

令和3年度
日本ふるさと名産食品展inニューヨーク実施業務

実施報告書
(抜粋版*)

*ククリアによる抜粋・一部編集（出展事業者の社名、商品のぼかし等）があります。

令和4年3月11日



米国カリフォルニア州特定非営利活動法人
日本食文化振興協会

(ア) 事業概要

2022年2月24日（木）～27日（日）の4日間、米国ニューヨーク市ブルックリン区のジャパンビレッジにて下記内容の通り「令和3年度日本ふるさと名産食品展inニューヨーク」を実施した。

項目	内容
1. 催事の名称	日本ふるさと名産食品展inニューヨーク Japan Local Specialty Fair in New York
2. 開催期間	2022年2月24日（木）～2月27日（日）
3. 開催場所	ジャパンビレッジ（サンライズマート）2階特設催事スペース
4. 主催	一般財団法人 自治体国際化協会交流支援部経済交流課（CLAIR）
5. 委託運営法人	米国カリフォルニア州特定非営利活動法人「日本食文化振興協会」 Japanese Food Culture Association (JFCA)
6. 協力事業者	販売者、輸出者、輸入者
7. 申込自治体／ 出展事業者数	13自治体／19事業者
8. 出展品目数	総計64品目
9. 実施内容	①出展事業者・現地代理人ならびに／もしくはマネキンによる試食・試飲提供を通じた出展品目の宣伝・実演販売 ②アンケート調査 ③現地輸入事業者との面談
10. 事務局支援内容	①事業の運営全般 ②募集説明会ならびに農林水産品・加工食品等の米国への輸出に関するセミナーの開催 ③食品輸出実務のサポート ④マネキン、機材・備品・什器類等の手配 ⑤販売ツール（バナー、POP、商品カード）の制作 ⑥広告ツール（特設ページ、SNS、ポスター）の制作と運用 ⑦アンケート用紙（スタンプラリー台紙）の制作と運用、アンケートの集計 ⑧販売結果の集計と報告 ⑨各社別アンケート集計、分析、レポート
11. 広報活動	①特設ページの運用 ②SNS広告の実施と拡散 ③現地媒体への広告掲載、告知出稿と取材依頼
12. 来場者数	4日間延べ人数： 約3万6千人（会場調べによる）
13. 販売結果	4日間の販売商品点数： 5,384商品 対総仕入消化率： 78.1% 対総仕入消化率： 83.9%

(イ) 食品展の開催状況



1. 店舗 **JAPAN VILLAGE@Industry City by サンライズマートグループ**
934 3rd Avenue, Brooklyn, NY 11232 U.S.A.
TEL: (347)584-4579
2. ロケーション ロウワーマンハッタンからイーストリバーを渡ったブルックリン区アップーベイ沿いの再開発地域に4年前にオープンした複合型ショッピングビル群の一角
3. アクセス マンハッタンの中心部（タイムズスクエア）から地下鉄で約20分、隣接するフリーウェイ478号線の出口からも約1分とアクセスも良く、週末にはマンハッタンやクイーンズ、ロングアイランドシティ、スタッテンアイランドなどから訪れる買物客も多く、利便性の高さがポイント
4. 特徴 1階に日本食スーパー（サンライズマート）、レストラン、フードコート、日本酒専門店があり、2階の各種テナントならびに大型催事スペースを合わせて3万平方フィート（約2千5百平米／393坪）の店舗面積を持つニューヨーク州最大の日系ショッピング＆文化センター

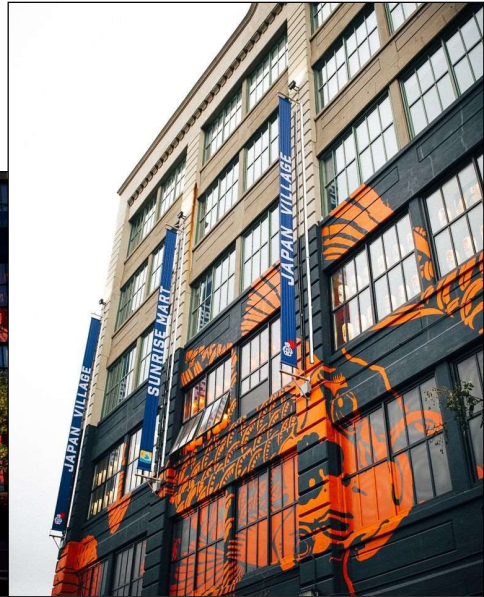
5. マップ上の位置

日本からのゲートウェイとなるジョン・F・ケネディ国際空港とユナイテッド航空のハブ空港であるニューアーク国際空港の中間に位置しており、いずれの空港からでもタクシーやウーバーなどで1時間以内の距離にある

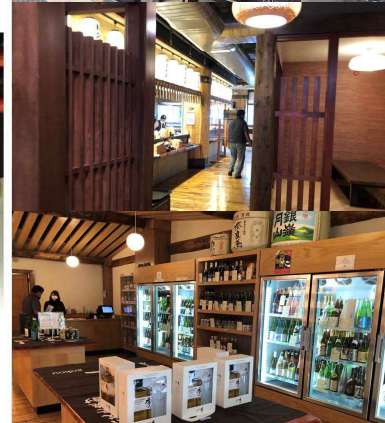
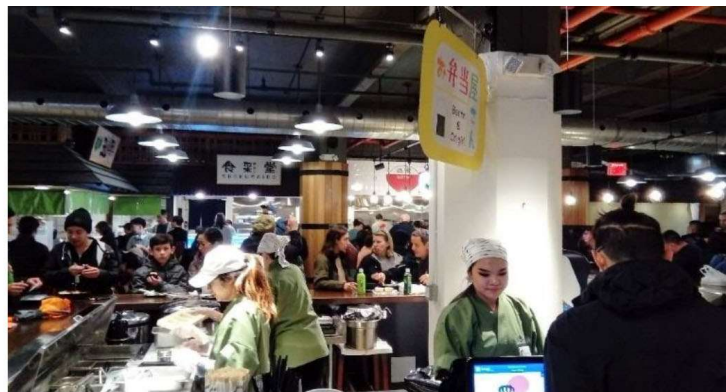
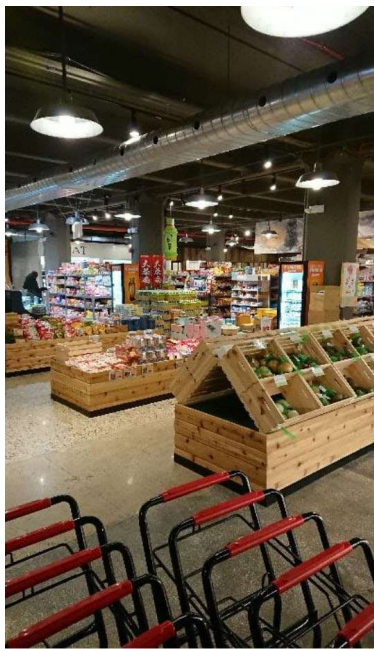


