

商流活用のマーケット調査 海外等販路開拓の結果

(令和3年度補正品目団体輸出力強化緊急支援事業)

日本青果物輸出促進協議会

令和3年（2022年）12月から令和4年（2023）年3月 実施

令和3年補正予算「分野・テーマ別海外販路開拓支援強化事業」 タイ国内における日本産りんご・甘藷のPR事業

事業実施者名：Wismettacフーズ株式会社

事業内容：タイにおける青果物の販売促進事業

実施場所：タイ国内の量販店Makroにて実施

実施期間：2022年12月22日～2023年3月14日

実施店舗数：48店舗



- ▶ タイ国内で大手量販店であるMakroにおいて日本産リンゴの実食販売を実施
コロナの影響で実食販売ができていなかった為、一般消費者に日本産リンゴの食味を知ってもらう機会が減っていた。

一般消費者による日本産リンゴのフィードバック

#	トピックス	ポジティブなフィードバック	ネガティブなフィードバック	追加コメント
1	食味	<p>1. 日本産りんごは、味に優れており他のリンゴにはない独特の香りがあります。また、果肉はとても柔らかい</p> <p>2. 多くの顧客はサンフジの甘くシャキシャキした食感が好評でした。</p> <p>3. トキは、甘さとシャキシャキした食感の2点が好評でした。</p> <p>4. 王林に関しては特有の香りと甘さが好評</p>	<p>1. 一定の消費者から日本産は甘すぎるとのコメントあり。糖尿病を患っている消費者からは食べる量を調整しなくてはならないかもといったコメントを貰った。</p> <p>2. 王林のシャリ感が感じられないというコメントもあった。</p> <p>3. 王林が甘すぎるとのコメント</p>	<p>1. 小玉りんごの需要あり</p> <p>2. 試食に関して喜ぶ消費者がかなり多かった。</p> <p>3. 日本産りんごを認知していない消費者も一定数いた。彼らの大半はサンプリングなしでは興味すらわかなかつたと回答していた。</p>

一般消費者による日本産リンゴのフィードバック

#	トピック	ポジティブなフィードバック	ネガティブなフィードバック	追加コメント
2	価格	1.日本産りんごの美味しさを知っている消費者からは適切な値段であるとの評価を得られた。	一方で日本産りんごはまだ高すぎると評価する消費者もいた。	1. Buy 1 Get 1なら購入考えるという顧客もいた。来年度以降の販促を考える上で有効なフィードバックであった。

各国のフルーツを紹介するMakroによるイベント 日本産リンゴが注目を集めている様子



屋台風の特設ゾーンを作ることにより消費者の注目を集めた

実食販売の様子



店頭にて、サンプリングとプロモーターによる販売促進と商品説明

実食販売の様子



店頭にて、サンプリングとプロモーターによる販売促進と商品説明

サンプル提供と同時に日本産りんごについてプロモーターによる説明



性別年齢問わず日本産へ興味を示している様子



プロモーターの試食提供時の様子。



法被を着たプロモーターによる宣伝



結果・考察

- ・店頭での販促活動、特別棚の設置の効果で販売数量が昨年同期間比で120%増加した。
→2022年1-3月 11コンテナ、2023年1-3月13コンテナ
- ・消費者の反応がよく、例年は3月末までに日本産りんごの販売は終了していたが、4月末までの販売が決定。販売期間を拡大することができた。
- ・台湾の需要に引っ張られる形でりんごの単価が大きく上がった。そのため玉単価を抑える事ができる小玉りんごの需要が高まった。
- ・食味の評価はサンフジが一番よく、引き続き主力品種になりそうである。
糖酸バランスの良い黄色品種をロングスパンで販売できれば、より販売数量を伸ばせる可能性がある



Thank you from MF Concepts Team.