

2018年度 日本産水産物【ブリ(ハマチ)・ホタテ・タイ】プロモーション について

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

本資料の内容

- ◆ポジショニング
- ◆プロモーション概要
- ◆主な施策

ポジショニング

着眼点

- 縁起物としての日本産水産物

中華圏の春節において縁起を重んじて魚がよく食されている文化的意味に着目し、日本の水産物を美味しい縁起物としてポジショニングします

中華圏における水産物と縁起物の結びつきという着眼点

「**年年有餘**」は「毎年経済的に余裕がでる、お金が残る」という意



「餘 (yu) 」と「魚 (yu) 」の読む音が一緒

「**年年有魚**」となり魚に結びつく（旧正月には魚料理がよく食される）

日本における水産物の縁起

「**立身出世**」
としてのブリ(ハマチ)



「**順風満帆**」
としてのホタテ



「**健康長寿**」
としてのタイ

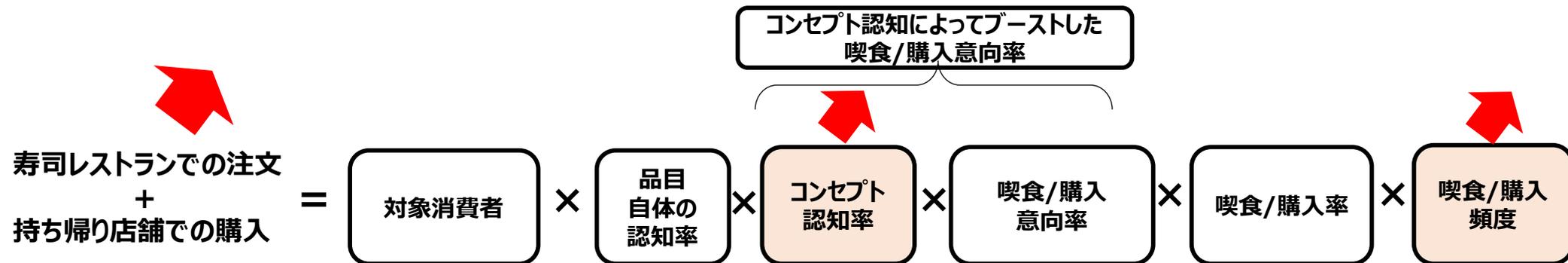


プロモーション概要

目的と戦略

- マーケティング目標

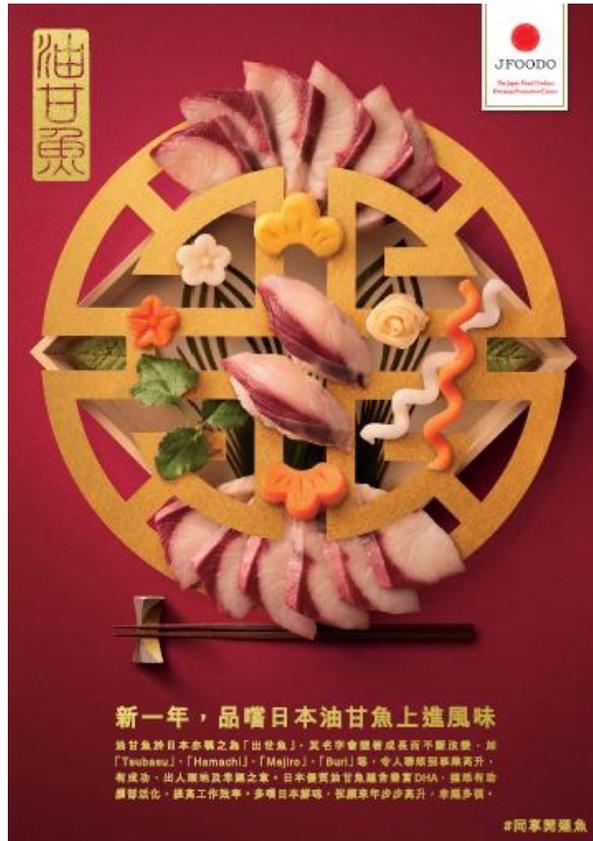
セールスプロモーションの実施対象に持ち帰り店舗を加え、コンセプト認知率と喫食・購入頻度を向上させることで寿司レストランでの注文および持ち帰り店舗（持ち帰り寿司店やスーパーマーケット）での購入を増やします



