



2019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

2020年4月

目次

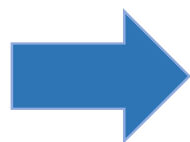
- 訴求内容
- キャッチコピーとキービジュアル
- 台湾でのプロモーション実績
 - スケジュール
 - 広告
 - 情報発信
 - 飲食店キャンペーン
 - 小売店でのプロモーション
 - 小売・飲食店向けセミナー
- プロモーションの効果

訴求内容

キーオケーションの設定

台湾では、中秋節に「焼肉」をする習慣と、旧正月前の大みそかに鍋を囲む「圍爐(ウェイルー)」という習慣があることから、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た

富裕層
(ターゲット)



中秋節

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。

日本和牛独自の価値の訴求

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**」を訴求した

キャッチコピーとキービジュアル

日本和牛のみが純粋血統という点を、直感的/印象的に消費者へ伝達するためにキャッチコピーを開発し、2019年度のプロモーションで一貫して使用した

和牛100%

匠心養育的日本和牛 世界上唯一の100%純血和牛。
(訳:匠が育てた日本和牛は、世界で唯一の100%純血和牛です。)

キービジュアル

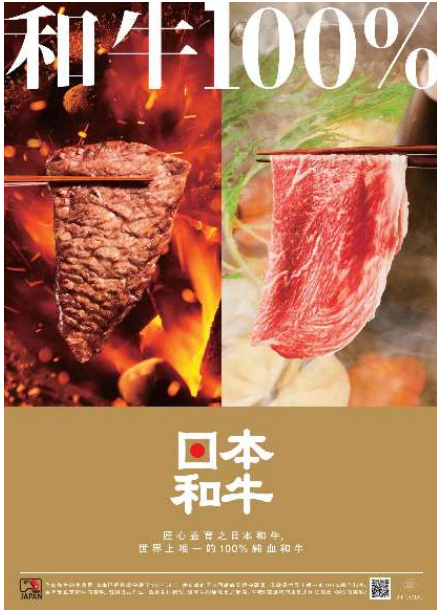
2018年度までのトーン&マナーを維持しつつ、ロイン系以外のモモ・バラの消費拡大が期待できる焼肉としゃぶしゃぶを、「シズル感」をもって伝達するキービジュアルを展開した



