



JFOODO

2025年度 水産物プロモーション取組方針

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2025年6月

2025年度 台湾プロモーション取組方針

2025年度のプロモーション

- 目的と取組方針

台湾消費者が高い認知を持つJapanese Seafoodロゴにより日本産水産物のブランドを強化し、
外食と小売店での日本産水産物の市場拡大を図る

目的：加熱メニューの訴求により、寿司・刺身等の生食以外の喫食を促進し、日本産水産物の市場拡大を図る

①Japanese Seafoodロゴを活用したブランディング

Japanese Seafoodロゴマークを活用し、日本産水産物のブランドを強化する。ロゴを付与することで日本産であること並びに日本産が持つ価値を伝達するとともに、日本産のUSPを訴求することでロゴマーク自体にも価値を蓄積していく。

JAPANESE
SEAF●OD

②日本産水産物の加熱メニューの訴求

台湾の著名料理人及び有力メディア（・インフルエンサー）を活用し、日本産の美味しい食べ方や調理法を再認識してもらうことで、火鍋・焼き物等の現地加熱料理へ転換し、喫食体験の提供とともに露出の最大化を図る



③小売店との連携による加熱メニューの訴求拡大

百貨店の来店客数と売上が伸長する中、日本産水産物の訴求とともに日本産水産物を活用した加熱メニューを提案することで、喫食機会を拡大し、消費を促進する。

2025年度のプロモーション

- ① Japanese Seafoodのロゴを活用したブランディング

日本産水産物に『JAPANESE SEAFOOD』ロゴマークを付与することで日本産が持つ価値と、原産地国の認知を強化する。同時に、ロゴマーク自体にもその価値のイメージを積み重ねる

