

米国アニメエキスポと 連携した日本食PR 調査レポート

令和6年10月



写真：ジェットロ撮影

【免責条項】

本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用下さい。
ジェトロでは、できる限り正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロおよび執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承下さい。

本レポートに関する問い合わせ先： 日本貿易振興機構（ジェトロ） ロサンゼルス事務所
TEL：1-213-624-8855 Email：lag-USPF@jetro.go.jp

はじめに

本レポートは、2024年7月4日(木)から7日(日)までの期間、ロサンゼルス・コンベンションセンターにて行われた北米最大級のアニメ関連イベント「アニメエキスポ(正式名称: Anime Expo、略称: AX)」において、日本食及び日本産食材を提供した44店舗と協力し、アニメと連携して日本産食材及び日本食をどのようにPRすべきか分析したものである。

日本のアニメは、海外を中心に、この10年で市場規模が2倍以上に増加している成長産業である。2012年は1兆3,395億円であった日本のアニメ産業市場規模は、その10年後の2022年には2兆9,277億円(前年比6.8%増)となり、史上最高額となった(2023年12月に一般社団法人日本動画協会が発表)⁽¹⁾。

日本国内のアニメ市場も堅調だが、伸びが大きいのは日本以外の海外である。日本動画協会の調査では、2012年の海外における日本のアニメ産業市場は2,408億円だったが、10年後の2022年には1兆4,592億円と、実に6倍に拡大している。日本のアニメは「熱狂的なファン向けのニッチなカルチャー」ではなく、「メインストリームのエンタメカルチャー」に昇華しつつあり、今後も引き続き、日本のアニメに追い風が吹くことが予想される。

日本のアニメ文化の認知拡大を背景として、アニメエキスポには例年、10万人を超える来場者が見られる。来場者はアニメのみならず、日本食にも高い関心を持っていたが、これまでのアニメエキスポでは、日本食が大規模に提供されることはなかった。そのため、30回以上開催されてきたアニメエキスポにおいて、今回はじめて、日本のグルメ屋台が並ぶストリート「AX CROSSING」が展開された。ラーメン、お好み焼き、たこ焼き、やきそば、カレー、うどん、焼き鳥、手巻き寿司など、日本が誇るソウルフードが一堂に勢揃いし、日本食はアニメとともに来場者に印象付けることとなった。アニメエキスポ主催者Society of Promotion of Japanese Animation (SPJA) の調べによると、今回のアニメエキスポの来場者数は、4日間で40万7,000人以上を記録するとともに、「AX CROSSING」に出展した企業44店舗の4日間の合計売り上げは約115万ドル(約1.7億円)となった。

本レポートでは、アニメエキスポにおける日本食、及び日本産食材の出展機会をとらえ、アニメと連携して日本食や日本産食材をPRする可能性を探るとともに、日本産食材の米国向け輸出促進の一助とすることを目的に作成した。

[1]出典: <https://aja.gr.jp/date/2023/12>



米国 アニメエキスポと連携した日本食PR調査レポート

目次

はじめに	... 3
1. アニメエキスポについて	
○アニメエキスポの概要	... 5
2. アニメエキスポにおける食ブース	... 7
○過去の食ブース	... 7
○参加企業リスト、及び販売商品	... 8
○参加企業の販売実績	... 13
○アニメとのコラボ商品事例	... 14
○来場者の主なコメント	... 15
○出展企業へのアンケート(結果)	... 17
3. 食ブースにおける考察	
○自社商品PRの場として、アニメエキスポを利用することの考察	... 19
○アニメ等コンテンツと絡めたPRに適した商材や提供方法、PR手法	... 20
○「日本食」普及啓発の場として、アニメエキスポを利用することの考察	... 21
○アニメエキスポにおける、来場者向けアンケートの結果	... 22
・お気に入りのアニメは何ですか？	... 27
・当日の様子	... 28
総括	... 30

1 アニメエキスポについて

○アニメエキスポの概要

アニメエキスポ (Anime Expo、略称AX) は、非営利団体「Society for the Promotion of Japanese Animation (SPJA)」によって主催・運営される北米最大のアニメおよび日本のポップカルチャーイベントである。通常、毎年7月の独立記念日を含む週末に、米国カリフォルニア州ロサンゼルス (主にロサンゼルス・コンベンションセンター) で開催されている。

33回目となった2024年は、『ドラゴンボール』の他、『ONE PIECE』や『鬼滅の刃』などの世界的ヒット作を含む300作品以上がPRされ、4日間で合計約40万7,000人以上が来場した。

イベント名	アニメエキスポ 2024
開催期間	2024年7月4日 (木)～7日 (日)
開催時間	7月4日 (木) 午前10時～午前12時 7月5日 (金) 午前10時～午前12時 7月6日 (土) 午前10時～午前12時 7月7日 (日) 午前10時～午後5時
開催場所	ロサンゼルス・コンベンションセンター 1201 S Figueroa St, Los Angeles, CA 90015 (米国・カリフォルニア州)
来場者数	40万7,000人以上

※主催者 Society of Promotion of Japanese Animation (SPJA) 調べ

300を超える業界ブース

アニメエキスポでは、ウエストホールとサウスホールの2つをメイン会場として、アニメやゲームの関連企業の展示・販売ブースのほか、ゲームスペースやマンガラウンジ、アニメ視聴、ワークショップルームなどが設置された。さらに、人気アニメーターや声優などのサイン会、アーティストのライブパフォーマンスなど、アニメやJポップカルチャーが会場で多数展示された。300を超える業界ブースが並んだ会場には、天井の高さほどもある巨大フィギュアが来場者の目を引いたほか、どのブースもアニメの世界を再現した異次元の空間をクリエイトした。調査会社『GRAND VIEW RESEARCH』によると、世界のアニメ市場規模は2023年に312億ドルに達したと報告されており^[1]、2024年から2030年にかけて年平均成長率9.8%で成長すると予想されている。さらに、米国のアニメ市場は急速に拡大中であり、2030年には500億ドル以上の収益が見込めると予測されている。COVID-19による自宅待機令もあり、米国ではアニメ動画配信サービス最大手のCrunchyrollの会員は年々増加傾向にある。2021年には、会員数は500万人を突破し、2024年7月初めに1,400万人を超え、1年前と比べて300万人増加した (『日経ビジネス』7/11/2024)^[2]。ソニー・ピクチャーズ・エンターテインメントとアニプレックスによる合併会社であるCrunchyrollは、200以上の国と地域に約1,300のアニメ作品 (46,000以上のエピソード) を配信している。また、動画配信サービス最大手のNetflixは2024年7月、世界の有料会員数が2億7,765万人になったと発表し、3月末時点から805万人増えた。近年、急成長をするNetflixやCrunchyrollなどのサブスクリプションサービスの普及により、アニメ全体の認知度が米国の若者の中で高まっていることが、アニメエキスポの参加者、及び参加企業の増加につながる要因とみられる。

アニメなどのコンテンツをPRするために出展した日本企業は約30社 (Bandai Namco Entertainment America Inc. / TOHO animation / Kotobukiya / Kadokawa / KODANSHA 他) あり、出展企業は出版会社、映像音楽事業会社、ゲーム会社、キャラクターグッズのメーカーなど多岐に渡った。

[1] 出典: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market>

[2] 出典: <https://business.nikkei.com/atcl/gen/19/00568/070800014/>

1 アニメエキスポについて

アニメエキスポの会場では、アニメやグッズなどの商品がPRされたほか、以下のコーナーが設けられ、広くアニメなどのコンテンツを楽しめるイベントとなっていた。

●ステージイベント

人気声優やアニメスタッフ、アーティストによるライブパフォーマンス、トークショー、パネルディスカッションなど

●展示会

アニメスタジオやゲーム会社、フィギュアメーカーなどが最新の作品や商品を展示・販売

●ワークショップ

キャラクターデザインやアニメーション技術、コスプレ制作などについてワークショップ

●コンテスト

コスプレコンテストやアニメ音楽に合わせたダンスコンテストなど

●上映会

新作アニメの世界初公開や往年の作品の特別上映会

●Autograph Sessions

人気クリエイターやアーティストによるサイン会



写真：ジェットロ撮影



写真：ジェットロ撮影

アニメエキスポは全米最大級のアニメ関連イベントで、2024年は世界64ヶ国から300社以上が出展し、40万人以上が来場した。他のアニメイベントの来場者数と比較すると、「New York Comic Con」(2023年)が約20万人、「OTACON」(2023年・米ボルチモア)が約15万人、「アニメNYC (ANIME NYC)」(2024年・米ニューヨーク)が約10万人、アニメや漫画のほか幅広く日本文化を紹介する「Japan Expo」(2023年・フランス)が約25万人となっている。それらと比べ、アニメエキスポの来場者数は圧倒的に多い。国際的な影響力を持っていることから、多くの企業やクリエイターが新作発表やプロモーションの場として利用している。アニメエキスポには例年、日本から有名な声優やアーティストが参加することも多く、今年は『ガンダム』の特集パネルで中川翔子さん、『鬼滅の刃』の竈門炭治郎役の花江夏樹さん、『僕のヒーローアカデミア』主人公の緑谷出久役の山下大輝さん、アンナ・シェルビーノ役の生見愛瑠さんらが参加した。他の多くのアニメイベントが1日または2日間で開催される場所、アニメエキスポは通常、4日間にわたって開催され、多くの時間を使ってイベントに参加できるようになっている。今年は会場内で日本食を提供する44店舗が出展する「AX CROSSING」がはじめて設置され、このうち9店舗がアニメとコラボしたメニューを提供した。

地図：アニメエキスポ



2 アニメエキスポにおける食ブース

○過去の食ブース

アニメエキスポはアニメのみならず、日本食にも関心の高い来場者が多く来場している。しかし、過去の食ブースでは、そうしたニーズに十分に答えられずにいた。例えば、2019年に開催されたアニメエキスポでは、以下の料理が提供・販売された。

