

令和5年度
中国・香港における
道産水産物加工品販路拡大委託業務
実施報告書

INDEX

1	事業実施概要	02
2	事業実施内容の変更	03
3	業務全体スケジュール	04
4	訪日外国人向け選定加工品の販売促進	05
5	コラボメニューの販売	23
6	インフルエンサー招聘	24
7	香港オンラインストアテスト販売	26
8	香港消費者インタビューの実施	32
9	北海道庁内事業との連携	45
10	事業総括	46

《 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。

委託期間:令和5年6月16日～令和6年3月15日まで

《 事業実施概要※指示書記載内容 》

1. 実施項目

- ① 量販店及びネット販売における選定加工品の販売促進
- ② SNS等を活用した知名度向上
- ③ フォローアップの実施
- ④ 業務処理計画書及び実績報告書の作成

2. 対象品目

令和4年度中国・香港における道産水産物加工品商談会開催委託業務において、調理が容易で現地の嗜好にも合う有望な加工品として商談を実施した道産水産物加工品又はこれらの同等品

3. 実施場所

中国(上海市)及び香港

4. 業務内容

量販店及びネット販売における選定加工品の販売促進

現地量販店(中国・香港各2店舗以上)及び現地で展開するオンラインストア(中国・香港各1店舗以上)において、選定加工品の販売促進キャンペーン(テスト販売)を、それぞれ1週間以上行う。

販売促進策の提案

キャンペーン実施に当たっては、多くの現地消費者に選定加工品の魅力を訴求し、購買意欲を高めるための販売促進策を、量販店及びネット販売それぞれについて複数案提案し、事前に委託者と協議すること。

量販店における販売の工夫

量販店でのキャンペーン実施に当たっては、購入者に一定のインセンティブを設けることで販売促進につなげるとともに、販売員の起用、アレンジメニューの提案・試食、アンケートの実施など、対面販売の優位性を活かした販促手法を取り入れること。

量販店における会場設営

キャンペーン実施店舗と調整の上、ブースレイアウトを作成すること。なお、レイアウト作成にあたっては、効果的な展示・販売・PRにより道産水産物の魅力を最大限発信できるように工夫すること。

オンラインストアにおける販売の工夫

オンラインストアでのキャンペーン実施に当たっては、選定加工品を効果的に訴求する特設サイトを設置し、広くPR・誘客を図ること。なお、②のSNS等を活用した知名度向上の取組との連携・連動を図ること。

選定加工品の準備・輸送・保管

選定加工品を各種必要数準備し、商品の通関等輸出に係る一切の手續、並びに保管を行うこと。温度管理(冷凍、冷蔵、常温等)を厳守し、輸出にあたっては、関係国の関係法令に従い正規通関を実施すること。

選定加工品リーフレットの作成

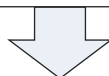
来場者に配付するリーフレットを作成すること。なお、その内容については、アレンジレシピや他の道産食品とのペアリングなど、商品単体としての魅力だけでなく、幅広い活用方法や楽しみ方についても盛り込むこと。

SNS等を活用した知名度向上

現地インフルエンサーを起用してSNSに動画を投稿するなど、選定加工品の知名度向上を目的とした効果的な情報発信をキャンペーン開催の2週間前から令和6年2月まで実施すること。

《事業の業務内容変更》

中国による日本産水産物の輸入停止措置により、現地量販店におけるテスト販売の実施が困難となったため、道と協議し、下記の通り内容変更をした。ただし、香港におけるネット販売については当初の予定どおり実施。



業務処理要領の記載事項	変更後
-	選定加工品の現地(中国・香港)量販店でのテスト販売に代え、日本国内における訪日外国人(中国・香港からの訪日客を含む)向け選定加工品等のプロモーションを実施する。
2(1)ア(ア) 量販店及びネット販売における選定加工品の販売促進	訪日外国人向け及びネット販売における選定加工品の販売促進
2(2)ア 量販店及びネット販売における選定加工品の販売促進 現地量販店(中国・香港各2店舗以上)及び現地で展開するオンラインストア(中国・香港各1店舗以上)において、選定加工品の販売促進キャンペーン(テスト販売)を、それぞれ1週間以上行う。	訪日外国人向け及びネット販売における選定加工品の販売促進 訪日外国人向け及び現地で展開するオンラインストア(香港1店舗以上)において、選定加工品の販売促進キャンペーン(テスト販売)を、それぞれ1週間以上行う。
2(2)ア(イ) 量販店における販売の工夫 量販店でのキャンペーン実施に当たっては、購入者に一定のインセンティブを設けることで販売促進につなげるとともに、販売員の起用、アレンジメニューの提案・試食、アンケートの実施など、対面販売の優位性を活かした販促手法を取り入れること。	訪日外国人向け販売の工夫 訪日外国人向けのキャンペーン実施に当たっては、購入者に一定のインセンティブを設けることで販売促進につなげるとともに、販売員の起用、アレンジメニューの提案・試食、アンケートの実施など、対面販売の優位性を活かした販促手法を取り入れること。
2(2)ア(ウ) 量販店における会場設営 キャンペーン実施店舗と調整の上、ブースレイアウトを作成すること。なお、レイアウト作成にあたっては、効果的な展示・販売・PRにより道産水産物の魅力を最大限発信できるように工夫すること。	訪日外国人向けキャンペーンにおける会場設営 キャンペーン実施店舗と調整の上、ブースレイアウトを作成すること。なお、レイアウト作成にあたっては、効果的な展示・販売・PRにより道産水産物の魅力を最大限発信できるように工夫すること。
2(2)ア(キ) 選定加工品リーフレットの作成 キャンペーンにおいて選定加工品の魅力を訴求するために、来場者に配付するリーフレットを作成すること。なお、その内容については、アレンジレシピや他の道産食品とのペアリングなど、商品単体としての魅力だけでなく、幅広い活用方法や楽しみ方についても盛り込むこと。	選定加工品リーフレットの作成 キャンペーンにおいて選定加工品の魅力を訴求するために、来場者に配付するリーフレットを作成すること。なお、配布対象者が訪日外国人となるため、お土産としての購入を目的とした商品紹介を内容に盛り込むこと。
2(2)イ SNS等を活用した知名度向上 現地インフルエンサーを起用してSNSに動画を投稿するなど、選定加工品の知名度向上を目的とした効果的な情報発信を、④のキャンペーン開催の2週間前から令和6年2月まで実施すること。	SNS等を活用した知名度向上 インフルエンサーを起用してSNSに動画を投稿するなど、選定加工品の知名度向上を目的とした効果的な情報発信を、イベント開催に合わせて実施すること。
2(2)イ(ア) 販売促進キャンペーンへの誘客促進 アのキャンペーン(量販店、オンラインストアとも)への誘客促進につながる発信をすること。	販売促進キャンペーンへの誘客促進 アのキャンペーン(訪日外国人向け、オンラインストアとも)への誘客促進につながる発信をすること。 【業務処理要綱外の実施内容】 ①インタビュー定性調査 次年度の道内水産加工品の拡大に対して、有益な情報を得るために、香港現地消費者への個別インタビューを実施する。定性調査とし、5名程度を予定。 ②R5年度道庁国際経済課海外輸出事業(海外での道産食品販路拡大に向けた香港試食プレゼン会事業)との連携。

《全体実施スケジュール》

下記、全体スケジュールにて本事業を運営・遂行

7月上旬～8月上旬

- 量販店及びオンラインストア選定/条件交渉
 - ・中国/香港両市場
- 事業案内/販売商品選定
 - ・受託者より関係企業へ案内メール送付
- 「盒馬鮮生」(フォーマーフレッシュ)への提案



中国最大手の生鮮スーパーフォーマーフレッシュへ商品販売交渉を行い、いくら醤油漬け、冷凍ホタテ等生鮮食品に興味を持ってもらえたが処理水放出による実質禁輸の影響で、その後の交渉が進めることが出来なかった。
しかし、中国最大手のチェーンストアとのコネクションを形成できたのは良かった点である。

9月下旬～11月下旬

- 事業リプランニング
 - ・訪日外国人向け販売施策
 - ・香港オンラインストア販売施策
 - ・消費者ニーズ調査施策
- 事業再案内/販売商品選定
 - ・受託者より関係企業へ案内メール送付
- 販売施策の準備
 - ・商品仕入れ/各種ツール制作
 - ・販売協力店舗及びストアとの条件確認

12月上旬～2月下旬

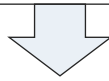
- 訪日外国人向け販売イベントの実施
 - 期間:2023年12月23日(土)～24日(日)
- 香港オンラインストアによる販売
 - 期間:2023年12月18日(月)～2月17日(土)
- 水産加工品コラボメニューの販売
 - 期間:2023年12月23日(土)～1月22日(月)
- 消費者インタビューの実施
 - ・世代別の定性調査(5名ヘインタビューを実施)

2月末～3月上旬

- 事業報告書の作成
 - ・A4 3部
 - ・CD-RまたはDVD-R 1部
- 成果物の提出
 - ・選定加工品リーフレット等の制作物

《訪日外国人向け加工品販売の実施》

道産水産加工品の海外への販路拡大に関心のある道内企業を対象に、日本国内での外国人観光客(インバウンド)向けへのPR、試食・販売を実施。
お土産でも持ち帰りやすい常温水産加工品を中心とした販売に加え、会場施設内カフェスペースにて、道産日本酒とのマリアージュメニュー提供など商品の組み合わせも含めた手法で販売。



《4-1/販売イベント開催概要》

販売会場

■ JAPAN RAIL CAFE(東京)

訪日外国人旅行者へ向けた交流型情報発信複合施設

立地:JR東京駅八重洲中央口外 GRAN TOKYO NORTH TOWER 1F

運営:【旅行相談】株式会社びゅうツーリズム&セールス

【レストラン・カフェ】株式会社 JR 東日本クロスステーション

営業時間:8:00 22:00 (土日祝は 21:00 閉店)

カフェスペース月平均15,000人来場、旅行カウンター月平均2,500来場



スケジュール

■12月22日(金)

15:00- 17:00 事前搬入・会場設営

■12月23日(土)-24日(日)

10:00- 18:00 イベントスペースにて販売

18:00- 解体、撤収

■12月23日(土)-1月22日(月)

10:00- 21:00 カフェスペースにてメニュー提供

運営スタッフ

■受託会社

・3名(内、英語・中国語対応者2名)

■イベントスタッフ

・ディレクター2名

・アルバイト3名

■委託側

・北海道庁水産経営課担当者1名

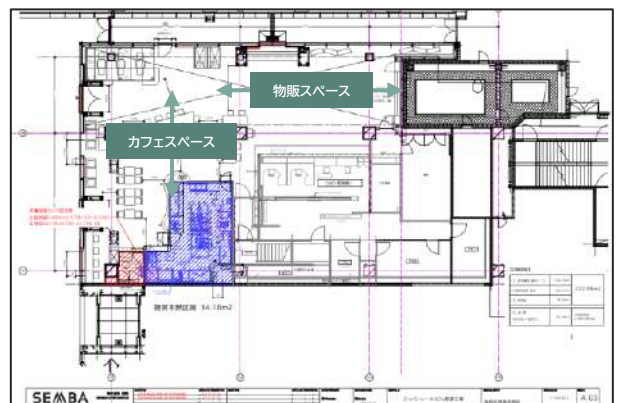
会場図面

物販スペースには下記①～③を設営

①商品陳列用のビッグテーブル

②レジカウンター及び試食コーナー

③クリスマスツリーオブジェ



《4-2/イベントスペース物販商品リスト》

道産水産加工品の製造・加工販売を行う9社/25商品を販売。
訪日外国人向け販売に伴い、お土産需要も鑑み、日持ちのする常温加工品を選定。

No	選定商品
1	いか天かまぼこレトルト真空パック/たこ天かまぼこレトルト真空パック/ほたて天かまぼこレトルト真空パック
2	北海道にしん甘露煮 2枚/函館小鉢 ホタテしぐれ煮
3	千切りビストロ昆布
4	のり屋自慢のふりかけ(かつお) /のりすけ焼のり卓上/ のりすけ味のり卓上北海道つーんと山わさび風味
5	まるあなごの蒲焼き風/ほたてのバジル/ホタテバター醤油/さんまの味噌煮/さんまの黒酢煮/さばの味噌煮/ 焼きほぐし鮭
6	かにみそ/えびみそ/むしうに
7	北海道ほたてスープ 8袋入/北海道ほたてのポタージュ 3袋入
8	珍味かずのこ/かずのこドレッシング
9	缶つまJAPAN(北海道厚岸産灯台つぶ水煮/北海道厚岸産かき燻製油漬)

《4-3/カフェスペースメニュー販売リスト》

道産水産加工品の製造・加工販売を行う4社/6商品をセットにしたメニュー販売。
日本酒とのペアリング販売と合わせて、「白老」「函館」「苫小牧」の各地域性を出した展開を実施。

