

インドネシア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	インドネシア 日系量販店5店舗
期日	令和6年1月15日(月)~31日(水) 延べ75日間



<フェアの概況>

○ポスター等で売場を装飾し、販売員による試食提供等により、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>

- 各店舗で、ジョナゴールド、陸奥、王林、世界一、ふじ（サンふじ）の5品種を、試食等により味の違いを説明しながら販売した。世界一、陸奥、ジョナゴールドが良く売れ、王林とふじは伸びなかった。
- ふじについては、中国産のイメージが定着しており差別化が難しいと、現地流通事業者は日本産の取扱いに消極的だった。
- 試食ブース来店者のうち24%が青森りんごを購入した。購入した理由は、「試食して美味しかったから」のほか、「日本産だから」、「よく購入しているから」などだった。
- 購入しなかった理由は、「価格が高いから」が多かった。

<課題及び今後の対応等>

○他国産と価格差がある中でも、試食ブース来店者の青森りんご購入率は高かったことから、今後も富裕層を対象とした試食宣伝等を継続し、青森りんごの認知度向上とブランド化を図っていく。