6. 施設の概要

【外観】 壁面に大きな鯉が象徴的に描かれた
6階建ての大型ビルが目印



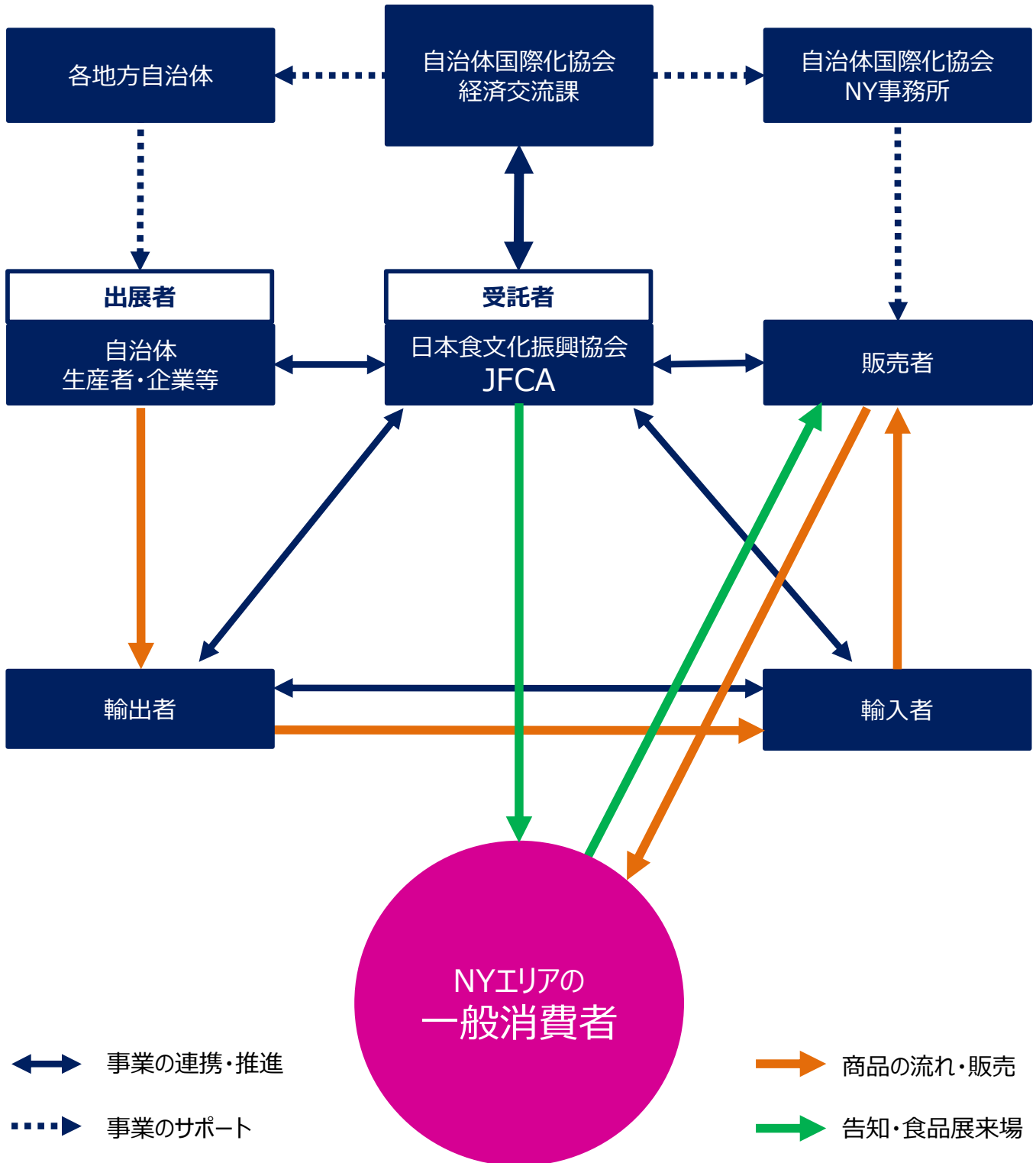
【店内（1階）】 日本食スーパーマーケット（サンライズマート）、ラーメンや寿司、おにぎり
などがテイクアウトできるフードコート、居酒屋レストラン、日本酒専門店な
どがある



(ウ) 輸出入手続き等準備事項

1. 実施体制

事業の推進にあたり以下の各組織・団体ならびに各事業者と連携し、事業を実施した。



1. 出展事業者の募集

1) 募集説明会開催の案内

コロナ禍による海外・日本国内の移動等にも制約があることから、募集説明会についてはZoomを活用したオンライン開催とし、下記の内容を事前に案内のうえこれを実施した。

* Zoomの設定を含めてクリア本部様より参加希望者に向けて以下の案内を発信いただいた。

日 時	令和3年7月7日(水) 10:00~12:00
開催形式	オンライン (Zoom)
主 催	一般財団法人自治体国際化協会
対 象 者	本食品展への出展を検討している自治体、輸出振興団体含む関連団体、事業者等
参 加 費	無料
内 容	10:00~10:05 開会挨拶 10:05~10:15 10:15~10:25 10:25~10:55 10:55~11:15 11:15~11:55 質疑応答 11:55~12:00 閉会挨拶 ※説明内容及び時間は変更する場合があります。

2. 募集説明会【作成資料①】

受託者として募集説明会の参加者用に事業内容を説明する以下の投影資料を作成し、終了後にクリア本部様より電子版 (PDF) にてこれを配布いただいた。



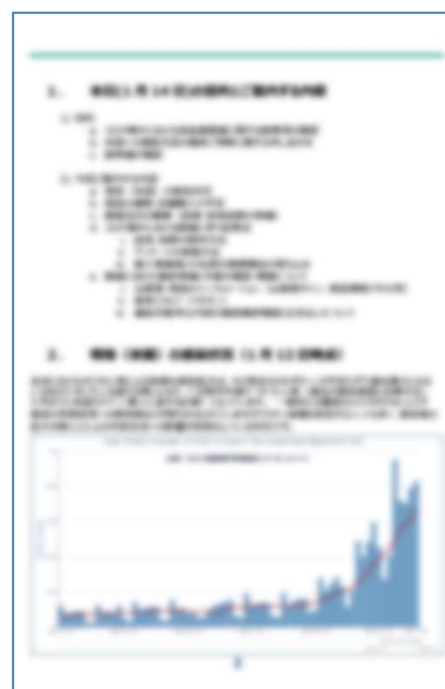
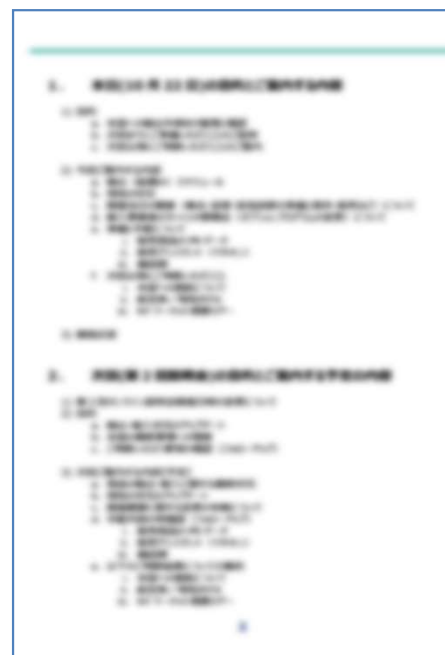
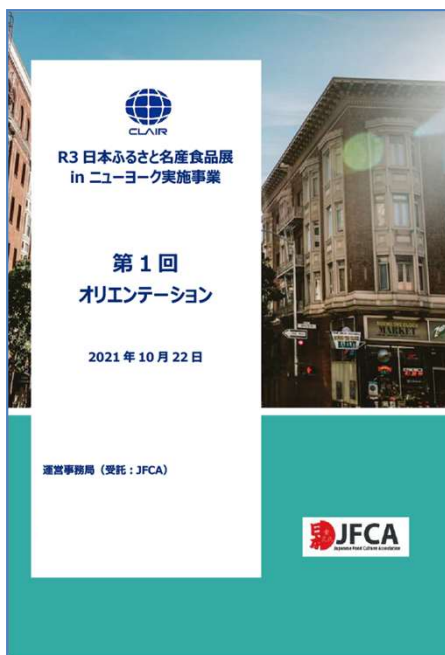
3. 出展申込（応募）から事業者選定へ

今回の食品展への出展申込者は全部で36社154品目であったが、輸出者・輸入者・販売者の三者による厳正な審査の結果、19社計64品目が販売者によって選定された。

4. 出展事業者向けオリエンテーション（オンライン開催）

コロナ禍での事業推進となり、感染状況の推移などによって先行き不透明感が増す中で出展事業者向けに米国の現地事情の案内や輸出入の実務の進捗確認、当面の予定や以降の可能性等について説明を行なう出展事業者向けのオリエンテーションを**第1回：2021年10月22日（金）**ならびに**第2回：2022年1月14日（金）**の計2回、オンライン（Zoom）にて開催し、出展事業者各位とのコミュニケーションの深耕、不安の払しょくに努めた。

