

# 2021年度 シンガポールにおけるテストマーケティング事業 ご報告書

2021年8月

(本事業は、新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用した事業です。)

# テストマーケティング概要

## 目的：

- 富山県産品の知名度を向上させ、シンガポールでの販路開拓を推進する
- 市場におけるニーズ実態把握、購買決定要因等を調査することにより商品に対する現地での評価を確認し、今後の戦略に役立てるとともに、本格的な進出前に売れる為の改善点の模索やユーザーニーズの見極めを行う

## 概要：

- 15社（各社最大2商品まで）  
※内、食品8社・非食品7社
- テスト販売終了後の売上データ報告
- 別途アンケート調査を実施し、お客様の声等を参加企業様へフィードバック

## 時期：

2021年7月1日(木)～7月31日(金)

## 期間：

1ヶ月



# 【参加企業及び商品】

No.	商品画像	商品名	企業名
1		ほたるいかいしる干し 100g	(有)京吉
		ほたるいか素干し 100g	
2		しろえび小判	日の出屋製菓(株)
		8P しろえび小判黒コショウ味	
3		セブレ ノンアルコールスパークリング	(株)トンボ飲料
		セブレ ノンアルコールスパークリング ロゼ	

No.	商品画像	商品名	企業名
4		氷見うどん細めん (国産100%)	(株)海津屋
5		黒豆茶	(有)グリーンパワー なのはな
		心白粥60	
6		銀盤 超特撰 米の芯 300ml 箱入り	銀盤酒造(株)
		銀盤 純米大吟醸 播州50 300ml	
7		ハラルラーメン しょうゆ味	(株)天高く

# 【参加企業及び商品】

No.	商品画像	商品名	企業名
8		有磯 曙 純米大吟醸	(株)高澤酒造場
		AKEBONO LIGHT	
9		・杯 金桜(貝入) 黒・朱・ゴールド ・杯 赤富士(貝入)黒	天野漆器(株)
10		・アロワール ブルゴーニュ 銀・金	(有)四津川製作所
11		合金製 爛鍋 桜 合金製 爛鍋 市松	(株)宮津商店
12		「のめ〜る」	介護用品企画販売 クララ

No.	商品画像	商品名	企業名
13		箸置 月花箸置 (ハシオキ ツキカ)	(株)秀正堂
		すずなお皿	
14		トウキ葉石鹸	(株)やぶうち商会
		トウキ葉ローション	
15		Taroma リラックスピロー スプレー ラベンダー	前田薬品工業(株)
		Taroma リフレッシュルーム スプレー ヒノキ	

# 現地販売店での一般消費者向けのテスト販売の実施

## 【期間】

令和3年7月1日(木)～7月31日(土)

## 【実施場所】

・JAPAN RAIL CAFÉ  
5 Wallich St, #01-20 Guoco Tower, Singapore 078883

## 【参加企業数】

・15社

## 【JAPAN RAIL CAFÉの特徴】

- ・「日本を体感でき、日本ファンのお客さま同士が情報交換できる場」をコンセプトとし、インバウンドを目的に観光プロモーションを行うカフェ
- ・カフェに隣接して物販スペースもある
- ・シンガポールのオフィス街 タンジョンパガー駅よりすぐの立地
- ・周辺には、コンドミニアムやHDBといった住宅も多く存在する
- ・平日は近隣オフィスで働く層、週末は家族連れがメインで利用

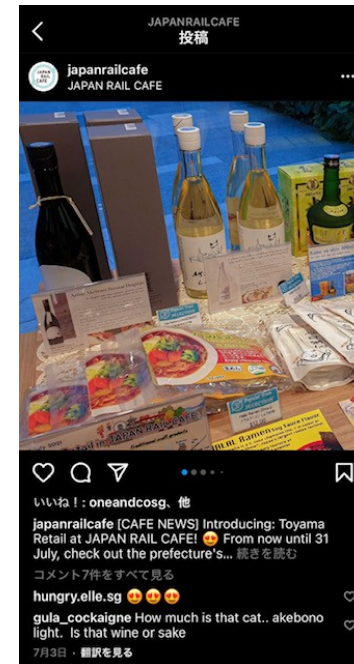


# JAPAN RAIL CAFE 店内プロモーション

- 富山県フェアとして、前半は食品関連、後半は非食品を中心とした商品のテスト販売を実施。
- **前半の食品関連の商品は全体的に好評で、一部商品はほぼ完売**となった。商品切り替え後もカフェに「もう販売していないのか?」、「他に変わる場所はあるか」など多くのお問い合わせをいただいた。
- 後半の非食品関連の商品は、シンガポール政府の規制の影響もあり、全体的に販売が伸び悩んだ。お客さまの反応やカフェスタッフからのフィードバックから、「高価な商品についてはもっと商品について詳しく知った上で購入したい」、「石鹸やオイルなども普段使いの商品と比較するとかなり高価なため、手が出しづらい」といった意見があった。**より詳細な情報を伝えるプロモーションの実施や販売員の手配**などが重要となる。
- 陶芸品やベビー用品などは専門店で購入を検討されることが多く、**カフェの顧客層と少しずれてしまっていた**ことも苦戦した要因と推測される。

