

6. 米国(サンフランシスコ)

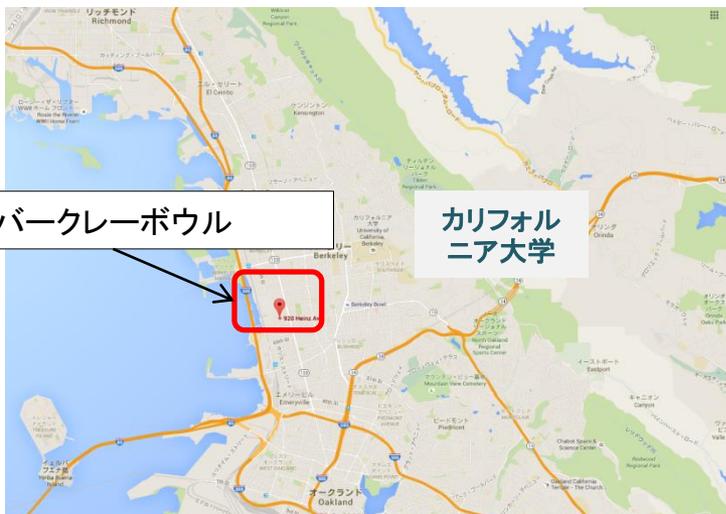


実施概要、全体的な販売実績

	場所	品目数	品目の種類	方法
サンフランシスコ (11月～1月)	Berkeley Bowl	40	果実・果実加工品、調味料類、米・包装米飯、水産物・水産加工品、茶、その他加工食品 菓子等	<ul style="list-style-type: none"> ・販売員が販促活動 ・試食販売 ・モニタリング実施

品目	品目数	売上金額 (日本円)
米・包装米飯	1	40,581
その他加工品	18	2,278,500
水産物・水産加工品	3	300,818
茶	2	235,784
調味料類	14	1,997,067
清涼飲料水	2	129,044
総計	40	4,981,794

場所: Berkeley Bowl



<Berkeley Bowl概要>

住所: 920 Heinz Ave. Berkeley, CA

アクセス: Berkeley駅、Emeryville駅(徒歩の場合、各駅から30分)

営業時間: 月～土 午前9:00～午後8:00、日 午前10:00～午後7:00

店の特徴: オーガニック・自然食品を中心に、高品質で様々な食品を比較的低価格で提供しており、「料理好きのディズニーランド」と形容される。精肉、鮮魚、乳製品、酒類、野菜類、惣菜デリを扱うフルラインのスーパーマーケットだが、青果部門が圧倒的に強く、全体の3割の売上を占める。また日系人オーナーのため、アジア食品も多数取り扱い、サンフランシスコ市内に2店舗を展開、レストランも併設している。

モニタリング概要

【消費者アンケート】

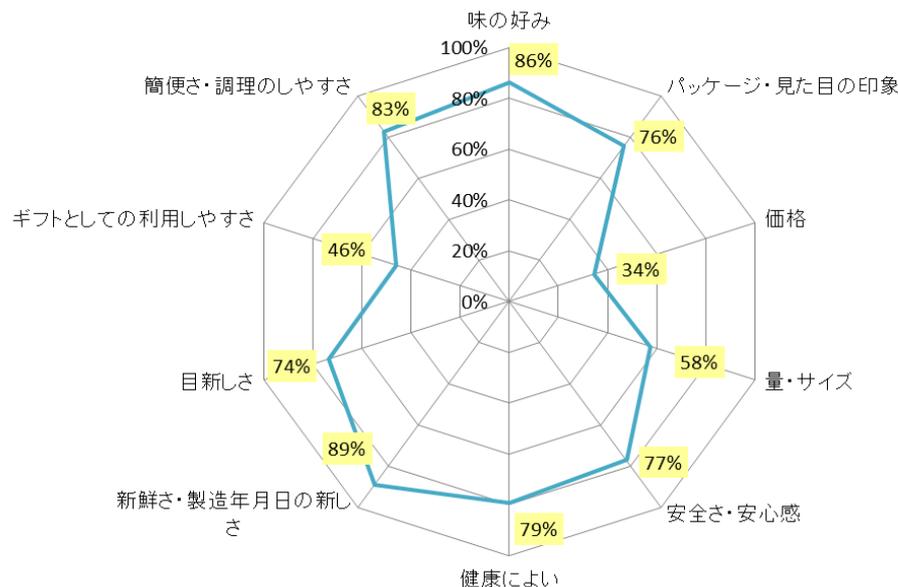
①実施方法：2015年10月29日～11月16日／12月1日～18日／2016年1月4日～8日の期間で調査員1名を配置し、店頭にて消費者から各商品に対する購買意向や味やパッケージデザインの評価を聴取した。

