



Hyakusyo Japan 奮戦記

企業組合ハーベストインターナショナル
理事 大山 尚夫

2016年9月のジェトロ主催商談会に続き、今回の「日本ふるさと名産食品展 in クアラルンプール」はマレーシアでの2回目の挑戦です。2年前の商談会では、現地バイヤーのドタキャンが相次ぎ、まともな取引成立に至ることはありませんでした。「We Shall Return！」

震災後の復興で培った百貨店催事（立ち売り）での経験を活かしてやろう！とリベンジを誓い…。

食品展、初日～2日目は、食品展会場の皆さんの努力もあって売上順調でしたが、3日目からは平日の来店客絶対数が少なく苦戦。これは、販売の仕方がダメなのではなく、ましてや販売商品の良し悪しではありません。

売り場担当の方が心配のあまり、価格を下げられないか提案されましたが、当方は却下。価格を下げても、お客様が少なければ逆効果です。東南アジア販売スタイルの「2+1」「3+1」など2個買うと1個おまけのやり方は農家が丹精込めたりんごの「価値」を下げることになりはしないか。

まず、りんご1個RM17（約550円）の価値をマレーシアのお客様にどうやって理解していただくかから。

トライ①「ドッチ作戦」売り場でアンケートを実施。

アンケート内容は他国産りんごとの比較アンケートです。

【お客様への質問項目】

- ・大きいのはドッチ？
- ・甘いのはドッチ？ etc.

当然のこととはいえ…

35対4で青森りんごの勝ち！！

裏にアンケート結果を標記したボードをひっくり返した途端、お客様から笑顔が。

次に、どうやって来客を増やしリピーターにつなげるか。

トライ②「ただでりんごをくれちまえ！作戦」を決行。

・催事期間は残り2日間。1個でも買ってくれたお客様にりんご1個無料クーポンを差し上げる。

・クーポンは「催事終了日以後」に通常の青果売り場においてあるRM17の価格表示のりんごと交換。

売り場の伊勢丹様、藤生様のご協力とともにPCが達人クレアの皆さんがクーポン券を期待以上にオシャレに作ってくれました。「2+1」の華僑の販売戦略に対し身を切る思いの「時間差クーポン」の効果は如何に…

企みが成功したか結果は定かではありませんが、かくしてマレーシアのお客様は少なくともあと1回は売り場に足を運ぶことになりました。

「損して得とれ」「三方両得」など日本の伝統的商システムを取り入れ、日本の農産物を浸透させていく試みは楽しいです。

農産物も特産物も国内需要が縮小していく宿命の中、「For Next Generation」を旗印に東南アジア向けの戦略は必須です。ユニクロ社長も東南アジア市場を重視しているように、クレア様各位の知見のおかげで今回の食品展では、多くの機会をいただきました。「ありがとうございました。」Ps. 帰国後、食品展の海外販売実績が功を奏し、現地における取引契約が成立いたしました。

プロフィール

- ・東洋大学文学部卒
- ・青森銀行を定年退職後、地元の産業おこしに向け2009年4月から青森県産品を原料とした特産品の開発および販売に着手。
- ・2015年タイにりんごジュースを出荷、輸出に参入。
- ・2017年農産物の海外輸出を目的に、企業組合ハーベストインターナショナルを設立。
<http://www.harvest-aomori.com>
- ・現在、岩木山麓で和栗の植樹を計画中。

