

令和 4 年度補正
品目団体輸出力強化緊急支援事業活動報告書【香港】
(海外等における販路開拓活動)

1. 事業実施主体

JA 全農インターナショナル株式会社

2. 対象国

香港

3. 実施店舗

AEON Hong Kong Supermarket

YATA Supermarket

Parkn shop Supermarket

Apita/UNY Supermarket

Don Don Donki

4. 実施 概要

日本産青果物の輸出拡大を目的に、店頭での PR 販売を実施し、販売員による丁寧な説明により、日本産青果物の特徴などのアピールを行った。

PR 販売に当たっては、販売店と相談の上、オリジナルパッケージによる販売を含め、販売棚の装飾を行い、消費者の需要喚起をする取り組みを積極的に実施した。

5. 期間

2023 年 5 月～ 2023 年 9 月

6. 内容

プロモーターによる試食、商品の PR、販売棚の装飾

7. 販促品目

メロン、梅、ぶどう、西瓜、桃、とうもろこし、枝豆、梨

【5月-6月】

品目	店舗	期間
メロン	Don Don Donki 10 店舗	5/26-5/28・6/2-6/4
梅	Don Don Donki 10 店舗 YATA 12 店舗	6/2-6/4 6/10-6/12
ぶどう	Parknshop 3 店舗 Apita/UNY Supermarket 4 店舗	5/25-5/28 6/23-6/24

【メロン】

熊本県産メロンについて、魅力的なパッケージを用意することで、消費者の目を引きできるだけ売り場に立ち寄ってもらうような売り場づくりを心掛けた。売れ残りの少なくある程度の評価をいただいた印象である。



【梅】

香港国内でも梅酒を作るということが段々浸透してきたものと認識する。今年度も継続的に、魅力的なパッケージを用意することで消費者の目を引き、できるだけ売り場に立ち寄ってもらうような売り場づくりを心掛けた。



【ぶどう】

山梨県産ぶどうの訴求力は強く、ほとんどの店舗で完売し、根強い人気が窺えた。シャインマスカットが圧倒的に人気であったが、巨峰やピオーネなど黒葡萄が年々作付け減少してきているため、そのことを質問するマニアックな消費者も散見された。



【7月-8月】

品目	店舗	期間
西瓜	YATA 6店舗 Don Don Donki 3店舗	7/7-7/9 7/8
桃	AEON Hong Kong Supermarket 3店舗	7/7-7/9
とうもろこし	YATA 1店舗	7/14-7/16
メロン	AEON Hong Kong Supermarket 3店舗 " YATA 5店舗 " Don Don Donki 10店舗	7/14-7/16 7/21-7/23 7/28-7/30 8/4-8/6 8/25-8/27
枝豆	YATA 5店舗	8/25-8/27

【西瓜】

すべての商品の着に状況は良好であった。

大きい西瓜はインスタ映えするとのことで人気であった。小玉西瓜は、人気があるが、大玉西瓜は販売に苦戦した。



【桃】

和歌山県産のもも（白鳳・清水白桃）について桃 5kg 13 玉、15 玉（秀品）を販売。一部の商品の着荷状況にキズが見られたが、全体的には良好であった。

日本産ものの需要と人気が非常に高く、ほとんどの店舗で完売し、根強い人気が窺えた。



【とうもろこし】

バイヤーより、トウモロコシの現地販売価格帯としては現状の ZIH からの供給に基づく店頭売価である 38 HKD/本を 30 HKD/本 切る程度まで下げて欲しいと要望があった。

この価格帯であれば競争できる範囲にあるということで、再度コストに占める割合が高い物流の見直しを（具体的には空輸を船便へ切り替えること）にトライアルしたい。



【メロン】

北海道産メロンについて販売を実施し、すべての商品の着荷状況は良好であった。

北海道産赤肉メロンの需要と人気が非常に高く、熊本県や茨城県産メロンより高い値段であったが、ほとんどの店舗で完売し、根強い人気が見えた。



【枝豆】

旬を迎える秋田の枝豆について、販売促進を行ったが、枝豆は、現地では高いということで人気が無く、中々販売に苦戦した。



【9月】

品目	店舗	期間
梨	Don Don Donki 10 店舗	9/9-9/10
	Don Don Donki 5 店舗	9/15-9/17
	Don Don Donki 5 店舗	9/19-9/21
ぶどう	Don Don Donki 5 店舗	9/22-9/24
	Don Don Donki 5 店舗	9/25-9/27
メロン	Don Don Donki 10 店舗	9/28-10/3

【梨】

中秋節に合わせてフェアを実施したため、お客さんも多く見られた。しかし、日本が出せなくても、東アジアには梨の産地が多く、油断できないことも再認識した。

売り場をキープするためには、事前商談の徹底と綿密な販促計画などをたてることが大事だと改めて感じた。



【ぶどう】

最盛期を迎える山梨県産のぶどうについて、シャインマスカットなどの販売を行った。商品の着荷状況は良好であり、今年は、バイヤーと事前にターゲットプライスを相談の上計画的な販売を行うことができたため、大きく販売数量を増やすことができた。



【メロン（他北海道フェア）】

北海道産メロンを中心として、スイカやとうもろこの販売を行った。

石狩港からの輸出であり、途中の台風などの影響から到着が遅れ、リードタイムが長くなってしまった。そのため、メロンの着荷状況があまり良い状態ではなかった。

地方港を活用していくためにも、鮮度保持の部分でどのような取り組みをすべきかを考える必要があると感じた。

