令和4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*）

*クレアによる抜粋・一部編集（社名・商品の削除及びぼかし等）があります。

令和5年3月10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

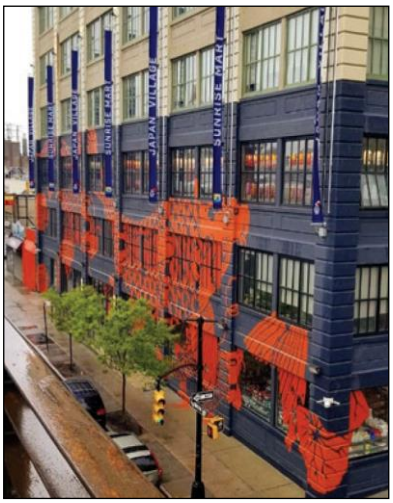
（ア）事業概要

2023年2月23日（木）～26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4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	2023年2月23日（木）～2月26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 （再委託先事業者）	The Loft at Japan Village（米国ニューヨーク市） Sunrise Mart（米国ニューヨーク市） Daiei Trading Co., Inc.（米国ニューヨーク市） クラウン貿易株式会社（兵庫県神戸市）
7. 申込自治体／ 出展事業者数	11自治体：岩手県、東京都、神奈川県、福井県、愛知県、浜松市、和歌山県、愛媛県、福岡市、宮崎県、鹿児島県 20事業者
8. 出展品目数	総計67品目　＊内訳は後述
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・試飲提供を通した出展品目の宣伝・実演販売 ②アンケート調査 ③渡航した出展事業者と現地輸入事業者との個別マッチング商談
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、プライスカード、商品紹介ページ）の制作 ⑥広告ツール（SNS、ポスター、PRチラシ）の制作と運用 ⑦アンケート（オンライン形式）の制作と運用、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主要メディアへのリリース ②SNS（インスタグラム、Facebook）による拡散 ③SNS（同上）広告の実施
12. 来場者数	4日間延べ人数：　17,155人（会場での定時実測方式による累計）
13. 販売結果	4日間の販売商品点数：　5,426点 対総仕入売上消化率：　80.1% 対総仕入販売点数消化率：　83.1%

<table>
<tr><th>項 目</th><th>内 容</th></tr>
<tr><td>14. 主催者ならびに出展事業者との連絡・調整等</td><td>事業の推進にあたり、主催者ならびに出展事業者との連絡や調整等の業務について以下の体制によりこれらを行なった
<table>
<tr><th colspan="2">運営事務局</th></tr>
<tr><th>目的</th><th>手段・手法
（対応時間帯の目安）</th></tr>
<tr><td>個別会議
・打合せ</td><td>ズーム・電話など
（平日午前8時～午後4時）</td></tr>
<tr><td>通常連絡</td><td>Eメールまたは
LINEテキスト
（平日48時間以内の応答）</td></tr>
<tr><td>至急連絡</td><td>LINE電話または
携帯電話
（平日午前8時～午後4時）</td></tr>
</table>
<table>
<tr><td>自治体国際化協会
経済交流課</td></tr>
<tr><td>地方自治体
出展事業者</td></tr>
<tr><td>輸出者
輸入者
販売者</td></tr>
</table>
＊日本時間週末に受けたご連絡に対しては、原則として翌週の月曜日の応答・対応を心掛けた
＊LINE情報を関係者間にて交換し、積極的に活用させていただいた</td></tr>
<tr><td>15. 運営管理責任者の設置</td><td>事業の受託期間を通して、事業全体の管理・運営を行なうために以下の責任者を設置し、本事業を推進した
担当者氏名： 二見義之（ふたみよしゆき）
所属／役職： 日本食文化振興協会／理事・事務局長</td></tr>
<tr><td>16. 通訳者の配置</td><td>食品展の開催期間中を通して、出展事業者とマネキンならびに来場者の意思疎通を図り、業務内容の伝達や指示、来場者からの質問やクレーム等への対応補助などの業務を行なった
担当者氏名： 飯沼典子（いいぬまのりこ）
所属／役職： 日本食文化振興協会／ニューヨーク事務局マネージャー</td></tr>
<tr><td>17. 輸入事業者等現地事情に精通する者の配置</td><td>出展者募集説明会（２回開催）において、出展予定事業者に対する米国への輸入規制や現地事情などのアドバイスを行うためにこれらの事情に精通する専門家として以下の者がセミナーと質疑応答を行なった
担当者氏名： 木村亮一（きむらあきかず）
所属／役職： AKTトレーディングインク／代表取締役社長</td></tr>
<tr><td>18. 感染防止策の実施</td><td>米国における新規感染者は下火傾向であったが、食品展開催期間中販売テーブルにおける来場者対応に際しては、現地渡航をされた出展事業者や販売スタッフなどに以下の対策への協力依頼の徹底により、新型コロナ感染拡大等の防止に心掛けた
１）マスクの着用
２）調理用使い捨てグローブの着用
３）サニタイザーの利用
４）ヘアネット・スカーフ等の任意での着用（可能な限り）
上記１）～３）については運営事務局側で十分な数を調達のうえ、対象者に配布した</td></tr>
</table>

（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パ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

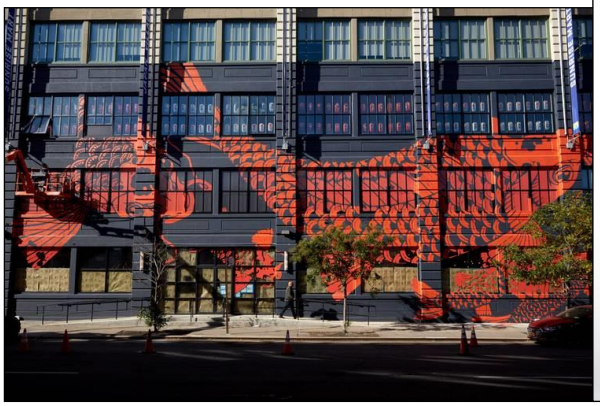
3. アクセス　マンハッタンの中心部（タイムズスクエア）から地下鉄で約20分、隣接するフリーウェイ478号線の出口からも約1分とアクセスも良く、週末にはマンハッタンやクイーンズ、ロングアイランドシティ、スタッテンアイランドなどから訪れる買物客も多く、利便性の高さがポイント

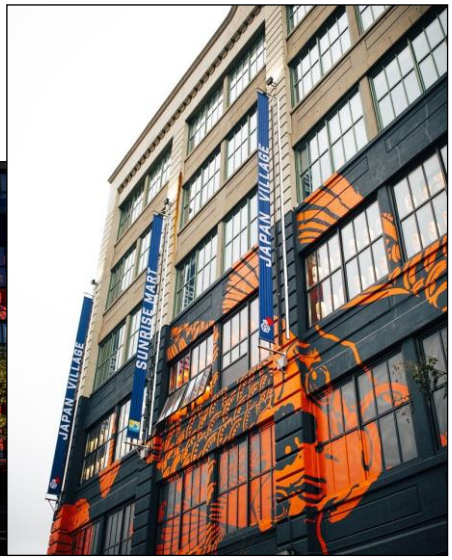
4. 特徴　1階に日本食スーパー（サンライズマート）、レストラン、フードコート、日本酒専門店があり、2階の各種テナントならびに大型催事スペースを合わせて3万平方フィート（約2千5百平米／393坪）の店舗面積を持つニューヨーク州最大の日系ショッピング＆文化センター

