



一般社団法人
日本青果物輸出促進協議会 御中

令和4年度品目団体輸出力強化緊急支援事業のうち
「アメリカにおける大学カフェ等活用試食と
アンケート等調査」事業報告書

RxR Innovation Initiative株式会社



1. 事業概要
2. 本事業における波及効果
3. 調査概要と実施事項
4. 調査結果
 - 10月調査（2023年10月23日～27日）
 - 12月調査（2023年12月5日～11日）
 - その他、試食会を通しての気づき、所感
5. 本事業を通じた波及効果
6. 次年度に向けての展望・提言

1. 事業概要

企画書より抜粋

■ 事業名

令和4年度品目団体輸出力強化緊急支援事業のうち「アメリカにおける大学カフェ等活用試食とアンケート等調査」事業

1. 目的：R4年度事業で明確化したターゲット（アジア系・高所得・若年層）が多くいる複数の母集団に対し、日本産青果物の試食提供並びにアンケートや座談会実施し対象者の嗜好を把握する詳細調査を行い、今後のP R戦略や商談に活用する。
2. 実施場所
 - ① アメリカの大学内カフェテリアでの試食提供およびアンケート実施
 - ② アメリカ大手IT企業の社内カフェテリアでの試食提供およびアンケート実施
 - ③ アジア系のメンバーがいるベンチャー企業数社に対して、試食座談会を実施
3. 対象青果物
 - ① かき、なし、うんしゅうみかん、りんご、いちご、メロン、ながいも及びわさび
 - ② ①の加工品
 - ③ 対象青果物は日本から輸出したものであること。
4. 開催頻度
2の①から③毎に2回以上合計6回以上
5. 報告
アンケート結果等を来年以降の商談会やP Rに使える資料として提出
6. 履行期間
2024年3月15日まで

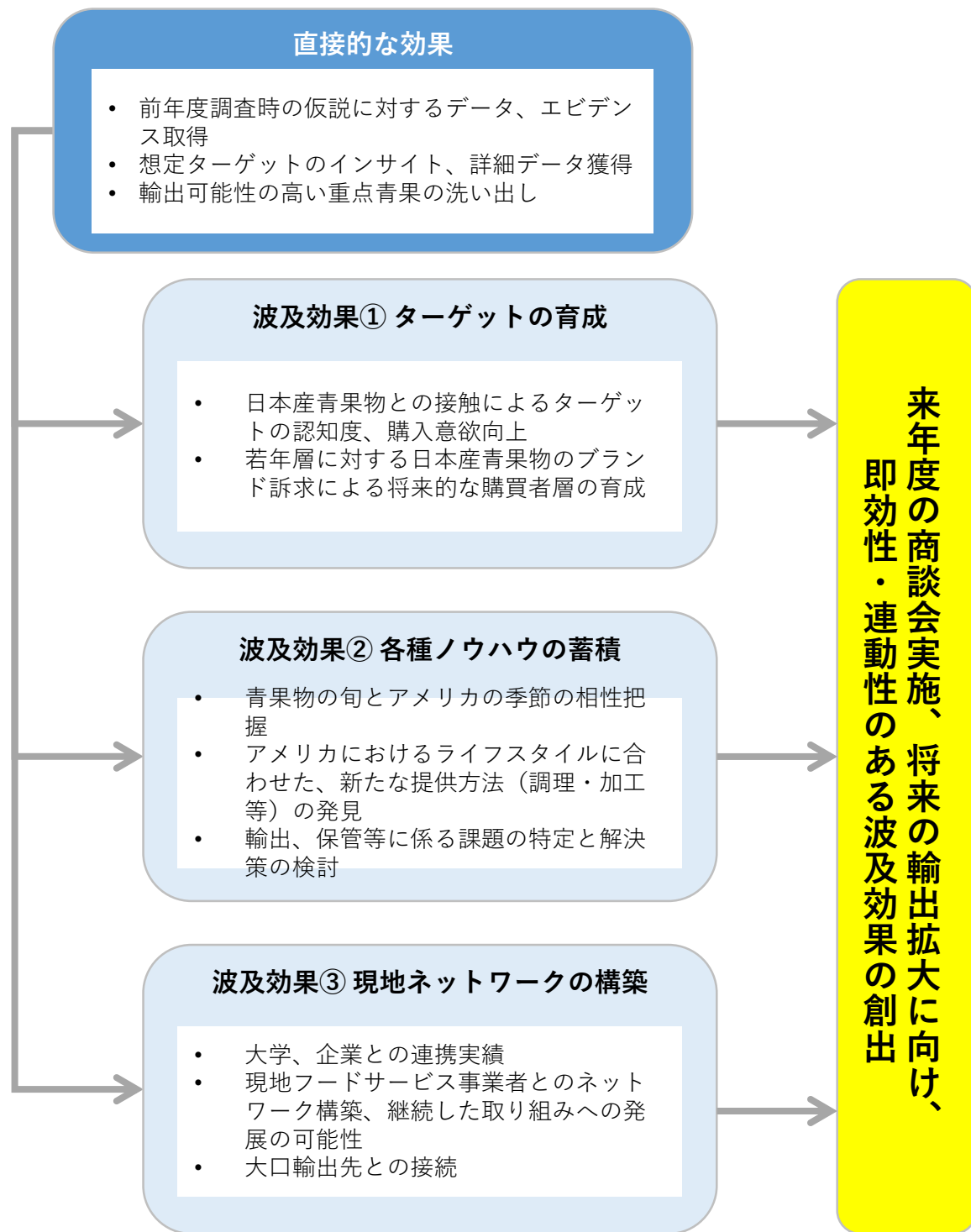
上記概要をベースに、米国現地パートナーの状況や対象青果物の取り扱い可能時期などを踏まえ、米国の各種コミュニティ内にて試食とアンケート等調査を実施した。

