

令和5年度事業

アメリカ東海岸における
日本産コメ、日本酒プロモーション(ニューヨーク)

実施報告書

2024.03.14

実施概要

目的	日本産コメ・コメ関連食品の輸出拡大、そのための会員様と現地インポーター・ディストリビューター・バイヤー等の商談機会の提供、商談成約
目標	各会員それぞれ6回の商談
開催日	2023年10月23日(月) “Ready for Rice – A Japanese Rice Product Trade Showcase” @ Japan Society ※今回NY事業とLA事業合同でReady for Riceのイベントを開催し、後述のイベント特設ページも作成した 2023年10月24日(火)、10月25日(水) @各種現地バイヤーを訪問（詳細はP.12-13参照）
会場	Japan Society
参加者	参加会員様（9社） ・ 森白製菓 ・ アイリスオーヤマ ・ 木徳神糧 ・ 越後製菓 ・ 白鶴酒造 ・ JA 全農インターナショナル ・ プリミティブ・ドライブ ・ 大潟村あきたこまち生産者協会 ・ 八代目儀兵衛 現地インポーター・ディストリビューター・バイヤー等
コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">● 商談会：1コマ30分 x 6コマ● セミナー

事前セミナー

実施日時 : 9月26日（木） 9:00～10:30
実施方法 : オンライン
セミナー講師 : 全米輸エージェント 釣島健太郎様
タイムテーブル : 9:00～10:00 釣島様による講義・質疑応答
10:00～10:30 事務局からNY事業実施概要の説明及び質疑応答

※参加できなかった会員には、後述の釣島様からのセミナー資料と録画した会議動画を共有し、各自ご確認いただいた。

1日目（10月23日）の流れ

	全体スケジュール	会員スケジュール	備考
8:30	スタッフ開場入り		
10:00	全米輸・司会者入り		
10:30	テクリハ		
11:30	会員入り・セットアップ	セットアップ	会場入り後、各ご担当テーブルのセットアップをお願いした。 （商品はあらかじめテーブルごとに割り振りしておいた）
11:45	会員打ち合わせ	商談先の説明	スタッフより商談先の情報を改めて事前に詳細を共有。
12:45	開場		
13:00	開始	開始	
13:00	商談会①	商談会①	
13:30	商談会②	商談会②	
14:00	商談会③	商談会③	
14:40	セミナー	セミナー	
15:35	商談会④	商談会④	
16:05	商談会⑤	商談会⑤	
16:35	商談会⑥	商談会⑥	
17:05	閉会	片付け	適宜片付けをお願いした。
18:00	完全撤収	完全撤収	会場の使用は18時までで、時間までに撤収が完了。

2日目（10月24日）の内容について

JFC International /

New Jersey所在の日系インポーター/ディストリビューター。

- ・ 14時30分～15時30分：各会社商品紹介*、サンプルお渡し、名刺交換 *各社約3～5分×8社

3日目（10月25日）の内容について

Wokuni /

吉澤シェフがエグゼクティブシェフを務める日系レストラン。コロナ直前にCA米からthe rice factory日本産米に切り替え。

- ・ 13時45分～14時：BentOn、Katagiri、Omusubi Gombei視察
- ・ 14時15分～15時：Wokuniでランチ
- ・ 15時～16時：各社自己紹介、Q&A形式での意見交換会
- ・ 16時～17時：日系スーパー Sunrise Mart視察

Japan Societyのイベントスペース、ホワイエ、オーディトリアムの3つのスペースで開催。



Japan Societyとは:

日米交流を促進する民間非営利団体「ジャパン・ソサエティー」がプログラムやプロジェクトを運営する会場。イーストリバー沿いの国際連合本部から目と鼻の先に位置し、地下を含む6フロアにまたがる館内には、劇場やギャラリースペースがあり、日米間の相互理解を深めるための政治、経済、芸術、教育などの各種プログラムが催され、地元の人々に親しまれている。

(参考リンク: <https://japansociety.org/> Instagram: @japansociety <https://www.instagram.com/japansociety/>)

各会場の定員:

オーディトリウム: 260席

Murase Room: スタンディング150人 着席100人

Sky Room: スタンディング15~35人 着席12~22人

設備:

