

宮崎市長が4回目のトップセールス実施

シンガポール事務所

2015年8月、宮崎市が伊勢丹スコッツ店で「宮崎フェア」を開催しました。それに併せて、戸敷市長が宮崎牛やチキン南蛮等140品目の宮崎産品のトップセールスを実施しました。

今年度は伊勢丹食品売り場の改修工事中ということで、昨年より少ない出展数に留まりました。しかし、宮崎フェアも4回目を迎え、徐々に宮崎の知名度も浸透し、連日万円単位で買い物する固定客や箱買いする方も出てきて、フェアは上々のスタートを切りました。

今回の市長来星では、伊勢丹社長や社員の方との意見交換の機会も設けられました。伊勢丹からは、「最近、伊勢丹で行うフェアの中では北海道フェアと同レベルかそれ以上に九州フェアの売上げが伸びてきている。シンガポールでの九州の知名度も上がっていると感じる。九州は7県で構成されており、多様性があり、潜在能力が高い。」と今後に期待が寄せられました。4年目のトップセールスを終えた、戸敷市長は「毎年代わり映えない商品が並べば、新鮮味が失われ購買意欲を刺激しない。商品開発や開拓に取り組み、新しいものを提供しなければ売り上げにはつながらない」と早くも今後のフェアに向けて意欲的でした。



トップセールスを行う戸敷市長(左)と串間議長

4年間の実績と経験を得た宮崎市は、さらなる海外展開に向けて新たな方針を検討する時期にあるのかかもしれません。秋以降に旬を迎える宮崎の種類豊富な野菜をシンガポールでどう売り込むのか。「九州にある宮崎」の知名度をどのようにして向上させるのか。フェアの開催時期、そして九州各県や宮崎県内自治体との連携の検討等、「これまで」を踏まえた「これから」の新たな成長を目指す宮崎市の姿がありました。

(押川所長補佐 宮崎県派遣)