

2022年度 香港・台湾における 日本産ホタテ・ブリ（ハマチ）・タイのプロモーション報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2023年5月

取り組み方針

キャッチーな縁起物をフックにしつつ、科学的訴求点である日本産3魚種の栄養の高さ、それを実現する日本産3魚種の鮮度の良さを生活文脈に沿った訴求をすることで、日常的に喫食する動機付けを図りました

情緒的価値

縁起物（日本開運魚）

ホタテ

「順風満帆」

帆を広げて進む船に似ている貝



ブリ(ハマチ)

「立身出世」

成長につれて呼び名が変わる魚



タイ

「健康長寿・長寿富貴」

40年生きることもある長寿の魚



各要素の基盤
「日本らしさ」

機能的価値

栄養の高さ

ホタテ

タウリンが豊富で
疲労回復に効く

ブリ(ハマチ)

DHA・EPAが豊富で、
脳が活性化する

タイ

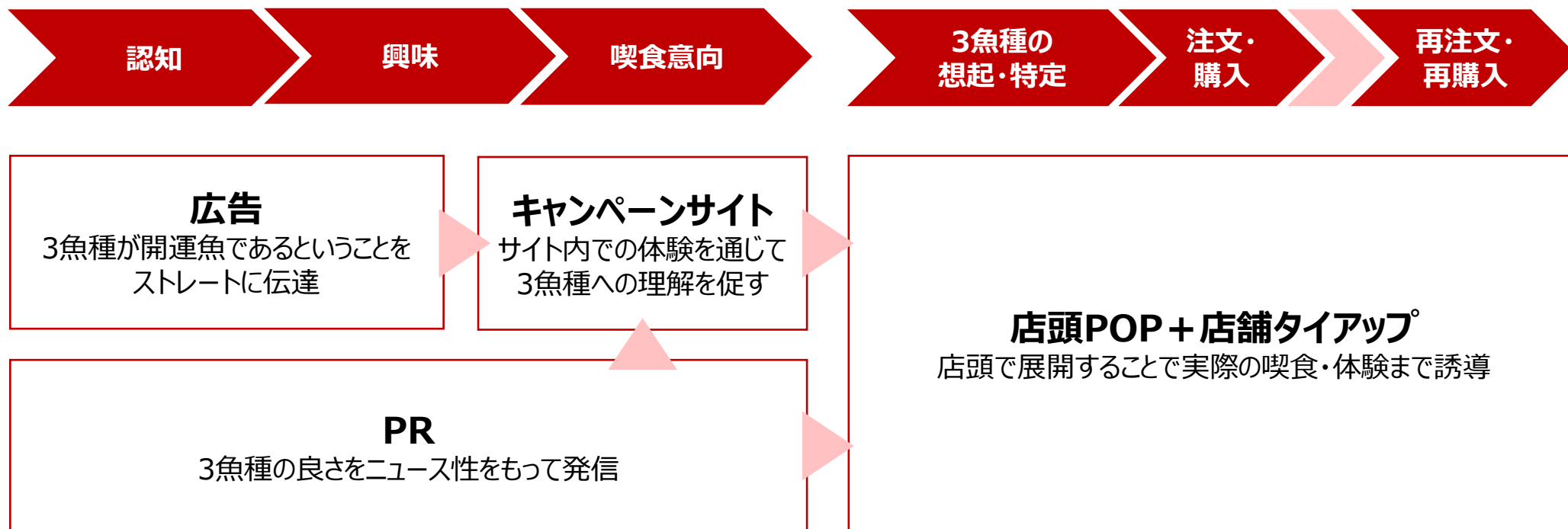
ビタミンB1が豊富で
筋肉をつくる

新鮮さ

鮮度がいいから、栄養価を損なわない
食べ方である生食ができる

プロモーションの全体像

3魚種に関する情報発信を行うことで認知と喫食意向を獲得し、また外食・小売店と協働してその需要を刈り取るための販売促進施策を実施しました



キャンペーンスケジュール

春節期を中心にプロモーションを実施しました



公式HP
リニューアル
11月

PRイベント
台湾：1月9日
香港：1月11日

※2023年
春節：1月22日

PRイベント

コンセプトの認知・理解を高めるため、タレントを起用したプレスイベントを実施し、日本開運魚のコンセプトや鮮度の良さ、栄養価の高さについて訴求しました

<伝達内容>

- 日本産3魚種 = 開運魚
- 縁起に掛かる栄養の話
- 日本産3魚種の鮮度の良さ



<イベント内容>

- ① ゲストとMCによる3魚種の縁起の良さ、美味しさ、鮮度、栄養にまつわるトークセッション及びゲストの試食
- ② ゲストによるお刺身作り体験
- ③ フォトセッション、メディア試食



メディア

情報発信
拡散



