

Japan Tasting Selection 2024 イベントレポート

2024

Japan
Tasting
Selection



アジェンダ

【アジェンダ】

- イベント概要
- イベント詳細
- 実施実績
- 当日の会場の様子
- 総括





イベント概要



イベント概要



【イベントタイトル】

Japan Tasting Selection 2024

【イベント概要】

アメリカ合衆国NY州にあるジャパンビレッジで開催する日本酒・日本食のテイスティングイベント

【イベントの目的】

イベント出展を通し現地での反応調査と認知施策を行うことで日本商品の米国での可能性を広げる。
また、興味関心度の高い見込み層を集客することで、認知拡大と併せて現地での購買促進を図る。



イベント詳細



イベント詳細①



【開催場所】

NY州ブルックリン インダストリーシティ内 にある商業施設『ジャパンビレッジ』

【開催日時】

2024年10月12日-13日 (土日) の2日間

【コンテンツ内容】 ※8スライド目以降で各コンテンツ内容について詳細に説明

- FDA取得済み日本酒各銘柄の試飲会
- 日本酒に合う日本食の提供と試食
- 和装でのファッションショー
- SNS拡散に繋げるフォトブース [兜/和服]
- ファミリーで楽しむ餅つき

イベント詳細②



【ターゲット】

日本文化に興味関心度合いの高い現地アメリカ人

【宣伝方法】

■ SNSでの事前告知

└ Meta広告 / Instagramアカウントでの投稿 / JETRO LA sakesupportとのInstagram共同投稿
現地の日本好きコミュニティに対する招待メッセージ

■ チケット販売サイト『Eventbright』

■ 現地掲示板サイトへの投稿・現地MDAへの広告掲載

└ 掲示板：びびなび / MixB | 現地MDA：NY生活 / NYジャピオン

【主催団体】

株式会社 Fibonacci

【イベントコンテンツ内容 詳細】



コンテンツ内容について

- ①FDA取得済み日本酒各銘柄の試飲会
- ②日本酒に合う日本食の提供と試食
- ③和装でのファッションショー
- ④SNS拡散に繋げるフォトブース [兜/和服]
- ⑤ファミリーで楽しむ餅つき



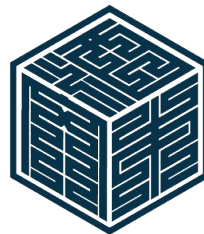
【コンテンツ①】



FDA取得済み日本酒各銘柄の試飲会

ニューヨーク初上陸のものを含む7酒蔵18銘柄の日本酒のテイスティング

【出店銘柄】



fumimoto brewery



Kinmon Akita Sake Brewery

吉川醸造
KIKKAWA JOZO

【コンテンツ②】



日本食の試食会

150年続く高級海苔の金子海苔店の海苔を使用した手巻き寿司と焼き鳥の提供



ホーム 金子海苔店について ネットショップ ネットショップ利用方法 海苔&お茶 レシピ集
English 実店舗情報 会社情報 お問い合わせ プライバシーポリシー サイトマップ



創業慶応二年
お茶と海苔
金子海苔店



金子海苔店は、慶応2年(1866年)初代 孫右衛門により創業。現在も続く由緒ある高級海苔をご提供いただき手巻き寿司を販売。更にフードコンテンツ充実のため、焼き鳥も併せて販売。

【コンテンツ③】

2024
Japan
Tasting
Selection

和装でのファッションショー

国内外含め10年以上ファッションショーを手掛けるAICグループによる和装のファッションショー



キッズからシニアまでのファッションショーを手掛けるAICグループ様による和服のファッションショーを開催。メインステージから伸びるウッドロードをランウェイにウォーキングを披露。来場者も着物の試着が可能です。

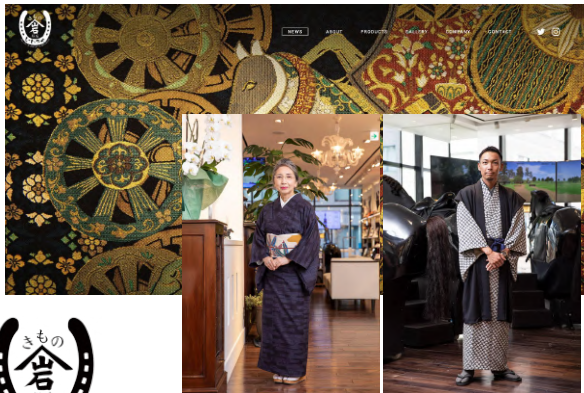
【コンテンツ④】


 Japan
Tasting
Selection

フォトブース [兜/和服]

