

# 2020年度 JFOODO和牛プロモーション報告（台湾）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

和牛チーム

2021年4月

## 本資料の内容

- 訴求内容
- 2020年度 台湾での和牛プロモーション実績
  - スケジュール
  - 動画コンテンツ「和牛100%.TV」
  - 広告
  - 情報発信
  - 飲食店での旧正月前キャンペーン
  - 小売店店頭からの訴求活動
  - 小売・飲食店関係者向けセミナー
- プロモーションの効果

# 訴求内容

## 日本和牛独自の価値

他国産牛肉との違いを際立たせるために、純粋血統に裏打ちされた「味わい/香り」と「安心/安全性」を、日本和牛の価値として訴求しました

- ① 古くからの食用肉としての**純粋血統**に裏打ちされた、独特の**味わい/香り**
- ② **消費者**も追跡できる**トレーサビリティ**に基づいた、**安心/安全性**



上記①、②を約束する証として「**日本和牛統一マーク**」を訴求しました

## 日本和牛独自の価値

「日本和牛のみが本物の和牛」というポジショニングを強固にして現地消費者による選択を促すために、従来のオケージョン訴求に加え、他国産にはないRTB（Reason to Believe）を伝達しました



### 【RTB（Reason to Believe）】

#### 科学的根拠

(例)

- 古くからの食用肉としての純粋血統
- 高品質な和牛を生み出すための、優秀な親同士の掛け合わせ
- 「血統書」の存在。どこで生まれ、育ち、親が誰かが分かる

#### 日本和牛にまつわるストーリー

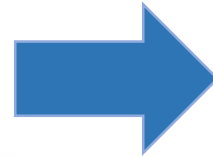
(例)

- 産地毎に、こだわりをもって切磋琢磨して生産した歴史  
⇒ 各産地でのブランド和牛
- 消費者でも追跡できるトレーサビリティ制度

## キーオケーションの設定

台湾では、旧正月前の大みそかに鍋を囲む「圍爐(ウェイルー)」という習慣があるため、このオケーションと結びつけて「ロイン系以外」の日本和牛の喫食を促しました

富裕層  
(ターゲット層)



圍爐 (ウェイルー)\*



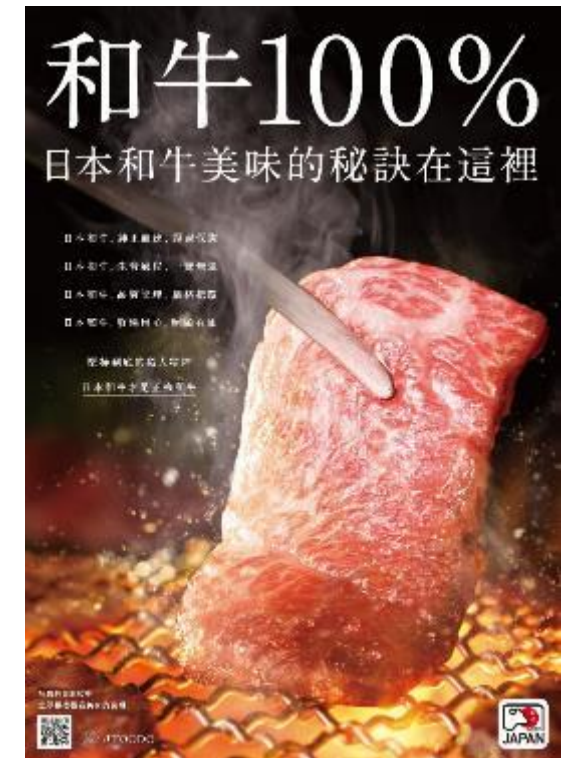
\*旧正月の大みそかの夜に、家族・親戚が集まり、炉(爐)を囲(圍)んで、1年の出来事を振り返りながら、豪勢な鍋や料理を食べること。

## キャッチコピー/キービジュアル

日本和牛のみが純粋血統、という差別化ポイントを直感的/印象的に消費者へ伝達するために、「和牛100%」というキャッチコピーをプロモーションで使用するとともに、キービジュアル内にも表記しました

