



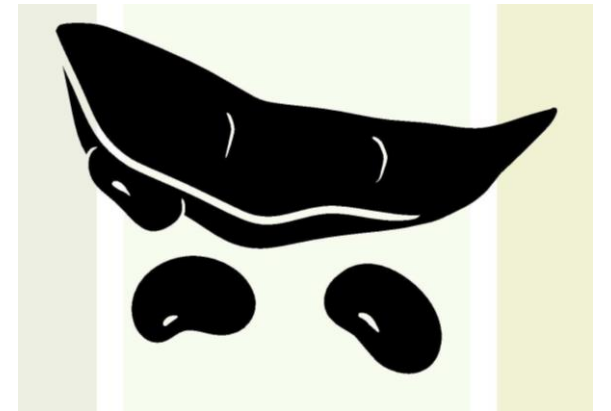
令和6年度ロンドン市場開拓チャレンジ 事業報告会



令和7年3月10日
鶴岡市農政課

目次

- 1 本事業の「きっかけ」と輸出の背景
- 2 なぜロンドンなのか
- 3 ロンドン市場開拓チャレンジ事業の概要
- 4 Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair
- 5 Special Food' from the City of Tsuruoka
in Yamagata Prefecture DINNER EVENT
- 6 TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025（販促フェア）の開催
- 7 ロンドン在住サッカー選手との交流
- 8 令和6年度ロンドン輸出における課題
- 9 今後の可能性と展望





1 本事業の「きっかけ」と輸出の背景

1-1 国、県の輸出背景

◆ 国や県は海外輸出をどう考えている？

国
【農林水産省】

「食料・農業・農村基本計画」～グローバルマーケットの戦略的な開拓～

農業・農村の持続性を確保し農業の生産基盤を維持していくため、我が国の高品質な農林水産物・食品を輸出に仕向けるための努力を官民の総力を挙げて行い、可能な限り輸出を拡大していく。

■2025（令和7年）目標輸出額 2兆円 ⇒ 2030（令和12年）目標輸出額 5兆円

■2023（令和5年1-12月）輸出額実績 1兆4,547億円 前年比+407億円 ※過去最高

山形県

「第4次山形県総合発展計画」～第2次 山形県国際戦略～

人口減少による国内市場の縮小が懸念されるなか、経済成長が著しいアジア諸国などの活力を取り込み、本県産業の持続的な発展と地域の活性化を図るため、県産品の輸出拡大等に取り組む。

■令和5年度 輸出額実績およそ11.5億円 ※過去最高

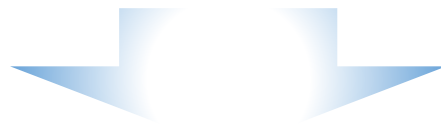
■主な輸出品目 米、りんご、もも ■主な輸出先 香港、台湾

行政としては、

農業の持続的な発展のため、農林水産物・食品輸出の促進を図っている。

◆ 本市における海外輸出って・・・

- ・ アジア圏内での実績はあるがノウハウが浸透していない
- ・ 輸出に向けた取組み（フェア出展や市場調査）の実績はあるが、単発で終わり継続性がない
- ・ 輸送コストや販促コストの高さなどの理由から、輸出品目の拡大に向けた試験的な販促機会の創出が困難



< Highリスク Lowリターン >
なかなか手を出せない現状！





2 なぜロンドンなのか

2-1 なぜロンドンなのか

◆ これまでの海外市場開拓に向けた本市の取組み

平成28年度にミラノ、続いて平成29年度に香港で市場調査を実施
現地の料理人や消費者等から鶴岡食材に対する一定程度の評価はあるが、、、
ゼロから取引や物流網を築き上げることは、想定以上の高いハードル！

◆ 海外輸出を拡大していくには？

海外販路の開拓に向けて、既存の輸出スキームを活かし、少しずつその販路を押し広げる施策を展開することが効果的か？

◆ 地元に目を向けてみれば？

イギリスのロンドン市場において山形県産品フェアへの出展や日本食レストランへの継続した米の輸出など、市内の民間事業者による市場開拓が進み始めている！

日本食材の需要の高まり！

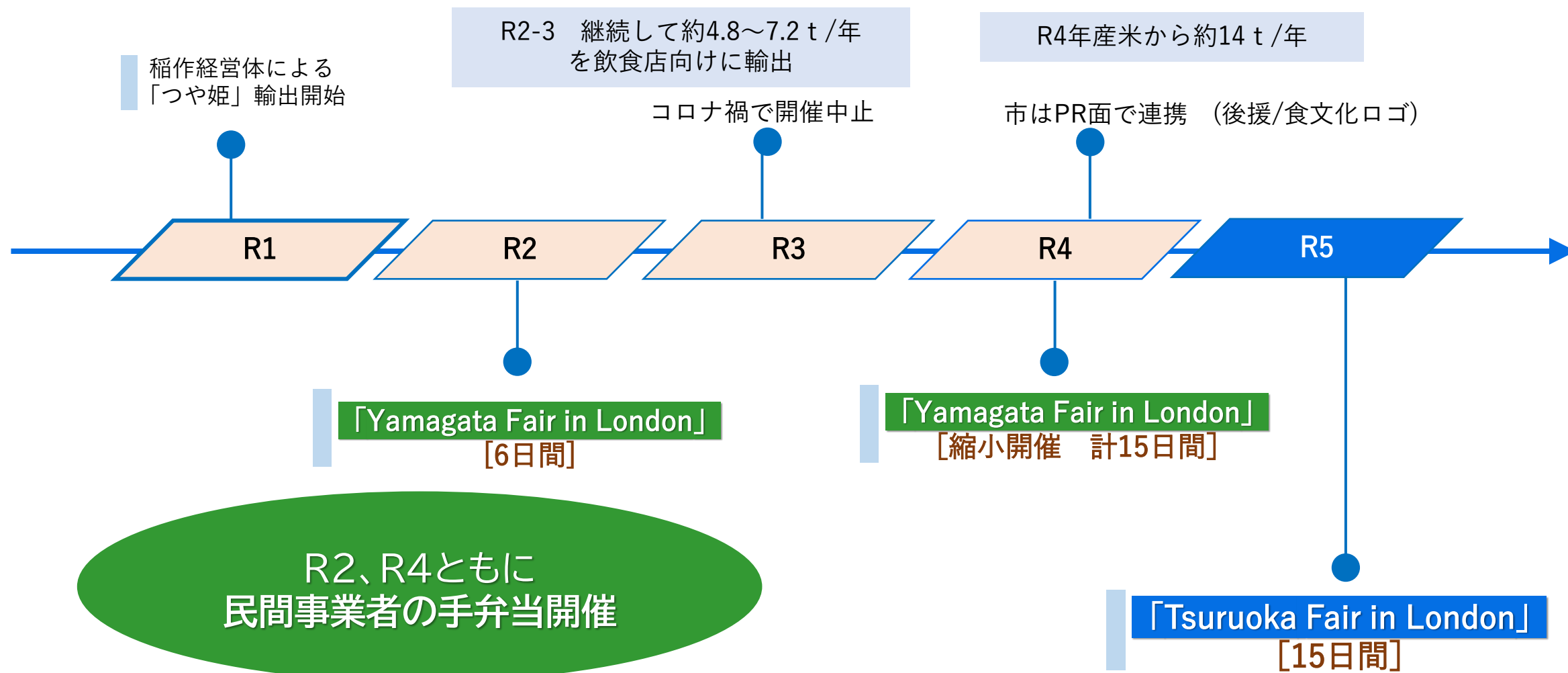
円安の経済情勢も追い風！

ロンドン市場は現時点で日本国内の競合他産地が少なく、参入余地が大きい？

民間事業者の既存のパイプを生かした取組みから！

2-2 民間事業者のロンドン市場開拓に係る取組

- ◆ 民間事業者の取組により、現地の小売店や消費者等から一定程度の評価を獲得し、小規模ながら流通体制も確立済み



2-3 なぜロンドンなのか（その2）

- ◆ ロンドン市場開拓に向けた好機！
そして、その他にもこれだけの条件が揃っている大都市！

英国民1人当 GDP (R5)

4万9,099 \$ /人

日本 3万3,849 \$ /人

在留邦人

R5 : 32,487人

(世界第5位)

出展（外務省「海外在留邦人数調査統計」）

ロンドン市場開拓

日本食レストラン数

R3 : 約570店

(R1 : 約560店)

円安・ポンド高



191.5円/£
(R7.2.18時点)



3 ロンドン市場開拓チャレンジ事業の概要

3-1 ロンドン市場開拓チャレンジ事業 全体概要

目的

鶴岡産農産物・加工品等のロンドン市場開拓を図ることで、継続した輸出の実現及び海外食市場での消費拡大を目指す。※本取組は3カ年計画であり今年度で2年目

1年目

- ・「Tsuruoka Fair in London 2023」開催 12/8～12/22
- ・20事業者45品目を輸出 輸出品数 6,314品 買取総額 3,443,677円

実績

★2年目

- ・9月 空輸を用いた生鮮販売及び試食会イベントの開催
- ・R7.1月～2月 冷凍、冷蔵船便、空輸を用いた販促フェアの開催
- ・商談会の実施

計画

3年目

ロンドン市内にて試食イベントの開催及び飲食卸との商談会検討中

計画

鶴岡産農林水産物及びその加工品の継続した輸出の実現へ

3-2 令和5年度の取組概要

概要

「民間企業」によるロンドン輸出の取組を起点とし、ロンドン市内小売店での販促フェアを開催することで、テスト販売機会の創出及び本市のPRを図る。
物流課題の検証及び消費者・事業者へのアンケート調査を実施し、ロンドン輸出拡大に向けた可能性や課題等を整理し、次年度以降の発展的な取組に繋げる。

1. 商品選定審査会

◆日程 令和5年8月30日、9月1日（2日間日程）

◆招聘者

JAPAN FOOD EXPRESS 北林靖規氏
natural natural オーガニックフード産直便 萱田 森人氏

◆商品選定結果

応募数	30事業者	64品目
結果	20事業者	45品目

英国への輸出
規制や賞味期
間のハードル



2. 招聘バイヤーのエクスカーション

招聘したバイヤーに、販売商品等の製造工程や圃場等の視察及び食文化のPRや体験を通じて本市農業、食文化への理解醸成を図った。

◆令和5年8月31日（木）

◆視察、体験場所

- ・もんとあ〜る白山店視察
- ・五戸農園 だだちゃ豆収穫体験
- ・佐久間利兵衛観光果樹園 ぶどう狩り体験
- ・竜王尊 善寶寺 見学



4. 出展事業者向け事業報告会の実施

◆日程 令和6年3月14日（木）

◆場所 鶴岡市役所別棟2号館 21・22・23号会議室

◆出席 事業者15名、受託者3名、関連団体2名、関係各課8名

令和5年度の取組みの成果を出展事業者向けに説明。
また、受託者と出展事業者間で意見交換会を実施。



3. 「TSURUOKA FAIR IN LONDON 2023」の開催

◆日程 令和5年12月8日～22日の15日間

◆開催会場 ロンドン市内日本食スーパー 「natural natural」2店舗

◆来場者 12,349人

◆販売額 約1,653千円 ※EC販売も含む

短期間のフェアとしては
売れ行き好調



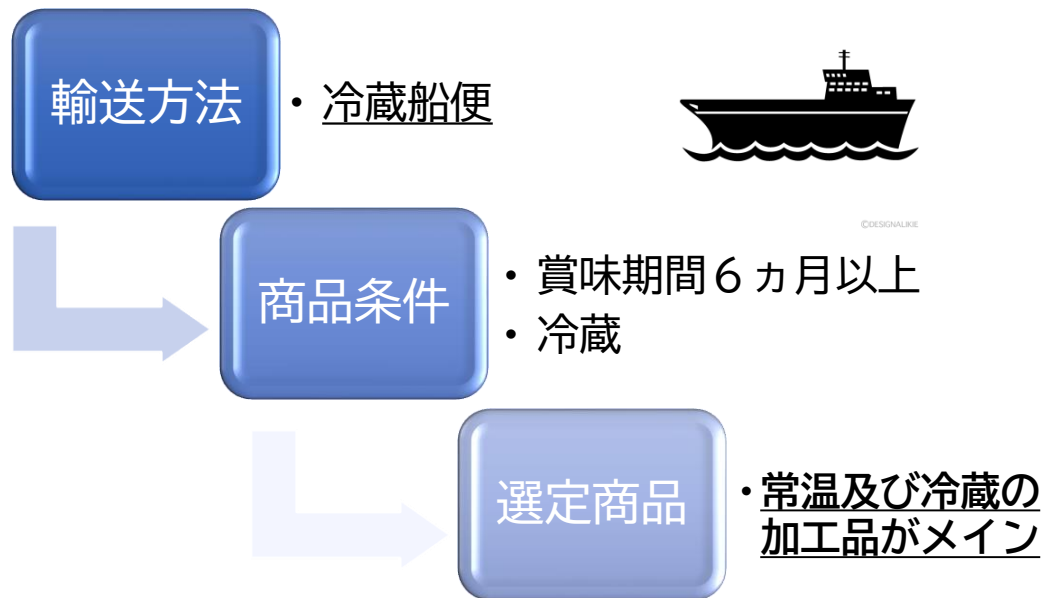
3-3 令和5年度と令和6年度の取組みの違い

★取組の発展★

令和5年度は冷蔵船便のみの輸送であったため、賞味期間が冷蔵で6ヵ月以上の限られた商品でのフェア開催となったが、令和6年度は冷蔵船便のほかに、冷凍船便、航空便での輸送を加えたことで、商品のバリエーションを広げ、販路拡大の可能性を高めた。