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





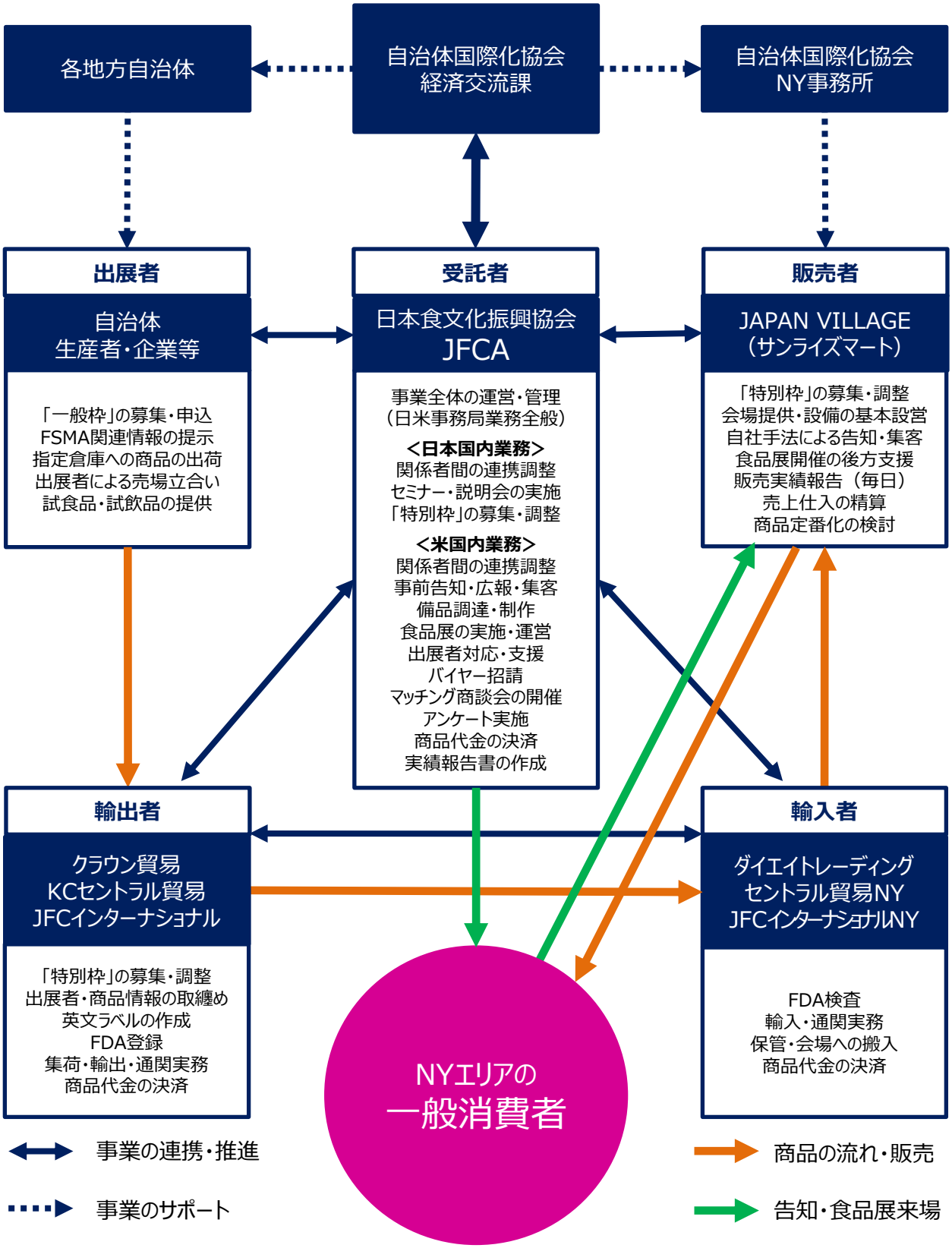
【店内（1階）】 日本食スーパーマーケット（サンライズマート）、ラーメンや寿司、おにぎりなどがテイクアウトできるフードコート、居酒屋レストラン「WAKUWAKU」、日本酒専門店「蔵一」などがある

Japan VILLAGE

（ウ）輸出入手続き等準備事項

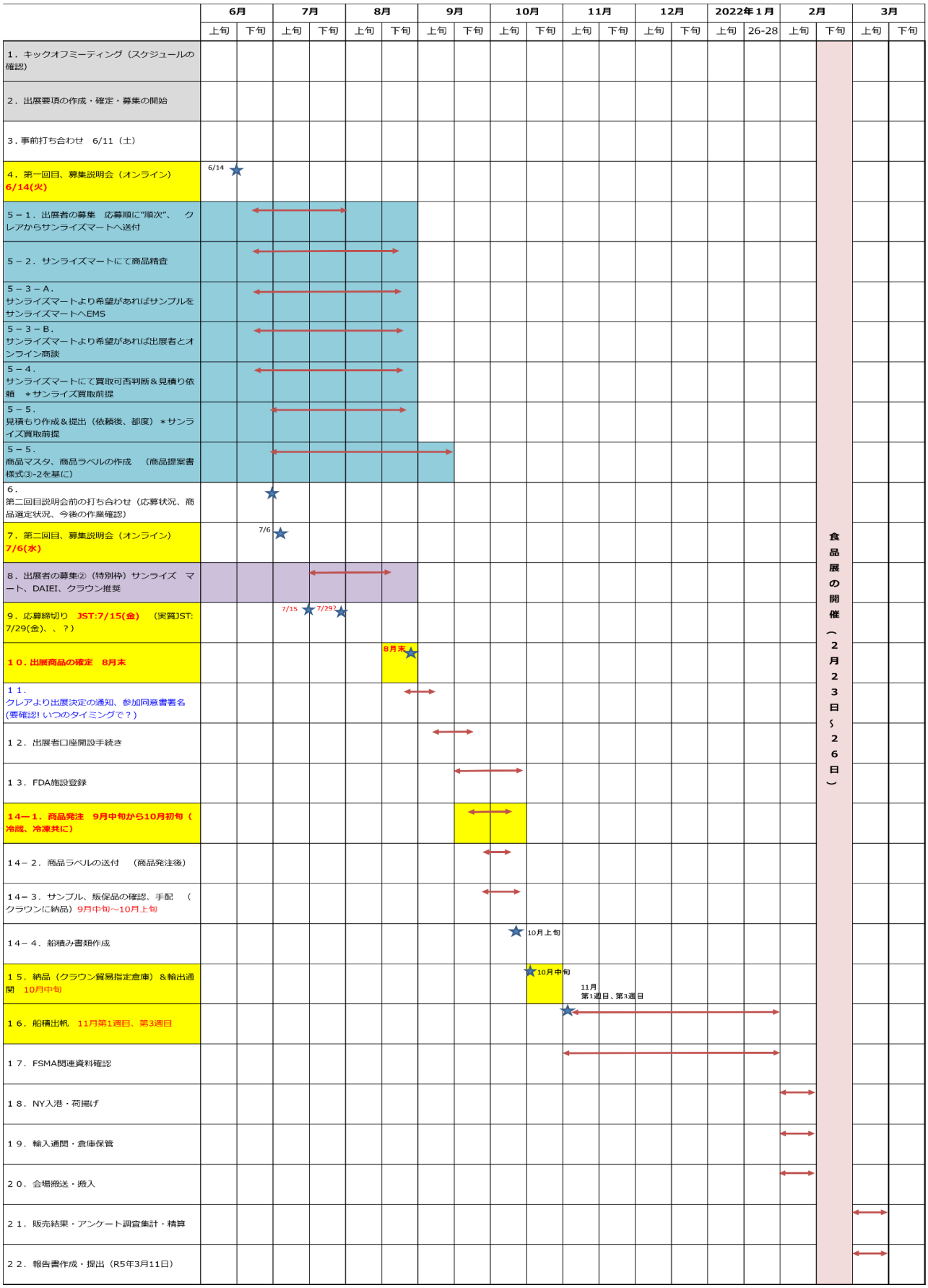
1．実施体制

令和4年度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。



2．作業スケジュールの作成

事業の推進にあたり、受託者ならびに関係協力事業者（再委託先）の全員が参加し、想定されるリスクや懸念事項について事前に十分なすり合わせを行い、以下の作業スケジュールを作成、クレア本部様へ提出のうえ了承をいただき事業をスタートした。



3．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の設定を含めてクレ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。
（発信日：2022年5月30日(月)）

令和４年度「日本ふるさと名産食品展 in ニューヨーク」

「自治体及び事業者向けオンライン出展説明会」参加申込書

出展自治体及び事業者を対象に、下記のとおりオンライン事前説明会を開催します。出展する方向で検討しているものの、詳しい説明を聞いてから決定したいという自治体・事業者の参加も可能です。なお、説明会動画は、後日希望者に限定公開する予定ですので、動画に映ることを避けたい場合は、カメラをオフにしてご参加ください。

記

日　　時　１回目：令和４年６月14日(火)　10:00～12:00
　　２回目：令和４年７月　６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、事業者、輸出振興団体含む関連団体等

参 加 費　無料

内　　容

10：00～10：05	開会挨拶
10：05～10：15	食品展概要説明 日本食文化振興協会　事務局長 二見 義之 氏
10：15～10：55	米国市場と輸入規制（FSMA）の最新情報と注意点 商品選定・輸出手続きの流れ・応募書類の記入方法 日本食文化振興協会 理事　木村 亮一 氏
10：55～11：15	現地における諸手配ならびにオプションプログラム 日本食文化振興協会　事務局長 二見 義之 氏
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。

