

2019年度日本酒プロモーション実施報告

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2020年6月

本資料の内容

- 2019年度プロモーション全体像
- 2019年度消費者向けプロモーション施策詳細

2019年度プロモーション全体像

プロモーション展開エリア

輸出金額・単価・伸長率、アルコール業界における情報発信力、マクロ環境等の複合的な観点から、プロモーション展開エリアを設定し、2017年度以降、展開エリアを拡大してきました

地域 (都市)	2017年度	2018年度	2019年度
米国 (NY・LA・SF)	-	○	○
英国 (ロンドン)	○	○	○
仏国 (パリ)	-	○	○
香港	-	-	○
シンガポール	-	-	○
中国 (上海、広州)	-	-	○
EU/TPP主要地域	-	-	○

海外消費者から見た3つのボトルネックとJFOODO施策

「発見」・「想起」・「選択」されにくいという3つのボトルネックに対して、それぞれ施策を実行しました

【表：外食で日本酒を選択する場合のカスタマージャーニー】

	1. レストランに行く	2. メニューを選ぶ	3. お酒の 카테고리 を 選ぶ	4. お酒の銘柄 / 品種を 選ぶ
情報 (information)	レストランのジャンル / 価格帯 / 評価	料理の材料 / 調理法 / 味	どのメニューにどんなお酒が 合うのか	各々の銘柄・品種は どんな特徴なのか
媒体 (media)	レストランガイド	メニューリスト	店外：広告 / PR 店内：POP / 従業員	メニューリスト・従業員 パッケージ (ラベル)
取組課題		そもそも日本酒を 置いてあるお店が少ない	ほとんど 日本酒が想起されない	・消費者や従業員の 日本酒の知識が少ない ・パッケージの表記情報が 少なく、分かりにくい
発見		想起	選択	
施策		事業者向けプロモーション	消費者向けプロモーション	輸出用「標準的裏ラベル」 と「表記ガイド」

- 事業者向けプロモーション

米国

- 飲食事業者向け教育セミナー

現地ディストリビューターと協働し、レストラン関係者を対象とした教育セミナーを全米20都市で合計23回実施し、参加者の5割の日本酒取扱い意向が向上しました

セミナー概要

- 実施時期 : 2019年6月～11月
- 参加者 : 各回平均30名のレストラン・小売関係者。日本酒未取扱いの事業者が半分以上を占める。約700名が参加。
- 内 容 :
 - 日本酒講師が、魚介類と日本酒の相性についてのレクチャーを実施
 - 各食材と日本酒のテイasting
 - 仕入先候補として、協力distributorを紹介し、取扱いへ直結させる



セミナーの様子



※JFOODO撮影

香港

- 飲食事業者向け教育セミナー

非和食店を中心とした約50店舗に対して、出張型セミナー及び参加型セミナーを実施し、87%の参加者の日本酒取扱い意向が向上しました

セミナー概要

- 実施時期 : 2019年11月～12月
- 参加者 : 日本酒取扱い意欲が高く、店頭キャンペーンに参加意向を示したレストラン約50店舗の従業員
- 内 容 :
 - 日本酒講師が、魚介類と日本酒の相性、日本酒の基礎知識、有効な売り方についてレクチャーを実施
 - 各食材と日本酒のテイasting
 - 店頭プロモーションへ参加するメリットを説明



出張型セミナーの様子



参加型セミナーの様子

中国

- 飲食事業者向け商談会

上海・深圳において、商談会の場にて教育セミナーを実施すると共に、輸出入業者・現地卸・現地飲食店間のマッチングを行い、約6.6億円（輸出金額に直すと約2.1億円）の新規成約見込みが得られました

上海

- 商談マッチング（11/7,8）
PINOR Grand Sake Tasting・SHANGHAIという既存の商談会の場において、有力事業者間の個別商談をセッティングするとともに、日本酒教育セミナーを実施。「うま味を活かした日本料理には日本酒」というコンセプトを訴求した。



深圳

- 商談マッチング（11/20,21）
SAKE Business Convention 2019 in Shenzhenという商談会を開催し、有力事業者間の個別商談をセッティングするとともに、日本酒教育セミナーを実施。「魚介類には日本酒」というコンセプトを訴求した。



国内

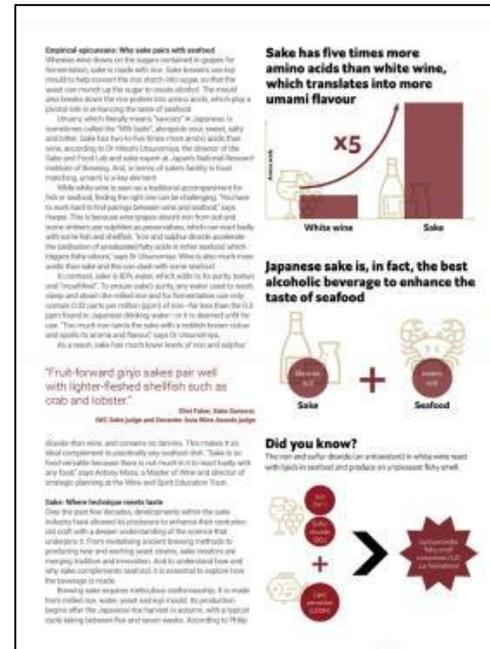
- 商談サポートツールの配布

登録事業者様の商談サポートツールとして、施策で制作した広告用キービジュアル、記事広告、動画等を希望する事業者様へ配布しました

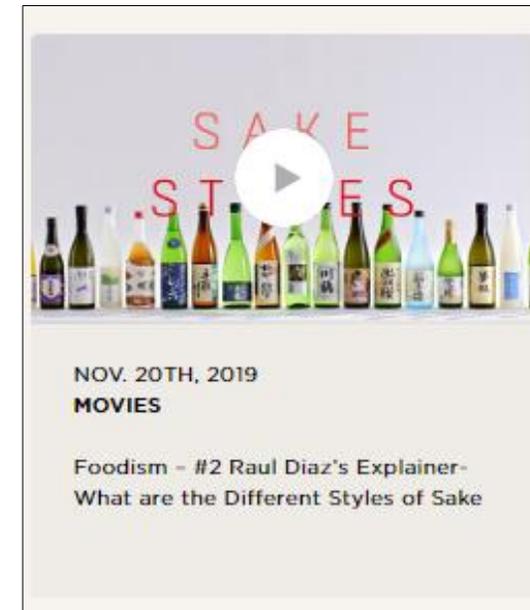
キービジュアル画像データ



FACT BOOK
(Economist タイアップ)



