

地方からビバリーヒルズへ挑戦！アメリカのセレブリティ御用達の高級ホテル「ザ・ビバリーヒルズホテル」で地方の食を紹介する試食プレゼン商談会を開催します。

地方各地から選抜された価値ある商品が、アメリカ西海岸のセレブをターゲットとして、その地名の由来となった老舗高級ホテル【ザ・ビバリーヒルズホテル】を会場として商品の価値を伝える商談会を開催します。



このプロジェクトは、2025年からアメリカ西海岸向け食品輸出事業を新規事業として本格スタートした株式会社KKTエンタープライズ（本社：熊本県熊本市 ※以下KKTEP）が中小企業庁が主管する『小規模事業者持続化補助金（共同協業型）』の採択を受けて開催するもので、今回で2回目の開催となります。

地方産品を高付加価値商品として、アメリカの富裕層をターゲットに提案！

KKTEPは過去10年にわたり、地元熊本のみならず全国の中小・小規模事業者に対して新商品の開発や新規販路開拓を支援する様々なプロジェクトを推進してきました。過去のプロジェクトの中で出会ってきた様々な地方商品に改めて向き合い、アメリカ向けに日本商品の高付加価値を伝えるための「新・JAPANブランド」を考案。

2024年、第1回となる商談会をNYとLAで開催。全国13地域から17社が参加しました。商談会では商品（モノ）だけの紹介ではなく、それぞれの地域特性や素材の特徴、製法のこだわりなどを映像を活用しながらプレゼンテーション実施。現地参加者から「アメリカではまだ知られていない商品を知ることができた」「日本らしい商品やその作り手が素晴らしかった」などの評価を頂きました。

一方で、地方の小規模な事業者が作る商品でアメリカ市場を目指すには、現地に既にある大手メーカーなどの日本食品とは価格競争では到底太刀打ちできません。そこで、地方ならではの”こだわり・希少性・クオリティ”を『アメリカが理解でき得る価値』に変換し、その価値を求めている”富裕層”をターゲットに設定しました。その富裕層に、まずは関心を持ってもらうためには『私たちが提案する商品が”富裕層にふさわしいか”』という壁を突破しなければならず、これまでのような日系スーパーやホテル、日本関連施設などの『既存の枠組み』では関心を持ってもらえない、と考えました。

そこで会場として設定したのが『ザ・ビバリーヒルズホテル』です。”ビバリーヒルズ”という地名の由来にもなっている由緒正しきホテルで、まさに富裕層の御用達ホテル。このホテルを会場とし、ホテル側とも連携を図ることでターゲットとする『富裕層目線』による魅せ方、伝え方、を考慮した提案が実現できます。※2024年の商談会にホテル関係者にご出席を頂いたことで実現しました。



THE BEVERLY HILLS HOTEL

THE BEVERLY HILLS HOTEL

アメリカのカリフォルニア州で1912年に創業した「ザ・ビバリーヒルズホテル」。マリリン・モンローやエリザベス・テイラー、フランク・シナトラなど世界の名だたるセレブやスターたちから愛され続けているホテルです。ピンク色の外観から「ピンクパレス」の愛称でも親しまれ、**2012年には創業100年**を迎えました。

全国10地域から選抜された13社がビバリーヒルズでプレゼンテーション！

2026年2月にザ・ビバリーヒルズホテルで開催する試食商談会『JAPAN-O FOOD & BEVERAGE SHOW CASE 2026』には、アメリカの富裕層に自身を持って提案できる高付加価値商品をつくる13社が選抜されました。選抜には、JAPAN-Oというアメリカ向けの新ジャパンプランドが掲げる下記の5つの項目が基準となっています。

- 生産から加工まで、作り手の『顔』が見える。
- 地域性、歴史、思想など、商品に価値あるストーリーが存在する。
- 他の商品との差別化が明確な「唯一無二」の特徴がある。
- 受賞歴や公式認定された成分・品質など『高付加価値エビデンス』がある。
- 健康・美容・満足度など、購入される方を『Happy』にできる商品である。

