

英国における日本食PRについて

クロスメディアの食事業の実績



日本食普及事業 EAT-JAPAN

英国唯一の日本食専門メディアとして
20年以上の実績



日本食PR請負事業

政府・地方自治体・業界団体・
食企業からの依頼案件



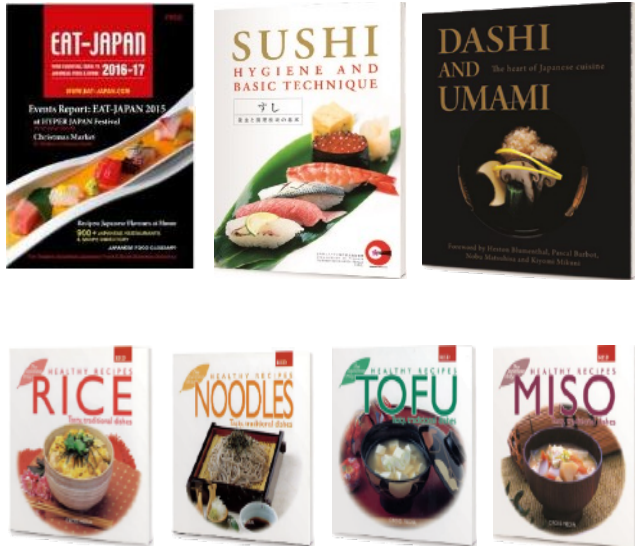
英国の食業界でのコネクション

メーカー — ディストリビューター — レストラン — シェフ

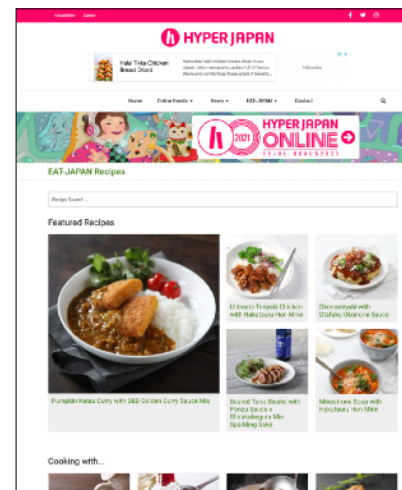
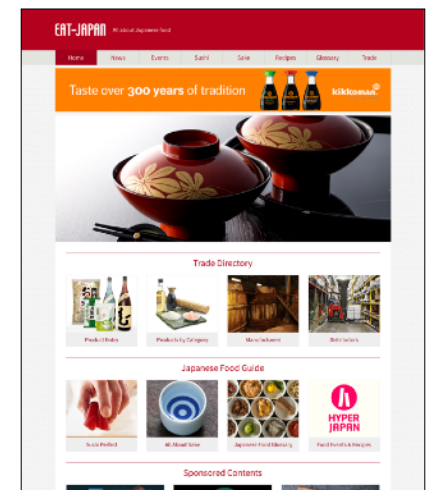
EAT-JAPAN

EAT-JAPAN におけるプロモーション展開

書籍制作出版



ウェブサイト運営

BtoC (www.hyperjapan.co.uk)BtoB (www.eat-japan.com)



