



# 平成30年度補正予算 タイ事業報告

東京青果(株)輸出室

令和2年3月

# 事業概要・コンセプト

- ・ 事業概要 店頭試食アンケート調査
- ・ 会場名 マクロ（サトーン店、チェンノシー店）
- ・ 開催期間 2020年2月3日～26日、2店舗10日3セット
- ・ 協力会社 ウィズメタックフーズ(株) \* 日青協会員
- ・ 協力金 発生せず、通常取引の範囲。
- ・ アンケート回収数 80件（判別不能15件）
- ・ 同時開催で行った販売促進および販売については、原料費も輸送費も全協力会社ウィズメタックフーズで費用負担とする。



# アンケート結果

2020年 タイ・消費者 食味アンケート確認表						
	1	2	3	4	5	合計点
ふじ						
味			2	22	20	194
あまさ			4	22	18	190
すっぱさ	18	10	4	2	6	88
やわらかさ	2	6	8	18	6	140
かたさ			8	16	18	178
みずみずしさ				24	18	186
総合的食味				26	16	184
	20	16	26	130	102	1160
ジョナゴールド						
味	1	2	3	4	5	合計点
味		2	2	24	10	156
あまさ		2	10	12	16	162
すっぱさ	8	12	6	8	2	92
やわらかさ	2		12	16	6	132
かたさ		4	8	12	14	150
みずみずしさ			8	14	16	160
総合的食味			2	28	10	168
	10	20	48	114	74	1020

味、あまさ、かたさ、みずみずしさで高い評価を得る。  
すっぱさは殆ど感じていない。

味、あまさ、かたさ、みずみずしさで高い評価を得る。  
すっぱさは少し評価が低く、柔らかさも高評価とはいえない。

# 実施状況



# 事業総評

- 当初、タイ富裕層の多い第2の都市チェンマイにてオール・ジャパンの展示セミナーを実施する予定であったが、予定する輸入者と連絡が付かなくなり、実施予定先のオーナーからも返信が無かった為、急遽、通常輸出取引のある協力会社にタイでの消費アンケート調査を依頼することとなった。
- 販売促進と消費アンケートを一緒に行ったが、アンケート業務のみ現地イベント会社に見積もらせて、販促自体は協力会社の負担で処理することとなった。
- 事業実施先の小売店がディスカウント性が高く、中間層以下の顧客層であった。
- 試食には参加するが、アンケートは未回答または応じられないケースが多かった。

以上