

令和7年度  
日本ふるさと名産食品展 in LA&NY 実施業務

## 実施報告書(抜粋版\*)

\*クリアにより一部内容を編集しています

令和8年3月2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




## 目次

(ア) 事業概要	2ページ～
(イ) 輸出入手続き等準備事項	4ページ～
1. 実施体制	4ページ
2. 作業スケジュールの作成	5ページ
3. 出展事業者の募集	6ページ
4. 出展事業者向けオリエンテーション（オンライン開催）	9ページ
5. 商品の案内（兼、事前告知）	12ページ
(ウ) 食品展の開催状況	16ページ～
1. ロサンゼルス開催の基本情報	16ページ
2. ロサンゼルス開催の実施概要	16ページ
3. ニューヨーク開催の基本情報	22ページ
4. ニューヨーク開催の実施概要	22ページ
(エ) アンケートの集計結果	27ページ～
1. ロサンゼルス開催の来場者向けアンケート結果【全体】	27ページ
2. ニューヨーク開催の来場者向けアンケート結果【全体】	30ページ
3. 出展事業者向けアンケート結果【LA・NY共通】	32ページ
(オ) 食品展の結果に基づく出展事業者及び商品の開催地域での市場評価	45ページ
1. 来場者からの評価	45ページ
2. 小売店、輸出入事業者からの評価	45ページ
3. 出展事業者からの評価	45ページ

## (ア) 事業概要

2025年11月に開催された日系食品展示会「2025 Japanese Food Expo in LA & NY」において、下記内容の通り「令和7年度日本ふるさと名産食品展inロサンゼルス及びニューヨーク」を実施した。

共通項目	内容	
1. 催事の名称	令和7年度日本ふるさと名産食品展 in ロサンゼルス及びニューヨーク 2025 Japan Local Specialty Fair in LA & NY	
2. 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)	
3. 開催形態	2025 Japanese Food Expo (JFE) の開催会場内で本事業を実施した。 ※農林水産省の「食品輸出支援プラットフォーム」の支援事業の一環として、日本食文化振興協会 (JFCA) 主催により開催。全米を対象に行われる日本食フェア	
3. 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)	
4. 協力事業者	Loews Hollywood Hotel (米国ロサンゼルス) Sunrise Mart (米国ニューヨーク) 他貿易会社(東京都・米国ロサンゼルス)	
5. 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の提供を通じた出展品目の宣伝・実演販売 ②一般来場者向けアンケート調査の実施	
6. 事務局業務内容	①事業の運営に必要な事務ならびに運営に係る業務全般 ②募集説明会ならびに米国への食品輸出に関するセミナーの開催 ③出展商品の輸出に向けた事前案内とサポート ④マネキン、機材・備品・什器類等の手配 ⑤販売ツール (出展者サイン、商品ページ、ポスター等) の制作と運用 ⑥来場者向けアンケート (QRコード式) の制作と運用、集計 ⑦食品展の開催・運営 ⑧販売結果の集計と報告 ⑨実施報告書の作成	
7. 広報活動	①Japanese Food Expo主催者公式ページ (Webサイト) での告知PR ②同、SNS (インスタグラム、Facebook) 上での告知PR	
個別項目	ロサンゼルス	ニューヨーク
8. 開催期間	2025年11月14日(金)～15日(土)	2025年11月21日(金)～23日(日)
9. 開催場所	Hilton Los Angeles Universal City	Japan Village 2階催事スペース
10. 申込自治体/ 出展事業者数	7自治体：岩手県、茨城県、埼玉県、京都府、熊本市、宮崎県、鹿児島県 10事業者	7自治体：岩手県、茨城県、埼玉県、福井県、熊本市、宮崎県、鹿児島県 10事業者
11. 出展品目数	総計42品目	総計43品目
12. 来場者数	来場者総数：3,161名 (会場入場時の実測方式) ①11/14 (業界関係者)：230名 ②11/14 (一般消費者・第1部)：869名 ③11/15 (一般消費者・第2部)：824名 ④11/15 (一般消費者・第3部)：927名 ⑤出展者/スタッフ：311名	3日間の来場者総数：12,284名 (会場入口での実測平均推計値*) ①11/21：2,141名 ②11/22：5,879名 ③11/23：4,264名 *各曜日ごと、複数回にわたり一定時間帯に会場入口において来場者を実測、平均値に開催時間を乗じて算出した「概算数値」。
13. 販売結果	総売上高/総売上点数： US\$7,602/640点	総売上高/総売上点数： US\$39,870/1,556点
14. アンケート回収数 (出展者に対する来場者アンケート)	回収総数：181件 (1出展者あたり平均18.1件) *詳細は後述	回収総数：532件 (1出展者あたり平均53.2件) *詳細は後述

運営事務局体制	内容																
<p>1. 主催者ならびに出展事業者との連絡・調整等</p>	<p>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</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="2" style="text-align: center;">運営事務局</th> <td rowspan="5" style="vertical-align: middle; text-align: center;">  </td> <td style="text-align: center;">自治体国際化協会 経済交流課</td> </tr> <tr> <th style="background-color: #003366; color: white;">目的</th> <th style="background-color: #003366; color: white;">手段・手法 (対応時間帯の目安)</th> <td style="text-align: center;">地方自治体 出展事業者</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">個別会議 ・打合せ</td> <td style="text-align: center;">ズーム・電話など (平日午前8時～午後4時)</td> <td style="text-align: center;">輸出者 輸入者 販売者</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">通常連絡</td> <td style="text-align: center;">Eメールまたは LINEテキスト (平日48時間以内の応答)</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">至急連絡</td> <td style="text-align: center;">LINE電話または 携帯電話 (平日午前8時～午後4時)</td> <td></td> </tr> </table> <p>* 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</p>	運営事務局			自治体国際化協会 経済交流課	目的	手段・手法 (対応時間帯の目安)	地方自治体 出展事業者	個別会議 ・打合せ	ズーム・電話など (平日午前8時～午後4時)	輸出者 輸入者 販売者	通常連絡	Eメールまたは LINEテキスト (平日48時間以内の応答)		至急連絡	LINE電話または 携帯電話 (平日午前8時～午後4時)	
運営事務局			自治体国際化協会 経済交流課														
目的	手段・手法 (対応時間帯の目安)		地方自治体 出展事業者														
個別会議 ・打合せ	ズーム・電話など (平日午前8時～午後4時)		輸出者 輸入者 販売者														
通常連絡	Eメールまたは LINEテキスト (平日48時間以内の応答)																
至急連絡	LINE電話または 携帯電話 (平日午前8時～午後4時)																
<p>2. 運営管理責任者の配置</p>	<p>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運営管理責任者を配置し、本事業を推進した</p> <p><b>担当者氏名：二見義之（ふたみよしゆき）</b> <b>所属：日本食文化振興協会</b></p>																
<p>3. 通訳者の配置</p>	<p>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</p>																
<p>4. 輸出入事業者等現地事情に精通する者の配置</p>	<p>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</p>																
<p>5. 感染防止策の実施</p>	<p>米国における流行性感冒等の感染状況は比較的穏やかに推移していたものの、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</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) マスクの着用（任意／事務局にて予備を用意）</li> <li>2) 調理用使い捨てグローブの着用（全員対象）</li> <li>3) サニタイザー・アルコール液等の積極的な利用（任意）</li> <li>4) ヘアネット・スカーフ等の着用（任意）</li> </ol> <p>上記1)～4)は運営事務局側にて調達、販売テーブル中央ならびに事務局テーブルに設置した</p>																

## (イ) 輸出入手続き等準備事項

### 1. 実施体制

本食品展において出展・試食試飲の提供、テスト販売を予定される出展事業者様のうち、希望する事業者については以下①～③の商品の適切かつタイムリーな米国への搬送（輸出入）業務を担保するために、これらを専門的に取扱う事業会社を再委託先として選定し、各種業務を直接提供してもらうこととした。

①常温商品であっても重量があるもの

②常温商品であっても容積を必要とする（嵩張る）もの

③要冷蔵・要冷凍商品

\* アルコール類は会場（州、市）ごとに求められる要件が異なるため、個別のご案内とした

#### ア) 輸出入事業者に関する提案

上記①～③の各商品の日本から米国への輸送（輸出入）業務について、受託者としては以下の専門事業会社をそれぞれ再委託先として契約のうえ、一貫した事業者様へのサービスの提供と事業の円滑な実施に向けたタイムリーな輸出入業務の推進・運営の管理を行った。

\* 本事業における再委託先候補事業者

- |            |                 |
|------------|-----------------|
| 1) 日本側：    | 主な事業：食品輸出業      |
| 2) 米国側：    | 主な事業：食品輸入業      |
| 3) 米国側荷受人： | 主な事業：米国内での販売・卸業 |

#### イ) 出展商品リストの作成

出展事業者の最終選定を基に各事業者の出展商品リストを受託者が作成し、CLAIR様ならびにア) の再委託先各社へ共有した。

#### ウ) 業務全体のスケジュールの設定

出展事業者各社の出展商品リストを基に必要となる項目を時系列に記載した業務全体のスケジュール表を受託者が作成し、CLAIR様ならびに、ア) の再委託先各社へ共有した。

#### エ) 開催地域への輸出許認可に関する手続き全般

出展事業者各社の出展商品リストを基に対象となる商品の輸出入に必要な許認可や書類等についてア) の再委託先各社が取りまとめ、対象となる出展事業者各社と個別に連絡・調整等を行った。

#### オ) 出展商品の梱包等、輸送に関する出展事業者との調整

出展事業者各社の出展商品リストを基に、対象となる出展商品の梱包や輸送等について、ア) の再委託先各社が取りまとめ、対象となる出展事業者各社と個別に連絡・調整等を行った。

#### カ) 出展商品の輸出、通関及び会場までの搬入

出展事業者各社の出展商品リストを基に、対象となる出展商品の輸出・通関・会場搬入等について、ア) の再委託先各社が取りまとめ、対象となる出展事業者各社と個別に連絡・調整等を行った。

キ) 再委託先事業者には再委託契約に含まれる個人情報、会社・商品情報に関する守秘義務条項の遵守徹底を受託者が監督した。

## 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（再委託先各社）にて作業のすり合わせを行い、以下のスケジュールをクリア本部様へ提出のうえご了承をいただき事業をスタートした。

実施月 (令和7~8年)	内 容	
4月	事業の特定（ご契約） オンラインによるキックオフミーティングの開催 全体スケジュールならびに手配内容等詳細の確認 出展募集要項の確定、出展事業者の募集開始	
5月	募集説明会の開催 (5月8日及び5月16日)	Eメール・Zoom等による応募検討者・自治体等からの質問・相談への対応
	応募書類の受付・審査・選考、出展事業者の確定	
6月	米国への商品の搬送（輸出入）に関する再委託先事業者による個別案内	出展商品の輸出入に関する業務進捗の管理ならびにフォローアップ
7月	米国への商品の搬送（輸出入の実務） ※10月中旬までに完了 第1回オンラインオリエンテーションの開催 (7月18日及び7月23日)	
9月	備品・マネキン等手配、PRデータ類の集約	Eメール・Zoom等による出展事業者との確認・調整ならびにフォローアップ
9月/10月	第2回オリエンテーションの開催 (9月25日及び10月1日)	
11月	食品展の開催 (LA: 11月14~15日 / NY: 11月21~23日)	
	売上・アンケートの集計	
令和8年 1月	報告書の作成・提出	

\* 全体の事業スケジュールに沿ったタイムリーな商品輸送を確保するため、適切な時期に募集説明会および出展オリエンテーションを実施した。これらの場において、輸出業務を担当する再委託先事業会社より出展事業者へ必要事項の丁寧かつ繰り返しの説明を行った結果、出展事業者から十分な協力を得ることができ、商品輸入・配送についても計画通り円滑に進めることができた。

### 3. 出展事業者の募集

#### 1) 募集説明会開催の案内・実施

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。

開催日：第1回 5月8日（木）、第2回 5月16日（金）

#### 2) 作成資料（抜粋）

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）にて参加者へ配布した。

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**6. 受託者（日本食文化振興協会：JFCA）について**

①2007年設立、米国カリフォルニア州登録・内国歳入庁（IRS）認定の特定非営利活動法人（NPO）です

②米国内の一般消費者を対象に「日本産食品」、「日本の食文化」の紹介を通して日本食への理解と親しみを醸成し日本の生産地などを訪ねてもらうこと等を目的とした活動を続けて本年で17年目を迎えました

③「食」、「輸入・卸」、「マーケティング」などプロとしての知見を持った専門家を理事・会員企業とし、リアルとバーチャル両面での取組み(\*)を通して約200万人に及ぶ米国人一般消費者にリーチしています  
\*JAPANESE FOOD EXPO等の催事、インスタグラムやFB等SNSによるネットワーキングなど

④クレアふるさと名産食品展事業については過去5回にわたり運営事務局業務を受託しています

⑤この事業(催事)における**出展に関する詳細はこちら↓**をご参照ください



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**②ロサンゼルス開催について**  
**食品展：11月14日(金)～15日(土)**  
**流通視察ツアー：11月16日(日)**



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**1. 開催期間** 2025年11月14日(金)～15日(土)

**2. 開催場所** **ヒルトンホテルユニバーサルシティ**  
所在地：カリフォルニア州ロサンゼルス郡

**3. 来場者数** 2日間で約3,000人（業界関係者／一般消費者）

**4. イベントの特性**

- EXPOの主催者が招請する食業界関係者、さらに事前にオンラインにて販売される入場券（\$60～\$80）を購入した、良質かつ付加価値のある日本食を求める一般消費者を対象として**試食試飲の提供によるテストマーケティングとPRを目的とした体験型の有料イベント（酒類以外は販売も可）**です
- 映画・エンターテインメント・メディアの発信地で世界的に有名なユニバーサルスタジオに隣接するハイクラスホテルの大宴会場フロア全体が会場です
- 周辺にはビブリーヒルズなどハイエンドなエリアが点在、興の高いものを好む富裕層やトレンドに敏感な若年世代層など日本食の消費者リーダーともいえる人々が多く集まるエリアで開催するイベントで、食のインフルエンサーなども多く来場します



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**5. 会場の位置（ロサンゼルス郡ハリウッド市）**




**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**6. 食品展会場（催事スペース）**

長さ6'（約1.8m）の長方形テーブルをアイランドもしくはインラインに配置したブースにて来場者への試食試飲の提供・PRや販売を通してテストマーケティングを行っています

\*このページの図面やイラストはあくまでもイメージです  
\*テーブル配置は予告なく変更となることがありますので、あらかじめご了承ください



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**7. 会場の様子（抜粋）**



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**③ニューヨーク開催について**  
**流通視察ツアー：11月20日(木)**  
**食品展：11月21日(金)～23日(日)**



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**1. 開催期間** 2024年11月20日(木)～23日(日)

