

# 2020年度 JFOODO和牛プロモーション報告（米国）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

和牛チーム

2021年4月

## 本資料の内容

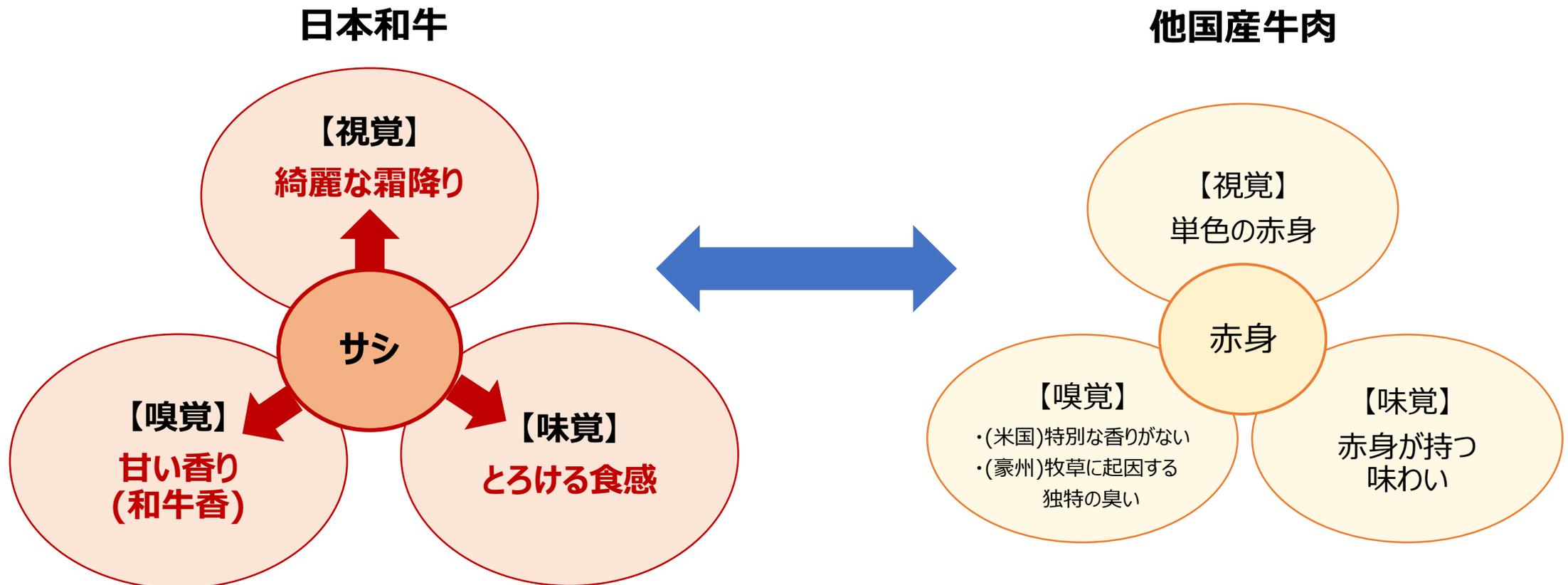
- 2020年度プロモーション全体像
- 2020年度プロモーション施策詳細

# 2020年度プロモーション全体像

## 着眼点

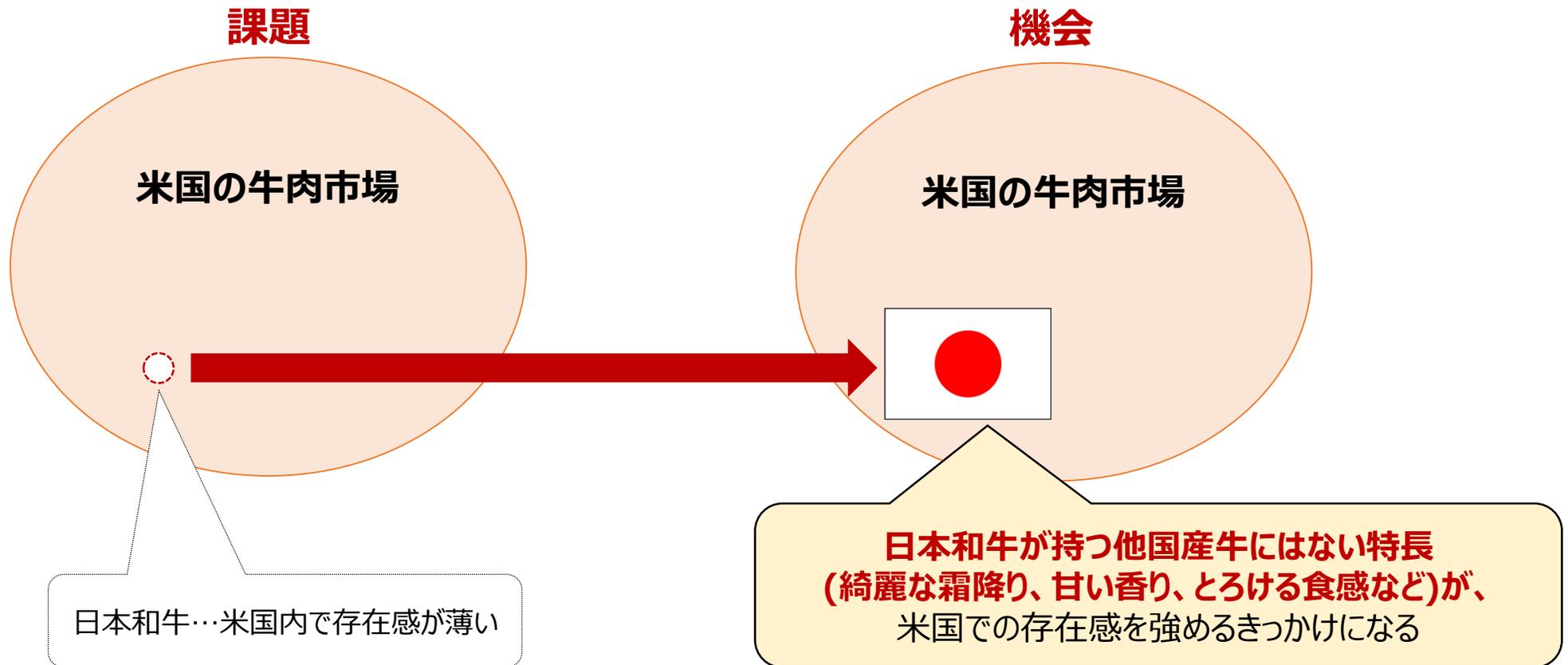
- 日本和牛のUSP (Unique Selling Proposition)

