

マレーシアKL LOT10 The Japan Store 販売促進活動

日本青果物輸出促進協議会



マレーシア販売促進活動 イートイン

2度目となるマレーシアは12月7日より27日までの活動期間で
イートインを主とした販売促進。

同フロア内にはその場で購入した原体商材を調理してもらいカウンターで食べられる。このスタイルが百貨店の食品フロアでの

サービスとして非常に受けており、生鮮3品の精肉コーナーではステーキを焼いてもらってその場で、魚コーナーでは寿司や刺身を、いままでの販売促進ではここまで乞った販売までは経験が無い為、立ち上がりにおいては勝手の違いに苦戦。

野菜を使っのメニューはボリューム感に対しての価格と満足感を表現する事が難しく日本産野菜でのサラダではお客様が喜んで購入して頂けるまでは行かない。まずはサラダをベースとしたアイテムで陳列し、他のメニュー作成を試みる。

お客様は購入目的がその場で食べる事が出来る為に足を運んで頂けている。

何処まで魅力ある物を提供出来るか試行錯誤してみる



フルーツの食べ比べを紹介（上）

青果売場のイートインカウンター（下）



マレーシア販売促進活動 イートイン

通常のサラダにパスタやツナをトッピングしボリュームUPで売価を設定

フルーツの食べ比べセットや、日本風のカレーも準備

サラダは売価が強く動きは弱いが評価は良いのでもう一工夫が必要。

カレーは現地の味が非常に良く日本スタイルのカレーは若干物足りない様子。

香辛料などの深みが物足りないようで、日本のお客様には高評価だが見直しは必要

フルーツの食べ比べは、手が出るまでは時間がかかるがリーズナブルな価格で

日本産の果実が食べられる事はお客様には良い様で、いろんな味を試せる様にと

バリエーションを増やし動きをチェックしてみる。

サラダに関しては、シンガポールと同様だが

今までは食べる事が少ないと感じていたが

これほどまでに需要が有る事に

気付けた事は良い事だ。

ローカルの野菜に負けない価格と人気野菜を

チェックしてみる



フルーツの食べ比べセット（左）と日本風カレー（右）



パスタやツナで
サラダのボリュームUP（ ）

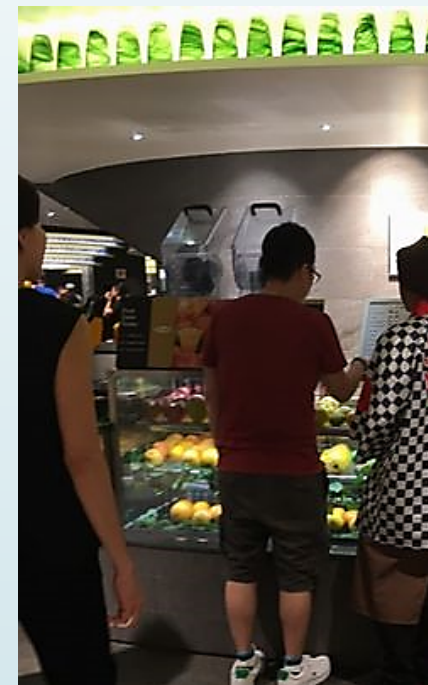


マレーシア販売促進活動 イートイン

この度のイートインの販売促進では、サラダを買って食べる事がシンガポールと同様に定着しつつあり、日本の野菜をどの様に味付けし食べさせるか、ローカルには無い野菜の味（苦味や鮮度で劣る物）をきちんと伝えればヘルシー思考になってきたマレーシアでも十分に販売出来る事果物も少量で味見が出来る食べ比べセットなどで、近隣国との違いを理解して頂き購入して頂けるので購入後の不安も無い（高くて返品など）シンガポール以上にお客様の層の幅が広い為に中間層でも単価が難しいが、十二分に販売の余地がある。

寒暖の差で、糖度が増し素材の違いが表現出来る冬季は日本独特の四季の表現と、本来の素材の良さを伝え安い販売促進に適した時期。

次なる販売促進の行い方を今回学ぶ事が出来た。



イートインカウンターでPR（左）と カットフルーツの販促