

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: 香港におけるりんごの販売促進事業

実施場所: 香港

区分番号: 4043、4044

内 容: 以下のページの通り



(1) 12月～2月販促プロモーション (TASTE、GREAT、THREE SIXTY、WELLCOME)

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 TASTE 3店舗、GREAT 1店舗 THREE SIXTY 1店舗、WELLCOME 1店舗
期 日	2022年12月30日～2023年2月26日
内 容	Taste等の6店舗において、週末27日間（一部10日間）にわたり春節前の贈答需要期から春節以降まで現地マネキン、日本産果物統一資材を活用し試食宣伝会を実施した。 【実施店舗】 ・ TASTE (Festival Walk、City Gate、Ma On Shan) ・ GREAT Adminarty店 ・ THREE SIXTY Element店 ・ WELLCOME Causeway Bay店

- ・ 12月末～1月の春節前から春節以降まで高級スーパーTASTE、GREAT等において、王林を主体に売場展開し販促活動を実施
- ・ 赤系品種のシナノスイートは台湾で引き合いが強く、価格が高騰し売込み難い状況が続いたが、赤系品種の認知度（リピート）は着実に浸透してきている。



THREE SIXTY



TASTE Ma On Shan店



TASTE Festival Walk店



GREAT



WELLCOME



日本産果物統一資材を活用してPR

TASTE City Gate店

(2) 12月YATA、1月イオン香港 試食宣伝プロモーション (WEBキャンペーン連動)

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 YATA、イオン香港
期 日	2022年12月23日～25日 (YATA) 2023年1月13日～21日 (イオン)
内 容	香港市内のYATA及びイオン主要店舗にて現地マネキン、日本産果実統一資材を活用した試食宣伝会のほか、SNSキャンペーンと連動し売場からQRコードを記載したPOP、チラシ等の配布により参加者誘因と情報発信。



日本産果物統一資材活用



贈答用高単価商品の売り込み



公式SNSと店頭から情報発信 (WEBキャンペーンと店舗連動)



(3) 2月春節以降のCITY SUPER PRイベント、試食宣伝プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 CITY SUPER 4店舗
期 日	PRイベント：2023年2月5日 試食宣伝会：2023年2月4日～5日、11日～12日、18日～19日、25日～26日
内 容	CITY SUPERタイムズスクエア店でのPRイベント ・青森県知事、ミスりんご、本会役員による日本産りんごPR ・りんごが当たるクイズ大会など CITY SUPERでの日本産りんご試食宣伝会 タイムズスクエア店、ハーバーシティ店、ニュータウンプラザ店、 IFCモール店（4店舗 各2日間実施） ・春節以降の需要拡大に向けた日本産りんご試食宣伝会 ・鮮度保持袋等のノベルティグッズを活用しPR

- ・高単価商品の購買力が高いCITY SUPERにおいて、春節以降の需要拡大のため現地マネキンを活用した試食会を展開
- ・日本産りんご品質の高さは香港内で既に定着した認識であり、贈答需要期を過ぎた春節以降も安定的な注文があり引き合いが強い
- ・香港全体の経済力の高さが購買力に結び付いている向きもある



各店の試食宣伝会の様子



タイムズスクエア店 PRイベント



(4) 12月イオン香港オンラインイベント & 試食宣伝会 プロモーション展開

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港市内 イオン香港5店舗
期 日	PRイベント：2022年12月10日（オンラインイベント） 試食宣伝会：2022年12月9日～11日、16日～18日
内 容	イオン香港康山店でのオンラインPRイベント ・産地からミスりんごらによる日本産りんごPR ・日本産りんごが当たるクイズ大会など イオン香港での日本産りんご試食宣伝会 康山店、黄埔店、荃灣店、屯門店、將軍澳店 (5店舗×6日) ・需要期に向けた日本産りんご試食宣伝会 ・鮮度保持袋等のノベルティグッズを活用しPR

- ・日系スーパーであるイオン香港において、12月に黄色りんごを主体とした試食会を実施。
(現地マネキン及び鮮度保持袋などのPRノベルティグッズ活用)

- ・人気の黄色品種のほか赤系りんごの併売により主力品種ふじの良食味の認知度拡大で赤系りんごファン層の拡充を実施。



12/10
産地と香港を繋いだ
オンラインステージ
イベント開催



イオン香港康山店



イオン香港屯門店 統一資材活用

(5) 2月イオン香港PRステージイベント & 試食宣伝会 プロモーション展開

＜実施概況＞

区 分	概 要
場 所	香港市内 イオン香港5店舗
期 日	PRイベント：2023年2月5日（PRステージイベント） 試食宣伝会：2023年2月3日～5日（試食宣伝会）
内 容	イオン香港康山店での春節以降のPRステージイベント ・青森県知事、ミスりんご、本会役員の日本産りんごPR ・日本産りんごが当たるクイズ大会など イオン香港での日本産りんご試食宣伝会 康山店、黄埔店、荃灣店、屯門店、油塘店、將軍澳店（6店舗×3日） ・春節以降の需要拡大に向けた日本産りんご試食宣伝会 ・鮮度保持袋等のノベルティグッズを活用しPR



ステージイベントの様子



イオン香港將軍澳店



イオン香港油塘店 統一資材活用



(6) 香港果菜市场 果専店での販促プロモーション

<実施概況>

区 分	概 要
場 所	香港 志生果欄 (油麻地香港卸市場内)
期 日	2022年11月12日、19日、12月3日、17日※日本産りんご販売は1月以降も継続して実施
内 容	果専店での日本産りんご試食宣伝会 香港内の地元民が購入する果物市場 (油麻地市場) 内の果物専門店での試食販促活動 ・6Pパック売込み、青森りんごオリジナルパッケージ展開によるPR ・スターカット (食べ方提案: 皮ごと食べる→ノーワックス安心安全) 情報提供 ・日本産果物統一資材の活用 ・SNSでの情報発信 ※期間計の販売 (取扱) 実績: 1,012カートン (うちトキが320カートン)