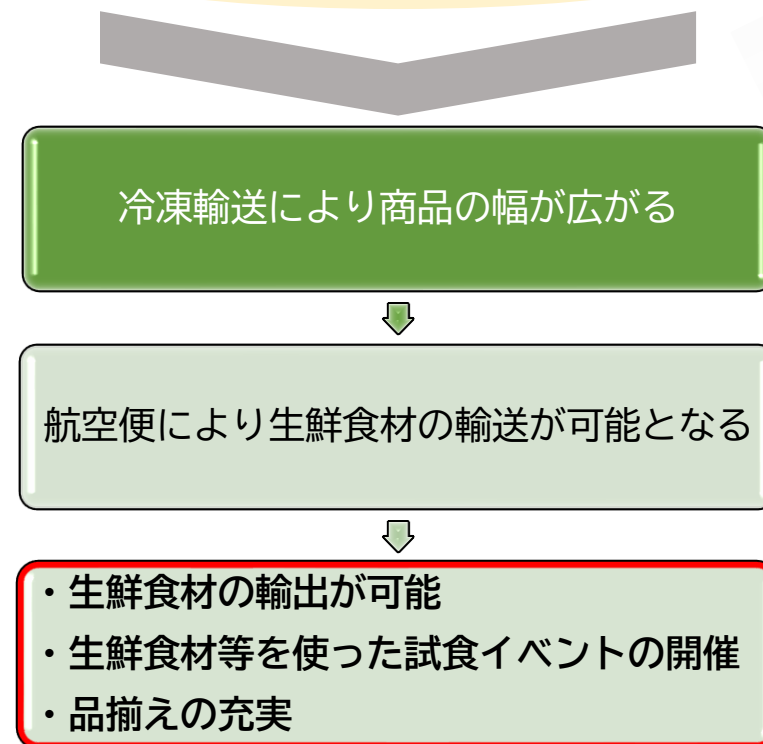
令和5年度の取組

TSURUOKA FAIR IN LONDON 2023



令和6年度の取組

新たに「冷凍船便」 & 「航空便」を追加



商品の種類が限られ、鶴岡産の魅力が伝わりづらい、

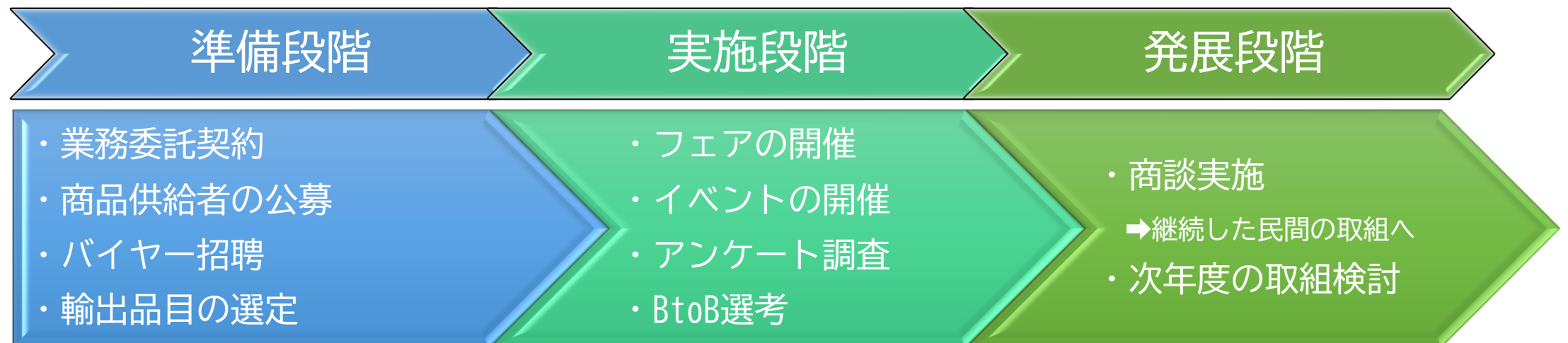
3-4 令和6年度ロンドン市場販路拡大チャレンジ事業（2年目）の計画概要

◆ 目的

鶴岡産農産物・加工品等のロンドン市場開拓を図ることで、継続した輸出の実現及び海外食市場での消費拡大を目指す。

◆ 概要

前年度のフェア等実施結果を踏まえて、売れ筋商品を中心とした「フェア」開催を継続する。また、新たな試みとして「試食イベント」を実施しロンドン市内バイヤー及び日本食レストランのシェフ等に対して本市農産物及び加工品のPRを行うことで継続的で大ロットな取引の獲得を目指す。ロンドン市内での鶴岡産農産物加工品の更なる消費者への『浸透』を図る。



3-5 令和6年度ロンドン市場販路拡大チャレンジ事業（2年目）の取組内容



3-6 関連企業の紹介 委託業務コーディネート 日系輸入事業者

PLACIDI INTERNATIONAL JAPAN FOOD EXPRESS

会社名	 PLACIDINTERNATIONAL (プラチディ インターナショナル)	 JAPAN FOOD EXPRESS (ジャパン フード エクスプレス)
所在地	本 社 イタリア ウンブリア州 ペルージャ県 アウグトゥス通り 日本支社 (合同会社naturale) 埼玉県 川口市 栄町3-4-4-907	英国本社 イギリス クロイドン・ロンドン自治区 ベディントン ドイツ支社 ドイツ ノルトライン＝ヴェストファーレン州 デュッセルドルフ
事業	・ 食材輸出 (ウンブリア州産のオリーブオイル、トリュフ等) ・ ウンブリア州での観光・研修コーディネート ・ 翻訳及び通訳 (イタリア語、英語、フランス語、スペイン語) ・ 各種メディア対応 など	・ 日本食材の輸入卸売 ・ 日本食レストランの運営
代表	鹿野喜志枝 プラチディ 代表 トーマス プラチディ 最高経営責任者 (CEO)	北林靖規 代表
設立	2016年	2017年
HP	本 社 http://www.placidinternational.com/index.html 日本支社 http://placidi.tokyo/	http://www.japanfoodexpress.com/
備考	・ JFE社と連携し、過去2回にわたり山形県産品の販促フェアを企画・実施 ・ 奥田政行シェフとの取引実績あり 	・ JA全農が2016年に買収した、英食品卸会社SFGホールディングスの株式の過半を取得。JA全農との資本提携により、和牛やコメなどを現地飲食店に展開。 ・ ヨーロッパ全土に配送ネットワークを保持 (スイス、フランス、スペイン、アイスランド、ポーランド、ベルギー、ルーマニアなど) 

3-7 関連企業の紹介 フェア開催店舗（日系小売店「natural natural」）

オーガニック&九州産直クラブ食材の店



有機栽培された自然食品を中心に、安心・安全な品物を取り揃えるオーガニックショップを展開。福岡の4店舗の他、ロンドンではオーガニック商品に加え日本の食料品を扱う2店舗と日本のお酒と魚の専門店「サケサカナ店」1店舗を運営。

運営会社 (株) ドリームグループ
本社 福岡市南区桧原6-18-3
設立 2003年4月17日
従業員数 60名（パート含む）
業務内容 自然食品の定期個別宅配「九州産直クラブ」の運営
自然食品店「natural natural」の運営など

Ealing Common店



- ・ 売上月額 12~15万ポンド
- ・ 購買客数 12,000人／月
- ・ 地下鉄EalingCommon駅から徒歩2分
- ・ 近隣に日本人学校あり
- ・ 日本野菜と果物、店舗内で作られる弁当、寿司、惣菜が売れ筋

SAKESAKANA natural natural



- ・ Ealing Common店の隣接店舗
- ・ 酒と魚を取り扱う専門店

Finchley Road店



- ・ 売上月額 18~22万ポンド
- ・ 購買客数 20,000人／月
- ・ 地下鉄FinchleyRoad駅から徒歩1分
- ・ 現地人や日本人駐在員の居住エリア
- ・ 惣菜、寿司、魚等が売れ筋

オンラインショップ

natural natural
**ONLINE
SHOP**
Authentic Japanese &
Oriental Food Store

- ・ 日本産食材専門のECサイト
- ・ 取扱品目は米や調味料、日本酒、菓子類など

3-8 業務実施体制及び業務内容

□実施者

Placidinternational di Thomas Placidi

代表 鹿野喜志枝プラチディ

CEO トーマス・プラチディ

□連携した企業及び担当

○輸入事業者

JAPAN FOOD EXPRESS Ltd.

担当：会長 浅井将雄、社長 北林靖規

○販売業者・貿易業務

natural natural ロンドン市内2店舗

〈本社・株式会社 九州ドリームグループ〉

担当：萱田森人

○試食会開催会場・調理

Yashin Ocean House

担当：池田伸也シェフ

□ 広告担当

フライヤー

合同会社根を這う 須藤修

□ 資料映像班

森田真由美 （ロンドン在住、プロカメラマン）

The Big Mondays Ltd.