HYPER JAPAN における 食イベント

リアルイベント

SUSHI AWARDS 2005-2015年

寿司シェフの世界大会／英国大会



SAKE EXPERIENCE 2012年-

欧州最大級の日本酒試飲イベント



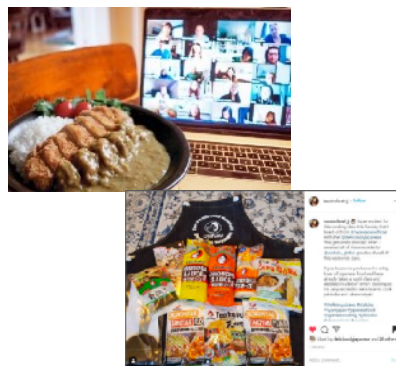
JAPAN FOOD SHOW 2018-2019年

日本飲食メーカーが集うBtoCtoB展示会

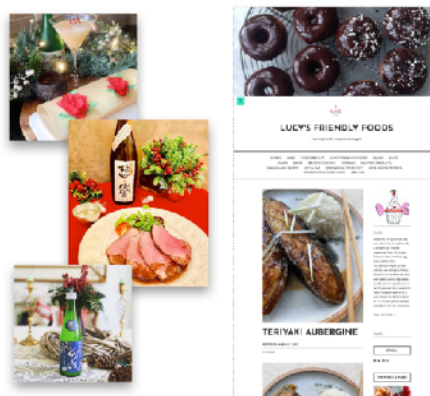


オンラインイベント

試食パーティー／料理教室



インフルエンサーサンプリング



シェフサンプリング



クロード・ボジ



トム・ケリッジ



アダム・パイアット



マイケル・ウィグナル



日本食PR請負事業

制作クリエイティブ

ポスター等販促品、パッケージデザインなど

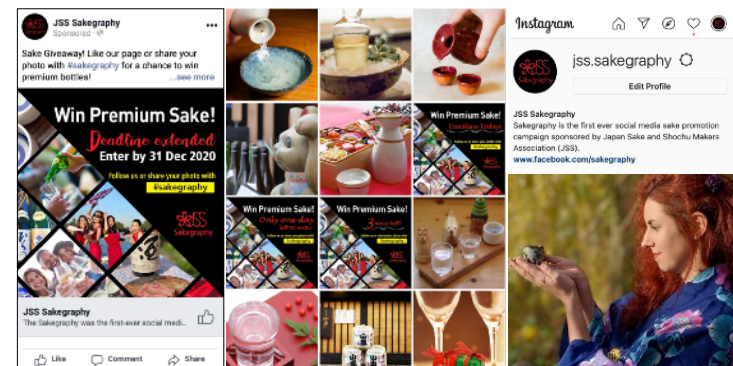


デジタルプロモーション

ジャパン・モール事業 (JETRO 2019)



JSS Sakegraphy (日本酒造組合中央会 2020-21)



日本食PR請負事業

BtoB イベント

和牛セミナー&試食会
(農林水産省・JETRO・
中央畜産会 2014)



IFE出展サポート
(農林水産省 2013)



うま味サミット in
London (味の素 2009)



London Tosa Sake Fair
(高知県 2015)

