

**平成 28 年度
輸出に取り組む事業者
向け対策事業を活用した
全輸協の取り組み
(実績報告)**

I . 落葉等部会

平成２８年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 台湾・香港・ベトナムにおける日本産りんごプロモーション
2. 実施期間 平成２８年１０月～平成２９年２月
3. 対象国（地域） 台湾・香港・ベトナム
4. 実施場所 百貨店・スーパーマーケットほか
5. 参加者 一社）青森県りんご対策協議会、一社）青森県りんご輸出協会
全国農業協同組合連合会青森県本部 ほか会員団体
6. 内容 後述
7. 成果

（台湾）

平成２７年の日本産りんごの台湾向け輸出は前年比で大きく伸長し、過去最高数量となったが、平成２８年では前年実績を割り込んでいる。この要因として下記が挙げられる。

- ・販売がピークとなる春節が前年より２週間ほど早く、その分最需要期間が短かったこと。
- ・平成２８年産りんごが全般に小玉傾向で着色も前年より劣り、贈答向けの上位等級品が少なかったこと。また、生産量も予想より減少が予想されていること。
- ・日本産りんごの価格が高騰し、消費者の購入選択が他国産りんごや他の果物にシフトしたこと。
- ・９月に南半球チリ産りんご輸入が前年比で大きく増え、この在庫が日本産りんごの年内販売と競合したこと。また、アメリカ産りんごが良品質で安いことから消費者の評価が高く、これまであまり売れていなかった春節の時期まで販売が好調であったこと。
- ・韓国産も豊作、安値基調で、総じて他国産りんごとの競合により日本産りんごの需要が圧迫されたこと。
- ・台湾で日本食品輸入の規制緩和が検討されるなか、再び消費者に放射能物質に対する不安が広がり、特に贈答品で購入が敬遠されたこと。

今後の方策（取り組み）

- ・「春節の早い遅い」による輸出量の増減を抑えるため、日本産りんごの出荷時期を通じた（特に春節後の）販売を可能とするための仕組み、仕掛けづくり。
- ・消費者の意識を、日本産りんご購入に向かわせるための、正確で的確な情報発信。
- ・他国産りんご、あるいは他果実の動向から受ける影響を最小限とするためのプロモーション展開による一層のブランド力強化。

（香港）

- ・景気減速による消費マインド悪化や、日本産りんごの品質、価格の問題などから輸出は前年実績を割り込んでいる。
- ・香港マーケットにおいて日本産りんごに対する知名度は高く、品質の良さについてもある程度認知されている。
ただし、聞き取りによると実際に日本産りんごを食べたことのある消費者の割合はそれほど高くない。
- ・今回、スーパーのりんご売り場でおこなった試食には多くの消費者が列をつくるなど、日本産りんごに対する関心はとて高く、試食後の評価も良好であった。
- ・香港においても健康志向が強まり、価格が高くても安心して品質の良いものを欲している層は厚く、こういった消費者を取り込み需要の拡大につなげるために、メディア等を活用した品質や食味に対するイメージ作りを進めると同時に、売り場における積極的な試食機会を提供し需要拡大を目指す。

（ベトナム）

- ・ハノイ・ホーチミンのイオングループ等において初売りイベントとして試食販売、食味調査等を行った。金星が一番人気であり、甘みが強いりんごが好まれる結果になった。
- ・富裕層が年々増加傾向にあり、日本産は高値であるものの食味の良さから期待度が大きく、試食販売は大盛況となった。
- ・経済発展と共に、ミドルクラス以上の層はますます厚みを増し、安全・安心して購入できる輸入農産物への期待はますます高まっている。
- ・日本産りんごの品質の高さ、食味の良さを発信する取り組みを継続的にここない市場開拓を進める。

平成28年度青森県果協果実輸出推進事業（内容）

■台湾（平成28年10月）

- ・量販店 JASONS、WELLCOME、カルフル等での日本産りんご中生種「トキ」試食プロモーション PR
- ・中生種りんごの出荷時期で「トキ」のテレビコマーシャル放送



