

平成 28 年度

輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る 海外販売促進活動実施報告書



販促活動の概要

青果物流通研究会は、平成 28 年度、輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る海外販売促進活動実施提案書において、香港・バンコクでの販促活動の実施を提案しました。円滑な販促活動を行うため、会員企業で海外との取引実績のある松源商事株式会社に香港を、株式会社松源にバンコクでの販促活動の中核を担って頂き、日本青果物輸出促進協議会会員の皆様、産地の皆様の協力を得ながら、研究会として事業運営を行うことを決定いたしました。



青果物流通研究会会員名簿		
	氏名	所属
会 長	中嶋 康博	東京大学大学院農学生命科学研究科
	企業名	企業名
会 員	株式会社松源	有限会社むらおか
会 員	株式会社 Farm 大越	株式会社イー・有機生活
会 員	三重促成株式会社	有限会社妙義ナバファーム
会 員	株式会社サンライズ	株式会社藤生
会 員	株式会社庄定	株式会社朱常
会 員	株式会社山武	株式会社シフラ
会 員	北九州青果株式会社	戸田建設株式会社
会 員	株式会社昭島松源	有限会社ハヤシ
会 員	株式会社松戸大栄青果	
名誉会員	東京青果株式会社	
事務局長	株式会社グッドテーブルズ	
事務局	松源商事株式会社	

香港・バンコクでの取組み概要

1. 香港での取組み

(1) 香港FOODEXPO

時期：平成28年8月10日から8月15日（5日間）

（一部参加者は設営、撤収作業のため、8日から16日まで滞在）

場所：Hong Kong Convention and Exhibition Centre

参加者メンバー一覧	
松源商事株式会社	鹿間 茂
東京青果株式会社	横山 勇
東京青果株式会社	小川 陵太
株式会社松源	鹿間 正也
株式会社スーパーキングダム	大野 三規
株式会社スーパーキングダム	市川 雅一

販促アイテム：りんご、なし、ハウスみかん、柿、桃、ぶどう、メロン

(2) 香港現地プロモーション

時期：平成28年12月21日から12月25日

（青果物流通研究会は、20日の準備から、22日まで滞在）

場所：ユニー香港シティセンター店

参加者メンバー一覧	
松源商事株式会社	鹿間 茂
株式会社松源	嘉山 利明

販促アイテム：ル・レクチェ、紅まどんな

2. バンコクでの取組み

(1) V foods promotion

時期：平成28年7月13日から7月16日

場所：サイアム・パラゴン、エンポリウム、セントラル・チットロム

参加者メンバー一覧	
東京青果株式会社	久保 忠博
東京青果株式会社	堀内 知之

販促アイテム：クラウンメロン、野菜等

(2) The モールグループプロモーション

時期：平成 28 年 12 月 15 日から 12 月 17 日

(プロモーション期間は 14 日間で開催)

場所：エムカルティエ、エンポリウム 2 店舗

参加者メンバー一覧	
松源商事株式会社	鹿間 茂
東京青果株式会社	久保 忠博

販促アイテム：ル・レクチェ、紅まどんな、柿、ぶどう、メロン

香港FOODEXPO

プロモーション期間

平成 28 年 8 月 10 日から 8 月 15 日（5 日間）

概要

株式会社スーパーリンク㈱、大野、市川両名で、会場設営、運営、撤収作業を総括。松源商事、鹿間、東京青果、横山を第 1 陣（8 月 10 日から 12 日）、松源、鹿間、東京青果、小川が第 2 陣（8 月 12 日から 15 日）に参加し、切れ目のない販促活動を展開した。

