

6 福岡県サンフランシスコ事務所

- (1) 日 時 2020年1月23日(木) 9時50分～10時40分
- (2) 調査事項 当該事務所では県内企業の進出支援や外国人観光客の誘客等に取り組んでいることから、現地事情を踏まえた取組や課題等を調査し、本県の県内企業の進出支援や外国人観光客の誘客に資する。

(3) 経 過

初めに、佐野団長から調査協力に対するお礼の挨拶を行い、その後、徳永所長から歓迎の挨拶があった。続いて、同所長から日系企業の進出支援、外国人観光客の誘客や県産品の販路拡大に係る取組等の説明があり、質疑応答を行った。



徳永所長による挨拶

(4) 調査概要

【事務所の概要】

- 福岡県サンフランシスコ事務所（以下「県事務所」という。）は2003年に開設し、現在、県からの出向1名、現地契約スタッフ4名の計5名体制で業務を行っている。
- アメリカで本県の名称をそのまま「FUKUOKA」と発音させるとあまりうまく発音してもらえないので、なるべく「フクオカ」と呼んでもらえるよう、表記を「FCOCA」という当て字にしている。

- 福岡県は、シリコンバレーのほか、上海、香港、タイのバンコクに海外事務所を置いている。ソウルやフランクフルトにも事務所を置いていたが、2013年に閉鎖し、現在は、現地のコンサルタントに業務委託している。
- 海外事務所では、県内企業の海外進出支援、海外企業の誘致、県産品の販路拡大、外国人観光客の誘客、学生交流の支援の5つの分野で業務を行っている。

【県内企業の海外進出支援】

- 県内企業の海外進出支援は、大きく分けると、県内企業のシリコンバレー視察のアテンドと、企業訪問時の訪問先との調整等を行っている。
- シリコンバレーというと半導体やIT系企業の進出相談が多いかのように思われるが、現在は圧倒的に食品関係の企業からの相談が多く、日本食ブームも相まって、豚骨ラーメン屋の出店が増えている。
- 福岡県とアメリカを結ぶネットワーク構築のため、年に3回から4回、福岡県にアメリカで活躍している方を招き、その時々ニーズに合わせたテーマでセミナーを開催している。現在は、食品関係の企業からの問合せが多いことから、アメリカでレストラン経営されている方や食品販売の認可に関する弁護士等を招いてセミナーを開催している。



県内企業の海外進出支援の説明

【外国人観光客の誘客に係る取組】

- 福岡県はアメリカでの知名度が低いことから、「どこにあるのか」、「東京からどのくらい離れているのか」ということを聞かれる。そのため、ジャパンウィーク、ジャパンフェア、J-P-O-Pサミットやロサンゼルスで開催されているジャパンエキスポ等のイベントにブースを出展して、福岡県を知ってもらうための活動を行っている。
- 現在、いろいろな観光情報がSNS等で発信されているが、英語の情報が少ないことから、SNS等から観光情報を拾い英語に翻訳して福岡県の情報を発信している。アメリカ人は旅行の際、SNSを使用することが非常に多いことから、フェイスブックやインスタグラムで発信されている日本の情報や写真を活用しながら、情報発信をしている。

【海外福岡県人会】

- アメリカは福岡県からの移住者が多いことから、県事務所では、福岡県からの移住者等で構成される県人会の活動支援を行っている。県人会は移住者で構成されているが、その他に福岡県に縁のある駐在員で構成されている企業県人会があり、アジアとアメリカの県人会では、構成や組織の体制が異なっている。
- 移住者で構成される県人会は、会員の平均年齢が70歳以上であり、また、移住者で構成されている組織なので、若い駐在員等は参加しづらい状況である。
- アメリカ西海岸は、移民の方が非常に多く、人と人とのつながりを非常に大切にし、そこからビジネスに発展することが多いため、2016年に福岡県に縁のある駐在員を対象としたコミュニティを作った。現在、このコミュニティをメインに活動しており、このコミュニティを活用して一緒に仕事するようになったケースも何件かあった。それくらいこちらでは、コミュニティが重要である。

【姉妹都市との交流促進】

- その他の業務として、県事務所のあるサニーベール市と福岡県飯塚市が姉妹都市で、非常に交流が盛んであり、毎年中学生が20名ずつ、お互いに行き来している状況である。

今後は、学生の交流だけではなく、アメリカの商工会議所等にも協力してもらい、ビジネス交流にも力を入れていきたい。



福岡県事務所が入居するビルのビジネス交流会場の様子

(5) 主な質疑応答

(問) 事務所の業務がいくつかあるが、どの業務が一番忙しいのか。

(答) 県内企業の進出支援が、業務全体の5割を占めている。その他の外国人観光客の誘客、県産品の販路拡大、学生交流の支援はそれぞれ同じくらいの割合である。

(問) 県内企業のアメリカ進出の支援をされているとのことだが、企業から進出支援を依頼された場合は、支援料のようなものは徴収しているのか。

(答) 全て無料で行っている。しかし、ビジネスの話になると県は関与できないので、そのような場合は進出を希望されている企業がお金を支払っている。例えば、コンサルタントを使って調査する際に、我々にできる部分は県で負担をするが、県で対応できない部分は進出を希望されている企業に負担をしてもらっている。福岡アジアビジネスセンターという海外進出相談窓口があり、そこでは1件につき15万円まで補助金を出している。

(問) 福岡県はおいしいお菓子がたくさんあると思うが、アメリカに進出しているお菓子屋はあるのか。

(答) 北九州市にあるお菓子屋で、七尾製菓というパピロというお菓子を製造している企業が進出している。

しかし、FDA（アメリカ食品医薬品局）の許可を取ることが必要でそれが難しい。例えば、動物性のものが混在していると輸入できない等の障壁があり、福岡県の日系企業もアメリカに進出したいが、進出できる企業は限られてしまう。

(問) 福岡県には上場している企業が多くあると思うが、福岡県がこの場所に事務所を設けていることと何か関係はないのか。

(答) 実はこのシリコンバレーには、福岡県の企業であるTOTO、安川電機、ゼンリンや西日本鉄道が、こちらを拠点にして活動しているので支援をしている。例えば、企業の紹介であったり、一緒に何かイベントを行ったりしている。



