

**平成 29 年度
輸出に取り組む事業者
向け対策事業を活用した
全輸協の取り組み
(実績報告)**

I . 落葉等部会

平成29年度青森県果協果実輸出推進事業

■台湾 平成29年10月

- ・量販店 JASONS、WELLCOME での日本産りんご中生種「トキ」試食プロモーション PR
- ・中生種りんごの出荷時期から人気タレントを起用したテレビコマーシャル放送
- ・日本産りんご統一資材の作成及び活用、現地マネキン統一コスチューム活用



販促イベント (WELLCOME、JASONS) 台湾でも人気の渡辺直美さん CM 統一資材等の活用

■台湾 平成29年11月から (平成30年2月まで)

- ・量販店、百貨店等での消費拡大 PR
(JASONS、楓康超市、WELLCOME、カルフルー、RT-MART、SOGO 百貨店等での試食プロモーション、ステージイベント)
- ・試食宣伝会では日本産果物を PR するポスター等の販促資材を活用しながら、現地の販売員を配置し対面販売を実施



量販店 JASONS (台北市、高雄市)



楓康超市



大葉高島屋 (三村青森県知事参加)

- ・健康への関心が高い
就業世代への企業内でのPR
(新聞社「アップルデイリー」)
※三村青森県知事 参加



- ・台湾流通関係者との情報交換会
- ・幼稚園福祉施設へのりんご贈呈



- ・新聞での広告記事を掲載

日本産果物の高品質、安全安心に向けた産地の取組等について情報を発信するため、大手新聞3紙に青森県知事をはじめりんごの主だった団体から直接産地の情報を伝える記事広告を掲載。

※この3紙で台湾内の新聞購読シェア9割を占める



- ・タレントを起用したテレビCM放映
雑誌記事掲載による情報発信



台湾でも若い人を中心に人気のタレント渡辺直美さんを起用



週刊誌「鏡週刊」



育児雑誌「媽媽寶寶」



教育雑誌「親子天下」



健康雑誌「康健」

■ 香港 平成 29 年 12 月から (平成 30 年 2 月まで)

- ・量販店イオンでの日本産りんご試食宣伝会及びステージイベント開催
- ・一田百貨店等での日本産りんご試食販売 PR



イオン香港でのステージイベント



イオン香港 各店舗での試食宣伝会 (全 12 店舗) 日本産りんごに対する関心度が高く賑わう



一田百貨店 (YATA) 各店舗での試食宣伝会 (全 10 店舗) 店舗トップの一等地での展開

■台湾 平成 29 年 10 月から

- ・台湾市場内 PR 及び流通関係者との商談会の実施
- ・カルフルールでのプロモーション



三重市場消費宣伝会の様子 (6 店舗)



中清市場消費宣伝会 (4 店舗)



カルフルール試食宣伝会

■ベトナム（ハノイ、ホーチミン） 平成 29 年 12 月 14 日～19 日

- ・ベトナム市場流通関係者との商談会の実施
- ・イオンベトナム、TUPHUONG、高島屋、MM MEGA、COOPEXTRA、GIANT、FIVMART でのプロモーション及び視察



タンフーセラドン店の売場の様子



JETRO と作成したポスター



陳列の様子 粒シールの貼りこみが徹底されている。



スタッフジャンパーを来た現場担当者。デザインが好評だった。

イオンベトナムでの試食プロモーション



店舗外観



韓国産（上段）と日本産（下段）。



シェルトレーこん包もされていた。



シェルトレーには2P、3P、6Pがあり、ホーチミン市内の自社パッキングセンターでこん包後、全国へ送られている。

TUPHUONG (TONY FRUIT) 視察、商談



陳列は冷蔵ケースにて行われている。



他国産りんごの陳列状況。



粒シールの貼りこみは徹底されている。



日本産りんごであることを示すポップ

FIVMART 視察 他国産りんごとの競合状況



打合せの様子



店舗の外観 店内は、スーパー藤原か佐藤長のような雰囲気



りんごの売り場



ふじ

INTEMEX (ハノイ市内 20 店舗展開の小売店業態) との商談会



マネキンと試食の様子



ギフトの提案



売場の様子



ふじには Tuphuong が準備したフルーツ
キャップがかぶせられていた

ホーチミン市 高島屋視察及びプロモーション



店舗外観



マネキンによる試食販売の様子



売場の様子

ホーチミン市 生協でのプロモーション



売場の様子



ふじは小玉中心の品揃えだった。



Tuphuong の売場の隣には Intimex が納めたキタエのりんごが置かれていた。



アメリカ産りんごが良く売れている。

ホーチミン市 BIG C (ミドルクラスをターゲットとする量販店)



店舗の外観



マネキンによる試食販売の様子



売場の様子



アメリカ産りんごが良く売れている。

VINMART でのプロモーション

平成29年度輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る報告書

1. 取組名 日本産りんご販売促進活動（秋田県）
2. 実施期間 平成29年11月24日（金）～26日（日）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 DCH Food Mart Store（大昌食品専門店）
①黄大仙店 ②都会駅店 ③海怡店
5. 出席者 JAかつの
JAかつの（管内りんご生産者）
全国農業協同組合連合会秋田県本部

6. 内容

（1）黄大仙店



販促風景 \$45/2個（約630円）

小さな店舗であったが、ブースの装飾と被り物で全面的にPRできた。また、直接生産者から食べごろの美味しい紅あかりを選んでくれることもあり大盛況であった。

（2）都会駅店



香港 \$45/2個（約630円）

多くの買い物客に試食販売を実施し、反応は良好であった。試食すると購入してくれるお客様が多かった。

(3) 海怡店



大型のショッピングモールで、休みであったこともあり、来客数も多かった。家族連れのお客が多く、小さな子供にも大変好評であった。

販促風景 \$45/2個 (約 630円)