No	選定商品
1	やなぎだこブラックペッパー/スケソウダラ(白銀の塩辛)※白老町
2	ホッキ燻製(醤油・塩)※苫小牧市
3	いか天かまぼこレトルト真空パック※函館市
4	ホタテしぐれ煮※函館市

《4-4/販売商品画像一覧》

No.1



いか天かまぼこレトルト真空パック



たこ天かまぼこレトルト真空パック



ほたて天かまぼこレトルト真空パック

No.2



北海道にしん甘露煮 2枚



函館小鉢 ホタテしぐれ煮

No.3



千切りビストロ昆布

No.4



のり屋自慢のふりかけ(かつお)



のりすけ焼のり卓上



のりすけ味のり卓上北海道
つーんと山わさび風味

No.5



まるあなごの蒲焼き風



ほたてのバジル



ホタテバター醤油



さんまの味噌煮



さんまの黒酢煮



さばの味噌煮



焼きほぐし鮭

《4-4/販売商品画像一覧》

No.6



かにみそ



えびみそ



むしうし

No.7



北海道ほたてスープ 8袋入



北海道ほたてのポタージュ 3袋入

No.9



北海道厚岸産灯台つば水煮

No.8



珍味かずのこ



かずのこドレッシング



北海道厚岸産かき燻製油漬け

《4-5/カフェメニュー商品画像一覧》

No.1



やなぎだこブラックペッパー スケソウダラ(白銀の塩辛)



No.2



ホッキ燻製(醤油)



ホッキ燻製(塩)

※その他、物販商品リストNo.1,2の商品を使用

《4-6/会場設営》

従来の水産品販売イベントで多く用いられる大漁旗や法被着用のイメージではなく、テーブルや棚等全て鮭箱を活用したディスプレイを施工。会場全体の世界観を統一することで、水産加工品の見栄えも意識した展開を図った。

施工協力会社

ARAMAKI

宮大工/ARAMAKI代表 村上智彦氏

1978年北海道恵庭市生まれ。Gen & Co.代表。札幌市立高等専門学校インダストリアルデザイン学科建築デザインコース卒。関西を中心に社寺建築の世界に携わり、2012年から拠点を恵庭市に移し、社寺建築の伝統的な技術と知識、デザインを軸に大工、建築家、デザイナーという立場を歩き来しながら幅広く活動している。



【施工の様子】



【実際のディスプレイ】



《4-7/会場内サイネージの活用》

会場内の巨大サイネージを活用し、下記内容の映像素材を放映。



○鈴木知事メッセージ入りの動画 ○静止画スライドショー

「食べて応援北海道」関係素材

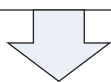
複数枚の北海道水産品画像を活用したスライドショー動画を制作、放映

《4-8/イベントロゴの作成/各種ツール》

北海道水産加工品の販売イベントであることを周知・認知してもらうために本事業のイベントロゴを作成。作成したロゴデザインを軸に、各種ツール制作の展開を図った。

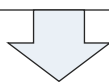
【イベントロゴ】

北海道の形をモチーフとした全体デザインの中に、北海道の「北」の文字と魚の形を表現。北海道の広く、深い海を表すための濃紺カラーとシンプルなイベント名を合わせて制作。



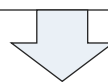
【イベント看板】

イーゼルスタンドに設置する
イベント看板を制作
A1サイズ・・・2枚



【ショッピングバッグ】

オリジナルの買い物袋を制作
幅200×マチ90×高さ240mm



【商品リーフレット】

商品紹介リーフレットの制作
A4三折り・・・600部
A4二折り・・・500部
※2つ折りは街頭配布用



《4-8/イベントロゴの作成/各種ツール》

【ARAMAKI紹介パネル】

鮭箱自体に馴染みのない外国人観光客へ向けた説明パネルを制作(日・英併記)



【プライスカード】

海外の海鮮市場売場をイメージしたプライスカードを25商品分制作。



【試食誘導POP/マーク】

試食可能な商品付近へ設置したマーク、試食を促すPOPを制作。



【アンケート誘導POP】

アンケート回答を促すPOPを制作。英語、中国語のアンケートを実施。



-アンケートインセンティブについて-
アンケート回答協力者にはもちろん
「アヒージョ風帆立とチーズ」をプレゼント
小樽水産加工グランプリ <銅賞> 受賞商品
小樽祝津産の帆立「おタテ」とチーズのちょっと甘め
のアヒージョ風※個包装パッケージ

《4-8/イベントロゴの作成/各種ツール》

【商品リーフレット拡大】※表面

Fish map of Hokkaido
北海道の魚マップ

Sea of Okhotsk
オホーツク海

Northern Sea of Japan
日本海北部

Southern Sea of Japan
日本海南部

Pacific Ocean east of Erimo town
エリモ町東の太平洋

Pacific Ocean west of Erimo town
エリモ町西の太平洋

HOKKAIDO SEAFOOD MARKET
2023.12.23(sat)-24(sun)
主催：北海道

Why is Hokkaido seafood so delicious?
北海道の海産物がなぜ美味しいの？

Located in the northernmost part of Japan, Hokkaido is surrounded by the sea and has many bays and gulfs. The Sea of Japan, the Pacific Ocean and the Sea of Okhotsk are rich in diverse fishing grounds, where a variety of fish and shellfish are caught each season. Moreover, the seafood that grows in the cold, rough seas of the north is more tender, firmer and tastier than farmed fish, making it very easy to enjoy the soft and delicate textures that only Hokkaido, with its rich fishing grounds and four distinct seasons, can offer.

日本の最北端に位置する北海道は、海に囲まれており、海産物が多いです。日本海、太平洋、オホーツク海の沿岸で季節ごとにさまざまな魚や貝類が獲れるほか、冬にも獲れる魚種もあります。このほか、北の冷たい荒波の中で育つ海産物は、養殖魚よりも柔らかく、歯ごたえがあり、美味しく食べられるという特徴があります。また、北海道は四季がはっきりとあり、新鮮な海産物を採れるのが得意です。

【商品リーフレット拡大】※裏面

Processed Seafood Products from Hokkaido
北海道の水産加工品

<p>01</p> <p>Squid tempura kamaboko (Venison style) イナダ天ぷらのかまぼこ 北海道産イナダを使用した、北海道産のかまぼこを使用した、天ぷらのかまぼこです。</p> <p>¥410</p>	<p>02</p> <p>Octopus tempura kamaboko (Venison style) タコ天ぷらのかまぼこ 北海道産タコを使用した、北海道産のかまぼこを使用した、天ぷらのかまぼこです。</p> <p>¥410</p>	<p>03</p> <p>Scallop tempura kamaboko (Venison style) ホタテ天ぷらのかまぼこ 北海道産ホタテを使用した、北海道産のかまぼこを使用した、天ぷらのかまぼこです。</p> <p>¥410</p>	<p>04</p> <p>Sweetened boiled herring 甘辛煮のほたけ 北海道産ほたけを使用した、甘辛煮のほたけです。</p> <p>¥756</p>			
<p>05</p> <p>Steamed scallops 蒸しホタテ 北海道産ホタテを使用した、蒸しホタテです。</p> <p>¥548</p>	<p>06</p> <p>Hokkaido Takete crab miso (atsumebi) かに味噌 北海道産タケテカニを使用した、かに味噌です。</p> <p>¥864</p>	<p>07</p> <p>Hokkaido Takete steamed sea urchin 海胆の味噌 北海道産タケテ海胆を使用した、海胆の味噌です。</p> <p>¥756</p>	<p>08</p> <p>Hokkaido Takete steamed sea urchin 海胆の味噌 北海道産タケテ海胆を使用した、海胆の味噌です。</p> <p>¥1,706</p>	<p>09</p> <p>Rice seasoning (venison) Active-free イナダ炊き合わせ 北海道産イナダを使用した、炊き合わせです。</p> <p>¥648</p>	<p>10</p> <p>Norishio, Roasted seaweed のり 北海道産のりを使用した、のりです。</p> <p>¥864</p>	<p>11</p> <p>Norishio (sea urchin) nori 海胆のり 北海道産海胆を使用した、海胆のりです。</p> <p>¥972</p>
<p>12</p> <p>Hokkaido scallop soup 北海道産ホタテのスープ 北海道産ホタテを使用した、ホタテのスープです。</p> <p>¥324</p>	<p>13</p> <p>Hokkaido scallop potage 北海道産ホタテのポタージュ 北海道産ホタテを使用した、ホタテのポタージュです。</p> <p>¥540</p>	<p>14</p> <p>Grilled whole conger eel with soy sauce (unagi) 照り焼きうなぎ 北海道産うなぎを使用した、照り焼きうなぎです。</p> <p>¥320</p>	<p>15</p> <p>Scallops with hashi ホタテの天ぷら 北海道産ホタテを使用した、ホタテの天ぷらです。</p> <p>¥340</p>	<p>16</p> <p>Scallops with butter & soy sauce ホタテのバター醤油 北海道産ホタテを使用した、ホタテのバター醤油です。</p> <p>¥340</p>	<p>17</p> <p>Sarara miso (raw smoked miso) サララ味噌 北海道産大豆を使用した、サララ味噌です。</p> <p>¥260</p>	<p>18</p> <p>Pacific boiled many black oyster 太平洋産黒い牡蠣の味噌汁 北海道産黒い牡蠣を使用した、黒い牡蠣の味噌汁です。</p> <p>¥260</p>
<p>19</p> <p>Saba miso (raw smoked miso) サバ味噌 北海道産サバを使用した、サバ味噌です。</p> <p>¥260</p>	<p>20</p> <p>Grilled salmon 照り焼き鮭 北海道産鮭を使用した、照り焼き鮭です。</p> <p>¥660</p>	<p>21</p> <p>Japanese hot pot 鍋 北海道産魚を使用した、鍋です。</p> <p>¥630</p>	<p>22</p> <p>Delicious herring roe イナダの卵 北海道産イナダを使用した、イナダの卵です。</p> <p>¥500</p>	<p>23</p> <p>Herring roe イナダの卵 北海道産イナダを使用した、イナダの卵です。</p> <p>¥500</p>	<p>24</p> <p>Wheat from Akkeshi, Hokkaido, boiled in water 旭川産小麦 北海道産小麦を使用した、小麦です。</p> <p>¥1,404</p>	<p>25</p> <p>Hokkaido Akkeshi oyster 旭川産牡蠣 北海道産旭川産牡蠣を使用した、旭川産牡蠣です。</p> <p>¥2,592</p>

《4-9/イベント当日の様子》

【イベント実施時の様子】



【試食コーナー】



25商品中15商品を試食可能とした。
試食対応を行うスタッフは、マスク着用、
小まめな手洗い、消毒を徹底。

会場補足

- 東京駅構内とあって、国内外問わず店舗の前は多くの人流がみられる
- 会場ディスプレイは、目を引くものであり、多くの方が写真を撮っていた
- 来店者の多い時間帯はAM(ホテルチェックアウト後)であり、旅行カウンター前には人が集まる
- 駅構内ではあるが流動的に人が入るわけではないので、呼び込みの強化や事前告知などが重要
- 欧米圏、アジア圏問わず来店されるが、販売商品への興味や試食をするのは圧倒的にアジア圏
- 加工品は味の想像が分かりにくいですが試食をした方はそのまま購入に至るケースが多くみられた
- ホタテやサーモン関連商品が特に購買ニーズがあった

《4-10/商品販売実績》

■12月23日(土) 総売上:¥81,648

■12月24日(日) 総売上:¥122,334 **販売売上合計 ¥203,982**

商品名	単価	税区分	販売個数	販売総売上	メーカー
ほたて天かまぼこレトルト真空パック	410	内税(8%)	5	2050	友栄太田かまぼこ
たこ天かまぼこレトルト真空パック	410	内税(8%)	4	1640	友栄太田かまぼこ
いか天かまぼこレトルト真空パック	410	内税(8%)	3	1230	友栄太田かまぼこ
函館竹田 むしうに	1706	内税(8%)	8	13648	竹田食品
函館竹田 かにみそ	864	内税(8%)	18	15552	竹田食品
函館竹田 えびみそ	756	内税(8%)	17	12852	竹田食品
一口珍味かずのこ(白醤油)	500	内税(8%)	19	9500	まるりょう野澤商店
かずのこドレッシング	500	内税(8%)	19	9500	まるりょう野澤商店
北海道にしん甘露煮	756	内税(8%)	8	6048	タカハシ食品
函館小鉢 ホタテしくれ煮	648	内税(8%)	19	12312	タカハシ食品
のり屋自慢のふりかけ(かつお)	648	内税(8%)	9	5832	ダイホク
のりすけ味のり卓上北海道つーんと山わさび風味	972	内税(8%)	8	7776	ダイホク
のりすけ焼のり卓上	864	内税(8%)	2	1728	ダイホク
千切りビストロ昆布	630	内税(8%)	9	5670	ジュンヤオカヤマ
北海道ほたてのポタージュ 3袋入	540	内税(8%)	23	12420	グリーンズ北見
北海道ほたてスープ 8袋入	324	内税(8%)	28	9072	グリーンズ北見
北海道噴火湾ほたてのバジル	340	内税(8%)	40	13600	兼由
焼きほぐし鮭	660	内税(8%)	19	12540	兼由
さんまの黒酢煮	260	内税(8%)	20	5200	兼由
さばの味噌煮	260	内税(8%)	19	4940	兼由
まるあなごの蒲焼き風	320	内税(8%)	10	3200	兼由
ホタテバター醤油	340	内税(8%)	41	13940	兼由
さんまの味噌煮	260	内税(8%)	19	4940	兼由
缶つまJAPAN 北海道厚岸産灯台つぶ水煮	1404	内税(8%)	6	8424	国分北海道
缶つまJAPAN 北海道厚岸産かき燻製油漬け	2592	内税(8%)	4	10368	国分北海道
売上総数			377	¥203,982	