Shinichi Adachi-Roberts、池村清河

（ロンドン在住、プロ映像クリエイター）

□資料作成班

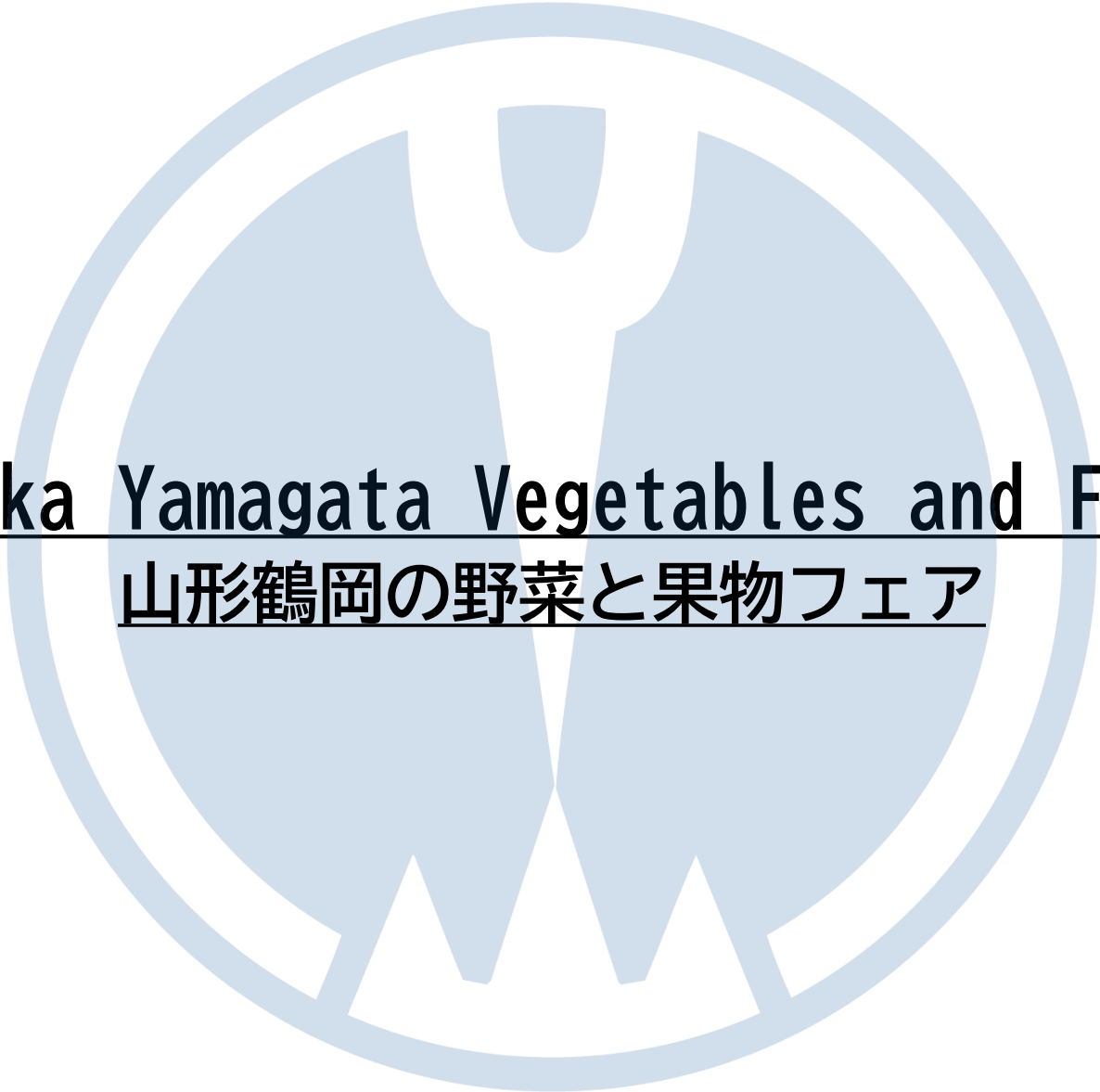
アンケート調査集計

Pointflag 荒井亨介・荒井はる菜

□ 現地店舗スタッフ

鶴岡市職員 2 名（農林水産部農政課 佐藤主査・安澤主事）

生鮮販売



4 Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair

山形鶴岡の野菜と果物フェア

4-1 「Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair」取組フロー

□概要

ロンドン市内日本食スーパーである「natural natural」2店舗にて生鮮農産物の販売を実施。

□開催期間

令和6年9月19日～10月3日（15日間）

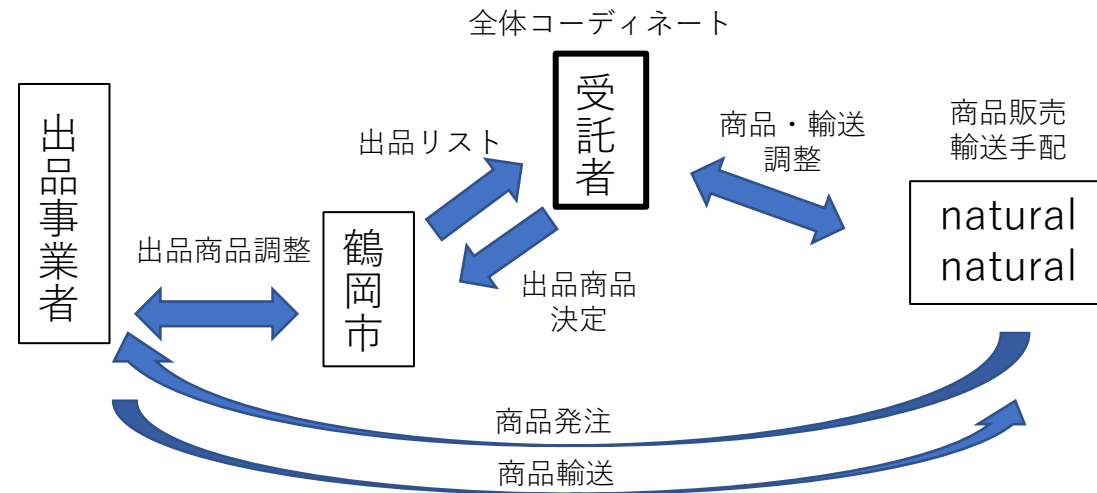
□開催場所

「natural natural」2店舗
・イーリングコモン店
・フィンチェリーロード店

□出品事業者

- ・鶴岡市農業協同組合
- ・庄内たがわ農業協同組合
- ・治五左衛門（だだちゃ豆農家）
- ・松浦園芸（だだちゃ豆農家）

取組フロー図



販売店紹介

natural natural販売店

Ealing Common店



- ・売上月額 12～15万ポンド
- ・購買客数 12,000人／月
- ・地下鉄EalingCommon駅から徒歩2分
- ・近隣に日本人学校あり
- ・日本野菜と果物、店舗内調理の弁当、寿司、惣菜が売れ筋

Finchley Road店



- ・売上月額 18～22万ポンド
- ・購買客数 20,000人／月
- ・地下鉄FinchleyRoad駅から徒歩1分
- ・現地人や日本人駐在員の居住エリア
- ・惣菜、寿司、魚が売れ筋

4-2 出展商品一覧

○商品選定方法

9月中下旬頃に鶴岡市内で収穫され、輸出対応可能な生鮮食材を鶴岡市からリストで提出いただき、natural natural 萱田氏と調整のうえ、下記の生鮮食材が選定された。

○販売商品一覧

☐ 鶴岡市農業協同組合

・なめこ

☐ 庄内たがわ農業協同組合

・ミョウガ ・シャインマスカット ・桃 ・イチジク

☐ 治五左衛門（だだちゃ豆農家）

・だだちゃ豆（尾浦）、秘伝豆

☐ 松浦園芸（だだちゃ豆農家）

・だだちゃ豆（尾浦）

事業者 4 者 / 商品数 7 品

○商品輸送

☐ 輸送方法 『航空便』

☐ 輸送日

第1便 令和6年9月17日（火）

第2便 令和6年9月27日（火）

※フェア期間中（9/19～10/3）に2便で対応

☐ 空港

発 福岡空港貨物ターミナル

着 ロンドン空港

① フライヤー

- ・ 販売店舗内の装飾、フェア期間中の誘導のためフライヤーを作成

② 開催店舗natural natural のSNS配信

- ・ 公式Instagramストーリーズでの現地からの配信
- ・ 開催期間中の商品紹介
公式Instagram 「@naturalnaturaluk」

③ 会場設営

- ・ 商品を陳列棚へ配置
- ・ フライヤーを店内で装飾
- ・ 鶴岡食文化創造都市の法被をスタッフが着用

4-4 集客・販売実績

【集客実績】

フライヤー作成

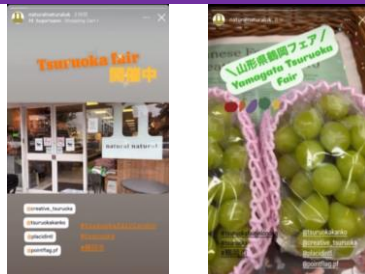


○広告担当
 合同会社根を這う 須藤 修 氏 作成
 鶴岡の食を代表する「だだちゃ豆」をテーマとしており、普通の枝豆とは違った特徴的な形を再現しております。

SNS配信

○開催店舗 「natural natural」のSNS配信

natural natural 公式Instagramにて、フェア開催期間中に、フェア周知や商品紹介などの投稿を実施。



「natural natural」 販売店 集客数

集計期間	9月19日～10月3日	15日間
・ Ealing Common	客数	4,361人
・ Finchley Road	客数	7,774人
		合計 12,135人

【販売実績】

「natural natural」 販売店 販売数

全体実績

入荷数	631品	販売数	509品
買取額	約450千円	販売額	約534千円

店舗別実績

○ Ealing Common

入荷数	325品	販売数	281品
買取額	約238千円	販売額	約307千円

○ Finchley Road

入荷数	306品	販売数	228品
買取額	約212千円	販売額	約227千円

入荷数の約8割を販売することが出来た！

4-5 アンケート集計

○フェア商品の購入者に対してアンケートを実施 ※一部抜粋

アンケート実施人数 49人



その他 感想

Good

- ・日本のものが手に入ると、安全面で信頼性が高くありがたい。
- ・久しぶりに美味しいだだちゃ豆を食べれた。
- ・鶴岡フェアをもう少し長く開催していただけたら嬉しい。
- ・鶴岡について知るいい機会となった。

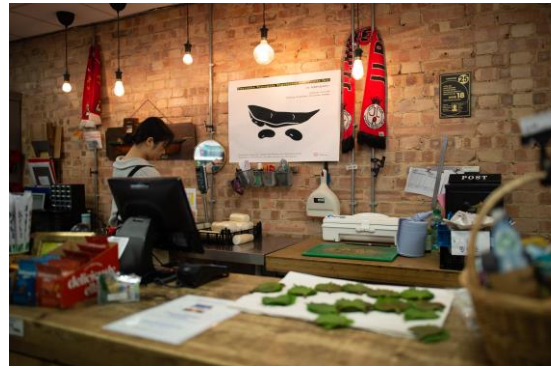
等々

Bad

- ・イギリスは冷凍枝豆があるので、半額だったら買いたい。
- ・イギリスにはホワイトマスカットがあるので、シャインマスカットは高く感じる。
- ・だだちゃ豆を買いたいけど値段が高い。
- ・鶴岡フェアだとは知らなかった。

等々

4-6 「Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair」の様子



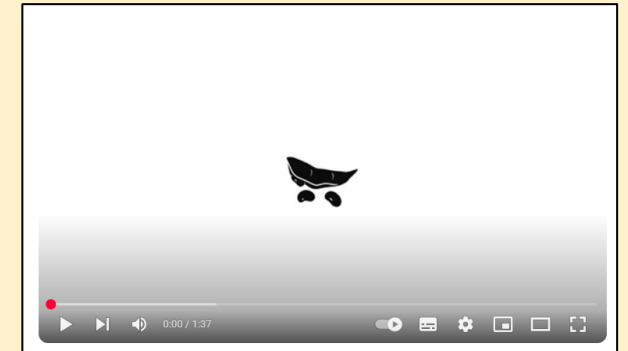
取組について鶴岡市のHPやYouTubeにも掲載してます。

●鶴岡市ホームページ



<https://www.city.tsuruoka.lg.jp/sangyo/nourinsuisan/tsuruokainlondon.html>

●YouTube鶴岡市公式チャンネル



<https://www.youtube.com/watch?v=na6v7ISUjfU>

写真：森田真由美氏

4-7 「Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair」の各商品所感①

□受託コーディネーターの各商品所感

●だだちゃ豆・秘伝豆

- ・商品パッケージの仕組みなどスタッフが勉強不足であり、来客者への説明が難しい部分があった。
- ・だだちゃ豆の認知度は半々の印象、生の「だだちゃ豆」（枝豆）が袋詰めの状態で売られていることに慣れていないお客様が多く、冷凍と勘違いしたりすることがあり、もっとPRする工夫する必要がある。
- ・外国人のお客様には「茹でて食べる」というのはハードルが高いように感じた。ロンドンの市場では枝豆は冷凍が基本で自宅でわざわざ茹でて食べるものでもない（和食店や中華料理屋で食べるもの）という認識、そういう方には「すでに茹でた状態のだだちゃ豆」を小さなパック販売や、サラダやおにぎりに入れて販売するなどの工夫が必要かと一考するが、「生鮮」の輸入という本来の目的からもきちんと検証していきたい。
- ・ポップの制作は必須。松浦さんの顔入りポップまた「ユネスコ食文化創造都市」はキャッチフレーズなのでもっと活用してもいい。
- ・家族連れは内容量を消費する期限などを考えて購入されていたが、比較的若い世代の方には価格帯が高額だったかもしれない。
- ・試食を試された方は購入に繋がった印象。
- ・ネーミング、キャッチコピーなど、販促の準備が必要。

●シャインマスカット

- ・初日に売り切れるほどの人気があり、高額でも反応があった。
- ・贈答用に買われる人も多かった。
- ・アジア系の方が多く購入した印象。

●桃

- ・とても美しく陳列していて、手に取る方が多かった。
- ・美味しさも評判が良く、今後に期待が持てる。

●イチジク

- ・到着時に実が傷んでおり、ほぼ販売不可の状態に到着、今後の販売は難しい食材と判断。

●ミョウガ

- ・ナチュの販売品目として珍しいものではないが、定期的にあるものでもなくそれなりの販売が出来た。今後にも期待できる。

●なめこ

- ・店頭で手に取る人が多かったが、鶴岡産の魅力を伝えきることが出来なかった。日本国内で広く生産されている食材に関しては「鶴岡産」である差別化を図る必要があると感じる。

PLACIDINTERNATIONAL 代表 鹿野喜志枝プラチディ

4-8 「Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair」の各商品所感②

各商品の写真



だだちゃ豆 (松浦園芸)



秘伝豆 (治五左衛門)



シャインマスカット
(JA庄内たがわ)



もも (JA庄内たがわ)



みょうが (JA庄内たがわ)



なめこ (JA鶴岡)



イチジク (JA庄内たがわ)



商品到着時、既に実が痛んでおり販売は不可となった。今後の輸出を考えるのであれば、輸送のタイミングに合わせ、収穫時期を早める等、工夫や対応が必要か、、、

生鮮輸出の難しさ

写真：森田真由美氏

販売・アンケートの様子



←フライヤーを掲載しながら販売



↑ポップを付けての販売も



←↑市職員もアンケートを実施

5 Special Food' from the City of Tsuruoka in
Yamagata Prefecture DINNER EVENT
山形県鶴岡市の特別な食材を使ったディナーイベント

5-1 「Special Food' from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture DINNER EVENT」の概要

