

宮崎市長がシンガポールで3度目のトップセールス

宮崎市戸敷市長は、特産品の販路拡大を図るため、2014年8月にシンガポールで3度目となるトップセールスを実施しました。市長は今回のシンガポール訪問に伴い、同市観光協会同行のもと旅行代理店等を訪問し、教育旅行やクルーズ船の誘致活動を行いました。

1 継続的な特産品のプロモーション

宮崎市では、年に1度伊勢丹シンガポール・スコッツ店で宮崎市単独の物産展を開催しています。2012年から始められたこの物産展では、当初から市長が店頭販売を行うトップセールスを行っており、今年で3度目になります。



試食をすすめる宮崎市戸敷市長

今回は8月21日(木)から9月1日(月)の11日間にわたって、県内から21社が出展し特産品のプロモーションを行いました。パッケージや商品に添付するレシピなどを工夫した結果、徐々に会期中の売り上げ実績も上がっています。

市長は宮崎牛の試食販売を行う中で、「味、品質、安全性を高く評価する声が多い一方で、価格が高い、日本産牛のブランドが多すぎて分かりにくいとの声が多い。継続的に試食の機会を設け、調理方法を紹介する取り組みがさらに必要だと感じた。」と話していました。

海外でプロモーションを行うにあたっては、日本の高品質をセールスポイントとしてプロモーションすることに併せて、現地の方の味覚や味の好みなどの嗜好やニーズに合わせた調理方法の提案が必要です。

また日本産品は、物流コストなどの面からも高価格になりますが、多くの方に手に取ってもらいやすい価格となるように分量を調整するなど、シンガポールの富裕層のみではなく、中間層にもターゲットを拡大したプロモーションを検討することでますますの販路拡大が期待されるところです。

2 終わりに

シンガポールにおいては、日本の自治体等による物産展が年間約27回開催されています。今回宮崎市がプロモーションを行った牛肉だけでなく、米、酒は特に日本全国各地域のプロモーションが頻繁に行われており、その中での差別化をどのように図っていくのが課題だと感じました。

今回の宮崎市長トップセールスにおいて、クレアシンガポール事務所では、関係訪問先へのアポイントメントの取得、来星期間中の同行などの支援を行いました。今後も地方自治体の海外での活動が効果的なものとなるよう支援を行ってまいりますので、ぜひお気軽にご相談ください。

(宇佐所長補佐 宮崎県派遣)