

# 平成28年度 輸出に取り組む事業者向け対策事業に係る海外販売促進活動報告書

平成29年 3月3日

農林水産省  
食料産業局長 殿

全国農業協同組合連合会  
営農販売企画部  
輸出推進課

平成28年度における輸出に取り組む事業者向け対策事業の海外販売促進活動について、下記のとおり報告いたします。

対象国・地域 : 香港  
実施期間 : 平成29年 2月23日～2月26日  
(フェアに係る出張 : 平成29年 2月23日～2月26日)

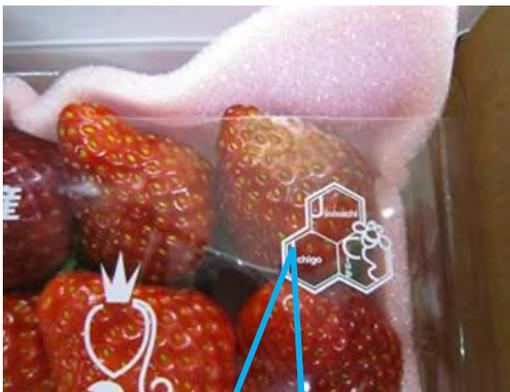


「香港全農いちごフェア」

## 1. 『香港全農柿フェア』について

- (1) 期間 : 平成29年2月23日(木)～2月26日(日)
- (2) 場所 : ①大昌貿易行 九龍灣本社特設会場(2月23日～24日)  
②DCH Food Mart 新堅西店, 將軍澳中心店, 北角健威坊店(2月24日～26日)
- (3) 出席者 : DAH CHONGHONG, LIMITED Anthony Senior Buyer  
株式会社大昌貿易行 雷次長  
全農 営農販売企画部 輸出推進課 橋詰  
全農 営農販売企画部 総合課 米倉  
全農 営農技術センター 中田
- (4) 内容 :  
全農輸出4大推進品目のいちごの香港向け販売拡大を図るため、いちごフェアを企画した。  
全国10県のべ12品種のいちごを一度に集めて嗜好調査も兼ねての実施である。  
なお、CAコンテナで海上輸送し、着荷状況も確認した。
- (5) 出荷青果物(野菜・果実)品目詳細は、添付リストのとおり。
- (6) 出荷日程  
2月13日 全農東京青果センター CAコンテナバンニング  
2月15日 東京港出港  
2月21日 香港港到着  
2月22日 輸入会社倉庫に到着  
2月23日 夕刻 大昌貿易行 九龍灣本社特設会場にて検品
- (7) 着荷状況  
従来いちごは主に航空便で輸送していたが、今回はCAコンテナで輸送した。着荷状態は産地により若干バラつきはあったが、一部でカビが見られた以外は良好であった(空輸でも発生する程度)。他の商品の着荷状況は良好であった。

### ① 着荷状況:一部カビ



一部カビ



一部カビ

② 着荷状況:ほとんどは良好



岡山:さちのか



岡山:おいCベリー



熊本:さがほのか



熊本:紅ほっぺ



静岡:紅ほっぺ



長崎:ゆめのか



岐阜:美濃娘



神奈川:とちおとめ



宮崎:さがほのか



山形:いちご姫



徳島:さちのか



宮城:もういっこ



韓国産:対照として

## 出荷商品リスト(いちごフェアに合わせて他品目の青果物も同梱)

【1】いちご		種類	産地 (本部名)	容量・入数	1バンドル のパック数量	出荷数量 (バンドル)	パック数量
①	岡山	さちのか	岡山	10~12個	8パック(1ケース2パック入り×4ケース)	6	48
	岡山	おいCベリー	岡山	10~12個	8パック(1ケース2パック入り×4ケース)	6	48
②	熊本	さがほのか	熊本	10~12個	50パック(10パック×5ケース)	49	2,450
	熊本	紅ほっぺ	熊本	10~12個	50パック(10パック×5ケース)	4	200
③	静岡	紅ほっぺ	静岡	8~15個	20パック(4パック×5ケース)	33	660
④	長崎	ゆめのか	長崎	8~11玉	10パック(2パック×5ケース)	43	430
⑤	岐阜	美濃娘	岐阜	9~15玉	10パック(2パック×5ケース)	43	430
⑥	神奈川	とちおとめ	神奈川	280g	4パック×5ケース	2	40
⑦	宮崎	さがほのか	宮崎	8~12個	2パック×5ケース	23	230
⑧	山形	いちご姫(とちおとめ)	山形	15粒/p	2パック×2ケース	5	20
⑨	徳島	さちのか	徳島	12~14	4パック×5ケース	3	60
⑩	宮城	もういっこ (宮城オリジナル品種)	宮城	6~9粒	2パック×5ケース	10	100
							4,716
【2】通常の 青果物		種類	産地 (本部名)	容量・入数		出荷数量 (箱単位)	
果物		りんご(玉林)	青森	36玉		20	
		みかん	静岡	1		10	
		大根	神奈川	2L		5	
		ごぼう	鹿児島	200g袋×10		5	
野菜		白菜	兵庫	4玉		20	
		キャベツ	愛知	L8玉		20	
		たまねぎ	北海道	L大		5	
		坂出金時 3本袋	香川	AB LM袋 5入		15	
		じゃがいも	北海道	1		5	
		えのき	新潟	200g×30		30	
		ぶなしめじ	新潟	170g×20入		15	
		甘藷	宮崎	S以下500g×20		170	
	甘藷	新潟	S以下500g×20		30		

