



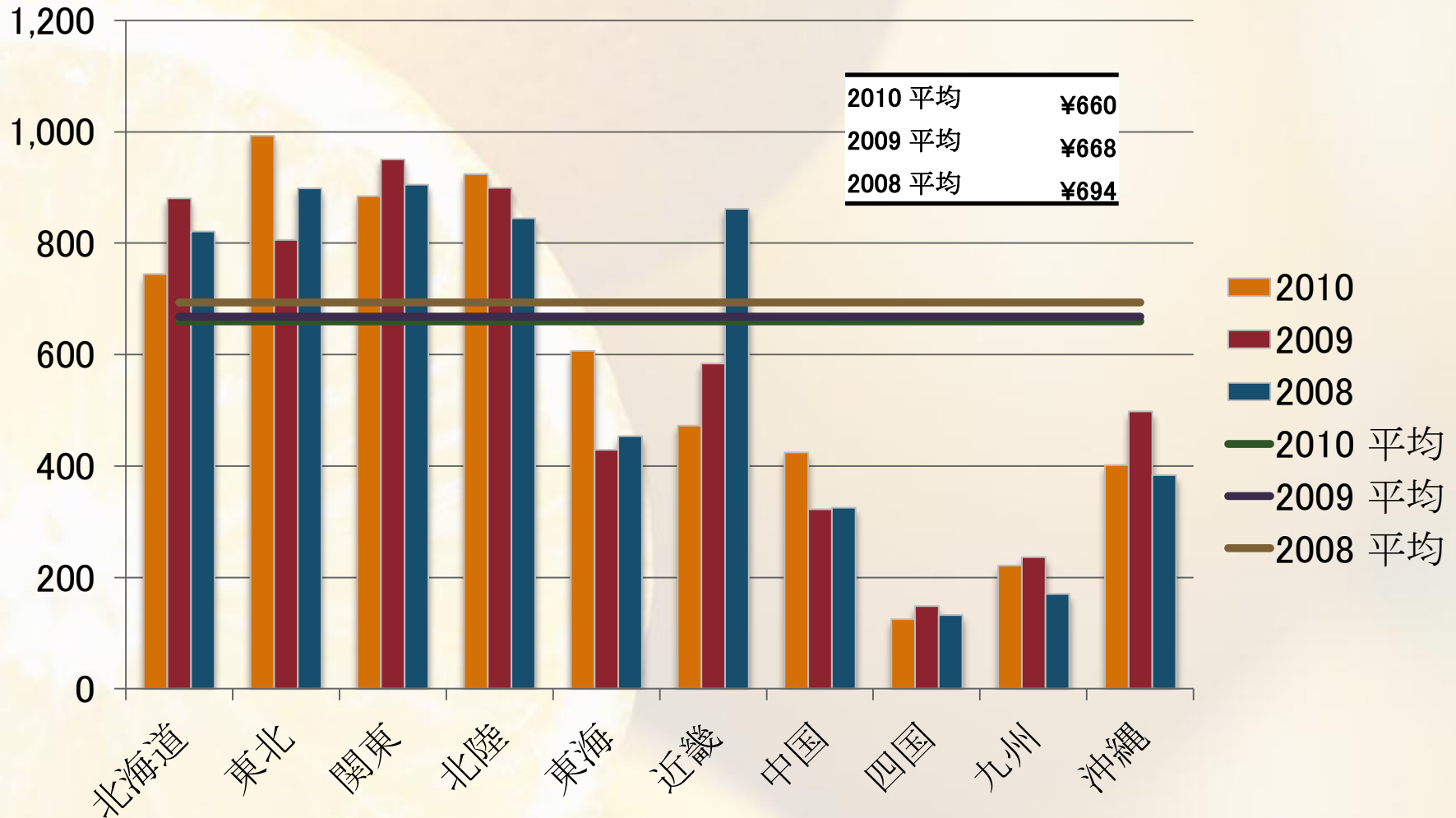
# フロリダ州政府柑橘局 2011/2012 トレードセミナー

平成23年11月7日東京・11月8日大阪

株式会社ヤマノアンドアソシエイツ

# グレープフルーツの地域世帯別 年間消費金額の推移(2008～2010)

地域別2人以上世帯当たりのグレープフルーツ支出金額(単位:円)