動画広告

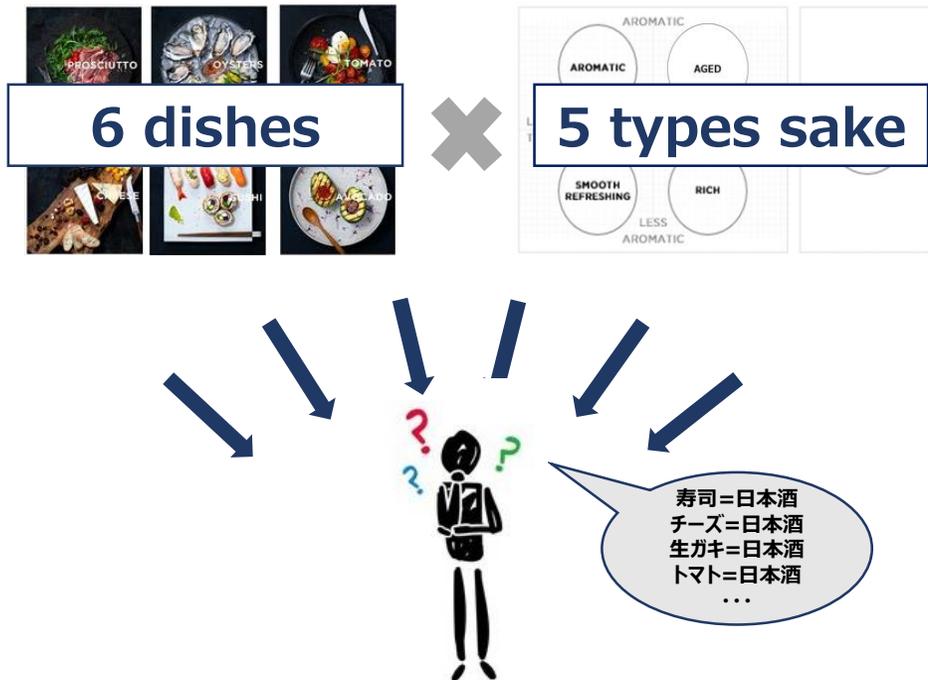


- 消費者向けプロモーション

オケージョンの絞り込み

より強い連想関係をつかって消費者の記憶に残すために、「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを集中的に訴求しました

18年度：汎用性を訴求



19年度：記憶に残るオケージョンにフォーカス



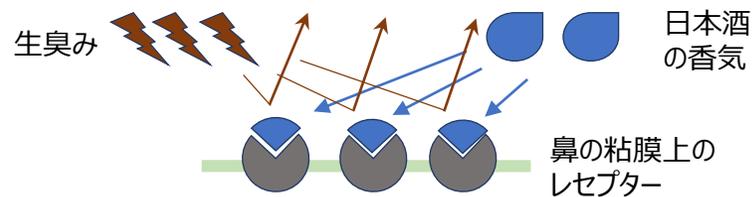
魚介類との相性における日本酒の優位性の訴求

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つことから、この2点を科学的根拠として訴求しました

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」

米国

- 消費者向けプロモーション概要

NY・LA・SFにおいて、動画広告、影響力のあるメディアでの記事広告、有名レストランやインフルエンサーを活用したPRイベント等を展開し、魚介類と日本酒の相性を訴求して、購入意向を向上させました

動画広告

魚介類に日本酒を合わせることを新しい文化・習慣として訴求するコンセプトムービーや、youtuber等を起用した動画コンテンツを、様々なオンラインメディア・SNS上にて配信した。



記事広告

現地トップメディアにて、魚介類と日本酒の相性を訴求する記事・企画を組んで発信し、「魚介類×日本酒」の流行感・納得感を醸成した。

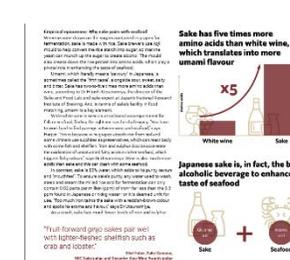
The New York Times

VOGUE

GG

THE NEW YORKER

The Economist



PRイベント

有名レストランを2分割する等の仕掛けをして、一方では通常通り「魚介類と白ワイン」を、一方では「魚介類と日本酒」のスペシャルメニューを提供し、メディア・インフルエンサーを通してニュース化させた。



英国

- 消費者向けプロモーション概要

ロンドンにおいて、動画広告、影響力のあるメディアでの記事広告、有名レストランを活用したPRイベントや店頭キャンペーン等を展開し、魚介類と日本酒の相性を訴求して、日本酒購入意向を向上させました

動画・記事広告

魚介類と日本酒を合わせることを新しい文化・習慣として訴求するコンセプトムービーや、ソムリエ等を起用した動画コンテンツを、様々なオンラインメディア・SNS上にて配信した。



PRイベント

有名レストランのPOPUPストアをオープンさせ、「魚介類と日本酒」のスペシャルメニューを提供し、メディア・インフルエンサーを通してニュース化させた。



レストラン店頭キャンペーン

現地レストランが200店舗ほど参加するレストランキャンペーン「JAPAN WEEK」参加店の店頭にて、POP等を設置し、「魚介類×日本酒」を推奨した。



仏国

- 消費者向けプロモーション概要

パリにおいて、動画広告、影響力のあるメディアでの記事広告、有名レストランやミシュランシェフを活用したPRイベント等を展開し、魚介類と日本酒の相性を訴求して、日本酒購入意向を向上させました

