



JFOODO

令和 4年度補正「品目団体輸出力強化緊急支援事業」の 統合型マーケティング・コミュニケーション事業のうちコンサル業務

最終報告書

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2024年3月

実施概要および体制

実施概要

一般社団法人日本青果物輸出促進協議会様（以下、日青協）との連携の下、対象国・地域におけるIMCの戦略立案から実行支援等により、日本産青果物の需要拡大およびブランド価値の向上を図った

【対象品目】

りんご、ぶどう、もも、かんきつ、いちご、かきおよびこれらの加工品

【対象国・地域】

香港、台湾、シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム

【主な実施内容】

- 戦略の企画立案等の一連のコンサルティング
- プロモーション業務の管理
- 効果検証の内容確認
- 次年度以降に向けた提案

実施体制

日青協が実施するプロモーション事業を、戦略策定から施策の企画立案、実行管理等の支援を行なうとともに、事業受託者と緊密に連携して各施策を実施した



実施概要

- 年間を通じた実行支援

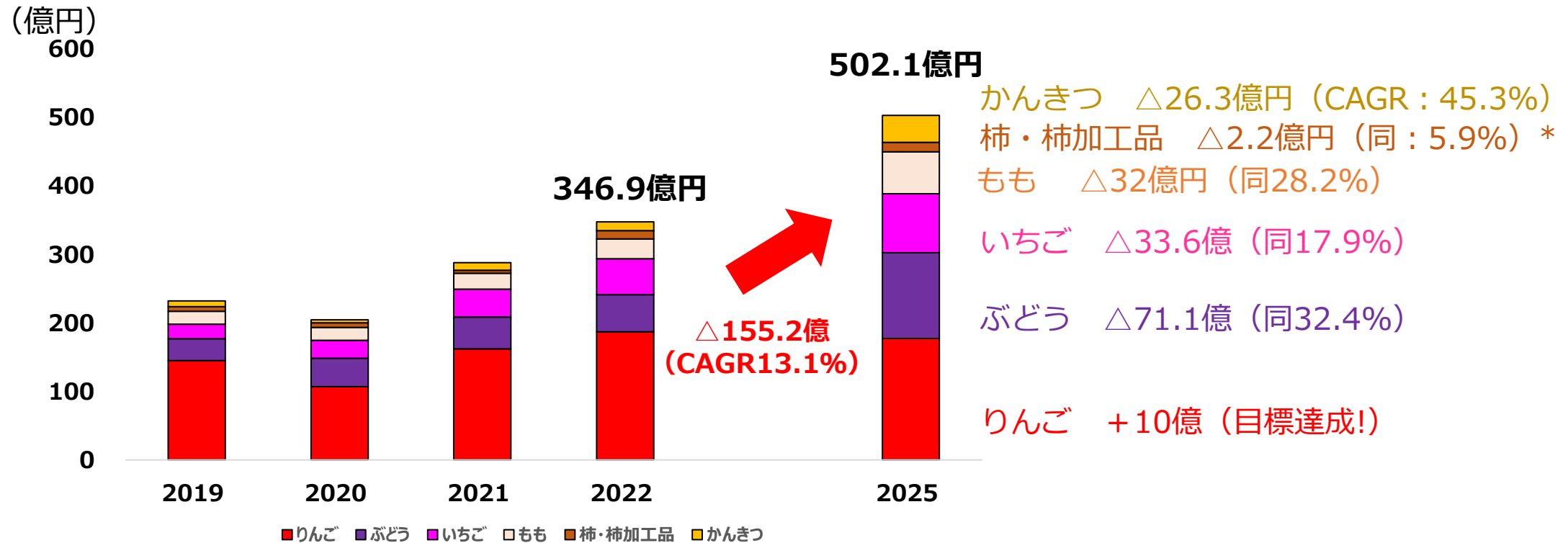
JFOODOとしてこれまで蓄積したプロモーションのノウハウや、国内外のネットワークとの連携、現場支援・調査等を通じ、年間を通じて支援した

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
戦略の企画立案											
プロモーション 業務の管理											
効果検証の 内容確認											
次年度以降に 向けた提案											

