

2021年度 台湾における日本産ホタテ・ブリ(ハマチ)・タイ プロモーションのご案内

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2021年5月

着眼点

台湾などの中華圏では、縁起を重んじる旧正月に魚がよく食されており、これを契機に台湾で流通している日本産3魚種が縁起物としての位置づけを獲得すれば、消費拡大の機会となります

中華圏における魚の文化的な意味（縁起物の結びつき）



「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）

出所：图片114 <http://www.tupian114.com/>

日本産水産物の縁起



「順風満帆」
としての
ホタテ



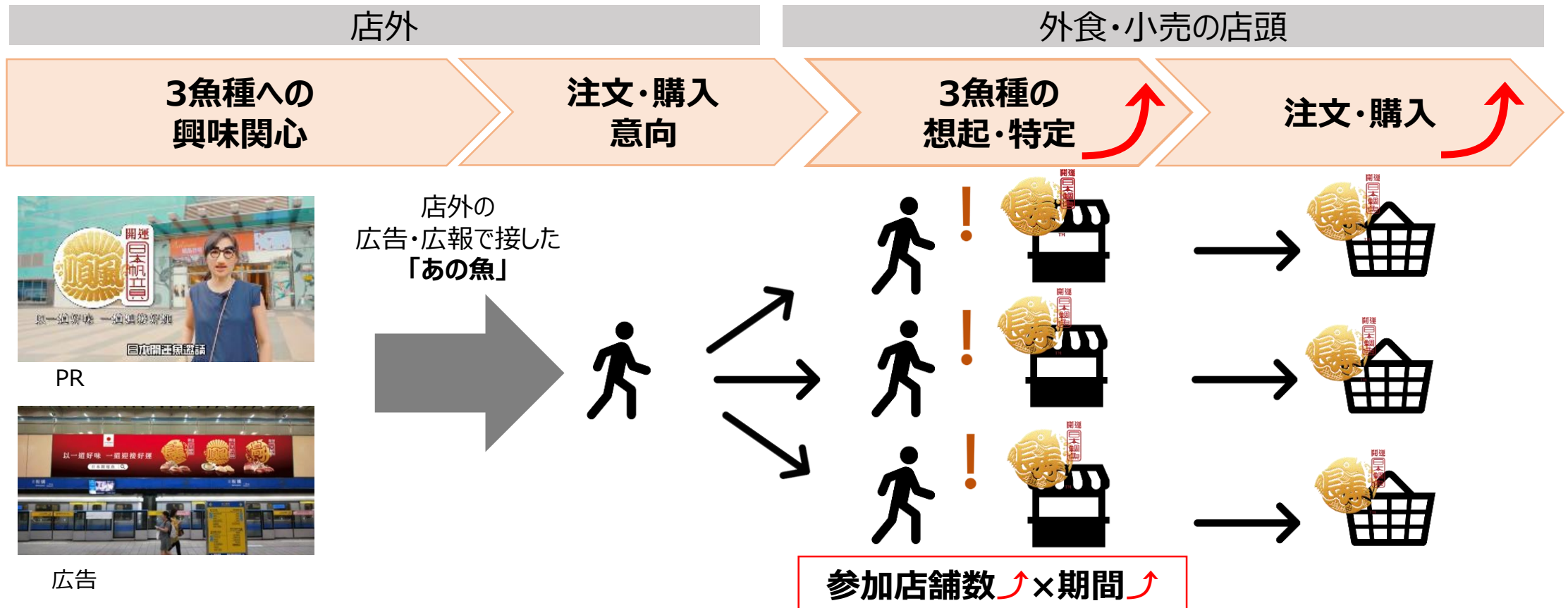
「立身出世」
としての
ブリ（ハマチ）



「健康長寿」
としての
タイ

目的と戦略

寿司・刺身を中心に日本産3魚種の消費を増やすため、識別マーク（アイコン）を一貫して使用した上で、取扱店頭での消費者接点を拡大することで、店頭での3魚種の想起・特定、消費を促します



主な施策

台北・新北を主な対象エリアとし、店外ではオンラインを中心とした広告、広報施策で日本産3魚種への興味・関心を喚起し、外食チェーン店と小売店を中心とした店頭では需要を刈り取るためのツールを展開します

オンライン広告



話題化を図る戦略PR



キャンペーン特設サイトでの情報発信と参加店舗のロゴ掲載



外食・小売それぞれの店頭での販売促進に活用するツール

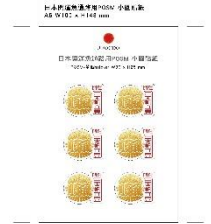


春聯*

※春聯とは、家の入口などに貼る、赤い紙に各種縁起の良い対句を書いたもの。

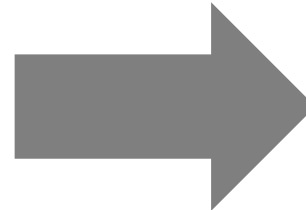


ポスター



ステッカー

店外での
広告・広報施策



店頭用ツールの制作

スケジュール

これまでの資産を活用して上半期から主に店頭販売促進を行い、春節時期には店頭販売促進に加えて、
 広告・広報・販売ツールを活用した戦略プロモーションを実施します



※2021年
中秋節：9月10日

※2022年
春節：2月1日

※現地情勢を踏まえ、変更が生じる可能性もございます

JFOODOプロモーション参加のメリット

JFOODOのプロモーションに参加することで、自社の販売促進の商談に活用でき、店頭ツールを活用した販売促進を同期化することで売上を大きく増幅することができます

- JFOODOのプロモーション施策の詳細情報を事前に得て、ご自身が輸出なさっている製品の取扱いや販売促進の商談に活用いただけます。
- 自社あるいは取引先店舗の販売促進活動とJFOODOのプロモーションを同期化することで、売上げを大きく増幅することができます。
- JFOODOが制作する販売促進ツールをご自身の取引先店舗で使用することができます。

**JFOODOの
大規模広告・広報**



**売場での
販促キャンペーン**



**店頭での
日本産ホタテ・ブリ（ハマチ）・タイの
売上増加**



参加方法

JFOODOホームページ上のお申し込みフォームにご記載の上、お申し込みください

お申し込みフォームはこちらから

<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/project/seafood.html>

※参加いただきました事業者様には、アンケートを実施させていただきます。

プロモーションの継続や改善に必要な情報ですので、必ずご回答いただきますようお願い申し上げます。

■ 日本産水産物プロモーションに関する問い合わせ先 ■

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

海外プロモーション事業課（JFB@jetro.go.jp）

担当：津村、渡邊

住所：〒107-6006 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル

TEL:03-3582-8345