# グレープフルーツ消費低迷の原因

- 価格訴求に走り、おいしくないフルーツが市場に出回った
- 小玉バラの安売り中心となり、品質・食味の良い大玉の選択肢がない
- 酸味に弱い(以前に比べ甘いフルーツ、スイーツが人気となり日本人の嗜好が変わってきている)
- 国産柑橘が種類、シーズンを増やし品質も改善、ミネオラ、マーコットといった皮がむきやすい新品種や味が安定しているオレンジのアイテムが増えた
- 酸味と苦みを子供が敬遠するために主婦が買わなくなった
- 食べるのが面倒
- 薬との飲み合わせ



11月に消費者のグループインタビューを通して、消費者調査を実施し消費低迷の真相を明かす

## 2011/2012 シーズン強化テーマ

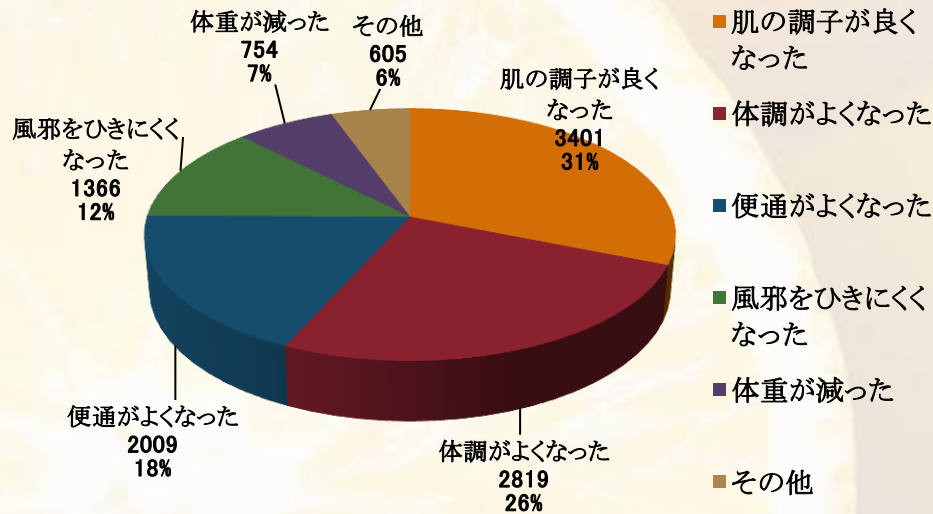
### フロリダ産グレープフルーツの売場作りの再構築

- 消費者が買いたくなる売場作り
- フロリダ産グレープフルーツの価値を発信

# 昨シーズンの30日間チャレンジアンケート結果

キャンペーン期間 2011年2月～4月  
 応募数 10955件 (Webからエントリー)

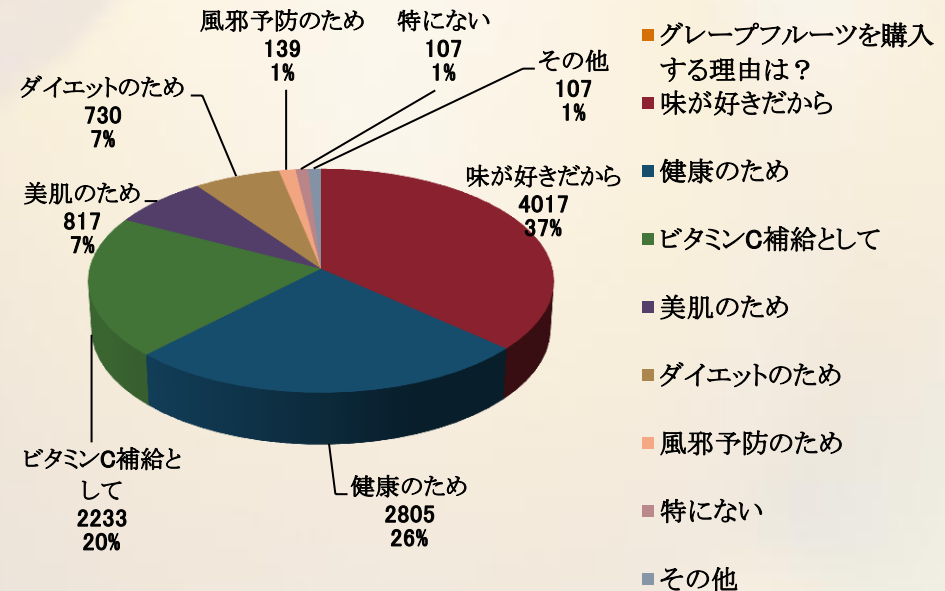
チャレンジしてみてどんな変化がありましたか？(人数)