企業進出の支援に係る質問

(問) それでは、県内企業の進出支援では、そのような企業の支援がメインになっているのか。

(答) そうではなく、大企業は自分たちの力で開拓していけるので、県の支援を受けることはあまりない。

県が主に支援しているのは中小企業である。シリコンバレーに駐在員を置くだけで年間数千万円も費用がかかるので、そのよう

な部分を支援している。

(問) 海外企業を福岡県内に誘致した実績は、事務所開設後からどのくらいあるのか。

(答) 事務所を開設してから3件あったと聞いている。ソフトウェア関係の企業からの問合せをもらうことはあるが、私が赴任してから誘致した企業はない。

(問) 福岡空港から直行便は出ているのか。

(答) ない。東京を経由しなければならない。

(問) 福岡県を訪れる外国人観光客は増えているのか。

(答) それほど増えてはいない。どうしても日本と言えば、東京や京都、そして西に目を向けても広島までとなっている。広島からもう一歩先にある本県に来てもらえればと思っているが来てもらえない。

アジアやヨーロッパでは、九州観光推進機構という機関があり、九州が一体となって観光のPRを行っているので、今年からアメリカでも行いたいと思っている。

(問) 県産品の販路拡大ではそのような取組をしているのか。

(答) 最近では、苺の「あまおう」、温州みかん、柿等、毎年様々なものをPRしている。

しかし、生鮮品を輸入するには費用がかかってしまう。例えば、あまおう1パックで19.98ドル、約2,500円もする。この価格ではなかなか気軽に購入できる金額ではない。

また、カリフォルニア州は、いちごやみかんの一大産地なので、1パック5ドル～6ドルで販売していて、価格面では対応できない。

(問) 価格は高いと言っても味はおいしいのでは。

(答) そうである。しかし、何でも甘ければいいかということ、そういうわけでもないのです、どこをターゲットにして販売していくかが重要であると思う。

そのため、現在、高級ホテルや洋菓子店で取り扱ってもらえる

ようにセールスをしている。

果物以外では、西海岸や東海岸では、日本酒を好んで飲まれる方が多い。

数年前に、アメリカで日本酒を販売されている方を福岡県の酒蔵にお連れしたら、実際に何品種か輸入してもらえることとなった。

(問) 常に県産品を販売している店舗はあるのか。

(答) ない。そのため、日系スーパーマーケットで毎年2月に九州フェアを開催してPRしている。

あまおうはPRし始めて、4年～5年になる。

(問) 先ほど説明のあった飯塚市は、なぜサニーベール市と姉妹提携を結んでいるのか。

(答) サニーベール市の市長に日本人の友人がいて、姉妹提携を締結してくれる市町村を探していた。

最初は他県の市町村に相談しに行ったようだが、そこは締結しなかった。

その後、実は日本人の友人の方がこの事務所のある建物に入居していて、福岡県に相談しに来た。そのため、県内の市町村に声かけしたところ、飯塚市が手を挙げてくれて、2018年に姉妹提携を締結することとなった。

姉妹提携都市は、締結することが目的になっているところがあるが、飯塚市は毎年しっかりと交流を続けていて、この事務所の入口に桜の木が一本あるのだが、それは飯塚市から交流の一環で寄贈されたものである。

(問) 以前、飯塚市の政治家がサニーベール市議会を訪問している記事を拝見したが、政治家同士の交流はあるのか。

(答) 2018年に、姉妹都市提携した際にサニーベール市議会で調印式を行った。

(問) 飯塚市の市長と市議会議員がサニーベール市議会に出席されたのか。

(答) そうである。

再来年、福岡市とオークランド市が姉妹提携を締結してから60周年になるので、またイベントをしたいと考えている。

2017年と2018年には千葉県の船橋市の市長が訪れて、こちらでお話をさせていただいた。船橋市はヘイワード市と姉妹提携を締結しており、毎年、学生と交流している。以前お越しになったときに、ビジネス交流を考えているが、船橋市とヘイワード市だけで行ってもそこまで企業が来ないのではないかと話があったので、サンフランシスコ周辺で姉妹提携を締結している市町村と共同でビジネス交流したらいいのではないかとお話しした。

(問) この事務所はシリコンバレーの真ん中にあるが、この場所にあるメリットや今後やっていきたいと思っていることは何かあるか。

(答) まず、この事務所を設立した経緯を説明すると、1995年頃からジェトロ・サンフランシスコ事務所に職員を出向させていたが、2003年に単独事務所を設立した。

九州は一時期シリコンアイランドと呼ばれていたことがあり、2003年に当時の麻生知事がシリコンシーベルト構想というのを立ち上げて、シリコンバレーの半導体企業を誘致するために事務所を設立した。

しかし、その後シリコンバレーも変化し、今ではソフトウェアを開発する企業が増え、それに伴い事務所の役割も変えてきた。

シリコンバレーに事務所があることが良いかどうかは、本県の中でも意見が分かれるところである。先ほど説明したように食品関係の企業進出支援をするのであれば、ロサンゼルスやニューヨークでも良いのではないかという話がある。

そのような意見がある一方、ここに事務所があるメリットは、日頃から情報収集やネットワークづくりをしているので、福岡県内の企業がこちらに進出したいとなれば、現地でしか聞けないような情報を提供したり、こちらで活躍している方とつながりを持ってもらうなどの支援をできる点である。

来週には、福岡市に拠点を置くソフトウェアの中小企業の方々が来られて、シリコンバレーの企業訪問等を行う予定である。

(問) 千葉県も以前はシンガポールに事務所を設置していたが、それよりも年に数回知事がトップセールスを行った方が良くなり事務所を廃止した。事務所があれば、様々な行事や交流を持つことができ、販路拡大にもつながると思うが、その点どう思うか。

(答) 個人的な意見としては、事務所を設置していた方が、確実に販路は拡大するし、ビジネスにおいても西海岸の人は、人とのつながりを基にビジネスをする方が非常に多いので、こちらにいるからこそ、例えば、あるバイヤーさんが「今度こういうのを企画したいんだけどどう」と、声をかけていただける機会が非常に多くなってくる。そういった意味で、ここに定住して拠点を持つというのは非常に大事なかなと思う。

(問) 設置していた方が良いとは思いますが、費用対効果もあると思うか。

(答) 県産品の販路拡大の部分だけで言うと、現在、有明海の海苔の営業をしていて、実際に取引が増え生産者の収入源になっている。

(問) 事務所の運営費はどのくらいかかるのか。

(答) 賃料や人件費を含め年間約 2,000 万円かかっている。

シリコンバレーの物価は高いので、福岡県とゆかりのある企業と一緒にイベントをやることでスポンサーになってもらっている。

(問) 福岡県のような事務所をアメリカに設置している自治体は他に
あるのか。

また、国と連携をしたりすることはあるのか。

(答) まず、他の自治体の事務所については、西海岸ではシアトルに兵庫県が事務所を設置している。東海岸ではニュージャージーに神奈川県が事務所を設置しており、本県を含めて3県くらいだと思う。その他では、ジェットロやスタンフォード大学に職員を出向させている。