<第1・2回オリエンテーション配布資料>

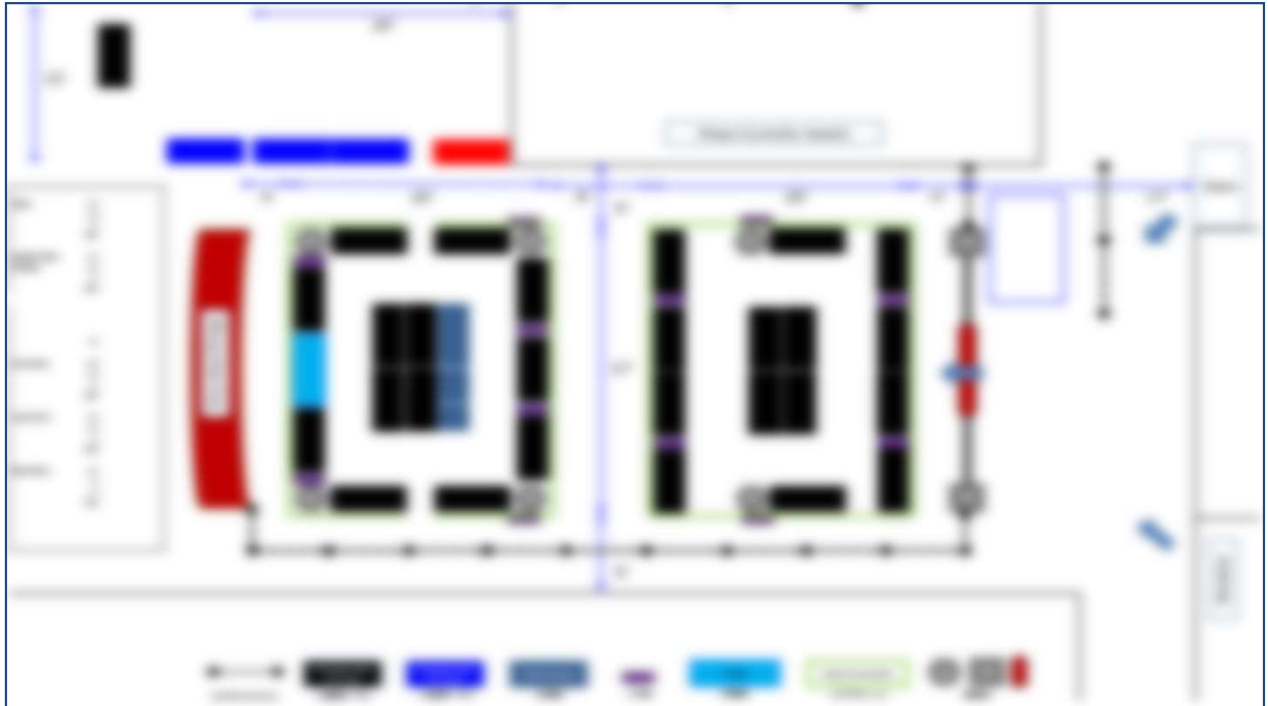


5. 開催準備

1) 販売者との打合せ（確認作業）

①会場レイアウト

食品展の開催にあたり、出展事業者の確定後より会場提供者となるジャパンビレッジのマネージメントチームと約半年に及ぶ期間をかけてテーブル配置、出展者配置、来場者の動線、保安対策、支払いレジの運営、スタンプラリーの運営などの打合せを繰り返し行い、各位の担当役割を相互に確認した。



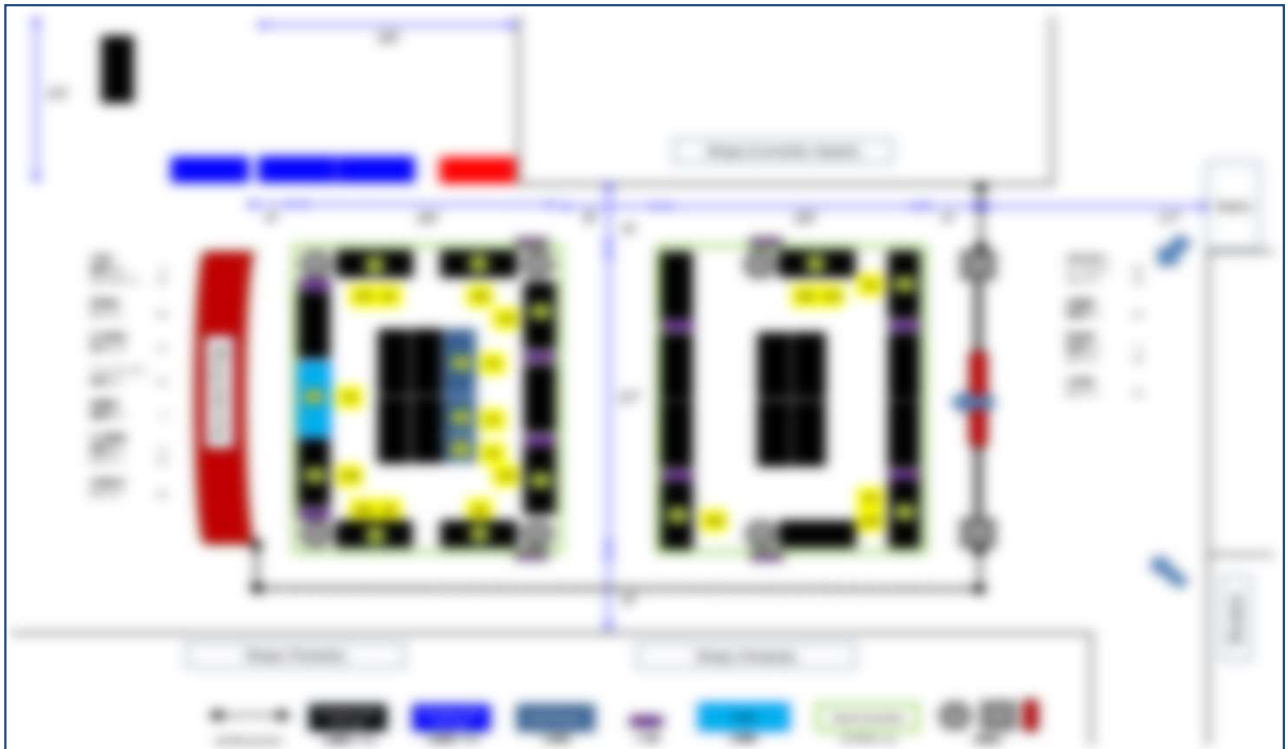
②販売スタッフの配置と試食・試飲提供のオペレーション

期間中に各社のテーブルにおいて試食・試飲の提供を含む販売PRを担当するマネキンもしくは出展者が手配する現地関係者又は出展者自身の区分について以下の通り最終確認を行い、特にマネキンへの業務内容の指示詳細について出展各社と個別に打合せを行った。



③電源配置

試食・試飲提供ならびに販売に際し、保存・調理等が必要となる商品についてジャパンビレッジ側のマネージメントチームと事前に確認を行い、調理方法・調理器具ならびに必要な電源、設置場所等についても個別に詳細をすり合わせ、食品展開催2日目の電源設置を依頼した。



④販売集計

商品の仕入れ（買取・輸入）ならびに販売については主催者である自治体国際化協会（クレア）及び事業の受託者であるJFCAのいずれもが直接関与は行わず、出展事業者と販売者が直接行うことを前提としつつ、4日間の食品展開催期間中の販売結果について出展事業者各社ごとの数値等データの共有を依頼した。

また②に記載の通り、来場者が商品を購入する際に利用する「支払いレジ」の運用も同社の責任において適切な人員を配置し、運営・管理いただくことを事前に要請、これを確認した。

⑤来場者への対応・感染防止対策

新規感染者数は下火になっているとはいえ、引き続きコロナ禍における実開催イベントであり、以下の来場者対応、感染防止を含む安全対策についてマネキン派遣会社ならびにジャパンビレッジ側と申し合わせ、諸準備と当日の対応管理を行った。

