

中国・香港における道産水産物加工品販路拡大委託業務 実施概要及び成果のポイント

《事業の実施目的》

コロナウイルス感染症の影響による需要変化により、中食・内食向け加工品の消費拡大が期待される中国及び香港において、道産水産物加工品の販売キャンペーン等を実施する。

《事業の実施内容・結果》

※処理水放出による中国禁輸の影響を受け、事業全体のリプランニングを実施

● 訪日外国人向け販売イベントの実施

- ・ 東京JRカフェにて販売イベントを開催(12.23~24)
→道内水産加工品事業者9社/25商品を展示・販売
- ・ 東京在住の海外インフルエンサー招聘
- ・ 試食/アンケートの実施
- ・ イベントに付随するツールの作成

● 水産加工品コラボメニューの販売

- ・ 東京JRカフェ(飲食スペース)コラボメニュー販売
→道内水産加工品事業者4社/6商品と道産日本酒との
マリアージュでテスト販売(12.23~1.22)

● 香港オンラインストアテスト販売

- ・ 日本食品専門サイトによる水産加工品のテスト販売
(12.18日~2月17日)
→道内水産加工品事業者8社/23商品を展示・販売
- ・ 北海道フェアの開催(12月18日~26日)

● 消費者インタビューの実施

- ・ 香港世代別消費者インタビューの実施
→日常生活における水産品との関わりや処理水放出の
影響等対面形式でインタビュー実施

《事業の成果》

- ・ 水産加工品販売における「売り方」「見せ方」のノウハウの蓄積
- ・ 現地ニーズに即した商品選定及び売れやすい商品群の把握
- ・ 今後の販売促進に活用できる情報、購買傾向の把握
- ・ 香港現地の年代別消費者ニーズの把握
- ・ 現地パートナー、道内水産加工品事業者との関係構築

《今後の展望》

- ・ 現地ニーズに即した商品別の見せ方
(食べ方、パッケージ、ディスプレイ等)を意識した販売展開
- ・ 消費者インサイトを把握した上で、世代別プロモーションを展開
- ・ 商品別の効果的な販売促進先・手法(toB、toC)の判断が重要
- ・ ECサイト販売は、一定数の顧客を保有するプラットフォーム
の協力を得つつ、商品の利用シーンを伝えるプロモーションと
同時に展開