7. 成果

H29 りんご (秋田紅あかり) 輸出数量 9,910kg 前年比 144%

DCHフードマート3店舗にて試食宣伝会を実施。価格は2P45H\$と安くはないが、他国産と比べ品質が良いところと、酸味が少なく甘さを感じる「秋田紅あかり」の特徴が現地の人に気に入られていると感じた。また今回初めて生産者を派遣し、実際に作っている人の顔が見えることや、美味しいりんごを選んでくれることで大盛況となった。

取組開始から5年目となり、「秋田紅あかり」が認知度がかなり高まってきている。今年度は、大昌貿易の現地職員を秋田へ招聘し、りんご園地や選果施設の視察を実施し、取り組みの内容を理解して頂いた。

今年度は当初の課題であった度重なる異常気象の影響で数量減少の見込みであったが、生産者の頑張りにより昨年以上の生産量となり、輸出数量を拡大に繋げることができた。

次年度は「秋田紅あかり」の作付面積が年々増加していることもあり、JAと更なる輸出数量拡大に向けた協議をする。

平成 29 年度全輪協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産青果物販売促進活動（山形県）
2. 実施期間 平成 29 年 9 月 27 日（水）～10 月 3 日（火）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 APITA, SOGO, YATA（チュンワン）、YATA（一田超市）
5. 出席者 JAさくらんぼひがしね 営農販売園芸部
 全農山形 農業支援統括部
 山形ブランド推進課

6. 内 容

日本産もも、すもも、シャインマスカットのプロモーションを実施した。

また、9 月 30 日（土）、10 月 1 日（日）の 2 日間、関係 JA と全農山形が訪香し販促活動を実施した。

（1）販売品目・価格

- | | |
|-------------------|-------------------|
| ①もも 1 玉（18 玉クラス） | 32.0 ドル（ 464 円） |
| ②もも 2 玉（13 玉クラス） | 109.9 ドル（1,593 円） |
| ③シャインマスカット 1 房 | 248.0 ドル（3,596 円） |
| ④シャインマスカット 化粧箱 | 628.0 ドル（9,106 円） |
| ⑤すもも 350g ゆりかごパック | 99.0 ドル（1,435 円） |

*レート 14.5 円/ドル

（2）競合品目の価格状況

産地	品名	規格	価格（HKD）	価格（円）
岡山	シャインマスカット（晴王）	1 房化粧	399.0	5,786
山梨	シャインマスカット	1 房化粧	298.0	4,321
山梨	シャインマスカット	1 房化粧	388.0	5,626
長野	シャインマスカット	1 房	99.0	1,436
韓国	シャインマスカット	1 房	218.0	3,161
韓国	シャインマスカット	1 房	139.0	2,016
山梨	白鳳 もも	6 玉化粧	499.0	7,236
岡山	もも	6 玉化粧	349.0	5,061
鳥取	20 世紀なし	4 玉/袋	76.0	1,102
青森	黄玉りんご	6 玉/袋	33.8	490
日本	温室柿	2 玉	36.0	522

日本	刀根早生 柿	2玉 (2L)	39.9	579
北海道	雷電 メロン	1玉	159.0	2,306
愛媛	温室みかん	化粧	269.0	3,901

7. 成果

中秋節前の休日ということもあり、特に両日の午後からは各店舗ともマネキンの立つスペースが無いほど混雑していた。

もも1玉、もも2玉、シャインマスカット1房の順に売れていた様子であったが、すももは殆ど売れていなかった。香港人に認識されていないこと、価格が高いことが考えられる（バイヤー談）。

シャインマスカットの1房化粧箱（おきたま産）は消費者・バイヤーからの見た目の評価が高いものの他産地に比べ高値であったため、若干価格を抑えることができれば輸出拡大に繋がる様子（バイヤー談）。

J A担当部長に同行していただき、輸出取り組みへの理解と次年度に向けた協力を得ることができた。

[写真]



平成 29 年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産青果物販売促進活動（山形県）
2. 実施期間 平成 29 年 11 月 1 日（木）～7 日（水）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 SOGO 銅鑼灣店、YATA 元朗店、YATA 將軍澳店
5. 出席者 JA さくらんぼひがしね
全農山形ブランド推進課
6. 内 容

11 月 2 日～4 日まで訪香し、日本産りんご、西洋なし、シャインマスカット、柿の販促活動を実施した。

- ①ラ・フランス 5kg 78HKD/2 玉
（特秀 12 玉、特秀 14 玉、特秀 16 玉、特秀 24 玉）
- ②りんご（陽光） 10kg
（秀 28 玉、秀 36 玉、秀 46 玉）
- ③シャインマスカット 5kg 298HKD/房
- ④柿 7.5kg 45.8HKD/2 玉

7. 成果

- ・店頭プロモーションで実施したラ・フランスの試食は、いずれの店舗でも好評であった。これまでの地道なプロモーションや販売により、徐々に認知度が広まりつつある。
- ・パッケージに工夫を要する。消費者は直接果物を触って確かめたがる傾向にあり、傷んでいる商品が見受けられたため、商品を保護するパッケージが望ましい。また、ご当地キャラの人気もあるため、デザイン面からも工夫の余地があると考えられる。
- ・情報発信の仕方に、大いに工夫が必要。すぐできるところでは、ラ・フランスの魅力や食べ方が記載された英語・広東語標記のミニパンフの作製が必要と感じた。商品ワゴンへの掲示に適したポスターやミニのぼりも必要と考える。

JA 担当課長に同行していただき、輸出取り組みへの理解と次年度に向けた協力を得ることができた。

《写真等》



平成 29 年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産青果物販売促進活動（山形県）
2. 実施期間 平成 29 年 11 月 22 日（水）から 25 日（土）まで
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 大立百貨店
5. 出席者 全農山形 農業支援統括部 山形ブランド推進課

