

フィリピンでのりんごプロモーション

青森県農林水産物輸出促進協議会

<実施概況>

区分	概要
場所	フィリピン 日系スーパー（1店舗）
期日	令和5年12月15日（金）～令和6年1月31日（水） 46日間



<フェアの概況>

○ポスター等で売場を装飾し、オリジナルパンフレットの配布や試食提供等により、青森りんごの品質の高さをPRした。

<消費者や販売店舗等の反応>

- トキ、シナノスイート、シナノゴールドの3品種の単品と、ぐんま名月・シナノスイートのギフトセットを販売。最も多く売れた品種はシナノスイートで、甘さと食感が人気の理由であった。
- 消費者が感じる日本産りんごの魅力は、一般に流通している中国産りんごに比べサイズが大きいことや食感が良いことであり、一方、高価格が購入のネックである。
- 青森県や日本産りんごのパンフレットを作成してPRに用いたところ、お客様から、「子どもにちゃんとしたものを食べさせたいので有用だ」などの反応があった。
- 令和4年度に店舗オープンし、青森りんごの販売も2年目となり、入荷待ち予約の連絡を希望する富裕層のリピート顧客もあった。



<課題及び今後の対応等>

○店舗での試食宣伝における消費者の反応は良好であるが、全体的にフィリピンにおける青森りんごの認知度は低く、価格への理解（なぜ高いのか、価格に見合った価値があるのか）も浸透していないことから、引き続き試食宣伝等により、認知度向上を図っていく。