



日本青果物輸出促進協議会 御中

令和5年度補正
品目団体輸出力強化緊急支援対策事業のうち

「大型取引のためのアメリカ商談会」
報告会資料

RxR Innovation Initiative株式会社



目次

1. 仕様書
2. 本事業における波及効果
3. 事業概要と実施事項
4. オンライン商談会
 - 商談会概要
 - 商談会結果報告
 - 商談会を通しての気づき、所感
5. 現地商談会
 - 商談会概要
 - 商談会結果報告
 - 商談会を通しての気づき、所感
 - 本事業を通じた成果
 - 米国店舗視察
6. 次年度に向けての展望・提言

1. 仕様書

417 アメリカ商談会

1 事業名

令和5年度補正品目団体輸出力強化緊急支援対策事業のうち「大型取引のためのアメリカ商談会」

2 事業目的

令和5年度実施のターゲット（アジア系・高所得・若年層）向け試食調査の結果を踏まえ、今後市場拡大を狙うアメリカで新規販路開拓のための商談会を実施する。とりわけ、フラッグシップ輸出産地形成プロジェクトなどで生産される大ロットな青果物の輸出に向け、大学内食堂やターゲットと親和性の高い大手IT企業の社員食堂など、大型取引が可能なバイヤーとの商談会の実施を通して、更なる輸出促進を図る。

3 事業内容

（1）事前商談会

- ① 商談の裾野を広げるため、アメリカに販路を拡大させたい会員を広く募りオンライン会議や事前の資料共有にて現地バイヤーと事前マッチングを通して、現地ニーズを事前に把握する。
- ② 英語・日本語での商談資料作成を支援し、商談確度を上げること。

（2）商談会の実施

- ① アメリカ現地でバイヤーを招き、販路拡大に繋がるための商談会を実施する。本事業の趣旨に則り、大型取引が可能なバイヤーを招聘すること。
- ② 参加会員の渡航費及び商談会で使用する青果物の輸送費は、委託費の範囲内に含めること。費用対効果を考慮した商談会スケジュールとすること。なお、生産者等の渡航費用については受託者が負担すること。
- ③ 対象青果物は以下の通り
なし・柿・メロン・温州みかん・いちご・ながいも・その他野菜及び日本産青果物の加工品の中から現地のニーズに応じて選定すること。

4 履行期限

以下の期日までに、最終報告書及び精算書類を提出すること。

2025年3月15日

2. 本事業における波及効果

■ 直接的な効果

- 個社ではアプローチが困難な現地系フードマネジメント会社やローカルな大学のカフェテリアと商談機会の創出
- 個社ではアプローチが困難な大ロット取引の可能性の高いバイヤーとの商談機会創出
- オンライン商談会による品目別ニーズの有無の情報取得
- 商談会でのバイヤーアンケートによる日本産青果物への評価や課題などの情報取得

■ 波及効果①：現地系バイヤーとのつながり、関係構築

- 現地系フードマネジメント会社やスーパーマーケットチェーンと繋がることで、将来的な商談や成約の可能性の提供

■ 波及効果②：米国における商談会実施に関するノウハウ・経験値向上

- 日青協会員生産者様の米国での商談会・準備等の経験
- 生産者自身の目と耳で“求められている”青果品目を確認・理解

■ 波及効果③：メインターゲット層への日本青果物の認知拡大

- メインターゲット層の生活圏内のカフェテリアやスーパーで日本産青果物が販売されることで、認知拡大・消費拡大に貢献する

→大ロット青果物の輸出の可能性を広げることで、フラッグシップ輸出産地形成プロジェクトなどで生産される青果物の最適な販路を形成する。

3. 事業概要と実施事項

[主な実施内容]

1. 事業概要説明会

- 参加事業者を募る目的の元、事業概要説明会をオンラインにて実施。

2. 参加者キックオフ会

- 参加事業者全員を集めオンラインにて実施。
- 招聘するバイヤーの情報（事業形式、販売商品、メイン客層など）を詳しく説明。また、昨年の調査結果を元に、現地消費者が日本産青果物を喫食した感想や懸念点などを情報共有。

3. 事前オンライン商談会

- バイヤーと参加事業者の事前オンライン商談会を実施。
- バイヤーや事業者の参加しやすい週に事前オンライン商談会を開催。ニーズにより複数回実施。

4. 商談会

- 事前オンライン商談会で選抜された事業者が実際にアメリカ西海岸に渡航し対面での商談会に参加。
- アメリカ西海岸にて2日間の商談会及び店舗視察を実施。

日青協の
アメリカ商談会
に参加しませんか？

メリット1
有名大学の学生食堂・売店で扱ってもらう可能性

メリット2
AmazonやGoogleなど大手企業の社員食堂で扱ってもらえる可能性

メリット3
日青協会員プロモーション時の有効活用ができる

web事業説明会
①5月30日(木) 朝10時~11時
②6月7日(金) 昼13時~14時

無料オンライン商談会に参加してから渡航が選べる！
お問合せ先
主催: 一般社団法人 日本青果物輸出促進協議会
運営: RxR innovation initiatives
担当: 鈴木 (jfec_specialist@jfruit-export.jp)