この基準で選抜された事業者とともに、複数回のセミナーやワークショップを行いながら、2月の本番に向けたブラッシュアップを進めています。

THE DIFFERENCE IS IN THE “O”

JAPAN・O

FOOD & BEVERAGE

SHOWCASE 2026



Recommended for

Hotels , Airlines , Restaurants , Bars , Grocers and Boutique Markets



**YUZU, UME
CORDIAL**



**ORGANIC
MATCHA**



**BLACK
GARLIC**



**VEGAN
BENTO**



**MOCHI BREAD
from RICE**



**GLUTEN FREE
“DASHI” UDON**



**GROUND
TOFU**



**“AONORI”
SEAWEED
UDON**



**LEMON
YUZU
UME
LIQUEUR**



**PREMIUM
MELON**



**A2 MILK
YOGURT
SOUCE**



**ASAZUKE
MAGIC SAUCE
for VEGETABLE**

and more. We look forward to welcoming you to an exclusive tasting experience,
where tradition, artistry, and discovery come together.

バイヤー向けの案内状より ※13商品のうち12商品を掲載（アメリカ向け商品名も考案）

選抜された10地域・13事業者

選抜された事業者は下記の通りです。※順不同

- (1) オオヤブデリーファーム（熊本県）
- (2) 川上製茶（熊本県）

- (3) 球磨川アーティザンズ（熊本県）
- (4) 桃中軒グローバルフードマーケティング（静岡県）
- (5) 間野産業 太平寺うどん（宮崎県）
- (6) キムラ漬物工業（宮崎県）
- (7) トーフミート（山口県）
- (8) 毛利製麺（高知県）
- (9) 飛騨クラフト（岐阜県）
- (10) がんこ屋（新潟県）
- (11) 米粉パン専門店結Musubi（和歌山県）
- (12) 篤農メロン（高知県）
- (13) そら農園（高知県）

他、全15社を予定。

このうち、(1) から (10) の10社は本番時には渡米し、ビバリーヒルズホテルの会場で直接プレゼンテーションを行います。※残り3社はリモートでのプレゼンテーション予定



**JAPAN-O
FOOD & BEVERAGE
SHOWCASE 2026**

PROGRAM

- 12:00pm Doors Open
- 1:00pm Program Begins - Opening Remarks
- 1:20pm First Stage : Dairy & Groceries
- 1:55pm Second Stage : Traditional Japanese Dishes
- 2:35pm 10 min intermission
- 2:45pm Third STAGE : Superfoods
- 3:30pm Program Concludes - Closing Remarks
- 4:00pm Event Ends

Our event will remain open until 5:00pm for any further questions.

**Kindly RSVP via the link
by February 6th 2026**

開催プログラム（予定）

単純な商品紹介・品評会ではなく、全体がひとつのイベントのように進行します。

紹介する商品の特征をもとに、**1:デイリー&グロッサリー、2:日本伝統食品、3:スーパーフード**

（健康食品）の3つのステージで構成。それぞれの商品は映像での導入、事業者自信のプレゼンテーション、展示コーナーの設置などで、来場するバイヤーを飽きさせることなく、より具体的な提案ができるよう工夫を行います。

既存の商品そのままではなく、ネーミングやパッケージ、使い方なども可能な限り現地にローカライズした形での提案を行います。

事前予約制・招待者のみ入場可。キャパシティ80名（予定）

地方連携でアメリカ市場開拓を目指すワンストップな新・プラットフォーム

地方の中小・小規模事業者にとって、単独ではハードルが高いアメリカへの食品輸出。そのハードルを超えられれば、アメリカ市場は逆に地方の新しい可能性になるのではないかと考え、KKTEPは2025年、アメリカ法人で日本から食品輸入事業を行っている Fresh Foods Master Inc.（本社LA：代表取締役 内田社長 ※以下FFM）をM&Aによりグループ会社化し、さらに日本とアメリカをつなぐ物流部分を株式会社J・MADE（本社：東京都 代表取締役社長 吉川 正晃）とパートナーシップを構築。