**2. 開催場所** **The Loft at Japan Village**  
所在地：ニューヨーク市ブルックリン区

**3. 来場者数** 3日間で約10,000人（一般消費者）

**4. イベントの特性**

- 日本食スーパー（サンライズマート）、フードコート、居酒屋レストラン、日本酒専門店、DAISOやBookOffなどのテナントを持つ、ニューヨーク州最大の日系商業施設を会場とし、買い物や食事を目的として訪れる周辺地区の一般消費者を対象として開催する**即売を目的とした物産フェア型のイベント（入場無料）**です \*酒類は試飲提供によるPRのみ可
- Japan Villageは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の再開発地域に立つニューヨーク州日系最大の複合型ショッピングセンターで、マンハッタンミッドタウン(エンパイアステートビルのある34丁目)から地下鉄で約20分、フリーウェイで遠隔地からクルマでのアクセスも良好なロケーションにあります
- 白人系、中米系、アフリカ系、アジア系(日本人/日本人は少数)など様々な人種や幅広い世代層のほか週末には家族連れも多く見られ、長くインフレにも関わらず来店客数や売上は年々増加しています



**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**5. 会場の位置 (ニューヨーク市ブルックリン区)**

←約2km ←お車で目撃でき、正確な位置図を掲載するものではありません

ニューヨーク (EWR) 国際空港  
ジョン・F・クネディ (JFK) 国際空港  
流連特設ブース 訪問エリア(予定)  
ニューヨーク  
Brooklyn Museum  
East River Ferry  
Japan Village

16

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**6. 食品展会場 (催事スペース)**

長さ6' (約1.8m) の長方形テーブルをアイランドに配置したスペースにおいて来場者への試食試飲の提供、PRや販売を通してテストマーケティングを行っていただきます

\*このページのイメージやイラストはあくまでもイメージです  
\*テーブル配置は今後変更となりますのでご了承ください

17

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**7. 会場の様子 (抜粋)**

\*上記はいずれも過去年度における事例です

18

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**④ 出展規約 / お問合せ先 / 参考資料**

(お申込みの前に必ずお読みください)

17

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**1. お申込の前に必ずお読みください: JFE出展規約①**

詳しくはコチラから →

**JFCA 2025 JAPANESE FOOD EXPO**

2025年開催

2025 JAPANESE FOOD EXPO 出展規約

1. 出展の目的と趣旨

2. 出展の申し込みと審査

3. 出展の費用と特典

4. 出展の準備と当日の運営

5. 出展のキャンセルと返金

6. 出展の権利と責任

7. 出展のその他事項

19

**JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION**

**1. お申込の前に必ずお読みください: JFE出展規約②**

詳しくはコチラから →

**JFCA 2025 JAPANESE FOOD EXPO**

2025年開催

2025 JAPANESE FOOD EXPO 出展規約

1. 出展の目的と趣旨

2. 出展の申し込みと審査

3. 出展の費用と特典

4. 出展の準備と当日の運営

5. 出展のキャンセルと返金

6. 出展の権利と責任

7. 出展のその他事項

20

## 4. 出展事業者向けオリエンテーション（オンライン開催）

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うオリエンテーションを、**第1回：2025年7月18日/7月23日**ならびに**第2回：2025年9月25日/10月1日**の計2回(各回、同じ内容を2回ずつ実施)、いずれもオンライン（Zoom）にて開催し、出展事業者各社の理解と協力を促すことに努めた。

### <オリエンテーション配布資料：ロサンゼルス版>

**ロサンゼルス版** JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

出展事業者の皆様へ

この度は自治体国際化協会（クレア）主催の「令和7年度日本ふるさと名産食品展 in ロサンゼルス」にご出展をいただき有難うございます。

私たち日本食文化振興協会（略称：JFCA）は、本事業の運営事務局として企画・推進・運営・管理等を担当させていただく受託事業者です。

本食品展が効果の高いものとなるよう、日本国内ならびに米国現地において皆さまのお手伝いをさせていただきますのでどうぞよろしくお願い申し上げます。

米国は、長期化するインフレとラフ開拓による景気後退の懸念とは裏腹に経済成長には伸びが見られ、さらに円安効果も追い風として日本産食品を取り巻く消費も引き続き活発です。

また本食品展は、エンターテインメント産業の中心地に位置するビルトンユニバーサルシティで行われる日本食イベント「Japanese Food Expo」を会場として開催され、例年、高付加価値の商品やサービスを求めるアッパーミドル層や消費のリーダーとされる若年世代が多く来場いたします。

皆様のご出展が盛り多いものとなるよう、本日記のご案内では食品展に向けた事前のご準備などにつきまして詳細をお知らせいたしますので、ご協力をよろしくお願い申し上げます。

尚、ご不明な点やご質問等がございましたら下記、運営事務局までメールにてお問い合わせをいただければ幸いです。

【食品展運営受託事業者】  
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（JFCA）

日本ふるさと名産食品展  
**出展者向けポータルサイト**  
出展者情報入カオンラインフォーム  
ならびに運営事務局連絡先

**出展者向けポータルサイトはこちら** > ご確認ください

各種の入力は以下のフォームからお願いします。  
**出展者情報入カオンラインフォーム**

食品展に関するお問合せは、以下の各担当宛てでメールにてお願いいたします

1

**ロサンゼルス版** JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 1. クレア事業費でカバーされるもの・出展者のご負担となるものについて

1) クレア事業費に含まれるもの（1 出展スペースあたり）

① **11月14日（金）15日（土）「JAPANESE FOOD EXPO in ロサンゼルス」への出展費用**  
\* 出展スペース、テーブル：長さ6ft（約180cm）× 奥行2ft（約60cm）、テーブルクロスを含む

② **4人分の出展者バッチ**  
\* 5人目以上の出展者バッチは追加料金が必要です（追加手配「オプション」参照）

③ **11月16日（日）ロサンゼルス周辺地域の現地小売店視察ツアー**  
\* 参加者1名分の専用車、コーディネーター費用などが含まれています  
\* 2名以上の参加をご希望の場合は追加料金が必要です（追加手配「オプション」参照）  
\* 申込後に取り消す場合、返金不可となりますのでご注意ください  
\* ツアーの発着場所は「New Gardenia Hotel」となります（詳しくはページ11、おすすめホテルのご案内をご確認ください）

④ **オフィシャルサイト/SNSでの出展者情報（商品/サービス等）の事前PRと拡散**  
\* 出展品目や自社PRの画像・動画・テキスト等掲載用コンテンツを事務局宛てにご送付ください

2) 参加費用に含まれていないもの（必要に応じて追加手配「オプション」をお申込みください）（追加手配「オプション」参照）

① **展示・試食提供用の使い捨てカップなどの消耗品類**  
\* カップ・小皿・箸・フォーク・ナプキン等は衛生管理上、使い捨て仕様のものをご利用下さい

② **試食・試飲提供に必要な補助調理機器・調理器具等**  
\* 消防法の規定により屋内会場では火（ガス・固形燃料等）の使用は厳禁です  
\* 出展スペースには水道、排水設備があります

③ **電源が必要な場合の電気料金ならびに敷設費用**  
\* 給湯ポット、電子レンジ、ホットプレート、IHバーナーなどいづれも追加電源が必要です  
\* 必ず消費総電力（ワット数）をご確認のうえ必要量をお申込みください  
\* 電源から調理機器までの延長コードは含まれておりませんので各位にてご用意下さい

④ **マネキン（言語指定不可）/ブースマネージャー又はコミュニケーションアシスタント（バイリンガル）**  
\* **開催時間中（終日）**は出展者ご自身もしくは運営事務局が手配するマネキン、ブースマネージャーコミュニケーションアシスタントのいずれかが必ずブースに常駐していることが必要です

2

**ロサンゼルス版** JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 2. 追加手配「オプション」について 【オンライン決済】

ブースにおいて必要となる備品・設備について追加手配を承ります。ご希望の場合は以下のリンク先をご参照のうえ、**2025年8月29日（金）までに**オンラインにてお申込み下さい。

お申込みの際、クレジットカードによるお支払いが必要となりますのであらかじめご承知おきください。

【LA用：備品・サービス追加手配申込リンク（フォーム）】

【ご留意事項】

- 申込期限以降の手配は受けできない場合がありますのでご注意ください
- 上記に記載されていない備品やサービス等が必要な場合は別途お問合せください  
\* 電力が必要な機器類をご自身で持込む場合は、必ず電源を別途お申込みください  
\* 電力不足を原因とするトラブル発生については出展者の責任となりますのでご注意ください
- 追加手配申込後の変更・取消については以下の通りペナルティが発生いたします  
8月29日まで 無料  
9月30日まで 当該費用の50%相当  
10月1日以降 当該費用の100%相当

### 3. 出展商品に関する要件について

ロサンゼルスにおける食品展にて皆さまが出展（出品）される商品については、以下の要件を満たしていることが必要ですのでご注意ください。

- 来場者全員を対象として約3,000人分の試食・試飲用のサンプル提供を行っていただくこと
- 商品の案内・PRを必ず英語でご対応いただくこと
- 米国基準のアレルギー含有の有無についての「表記」を必ず英語で作成いただくこと
- 米国各地会場までの輸送・搬入・保管方法について事前に運営事務局までお知らせいただくこと
- 販売を行う・行わないについて事前に運営事務局までお知らせいただくこと
- 販売を行う場合は、FDAの規則・規制ならびに要件をすべてクリアしていること
- 下記以外の輸出入事業者を利用される場合は事前に運営事務局までお知らせいただくこと  
\* クレア本部では本食品展において販売を行う事業者様向けに、米国への輸出入について以下の専門事業者へサポートを委託しています  
\* ご利用の際は、口座開設等の手続きが必要となりますので、詳しくは下記まで直接お問い合わせください

輸出入代行事業者  
連絡先（Eメール）  
担当者氏名（敬称略）  
輸出入のスケジュールについて

上記④、⑤、⑦については**2025年8月29日（金）までに**運営事務局までお知らせください

3

**ロサンゼルス版** JFCA JAPANESE FOOD CULTURE ASSOCIATION

### 4. 商品（サンプルなど）・備品（POPなど）の事前送付について 【オンライン決済】

**この項目はオプションサービス（有料）ですので、申込された方のみが対象です**

【荷物の事前送付先】  
**Japanese Food Culture Association**

\* 送付の際には下記のフォームに必要事項を記載し、出力のうえ必ず各送付物に貼り付けてください  
\* 紛失防止のため、このフォームは1個つつ上部・両サイドの目立つ位置に複数枚、貼ってください  
\* **10月1日（水）～11月7日（金）の間に到着するようお願いください**  
\* 上記期間内に未着の場合、運営事務局では会場への搬入に責任が持たせませんのでご了承ください  
\* 送付後、①送付物の写真画像、②トラックナンバーを必ずEXPO事務局までご連絡下さい  
\* 上記の荷物は**11月14日（金）午前8時以降**に会場にてお受け取りいただけます

<送付物へ貼り付けるフォーム>

キリトリ線

<b>JAPANESE FOOD EXPO LA 2025 For CLAIR BOOTH</b>			
EXHIBITOR NAME (出展者名)			
BOX#	OF	(合計数)	
(通し番号)			

4

ロサンゼルス版

5. 出展者バッジについて【オンライン入力】

各ブース1小間につき4名様の出展者バッジが出品料に含まれており、当日の朝、会場入口の受付にて配布いたします。  
つきましては当日、会場内にてPRを担当されるスタッフの方々の氏名(英語)・役職・連絡先(メール又は携帯番号)を**2025年9月30日(火)までにオンラインフォーム**へ入力をお願いします。  
当日の入場の際に、登録者自身による出展者バッジの受領が必要となります。  
\*代表者による一括受領等はシステム運用上お受けすることができませんのでご了承ください  
\*登録後、該当者の方々へは詳細をメールにてご案内いたします

6. オフィシャルサイトへの出展者情報の掲載について【オンライン入力】

主催者が運営・管理を行うオンラインサイトに出展者情報を掲載し、SNS等において拡散をはかりますので掲載を希望される場合は出展者情報を**2025年8月29日(金)までに**オンラインフォームへ入力をお願いします。

ロゴや画像データは、運営事務局までメール添付またはファイルが大きい場合はデータ転送サービス等にてお送りください。

前年度に出展された事業者様で今年度も同一の商品を出展(出品)される場合であっても、再度、データの提供が必要となりますのでご了承ください。  
\*ご提出いただいたデータは受領次第、事務局において内容を審査・編集等のうえ随時サイトへ掲載し、同時にBLOG、SNS等においてもPR拡散を行う出展者様へもご連絡いたします  
\*掲載内容や掲載時の留意事項等、ご要望やご質問などがございましたらデータ送付時に運営事務局までお知らせください  
\*ご提供いただいたデータに伴う肖像権やコピーライトは必ず出展者の責任においてご確認をお願いします  
\*掲載後に発生するトラブル等についてはクリア本部、運営事務局ならびにJFCAは一切免費です

7. 販売代行サービスについて【オンライン決済】

(この項目はオプションサービス(有料)ですので、申し込まれた方が対象です)

米国に販売拠点や法人登記のない日本からの出展者の場合でも、販売代行サービスをご利用いただくことによりブースにおけるテスト販売が可能です。  
販売代行サービスに含まれるもの(貸金庫、サービス)は以下の通りです。  
\*クレジットカード決済デバイス、WiFiルーター、レーザーメール送付用タブレット、売上レポート、税金申告代行  
\*売上は、合計金額から関連する諸税、販売手数料(10%)、その他諸費用を差し引いた金額をイベント終了後約1か月後に決済代行会社「Japan Market Inc.」が直接ご指定の銀行口座へ振り込む方式により精算いたします。  
\*ご使用いただく貸金庫(貸金庫一式)は、食品展開催当日の朝、お渡しいたします。  
\*約後の必要性や衛生面等を含み、現金による販売は不可となります。  
\*販売行為に伴う購入者とのやりとりや、関連して発生するトラブル等に関しクリア本部、運営事務局ならびにJFCAは一切免費です  
\*ブースにおける対面販売のみならずEC等のオンライン販売であってもFDA(米国食品医薬品局)が定める規制・規制等に準拠している商品のみが販売の対象です  
\*ご希望の場合は、**2025年8月29日(金)までに**運営事務局までお申込みください。

ロサンゼルス版

8. ブース(テーブル)での試食・試飲の提供について

期間中、全体で約3,000名程度の来場者が想定されます。1食あたりのボリュームは出展各社のご判断にて決めていただき、不足や無駄のない適量をご用意いただきますようお願いいたします。

来場者1名あたりの試食・試飲の目安  
**1人1口サイズもしくは1〜2オンス(約25g/cc〜50g/cc)程度**

\*アレルギーのあるものは必ずサイン、ラベル等【英語での表示】をお願いします  
\*米国に持ち込みや輸入が認められていない材料・添加物・工程等が含まれるものを会場へ持ち込むことは禁止されています  
\*ブースでの試食・試飲に関連して発生するトラブル等に関しクリア本部、運営事務局ならびに主催者は一切免費です

9. 出展者のゲスト招待枠について【オンライン入力】

開催当日、第1部:ビジネス関係者(※)の時間帯を対象として、出展各社のお取引先様をご招待いただくことが可能です。

ご希望の場合は**2025年9月30日(火)までに**対象ゲストのお名前(英語)・会社名・役職・ご人数・Eメールアドレスなどの詳細をオンラインフォームへ入力をお願いします。

(※)レストラン事業者、小売事業者、輸出入・卸関連事業者等(バイヤー)などが対象です

10. フロアプランについて

出展各社のブース位置ならびにブース配置などにつきましては開催日の1か月前を目処にご案内いたします。  
\*ブースの位置や形状等にご要望は受けできませんのでご了承ください