施策の背景と方向性

主要 6 品目の輸出動向と輸出拡大実行戦略目標

主要 6 品目（りんご、ぶどう、もも、かんきつ、いちご、柿・柿加工品）の2022年の輸出額は、346.9億円と、輸出拡大実行戦略の目標（2025年：502.1億円）達成には更なる輸出拡大が必要な状況であった



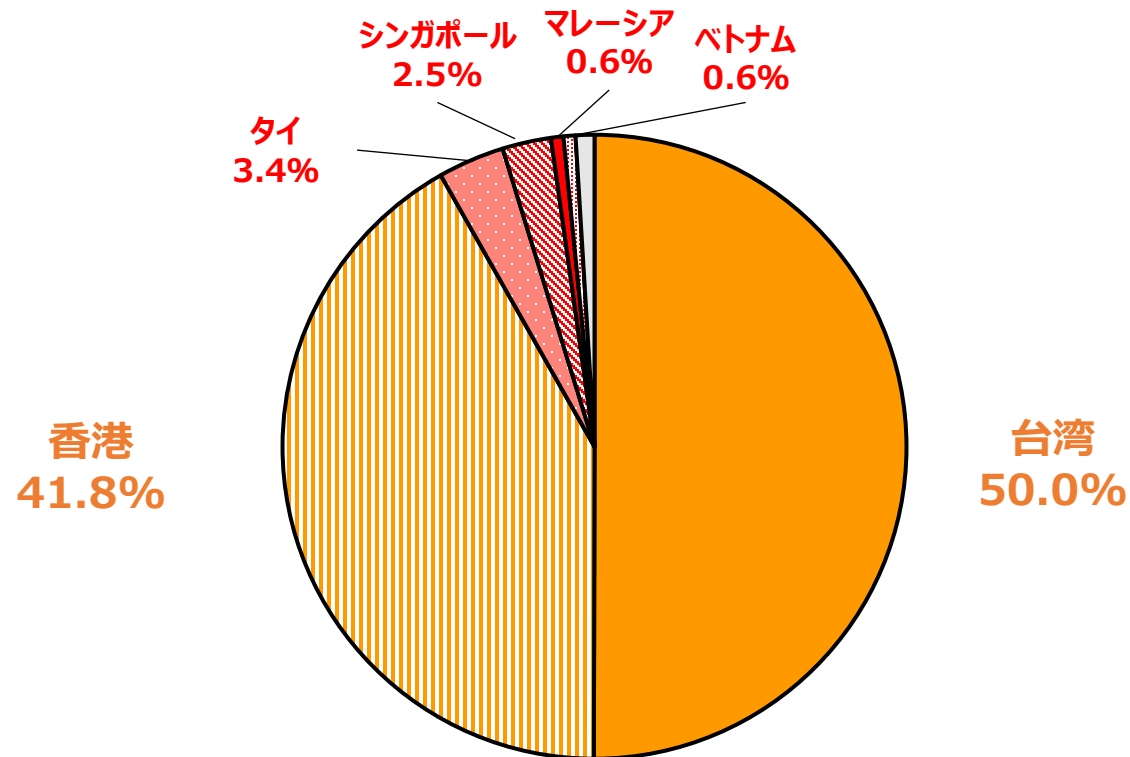
【図表】対象 6 品目の輸出額の推移と目標

*2022年度からは柿加工品（HSコード081340100）を追加

出典：財務省「貿易統計」、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略

輸出先

台湾と香港に輸出の9割を依存するため、産地育成を含む中長期的な輸出体制の確立には、
輸出先の多様化が望まれている



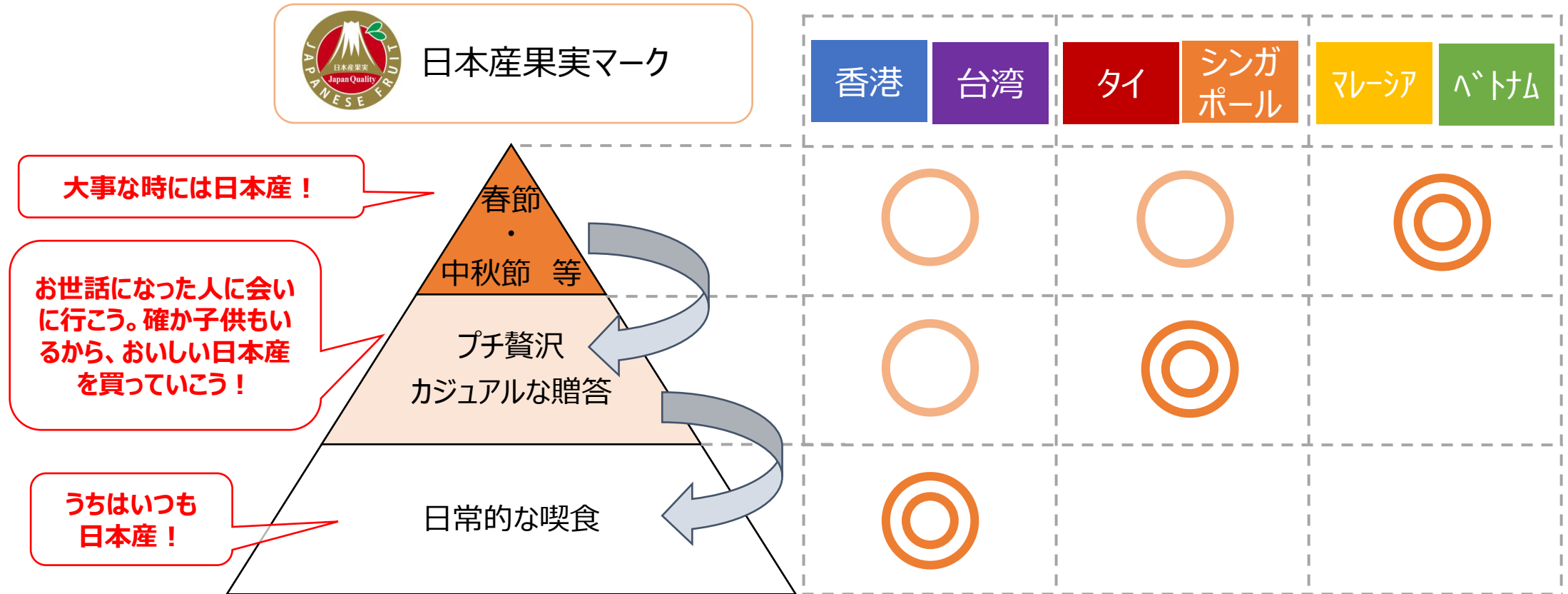
【図表】6品目の主要輸出先国・地域の構成比
(2021年、金額ベース)

出典：財務省「貿易統計」

訴求の方向性