国との連携については、イベントを一緒に行ったり、こちらに進出を希望されている企業の相談に乗っていただくこともある。

その他には、現地のラーメン屋が柿を使った新メニューを作りたいという話を総領事館からいただき、福岡県の柿を紹介することもある。

(問) 以前、福岡県に伺った際に福岡県内企業がプログラミング言語である R u b y を推していると聞いたが、こちらの事務所でも R u b y の普及等を行っているのか。

(答) 普及活動は行っている。R u b y を作られた方を団長にして、R u b y を使いサービスを提供している企業をこちらに連れて来て、現地企業との交流等を図った。

(問) アメリカでは R u b y は普及しているのか。

(答) 使われている。G A F A (グーグル、アマゾン、フェイスブック、アップルのこと) でも使っているエンジニアはたくさんいる。



福岡県サンフランシスコ事務所にて

7 サンノゼ市危機管理局

- (1) 日 時 2020年1月23日(木)11時20分～12時20分
- (2) 調査事項 本県では、災害発生時における関係機関との連携等において課題があることから、関係機関との連携体制の強化や組織間の統一的な災害対応等に取り組む当該管理局で調査し、防災力向上に資する。

(3) 経 過

初めに、竹内副団長から調査協力に対するお礼の挨拶を行い、その後、ジャイ・マッカーミス副局長から歓迎の挨拶があった。続いて、同副局長から災害時の関係機関との連携体制や災害時の備え等の説明があり、質疑応答を行った。



ジャイ・マッカーミス副局長による挨拶

(4) 調査概要

【危機管理制度】

- アメリカでは、政府から全米に対し、安全保障の方針が示されており、全米で足並みをそろえた取組を行っている。
この理由として、過去の2件の出来事が影響している。
1つ目がニューヨークで発生した「9.11同時多発テロ」である。
2つ目がハリケーンの「カトリーナ」である。
この際に問題となった点が、各省庁間の連携体制であったことから、これらを契機に、危機管理体制において国、州、地方自治体

間で連携するようになった。

- アメリカでは、NIMS（National Incident Management System; 全米事象管理制度）という制度がある。NIMSは、「災害への備え」や災害時の「コミュニケーションと情報管理」、発災後の「資源管理」等の要素で構成される全米共通の危機管理体系であり、災害発生時、組織の活動を管理・調整するため、統一的な考え方・基本原則等を定めている。あらゆる災害や組織に適用できる制度である。
- また、カリフォルニア州では、災害時に州内の自治体で必要な人材や機材等を共有する制度がある。
例えば、消防車に搭載された機材の情報について全て共有しており、他の地区に支援を依頼する際、必要としている機材を的確に依頼することができるようになっている。
- また、人材面でも同様に、誰がどのような資格や訓練を受けているか自治体間で情報共有されている。
そのため、災害時に他の地区へ人的応援を依頼する際、災害の内容に応じて必要としている人材を的確に依頼することができる。
- アメリカでは、全ての組織が同一の取組を行っており、災害時の対応やそれに関連する研修・訓練、災害復興時の手順等は、法令に基づき統一されている。
そのため、危機管理における書式、手法や使用される用語等は、ロサンゼルス、サンフランシスコ、サンノゼ等どの組織においても共通して対応することができる仕組みになっている。



危機管理制度に係る説明

【防災計画や訓練、研修等の防災対策】

- 災害対応において当局が力を入れているのは「計画」である。
市では「緊急時運用プラン」を策定している。その立案過程では、各部が共同して策定することとしており、それぞれの観点から何が必要であるか意見を出し合い、作り上げている。
- この緊急時運用プランにより、市の各部における緊急時の役割、すべき事項が明文化されているため、災害時には各部署で様々な活動・運営を円滑に行うことができる。また、市の助役は危機管理部長の役割も兼務することとなっている。
- また、緊急時運用プランでは、災害時にとるべき行動の優先順位が示されており、最重要事項は生命の安全の確保、2番目は資産や財産の安全確保、3番目は環境の保全、4番目は事態の鎮静化の達成とされている。
さらに、災害の種類別に具体的対応策も記載されており、例えば、洪水等が起こった際、廃棄物が排水溝を埋めてしまうこともあるが、その場合の詳細な対応・管理方法についても定められている。
- しかし、これらはいくまでもプランであり、実行する人がプランの内容を理解し、自分の役割を認識することが重要である。
そうすることで自分の役割が分からずに混乱することもなく、活動の効率も上がる。
- 次に行うのが研修及び演習である。計画があっても研修や演習がなければ、突然の事態に対応できないため、非常に重要な要素となっている。まず、策定した計画の内容や計画の実行性について学習してもらい、その後、実際に演習を通じて理解を深めてもらう。
- 地域における研修プログラムとしては、サート（CERT）と呼ばれる自主防災組織があり、サートが研修を行っている。
サートは資格制度であり、この研修を受けて取得した資格は、カリフォルニア州以外の州でも活用できる資格である。
現在、14の機関で研修が行われており、1つの機関で約40名が受講しているが、将来的には倍増したいと考えている。
- サートの目標は、研修を受けた市民が発災直後に実行すべきことを覚えてもらうことである。サンタクララ郡でも、消防署が同様のプログラムを行っており、アメリカ全土でこのような取組が行われている。

【関係機関との連携体制】

- サンノゼ市では、まず、災害対応に係る政策等について協議を行う「緊急サービス委員会」があり、地域内の主要な関係団体の長が出席し、年に1回程度開催される。
そこで政策が合意されると、次の段階として、政策をどのように実行可能なものにするか議論が行われ、さらに、その下部組織において、中間管理職が参加し、具体的手法の検討・決定がなされている。
- サンタクララ郡の場合も、郡レベルで「緊急運用地域管理委員会」という、サンノゼ市の緊急サービス委員会と同様の役割を担う組織が存在する。
また、CADREという非常事態に活動する非営利団体の集合体があり、この団体も州の組織と共に協議をしている。
- 最後に、昨年創設したアドホックという災害時の対応方法を協議する制度がある。例えば、火災が発生した際、発火を止めるために停電させることがあるが、この場合、消防署や警察署等は対応の責任を負わなければならない。大都市であるサンノゼ市でこのような対応をすれば影響がさらに多大であることから、その対応方針等について協議する。