日本和牛に備わっている独特のサシが、他国産には出せない五感（特に視覚・嗅覚・味覚）に訴える要素を生み出しています



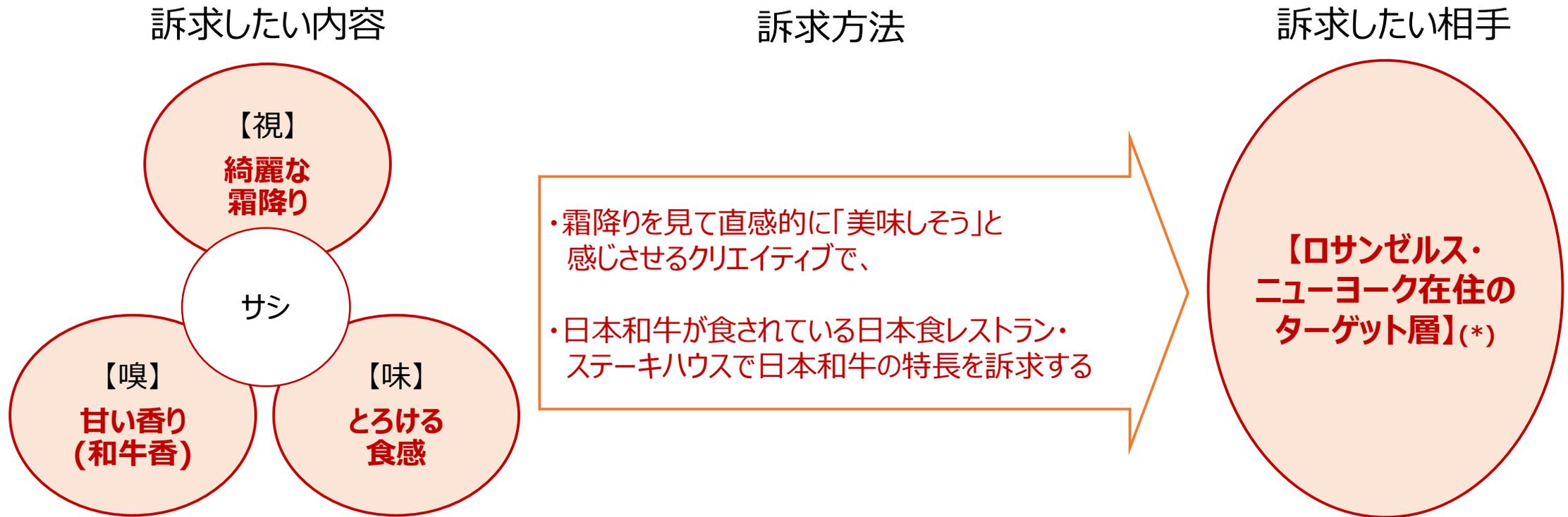
## 課題と機会

日本和牛は米国の牛肉市場においてニッチな存在ですが、サシによって生み出される他国産牛にはない特長は、米国の消費者に希少価値として受け入れられる可能性があります



## 解決の方向性

2020年度は、直感的に「美味しそう」と感じさせる表現方法で、日本和牛に興味のないターゲット層へ「日本和牛を食べたい・買いたい」と振り向かせるプロモーションを行いました