動画広告

魚介類に日本酒を合わせることを新しい文化・習慣として訴求するコンセプトムービーや、ミシュランシェフ等起用した動画コンテンツを、様々なデジタルメディア・SNS上にて配信した。



記事広告

ミシュランとタイアップし、魚介類と日本酒の相性を訴求する記事・企画を組んで発信し、「魚介類×日本酒」の流行感・納得感を醸成した。



PRイベント

有名レストランを2分割する等の仕掛けをして、一方では通常通り「魚介類と白ワイン」を、一方では「魚介類と日本酒」のスペシャルメニューを提供し、メディア・インフルエンサーを通してニュース化させた。



香港

- 消費者向けプロモーション概要

動画広告・記事広告・PRイベント・現地レストラン63店舗での店頭キャンペーン等を展開して、魚介類と日本酒の相性を訴求し、日本酒購入意向を向上させました

動画広告・記事広告

Seafood loves sakeというキーメッセージとともに、魚介類に日本酒を合わせることを新しい文化・習慣として訴求する動画を、オンライン上の様々なサイト・SNS、および屋外モニターにて配信した。



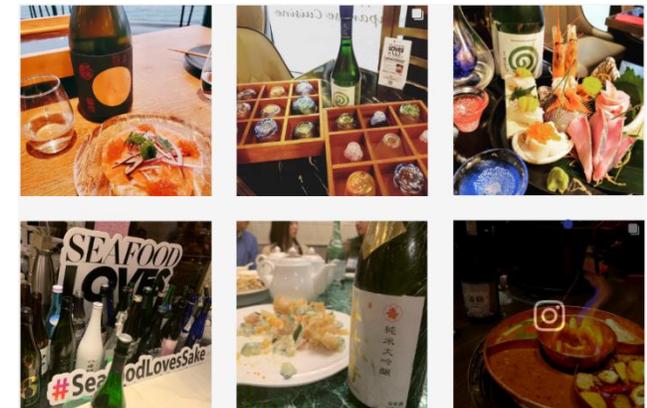
PRイベント

当プロモーションのローンチイベントを開催し、現地メディア約30社から情報発信がなされ、「魚介類×日本酒」の流行感・納得感を醸成した。



店頭キャンペーン

期間限定で、各店オリジナルの魚介類×日本酒のペアリングセットを開発・提供した。注力店には、日本酒ソムリエを派遣し、直接消費者へ推奨・解説を行い、キャンペーン参加者を増やした。



SNSに投稿されている写真例

シンガポール

- 消費者向けプロモーション概要

デジタル広告、記事広告、現地トップレストラン12店舗での店頭キャンペーン等を展開して、魚介類と日本酒の相性を訴求し、日本酒購入意向を向上させました

デジタル広告

Seafood loves sakeというキーメッセージとともに、レストラン店頭キャンペーンの告知を、様々なWEBサイトやSNS上で展開した。



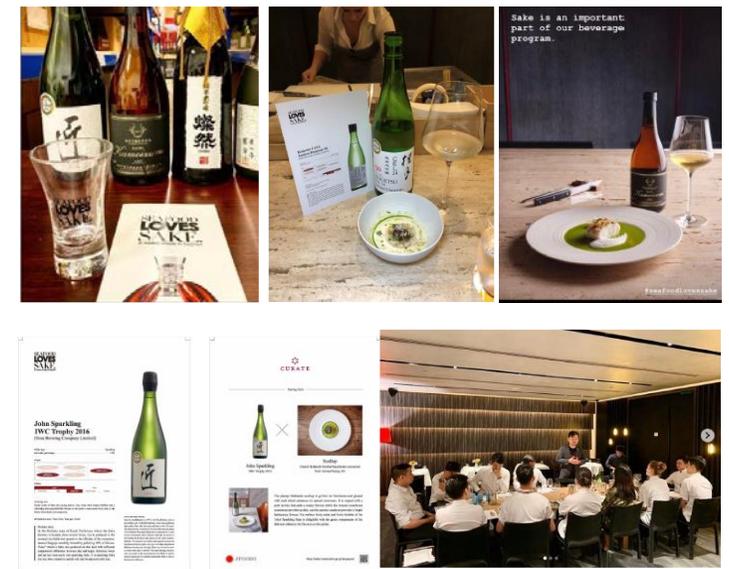
記事広告

ターゲット層である高所得者層を读者層とするメディアにて、魚介類と日本酒の相性を説明する記事広告を制作・配信した。



レストラン店頭キャンペーン

ミシュラン星獲得などの高い評価を持つレストラン12店舗にて、期間限定の魚介類と日本酒のペアリングセットを提供した。



中国

- 消費者向けプロモーション概要

上海・深圳において、広告および現地レストランでの店頭キャンペーンを展開し、都市に応じた飲用オケージョンと日本酒の相性を訴求し、日本酒購入意向を向上させました

上海

うま味を活かした日本料理と日本酒の相性を訴求

■ レストランキャンペーン（11/14～12月末）

中国最大級のグルメサイト「大衆点平」とタイアップし、上海市内の和食レストラン50店舗にて、期間限定で日本酒ペアリングセットを提供。広告で店頭へ誘導。

■ POP-UPイベント（11/23～30）

中国最大級の動画レシピSNS「日食記」とタイアップし、日本酒ペアリング動画を制作・拡散するとともに、日食記のアンテナショップにて試飲販売を実施。



深圳

魚介類と日本酒の相性を訴求

■ レストランキャンペーン（11/22～12月末）

深圳の商業施設「Upper hills」とタイアップし、同施設内の和食レストラン12店舗にて、期間限定で日本酒ペアリングセットを提供。同時に、同施設イベントスペースにて、日本酒試飲スペースを展開し、レストランへ誘導。



TPP/EU主要地域

- 消費者向けプロモーション概要

「魚介類×日本酒」を訴求する番組をCNN・EURONEWSにて制作・放映し、TV及びオンラインを通じて、TPP/EUのそれぞれ日本酒輸出上位5カ国の消費者の購入意向を向上させました

