

LOS ANGELES
& ORANGE



NEW YORK



NYからハワイまで 不動産購入 & 投資事情

SOLD!

P.03

SAN FRANCISCO &
SILICON VALLEY



HAWAII



帰国準備

P.08

学校転入・税務手続き手配の
お役立ちガイド

アメリカで話題沸騰

日本発の

P.14

お菓子・デザート

3 FEATURE STORY

NYからハワイまで 不動産購入& 投資事情



8 FEATURE STORY

帰国準備



13 TOP INTERVIEW

JAN, Inc. プレジデント /
Relo Redac, Inc. ディレクター
佐々田大樹氏



14 FEATURE STORY

アメリカで話題沸騰 日本発の お菓子・デザート



発行元：株式会社システムサポート
編集・制作：小川真斐子、吉田沙織、齋藤春菜

NYからハワイまで 不動産購入&投資事情

アメリカのホームオーナーは7年ごとに住居の転売を繰り返すといわれる。日本のように「生涯の家」ではなく、不動産市況を見て、売り時と買い時を見極めて利益を出すのだ。さらには自分が住まずに、貸し出して将来的に売却するための投資用物件を所有する人も少なくない。そこで全米の不動産の状況は今どうなっているのか、地域ごとにスペシャリストに聞いた。住居の購入、投資の参考にしてほしい。

NEW YORK

マンハッタンに近い順に価格上昇 クイーンズとブルックリンに動き

●不動産の状況や今後の見込みは？

ニューヨーク市の不動産市況は、マンハッタン内がやや落ち着きを見せ始めたのに比べ、ブルックリンやクイーンズは大型開発が続いた影響で活発な動きを示しています。物件鑑定会社 Miller Samuel によると、2017年上半期、マンハッタンの中間価格は昨年同時期比2.2%上昇、取引件数は7.7%上昇と緩やかな伸びを示しました。一方ブルックリンは中間価格18.5%上昇、取引件数48.6%上昇、クイーンズは中間価格14.6%上昇、取引件数は37.6%上昇しました。特にマンハッタンに近く交通アクセスの良い地域から順に価格上昇が見られました。マンハッタンの周辺地域の開発は今後もさらに進むため、新築、築浅コンドをクイーンズやブルックリンで手頃な価格で購入できるチャンス。マンハッタンならQラインが出来て利便性が増したアツパ

ーイーストのファースト・アベニュー、ヨーク・アベニュー近辺が狙い目です。郊外ウエストチェスターの一戸建て市場は、中間価格が前年比3.1%上昇、取引件数が2%上昇し、安定的に推移。学区が良いわりに価格が手頃なイーストチェスターは活発な市場が続いています。手頃な価格で物件を購入するならエリアを広げてみましょう。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

①物件見学の前には銀行で融資可能額を確認して予算を決定すること。②見学前から物件検索サイトで相場観を身につけるとよい物件が出た時に即断できます。③物件選びは本質を見ること。本質とはロケーションや眺めなど変えられない要素。特に郊外は学区が最重要です。④価格が少々安くても管理費や固定資産税が法外に高い物件は毎月の住宅コストが膨らみ、売却時も値段が伸びま



せん。⑤信頼できる不動産エージェントを上手に使いましょう。日本と違って購入時に手数料はかかりません。

物件参考価格



- ★ マンハッタン
1ベッドルーム 中古物件\$800,000～、
新築物件\$1,500,000～
- ★ クイーンズ、ブルックリン
新築、築浅1ベッドルーム \$650,000～
- ★ ニューヨーク郊外ウエストチェスター
3ベッドルーム 一戸建て
\$650,000～1,000,000

トヨタ本社移転でプレイノに注目 今後10年、ダラス周辺は好況予測

●不動産の状況や今後の見込みは？

トヨタ自動車の米国本社がカリフォルニア州トーランス市からテキサス州プレイノ市に移転した今、ダラス周辺ではまさにプレイノがエリアとして人気です。Liberty MutualやJP Morgan Chase、FedExの他にNTT Dataの米国本社もプレイノを拠点としています。物件動向としてはダラスのダウンタウンが大変ホットで、買うタイミングは今。今後10年はこの状況が続くとみえています。

ちなみにダラス-フォートワースは、米雑誌「U.S. News & World Report」の全米の人気都市ランキングで2017年には15位にランクインしています。これは雇用状況、世帯収入と支出、クオリティ・オブ・ライフの各指標、人口流入の状況に加え、好感度調査の結果を加味した順位となっており、信頼できるラ

ンキングといわれています。

また、テキサスA&M大学のリアルエースターセンターが2017年3月に発表したデータによると、同年1月期の新築戸建ての建築許可件数は、テキサス州が8935件で前期比25.6%増。これは全米合計の18%増を上回る水準です。都市別に見るとヒューストンが全米トップ、ダラス-フォートワースが2位の物件数を誇ります。また、テキサス不動産協会が発表した2016年のデータでは、テキサス州全体の不動産の中間価格は21万ドル、ホームオーナーの世帯所得の中間価格は5万5653ドルとなっています。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

投資予算が25万ドルから30万ドルの場合、一軒家を一戸のみ購入するのか、同じ金額でコンドミニアムを2~3ユニット所有するの



か、の選択肢があります。一軒家であれば一家族が出て行ってしまうと家賃収入ゼロ。でも、空室が出ればもちろん家賃収入はありますが、2物件、3物件を同時に所有することにより、リスク分散が可能となります。

物件参考価格



★ ダラス
2ベッドルーム コンドミニアム
\$130,000~150,000
4ベッドルーム 一戸建て
\$250,000~400,000

大都市の不動産よりも安く購入が可能 価格の上昇も堅調なアトランタ物件

●不動産の状況や今後の見込みは？

現在日本人に人気のエリアは、アトランタ北西部のマリエッタ市イースト・コブから北東部のノークロス市、ダルーズ市までのエリア。南に位置するピーチツリー・シティも人気です。これらのエリアは学区や治安が良く、日本人駐在員のご家族にも支持されています。物件的にはコンドミニアムやタウンハウスは少なく、戸建て物件が多数あります。

アトランタはNYやLAといった大都市と違い急激な価格上昇は望めませんが、堅調な上昇が見込めます。平均的な上昇率は年3~5%ほど。ここ数年は5%以上の上昇が見られる物件もあります。購入価格より値下がりするようなことはほほないので、長い目で見た投資には最適です。価格帯も大都市の2分の1から3分の1で購入が可能。毎年新規駐

在員の赴任者が来る企業もあり、空室率が低いので家賃リスクや維持費などが少額で済むメリットもあります。

今後注目なのが、アトランタ北部にあるフォーサイズ郡カミング市。ここの学区は一部ではありますが、その南にある学力の高いエリア(フルトン郡ロズウェル市、アルファレッタ市など)のレベルに近づいてきています。また固定資産税もフルトン郡より安いわりに、築浅で専有面積の広い物件が比較的安価で購入できます。日本人にはまだ未知なエリアですが、将来的にもっとも値上がり期待されるエリアになるかもしれません。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

売り物件の買い時はやはり春から夏場、特に現地校の新学期が始まる前までにかけて。購入前にはまず、「年収×3+頭金」に対して



いくらまで借り入れることができるか、事前に銀行なり融資業者に相談する必要があります。これを怠ると、収入に見合わない物件の購入は非常に困難となり、結果的に思ったような物件が購入できない場合が出てきますので気を付けましょう。