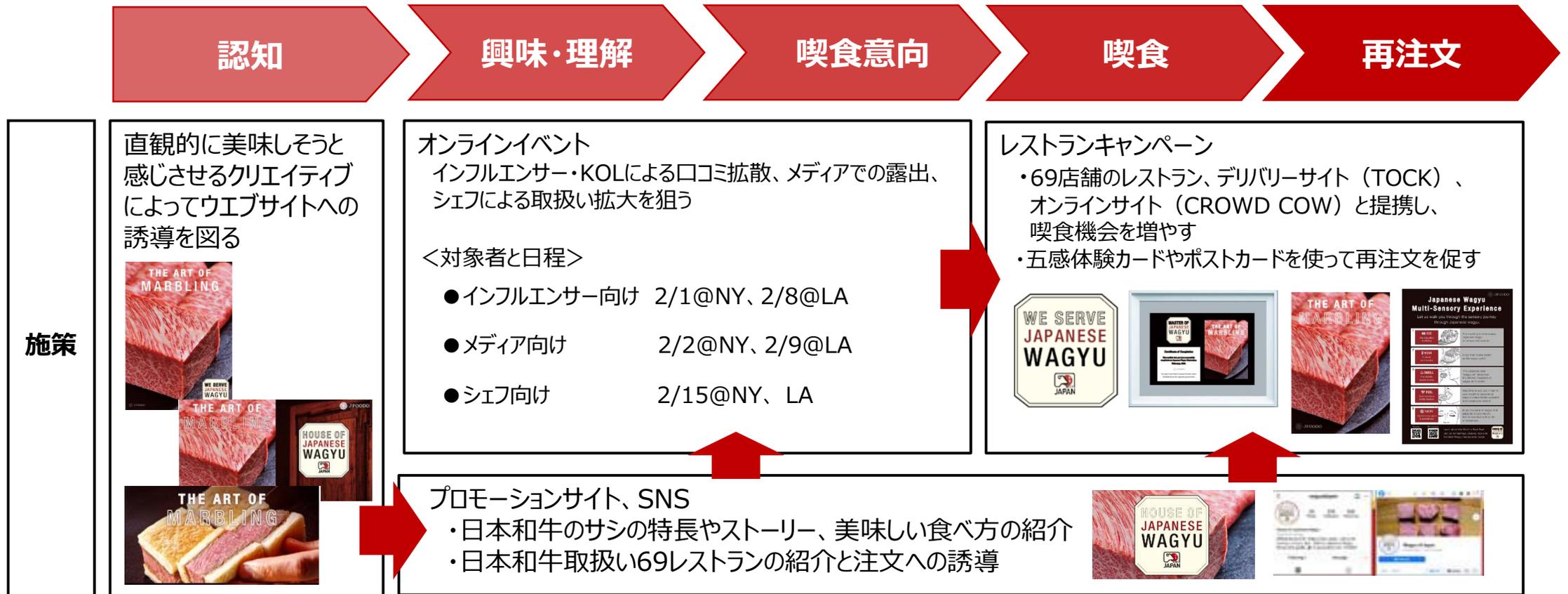


(\*)ターゲット層の詳細は別ページで後述

# 2020年度プロモーション施策詳細

# 施策の全体像

カスタマージャーニーに応じて、コロナ禍を踏まえた最適な施策を展開しました



# プロモーションスケジュール

2021年2月のレストランキャンペーンを中心に、プロモーションを展開しました

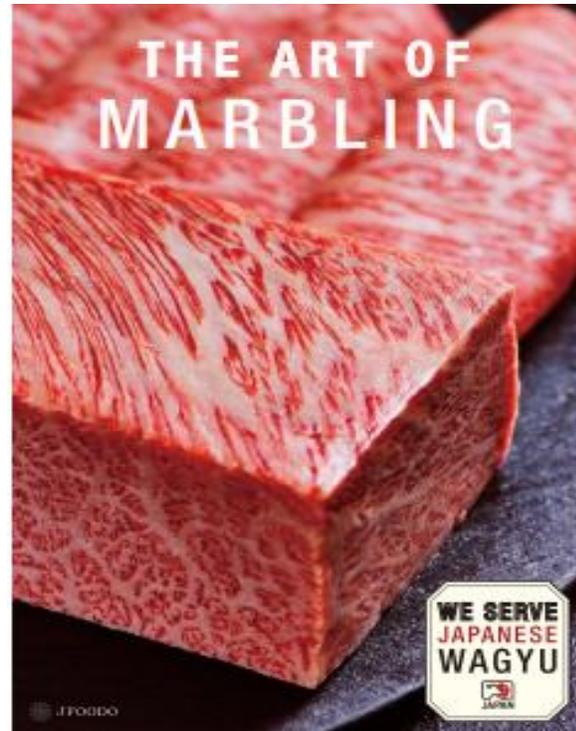
	2021年		
	1月	2月	3月
プロモーションサイト・SNSからの情報発信			
デジタル広告（バナー広告・検索連動型広告）			
レストランキャンペーン			
デリバリーサイト（TOCK）との連携			
ECサイト（CROWD COW）との連携			
オンラインイベント（インフルエンサー、メディア、シェフ向け）			

## キービジュアル

他国産牛肉にはない日本和牛のサシが五感（特に視覚・嗅覚・味覚）に訴える特長を、“The Art of Marbling”と表現しました



JFOODOが開発したロゴ



THE ART OF MARBLINGのポスター



日本和牛ウェブサイト動画（15秒）

<https://www.youtube.com/watch?v=M-E3aLF3yYA>

# オンライン広告

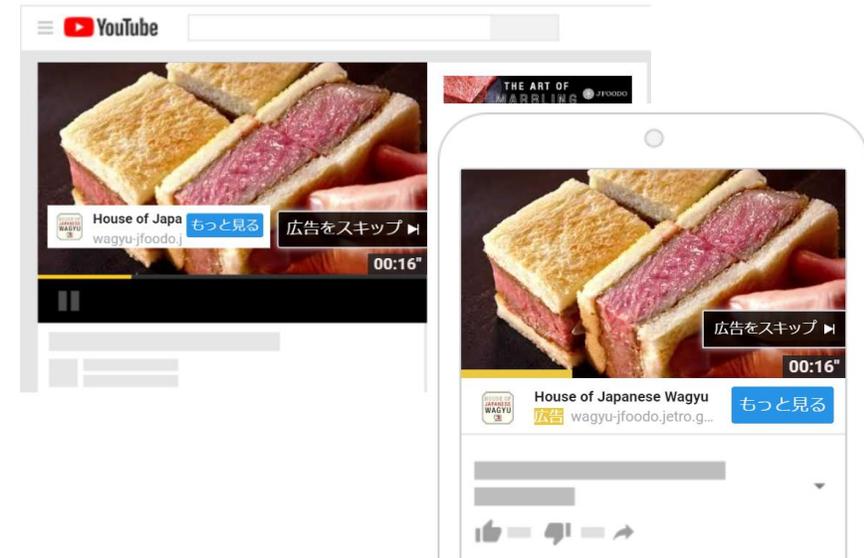
ターゲット消費者の接触頻度が高いSNSやYouTubeを中心に、ターゲットにリーチしやすい食関連サイトやGoogleでのデジタル広告を組み合わせることで、喫食への誘導を図りました

## 広告掲載例



### Facebook & Instagram

総表示数：441万件  
 クリック数：31,000件



### YouTube

総表示数：178万件  
 クリック数：1,900件

# レストランキャンペーン

69店舗におけるレストランキャンペーンでは、コロナ状況下も踏まえ、デリバリーサイトやオンラインサイトとも連携しながら、消費者の日本和牛の体験機会を増やしました

## 店頭キャンペーン (NY, LA)

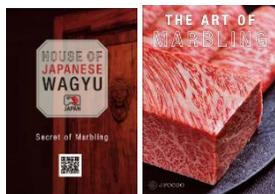
日本和牛を扱うレストラン69店舗において、日本和牛についてのレクチャーの実施やオリジナルメニューの提供、ポスターやステッカー等の掲示等