## ○実施概要

- 実施期間：①7月1日～7月15日：食品関連  
②7月16日～7月31日：非食品  
※7月22日～7月31日はダイイン規制
- 実施場所：JAPAN RAIL CAFÉ店内（タンジョンパガー）
- 来店客数：①7月1日～7月15日 2,428名  
②7月16日～7月31日 1,349名※レジ登録数を表記
- 販売結果：以降のページを参照



FacebookやInstagramでも告知

# JAPAN RAIL CAFE 店内プロモーション

- JAPAN RAIL CAFÉのマンスリーメニューとして、**富山県産白エビを使用した「エビかき揚げバーガー」**を販売し、販売も好調だった。
- 富山県フェアとして、前半は食品関連、後半は非食品を中心とした商品のテスト販売を実施。また店内計4か所へのポスターの掲示に加え、提供いただいた動画の放映し、店内全体で富山県の情報発信を実施した。



## マンスリーメニュー

- 商品名：EBI KAKIAGE BURGER
- 販売価格：18SGD（単品）、  
20SGD（ドリンクセット）
- 販売期間：2021年7月1日～8月31日（予定）

政府規制前までは1日20食前後の販売と非常に好調だった。  
店内飲食規制期間中もテイクアウトやデリバリーで販売継続。



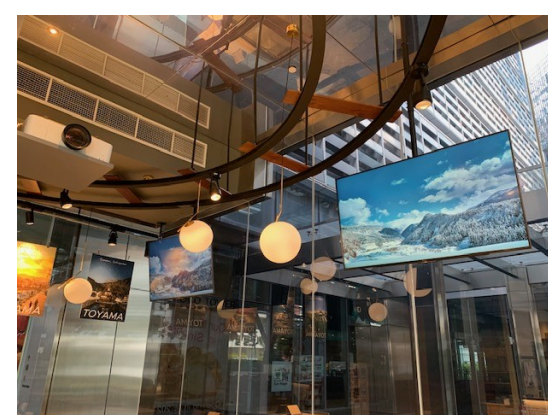
テスト販売①：食品関連商品



テスト販売②：非食品商品



ポスター4種を掲出



富山県のPR動画放映

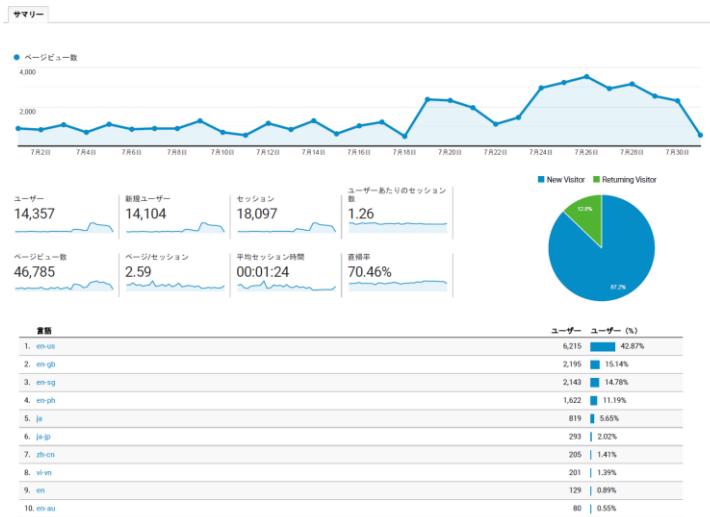
# オンラインプロモーション

- JR TIMESの**メインバナー**および**サイドバナー**を富山県でジャック。スポンサー記事に加え、期間中は富山県の記事も複数掲載し、特集地域の盛り上げを図った。
- スポンサー記事は掲載から**1か月間のPVは1,570PV**、平均滞在時間は43秒だった。期間中にFacebook広告による告知も実施をした効果もあり、7月の記事ではTOP3に入るPV数となった。