②アンケート回収件数：1,149件

- 調査対象者は、性別では「女性」が約6割、年代別では「30代～」と「40代～」がそれぞれ約2割を占めた。
- 人種は「白人」が全体の4割を占めた。
- (参考)バークレーの世帯年収の中央値は\$65,887(なお、カリフォルニア州の世帯年収の中央値:\$58,328、アメリカの世帯年収の中央値:\$53,891)

③全体集計結果

アンケート調査において、評価が比較的高かった項目は「新鮮さ・製造年月日の新しさ」、「味の好み」であった。一方、「価格」、「ギフトとしての利用のしやすさ」については評価が低かった。



(注)項目毎の回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

【出品商品について】

- バークレーボウルの利用者は、特に「食」に対しての探究心が強く、健康へのメリットや味わいの良さが伝わると、高額なものであっても購入につながる傾向にあった。もう一つの傾向として、環境問題に関心の高い人たちが多い地区でもあるため、プラスチック包装の商品もしくは過剰包装されている商品に関しては、商品そのものに興味があっても、それだけで購入をためらう消費者が多数いた。
- サンフランシスコは健康意識の高い人たちが多いため、オーガニックを謳った商品に関しては、それだけで手に取る消費者もいた。
- 健康志向の延長で日本食品に対する興味及び信頼も高く、特にアメリカで現在流行っている柚子を使用した商品やインスタントラーメンに人気が集まった。
- 一方、現地で一般的に流通しているトマトジュースやアップルソースは、あえて高価格な日本製のものを購入するメリットが分からないとのコメントが多く聞かれた。
- 梅干しや昆布など、現地消費者に馴染みのない商品に関しては、産地や製法など生産者の情報を含んだPOPや、現地消費者の食生活にあった試食やレシピ本での調理提案が効果的だった。

米・包装米飯

<消費者アンケート>

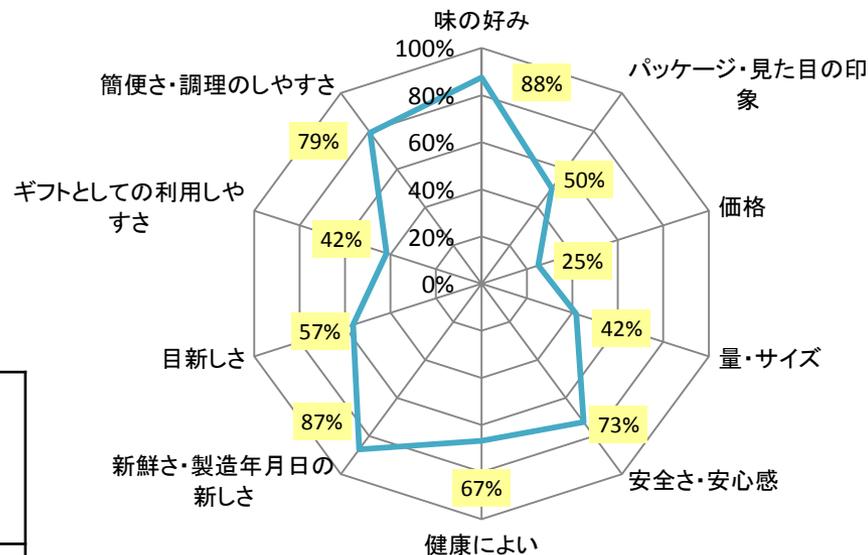
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
1	200	66	33%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・とても美味しい、味が良い☆ ・健康的である、栄養価が高い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・量が少ない☆ ・値段が高い☆