Bon Appetite (ボナパティート)

社概要

- 世界最大のフード・マネジメント・サービス会社のCompass (コンパス)グループ傘下子会社
- 本社は、SFベイエリア(シリコンバレー)地区
- フードソーシングから、実際の“カフェテリア”でのサービスまで包括的に提供
- Google、NVIDIA等のIT大手企業、大学カフェテリア、独自のレストラン・サービスも展開
- 日本食、多種多様な嗜好のメニュー対応に興味あり

談相手:

- Ms. Bridgene Keys: District Manager (Silicon Valley Region)
- 責任下の会社例: VMWare, SAP, Adobe, Stanford University Graduate School

3. 事業概要と実施事項

[全体スケジュール]

項目	実施内容	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
日青協との打合せ	概要説明、ニーズヒアリング	●									
	オンライン商談会の結果報告						●				
	商談会の結果報告									●	
商談会準備	事業概要説明会	●									
	英語商談シート作成		●								
	招待バイヤー選定	●									
	バイヤー紹介資料作成		●								
	参加者キックオフ説明会			●							
	オンライン商談会					●					
	渡航参加者確定						●				
	商談品目最終確定						●				
	商談会場手配						●				
	商談会用サンプル輸送								●		
商談会	渡航前オリエンテーション								●		
	商談会								●		
最終報告	商談フォローアップ									●	●
	レポート作成									●	●
	清算書類提出										●

4. オンライン商談会：商談会概要

【商談会概要】

目的：オンライン商談会を通し米国商談先のニーズを調査し、実際の商談会に招聘する事業者を選定する。

日程：2024年10月下旬

■日本側参加事業者

- ・株式会社H.Eフードウェイズ
- ・株式会社SAMURAI SUMMIT（サムライサミット）
- ・株式会社マイナビ
- ・カルビーかいつかスイートポテト株式会社
- ・JA熊本経済連
- ・JA静岡経済連
- ・陽地株式会社(ヤンジー) （※あいうえお順記載、敬称略）

■アメリカ側商談先

- ・Compass Group
- ・Stanford大学Residential & Dining Enterprises
- ・Kroger Group
- ・Plug and Play Tech Center
- ・Sodexo社 （※先方より1月末の商談会のみ参加希望との連絡。）

	Compass Group	Stanford大学 Residential & Dining Enterprises	Kroger Group	Plug and Play Tech Center
株式会社H.Eフードウェイズ	実施無	実施	実施	実施無
株式会社SAMURAI SUMMIT	実施無	実施	実施	実施無
株式会社マイナビ	実施無	実施	実施無	実施無
カルビーかいつかスイートポテト株式会社	実施	実施	実施	実施無
JA熊本経済連	実施	実施	実施	実施
JA静岡経済連	実施	実施無	実施無	実施無
陽地株式会社(ヤンジー)	実施無	実施	実施	実施無

