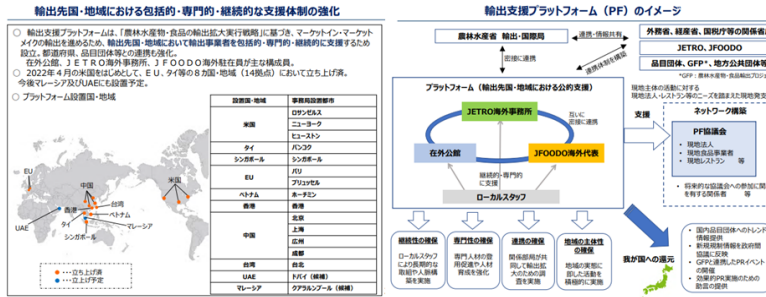


食品輸出支援プラットフォーム」の拠点 (HTPF) の設立

在ヒューストン日本国総領事館の望月です。昨年8月に着任しました。よろしくお願ひします。さて、当館が実施する日本産食材の普及促進のための枠組みの設置やその背景、取組等についてご説明します。

1. 輸出支援プラットフォーム・ヒューストン拠点の設置

当館は農林水産省やジェトロ・ヒューストン事務所と連携し、2023年12月にテキサス州ヒューストンに「農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム」の拠点 (HTPF) を設立しました。HTPFは、在外公館とジェトロ海外事務所が主な構成員となり、さらに、テキサス州内にある日系ディストリビューター及び各都市の日本食小売店で構成されるプラットフォーム協議会を設置し、HTPFと協議会が連携しながら、日本産の農林水産物・食品の輸出を行う事業者や現地食品事業者等に対して、現地発の視点で専門的かつ継続的に支援を行っています。米国では2022年4月にロサンゼルスとニューヨークを拠点に初めて設置され、ヒューストンはこれらに次ぐ3カ所目となります。



2. テキサス州における日本食市場

テキサス州は経済規模2.4兆ドルの全米2位の大市場です。同州の人口の急増も背景に、同州の日本食レストラン軒数は2022年時点で全米4位の1,197軒に上ります。2018年の802軒からは49.3%増と、カリフォルニア州の11.8%増 (同期間)、ニューヨーク州の2.3%増に比べて顕著に増加しています (ジェトロ「2022年度 米国における日本食レストラン動向調査」)。昨今の日本のアニメ・文化などへの関心の高まりも手伝い、今後更なる日本食市場の拡大が期待されています。現に州内主要都市ではラーメンブームが起きており、日本で成功したチェーン店がテキサスに出店するケースが相次いでいます。さらに、日本食小売店では「おにぎり」の人気も高まっています。

「本格的な日本食」に対する需要が本格拡大する時機到来に先んじて、テキサス州現地に拠点を構える当館とジェトロ・ヒューストン事務所が一体となり、現地の日本食事業者と連携して、本プラットフォーム拠点において日本食市場の掘り起こしを進めます。こうして日本食の普及を強力に推進するとともに、新たな市場を切り開く「マーケットメイク」の発想に立ち、さらなる輸出の促進を目指します。

3. 日本産農林水産物・食品のプロモーションの取組



まず、2023年12月5日から2日間、本プラットフォーム拠点設立を記念して、毎年全米で開催されているラーメン・居酒屋に特化した米国唯一の専門展示会「RAMEN EXPO/IZAKAYA EXPO USA」の機会を捉え、米国農林水産物・食品輸出支援プラットフォーム・ヒューストン拠点 (HTPF) の立上げ式を開催しました。当日は在ヒューストン日本国総領事館およびジェトロのほか、協議会メンバーのテキサス州内日本食小売店や卸売企業が参加し、同展示会の会場内では、HTPFの取組第一弾として、「RAMEN BOOT CAMP in Houston」を開催しました。



(1) Ramen Boot Camp

日本をはじめ世界各国で活躍し、ラーメン業界を牽引する著名日本食料理人等を講師に迎え、外国人日本食料理人等に対して、ホタテをはじめとした日本産水産物や伝統調味料等の魅力を発信するとともに、日本のラーメン文化やその変遷の歴史の説明、実演等をしなが、本格的なラーメンの味わい方をストーリー性をもって伝えました。

また、ラーメンの調味料や出汁として使用した、日本の伝統調味料の木桶仕込み醤油及び味噌、原木椎茸については、会場内にブースを設けて、バイヤーに商品の魅力を発信した結果、商談が進み、日本食小売店での採用や大手ECサイトでの販売を決定するなどの成果が出ています。



(2) 日本食レストランや小売店での日本産水産物等のプロモーション

当館、ジェトロ・ヒューストン事務所、プラットフォーム協議会メンバーの皆様と連携し、テキサス州内の日本食レストランで外国人食料理人や消費者向けにホタテやブリを中心とした日本産水産物や日本産酒類 (日本酒・焼酎・日本ワイン) の魅力を発信する事業を実施しました。

日本食レストランでは、様々なジャンルの外国人料理人に対して、メキシカン等の著名料理人が日本産水産物を活用したメニューの提案やディストリビューターとのコラボレーションで日本産酒類にあわせたホタテ料理等、ペアリングを実施するなど、効果的に日本産品の魅力を発信しました。早速、参加した外国人料理人からは自身のレストランで日本産酒類とのコラボレーションの提案や提案した料理等のメニュー化につながるなど一定の成果が出ております。

日本食小売店では、日本産水産物を中心とする日本食の試食・販売促進キャンペーンを、ヒューストンを皮切りにダラス、オースティン、サンアントニオと横断的に実施しました。今回、特に焦点を当てた食材は、プラットフォーム協議会メンバーから声の多かった「ホタテ」「ブリ/ハマチ」「コメ」。各小売店が趣向をこらして、北海道産の新鮮なホタテを使ったカルパッチョやラーメン、マンガーとあえたサルサ、ブリの照り焼きにみそ漬けなど、テキサス州の方々に受けそうなメニューを並べ、参加者は時に数十分の待ち時間でも行列を作って楽しんでいました。またHTPFの独自の取り組みとして、販売促進員の方に日本産品の繊細さや品質の高さなどを紹介する試みもしました。その結果、ある店舗では日本産水産物の売上が通常の1.2倍となるなど、消費者に魅力を効果的に発信することができました。今後もHTPFとして日本産農林水産物・食品の普及促進に向け、オールジャパンで取り組んでいきたいと思ひます。

最後になりますが、ガルフストリームを愛読されているテキサスにお住まいの皆さまにおかれましても、是非、日本の農産物・食品の魅力を現地の皆さまに伝えていただければ幸いです。



(協力店: Mitsuwa Marketplace (ダラス)、Seiwa Market (ヒューストン)、Asahi Imports (オースティン)、Minnano Japanese Grocery (サンアントニオ))