



自社ウェブサイト

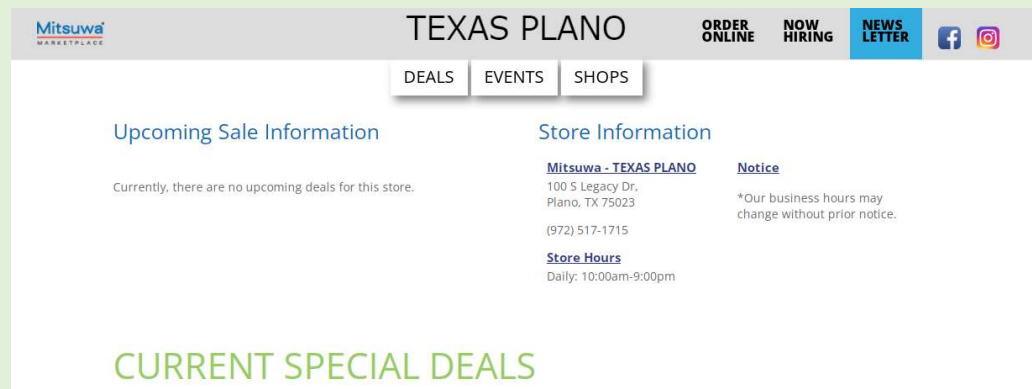
<https://mitsuwa.com/tp/>

instacart

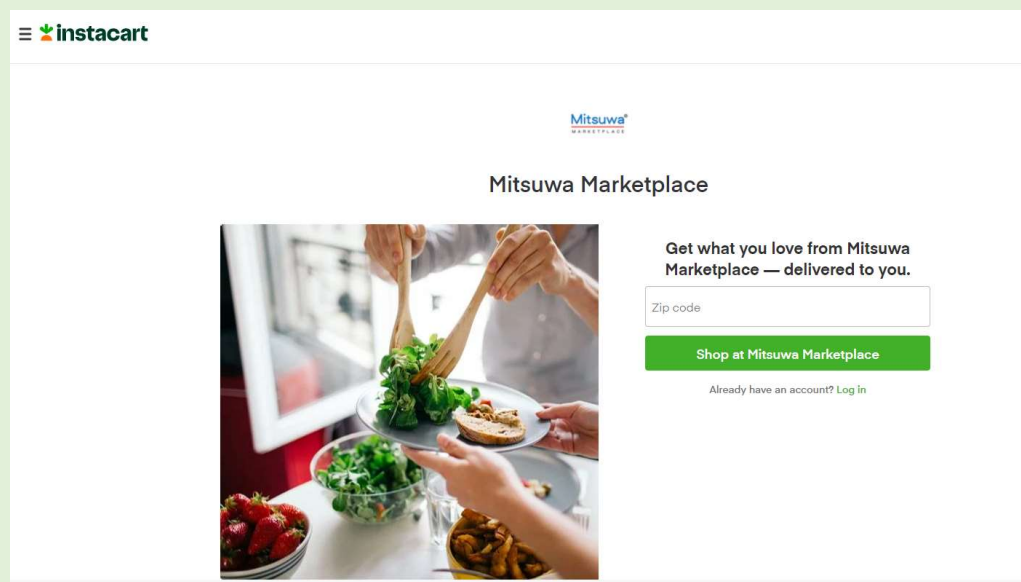
<https://www.instacart.com/mitsuwa-marketplace>

- 1998年創業、カリフォルニア州トーランスに本社を置くメジャーな日系スーパー
- 米国で11店舗展開。本事業はテキサス州では最大の日本食スーパーであるプレイノ店にて実施。instacartに出店し、SNS広告を活用した販売促進を実施。
- 店舗が所在するダラスエリアには、トヨタを始め多くの日系企業が拠点を置いている。日本人の消費者も多いが、日本食レストランも数多くあり、現地の人も日本食に親しんでいる。