物件参考価格



★ アトランタ
2ベッドルーム コンドミニアム
\$250,000~350,000
4ベッドルーム 一戸建て
\$300,000~400,000

不動産価格は緩やかに上昇 おすすめエリアはシャンバーグ

●不動産の状況や今後の見込みは？

シカゴ北西部郊外で日本人に人気の地域ですが、家族向けには現地校のレベルも高く、比較的移民も多いシャンバーグ、ホフマンエステーツやバッファローグローブで、物件は比較的新しいタウンハウスです。特にシャンバーグは雑誌「Money」で住むのに良い街として取り上げられたこともあります。单身またはカップルですと、お店も多く、单身用住宅が多いアーリントンハイツ周辺のアパートやコンドミニウムを選ばれることが多いです。

シカゴの不動産価格は2013年より少しずつ上昇を続けており、今後も緩やかな価格上昇が期待できる、大幅な価格変動のない安定したマーケットです。また、周辺には部品メーカー、商社、薬品会社などの日系企業が多く、新たな企業も続々と進出しており、これ

からの需要も見込まれるエリアとなります。

シカゴ北西部郊外の魅力は何といても広大な住環境と治安の良いところです。水と緑の豊かな公園が多く、大きなショッピングモールや日本食マーケットもあります。車で30分行けば生活に必要なものが調達でき、とても利便性の良いエリアです。ダウンタウンにも車や電車で比較的簡単に行けます。日本人学校もあり、現地校も日本人のESL教員がいる学校、日本語と英語のデュアルランゲージを設けている公立校もあります。除雪車の活躍で冬も不便はありません。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

物件を購入される際には、売却時のことも念頭におき、物件のクオリティだけではなく学区などもしっかりチェックするようにしてください。優良物件はすぐに売れてしまうのが



常なので、長時間検討するのではなく、すぐ見てすぐ決断することが重要です。また、投資目的で購入される場合は、学区やエリアだけで決めるのではなく、実績のある経験豊富な不動産業者と相談されることをお勧めします。

物件参考価格



★ アーリントンハイツ
2ベッドルーム コンドミニウム
\$300,000~400,000

★ シャンバーグ
3, 4ベッドルーム タウンハウス
\$250,000~350,000
一戸建て \$300,000~400,000

出口戦略まで考えた場合 投資では購入より売却のタイミング

●不動産の状況や今後の見込みは？

投資目的の不動産物件購入の場合は、その物件が将来もたらすであろう利益と諸々のリスクを天秤にかけて購入するかどうか、今がそのタイミングであるかの問いかけを最初に行うべきだというのが私の基本的な考え方です。多くの不動産業者は売買の成約によって手数料が入るので購入を勧めます。しかし、メリットが出るか、どの時点で売却をするかという出口戦略までを考えた場合、現段階のラスベガスの物件は購入よりも売却のタイミングだというのが、私の結論です。2年ほど前まではそこそこ利回りの出る物件もあり、不動産投資を考えている方には、州の税制や賃貸にまつわる諸条件を検討していただいた上で物件を勧めていました。

さて、投資とは別に住居としての購入の場

合、日本人に人気のエリアは、北西のレイク、南東のグリーンバレーとヘンダーソン周辺です。比較的良好な小学校や中学校が多いことが理由です。学齢期のお子さんがある場合、自宅の利回りのほかに、公立の良い小学校が近くにある物件の購入は、学校にかかる金額や送迎にかかる時間を金額に換算するとお得だということがいえます。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

ラスベガスに限らず、不動産物件購入では、“Ready, Willing and Able Buyer”といわれるように、購入するための準備、購入する意思、購入できる能力の3拍子が揃っていることが必要です。希望の物件の購入には、即決で現金決済できるかが最も強力な条件になります。ただし、不動産は縁のものでもあるので、買い急がず、長期にわたって市場を観



察しつつ、これ、と思う物件を見つけた時にすぐに行動を起こすことです。また、ローンを組む場合はクレジットが良くないと条件が変わってきますから、常日ごろからクレジットを良い状態に保つ努力も不可欠です。

物件参考価格



★ ラスベガス郊外
2ベッドルーム コンドミニウム
\$200,000~250,000
3,000SqFt 一戸建て
\$400,000~450,000

依然アーバインとトーランスが人気 投資はアナハイムやサンタアナ



●不動産の状況や今後の見込みは？

2012年に不動産価格が底値を記録して以降、「落ちる」と言われながらも南カリフォルニアの価格は上昇を続けています。もともと、不動産の需要が非常に高いエリアであり、流入してくる人口に対して住宅の数が追いついていないといった背景があります。実際、ロサンゼルス郡もオレンジ郡も新築物件の開発が続いていますが、未だに住宅不足は解消されていません。

日本人に人気のエリアということでは、オレンジ郡では安全性が高いアーバインが依然トップです。また、コスタメサも住環境が良く、海に近いということで人気があります。

ロサンゼルス郡では、やはりトーランスをはじめとするサウスベイが日本人には人気ですね。ロサンゼルス郡のダウンタウンに通勤するにも便利です。古い物件でも価格が下がりがありません。それだけ需要が高いということの意味です。日本に永久帰国される方が当地に物件を購入してテナントを入れる場合は、安全な地域で自分でも状況を把握しやすいという理由から、トーランスの物件を選択することが多いようです。

一方、アメリカ人はキャッシュフローが出るエリアということで、自分自身では住まないエリアでも投資物件を購入する傾向があります。このように投資目的で購入する場合にお勧めしたいのは、オレンジ郡ではサンタアナやアナハイムです。ワーキングクラスの方が中心のエリアですが、このエリアは職も多く真面目に働いて家賃をきちんと払うテナント候補が好んで住みたがるエリアです。私もテ



ユプレックスをサンタアナに所有しています。テナントが出て、すぐに次が入ってくるので空きが長く続きません。物件を貸す方へのアドバイスとしては毎年、家賃を少しずつも上げていくのがポイントです。

ロサンゼルス郡で投資物件向けのエリアとしてお勧めしたいのはシルバーレイクです。ここの物件は今非常に需要が高く、近隣のロスフェリッツと並んで、エンターテインメント業界の方が続々と流入しています。築年数が経ったスパニッシュ様式の家などを購入して、現代的なエレメントを取り入れてリモデルし、「ワーオ！ ファクター(バイヤーが感動するような要因)」をクリエイティブして転売するのが今のトレンドです。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

日本人の不動産購入希望者でよく見られるのが、「不動産に関してよく勉強するけれども、分析して終わってしまう」という方です。特に投資に関して私がアドバイスするとしたら、「とりあえず買って回してみる」ことが大事です。うまくいかなければ売ればよいのです。

「もし、不動産を購入して最悪のパターンに陥ってしまったらどうしよう」と心配されて二の足を踏む方もいます。しかし、最悪のパターンは個人によって異なります。また、最悪のパターンを少しでも避けるためには、その方が恐れていることに対してリスクマネジメントを敷くことが重要です。例えば「万が一、家が全焼したら」と不安に思われる方は万全の補償内容の保険に入るといいでしょう。「テナントが家賃を滞納したらどうしよう」と思われるのであれば、テナントを選ぶ際に多くの条件を課してスクリーニングを慎重に行うべきです。

