ベトナムにおけるりんご販促イベントおよび意見交換等

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

①りんご販促イベント

区 分	概　要
場　所	ベトナム　ホーチミン市　GIGAMALL（休日来場者約75,000人）
期　日	令和元年12月21日（土）　9時～21時
内　容	１．セレモニー内容 (1) トークショー (2) フォトコンテストおよび受賞者表彰 ２．販促イベント活動内容 (1) 試食 (2) 浴衣衣装体験、インスタプリント、ＳＮＳアクティビティ (3) クイズ大会

GIGAMALLでの販促ｲﾍﾞﾝﾄ

ｲﾍﾞﾝﾄ時の様子

②商談・意見交換・店舗視察等

区 分	概　要
場　所	ベトナム　ハノイ市・ホーチミン市
期　日	令和元年12月19日（木）～22日（日）
内　容	輸入･卸業者との意見交換、店舗視察 ･KLEVER FRUITS(輸入･卸業者)　･ｲｵﾝﾍﾞﾄﾅﾑ(輸入･卸業者) ･TONY FRUITS(輸入･卸業者)

TONY FRUITSとの意見交換

日本りんごＰＲスピーチ

＜課題及び今後の対策、成果等＞

○今後も、日本国産りんごの認知度向上・定着化に向け、ＰＲイベント等の継続開催が必要と感じた。

○2019年12月15日に無袋果が輸出解禁となり、無袋・有袋栽培の違いを説明したものの、取引先の反応はいまひとつに感じた。今後の輸出拡大のためには、無袋果の認知度向上を図り売り場の定着化に取組むが必要と感じた。

○課題である旧正月後の輸出量の拡大を図るため、商談において販売提案した小玉りんごや無袋りんごといった新たなアイテムを、東京青果と連携を強化し試食宣伝等を通じて売り場を定着化させ更なる輸出量拡大を図っていく。

TONY FRUITSの試食状況

KLEVER FRUITSの試食状況

マレーシアでのりんごプロモーション

青森県農林水産物輸出促進協議会

＜実施概況＞

①プロモーション概要

区分	概要
場所	マレーシア（クアラルンプール、ペナン、セランゴール）
期日	①令和元年（2019年）12/13～15（延べ27日間） ②令和元年（2019年）12/20～22、12/27～29（延べ42日）
内容	現地スーパー等15店舗でマネキンによる試食宣伝を実施 〇店舗：①ｲｵﾝ(5)、MERCATO(2)、FRUITDELI(1)、MYDIN(1) ②StarGrocer(2)、WholeFruitsMarket(4) 【CHOP TONG GUAN SDN. BHD、Wismettacフーズ(株)に委託】

〇イオン

②消費者の反応等

〇消費者の好みとしては、「甘さ」、「硬さ」を重視し、「酸味」を嫌う傾向にあった。

〇「王林」の甘みが評価される一方で、陳列後１週間程度で軟化してしまうこと、完熟した黄色の色合いが嫌われていることから、評価が分かれていた。「サンふじ」は、「甘さ」と「硬さ」が好まれて安定した評価を得ていたが、中国産より高価格であるとの反応もあった。

〇Whole Fruits Market

＜課題及び今後の対応等＞

〇世界各国のりんごや果物が販売される中、日本産りんごの試食宣伝を展開しているものの、まだ認知度が低い状況にあることから、地道な試食宣伝活動を根気よく積み重ねていく必要がある。

〇他国産に比較して高価格な日本産りんごの認知度と需要を高めるため、時期や品種等の組み合わせを検討しながら、プロモーションを展開していく必要がある。

インドネシアでのりんごプロモーション

青森県農林水産物輸出促進協議会

＜実施概況＞

①プロモーション概要

区　分	概　　要
場　所	インドネシア（ジャカルタ）
期　日	令和元年（2019年）12/20～22（延べ12日間）
内　容	現地スーパー等４店舗でマネキンによる試食宣伝を実施 〇店舗：イオン、All Fresh、Jakarta Fruit Market、 Duta Buah 【株式会社日本農業と連携】

〇 イオン

②消費者の反応等

〇試食宣伝による食味や品質の良さに加えて、日本産果物に対する安心感、信頼性で購入される消費者が多かった。品種別では、「甘さ」や「食感」を重要視する傾向にあり、それぞれ「トキ」「シナノスイート」の評価が高かった。

〇一方で、他国産との価格差が大きく、食味や品質と、価格差のアンバランスを指摘する意見もあった。

〇 All Fresh

＜課題及び今後の対応等＞

〇日本産りんごへの期待値（安心感、信頼性）が高いことから、地道な試食宣伝を積み重ね、高い価格に見合った品質・食味であることを、消費者に伝え続ける必要がある。また、これに応える品質のりんごを安定供給していく必要がある。