2. 本事業における波及効果

企画書より抜粋

■ 本事業実施による波及効果

本事業実施により「**ターゲットの育成**」本格輸出に向けた「**各種ノウハウの獲得**」「**現地ネットワークの構築**」の3つの波及効果が期待できる。



3. 調査概要と実施事項

上記概要をベースに、米国現地パートナーの状況や対象青果物の取り扱い可能時期などを踏まえ、米国の各種コミュニティ内にて試食とアンケート等調査を実施した。

	計画	調査実施事項①	調査実施事項②
1.開催時期	①2023年9月 ②2023年11月	2023年10月23日～27日 (5日間)	2023年12月5日～11日 (5日間：週末除)
	・ 調査サンプル数の確保、最大化を目的に実施機時期を決定		
2.対象青果	・ 青果 かき／梨／うんしゅ うみかん／りんご／ いちご／メロン／な がいも及びわさび ・ 加工品 未定	・ 青果 かき／梨／メロン ・ 加工品 かんしょ 関連加工品 ・ 紫芋ペースト ・ 干し芋 (2種)	・ 青果 かき／温州みかん／ いちご ・ 加工品 かんしょ 関連加工品 ・ 紫芋ペースト ・ 干し芋 (2種)
	・ 青果については旬の考慮や日本からの輸出の可否を調査したうえで選定 ・ 加工品は日青協過去案件、事例を参考に輸出の可能性の高い品目にて選定		
3.実施場所	①大学内カフェテリア ②大手IT企業 社員食堂 ③ベンチャー企業	左記①～③ ・ Plug and Play Tech Center (PnP)	左記① ・ UCバークレー大学 ・ スタンフォード大学 左記② ・ PnP イベントブース 左記③ ・ KODIF本社
	・ 日青協、過去のマクロ調査、消費者調査、流通競合品調査等の結果からアメリカ市場流通量拡大のターゲットになり得るとされた「高所得者層・若年層・アジア系」へのアプローチが可能な場所を選定		
4.実施方法	A：アンケート B：個別インタビュー	A：160人 B：10人	A：171人 (PnP：167 + KODIF：4) B：55人
	・ それぞれの会場にて特設ブースを設置し、カットフルーツの無償配布 ・ アンケートの配布、回収 ・ 想定目標は各回でA：アンケートを80-100名、B：個別インタビューを10名実施		

4. 調査結果： 10月調査（2023年10月23日～27日）

調査概要：

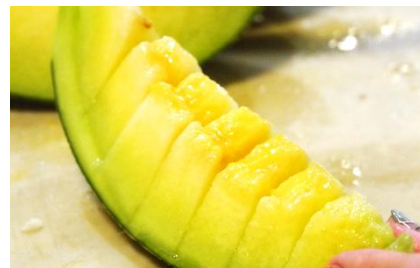
・ 試食対象青果



柿
福岡県産 太秋柿



梨
新潟県産 新興梨



メロン
熊本県産 アールスメロン

・ 加工品



紫いもペースト

- ・ さつまいもパイ
- ・ さつまいもディップ+クラッカー

干し芋

長崎県産 いもやすみ

干し芋

鹿児島県産 干し芋

・ 会場

Plug and Play Tech Center本社



世界中から、先進技術をもつスタートアップ企業と各業界を代表する企業、大学や行政機関、そして投資家が居を構え、イノベーションを起こすネットワークワーキング活動を実施しているコミュニティ。

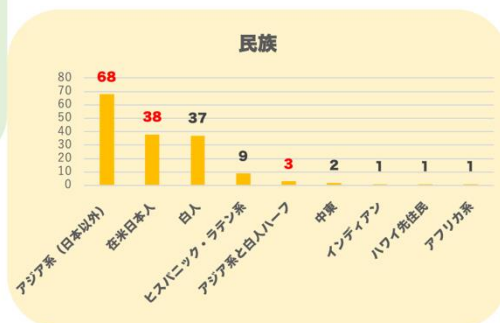
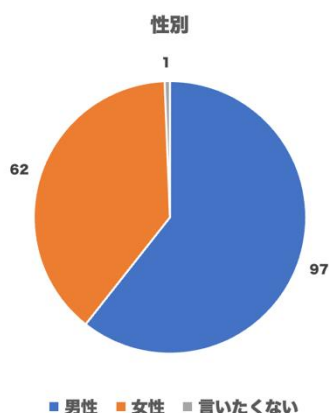
400社以上の企業が入居し、1000社以上のスタートアップが入居及び企業や投資家とのネットワークングのため、頻繁に同施設を訪れる。

カリフォルニア州シリコンバレーにある本社で今回の調査を実施

4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

アンケート回答者属性：

回答者属性 **赤字**部分がメインターゲット属性



Plug and Play Tech Center（PnP）に出入りする人の属性：

- ・大手企業社員（Walmart、PayPal 等）
- ・日系大手企業会社員（ヤマト運輸やトヨタなど）
- ・IT起業家
- ・投資家
- ・大学生（企業インターン）
- ・PnPの社員

PnPの選定理由：

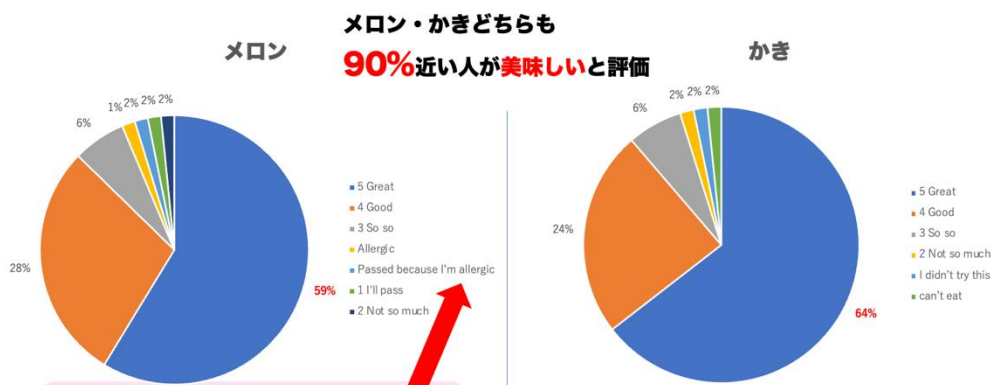
1. 出入りしている人々の大半が今回の調査のメインターゲットである、「アジア系・高所得・若年層」
2. 我々が招待した外部企業や大学生が集まりやすい（IT企業各社から近い立地、駐車場が豊富）
※招待したのはNVIDIAやTESLAなど世界的に有名で年収の高いIT企業と、スタンフォード大学など優秀な学生の多い大学が中心