11. おすすめホテルのご案内

ホテル名	外観	ご参考
ニューガーデンホテル New Gardena Hotel		<ul style="list-style-type: none"> <li>EXPO会場まで車で約40分</li> <li>EXPO当日のみ往復無料送迎(詳細はEXPO事務局までお問合せください)</li> <li>送迎バス及びツアーの発着場所となります</li> <li>***</li> </ul>
ホテルパシフィックガーデン Hotel Pacific Garden		<ul style="list-style-type: none"> <li>EXPO会場まで車で約40分</li> <li>EXPO当日のみ往復無料送迎(詳細はEXPO事務局までお問合せください)</li> <li>ツアーの発着場所(ニューガーデンホテル)まで徒歩約5分</li> <li>***</li> </ul>

\*各ホテルのホームページもしくは一般的な予約サイト等にてご自身でご予約ください

<オリエンテーション配布資料: ニューヨーク版>

ニューヨーク版

1. クリア事業費でカバーされるもの・出展者のご負担となるものについて

1) クリア事業費に含まれるもの(1出展スペースあたり)

①**11月21日(金)〜23日(日)「JAPANESE FOOD EXPO in NY」への出展費用**  
\*出展スペース、テーブル:長さ6ft(約180cm)×奥行2ft(約60cm)、テーブルクロスを含む

②**4人分の出展者バッジ**  
\*スペースの都合上、出展者バッジの追加はお受けできません

③**11月20日(木) ニューヨーク周辺地域の現地小売店視察ツアー**  
\*参加者1名分の専用車、コーディネーター費用が含まれています  
\*2名以上の参加をご希望の場合は追加料金が必要です(追加手配「オプション」参照)  
\*申込後に取消する場合、返金不可となりますのでご留意ください  
\*ツアーの発着場所は「Japan Village」となります  
(詳しくは第2回オリエンテーションにてご案内いたします)

④**オフィシャルサイト/SNSでの出展者情報(商品/サービス等)の事前PRと拡散**  
\*出展品目や自社PRの画像・動画・テキスト等掲載用コンテンツを事務局宛てにご送付ください

2) 参加費用に含まれていないもの(必要に応じて追加手配「オプション」をお申込みください)  
(追加手配「オプション」参照)

①**展示・試食提供用の使い捨てカップなどの消耗品類**  
\*カゴ・小皿・箸・フォーク・ナプキン等は衛生管理上、使い捨てのものをご利用下さい

②**試食・試飲提供に必要な補助調理機器・調理道具等**  
\*消防法の規定により屋内会場では火(ガス・固形燃料等)の使用は厳禁です  
\*出展スペースには水道、排水設備がありません

③**電源が必要な場合の電気料金ならびに設置費用**  
\*給湯ボット、電子レンジ、ホットプレート、IHバーナーなどはいずれも追加電源が必要です  
\*必ず消費総電力(ワット数)をご確認のうえ必要量をお申込みください  
\*電源から調理機器までの延長コードは含まれておりませんので各位にてご用意下さい

④**マネキン(言語指定不可)/ブースマネージャー又はコミュニケーションアシスタント(バイリンガル)**  
\*開催時間中(終日)は出展者ご自身もしくは運営事務局が手配するマネキン、ブースマネージャー・コミュニケーションアシスタントのいずれかが必ずブースに常駐していることが必要です

ニューヨーク版

2. 追加手配「オプション」について【オンライン決済】

ブースにおいて必要となる備品・設備について追加手配を承ります。ご希望の場合は以下のリンク先をご参照のうえ、**2025年8月29日(金)までに**オンラインにてお申込み下さい。  
お申込みの際に、クレジットカードによるお支払いが必要となりますのであらかじめご承知おきください。

【NY用: 備品・サービス追加手配申込リンク(フォーム)】

【ご留意事項】

- 1) 申込期限以降の手配はお受けできない場合がありますのでご注意ください
- 2) リストに記載されていない備品やサービス等が必要な場合は別途お問合せください  
\*電力が必要な機器類をご自身で持ち込む場合は、必ず電源を別途お申込みください  
\*電力不足を原因とするトラブル発生については出展者の責任となりますのでご注意ください
- 3) 追加手配申込後の変更・取消については以下の通りバリエーションが発生いたします
 

8月29日まで	無料
9月30日まで	当該費用の50%相当
10月1日以降	当該費用の100%相当

3. 出展商品に関する要件について

ニューヨークにおける食品展にて皆さまが出展(出品)される商品については、以下の要件を満たしていることが必要ですのでご留意ください。

- ① 来場者全員を対象として約3,000人分の試食・試飲用のサンプル提供を行っていただくこと
- ② 商品の案内・PRを必ず英語でご対応いただくこと
- ③ 米国基準のアレルギー含有の有無についての「表記」を必ず英語で作成いただくこと
- ④ 米国各地会場までの輸送・搬入・保管方法について事前に運営事務局までお知らせいただくこと
- ⑤ 販売を行う・行わないについて事前に運営事務局までお知らせいただくこと
- ⑥ 販売を行う場合は、FDAの規則・規制ならびに要件をすべてクリアしていること
- ⑦ 下記以外の輸出入事業者を利用される場合は事前に運営事務局までお知らせいただくこと  
\*クリア本部では本食品展において販売を行う事業者様向けに、米国への輸出入について以下の専門事業者へサポートを委託しています  
\*ご利用の際は、口座開設等の手続きが必要となりますので、詳しくは下記まで直接お問い合わせください

輸出入代行事業者  
連絡先(メール)  
担当者氏名(敬称略)  
輸出入のスケジュールについて

上記④、⑤、⑦については**2025年8月29日(金)までに**運営事務局までお知らせください

ニューヨーク版

4. 商品（サンプルなど）・備品（POPなど）の事前送付について **【オンライン決済】**

この項目はオプションサービス（有料）ですので、申込まれた方が対象です

【荷物の事前送付先】

Japan Village - Brooklyn, NY

- \* 送付の際には下記のフォームに必要事項を記載し、出力のうえ必ず送付物に貼り付けてください
- \* 紛失防止のため、このフォームは1個づつ上部・両サイドの目立つ位置に複数枚、貼ってください
- \* **10月15日（水）～11月14日（金）の間に到着するようお送りください**
- \* 上記期間内に未着の場合、運営事務局では会場への搬入に責任が持てませんのでご了承ください
- \* 送付後、①送付物の写真画像、②トラッキングナンバーを必ずEXPO事務局までご連絡下さい
- \* 上記の荷物は**11月20日（木）午後5時以降**に会場にてお受け取りいただけます

<送付物へ貼り付けるフォーム>

キョウト様

2025 JAPANESE FOOD EXPO NY  
For CLAIR BOOTH

EXHIBITOR NAME (出展者名)			
BOX#	(通し番号)	OF	(合計数)

9

ニューヨーク版

5. 出展者バッジについて **【オンライン入力】**

- 各ブース1小間につき4名様の出展者バッジが出力料に含まれており、当日の朝、会場入口の受付にて配布いたします。
- つきましては当日、会場内にてPRを担当されるスタッフの方々の氏名(英語)・役職・連絡先(メール又は携帯電話)を**2025年9月30日（火）までに**オンラインフォームへ入力をお願いします。
- 当日の入場に際し、登録者自身による出展者バッジの受領が必要です
- \* 代表者による一括受領等はシステム運用上お受けすることができませんのでご了承ください
- \* 登録後、該当者の方々へは詳細をメールにてご案内いたします

6. オフィシャルサイトへの出展者情報の掲載について **【オンライン入力】**

主催者が運営・管理を行うオフィシャルサイトに出席者情報を掲載し、SNS等において拡散をはかりますので掲載を希望される場合は出席者情報を**2025年8月29日（金）までに**オンラインフォームへ入力をお願いします。

ロゴや画像データは、運営事務局までメール添付またはファイルが大きい場合はデータ転送サービス等にてお送りください。

前年度に出展された事業者様で今年度も同一の商品を出展（出品）される場合であっても、再度、データの提供が必要となりますのでご了承ください。

- \* ご提出いただいたデータは受領次第、事務局において内容を審査・編集等のうえ随時サイトへ掲載し、同時にBLOG、SNS等においてもPR拡散を行い出展者様へもご連絡いたします
- \* 掲載内容や掲載時の留意事項等、ご要望や質問などございましたらデータ送付時に運営事務局までお知らせください
- \* ご提供いただくデータに伴う肖像権やコピーライトは必ず出展者の責任においてご確認をお願いします
- \* 掲載後に発生するトラブル等についてシェア本部、運営事務局ならびにJFCAは一切免費です

7. 販売代行サービスについて **【オンライン決済】**

この項目はオプションサービス（有料）ですので、申込まれた方が対象です

米国に販売拠点や法人登記のない日本からの出展者の場合でも、販売代行サービスをご利用いただくことによりブースにおけるテスト販売が可能です。

販売代行サービスに含まれるもの（費用品、サービス）は以下の通りです。

- \* クレジットカード決済デバイス、WiFiルーター、レシートメール送付用タブレット、売上レポート、税金申告代行
- \* 売上は、合計金額から関連する諸税、販売手数料(15%)、その他諸費用を差し引いた金額をイベント終了 約1か月後に決済代行業社「Japan Market Inc.」が直接ご指定の銀行口座へ振り込む方式により精算いたします。
- \* ご使用いただく費用品（箱一式）は、食品展開催当日の朝、お返しいたします。
- \* 釣銭の必要性や衛生面等を鑑み、現金による販売は不可となります。
- \* 販売行為に伴う購入者とやりとりや、関連して発生するトラブル等に関してシェア本部、運営事務局ならびにJFCAは一切免費です
- \* ブースにおける対面販売のみならずEC等のオンライン販売であってもFDA（米国食品医薬品局）が定める規制・規約等に準拠している商品のみが販売の対象です
- \* ご希望の場合は、**2025年8月29日（金）までに**運営事務局までお申込みください。

10

ニューヨーク版

8. ブース（テーブル）での試食・試飲の提供について

期間中、全体で約3,000名程度の来場者をご想定されます。1食あたりのボリュームは出展各社のご判断にて決めていただき、不足や無駄のない適量をご用意いただけますようお願いいたします。

来場者1名あたりの試食・試飲の目安

**1口サイズもしくは1～2オンス（約25g/cc～50g/cc）程度**

- \* アレルギー性のあるものは必ずサイン、ラベル等「英語での表示」をお願いします
- \* 米国に持ち込みや輸入が認められていない材料・添加物・エキス等が含まれるものを会場へ持ち込むことは禁止されています
- \* ブースでの試食・試飲に関連して発生するトラブル等に関してシェア本部、運営事務局ならびに主催者は一切免費です

9. フロアプランについて

出展各社のブース位置ならびにテーブル配置などにつきましては開催日の1か月前を目処にご案内いたします。

\* ブースの位置や形状等に関するご要望は受けできませんのでご了承ください

10. おすすめホテルのご案内

ホテル名	外観	ご参考
The Lホテルブルックリン The L Hotel Brooklyn		・EXPO会場まで徒歩約5分 ・無料コンチネンタル朝食付き ・バスタブなし ・★★★
リバービューブルックリンホテル Liberty View Brooklyn Hotel		・EXPO会場まで徒歩約10分 ・無料アメリカン朝食付き ・バスタブなし ・★★★★

\* 各ホテルのホームページもしくは一般的な予約サイト等にてご自身で予約ください

11

## 5. 商品の案内（兼、事前告知）

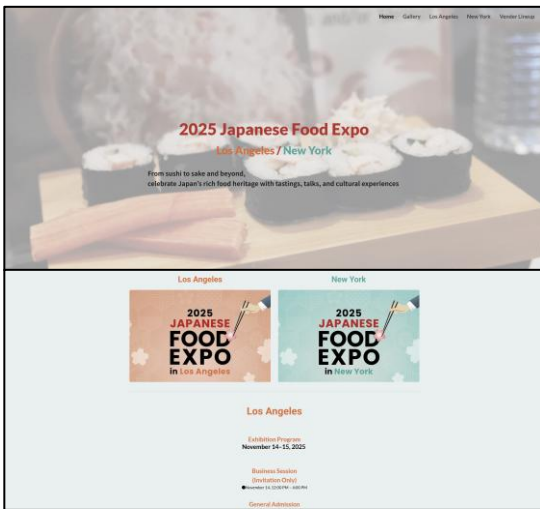
### 1) 商品案内ページ（商品POP）の制作・開設

食品展の全体イベントであるJFEの[公式ページ](#)へ出展各社ごとに出品全商品（LA10社42品目・NY10社43品目）を紹介する特設ページを制作、掲載した。

\* 6社はLAとNYの両方に出席

商品POPの作成に代えることにより、同時で行った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へ繋いだ。

#### <トップ画面>



#### <LA及びNYの出展者リスト>



#### <岩手県：小松製菓（LA）>



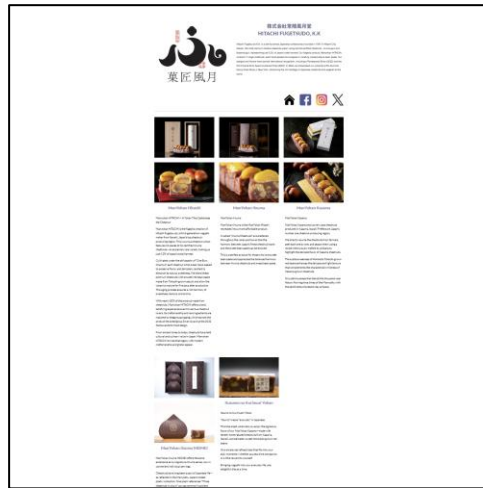
#### <岩手県：ミナミ食品（LA&NY）>



<茨城県：株式会社染野屋（LA&NY）>



<茨城県：株式会社常陸風月堂（NY）>



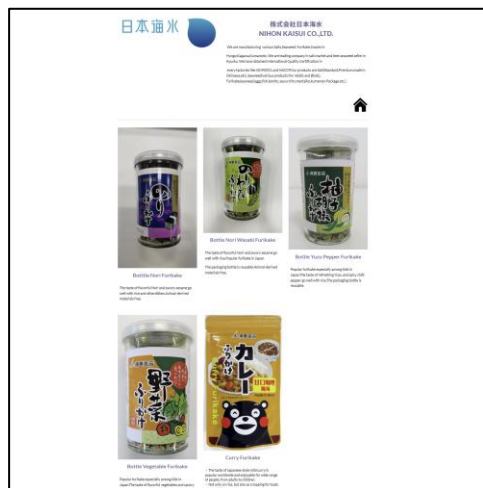
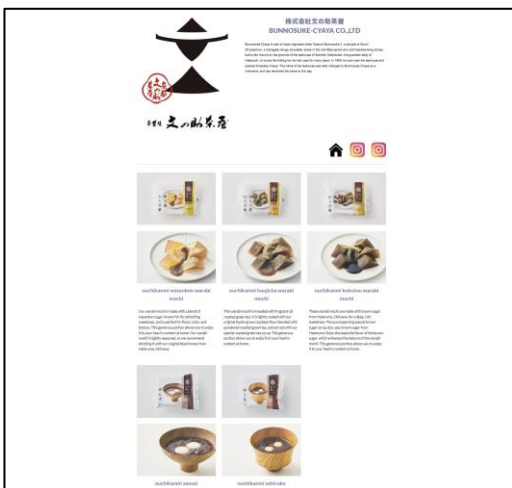
<埼玉県：株式会社協同商事コエドブルワリー(LA&NY)>