アメリカ料理		アジア料理	
企業名	料理タイプ	企業名	料理タイプ
Auntie Anne's Pretzels and More	プレッツェル	8 E 8 Thai Street Food	タイ料理（パッタイ）
Canvas Food Trucks	ハンバーガー	Achara	フィリピン料理（串焼き）
Fries N More	フレンチフライポテト	Belly Bombz	韓国フライドチキン
SlaminSliders	ミニハンバーガー	Boba Truck Café	タピオカジュース、スラムおにぎり
Dua Mani Pizza	ピザ	Goshen Cuisine	寿司、ポキボウル
Vivace	ピザ	Mandoline Grill	ベトナムサンドイッチ
Wafel	ワッフル	Steamy Buns	バオバンズ
Smokehouse	BBQ ステーキ、サンドイッチ	Takuma' s Burgers	ハンバーガー
Wise BBQ	BBQ スペアリブ、ブリスケ	Tokyo Doggie	照り焼きチキン、牛丼
Love Bird Fried Chicken	フライドチキンサンドイッチ	White Rabbit	タコス、春巻き

カリブ及びクレオール料理		フュージョン料理	
企業名	料理タイプ	企業名	料理タイプ
Caribe Fusion	サンドイッチ	Manna From Heaven	チーズステーキ、ハンバーガー
Occasion Food Truck	サンドイッチ	Son Of a Bun Truck	ハンバーガー
		Swami' s Sandwich	サンドイッチ、ハンバーガー

地中海風料理		デザート	
企業名	料理タイプ	企業名	料理タイプ
Green Olive	串焼き、ギリシャピタ	Blast	液体窒素アイスクリーム
Grillicious	イスラエル料理	Fluff Ice	台湾式かき氷
		LA Donut	ドーナッツ
		Mambo Juice	フルーツスムージー
		My Delight	カップケーキ
		The Boba Truck	タピオカドリンク

水産物	
企業名	料理タイプ
Pinch of Flavor	ポキボウル、カリフォルニア巻き、
	シーフードタコス

2019年の食ブースでは、日本食や日本産食材を紹介するブースは少なかった。昨年までは、アニメエキスポでは上記のような料理が提供されており、「日本食文化を体験したい」という来場者のニーズを十分に満たすことができていた。



写真：ジェットロ撮影

2 アニメエキスポにおける食ブース

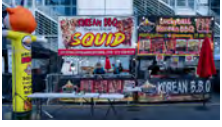
2024年、アニメエキスポの主催者SPJAの要望により、日本食に特化した食ブース「AX CROSSING」がはじめて設置された。「AX CROSSING」にむける出展企業は以下の通り。

写真：ジェットロ撮影

出展名	企業名	メニュー
Amami-Ya Baby Castella 	K.S.I. International Inc.	ベビーカステラ ・バニラパフェ \$18 ・抹茶パフェ \$18 ・ベビーカステラ ホイップクリーム添え \$16 ・ベビーカステラ \$14 ・ドリンク (桃、マンゴー、柚はちみつ) \$7
Bearology 	Boba Bear Koreatown LLC.	「ナルト」「SPY×FAMILY」ボトルドリンク ・マンゴーアプリコットティー \$20 ・レモネード \$20 ・すいかレモネード \$20 ・ピーチアプリコットティー \$20 ・ハニーデューグリーンティー \$20 ・ローズレモネード \$20
Chargel 	Weekly LALALA	ゼリーエナジードリンク ・ゼリーエナジードリンク (3種) & 缶バッジ \$15 + tax
Chinchikurin 	K2S US CORP	お好み焼き ・お好み焼き \$13 ・卵トッピング \$2
Daikokuya Ramen 	Motoi Entertainment INC.	ラーメン ・大黒ラーメン \$20 ・スパイシーラーメン \$21 ・ビーガン ごま冷麺 \$20 ・ごまガーリック冷麺 \$20 ・チキンまぜ麺 \$20 ・水 \$3 ・カルピス \$5 ・コーラ \$4 ・ダイエットコーラ \$4 ・スプライト \$4
Egghoused 	egghaustedla	うどん ・スラッシー (マンゴー、いちご) M \$18, L \$25 ・うどん \$17-25 ・餃子 \$17
Fisherman's Table Yamasaki 	Chota Fisherman USA, INC	寿司 ・手巻き寿司 サーモンフライ \$12 ・手巻き寿司 スパイシーグリルドツナ \$12 ・手巻き寿司 カリフォルニア \$10 ・きゅうりスティックサラダ \$5 ・緑茶 \$5 ・ラムネ \$5
Honda-Ya 	HONDA-YA INC.	やきとり／おでん ・やきそば \$16 ・やきとり 3pc \$18 ・やきとり 6pc \$36 ・おでん \$16 ・メロンクリームソーダ \$8 ・水 \$3 ・コーラ \$4 ・ダイエットコーラ \$4 ・スプライト \$4
ICY COCO BEAR 	Weekly LALALA (One Cruise)	レモネード ・レモネード \$7 ・レモネード 熊のアイス付き \$10

2 アニメエキスポにおける食ブース

写真：ジェットロ撮影

出展名	企業名	メニュー
Kagura 	Teishoku of Tokyo (dba Kagura)	サンドイッチ ・カツサンド \$20 ・フルーツサンド \$20 ・プリン \$10 ・ドリンク \$5~10
Kashiwa Ramen 	H2&CO LLC dba Kashiwa Ramen	ラーメン ・焼きラーメン \$15 + tax ・ラーメン \$15 + tax ・水 \$3
Kuramoto Shavery 	SS MADE LLC (dba Kuramoto Shavery / M's Crepe)	かき氷 (日本産の氷を利用) ・かき氷 (いちご、ゆず、抹茶) \$15 ・ラテ / ジュース (ほうじ茶、ゆず、抹茶) \$10
Laki Ramen 	Laki Ramen	ラーメン ・コールド担々麺 \$20・鶏白湯ラーメン \$21 ・ドリンク (緑茶、コーラ、ダイエットコーラ、スプライト) \$5
Luckyball Korean BBQ 	Lucky Ball, Inc	韓国BBQ ・串 いか / 牛 \$30, コンボ \$33 ・串 ポーク / チキン 1オーダー \$14, 3オーダー \$38 ・串コンボ \$33 ・照り焼きチキン / プルコギビーフ \$30
Mochill Mochi Crepe 	DOWNTOWN FOODS USA INC	クレープ ・いちご ホイップクリーム \$20 ・いちご チョコ ホイップクリーム \$20 ・いちご バナナ チョコ ホイップクリーム \$20 ・いちご 餅 ホイップクリーム \$20 ・バナナ 餅 ホイップクリーム \$20 ・バナナ チョコ ホイップクリーム \$20 ・バナナ キャラメル ホイップクリーム \$20 ・黒蜜きなこアイス \$20
Mochy Japanese Food 	GOSHIKI LLC.	和菓子 ・プリン \$8 ・みたらし団子 2pc \$4.50 / 3pc \$8.50 ・もちドーナツ \$7 each ・お茶 \$5
Mushoku Tensei Curry 	Weekly LALALA (Mono-ya)	カレーライス ・カレーライス \$15 ・カレーライス with トッピング \$20 ・ラムネ \$6 ・ドリンク \$5 ・スペシャルコンボ with 缶バッジ \$25
Okamoto Kitchen 	Triangle Foods, Inc.	弁当 ・牛丼弁当 \$20.99 ・カツカレーサンド \$14.99 ・お好みポテト \$10.99 ・ハウスポテト \$7.99 ・ドリンク 20oz (タイティー、サクララテ、メロンソーダ) \$7.49

2 アニメエキスポにおける食ブース

写真：ジェットロ撮影

出展名	企業名	メニュー
Onigiri Sun 	Daikokuya INC.	おにぎり (日本産の米と海苔を利用) ・おにぎり 1個 \$10, 2個 \$18, 3個 \$27
Rated R Ramen Burger / Big and Long Potato Swirl 	512 Entertainment Inc	ラーメンバーガー ・ラーメンバーガー \$20 ・味付けポテト \$6 ・コンボ \$26 ・ドリンク \$4 ・トルネードポテト \$14 ・トルネードポテト \$25
Sapporo Ramen Kifuu / Yukigunimonogatari 	Weekly LALALA (One Cruise)	ラーメン ・札幌みそラーメン \$20 ・札幌辛みそラーメン \$20 ・豚骨醤油ラーメン \$20 ・スパイシー豚骨醤油ラーメン \$20 ・スペシャル札幌みそラーメン \$25 ・スペシャル辛みそラーメン \$25 ・スペシャル豚骨醤油ラーメン \$25 ・スペシャル辛醤油ラーメン \$25 やきそば ・北海道海鮮やきそば \$20 ・ザンギ \$10 ・フライドポテト \$7 ・チャーシュー丼 \$13 ・ライス \$5 ・和牛串 \$20 ・やきとり \$10
SHIBUYA X FRIED CHICKEN by Happa 	OKW, INC (HAPPA RESTAURANT)	唐揚げ ・鶏唐揚げ \$17-35 ・枝豆 \$10 ・ソーセージ (ビーフ / ポーク) \$10 ・ドリンク \$6 ・ポカリスエット \$8
Sukiyuki with Otafuku 	SUKIYUKI LA	お好み焼き ・お好み焼き \$20
Sutadonya 	Vegiita USA Inc.	スタミナ丼 ・ポークすた丼 \$19 ・ビーフすた丼 \$22 ・ライス \$7 ・おーいお茶 \$4 ・コーラ \$4 ・ダイエットコーラ \$4 ・スプライト \$4 ・水 \$4
Takoyaki Tanota 	Tanota Foods, Inc	たこ焼き ・たこ焼き (オリジナル) \$15 ・たこ焼き (明太子) \$16 ・自家製ラテ (抹茶、ほうじ茶、いちご) \$7 ・自家製レモネード (フレッシュ、いちご、抹茶) \$7
Takoyaki the Crispy 	Tanota Foods, Inc	たこ焼き ・クリスピーたこ焼き (OG) \$14 ・クリスピーたこ焼き (生姜味噌) \$14 ・クリスピーたこ焼き (ハバネロマンゴー) \$14 ・クリスピーたこ焼き (クランチャー醤油) \$14 ・アクアレモネード (フレッシュ、抹茶、いちご) \$10