6. 内 容

台湾の大立百貨店で 11 月 23 日（木）、24 日（金）山形県産農産物フェアを実施し、国産青果物を PR した。

7. 成果

（1）プロモーション

大立百貨店との協定関係は 3 年目となり、多くの来場者のなか山形県産農産物フェアを実施することができた。昨年に比べ、円高や台湾国内景気の影響からやや購買意欲は落ちている様子であったが、リピーターも多く比較的堅調な販売となった。

期間中については、西洋梨（ラ・フランス）150 台湾ドル・リンゴ（サンふじ）130 台湾ドル・庄内柿 100 台湾ドルで販売し、5 個（西洋梨・りんご）や 6 個（庄内柿）でまとめて購入すれば 1 個サービスする販売形態を取った。中でもリンゴの引き合いが強く、西洋梨や庄内柿についても果肉が堅い物や大ぶりのものが特に好まれ、西洋梨はリピーターが多く購入している傾向があった。

食味評価についても、どの品目も高評価であったが、柔らかく甘みの増したものより、堅い食感のものがより評価があったように見受けられた。

さらに、他県産の影響もあり、他の果実と見比べて購入している経過が見受けられ、他県産との階級や大きさなどの重複を避け、付加価値を付け販売をすることが重要だと感じた。

《写真等》



* シンガポールにおける マーケット調査

全輸協（岡山）

* 調査目的・背景

- 国産青果物の輸出先は台湾・香港の2カ国で大部分を占めている状況。
- ただし、この2カ国では国産果実の価格競争起きつつあり、新たな販路を模索しているところ。
- シンガポールは検疫条件も易しく、富裕層の割合が高いため、台湾・香港に次ぐ海外市場になり得るのかどうか、現地のニーズ等について調査した。

* シンガポール概要

- 人口：約561万人
- 1人あたりGDP：51,496ドル（日本：38,882ドル）
- 一世帯あたり家計所得100万円/月以上の富裕層：31%

《台湾・香港との比較》

	人口	一人当たりGDP	生鮮果実輸出額
台湾	2,350万人	22,495ドル	11,243百万円
香港	729万人	42,327ドル	5,217百万円
シンガポール	561万人	51,496ドル	150百万円

H28年輸出額	もも	ぶどう	りんご	なし	かき
台湾	288百万円	818百万円	9,789百万円	320百万円	8百万円
香港	868百万円	1,370百万円	2,388百万円	437百万円	105百万円
シンガポール	13百万円	61百万円	71百万円	3百万円	2百万円

⇒今回調査対象のぶどうの輸出額は、一番多い香港の5%に満たない。

* 調査内容①

- 日程：平成29年9月29日～10月3日
- 参加者：JA岡山西・JA全農おかやま各1名
- 調査品目：ぶどう
- 調査場所：シンガポール明治屋
- 調査項目：日本産果実の販売環境・評価等
- その他：現地業者に聞き取り調査



リヤンコート外観。
明治屋はこの建物のB1にある。



明治屋入口



果実陳列棚

* 調査内容②

○調査対象品目：岡山県産ぶどう

- ピオーネ（700 g）－4,056円
- シャインマスカット（700 g）－10,816円
- 〃（350 g）－2,264円
- 瀬戸ジャイアンツ（700 g）－4,056円
- アレキサンドリア（350 g）－2,771円



○陳列されていたその他のぶどう

【日本産】

- ナガノパープル－4,056円 ピオーネ－7,520円
- シャインマスカット－3,211円 巨峰－1,859円
- 甲斐路－4,056円

【海外産】

- アメリカ産赤系ぶどう－600円
- アメリカ産青系ぶどう－500円



* 調査結果

【売行き動向】 ※来店客は富裕層中心で、約3割が日本人

- 糖度の高いシャインマスカットやピオーネが人気。
- 700 gのシャインマスカット等、高価な商品の売れ行きは鈍かった。
- 瀬戸ジャイアンツはさっぱりとした甘みを好む消費者が一定数いることから売行きは好調であった。
- 種有り品種は好まれず、アレキサンドリアは苦戦した。

【店舗担当者からの評価】

- 日本産は食味・品質で海外産と比較して優れており、引き合いは強いが、価格が高すぎると売行きは鈍くなる傾向にある。
- 甘みの強いシャインマスカットやピオーネ、さっぱり感の強い瀬戸ジャイアンツはそれぞれ好む消費者がいるため、品種は絞らずに複数品目でPRする方が効果的。

* 総括・今後の方針

- 好まれるのは糖度の高いシャインマスカットやピオーネで、アレキサンドリア等の種有り品種は好まれない。
- この店舗で売行きの良い価格帯は5,000円未満であり、一部客層に対して高すぎる価格設定となっていた商品があった。
- 国産ぶどうは海外産の4～10倍の価格帯となっているが、現地の日本産果実に対する評価は非常に高いため、客層に応じた価格設定とすれば更なる拡大が見込める。
- 今後は、関係者間で規格等について協議し、拡大を目指す。

Ⅱ. かんきつ・なし部会

平成29年度輸出に取り組み事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 ぶどう・レモン販売促進活動
2. 実施期間 平成29年11月27日（月）～12月2日（土）
3. 対象国 マレーシア・ベトナム
4. 実施場所 ルネッサンス・クアラルンプール・ホテル
 ホテル・ニッコー・サイゴン
5. 出席者 JA広島果実連
6. 内 容 別紙 広島県マレーシア・ベトナム食品輸出商談会報告書
7. 成果 別紙 広島県マレーシア・ベトナム食品輸出商談会報告書