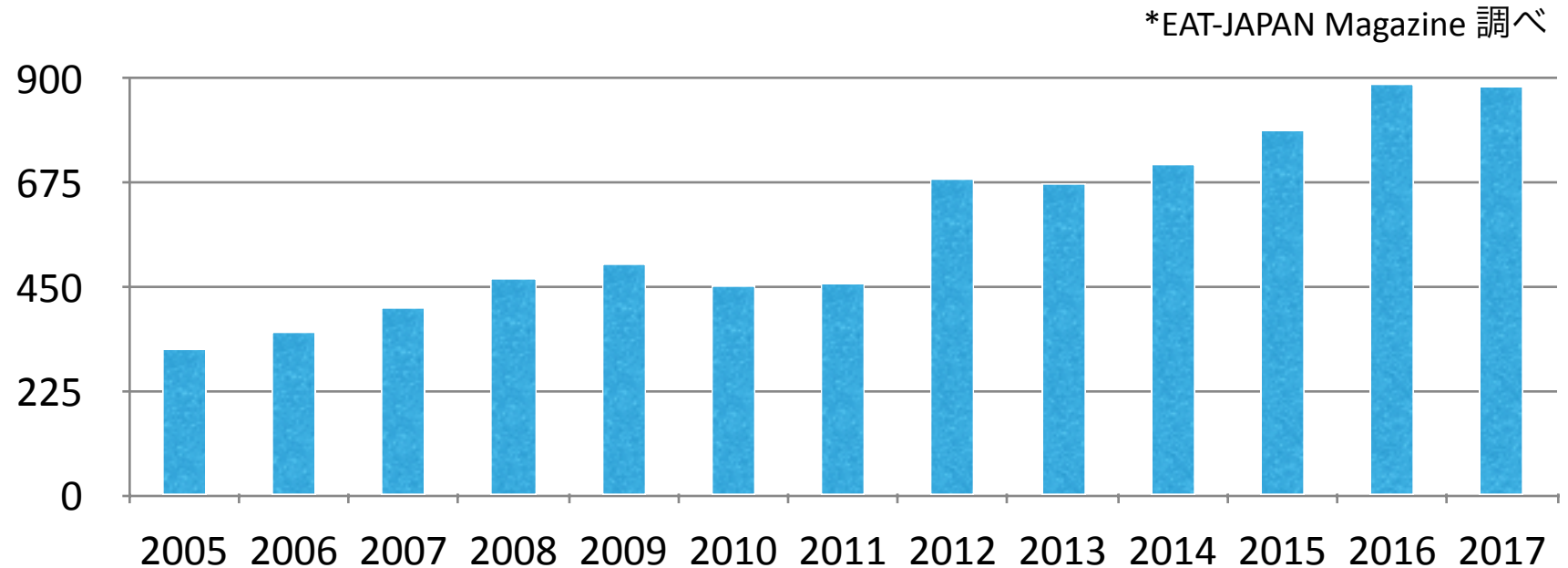


BtoC イベント

Taste Japan (海外における日本食普及事業)
／農林水産省・博報堂 2013



英国における日本食レストラン数の推移



- 日本食レストランは増加の一途
- 過去10年における人気メニューの推移：寿司、刺身、天ぷら → カツカレー、ラーメン、餃子などカジュアルなものにシフト
- チェーン店の躍進：過去5年間、英国のレストラン業界全体としてはチェーン店の勢いが落ちている中、日本食レストランチェーンは「Yo Sushi!」や「Shoryu」の躍進が目覚ましく、44%増（CGA & AlixPartners Market Growth Monitor Report 調べ）。これらチェーン店の主要メニューがカツカレーやラーメンであり、マス層にも幅広く受け入れられ知名度を上げている。
- 2021年7月末には丸亀製麺のオープン。「うどん」が次なるブームになるか。

2021年 英国における食のトレンド

Alfresco dining (屋外での食事)

