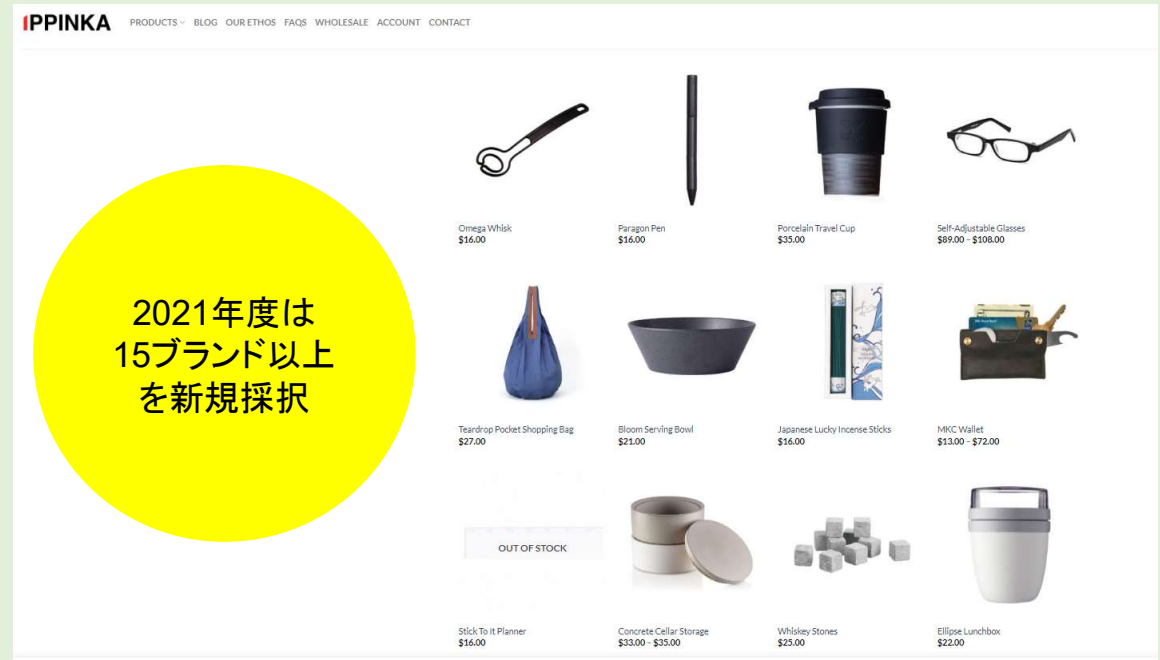


IPPINKA

<https://www.ippinka.com/>

- ・カナダにあるセレクトショップ系ECサイト
- ・カナダ・米国のAmazonに出店
- ・高品質、高性能、デザイン性に優れた日用雑貨を主に扱う
- ・お茶、調味料など加工食品の一部取扱い有
- ・JAPAN MALL事業での連携は2年目