<福井県：有限会社粹（NY）>



> <京都府：株式会社文の助茶屋（LA）>

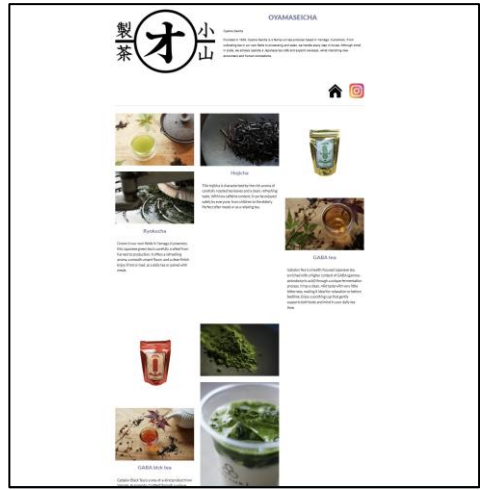
<熊本市：株式会社日本海水（LA&NY）>



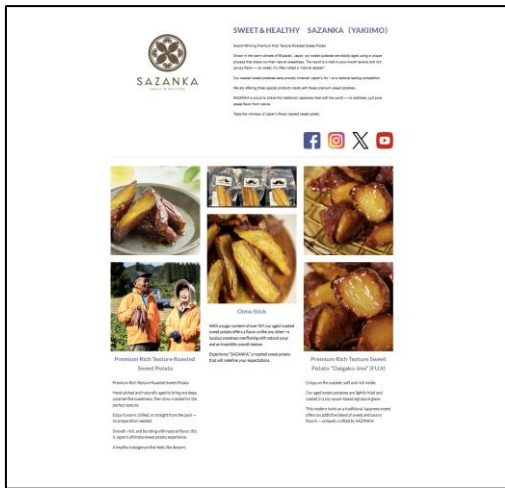
<熊本市：株式会社フドーダイ (LA) >



<宮崎県：小山製茶 (NY) >



<宮崎県：株式会社FLAP (LA&NY) >



<鹿児島県：海連 (LA&NY) >



<鹿児島県：株式会社河内菌本舗 (LA) >



<鹿児島市：株式会社タケマン (NY) >



2) 事前告知用のポスターならびにチラシ

事前告知用として、JFE開催（食品展開催周知を兼ねて）を周知するための大型ポスターを制作し、公式ウェブサイト及び会場周辺店頭などに掲示した。具体的には、LAでは、入場チケット販売開始からSNS及びオンラインチケットサイトにて掲載してPRした。また、別途チラシを制作し、当日に会場入口にて来場者へ配布した。NYでは、開催4週間前からサンライズマートをはじめJapan Villageの外壁、各店舗にてポスターを掲示し事前告知した。



<LAチラシ (表) >



<NYチラシ (表) >



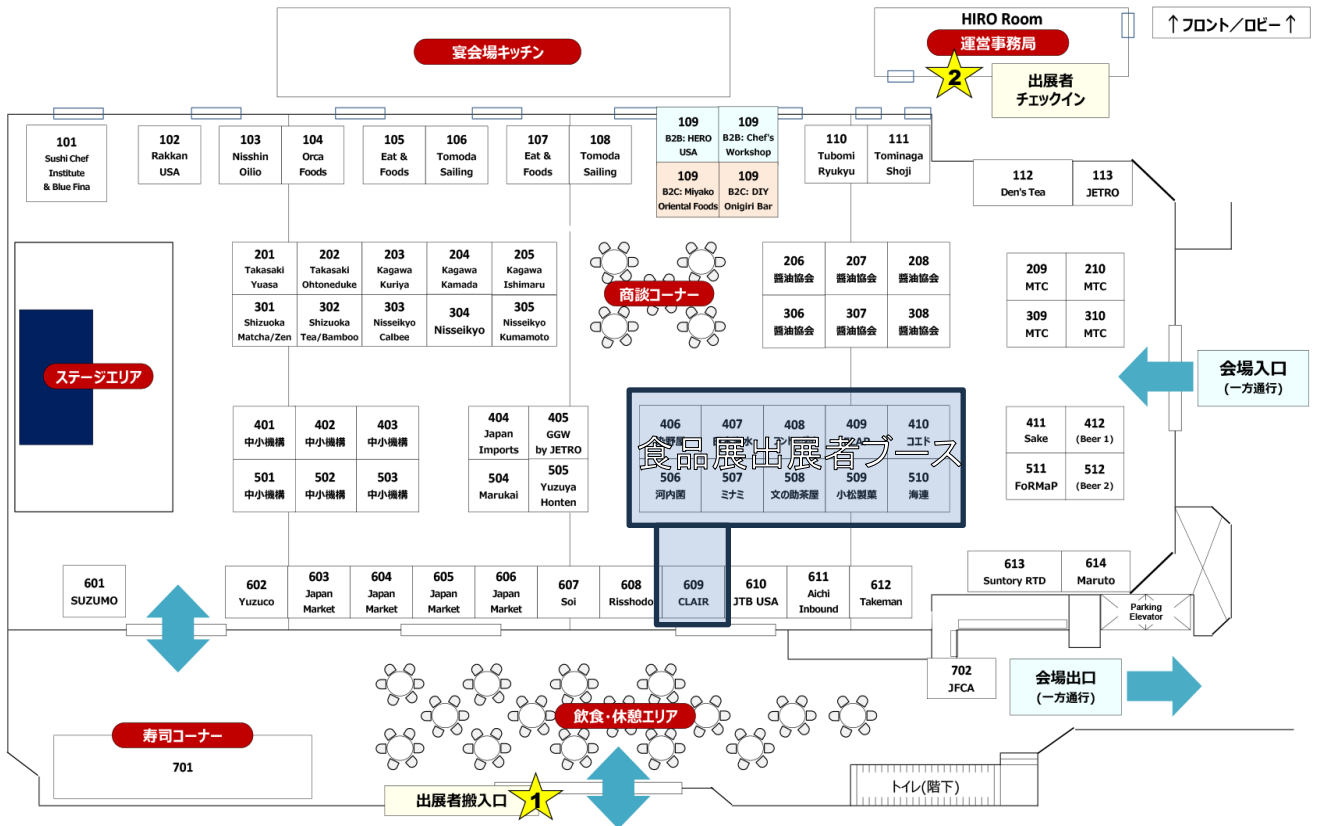
<NYポスター>



### 6) 会場平面図

ホテルのボールルーム(大宴会場)及びフォイヤーならびに専用キッチン、小宴会場など総計約2千平方メートルのスペースを2日間借上げ、出展ブース、ステージ、飲食・休憩エリア、寿司コーナー、運営事務局などを配置した会場を設営しました。

\* あいにく2日間ともに悪天候であったため、外会場は使用を断念、屋内のみでの開催となりました



### 7) イベント公式ロゴ

公式ページや印刷物などFOOD EXPOの共通PR告知ツールとして、オレンジ色で統一した右記のロゴを制作しました。



### 8) フライヤー／ポストカード

事前告知や集客用のPRツールとして、業界関係者、一般来場者のそれぞれに向けて登録・チケット購入用のQRコードを掲載したフライヤーならびにポストカードを計5千枚作成、飲食店や小売店舗などに配布いたしました。



9) 来場者用イベントプログラム

来場するバイヤーならびに一般来場者への配布用に以下のプログラムを制作し、受付にて配布いたしました。

<外側：表紙／背表紙(プログラム)>

**PROGRAM**  
Performances & Workshops

----- Nov 14 Friday : Day 1 -----

4:55pm Opening / Taiko Performance  
*LA Mato no Kai*

5:00~5:05pm Sake Barrel Cracking  
*(Kagamibiraki)*

5:10~6:00pm Tuna Filleting Show  
*by Chef Andy Matsuda*

6:30~7:30pm Japanese Sake Pairing Workshop

8:50~9:00pm Closing / Taiko Drum Performance

----- Nov 15 Saturday : Day 2 -----

10:55am Opening / Taiko Performance  
*LA Mato no Kai*

11:00~11:05am Sake Barrel Cracking  
*(Kagamibiraki)*

11:10~12:00pm Tuna Filleting Show  
*by Chef Andy Matsuda*

12:30~1:30pm Japanese Sake Pairing Workshop

1:50~2:00pm Closing / Taiko Drum Performance

3:55pm Opening / Taiko Performance  
*LA Mato no Kai*

4:00~4:05pm Sake Barrel Cracking  
*(Kagamibiraki)*

4:10~5:00pm Tuna Filleting Show  
*by Chef Andy Matsuda*

5:30~6:30pm Japanese Sake Pairing Workshop

6:50~7:00pm Closing / Taiko Drum Performance

2025

**JAPANESE FOOD EXPO**

**LOS ANGELES**

**November 14 & 15**

**Friday & Saturday**

@ Hilton Los Angeles / Universal City

<https://Japanfoodculture.org>

**Hilton Los Angeles / Universal City**  
555 Universal Hollywood Drive, Universal City, CA. 91608

**Nov 14 Friday, 5pm-9pm**  
**Nov 15 Saturday, 11am-2pm & 4pm-7pm**

Presented By



**JFCA**  
Japanese Food Culture Association

<内側：見開き(左：会場マップ／右：出展者リスト)>

**2025 JAPANESE FOOD EXPO**



**VENDOR LINEUP**

- 101. Sushi Chef Institute & Blue Fina
- 102. RAKKAN FOODS
- 103. Nisshin Oillio America Inc.
- 104. ORCA FOODS
- 105. Eat & Foods Co., Ltd.
- 106. Tomoda Selling & Sailing Co., Ltd.
- 107. HERO USA (BtoB)  
Miyako Oriental Foods (BtoC)
- 108. Chef's Workshop (BtoB)  
DIY Onigiri Bar (BtoC)
- 109. Den's Tea
- 110. TUBOMI RYUKYU Corporation
- 111. Tominaga Shoji Co., Ltd
- 112. Miyako Oriental Foods (BtoB)  
Sushi Chef Institute & Blue Fina (BtoC)
- 113. SupportsAKE by JETRO LOS ANGELES
- 201. The Farm of Yuasa
- 202. Ohtoneduke Corporation
- 203. KURIYA Co., Ltd
- 204. KAMADA SOY SAUCE Inc.
- 205. Ishimaru Seimen Co., Ltd
- 206. SHIBANUMA SOY SAUCE INTERNATIONAL CO.,LTD.
- 207. Aritaya Co., Ltd.
- 208. Naogen Soysauce Co., Ltd
- 209. Mutual Trading
- 210. Mutual Trading
- 301. MATCHA BLISS  
ZEN TEA BREW
- 302. BENEFITEA  
SURUGA BAMBOO CRAFT
- 303. Calbee Kaituska Sweet Potato, Inc.
- 304. Japan Fruit and Vegetables Export Promotion Council
- 305. Kumamoto Prefectural Economic Federation of Agricultural Cooperatives
- 306. Nakagawa Brewing Co., Ltd.
- 307. IGAGOE CO.,LTD
- 308. YAMAE FOODS PRODUCTS CO.,LTD.
- 309. Mutual Trading
- 310. Mutual Trading
- 401. ASAICHIBAN Co.,Ltd  
Takeman corp
- 402. Hokkaido Bio-Industry Corporation  
Quirin Planning Co., Ltd.  
UCHIBORI VINEGAR, INC.
- 403. Fujiya Seika, LTD  
IKEDA TOHKA INDUSTRIES CO., LTD  
SayInc.  
TOKYO BAL
- 404. JAPAN IMPORTS NOW, LLC
- 405. JETRO
- 406. SOMENOYA Ltd
- 407. Nihon Kaisui Co.,Ltd.
- 408. FUNDODAI, Inc.
- 409. sweet&healthy SAZANKA (YAKIIMO)
- 410. COEDOBREWERY
- 411. Japan Prestige Sake/Urakusumi
- 412. Maruto
- 501. BULL-DOG SAUCE CO.,LTD.  
TAKAMASA & Co., Ltd.
- 502. Heiwa Foods Industry Co., Ltd.  
KONISHI HONTEN CO.,LTD.  
SAKURA, INC.  
Su-balance  
Watanabeseika Co., Ltd.
- 503. AGRICO CORPORATION  
CORAZON CORPORATION  
FUJII YUHOU CO.,LTD
- 504. Marukai Corporation
- 505. YUZUYA HONTEN CO., LTD.
- 506. Kawachikinponpo Co.ltd.
- 507. Minami Foods Co., Ltd.
- 508. BUNNOSUKE-CYAYA co.,Ltd
- 509. Komatsu Seika Co.,Ltd.
- 510. KAIREN CO., LTD.
- 511. FoRMaP Inc
- 512. Sake High!
- 601. SUZUMO
- 602. YUZUCO
- 603. Masu kukan
- 604. Hagihara Tatami
- 605. Jazoo
- 606. Freedom Ramen/Kimino Drinks
- 607. SOI JAPANESE GRANOLA
- 608. RISSHODO Corporation
- 609. Council of Local Authorities for International Relations
- 610. JTB USA, Inc.
- 611. Inbound Association of Aichi
- 612. Takeman corp
- 613. Suntory RTD
- 614. BEER STATION
- 701. Sushi Coner
- 702. Survey Gift Exchange Booth
- 801. TENKATORI
- 802. Gindaco USA
- 803. Takara ramen Inc
- 804. Wakokoro

11) 会場の様子①



11) 会場の様子②



11) 会場の様子③



### 3. ニューヨーク開催の基本情報



- 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

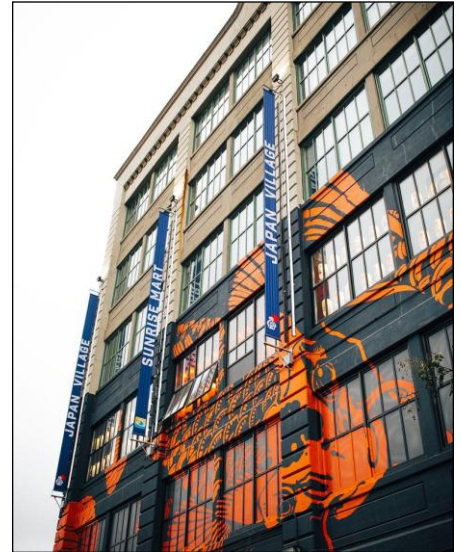
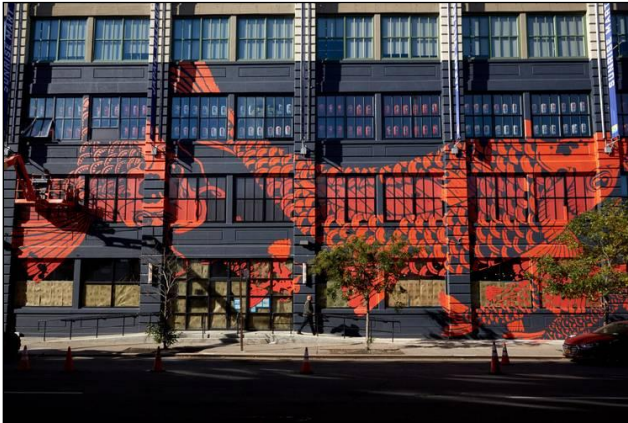
#### 5) マップ上の位置