商品別コメント	<p>米： 炊飯器が無い人も多いので、パッケージには調理法（炊くのに必要な水の量）など、もっと詳細な情報が必要である。</p>
---------	---



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・味の評価は高いものの、価格が高すぎると、消費者の購買意欲をそいでしまう。
- ・サンフランシスコは健康や環境への意識が高い人が多い地域なので、健康面へのメリットや、環境への配慮をパッケージで伝えることにより、より多くの消費者を惹きつけることができると思われる。

その他加工品 (果実・野菜加工品、菓子、麺等。以下同様)

<出品品目数、販売数>

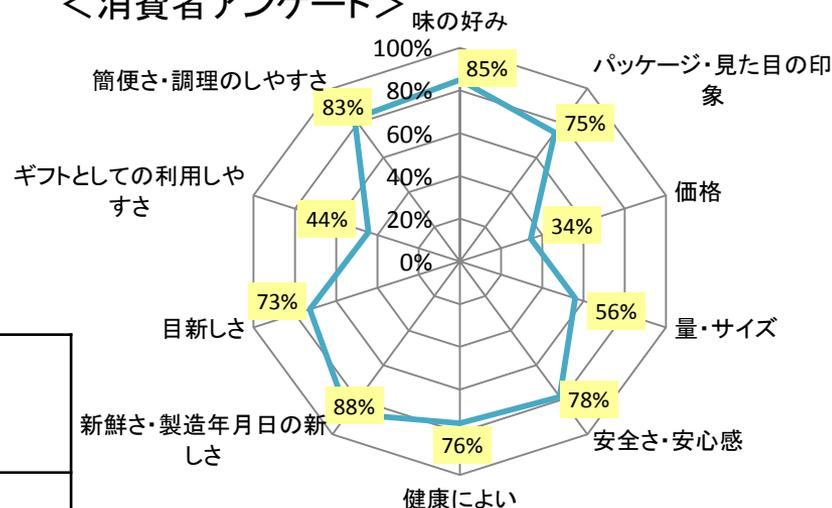
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
17	6009	3425	56%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・健康的。有機食品はぜひ買いたい☆ ・業務用として使いたい ・品質が良い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・英語表記が分かりにくい、または不足している☆ ・価格が高い☆ ・果物を加工していることに抵抗がある(有機食品と思えない)☆

商品別コメント	<p>ふりかけ: 手頃な値段。 バランスのとれた塩味がとても好評である。業務用としても重宝されると考えるが、レストラン向けにはもっと大きく、密封できるパッケージが良い。</p> <p>ジャム: マレードとの違いが分からない人は手を出しにくい。ただし、甘すぎず、色々な料理に使えて便利である。</p> <p>アップルソース: 有機食品か否か、明記する必要がある。またアメリカのアップルソースとの差別化が出来ていないため、商品の購入には繋がりにくい。パッケージについても工夫する必要がある。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・サンフランシスコは特に健康意識の高い人々が多く、加工食品については、有機を謳った商品であれば、それだけで手を取る消費者もいる。実際に、有機インスタントラーメンは完売した。
- ・日本産ということで、安心感や信頼を与えている。
- ・消費者は地元で作られたジャムを購入する傾向にあるが、例えば「ゆずジャム」は現地ではまだ手に入りにくいいため、参入の余地があると考えられる。

水産物・水産加工品

<出品品目数、販売数>

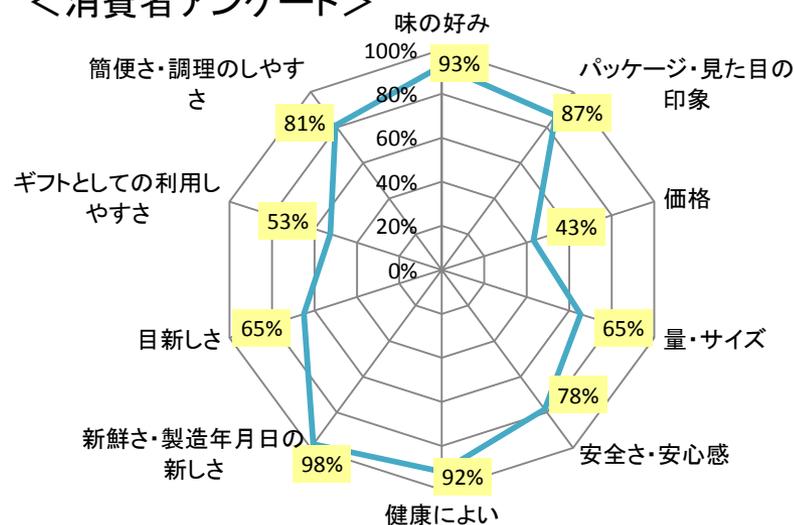
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
3	704	320	65%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	＋評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージが美しい☆ ・現地で入手困難なため、重宝される
	－評価	<ul style="list-style-type: none"> ・サイズに対し価格が高い☆ ・使用方法を明示すべき☆