マスク着用	スタッフ・マネキン：【必須】、一般来場者：【推奨】
フェイスシールド	スタッフ・マネキン：【推奨】
調理用使い捨てグローブ	スタッフ・マネキン：【必須】
サニタイザーステーション	スタッフ・マネキン：【必須】
ヘアネット・スカーフ等	スタッフ・マネキン：【推奨】

⑥通訳者の確保と業務対応

食品展の開催期間中に通訳者1名を確保し、マネキンへの指示・業務の管理、来場者へのヒアリング業務の補助、運営における会場提供者である販売者への交渉、来場者からの質問等への個別対応、メディア取材時の通訳など様々な業務を行った。

⑦イベント保険

食品展の開催に伴い必要となる関係当局等への届出や書類提出等についてジャパンビレッジのマネジメントチームと事前の協議を行い、事業受託者として会場提供者である販売者に対しイベント保険加入証書（最高保証金額：\$1,000,000）を提出する対応を行なった。

（下記は保険証書コピーの一部）



2) マネキン・備品類の手配・調達 (レンタル・購入)

出展事業者各社からの申込に従い、マネキンや備品類等について米国現地にて手配・調達を行った。コロナ禍により出展事業者自身の渡航が困難な状況下で、米国内に現地REP等の代理人がない事業者13社についてはそれぞれ個別にZoomを設定、食材の調達や試食・試飲の提供方法等詳細に関する事前の打合せを行い、マネキン派遣会社への指示を含め、食品展の運営に反映した。

<マネキン・備品類手配調達申込状況一覧表> (一部抜粋)

出展事業者名	マネキンならびに備品 (レンタル・購入) リクエストの内訳 (1)										
[事業者名]	●										●
[事業者名]	●		●	●		●	●				
[事業者名]	●	●		●						●	●
[事業者名]	●		●	●			●			●	
[事業者名]		●		●		●				●	
[事業者名]											
[事業者名]											
[事業者名]	●		●								
[事業者名]	●		●								

3) 制作物の準備

食品展の開催に向けて以下を制作した。

①出展者ヘッダーサイン

出展事業者各社の販売テーブル上部に掲出し、来場者への認知を促すものとして以下のヘッダーサイン（ビニールバナー）を設置した。表記内容についても各社の要望を個別に確認し制作した。

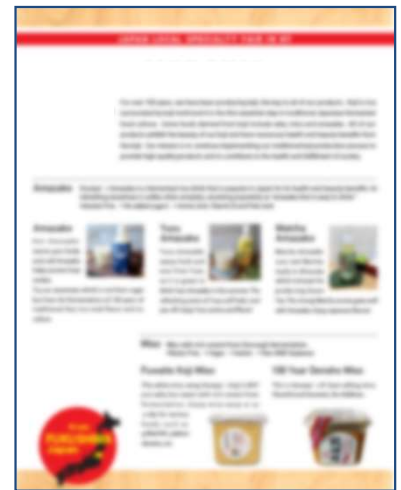
出展者ヘッダーサイン<例>



②出展事業者紹介用POP

出展事業者各社の販売テーブル上に掲出し、来場者への認知を促すものとして以下のPOPを個別に制作し、設置した。

出展者紹介用POP<例>



③商品（プライス）カード

出展事業者各社の販売テーブル上に掲出し、来場者への認知を促すものとして以下の商品カードを個別に64品目分制作し、設置した。

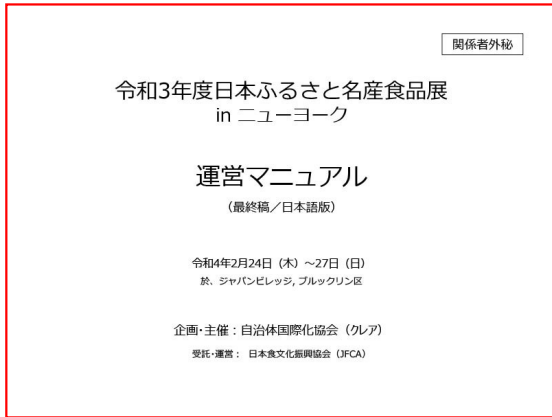
出展者紹介用POP<例>



6. 食品展の開催

1) 運営マニュアルの作成①【日本語版】

食品展の開催にあたり、現地スタッフ、出展事業者、マネキン向けに「運営マニュアル」を日英両語にて作成し、事前ならびに当日全員に配布した。



運営マニュアルの作成②【英語版】 (マネキン派遣会社ならびにマネキンスタッフ用)



2) スタッフの配置

期間中は、主催者（日替わり交代）、受託者現地スタッフ、マネキン、会場側担当者、出展事業者がスタッフとして参加し、食品展を開催した。

JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

7. 関係者連絡先 (敬称略) *記載の内容は食品展開催期間中、目つ関係者間のみ共有とし第三者への掲出等は固くお断りいたします。

	担当	所属先	氏名	携帯番号
1	運営 総務管理担当者			03-5561-2617
2	運営 受付			
3	運営 案内			
4	運営 清掃			
5	運営 警備			
6	出展事業者			
7	会場側担当者			
8	マネキン			

3) スタンプラリーの実施

期間中（4日間）の一般来場者を対象に「スタンプラリー＆お楽しみ抽選」を実施した。これは食品展への誘客を促進すると同時に、出展事業者の各テーブルへの立ち寄りと試食・試飲を通して販売スタッフ（マネキン）との対話を促し、尚且つ裏面に掲載する質問項目への回答を抽選参加の条件とすることにより、アンケートの回収率を高めること等を目的とした取組みだったが、「当選しなくても必ず何かもらえる」ということもあって当初用意した1,000枚に加え3日目に300枚を増刷、最終的には有効回答数**1,029枚（回収率79.2%）**という好結果に繋げることが出来た。

具体的な実施方法は、出展事業者各社のテーブル上にあらかじめ制作したスタンプ台紙と特定のスタンプを設置し、一般来場者がテーブルに来て最初の試食・試飲をした際に販売スタッフがスタンプを押した台紙を1枚ずつ手渡し、さらにその後、他のテーブルを回って残りのスタンプを集めてもらい、完了後に所定の抽選コーナーへ持参いただくと抽選が出来るというもので、今回は特に派遣されたマネキンの方々の貢献度が高かった。

The Tasting Sample QUESTIONNAIRE-2022

Please fill out Table # & Tasting Sample that you have tried and circle the applicable number to the right for your thoughts on the tasting.

Table Number Tasting Sample

How did you find out about this Food Fair?
(Please check all that apply)

Social Media Posters at Stores Ad/Articles
 Friends/Family Just Walked in Not applicable

Race For Asian, please also circle applicable background

Caucasian Asian (Japanese · Korean · Chinese · Others)
 Hispanic or Latino Black or African Others _____

Age

60 & above 50 - 59 40 - 49
 30 - 39 21 - 29 20 & under

You are Female Male I don't want to answer

Any Comments?

Thank you very much for your cooperation!

How is the TASTE?

Good 5 4 Average 3 2 No good 1

How is the PRICE?

Reasonable 5 4 Fair 3 2 Expensive 1

How is the VOLUME/QUANTITY?

Enough 5 4 Fair 3 2 Too little 1

How is the PACKAGE/DESIGN?

Good 5 4 Average 3 2 No good 1

Would you like to BUY this?

