

ベトナム・ハノイエリ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	ベトナム（ハノイ）
期日	令和5年1月30日(月)～31日(火)
内容	現地果物店(KLEVER FRUIT)30店舗で青森りんごフェアを実施

<フェアの概況>

○店舗入口に、ポスター等で装飾した青森りんごPR・販売コーナーを設置し、販売員がりんごを試食提供しながら、青森りんごの品質の高さをPRした。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- 本年は旧正月(1/22)後の輸出の可能性を探るため、旧正月後にフェアを開催した。
- 前年は旧正月が2/1のため、前年同期(1/30～1/31が旧正月直前)の売上には満たないが、大きな販売実績が得られ、旧正月後の可能性を確認できた。
- 期間中、最も売れたのが金星で、次いでふじだった。金星はきれいな黄色の見た目が人気で以前から安定した需要があり、ふじは食味の評価が高く、フェアでの試食により売上が伸びた。
- 世界一は、旧正月前には祭壇の飾り付け等に用いられ大変人気だが、旧正月後の売上はふじの1/2程度と伸びなかった。

<課題及び今後の対応等>

- 現地関係者から、日本産りんごは味は良いが軟らかいとの評価が聞かれ、消費者は一般に、軟らかいりんごは鮮度が落ちたものと認識している。
- KLEVER FRUITでは、日本産は完熟させてから収穫しているので味が良く、軟らかいが鮮度が低下しているわけではないと消費者に説明し理解を得ており、今後も、このような情報を積極的に発信していく必要がある。



ベトナム・ホーチミンエリ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	ベトナム（ホーチミンほか）
期日	令和5年1月13日（金）～15日（日）、2月4日（土）～5日（日）、 2月11日（土）～12日（日）、2月18日（土）～19日（日）
内容	スーパーマーケット等16店舗で延べ80日、青森りんごフェアを実施

<フェアの概況>

○ベトナム語のスタンドディスプレイやPOPでりんご売場を装飾し、法被や着物で日本らしさを強調した販売員が試食提供しながら、青森りんごの品質の高さをPRした。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- 本年は旧正月（1/22）後の輸出の可能性を探るため、旧正月直前と旧正月後の週末にフェアを開催した。
- 売上はフェアを行っていない前年同期比で210%と大きく伸びた。旧正月後でも十分な売上を得ることができ手応えを感じた。
- ふじと金星の試食を行い、試食したお客様の約3割が購入に至った。
- 従来、日本産りんごの人気の品種は、むつ、王林、金星、世界一で、他国産のりんごと差別化が難しいジョナゴールドやふじは販売に苦戦する傾向にあったが、試食によりふじの売上を伸ばすことができた。
- スーパーのバイヤーが青森りんごを高く評価し、販売促進に積極的であったことも売上につながった。青森りんごファンのバイヤーを増やしていきたい。

<課題及び今後の対応等>

- ふじが日本発祥の品種であること等を試食等も行いながら一層PRし、他国産との差別化と人気拡大を図っていく。



マレーシアでのりんごプロモーション

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	マレーシア
期日	試食宣伝 令和4年12月17日(土)から令和5年1月22日(日)の毎週末 ECサイトでのサンプル提供 令和4年12月～1月
内容	日系量販店（イオン）3店舗で延べ36日間、青森りんごの試食宣伝を実施 ECサイトを活用した青森りんごのサンプル配布の実施

＜課題及び今後の対応等＞

- 青森りんごの価格に見合った価値を理解してもらうため、引き続き、試食PR等に取り組んでいく必要がある。
- ギフト需要の拡大に向け、発進する情報の充実や、効果の把握方法を検討した上で、ECサイトでのプロモーションを継続する。



＜フェアの概況＞

- ポスター等の資材で装飾したりんご売場で、販売員が試食提供しながら青森りんごの品質の高さをPRした。
- ECサイトで青森りんごを紹介するとともに、高級果物やギフト用果物を購入した顧客延べ1,000名に、青森りんご1個をサンプル配布（プレゼント）した。

＜輸入業者・販売店舗の反応＞

- 量販店では、世界一、王林、ぐんま名月、サンふじ、大紅栄の5品種の試食提供を行った。どの品種も食感・食味とも良好で、特に、王林とぐんま名月が際だって甘いと人気だった。この品質・食味であれば、高めの価格も受け入れられるだろうとの店舗からの評価だった。
- ECサイトでは、プレゼントされる青森りんごが紹介され、多くのギフト用果物購入者に周知することができた。また、商品を受け取った方には青森りんごの美味しさを伝えることができた。

