~塩竈ブランド販路開拓共同事業チーム~

H29年度チーム化事業 報告概要

**背 景**: 塩竈地域では、販路の回復に向けて輸出という手段を検討するが、中小零細企業が多く、個々の企業ではその負担を負うことが難しく、 輸出ノウハウがないことも課題となっていた。

**取組概要**: 商談会出展やイベント開催を共同とすることで、商品層に幅ができ、より多くの商談機会を創出した。また、事務局が中心となって、輸出 ノウハウの乏しい企業に対するフォローを行うことで、営業活動を円滑にするとともに、チームとしてのノウハウ蓄積に繋がった。

取組成果: 商談機会の創出:延べ121件(うち成約の獲得:5件(取組①;1件、取組②;2件、取組③;2件)

**全体総括**: 塩竈地域の高い水産加工技術に裏打ちされた商品力は、海外においても十分に通用することを実感した。しかし、古くからの商慣習も根強く、新たな商流を確立することが課題となっている。また、人的コストが大きい輸出取組が負担となるケースも発生している。

## 実施した取組の具体的内容

## 【取組① 輸出トライアル事業-アジア圏でのトライアル販売】

輸出促進の取組として、もっとも有効的な方法は、実際に輸出し、販売をしてもらうことである、という考えから「宮城塩竈フェアー」と題し、下記の2つの取組を実施した。

### 宮城塩竈フェアー

## 試食・商談会イベントの実施

塩竈水産加工品を試食提供するイベントを開催することで、「塩竈ブランド」確立の基礎となる塩竈水産加工品の認知度向上を図った。 一般消費者へのアピールとともに、

現地輸入商社と連携したイベントに 商談機能を設けることで、スムーズ な販路開拓を図った。

## 飲食店でのトライアル販売

海外の飲食店において、実際に塩竈水産加工品をメニューとして期間限定で提供することで、現地一般消費者へ直接アピールし、「塩竈ブランド」の確立を図った。また、商品提供に係る輸出を通じ、サロスの輸出がある。

また、商品提供に係る輸出を通じ 共同での輸出ノウハウの蓄積を図った。

なお、上記のような取組においては、輸出先の現地協力会社の存在が必要不可欠である。そこで、今回は、地域内でも特に輸出に先進的に取り組んでいる塩竈の企業から、 輸出先の現地協力会社を紹介してもらった。

スキーム図 試食・商談会イベント 現地消費者 現地バイヤー スキーム全体の窓口 イベントの招聘 全体の調整・商品の集約 現地協力会社 事務局 サンプルの 無償提供 サンプルの提供 サンプルの買上 現地飲食店 TF #= + サンプル試食 塩竈市内 水産加工業者 バンコク 一般消費者 飲食店でのトライアル販売 実施内容 商流

~塩竈ブランド販路開拓共同事業チーム~

H29年度チーム化事業 報告概要

## 実施した取組の具体的内容

## 【取組① 輸出トライアル事業-アジア圏でのトライアル販売(続き)】

#### 試食・商談会イベントの実施

日 時:平成29年12月1日~7日

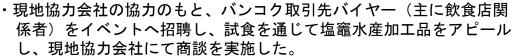
場所:バンコクアンテナショップ

「みやぎ」

参加者:参加企業3社、商品出展企業

延べ14社、塩竈寿司職人

概 要:フェアの告知と試食・商談会



- ・一般消費者のイベント参加をフリーペーパーへの広告で募集し、併せ て塩竈水産加工品のアピールを実施した。
- 塩竈寿司職人が握る塩竈生鮮メバチマグロ「ひがしもの」を提供する ことで、塩竈地域自体のシティセールスとし、塩竈地域自体の認知度 向上を図った。
- ・サンプル輸送に際し、塩竈の事務局で集荷し、共同輸出を実施した。
- ・本イベントでは一般消費者へは試食提供にとどめていたが、中には買 取りを希望する消費者もいた。日本食が飽和しているとされているバ ンコクで、塩竈水産加工品がそのニッチに入り込むことができたと考 えている。



塩竈寿司職人による寿司の提供



会場の様子

参加企業による一般消費者への

#### 飲食店でのトライアル販売

日 時: 平成29年12月2日~8日

場 所:バンコク 飲食店「すえひろ」

参加者:商品出展企業6社

概 要:飲食店での塩竈水産加工品メニューへの取り入れ

- 商品をサンプルとして送付する等して、まずは認知度の 向上を図った。
- 送付した商品は下記の通り。



水産加工品(開きキンキ)