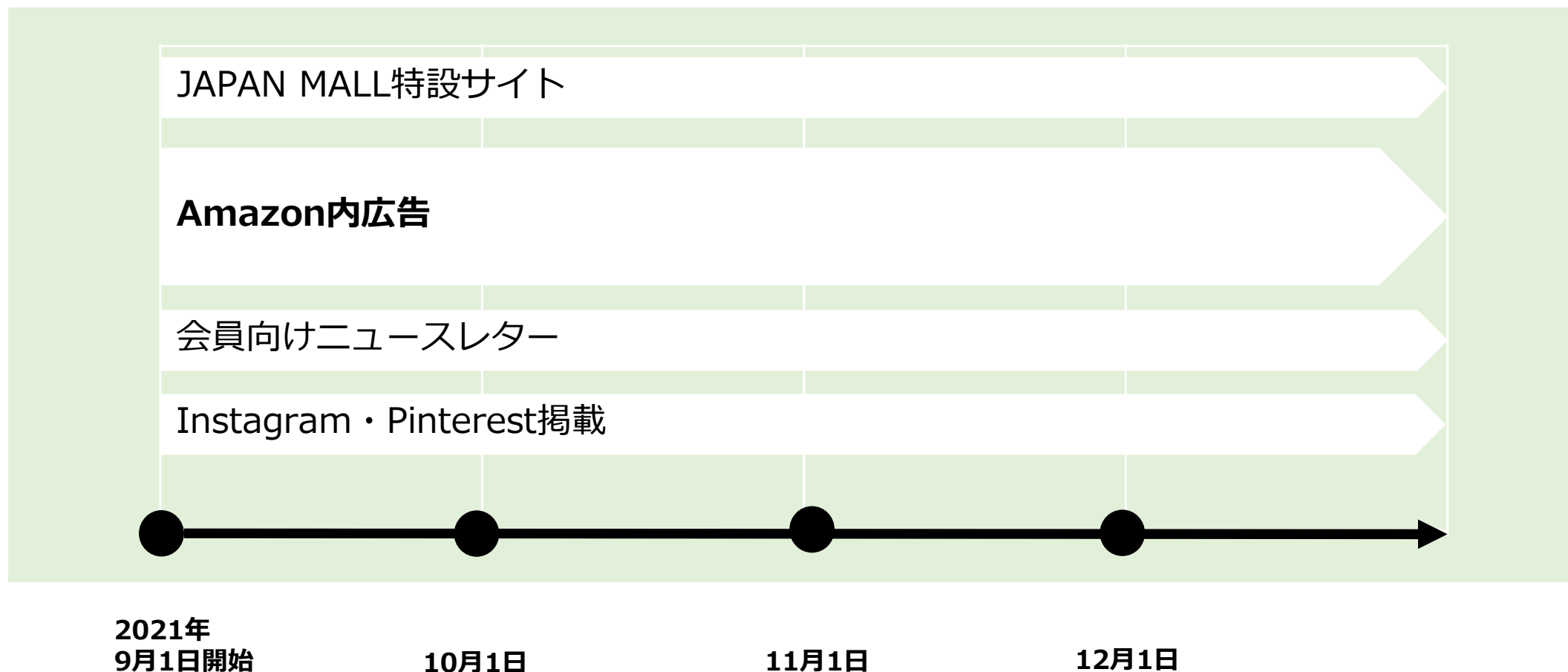
▼IPPINKA自社サイトトップ



IPPINKA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9月1日～2021年12月31日 カテゴリ：日用雑貨・加工食品 取扱社数：56社



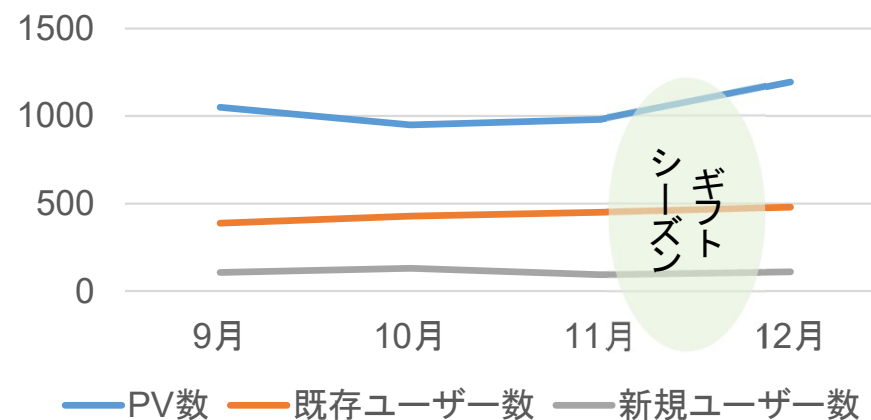
IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ①JAPAN MALLページの設置

期間：2021年9月1日～12月31日 IPPINKAサイト内に**JAPAN MALLページを設置**



▲IPPINKA自社サイト内
JAPAN MALL特集ページ

プロモーション期間中の IPPINKA自社サイト内JAPAN MALLページビュー推移



- 特設サイトにはJAPAN MALL登録全商品を掲載。固定客を飽きさせないよう新商品が入る毎にページを更新
JAPAN MALL商品を紹介するニュースレターも毎週配信
- 各商品紹介ページにはその商品の文化的背景や作り手のこだわりなどのストーリーを盛り込んだ
- 年末のギフトシーズンに向けPV数は緩やかに推移

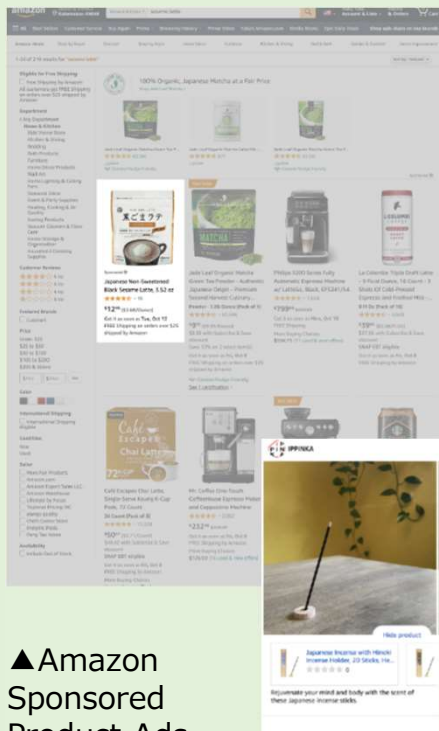
IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ②WEB集客