▼Mitsuwaウェブサイト トップページ



▼instacart上のMitsuwaのショッページ



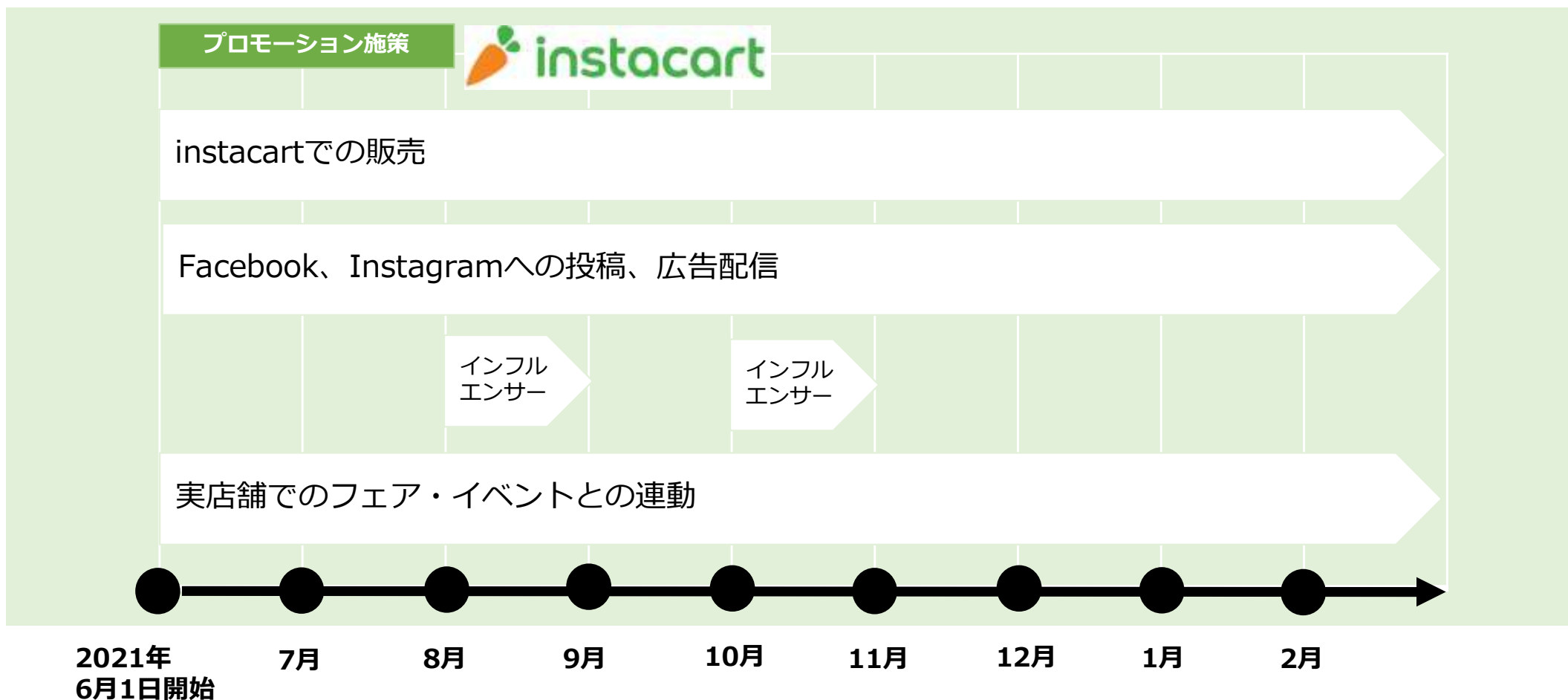
Mitsuwa連携報告 1.プロモーション概要・実施期間

<プロモーション概要>

実施期間：2021年6月1日～2022年2月21日

カテゴリ：食品、日用品 取扱社数：26社

販売手段：Instacart（オンライン買い物代行サービス）、実店舗（テキサス・プレイノ店）



Mitsuwa連携報告 2.プロモーション instacartとは

<instacartとは>



- 米国のグロッサリーのオンラインでの買物代行・即日配達サービス
- 消費者はウェブアプリケーションを通じて、様々な小売業者が販売する食料品を選び、5万人が登録している「パーソナルショッパー」によって配達される



Log in

Sign up

Mitsuwa Marketplace

Get what you want at Mitsuwa Marketplace.

Zip code

Shop at Mitsuwa Marketplace

Already have an account? Log in

Department

Ramen & Noodles

Ramen

Udon

Soba

Pasta

Instant Noodles

Cup Noodles

Others (Ramen & Noodl...