政府系機関もよく利用する施設であり、日系以外の招致を考慮した場合、チーム「日本」を強調したイベントとして運営する際に適していると考えられる。Murase Roomと呼ばれるメインスペースに机・椅子を設置し商談スペースを設け、ホワイエを展示スペースとして活用する。また、Lila Acheson Wallace Auditoriumには、プロジェクター、照明・音響システムなど、セミナーに必要な設備を完備。IHコンロや大きな冷蔵庫を備えたキッチンでサンプルの調理を行った。

10/23 商談会 タイムテーブル

Time	Lap	Topic	Speaker
12:45		受付開始	
Part 1 商談会			
13:00	1'	アナウンス	MC
13:00	90'	商談会 (30分 × 3 コマ)	運営
休憩・移動 (10')			
Part 2 ご挨拶／会員様ご紹介／セミナー			
14:40	1'	アナウンス	MC
14:41	2'	ご挨拶	全米輸様
14:43	2'	ご挨拶 (ビデオ)	農水省様
14:45	2'	ご挨拶	総領事
14:47	2'	ご挨拶	JETRO NY 三浦所長
14:49		会員様ご紹介	MC
14:49	1'	登壇者紹介	MC
14:50	40'	セミナー	片山様
休憩・移動 (5')			
Part 3 商談会			
15:35	1'	アナウンス	MC
15:35	90'	商談会 (30分 × 3 コマ)	会員様
17:05		閉会	MC

10/23 商談会 セミナー・登壇有識者に関して

現地ディストリビューターやバイヤー等とのヒアリングから、商品・カテゴリーの米国市場でのポテンシャルを図る上で、現地の有識者、業界人、ライター等による市場に関する洞察が参考になるという声があった。また同時に、ディストリビューターやバイヤーは各商品のこだわり・ストーリー・ユニーク性も重要視している。商品の魅力については、それぞれの商談会にて、各会員様から直接ご説明をいただくのが最も効果的であると考えているが、NYフード業界に精通している有識者から、日本産コメ・コメ関連食品のストーリー、魅力、ポテンシャルを語ってもらうことが効果的と考えた。

セミナー内容：「The Secrets of Japanese Rice : Spirituality and Functionality」

ニューヨークにおける食のトレンド（ストーリー性、グルテンフリーなど）を背景に、日本人が大切にしているコメへの思いやこだわりなど日本の食文化も交えて、コメ・コメ関連食品の特徴を紹介。

1. 日本のお米が持つ特別な価値
2. その結果としての米へのこだわり
3. 質の高さが可能にした独自の米食文化
4. 美味しい理由
5. グルテンフリー
6. 多彩な日本米の活用法 (出展企業の商品関連)

Akiko Katayama

[Japan Eats!](#)

[Forbes / Akiko Katayama](#)

NY在住フードライター。英語版 Forbes.com コラムニスト。和食文化の価値を世界に伝える英語のラジオ番組・ポッドキャスト「[JAPAN EATS!](#)」の司会兼プロデューサー。米国版「料理の鉄人」Iron Chef America、Netflix Original The Final Table 審査員を務め、「英語でガイド！外国人がいちばん食べたい和食90選」も執筆。NYフード業界との強いネットワークあり。

セミナー内容：

1. 日本のお米がなぜ特別な価値を持つ？

- ・ 3000 年以上もの生産の歴史→日本の気候が米の育成に適している
- ・ 「ごはん」の意味は生きるための食事そのものの意味も持つ
- ・ おにぎりや弁当は簡易食・ポータブル食を超える愛情の象徴。

例：災害時のおにぎりの差し入れ

2. その結果としての米へのこだわり

- ・ お米が象徴する精神性：米には神が宿る神道の思想
- ・ 米の種類 300 種を耕作、そのうち 10 種が市場の 80%（秋澤さんデータ）
- ・ お米マイスターという資格もある。