ポスター

取扱いステッカー

レクチャー受講  
修了証



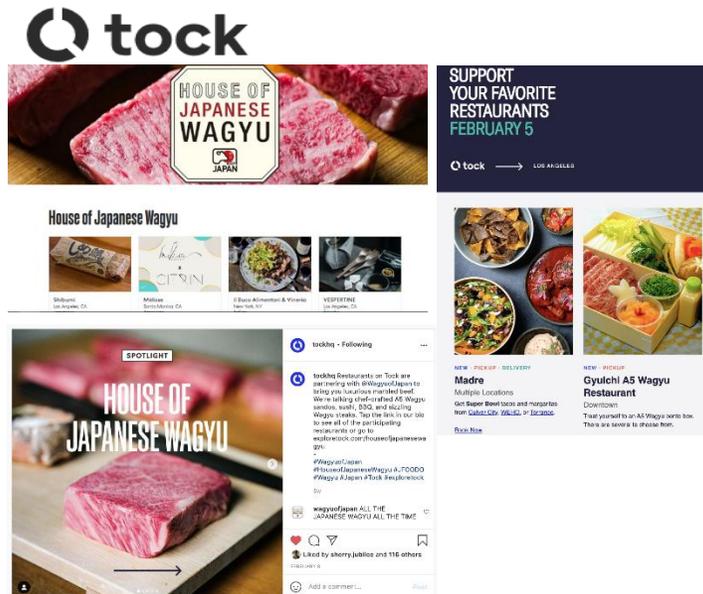
ポストカード



五感カード

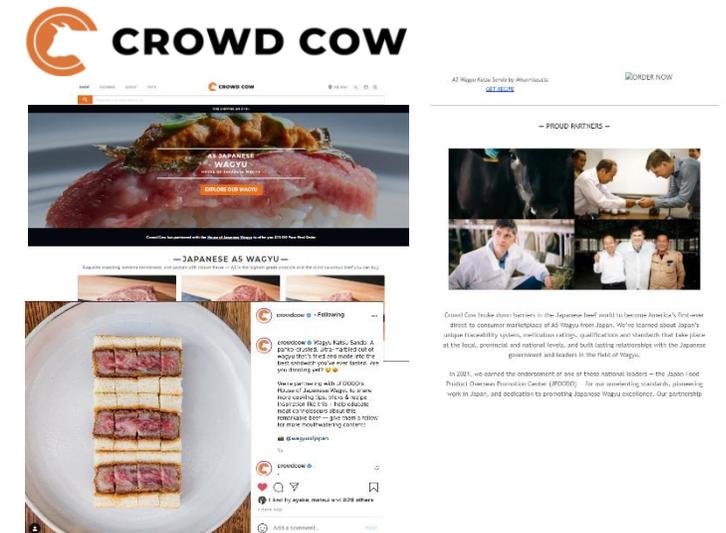
## デリバリーサイトとの連携

富裕層ユーザーが多いデリバリーサイトTockにて、特設ページの設置、公式ニュースレター、インスタグラムでの日本和牛コンテンツの配信



## ECサイトとの連携

北米NO.1の日本和牛取り扱いECサイトCROWD COWにて、特設ページの設置、ニュースレターやインスタグラムの配信、ポストカードの商品への同梱



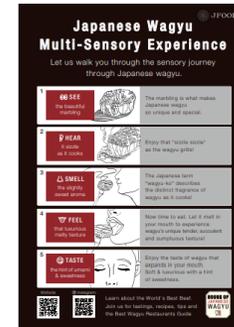
<https://www.exploretock.com/houseofjapanesewagyu> <https://www.crowdcow.com/house-of-japanese-wagyu>

# オンラインイベント

## - 開催概要

五感で感じる日本和牛の特長と魅力について、インフルエンサー、メディア、シェフに対して試食を交えたオンラインイベントで発信しました

- イベント名 : House of Japanese Wagyu -TASTE THE MARBLING-
- 目的 : 試食イベントを通じて、インフルエンサー、メディア、シェフからの情報発信を促し、消費者の日本和牛の特長に対する理解・納得を深める
- 概要 : あらかじめ参加者に食材を届け、シェフによる説明やクッキングデモを行いながら参加者は日本和牛の特長と魅力を五感で体験する