春節キャンペーン - キービジュアル

「縁起」と「栄養」を結びつけた新しいコンセプトを伝えるキービジュアルを開発し、プロモーション全体で使用しました

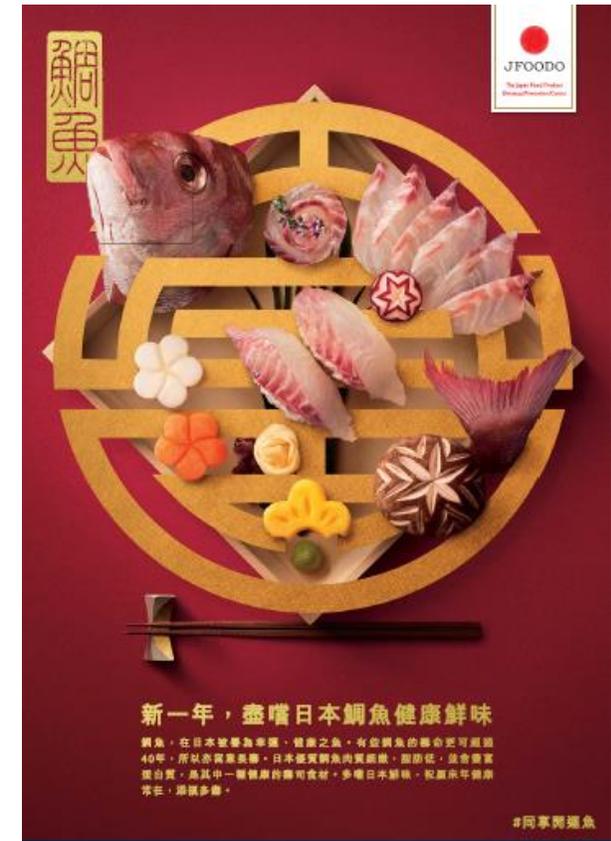
「立身出世」の日本産ブリ（ハマチ）



「順風滿帆」の日本産ホタテ



「健康長寿」の日本産タイ



春節キャンペーン - 全体像

話題化されることを狙った施策を通じて情報拡散を図り、プロモーション期間中の日本産ブリ（ハマチ）・ホタテ・タイに関する情報の最大化と、期間中の3種の注文・購入の増加を図りました

