

2022年度 米国における 本格焼酎・泡盛の 프로모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)

2023年5月

目的と取り組み方針

「焼酎が、原材料の風味と香りが豊かで、Barで楽しむことができる新しいタイプの蒸留酒であること」をコンセプトとして設定し、LAのミレニアル世代に対してプロモーションを実施しました

目的	戦略				
	ターゲット像	コンセプト	対象エリア	対象とするバー	施策の方向性
<ul style="list-style-type: none"> ■ 焼酎の認知拡大 ■ 焼酎を飲用するオケージョンの拡大 	LAに住んでいるストーリー性に共感するお酒が好きなミレニアル世代	焼酎は、原材料の風味と香りが豊かで、バーで楽しむことができる新しいタイプの蒸留酒である	LA	高級バー	P.3-9に記載

施策の方向性

- シグネチャーカクテルの開発

効率的なコンセプト拡散を目指し、焼酎の特長を活かしたシンプルで真似しやすいシグネチャーカクテルとして「SHOCHU Highball」を開発しました



焼酎ハイボール※：焼酎を炭酸で割り、柑橘類などのフレッシュな果実を加えたカクテル

【2022年度施策で開発した焼酎ハイボール※全10種類】

施策の全体像

消費者のカスタマージャーニーに合わせて各施策を実施することで、
焼酎の認知と飲用意向の向上を目指しました

認知・興味・関心

来店意向

飲用意向

体験・推奨

業界関係者/メディア向けPRイベント

- 消費者と業界関係者へのプロモーション情報拡散のため、プロモーション参加店舗である「kodo」において、PRイベントを実施
- イベントでは、プロモーション参加店舗のミクソロジスト3名による焼酎カクテルの紹介、焼酎の原酒の違いを楽しめる焼酎フライトの体験、焼酎の第一人者である上野氏による講義などを実施

記事広告配信

- 酒類業界紙大手である「Imbibe」と現地一般紙大手である「LA Times」にて、イベント内容の説明や焼酎の魅力を配信

デジタル広告・KOL投稿配信

- Instagramを中心としたSNSにて、デジタル広告とKOL投稿を配信

SNSアカウント運用

- 自社Instagramアカウントを活用し、キャンペーン情報を発信

消費者向け体験イベント

- プロモーション参加店舗である「Death&Co」にて、一般消費者向けの焼酎体験イベントを実施
- イベントでは焼酎カクテル3杯をキャンペーン価格にて提供し、多くの参加者がイベントの様子をSNSで発信

店頭プロモーション

- LAのトップバー10店舗にて、焼酎のシグネチャーカクテルである焼酎ハイボールを含む、オリジナルカクテル2種類を提供
- 店頭ではオリジナルカクテルの記載されたメニュー、ポスター、コースターなどを設置

SNS投稿CP

- 店頭体験のInstagram投稿を促すキャンペーンを実施。
- 投稿者にはオリジナルステッカーを配布。また投稿者の中から抽選でオリジナルTシャツもプレゼント

実施施策

- PRイベント

店頭プロモーションの認知拡大や焼酎基礎情報の伝達、焼酎及び焼酎カクテルの試飲機会提供を目的として、業界関係者、メディア、インフルエンサー等を招いてPRイベントを実施しました

<実施概要>

- 日時：2023/1/19
- 場所：kodo（LA内プロモーション参加店舗）
- メディア露出：102媒体
- SNS投稿：161件



【アンバサダーミクソロジストによるトークセッション】



【上野俊男氏による焼酎レクチャー】



【キャンペーン焼酎カクテル提供】

実施施策

- 店頭プロモーション

LAの著名なバー10店舗で店頭プロモーションを実施することで、焼酎という新しいスピリッツをカクテルを通して体験できる場所を、ミクソロジストのお墨付きと共に提供しました

<実施概要>

- 日時：2023/1/19～2/21
- 場所：LAのバー10店舗
- 概要：LAの著名なバー10店舗にて、焼酎ハイボールを含む焼酎を使用したオリジナルカクテル2種類を開発。開発したカクテルのメニューイン、10店舗で共通して使用するコースターやポストカードなどを提供。
- 結果：総販売数1,511杯
10店舗中6店舗が継続取扱いを決定し、1店舗が継続取り扱い意向あり



【キャンペーンで提供されたメニューとカクテル例】

実施施策

- ペイドメディア

デジタル広告、記事広告、インフルエンサー投稿、YouTube動画投稿を活用し、プロモーション情報を発信しました



インプレッション : 2,305,742
リーチ : 754,320

【Instagram広告】



This is the best-selling spirit in Japan. And this is why!

<https://www.youtube.com/watch?v=3tAqPyJseHg>

ビュー : 24,594
ライク : 740

【YouTube動画投稿】



【Imbibe記事広告】



【LA Times記事広告】

実施施策

- オウンドメディア

オウンドメディアとしてInstagramやウェブサイトを活用し、プロモーション情報を発信しました



[SHOCHU Official website | JFOODO \(jetro.go.jp\)](https://www.jetro.go.jp)

PV数 : **12,869** (昨対比+7,093)

※集計期間 : 2023/1/17~2/22

【プロモーションサイトTOPページ】



フォロワー数 : **1,181** (昨対比+547)



最大リーチ数 : **6,254**



最大いいね！数 : **212**

※いずれも1投稿あたり

【公式Instagramアカウント】

実施施策

- 体験イベント「Shochu Night」

ターゲットの焼酎とキャンペーンの認知拡大および試飲機会の提供を目的として、
焼酎体験イベント「Shochu Night」を実施しました

<実施概要>

- 日時：2023/1/26 18:00-24:00
- 場所：Death & Co（LA内プロモーション参加店舗）
- 参加人数：115名（事前予約85名）
- 概要：Death & Co内サブスペースをイベント用に貸し切り、
焼酎を使用したカクテル3種類を特別価格で提供



【イベントの様子】



【SNS投稿内容】



【提供された焼酎カクテル】

