

令和4年度補正予算「品目団体輸出力強化緊急支援事業」報告書

1. 事業実施者名：一般社団法人青果物輸出促進協議会

(会員名：株式会社日本農業)

2. 実施国名（地域名）

タイ

3. 背景

日本産かんしょにとって、タイは約8億円（2022年）という香港に次いで第2位の輸出マーケットであるため、弊社にとってもそのマーケットの更なる拡大に寄与することは輸出5兆円の目標達成にあたり大変重要である。

タイにおいて、日本産かんしょの購買意欲をより一層高めるため、消費者を対象としたプロモーション活動及び加工品開発と小売店へのプロモーション活動を行った。

4. 内容

(1) プロモーション

- ① 品目名：かんしょ
- ② 実施期間：2024年3月23日～3月31日
- ③ 店舗名：Big C、Makro、Golden plaza、Community Mall Bang Kok
- ④ 概要：

- ・店舗における商品の説明及び焼き芋の試食提供
- ・SNSを用いた広告活動（店舗における焼き芋の試食イベントの周知）
- ・加工品の販売実証

成果：

今回、日本産かんしょのSNS広告を出し、店舗における焼き芋の試食イベントの周知を行い、顧客の集客を図った。店頭における焼き芋の試食は非常に好評であり、全体的に1日を通して客足が絶えなかった。間食で甘いスナックを摂るタイ国民からみると、日本産かんしょの焼き芋は添加物がなく健康的なスナックであるため、非常に多くの方に手に取っていただくことができた。

また、現状、タイのかんしょマーケットの多くの割合を占めるベトナム産を、日本産かんしょ（B品や3L/2L）に入れ替える可能性を模索するため、加工品の販売実証を行った。まず、サンプル用として日本産かんしょを干し芋・冷凍焼き芋にし、現地の小売店の購買担当者に紹介した。その結果、正式な発注には至っていないが、従来の製品と比べ、非常になめらかで甘みがあるとのコメントを得ることができた。今後ともこのような地道なPR活動を継続することにより、日本産かんしょの更なるマーケット拡大に貢献したい。

5. 活動写真

(1) 店舗における商品の説明及び焼き芋の試食提供

①Big C Ekachai 店



②BigC SanambinNam 店



③SP Fresh SP Food Store 店



▲「おいもちゃん」段ボール（輸出の際の長距離輸送に耐えうる強化段ボール）

(2) SNS を用いた広告活動（店舗における焼き芋の試食イベントの周知）



(3) 加工品の販売実証



▲干し芋



▲冷凍焼き芋

以上