# 和牛100%

日本和牛美味的秘訣在這裡  
 (訳: 日本和牛の美味しさの秘訣がここに)



## 2020年度 台湾での和牛プロモーション実績



## 台湾での和牛プロモーション スケジュール

台湾の消費者が飲食・小売店で喫食購入することを後押しするために、旧正月前の時期に、空中戦（デジタル広告）と連動した地上戦（店舗での販売促進活動）を実施しました

	2020年		2021年		
	11月	12月	1月	2月	3月
日本和牛動画コンテンツの発信（和牛100%.TV）		←————→			
JFOODO日本和牛ウェブサイト・SNSからの情報発信	←————→				
デジタル広告（バナー広告・検索連動型広告）		←————→	←————→		
飲食店での旧正月前キャンペーン			←————→		
小売店店頭からの訴求活動		←————→			
小売・飲食店関係者向けセミナー（2020/11/24、12/2）	←————→				

＜台湾＞  
旧正月

\*2021年の旧正月:  
2月12日

## 「日本の和牛のみが本物の和牛」であることへの理解促進

### - 動画コンテンツ「和牛100%.TV」

日本和牛こそが他国産とは異なる「本物の和牛」である点を、台湾の消費者へ分かりやすく伝えるために、動画コンテンツ「和牛100%.TV」を制作しました

- 動画コンテンツ名：「和牛100%.TV」～日本和牛のこだわりの秘密を巡る旅～

旅番組・グルメ番組でのインタビュー経験豊富な照英さんが各地を旅して、日本和牛のこだわりを探り、動画で紹介することで、台湾の消費者へ「日本和牛こそが本物の和牛」への理解を深める。

- 視聴対象者：台湾の消費者

- 動画の掲載先：JFOODO和牛ウェブサイト上の「和牛100%.TV」Youtubeチャンネルに掲載

[https://www.youtube.com/channel/UCnyESb9hrS-aizT\\_uiG3r3g](https://www.youtube.com/channel/UCnyESb9hrS-aizT_uiG3r3g)

- ナビゲーター：照英氏

埼玉県出身。大学卒業後、モデルとして数々のショーに出演。その後、俳優としてデビューし多くの人気作に出演。結婚を機に、明るいキャラクターを生かし、バラエティや旅番組に出演。



「和牛100%.TV」(台湾版)  
QRコード



# 「日本の和牛のみが本物の和牛」であることへの理解促進

## - 動画コンテンツ「和牛100%.TV」

日本和牛こそが他国産とは異なる「本物の和牛」である点を、台湾の消費者へ分かりやすく伝えるために、動画コンテンツ「和牛100%.TV」を制作しました

### ●コンテンツ（産地巡り編）（撮影地：鹿児島/滋賀/山形/宮崎）



### ●コンテンツ（クッキング編）（日本和牛の広東風醬油煮込み/日本和牛ロースごはん/日本和牛ニューローメン/日本和牛カレー）



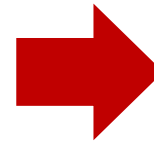
# 広告

JFOODO和牛キャンペーン参加店舗への来店促進と「和牛100%.TV」の周知のため、2020年12月から2021年2月にかけて、デジタル広告を集中的に展開しました

## <主なデジタル広告>

Google  
Yahoo!  
Facebook  
Youtube

Ad2  
Happy go  
GDNバナー



## <広告の結果>

(2020年12月-2021年2月)

