

2021年度プロモーションの実施報告（日本酒）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2022年5月

本資料の内容

- 着眼点と戦略
- 各国の消費者向けプロモーションの概要
- 各国の外食店舗、小売店舗向けプロモーションの概要
- 各国の消費者向けプロモーションの詳細
- 標準的裏ラベルデータ制作支援システムについて

着眼点と戦略

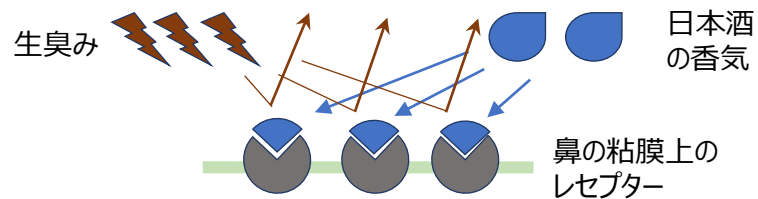
着眼点

日本酒は「生臭さをマスキングする」機能と、「うま味を増幅させる」機能を併せ持つ点で、魚介類との相性において、白ワインに対して優位性を持っています

マスキング効果

魚介類の持つ生臭さという欠点を消し、
素材本来の良さを引き立たせる

1. 魚の生臭さを感知するレセプターを塞ぐ*1



2. 生臭さを発生させる原因となる鉄分を
ほぼ含まない*2



相乗効果

日本酒の持つ豊富な「うま味」が、素材の
美味しさを倍増させる

1. 白ワインの5倍以上のアミノ酸（うま味成分）を含む*3

日本酒	ワイン
299mg	⇔ 58mg
(100mlあたりのアミノ酸含有量)	

2. うま味成分の相乗効果で「うま味」が増長する



*1: 伏木亨（龍谷大学教授）「日本酒と料理のマッチング」 *2: 文部科学省「日本食品標準成分表」 *3: あいち産業科学技術総合センター 食品工業技術センター「清酒に含まれるアミノ酸の分析について」

目的と戦略

日本酒の輸出額を増加させるために、「魚介類に最も合う食中酒は日本酒である」というポジションを
外食市場において確立させます

プロモーション前の連想関係

魚介類といえば 白ワイン



プロモーション後の連想関係

魚介類といえば日本酒

2021年度の展開国・エリア

東アジア、東南アジア、欧州の主要国・エリアにおいて、消費者向けプロモーションと現地事業者向けプロモーションを実施しました

対象国 (都市)	訴求するコンセプト	実施したプロモーション
中国（上海、広州、深圳）	日本酒×和食のペアリング	消費者向け大規模プロモーション
香港	日本酒×魚介料理のペアリング (広東魚介料理を集中して訴求)	
英国（ロンドン）	日本酒×魚介料理のペアリング	取扱い拡大を目的とした外食店舗向けプロモーション
仏国（パリ）		
星国		

各国の消費者向けプロモーションの概要

香港

- 消費者向けプロモーション概要

レストランプロモーションと中心した様々な施策を通して、広東魚介料理と日本酒の相性の良さを集中的に訴求し、「魚介類に最も合う食中酒は日本酒である」というポジショニングの獲得を目指しました

レストランプロモーション

広東料理店60店舗、和食店40店舗の合計100店舗にて、唎酒師が開発した「日本酒×魚介類」のペアリングメニューを提供すると同時に、ディストリビューター説明会を開催し、該当広東料理店への営業サポートを実施した



【ペアリングメニュー展開例】

メディア向けPRイベント

レストランプロモーションの認知を上げるため、メディア関係者による「魚介類×日本酒」の試飲・試食、有名タレントの登壇、唎酒師によるペアリングメニュー紹介を含むPRイベントを実施した



【有名タレントによる登壇】



【使用したペアリングメニュー】



【唎酒師によるメニュー説明】



【現地メディアによる取材】

試飲・試食イベント

プロモーション参加レストランの常連客やKOLを招待した、「魚介類×日本酒」の試飲・試食会を全4回実施し、口コミによるコンセプトやレストランキャンペーンの情報拡散を目指した



【試飲・試食イベントの様子】

中国

- 消費者向けプロモーション概要

上海・広州・深圳の3都市において、デジタル広告、体験イベント、レストランプロモーション等を実施することで、和食店への来店客数増加と日本酒の注文率増加を目指しました

デジタル広告

4媒体において5種類のデジタル広告出稿を行い、JFOODOの中国プロモーションwebサイトやレストランプロモーションへの送客を行った



【広告に使用したビジュアルと配信先4媒体】

日本酒体験イベント

上海蔦屋書店と深圳上横町において、利き酒師派遣と試飲スペース設置、日本酒メニューイン、日本酒ミニボトルの提供、和食店紹介等を行い、日本酒の飲用機会を拡大した



【上海で実施した利き酒体験の様子】

レストランプロモーション

上海・広州・深圳における約500店舗の高級和食店にて、個別店舗の料理と日本酒のペアリングメニューを作成、料理長や利き酒師のコメントを添えて、卓上POPや差し込みメニュー、ポスターとして展開した