- 各国・地域の課題や普及段階に応じたコンセプトの発信

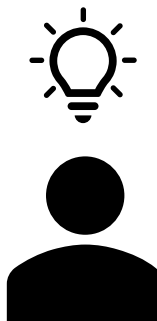
日本産果実マークを目印として、各国・地域の課題や普及段階に応じたコンセプトを発信することで、より幅広い目的かつ高頻度での日本産の購入を促した



コンセプト

- オールジャパンでのブランディング

日本産果実マークを活用し、統一コンセプトの下、産地・品目横断的にブランディングを行なうことで、日本産青果物としての消費者の認知獲得や、他国産との差別化を図った



実施結果

IMC戦略の企画立案等の一連のコンサルティング

各国・地域でのターゲットやKPIの設定、各施策の目的や建付の精査、実行可能性の検証等を通じ、IMC戦略の企画立案および実行支援を行なった

企画立案

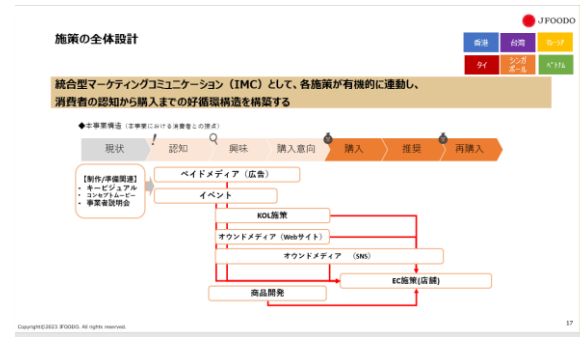
- ・ 輸出拡大実行戦略目標に向けた現状とのギャップの分析
- ・ 4P・3C分析に基づく現状分析
- ・ コンセプト設定
- ・ ターゲット層・KPIの設定