Yes 5 4 Maybe 3 2 No 1

4) 会場の様子



<食品展会場入口>



<食品展会場通路>



<ジャパンビレッジのシンボル：太鼓橋>



<支払いレジ>



<来場者で賑わう会場内①>



<来場者で賑わう会場内②>



<自治体観光・物産PRブース>



<売切れご免>

5) 広報

食品展の開催にあたり、事前ならびに期間中を通して以下の広報を行った。

①ポスターの制作・掲示

右記のポスターを制作し、サンライズマート店内やフードコートなどジャパンビレッジの施設各所における掲出のほか、マンハッタン地区のサンライズマート全店舗においても掲出、事前のPRを行った。



②地域の主要メディアへの媒体広告の実施

下記の通り、2月18日付け「DAILYSUN紙」のデジタル版に広告を掲載した。DAILYSUN紙はNYにおける主要日系メディアの1社で、月～金の毎日、NYエリアを中心とする全米約30万人の購読者に向けデジタル版にてニュースを配信している。* 同社メディアキットより

③地域の主要メディアによる取材と記事の掲載

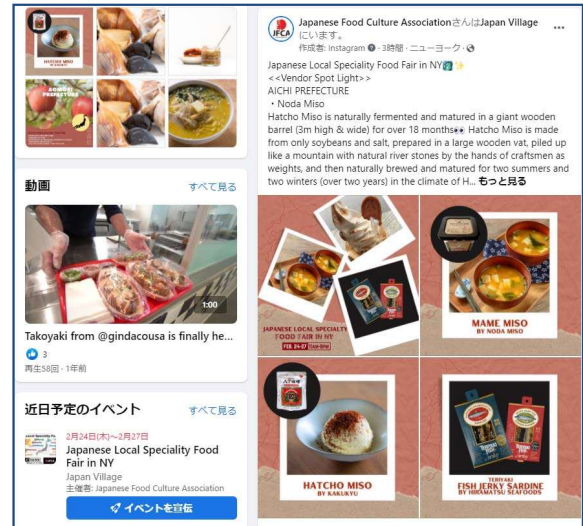
下記の通り、2月19日付け「週刊NY生活」紙面に食品展に関する記事が掲載された。こちらは有料広告ではなく、クリアNY事務所様への取材によるもの。

6) SNS投稿・配信の実施【食品展開催前】

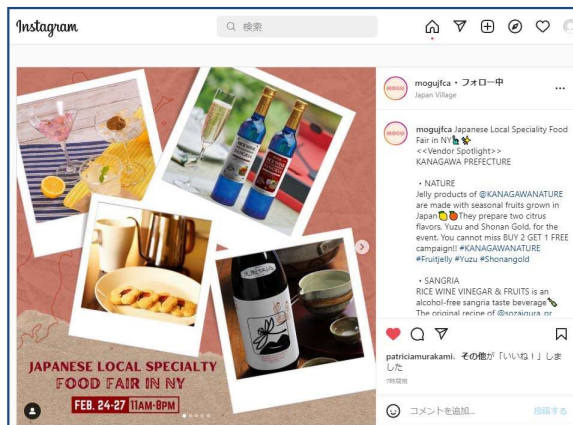
前述の特設ページの開設に併せて受託者（JFCA）のネットワークを活用してINSTAGRAMならびにFACEBOOKによる食品展の開催に関する事前告知を約1か月前（1月下旬）から配信した。出展者のサイトやINSTAGRAMにもタグ付けを行いイベントの告知だけでなく商品内容も露出を図ることが出来た。また、INSTAGRAMについてはサンライズマート社へ働きかけを行い、コラボポストを実施、人出不足が課題となっていたジャパンビレッジに代わってJFCAが同社が保有する約15,000人のフォロワーへの告知を展開した。



<2月19日画面>



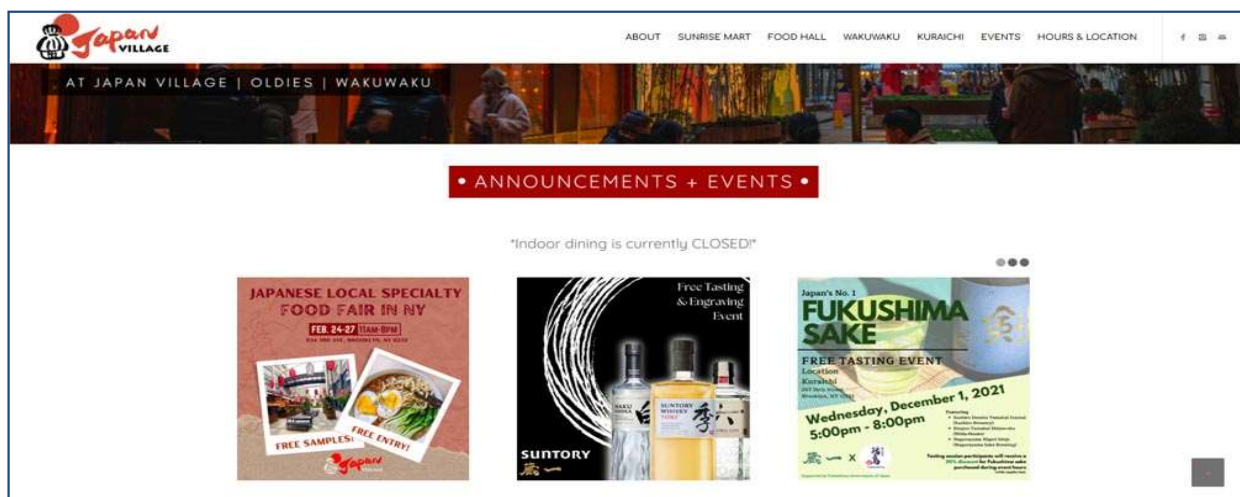
<2月19日画面>



<2月19日画面>



<2月24日画面>



<ジャパンビレッジの公式サイト・イベント告知ページ>

7) INSTAGRAMコンテンツ投稿【食品展開催前】の一例



8) FACEBOOKコンテンツの投稿【食品展開催前】の一例

Japanese Food Culture Association is at Japan Village
 Published by Instagram · February 19 at 7:38 PM · New York, NY

We are hosting the Japanese Local Speciality Food Fair in Brooklyn, NY from 2/24-2/27!

Enjoy tasting Japanese food products you've never seen in the US. Samples are limited so come early, enjoy some delicious food, and explore Japan Village with friends and family!

FREE ENTRY and people of all ages are welcome 🍴

F... See more

384 People reached 18 Engagements Boost post

Japanese Food Culture Association is at Japan Village
 Published by Instagram · February 20 at 10:01 AM · New York, NY

Japanese Local Speciality Food Fair in NY 🍴

<<Vendor Spot Light>>

· NATURE
 Jelly products of @KANAGAWANATURE are made with seasonal fruits grown in Japan 🍌 They prepare two citrus flavors, Yuzu and Shonan Gold, for the event. You cannot miss BUY 2 GET 1 FREE campaign!! #KANAGAWANATURE #FruitJelly #Yuzu #Shonangold

... See more

255 People reached 8 Engagements Boost post

Japanese Food Culture Association is at Japan Village
 Published by Instagram · February 24 at 5:33 PM · New York, NY

Local Speciality Food Fair in NY 🍴

<<Vendor Spotlight>>
 MIYAZAKI PREFECTURE
 · Sugimoto

The best-tasting Shiitake grows on Japanese Sweet Oak from Takachiho-go. Ours is 100% Forest Grown from this area by local growers. 600+ local growers grow completely naturally a two-season harvest. On the other hand, most imported dried Shiitake uses chemicals and bleaches grown quickly in artificial environments, which are less healthy and tasty. We were awarded the 2020 Sustainability Aw... See more

349 People reached 9 Engagements Boost post

Japanese Food Culture Association is at Japan Village
 Published by Instagram · February 25 at 2:52 PM · New York, NY

Thank you to the people who stopped by at the event the past two days!! Haven't stopped by yet?? Don't worry!!! We'll be at the [Japan Village] until this Sunday the 27th 🍴

Make sure to try some samples and have a goooood time 🍴

Other things happening [Japan Village] 🍴

@d... See more

352 People reached 15 Engagements ↑ +1.4x higher Distribution score Boost post

9) INSTAGRAMストーリーズ（一般来場者による投稿）【食品展開催期間中】の一例

下記はすべて当日、食品展に来場した一般消費者から寄せられた投稿で、一つの投稿が何百人ものリアクションを産出し、さらなる別の投稿を呼び込む相乗効果に繋がった。

* 以下は数多くの投稿の抜粋



10) SNSによる告知（発信・拡散）の結果

今回の事業において実施した告知（発信・拡散）については以下の通り、全体として概ね100万人に及ぶインプレッション数となるなど、想定以上の成果に繋げることが出来た。