上記の理由から、限られた期間で適切なターゲットの声を効率的に集めるため、10月調査は会場を変えずに3日連続でPnPで実施した。

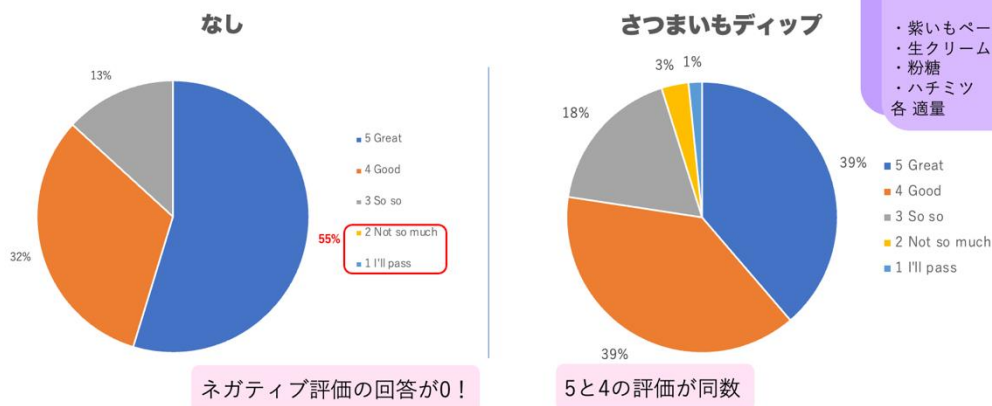
4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

アンケート嗜好性調査：

嗜好性調査 40代以下、アジア系



「アレルギーだから」と食べられない理由をわざわざ明記してくれる回答者

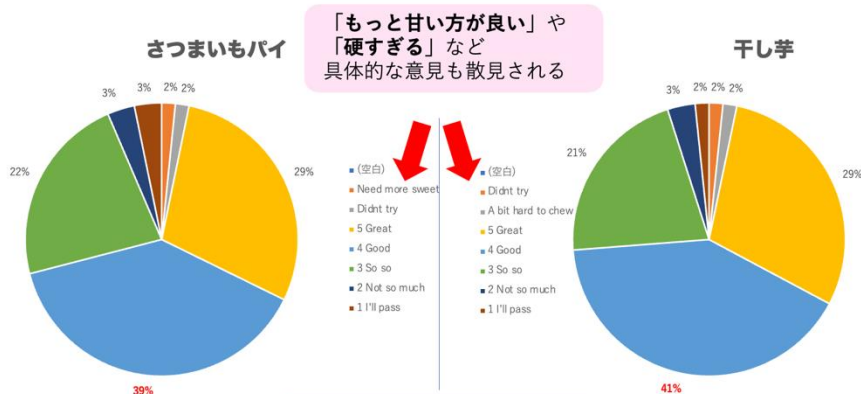


ディップクリーム
のレシピ

・紫いもペースト
・生クリーム
・粉糖
・ハチミツ
各 適量

ネガティブ評価の回答が0！

5と4の評価が同数



「もっと甘い方が良い」や
「硬すぎる」など
具体的な意見も散見される

どちらも4の評価が5を上回る

4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

インタビュー：



Plug and Play 本社勤務 30代
シリコンバレー在住の女性

- フルーツは**毎日、旬のもの**を心がけ摂取
- ドライフルーツは砂糖が多いから嫌い
- 試食した中では**柿がダントツで美味しかった**。こんなに芳醇で甘い柿はこのエリアでは買えない
- 品質が良いので、**売るならWhole Foodsのような高級スーパー**がいいと思う
- PnPカフェテリアで**ほぼ毎日カットフルーツ**を購入している。日本産果実のカットフルーツが発売されたら絶対買う！

- **フルーツはほぼ毎日摂取**
- 青果中心、時々ドライマンゴーやドライパイナップルもヨーグルトと合わせて食べたりもする
- 試食品は、メロンは甘くて柔らか、なしはシャキシャキした歯応えが良く、**柿はとて甘くて全部美味しかった**。祖父の家の庭に柿の木があるので柿は食べ慣れているが、こんなに美味しいかきは初めて食べた
- 普段買い物をするSafewayやTrader Joe'sで売っていたら買いやすい。珍しいものは多少高くても買ってみる人が多いのでは？
- 日本食レストランで**苺大福のような、果物入りもちアイス**など選択肢が増えると嬉しい



シリコンバレーのIT企業勤務
20代 アジア系男性



Plug and Play に入居する企業で
インターン中の大学生 20代女性

- **フルーツは週3日程度摂取**
- 美容や健康のためなど特に効果を意識して摂取していないが、**お菓子より果物を好んで選ぶ**
- 試食した中では**メロンが一番**。甘くて水々しい
- 売るならWhole FoodsやTrader Joe'sのようなオーガニック系、高級路線のスーパーかファーマーズマーケットがいいと思う