□概要

ロンドン市内日本食レストランである「Yashin Ocean House」にて鶴岡産生鮮農産物や加工品を使った試食会の開催。

□開催日

令和6年9月24日（火）

□開催場所

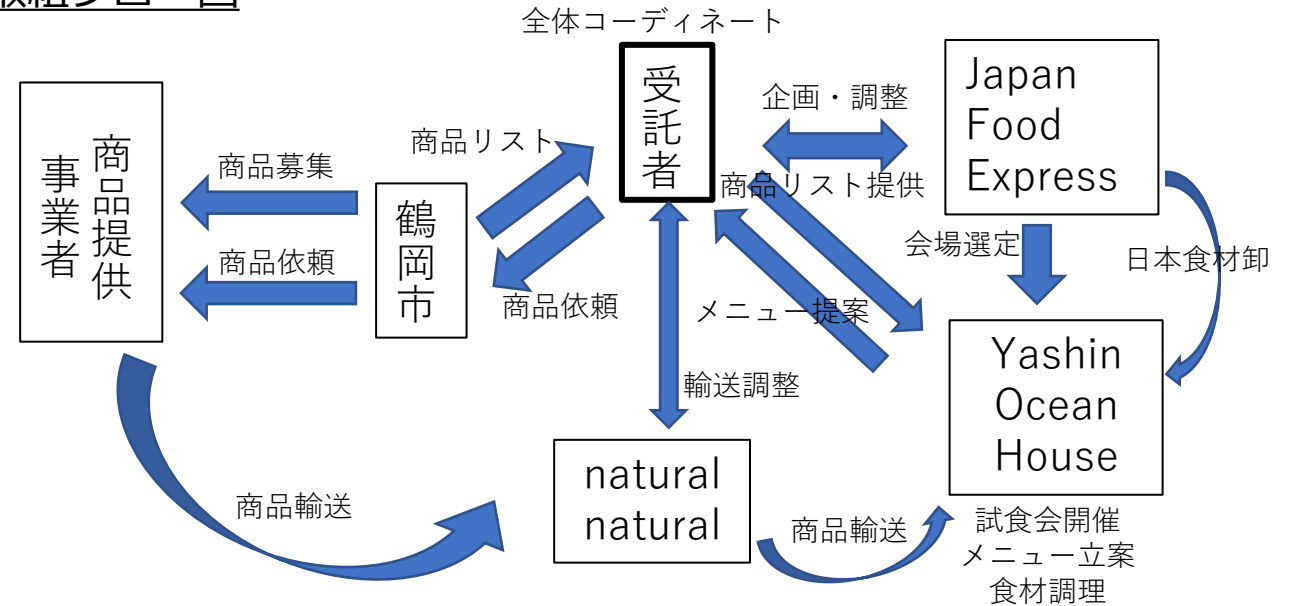
ロンドン市内日本食高級レストラン
Yashin Ocean House
(ヤシンオーシャンハウス)

□出品事業者

- ・鶴岡市農業協同組合
- ・庄内たがわ農業協同組合
- ・治五左衛門（だだちゃ豆農家）
- ・松浦園芸（だだちゃ豆農家）
- ・加工品提供事業者

15社 24品

取組フロー図



試食会開催 会場紹介

「Yashin Ocean House」 日本食レストラン



- ・地下鉄Gloucester Road駅から徒歩5分
- ・寿司をメインに創作和食を提供する人気高級和食店
- ・担当シェフ・池田伸也氏
- ・JFEが日本食材卸を担っている

5-2 招待状・出席者

試食イベント招待状

invitation

Dear

Please join us for dinner, featuring 'Specialist Food' from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture.

Currently, our company, Japan Food Express' is focusing on importing food from Tsuruoka City, Yamagata, such as 'Tsuyahime rice'.

We will be importing fresh food from Tsuruoka, and would like to take this opportunity to ask for your advice and feedback, by holding a dinner party showing the amazing food from Tsuruoka City. Date: Tuesday 24 September 2024 19.00pm.

The accomplished chefs will be preparing special courses using natural ingredients, such as Dada-cha beans (the highest quality edamame beans), Japanese seasoned fresh vegetables, and current exotic fruit from the region.

If you would like to join us please confirm your attendance by email.

Kindest regards

Yasuki Kitabayashi

'Specialist Food' from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture
Date : 24th September 2024 (Tue) 19:00
Place : Yashin Ocean House (<https://yashinocean.com/>)

Participation contact :
Japan Food Express Ltd
Yasuki KITABAYASHI
yasuki@japanfoodexpress.co.uk

Planning by:
Japan Food Express Ltd
Placidinternational
Tsuruoka-City Yamagata Japan (<https://www.tsuruokacity.com>)



出席者一覧

- 1 浅井 将雄 (JAPAN FOOD EXPRESS Ltd会長)
- 2 浅井 祐子 (浅井夫人)
- 3 北林 靖規 (JAPAN FOOD EXPRESS Ltd社長)
- 4 浜 哲郎 (JEM Ltd会長/So Restaurant/Sozai Cooking Schoolレストランオーナー)
- 5 Hamish Brown (元ROKA Group Executiveシェフ)
- 6 Cristain Bravaccini (Roka ヘッドシェフ)
- 7 Luca Spiga (Roka excecutive シェフ)
- 8 Marc McCafferty (Chisou restaurantシェフ/ロンドン市内に寿司店と居酒屋を展開)
- 9 田阪 麻微 (World sake imports UK 日本酒インポーター)
- 10 菅原 由勢 (プレミアリーグ・サウサンプトンFC所属/日本代表)
- 11 菅原選手奥様
- 12 龍後 昌弥 (SPORTS360/菅原選手エージェントマネージャー)
- 13 橋岡 大樹 (EFLチャンピオンシップ・ルートン・タウン所属/日本代表)
- 14 Thomas Placidi (Placidinternational CEO)
- 15 鹿野喜志枝 プラチディ (Placidinternational)
- 16 鶴岡市職員 2名

○広告担当

合同会社 根を這う 須藤 修 氏 作成

料理メニュー表（英文）		メニュー（日本語）	
Special Food* from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture DINNER EVENT MENU 24th SEPTEMBER 2024 <i>By Yashin Ocean's Chef Shinya Ikeda</i> <i>Special dinner with ingredients from Tsuruoka in Yamagata Prefecture</i> Two kinds of sweet sake produced in Tsuruoka, Yamagata Haguro shiso maki <i>Washida's Amazake (Washida minzo Shoten Limited Partnership)</i> <i>Kami Farmer's Blissful Koji Amazake (Yosobei)</i> <i>Haburo no shiso maki (Tokujiro Maruyama)</i> Comparison, Dadacha-mame and edamame "Yukine" from Tsuruoka <i>Edamame "Yukine" (Matsuura Engai, Jigozaemon Co., Ltd.)</i> <i>Kami no Edamame® Frozen Dadacha-mame (Yosobei)</i> <i>Frozen Tokusen Dadacha-mame (Kiyokawayaya Co., Ltd.)</i> Seasonal Spanish Aged Tuna Selection <i>Winchester Wasabi Aged Koji Miso Soy Sauce</i> <i>Rice Farmer's Asobi Miso (Yosobei)</i> Monkfish liver, salted malt, sansho pepper & dried persimmon hamos Olive oil with dacha bean crackers from Tsuruoka <i>Far-Infrared Dried Persimmon Devo no Sei (Tsuruoka Beverage Co., Ltd.)</i> <i>Salted malt made from Washida's sweet sake (Washida Kyoza Shoten)</i> <i>Kurokawa Sansho Togarashi (Kurokawa Marushi Farm Co., Ltd.)</i> <i>Dadachko Beans (Kiyokawayaya Co., Ltd.)</i> <i>Edamame "Yukine" (Matsuura Engai, Jigozaemon Co., Ltd.)</i>	Gassan Bamboo Shoots and Gold Undan Soba (Soba Noodles) <i>Gassan Bamboo Shoots and Nemagari-dake Bamboo Shoots (Yamazaki Foods Co., Ltd.)</i> <i>Haguro Soba (Kiyokawayaya Co., Ltd.)</i> Dada-cha-mame yose-tofu <i>Winchester Wasabi delicious soup stock</i> <i>Frozen special selection of Dadacha-mame (Kiyokawayaya Co., Ltd.)</i> Gindara Gintara (cod) grilled with Kyoto sake lees Vegetables with mustard Vinegared Atsumi turnip and persimmon <i>KUDOKI UESAKE KASU (Washida Shuzo Shoten)</i> <i>Vinegared pickled aubergine with mustard (HONCHO Co., Ltd.)</i> <i>Vinegared pickled persimmon with Atsumi turnip (Haguroi Noukyou Shokuhin Kako Ltd.)</i> Chef's choice of sushi and toppings from Tsuruoka Dadacha bean miso cappuccino <i>Lemon salt, steak salt (Tea's Factory Ltd.)</i> <i>Soy sauce nuts (Watanabe Co., Ltd.)</i> <i>Salted malt and pepper (JA Kushibiki Noukoren)</i> <i>Frozen Tokusen Dacha-mame (Kiyokawayaya Co., Ltd.)</i> <i>Tsuyahime (Inoue Farm Co., Ltd.)</i> <i>Sotouchijima cucumber pickles (Honcho Co., Ltd.)</i> Fruits produced in Tsuruoka <i>Peaches and Shine Muscat (Shonai-Tagawa Agricultural Co-operative)</i>	1. 山形県鶴岡産 甘酒 2 種 羽黒のしそ巻き	6. だだちゃ豆寄せ豆腐
		2. 鶴岡産だだちゃ豆 食べ比べ	7. 銀鱈西京酒粕焼き 野菜 からし和え あつみかぶ柿 酢漬
		3. 季節のスペイン産熟成マ グロセクション	8. シェフお任せお鮓・鶴岡 産トッピング だだちゃ豆 カプチーノ
		4. 鮫肝塩糀山椒トウガラシ & 干し柿ハモスオリーブオイル、 鶴岡産だだちゃ豆煎餅と共に	9. 鶴岡産フルーツ
		5. 月山筍（ネマガリタケ） と冷製雲丹蕎麦	Drinks ヤタレモネード、日本酒4種

5-4 料理メニューとその使用食材一覧

だだちゃ豆を中心とした鶴岡産食材でのコース料理をYashin Ocean House 池田伸也シェフが考案し調理。

□メニュー数 (ドリンク含む) 11品

□使用食材 24品

□提供事業者 15事業者



調理の様子 ↑ →



料理	提供商品		提供事業者
	No.	商品名	
山形県鶴岡産 甘酒2種 羽黒のしそ巻き	1	わしだのあま酒	合資会社 鷲田民蔵商店
	2	神農家の至福な麹甘酒	與惣兵衛
	3	羽黒のしそ巻き	丸山 徳治郎
鶴岡産だだちゃ豆 食べ比べ	4	だだちゃ豆	松浦園芸
	5	神の枝豆®冷凍だだちゃ豆	與惣兵衛
	6	冷凍特撰だだちゃ豆	株式会社 清川屋
季節のスペイン産熟成マグロセクション	7	米農家のあそび味噌	與惣兵衛
	8	遠赤外線干柿出羽の精	鶴岡飲料株式会社
	9	わしだのあま酒からつくった塩糰	合資会社 鷲田民蔵商店
鮫肝塩麹山椒トウガラシ&干し柿ハモス オリーブオイル、鶴岡産だだちゃ豆煎餅と共に	10	黒川山椒とうがらし	黒川まるいし農場 株式会社
	11	だだっ子豆	株式会社 清川屋
	4	生鮮だだちゃ豆	松浦園芸
月山筍（ネマガリダケ）と冷製雲丹蕎麦	12	水煮月山筍（ネマガリダケ）	有限会社 やまぜん食品
	13	羽黒そば	株式会社 清川屋
だだちゃ豆寄せ豆腐	6	冷凍特撰だだちゃ豆	株式会社 清川屋
銀鱈西京酒粕焼き 野菜からし和え あつみかぶ柿酢漬	14	くどき上手酒粕	合資会社 鷲田民蔵商店
	15	民田なすからし漬	株式会社 本長
	16	あつみかぶ柿酢漬	羽黒・のうきょう食品加工 有限会社
シェフお任せお鮓・鶴岡産トッピング だだちゃ豆味噌カプチーノ	17	レモンソルト・ステーキソルト	有限会社 ティーズファクトリー
	18	醤油の実	株式会社 わたなべ
	19	塩糰こしょう	JA鶴引農工連
	6	冷凍特撰だだちゃ豆	株式会社 清川屋
	20	つや姫	株式会社 井上農場
	21	外内島胡瓜ピクルス	株式会社 本長
鶴岡産フルーツ	22	桃・シャインマスカット	庄内たがわ農業協同組合
Drinks			
ソフト	23	ヤタレモネード	有限会社 ティーズファクトリー
アルコール	24	日本酒 4種	株式会社 井上農場

5-5 ディナーイベントの様子

写真：森田真由美氏



取組について鶴岡市のHPやYouTubeにも掲載してます。

●鶴岡市ホームページ



<https://www.city.tsuruoka.lg.jp/sangyo/nourinsuisan/tsuruokainlondon.html>

●YouTube鶴岡市公式チャンネル



<https://www.youtube.com/watch?v=-7KVHgpeJJ4>

5-6 出席者からのイベントの感想 ※一部抜粋

1 浅井 将雄 Japan Food Express会長

とても有意義な会であったと思う。
日本の地方にまだまだお宝のような食材が日の目を見ずに埋めれている可能性を示唆している。

4 浜 哲郎 So Restaurantオーナー

「生のだだちゃ豆」を新鮮な状態でロンドン市場に輸出するというチャレンジをしている輸出業界の方に感謝する。
コスパを考えるのは当然だが魅力的な食材がロンドン飲食市場に入るとは有意義なこと。

