

# 令和2年度 日本産農林水産物 食品海外販路開拓緊急支援事業 事業実施状況報告書

## 1. 実施概要

- (1) 対象国：米国（ロサンゼルス地域）
- (2) 品目：柿（柿しぐれ、平種無柿）
- (3) 実施店舗

### ①Tokyo Central、Marukai 計10店舗

【・GARDENA、・COSTA MESA、・WEST COVINA、・TORRANCE、・YORBA LINDA、・LITTLE TOKYO、・WEST LA、・CUPERTINO、・SAN DIEGO、・PACIFIC】

販売期間：令和2年12月3日～13日

### ②Mitsuwa MARKETPLACE 計4店舗

【・TORRANCE、・SAN JOSE、・COSTA MESA、・SAN DIEGO】

販売期間：令和2年12月4日～12日

- (4) 販売数量：約1.3ト
- (5) 販売促進内容
  - ・期間中、特設スペースを設けた上で山形県産柿の販売促進活動を実施。
  - ・新型コロナウイルス感染症の影響により、全店舗、マネキンの設置不可、試食販売の実施不可となった。

## 2. 出荷概要

- ・11月25日 産地出荷
- ・11月26日 成田空港発
- ・12月1日 ロサンゼルス空港着
- ・12月2日 店舗着

※到着時の商品品質に問題無し



## 3. 販売状況、課題

・本県の柿しぐれの輸出は今年で3年目となる。今年度はマネキン設置にによる試食販売が中止となった影響から、売り場での商品PRはポスターやミニのぼりなどの装飾品のみにとどまった。

・商品PRや試食販売が出来ない状況から、購入者に少しでも買い求め出来る様にと、昨年度2個売りで販売した内容を今年度は単品売りでの販売として販売拡大を図ったものの、販売ペースは昨年度と比較して低迷した。また、販売終盤には品質劣化の影響も発生し、一部店舗では値下げ販売も余儀なくされる形となった。

・今年度の販売を通じて、試食を実施し食味を伝える事で購買に繋げる従来までの手法以外のPR方法を考える必要があると実感した。具体的には英語版商品リーフレットの作成やPR動画を作成するなどの対策が必要と思われた。



Mitsuwa売り場スペース



Tokyo Central売り場スペース



Tokyo Central店舗（1部）