

海外販売促進活動実施報告書

平成28年3月 3日
根室市総合政策部

1. 実施目的

ベトナム市場における根室産水産物の認知度の向上のため、パートナー企業と連携し、中間層・富裕層の消費者を対象とした販売フェアの開始により、直接、消費者や外食店等へ広報・宣伝活動を展開する。

また、根室市海外市場調査支援員を現地へ派遣し、現地企業を訪問の上、販売促進活動を展開するとともに、取引先や末端店舗などを対象に市場調査を実施し、今後の対応策などを取りまとめる形で、根室市企業の輸出の促進を支援する。

なお、市場調査の実施に当たっては、根室産水産物に対する商品評価や需要調査の実施の他、物流通事情を把握した上で、顧客開拓・流通網拡大や顧客対象別の需要に合わせた製品の標準化などに関する情報の提供を行い、根室市企業の輸出拡大に貢献する。

2. 対象エリア

ベトナム社会主義共和国（南部地区：ホーチミン市、北部地区：ハノイ市）

3. 調査実施期間

平成28年1月21日（木）から1月24日（日）まで 4日間

4. 調査に伴う出張期間と担当職員

(1) 出張期間： 平成28年1月20日（水）から1月25日（月）まで

(2) 派遣職員： 海外市場調査支援員 レティトゥチャン

5. 調査内容

(1) ホーチミン市の THE SUSHI BAR で根室さんまフェア視察

2016年1月19日（火）から24日（日）の6日間、ホーチミン市内の THE SUSHI BAR 6店舗にて根室さんまフェアが行われた。1月21日（木）にオフィスが密集するレ・タイン・トン通りに位置する THE SUSHI BAR 1号店に行ったところ、午前11時点でお店に来ている顧客で賑わっており、2階、3階にある個室席にも予約が入っており、300席のお店は昼食時間で80%以上稼働の状態にあった。当日の夕食の時間に客席500席がある THE SUSHI BAR 3号店にも視察に行った。お店の外にも根室さんまフェア用のぼりが掲げられており、店内にもものぼりやポスターが掲げられ、客テーブルには、根室さんまフェアの告知をするチラシや店員のネームプレートに根室さんまフェアが目立ちに宣伝されていた。

根室さんまフェアの期間に特別な価格で提供されているさんま料理はさんまの塩焼き、さんまの握りセット（1皿に1貫生サンマの握り寿司と1貫炙りサンマの握り

寿司)、さんまの刺身、さんまの唐揚げ、さんまの甘露煮、全5品あり、店員によると5品の中で一番注文されているお品は「さんまの塩焼き」とのことであった。注文してから20分後に来た熱々焼きたてのサンマは脂が乗っており、ふくらみがあり、旨みがたっぷりとても香ばしく、ジューシーなサンマであった。サンマ料理を注文する顧客の頻度をお店の店員に聞いたところ、一日の来客数の約6割占めており、かなり人気を呼んでいる様子であった。6日間のフェアの期間中、三日目には、根室市から提供したサンマの予定数量を上回る勢いでサンマ料理が提供され、その後ハノイから追加で空輸にてサンマが送られてきた。

期間中の根室産サンマフェア合計来場者は約1万2千人であり、短期間で効果的なプロモーション活動を実施できた。特別メニュー5品のうち、一番人気は例年どおり「さんまの塩焼き」で約55%を占めるものの、ベトナムでは近年、刺身が食べられるお店が増えてきていることから、根室産さんまの鮮度の良さを生かした「さんまの刺身」にも注目が集まり約19%の方から注文を受けており、素材そのものの味を楽しめるメニューが人気であった。以下、さんまの唐揚げ、さんま握りセット、さんまの甘露煮の順に続く。

また、672人を対象としたヒアリング調査では、「根室産さんまの味は好きですか？」との問いに対して、82%の方が「好き」と回答し、好きな理由は「おいしい」が59%、「新鮮」が15%となった。その他の主な理由の中には「栄養価が高い」、「脂がのっている」などの回答も見受けられ、「また、根室産さんまを食べたいか？」との問いには対しても、83%の方が「また、食べたい」と回答している。

なお、ハノイの日本食料理店2店舗でも同様のフェアが計画されていたものの、実施店舗との調整が折り合わず今回は見送りとした。



THE SUSHI BAR 1号店



店で提供されているサンマの塩焼き、刺身、寿司



サンマのから揚げ



サンマの甘露煮



人気のさんまの塩焼きを配膳している店員



昼食の時間に来客で客席がいっぱい店内の様子



人気の焼きサンマを満足げに食べている顧客の様子

21日の夜には THE SUSHI BAR 3号店で永井オーナーらと会談し、永井オーナーの意向では次回もし THE SUSHI BAR で根室さんまフェアを行うことがあれば、顧客により注目してもらうために、大型サンマの使用することや北海道産ホッケや蟹の料理も提供し、根室産水産物を総合的にPRすることで高い効果が出るのではないかとの提案もあった。関連事業者からは、THE SUSHI BAR の店内に根室産サンマの料理を提供しながら、根室の物産展示コーナーも設け、お店で根室の水産物を使った料理を食べた後、また家庭でも食べたいと思う顧客向けに瓶詰めイクラや鮭フレーク、アイ