商品別コメント	<p>昆布： 子供が食べられるものか等含め、表示が分かりにくい。調理方法の説明や写真、また販売時は具体的な実演があると良い。 サンフランシスコではひじきとわかめ以外の海藻はなかなか手に入らないため、珍しさがあり受け入れられると思われる。</p> <p>鰹節： 脂肪分が少ないため、健康志向の強い消費者に人気がある。 使用方法のバリエーションについて言及したほうがよい。 価格は少し高いものの、アメリカに既にある鰹節との違いをはっきりと打ち出していくことが出来れば、問題ない。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・全般的に、価格が少々高いとの声が多いが、味の良さや品質の良さでカバーし、販売にもつながったと考えられる。一品あたりの平均販売率も他品目に比べると高かった。
- ・現地消費者には馴染みがない商品については、産地や製法などの情報を提供するとともに、調理方法の教示やレシピ提供などが必要と思われる。
- ・サンフランシスコは環境への関心が高い地域のため、パッケージに対するプラスチックの利用や過剰包装については厳しい意見も見られる。

茶

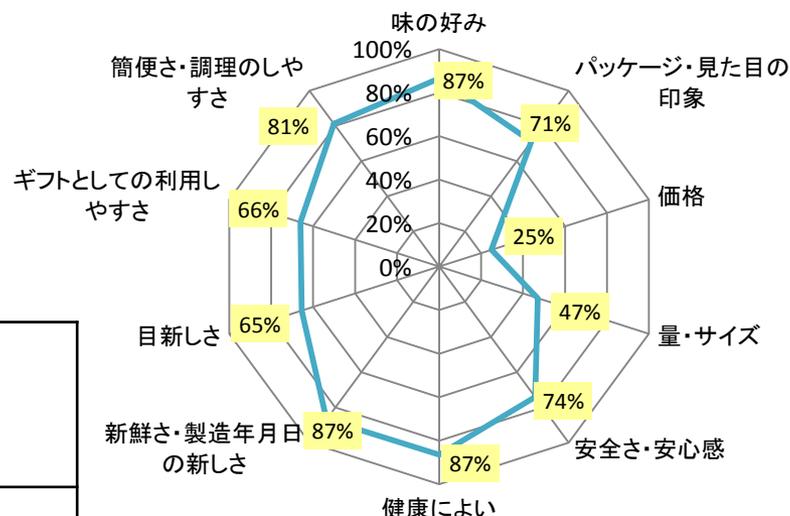
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
2	460	148	37%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・味が濃く、お茶本来の味がする☆ ・お茶は健康に良い☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・価格が高く、購入をためらう☆ ・お茶は多く出回っており、差別化が難しい☆
商品別コメント	<p>緑茶(粉茶): サンフランシスコは、抹茶だけでなく日本食やお茶を好む人が多いので需要はある。しかし毎日緑茶を飲む習慣は無いため、鮮度を保つ工夫や、中に軽量スプーンを入れる等、現地のニーズに合わせた工夫が必要である。 ドレッシングやサンドイッチブレッド、クリームチーズと合わせるなど、新しいメニューの提案ができるが良い。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・日本茶自体は、現地消費者にも認知されている。
- ・健康に良いとのイメージがあり、実際に緑茶を飲む人は多い。
- ・味の良さや高品質な点は高く評価されるが、市場に同種の商品がすでに展開されており、価格が高すぎると消費者からは敬遠されてしまうと思われる。