五感カードを使って日本和牛の特長を体験

### インフルエンサー向け

①日程と参加者 :  
2/1: NY15名、2/8: LA15名

### ②内容

- ・シェフによる日本和牛の説明
- ・和牛サンドクッキングデモ
- ・試食



### メディア向け

①日程と参加者 :  
2/2: NY15名、2/9: LA15名

### ②内容

- ・シェフによる日本和牛の説明
- ・和牛寿司クッキングデモ
- ・試食



### シェフ向け

①日程と参加者 :  
2/15: NY15名、LA15名

### ②内容

- ・シェフによる日本和牛の説明
- ・すき焼きと焼き肉クッキングデモ
- ・試食

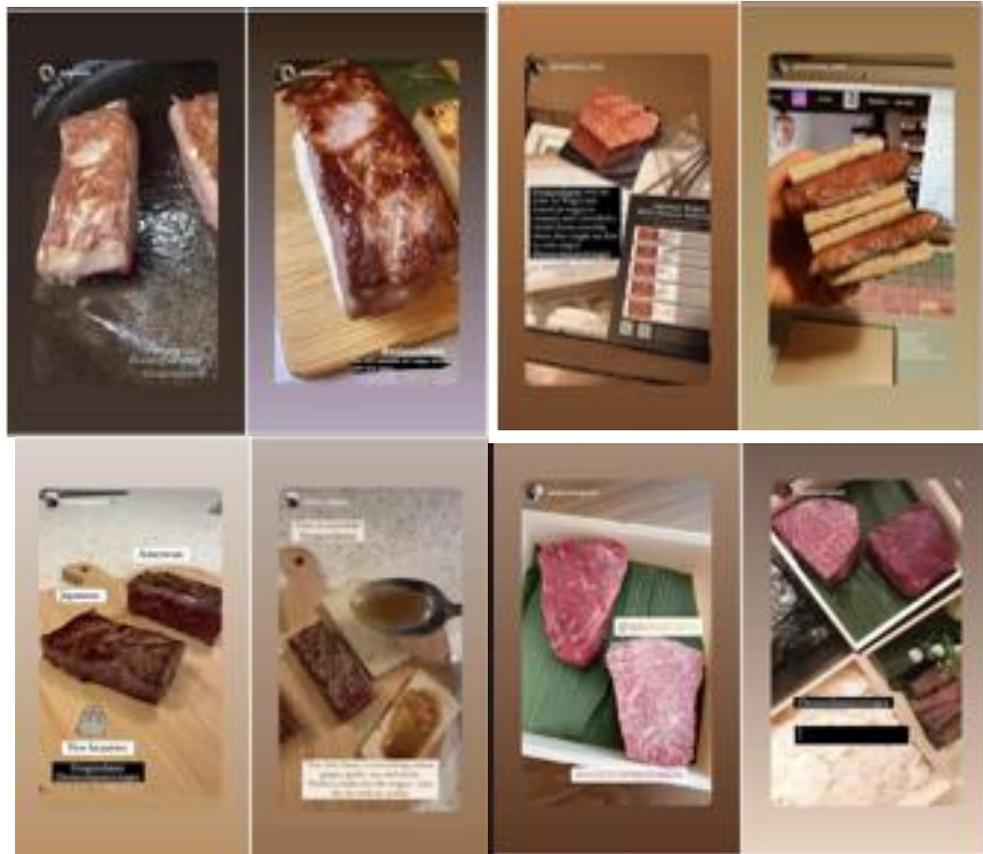


イベントの様子はこちら : <https://www.youtube.com/watch?v=CMDfiQlfAwo>

## オンラインイベント

### - インフルエンサーによる波及効果①

オンラインイベントに参加したインフルエンサー30名がSNS等で投稿した結果、370万人へリーチし、およそ10万のエンゲージメント\*を得ました



#### コメント（例）

##### 日本和牛について

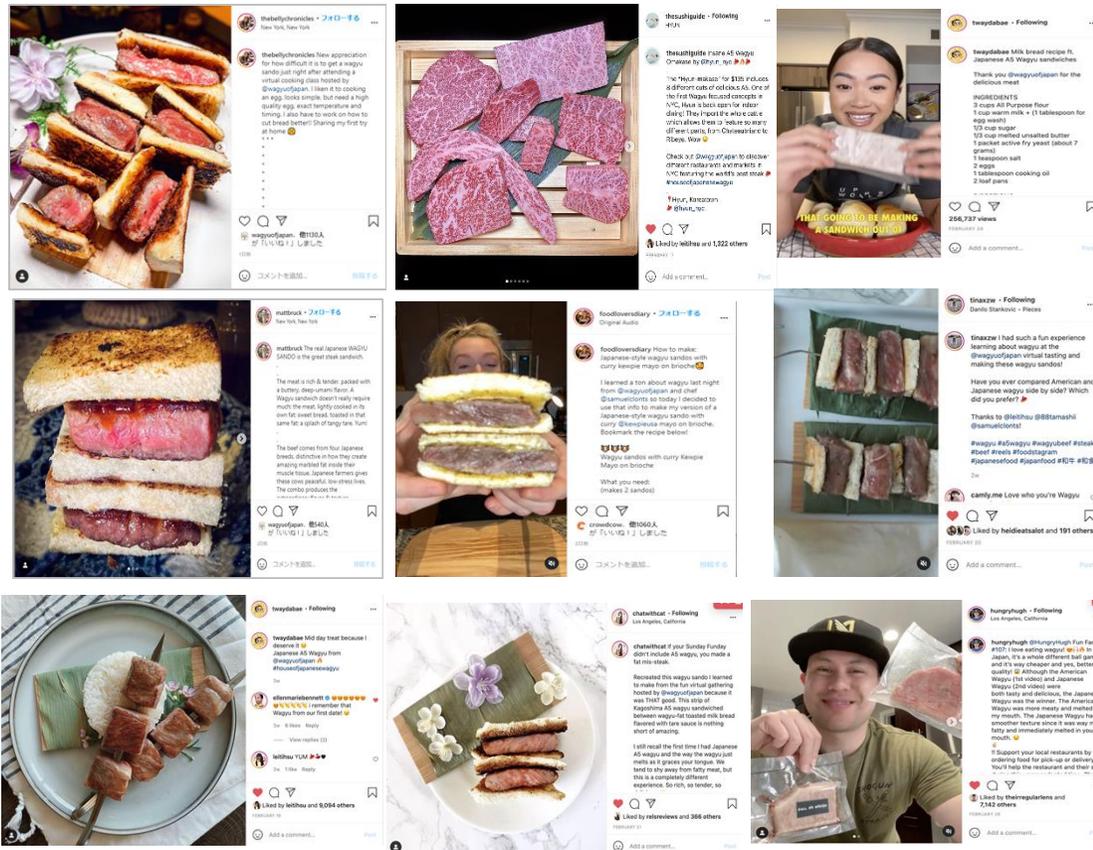
- 素晴らしいサシ、口の中でとろける食感
- バターのような香りがする
- とてもシンプルなのに味はfantastic
- 日本和牛について知らないことばかりで驚いた
- 日本和牛は均等に熱が入るので調理しやすい

\*いいね、コメント、シェア、保存、プロフィール訪問などのアクションの数

# オンラインイベント

## - インフルエンサーによる波及効果②

各インフルエンサーの投稿では、日本和牛の魅力や、イベントで調理した日本和牛ステーキサンドの美味しさや発見について発信されました



コメント (例)

### 日本和牛ステーキサンドについて

- 和牛サンドは味わいも調理方法も特別だ
- 和牛サンドで、米国人の好きなサンドイッチがさらに違うランクになった
- 和牛サンドは、お肉と肉汁で焼いたパンだけで作ることができて、とても簡単なのに美味しい