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



4. ニューヨーク開催の実施概要

1) 参加者数

**総計12,284名**

日時		区分	来場者数	内訳／備考
11/21 (金)	12am~7pm	一般消費者	2,141名	各曜日ごと、複数回にわたり一定時間帯に会場入口において来場者を実測、平均値に開催時間を乗じて算出した「概算数値」。
11/22 (土)	11pm~8pm	一般消費者	5,879名	
11/23 (日)	12pm~6pm	一般消費者	4,264名	

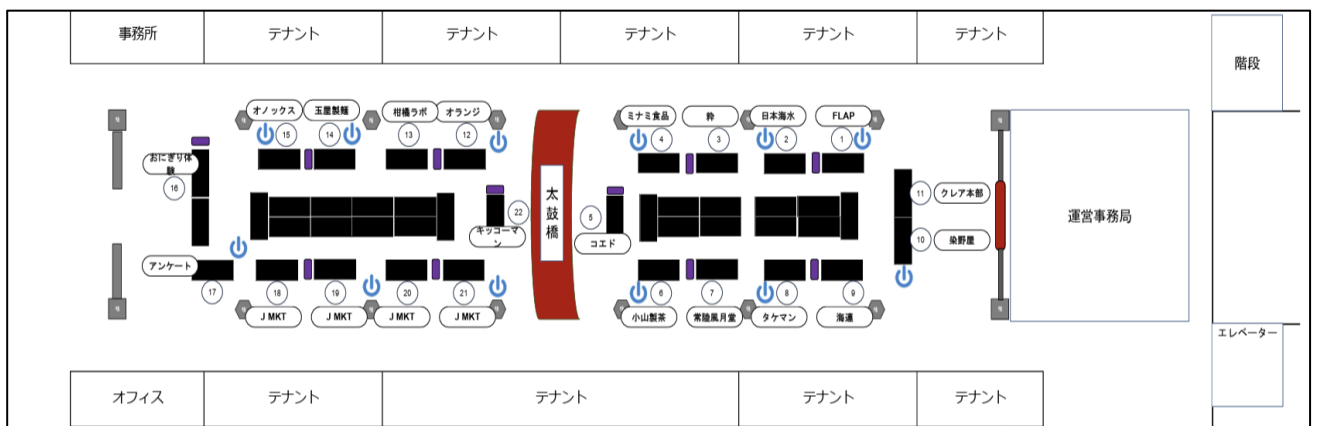
## 2) 会場レイアウト

食品展の開催にあたり、出展事業者が確定した後、会場提供者であるジャパンビレッジのマネージメントチームと、テーブル配置、出展者配置、来場者の動線、保安対策、スタンプラリーの運営などについて打ち合わせを行った。また、販売を希望する出展者には、事前に出展者側で手配した販売端末機を貸し出し、各テーブルで支払い精算を完了する方式を採用した。

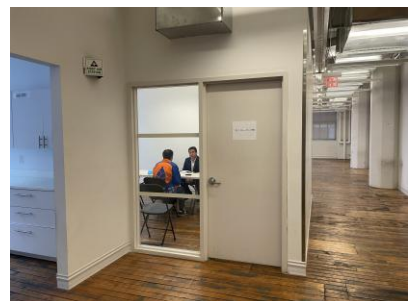


## 3) 会場施工ならびに什器類・電源等の設置

上記①に基づき、販売テーブル、テーブルクロス、ヘッダーサインプレートなどの他、出展事業者各社からの申込に基づく試食・試飲販売用の機材、電源、備品類等について食品展開催前々日より施工・設置を進め、同開催前日のミーティング後の出展事業者等によるテーブル装飾、商品陳列に向けて諸般の準備を整えました。



4) 会場の様子①



#### 4) 会場の様子②



<食品展出展事業者「常陸風月堂」ブース>



<食品展出展事業者「ミナミ食品」ブース>



<食品展出展事業者「小山製茶」ブース>



<食品展主催者クレーブブース>



<食品展出展事業者「タケマン」ブース>



<日本食文化プロモーション「DIY Onigiri Bar」>

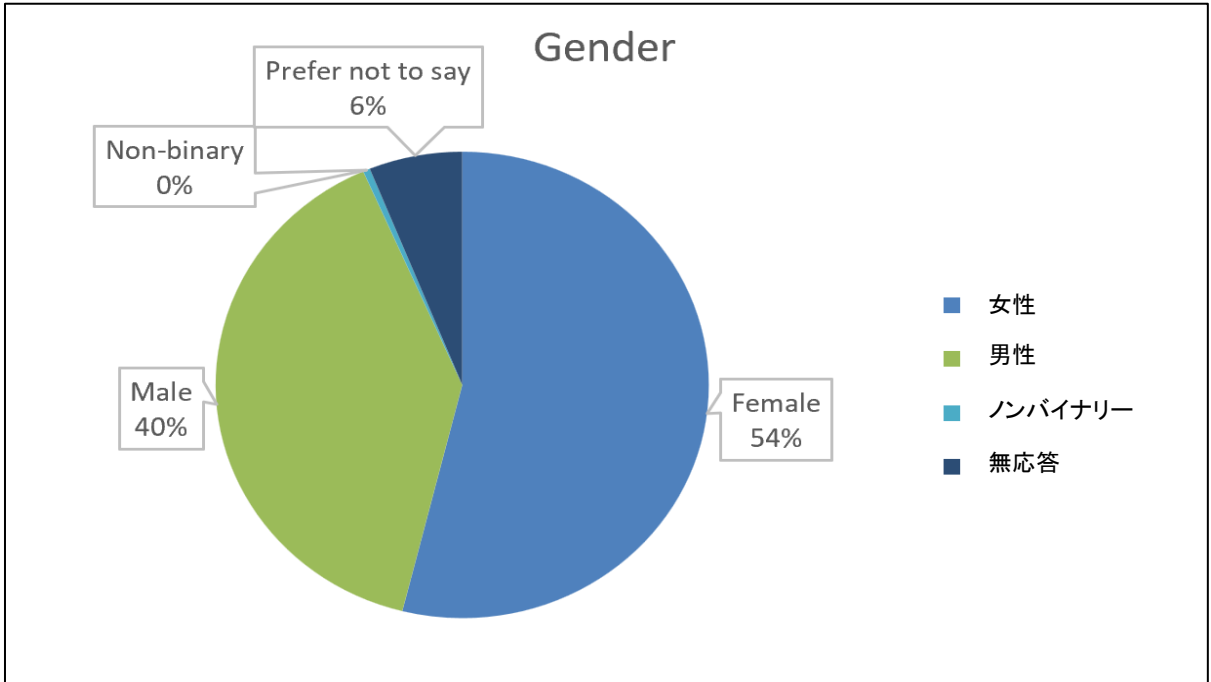
## (工) アンケートの集計結果

### 1. ロサンゼルス開催の来場者向けアンケート結果【全体】

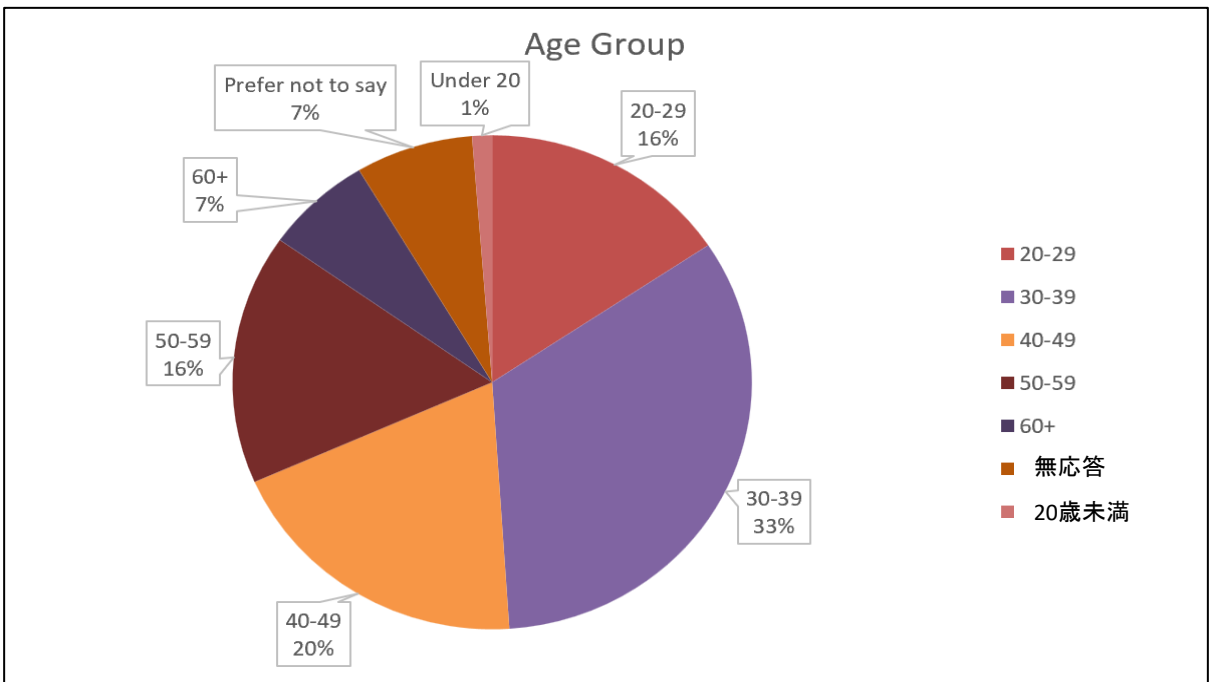
食品展の全体イベントであるJFEのチケットを購入時にアンケート調査を実施し、以下の結果を得ることが出来ました