【ポスターと卓上POP】

各国の外食店舗、小売店舗向けプロモーションの概要

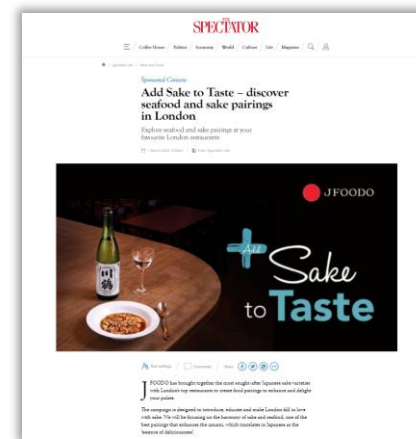
イギリス

- レストランでのペアリングメニューキャンペーン

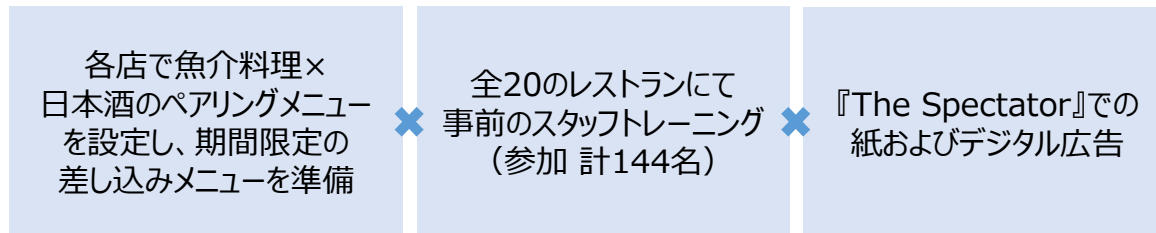
ロンドン市内20店舗にて、酒ソムリエが監修した魚介料理と日本酒のペアリングメニューを各店舗1~3つ用意し、非和食・和食を問わずその相性の良さを訴求しました

【キャンペーン概要】

- 開催日程：2022年2月14日~3月18日（5週間）
- 目的：①「魚介料理と日本酒の相性の良さ」への理解促進
②日本酒を初めて取り扱う非和食レストランの獲得
③既に日本酒を取り扱う和食レストランでの販売量増加
- 参加店舗：魚介類を提供するロンドン市内の高級レストラン20店舗
※新規取扱…非和食11店、 既存取扱…非和食2店、和食7店
- 対象銘柄：29社、36銘柄
- 主な内容：



- ▼キャンペーン後も日本酒をメニューに置きたいと答えた新規取扱店は**73%** (8/11店舗)
- ▼既存取扱店の売上は期間中**平均20%以上アップ**



【来店客の注文率アップ】

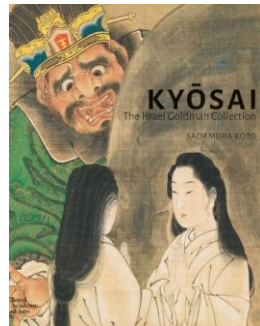
【スタッフ推奨率アップ】

【来店誘導】

イギリス

- 王立美術館での富裕層向け日本酒イベント

英王立美術館Royal Academy of Arts主催の河鍋暁斎展に合わせ、当作家が酒好きだったというストーリーと関連させ、芸術感度が高く教養深い富裕層といえるRAの会員向けに日本酒イベントを実施しました



■ 会員向けサケサロン

- ・講師： Oliver Hilton-Johnson氏 (Tengu Sake/ SSI酒講師)
- ・内容： 日本酒の原材料、造り、タイプ、シーフードとの相性など
- ・テイastingした日本酒のタイプ：
純米大吟醸、吟醸
純米菩提元、純米吟醸



▼ Patron会員向け (3/14)

- ・会場： RA内 Collections Gallery
- ・対象： Patron会員 (会員費£2,000~£12,000/年)
- ・参加人数： 44名

▼ Academician会員向け (3/30)

- ・会場： RA内 Academician's Room
- ・対象： Academician会員 (会員費£250~£450/年)
- ・参加人数： 30名

■ 展示名： Royal Academy of Arts主催
Kyōsai: The Israel Goldman Collection

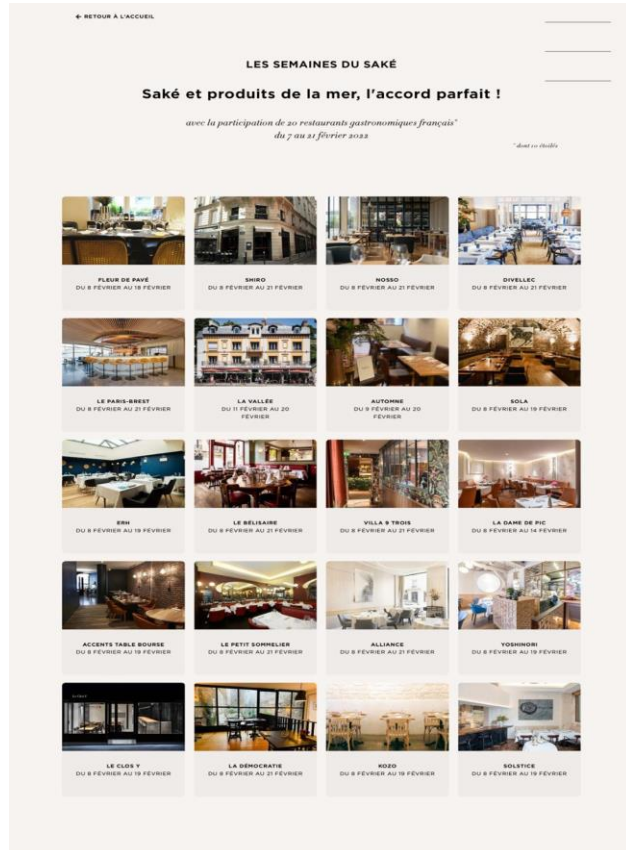
■ オープニングプレビューレセプション

- ・日時： 2022年3月15日 (火) 19:00~
- ・会場： RA内 Gabrielle Jungels-Winkler Galleries
- ・来場者： RA会員、展示・美術館関係者、スポンサー等美術館招待客
- ・来場人数： 300人以上
- ・提供した日本酒： スパークリング日本酒、純米大吟醸、ゆず酒、梅酒、にごり酒



- レストラン・プロモーションの概要

消費者に日本酒と魚介料理の相性の良さを実感してもらうため、レストランでの日本酒の推奨意向を高め、メディア向けの話題性あるイベントと併せて、日本酒をレストラン・プロモーションで訴求した