2 アニメエキスポにおける食ブース

写真：ジェットロ撮影

出展名	企業名	メニュー
Takoyaki Yamachan 	DOWNTOWN FOODS USA INC	たこ焼き ・8ピース レギュラー たこ焼き \$20 ・8ピース キムチ たこ焼き \$23 ・8ピース チーズ たこ焼き \$23 ・8ピース ネギマヨ たこ焼き \$23
Tamaen Japanese BBQ 	K Plus United Inc	おにぎり ・A5和牛むすび \$21 (日本産和牛を利用) ・うなぎむすび \$18 ・カリフォルニアスパムむすび \$13 ・たらこスパムむすび \$13 (日本産たらこを利用)
Teriyaki pepper chicken 	YWJP, Inc.	照り焼きチキン ・照り焼きベツパーチキン \$14 ・照り焼きベツパーチキン丼 \$19 ・照り焼きベツパーチキンSP \$24 ・照り焼きベツパーチキンバーガー \$17 ・照り焼きベツパーチキンバーガーSP \$21 ・照り焼きベツパーソーセージ 1本 \$6, 2本 \$9 ・いちごミルク \$9・シトラスブルー \$9 ・レモネード \$9・抹茶 \$9・ラムネ \$5 ・抹茶餅 \$9・きな粉餅 \$9・綿菓子 \$8
Tokyo Udon / Tokyo Yakisoba 	SARANIMASU	うどん／やきそば ・やきそば \$23・スパイシーやきそば \$24・オムそば \$25 ・コンボ \$28・オムそばコンボ \$30・ビーガンやきそば \$24 ・スパイシービーガンやきそば \$25・東京ダンドンうどん \$20 ・四川ダンドンうどん \$20・ビーガンダンドンうどん \$23 ・まぜうどん \$21・スパイシーまぜうどん \$22 ・ビーガンまぜうどん \$23・まぜうどんコンボ \$26 ・讃岐うどんビーガン \$20・たこ焼き 6ピース \$17, 10ピース \$25 ・スパイシーたこ焼き 6ピース \$18, 10ピース \$26 ・ネギマヨ たこ焼き 6ピース \$19, 10ピース \$27 ・スパイシーマヨ たこ焼き 6ピース \$19, 10ピース \$27 ・天かすたこ焼き 6ピース \$18, 10ピース \$26 ・ネギボン酢たこ焼き 6ピース \$18, 10ピース \$26 ・スパイシーネギボン酢たこ焼き 6ピース \$19, 10ピース \$27 ・ネギ天ぷらボン酢たこ焼き 6ピース \$19, 10ピース \$27 ・レモネード \$10・ストロベリーレモネード \$10 ・抹茶レモネード \$10・ストロベリー抹茶レモネード \$11
YAKITORI Yado 	Yakitori Yado	やきとり ・やきとり (2本) \$16・抹茶ドリンク \$10・もち \$10

2 アニメエキスポにおける食ブース

写真：ジェットロ撮影

フードトラック (10)		
出展名	企業名	メニュー
Chicaterranean Food Truck 	Chicaterranean, LCC	・コンボ丼 \$15 ・チキン丼 \$15 ・ラム丼 \$15 ・ファラフェルプレート \$14 ・ファラフェルピタサンドイッチ \$9 ・チーズチキンケサディア \$11 ・カリカリポテト \$4 ・チーズバーガー & ポテト \$13 ・ラムギロサンドイッチ \$10 ・チキンギロサンドイッチ \$10 ・ホットドッグ & ポテト \$10
Flames All Star Truck 	FLAMESALLSTARS, LLC	・マルゲリータ ピザ \$25-35 ・ペパロニ ピザ \$25-35 ・チーズ ピザ \$25-35
Fuego Me Up 	Fuego Me Up	・ビリアラーメン \$25 ・ガーリックヌードル \$25 (海老+\$6、ステーキ+\$5) ・Fuego丼 チキンまたはポーク \$25 (海老+\$6、ステーキ+\$5) ・タコストリオ チキンまたはポーク \$20 (海老+\$6、ステーキ+\$5) ・ブリトーチキンまたはパストル (海老+\$6、ステーキ+\$5) ・ナチョス \$22 ・ケサディア \$25 ・ビッグドッグ \$13 ・水 \$9
Makanai is Ready! 	Makanai is Ready	・肉ボウル: チキン、ステーキまたは豆腐、炒飯、白米、野菜またはヌードル \$22 ・海鮮ボウル: 海老またはサーモン、炒飯、白米、野菜またはヌードル \$22 ・ケサディア: 肉、ホワイトチーズ、チポトレソース \$16 ・ヒバチ ブリトー: 肉、ご飯、ソース、野菜 \$22
Okamoto Kitchen 	Triangle Foods, Inc.	・牛丼弁当 \$20.99 ・カツカレーサンド \$14.99 ・お好みポテト \$10.99 ・ハウスポテト \$7.99 ・ドリンク 20oz (タイティー、サクララテ、メロンソーダ) \$7.49
Rice Balls of Fire 	Rice Balls of Fire	・KBBQおにぎり \$17 ・KBBQブリトー \$17 ・ハリウッド寿司ブリトー \$20 ・ロコ寿司ブリトー \$22 ・プルコギ ポテト \$18 ・おにぎり (3個) \$18 ・タイアイスティー (ボバ有・無) \$8 ・ストロベリー スラッシー (ボバ有・無) \$8 ・ソーダ (コーラ、ダイエットコーラ、スプライト) \$5 ・水 \$5
Fluff Ice 	Fluff Ice	・かき氷 (レギュラー) \$9.50 ・かき氷 (大) \$13
Yuna's Bob 	Yuna's Bob	・オレンジチキン \$14.99 ・海老プレート \$14.99 ・豆腐 & 野菜プレート \$12.99 ・スパムムスビ (2個) \$11.99

2 アニメエキスポにおける食ブース

○参加企業の販売実績

「AX CROSSING」に出展した44社の4日間合計の売り上げは、約115万ドル（約1.7億円*）となった。出展企業のうち、特に反響の大きかった企業の実績、及び所見は以下のとおり。

岡本キッチン／岡本キッチンフードトラック



<https://okamotokitchen.com/>

<売上（4日間）>

76,743.49 ドル （約 1,095 万円*）

<提供メニュー>

- ・牛丼弁当 \$20.99 アニメコラボメニュー 自社キャラクター
- ・カツカレーサンド \$14.99
- ・お好みポテト \$10.99 ・ハウスポテト \$7.99
- ・ドリンク 20oz (タイティー / サクララテ / メロンソーダ) 各 \$7.49



4日間で約7.7万ドルを売り上げた「岡本キッチン／岡本キッチンフードトラック」は、カリフォルニア州を拠点として、ロサンゼルスなどの南カリフォルニアを中心に、隣接するアリゾナ州やネバダ州でも営業している。

岡本キッチンは自社独自のアニメのキャラクターを制作しており、そのキャラクターはフードトラックの側面や、会場で提供された牛丼弁当の箱にも描かれている。牛丼弁当は同社が通常営業する中で、人気トップ3メニューの1つで、このほか、カツカレーサンド、お好みポテトも販売された。

一般に広く知られていない独自のキャラクターを使用しながら、4日間のイベントで約7.7万ドルを売り上げた同社は、ウェブサイトや、24,300人をフォロワーにもつインスタグラムなどのSNSで、出展・営業場所を事前に告知した。YouTubeでのオリジナルマンガ動画の配信や、人気メニューのレシピ紹介などにオーナーシェフ自ら登場するなど、顧客との距離を縮めることで、ファンを増やしている。当日はスマートフォンを利用し、その場で店舗情報を入手できるため、SNSで岡本キッチンの人気を知り、列に並んだ来場客もいた。

SNSの投稿など、顧客への丁寧な情報提供を心がけ、地道に客との信頼性・親近感を築くことが大切だと、オーナーシェフは語っている。オーナーシェフ自らも、1980年からアニメのファンで、岡本キッチンが親しまれているのは、独自の世界観でアニメと連携して商品をPRしていることが大きいと話す。

メニューは一貫して、「日本で食べられる日本食」を基本に考案しており、徹底したメニュー開発を行っている。昨今、さまざまなレストランが日本食を提供する中、日本で食べられる味を再現しつつ、かつオリジナル性の高いメニューを提供する岡本キッチンは、時代の流れに沿いつつ、ぶれないコンセプトを持っている。

2014年、岡本キッチンは同社の認知度を高めるためには、強力なマスコットが必要と考え、オリジナルキャラクターを制作した。当初はまだ少なかった日本食のフードトラックを売りに営業を開始したが、アニメの関心が高まるにつれ、ステッカーやTシャツなどの商品を取り入れるようになった。オーナーシェフはアートとデザインを専攻しており、多くの日本菓子のパッケージを参考にしたという。トラックのデザインは、車体に漫画・アニメ・ゲームなどに関連するキャラクターを装飾した、いわゆる「痛車」で、広告やブランドのデザインは「痛車」を意識し、発展した。自社で制作しているオリジナルアニメの内容は、営業中に実際に経験したことを基にしているため、リアリティ性が高く、顧客は親近感を持ち、フォロワーとなる。大前提として、アニメの世界を理解し、顧客の需要を学ぶ姿勢が重要である。「アニメ」と「日本食」、それぞれを熟知した上での相互作用を狙った結果、今回の売り上げ拡大につながったという。