Ramen & Noodles

Ramen

Hakubaku Ramen, Organic
3.1 oz

Myjo Fresh Tonkotsu Ramen
15.99 oz

Shirakiku Ramen, Pork Flavor
Soup Base
10.58 oz

Myjo Ra Flavor, To
12.58 oz

Udon

Nongshim Udon Type Noodles,
Spicy Seafood Flavor
4.2 oz

Hakubaku Udon, Organic
9.5 oz

Myjo Japanese Style Noodles,
with Soup Base, Chicken
Flavor
7.25 oz

Myjo Uc Japanese
Soup Bas
7.28 oz

Mitsuwa Home / Mitsuwa Marketplace

Mitsuwa連携報告 2.プロモーション instacartとは

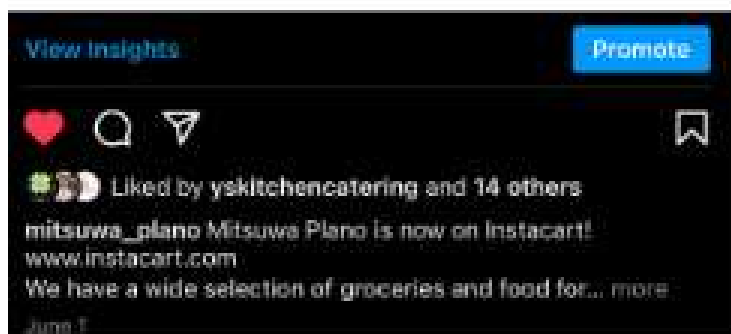


Online Delivery

is now available on



Mitsuwa
MARKETPLACE
Texas Plano Store



instacartを選んだ理由

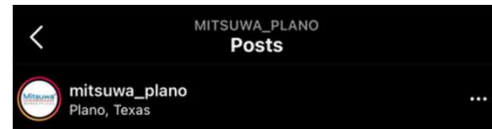
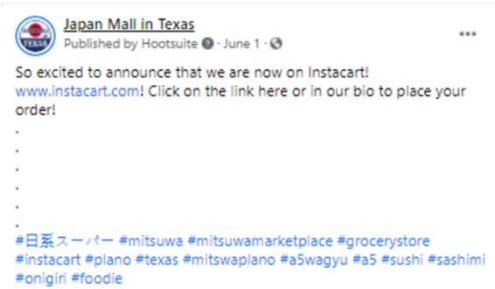
- ✓ 他ECサイトと比べて取り扱い店舗を基軸とした配達対応範囲が広い
ため、テキサスの土地柄に合致している
- ✓ 同様サービスを展開するのは米国ではinstacartのみ

instacartの課題

- ✓ 他のECサイト（UberやDoorDash等）と比べて知名度と利用率が低い

Mitsuwa連携報告 2.プロモーション SNSでのプロモーション

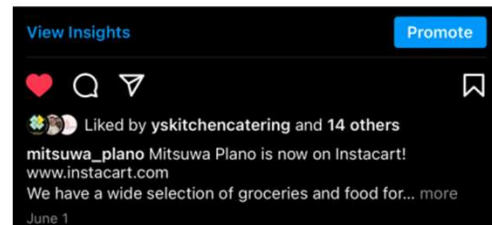
instacartでの販売について Facebook、Instagramにて投稿



Online Delivery
is now available on



Online Delivery
is now available on

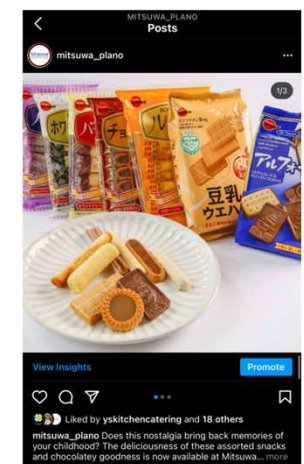
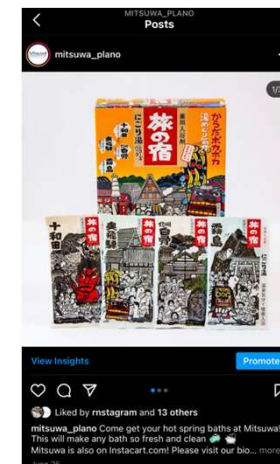