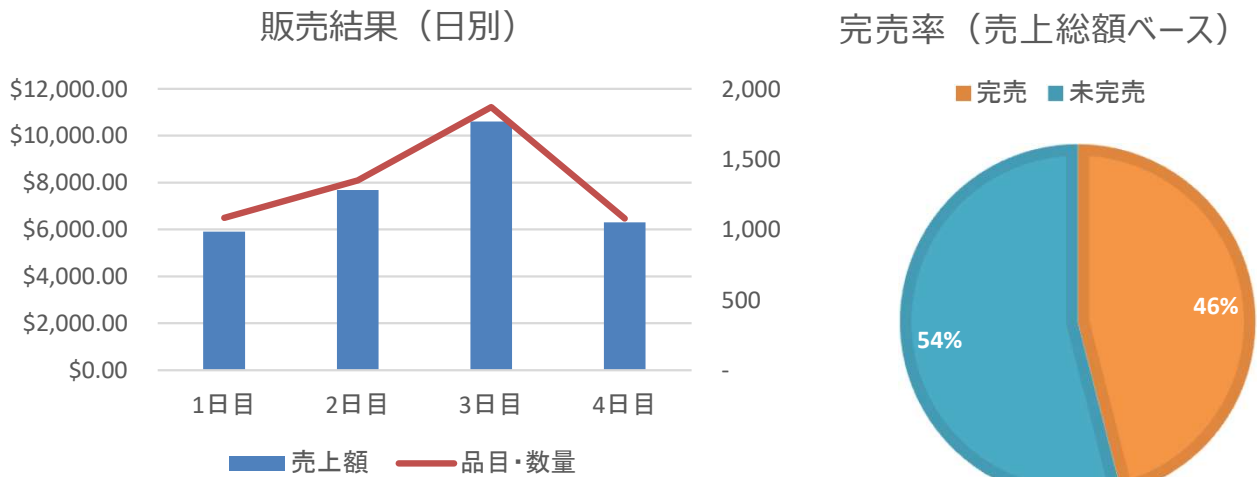
	インプレッション数	リーチ数	リンククリック数
INSTAGRAM	136,895	64,939	13,283
FACEBOOK	225,481	73,386	16,435
SNS広告	605,765	364,817	20,862
総計	968,141	503,142	50,580

2. 分析結果

1) 開催日ごとの傾向

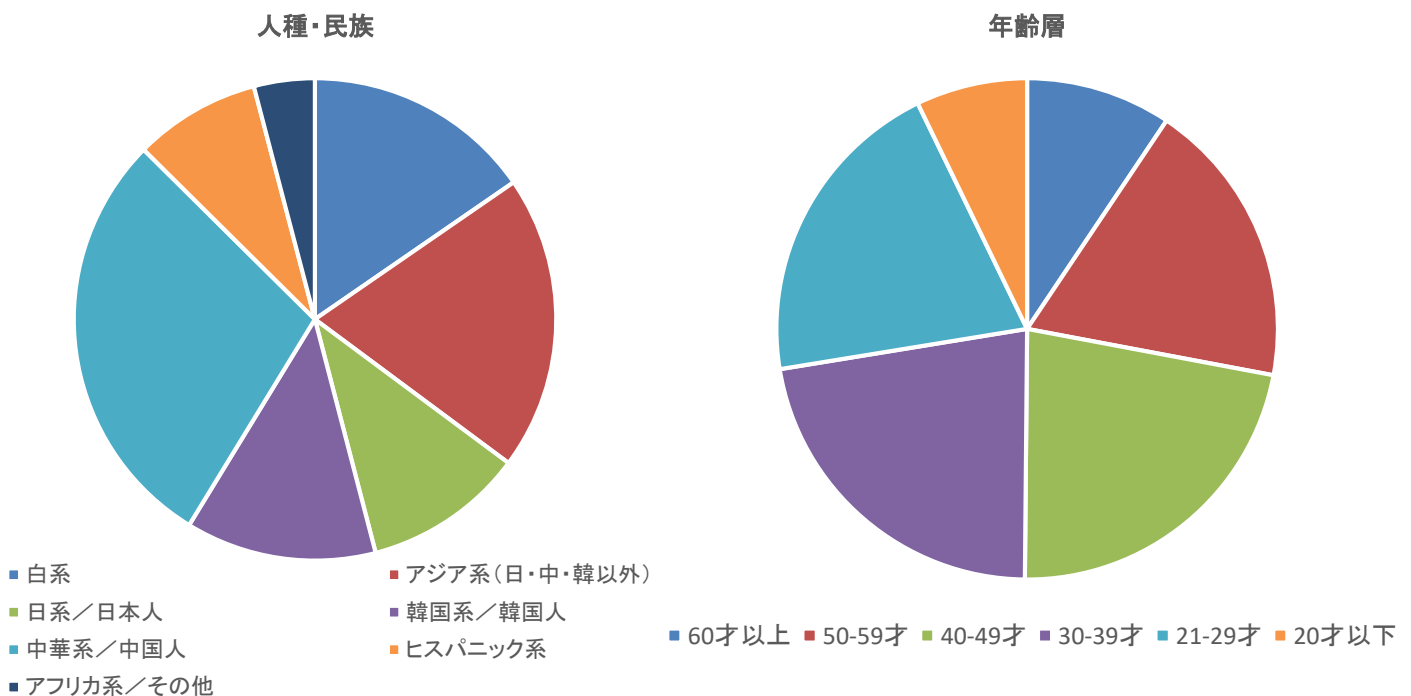
今回の食品展は開催初日、2日目それぞれ大手日系古本屋、100円均一ショップという米国内一般消費者に人気の高い物販店のランドオープンと重なり、両日とも若年層の来場者で想定以上の賑わいを見せた。

週末を含む4日間の食品展において初日、2日目は平日ということもあり、来場・販売はいずれもスローな状況が一般的であり、今般の商品仕入（買取・輸入数量）については控えめな発注となっていたところから人気商品が前半2日間で完売となるなど、イレギュラーなスタートとなった。また結果として、スーパーの店頭にも出ていないような珍しい商品や、質の高いオリジナル商品の他、麺類など根強い人気の商品が注目を集めるカタチとなった。



2) コロナ禍での市場の動向

一方で、3日目の土曜日、最終日の日曜日には普段通り、家族連れや白人、ヒスパニックといった、いわゆる米国のメインストリーム層が来場し、コロナ禍での需要増により発生した物流の遅れによる品薄を背景に、久しぶりのリアルイベントということも相まって日本産輸入商品への期待感は大きく購入に手を伸ばす来場者も多く見られたものの、人気商品は前半2日間で完売となっていたため、期待に応えることが出来なかった点は大変残念であった。



(オ) アンケートの集計結果

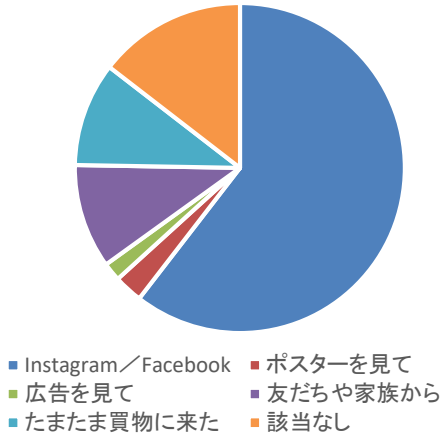
1. 【一般来場者向け】 実施結果

今回の食品展では4日間の一般来場者を対象に調査を実施し、以下の結果を得た。

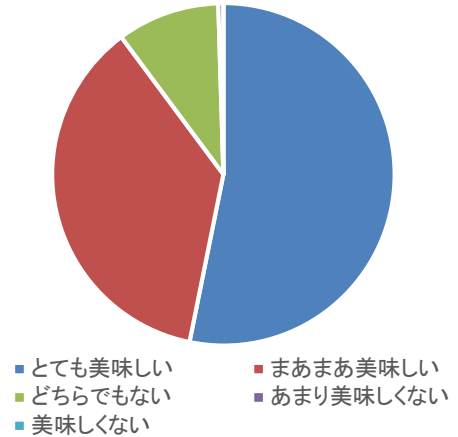
- アンケート用紙の配布総数：**1,300件**
- 期間中に回収が出来た有効回答（回収）数：**1,029件**
- 有効回収（回答）率：**79.2%**