※1ドル＝150円で換算

2 アニメエキスポにおける食ブース

○「AX CROSSING」における出展企業のうち、アニメとのコラボ商品を出展した事例は以下の通り。

企業名	メニュー	コラボしたアニメ
Bearology	清涼飲料のボトルドリンク	NARUTO - ナルト - (集英社) SPY×FAMILY (集英社)
Chargel	エナジードリンク+缶バッジ	Tales of Arise (バンダイナムコ)
Daikokuya Ramen	味噌ラーメンほか+ラーメン容器	怪獣8号 (集英社)
Mushoku Tensei Curry	カレーライス+缶バッジ	無職転生 (KADOKAWA)
Okamoto Kitchen	弁当	自社キャラクター (同店で働くメイド、シェフ、客の男性、犬)
Sapporo Ramen Kifuu	ラーメン器	怪獣8号 (集英社)
Sukiyaki with Otafuku	オタフクソース・お好み焼き粉パッケージ	NARUTO- ナルト - (集英社)
Takoyaki Tanota	たこ焼きトレイ	鬼滅の刃 (集英社)
Yukigunimonogatari	ラーメン器	怪獣8号 (集英社)

○来場者の主なコメント

Bearology (「ナルト」、「SPY×FAMILY」のボトルドリンク)

👤 自宅でも「SPY×FAMILY」のグッズを飾りたいので、レモネードの容器に大きく「SPY×FAMILY」のイラストが描かれていたこの商品を選んだ。(20代・男性)

👤 「NARUTO」と「SPY×FAMILY」の大ファンだが、「SPY×FAMILY」が描かれているハニーデュー・キウイ・ティ味のドリンクを購入した。(30代・女性)



写真：ジェットロ撮影

Chargel (エナジードリンク (3種) & 缶バッジ)

👤 この商品は、アジア系のイベントで配布されているのを頻繁に見かける。「Tales of Arise」が描かれているバージョンは珍しいし、日本の会社のものだから安心して購入した。(20代・男性)

👤 「Tales of Arise」の缶バッジが欲しかったので購入した。Chargelの宣伝はYouTubeでよく見かける。ロサンゼルスでも購入できるとは知らなかった。(20代・男性)



写真：ジェットロ撮影

2 アニメエキスポにおける食ブース

Daikokuya (ラーメン+アニメ柄ラーメン容器)

👤 日本食といえばラーメンが好きで、特にスパイシーラーメンを好んで食べる。ロサンゼルス界隈でこの店舗はよく見かけるし、メニューの写真が鮮明で、辛さが伝わってきたため購入した。(20代・女性)

👤 ロサンゼルス郊外のコロナ在住。日本のアニメに昔から興味があり、アニメからラーメンを知った。Daikokuyaのラーメンは食べたことがあったが、今日は「怪獣8号」の容器に惹かれて購入した。(20代・男性)

Okamoto Kitchen (弁当)

👤 この店が他のイベントで出店している時に、立ち寄ったことがある。ドリンクが人気で美味しかった。お好み焼きは食べたことがあるが、珍しい「お好みフライ」と冷たい飲み物も一緒に購入した。(20代・男性)

👤 日本食の中でも牛丼が好きだし、容器にアニメが描かれている牛丼弁当を購入した。「サクララテ」のメニュー名が日本的で興味を持った。(30代・男性)

Okamoto Kitchenフードトラック (弁当)

👤 フードトラックの外観デザインが非常に目立っていた。「お好みフライ」や「サクララテ」など、メニュー名に食欲をそそられた。(20代・女性)

👤 オリジナルのキャラクターだが、トラックのデザインに目がとまった。この店はトラックの外観、メニュー名、容器など、さまざまなところで工夫をしていることが分かる。(30代・女性)

👤 アニメが描かれている牛丼弁当を手にして歩いている人を、会場内で複数見かけた。カツカレーサンドもハンバーガーのようで馴染みがある。(30代・女性)

👤 この店舗のアニメは見たことがないが、SNSで人気だということを知った。キャラクターに興味はないが、長蛇の列ができていたので「牛丼弁当」を購入した。(40代・男性)

Mushoku Tensei Curry (カレーライス+缶バッジ)

👤 親子連れ 父：日本のカレーを以前に食べたことがあった。娘にも食べさせたいと思ったため購入した。(40代・男性)

👤 親子連れ 娘：「無職転生」のファンではないが、日本のカレーを食べたかったので購入した。とても美味しかったため、家族にも持ち帰ろうと思う。(10代・女性)

👤 「カレーライス」販売はこの店舗のみのため、立ち寄った。日本の伝統的な味の「カレーライス」を食べたいと思い購入した。(20代・男性)



写真：ジェットロ撮影



写真：ジェットロ撮影



写真：ジェットロ撮影



写真：ジェットロ撮影

2 アニメエキスポにおける食ブース

Sapporo Ramen Kifuu (ラーメン+アニメ柄ラーメン器)

店からラーメンの香りがして立ち寄ってみると、値段が安価なわりにメニュー画像の質が高く、こだわりが感じられた。(30代・男性)



写真：ジェットロ撮影

Sukiyuki with Otafuku

(アニメパッケージのお好み焼き)

お好み焼きを目当てに立ち寄った。お好み焼きはアニメエキスポのような日本のイベントに行かないとなかなか見つけれない。(30代・女性)

お好み焼きを2つ購入すると「ナルトバッグ」がもらえるため購入したかったが、お好み焼きはボリュームがあるため、1人で2つも食べられないため諦めた。ナルトバッグがもらえなくて残念だ。(30代・女性)



写真：ジェットロ撮影

Takoyaki TANOTA (ラーメン+アニメ柄たこ焼きトレイ)

たこ焼きは好きだが、今日は暑いのでこの抹茶レモネードか、ほうじ茶ラテを購入したい。(20代・男性)

ロサンゼルス在住のため、昨年と今年と2年連続で来た。この店舗は昨年もアニメエキスポに出店していたが、その時、初めてたこ焼きを食べて感動したことを覚えている。(30代・男性)

会場近くに住んでいるが、この店がリトル東京にあるのを知らなかった。「たこ焼き」は聞いたことがあったが、食べるのは初めてだった。「鬼滅の刃」とコラボしている特別バージョンのたこ焼きは珍しいので買ってみる。(30代・男性)



写真：ジェットロ撮影

Yukigunimonogatari (ラーメン+アニメ柄ラーメン器)

メニュー表に画像が添えられているので、分かりやすい。フライドチキンが好きなのでザンギを購入した。(20代・男性)



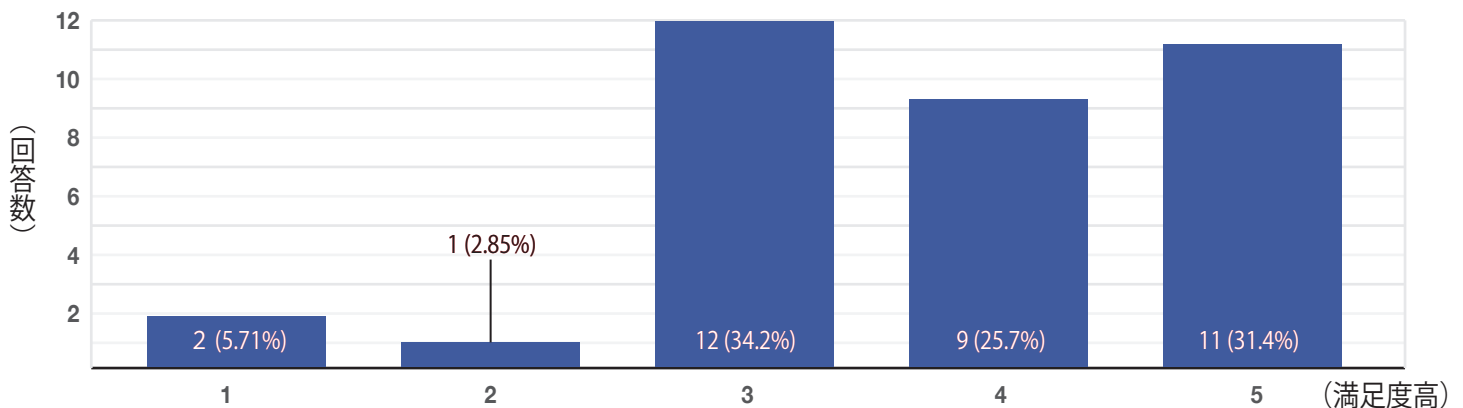
写真：ジェットロ撮影

2 アニメエキスポにおける食ブース

○出展企業へのアンケート(結果)

◆アンケート回答人数：35 名

<質問1> イベント参加への満足度(単一回答のみ)



(回答)

👤 今までこの大規模なイベントへの参加方法がわからなかったため、参加できたことを光栄に思っている。

👤 搬入時間が非常に限られており、拘束時間が長い。また直前での早朝時間指定など、レストランを経営しながらの参加は、大変体力が奪われた。残念ながら、売り上げに関しては期待値ほどではなかった。また、たこ焼きブースが多すぎたように感じた。

👤 出展場所により、かなり売り上げが変動するため、各社明暗が分かれた。

👤 来店してくれた客から、「このエリアに、こんなに日本食があるとは知らなかった」という声が聞かれた。アニメエキスポ主催者側がこの日本食エリアを宣伝していたら、客への周知に繋がり、売り上げにも大きく影響したと思う。

👤 お好み焼きを知らないアニメ好きが、興味を持って購入してくれたのがよかった。

👤 参加費用次第ではあるが、レストランの宣伝のために今後も出展したい。

👤 売り上げ重視にした場合、イベント参加に満足とは言えないが、LA最大級のイベントに参加できたことに今回は意味がある。

2 アニメエキスポにおける食ブース

○出展企業へのアンケート(結果)

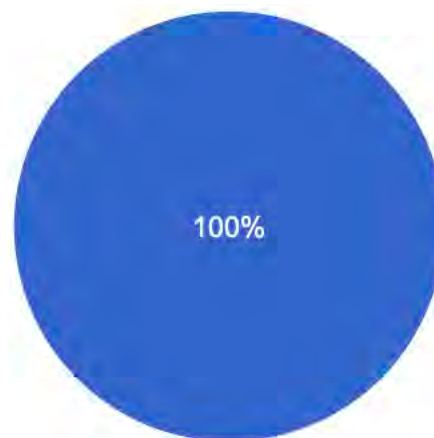
◆アンケート回答人数：35名

<質問2>

今後、アニメとコラボしたメニューでイベントに出展してみたいですか？(単一回答のみ)