連携体制に係る説明

【防災におけるICTの利用状況】

- 市で無線システムを保有しており、また、当局内及び関係機関との通信用に22の通信回線を使用している。
- 情報収集アプリケーションも活用しており、災害時には情報収集に苦勞することから、住民が被災情報を報告できるシステムを作り、市はその情報をデータとして取り込むアプリケーションを使用している。
電力会社等の民間企業が保有しているデータは、その企業固有のものであり、市が自由に使えない場合もあるため、このような独自のアプリケーションが必要になる。
- その他にもサンタクララ郡では、災害時に郡や市等の関係機関がどのような活動をしているか報告し合うシステムも活用している。このシステムには住民の連絡先データも登録されているため、関係機関から情報が集まり、危険な状態であると判断されれば、住民へ警報を発令する。警報を伝える手段としては、電話やメール、音声データの送信等様々な手段により住民へ伝えるようにしている。
- また、更に大規模な災害が発生すると、州や国とも情報共有が必要になるため、携帯電話の通信基地局を使い、情報共有する制度もある。

【防災対策における課題等】

- サンノゼ市のような大都市では、人種構成も複雑で、また、文化も多様化しているため、行政で対応する言語は86か国語にもなる。そのため災害時にうまく情報を伝えることが難しい。
また、新たな災害対策を実施する場合には、各コミュニティが持つ文化的な背景も配慮する必要がある。
- シリコンバレーは、活断層の狭間に位置しているにもかかわらず、住民の過去の災害の記憶が薄れている。
そのため、災害対策の機運を起こしにくく、教育や公的機関等が行うワークショップ等の地域サービスに力を入れづらい状況である。サンノゼ市でも22年前に洪水の被害にあったものの、意識が薄れていることから、市民をはじめ、行政職員に対しても継続した教育が必要である。
- 当局では、この5年間に地震への対策を整備するということを

目標にしており、市議会や市長もこの目標を支持してくれている。達成するに当たっては、各段階でどのような対策をとらなければならないか、明確かつ適切なロードマップを作成していく必要がある。

災害は起こるか起こらないかではなく、必ず起こる。時間の問題である。行政として、一貫して同じメッセージを出し続けることが大切である。

(5) 主な質疑応答

(問) 昨年、本県では大規模な災害が発生したが、対応が遅れてしまった。それをカバーするようなシステムはあるのか。

(答) 住民の信頼を取り戻すことが重要であると思う。

当局では以前、準備不足により災害対応で同じ過ちを犯してしまったことがあった。

それが契機となり、研修と地域への防災教育を強化して取り組んでいる。

(問) 情報収集アプリケーションについて、住民から停電等の様々な情報が上がってくると思うが、大規模災害時には、住民から上がってくる大量の情報について、取捨選択はどのようにしているのか。

(答) 地理空間情報システムを活用し、SNSを通じて情報を上げてもらう。これらの情報を上げてもらうことで情報の多い地域は特に被害が大きいと判断し、その地域への支援を拡充するようにしている。

(問) 千葉市にも平時で似たようなシステムがあるが、本県を直撃した台風の際は、倒木があったとか、屋根が壊れた等、情報過多になり市が対応しきれない状況が伺えた。

市として情報を絞り込む等の対応はしているのか。

(答) 情報収集アプリケーションの目的は、どこの被害が大きく、どの地域へ支援を拡充したら良いかを優先的に見極めるためである。

地方自治体では全ての被害に対応する資源が十分でないことが多いため、限られた人材や機材で対応するためのツールとして活用している。

その他の地域については、時間の経過とともに他の地域から支援があるので、そこで対応してもらう。

情報収集することが重要であり、情報を集約すると被害の様子が見えてくる。上がってきた情報の優先順位はリーダーが決めている。



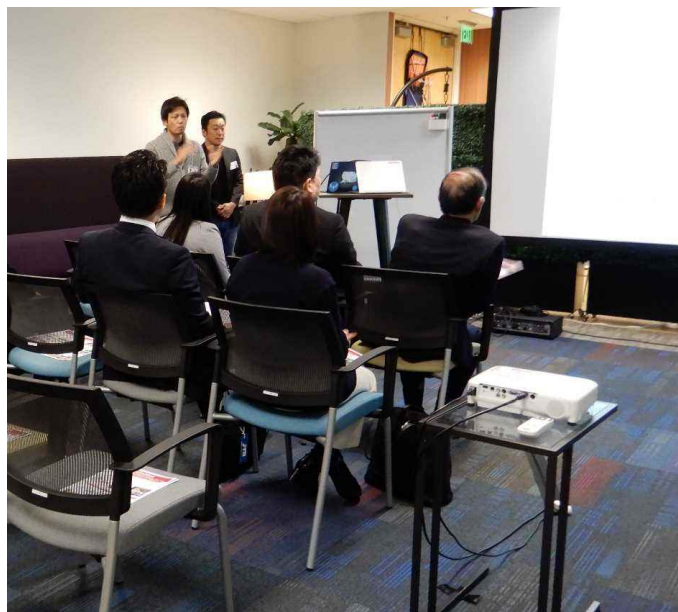
サンノゼ市危機管理局

8 楽天USA

- (1) 日 時 2020年1月23日(木)14時30分～16時10分
- (2) 調査事項 当該企業は日本からアメリカに進出し、現地で電子商取引をはじめICTを利活用した事業も展開していることから、現地進出後の取組やICT利活用の事例等を調査し、本県県内企業の海外進出支援やICT利活用の推進に資する。

(3) 経 過

初めに、竹内副団長から調査協力に対するお礼の挨拶を行い、その後、JTBアメリカ・伊藤氏及び楽天USA・富永氏から歓迎の挨拶があった。続いて、両氏から現地進出後の取組やICT利活用の事例等の説明があり、質疑応答を行った。



JTBアメリカ・伊藤氏(左)と楽天USA・富永氏(右)による挨拶

(4) 調査概要

< JTBアメリカの説明 >

【企業概要】

○ 昨年の4月から楽天USAの coworking space に入居し、日本のJTBとは異なる活動をしており、日本の旅行会社では唯一シリコンバレーに拠点を設けている。

ここでは、新規事業開拓として、スタートアップ企業への出資や

日系企業がアメリカに進出する際のコンサルタント支援などを行っている。

- 以前、約 170 年続いていたイギリスの旅行会社が破綻し、弊社も他人事ではないと思っており強い危機感を抱いている。
 現在では、グーグル、フェイスブック、ウーバーやエアビーアンドビーなど、今までに旅行事業を行っていなかったところが、旅行事業をやり始めたので、我々も新規事業の開拓を始めた。
- トレンドを調査するためにシリコンバレーに拠点を設け、現在は 1 人で活動しているが、今後は増員して、様々なサービスを提供できるようにしていきたい。



