

令和 5 年度補正予算「品目団体輸出力強化緊急支援事業」

1. 事業実施者名：一般社団法人青果物輸出促進協議会
(会員名：株式会社日本農業)

2. 実施国名（地域名）
インドネシア ジャカルタ首都圏

3. 背景

インドネシアは約 2 億 8 千万人の人口を有し、2024 年の GDP 成長率は 5%と堅調な経済成長を遂げている。日本からインドネシアへの輸出量は、24 年は約 51 トンと前年比と比較して微減、一般消費者の日本産リンゴ認知度は未だに低い状況である。今後も成長が期待される同国向け日本産リンゴの認知度向上活動は、同国向け日本産リンゴの拡販に寄与すると考えられる。

4. 内容

(1) 日本産リンゴのプロモーション

- 1 品目名：リンゴ
- 2 実施期間：2024 年 12 月 17 日～2 月 16 日
- 3 店舗名：インドネシア スーパーマーケット・フルーツショップ首都圏 20 店舗
 - PAPAYA 7 店舗
 - ✧ PAPAYA Citywalk
 - ✧ PAPAYA Cikarang
 - ✧ PAPAYA Melawai
 - ✧ PAPAYA Pondok Indah
 - ✧ PAPAYA Menteng
 - ✧ PAPAYA OnePark
 - ✧ PAPAYA Gading Serpong
 - Ranch Market 4 店舗
 - ✧ Ranch Market Pesangrahan
 - ✧ Ranch Market Grand Indonesia
 - ✧ Ranch Market Pondok Indah 3
 - ✧ Ranch Market LOTTE AVENUE
 - Food Hall 4 店舗
 - ✧ Food Hall Plasa Senayan
 - ✧ Food Hall PIK
 - ✧ Food Hall Plaza Indonesia

- ✧ Food Hall Senayan City
- Grand Lucky 4 店舗
 - ✧ Grand Lucky SCBD
 - ✧ Grand Lucky PIK
 - ✧ Grand Lucky BSD
 - ✧ Grand Lucky MOI
 - ✧ Grand Lucky PURI

- 4 概要：上記の通り、インドネシアのジャカルタ首都圏スーパーマーケット・小売 20 店舗の店頭において、フリーテイスティングブースを設け、プロモーション活動を行った。
- 5 成果：本取組を実施した結果、多くの消費者がフリーテイスティングブースに訪れ、実際に試食を頂き、美味しいとのコメントが多々寄せられ、店頭陳列されていた日本産リンゴの販売に繋がった。今回のプロモーション活動は日本産リンゴの認知度向上にも寄与したと考えるが、インドネシアでは未だに日本産リンゴの認知度が低い状況である。同国向け日本産リンゴの拡販には、今後も定期的に日本産リンゴの認知度向上に寄与するプロモーション活動を定期的実施することが肝要と考える。

費用対効果：

成約目標：400 万円

成約見込額：460 万円（2025 年 2 月末時点）

費用対効果：4.3

5. 写真等+説明 (写真の説明)

(PAPAYA Citywalk 店舗)



(PAPAYA Cikarang 店舗)



(PAPAYA Melawai 店舖)



(PAPAYA Pondok Indah 店舖)



(PAPAYA Menteng 店舖)



(PAPAYA OnePark 店舖)



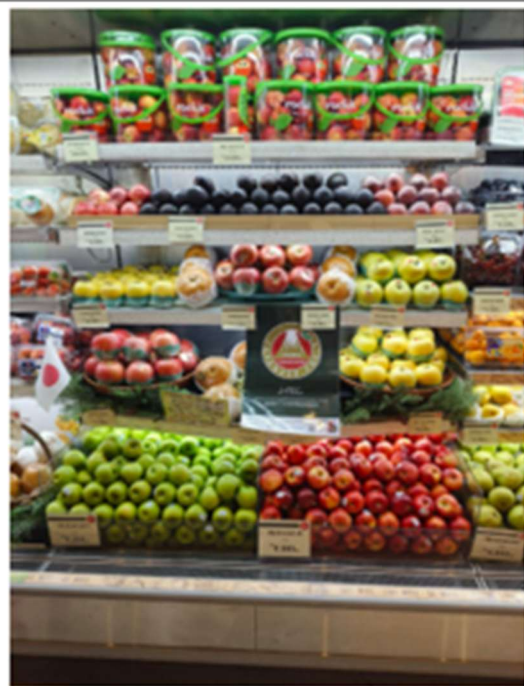
(PAPAYA Gading Serpong 店舖)



(Ranch Market Pesangrahan 店舖)



(Ranch Market Grand Indonesia 店舗)