実施無= 商談先（バイヤー）または事業者様からの希望がなかったため調整せず。

4. オンライン商談会：商談会結果報告

商談先 & 参加者	サマリ	質問
<p>Compass Group 企業や大学カフェに フードサービスを提供</p> <p>■参加者 (購買担当)</p>	<p>現在仕入れている青果物は90%以上アメリカ産のもの。パイナップル、ブドウ、梨、柿、ドラゴンフルーツなどは、米国のアジア系ディストリビューターから彼らの提携しているSysco社及びUS Foods社経由で購入。この背景には大学生、企業従業員の人種的多様性が増加したことが挙げられる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •既にアメリカで流通網を持っているか？ •商品の棚持ちに関する質問 •個別の商品に関する質問 •加工品、冷凍果物の有無に関する質問
<p>Stanford大学 Residential & Dining Enterprises スタンフォード大学の カフェテリア、ケー ターリング、イベン ト運営</p> <p>■参加者 (ダイニングサービス 担当)</p>	<p>Stanford大学Residential & Dining Enterprisesは同大学における全てのフードサービスを提供し調達から日々の運営までを手掛けている。健康意識の高い学生、Veganの学生も多い。調理せずとも手軽にそのまま食べられるなど食べやすさが重要。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •既にアメリカで流通網を持っているか？ •商品の棚持ちに関する質問 •個別の商品に関する質問 •Vegan、アレルギーに関する質問 •持ち運びに関する質問
<p>Kroger Group 大手スーパーマーケ ットチェーン</p> <p>■参加者 (東海岸地区青果物の 購買・サプライチ ェーン担当)</p>	<p>20+のスーパーマーケットブランド、2700店舗を展開。現在仕入れている青果物は90%以上アメリカ産のもの。日本産青果物に関しては同社富裕層向けのハイエンドスーパーでの展開の可能性について言及あり。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •既にアメリカで流通網を持っているか？ •商品の棚持ちに関する質問 •個別の商品に関する質問 •青果物の旬に関する質問 •加工品、冷凍果物の有無に関する質問
<p>Plug and Play Tech Center (昨年度の試食会実 施会場)</p> <p>若年層、アジア系、 富裕層が集まるイベ ントを毎年開催。</p> <p>■参加者 (カフェ & イベント 運営担当)</p>	<p>参加者は富裕層が多いため、価格に関わらずおいしいものを購入。昨年度のプロジェクトである試食会はこの場所で開催。こちらを商談会スペースとしてレンタルすることは可能だとの言及あり。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •既にアメリカで流通網を持っているか？ •商品の棚持ちに関する質問 •個別の商品に関する質問 •青果物の旬に関する質問 •味に関する質問

※ 担当者名などは別紙1参照のこと

4. オンライン商談会：結果報告、気づき、所感

【商談会結果】

商談先（バイヤー）からの評価などを基準に日青協と相談の上、現地渡航事業者を決定。

※ バイヤー評価詳細は別紙2参照のこと

【商談会を通しての気づき、所感】

- **商談会の調整**：フルオンラインでの商談会を実施。結果、オンラインでのミーティングということで、商談先からの容易な日程リスケや最終決裁者の不参加という事例を出してしまった。反省点として、少なくとも米国調整窓口の担当者は、先方オフィスに訪問すべきであった。また、商談先とのミーティング枠30分という短時間で思うような商品訴求の時間を確保できなかったことも反省点。
- **商談会準備**：商談シートの先方への事前送付により、商談会前に商品の概要理解はいただけたものの、商品説明(商品訴求)については、ビデオ等のメディアコンテンツの必要性を感じた。
- **日本産青果物の認知度向上**：一部の商談先を除いて、商品スペックの高さに感銘を受けてもらうものの、全体的に日本産青果物に対する認知度が低かった。個社の商談会と併せて、米国においては更なる日本産青果物全体の訴求活動の必要性を感じた。

5. 現地商談会：商談会概要

【商談会概要】

目的：オンライン商談会で対象青果物に興味を持っていただいた大型取引が可能なバイヤーを招待し、実際の試食を伴う商談会を通じて、米国での新しい商談先接点を創るとともに、商談成立の可能性を高め輸出促進を図る。

日程：2025/1/28(火) 10:00～16:00
2025/1/29(水) 10:00～15:00

会場：Plug and Play Tech Center、Silicon Valley Event Room
(住所：440 N Wolfe Rd, Sunnyvale, CA 94085)

対象製品：青果物（果物）

参加事業者：

カルビーかいつかスイートポテト（自社経費で参加）

JA熊本経済連

陽地株式会社

(※あいうえお順記載、敬称略)

5. 現地商談会：商談会概要

【行程】

- 実働3日間という効率的な行程にて、商談会準備(半日)、 店舗視察(半日)、 商談会(2日間)を調整。

日次	月日(曜)	地名	現地時間	交通機関	行程
1	1/26(日)	成田空港 San Francisco 空港 San Jose	21:25 13:40	ZG026 専用車	ZIP AIR San Francisco空港到着 RXR近藤が車でお迎え→ホテルへ < Ramada by Wyndham Sunnyvale/Silicon Valley 1泊目 >
2	1/27(月)	San Jose	9:30 15:00	専用車 専用車	商談会準備 (サンプル確認等) 市場視察 (近郊グローサリーマーケット) < Ramada by Wyndham Sunnyvale/Silicon Valley 2泊目 >
3	1/28(火)	San Jose	10:00-16:00 16:00-	専用車	商談会<会場Plug and Play Tech Center > 自由行動 < Ramada by Wyndham Sunnyvale/Silicon Valley 3泊目 >
4	1/29(水)	San Jose	10:00-15:00 15:00-	専用車	商談会<会場Plug and Play Tech Center > 自由行動 < Ramada by Wyndham Sunnyvale/Silicon Valley 4泊目 >
5	1/30(木)	San Jose San Francisco 空港	11:00 15:40	専用車 ZG025	空港へ ZIP AIR (31日 19:55成田空港着)