## 2. 大昌貿易行 九龍本社社内販促フェア

- (1)日時 :平成29年2月23日(木)～24日(金) 16:00～18:00  
10:30～18:00
- (2)場所 :大昌貿易行 九龍本社内 売店
- (3)内容 : 多産地・多品種の国産いちごを香港の消費者にアピールするため、所得水準の高い大昌貿易行の職員を販売ターゲットに試食販売を実施した。また、バイヤーを含む5名の消費者代表に対し、食べ比べを通して嗜好調査を行った。  
香港では国産いちごとして「あまおう」が有名であるが、今回のフェアを通じて国産いちごの多様性を知ってもらうことができ、嗜好調査を通じて以下のような傾向が見られ、来年度以降の販売方針の参考にしたいと考える。
- ・外観については、大きさへのこだわりはないが、色については黒すぎず白すぎず丁度いい赤さが好まれる。またシャープな三角形よりはある程度丸みを帯びた形状が好まれる。
  - ・食味としては、酸味についてのこだわりはないが、甘みの強いものが好まれる。
  - ・対照の韓国産については、熟度が足りず色が白い、食感として硬い、との評価であった。
  - ・その他、バイヤーからは、パックの底に衝撃防止のクッションを敷いてほしい、パックの詰め方として2段積みよりは1段積みの方が傷みが少ない、2パックで1ケースでしてもらえるとケースごと持ち帰ってもらえるので効率的に売りやすい、という意見があった。



大昌行本社ビル(3,000人が勤務)



社内販売会場① ジャパンブランド販促資材、産地からの資材で装飾



社内販売会場 ②



社内販売会場レジ ③



大昌行作成のポスター



社内販売風景



社内販売風景



社内販売風景



食べ比べ・嗜好調査



食べ比べ・嗜好調査

### 3. DCH Food Mart全農フェア

- (1)期間 : 平成29年2月25日(土)
- (2)場所 : DCH Food Mart 新堅西店, 将軍澳中心店, 北角健威坊店
- (3)内容 : 大昌貿易行自社経営のDCH Food Mart 店舗でもいちごフェアを実施し、そのうち3店舗で販促活動を行った。最初に巡回した新堅西店は土曜の午前中で客入りピーク前であったが、午後巡回した将軍澳中心店、北角健威坊店は盛況で、試食販売の効果が顕著であった。

(DCH Food Mart新堅西店)



(DCH Food Mart將軍澳中心店)



(DCH Food Mart北角健威坊店)



## 4. 所感

- (1) 10産地のべ12品種の国産いちごを取りそろえてフェアを行った。これだけの規模の海外でのいちごフェアは本会として初めての試みであったが、11月に12産地のべ13品種の柿フェアが成功したため、パートナーである大昌貿易行の了解を得て実施することができた。
- (2) いちご商品の3分の2は、大昌行本社ビル内フェアで売り上げた。同ビルには約3,000人が勤務しており、所得水準が高く、店舗マージンの一部を削減できるため、高級で傷みの早い国産果実を効率的に売り上げるため非常に適した手段である。今後は大昌行のみならず、他の有力企業内での販売活動を検討する。
- (3) 大昌行の系列店舗DCH FOOD MARTでもいちごフェアを行い、内3店舗で販促活動を行った。土曜ということで客入りは午後の方がよく、試食販売をすることで一層お客を呼び込むことができた。言葉の壁があるため、マネキンを起用するのが効果的であった。
- (4) 大昌行ビルにて、バイヤーを含む従業員代表5名に対して対照の韓国産も併せて食べ比べ・嗜好調査を行った。不特定多数の消費者にアンケートを取るよりは、実際の購買層の意見を十分聞く方が今後の販売方針策定に有効ではないかと考えたためであり、結果として非常に参考になる調査ができた。今回の結果を踏まえ、来シーズン以降の香港向けのいちごの品揃え・産地リレーの参考にしていきたい。
- (5) 従来香港向けにはいちごを空輸していたが、物流コスト削減のため、今回初めてCAコンテナでテスト輸送した。結果的に、ごく一部でカビの発生が見られたが、通常空輸でも起こりうる範囲であり、結果として成功した。これにより空輸便より安く販売でき、一層の販売拡大の可能性ができた。
- (6) バイヤーから、パックの底に衝撃防止のクッションを敷いてほしい、パックの詰め方として2段積みよりは1段積みの方が傷みが少ない、2パックで1ケースとしてもらうとケースごと持ち帰ってもらえるので効率的に売りやすい、という意見があった。

## 5. 今後の進め方

- (1) 2月13日の東京でのバンニング時に代表的な4品種のサンプリングを行い、営農技術センターにて機器による品質評価を行った。同様に香港現地での評価も行っており、データを比較の上輸送中の変化・影響を検証する。
- (2) 今回の嗜好調査、バイヤー意見を踏まえて来年度の販売方針を検討する。

以上