5 Hamish Brownシェフ

長年和食の料理人をしていがまだまだ知らないことがある。東北地方の魅力については勉強しているが実際に山形県鶴岡市へ行って嘘のない真実の食材や青果物を食べてみたい。

6 Cristian Bravacciniシェフ

冷凍のだだちゃ豆のクオリティーの高さは普段食べている枝豆とは大きく違った。

7 Luca Spigaシェフ

JFE北林氏と鶴岡を訪問した際の出羽三山の精進料理が印象に残っている。世界規模の和食チェーンで働く自分にとって真の和食に触れる時間で貴重だった。今回のように地方の食材を料理してお披露目し、違いを明確に示す食事会は素晴らしいと思う。

8 Marc McCaffertyシェフ

自分のレストランは寿司を中心としている。冷凍だだちゃ豆はコスパ次第では是非取り入れたいと思った。ロンドンでは食後のデザートより、高級な果物は非常に喜ばれるので検討したい。お鮨のシャリはつや姫と聞いたが流石に素晴らしいかった。

9 田坂 麻微 日本酒インポーター

主催者の方々の山形県、鶴岡市への愛が溢れる会で感動した。このような企画があってこそ地元の農産物が世界に羽ばたくことができるのだと実感した。イベントは時間と予算がある中で行うため、可能なことが限られるのは前提だが、この会は山形食材の魅力を語り合い食事できた素晴らしい会になったと思う。

10 菅原 由勢選手

常に食事制限をしているので食事会では気を遣うが、今回鶴岡の食材を素晴らしいお料理でいただけて幸せな時間だった。とてもいいリフレッシュとなった。山形県、鶴岡市を知る良い機会になった、今後も何か協力していきたい。

13 橋岡 大輝選手

健康管理はプロのサッカー選手としては基本だが、美味しく安全で体に良い食事をする時間もリフレッシュには欠かせない。このような会を通してたくさんの学びがあったことが嬉しい。今回出席しなければ、鶴岡市、だだちゃ豆を知ることは無かったと思う。



5-7 主催者側の感想



Japan Food Express 代表 北林 靖規氏（主催者）※日本食材輸入卸売会社

先日行われましたロンドン、ヤシンオーシャンでの鶴岡ディナーイベント、ロンドンで活躍するレストラン関係者を招いて大成功を収めたこと嬉しく思います。

山形県と我社JFEとのご縁は6年前に山形県出身の鹿野喜志枝様の紹介からでした。1番最初井上農場さんと繋げていただき、私自身2回訪問させていただいてます。2年連続ロンドン市内小売店での物産フェア開催、今ではロンドン高級レストラン向けにつや姫をはじめ高級食材の輸入販売も徐々に増えて来ています。私も山形観光つや姫大使としてこの英国で小売業、レストラン卸業を通じて山形食材を更に広めて行きたいと思っています。

Yashin Ocean House ヘッドシェフ 池田 伸也氏 ※イベント会場のレストラン

今回はイベントに参加させていただき大変勉強になりました。

一番はコースのメニューを決めるにあたり、何がコンセプトでどういう表現をすればお客様に伝わるかを熟考する機会があったことです。

今回はだだちゃ豆を中心にメニューを組みましたが、食材縛りでメニューを考えるのも、メニューそれ自体がお客様にどういう思考で考えたのかを伝える作業となります。

そのため食材が1種類だとしてもどう表現するかでバリエーションに幅があると思いました。とても勉強になり楽しかったです。

また、日本の食材、調味料にはまだまだ知られていないだけで、海外マーケットへの進出の可能性がありました。

こうやって伝えていくことが大事です。今回はこのようなチャンスをいただき誠にありがとうございました。



5-8 「Special Food' from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture DINNER EVENT」の所感 その1

□受託コーディネーターの所感

●改善の余地はあるが、限られた条件の中としては素晴らしい会になった。JFE やシェフたちが知るところでは、ロンドン市内で山形県や鶴岡市の農産物や食材をメインとした試食会イベントは初の試みとのことで、このような会が自分たちが知らない日本の隠れた食材を知る機会になると大反響であった。

英国や欧州での食事会は「おしゃべりを楽しむ」「時を共に過ごす」ということが大切とされており、食事中の歓談でたくさんのご意見をいただいたことはとても良かったと思っている。その反面、会話の中で鶴岡の食材の情報を提供すべき英語力のある人間がいたら一つレベルアップした会になったかもしれない。経費の使い方としてロンドン在住の山形県出身者や、ワーキング・ホリデーでビジネスコミュニケーションやマーケティングなどを学びに来ている学生とチームを組むなどの方法もこのようなビジネス会食では鍵になるかもしれない（実際そういう希望の方もSNS を通じて連絡あり）。

●今回の試食ディナー会のアイデアは「だだちゃ豆とフルーツ」の空輸商談が決まってから立ち上げたこともあり、準備期間が短かく開催まで困難を極めたが、Yashin Ocean House池田シェフに時間をいただきミーティングを重ねたおかげで素晴らしいメニューとなった。

当初、鶴岡の料理人をロンドンへお連れしてのディナー会も一考したが、場所や食材の調達、人集め、予算等の問題、また根本的にロンドン市場でこれらの食材、特に「だだちゃ豆」をどのようにアレンジしたら受け入れられるのかが分からない鶴岡の料理人が地元の郷土食を披露しても、この企画は成立せず、「鶴岡市」のPR にしかならなかった可能性が高い。

最終的に、ロンドンで長年トップの和食レストランを営業している池田シェフに、「だだちゃ豆中心」を条件として、自由な発想で提供食材を使用いただきメニューを創作してもらったことが、功を奏した。

（次ページへ続く）

5-9 「Special Food' from the City of Tsuruoka in Yamagata Prefecture DINNER EVENT」の所感 その2

●素材の使い方に「押しつけ」的印象操作があってはいけないという側面、一つの料理としての提案では市場確保に向けて想像出来ることが限られるということを忘れてはならない。

「鶴岡の郷土食」と敢えてしなかったことは食材、商品の市場を得るためには得策であった。「枝豆」は市民権を得た食材があるので、その「枝豆」の最高級品だということをどうアピールするかが課題。ネーミング、ポップなどでのキャッチコピーも含めて今後検討していくことで「だだちゃ豆」の認知度をアップさせることは十分に可能である。

ディナー会に関しては予想を上回る成功であったと思う。これが実際のBtoBへ繋がるまでにはJFE と弊社の営業努力が必要となるわけだが、もちろん事業者の皆様の積極的な取り組みは不可欠である。

PLACIDINTERNATIONAL 代表 鹿野喜志枝プラチディ



6 TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025

販促フェアの開催

6-1 「TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025（販促フェア）」の概要

□概要

ロンドン市内日本食スーパー「natural natural」2店舗にて鶴岡産農産物及びその加工品の販促フェアを開催。

□開催日

令和7年2月11日（火）～2月25日（火）
15日間

□開催場所

「natural natural」2店舗
・イーリングコモン店
・フィンチェリーロード店

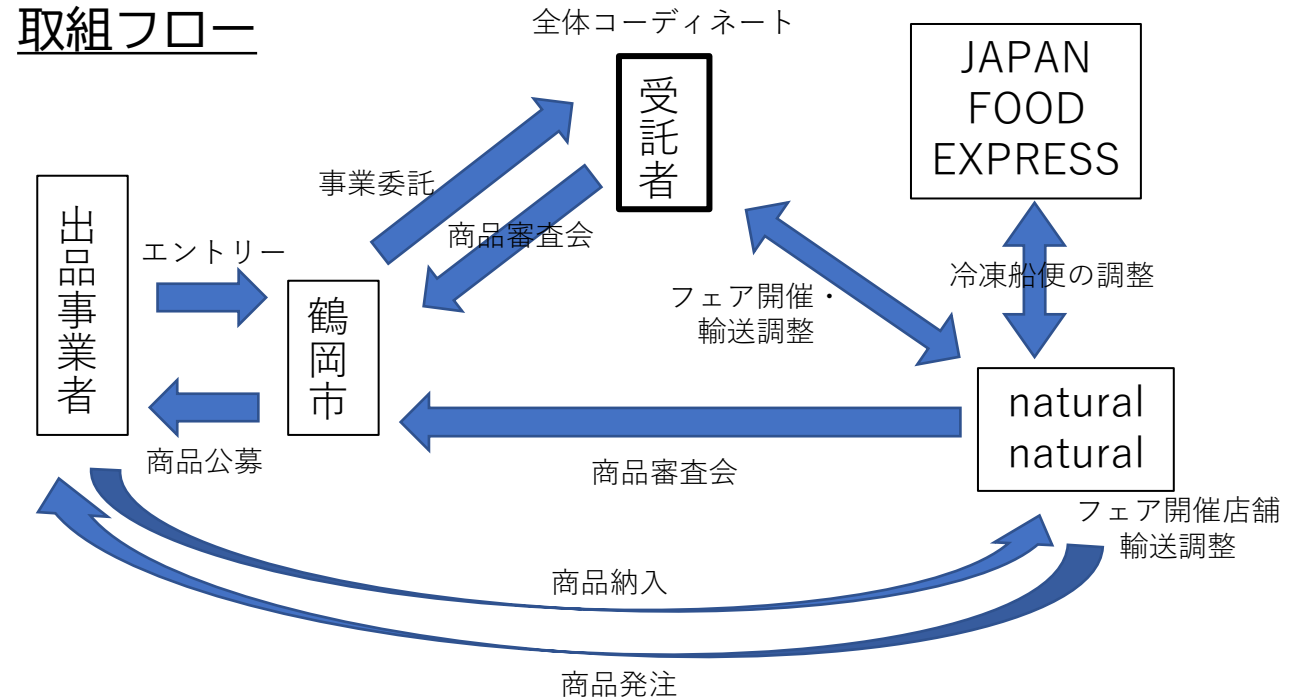
□輸送方法

冷蔵船便・**冷凍船便**・**航空便**

□その他

昨年度に引き続きフェアを開催。
冷蔵船便に加え、新たに「冷凍船便」「航空便」を追加して開催。

取組フロー



販売店紹介

natural natural販売店

Ealing Common店



- ・売上月額 12～15万ポンド
- ・購買客数 12,000人／月
- ・地下鉄Ealing Common駅から徒歩2分
- ・近隣に日本人学校あり
- ・日本野菜と果物、店舗内調理の弁当、寿司、惣菜が売れ筋

Finchley Road店



- ・売上月額 18～22万ポンド
- ・購買客数 20,000人／月
- ・地下鉄Finchley Road駅から徒歩1分
- ・現地人や日本人駐在員の居住エリア
- ・惣菜、寿司、魚が売れ筋

6-2 商品供給者の公募～品目選定

		内容	事務局	Natural Natural	商品供給者
R6.5	●	公募・招聘準備 商品供給者の公募及びバイヤー招聘に向けた準備。	公募要領の作成	公募要領作成に際しての助言	
R6.5下旬	●	公募開始 市HP・広報誌・SNS等や6次化及び販路拡大関連事業の活用者等への直接周知等により商品供給者を広く公募。	- 市内事業者への周知と取りまとめ - 申請書類の作成サポート		申請書類一式を作成の上、応募
R6.7.中旬	●	一次審査 輸送上のレギュレーションや消費期間等で条件を満たすものかどうかの確認のため、1次審査会（書面）を実施。	- 審査会の実施（審査要領作成） - 審査結果の送付 - プレスリリース	審査会への助言	必要に応じて追加資料の提出
R6.7下旬	●	二次審査 輸出品目の決定 現地バイヤー出席による商品の2次審査会（対面）を実施し、輸出品目を決定。	- 企画・運営 - 審査会の実施（審査要領作成、審査員の選定など） - 審査結果の送付	- 審査会への参加 - 試食や事業者説明等を通じた商品特性の把握	- 試食用商品の提供 - 商品に関するプレゼンテーション
R6.8以降	●	発注の調整 商流（種類、数量、梱包など）や物流（手段、日程など）、金流（振込先、支払日など）について、詳細な内容を調整し、福岡・横浜へと陸送。	全体調整	小売店や輸出事業者等と調整し、商・物・金流を統制	- 商品の製造、保管 - 商品輸送