5. 現地商談会：商談会概要

【商談会会場】

Plug and Play Tech Center本社

住所：440 N Wolfe Rd, Sunnyvale, CA 94085, United States



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キングのため、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。



【会場内】



5. 現地商談会：商談会概要

【商品リスト】

事業者様	青果物の品目	青果物の品種名または商品名
カルビーかいつか スイートポテト様	かんしょ	紅天使焼き芋 冷凍
JA熊本経済連様	いちご	ゆうべに 冷蔵
JA熊本経済連様	いちご	恋みのり 冷蔵
JA熊本経済連様	メロン	アンデスメロン 冷蔵
JA熊本経済連様	メロン	アールスメロン 冷蔵
陽地株式会社様	かんしょ	焼き芋 常温
陽地株式会社様	かんしょ	Beni Bites 常温
陽地株式会社様	りんご・梨・苺・ 柿・温州みかん	ドライフルーツ 常温



5. 現地商談会：商談会概要

【招待者リスト】

	企業名	業種	概要	出欠
1	Compass Group *Bon Appetit 社含む	コントラクト・ フードマネジメ ント 会社	コントラクト・フードサービ ス・カンパニーで、企業や大学 カフェにフードサービスを提供	×
2	Sodexo	コントラクト・ フード マネジメント 会社	コントラクト・フードサービ ス・カンパニーで、業や大学カ フェにフードサービスを提供	×
3	Plug and Play Tech Center	カフェテリア	若年層、アジア系、富裕層が集 まるイベントを通年開催	○
4	Kroger Group	グロサリー ストア	大手スーパーマーケットチェー ン	×
5	Stanford University	大学ダイニング サービス	スタンフォード大学のカフェテ リア、ケータリング、イベント 運営	○
6	イベントオー ガナイザー	各種イベントの オーガナイザー	カリフォルニア州を中心とした 各種イベントのコーディネータ ー	○
7	他のスーパー マーケット	グロサリー ストア	地元スーパーマーケットチェー ン各社 Hmart社、Ranch 99等	△
8	ダイニング サービス関連	食品サービス提 供者	地元ダイニングサービス関連業 社各社	○
9	地元 レストラン	レストラン	地元のレストラン	○
10	輸入業社、そ の他	食品卸業社、 その他	食品輸入業社、卸、その他食品 流通関連	○

※ 主な出席者詳細は別紙3参照のこと。

5. 現地商談会：商談会概要

【会場の様子】



5. 現地商談会：結果報告

【総括】

- 2日間の商談会を通じて、予定通り80名を超える来場者を迎えることが出来たこと、小規模ながらも参加事業者様が実際の商品販売を実現できたこと、更には米国での商品展開について実際の米国での商談先の生の声を聞き、様々なアドバイスや意見交換が出来たことはとても有意義であった。
- 来場者の中でも、特にアジア系スーパー関連業社様や、カリフォルニア州を中心とした各種イベントオーガナイザーの皆様からの引きが強く、本社へのサンプル持ち帰り希望や所属会社・組織への商品内容報告の為の情報収集及び商品提供依頼が数多く見受けられ、今後のフォローアップ商談の為の名刺交換、コンタクト先交換も活発に行われた。これは昨年度および一昨年度に行った米国での日本産青果物のターゲット顧客層は「アジア系」「富裕層」「若年層」であるという仮説検証にも繋がる物であった。
- 一方で、当初予定していたCompassグループやSodexo社等のフードマネジメント会社がLAの山火事で被害のあったクライアントの対応などに追われて急遽、商談会に参加出来なくなったという事例もあり、今後の商談会調整については見直しを図る必要性も強く感じた。
- 商談会調整については品目のシーズン、商談会日時の個別最適化を図るためにも各事業者様毎に”商談先顧客訪問”という調整が妥当であると考えている。

【商談会を通じたターゲット顧客考察(サマリ)】

- 生果
 - アジア系スーパー：価格帯や日持ちの課題はあるものの一般消費者向けへの販売と、富裕層向けの販売等で棲み分けをしていることもあり、一定のニーズは感じられた。
 - イベントオーガナイザー：特定の大規模イベントでの購入については 興味を持つ商談先も見受けられた(商談会事後のコンタクトも含める)。但し、イベント開催場所・対象顧客については、NYCを中心とした東海岸地区での実施を勧められた。
- 青果物の加工品
 - 小規模スーパー、コンビニ：大規模スーパーでは、棚を広くとっている大手メーカーの商品に埋もれて良い商品でも消費者に見つけてもらい辛いので、小規模なオーガニックスーパーや大学、企業、今回の商談会を実施したPlug and Play Tech Centerのようなカフェテリア施設やコンビニ等小規模店舗での販売チャンネルが良いとの意見を多数いただいた。
 - イベントオーガナイザー：特にドライフルーツやプロテインバー商品についてはイベントオーガナイザーからの引きが最も強くニーズが高かった。Plug and Play Tech Centerでは提供したサンプルを実際の棚に置き販売調査をしていただけた。売れ行き好調のため商談会期間中に商談成立し、継続注文が続いている。

