

オーストラリア食品市場参入セミナー

TRYBER PTY LTD

長谷川 潤



TRYBER

ローカルをグローバルに。
GLOBAL-グローバル-

オーストラリア市場の特徴 1

- 130以上の民族が混在する多民族国家
- 親密・友好的な日豪関係
- 主要5都市の傾向が微妙に異なる
- 『安くて良いモノが売れる』方程式が必ずしも成立しない
- アジアのように日系の大手百貨店などはない

オーストラリア市場の特徴 2

- 日系サプライヤーの他、豪州・アジア系を含めると主要30社前後
- フードメディアの著しい変革
- 現在、オーストラリアに流通している主な日本食材・伝統工芸品
 - 米・醤油・酒(日本酒はリキュール類まで含むと約400銘柄)
 - 柑橘・和牛
 - 果物
 - 包丁・陶器・今治タオル・日本製デニム
 - 日本食(食文化)に対する興味・需要は高い

オーストラリア市場参入のヒント 1

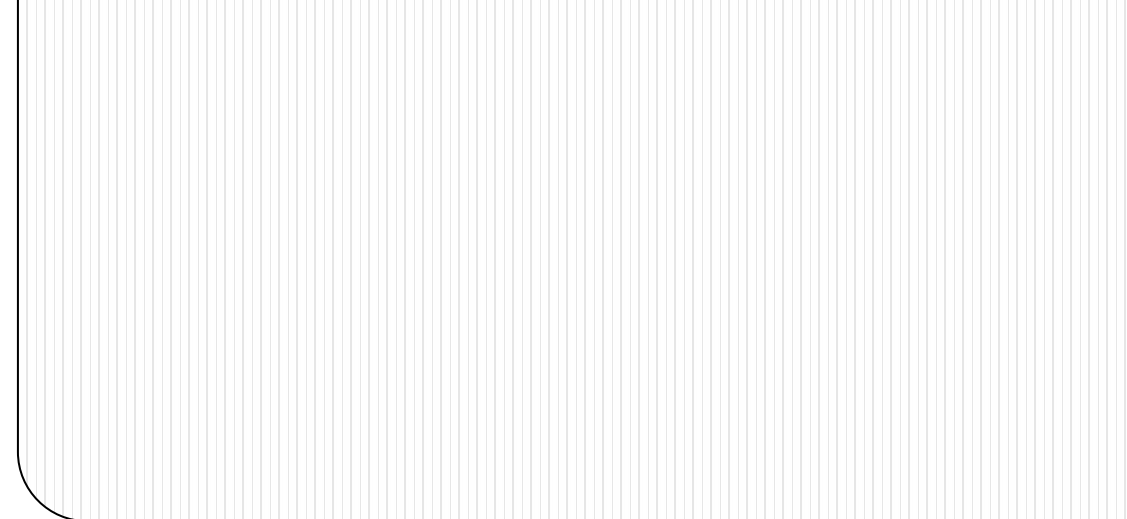
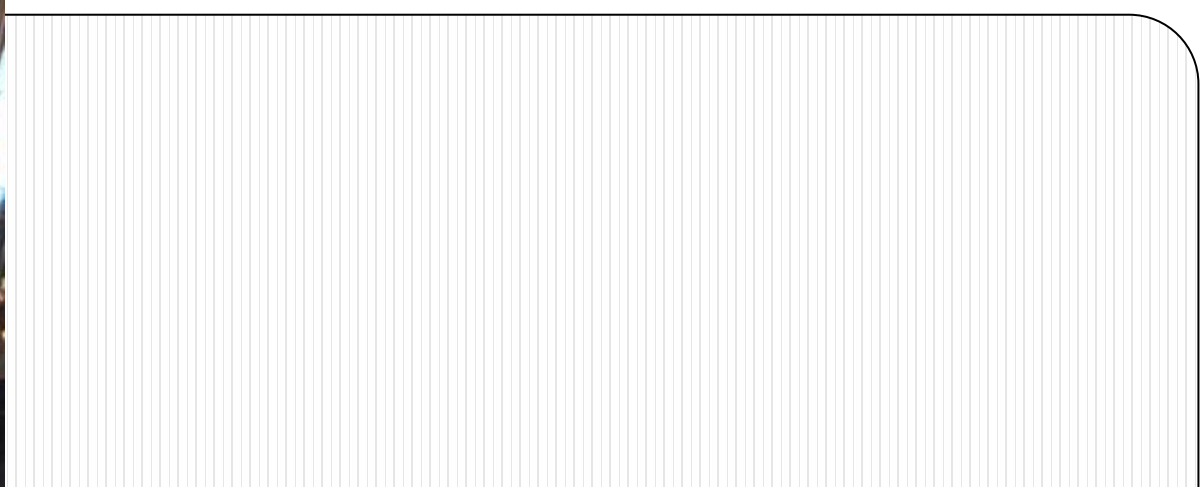
- 究極のローカライズがグローバルイズム(万能より特化)
- ネーミングやラベル、商品特徴を直訳ではなくネイティブ英語で迫る
- 啓蒙と教育は常に必要
- 商品の付加価値、物語を付帯する(付加価値を創る)
- 売り方のブランディングを模索する