実績補足

- ホタテ関連(スープ、ポタージュ、バター醤油、ほたてバジル)が人気傾向で2日目には在庫が不足
- サーモンフレークやふりかけなど見た目や用途が判断できる商品は売れやすい傾向
- 缶詰タイプ商品は中身が見えない、食べ方が不明等が要因で販売に苦戦した
- ㈱兼由の商品はサイズも小さく、価格もリーズナブルのため、複数種類の購買が目立った
- 見た目がスタイリッシュ(ビストロ昆布/ドレッシング)は会場の雰囲気とも合い、初日で完売した
- 瞬間的に理解が出来る、食べ方が想像できる加工品、自国でも食べ慣れている食材が人気傾向
- どの商品も価格で悩んでいる様子はあまり見られなかった

《4-11/アンケートの実施》

店舗へ訪れた訪日外国人に対して、WEBアンケートを実施し、計70名の回答を得た。

【アンケートフロー】

- ・QRコードを記載したパネルを試食台付近に設置、スタッフによる働きかけを行った
- ・アンケートはGoogleフォームを使用し、英語、簡体字の言語対応

- ①アンケートQRコードを読み取る
- ↓
- ②アンケートに回答いただく
- ↓
- ③アンケート回答済み画面をスタッフが確認
- ↓
- ④インセンティブをお渡し(アヒージョ風帆立とチーズ)

【アンケート設問内容】

質問項目	
回答者属性	名前
	年齢 20代 30代 40代 50代 60代
	性別 男 女
	国籍
	職業
設問内容	●本日の商品で一最も関心を持った商品はなんですか？
	●どこで水産加工品を買いますか？
	●あなたの一番好きな水産加工品を教えてください
	●どのようにして水産加工品を普段食べますか？ (EX:そのまま食べる、調理して食べる、ご飯にかけて食べる等...)
	●どのような場面で水産加工品を食べますか？ (EX:朝ご飯、友人とのパーティー、間食...)
	●日本(北海道)の水産加工品のイメージを教えてください
	●どのくらいの値段だと、北海道の水産加工品を自国で購入しますか？

《4-11/アンケートの実施》

【アンケート結果①】

■ 全体回答数・・・70名(内、アジア圏:45名/欧米豪:25名)

【年齢】

20～29	26
30～39	16
40～49	20
50～59	6
60～69	2

【性別】

男性	35
女性	35

回答者数の60%が20代～30代、約30%が40代による回答

【アジア地域別内訳】

香港	12
中国	9
台湾	6
インドネシア	5
シンガポール	4
日本	4
マレーシア	2
フィリピン	2
韓国	1

【欧米豪地域別内訳】

アメリカ	11
オーストラリア	8
フランス	2
イタリア	1
ニュージーランド	1
トルコ	1
スペイン	1

東アジア約70%、東南アジア約30%の回答

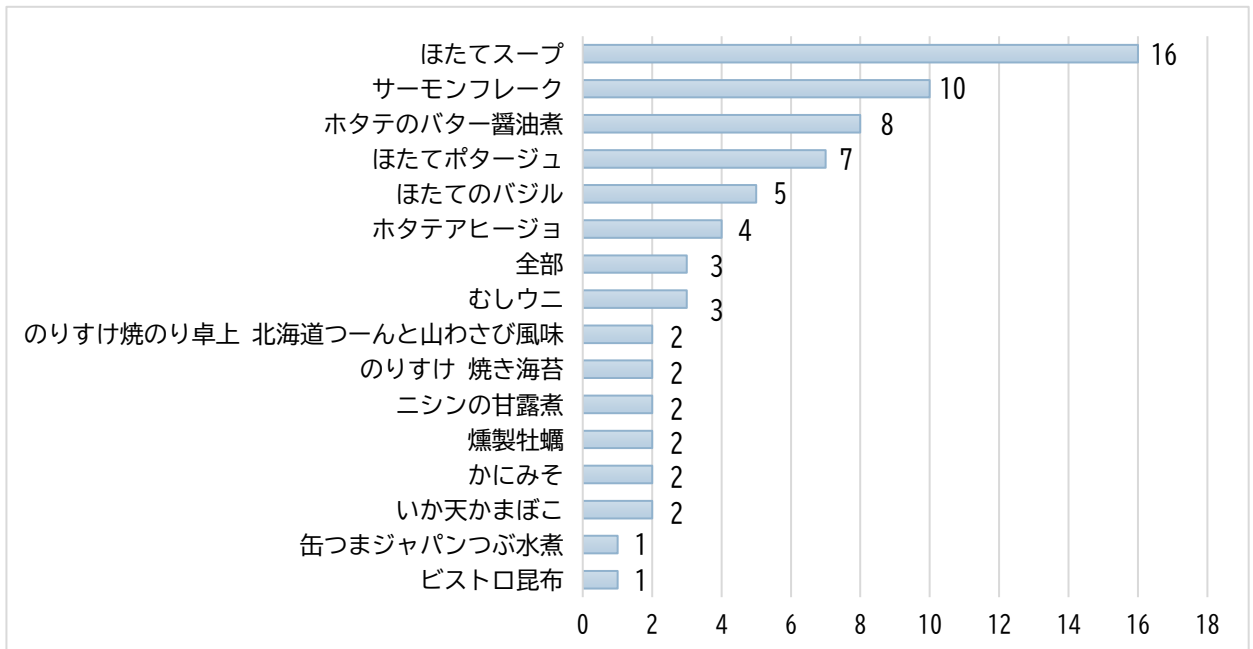
【職業】

学生	13	販売員	1
会社員	12	医者	1
エンジニア	11	会計士	1
教師	5	管理アシスタント	1
マネージャー	4	起業家	1
マーケティング	3	建築家	1
研究員	2	自営業	1
ファイナンス	2	主婦	1
フリーランス	2	電気技師	1
専業主婦	2	留学生	1
無職	2	公務員	1
エグゼクティブアシスタント	1		

《4-11/アンケートの実施》

【アンケート結果②】

【本日の商品で一番も関心を持った商品はなんですか？(全体)】



【本日の商品で一番も関心を持った商品はなんですか？(圏域別)】

■アジア圏

ほたてスープ	11
ほたてポタージュ	5
ホタテのバター醤油煮	5
サーモンフレーク	4
ほたてのバジル	4
全部	3
ホタテアヒージョ	3
むしウニ	2
のりすけ焼のり卓上 北海道つーんと山わさび風味	2
燻製牡蠣	2
ビストロ昆布	1
のりすけ 焼き海苔	1
ニシンの甘露煮	1
いか天かまぼこ	1

■欧米豪

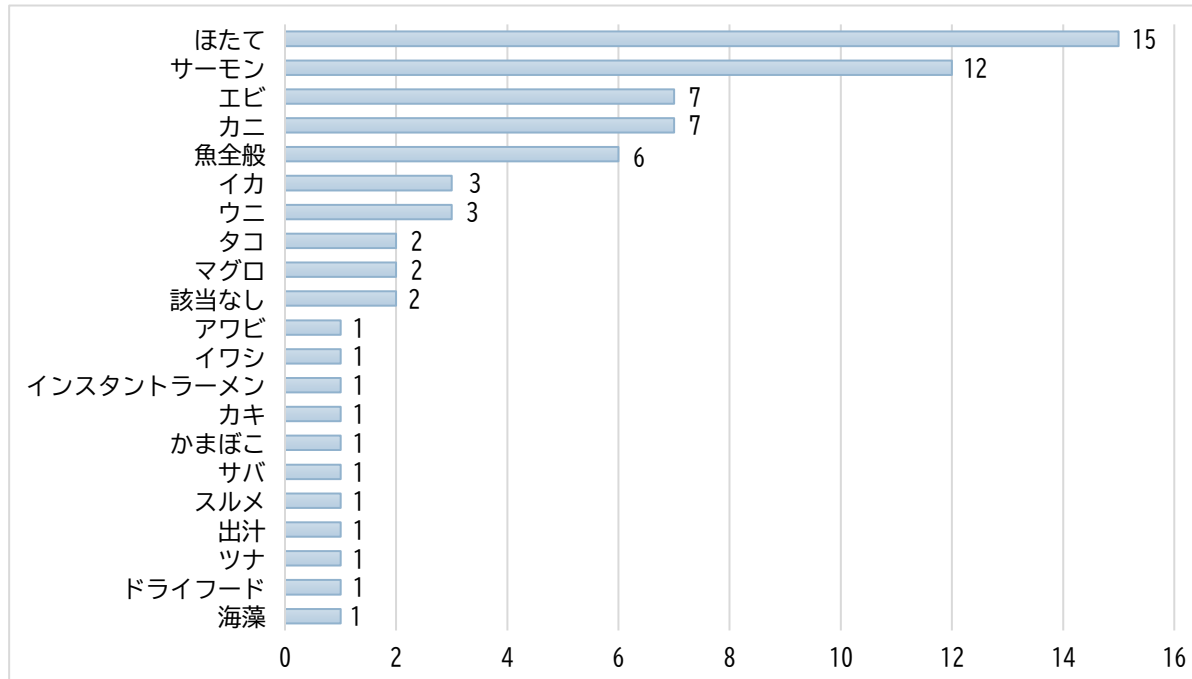
サーモンフレーク	6
ほたてスープ	5
ホタテのバター醤油煮	3
ほたてポタージュ	3
いか天かまぼこ	1
かにみそ	1
かにみそ	1
むしウニ	1
ニシンの甘露煮	1
ノリスケ 焼き海苔	1
ホタテアヒージョ	1
缶つまジャパンつぶ水煮	1

- 全体的にホタテ関連商品の人気が高いことが伺える
- アジアと欧米豪を比較した際、欧米豪地域のサーモンフレークがホタテ関連商品よりも関心度が高い結果となった
→日々の生活にサーモンがメジャーな食になっている
- アジア圏には、缶詰の商品はさほど選択されない傾向も伺える

《4-11/アンケートの実施》

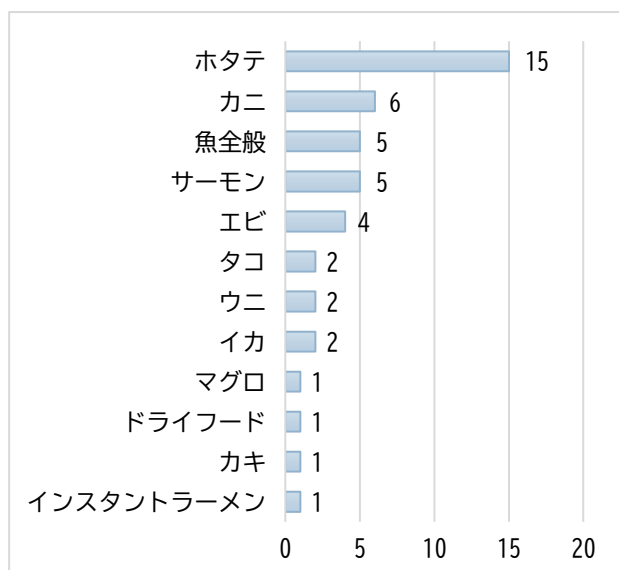
【アンケート結果③】

あなたの一番好きな水産加工品を教えてください(全体)