CNN

- 対象国 : カナダ、シンガポール、オーストラリア、ベトナム、マレーシア
- 放映時期 : 2019年9月～10月
- 放送内容 : 各国番組3分5本+CM2本
- リーチ数 : 約11百万人



EURONEWS

- 対象国 : フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、オランダ
- 放映時期 : 2019年9月～10月
- 放送内容 : Taste sake 番組4分×3本+CM
- リーチ数 : 約18百万人



- 輸出用「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」

輸出用「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」の開発

専門家と消費者の調査結果に基づき、客観的な基準をもって、消費者が日本酒を選びやすくなる
項目・レイアウト・表記方法を定め、国税庁と共に発表しました

【標準的裏ラベル】

(英語版)

XXX(product name)	
Flavor Light・Med-Dry	
Aroma Green apple, clear fruity notes	
Food Matches Camembert, Roast Chicken, Pasta	
Recommended serving temperature: 5-10°C Storage temperature: 5°C	
<p>Region: XXXXX Prefecture</p> 	<p>About the Producer XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX was established in 1743. Driven by their motto "XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX", their brewing is constantly challenging and innovating.</p> <p>About This sake A sake to enjoy at the dinner table, made with rice cultivated specially for brewing sake and aromatic spring water from the nearby Mt.XXXXX, transformed through the cutting-edge skills and traditional brewing craft of the XXXXX Toji (local guild of master brewers).</p>
Product of Japan	
法的記載事項	

(日本語訳)

××× (製品名)	
味・味わい 淡麗・やや辛	
風味・香り 青りんご、クリアでフルーティな香り	
ペアフード カマンベール、鶏もも肉のロースト、パスタ	
推奨飲用温度 / 5~10°C 保存温度 / 5°C	
<p>産地/XXX県</p> 	<p>酒蔵についての物語 創業1743年の×××酒蔵「×××」をスローガンに常に新しい可能性を追い求めている</p> <p>製品についての物語 (こだわり) 普通の食卓で楽しめるお酒です。日本酒専用の米、××山の地下水を素に××杜氏による伝統的な技と先進的な技術により作られています</p>
日本産	
法的記載事項	

【記載項目】

重要度の上位6項目

(日本酒カテゴリーとして記載が必須である項目)

- ① 香り・風味
- ② 味覚
- ③ 推奨飲用温度
- ④ 保存温度
- ⑤ ペアフード
- ⑥ 産地



興味・関心度の上位2項目

(他製品・醸造元との差別化に有効である項目)

- ⑦ 醸造元の物語
- ⑧ 製品の物語

(参考) 日本酒の輸出用「標準的裏面ラベル」と「表記ガイド」の公表について : <https://www.jetro.go.jp/jfoodo/news/c3b8add330c1e4c2.html>

輸出用「標準的裏ラベル」と「表記ガイド」の活用事例

リリースは21媒体に掲載され、石川県の酒蔵や東京都の酒類卸によって、実用化が進んでいます

実用化例

- 酒類卸のコンタツ（株）が東京の酒蔵3社と共に、インバウンド向け商品として『TOKYO Local Craft Sake』シリーズを発売。シリーズ全商品にJFOODOが開発した「標準的裏ラベル」を採用し、記者発表会を実施した。



＜田村酒造場 嘉泉純米吟醸＞の例

SPRING OF HAPPINESS	
Flavor Quite intense, Med-Dry	
Aroma Semi-Ripe melon, Soft fruity notes	豊稔コカール®
Food Matches Seafood carpaccio, Meuniere of white fish, Filet steak	
Recommended serving temperature : 5-10°C Storage temperature : Room temperature	
  <p>TOKYO Tamura Sake Brewery</p>	About the producer Tamura Sake Brewery was established in 1857 with the motto "To brew sake carefully and sell carefully". While committed to preserving traditional craftsmanship, they keep challenging themselves to make a better sake.
About this sake Excellent Junmai Ginjo that goes perfectly with many kinds of cuisine. Brewed early using "Gin Gingsu", the local rice of Iwate Prefecture, it shows mild fruity aroma and rich flavor of rice that will spread in your mouth.	
4 983254 400054	
<ul style="list-style-type: none"> ●品目 日本酒 ●純米吟醸酒 ●原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) ●精米歩合 55% ●内容量 720ml ●アルコール分 15度 ●製造者 田村半十郎 東京都福生市福生62番地 	

＜石川酒造 熊川一番地＞の例

TOKYO BR NO.1	
Flavor Slightly rich and robust with a smooth taste	
Aroma Grainy scent and rich	豊稔コカール®
Food Matches Beef stew, Chicken skewers (Yakitori), AYU (Plat) simmered in sweet soy sauce	
Recommended serving temperature : 20-40°C Storage temperature : Room temperature	
  <p>TOKYO Ishikawa Brewery Co., Ltd.</p>	About the producer Ishikawa Brewery has been established in Fussa City, Tokyo, since 1853 in the concept of enriching the dining experience by producing a sake that can go well with and get the best out of all dishes.
About this sake Rich in flavors of rice and umami, this sake mery with all kinds of dishes. It is brewed using the underground water of Tokyo through the traditional craftsmanship and advanced technologies.	
4 905545 260505	
<ul style="list-style-type: none"> ●品目 日本酒 ●純米酒 ●原材料名 米(国産)、米こうじ(国産米) ●精米歩合 60% ●内容量 720ml ●アルコール分 15度 ●製造年月 表裏に記載 ●製造者 石川酒造株式会社 東京都福生市熊川一番地 	