4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

インタビュー：



シリコンバレーでおにぎりの屋台を経営する40代日本人

- ・ アメリカ在住10年
- ・ 西海岸は健康志向が高まっていると聞くと、実際日本人から見たら大半は揚げ物などの**高カロリー食が中心な印象**
- ・ おにぎりの顧客層はアメリカ人。アメリカで生まれたアジア系の2世、3世の顧客も多い
- ・ **日本の果物は水々しく、味が繊細で美味しい**
- ・ このエリアは教養のある人が多いので「**日本らしさ**」や「**高品質の理由**」などを前面に押し出してPRしたら食いつきが良いと思う

- ・ フルーツは週3日程度摂取、持ち運びしやすく**食べやすい果物が好き**
- ・ フレッシュフルーツジュースもよく飲むし、座って作業中はカットフルーツもよく食べる
- ・ 試食した**メロン**はアメリカで買える物と比較すると**水々しく香り高く美味。柿も最高**だった
- ・ こういうワーキングスペースとコラボして販路拡大するのはとてもいいアイデアだと思う
- ・ PnPカフェテリアで**日本産果実のカットフルーツパック**や**苺大福**のような、**果物入りもちアイス**を発売してくれたら絶対買う！



PnPに入居するベンチャー企業勤務 20代 アジア系女性



シリコンバレーの企業で
プロダクトデザイン職勤務
20代アジア系女性
(ベジタリアン)

- ・ フルーツは**毎日、旬のものを心がけ**摂取
- ・ シリアルと一緒に食べたり、スムージーにしたりもする
- ・ シリコンバレーはアメリカの他の地域よりも**ベジタリアンフレンドリーなエリア**
- ・ 果物は**オーガニックなことと少量から購入**できるという理由でWhole Foodsかファーマーズマーケットで買うことが多い
- ・ **カットフルーツなどもっと手軽に日本産果物が入手できたら嬉しい**

4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

インタビュー：



- フルーツは週に1,2回程度摂取
- 毎朝、朝食にタルトを食べているが**紫いもタルトは絶品**だった
- 普段買わない珍しいものも試し買いするのは高級スーパーのWhole FoodsやTrader Joe'sなど
- **携帯できるおやつ**としてジャンクフードよりも**日本産ドライフルーツ**をぜひ試してみたい

PnPに入居する日系企業で勤務
20代 男性

- よく食べるフルーツはパイナップル。環境のことを考えると生を買ってセルフカットが良いと思うが、**手軽さに勝てずにカットフルーツで買うことが多い**
- 普段は柿を好んでは買わないが、試食で食べた柿はとても美味しかった
- スタンフォード大学内には複数のカフェテリアがあり果物も販売している。授業中にリンゴやバナナなどを食べている学生も多い
- **日本産青果物はまだこのエリアで認知度が低いので、キャンパスやPnPなど人が多く集まる場所で販売してまず知ってもらうことから始めるべき**



スタンフォード大学工学部の学生 20代

インタビューの完全版 格納場所は日青協のYouTube CH

<https://youtu.be/awbWHZ1JfOY?si=ShIEFnn0YdtWNAdf>

※全ての方に、次年度の商談時にインタビュー動画を活用させてもらう旨を伝えて承諾はすでにいただいております。

一般公開はなし、日青協や農林水産省、商談相手など限られた相手に対してのみ共有する、という前提で承諾をいただいております。

4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

会場の様子：



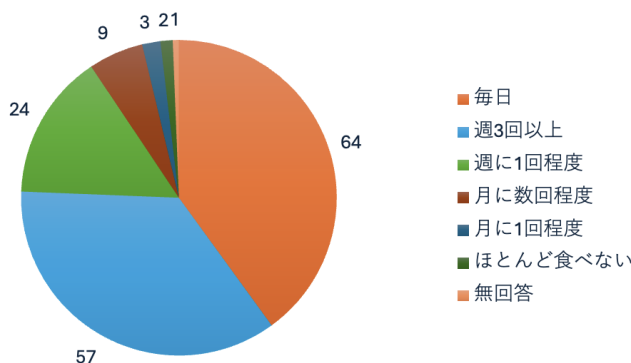
4. 調査結果：10月調査（2023年10月23日～27日）

全体サマリ：

<アンケート調査>

- アンケートの数・内容としては、学生が少なかった分、経営者や会社員の声を中心に幅広く収集
- 青果物を毎日喫食する人が全体の1/3以上、週に1度以上喫食する人が90%以上を占めた

普段の果物喫食頻度



- どの果物も非常に高評価だった
- オンラインアンケートは最後の回答送信まで行かない人が多かった（試食数に比べてアンケート回収率が悪かった）
- 同じ会場で連日開催なので、初日に来て気に入った人が同僚や知人にイベントをお勧めしてくれた
- 普段の青果物購入先として、「ファーマーズマーケット」を挙げる人が多かった

<アンケート>

- 〇〇でカットフルーツや日本産果物を使ったデザートを販売していたら喜んで買うという声がたくさん録画出来、次年度の商談で効果的に使えるデータ素材となった
- 「日本産ドライフルーツをジャンクなおやつ代わりに食べたい」など加工品の参入可能性も見えた

<その他会場での声>

- アメリカの子どもは学校でスナックタイムがあるからスーパーでは小袋のおやつファミリーパックが豊富。干し芋など栄養があり腹持ちの良いおやつの小袋ファミリーパックがあれば、有子家庭にニーズがあると思う

