

重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業報告書
(平成31年(令和元年)実施分)
(分野・テーマ別の販売促進活動)

1. 取組名：カナダ向けかんしょ・メロン・かんきつ類販売促進活動

2. 実施期間：令和元年5月～7月・12月

3. 対象国：カナダ

4. 実施場所：カナダ（ブリティッシュコロンビア州）

5. 概要：

カナダ向け輸出については、冬期（11～12月）の温州みかんの輸出が中心であるが、カナダ市場での日本産青果物の周年供給化を図るため、本会では国内で周年供給が可能である、かんしょに着目し品目リレーによる周年供給体制の構築に努めている。

令和元年度は、日本産かんしょの定着を図るため、カナダ現地での焼き芋機の稼働等による魅力の訴求のための店頭試食宣伝を中心に活動し、他国産との差別化を図った。

また、夏期（7月～）の新規品目として日本産メロン、さらに温州みかん以外の日本産かんきつ類の品目拡大として中晩かん類（紅まどんな）（12月）の販売促進活動を実施した。

6. 内容：

- カナダ向け輸出については、クリスマス期（11～12月）を中心に日本産温州みかんの輸出を長年実施している販売ルートを活用して、温州みかん以外の日本産青果物としての品目拡大及び周年供給化を図るため、夏期（5～7月）に日本産かんしょ及びメロンの輸出と店頭試食宣伝等の販促活動を実施した。
- 現地輸入業者を通じて、これまで冬期に日本産かんしょを取扱った実績がある量販店2社を中心に、前年度の販売促進活動を通じて取扱い希望があった、新規量販店2社へ販売を実施した。
- また、店舗販売以外にオンラインの販売会社2社での宅配販売での販売も実施した。
- かんしょについては、茨城県産（紅こがね）を5月上旬到着（船便）で、同県産メロン（タカミメロン）を7月上旬到着（空輸）でそれぞれバンクーバーへ輸送した。
- カナダ市場で安価な米国産かんしょ（Japanese Sweet Potato from USAと店舗で記載）が多く出回っており日本産と競合するが、日本産かんしょ独特の甘みの強い食味の訴求を図った試食宣伝を通じ差別化が図れた。
- 一方で、輸入業者や量販店バイヤーからは、試食の方法として焼き芋の活用は有効であるが、夏期の暑い時期の販売方法として、焼き芋を各家庭に訴求する方法は得策ではないとして、夏場でも受け入れられやすいレシピの要望が寄せられたため、検討することとした。
- 現状では、焼き芋の訴求が一番の差別化となることから、9月以降に収穫される新芋での輸出・販促活動に重点をおくことにした。
- メロンについては、競合品として、メキシコ産のカンタロープ種（赤肉）が安価で販売されていることにより、青肉品種のタカミの販売を試みたが外観での差別化が図りにくく、輸入業者や量販店バイヤーからは、化粧箱に入れた差別化販売を要望され、次年度検討することとした。

- 夏場のかんしょでの販売結果を踏まえ、重点販促時期と位置付けた冬期については、輸出連携している、産地・生産者を含めて下記日程で渡航し、現地輸入業者や量販店バイヤーとの情報交換及び試食宣伝等の販促活動を実施した。
- また、かんきつ類の品目拡大として、中晩かん類（紅まどんな）の試食宣伝も併せて実施した。

カナダ向けかんしょ・かんきつ類販売促進活動渡航行程表

月日	行程・内容
12月12日	成田→バンクーバー
12月13日	かんしょ・かんきつ類商談（輸入業者）
12月14日	かんしょ・かんきつ類販売促進（店頭試食宣伝）
12月15日	かんしょ・かんきつ類販売促進（店頭試食宣伝）
12月16日	バンクーバー→成田

店頭販促実施店舗数	4店舗
日程	12月14日～15日

- 茨城県産かんしょ（紅はるか）を船便、愛媛県産かんきつ類（紅まどんな）を空輸でバンクーバーへ輸送し、店頭販促活動を行った。
- かんしょについては、日本から輸送した焼き芋機を使用して試食宣伝を実施した。ただし、同店舗は加工品の販売ライセンスを持っていないため、焼き芋は試食のみ提供し、生芋を販売した。
- 焼き芋機での店頭調理は、物珍しさもあり多くの消費者が興味を示し、家庭での調理方法を説明しながら試食品を提供した。試食すると甘さに驚き購入する消費者が多く食味評価は良好であった。店頭販売促進活動により、販売が好評であったこともあり、その場で店舗から追加注文の話を受けた。
- かんきつ類（紅まどんな）についても、試食を行いながら店頭販売促進活動を行った。こちらも来客者からの食味評価は良好で、追加注文を受けた。
- 商談した輸入業者からの意見として、両商品とも、他国産品との外観的な差別化を図ることは難しいため、店舗内の目立つ場所の商品棚確保や店頭で試食宣伝を行い、食味の違いを継続的に消費者にPRすることが必要とのことであった。
- また、果実シール等による日本産の訴求による差別化も有効ということで、デザインを含めた検討を実施することとした。
- さらに、かんしょに関しては、店頭販売促進活動の中で、消費者より家庭での調理方法を尋ねられることが多かったため、調理方法を記載したリーフレットなどの作成を検討することとした。

7. 次年度以降に向けた対応等：

- 今年度やこれまでの販促活動を含めた結果として、温州みかみだけでなく、かんしょや中晩かん類等の他品目をリレー出荷により、出荷期間の拡大が可能となった。

品目	2019年										2020年		
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
温州みかん													
かんしょ													
めろん													
中晩かん類													

- 次年度は、今年度の販売結果を踏まえた、かんしょやメロンの販売方法の検討を中心に、他の新規品目の拡大も含め、特に夏期（8～10月）の輸出拡大に努めることでカナダ市場における日本産青果物の周年供給化を図りたい。
- また、日本産の魅力を訴求するための試食宣伝会を継続実施することで、認知度向上や高品質の訴求をはかり、カナダ現地の量販店拡大による輸出量の増加を図りたい。

(写真 店頭試食宣伝会の様子)



以上