## OJR TIEMSトップページ



## OJR TIEMS7月データ



## OJR RAIL CAFE Facebook投稿

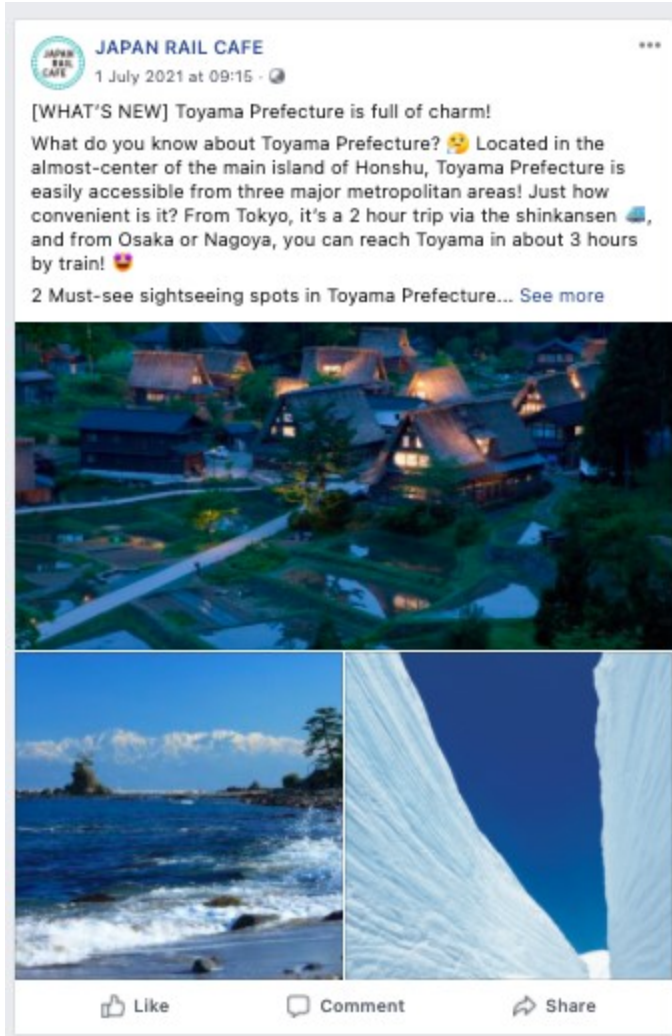


## OJR TIEMSスポンサー記事概要

掲載日	記事イメージ	記事タイトル	URL
2021年7月1日		Toyama: Where mountains and sea meet	<a href="https://japanrailtimes.japanrailcafe.com.sg/web/article/interests/toyama-where-mountains-sea-meet">https://japanrailtimes.japanrailcafe.com.sg/web/article/interests/toyama-where-mountains-sea-meet</a>



# オンラインプロモーション



英語 ▶ 日本語  
 [CAFE NEWS] Introducing: Toyama Retail at JAPAN RAIL CAFE! 🥰 From now until 31 July, check out the prefecture's exclusive food and beverages at our Retail Corner: from fine sake 🍶 made with Toyama-mai (Toyama rice) to all-time favourite Shiroebi snacks 🍡! It's tough to pick just one item from this exciting range of Toyama products 😊 While stocks last.

\*Selected craft and lifestyle items will start retailing from mid-July 2021.

JAPAN RAIL CAFEの投稿

2021. 年7月中旬より小売りを開始します。

元の投稿を非表示 · 翻訳を評価



いいね! コメントする シェア

ホーム 投稿 ライブ メニュー 写真 動画

JAPAN RAIL CAFEさんがライブ配信をしました。  
 7月8日

[CAFE NEWS: #StayAtホーム] Discover the gems of Toyama as we share some of Toyama's "kito kito" sightseeing spots, seafood, and crafts. St... もっと見る  
 翻訳を見る



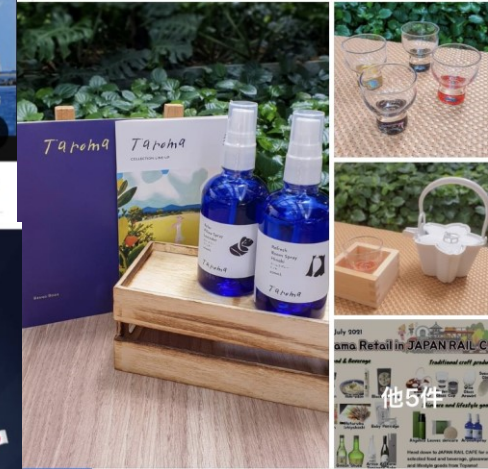
79 コメント108件 シェア5件 再生1,213回



69 コメント1件 シェア5件

JAPAN RAIL CAFE  
 7月17日

[CAFE NEWS] The Toyama Fair is still happening at JAPAN RAIL CAFE! From now until 31 July, check out the prefecture's finest craftsmanship at our Retail Corner: from classy wine and sake glasses and pitchers 🍶🍷, to gorgeous copper chopstick holders! ✂️ It's tough to pick just one item from this gorgeous range of Toyama products 😊 While stocks last.  
 翻訳を見る



↑ SNS 投稿記事

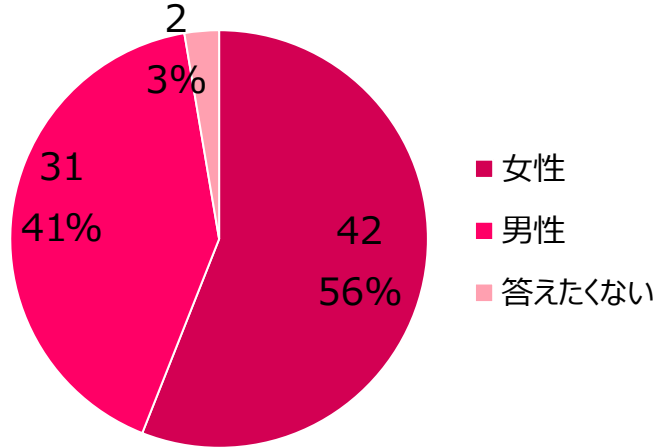
# テスト販売の様子



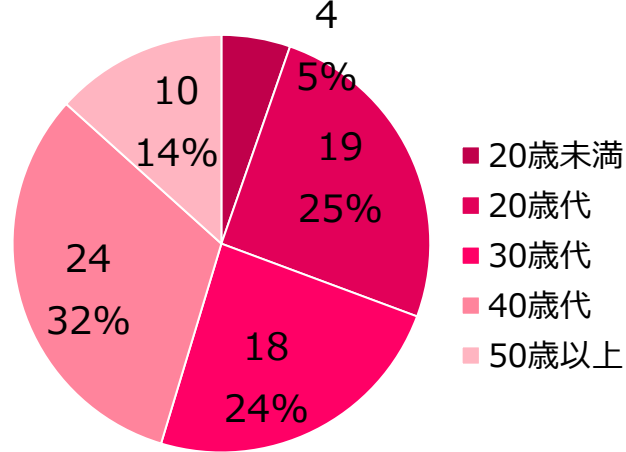
# テストマーケティング事業全体に関するアンケート

- ◆ 期間中JAPAN RAIL CAFÉへご来店のお客さまおよびオンラインで富山県に関するアンケートを実施した。
- ◆ 回答へのインセンティブとして、回答者から抽選で5名にスモールギフトを準備し、計75名から回答を得た。