焼肉バージョン



しゃぶしゃぶバージョン

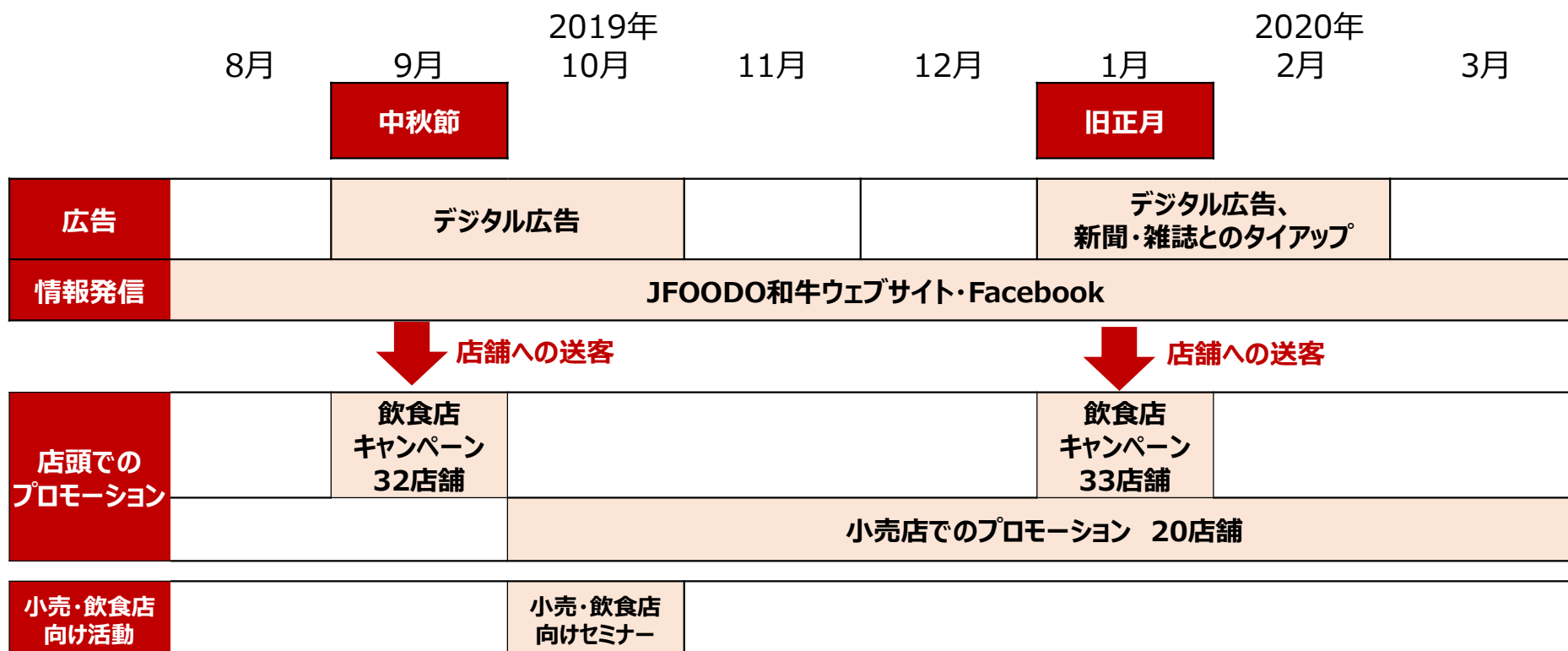


汎用バージョン

台湾でのプロモーション実績

台湾での日本和牛プロモーション スケジュール

「焼肉=中秋節」、「しゃぶしゃぶ=旧正月」の時期に、空中戦（デジタル広告）と連動した地上戦（店頭でのプロモーション）を展開した



広告

中秋節と旧正月期にデジタル広告や記事広告を集中的に展開することで、日本和牛への喫食意欲向上と、飲食・小売店への来店誘導を図った

<主なデジタル広告>

Google
Yahoo!
Facebook

Pchome
OneAD
Linkedin
Happy go

GDNバナー



中秋節
総表示数：1.09億件
総クリック数：632,278件

旧正月
総表示数：1.36億件
総クリック数：988,252件

<記事広告例>

春節團圓過佳節 日本和牛喜迎春
享用日本和牛與家人共度美好團圓時光



和牛100%
日本和牛
園家團爐100%

The Japan Food Product Overseas Promotion Center

『自由時報』(台湾主要新聞)
発行部数553,000部
2020年1月22日

情報発信

- JFOODO和牛ウェブサイト・Facebook

日本和牛を食べたい・買いたい消費者が店舗を見つけることができるよう、キャンペーン参加店（飲食・小売店）の情報掲載に注力した

<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、台中)や、飲食店の種類(焼肉、鍋、その他)で該当店舗を検索可能

<和牛Facebook> 投稿総数：94本（2019年8月-2020年3月）

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

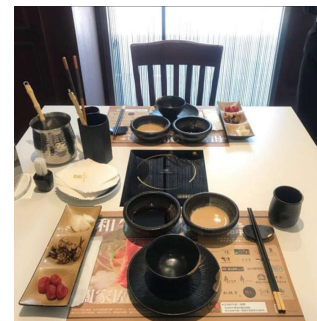


例：キャンペーン参加飲食・小売店舗の紹介投稿

飲食店キャンペーン

中秋節に焼肉をする習慣と、旧正月前の大晦日に鍋をする習慣に着目した上で、飲食店を巻き込んで、ロイン系以外の消費を増やすプロモーションを実施した

	タイトル	参加店舗数	(参加店以外で) ポスターのみ掲載店	キャンペーン期間	内容
中秋節	「100%日本和牛 食べ比べフェア」	32	20	2019/9/4～15	①3部位以上の食べ比べメニューの提供 (部位を問わず、希少部位は1～2種) ②JFOODOが作成したキャンペーンツールの活用
旧正月	「春節和牛100% 日本和牛祭」	33	21	2020/1/10～23	① 多部位を利用した特別メニューの提供 ②JFOODOが作成したキャンペーンツールの活用