●参加希望

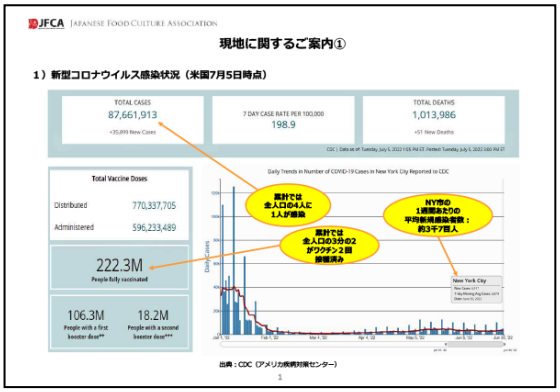
☐ １回目（６月14日）　　☐ ２回目（７月６日）

4. 募集説明会

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3部を作成し、終了後にクレア本部様より電子版（PDF）にて参加者へ配布いただいた。

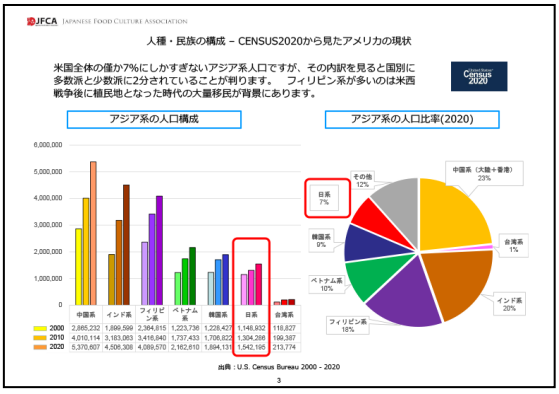
1）作成資料 A（一部）

2）作成資料 B （一部）



3）作成資料 C-①、C-②、C-③ （一部）

受託者として募集説明会の参加者に対し、米国市場ならびに日本産食品の消費動向等を紹介するセミナーをオンラインにて行った。 その際に以下の投影資料を作成し、終了後にクレア本部様より電子版（PDF）にてこれを配布いただいた。



5．出展への申込（応募）から事業者選定

今年度の食品展への当初出展応募者は全部で**33社113品目**であり、そのうちの10社（全体の約3割弱）は昨年度（令和3年度）に採択された出展事業者のリピート応募であった。

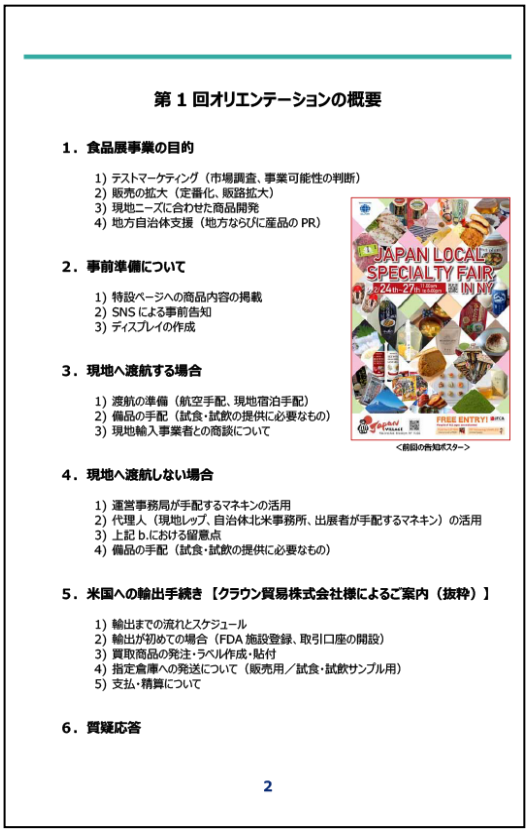
6．予備的出展事業者の追加

前項の出展申込者・応募商品については、輸出者・輸入者・販売者の三者による申込書類、商品成分、賞味期限、仕入価格等に関する厳正な審査の結果、21社計70品目が選定されたが、その後、2社から応募を辞退意向を受け、主催者である自治体国際化協会様と協議のうえサンライズマート社が推薦した新たな1社を予備的出展事業者として追加することとし、サンライズマート社が応募者34社から**計20社67品目**について買取発注を行なった。

7．出展事業者向けオリエンテーション（オンライン開催）

長期化するインフレや燃料高等によって景気後退懸念が漂う中で、出展事業者向けに米国の最新現地事情や輸出入の進捗確認、制作物、告知、備品等の諸手配などについて説明を行なうオリエンテーションを**第1回：2022年9月13日（火）**ならびに**第2回：2022年11月16日（水）**の、計２回、オンライン（Zoom）にて開催し、出展事業者各社の理解の促進に努めた。

＜第１回オリエンテーション配布資料＞(一部)



第１回オリエンテーションの概要

1．食品展事業の目的

1) テストマーケティング（市場調査、事業可能性の判断）
2) 販売の拡大（定番化、販路拡大）
3) 現地ニーズに合わせた商品開発
4) 地方自治体支援（地方ならびに産品の PR）

2．事前準備について

1) 特設ページへの商品内容の掲載
2) SNS による事前告知
3) ディスプレイの作成

3．現地へ渡航する場合

1) 渡航の準備（航空手配、現地宿泊手配）
2) 備品の手配（試食・試飲の提供に必要なもの）
3) 現地輸入事業者との商談について

＜前回の告知ポスター＞

4．現地へ渡航しない場合

1) 運営事務局が手配するマネキンの活用
2) 代理人（現地レップ、自治体北米事務所、出展者が手配するマネキン）の活用
3) 上記 b.における留意点
4) 備品の手配（試食・試飲の提供に必要なもの）

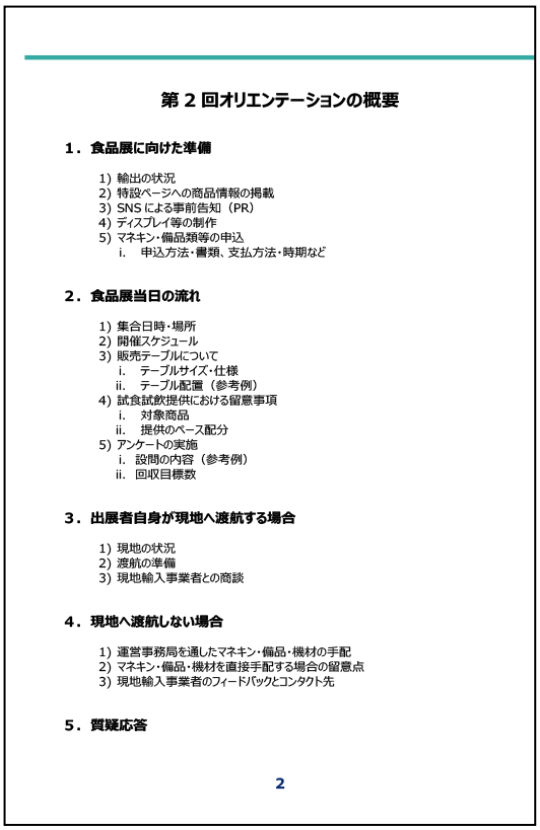
5．米国への輸出手続き［クラウン貿易株式会社様によるご案内（抜粋）］

1) 輸出までの流れとスケジュール
2) 輸出が初めての場合（FDA 施設登録、取引口座の開設）
3) 買取商品の発注・ラベル作成・貼付
4) 指定倉庫への発送について（販売用／試食・試飲サンプル用）
5) 支払・精算について

6．質疑応答

2

＜第２回オリエンテーション配布資料＞



第２回オリエンテーションの概要

1．食品展に向けた準備
1) 輸出の状況
2) 特設ページへの商品情報の掲載
3) SNS による事前告知（PR）
4) ディスプレイ等の制作
5) マネキン・備品類等の申込
i. 申込方法・書類、支払方法・時期など

2．食品展当日の流れ
1) 集合日時・場所
2) 開催スケジュール
3) 販売テーブルについて
i. テーブルサイズ・仕様
ii. テーブル配置（参考例）
4) 試食試飲提供における留意事項
i. 対象商品
ii. 提供のベース配分
5) アンケートの実施
i. 設問の内容（参考例）
ii. 回収目標数

3．出展者自身が現地へ渡航する場合
1) 現地の状況
2) 渡航の準備
3) 現地輸入事業者との商談

4．現地へ渡航しない場合
1) 運営事務局を通したマネキン・備品・機材の手配
2) マネキン・備品・機材を直接手配する場合の留意点
3) 現地輸入事業者のフィードバックとコンタクト先