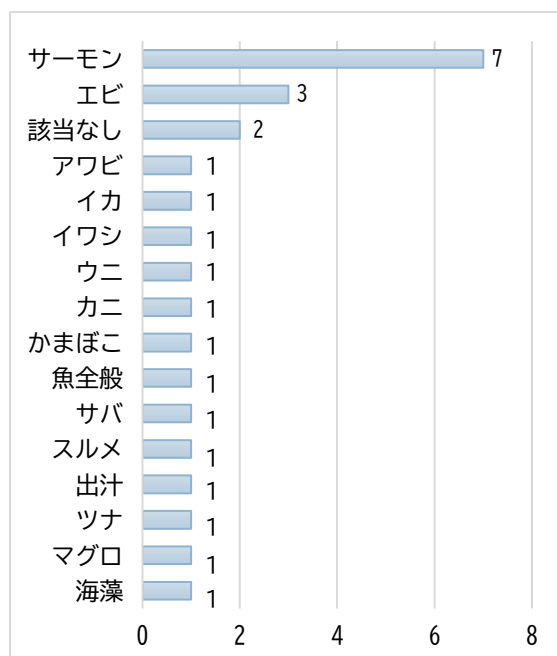


【あなたの一番好きな水産加工品を教えてください(圏域別)】

■アジア圏



■欧米豪

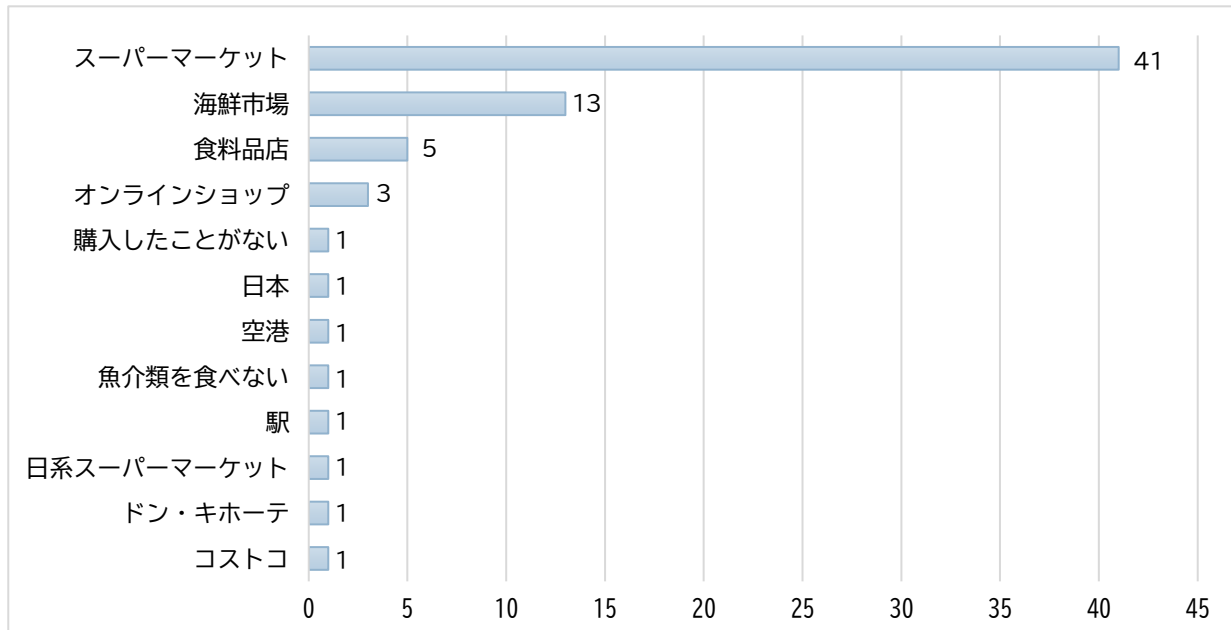


○アジア圏は「ホタテ」「カニ」、欧米豪は「サーモン」「エビ」が人気となっており、圏域における違いも伺える。

《4-11/アンケートの実施》

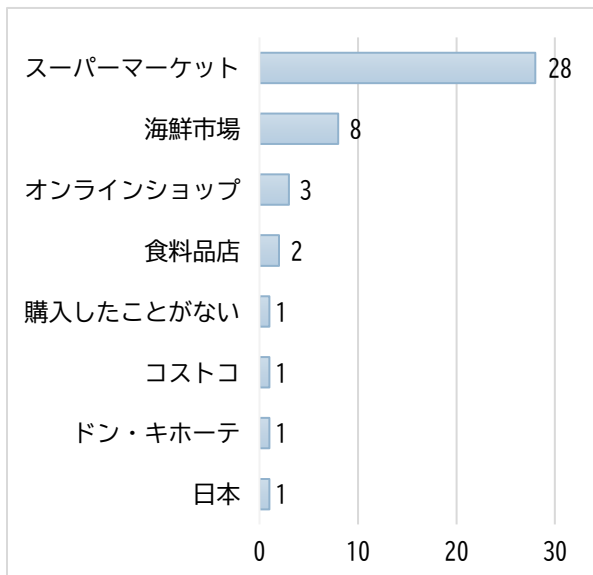
【アンケート結果④】

【普段どこで水産加工品を買いますか？(全体)】

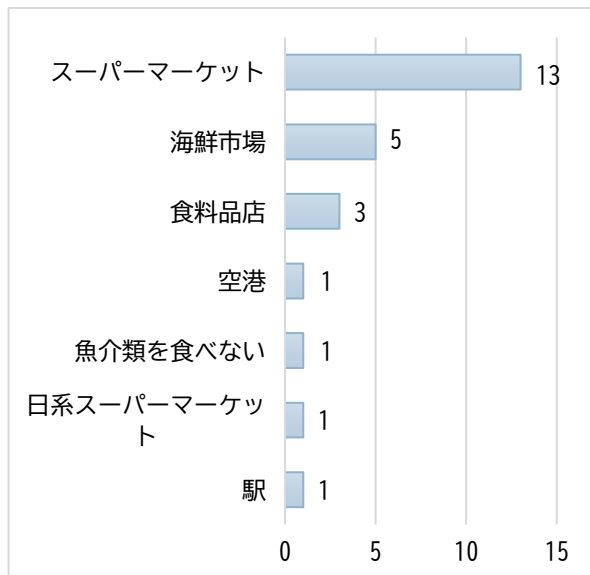


【普段どこで水産加工品を買いますか？(圏域別)】

■アジア圏



■欧米豪



○ 私生活においては、スーパーマーケット、海鮮市場での購入が7割を超えている現状

○ 想定したよりもオンラインによる購入をしている消費者は少ない結果となった

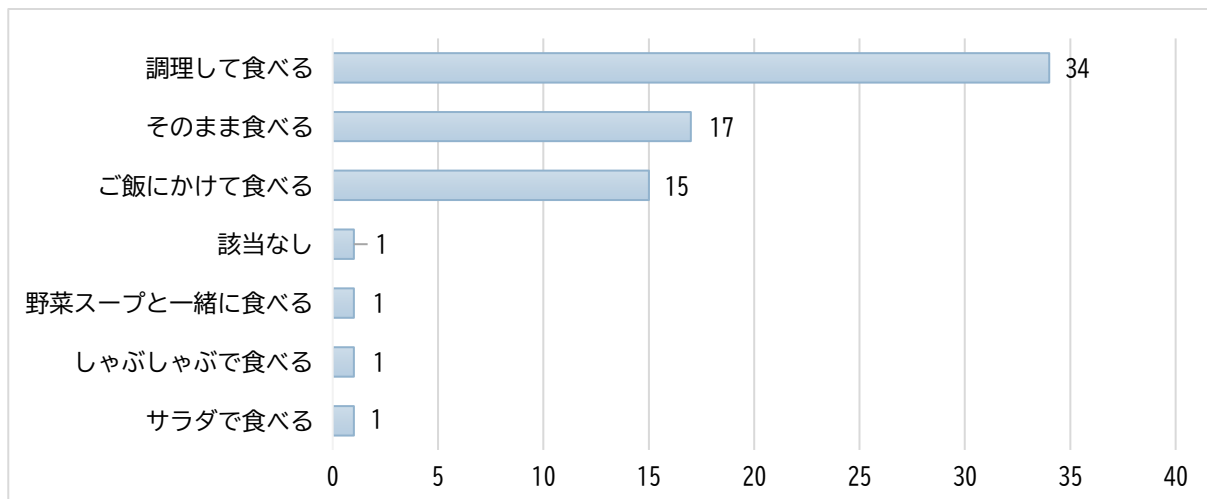
→日用品や消耗品はECで購入、生鮮や水産物は、目の前の鮮度や見た目などを確認した上で購入をしたい意向

《4-11/アンケートの実施》

【アンケート結果⑤】

【どのようにして水産加工品を普段食べますか？

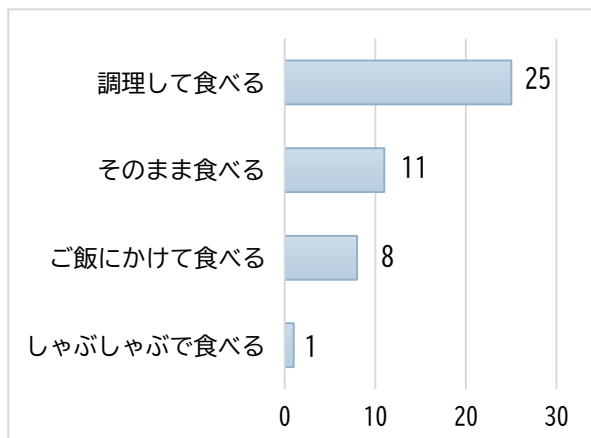
(EX:そのまま食べる、調理して食べる、ご飯にかけて食べる等…(全体))



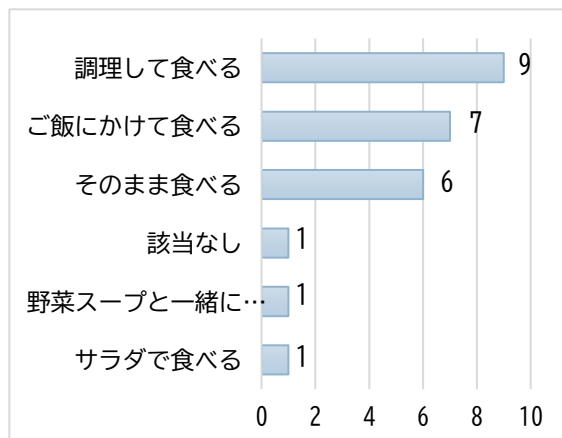
【どのようにして水産加工品を普段食べますか？

(EX:そのまま食べる、調理して食べる、ご飯にかけて食べる等…(圏域別))