2019年度消費者向けプロモーション施策詳細

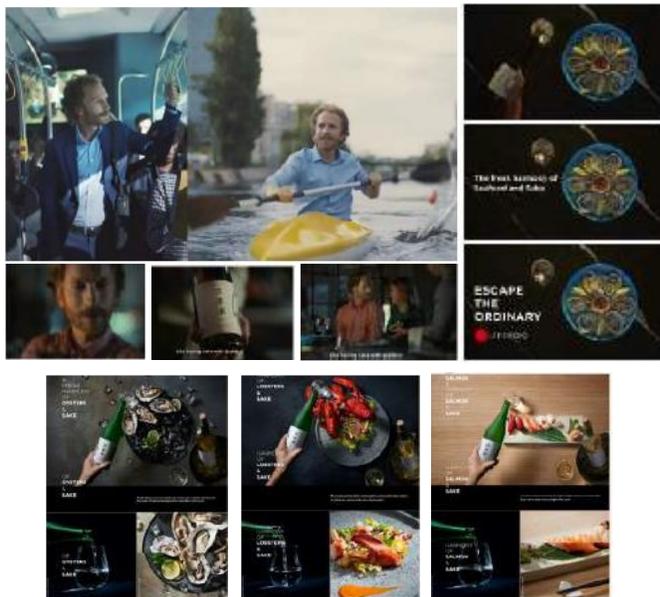
米国

- 動画広告 等

「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを伝える動画と「魚介類と日本酒が相性が良い理由」を伝える動画を制作し、オンラインで配信しました。結果、再生・閲覧数は合計2千万回を達成しました

コンセプトムービー・WEBサイト

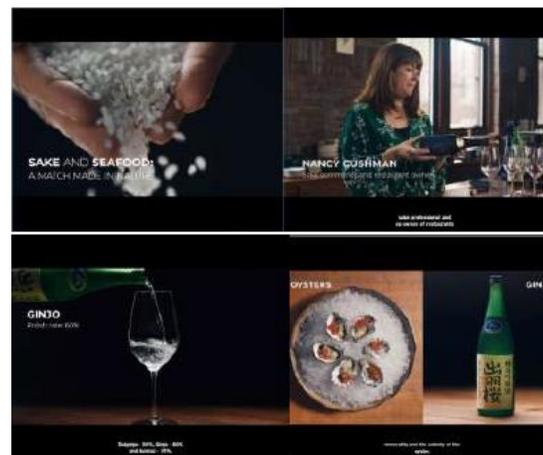
コンセプトを拡散



<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/index.html>

The New York Times
タイアップ動画

相性の理由を拡散



<https://www.nytimes.com/paidpost/jfoodo/sake-and-seafood-a-match-made-in-nature.html#10000006794144>

Youtuber
タイアップ動画

相性の理由を拡散



- <https://www.youtube.com/watch?v=ATRARggn1L8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=xTujdKk2xYI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=9DUX6EEBT8g>
- https://www.youtube.com/watch?v=FiFUGE3_kqY&feature=youtu.be&fbclid=IwAR2AyDbmqZsqbFyisf8Wc5q7mNuj58YGxWa0bHzhocPFyoAzW4s_jHW_slg

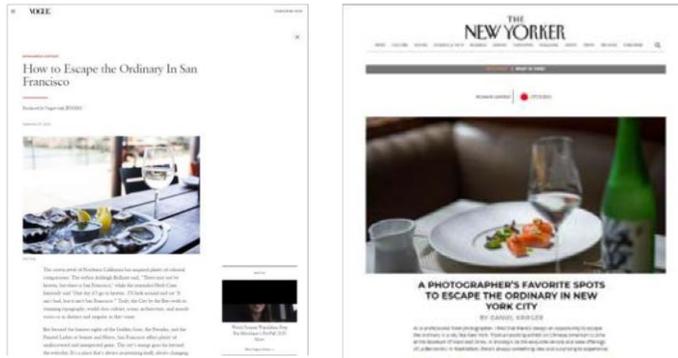
米国

- 記事広告 等

「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを伝える記事と「魚介類と日本酒が相性が良い理由」を伝える記事を現地有数メディアとタイアップして配信しました。合計のPV数は59万に達しました

GQ・VOGUE・
The New Yorkerタイアップ記事

トレンド発信メディアにてコンセプトを拡散



- <https://paidpost.newyorker.com/article/escapetheordinary/>
- <https://paidpost.newyorker.com/article/escapetheordinarynyc/>
- <https://www.vogue.com/article/how-to-escape-the-ordinary-in-san-francisco>
- <https://www.gq.com/story/escape-the-ordinary-a-weekend-guide-to-los-angeles-sponsor-content>
- <https://www.gq.com/gallery/how-cj-johnson-escapes-the-ordinary-in-los-angeles>

The New York Times・
ECONOMISTタイアップ記事

ニュース系メディアにて相性の理由を拡散



- <https://thescienceoftaste.economist.com/your-how-to-guide-to-sake/>
- <https://thescienceoftaste.economist.com/escape-the-ordinary/>
- <https://thescienceoftaste.economist.com/your-how-to-guide-to-sake/>
- <https://www.nytimes.com/paidpost/jfoodo/is-sake-the-new-white-wine.html>
- <https://www.nytimes.com/paidpost/jfoodo/a-night-of-sake-seafood-and-surprise.html>

EATERタイアップ記事

食関連メディアにて相性の理由を拡散



- <https://www.eater.com/ad/maps/best-sake-seafood-pairings-restaurants-nyc>
- <https://www.eater.com/ad/maps/best-sake-seafood-pairings-restaurants-los-angeles>
- <https://www.eater.com/ad/maps/best-sake-seafood-pairings-restaurants-san-francisco>

米国

- PRイベント

現地有名レストランやメディアとタイアップしたイベントを開催し、「魚介類といえば日本酒」という情報を拡散した結果、33のメディアで記事化され、インフルエンサーの投稿は延べ17百万人以上にリーチしました

レストランタイアップイベント



NYの様子

SFの様子

LAの様子

The New York Timesタイアップイベント



NYの様子

SFの様子

LAの様子

<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/us/gallery/20191120110601/>

<https://www.nytimes.com/paidpost/jfoodo/a-night-of-sake-seafood-and-surprise.html>

英国

- 動画・記事広告 等

「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを伝える動画や「魚介類と日本酒が相性が良い理由」を伝える動画・記事を制作し、オンラインで配信しました。再生・閲覧数は合計8.7百万回を達成しました