JTB アメリカ・伊藤氏による説明

【現地での取組】

- 以前はシリコンバレーと言えば、半導体を製造している企業が多かったサンノゼ辺りの地域を指していたが、徐々に範囲が広がり、最近ではサンフランシスコもシリコンバレーと言われるようになっている。
- 会社から新規事業を開拓するように言われているが、日本とアメリカでの考え方が全く異なるので、まず日本での考え方を変えながら新規事業を考えている。
- これまでにスタートアップ企業 3 社に出資をしている。
 主に、モバイルアプリを開発しているスタートアップ企業に出資

して、旅行事業におけるICT化を目指し、ホテル向け情報システムの開発等をスタートアップ企業と協力しながら取り組んでいる。

- 多くのスタートアップ企業の方とお話しさせてもらい感じることは、皆さんもっと多くの方と交流を持てば、もっとビジネスを展開していくことができると思う。

そのため、様々な方の交流を促進させ、潜在的な力を持っている企業の力を引き出したいと思っている。

- アメリカに1年近く住み、日本とシリコンバレーの考え方は180度違うと感じた。アメリカでもワシントンD.C.やボストンなど行政機関が多い地域と比べるとシリコンバレーは非常に特徴的である。

【日系企業の進出動向】

- 2018年現在、サンノゼからサンフランシスコまでの地域で進出している日系企業数は約900社になる。

弊社のようなR&Dと言われる新規事業開拓を行っている企業数が約52社となっており、世界最多の数となっている。

日本の企業がこちらへ視察に来るが、商談の場に決定権を有する者を参加させる等、より濃密な会議をしないといけないと思う。

- そのため、このコワーキングスペースを活用しながら、日本人起業家とタイアップして、より日本企業のビジネス開発が進むような研修プログラムを作っている。

- ビジネスでは、ビジネスチャンスとリスクが隣り合わせで存在し、日本ではリスクがあるとビジネスチャンスを放棄するような文化であるが、シリコンバレーではリスクを最小限に抑えながら、ビジネスチャンスを選択するような文化になっている。

そのため、新規事業が生まれやすく、また、非常に成長している企業が多いと感じるので、そのような日系企業をもっと増やしたいと思っている。

- アメリカでは新しい産業が形成されそうになると、官民学が一緒になってその産業を形成してしまう行動力があり、日本に比べてかなり進んでいると思う。これから日本にもいろいろな文化が入ってくると思うので、ぜひ参考にしてほしいと思う。

【ICT利活用の例】

- 海外進出を目指している企業では、海外の動向が気になると思うが、「Tech Crunch」という世界中のニュースが日本語で読めるサイトがありお勧めする。
 - スタートアップ企業が開発しているアプリの例として、自分がいる場所で起きた犯罪等の情報をリアルタイムで発信できるアプリがある。自分がいるところで何か起きれば、自分で写真を撮って情報発信して周りの人に知らせるサービスを行っている。
 - 教育分野では、生徒の授業管理アプリがある。親と離れて学校生活している生徒がより勉強に集中できるように、生徒自身をゲームの主人公にして、教師から褒められると成長していくようなアプリを開発している企業もある。
- また、モンスターペアレンツ対策として、学校との連絡をするアプリで、学校から情報発信することはできるが、保護者からは学校に連絡を取ることのできないようなアプリもある。



ICT利活用の説明

- アメリカは車社会で、サンフランシスコ市内では駐車場を探すのに苦労する。そのため、オンラインで駐車場の空き状況や料金を確認し、空きがあれば予約し決済をして、駐車できるアプリもある。
- このアプリに興味があったので、どのようなシステムになってい

るか聞いたところ、全くシステム化されていないとのことだった。アプリ上、駐車場は空きになっていても、実際は満車であることがあり、その場合は空いている駐車場を探すとのことだった。アメリカでは、様々な分野でICT利活用がされ、すごいと感じることが多いが、全てが完璧ではないこともある。

- 必ずしも多機能にすることが課題解決になるのではなく、お客様のニーズやトレンドを読むことが大変重要である。そのため、シリコンバレーは参考になる情報が非常にあふれている場所であると感じる。

<楽天USAの説明>

【企業概要】

- 楽天は、1997年に設立された会社で、まだ設立から20年くらいしか経っていない。会社の事業資産の規模は、約1兆円～2兆円であり、日系の総合商社で約2兆円～4兆円、日系自動車メーカーで約10兆円となっており、日本の名だたる企業に20年少々で追いついたことはすごいと感じている。
- 事業内容は、電子商取引に始まり、フィンテック（ICTを活用した金融サービス）、投資や旅行事業等の多角化経営を行っており、売上高が1兆円を超えた。



楽天USA 富永氏の説明

【現地での取組】

- リフトというライドシェアを行っている企業に対して出資している。

出資した理由は、ライドシェア業界では、リフト以上にウーバーが優勢であったが、データを分析した結果、ある地域ではこの2社が競い合っていることがわかった。つまり競い合っているということはサービスレベルがほぼ同じで、リフトはかなりポテンシャルのある会社ではないかと思い、出資を決定した。

このように投資やビジネスサポートをし、成功した事例が追い風になって他社からも良い案件の仕事をもたらえるようになった。

- 日本企業は資金があるのに投資する機会がないと言うが、以前であれば資金があれば投資をさせてもらえたが、現在は、資金があるだけでは、なかなか投資をさせてもらえないのがシリコンバレーの現状である。

投資先として良さそうな企業は既に他の企業が投資しており、投資すらさせてもらえないので、弊社のように投資した成功事例があると投資をさせてもらえる機会が増えると思う。

- 弊社はお客様商売なので、知名度が非常に重要である。日本ではプロ野球球団を買収し 10 年足らずで優勝させ知名度を上げた。このような成功体験を基に、ゼロから何かを始めることが好きな企業であると思う。

- スポーツにより認知度を上げる戦略は海外でも行っていて、約3年前にスペインの名門サッカーチームであるバルセロナの スポンサーとなったり、NBA（アメリカのプロバスケットボールリーグ）で最も強いウォリアーズの初めてのスポンサーにもなった。

- 実はアメリカでは約15年ビジネスをしており、ずっと黒字を維持している。弊社が親会社となっているイーベイツという企業があり、この事業がアメリカでは一番大きなビジネスになっている。最近イーベイツという企業名を楽天に変えようとしていて、昨年のスーパーボウル（アメリカで人気のアメリカンフットボールの大会）の決勝戦直前に、イーベイツは楽天に変わるとプロモーションした。

- 今まで楽天なんて誰も知らなかったが、ウォリアーズのスポンサーになることで知名度を上げていき、スーパーボウルでのプロモーションによりイーベイツを買収した企業が楽天であると認識