日本から出荷した農産物

No.	品名	サイズ	数量
1	もも（16玉）	山梨	200
2	もも（13-15玉）	長野	242
3	もも（エース）	岡山	30
4	シャインマスカット 晴王化粧	岡山	18
5	シャインマスカット 350gx10	長野	50
6	シャインマスカット 5Kg 7～8房	長野	5
7	シャインマスカット 5Kg 9～10房	長野	10
8	種なし巨峰 350/400gx10	長野	20
9	クラウンメロン	静岡	5
10	ライデン レッド	静岡	30
11	幸水 20～24玉	福岡	5
12	柿	奈良	5
13	ハウスみかん パック	佐賀	5
14	王林 46玉	青森	20
15	ふじ 46玉	青森	20
16	ジョナゴールド 36玉	青森	10
17	シナノゴールド 36玉	青森	10
18	むつ 5Kg	青森	10
19	甘藷 袋入り S～SS 10Kg	香川	20
20	フルーツパック 3L-2		2400
21	フルーツパック 4L-2		1600
22	クラウンメロン 箱	静岡	30
23	ライデンメロン 箱	北海道	100
24	加工品	宮城	1
25	プルーン	長野	5
26	ネクタリン	長野	5

出荷形態及び日程

7月29日	7月30日	7月31日	8月1日	8月2日	8月3日	8月4日	8月5日	8月6日	8月7日
金曜日	土曜日	日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日
・SCSコンテナ バンニング (積込作業) ・MOL GATEWAY V.S107 ・CY CUT 7/29 ・Booking # : 0086A52628			海上輸送						
			・ETD TYO 8/01- 02						・ETA HKG 8/7
8月8日	8月9日	8月10日	8月11日	8月12日	8月13日	8月14日	8月15日	8月16日	
月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	日曜日	月曜日	火曜日	
SCSコンテナデ バンニング (積降作業)	・香港放射 能、抜取り 検査	・会場プー ス設営 ・一部商品 搬入	Hong Kong Food Expo 2016				・DATA集 計		
			10:00 OP 22:00 ED	10:00 OP 22:00 ED	10:00 OP 22:00 ED	10:00 OP 22:00 ED	10:00 OP 18:00 ED		



バンニング後



会場への搬入



会場設営



会場での陳列



桃売り場へお客が殺到



積極的に試食を実施



試食へ殺到する来場者

考察

- ・山梨・長野の桃：販売期間中品質事態には大きな問題は見られず。「なつっこ」なども含まれていたが問題なし。8月12日に150ケースをBtoBで販売。15日にはすべて完売。
 - ・りんご：王林は初日で完売。全体的に痛みごくわずか、ふじ46玉にヤケが見られた（1袋3個を20ドルで売る）
 - ・長野・岡山ぶどう：シャインマスカット、巨峰ともに痛み全くなし。しかし高額なため最終日まで売れ残りあり。岡山晴王（化粧箱）は昨年峯一（別の出展者）でも60箱完売したが今年は全く売れていないとのこと。客層に変化あり（中国本土からの爆買客の大幅な減少）。
 - ・ハウス刀根柿：ほぼ全滅。軟化し、売り物にならない商品多数。
 - ・メロン：品質はまあまあの状態を保持。クラウン、ライデン共に最終日まで売れ残りあり。クラウンに関してはP-Plusを使い鮮度を保持するべき。
 - ・プルーン・ネクタリン：品質はまあまあ。人気なく最終日まで売れ残り。
- 中国の経済状況を的確に把握して売場や商品を限定するほうが良い。例えば

売場面積を半分にし、桃だけを売るほうが良い結果が得られそう。

・出店ブースについては、スーパークーリングラボ、市川さんを中心にアルバイト 6～8 人に対応。会場設営等をして頂いた現地法人、サンパラゴンがフードエキスポに毎年手伝いに来ているアルバイトなどを手配しており、お客様対応が円滑に行えた事も大きい。こうした現地で支援をして頂ける企業が必要不可欠と再認識した、。。

・鮮度保持（SCS コンテナ）による東京―香港 7 日間の輸送及び、現地での販売までの棚持ち期間 8 日は、鮮度を保てている。一般コンシューマーへの農産物の試食や購入での評判は良好。最終日の 15 日 18：00 の終了時間を待たずに 16：00 で商品は全商品完売。1F BtoC フロアでは最速店舗であった。

・エアー輸出と違いコストが安いいため、商品への輸送コストの転化が軽減された。そのため他の日系出店業者との価格的な差別化が可能となった。一方、輸送バンニング時における不良と個体不良を確認。（桃のみ不良）