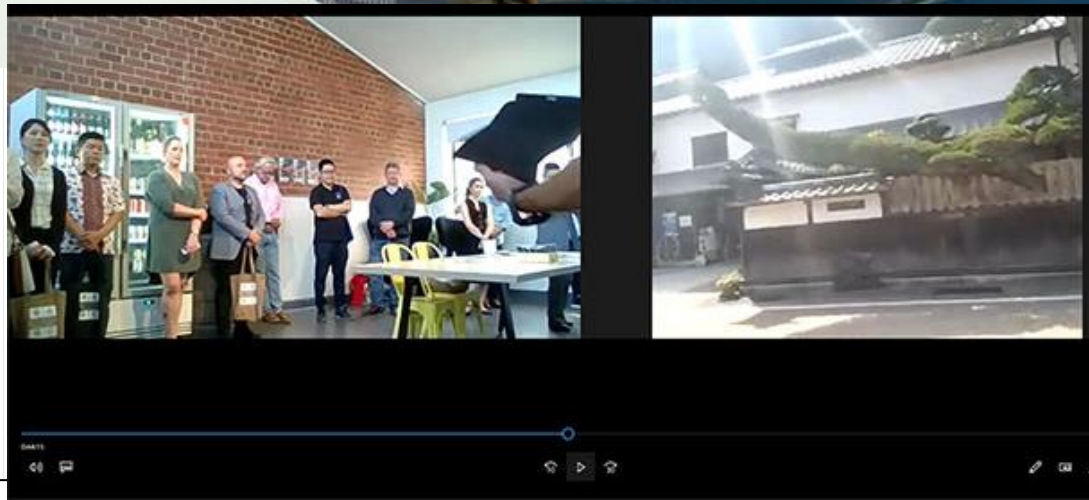
オーストラリア市場参入のヒント 2

- 絞った市場や業種とタイアップし、PB商品を売り込む
- 商品や土地への背景、文化に興味を持ち、継続的な営業が出来る
現地パートナー
- サンプル提供はテストドライブ、現地視察は現場の臨場感を味わう
- シェフやソムリエ、バリスタ達は常に新しい日本の食材を待っている
- データや定石も大切。でも直感や見切り発車も時には大事
(行きたい場所に仕事を作るエネルギーは強い)

