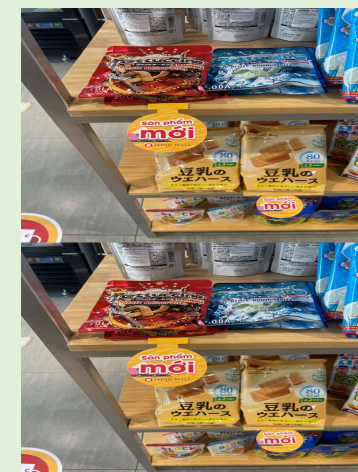


# 2021年度JAPAN MALL事業 ベトナム連携報告



## ▲JAPAN MALLベトナム連携事業のロゴ

### ▼JAPAN MALLをPRする連携先



# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 1. プロモーション概要・実施期間

実施期間： 2021年10月末～2022年1月  
商品カテゴリ： 菓子類、冷凍食品、レトルト食品、ベビー・マタニティ、米・穀類・麺類、飲料、化粧品等  
取扱社数： 延べ48社  
概要： JAPAN MALL (ベトナム) 公式SNSアカウントおよびKOL (キー・オピニオン・リーダー) によるオンラインでの情報発信、店頭におけるリアルでのプロモーション

## JAPAN MALL公式SNSアカウントによる情報発信

## KOLによる情報発信

## 店頭におけるプロモーション

2021年10月末～11月

2021年12月

2022年1月

## 連携先

- ・ Akuruhi (日本食を多数取り扱うスーパー)
- ・ Family Mart
- ・ Farmi (フードデリバリーサービスを提供するアプリ)
- ・ Fujimart (日系スーパー)
- ・ Hachi Hachi (日用品生活雑貨店)
- ・ Soc & Brothers (赤ちゃん用品店)



# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細①公式SNSアカウント

- ◆ベトナムにおけるJAPAN MALL事業の情報発信ハブとしてFacebook及びInstagramに公式アカウントを開設
- ◆Facebookのアカウントからは主に、Japan Mall自体の認知度向上に向けて、本事業のお知らせや店頭プロモーションの紹介、季節のイベントに合わせた商品提案等を投稿

facebook

## Facebookのアカウント

<https://www.facebook.com/JapanMallJetro>

### ▼店頭でのキャンペーンを紹介する投稿



### ▼公式アカウントのHP



### 【PR期間 (2021/10~2022/1) の実績】

投稿数	40
リーチ数	272,899
いいね数	22,833
フォロワー数	24,287
増加数	4,737 (1/31時点)

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細①公式SNSアカウント

◆Instagramアカウントでは、個別の採択商品を紹介



Instagram

## Instagramのアカウント

<https://www.instagram.com/bietdoi.japanmall/>

▼いいねを多く獲得した投稿



### 【PR期間 (2021/11~2022/1) の実績】

投稿数	121
リーチ数	144,672
いいね数	23,097

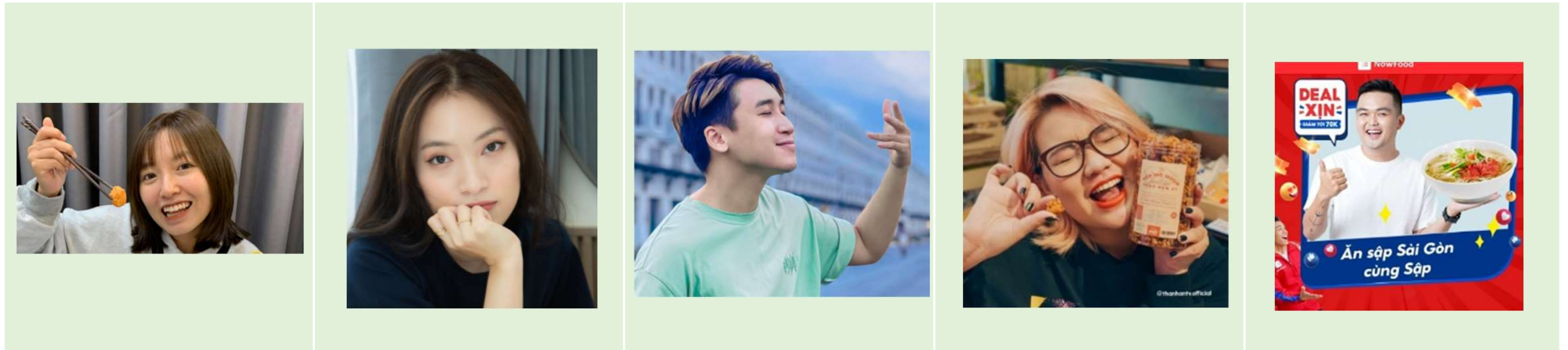
(1/31時点)