開封時のコンテナ内

バンニング不良状況	入荷ケース数	入荷ケース不良	入荷個数	入荷個数不良	不良率
もも（16玉）	200	19	3,200	304	9.5%
もも（15玉）	120	30	1,800	450	25.0%
もも（13玉）	122	30	1,586	390	24.6%
もも（エース）	30	13	-	-	43.3%
合計	472	92	6,586	1,144	19.5%

*ももエースは箱売り用で当初目的輸入、個体不良全て廃棄ではなく特価として販売品も含みます

ユニー香港シティセンター店

プロモーション期間

平成 28 年 12 月 21 日から 12 月 25 日

（青果物流通研究会は、20 日の準備から、22 日まで滞在）

概要

香港、ユニー香港シティセンター店において、ル・レクチェ、紅まどんなのプロモーションを実施。

12 月 20 日、閉店後、プロモーション準備応援。販売用半纏、協会荷ミニのぼり、日本の収穫マップ入りパンフ 200 枚等を準備

5 日間のプロモーション期間は、プロモーター 2 名、通訳 1 名体制で実施。（11 時から 19 時まで）この 3 名には、事前準備、撤収作業まで担ってもらった。（計 7 日間）

青果物流通研究会からは、鹿間、嘉山両名が、20 日から 22 日まで応援に入り、21 日にル・レクチェ、22 日に紅まどんなのプロモーション活動を実施した。



プロモーション会場



鹿間・嘉山で紅まどんな w p プロモーション



香港シティセンター店で
売られているクラウンメロン

考察

- ・試食では、ル・レクチェに客足が集中。多少柔らかいが香りが素晴らしいく食べやすい等、今までに無い香りがする梨として高評価
- ・紅まどんなの反応 皮が薄く食べやすい、ジューシーで甘さが高い等の評価。現地プロモーターに継続して試食宣伝活動を行い結果の報告するように依頼
- ・香港ユニーでのクラウンメロンのスペースが印象的（写真参照）

・20日、午後6時より香港ユニー本社にて商談。季節ごとのランク商品の提案（12か月分年間提案）

旧正月用の提案6アイテムの内4アイテムの採用を受けた。

香港の現地バイヤーからの意見、

鮮度訴求の為 air 便を主体としているが価格訴求も必要になって来ているので（船便も考えて欲しい、野菜の情報も欲しい等の要望を頂いた。

新しい商品を販売することは認知されるまで困難が伴うが、試食宣伝は有効な手段となっているが費用と時間が掛かるのも当然と言える。今後の輸出でどの程度回収、軌道に乗せるかが問題となる。

競争相手の韓国は広い面積特設コーナーで販売しているのが印象的であった。

バンコク V foods promotion

プロモーション期間

平成 28 年 7 月 13 日から 7 月 16 日

概要

バンコクにある高級デパート 3 店舗、（サイアム・パラゴン、エンポリウム、セントラル・チットロム）において、袋井市によるクラウンメロンのセールス（袋井市長による、タイ王族へのトップセールス）をはじめ、一般消費者向けプロモーションを実施。青果物流通研究会からは、東京青果、久保室長、堀内副部長が参加。各店舗、1 名のプロモーターを配置し、5 日間開催した。

（松源の鹿間正也も参加。交付決定が遅れたため、補助対象経費からは除外）



中央がタイ王族。タイ王族左が原田袋井市長



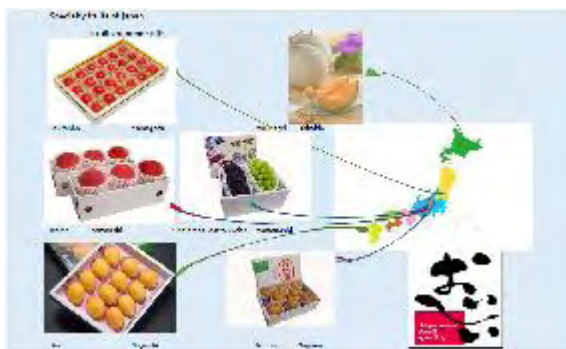
中央がタイ大統領補佐官



タイ王族にクラウンメロンを紹介する原田袋井市長



招待客を招いての試食会の様子

[illegible]

