

“ สอกไกโด กอปวาเม้นท์ ” จับมือ ไดโซ ประเทศไทย ” รุกตลาดไทย



“ สอกไกโด กอปวาเม้นท์ ” สมาพันธ์สินค้าการเกษตรและประมงสอกไกโด ปลื้มยอดส่งออกอาหารและวัตถุดิบยัง
แรง ” พร้อมเดินเต็มที่ ” จับมือ ไดโซ ประเทศไทย ” อัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและขายเต็มรูปแบบ

“ สอกไกโด กอปวาเม้นท์ ” จับมือ “ ไดโซ ประเทศไทย ” อัดกลยุทธ์การตลาดต้นยอดขายอาหารนำเข้า วัตถุดิบ
ทางการเกษตรและประมงที่มีชื่อเสียงชั้นนำของสอกไกโด เติบโตต่อเนื่อง พร้อมจัดกิจกรรมสนับสนุนและส่งเสริมผู้
ประกอบการทั้งสองประเทศทำการค้าร่วมกัน จับฐานตลาดโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าชั้นนำและ
ดีลเลอร์ทั่วประเทศ ย้ำภาพลักษณ์ผู้นำตลาดสินค้านำเข้าวัตถุดิบทำอาหารจากญี่ปุ่นคุณภาพดีเยี่ยมในราคาที่ผู้
บริโภคพอใจ

มร.มาซาอะกิ ฮิราโนะ ผู้อำนวยการรัฐบาลท้องถิ่นสอกไกโด กล่าวว่า ในปีที่ผ่านมา การส่งออกสินค้าประเภทอาหาร
วัตถุดิบทางการเกษตร และประมงของญี่ปุ่นมียอดส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 5 ติดต่อกัน โดยในปี 2015
สินค้าด้านการประมงของสอกไกโด มีอัตราการเติบโตด้านการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสมาพันธ์ คาดหวัง
ว่า การส่งออกสินค้าด้านการเกษตรและประมงในประเทศไทยจะได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จ สามารถ
ผลักดันการส่งออกสินค้าอาหาร เกษตร และประมง ให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยจะอาศัยกลยุทธ์การส่งเสริมการส่ง
ออกต่างๆ และการจัดจำหน่ายผ่านตัวแทนที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นตลาดส่งออกสินค้าประเภทสินค้าเกษตรกรรม และประมง ของสอกไกโดเป็นอันดับ 6 ของญี่ปุ่น
และอันดับ 5 ของเอเชีย รองจากฮ่องกง ไต้หวัน จีน และเกาหลีใต้ ส่วนในอาเซียนไทยเป็นตลาดอันดับ 1 ซึ่งสมา
พันธ์ มองประเทศไทยเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการเข้ามาทำตลาดส่งออกเชิงรุก

สมาพันธ์ ได้ให้ความไว้วางใจให้บริษัท ไดโซ ประเทศไทย จำกัด เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าประเภทวัตถุดิบอาหาร
ประเภทการเกษตรและประมงที่มีชื่อเสียงจากสอกไกโด โดยมี “ เกียวเรน สมาพันธ์สหกรณ์การประมงเมือง
สอกไกโด สินค้าหลักที่ส่งออก อาทิ หอยเชลล์ ปลาแซลมอน ไข่ปลาแซลมอน ปูชน เป็นต้น ” และ “ โฮคุเรน สมา
พันธ์สหกรณ์การเกษตรเมืองสอกไกโด ผู้ผลิตสินค้าทางเกษตรที่มีชื่อเสียงของสอกไกโด อาทิ เนื้อวัวนม สอกไกโด
เนื้อวัวผสมวากิวสอกไกโด นม ซีส ผักมันฝรั่งและข้าวสายพันธุ์ข้าวคุณภาพสูงของญี่ปุ่น ข้าวยูเมะพิริกะ ข้าว นา
ชิโบชิ ข้าวคิราร่า 397 ” และเป็นตัวแทนในประเทศไทยในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาด ให้ผู้
ประกอบการในประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นได้ จับคู่ทำธุรกิจร่วมกันโดยตรง และสามารถตอบโจทย์ความต้องการ

ของคู่ค้าได้อย่างชัดเจนและตรงกลุ่มมากขึ้นอีกด้วย (Business matching)