飲食店キャンペーン

- JFOODOから飲食店へ提供した店頭ツール

飲食店への来店者に対し、日本和牛が純粋血統 (=和牛100%)であることと、中秋節の焼肉と旧正月前のしゃぶしゃぶに最適である点の想起を図った



ポスター(中秋節)



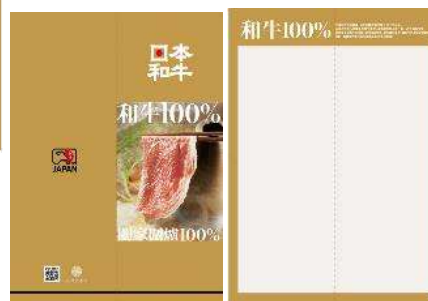
ポスター(旧正月)



チラシ(中秋節)



エプロン(中秋節)



メニューフォーマット(旧正月)



テーブルクロス(旧正月)



パンフレット(通年)

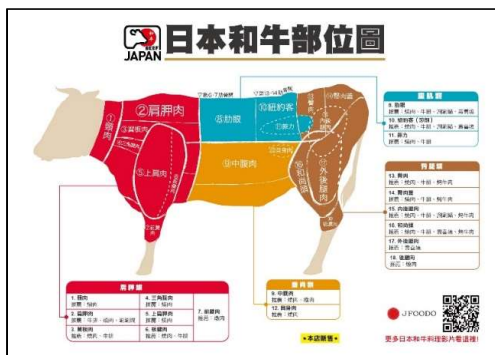
小売店でのプロモーション

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提示した

- 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20店
- プロモーション時期：2019年10月31日～2020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



A5スタンド

小売・飲食店向けセミナー

日本の職人が、台湾の牛肉卸・小売・飲食店関係者に向けて「日本和牛はロイン系以外の部位にも魅力的な味わいがある」ことを説明した上で、実技を通じて各部位の価値の引き出し方を伝達した

- タイトル：
2019年 日本和牛セミナー
「日本和牛の価値を100%引き出す！」
- 日時：2019年10月15日(火)・16日(水)
*2日間で計3回開催
- 参加者：121名（3回合計）
- 会場：台北市内
- 講師：株式会社 門崎 代表取締役
千葉 祐士（ちばますお）氏