**対象** : BtoCセッション有料チケット購入者  
**回答数 / 回答率** : 2,417名 / 92%

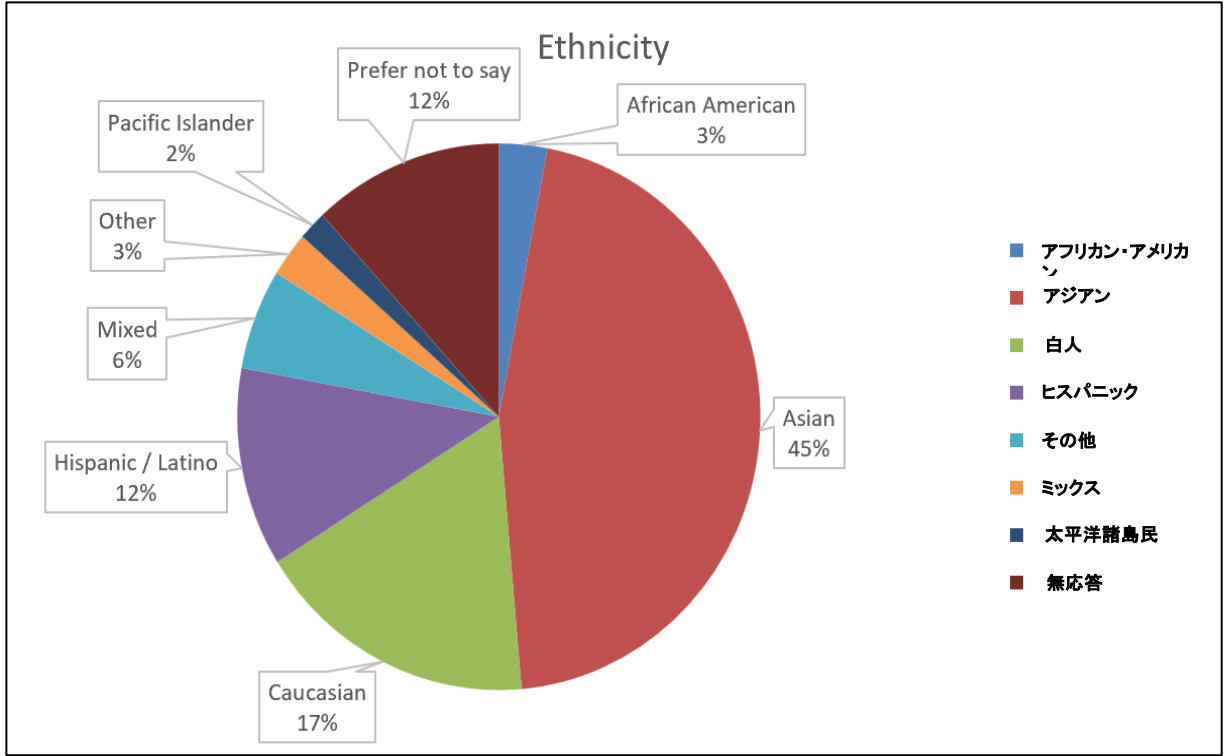
#### A. 性別



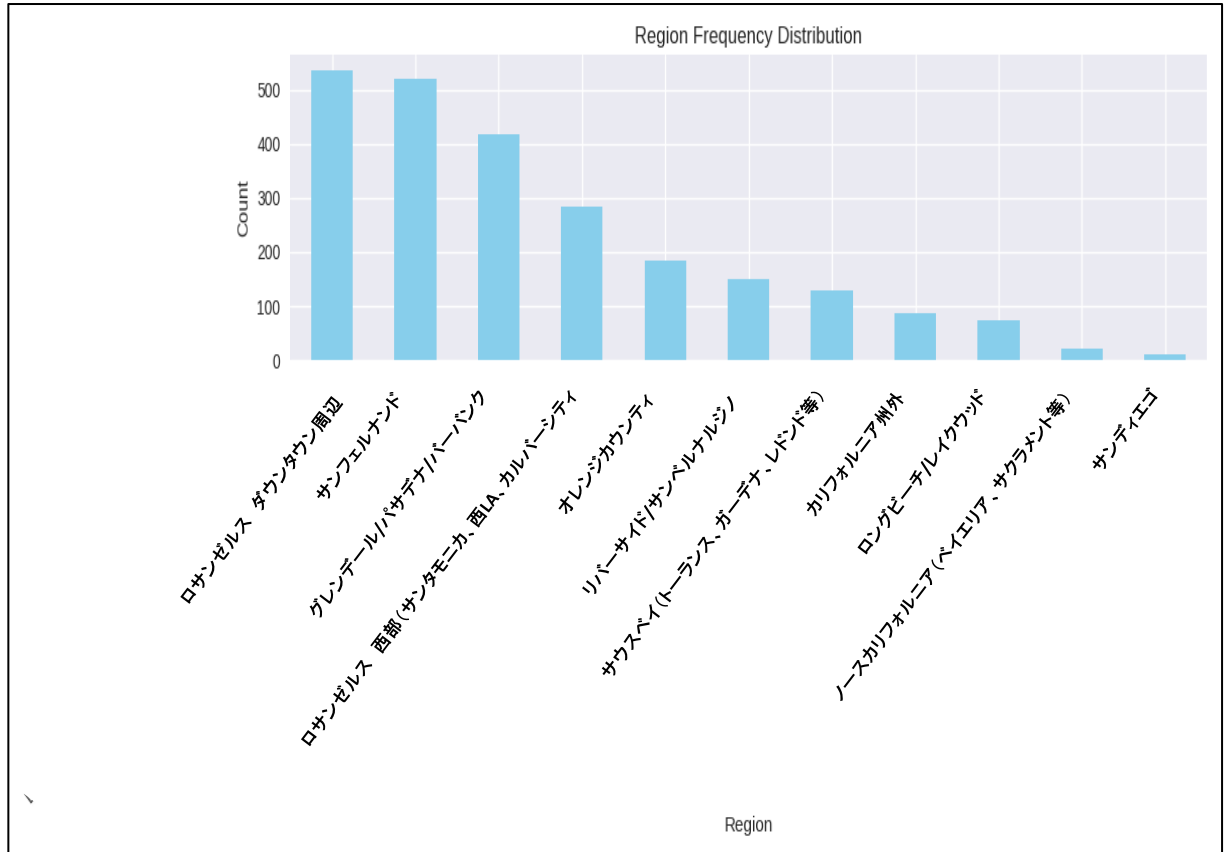
#### B. 年齢層



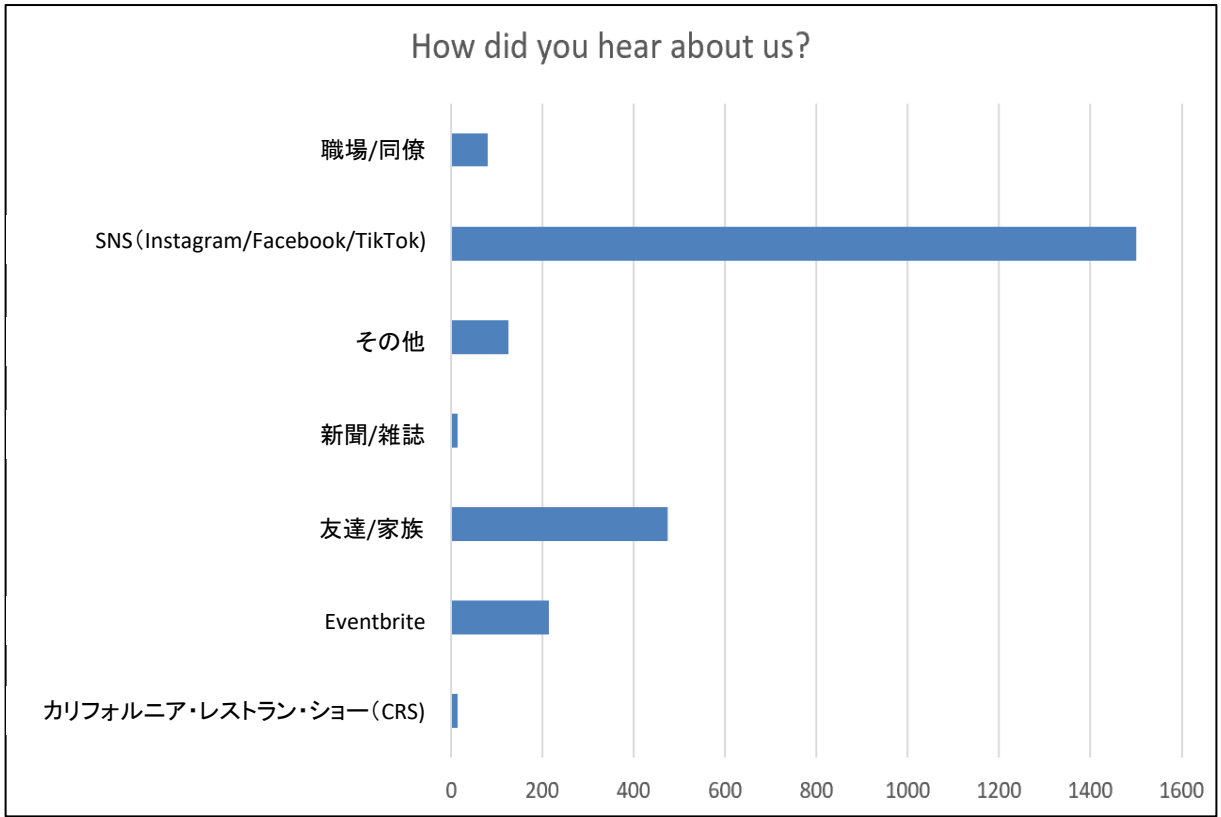
### C. 人種・民族



### D. 居住地域



E. 「2025JFE-LA」について、どのように知りましたか。

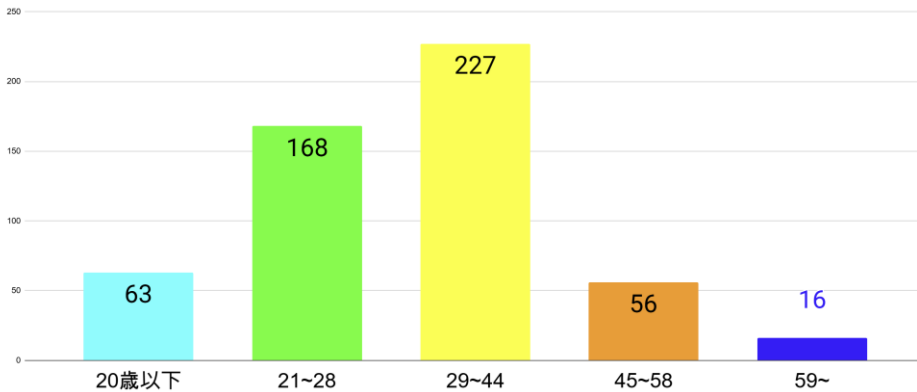


## 2. ニューヨーク開催の来場者向けアンケート結果【全体】

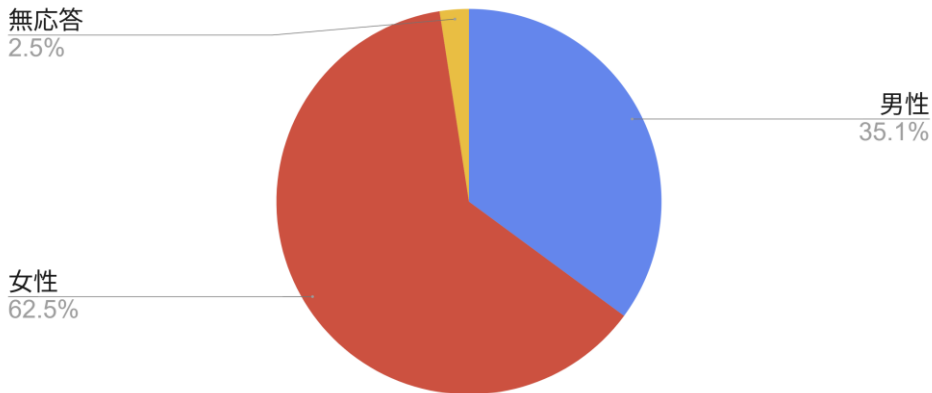
食品展開催期間中、会場において来場者向けにアンケート調査を実施し、以下の結果を得ることが出来た。尚、調査は各出展事業者ごとに当該テーブルにおいて提供した商品を試食・試飲した来場者を対象とし、QRコードを利用したデジタル設問方式で行った。

**有効回答数：全来場者12,284人(\*)中530人**  
 \* 出展者/スタッフを除く  
**回答率：4.3%**

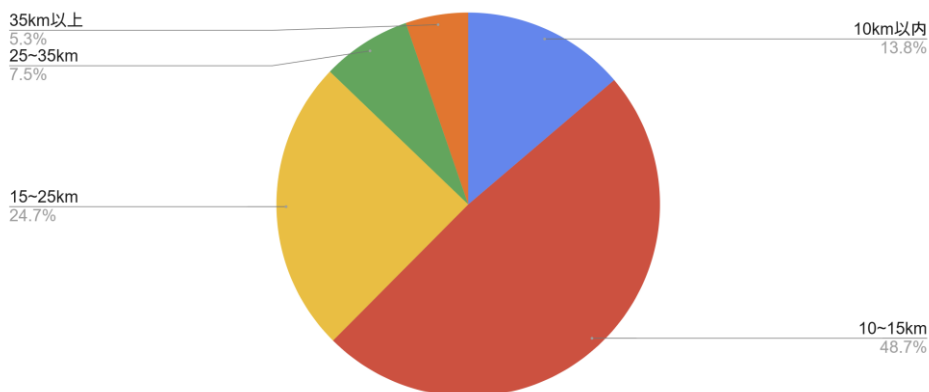
Q1 来場者の年齢層



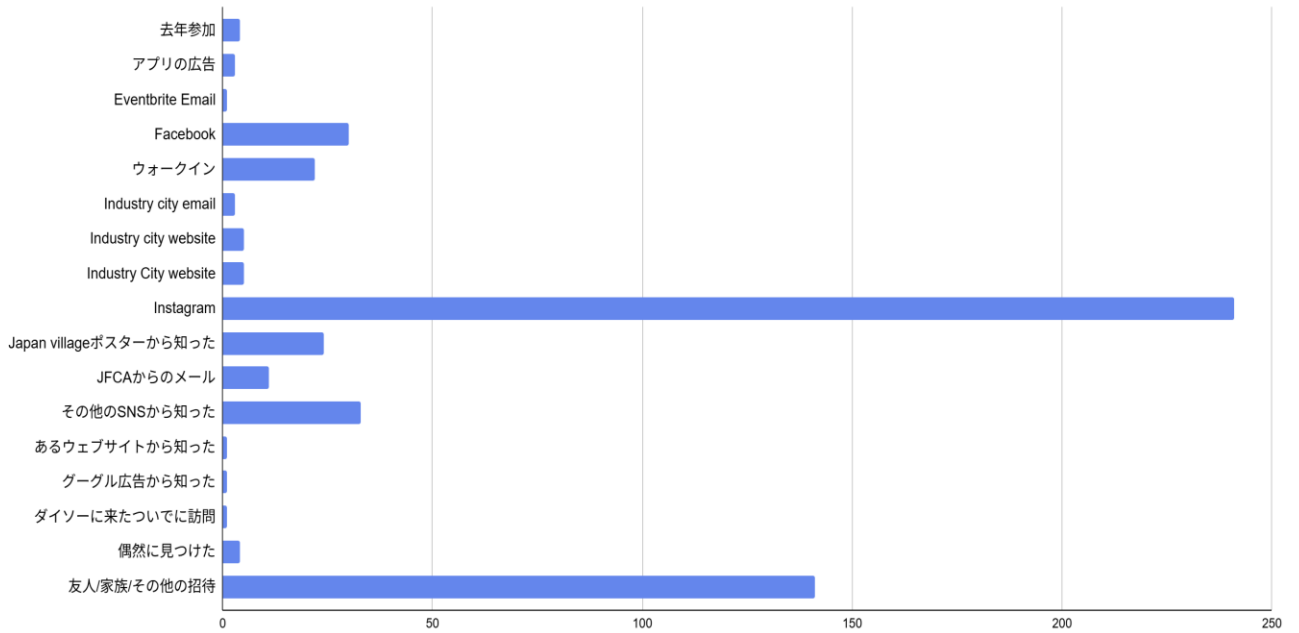
Q2 性別



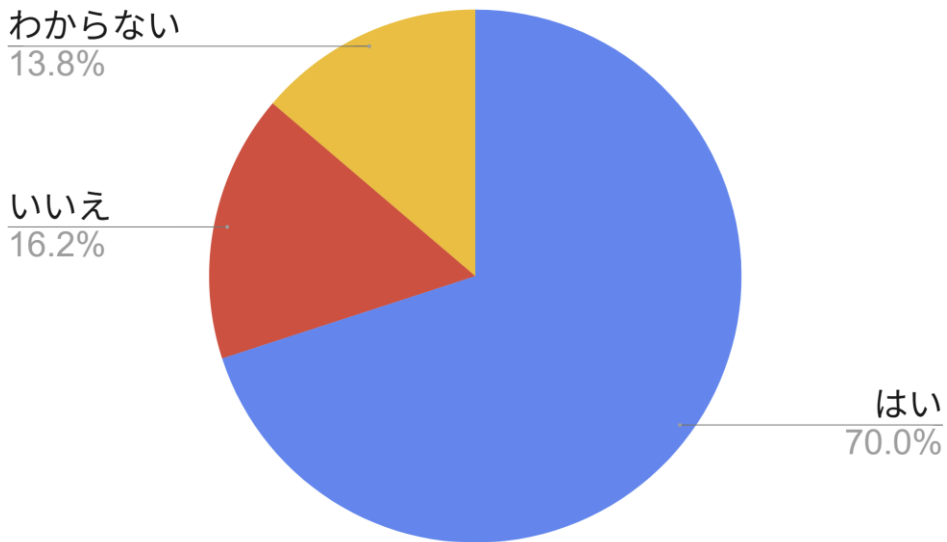
Q3 居住範囲



Q4 イベント情報の入手手段



Q5 来年はこのようなイベントのお知らせが欲しいか

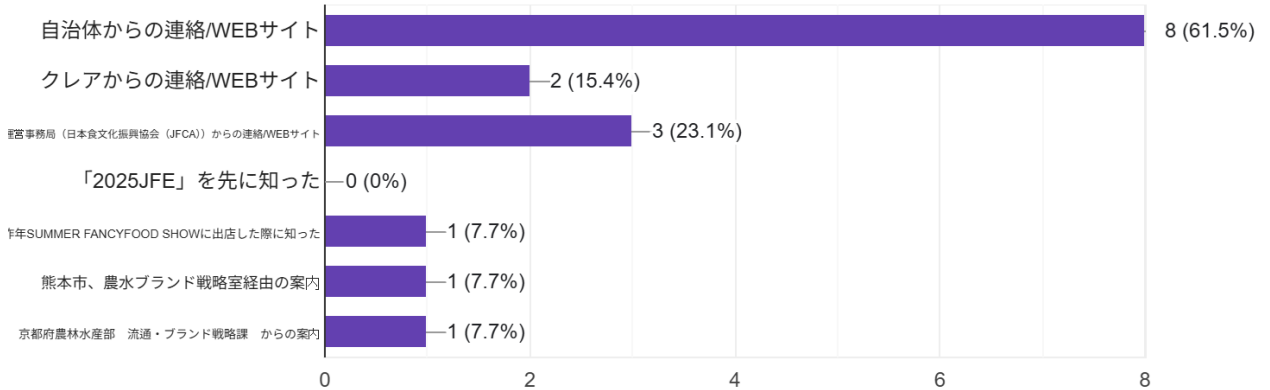


### 3. 出展事業者向けアンケート結果【LA・NY共通】

今年度の食品展について、開催終了後にクリア本部様より出展事業者各社へアンケート調査を実施いただき、以下の通り13社からの回答を取りまとめていただきました。

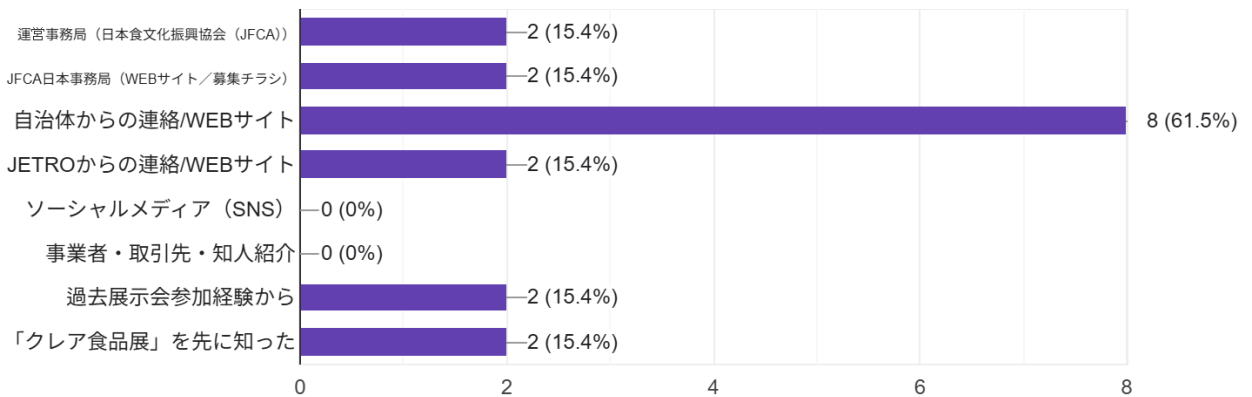
#### A-1 「クリア食品展」をどのように知りましたか。(複数選択可)