### イベントについて

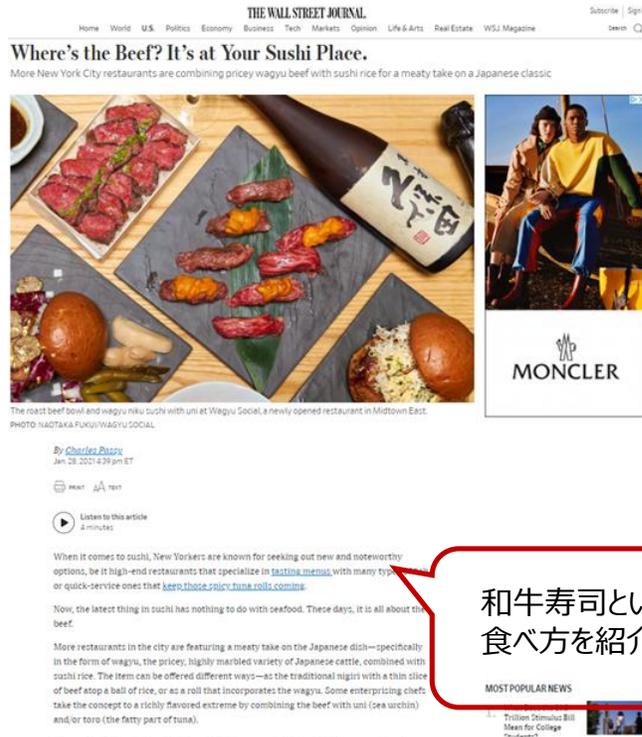
- 高級レストランでしか食べたことのなかったが、家で料理するのはユニークで楽しかった

# オンラインイベント

## - メディアによる波及効果

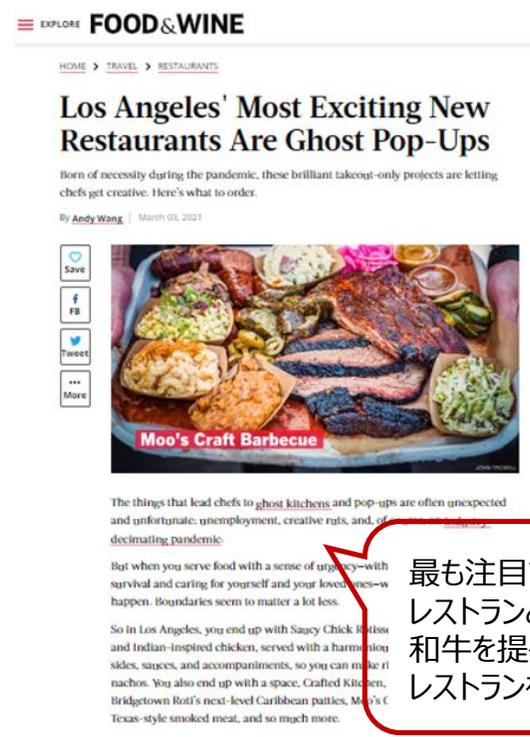
オンラインイベントに参加したメディアのうち7媒体で、日本和牛やレストランキャンペーンについて紹介されました