スクリームなど根室産品とともに根室観光を総合的に紹介・販売することもできるとの提案があった。



THE SUSHI BAR 3 号店の外から見た様子 THE SUSHI BAR の永井オーナーとの会談

(2) ホーチミン市内日本食品輸入業者訪問

① 1月21日の午前中に、ベトナムのスーパー・マーケット大手 A 業者の事務所を訪問した。A 社は2015年7月にジェトロが主催されたホーチミン市での商談会で根室産水産物に興味を示しており、現在、根室産水産物を輸入する計画があることから、根室市の水産業者と取引条件の交渉でやり取りをしている。同社は現在の時点でベトナム全国に大規模の19店舗の他、小規模の300店舗も構えている。同社輸入担当者によると、根室高級水産物は同社経営スーパー・マーケットなどで根室産水産物・水産食品のコーナーを設けたい意向を積極的に示している。

② 1月21日の午後に、現在根室業者から定期的に花咲ガニとタラバガニを中心とした製品を空輸で輸入しているB社と同社運営ホーチミン市内小売店舗を訪れ、輸入担当者と打ち合わせをした。B社はホーチミン市内グループ会社で日本食品の輸入・販売、日本料理も含めた料理店運営など、様々な事業を展開している会社である。根室から高級蟹やホタテやイクラなどは自社直営している日本食品小売り2店舗で販売しているほか、社長のお知り合いや友達にも紹介されているという。

また、今後ホーチミン市内に日本料理レストラン向けに鮭や刺身のネタ用新鮮な北海道産水産物を定期的に空輸で輸入したいとの意向がある。同社直営小売り店舗はホーチミン中心部からかなり離れており、大きい道路に面している立地している。店内には、日本酒、菓子類、調味料、麺類などがたくさん置いてあるが、日本から輸入している水産物の種類は限られている。



店内日本酒コーナー



店内菓子類コーナー



店内調味料コーナー



根室から輸入したタラバガニとモガニ販売コーナー

③ 1月22日の午前中に日本食品を輸入しているC社を訪問し、C社の社長と打ち合わせした。C社は、現在、根室の水産加工業者から冷凍サンマ、イカ塩から、塩イクラ木箱詰め、刺身用スルメイカ、花咲ガニ、タラバガニを現地企業に販売している。今後、輸入数量を増やしたいと思う水産物は刺身、スシのネタ用鮮魚や冷凍魚など、鮮魚は空輸で週に2回程度根室からウニやサンマ、鯖など、季節のお魚を直送してもらいたいとの希望があった。

(3) ハノイ市内近代市場視察

① D輸出入社訪問

1月23日に現在根室からサンマをはじめ、イクラ、鮭フレーク、サンマと真鱈の加工品を輸入しているD輸出入会社を訪問した。一昨年9月、昨年9月と2年連続で根室の商談会に訪れた同社のタム会長、そして、社長と輸入担当者との会談した。

サンマや真鱈の加工品については、現在、イオンと提携している現地のスーパーの輸入冷凍加工品コーナーに置いてある定番商品になっており、今後、根室から珍味商品などの常温で保管できる加工品もラインアップしていきたいとの希望がある。



同社の店先に置いてある根室サンマ宣伝看板



同社定番商品の根室産イクラと鮭フレーク



調理された根室産サンマが現地消費者と馴染みの調味料と一緒にパッケージされた商品



根室産加工品を紹介する看板が店内で広告されている



別海アイスクリームがベトナム国内産高級製品と一緒に並べられている

②ハノイ市内近代市場視察

1月24日にハノイ市内2015年10月に新しくオープンしたイオンモールに視察に行った。ハノイ中心部から外れ、ハノイからハイフォン市に行く国道に面して建つ大規模のショッピングモールで、面積が約96,000㎡あり、イオン直営総合スーパー・マーケットをはじめ、食品、ファッション、家具などを販売している200店舗と伴に映画館やジムなどの施設も入っている。モール構内にあるイオン・スーパーはイオン根室店の規模の6倍ぐらい広さがある。

ハノイのイオン店内輸入製品は自社プライベートブランドトップバリュブランドの製品が主力であるが、一般的な品揃えがベトナム国産商品である。イオン・スーパ

ーの中にある水産コーナーではベトナム国内で養殖や漁獲された水産物がほとんどであり、日本人と馴染みのサンマや鯖もあるが、サンマは日本産サンマではなかったものの、施設内に一緒に出店しているイオンと提携している現地のスーパーでは、根室産サンマや水産加工品が並べられていた。同じショッピングモールで販売している根室産サンマはイオン・スーパーが販売している他国産サンマの2倍ぐらい値段を付けていた。



ハノイからハイフォンに行く道路に位置している2015年10月に開設された大規模イオンモール



寿司やたこ焼き提供屋台村をイメージした施設内飲食コーナー



同じのトップバリュー製品は日本で販売されているより



ベトナム国内漁獲された水産がメインに販売されている大体

2倍ぐらいの価格が設定されている。



イオン・スーパーで台湾産サンマをたくさん買っている顧客



モール内のスーパーで並べている根室産サンマ



今ベトナムで注目されている青森産リンゴ。
値段は日本で販売しているものより3倍高い。



買物顧客で賑わっている屋台村コーナー