総インプレッション数: 1.54億件  
総クリック数: 130万件

# 情報発信

## - JFOODO日本和牛ウェブサイト・Facebook

日本和牛を食べたい・買いたい消費者が取扱店舗を見つけられるよう、キャンペーン参加店（飲食・小売）の情報掲載に注力しました

### <JFOODO日本和牛ウェブサイト>

<https://wagyu-jfoodo.jetro.go.jp/tw/>



(例)飲食店舗リストページ

都市(例:台北、桃園)や、飲食店の種類(焼肉、鍋、その他)で該当店舗を検索可能

### <JFOODO日本和牛Facebook>

<https://www.facebook.com/wagyuJapan.tw/>



(例)プロモーション協力店舗の紹介投稿



# 飲食店での旧正月前キャンペーン

台湾の飲食店で旧正月前に日本和牛キャンペーンを実施することで、注文数の増加を狙いました

参加店舗数	キャンペーン期間	内容
70店舗	2021/1/1~1/24	①日本和牛を使った期間限定特別メニューの提供 ②JFOODOが作成した店頭ツールの活用



# 飲食店での旧正月前キャンペーン

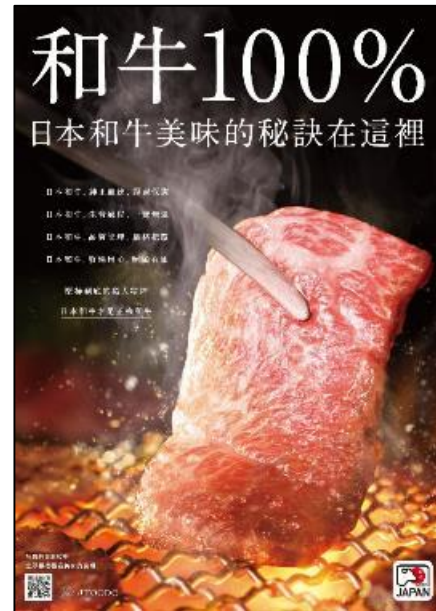
## - JFOODOから飲食店へ提供した店頭ツール

飲食店来店者へ、日本和牛が純粋血統 (=和牛100%)である点を想起させるために、飲食店に対し、JFOODOが制作した販促資材を無料で配布しました

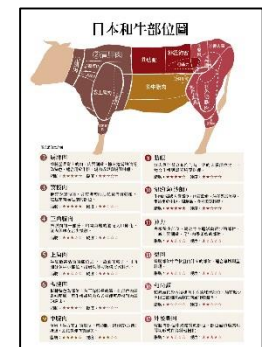
### <店頭用販促素材 (例) >



ポスター(A1)



三角POP  
(W100×H240mm)



二つ折りパンフレット(A5)

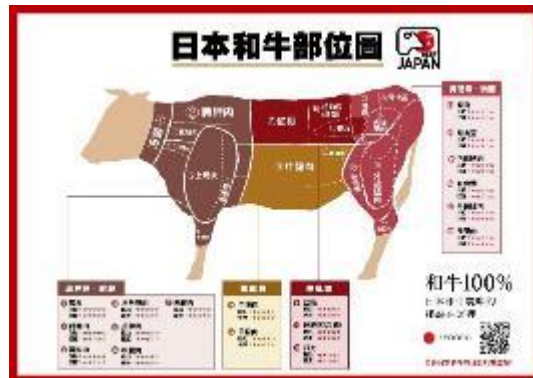
## 小売店店頭からの訴求活動

日本和牛にしかないファクト（純粋血統、消費者でも追跡可能なトレーサビリティ制度、和牛統一マーク）を小売店店頭で中長期的に発信することで、日本和牛を選択する際に納得できる理由を消費者へ訴求しました

- 参加店舗：日本和牛取扱小売店(スーパーマーケット+精肉店) **計30店**
- プロモーション時期：2020年12月～2021年3月末  
※期間は店舗により異なるが、長期間の実施を依頼
- 内容：①「日本和牛統一マーク」、トレーサビリティ制度に関するPOP掲出  
②販売員から消費者への、口頭による日本和牛の価値の訴求  
(そのために上記①を中心としたファクトを、予めJFOODOから販売員へ個別に伝えた)



### <小売店への提供ツール>



日本和牛  
部位図ボード



当日入荷した  
日本和牛の  
トレーサビリティ  
番号付きボード



店頭スタンド  
(A5、アクリル)



## 小売・飲食店関係者向けセミナー

日本の職人が台湾の牛肉飲食・小売・卸関係者に向けて、日本和牛の特長を活かした商品開発のコツと、切り方・焼き方・脂の活用方法など実技面の工夫を、オンラインで説明しました