(回答)

35店舗にアンケートを行ったところ、全ての店舗から「アニメとコラボしたメニューで出展したい」という回答があった。



●はい
●いいえ



写真：ジエトロ撮影

3 食ブースにおける考察

○自社商品PRの場として、アニメエキスポを利用することの考察



日本のグルメ屋台ストリートをイメージした「AX CROSSING」がアニメエキスポに初出展した。「AX CROSSING」には、ラーメン、お好み焼き、たこ焼き、やきそば、カレー、うどん、焼き鳥、から揚げ、イカ焼き、おにぎり、手巻き寿司、かき氷やスイーツなど、日本が誇るソウルフードが集められた。

そのほか、日本食を提供するフードトラックも出展し、特製弁当やステーキ、ピザ、タコスライスなどを販売した。44店舗が出展し、どの店舗の前にもコスプレしたアニメファンたちが続々と押しかけ、長蛇の列ができた。さらには、フードブースの中には、人気のアニメとコラボした器や商品を提供する店もあった。「日本のいろんな食べ物が味わえるのは嬉しい!日本食サイコー!」といった来場客の声も、多数聞かれた。

「AX CROSSING」における日本産食材、及び日本食の展開、さらには出展企業や来場者に対するアンケート結果を通し、アニメと連携して、日本産食材や日本食を販売・PRすることの効果や可能性を探った。

売り上げ結果から、「AX CROSSING」ではアニメの人気と商品の売り上げは、あまり影響しないことがわかった。このことは、来場者向けアンケート「アニメは日本食への関心を高めますか?」という質問に対し、「とてもそうは思わない」という回答が圧倒的に多かったことから、うかがい知ることができる(24ページ参照)。アニメキャラクターの人気よりも、出展企業のオペレーションの早さや、店舗のデコレーション、呼び込みなどイベント慣れしている店舗の売り上げが良かったことがわかった。アンケート結果から、特定のアニメグッズを狙っての来店者は少なく、店頭のディスプレイや食事の香りなどが、来場客の興味をひいていた。

3 食ブースにおける考察

「AX CROSSING」では今回、アニメ等のコンテンツとコラボした商品が多数、販売された。例えば、『無職転生(KADOKAWA)』のキャラクター画像が印刷された缶バッジ、『NARUTO- ナルト -(集英社)』のキャラクターが印刷されたオタフクソース、アニメキャラクターが印刷された清涼飲料のドリンクホルダー、『怪獣8号(集英社)』のキャラクターが印刷されたラーメン丼、『鬼滅の刃(集英社)』のたこ焼きトレイ、『Tales of Arise(バンダイナムコ)』の缶バッジなどである。アニメエキスポ限定の商材製作を試みたが、キャラクターを商材に使用するには権利の所在や利用目的など、キャラクターを使用するにあたっての制約が生じ、アニメとのコラボ商品を展開できなかった事業者も、複数見られた。利用の許可を得るには、権利者の監修や指摘のあった箇所に対する修正対応など、販売までに時間がかかる。

「AX CROSSING」における出展企業向けの調査結果からは、アニメとコラボした商品の売れゆきは、アニメとコラボしていない商品と明確な差異はみられなかった。一方、以下のポイントを押さえた商品は、売れゆきが良いことが分かった。

- ①遠くから見ても目立つデザイン・色であること
- ②ブースに設置するバナーは、アニメコラボだと分かりやすいもの
- ③購入者が持ち帰ることのできる小物(缶バッジ、シールなど)がついている

PRに適した商材として、会場ではアニメ等のコンテンツを絡めた「ステッカー」や、名刺サイズの「カードゲーム用のカード」を手に入れている人が多く、比較的小さなものが好まれた。

アニメエキスポの会場内では、「KODANSHA」と印字された紙袋を肩にかけて歩く来場者が多かった。また、大きなフィギュアの前や写真スポット、コスプレイヤーと一緒に映った写真がSNS上で多かったことから、アニメエキスポにおける商品のPR手法としては2パターンに分けられると考えられる。

パターン① 写真を撮りたくなる仕掛け

看板、撮影ブース
店舗従業員のコスプレ
提供メニューの仕掛け

パターン② 実用性を兼ねたグッズ

利便性：紙袋、うちわ
持ち帰りやすさ：ステッカー、名刺サイズのカード

注意点

商材製作時には、商材の材質などにも注意が必要となる。ロサンゼルス・コンベンションセンターでは、ロサンゼルス郡の規定に従い、プラスチックや発泡スチロールの使用が禁止されている。器や商品を入れる袋などに、十分な注意が必要である。



写真：ジェトロ撮影



写真：ジェトロ撮影



写真：Amazon.com



写真：Amazon.com

3 食ブースにおける考察

○「日本食」普及啓発の場として、アニメエキスポを利用することの考察

ロサンゼルスで開催されるアニメエキスポには、全米のみならず世界中からアニメファンが訪れる。2024年は世界117カ国から参加者が来場したが、日本のアニメは熟知していても日本食は初めて食べるというファンもいる。「AX CROSSING」は、ラーメン、お好み焼き、焼き鳥、おにぎりなど、外国人に人気のメニューを集め、日本食をPRする場となった。日本食があふれ、購入する機会の多いロサンゼルスやニューヨークと異なり、米国内中西部などでは、まだ日本食といえば「寿司・ラーメン」しか認知されていない。米国中西部からの来場客（男性）は、「ラーメンは食べたことがあったので、今回も食べようと予定していたが、香りにつられて『お好み焼き』というものを食べてみた。『手巻き』というファストフード感覚の寿司や、歩きながら食べられる『おにぎり』という日本食も初めて見た。日本食と言えば『行儀良く席について』というイメージだったが、手軽なものもあるのだと驚いた」という。アニメエキスポは世界中からファンが集まるため、まだ日本食に馴染みのない米国内外の人々にアピールする絶好の場所となる。そのような人々に新たな日本産食材や日本食を知ってもらい、実際に食べてもらうことは、来場者の多さから、かなりのインパクトが見込まれる。

なお、食文化は、その土地に住む人の味覚、好み、すでに受け入れている食材や食文化などによって変化する。日本食も、日本で受け入れられているそのままの形が米国で受け入れられているわけではない。米国において最近、人気になっている日本食について、いくつか紹介する。

<寿司のバリエーション>

全米で既に定着している「寿司」は、最近では「寿司ドーナツ」や「寿司ピザ」、「寿司クロワッサン」、「寿司ブリトー」など、現地の食文化と融合し、新たな広がりを見せている。



写真：Eat With Adrian より引用



写真：Business Insider より引用



写真：SoHo Sushi Burrito より引用

<ロサンゼルスで注目されている日本食「ONIGIRI」>

ここ数年、ロサンゼルスで開店する店舗が顕著に増えている「おにぎり」は、米国内でさまざまな形で提供されている。日本のアニメやカワイイ文化の影響もあり、おにぎり人気に拍車をかけている。アニメや漫画の中でおにぎりが登場することで、興味をもつ米国人が非常に多い。ロサンゼルス近郊のグレンデール市在住の20代の男性は、「千と千尋の神隠し (Spirited Away)」のワンシーンでおにぎりを知り、リトル東京の日系スーパーで初めて購入し、おにぎり好きになったという。

ロサンゼルスを拠点にする日系無料誌の営業担当によると、ダウンタウン・ロサンゼルスやコリアンタウン、トーランス市で続々と「ONIGIRI」専門店のオープンや、おにぎりをメニューに加えるレストランが非常に目につくようになり、広告掲載や日本からの出店サポートの依頼や問い合わせが急増しているという。日本で馴染みのあるシャケ、梅干し、おかか、明太子をはじめ、「たくあん+スパム」、カリフォルニアロールを彷彿させる「カニカマ+マヨネーズ」、そして、スパシー味を好む米国人に人気の「スパイシーツナ」などが具材で人気となっている。また、高級食材のイクラやウニを具材にしているものも人気だ。最近では、エビの天ぷらを具材にしたおにぎり「天むす」をメニューに追加するレストランも多い。米国では、多くのレストランでビーガンオプションが用意されているが、ビーガンメニューの中では「茄子味噌」など、日本独特の調味料「味噌」を使用したものも好まれる。味噌汁に馴染みがあるアメリカ人も多いため、注文がしやすいと見られる。また、米国では、「握らない」おにぎりも頻繁に見かける。オープンサンドイッチのように、具材を重ねて中身が見えるような形で販売している店も珍しくない。さらに、米国セブン・イレブンが日本の「おにぎり」を新メニューとして発売することを発表した^[1]。一般メニューとしての販売時期は発表されていないが（7月31日現在）、一部の店舗では「Chicken Teriyaki Rice Ball」として販売されているという。このことを知ったロサンゼルス在住の男性（30代）は、ミツワやニジヤでおにぎりは購入できるが、セブン・イレブンなら深夜でも早朝でもおにぎりが食べられると、ロサンゼルスでの販売が待ちきれない様子を語った。北米（カナダ含む）で13,000店舗を有するコンビニエンスストアが販売を発表するほど、おにぎりの注目度は高くなっている。

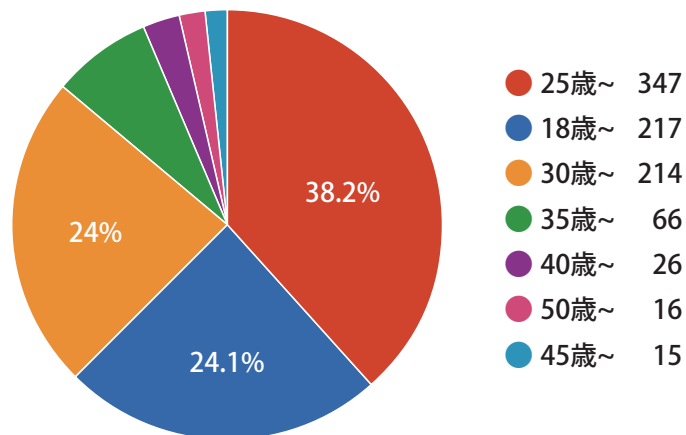
[1]出典： <https://www.today.com/food/news/japanese-7-eleven-in-us-rcna163282>