販促イベント（JASONS）



60 ケース 1 時間で完売



テレビコマーシャル

■台湾（平成28年11月～2月）

- ・量販店、百貨店等での消費拡大 PR
（JASONS、楓康超市、WELLCOME、カルフル、RT - MART、SOGO 百貨店等での試食プロモーション、ステージイベント）
- ・試食宣伝会では日本産果物を PR するポスター等の販促資材を活用しながら、現地の販売員を配置し対面販売を実施



量販店 JASONS



RT - MART



楓康超市



WELLCOME



カルフル



高島屋VIP ルーム PR



SOGO 百貨店(ステージイベント)



試食宣伝会

- ・健康への関心が高い就業世代を対象とした企業内での PR、贈答向けの予約販売



- ・台湾流通関係者との情報交換会
販売状況やプロモーションについて意見交換



- ・幼稚園、福祉施設等へのりんご贈呈

- ・テレビ CM 放映、新聞雑誌での広告記事を掲載
日本産果物の高品質、安全安心に向けた産地の取組等について情報を発信するため、テレビ CM のほか大手新聞、雑誌に記事広告を掲載。



雑誌媒体は健康への関心が高い読者層を持つ健康、育児関連のほか教育雑誌等に掲載し日本産果物の PR を図った。

テレビコマーシャル



新聞（自由時報、中國時報、聯合報の主要 3 紙）及び雑誌（育児、教育、健康雑誌）への記事広告掲載

■ 香港（11月下旬～2月）

- ・量販店イオンでの日本産りんご試食宣伝会及びステージイベント開催
- ・量販店 JASONS、ユニー等での日本産りんご試食販売 PR
- ・イベント開催告知 広告掲載



イオン香港



JASONS での試食プロモーション



香港では安全安心、高品質な日本産果実の人气が高く、試食には行列ができるほど盛況



マネキンを活用した試食プロモーション（CITYSUPER）

ユニー

■ ベトナム（平成 28 年 12 月）

- ・ホーチミン市及びハノイ市のイオン等量販店での日本産りんご試食プロモーション
- ・試食プロモーションとあわせ味覚調査を実施



試食と食味アンケート
アンケート



商品説明を行うマネキン



陸奥を手にする客



食味



高島屋 (ホーチミン)



METRO (ホーチミン)

平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産りんご販売促進活動（秋田県）
2. 実施期間 平成28年11月25日（金）～27日（日）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 DCH Food Mart Store（大昌食品専門店）
①ラグナシティモール店 ②ホンハムベイ店 ③パークセントラル店
5. 出席者 JAかづの、JA秋田ふるさと、JA全農秋田県本部

6. 内 容

（1）ラグナシティモール



小さな店舗であり大昌食品の他にも同フロアに2店舗スーパーがあり、人の入りは少なかったが試食では喜んでくれていた。

販促風景 \$48/2個（約720円）

（2）ホンハムベイ店



48 香港 \$/2 個（約 720 円）で販売

秋田産以外に、シナノゴールド 42 香港 \$/2 個（約 630 円）、青森県産 トキ 36 香港 \$/2 個（約 540 円）。日本産以外では、ニュージーランド産（13.9 香港ドル/5 個 約 210 円）。

(3) パークセントラルモール店



販促風景 \$48/2 個 (約 720 円)

この日は休日ということもあり、老若男女問わず多くの方が試食をした。2 個入りパックとバラ売りを並べての販売だったが香港では新鮮さを求める人が多く、2 個入りパックよりバラ売りの方が好評で品を並べてはすぐなくなるという状況だった。

現地の人からは「おいしいものを選んでくれ」という要望もあり、手渡しすると大変喜んでくれた。

7. 成果

H28 りんご（秋田紅あかり）輸出数量 6,870 kg 前年比 168%

DCHフードマート 3 店舗にてりんごの試食宣伝会を実施。現地マネキンの売込みがうまく購入してくれたお客様へお話を聞くと、商品陳列してある他のりんごより酸味が無く、「秋田紅あかり」は、しゃり感があり甘くてとても美味しいとの評価だった。売価は 2P 48 H\$ ~ 52 H\$ と安くはないが、お客様の平均購入は 2 パックであり、中には 4P 以上購入してくれるなど品種を評価して頂いた。

