

オフィスの



高良守

去る9月8〜12日の日程で中国廈門市、10月18〜19日に中国大連市で行われた食品展示会に参加した。得意先からも数人の応援が駆けつけた。展示ブースでは、泡盛を約20アイテム(5酒造所)、黒糖類を約10アイテム(2メーカー)ほか、しょうゆやシークワサー、フコイダンエキスを展示し、商談を行った。

さて、弊社では既に泡盛を中国へ展開しているが、一番の課題は現地での小売価格

が割高になることである。泡盛の場合、酒税以外にも他の税金が賦課されるため、小売価格が沖縄の3〜5倍程度とどうしても高くなってしまう。

この課題を解決するため、厦門展示会開催期間中に話し合いがもたれ、沖縄側の意見、中国側の意見が飛び交った。その中で中国側から出された意見に驚きを覚えながらも感動した。

「琉球王朝時代、泡盛が中

中国の販促提案に感動

国への進貢船の中の貢ぎ物(お土産)として献上されていけば、小売価格(コスト)による比較劣位は克服できる」

当時、中国明・清王朝への貢ぎ物の中に「焼酒」というのがあることが文献にも載っており、それは泡盛にほかならない。

これらの歴史的背景を商品へオンさせることにより、劣位が優位に変わる。

『かつての中国の明・清王朝に献上され、中国の皇帝が愛飲していた琉球王国からの貢ぎ物である泡盛(焼酒)は、大変貴重で高価なお酒である。その泡盛(焼酒)を現在われわれ中国人も飲むことができるという事は、この

上ない光栄なことではないか

!』というような、ストーリーと時代背景でもって販売していくと、価格だけの問題ではなく、泡盛が売れていくのではないか」という面白い提案であった。

われわれは異産品を販売するにあたり、どうしてもサブライヤー側のものの考え方に偏りがちである。

例えば、特に商品の機能性や成分の含有量などに重点を置くことで差別化を図ろうとしているが、もっと多角的なものの方をしなければならぬことを再認識させられた。

中国側から出された提案と彼らのビジネスに対する意気込みや発想の豊かさにあらためて敬意を表したい。(琉球物産貿易連合社長)

を調整するため、短期間で高騰

15日、東京・築地市場

入れ正月用などに冷凍保存している。

サンデー経済