4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

調査概要：

- ・試食対象青果



柿
福岡県産 太秋柿



いちご
福岡県産 あまおう



みかん
熊本県産

- ・加工品



紫いもペースト
・紫いもタルト

干し芋
長崎県産 いもやすみ

干し芋
鹿児島県産 干し芋

- ・会場

PLUGANDPLAY

P.5に説明あり



10大学からなるカリフォルニア大学(University of California)の旗艦校で最古の歴史を持つ、全米最高峰の公立大学



アメリカ西海岸の名門私立大学。Google、hp、NIKE、GAP、Firefox、PayPal、YAHOO!等の創業者は皆スタンフォード大学出身者



Uber社の元技術責任者が立ち上げた、AI技術のベンチャー企業。社員はスタンフォード大学の卒業生など

4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

調査概要：

12月5～7日 Plug and Play



- ・ アンケート調査（167件）
- ・ インタビュー（7名）
- ・ ボードインタビュー（100名以上）

12月8日 UCバークレー大学 学生寮



- ・ 座談会（15名）
- ・ インタビュー（6名）

12月8日 KODIF本社



- ・ アンケート調査（4件）
- ・ 座談会（4名）
- ・ インタビュー（4名）

12月11日 スタンフォード大学 エンジニアリングセンター

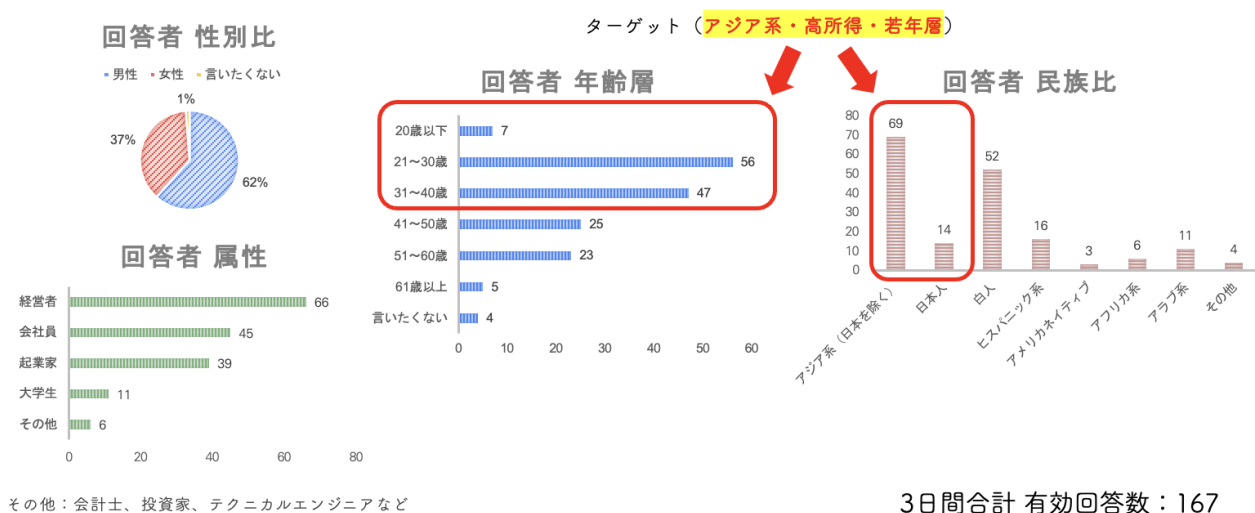


- ・ インタビュー（38名）

4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

アンケート回答者属性：

12月5～7日 Plug and Playのイベントブースでのアンケート調査



12月8日 KODIF本社でのアンケート調査

- <性別> 男性：4
- <属性> 経営者、役員：4
- <年齢層> 30代：4
- <民族比> アジア系：2、白人：1、その他（ロシア系）1

座談会を絡めたアンケートのため、通常のアンケートに加え設問をいくつか追加して実施した。

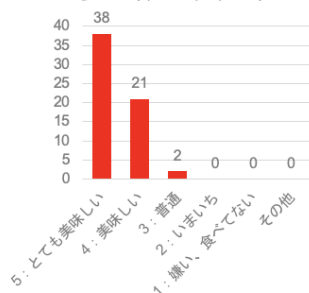
4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

