

2022年度 米国における日本産米粉プロモーションのご案内

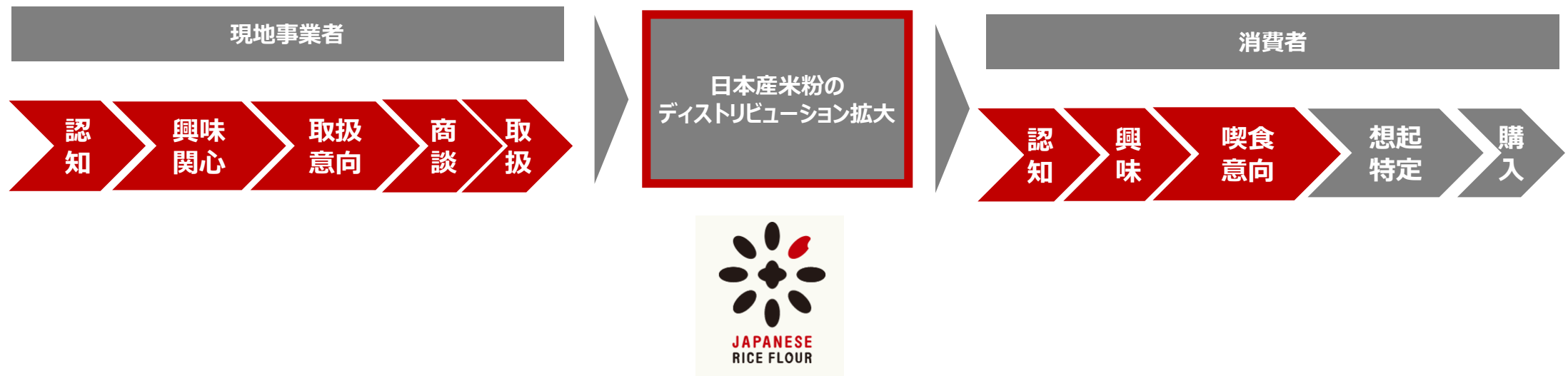
日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2022年6月

2022年度の取組方針（米粉）

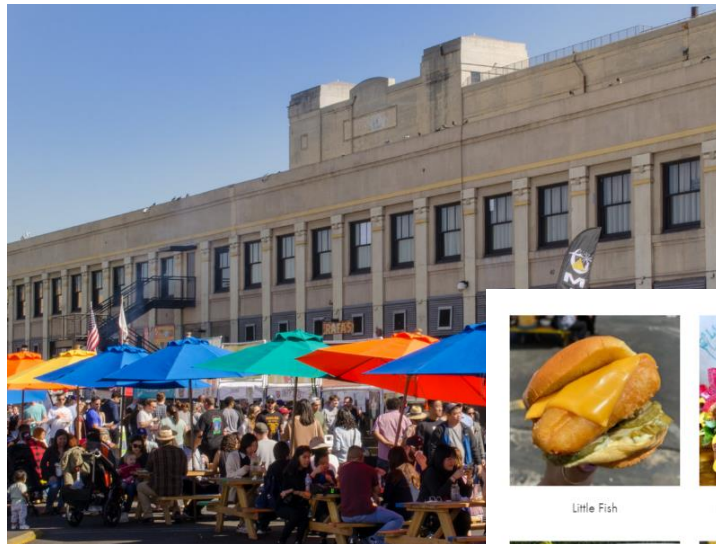
2022年度の取り組み方針

ヘルスコンシャスで新しいものへの受容性が高い米国のベーカリーやカフェなどの業界関係者や消費者に対して、日本産米粉の認知・関心・取扱い意向を向上させ、日本産米粉のディストリビューションを拡大させます



ターゲット

ロサンゼルス、サンフランシスコ、ニューヨークのなかでも、特に、人種が多様で、新しいものへの受容性が高いエリアにあるベーカリーやカフェなどをターゲットとします



Little Fish



Little Llama Peruvian Tacos



A Little Salty Pie Company



Lobsterdamus



Los Cochinitos



Los Dorados



Love Hour



Lula's Goodies



Macheen



Madame Shugah (Vegan)

