

2018年度 日本産米粉プロモーションについて（米国・仏国）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

本資料の内容

- JFOODOの日本産米粉プロモーション戦略
- 2018年度に実施した施策内容

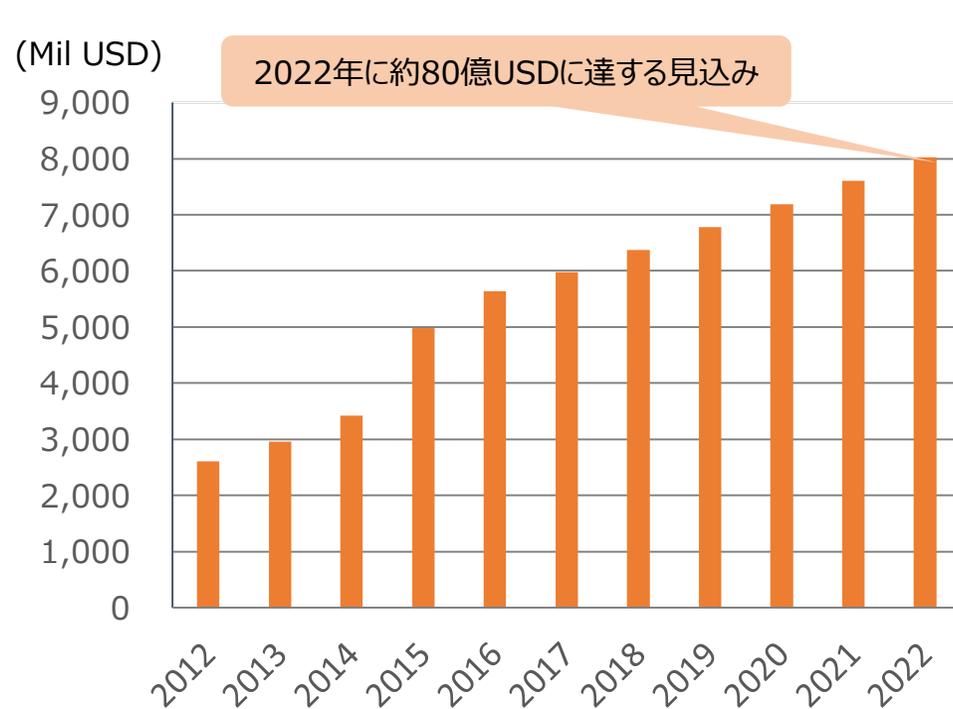
JFOODOの日本産米粉プロモーション戦略

着眼点

- グルテンフリー市場の拡大とそのカテゴリー -

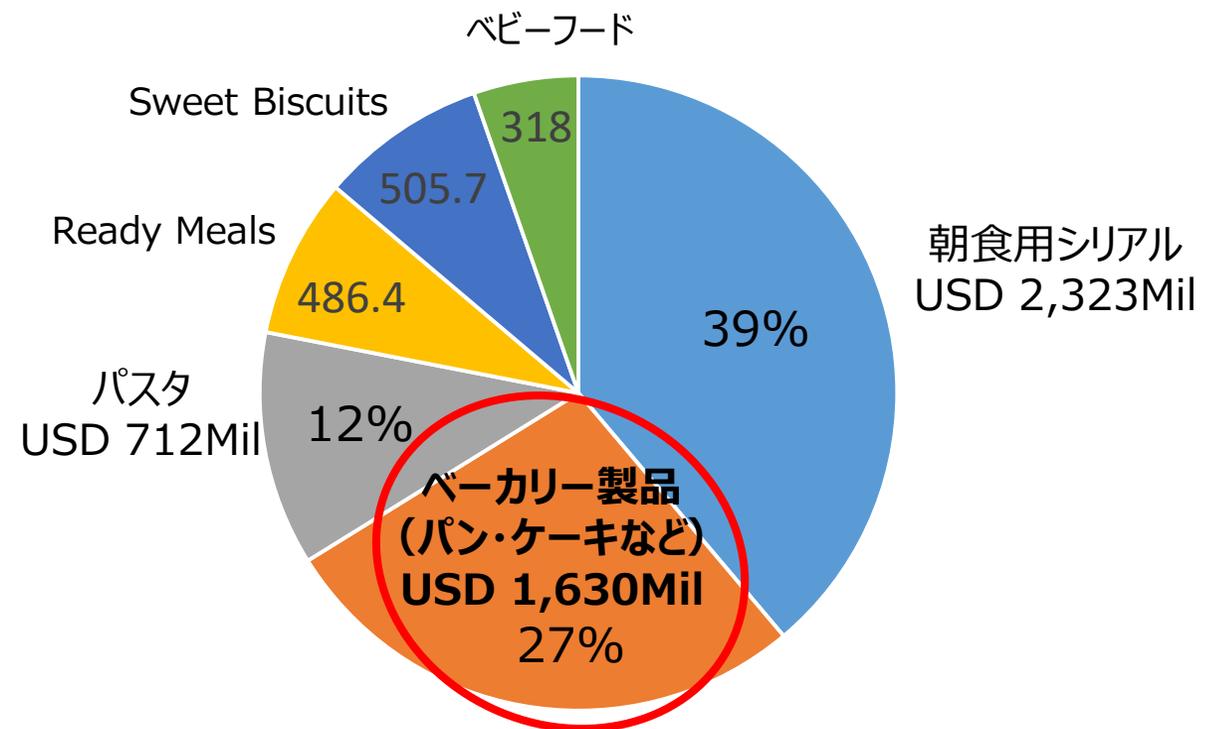
グルテンフリー製品市場は順調に拡大しており、2022年には約80億USドルに達すると見込まれています。

同市場において、ベーカリー製品が3割近くと大きなシェアを持ちます



図：世界のグルテンフリー製品市場

出典：Euromonitor Dataを基に JFOODOにて作成



図：世界のグルテンフリー市場カテゴリー別シェア(2017)

出典：Euromonitor data

着眼点

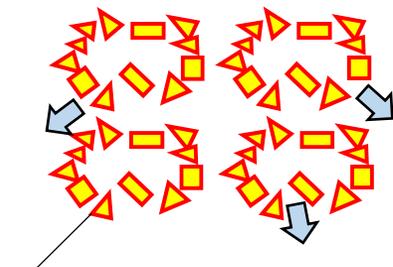
- 日本産米粉のグルテンフリーベーカリー原料としての優位性