コロナの影響による新しい生活様式でにわかに注目を集める。BBQ市場も急拡大。和風BBQソース

冷凍食品

スーパーマーケットへ行く回数を減らすため冷凍食品を購入する人が増加。また、餃子などこれまで外食していたメニューを冷凍食品で自宅調理する人も増加。

ミートフリー、植物性タンパク質

健康志向、環境への配慮によりさらに注目が高まっているのがマッシュルームやジャックフルーツなどのジャーキー。てりやき味のパイナップルジャーキーなどが人気。

Gut health (腸活) 商品

プレバイオティクス食品や、Kombucha (紅茶キノコ=プロバイオティクス発酵飲料) が人気。

缶カクテル

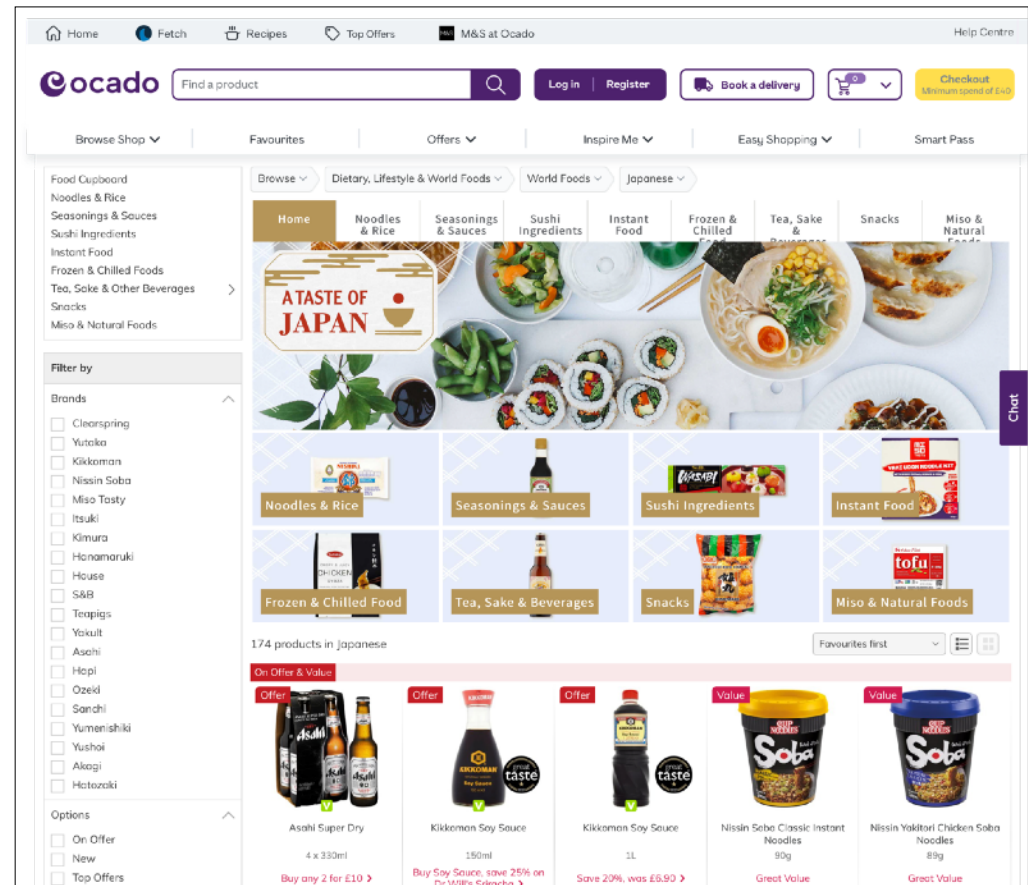
主に若い女性を中心にコロナ禍に自宅でバー気分が味わえる商品として人気急上昇。



コロナ禍の食を取り巻く環境の変化

オンラインフードショッピング

- ロックダウンを経て食品のオンラインショッピングが広まった。
- 英国の成人の1/4がオンラインフードショッピングを利用。
- 食品分野のEC専業最大手「Ocado（オカド）」も売り上げ40%増。
- JETROの「ジャパン・モール」事業の一環で日本食特設サイトを開設。米、調味料、豆腐、しらたき、カップ麺、冷凍食品、日本酒など200点近い日本食材を取り扱う。
- 「Sushi Sushi」や「Sou Chef」等、こだわりの日本食材を販売するEC店舗も増えており、日本食材が格段に入手しやすくなっている。



コロナ禍の食を取り巻く環境の変化

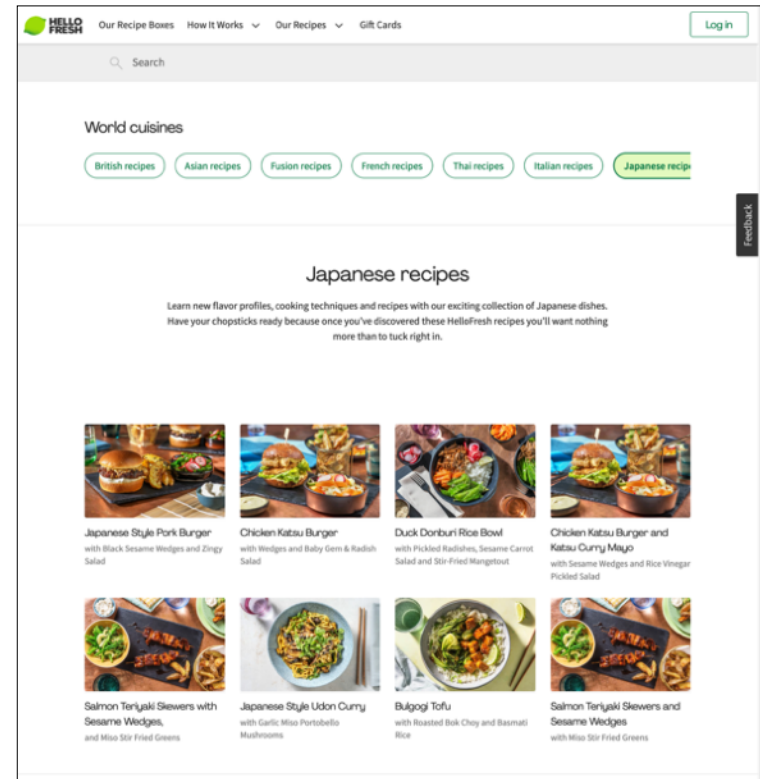
ホームクッキング

ロックダウン中、レストランやカフェが閉鎖され自宅で料理をする機会が増加。これまで外食にたよっていた外国料理をレシピボックスやミールキットを利用し調理する人が増加。

