



2019年度 JFOODO和牛プロモーション報告（香港）

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
- 香港でのプロモーション実績
 - スケジュール
 - 広告
 - 情報発信
 - メディア・KOL向けイベント
 - 飲食店キャンペーン
 - 小売店キャンペーン
- プロモーションの効果

訴求内容

キーオケージョンの設定

日本和牛は純粋血統「100%」であることに掛け合わせて、「100%のおもてなしをしたい日」に日本和牛を喫食することを訴求した

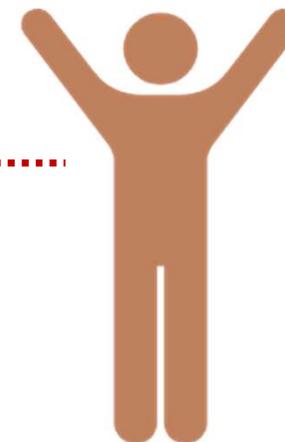
もてなす側

100%のおもてなしの
気持ちを示したい



もてなされる側

100%楽しみたい
100%力を出したい



純血100%
の
日本和牛

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

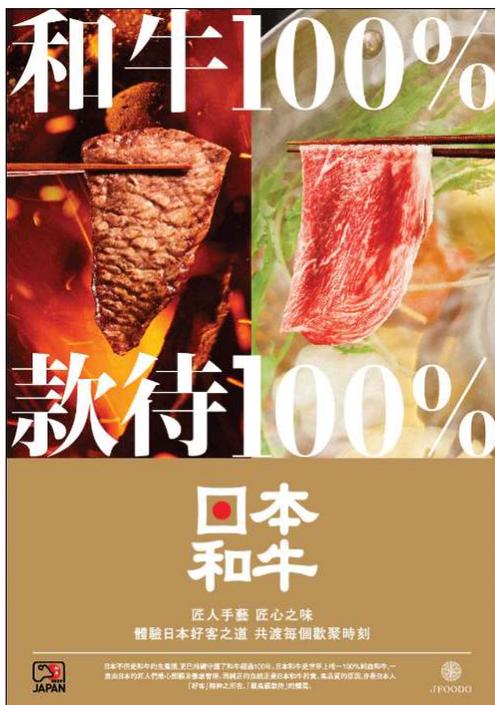
日本和牛のみが純粋血統という点を、直感的/印象的に消費者へ伝達するためにキャッチコピーを開発し、2019年度のプロモーションで一貫して使用した

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

ロイン系以外のモモ・バラの消費拡大が期待できる料理を、「シズル感」をもって伝達するキービジュアルを展開した



コピー
 広東語：和牛100% 款待100%
 和訳：和牛100% おもてなし100%

ボディコピー
 広東語：
 匠人手藝 匠心之味
 體驗日本好客之道 共渡每個歡樂時刻

和訳：
 日本和牛「匠の技、匠の味」
 日本人がお客様を歓迎する際の
 最高のおもてなしを体験しましょう



コピー
 広東語：和牛100% 歡聚100%
 和訳：和牛100% 楽しく集う100%

ボディコピー
 広東語：
 匠人手藝 匠心之味
 細味日本最高級純血和牛與家人
 摯愛歡渡農曆新年

和訳：
 日本和牛「匠の技、匠の味」
 チャイニーズイヤーを最高品質の日本和牛で
 お祝いしましょう

香港でのプロモーション実績

香港での日本和牛プロモーション スケジュール

11月から2月にかけて、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

		2019年		2020年		
		11月	12月	1月	2月	3月
				旧正月		
広告		デジタル広告		デジタル広告、 雑誌とのタイアップ		
情報発信		JFOODO和牛ウェブサイト・Facebook				
情報発信		メディア・KOL向け イベント				
		↓ 店舗への送客		↓ 店舗への送客		
店頭での プロモーション		飲食店キャンペーン(年末期) 51店舗		飲食店キャンペーン(旧正月期) 14店舗		
店頭での プロモーション		小売店キャンペーン YATA 6店舗	小売店キャンペーン AEON 5店舗		小売店キャンペーン DON DON DONKI 1店舗	

広告

年末年始から旧正月期を中心に、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!
Youtube
Facebook
GDN

