

日本の農産物輸出額は年間約33億米ドル、イタリアは約410億米ドル（農水省11年統計）。この大きな差に驚き、急速にこの5月ミラノに飛び「フルーツインベーション2015」を見に行きました。

大きな見本市会場には、なんと出展者230以上。シンリア島など島しょ部からも大小様々の農業団体が、当地フルーツを携えて華やかなブース。オレンジ、レモン、グレープ、洋ナシ、桃、リンゴ、試食しきれないほど。意外にもキウイフルーツの世界シェアは1位とか。イタリア国内の流通業者だけでなく欧

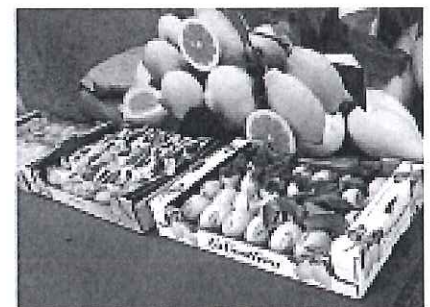
州連合（EU）圏内外からもバイヤーが訪れ熱心な商談が繰り広げられていました。レモンの香りときれいなお姉さんに促され、化粧品、電気製品との違いが無いことに気づきました。つまり、どの果物も生産者がブランドイングに投資をし

農業は「おしやれ」



第12回

て気が付けば商談コーナー、写真集のようなカタログで旨味、品質、衛生管理、価格諸々の説明を受ける羽目に、困って苦笑いをするだけ。しかし、農産物の



ールトレイ、カタログの4点セットの存在が極めて大きいのです。

これから世界輸出が本格的に始まる日本の農産物、その際にこの販促手法は大いに参考になりそうです。おっとその前に困ったことが、うちにレモンの営業マンが来たらどうしよう…。

質問・問合せは有功社シフトー貿易部03-3949-9930へ。次回掲載予定は8月7日号。