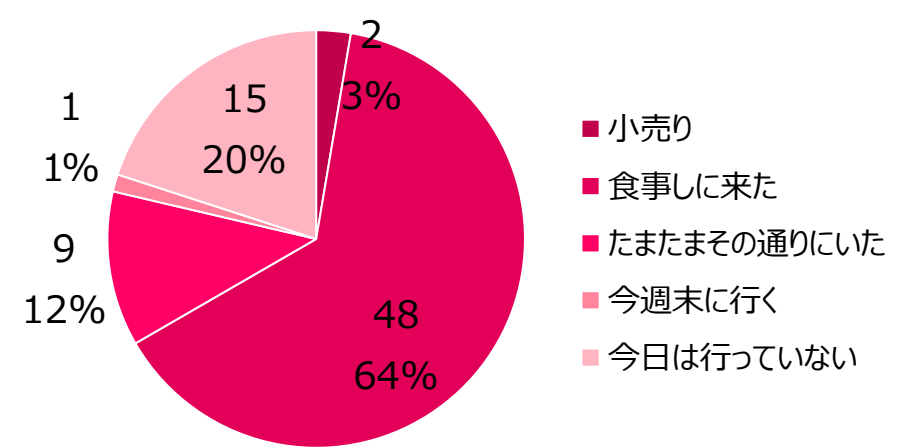
## Q.1 性別



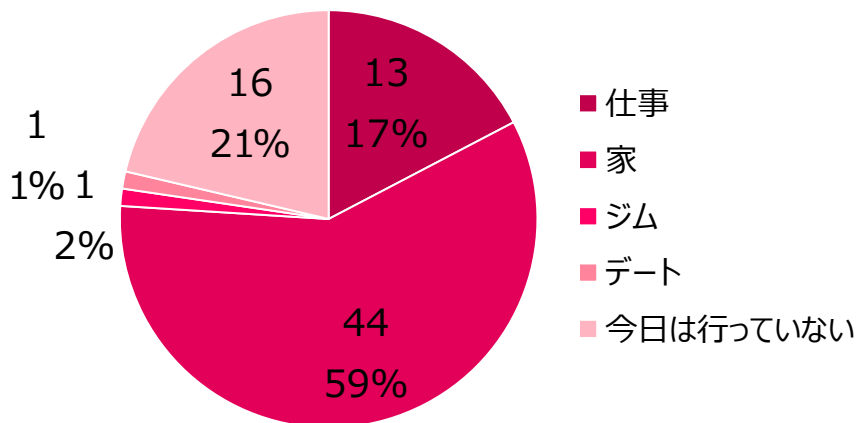
## Q.2 年齢層



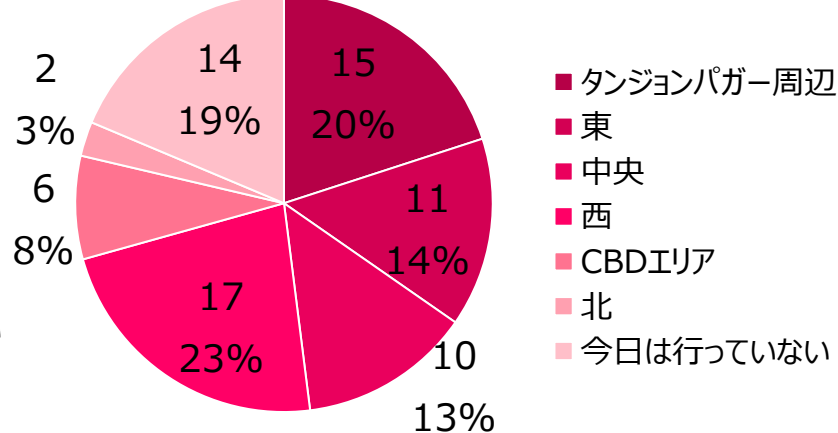
## Q.3 今日、訪れた主な目的は何ですか



## Q.4 どこから来ましたか

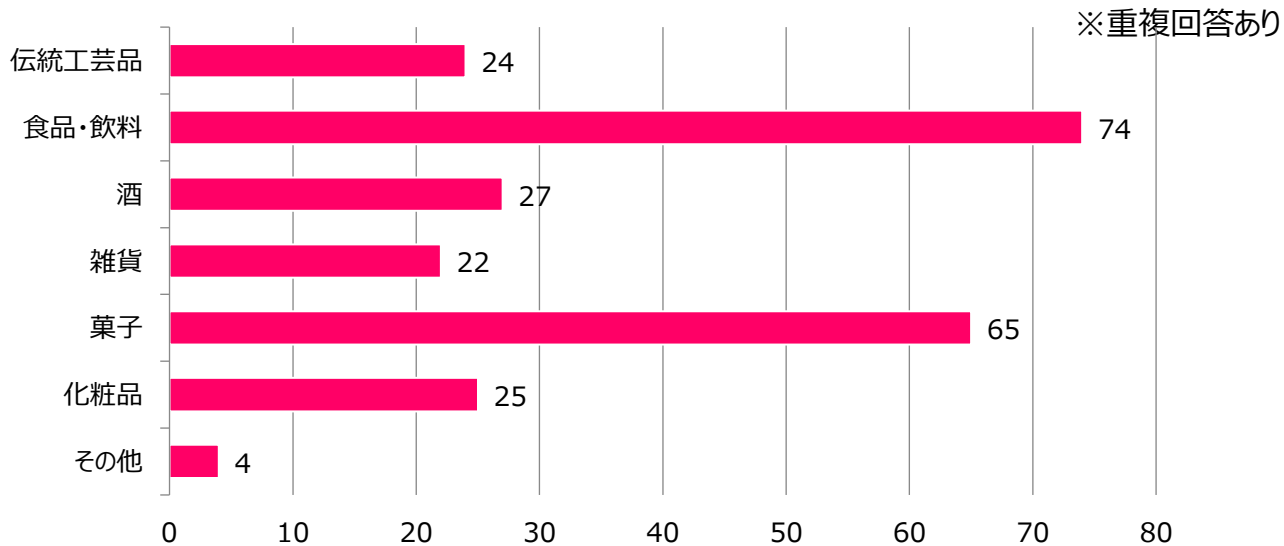


## Q.4 具体的な場所

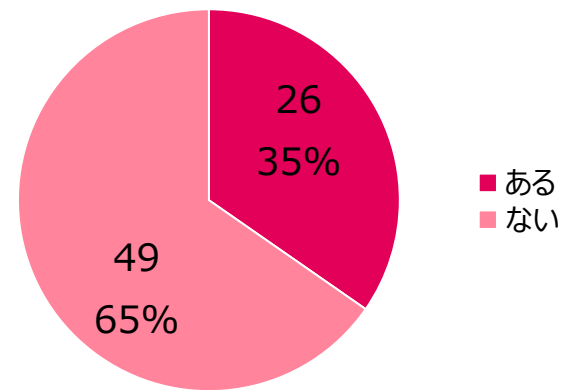


# テストマーケティング事業全体に関するアンケート

Q.5 「富山フェア」で興味のある商品のカテゴリーを教えてください。



Q.6 「富山県フェア」で購入した商品がありますか



※自由記述回答は別途回答データを添付。

# テストマーケティング事業全体に関するアンケート

## Q.5 においてそのような日本の商品を買う理由は何ですか？

- ・素敵
- ・美味しい
- ・ユニークな味で、パッケージもとても素敵。日本を思い出した。旅行ができるようになったら日本に行きたいと思う。
- ・世界最高水準の料理
- ・日本の良い品質(他13名)
- ・シンガポールのものと違う味
- ・いいね、これ。気に入っている (他1名)
- ・味とユニークさ
- ・高品質で良い味
- ・これらは私の日常生活の必需品である
- ・私と私の家族は日本が恋しい
- ・品質が良く、安定している
- ・日本の食べ物や飲み物の味を楽しみたい
