



JFOODO

2022年度 米国における 日本産ブリのプロモーション報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2023年5月

取り組み方針

将来的な需要創出のため、魚食のトレンドに乗り、日本産ブリは「魚の国・日本が贈る、おいしくて健康に良い魚」であるというコンセプトを呈示することで、新たな選択肢としての日本産ブリの認知・理解の向上を図りました

【認知・理解向上までの訴求ステップ】

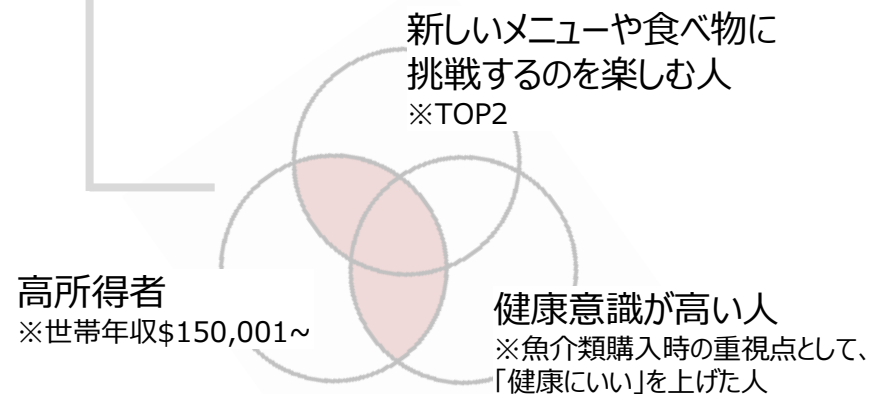


ターゲット

カリフォルニア州・ニューヨーク州に生活圏をもつ、高所得で、健康意識が高く、新しいメニューや食べ物に挑戦するのを楽しむような消費者をターゲットにプロモーションを実施しました

約 47,369 千人 × 約 16 % = 約 7,579 千人

※カリフォルニア州、ニューヨーク州、
ニュージャージー州、コネチカット州の
15-64歳人口



<メインターゲット>

Pescatarian / Flexitarian

食べ飽きたサーモンに代わる魚として訴求

<サブターゲット>

Meat Eater (肉も魚も食べる人)

食べ応えがあり、かつ健康に良い魚として訴求

重点領域

非日本食レストランをターゲットとし、メインディッシュである加熱メニューの開発を行いました

	日本食レストラン	非日本食レストラン
加熱	グリル、照り焼き、 ブリ大根	グリル、 アクアパッツァ
生食	寿司、刺身	カルパッチョ、タルタル、 ポキ丼

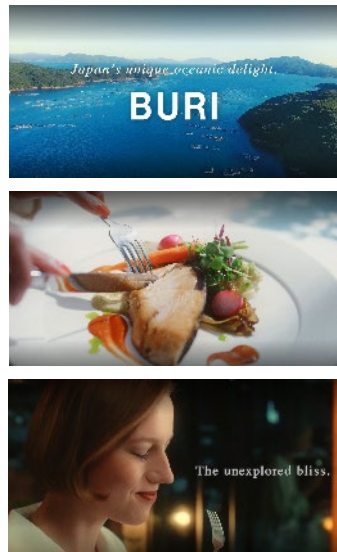
← 2022年度の重点領域

消費者向け施策

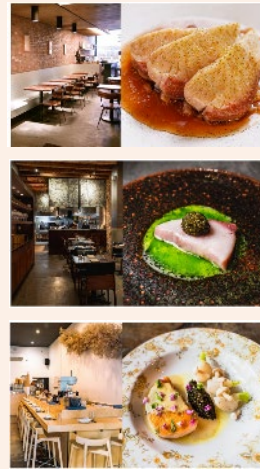
認知及び興味を喚起する動画コンテンツを制作・広告投下すると同時に、日本産ブリの価値を上げるための各施策を展開しました

日本産ブリの認知を上げる

日本産ブリの価値を上げる



ブリの加熱メニュー
開発



10店舗での提供



ニューヨーク、ロサンゼルス合計10店舗にてプロモーションを実施、情報発信

業界紙での拡散



インフルエンサー
による拡散



業界関係者向け施策

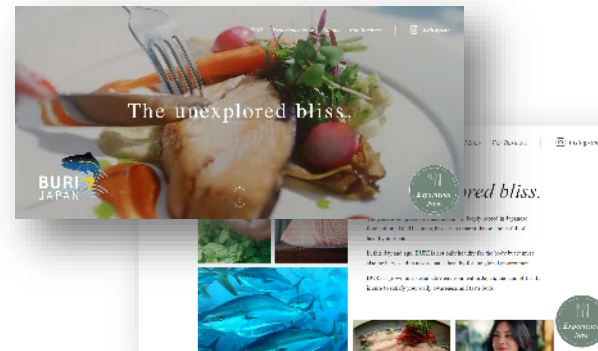
業界向けメディア及びガイドブックを活用して、日本産ブリの魅力や取り扱い店舗の紹介、日本産ブリメニュー導入の経済的メリット等を伝達し、レストランでの取扱意向向上を図りました



タイアップ記事



公式サイトへ誘導



ガイドブック

WEBサイト、日本事業者を通じて
流通事業者・レストランに提供