そして、不動産投資をされるのであれば、何を目的としているのかをまず明確にすべきです。キャッシュフローが欲しいのか、それともエクイティを利用して5年後の転売や買い替えを目的としているのかといった点までを明らかにして不動産エージェントに相談されれば、パズルを当てはめるようにして、どこ

にいくらの物件を買ったらいいかの答えが導き出されるでしょう。



物件参考価格



★ エントリーレベル
ノースイーストロサンゼルス郡
2ベッドルーム コンドミニアム
\$500,000
4ベッドルーム 一戸建て
\$750,000~800,000

★ セントラルオレンジ郡
2ベッドルーム コンドミニアム
\$450,000~
4ベッドルーム 一戸建て
\$700,000~

IT企業への人口増加を背景に ベイエリアは価格沸騰状態

●不動産の状況や今後の見込みは？

一口にシリコンバレーといっても広く、その中で人気のエリアはサンノゼ、マウンテンビュー、パロアルトです。ポイントは学区の優秀なエリアで、特にマウンテンビューは不動産価格が上がり続けています。理由としてサンフランシスコやシリコンバレーにはIT企業を中心に常に仕事があり、人口が増え続けているという点が第一に挙げられます。

一方でシリコンバレーに通えるということもあり、サンフランシスコ市内の物件の人気の上がり続けています。実際にサンフランシスコの家賃は全米一高いといわれています。2016年の平均家賃が3620ドル。このデータは広さや地域によって上下はしますが、それでもこの金額を目安に考えないと市内には住めないということになります。この要因に

は、IT企業が市内にも拠点を持つようになったこと、車がなくても会社まで専用バスが用意されていること、UberやLyftが手軽に利用できることなどがあります。よって投資として、サンフランシスコ市内に物件を所有することも将来性が非常に高いといえます。

他にサンフランシスコにもシリコンバレーにも通える地域として人気が上がっているのがサンマテオ郡です。サンフランシスコ空港の南に位置し、学区の評価が高い所も多く、1年中気候も穏やかで冷房のない家が多く快適な住環境です。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

気に入った物件があればまず買うことです。戦後70年のデータで、アメリカの不動産価格は平均4%ずつ上昇しています。なぜ不動産が上がるのかはセンサスを見れば分かりま



す。アメリカの人口は16秒ごとに1人増えており、その人口が集中する地域が東海岸と西海岸です。それだけ需要に対して供給が追いついていない、つまり不動産価格は長期的に見れば上昇していくことになるのです。

物件参考価格



★ シリコンバレー
2ベッドルーム コンドミニアム
\$1,000,000~
4ベッドルーム 一戸建て
\$1,500,000~

HAWAII

日本にも近い好環境で ラグジュアリーを極めた物件が注目

●不動産の状況や今後の見込みは？

日本人が主に別荘を買うのがオアフ島ですが、なかでも注目なのが、ダウンタウンからアラモアナまでのカカアコエリア。この辺りは1990年から開発が始まり、今も続いています。特に米国屈指の不動産デベロッパーであるハワード・ヒューズ社が開発を進めるワード・ビレッジは、現在2棟が完成し、来年はもう1棟完成予定と新築コンドが増えていきます。注目すべきは、この物件はそれぞれ有名建築家が手がけていること。ニューヨーク5番街にあるガラス張りのアップルストアを手がけたポーリン・シウィンスキー・ジャクソンや、カリフォルニアのゲティ・センターを設計したりチャード・マイヤーなど名だたる建築家が携わり、ラグジュアリーを極めたコンドが続々と建っているんです。

オーシャンビューを楽しみたいならゴールドコーストもおすすめ。ダイヤモンドヘッドの麓で海の目の前に物件が建ち、美しい景色を楽しめます。

ハワイ不動産の魅力は、限られた土地のため価値が保たれること。また、年間を通しての気候の良さや治安の良さ、日本にも近いこと、水や食事がおいしいことなど、世界中から魅力を感じてもらえるエリアです。

●不動産購入時のアドバイスをお願いします。

まず、物件の用途をしっかりと決めること。住居、別荘、投資物件のほか、自身が使っていない時に有料で貸し出すバケーションレンタルも可能です。ゾーニング、ハウスルールが異なるため使用目的をはっきり決めましょう。その後、予算や間取りなどの希望を決めます。また海沿い、山側、中心街付近など、



エリアの選定も大事。人気物件は早いものだと1週間以内で売れてしまいます。平日頃から定期的に相場を確認し、買うと決めたらすぐに行動しましょう。

物件参考価格



★ ワイキキ
2ベッドルーム コンドミニアム
\$500,000~

★ カカアコ
2ベッドルーム コンドミニアム
\$900,000~

帰国準備

Return to Japan

数年のアメリカ赴任期間を終え、いざ日本へ帰国するとなった時、何をどのように準備したらいいだろうか？ 家や公共料金の解約、引越しまでの段取り、帰国後の子どもの学校や税金関係など役立つガイドをお届けしよう。



引越しは仕分けが重要 辞令が出たら即仮予約を

Moving

日本への帰任辞令が出た時に、帰国準備は何から始めたらいだろうか？「帰国の航空券とほぼ同時に引越し作業の仮予約を入れることをお勧めします」と話すのは米国日本通運の引越し担当、細井正明さんだ。特に2月から3月にかけては、駐在員家庭の日本帰任が多く、直前になると予約が取りにくくなる。3月末の2週間に関しては予約が殺到するのが実情だ。

では、引越し会社に予約を入れて、次のステップとなる見積もりを取る時までは何をしておくべきか？ 細井さんは次のようにアドバイスする。「アメリカで使っていた家具などをすべて日本に持ち帰るわけではないと思います。そこで持ち帰る

物、捨てる物、譲る物、寄付する物、または掲示板などで売却する物などの仕分けをしていただくことが大切です。辞令が出てから帰任までは、送別会や引き継ぎなどで忙しくなるため、仕分けが後回しになりがちですが、その部分は引越し会社では決められないので早めの決断をお願いします。

また、持ち帰る物に関しては、梱包荷物に入れるか、手荷物として自分で持参するかを区別する必要がある。「船便の場合、東海岸から日本ですとお手元に届くまで約70日、西海岸からでも約40日はかかります。そこで、逆算してアメリカから2カ月くらい前に送り出すことになります



が、梱包する荷物はその間に必要にならない物を入れてください。航空便であっても、ご自身の帰国と同日に日本側で受け取れるわけではないので、お子さんの学校関係の物、役所関係の重要な書類などはご自身で持ち帰っていただくようお願いしています。保険をかけても、替えが効かない物は梱包しないのが原則だ。

「さらに日本に持ち帰れない物があります。医薬品や化粧品、また石鹸であっても、数量によっては日本に持ち込めない

物がありますので、その点は気をつけるようにしてください」

ペットに関しては、日本から連れてきたのではなくアメリカで飼い始めたケースでは、航空会社によっては受託しない犬種もある。さらに予防接種などの証明書、健康状態の証明書を取り寄せなければならないので、詳細はかかりつけの獣医に問い合わせること。

「引越はしは段取りが8分といわれます。仕分けに基づいて引越し会社のスタッフに指示を出してください。また、費用の面では会社が負担してくれる上限があるはずなので、そこをしっかりと確認するようにしてください」

最近では駐在員の引越しの行き先も多様化しているようだ。アメリカから日本への引越しだけでなく、米国内のある都市から別の都市へ、さらにアメリカから日本を経由することなく、直接アジアやヨーロッパへの移動も増えている。