3. 質の高さが可能にした独自の米食文化

- ・ 米そのものを味わう文化 白米/白ごはん

例：一汁三菜、会席料理の締めとしての白米、鮭シェフがこだわる鮭飯の産地

4. 何がそんなに美味しいのか？

- ・ もちもち感（多彩な食感：うるち米ともち米）→用途の違い：せんべいとあられ、白米とおこわ
- ・ 長粒米にない水分の含有量でそのものの風味が楽しめる。

例：鮭めし、日本のカレー（タイカレーなど水分の吸収を要する長粒米と対照的）

- ・ 冷めても美味しい →豊かな弁当文化（駅弁、キャラ弁、行事弁当）

5. グルテンフリー

- ・ 近年関心が高まるアレルギー対応に適している

6. 多彩な日本米の活用法（参加企業の商品関連）

精米、米粉、米菓、日本酒

10/23 商談会 イベント・セミナーへの参加バイヤー及び参加者リスト

商談会にはバイヤーは以下17社、22名が来訪（No.18以降はセミナーのみ参加）

セミナー参加者：41名（インポーター・ディストリビューター等ゲスト29名、政府関係者14名）※下記リスト人数欄合計

No.	Category	Company	説明	人数
1	Importer/Distributor	Central Boeki U.S.A., Ltd.	日系大手ディストリビューター	1
2	Importer/Distributor	Daiei Trading Co., Inc.	日系大手ディストリビューター	1
3	Importer/Distributor	New York Mutual Trading	日系大手ディストリビューター	3
4	Importer/Distributor	True World Foods	日系大手ディストリビューター	1
5	Importer/Distributor	Ikko International Trading LLC	韓国系大手ディストリビューター	2
6	Importer/Distributor	Culinary Collaborations LLC	Wegmansと取引のあるディストリビューター。北米市場向けに高級水産物と寿司関連食材を取り扱う。	1
7	Importer/Distributor	Grand BK	H Martグループの主要ディストリビューター	1
8	Importer	Blue Robins Inc.	日系インポーター	1
9	Restaurant	Sushi Amane	ミシュランひとつ星獲得寿司レストラン	2
10	Restaurant	Towa	ミシュラン星獲得レストランを多数有する飲食店グループの日本食レストラン	2
11	Restaurant	Zigzag Enterprise dba Uotora	ブルックリンの寿司レストラン	1
12	Restaurant	Tokyo Shokudo Holdings inc	ニュージャージ、ロサンゼルス、テキサスに日本食レストランを展開するレストラングループ	1
13	Grab&Go	BentOn	NYに2店舗。現在おにぎりブランド立ち上げ準備中。	1
14	Retail	Mogmog	Long Island Cityの日系スーパー	1
15	EC	Umami Insider	厳選した日本産食材を取り扱うECサイト	1
16	Liquor Store	Ambassador Wine & Spirits	日本酒のラインナップとスタッフの日本酒の知識に定評があるリカーストア。	1
17	Consultant	Takahiro Okada	日本食レストラン&バーのコンサルタント	1
18	Other	Querico LLC	セミナーのみ参加	1
19	Restaurant	Menya Jiro	セミナーのみ参加	2
20	Other	Wow NY	セミナーのみ参加	1
21	Grab&Go	GONBEI USA, INC.	セミナーのみ参加	1
22	Other	Japan National Tourism Organization	セミナーのみ参加	4
23	Other	Japan Local government Center (CLAR)	セミナーのみ参加	1
24	Other	U.S. Japan Publication N.Y., Inc.	セミナーのみ参加	1
25	Other	Japan External Trade Organization	セミナーのみ参加	5
26	Other	Consulate General of Japan in New York	セミナーのみ参加	3

10/23 商談会 イベントの商談コマ

Japan Society内、Murase Roomに商談スペースを設け商談会を実施。

参加会員数の9つの商談スペースに加え、準備していた予備の商談スペースも活用した。

また展示スペースであるホワイエ内においても展示された商品をもとに商談及び商品紹介する場とできた。

加えて、セミナー実施中にも3社の商談を組み、更に商談が早く終了した会員には空きのあるバイヤーを案内し、可能な限り商談ができるようハンドリングした。

No.	会員名	1:00 - 1:30	1:30 - 2:00	2:00 - 2:30	セミナー 及び展示エリア	3:35 - 4:05	4:05 - 4:35	4:35 - 5:05	商談件数
1	森白製菓 様	省略							
2	アイリスオーヤマ 様								
3	木徳神糧 様								
4	越後製菓 様								
5	白鶴酒造 様								
6	JA 全農 インターナショナル 様								
7	プリミティブ ・ドライブ 様								
8	大潟村あきたこまち 生産者協会 様								
9	八代目儀兵衛 様								
10	予備商談テーブル								