- ・美味しさ、美しさ、お土産としての価値、持ち運びや保管のしやすさ
- ・製品の品質と独自性
- ・人にあげたりする。自分用もある
- ・味と品質が好きなので日本の商品が好き (他2名)
- ・品質と味が良い (他2名)
- ・品質の良さ、可愛さ、使いやすさ、味がとても良い
- ・興味がある。高品質な製品
- ・日本の品質を信じている
- ・味と見た目が良い
- ・品質と職人技
- ・日本の食べ物、お菓子、デザイン、手工芸品が好き
- ・ギフトとして
- ・興味深く、良質で、美味しい料理
- ・良い料理

- ・妻と日本食を楽しんでいる
- ・とても美味しく、高品質
- ・職人の技と品質の高さには定評がある
- ・素敵
- ・それらを使って食べるのを楽しむ
- ・個人的な消費・贈答、地元の人々の文化・生活の支援
- ・日本の商品はとても安全
- ・高品質。見た目も良い
- ・個性的な見た目のスナック菓子。便利。
- ・個人的な消費・贈答、地元の人々の文化・生活の支援
- ・私は日本食がとても好きで、スナック菓子は味がとても革新的である。通常、シンガポールではではこのような味を見つけることはできない
- ・可愛い
- ・日本ならではの商品
- ・日本の製品が好き
- ・上質なパンとケーキ、おいしいラーメン、うどん
- ・味が良い
- ・美味しい
- ・日本食と文化が好き
- ・日本のすべてが好き
- ・日本の料理やお菓子に使われる食材や調味料がおいしい
- ・日本製
- ・品質と味の良さ
- ・日本の商品のクオリティーが大好きで、どれもとてもカワイイです。
- ・ユニークな味
- ・美味しい
- ・品質と美しさ