「その他」は「これからチャレンジするのでわからない」が大半

その他を除く94%の人が体に良い変化があったと回答

グレープフルーツを購入する理由は？(人数)



# 〇〇〇の前に！ グレフル スリム3原則

## ■ 昨年の訴求キーワード「低GI」

- ◆ 低GIは訴求力のあるキーワードではあったが、難しい、わかりにくいという反応だった

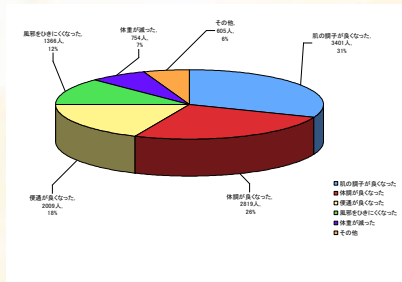
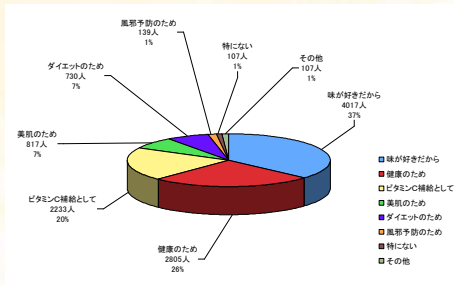


もっとシンプルに、もっとわかりやすいキーワードに変更



# 2011/2012 トレードサポート

- 売場でフロリダ産グレープフルーツの価値の訴求—「30日間チャレンジ」
  - ◆ 昨シーズンに実施した「30日間チャレンジ」の応募結果を示し、今シーズンはさらに多くの人々の参加を誘導(今シーズンは平成24年1月15日～4月15日を予定)。
  - ◆ 昨シーズンの結果データを入れた「30日間チャレンジ」のPOPを作って店舗に配布
  - ◆ 専用サイト内でグレープフルーツ検定を実施し、毎月抽選でプレゼント進呈



昨シーズンの30日間チャレンジアンケート結果およびグレフルスリム 3原則のイメージをPOPに入れる



キャンペーンサイトへはPOP (トップボード、リーフレット)にQRコードを入れて誘導

# 2011/2012 トレードサポート

## ■ 店頭での訴求について

- ◆ 大玉、小玉併売で、フロリダ産グレープフルーツの試食・試飲。同時に30日間チャレンジキャンペーンの訴求を行い、参加を促進します。

旬の季節です！ **グレープフルーツを合わせ**  
今話題の  
**30日間チャレンジ！**

炭酸水      お酒

フロリダ産グレープフルーツで 30日間チャレンジ！

フロリダ産グレープフルーツで 30日間チャレンジ！

試飲実施中！

フロリダグレープフルーツキャンペーンサイト(仮)を設置  
キャンペーン期間:1月15日～4月15日

○○○の前に!  
グレール

運動の前に 香りで (リモンネ) スラット

食事の前に 低GIで スラット

食事前の 苦味で (ナリンギン) スラット

**スリム3原則**

店頭POP

タイアップ展開案

試飲実施中!

タイアップ展開案

- ①売場にグレープフルーツを陳列
- ②トップボード、POP、メニューリーフレット、コラボレーションツールの設置
- ③マネキンによる試飲
- ④30日間チャレンジの紹介およびキャンペーンの訴求

売場での関連陳列を実施し、キャンペーン参加・売上UPを狙います。

# 2011/2012 トレードサポート

## ■ インストアデモ サンプルング方法

- ◆ 大玉、小玉併売店を積極的に支援
- ◆ グレープフルーツを生食ではなく搾ってジュースで試飲
- ◆ 量販店ごとに消費者キャンペーン
- ◆ キャラバン 地元ラジオ局とのタイアップ
- ◆ アーリーシーズンキャンペーン
- ◆ 小玉バラの安売り店へのインストアデモサポートを実施しない
  - 安売りではなく、商品力、商品価値での販売店舗をサポート
- ◆ 今シーズンのインストアデモサンプルングの活動は5月15日で終了

