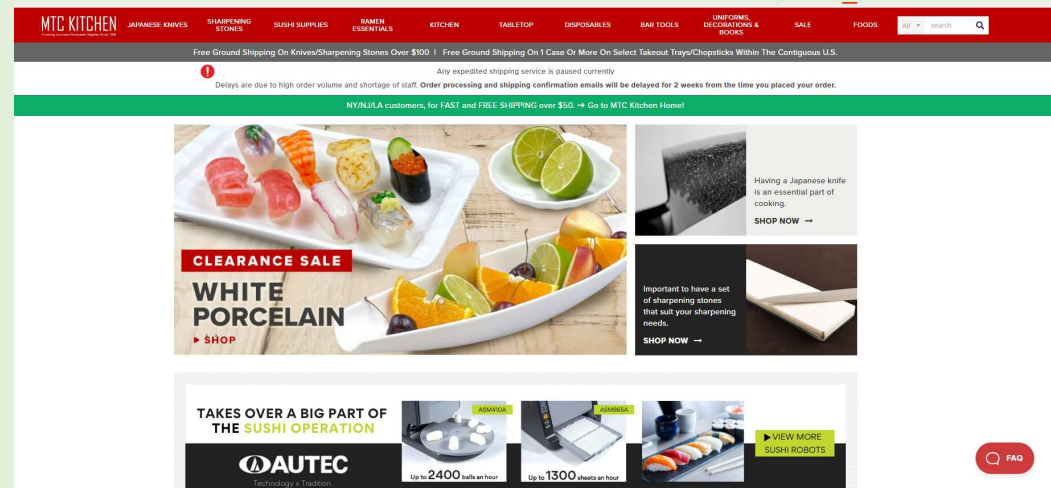




<https://mtckitchen.com/>

- ・ レストランシェフなどプロ向けの包丁や砥石、まな板、陶器やガラス製品、食材など5000を超えるラインナップを揃えるECサイト
- ・ ほとんどの商品を日本から仕入れている
- ・ ニューヨークのマンハッタンに店舗を展開し、オンライン・オフラインの双方に力を入れている

## ▼BtoB

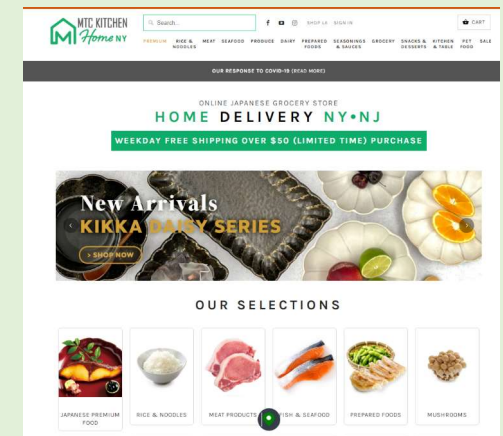


## ▼LA向けBtoCサイト



<https://home-la.mtckitchen.com/>

## ▼NY向けBtoCサイト



<https://home-ny.mtckitchen.com/>

# MTC Kitchen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15日～2022年3月31日

商品カテゴリ：調理用品・食器他

取扱社数：56社

WEBキャンペーン（Google AD, Facebook AD + YouTube AD等）

インスタグラム記事

インフルエンサーコラボレーション

CHIUHO(WeChat)での中国語広告  
※NY、LAを中心とした全米を対象

CHIHUO主催  
Zoom Conference

2021年  
9月15日

10月15日

11月15日

12月15日

2022年  
1月15日

2月15日

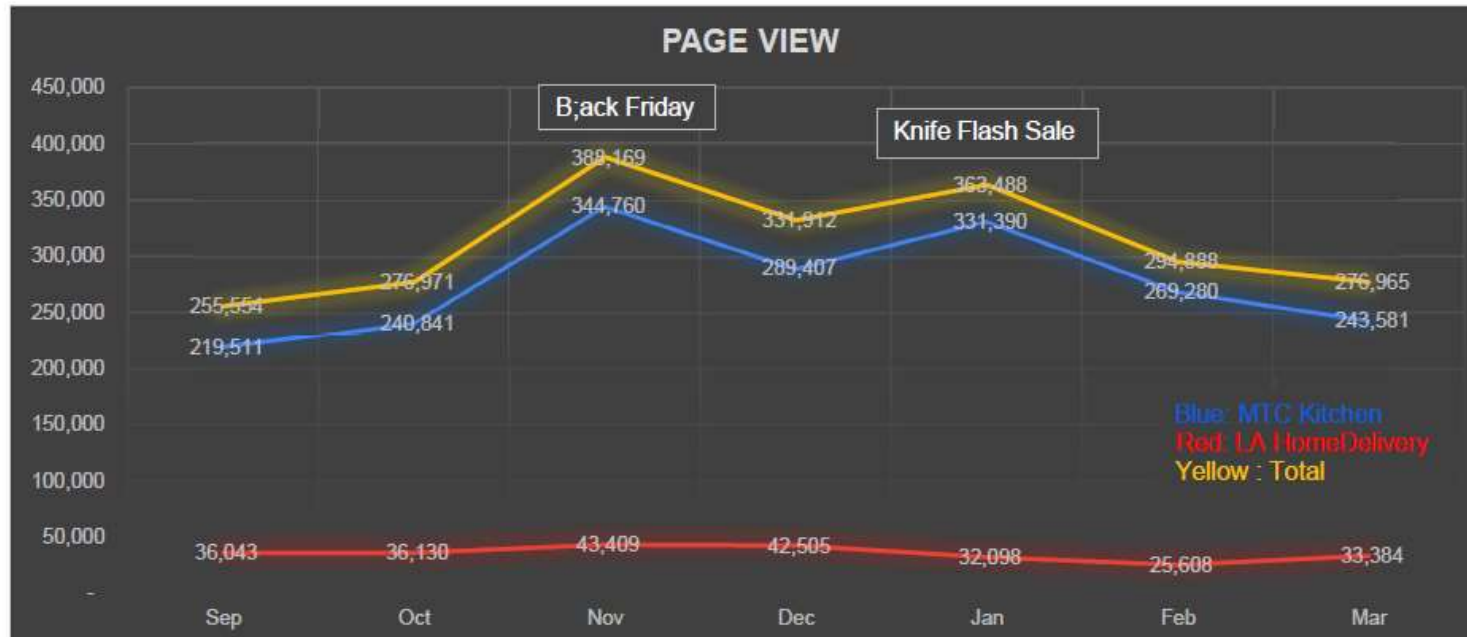
3月15日

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 Facebook & Google 広告

MTC Kitchenで取り扱う商品のほとんどが日本製のため、JAPAN MALL特設ページは設置せず  
Facebook・Google広告を使い、MTC KitchenのECサイトへのWEB集客を実施

