

令和3年度補正予算「品目団体輸出力強化緊急支援事業」

実施者名: 日本青果物輸出促進協議会(一般社団法人青森県りんご対策協議会)

実施内容: 台湾におけるりんごの販売促進事業

実施場所: 台湾

区分番号: 4040、4041

内 容: 以下のページの通り

(1) 台湾出荷スタートイベント（試食宣伝会及びオンライン開催）



<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾会場：台北市 大葉高島屋地下1階広場
期 日	2022年10月8日、10月23日
内 容	10月に産地青森と台湾をオンラインで繋ぐPRプロモーションイベント、試食宣伝会を開催。 ・日本産りんご試食会及びりんご模擬収穫体験 ・りんごが当たるクイズ大会等の催し ・テレビ、WEB等のメディアを通じた情報発信 ・（23日）三村青森県知事、ミスりんごによるPR



- ・産地から日本産りんごの出荷スタートをPRしたほか、旬の時期であるトキの良食味で高品質さをPRした。
- ・テレビ及びWEB媒体を通じニュース報道しイベント開催の様子を台湾全土にわたり情報発信しながら、日本産りんごのシーズン到来を伝え購買機運を高めた。



ニュース放映（民視電視）

<https://youtu.be/zPo-Ynvc5dg>
<https://youtu.be/VA5ub0Bz1b0>

(2) 12月台湾集客スペース（百貨店及び日本語授業校）等でのPR



微風南山アトレPR イベント、収穫体験の様子



日本産果物統一資材を活用してPR 試食PRの様子

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾（台北市）…微風南山アトレ、日本語授業校
期 日	2022年12月17日（授業校）、18日（微風アトレ）
内 容	集客スペースである百貨店のイベントスペースにおいてりんご園地を模したりんごの造樹を用い、模擬収穫体験を行うイベントを開催し日本産りんごをPRした。 また日本語授業校においては、青森県知事はじめミスりんご、本会役員が若い年齢層の生徒を中心とした多数の参加者に向けて高品質な日本産りんごをPRし認知度拡大と消費喚起を促した。



若い人を中心とした世代へのPR、配布の様子

(3) 12月大葉高島屋 屋外特設ステージによるPRイベント開催

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	大葉高島屋百貨店
期 日	2022年12月18日
内 容	集客力が高く日本産果実の購買層が多い大葉高島屋において屋外での特設ステージ設置によるPRイベントを開催した。 ・ミスりんごによる青森りんごPR ・試食宣伝会 ・りんごが当たるクイズ大会 ・りんご購入者対象のりんご配布PRなど



ステージイベントの様子 展示スペース日本産果実統一資材活用



屋外特設ステージでのPRイベント、試食宣伝会のほか店内売場での試食会を連動して実施し、りんご購入者対象の配布PRを実施した。

店内でも試食宣伝会を実施 りんご購入者への配布PR

(4) 12月台湾プロモーション 遠東百貨店でのイベント開催及び情報発信



<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾（新竹縣）：遠東百貨竹北店 7階特設会場
期 日	2022年12月17日
内 容	台湾内の百貨店で大きな影響力を持つ遠東百貨店と連携し、春節前の需要期にあわせて産地側キャンペーン隊参加によるプロモーションイベントを開催した。 青森県知事、本会役員及びミスりんごが参加し本格出荷を迎える日本産りんごのPRを行った。 当日は新聞、テレビ、WEBニュース媒体を参集し現地メディアでイベントの様子が報道され台湾全土に向けて情報発信がなされている。



特設りんご併売コーナー（統一資材活用）

PRイベント用 絵文字りんご活用

新聞、テレビ、WEBニュース媒体など約20媒体を参集

報道（抜粋）

民視テレビ：<https://youtu.be/W4wUexlPLMk> 中天WEB：<https://www.ctitv.com.tw/video-advertising/2022/12/11856>

三立ニュース：<https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=1227909> 臺灣生活網：<https://amp.life.tw/?app=view&no=1813059>

