

令和4年度補正予算「品目団体輸出力強化緊急支援事業」

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: タイにおけるりんごの販売促進事業

実施場所: タイ

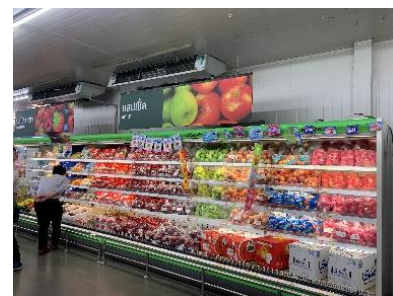
区分番号: 4014、443、445

内 容: 以下のページの通り

(1)タイ販促活動に向けた商談及び市場視察・ヒアリング



区 分	概 要
期 日	2023年7月11日（火）～15日（土）
場 所	タイバンコク近郊
内 容	タイでのプロモーション展開拡大のため、タイ現地の輸入業者及び販売店（量販店）に訪問し、販売環境等の意見交換を実施したほか、青森りんごの出荷に合わせた販促展開の商談を行った。



TOPS、LOTUS' S等の販売店を視察 他国産競合品のCP

カットフルーツ需要高

各国りんご売場 16尺常設



そのほか、JETROバンコクでのヒアリング、アップークラス～ローカルスーパーの量販店を視察を実施



新規販促活動商談：バチャモン社、CITY FRESH社、マックスバリュ社

タラートタイ市場りんご売場

(2)11月青森りんごの出荷スタートに合わせた渡航プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
期 日	2023年11月23日（木）～27日（月）
場 所	タイバンコク近郊
内 容	タイバンコク市内の量販店、果菜市场でのPRイベントを開催したほか、関係各所に訪問し販促展開の商談・ヒアリングを実施。 ・マックスバリュでのPRイベント開催 ・アイヤラー市場内果専店でのPRイベント（メディア活用） ・TOPS主要店舗での試食宣伝会（TOPS商談） ・タラートタイ市場 販売業者への資材提供・ヒアリング ・バイヤー向け展示会でのブースPRに参加



TOPS試食宣伝会



アイヤラー市場PRイベント



タラートタイ市場 ヒアリング



マックスバリュエカマエ店でのPRイベント



バイヤー向け商談会ブースPR参加 TOPSとの商談会





(3)1月～2月販促プロモーション(フードランド)

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	タイバンコク市内 フードランド6店舗
期 日	2024年2月2日～17日
内 容	フードランドラップラオ本店、シーナカリン店、ラマイントラ店、サイマイ店、シーロム店、トンロー店 6店舗×10日間（計60営業日）実施 ・マネキン、鮮度保持袋等販促ツール、日本産果実統一資材を活用した宣伝会



販促期間中にチラシ掲載し売込み



サイマイ店



ラマイントラ店



ラプラオ店



トンロー店



シーナカリン店



シーロム店

商圈：シーロム店、トンロー店／高取得者層（タイ人アッパー層、外国人）中心地、高級マンション
ラップラオ店ほか3店舗 ／中所得者層以上（ファミリー層）郊外の一戸建て住宅地

各品種の味は金星の評価が良く、サンフジは酸味を指摘するお客様が多い。
ただし他国産に比べると品質が良いと答えるお客様も多かったものの、販売品種を増やして欲しい意見もある
王林について甘さの評価が高くおおむね良い反応。
全体的に中国産との比較としては味と食感の良いものの、依然高単価でありそれに見合う価値観の訴求が必要である



(4)12月マックスバリュ&LOTUS 試食宣伝プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	バンコク市内 マックスバリュ 26店舗、LOTUS 7店舗
期 日	2023年12月1日～16日 計120店舗日
内 容	現地輸入業者と連携し、多店舗での青森りんご試食 宣伝会を実施。ローカルスーパーでのより中所得層 にアピールする為、食味を知ってもらう試食宣伝と 統一資材等を活用した認知度向上を行った。 ※マックスバリュ全体青森りんご 売上前年比：121.3%（約141万BHAT）



シーナカリン店



Ramindra



Lotus Skhapiban 1



Aomori Apple **Vachamon**
แอปเปิ้ลอาโมริ ผลไม้ญี่ปุ่น บริษัท วิชนนพัฒน์ จำกัด

กิจกรรมชิมฟรีเดือนธันวาคม
December Free tasting event

สถานที่
1. สุขาภิบาล 1
2. ราชอินทรา
3. สุขุมวิท 50
4. ศรีนครินทร์
5. บางนา
6. ราชพฤกษ์เหนือ
7. โอซีเอส
ไอคอนสยาม

วันเวลา
1-6 ธ.ค. เวลา
10.00-19.00 น. ทั้ง 7 สาขา
สถานที่

Japanese Fruit
Lotus's **Aomori Apple**

ロータス試食宣伝会(ラムイントラ店など)