【広島県マレーシア・ベトナム食品輸出商談会】



マレーシア・ベトナム商談会参加報告書

1 参加日 平成29年11月27日～12月2日

(1) 商談会開催日

- ア 平成29年11月29日 クアラルンプール日本産農水産物・食品輸出商談会 2017
平成29年度マレーシア商談会（広島・鳥取）
- イ 平成29年12月 1日 広島県ベトナム食品商談会

2 開催場所

- (1) マレーシア（クアラルンプール） ルネッサンス・クアラルンプールホテル
- (2) ベトナム（ホーチミン） ホテル・ニッコーサイゴン

3 行程

- 11月27日 移動（福岡→シンガポール→クアラルンプール）
- 11月28日 日本大使館訪問・市場調査
- 11月29日 平成29年度マレーシア商談会
- 11月30日 移動（クアラルンプール→ホーチミン）・市場視察
- 12月1日 広島県ベトナム食品商談会
- 12月2日 移動（ホーチミン→台北→福岡空港）

4 商談会

ジェトロが主催したマレーシア・クアラルンプールのルネッサンス・クアラルンプール・ホテルで開催された「食品輸出商談会 2017 平成29年度マレーシア商談会（広島・鳥取）」並びに広島県主催でベトナム・ホーチミンのホテル・ニッコー・サイゴンで開催された「広島県食品輸出商談会」に参加し、かんきつストレートジュースとその他農産加工品、並びに果物の紹介を行った。

(1) マレーシア商談会

- ア 参加企業（21県40社）
- イ 広島県 あじかん、堂本食品、マルト製菓、クラタ食品、田中食品、
シーライフ、食協、JA広島果実連
広島県庁（広島県海外ビジネス課）、ジェトロ広島
- ウ 商談先
JMG、Jaf Food Industries Sdn Bhd、SHYAN TRADING

(2) ベトナム商談会

ア 参加企業 (広島県 13 社)

あじかん、堂本食品、マルト製菓、クラタ食品、田中食品、食協、
千茶荘、アシュフードエンターテイメント、オタフクソース、
フジミツ、アシードホールディングス、セイコー珈琲、J A 広島果実連
広島県庁 (広島県海外ビジネス課)、もみじ銀行

イ 商談先

AKURUHI、SEVEN SYSTEM VIETNAM JSC、Uji-matcha.VN、
CONDITION

(3) 考察

マレーシアでの商談会は 3 回目の参加であったが、参加企業数の割にバイヤー数が前回並みでやや物足りない感があった。2015 年 1 月より輸出証明書発行手続きの関係で出荷が止まっていたレモンが 2017 年 8 月に解禁されたレモンについて、果実色が黄色になった年明けより JMG 向けに再開することにした。

ベトナムでの商談会は、日本食品に大変高い関心はあるが、実際のマーケットでの日本食品は価格が高く、ハンドキャリーで入れて販売するような取り扱いも多い。現状は日本国内での商流・物流窓口がない状況であるが、将来のマーケットとしてきっかけ探しを続けたい。

5 日本大使館訪問

11 月 28 日、2015 年 1 月 1 日に施行されたマレーシアのかんきつ類輸出証明書発行手続き状況確認のため広島県海外ビジネス課 と日本大使館 を訪問した。

2015 年 1 月 1 日より出荷が止まっていたレモンが 8 月に解禁されたお礼とともに手続きを継続しているポンカン・しらぬいなどの申請状況をきいた。

オレンジについてレモンと同様の書類をマレーシア政府に申請完了したところで解禁が今後期待できる状況。他のかんきつ品種ごとの学名整理と過去の実績を証明するパッキングリスト書類整理中である趣旨をお聞きし、継続した手続きを依頼した。

日 程 表

日次	月 日(曜)	発着地/滞在地	交通機関	発着	スケジュール
01	11月27日 (月)	福岡空港 シンガポール空港 クアラルンプール空港	SQ655 SQ116	9:50 15:35 16:55 17:55	搭乗・出国手続き後、空路にてシンガポールへ シンガポール着 (所要：5時間45分、時差-1時間) トランジット後、空路にてクアラルンプールへ (所要：1時間) 到着後、入国手続き等 <i>Concorde Hotel (泊)</i>
02	11月28日 (火)	クアラルンプール		10:00	ジェトロ商談会準備・店舗視察 <i>Concorde Hotel (泊)</i>
03	11月29日 (月)	クアラルンプール		11:00	ジェトロ商談会 <i>Concorde Hotel (泊)</i>
04	11月30日 (月)	クアラルンプール空港 ホーチミン空港	MH750	9:00 10:00	搭乗・出国手続き後、空路にてホーチミンへ (所要：1時間、時差-1時間) 到着後、入国手続き等 ベトナム市場視察 <i>Nikko Saigon (泊)</i>
05	12月1日 (火)	ホーチミン		11:00	広島県ベトナム食品商談会 <i>Nikko Saigon (泊)</i>
05	12月2日 (木)	ホーチミン空港 台北空港 福岡空港	CI782 CI116	11:05 15:20 16:30 19:35	搭乗・出国手続き後、空路にて台北へ 台北着 (所要：3時間15分、時差+1時間) トランジット後、空路にて福岡へ (所要：2時間5分、時差+1時間) 到着後、入国手続き等

平成29年度輸出に取組み事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 レモン販売促進活動
2. 実施期間 平成30年3月9日（金）～3月12日（月）
3. 対象国 マレーシア
4. 実施場所 伊勢丹 KLCC 店
5. 出席者 J A 広島果実連!
 J A 広島果実連!
6. 内 容 別紙 復命書
7. 成 果 別紙 復命書

