

# 海外における日本産かんしょのニーズ

株式会社パン・パシフィック・インターナショナルホールディングス（PPIH）  
執行役員 海外事業MDサポート本部 本部長

わたなべ かずひろ  
渡辺 和博

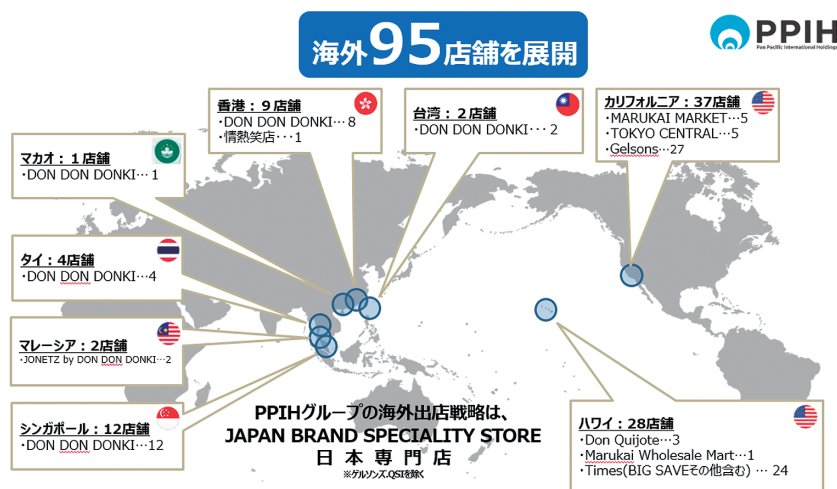
## 1. PPIHの海外出店

国内で総合ディスカウントストア「ドン・キホーテ」を主体とした小売事業を営む弊社が、海外事業に進出したのは2006年のことです。米国ハワイ州での店舗運営を目的としてDon Quijote (USA) Co., Ltd.がグループ入りした後、2013年に北米及びハワイ州に店舗を展開するMARUKAIがグループ入りしました。転機となったのは、2015年「TOKYO CENTRAL」1号店をカリフォルニア州にオープンしたことで

す。同店では日本式の惣菜を販売し、現地のお客様から好評いただきました。

そこで当社は海外市場における日本製品のニーズと期待を感じ取り、2017年12月にDON DON DONKIという屋号を冠した店舗をゼロから立ち上げシンガポールにオープンしました。

DON DON DONKIは“ジャパンプランド・スペシャリティストア”をコンセプトに掲げており、Made In Japan、Made By Japan、Produced by Japanの商品を取り



＜アジア30店舗に加えてアメリカ65店舗も合計してグローバル全体では95店舗を展開＞

※1) 5月5日現在

揃えています。

日本専門店としてオープンした同店は、おかげさまで人気を博し、その後香港、タイ、台湾、マレーシア、マカオと出店国を拡大し、現在（※1）では30店舗まで拡大しています。

## 2. 海外における日本産品の圧倒的な支持

DON DON DONKIでの日本産品の人気ぶりの一例をお伝えすると、香港1号店のオープン日単日で桃が3t・オープンから3日間では10tもの販売量となった他、マレーシア1号店では苺が7500パックも売れました。このように海外での日本産品の人気ぶりは、国内の販売力を大きく上回るものであり、これこそがまさに海外における日本産品への期待であることは間違いありません。なぜこのように日本産品が海外で人気かと申しますと、理由は大きく2つあると私は考えています。

理由① 日本産品に対する“高品質”“信頼”“新鮮”“美味”という認知

理由② DON DON DONKI＝本物の日本産品を取り扱っている店舗という認知

①はまさに海外の消費者から見た日本産品に対する評価です。実際に弊社店舗で日本産品を買ってくださるお客様からは「日本の食品はとてもおいしい!」「生鮮品は新鮮で特に果物は甘くてジューシー!」等というお声を多数頂戴しています。

②は弊社のインバウンド事業に由来します。弊社は10年以上前からインバウンド事業に着手しており、コロナ禍前までは訪日観光客の2人に1人が当店にご来店いただくほどで、数多くの海外のお客様にご支持

いただいております。そのためありがたいことに、特に東南アジアのお客様を中心にドン・キホーテ＝日本の店という認知があり、DON DON DONKIに行けば“本物”の日本産品が買えるとお客様に認識いただいております。