Health conscious



Vegan

Gluten-free

Plant-base

Flexitarian

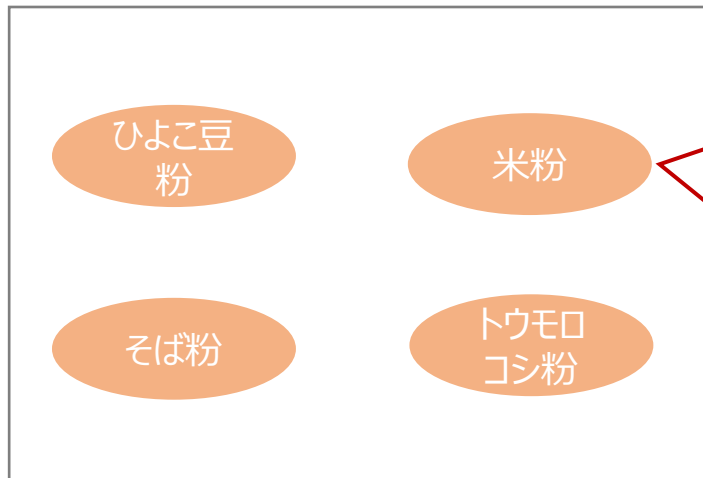


出所 : Smorgasburg LA HP

訴求点

日本産米粉は、ビーガンやグルテンフリーなどを実践しているヘルスコンシャスな消費者に合った、おいしくてヘルシーで新しい原料であることを、ベーカリーやカフェなどの業界関係者へ訴求します

代表的なベーカリー向けグルテンフリー原料



日本産米粉の訴求点



- おいしい（ボソボソしない、滑らかな食感、一緒に使う素材の味を引き立てる）
- ヘルシー（グルテンフリー、ビーガンなどヘルスコンシャスな食文脈に受け入れられる）
- 新しい素材（まだ広く浸透してなくて目新しい）

施策の方向性

-販促ツールの制作

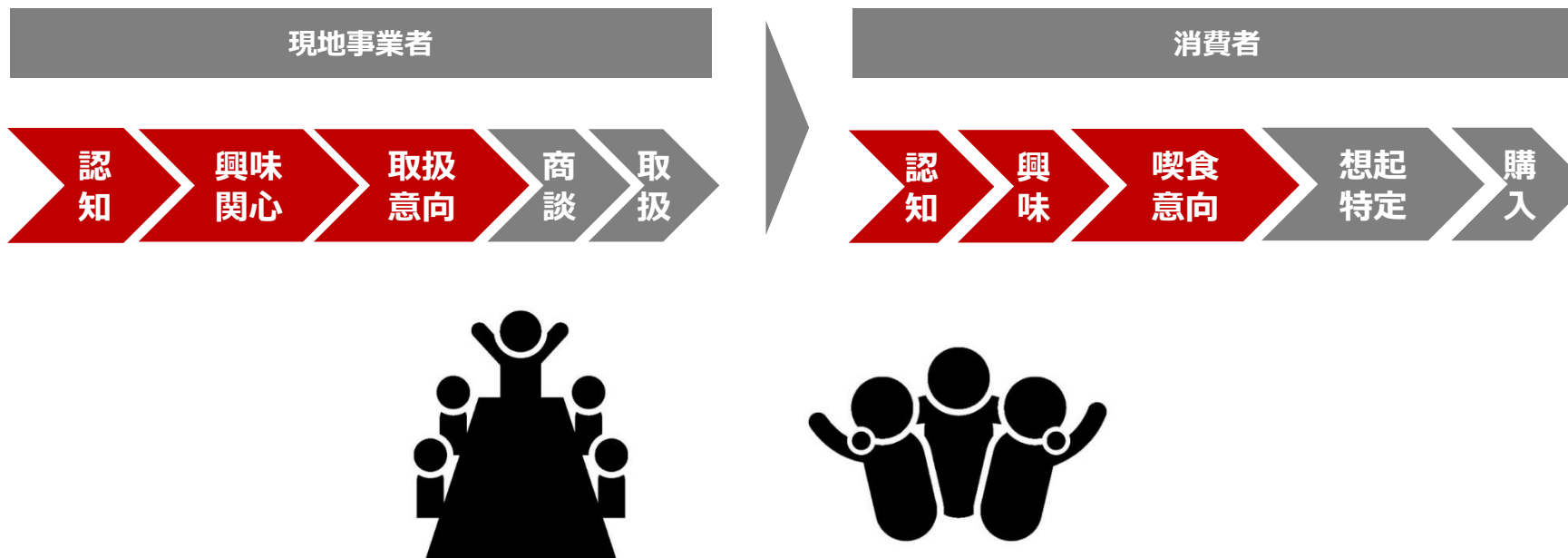
ターゲットの日本産米粉の認知・関心・取扱い意向を向上させるため、日本産米粉の特長を十分に伝達できる販促ツールを制作し、業界関係者が集うイベントやネットワークを活用して情報を拡散します