■アジア圏



■欧米豪



○「調理して食べる」の回答が全体的に多い結果となった

→調理して食べる＝温める、レンジ等の簡単な調理が主な方法であった

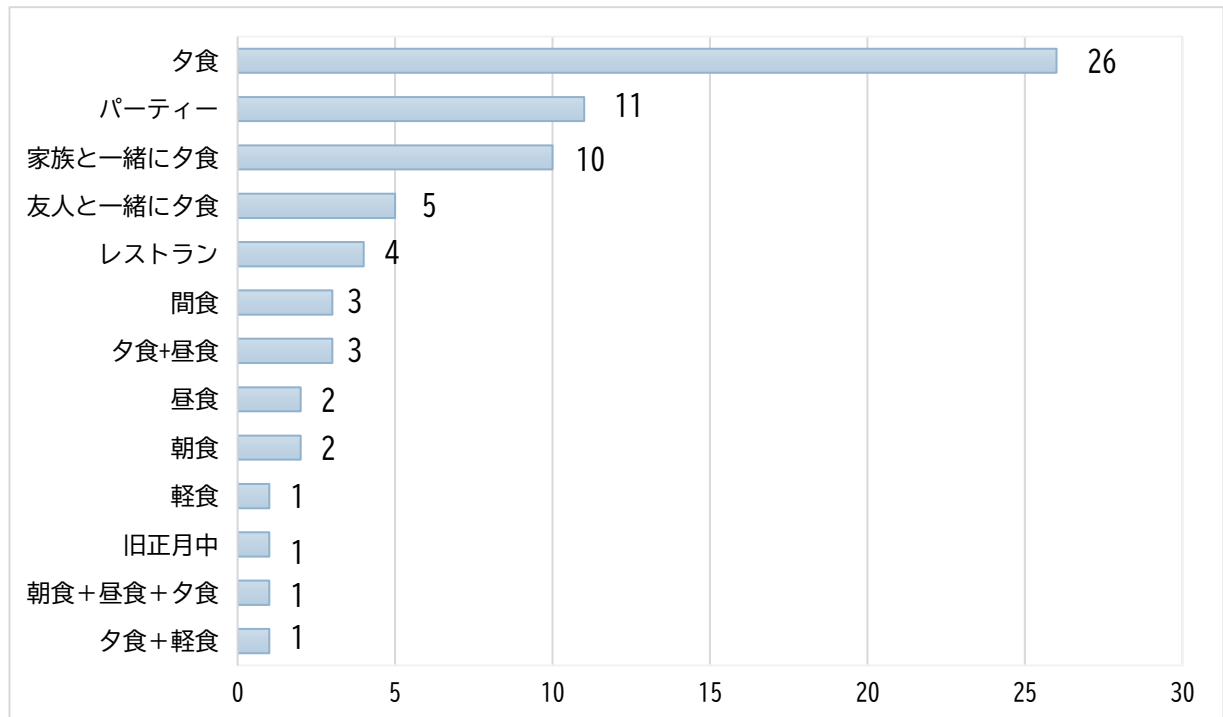
→水産加工品においては、切る、焼く、煮る等の手間のかかる調理は、避けたい傾向

○ 上記、理由も含め、「ごはんにかける」、「そのまま食べる」などの簡単な食べ方や欧米豪地域では、スープやサラダなどに混ぜる等のニーズが日常的にある

《4-11/アンケートの実施》

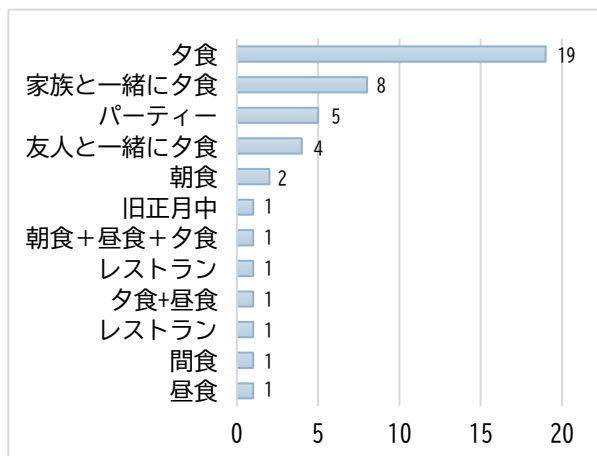
【アンケート結果⑥】

【どのような場面で水産加工品を食べますか？
(EX:朝ご飯、友人とのパーティー、間食…(全体))】

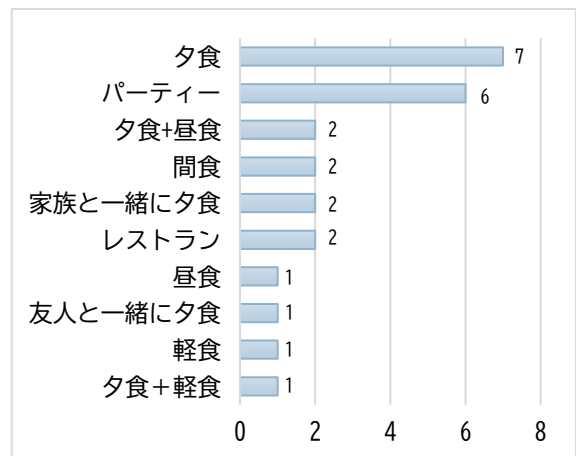


【どのようにして水産加工品を普段食べますか？
(EX:そのまま食べる、調理して食べる、ご飯にかけて食べる等…(圏域別))】

■アジア圏



■欧米豪



- 夕食需要が大半を占める結果となり、家族や親しい知人との食事やパーティシーンが多いことが伺える
- 間食需要も一部回答から見えることから手軽な水産加工品は利用シーンの見せ方や定義によっては、新しいニーズを見いだせる可能性もある

《4-11/アンケートの実施》

【アンケート結果⑦】

【北海道の水産加工品のイメージを教えてください】

新鮮	15
良い	14
美味しい	11
高品質	10
素晴らしい	8
分からない	2
味が濃厚	1
釧路	1
カニ	1
ホタテ	1
知事が好き	1
たくさんの種類がある	1
特に無し	1
少し不安	1
寿司	1
人気がある	1

- 新鮮、美味しい、高品質等ポジティブな回答が目立つ
- 処理水の影響が多少あるかと想定しなかった
→訪日旅行者の時点で、風評被害に大きく影響されない消費者だった可能性も想定される
→欧米豪に関しては、禁輸、輸出制限の規制もなく、そもそも気にしていない傾向であった
- 少し不安と回答したのは、中国本土の消費者であった

【どのくらいの値段だと、北海道の水産加工品を自国で購入しますか？(国・地域別)※具体金額入力】

香港	10,000円	4
	1,000円	3
	15,000円	1
	20,000円	1
	4,000円	1
	1,800円	1
	500円	1
中国	500円	2
	商品による	2
	15,000円	1
	3,000円	1
	1,000円	1
	適正価格 安ければ買う	1
台湾	1,400円	3
	20,000円	1
	安ければ買う	1
	商品による	1
インドネシア	商品による	2
	1,000円	2
	500円	1
シンガポール	30,000円	1
	10,000円	1
	1,000円	1
	安ければ買う	1
日本	1,000円	2
	500円	2
マレーシア	30,000円	1
	7,000円	1
フィリピン	2,600円	2
韓国	1,000円	1

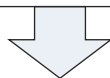
アメリカ	3,000円	5
	3,500円	1
	500円	1
	商品による	1
	適正価格	2
オーストラリア	通常よりも高い価格で買う	2
	該当なし	2
	高くても買う	1
	1,500円	1
	1,000円	1
フランス	1,500円	1
	500円	1
イタリア	40,000円	1
ニュージーランド	1,800円	1
トルコ	適正価格	1
スペイン	商品による	1

※金額は、各国の通貨を円表記へ変換し、記載。

- 500円～3,000円程度の値段が全体感としては主流
- 香港、シンガポールなど物価が高い国・地域の消費者は、購入時の単価が高いことが伺える
→日本食レストラン自体が高単価のため、商品購入時にもコストがかかることは理解している傾向

《コラボメニュー販売の実施》

道産水産加工品と道産日本酒のセット販売を実施。
物販で取り扱いをしなかった冷蔵商品を含む、4社6品と選べる道産日本酒3銘柄を用いて、セットメニューを立案・販売をした。



■併設するカフェスペースにて、下記3種類のちよい飲みセットを販売

販売期間 2023.12.23(Sat) - 2024.1.22(Mon)

販売価格 各セット1,280円

※各セットおつまみ2品+下記3種の道産日本酒からお好きな銘柄を選ぶ内容で販売

①高砂酒造 純米吟醸酒 国士無双 ②男山 特別純米 木綿屋 ③国稀 北酔

販売実績 Aセット：4,Bセット：7,Cセット：1 ※総計15,242円(税別)



Aセット～SHIRAOI～

- ・やなぎだこブラックペッパー
- ・スケソウダラ(白銀の塩辛)



Bセット～HAKODATE～

- ・いか天かまぼこ
- ・ホタテしぐれ煮



Cセット～TOMAKOMAI～

- ・ほっき燻製(醤油)
- ・ほっき燻製(塩)

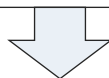


実績補足

- 店舗の業態がカフェ/旅行カウンター業務ということから酒類の販売については通常営業においても厳しい部分もあり、当該コラボメニューについても売り上げとしては非常に厳しい結果となった。
- 同店舗でのメニュー展開は、スナック感覚で食べられる商品や季節柄ほたてスープ、ポタージュ等の一息つけるようなメニューをセレクトし、販売する場所の特性、消費者のニーズを踏まえた展開を次回以降検討。ただし、日本酒とのセット自体は味の評価も良く、現地の居酒屋業態で提供する等、再度試験販売を実施したい。

《在日台湾人インフルエンサーを招聘》

東京在住の台湾人インフルエンサーをブッキングし、イベント当日の様子、カフェメニューの紹介を主とした情報発信を実施。



プロフィール

■魚漿夫婦

・Facebookページフォロワー数:430,000+

台湾の彰化出身、東京在住の台湾人夫婦。
それぞれ本職がある中、休暇の時間を使って東京を歩き回り、1000店舗以上のレストランを訪ねた。
グルメに詳しい旦那さんのほうは文字の編集を担当。
奥さんは撮影と日本語が得意で、カメラとインタビューを担当。
その内容をブログやSNSに配信のほか、2019年に「東京好食光」という東京グルメ本を出版。
グルメ情報以外に、日本のニュースや豆知識など、日本に関する面白い情報を発信することにより、人気を集めている。



【取材・撮影の様子】



【関連配信結果】

国	メディア	実施内容	数量	投稿/配信日	投稿URL	数値結果
台湾	魚漿夫婦	FACE BOOK 投稿	2回	2023年 12月23日	 https://x.gd/gZxBg	リーチ:15,414 いいね:109 コメント:2 シェア:3
					 https://x.gd/dLQKv	リーチ:67,476 いいね:1,072 コメント:19 シェア:47

※配信数2回の内、1回はJRカフェの施設自体の紹介内容をフォローとして配信し、施設自体への来店促進も実施した。

【配信内容詳細】



【意識】

試食できる北海道フェス 🍷 × JAPAN RAIL CAFE TOKYO 🍷

今日と明日の2日間、JR東京駅八重洲中央口改札外のGRAN TOKYO NORTH TOWER 1Fにある「JAPAN RAIL CAFE TOKYO」では、北海道フェスが開催されている。

今回の北海道フェスは一味違い、どれも北海道の名物料理から厳選されたものだ。ウニ缶、貝柱のポタージュやスープ、厚岸産牡蠣缶など、どれも地元商品だ。

しかも試食もできるので、明日東京駅に行かれる方はぜひ立ち寄ってみてください～🍷

それだけではなく、JAPAN RAIL CAFE TOKYOでは、北海道の日本酒と地元の美味しいおつまみ(北寄貝の燻製など)を組み合わせた「北海道日本酒セット」を提供しているので、ぜひ味わってみてください～

日本酒セットは来週の月曜日から1ヶ月間、毎日14時から21時まで販売される！東京駅をお通りの際は、ぜひ立ち寄りください～

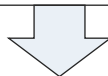


実績補足

- イベント告知の紹介投稿は、いいね:109、コメント:2、シェア:3、リーチ:15,414となった。平均の数値と比べて少ない結果だったが、サービス投稿フォローを入れ、いいね:1,072、コメント:19、シェア:47、リーチ67,476となり平均数値を超える結果となった
- 2つの投稿の合計はいいね:1,181、コメント:21、シェア:50、リーチ:82,890となり、HOKKAIDO SEAFOOD MARKET及び、カフェメニュー提供を実施するJapan Rail Cafeの紹介する記事のリーチは当初の想定よりも高い数値で終了
- 2つの記事を比較すると、台湾に住んでいる人にとっては、日本での短期イベントを紹介する場合は、よりお得な内容や限定感など、「今なら使える」日本旅行のコツを提供する方が望ましいことも分かる

《ECサイトテスト販売の実施》

道産水産加工品の海外への販路拡大に関心のある道内企業8社23商品を対象に、日本商品を多く取り扱うECサイトでテスト販売を実施。
商品ラインナップは、日持ちする常温加工品とし、国内販売を実施した商品群で行った。



《7-1/販売ECサイト概要》

サイト概要

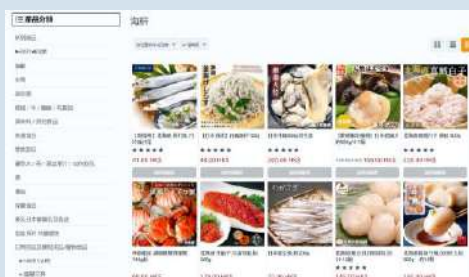
和楽屋 -WARAYA-

WARAYA Co., Limited
Room G&H, 3/F, Wofoo Building, 204-210 Texaco Rd, Tsuen Wan,
Hong Kong

販売期間: 12月18日(月)~2月17日(土)

日本産の食材の販売・配達を行っているオンラインショップ
商品は生鮮食品からレトルト食品、冷凍食品まで幅広く取り扱っている

※売価に関しては、日本国内の小売希望価格を伝えたが、最終的な価格設定や売り方はサイト側へ一任
※パナークリエイティブについてはサイト側が作成



《7-2/ECサイト販売商品リスト》

No	選定商品
1	いか天かまぼこレトルト真空パック/たこ天かまぼこレトルト真空パック/ほたて天かまぼこレトルト真空パック
2	北海道にしん甘露煮 2枚/函館小鉢 ホタテしぐれ煮
3	かにみそ/えびみそ/むしうに
4	のり屋自慢のふりかけ(かつお) /のりすけ焼のり卓上/ のりすけ味のり卓上北海道つーんと山わさび風味
5	北海道ほたてスープ 8袋入/北海道ほたてのポタージュ 3袋入
6	まるあなごの蒲焼き風/ほたてのバジル/ホタテバター醤油/さんまの味噌煮/さんまの黒酢煮/さばの味噌煮/焼きほぐし鮭
7	千切りビストロ昆布
8	珍味かずのこ/かずのこドレッシング

《7-3/北海道フェア施策》

販売サイト側からのスケジュール希望もあり、販売開始日(12月18日~26日)まで年末商戦に合わせて北海道フェアを開催。
 サイトTOPに特集バナーを掲出し、本事業関連商品と合わせて、北海道商品をまとめて販売する特設ページを制作。

TOPバナー

バナービジュアル



《7-4/北海道フェア商品別ページ》

商品パッケージだけではなく、中身のイメージ画像と合わせた画像を制作。

道産竹田北海道蟹膏味噌焼酎350ml 75g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 26.10HK\$



詳細

規格: 75g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 26.10HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【かにみそ】

道産竹田北海道蟹膏味噌焼酎350ml 70g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 27.00HK\$



詳細

規格: 70g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 27.00HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【えびみそ】

