して実施したアンケートでは、「米国での自社商品の需要度合いを知ることができたほか、今後販路開拓にあたってどのように取り組んでいくべきか確認できた」「商品の訴求力の高さを再認識できたため、今後米国市場に向けた取り組みをより一層加速させたい」「出展をきっかけとしたたくさんの出会いがあり、現地にわざわざ足を運んだかいがあった」など、本事業を評価する声が多く寄せられました。今回の食品展が、出展事業者にとって、自社商品に対する自信を深めるとともに、課題や改善点を確認できる充実した機会となったことがうかがえました。

自治体観光 PR ブース運営

食品展の開催期間中、クリアでは、来場者に日本食の魅力を感じてもらい、日本を訪れるきっかけにつなげることを目的として、日本旅行の魅力をアピールする自治体観光 PR ブースを運営し、各地の観光パンフレットの配布や、観光情報の紹介などを行いました。



ニューヨーク会場でのクリア自治体観光 PR ブースの様子

今後の日本ふるさと名産食品展

2025年度の日本ふるさと名産食品展についても、米国で開催予定です。事業の詳細については、クリアホームページをご確認ください。

(<https://economy.clair.or.jp/activity/exhibition>)

今後もクリアでは、日本食の魅力を海外に発信し、自治体による海外への販路拡大を支援するため、日本ふるさと名産食品展を継続・発展させていきます。