3 食ブースにおける考察

○アニメエキスポにおける、来場者向けアンケートの結果

◆アンケート回答人数：901 名

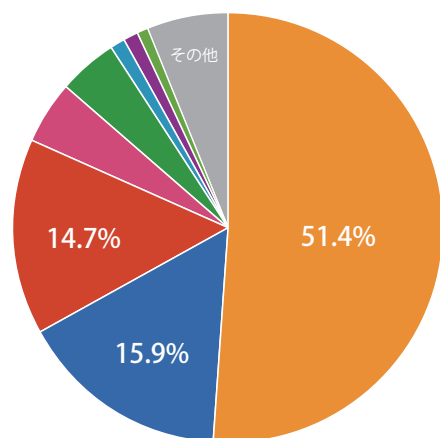
アンケート回答者は日本食に対して好感を持っている人がほとんどで、昨今の円安を背景に日本を訪問する外国人観光客が2024年に急増していることも「日本食への興味・好感度」を上げる一端となっているようだ。実際、アンケートに回答してくれる人の中には、最近、日本を訪れた人もみられ、「日本で食した日本食を再びアメリカで食べられる」と興奮気味に回答する人も多かった。



＜質問1＞
あなたの年齢は？
(単一回答のみ) (n=901)

回答者年齢	ベスト3
1位	25～29 歳 347
2位	18～24 歳 217
3位	30～34 歳 214

＜質問2＞なぜその食べ物を購入したのですか？
(単一回答のみ) (n=896)



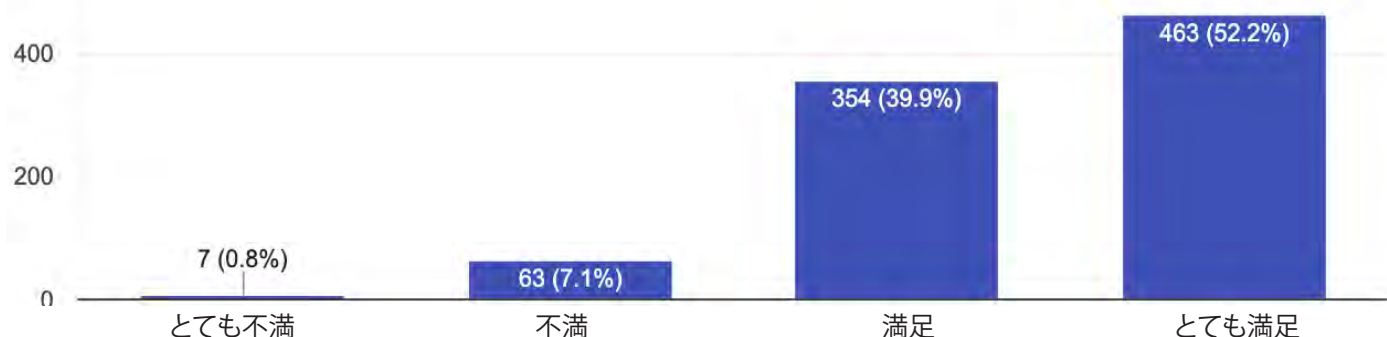
回答者	ベスト3
1位	そのメニューを試してみたいと思ったから 460
2位	アニメに出てくる食べ物と同じものを食べたいと思ったから 142
3位	アニメをテーマにしたパッケージや食器が気に入ったから 131

その他選択肢：

お腹が空いた時に見かけたから	43	まだ何も購入していない	40
何も購入するつもりはない	10	便利な場所にあったから	8
SNSで見かけたから	8	その他	54

＜質問3＞

日本食エリア「AX CROSSING」にどれくらい満足しましたか？(単一回答のみ) (n=887)



3 食ブースにおける考察

会場内で食べた日本食に関して、アニメを理由に食を選んだ人の方が、食後の満足度が若干高い結果となったが、大きな差は見られなかった。「AX CROSSING」におけるアニメコラボ店の売り上げが大きく伸びると想定されたが、結果はアニメコラボなしでも、店舗のオペレーションやメニュー自体の魅力で売り上げを伸ばした出展者が多かった。

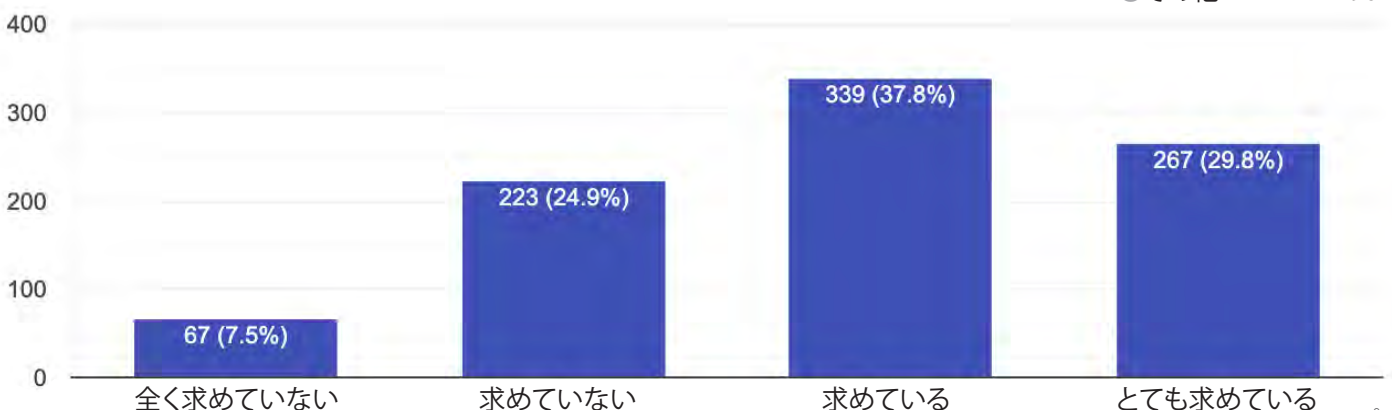
インフレが消費者へ大きな負担となっていることはたしかだが、アンケート結果からは、アニメエキスポでは、メニューの価格帯を低くするよりも、味や見栄えなどのクオリティー面を上げることが評価につながるようだ。なお、満足度が低い人の80%がアニメエキスポでの食事予算を20ドル以下に設定しており、食のクオリティーを高めることで、高い満足度に繋がると考えられる。

「アニメエキスポで新しい日本産食材や日本食を発見したか」の質問には、「お好み焼き」と「たこ焼き」への票が大きく伸びたほか、「ラーメン」に続き「うどん」など、粉物への興味・関心がうかがえる。

アニメエキスポで期待する日本食としては、圧倒的に「ラーメン」への期待値が高く、米国でのラーメンの定着がうかがえた。

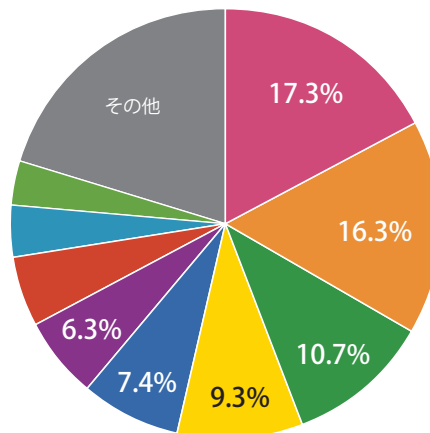
また、「日本食にヘルシーさを求めているか」の問いでは、「求めている」が「求めている」を10ポイント以上、上回った。日本食にはヘルシーさを求める消費者層が多いことが分かった。

＜質問6＞日本食にヘルシーさを求めていますか？（単一回答のみ）（n=896）



＜質問4＞

アニメエキスポで新しい日本の食材や日本食を発見しましたか？（単一回答/記述式）（n=682）

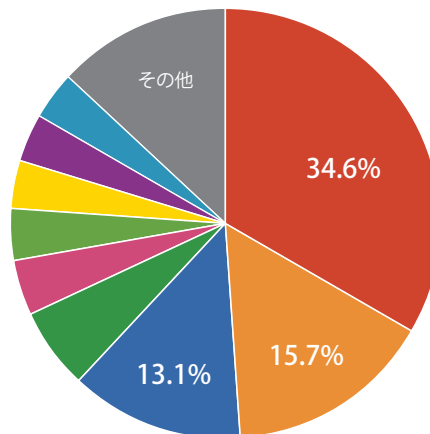


1位	お好み焼き	118
2位	たこ焼き	111
3位	やきそば	73
4位	かき氷	64

●	お好み焼き	118
●	たこ焼き	111
●	やきそば	73
●	かき氷	64
●	おにぎり	51
●	焼き鳥	43
●	ラーメン	36
●	うどん	25
●	カレー	23
●	その他	138

＜質問5＞

アニメエキスポでどんな日本食を期待していますか？（単一回答のみ）（n=861）



1位	ラーメン	298
2位	たこ焼き	135
3位	おにぎり	113

●	ラーメン	298
●	たこ焼き	135
●	おにぎり	113
●	やきそば	55
●	お好み焼き	36
●	カレー	33
●	かき氷	33
●	焼き鳥	31
●	うどん	31
●	その他	96

3 食ブースにおける考察

「アニメエキスポで一番好きな食べ物」については、「たこ焼き」が19%と1位となった。「たこ焼き」の出展は4ブースあったため、他のメニューと比べると目立ったことも一因と思われる。

