

<HP掲載用資料>

# 2020年度 日本産クラフトビールプロモーション実施報告（米国）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2021年4月

# 目次

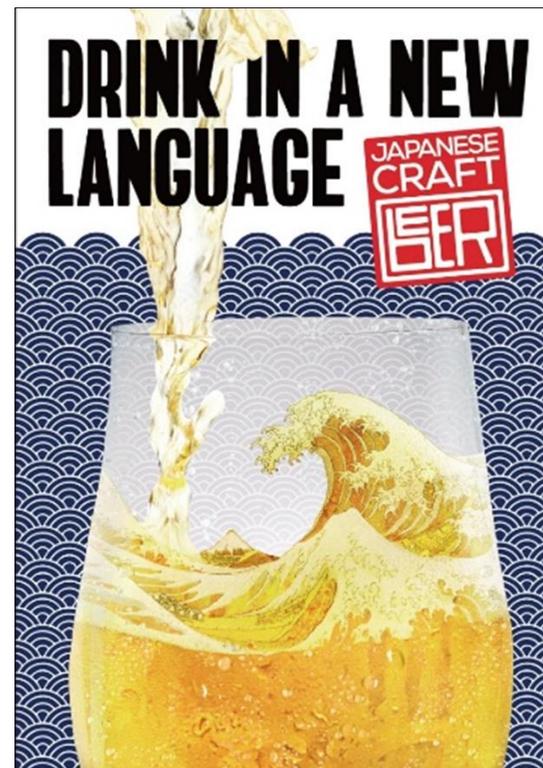
- 訴求ポイント
- 施策の全体像
- 主な施策

# 訴求ポイント

## 訴求ポイント

「DRINK IN A NEW LANGUAGE」というキャッチコピーのもと、Flavor Variety, High Drinkability, Japanese Craftsmanshipを日本産クラフトビールのキーポジショニングとして訴求しました