コンセプトムービー

コンセプトを拡散



<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/index.html>

ソムリエタイアップ動画

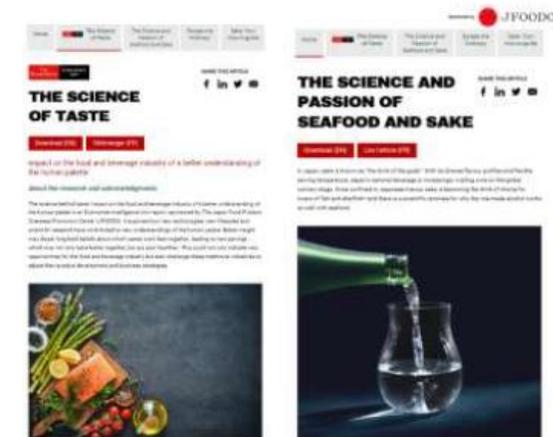
相性の理由を拡散



- <https://japanweek.co.uk/explainers/what-is-sake-video/>
- <https://japanweek.co.uk/explainers/difference-between-sake-and-white-wine/>
- <https://japanweek.co.uk/explainers/pairing-sake-with-seafood/>
- <https://japanweek.co.uk/explainers/everything-you-need-to-know-about-japan-week-2019/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=QctCc0W67es>

ECONOMISTタイアップ記事

相性の理由を拡散



- <https://thescienceoftaste.economist.com/your-how-to-guide-to-sake/>
- <https://thescienceoftaste.economist.com/escape-the-ordinary/>
- <https://thescienceoftaste.economist.com/your-how-to-guide-to-sake/>

英国

- イベント

現地有名レストランとタイアップしたイベントを開催し、「魚介類といえば日本酒」という情報を拡散した結果、30のメディアで記事化され、インフルエンサーの投稿は延べ2百万人以上にリーチしました

Country & Town House Online 2019/10/18

To celebrate this culinary pairing, The Japan Food Product Overseas Promotion Centre hosted a three-day pop-up in London's Shoreditch. Guests were invited to enjoy a sake and seafood taste menu, with the aim of highlighting sake as a more interesting alternative to the usual white wine pairing. They were joined by sake sommelier Satoshi Dozono, who gave an overview of the development of sake and its traditions. Satoshi offered a selection of sakes for guests to try, including Lapping Brook by Kenichi Shima, and FROENIX sake, a collaboration between FROENIX rock band, Mr Tohru Karada and Tetsuhiro between and Rocky Mountain by Tsugi Hotta.



On the food side, guests were served a selection of seafood dishes including oysters, Lakelse Theriak: crayfish, artichoke & fennel, and garlic and rosemary marinated halibut tempura, alongside desserts such as dark chocolate sorbet with peanut brittle. During the event the benefits of sake were showcased in contrast to wine - and sake was the clear winner, with diners commenting on how well the Japanese beverage worked with the seafood dishes. CKT's Daniela Saunders attended the pop-up and was particularly impressed with the way the sake enhanced the flavour of the fish served, claiming she would swap wine for sake at any seafood themed meal.



This event has now finished!



Location

地図 航空写真

Address: 41 Great Eastern Street, London, UK

Similar Events

- The Gilligan Sq
- Crazy Pizza Bros
- The Mosaic 3

Website: www.oystermen.co.uk
 Email: enquiries@oystermen.co.uk
 Telephone: 020 7460 4417
 Address: 41 Great Eastern Street, London, UK



• <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/uk/gallery/20191120112822/>

英国

- 店頭キャンペーン

* 英国有数のグルメメディア

FOODISM*主催の「JAPANWEEK」とうレストランキャンペーンとタイアップし、204店舗のレストランにて魚介類と日本酒のペアリングセットを推奨しました。11日間で延べ3万人に日本酒が注文されました



- <https://japanweek.co.uk/explainers/japan-week-launch-party-watch/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Olsp4k7HUQc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=7hx01X8ggYc>
- https://www.youtube.com/watch?v=86wdHpOW_Hg
- <https://www.youtube.com/watch?v=MQIXYh4xix4>

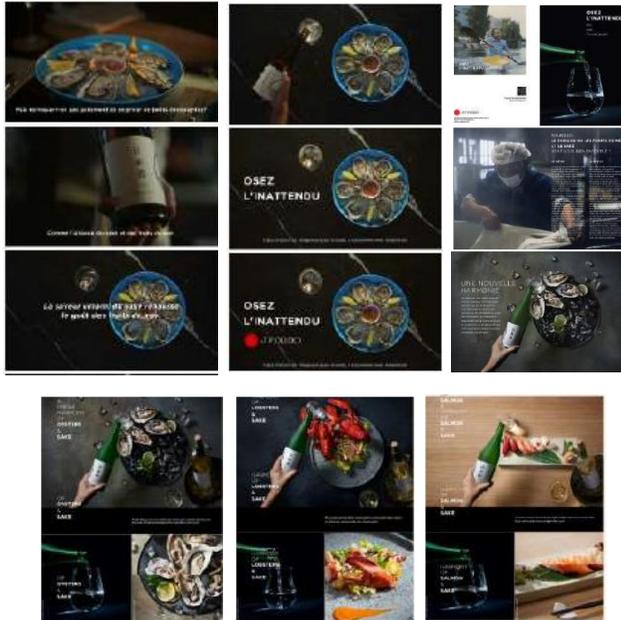
仏国

- 動画広告 等

「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを伝える動画と「魚介類と日本酒が相性が良い理由」を伝える動画を制作し、オンラインで配信しました。再生・閲覧数は合計3.3百万回を達成しました