## ▼サイトへのページビュー推移

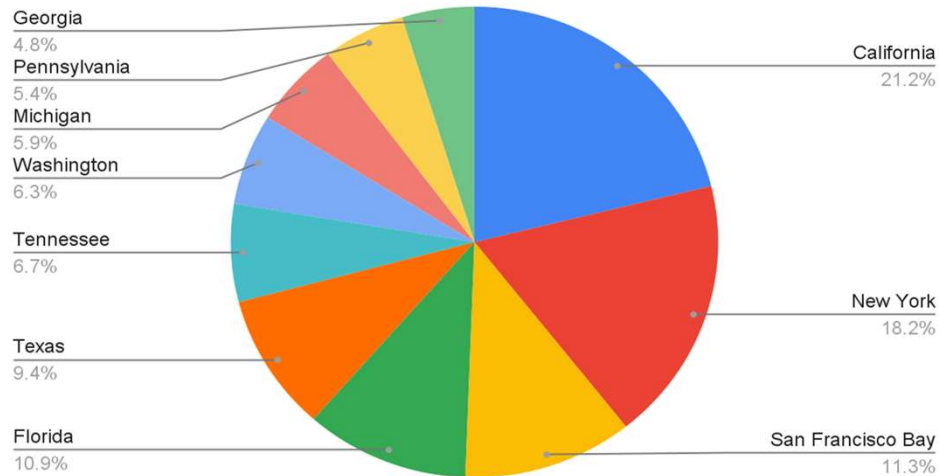
MTC Kitchen / New York Mutual Trading PageView Report (From 09/01/2021 to 03/31/2022)



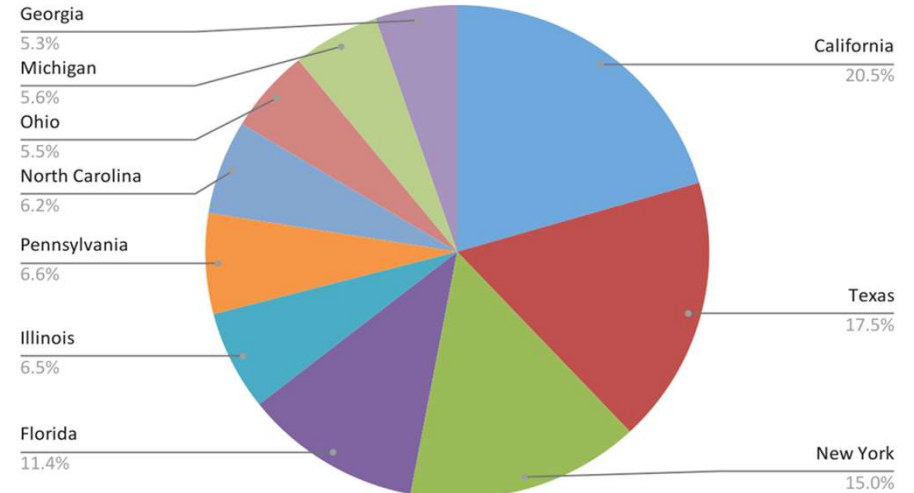
Pageviews								
	Sep	Oct	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	期間トータル
<a href="#">MTCKITCHEN</a>	219,511	240,841	344,760	289,407	331,390	269,280	243,581	1,938,770
<a href="#">LA HomeDelivery</a>	36,043	36,130	43,409	42,505	32,098	25,608	33,384	249,177
<b>Total</b>	<b>255,554</b>	<b>276,971</b>	<b>388,169</b>	<b>331,912</b>	<b>363,488</b>	<b>294,888</b>	<b>276,965</b>	<b>2,187,947</b>

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 Facebook & Google 広告

### Google 地域別購買額割合



### Facebook 地域別 Impressions



- コンテナ不足のため11月までは商品紹介をメインにPRを展開
- Black Fridayセール、包丁セールにより11月、1月にPV数増加
- **PR期間中のPVは約2,180,000**にのぼった
- Facebook & Google Ads広告実施の結果、インプレッション（広告が表示された回数）5,142,260、広告クリック数159,522、**1585件（内訳：Facebook143件、Google1,442件）の注文につながった**
- ROAS（Return On Advertising Spend 費用対効果）は10.57と非常に高く、多くの購入につながった
- アジア系住人の多いカリフォルニア、ニューヨーク、テキサスの3州からの購入・アクセスが全体の過半数を占めた



# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 Facebook & Google 広告

## <Facebook広告 (一例) >

### Essential Kitchenware (Objective : Consideration)





MTC Kitchenでは日本のキッチン用品が購入できるとKitchen用品を探している人にアピールする広告の配信。

インプレッション	31,468
ページ到達数	509
費用 (USD)	
広告からの購買額	
ROAS	1.39
購買数	

### Summit Carbon Steel Wok Pan (Objective : Consideration)





MTC Kitchenを知っている人、それに似た人をターゲットした新商品の紹介広告

インプレッション	20,716
ページ到達数	251
費用 (USD)	
広告からの購買額	
ROAS	6.84
購買数	

### Suehiro Sharpeners (Objective : Consideration)





MTC Kitchenを知っている人、それに似た人をターゲットした新商品の紹介広告

インプレッション	66,076
ページ到達数	1,472
費用 (USD)	
広告からの購買額	
ROAS	5.56
購買数	

### Dinnerware (Objective : Consideration)





MTC Kitchenを知っている人、それに似た人をターゲットした新商品の紹介広告

インプレッション	14,622
ページ到達数	112
費用 (USD)	
広告からの購買額	
ROAS	8.18
購買数	

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 Facebook & Google 広告

## <Google広告 (一例)>

Shopping Ads (Objective : Conversions)

The screenshot shows two search results for Google Shopping Ads. The first result is for 'charcoal konro grill' with five product listings from 'home-ny.mt...' with prices ranging from \$240.00 to \$480.00. The second result is for 'hasegawa cutting board' with seven product listings from various sellers like 'eBay' and 'MTC Kitchen' with prices ranging from \$46.00 to \$220.00. Some prices are circled in yellow.

インプレッション	2,021,480	広告からの購買額	
ページ到達数	24,767	ROAS	29.07
費用 (USD)		購買数	

Shopping Ads (Objective : Conversions)

The screenshot shows a mobile device interface displaying a shopping cart. The cart contains several items: a charcoal grill, a cutting board, a wooden spoon, chopsticks, a metal bowl, and a brush. The MTC Kitchen logo is visible at the bottom of the cart.

Search Ads (Objective : Conversions)

The screenshot shows two search results for Google Search Ads. The first result is for 'japanese restaurant supplies' from 'KaTom Restaurant Supply' with a price of \$39.99. The second result is for 'shapton glass stone set' with four product listings from 'MTC Kitchen' and 'home-ny.mtckitch...' with prices ranging from \$46.00 to \$137.60. Some prices are circled in yellow.