取組みを開始してから 4 年目となり、やっと秋田紅あかりが認知されるようになってきたと感じる。継続した取組みにより、試食宣伝会を待ち望んでいたお客さんや、紹介時に秋田紅あかりの名前は知っているという来店者からの声が多かった。今年度は、現地 DCH フードマートバイヤーを秋田へ招聘し、商品確認、選果施設、梱包まで視察・協議を実施する事で数量拡大に繋がった。

昨年度の課題であった、梱包もモールドからフルーツキャップでの対応で商品劣化も解消した。また、乾燥剤も入れて欲しいとの要望だった。乾燥材については今後 J A と協議を図らなければならないが、対応策として商品劣化を防ぐ事と節句に合わせた販売提案実施を踏まえて秋田紅あかりのスマートフレッシュによる対応をはかる。今年度、スマートフレッシュ処理したものをサンプルとして納品をしており現地バイヤーからも評価を得た。次年度のスマートフレッシュ処理を含めた数量拡大をはかるため、年末年始需要、節句への販売強化に向けた協議をする。

平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産青果物販売促進活動（山形県）
2. 実施期間 平成28年11月2日（水）～16日（水）
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 大立百貨店
5. 出席者 J A全農山形県本部、J A山形中央会

6. 内 容

台湾の大立百貨店で山形県産農産物フェアを実施し、更に11月6日（日）にはトップセールスを実施することで、国産青果物をPRした。

7. 成果

（1）プロモーション

大立百貨店との協定関係は2年目となり、多くの来場者のなかプロモーションを実施することができた。昨年に比べ、円高や台湾国内景気の影響からやや購買意欲は落ちている様子であったが、リピーターも多く比較的堅調な販売となった。

また、11月6日のトップセールスについては、現地新聞にJ A山形中央会会長訪台の記事が掲載され、大立百貨店のDMIによる告知効果から多くの客で大盛況となった。

食味評価についてはどの品目も良好であり、りんご（シナノスイート）は昨年のリピーターが多く、開始7日間で完売した。ただし、ラ・フランスは少し高い価格設定であると感じる客が多く、シャインマスカットは他県産の影響もあってか、消費者の見る目が厳しくなっており、付加価値を付けて高値販売を維持することが重要と感じた。

輸入会社鼎三国際企業有限公司（日本法人：ライメックスジャパン）との商談の結果、特に①端午節～7月上旬でのさくらんぼ販売、②1月～2月の長期保存シャインマスカット販売（他県産との差別化）の2点を販売戦略に掲げ重点的に実施することを確認した。

・ライメックスジャパン（大立百貨店向け）販売実績

5,070千円（H27年比163%，H26年比281%）

（2）その他

平成28年度の台湾向け果実は、秋果実全般で商品化率の低下から国内相場が単価高となり、輸出向けの原料確保が難しく計画に対し大きく減少した。一方、山形県産の主力品種のさくらんぼは、昨年度に引き続いてのプロモーションの結果計画以上の実績となった。

《写真等》



【店頭販売価格】

(レート 3.3 円/元)

品名	Kg	出荷数量(ケース)	店頭価格 /個 (元)	店頭価格 /個 (円)
つや姫	2.0	-	580	1,914
シナノスイート	10.0	13	130	429
ラ・フランス	5.0	20	150	495
庄内柿	7.5	40	100	330
シャインマスカット	5.0	65	1,200	3,960
南瓜蔵王かぼちゃ	10.0	13	380	1,254
山形代表	-	-	80	264
うまかめし	-	5	75	248
みそ	-	-	210	693

平成 28 年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 日本産青果物販売促進活動（山形県）
2. 実施期間 平成 28 年 12 月 1 日（木）～14 日（水）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 SOGO 銅鑼湾店、MARKET PLACE 徳福店
5. 出席者 JA 全農山形県本部