シンガポール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	シンガポール
期日	令和4年12月10日(土)～11日(日)、12月17日(土)～18日(日) 12月24日(土)～25日(日)
内容	日系量販店(DON DON DONKI)4店舗で延べ24日間、青森りんごフェアを実施



＜フェアの概況＞

○青森りんごの品種ごとの特徴を説明するPOP等を売場に掲示し、店舗スタッフが説明や試食提供しながら、青森りんごの品質の高さをPRした。

＜輸入業者・販売店舗の反応＞

- お客様の関心を高めるため、6品種（サンふじ、トキ、彩香、むつ、王林、千秋）を取り揃えて青森りんごの売場面積を広げ、販売した。
- フェア期間中の青森りんごの売上は、前年同期比で271%と大きく増加した。
- 試食提供したサンふじは、甘さや食感が非常に良いと、お客様から高く評価され、購入につながった。
- POPを見て品種ごとの味の違いに関心を示すお客様が多かったが、試食がサンふじのみだったこともあり、売上はサンふじ中心となった。

＜課題及び今後の対応等＞

- 今年度はふじ以外の品種の数量に限りがあったため試食提供を見合わせたが、次年度は複数品種を食べ比べられるようにし、青森りんごへの興味・関心の更なる拡大を図る。



シンガポールの現地系スーパーでのりんごテスト販売

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	シンガポール
期日	令和5年2月9日(木)～12日(日)
内容	現地系スーパー（Giant）3店舗で延べ12日間、青森りんごのテスト販売を実施



<テスト販売の概況>

○他国産りんごも販売されている現地系スーパーマーケットにおいて青森りんごの販売可能性を検証するため、販売員による試食提供等により青森りんごの高い品質をPRしながら、消費者の反応等を確認した。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- ふじ2個入りパック6.75\$、王林2個入りパック7.95\$で販売し、用意した各576パックはテスト販売期間中に完売した。販売の進捗は王林の方が早かった。
- 試食したお客様からは、他のアジア産（中国、韓国）のりんごに比べて、甘く、ジューシーで美味しいとの声が多く聞かれた。
- 単価のやや高い王林のほうがサンふじより販売が早く進んだ理由は、赤系品種は他国産も豊富にある一方、王林は、黄色系で甘みが強いという明確な特徴があったことによると思われる。
- 店舗からは、DONDONDONKI並の値段（3個で9.9ドル）で、複数品種を販売していきたいとの意向が聞かれた。



<課題及び今後の対応等>

- 他国産のりんごを取り扱う現地系スーパーにおいても、青森りんごは十分に消費者に受け入れられることが確認できたことから、現地系スーパーでの販売拡大・PR強化を図っていく。

インドネシアでのりんごプロモーション

<実施概況>

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	インドネシア
期日	令和5年1月12日(木)～20日(金)、1月25日(水)～31日(火)
内容	スーパー等5店舗(Rumah Buah、Total Buah、Jakarta Fruit、All Fresh、Hokky)で延べ35日間、青森りんごフェアを実施

<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。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- 各店舗で、金星、王林、大紅栄、陸奥の4品種を、試食等により味の違いを説明しながら販売した。
- 各品種とも、他国産と比べ食味が優れていると好評だった。
- 旧正月前の贈答シーズンは、各店舗とも販売が順調に進み、フェア実施期間中に完売した。特に金星と大紅栄の大玉は、ギフト向けとして需要が高く、お客様から、来年の旧正月にもまた購入したいとの声があった。

<課題及び今後の対応等>

- フェア期間中は、試食宣伝により、他国産より単価が高い中でも販売が進んだが、青森りんごを食べたことのない消費者にとっては、手を出しづらい価格であることから、多くの方に美味しさを知ってもらう、継続的な取り組みが必要である。
- インドネシアへのりんご輸出に当たっては、現地当局に要求される手続きが煩雑であることに加え、判断基準が不明確で輸入の可否や時期の見通しが立てづらいことが、安定的な輸出や計画的な販売を行う上でのネックとなっている。



フィリピンでのりんごプロモーション

<実施概況>

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	フィリピン
期日	令和4年12月17日(土)～令和5年1月31日(火)
内容	日系スーパー(MITSUKOSHI FRESH)で46日間、青森りんごフェアを実施



<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。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- 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した。
- 最も多く売れた品種はトキで、甘みの強さが評価された。酸味の強い品種は敬遠された。
- 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る。
- フィリピン人スタッフの知識レベルに合わせた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」などの反応をいただいた。



<課題及び今後の対応等>

- 複数品種の食べ比べは、PR・購入動機付けに効果的であり、より糖度が高い品種などを充実させながら、引き続き取り組んで行く。
- 酸味の強い品種については、アレンジレシピの紹介など、生食以外の楽しみ方を提案していく。