「受け入れ先が日本であれば、輸入手続きの規定はそれほど大きくは変わりません。しかし、発展途上国の場合はルールが頻繁に変わります。さらに、最近のケースでは、ロンドンへの移動の場合はEUからイギリスが脱退を予定していたり、テロの問題もあつたりして状況が変わっています。行き先の情報は海外引越しを扱う業者さんが詳しいので、アドバイスをもらってく

ださい」

最後に自身が駐在員でもある細井さんに、「引越し荷物ではなく自分で持ち帰る物は?」と聞くと、「実は先日、ニューヨークシティマラソンに参加したのです。その時のメダルは、なくしたとしても、絶対に再発行はしてもらえないと思うので自分で持ち帰りますね(笑)。このように、他人にとっては価値が認められなくても、ご本人にしてみたら非常に大切な物をご自身できちんと判断していただきたいと思います」と答えてくれた。

取材協力：米国日本通運
<https://www.nittsu.com/hikkoshi/>

Housing

住まいの中途解約は 契約時の合意がカギ

帰国日が決まったら、住まいの解約手続きを進めよう。賃貸の場合は何カ月前までに解約通知が必要か、契約書に記載がある。契約内容を事前に確認し、突然の帰任辞令でもなるべく早めに大家さんへ通知するのが好ましい。「通知は日付入りの書式かEメールなど記録に残る方法がベスト。書式の場合は受領サインもも

らいましょう。通知内容には引越し予定日、明け渡し日、デポジット返却の方法などを明記します」と話すのは、不動産会社ダグラス・エリマンのブローカー、阿久津裕子さん。

賃貸契約の期間は通常1年または2年で、中途解約は罰則金が課されるケースもある。「駐在員の方は契約時に中途解約となる可能性の理解を大家さんに求め、契約書に2、3カ月前の通知でペナルティ無しで解約可能な文言を含めてもらうのが

キーです」。

家の明け渡し時に行われるのが、大家さんまたは管理会社の人と一緒に内装を点検する“ウォーク・スルー”。破損があれば事前に修理し、当日は家を空にして清掃された状態にしておこう。「大家さんによってはプロの清掃を要望することもあり、点検時に満足のいく状態でなければ清掃代をデポジットから引かれる場合も。破損部分の修理や清掃方法は事前に大家さんと相談して対処すれば、デポジットも戻りやすいですよ」と阿久津さんはアドバイスする。

取材協力：Douglas Elliman Real Estate
<https://www.elliman.com>



延滞料金を回避するには？ 公共サービスの確実な解約

引越し会社に予約を入れて、借家の解約の連絡も済ませた後、引越しの2～3週間ほど前に済ませたいのが公共サービスの解約。あまり早く解約手続きをしようとすると、「次の請求時期以降まで待つように」と言われることが少なくない。具体的には、電気、ガス、水道、ゴミ、電話・ケーブルTV・インターネットなどの手続きだ。

まずは、請求書にあるアカウント番号を使って、電話もしくはウェブサイトで行うTWIアシストのシニアコンサルタント、ゆうこ・シモネックさん。「手続きをウェブサイトですべて済ませたいけれど、確実に解約できたのか分からないとの問い合わせをよく受けます。当方で改めて公共サービスの会社に連絡を入れると、解約自体はされていますが住所の変更がされていないことがあります。また、ウェブ上で支払いをしていた方は、解約と同時にそのアカウントも閉鎖されてしまう可能性もあるので、最後の月の支払いが履行されないことがあり、延滞料金がチャージされてしまいます。解約時の最終支払い方法についても、事前にご確認されることをお勧めします」。本人は手続きが終わっていると思っていてもそうではないことが実はよくあるようだ。確実なのは、請求書の転送先住所に、アメリカの会社または同僚や友人の住所を使わせてもらうことだ。この場合のポイントは信頼できる人に依頼するということ。

「最終の請求書が届かないと、支払いが完了できません。そうするとコレクション

エージェンシー(回収専門業者)にその案件が行ってしまうこととなります。例えば、ケーブルTVやインターネット用にリースしていた機器の返却を、アパートの管理人に依頼した方がいました。しかし、管理人がそのままにしていたために、コレクションエージェンシーから500ドル近い延滞料金がチャージされてしまったのです」

公共料金以外で、済ませておかなければならないのは、交通違反のチケットの処理。TWIアシストの顧客でも次のような人がいた。「帰国前にスピード違反のチケットをもらっていたのですが、忙しくてそのことを忘れてしまっていたようです。日本に帰ってから払ってないことに気づき、私に連絡がきました。そこでウェブサイトを通じて支払う方法についてお伝えしました」。



さらに領事館への帰国届けもお忘れなく。在留届けをオンラインで届けた場合は、次のサイトから帰国届けも同じく外務省のオンラインで手続きが可能。<https://www.ezairyu.mofa.go.jp/RRnet/generalForward.do?forward=/change>

TWIアシストでは上記の各種手続きの代行サービスを行っている。

取材協力: Assist (division of Teruko Weinberg, Inc. <TWI>)
<http://twiassist.com>

マイナンバー制度って何？

情報提供者: ライフメイツ社会保険労務士事務所 蓑田 透さん www.life-mt.com

マイナンバーは、2015年に日本で導入された国民一人ひとりを持つ12桁の番号。社会保障、税、災害対策の分野で横断的な番号制を導入することにより、個人情報の特定・確認が分野間で確実かつ迅速にできるようになりました。

簡単にいうと、米国の社会保障番号(Social Security Number)と同様のもの。日本ではこれまで確定申告や年金申請、国民健康保険加入などの手続き時に毎回、各公的機関で公的書類を提出していました。しかしマイナンバー制の導入により、個人の情報が全国の公的機関で共有され、各手続きが簡略化されます。手続きによっては各窓口に出向く必要がなくなり、窓口での待ち時間短縮や提出書類の軽減が実現されるのです。

2017年1月にはマイナポータル運用を開始。これは、ウェブ上で行政機関が個人の番号情報をいつ、どの機関とやりとりしたかの確認や、行政機関からのお知らせを受信できる自分専用の管理画面です。

マイナンバーは国籍を問わず、すべての日本国内居住者(住民票がある人)に付与されます。申請手続きは、各市町村役場で住民登録の際に併せて行います(役場によっては窓口が異なります)。

マイナンバー制度 導入スケジュール

- 2015年10月
マイナンバーの付番・通知開始
- 2016年1月
マイナンバーの利用開始
(一部機関での手続きに利用、個人番号カード交付など)
- 2017年1月
マイナポータル運用開始
- 2017年7月
行政機関との連携(地方自治体、年金事務所、税務署など)
- 2018年1月
金融機関での預貯金口座への付番

帰国後の学校選び 情報集めが肝心



帰国後に子どもが通う学校についても準備を進めなければならない。公立にするか、それとも私立にするかという選択肢について、これまでに多数の帰国生の受験準備の実績がある早稲田アカデミー国際課の田畑康さんは次のように解説する。「公立、私立それぞれのよさを考えてみると、公立は『ローカルな日本の教育』を体験するという意味で意義がありますし、私立は『教育理念と方針がしっかりしていて卒業後の進学にもコミットしてくれる』という意味で安心です。公立小学校・中学校の場合、地域によって帰国生の受け入れ方に差があることは否定できません。たとえば、海外駐在員が帰国した後に入居できる社宅が複数ある地域では、公立でも各学年に帰国生が10人以上いることもあります。逆に、帰国子女の少ない地域も存在します。そういう地域の公立では、先生方の理解を得られず、ストレスを感じてしまう可能性もあります。結局は本人や家族の気持ち次第なのですが、公立を選ぶにあたってはある程度の覚悟が必要です。首都圏では、市や区によっては帰国子女対応のできる相談員のような先生がいらっしゃる公立もあり、越境通学を認めているようですので、居住予定の市役所・区役所にご相談になることをお勧めいたします。ご帰国前に情報収集するのは保護者様の役割です」。

