

2020年2月28日

平成30年度補正 分野・テーマ別の販売促進活動（タイ）

実施報告

■事業実施主体

株式会社アライドコーポレーション（食品商社・神奈川県横浜市）

■実施店舗（14店舗）

バンコク伊勢丹／サイアムパラゴン／エンポリウム／エムクオーティエ／ザ・モール バンカエ／ザ・モール バンカピ／フジスーパー1号店／フジスーパー2号店／フジスーパー4号店／ヴィラマーケット トンロー店／ヴィラマーケット K ヴィレッジ店／マックスバリュ パタナカン店／マックスバリュ プラチャウチット店／ドンキモール トンロー

バンコク中心部および郊外にある、中間所得層（アッパーミドル）以上の消費者が訪れる日系小売店と現地小売店で実施。

■実施期間

2019年6月～2019年11月

■実施概要

日本産青果物の周年供給および輸出拡大を目的に実施した。日本産のよさを理解してもらうために、週末を中心に、母の日などの商戦期といった販促効果が高いときに試食提供を行った。また SNS 広告を行ったほか、日本産フルーツへの理解を深めるためのチラシ（フリーペーパー）の配布などを行った。

■プロモーション品目

桃、ぶどう、梨、りんご、さつまいも

■プロモーションの様様



ドンキモール トンロー



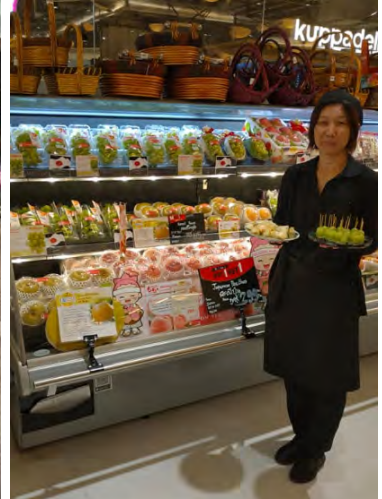
ザ・モール



エンポリウム



バンコク伊勢丹



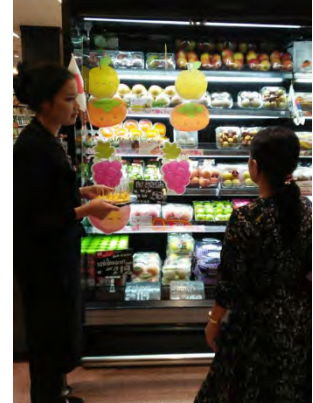
エムクオーティエ



フジスーパー

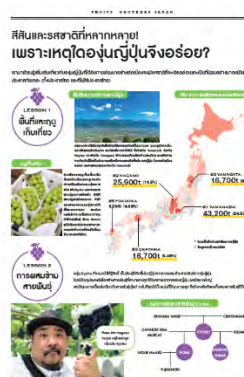


マックスバリュ



サイアムパラゴン

■ 売り場装飾・POP・販促品等



■ SNS 広告

「母の日のプレゼントに日本産フルーツのギフトを贈ろう」というテーマでPR。日本の食や旅行に関心の高いタイ人ユーザーが集まった Facebook ページ「JAPAN FOOD AND TRAVEL AMBASSADOR」で配信。



インフルエンサー（ユーザー）が販促実施店舗と日本産のフルーツの美味しさを伝える動画を配信



■商品に関して

- ・桃は人気の高い商材で、今後も消費が拡大すると考えられる。消費者の多くは商品を手にとって品質を吟味し、鮮度がよく果肉が固いものを購入していた
- ・ぶどうは、皮ごと食べられて種のない品種がよく売れていた
- ・梨は韓国産と味や価格が比べられることが増えたように感じた（品質差が狭まりつつある）
- ・柿は脱気包装したものが、店舗側の青果担当者から求められることが多かった。果肉の硬いものが好まれるため、現地着荷時にやや軟化しはじまっているものは、売りにくかった。
- ・さつまいもは、紅はるかやシルクスイートといったしっとりとした食感で甘い品種が受け入れられていた。高級店ではMサイズ、Lサイズの要望が多かったが、量販店ではSサイズ（の袋詰め）のニーズがあった。