

台湾における葡萄の販促活動

2017年9月29日－10月1日



船昌商事株式会社

日本青果物輸出促進協議会

コンテンツと内容

□ イベント報告と販促品

➤ 活動期間：

2017/09/29(金)-10/1(日)

➤ 場所

9/29 Mitagri

9/30 新光三越 台北信義新天地A4 (スーパーマーケット内)

10/1 新光三越 台北信義新天地A4 (スーパーマーケット内)

➤ 会場にポスター、看板、リーフレット以外に法被や旗などの販促品にてシャインマスカット晴王をPR実施。

□ アンケートの分析報告

➤ 活動目的：

“ジャパンプランドの確立”事業推進のため、集客が望める百貨店にて販促を実施。台湾の現状、潜在的な需要を調査。

➤ PR活動3日間の試食状況

合計：30箱

内訳：

9/29 6箱

9/30 10箱

10/1 14箱

➤ 今回試食された方にアンケート調査を行い、人の回答を頂きました。詳細資料、統計分析やイベント写真は別紙にて報告



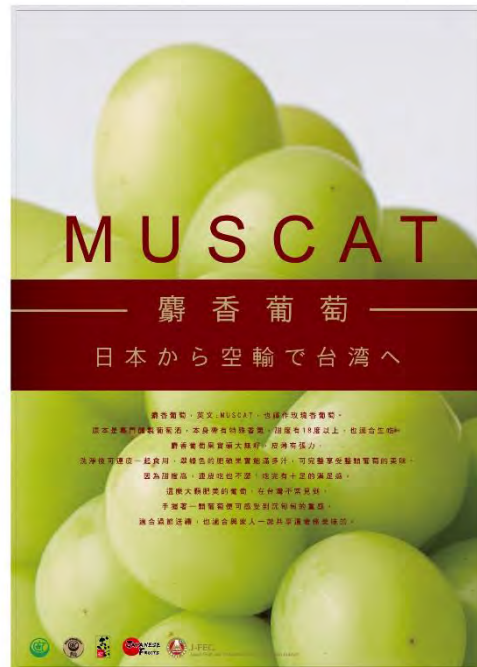
販促品 1 (ポスター)

Visual Size : W420 x H594 (mm)

Actual Size : W430 x H604 (mm)

■ PANTONE 187C

■ PANTONE 3596C



Plan 1 .



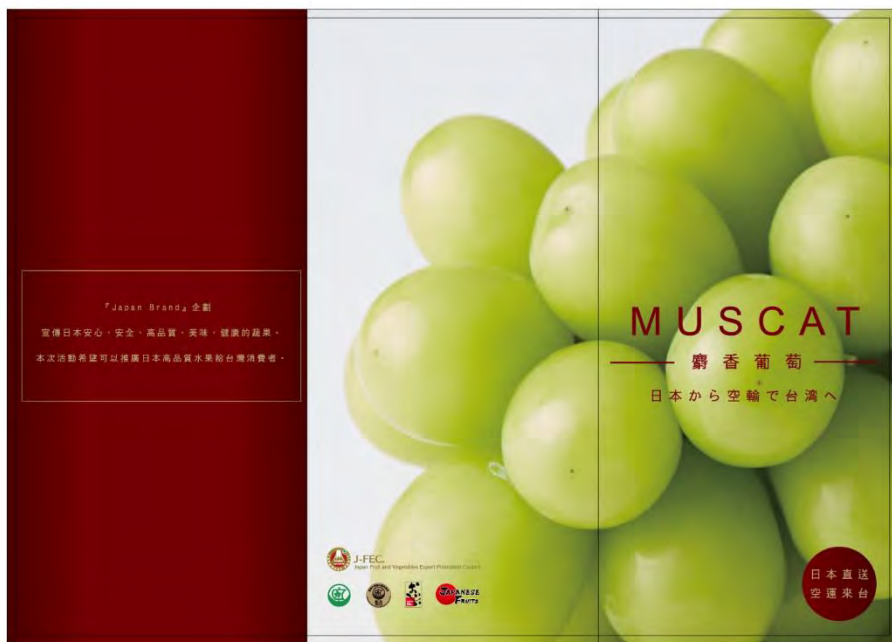
販促品 2 (リーフレット)

Visual Size : W297 x H210 (mm)

Actual Size : W303 x H216 (mm)

 PANTONE 187C

 PANTONE 3596C



表



裏



平成29年度青果物に係るジャパンブランド確立事業・販売促進並びに商談会結果報告

➤ 商談会日時：

2016/09/29(金)