【期間】2022年2月7日～21日（日本酒ウィーク） 【プロモーションを通じて】
 【タイアップレストラン】20店舗（全て仏料理店） 日本酒既存取扱店（9店）売上は約3割増（前3ヵ月比）
 【参加酒蔵】18酒蔵21銘柄（各レストランが選択） 新規取扱店（11店）は全て今後も日本酒取扱い継続



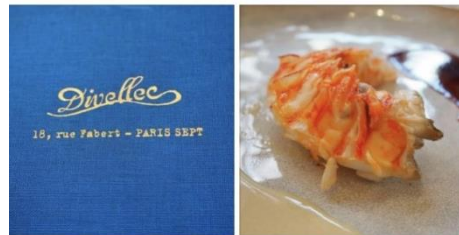
参加レストラン毎に事前に実施した日本酒知識のスタッフトレーニング



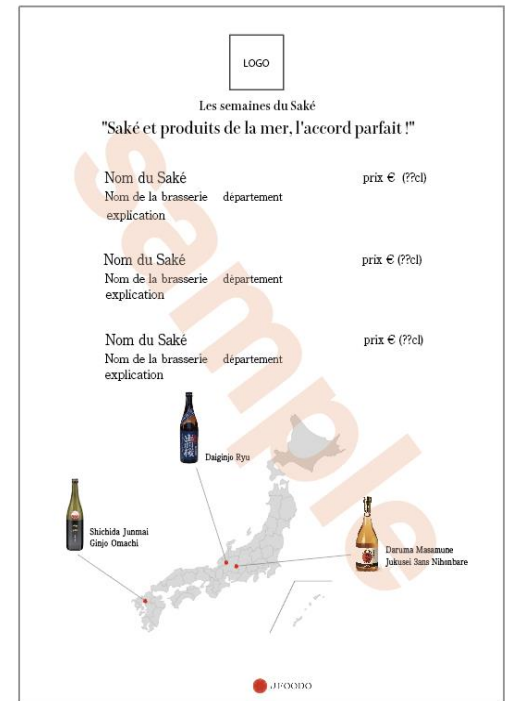
メディア向けイベントで日本酒を説明するフランス人の有名トップソムリエ



Saké et Produits de la Mer, l'accord parfait !
 Du 7 au 21 février, dans le cadre d'une campagne organisée par JFOODO, 20 restaurants gastronomiques français proposent un accord Saké et Produits de la Mer. Le... もっと見る
 翻訳を見る



参加レストランで実施されたメディア向けイベント後に発信された雑誌社によるレストラン・プロモーション



全ての参加レストランが利用した注文時のお客様用の日本酒メニュー・カード
 レストランによって、QRコードでも利用

JFOODOサイト(仏)：各レストラン写真をクリックすれば、レストラン毎に日本酒とお薦め料理情報を見れる

<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/sakeweeks/>

シンガポール

- レストランプロモーション

シンガポールのハイエンドからカジュアルまで30店舗のレストランにて、期間限定ペアリングメニューを提供
メディアタイアップ広告等も行い、20店舗でプロモーションに用いた日本酒の継続提供が決定

◆ 特設WEBサイト



SEAFOOD LOVES SAKEをテーマに、参加レストラン30店舗それぞれが、日本酒とペアリングメニュー（日本酒29銘柄、のべ74メニュー）を紹介。

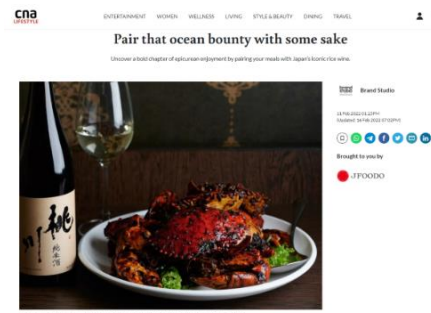
◆ メディアタイアップ The Straits Times

BRANDED CONTENT
From lala bee hoon to shrimp gambas and pizzas: How to pair sake with your favourite seafood dishes
Think seafood only goes well with white wine? Think again. The Seafood Loves Sake restaurant campaign dishes out inventive, new menu pairings with the versatile Japanese rice-based drink

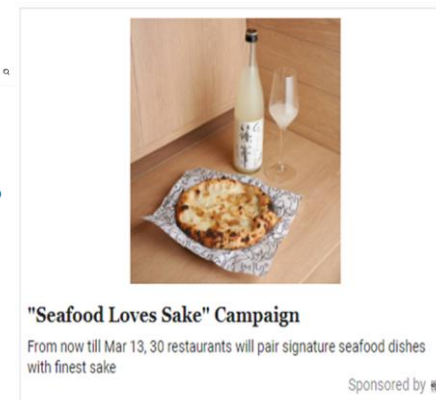


Getting all seafood lovers' attention, the month-long Seafood Loves Sake campaign will shine the spotlight on the Japanese drink as the beverage of choice to pair with some seafood dishes. Campaign idea by Satoru, former Chef from Tokyo, pairing wine/well with his study of fish to elevate the nation's flavors. PHOTO: THE JAPAN FOOD PRODUCT OVERSEAS PROMOTION CENTER

◆ メディアタイアップ CNA Lifestyle



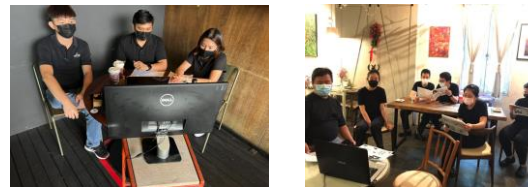
◆ デジタル広告



◆ インフルエンサーによる投稿



◆ レストランスタッフのトレーニング (オンライン)



◆ 日本酒情報カード



※上記とは別の4店舗において、プロモーションに用いた日本酒の継続提供について検討中。

各国の消費者向けプロモーションの詳細

香港

- キャッチコピーとキービジュアル

日本酒と魚介類の相性を訴求するため、今年で3年目となる「SEAFOOD LOVES SAKE.」のキャッチコピーを継続使用し、キービジュアルを開発しました

【キャッチコピー】

【キービジュアル】

SEAFOOD LOVES SAKE.