志望校の絞り込みは、教育理念やプロ

グラムに賛同し、「こういう学校に通いたい」という思いを基本に進めていくことになる、田畑さんは続ける。「帰国子女枠の入試であれば、英検2級以上の英語力があると有利になったり、国語や算数・数学が苦手でも考慮してくれたりする学校も増えてきています。一般入試では高嶺の花の学校でも、帰国生にとってはチャンスになる可能性もあるので、まさに情報集めが肝心といえるでしょう」。

受験準備に際して帰国受験の塾で可能なサポート内容は、大きく分けて「情報提供」「戦略相談」「学習指導」の3つ。「情報については、毎年のように変化する入試の内容・日程・科目・合格ラインなどのデータが受験の準備の要です。たとえば英語のエッセイが課される場合、文法・語彙力が重視されるのか、内容が重視されるのか、などは、これまで多くの合格者を輩出してきた塾の分析はとても有用です。戦略についても、塾の分析は欠かせません。模擬試験のデータの見方、学校の選び方、面接練習のスケジュールややり方、科目ごとの学習比率なども、塾との相談なくしては、成立しないものといえましょう。学習指導は、受験生本人の成長のもっとも大きなカギともいえます。合格に向かっていつ、どのレベルの問題に取り組むのか、志望校の入試問題の傾向に合った学習になっているのか、弱点の補強はできているのか、ま

さに学習指導のプロの腕の見せ所といえます」。

アメリカ滞在中に子どもに体験させておきたいことについて、最後に聞いた。「近年、帰国生入試では、作文・エッセイや面接の比重が高くなってきています。これは、2020年から始まる大学入試改革、すなわち、国公立大学の2次試験は面接と論文を重視するということと連動していると思います。進むグローバル化と、求められる国際競争力。そんな時代に、帰国生が学力以外に求められるものは、海外・帰国生ならでは人間力です。アメリカからの帰国生ならば、『アメリカで学んだことは何か』『アメリカに住んでいたからこそ成長できたポイントは何か』『アメリカはどのような国か』ということをし、しっかり説明し、アピールできることです。これらのポイントを意識して、お子様のアメリカ生活をサポートしてあげてください」。

取材協力：早稲田アカデミー
www.waseda-ac.co.jp/returnees/retune/re_top.html



赴任中に加入 米生命保険のメリット

借家や公共料金は帰国前に解約しなければならないが、逆に帰国する前に加入を検討する価値があるのがアメリカの生命保険だ。その理由を、パシフィック・ガーディアン・ライフ・インシュランス・カンパニーのアシスタントディレクター、高橋卓也さんは次のように解説する。

「保険会社はお預かりした保険料をもとに長期の運用を行います。日本の場合、10年国債で金利は0.032%。一方、アメリカでは2.309%です(2017年11月7日現在)。

つまり、運用先の長期金利が異なるため、同じ保障内容でもアメリカの方が保険料を安くでき、さらに積み立てた分のキャッシュバリュー増加分も大きくなるのが、アメリカで生命保険に入るメリットです」

アメリカの生命保険は、特定のビザ(H、E、L、Oなど。詳細は問い合わせ)を保持して在住している人だけ加入が可能。それでは、帰国のどれくらい前までに申し込みれば間に合うのだろうか。「通常、お申し込みからご契約成立まで1カ月を要します。

ただし、健康状態によっては精査が必要なので、2カ月から3カ月程度かかる場合もあります。よって、ご帰国の3カ月前までにご連絡をいただくと確実です」。

帰国が決まれば、W-8benという税金関係の書類を記入するだけで、日本に戻ってもそのまま保険を保持し、ベネフィットを受けることができる。ただし、すべて米ドル建てのため、為替のリスクは伴う。それでも日米で金利に大きな差があるからこそ、投資目的でアメリカの生命保険に加入する駐在員が少なくないということだ。

取材協力: Pacific Guardian Life Insurance Company, LTD
www.pacificguardian.com



帰国後は速やかに 税務手続きを

万全の準備を進めて無事に日本へ帰国した後、まず必要となるのが役所での住民登録だ。「出国前と同じ住所に戻るのであれば、住所地の市・区役所にパスポートを持参すれば住民票を作成してもらえます。出国前とは異なる場所に住むなら、新しい住所地の市・区役所に戸籍謄本と戸籍の附票を持参するとスムーズでしょう」と話すのは、新大阪総合税理士法人の代表税理士、菅野泰行さん。役所によっては必要書類が異なる場合もあるため、事前に問い合わせると良いそうだ。手続きの期間は、原則として帰国後14日以内。万が一14日を過ぎても罰則はないが、早めの対応が望ましいと菅野さんは言う。

住民登録が完了すると日本の居住者となるため、支払われる給与や賞与はすべて

日本国内の課税対象となる。つまり、海外勤務期間の給与や賞与が帰国後に日本側で支給された場合も、日本側で課税対象となるのだ。ただ、住民税に関しては状況が異なる。「1月1日時点で日本に住民登録のある方がその年の住民税の課税対象となります。たとえば1月2日に帰国した場合は、その年の納税義務は発生しません」。

厚生年金や社会保険は、海外勤務中も日本で継続していた場合は住所変更程度の手続きだけで済むが、介護保険は再加入が必要だ。具体的には勤務先を通して「介護保険適用外等非該当届」を提出する。また出国時に「納税管理人の届出書」を出した方は、帰国後速やかに「納税管理人の解任届出書」を提出しよう。

最後に、帰国後の年末調整および確定

申告に関して菅野さんに聞いた。

「帰国後の勤務に対する給与は年末調整の対象となります。社会保険料、生命保険料、医療費などの各種控除は帰国後に支払ったもののみが対象。ただし、配偶者、扶養、障害者、寡婦(夫)控除などの人的なものは、12月31日の現況で判断されます。また、給与以外に不動産収入などがある方で、その合計所得が20万円以上となる場合は確定申告が必要です。帰国前に受け取った国外源泉所得(アメリカの不動産賃貸収入など)は申告不要ですが、帰国後に発生した同所得は申告が必要となるので注意しましょう」

取材協力: 新大阪総合税理士法人
http://www.shinosaka-sougou.com

※本記事は、役員ではない一般社員を例とした内容です。

グループ全体のビジネスコンテンツを 日系企業のグローバル化の 共通インフラに

JAN (Japanese Assistance Network), Inc. プレジデント

Relo Redac, Inc. ディレクター

佐々田大樹 / Taiki Sasada

人事・総務関連業務の アウトソーサー

リログループは1967年創業、人事・総務関連業務のアウトソーサーに特化してまいりました。創業事業は転勤留守宅管理事業です。転勤者は転勤中の持ち家管理が悩みの種でした。日本では借主の立場が強いので、赴任期間が終わって日本に戻ってきても、せっかくのマイホームに住めないことが多くありました。