インプレッション	43,4662	広告からの購買額	
ページ到達数	19,774	ROAS	28.78
費用 (USD)		購買数	

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

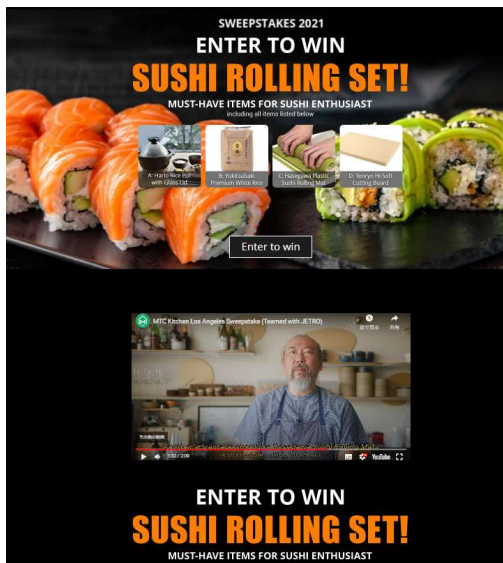
## <インフルエンサー活用>



- プロのシェフのみならず、健康意識の高い人たちからの注目も高い商材であるすり鉢とすりこぎ（mortar and pestle）を特集
- フォロワー数1万人を抱えるシェフ・Malcolm Livingston氏のInstagramに「きゅうりのごま和え」の調理動画を投稿した
- 1か月で約5000回再生



## <商品特集>



- LAのレストランシェフと協力し、①HARIOのガラス蓋の炊飯釜、②天領まな板のまな板などにフォーカスした動画を作成
- 上記商品をSweepstake（景品）としても紹介
- 入荷の関係でまず食料品を主に扱うLAローカル向けHPにのみPRを実施
- 対象商品がNYに入荷次第NY及び全米に向けてもPR予定（12月上旬予定）



① HARIOのガラス蓋の炊飯釜



②天領まな板のまな板



▲Sweepstake記事



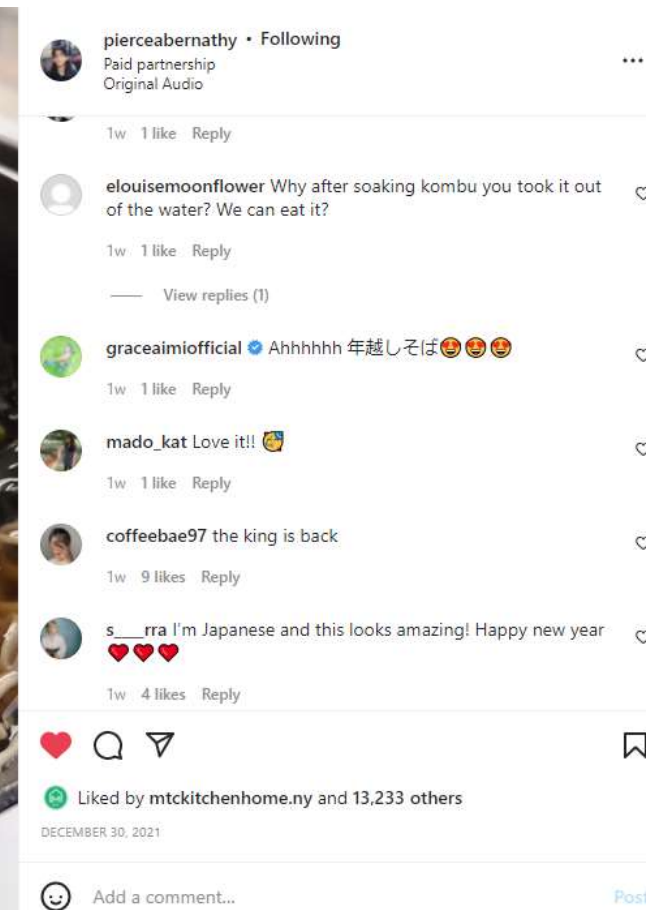
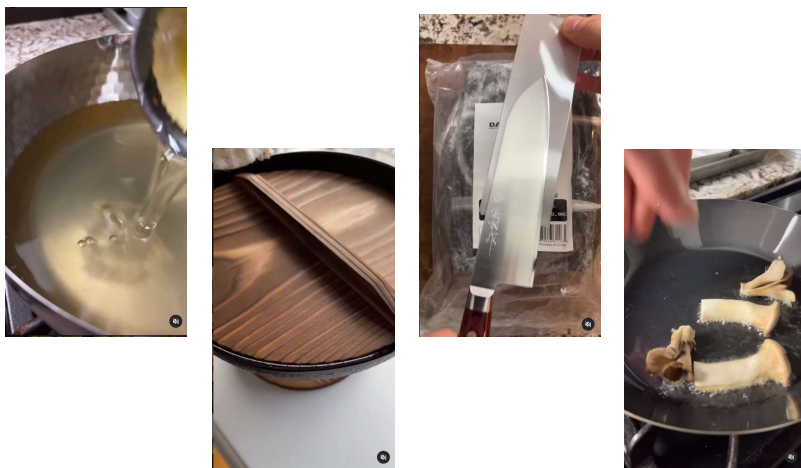
## IG Influencer promotion with Pierce Abernathy

<https://www.instagram.com/p/CYHPGY8oL7D/>

306Kのフォロワーを持つ、デジタルコンテンツのクリエイター、料理はもちろんのことGucciや日本の雑誌モデルまでこなす**インフルエンサーPierce氏**を初起用。

12月30日に年越しそばを粉から作るという初企画を依頼する。2週間足らずだが13236 LIKEがあり、相乗効果でMTCKITCHENのフォロワーも投稿時から24時間で200増えるという今までにない反響があった。彼の動画コメント欄には日本人のファンからのコメントもあり、彼の年越しそば作りを喜ばれたようである。

蕎麦作りをストーリーとし、その中で雪平鍋、土鍋、三徳包丁、鉄鍋などを動画にふんだんに盛り込んだ。





## Just One Cookbook (12月9日)

<https://www.justonecookbook.com/japanese-kitchen-tools/>

米国で日本食に興味がある人が一度は目にする、ブログ型のホームページ「Just One Cookbook」にてアメリカ人が和食を作る際に参考にして頂きたい調理小物類をまとめて紹介するページの作成を依頼。彼らが過去に反響が大きかった商品(KYOCERAのおろし金等)を含めつつ、投稿した今だけでなく、将来にわたり料理好きな人が訪問し参考にして頂けるページになるようにとの願いを込めたページを作成。

- ・雪平鍋 ・炊飯器 ・卓上コンロ ・檜まな板
- ・すり鉢/すりこぎ ・おろし金・落とし蓋 ・飯切り

など日本古来から使われているもの、使いやすい最新の商品の両方を取り入れたページとした。



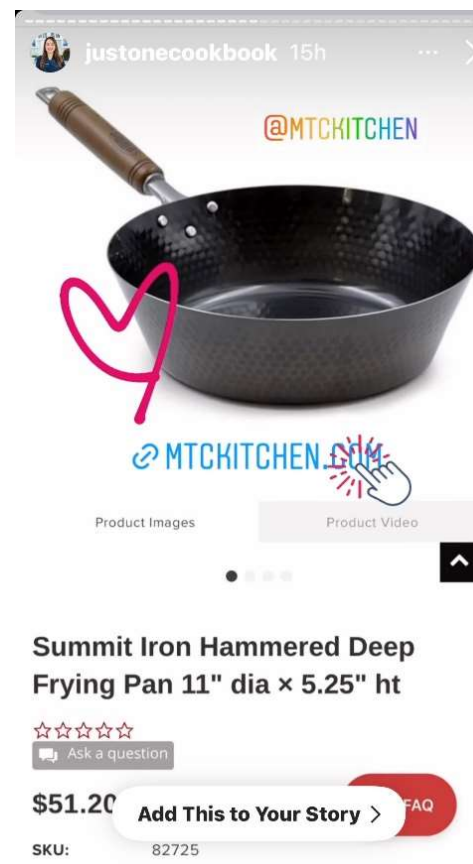




## MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

新たな試みとして、1月にJustOneCookBookとキッチン道具を紹介をInstagram\_Storyのみで展開。ストーリー視聴者に10%OFFのCouponを発行したところ、紹介した商品の売上/問い合わせが急増し、一部商品は即完売となるほどの反響を得た。(実際は10以上のストーリーを連続投稿した。下記はその一部)