【キービジュアル】



キャッチコピー

『DRINK IN A NEW LANGUAGE』

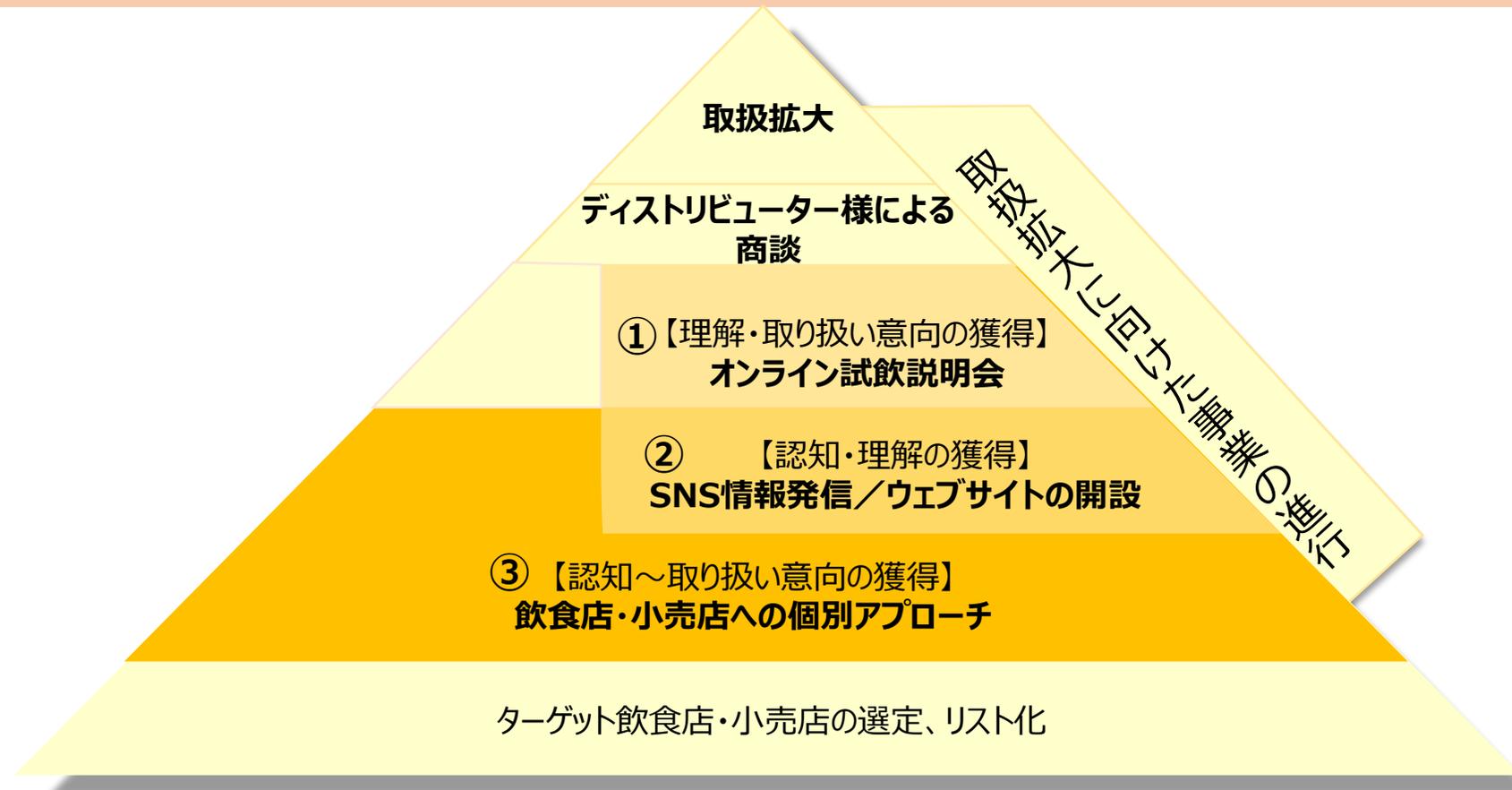
ロゴマーク

(2020年度も継続して使用)

# 施策の全体像

## 施策の全体像

日本産クラフトビールの取り扱い拡大に向けて、①オンライン試飲説明会、②SNS・ウェブサイトでの情報発信、③飲食店・小売店への個別アプローチの施策を連動して実施しました



# 主な施策

# 主な施策：オンライン試飲説明会（1）

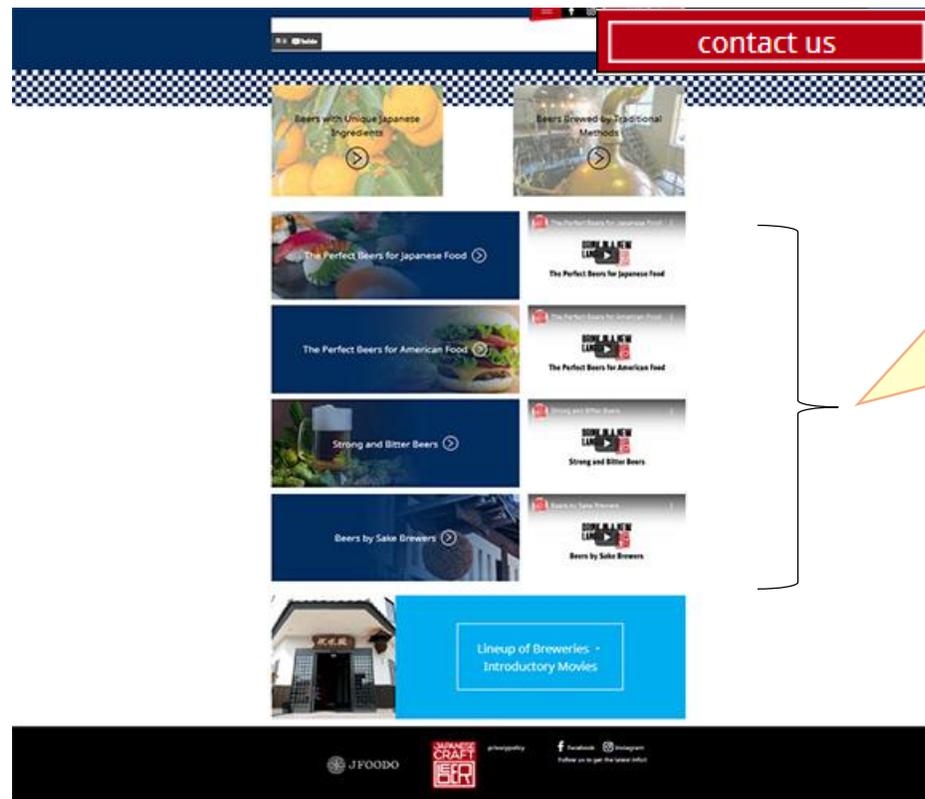
ブルワリーのインポーター5名が登壇して、LA地域の飲食店事業者等に向けて直接商品をアピールしました