6. 内 容

主に富裕層をターゲットとする量販店で、りんごやラ・フランス、シャインマスカットのプロモーション活動を行った。

《SOGO 販売品目》

品目名	単位	HKD	円相当
りんご（サンふじ）	2 個 P	36.9	546
ラ・フランス	2 個 P	59.9	887
ラ・フランス	4 個 P	59.9	887
ル・レクチェ	1 個	79.9	1,183
ル・レクチェ	2 個 P	155.0	2,296
シャインマスカット	1 房	368.0	5,450

《MARKET PLACE 販売品目》

品目名	単位	HKD	円相当
りんご（サンふじ）	1 個	19.9	295
ラ・フランス	4 個 P	69.9	1,035

7. 成果

（1）プロモーション

店頭プロモーションでは、日系・ローカル系の客層が異なる 2 店舗で実施することができ、それぞれ反応を知ることができた。2 店舗とも予想よりラ・フランスが好評であり、これまでの地道なプロモーションや販売により競合の激しい香港市場においても一定の市民権を得ていると感じた。

販売先から平成 29 年産は特にぶどう、桃の提案依頼（品質・食味の良いもの）があった。

香港でも近頃は、商品にストーリー性が必要になってきている様子であり、平成 29 年度

は糖度保障やこだわり品等により差別化をはかり販路拡大を目指す。

(2) その他

平成 28 年度の香港向け果実は、秋果実全般で商品化率の低下から国内相場が単価高となり、輸出向けの原料確保が難しく計画に対し大きく減少した。一方、ももはE Cサイトなど中秋節向けのギフト販売に取組んだこともあり計画以上の実績となった。

《写真》



Ⅱ. かんきつ・なし部会

平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 みかんの販売促進活動及び市場調査（愛知県）
2. 実施期間 台湾：平成28年12月11日（出荷日）
 平成28年12月26日～28日（現地調査）
 香港：平成28年12月1日（出荷日）
3. 対象国 台湾、香港
4. 実施場所 台湾：シティスーパー、SOGO、三越
 香港：アピタ、他
5. 出荷量 台湾：1t（10kg 段ボール×100c/s）
 香港：2t（10kg 段ボール×200c/s）
6. 内容 JA あいち経済連職員2名が台湾を訪問し、着荷状況、販売状況の現地確認を実施。（平成28年12月26日～28日）。出荷品目はマルチ栽培みかんの2S。
7. 現地調査の結果
 - ・ シティスーパーのバイヤーの食味評価は良好（糖、酸のバランス）
 - ・ カビ等でのロスは10%程度
 - ・ 果汁による漏れもあり、段ボールが弱いとの意見
8. 成果
 - (1) 台湾向け輸出は残留農薬の規制が緩和されれば、みかんを第二のりんごにできる可能性がある。現地で需要のある2S以下のサイズを愛知県内各みかん産地に条件提案し、コンテナ単位の販売を考えたい。
 - (2) みかん以外の品目についても、エアー便も使い、台湾国民に受け入れられる嗜好にあったものを幅広く考え、販売先・ルートを整備していきたい。
 - (3) 残留農薬の規制緩和がされるものの、今後のロット・規格により、相手国に合した専用園地づくりを検討していきたい。
 - (4) 今回、柑橘以外にも、本県の特産品のいちじくや銀杏など、幅広く品目の相談ができたことは非常に良い機会であった。青果物の輸出は採算を合すのは非常に厳しいのが現実であるが、輸出を通して、流通に合致しているかどうかなど自らの商品のことを再確認する良い事業であり、また生産者にとって国際基準との照合という視点も栽培意欲につながると思われる。

平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 桃の販売促進活動 (和歌山県)

2. 実施期間

(1) 販売員による販売促進活動：

①YATA(Sha Tin、Kung Tong、Tai Po)	平成28年7月15日～21日
②Taste(Festival 内)	平成28年7月22日～24日
③Jason(Hysan Place 内)	平成28年7月22日～24日
④Three Shixty(Elements 内)	平成28年7月22日～24日

3. 対象国 香港

4. 内 容 桃の販売促進活動

5. 成 果

天候不順による桃の生産量の減少と、平成27年度に船便輸送による腐敗果が多発したことを受け、平成28年度はエア一便での輸出に取り組んだ結果、輸出数量は12.6トン(前年比60%)となった。販売店舗からは商品力のより一層の向上について要望された。