臺蘋新聞網<https://tw.nextapple.com/lifestyle/20221218/D6975E45396BECFAD0CE4E530713409B>

(5) 12月台湾プロモーション カルフルでのPRイベント開催



<実施概況>

区 分	概 要
場 所	カルフル新店店
期 日	2022年12月17日
内 容	春節前の最需要期である12月に台湾全土にハイパーマートを展開するカルフルと連携し、青森県知事、ミスりんご及び本会役員によるPRイベントを実施した。 ・ 青森県知事、ミスりんごの日本産りんごPR ・ 試食宣伝会やりんごが当たるクイズ大会



カルフル新店店でのPRイベントの様子（統一資材活用）



三村青森県知事、ミスりんごによるPRの様子



販売コーナーPOP、資材等活用により強力展開



WEBニュース：<https://www.winnews.com.tw/109236/>

(6) CITY SUPER (遠東百貨) での試食宣伝会



<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾（台北市、竹北市、台中市）CITY SUPER 7店舗
期 日	2023年2月25日～28日、3月4日～5日
内 容	近年伸びてきている春節以降の需要を定着させるため、日本産果実の購入層が多いCITY SUPERにおいて、試食宣伝会を実施した。42店舗日 実際に試食提供することで春以降も良食味な青森りんごをPRし消費拡大を図った。 実施店舗：CitySuper復興店、CitySuper天母店、 CitySuper竹北店、CitySuper MegaCity板橋大遠 百店、CitySuper太平洋SOGO新竹BigCity店、 CitySuper TopCity台中大遠百店、 CitySuper遠百信義A13店

- ・2023年の春節は1月22日と早かったこともあり、それ以降の消費が一旦は落ち着くものの、2月中旬から青森りんごの売場をしっかりと継続展開することにより春節以降も台湾からの注文が多く販売できている。
- ・次年度以降も春節以降の需要の定着を図るため、2月～3月の試食宣伝及びメディアを活用した情報発信を重点的に展開することを課題として計画する。



CITY SUPER各店での宣伝会
統一資材を活用したPR



(7) 10月日本産りんご出荷スタート期～春節前までのミアセボン試食宣伝会



<実施概況>

区 分	概 要
場 所	ミアセボン美麗華店、漢神巨蛋店、大葉高島屋店、林口三井店、台北101店、和平店、京站店
期 日	2022年10月8日～2023年1月15日
内 容	10月の日本産りんご出荷スタート期から最需要期である春節前まで台北及び高雄市内ミアセボン大型店で日本産りんご試食宣伝会を開催。

- ・台北市及び高雄市ミアセボン7店舗において日本産りんごの出荷スタートの10月から春節前の1月まで期間を通した試食宣伝会を30店舗日で開催。（営業日換算）
- ・現地マネキン及び日本産果物PR統一資材を活用し大々的にPRした。試食宣伝のほか日本産りんごの鮮度感を訴求する為のイメージを記載した鮮度保持袋を活用し消費者にPRした。
- ・10月は日本産りんご出始めということもあり、注目度も高く店頭に並ぶ商品がほぼ完売するほどの盛況ぶりであった。
- ・長年、出荷スタートの10月から展開することで10月以降の積極的な日本産りんごの売り込みに対し消費喚起を促す取組となっていることから継続的に実施している。

※経営母体の変更により2022年からJASONSブランドがミアセボンとなっている



ミアセボン和平店



日本産果物統一資材を活用してPR



大葉高島屋店



日本産果実偽造防止シール活用



10月からトキを積極的にPR



(8) 10月出荷スタート期～春節以降までのカルフル試食宣伝会

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾全土 カルフル22店舗
期 日	2022年10月12日～25日、12月7日～20日 2023年1月11日～31日（マネキン稼働日）
内 容	台湾内カルフル延べ22店舗×3回（計66店舗） ・現地マネキンを活用した宣伝会 ・日本産果実統一資材活用PR