新派配搭，嘗盡知味。跟上餐桌新風潮！

新派配搭，嘗盡知味。

(意識)

新しい組み合わせ、試したら美味しいって分かる。

跟上餐桌新風潮！

(意識)

この新しい食のトレンドを試してみよう。



香港

- レストランプロモーション

広東料理店60店舗、和食店40店舗の合計100店舗にて、限定ペアリングメニューの提供やメニューの設置、
 唎酒師によるスタッフトレーニングを実施した結果、2カ月間で約6,000セットのペアリングメニューを販売しました

【イベント開催期間と場所】

「Seafood LOVES Sake.」レストランキャンペーン

- 実施期間：
 - 2021年9/1 (水) ~9/30 (木)
 - 2021年11/1 (月) ~11/30 (火)
- 場所：広東料理店60店舗、和食店40店舗



【唎酒師によるスタッフトレーニングの様子】



【店舗ごとにカスタマイズされたペアリングメニュー】



【設置された差し込みメニュー】

香港

- メディア向けPRイベント

JFOODOプロモーションの認知拡大を目的として、有名女優やシェフタレントを招いたメディア向けPRイベントを実施した結果、テレビや新聞を含む全176媒体にてイベントが取り上げられました

【イベント開催日時と場所】

「Seafood LOVES Sake.」開幕式

- 日時：2021年8/25（水）
- 場所：Nanhai No.1（南海一號）
- 住所：尖沙咀彌敦道63號 iSQUARE 國際廣場31樓



【Nanhai No.1】



【唎酒師によるペアリングメニュー説明】



【有名女優とタレントシェフ出演の様子】

香港

- 日本酒体験イベント

著名な広東料理店4店舗にて、当該店舗の常連客とKOLを招いたプライベートディナーイベントを実施し、「日本酒×広東魚介料理」ペアリングメニューを提供、日本酒と魚介類の相性の良さを説明しました

【イベント開催日時と場所】

第1回イベント

- ・ 日時：2021年9/9（木）
- ・ 場所：Yat Tung Heen - 逸東軒
- ・ 住所：Level B2, Eaton HK, 380 Nathan Road, Jordan

第2回イベント

- ・ 日時：2021年11/2（火）
- ・ 場所：Golden Valley - 駿景軒
- ・ 住所：1/F, The Emperor Hotel, 373 Queen's Road East, Wan Chai

第3回イベント

- ・ 日時：2021年11/3（水）
- ・ 場所：Golden Bauhinia Sang Kee - 金紫荊粵菜廳
- ・ 住所：Expo Galleria Hong Kong Convention And Exhibition Centre, 1 Expo Drive, Wan Chai

第4回イベント

- ・ 日時：2021年11/4（木）
- ・ 場所：Joy and Joy - 喜雙逢酒家
- ・ 住所：Shop211,2/F, Melbourne Plaza, 33 Queen's Road Central, Central



【イベントで提供された日本酒】

【イベント実施の様子】

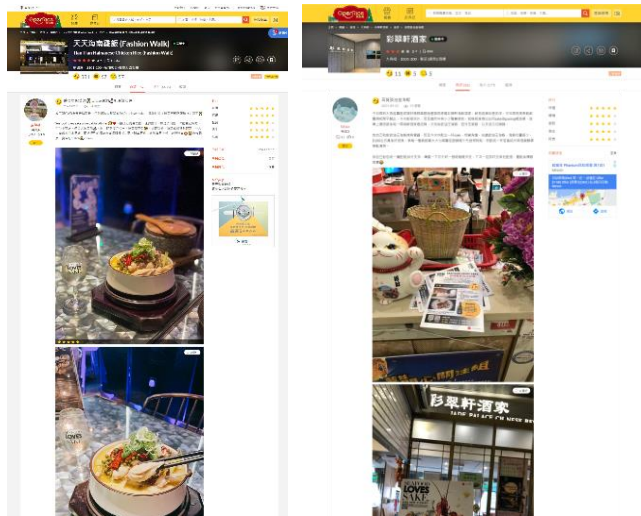
香港

- Open Rice投稿レビューキャンペーン

プロモーション認知の向上と消費者の「広東魚介料理×日本酒」ペアリング体験の感想蓄積を目的として、香港で影響力の高いレストラン予約プラットフォーム「Open Rice」を利用して、レビューキャンペーンを実施した

【イベント開催期間と詳細】

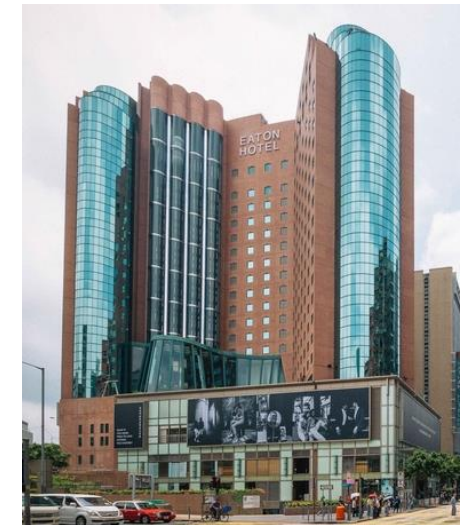
- 期間：2021年9/1（水）～12/31（金）
- 場所：Open Rice
- 賞品：
 - ✓ 特別賞：「日本酒×広東魚介料理」ペアリングディナー付ステイケーション1泊チケット（4名）
 - ✓ エントリー賞：日本酒ミニボトル（各レストラン5名）