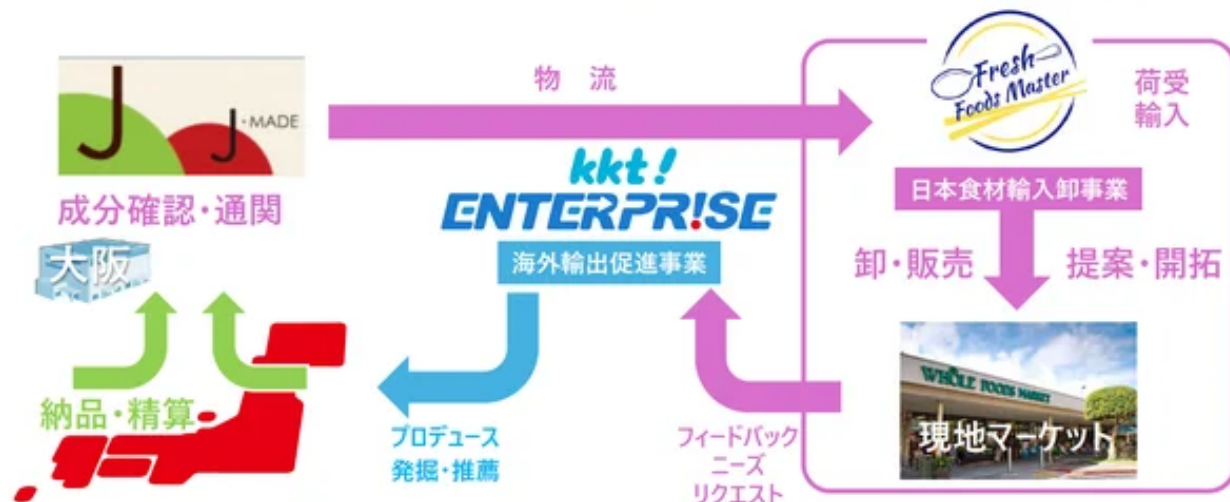
この2社とのパートナーシップにより、輸出前のマーケット調査と開拓、輸出商品の成分調査、輸出企業のFDA登録、輸出時における現地までの輸送・アメリカ国内での配送など、アメリカ輸出に必要な全てのロジスティックとビジネスノウハウに加え、出口となる現地マーケット情報まで、日本の地方事業者が連携して活用でき、ワンストップで支援することが可能となるプラットフォームが構築できました。

このプラットフォームは、通常の”ディストリビューター”を介した大規模取引とは違い、国内のKKTEP（入口）、現地のFFM（出口）、そして物流で双方をつなぐJ・MADE（方法）という、3社だけのミニマムな体制により、小規模からでもアメリカ市場に挑戦できる仕組みとなっています。また、現地にグループ会社を有することで常にマーケット情報をオンタイムで入手でき、常駐アメリカ人のフットワークによりマーケットへの提案をこまめに実施することが可能です。1社、1地域のみによる、「出たとこ勝負」「一発勝負」のプロダクトアウト型商談会ではなく、マーケットのニーズ・嗜好を踏まえたブラッシュアップやローカライズを施したうえでの提案が可能です。

そのような提案⇒フィードバック⇒改良⇒再提案、といったサイクルを恒常的に実施することで、より現地が求める、理解ができるプロダクトを日本から送り出したいと考えています。

『ワンストップ』でアメリカ輸出を実行&サポート

輸出における商品改良・必要手続・通関・流通
現地マーケットのフィードバック・ニーズまで一貫支援



※3社による国内・現地・方法がワンストップとなったアメリカ向け輸出プラットフォームです。あえてディストリビューターを介さず、地方からでも、小規模・小ロットからでも、現地マーケットに提案可能な支援を実現します。

株式会社KKTエンタープライズのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/28857