

商流活用のマーケット調査 及び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
2022年4月～2023年3月 実施

事業概要

- 事業実施者：Wismettacフーズ株式会社
- 実施対象国：シンガポール
- 事業対象品：日本産 野菜・苺
- 事業委託先：Banchoon社 シンガポール国内の食品輸出入業者
- 事業実施期間：2022年8月～2023年3月

プロモーション概要

- 実施回数：計3回 （日本産 野菜 2回・苺 1回）
- 事業委託先：Banchoon社 シンガポール国内の食品輸出入業者
- 実施店舗：シンガポール大手量販店 Fair Price

食味の良い日本産の野菜、苺を中心にプロモーションを行った。また、野菜の中でも売り上げ構成比率の高い長芋を中心にプロモーションを行った。

野菜・長芋の販促活動を2回、苺の販促活動を1回の計3回実施。

長芋についてはすりおろした”トロロ”を試食提供することによって、新しい消費方法の啓蒙を行った。その他野菜についても、日本産野菜の棚面積を広げるために、複数の品目を提案し、販促活動を行った。

フェアプライス
日本産野菜フェア
2022年8月27-28日

顧客フィードバック



品目別顧客フィードバック:

1. 長芋

- お客さんはほとんどスープを作る際の原料として使用しているため、フライパンで焼くとおいしいということを知りませんでした。
- いろいろな料理の仕方を教えてくれるサンプリングがもっとあれば、お客様自身でも作ってみようと思って買ってくれるようになると思います。
- フライパンで焼いた調理方法を試食すると特に売れていた。
- 一部顧客から中国産の長芋と比較した際に価格が高すぎると言ったコメントもあったが、プロモーターを介して日本産の品質の良さを説明ができた。

2. 甘藷

- しっかりとした甘みがあり食味良好
- 試食後に買う顧客が半数以上を占めていた。
- 多くの店舗にて完売になる売れ行きだった。

3. 赤オクラ

- 赤色のオクラということで見た目の観点から珍しさを感じる一方食味は普通との評価が多かった。
- 揚げた後の見た目も良好。シンガポール国内にて主流であるマレーシア産と比べてねばねば感が少ない点が高評価を得られた。

4. きゅうり

- 他国産に比べて食味は良いが値段が高く感じる顧客が多い。

5. キャベツ

- 日本産キャベツは甘みを感じるものの値段が高い

6. 豆苗 / 人参 / 椎茸 / えのき / 白ネギ

- 他産地と食味の点で大きな違いを感じられず

□ 総評として日本産野菜の食味に対する評価は高かった。一方で他国産の野菜と比べ値段が高いため、プロモーターによる日本産の食味の良さをアピールすることで値段に対する価値を納得してもらう必要があった。

販売促進活動の写真





プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Hyper Vivo店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Hyper Vivo店



プロモーション内容: 日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Bukit Timah店



Pプロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Bukit Timah店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Bedok Mall店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Bedok Mall店



プロモーション内容: 日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Hougang A店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Hougang A店



プロモーション内容: 日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Thomson店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Thomson店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Marine Parade店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Marine Parade店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス BPP店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス BPP店

