



朝が好きになる街
安曇野

地方創生推進交付金事業
安曇野産農産物・特産品の海外販売プロモーション

【11/19~11/24】

香港・シンガポール
サプライヤーキャラバン

報告書

平成30年12月

農林部 農政課 マーケティング担当

1. 概要①



朝が好きになる街

安曇野

(1) 目的

・海外販路の開拓 ・現地ニーズの把握

→安曇野市の産品を香港・シンガポールのサプライヤー(輸入者)に直接プレゼンテーション。その場で試食してもらい、評価(良い評価も、良くない評価も)を獲得。先方の希望によれば、輸出という実績が獲得でき、そうでない場合も得られた評価をもとに分析し、次のステージにつなげる。

(2) 経緯

■平成30年6月6日 安曇野市海外プロモーション協議会 総会

・本年度事業のひとつとして、「安曇野産農産物・特産品の海外販売プロモーション」を行うことが決定。

■平成30年7月17日 株式会社TNCと業務委託契約を締結

・昨年度、ロンドンでのワサビ輸出プロモーションの実績がある株式会社TNCへ業務委託。

■平成30年7月25日～8月17日 参加事業者を募集(市ホームページ)

・安曇野市の戦略的輸出農産物(ワサビ・リンゴ ※加工品を含む)及び、その他安曇野のブランド力を訴求できる農産物・特産品等(※加工品を含む)を生産・製造している事業者を対象に募集。

■平成30年8月31日 参加事業者が決定

・応募のあった6者の参加が決定。

■平成30年9～11月中旬 プロモーション内容の検討

・現地でのプレゼンテーション方法、安曇野の価値を伝える方法、試飲・試食の方法、訪問サプライヤー等を検討。

2. 概要②



朝が好きになる街

安曇野

(3) 参加事業者

- ・【ワサビ】藤屋わさび農園（望月啓市専務）
- ・【信州サーモン】有限会社カワグチ
- ・【日本酒】大雪溪酒造株式会社
- ・【日本酒】EH酒造株式会社（飯田純一常務）
- ・【日本酒】福源酒造株式会社
- ・【リンゴ加工品等】株式会社あづみアップル

※赤字はサプライヤーキャラバン同行者

(4) 訪問国の決定理由

- ・平成28年度 協議会事業で海外輸出関連調査及び海外プロモーション方針を策定
 - 国民の経済力、市場動向、検疫・嗜好、インバウンドの4つの観点から米国・EU・東南アジア各国を評価。
 - 輸出戦略国 = 台湾・香港・シンガポール、
- ・平成30年度事業の実施にあたり3カ国 → 2カ国に絞る
 - 高級食材の受容性や日本食文化の定着度等が高い地域として、香港・シンガポールが訪問国に。
 - (※ 次年度は、今回の事業の結果を踏まえ、1カ国に絞る予定)

3. 報告要点



朝が好きになる街
安曇野

■ 香港・シンガポールのサプライヤー(輸入者)等を13件訪問し、商品説明、試飲・試食、商談を行った。

■ 市の魅力としては「日本一の名水の地」とアピールした。
→環境省「名水百選選抜総選挙」で4部門中2冠を達成
= 日本で一番

■ 本プロモーション事業の結果、約半数と前向きな商談ができ、現在は見積の提出など、取引に向けた交渉を行っている。

■ 香港・シンガポールには、大手を中心に豊富な日本食材が輸出されている状況(事前調査で確認済み)であるが、地域性や生産者、ストーリーといった部分まで訴求できている商品は少ない。

→今回商談を行い、価値を理解したサプライヤー等と協力体制を構築し、次年度さらなる販路拡大(商談会出展等)につなげていきたい。