ミールキットのサブスクリプションサービス大手「Hello Fresh」はカレー焼きうどんやチキンカツバーガーなど日本食レシピを8種類、「SimplyCook」は照り焼きサーモン丼、チキンカツカレーなど7種類を揃える。

主要スーパーマーケットチェーンでも日本食のミールキットやクックインソース商品が増加。

PB商品に加え、オリエンタル食材メーカー／ブランド（Yutaka、Itsu、Yo Sushi!、Blue Dragon、Sharwoods、Miso Tastyなど）が競って商品を投入。中でもカツカレーキットは選ぶのが大変なほどの数が発売されておりその人気ぶり、メニューの浸透度が窺える。



コロナ禍の食を取り巻く環境の変化

アルコールのオンライン販売

健康志向によりアルコール摂取量をセーブする人が増える一方、OnePoll社の調査によれば、バーチャルパブクイズ、カクテルライブニングなどオンラインでの交流が増えた結果、お酒を飲む人の25%が、ロックダウン以降に酒量が増えたと回答。この流れを反映してオンラインでのアルコール販売も増加。

パブ文化が根付く英国では規制緩和とともに客足が戻っているものの家飲み需要によるアルコールのオンライン販売は今後も続くと思われる。

これまでレストラン消費が主要であった日本酒はロックダウンによるレストランの休業措置で、その輸入量に大きなダメージを受けた。

小売販売などのオフトレード消費を後押しすべく日本酒造組合中央会の主催によるSNSキャンペーン「Sakegraphy」を展開。

「London Sake」や「Sorakami」など日本酒のサブスクリプションを提供するオンラインショップも増え、家飲み日本酒の需要拡大が期待される。

The screenshot displays the London Sake website, which promotes monthly sake subscriptions. The main headline reads "MONTHLY SAKE SUBSCRIPTIONS" and "TRY NEW SAKE AT HOME EVERY MONTH". Below this, there is a section titled "WHAT YOU GET" listing benefits such as a new delivery of sake every month, a gift guide, and exclusive member pricing. The "CHOOSE YOUR OPTION" section highlights "THE SUMO SUBSCRIPTION" and "THE SAMURAI SUBSCRIPTION". The bottom section, "Select Your Plan Now!", offers three membership tiers: Monthly, 6 Months, and 12 Months, each with a "Join Now" button.

Plan	Price (per month)	Shipping	Includes
Monthly Membership	£34.90	+ shipping	1 premium sake bottle (250ml), Sake Guide, Curated Sake Review, Magazine, Exclusive Member Pricing & Offers, Postcard / Don't Ask Review
6 Months Membership	£33.90	+ shipping	1 premium sake bottle (250ml), Sake Guide, Curated Sake Review, Magazine, Exclusive Member Pricing & Offers, Postcard / Don't Ask Review
12 Months Membership	£31.90	+ shipping	1 premium sake bottle (250ml), Sake Guide, Curated Sake Review, Magazine, Exclusive Member Pricing & Offers, Postcard / Don't Ask Review

今後の英国における日本食のPRのまとめ

**食品EC市場の拡大、ホームクッキングの機会の増加は
外国料理＝ニッチ市場である「日本食」にとっては商機拡大のチャンス**

ホームクッキングを簡単にする商品やサービス

ミールキット、調理ソース、レシピ動画配信、バーチャル料理教室の開催

カジュアルな日本食メニューの提案

カツカレー、ラーメンに続く新たなトレンドメニュー

健康志向を取り込んだ商品

腸活商品など

環境に配慮したパッケージや食材選び

ミートフリー商品など