考察

- ・ BFS はショッピングモールや量販店の青果売場に場所を借りて焼き芋機を設置し、焼き芋、生芋（日本産甘藷）を販売すると同時に、その周辺で旬の果物を販売している。日本産甘藷はタイで人気があり、集客力に繋がっている。
- ・ BFS では、常設売場が 35 店舗、イベント売場が 10 店舗あり、日販平均 7 千

パーツ（約 2 万円）。併売する果物は、茨城のメロンで 6 月から 7 月上旬までで 8 千個を販売、福島は 7/9 から 7/21 までで日販平均 2 千 5 百個（900Kg/日）を売上げている。

- ・クラウンメロンは 1 個 2,500 パーツ（約 7,500 円）と現地産の 10 倍近くするため、積極的に試食させたものの、滞在期間中に販売実績を上げることは出来なかった。近くには別の輸入会社が管理している日本産果物売場があり、また、日本の種を使って現地で栽培されたメロンが安く売られていた。

- ・直近開店した東急百貨店内に設けた BFS 専用販売コーナーを視察。販促支援金をもらっている茨城県産メロン、福島県産桃だけでなく、野菜もかなりの種類を扱っていた。

- ・カネをかけた販促も、単品、単独地域では販売実績に結び付きにくい（ALLJAPAN の必要性を痛感）。

- ・同じ売り場で複数の輸入会社が、異なる価格と売り方で似た日本産品を扱っており、統一感がない。

- ・中国産や韓国産、地元産に比べた価格が高く、輸送手段を含めたコスト低減を図らないと数量は出ない。

- ・高級果物が注目されがちであるが、色んな種類の野菜が輸入されていることが分かった。

The モールグループプロモーション

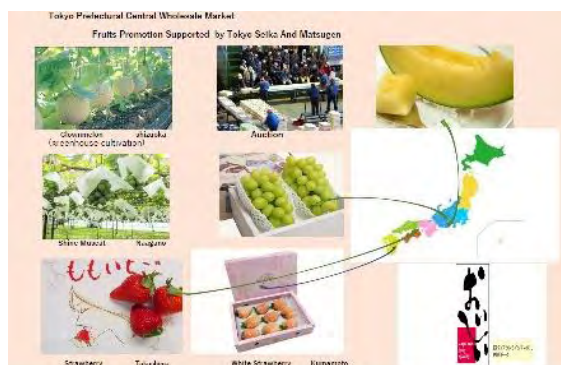
プロモーション期間

平成 28 年 12 月 15 日から 12 月 17 日

(プロモーション期間は 14 日間で開催)

概要

タイ、バンコクにある高級デパート、エムカルティエ、エンポリウム 2 店舗において、14 日間のプロモーションを実施。青果物流通研究会からは、松源商事、鹿間、東京青果、久保の 2 名が、プロモーション期間中の 12 月 15 日から 17 日まで滞在し、プロモーション活動を実施した。



配布したチラシ (各店 1000 枚配布)



鹿間・久保によるプロモーション



エムカルティエによるプロモーション



エンポリアムによるプロモーション

考察

- ・アライドコーポレーション手配のマネキンさんが2か所で試食宣伝を実施、反応は良かった。
- ・2か所ともバンコクの富裕層の集まる高級店舗での実施であった為店舗内での競争も激しく（農産物売り場に数店舗の競合が出店している）食いつきはいいのだが日本産との事で立ち止まって関心を寄せる顧客が少しずつ拡大していった。
- ・市内を走る車は殆どが日本製で、日タイ関係は関心が高く良好では無いかと感じられるが、農産物を見れば国境なき品ぞろえで競争が激しい場所といえるのではないかとと思われる。
- ・各店の売り場では世界の農産物がうず高く積み上げられ、価格帯もそれぞれでバンコク市民は選択肢が豊富な買い物ができるであろうと思われる、
- ・日本産は価格では全く歯が立たず（安全性、鮮度、美味しさ、高級感等）で戦う戦略が必要と思われる。
- ・鮮度が保てるならやはり船便を利用してそれでも価格を下げる努力が必要急務と言え、国際競争力に勝てる農産物輸出を考えるべきである。