5．質疑応答

2

９．商品の案内（兼、事前告知）

１）商品案内ページ（商品POP）の制作・開設

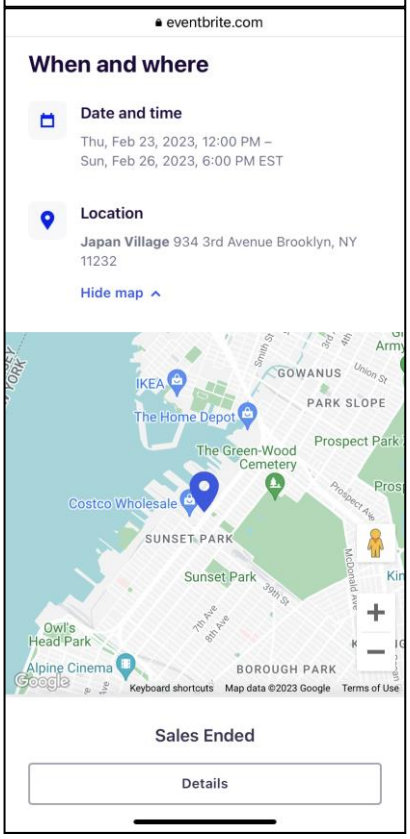
一般消費者へのリーチを持つJFCAの公式ページ（https://www.japanfoodculture.org/）へ出展各社ごとに出品全商品（全20社67品目）を紹介する特設ページを制作し、掲載した。
商品POPの作成に代えることにより、後述のSNS広告と連動した情報発信・拡散による食品展の事前告知と集客への相乗効果にも繋げることが出来た。

＜トップ画面＞

＜出展事業者ページ＞

2）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、広報の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。



3）SNS発信用に制作したコンテンツ：アイコン画像・バナー等全20社60点（一部）

4）SNS投稿・配信（一部）

5）SNS投稿・配信用に制作した動画等（一部）

１０．制作物

食品展の開催に向けて事前に以下のディスプレイ用装飾物等を制作した。

１）出展者ヘッダーサイン（一部）

出展事業者各社の販売テーブル上部に設置するヘッダーサイン（ビニールバナー）を設置した。

＜岩手県：ミナミ食品＞

＜東京都：ギンビス＞

＜クレア本部＞

＜ JFCA（運営事務局） ＞

２）商品（プライス）カード（一部）

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について個別に全20社67品目分を制作し、各社のテーブル上に設置した。

3）事前告知用のポスターならびにチラシ

食品展開催の事前告知用として店頭等へ掲示する大型ポスターならびに来店客への配布を目的としたチラシを制作し、新年1月以降よりサンライズマート各店舗に掲示、設置した。

＜店頭掲出用大型ポスター＞

＜チラシ（２ツ折り）外側＞

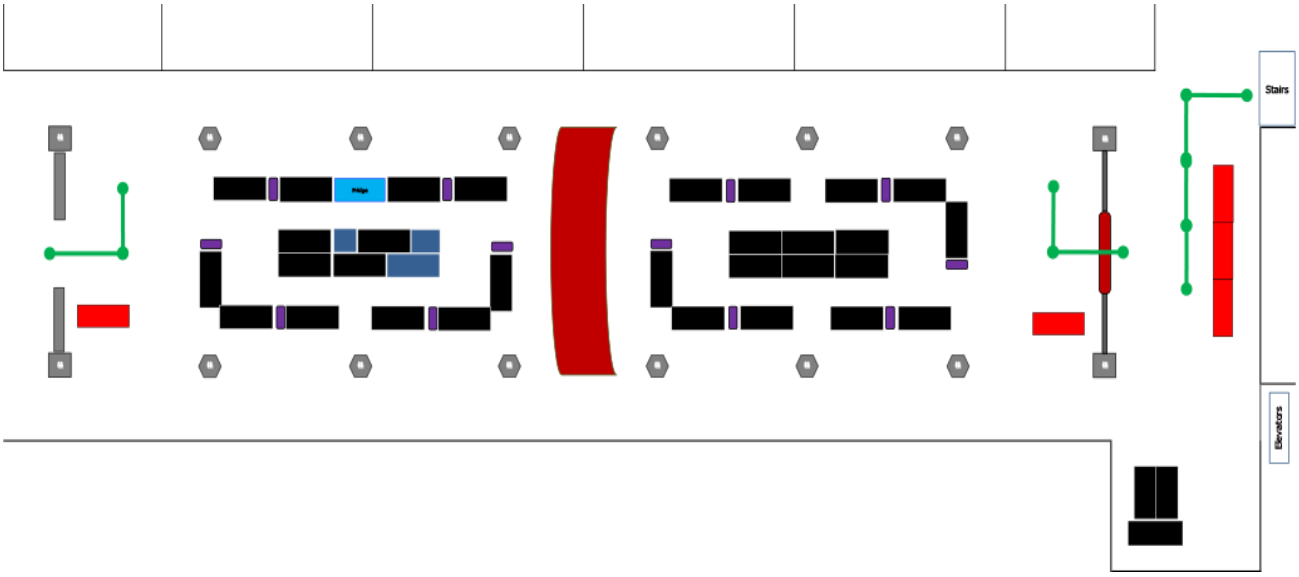
＜チラシ（同）内側＞

11．食品展の開催

１）サンライズマート社との連携による食品展の運営・管理

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、催事スペースはレストランやフードコートなど常設の飲食提供施設ではないことなどから当局への届出や書類提出は不要という事実を確認し、事業受託者として会場提供者であるジャパンビレッジ社に対しイベント保険加入証書（最高保証金額：$1,000,000）を提出した。

＊**ちなみに本事業の主催者である自治体国際化協会（クレア本部様）は米国外の団体のため、事業受託者として日本食文化振興協会（JFCA）が代理人となり、保険加入証書を契約先当事者に提出することによりクレア本部様は免責となる点についても事前に保険会社へ確認済み**

（下記は保険証書コピーの一部）

ACORD

CERTIFICATE OF LIABILITY INSURANCE

Third Party Property Damage

２）マネキン・備品類の手配・調達

出展事業者各社からの申込みに伴い、マネキンや備品類等について米国現地において手配・調達を行った。 コロナ禍の影響が残り、出展事業者自身での渡航が困難であり米国内に現地REP等の代理人等がいない事業者8社については、EメールやZoom等にて試食の提供方法や食材の調達など詳細をそれぞれ個別に打合せを行い、マネキン派遣会社への指示伝達を含め食品展の運営に反映した。

３）会場の様子（一部)

＜食品展会場入口＞

＜ブリーフィング＞

＜販売エリア（各社テーブル）内の様子＞

＜来場者で賑わう会場内＞

3）会場の様子 【出展事業者ブース】

3）会場の様子 【PRテーブル：自治体国際化協会】

<自治体国際化協会>

<自治体国際化協会>

<自治体国際化協会>

<自治体国際化協会>

3）会場の様子 【PRテーブル：日本政府観光局／スタンプラリー抽選コーナー】

＜日本政府観光局＞

＜日本政府観光局＞

＜スタンプラリー抽選コーナー＞

＜スタンプラリー抽選コーナー＞

4）SNS投稿・配信の結果

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の成果に繋げることが出来た。

	リーチ数	再生された回数	ポストへの興味 Like Save Share
INSTAGRAM	115,852	145,090	3,875
FACEBOOK	39,046	39,046	2,343
総計	**154,898**	**184,136**	**6,218**

（エ）売上等の集計結果

4日間で、仕入をベースとする販売消化率は売上で80.1%、品目数では83.1%と、全体として前年度実績を上回る結果となった。

1．前年との対比

1）仕入数量（品目総数）　前年比 101.7%
2）販売数量（同）　前年比 101.7%
3）総売上高　前年比 112.9%
4）仕入消化率（品目総数）　前年比 99.9%
5）総括
全体としての売上は前年を超えているものの、品目の数量については仕入も販売も前年とほぼ同様であり、品目総数に対する仕入消化率は前年をわずかに下回った。
一方でインフレ等による仕入コストの上昇が価格（単価）を押し上げるカタチとなり、結果的に売上の伸びに繋がったものと見られる。

今年度（2023年）					参考：前年度（2022年）			
仕入数量総計	仕入売価総計	販売数量総計	総売上高	総売上前年比	仕入数量総計	仕入売価総計	販売数量総計	総売上高
6,528	$42,534.12	5,473	$34,440.47	112.9%	6,419	$39,030.11	5,384	$30,493.26
仕入前年比		仕入消化率					仕入消化率	
101.7%	109.0%	83.8%	81.0%				83.9%	78.1%

