令和２年度日本産農林水産物・食品海外販路開拓緊急支援事業
―コロナ禍に対応した販売促進の実施―

2021 年 3 月 24 日

Wismettac フーズ株式会社

輸出カンパニー作成

■事業概要

日本産りんごの販売促進として、コロナ禍による外出制限や人の流れの制限などによる購買意欲の低下を打開すべく、消費の促進を目的とした販売促進を実施した。コロナ前まで行っていた試食販売が、量販店から受け入れられない状況となり新たな取り組みとして、試食販売予定であった販売店における特設棚の設置や現地ニーズに対応した詰め替え袋の使用及び新聞広告を実施した。

■特設棚設置による販売促進

当初予定では、試食による販売促進事業の実施を想定していたが、コロナ状況で試食販売実施が許可されなかった事から量販店内に販売促進資材を用いた特設棚を設置し、商品＝日本産りんごが定期的に消費者の目に触れることで購買意思決定の選択肢に入る事を期待した。消費者に対してより印象に残る様に弊社独自ブランドである SUGOI ブランドの HB である“Lucky SUGOI”をモチーフとした棚作りを実施した。

※直接的な販売促進の為、販売推進員による推奨販売を合わせて実施した。

・実施期間:

2020 年 12 月 5 日～2021 年 1 月 24 日

※各週土曜日、日曜日 (2 日間/週) に特設販売棚を設置

・実施店舗数:

シンガポール大手量販店 NTUC Fair Price　8 店舗

・現地ニーズに対応したりんご詰め替え袋:

　コロナによる風評的な懸念もあり、量販店では袋に入って販売されていない商品に対して感染の不安から敬遠される傾向にあった。その為、通常玉売りが主体であったりんごの販売方法を見直し、3 個入りの袋形態の販売を実施した。袋に入れる事でコロナの感染を懸念される消費者に対して、購買意欲を促すことに成功した。

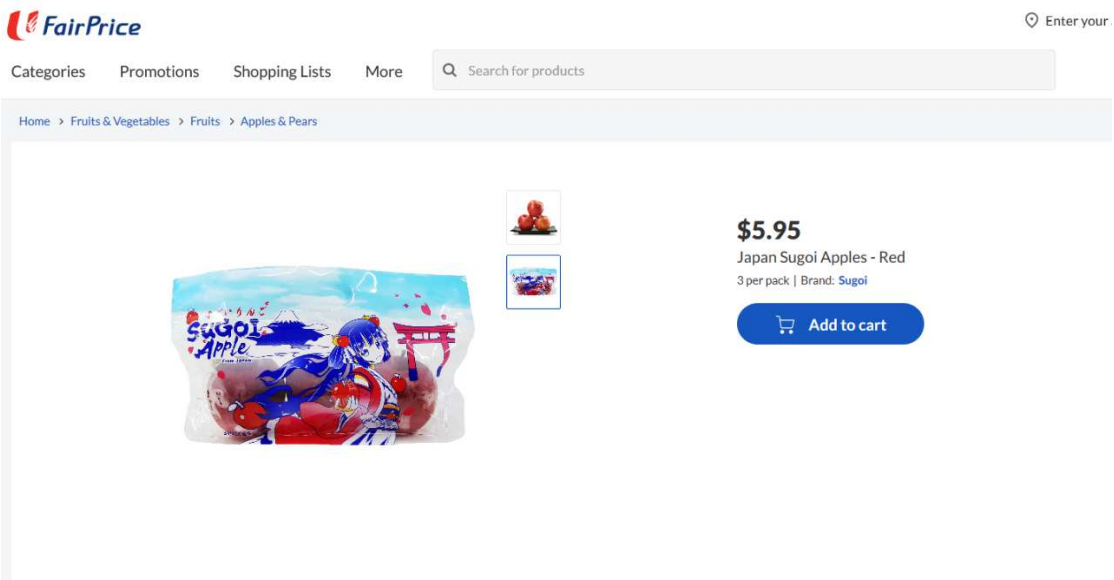
■新聞広告及び EC サイトによる販売促進

　コロナ禍で店舗への来店者が減少傾向にある中で、広範囲の消費者に向けた新聞広告による販売促進実施した。また、クロスメディアマーケティングとして新聞広告に量販店のオンラインページへアクセス出来る URL を掲載し、店頭販売のみの販促ではなくオンライン上での販売量増加も併せて期待した。

・実施期間：

2020 年 12 月 31 日、2021 年 2 月 25 日

※12 月発行新聞広告



※新聞広告内の QR コードをスキャンすると FairPrice のオンライン販売サイトへ繋がる。上記はオンライン販売サイト内りんご販売ページ。

以上