【伊勢丹KLCC店】



復命書

平成 30 年 3 月 13 日

出張期間 : 平成 30 年 3 月 9 日(金)~12 日(月) 内 10 日(土)、11 日(日)販促実施
出張用務 : 「広島レモン」の試食宣伝販売
出張先 : マレーシア クアラルンプール
同行者 :

(1) 販促実施店舗について

①クアラルンプール伊勢丹 KLCC 店
食品売場にて販促を実施。観光地でも有名なツインタワーに在るショッピングモール「スリア KLCC」内の地下 1 階で営業している。

②客層は現地のマレー人の他、現地中華系、現地滞在の日本人、観光客であった。平日はツインタワーに事務所を構えるビジネスマンを中心に利用する人が多い。

④店舗のお客さんのピークは昼前後、15 時前後、17 時ごろであった。



(2) 試食宣伝販売について

①試食宣伝についてはレモン水+はちみつレモンのミックスで行うこととした。

②レモン水は水 1L に対し、1/2 個程度を輪切りにしたものをそのまま使用した。水中で果汁を得るために果肉をつぶすと苦みが出てきて、そのまま浮かべるだけで十分と思われた。

③はちみつレモンは当日にレモンをイチヨウ切りしはちみつと混ぜた。

④広島レモン生果の販売価格は 18.0RM(約 490 円)。青秀 2L を 4pc ほどネットに詰めたものを販売。価格帯としては国内での販売価格と変わらないか安い価格設定であった。

(3) 販促の状況について

①1 日目 約 350 人、2 日目 約 150 人 試飲を行った。購入は両日合計で約 40 点であった。
氏によると販売点数は多いという評価であった。

②

③正面入り口に特価販売のトルコ産レモン5個入りが6.99RM(190円)で販売されており、トルコ産レモンを購入しているお客も多かった。

④主婦層や子供連れを中心に試食・試飲をすすめ、防腐剤・ワックス不使用、皮ごと食べられる事をPRした。防腐剤・ワックス不使用ということには驚く方もいた。

⑤防腐剤・ワックス不使用ということをPRしレモンも一緒に食べるようにすすめると多くの方が食べてくれた。果肉を食べると美味しいという方と酸っぱいという方の反応が半々であった。

⑥子供でも美味しいといった反応があり、親の購入につながった。現地日本人の中学生がレモンは苦手だということであったが、はちみつレモンを食べるとおいしいという反応であり母親もびっくりしていた。



⑦主婦層を中心にはちみつが入っている事に興味を示された。また、レモン水・はちみつレモンの実物を見せると興味をもって話を聞いてくれた。中には作り方を尋ねる方もおり、作り方を説明することで購入にもつながった。

⑧東日本大震災の原発事故の影響がまだ残っているのか、放射線の影響は大丈夫かと尋ねる方も数名いた。

⑨現地で販促を続けている からは、現地のマレー人と中華系の現地人とは経済格差があり、現地の人に日本産を紹介してもなかなか購入につながらないということであった。販促を行っていても中華系と思われる人の方が購入意欲は高かった。

⑩現地日本人に広島レモンが日本産レモンの60%を占めることを伝えると驚かれていた。

(4) その他の青果物の状況について

①パックに詰められた Dole のパイナップル、ドリアン、ドラゴンフルーツなど良く売れていた。

②販促中もサラダコーナーのお客が途切れることは無かった。店舗内でも坪あたりの売り上げが一番。100g あたり 3.39RM(約 92 円)の量り売りということもあり、カップを山盛りにするお客さんも見えた。



国産青果物のコーナー

③トルコ産レモンを購入し、広島レモンと食べ比べてみると、カットした外観は同じであったがトルコ産レモンの方が酸がきつく感じられた。広島レモンの方が甘味を感じられた。

④広島レモンの横では博多あまおう・さがほのかが販売されており多くのお客が訪れていた。入り口横ではアメリカ産イチゴも販売されており競合しているようであったが、現地日本人やアッパー層は「より甘い」いちごということで国産いちごが認識されているようであった。しかし、現地日本人からは1パック約1,000円の価格であるため高いといった感想であった。

⑤りんごについても「ふじ」「王林」の4個入り袋が販売されており常に補充が行われている状況であった。自身も試食したが、果肉もしっかりしており国内で食べるものと変わらないと思った。

⑥さつまいも（べにはるかなど）も比較的売れており、当日は故障していたが「焼き芋機」で焼いた焼き芋も販売を行っている。現地の人は蒸して食べる。

(5) 販促を終えて

①レモンの味に他国産と大きな差はないので安全安心な日本産果実であることをPRする必要がある。

②価格帯の問題で、外国産レモンと比較すると現地日本人やアッパー層を中心とした消費者でないと購入につながりにくい。

③レシピの紹介、他食材とのコラボなどを行うと購入点数は伸びる可能性があると思われた。

④有機野菜のコーナーが野菜売場でしっかりと確保されていたので、安全・安心の訴求は効果があると思われる。(農薬を落とす洗剤のようなものまで販売されていた)

平成29年度輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名

みかんの輸出拡大に向けた取組

2. 実施期間

(1) 現地調査商談 平成30年1月31日(水)～2月2日(金)

(2) 販売促進 平成29年12月14日(木)～19日(火)

※香港への渡航はMRTとの商談及び現地流通実態調査を目的に実施。試食販売による販売促進についてはMRTジャパンを通じてMRT香港で実施

3. 対象国(地域)

香港

4. 実施場所

(1) 現地商談 MRT香港

(2) 現地調査 台北市内量販店

(3) 販売促進 アピタ・SOGO 計2店舗

5. 参加者

JAあいち経済連

6. 内容

(1) 現地輸入商社(MRT香港)との商談・現地調査

①本年の販売はユニー及びSOGOの2店舗で実施した。富裕層向け店舗はユニー系列他店舗やYATA等もあり、販売は拡大できるとの意見

⇒次年度は輸出拡大に向け集荷を強化していく

②近年香港では日本産果実の競合が激化しており、みかんについても価格競争となっているが、JA蒲郡市産みかんについてはマルチ栽培品として差別化販売できており消費者から一定の評価を得ていると思われるとの意見