6-3 商品選定審査会（2次審査）

□日程

商品選定審査会 2024年7月23日、24日 計2日間

□出席者

natural natural オーガニックフード産直便 萱田森人氏

※招聘者アテンド PLACIDINTERNATIONAL 鹿野喜志枝プラチディ氏

□商品選定審査会の結果

公募の結果、32事業者 100品目のエントリー

（米、麺、菓子、酒、インスタント食品、調味料等）



《 輸出決定 》
28事業者 71品目

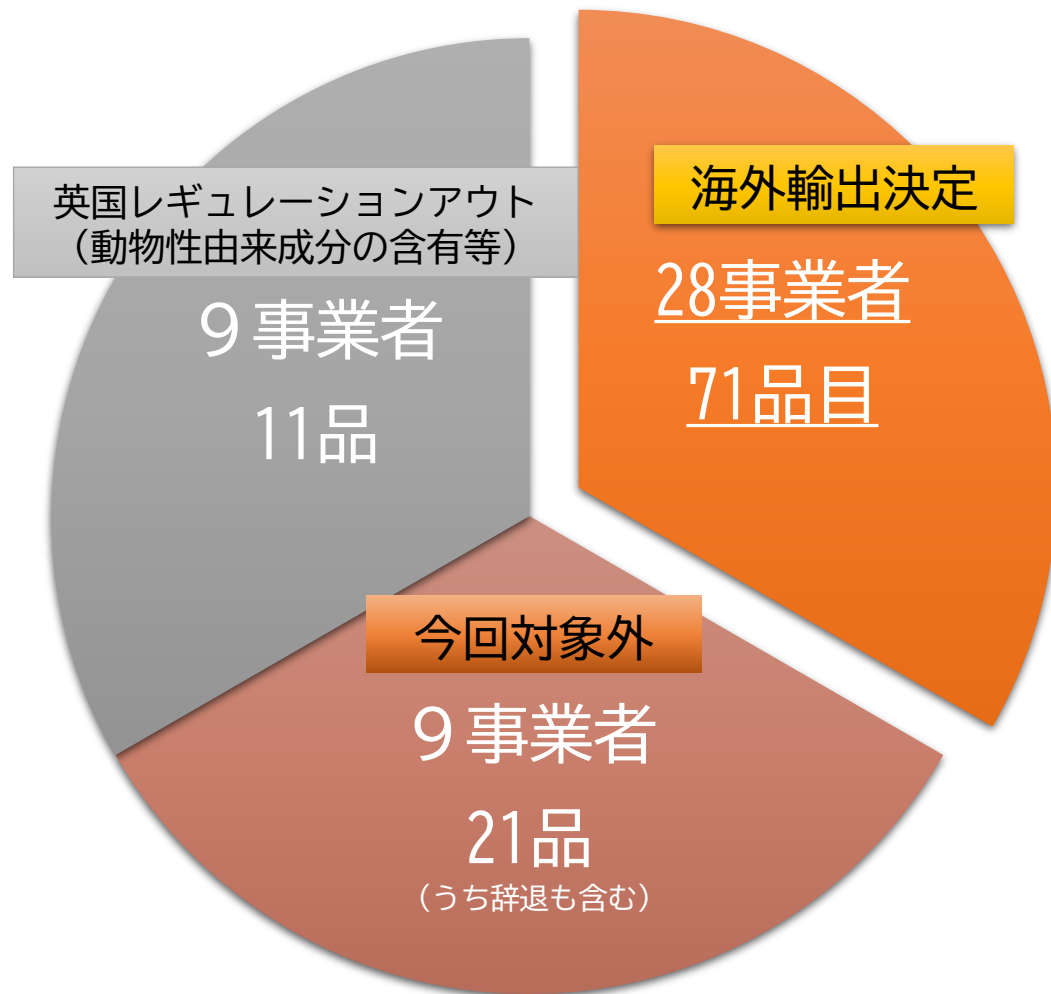
審査会后、別室にて宣材写真や動画撮影の指導を実施→



6-4 商品審査結果の内訳と輸送方法の振り分け

●全体エントリー 32事業者 100品目

応募商品の審査結果内訳



出展事業者の申請書やバイヤーの判断を基に輸送方法を振り分け

輸送方法の振り分け



※1事業者で複数商品の応募もあるため事業者数の和は一致しない

6-5 令和6年度「TSURUOKA FAIR IN LONFDON 2025」輸出決定商品一覧

◆ 輸出決定事業者及び商品一覧(28事業者68品目)												
No.	出品事業者	カテゴリー	商品名	No.	出品事業者	カテゴリー	商品名	No.	出品事業者	カテゴリー	商品名	
1	有限会社 ドリームズファーム	米・餅	美味かめし つや姫	7	黒川まるいし農場 株式会社	米・餅	庄内産もち米の丸餅	21	1 Blue株式会社	菓子	柿ベースエナジーバー ミックスベリー	
2	株式会社 カクギン	飲料	THE00S（降雹）	8	庄内たがわ農業協同組合	薬味・調味料	黒川山椒とうがらし（箱入り）	22		菓子	柿ベースエナジーバー ゆずイチジク	
		飲料	THE00S（朧月）			菓子	庄内の干し柿（甘露柿）			菓子	柿ベースエナジーバー アップルシナモン	
		飲料	THE00S（涼雨）	9	株式会社 わたなべ（日本料理わたなべ）	米・餅	米（つや姫）			菓子	柿ベースエナジーバー シーソルトチョコレート	
		飲料	THE00S（爽籟）			薬味・調味料	醤油の実	22	株式会社山本組	インスタント食品	窪畑トマトのカレー甘口	
		飲料	THE00S（恋蛭）			薬味・調味料	塩納豆			インスタント食品	窪畑トマトのカレー辛口	
3	株式会社 純華	その他	だだちゃ豆ごはんの素 彩り雑穀	10	信濃屋菓子店	菓子	おきつねはん	23	羽黒・のうきょう食品加工(有)	麺	羽黒福湊庵 そば	
4	合資会社 鷲田民蔵商店	薬味・調味料	わしだのあま酒からつくった塩麴	11	旬菜畑	菓子	巴もろこし	24		有限会社 大福城	漬物	あつみかぶ柿酢漬
		飲料	わしだのあま酒			薬味・調味料	赤しそふりかけ		菓子		とちもち	
		薬味・調味料	くどき上手酒粕	12	株式会社あつみ農地保全組合	米・餅	あったかご飯・あつみの米バックライス	25	月山高原鈴木農園	薬味・調味料	ブルーベリージャム	
		薬味・調味料	わしだの庄内みそ	13	株式会社 リタプラス（羽黒山ぶしいたけファーム）	乾物	干しいたけ（軸付き）	26		株式会社 清川屋	その他	有機冷凍ブルーベリー
		漬物	わしだの簡単からし漬けの素			乾物	干しいたけ（スライス）		乾物		だだっ子豆	
5	株式会社 井上農場	米・餅	特別栽培米 はえぬき 5kg	14	株式会社 産直あぐり	飲料	プレミアムラフランスジュース	27	有限会社 達商	だだちゃ豆	冷凍特撰だだちゃ豆	
		米・餅	特別栽培米 はえぬき 2kg			飲料	プレミアムももジュース			麺	庄内麦切り	
		米・餅	特別栽培米 雪若丸 5kg			飲料	まるかじりりんごジュース	28		丸山 徳治郎	その他	出羽三山胡麻豆腐 3ヶ入り
		米・餅	特別栽培米 雪若丸 2kg			飲料	まるかじり和梨ジュース				その他	羽黒のしそ巻き
		米・餅	特別栽培米 つや姫 5kg	15	株式会社 本長	漬物	民田なすからし漬	色なし・・・冷蔵船便 48品	色なし・・・冷蔵船便 48品	色なし・・・冷蔵船便 48品	色なし・・・冷蔵船便 48品	
		米・餅	特別栽培米 つや姫 2kg	16	株式会社 佐徳	米・餅	赤飯おこわ					
		菓子	さいしょのおこめ			米・餅	つや姫むすび 熟成みそ漬					
		菓子	つやボン	17	株式会社 ライズ・イン	米・餅	黄色い笹巻 庄内恵巻					
6	有限会社 やまぜん食品	山菜	深山山溪 国産山菜ミックス 100 g	18	與惣兵衛	飲料	神農家の至福な麴甘酒	20	J A 櫛引農工連	薬味・調味料	塩糰こしょう	
		山菜	国産たけのこごはんの素（2合用）			だだちゃ豆	神の枝豆®冷凍だだちゃ豆					
		山菜	国産きのこごはんの素（2合用）			薬味・調味料	神農家の本気味噌					
		山菜	国産山菜ごはんの素（2合用）	19	鶴岡飲料株式会社	山菜	ふきのとう炒り煮	20		J A 櫛引農工連	山菜	ふきのとう炒り煮
		山菜	鶴岡産たけのこホール			だだちゃ豆	レンジdeだだちゃ豆					
		山菜	水煮月山筍（ネマガリダケ）200 g			だだちゃ豆	鶴飲のだだちゃ豆					
		その他	だだちゃ豆とひじきのごはんの素（2合用）	20	J A 櫛引農工連	薬味・調味料	塩糰こしょう					
		その他	だだちゃ豆と筍の炊き込みごはんの素（2合用）									

・・・冷凍船便 11品

・・・航空便 12品

色なし・・・冷蔵船便 48品

43

・・・冷凍船便 11品

・・・航空便 12品

色なし・・・冷蔵船便 48品

6-6 商談会後の国内輸送、海外輸送について

◆商品選定からフェアまでのスケジュール実績

7/23、24 商品選定審査会

冷蔵船便

9/20頃 バイヤーより商品発注依頼
10月中旬 鶴岡から商品発送
10/15 株式会社ジェネック（福岡）
福岡ロジテックセンター着
10/26 博多港出発
2025/
1/16 フェリックストゥ（英国）到着
2月上旬

冷凍船便

9/20頃 バイヤーより商品発注依頼
9月下旬 鶴岡から商品発送
10/3 株式会社ショーライ（横浜）
千代田冷蔵株式会社気付 着
10月 横浜港出発
2025/
1月 サウサンプトン（英国）到着
2/3 冷凍コンテナJFE倉庫受取

航空便

12/24 バイヤーより商品発注依頼
2025/
1月中旬 鶴岡から商品発送

第1便目

1/20 株式会社フレッシュエアー（福岡）
福岡空港貨物ターミナル 着

1/21 福岡空港出発

1/22 ロンドン空港着

第2便目

1/27 株式会社フレッシュエアー（福岡）
福岡空港貨物ターミナル 着

1/28 福岡空港出発

1/29 ロンドン空港着

2月11日～2月25日 15日間
TSURUOKA FAIR IN LONDON 開催

船便到着の遅延について
当初1/31日から2週間程度のフェア開催を予定していたが
スエズ運河での大幅な遅延により2週後ろ倒しで開催

①フライヤーの作成

- ・広報担当 合同会社 根を這う 須藤 修 氏 作成

フライヤー

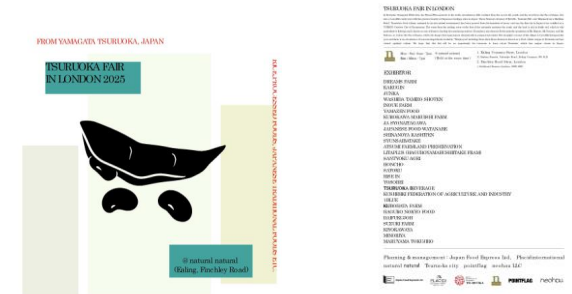


表
生鮮フェアのだだちゃ
豆デザインを引継ぎ

裏
鶴岡市の紹介文と出
展事業者一覧の掲載

②出展企業様の紹介PR動画

- ・鶴岡市公式YouTubeチャンネル

<https://www.youtube.com/watch?v=VSebnCR7AfI>

YouTube動画



③会場設営

- ・フライヤーを店内でミニポスターとして活用
- ・鶴岡食文化創造都市の法被をスタッフが着用
- ・鶴岡食文化創造都市、だだちゃ豆、つや姫等の卓上のぼりを使用
- ・だだちゃ豆商品のポップを作成、掲載

ポップの作成、掲載



natural natural 公式Instagram



④開催店舗「natural natural」のSNS配信

- ・「natural natural」公式Instagramアカウントでフェア開催、期間中の商品紹介を配信
Instagramアカウント→ @naturalnaturaluk

◆ 開催期間・会場

■ 開催期間

2025年2月11日から25日の15日間

■ 開催会場

ロンドン市内日本食スーパー
「natural natural」2店舗

▶ イーリングコモン店

▶ フィンチェリーロード店

◆ 実績

ナチュ店舗	来場者数	購入数	販売額
イーリング店	4,391人	856点	約1,084千円
フィンチェリー店	7,574人	813点	約1,088千円
合計	11,965人	1,669点	約2,172千円

※来場者数はフェア期間中に店舗へ訪れた人の数

考察

■ 来場者数

比較的フィンチェリー店が中心市街地に近く来場者数が多め

■ 購入数

来場者数に対して、イーリング店は購入数が多く日本食が根付いている地区なのが予想できる。

■ 販売額

イーリング店よりもフィンチェリー店の方が購入数が少ないが、販売額が上回っている。中心市街の近くであるフィンチェリーでは比較的高単価な商品が購入されていることが伺える。