レビュー投稿



JFOODO選定



ステイケーション

香港

- ディストリビューター説明会

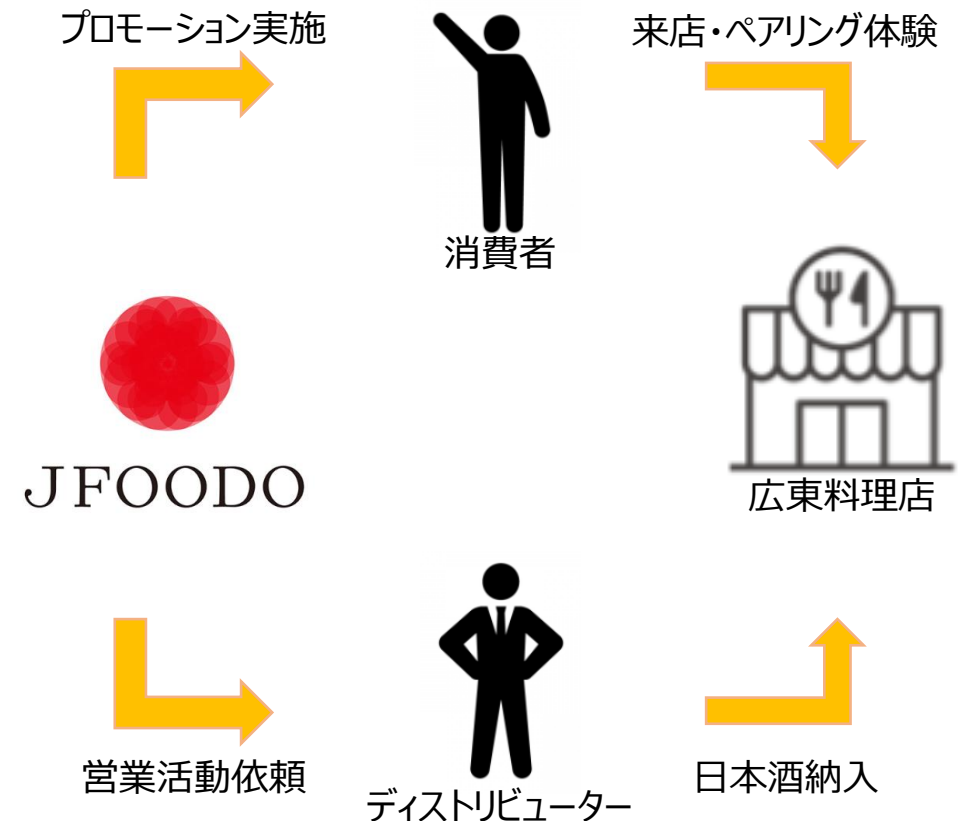
現地の日本酒ディストリビューターの営業活動とJFOODOプロモーションの同期化を目的として、ディストリビューター向けプロモーション説明会を実施した結果、22社のディストリビューターが参加しました

【イベント開催日時と場所】

- 日時：2021年7/16（金）
- 場所：オンライン
- 参加者：日本酒を取り扱う現地ディストリビューター22社
- 説明会内容：
 1. JFOODOプロモーションの説明
 2. ディストリビューターへの協力依頼内容説明
 3. キャンペーン参加レストラン店舗紹介
 4. 唎酒師による「日本酒×広東魚介料理」ペアリングコンセプトと日本酒トレンド説明



【実施の様子】



香港

- メディアタイアップ

プロモーション認知の向上を目的として、現地の有名メディアとタイアップした記事広告を投稿した結果、
合計110万以上の消費者にリーチすることができました

No.	投稿日	メディア	形式	実際のリーチ数	No.	投稿日	メディア	形式	実際のリーチ数
1	2021/9/3	U Magazine	Facebook	87,315	1	2021/11/2	U Magazine	Facebook	78,508
2	2021/9/9	Weekend Weekly	Facebook +オンライン記事	84,927	2	2021/11/5	U FOOD	Facebook	85,643
3	2021/9/10	Weekend Weekly	Facebook動画	96,231	3	2021/11/6	U Magazine	Facebook	84,279
4	2021/9/10	U FOOD	Facebook	76,521	4	2021/11/12	Tatler	Facebook +オンライン記事	125,714
5	2021/9/15	Weekend Weekly	Facebook動画	116,806	5	2021/11/13	Weekend Weekly	Instagram 動画	86,344
6	2021/9/15	U FOOD	Facebook	81,627	6	2021/11/15	Weekend Weekly	Facebook動画	61,533
7	2021/9/16	HK01	Facebook +オンライン記事	80,559	合計リーチ数				<u>1,146,007</u>

香港

- デジタル広告配信

プロモーション認知の向上、プロモーション用Webサイトへの送客を目的として、デジタル広告を配信しました

媒体名	概要	広告の種類	配信期間	インプレッション数
Open Rice	香港No.1レストラン予約プラットフォーム	バナー広告	9/13~9/24 11/13~11/28	4,420,564
Google Search Engine	香港で93%のシェアを持つ検索エンジン	テキスト広告	9/1~9/30	75,438
NEWS系ウェブサイト&APP	-	バナー広告	9/10~9/30 11/1~11/2 11/17~11/28	4,243,778
高トラフィックウェブサイト&APP				
F&B系ウェブサイト&APP				
合計インプレッション数			8,739,780	