- ◆特に、**冷凍食品**に関する投稿への関心が高い
- ◆新型コロナの影響から、ベトナムにおいても、外食から、自炊へのシフトが拡大
- ◆簡単に調理できるものに対するニーズが増加

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細②KOLによる情報発信

- ◆ 採択商品を現地消費者に対して幅広く情報発信するため、KOLによるSNS投稿を活用
- ◆ Facebook, YouTube, Instagram, TikTokといった幅広い媒体に多数のフォロワーを持つ、影響力のあるKOLを起用

## ▼起用したKOL



## ▼各KOLのフォロワー数の合計

facebook	YouTube	Instagram	TikTok	TOTAL
5,168,869	4,018,600	827,200	1,755,880	11,770,549

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細②KOLによる情報発信

## 投稿例

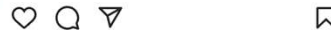


huy.cung • Follow

huy.cung Hôm trước có mua mở kem Nhật xin ở siêu thị Hachi Hachi hôm nay lỗi ra test thử nhé???

- ◆ Kem Dandy socola đậm đà, kết cấu socola áp đảo và độ giòn đáng kinh ngạc.
- ◆ Soda Futaba kết cấu giòn với vị ngon tươi mát
- ◆ Matcha Futaba với hương vị matcha tuyệt hảo
- ◆ Tiramisu phủ socola Futaba vừa ngọt vừa mát
- ◆ Kem Sacre vị caramen thơm ngon và vị socola béo ngậy

Ăn kem ngon cũng không quên nhiệm vụ share cho các bạn. Nên Huy kéo cả bà Lu và ông Sập cùng ăn quên lỗi về.  
P/s: Tiện thể, khỏe luôn món xả stress cực vui - Kẹo gum dạng thanh Nozaki



435 likes  
JANUARY 12

Add a comment... Post

Ăn Sập Sài Gòn • フォローする  
1月2日

Cùng Sập ăn hết cái món Nhật tại cửa hàng FAMILY MART nha mọi người !!!

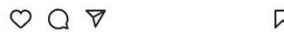


original sound - JapanMall



thanhantv.official Nhân 1 hôm ở nhà quá rảnh, nên lướt tìm coi có gì hay ho không thì phát hiện ra 1 app có vô vàn món ăn từ các món ăn vặt đến các món ăn no 🍔 Nên quyết định order hết siêu thị về ăn thử 🍔 Như đã hứa với các bạn trên video thì Lu sẽ post dẫn những món Lu đã ăn trên Insta để các bạn xem kĩ hơn.

Trong post này sẽ bao gồm có Cơm ăn liền nè 🍜, khoai tây nghiền với cơm, mì udon 🍜 và còn cả hamburger 🍔  
Nói đến cơm thì cho hẳn 1 điểm cộng vì siêu tiện lợi, không cần phải nêm nếm gì thêm vì các món đã được nêm vừa vị. !! Một số loại cơm các bạn nên thử là Cơm Fukagawa với Thịt Nghêu Cổ Ngán, Cơm Trộn Bibibap, Cơm Gà. Bạn



