

Q10. 北海道フェアについてどう思いましたか。また、MOGMOGに今後何を期待しますか。

【感想のみ】

- ・すばらしい、楽しかった (21)
- ・他地域のフェア開催も期待 (2)
- ・再度再開を待ち望んでいる (4)
- ・グランドオープンおめでとうございます

【商品に関する感想など】

- ・より多くの種類の商品を期待 (17)
- 刺身、北海道の食材、他地域の食材、お酒
- ・より手ごろな値段を期待 (5)
 - ・手ごろな値段から高級な商品まで兼ね備えてほしい

【その他の意見】

- ・より多くの従業員を期待 (2)
- ・事前にオンラインで注文できると良い
- ・売られている商品を組み合わせたレシピを共有する方法を見つけてほしい

■ その他のコメント（抜粋）

- 北海道のお菓子の種類をもっと増やしてほしい
- 素晴らしい経験でした。ありがとうございました。
- 青果物を含む、より多様な日本・アジア製品 素晴らしい
- 刺身をもう少し安く
- 北海道フェア楽しかったです
- 高級魚だけでなく、もう少し手頃な価格の魚もセレクトしてほしい。
- 魚の品数を増やしてほしい
- アイテムのバリエーションが増えた新鮮な日本の食料品を手頃な価格でモグモグから日本酒を購入したい。
- サンプリングの充実
- もっといろいろなものを
- 品数を充実させることに期待
- 良い製品おいしい新鮮な魚介類の販売に期待
- 食品を試食できるのがいい試食が楽しくて、食べたことのないものを試したり買ったりすることができました。
- 新鮮な食品と食料品の組み合わせが好きです。
- 食品の種類を増やしてほしい。
- 新鮮な魚介類を手に入れたい来るのが楽しみでした。
- 新鮮で質の良い寿司と日本製品
- このフェアを毎日やってほしい
- 私はこのフェアが大好きで、今後日本の他の地域のフェアも見たいと思いました
- 新しい日本のお菓子や商品を試すのが好きです。
- もっとリーズナブルな価格で魚介類を提供してほしい。
- シーフードジャーキーがもっと欲しい。
- もっとたくさんのフェアや特集を待っています
- 高級魚だけでなく、日用品も。
- 店内にシールを貼ったボードを置くのも、とても楽しくてインタラクティブだと思います。
- お寿司をもっと増やしてください。
- 刺身弁当の種類を増やすとか。でも、何を買っても満足です。
- これからもどんどん買いたいです。
- 新鮮なお刺身寿司の品揃えと和風デザート
- 新鮮でお得な価格
- もっといろいろなものがあればいいのに
- 新鮮なお寿司とお魚が食べられます。
- 北海道の食材をもっと増やしてほしい
- 料理の材料はあるけど、どう料理したらいいかわからない。
- こだわりの食材をもっと ネットで事前に注文できるものがあると良い
- もっとお手頃な価格だと嬉しいです。

■ 店舗スタッフヒアリング概要

- 対象者：フェア期間中に対応した店舗スタッフ
- 調査方法：対面ヒアリング方式

■ 店頭スタッフの声

- 紅ズワイガニのクリームコロッケ / つぶ貝「菜の花にしん黒酢和え | ホタテのフライ / いかめし」札幌農学校ミルククッキー / 毛ガニが 特に人気が高かったです。
- 北海道の認知は非常に高く、来場者のうち 10%くらいの方が、よく知ってる、または行ったことがある、などの話を聞かせてくれた印象です。
- 商品の売れ行きは予想以上で、上記の商品はすぐに売り切れていました。再入荷を求める声も高く、追加納入していただいたおかげで、お客様も安心して再来店してくださっています。
- 北海道への観光情報などを聞かれるひとたちもおり、食と旅行への関心が高いと感じました。
- お米や昆布(だし類)などの商品、お菓子などで、新たな商品を楽しみにする声もありました。
- 予想以上の売れ行きと、お客さんの興味の高さから、イベントを再度実施したいと感じました。

■ フェア実施結果

- ・ フェアの総評
 - － フェアの成功ポイント
 - ✓ 日本食スーパーマーケットでの開催とすることで、日本や北海道を知る現地アジア系市民にアプローチすることができた。
 - ✓ 継続販売を見据えてのフェア開催であり、結果として多くのポジティブ評価を獲得。現地店舗関係者より常設販売に向けた前向きなコメントをいただくことができた。
 - ✓ 北海道庁における道産水産物販路拡大事業の中でも、新規参入市場のため、商品網羅性を重視した展開とした。（合計33品の水産関連商品を取り扱い）
 - ✓ アンケート回答者のうち、再購入意向のある方が全体の7割以上となっており、道産水産物に対する確かなニーズを確認することができた。
 - ✓ 「惣菜・レトルト・冷凍」、「水産物・水産加工品」が今後購入を検討したい上位2カテゴリであり、アメリカ現地でも北海道水産物に関するニーズがあることが判明した。
 - ✓ 特に「惣菜・レトルト・冷凍」が上位になったことで、中食についても一定のニーズがあることが分かった。
 - － フェアの改善ポイント
 - ✓ 日本食スーパーマーケットでのフェア開催としたため、参加者の大多数がアジア系であったが、今後は欧米系ターゲットのスーパーマーケットでの道産水産物ニーズ調査も行い広くマーケットのポテンシャルを検証すべきである。
 - ✓ 取扱商品が33品目と非常に多かったため、1品1品に対する詳細なフィードバックを得ることが難しかった。販売コーナー毎に異なる質問票を設置し、より細かなニーズ把握をする工夫が必要であると推察される。
 - ✓ 取扱商品数の充実に比重をおいた事業展開としたが、今後はインフルエンサーや食関連の現地メディア等のPR手法の検証も同時並行で進めるべきである。
 - － 今後の課題について
 - ✓ アメリカについては、多種多様な民族が集まる多民族国家であるため、ターゲットとする州により、食に関する嗜好性が大きく異なると想定される。今後アメリカにおける販路拡大を行ううえで、まずはターゲット仮説とソリューション仮説の策定に必要な「基礎データの収集」が重要であると考えられる。
 - ✓ 具体的には、州単位での水産物消費量の違いや嗜好する魚種や調理法に関するWEB文献や統計資料に関する調査を行い、エリア別の傾向を把握することも、新規市場開拓を行ううえでは重要である。
 - ✓ 中食に関しても同様に現在どのような中食が人気であり、販売単価設定やプロモーション手法などをどのように行っているのかなどの先進事例調査も有効な手段である。
 - ✓ そのほか、年齢別、居住エリア別、年収別に自由に設問設定が可能な、WEBアンケート調査も初期参入段階でのマーケットニーズ把握に関して効果的な調査手法である。
 - ✓ 今後アメリカ市場をターゲット展開する場合は、それら市場調査事業を前段で行い、現地のサプライチェーンや商流、現地パートナー開拓等を行ったうえで、より戦略性の高い販売プロモーションに繋げることが望ましい。