日本産果実ロゴを使用した販促資材の作成・活用(WEB告知)



(5)12月グルメマーケット、セントラルデパート 試食宣伝プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	バンコク市内 セントラルデパート1店舗、グルメマーケット2店舗
期 日	2023年12月1日～31日の各金～日週末 計45店舗日
内 容	現地輸入業者と連携し、高級スーパーにおいて試食宣伝会を実施。高単価なため販売点数の動きは大きくはないものの、顧客向けに日本産果実統一資材及びJFOODO作成POSM等を活用しながら認知度向上を図った。



グルメマーケット



統一資材のぼり旗ほか
統一ロゴ粒シール貼付
による展開



セントラルデパート
ドラえもん起用POSM展開



(6)11月出荷スタートに合わせたTOPS販促プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	タイバンコク市内TOPS 6店舗
期 日	2023年12月1日～2024年1月7日のうち7日間
内 容	TOPSチドロム店、イーストビレ店、ラマ9世店、バンナー店、ピンクラオ店、ラプラオ店 6店舗×7日間（計42営業日）実施 ・マネキン、鮮度保持袋等販促ツール、日本産果実統一資材を活用した宣伝会



サイマイ店



ラプラオ店



バンナー店



鮮度保持袋(ロゴ)がお客様に好評

【お客様及び販売店の反応】

日本のりんごはワックス加工がされていないため、安全性について確信している。安全性について悪いコメントはない。

トップスでは日本のりんごの種類が豊富な点が評価されており、品質も良いものを置いていると信頼されている。

「青森りんご」というブランドに信頼を寄せている顧客が多い。

(7)11月果菜市場内でのPRイベント(SNS等を活用した情報発信)

<実施概況>

区 分	概 要
期 日	2023年11月26日（日）
場 所	バンコク アイヤラー市場内「マダムフルーツ」
内 容	主に小売店向けの果物専門商社であるアイヤラー市場「マダムフルーツ」と連携し、市場試食イベント及びSNSを活用した情報発信を行った。 自身がインフルエンサーでもあるマダムフルーツ代表からのSNS告知や、人脈を活用し情報発信力のある著名人を会場に招き、情報拡散する等のイメージ発信を実施した。 イベント当日は業者が多数訪れ、大口の注文が入り盛況となった。



果物専門輸入業者
「マダムフルーツ」LINE告知



著名人(中央女性)インスタライブでPR





(8)11月マックスバリュ店舗でのPRイベント

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	バンコク市内 マックスバリュエカマエ店 特設ステージ
期 日	2023年11月24日（金）
内 容	マックスバリュ社との連携により本年度初めて店舗でのPRイベントを開催した。 高品質な青森りんごについての説明PR、MCとのトークショーのほか、青森りんごがあたるりんごクイズ大会を実施。また、イベント時にWEBメディア媒体「Wongnai」を参集し取材・発信することで日本青森りんごの認知向上を図った。 ※Wongnai グルメの情報収集ができるタイで人気のWEBコンテンツ



日本産果実統一イメージ
を活用した専用ケースで
イメージ訴求

Wongnai動画配信

<https://www.facebook.com/Wongnai/videos/863200232256567/>



ステージイベントの様子

会場での試食宣伝会 青森りんごを初めて食べる方が大半



一般社団法人
青森県りんご対策協議会
AOMORI APPLE COUNCIL, INCORPORATED ASSOCIATION

(9)WEB、SNS等を活用した青森りんご情報発信

<実施概況>

区 分	概 要
媒 体	WEB、SNS（Facebook等）、Youtube
期 日	2023年11月～
内 容	・動画活用によるイメージ発信 （公式ページ、動画配信サイトでの拡散施策） ・SNS（Facebook）青森りんごの魅力情報発信 ・インフルエンサー起用による情報発信 ・タイ語、マレー語、英語版ランディングページを起点としたブランディング施策



シナノスイートの紹介
Reach: 7,528
Engagement: 1,665



ミスりんごがタイに来了
Reach: 10,559
Engagement: 1,873



世界一りんごの紹介
Reach: 8,307
Engagement: 1,710

Facebook情報発信/総エンゲージメント16,785



TIKTOK&インスタグラム インフルエンサー
リーチ実績:122,320



イメージ動画
6秒及び30秒

ギフトシーズンである12月に集中してYoutube広告を配信したところ、ギフト用バスケットの写真を使った動画がパフォーマンスがよかったためそこに集中し情報投下

再生回数:99,667回

<https://youtu.be/5LHbQ192GlQ?feature=shared>

(10)店頭活用販促資材の製作、配布、活用



日本産果実偽装防止シールや統一ロゴシールを合わせて活用



日本産果実統一ロゴをデザインに使用