コンセプトムービー

コンセプトを拡散



<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/index.html>

France TV タイアップ動画

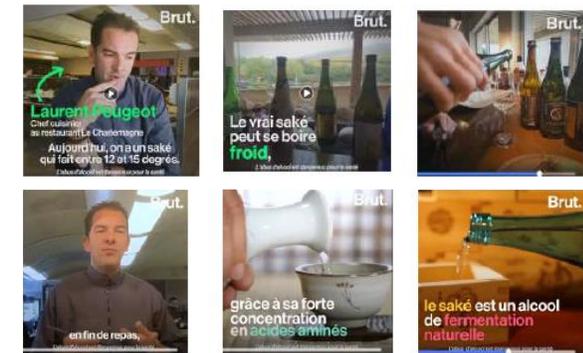
国営放送で相性の理由を拡散



- <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191216085228/>
- <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191216085118/>
- <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191216085008/>
- <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191216084837/>
- <https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191216084701/>

Brut. タイアップ動画

SNS上で相性の理由を拡散



- <https://www.facebook.com/brutofficial/videos/lumami-la-cinqui%C3%A8me-saveur/519563165509965/>
- <https://www.facebook.com/brutofficial/videos/2205093926458490/>
- <https://www.facebook.com/brutofficial/videos/3-id%C3%A9es-pour-accorder-mets-et-sak%C3%A9/580827096008098/>

仏国

- PRイベント

現地有名レストランやミシュランとタイアップしたイベントを開催し、「魚介類といえば日本酒」という情報を拡散した結果、13のメディアで記事化され、インフルエンサーの投稿は延べ3.5百万人以上にリーチしました

レストランタイアップイベント



<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/fr/gallery/20191120114956/>

MICHELINタイアップイベント



<https://guide.michelin.com/fr/fr/article/features/deux-chefs-une-sommeliere-le-sake-et-la-mer>

香港

- コンセプトムービー 等

バスシェルター

「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを伝える動画やビジュアルを、TV・オンライン・屋外サイネージ等で展開し、延べ16百万人以上にリーチしました



TVCM・デジタル動画広告

<https://sake-jfoo.do.jetro.go.jp/hongkong/english/main.html>

屋外動画広告

屋外広告
(バスラッピング・バスシェルター)

香港

- メディアタイアップ動画・記事広告 等

「魚介類と日本酒が相性が良い理由」を伝える動画や記事を、有力な食関連メディアとタイアップして配信し、延べ約8百万人にリーチしました



- <https://www.weekendhk.com/990094/dining/%e6%b8%85%e9%85%92-seafood-loves-sake-jfoodo/>
- <https://business.facebook.com/WeekendWeekly/posts/2703133433063472>
- https://www.facebook.com/527440987299405/posts/2821110847932396?vh=e&d=n&s_fns=mo
- <https://food.ulifestyle.com.hk/restaurant/news/detail/2521108/%E7%95%B6%E6%B5%B7%E9%AE%AE%E9%81%87%E4%B8%8A%E6%B8%85%E9%85%92-%E9%AE%AE%E5%91%B3%E5%A4%A7%E7%88%86%E7%99%BC>

- <https://www.weekendhk.com/1002673/dining/%e6%b8%85%e9%85%92-%e6%b5%b7%e9%ae%ae-%e6%96%99%e7%90%86-jfoodo/>
- <https://www.timeout.com.hk/hong-kong/hk/%E9%A4%90%E5%BB%B3/%E5%85%A8%E6%B8%AF%E6%9C%80%E5%A4%A7%E5%9E%8B%E7%9A%84%E6%B8%85%E9%85%92%E4%BD%B3%E9%A4%9A%E9%A5%97%E5%AE%B4>
- https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=10160263362734616&id=126261789615
- <https://www.facebook.com/eatandtravel/posts/2637548259623850>

香港

- PRイベント

「魚介類には日本酒」というコンセプトの話題化のため、現地有名レストランとタイアップしてPRイベントを実施し、計133の露出を獲得しました（紙面5、テレビ12、オンラインニュース34、インフルエンサー投稿82）



香港

- 店頭キャンペーン

現地レストラン58店舗にて、期間限定の魚介類料理と日本酒のペアリングセットを提供する店頭キャンペーンを実施し、2万人以上がペアリングセットを体験しました



SNS投稿

シンガポール

- デジタル広告・記事広告 等

デジタル広告により特設WEBサイトへ消費者を送客すると共に、食関連メディアやインフルエンサーとタイアップした記事を配信し、「魚介類といえば日本酒」というコンセプトを拡散。延べ約2.5百万人にリーチしました



シンガポール

- 店頭キャンペーン

ミシュランの星を獲得している等の高い評価を持つ現地トップレストラン12店舗にて、魚介類と日本酒のペアリングセットを提供するレストランキャンペーンを展開し、約3千人の消費者が注文しました

Sake And Its Love Affair With Seafood
Sample the glorious pairing at CURATE

By Kris Ajwa on 22 Nov 2019
Features Writer

Ah, glorious sake! Enjoyed by the Japanese for centuries, this delectable clear nectar made from fermented polished rice, koji, and grain water is revered for its exquisite taste and cultural symbolism. However, outside of Japan, sake is less understood and unfamiliar to many consumers.

So, let's talk about sake and allow us to show you how this underrated drink is a wonderful pairing for many types of food – fatty meats, sushi, vegetable dishes, and especially seafood.

Much like wine, sake complements the flavours of seafood and increases the gastronomic satisfaction factor of a meal. However, according to research by **Japan Sake and Shochu Makers Association** and **Japan Umami Seasoning Association**, sake is richer in amino acids that produce umami. As a result, sake surpasses wine by enhancing the umami flavours of food due to a synergistic effect between both them. Not only does sake accentuate the umami tastes, but this delightful rice wine also masks the unpleasant odour of seafood to elevate the whole gastronomic experience.

With a night focused on enjoying sake when paired with food, we headed to award-winning restaurant **CURATE**. They have invited renowned Chef Shingo Otsuchibashi from one Michelin-starred Crabbe in Tokyo to create two exceptional sake-seafood pairing dishes that will wow your taste buds, even if you're an entry-level sake drinker.