5 現地商談会 結果報告

【商談先との主な検討内容】

JA熊本経済連様

No.	商談企業名	業種	紹介商品	商談内容
1	Aston Consulting	コンサルティング	いちご(ゆうべに・恋みのり)・アンデスメロン	担当者が卸業者ではなく、量販店等のコンサルティング会社だったので担当者から量販店の担当者に繋げてもらえれば可能性があると思う。特にいちごは気に入ってもらえた。
2	TOKACHI MUSUBI	小売	いちご(特にゆうべに)	移動販売車でおにぎりをメインに販売している日本人で、価格の面で直接の取引は厳しそうだったが、ギフトで販売できる業者に声をかけてくれるとのこと。また青果物は厳しかったが、青果物を使用したゼリーなどは可能性があると感じた。
3	RGI Events	イベント運営会社	いちご(特にゆうべに)	イベント運営会社の担当で企業もハイクラスの企業が多いとのこと。そこでの販売に良いかもしれないとのことだったが、1アイテム8~10ドル以下の価格帯じゃないと厳しいとのことだった。
4	Stanford University	大学	いちご(ゆうべに・恋みのり)・アンデスメロン	コスト的にカフェテリアへの導入はハードルが高いが、イベント時の商品プロモーションは可能。
5	NORTH AMERICAN LIGHTING	卸(製造)	いちご(特に恋みのり)	担当者は照明などの製造メーカーの卸だったので取引は厳しい。現地の青果物に対する意見を聞いた点は良かった。

陽地株式会社様

No.	商談企業名	業種	紹介商品	商談内容
1	Plug and Play Tech Center	カフェテリア	Beni Bites ドライ フルーツ	提供したサンプルを実際の棚に置き販売調査を即実施。売れ行き好調のため会期中に商談成立。今後、ドライフルーツ商品含め、同社でのイベント向け購入も検討。同社では、年間約大小300+のイベントを実施している。他拠点展開も視野に。
2	RGI Events	イベント運営会社	ドライフルーツ	SFベイエリアにて、コーポレートや、コミュニティ、ウェディングイベント等を企画・運営している。ドライフルーツ商品については、小袋パッケージを検討してほしいとの要望あり。SFベイエリアだけでなく、LAやNYCでのイベント展開も検討しては？とのコメントあり。
3	Paris Baguette	ベーカリー	Beni Bites ドライ フルーツ	米国で人気の韓国系ベーカリーチェーン。店舗でもプロテインバー等も販売しており、Beni Bitesやドライフルーツ商品に興味。
4	K-Tech Fest運営会社	イベント運営会社	Beni Bites ドライ フルーツ	韓国系のテックイベント運営会社。年間を通じて大小様々なイベントを全米にて開催。ドライフルーツ商品についてイベント向け購入について商談中。
5	TOKACHI MUSUBI	小売	Beni Bites ドライ フルーツ	同社のコーポレート・クライアント訪問時の商品紹介や、SFベイエリアでの各種コミュニティへのご紹介をいただけるとのこと。

5. 現地商談会：結果報告

【参加事業者からのアンケート結果】

1 今回の商談会参加で良かった点を教えてください。

(JA熊本経済連様)

- 初めてのアメリカでの商談会参加を通じて、日系、韓国系、現地スーパーの売り場づくりを観察できた。
- PnPの商談会ではメロンといちごを持参し、日本人とアメリカ人の嗜好の違いを実感。アメリカ人は硬いものを好み、「硬い＝鮮度が良い」「柔らかい＝古い」と認識する傾向があり、日本の感覚と異なっていた。
- 現地の生の声を直接聞くことができ、今後の輸出品選定に役立つ知見を得られた。

(陽地株式会社様)

- 持参した商品の評価が得られた。
- 来場された方々がそれぞれコミュニティを持っており、参入する道が見えた。
- 単なる商品の紹介に留まらず、Beni Bites商品は実際の契約を締結。
- ドライフルーツ商品については多くの引き合いがあった。
- おにぎり事業者から大きな市場になる可能性が示唆された。

2 今回の商談会で困った点、改善してほしい点を教えてください。

(JA熊本経済連様)