「実際に調理をしながら鍋のレビューを配信者自身の声で伝え、視聴者がReal Timeで質問をし、気に入ったら購入」というInstagram販売の見本となるようなプロモーションができた。





## MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

ミシュラン2つ星Gabriel Kreutherにて、包丁研ぎ講習会を開催。  
包丁研ぎのレクチャーの様子を、41000人のフォロワーのをもつレストランInstagramに投稿。  
日本の包丁/砥石について、シェフのみならず、レストランのフォロワーにも伝えるのが狙い。



Instagram投稿に予想以上に反響があり、包丁研ぎ講習の依頼が、ミシュラン3つ星のPer Seをはじめ、1つ星のREZDORA、SAGA、Jean-Georges系列のABC Kitchenなど様々なレストランから入った。

日本の包丁の人気は確固たるものとなったが、それを支えるメンテナンス（＝研ぎ）に対しても、更なる認知が高まることを期待したい。

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

## NY代表するミシュラン3つ星Per Seにて包丁研ぎ講習

日本の包丁の特徴に加え、日本の砥石の研磨力について説明し、実際に手にとって体感してもらった。



NYを代表するレストランPer Seで講習会を開催したことで、反響が更に増大。一流レストランのシェフでも“研ぎ”に不安を持っているようで、このような講習会に潜在的なニーズがあることを実感する。

E-Commerceのカスタマーサポートに、この動画で使用した砥石や砥石台についての問い合わせを多数受信した。

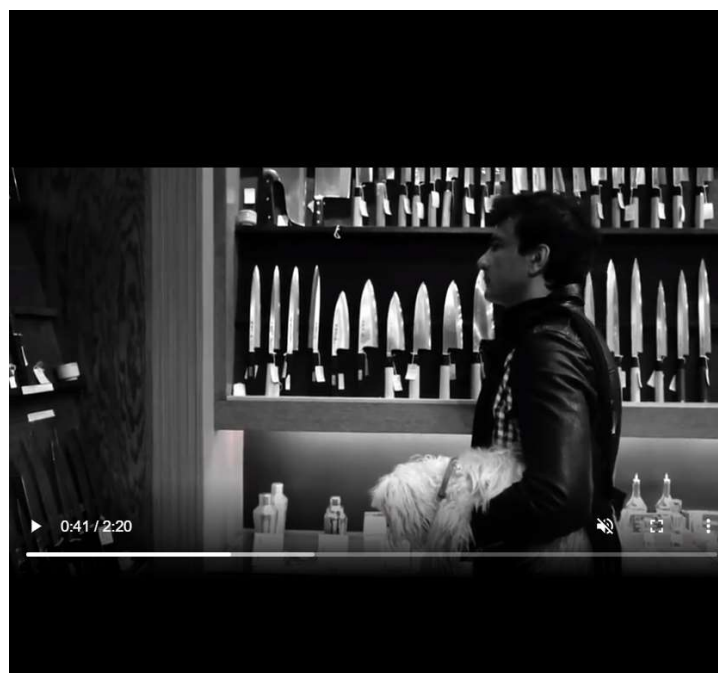
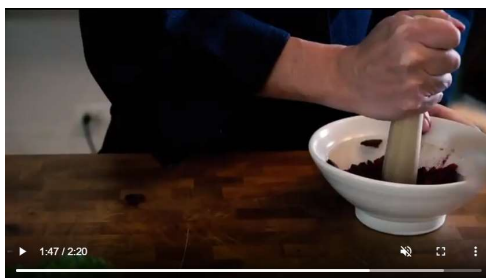
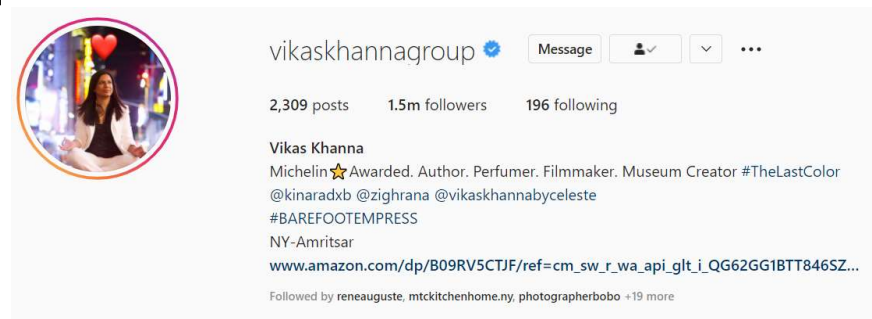


# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

## IG Influencer promotion with Vikas Khanna

<https://www.instagram.com/p/CZkDvXwJ9jl/>

今回のJETROのプロモーションで一番大きなPromotionとして、  
150万人のフォロワーを持ち、インド人としてNYで初めてミシュランを獲得したChef Vikas氏から日本のキッチン道具・文化を発信。  
5万人を超える視聴回数があり、インド系のシェフはじめ様々な反響を得た。





## Just One Cookbook

(Published: 2/09, Updated: 3.14)

<https://www.justonecookbook.com/takana-chahan/#wprm-recipe-container-133575>

初回のキッチン道具の紹介につづき、料理を通じて調理器具を紹介するという手法に移行し、鉄鍋等を使った高菜チャーハンのレシピを紹介。

今後、Takana（高菜）、Chahan（炒飯）、Fried Riceなどと検索される際に、人々の目に映る息の長いページとなることを期待。

**JUST ONE COOKBOOK** EASY JAPANESE RECIPES

Recipes ↓ Course ↓ Dietary ↓

Home » Pickled Mustard Greens Fried Rice (Takana Chahan) 高菜チャーハン

### Pickled Mustard Greens Fried Rice (Takana Chahan) 高菜チャーハン

4.08 ★★★★★ (28) 20 minutes 2 Comments

CLASSIC CHUKA COLLEGE MEAL EASY

*This post may contain affiliate links. Please read my disclosure policy for details. As an Amazon Associate, I earn from qualifying purchases.*

*This Pickled Mustard Greens Fried Rice—known as Takana Chahan—is a popular regional dish from Kyushu. Thanks to the tangy pickle, this simple fried rice is packed with comfort and plenty of umami! Add fluffy scrambled egg for extra protein and a pop of color. It's a quick meal you can make in 20 minutes.*

1. With a blunt-end wooden spatula, swirl the loosely set egg around the pan to continue cooking the rest of the egg.

2. When the bottom of the egg is set but the top is not yet fully cooked, transfer it back to the bowl.

3. Add the sesame oil to the wok, then add the white part of the Tokyo negi. Stir-fry to coat with the oil.

**MTC KITCHEN**

**\$220**  
Tsukiji Masamoto Carbon Steel Gyuto 210mm (8.2") with Wa-handle  
Free Ship on +\$100 Knife order

**MTC KITCHEN**

**\$240**  
Tsukiji Masamoto Carbon Steel Gyuto 210mm (8.2") with Wa-handle  
Free Ship on +\$100 Knife order

Wish to learn more about Japanese cooking? Sign up for our free newsletter to receive cooking tips & recipe updates! And stay in touch with me on Facebook, Pinterest, YouTube, and Instagram.