品目ごとの訴求ポイント

会員様ヒアリングをへて、各会員様商品それぞれの魅力・訴求ポイントを理解いたしました。については、品目ごとの訴求ポイントと合わせて、各会員様ごとに訴求ポイント・提供方法を検討し、実施した。



コメ

日本米本来の美味しさを訴求。会員様によって、機能性（無洗米）や地域性の違いを説明。パックご飯など、手軽かつ美味しく楽しめる商品は、その手軽さを訴求。加えて、玄米はヘルシー、ナチュラル文脈でも訴求。



米菓

そのまま楽しんでいただき、品質はもちろん、独特の食感や日本ならではの多様なフレーバーをストレートに体験いただき、スペシャリティーを訴求。また賞味期限が長く米国での流通に適した商品であることを訴求。



日本酒

日本酒本来の美味しさを訴求。香りも楽しんでいただくためワイングラスで提供。



その他（米粉・米麴）

健康志向の米国人の中で最近トレンドの「グルテンフリー」文脈で訴求。実際に商品（パンケーキ、麺）を提供することで、小麦粉の代替となること、米粉ならではの食感・美味しさがあることを訴求。米麴飲料は、今年米国市場に普及したKombuchaと同様、「健康志向」文脈で訴求。

会員アンケート結果（成果一覧） 3月14日時点

※商談数、成約・商談中の件数、金額について
 1日目のマッチング商談会のみで記載の会員と、
 2・3日目の現地バイヤー訪問商談を含めた記載の会員があり。

会員名	商談数	成約した件数、金額	商談中の件数、金額	よかった点、悪かった点	今後の施策について
森白製菓				-	-
アイリスオーヤマ				直前まで商談先、全体スケジュールが決まらず、予定を立てられない。全体予定参加が必須で無い事も予め連絡して欲しかった。	商談会（1時間程度/件）、市場調査の際に現地店舗の方々との売れ行きなどのコミュニケーションが取れる機会
木徳神糧				・インポーター・ディストリビューターとの商談を希望、依頼していたが、1社もなかった。 ・参加バイヤーが殆ど日系ばかりであった。 ・商談相手も既に日本産米を使用していた。 ・会員企業同士でのバッティングが想定される様な事が多かった。	国際的な展示会への出展
越後製菓				米系SMのバイヤーへ直接商談する機会が欲しかった。その中でも予定されていなかった、H-MartのバイヤーやWegmansのディストリビューターと商談できた事は良かったと思います。	今回の様なセミナーはバイヤー誘致に際して魅力を感じなかった。バイヤーに来て頂けないのであれば、グループに分かれてバイヤー訪問での商談でも良いと思います。
白鶴酒造				バイヤーは、購入の意思がない方が多かったと思います。当日もキャンセルがありましたので、商談会にならなかった印象です。	NYのイベント（Japan Fesなど）などと連携して、事業を組んだ方が良いと思います。 NYのマーケットを良く知っている方が現地のコーディネートをしていただきたいです。
JA 全農インターナショナル				JFC訪問については、先方との調整不足もあり、挨拶程度となってしまう時間の無駄となってしまった。	特になし
プリミティブ・ドライブ				何とも言えない感じです。 これから商談先に連絡しますが、お返事が来るかどうかは分かりません。	現地の方が来てほしい、意見を交換したいです。
大潟村あきたこまち生産者協会				今回の商談先は、ほぼ日系のディストリビューターのみで、既存の商流とのバッティングが予想される先ばかりだった。現地（米）系のディストリビューターや、現地ラーメン店、飲食店などとの商談・意見交換があれば良かった。	現地飲食（小売）店向けの試食会（事前に現地へ商材をお送りし、現地シェフやバーテンダーにその商材を使ったメニュー（レシピ）を作ってもらい、商品の紹介とともに使い方の紹介も併せて行う。小売であっても知らない商材に関しては使い方の提案が必要となるため有効と考える。
八代目儀兵衛				北米市場での全く初めての試みで市場観を少し掴めた。3日滞在を効率よく過ごせなかった。	内容の濃いツアーにして頂きたい。
合計					

省略

10/23 商談会イベントの様子