③いちごについては特に競合が厳しく、安売り状態となっており採算が合わなくなっているとの事

④MRTは名古屋港より香港向け定期便を確保しており、少量でも良いので提案をいただければ現地量販店と商談を実施する

⇒MRTとの情報交換を実施し品目拡大について検討する

⑤MRTより中流層を対象とした量販店への販売について検討を依頼された

- ⇒マルチ栽培品ではなく通常栽培品の輸出について今後検討する事とした
- ⑥MRT香港ではパック詰め等の加工機能の保有が十分でない事から、産地での商品化が出来れば対応を願いたいとの依頼
- ⇒現状ではJAで加工する事は困難であるが、将来的に経済連での商品化を検討していきたい

⑦香港での果実販売状況

品目	産地	香港\$	日本円	摘要
みかん (6P)	静岡	69.9	1,003	パック
みかん (紅牡丹 2P)	愛媛	168.0	2,410	パック
デコポン (2P)	日本産	138.0	1,980	パック
伊予柑 (2P)	日本産	49.9	716	ネット
甘夏 (3P)	日本産	54.0	774	ネット
八朔 (3P)	日本産	59.9	859	ネット

(2) 販売促進活動

- ①国内流通していない小玉 (マルチ栽培品 2S) を輸出
- ②出荷量 1,300kg (前年比 65%)
- ⇒当初 3t を予定するも産地の大不作により予定数量を集荷できず
- ③販促 (フェア) はMRTジャパンと協力して2店舗で試食販売を実施
APITA太古店、SOGO銅鑼灣店
※産地出荷量が少なく店舗を絞って実施
- ④香港での販売価格
8P袋 39.9香港ドル (574円)
6Pパック 28香港ドル (403円)
- ⑤マネキンによる試食販売は各店舗6日間実施し、納品数量を完売する事ができた
- ⑥香港への輸出は近年日本の産地間競争が激しくなっているものの、マルチ栽培品である事から品質が高く差別化販売をしており、現地消費者に対し徐々に定着してきているとの量販店からの評価



APITA太古店試食販売



SOGO銅鑼湾店試食販売



パック詰めによる販売



スタンドパックでの販売



国産果実販売調査



商談

平成 29 年度輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 すいか販売促進（鳥取県）
2. 実施期間 平成 29 年 7 月 5 日（水）～7 月 8 日（土）
3. 対象国 香港

4. 実施場所

香港 AEON 系列	4 店舗
香港そごう百貨店	1 店舗
PARK' n SHOP 系列	2 店舗
Wellcome 系列	1 店舗

5. 出席者 全農鳥取県本部 1 名
(同行：鳥取県、JETRO 鳥取、輸出会社)
6. 内容 香港 AEON コーンヒル店にて、本県産すいか PR のための宣伝イベントを実施した。また、上記各販売店舗にてマネキンと販売促進資材を活用しての試食販売を実施した。

7. 成果

大玉すいか（2 玉入 15kg 箱）：1,278c/s：前年比 116%

○鳥取県と提携し、在香港イベント会社を活用した販売促進イベントを実施（写真参照）

○大玉すいかカット販売用のパックを提供し、消費しやすいカット状態での販売を推進した。

8. 写真 真



パソ内容



会場の様子



カッパパカによる販売



宣伝資材によるPR



パソ実施中

平成 29 年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 取組③「中秋節向け日本梨販売促進（鳥取県）」
2. 実施期間 平成 29 年 8 月 31 日（木）～9 月 2 日（土）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 香港 AEON 系列 3 店舗（Whampoa, Kornhill, TsuenWanWest）、「和牛焼肉 純」
5. 出席者 全農鳥取県本部 1 名（同行：JETRO 鳥取）
6. 内 容 香港 AEON Whampoa 店にて実施された「鳥取岡山観光物産展」にて、本県産なしの PR を実施するとともに、各店舗で試食販売を実施した（レポート別紙）。また、なしを含む鳥取県産農畜産物を使用したメニューを「和牛焼肉 純」にて 1 か月間提供するとともに、メディアを招いての PR を実施した。
7. 成 果
 - 香港向け二十世紀梨：8,867c/s：前年比 155%
 - 香港向け新甘泉：1,934c/s：本年より輸出開始
 - 台湾同様、香港中秋節需要に向けて輸出量は大幅に増加した。
 - 輸出専用規格の新甘泉も初出荷を行い、現地からは好評を得ている。

8. 写 真



鳥取岡山合同物産展開会式



特設会場の様子



鳥取二十世紀梨



2 玉で 150HKD (2, 200JPY)



岡山県産白桃



鳥取和牛 365.2HKD (5, 300JPY)



鳥取県産冷凍紅ずわい蟹



冷凍食品各種



「純」での鳥取和牛フェアの様子



鳥取県産食材のPR

平成29年度輸出に取り組み事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 ぶどう・なし販売促進事業
2. 実施期間 平成29年9月22日（金）～10月1日（日）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 Consignment Festival Walk店・Tung Chung店 2店舗
YATA Sha Tin店・Kung Tong店・Tai Po店 3店舗
5. 販売者 現地マネキン
6. 内容 ぶどう（シャインマスカット・ニューベリーA・ピオーネ）
豊水の販売促進