มร.มาซาคิ ยาสุตะ เกียวเรน ผู้อำนวยการสมาพันธ์สหกรณ์การเกษตรและปศุสัตว์เมืองฮอกไกโด กล่าวว่า สมาพันธ์เล็งเห็นว่า ตลาดไทยมีศักยภาพเนื่องจากปัจจุบัน คนไทยมีความชอบด้านการบริโภคที่หลากหลาย โดยเฉพาะนิยมรับประทานอาหารญี่ปุ่นมากขึ้นอีกด้วย จึงมีแนวโน้มในการเข้ามาทำธุรกิจตลาดได้สูงกว่า โดยมั่นใจว่า การมาเปิดตลาดในประเทศไทยครั้งนี้จะประสบความสำเร็จ ได้แนะนำสินค้าที่ขึ้นชื่อในด้านการส่งออกประเภทเกษตรกรรม อาทิ เนื้อวัวนมฮอกไกโด/เนื้อวัวผสมวากิวฮอกไกโด นม และข้าวสายพันธ์พิเศษ ที่ได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ และได้คู่ค้าที่ตรงกลุ่ม เช่น ร้านอาหาร ภัตตาคารและโรงแรมระดับไฮคลาส

มร.โยชิฮิซะ ยาโนะ โฮคุเรน ผู้อำนวยการสมาพันธ์สหกรณ์ประมงฮอกไกโด ซึ่งเป็น ผู้ส่งออกหลักอาหารทะเล กล่าวว่า ตลาดประเทศไทยนับเป็นตลาดที่น่าสนใจอย่างยิ่ง มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องและมีความต้องการสูง มั่นใจว่ายอดการส่งออกจะเติบโตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยทางบริษัทฯ มีแผนการเปิดตลาดในเมืองไทย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าร้านอาหารญี่ปุ่น โรงแรม และภัตตาคาร ชั่นนำ มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในร้านอาหารญี่ปุ่น ซูเปอร์มาร์เก็ตระดับไฮเอน และโรงแรมชั้นนำของไทย

มร.ฮิเดกิ กาโต้ กรรมการผู้บริหาร บริษัท ไโตโซ ประเทศไทย จำกัด กล่าวว่า บริษัทได้รับความไว้วางใจในการเป็นตัวแทนนำเข้าและจำหน่ายสินค้านำเข้าของญี่ปุ่นมาโดยตลอด โดยบริษัทฯ ได้ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 1999 รวมเป็นระยะเวลา 18 ปี ดำเนินธุรกิจนำเข้าและส่งออกวัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น ได้แก่ Grocery, Confectionary, Frozen Pack, Frozen seafood, Fruit and Vegetable และมีบริษัท ในเครือที่เป็นงานผลิต และรูปสินค้าอาหารญี่ปุ่น ชื่อ “บ. เดลิกา , ร้านอาหาร และ Shop อาหารญี่ปุ่น ตั้งร้านใน Super market Tops, Gourmet market (The Mall) ชื่อ “บ.ไโตโซ ฟู้ด เซอร์วิสและส่งสินค้าอาหาร ญี่ปุ่นไปจำหน่ายที่ประเทศ ดูไบ ชื่อ “บ.ไโตโซ เอมิเรท ” ซึ่งปัจจุบันมีมูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ประมาณ 500 ล้านบาท โดยผู้บริโภคให้ความเชื่อมั่นในและไว้วางใจในด้านคุณภาพสินค้า

” ปัจจุบันตลาดสินค้านำเข้ามีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นการบริหารเชิงกลยุทธ์จึงถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดอาหารนำเข้าประเภทสำเร็จรูป และส่วนแบ่งตลาดสินค้านำเข้าจากญี่ปุ่น โดยไโตโซประเทศไทยและฝ่ายการตลาดของฮอกไกโด กอปรวามั่นท์ จะทำงานร่วมกัน มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์สินค้า โดยปัจจุบันเน้นเรื่องการจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย และกิจกรรมสัมมนาพิเศษให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม เพื่อเพิ่มแรงผลักดันสินค้าคุณภาพพรีเมียมสู่ผู้บริโภคในราคาที่ไม่แพง ”

“ส่วนการกระจายสินค้า ไโตโซมีช่องทางจำหน่ายและฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง ซึ่งบริษัทเน้นเจาะกลุ่มขายตรงเข้าบริษัทลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายโดยไม่ผ่านนายหน้าหรือตัวแทนและทำการส่งเสริมการขายและเก็บรวบรวมข้อมูลตลาดไปพร้อมกัน ซึ่งนับว่าเป็นจุดเด่นที่แตกต่างที่สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นอย่างมาก”

##