

令和 4 年度 品目団体輸出力強化支援事業（香港）販売促進活動実施報告

1. 事業実施主体

JA 全農インターナショナル株式会社

2. 実施店舗

AEON Hong Kong Supermarket

YATA Supermarket

Parkn shop Supermarket

Apita/UNY Supermarket

Don Don Donki

3. 実施 概要

日本産青果物の通輸出拡大を目的に、店頭試食提供および商品 PR を行った。

日本産青果物のほとんどは既に香港国内で流通しており、価格競争（過当競争）の体をなしている。

そのため少しでも付加価値をつけるべく、梅、みかんなどはオリジナルパッケージでの販売による

売り場拡大を狙った。また、これまであまり市場に出回ることのなかった産地の商品についても、プロモ-

ーターを立て、積極的に販促展開した。

4. 期間

2022 年 6 月～ 2023 年 2 月

5. 内容

プロモーターによる試食、商品の PR、販売棚の装飾

6. 販促品目

梅、スイカ、メロン、とうもろこし、北海道の野菜、柿、梨、みかん



【6月】

昨年度に引き続き、梅の販売促進を行った。梅酒の作り方も併せて紹介することで、消費の仕方まで案内しながらの販売を行った。なお、オリジナルパッケージの使用は継続しており、昨年度に引き続き、好評であった。生鮮の梅の購入経験が無い消費者についてもデザインを確認して、購入するということも散見され、デザインの重要性を再確認した。



【7月】

メロン、西瓜について、昨年度に引き続き実施した。やはり、巨大西瓜が人気を博しており、SNS 投稿のための材料として脚光を浴びていた。西瓜に関しては特に、小玉西瓜が人気である。この理由の一つとしては、香港は車社会ではなく、手持ちで持ち帰ることが多いため、カット西瓜または小玉西瓜が売れる傾向にある。また、今回新千歳から出荷した夕張メロンは香港では既に有名である。ただし高価なため、いかに購買意欲をかきたて、購入まで結びつけるかはやはり課題であった。香港ではまだ試食宣伝活動ができないので、多品種とどこが違うかなど、まずはマネキンへの説明を行い、消費者に PR することとした。鮮度維持が難しい品目なので、短期で販売できるよう店舗にはスペースも多めに提供いただいた。商品 PR の効果もあり、販売金額は伸びたとのこと。成果はあったと思われる。棚持ちのしない品目の取り扱いは難しいが、そういう商品ほど食味は抜群だ。日本産の良さの一番は食味だと思っているので、商品劣化をおそれず、これから産地のために拡販・PRに努めたい



【8月】

新たな取り組みとして、滋賀県産のとうもろこしの販売促進を行った。

香港は北海道産がメインではあるものの、今回、産地づくりの一環としてとうもろこしを新規作付した生産者の商品を輸出した。





【8-9月】

北海道商品の販促（メロン、西瓜、野菜類）を実施した。

石狩新港から釜山経由で香港港ヘリーファコンテナで船輸送を2回実施。

2-4日遅延で無事到着も、メロンなど品質劣化も見られた。



【9月】

梨の販売促進を行った。今年の中秋節は早く、二十世紀梨の販売においては大変であった。案の定、青梨から赤梨のウェイトが増え、また梨からブドウなどへ売り場を変更する小売店も多く見られた。

しかし毎年、二十世紀梨＝水晶梨の販促活動・売り込みはしてきたので、中秋節を経てその後もマネキンを活用した販促を行い、梨の販売金額は前年とそんなに変わらないところであった。

また、日本が出せなくても、東アジアには梨の産地が多く、油断できないことも再認識した。

売り場をキープするためには、事前商談の徹底と綿密な販促計画などをたてることが大事だと改めて感じた。



【10月】

柿の販促を行った。柿は香港でも大人気の果物である。とくに固めが好まれると思われる。よって、日本の収穫時のような固い鮮度感のある品質で届けるためには、延着が蔓延している船輸送よりも空輸がベターであろう。ただ空輸だとコストが上がり、幅広い購買層を獲得するという目的には沿わない。このあたりは大きな課題である。

今回も船輸送にチャレンジしたが、品質ロスは発生している。出荷からはかなりの日数が経っているので、このロスは輸出者の負担となることが多い。この時期、果実の種類も多く、他の品目と競合することもある。ただ柿は、いろいろな品種があり、いろいろな形もあり、甘だ、渋だと、とても面白い品目である。品種と産地のリレーによる長期間の売り場確保を目指し、販促を交えながら、輸出の拡大に努めたい。



【10月】

鳥取メロンの販促を実施した。
北海道の後となる貴重な産地であり、
リレーのような形で売り場を彩ることができた。
船便輸送となり、カビや軟化などの品質劣化も目
立ったが、販売としては良好であった。



【12月～1月】

昨年度に引き続き、和歌山みかんの販売促進を行った。原料を輸出し、現地でバラ商品を袋へ詰めなおし、スタンドバックで販売を行った。

今年度は相場高騰の半面、店頭売価の範囲は決まっている（\$25-30）ため、供給サイドとしては価格調整に苦慮したものの、商品自体は人気であるため、売れ行きは好調であった。

なお、今年度は2Lサイズが良く販売でき、これまでSや2Sサイズのみを好む傾向にあった香港マーケットも、みかんの嗜好が変わりつつあることが窺えた。