13 responses



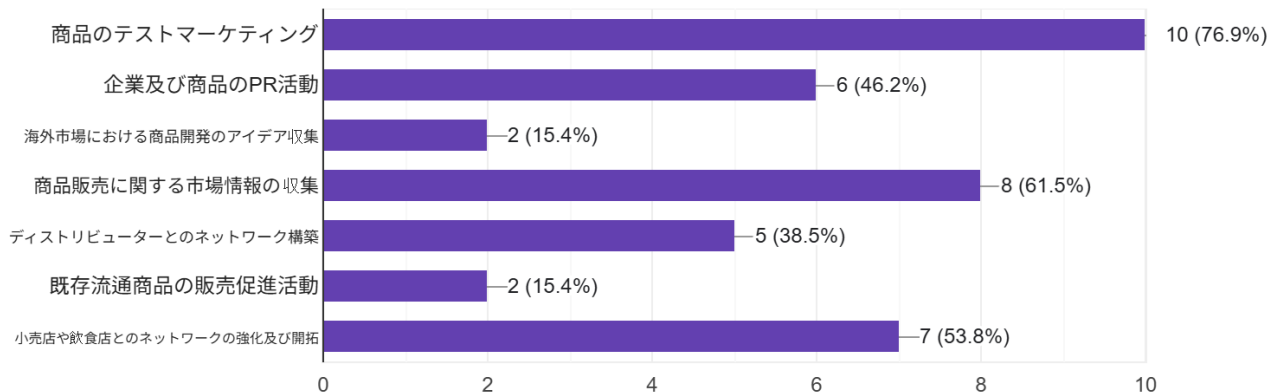
#### A-2 「2025JFE」をどのように知りましたか。(複数選択可)

13 responses



#### A-3 今回の出展目的を教えてください。(複数選択可)

13 responses



A-4 今回「クレア食品展」に出展を決めた理由を具体的にお聞かせください。※過去参加したことがある場合、再度出展を決めた理由も含めてご記入ください。

13 responses

アメリカの市場調査

昨年は展示会のみで実際に売れるのか？を確認することが難しかったので、今回は実際に試食をしてもらいながら販売できるか確認したかったため。

過去の参加から継続出展が必要だと感じたから

過去に参加しましたが商流構築には至らず、再度の挑戦で商流の構築をどうしても達成したいため。

鹿児島県からの紹介

実績を作り、現地に説得力を持たせるため

北米市場拡販したいと思っており、展示会参加の機会を探していた

アメリカにおける販路拡大のため

前回の売れ行きが好調だったことと、現地商社とのネットワークができたため。

今回「クレア食品展」へ出展を決めた理由は、当社が取り組んでいる岩手・洋野町の地域資源を生かしたゆばスープを、米国のバイヤーやお客様に直接届けられる場であると判断したためです。また、高付加価値・ストーリー性の高い商品を求めるお客様が多く来場する点が、当社の商品特徴と非常に親和性が高いと考えました。再び実食を通じた訴求ができる場として非常に有効であると判断し、今回の再出展に至りました。今後も、岩手の食文化を国内外へ広げるための場として、クレア食品展での出会いを大切に、販路開拓およびブランド価値向上につなげてまいりたいと考えております。

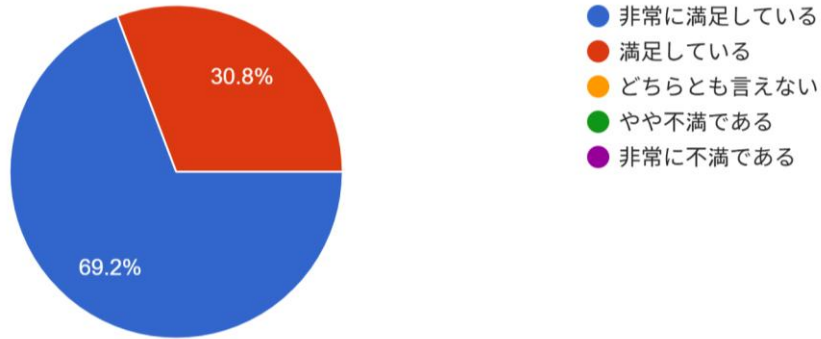
LAはBtoBの商談機会が多いと思い出展を決めました。

昨年参加した際に、エンドユーザーの反応を直接受けることができ、商品開発のためのマーケティングに役立ったので、再度参加を希望いたしました。

展示会だけでなく、商環境のセミナーや見学ツアーなどが併設されていたこと

B-1-1 今回の出展における満足度を教えてください。

13 responses



B-1-2 その理由をご記入ください。

13 responses

マーケット調査ができたため

販売金額もさることながら、\$300でも売れたことがとても大きな自信になった。

満足している

皆様のご協力で、糸口がつかめそうな感じだから。

来場者との直接対話を通じて、アメリカ市場における麴・発酵食品の高い関心と可能性を実感できました。

いい経験といい実績が作れました。

現地のディストリビューターとの新規取引が出来た、新商品の現地での評価を得られた

購買層や価格帯の確認ができた

情報収集できたことと、現地事業者と新たな出会いがあったため。

出展を通じて、当社の商品の魅力が来場者に明確に伝わり、試食時の反応から満足のいく評価を得られたためです。また、米国バイヤーとの新たな商談機会が生まれ、今後の販路開拓やブランド認知拡大に直結する情報を得られた点に大きな満足を感じています。

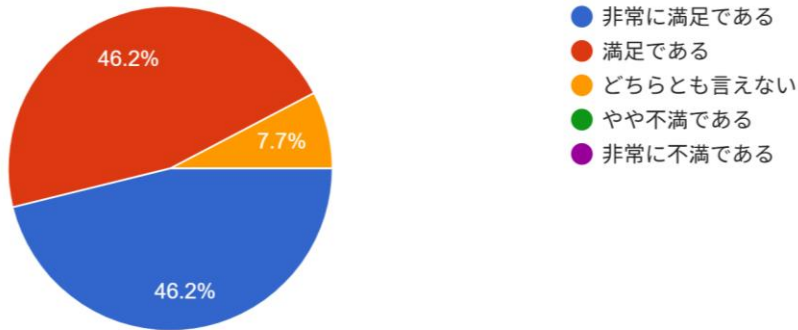
多くのお客様に試食、購入いただけたことでニーズがあるのではないかという思いが強くなった。

集客も良く、良い反応を得られたから

座学講義や共同貿易様訪問、スーパー見学など

B-2-1 運営に対する満足度を教えてください。

13 responses



B-2-2 その理由をご記入ください。

13 responses

備品レンタルが高い

サポートも充実しており、安心して販売することが出来たが、輸送でミスがあったことが残念だった。

満足している

とても協力的で

大きなトラブルもなく、全体として円滑に運営されていたため満足しています。ただ、事前におおくりした際の品が破損していたことについて、事前に連絡がなかったのが残念でした。

とても親切で大変お世話になりました。

とても丁寧で隅々まで行き届いたサポートそして地視察ツアーの企画が良かった。

初めての米国だったが、解らないことをスムーズに教えて頂いた。

決済端末の不具合は改善が必要

事前準備から会期中のサポートまで一貫して丁寧で、出展企業として大変安心して参加することができました。勉強会・市場調査・交流会 についてもび・気づき・新たなつながりという総合的な価値を得られたことに深い満足を感じています。

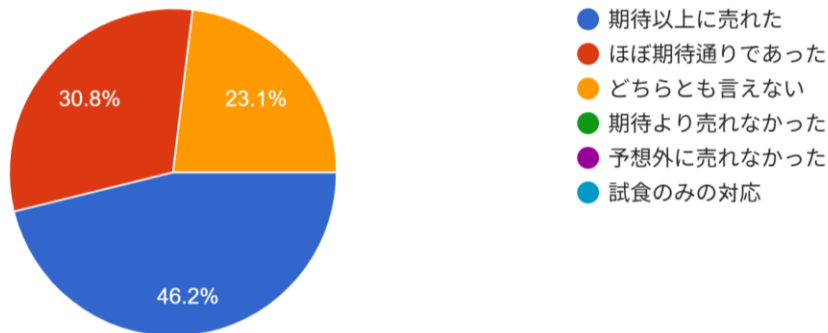
メール検索時に引っかからないメールがあったりするのが少し手間だったので、連絡メールをいただくときの件名や略称の統一を図っていただければもっと良いと感じました。

細かい質問にも親身に丁寧に対応いただきました。

企画内容はもちろんの事、二見様はじめ窓口のチャンさんの対応など

### 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。

13 responses



### C-2 商品販売や試食対応を通して、お客様の反応についてどのように感じていますか。

13 responses

非常によかった

初めてあんこを食べる方でも「美味しい」と言ってもらえてとても好感触だった。Japan villageという日本文化が好きな人が集まる場所だったから良かったのかもしれない。

現地参加していないのでわからない

日系のスーパー様及びアジア系の人種には通用すると感じた。

麴や発酵という日本独特の食材にたいしてわりと理解があったが、説明するのに苦労したので、販促物を工夫するなどしないといけないと思いました。

味の評価はよく、商品が日本人向けでは無くローカル向けなので、試食販売会を定期的に行えば必ず売れる商品になると実感しました。

日本の味（日本式カレー、柚子など）も北米で十分通用することが分かった

試食の反応は良かった。あとは価格帯がどのようになるか検討したい。

売れやすい商品が決まっていたり、日本とは違う趣向に気づかされた。

試食された多くのお客様が、ひと口目で表情を変え、「おいしい」といった声を寄せてくださり、ゆばの魅力やスープのやさしい味わいが確かに伝わっていると感じました。

南部せんべいを知らない方ばかりではあったが、知っていただき食べていただければ魅力が伝わると感じました。

想定以上の反応で、良いデータ収集ができたと思う

現地の方の生の声が聞けたことは今後の開発のノウハウに活かせると感じています。

C-3 今回、または過去の「クリア食品展」出展をきっかけに、現地で商流を構築できた、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。）

13 responses

商談ができ成約できた

今の所ない。

NYとLAで新たな商流を構築できた。

ディストリビューター、お店の仕入れ担当者様と商談ができたので良かった。今後のフォローアップが必要であると思う。現在時点ではまた成果にはつながっていない。

商談案件が1件

SUNRISE MART

共同貿易、トップトレーディング、セントラル貿易、スタダース(ECサイト運営)、DAITO社からの引き合い

まだ商流は構築できていないが、米国に販路拡大していきたい。

前回の縁のあった現地商社の協力のもと輸出を開始しました。展示会開催日以外では小売店や飲食店への営業活動やプロモーション活動を行っています。ニューヨーク市場は競合も少なく、小規模農家への反応も良いため、今後も積極的に商流を作っていきます。

ジャパンビレッジ内、サンライズマートさんに商品を採用いただきました。

出展と同じタイミングで別途商談を組んでおり、そちらでの話が進みそうです。

前回、試作品を持ってきて試食をし、反応がよかったので今回商品化して持ってきたら、予想以上の販売数量だった

直ぐにできることとして食べ方などの案内は帰国後対応した。直ぐにできないことは今後のパッケージの改良、表記面、ホームページの見直しなど多岐にわたるとともに、新しい味の案（新商品）も浮かんだので早速開発に取り掛かっている。

C-4-1 今回の出展を通じて、今後のアメリカ市場への取り組みについてどのように考えていますか。

13 responses



C-4-2 その理由または課題と感じたことをご記入ください。

13 responses

焼き芋の売り方の方法と新商品の開発

日本よりも高単価で販売できることで利益率を上げることができるため、しかし商流を作ることがとても難しいと感じた。

まだまだ可能性があると感じたから

大量の販売は考えていないが、日系のスーパー様には是非取り入れていただきたい。今後のフォローアップをしっかりと行う必要があると感じた。

発酵文化の広がりを感じているから

アメリカに年に数回足を運ぶことが大切だと実感しました。

P B品の実績に加え、N B品の売上拡大のいい機会となったから

米国は冷凍米飯に対してまだ違和感があるみたいなので、販売方法を考えていきたい。

日本食や文化への関心が年々高まっていると感じた。物価や為替など現時点では、輸出業者にとって有利に働いているため。関税などの影響には今後も注意したい。

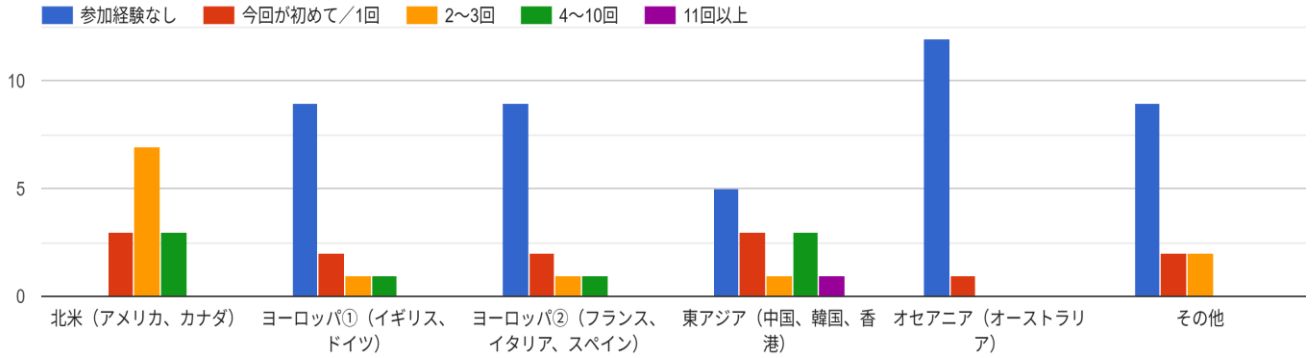
販路拡大に向けては、湯葉の認知度向上、市場ごとの商品訴求の最適化、安定した生産・供給体制の強化、そして海外現地との継続的な関係構築が課題です。

