

# 輸出事業 シンガポール現地営業報告

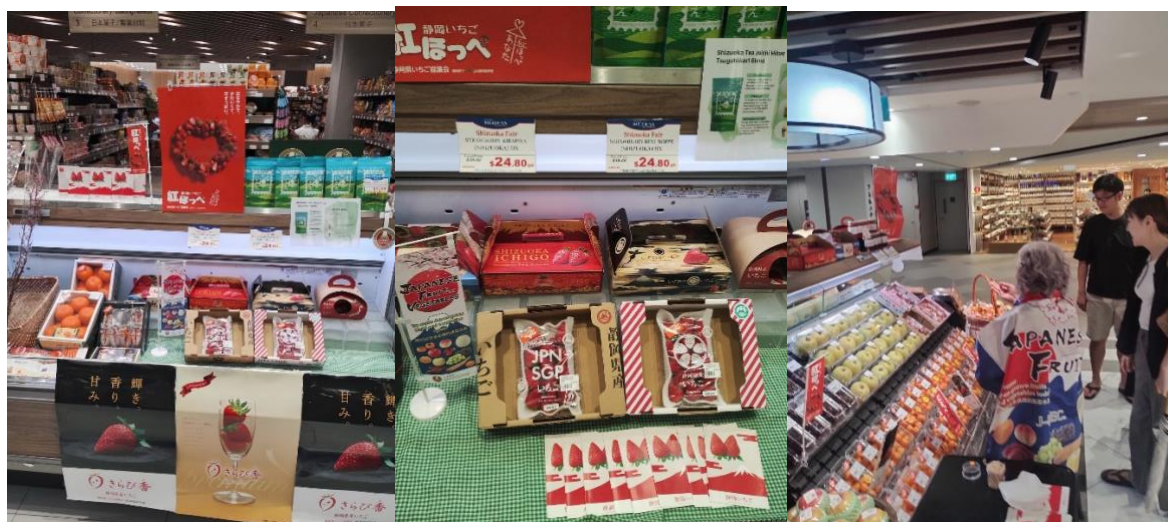
3月15日(土)~18日(火)

## MEIDI-YA販促活動

Millenia Wark 店・Great World 店 2の店舗

“さくらフェア(2月14日~2月23日)”を実施し、本県産いちごを中心とした試食宣伝を実施

日青協事業(博報堂受託)の日本統一規格のいちごパッケージの試験やアンケート調査も同時に実施





## 販促資材作成及びP Rの実施



### 《考察・所感など》

#### (1) 明治屋プロモーション

今回のプロモーターは試食の免許を持つ全農の専属であり、食品慣れしていて勧め方も上手であった。

フィードバックの内容としては、2店舗間で意見が分かれた。

- ・特にグレートワールド店は家族連れで、混雑しており売れ行きも良かった。
- ・きらび香の方が人気。香りがよく甘い。紅ほっぺは、少し固めで酸っぱさが残ったとの意見あり。ただアンケート結果は、どれも美味しいという結果。
- ・着色は良く見て買う人が多い。完着でない場合は売れない傾向。
- ・みかんやメロンは堅調な売れ行き。

#### (2) ドン・ドン・ドンキ

- ・日本の多くの産地が販売提携している状況で競争激しく、価格的には最も安い。

#### (3) 百貨店、その他

- ・伊勢丹や高島屋などは品揃えも多く高級感があり。価格も最も高い。
- ・入り込むためには、品質と他産地との差別化が必要。
- ・その他量販や地元スーパーでは、日本産はあまり多くなく、野菜はマレーシア産、フルーツは、米国、オセアニア、韓国産などが目立った。