

# 2023年度の台湾における ホタテ・ブリ（ハマチ）・タイのプロモーション取り組み方針

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

水産物チーム

2023年5月

## 取り組み方針

「日本産水産物」というブランドイメージを活用することで、3魚種全ての認知～喫食意向の底上げを図り、あわせて魚種ごとの特長訴求並びに喫食の動機付けを行うことで、喫食頻度の増加を促す



「日本産水産物」

個々のUSP訴求



日本産の水産物は良い



ホタテ・ブリ・タイを食べよう



## 施策の方向性

### - 「日本産水産物」ブランドの活用

ホタテ・ブリ・タイを含む「日本産水産物」というカテゴリー全体のブランドを構築し、それに対して消費者が持つポジティブなイメージを強化・浸透させることで、個々の魚種への興味・喫食意向を向上させる



### 「日本産水産物」の良さ



## 施策の方向性

### - 新コンセプトの開発

台湾の消費者に対して、「日本産水産物」ブランドが効果的に伝わるコンセプトを開発する

【2022年度に提示したコンセプト】

【2023年度】



「順風満帆」  
としてのホタテ



「立身出世」  
としてのブリ(ハマチ)



「健康長寿・長寿富貴」  
としてのタイ



「日本産水産物」ブランドを  
効果的に伝達するコンセプト

## 施策の方向性

### - 店外でのコミュニケーション施策の実施

オウンドメディア・ペイドメディア・アードメディアを組み合わせ、「日本産水産物」ブランドを傘とした対象魚種のコミュニケーション施策を実施することで、認知拡大～喫食意向向上を図る

認知

興味

喫食意向

「日本産水産物」の良さ



ホタテ・ブリ・タイのUSP



# 施策の方向性

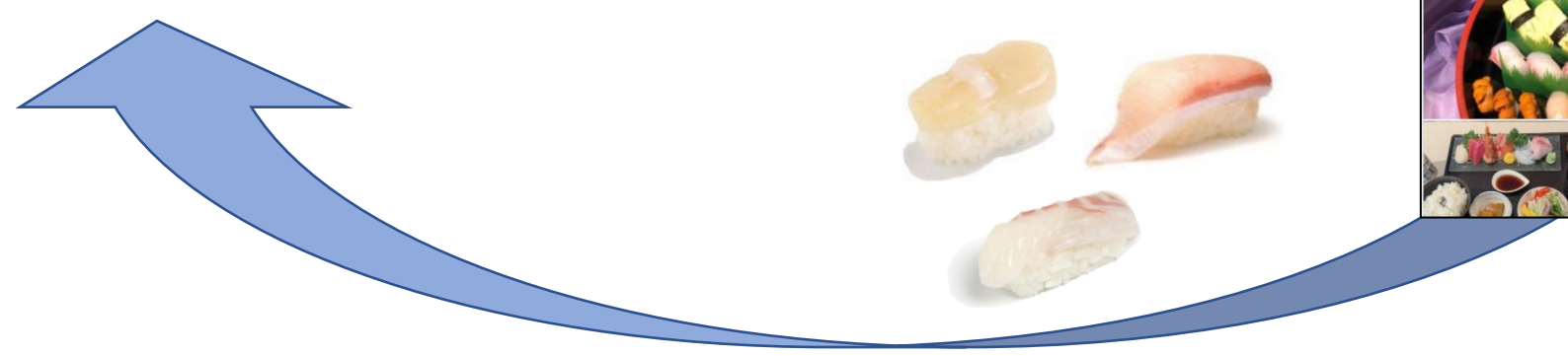
## - 店舗施策の実施

「日本産水産物」ブランドイメージを傘として継続させながら、外食店舗を中心とした協業を通じて対象魚種の喫食に繋げると同時に、情報を拡散させることで更なる認知拡大に還元させる



「日本産水産物」の良さ

ホタテ・ブリ・タイのUSP



## 施策の方向性

### - スケジュール（暫定）

春節期に限定せず、プロモーション実施時期を模索する

	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
コミュニケーション 施策										
店舗施策										

コンセプト等  
開発・準備

各店舗の事情に合わせて、販売促進が可能な時期
➔

各店舗の事情に合わせて、販売促進が可能な時期
➔

※2024年  
春節：2月10日