そこで、借主と「一時使用契約」を結び、リロが転貸することで帰国後すぐにマイホームに戻れるシステムを確立しました。それ以外にも1993年には、大手企業のように会社の保養所を持っていない企業でも保養所利用やホテル料金の特別割引といったベネフィットが受けられるように、企業会員を対象とする福利厚生倶楽部を、2005年には海外赴任人事業務のアウトソーシングサービスを立ち上げました。

ようこそ日本株式会社

私かというと、2005年にグローバル人事のアウトソーシングビジネスを手掛ける“ようこそ日本株式会社”を立ち上げました。日本に赴任する海外からの駐在員のために、ビザの取得や不動産業者の紹介など、多様な手続きをサポートする仕事です。こういったビジネスを思いついたのは、ハワイに留学していた経験が根底にあります。留学当初、英語も現地の事情も分からず

苦労した自身の体験から、反対に海外から日本に来る非日本人の方は、より困り事が多く、ニーズがあるのではないかと考えたのです。起業したのは25歳の時でした。そして4年後にその仕組みごとリログループに入社しました。

在外公館への時間外電話対応

アメリカ赴任は2015年からです。今年の4月には、4年前にリログループの傘下に入ったJAN(Japanese Assistance Network)の代表にも就任しました。現在籍を置いているリロリダックは、ニューヨーク本社をはじめとする全米13カ所に拠点を置き、米国に進出される日本企業、駐在員の皆様のニーズにお応えするためにリロケーションサービスを展開しています。また兼任しているJANは、もともと日本人が海外で困ったときの通訳サービスとしてその存在が知られておりました。「あんしんサービス」は、海外在住者のために日本語オペレーターが24時間待機している電話通訳サービスで、現在3500世帯のお客様の“言葉の保険”となっております。たとえばメキシコでは、家庭でお肉を注文するような時にもJANのスペイン語通訳をご利用いただくことがあります。このように普段から気軽に利用いただくことで、いざという緊急時でも、電話をかけやすい環境を提供しています。それに加え、世界各国の在外公館の時間外対応も一任されています。



就任以降、よりワンストップで企業人事総務担当者や駐在員、またその家族を包括的にサポートできるよう、リロリダックもコンテンツを組み合わせ、商品開発を進めております。グループの総合力を生かし、より多くの日系企業のグローバル化を支援していきたいと考えています。

ロンドンでのサービス開始

この度リロリダックはロンドンに進出しました。それに伴いJANもロンドンでのサービスを開始し、今後も対応地域を拡大していく予定です。グループ全体でのコンテンツやエリアを増やしていくことで、日本企業のグローバル化の共通インフラになることが我々グループのミッションです。

PROFILE

中学高校時代のハワイ留学の経験のもと、海外から日本へのリロケーションサービス、“ようこそ日本株式会社”を2005年創業。4年後にその仕組みごとリログループに持ち込む。現在は海外子会社、アメリカの駐在員への不動産仲介などのリロケーションサポートを行うリロリダックのディレクターと、海外での通訳サービスを提供するJANの代表取締役を兼任。リロリダックの本社があるニューヨークとJANの本社があるロサンゼルスを行き来する多忙な日々を送る。

アメリカで話題沸騰

日本発のお菓子・デザート

美味しくてパッケージもカラフルな日本のお菓子が今、世界で人気だ。日本で生まれ育った私たちにとってはおなじみでも、海外では新鮮に受け止められている商品も数多い。そこで今、北米市場で話題になっている、または新発売されたばかりのホットな日本発のお菓子やデザート類を一挙紹介しよう。



Hello PANDA

北米での販売開始は30年前 自信作の抹茶味新発売

Meiji America

この夏、全米のCostcoでも店頭に並び、アメリカ全土で親しまれている「Hello PANDA」。実は日本でも1987年から販売されていたのだが、思うような成果が出ず1年で生産を終了。しかし、そのすぐ後に東南アジアで発売され人気を博すことになる。「チョコレートがクッキーに包まれているため、べたべたと手につかず、暑い地域と相性の良い商品なんです」と語ったのはMeiji America Inc. プレジデントの戸谷和彦さん。

アメリカで販売を開始したのも30年前。シンガポールで製造されたものを輸入していたが、難しさがあつたのも事実だ。「セールをする計画をしても商品がお店に入るのが3カ月後だったり、港湾のストライキ

で商品が入ってこなかったりと、なかなか思い通りにはいかないものなんですよね。そこで、10年ほど前に専門の営業チームを立ち上げ、メインストリームでの販路拡大を目的に専用のパッケージも作りしました。そうしてコツコツと業績を積み重ねていき、2年前にカリフォルニア州サンタアナで念願の現地生産を行うに至ったんです」。

そして、新フレーバーの発売が決定した。「代理店からずっとご要望をいただいていた「抹茶味」のHello PANDAです。本格的にしっかりと抹茶の風味が出るよう

Hello PANDA 抹茶味の発売が待たれる、Meiji America の商品群



www.meiji-america.com

に弊社の研究員がこだわって作り上げました。抹茶ミルク飲料のようなイメージに仕上げたのと、甘すぎないのも特徴です。チョコを囲む周りのビスケットもこの新製品のために特別改良している、自信作です」。

約30年かけてアメリカ市場を開拓してきたMeiji America。新商品を追い風に、さらに販路を拡大していく。

Puchao

豊富なフレーバーと チュウイーな食感で手応え

UHA Mikakuto

ソフトキャンディを噛むと随所からグミが現れる「ぶっちょ」。そのユニークな食感や構造と、キャンディとコーラ、キャンディとマンゴーといった様々な味のコンビネーションの豊富さで、UHA味覚糖の代表的な商品となっている。日本での発売は2000年。開発の経緯について、UHA味覚糖海外事業部・リージョナルスーパーバイザーの酒井達展さんは次のように説明する。「当時、日本ではソフトキャンディ市場とグミ市場が確立されていました。弊社の考えでもある『斬新さ』を市場に提供したい、またそれぞれのカテゴリーに対応する商品開発が可能だったことから、その両方を組み合わせた新商品を開発するに至りました。発売後は消費者ニーズとマッチして一気に人気が広がりました」。

その後、キャラクターとのコラボ、地域限定商品など幅広く愛されている同



フードショーで

商品が、2016年11月に満を持して北米市場に上陸した。アメリカでの表記は「Puchao」だ。

「海外進出はまず、中国、香港と東南アジアから集中的に取り組み、次の段階として今回、北米地区への参入を開始しました。アジアで愛されている、美味しい商品をアメリカにお届けすることが目的です」

初めにアジア系マーケットに参入し、徐々に米系スーパーへの導入を目指している。西海岸の一部の大手米系スーパーではすでに取り扱いが始まっている所もある。並行して、2017年1月にはサンフランシスコのファンシー・フード・ショー、さらに6月にはニューヨークのファンシー・フード・ショーと、アメリカの西と東の大規模食品見本市にも出展した。今までのアメリカの主流のテイストやテクスチャーとは異なる、一線を画すチュウイーな食感との来場者のコメントを得られ、好感感を実感した。

マーケティング活動に関しては、展示会を含め、可能性がある場所には積極的に露出していく方針だ。同商品の購買層は若者と女性が多いことから、今後は各地の大学でのサンプリングも計画している。