<概要>

商品ページに誘導するため、Amazon・SNS広告を出しWEB集客プロモーションを実施

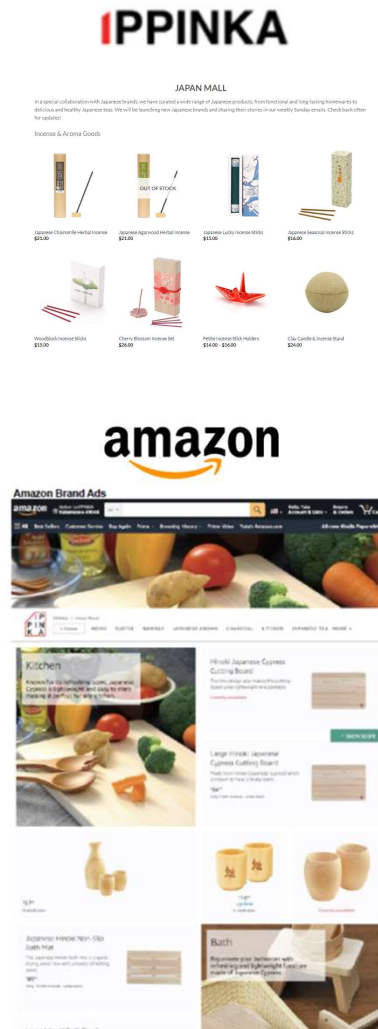
Amazon内広告と キーワードターゲティング

昨年度効果の高かったAmazon
への広告投入割合を増加



▲Amazon
Sponsored
Product Ads

▲Amazon Postを
毎日3商品ずつ投稿

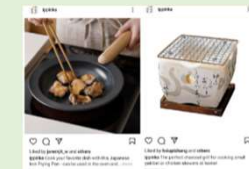


ニュースレター

- 毎週日曜日に会員向けに発信。その商品が作られた文化や背景を中心に毎回2ブランドを紹介
- JAPAN MALL特集号を全企業分配信

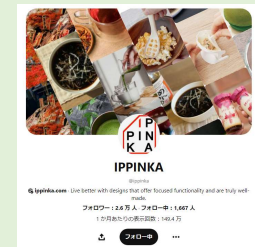


Instagram



週変わり
1ブランドを紹介

