日本食普及の潜在的市場が広がるフロリダ州 –観光都市オーランドで「レストラン＆ロッジングショー」開催–

（米国）

アトランタ事務所発 2016年12月05日

フロリダ州オーランドのオレンジカウンティ・コンベンションセンターで2016年9月27～29日、食品展示会「フロリダ レストラン＆ロッジングショー2016（Florida Restaurant & Lodging Show2016）」が開催された。

■観光産業の飲食関係者も多く来場

主催者によると、「フロリダ レストラン＆ロッジングショー」は本年で45回目を迎え、広さ約7万5,000 平方フィートの展示場に381社の食品関連企業が出展。会場には約9,000人が来場し、各商品に高い関心を寄せていた。azix（ニューヨーク市）がジャパンパビリオンを設置し、食品メーカー、高級包丁や業務用機器を扱う日系企業8社が出展した。ジェトロはバイヤー発掘のため、同展示会に初めてジェトロブースを設置。会場を訪れた食品・飲料バイヤーやレストラン関係者などの「プロ」に日本食の魅力を伝えると共に、フロリダ州内での日本食の評価やニーズなどについて情報収集を行った。

同展示会には米系大手食品メーカーやバイヤーをはじめ、クルーズ・ヨット、ホテル・コンベンションホール、大型レジャー施設などのオーナー、調達担当者やレストラン関係者など、観光都市オーランドならではの分野からも多く来場していた。

また、フロリダ州は観光産業に付随するように外食産業も盛んであり、必要な人材を早い段階から積極的に育成するため、料理学科やホスピタリティ産業を専門に学ぶ機会を設けている高校や大学が多いのが特徴である。会場にはそうした関係の来場者も多くみられた。

ジャパンパビリオンの様子（ジェトロ撮影）

■ジャパンパビリオン出展者もビジネス拡大に手ごたえ

ジャパンパビリオンの出展各社は来場者の商品への理解を深めるため、実演などを交えながら積極的に来場者とコミュニケーションをとっていた。出展各社からは次のような声が寄せられた。

冷凍野菜や漬物などを扱う企業は「フロリダ州を中心に活動する地元の有力バイヤーに高い関心を示していただき、面談の機会があったほか、多数の引き合いもあり、今後フォローアップ、信用調査の上、ビジネス拡大につなげていきたい」と述べた。
　一口サイズに個別包装したキャンディーチーズや薫製バターなど日本の乳製品を扱う企業は、今回現地ディストリビューターをみつけようと同展示会に初出展。「ブースを訪れた方々は評価してくれたのでよかったが、米国での販売を開始できるよう、早急にディストリビューターをみつけたい」とコメントした。

　また、2015年に引き続き出展した巻きずし、握りずしなどの業務用食品加工機器を扱う企業は「継続的に出展しているお蔭か、昨年に比べて興味を持ってもらえて良い機会だった。今後のビジネス拡大に期待したい」と意欲的に語った。

■日本食材普及の潜在的な巨大市場が広がる
　米国内でも成長フロンティアとして位置付けられているフロリダ州。同州の人口は昨年度大台超えとなる2,015万人となり、ニューヨーク州を抜いて州別で第3位（第1位：カリフォルニア州、第2位：テキサス州）となった。観光入込客数も昨年度初めて1億人を突破し、ディズニーやユニバーサルなど大型娯楽施設が集積するオーランドには約6,400万人が国内外から押し寄せるなど、南東部随一の成長市場を形成している。また、観光客のうち、米国内からの観光客が約85%を占めており、好調な米国の消費支出が後押ししている。観光客数の拡大に併せて、旅行消費額も順調に増加しており、2015年度には前年度比8.7%増の891億ドル（約9兆1,809億円、1ドル＝103.04円）に達し、巨大な観光産業が州の税収、雇用数に大きな影響を与えている（表）。

　ジェトロの調査報告書「平成21年度 米国における日本食レストラン動向」によると、州別の日本食レストラン数でフロリダ州（941軒）はカリフォルニア州（3,963軒）、ニューヨーク州（1,439軒）に次ぐ第3位に位置しているものの、数の上では大きく水をあけられている。フロリダ州では近年、富裕層やリタイア層を中心に人口が増加、それと共に観光・外食市場が拡大しており、西海岸や北東部と比べて日本食に対する潜在的なニーズや市場がある。

表：フロリダ州の観光産業が同州経済に与えるインパクト

年度	旅行消費額（10億ドル）	伸び率	税収(観光産業)（10億ドル）	伸び率	雇用数(観光産業)（人）	伸び率
2010	62.7	3.0%	3.8	2.7%	988,600	1.5%
2011	67.2	7.2%	4.0	5.3%	1,016,600	2.8%
2012	71.8	6.8%	4.3	7.5%	1,057,700	4.0%
2013	76.1	6.0%	4.6	7.0%	1,096,700	3.7%
2014	82.0	7.8%	4.9	6.5%	1,145,800	4.5%
2015	89.1	8.7%	5.3	8.2%	1,194,500	4.3%

（出所）フロリダ観光局

　日本の食文化を理解してもらうための教育活動や日本産品の高い信用力を絡めたPR活動を継続的に行っていくことで、日本食市場はまだまだ広がる余地があるだろう。今回の「フロリダ レストラン＆ロッジングショー」でも料理コンテストが開催され、著名なシェフが斬新なメニューを創作し、来場者の関心を集めていた。こうした食文化の担い手であるシェフとのタイアップによるメニュー開発や地元消費者のニーズに即した観光産業への提案型市場開拓も日本食を啓蒙するツールとなるかもしれない。

　なお、次回は2017年9月10～12日に同会場での開催を予定している。
（堀田　基）

◆◇◆ Food & Agriculture 3116 ◆◇◆
（米国）

Food＆Agriculture　4ad0d71ad855204a

この情報はお役に立ちましたか？

役立った	1	2	3	4	役立たなかった

送信

海外農林水産・食品情報（Food & Agriculture)

もっと見る

- 低調な小売業、レストランやバーの併設に活路 －オンライン販売に対抗－(米国)
- クラフトビール市場は着実に拡大 －上半期の生産量は前年同期比8%増－(米国)
- 海産哺乳類を混獲する漁業による水産物の輸入を規制 －2017年1月に施行、5年間は免除期間－(米国)
- 東海岸最大の自然商品見本市でトレンドを探る －ナチュラル・プロダクツ・エキスポ・イースト2016－(米国)
- アトランタの食品見本市に「和牛」出展 －出展者は米国南部での和牛普及に手応え－(米国)

ご質問・お問い合わせ

サービスの内容について

メールで問い合わせる

農林水産情報研究会（農林水産・食品部内）
Tel：03-3582-5019

ご請求などについて

メールで問い合わせる

メンバー・サービスデスク
Tel：03-3582-5176

Copyright (C) 1995-2016 Japan External Trade Organization(JETRO). All rights reserved.