調味料

<出品品目数、販売数>

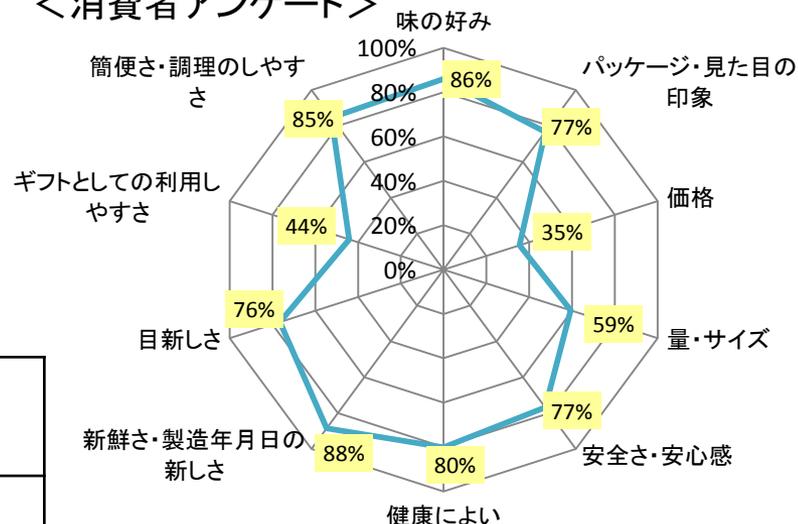
品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
14	3503	1999	59%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・高級感がある(醤油)☆ ・味が良く高品質☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・パッケージに華やかさが欠ける☆ ・パッケージが分かりにくい(英文表記が無く内容物が何か分からない)☆ ・価格が高い☆

商品別コメント	<p>醤油: 健康志向が高いため、「有機」を前面に押し出し、成分表をきちんと表記するとより良い。 現在アメリカでは燻製ブームであるため、燻製醤油の発想はとても面白く好評価である。 生産者や生産地についての特徴を明記し、日本らしさを強調することで、より消費者の関心が高まると思われる。</p> <p>酢: 黒酢は、味わい深く、味に特徴があるので、既にアメリカで販売されている酢と差別化を図ることができ、受け入れられる可能性がある。 果実酢は、使い方が分からない、用途が限定される、というイメージがあり、しかも価格が高いと、敬遠される。利用方法など簡単なメモをパッケージに記載すると良いと思われる。</p>
---------	---

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・すでに多くの日本産調味料が米国で流通しているが、大量生産された商品と異なる品質の高さが高く評価された。
- ・個性的な商品や現地消費者では馴染みのない商品であっても、販売の際は試食を提供し、レシピや説明を付けると、更に消費者に受け入れられる可能性があると思われる。
- ・サンフランシスコは健康意識の高い地域であることから、成分表の細分化ができると良いと思われる。