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 インフルエンサー活用

## Just One Cookbook (Published 2/16, updated 3/4<sup>th</sup>)

<https://www.justonecookbook.com/fried-chicken-with-scallion-soy-sauce/>

鉄鍋で作る高菜炒飯の投稿が起爆剤となり、燕市から新たに購入を開始したサミット工業の鉄鍋が完売。

雪平鍋・美濃焼皿など日本製品もブログで紹介。



### Kitchen Tools from MTC Kitchen

I've partnered with MTC Kitchen to introduce [quality kitchen tools](#) for your everyday Japanese cooking. You will get **10% off** with a coupon code **JOC10** for your purchase. In this post, I've used: #

- [Summit Iron Beijing Wok Stir Fry](#)

### What to Serve with This Fried Chicken Recipe

- [Spicy Japanese Pickled Cucumbers](#)
- [Asparagus with Miso Dressing \(Karashi Sumisoae\)](#)
- [Chrysanthemum Greens and Tofu Salad \(Shunseiku Shiraae\)](#)
- [Green Bean Gomaae \(Sesame Dressing\)](#)

Home > Fried Chicken with Scallion Soy Sauce (Yurinchi) ユーリンチー

## Fried Chicken with Scallion Soy Sauce (Yurinchi) ユーリンチー

4.2 ★★★★★ (20) 30 minutes 16 Comments

RECIPE VIDEO

CLASSIC CHUKA UNDER 30 MINUTES

This post may contain affiliate links. Please read my disclosure policy for details. As an Amazon Associate, I earn from qualifying purchases.

Love fried chicken? You're going to absolutely love this Japanese-style Fried Chicken with Scallion Soy Sauce (Yurinchi). It has an insanely crispy thin crust and succulent meat and is served in an awesome tangy sauce. My family can't get enough of it, and I hope it will be your favorite too.



OUR FAVORITES!



Sponsored by MTC Kitchen

**Free Shipping on Orders over \$100 for Knives, Sharpening Stones**

Shop Japanese chef knives directly imported from manufacturers.

LEARN MORE

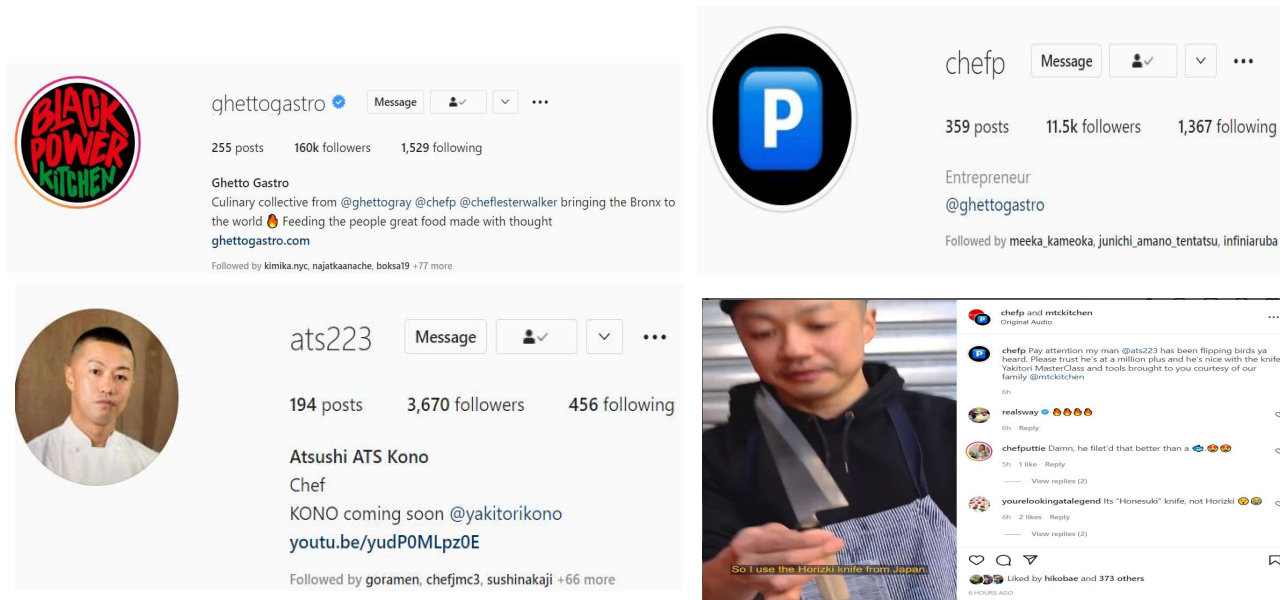
SWEETEN YOUR DAY





## IG Influencer promotion with Ghetto Gastro & Yakitori chef Atsushi Kono

<https://www.instagram.com/p/CZkDvXwJ9jI/>



ニューヨークを舞台に和食と調理器具を伝えるため、世界で活躍するBronx出身の **Ghetto Gastro, Pierre Serrano**氏に動画出演を依頼。アカデミー授賞パーティーでのWolfgang氏とのコラボという大舞台を控えた最中ながら、快諾頂く。

焼鳥でミシュラン1つ星を獲得した、ニューヨーク在住**Atsushi Kono**シェフとのコラボレーション。日本の焼鳥と、Ghetto GastroのルーツでもあるJerk Chickenという2つの文化を融合させて“Jekitori”という単語を作り、フュージョン料理 x 日本の考え抜かれた調理器具を紹介。





# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

## WeChatでの投稿

初投稿10/15。在米中国人向けにCHIHUO、REDに中国語で商品広告を投稿した

### CHI HUO

(Chinese Foodie in the US)



<https://mp.weixin.qq.com/s/8uhhl3AwymI9LzKeyRJ7Q>  
(中国語のみ)

- メイン購読者層は20-30代
- MTC Kitchenが取り扱う商品をほぼ毎月紹介
- 最初の投稿では、「歴史がある」「NY日本料理屋でよく見かける綺麗な食器をだいたい取り扱っている」「日本からきている商品なのに価格がtaobao並みで良心的」と紹介し読者の信用度を上げた
- 投稿した直後からオーダーが入り、WeChatや中国人の購買力に驚かされる結果となった
- 3日間でNY近郊の4000人にリーチ、352クリック獲得



- REDに同時広告を掲載
- 4000+にリーチし、228のユーザーがアーカイブした

<http://xhslink.com/2w3Use> (中国語のみ)



①NYローカル、②LAローカル、③NationWide(B2C)、④Business-Nation (B2B) の4 カテゴリーに分け最適化した広告を実施

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

## <10/16 NY Local Promotion>

テーマ：土鍋 / 鍋を紹介 (PV数4,911)した結果、  
ユーザーの7割が女性でBtoCではカワイイものが  
求められていることが判明



<https://mp.weixin.qq.com/s/8uhhl3AwymIgl9LzKeyRJ7Q>  
<http://xhslink.com/2w3Use>

## <11/13 LA LOCAL Campaign>

従来ユーザー向けに包丁を、新規ライトユーザー向けに  
美濃焼を紹介 (PV数：5,881)

