

平成29年度青果物輸出特別支援事業 (平成30年度実施) に係る活動報告書 「産地と輸出事業者が連携する販売促進活動の支援」

実施国

マレーシア(クアラルンプール、ペナン、ジョホールバル等)

訪問期間

- ①平成30年6月20日～24日
- ②平成30年7月25日～29日
- ③平成30年8月17日～20日
- ④平成30年8月30日～9月3日
- ⑤平成30年9月3日～9月10日
- ⑥平成30年10月24日～28日
- ⑦平成30年12月10日～12日
- ⑧平成31年1月15日～21日

日本ブドウ産地協議会

【行程概要】

実施回	期間	主な内容
第1回	平成30年6月20日～24日	現地法人等と商談（4社） 現地小売店価格調査（3店舗） 店頭における試食とアンケートの実施（1回） 輸送関係施設視察（1か所） 公的機関との打ち合わせ（1回）
第2回	平成30年7月25日～29日	現地法人等と商談（4社） 現地小売店価格調査（3店舗） 店頭における試食と周知活動（1回）
第3回	平成30年8月17日～20日	現地法人等と商談（2社） 現地小売店価格調査（1店舗） 店頭における試食と周知活動（2回）
第4回	平成30年8月30日～9月3日	現地法人等と商談（3社） 店頭における試食と周知活動（3回）
第5回	平成30年9月3日～9月10日	現地法人等と商談（2社） ジェットロ商談会参加（商談10社） 現地小売店価格調査（5店舗）
第6回	平成30年10月24日～28日	現地法人等と商談（5社）
第7回	平成30年12月10日～12日	現地法人等と商談（2社）
第8回	平成31年1月15日～21日	現地法人等と商談（3社） 現地法人販売促進活動視察（2店舗）

MBG社(プトラジャヤ店)におけるデラウェア試食販売

・デラウェアの一部にひび割れがあったため剪定を実施。(※輸送上に割れたと思われるため、今後は産地で梱包する際に箱の上下にウレタンシートを敷くなどの保護が必要)

・11時販売開始。15時まで継続的に客が来ており、一時的に込み合うことも多かった。客層は、20代から50代まで様々で家族や夫婦が多数。マレー系・中華系とも同数程度であるが、実際に購入した層は中華系が多かった。



デラウェア 一部に割れ



販売開始直後



販売開始から約2時間後



MBG社が手配した販売員

MBG社と打合せ

(応対者)MBG社 代表取締役 ADNAN氏

(内 容)

- ・マレーシア国内にフルーツ専門店は多数あるが、中価格帯から高価格帯をそろえている専門店は当社のみ。
- ・今回のデラウェア試験販売をセントラル店(クアラルンプール市内中心部)ではなく、プトラジャヤ店(市郊外)に変更したのは、行政機関が集中しており、高所得者層が多く、デラウェアの市場浸透率が低い地域で行いたかったから。
- ・今回の試験販売の結果が良好であれば、継続的に取引したい。ただし、販売量をすぐに増やすことはできない。



英文ちらしをレジに配架



一番右側がADNAN氏。中央左側は通訳

MBG社(ミッドバレー店)販売促進活動

- ・お客様の中にはとても美味しいが粒が小さいという意見も多くもう少し大きい粒であればほしかったといった意見もあった。
- ・デラウェアについては、多くの方が購入していた。
- ・ピオーネは巨峰と間違える現地の人もいたが、食べると巨峰との違いが分かった様子であった。



ジョホールバル、テブラウシティイオン販売促進活動

- ・テブラウシティイオンモールは非常に大きな店舗であった。
- ・訪問時点でかなり埋まっており、来客の多さを実感した。
- ・この店舗はシンガポールから車で2時間の距離であり、週末になると比較的物価が安いマレーシアに買い出しに来る方が多いとのこと。
- ・生鮮売り場はスペースが広く、イオン側で「ジャパンサマーフルーツフェア」と銘打って特設販売を行っていた。
- ・ゆるキャラ、モモンちゃんを持ち込んでのプロモーションを行ったところ、非常に人気があり集客に一役買った。