道産竹田北海道蟹膏味噌焼酎350ml 60g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 59.40HK\$



詳細

規格: 60g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 59.40HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【むしうに】

道産天婦羅魚板 真空包装

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$



詳細

規格: 40g x 3個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【いか天かまぼこ】

道産天婦羅魚板 真空包装

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$



詳細

規格: 40g x 3個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【ほたて天かまぼこ】

道産天婦羅魚板 真空包装

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$



詳細

規格: 40g x 3個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 15.30HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【たこ天かまぼこ】

NORISUKE 焼酎 40度

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 29.70HK\$



詳細

規格: 40度

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 29.70HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【のりすけ焼のり卓上】

NORISUKE 北海道産山椒風味 焼酎 40度

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 32.40HK\$



詳細

規格: 40度

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 32.40HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【のりすけ味のり卓上山わさび風味】

海苔屋 軽魚肝油 40g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 20.70HK\$



詳細

規格: 40g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 20.70HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【のり屋自慢のふりかけ】

北海道産乳口豆乳味噌粉 5g x 8個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 12.60HK\$



詳細

規格: 5g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 12.60HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【北海道ほたてスープ】

北海道産乳口豆乳味噌粉 2個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 20.70HK\$



詳細

規格: 2個

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 20.70HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【北海道ほたてのポタージュ】

数値昆布 12g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 23.40HK\$



詳細

規格: 12g

原産国: 日本

賞味期限: 2024/10

販売価格: 23.40HK\$

在庫状況: 残り100個以上

【買付日: 2024年09月10日】

【千切りビストロ昆布】

《7-4/北海道フェア商品別ページ》

商品パッケージだけではなく、中身のイメージ画像と合わせた画像を制作。

歌之子鰻魚子醬汁 100ml

原價 HK\$24.00

23.40 HK\$



原價 HK\$24.00
售價 HK\$23.40
運費 HK\$0.00

詳細

類 別: 調味料
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【かずのこドレッシング】

珍味かずのこ 一口歌之子鰻魚卵 (白醤油味) 10g

原價 HK\$18.00

18.00 HK\$



原價 HK\$18.00
售價 HK\$18.00
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 10g 原 産 地: 日本
賞味期限: 常温
保存方法: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【珍味かずのこ】

道館小鉢 帆立貝刺身煮

原價 HK\$24.00

24.30 HK\$



原價 HK\$24.00
售價 HK\$24.30
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 120g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【ホタテしぐれ煮】

塩焼鯖魚 2尾

原價 HK\$27.90

27.90 HK\$



原價 HK\$27.90
售價 HK\$27.90
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 2尾
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【北海道にしん甘露煮】

北海道帆立貝 (半醤油油) 65g

原價 HK\$13.50

13.50 HK\$



原價 HK\$13.50
售價 HK\$13.50
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 65g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【ホタテバター醤油】

【北海道焼大貝】 帆立貝刺身煮 65g

原價 HK\$12.60

12.60 HK\$



原價 HK\$12.60
售價 HK\$12.60
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 65g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【ほたてのバジル】

蒲焼墨鰻 (六子) 70g

原價 HK\$12.60

12.60 HK\$



原價 HK\$12.60
售價 HK\$12.60
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 70g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【まるあなごの蒲焼き風】

秋刀魚味噌煮 95g

原價 HK\$11.70

11.70 HK\$



原價 HK\$11.70
售價 HK\$11.70
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 95g 原 産 地: 日本
賞味期限: 常温
保存方法: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【さんまの味噌煮】

鯖魚味噌煮 120g

原價 HK\$11.70

11.70 HK\$



原價 HK\$11.70
售價 HK\$11.70
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 120g 原 産 地: 日本
賞味期限: 常温
保存方法: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【さばの味噌煮】

化刀魚黒酢煮 95g

原價 HK\$28.00

28.00 HK\$



原價 HK\$28.00
售價 HK\$28.00
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 95g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【さんまの黒酢煮】

鯖三文魚碎 120g

原價 HK\$24.30

24.30 HK\$



原價 HK\$24.30
售價 HK\$24.30
運費 HK\$0.00

詳細

規 格: 120g
原 産 地: 日本
保存方法: 常温
賞味期限: 開封後1年以内
【開封後冷凍保存、一切冷蔵商品。】

【焼きほぐし鮭】

《7-5/その他フェア施策》

サイトTOPにシーフードフェア、米や卵関連商品の特集バナーを掲出し、本事業関連商品を一部含む期間限定ページを制作・販売を実施。

【海鮮商品フェア】

TOPバナー



バナービジュアル



【米関連商品フェア】

TOPバナー



バナービジュアル



《7-6/商品販売実績》

■12月18日～2月17日 販売売上合計 ¥144,346

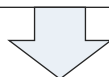
No	商品名	12月18日～12月26日 北海道フェア期間中	12月18日～2月17日 販売期間総計	売上額(日本円換算) IHK \$ 19,20	購入者属性(性別)
1	いか天かまぼこレトルト真空パック	12	20	5,875	男性:33% 女性:67%
2	たこ天かまぼこレトルト真空パック	11	20	5,875	男性:18% 女性:82%
3	ほたて天かまぼこレトルト真空パック	6	20	5,875	男性:33% 女性:67%
4	北海道にしん甘露煮 2枚	5	18	9,642	男性:20% 女性:80%
5	函館小鉢 ホタテしぐれ煮	2	15	6,998	男性:0% 女性:100%
6	かにみそ	1	20	10,022	男性:0% 女性:100%
7	えびみそ	0	10	5,203	男性:33% 女性:67%
8	むしうに	1	10	11,405	男性:0% 女性:100%
9	のり屋自慢のふりかけ(かつお)	2	15	5,962	男性:50% 女性:50%
10	のりすけ焼のり卓上	1	18	10,264	男性:0% 女性:100%
11	のりすけ味のり卓上北海道つーんと山わさび風味	0	10	6,221	男性:20% 女性:80%
12	北海道ほたてスープ 8袋入	3	15	3,629	男性:33% 女性:67%
13	北海道ほたてのポタージュ 3袋入	1	14	5,564	男性:0% 女性:100%
14	まるあなごの蒲焼き風	2	10	2,419	男性:0% 女性:100%
15	【北海道噴火湾】ほたてのバジル	2	14	3,387	男性:0% 女性:100%
16	ホタテバター醤油	2	12	3,110	男性:40% 女性:60%
17	さんまの味噌煮	3	20	4,493	男性:50% 女性:50%
18	さんまの黒酢煮	0	20	10,752	男性:50% 女性:50%
19	さばの味噌煮	5	22	4,942	男性:50% 女性:50%
20	焼きほぐし鮭	5	22	10,264	男性:20% 女性:80%
21	千切りビストロ昆布	1	10	4,493	男性:20% 女性:80%
22	珍味かずのこ10g	0	10	3,456	男性:50% 女性:50%
23	かずのこドレッシング100ml	1	10	4,493	男性:10% 女性:90%
	合計	66	355	144,346	

実績補足

- かまぼこ関連商品が人気傾向で初速からコンスタントに売れ行きを伸ばした
→味もよく、同等の日本商品の販売がないため売れ筋となった
- サーモンフレークやふりかけなど見た目や用途が判断できる商品はEC上でも売れやすい傾向
- 日持ちがするもので、開封後すぐに食べられる商品に購買ニーズが強い傾向
- みそ系の缶詰商品は、EC販売においても苦戦する傾向(中身が見えない、用途がすぐに浮かばない)
- (店舗より)基本的に生鮮類は、レストランやスーパー、百貨店で購入するため、日持ちする加工品には、チャンスはあるが、EC上では日本国内での販売実績もや知名度もとても重要になる

《消費者インタビューの実施》

本年度事業では、処理水放出の影響やネット等での炎上リスク対策も鑑み、パブリックな場での現地販売は見送ったことで、香港現地での対面によるテスト販売やリアルな情報収集が出来なかったため、現地消費者インタビューを行い、北海道の水産加工品ニーズを探った。



《8-1/インタビュー調査概要》

調査目的

- 香港人消費者の生活の実態を解き明かし、北海道水産及び水産加工品の来季における販路拡大の取り組みの参考を見つけ出す
- 香港人一般消費者の処理水放出による日本・北海道水産、及び水産加工品に対する影響を把握する

調査概要

- 調査対象：一般消費者
- リクルート要件：訪日または来道経験があり/日本食などに興味関心あり/ 20-50代/香港人男女
- 対象人数：男女合計5名
- 調査形式：1対1のインタビュー形式(インサイトを探るため、定量ではなく定性調査として実施)
- 実施時期：2023年12月(第一弾2名)/2024年2月(第二弾3名)

対象者



Sharon



Tim



Tammy



Anny



Danny

※写真はあくまでイメージです。

▼ ①～⑧の項目を元にインタビューを実施

- ① 自身の食生活について ② 購買プラットフォームについて ③ 水産品について
- ④ 水産加工品について ⑤ 北海道の水産品・水産加工品について
- ⑥ 処理水の影響について ⑦ 今後の見通しについて ⑧ 道より追加依頼質問項目

《8-2/インタビュー設問詳細》

No.	質問項目	
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか？
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか？
		あなたの1週間の食べたものを教えて下さい
		今、あなたがハマっている食べ物は？それはなぜですか？
		香港におけるここ最近の食のトレンドは？
		1ヶ月の食費はどのくらいか？
		誰と食事をするか(食事のシチュエーション)
2	購買プラットフォームについて	食品をどこでを購入しているか？
		頻度はどのくらい？一回の買い物の購入金額は？ *スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか？どこで買いましたか？
		どのくらいの頻度で購入をするか？
		いくらからいの水産品を購入するのか？
		購入した水産品をどのように調理しているか？*料理名/どんな場面で食べるのか
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのような？どこで？
		どのくらいの頻度で購入をするか？
		いくらからいの水産加工品を購入するのか？
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場面で食べるのか
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？*購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング
6	処理水の影響について	処理水に関してのニュースは知っているか？*どのくらい知っているか程度も確認
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？ *どのくらい知っているか中身を聞く
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など
		規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大をできるヒントがないか
		食生活の中で、朝昼晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらいいか？

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果①】



名前:sharon

職業/役職:セールス&マーケティング(マネージャー)

性別:女性

来日経験:15回

年齢:29歳

来道経験:2回

No.	質問項目	回答	
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか？	自炊8 外食2
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか？	<ul style="list-style-type: none"> ・米にこだわっており、日本産のお米を購入して食べている。 ・食生活は日本食の割合が多く、西京焼やおでん、うどんなどをよく作って食べる。 ・特に西京焼はとても好きで友達にも紹介している。 ・他の料理で家で食べるのは上海料理の焼き小籠包、広東料理は家ではあまり作らない。 ・食べるなら家ではなく外で食べることが多い。 ・あと生野菜はあまり食べない。野菜で好きなのはカボチャやほうれん草。 ・肉と魚の割合は魚4割/肉6割くらい。
		あなたの1週間の食べたものを教えて下さい	<ul style="list-style-type: none"> ・西京焼/茶碗蒸し/蒸し鳥(葱油)/ブロッコリーのゆずあえ/ペペロンチーノ/ピザ/コーンスープ/炊き込みご飯/水餃子/蒸し魚/おむすび/たこ焼き/味噌汁/チキンスープ
		今、あなたがハマっている食べ物は？それはなぜですか？	<ul style="list-style-type: none"> ・以前勤めていた会社が日本酒の会社でゆず酒を飲んでからゆず系の料理にどハマリしていて、何でもゆずを入れて試している(一年前ほど前からハマった)
		香港におけるここ最近の食のトレンドは？	<ul style="list-style-type: none"> ・中華系の食事(火鍋・四川料理が増えた) ・友人や仕事関係の人と集まると中華料理を食べる機会が多くなった
		1ヶ月の食費はどのくらいか？	・2800香港ドル
2	購買プラットフォームについて	食品をどこで購入しているか？	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットでの購入が多い。そこで買えなかったものに関しては、スーパーではなく街市(香港内各地に多数ある生鮮食品を小売りする市場)に行く
		頻度はどのくらい？一回の買い物の購入金額は？	・2週1回 550ドル
		*スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング	<ul style="list-style-type: none"> ・HKTVMモール(特に魚はここで買うことが多い、ネギトロをこの前購入した) ・スナックは759 阿信屋がおすすめ(スナック専門のECサイト、実店舗も香港各地にある)
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか？どこで買いましたか？	<ul style="list-style-type: none"> ・カレイ / サーモン / サバ / ネギトロ / 冷凍エビ / ムキアサリ ・魚はHKTVMモールで購入するか、ドンキホーテに行って購入する
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・2週に1回くらい
		いくらくらいの水産品を購入するのか？	・100gあたり45香港ドルくらいが私の目安で、いつも合計200香港ドルくらいを購入
		購入した水産品をどのように調理しているか？*料理名/どんな場面で食べるのか	<ul style="list-style-type: none"> ・塩焼き / 西京焼 / 生 / 照り焼き ・平日に普通に食べている