■ 参加者からの声：

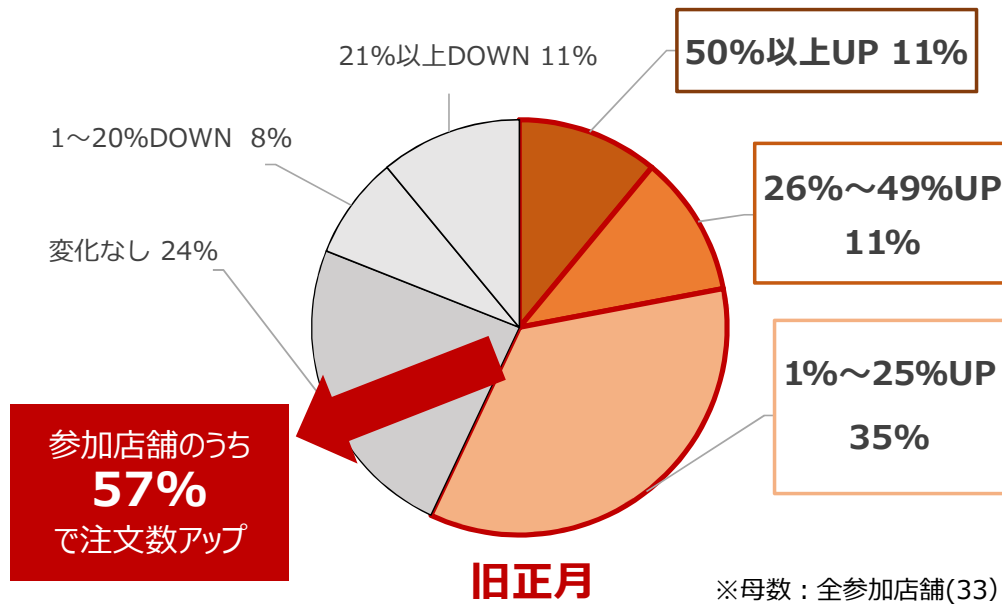
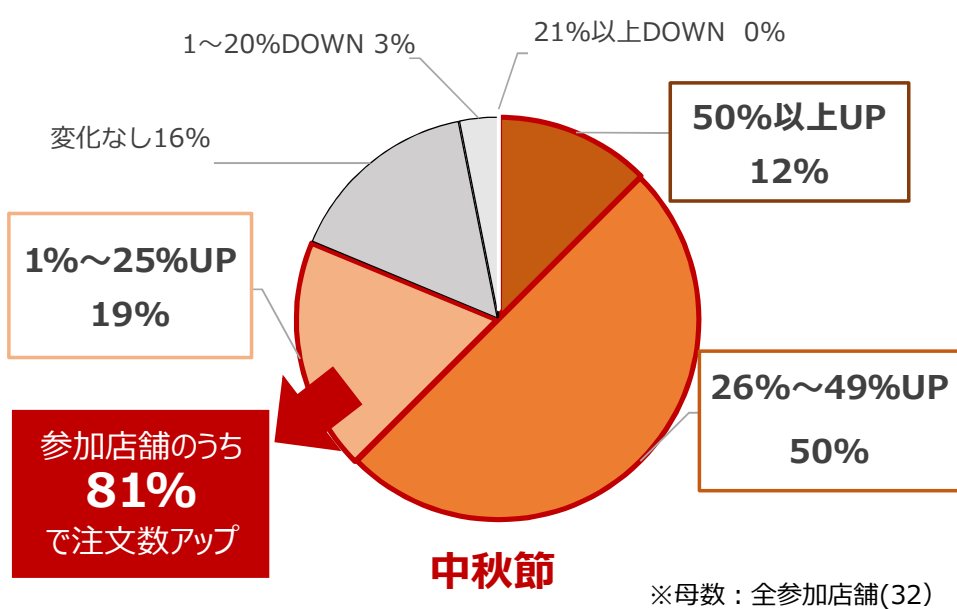
- 千葉氏の言う通り、和牛の価値はA5などのランクだけで決めつけてはいけなかった。
- ロースやヒレ以外の部位にも、味わいや“奥行き”があることが良く分かった。
- いかに関係性上の利益に繋げるかを解説してもらった点で、今まで参加したどのイベントよりも一番役に立った。

プロモーションの効果

飲食店キャンペーン結果

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、
 中秋節時には全体の81%、旧正月時には(コロナウイルスの影響が懸念された中でも)57%に上った