▲最初の投稿

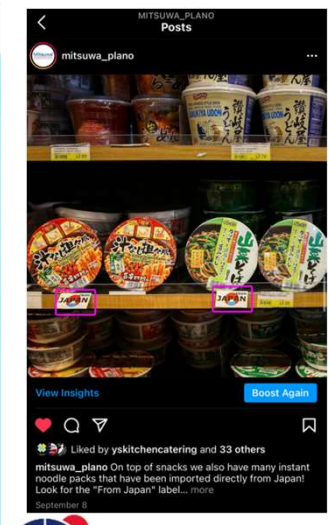
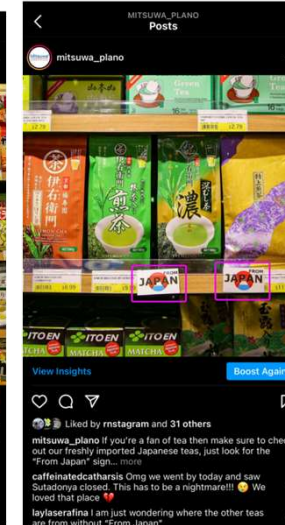
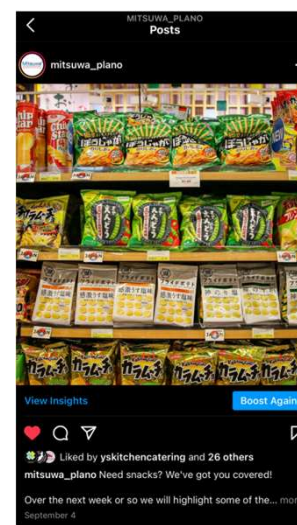
Reach/Impressions: 2,660

Facebook/Instagram総投稿件数:132
Instagram最大リーチ数:23,640
Instagramフォロワー数:1,213 (6倍増)