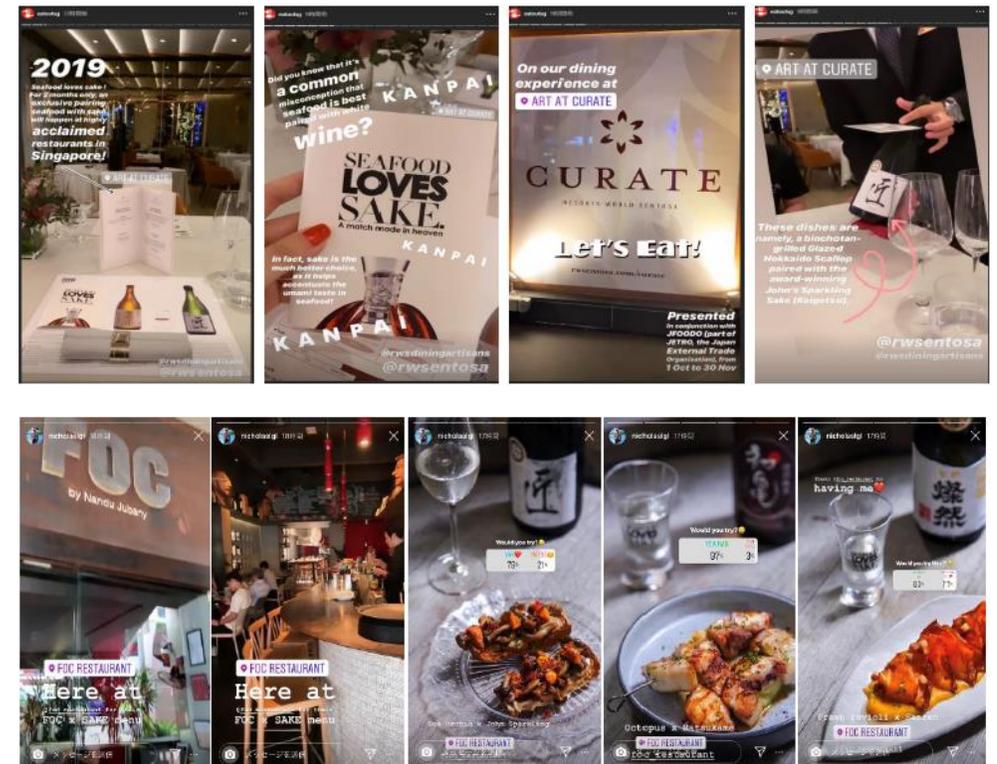



Plump juicy Hokkaido scallops grilled on traditional denchokus and topped with delicious pork tenderloin in a delightful consomme of braised sauerkraut. It is almost too pretty to eat. Although from different food groups, the fresh sweetness of the scallops combined with the savory pork tenderloin and the tangy acidity of the sauerkraut broth come together in an exciting yet palate-pleasing harmony.

This exquisite dish finds an excellent partner in the award-winning Jishi's Sparkling Sake (Keipatsu) brewed by Taisei Brewing Company in Kochi Prefecture, where it is famed for its sake culture. Made with high quality "Tan no Yama" sake rice that is 50 per cent polished, this is brewed as a Junmai Daiginjo (the highest grade of sake) before it is made sparkling with carbon.

As expected, it lives up to its reputation.

Pale yellow and crystal clear with lively bubbles, this refreshing medium-dry sparkling sake goes exceptionally well with shellfish. With a subtle floral scent and buoy notes of citrus, Jishi's Sparkling Sake surprises the taste buds by accentuating the sweetness of the scallops and intensifying the overall umami flavours. What a sensual pleasure.



中国

- 広告等

「日本料理と日本酒の相性」や「魚介類と日本酒の相性」を伝える動画・記事を、中国有数の動画SNSやインフルエンサーとタイアップして制作・拡散し、延べ17百万人以上にリーチしました

日食記 タイアップ動画



16:40 日食記

16:40 日食記

另外还做了点功课：用大米、酒曲和水为原料酿造出来的清酒。只要打上纯米字样，就不会添加食用酒精。市面上的清酒通常可以品尝到甜、酸和鲜三种风味。而按照香气和浓淡口感大致可以分为四类：吟醸系为代表的清酒带有花果香，口感柔和丝滑。生酒系为代表的清酒淡而轻快又爽口。纯米系为代表的清酒有米香乳脂味，口感醇厚。古酒系为代表的清酒带有干果、香料及氧化味，口感强烈。

主选	备选
<ul style="list-style-type: none"> ● 吟醸系：吟醸、純米吟醸、純米大吟醸 ● 生酒系：生酒、生酛酒、生酛大吟醸 ● 純米系：純米、純米酒、純米大吟醸 ● 古酒系：古酒、古酒大吟醸 	<ul style="list-style-type: none"> ● 吟醸系：吟醸、純米吟醸、純米大吟醸 ● 生酒系：生酒、生酛酒、生酛大吟醸 ● 純米系：純米、純米酒、純米大吟醸 ● 古酒系：古酒、古酒大吟醸

夜深了，用满溢出发酵的清酒来款待自己，好呀！

日食記

インフルエンサータイアップ記事

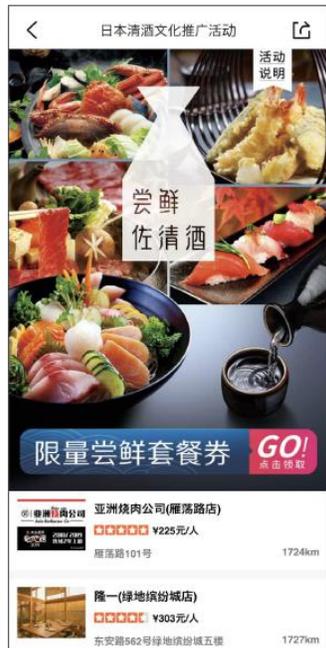


中国

- 店頭キャンペーン

上海の和食レストラン50店舗と、深圳の和食レストラン12店舗にて、期間限定の日本酒ペアリングセットを提供し、日本酒と料理の相性の良さを訴求しました。結果、約1万人が日本酒を体験しました

上海 店頭キャンペーン



深圳 店頭キャンペーン



