

令和元年度第3回海外経済セミナー

「アメリカへの販路開拓・インバウンド」を開催しました

令和元年度第3回海外経済セミナーでは、「アメリカへの販路開拓・インバウンド」をテーマに、販路開拓やインバウンドなど、様々なアプローチでアメリカ市場へ取り組む先進事例をご紹介します。アジアを中心に経済活動を行っている自治体も多いですが、昨今の国際社会情勢の変化から対象の多国化に取り組む自治体も増えつつあります。中でもアメリカ市場の魅力は増え続けるGDPと高い個人消費率です。その内容を少しご紹介いたします。



講演する岐阜県を加藤インバウンド推進監

セミナープログラム (令和2年2月7日(金)開催)

講演1 「アメリカの日本食文化と食品輸出の実務」

米国カリフォルニア州登録特定非営利活動法人 日本食文化振興協会
日本代表顧問 田中均 氏

講演2 「アメリカ人にとっての訪日旅行」

JTB USA, Inc. シニアディレクター 二見義之 氏

講演3 「海外へ挑戦のオススメと日本国内からでも出来るアクション ～ECを活用した海外販売～」

楽天株式会社 グローバルアドディビジョン パブリックアカウント課
グローバルアカウントチーム アシスタントマネージャー 大倉 エリ 氏

講演4 「攻め続ける！岐阜県の海外戦略」

岐阜県 商工労働部 観光国際局 インバウンド推進監 加藤英彦 氏

地域・分野を越えて海外市場に挑む

セミナーでは、食品輸出やインバウンド、また越境ECの活用などについて、それぞれの分野に精通する講師の方々にご講演いただきました。4人の講師が共通して述べていたのは、ひとつの都道府県、ひとつの担当課で取り組んでも成果はでないということです。

JTB USA, Incの二見氏は、「アメリカの訪日客は、訪問1回目の旅行者が多く、どうしてもゴールデンルートが中心となってしまふ。そのため、ゴールデンルートと関連してどうプロモーションするかが大事だ。」と強調されました。また、JFCAの田中氏は、「となりの自治体の商品と競争するために補助金を入れて安く提供しようとする事例があるが、それでは国として外貨獲得に繋がらない。」とALL JAPANでの取り組みを推奨しました。また、楽天株式会社の大倉氏は「ECサイトを利用する際に、Web上の情報発信だけでは不十分。現地を観光した際においしいと思ったものなら取り寄せするが、口にすることがないものをいきなりサイトで購入しない。」と販路開拓とインバウンドは切り離さないことを指摘。岐阜県を加藤氏は、工芸品のPRイベントの際も観光や食のPRを欠かさないという話をされました。参加者からは、「市場を絞ったセミナーは参考になった。違う地域でも活用できる考え方だった。」との反響がありました。

(経済交流課 渡辺)