次年度は販売店舗、輸入業者からの要望に対し、鮮度保持資材を活用した輸出を検討し輸出量の拡大をはかる。

(写真)



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 柿の販売促進活動 (和歌山県)

2. 実施期間

(1) 販売員による販売促進活動:

①YATA(Sha Tin、Kung Tong、Tai Po)	平成28年11月3日～9日
②Taste(Festival 内)	平成28年11月3日～9日
③Jason(Hysan Place 内)	平成28年11月3日～9日
④Three Sixty(Elements 内)	平成28年11月3日～9日

3. 対象国 香港

4. 内 容 たねなし柿の販売促進活動

5. 成 果

本年も鮮度保持を目的に、全量スマートフレッシュを処理し輸出を行ったが、秋の多雨による商品力低下が見受けられた。しかし販売促進の実施と相手先が求める数量の計画出荷により、本年は36ト(前年比163%)と数量を伸ばすことができた。

次年度は、スマートフレッシュの処理に加え、P プラス等の鮮度保持資材を活用し、商品力の強化に努めるとともに、週1回から複数回の輸出について商談を進め、輸出量の拡大をはかる。

(写真)



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 みかんの販売促進活動及び市場調査 (和歌山県)
2. 実施期間 平成28年12月22日(木) ～ 12月28日(水)
店頭での販売促進活動：平成28年12月26日(月)～27日(火)
3. 対象国 シンガポール
4. 実施場所 MEIDIYA SINGAPORE

5. 内容

店頭売価は①赤秀1パック(M10玉、L8玉) 12.80ドル(約1,095円)

②天1パック(S10玉、M8玉、L6玉) 18.80ドル(約1,608円)

明治屋シンガポール店では、日本産生鮮食品が充実していることや国外持ち出し手続を代行しているため、来店されるお客様は約半数近くが日本人であった。国産野菜を目当てにしているお客様が多く、果実売場への人の流れはやや少なかったものの、売り場は広く設置されており、試食して頂けたお客様の多くが「甘い」「美味しい」と正月用として購入して頂けた。

特に小玉果の人气が高く、初日でほぼ完売となった。中にはジャカルタから買い出しに来ているというお客様もあり、日本人の国産農産物への関心の高さがうかがえた。

6. 成 果

平成28年産みかんは、多雨と生育ステージの前進により減酸がすすみ、食べやすいみかんであったため非常に好評であった。輸出数量は2.2ト(前年比142%)と数量を伸ばすことができ、「天みかん(12度Up)」の取扱いにより取扱単価392円/kg(同123%)となった。

みかん食味や腐敗果の増減は、収穫する年の気象条件に大きく左右されることから選別作業の徹底や、全農の輸送技術を活用し、高品質な商品輸出によるブランド確立と輸出量の拡大につなげたい。

(写真)



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 JA広島果実連 （広島県）
2. 実施期間 平成28年7月23日（土）～ 7月27日（水）
3. 対象国 マレーシア
4. 実施場所 ルネッサンス・クアラルンプール・ホテル、日本大使館、JMG事務所
5. 出席者 JA 広島果実連
6. 内 容
 - ・ 広島県とジェトロ主催で、クアラルンプール市内にあるルネッサンス・クアラルンプール・ホテルで開催された「瀬戸内食品商談会 in マレーシア」に参加し、柑橘ストレートジュースとその他農産加工品、ならびに果物の紹介を行った。
 - ・ 2015年1月1日に施行されたマレーシアのかんきつ類輸出証明書発行手続きの改善要請のため日本大使館を訪問した。
7. 成 果
 - ・ 商談会の参加会社は、日本側のパートナー（輸入者）を確保している会社が増加しており、以前より商品提案が簡単になっている一方で、日本側のパートナーもなく、日本食品を扱った経験もないが、日本食品が売れるから扱いたいというようなハイヤーもいる状況にある。
 - ・ 商談を行ったSOGO（1店舗）もこれまで日本食の販売はしていなかったが、これから日本食を充実させ、物産展なども開催したいとの希望があり、今後に期待が持てる商談会であった。
 - ・ 2014年12月までにマレーシアが輸入実績のある果実については、輸出が可能になる見込み。