日本産米粉は、グルテンフリーベーカリー原料として他原料よりも膨らみやすい加工適性を持っていることに加え、小麦粉や他素材で作られるベーカリー製品とは異なる食感、味、香りを提供できます

他国産米粉やその他のグルテンフリー素材

ガスを保持できず膨らまない為、増粘剤などの添加物によって膨らませる機能を補っている

ベーカリー生地の構造



デンプン粒

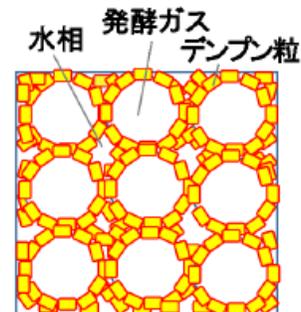


海外のグルテンフリーベーカリー製品の例

日本産米粉

加工適性

粒子の均一性により、添加物を使わずに膨らみやすい*と考えられている



③【焼成直前】生地が膨らむ
デンプン粒が気泡を安定化



2017年レシピ開発したパン
(グルテンフリーかつ添加物不使用)

* 米粉によっては焼成条件は異なる

味覚・官能特性

- ✓ 生地がしっとり、もちりしている
- ✓ 口どけが良い
- ✓ クラスト（皮）のかりかり感
- ✓ 米由来の甘味
- ✓ 他の素材に合わせやすい

出典：2017年1月26日農研機構プレスリリース

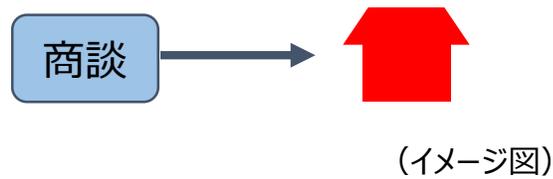
戦略

- 訴求対象

効果的に取扱店舗数拡大が見込めるベーカリーチェーンを主な対象に設定し、健康志向消費者が求めるグルテンフリーベーカリー製品の原料としての日本産米粉の取扱拡大を支援していきます

