

平成30年度第2次補正予算

重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業に係る
海外販売促進活動報告書

令和2年 2月17日

JA全農インターナショナル(株)
青果部

重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業に係る
海外販売促進活動について、下記のとおり報告いたします。

対象国・地域 : EU(イギリス)

実施期間 : 令和2年1月18日(土)～2月7日(金)

(販売促進活動に係る出張 : 令和2年 1月27日(月)～ 1月31日(金))



ジャパンセンター青果物プロモーション

販売促進活動

1. プロモーション内容について

- (1) 期間 : 令和2年1月18日(土)~2月7日(金)
- (2) 場所 : ジャパンセンター ICHIBA 店、Panton Street店
- (3) 内容 : 同店舗が3週間開催する「ビーガンフェア」の枠内で、青果物もプロモーション。
サツマイモと柚子で試食による販促実施。
ア. 販促方法 ; プロモーターによる試食品提供。通常価格の30%OFF。
イ. 試食品目 ; 千葉県産甘藷「クイックスweet」、徳島県産柚子
- (4) 輸出スケジュール : 航空便2便(ETAロンドン0112および0126)
- (5) 販売品目一覧 : 次頁のとおり



販売品目一覧

品目	産地	箱重量 (kg)	ETA0112	ETA0126
			箱数	箱数
小松菜	茨城	5.0	2	1
みず菜	茨城	5.0	2	1
春菊	群馬	3.0	2	1
長芋	北海道	10.0	2	1
大和芋	千葉	4.0	4	4
洗い牛蒡	青森	3.6	3	2
甘藷(クイックスイート)	千葉	5.0	13	0
大根	千葉	10.0	5	6
大葉	茨城	2.0	1	1
みょうが	高知	2.0	1	1
生わさび	静岡	2.0	2	2
ゆず	徳島	1.2	2	1
市田柿	長野	5.1	0	1
			39	22

3. 本プロモーション・出張の成果及び今後の進め方

(1) バイヤーとの現地商談(1月29日)

ア. 2019年4月の取引開始以来、発注品目も一定の傾向が見えてきた。日本産青果物の主な輸出先であるアジア圏とはやや趣きが異なる。

特に野菜では、独特な風味や食味で特徴ある品目の人気が高い。前ページに記載した品目一覧がそれを示している。

また、果実類であっても、明らかにローカル産との差別化が図れるアイテムについては、可能性があるとの意見をいただいた。(びわ・ぶどう・桃・イチゴなど)

イ. 輸入条件について

2019年12月から施行された検疫条件厳格化にともない、すべての野菜の検疫が必要となったが、大きな混乱なく対応できた。

(2) 成果等

ア. 甘藷: ローカル客にはまだまだ知名度低いが、食味とともに、レンジ加熱調理するだけという簡便さをPRし、好評を得た。

イ. 柚子: 豆腐へのトッピングおよびドリンクとして提供し、PRした。価格の高さには難色を示されたが、独特のフレーバーを知ってもらう良い機会となった。

(3) 今後の進め方

取引開始から2年目に突入するが、新規品目の提案を積極的に行い、取引の幅を広げることを目指す。次回の販促は果実で実施したい。

今後も旬の果実を中心に試食販売を行い、それら常連顧客をつなぎとめていくとともに、さらにローカル顧客へ日本産農産物をアピールにも傾注しく、認知度を広げて行きたい。