試食と福引



田辺会長とももんちゃん



日本フェアの陳列

MBGフルーツショップ代表のアドナン・リー氏との会談

- ・果物の輸出に関する意見交換
- ・8月24日に甲州市で開催されるブドウサミット(アドナン氏の講演あり)の打ち合わせ等。



ミッドバレーイオン、への訪問

- ・ミッドバレーイオンは非常に活気に溢れ、お客様はひっきりなしに往来があった。・今後の、桃、ぶどう、その他日本産青果物についての商談を実施
- ・試食はピオーネ、シャインマスカット、デラウェアなどを出したが、どれも好評であった。しかし実際の購入となると安価なデラウェアを選ぶ方が多い。



イオンバンダラヤマラッカ店訪問・販売促進活動

- ・山梨県産果実の販売スペースのすぐ隣にエジプト産の赤系のブドウ(RM8)、やアメリカ産の青系のブドウ(RM20.36)で販売されており、山梨県産の果物(シャインマスカット1房RM128.00、種なしピオーネ1房RM78.00、桃2個RM49.90)との価格帯の差が目立っていた。商品を見ていた客もシャインマスカットの価格を見て、高額なことに驚いている様子だった。
- ・桃についてはブドウと比べて比較的安価であったり、試食販売を行っていたこともあり、手に取る客が多い印象だった。



現地写真 (イオンバンダラヤマラッカ店)

イオンテブラウシティショッピングセンター訪問・販売促進活動

- ・ピオーネに関しては脱粒が目立っていた他、ラッピングのフィルムが水分により曇っていたため商品の見栄えがあまりよくなかった。
- ・桃については、傷んでいるものが商品として出されていたり、軸の部分が表を向いているなど、商品の見せ方があまり良くない印象だった。
- ・試食すれば味は好評であるが、価格が高価でなかなか手が伸びないといった方が多い。



現地写真（イオンテブラウシティ店）



脱粒したピオーネ



毛の塊がついた桃

JETRO商談会オリエンテーション出席

○ジェトロマレーシア所長あいさつ

- ・昨年度は日本からの輸出が過去最高であり、世界で13位となった。
- ・現在クアラルンプールには600店の日本食レストランがある。大衆向けだけでなく高級店も人気である。回転寿司の店も増えている。
- ・旅行先で日本が人気となっている。

○JMG宮川コーディネーターからの説明

- ・5年ほど前からJETROのジェトロの手伝いをしている。
- ・日本食は23年前にはほとんどなかった。あっても日本から、出張で来る方、また接待に使用するような形態で一般のマレー人は食べなかった。
- ・マレー系と中華系では所得が倍ぐらい異なる。
- ・マレー系も所得が高いわけではないが先代の資産や事業を継承していることがあり、また家族経営の会社が多い。そのためか、可処分所得は非常に多く、日本食の高級店もそういう方の利用が多い。
- ・マレーシア人はSNSを盛んに活用しており、食べたもの見たものをfacebookなどで拡散している。常に携帯を操作している。このような行動様式の人たちが日本にたくさんくるようになった。
- ・最近では、旅行で日本を訪れ、日本食を食べたことによりマレーシアにおいても日本食を食べるようになって購入につながっているように感じる。



会場内様子



所長あいさつ



JMG 宮川氏

JETRO商談会

- ・10社と商談。非常に気に入ったが3社。気に入ったが7社。
- ・日本産果実に対しての関心が高く、多くの方が取引希望を持っていた。
- ・日本産果実については、出荷時期が短いため、頻繁に連絡を行うことが必要であることなどを説明。
- ・サンプルのブドウ(ロウ等で作成した偽物)などが欲しいとの意見。
- ・連絡先、交渉内容を記録してあり、今後も継続して交渉を行う。