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果①-2】

No.	質問項目		回答
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのような？どこで？	・佐詰の牡蠣やフィッシュボール(魚の練り物)をHKTVモールで買った
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・4ヶ月に一回くらい
		いくらくらいの水産加工品を購入するのか？	・1つ35香港ドル
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場面で食べるのか	・ニンニクを入れてアヒージョ風にする(お酒にあわせて食べることもたまにある) ・香港風の焼売は温めて食べる(魚肉)が他の加工品はそこまで意識したことがない
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？	・北海道に行った時に貝ひもと干しホタテをお土産で買った
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？* 購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング	・新鮮/美味しい
6	処理水の影響について	処理水に関するニュースは知っているか？*どのくらい知っているか程度も確認	・知っている
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？*どのくらい知っているか中身を聞く	・大体知っている
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？	・若い世代の人たちは全く気にしないが、母親の世代の人たちはとても気にしている。 ・私の母親もその内の1人で日本の水産品はあまり食べなくなった。
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など	・母親がとても気にするので、家で日本さんの魚を食べる時は、母親がいない時に食べたり、いる時でも日本産の魚だとバレないようにして食べている。
		規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？	・全然気にはしない
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？	・したいと思う
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大をできるヒントがないか	・サンドイッチより腹持ちが良いのでおにぎりはよく食べます(華御結) 明太子か鮭がとても人気なので、サケフレークの商品とかは良いかも。 ・個人的にはホタテのおにぎりや西京焼のおにぎりがあったら良いです。
		食生活の中で、朝食晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらいいか？	・何はともあれスーパーマーケットでの試食が大事だし、レシピをしっかりと提供してほしい。 ・簡単で美味しいというのがとても大事！！(簡単に豪華な料理ができます等) ・時間帯で言うと、間食(午後茶)で食べるようにするのが良いと思う

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果②】



名前:Tim

職業/役職:グラフィックデザイナー(代表)

性別:男性

来日経験:3回

年齢:34歳

来道経験:0回

No.	質問項目	回答	
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか？	・晩御飯は家で食べるが、朝と昼はほとんど外食。割合は外食9/自炊1
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか？	・結婚しているので奥さんが作ってくれることが多いが、たまに自分でも作る。 ・奥さんの料理は広東料理が多く、蒸し系の料理が多いかもしれない。 ・豚肉のリブや白身系の魚を蒸して食べる。この前は鰻を蒸して、鰻丼を作って食べた。 ・魚で言うとスモークサーモンが私も奥さんも好きで、サラダと一緒に食べることが多い。後はこだわっているのはお米で、熊本県のお米を購入していつも食べています。 ・広東料理が中心だが、副菜などでは色々な地域の料理をミックスして食べていて、 ・今日は中華、明日は日本料理という感じではない。 ・色々なものがいつもごちゃ混ぜになっている。
		あなたの1週間の食べたものを教えてください	・米麺 / 蒸し魚 / 海南チキンライス / 寿司 / うどん / 鳥のソテー(ゆず風味) / 魯肉飯(ルーローファン) / スモークサーモンサラダ / カップヌードル(シーフード) / 火鍋(ラム肉) / ハンバーガー(マクドナルド) / 鴨のロースト / 蒸し鳥 / おむすび *家で食べたものは料理の名前がわからないものが多い
		今、あなたがハマっている食べ物は何ですか？それはなぜですか？	・忙しいので、すぐ食べれる海南チキンライスはよく食べている。 ・後は小さい頃から飲んでるが、広東料理のスープにここ最近ハマっている。 ・トマトとじゃがいものスープ、サーモンもたまに入れて飲む。他にも干したこやサザエめばちのスープなどが好き。
		香港におけるここ最近の食のトレンドは？	・健康食品(オーガニック)のものが流行っていて、サステナブルかどうかに対して消費者が気にする様になってきている。
		1ヶ月の食費はどのくらいか？	・4500香港ドル
		誰と食事をするか(食事のシチュエーション)	・奥さんと子供との食事がほとんど。両親や親戚とは食事をする機会はあまりない。
2	購買プラットフォームについて	食品をどこで購入しているか？	・新鮮で値段も安いので街市に行くことが多い。 ・スーパーマーケットだとローカルのウェルカムで買い物することがほとんど。ただ、お寿司とかを買いたい時はシティースーパーや争鮮(お持ち帰り寿司チェーン店)で購入をする
		頻度はどのくらい？一回の買い物の購入金額は？	・自分はそのままで頻繁に買い物に行かないが、奥さんは毎日買い物に行って300-500ドルくらい使う(ネットでは飲み物だけ購入)
		*スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング	・ECでの購入はほとんどHKTVモール
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか？どこで買いましたか？	・サーモン / マグロ / ソウギョ(コイ) / タイ / マナガツオ / シヤモ 基本的には街市で購入している
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・2日に1回くらい魚を購入
		いくらくらいの水産品を購入するのか？	・安いので1匹20香港ドル、高いのだと100香港ドルくらい
		購入した水産品をどのように調理しているか？*料理名/どんな場面で食べるのか	・蒸し魚が一番多い(醤油をかけて食べる)、鮭魚(ソウギョ)を蒸したものに豆豉やニンニクを添えたりする。焼きもたまにする

≪8-3/インタビュー回答結果≫

【インタビュー結果②-2】

No.	質問項目		回答
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのような？どこで？	・中華系の缶詰である豆豉鯪魚(ケンピーとトウチのうま煮)をスーパーで買う。後は小魚の揚げ物くらい
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・常備食なので常に家にある状態にしている。2週に1回くらいのペースで買い足している
		いくらくらいの水産加工品を購入するのか？	・豆豉鯪魚は20香港ドルくらい
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場面で食べるのか	・豆豉鯪魚をご飯の上に乗せて食べます ・加工品を温めて食べることはあまりしたことはない
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？	・蟹の缶詰(スーパーで購入した)
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？* 購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング	・なんでもおいしい美味しいイメージだが、高い
6	処理水の影響について	処理水に関してのニュースは知っているか？*どのくらい知っているか程度も確認	・知っている
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？*どのくらい知っているか中身を聞く	・大体知っているがどの県が対象になっているかまでは分からない
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？	・40代以上の人はとても気にしている ・若い世代の人は気にしていない。スジローに行くのも若い香港人たち。
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など	・公表されているデータを自分自身で色々見ており、それを信じているので自分にはあまり影響はない
		規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？	・全く問題ない
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？	・機会があればしたいと思う
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大ができるヒントがないか	・明太子のおにぎりはとても人気があるので、明太子系の商品はあるかもしれない。
		食生活の中で、朝昼晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらいいか？	・朝は座って食べないので加工品は合わない。 ・小腹がすいた間食(午後茶)で食べるようにするのが良いと思う あとキャンプ用品の店に置いているととても良いと思う

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果③】



名前: Tammy

職業/役職: 専業主婦

性別: 女性

来日経験: 6回

年齢: 62歳

来道経験: 1回

No.	質問項目	回答	
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか?	・7割自炊 3割外食
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか?	・瓜の炒めもの/茹で野/蒸し魚/肉のミンチを蒸す/ステーキ/パスタ/ピザ/ボルシチ
		あなたの1週間の食べたものを教えて下さい	・ホタテの茶碗蒸し/トマトじゃがいもスープ/蒸し魚/蒸し鶏/ブロッコリー/蒸し茄子/海老と四季豆の炒め物(XO醤で)/れんこんと豚バラ煮*調味料としてXO醤をよく使う
		今、あなたがハマっている食べ物は?それはなぜですか?	・海産系のものが好き/牡蠣/海老/あさりの炒め(辛い)/ニンニクと春雨の蒸しもの
		香港におけるここ最近の食のトレンドは?	・健康的な料理、味が薄め、食材の旨味を感じるものがトレンド
		1ヶ月の食費はどのくらいか?	・4000香港ドル
		誰と食事をするか(食事のシチュエーション)	・基本的には娘と一緒に、週末は大勢の友達と行く
2	購買プラットフォームについて	食品をどこで購入しているか?	・街市/スーパーマーケット
		頻度はどのくらい?一回の買い物の購入金額は?	・2日に1回スーパーに行き、街市は毎日行く、200香港ドルくらい使う
		*スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング	・ECではあまり買わない
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか?どこで買いましたか?	・冷凍のものはスーパーマーケット、香港系の料理を作る時は街市イボダイ・キジハタ・馬友などを買う
		どのくらいの頻度で購入をするか?	・1週間に1回あるかどうか
		いくらくらいの水産品を購入するのか?	・70~80香港ドル
		購入した水産品をどのように調理しているか? *料理名/どんな場面で食べるのか	・蒸し(ネギと醤油)

≪8-3/インタビュー回答結果≫

【インタビュー結果③-2】

No.	質問項目	回答	
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのような？どこで？	・イワシの缶詰(オリーブオイル漬け)/鮑の缶詰
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・イワシは1ヶ月に1回 鮑は3ヶ月に1回
		いくらくらいの水産加工品を購入するか？	・40香港ドル(イワシの缶詰3個セット) 200香港ドル(鮑)
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場所で食べるのか	・イワシの缶詰はレモンを垂らしてパンにたらして、ワインの飲むときによく食べる
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？	・剥き蟹 干しホタテ
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？ *購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング	・高い
6	処理水の影響について	処理水に関してのニュースは知っているか？*どのくらい知っているか程度も確認	・知っている、テレビのニュースで見た
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？*どのくらい知っているか中身を聞く	・どこがダメなのか具体的なのは知らない。 ・北海道は福島から離れているので大丈夫だと思っていた。
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？	・影響は大きい、周りの人は食べる頻度は少なくなっているけど、完全にはなくなっていない。今後日本が処理水を放出し続ける限り心配はなくなるらない
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など	・ホタテ以外の北海道産は食べるが、他の日本の地域の海産物は食べない
	規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？	・北海道産ならまだ食べれる	
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？	・食べなくなったら食べる
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大をできるヒントがないか	・安全性の問題が気になる 商品自体に問題があるのではないが、安全性の問題で買わない ・政府のデータなど人々が安心ができるものをもっと提供してほしい
		食生活の中で、朝昼晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらよいか？	・夜お酒のつまみで

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果④】



名前:Anny

職業/役職:専業主婦

性別:女性

来日経験:5回

年齢:43歳

来道経験:1回

No.	質問項目		回答
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか？	・8割自炊 2割外食
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか？	・野菜炒め/卵料理(茶碗蒸しみたいな) /スープ(ニンジン・瓜)/チャーシュー/海老と卵の炒め物/西洋料理/パスタ/スモークサーモン/カボチャのスープ
		あなたの1週間の食べたものを教えて下さい	・スープ(レンコン・タコ・漢方薬・ズッキーニ・瓜・豚肉)/ブロッコリー/酢豚/エビチリ/蒸し魚/ロースト鴨 *調味料はXO醤はあまり使わなく、BBQソースや醤油や砂糖、黒酢とニンニクのソースをよく使う
		今、あなたがハマっている食べ物は何ですか？それはなぜですか？	・蟹(蒸し、炒めなんでも良い)上海蟹も好きで特に肉部分が好き、蟹肉とアボガドとマンゴーのサラダが好き(パスタと一緒に)
		香港におけるここ最近の食のトレンドは？	・健康を気にする人が多いので、オーガニック系のものが流行っている ・産地も明記するなどの安心感を与えるのが大事。ホルモン剤を投入しているかどうかも大事なポイント
		1ヶ月の食費はどのくらいか？	・8000-10000香港ドル (家族全体) 1人5000~6000香港ドル
		誰と食事をするか(食事のシチュエーション)	・家族と食べる、娘1人・旦那さんと3人で ・週末はおじさんとおばさんも一緒に元気寿司に行く
2	購買プラットフォームについて	食品をどこでを購入しているか？	・街市/スーパーマーケット
		頻度はどのくらい？一回の買い物の購入金額は？	・2日に1回スーパーでは肉を買い、野菜は街市。1回で大体200香港ドルくらい使う
		*スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング	・ECではあまり買わない
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか？どこで買いましたか？	・エビは冷凍も使うのでスーパーマーケットもある 魚は街市でイシモチ・イボダイ・ヒラメ(フィレ)などを買う
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・1週間に1回あるかどうか
		いくらくらいの水産品を購入するのか？	・大体50香港ドル以下 ヒラメは70~80香港ドル
		購入した水産品をどのように調理しているか？*料理名/どんな場面で食べるのか	・イボダイは焼き魚・冷凍のヒラメはオーブンで焼く・イシモチは蒸し魚