MyTV
Vpon
Openrice

DayDaycook
Candace mama
Cook1Cook
Dim Cook Guide




11月中旬～12月末
 総表示数：2,600万件
 総クリック数：169,809件

1月～2月中旬
 総表示数：1,500万件
 総クリック数：80,602件

<記事広告例>



遇上100%日本和牛 最高級の款待

香港經濟日報(HKET)ネット版
2020年1月24日

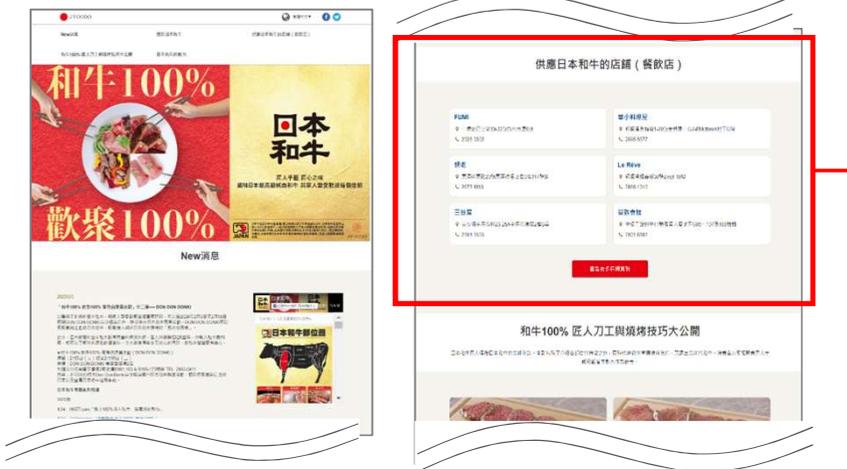
情報発信

- JFOODO和牛ウェブサイト・Facebook

日本和牛を食いたい・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/hk/>



例：飲食店舗リストページ

<和牛Facebook> 投稿総数：61本（2019年11月-2020年3月）

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



例：キャンペーン参加飲食・小売店舗の紹介投稿

メディア・KOL向けイベント

在香港メディアとキー・オピニオン・リーダー（KOL）に向けて日本和牛の魅力を訴求した結果、主要メディアが記事で取り上げ、KOLが投稿した

- 日時: 2019年11月12日（火）
- 会場: 298 Nikuya Kitchen(香港尖沙咀の日本和牛レストラン)

<主な掲載記事>

	露出数	広告換算価値 (1,000香港ドル)	<参考値> 広告換算価値 (1,000日本円)
紙面(ニュース)	7	746	10,444
テレビ	1	2,805	39,270
オンライン(ニュース)	72	1,520	21,280
KOLによる投稿	17	270	3,780
合計	97	5,341	74,774

*広告換算価値は広告代理店調べ
*1香港ドル=14円で計算



TVB-Jade(香港の主要TV局)内
経済番組「財經透視」



「am730」(香港の三大無料新聞紙)

飲食店キャンペーン

年末から旧正月にかけて、家族、友人、ビジネスパートナーなどと集まる機会が多くなる時期を狙って、「おもてなしには日本和牛を」というコンセプトのもと、飲食店を巻き込んだプロモーションを実施した

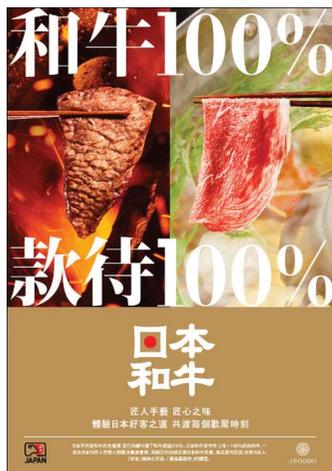
	タイトル	参加店舗数	キャンペーン期間	内容
第1弾 (年末期)	「和牛100% 款待100% レストランキャンペーン」	51	2019/11/15~12月末 (店舗により期間が異なる)	① 日本和牛の特別メニューの提供 ② JFOODOが作成したキャンペーンツールの活用
第2弾 (旧正月期)	「和牛100% 歓聚100% レストランキャンペーン」	14	2020/1/8~2月末 (店舗により期間が異なる)	



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

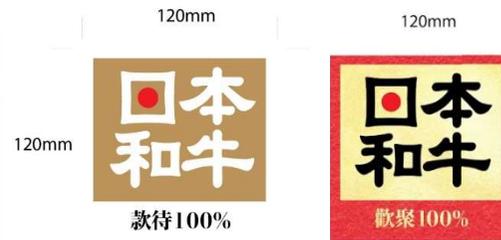
飲食店への来店者に対し、日本和牛が純粋血統 (=和牛100%)である点と、「親しい人達と集まる場には日本和牛が最適」である点への想起を図った



ポスター(年末期)



ポスター(旧正月期)