日本産果実のディスプレイ



商談状況



商談状況

まとめ

- ・日本産ブドウの販売は関心がある。
- ・マレーシアでは、デラウェアの市場浸透率は低い。
- ・1パック2房入りでRM29.9(900円程度)なら販売できる。利益は莫大ではないものの、ビジネスになる可能性がある。ただし、輸送コストやパッケージにかかるコストを考慮する必要がある。
- ・マレーシア国内では日本桃の需要が高い。
- ・デラウェアについては、他の日本産果実に比べ安価であり、味も人気であり、日本産果実の入り口として十分勝負の出来る品種である。
- ・ピオーネ、シャインマスカットはとても高価であり、購入する方は一部であった。
- ・デラウェアに限らず他の品種のブドウや桃について梱包や輸送について、梱包や発送の際について検討が必要である。
- ・梱包については1房毎に梱包し実が傷つかないよう箱の上下にもクッションを入れるなどの対策は徹底した方がよい。
- ・実際に販売の場に行く時点で傷んでしまっている状態のものもしばしば見受けられる。
- ・配送の最中に、常温で長時間放置されてしまうケースもあり、実が傷んでしまうこともあるため、しっかりと冷蔵された状態での配送が徹底できるだけでも、鮮度はかなり保てる。
- ・日本産の果実は品質が高く、味も良いが、海外の果実に比べて弱いとの意見がある。
- ・上記のように梱包の徹底や冷蔵での配送の徹底など今後の課題については、コスト面、管理面も課題となるため、誰が、どのように進めていくのかなども併せて検討していく必要がある。
- ・日本ブドウ産地協議会会長(山梨県甲州市長)、フルーツ山梨農業協同組合常務理事の訪問(トップセールス)であるため、取引相手も、通常より上席の方が対応し、重要な内容で商談が行えた。

試食はピオーネ、シャインマスカット、デラウェアなどを出したが、どれも好評であった。しかし実際の購入となると安価なデラウェアを選ぶ方が多い。

まとめ

- ・ピオーネについては脱粒が散見され、軸も茶色で、商品価値がかなり落ちていると感じた。このコンディションで1房78リングット(2,184円・1MR/28円計算、以下同じ)では販売は厳しいと思う。
 - ・シャインマスカットはあまり脱粒がなかった(1房128RM/3,584円)が高価であり、購入するかしないか売り場で迷っている客が多い。
 - ・サニールージュの確認をしたところ、多くが脱粒しており、商品にならない状態であったとのこと。輸出用の梱包、収穫から輸出までの流れ等、検討が必要であることを認識した。
 - ・マレーシアにおいても「ゆるキャラ」の人气が高く、今回持参したモモンちゃんも非常に人气があり集客に一役買った。
-
- ・ブドウや桃といった果実は品質劣化のスピードが速いため、収穫後すぐに冷却を行うことを行うなど品質管理を行うことも検討する必要があると感じた。
 - ・せっかく輸出したはいいが、商品コンディションによっては売り物にならないこともあるため、それ相応の対応が必要である。
 - ・日本産青果物については、他国産の果実に比べて高価なため、従業員への説明等を行うことで、魅力を積極的に伝えていくことが重要である。
 - ・贈答用、家庭用などの購入が店舗により異なる。さまざまな販売形態の小売店に商品が並ぶことで、広く日本産果実のPRができると感じた。
 - ・シャインマスカットの価格を見て、高額なことに驚いている様子だった。
 - ・桃についてはブドウと比べて比較的安価であったり、試食販売を行っていたこともあり、手に取る客が多い印象だった。
 - ・ピオーネに関しては脱粒が目立っていた他、ラッピングのフィルムが水分により曇っていたため商品の見栄えがあまりよくなかった。
 - ・桃については、傷んでいるものが商品として出されていたり、軸の部分が表を向いているなど、商品の見せ方があまり良くない印象だった。
 - ・さらに、輸出を行った影響からか、桃の毛が塊になって果実に付着しており、非常に見た目がよくなかった。
 - ・可能な限り現地スタッフの店頭販売員とも話をし、商品の特徴や扱い方を伝えることにより、理解を深めてもらうとその後の試食販売も違ったものになっていくと考えられる。今後対応策を講じたい。
 - ・価格帯の調整はハードルが高いと思われるが、脱粒をしない工夫や商品を綺麗に見せる対策を徹底することで、視覚的に購買意欲を沸かせるような対応が必要だと感じられた。