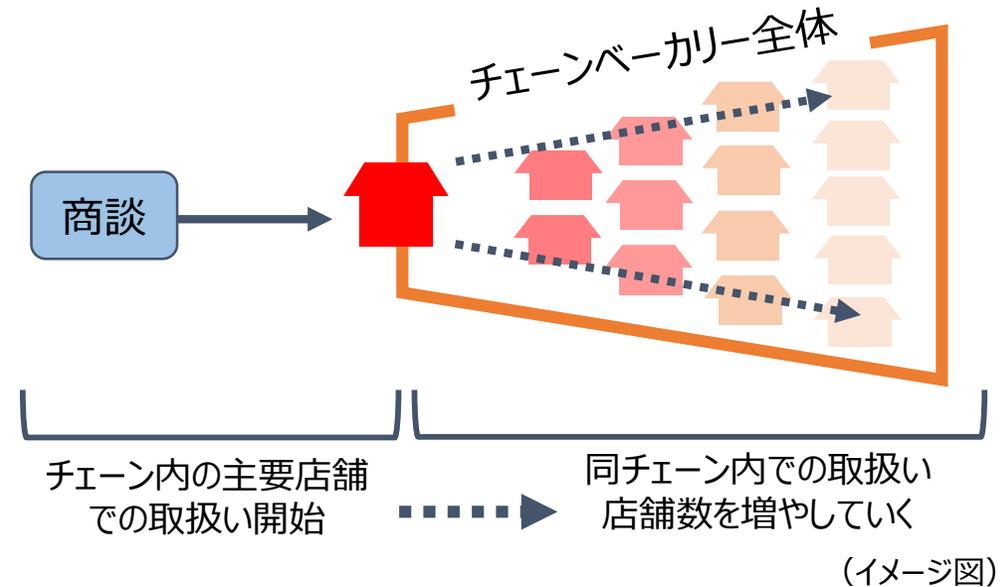
個店1軒ずつと商談を行う場合

1件の商談によって、日本産米粉の取扱いの実現が期待できるのは**1店舗のみ**



効果的 チェーンベーカリーと商談を行う場合

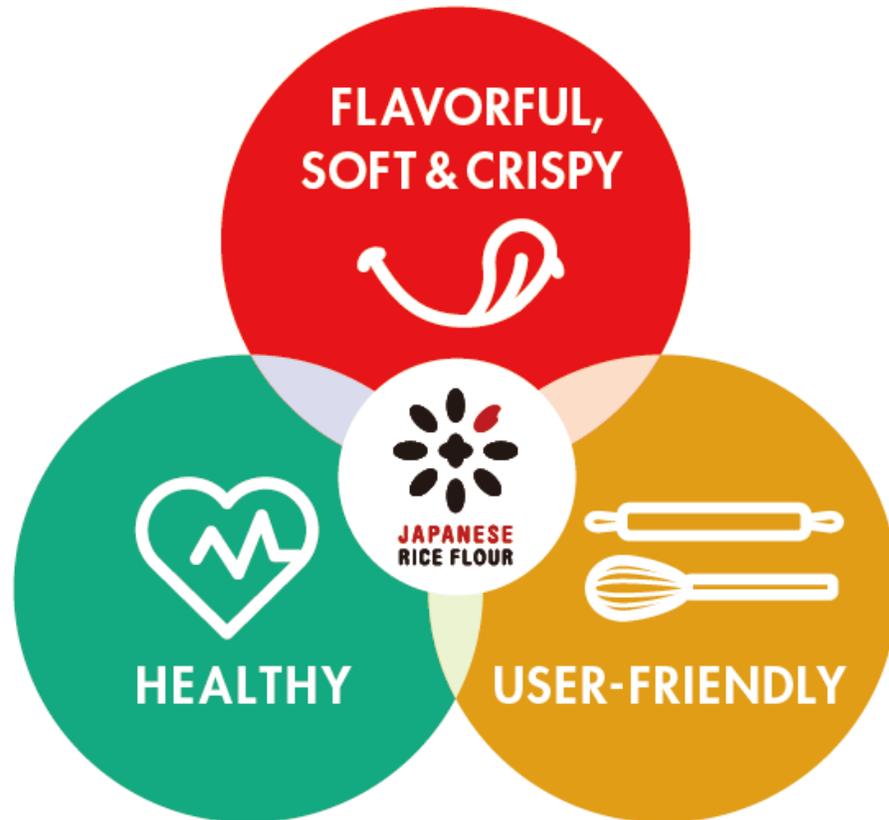
1件の商談によって、日本産米粉の取扱いの実現が期待できるのは**複数**店舗



戦略

- 日本産米粉のグルテンフリーベーカリー原料としてのポジショニング

日本産米粉を、「おいしくて食感がよく、健康によく、さらには作業性がよい」、三拍子揃ったグルテンフリーベーカリー原料として位置付け、ベーカリー等外食事業者への訴求を図ります



➤ おいしくて食感がよい

米食文化の国・日本で作られた米粉でつくったパンやお菓子は、焼いた時に**外側はカリッと、中はふんわりモチモチ**の食感で、口どけなめらか。**ほんのり甘い香り**を楽しむことができます。

➤ 健康によい

米粉はグルテンフリーにも関わらず、**添加物を使わなくても膨らみやすい※**ので、健康的なパンやお菓子を作ることができます。

※米粉によっては焼成条件は異なります。

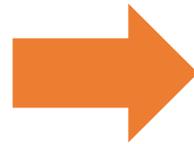
➤ 作りやすい

日本独自の高い製粉技術によって作られた米粉は、**ダマになり難く、こねやすく、作業がしやすい**という特徴があります。焼成後もしっとりした食感が長持ちします。

戦略

- ビジュアルハンマー

日本産米粉プロモーションロゴを効果的に使用し、ターゲットの日本産米粉の取扱意向および、日本産米粉を使用したベーカリー製品の喫食意向の向上を後押ししていきます