ステッカー



エプロン



パンフレット



テントカード



小売店キャンペーン

香港の大手スーパーがJFOODOの作成した店頭ツールを活用した販売促進キャンペーンを実施することで、消費者へ日本和牛の購入を呼び掛けた

スーパー名	参加店舗数	参加店舗名	キャンペーン期間	内容
YATA	6	Shatin, Taipo, Tsuen Wan, Mong KoK, Kwun Tong, NorthPoint	2019/11/5～11/18	<ul style="list-style-type: none"> ・(JFOODOが作成した) 店頭ツールの掲出 ・特別セットの販売 ・試食会
AEON	5	Whampoa, Kornhill, Tuen Mun, Tsuen Wan, Tseung Kwan O	2019/12/19～2020/1/1	<ul style="list-style-type: none"> ・(JFOODOが作成した) 店頭ツールの掲出 ・特別セットの販売 ・試食会、クッキングデモ
DON DON DONKI	1	Tsim Sha Tsui	2020/2/5～2/18	<ul style="list-style-type: none"> ・(JFOODOが作成した) 店頭ツールの掲出

<小売店への主な提供ツール>



ポスター



トレーサビリティボード



シelf
ベルト



ステッカー



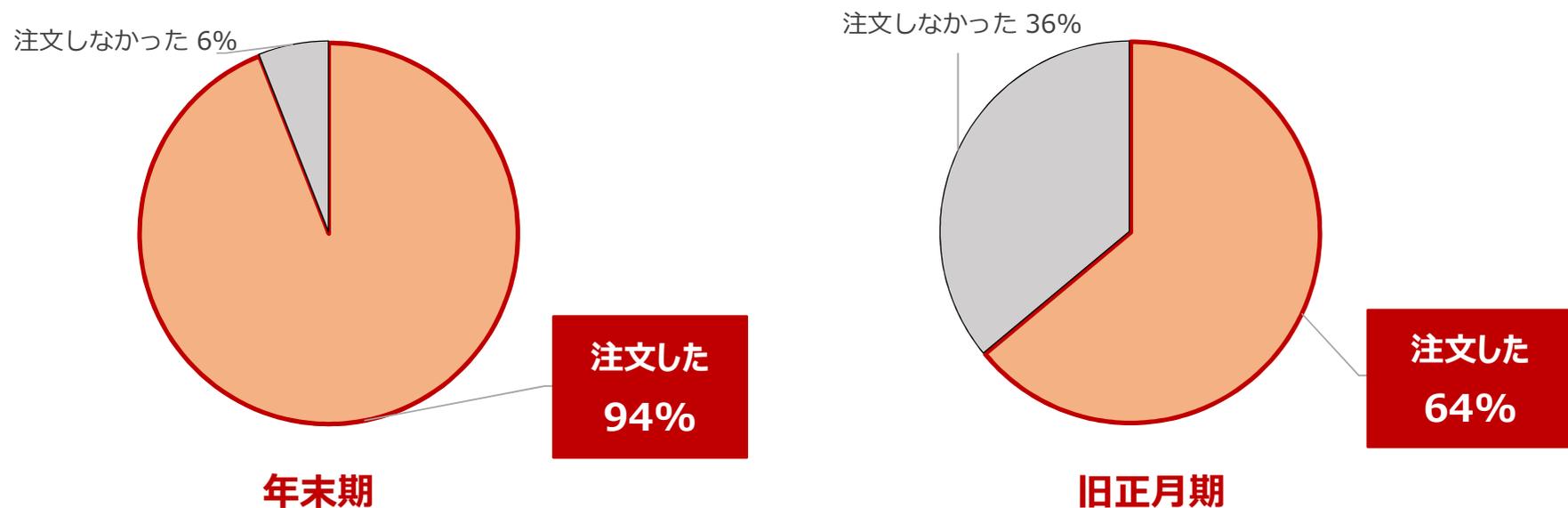
レシピカード

プロモーションの効果

