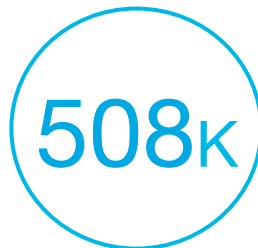




Handcrafting leather companions

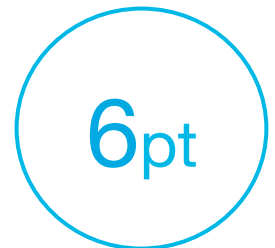
Tsuchiya Bag, a Japanese fashion brand known for its quality leather goods, ran an ad campaign on Instagram to raise awareness. With imagery portraying the owners' affection towards the carefully handcrafted bags, the brand achieved a significant lift in ad recall and drove up brand awareness by 6 points.



people reached
on Instagram



lift in ad recall



lift in brand
awareness

STORY

Born from the warmth of the craftsmen's hands

Tsuchiya Bag (or *Tsuchiya Kaban* in Japanese) is a Japanese company that takes pride in selling high-quality leather goods that are “created with and for the warmth of human hands”.

GOAL

Crafting brand awareness

Tsuchiya Bag wanted to further establish its brand as a seller of quality leather goods. For its messaging vehicle, it turned to Instagram, a unique visual platform that is growing rapidly in Japan.

SOLUTION

History told through a single photograph

To drive awareness around its outstanding craftsmanship, Tsuchiya Bag showcased their bags, carefully crafted from the finest materials, aged beautifully in the hands of their loving owners.

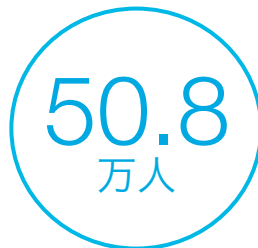
With its emotional imagery, the campaign achieved a 29-point lift in ad recall, and drove a 6-point lift in brand awareness.

Instagram proved to be an effective storytelling platform for conveying a message and driving solid results.

土屋鞆製造所

手仕事生まれの革鞆を、あなたの相棒に

良質な革製品を販売している土屋鞆製造所は、ブランド認知の向上を目的にInstagramで広告キャンペーンを展開しました。作り手の想いがつまった鞆を、愛着を持って使う人の気持ちをビジュアルで表現したクリエイティブにより、広告の想起率が29ポイント上昇し、キャンペーンの目的であったブランドの認知度も6ポイント向上しました。



広告に接触した
人の数



広告想起



土屋鞆のブランド
認知の向上

STORY

ブランドの紹介

土屋鞆製造所は「ひとの手のあたたかさの中で、うまれて、生きる鞆」という想いを大切に、良質なメイドインジャパンを世に出し続けている革製品ブランドです。

GOAL

キャンペーンの目的

日本でのユーザー数を急速に伸ばし、ビジュアルを核とするプラットフォームとしてユニークな存在であるInstagramにおいて、ハンドメイドの高品質な革製品を販売する土屋鞆というブランドを訴求することにより認知度を向上させる。

SOLUTION

ソリューション

広告の目的はブランド認知の向上。広告を見た人に、土屋鞆製造所の高品質なクラフトマンシップを知ってもらいたいと考えていました。良質な素材から美しく作られた鞆が、長年使われることで、さらに人の想いが深まっていくことをビジュアルで表現しました。

その結果、広告に接触した人と、そうでない人を比べた際、29ポイントという広告想起のリフトが確認されました。

またブランドの認知度においても、広告への接触によって6ポイントのリフト効果があったことを確認できました。

ストーリーをビジュアルに昇華させ、広告によってユーザーに確実に届けることで、数値においても結果を残すことに成功したのです。