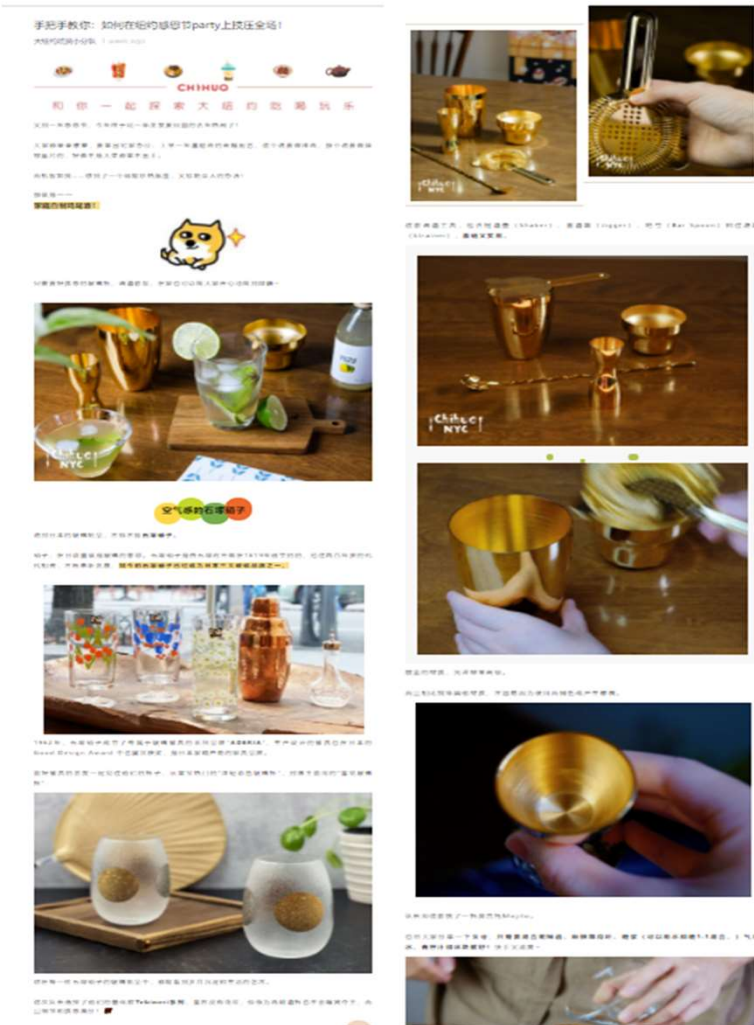


<https://mp.weixin.qq.com/s/MicBQf4uu0GmxsnSDhEtAA>



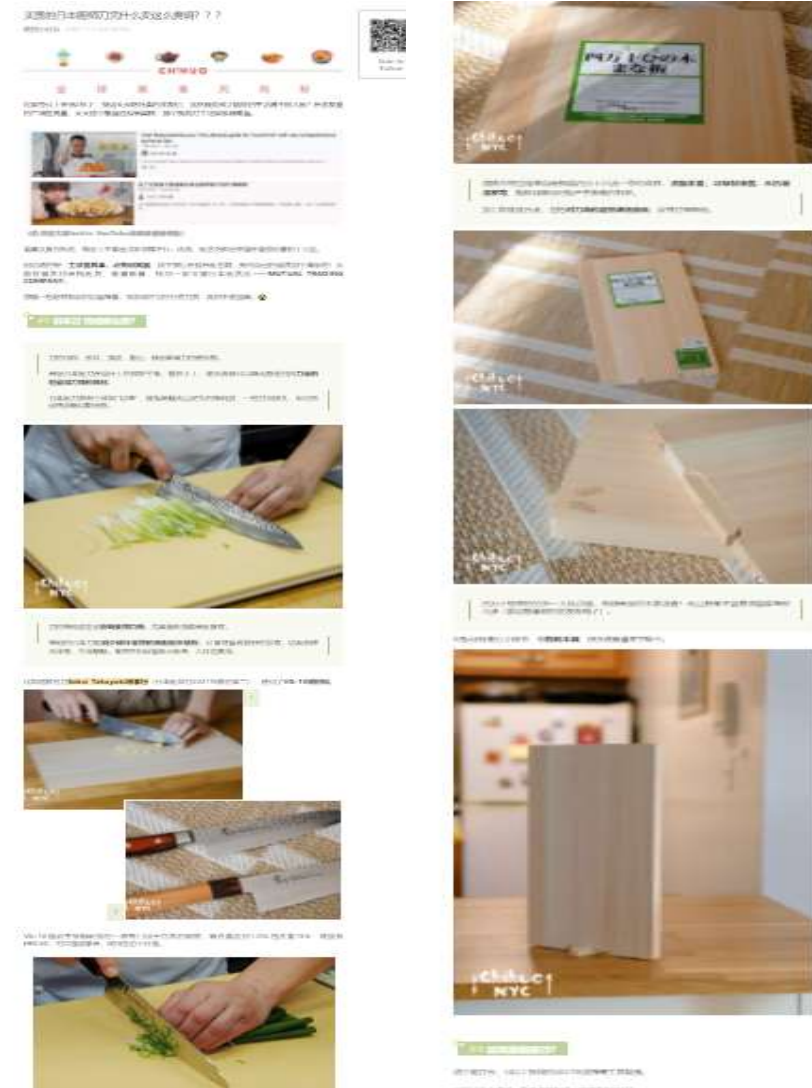
# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

<11/16 NY LOCAL Campaign>  
 テーマ: カクテル (PV数4,446)  
 カクテル用の器を紹介



<https://mp.weixin.qq.com/s/aQTIj1MkpXqBnDrHQkHH0Q>

<11/22 B2C NATIONWIDE Campaign>  
 テーマ: 包丁とまな板 (PV数: 8,837)



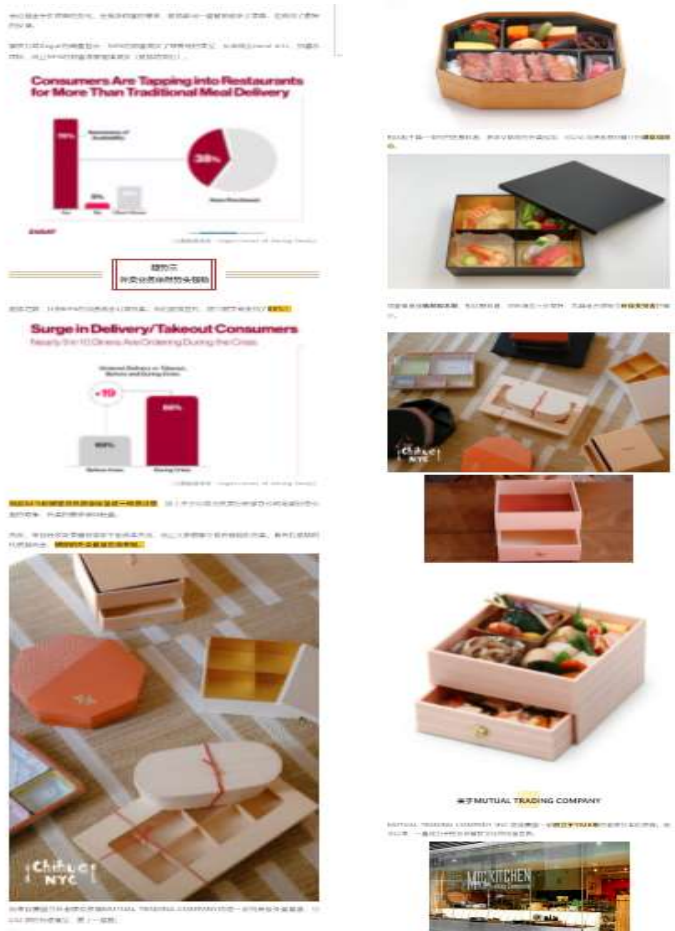
<https://mp.weixin.qq.com/s/oMGvV6howfdXW2dxIPXSiA>



# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

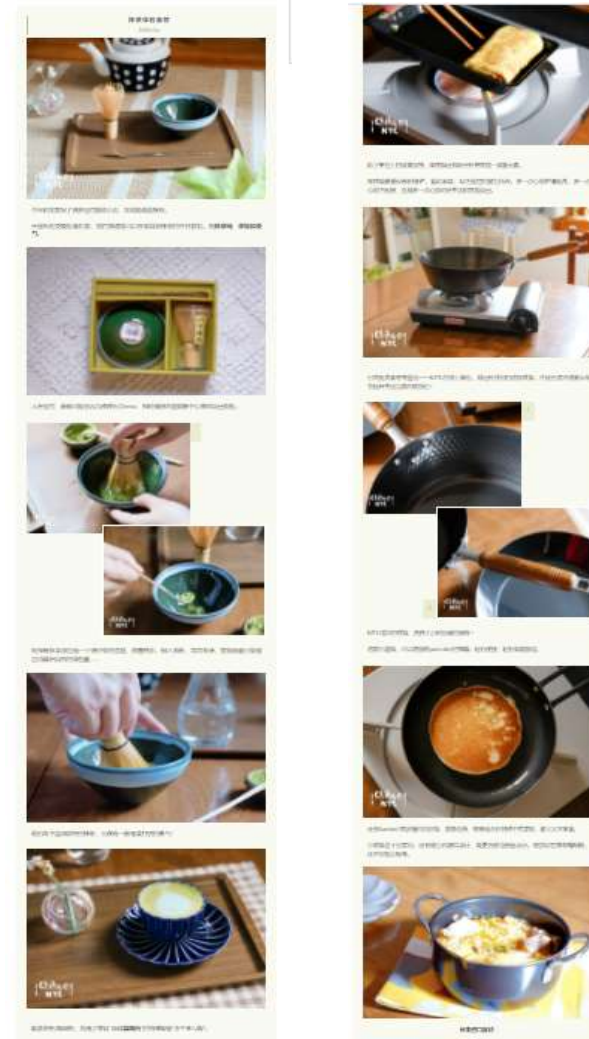
## <11/23 B2B Nationwide Campaign>

テーマ：テイクアウト用お弁当トレイ (PV数134)



## <12/21 NY Local campaign >

テーマ：鉄鍋、フライパン、ギフト (PV数3,219)



[https://mp.weixin.qq.com/s/qhC30c127x\\_CpZbKFJl8Eg](https://mp.weixin.qq.com/s/qhC30c127x_CpZbKFJl8Eg)

[https://mp.weixin.qq.com/s/7cX\\_h-xEK05eo5ngS05Yg](https://mp.weixin.qq.com/s/7cX_h-xEK05eo5ngS05Yg)

# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

## <12/21 LA Local campaign >

テーマ：ラーメン関連商品 (PV数4,450)



## <12/23 B2C Nationwide campaign >

テーマ：鉄鍋、フライパン、燕三条特集 (PV数6,777)



<https://mp.weixin.qq.com/s/IVIePgXCxL6qDCem8fldZg>

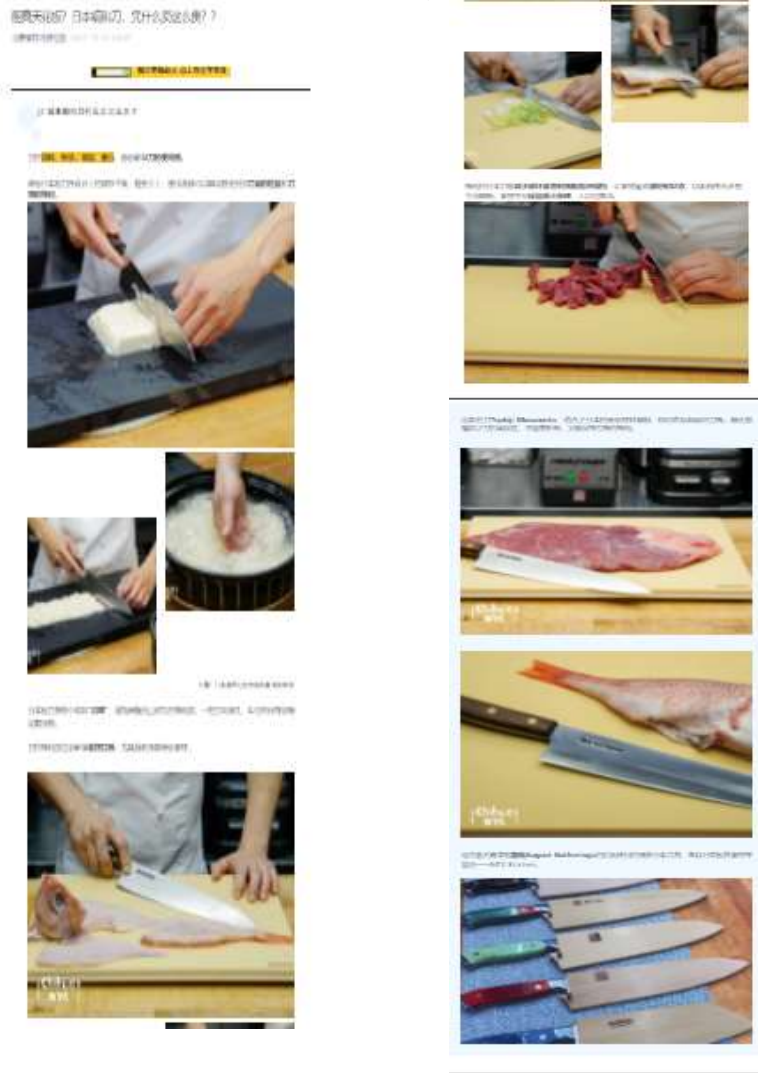
<https://mp.weixin.qq.com/s/dDKkg6VAAiLDmxtFMctgyg>