アンケート嗜好性調査：

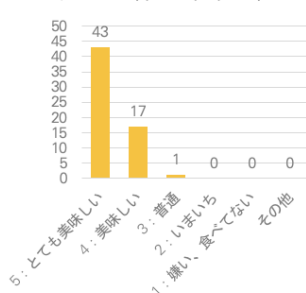
12月5～7日 Plug and Playのイベントブースでのアンケート結果

ターゲット（**アジア系・高所得・若年層**） どの青果物も6割以上の人が「とても美味しい」と評価

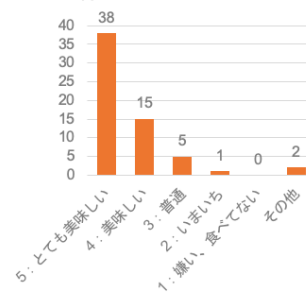
いちご（ターゲット）



みかん（ターゲット）

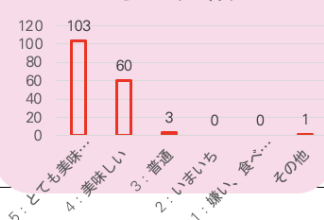


柿（ターゲット）

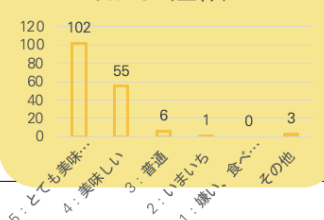


全体の評価も
同様に高評価

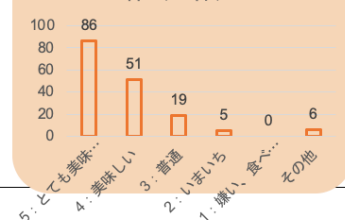
いちご（全体）



みかん（全体）



柿（全体）



12月8日 KODIF本社でのアンケート結果

青果のいちご、みかん、柿全てにおいて4名とも「4:美味しい」以上の高評価。
その上で普段購入できる類似品と比較していくら支払えるかを質問



いちご

類似品が5USDの時
試食したいちごには
7～10USD支払える
2倍程度まで支払える



みかん

類似品が7USDの時
試食したみかんには
7～9USD支払える
1.3倍程度まで支払える



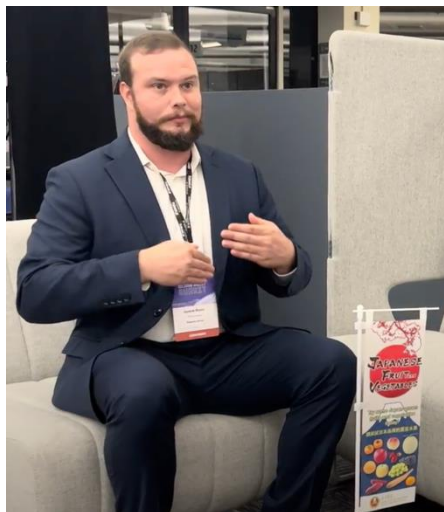
柿

類似品が2USDの時
試食した柿には
2.5～4 USD支払える
2倍程度まで支払える

4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

インタビュー：

■12月5～7日 Plug and Playのイベントブース



PnPに入居する金融アドバイザー業の男性

- ・ シリコンバレーのマウンテンビューファーマーズマーケットの運営にも携わる
- ・ ファーマーズマーケットは通常のスーパーと違い、「健康的な食生活」に興味関心のある人が集まる
- ・ 新鮮でオーガニックで栄養価の高い、野菜や果物を買いに来る人が集まる
- ・ 出店者と客の会話も弾み、試食の反応を探ったり、商品の情報を提供するには良い場所だと言える
- ・ マウンテンビューファーマーズマーケットの実行委員会の会議でも、客を惹きつける新しい出店者や取り組みを広げていこうと話していたところ。今後のコラボレーションなどは積極的に相談してきてほしい



■12月8日 UC バークレー大学 学生寮 座談会

UCバークレー大学に通う学生、大学院生15名程度

- ・ 普段果物はオーガニック系スーパーのTrader Joe'sや近所のスーパーで購入することが多い。よく買うのは、りんご、ぶどう、バナナなど手軽に食べられるもの
- ・ スムージー用に冷凍果物を買う
- ・ 普段買う果物の産地はあまり気にしない
- ・ 大学に果物を持っていくこともある
- ・ 大学のカフェテリアで果物を買うこともある
- ・ 若い世代は「何に興味があるか」が多様化しているため、マスに向けて一括でPRするよりも「健康志向な人」「日本に興味がある人」「グルメな人」など狭く明確なターゲットを設定し、それぞれの属性の人に適したPRをすべき



4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

インタビュー：

■12月8日 KODIF本社 座談会の様子



Uber社の元技術責任者が立ち上げた、アメリカでも注目されているAI技術を用いたシステムを提供するベンチャー企業

手袋とピックを渡し、好きな果物を好きなだけピックに刺して自分だけのオリジナルフルーツ串を作ってもらう体験

＜全種類ほぼ均等に選んだ人＞

- ・ 今回の3つの中で味は一番柿が好きなので少し多めに選択
- ・ いちごは同品質のものはアメリカで買えない珍しさで選択
- ・ みかんは好きな果物だけど、アメリカでも美味しいものが買えるので少しだけ少なめに選択

＜いちごと柿だけ選んだ人＞

- ・ いちごと柿は圧倒的に美味しくて、同品質のものを食べたことがない

・ みかんは普段食べているものと大差ないように感じた

＜柿とみかんを1つずつ、あとは全ていちごを選んだ人＞

- ・ いちごは普段買うものを全く別物。香りと味の濃厚さ、そしてオーガニックな印象を受けた。
- ・ アメリカで10年以上住んでいて、初めてこんなに美味しいいちごを食べた。母国（ロシア）で食べていたいちごに近く甘さと質感が最高だ
- ・ みかんも柿も美味しかったが、限られたスペース（串1本）ならいちごで満たしたいと思った