日本産米粉プロモーションロゴ 活用例

2018年度に実施した施策内容

2018年度施策

- プロモーション実施国

グルテンフリー製品市場の大きさと伸び率、世界への影響力の強さを踏まえ、
米国のニューヨークと仏国のパリを対象にしました

国（都市）	GF市場規模 (2017年、Mil USD)	GF市場伸び率 2022 vs 2012
米国（NY）	2,863	3.66倍
フランス（パリ）	108	7.05倍

2018年度施策 - 全体像

日本産米粉の優位性を焼成テストで検証し、現地消費者の受容性調査、現地流通実態調査を行った上で、2018年12月以降に、見本市やイベントを活用した情報発信、顧客開拓支援施策を実施しました

実施したこと	得られたこと
① 焼成テスト（海外産と比較）	日本産米粉の優位性を確認した （日本産で焼成したパンの方が総じて膨らみが良く、かつ美味しくて食感が良かった）
② レシピ開発	ターゲット（ベーカリー等外食関連事業者）の使用意向上を高めることに資する、日本産米粉の使い方提案のバリエーションが増えた
③ 現地消費者の受容性調査 （コンセプト、味覚・官能特性、価格など）	-プロダクトテスト：実際に食べてもらったところ、高い購入意向が得られた -コンセプトテスト：日本産米粉のポジショニング設定やクリエイティブ制作に活用できる消費者の嗜好やインサイトを確認した
④ 流通実態調査 （ディストリビューター、競合、市場価格帯など）	-JFOODOプロモーションを実施するにあたりアプローチすべきプレーヤーを把握した -米粉を含むグルテンフリー原料の流通構造や競合品（他グルテンフリー原料）に係る情報を把握した
⑤ 商流構築支援	ターゲット（ベーカリー等外食関連事業者）の日本産米粉の認知、理解、使用意向上を高めることができた