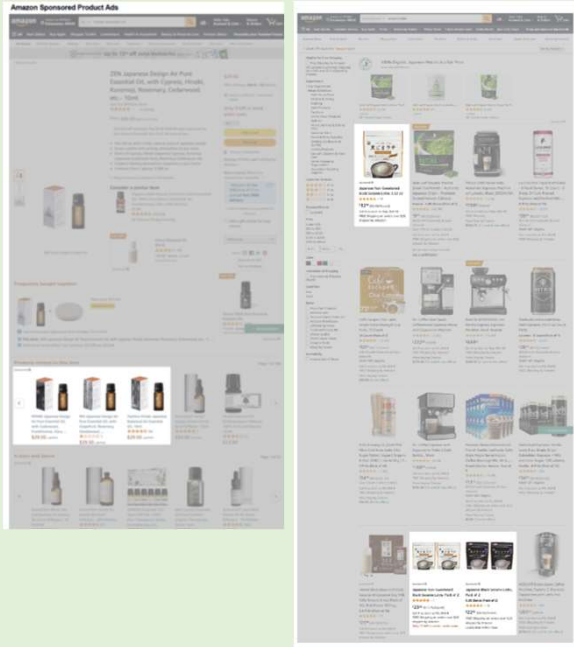
Pinterest



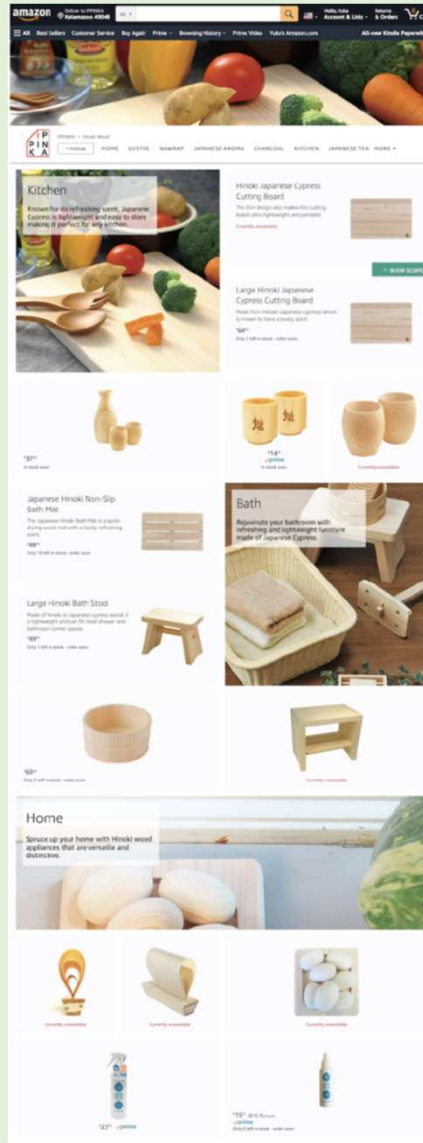
The Foodies,
Travel Inspiration
のボードを設置

IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ③Amazon広告抜粋 <9月>

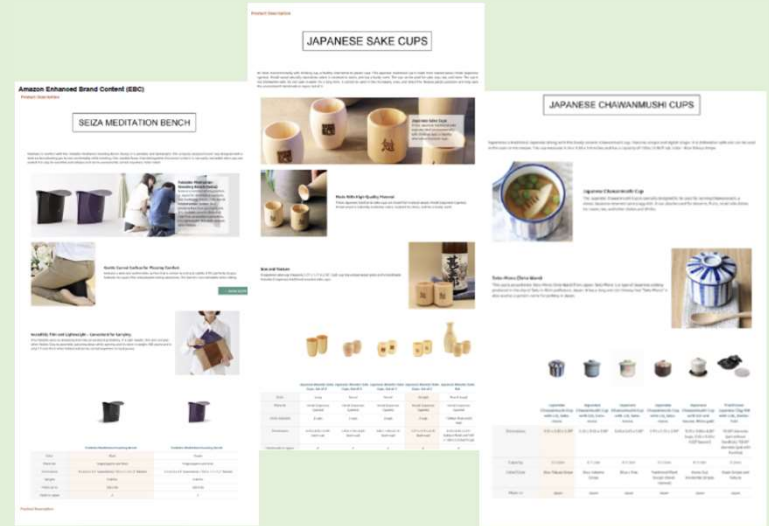
Amazon Sponsored Product Ads



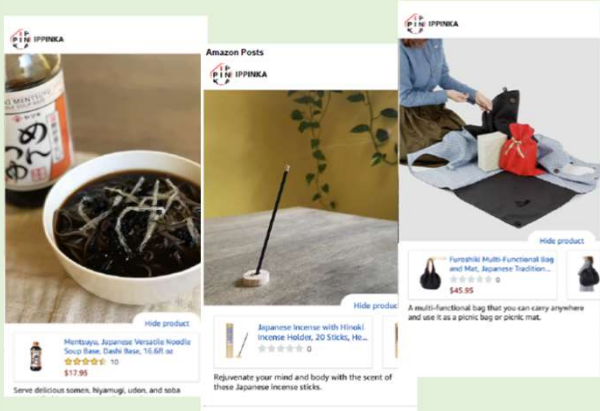
Amazon Brand Ads



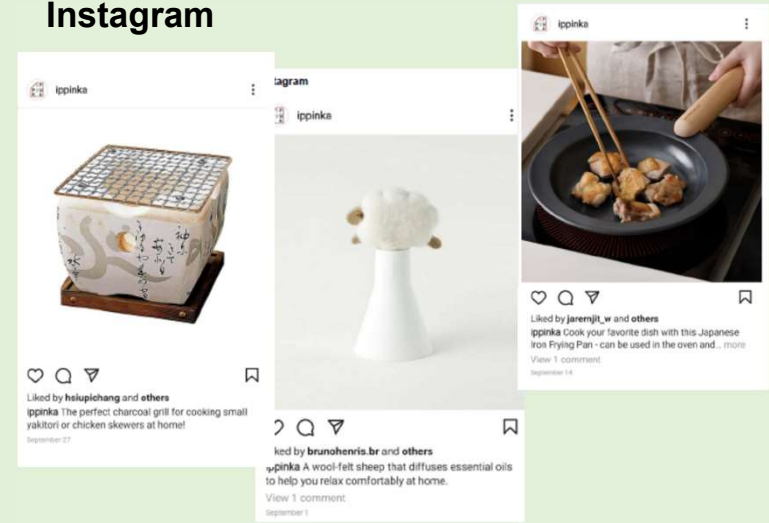
Amazon Enhanced Brand Content (EBC)