(写真)

【広島県・ジェトロ広島主催・瀬戸内食品商談会 in マレーシア】



【マレーシアでのぶどう販促】



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 J A 広島果実連 (広島県)
2. 実施期間 平成28年9月8日(木) ～ 9月11日(日)
3. 対象国 香港
4. 実施場所 香港 Y A T A 大埔店
5. 出席者 JA 広島果実連
6. 内 容
 - ・ 9月9日、ジェトロ広島と広島県の主催で、九龍尖沙咀東部にあるニューワールドミレニアムホテル香港で開催された「日本食品商談会(中四国地方) in 香港」に参加し、柑橘ストレートジュースとその他農産加工品、ならびに果物の紹介を行った。
 - ・ 9月10日、Y A T A 大埔店で販促に参加し、幸水梨とニューベリーA(NBA)で実施した。シャインマスカットとピオーネの試食はなかった。
7. 成 果
 - ・ 試食を実施した幸水梨とニューベリーAは食味が良かったことからよく売れ、大埔店の2日分の販売予定数量を半日でほぼ完売することができた。シャインマスカットは認知度が高く、試食なしでも売れる状況にあった。香港でのピオーネの扱いは、脱粒が多いことから人気が低く、巨峰に劣っていた。
 - ・ ニューベリーの売れ行きは想像以上であったが、粒の潰れなどから三角袋の濡れが多くみられた。一度濡れた三角袋は使えず、改善の必要性を感じた。入れ替え用の袋を発送していたが、スーパーでの詰め替えは手間がかかることから、香港人には作業的に困難である。
 - ・ 今後根気よく販促を続けることと、売り場で三角袋の代わりに使用する商品ラベル(シール)などを販売継続のために検討したい。

(写真)

【ジェトロ広島主催・日本食品商談会（中四国地方）in 香港】



【香港 YATA 大埔店】



《YATA 大埔店》



《販促の様子》

【幸水梨】



【ぶどう】



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 J A 広島果実連 (広島県)
2. 実施期間 平成 28 年 12 月 27 日 (火) ～ 12 月 30 日 (日)
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 台湾台中新幹線駅
5. 出席者 JA 広島果実連
6. 内 容
 ・平成 28 年 11 月 10 日～12 月 31 日の間、台湾台中新幹線駅で開催された広島県主催の物産展でレモン加工品の販促を行った。
7. 成 果
 ・新幹線駅での販促のほか、物産展期間中に駅構内の台湾ロイヤルホストでのレモン果実使用、プレゼントなどの P R 規格を実施し、知名度向上に役立った。

(写真)

【新幹線台中駅】



平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 中秋節向け日本梨販売促進（鳥取県）
2. 実施期間 平成28年9月8日（木）～10日（土）
3. 対象国 台湾
4. 実施場所 台北市内、大葉高島屋 JASONS
5. 出席者 JA 鳥取いなば、JA 鳥取西部、JA 全農とっとり
6. 内 容

日本梨の台湾輸出は、従来の二十世紀梨に加え、近年は新品種の新甘泉・なつひめを試験的に輸出しており、その市場評価を確認し、輸出拡大に向けた可能性を推し量るため、二十世紀梨および新品種の市場調査を行った。

7. 成 果

28年度中秋節にあわせて輸出した二十世紀梨および新品種（新甘泉）の販売状況、着荷状況について聞き取り調査、販売状況の確認を行った。

本年は最大需要期である中秋節が比較的早かった（9月15日）ものの、梨の生育が前倒し気味で推移したこともあり、昨年とほぼ同程度の輸出量を確保することができた。また、品質も良好で、短い販売期間の中でほぼ全量を販売することができた。

また、試験的に輸出している新甘泉については、味の面で評価が高く、有利販売が期待される。しかしながら、新品種ということで出荷量自体がまだ少ないため、国内市場向けとバランスを取りながら輸出量を増やしていく施策が求められる。

