

令和4年度予算「大手量販店などにおける販売促進活動」
タイ国内における日本産りんご販促事業

事業実施者名：日本青果物輸出促進協議会

事業内容：タイにおける青果物の販売促進事業

実施場所：大手量販店でのプロモーション

実施期間：2024年2月1日～2月20日

事業概要

- 事業実施者：Wismettacフーズ株式会社
- 実施対象国：タイ
- 事業対象品：日本産りんご
- 事業目的：
日本産を押し出した棚を作り、実際に現地量販店で試食してもらう事で、
日本産りんごの見た目、食味、香りを知ってもらう。
- 事業委託先：MF Concept タイ国内のプロモーション会社

事業概要

PR概要に関して

委託先業者の協力の下、インドネシア大手量販店にて試食イベントにて販売促進を実施した。

1. 実施店舗
Makro

Report for Sugoi apple sampling at Makro year 2024



By MF Concepts Co., Ltd.
kusuma@mfconcepts.com

Sugoi りんごの **MAKRO**店頭での試供活動

新店舗グランドオープン時

- 地域の新規顧客にSugoi Japanese Appleの紹介
- **フィードバック:**多くの顧客は本物の黄色い日本のりんごを見たり、味わうことを楽しんでいた。

大型店舗

- 売上向上とブランド認知度強化
- **フィードバック:**高い売上と、試供活動に対する顧客の反応は良かった。試供活動は顧客に購買意欲を与え、ブランドを再認識させた。

改装オープン時

- Macro が大規模な店舗改装を多く店舗で行ったため、顧客にスゴイりんごを再度紹介し、売上を伸ばす。
- **フィードバック:**顧客はSugoi りんごの大きな展示エリアと大玉りんごを楽しんだ。

周年記念時

- 店舗の周年イベントにともなう試供活動。通常、店舗は周年記念イベントで集客を増やす。
- **フィードバック:**通常よりも高い売上が期待でき、ブランドの認知度も高まる。



顧客の感想

味	甘みと香りが主な特徴で、顧客はこの2つを気に入っている。
外見	黄色いリンゴは傷が目立ちやすい顧客の中には理解してくれる人もいれば、そうでない人もいる。傷のあるリンゴは、しばしば取り残され、縮んでいく。
触感	全体的にあまり好意的ではなかった。今年は食感について、お褒めの言葉よりも不満の方が多かった。しかし、店舗に到着してみると、その質感はまだ許容範囲内だった。
価格	価格帯は昨シーズンよりやや高かった。昨年の価格を覚えている顧客も多かった。価格上昇に関する声多数。
試供	日本のリンゴを試食できて満足していた。ほとんどの顧客はプロモーターが品種を説明し、質問に答えることに満足していた。
展示と梱包	顧客は袋売りのSUGOIリンゴを認知した。多くの店舗で、陳列エリアは良好だった。



บดินทร์



Bodindecha store

「フードサービス」業態の店舗。店舗面積はやや小さい。有名な学校の近くということもあり、平日の方がお客さんが多い。

ターゲット層:ティーンエイジャー、子供のいる家族

Nakorn-in Store

バンコクの西に位置する大型店。日本のリンゴのリピーターが多い。陳列スペースが広い。週末は混雑する。

ターゲット層: 家族、ヤングプロフェッショナル, 中高所得層



sugoi แมคโค
เมืองทอง



Muangthong tani store

Muangthongtaniの大型展示場内にある、かなり新しい店舗。Muangthongtaniの町の中の素敵なコミュニティモール内のフードサービス形式店。

ターゲット層： 出展者、ホテル、レストラン、カフェ、家族

Chonburi store

チョンブリ店はタイ東部のチョンブリ県にある大型店。店舗は大改装中だった。グランドオープンの際に試供を行った。売上も好調で大成功だった。

ターゲット:中高所得層、家族.





Pinklao store

グランドオープンの新店舗。オープニング・ウィークに試供を行った。Sugoiリングを地域のお客様に紹介する良い機会となった。

ターゲット層: 家族

Sugoiแม็คโคร

Srinakarin Store

Srinakarinはタイでも有数のMacro店舗。大改装中だった。試供は、店のグランド・オープン中に行われ、全体的に大きな売上で大成功を収めた。

ターゲット層: 家族, タイ人、非タイ居住者。





。い24

Ramkamhaeng24 store

フードサービスの店舗。店舗面積はやや小さいが、店舗レイアウトは素晴らしかった。青果売り場はレジの近くがあり、流れが良く、売上も好調だった。

ターゲット層: 家族, ワーキングママ。

Ladprao store

adprao店は、その大きなフォーマットで最も混雑している店舗の一つ。この地域の顧客層は高所得化しており、Sugoiりんごは彼らにぴったりの商品だ。

顧客層: 中間～高所得層家族、ホテル、外食、カフェ



Udon2 store

ウドンタニ県（バンレアム地区）2号店。ウドンタニ県は、タイ北東部の中でも非常に大きく、ポテンシャルの高い県。グランドオープンウィークに試供を行った。

ターゲット層: 家族、ホテル、レストラン、カフェ。





Sugoi สุราษ

Suratthani Store

タイ南部のスラタニ県にある店舗。この地域のタイ人だけでなく、ホテルや観光業を営む人たちにもポテンシャルのあるお店。

ターゲット層: 家族, ホテル、レストラン、カフェ、観光客



รามอิน

Ramintra store

รามินตรา店はバンコクの北東に位置する大型店。品揃えも豊富です。すでにSugoi リンゴのリピーターがいる。

ターゲット層: ホテル、レストラン、カフェ、家族.

Salaya store

フードサービス業態店舗で、最も大規模な大学の近くに位置している。また、この地域は人口が増加している地域でもある。顧客はより多くの商品情報を求めていた。

ターゲット層: 大学生、家族



พรีดิตรวม



Praditmanootham Store

この店は高所得者層が多く、高級スーパーが立ち並ぶ地域にある。Sugoiリンゴは、最も人気があり、認知されている果物の一つである。

ターゲット層: 高所得家族



Chaingmai2 store

タイ北部のチェーンマイ県にある2号店。大改装後の再グランドオープン時に試供を行った。人通りの多い店舗で、売れ行きも好調。

ターゲット層: ホテル、レストラン、カフェ、家族、観光客

Nakornsawan Store

タイ北部のナコンサワン県にオープンした新しい店舗。同県では2店舗目となる。客入りは上々。ほとんどがタイ系中国人。

ターゲット層: 家族、ホテル、レストラン



SUGOI แมคโคร



Chaingmai store

チェンマイ県最大のMacro店。
北部最大の有名県。リピーター
の多い大型店。

ターゲット層: 高所得家族、ホ
テル、カフェレストラン、観光
客

Bangbon store

バンコク南部で最も大きな店のひとつ。トンブリー地区では、バンボン店は長年親しまれてきた。Sugoiリングはこの店で好評だった。

ターゲット層: 家族、ホテル、カフェ、レストラン



Pattaya store

ここは有名なパタヤで最も大きく、最も人通りの多い店。HoReCaはこのエリアでは巨大で、観光客も増えている。Sugoiリンゴをはじめ、全体的に売り上げが好調だ。

ターゲット層: ホテル、カフェ、レストラン、家族、ヤングプロフェッショナル、中高所得層、外国人、観光客。



Many thanks

We welcome any questions at:
kusuma@mfconcepts.com

