

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

令和元年 9月1日

JA全農インターナショナル  
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の  
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 : シンガポール

実施期間 : 令和元年 7月24日(火)～ 8月31日(土)

「シンガポール DONDONDONKI 桃の販促」



### 1. シンガポール DONDONDONKI での山梨県産の桃の販促の実施内容

(1) 期間 : 令和元年7月24日(水)～8月31日(土)

(2) 場所 : DONDONDONKI 4店舗

■100AM (8days)

■City Square Mall (9days)

■Novena Square2 (9days)

■Clark Quay Central (4days)

※()は期間にてマネキンをたてた日数

(3) 出席者 : 全農インターナショナルアジア 高須所長、遠藤担当

(4) 出荷

★船便:CAコンテナ:横浜港から。

7/15ETD から期間を通じて、4回継続して輸出。

(5) 販売青果物(期間にて)

桃 5kg 1,200 ケース、1kg 100 ケース

ネクタリン 200 ケース

プルーン 30 ケース

すもも類

・大石早生 60 ケース

・ソルダム 100 ケース

・菅野中生 60 ケース

・貴陽 90 ケース

・サマーエンジェル 80 ケース

## シンガポールでの販売促進活動

### 1. シンガポール DONDONDONKI での山梨県産の桃の販促の実施内容

(6) 着荷状況 : イースタングリーン倉庫にて①



日川白鳳: CA効果で概ね良好。一部で軟化・カビが散見されるも、許容範囲と思われる。



なつっこ: 出荷後半の品種。白鳳系より表皮が固く、ほぼ良好であった。輸出に適していると思われる。



小箱の取組み: 今年から開始。着荷状況も良好であった。そのまま箱売りで消費拡大を!

## シンガポールでの販売促進活動

### 1. シンガポール DONDONDONKI での山梨県産の桃の販促の実施内容

(6) 着荷状況：イースタングリーン倉庫にて②



大石早生



ソルダム



サマーエンジェル



貴陽



プルーン



ネクタリン

貴陽とネクタリンの着荷状態がとても良かった。他の品種は、出荷前の状態により、歩留まりは変わると思われる。

# シンガポールでの販売促進活動

## 2. 店舗での販促の様子



Novena Square2の様子。



### 3. 所感

今回は単発でなく、約40日の間、同一県の商品を売り場で展開できる企画を作成、取り組んだ。約1週間に1度、コンテナを仕立て、売り場に商品をきらさないよう、かつ鮮度の保持に注視し輸送にも気をくばり進めた。その結果が2の報告になるが、桃類のCA効果は、あると言えるだろう。(エアー費用と歩留まりを考慮したところ)

また、品種が毎週のように変わるデリケートな品目なので、大玉と小玉のコントロールが非常に難しく、週替わりで納品する規格が変わり、売り場の展開という点では難しい場面もあった。そして小箱は安定して売れることがわかった。

期間を通じて共通したことに、食味においては、他国産を凌駕しており、長期間展開することにより、山梨の桃の良さを十分PRできたと思われる。

他品目と比較し、決して歩留まりが良い品目とは言えないが、食味においては抜群の日本産の桃を、次年度以降はもっと進化した企画を作成し、PRしたいと考える。

### 4. 販促の成果及び今後の進め方

産地・品種をリレーしながら一定の期間の売り場づくりを取引先様と協力しながら実施したが、他品目でも水平展開したいと思った。

鮮度保持技術を追求しながら、かつ「とりあえず食べてもらう機会を増やす」ことを徹底して行い、世界の多くの人に日本産の青果物の素晴らしさを体感してほしいと切に感じた。

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

令和元年 8月22日

JA全農インターナショナル

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の  
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           : シンガポール

実施期間               : 第一回 令和元年 8月9日(金)～ 8月11日(日)