2．各社ごとの個別売上げ（4日間合計）は、各社ごとの敏感情報のため、省略。

（オ）商談会の開催の実施状況

1．商談会の概要

事前にサンライズマート社の食品仕入担当マネージャーならびにニューヨークエリアの主要日系輸入卸事業者5社に呼び掛けを行い、食品展開催２日目の2月24日（金）を対象日として出展事業者12社（＊1）及び自治体2県（＊2）とのマッチング商談会を開催した。

＊1：今回、事業者自身が日本から現地へ渡航した12社
＊2：神奈川県北米事務所、和歌山県

上記の呼び掛けに応じ、サンライズマート社からはブルックリン店の仕入担当マネージャーであるKAI氏、また日系輸入卸事業者はダイエイトレーディング、KCセントラル貿易、共同貿易の各社から計9名の食品輸入仕入担当社員に食品展会場に来場いただき、時間に制約があった共同貿易を除く各社に全14社・自治体との商談を行っていただけた。

商談は以下の通り各社30分枠とし、食品展会場内又は隣接する場所に会場を設置し、バイヤー側の希望する商品・事業者との面談を優先的に組み合わせて開催した。

2．商談の組み合わせ一覧表

令和4年度クレア主催「日本ふるさと名産食品展」- 現地渡航確定済み出展事業者との商談マッチング表

商談会場（当日の受付場所）：JAPAN VILLAGE（NY市ブルックリン区）2階催事スペース内「輸入事業様専用受付」＊担当：二見@JFCA　　02/22/23

月/日	商談時間枠	会場		1 岩手県	2 東京都	3 福井県	4 浜松市	5 愛知県	6 愛知県	7 愛知県	8 愛媛県	9 福岡県	10 宮崎県	11 宮崎県	12 鹿児島県	13 和歌山県	14 神奈川県
				[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	和歌山県食品流通課 株荒尾・梅光園	神奈川県北米事務所 ナチュレ・サンクリア・バイオコスモ・リキコーポレーション
2/23（木）	11:00~11:30	A		Sunrise Kai													
	11:30~12:00												Sunrise Kai				
	12:00~12:30					Sunrise Kai											
	12:30~13:00						Sunrise Kai										
	13:00~13:30							Sunrise Kai									
	13:30~14:00														Sunrise Kai		
	14:00~14:30									Sunrise Kai							
	14:30~15:00											Sunrise Kai					
2/24（金）	10:00~10:30	A	2階メイン	Daiei													
		B	WAKUWAKU			Daiei											
		C	JFCA				Daiei										
	10:30~11:00	A	2階メイン					Daiei									
		B	WAKUWAKU						Daiei								
		C	JFCA							Daiei							
	11:00~11:30	A	2階メイン								Daiei						
		B	WAKUWAKU									Daiei					
		C	JFCA										Daiei				
		D	JV事務所	NY Mutual													
	11:30~12:00	A	2階メイン											Daiei			
		B	WAKUWAKU														Daiei
		C	JFCA												Daiei		
		D	JV事務所		NY Mutual												
	12:00~12:30	A	2階メイン														
		C	JFCA														
		D	JV事務所						NY Mutual								
	12:30~13:00	A	2階メイン														
		C	JFCA														Sugihara+Futami
		D	JV事務所								NY Mutual						
	13:00~13:30	A	2階メイン											Central			
		B	WAKUWAKU														Central
		C	JFCA										Central				
		D	JV事務所												NY Mutual		
	13:30~14:00	A	2階メイン												Central		
		B	WAKUWAKU									Central					
		C	JFCA			Central											
	14:00~14:30	A	2階メイン							Central							
		B	WAKUWAKU				Central										
		C	JFCA					Central									
	14:30~15:00	A	2階メイン	Central													
		C	JFCA						Central								
	15:00~15:30	A	2階メイン		Central											Central	
		B	WAKUWAKU														
	15:30~16:00	A	2階メイン								Central						

商談会の設定にあたり、運営事務局からは日系輸入事業者5社（上記②、③、④に加えて、⑤JFCインターナショナル、⑥ WISMETTAC ASIA FOODS(旧、西本貿易）へ出展事業者の情報を送り参加を呼び掛けたが、⑤は人手不足による業務多忙、⑥は社内の方針によりそれぞれ不参加であった。

（カ）アンケートの集計結果

今回の食品展において一般来場者向けにアンケート調査を実施し、以下の内容の結果を得た。

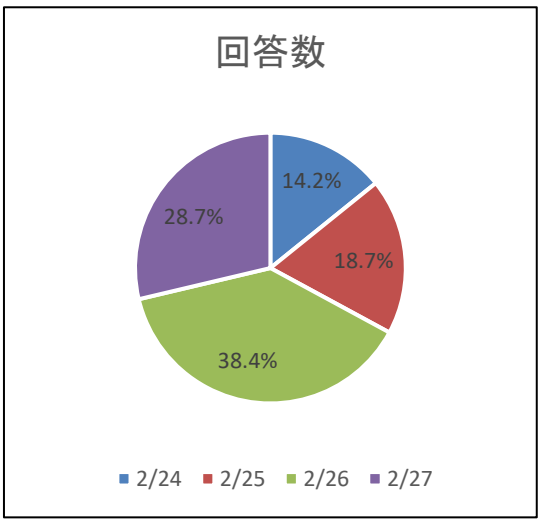
1．4日間の有効回答（回収）総数

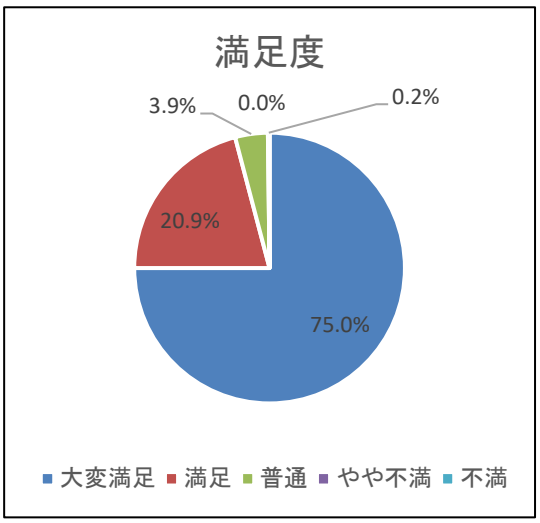
635件

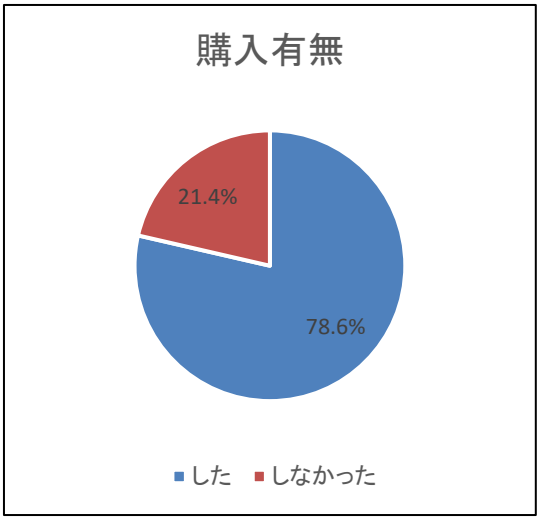
2．設問項目別の回答集計結果【全体の数値】

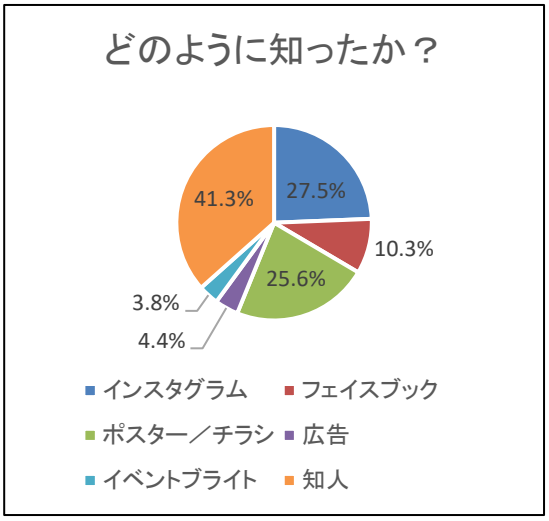
	設問	内容	結果
1	回答数	2/24（木） 2/25（金） 2/26（土） 2/27（日）	90人（14.2%） 119人（18.7%） 244人（38.4%） 182人（28.7%）
2	フェアに満足しましたか？	大変満足 満足 普通 やや不満 不満	476人（75.0%） 133人（20.9%） 25人（ 3.9%） 1人（ 0.2%） 0人（ 0.0%）
3	商品を購入しましたか？	購入した 購入しなかった	499人（78.6%） 136人（21.4%）
4	どのようにしてフェアを知りましたか？	インスタグラム フェイスブック ポスター／チラシ 広告 イベントブライト 知人	174人（27.5%） 65人（10.3%） 162人（25.6%） 28人（ 4.4%） 24人（ 3.8%） 26人（41.3%）
5	人種	アジア系 白系 アフリカ系 その他	431人（67.9%） 134人（21.1%） 42人（ 6.5%） 28人（ 4.5%）
6	年齢	20才未満 20～29 30～39 40～49 50才以上	107人（16.8%） 212人（33.4%） 176人（27.7%） 74人（11.6%） 65人（10.2%）

