

2023年度 米国における日本酒プロモーション取り組み方針

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2023年5月

目的と取組み方針

日本酒と非和食の魚介料理との連想関係を強化することで、日本酒の飲用オケージョンを拡大する

連想関係の強化

日本酒



非和食の魚介料理



飲用オケージョンの拡大

日本酒は和食以外にも、
魚介類と相性がいいんだ！

魚介料理に合わせて
日本酒を注文してみよう！

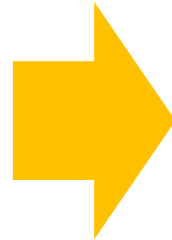


施策の方向性

- 焦点を当てる特徴的な魚介料理

施策時期と対象とする料理には考慮しつつも、前年度に引き続きカキを中心とした王道な魚介料理に焦点をあて、日本酒との相性の良さをターゲットに訴求することで、非和食魚介料理喫食時の日本酒飲用意向を上昇させる

焦点をあてる魚介料理の例

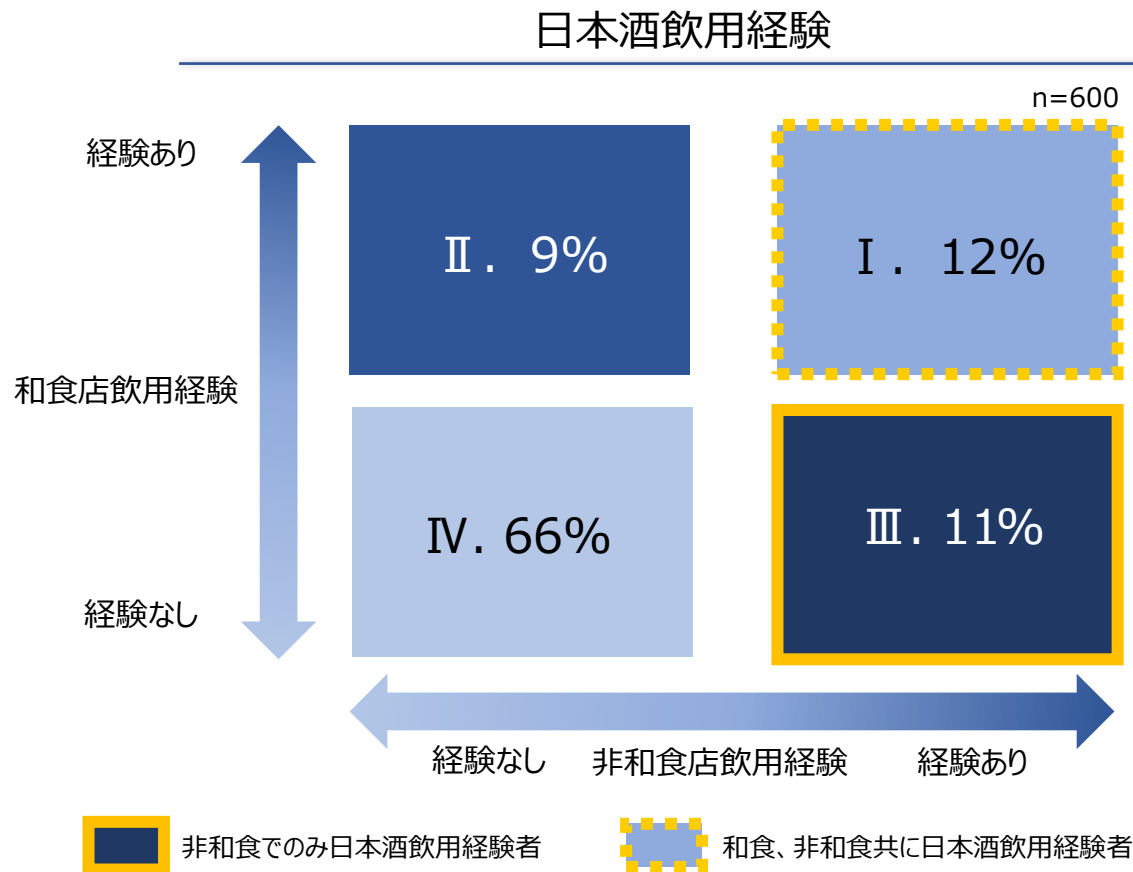


非和食魚介料理には
日本酒を合わせよう！



ターゲット

日本酒飲用経験者で非和食でのみ日本酒を飲んだ事がある層をメインターゲット、和食、非和食共に日本酒を飲んだ事がある層をサブターゲットに設定する



<ターゲット像>

- ・21歳～59歳の男女
(コアターゲット30～40代)
- ・世帯年収10万ドル以上



- ・食事に合わせて美味しいお酒を楽しみたいと考えている。
- ・お酒の製法・歴史・文化など、背景情報に対する興味・関心、知識欲求が高い。
- ・食事の時以外にも、友達に会う時や同僚との付き合いなど、気の置けない仲間とリラックスして飲みたいと考えている。
- ・レストランのシェフやスタッフ、友人からお酒の情報収集をしている。
- ・タレントやインフルエンサー、セレブのお薦めを参考にしている。
- ・ホームページや各種メディア媒体をお酒の情報収集源によく利用する。

出典：JFOODO A&U調査 (NY) (2021年3月)