Amazon Posts

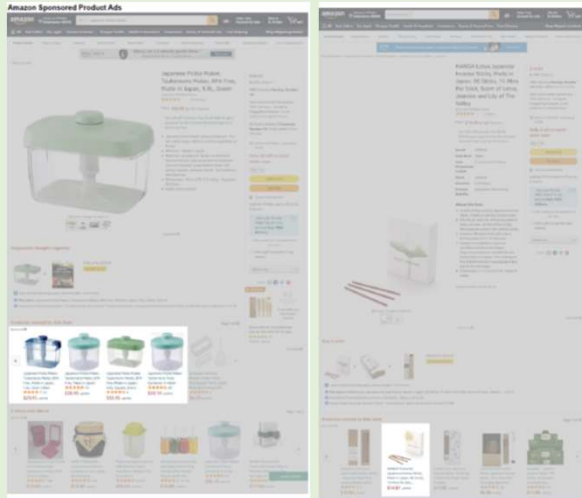


Instagram

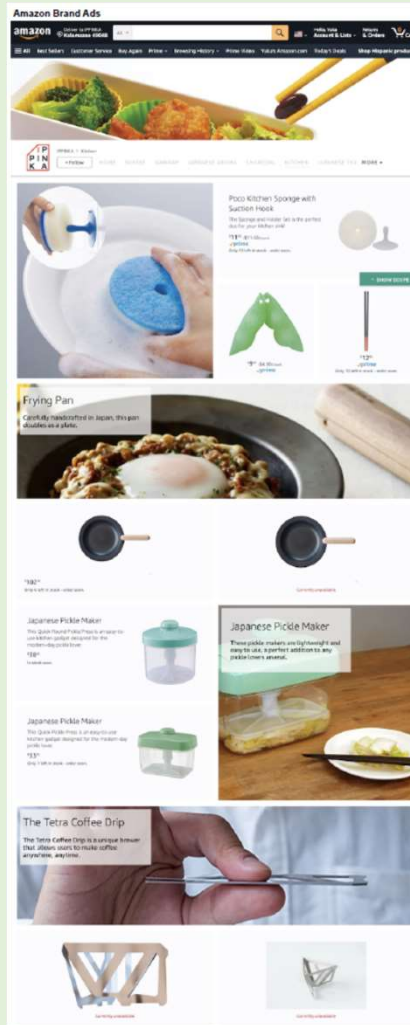


IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ③Amazon広告抜粋<10月>

Amazon Sponsored Product Ads



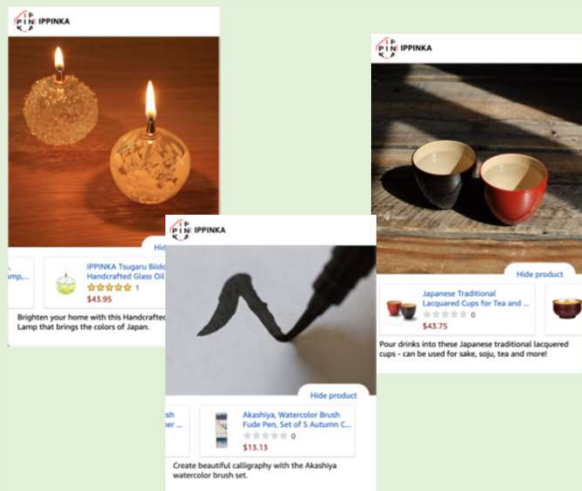
Amazon Brand Ads



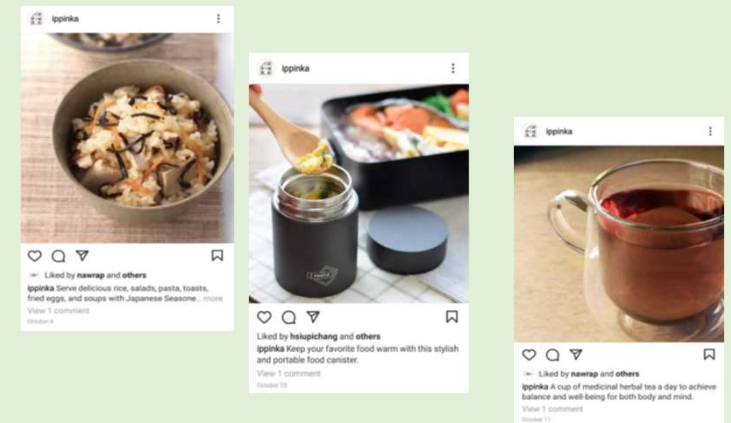
Amazon Enhanced Brand Content (EBC)



