

ベトナムでのりんごプロモーション

<実施概況>

日本青果物輸出促進協議会（青森県農林水産物輸出促進協議会）

①プロモーション概要

区分	概要
場所	ベトナム
期日	令和4年1月4日(火)～令和4年1月6日(木)
内容	現地果物店(KLEVER FRUIT)50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りんごPRコーナーを設置し、販売員が青森りんごを試食提供しながら、PR・販売した。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- フェアを通じて多くの消費者が青森りんごを試食し、その良さを理解してもらった結果、期間中の販売数量は前年175%に増加した。
- 多くの消費者が、青森りんごのサイズ・色合い・食味に高い評価をしていた。特に金星は目新しいラインナップで、色合い・食味が良く、かつ香りが良いとの評価があった。
- ふじはベトナムで馴染のある品種で消費は安定的だが、フェアでのPRによりテト前のギフト需要を取り込むことができ、売上が大きく伸びた。

<課題及び今後の対応等>

- アメリカ、韓国、中国などから、新しいフレーバーの品種で競合的な価格のりんごが入ってきているほか、りんご以外の海外のフルーツも紹介され、消費者の選択肢が増えてきており、これらとの競合が課題。
- 青森りんごは、他国産にはない品種の多様性、大きさ、色目、食味、香りが特徴であり、今後も試食等を通じて引き続きPRしていくことが、他国産と差別し販売していく上で重要である。



写真：クレバーフルーツでの青森りんごフェア

シンガポールでのりんごプロモーション

<実施概況>

日本青果物輸出促進協議会（青森県農林水産物輸出促進協議会）

①プロモーション概要

区分	概要
場所	シンガポール
期日	令和4年2月1日(火)～令和4年2月15日(火)
内容	日系量販店(DON DON DONKI)3店舗で青森りんごフェアを実施

<フェアの概況>

○青森りんごを7品種取り揃えて陳列し、ポスター等の資材で装飾したりんご売場を設置した。また、品種ごとの特性を示したPOPを作成するとともに、3個購入すると1個プレゼントするお試しまとめ買い企画を実施しながら、青森りんごのPR及び販売を行った。

<輸入業者・販売店舗の反応>

○売場ではPOPに各品種の甘さ、酸味、硬さをそれぞれ5段階表示し、試食が出来ない中で品種による味の違いをPRした。POP掲示とまとめ買い企画により、お客様に青森りんごの食味や品質を更に広く知っていただいたと感じており、リピート購入も多く見られた。

○フェア実施店舗だけでなく、フェアの反響を見た他の店舗からも、今回のようなフェアを実施したいとの要望が出ている。

<課題及び今後の対応等>

○店内での試食が可能になれば、多品種を取りそろえることのPR効果も一層高まり、更なる販売拡大につながる事が期待できる。

○リピート客の声から、認知度の高いふじとジョナゴールド以外の品種も、認知度が高まれば人気・売上げが伸びることが期待できることから、試食出来ない場合でも、POP掲示の改善やSNSでの情報発信などPR方法を検討していく必要がある。



写真：DON DON DONKIでの青森りんごフェア

マレーシアでのりんごプロモーション

<実施概況>

日本青果物輸出促進協議会（青森県農林水産物輸出促進協議会）

①プロモーション概要

区分	概要
場所	マレーシア
期日	令和4年2月10日(木)～令和3年2月14日(月)
内容	日系量販店（イオン）5店舗で青森りんごフェアを実施

<フェアの概況>

○青森りんごポスター等の資材で装飾したりんご売場で、あらかじめ食べやすい大きさにカットしてジップバッグに入れた試食用りんごを販売員がお客様に渡しながらか、青森りんごをPR・販売した。

<輸入業者・販売店舗の反応>

- 新型コロナウイルス感染症対策で施設内での飲食が禁止され、試食品を配布する形となったが、旧正月後でも販売が伸び、販促効果があった。
- 青森りんごを知っているお客様からは、味や色、形、大きさ、すべて優れていると評価されている一方、全体としては、「日本産りんごを食べたことが無い」、「日本のりんごがあることを初めて知った」というお客様が依然として多い。

<課題及び今後の対応等>

- 青森りんごの認知度はまだ低く、他国産とは価格差もあることから、価格に見合う高品質・良食味なりんごとのブランドイメージの定着に引き続き取り組んで行く必要がある。
- 輸入業者・販売店舗から、安い価格帯のりんごも販売することが販売拡大に有効との意見があるが、ブランドイメージを損ねないよう慎重な対応が必要。



写真：イオンでの青森りんごフェア