# 2011/2012 トレードサポート

## ■ 大玉、小玉併売を奨励

### ◆ 売り上げを下げているスーパー

- 小玉、バラの安売りだけでシーズン通して販売。特売1個売りまたは特売袋売りのみ。
- 安くしても売れない→どんどん品質が悪くなる悪循環

### ◆ 一年中売場の変わらない店

- 一年中SKU、棚、値段も変えずに販売している店舗は、消費者からみて面白くない売場



- 購買意欲が湧かない。必要最低限のものしか買わない



- 商品の回転が悪いため、品質が低下



- 結果、売り上げが伸びない

# 2011/2012 トレードサポート

## ■ 大玉、小玉併売店を積極的に支援

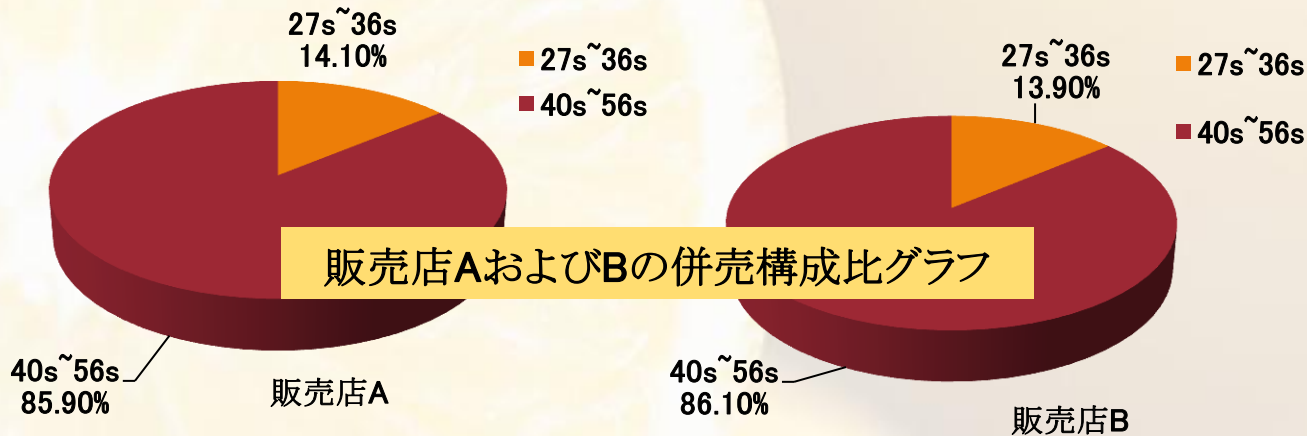
### ◆ 成功例①

- 大玉、小玉併売で、

サイズ、価格の**SKU**を多く持つスーパー

お客様のニーズに合わせた商品を販売。消費者に選択肢を与える。

27玉～36玉が14%占める実例も



# 2011/2012 トレードサポート

## ◆成功例②

- マネキン販売の際、カット試食ではなく搾ってジュースにして提供

ジュースを先にバックヤードで絞っておいて試飲販売する方法は以前からも実施していたが、店頭でのパフォーマンスも重要。実際に店頭で搾っている様子を見せ、香りも売場に広がり、両方の効果から興味を引く



パフォーマンスで売り場を活性化

香りで五感を刺激

売場に人が集まる

購入

# 2011/2012 トレードサポート

## ◆成功例③

- エリア、量販店を限定し、地域、客層に合ったプロモーションプランを個別に提案

展開例 消費者キャンペーン

各チェーン毎にオリジナルPOPを作成し、プロモーションを実施

量販店ごとに消費者キャンペーン、ローカルTV、ラジオタイアップキャンペーンなどを実施し他社では行っていない独自のプロモーションであることから、売場担当者のモチベーションも上がり、売場が良くなって結果売り上げUPにつながる。

事前にターゲットを設定する事によって、シーズン中の目標が設置でき、結果が出るため、翌年の売り上げベースも上がる。



# 2011/2012 トレードサポート

各量販店向けプロモーションを行い、成功例を作っていきます。

- アーリーシーズンキャンペーン(12月、1月、2月)
- インスタプロモーション(大玉、小玉併売)
- クロスプロモーション
- 消費者キャンペーン
- ジュースプロモーション
- ローカルメディアプロモーション