日本産水産物に付与することで、
日本産であることと日本産の価値を訴求

JAPANESE
SEAF●OD

ロゴマーク自体に価値を蓄積

日本産の価値



鮮度

漁獲した水産物は、水揚げ後すぐに瞬間冷凍や神経締めなどを施すことで鮮度を保ち出荷される



クラフトマンシップ

日本産水産物は、生産から加工、流通まで、高度な技術とこだわりを支えられ台湾に届けられる



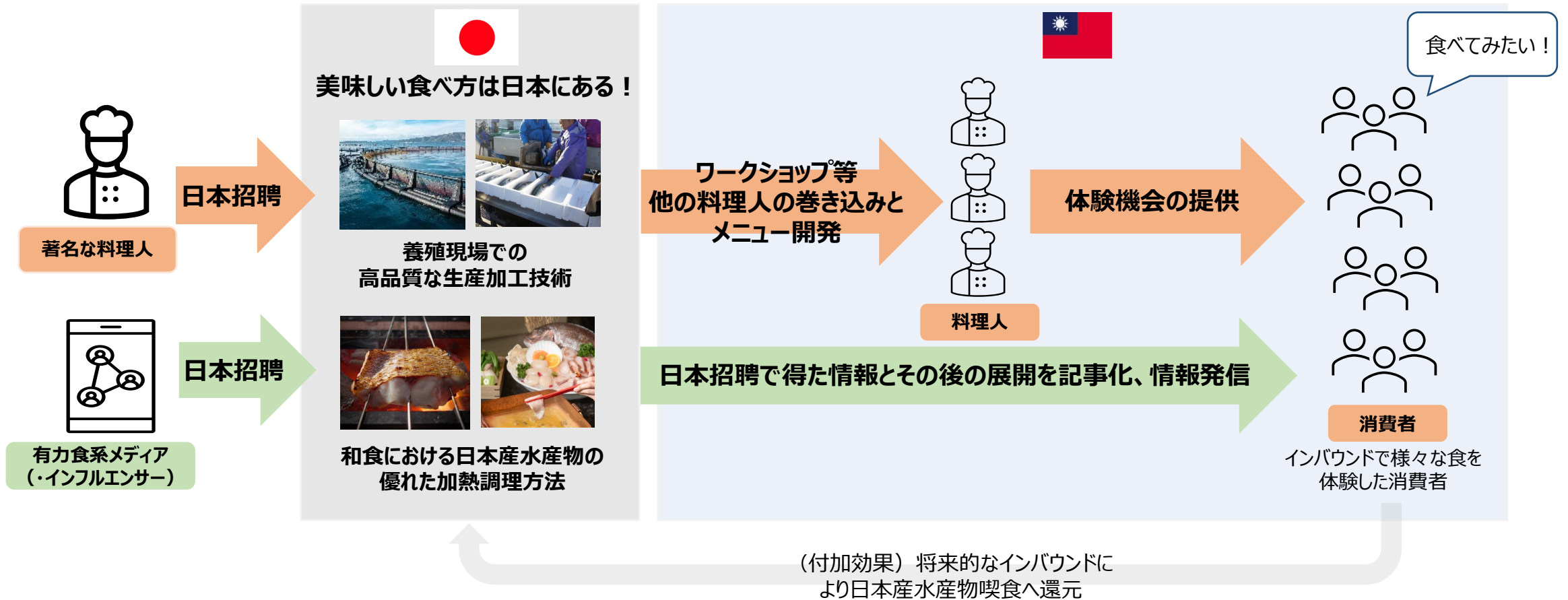
ヘルシー

ブリのDHAやタイのタウリンなど、豊富に含まれる栄養成分が免疫力の向上や疲労の回復など、台湾の消費者の健康に寄与する

2025年度のプロモーション

- ②日本産水産物の加熱メニューの訴求（１）

台湾の著名料理人及び有力メディア（・インフルエンサー）を活用し、日本産の美味しい食べ方や調理法を再認識してもらうことで、現地料理へ転換し、喫食体験の提供とともに露出の最大化を図る



2025年度のプロモーション

- ②日本産水産物の加熱メニューの訴求（2）

日本産水産物の素材の美味しさを引き出す調理法により、輸出重点品目（ホタテ、ブリ、タイ等）を活用し、火鍋や焼き物等の加熱メニューの体験機会を提供する

JAPANESE SEAFOOD

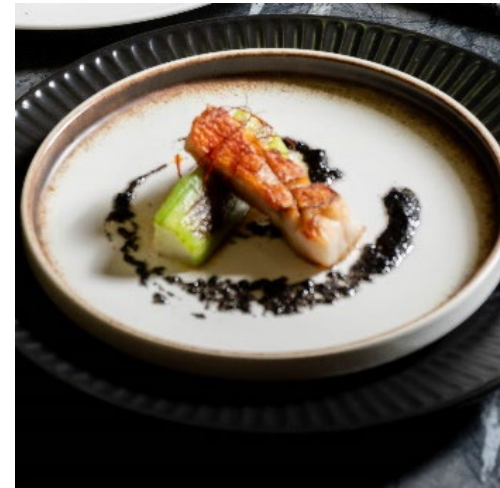
加熱メニュー（火鍋、焼き物等）例



ホタテ炒め物



ブリ火鍋



タイ焼き物

2025年度のプロモーション

- ③小売店との連携による加熱メニューの提案

昨今百貨店の売上が伸びており、体験機会提供店舗も百貨店入居店舗となる可能性が高いため、小売においても日本産水産物を活用した加熱メニュー提案を行うことで、日本産水産物の消費拡大を図る

小売店肉・加工肉コーナー



肉コーナーでは、火鍋等素材のメニュー訴求が行われている

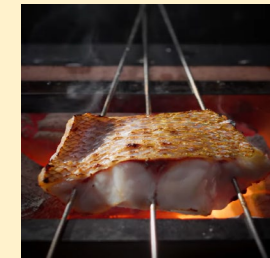
百貨店等の水産物コーナーにおける体験機会との連動



「Japanese seafood」ロゴや販促ツールの配布、レシピの配布など

【提案メニュー例】

BBQセット



(中秋節)