- ・10月の出荷スタートから買上げ点数アップを図るため複数個で買いやすく鮮度面でもメリットのある鮮度保持袋を活用した販促活動を実施
- ・春節に向けた贈答需要の箱売りのほかばら売りの展開を12月から1月まで引き続き売場で展開し、食味が良く高品質な日本産りんごの家庭用需要の底上げを図った。
- ・9月～3月 同社取扱数量：約556トン（前年比133.8%） 取扱金額：455,853千円（154.4%）



鮮度保持袋を活用し求めやすい価格で複数個買ってもらえるよう積極的な袋販売での展開。



日本産果物統一資材を活用してPR

(9) 10月日本産りんご出荷スタート期～春節前までの楓康超市 試食宣伝会



日本産果物統一資材を活用してPR

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	台湾…台中市近郊 楓康超市6店舗
期 日	2022年10月8日～2023年1月15日
内 容	新竹市、台中市を中心とした楓康超市 6店舗×8日 中科店、竹北光明店、大慶店、南投店、崇徳店、和美店 ・現地マネキンを活用した試食宣伝会 ・日本産果実統一資材活用PR



期間を通じた販売宣伝会の様子 日本果実統一資材の活用



贈答需要 人気の箱売り展開



楓康超市公式SNSページ



- ・台中市を中心に地元密着型で高い支持を得ている楓康超市主要6店舗において、春節前まで現地マネキンによる販売宣伝会を開催。
- ・贈答需要の箱売りを中心に販売が好調。
- ・12月～3月 同社取扱数量：約81トン（前年比105.6％） 取扱金額：79,170千円（108.3％）

(1 1) 10月日本産りんご出荷スタート期～春節前までの大潤發 試食宣伝会



＜実施概況＞

区 分	概 要
場 所	台北市近郊 大潤發 (RT-Mart) 主要店舗
期 日	2022年10月8日～2023年1月日のうち60日間
内 容	10月 南湖店、中和店、碧潭店、忠孝店、湳雅店 ・現地マネキンを活用した日本産りんごPR宣伝会 ・日本産果実統一資材活用PR 12月～1月 南湖店、中和店、碧潭店、忠孝店、湳雅店 ・春節向け箱売りりんごと家庭消費用バラ売り併売 ・現地マネキンを活用した試食宣伝会 ・日本産果実統一資材活用PR



- ・ハイパーマート業態の大潤發 (RT-MART) において、春節前の贈答需要の箱売り販売と家庭消費用のバラ売りりんご販売を日本産果実PR統一資材を活用し大々的に展開した。
- ・12月から実施した試食提供の反応として、2022年日本産りんごの食味に対する消費者の評価は良好。
- ・収穫量が多かったことや為替等の影響により相場が落ち着いたことから、買上点数が伸び前年販売実績 (金額) は2割ほど上回っている。

大潤發各店での試食宣伝会
統一資材、鮮度保持袋を活用したPR

(12) 10月出荷スタート期～春節前までの愛賣マート (a.mart) 試食宣伝会



統一資材や鮮度保持袋を活用して試食会を実施

＜実施概況＞

区 分	概 要
場 所	台湾（台北市、新北市、桃園市、台中市） 愛賣マート主要店舗
期 日	2022年10月8日～2023年1月2日 のうち60日間
内 容	a.mart南雅店、桃園店、景美店、水湳店、 復興店、三重店、永和店、忠孝店、新竹巨 城店、 ・年内の家庭消費用ばら売り販売を中心と した売場展開 ・現地マネキンを活用した試食宣伝会 ・日本産果実統一資材活用PR

- ・トキ32玉～46玉、サンふじ46玉サイズのばら売りを中心に日本産りんご売り込み
- ・今年産トキの香り、糖度について台湾消費者からの評価は高く、売上も10月から年明けまで継続して好調であった。
- ・また、店頭販促活動で使用している日本産りんご統一イメージの袋は非常に消費者に好評であり、次年度以降も継続して提供してほしいとの声があった。
- ・期間を通して取扱金額は前年を2割以上上回っている。