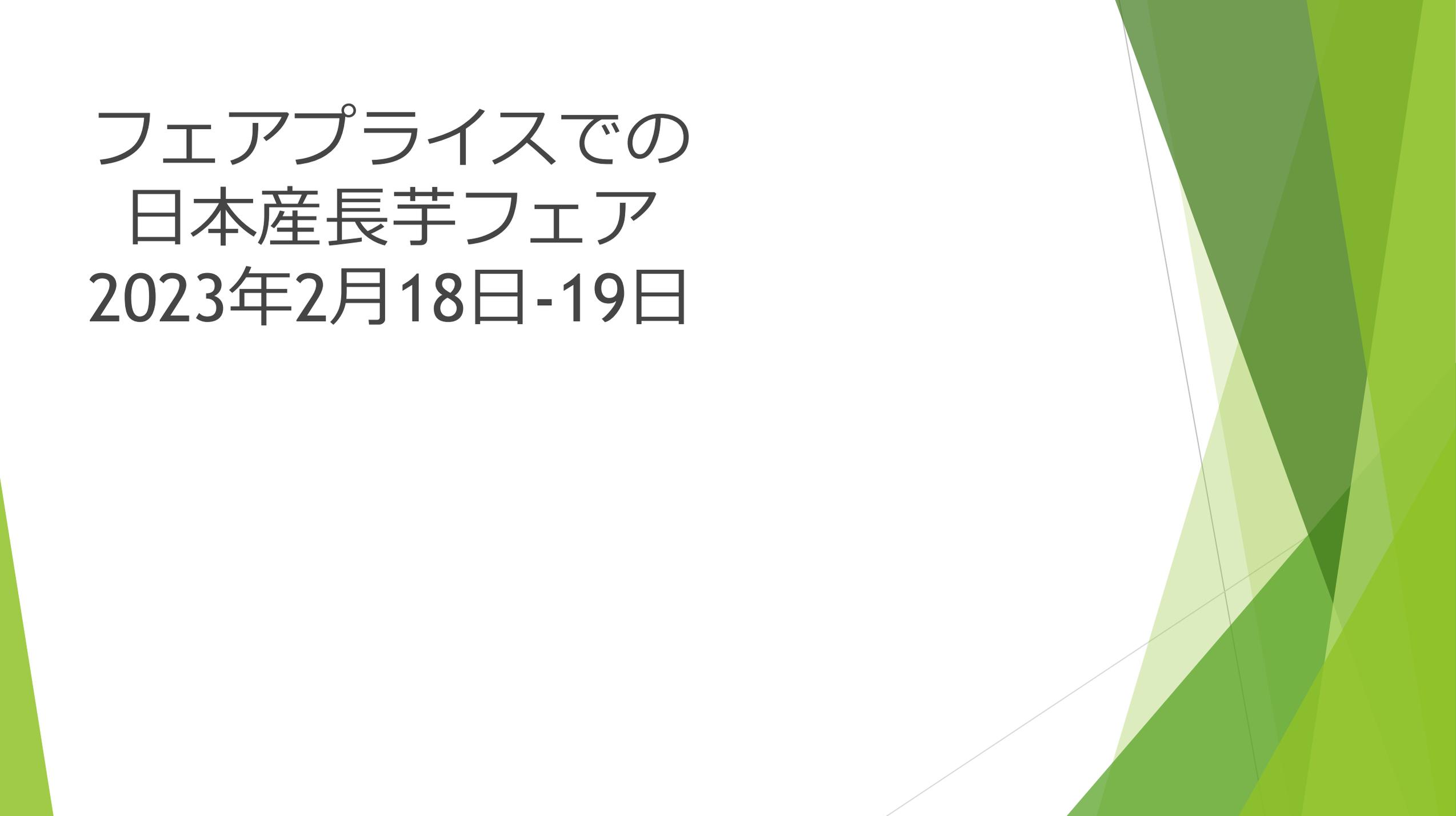


プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Clementi Mall店



プロモーション内容:日本産野菜フェア
プロモーション期間: 2022年8月27日~28日
店舗名: フェアプライス Clementi Mall店

フェアプライスでの
日本産長芋フェア
2023年2月18日-19日



プロモーション内容

日本産長芋を使用した料理の
サンプリングを実施。

そうすることで消費者に日本
産の食味の良さを知ってもら
うと同時に調理方法を知って
もらうことができるため

日本産であることをアピール
するためプロモーターに法被
を着せてアピール。

試食テーブルではポスターも
使用し日本産を再度アピール。



顧客フィードバック



品目別顧客フィードバック:

1. 長芋

- 中国産の長芋に比べて、臭みがなく食べやすい
- 子供が長芋が嫌いだったが、これなら食べられる
- 生で食べたときに違いがわかる
- 日本産の長芋は味が甘い

□ 日本産の長芋に対する食味の評価は高く、特に生で食べたときにその差を大きく感じるようだった。中国産の長芋は安価であるが、土臭さもあるようで、子供が嫌う傾向にある。日本産の長芋の食味、特に生で食べたときの違いを前面に押し出すことにより、更なる需要の拡大を見込むことができる。

販売促進活動の写真



Causeway Point Finest店



Paya Lebar Quarter店



Bukit timah plaza店



Ang mo Kio 712店



Valley Point店



Clementi Mall店



Coronation Plaza店



フェアプライスでの
日本産苺フェア
2023年2月6日-7日

顧客フィードバック



The following reports are 2-day sales.

	6-Mar	7-Mar	Total
Amaou	13	10	23
Yubeni/Koinonori	5	5	10
White	2	3	5
Bi Colour	0	3	3

2日間の販売結果
(単位はパック)

顧客のフィードバック:

- エジプト産やアメリカ産と比べた際に高価に感じる消費者もいた。食味は圧倒的に日本産が良好。
- 試食したすべての消費者から甘さとイチゴの香りが感じられ食味が良いとコメントを頂くことができた。中でもあまおうへの評価は一番高かった。
- 一方で韓国産と比較した際に値段が高すぎると感じる消費者も一定数いた。

日本産イチゴの方が甘みを感じられるが、値段差を考慮した際に韓国産でも十分と考える消費者層が一定数いることが分かった。

今後食味の良さを消費者に認知してもらうためサンプリングによる実食が大切になってくる。

販売促進活動の写真



2023年2月6日-7日

店舖：
NTUC Sengkang



2023年2月6日-7日

店舖:
NTUC Thomson



結果・所感

- 野菜、長芋の販促活動については、改めて日本産の青果物の食味の良さを消費者にアピールすることができた。特に長芋については、生で食べた際の食味に他国産との違いが見られ、消費者からの反響を大きかった。
シンガポールでは長芋を鍋に入れて食べるのが基本的な消費方法である、その為味付け次第では食味の違いが認識されにくい。そのため、生で食べる方法を啓蒙することが結果的に日本産の食味の良さを広く認知させることに繋がると考えられる。
- 苺については食味の良さは既に認知されていたが、単一品種での販売が多かった。複数の品種を食べ比べ、購買して貰うことにより、全体的な売り上げの底上げに繋がると考えられる。
今後の課題としては、複数品種を販売した際の欠品リスクを防ぐために、あらかじめ広く産地と規格を使用できるように量販店側との事前のすり合わせが重要であると感じた。