- タイトル：2020年 日本和牛セミナー  
「プロだけが知っている日本和牛の成功方程式」
- 日時：2020年11月24日・12月2日（2回に分けて開催）
- 講演方式：オンライン (teams)
- 講師：株式会社 門崎 代表取締役  
千葉 祐士（ちばますお）氏
- 参加対象者：日本和牛を取り扱っている小売・飲食・卸関係者  
日本和牛の取り扱いを検討中のオーナー・関係者
- 参加人数：297名（2回合計）



## 小売・飲食店関係者向けセミナー

日本の職人が台湾の牛肉飲食・小売・卸関係者に向けて、日本和牛の特長を活かした商品開発のコツと、切り方・焼き方・脂の活用方法など実技面の工夫を、オンラインで説明しました



日本和牛の特長を語る千葉氏



動画「捌きを極める」



動画「脂・筋を極める」



動画「加熱を極める」

### ■ 参加者からの声：

- コロナ禍の中、日本和牛の特長を活かしたオンリーワンの商品を作らないと、他店との差別化を図れないことを知った。
- 日本和牛には、その美味しさだけでなく、生産地、生産者の思い、様々なストーリーがあること、そしてそれがお客様へお勧めする際のセールストークに役立つことを知った。
- 日本和牛の脂が部位ごとに異なる特長を持っているとは知らなかった。

# プロモーションの効果

## 動画コンテンツ「和牛100%.TV」への評価

動画を視聴した消費者から、日本和牛の丁寧な育て方や、飼育へのこだわりに対する好意的な声が寄せられました

- 日本の生産者が「**匠の技**」でこだわって飼育したからこそ、高品質の日本和牛が生産されていることが分かった。
- 映像を通じて日本和牛の飼育環境や、生産者の技術を知ることができたので、今後は**安心して**日本和牛を購入できる。
- 日本和牛一頭一頭を大切に育て、血統を記録しながら、「最高の品質」を保っていることが分かった。
- 純粋血統である点が、他国のWAGYUと全く異なることを知った。**日本和牛はとても特別な牛肉だ。**
- 日本和牛の飼育には大変なプロセスが必要であることと、だからこんなに高級な牛肉ができることを知った。映像を見て食べたくなった。
- テクノロジーと融合した飼育方法や、血統ノートなどを見ると、**日本和牛は「唯一無二」な存在だ**と感じた。

<参考>  
日本農業新聞 記事  
(2021/4/18付)