「シンガポール DONDONDONKI北海道青果物フェア」

### 1. DONDONDONKIでの北海道産青果物フェアの実施内容

- (1)期間 : 令和元年8月9日(金)～8月11日(日)
- (2)場所 : DONDONDONKI 4店舗
- (3)出席者 : 全農インターナショナルアジア 高須、遠藤  
全農インターナショナル 白石
- (4)内容 : DONDONDONKIは、シンガポール内に6店舗を構える日系量販店であり、日本国産農畜産物を多く扱う。  
この度、旬の北海道産の青果物の試食を交えた販売促進を行った。
- (5)販売青果物
- |              |                 |
|--------------|-----------------|
| メロン(赤肉)      | 100 ケース         |
| メロン(青肉)      | 40 ケース          |
| 夕張メロン        | 10ケース ※これだけエア一便 |
| 小玉スイカ(赤肉・黄肉) | 60 ケース          |
| 大根           | 60 ケース          |
| 白菜           | 40 ケース          |
| 長ネギ          | 30 ケース          |
| 軟白ネギ         | 45 ケース          |
| トウモロコシ       | 90 ケース          |
| トマト          | 40 ケース          |
| ブロッコリー       | 80 ケース          |
- (6)出荷日程
- 【船】7月29日 横浜港ETD  
8月 7日 シンガポール港ETA
- 【空】8月 6日 新千歳発
- (7)着荷状況
- CAコンテナで輸送したが、おおむね商品は良好であった。  
しかし、トマト・メロンの軟化、トウモロコシのえくぼ、軟白ネギの黄変、小玉スイカの過熟は、散見され、輸送にはまだまだ課題を残した。



## 2. 店舗での販促の様子



オーチャードセントラル店



スクウェア2店



100AM店

---

### 3. 所感

旬の果実だけでなく、今回は野菜も多く取り組んだ。輸送に課題がまだ残るも、状態の良い商品は消費者の反応もよく、野菜の販売も大いに期待できると感じた。試食はメロンを中心に行ったが、日本のメロンはやはり甘さが際立つとのことであった。まずは食べて良さを知ってもらい、を今後も継続したいと感じた。

### 4. フェアの成果及び今後の進め方

これからも産地リレーと品目リレーを重ね、より多くの日本産青果物の良さを海外の消費者に届けたいと思う。  
また、メジャーでない品目の販促を検討し、新品目の発掘にも取り組みたい。

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

令和元年11月25日

JA全農インターナショナル  
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の  
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 : シンガポール

実施期間 : 令和元年 11月22日(金)～ 11月24日(日)



「シンガポール DONDONDONKI 島根県産 西条柿フェア」

### 1. DONDONDONKIでの北海道産青果物フェアの実施内容

- (1) 期間 : 令和元年11月22日(金)～11月24日(日)
- (2) 場所 : DONDONDONKI 5店舗
- (3) 出席者 : 全農インターナショナルアジア 高須、遠藤
- (4) 内容 : DONDONDONKIにて、島根県の特産品である「西条柿」の試食販促活動を実施、秋期間を通じての販売拡大を図る。  
あわせてCAコンテナ輸送を行うことにより、品質を改善、販売ロスを削減する。
- (5) 販売青果物  
西条柿 5kg 400 ケース  
あんぽ柿(西条) 120 ケース
- (6) 出荷日程  
【船】① 10月27日 東京港ETD  
11月 2日 シンガポール港ETA  
② 11月10日 東京港ETD  
11月16日 シンガポール港ETA
- (7) 着荷状況  
CAコンテナで輸送したため、商品の着荷状況はほぼ良好であった。  
しかし、あんぽ柿は賞味期限が短く、商品力はあるものの、販売拡大するための課題は残った。

## 2. 着荷の様子



状態はほぼ良好



クリスパー同胞



あんぽもほぼ良好

## 3. 店舗での販促の様子



Orchard Central 店



Clark Quay Central 店



City Square Mall 店

## 4. 所感

柿の種類を増やすことで、TOTALで日本産の柿の販売額向上を目指し取り組んだ。今までと違う品種ということで、消費者からは「ユニークな形だね、そしてとても甘いわ」と概ね高評価を頂いた。

試食は生、あんぽとも実施したが、口にしてもらうことで、購買意欲が高まるとあらためて思った。やはり日本産の長所は、美味しさ、旨さであると考えます。

CAコンテナは着荷状態は良いが、鮮度を維持するという点では、まだまだ課題があると感じた。

## 5. フェアの成果及び今後の進め方

同一品目でも複数の品種を展開することで、消費者の興味が増すことを実感できた。他の品目でも同様な展開を検討しようと思う。