# テストマーケティング事業全体に関するアンケート

Q.6 で「はい」と答えた方。その商品を購入した理由は何ですか？

- ・シンガポールではなかなか手に入らないもので、幸せな気分になった
- ・高品質
- ・シンガポールでは日本のスーパーでも見たことがない
- ・アイテムがユニークで、お金を使いたくなった（他1名）
- ・とても素敵なパッケージで、品質も良さそうです。
- ・限られた量と質の商品（他3名）
- ・味も品質も大好き
- ・好みの味なので購入
- ・白エビのかき揚げバーガーに惹かれる
- ・日本を旅したような気分になりたい
- ・パッケージの面白さに惹かれて購入
- ・日本製品が好きで、旅行ができない
- ・おやつ、黒米茶
- ・どこのスーパーにも売っていない
- ・個人的には好き
- ・富山の製品を試す
- ・味が良い
- ・他では手に入らないユニークな商品
- ・好き

Q.6 で「いいえ」と答えた方。その商品の購入をやめた理由は何ですか？

- ・まだ製品を見たことがない
- ・高すぎる
- ・フェアを知らない（他1名）
- ・今週末、ジャパンレールカフェに行って商品を購入する予定（他1名）
- ・興味のあるもの、好きなもの、買いたいものがなかった
- ・高い（他2名）
- ・家族で何を買おうか迷っていた
- ・CBDに行く機会がない
- ・主にセールが行われていることを知らなかったのだが、今は知っている。それと価格
- ・今月はJR Rail cafeに立ち寄っていない
- ・まだフェアには行ったことがない、今週末にでも行ってみようと思う
- ・食品は珍しく、味わうことができず自分が好きかどうかかわからないため、高い価格に見合うかどうかかわからない
- ・機会がなくてフェアに行けていない（他3名）
- ・ちょっと高いかな…。もちろん、日本からの輸入品だからということにはわかっている
- ・時間がなくて行けてなかった（他2名）
- ・商品になじみがない
- ・会社からこっそり立ち寄ったが、持って帰るのが不便(他1名)
- ・私は富山を訪れ、そこから購入したい
- ・食べるのが先、買い物は後（他1名）
- ・私はまだ一度も行ったことがない
- ・そんな気分ではない
- ・商品の価格が高い
- ・今まで購入したことがない。
- ・まだ食事をしている。グッズはまだチェックしていない
- ・試したことがない（他1名）
- ・市街地への移動が少ない
- ・何を買えばいいのかかわからない
- ・コロナの制限により、あまり動き回れない
- ・在庫がない

# 1. 現地アンケート調査の実施

## 【目的】

- ・シンガポールの一般消費者の消費動向を把握
- ・シンガポール人の味覚や各商品カテゴリーに対する金銭感覚の把握  
※コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、テスト販売実施場所で行うことが出来なかったため、別途調整の上開催。

## 【実施方法】

- ・現地在住のシンガポール人20名をグループに分け、参加商品の試食/試飲のモニタリングを実施。
- ・実際に商品を見て、試食/試飲した結果を踏まえてアンケート調査を実施。

## 【期間】

令和3年7月上旬～中旬 ※参加者の予定に合わせて実施

## 【アンケート質問例】

### <食品統一>

- ・味について
- ・パッケージについて
- ・内容量について
- ・価格について
- ・コメント(自由記述)