メーカー、ブランドごとの商品紹介の例

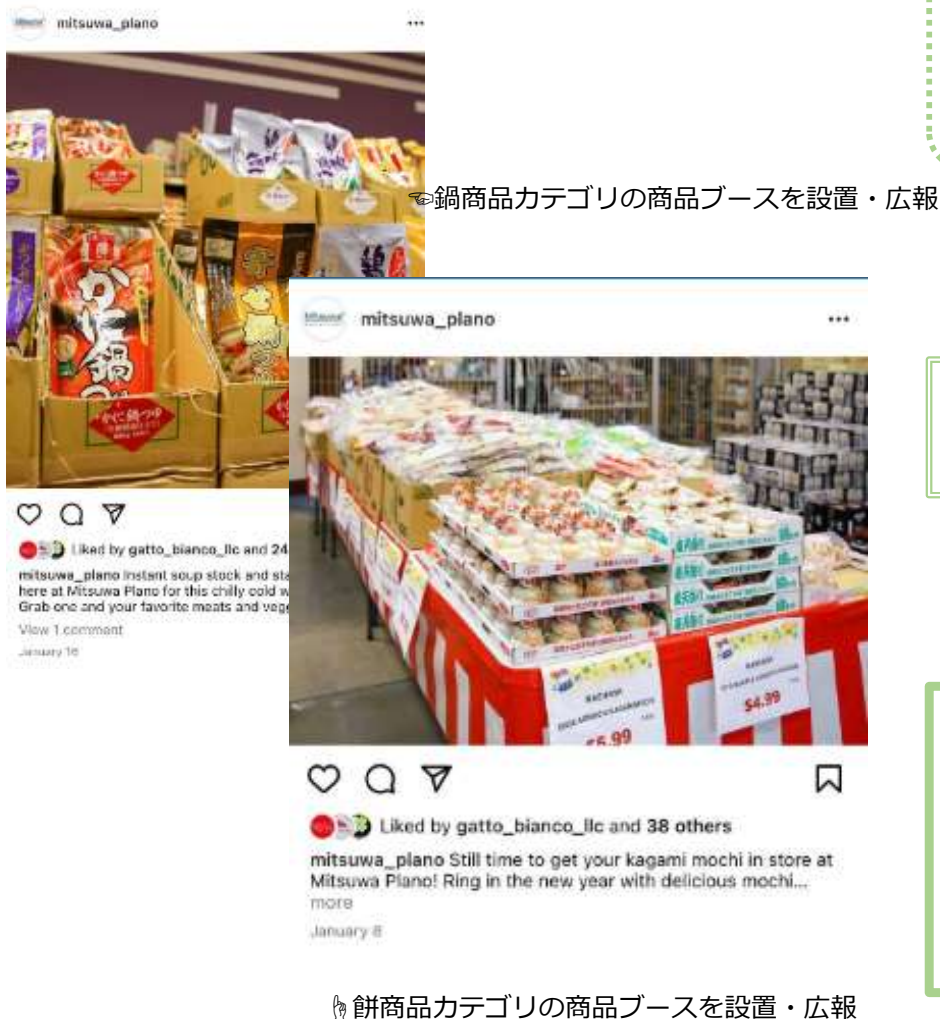


スナック、お茶、即席めん、美容商材など、 カテゴリーごとに日本の商品をPR



Mitsuwa連携報告 2.プロモーション Instagram上でのPR

<PR効果を高めるための取り組み>



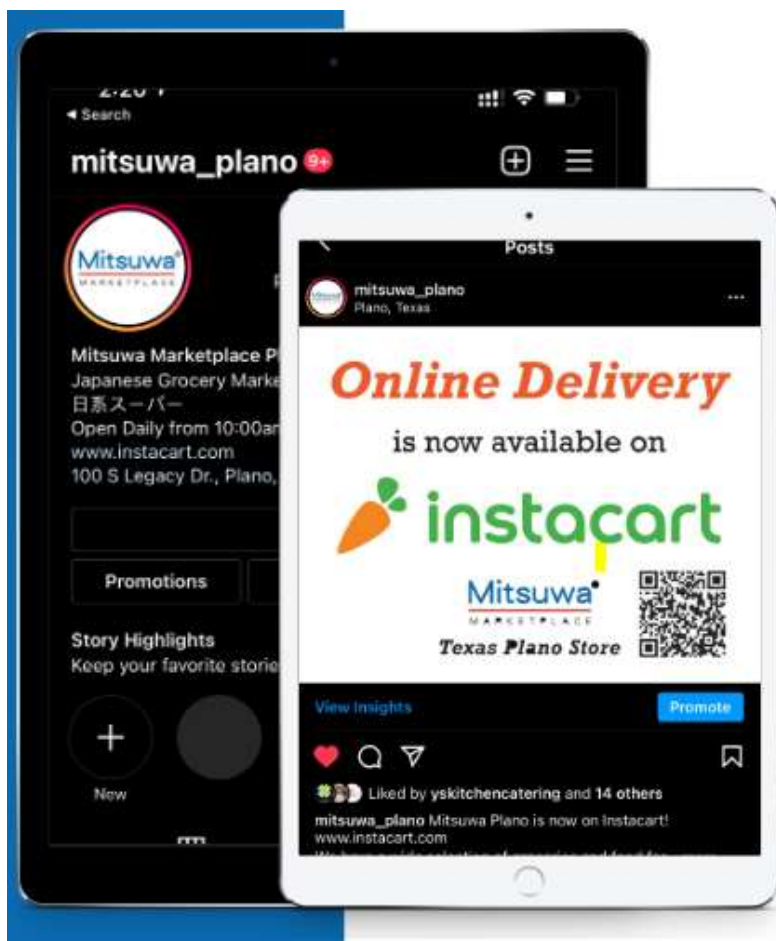
(従来) 個別の商品を宣伝する方式
米国で認知度が低いブランドだとリーチ数に
伸び悩み

個別の商品ではなく、
カテゴリー全体を広報する方法を試験的に投稿。

**J M事業登録ブランドを中心とした
問い合わせが以前よりも増加**

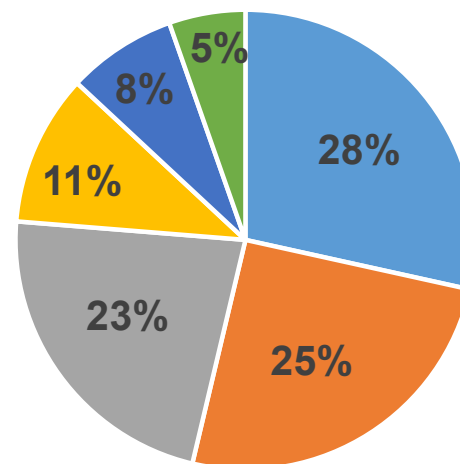
Mitsuwa連携報告 3.分析 (採択商品の内訳)

