

テストマーケティングはクレア食品展で！

～2019年度「日本ふるさと名産食品展 in クアラルンプール」開催報告～

クレアでは、地域産品の海外展開支援に取り組む自治体に対し、地元事業者へのテストマーケティングの場の提供、海外での食品展開催ノウハウを提供することを目的として「日本ふるさと名産食品展」を開催しています。

2019年度は、10月25日（金）から11月3日（日）までの10日間、3年連続の会場となるマレーシア・クアラルンプールの ISETAN The Japan Store で、同店のリニューアルオープン記念に併せて開催しました。

多様な反応が体感できるマレーシア

マレーシアは多民族国家であるため、様々な民族の方々が食品展へ買い物に訪れました。また、会場の ISETAN The Japan Store は現地の方に限らず、海外からの旅行者も多く訪れるショッピングセンターであるため、参加された事業者からは「多くの民族の方々が来場したため、多様なリアクションを体感することができ、とても参考になった。」というコメントを頂きました。



賑わう会場の様子
(インフルエンサーの Facebook 投稿写真)

ターゲットは華人系富裕層

マレーシアには、華人系の方々がおよそ 670 万人暮らしており、食品展来場者の多くも華人系の方々でした。彼らはマレーシアの中でも富裕層が多いと言われており、マレーシア市場で多少値が張ってしまう日本産品であっても、品質の良さや安全性に魅力を感じ、多くの商品を購入していきました。また、華人系にはイスラム教徒が少ないため、ハラール対応していない商品も売れ行きは好調でした。

「はちみつ」が大盛況

今回の食品展には 13 自治体から 15 事業者が出展し、果物や魚介類、お酒など、日本の各地方から 100 品以上の商品が集まりました。中でも、最も売上げを伸ばした商品は、「はちみつ（果汁入り）」でした。出展事業者は、来場者に試食をしてもらいながら、はちみつの健康や美容への効果について、積極的に説明しました。英語と日本語を混ぜながらも、熱心に笑顔で明るく説明することで商品の魅力が伝わり、来場者を惹きつけていました。マレーシアにおいても「健康に良い商品」を求める人は多く、当地の販路開拓に当たっては、「健康」がキーワードになるかもしれません。



事業者の説明に惹きつけられる
来場者

事業者のコラボが相乗効果を生む



ローストビーフ丼

今年度も、過去2年連続で好評であったイトインコーナーでの調理販売を実施し、りんごスムージー、さば煮付け丼、ローストビーフ丼、カニカマ寿司等、12商品を出展しました。そのうち、牛肉とマイタケの事業者は、互いに自社製品を出し合って「ローストビーフ丼」をコラボ出展する試みを行いました。マイタケ事業者からは、「マイタケは単体で味を楽しんでもらうことが難しいため、このようなコラボでマイタケの良さを体感してもらうことができ大変よかったです。」とコメントをいただきました。相性のいい商品同士がコラボすることによって、商品の魅力がさらに増し、相乗効果を生み出すことができました。

マレーシアの情報発信はSNSで

マレーシアはSNS大国と言われており、とくにFacebook利用者が数多くいます。今回の食品展では、Facebookアカウントのフォロワー数が75万人を超える、食分野について影響力の高いインフルエンサーを招聘し、出展商品や会場の雰囲気をFacebook上で発信してもらいました。現地ではとくに、日本らしさ、お祭りの雰囲気が出る「法被」のウケが良いようで、法被を着た事業者を集めて撮影し、会場の雰囲気を発信してもらいました。



インフルエンサーのFacebook投稿写真

大事なことは現場で体感すること！



日本産ワインを試飲する来場者

今年度はほとんどの事業者が週末を中心に直接会場に出向き、自ら商品説明をしながら来場者の反応を見ることで、現地での手ごたえを感じることができました。中には来場者の反応に応じて、その場で試食方法を変えたり、商品価格を変更したりする事業者もありました。「酸味が強い商品は現地の方にウケにくいので、それ以外の商品を推していく。」「現地では普及していない商品を説明する際、食べ方のイメージ写真があれば、言葉が伝わらなくてもうまく説明できる。」等、より現地にマッチした販売方法や戦略を見出すことに繋がりました。テストマーケティングにおいて大事なことは、日本と文化も生活環境も違う現場で、直接現地の方々と触れあうこと、生の声を体感することであるということを強く感じました。

販路開拓に向けた現地視察ツアー

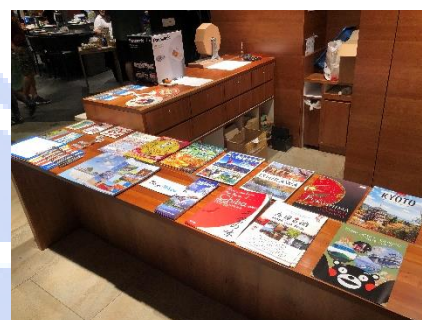
今回、事業者が現地へ来た機会を活かし、希望事業者に対し、クアラルンプール市内にある商業施設を回るツアーを実施しました。富裕層向けの商業施設を中心に回り、マレーシアにおける食品、日本製品の動向やそれぞれの商業施設の特徴などを解説しました。事業者は出展商品がどのような商業施設にマッチしているか、競合商品がどの程度置いてあるかなどを確認しました。また、視察中は商業施設へのアプローチのしかたを事業者と運営委託事業者で相談し、後日実際に商談を行った事業者もありました。



視察ツアーの様子

自治体の観光PRも行いました！

マレーシアは ASEAN 各国の中でも訪日旅行者がタイ、フィリピンに次いで 3 番目に多く、食品展においても、出展商品の産地 PR をすることでインバウンドにつなげる工夫を行いました。具体的には、観光 PR 動画を会場内のモニターで常時放映し、自治体の魅力を発信しました。今回はレジ横の目立つ位置にモニターを配置したため、立ち止まり画面に見入る来店者も多くいました。また、観光 PR 動画モニターの隣では、日本往復ペア航空券が当たる抽選イベントを行い、景品として自治体ノベルティやパンフレットも配布しました。来場者の中には、抽選に挑戦するために追加で商品を購入される方や日本の観光地について興味を持ち熱心に質問する方もいました。クレア食品展では、こうしたインバウンドに向けた取り組みも行います。



自治体パンフレットの展示

次の舞台はニューヨーク！

クレアは、これからも自治体の海外への販路開拓支援を行っていきます。2020 年度の「日本ふるさと名産食品展」の会場はニューヨークを予定しています。北米への販路開拓を目指す方はぜひクレア「日本ふるさと名産食品展」にご参加ください！

日本ふるさと名産食品展 in クアラルンプール概要

1. 日時：令和元年 10 月 25 日（金）～11 月 3 日（日）【10 日間】
2. 会場：ISETAN The Japan Store LGF（地下一階）食品販売スペース
3. 申込み自治体及び出展事業者：13 自治体、15 事業者
4. 出展商品：102 アイテム（うち 12 イートイン）
5. 運営委託会社：ふぁん・じゃぱん株式会社

一般財団法人自治体国際化協会（CLAIR） 経済交流課
TEL 03-5213-1742 E-mail keishin@clair.or.jp