

R2補正 重点分野テーマ別の販売促進活動

実施者 GLO-berryJapan株式会社		所属協議会 日本青果物輸出促進協議会		
輸出対象品 桃		日程 7月～10月	輸出先 ドイツ / オランダ / スイス / フランス / ブルガリア	
(事業の進め方) 昨年同様ドイツ ビジネスパートナーであるJapan -finest 大矢氏のご尽力により各所にて日本産果実のPR活動が可能となる 桃に関してはかなりデリケートな商品であり、ドイツ着時の損傷防止や追熟のピーク時期の見極め等品質に関し国内での試験も実施し販場促進していった。 またJapanFinestのお客様である「YIN Seafood」様が個人顧客等向けにPRツールを作成し販売促進に努めていただく。				
月	国	展開先	品種	備考
7月 月上旬	ドイツ	日系レストラン	山梨 白桃系	輸送試験も兼ねて日本人オーナー「歌舞伎」と大矢氏経営「SYO-YA」で着荷確認及び販売促進活動 顧客への聞き取り。
下旬	ドイツ オランダ スイス フランス	星付き高級レストラン	山梨 白桃系	デザートとしての試験使用
8月上旬	ドイツ オランダ スイス フランス	星付き高級レストラン	山梨・山形 白桃系	山梨産・山形産のリレー。山形産の着時の品質確認含む 販売作新活動 次回から切り替えに向けて
～9月上旬	ドイツ オランダ スイス フランス	星付き高級レストラン	山形 白桃計	山形産へ全面切り替えリレーによる販売促進 デザート向け。
～10月 月上旬	ドイツ オランダ スイス フランス ブルガリア	・星付き高級レストラン ・個人顧客(富裕層)	山形 白桃系・黄色系	黄色桃 販売促進開始 個人顧客向けの販売促進(PR媒体の作成)

桃実績 NET重量 360kg

(輸送トラブル防止策・・・梱包資材・外装箱の注意表示方法)

- ・使用する梱包資材によって損傷度合いに違いが発生し且つ生産者の作業性とドイツ側の環境問題の観点から、生産者・大矢氏とZOOMIにて数度打合せを執行し決定し
- ・フルーツキャップは損傷防止には役立つが作業性が悪く且つ上下振動による損傷に弱いので、〇〇〇〇を上下に挟んで使用することとする・・・まずは品質重視
- ・外装箱の表示方法も検討し現地荷扱い者がしっかり積込・運送できるようにした・・・ポイント 〇〇〇

※もしトラブルが発生しても、これ以上手が打てない状況での納品と理解してもらえればクレームとはなりにくい

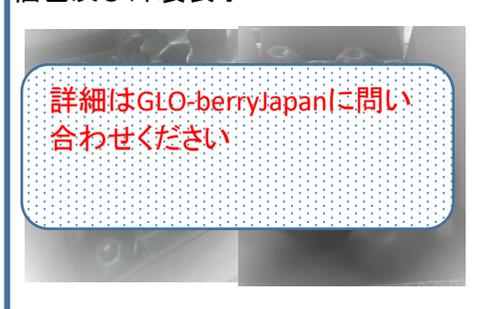
(熟度のピーク時期の調整)

- ・通常収穫しているタイミングより若干早めに収穫しての出荷。品種毎に国内で経過確認をし食べ頃を可視化し、生産者及びドイツと共有データとした。
- ・データ内容 保管場所毎の 硬度・軟度・酸味・糖度・温度及び湿度
- ・このデータによって次の品種の収穫タイミングを図る目安とするとともに来年同品種の収穫タイミングにも活かす。

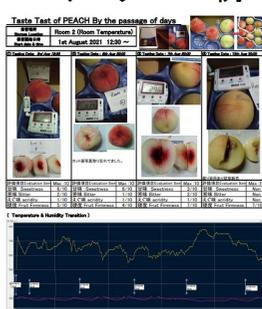
(今季まとめ及び来期に向けて)

- ・ヨーロッパには瑞々しくも濃厚な桃はなく、品質の良い桃の需要が増加傾向にある。故に輸出向きな生産者を増やす事が急務である・・・リレー出荷
- ・品質を担保するために高品質果実の認定シール等発行しブランドの維持に努めている

梱包及び外装表示



データー 一例



媒体



レストラン