Amazon Posts

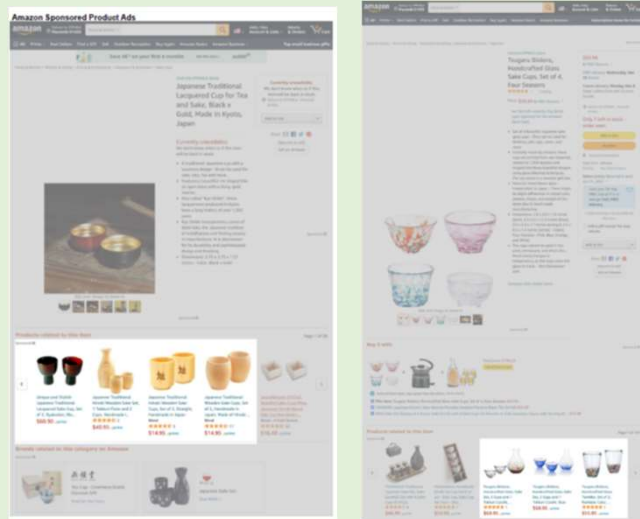


Instagram

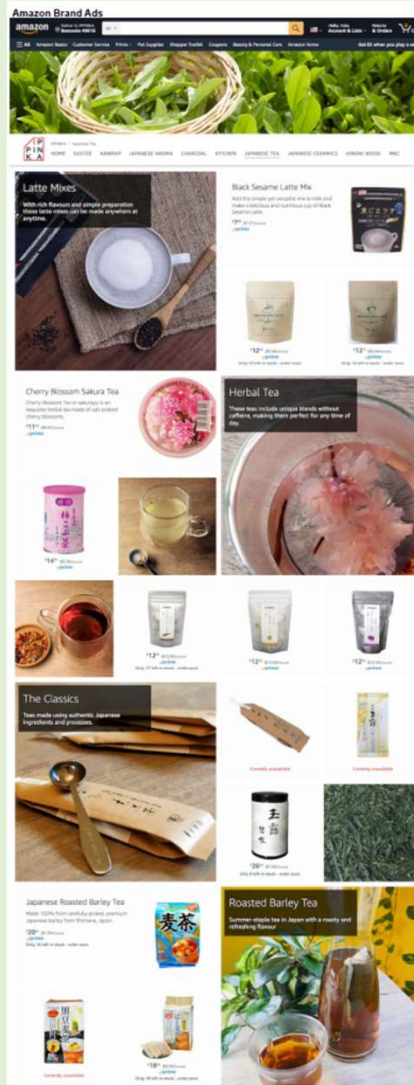


IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ③Amazon広告抜粋 <11月>

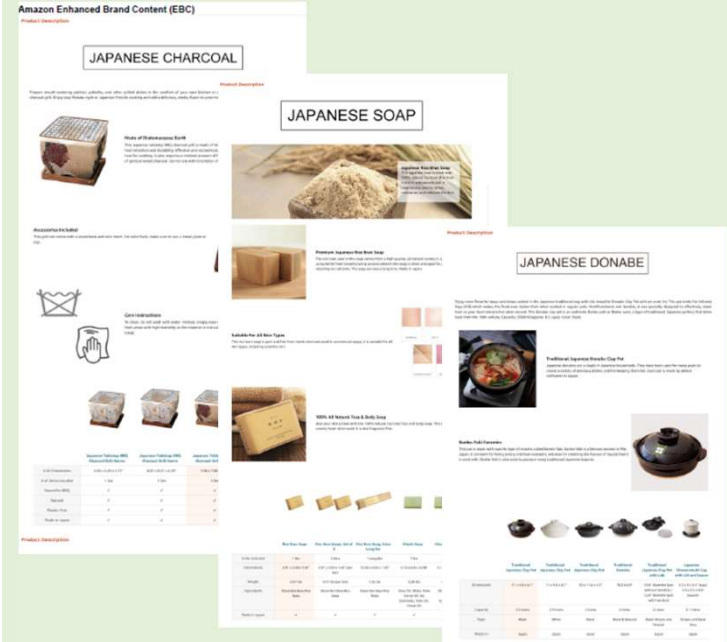
Amazon Sponsored Product Ads



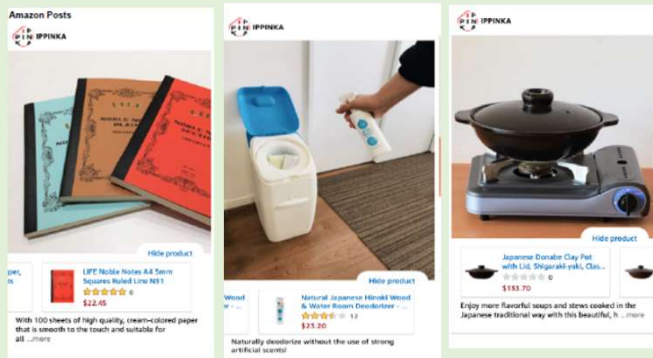
Amazon Brand Ads



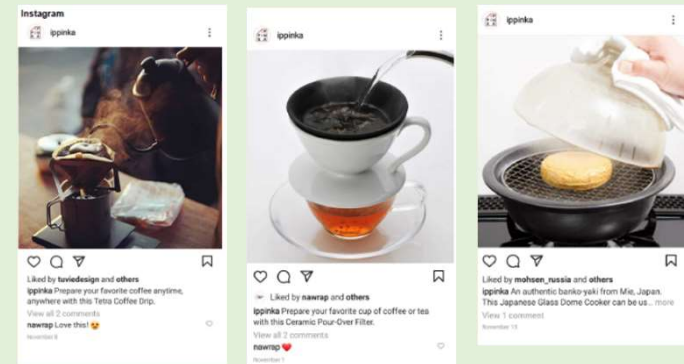
Amazon Enhanced Brand Content (EBC)