清涼飲料水

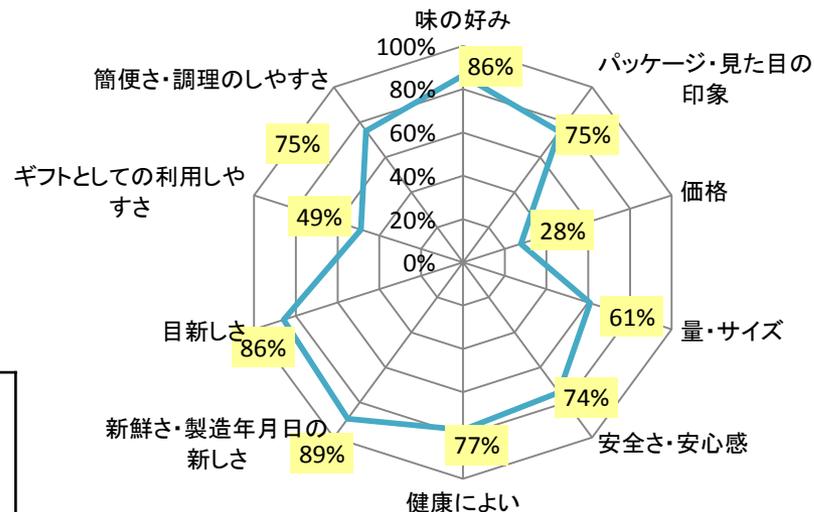
<出品品目数、販売数>

品目数	入荷個数	販売済個数	一品あたりの平均販売率
3	609	244	45%

<消費者及び専門家コメント> 消費者コメントは☆印

品目全体に関する主なコメント	+評価	<ul style="list-style-type: none"> ・さわやかで美味しい(柚子ジュース)☆ ・甘すぎず、健康的である☆
	-評価	<ul style="list-style-type: none"> ・値段が高い、ここまで高いのであれば有機であってほしい☆ ・パッケージが良くない(環境にやさしくない、飲み物のボトルに見えない)☆
商品別コメント	<p>果実ジュース: 味とパッケージの評価が高かったものの、現地で販売されているものに比べると圧倒的に高価である。パッケージの表記を英語にし、飲み方の説明を記載することで、消費者の関心をひきつけ、手にとって見てもらえるような工夫をすることが必要である。</p>	

<消費者アンケート>



※「良い」「まあ良い」「どちらとも言えない」「あまり良くない」「良くない」の5つの選択肢から1つ選択する方法で消費者の出品品目に対する意見を徴収。図は、項目ごとの回答総数に対する「良い」及び「まあ良い」の回答の比率をチャート化したもの。

<品目別総評>

- ・消費者アンケートでは価格に対する評価が厳しかったが、完売する商品もあった。現地には無い商品であり、味が良ければ販売につながる。
- ・一方で、同種の商品が数多く流通していることから、日本産ならではの特徴など、差別化のポイントが無いと販売は難しい。パッケージのデザインや商品情報の表記方法の工夫なども必須と思われる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

※【1USD=123.22円換算】

販売実績一覧(サンフランシスコ)11・12月 (1/2)

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (USD)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
1	北海道	トマトジュース	○	9.99	1,231	240	20	ナッツのような香ばしさ、豊かな旨みと発酵度合いがとても良い。	とても純粋な味。
2	宮城	味噌		15.49	1,909	400	173	とてもマイルドな味わいで、塩分も高くない。味噌単独で十分美味。	パッケージが魅力的。
3	秋田	乾燥しいたけ		15.99	1,970	300	94	密閉できるパッケージの方が一般家庭には適当。	調理するのが楽になる。
4	埼玉	醤油		6.99	861	408	232	後味が良く、日本産の醤油にこだわる人には十分ニーズがある。	豊かな味わい。
5	埼玉	醤油		5.99	738	240	150	高価ながら特別な食材であるということを理解してもらう必要がある。	とても美味しい。
6	千葉	醤油		14.49	1,785	146	146	燻製された醤油は珍しく、また高級感があって良い。	今までに体験したことのない味。
7	東京	ぶどう酢		11.99	1,477	100	22	お肉料理との相性が良さそうだ。	とてもシンプルで可愛らしく、美味しい。
8	東京	シロップ	○	10.49	1,293	84	84	独特な味わいで面白いが、一般家庭にはあまり使い道がない。	はちみつに代わる、ヘルシーな甘さ
9	東京	焼きのり		17.49	2,155	400	65	味や食感が良く、量も適量。	とても新鮮で美味しい。
10	東京	がごめ昆布		5.49	676	64	64	サンフランシスコではひじきとわかめ以外手に入らないので貴重。	味も食感もユニーク。
11	神奈川	梅干し	○	5.99	738	504	324	甘みと酸味のバランスが丁度よい。	食感、味、パッケージ、どれも素晴らしい。
12	新潟	米(コシヒカリ)	○	4.99	615	200	66	特別なお米とはいえ、量を考慮すると高価。	美味しく、健康的。
13	石川	きなこ		5.49	676	300	56	親しみのある味。賞味期限も長くて良い。	健康的で美味しい。
14	福井	あわせ味噌		7.99	985	384	235	常備しておく役立ちそう。	ベイエリアでの市場性がとても高いと思う。
15	長野	玄米コーヒー		15.99	1,970	198	53	レストランやカフェでならニーズはありそうだ。	ユニーク。
16	長野	アップルソース		6.99	861	210	19	アメリカの有機食品ブランドのアップルソースとあまり味は変わらない。	砂糖が入っていないので健康的。
17	岐阜	インスタントラーメン		2.99	368	777	777	袋が大きすぎるため、表記が読みづらい。ラベルに改良が必要。	健康的な味。
18	静岡	鰹節		4.99	615	240	191	使い方に馴染みがないが、とても美しい。	脂肪分が少ないのに、料理に深い味わいを与える。
19	愛知	みりん		8.99	1,108	312	186	味が良いが、どのように保存しているのかが分からない。	サラダにぴったり。
20	京都	ふりかけ		4.99	615	320	223	わかめ、海苔、胡麻、それぞれの味わいを楽しむことができて美味しい。	お米がもっと美味しくなる。