「和牛 世界に向け発信  
動画150万回再生  
JFOODOの動画話題」

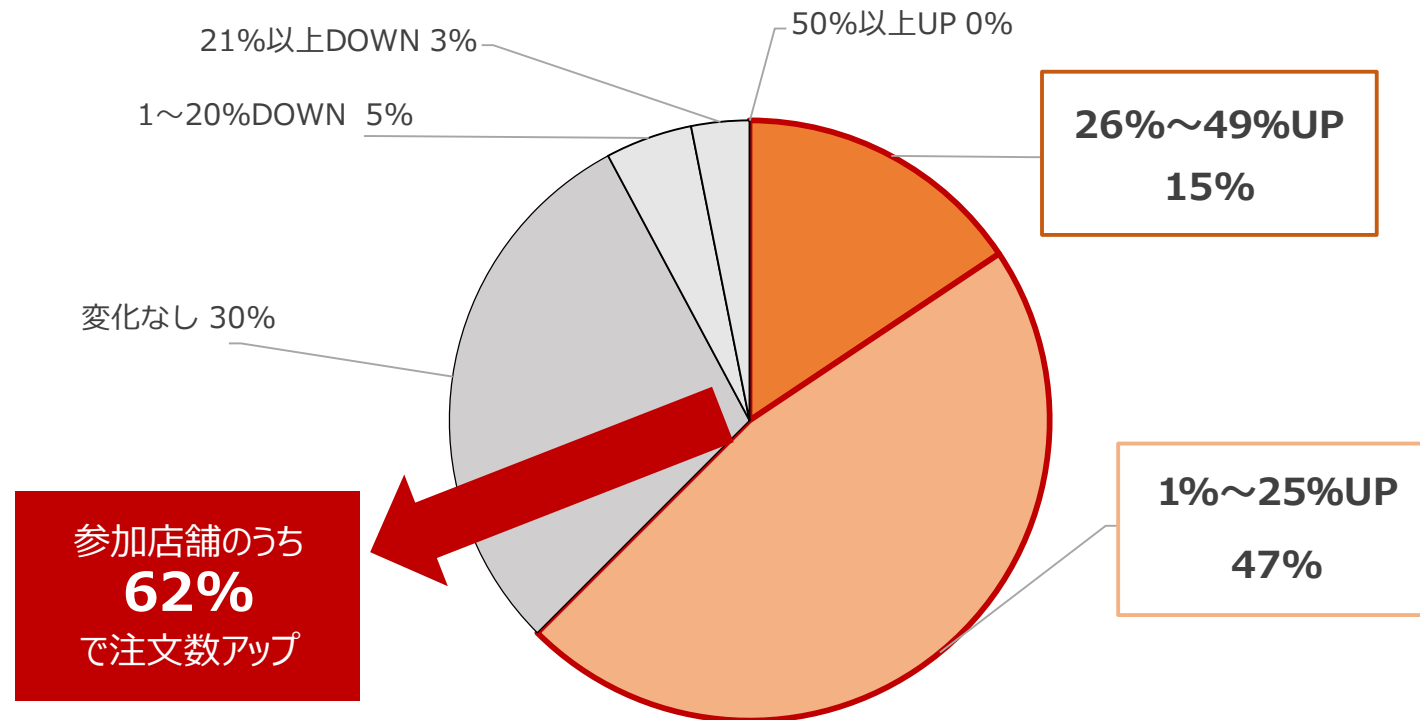
<https://www.agrinews.co.jp/p54060.html>

【和牛100%.TVを視聴した台湾消費者の感想】

出典：JFOODOによる台湾消費者への効果測定（2021年2月）

## 飲食店キャンペーン結果

キャンペーン参加飲食店のうち「前年同時期に比べて日本和牛メニューの注文数が上がった」と回答した店舗が、  
（コロナウイルスの影響が懸念された中でも）62%に上りました



