

2007년 한국식문화 홍보대전 결과보고서



2007. 11

aT 韓國農水産物流通公社
도쿄 aT센터

2007년 한국식문화 홍보대전 결과보고서

1. 행사목적

- 일본의 대도시에서 한국 농식품 및 식문화에 대한 다양한 마케팅 믹스로 우리 농식품 및 식자재에 대한 현지 수요저변 확대
- 일본의 고급백화점을 한국 농식품의 고품질 이미지 확보 및 코리안 타운 한식당 등과 한국요리 소비 캠페인을 연계하여 한국식자재의 소비확대 붐 조성

2. 행사개요

- ☐ 행사명 : 2007 한국식문화 홍보대전
- ☐ 기 간 : '07. 10. 3/4(수/목)~ 9(화)/ 6일간 *10. 5~7 주말 집중 이벤트 추진
- ☐ 테 마 : "1주일에 1번은 한국요리 (美食同源 Korea Foods)"
- ☐ 장 소 : 도쿄 및 수도권 지역
 - 타카시마야 신주쿠 백화점 등 4개 점포 (요코하마, 타마가와, 타카사키점)
 - 코리안 타운 한국레스토랑 : 한국식당 32개 점포 참가
 - 토요타 자동차 판매장 : 카나가와현 토요타 카로라 판매장 50점포
- ☐ 주 최 : 농림부, 해양수산부(주 관 : 농수산물유통공사, 도쿄 aT센터)

3. 중점추진방향

- ☐ 수출업체, 수입바이어, 한국식당 등 통합된 마케팅 채널을 활용하여 종합적인 한국 농식품 소비촉진 마케팅 추진
- ☐ 한국농식품의 일본 고급백화점 연계 홍보관축행사를 통해 고품격 이미지 구축
- ☐ 신주쿠 코리안타운의 한국식당과 연계 「1주일에 1번은 한국요리」 캠페인을 통해 한국식당 네트워크 구축 및 한국식자재 소비확대
- ☐ 토요타 자동차 판매점을 활용하여 한국농산물 선물세트 증정을 통해 이미지 마케팅 활용
- ☐ 대사관연계 외교관, 오피니언리더, 언론대상 홍보를 통해 화제성 유발 홍보확대

4. 세부추진 내용

□ 신주쿠 타카시마야 백화점 (1층 이벤트장: 무대행사 및 시식, 전시홍보 이벤트장)

○ 기간 및 면적 : 10. 5 - 7 / 1층 60평 규모

○ 추진내용

- 홍보부스 : 김치특별홍보부스, 신선 수출상품홍보부스, 수산물홍보부스
- 각 주요품목별 홍보부스 설치를 통해 요리시연 및 시식, 상품전시



1



- 무대 이벤트 추진계획 : 한류스타 이벤트 및 소비자 참여이벤트 강화
- 한국 한류스타 및 일본내 연예인 한국요리 토크쇼 개최
 - 한류스타 윤손하와 일본유명연예인 우츠미 미도리 출연
 - 일본내 연예인 : 한국 · 한국요리를 좋아하는 유명연예인(우츠미미도리)
 - 이벤트 공연
 - 한국전통문화 공연 : 가야금 공연
 - 한국김치세미나: 세계 5대 건강식품 김치파워 (정대성박사)
 - 소비자 참여이벤트 : 한국음식요리교실, 한국요리 퀴즈대회



1



2



()



()



＜ 이벤트 추진내용 ＞

구분	5日 (金)	6日 (土)	7日 (日)
11:00	요리퀴즈	요리퀴즈	요리퀴즈
11:30	김치요리시연	김치요리시연	김치요리시연
12:00	수산물 요리시연	수산물 요리시연	수산물 요리시연
12:30	시식,시음	시식,시음	시식,시음
13:00	한국전통문화공연	한국요리토크쇼	한국전통문화공연
14:00	요리퀴즈	시식,시음	요리퀴즈
14:30	시식,시음	시식,시음	시식,시음
15:00	한국전통문화공연	한국요리토크쇼	한국전통문화공연
15:30	김치세미나		
16:00	한국음식요리교실	한국음식요리교실	한국음식요리교실
16:30	김치요리시연	김치요리시연	김치요리시연
17:00	수산물 요리시연	수산물 요리시연	수산물 요리시연
17:30	시식,시음	시식,시음	시식,시음
18:00	요리퀴즈	요리퀴즈	요리퀴즈

□ 신주쿠 타카시마야 백화점 11층 판매 이벤트장

- 판매기간 : 10. 4 - 9 / 면적 : 50 평방미터
- 한국농식품연합회 참가 수출 농식품 판매부스 운영
- 한국전통비빔밥 판매부스 설치운영
 - 한국전주비빔밥 명인 직접 한국전통비빔밥 현장 시판



1



2

□ 타카시마야 백화점 서브 점포 3개소

- 한국 농수산물식품 판매 이벤트 점포
 - 타카시마야 요코하마 점포, 타마가와점포, 타카사키 점포
- 판매기간 : 10. 3 - 9 / 면적 : 지하식품매장 2-4부스
 - * 타마가와 점포의 경우 6 - 8일 3일간 판매
- 판매 및 운영 : 재일 한국 농식품 연합회
- 백화점 판매상품으로 한국 농식품 연합회에서 상품 및 판매부스 운영
 - 수입바이어의 행사참가를 통해 상품홍보 및 판촉기회 부여
- 판매상품 : 김치, 삼계탕, 김, 전통주, 전복죽, 유자차 등 약 50품목



1



1



2



가

1



가

2

□ 신주쿠 코리안타운 한식당 연계 캠페인

- 캠페인 기간 : 10. 5 - 31일 (주제 : 1주일에 1번은 한국요리)
- 참가식당 : 신주쿠 코리안 타운내 한식당 32개점포
- 추진내용
 - 캠페인용 한국전통 조끼 제작 착용 : 300개 / 캠페인 포스터 제작 식당 부치
 - 참가 한식당 안내가이드북 제작 배포 : 1만부
 - 참가식당의 경우 10% 할인쿠폰을 제공하여 코리안타운 한식당 활성화 유도



□ 토요타자동차 판매점 연계 홍보

- 홍보기간 및 점포 : 10. 14 - 21일/ 카나가와현 50점포
- 선물세트 : 3,000개 / 선물구성 : 고추장, 김
- 홍보내용 : 사전 홍보전단지 18만부 배포
 - 토요타자동차 판매점 내방객 한국농식품 선물세트 증정 사전 홍보 DM 발송
- 홍보물품조달
 - 수입바이어의 증정선물 서폰스 요청 및 일부구매 추진
 - 증정물품의 서폰스업체의 경우 재구매를 위한 홍보물 및 연락처 게재
 - 3,000개중 1,500개 구입 및 1,500개의 경우 기업홍보 스폰서



5. 행사추진 성과

- 일본의 최고급백화점 (타카시마야) 및 토요타 판매장과 연계한 한국농식품 홍보행사를 통해 수출농수산물의 우수성 및 고품질 이미지 홍보
- 신주쿠 한국식당과 연계한 한국요리소비촉진 캠페인을 통해 재일한국식당연합회가 조직되어 한식당 네트워크 및 한식세계화 사업 기반 조성
- 백화점, 토요타 자동차 판매점, 한국식당 등 다양한 판촉홍보 채널을 활용하여 한국 농수산물의 홍보, 구매, 소비촉진의 행사 시너지 효과 창출
- 국내외 다양한 언론매체를 통한 행사 사전, 사후 PR로 홍보효과 극대화