各施策の精査

- ・ 各施策の目的と位置づけの確認
- ・ 各施策の実行可能性の検証
- ・ 各施策の有効性の精査

実行支援

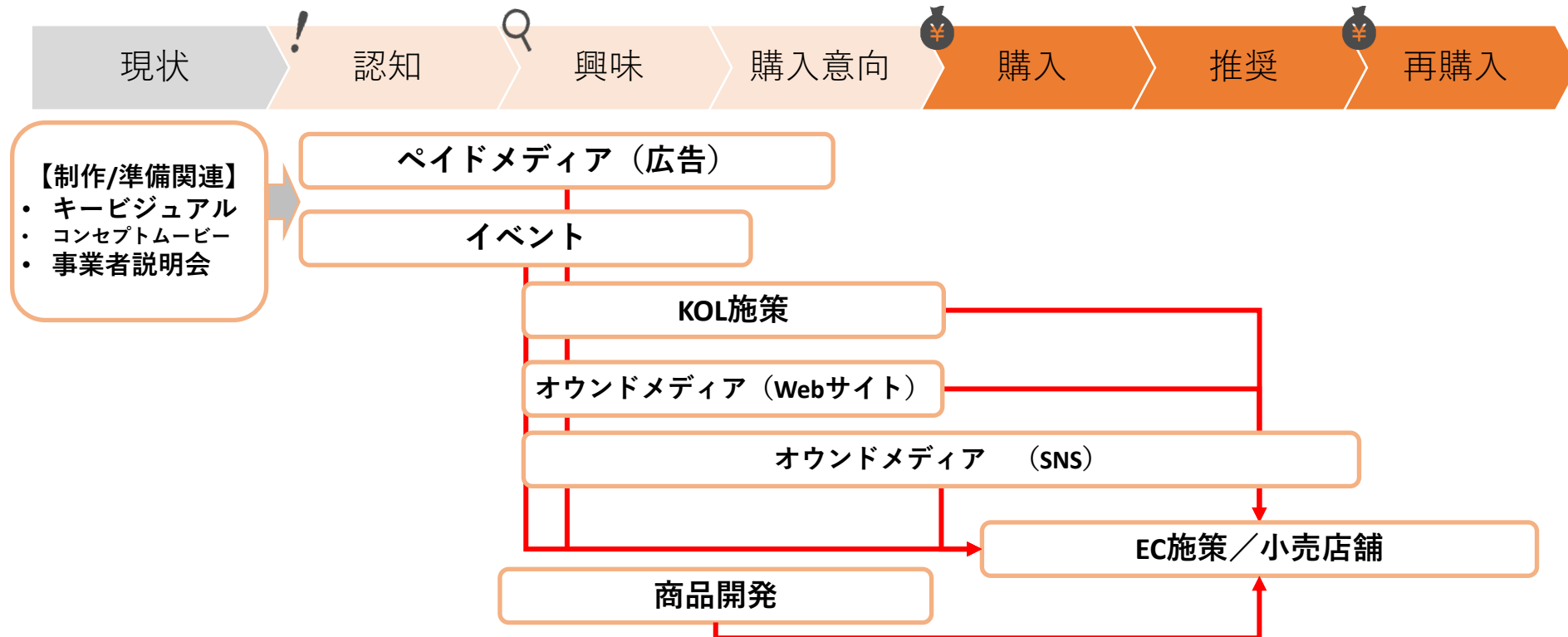
- ・ 事業受託者との連携による施策実行



【参考】施策の全体設計

統合型マーケティングコミュニケーション（IMC）として、各施策が有機的に連動し、消費者の認知から購入までの好循環構造を構築を目指した

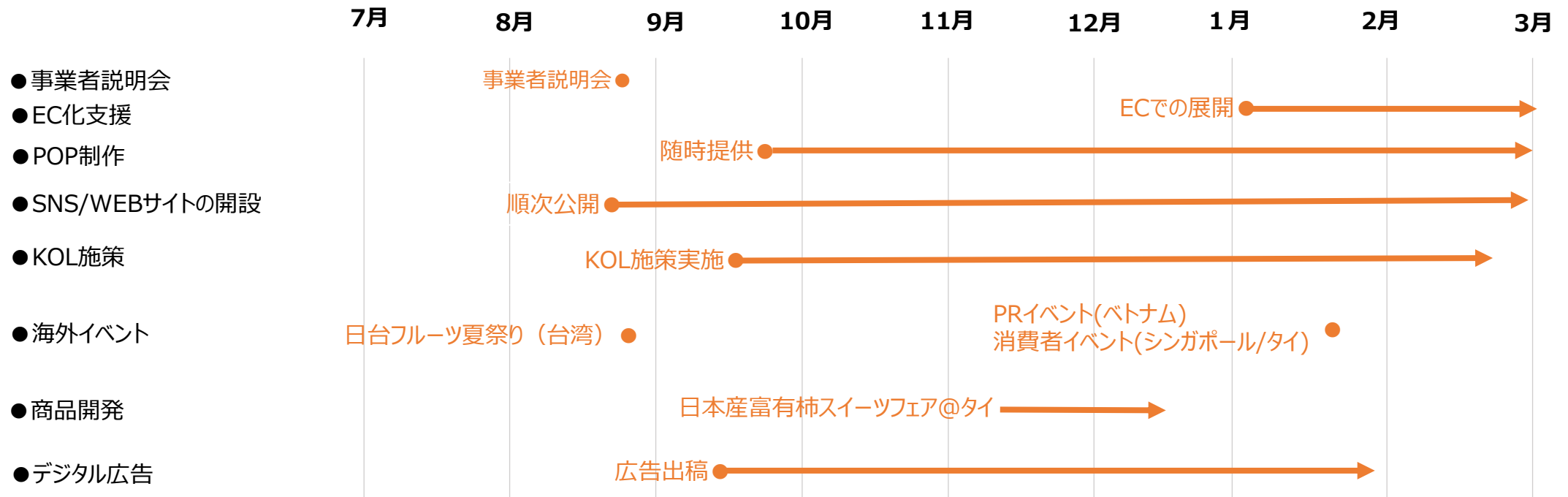
◆本事業構造（本事業における消費者との接点）



プロモーション業務の管理

原則週 1 回の定例MTGを通じ、進捗や品質の管理を行なったほか、コンセプトや全体KPI、ステークホルダーの意向等を踏まえた施策調整を行なった

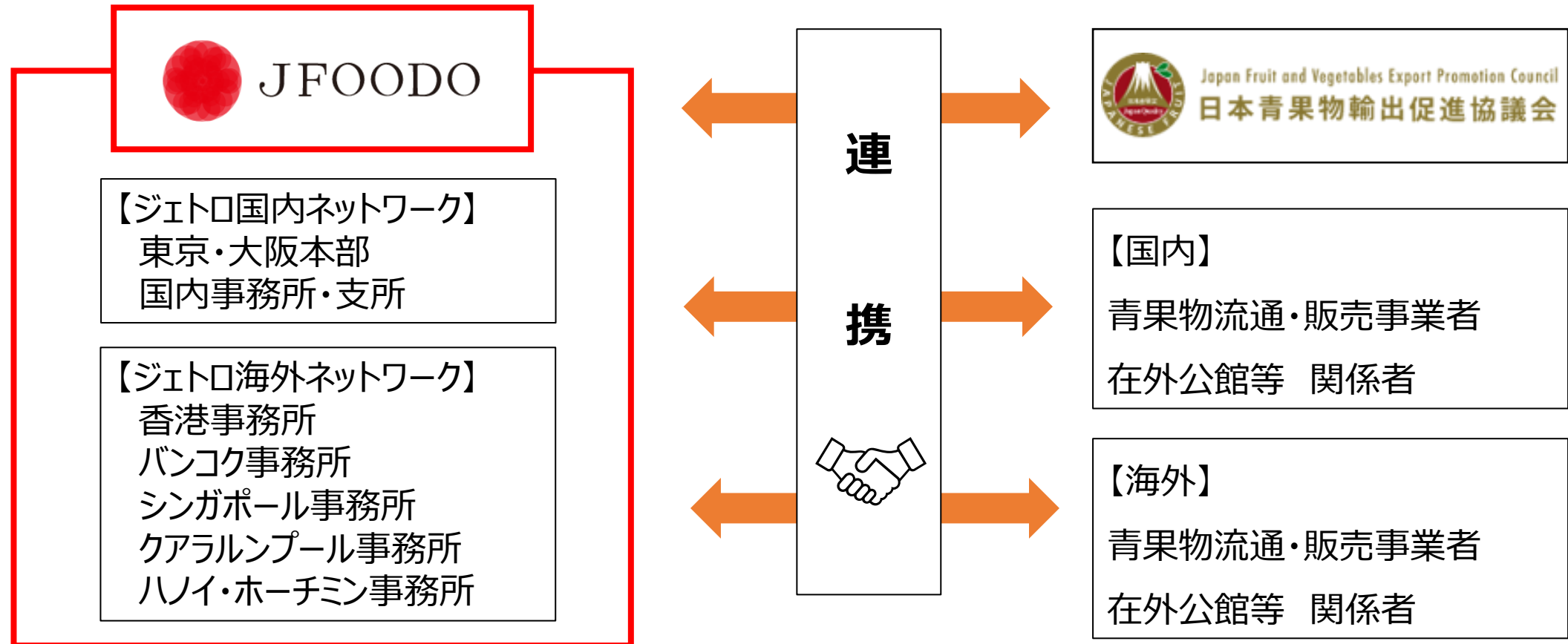
- 原則週 1 回の定例会を通じた進捗と品質の管理