このように海外のお客様に多数ご来店いただいている当店ですが、シンガポール1号店オープンから4年強が経過しました。その中で現在弊社が強く意識していることが、「日本産品の価値をお客様に伝える」ということです。

その施策の一つが、弊社が昨年6月から始めた「ふるふる」という青果コーナーです。

「ふるふる」はシンガポール10店舗目となるSuntec City店からスタートしたイン



<ふるふるコーナーの様子>

---

ショップ型の青果コーナーで、専属のコンシェルジュが日本の青果物の品種の違いや生産者様のこだわりなどを対面式でお客様に説明しています。

売り場は白を基調とした内装で、日本産青果物の新鮮さ・おいしさが伝わるデザインの元、お客様がワクワク・ドキドキしながらお買い物を楽しめる演出を施しています。

おかげさまでふるふるは大変好評を得ており、通常の店舗と比較して高品質・高単価な青果物が非常に人気となっています。

### 3. 海外での日本産かんしょの人気ぶり

このように海外で大人気の日本産生鮮品ですが、その中でも特に人気なのが日本産のかんしょです。日本産のかんしょは、野菜の中でもっとも人気で野菜の売上の中で1/4を占めます。弊社のかんしょ輸出量は年間1000tを超え、これは日本全体の輸出額の23%を占めています。僭越ではありますが、この輸出量は国内でもっとも高い輸出量となっております。弊社ではかんしょを生芋としてだけでなく、焼き芋としても販売しています。年間で生芋の販売量が470tであるのに対し、焼き芋の販売量は760tにのぼり、特に焼き芋が人気です。

なぜこのように日本産のかんしょを使った焼き芋が人気かと申しますと、まず一つ目にそのおいしさがあります。日本産のかんしょは甘くてトロっとしており、日本産のかんしょに対する味への厚い支持があります。二つ目に焼き上がったタイミングにしか買えないという限定感があります。焼き芋は店内で定期的に焼き上げているのですが、この瞬間にしか買えないということ

で非常に人気を博しています。またこの焼き上げている最中の甘い香りもお客様を惹きつける要因のひとつであると考えています。

そして三つ目には東南アジアにおける食べ歩き文化も挙げられます。焼き芋はワンハンドで食べられることから、買ってそのまま食べられる気軽さも人気に火をつけた理由のひとつと考えています。

焼き芋は国を問わず人で、当社が outlet している東南アジア各国において同様の人気を誇っています。国別に見ると、タイがもっとも焼き芋の人気が高く1店舗あたり年間で13万点以上売られています。平均気温が29度に上るタイにおいても、焼き立ての焼き芋がこれほど人気であるというのは、間違いなく日本産かんしょの美味しさであると言えます。

現在弊社では海外のお客様の嗜好性を考慮し、焼き芋においては甘みの強い紅はるかを扱っております。生芋においては紅はるかを主軸にしながら他の品種も複数扱っており、今後も日本の様々な品種のかんしょを海外のお客様にお届けしていきたいと思っております。

### 4. 日本産かんしょを海外の食卓へ

弊社は2030年海外事業売上高1兆円・輸出額3000億円を目標に掲げております。

直近で申し上げますと、2年後の2024年には売上高3000億円・店舗数153店舗体制を目標にしています。店舗数を現在より1.6倍増やしていくということは、これと同等もしくはこれ以上の日本産かんしょが海外で求められていきます。またかんしょは焼き芋や生芋としてだけでなく、芋けんぴや

干し芋などの加工製品化ができる食材です。実際に当店でも干し芋や芋けんぴなどの加工食品を販売していますが、月間で1万点以上お買い求めいただいています。今後はさらにかんしょをフレーバーとして活用し、スイーツやお菓子など様々な製品の「さつまいも味」を作ること、さらに海外のお客様へかんしょの楽しみ方を提供できると考えています。

このように考えますと、日本産かんしょの海外でのポテンシャルをさらに拡大していくことができるのではないのでしょうか。日本産かんしょを海外で普及していくためには、丹精込めてつくってくださる生産者様・海外へ輸出する流通関係者様・そして官庁/自治体の皆様など様々な方々のご協力無くして実現しえません。

弊社は流通の出口として、かんしょの販売に精いっぱい努めてまいりますので、どうか今後も関係各位の皆様のご協力を賜れば幸いです。

ともに日本産かんしょを海外の食卓へ届けてまいりましょう！



<焼き芋コーナーの様子>



<焼き芋コーナーに並ぶお客様>