

2021年度 香港における日本産コメプロモーション報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2022年4月

プロモーションの全体像

日本産コメと水産物を組み合わせたキラアプリケーション（料理メニュー）を開発して、外食店を中心に提供機会を創出し、また、香港消費者の喫食意向を喚起しました

提供機会の新規創出

キラアプリケーションのレシピ・ビジュアル開発



メニュー化のためのレクチャープログラム



喫食意向の喚起

店頭POP制作



タイアップ施策



記事広告



あの料理
食べてみたい!



※キラアプリケーションとは、日本産コメの特徴が活かされ、消費者の関心を喚起する象徴的なレシピを指す。

キラアPLICATIONの選定

日本産コメの特長を活かし、香港消費者の嗜好にあった料理 4 品をキラアPLICATIONとして開発し、消費者に対して訴求しました

【キラアPLICATIONのクライテリア】

1. 日本産コメの風味を活かせること
2. 食べてみたい/作ってみたいと思える“華”のある料理であること
3. 現地で馴染みのある素材を料理法や調味料で大化けできる可能性があること
4. 家庭での再現性が高い簡単な料理であること
5. 材料単価は高すぎないこと



【キラアPLICATION】

ライスバーガー



ブリの炊き込みご飯



ホタテのバター醤油ご飯



宇和島鯛めし



キラーアプリケーションのレシピ・ビジュアル開発

外食・小売店舗が日本産コメを導入しやすくすることを目的として、日本食に造詣の深い現地スターシェフを起用して、日本産コメの特長を活かしたキラーアプリケーションのレシピ及びクリエイティブを開発しました

【スターシェフによるレシピの開発】



料理研究家/食コラムニスト
 KEI SAN 杉内馨

香港在住36年の経験を活かし、流暢な広東語を用いて日本食や日本文化を紹介する。

香港各メディアから誘いを受け、新聞、雑誌のコラム、TV番組（料理、食べ歩き、旅行番組など）へ数多く出演。「料理研究家」「スターシェフ」と呼ばれる。

【メインビジュアル・動画の開発】



▼レシピ動画リンク▼

<https://www.youtube.com/channel/UCUzEWR6v2sUmMsXE7y74B2w>

スターシェフによるレクチャー

現地スターシェフが、外食・小売店向けに、日本産コメの取扱い方やキラアPLICATIONのレシピ紹介をし、店舗へのメニュー導入を促しました



料理研究家/食コラムニスト
KEI SAN 杉内馨

1. 日本産コメの特長



2. 日本産コメの取扱い方



3. 日本産コメを使った推奨レシピ



4. 店舗での導入方法



▼レクチャー動画リンク▼

<https://youtu.be/fCtvi6GCTMo>

店頭POPの制作

消費者にキラーアプリケーションの注文を促すための店頭用POPツールを制作し、日本産コメの取扱いのある小売・外食店舗に無償で提供して購入の後押しをしました

【店頭用ツール（ポスター／スイングPOP）】

ライスバーガー



ブリの炊き込みご飯



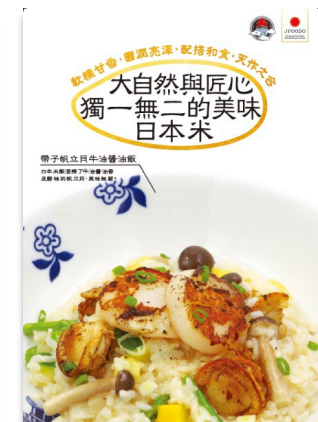
ホタテのバター醤油ご飯



宇和島鯛めし



外食店においては、提供メニューの実際の見たと揃えるため、カスタマイズのPOPも提供



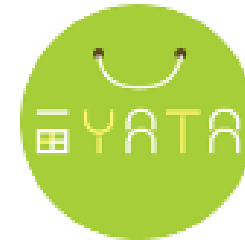
外食・小売店舗とのタイアップ施策

店頭での消費者との接点を増やし、日本産コメの認知を獲得するため、
現地外食・小売店舗合計66店舗にて、消費者向けの期間限定日本産コメキャンペーンを実施しました

外食店とのタイアップ



小売店とのタイアップ



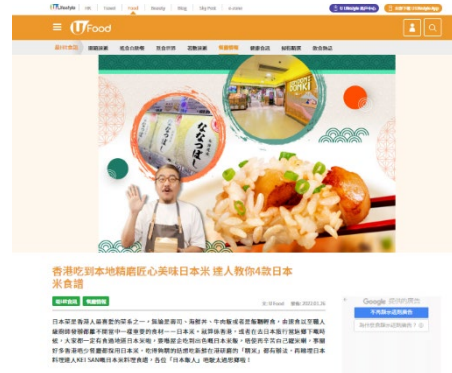
広告

香港で進行中の水産物プロモーションと連動させたうえで、計3回の記事広告掲載を通じて、キラーアプリケーションについて消費者の認知・喫食意向を高めました

【日本産コメプロモーションの記事広告】

グルメ系メディアの
OpenRice/UFOOD、
ライフスタイル系メディアの
Weekend Weeklyとタイアップ

OpenRice 新假期



掲載リンク：

<https://food.ulifestyle.com.hk/restaurant/news/detail/3164345/>

【水産物（ホタテ、ブリ、タイ）プロモーションの広告】

連動



8月末から2月末まで、動画を中心にデジタル広告（Google, YouTube, Facebook）を配信。