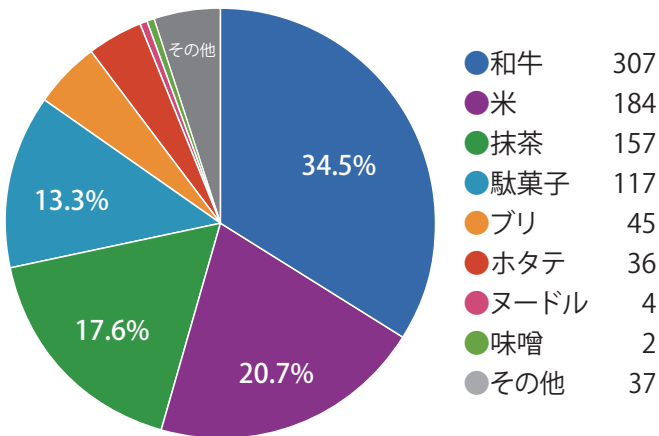
一方でアニメ「鬼滅の刃」とコラボしたTakoyaki Tanotaと他店との売り上げの差は、あまり大きくなかった。

お気に入りの日本産食材については、「和牛」への信頼度や認知度の高さが数値として出ている。ロサンゼルス界隈だけではなく、ラスベガスでのイベントでも価格帯が100ドル超えの和牛を使用したメニューが、平均的な価格帯のメニューよりも先に売り切れるという結果も出ている。

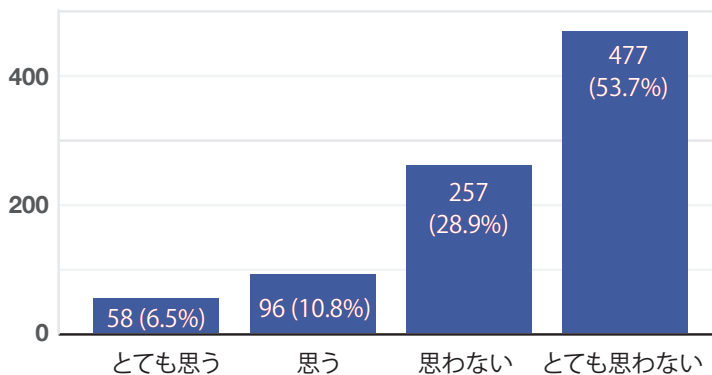
<質問8>

お気に入りの日本産食材は何ですか？
(単一回答のみ) (n=889)

1位	和牛	307
2位	米	184
3位	抹茶	157
4位	お菓子	117



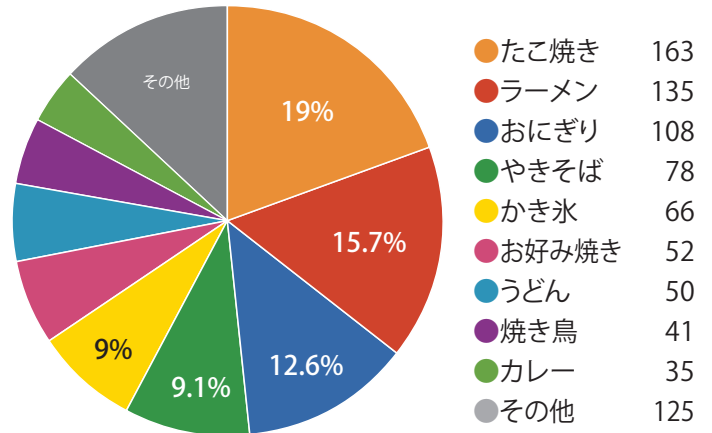
<質問10>アニメは日本食への関心を高めますか？
(単一回答のみ) (n=901)



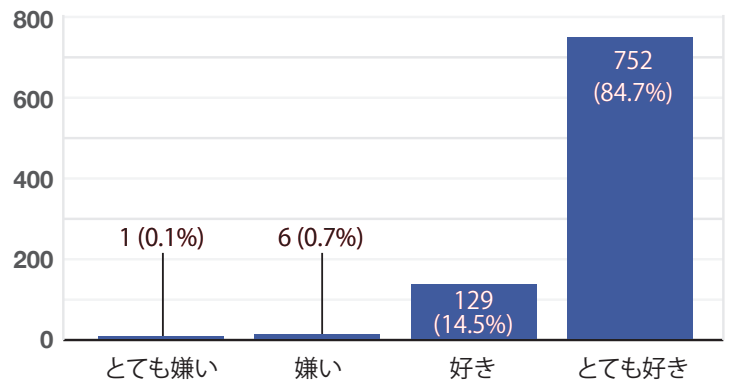
<質問7>

アニメエキスポで一番好きな食べ物は何ですか？
(単一回答のみ) (n=853)

1位	たこ焼き	163
2位	ラーメン	135
3位	おにぎり	108
4位	やきそば	78



(質問9) 日本食は好きですか？(単一回答のみ) (n=888)

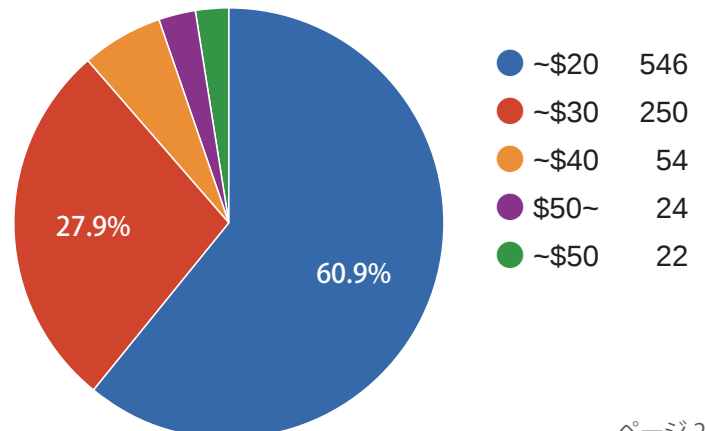


*低評価の人も皆、日本食エリアへの満足度が3以上なので、クリックミスとも考えられる。

<質問11>

(日常生活で)日本食のランチに、どれくらいの金額を費やしますか？
(単一回答のみ) (n=896)

1位	20ドル以下	546
2位	30ドル以下	250
3位	40ドル以下	54



3 食ブースにおける考察

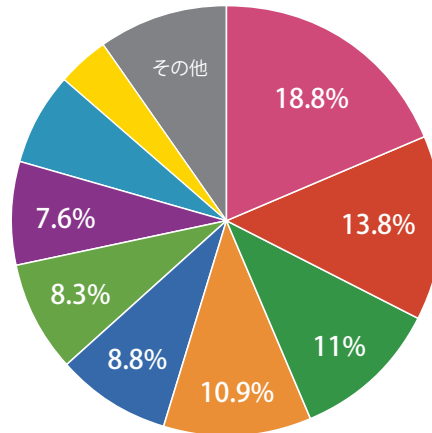
「アニメエキスポで発見した食べ物で、日本で試してみたいもの」としては、「お好み焼き」18.8%、「ラーメン」13.8%、「やきそば」11%、「たこ焼き」10.9%となった。回答者の声を聞くと、「お好み焼き」は自分の好きな具材を選べる「カスタマイズ感」と、ボリュームーな見た目が食事としてのイメージを強く印象つけているようだ。サンドイッチなどもカスタマイズする米国人には、「お好み焼き」(whatever you like)は取り入れやすいのかもしれない。「近い将来、試してみたい日本の食材や食べ物」は、「お好み焼き」17%、「カレー」12.8%、「焼き鳥」11.5%、「やきそば」11.1%が上位に上がった。

興味深かったのは日本食の購入方法で、アンケート回答者は20～30代が大半を占めたにもかかわらず、ECサイトの利用は3%以下となり、実店舗購入が多い結果となった。

<質問12>

アニメエキスポで発見した食べ物で、日本で試してみたいものはありますか？
(単一回答のみ) (n=769)

1位	お好み焼き	145
2位	ラーメン	107
3位	やきそば	85
4位	たこ焼き	84

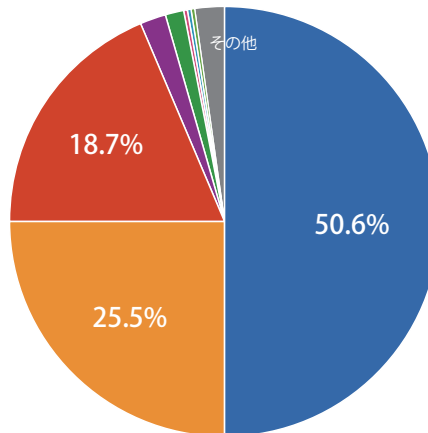


●	お好み焼き	145
●	ラーメン	107
●	やきそば	85
●	たこ焼き	84
●	おにぎり	67
●	カレー	64
●	焼き鳥	59
●	うどん	55
●	かき氷	30
●	その他	73

<質問13>

普段日本食はどこで買いますか？
(単一回答のみ) (n=895)

1位	日本食レストラン	453
2位	アジア系スーパー	228
3位	日系スーパー	167

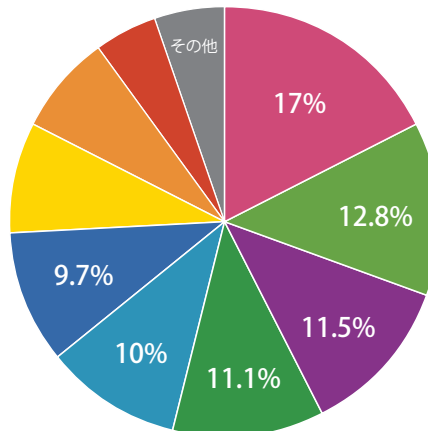


●	日本食レストラン	453
●	アジアンスーパーマーケット	228
●	日系スーパーマーケット	167
●	ネットスーパー Weee!	18
●	アマゾン	13
●	全て	2
●	レストランとスーパーマーケット	2
●	レストラン	2
●	その他	10

