

とちぎの食と観光の魅力をシンガポールで発信

シンガポール事務所

県特産品のシンガポールへの進出を目指す栃木県は 12 月 1 日から 10 日までシンガポール最大規模のショッピングセンターであるジュロンポイントの WAttention Plaza にて「とちぎフェア」を開催し、いちごや梨などの青果物や加工品などを販売しました。同県では、都心部と違ってローカル色の強い西部地区でフェアを実施することで、物産や観光の PR だけでなく、現地で受け入れられる食味や価格などの反応をみるテストマーケティングの場としました。

○ いちご王国のイメージで PR

フェアでは、生産量日本一を誇るいちごの「とちおとめ」と、大きいものでは 1kg を超え、見た目も味も迫力のある梨の「にっこり」などの農産物、県産大麦を使ったお菓子等の加工食品などを扱う 13 社が 56 商品を出品しました。

会場内はブースをいちごの「赤」とそれを際立たせる「白」の色で統一し、プロモータは赤のはっぴ、職員は赤い浴衣を着るなど一体感を意識したイメージづくりが行われました。

加工品では、こちらで知名度がなくとも、中身が見える工夫がされていて、かつ、おしゃれなパッケージの物に人気が集まりました。また、ブースの中に並べる商品の組み合わせや陳列の仕方も非常に重要で、例えば、紅茶と洋菓子、和の食材とお茶など商品どうしに関連性があるもの、同じ目線で見られるものなどを並べることで、お客の反応や売り上げに差が出てきます。また、商品の説明だけでなく、食べ方や栄養価等も含めて説明するとより効果的です。

いちごをイメージした赤を基調としたブース



○ 特産品と観光の相乗効果で情報収集

今回のフェアに合わせ、県の観光情報がつまった QR コードと県のゆるキャラである「とちまるくん」を使った買い物袋を作成し配布しました。

QR コードについては、携帯やスマートフォンなどの機種によっては、事前に読み取りのアプリをダウンロードしなくてはならないなどの手間はありますが、フェアで紹介していた栃木県の観光情報のサイトに一発でアクセスできるなどのメリットを説明しました。

お客様には、ブースに設置されたパソコンを使い自由に観光情報を検索していただくだけでなく、ブースの商品を購入していただいた方には、とちぎのパンフレットを一緒に渡すなど、栃木県の魅力を食と観光をからめてより興味を持っていただくような工夫がされていました。このパンフレットを渡すことで、お客様との会話のきっかけがつかめ、顧客の嗜好や

とちまるくんと「観光 QR コード」



観光に対する興味などの情報がスムーズに得られるなどの効果が得られました。

食と観光は切り離せないものであり、購入した商品が気に入れば気に入る程、生産地である地域を知りたい、興味がある、今度は日本へ行って直接食べてみたい等の気持ちになるなど、地域特産品の出展が、訪日誘客につながることを期待されます。

(堀江所長補佐 栃木県小山市派遣)