7. 成果（販売量）

シャインマスカット 1586 kg、ニューベリーA 534 kg、ピオーネ 126 kg、
豊水 830 kgを販売した。

ぶどうは合計で2,246 kgの販売でシャインマスカットが前年（200 kg）より伸びたことにより、昨年（1446 kg）より出荷数量が伸びた。

梨は本年は販促時期の関係で豊水のみのお荷となった。豊水のみのお荷数量では前年（390 kg）を上回ったが、梨合計では幸水のお荷ができなかったことから昨年（1660 kg）より数量減となった。

《販促風景》



平成29年度輸出に取り組み事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 はるか販売促進事業
2. 実施期間 平成30年3月16日(金)～3月26日(月)
3. 対象国 香港
4. 実施場所 YATA Sha Tin店・Tseung Kwan O店・Tai Po店・
Yuen Long店・Kwai Fong店 5店舗
TASTE Festival Walk店・Tung Chung店 2店舗
5. 販売者 現地マネキン
6. 内容 はるかの販売促進
7. 成果 販売量 はるか 1400 kgを出荷し販売した。

《販促風景》

【TASTE Festival Walk 店】



【YATA Sha Tin 店】



平成29年度輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名

みかんの輸出拡大に向けた取組

2. 実施期間

(1) 現地調査商談 平成29年12月22日(金)～24日(日)

(2) 販売促進 平成29年12月29日(金)～31日(日)

※今回、台湾における輸入商社である商田實業との商談及び全農フェアとして量販店における販売促進状況の確認を目的に訪台を計画したが、船便の遅延により台湾へのみかんの到着が遅れた事でフェアの実施が1週間延期となった事から販売状況の確認はできず、商談及び現地流通調査のみ実施。フェアの確認は全農輸出対策部にて実施。

3. 対象国(地域)

台湾(台北)

4. 実施場所

(1) 現地商談 商田實業

(2) 現地調査 台北市内量販店・果専門店・市場

(3) 販売促進 シイースパー5店舗、SOGO2店舗、三越3店舗 計10店舗

5. 参加者

JAあいち経済連

6. 内容

(1) 現地輸入商社(商田實業)との商談・現地調査

- ①今後の取引拡大について高級志向店舗では大きく販売拡大することは困難
ミドル層向けの売価を抑えた商品による販売を検討して欲しいとの要望
⇒産地と協議し加工用で集荷している3Sの商品化を今後検討していく
- ②販促資材についてネットでは高級感が出せない
⇒産地スタンドパックによるアッパー層への訴求を次年度に向け検討
⇒化粧箱需要も一部あるので産地箱の供給を検討
- ③JA蒲郡市ブランドの向上について品目リレーしながら長期で販売する事が現地での知名度向上につながるとの意見
⇒早生温州みかん以外の商品及び加工品の販売を次年度に向け検討

④販促店舗及び果専門店を巡回調査

⇒売価は日本国内と比較し3倍以上の価格となっており、今後輸出数量を伸ばすためには物流コストや傷み等のロスの低減に取組み価格を抑え、現地販売価格を下げる必要がある

⑤台湾での果実販売状況

品目	産地	台湾\$	日本円	摘要
みかん (8P)	福岡	228	890	スタントパック
みかん (2P)	和歌山	185	722	個包装化粧
みかん (5P)	愛媛	129	503	スタントパック
みかん (紅牡丹 2P)	愛媛	659	2,574	
みかん (金時紅 7P)	香川	350	1,367	
デコポン (2P)	大分	2,100	8,203	大玉化粧箱
いちご (2パック)	福岡・熊本	1,280	5,000	平パック
富有柿	岐阜	100	390	
アールスメロン	静岡	1,800	7,031	
アールスメロン	鹿児島	1,200	4,687	
大葉	日本	59	230	10枚
いちご	韓国	529	2,066	500g
いちご	ニュージー	429	1,675	450g
いちご	台湾	299	1,167	化粧箱
人参	台湾	24	93	2本
キャベツ	台湾	59	230	1/2カット
キャベツ	台湾	200	781	有機栽培

視察店舗：シティスーパー、JASON、新光三越、微風広場

富裕層向け量販店という事もあり売価は高めの設定となっている

台湾の全般的な物価を考えると青果物の価格は高いと感じた

視察した店舗の商品構成・売価に大きな違いは無く、日本産の割には高い

(2) 販売促進活動

①台湾での残留農薬の基準緩和により輸出拡大を計画

②台湾で好まれる小玉 (マルチ栽培品 2S) を出荷

③出荷量 3,940kg (前年比 394%)

⇒当初 7t を予定するも産地の大不作により予定数量を集荷できず

④販促 (フェア) は全農と協力して全農フェアとして 10 店舗で実施

⑤台湾での販売価格

各量販店により売価はまちまちであるが、概ね8個150~200台湾\$ (580円~780円)での販売

⑥今回名古屋港からの船便が遅延したことで流通期間が計画に対し1週間遅れた事から傷み等のロスが懸念されたが、約13%のロスとの事で想定内で収まった

⇒流通期間の短縮に向けた集荷・出荷計画について次年度検討

⑦お客様の評価として、一部本年は甘さが不足しているとの意見はあったもののフェアによる商品は完売する事ができた。また、台湾でのみかんの味についての評価は糖酸のバランスより甘さを求める割合が高い事もフェアを通じ確認する事ができた

⇒マルチ品2Sの食味は好評であり台湾での評価は高まりつつあるので品質管理には十分留意して今後も取り組む



店頭での販売状況



マネキンによる試食販売



商田實業との商談



量販店販売実態調査

平成 29 年度輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 取組②「中秋節向け日本梨販売促進（鳥取県）」
2. 実施期間 平成 29 年 9 月 21 日（木）～23 日（土）
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 台北市内 高島屋 2 店舗
5. 出席者 全農鳥取県本部、梨生産者代表、県内各 JA 関係者 計 9 名
6. 内 容
 - 中秋節向け二十世紀梨販売促進および販売状況の調査
 - 中秋節向け新品種販売状況調査および販売業者との意見交換