してもらえるようになり、時間と費用をかけて知名度を向上させている。

それ以外にも1日50万台ほど車が通る幹線道路前の建物を購入して、大きな看板を出して知名度を向上させようとしている。

- 楽天USAのサンマテオ本社では約700人の社員がいるが、そのうち日本人は約10%しかいない。アメリカでのビジネスの仕方と買収した企業の文化を守りながら、楽天の良い点を浸透させ、日々進化していこうとしている。

【現地企業との取組】

- 楽天USAでは、アメリカの大手スーパーマーケットチェーンであるウォルマートを支援しており友好的な関係を築いている。

ウォルマートで販売している電子書籍は、全て楽天の子会社であるコボという会社の商品を販売してもらっている。

なぜ、友好的な関係を築いているかということ、共通のライバル会社がいるからである。

- ウォルマート等の小売業は厳しい状況にあるが、ウォルマートの積極的な改革により、ようやく業績が回復を見せている。

具体的な取組では、オンラインで事前に商品を予約し受け取るサービスを強化した。お客様は、店で買わなくていいものはオンラインで購入して、店で買いたいものは来店して購入するようになり、お客様の購買意欲を向上させている。

【日系企業の進出支援】

- シリコンバレーの範囲は、近年、ダウンタウンであるサンフランシスコまで広がってきている。

最近勢いのある企業は、サンフランシスコに進出している。実は楽天USAの本社ビルも以前はセールスフォース・ドットコムという企業が入居していたが、サンフランシスコに移転した。

- 以前、シリコンバレーは半導体メーカー等が集積していたが、現在はスタートアップ企業の聖地になりつつある。

日本では競合している携帯電話事業を展開している企業とも、アメリカでは友好的な関係を築いており、月に1回ディスカッションをしている。

- たまに日本の企業の方々がこちらにお越しになることがあり、

皆さん、シリコンバレーでやりたいことはあるけど、費用やネットワークの構築が大変で進出することを躊躇していた。ちょうどその時、楽天USAの本社ビルを購入することとなり、シリコンバレーの中心に立地しているので、一部のフロアをオールジャパンで戦っていくために、様々な日系企業に入居してもらうコワーキングスペースを作ることとなった。そのようなところで日系企業の進出を支援しており、現在では、先ほど説明のあったJTBアメリカをはじめ、日系航空会社やクレジット会社も入居している。

- このコワーキングスペースは、様々な企業の方と仕事をする事ができるため、ネットワークを築き、情報共有できるようにすることが狙いである。

【ICT利活用の例】

- 以前、アメリカでは、出張の移動手段として、レンタカーやタクシーを使用することが多く、ライドシェアを利用していた人は数パーセントであった。

しかし、最近では、約8割近くの方がライドシェアを利用するようになった。

- ここから読み取れることは、既存産業も数年あれば大きな変化があるということ。

タクシーは良いところもあれば悪いところもあり、数年でそれに代わるものが出てくる。

この大きな変化を可能にしたものが、AIをはじめとしたテクノロジーの進化であると思う。

- ライドシェアを活用してもらえれば分かるが、今、自分が利用するために依頼するのと、5秒後に依頼するのでは、金額が数ドル変わり、その時の最適な価格が算出されるようになっている。渋滞しているときは価格が倍になるが、その時々を人間では即座に決めることはできない。それをAIは決めることができる。

このように、人間が行わなくていい仕事をAIなどに任せることができるようになり、ビジネスとして提供できる幅が大きくなったと思う。

- 弊社の主力ビジネスでAIを活用していないビジネスはない。

質問した内容をロボットが自動的に返信してくれるチャットロボットも昨年から活用している。

その他にも運送業でもAIを活用しており、運送ルートを決める際にリアルタイムのデータをAIが処理して、最適なルートを算出している。人間が決めるよりAIが決めた方が絶対に確実である。

○しかし、結局それを作るのは人間であるため、その人材を確保することが非常に困難となっている。

ウォルマートの平均年収は約200万円、金融系で約1,000万円、フェイスブックでは約2,000万円にもなっている。

フェイスブックに内定をもらった新人の有名な話があり、初任給が1,600万円でルームシェアをしていたが、この給与では生活できないと懇願書をマーク・ザッカーバーグに出したら、もう少し補助を出すこととなった。

バイエリアは物価が上がりすぎて、年収が2,000万円あっても生活できないこともある。

そのため、日本人からすると異常な事態に見えるが、このような手厚い補助をしないと優秀な人材が確保できない状況である。

(5) 主な質疑応答

(問) 地方自治体が楽天のような先進的な企業を増やすために、どのような支援をしていくべきだと思うか。

(答) 日系自動車メーカーが、地方である富士山麓でスマートシティを作ることは非常にすごいことだと思う。

アメリカの良いところは行政を含めて、何でも実験させる環境にある。そこで失敗することもたくさんあるが、そこから成長することがある。

日本では何か新しい取組をしようとするすると全部規制がかけられて何もできない。

例えば、特区のような、ドローンを使って自由に配達をすることができる環境をもっと増やしてほしい。

また、日本では定年退職したがまだまだ元気で運転もできる方がたくさんいると思う。その方を活用して、車を運転できないお年寄りや足の悪いお年寄りにライドシェアを使用させてみることもいいと思う。

どこのスタートアップ企業でも日本は規制で厳しいと聞くので、もう少し規制を緩めてもいいと思う。

(問) 日本は規制が厳しいとのことだが、アメリカは規制しないでトラブルになることはないのか。

(答) 個人的な見解だが、グレーゾーンが多いと思う。

アメリカは国と州で法律も税金も違うこともあり、グレーゾーンが多いと思う。ある州では行っていいことが、ある州はだめと言われることもある。

現在、アメリカでは、ライドシェアにおいて運転手が社員であるか否かで議論になっている。日本であれば初めから議論していると思うが、アメリカは判例法主義なので、グレーゾーンで行っていて、問題が起きると議論するようなどころもあると思う。

また、カリフォルニア州は、ワシントンD.C. から遠い位置にあるので、解釈がここに伝わってくるまでに変わってしまうこともあるのではないかと思う。



日本とアメリカの規制の違いに関する質問

(問) 日本では経済に活気がないなどと言われるが、アメリカに住んでいて、日本の行政はもっとこうあるべきだと感じることはあるか。

(答) 子供を持つ身としては、日本に帰るべきか悩んだ。日本へ帰国し

日本人としての価値観を持ちながら世界で活躍できるような人間になってほしいとも思った。

日本人は世界にチャレンジしていく人が少ないと思う。世界各国の人は海外で経験を積んでから母国へ帰りビジネスをしている。

そうであれば、個人的な考えではあるが、海外に行けるチャンスがあるならと思いここで暮らしている。

日本には良いところも悪いところもあるが、圧倒的に危機感がないと思う。そして、この危機感が欠如しているのが自分の世代だと思う。その理由の1つが少子化である。

世界に行けば移民を受け入れている国は多い。アメリカは良くも悪くもどのような手段でも成長を続けようとしている国である。

(問) 先ほどアメリカではなかなか出資ができない状況であると言っていたが、実際どのような状況なのか。

(答) アメリカのスタートアップ企業が10億円を集めるとなったときに、1億円出資していいと言われてやっと出資ができる状況であり、ビジネスで成功した人にはこのような話がある。