- 関係者等の意向を踏まえた施策の調整



プロモーション業務の管理

- ステークスホルダーとの連携・調整

ステークスホルダーとの連携・調整にあたっては、JFOODOの現地駐在員や国内外のジェトロネットワークを全面的に活用した



【参考】ステークスホルダーと連携した事業実施例

- 日台フルーツ夏祭りへの日青協ブース出展支援

台湾の農林水産物・食品 輸出支援プラットフォームと連携の下、「日台フルーツ夏祭り」へのブース出展を行ない、日青協会員6社・団体とともに、日本産青果物および加工品を日本産果実マークを通じてアピールした

<2023日台フルーツ夏祭 イベント概要>

- 主催：公益財団法人日本台湾交流協会、中華文化総会、農業部
- 場所：凱達格蘭大道(總統府前、重慶南路至懷寧街)
- 日時：2023年8月26日（土）～27日（日）
- 総出展者数：41ブース
- 日青協ブース出展者数：6社・団体
- 出展内容：日本産青果物・ストレートジュースのサンプリング、
パンフレット・ポスター類の掲示、プロモーションビデオの放映
特設ステージでのトークセッションの実施 等



蔡英文總統がブースに来訪

【参考】ステークスホルダーと連携した事業実施例

- シンガポール・タイでの消費者イベント

シンガポール及びタイでは、農林水産物・食品 輸出支援プラットフォームやJNTOとの連携の下、消費者向けイベントを実施し、ターゲット層（訪日層×有子家庭）のコンセプト認知獲得や喫食・購入意向向上を図った

Japan Travel & Food Fair

シンガ
ポール

- 日時：2024年1月12日-14日
- 場所：グレートワールドシティ
- 主催：JNTO、JFOODO
- 概要：
 - ✓ 日本の旅行と食をテーマとした消費者イベント内で、日青協ブースを出展
 - ✓ 青果物の試食提供ほか、消費者参加型施策（フルーツサンドワークショップ、フォトパネル等）を通じ、SNSフォローおよびUGC投稿を促進
 - ✓ JNTOとの連携により、訪日層へ積極的に告知