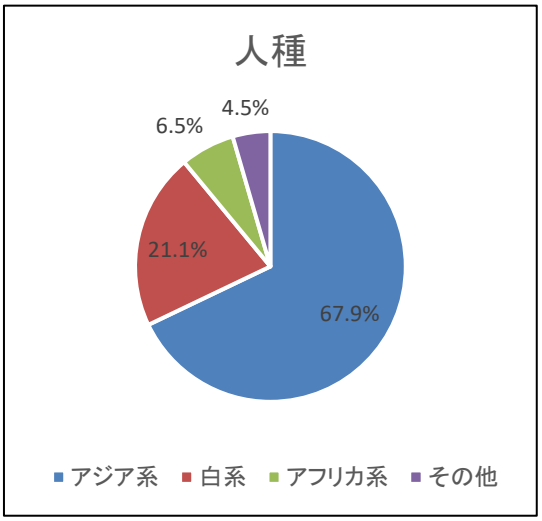
3．設問項目別の回答集計結果【全体のグラフ】

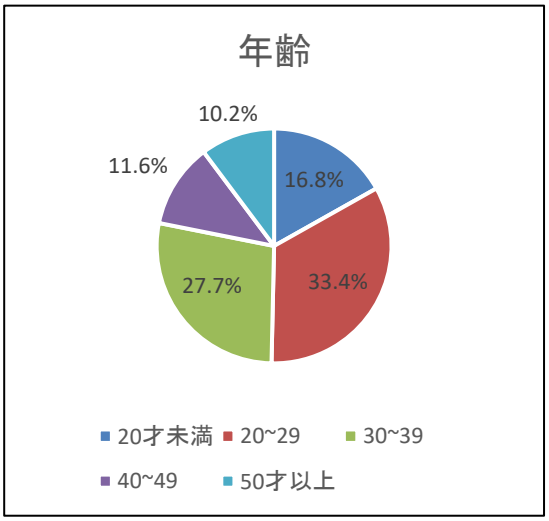












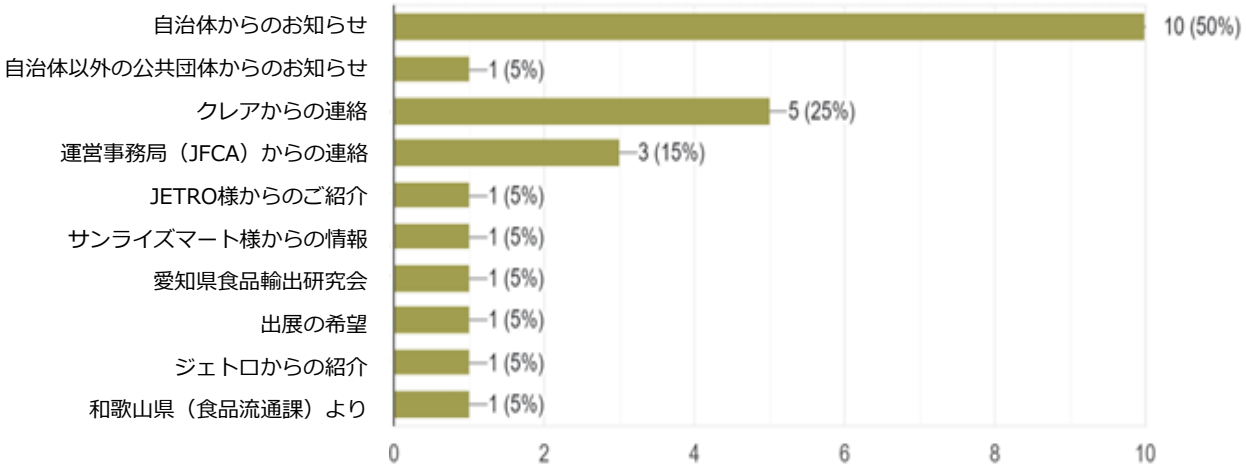
４．各社別回答集計結果（敏感情報のため、省略）

５．出展者アンケート集計結果（その１）

以下、A-1、A-2、E-1、E-3-1、E-4、E-5については複数選択可のため、それぞれの回答率（%）は回答者数（全20件）に対する割合の数値が表示されていますのであらかじめご了承ください。