ベトナムにおける青森りんごの情報発信

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	ベトナム
期日	令和4年10月～令和5年2月
内容	ベトナムにおける青森りんごの認知度向上を図るため、青森りんごの特徴や産地を紹介するベトナム語版HPを作成するとともに、FaceBook及びYoutubeへの記事・動画の制作・投稿、オンライン新聞への記事掲載、インフルエンサーによる情報発信を実施



＜事業実績・成果＞

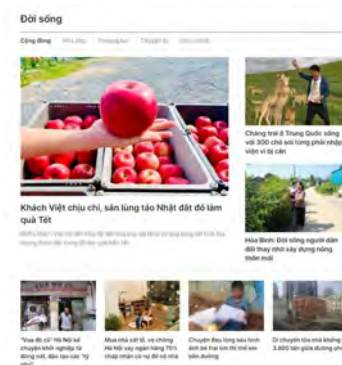
○青森りんごフェイスブック等による情報発信

【記事投稿数】21回
【リーチ数】243,353件
【いいね数】9,232件
【動画再生数】59,863回
【フォロワー数】1,140件



○オンライン新聞への記事掲載による情報発信

【記事閲覧回数】
Dan Tri新聞 7,328回
Thanh Nien新聞 3,893回



○Youtube青森りんごチャンネルによる情報発信

【動画再生回数】
投稿動画 208,000回
30秒広告動画203,489回
6秒広告動画 1,054,386回



○インフルエンサーによる情報発信

・トップインフルエンサー(1名)
【動画再生数】448,900回
【いいね数】39,485件
※TiktokとYoutubeの計
・マイクロインフルエンサー(4名)
【いいね数】9,200件
※facebook4名分の計



マレーシアにおける青森りんごの情報発信

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	マレーシア
期日	令和4年10月～令和5年2月
内容	マレーシアにおける青森りんごの認知度向上を図るため、青森りんごの特徴や産地等を紹介するマレーシア版HPを制作したほか、動画配信やインフルエンサーによる情報発信を実施



＜事業実績・成果＞

○青森りんごウェブサイトによる情報発信

【アクセス数】

916件



○青森りんご紹介動画の制作・配信

【制作動画数】

5本

【動画クリック回数】

3,281回

(Youtube、TikTok、の計)



Unwrap the Taste of Aomori Apple in Malaysia

○インフルエンサーによる情報発信

【インフルエンサー数】

4名

【総フォロワー数】

121,500名

【総いいね数】

2,733件



Unwrap the Secret of the Star in Malaysia



Unwrap the Taste of Aomori Apple in Malaysia (summary)

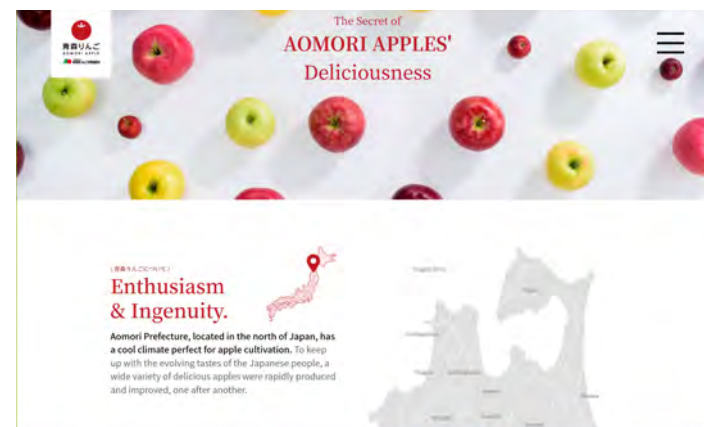


シンガポールにおける青森りんごの情報発信

＜実施概況＞

区分	概要
場所	シンガポール
期日	令和4年10月～令和5年2月
内容	シンガポールにおける青森りんごの認知度向上を図るため、青森りんごの特徴や産地等を紹介する英語版HPを制作したほか、動画配信やインフルエンサーによる情報発信を実施

