

平成27年度 青果物輸出特別支援事業(平成28年度実施)に係る海外フロンティア市場販売
促進の支援報告書

平成29年 1月 4日

農林水産省
生産局長 殿

全国農業協同組合連合会
営農販売企画部
輸出推進課

平成27年度補正における青果物輸出特別支援事業に係る海外フロンティア
市場販売促進活動について、下記のとおり報告いたします。

対象国・地域 : ロシア・ウラジオストク
実施期間 : 平成28年 12月24日～ 12月25日
(フェアに係る出張 : 平成28年 12月22日～ 12月27日)



「ロシア全農青果物フェア」

1. 『ロシア全農青果物フェア』について

(1) 期間 : 平成28年12月24日～12月25日

(2) 場所 : スーパー「パルス」 青果物売り場

(3) 出席者 : SENKON(Russia) 佐々木社長
 熊本経済連 総合企画部 マーケティング戦略課 桑原
 九州農産物通商(株) 海外事業部 保坂部長
 JA全農 営農販売企画部 営農企画課 山本
 輸出推進課 澁谷

(4) 内容 : ロシアウラジオストクに現地法人(SENKON Russia)を持つセンコン物流を通じて、ロシアウラジオストクのパルスにて全農青果物フェアを実施した。販促した商品は下記のとおり。
 本会のロシアでの青果物の販売の第1回は、2012年サハリンのユジノサハリンスクで開催している。ウラジオストクでは2013年、2014年、2015年に続いたフェア開催となる。

【今回フェア向けに輸出した商品】

		商品名	産地	等階級 (規格)	数量
果物	1	いちご(あまおう)	熊本	270g×10	7
	2	柿(富有柿)	熊本	2L×36玉	10
	3	リンゴ(サンフジ)	福岡	特A 36玉	10
	4	デコポン	福岡	18玉	20
	5	温州みかん	福岡	バラ	20
	6	アールスメロン	福岡	2L×6玉	10
野菜	7	アイコ	福岡	バラ	5
	8	ニンジン	福岡	バラ(90～100本)	6
花	9	胡蝶蘭(華てまり)	福岡	6鉢	5

2. 商品着荷状況確認およびロシア全農フェア打ち合わせ

(1) 期間 : 平成28年12月23日 10:00~12:00 商品品質確認
12:00~13:00 SENKON(Russia)にて打ち合わせ

(2) 場所 : SENKON(Russia)コンテナ倉庫
SENKON(Russia)事務所

(3) 出席者 : SENKON(Russia) 佐々木社長
九州農産物通商(株) 海外事業部 保坂部長
JA全農 営農販売企画部 営農企画課 山本
輸出推進課 澁谷

(4) 内容 :

ア. 商品品質確認

センコンロシアのコンテナ倉庫にて出荷した商品の着荷状況の確認を行った。

胡蝶蘭が輸送時に冷気に当たったためか、全滅であったがその他の商品は、輸入通関に時間がかかったものの、商品の劣化はほとんどなかった。また、輸送時の荷崩れや箱潰れもなく商品として、提供不可能となるものは無かった。

イ. 打ち合わせ

センコンロシア事務所で、センコンロシア佐々木社長とフェアの打合せを行った。出荷した商品の試食の提供方法、販促手法について確認を行った。



3. ロシア全農フェア実施状況

- (1) 期間 : 平成28年12月24日 10:00～ 打合せ、14:00～ 準備、16:00～19:00 試食宣伝対応
12月25日 10:00～ 打合せ、14:00～ 準備、16:00～19:00 試食宣伝対応
- (2) 場所 : SENKON(Russia)事務所(準備)、パルス青果物売り場(試食宣伝)
- (3) 出席者 : SENKON(Russia) 佐々木社長
熊本経済連 総合企画部 マーケティング戦略課 桑原
九州農産物通商(株) 海外事業部 保坂部長
JA全農 営農販売企画部 営農企画課 山本
輸出推進課 澁谷
- (4) 内容 : SENKON(Russia)事務所にて試食品の準備を行った。
開催日ごとに当日分をすべて一口サイズにカットし、試食宣伝会場に持ち込んで試食提供した。試食提供した感触として、多く手に取ってもらえる商品は一口サイズを小さめに、逆になかなか試食が進まない商品は大きめにカットするなど、前日の反省を打ち合わせした後、準備を進めた。



パルスの青果売り場にて通訳を介し、本会職員が法被を着て青果物のPRを行った。ロシアでも年末は売れ行きの良い時期であり、特に休日は家族連れなどが多く訪れ、売り場は賑わっていた。

メロン、柿、デコポン、アイコ、温州ミカンの試食販売をしたところ、日本の青果物に抵抗なく手を伸ばす現地人が多く、販売増加につながった。



日本の国旗のデザインのように使用し、日本産をPRした。

4. 所感

ウラジオストクは日本から僅か1時間半で移動可能であることから、日本に最も近いヨーロッパとして日本との交流も深く、日本語を話すロシア人も多く見掛けた。日本の食品になじみのあるロシア人も多いことから、日本の農産物を販売するには良い環境にあり、試食宣伝では、多くのお客様に日本の青果物を味わってもらうことで、販売につなげることができた。

一方で、メロンを好んで試食するお客様が多く、試食宣伝により購入意欲は湧くものの、いざ価格を見ると手が出ないといったケースがあり、簡単には受け入れてもらえないという一面もあった。

ロシアでは世界婦人デー(3月8日)に合わせて男性から女性に花を贈る風習があり、日本産の花弁も販売チャンスがあるのではと今回、胡蝶蘭の輸出にチャレンジしたが、冷気で花が全滅する結果となり、物流面での工夫が必要だと感じた。

5. フェアの成果及び今後の進め方

フェアでは試食を実施したアールスメロン、柿、デコポン、温州みかんはとても好評で、売れ行きも好調であった。

また、いちごについては販売初日で売り切れてしまい試食販売ができなかったほど好評であった。

柿も価格が手頃であったこともあり、順調に販売することができたが、メロンは味は気に入ってもらえても、価格が高めの設定であったため思うように販売が進まなかった。

今後はセンコン物流のロシア事業の一部撤退となったが、ウラジオストクでは継続して駐在員を置くため、引き続き販促活動を続け、青果物の輸出拡大に努めるとともにロシア輸出の安定的なルートが構築できたことから、今後は、青果物だけではなく、花卉や米などの輸出を検討し、日本農産物の輸出拡大を目指す。