

令和5年度「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

甘藷の輸出額において香港に次ぐ2位（2022年時点）に位置するタイでは日本産甘藷は1つの大きなブランドを構築している。

その反面単価も高く庶民層に広く浸透しているとは言えない現状があるため、広範な層への日本産甘藷の認知向上を図り売上への転嫁を図るため試食を伴うプロモーションを実施した。

4. 内容

(1) プロモーション

① 品目名：かんしょ

② 実施期間：2025年2月19日～2月25日

③ 店舗名：SP Fresh Intertrade Talaad Thai

④ 概要：

・店舗における商品の販売及び焼き芋の試食提供

⑤ 成果：

日本産甘藷の認知度が上がり品質や価格での競争となっている中で、今回、従来の1.3倍ほどの輸出増加を目指し、プロモーションとして試食会を行った。その結果、潜在顧客に対して一定のインパクトを与えることができた。現地にて普段より試食を行って販促をかける取り組みは珍しいため、今回のような補助金が絡む場合に限らず試食会を設けることは効果的かと思われる。

費用対効果：

成約目標：500万円

成約見込額：500万円（2025年2月末時点）

費用対効果：3.3

今後の課題・改善点：

2 月が日本国内で厳寒期であるため着荷時に低温障害や気温差による腐敗が進行しロスとなる物量がかかなり多く利益を圧迫されてしまうため、ロス回避にあたり対策の強化が求められる。

また、同じ日本産でも千葉県産のものが商品状態もよく、現地企業によっては独自のブランド名を付けて販売しているところもあるため、茨城県産も現地において何らかのブランディングを行っていくことも必要かと思われる。

5. 活動写真

(1) SP Fresh Intertrade Talaad Thai