施策の方向性

-イベントの実施

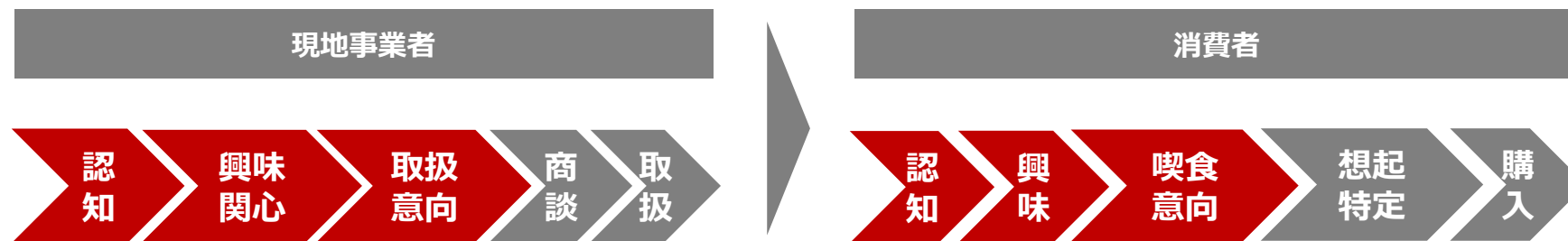
ターゲットの日本産米粉の認知・関心・喫食・取扱意向を向上させるため、ヘルスコンシャスで、新しいものへの受容性が高く日本産米粉の推奨者となることが期待できそうな事業者や消費者を集めて、イベントを実施します



施策の方向性

-情報拡散

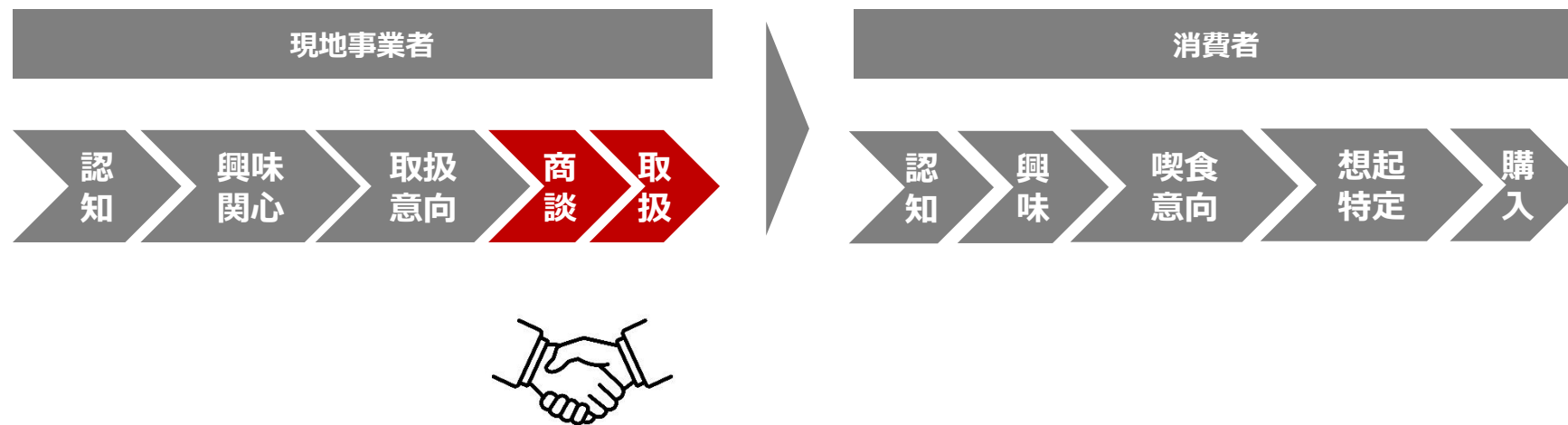
ヘルスコンシャスな消費者や、このような層に影響力のあるベーカリーやカフェなどの業界関係者が関心を持つ媒体への記事広告の出稿等を通じて日本産米粉に関する情報を拡散します