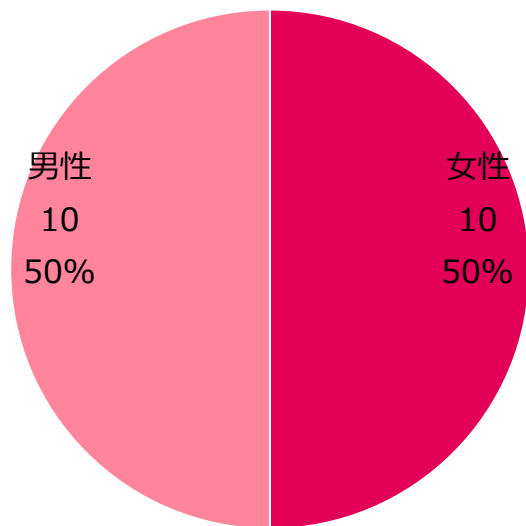
### <各商品毎>

- ・自由質問 ※希望する企業のみ

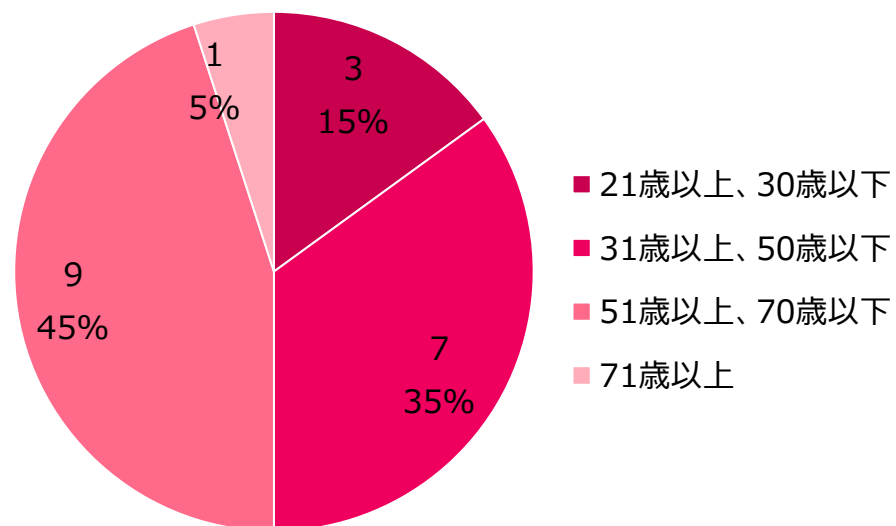


# アンケート参加者データ（食品関連）

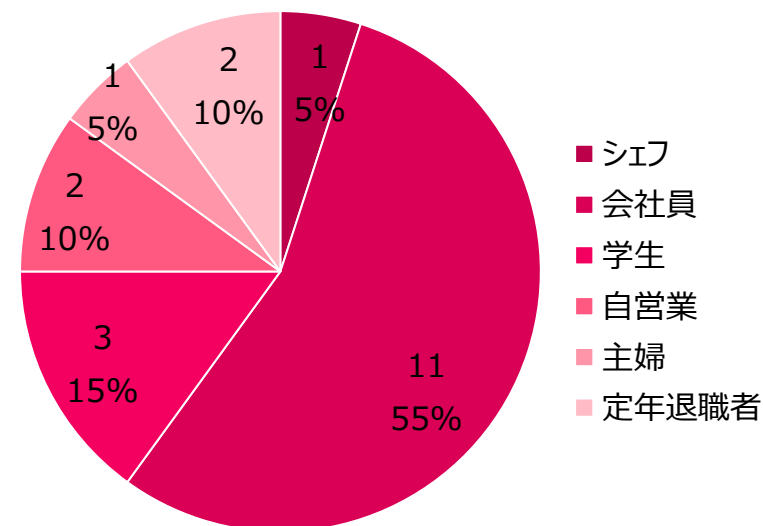
## Q.1 性別



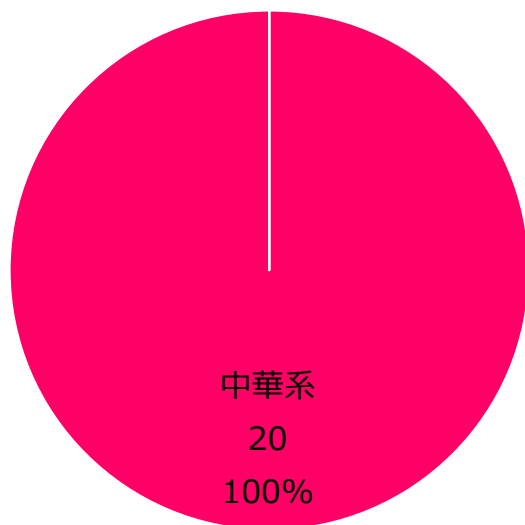
## Q.2 年齢層



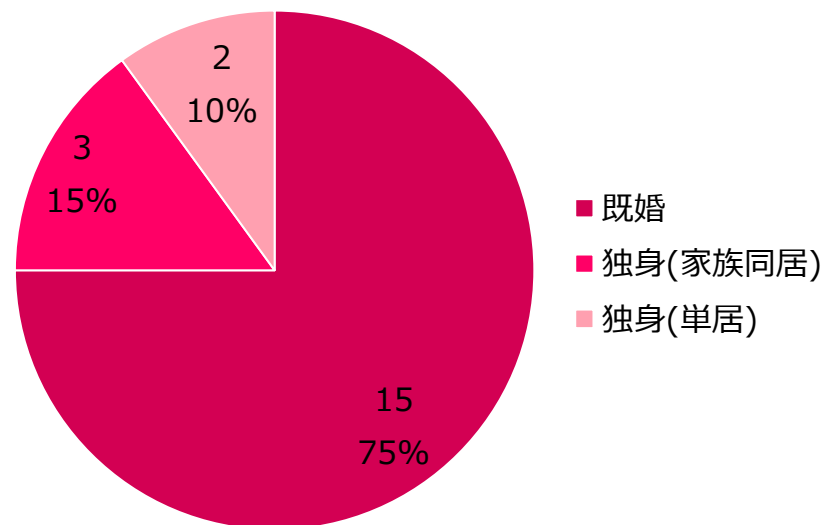
## Q.3 職業



## Q.4 人種



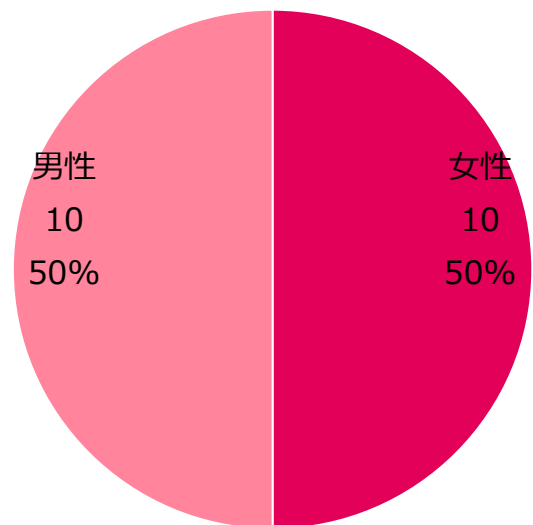
## Q.5 家族構成



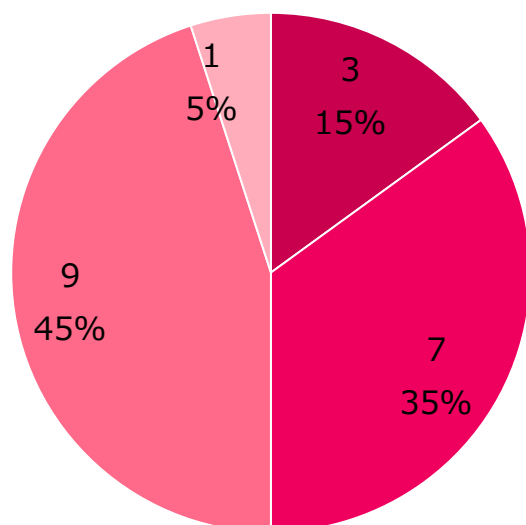


# アンケート参加者データ (非食品)

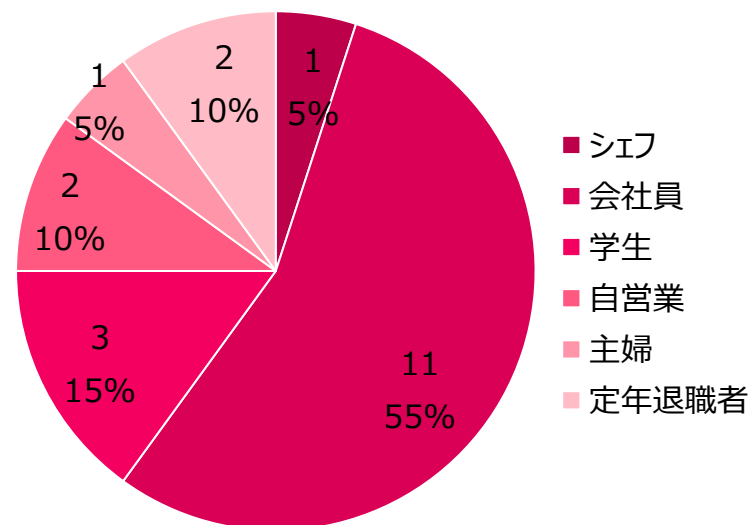