〇インドネシアにおける日本産りんごの認知度は、まだ高くないことから、面的な広がりを持ったプロモーション展開が求められている。

タイでのりんごプロモーション

青森県農林水産物輸出促進協議会

＜実施概況＞

①プロモーション概要

区分	概要
場所	タイ（バンコク）
期日	①令和元年（2019年）12/6～8、12/13～15（延べ27日間） ②令和２年（2020年）1/23～26、1/30～2/2（延べ56日間）
内容	現地スーパー等13店舗でマネキンによる試食宣伝を実施 〇店舗①：Tops Market　６店舗 　　②：Foodland　　７店舗 【mf concepts co.,ltd、Daisho(Thailand)Co.,Ltd.に委託】

〇Tops Market

②消費者の反応等

〇タイ人は、「硬さ」、「甘さ」を重視するが、ある程度の「酸味」も欲しており、試食宣伝において「サンふじ」の人気が高かった。黄色系品種は、他国に少ない外観から、なじみが薄いようだったが、「王林」「トキ」は、その甘さから高評価であった。

〇「世界一」「陸奥」は、外観の良さから、（味の評価は高くないものの）贈答用として高い人気があり、安定した需要を確保している。

〇Foodland

＜課題及び今後の対応等＞

〇日本産りんごの認知度が徐々に高まりつつあることから、試食宣伝の積み重ねに加えて、食味や品質についての消費者説明、希少品種やプレミアム商品の導入など、新たな試食宣伝の展開も必要である。

〇新たな植物検疫制度、食品衛生規制など非関税障壁への国の対応を注視しつつ、産地側の供給体制も検討していく必要がある。

タイでのりんご販売促進活動

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

①販売促進活動の概要

区　分	概　要
場　所	タイ（バンコク）
期　日	令和2年（2020年）　2月9日～13日（5日間）
内　容	輸入業者等との意見交換、流通動向調査等 〇輸入業者等との意見交換 ジェトロ、シティフレッシュ、 ウィズメタック、トンチャイ、 ｸﾞﾛｰﾊﾞﾙﾄﾚｰﾄﾞ&ﾃﾞｨｽﾄﾘﾋﾞｭｰｼｮﾝ ワッチャモン 〇流通動向調査 マックスバリュ、ヴィラマーケット、 ビッグＣ、テスコ、グルメマーケット、 マクロ（消費宣伝を実施）

②意見交換の概要等

〇これまでの旧正月向けの大玉需要に加え、近年中小玉の取組がなされており、王林を中心に日本産りんごがタイの消費者へ定着してきている。

〇サンふじについては中国産を主体に安価に出回っており、日本産は優位性を持てていないのが現状。ネーミングやプロモーション等により、各流通段階で差別化できるような方策が必要である。

〇タイにおいては所得の増加に伴い、これまでの主流であった青果市場向けの販売に加え、量販店向け・コンビニ向け・オンライン向け等販売チャンネルが多様化している。

〇タイ保健省より残留農薬について新たに方針が発表されたことから、今後の動向を注視する必要がある。

【参考】りんごの輸出入の状況

①タイにおける各国からのりんご輸入状況

単位：ﾄﾝ、%

順位	輸入先	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	シェア
1	中国	100,247	142,885	117,221	103,505	92,687	61.1
2	ニュージーランド	30,022	25,120	23,252	18,710	33,098	21.8
3	アメリカ	21,435	14,982	13,588	12,687	17,708	11.7
5	日本	326	267	505	892	1,072	0.7
	全体	159,510	189,345	161,654	142,216	151,780	

※資料引用元 :Thai Costoms Department(期間は1～12月)

②タイへの日本からのりんご輸出状況

単位：ﾄﾝ、%

順位	輸出先	平成27年産	平成28年産	平成29年産	平成30年産	令和元年産	シェア
3	タイ	308	261	695	1,041	789	3.7
	全体	36,304	27,558	33,150	33,194	21,589	

※資料引用元 :財務省貿易統計(年産は当該年9月～翌年8月)
令和元年産は12月末現在実績

〇マクロりんご試食宣伝

〇ｾﾌﾞﾝｲﾚﾌﾞﾝ取扱王林2pﾊﾟｯｸ

＜課題及び今後の対応等＞

〇日本産りんごについては食味に対し高い評価を得られており認知度も高まっているものの、他国産に比べ高単価のため、販売促進のためには継続的な試食宣伝の実施が必要である。

〇今後更なる販路開拓のためには、SNSを活用したプロモーションを実施するとともに、それと連動し、量販店等において日本産りんごと一目でわかるようなアイテムづくりが重要である。

〇一番の需要期である旧正月の時期までの需要に対し、計画的に供給する産地側の体制づくりが求められる。