アメリカ本土ではまだ販売実績がないので作って行きたい。

味の傾向を把握でき、今後の商品開発に役立てたい

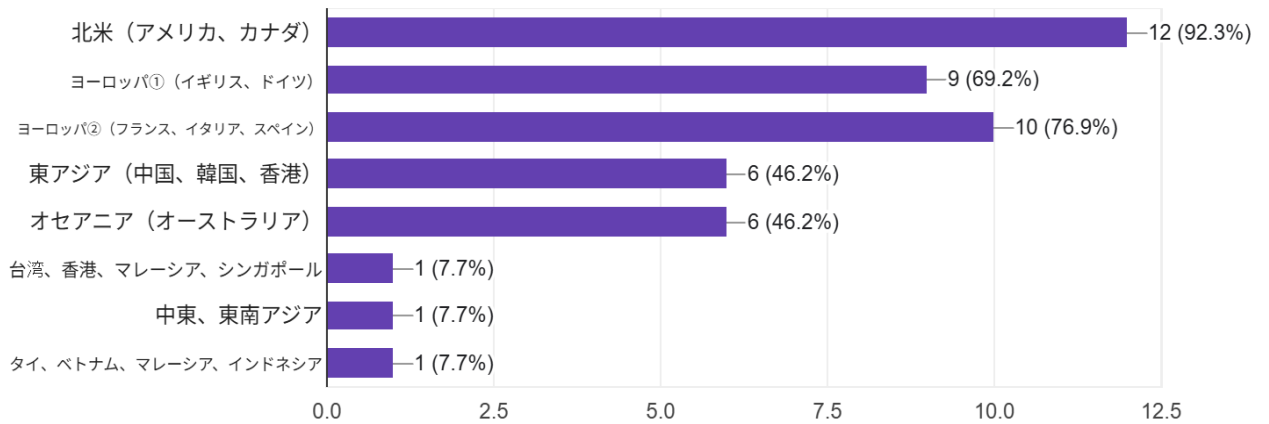
現在の卸先スーパー以外にも多くの日本食スーパーがある事、座学では系列店やその業況、自社の商品の市場浸透性を実際の店舗見学を通して理解が深まったことで、次なる当社ののぼるステップを感じることができたため。

D-1 これまでの海外食品展・販売促進会（食品展・プロモーション・商談会等）の参加経験・実施場所を選択してください。



D-2-1 今後販路開拓を注力していく予定の海外市場を選択してください。（複数回答可）

13 responses



D-2-2 具体的な国・地域名とその理由をご記入ください。

13 responses

ドイツ、フランス、ドバイ

NY,LA,パリ、スペインは可能性があるのではないか？と感じている。

イギリス、フランス、オーストラリア

台湾、マレーシア、シンガポール、香港 たけのこを食べる習慣があるから。

アメリカ、フランス

アメリカ 需要が一番多い。欧州 私がバルセロナに駐在中の為。

北米（東海岸）売上実績がほとんどない為

カナダ、ニューヨーク、ロスアンゼルス、タイ、台湾、香港、シンガポール

お茶は温暖な地域よりも冷涼な地域が好まれるため比較的涼しい地域で展開したい。また、欧米、オーストラリアでの抹茶ブームによる日本茶の認知が急速に進んでいるため。

NY、パリ

アメリカは既存でハワイに展開できており、その実績等を活かして本土にも広げたい。

北米：ポテンシャルが大きい為

上記の中でも米国は最も重点的に開拓を進めたい。なぜならまずは現在の販路などの基盤が整っていること。英語圏ゆえに言語的に理解しやすい。

E-1-1 商品価格や販売数量を検討・決定するにあたり、運営事務局からの情報提供は十分でしたか。

13 responses



- 十分だった
- どちらとも言えない
- 不十分だった
- 不要（他機関からの支援・助言を得られたため）
- 不要（自社データ等に基づき決定したため）

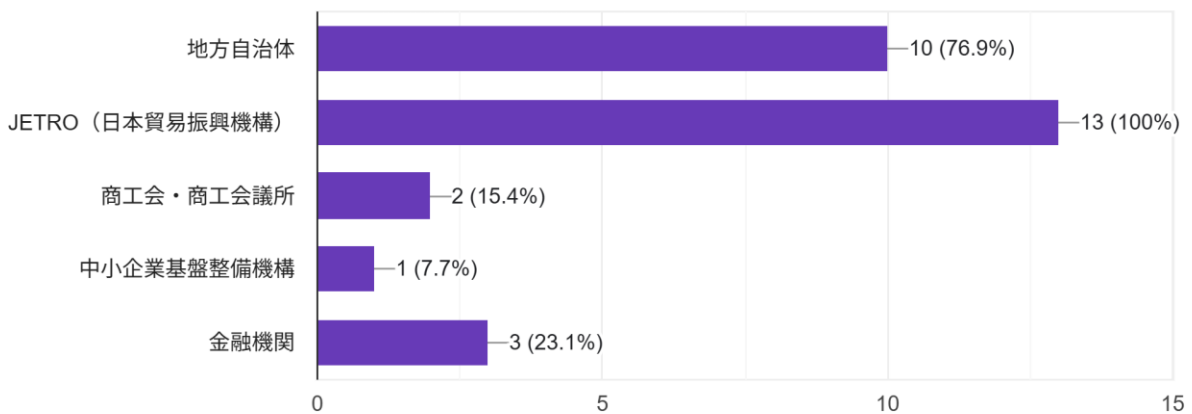
E-1-2 前項で「不十分だった」と回答した方に伺います。その理由またはどんな情報提供・支援があればよかったですか。|

1 response

無し

E-2 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）

13 responses



E-3 差支えなければ、前項で回答した団体等からどのような支援を受けているかご回答ください。

9 responses

現地での情報や、小売店などの情報提供

展示会の情報収集等

伴走支援

展示会・商談会の案内・設定

JETROや県主催の商談会に参加。

残留農薬基準や、米FDAなどの説明

展示会などの情報提供

JETRO プロモーター事業

京都府は輸出強化することで登録し案内等をいただいている。JETROは、今年に入り支援強化で理解を得ていて、次年度よりより強力的な支援をいただくことになる予定。金融機関も海外での展示会などのイベントで呼んでいただくなどことある毎に支援していただいている。

E-4 ご存じの範囲で結構です。自治体、JETRO、商工会議所、中小企業基盤整備機構等で、食品輸出に関する支援内容をご記入ください。

7 responses

輸出セミナー等。

展示会等や補助金の案内

輸出拡大チャレンジ

展示会・商談会の案内・設定

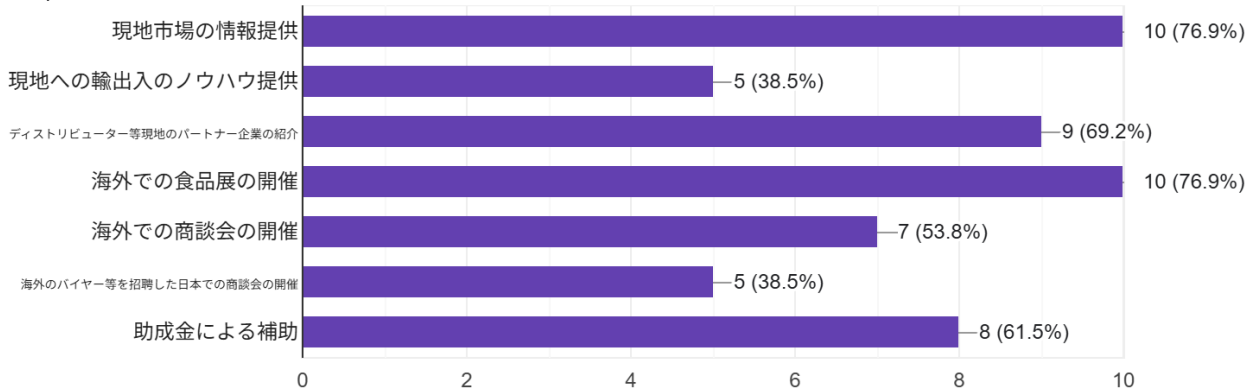
HACCP取得の補助金

展示会などの企画、出展補助

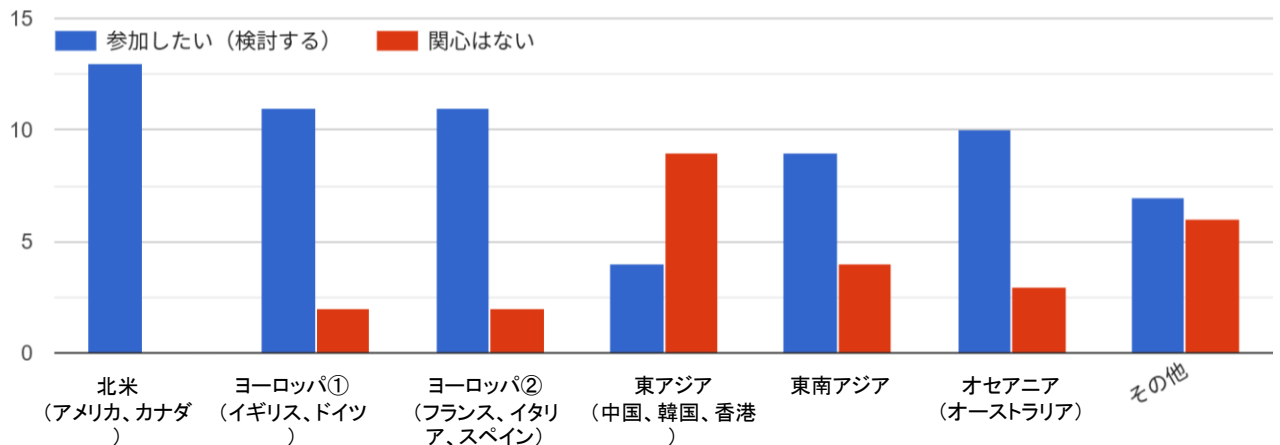
自治体、JETROは商談会やバイヤーマッチングの案内を多数いただく。JETROはそれ以外に初歩的なところから教えてくれるなど支援が充実していると思われる。私自身がまだ全てを把握しきれていないくらいだと思います。

E-5 今後海外販路開拓を注力していく際に、支援機関（クレア、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）

13 responses



E-6 クレアでは、今後、以下地域にて食品展を...心について、あてはまる項目を選択してください。



F-1 「クレア食品展」出展に対する総括・感想をお聞かせください。（成功した点や改善が必要な点について具体的に記入してください）

13 responses

成功した

販売方法が適切だったため、とてもいい売り上げを作ることが出来た。次回はサンクスギビングのタイミングではなく、もう少し前倒しのスケジュールだともっとバラエティに富んだお客様がいらっしゃるのではないか？と考えています。

ご迷惑をおかけして大変申し訳ございませんでした。

輸出のきっかけを提供していただけて感謝しております。今後もよろしくお願い申し上げます。

F-1 「クレア食品展」出展に対する総括・感想をお聞かせください。(成功した点や改善が必要な点について具体的に記入してください)

13 responses

今回のクレア食品展への出展を通じて、来場者との直接対話を数多く行うことができ、商品や取り組みに対する率直な反応を得られた点は大きな成果でした。

特に、健康志向や発酵食品への関心の高さを実感でき、今後の販路開拓や商品開発の方向性を検討する上で非常に有意義な機会となりました。

また、来場者の具体的な質問や使用シーンの声を聞いたことで、自社の強みや伝えるべきポイントを再認識できた点も成功した点だと感じています。

LAも販売が出来るなら来年もお世話になりたいと思いました。

輸出実績に繋がってよかった。まだ初期の段階の為、継続して展示会・商談会に積極的に参加したいので機会をいただけると有難いです。

米国は初めてなので、購買層や価格帯が解り今後につながると思う。|

準備から出展までの流れがわかりやすく、とてもスムーズでした。会場でのサポートや懇親会の開催などありがとうございました。改善点ですがLA会場はSNS告知など事前のプロモーションが積極的に行われていましたが、NY会場は少ないように感じました。フライヤー画像や宣伝画像など送っていただけると、事業者自身も告知できると思います。

今回の出展では、試食を通じて当社商品の魅力が来場者に伝わり、バイヤーとの商談機会も得られた点が大きな成果でした。一方で、ゆばの認知向上やブースでの情報発信方法には改善の余地があると感じました。全体として、今後の販路拡大に向けた手応えと課題の両方を得られた有意義な機会となりました。

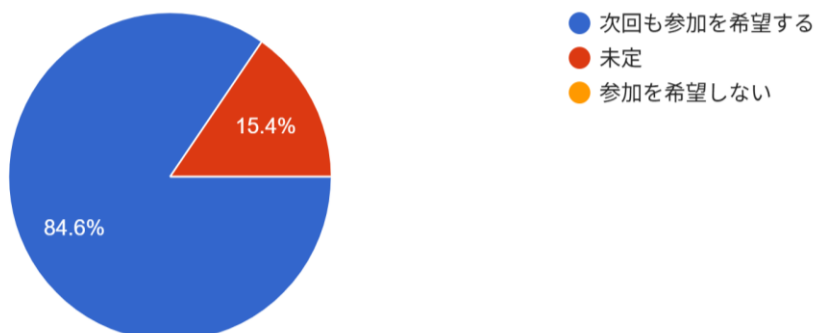
試食だけでなく、実際にお金をもらって販売してみるというテストが行えたのは非常にありがたいです。

エンドユーザーの味覚の確認ができ、新商品の味の方向性を確認できた。今後の新商品開発に活かしていきたい。

商品の輸送費が高額だったために、できれば大体の見積もりを早い段階で頂けると検討の余地もあったのではないかと思った。そしてその輸送した商品はかなりの数量が売れ残ってしまったので、販売数量を決める上で判断が容易な情報をいただけたら有難い。

F-2 今後の「クレア食品展」への参加希望についてお聞かせください。

13 responses



## (オ) 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

### 1. 来場者からの評価

- 1) 小売店舗やレストランでは見かけない商品が多くあり、このイベントの価値や目的がとても良いと思う
- 2) 少量の試飲・試食だけでは商品及びアンケートに対する評価や回答は難しいと感じた
- 3) 商品や内容に関する情報（英語表記やHP等）が少なく、理解が難しいものがあったので、特に類似する他商品との違いや特徴などについて、分かり易い説明や案内が欲しかった
- 4) 試飲・試食だけでなく、その商品の購入や食材の飲食が出来る場所等について、具体的な情報がもらえれば購入・飲食に行きたいと思った

### 2. 小売店、輸出・輸入事業者からの評価

- 1) FDA関連の自社商品の情報について曖昧（やや無責任）な応募事業者があり、事前のスクリーニングのさらなる強化と徹底が必要だと感じた
- 2) 上記とも連動して輸出数量や商品情報について正確な情報がタイムリーに揃わず、フォローアップに時間を要した
- 3) LA・NY共に自ら現地へ渡航した出展事業者が多かった点は非常に良かったと思う
- 4) 全体的に輸出入の準備や実務は、おおむね想定スケジュール通りに進めることが出来、イベントまでに余裕を持った配送が出来た

### 3. 出展事業者からの評価

- 1) LAでは来場者の日本産食品に対する嗜好や評価が細かく、なかなか販売まで行かないケースが多い（ハードルが高い）ように感じた
- 2) NYでは来場者の新しいものに対する興味や関心のレベルが非常に高く、商品の特性次第で購入に結び付く（ハードルがさほど高くない）ことが実感できた
- 3) LAでは入場有料イベントという特性上からか、試飲・試食に積極的に手を出す来場者が多かったが、どのように購入に結び付ければよいのか、事前の工夫や対策がもっと必要だと感じた
- 4) LAでは非日系のバイヤーが来場し、名刺交換などが出来たので、NYでも同様の機会があるととても効果的だと思う（LA・NYの両方へ出展した事業者の評価）
- 5) トランプ関税や、消費者への価格転嫁などに対する来場者の反応や、LAとNYの市場性の違いなどをもう少し現場で検証できるとよかった（LA・NYの両方へ出展した事業者の評価）