プロモーション期間：2021年6月1日～2022年2月21日



▲Facebook/Instagram

採択商品のカテゴリ別内訳

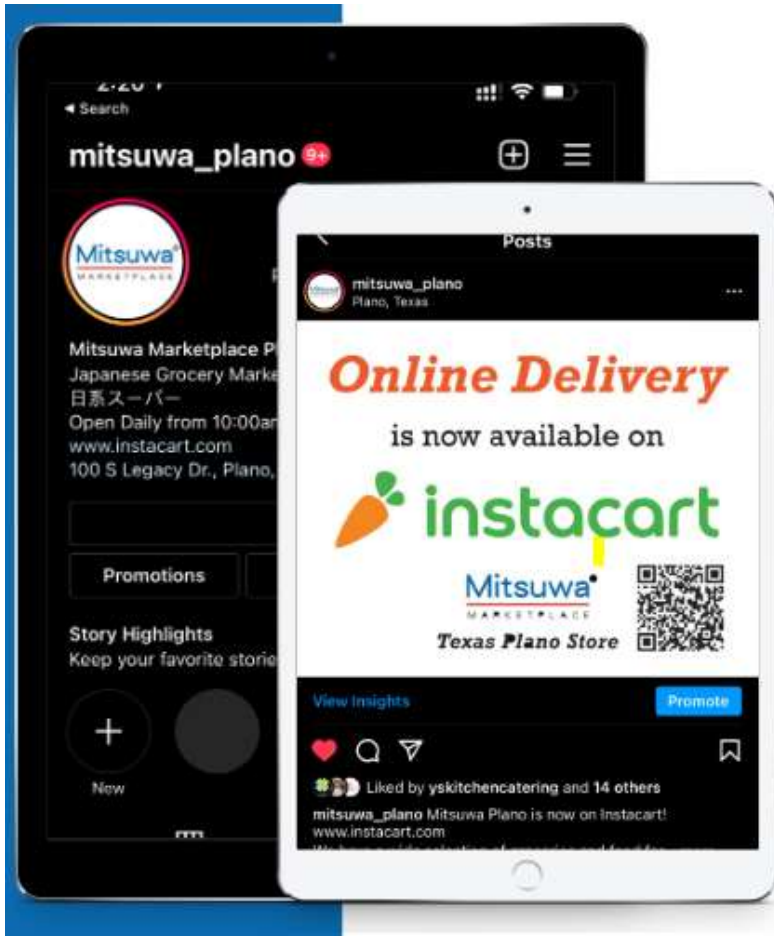


- その他加工食品
- 菓子類
- 化粧品類
- 飲料
- 調味料
- その他 (生活用品等)

- その他加工食品：カレー、インスタント食品、麺類等
- 菓子類：スナック、せんべい、アイスクリーム、チョコレート等
- 化粧品類：シャンプー等のヘアケア商品、基礎化粧品等
- 飲料：お茶、清涼飲料水、お酢ドリンク等
- 調味料：たれ、みりん、スパイス、サラダ油等
- その他生活用品等：キッチン用品、入浴剤等

Mitsuwa連携報告 3.分析 (顧客層)