<質問14>

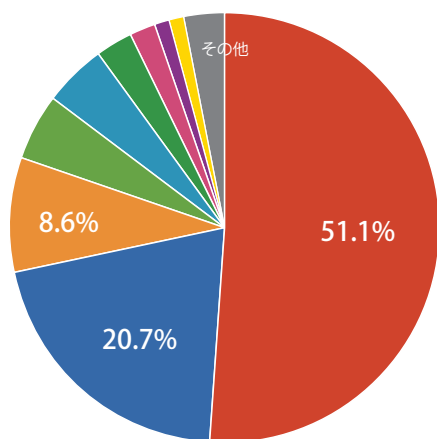
近い将来、試してみたい日本の食材や食べ物はありますか？
(単一回答のみ) (n=798)

1位	お好み焼き	136
2位	カレー	103
3位	焼き鳥	92
4位	やきそば	89

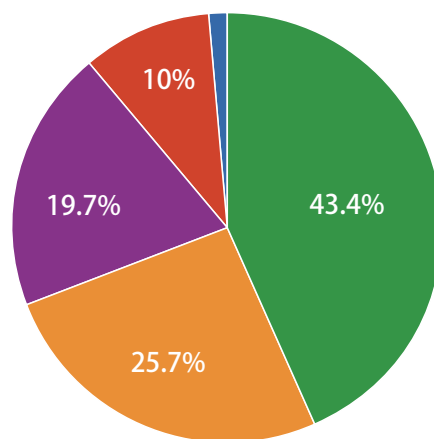


●	お好み焼き	136
●	カレー	103
●	焼き鳥	92
●	やきそば	89
●	うどん	80
●	おにぎり	77
●	かき氷	64
●	たこ焼き	58
●	ラーメン	37
●	その他	62

3 食ブースにおける考察



● ラーメン	452
● おにぎり	183
● たこ焼き	76
● カレー	45
● うどん	40
● やきそば	26
● お好み焼き	17
● 焼き鳥	10
● 抹茶	9
● その他	26



● 月に1回	388
● 週に1回	230
● 年に数回	176
● 週に2-3回	87
● 毎日	11

<質問15>

アニメを連想させる食べ物は何ですか？
(単一回答のみ) (n=884)

1位	ラーメン	452
2位	おにぎり	183
3位	たこ焼き	76
4位	カレー	45
5位	うどん	40

<質問16>

日本食レストランにどれくらいの頻度で行きますか？
(単一回答のみ) (n=892)

1位	月に1回	388
2位	週に1回	230
3位	年に数回	176
4位	週に2-3回	87
5位	毎日	11



写真：ジェトロ撮影



写真：ジェトロ撮影

3 食ブースにおける考察

<質問17>お気に入りのアニメは何ですか？(複数回答可) アンケート回答人数：767名

アニメエキスポに来場した人にアンケートしたところ『ONE PIECE』、『Naruto』、『鬼滅の刃』(Demon Slayer)の回答が多くみられた。その他、目立ったのは『呪術廻戦』、『デビルマンクライベイビー』だった。

アニメ名	人数	アニメ名	人数	アニメ名	人数
ONE PIECE	57	Mushoku Tensei	5	Dr Stone	2
Naruto	35	Mob Psycho 100	5	Dororo	2
Demon Slayer	34	Kailua No.8	5	Detective Conan	2
Jujutsu Kaisen	31	Fate grand order	5	D.Grey-Man	2
Devilman Crybaby	21	Soul Eater	4	Cyberpunk	2
Code Geass	19	Restaurant to Another World	4	Bungou Stray Dogs	2
Attack on Titan	19	Re:Zero	4	Book no piku	2
Hunter x Hunter	16	Made in Abys	4	Blue Lock	2
Haikyuu	13	Gintama	4	Blue Archive Animation	2
Food anime: restaurant to another world	13	Bocchi the Rock	4	Berserk	2
Fairy Tail	13	Shangrula	3	Ano Hana	2
dunmeshi	13	Samurai Champloo	3	Angel Beats	2
Bleach	13	Pokémon	3	Aikatsu	2
Sailor Moon	12	One punch man	3	その他	143
Jojos Bizzare Adventure	12	Natsume Yuujinchou	3		
Fullmetal Alchemist Brotherhood	12	NANA	3		
Freiren	12	MHA	3		
Dragon Pilot	11	Kuroko no Basket	3		
Gurren Lagann	10	K-ON!	3		
Cowboy Bebop	10	Jobless Reincarnation	3		
SpyxFamily	9	Horimiya	3		
Chainsaw Man	9	FMAB	3		
Inuyasha	8	Cardcaptor Sakura	3		
Food wars	8	Black Lagoon	3		
My Hero Academia	7	Yugioh	2		
Gundam	7	Your Name	2		
86	6	Tokyo revengers	2		
Yu Yu Hakasho	6	Saiki Kusuo no PSYnan	2		
Madoka Magica	6	Monogatari series	2		
Konosuba	6	Land of the Lustrous	2		
Fire Force	6	Komi Can't communicate	2		
Delicious in Dungeon	6	KillLaKill	2		
Death Note	6	Initial D	2		
Trigun	5	Hetalia	2		
Tokyo Ghoul	5	Hajime no ippo	2		
Sword Art Online	5	Ghost in the shell	2		
Neon Genesis Evangelion	5	FLCL	2		



3 食ブースにおける考察



3 食ブースにおける考察

<アニメコラボカフェの可能性>

特定の作品やキャラクターの世界観をイメージした「コンセプトカフェ」は、米国内でも需要があると見られる。既にキャラクターの使用許諾を所有していると準備期間は短くなる。コアなファンをターゲットとするため、世界観を踏まえてメニューやサービスをつくり込む手間がかかるが、大きな集客を見込むことができる。

<あんこ>

今後、米国で流行が期待される食材としては、「あんこ」が考えられる。2023年後半から、日系・米系かわらず、ロサンゼルス的高级レストランでは日本食を取り入れたメニューが非常に目につくようになった。特に、デザートでこの傾向が見られ、大福など「あんこ」を使用するレストランが増えている。形や色は伝統的な日本のものとは異なるが、「大福」をコンセプトにしているデザートが高級レストランで提供されるようになった。アニメエキスポの来場者からも、「あんこを用いた日本のスイーツがほしい」という要望がみられた。

<ご当地アニメでローカルな食文化を発信>

来場客の多くが足を運んだアニメキャラクターとの記念撮影場所の一つとして、群馬県のキャラクター「ぐんまちゃん」がある。「ぐんまちゃん」は、海外でもアニメが配信されている。このようなご当地キャラクターは、新しいキャラクターを求めるアニメファンには大きな魅力になるようで、既に露出済みのアニメを絡めた出展は、大きなポテンシャルが見込まれる。

群馬県のキャラクター「ぐんまちゃん」ブース（写真：群馬県提供）



総括

2024年7月4日(木)から7日(日)までの4日間、ロサンゼルスコンベンションセンターにておこなわれた北米最大級のアニメイベント「アニメエキスポ」は、4日間で合計40万7,000人以上の来場者を迎え、盛況のうちに幕を閉じた。「日本食」と「アニメ」という日本が誇るふたつの資産を組み合わせ、人気のアニメとともに、さまざまな日本食を一堂に提供した日本食屋台「AX CROSSING」には合計44店舗が出展し、44店舗による4日間合計の売り上げは約115万ドル(約1.7億円)となった。

今回の調査結果からは、10代～30代の若者が多くを占めたアニメエキスポの来場者は、ラーメンからお好み焼きまで、幅広い日本食に興味があることが分かった。また、人気のアニメとコラボするだけで、すぐさま商品の売り上げに直結するわけではなく、SNSを含む日ごろの地道な営業活動が、顧客獲得につながっていることが分かった。

米国でアニメを好み、コスプレをして仲間たちと思い思いに楽しんだり、アニメエキスポを訪れるのは、「アニメの世界観が好き」という理由に加え、「自分らしさを表現したい」、「仲間たちと一緒に時間を過ごしたい」、「非日常を体験したい」という根源的な背景が見えてくる。そうした理由を踏まえると、アニメとコラボした商品開発のみならず、仲間と一緒に楽しめたり、自己表現をすることのできる場を提供することは、昨今のアニメ人気を活用した企業PRや商品展開において求められる観点と言える。そうした意味では、日本でも若者世代に人気のある「コンセプトカフェ」や、アニメの世界を体験できるイベントや施設は、米国でもニーズがあるかもしれない。

また、日本産食材のPRにおいて、アニメをどのようにコラボさせていくのかについても、上記を踏まえると、一定の方向性が見えてくる。例えば、アニメの1シーンに出てくる料理やお弁当を実際に作って食べる体験会、さらにはレストラン等と連携した限定イベントなどは、実証の余地がある。

日本のアニメは、米国では人気が非常に高まっており、このことが特定の人気商品を生むこともある。米国における日系食品商社に「最近、何が一番売れていますか?」と聞くと、「ラムネである」と返ってくることがある。清涼飲料水「ラムネ」は、アニメや漫画において、「夏を彩る飲み物」として取り上げられることも多く、このことが米国において人気になった理由とされている。米国の、日本食がまだあまり浸透していない地域の現地系スーパーでも、無造作に日本から輸入された「ラムネ」が陳列されている。

このように、米国における日本のアニメ人気は、思いも見なかった商品ニーズを生み出す可能性がある。アンケート結果からも、「アニメに出てくる食べ物を食べたい」という意見が一定程度、見られた。そうした意味では、米国でどんな商品が売れるのか、市場の動向を定期的に分析するとともに、米国で人気になっているアニメの動向をチェックする必要もあるかもしれない。特に、若者世代に商品をPRしたい場合、アニメは「メインストリームのカルチャー」であり、欠かせない分析ツールの1つになる。

米国における日本のアニメ市場は、今後も拡大が見込まれる。この市場を取り込むことができれば、幅広い消費者に商品を知ってもらうことができるのみならず、若年層が駆使するSNS等を通じた商品の横展開も可能となる。本レポートを参考にし、米国における新たなニーズをつかむとともに、米国の日本食人気をさらに加速させることができれば、大変幸甚である。

(以上)