6-9 令和5年度と令和6年度の全体フェア販売実績の比較

実績比較

令和6年度 TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025 実績

輸出総数 6,669個

買取総額 (卸値) 7,017,335円

店舗販売

店舗卸数、販売個数、販売額はR7.2.11～R7.2.25のフェア期間の実績

全体販売個数 1,669個

全体販売金額 (小売価格) 2,172,291円※1

※1 令和7年2月11日時点のポンドレートを円換算

参考 : 令和5年度 TSURUOKA FAIR IN LONDON 実績

輸出総数 6,314個

買取総額 (卸値) 3,443,677円

店舗販売・ECサイト販売

店舗卸数、販売個数、販売額はR5.12.8～R5.12.22のフェア期間の実績

全体販売個数 1,459個

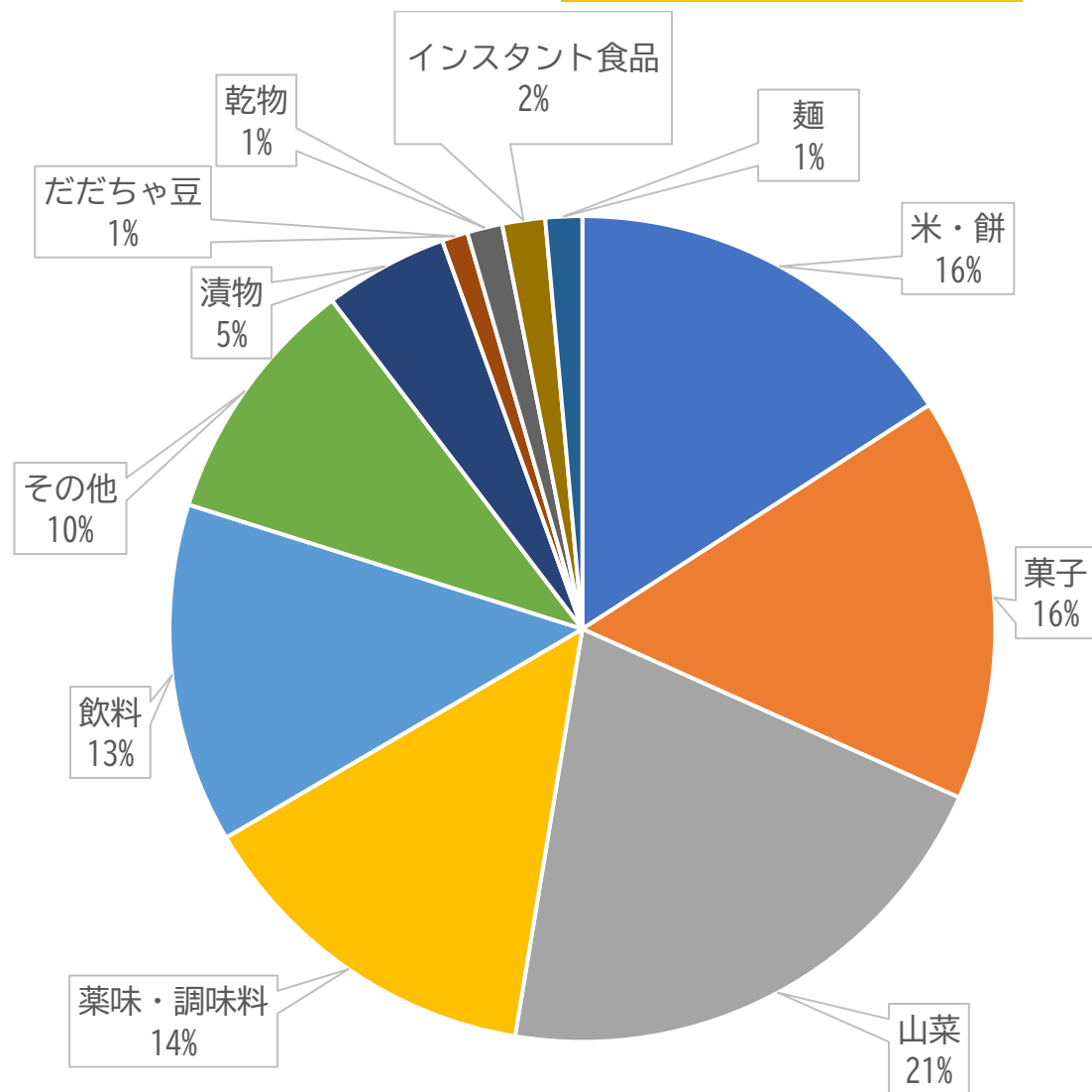
全体販売金額 (小売価格) 1,653,110円※2

※2 令和5年12月8日時点のポンドレートを円換算

カテゴリー別 販売実績の詳細

カテゴリー	輸出 総数①	買取価格 (円)	販売個数			販売率 (②/①)	販売額 (円)		
			イーリング 店	フィンチエー店	合計②		イーリング 店	フィンチエー店	合計
米・餅	1,580	2,343,147	114	151	265	17%	353,956	424,840	778,796
菓子	706	371,639	110	154	264	37%	159,681	176,532	336,213
山菜	690	353,884	219	130	349	51%	159,434	97,806	257,240
薬味・調味料	828	655,050	125	108	233	28%	139,205	132,553	271,758
飲料	869	733,151	98	124	222	26%	75,258	102,310	177,568
その他	530	413,536	100	63	163	31%	87,113	51,671	138,784
漬物	150	86,194	42	39	81	54%	41,543	38,026	79,569
だだちゃ豆	920	1,782,229	9	8	17	2%	22,130	19,751	41,881
乾物	60	48,324	9	14	23	38%	12,867	20,134	33,001
インスタント食品	96	82,874	14	14	28	29%	15,884	15,884	31,768
麺	240	147,306	16	8	24	10%	17,205	8,507	25,712
合計	6,669	7,017,334	856	813	1,669		1,084,276	1,088,014	2,172,290

販売個数割合



カテゴリー別内訳

山菜

販売個数 349個
販売額 257,240円

米・餅

販売個数 265個
販売額 778,796円

菓子

販売個数 264個
販売額 336,213円

薬味・調味料

販売個数 233個
販売額 271,758円

飲料

販売個数 222個
販売額 177,568円

その他

販売個数 163個
販売額 138,784円

漬物

販売個数 81個
販売額 79,569円

インスタント食品

販売個数 28個
販売額 31,768円

麺

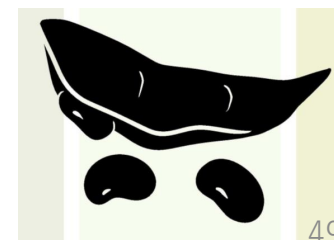
販売個数 24個
販売額 25,712円

乾物

販売個数 23個
販売額 33,001円

だだちゃ豆

販売個数 17個
販売額 41,881円

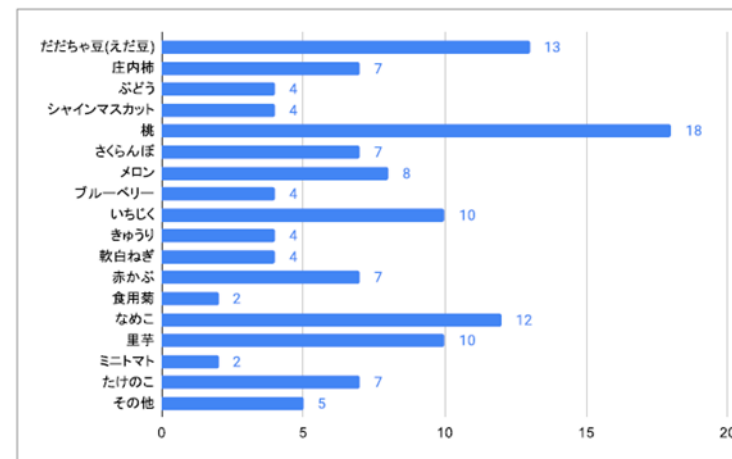


◆フェア期間中の来場者を対象にアンケートを実施

アンケート実施人数 45人



Qあなたが購入したいと思う生鮮食材を教えてください。（複数回答可能）



【その他】

ドライベジタブルorフルーツ、大葉、さくらんぼの漬物

1位 桃
2位 だだちゃ豆（枝豆）
3位 なめこ 4位 いちじく・里芋

市担当者の所感

来場者及び購入者については、在留邦人である女性が半数を占めており、ロンドンで日本が浸透しつつあることが予想できる。

購入する際のポイントとして、商品の品質を考慮する方が多く日本産で安全性の高い商品に人気があることが伺える。

購入を見送った理由に、金額が高いことが挙げられているが、販売店は主婦層がメインのスーパーであり、商品にもよるが一般的な日常生活に取り入れてもらうためには、生産や加工、梱包段階でのコスト削減や高額でも買っていただけるようなPRやストーリー付など工夫をする必要があると考える。

特にだだちゃ豆については、一定の需要はあるものの現地の冷凍枝豆と比較すると高額であることから、手が届きにくい状況であると想定する。一方で販売先としてロンドン市内中心地の比較的富裕層向けの販売が可能となれば、更なる販売実績の向上に繋がる可能性は考えられる。

◆フェア来場者の主な感想

このようなフェア
やイベントをもっ
と見てみたい。

干柿や炊き込みご
飯がとても美味し
かった。

パッケージがかわ
いいものが多く、
惹きつけられた。

生産者の気持ち
が込められているの
が伝わった。

もっとイギリスで
日本産を扱ってほ
しい。

在英日本大使館 参事官 東山 誠氏

海外の在留邦人にとって、お米は欠かせないもので、特に日本からの高品質のお米は宝のような物です。日本では当たり前のように食べているお米ですが、海外では炊き立ての白米をいただくだけで幸せを感じるもので、私などはまず炊き立ての時に一口ご飯だけ口に入れ、その香りと味わいを堪能しています。外国産のお米とは違い故郷を思い出させる風味はいとおしく、特に新米は格別です。今後も機会がありましたらご提供いただけると幸いです。

ご意見

SNS・WEBサイト等
でのプロモーショ
ンをしてほしい。

日々の生活に取り
入れやすい価格に
なると嬉しい。

試食があれば購買
意欲が高まる。



6-1 4 TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025 フェアの様子



◆委託コーディネーターの所感①

●本事業の大きな魅力は、タイトル通り「チャレンジ」である。現在までほぼ叶わなかった山形からのイギリスへ向けた生鮮食材の輸出も可能だということを今回この事業で立証することができた。

イギリスへの輸出は生産者を含んだワンチームである。先発ランナーである生産者が収穫や梱包、空輸地までの国内輸送、それらに責任と高い意識を持って取り組むことがまずは第一のポイントとなり、その後、多くの輸出に関わるプロの手を介しロンドンスーパーの店頭に並んだり、レストランで料理になり「イギリスでおいしく食べてもらう」という最終ゴールにたどり着く。

この連携を深めていく意欲さえあれば、レギュレーションはあるものの輸出可能な青果物は決して少なくはない。

令和6年度の成果の一つである「鶴岡産の青果物の定期的な空輸便での輸出」に向けて今後具体的な話を進めていく予定だが、基本的にイギリスへの青果物の進出もほぼ確実となった今、その取り組みに挑戦したい生産者や事業者は大きなチャンスとなることは間違いない。

一次産業の離農が増える一方若い世代の生産者たちが新しい取組を行っており、山形県の農業や食品製造業に大きな未来が見えている。

弊社が考える輸出事業は量的なビッグビジネスではなく、若い生産者達のモチベーションや誇りという生産業を営み継続するための活力であったり、農業の新しい可能性の扉やきっかけ作りが大きい。そこからチャレンジできるフィールドはさらに広がる。

山形県全体で「カッコいい農業」を推進し、ロンドン市場での「山形のカッコいい農家」の姿を演出するトップランナーが、この事業を通じてロンドン市場を得た鶴岡市の生産者であってほしい。

また、農業がイメージさせる豊かな土地の空気感はインバウンドにも繋がると信じている。昨今のヨーロッパでの日本ブームは勢いを増すばかりだが、コアな日本ファンは「自分だけの日本」「日本の田舎で本物の日本に触れたい」ということを求めている。イギリス国内の和食業界は供給が追いつかない勢いで成長している。私たちが参入すべきポイントはオーセンティックなステージであり「和食っぽいもの」も多いこの業界で本物の和食を提供するレストラン、信頼できる食材を提供する販売店とタッグを組むことが一番重要である。

更なるチャレンジとして、和食に関わる多くの料理人たちが作ることのできない調味料などの商品開発をして市場を持つというものもある。辛味噌やソースなどレギュレーションを考えると難しい点もあるが、むしろビーガン素材などをフル活用して新たな「メイドイン鶴岡」の調味料の開発というチャレンジの可能性もご提案いただいている。これを推し進めるには大きなプロジェクトを作ることが必要と考えるが、この事業が生んだ一つの成果である。
(次ページへ続く)

◆委託コーディネーターの所感②

●ただ残念ながら述べなければならないのが、取組みへの小さな芽が出始め、当初に比べ発展、挑戦的な取組みに進化し成果も出ているなか、対外的なプロモーション、地域ぐるみでの機運醸成に繋がっていないことは実感するところだ。

来年度の取組みやその後の企業間ビジネス、民間主体となつての輸出事業を確実にするため、耕しておくべき環境をどのように整えていくかが課題だと思われる。ネガティブな発想ではなく、鶴岡市の事業がきっかけとなり山形県全体で本気で輸出事業に取り組みたい生産者、食品製造業社、そして6次産業にも大きなチャンスをご提示できるアイデアがこの事業を通じて生まれているからこそ見える問題、課題、歯痒さである。