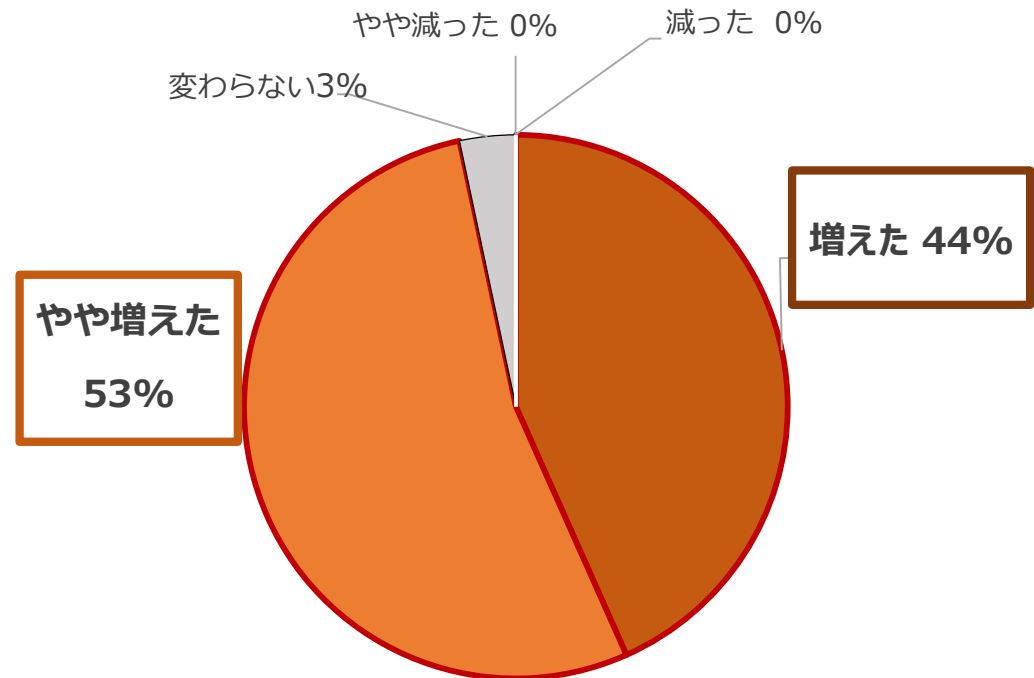
【旧正月前キャンペーン参加店舗への質問】

「前年同時期と比較して、貴店の日本和牛メニュー注文数は何%上がりましたか？」

## 小売店プロモーション結果

JFOODOが作成した店頭ツールを利用したことで、参加した小売店の97%が「消費者とのコミュニケーションが増えた」と回答しました

小売店からの反応	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 日本和牛の部位図を掲示したおかげで、お客様から日本和牛の部位の違いを質問された際に、スムーズに説明できた。</li> <li>➤ 部位図には部位ごとのお薦めの調理法も掲載されていたので、お客様が購入する際の参考になった。</li> <li>➤ (その日に入荷した) お薦めの日本和牛を、トレーサビリティ番号付きボード上に掲示しながら販売したおかげで、お客様に注目されただけでなく、安心して購入いただけた。</li> </ul>
----------	--

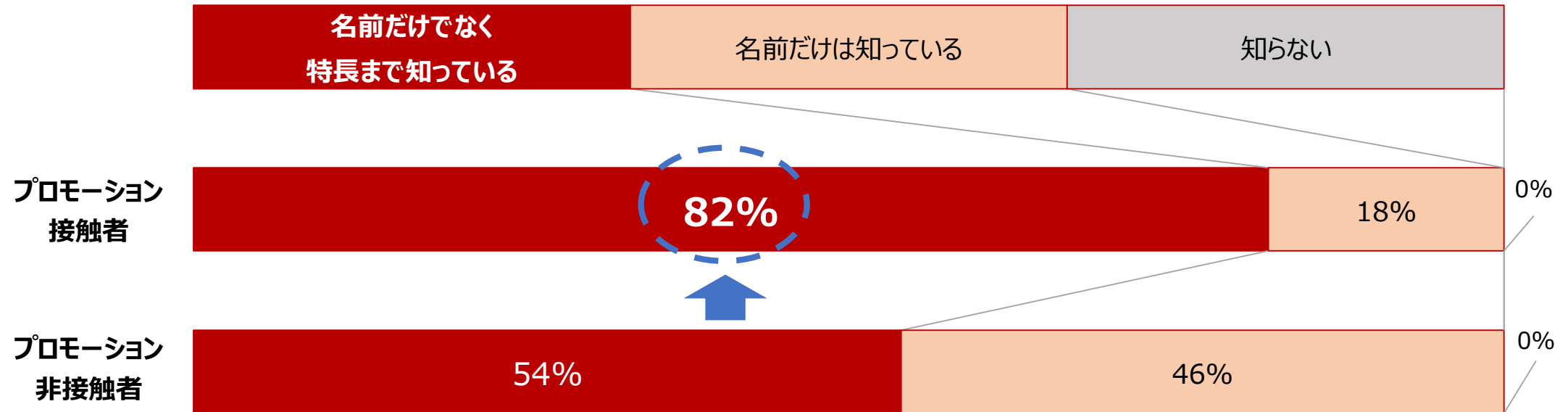


【参加店舗への質問】

店頭ツールを設置したことで、お客様とのコミュニケーションは増えましたか？

## JFOODOプロモーション接触後の消費者の態度変容

JFOODO和牛プロモーションに接触した消費者の方が、非接触者よりも、他国産WAGYUとは異なる日本和牛の特長（純粋血統100%など）を認識していることが分かりました



【消費者への質問】

「あなたは日本和牛をご存知ですか？」

また日本和牛には、米国・豪州産WAGYUなど異なる特長を有していることをご存知ですか？」

出典：JFOODOによる台湾消費者への効果測定（2021年2月）