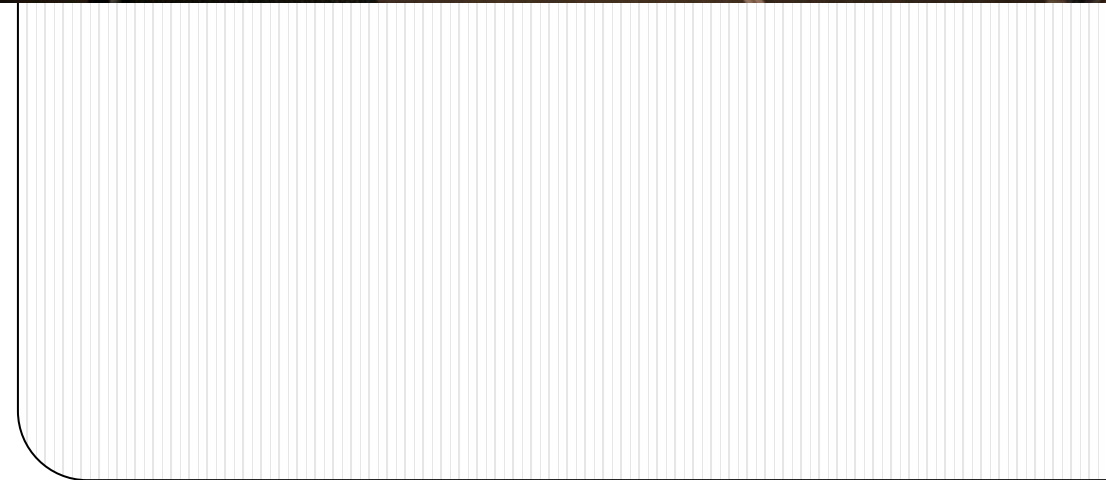
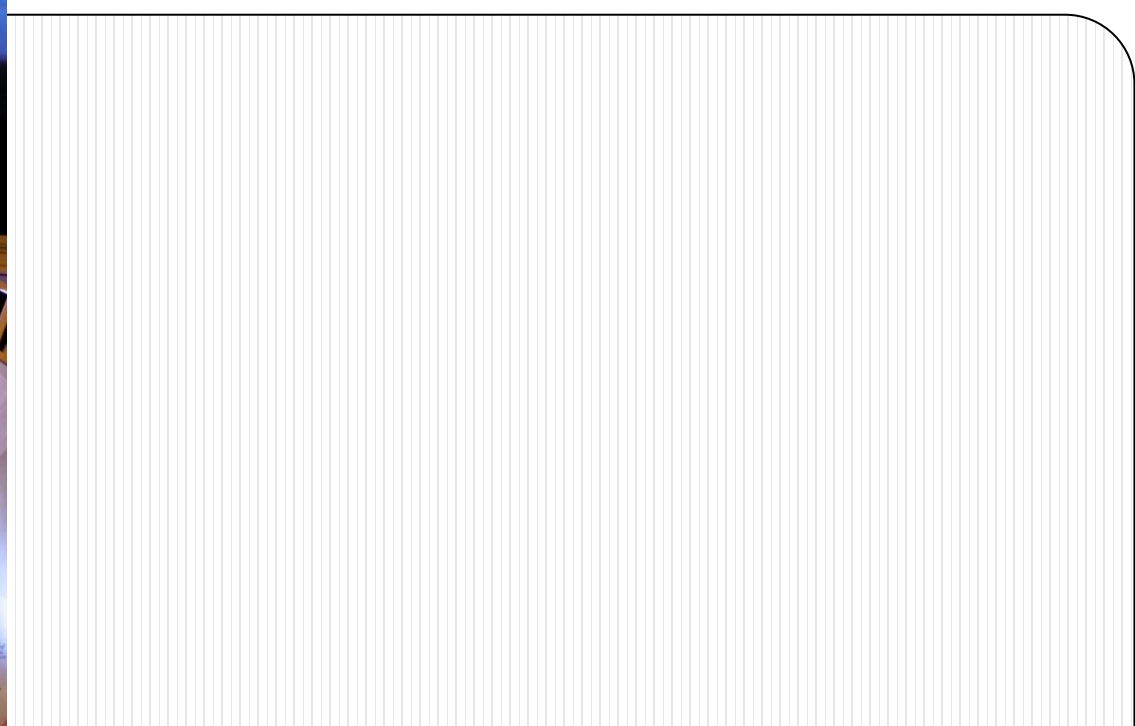












TRYBER PTY LTD

- 日本の食文化や伝統工芸は常に次世代へ伝承・継承され、素晴らしいものが引き継がれてゆく。そんな中、自分の仕事はそれらを食べてくれる人達、飲んでくれる人達、使ってくれる人達、興味を持ってくれる人達、受け入れる側の伝承・継承です。オーストラリアに拠点を置き活動していますが、正直世界のどこでも良い。
- 本来、海外にいる日本人一人一人が日本代表。海外から出来る日本の食文化や伝統工芸への力添えもあると信じる。
- 交渉力
- 御挨拶アポイントメントもほぼない

個別のご質問・お問い合わせ

TRYBER PTY LTD 担当:長谷川 潤

E-mail : jun@tryber.com.au

まで御連絡ください。