

海外販売促進活動実施報告書について

平成29年 3月15日

根室市総合政策部

1 実施目的

根室市と根室市アジア圏輸出促進協議会（構成：根室水産協会、根室商工会議所、各漁業協同組合、根室金融協会、根室市）は、2月15日から6日間の日程で、ベトナム社会主義共和国最大の商業都市ホーチミン市において、ベトナム市場における根室産水産物の認知度向上のため、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根室産サンマ普及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、市内8企業・団体の担当者等が、市内11社40品の試食用サンプルを持ち込んで現地の水産物・食品バイヤー、日本食料理店及び現地小売店等を対象に商談活動を展開する。

2 対象エリア

ベトナム社会主義共和国（ホーチミン市）

3 実施概要

（1）消費者（富裕層・中間層）向けプロモーション活動

- ①実施場所 日本食料理店 THE SUSHI BAR（ホーチミン市内5店舗）
- ②対象等 現地富裕層・中間層を中心に約1万人
- ③実施期間 平成29年2月15日（水）から2月20日（月）までの6日間
- ④内容等 ベトナム人富裕層に圧倒的人気を誇る「日本食料理店 THE SUSHI BAR」のホーチミン市内5店舗において、根室産サンマ普及フェアを開催し、6日間で「根室産サンマ刺身」、「根室産サンマ握り寿司（生・炙り）」、「根室産サンマの塩焼き」の3品を特別価格で提供した。また、各店舗内ではポスターや卓上POP、特別メニューシート、リーフレット、のぼりを活用したPRのほか、全従業員が根室産サンマ普及フェアのアイキャッチを身につけて一丸となった特別プロモーションを展開した。その他、現地ニュースサイト、一般紙ウェブサイト、現地フリーペーパーにおいて根室産サンマフェアの告知や、根室産サンマのPR記事を掲載するなどにより、根室産サンマのブランド化を促進する。平成24年の初開催から今回で通産5回目の開催となったもの。

2月19日（日）夕食時間帯である午後6時頃、約500席の客席がある THE SUSHI BAR 3号店を視察した。お店の外にも根室産サンマフェア用のぼりが掲げられており、店内にものぼりやポスターが掲げられ、根室産サンマフェアのアイキャッチを身につ

けた店員が、特別メニューシートやリーフレットを手にお客様に根室産サンマフェアの内容を説明し、特別メニューの注文を取っていた。

特別メニューのうち、「根室産さんまの塩焼き」は、THE SUSHI BARにおいて定番メニュー化されており、今回のサンマ普及フェア用のサンマは通常メニューのサンマより一回りサイズも大きいサンマを用意していたため、熱々で焼きたてのサンマは特に脂が乗っており、旨みがたっぷりで香ばしくジューシーなサンマであった。現地ベトナム人の家族連れも「根室産サンマの塩焼き」を食しているところであり、「サンマは非常に美味しい。友人にも勧めてみたい。」とコメントしていた。6日間の期間中の根室産サンマフェア合計来場者は約8,521人であり、短期間で効果的なプロモーション活動を展開できた。

特別メニュー3品は全部で2,584食が提供され、対前年比777食の増加となった。3品のうち、一番人気は例年通り「さんまの塩焼き」で58.7%を占めるものの、以前に比べ刺身を食べられないベトナム人が減ってきたこともあり、「さんまの刺身」は24.2%で2番人気となり、「サンマ握り寿司（生・炙り）」は17.0%となった。

また、期間中610人（男46.5%、女53.5%）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？」との問いに対しては、86.5%の方が「好き」と答えており、好きな理由としては、「新鮮」、「脂がのっている」、「健康に良い」の回答があり、根室産サンマの鮮度や脂のりの良さに注目が集まっていた。「どのメニューが好きですか？」という問いに対しては、「さんまの塩焼き」が53.6%、「さんまの刺身」が31.9%、「サンマ握り寿司（生・炙り）」が14.5%となり、注文数の割合と比較すると「さんまの刺身」の割合が高くなった。特徴的なのは、「さんまの塩焼き」は各世代から偏りなく人気を集めているが、「さんまの刺身」が一番好きと回答した人の約75%が39歳以下となり、「サンマ握り寿司（生・炙り）」が一番好きと回答した人の約54%が30歳未満となっており、若い世代に生食文化が浸透してきていることが伺える結果となった。

なお、THE SUSHI BAR5店舗では、本年から「根室産さんまの塩焼き」として定番メニュー化されたものであり、オーナーからは、「現地ベトナム人は、まだまだ、根室産と他産地の区別はつかないが、メニューに『根室産』と表示することで差別化を図り、ベトナム人に根室産サンマを浸透させたい。」との心強い話があった。







(2) 商談活動 (日本産水産物輸出商談会 in ベトナム)

- ①実施場所 ホテルニッコーサイゴン
- ②対象等 現地の水産物・食品バイヤー、日本食料理店及び現地小売店
- ③実施期間 平成29年2月20日(月)
- ④内容等

商談会には、市内8企業・団体の担当者等が、市内11社約40品の試食用サンプルを持ち込んで現地の水産物・食品バイヤー、日本食料理店及び現地小売店等を対象に商談活動を展開した。

会場には、現地の水産物・食品バイヤー、日本食料理店及び現地小売店の155社213名が来場し、各ブースを自由に回る方式で商談が行われた。根室市アジア圏輸出促進協議会のブースにおいては、根室産冷凍サンマをはじめ、サンマ加工品、イクラ、タラコ、辛子明太子、鮭フレーク、真鱈の加工品、ハナサキガニなど約40品の商品が展示された。午後1時30分から午後5時30分までの開場時間に途切れることなく試食をしながら商談が行われ、根室市内の企業と既に取り引のある業者のほか、新規の取引を希望する事業者とも商談が行われた。

会場には、根室産サンマの輸出プロジェクトとして、2010年にベトナム政府ミッションを招聘した際に来根した、ベトナム農業農村開発省の幹部職員も訪れ、根室産サンマのベトナム国内での普及に関心を示し、さらなる拡大を望んでいた。

また、日本食料理店のオーナーやシェフも多数訪れ、根室産水産物の水産加工品の豊富な品揃えに興味を示しながら、お目当ての商品サンプルについて、実際に試食を行いながらベトナム国内での調達方法等について確認が行われたほか、近代的小売チェーン店のバイヤーも訪れ、ベトナム国内の消費者が安心・安全を求める声が高まっており、ベトナムの経済成長が消費者行動にも現れていることが感じられた。

なお、現在、帰国後においても商談会に参加されたバイヤーから商品の引合いがきている状況にあり、現在、市内事業者が見積書を提示するなど具体的な商談を進めている状況にあります。

(了)