青森県農林水産物輸出促進協議会

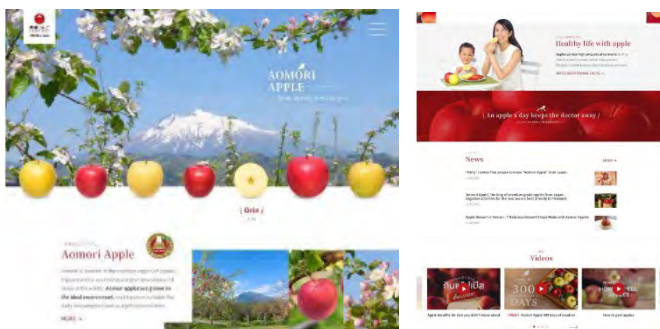


＜事業実績・成果＞

○青森りんごウェブサイトによる情報発信

【アクセス数】

4,285件



○青森りんご紹介動画の制作・配信

【制作動画数】

5本

【動画クリック回数】

8,525回

(Youtube、TikTok、Facebookの計)



Unwrap the Taste of Aomori Apple in Singapore (summary)

○インフルエンサーによる情報発信

【インフルエンサー数】

8名

【総フォロワー数】

90,611名

【総いいね数】

3,165件



○実店舗と連携したデジタル情報の発信



デジタルサイネージ掲示

店舗SNSでの動画紹介

Aomori Products Export Promotion Council



インドネシアにおける青森りんごの情報発信

＜実施概況＞

青森県農林水産物輸出促進協議会

区分	概要
場所	インドネシア
期日	令和4年10月～令和5年2月
内容	インドネシアにおける青森りんごの認知度向上を図るため、青森りんごの特徴や産地等を紹介するインドネシア語版HPを制作したほか、動画配信やインフルエンサーによる情報発信を実施



＜事業実績・成果＞

○青森りんごウェブサイトによる情報発信

【アクセス数】

1,968件



○青森りんご紹介動画の制作・配信

【制作動画数】

5本

【動画クリック回数】

9,600回

(Youtube、TikTok、の計)



Mengungkap Kelezatan Apel Aomori di Indonesia (ringkas)



Mengungkap Kelezatan Apel Aomori di Indonesia

○インフルエンサーによる情報発信

【インフルエンサー数】

2名

【総フォロワー数】

151,700名

【総いいね数】

2,820件



Aomori Products Export Promotion Council

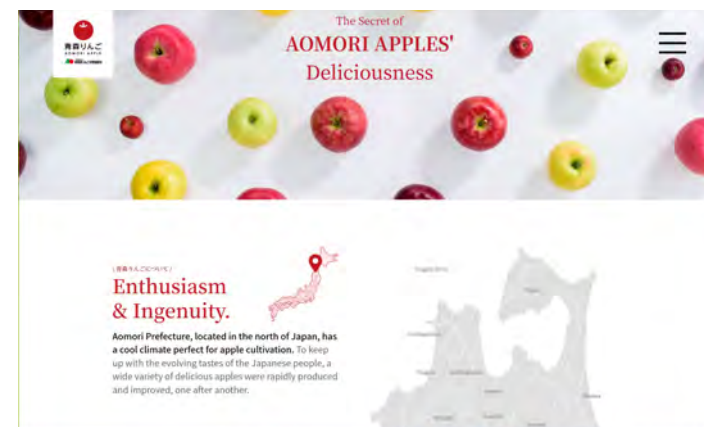


フィリピンにおける青森りんごの情報発信

＜実施概況＞

区分	概要
場所	フィリピン
期日	令和4年10月～令和5年2月
内容	フィリピンにおける青森りんごの認知度向上を図るため、青森りんごの特徴や産地等を紹介する英語版HPを制作したほか、動画配信やインフルエンサーによる情報発信を実施

青森県農林水産物輸出促進協議会

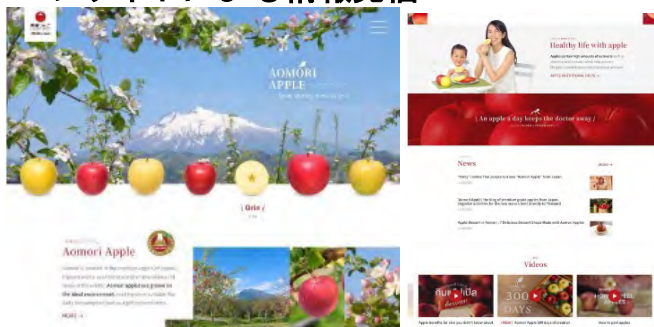


＜事業実績・成果＞

○青森りんごウェブサイトによる情報発信

【アクセス数】

958件



○青森りんご紹介動画の制作・配信

【制作動画数】

5本

【動画クリック回数】

5,120回

(Youtube、TikTok、の計)



Unwrap the Taste of Aomori Apple in Singapore (summary)

○インフルエンサーによる情報発信

【インフルエンサー数】

4名

【総フォロワー数】

46,556名

【総いいね数】

267件



Unwrap the Story of Aomori Apple Journey in Philippines

Aomori Products Export Promotion Council