試飲説明会の様子

## 主な施策：オンライン試飲説明会（2）

LA地域の飲食店事業者等に対し、試飲サンプルを提供した上でウェブサイト上の紹介動画を視聴いただき、（同サイトから）ディストリビューターへの問い合わせへ誘導しました



問い合わせ機能のボタンを設置

アンバサダーであるライ・ベヴィル氏（日本のクラフトビールと現地市場に精通）の助言をもとに、現地飲食店関係者の興味を引く4つのカテゴリー：「日本食に合うビール」「アメリカンフードに合うビール」「ガツンと苦みのあるビール」「酒蔵が造るビール」の動画を作成

※試飲説明会の第2回開催については、当時のLA地域のコロナ感染状況および飲食店のビジネス状況を鑑み、ピンポイントの時間でリアルタイムで実施することが適当ではないと判断し、上記開催方式といたしました。

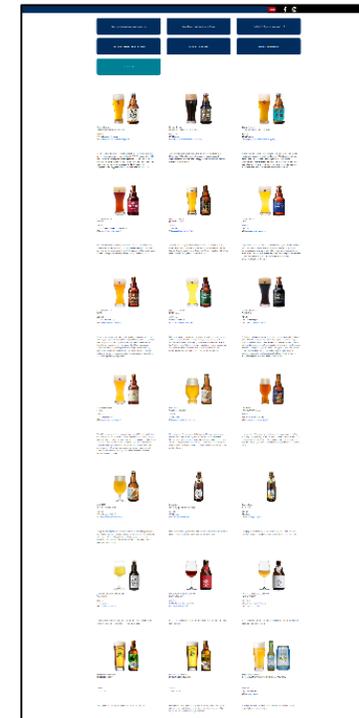
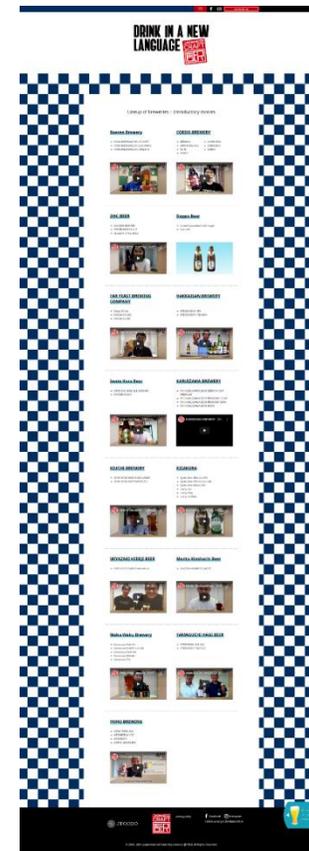
## 主な施策：SNS・ウェブサイトでの情報発信

SNS（Facebook、Instagram）およびウェブサイトにて、日本産クラフトビールの魅力を伝える情報を発信しました



Instagramでの投稿例

[https://www.instagram.com/japanese\\_craftbeer/](https://www.instagram.com/japanese_craftbeer/)



ウェブサイトの構成  
（TOPページ、ブルワリー紹介動画、商品一覧）  
<https://craftbeer-jfoodo.jetro.go.jp/>

## 主な施策：個別アプローチ

JFOODOの現地セールsteamがLA地域の店舗に直接アプローチし、  
日本産クラフトビールの取扱を拡大しました



【図：取扱意向を商談に繋げるために必要な連携】