プロモーション期間：2021年6月1日～2022年2月21日



▲Facebook / Instagram

・サイトのトラフィック推移



・デバイスごとのトラフィック



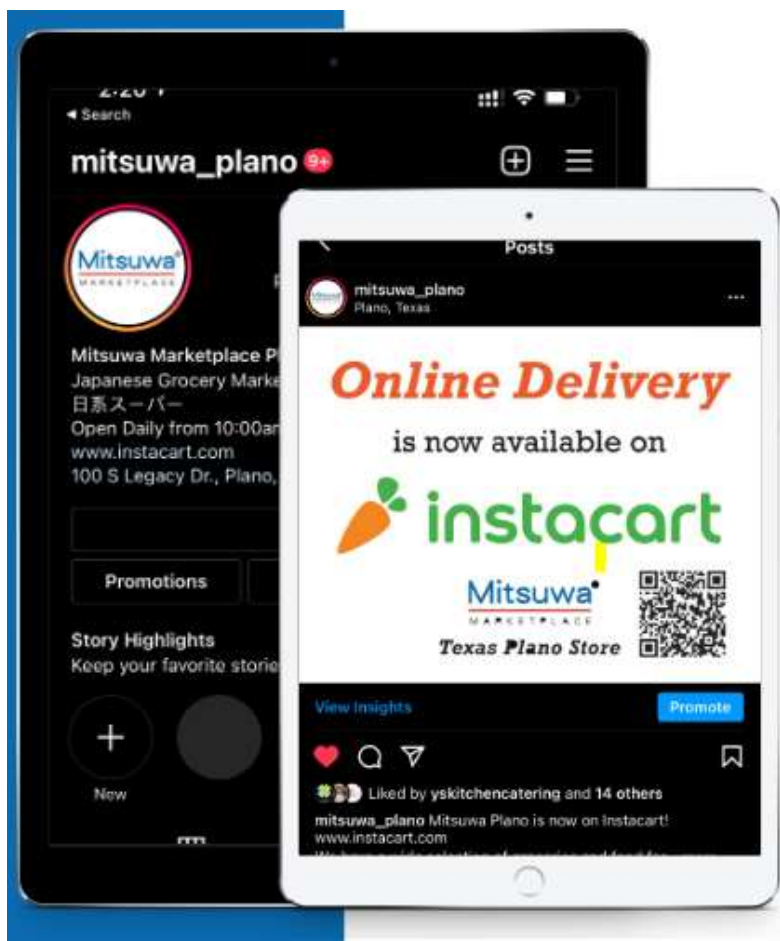
web iPad iPhone Android mobile_web

- ・プロモーション期間のSNS訪問者数の半数以上が女性顧客
- ・SNS利用者層との関連で、年齢層は20代～40代の若中年層が多くを占める。
- ・プロモーション開始以降、非アジア系の利用が増加。アジア系:非アジア系が7:3から5:5に変化。
- ・タブレット、スマートフォンからの流入が8割を占め、PCウェブサイトからの流入は2割に留まった。アプリ等によるモバイルの利用が高い。

※PR期間で入手したデータから算出

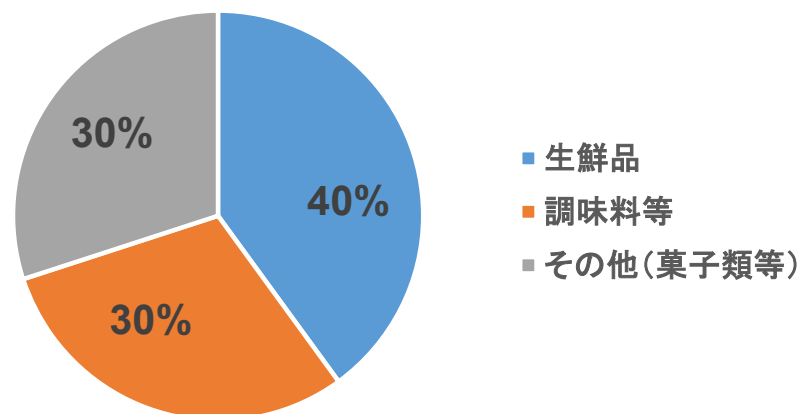
Mitsuwa連携報告 3.分析（販売傾向）

プロモーション期間：2021年6月1日～2022年2月21日



▲Facebook / Instagram

ECサイトでの全体の販売傾向



※本事業の対象商品以外も含む

- ECサイトでの全体の販売傾向は、生鮮品が40%、調味料等が30%、その他（菓子類等）が30%であった。
- 調味料等は主にカレールーや醤油等が目立っていた。
- 生鮮品は主に豆腐やサシミ、肉製品等が目立っていた。
- その他（菓子類等）はアイスクリーム等が目立っていた。
- 他のアジア系マーケットには取り扱いがないものを中心に選ばれていた。

Mitsuwa連携報告 3.分析（総括）

プロモーション総括・バイヤーコメント

- ECサイトでの販売はその売上以上に、広告効果が高いと感じられる。買い物代行等のECサイト利用者の場合、近隣に居住している場合が多く、日本食が近隣で手に入ることをECサイト上でアピールできる点については販売以上の効果がある。
- 日本食関連企業のECサイト利用促進という観点では、配送方法ならびに配送業者の確保が重要となってくる。日本食をECサイトで販売する為には、そうした配送事情をクリアできる協力業者等が斡旋できると望ましい。
- 日本の食品を取り扱う事業者が国による商流の違いや州ごとに異なる規制対応について理解をしていることが望ましい。

例：①カリフォルニア州では取り扱えるが、テキサス州では取り扱えないケース

②テキサス州で販売する場合、ローカルのベンダーとの連携が必要

今後の展望

- ECサイト上で実店舗に併せた販売・広報活動を行い、オンラインとオフラインの相乗効果が期待できる取り組みを実施していきたい。
- instacart以外のプラットフォームも検討したい。