2017年7月現在、北米市場のPuchaoは、スティックタイプではラムネソーダ、コーラ、ストロベリー、マンゴー、グレープ、メロンフレーバーと6種類、バッグタイプは炭酸フレーバーアソートとフルーツフレーバーアソートの2種類を揃えている。



サンプル配布のイベントも開催



スティックタイプとバッグタイプのパッケージがある

豊富な品揃えの中で、人種別の嗜好の違いもすでに商品の売れ行きに現れており、特に人気があるのは日本フレーバーであるラムネソーダ、フルーツ系ではストロベリー。ヒスパニック系の人々にはマンゴーのフレーバーが人気を集めている。限定商品に関しても、アメリカの消費者のニーズに合わせて開発していく可能性があるとのことで、これからのPuchaoの展開に期待が高まる。

www.puchao.us



フードショーでは「ジャパニーズスタイルのヨーグルト」と呼び掛けた

日本では1994年に発売以降、ロングセラーを続けている森永の「アロエヨーグルト」。ヨーグルトとアロエ果肉の組み合わせが発売当時は新鮮だった。そのアロエヨーグルトが、2017年7月末よりアメリカ西海岸で売り出された。しかも、アメリカ市場に合わせて、パッケージを新装、日本のオリジナル以外のフレーバーを揃え、さらに名称も「アロエ (Aloe)」と「ラブ (Love)」をかけた「alove (アラブ)」として勝負に出る。

今回の新商品は2015年末からリサーチを開始し、オンラインでの調査や実際に試食を伴う調査を通じて、オリジナル、ブルーベリー、ストロベリーの3種類に決定したと語るのは、Morinaga Nutritional Foods, USAのアシスタントマーケティングマネージャーの小山未来さんだ。



日本のパッケージに比べて、アメリカのパッケージはトレンドのシンプルなデザイン

alove アロエの果肉とヨーグルト 新鮮な組み合わせ

Morinaga Nutritional Foods, USA



最初に発売されたのは3種類のフレーバー

「ナチュラル・プロダクツ・エキスポなどの展示会に出展し、意見を集めました。また、パッケージについても賑やかなイメージの日本のものとは異なり、アメリカではシンプルなパッケージが今のトレンド。その傾向を取り入れたデザインを完成させました。フレーバーに関しては、アメリカで売れ行きの良いヨーグルト商品を参考にし、アロエとの相性が良いものを開発。最初に発売する3種類のフレーバー以外にも、2018年の年明けを目標に、さらに3つのフレーバーを登場させる予定です」

アメリカ向けにフレーバーを増やしただけでなく、生産自体もカリフォルニア州で行っている。日本の人気商品をベースに、フレッシュでバラエティ豊かなラインアップが楽しめるというわけだ。

実際にaloveを試食した。ヨーグルトの中にたくさんの、しかもサイズとしても大きなアロエの果肉が入っている。アロエ自体には特徴的な味はないが、食感はしっかりと感じるこ

とできる。今、アメリカでも大流行しているボバ入りのドリンクを思い出した。ドリンクだけを飲むと単調で飽きてしまうが、ボバが絶妙のアクセントになるように、ヨーグルトの中から現れるアロエが、いいアクセントになっている。

問題はアメリカ人にこれまでアロエを食べる習慣がない、ということだ。前出の小山さんは、「アメリカ人に紹介すると、『アロエは肌に塗るものではないのか?』と言われてしまいます。一方、アジア系の消費者にはアロエ入りのドリンクなども人気なことから、食べるアロエはおなじみの存在です」と語る。

アロエとヨーグルトの組み合わせは今、アメリカのメジャー市場に見られないからこそ、大きな目玉になる可能性を秘めていると言えそうだ。

Aloveyogurt.com
www.instagram.com/aloveyogurt
www.facebook.com/aloveyogurt
www.instagram.com/aloveyogurt

Pocky 赤いポッキー・トラック 全米各地を走行中

Ezaki Glico USA



ハロウィン仕様



これらベーシックな商品に、季節限定商品が加わる

“Share Happiness” をキャッチコピーにアメリカでも長らく愛されているのが、チョコレート菓子「ポッキー」。日本では、そのスティックの形状から4本のポッキーが連想される11月11日を「ポッキー・デイ」と定めて、各地でダンスイベントを開催するなど大いに盛り上がる。日本での知名度に追いつけ、追い越せと、それまで商社に委託していた販売業務を、2003年には江崎グリコが現地販売法人を設立して直接手がけるようになった。味は数十年来変わることがない、“グリコ・スタンダード”。日本で食べてもアメリカでも、世界中どこでもその味はグリコ・スタンダードで統一されている。さらにチョコレート、ストロベリー、近年人気の抹茶といったベーシックなフレーバーに加えて、季節商品を取り入れることで様々なラインアップが年間を通して店頭

に並ぶ。
「ポッキーが伝えたいことは『自分が食べて幸せ、人と一緒に食べてその美味しさを分かち合って幸せ』ということです」

と語るの
は、Ezaki Glico USA Corporation のプレジデント、奥昭敏さん。カリフォルニアに赴任して1年数

カ月になる奥さんに、アメリカで実感したポッキー人気を示すエピソードについて聞くと、「街で販売されているアイスクリームに、トッピングとしてポッキーのスティックが刺さっているのを見た時に、浸透しているんだと感じましたね。また、アメリカ人で子どもの頃からポッキーを食べているという人は、『小学校の同じクラスに日本人がいて、その子からランチタイムにポッキーを分けてもらってから好きになった』と教えてくれました」と答えた。

1箱に入っている30数本のポッキーを友達や同僚、家族と、時には「アイスブレイク」を目的に初対面の人ともシェアできる。また、板状のチョコレートが一般的なアメリカで、スティック状でも手につかないという点も、同商品が新鮮に映り、かつ重宝されるポイントかもしれない。

さらに、ポッキーをより多くの人に身近に感じ

てもらうため、同社では、赤い車体のポッキー・トラックをアメリカ各地で走らせている。facebookを見れば、いつどこにトラックが登場するか分かる。さらに、ポッキー・トラックは集まった人々に無料のサンプルを配布することで新たなポッキー・ファンを生んでいる。今では同社のウェブサイトのポッキー・ファン登録者数は70万人に及ぶとか。

今後の計画について聞くと、「facebook、インスタグラムなどのSNSを使って現在の主要顧客層である若者への発信を続けながら、より幅広い年齢層にアピールすべく、お子様、また年配の方に向けた新しい商品開発も手がけていきます」と抱負を語った。今、目前に迫っているポッキー・デイに関しても、アメリカで新たなサプライズを仕掛けようとしている。11月11日、赤いトラックがどこに現れるか要チェックだ。



ポッキー・トラックで認知度拡大

www.pocky.com
www.twitter.com/Pocky
www.facebook.com/pocky

Koala's March サクサクのビスケットと チョコレートの好相性

Lotte USA

コアラのイラストが描かれたビスケットをかじると中からチョコレートクリームが出てくる、スナック菓子の「コアラのマーチ」。1984年に日本で発売以降、アジア圏内で認知度を高めてきた。アメリカ市場には1990年代に上陸し、現在までに日本、韓国、中国系を含むアジア系消費者を中心に人気を集めている。今後の課題はメインストリームへの本格参入と語るのは、Lotte USAのセールスマネージャー、神山祐治さん。