残りの1/3は中国系の投資家に、1/4はベンチャーキャピタルに、1/3は投資家に配分すると残りはわずかとなる。この残りわずかの出資枠に多くの企業が手を挙げるので、日本の企業には出資させてくれない。

その際に弊社のようにエンジニアが1万人規模でいるなど、ビジネスサポートできる体制にないと出資させてくれない。

よく日本企業の出資がうまくいっていないと聞くが、それは出資のタイミングやそもそも出資してもらおう対象に入っていないからだと思う。

(問) マイナス金利による影響もあるのか。

(答) そうだと思う。マイナス金利により資金を使わせる状況にあることも要因だと思う。

シリコンバレーの変遷を見ていると、100億円を持っているようなお金持ちがたくさんいる。

その人達が投資先を見つけるとすぐに投資してくる。その際に商社が数億円出資するのに、決裁に時間がかかるので明日決めま

すといった状態では間に合わない。

弊社でもアメリカで金融部門を強化しており、今後、楽天銀行が核になると思っている。

出資を決定するのに最後は決裁が絡むので、バックに銀行があると大分異なると思い、数年前から取り組んでいた。



アメリカでの投資状況の質問

(問) アメリカでの楽天USAの給与は中間層なのか。

(答) 日本とアメリカで給与水準は違う。日本よりアメリカの方が少し高い。公立学校に通う子供のいる家庭で年末に、家族年収が1,250万円以下の家族は給食費や教材費を補助するので申し出るよう手紙が届いたと聞いた。

つまり年収が1,250万円以下の家族は低所得者だと判断されたということである。

しかし、西海岸と東海岸では事情が異なり、ここから少し東にあるソルトレイクシティでも異なる。



楽天USAにて

9 トライ・インターナショナル

- (1) 日 時 2020年1月23日(木)17時45分～18時20分
- (2) 調査事項 当該企業は本県に本社を置く企業であり、世界各国において事業を展開していることから、現地での取組や外国人の雇用状況等を調査し、本県県内企業の海外進出支援に資する。

(3) 経 過

初めに、佐野団長から調査協力に対するお礼の挨拶を行い、その後、田所社長から歓迎の挨拶があった。続いて、同社長から現地での課題に対する取組や外国人の雇用状況等の説明があり、質疑応答を行った。



田所社長による挨拶

(4) 調査概要

【会社概要】

○このシリコンバレーの店舗は2011年に開業した北米1号店であり、今ではアメリカ、カナダ、ブラジルで合計12店舗を展開している。

本社は千葉市美浜区の幕張新都心にあるが、幕張新都心は成田空港と羽田空港へそれぞれ30分ほどで移動でき、海外進出している企業にとっては最高の場所だと感じている。

- アメリカではシカゴが拠点となっており 3 店舗を展開している。
シカゴの隣にあるウィスコンシン州は、大豆の大産地でキッコーマンもあり、アメリカでも味噌の需要が伸びていることから、ウィスコンシン州で味噌を作りたいと思っている。しかし、いくつかの問題があるので、ウィスコンシン州と姉妹提携都市である千葉県には、進出の支援をしてもらえたらありがたい。
- 17 年前に千葉市若葉区で第 1 号店を開店した。海外展開のきっかけは、日本人のブラジル移住 100 周年の際にブラジルへ海外第 1 号店を出店し、その後台湾、アメリカやイタリアに出店し、ベトナムでは 5 年前に製麺工場を進出させた。ベトナムでのラーメンシェアは約 80% となっている。
今後は、地方の味噌屋の一角をラーメン屋に変え、そこでしか食べられない味噌ラーメンを作って、インバウンドにも対応していただける店舗を作っていこうと考えており、来月に鹿児島に第 1 号店をオープンする。



会社概要の説明

【現地での取組】

- アメリカに進出した理由は、ニューヨークに出店したい思いがあったためだが、出店するまで約 2 年の時間を要した。
- 現在のアメリカ・ニューヨークにおける客単価は 2,000 円、シリコンバレーは約 1,600 円となっている。(日本は 1,170 円)
すぐ近くにアップルの本社があるが、この場所にアップルが進出してきたことにより家賃が 3 倍となり、時給も約 9 ドルだったが、20 ドルでも人が集まらなくなった。
- 日本だと焼き鳥を 290 円で食べられる居酒屋が、300 円に値上げ

したらお客様が減ったと聞いたが、焼き鳥の値段を 10 円値上げしたからといって、多くのお客様が減るとは思わない。

日本ではデフレーションに戻そうとしているので賃金も上昇していないが、アメリカでは賃金がどんどん上昇している。

- 各国に店舗を進出させていると日本だけが取り残されているように感じる。牛丼チェーン店等が 10 円競争を行い、デフレーションを招いているのではないかと思う。
- 最近、アメリカに出店する上で問題となっているのが、出店コストが年々上昇しており、以前は 3,000 万円程度で出店できていたが、今では 6,000 万円でも厳しい状況である。
- 一番課題だと思っていることがビザの取得で、日本からアメリカに出店希望者を連れてきて出店させようとしても、すぐにビザを取得できない状況である。

(5) 主な質疑応答

(問) 数か国で店舗を展開されているが、なぜ、海外展開をしようと思ったのか。

(答) 日本人のブラジル移住 100 周年の際にブラジルを訪問した当時、ブラジルには日本人の方が約 150 万人いて、多くの日本人の方々は日本へは帰れず、現地の空港へ日系航空会社の日の丸を見に来て、郷愁を得て泣いていたのが非常に印象的であったため、日本に帰れない方々に日本の味噌ラーメンを食べてもらいたいと思ったことがきっかけであった。

最初は現地の日系人の方に食べてもらいたいと思っていたが、その方だけでは商売にならない。作る人と接客する人がアメリカ人で、日系人のお客様をターゲットにしても全く集客できない。日系人のお客様をターゲットにするには、作る人と接客する人の全てが日本人でなければお客様は来ない。

シカゴの店舗は、少々汚いこともあり日本人のお客様が少なかったが、その代わりに白人のお客様の来店が増え、売上げが倍となった。そこで、やはり地元の方の好みに合わせないと売上げが伸びないと感じた。