(13) 量販店全聯 (PXマート) と連携したEコマース & 店舗連動施策 (PX-GO活用)



<実施概況>

区 分	概 要
展 開	全聯オンラインショッピングアプリ「PX-GO」
期 日	2022年10月28日～2023年2月2日
内 容	台湾の量販最大手であるPXマートと連携し、PX-GOデリバリーサイトまたは店舗でりんごを購入した発票 (レシート) 登録による抽選キャンペーンを展開した。 ・全聯福利中心公式サイトによる告知 ・PX-GO内青森りんご販売ページへの誘導 ・公式SNSによる告知、バナー広告 ・PX-GO公式アプリでのバナー展開 ・PXマート店舗レジモニター広告 ・本会公式SNS投稿との連動による拡散



PX-GO公式アプリ キャンペーン展開バナー広告

レジモニター
動画



販売期間：2022年10月28日～2023年2月2日

	売上額 (TWD)	売上額 (JPY) 1TWD=4.7円換算	売上数量 (個数)
PX-GOりんご販売	2,576,393	12,109,047	51,758

販売期間中の実店舗とPX-GOのりんご販売実績は前年比166%と大きな成果



店頭ポスター



全聯及び本会公式SNSでの相互情報拡散

(14) メディアを活用した日本産りんご情報発信 テレビCM放映&SNS広告配信



<実施概況>

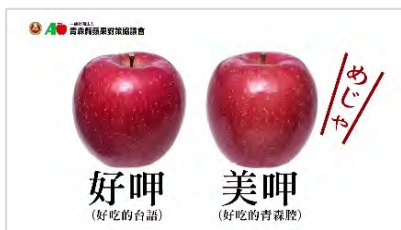


出荷スタート10月はトキバージョンを放映

区 分	概 要
範 囲	台湾全土（テレビ地上波及びニュースチャンネルCM）
期間及び本数	2022年10月12日～12月27日 61本
内 容	日本産りんごの出荷スタートに合わせ、10月～11月中旬はトキCM、11月中旬からはサンふじメインCMをテレビ地上波等を通じ台湾全土に向けてイメージ情報発信を実施した。贈答用の最需要期である春節前の消費拡大を図るため集中的に放映した。 また時期を合わせ本会公式SNSにおいて、動画配信広告を展開した。総リーチ数：297,324件 再生数：144,312回

放映結果

- ・視聴率の高い時間帯を選定し、店頭プロモーションと連動したスケジュールで 販売告知PRを実施したことにより店頭と地上波での両面からイメージ情報発信が図られている。
- ・台湾内で「りんご知事」として知名度が高い青森県知事からストレートで直接的なPRを行うことにより日本産りんごを強く印象づけるCMとなっている。
- ・台湾全土の約900万弱の世帯数に向けて 広く情報投下し大きな集客効果と購買意欲喚起に結び付いている。
- ・同CMを本会公式SNSで広告配信を実施。



販促実施店舗の告知、日本産果実PR統一ロゴを使用



(15) メディアを活用した情報発信PR イベント報道による情報発信

10月出荷スタート時期

- ・大葉高島屋：オンラインイベント、試食宣伝会
民視テレビの取材報道
テレビニュースで台湾全土に4回報道（10/9～10/10）
されたほか、WEBニュース記事でも配信



不過仔細一看，這可不是在蘋果園，而是在百貨公司內，10月份是日本青森蘋果盛產的季節，青森蘋果再度跨海來台舉辦試吃會，今年打頭陣「土岐蘋果」，口感清脆香甜，滿滿一盤現場試吃，瞬間被秒殺。