原資はもちろん、費用のかからないSNSや新聞等メディアを駆使しての「盛り上がり」という部分でも、その大きな船を動かすだけの地元の波を感じられなく、マンパワーも確実に足りていない。選考会でもあれほどお願いしてあるのに事業者様からも反応は数社のみであった。コーディネーターである弊社の力不足も反省すると同時に、鶴岡市、そして山形県として「逃がした魚は」とならないためにも、3カ年事業の最終年である来年度には、将来に向けた解決方法を確立したいところである。

●今回、ディナー会へ参加いただいたゲストのフィードバックを読んでいると、自分たちでは見つけられない食材であること、それらを購入するきっかけを地元の企業や行政が行うということはエネルギーや、ストーリーを強く感じるということを語っている。日本人ではない和食の料理人が、自分の知らない日本からやってくる食材に興味を持つ、その最初の一步はそのモノにどのようなストーリーがあるかであり、そこをどう演出し訴えるかは勝負の鍵となるが、上記に述べたように、今はそのストーリーを作るパワーを感じられない。今ではネットで欲しい情報を得ることができる時代だが「食べる」や「料理する」ことは、そこに食材や調味料が無ければできない。当たり前のことだが、今回のディナー会ではそのことを強く感じる瞬間があった。山形県、鶴岡市の生産者、食品製造業者、そして6次産業の担い手たちが、自分たちの理想に突き進むための選択肢の一つになればとおもう。もちろん反省点はチャレンジャーとして行動を起こしたからこそその財産だ。

「逃がした魚は」にならないように取り組んでいくために、皆様のお力添えをいただきたい。



7 プロサッカー選手との交流

7-1 ロンドン在住の「なでしこジャパン」との交流

◆なでしこジャパン 長谷川唯選手・清水梨紗選手 が来鶴されました！

サッカー日本代表「なでしこジャパン」で活躍する長谷川唯選手、清水梨紗選手が6月9日に休暇を利用され鶴岡市へ訪問されました。

本事業の令和5年度出展事業者様との交流のお時間をいただき、記念写真の撮影等をしていただきました。

6/11山形新聞にも掲載



← 有限会社ドリームズファーム様



→ 有限会社やまぜん食品様



↑ R5取組の布石

令和5年度の本事業取組の際に、Japan Food Express北林代表の提案で、ロンドン在住プロサッカー選手に出展事業者様ご協力のもと、食材の無償提供サポートを実施しました。



→ 合資会社鷺田民蔵商店様

7-2 イギリスで活躍中のプロサッカー選手との交流

令和6年9月24日開催のディナーイベントにイギリスで活躍中のプロサッカー選手、菅原由勢選手（ササンプトン）・橋岡大樹選手（ルートン・タウンFC）がご出席くださいました！



Japan Food Express様の紹介で菅原選手・橋岡選手がディナーイベントへご出席され鶴岡産食材を試食していただきました！

選手からは今後も何らかの形で協力したいといったお話もあり、本事業や鶴岡食材をキッカケに本市との交流や、鶴岡産食材への興味をもっていただけたご様子でした。

菅原選手からは、「良いリフレッシュとなった」や「鶴岡市を知る良い機会となった」と感想をいただきました。

橋岡選手からは、「安全でおいしい食材は選手のリフレッシュに大切なもの」や「鶴岡市やだだちゃ豆を知る良い機会となった」などといった感想がありました。





8 令和6年度ロンドン輸出における課題

8-1 令和6年度ロンドン輸出における課題

◆継続した輸出を目指すための課題

課題

★受動的課題（どうにもできない、条件的な）

●英国輸入規制への対応

動物由来含有商品NG（肉、魚、その他エキス等も不可）
※輸出商品の限定及び日本の「出汁」文化における制限

●海外輸出（船便）に要する期間

最低でも約2ヶ月の輸送期間（搬入期日が不確定となる）
→特に冷蔵船便は賞味期間6ヵ月以上の商品に限定されてしまう

☆能動的課題（もっと良くなる、改善の余地がある）

○商品PRの工夫

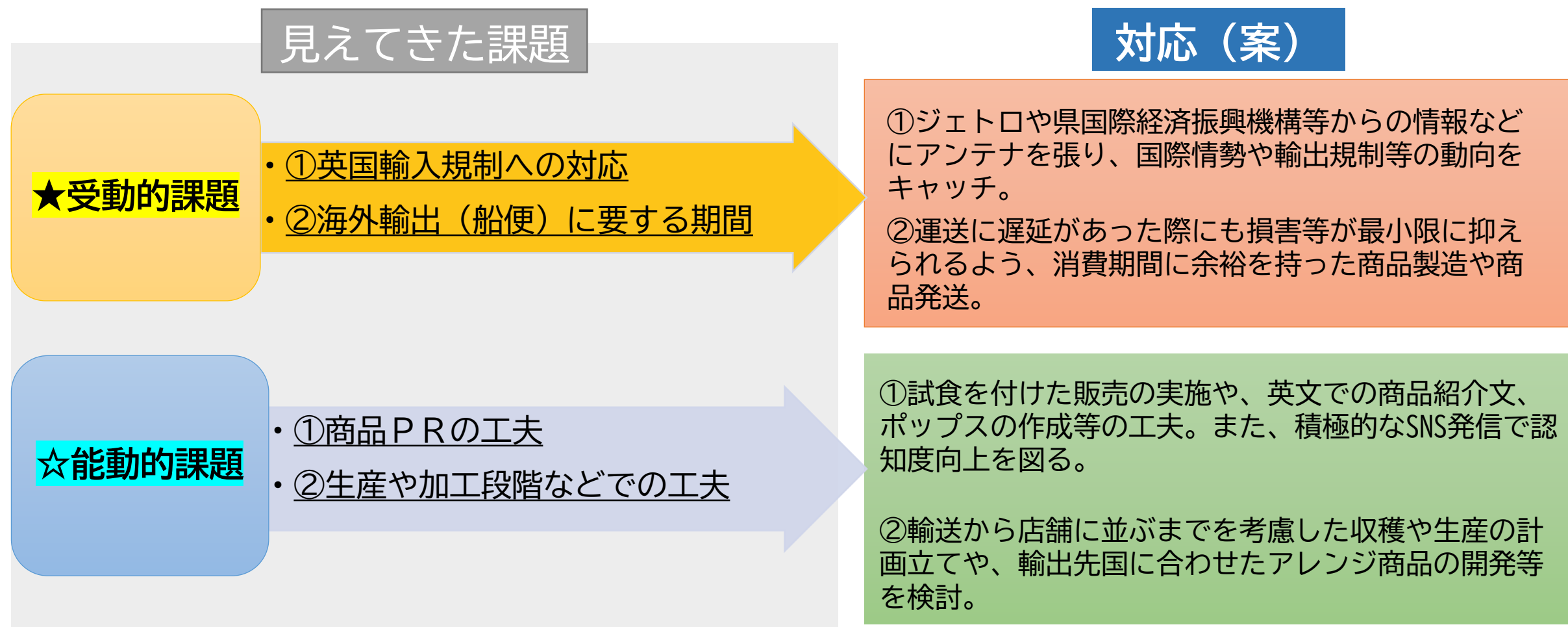
ただ単に商品を陳列してるだけでは、消費者に手に取って貰うことが難しい
⇒例えば生産者の顔の見える販売や試供品の提供など、その商品の優位性を示すことが必要
大手企業に価格競争で勝つことは難しい＝その商品の品質の良さやストーリーを如何にして伝えるか

○生産や加工段階などでの工夫

現地での販売に合わせた生産や加工
⇒特に生鮮食材などは鮮度が重要であり、例えば販売時期に合わせた生産や加工などの対応により
販売時にベストな状態へ

8-2 令和6年度ロンドン輸出における課題への対応

◆継続した輸出を目指すための課題対応（案）



⇒継続した輸出を目指して⇒

生産者（提案）、輸入業者・小売店（情報提供）、商社（調整）、行政（支援）の連携を強めていくことが重要。



9 今後の可能性と展望

9-1 これまでの取組みから見える可能性

フェア



取組

Tsuruoka Yamagata Vegetables and Fruits Fair
(山形鶴岡の野菜と果物フェア)

TSURUOKA FAIR IN LONDON 2025
(販促フェア)



- ・フルーツが売れ行き好調であり今後の定期便を検討
- ・旬のだだちゃ豆の再販売を検討
- ・売れ筋商品の定期取引を検討

試食イベント



取組

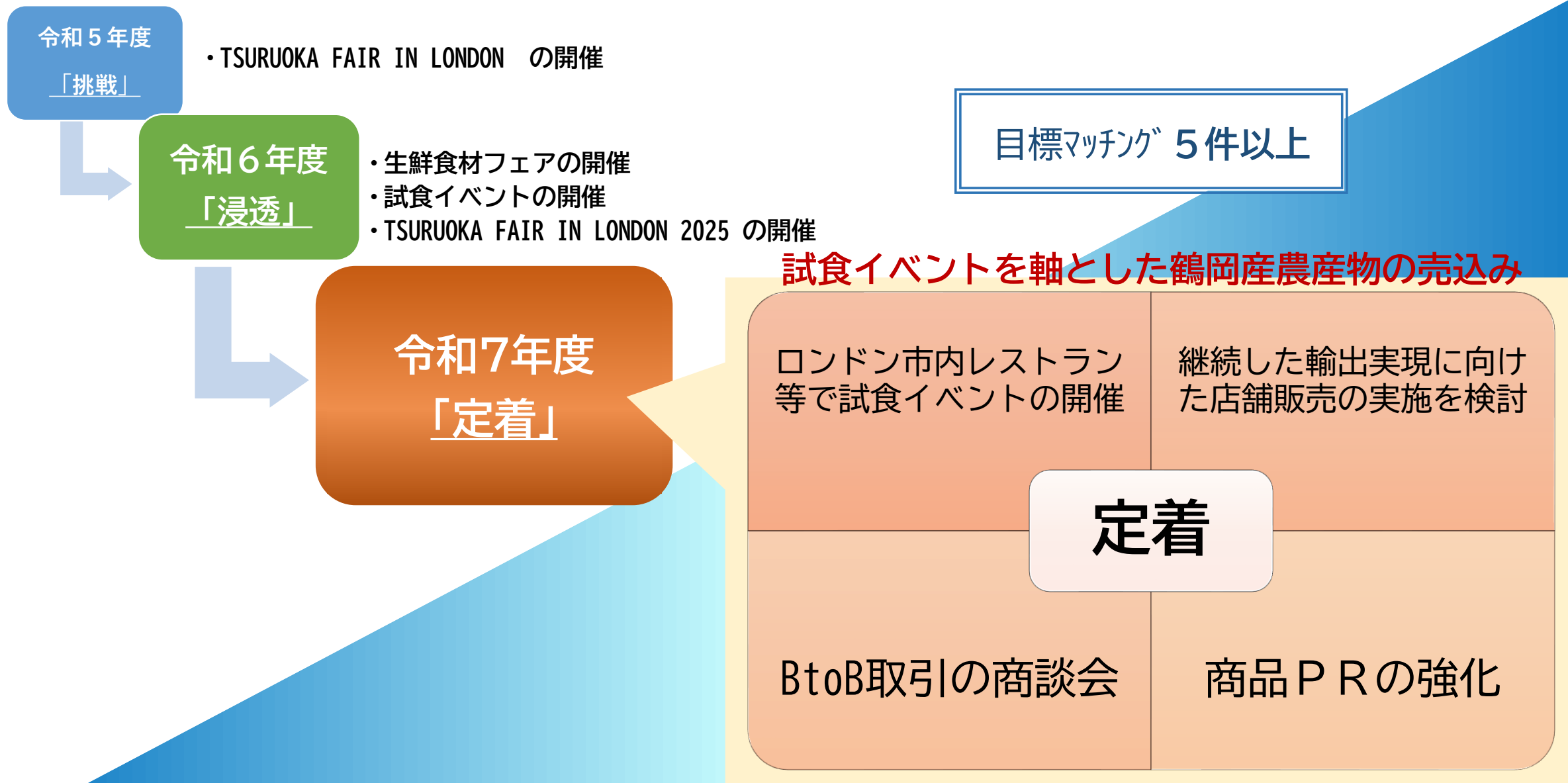
'Special Food' from the City of Tsuruoka in
Yamagata Prefecture DINNER EVENT
(山形県鶴岡市の特別な食材を使ったディナーイベント)



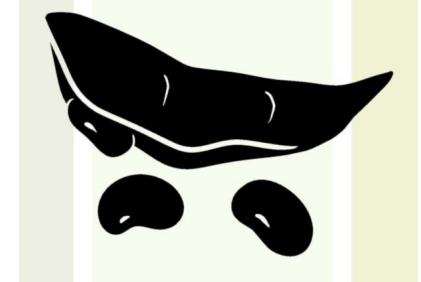
- ・フルーツの評価が高く、小売店での定期便が決まれば飲食卸にも繋がる可能性あり
- ・冷凍だだちゃ豆の食味が評価され、商談に繋がる可能性あり

商品のPRにおいて、試食を伴う販売や、試食イベントの開催が効果的
試食を軸とした商品PRの展開を模索

9-2 今後の展望、3年計画



ご清聴いただきありがとうございました。



次年度へ続く…