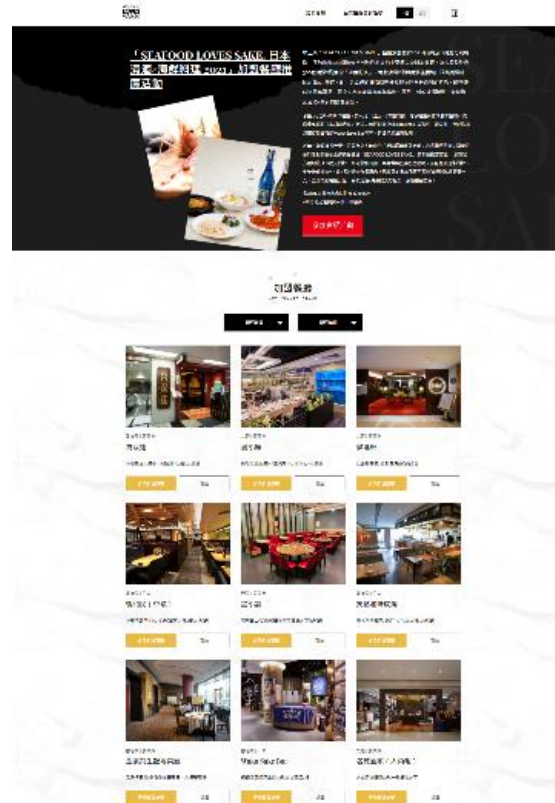
香港

- プロモーション用Webサイト

香港プロモーション用webサイトを作成し、ターゲットの日本酒理解促進とレストランプロモーション参加店舗への送客を促しました (<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/hongkong/english/index.html>)



【日本酒理解促進コンテンツ】



【プロモーション参加店舗一覧】

拡大



【Open Riceへの導線整備】

香港

- プロモーション用FB公式アカウント

中国プロモーション用FB公式アカウントを作成し、ターゲットの日本酒理解促進やレストランプロモーション参加店舗のペアリングメニュー紹介を目的とした記事を投稿しました



■ 期間中投稿数

62 投稿

■ アカウントフォロワー数

2,368 フォロワー

■ リーチ数

1,989,023 リーチ

■ アクション数

(いいね、コメント、シェア数合計)

7,411 アクション

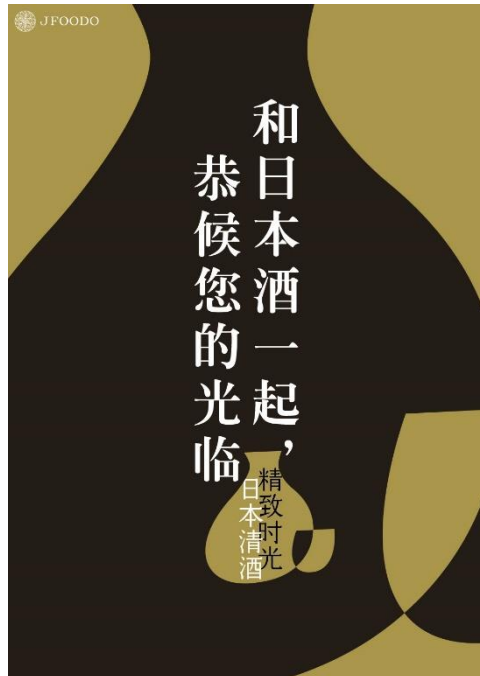
【キャンペーン参加レストランとペアリングメニュー紹介画像】

中国

- キャッチコピーとキービジュアル

「せっかくなら最高の和食を最高の日本酒で楽しむ」をコンセプトとして、プロモーションで使用するキャッチコピーとキービジュアルを開発しました

【キャッチコピー】



精致时光，日本清酒

(意識)

日本酒のある場所には、丁寧にいい時間が流れている。

和日本清酒，恭候您的光临

(意識)

日本酒とお待ちしています。

【キービジュアル】



中国

- レストランプロモーション

上海・広州・深圳における和食店500店舗にて、「日本酒×和食」限定ペアリングメニューの提供や卓上POPの設置、参加店舗向け日本酒講座を実施した結果、2カ月間で約47,000合の日本酒を販売しました



【店舗ごとにカスタマイズされたペアリングメニュー】

【JFOODO提供の法被を着た従業員】

【設置された卓上POPと差し込みメニュー】

中国

- 記事広告配信

レストランプロモーション参加店舗にて、ペアリングメニューの説明を通して和食と日本酒の相性を伝える記事広告をライフスタイル系の媒体にて配信し、合計135,000人以上の消費者にリーチしました

【記事広告①】

媒体	Shanghai WOW (wechat)
掲載日	2021年11月29日
取材店舗	町屋 Machiya
リーチ	91,000以上

【記事広告②】



媒体	鹏城深圳 (wechat)
掲載日	2021年10月2日
取材店舗	严寿司 鮫巖
リーチ	44,000以上



中国

- デジタル広告配信

JFOODOプロモーションの認知拡大、Webサイトへの送客を目的として、2種類の媒体にてデジタル広告を発信しました

媒体名	媒体名	広告の種類	概要	インプレッション数	クリック数	クリック率
	網易	DSP広告	ニュースサイトやECサイト、音楽ストリーミングサイトなど多様なサービスを展開する網易が蓄積したデータを活用し、対象エリアの富裕層をはじめとする潜在ユーザーに広告を配信した。	8,673,168	112,765	1.30%
	大衆点評	インフィード広告	中国で最も使用されている飲食店検索アプリである大衆点評にて、位置情報、広告閲覧履歴等を活用してターゲティング広告を配信した。	10,700,747	234,865	2.19%