- 2日間の商談会の運営自体には問題なく、試食や廃棄についても特に問題はなかった。
- 商談では輸出につながる関係者に試食してもらえず、実際の業者に試食してもらいたかった。
- 過去に参加したドバイやカタールでの日青協の商談会では、日系の輸入業者とつながることができ実際の商談に発展した。次回の商談会では、現地のインポーター、ディストリビュータなど輸出に関わる関係者を招いてほしい。

(陽地株式会社様)

- 当初想定していたバイヤーが来られなかった。
- 商談会の内容や参加予定のバイヤー情報が十分に把握できておらず、事前にどのバイヤーが来るか確認できていればより良かった。
- 実際に来られたバイヤーは素晴らしかったため、事前の情報共有が重要と感じられた。

3 米国で外部開催の商談会に参加された経験はありますか？（回数や頻度も）

(JA熊本経済連様) アメリカは今回が初めて。

(陽地株式会社様) アメリカは今回が初めて。

5. 現地商談会：結果報告

【参加事業者からのアンケート結果】

4 御社にとって商談が決まりやすい業種、商談会に呼んでほしい業種があれば教えてください。

(JA熊本経済連様)

- 日本食レストラン、ホテルで運営している高級レストラン。青果物で考えると高級店。量販店は難しい。

(陽地株式会社様)

- 事後の流通を考え、インポーター、ディストリビューターが商談会に参加していると良い。

5 御社にとって米国マーケットは今後も拡大していきたい市場ですか？

(JA熊本経済連様)

- 米国マーケットは今後も拡大していきたいと考えている。
- 熊本の商材（今回はいちごとメロンのみ）に加え、新しい品目に関する可能性も検討したい。
- 現地での事例（NYで日本のいちごが生産されているなど）を踏まえ、チャンスのある加工品や青果物を模索している。

(陽地株式会社様)

- 米国マーケットは今後も拡大していきたいと考えている。

6 日青協で今後商談会を開催してほしい米国の地域（NYC、LA）があれば教えてください。

(JA熊本経済連様)

- 冷凍品（イチゴ、メロン、サツマイモ、ピューレなど）の輸出拡大を目指している。
- アメリカについて情報が少ないため、適した開催場所は判断し辛いですが、LAのように日本食が賑わっている地域が適している可能性が高い。高級日本食レストランやホテルなど、関連事業者が集まるエリアでの開催が望ましい。

(陽地株式会社様)

- 地域指定: 特に特定の地域の指定はない。
- 商談会期間: 商談会が短く、しっかりと話ができなかった。
- 業者の種類: 両方の種類の業者を呼んでほしい。
スーパーに押し込みができる業者。
将来的な展望を開くための業者。
- ターゲット市場: 大学市場にも積極的にアプローチしたい。

5. 現地商談会：結果報告

【商談契約実績（見込みを含む）】

A社：31社68名と商談実施、1136万1200円

- ・ イベント運営会社(300万円)
- ・ 大学顧客(219万6000円)
- ・ コーポレートダイニングサービス(493万4000円)
- ・ レストラン・フード・ケータリング会社(123万1200円)

B社：25社49名と商談実施、220万円

- ・ 量販店(60万円)
- ・ イベント運営会社(120万円)
- ・ 大学顧客(20万円)
- ・ レストラン(20万円)

合計: 1356万1200円

【商談会での所感】

- ・ 小規模ながら米国での商談成立のケースづくりができた。
- ・ 事業者と米国でのバイヤーとの関係構築がつくれ、中長期的な視点でも商談の可能性を高められた。
- ・ 予算の都合上と事前オンライン商談会での引き合いの結果、2社の参加とはなったが、今回の商談会受託金額ににあった事業効果を狙うには4社などが最適。
- ・ 加工品を多く持ってきていたA社は現地でも反応が良く、旬を考慮せずとも良い。より現地ニーズに合う事業者選定が輸出金額拡大に繋がる。
- ・ ディストリビューター及びレストラン等のバイヤーを招聘していれば売上が拡大したと考える。



