

中国における道産活水産物プロモーション 成果のポイント

事業の目的

道産水産物の主要輸出先国である中国において、需要が期待できる活水産物のプロモーションを行い、ホタテに続く主力品目の開拓・育成を図る。

事業の実施内容

【対象魚種】

牡蠣（厚岸産）、北寄貝（道東産）

【プロモーション内容】

- ① 展示商談会・試食会の開催（広州市及び深圳市）
- ② 道産活貝PRウェブサイト開設
- ③ SNSでの調理・食事レポート動画の配信

実施結果（BtoB展示商談会）

【参加者】

34社40名（広州）、27社35名（深圳）

【内容】

活貝の説明、動画放映、試食、質疑応答、アンケート

実施結果（BtoC展示試食会）

【参加者】

32名（広州）、27名（深圳）

【内容】

試食、展示、アンケート

事業の成果

- SNS及びインフルエンサーによる情報発信により延べWebサイト10万回以上表示、調理・食事レポート動画それぞれ100万回以上再生を獲得し、道産活貝の魅力がPR
- 現地パートナー会社と連携により、計9件の商談を継続中
- 参加者アンケートにより、道産活貝に対する高い関心と評価が得られ、外食市場でのポテンシャルが判明

今後の展望

- 他産地との品質面、販売チャンネル、価格帯の差別化を図り、道産品のブランド力を活かした販路拡大
- 品質管理の徹底と素材を生かしたメニュー展開
- 動画やSNSの活用による情報発信の強化と卸売事業者との連携