30 likes  
JANUARY 7

Add a comment... Post



Share

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細②KOLによる情報発信

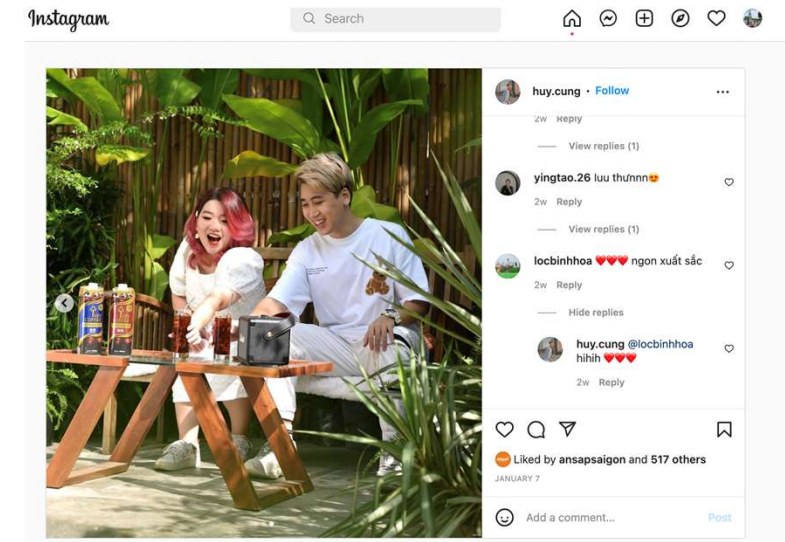
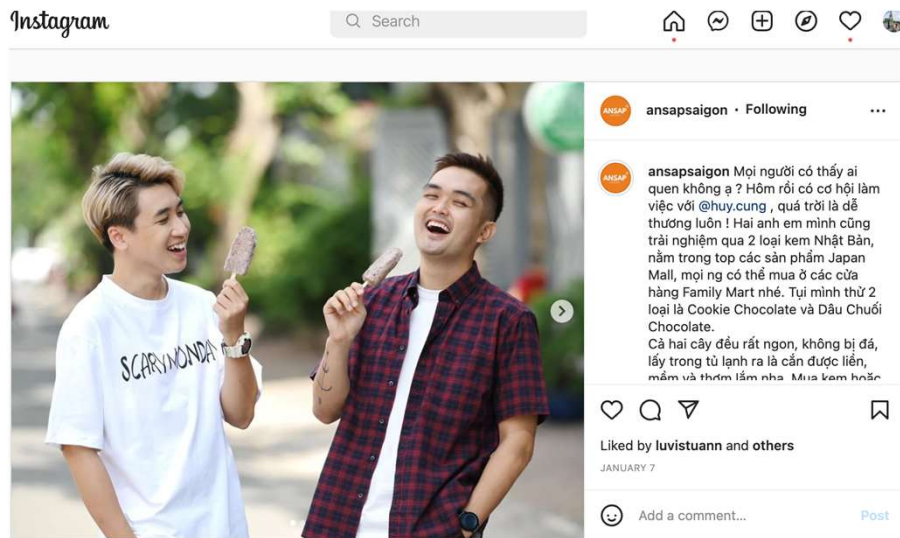
- ◆KOLによるSNS投稿は、2021年10月下旬～2022年1月末まで実施
- ◆KOL5名による投稿の合計は、85件。投稿実績の詳細は次表のとおり

## ▼各KOLの投稿数

Facebook	YouTube	Instagram	TikTok	TOTAL
28	7	31	10	76

## ▼投稿結果

閲覧数	リーチ数	いいね数
7,684,781	2,253,879	914,981



# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細③店頭プロモーション

- ◆本事業では、ECサイト及び現地の小売店舗でJAPAN MALL事業の採択商品を販売
- ◆販売店舗の店頭において、採択商品をPRするため、オリジナルのポップやバナー、チラシ等を製作

## ○ Banner/ Gondola



## ○ Pos Pop



## ○ Rail Pop



## ○ Swing Pop



## ○ A3 Poster





# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 2.プロモーション詳細③店頭プロモーション

- ◆店舗の入り口やJAPAN MALLの販売コーナーに掲示することで視認性を高め、販売を促進
- ◆ECサイト用のバナーも含め、様々なバリエーションの装飾品を40種ほど活用