交通広告（トラム・バス・駅など）



ポップアップレストラン等PR施策



ポスター等POPマテリアルを活用した
店舗でのセールスプロモーション



新聞雑誌での広告
オンラインでの広告（SNS・ウェブなど）



ランディングページ
でのコンテンツ掲載



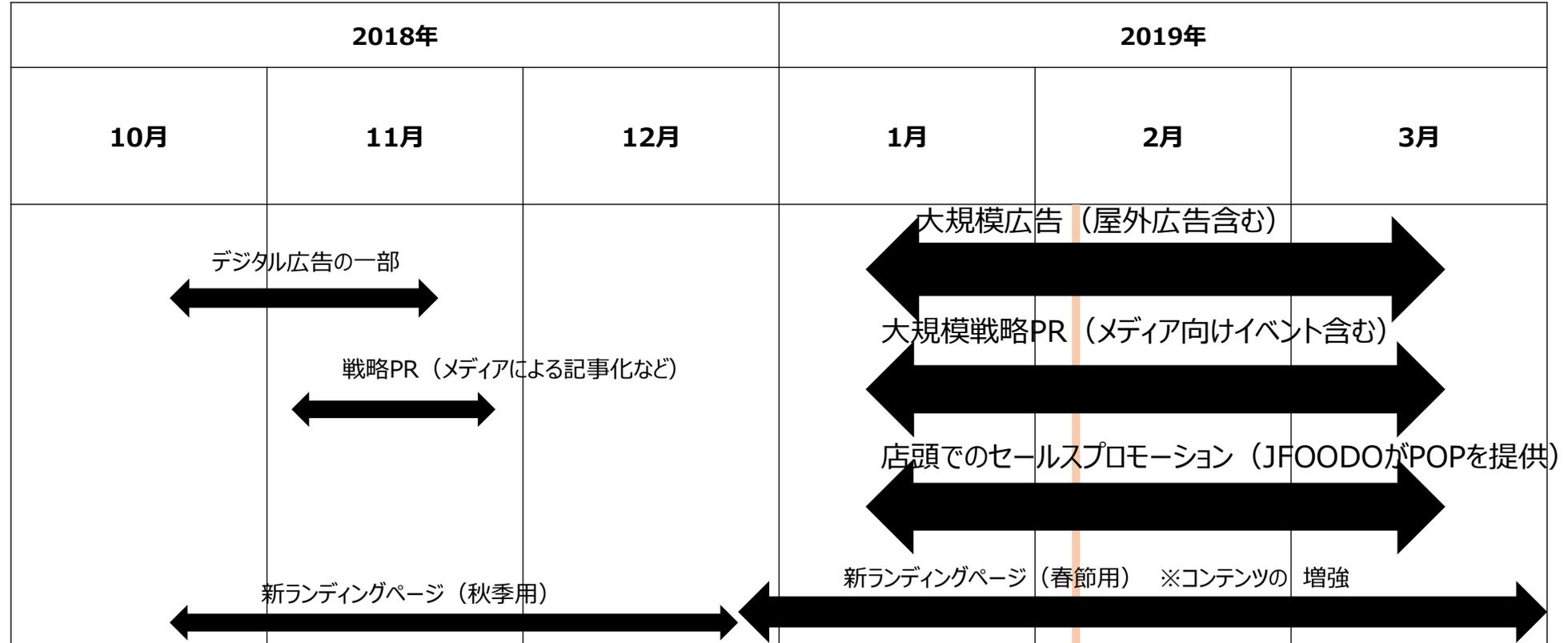
コンセプトの認知度向上

注文・購入の増加

全体スケジュール

秋に、デジタル広告と戦略PRの一部を開始し、春節期に大規模広告および大規模戦略PRを実施しました

2018年度スケジュール



*2019年の春節:2月5日

主な施策

屋外広告（MTR駅構内・バス停）

春節期間中に、香港中心部のMTR駅構内・バス停において広告を展開し、コンセプトの浸透を図りました



MTR（地下鉄）駅構内での広告
（合計約50駅（約120カ所）で掲出）

バス停での広告
（合計約20カ所で掲出）

屋外広告（ ترام・バス）

香港中心部を走る ترام・バスでの広告も展開し、香港の消費者の興味・関心の喚起を図りました



ترامでの広告（上：タイ、下：ブリ（ハマチ））



バスでの広告（上：ホタテ、下：ブリ（ハマチ））

ترام・バス計23台にて実施

新聞・雑誌広告

香港主要新聞雑誌の5紙誌で広告を展開し、栄養豊富な縁起の良い日本産水産物に関する記事広告を掲載しました



【新聞】蘋果日報 (Apple Daily) での広告



【雑誌】U Magazineでの広告

掲載媒体一覧

新聞広告	掲載期間
蘋果日報 (Apple Daily)	7回
晴報 (Sky Post)	5回
頭條日報 (Headline Daily)	8回
雑誌広告	掲載回数
新假期周刊 (Weekend Weekly)	8回
U Magazine	6回

※掲載回数は、公式SNSアカウントでの記事広告も含む

デジタル広告

日本や寿司への関心が高い消費者等に対し、Yahoo!などのポータルサイトやレストラン紹介口コミサイト（Open Rice）でのバナー広告を実施しました

OpenRiceでの広告例



「OpenRice」とは

香港で最も人気のレストラン検索・グルメ評価サイト/アプリ
（日本でいう「ぐるなび」や「食べログ」のようなサイト/アプリ）

特設キャンペーンページ

デジタル広告のリンク先であるキャンペーンページに、日本産水産物および寿司に関連する“88”個のコンテンツを掲載し、縁起物としての日本産水産物に対する喫食意向の向上を図りました

春節キャンペーン用のTOPページレイアウト



“88”個のコンテンツが掲載された特設サイトレイアウト



キャンペーン期間中のページビュー数は合計で約30万にのぼった

キャンペーンページTOP QRコード



88コンテンツページ QRコード



香港では、数字の「8」は「發財」の「發」（経済的に豊かになり富むことの意）と発音が近いことから、非常に縁起の良い数字とされている

※掲載動画コンテンツ例



メディア向けイベント等を活用した戦略PR

縁起物としての日本産水産物を紹介するポップアップイベントを実施するなどし、メディアによる記事掲載を通じた情報拡散を図りました

ポップアップイベント「日本・開運魚盛宴」の様子（2019年1月に実施）



メディアで賑わうイベント会場内

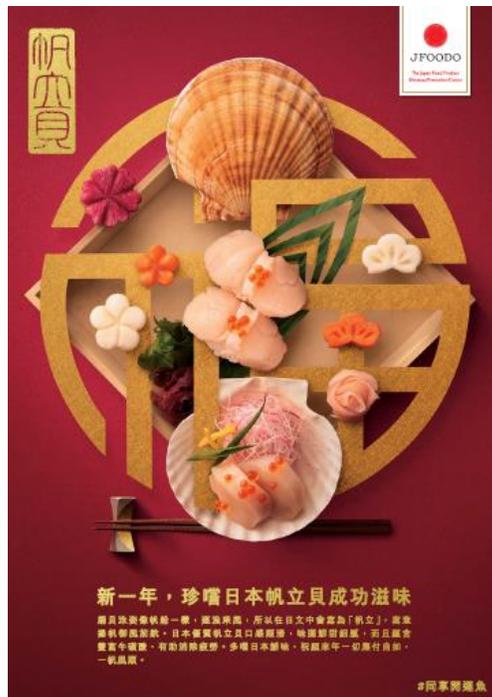


縁起の良い日本産水産物の魅力についての取材の様子

外食店向けPOP

プロモーションに参加する外食店舗でJFOODOが制作したPOPが活用されました

ポスター（ブリ（ハマチ）・ホタテ・タイ）
サイズ：A2（420mm x 594mm）



テーブルスタンド
92mm x 150mm



おみくじ割り箸



小売店向けPOP

プロモーションに参加する小売り店舗でもJFOODOが制作したPOPが活用されました

ポスター（ブリ（ハマチ）・ホタテ・タイ）
 サイズ：A4（210mm x 297mm）
 A5（148mm x 210mm）



おみくじステッカー
 Φ35mm



醤油皿
 Φ80mm