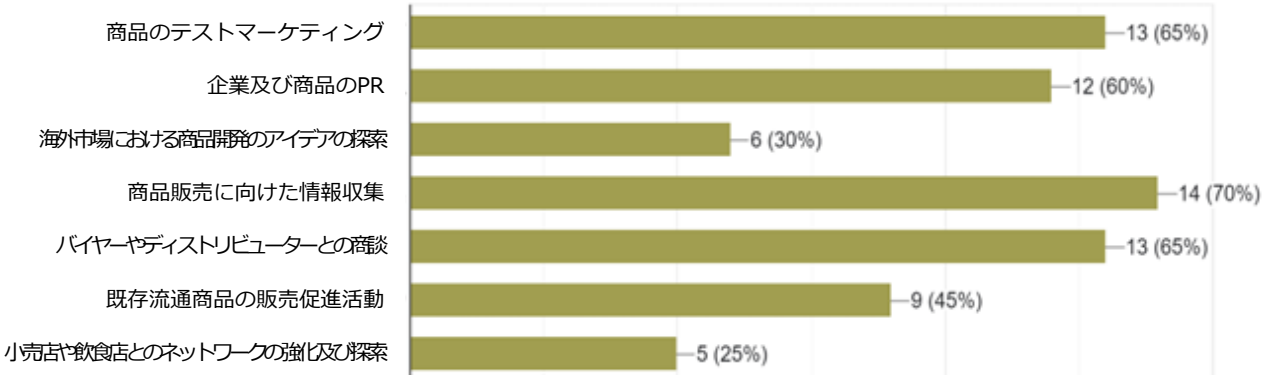
A-1「クレア食品展」をどのように知りましたか。（複数選択可）

20 件の回答



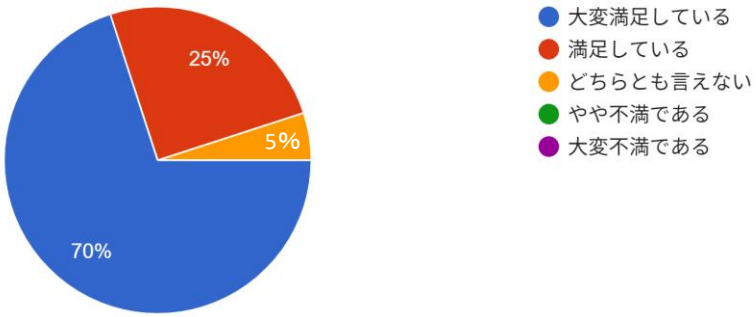
A-2「クレア食品展」に出展した目的を教えてください。（複数選択可）

20 件の回答



B-1-1「クレア食品展」へ出展された満足度はどうですか。

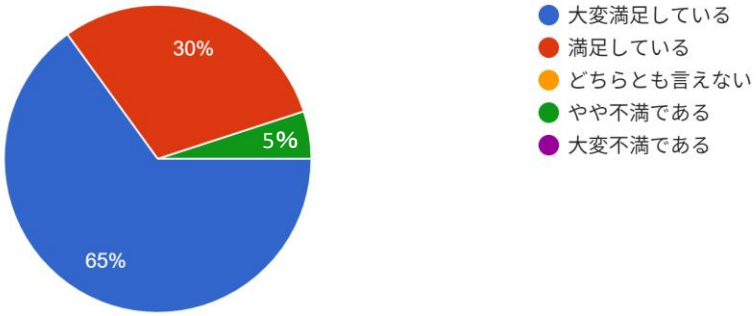
20 件の回答



５．出展者アンケート集計結果（その２）

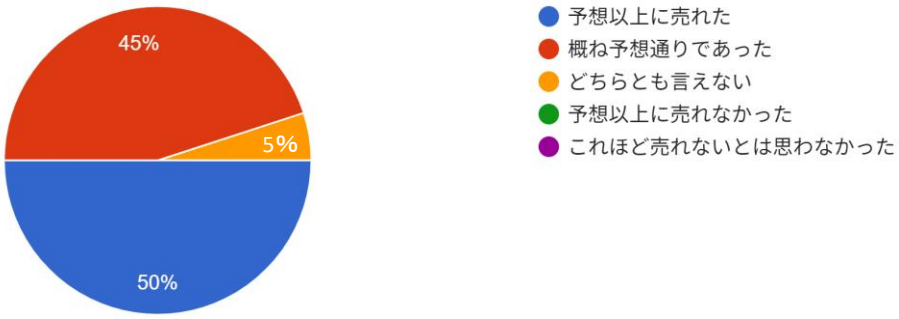
B-2-1「クレア食品展」の運営事務局（JFCA）を含めた運営に対する満足度はどうですか

20 件の回答



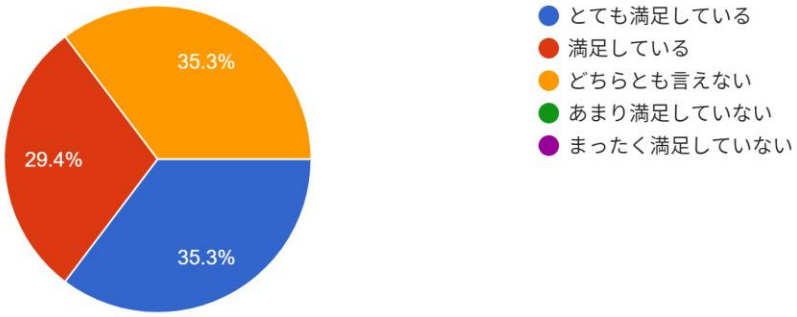
C-1 出展商品の販売実績についてどのように感じていますか。

20 件の回答



C-3 （商談を行った事業者様へ）現地バイヤーとの商談会についてどのように感じていますか。

17 件の回答



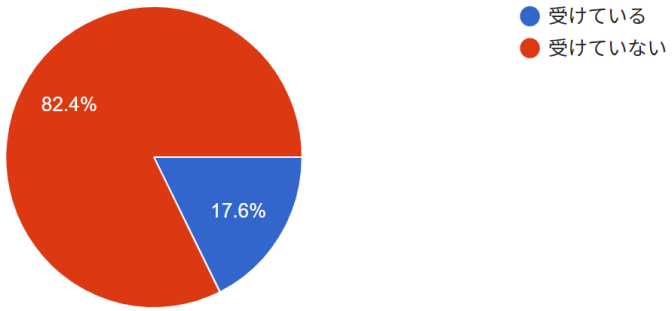
５．出展者アンケート集計結果（その３）

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。

20 件の回答

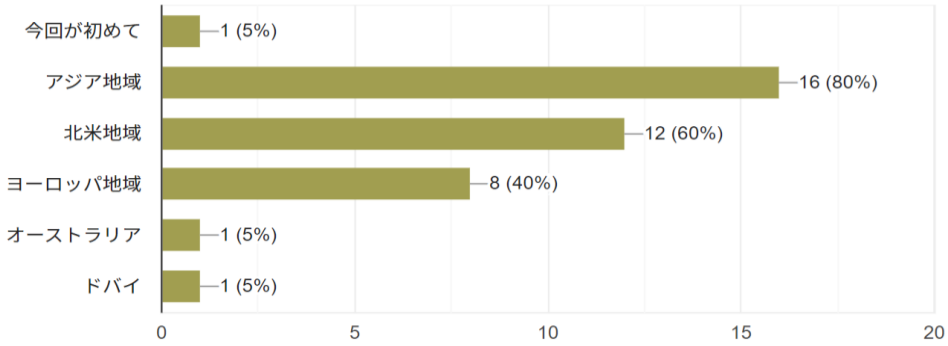
D-2 差し支えなければ、今回の商品輸送費・旅費等において自治体等から助成を受けているか、ご回答ください。

17 件の回答



E-1 過去の海外食品展・販売促進会（食品展・プロモーション・商談会等）の参加場所はどこですか。（複数回答可）

20 件の回答



５．出展者アンケート集計結果（その４）

E-2 過去「クレア食品展」に出展したことある事業者様に伺います。出展をきっかけに現地で商流を構築できた、また、経営方針に影響があった等、成果に繋がったケースがありましたら以下にご記入ください。（可能であれば具体的にご記載ください。）

6 件の回答

現在アメリカ向けでお世話になっているKCセントラル貿易様と口座開設したのは２０１７年のクレア食品展がきっかけです。その後ミツワ様でもスポットにて販売させていただいており、定番化に向けて取り組んでいるところです。

今回初めてです。

西海岸でプロモーションした際、サンプルが干からびて、お客様から「ジャーキーですか？」と言われたことが、新商品のヒントとなって、国内外で高い評価をいただける商品が開発出来た。

