
かんしょ加工品・果物加工品（いちご・メロン他）
659韓国販路開拓 及び 664販売促進活動

2025年1月7日～1月9日
陽地株式会社

01 スケジュール

日 程		場 所	内 容
2025年1月7日		鹿児島→仁川	大韓航空KE 768便11：30発
		仁川→京畿道華城市	車移動(レンタカー)
		ジョンフン食材マート	設営確認・準備、店舗オーナー打ち合わせ 店舗オーナー、バイヤー向け商談会 店舗内試食サンプル、アンケートを実施、ヒアリング
1月8日		ジョンフン食材マート	店舗内試食サンプル アンケートを実施、ヒアリング
1月9日		ジョンフン食材マート	店舗内試食サンプル アンケートを実施、ヒアリング撤収 店舗オーナーとフィードバック共有 今後の販売戦略の提案、協議
1月10日		ソウル仁川→福岡→鹿児島	大韓航空KE789便13：10発 博多⇄鹿児島中央 新幹線

1 会場

○韓国京畿道華城市ジョンソン食材マート

会場選定理由

○以前より日本産食材の取り扱いに意欲があり、日本産水産物に併せて日本の青果物を販売していきたいとの店舗側からの希望がありイベントを企画。

○店舗の特徴として、地域に根差した日常的に通う客層をもつ店舗であり、日用品を中心に贈答品まで幅広い品揃えが特徴である。

○デパートや市場と違いより地元の顧客が手に取りやすい商品となるため、日本産青果物をより身近に感じてもらうと共に、率直なフィードバックを得られることに期待し、会場とした。

2 内容と目的

1.販路開拓活動



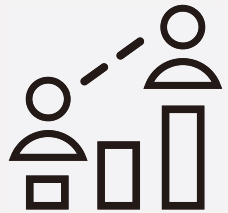
○韓国京畿道華城市の大型食材マートにて、
店舗オーナーやバイヤー向けに試食会及び商談を実施。

→オーナーやバイヤー向けにより詳細な商品説明、商談を行う。



○各店舗の特色を踏まえ、今後展開していく青果物の選定・提案をおこなっていく。

→各店舗の集客状況や販売実績を共有し、柔軟に提案を行う。



○日本産青果物に対する販売意欲やニーズをヒアリングし新たな販路が拡大していくよう商談を進める。

→日本ブランドに対する期待に応えられるような提案を行う。

2 内容と目的

2.販売促進活動



- 韓国京畿道華城市ジョンフン食材マート店舗内にて、試食を実施。
→実際に食べていただき、品質や味を体験してもらうことでリピートにつなげる。



- 事前にメールマガジン、SNS広告によって宣伝を行う。
→日本産商品のプロモーションイベントとして若い世代にも周知



- 顧客にアンケートを行い、フィードバックを分析する。
フィードバックを踏まえ、今後の販売方針を店舗オーナーと検討。
→味や印象に対しての意見を収集し今後の販売形態や規模を検討。

3 提案商品



ドライフルーツ

日本産の完熟した果物をそのままドライ加工した商品。
砂糖や添加物を使わず素材そのものの風味や甘さ、酸味を感じることができる。
今回は、個包装のパッケージにして、サンプルとしても試しやすくしている。



焼き芋

鹿児島県産サツマイモ 紅はるかを桜島溶岩で作られたプレートで職人が焼き上げた唯一無二の焼き芋。熟成期間を経て焼き上げられたサツマイモは甘さはもちろんコクや香ばしさが特徴である。
保存料は使わず、真空状態で常温、または冷凍での販売が可能



BENI BITES

鹿児島県産紅はるかを使用した干し芋風エナジーバー。
昔ながらの干し芋のイメージを一掃し、ポップで若者にも手に取りやすい商品に。バータイプにすることで手軽に栄養補給が可能で、体に優しい習慣として取り入れることができる商品。