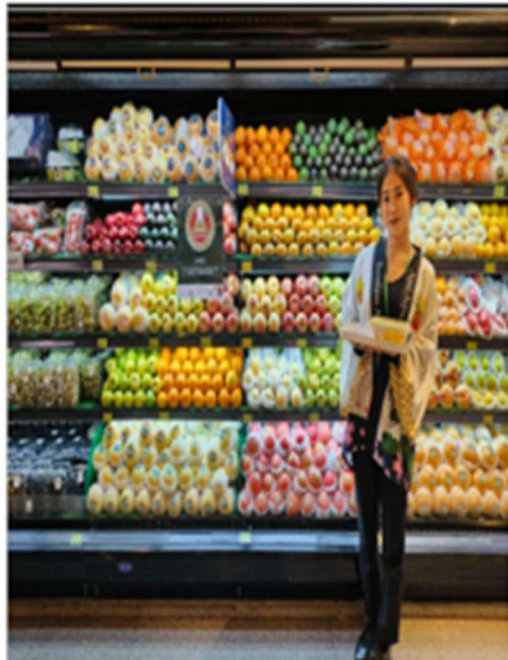
(Ranch Market Pondok Indah 3 店舗)



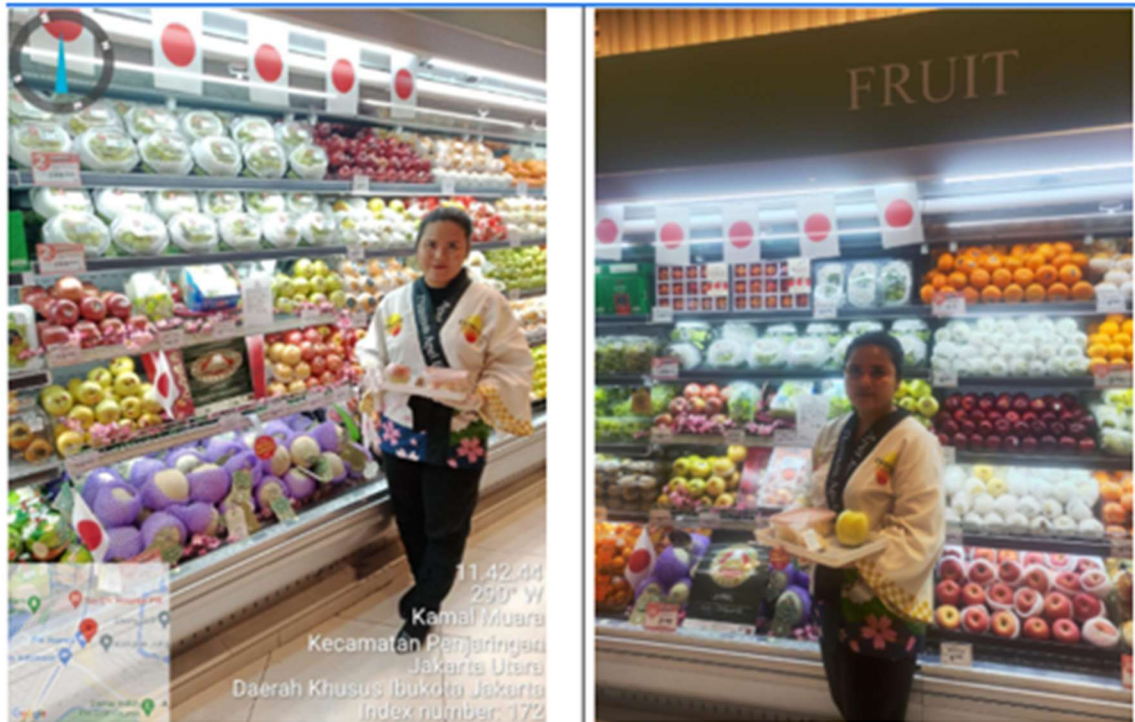
(Ranch Market LOTTE AVENUE 店舗)



(Food Hall Plasa Senayan 店舗)



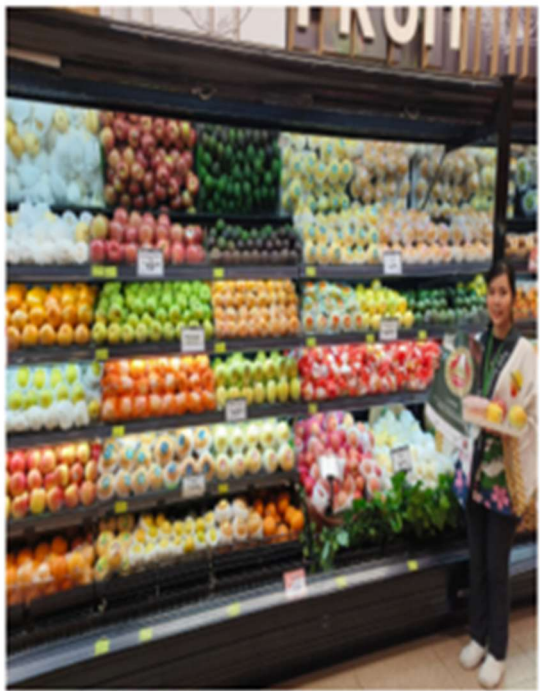
(Food Hall PIK店舗)



("Food Hall Plaza Indonesia 店舗)



(Food Hall Senayan City 店舖)



(Grand Lucky PIK 店舖)



(Grand Lucky BSD 店舖)



(Grand Lucky SCBD 店舖)



(Grand Lucky PURI 店舗)

