



Arktisuuden lisäarvo? Mitä japanilaiset kuluttajat vastasivat

Kuluttajaryhmäkeskustelun tuloksia

Lisätietoa:

Jaana Kotro
jaana.kotro@luke.fi

Anu Reinikainen
anu.reinikainen@luke.fi

© Luonnonvarakeskus



Kuluttajaryhmäkeskustelujen tavoite ja toteutus

- Tavoitteena testata arktisuuskonseptin sopivuus suomalaisen ruoan viestisisällöksi valituilla vientimarkkinoilla sekä tunnistaa markkinakohtaiset viestinnälliset kärjet
- Toteutus Tokiossa marraskuussa 2019
- Kaksi kahdeksan hengen ryhmää
- Koulutettuja, hyvin toimeentulevia, premium-tuotteita ostavia, talouden ruokaostoksista vastaavia naisia
- Toteutus yhteistyössä Makery Oy:n ja paikallisen kumppanin kanssa

Yhteenvedo ja suosituksia/Japani

1/2

Suomi luo Japanissa positiivisia ajatuksia, arktisuus terminä tuottaa vähemmän positiivisia mielikuvia

- Suomi-mielikuva on positiivinen, mieleen tulevat Muumit, Marimekko ja rento elämäntapa
- Arktisuus tuo mieleen jään ja jääkarhut, sekä lohduttoman kylmyyden. Ruokamielikuvat arktisuuteen liittyen ovat kuivattu tai suolattu kala ja liha
- Nordic on tutumpi käsite ja luo positiivisia mielikuvia rennosta ja rauhallisesta elämäntyylistä

Suomalaista ruokaa ei tunneta, eikä mielikuvia juuri ole, mutta positiivista mielenkiintoa kyllä

Kiinnostavimmat käsitteet japanilaisille liittyvät tuotteen turvallisuuteen ja terveellisyyteen

- Tärkeitä pointteja japanilaisille ovat puhtaus ja turvallisuus. Suomen puhdasta ilmaa ja vettä kannattaa korostaa
- Eläinten hyvinvointi ja sosiaalinen kestävyys ovat positiivisia asioita ja voivat lisätä joidenkin mielenkiintoa, mutta ne eivät ole niin tärkeitä japanilaisille, että ne riittäisivät markkinoinnin kärjiksi

Yhteenveto ja suosituksia/Japani

Viestinnässä kannattaa korostaa suomalaisuutta, luonnollisuutta, puhtautta ja kuluttajan itsensä saamaa etua, esim. terveellisyttä. Eläinten hyvinvointi ja sosiaalinen kestävyys tuovat lisäpisteitä, mutta eivät ole tärkeimpien tekijöiden joukossa

Kuvamaailmoista suosituimpia olivat marjat ja tuotannon luonnollisuutta korostavat kuvat

- Lumiset ja jäiset maisemat eivät vedonneet, sillä niistä tuli kylmä vaikutelma, eikä niiden katsottu liittyvän ruokaan

Käännösten tekemiseen ja oikeiden japaninkielisten ilmausten löytämiseen kannattaa panostaa.

- Esimerkiksi sana arktinen on japaniksi suoraan käännettynä ”pohjoisnapa-alue”, josta syntyvät mielikuvat liittyvät lohduttomaan lumierämaahan

Myyntikanava on tärkeä asia luottamuksen kannalta.

- Jos tuotetta myydään ”premium supermarketissa”, siihen luotetaan, koska hyvämaineisen kaupan uskotaan ottavan valikoimiinsa vain varmasti laadukkaita ja turvallisia tuotteita

Kiitos!

