

令和2年度補正予算「分野・テーマ別の海外販路開拓等への支援強化事業」

実施者名: 日本青果物輸出促進協議会(一般社団法人青森県りんご対策協議会)

実施内容: 香港におけるりんごの販売促進事業

実施場所: 香港

実施期間: 2021年(令和3年)12月10日～2022年(令和4年)1月31日

内 容: 以下のページの通り



(1) 12月～1月販促プロモーション（TASTE、マーケットプレイスJASONS）

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 TASTE 4店舗 // マーケットプレイス 2店舗
期 日	2021年12月17日～2022年1月31日
内 容	Taste等の6店舗において、週末19日間（一部6日）にわたり春節前の贈答需要期に現地マネキン、日本産果物統一資材を活用して販促会を実施した。 【実施店舗】 ・ TASTE（Aberdeen Centre、City Gate、Festival Walk、Maritime Square） ・ マーケットプレイス（Hysan Place、K11）

- ・ 年内のりんご出荷が増える12月から1月の春節直前までの需要期に、高級スーパーTASTE、JASONSでサンふじ、王林を主体に売り込みを実施
- ・ コロナウイルス感染拡大防止のため、店内での試食提供ができないことからリーフレット等のPR情報掲載物のほか、りんご用鮮度保持袋などノベルティグッズを活用しながら有人によるPRを実施
- ・ 王林が主力となる前に名月を積極的に売り込んだところ食味及び品質ともに消費者の反応は良かったことから、今後も大きな需要が見込める



Maritime Square店



Festival Walk店



Aberdeen Centre店



マーケットプレイスK11店



Hysan Place店



City Gate店

日本産果物統一資材を活用してPR

(2) 12月販促プロモーション（パークンショップ）

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 パークンショップ
期 日	2021年12月17日～30日、2022年1月22日～31日
内 容	香港市内パークンショップ主要店舗にて日本産りんごのチラシ広告による販売促進活動を実施。現地マネキン、日本産果実統一資材を活用した宣伝会のほか、SNSキャンペーンと連動し売場からQRコードを記載したPOP等の掲出により参加者誘因と情報発信。



贈答用高単価商品の売り込み

チラシ広告による日本産りんごの売り込み

日本産果物統一資材活用、SNSキャンペーンへの誘導

(3) 12月販促プロモーション（イオン香港）

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 イオン香港
期 日	PRイベント：2021年12月10日 販売宣伝会：2021年12月10日～12日、17日～19日
内 容	イオン香港康山店でのオンラインPRイベント ・産地からミスりんごらによる日本産りんごPR ・日本産りんごが当たるクイズ大会など イオン香港での日本産りんご販売宣伝会 康山店、黄埔店、荃灣店、屯門店、旺角店、將軍澳店 (6店舗×6日) ・需要期に向けた日本産りんご宣伝会開催 ・鮮度保持袋等のノベルティグッズを活用しPR

・日系スーパーであるイオン香港において、黄色りんごを主体とした宣伝会を実施。
(現地マネキン及び鮮度保持袋などのPRノベルティグッズ活用)

・人気の黄色品種のほか赤系りんごの併売により主力品種ふじの良食味の認知度拡大で赤系りんごファン層の拡充を実施。



左から旺角店、康山店、屯門店、荃灣店



12/10 産地と香港を繋いだオンラインステージイベント開催



多数来場者がありクイズは大盛り上がり

イベントの様子（通訳MCキティさんのSNSから）

<https://www.facebook.com/kittyky.meow/posts/10165615508680307>



(4) メディアを活用した情報発信 SNSでの日本産りんご情報発信

<実施概況>

区 分	概 要
範 囲	香港全域に向けた情報発信（WEB上） 及び量販店店頭での情報発信と連動
期 日	2021年12月～2022年2月
内 容	香港での日本産りんご販売に合わせたメディア（WEB ニュース媒体、SNS等）での情報発信 ・ SNS（Facebook、Instagram）を活用した日本産りん ごプレゼント投稿キャンペーン展開 ・ WEBニュースサイトへのニュースリリース ・ KOLを活用した日本産りんごの魅力発信 ・ 公式ページでの継続的な情報発信

日本産りんごが当たるSNS投稿キャンペーン



プレゼント投稿キャンペーンページ

インスタグラム: <https://www.instagram.com/p/CYp7LkFlhN/>



公式SNSページで随時情報発信
アクセス数: 2,427

投稿キャンペーン拡散施策1: 店頭プロモーションとの連動

キャンペーン開催期間にあわせてローカル店舗でのプロモーションの際にマネキンによるPOP掲示によるキャンペーン誘導を実施（パークンショップ）



投稿キャンペーン拡散施策2:
メディア広告によるキャンペーン告知

媒体: 「GO! JAPAN」
日本に関心の高い層を中心としたグルメ、観光コンテンツ
渡航制限のある中、現地にいながら日本産品を求める需要が大きい

キャンペーンサイトアクセス 38,269件



投稿キャンペーン拡散施策3:
観光PRサイトとの連動による情報発信

産地の有益なコンテンツを集めた人気サイトにてキャンペーン告知を実施
元々の日本産りんご支持層に対して強くアピールした



当選者（投稿者）からのコメント反応も好印象な内容で拡散



(4) メディアを活用した情報発信 SNSでの日本産りんご情報発信 (続き)

ニュースリリース配信

日本産りんご出荷スタートにあわせて、ウェブニュース媒体等に記事体としてのニュース情報リリースを2回実施。

1回目：2021年12月10日「日本青森りんごの発売スタート」

2回目：2022年1月13日「日本青森りんごのバリエーション豊かさ」



1回目リリース

ビジネスフォーカス等で掲載

ピックアップメディア数：26

記事への接触件数：755,000 (推定)

2回目リリース

キャンペーン告知を合わせて実施

ピックアップメディア数：28

記事への接触件数：647,000 (推定)

KOL起用による日本産りんご情報発信

グルメ、ライフスタイルで情報発信力のあるライター、モデル2名のインフルエンサーを起用し、日本産りんごの魅力を伝えてもらった。

@jessjann

フォロワー数：73.7K

カテゴリー：美容、子育て
グルメ、モデル

投稿数：4回

1回あたりいいね数：642件



@yukimaryrosel

フォロワー数：56K

カテゴリー：フードブロガー

投稿数：5回

1回あたりいいね数：1,092件