### メディア掲載例



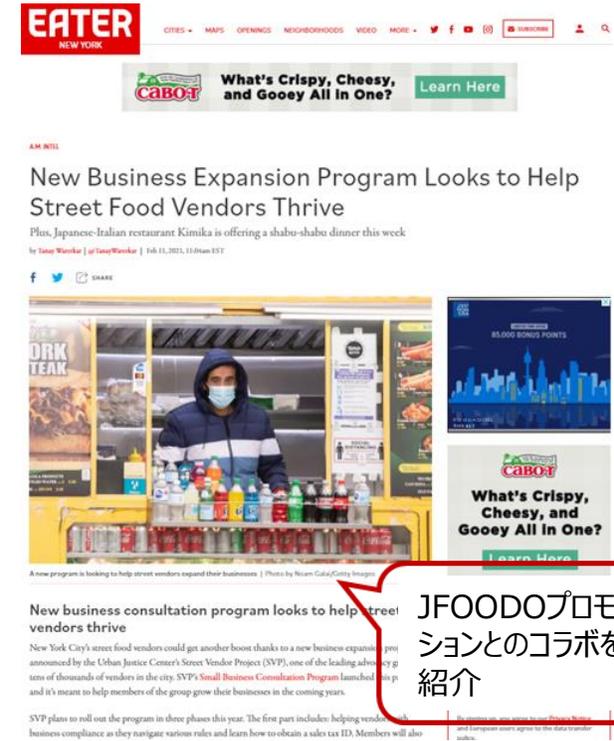
和牛寿司という  
食べ方を紹介

THE WALL STREET JOURNAL



最も注目すべき  
レストランとして  
和牛を提供する  
レストランを紹介

FOOD & WINE



JFOODOプロモーションとのコラボを紹介

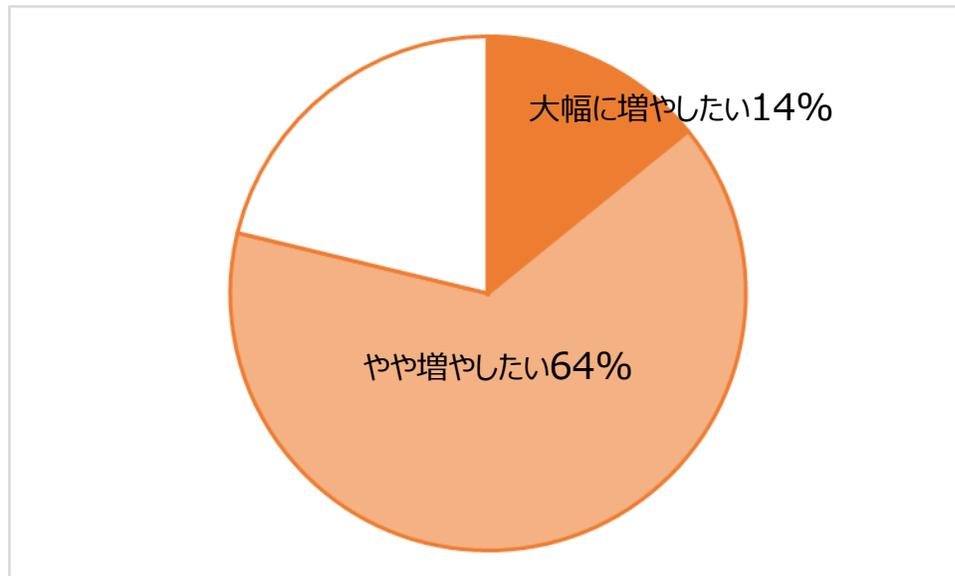
EATER

## オンラインイベント - シェフへの効果

オンラインイベントに参加した約8割のシェフが、日本和牛の取扱い拡大意向を高め、イベントを通じて日本和牛について新しい知識や調理法を知ったとのコメントがありました

### アンケート結果

Q：今後日本和牛の取扱いを増やしたいか  
→**78%**の参加者が大幅に増やしたい/やや増やしたいと回答



n=14

### シェフからのコメント例

- 提供する和牛の量や薄切りの切り方が面白かった
- セミナーで学んだ調理テクニックを試してみたい
- 薄切り肉で様々な調理法があることを知った
- 大きいサイズの和牛を調理するのとは違って、新たな調理法だった
- 日本和牛について自分が知識が浅いことを知った
- 今日学んだ知識をレストランで使いたい
- 自信を持って日本和牛を扱えるようになった
- 日本和牛に勝る食材はないので、顧客に奨めたい
- 日本和牛の正しい知識を広めることは大事

# SNS施策

ターゲット消費者を多くフォロワーに持つインフルエンサーと連携して、インフルエンサーの言葉で日本和牛の魅力や美味しさを語ることで、消費者の喫食を促しました

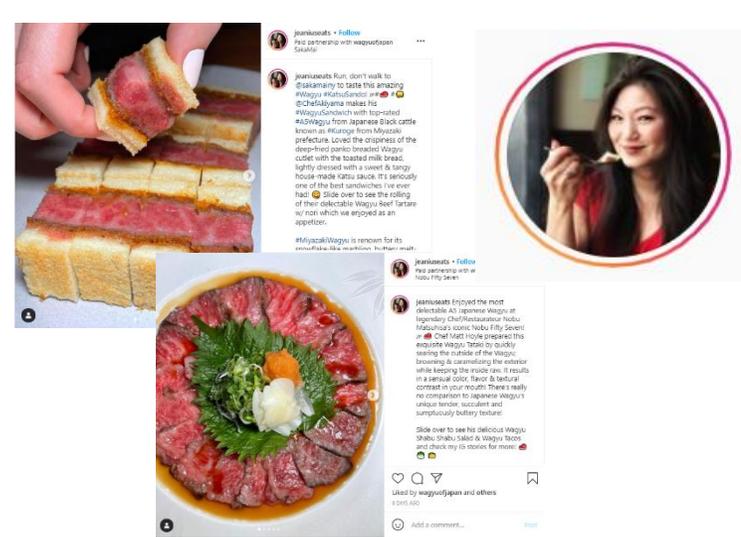
## インフルエンサーと投稿例



Nick Solares氏 (31.5万フォロワー)  
 ・肉インフルエンサー  
 ・フードライター、フォトグラファー



Deana Saukam氏 (29.4万フォロワー)  
 ・アジア美食/トラベルインフルエンサー  
 ・アジア食についての発信が多く、大手メディアからも注目されている