≪8-3/インタビュー回答結果≫

【インタビュー結果④-2】

No.	質問項目	回答	
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのようなの？どこで？	・フィッシュボール/イカのすり身/冷凍のフィッシュフィンガー(エアフライヤーで簡単に調理できるもの)
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・1ヶ月か2ヶ月に1回
		いくらからいの水産加工品を購入するのか？	・30香港ドル
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場面で食べるのか	・加工品は大体ホームパーティーの時に使用する
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？	・刺身のホタテ
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？* 購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング	
6	処理水の影響について	処理水に関してのニュースは知っているか？* どのくらい知っているか程度も確認	・世界中の人が知っている、ネットなどで情報を見た
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？*どのくらい知っているか中身を聞く	・大体知っているが私たちに公表されているデータは不十分、 処理水の影響は福島近辺だけでなく日本の海全てにあると思う
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？	・非常に重大な影響を与えた ・上の世代や同じ年齢の方たちは気にする人が多いけど、若い人たちは気にしない
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など	・元気寿司に行くけどとても気にしている(以前は毎週行ってたけど今は行っていない) ・刺身のホタテは絶対に食べない、蒸していたら中国産のものを 選んで食べている
		規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？	・影響はやっぱり大きいのであまり食べたくない ・北海道が規制対象になっていないことは知らなかった
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？	・我慢できなくなる時は食べるかもしれない
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大をできるヒントがないか	・安全の問題を特に気にしている ・日本の政府や関連機関が出したものではなく、他の国とかの認証やデータをもらえれば安心する
		食生活の中で、朝昼晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらいいか？	・海産加工品はスナックみたく、アフターヌーンティーで

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果⑤】



名前: Danny

職業/役職: エンジニア

性別: 男性

来日経験: 1回

年齢: 25歳

来道経験: 0回

No.	質問項目		回答
1	自身の食生活について	自炊と外食の割合はどのくらいか?	・3割自炊 7割外食
		家で料理をする場合、どのような料理を作るのか?	・海老の炒め/野菜の炒めもの/豚肉の炒めもの
		あなたの1週間の食べたものを教えてください	・マクドナルド/野菜炒め/鶏肉炒め/寿司/マントウ/米線/イカの炒め物/肉のスープ/卵炒め
		今、あなたがハマっている食べ物は?それはなぜですか?	・台湾牛肉麵
		香港におけるここ最近の食のトレンドは?	・火鍋/ナイトマーケットの食べ物
		1ヶ月の食費はどのくらいか?	・8000香港ドル
		誰と食事をするか(食事のシチュエーション)	・彼女とよく一緒に食べる
2	購買プラットフォームについて	食品をどこで購入しているか?	・街市 *友達はスーパーマーケットが多い
		頻度はどのくらい?一回の買い物の購入金額は?	・1週間3回、100香港ドル/1回
		*スーパーでの購入が回答だった場合、ECサイトでの購入経験やプラットフォーム、お気に入りのプラットフォームなどをヒアリング	・ECではあまり買わない
3	水産品について	水産品を購入したことがあるか?どこで買いましたか?	・海老を街市で買う
		どのくらいの頻度で購入をするか?	・1ヶ月に3回くらい
		いくらくらいの水産品を購入するのか?	・80香港ドル くらい
		購入した水産品をどのように調理しているか? *料理名/どんな場面で食べるのか	・海老の唐辛子炒め

《8-3/インタビュー回答結果》

【インタビュー結果⑤-2】

No.	質問項目	回答	
4	水産加工品について	水産加工品を購入したことはあるか？どのような？どこで？	・フィッシュボール/ タラの乾き物(スナック)
		どのくらいの頻度で購入をするか？	・1ヶ月に2回
		いくらからいの水産加工品を購入するのか？	・40香港ドル
		購入した水産品をどの様に調理しているか？ *どんな場面で食べるのか	・麺を茹でるときにフィッシュボールを付け加える ・タラはお菓子感覚で食べる
5	北海道の水産品・水産加工品について	北海道の水産品・水産加工品を購入したことはあるか？なんの？どこで？	・北海道産とはあまり意識したことはない
		北海道の水産品・水産加工品のイメージは？* 購入意欲/受け入れ可能価格もヒアリング	・以前はイメージは良かったし高かったけど、今はあまり興味はない
6	処理水の影響について	処理水に関してのニュースは知っているか？*どのくらい知っているか程度も確認	・知っている 政府が輸入を禁止した一連の流れも全て知っている
		処理水放出後に香港政府が取った措置の内容を知っているか？*どのくらい知っているか中身を聞く	・ある地域の海鮮が輸入できないということは知っている
		処理水放出は香港消費者にどのような影響を与えたか？	・ 日本食を食べる機会が少なくなった
		処理水放出はあなたの行動に何かしらの影響を与えたか？ *日本産の水産品を購入・食べる機会が減る/日本食レストランに行く機会が減る、など	・ 日本食を食べる機会が少なくなったし、産地を確認するようになった ・ 海鮮を食べる機会/回数はそれほど変わっていないが周りの友達も気にしている
		規制の対象となっていない日本地域の水産品を購入・食べることにどう思うか？	・食べたくはない
7	今後の見通しについて	今後日本の水産・水産加工品を購入したいと思うか？	・食べたくはない
8	追加質問	おにぎりを通じて、道産水産品の販路拡大ができるヒントがないか	・おにぎりというより、 スナックをメインにすると良いと思う 。 生や加工したものは産地を気にするが、スナックだと産地をあまり気にしないので
		食生活の中で、朝昼晩どの時間帯の食事をターゲットにしたらよいか？	・3時のおやつ

《8-4/インタビュー補足》

全体所感

■東洋と西洋の様々なカルチャーが狭い土地の中にミックスされているのが香港の魅力であり、今回のインタビューにおいても、香港の人は特定の地域の食に偏らず様々な国の食べ物を楽しまれていると感じた。

■海に面した土地なので海鮮系の食事をする事が多いと想定していましたが、ソウギョやケンピーなどの川魚を食べることも多いのは興味深い点だった。

昨今、中華系レストランが街中にも増えてきており、四川料理系の川魚料理を提供する店も多くあるため、濃いめの味付けの加工品にはチャンスがあるのではと感じる。

■缶詰(豆豉鯪魚)をそのままご飯に乗っけて食べる習慣があると言うのも一つ発見であり、鯖の味噌煮や秋刀魚の黒酢煮などが代替品として、提案できる可能性もあり、現地向けの加工品を使ったレシピ開発や北海道米との組み合わせも可能性が広がると考える。



■香港や広東では1日に5回の食事(朝・昼・午後茶・夕食・締め)を食べると言われていますが、午後茶(間食)での加工品提案は新しい切り口にもなる可能性がある。スナックや一口サイズの商品へのニーズが高いと感じる。

処理水の影響

■今回の事業実施に大きな影響を与えた処理水放出に関しては、香港の方はあまり気にしていないと想定していたが、中高齢者が非常に懸念している事が判明。

処理水に関して20代/40代/60代全てにおいて非常にネガティブだった。

日本の政府が出すデータをあまり信用しておらず、自分でデータを探したりすることなどもしていない。メディアや周りから流れてくる情報だけで判断をしている状況。

■ホタテに関しては非常に強烈的な拒否反応を示していたのが印象的だった。

→ホタテは海水中の毒素を溜めやすいとのこと

■インタビュー対象の20代の若年層にもネガティブな印象があるのは驚きだった。

ただ、現地コーディネーターからの情報より、今回の20代のインタビュー対象者の両親は中国本土出身のため、本土からの友人が多く、こうした家庭・人間関係含め、本土からの情報に影響を受けやすいと想定している。

※西洋寄りの若年層はあまり気にはしておらず、疑問に思ったことは自ら情報を入手し、自らの意思で判断をしている傾向が強い。

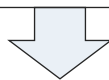
■インタビュー人数が少数のため、一概には言えないが処理水に対する感情傾向は把握できた。

懸念している消費者に対して、様々な情報を発信し、マインドを変えていくのは時間もかかり容易ではないため、許容度が高い若年層へとターゲットを絞ってアプローチしていく手法も今後考慮していく必要があるのではないかと考える。

※若年層の中でも更にターゲットを絞ってアプローチをする必要がある

《道市連携海外展開推進事業への参加》

本コンソーシアムが受託している道市連携海外展開推進事業道市連(多様なグローバルリスクに対応した道産品輸出拡大事業)試食プレゼン会開催委託業務にて、本事業で選定された企業の一部商品を使用し、**BtoB向けの試食会及び商談を開催した。**



《事業の実施目的》

道と札幌市が連携し構成する「北海道・札幌市海外展開連携推進協議会」において、本道人気の高い香港を対象に現地有名シェフによる道産食品を活用したメニュー提供などの試食プレゼン会及び商談を飲食店シェフやバイヤー等向けに開催し、道産食品の海外販路拡大を支援する。

実施概要

●和宴/ Wa-En Yakiniku

12/F, The Toy House, 100 Canton Road, Tsim Sha Tsui

試食会開催日時: 2023年12月11日(月)14:00-17:00

香港初の本格日本式焼肉店としてチムサーチョイカントンロードに開店した和宴。10年以上に渡り、変わらぬ場所で数多くのお客様が訪れ、和牛焼き肉をメインに日本各地の厳選素材を取り入れ提供している。



【参加ノミネート商品】

ジュンヤ・オカヤマ



千切りピストロ昆布

株式会社竹田食品



かにみそ/えびみそ



プレミアムいか塩辛/プレミアムイカ明太

グリーンズ北見



北海道はたてスープ

株式会社まるりょう野澤商店



かずだれ(ノンオイルドレッシング) かずのこワイン醤油



割烹かずのこ

香港現地のレストランシェフが上記商品を含む、北海道食材・商品を調理し、メニューを7品開発。当日会場には、13社のバイヤー、4社のレストラン関係者が訪れ、計27名が試食した。その後、オンラインによる商談を各社実施し、水産加工品の販路拡大を狙っている。



《 本事業の全体総括 》

所感

本事業は、当初予定していた中国・香港市場を対象としたリアル店舗及びオンラインストアでの販売は、処理水放出の影響により、実施が出来なかったが、反面中国本土の大手生鮮スーパーとのコネクションを作れたことは大きな収穫であった。

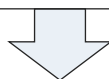
今回販売した水産加工品は、国内イベント時の反応を見る限り、欧米よりもアジア圏のニーズが高かったと考えます。その中でもホタテの関連商品やふりかけなど用途が明確なもの、味の想像が付きやすい商品がより購入されやすい傾向にあったと感じる。

一方、調理方法や味が不明確（※缶詰、普段食べ慣れていない食材）は、細かな説明が必要であり、購入後、自宅での食事・調理シーンやオススメの食べ方を分かりやすく伝えられるかが大きなポイントであった。

クリエイティブ

パッケージデザインやその販売空間作りも重要で、スタイリッシュで高品質に見える商品は、消費者の目にもとまり、興味を得た。

その根拠として、東京JRカフェにて販売した千切りピストロ昆布（細切りした乾燥昆布）に関しては、調理方法の説明がなければ恐らく購入はされにくかった商品であったが、目を引くおしゃれなボトルデザインとそれをより見栄え良くさせた販売空間、加えてスタッフによる多様な食べ方の口頭説明が重なる在庫は初日で完売する結果を生んだ。



店舗でもオンラインストアでもただ商品を並べるだけ、売るだけでは難しくなっており、商品自体の味はもちろん総合的な魅力度（デザイン、用途、想い、ストーリー等）を伝えていく必要があると改めて感じた。

飲食店でのコラボメニューに関しては、売上結果としては厳しい結果となったが、商材と店舗ジャンルに応じて、現地の居酒屋業態等でのフェア展開をする場合は、また違う結果となる可能性も高いため、今後の検討・検証材料としては参考になる試みであった。

EC販売

ECサイトのテスト販売においては、水産加工品のチャンスはあるが、中でもより日持ちのするもの、調理をしなくても開封後すぐに食べられる商品の可能性が高いと考える。

また、販売先についても考慮が必要と考えられる。

amazonや楽天のような巨大ECプラットフォームでは、サイト流入数はあるとはいえ、決まった購買目的や指名検索、日用品、飲料購入が多いことも想定されるため、水産品ジャンルや水産加工品名を直接調べて探すことがユーザー母数として、さほど多くないと考える。

つまり、巨大なプラットフォーム内(香港市場だとHKTVモール等)で販売を実施する場合は、広告をどれだけかけれるか、そして見つけてもらえるかが重要な要素にもなってくる。

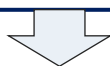
一方、本事業で販売を実施した民間企業が運営し、日本商品を好む顧客がサイトを回遊しているECサイトでの販売展開や百貨店等のオンラインショップでの販売の方が水産加工品には相性が良く、効果的ではないかと感じた。

インタビュー

インタビューにおいては、処理水放出から約半年が経過している状況であったが40代以上の親世代が日本の水産品をまだまだ警戒・躊躇していることも垣間見えているため、次年度は若年層を狙ったプロモーションを打つべきか、40代以上の消費者へ向けた安心・安全もPR軸とした販売プロモーション展開をするべきか、引き続き道とは協議を続けていきたい。

《 事業の成果まとめ 》

- ・ 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、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