

平成28年度青果物輸出特別支援事業報告書（平成29年度実施）

（海外フロンティア市場販売促進の支援）

1. 取組名：平成29年産カナダ向け柿・かんきつ類、米国向け梨販促活動
2. 実施期間：平成29年10月下旬～平成30年3月
3. 対象国：カナダ、米国
4. 実施場所：カナダ（ブリティッシュコロンビア州）

米国（シアトル他）

5. 内容：

渡航期間	国	場所	内容
10月22日～11月14日	カナダ	ブリティッシュコロンビア州	みかん・柿商談・販売促進活動
11月20日～12月1日	カナダ	ブリティッシュコロンビア州	みかん・中晩柑商談・販売促進活動
1月10日～1月14日	カナダ	ブリティッシュコロンビア州	中晩柑商談・販売促進活動
2月6日～9日	カナダ	ブリティッシュコロンビア州	中晩柑商談・販売促進活動

品目	国	場所	店舗販促活動実施期間
柿	カナダ	ブリティッシュコロンビア州内	29年10月下旬
みかん	カナダ	ブリティッシュコロンビア州内	29年11月下旬～12月末
紅まどんな	カナダ	ブリティッシュコロンビア州内2店舗	29年12月16日～17日
せとか・甘平	カナダ	ブリティッシュコロンビア州内2店舗	30年2月10日～11日
せとか・デコポン	カナダ	ブリティッシュコロンビア州内4店舗	30年3月10日～11日
二十世紀梨	米国	シアトル他	29年12月上旬～中旬

○カナダ向け柿販売促進活動

柿の輸出については、脱渋後の品質保持が輸送上の課題であったが、28年度に実施した品質保持技術を導入した輸送試験の結果、上記課題の改善が見られたため、本年より本格的に輸出を開始した。

現地では他国産の富有や蜂屋柿が出回っており、平核無のような無核品種の出回りは少なく、販売の優位性があると考えられるものの、現地での認知度は低い。そのため、店舗内の入口付近や売り場のメインとなる場所に陳列することで、消費者に日本産柿の出回りをアピールするとともに、購買意欲を促した。

10月末のハロウィン需要向けに6.8tを輸出し、積極的な販売促進活動及び商談の結果、12月のクリスマス需要向け追加注文(4.5t)に繋がった。最終的な輸出実績は、11t（前年比188%）となり、前年実績を大きく上回る結果となった。

○カナダ向けみかん販売促進活動

カナダ向けみかんについては、カナダに輸出されている日本産果実のほとんどをみかんが占めており、日本産果実の主要品目となっている。また、これまでの取組みにより、日本産みかんの認知度は高いものの、近年のカナダ国内の経済状況は芳しくなく、同時期に出回る中国産みかんやスペイン産クレメンティンなど安価な他国産マンダリンタ

イブとの競合がより厳しいものとなっている。

そのため、本年度の店頭での販売促進活動は、バンクーバー市を主としたブリティッシュコロンビア州において、11月下旬からギフト需要となるクリスマス時期を中心に、店頭チラシ・ネット広告への掲載、陳列場所の確保・消費者の目につく売り場づくりなどを行い、日本産みかんブランド（SUN ブランド）をアピールすることで、他国産との差別化・消費意欲の向上を図った。

今年の輸出実績は、882t(前年比76%)となり、当初目標数量2,300tに満たなかった。その主な要因として、春先の着果状況やその後の生育状況から、生産量及び出荷量が前年を下回ることが見込まれていたことに加え、9月から10月にかけての曇雨天及び台風により正品果率が低下し、出荷量が減少したことで国内需要に注力する傾向が続いたため、輸出向け数量の確保が難航したことなどが挙げられる。



店舗での陳列風景



店頭チラシ

○中晩柑類販売促進活動

カナダ向け中晩柑類については、柑橘類の販売期間の延長や取扱品目の拡大を目指し、ここ数年試食宣伝会や店頭ディスプレイなどの販売促進活動に積極的に取り組んでいるものの、現地での認知度は未だ低い。そのため、本年も下記販売促進活動を実施し、消費者にアピールすることで、取扱数量、店舗拡大に取り組んだ。

11月20日～12月1日訪加時に輸入業者と紅まどんなの商談を行った。同品種は、昨年初めてカナダへ輸出し、今回が2回目。昨年の販売促進活動で店舗バイヤーや消費者に食味・品種紹介を行った効果もあり、現地での商談の結果、本年も実施することが決まった。Kin's Farm Market で店舗陳列場所の確保や品種紹介を実施し、消費者にPRした。最終的な実績は、前年を下回る288kg(前年比74%)であったものの、消費者の評価は高く、販売も順調に終了した。



店舗での陳列風景

1月10日～1月14日及び2月6～9日に訪加し、せとか、甘平、デコポンの商談を行った。商談の結果、2月上旬にせとか・甘平、3月上旬にせとか・デコポンを輸出することで合意した。

せとかについては、前年までの取組みにより店舗バイヤーや消費者の認知度は向上してきている。本年も店頭の売り場の確保及びデコレーション等に努め、積極的な販売促進活動を展開したことにより、販売は順調に終了した。甘平については、昨年シーズン終盤で取り組んだため果皮の萎びや果肉が軟らかいなどの問題が発生したが、本年は時期を早めて実施したため、品質は良好で、バイヤー・消費者からも好評であった。3月上旬のせとか、デコポンについては、品種ごとに販売店舗を分けることで日本産柑橘類の取扱店舗の増加及び、より多くの消費者に対してPR出来た。せとか、甘平、デコポン合計の輸出実績は、1,550kg(2月：せとか300kg、甘平60kg、3月：せとか450kg、デコポン740kg)となり、中晩柑類全体の輸出実績は、前年実績を上回る1,838kg(前年比154%)となった。



店舗での陳列風景

○米国向け二十世紀梨販売促進活動

米国向けなしについて、ギフト需要となるクリスマス時期を中心に、UWAJIMAYA等での試食宣伝会並びに売り場づくりを展開した。

さらに、クリスマス時期以外の需要開拓として、現地アジア系の富裕層に向けて春節用ギフトとして利用してもらうため、小売店・量販店のバイヤー向けの業界紙へ広告掲載を行った。

また、「二十世紀梨専用のホームページ」を作成し、二十世紀梨の特性や動画を使った産地紹介を掲載し、インターネットを利用した情報発信活動も実施した。

輸出実績は、29t(前年比 71%)であった。

<鳥取二十世紀梨ホームページURL> <http://www.tottoripears.com/>



以上