2018年度施策

- 米国（ニューヨーク）

米国では、アンバサダーシェフによるプロ向け勉強会、料理学校CIAでのワークショップ、外食産業見本市での日本産米粉ブース設置を実施し、日本産米粉の認知・理解・使用意向の向上に取り組みました

➤ アンバサダーシェフによるプロ向け勉強会

時期：2019年2月19日

場所：米国ニューヨーク（マンハッタン）

➤ 料理学校「CIA」でのアンバサダーシェフによるワークショップ

時期：2019年2月22日

場所：CIA

➤ 見本市（Int'l Restaurant Show）での米粉プロモーションブース

時期：2019年3月3日～5日

場所：国際外食産業見本市

「Int'l Restaurant & Foodservice Show of New York」



アンバサダーシェフ：Zachary Golper氏

◆ NYでは、「BIEN CUIT」というベーカリーを2店舗展開。同ベーカリーはThe New York Times、New York Magazine、Food & Wine、bon appetiteなど名だたるメディアでベストベーカリーのひとつとして認知されている。

◆ シェフ自身も「James Beard Award」に3年連続 Outstanding bakerとしてノミネートされている。

2018年度施策

- 米国：アンバサダーシェフによるプロ向け勉強会

ニューヨークのベーカリー関係事業者向けに、日本産米粉をトピックにした勉強会（情報交換会）を実施しました



2018年度施策

- 米国：料理学校CIA（Culinary Institute of America）でのワークショップ

米国最高峰の料理学校であるCIAの学生、現地メディアに向け日本産米粉の優位性を認知してもらう為のワークショップを実施しました



2018年度施策

- 米国：外食産業見本市での日本産米粉ブース

ニューヨークで開催された見本市「Int'l Restaurant & Foodservice Show」にブースを設け、アンバサダーシェフによる日本産米粉ベーカリー試食提供と日本産米粉の展示および情報発信を実施しました



2018年度施策 - 仏国

料理学校ル・コルドン・ブルーでのアンバサダーシェフによる勉強会、実店舗でのテスト販売、外食産業見本市 Sirhaでの日本産米粉ブース設置を実施し、日本産米粉の認知・理解・使用意向の向上に取り組みました

➤ ル・コルドン・ブルーでのアンバサダーシェフによるワークショップ

時期：2018年12月6日

場所：フランス パリ

➤ アンバサダーシェフのベーカリーでのテスト販売

時期：2019年1月18日～31日

場所：フランス・パリ市内のベーカリー3店舗

➤ 見本市（Sirha）での米粉プロモーションブース

時期：2019年1月26日～30日

場所：国際外食産業見本市「Sirha」 @フランス・リヨン



アンバサダーシェフ1：

Jean-Thomas Scheneider氏（菓子シェフ）

- ◆ 2017年度パティスリ世界大会優勝
- ◆ 2018年グラスリー（氷菓・アイスクリーム）世界大会優勝
- ◆ 2019年M.O.F（国家最優秀職人章）菓子部門受賞

アンバサダーシェフ2：

芳美 & Rodolphe Landemaine氏（パン・菓子シェフ）

- ◆ チェーンベーカリーMaison Landemaine オーナーシェフ
- ◆ パリ15店舗・リール1店舗・東京2店舗

2018年度施策

- 仏国：料理学校（ル・コルドン・ブルー）でのアンバサダーシェフによるワークショップ

ル・コルドン・ブルーのパリ校において、製パン・菓子関係事業者、ル・コルドン・ブルー学生、メディア向けに日本産米粉をトピックにしたワークショップを実施しました



撮影：Michel Dupré

2018年度施策

- 仏国：アンバサダーシェフのベーカリー店でのテスト販売

アンバサダーシェフのベーカリー（Maison Landemaine）のうち、パリ市内の3店舗において、日本産米粉を使用したベーカリー製品2種のテスト販売を行いました



米粉シール



米粉ピック

米粉シール



2018年度施策

- 仏国：外食産業見本市での日本産米粉

リヨンで開催された見本市「Sirha」にブースを設け、アンバサダーシェフによる日本産米粉ベーカリー試食提供と日本産米粉の展示および情報発信を実施しました