【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

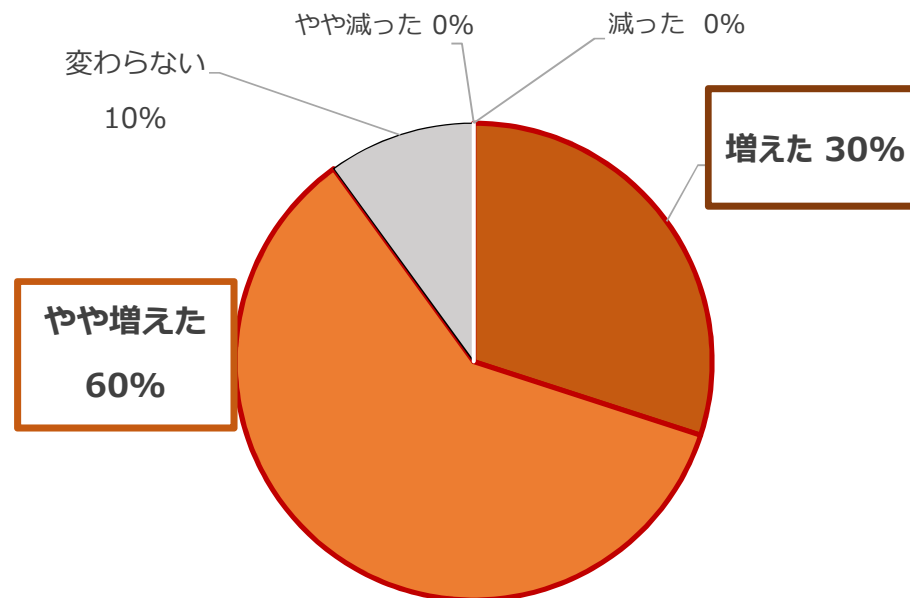
- 消費者からの反応、小売店からの意見

JFOODOが作成した店頭ツールを利用したことで、90%の小売店が「消費者とのコミュニケーションが増えた」と回答した

消費者の反応	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 部位図ボードへの反応が高かった。 ➤ トレサビリティボードには興味があるが、家畜改良センターのウェブサイトへのアクセスまではしない。ただし同制度が、日本和牛が高品質である証拠の1つであることは分かった。 ➤ 家畜改良センターのウェブが日本語と英語しかないため、中国語で見られるようにしてほしい。
小売店の意見	<ul style="list-style-type: none"> ➤ POPを設置したことで、販売員がお客様への接客をしやすかった。 ➤ キャンペーン終了後も、継続的にPOPを設置したい。

