

令和元年度補正 重点分野・テーマ別の販売促進活動報告書

令和2年8月31日

JA全農インターナショナル(株)

令和元年度補正 重点分野・テーマ別の販売促進活動について、記1の補助事業を活用して記2のとおり実施したので報告いたします。

記1

令和元年補正輸出拡大が期待される分野・テーマ別の海外販路開拓等への支援強化事業のうち「重点分野・テーマ別の販売促進活動」

記2

対象国・地域 : 香港 (桃)

実施期間 : 令和2年 7月8日(水)～7月28日(火)

「香港 小売店舗 JA全農フェア」

1. 『香港 小売店舗 JA全農フェア』について

(1) 期間 : 令和2年7月8日(水)～7月28日(火)

(2) 場所 : APITA、AEON、UNY

(3) 出席者 : 全農インターナショナル香港有限公司 アンソニー担当

(4) 内容 : 日本産青果物が定番化している上記スーパーにおいて、プロモーションを実施した。今回は山梨が本格化する前に和歌山県産桃を出荷し、売り場の確保に努めた。なお、同時に、シーズンが本格化している各種トマト商材を使用し、桃＝ピンク、赤＝トマトで売り場を彩った。

(5) 販売青果物

桃(和歌山県産、山梨県産) トマト、カラーフルーツトマト(北海道、静岡、愛知、長崎県産)

(6) 着荷状況

すべての商品はほぼ良好であった







2. 所感

《桃》

山梨県産が出始めると、一気に売り場が山梨県産一色となるのが香港の桃市場である。和歌山県産自体は、山梨県産の時期と一部重なるため、双方均等にマーケットを取っていくためには、和歌山県産の十分なプロモーションを実施することが肝要である。香港の桃消費力は相変わらず強く、一瞬で棚が片付いていった。

《トマト》

トマトは廉価な大陸産商品も多いため、日本国産品についてはこれまで参入することが困難であった。そこで今回、香港で人気の高いフルーツマト中心に売り場を作り、また大きな棚に陳列することで消費者の目を引き、効果的な販促活動につながったものと認識する。価格帯は勿論現地産品よりも高いが、今回は比較的高価で日本国内でも評価の高いトマトを陳列することにより差別化ができたものと思案する。

3. 今後の進め方

今後は、和歌山→山梨だけではなく、続く産地(秋田、新潟、山形など)についても加え、リレー出荷を実現したい。山梨の知名度だけではなく、他産地も積極的に売り込み、長期的な需要の確保に努めたい。また、トマトについては日本国内においても周年陳列される基本的な野菜商材であるが、先述のとおり大陸産の流通量が顕著であるため、定期的に販促を仕掛け、常設棚を確保するとともに日本産トマトの品質・食味をアピールしていきたい。