「ビスケットをサクサクのまま小さく膨らませて、そこにチョコレートを入れる技術は非常に高度なものと考えています。美味しさとその形状の可愛らしさにプラ

スして、今後、アピールしていこうと計画しているのが、コアラのマーチは親子間や子ども同士のコミュニケーションに役立つツールにもなる、という点です」

近年はスマホやゲームの普及も背景となって、実際の間人同士のコミュニケーションの会話が希薄だ。聞けば、アメリカのコアラのマーチには実に200以上の異なるイラストが存在するという。そこで、それぞれ、どんなコアラが何をしているのか、ビスケット上のイラストを見ながら会話のきっかけにしたいと神山さんは語る。

味についてはアメリカでどのように受け止められているのだろうか？



koalasmarch-usa.com

「ここに来て、日本食ブームが追い風となって、繊細な味、甘さのチョコレート菓子の素晴らしさにもアメリカ人消費者に気づいていただけるようになってきました。一度食べていただければ、その良さは分かってもらえるのでは、と思っています」。そこで、スーパーの店頭でコアラのキャラクターの着ぐるみと一緒に試食を勧めるキャンペーンを最近始めた。

「夢は全米の方から『コアラのマーチを知っている』と言ってもらえるようになることです」と神山さんは抱負を語った。



カラフルで楽しいイメージのパッケージ

一般的にアメリカでは“DIY Candy for Kids” と呼称されているのが、日本発の知育菓子、クラシエフーズの「ポップンクッキン」。子どもが自分で作りながら、完成までのプロセスを楽しめる商品として日本では大ヒット。さらにYou tubeでポップンクッキンの作成過程をアップする日本国外の映像から、世界でも人気に火がついた。For Kidsといいながらも、実際はティーンエイジャーや大人にもファンは多い。

クラシエフーズ、営業推進室海外推進グループの東田守さんは同商品の人気の

要因を、「作るたびに毎回出来上がったものが違ったり、また、自分自身でカスタマイズできたりすることは、お子さんのみならず大人の方でも楽しめる手作りならではの面白さだと思います」と語る。

そんなポップンクッキンが正式に北米に上陸したのは2017年の初頭。パッケージのデザインは日本の物と基本的にコンセプトは変えていない。ポイントは裏面の作り方の説明。「アメリカの消費者は知らないものには手が出ないという傾向があります。そこで、パッケージの言語

Popin' Cookin' 動画サイトで認知度拡大 プロセスを楽しめる知育菓子

Kracie Foods

をすべて英語に変え、裏面の作り方も詳しい英語に翻訳してあります。さらに英語以外の言語を母国語とする方たちのために、裏面のQRコードを携帯電話などでスキャンしていただくと、8カ国語の言語で作り方をご覧いただけます」と東田さん。

万全の体制での北米進出となった同商品は、発売直後から大きな反響を呼び、供給が需要に追いついていない状況だ。現在は「おすしやさん」「ドーナツ」「ケーキやさん」の3商品のみの北米での品揃えを、今後はさらに広げていく計画も進行中だ。

Shrimp Chips Calbeeブランドに統一感 ゆずフレーバーも新登場

Calbee North America

日本では“やめられない、とまらない!”で知られるカルビーの「かつばえびせん」。アメリカでは30年ほど前から「Shrimp Chips」の名前で販売されている。

「以前、フランス人のシェフの友人が『これ美味しいんだ』と、冷凍庫に保管していたShrimp Chipsにスリラッチャソースをかけて食べさせてくれたことがありました。国や文化によって食べ方や感覚がまったく違いますね」と語ったのは、Calbee North Americaのプレジデント・COOの坂田未央さん。

販売強化のため、3年ほど前にはパッケージのリニューアルを行った。

「アメリカでは昔からピンクのポルカドットのデザインなのですが、日本から来

た方はやはり赤のパッケージに親しみがあるんですね。今まで入っていなかった日本オリジナルのえびせんの文字ロゴを入れるなど昔からのイメージを残しつつ、モダンに仕上げました」

実はこのリニューアルはカルビー全体の改革だった。「それまではSayaやPotatoChipsなどを完全に別の商品としてマーケティングをしていたのですが、どの商品もCalbeeの商品であることを前面に打ち出し、コーポレートブランドとして販売していく“オール・カルビー・ストラテジー”に方針転換をしました。それぞれ違うデザインなのですが、どこかで統一感をもたせ“Calbee”のロゴも目立つように配置しています」。



ブランドとしてのCalbeeを押し出す戦略

www.calbeena.com

リニューアルに伴う手応えがあり、少しずつ売上も伸びてきているなか、今後について伺った。「若い年代の人も楽しめるようにと、最近アメリカでも流行になっている“ゆず”を使ったゆずブラックベツパーフレーバーを新たに発売しました。新しいフレーバーを出してエキサイトメントを足していきたいと思っています」。現在、同社では大きなプロジェクトが進行中だ。その全容が明かされる日を楽しみに待ちたい。

業界関係者に聞く日本のお菓子 in The U.S.

アメリカで今どんな日本のお菓子が売れているのか？ また、日本ではよく食べていたのにアメリカで買えないのはなぜ？ といった消費者としての素朴な疑問に、業界の表も裏も知る食品商社の関係者に匿名で答えていただいた。

Q. 日本では一般的なのに、アメリカでは流通していない商品とは？ その理由は？

A. 2001年に日本で狂牛病が発生してから、牛、

豚、鶏のエキスが入った商品が輸入できなくなりました。多くの日本のスナック菓子には、味にコクを出すために食肉のパウダーが入っているため、一部のラーメン同様にアメリカで流通していないのはご存知の通りです。

さらに卵もダメなので、プリンなど卵を使ったデザート類も日本からは入れられません。ただし、クッキーに含まれる卵は高温処理されているのでOKです。

Q. アメリカで日本のお菓子が人気の理由は？

A. まず味でしょうね。繊細な味は日本ならではの。さらに、次から次に工夫された新しい味が出ます。消費者を飽きさせることがありません。あとはパッケージ。見た目が消費者を惹きつけます。

Q. アメリカで今、人気の日本のお菓子とは？

A. 抹茶系がアメリカ人を虜にしています。アメリカ人も寿司などの日本食に親しむようになっていて、抹茶も身近な存在になっているからでしょう。また、抹茶はチョコレートとの相性がいいんですね。

他に日本ならではの食玩も人気があります。食玩はキャンディやガムと玩具と一緒に入った商品です。子ども向けから大人向けまでバラエティ豊かで消費者の幅が広いのが特徴です。変わらぬ人気を保っているのはキャンディやグミですね。商品自体が高品質だけでなく、パッケージ自体も綺麗です。

日本人にとってのレトロなお菓子、ライスキャンディ（ボタン飴）や笛ラムネ、うまい棒は意外にも白人が大人買いしていきます。日本人からしたら「懐かしい」と感じられる商品が今もアメリカでは大人気です。



アメリカ生活や ビジネスヒントを伝える U.S. FrontLineの オンラインサイト

usfl.com

随時
更新中!

アメリカの最新ビジネス関連ニュースから生活情報まで多彩なコンテンツが満載。
これからアメリカで生活する人や、ビジネスの成功のヒントを探している人にとって強い味方です。

仕事探しにも
使えるわ

さまざまな
独自コラムが
楽しみ

タイムリーな
特集記事は参考に
なるわ

アメリカビジネスを
成功しているヒトの記事が
ためになる

住まいの近くで
どんなイベント
があるのかな



いいね!はこちらで。
Like us on Facebook!
「USFrontLine」で
検索を。