(参考)個別商品のモニタリング結果

※【1USD=123.22円換算】

販売実績一覧(サンフランシスコ) 11・12月(2/2)

No.	所在地	品目等名	6次化認定	現地販売価格 (USD)	日本円 換算※	入荷個数	販売済 個数	専門家(レストランシェフ等)コメント ※売れ筋、購買理由、売れない理由等	主な消費者コメント
21	京都	純米酢		18.49	2,278	240	70	価格が少し高い。パッケージは日本らしくとても良い。	美味しく、いろいろな料理に使える。
22	京都	あられ		5.99	738	420	117	馴染みのない味だが、とても面白い。	美味しく、健康的なおやつ。
23	京都	粉末茶		14.49	1,785	160	82	中に軽量スプーンなどが入っていると便利である。	健康的で新しい。
24	京都	黒にんにく	○	10.99	1,354	200	31	競合と比較すると少し価格が高いと思う。	とても手の込んだ、面白い食材。
25	大阪	白胡麻ペースト		5.49	676	108	108	アメリカにはナッツアレルギーの人が多いため、変わりにこれを使うと良い。	様々な料理に使える商品。
26	兵庫	乾燥糸こんにゃく		2.49	307	576	256	メニューに取り入れたい。	いろんな料理に使える食材。
27	島根	たまり醤油		8.99	1,108	408	128	旨味と塩分のバランスが取れている。	個性的な味。
28	広島	玄米黒酢		9.99	1,231	72	49	まろやかで上品な味わいだと思う。	味わい深い。
29	徳島	めんつゆ		9.99	1,231	204	107	価格は他のアジア食品と比較しても適当である。	健康的で爽やか。
30	香川	そうめん		14.79	1,822	600	38	胡麻のエッセンスが入っているのはとてもユニークだし、食感が良い。	菜食主義でも食べられる。美味しい。
31	愛媛	柚子胡椒		5.79	713	189	189	スパイシーな味わいが好ましい。	料理に複雑な味わいを加えてくれる。
32	高知	柚子ジュース	○	2.49	307	171	171	もう少し炭酸を強くした方がアメリカ人には受け入れられやすいと思う。	爽やかで甘すぎない。
33	高知	出し巻き卵の素		4.99	615	120	70	異性化糖とグルタミン酸ナトリウムが入っているため自然食品を好む人には受け入れられないと思う。	本物の日本食を家で再現するのに適した商品。
34	高知	ごまドレッシング		7.79	960	280	242	なかなか自分では作れない味。	レストラン品質。
35	高知	ゆずジャム		6.99	861	178	178	ゆずはなかなか手に入りにくいので人気が出ると思う。	シンプルで軽く、おやつに適している。
36	福岡	生姜葛湯		6.99	861	210	182	飲み物であるということがひと目で分かるパッケージにした方が良い。	美味しくて健康的。
37	長崎	しいたけチップス	○	3.79	467	240	126	しいたけの味が感じられず、全体的に薄味に感じた。	サラダとの相性が良い。
38	鹿児島	粉末緑茶		10.99	1,354	300	66	小売用に華やかなパッケージにして、使いやすさを追求して欲しい。	お茶を飲む人が多いエリアなので、市場性が高い。
39	鹿児島	いもせんべい	○	6.49	800	240	70	アメリカ人は甘いスナック菓子は好んで食べない傾向にあるため難しい。	子供のおやつに良い。
40	鹿児島	ソフトキャンディー		1.79	221	742	742	オブラートが食べられることを英語で明記すべき。懐かしい味。	食感が好き。

【免責条項】本結果概要で提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本結果概要で提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。