飲食店キャンペーン結果

年末期にはデモ、旧正月期にはコロナウイルスの影響が懸念された中でも、各飲食店へ新規のお客様が来訪し、日本和牛の特別メニューを注文した

【キャンペーン参加店舗への質問】新規のお客様が貴店へ来店し、その方が本キャンペーンの特別メニューを注文しましたか？



小売店キャンペーン結果

各キャンペーン参加店がJFOODO作成の店頭ツールを活用した結果、期間中にデモやコロナウイルスの影響が懸念されたにもかかわらず、日本和牛の売上が増加した

【キャンペーン参加12店舗 平均売上高・対前年同期比 (*)】

110.9%

(*) 前年同時期にオープンしていなかった店舗については、前月比の数値を使用

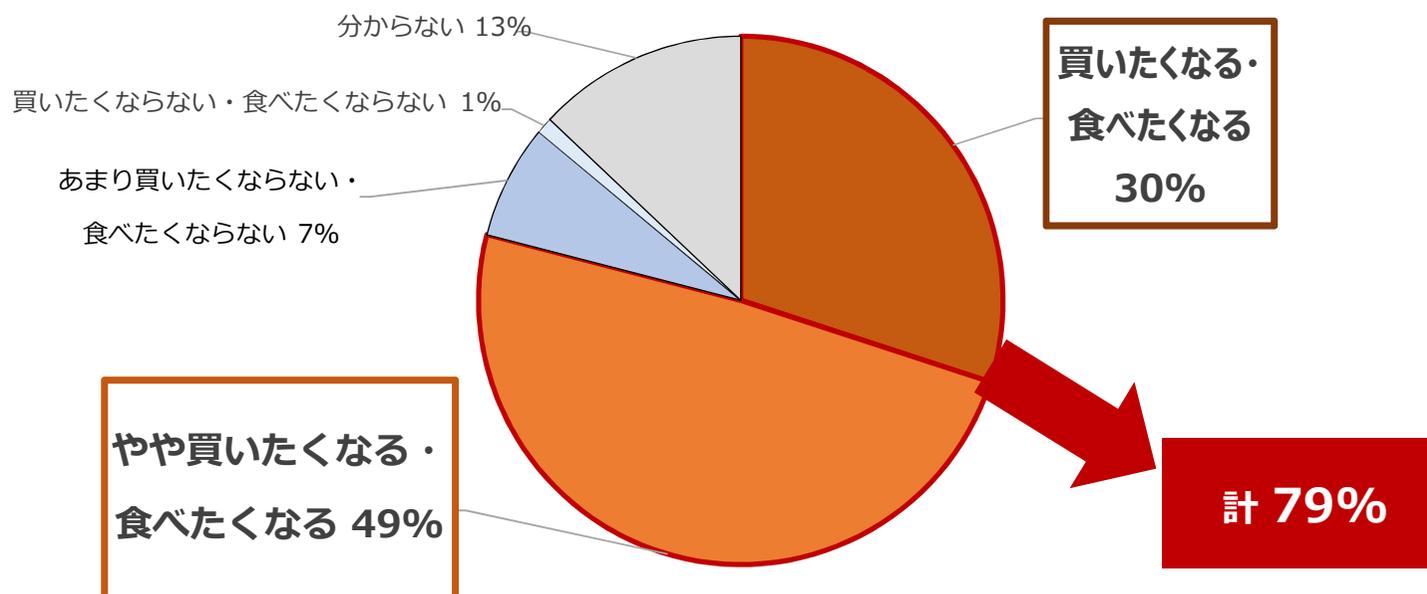


プロモーションを通じて明らかになったこと

- 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？



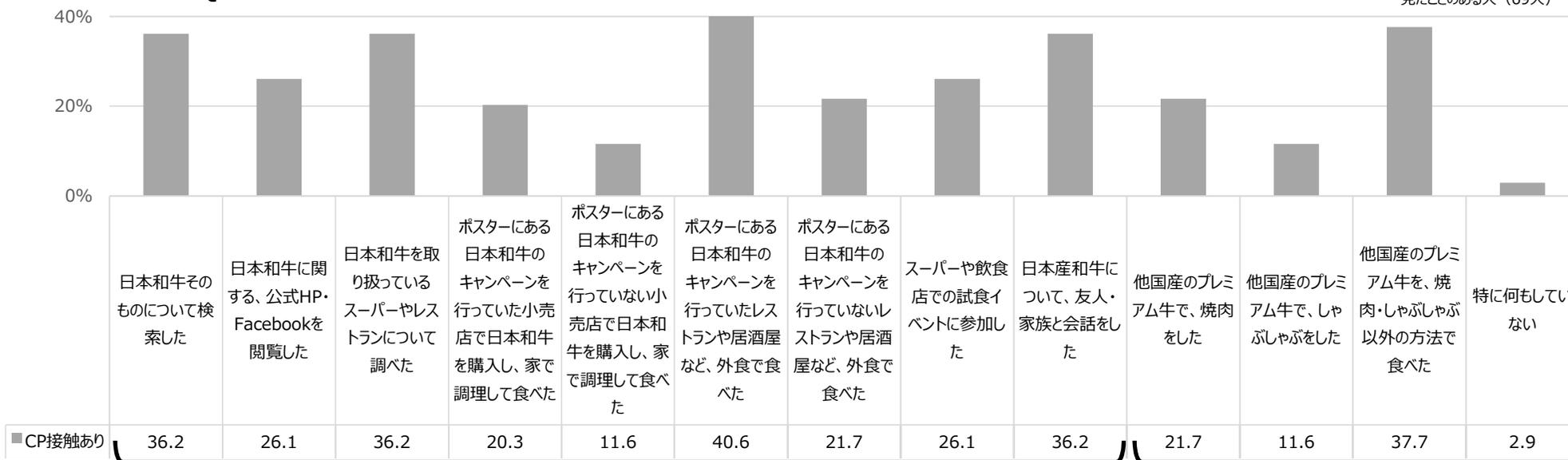
【出典】JFOODO調べ(100人)

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（69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）：91.3%*

*（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：8.7%（重複回答分除く）