## サンプル商品

用	ਣ-	トン・	+
TH	1 18	4.4	/=:

揚げかま(アソートセット)

赤魚粕清

赤魚西京漬け

鯛ちくわ

かまぼこすりみ(とりごぼう)

かまぼこすりみ(プレーン)

かまぼこすりみ(かに)

かまぼこすりみ(いわし)

- ・開きキンキは使い勝手が良く、特に好評であった。
- 赤魚製品についても、需要を感じられた。

#### 【成果】

- ・イベントでの商談機会創出(延べ18件)
- ・フェア後の成約獲得(1件)
- ・共同輸出ノウハウの蓄積(塩竈⇒バンコクルート1件確保)
- ・イベント来場人数延べ130人集客

~塩竈ブランド販路開拓共同事業チーム~

H29年度チーム化事業 報告概要

> 出展商品 揚げかまぼこ各種

笹かまぼこ2種

ギンザケ漬魚

パック鱈切身

うなぎかば焼き

煮魚総菜

## 実施した取組の具体的内容

【取組② 輸出トライアル事業-海外商談会への参加】

## 【狙い】

チームで参加することにより、

商品層を充実させる。⇒ より多くのバイヤーをひきつけ、商談機会の増加を図る。

出展商品

開きキンキ

鯛ちくわ

海鮮せんべい

輸出に際する事務局からのフォローを実施する。⇒ 輸出ノウハウと地域窓口としてのノウハウの蓄積。

### JETROバンコク商談会

日 時: 平成29年10月18日

場 所:バンコク The Athnee Hotel

参加者:加工業者3社、事務局

概要

- ・開きキンキ、は飲食店関係者から高い評価。また、主催 者側によるアレンジメニューも発表。
- 海鮮せんべいは、量販店関係者から反響がある。
- ちくわの認知度が高い。



商談の様子



アレンジメニューの発表会

## 【成果】

- ・バンコク商談会:40件の商談機会創出。
- 商談会後、2件成約獲得。

### JETRO香港商談会

日 時: 平成30年1月18日

場 所:香港 New World Millennium Hotel

参加者:加工業者3社、事務局

概 要:

・揚げかまぼこは、高い商品力により高評価。

・笹かまぼこは、ゆず風味が香港の食の嗜好とうまくマッチ。

・パック鱈切身は、調理の手軽さと使い勝手の良さ、素材の良さ から高評価。一方、煮魚総菜は、骨が課題。





#### 【成果】

- ・香港商談会:54件の商談機会創出。
- ・サンプル出荷依頼5件獲得。

~塩竈ブランド販路開拓共同事業チーム~

H29年度チーム化事業 報告概要

## 実施した取組の具体的内容

### 【取組③ 海外バイヤーの招聘】

### 【狙い】

輸出に意欲があるものの、そのための海外渡航などの人的コストを割けない企業(塩竈地域全体の課題)へ商談 機会を提供する。

バイヤーに塩竈へ来てもらうことで、商品の背景にある地域性を紹介し、塩竈地域全体のイメージを上げる。

日 時: 平成30年2月6日~7日

場 所:宮城県塩竈市 グランドパレス塩釜、塩竈市内

参加者:タイ招聘バイヤー1名、香港招聘バイヤー1名

概要

海外商談会などで知りあったバイヤーを招待。 バイヤーに希望を聞き、個別商談や企業訪問を セッティング。

魚市場見学ツアーを実施。

個別商談商品
塩蔵ナマコ
カキ
マグロ

フカヒレ

- ・塩竈地域には、海外からバイヤーを呼び寄せることができる商品があることが確認できた。これは、単一の商品ではなく、地域内の商品ラインナップを総動員することで実現できた。塩竈地域の強みを活かすことができたと考えている。
- ・塩竈地域浦戸諸島のカキやナマコの品質について、高い評価をいただき、実際にナマコに関しては成約を獲得することができた。
- ・その他、実際にニーズが感じられる商品もあるが、海外バイヤー の指定する商流・物流に、塩竈地域加工業者が対応できるかが課 題。

### 【成果】

- ・9件の商談機会の創出
- ・2件の成約獲得



2名の招聘バイヤー



個別商談の様子



企業訪問の様子



魚市場見学の様子