火鍋



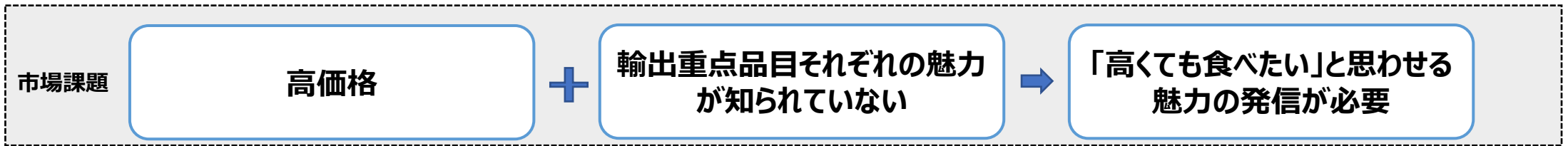
(春節)

2025年度 香港プロモーション取組方針

2025年度の取組方針

- 目的と取組方針

香港での昨年度の活動内容に改善を図り、輸出重点品目（ホタテ、ブリ、タイ等）の認知率の向上と消費拡大を目指す。その際、インバウンド旅行での体験との連動に留意し、効果の拡大を図る



ターゲット：

日本食や日本食材を好んで受け入れる消費者
日本産食品を購入する経済的余裕のある消費者

重視するブランドビルディングファクター：

日本産水産物の強みの中心である「鮮度」を取りあげ、全活動共通で訴求する

料理体験教室

(実施せず)

レストランプロモーション

和食店において、
重点品目を用いた
新たな看板メニューを開発し、
定番化を目指す

小売りプロモーション

日本産食品に強い中高級スーパー
において、
店舗ごとの顧客ニーズを踏まえ、
調理デモ、試食等により
その魅力を訴求する

輸出重点品目の認知率の向上と消費拡大を目指す

2025年度の取組方針

- 施策の流れ

消費者のカスタマージャーニーに沿ったプロモーションを実施する

カスタマージャーニー

認知・興味

喫食・購入意向

喫食・購入

再購入・拡散

具体策

<小売店・和食店>

協力店の公式HP、SNSから各店舗の顧客層にキャンペーン情報を発信

インバウンド観光との連動により発信力を強化



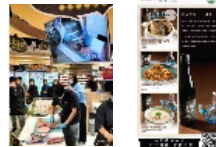
調理デモがあるみたい。
料理の参考に、行ってみようかな。



・プロモーションに足を運びきっかけ。

<小売店・和食店>

店舗を訪れた顧客に対し、店頭支援員、メニューカード等で重点品目の魅力を伝達



日本産を前面に出し、産地とも結びついて訴求
JAPANESE SEAFOOD

この間日本旅行で食べたメニューだ！



・個々の消費者のニーズに応える魅力の訴求

<各家庭・和食店>

消費者が家庭で調理。和食店で注文。



年間を通じて継続的に活動

簡単にパーティーの準備ができたし、皆がよろこんでくれた！



・重点品目の魅力を実感

<小売店・和食店>

重点品目が定番商品化



この間の料理がおいしかったから、友達を誘って行ってみよう。



・重点品目のために店舗を訪問

消費者
態度変容

【参考・富裕層向け事業】
2025年度 アラブ首長国連邦プロモーション取組方針

- 2025年度施策の方向性
 - 目的

日本産水産物のロゴを活用し、アラブ首長国連邦（以下、UAEという。）での、日本産の原産国認知並びに個別魚種の認知を高め、日本産水産物のブランド強化並びに消費拡大を図る

JAPANESE SEAFOOD

目的②：日本産の原産国認知拡大による日本産水産物全体のイメージ向上

目的①：輸出重点品目を中心とした個別魚種の認知拡大とヘルシーでサステナブルなイメージ醸成



ぶり



ホタテ



たい

+ その他日本産魚種
(カキ、マグロ、ウニ等)

日本産水産物の
ブランド価値向上

日本産の良いイメージ
を各魚種へ還元

- 2025年度施策の方向性
 - 中期的な訴求メッセージと2025年度の訴求内容

初年度はヘルス&ウェルネスを訴求の中心に据え、UAEでの日本産魚種の認知向上とともにヘルシーかつサステナブルなイメージ醸成を図る

