

農林水産省 平成28年度品目別輸出促進緊急対策事業 (コメ・コメ加工品輸出特別支援事業)

本事業においては、日本産米の輸出市場におけるマーケティング戦略構築に寄与するために、B to B と B to C 両市場におけるフィージビリティ・スタディを実施した。

【海外向け日本産米商品の開発】

「日本産であることこそが付加価値である」事を訴求ポイントとした、『JAPAN PREMIUM RICE』というブランドを開発した。「産地」や「品種」に焦点を当てるのではなく、日本でしっかりと品質管理されたお米を注文後に精米し、海外消費者に直接宅配する仕組みを開発し、高品質な日本産米をおいしく食べて頂ける商品とした。



【米国レストランにおける日本産米メニューの展開】

日本産の業務用米を中心に約 20t を米国レストラン向けにコンテナ輸送し、『JAPAN PREMIUM RICE』としてロサンゼルス市内のレストランにおいてメニュー開発した。各社が異なる客層・商圈を設定した複数の業態の店舗が参加し、合計 25 店舗でお客様に食べて頂き、アンケート等を実施した。各業態における米の仕入れ価格やメニューにおける米のコスト等を分析し、日本産米の米国レストランにおける可能性を検討した。

- | | |
|--|-------|
| ・ Advanced Fresh Concepts Corporation(AFC) | 10 店舗 |
| ・ Yoshinoya America | 10 店舗 |
| ・ Tokyo Table | 2 店舗 |
| ・ Manpuku | 2 店舗 |
| ・ Shabu-Shabu House | 1 店舗 |



【米国レストラン業界向け商談会における PR】

米国東海岸最大規模のフードサービス向け展示会である International Restaurant & Foodservice Show of New York(IRFS)に「JAPAN PREMIUM RICE」として出展し、来場者のシェフやレストラン経営者等へ日本産米を PR した。日本産米の魅力を伝えるとともに、アメリカのレストランメニューとして日本産米を提案した。

■日 時：平成 29 年 3 月 5 日～7 日

■場 所：ジャビッツ・コンベンションセンター

■内 容：日本産米を使った調理デモンストレーション/日本産米の魅力を表示 PR/
日本産米サンプル配布 等



【日本産米の越境 EC サイトによる海外販売】

海外の消費者を対象とした日本産米の越境 EC サイトを構築し販売した。輸出向け日本産米の新ブランドである『JAPAN PREMIUM RICE』は、注文受注後に精米して FedEx で宅配する「Milled to Order」という体制を構築し、高品質な日本産米を最短の輸送時間で海外消費者に届けることを可能とした。『JAPAN PREMIUM RICE』は、「Super Premium」「Premium」「Special Blend」とそれぞれ異なる特性を持つ3つの日本産米を商品とし、「2kg」「5kg」の規格でアメリカ・カナダ・ブラジル・オーストラリア・イギリス・フランスを対象国として販売し、価格や品質等についてのアンケートを実施した。

【まとめ】

『JAPAN PREMIUM RICE』は日本産米の価値をしっかりと伝えるコンセプトとして、海外消費者からも高評価を得た。また、B to B 事業については、焼肉業態の様なアップーミドルクラスの客単価の店舗において、日本産米使用の実現性を確認できた。しかし、米国産米との価格差は大きく、日本産米の価値やおいしさを明確に店舗で顧客に説明・発信することが重要であった。B to C 事業は、「Milled to Order（受注後に精米する）」による高品質な日本産米の訴求は好評であったが、当初重要な市場になると想定していた台湾や香港、シンガポール等のアジア諸国・地域は、ギフト扱いの宅配であっても輸入ライセンスが必要等の障壁があり、本事業の対象とできなかった。こういった非関税障壁を撤廃することが、今後の越境 e コマースによる日本産米の輸出において重要である。