・ フルーツギフトの需要について：先方に届くものが新鮮かどうか品質が不安なのでフルーツギフトには懐疑的。もらったこともあるが、見栄えだけ良くて味は良くなかった



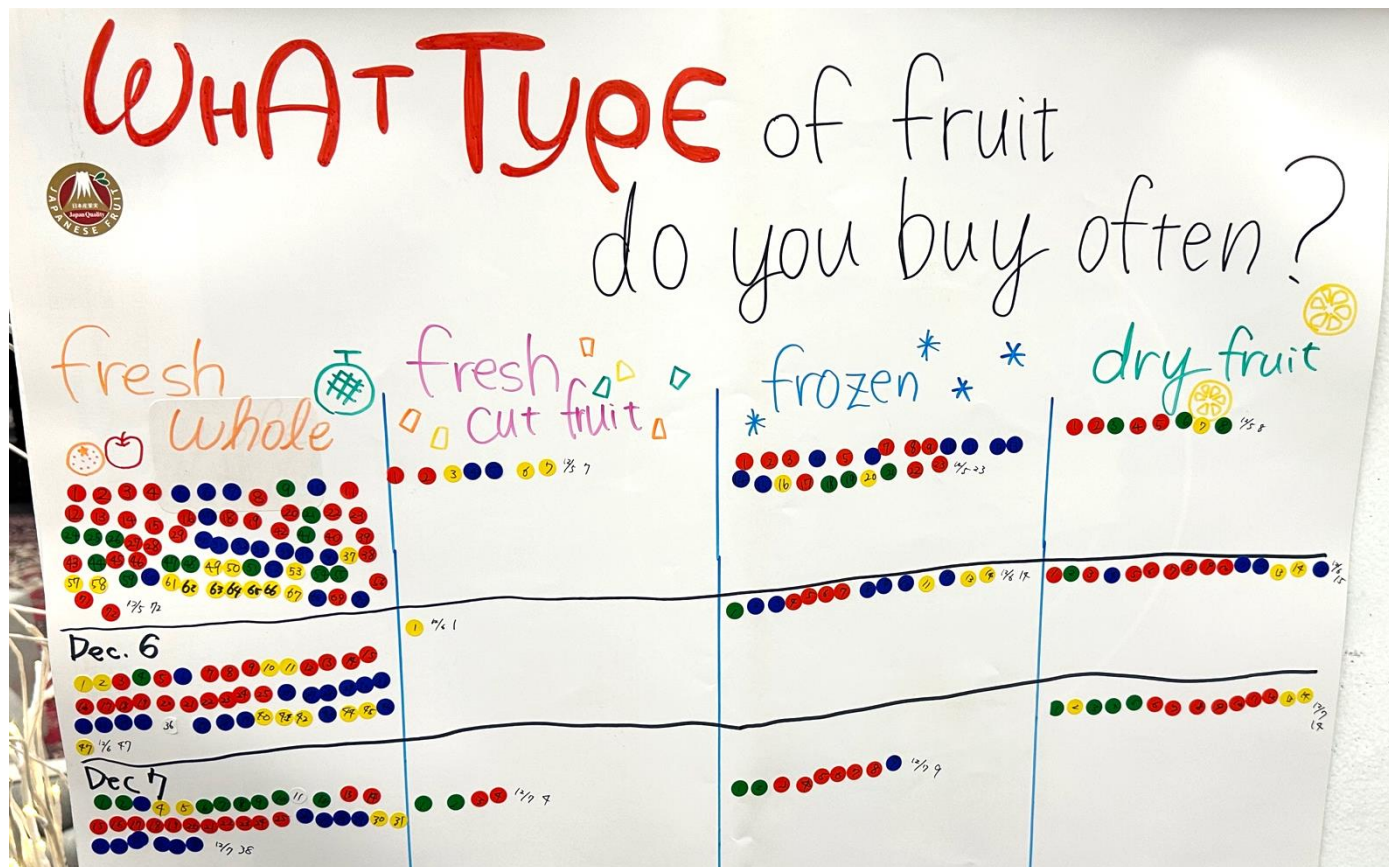
■12月11日スタンフォード大学エンジニアリングセンター

ワンオペレーションだったため、動画や写真なし。試食の際の会話から以下抜粋

- ・ 大学内のカフェテリアでは是非とも販売してほしい
- ・ 早朝から夜遅くまで研究で籠る時間が長いと1日の食事が全てカフェテリアなこともある。できるだけ健康的な食事を食べたいと思うので、日本産果物が買えたら嬉しい
- ・ 味と香りが濃厚なので、スムージーやフレッシュジュースにしても絶対美味しいはず
- ・ 干し芋の歯にくっつく（Stickyな）食感は、最初は嫌だと思ったけど、噛めば噛むほど甘みが増してきて、食べているうちに好きになる。無糖で身体に良さそう

4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

ボードアンケート：



質問：普段よく買うフルーツは？選択肢（左から）

「青果丸ごと」「カットフルーツ」「冷凍フルーツ」「ドライフルーツ」

- 3日とも圧倒的に青果丸ごとを選ぶ人が多かった。
- カットフルーツ選択者は手軽さを支持、否定派はエコじゃない・新鮮じゃない
- どんな環境でカットされているかわからないのが不安など
- フローズンはスムージー用にベリー系を購入する人が大半
- ドライフルーツはマンゴーが一番人気、賞味期限が長いことを支持



調査結果：②12月調査（2023年12月5日～11日）

会場の様子：

■12月5～7日 Plug and Playのイベントブース



4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

会場の様子：

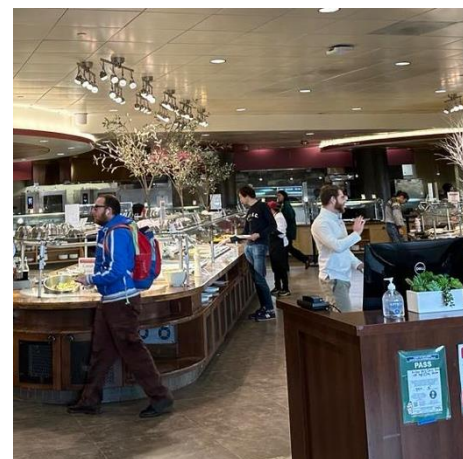
■12月8日 UC バークレー大学 学生寮 座談会



■12月8日 KODIF本社 座談会



■12月11日 スタンフォード大学エンジニアリングセンター イベント



4. 調査結果：12月調査（2023年12月5日～11日）

全体サマリ：

- 各会場で、様々な手法・切り口での調査を実現
- PnPのテック系イベントでの調査ブースは一見ジャンル違いに見えるが、珍しさから多くの人が足を運んでくれた
- サウジアラビアの通信・情報技術大臣（日本の河野デジタル大臣と同格）が隣のブースを訪問した際に、ブースに目を留めてくださった



引用元：[デジタル庁HP](#)

- 10月の調査結果でファーマーズマーケットに関する声が多かったことを受け、12月はシリコンバレーエリアで数あるファーマーズマーケットの中でも、野菜・果物関連で人気のマウンテンビューファーマーズマーケットの実行委員会の方へのインタビューを実現。次年度の商談・協業のコネクションを構築
- 大学生の寮や大学構内で調査を実施したことにより、より多くの学生の生の声を収集
- さらに大学で調査を実施したことにより、アメリカの大学におけるカフェテリア運営のプレイヤー、役割の把握ができた。例えば大学の規模によって大学直営と外部事業者への委託等、運営形態が棲み分けがなされているなど、ビジネス構造理解により次年度の商談や協業のためのターゲットが整理できた
- スタンフォード大学での調査では、関係者の協力により工学部大学院生420人程度に一斉メールで試食調査の情報を配信。結果想像を遥かに超える150人強が参加し、当初は①棟中庭、②屋外カフェテリアの2箇所で時間を変えてイベントを実施予定だったが、①で試食を全て提供し尽くしてしまうほどの人気で、②の試食会はやむなく中止となり嬉しい悲鳴となった