しかし、初めから現地の方をターゲットにしない方がいいと思う。ここでおもしろいのが、アメリカに進出した日系飲食店では、最初に日系人が来店して、その次に日系人がアメリカ人の友達を

連れて来店し、それを見ていた中国人が来店する。このような流れを経て、現地で経営していくことができるようになると思う。

この店舗のある場所は、インド人が約 20 万人、ベトナム人も約 20 万人いて、コリアンタウンもあるので、さまざまな国の方が住んでいる。そのため、味噌ラーメンにカレーを入れた、味噌カレーラーメンを作ったらインド人が来店するようになった。インド人が来店しているラーメン屋はこの店舗だけだと思う。韓国の方には、味噌キムチラーメンを作ったら来店するようになるなど、アメリカは様々な国の方がいて非常に勉強になる。

(問) よくアメリカでは従業員の雇いで訴訟問題になることがあると聞くが、実際に経営されていて従業員の雇いで苦労していることはあるのか。

(答) 訴訟は 1 件もない。それは、アメリカに進出する際にそのようなことを勉強した方が良いと言われ、日本から来た従業員を集めて、アメリカでの従業員の雇用方法等の勉強をした。

例えば、女性従業員とは、セクハラトラブルにならないように、会話は天気予報や交通渋滞以外の話はできないことや、就業時間をしっかり管理することを勉強した。就業時間の管理では、予定されている時間を 1 分でも超えてしまうと、その時間分の賃金を請求されてしまうことがあり、日本で問題となっているサービス残業はあり得ない環境である。

(問) この店舗では、どのような国籍の方が働いているのか。

(答) 日本人やアメリカ人が働いている。しかし、日本食の店舗に白人の方が働きに来ることはない。多いのは、日本人や中国人、味覚が良く器用なヒスパニック系の方である。

(問) 先ほど海外進出時に県からの支援があると良いという話があったが、どのような支援があると良いと思うか。

(答) やはり現地進出時には、それなりの費用が必要となるので、資金面での援助があると進出しやすくなる。

(問) 海外の店舗は全て直営店なのか。

(答) 基本的には直営店か合弁会社であるが、カナダとタイでは現地

の会社がフランチャイズで運営している。

(問) こちらは人件費が高いため利益率が低くなると思うが、日本と海外では異なるのか。

(答) 利益率は海外の方が高い。利益率は、日本の場合売上げの約 12%、海外は 20%となっている。

例えば、ベトナムで家賃が倍、人件費が 3 倍になっても、日本と同じ金額で売ればまだ利益は出る。

(問) 海外進出する際は、社員として働いていた方が現地でオーナーになるのか。それともデベロッパーを介して進出するのか。

(答) 1 店舗を進出させると費用が約 3,000~4,000 万円になるので、銀行等はなかなか融資してくれない。そのため、現地で多業種の店舗を運営されている方が経営していたり、メガフランチャイズが経営していることもある。

その他にも、健康食品の店舗を運営したいという方がいた場合、弊社は健康食でもある味噌の専門店なので、その方が経営される場合もある。

(問) 今後アメリカにおいて、どのような事業展開をしていこうと考えているのか。

(答) アメリカは州によって法律が異なるので、アメリカでフランチャイズをやる場合、50 州全部の許可を取らなければならない、非常に時間がかかり、費用も 500 万~600 万円かかる。2 年~3 年迷ったが、やっと許可が取れたので、今後どのように展開していこうか考えている。

アメリカで誕生したファストフード店は、大都市から進出したわけではなく、地方から進出し巨大なチェーンを展開しているので、そのような事例を参考にしたいと考えている。

シカゴの田舎では、皆さん毎日スパゲッティ、ピザ、ステーキやハンバーガーくらいしか食べていない。新しい食べ物がなかなか根付きづらいが、白人の方に食べてもらわないといけないと思っている。そのため、地方で店舗を展開して徐々に規模を大きくして、ゆくゆくはヨーロッパやインドでも展開していきたいと思っている。

(問) 売上が 100 億円とのことだが、国内も含めて何店舗展開しているのか。また、店舗を増やすことができた要因は何だと考えているか。

(答) 若葉区で 1 期目は 3,600 万円だった。それが今では 100 億円、店舗数は国内で 112 店舗、海外で 20 店舗の 132 店舗で千葉に 22 店舗ある。

また、店舗を増やすことができた要因は「味噌」であったからだと思う。

(問) 売上げが伸びた要因として、海外進出したことが影響しているのか。

(答) 今年は外れてしまったが、ニューヨークの店舗が 2014 年～2019 年までミシュランガイドに掲載されていたことが大きかったと思う。

(問) 味は日本と違うのか。

(答) 同じになるようにしているが、地域で水質が全く異なり、ニューヨーク店では同じ水量で作ったらまるっきり違う味になった。

(問) 味噌も現地で作っているのか。

(答) 味噌は日本から持ってきている。味噌は 1 店舗で 5 種類くらい使っており、今後ウィスコンシン州で味噌を作っても 1 種類～2 種類程度になると思うので、必ず日本から持ってきている。

(問) 船橋や習志野の店舗によく行くことがあり、日本の店舗では味噌を売っていると思うが、アメリカでも味噌を売っているのか。また、味噌を購入する方はいるのか。

(答) 味噌を輸入してラーメンを作ることは問題ないが、味噌を売るためには、アメリカ食品医薬局の許可を取らなければいけないので、売っていない。

(問) 何十年も味噌ラーメンだけで経営されているが苦労したことは何かあるか。

(答) 本来、味噌ラーメンはもっと売れるはずなのだが、海外の主流は豚骨ラーメンなので、海外では味噌ラーメンだけで経営すること

は難しいと感じた。以前のアメリカでは、「ラーメン」＝「中国」という考えであったが、最近になって「ラーメン」＝「日本」と考えてもらえるようになった。

(問) 2013年に和食が世界遺産になって、ある日本食品を販売している企業に行ったら、非常に売上げが伸びたと聞いたが、実際にそのような影響はあったのか。

(答) 影響はあると思う。現在、アメリカに進出している日本食品メーカーの多くは、売上げが伸びていると思う。

(問) 原料の小麦はアメリカ産のものを使用しているのか。

(答) 日本から輸入している。品質を保つには、値段が高いものの日本産を使用した方が良いと思う。

(問) アメリカは銃社会であり治安も懸念されると思うが、その辺りも考慮して出店しているのか。

(答) この辺りは治安が良いが、治安を考慮して出店は決めていない。

最近シカゴは治安が悪化しているが、シカゴの繁華街にも出店はしている。



トライ・インターナショナルの店舗にて