7. 成 果

29 年度台湾(中秋節需要)向け輸出量

二十世紀梨(露地・ハウス) : 61,378c/s(5kg) : 前年比 105%

新甘泉 : 4,391c/s(5kg) : 前年比 535%

なつひめ : 380c/s(5kg) : 前年比 75%

○新甘泉の台湾輸出向け規格を設定し、本格的な輸出を開始。前年比 5 倍以上の輸出量となった。

○二十世紀については注文数・出荷数とも前年を上回っている。

○出荷期間中に大型選果場 1 箇所がモモシンクイムシによる輸出停止を受けての結果であるため、本来であれば二十世紀、新甘泉ともに輸出量は伸びたと思われる。

8. 写 真



店頭に並ぶ二十世紀



宣伝隊による販売促進



新品種の試食を勧める



甘味が強く好評



台北の農産物市場



地物・輸入幅広い品揃え

平成29年度輸出に取り組み事業者向け対策事業に係る事業実施報告書

1. 取組名 レモン販売促進活動
2. 実施期間 平成29年6月20日（火）～6月25日（日）
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 台北世界貿易中心 南港展覽館
5. 出席者 J A広島果実連
6. 内 容 別紙 Food Taipei（台北国際食品見本市）参加報告書
7. 成果 別紙 Food Taipei（台北国際食品見本市）参加報告書

【会場の様子】



日 程 表

日次	月 日(曜)	発着地/滞在地	交通機関	発着	スケジュール
01	6月20日 (火)	福岡空港 台北空港	CI111	10:55 12:30	搭乗・出国手続き後、空路にて台北へ (所要:2時間35分、時差-1時間) 到着後、入国手続き等 フード台北会場展示準備 ロイヤルイン台北(泊)
02	6月21日 (水)	台北		9:00	フード台北 ロイヤルイン台北(泊)
03	6月22日 (木)	台北		9:00	フード台北 ロイヤルイン台北(泊)
04	6月23日 (金)	台北		9:00	フード台北 ロイヤルイン台北(泊)
05	6月24日 (土)	台北		9:00	フード台北 ロイヤルイン台北(泊)
05	6月25日 (日)	台北空港 福岡空港	CI116	16:45 20:00	搭乗・出国手続き後、空路にて福岡へ (所要:2時間15分、時差+1時間) 到着後、入国手続き等

Food Taipei (台北国際食品見本市) 参加報告書

- 1 参加日 平成29年6月20日～25日
(フード台北開催日：平成29年6月21日～24日)
- 2 参加者 広島県
広島県
田中食品(株)、サタケ、クラタ食品、おたふくソース、
広島魚市場、マルト製菓、JA広島果実連
*今回も東元集団ブースの中での展示・試食参加。
《東元集団ブース参加企業》
台湾7社(モスバーガー・ロイヤルホスト・鉄板料理高楽・ABCクッキング・まいどおおきに食堂・Miss Croissant、館老満)
秋田県、西鉄(株)、宝製菓(鳥取県)、平戸商工会議所(長崎県)、
エア・ウォーター株式会社(ゴールドパッケージ・春雪さぶーる株式会社・
日本海水・九州屋)
- 3 開催場所 台北世界貿易中心 世界展覧会場
- 4 参加日程
6月20日 移動(福岡→台北)、会場展示準備・打ち合わせ
東元集団ブース参加企業懇親会
6月21日 展示・試食会
6月22日 展示・試食会
6月23日 展示・試食会
モスバーガー・ロイヤルホスト他安全食品との商談会
6月24日 展示・試飲会、会場片付け、東元集団ブース参加企業懇親会
6月25日 台北小売店調査、移動(台北→福岡)

5 東元集團の概要

東元集團は台湾のモーター製造で始まった会社で、重電から電子機器、情報サービス、建築・エンジニアリング、物流、外食、食品流通を手掛けている。日本企業であるエア・ウォーターへの出資、TECO ジャパンを経営。

6 展示・試食の概要

(1) 本会出品商品

ア レモン (Pレモン)

イ ジュース (デコポン・はるみ・はるか・みかん)

ウ 瀬戸田レモン・瀬戸田ネーブル・レモングミ

(2) 商品搬入

ア レモン JA広島ゆたか→東京青果→八治商店→商田実業→東元集團

イ その他 本会→八治商店→商田実業→東元集團

(3) 展示・試食

東元集團の「安心食品」ブースの中の広島県ブースに展示試食を行った。

7 商談

東元集團の食品事業分野である安全食品傘下のモスバーガー、ロイヤルホスト、はむら (高級日本食店)、まいどおおきに食堂の責任者・商品開発スタッフと商談を行った。

(1) 商談概要

レモン果実、ストレートジュース、瀬戸田レモン、レモングミの紹介と試飲を行った。

モスバーガーが瀬戸田レモンを使用した新商品開発、はむらがストレートジュースの使用にに興味を持っていた。

8 考察

フード台北の東元集團 (安全食品) ブースに参加して4年目となり、安全食品の中での広島レモンの知名度と品質認知は定着したように感じる。

今回の展示会では、商品を今後どのように安全食品で使用するか東元集團黄会長から、ロイヤルホストとモスバーガーなどの職員へ強く要請があり、

今後、会社として商品選定を検討する意向があり販路拡大に期待がもてる結果となった。

《東元グループブースでの参加県の商品紹介の様子》

【黄会長】



《ブースでの試飲の状況》



《東元グループとの商談会の状況》



《九州屋の微風広場でのカットフルーツ実演》

九州屋自体が野菜や果実を台湾、香港、シンガポールへ輸出を進めている。その一環として、商田実業を仲介して微風広場の売場でカットフルーツ実演販売を実施していた。