中国

- メディア向けPRイベント

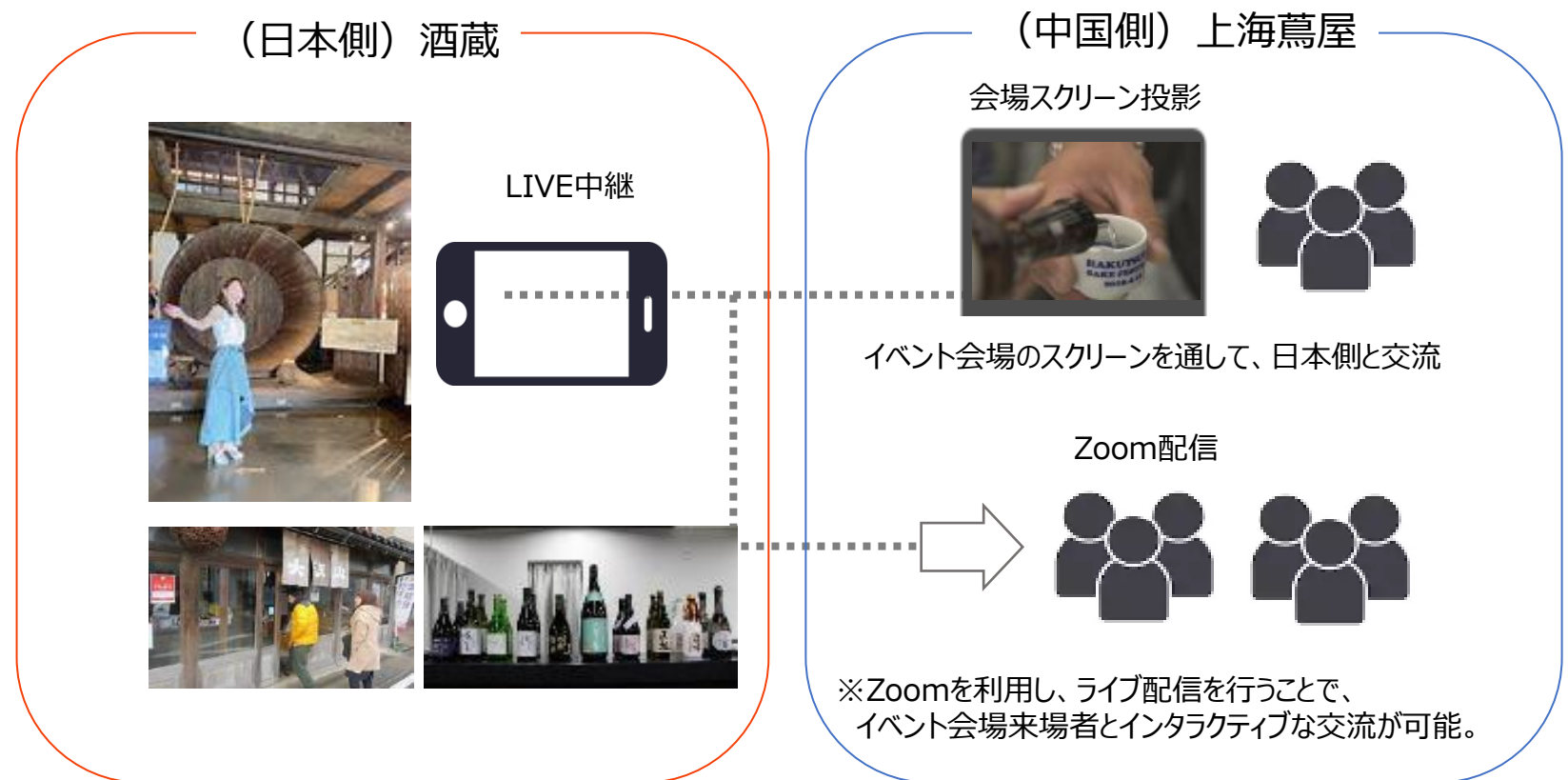
JFOODOプロモーションの認知拡大を目的として、JFOODOプロモーションの紹介や酎酒体験、日本の酒蔵をリアルタイム中継した酒蔵LIVEツアーを含むメディア向けPRイベントを実施しました

【イベント開催日時と場所】

- 日時：2021年9/22（水）
- 場所：蔦屋書店上海
- 参加媒体数：11社



【PRイベント会場の様子】



中国

- 日本酒体験イベント

上海と深圳の人気スポットを活用し、期間限定の日本酒バーをオープンした結果、7,200名の消費者が来場し、そのうち645名が日本酒5銘柄の唎酒体験をしました

【イベント開催日時と場所】

蔦屋書店上海「日本酒 Flagship Bar」

- ・ 日時：2021年9/22（水）～10/21（木）
- ・ 場所：蔦屋書店上海 2F「Time Files」

■ 来場者数

4,800名

■ 唎酒体験者数

400名



【蔦屋書店の外観】



【唎酒体験の様子】

深圳アッパーヒルズ上横町「日本酒 Flagship Bar」

- ・ 日時：2021年11/15（月）～12/14（火）
- ・ 場所：深圳アッパーヒルズ上横町

■ 来場者数

2,400名

■ 唎酒体験者数

245名



【上横町の外観】



【トークセッション】

中国

- ディストリビューター説明会

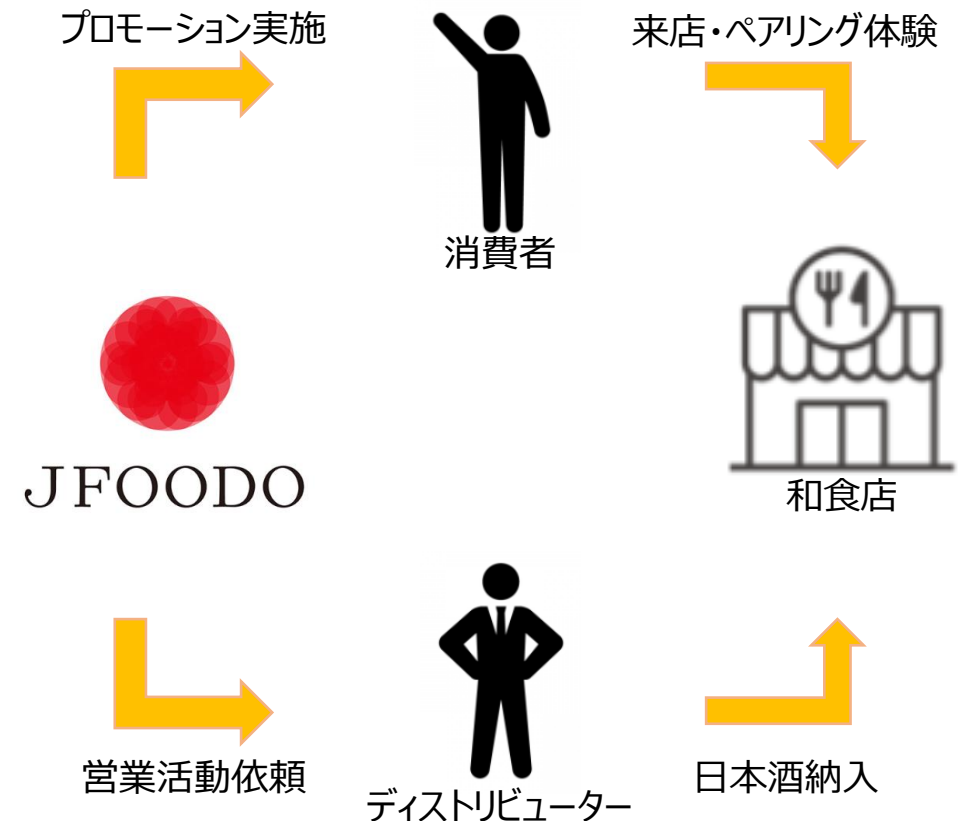
現地の日本酒ディストリビューターの営業活動とJFOODOプロモーションの同期化を目的として、ディストリビューター向けプロモーション説明会を実施した結果、30社のディストリビューターが参加しました