2. 【一般来場者向け】 集計結果（一部抜粋）

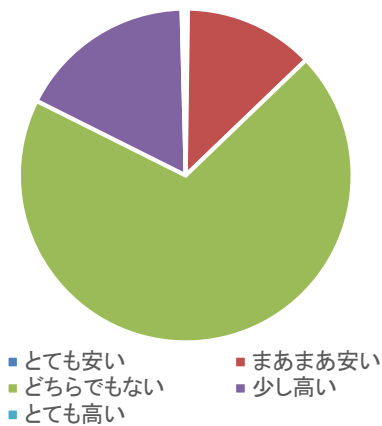
どのようにして食品展を知ったか？



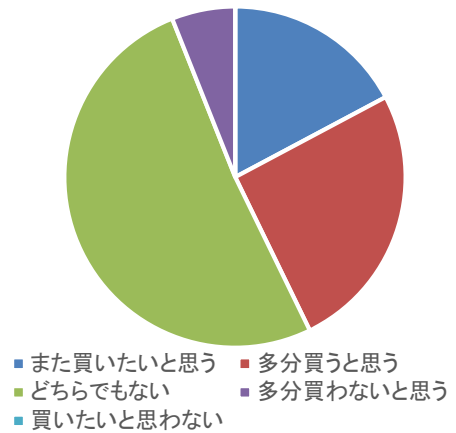
試食・試飲した味は？



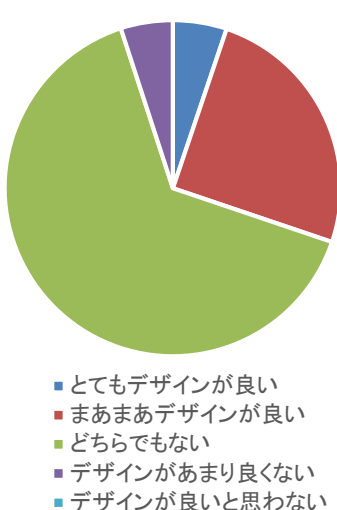
価格について



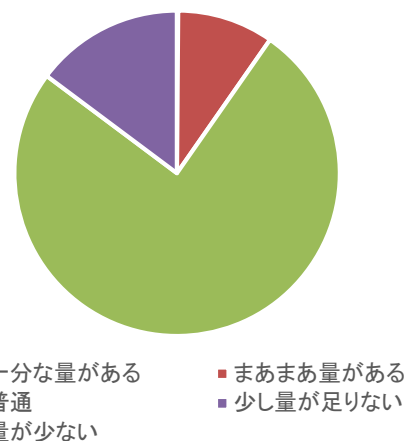
買いたいと思うか？



パッケージのデザインは？



商品のボリューム感は？



3. 【出展事業者向け】アンケート実施結果

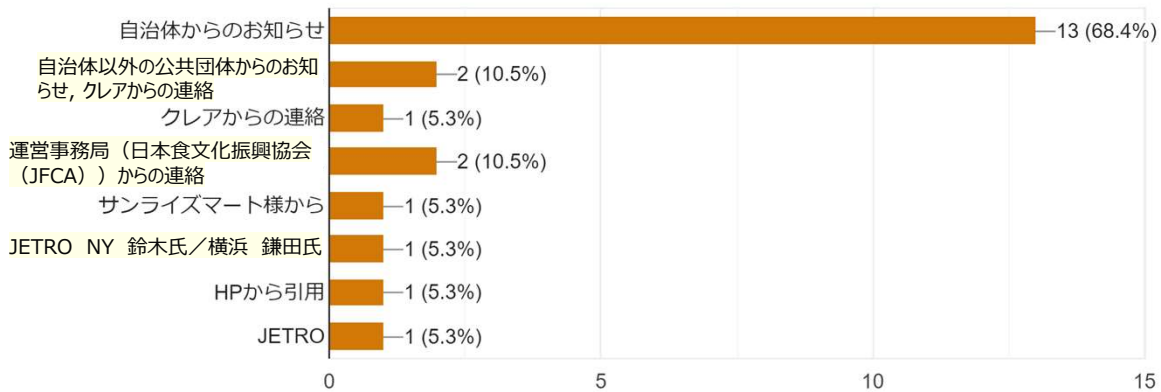
クリア本部様により、全ての出展事業者を対象として無記名方式により実施、集約結果についてデータの提供を受け本報告書へ転載したものの

- **調査期間：** **令和4年3月8日～4月4日**
- **調査対象事業者数：** **19社**
- **有効回答（回収）数：** **19件**
- **有効回収（回答）率：** **100%**

