

Japan Program

Japan Presentation and Discussion

Japan Presentation and Discussion

Akiko Yakata & Yuka Inui from K&L team



Overview

Weak JPY
@\145/\$

Inflation
continues

Inbound
economy

Wage growth
(finally...)



Competition & Long-term effort



Q1.

What is our competition
in Japanese market?



So many competitions...



vs Russian
seafood



vs farmed
seafood



vs meat
consumption



vs domestic
regional brand



vs Russia origin seafood

Salmon
species &
roe

Pollock
surimi

Pollock roe

Other
groundfish





Costco Connection
Promotional support



アラスカ原料使用に誇り 「米国大使館アラスカシーフード賞」受賞

河内屋・河内社長に聞く

全国浦鮮評会で30年続いてきた米国大使館賞が今年から「米国大使館アラスカシーフード賞」と名称変更された。長年、同賞に協賛し、アラスカ産シーフードのマーケティングや啓蒙（もう）活動を行っているアラスカシーフードマーケティング協会（ASMT）は、米国大使館農産物貿易事務所（ATIO）とともに「白エビ蒲鉾」で受賞した河内屋（富山・魚津市）にトロフィーと副賞としてアラスカ産高級レドのスケンズリ身1トの目録を初日、東京・千代田区の学士会館で行われた全国浦鮮業者大会会場で贈った。河内屋3代目の河内社長は受賞の喜びの声を聞いた。（渾須）

— 受賞の感想をお願ひ副賞に対しては「流サイト（SNS）などいろいろがいかにか話題になを活用してアピールしてついでに賞なのかを物語っています。受賞できたのは大変光栄に思ひ、今行っているのだから、どの様な製品を作りたいか、今後はどのような取組をしようかと考えています。」

河内社長は「受賞は長年、上級品として知られてきた白エビ蒲鉾に、アラスカ産の原料を配合して、新しい味を生み出すことに挑戦しています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。」



河内社長は「受賞は長年、上級品として知られてきた白エビ蒲鉾に、アラスカ産の原料を配合して、新しい味を生み出すことに挑戦しています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。」



「若い世代にもっと手に取ってもらいたい」と語る河内社長。受賞した「白エビ蒲鉾」は、アラスカ産のスケンズリ身を使用した白エビ蒲鉾で、味と食感を向上させた。河内社長は「受賞は長年、上級品として知られてきた白エビ蒲鉾に、アラスカ産の原料を配合して、新しい味を生み出すことに挑戦しています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。アラスカ産のスケンズリ身は、白エビ蒲鉾の原料として使われてきた白エビと比べて、身が柔らかく、噛みごたえがあり、口当たりが良く、アレルギー対応にも向いています。」



Japan Kamaboko Showcase Alaska Seafood award



vs Seafood Farming



Government initiative to promote seafood farming



More and more RAS farming project & investment



Newcomers for farming





未来に、幸あれ。



**Q2. Any long-term effort
that has paid off?**



Convenience store chains was something impossible

Higher priority on stable supply

Strong brand of each CV chain

Why difficult?

Limited direct contact

Experience





Journey to this scenery





Met a MD team
2019 Jan



天然のおいしさを、
アラスカから。
サステイナブルシーフード

First discussion
on Alaska logo
2021 autumn



Launch of Alaska
labeled balls
2022 Nov



Relationship
building
2019-2021



Internal
reviews
2022



Strengthen Alaska Seafood brand through over 55,000 outlets

Seven Eleven 21,000 outlets

Family Mart 16,513 outlets

Lawson 14,600 outlets



Seven Eleven

FamilyMart

Family Mart?



Lawson??





Japan Upcoming Event



Japan International Seafood Show 23-25 August
Trade Reception on 24 August in Conrad Shiodome



Japan International Seafood & Technology Expo

THE 25TH JAPAN INTERNATIONAL
SEAFOOD & TECHNOLOGY EXPO

Date: August 23-25, 2023

Venue: Tokyo Big Sight

Space: W24m x D 12m

Trade reception

Date: August 24, 2023

Venue: Conrad Tokyo, Shiodome



Promote our Sustainable approach at the second biggest convenience store “Family Mart”

FamilyMart

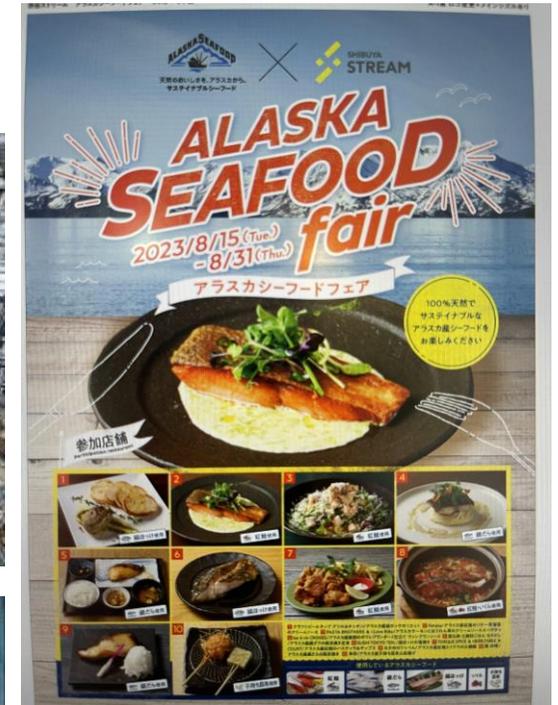
By utilizing digital signage placed in around 4000 Japan nationwide “Family Mart” convenience stores, we will be planning to promote our sustainable approach aligned with the rollout of the new Ikura onigiri with ASMI logo from October 10 to 24, 2023.



“Alaska Seafood Fair” at Shibuya Stream, the new and cutting-edge shopping mall



Period: September 15-31, 2023 16days
Venue: Restaurants floors 2F, 3F and 4F
Selected species: Herring row on kelp,
Alaska sablefish, Alaska sockeye salmon,
Alaska atka mackerel



“Alaska Seafood Fair” at Seibu, the biggest department store in Ikebukuro



Date: October 10 – 31, 2023 21days

Venue: Restaurant Dining Park 8F
Roof meal and green aerial garden 9F
Seibu food building B2F



Thank You!