5. 現地商談会：商談会を通しての気づき、所感

【商談会を通しての気づき、所感】

- **更なる訴求の必要性**：来場者様から日本産青果物及びその加工品について興味を持っていただいた反面、その存在や日本産青果物の優位性についての訴求や認知度がまだまだ不足している現状を痛感。
- **訴求方法**：来場様数名からは、JA熊本経済連様のパソコンで流していた動画をお見せした上で、いちごやメロンの値段を予測してもらった際、想定していたより高い値段を答えるという現象が見受けられた。理由を聞いてみると、一人ひとりが手作業をしているプロセス(動画)を見て、この手法・この味だから高いだろうな！という感想であった。商品自体の優位性の訴求と併せて、生産者のストーリー、日本の農作業、工程管理のきめ細かさや高品質をブランディングするような動画を準備して視聴してもらうコーナーをつくることも重要だと感じる。
- **商談会の調整**：CompassやSodexoといった商談先として期待していた会社及び、招聘していたインポーターやディストリビューターがLAの山火事の影響等もあり急遽不参加となってしまった→次年度は会場にお越しいただくのではなく、先方各社にこちらから出向くスタイルに変更する必要がある。
- **来場者情報の共有**：ブースへの訪問者が当初の招聘バイヤーなのか、もしくは急遽参加依頼に応じてくれた新規バイヤーなのか、また彼らの所属や職務内容が事前に分かっていたらより円滑に商談を進められたとのご意見をいただいた。
- **試食イベントやお披露目会**：一方で、このようなイベントであるからこそ、予想もしていなかった気づきや商談機会を得られることがあることも併せて体験し、その重要性を再認識。
 - Plug and Play Tech Center: プロテインバーの販売調査と商談成立
 - LAアジア系イベント：3月開催予定のイベントへのドライフルーツ出展依頼
 - Stanford大学：大学とのタイアップイベントへの参画依頼
- **現地での運営**：商品の輸入手続き、米国内での青果物の保管・配送に関するトラブル発生時の対応の為に、商談会現地での受け入れ体制づくりの重要性を再認識。

5. 現地商談会：本事業を通じた成果

結果の振り返り

成果目論見① 実際の商談

- 大規模商談には至らなかったものの、小規模とはいえ、実際の販売に繋がったケースが作れた。
- 商談先との対話を通じて、各事業者様が、今後の商品の訴求方法や事業としての出口戦略のヒントを獲得できた。
- 急遽、会期中に参加できなくなった商談先が出てしまった。

成果目論見② 現地ネットワークの構築

- 参加事業者様の今後の継続商談につながる具体的なコンタクトや要望を入手することができた。
- 想定していた有望商談先に加えて、イベントオーガナイザーやアジア系スーパーといった商談先との接点を作れた。
- レストラン及びディストリビューターとのネットワーク構築もニーズが高いことが分かった。
- 商談会に参加できなかった会社・組織へのフォローアップが必要。

成果目論見③ 米国における商談会の形づくり

- 今回のような”イベント型”商談会の良さ・課題を認識できた。これにより、用途に応じた商談会設計の重要性と、今後の進め方に関するアイデアを得られた。また、NYC等の東海岸での商談会実施のアドバイスも頂いた。
- 実際の商談会で必要な活動(例：生産工程や日本産青果物の質の高さやブランドを訴求する動画づくり)についてのヒントを得られた。
- 商談会を運営する上での現地でのサポート体制についての理解を深めた。

5. 現地商談会：米国店舗視察



Whole Foods (現地系)

米国を中心に、合計270店舗以上を展開するスーパーチェーン(Amazon社傘下)。

自然食品、グルメフード、オーガニック、ベジタリアン、ユニークな冷凍食品等を品揃えし、グルメ・スーパーと呼ばれる比較的高級志向の食料品小売店。

URL: <https://www.wholefoodsmarket.com/>



←アメリカ産の不知火が「デコポン」という商標侵害して販売されていた。

1つ3.49USD (約540円)



Walmart (現地系)

アメリカのアーカンソー州に本社を置く世界最大のスーパーマーケットチェーン。年間の売上は88兆を超える。ブロックチェーン技術を駆使した食品トレーサビリティの強化等、店舗のDX化推進のパイオニア的な存在。

URL: <https://www.walmart.com/>



←通路中央には安さ重視品が壁沿いの冷蔵エリアには品質重視のオーガニック品が販売されていた

5. 現地商談会：米国店舗視察



SPROUTS（現地系）

アリゾナ州フェニックスに本社を置くグロサリー・チェーン(442店舗)。
自然食品とオーガニック食品を幅広く取り揃えている。

URL: <https://www.sprouts.com/>



←このメーカーが SUMO CITRUSとしてアメリカ産不知火を大PRしていた(今回訪問の全てのスーパーで商品販売されていた)



↑品目別甘さチャート。POPにも工夫が目立った



←砂糖不添加のドライフルーツ
85gで6.49USD (約1,000円)



TRADER JOE'S（現地系）

カリフォルニア州パサデナ市に本社を構える食料品スーパーマーケットチェーン。豊富な商品品揃えに加えて、独自ブランドの商品開発・展開に注力している。全米に569店舗を保有。

