

作成日：2025年12月26日

「令和6年度農林水産物・食品輸出促進緊急対策事業のうち  
品目団体輸出力強化緊急支援事業」の実績報告  
(事業番号4-15602)

【事業実施者名：一般社団法人日本青果物輸出促進協議会】  
【会員名：山形県果実等生産出荷安定協議会】

(1) 事業目的：台湾において特産品である「ラ・フランス」の販売促進活動を実施し、認知度向上および需要開拓を目指す。

(2) 事業実施国：台湾

(3) 青果物：西洋梨「ラ・フランス」

(4) 実施期間：2025年12月6日～15日

(5) 開催店舗：忠孝新生店、高雄店、南港店、台中店、台北正門店 計5店舗

(6) 実施内容：

- ア. 台湾向けに輸出した際は、産地JAからの協力のもと、選果こん包施設において台湾向け選果作業を施し、計画的な輸出を実施した。なお、本年度は天候不順の影響で全体量が少なく（前年比70～75%）、輸出向けの数量確保に苦慮した。
- イ. 台湾バイヤーによる選果場視察対応等をはかり、「ラ・フランス」の魅力を味わっていただき、販売および試食宣伝会の開催に至った。
- ウ. 試食用については、事前に現地にて追熟し、“食べ頃”にした状態で試食提供を行った。
- エ. 売場ではDON DON DONKIにて2玉入りパック等、パッケージ加工を施し販売した。
- オ. 売場ではマネキンを配置し、試食提供と商品説明を行いながら販売訴求活動を実施した。また、店舗では独自のPOPで商品の特徴や魅力を記載し、PRがはかられた。

(7) 輸出数量：下記表のとおり

| 品目     | 量目  | 等級 | 階級 | 数量（ケース） |
|--------|-----|----|----|---------|
| ラ・フランス | 5kg | 特秀 | 4L | 990     |
|        |     |    | 3L | 35      |
|        |     |    | 2L | 410     |
| 合計     |     |    |    | 1,435   |

(8) 活動時の効果：

- ア. 初めて「ラ・フランス」を見た消費者も多く、競合する他国産の硬肉の洋梨と比べ、「ラ・フランス」特有の果皮のサビ感を低品質品と勘違いされるお客様もいたが、試食後、とろっとした食感や風味、糖度の高さに美味しいとの評価が多くあった。
- イ. 「ラ・フランス」は他品種とは違って追熟が必要な品種であるが、徐々に“食べ頃”を理解していただいていると実感した。また、追熟前に比べ、追熟後の「ラ・フランス」の方が圧倒的に評価が高かった。
- エ. 徐々に認知度向上がはかれ、食味評価は高いものの、価格が高いことが課題であり、物流コストの削減等で対策を検討していく必要性を感じた。

(9) 活動の様子：

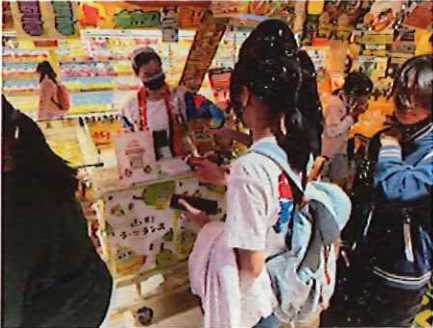
○ 台湾向け選果作業



○ 台湾バイヤーの産地視察



○ 販促活動 (DON DON DONKI)



(10) まとめ：

ア. 事業実施実績

- ・目標金額：300万円
- ・販売金額：337万円
- ・前年比：103%

イ. 検証結果

- ・天候不順の影響により全体量が少ないなか、台湾向けとして数量確保をはかり、前年を上回る輸出実績となった。
- ・生産、物流コスト軽減をはかればさらなる需要拡大が見込める品目である。
- ・販売規格として、2玉入りパックの他、4玉入りパックや高糖度規格の「スーパーラフ」等の提案をはかり、他国産西洋梨とは区別したブランド構築をはかっていく必要がある。
- ・次年度は試食宣伝会の拡充に加え、SNSを活用したPRや加工業務向けの提案拡大をはかり、本県特産品である「ラ・フランス」の需要拡大を目指す。