# 2011/2012 その他PR(通年)

## ■ 雑誌タイアップ

- ◆ 妊産婦向けイベントおよび雑誌タイアップ  
妊産婦4765人のアンケートから妊娠中によく食べた物でグレープフルーツが1位にランクイン

果汁の安心感

### 100%ジュース部門

美容と健康によさそうというのが100%果汁のジュースを支持したママたちの意見。確かに水だけより栄養も取れそうですね。

**第1位**  
グレープフルーツジュース

「酸味と苦みがおしかったです」「酸っぱすぎるのは苦手なのですがピンクグレープフルーツなら大丈夫でよく飲んでいました」

**第3位**  
ウェルチ グレープ100

「濃いブドウ味が◎。ポリフェノールもいっぱいありそうだし」  
カルピス  
0120-378090

**第2位**  
ボンジュース

「他はダメだったのですが、唯一ボンジュースがおいしかったです」  
えひめ飲料  
089-923-1511

手軽に食べられる種類が人気

### フルーツ部門

**第1位**  
グレープフルーツ

「半分に切るだけでOKだし、さっぱりするので◎」「手軽に食べられるように彼がグレープフルーツカッターを買ってくれました」

野菜同様にそのまま簡単に食べられて、いかにもビタミンたっぷりなフルーツは美容を気づかう妊婦さんに大人気。酸味と甘みのバランスのよいもの、手軽に食べられるものがランクインしました。

**第2位**  
カットパイナップル

「缶詰だと糖分が気になるし、パイナップルは切ったから時間が経った方が甘くなるというのを知って買ったらやみつきになりました」

**第3位**  
バナナ

「どこでも簡単に食べられるところと、吐いた時にのどが痛くならなかったのでも、輪切りにしてアイスバナナにして常備していました」

彼に買ってきてもらおう

名づけBOOK(全員プレゼント) 申請・手続きガイド

# 妊すぐ

今号は Rody  
ラングラー・娘のママ  
マタニティマーク

## 妊婦になったらすぐ使う本

完全保存版

赤すく10月号臨時増刊号  
AUTUMN ISSUE 480円

どうなる? 何する?  
妊婦・出産[40週]カレンダー  
妊婦5カ月から夫婦で楽しもう  
はじめての「胎教」デビュー  
医師・助産師・先輩ママ3000人に聞いて作った

今知りたい! 妊娠2~5カ月の  
「不安」「疑問」「悩み」全解決!

知らずには顔出し! 先産コメント満載!  
妊婦・出産「お金の落とし穴」  
すべてでわかる! 胎教! デビュー!

秋を妊婦さんの必需品  
おトクに通販「大特集!!」

この1冊で  
まるわかり!!

妊婦さん  
おしるべの  
お悩みを  
お手本BOOK  
で解決!

赤ちゃんの  
お名前を  
お手本BOOK  
で決めて!

最新ガイド  
「つわり」乗り切り  
クチコミ★ランキング

RECruit

(株)リクルート 『妊すぐ』(2011 AUTUMN ISSUE)

# 2011/2012 その他PR(通年)

## ■ つわり乗り越切り食べ物・飲み物ランキング～(株)リクルート『妊すぐ』 2011秋号で妊産婦4765人が回答したアンケート

つわりのときによく食べたもの・飲んだものを選び、具体的な種類や商品名を教えてください。

	選択肢名	人数	割合
1位	飲み物	2616	64.2 %
2位	果物	2036	50.0 %
3位	その他のごはん	1323	32.5 %
4位	その他のおやつ	1294	31.8 %
5位	野菜	1256	30.8 %
6位	キャンディ	782	19.2 %
7位	おにぎり	742	18.2 %
8位	特にない	637	15.6 %
9位	グミ	334	8.2 %
10位	ビスケット、クラッカー	184	4.5 %

### ドリンク編 100%ジュース部門

1位	グレープフルーツジュース
2位	ポンジュース
3位	ウェルチのグレープ100

### フード編 フルーツ部門

1位	グレープフルーツ
2位	カットパイナップル
3位	バナナ

- このデータから見ても、妊娠中の食べ物の中でグレープフルーツが一番人気。
- 妊婦は特に食に関する情報を収集する傾向があり、良い情報は他の人に伝える。

## ■ 低GIセミナー

- ◆ 人気ブロガー、料理研究家の方々からグレープフルーツ低GI情報を発信していただく

# 2011/2012 フードサービスプロモーション

## ■ 食事とお酒の前のグレープフルーツプロモーション

- ◆ 居酒屋やカフェなどで食事をスタートする前に、まずグレープフルーツを食べるまたは搾ったジュースを飲んでいただく

居酒屋 はなこ  
全国28店舗  
(東京、神奈川、埼玉、名古屋、大阪、札幌)



- ◆ なぜ良いのか? を店頭スタッフから説明、POP、リーフレットなどを配布して浸透させていく