香港小売店における豊橋田原産農産物販売プロモーション

豊橋田原広域農業推進会議

１．検討会の開催

場所　　奈良県中央卸売市場
日時　　平成２９年１２月１５日（金）
参加者　Topweal Ltd.　北谷氏
　　有限会社ハーベスト　植田氏
　　豊橋田原広域農業推進会議　武田／鈴木／高槻／藤城

内容

１）試食プロモーションの実施方法

平成３０年３月に香港の小売店においてミニトマトの販売プロモーションを実施することとした。

また、１２種類あるミニトマトのうち日持ちが良い種類を選定し輸出期間を拡大する。併せて、消費者の嗜好に適する種類を選定し輸出量および金額の増大を図る。

２）パッケージデザインの変更

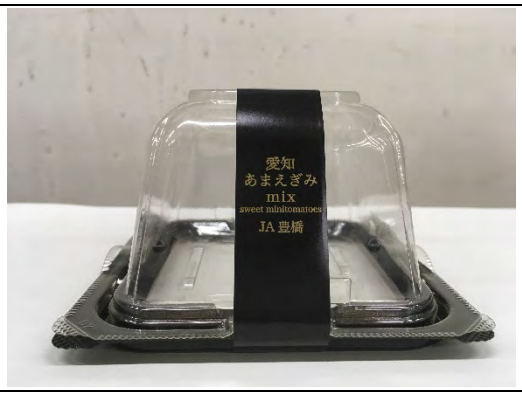
昨シーズンまで使用したハート形のパックからキューブ型のパックに変更することとした。これに併せ、パッケージシールも変更することとした。

２．販売促進活動等の実施

１）パッケージデザインの変更

ターゲットであるアッパーミドル層に訴求することを目的に、商品イメージや販売価格に適したパッケージデザインに変更した。

新	旧



２）豊橋田原産農産物販売プロモーション

小売店において消費者に対し当産地のミニトマトの試食を行い、それぞれの色や食味の違いを認識させた。また、プロモーターが栽培方法や各ミニトマトの特徴を説明することで販売促進を図った。

実施国　香港
店舗　　ＹＡＴＡ２店舗（Yuen Long／Kwai Fong）
期間　　平成３０年３月１６日（金）から１８日（日）まで
品目　　ミニトマト
渡航者　森田／渡邉／藤城
内容

	麗	美	あまえぎみ (mix)	アイコトマト
販売価格 (HKD)	29.8	26.8	29.8	26
重量 (kg)	25	37	37	19

考察

・プロモーターは当産地のミニトマトを理解して説明するが、消費者は麗と美が色、形、パッケージなどが似ているため販売価格以外の違いがわからない。ラベルに糖度を記載するなど、違いが明示しないと価格が高い商品は売れない。麗、美ともに香港では同じ意味で使われるため、文字の違いだけでは商品の違いが判らない。
・小売店では赤色の商品が良く売れていた。赤色の中でも比較的安価な美、アイコトマトの売れ行きが良かった。
・紙のラベルが湿気で弱っているものも見られた。ラベルの材質も検討の余地があると感じた。
・インポーターの事務所において、社員に対し上記商品の中で購入したい商品についてヒアリングを実施したが、全員があまえぎみミックスと回答した。理由として「いろいろ

なものが食べられる」「カラフルできれい」といった意見があった。特別な用途での購入であればあまえぎみミックスが人気であるが、普段使いとしては赤色のミニトマトの人気が高いと考える。

■Kwai Fong の様子

■Yuen Long の様子

３．今後の取り組み方針

・豊橋田原産農産物販売プロモーション実施以降の各商品の売れ行きを分析し、人気商品の積極的な売り込みと不人気商品の入れ替えを検討する。

・当産地のミニトマトは種類が豊富であるため、消費者に対し食味等の特徴を伝えるための販促資材を作成する。

・新規小売店でプロモーションを実施できるよう、輸出事業者等と連携し小売店に営業を行う。