【イベント開催日時と場所】

- 日時：2021年8/20（金）
- 場所：オンライン
- 参加者：日本酒を取り扱う現地ディストリビューター30社
- 説明会内容：
 - JFOODOプロモーションの説明
 - 大手ディストリビューター「上海華湘」による、プロモーション活用事例紹介
 - ぐるなび上海による和食店での日本酒販売拡大講座
 - 唎酒師による「日本酒×和食」ペアリング講座



【実施の様子】



中国

- プロモーション用ウェブサイト

JFOODO公式ウェブサイトと「大衆点評」内のプロモーション特設ページをつなぐことで、ターゲットの日本酒の理解促進とレストランプロモーション参加店舗への送客を促しました

公式ウェブサイト



大衆点評特設ページ



- 500の店舗データ提供
- 制作時間の短縮
- 制作コストの圧縮

- 既存コンテンツの活用
- 日本酒の理解促進の強化

【公式ウェブサイトと特設ページの連携】



2021年9月22日（水）実施

【大衆点評で配信された生中継の様子】

■ 公式ウェブサイトアクセス数

230,051PV

■ 大衆点評特設ページアクセス数

221,347PV

■ 大衆点評生中継配信

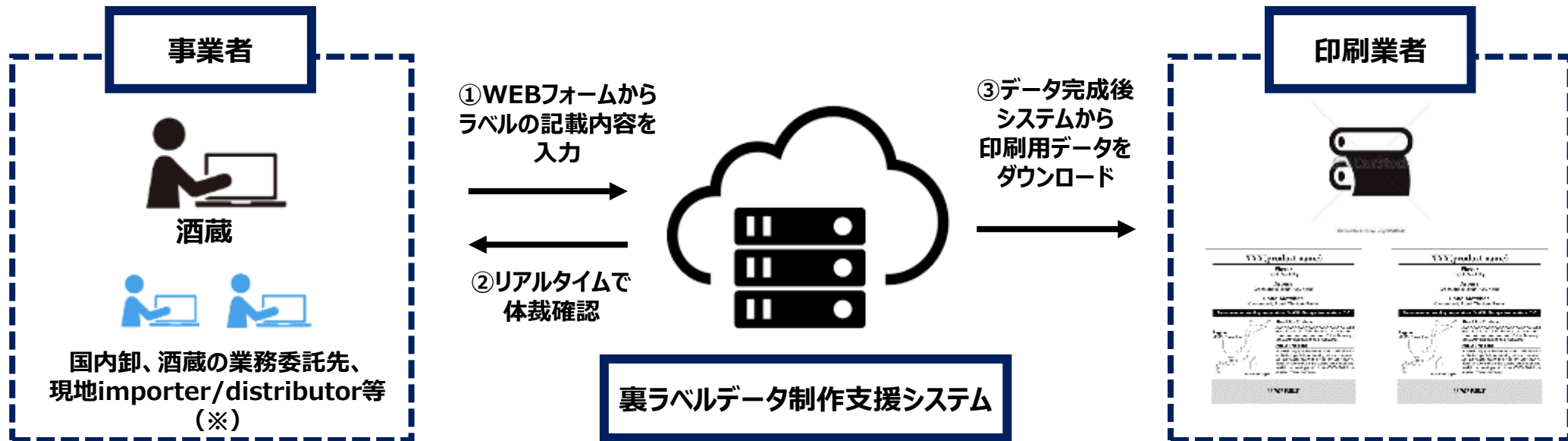
45,378PV

標準的裏ラベルデータ制作支援システム

標準的裏ラベルデータ制作支援システム

- システム全体像

専用ソフトウェアを導入する必要なく、インターネット接続環境さえあれば、事業者自身が「標準的裏ラベル」のデータを簡単に編集・制作できるクラウドサービスを開発しました



(※) 関係者に専用アカウントを付与し、ラベルデータの共同編集が可能。

標準的裏ラベルデータ制作支援システム

- 注意事項と問い合わせ先

ラベルデータ制作支援システムの注意事項と問い合わせ先について、下記ご参照ください

■ 注意事項

- 2022年5月現在、本システムは米国向け法的記載事項をカバーしたラベルを作成できます
今後対象国を拡大予定のため、ご意見等お聞かせください
- 本システム利用の際には、JFOODOに利用者登録をして頂く必要があります
問い合わせ先の担当者までご連絡ください

■ 問い合わせ先

- 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）
担当者：西川、溝口
メールアドレス：JFB@jetro.go.jp
電話番号：03-3582-8345