Amazon Posts

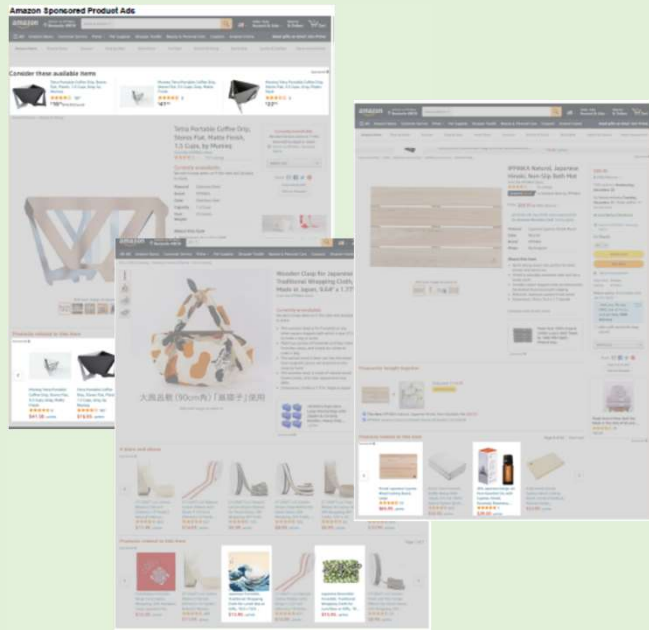


Instagram

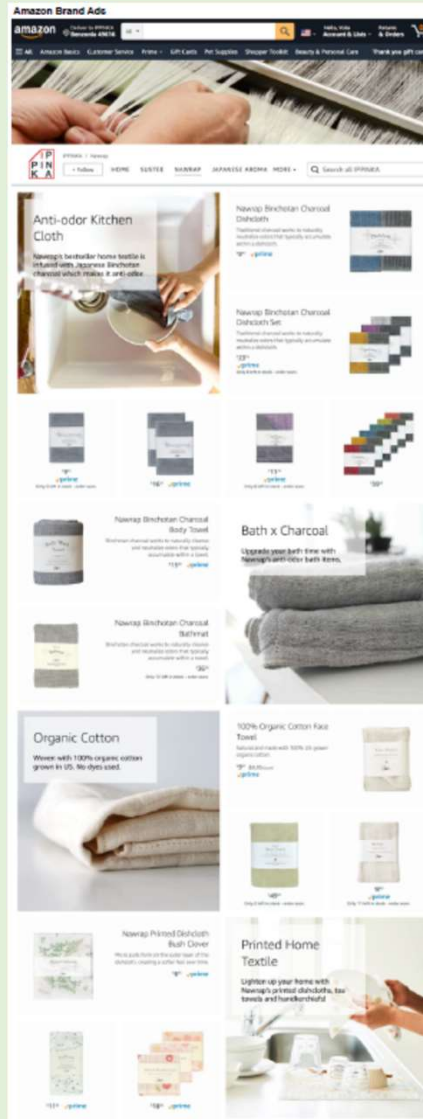


IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ③Amazon広告抜粋 <12月>

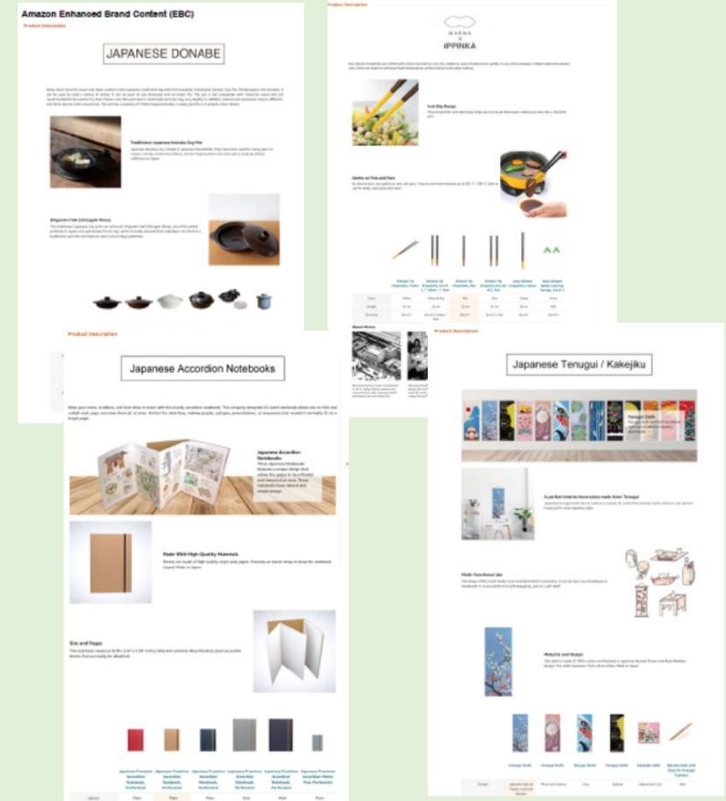
Amazon Sponsored Product Ads



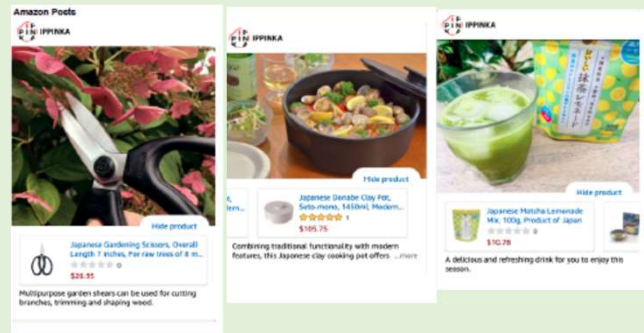
Amazon Brand Ads



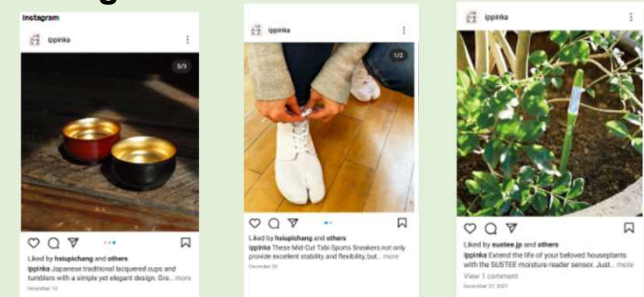
Amazon Enhanced Brand Content (EBC)