施策の方向性

- 展示会出展

ディストリビューションの拡大のため、展示会に出展して、現地米粉取扱い事業者との商談機会を創出します



施策の方向性

- スケジュール

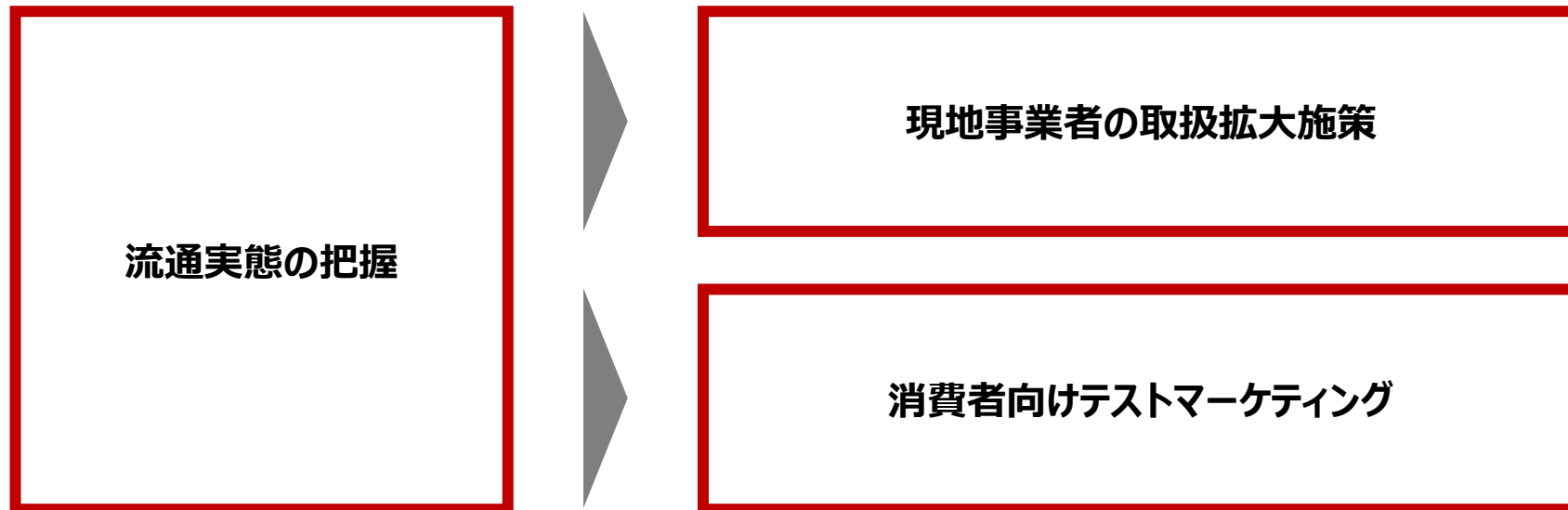
各種制作を進め、2022年秋以降にイベントの開催、3月に展示会出展をする

	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
各種制作					→							
イベント実施						適切な時期に1回開催						
展示会出展											→	
情報拡散					効果が最大化される時期を選定し拡散							

2022年度の取組方針（米粉麺）

取組方針

まずは米国における米粉麺の流通実態を把握した上で、現地事業者の日本産米粉麺に関する認知・関心・取扱意向を向上させて、消費者向けにテストマーケティングを実施します



施策の方向性

- 展示会出展

ディストリビューションの拡大を目指して、展示会へ出展し、米国の米粉麺の取扱いが見込める事業者との商談機会を創出します



出所：NPEW HP



レストラン

小売店舗

現地系卸

施策の方向性

-テストマーケティング

日本産米粉麺に対する消費者の反応や受容性を確認するため、外食・小売店等でテストマーケティング施策を実施します

【テストマーケティングの結果による分析指標例】