## Q.1 性別



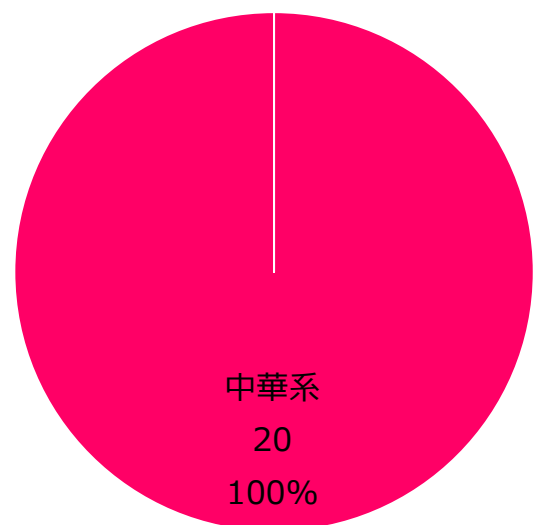
## Q.2 年齢層



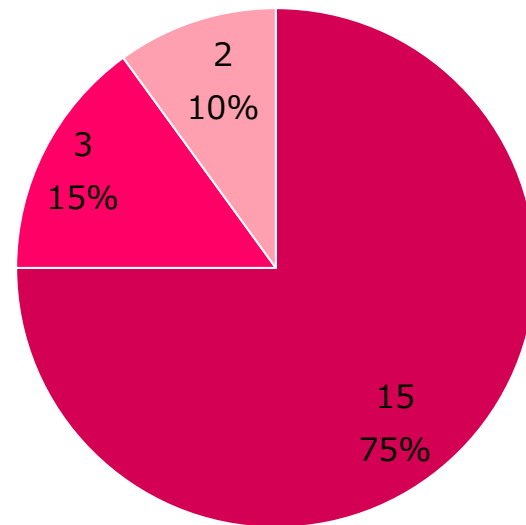
## Q.3 職業



## Q.4 人種



## Q.5 家族構成



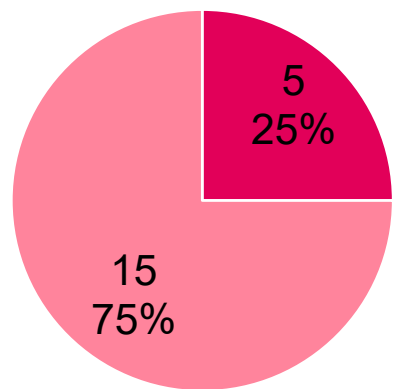
# 日本の伝統工芸品について(共通質問)

合計20名を対象にアンケートを実施。

Q1.日本の伝統工芸品は普段ご購入されますか？

【Q.1「はい」と回答した場合、どのようなものをご購入されるかを教えてください。】

- ・お土産
- ・着物
- ・食器、キーチェーン
- ・焼き菓子作り用のもの



Q2. 重視するポイントは何ですか？

※重複回答あり

【凡例】※白枠は回答者無し

【Q1】

- はい
- いいえ

【Q2】

- ユニークさ
- 価格
- 原産地
- 素材
- メーカー (ブランド)
- 美的