8. 写 真



高島屋 JASONS 店内と本県産二十世紀梨の販売状況



お隣は熊本産吉野梨（新高）



市場で出荷を待つ二十世紀梨

平成28年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取組名 中秋節向け日本梨販売促進（鳥取県）
2. 実施期間 平成28年8月31日（水）～9/3日（土）
3. 対象国 香港
4. 実施場所 和牛焼肉レストラン「純」、ABC クッキングスタジオ、
香港 AEON コーンヒル店、香港そごう
5. 出席者 鳥取県市場開拓局、日本貿易振興機構鳥取貿易情報センター、
JA 全農ミートフーズ(株)、JA 全農とっとり
6. 内 容
JA 全農ととりと JA 全農ミートフーズ(株) 鳥取営業所合同で、全農グループが運営する和牛焼肉レストラン「純」にて、鳥取県の「食」の認知度向上と香港空港のインバウンド効果を見据えた PR 活動として1ヶ月間鳥取県フェアを開催するが、そのオープニングセレモニーとして、全農ととり及び鳥取県が香港メディアを招いた試食会を開催した。また、中秋節向けに輸出した二十世紀梨の販売状況ならびに香港・中国深センでの青果物販売状況を視察研修した。
7. 成 果
中秋節ギフト向けに輸出した二十世紀梨の販売状況、販売促進の一環として行った ABC クッキングスタジオでの梨レシピスクール、和牛焼肉レストラン「純」での鳥取県フェアなどを視察した。
ABC クッキングスクールは昨年同様に利用者が多く、次年度以降には店舗を増設する予定もあるため、中秋節にあわせて二十世紀梨レシピを使用したコースを展開することにより、中秋節需要の拡大に繋がることが期待できる。
また、和牛焼肉レストラン「純」で開催される鳥取県フェアにて、コースのデザートとして二十世紀梨を提供した。同フェアは和牛・野菜を中心とした催しではあるものの、1ヶ月単位で実施できるため、他県と連携して長期間の「日本産フェア」としての展開も期待される。

8. 写 真



「純」チムサーチョイ店での鳥取フェア店頭広告



チムサーチョイない鳥取県フェア広告



香港焼肉店「純」コースウェイ店店頭



梨、りんご陳列状況



ハウス二十世紀梨



中秋節に向けた梨・桃の陳列状況

平成 28 年度全輸協果実輸出推進事業に係る報告書

1. 取 組 名 旧正月向け日本梨販売促進（鳥取県）
2. 実施期間 平成 29 年 1 月 18 日（水）～1 月 21 日（土）
3. 対 象 国 台湾
4. 実施場所 量販店「夢時代」
量販店「果子狸」（果実専門の量販店）
大葉高島屋 JSONS
台湾三越台南店前「南方広場」（<https://goo.gl/rnVZ7K>）
5. 出 席 者 鳥取県農協果実部町協議会、JA 全農とっとり
6. 内 容
台湾の旧正月需要向けに輸出している「あたご梨」について、販売店舗における販売状況を視察し、今後の輸出方針について検討した。また、台北の青果市場において、旧正月における果物需要の現状を視察研修した。
7. 成 果
旧正月需要向けに輸出したあたご梨の販売状況、販売店舗での販売促進活動を実施した。
夏期の中秋節同様、景気が減速傾向の中でも大きな需要が見込める時期であるため、台湾産の果物だけでなく、日本産、韓国産など輸入品も大量に販売されていた。
日本産の果物については、5kg5 玉～6 玉の商品で 7,300 円～6,000 円、1 玉バラ売りで 1,450 円程度で販売されており、韓国産競合品種の 1.5 倍、台湾産の 3 倍程度と非常に高単価で取引されていた。そのためか、本県産あたご梨と他県産りんごを同じ箱に詰め合わせて販売するなど、販売方法に工夫がなされていた。これについては、よく行われる組み合わせを調査し、宣伝資材に反映させることでより効果的な販売促進を行える可能性があることを示している。

8. 写 真



各量販店、三越前広場での宣伝会の様子



本県産あたご梨販売単価と、台湾産梨の単価比較



りんご多品種詰め合わせ、あたご+りんごセット販売など