日本産果物統一資材の活用



香港市民の果物購入の支持が高い果菜市场



オリジナルパッケージ、SNS情報発信





(7) メディアを活用した情報発信 SNSでの日本産りんご情報発信

<実施概況>

区 分	概 要
範 囲	香港全域に向けた情報発信（WEB上） 及び量販店店頭での情報発信と連動
期 日	2022年12月23日～2023年1月30日（SNS投稿CP）
内 容	香港での日本産りんご販売に合わせたメディア（WEB ニュース媒体、SNS等）での情報発信 ・ SNS（Facebook）を活用した投稿キャンペーン展開 ・ 日本情報誌「GO！JAPAN」SNSでの情報発信 ・ 公式ページでの継続的な情報発信 ・ 他店舗（ベーカリー）との連携による情報拡散

店頭プロモーションとの連動

キャンペーン開催期間にあ
わせ実店舗でのプロモ
ーションの際にマネキンによ
るチラシ配布によるキャン
ペーン誘導を実施（YATA、
イオン）



他業種との連携による情報発信
日系企業ベーカリードンクでの
「青森蘋果フェア」展開に絡めた
情報発信（SNS、店頭）



記事リンク：

<https://hongkong.keizai.biz/headline/1988/>



SNS投稿キャンペーン



日本情報発信「GO！JAPAN」 公式SNSでの情報拡散

記事リンク：

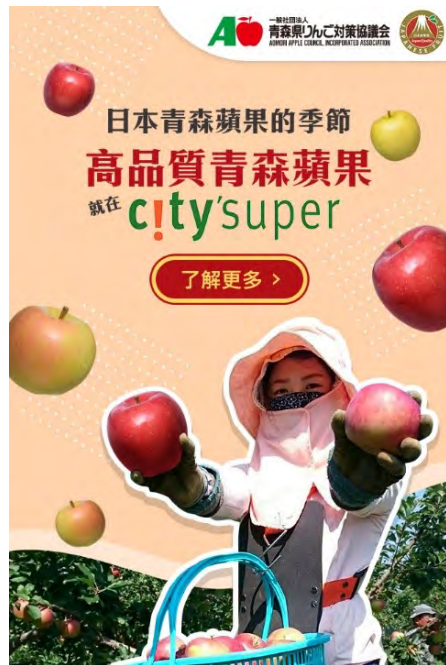
<https://www.facebook.com/gojptime/posts/5777812572301820>



青森りんごに関する思い出や過去に青森に旅行した体験などについて
投稿され、キャンペーン期間を通じりんごの魅力についてSNSで情報発信
されている。

キャンペーン参加リンク：<https://www.facebook.com/aomori.seasons/posts/pfbid0YAPuuUGAieXNoWBTRnH8Tc7VQhJoPbni711KfAD6YjVDBX5nLaFoSUKxDEPQkcLWI>

(8) デジタルターゲティング広告VPONを活用した情報発信 CITY SUPER販促と連動

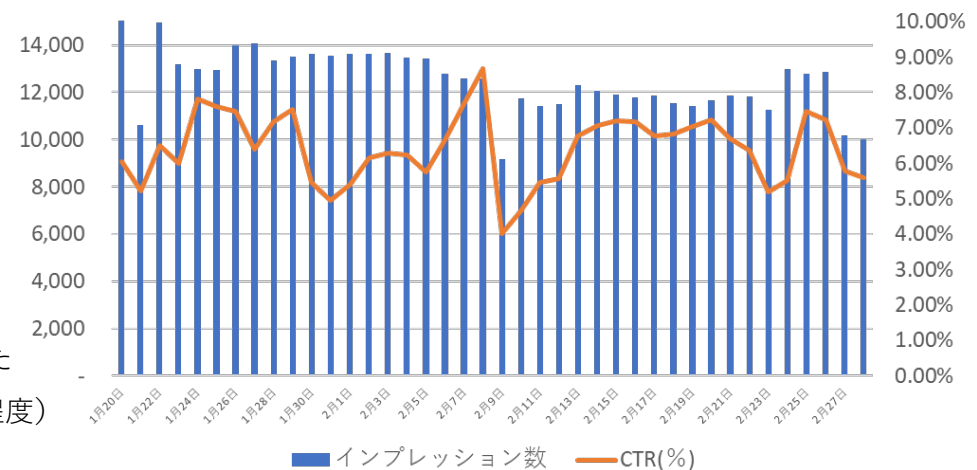


<実施概況>

区 分	概 要
範 囲	香港内りんご（果物）購入者に近い人を対象としたセグメント設定によるターゲット広告（CITY SUPER付近、果物購入層に絞り込み）
期 日	2023年1月20日～2023年2月28日 （CITY SUPER販促期間に合わせて実施）
内 容	VPON活用によるシティスーパー利用者や果物購買層を抽出した消費者層に絞り込んだバナー広告展開を実施した。 販促期間にあわせ1か月程度の展開であったが、売場と連動したことにより、より高い効果でPR訴求し販売告知をおこなった。

imp数	click数	CTR(%)
250,378	17,044	6.81%

imp数	click数	CTR(%)
249,292	15,141	6.07%



- ・期間を通して安定した表示数（imp数）とクリック率（CTR）を獲得
- ・クリック率は6.44%と非常に高い水準となり日本産りんごの認知度とターゲットとした「香港シティスーパーを訪れた方」セグメントが需要が合致している。（平均4%程度）