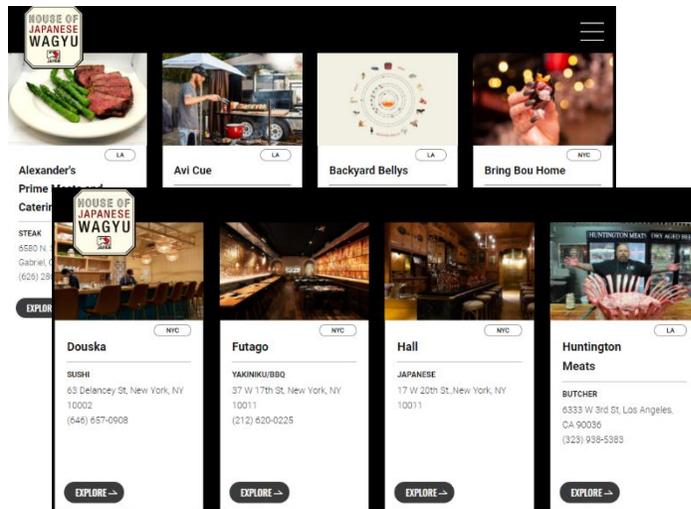


Jean Lee氏 (11.5万フォロワー)  
 ニューヨークを拠点にフード・ライフスタイルインフルエンサーとして活躍

# プロモーション参加レストランの紹介

本プロモーションに参加いただいた日本和牛取扱レストランを、JFOODOの公式ウェブサイトやSNS上で紹介しました

## ウェブサイト

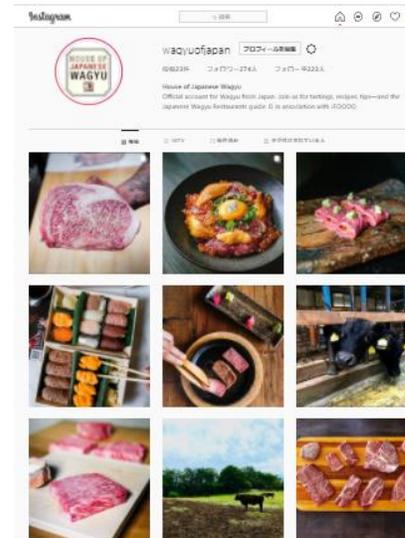


### レストランキャンペーン参加店舗69店舗を紹介

- ・地域や料理ジャンルで検索できる
- ・各レストランのウェブサイトやSNSにリンク

<https://wagyu-jfoodo.jetro.go.jp/US/>

## Instagram



### フォロワー数：4,225

- ・日本和牛の特長や魅力を紹介
- ・レストランキャンペーン参加店舗を紹介

<https://www.instagram.com/wagyuofjapan/>

## Facebook



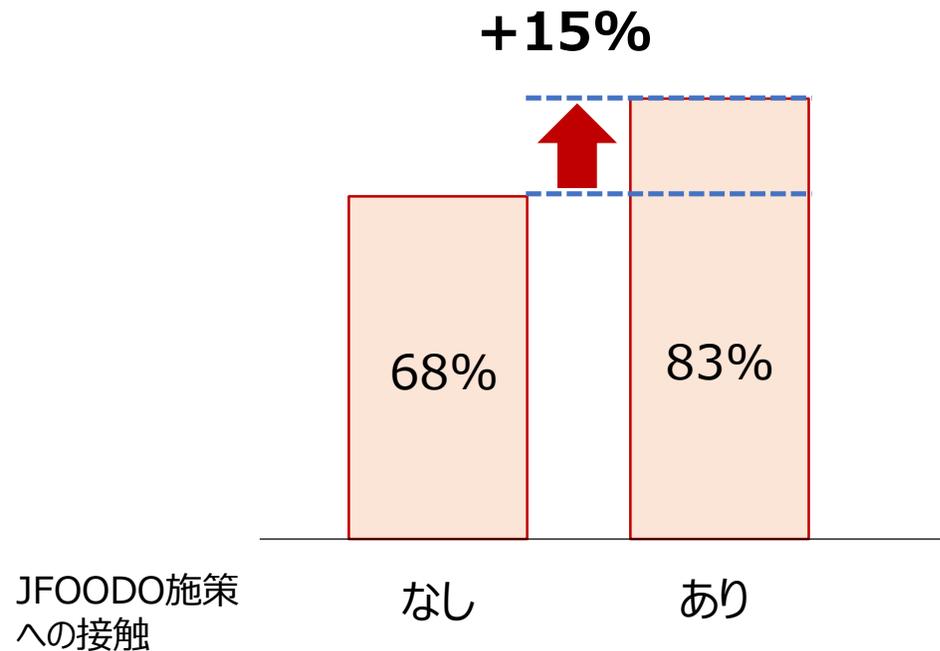
### フォロワー数：362

- ・日本和牛の特長や魅力を紹介
- ・レストランキャンペーン参加店舗を紹介

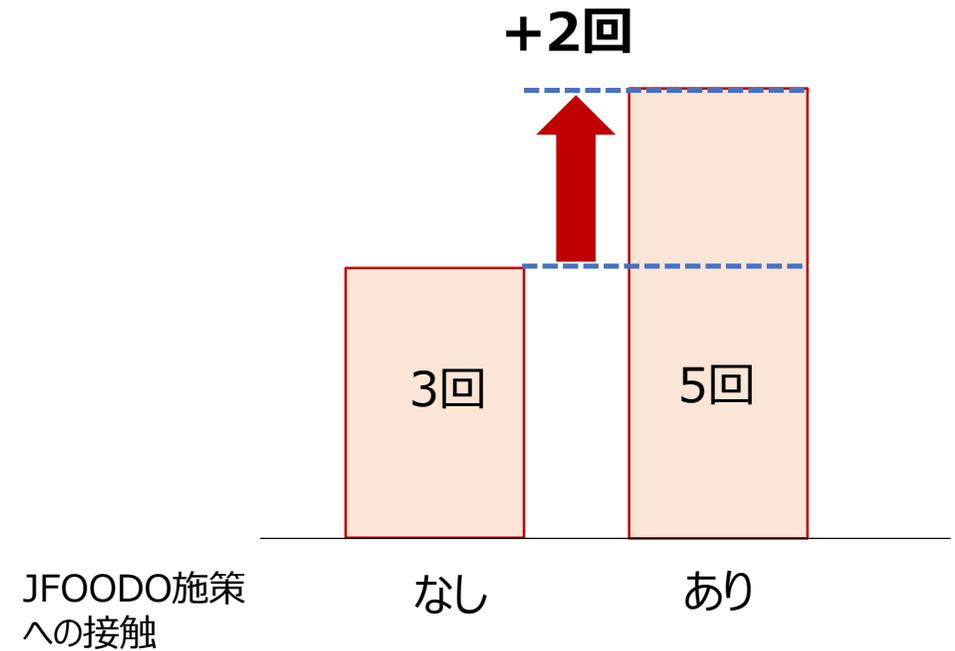
<https://www.facebook.com/wagyuofjapan/>

## プロモーションの成果①

ロサンゼルス、ニューヨーク在住の富裕層にプロモーションを接触させた結果、  
日本和牛への喫食購入意向が15ポイント上昇しただけでなく、直近一年間の喫食平均回数も2回増加しました



【図表：喫食購入意向の変化】



【図表：一年間の喫食回数の変化】

出典：JFOODOによる米国消費者への効果測定（2021年2月）

## プロモーションの成果②

日本和牛のサシが五感に訴える特長を訴求した結果、サシによってもたらされる香り・見た目・食感のベネフィットが魅力として伝わり、施策接触者の中でも喫食意向者に訴求力のあるプロモーションになりました

(単位：%)

日本和牛に魅力を感じる項目	喫食意向者
1. <b>独特の肉の甘味</b> が楽しめる	78
2. 口どけがよく、 <b>とろける食感</b> が楽しめる	73
3. 風味が強く、 <b>甘い香り</b> が楽しめる	67
4. <b>独自のサシ</b> によって五感でフルに楽しめる	68
5. 本物の日本和牛のみ「和牛統一マーク」が添付されている	70

【表：日本和牛を魅力を感じる上位5項目】

出典：JFOODOによる米国消費者への効果測定（2021年2月）