URL: <https://www.traderjoes.com/home>



←PBのドライフルーツの種類が豊富。いちごのドライフルーツ34gで2.99USD(470円)



←Kishu (紀州) Kissesという名前の温州みかん (アメリカ産) 454g入りで780円

5. 現地商談会：米国店舗視察



TOKYO CENTRAL (日系)

全米大手日系スーパーマーケットチェーン。本社は、カリフォルニア州ガーデナ市。親会社は、ドンキホーテを傘下にもつ、PPIHグループ。近年、海外展開を加速的に実施している。

URL: <https://tokyocentral.com/>



←スペイン産の柿が FUYUKAKI(富有柿)の名称で販売されていた。1つ6.99USD (約1,100円)



↑皮が剥かれてパック詰め販売されていた温州みかん(アメリカ産) ズッキーニもカット販売されていた



←PPIHが運営会社なので、ドンキのPB商品も多く取り扱いあり

韓国産シャインマスカット→(約3,100円)で値崩れが起きている



MITSUWA (日系)

米国における日系最大のショッピングセンター・チェーン会社。本社はカリフォルニア州トーランス市。同州に8店舗、その他、イリノイ州、ニュージャージー州、テキサス州、ハワイ州に拠点を持ち、合計12店舗を展開している。

URL: <https://mitsuwa.com/>



←日系スーパーだがフジりんごも 干し柿も 春節用りんごも 全てアメリカ産

5. 現地商談会：米国店舗視察



99RANCH MARKET（中華系）

台湾系アメリカ人が開設した中華スーパーマーケットチェーン。カリフォルニア州本社でネバダ州、オレゴン州、ワシントン州、ニュージャージー州、テキサス州、メリーランド州、マサチューセッツ州、アリゾナ州、バージニア州に店舗を構える。

URL: <https://99ranch.com/>



←中国産のふじりんご

→ここでもデコポンの名称で不知火が販売されていた



KIMINOブランドの日本産ジュース ↑
250mlの缶だと470円 瓶だと620円



H Mart（韓国系）

ハナルム・グループ (the Hanahreum Group) が運営する韓国系スーパーマーケットチェーン。本社はニュージャージー州で、米国、カナダ、イギリスで、約105店舗を展開中。和食系の取り扱いも多く、在米日系スーパーの競争の1つ。

URL: <https://www.hmart.com/>

スマホ充電切れのため、店内写真なし

※上記店舗に加えてSafeway、Target、Beverages & More Inc(通称BevMo!) も視察。



URL: <https://www.safeway.com/>



URL: <https://www.target.com/>



URL: <https://bevmo.com/>

6. 次年度に向けての展望・提言

- R5年度補正事業で実施した米国初の日本産青果物の商談会は、米国での様々な情勢(政局の転換期・カリフォルニア州での山火事や中西部の寒波等)、商談会実施期間の短さ等も影響して、招待先の商談相手が不参加となった事例があったものの、米国現地にて事業者が商談先や現地の生の声をヒアリングする機会を得ることができたこと、今後の商談相手先・業界について理解度を深められたこと、潜在的な商談会と人脈構築をすることができたことは、次年度以降の米国での商談機会をつくっていく為の礎となったと考える。
- プロテイン・バーやドライフルーツ商品については、今回の商談会期間に、小規模ながら実際の商談締結(Plug and Play Tech Center社)や2025年の大規模イベント向けの購入検討(LAやNYCでのアジア系イベント、スタンフォード大学やUCバークレー大学でのイベント連携)という具体実績もつくることが出来た。併せて、商談会後も、商品の具体購入や商品情報についての問い合わせを受けている状況。
- 次年度は、本年度の活動で得たコンタクト先、業界理解、商品に対するフィードバックをもとに、アメリカ西海岸ベイエリアだけでなく、LAやNYCのような都市圏もターゲット地域として、商談会を設定していきたいと考える(今回の商談会時に特にイベントコーディネーターや流通サイドの皆様から頂戴したご意見)。
- 商談会の結果を踏まえた、理想の商談先相手例
 - ・ 高級日本食&ホテル系レストラン(生果)
 - ・ 企業の社員食堂・イベント連携(生果・加工品)
 - ・ 企業向けイベント企画会社(加工品)
 - ・ 大学の学生食堂・イベント連携(加工品)
 - ・ 空港、高速道路、駅等の店舗や店舗運営会社(加工品)
- 次年度は本年度の気付きや反省点を活かし、生果と加工品の商品特性に合った的確なバイヤーに対し、先方の会社に訪問するなどして確実に商談を実施し、商品紹介にとどまらず直近および中長期での発注につながる支援をしていくことが、アメリカエリアへの日本産青果物の輸出拡大に寄与すると考える。