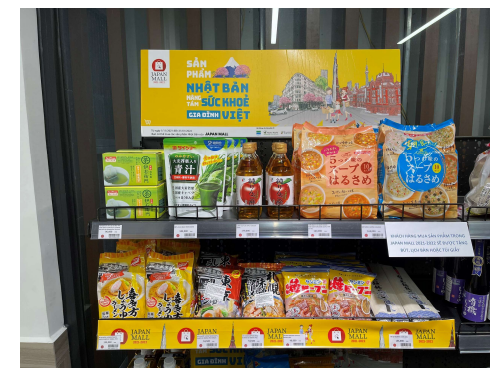
## ○ Online Banner



## ▼ JAPAN MALLをPRするFarmi店舗



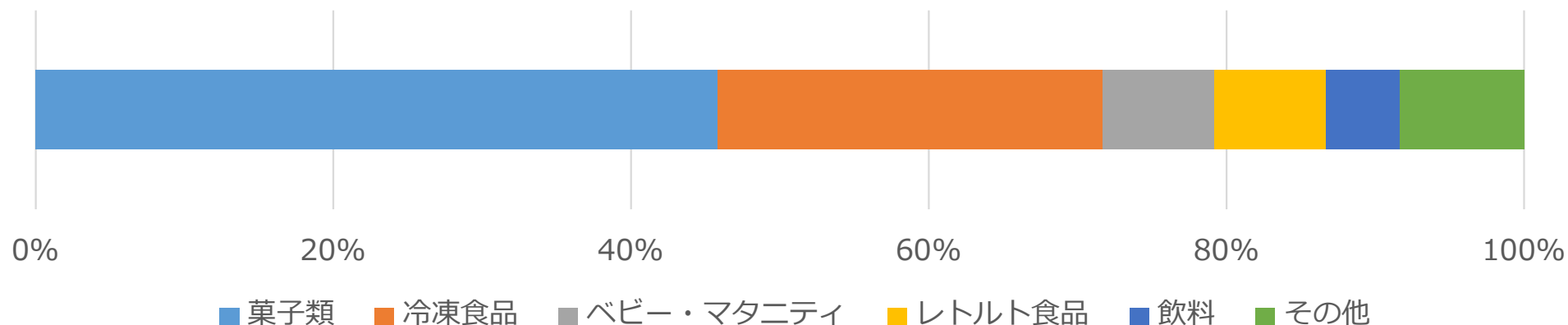
## ▼ JAPAN MALL仕様に装飾された売場



# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 3.採択商品の概要

- ◆商品カテゴリ別では、採択商品数の内訳は、グラフのとおり
- ◆商品カテゴリ別の小売価格の状況は、表のとおり。平均は¥273

## ▼採択商品の内訳（商品カテゴリ別）



## ▼採択商品の小売価格（商品カテゴリ別・円）

カテゴリ	平均	最大値	最小値
菓子類	176	600	35
冷凍食品	348	398	298
ベビー・マタニティ	380	480	300
レトルト食品	323	420	120
飲料	494	898	283
全体	273		

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 3.採択商品の概要

- ◆各バイヤーに対し、今回の採択商品の再調達の可能性を尋ねたところ、「再調達を検討したい」と回答を得られた商品は、全体の52.5%と過半数を超えた
- ◆コメントがあった商品は次のとおり

カップ春雨	春雨は女性人気が高くすぐ完売できた
個包装アイス（抹茶味、モナカ、色彩が独特なものなど） 冷凍食品（ガーリックライスなど） えびせんべい	安定して売れた
缶入りコーヒー（粉）	<ul style="list-style-type: none"><li>・薄く、香ばしいものが現地で人気</li><li>・パッケージも鮮やかで売れた。</li></ul>
黒豆、ゆで小豆	<ul style="list-style-type: none"><li>・販売好調</li><li>・お正月以外も売れる可能性があった。</li></ul>
乾麺（中華麺）	これまで取り扱った経験が少なく、もうしばらく販売の状況を見たい
カップ麺	カップ麺は改廃が多いため、消極的

# JAPAN MALL (ベトナム) 連携報告 4.分析 (総括)

## 採択された商品の傾向

- ・菓子類 (クッキー、チョコレートなど)
- ・冷凍食品 (あさりごはん、カルビ丼の具、ガーリックライスなどがバイヤーから高評価)
- ・ベビー・マタニティ (赤ちゃん向けの食品)
- ・レトルト食品 (インスタントごはん)
- ・飲料 (コーヒー)
- ・その他 (乾麺、馬油シャンプーなど)

## バイヤーからのコメント

- ・新型コロナの感染拡大により、現地消費者の健康に対する意識が向上
- ・健康増進につながる商品のファインディングを予定
- ・SNS投稿への反応からも、多くの人々が外食から自炊に転換していることを確認
- ・冷凍食品のような手軽な食事は、引き続き期待

## プロモーション総括

- ・各連携先において、ECおよびリアル店舗での販売が可能であることから、プロモーションもオンラインとリアル店舗の両面で実施した
- ・リアル店舗でのPR活動は事務局主導の下、同時に多店舗で実施。統一的で、店舗内外から目立つPR媒体を使用することで視認性を高めながら、JAPAN MALL商品の認知を浸透した
- ・オンラインでは、多数のフォロワーをもつKOL 5名を起用し、個別商品の紹介を行った
- ・新型コロナ感染拡大により、外出や実店舗での買い物が減っている状況ではあるが、オンラインを通じて本事業の商品を発信、拡散することができた