

シンガポール市場リポート

現地のニーズに即した 的確な情報発信・商品開発の 必要性

10月16日～18日の3日間、シンガポールで ASEAN 市場最大級の日本食品総合見本市である「Oishi JAPAN 2014」が開催され、本県も出展した。

同国は、アセアンの中心的な役割をない、自由貿易国として輸入規制も少なく、鹿児島和牛、かごしま黒豚、ブリ、カンパチなどの水産加工品等が定期的に輸出されており、今回の見本市では、さらなる販路拡大等を図るため、9社2団体が出展し、レストラン、小売店バイヤー等に卖込みを行った。

また、現地小売店「Giant」4店舗において、10月16日～19日の4日間、一般消費者へのイメージアップを図るために、ブリやカツオ、カマス、さつま揚げ

などの水産加工品等の試食販売を実施した。

■おとなの食べる日本食への関心の高さ

見本市事務局の事前告知等の効果もあり、シンガポールのみならず、マレーシア、ベトナム、タイなどの近隣諸国のバイヤーなど、前年度の来場者数を大きく上回る延べ1万110名（前年比174・8%）が来場するなど、日本食品への関心の高さが伺えた。

「Giant」でのフェア期間中はブリの刺身やカマスの天ぷらなど、試食を提供しながら商品の特徴や調理方法など説明し、PRを行なった。また、週末にはブリをフィレ・ロイン・刺身にカットする実演したところ、動画で録画するお客様もいるなど、興味を示す人が多かった。

しかし、シンガポールの特徴として、共働きの家庭が多く、一方、参加した企業からは「来る

場者は多いが、B to C のようでは厳しい。現地バイヤーへの事前連絡等のマッチングがあればもっと業界関係者の集客が見込めるのではないか？」という意見も出され、今後の集客における課題も見えてきた部分もある。

■消費者に的確な情報を伝える

調理済みの加工食品の需要が高いせいか「刺身までカットしてある状態なら買う」「どのようにして食べるのか？」などの声が多く聞かれた。その中でも、さつま揚げやブリのあら炊き等は手軽さもあり、主婦層に人気があり、また、現地のニーズに合わせた加工や商品開発も重要となってくる。特に、現地小売店での販売については、英語による商品説明や標記が不可欠である。それらのことを踏まり込んでいく必要がある。

■定期的なPR活動・現地に合わせた商品開発

シンガポールにおいて多くの日本の商品を見るようになつて

きた。その中で、鹿児島県産としてのブランドを定着化させていくためにも、今回のようなPR活動を定期的に行っていく必要があり、また、現地のニーズに合わせた加工や商品開発も重要となってくる。特に、現地小売店での販売については、英語による商品説明や標記が不可欠である。それらのことを踏まえ、現地の量販店・輸入業者との連携をとり、「本物。鹿児島県」の名に恥じない、質の高い商品を積極的に売り込んでいく必要を感じた。



消費者トレンドに見る商品づくりのヒント

ふるさと特産運動推進指導員

食品担当 岩重鈴美

ある団体が消費者を集めて開催されたお土産商品に対するワークショップで、様々な声を聞きました。製造業では消費者に受け入れてもらうために見栄えの良いパッケージづくりに熱が入る中、この中で出された消費者の意見は、商品づくりのポイントを突いたものと感じましたので、ご紹介します。

贈答用商品の選択で思うこと

- ・購入する際、中身が見えるものか写真で確認ができるものが安心。
- ・カチッとした箱は、相手や目的を特定した贈答用。（お中元・お歳暮等）
- ・お土産やプレゼントは、小さいものの、簡易包装のもので、購入しやすい価格帯。
- ・買って持ち帰るのは、小さいのがよい。

（もらって嬉しい商品）

- ・セットものは、同種のものが沢山入った商品より種類の異なるものが入ったもの（例えば、お茶とお菓子など）
- ・その地域でしか買えないもの、そ



を利用する場面で消費者の商品選択が異なります。

の地域をイメージさせるもの
・どんな人がどのようにつくっているのかなどが分かるストーリーのある商品。

・美味しい食べ方の紹介は、大事。印刷文字だけのものより、イラストや手書き風で見やすいものが興味を湧かせる。

・外箱の大きさは、開けたときの詰まり具合にすかすか感がないもの

・箱は崩しやすいもの、分別しやすく捨てやすいもの

つい見過ごしてしまいそうなこのような消費者の声は、ものづくりに携わる人々に、消費者目線で商品をつくることの大切さを気づかせてくれます。

現在、アドバイザーの助言をもとに商品をブラッシュアップしている。最終的には、持続した市場拡大を目指し、新たな顧客や鹿児島ブランドのイメージアップ並びに県産品ファンの獲得を図る。

特産品協会インフォメーション

「売れる！特産品づくりワークショップ（第1回）」

「本場大島紬と鹿児島の食を楽しむタペ」のご案内

8月29日（金）に開催した第1回目のワークショップでは、（公財）ごしま産業支援センター鹿児島県より支援拠点コーディネーターの加藤剛氏、株五味商店代表取締役社長の寺谷健治氏、上海道龍信息貿易有限公司総經理の王宮予氏、天津遠飛商貿有限公司総經理の李曉莉氏をアドバイザーとして招き、31社が参加して各市場における消費者ニーズやターゲットを明確にしたモノづくりの重要性を学んだ。

国内市場では、「消費者に商品の特徴を伝える工夫を」「生産キヤバ、売上目標、売り先等、製造から販売までの一貫した戦略を持つ商品開発を」などの指摘があり、中国市場（食品）では、「輸送コストや関税を考慮した価格・内容量の設定」「商品の中身が分かるパッケージ作り」など、中国市場（工芸品）では、「富裕層向けの品モノや限定品、オーダー可能な商品」など、各市場に即した商品開発に向けての課題が鮮明となつた。

1. 日時 平成27年1月30日（金）午後6時30分～8時30分
2. 場所 鹿児島サンロイヤルホテル2階 太陽の間
3. 参加費 お一人様 6,000円（定員150名、受付にてご案内）
4. 定員 150名 全席指定（当日、平成27年1月15日（木）まで）
5. 予約受付 平成27年1月15日（木）まで



当協会と本場大島紬織物協同組合では、本県の伝統的工芸品である本場大島紬と地元農林水産物を使った料理を楽しむイベントを開催いたします。会場では、大島紬トーケンショード、本場大島紬のファッショントリトーンや新作発表会等も披露いたします。チケットは、鹿児島ブランドショップにて販売しております。

なお、当日は本場大島紬の着物または洋装（ネクタイ、ストールなどの小物でも可）でご来場ください。