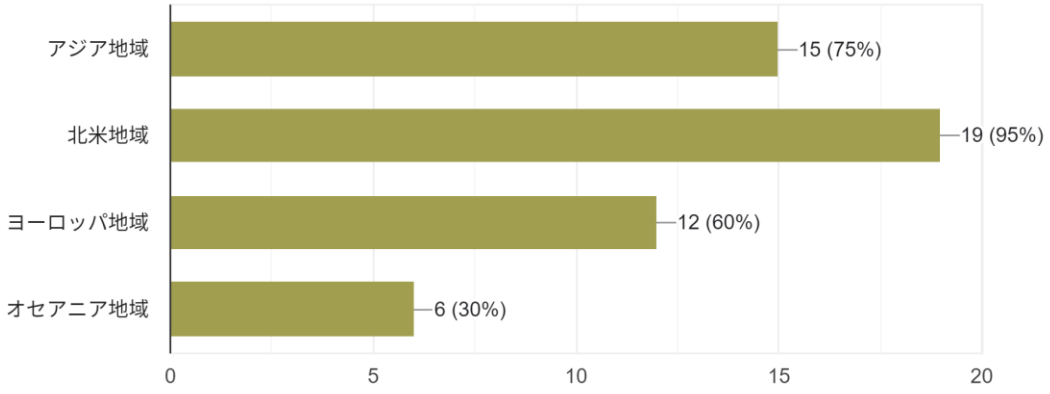
現状新規の新たな商流は確認しておりません

上記通り、実際にご発注を頂いた事に大きな喜びを感じております。
他方、なぜダイエートレーディングがお取り扱い頂けないのか？
本当に不思議でなりません。

2回目となるが、今回一つ商流が構築できました。

E-3-1 今後販路開拓を注力していく予定の海外市場（複数回答可）

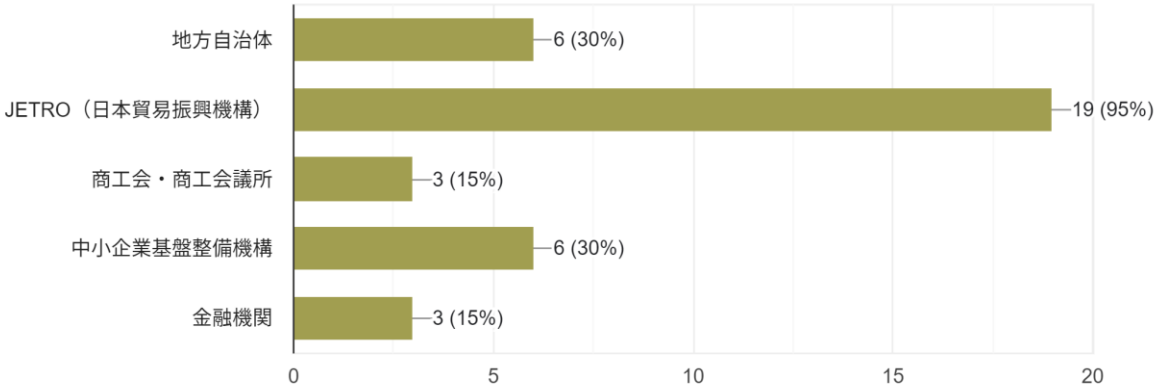
20 件の回答



５．出展者アンケート集計結果（その５）

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）

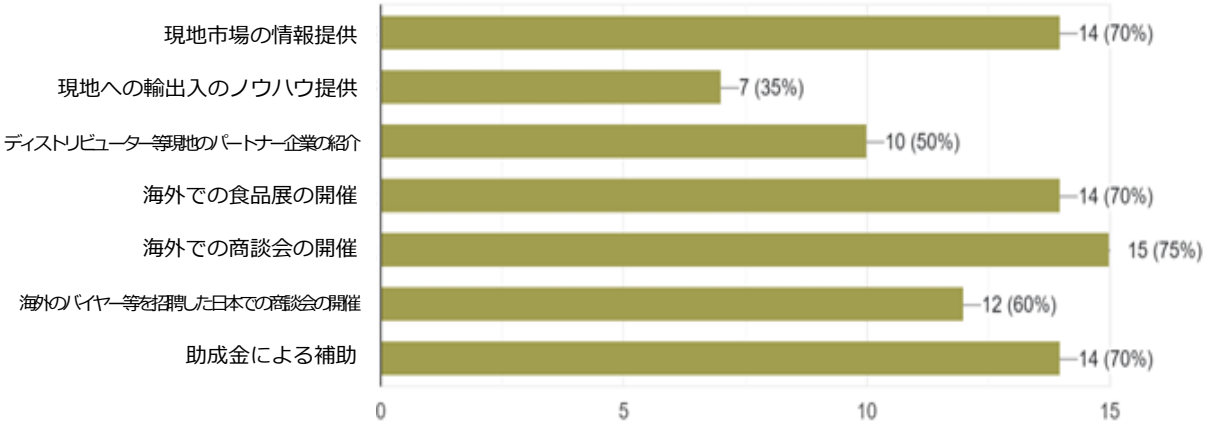
20 件の回答



E-5

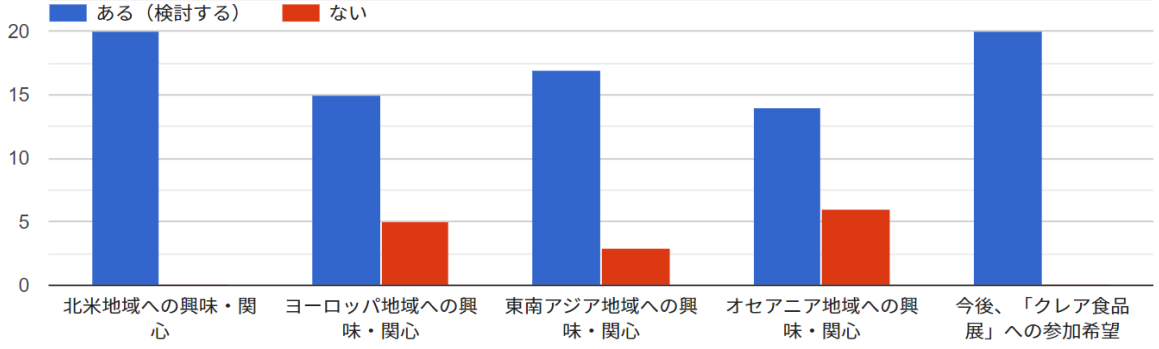
今後海外販路開拓を注力していく際に、支援機関（...にどのような支援を求めますか。（複数回答可）

20 件の回答



E-6 クレアでは、今後、①北米② 東南アジア ③オセアニア等にて食品展を開催することを検討しています。興味・関心について当てはまる項目を選択してください。

コピー



（キ）食品展の結果を基にした出展事業者及び出展商品の開催地域での市場評価

事業の実施と運営を通して開催地域の消費者や販売店、ならびに輸出入関係者などからの評価について以下の通り報告する

1．来場者からの評価（アンケートのコメント、直接のヒアリングなど）

1）NY地域の日系・アジア系スーパーマーケットの棚に並んでいない商品が多く新鮮だった

2）パッケージに英語が表記されていないものが多く、説明を受けないと中身が判らなかった

3）日本人の販売員（恐らく出展事業者本人？）の説明よりも販売アシスタント（恐らくマネキン？）の案内の方が判り易かった

4）（内容の質や量が判らないので）値段が高いのか安いのか判断が難しかった

5）（内容の質や量が判らないので）試食販売の方が購入し易いと思った

6）スーパーマーケットは殆ど試食販売をしないのでこのような催事は消費者を大事にしていると思う

2．販売店（サンライズマート）からの評価（終了後のヒアリング）

1）リスクを考えて賞味期限が長く、前年度の売れ行きを参考にした買取選定を行なったことが結果的に良かったと考えているが、単に食品展で完売しただけで評価は難しい

2）出展事業者自身の渡航は先々の商品開発や改善に不可欠であり、本当に販路を求めるなら、何回でも来るべき

3）日本国内向けに決めているミニマムロットをそのまま海外向けに適用するのは購入に無理がかかるのでやめてもらいたい

4）内容が判らないパッケージのものは店の棚に置いた瞬間に売れ残るため、海外向けのパッケージはデザインをよく考えて作るべきで、そのような商品は食品展の売上げが良くても追加発注はしない

3．輸出・輸入事業者からの評価

1）米国への輸出入を安直に考える事業者が多過ぎるので、特に初めての出展者はもっと事前に規制や、やるべきことを自分で勉強すべき

2）事前の説明会でも伝えていることや書類をしっかり理解せず、期限や期日を守らない出展者が多く見受けられたことも残念であり、そのような出展者は長続きしないケースが殆どである

3）出展した結果、売れた商品や次回に活かせると感じたことなどについて、事業者から自分たちへもフィードバックをしてもらえると有難い

4）買取や売上を増やすために出展事業者が出来る工夫も考えて欲しい
例）ミニマムロットを下げる工夫、商品の中身が分かる工夫、賞味期限を延ばす工夫、等々

（ク）その他特筆すべき事項

本事業の実施と運営を通して運営事務局（受託者）として感じた改善点や留意点、成果などにつき以下の通り報告する

1．出展事業者について

1）現地渡航をした出展事業者は概ね販売や来場者とのやり取りなどに対して真摯かつ熱心であり、そのような前向きな姿勢から、少なからず成果や収穫が得られたことに敬意を表したい

2）円安かつインフレの状況下での米国への渡航や現地でのマネキン、備品類等の手配に係るコストは大きな負担となることから、事務局としてもマネキン、備品類はコストを抑えるべく可能な限りの手段を講じて前年並みもしくはそれ以下の費用で押える努力をした

3）現地渡航が叶わなかった出展事業者においては意思疎通が難しいことから今後の参考としてもらえるような結果のフィードバックや意見交換が出来る機会をZoom等にて開催できると良いと思う

4）前項のコメントにもあったが、日本国内の市場や商売上の慣行などをベースとした考え方などあまりにも短絡的、直感的な思考をする出展事業者もあり、説明会やオリエンテーションでの複数回にもわたる案内でも理解が得られないことや誤解を生む等がある点は非常に残念

2．サンライズマートによる追加発注について

完売に至った事業者各社の売上げ結果、ならびに各社商品に対する来場者アンケートの内容をもとに同社経営陣（好田社長、好田卓也COO、杉原マネージャー）と懇談、3月末までに一定の枠内での追加発注を行なってもらうことを確認

＊上記の内容（事業者名、追加発注対象商品）については4月以降に報告をもらう予定

3．事務局としての総括について

1）アンケートの実施方法について

今回、実施・回収・集計等の作業効率の向上を目的としてグーグル社のWEBを利用した調査を実施したところ、実施過程において内容に偏りが見られたため、運営事務局のスタッフによる販売テーブルでの個別の補充調査を行なうところとなった

特に試食サンプル別の調査については全体のサンプル品目数が多い中にあって回答者自身による判別が難しいケースが見られたことから、試食をしてもらったその場での聞き取りによる方法が、より正確かつバランスを取る観点から最も有効な手法であると確認するに至った

2）会場運営について

商品を購入した来場者のタイムリーな支払い精算や備品・機材等の電力供給など諸般の改善要望に対する会場側の対応については概ね改善がなされた一方、事業者が持ち込んだ未登録サンプルの使用に対する会場側の方針や対応が首尾一貫しておらず、個別の精算等において事業者との間で混乱や支障をきたす結果となったことから事前の取り決めと運用の徹底が必要と確認するに至った

以上