# MTC Kitchen連携報告 2. プロモーション詳細 CHIHUO(WeChat)投稿

## <12/23 B2B Nationwide campaign >

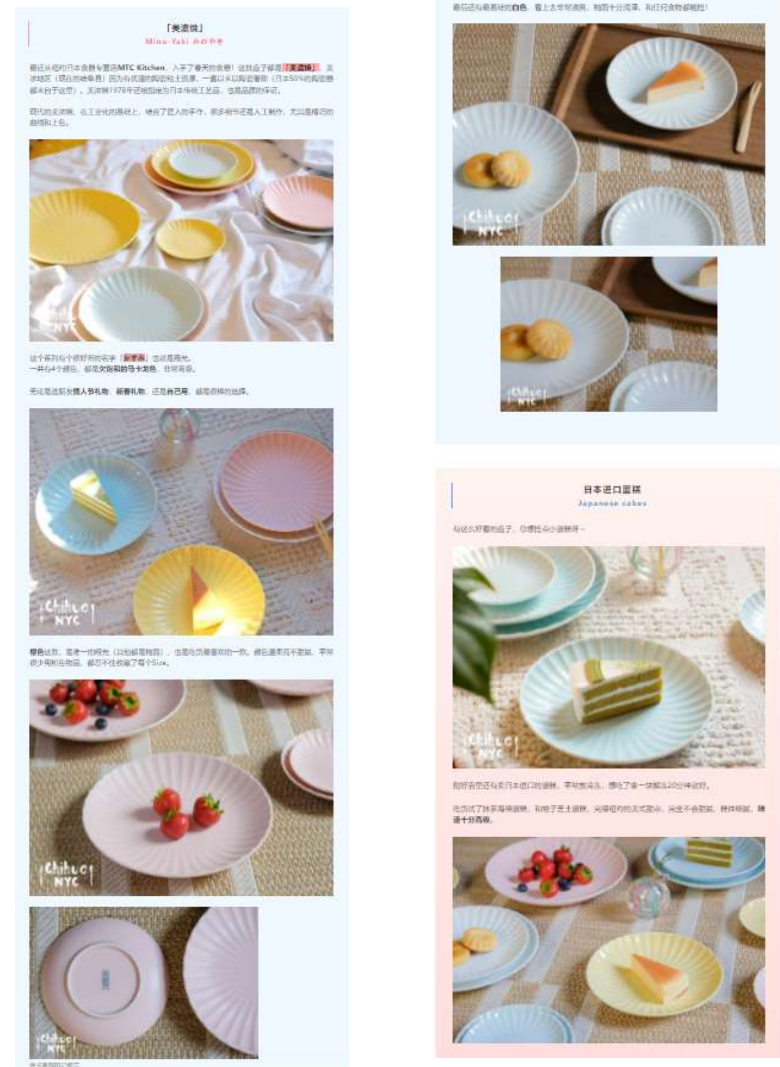
テーマ：Masamoto包丁 (PV数96)



<https://mp.weixin.qq.com/s/7Uc2RfdXzMNPHjgyi40ESg>

## <02/11 NY Local campaign >

テーマ：春に向けたカラフルな陶器 (PV数3,556)

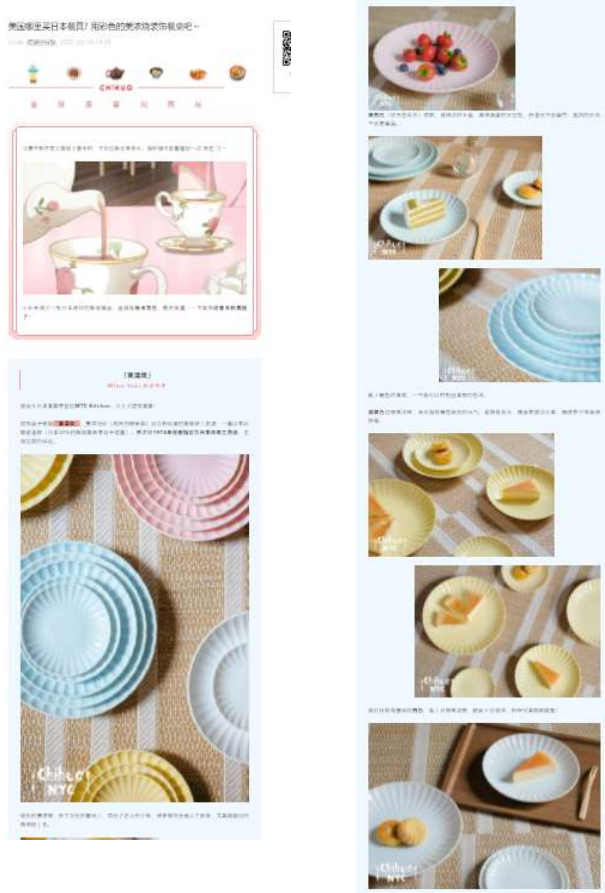


[https://mp.weixin.qq.com/s/?\\_biz=MzA3NzcxNTY1MA==&mid=2652648172&idx=1&sn=8679dedde9fb619ecdf2f32713ef2657&chksm=](https://mp.weixin.qq.com/s/?_biz=MzA3NzcxNTY1MA==&mid=2652648172&idx=1&sn=8679dedde9fb619ecdf2f32713ef2657&chksm=)



## <03/16 US Nation wide campaign >

テーマ: 春カラーの陶器 (PV数4,867)



美濃焼の春の新作ということで、2月のニューヨークローカルに続き、全米に向けてもプロモーションを行う。

中国製・台湾製はもとより、ポルトガル製などで日本の陶器に似たもの、日本の陶器に欧米の味付けをした斬新な商品などが毎年力をつけており、市場認知も高まっているを感じる。

日本の陶器の釉薬の美しさ等を伝えるために、今後も更なる商品を伝えていく必要性を感じる。

<https://mp.weixin.qq.com/s/PC4-2JpnaZDzonGimj3n6w>

# MTC Kitchen連携報告 3.分析（総括）

## 採択された商品

フライパン、鉄鍋、土鍋、包丁、その他調理器具類、陶器、ガラス食器

## 購入者層

既存：BtoB、シェフ等のプロ料理

新規：26-35歳女性

## プロモーション総括

### ①Google、Facebook広告

- ・ 値段訴求ではない「商品アピールを前面に出したPromotion」という視点で進めた結果、ディスカウントに頼らない商品販売を訴求することができた
- ・ GoogleのROASが高く、直接購入につながるプロモーションができた

### ②CHIHUO

- ・ 高い購買力を持つ中国系への日本商材のアピールということでWeChatで一番力のあると言われているCHIHUOプロモーションを初めて実施。NY/LA Local向け、全米向け、B2B向けなど、彼らの持つ様々なチャンネルでキッチン小物・包丁・陶器等を宣伝。特に購買力も持ち合わせた26-35歳層をターゲットとした。
- ・ FOODIEと言われる層に向けたため、包丁、美濃焼などが上手く刺さるかと思っていたが、一番人気は常に“かわいい”と形容され、日本国内で“バズる”ADERIA-レトロ（石塚硝子）などで、MTC Kitchenが得意とするPRO-Cooking商材ではなかった点などサービスと商品の相性に苦しむこともあった。
- ・ CHIHUOは発信力の強い媒体のため、将来的には中国人が好むHome style的な流行商品をキャンペーン出来れば対費用効率の良い広告が打てるのではないかと感じている

### ③Instagram、Facebookでの認知

- ・ 世界的なCelebrity ChefであるVikas Khanna氏、アカデミー賞パーティーのメニュー/調理に抜擢されたGhetto Gastroなどの動画作成に携われ、特にVikas氏からは“10年後に見ても素晴らしいと思える作品を作ろう”と嬉しい言葉を頂き、実際に素晴らしい動画ができた

# MTC Kitchen連携報告 3.分析（総括）

## バイヤーコメント

- 当初は、①Google・Facebook広告、②CHIHUO③Instagram・Facebookでの認知の3つをバランス良く活用する事業計画であったが、コンテナより商品の入荷が遅れたため、E-Commerce Platformでいかに丁寧に販売できるか、今の売上に固執するのではなく、いかに将来に向けて日本の素晴らしい商材の認知を高められるかという視点で戦略全体を練り直した
- 将来にわたり資産となるような動画作成を増やすなどプロジェクトをシフト・修正していき、結果として非常に力強い動画の数々をオンラインに上げることができた