消費者

<結果>

	誘致媒体数	露出媒体数	広告換算額
香港	16媒体18名	64媒体	¥53,612,782
台湾	23媒体27名	54媒体	¥33,431,291

WEBでの情報発信

日本開運魚の認知・理解を高めるため、バナー広告を配信し、リニューアルした特設キャンペーンサイトに誘導しました

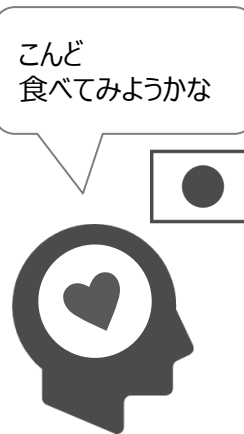
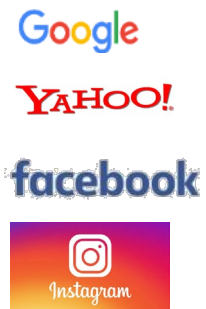
認知

興味

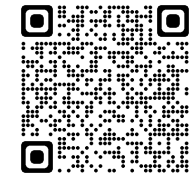
喫食意向

デジタル広告（バナー広告）

JFOODOのキャンペーンサイト



香港



台湾

<結果>

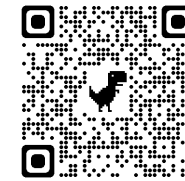
	インプレッション数	サイトPV数
香港	約8400万	約29万回
台湾	約2億500万	約43万回

公式SNS (Facebook・Instagram)

プロモーションに参加している現地外食・小売店の店舗情報や、3魚種にまつわる豆知識等を発信しました



Facebook香港



Facebook台湾

店頭での販売促進

- 香港

消費者が入店してから注文するまでの行動に沿うようにPOPのラインナップをそろえ、
 外食・小売りの店頭での注文を促しました

ポスター・デジタルサイネージ



ステッカー



カスタマイズポスター・カード



ミニフラッグ



スイングPOP



利是 (お年玉袋)



店舗での掲出例

店頭での販売促進

- 台湾

消費者が入店してから注文するまでの行動に沿うようにPOPのラインナップをそろえ、
 外食・小売りの店頭での注文を促しました

ポスター・デジタルサイネージ



ステッカー



カスタマイズポスター・カード



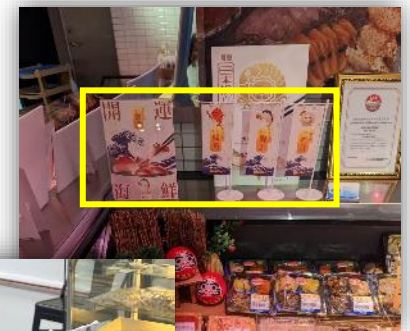
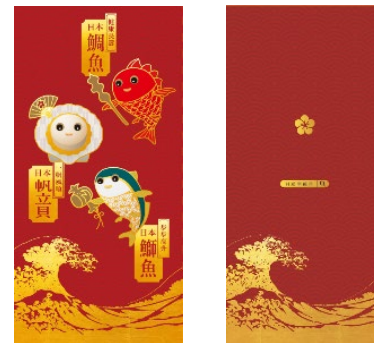
ミニフラッグ



テントカード



ホンパオ（紅包）



店舗での掲出例