【キャンペーン参加店舗への質問】

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？

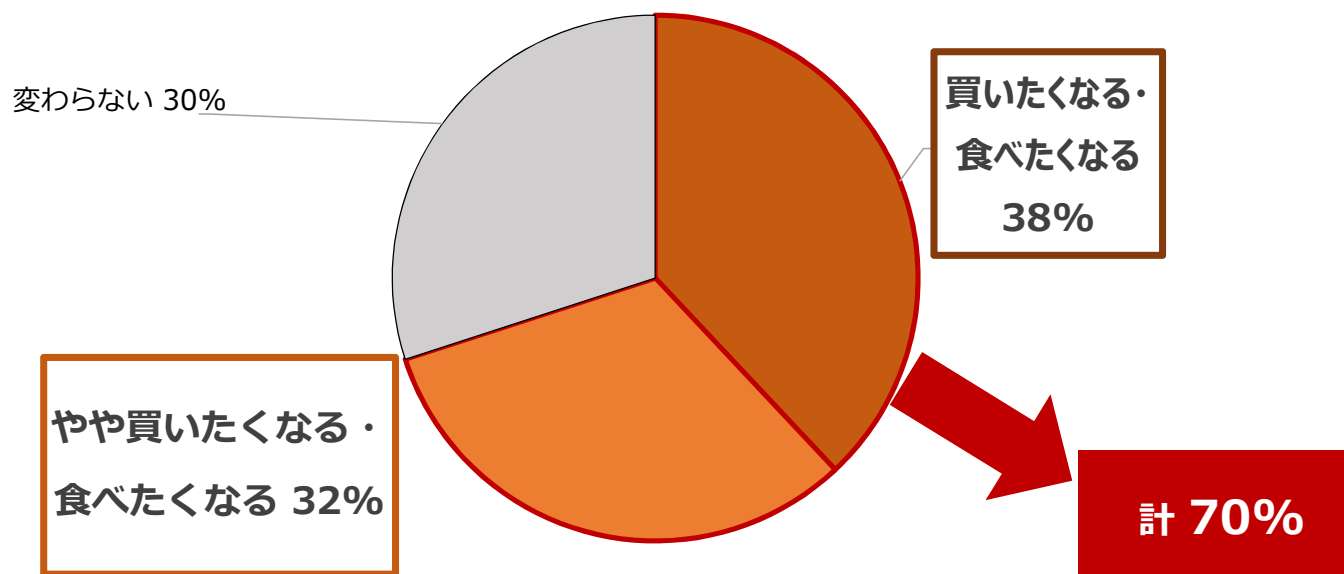


プロモーションを通じて明らかになったこと

- 日本和牛選択の後押し

プレミアム牛と聞いて日本和牛と想起する割合が高い中、「純粹血統」を「和牛100%」というキャッチコピーで訴求したことが、現地消費者が日本和牛を選択するための後押しとなった

Q. あなたは「和牛100%」のコピーを読んで、日本和牛の購入・喫食意向は変化しますか？



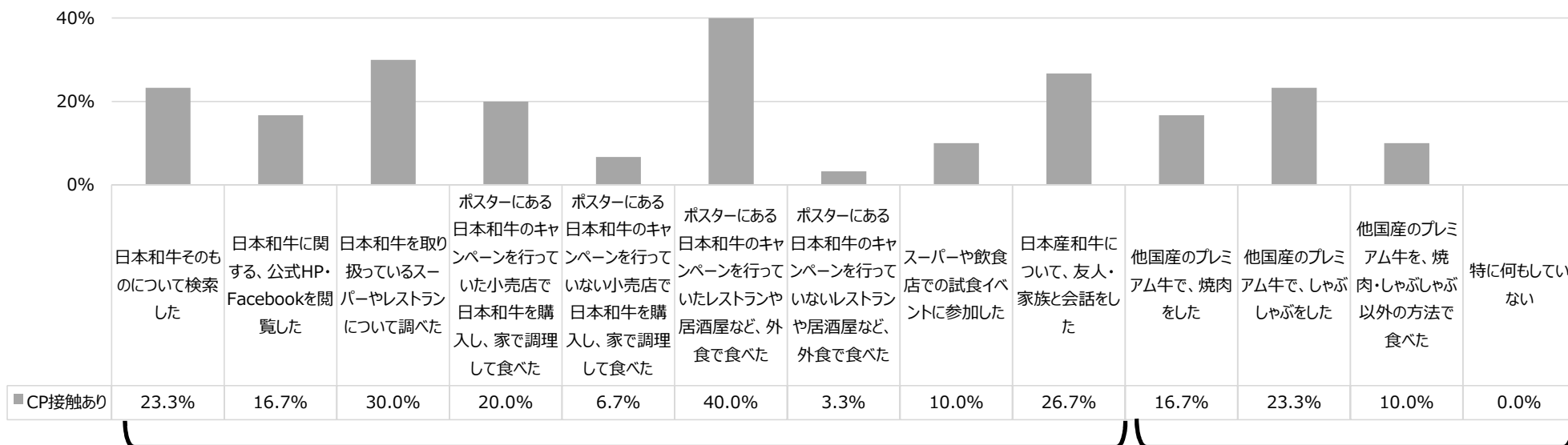
【出典】JFOODO調べ(100人)

JFOODOキャンペーン接触後の行動変容

JFOODOの日本和牛ポスターを見た人のうち約90%が、日本和牛についてネットで検索したり、喫食したりと、何らかのアクションを起こした

Q. あなたは、JFOODOの日本和牛ポスターを見て、どのような行動を起こしましたか？（複数回答可）

*JFOODO和牛ポスターを見たことのある人（30人）



日本和牛について何かしらのアクションを起こした人（重複回答分を除く）：93.3%*

*（全体） - （他国産プレミアム牛しか喫食していない + 特に何もしていない）

上記回答者のうち、日本和牛へのアクションを一切起こしていない人：6.7%（重複回答分除く）