イベントブース



フルーツサンドワークショップの様子

Japanese Fruit Fair

タイ

- 日時：2024年1月13日-14日
- 場所：セントラルワールド内催事スペース
- 主催：（一社）日本青果物輸出促進協議会
- 概要：
 - ✓ タイの「こどもの日」にあわせ、フルーツフェアを開催
 - ✓ 青果物の試食提供のほか、消費者参加型施策（フォトブース、フェイスシール体験）を通じ、SNSフォローおよびUGC投稿を促進



イベントの様子



会場内フォトブースの様子

【参考】ステークスホルダーと連携した事業実施例

- ベトナムでのプレス向けイベント

ベトナムでは、現地農林水産物・食品 輸出支援プラットフォームや産地、有力卸にプレスイベントに登壇いただき、日本産の魅力やプロモーションコンセプト、日本産果実マークを、オールジャパンとして効果的に発信した

<ベトナムでのプレスイベント概要>

- 日時：2024年1月17日（水）
- 場所：ホテルニッコーサイゴン
- 主催：一般社団法人日本青果物輸出促進協議会
- 協力：JFOODO、農林水産物・食品 輸出支援PF
- 事業者登壇：和歌山県、Klever Fruit、Tony Fruit
- 掲載メディア：46社



【登壇者によるフォトセッション】



【テトを意識した会場内装飾】

効果検証の内容確認及び次年度以降に向けた提案

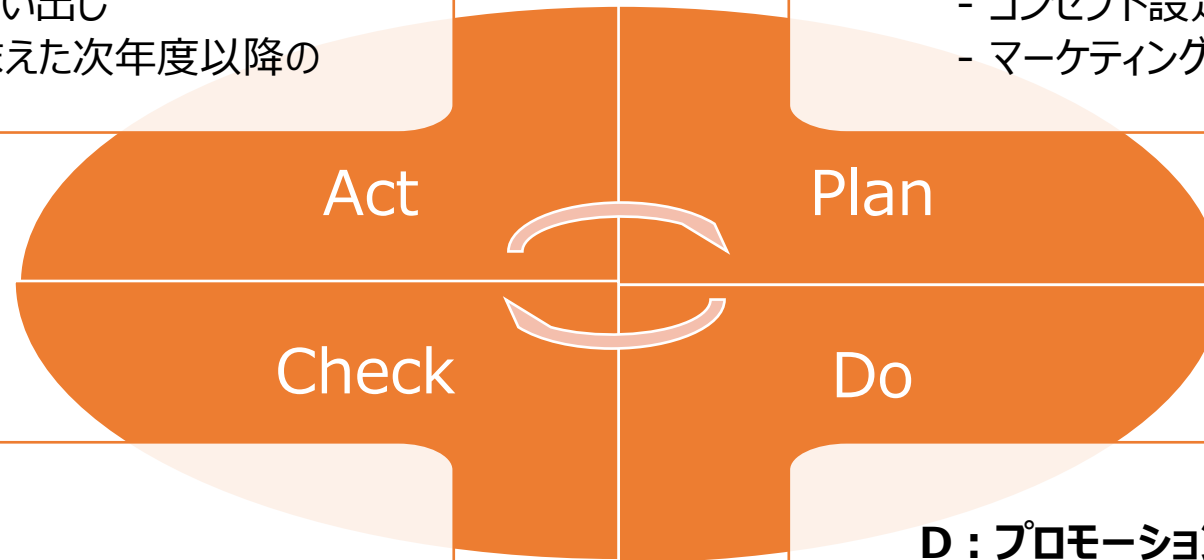
定量・定性的な効果検証を委託先と連携して実施し、内容の精査および報告書の作成支援を行なうとともに、PDCAサイクルを通じて、次年度以降の課題設定や施策の方向性策定につなげていく

A : 改善点の把握・次年度方針の提案

- 報告書作成支援を通じた施策の評価・改善点の洗い出し
- 今年度実績を踏まえた次年度以降の方針提案

P:戦略立案

- 昨年度調査結果の分析
- コンセプト設定
- マーケティングプラン策定



C : 効果検証

- 消費者に対する効果測定の実施・検証

D : プロモーション

- コンセプトに基づくプロモーション施策の実行