ターゲットエリア

日本酒飲用・購入意向が高く、魚介取扱いレストラン数が最も多いNY州・CA州の主要都市
(*NYC、LA、SF) にてプロモーションを展開する

【表：州別 推計日本酒取扱い店数】

	州名	日本酒を取扱っているレストラン数
1	カリフォルニア	4,915
2	ニューヨーク	2,081
3	テキサス	1,393
4	ワシントン	988
5	ジョージア	882
6	ニュージャージー	810
7	ノースカロライナ	653
8	フロリダ	642

*NYC= New York City
LA=Los Angeles
SF=San Francisco

出典：「JETRO 平成30年度米国における日本食レストラン動向調査」、「JETRO 2010年 数字で見る米国のレストラン業界・州別データと外食産業の現状」を基にJFOODO推計

施策の方向性

- 中長期的に活用し得るブランド資産の開発

非和食魚介料理と日本酒のペアリングイメージを植付け飲用オカージョンを増やしていくために、中長期的に活用し得るコミュニケーションコンセプト並びにそれに伴うデザイン及びコピーを開発し、イメージ資産を蓄積していく

現状の連想関係

〇〇×日本酒・・・



イメージ資産の開発

今後の連想関係

「魚介類といえば日本酒」
+
「非和食の魚介類といえば
日本酒」

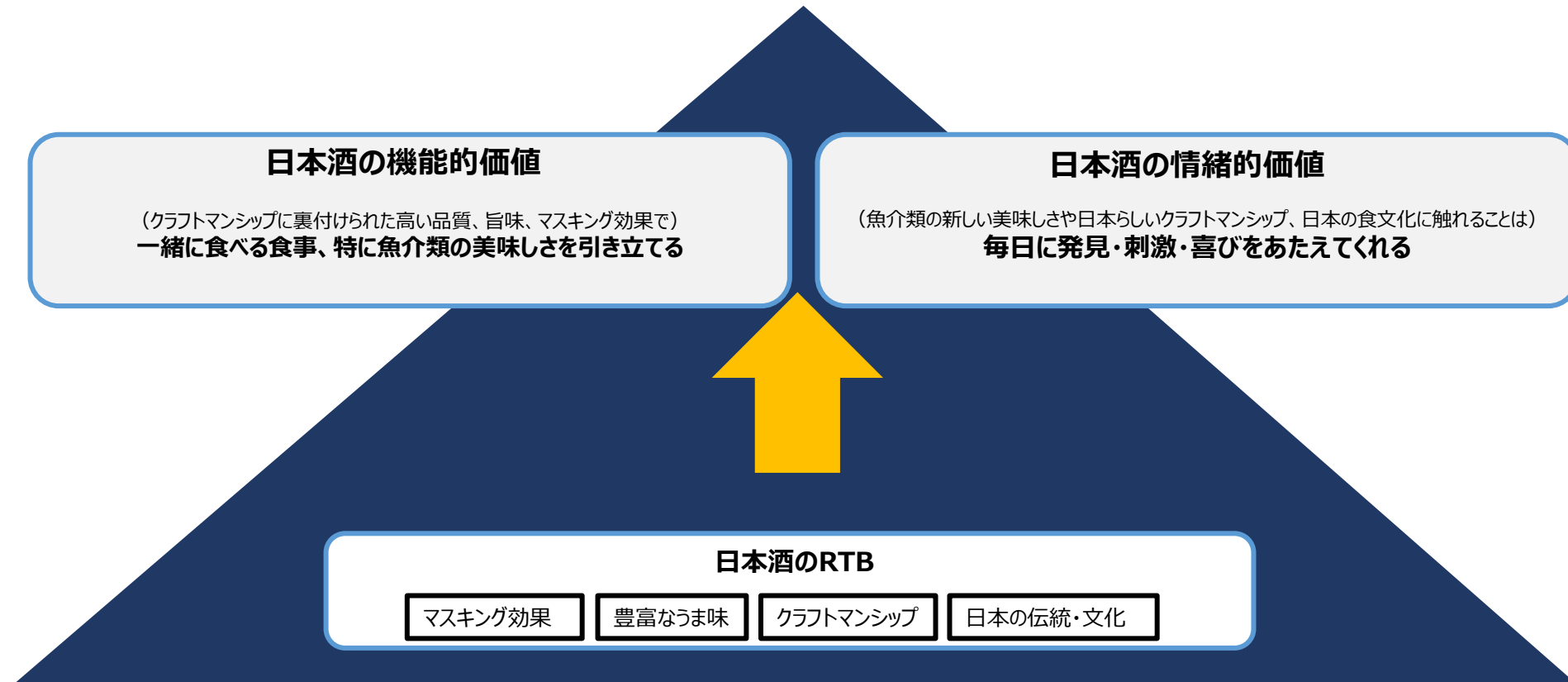
例：Seafood Loves
Sake



施策の方向性

- 日本酒の価値訴求

日本酒の機能的価値・情緒的価値をバランスよく取り入れ、現地消費者の生活文脈に沿った日本酒の提供価値を実感してもらえよう訴求する



施策の方向性

- プロモーションの全体像

ターゲット消費者のカスタマージャーニーに合わせた効果的な施策を展開することで、日本酒の消費拡大を促進する

