

# 上海「ミニ」通信

(北九州市 上海事務所から中国・上海の「今」をお伝えします！)

上海では、この6月を「九州マンス」と名付け、九州の観光資源、物産のPRを集中的に行っています。今回は、そのメインイベントの一つである、上海高島屋と九州各県、政令市などの共催事業「うまか九州まつり」についてレポートします。



平成 28 年 6 月 28 日

## 【第3回】上海高島屋で九州物産展と地元食品の 販路開拓について

### 【今日のポイント】

- ◆百貨店などで行われる物産展への出展は、海外展開の最初の一步「現地の嗜好調査」としてはある程度有効。
- ◆その上で、日本のものがあふれている上海で、「誰にどうやって売っていくか？」を考える必要がある。
- ◆その試みの一つとして、現地の日本食料理店へのPRは有効な手段（かも）。

### 1 上海高島屋での「うまか九州まつり」について

上海高島屋は多くの日系企業が集まり、周辺に日本人も多く住む古北(グーベイ)地区に立地し、店頭には並ぶ商品も日本のものが多く(値段もなかなかですが)、店舗に入った瞬間から「ザ・日本」という感じです。

この高島屋との共催で行った今回の「うまか九州まつり」の最大の特徴は、百貨店での「物産展」と同時に、上海の「日本食料理店」が協力し、ご当地食材などを使った期間限定メニューを開発し、「物産展での販売」と「日本食調理店での実食」の両面で、九州の「食」のPRを試みた点です。

まず、「物産展」では、本市の「ごとう醤油」のドレッシング、しょうゆ、「シャボン玉石鹸」の各種製品が店頭には並び、上海在住の日本人だけでなく、日本の製品に関心の高い現地の皆さんからも高い関心が寄せられました。「北九州市的環境白熊・ていたん」の応援効果もあり(?)、特に土曜、日曜はレジ前に長蛇の列ができるほどの盛況でした。

また、上海市内の「日本食料理店」では、ごとう醤油の完熟トマトドレッシングを使ったトマト酢風味のチキン南蛮や、上海風焼きカレーが期間限定でメニューに加えられました。



「ていたん」も、北九州市自慢の商品を自ら手に(前足に?)持って、PRに励みました!! その効果か(?)レジ前には長蛇の列が..

### 2 地元食品の上海での販路開拓について

このように、今回の「うまか九州まつり」はイベントとしては大成功でした。

百貨店などの「物産展」への出展は、海外進出の最初の一步である、現地の嗜好調査という意味では今でも有効な手段であることは間違いないようです。

しかし、同時に、(値段はともかく)日本の製品があふれる上海で、現地のスーパーや百貨店の陳列棚に、定番商品として商品を置いてもらうのは、それほど簡単なことではないのも事実です。

そういう意味では、今回の「うまか九州まつり」での試みのように、こちらの日本食料理店に対しPRして、北九州市産の食材をメニュー化してもらい、それをきっかけに一般消費者に味やブランドを知ってもらおうというのも、販路開拓策としては「あり」なのかもしれません。

それが可能かどうかは、まずこちらの飲食店の仕入れの仕組みなどを知る必要があります。弊所では、こちらの商習慣などをもう少し調べて、本稿などで皆様に情報提供を続けていきたいと思っております!

上海風?焼きカレー(味は..やはり本場門司港に足を運んで本物を食べていただきたいです!)