おかき

日本各地のお野菜を使ったおかき。野菜の持つ甘味や風味が感じられるよう作られており、軽やかな食感のため、手軽に野菜を取り入れられるため、野菜嫌いの子供にも好評な商品である。おかきは海外でも人気の日本のお菓子で、日本産として提供しやすい。

4 活動報告

イベント開催2週間前より、SNS（Instagram等）
NAVER BAND、商品チラシ、メールにて宣伝。
店舗前街頭に看板を設置。



イベント広告看板



店内設営

店舗オーナーとの打ち合わせ バイヤー向け商談
商品説明を行い、各店舗に合わせた商品提案。
ターゲット層や普段の売り上げ状況の把握。



店舗オーナー打ち合わせ

4 活動報告



○買い物客に試食の配布



○焼き芋は常温で提供



○買い物客に試食の配布



○アンケート実施ヒアリング

- 日本の食材は珍しく、近場のスーパーで買えて便利
- 体にも良くて、安心して食べられるのがいい
- オーガニックな食材なので嬉しい
- もっと他にも種類が多ければいい
- パッケージがいいのでプレゼントにしたい

- 輸入の食材は高いイメージ
- 生ものは鮮度が落ちるのではないかと
- 焼き芋は同じようなものが韓国産で手に入る

4 活動報告

店舗オーナー、バイヤー商談結果

商談会参加人数 4名（雪の影響で当日欠席2名）

ジョンフン食材マートオーナー

Ymart 5店舗統括オーナー（湖南物流店/龍峰店/新昌店/延済店/中興店）

ダダム食材マート：3店舗（先端点/花頂店/一曲店）

レストランオーナー 숙성시대（熟成時代）ソウル6店舗展開

商談結果 フィードバック

BENIBITES 288個/箱 × 10箱

焼き芋 30個/箱 × 40ケース

ドライフルーツ 50個/箱 10ケース



雪の影響で来場者数が少なかったため、
試食として各店舗オーナーに配布。
各店舗で顧客に対して試食を実施してもらい、販売促進につなげる。

各店舗オーナーには好印象で、定期的に購入したいという注文も受けた。

青果物と聞いて生もののイメージだったが、保存のきく加工品であれば扱いやすく、日本食材は質の良さが好印象なので積極的に販売していきたいとの意見もあった。

4 活動報告

	1日目	2日目	3日目	合計
来場者数	7 5	8 1	6 5	2 2 1
サンプル配布数	1 2 0	1 3 5	8 5	3 4 0



店舗オーナーによると通常の来客数の半分以下の来店者数となった。
理由として大寒波で雪の影響が酷く、外出する人が少ないことが影響している。
寒波の中来場した顧客は、緊急用の食料を調達するなど、必要最低限の買い物をしにきた人が多かった。
アンケートやヒアリングは当初の予定より時間をかけられなかったが、
身近なお店で珍しい商品が手に入るとの好印象な感想が目立った。
販売促進として、贈答用の箱入り商品の提案や、手軽に食べられる焼き芋、干し芋バーの紹介を行い、
顧客からの反応も良かったため、店舗オーナーやバイヤーに対しても購買意欲につながるようなプロモーションが
できたと思う。

5 改善点と今後の展開

5

01 多彩なニーズに対応

今回のマートでは客層が幅広いため、さまざまな人が手に取りやすい商品を提供していく。
イベント告知にも早めに取り組み、集客につなげる

03 柔軟な商品提案

日本の生産メーカーの良さを生かしつつ、現地のニーズに合わせていけるように商品企画に対しても情報を共有していく。

02 他国産と日本産の差別化

日本産食品として、質の高さはもちろん、生産者の思いや安全性など、こだわりの日本ブランドとしてのイメージを保つため、今後もマーケティング含め現地バイヤーとのイメージ共有を図る。

04 供給不足リスク

各オーナーが持つ店舗数が多いため、供給量が増えた時に対応できるよう、製造メーカーと常に連携し、現地の販売状況等を共有。生産に対応できるよう相談していく