PM3:00-PM5:00

➤ 場所：

台北市中山區松江路87号3樓

➤ 目的：

日本産青果物の販促及び商談会を行う。

青果輸入会社以外に現地小売業者6社ほど参加して頂き、日本産ぶどうのPR及び多品目での輸出商談。

➤ 会議進行方法：

- ①船昌商事株式会社より会社案内や取組みの説明
- ②株式会社船昌よりシャインマスカット晴王の商品説明
- ③サンプルの試食会
- ④質疑応答、意見交換
- ⑤まとめ



会議室内の風景



サンプル試食品



出席者紹介



会議進行状況



Mitagri社陳会長からは、「船昌グループと台湾の関係は台湾バナナからさかのぼり、良好な関係を築き上げてきた。今年も船昌グループとMitagri社が一緒になって台湾で日本の青果物ブランドのプロモーション活動を行えることに感謝しています。」と歓迎の言葉を述べた。



司会進行は、Mitagri会社の 内田氏、邱氏。



会議進行状況



船昌グループDVDによる会社紹介



DVD鑑賞後、会社説明。

「今年で船昌は、会社設立50周年になり、台湾でシャインマスカットの試食会をやることは、大変意義のあることです。船昌グループは台湾で、昨年もシャインマスカットの試食会を行いました。今後は、果物だけではなく、より多くの日本の高品質な果物、野菜を友人である台湾の方々に紹介したいです。」

会議進行状況



株式会社船昌 仲野による岡山県産シャインマスカット晴王の紹介。岡山県産と長野県産のマスカットのそれぞれの特徴、産地による販売のメリットデメリット等を詳しく説明。



出席者の試食。今回は、味を比べてもらうためピオーネも用意。

意見交換



意見交換内容

すでに業者の中には、日本の果物を香港や台湾に輸入し、実績を上げている。しかし、検疫や残留農薬の基準に相違があり、両国の基準の違いから起きる輸出入の障壁を軽減する必要がある。例えば、台湾での検疫が厳しいため、比較的検査基準の緩い香港に輸出される傾向がある。日本の産地から安定的に輸出が保証されないと、ビジネスの構築が難しい。

販促活動 9/30-10/1 at 新光三越 台北信義新天地A4

会場風景



販促活動 9/30-10/1 at 新光三越 台北信義新天地A4

試食及びアンケート調査



総括

■ 日本青果物の輸出対策（船昌商事としての今後の取り組み）

（１）消費者好みの品質、規格、価格を作り、継続的な販売に繋げる。

昨年度も台湾にてマーケット調査を行ったが、前回は贈答用といった日本産果物の位置づけが変化し、スーパーや市場で購入し、自身で食べるお客が増えていると感じた。またネットやTVなどの媒体から日本産の認知度が上がっていると同時に価格面でもシビアな見方も増えていると感じた。弊社としても今回の商談会を通じて取引が始まった現地の輸入業者と組み、贈答向けなどで差別化したパッケージを作るなど販売増に取り組んでいきたい。販売国に商品を届けるだけでなく、現地販売者と意見交換し、販売方法を工夫していく努力をすることが継続的な販売には今後より重要になる点と思われる。

（２）弊社として輸出実績のない商品への輸出取組

台湾の小売業者から輸入者まで様々な形態の方を一同にお招きし意見交換会を行い、日本産青果物を自社で輸入しているところも多かったが、桃や長芋など欲しい商材はあるが、まとまったロットが確保できないという意見も多かった。桃や長芋は検疫、鮮度保持に難しい部分があるが、弊社としても葡萄の輸出や年明け行うリンゴの輸出を通して輸出実績を作り、桃、長芋等、ニーズのある多品目へのきっかけ作りをしたい。



（３）輸出入パートナーシップの構築

今回の商談会で、台湾の輸出業社から台湾レタスを日本で販売できないかというオファーがあったように、輸入業者である弊社が台湾の青果を輸入し、台湾の輸入業者に日本の青果物を輸出する形で双方にメリットがある商売をきっかけとして台湾での販売先を増やしていきたい。



（４）新規開拓への布石

新たなマーケットの開拓として、今回の商談会の参加者から共同でマレーシアでの販促を試みようという話をいただき、来年度に向けて計画中である。台湾輸出品目の販促と同時に、弊社としてはリンゴ、ぶどうをトライし、ジャパンブランド青果物の認知・継続的な取引を目指していきたい。



ご清聴ありがとうございました。