4. 【出展事業者向け】集計結果（一部抜粋）

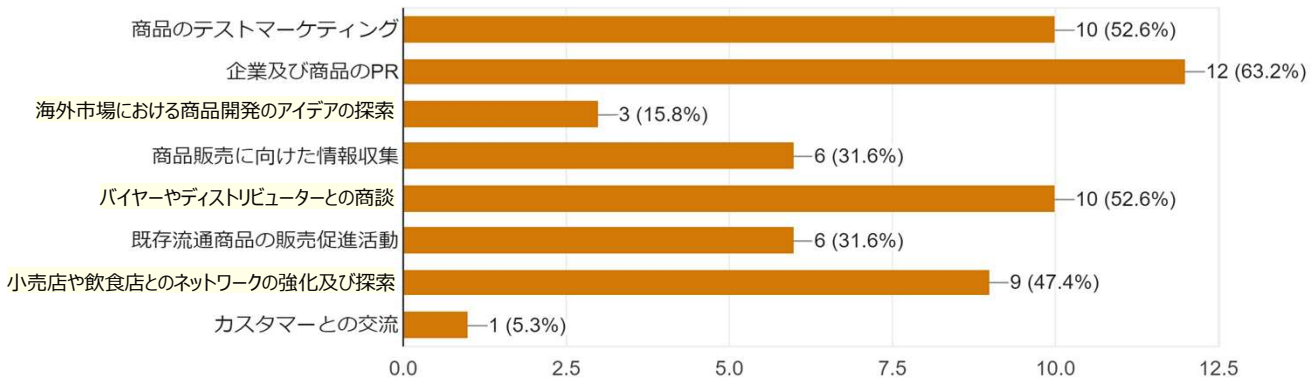
A-1「クリア食品展」をどのように知りましたか。（複数選択可）

19件の回答



A-2「クリア食品展」に出展した目的を教えてください。（複数選択可）

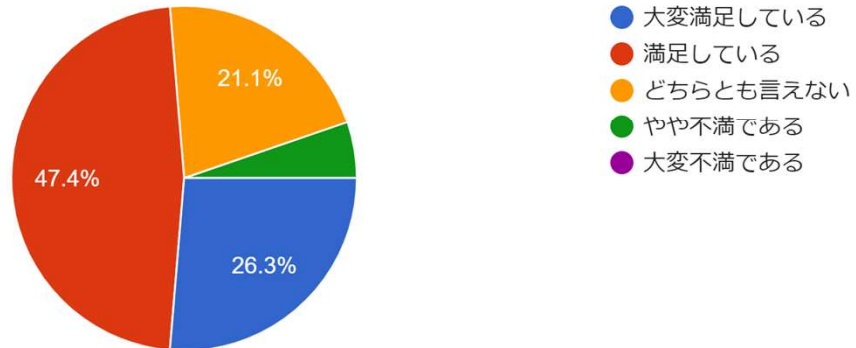
19件の回答



【出展事業者向け】 集計結果（一部抜粋）

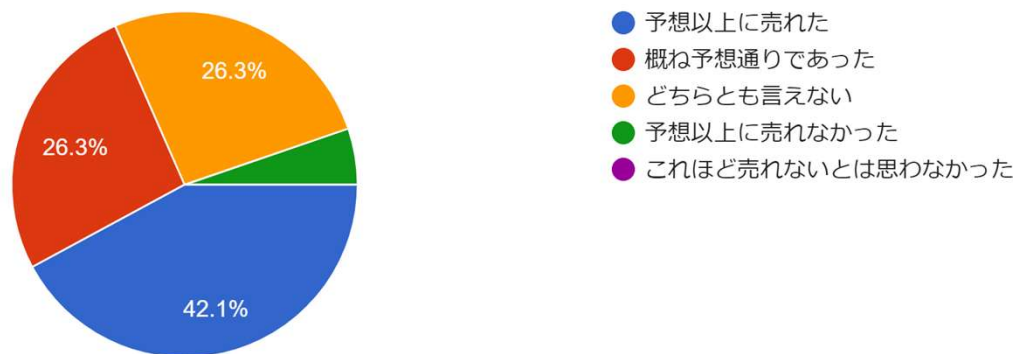
B-1-1 「クレア食品展」へ出展された満足度はどうですか。

19件の回答



C-1 出展商品の販売実績についてどのように感じていますか。

19件の回答



D-1-1 今後のアメリカ市場への取組についてどのようにお考えですか。

19件の回答

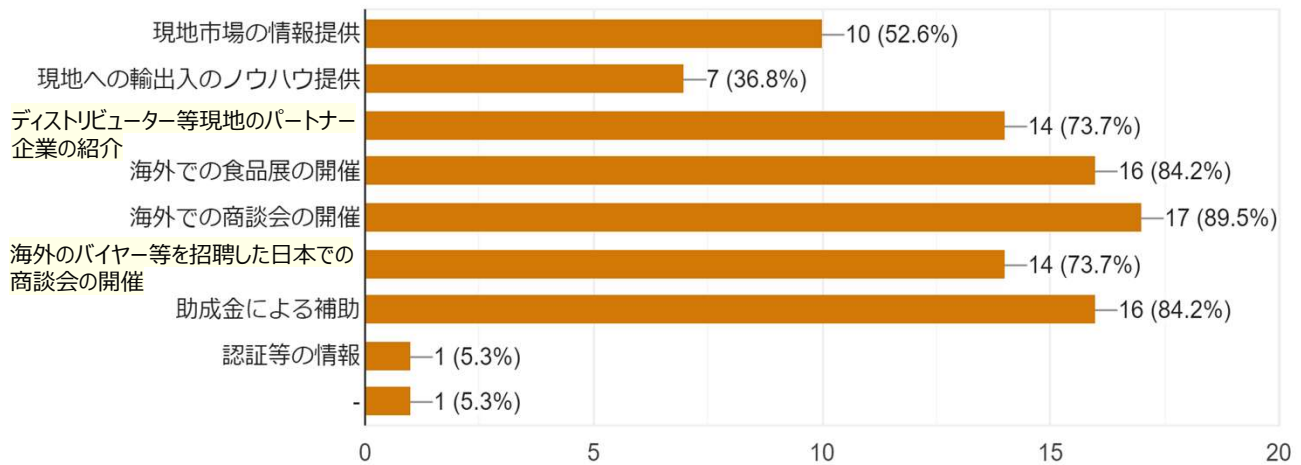


【出展事業者向け】 集計結果（一部抜粋）

E-2

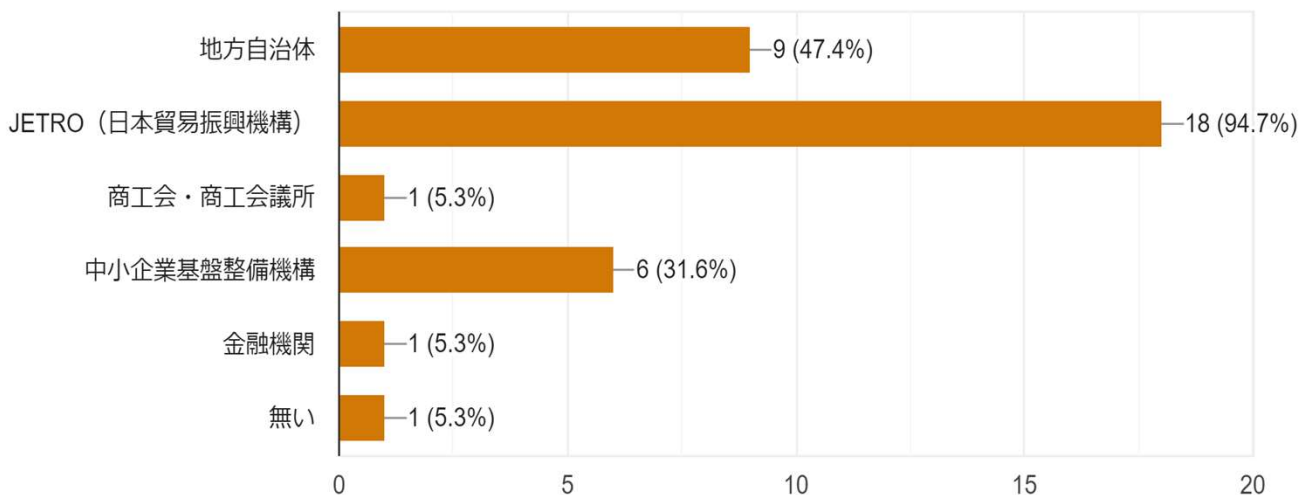
今後海外販路開拓を注力していく際に、支援機関（クリア、JETRO、地方自治体等）にどのような支援を求めますか。（複数回答可）

19件の回答



E-4 海外販路開拓に関する相談をしている団体はありますか。（複数回答可）

19件の回答



(カ) 特記事項

コロナ禍中における事業の推進という特殊な状況において、以下の各項につき十分な議論と検討を重ね、尚且つ主要な時点における判断を前提に事業を進めることとし、委託契約を交わし、慎重かつ入念に事業を推進した。

1. 開催期間の設定について

前年度において新型コロナウイルスの感染拡大に伴う事業の中止を受けて今年度に仕切り直しとなった本事業において、変異株の出現による感染のまん延や、オンライン消費の急拡大による世界的な物流の混乱など様々な不安定材料を抱える中で、想定されるリスクを最大限に回避する協議を販売者、輸出者、輸入者の各位を含む関係者全員にて重ねた結果、年度終盤となる令和4年2月24日（木）～27日（日）の4日間を開催期間と定め、事業の推進を決定した。

2. 期中における事業継続の可否判断について

前述の新型コロナウイルス感染再拡大や物流の混乱による商品輸送の遅れ等、事業の推進に支障をきたす状況となる可能性を想定し、以下のタイミングにおいて事業の継続の是非についての検討と判断を行なうこととした。

- ①第一次判断： 販売者による買取選定確定時（輸出者による発注前の時点）
- ②第二次判断： 米国向け輸出コンテナの神戸出港時（出展品の米国到着日が判明した時点）
- ③最終判断： 第2回出展説明会開催時（2022年1月14日の時点）

尚、上記いずれの場合においても「事業の中止」となった場合の対応について契約書に記載することとした。

3. 出展者への応募条件の明示と確約書の取付けについて

コロナ禍中での食品展開催となる特殊性から、出展への応募に際し以下の点について事前の了解を書面で確認することとした。

- ①食品展開催時に必ず事業者自身または現地代理人もしくはマネキンのいずれかが販売テーブルに立ち、4日間にわたる試食試飲の提供を含む商品のPR販売を行なうこと
- ②上記2）②及び③における可否判断の結果、事業の中止が決定した場合においても別途、販売者による独自の食品展の開催が予定されることになるため、前項①については引き続き出展者の義務として履行が求められること

上記について、上記2）①の時点で買取選定が確定した出展事業者に対し、クリア本部として書面による意思の確認（確約書の取付け）を行い、出展事業者は全社これに同意し、署名をした。

2021年11月、それまでのデルタ変異株に代わるオミクロン変異株の発生に伴う世界的な新規感染者数の再拡大により、事業の実施が危ぶまれたが、19社中2社を除く17社が事業者自身による米国渡航を断念し現地代理人もしくはマネキンによる販売対応を行うことで、事業を実施する結果に至った。