



JFOODO

2024年度 米国における本格焼酎・泡盛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

2024年6月

目的と取り組み方針

著名バーをアンバサダーバーとして取り組みを継続し、他スピリッツとの差別化を図ることで
本格焼酎・泡盛としてのブランド確立を目指します

目的	戦略			
	ターゲット像	コンセプト	対象都市	対象チャネル
■ 本格焼酎・泡盛の認知拡大 ■ 本格焼酎・泡盛の飲用オケージョンの拡大	新たなスピリッツやカクテルとの出会いを求めてバーに行く、商品のストーリー性を重視するミレニアル世代	本格焼酎・泡盛は、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エキゾチックな蒸留酒である	ロサンゼルス	カクテルバー

施策の方向性

バー関係者と消費者それぞれに対して、本格焼酎が話題化する施策を実施することで、
本格焼酎の理解促進と飲用意向／取扱い意向を高めます

消費者

施策の方向性

本格焼酎自体の認知やSHOCHU Highballなどのカクテルがバーで楽しめるという理解を、著名バーを活用することで促進し、かつそのカクテルを体験した後の情報の拡散を促し、話題化を図る。

- ✓ タッチポイントの増加
- ✓ 飲用機会の最大化



バーテンダー

施策の方向性

バープロモーション実施前に、業界関係者向けに本格焼酎についてのセミナーを実施。そのうち、アンバサダーバーを含むバーテンダーにおいては、自ら使用したい銘柄を選定するマッチング試飲会を実施する。

- ✓ 本格焼酎の理解促進
- ✓ 消費者プロモーションへの自発的な参加の促進
- ✓ 著名バーによる業界関係者への情報拡散



施策の方向性

- Shochu Highball*の活用

焼酎の魅力を引き出すシグネチャーカクテルとして、「SHOCHU Highball」を引き続き活用します

*本格焼酎を炭酸で割り、柑橘類などのフレッシュな果実を加えたカクテル



【2023年度施策で開発したShochu Highball*全9種類】

施策の方向性

- アンバサダーバーとの継続連携

より効果的なプロモーションとなるよう構成を見直しながら、過年度から連携しているアンバサダーバーを中心に関係強化を図ります



【FY2023 Shochu Ambassador Bars】

施策の方向性

- 著名バーと本格焼酎銘柄とのマッチング試飲会

アンバサダーバーに加え、今後本格焼酎取扱いの可能性があるバーと、ディストリビューターが一同に会したネットワーキング兼試飲商談会を、バープロモーションに先立って実施します



2024年度のアップデートポイント

参加バーテンダーの、コンセプトを体現した焼酎カクテル開発を促すため、本格焼酎に加え日本らしさを表現できるガーニッシュ等も会場に用意（例：日本茶や柚子など）。

施策の方向性

- 情報発信

SNS上での消費者の発話促進やアンバサダーバーと連携した情報発信に注力することで、
効率的かつ効果的な情報発信を行います



JFOODO公式Instagramの活性化

- ・シェアを促す投稿の増加
- ・目標フォロワー数：5000



- ✓本格焼酎の認知拡大
- ✓バーでの本格焼酎飲用想起



暫定スケジュール

9月にバーテンダーと銘柄のマッチング試飲会を実施した後、
最も効果的な時期にバーでの消費者プロモーションを実施予定です（10月もしくは1月）

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
プロモーション計画・立案・準備					試飲会	カクテル開発&準備	バープロモ(候補1)			バープロモ(候補2)	

ホリデーシーズン