SNSでの拡散とUGC創出(ユーザ生成コンテンツ)の為の撮影ブースを設置。

- ・馬柄西陣織の銀座いわきやの着物
- ・鹿児島の中冨工房丸武（大谷翔平選手の兜と同じもの）



上記を活用した特設のフォトブースを設置。プロのカメラで写真を撮影し参加者へ共有することでSNSでの拡散を狙います。さらに、JETRO様との取り組みで"#saptorsakeで日本行きの航空券当たるかも?!"のキャンペーンも同時開催。撮影コンテンツと共に各社様の認知度を上げるSNS施策となります。

#Support
SAKE

JETRO

【コンテンツ⑤】

2024
Japan
Tasting
Selection

餅つき大会（生餅販売）

来場者も参加可能な餅つき大会を実施。ついたお餅はその場で販売し、来場者は体験だけでなく、つきたてのお餅の味も楽しむことができます。



【協力企業・団体】



Kinmon Akita Sake Brewery





実施実績



イベント実施実績 | 売上・来場者数



【イベント売上】

| | チケット | 金額 | 数量 | 手数料 | 合計 |
|-----------|------|---------|----|----------|------------|
| 10/12 (土) | 前売り券 | \$33.85 | 23 | -\$88.55 | \$690.00 |
| | 当日券 | \$35.00 | 48 | -\$49.84 | \$1,630.16 |
| 10/13 (日) | 前売り券 | \$33.85 | 20 | -\$77.00 | \$600.00 |
| | 当日券 | \$35.00 | 39 | -\$39.40 | \$1,325.60 |
| | 着物 | \$30.00 | 1 | \$0.00 | \$30.00 |
| | 総計 | | | | \$4,275.76 |

【イベント来場者数】

約500～600人

イベント実施実績 | 反応調査データ



【試飲反応調査について】

- 試飲した日本酒各銘柄ごとに『A～D』の4段階で味を評価
- 回収データ総数：911件 <10/12(土)550件, 10/13(日)361件>

| | 日付 | A | B | C | D | 合計 | |
|-------|-------|-----|-----|----|---|-----|--|
| 全銘柄合計 | 10/12 | 327 | 196 | 26 | 1 | 550 | |
| | 10/13 | 227 | 115 | 17 | 2 | 361 | |
| | 合計 | 554 | 311 | 43 | 3 | 911 | |

上記は全銘柄の合計データとなりますが、各銘柄ごとのデータを細かく分析することで、アメリカ人に好まれる味やフレーバーの傾向値を掴むことができました。

イベント実施実績 | 情報リーチ数



【配信チャネル別 情報リーチ数】

| | Meta広告 (Instagram / Facebook) | Instagram 告知投稿 | JETRO LA sakesupportとの Instagram共同投稿 | 現地ユーザーへの 招待メッセージ | チケット販売サイト 『Event bright』 | 現地掲示板サイト (びびなび / MixB) | 現地MDA [紙 / WEB] (NY生活 / NYジャピオン) |
|------|----------------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| リーチ数 | 116,983 | 813 | 1,049 | 21,079 | 4,274 | 215 | 47,000 |

| | |
|----|---------|
| 合計 | 191,413 |
|----|---------|

純粋なリーチ数で見ると投下予算に比例して多くの配信ボリュームを確保できるMeta広告が最多の結果に。一方でリーチからその先の"CTR"や"CPC"において、最も効率的なチャネル・手法は『現地ユーザーへの直接の招待メッセージ』という結果が得られた。

※[詳細なデータをご希望の方はこちらのリンクよりお問い合わせください。](#)



イベント当日の様子



【イベント当日の様子】



【イベント当日の様子】



【イベント当日の様子】



【イベント当日の様子】



【 イベント当日の様子を映した動画 】





総括



イベント総括・まとめ



【成果】

- 出展酒蔵やメーカー、着物や兜など、日本文化の発信・認知獲得をおこなうことができた
 - ↳ 着物は当日その場で購入され、出展社の実収益に繋がった
- 日本酒 各銘柄に対する現地アメリカ人のリアルな反応、評価を回収することができた
- 体験コーナーは賑わいを見せ、SNS投稿用のクリエイティブ生成に繋がった

【今後の課題】

- 日本酒フリーク以外の人々に情報を届けるためには、SNS拡散が必須であると考え、イベント中はSNS投稿を呼びかけましたが、投稿数は目標を下回る結果となりました。
SNS投稿時のハッシュタグ設定やオファー設計は勿論、多様な投稿形式(ストーリーやリールなど)やチャンネル(他SNS)も推奨するなど、投稿ハードルを下げる工夫をおこなう必要があることがわかりました。

【UGC事例】



【 UGC事例 】



～ End of Contents ～

～ Thank you !



**Japan
Tasting
Selection**



2024.10.28

Copyright © Fibonacci. All rights reserved.