民眾說，「小朋友其實也滿喜歡吃的，青森的脆口度比較高，甜度剛好，就不會像有些蘋果太甜，對小朋友其實不太好，所以這個滿多家長，我們都有買這種青森蘋果。」

民眾說，「酸酸甜甜的非常好吃，是青色綠色的皮，吃起來也滿好吃的。」

ニュース放映（民視電視）

<https://youtu.be/zPo-Ynvc5dg>
<https://youtu.be/VA5ub0Bz1b0>

12月台湾プロモーション

- ・遠東百貨竹北店PRイベント

テレビニュース等約20社のメディア媒体を参集し台湾全土に春節前の需要拡大に向けた情報発信を行った。



【記者莊益忠／新竹報導】明年農曆春節連日來新竹市將有連日來的清涼氣
候，但由於近日最高溫僅攝氏17度，12月17日（週一）夜間最低僅7.3度
（圖），其中以10月連雨對竹市農田田害最大，由於農田中的農作物均係在攝氏
20°C的溫度下，所以目前尚未成熟。

[illegible]

遠東百貨x日本青森縣 2022「青森蘋果祭」首站竹北遠西香甜多汁登場



世界地圖、海嘯威風凜凜、
四、海嘯巨龍吞食巨船

WEBニュース配信のほか、聯合報や自由時報の大手新聞で報道

報道 (抜粋)

民視テレビ：<https://youtu.be/W4wUexlPLMk>

中天WEB：<https://www.ctitv.com.tw/video-advertising/2022/12/11856>

三立ニュース：<https://www.setn.com/News.aspx?NewsID=1227909>

臺灣生活網：<https://amp.life.tw/?app=view&no=1813059>

臺蘋新聞網：<https://tw.nextapple.com/lifestyle/20221218/D6975E45396BECFAD0CE4E530713409B>

(16) メディアを活用した情報発信 春節以降の需要拡大「自由時報」記事広告等



＜実施概況＞

区 分	概 要
範 囲	台湾全土
期 間	2023年3月3日～
内 容	春節以降の需要拡大施策として新聞、WEB記事により2月以降も美味しい青森りんごを情報発信。 媒体：新聞「自由時報」紙面広告掲載（1/2ページ） 〃：LTN（自由時報WEBニュース）バナー広告 新聞「自由時報」発行部数：70万部（台湾全土） LTN記事インプレッション数：2,731,839件



掲載内容

- ・豊かな自然が生み出す美味しい青森りんご
青森りんごは肥沃な土壌など豊かな自然に囲まれて元気に育ちます。
- ・日本職人精神で高品質なりんごを栽培
徹底的に品質にこだわる日本職人的な精神はりんご生産にもいかに発揮されています。
収穫後は光センサーなどを利用し、りんごの糖度、着色、蜜の量などによって、選果し、最高級のりんごを台湾へ届けます。
- ・最新技術で新鮮なりんごをいつでも
一年中新鮮でおいしい青森りんごが食べられるようにと開発された「CA貯蔵」技術により鮮度とおいしさが長持ち。
- ・LTN掲載記事リンク：<https://market.ltn.com.tw/article/13989>



新聞：自由時報（3/3掲載）
「まだまだ美味しい青森りんご台湾へ真心こめてお届けします」

(17) 店頭活用販促資材の製作、配布、活用

台湾青森りんご友の会との意見交換において、店頭で使用するポスターのほか販促支援ツールとして、日本産りんごであることを一目で伝える統一イメージの袋提供の要望があったことから作成し販促活動に活用している。

本会が実施する台湾全土にわたる店頭試食宣伝会（百貨店及び量販店、スーパーマーケット、ハイパーマーケット等）において共通で展開しながら、日本産果実偽造防止シールをあわせて貼り付ける等活用した。



様々な量販店でそれぞれの価格帯で青森りんごが販売されているが、日本産果実ロゴを使用しフレッシュ感を強調した統一イメージにより、各売場で一目で青森りんごを認知できている。
マネキンによる取組と偽造防止シールをあわせて活用できまとめ売りや1人あたりの販売点数アップにも貢献している。



日本産果実統一ロゴをデザインに使用