①



②



4. 調査結果：その他、試食会を通しての気づき、所感

■提供した青果物の評価に関して

- どの果物も高評価、評価のポイントとしては「芳醇な香り」「甘さ」「水々しさ」「食感の良さ」「果物本来の自然な味」などを挙げる人が多かった

■ターゲット別、提供方法・オケージョン別の喫食の可能性について

- アメリカの小学校ではスナックタイムが存在。そのためスーパーマーケットでは小袋のおやつファミリーパックが豊富に販売しており、例えば干し芋など栄養があり腹持ちの良いおやつ小袋ファミリーパックがあれば、有子家庭に対して訴求可能か
- 高校生や大学生においてはリンゴやバナナ等のフルーツを食べながら授業参加することもあるため、学内のカフェテリア等で日本産青果物を販売できれば日常使いされる可能性が高い
- インタビューではオフィスカフェテリアでは、高単価であってもカットフルーツのようにハンディでPC作業しながらでも食べやすいものや、人気の「もちアイス」のような果物を使った新商品が販売されればうれしいという声が複数あり。次年度の商談会で活用できる素材、情報になり得る。

■ファーマーズマーケットの有効性

- ファーマーズマーケットは健康志向で「自然のもの」「体に良いもの」を取り入れたい”アーリーアダプター”層が訪れる。情報収集にも積極的なため、日本産青果物の喫食機会を増やす機会をファーマーズマーケットで作り、特定の果物や日本産青果物全般の試食や付加価値のある情報を伝えることで、量より質の「ファン」作りをおこなうことは有効だと思われる

■大学、オフィスカフェテリアの運営形態

- 大学内カフェテリア、企業内社員食堂の運営形態には大きく「直営」と「外部委託」の2種類が存在。それぞれに特徴、選択の理由が存在しているが輸出拡大に向けた戦略を構築するうえで意識する必要がある

カフェテリア運営の図解：一般的な例を記載

	例	運営形態	運営事業者
大規模大学	 	直営	スタンフォード大学レジデンシャルダイニングサービス
中規模大学		外部委託	米国フードマネジメント会社
大手IT企業	 	外部委託	 
一部企業		直営	Plug and Play Tech Center

5. 本事業を通じた波及効果

■想定していた波及効果

波及効果① ターゲットの育成

- 日本産青果物との接触によるターゲットの認知度、購入意欲向上
- 若年層に対する日本産青果物のブランド訴求による将来的な購買者層の育成

波及効果② 各種ノウハウの蓄積

- 青果物の旬とアメリカの季節の相性把握
- アメリカにおけるライフスタイルに合わせた、新たな提供方法（調理・加工等）の発見
- 輸出、保管等に係る課題の特定と解決策の検討

波及効果③ 現地ネットワークの構築

- 大学、企業との連携実績
- 現地フードサービス事業者とのネットワーク構築、継続した取り組みへの発展の可能性
- 大口輸出先との接続

■結果振り返り

- アンケート結果を踏まえ、概ね日本産果物は高評価と言える
- インタビューでは深掘りし、同僚へのレコメンド理由、職場での販売要望等を聞き、試食会を通じての認知及び購買意欲の向上に貢献
- 高級スーパーで購入したい等、次年度の商談の際に消費者の声として活用できる情報を多く収集

- 大学、IT企業、ベンチャー等、多様な環境での調査による実態把握を実現
- 特に提供方法・オケージョン別の喫食に可能性を見出す
- ファーマーズマーケットの活用によるアーリーアダプターへのアプローチとブランディング

- 輸出に直結する事業者とのネットワーク構築を果たす
 - 大手フードマネジメント代行会社
 - 大学直営のダイニングサービス
 - 大手社内ダイニングサービス
 - ファーマーズマーケット運営者
 - 大手ECスーパーのCEO
 - レストラン経営、仕入れ責任者
- 日本産青果物を求める消費者の声（要望）を収集。事業者の意思決定を促す生の声の吸い上げ

6. 次年度に向けての展望・提言

R4年度事業で明確化したターゲット層（アジア系・高所得・若年層）にフォーカスした日本産青果物の試食調査を実施したところ、仮説通り日本産青果物に対して高評価、品質がよく手にとりやすいところで購入できるなら、高価格でも喜んで買うという結果を得られ、仮説検証が完了した。

次年度は、本年度の裏付けをもとにアメリカ西海岸ベイエリア（ターゲット層と親和性の高いエリア）において、よりマスのターゲット層にアプローチできる機会を創出することが望まれる。また、大きなロットでの購買可能性のあるバイヤー（企業）との商談会を開催する必要がある。

想定する理想の商談相手例

- ・ Plug and Play Tech Centerのカフェテリア
 - ・ スタンフォード大学のカフェテリア（直営）
 - ・ UCバークレー大学のカフェテリア（直営）
 - ・ コンパスグループ内BON APPETITなど大手の外部フードサービス会社
- ※ BON APPETITはシリコンバレーエリアのGoogle、Intel、Amazonなど大手IT企業内のカフェテリアを運営している

本年度のアンケート結果や個別インタビューは、ターゲット層の仮説検証の証拠となるのはもちろんのこと、ポテンシャル顧客の声やニーズとして、商談の場でバイヤーの購買を後押しする商談素材になりうることを想定して実施した。本年度の事業の成果は日青協の資産としてデータを有意義に活用し、次年度の商談効率や成約率の向上に向けて活用されることを強く願う。

次年度の事業では、昨年度及び本年度の流れを汲み、適切な商談相手に対し定量データや顧客の声に基づいた真っ当な提案をすることで、日本産青果物のアメリカ市場での販路拡大につながることを考えている。

RxR Innovation Initiative株式会社 杉山

TEL : 080-3297-0408

Email : hidemi.sugiyama@rxrii.jp