Amazon Posts

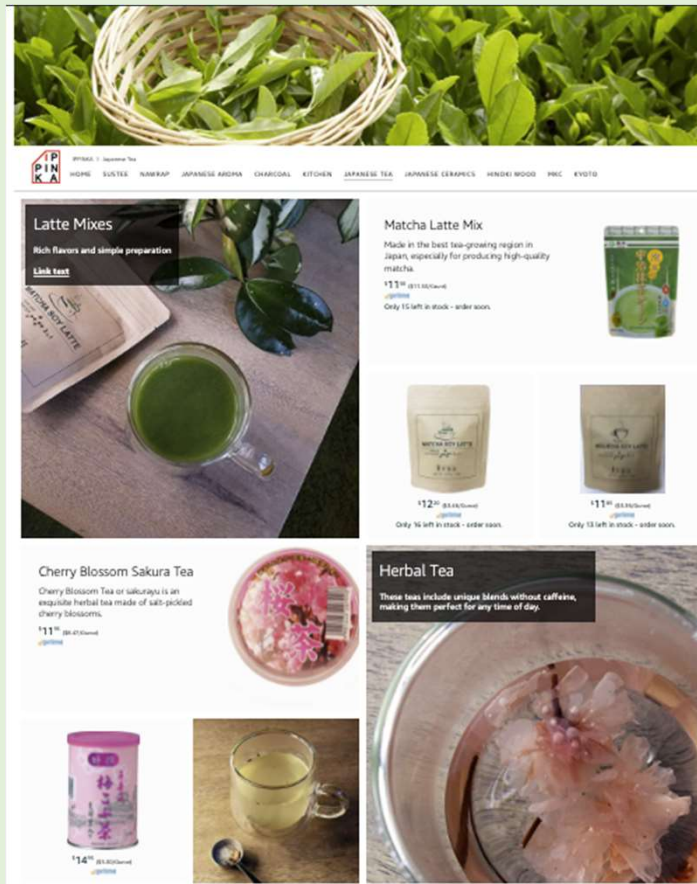
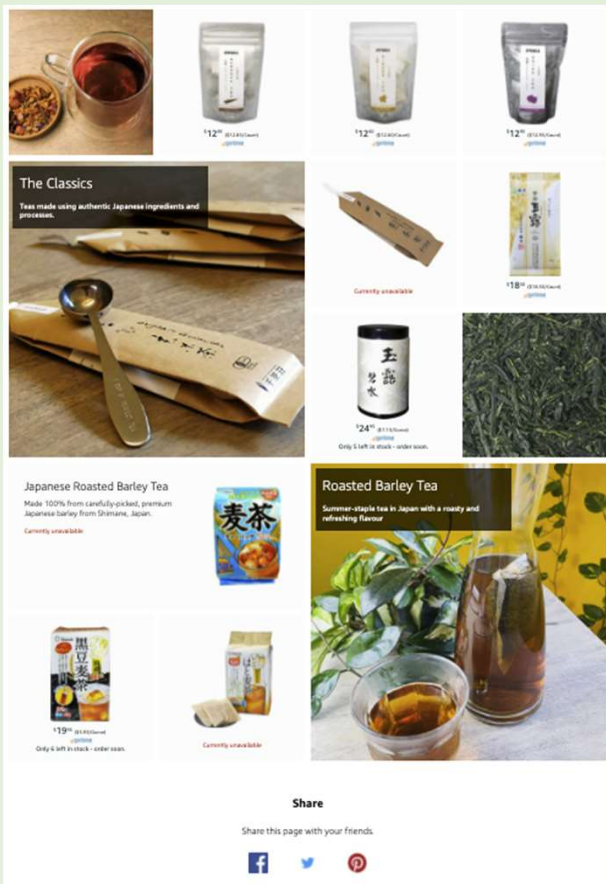


Instagram



IPPINKA連携報告 2.プロモーション詳細 ④Amazon Store Front

JAPAN MALL事業を通し日本茶の取扱いが増えたため、Amazon Storeフロントに**JAPANESE TEAのセクション**を設置。特に麦茶、はと麦茶、桜茶、こぶ茶の人気が高く、レビューでの評価も高くなっている。



▲はと麦茶



▲桜茶



▲IPPINKAとコラボしたごぼう茶
It's smooth and comforting. Just add a hint of honey and enjoy deliciousness while relaxing.
(消費者コメント)

▲Amazon Store front のJAPANESE TEAセクション

IPPINKA連携報告 3.まとめ

採択された商品の傾向

(日用雑貨)

- ・ コロナでアウトドア需要と在宅需要の二つが高まった。アウトドア向けには木炭、お弁当箱、ガーデニングツールなど、在宅向けにはお香などが採択となった
- ・ 地球にやさしい商品として卵の殻を再利用した肥料が採択された
- ・ 食器、アロマ商材、調理器具は安定して需要があるカテゴリであり、陶器・木材（ヒノキ）・刃物など日本の素材を生かした商材は独自性をPRしやすく採択につながりやすい

(加工食品) ※米国のみ

- ・ ノンアルコール飲料の商談が多く実施され、新規成約となった
- ・ 日本固有の調味料、お茶は昨年引き続きバイヤーのニーズが高く、醤油や日本茶などが採択された
- ・ お茶の取り扱いが増えたため、Amazon Store Frontに[JAPANESE TEAセクション](#)を設置した

購入者層

- ・ 昨年に引き続き日本文化に関心のある北米の消費者がメインとなった
- ・ IPPINKA自社ECの訪問者のうち約2割は新規の訪問者

販路・プラットフォーム別の販売傾向

- ・ 圧倒的にAmazonの販売が多いため、プロモーションもAmazon広告をメインに展開

プロモーション総括

- ・ 昨年度のプロモーションを通じAmazon広告が最も販売につながるという結果が出たことからAmazon広告を強化。結果、最も効率よく商品を消費者に見つけてもらうことが可能となった
- ・ 今年度新規取り扱いを始めた商品では香彩堂のお香がギフトシーズンによく売れた
- ・ 昨年度から取り扱っている数ブランドは現在も受注を受け定番化してきている
- ・ メールマガジン・Instagram・Pinterestの商品紹介は一般的には直接購入につながりにくい手法ではあるが、ブランド認知と固定客が新商品を知るきっかけとなっているので小規模で実施した

バイヤーコメント

- ・ 今後欲しい商品について：引き続きデザイン性の高い商品や商品の魅力を高めるストーリーのある商品に関心がある。商材としては日本の調味料、ノンアルコールビール等に関心あり