

# 2020年度プロモーションの実施報告（日本酒）

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2021年5月

## 本資料の内容

- 着眼点と戦略
- 各国の消費者向けプロモーションの概要
- 各国の外食店舗、小売店舗向けプロモーションの概要
- 各国の消費者向けプロモーションの詳細
- 標準的裏ラベルデータ制作支援システムについて

# 着眼点と戦略

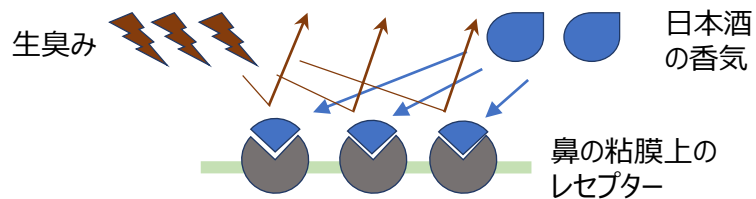
# 着眼点

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っています

## 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
<b>299mg</b>	⇔ <b>58mg</b>
(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」

## 目的と戦略

日本酒の輸出額を増加させるために、「魚介類に最も合う食中酒は日本酒である」というポジションを  
外食市場において確立させます

プロモーション前の連想関係

魚介類といえば 白ワイン



プロモーション後の連想関係

魚介類といえば日本酒

## 2020年度の展開国・エリア

北米、東アジア、東南アジア、欧州の主要国・エリアにおいて、消費者向けプロモーションと現地事業者向けプロモーションを実施しました

対象国（都市）	実施したプロモーション
米国（NY・LA）	・消費者向け大規模プロモーション ・小売店舗を対象とした取扱店舗拡大のためのプロモーション
仏国（パリ）	・消費者向け大規模プロモーション ・外食店舗を対象とした取扱店舗拡大のためのプロモーション
香港	・消費者向け大規模プロモーション
中国（上海、広州、深圳※）	・消費者向け大規模プロモーション
英国（ロンドン）	・外食店舗を対象とした取扱店舗拡大のためのプロモーション
星国	・外食店舗を対象とした取扱店舗拡大のためのプロモーション

※上海を中心とする長江デルタの主要都市及び、  
広州・深圳を中心とする珠江デルタの主要都市

# 各国の消費者向けプロモーションの概要

# 米国

## - 消費者向けプロモーションの概要

NYとLAにて、うま味で食べ合わせを選ぶという新しいペアリングの概念を発信し、その最高峰が魚介類と日本酒のペアリングであることを動画広告や話題性のあるイベント、レストランプロモーションで訴求しました

### 動画広告、記事広告

新しいライフスタイルや新しい食体験に敏感な消費者に対して影響力のあるNew York Times等の媒体社とタイアップし、魚介類と日本酒の相性の良さを訴求する動画コンテンツや記事広告を通じて発信した



### PR施策

冷蔵機能付きフードロッカーを通じて、人と人が接触することなく、日本酒と合う特別ペアリングメニューを提供することで、コロナ禍で閉塞感が漂う米国市場に対して、魚介類と日本酒を新しい、話題性あるペアリングとして訴求した



### レストランプロモーション

有名フード系媒体社とタイアップし、NYとLAの魚介類料理を提供するレストランでキャンペーンを実施。デリバリーやピックアップを活用し、コロナ渦でも豊かな体験を提供した





# フランス

## - 消費者向けプロモーションの概要

有名シェフやインフルエンサーを通じて、うま味で食べ合わせを選ぶという新しいペアリングの概念を発信し、その最高峰が魚介類と日本酒のペアリングであることを訴求しました

### 動画広告・記事広告

「魚介類に最も合う食中酒は日本酒である」というポジションを確立するために、うま味の増幅度でペアリングを楽しむという考え方を、有名シェフとタイアップした動画を制作し、ミシュランを通じて発信した



### インフルエンサーを活用した施策

食に関心の高い消費者に対して影響力のあるインフルエンサー、メディアを対象とした、オンラインセミナーを開催し、魚介類と日本酒の相性の良さを新しい食体験としてインスタグラムやブログ上で発信した



### WEBサイト

うま味の増幅度で最適なペアリングを選ぶことが出来る特設サイトを制作し、魚介類と日本酒がその最高峰であることを訴求した



# 中国

## - 消費者向けプロモーションの概要

上海・広州・深圳の3都市において、デジタル広告、体験イベント、レストランプロモーション等を実施することで、和食店への来店客数と和食店での日本酒注文率増加を目指しました

### デジタル広告

4種類の媒体を活用してデジタル広告を発信し、JFOODOの中国プロモーションwebサイトに誘引することで、ターゲットの日本酒への理解促進とレストランプロモーションへの送客を行った



【広告に使用したビジュアルと配信先4媒体】

### 日本酒体験イベント

上海と深圳において、利き酒体験、動画による酒蔵のこだわり紹介、利き酒師の講演等を行うイベントを開催することで、ターゲットの日本酒理解を促進し、飲用意向を向上させた



【上海で実施した利き酒体験の様子】

### レストランプロモーション

上海・広州・深圳の高級和食店102店舗において、限定ペアリングメニューの提供やポスター・卓上POP等の設置を通して、参加店舗への来店率および日本酒の飲用意向率を向上させた



【ポスターと卓上POP】

# 香港

## - 消費者向けプロモーションの概要

広東魚介料理と日本酒の相性の良さに関する消費者の中での自然発生的な口コミを拡散させるため、興味・関心、理解・納得、体験の各段階において口コミの発生に繋がる施策を展開しました

### 興味・関心施策

信頼性の高いメディアによって、広東魚介料理と日本酒の相性の良さを「驚き」を持って伝達

<プレスリリース>

広東魚介料理レストラン50軒にアンケートを実施し、日本酒と広東魚介料理の相性がいい！というニュースを発信



<広告>



### 理解・納得施策

有名シェフ・唎酒師が広東魚介料理と日本酒の相性の良さを発信

<オンラインイベント>



### 体験施策

KOLやタレント、消費者が「広東魚介料理と日本酒」の美味しさを体験できる場を創出

<UberEatsとのタイアップ>

Uber Eats

<小売店とのタイアップ>



推奨（自然発生的なクチコミ）

# 各国の外食店舗、小売店舗向けプロモーションの概要



# 米国

## - 小売店舗向けプロモーションの概要

リカーショップ等の小売店舗における取扱い店舗の拡大や、既存取扱い店での販売量の増加を目的として、小売店関係者を対象にしたオンラインセミナーを開催しました

### 【 開催の様子 】

	実施概要
実施日時	2020年12月7日
講師	Monica Samuels (日本酒専門家)
対象	酒類を扱う小売店 (主にリカーショップ)
参加者	小売店関係者27名
内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 日本酒の基礎知識</li> <li>2. 個別銘柄の紹介</li> <li>3. 小売店での販促のポイント</li> <li>4. 質疑応答</li> </ol>



セミナーのURL : [https://www.youtube.com/watch?v=1W7nR\\_TT2bU](https://www.youtube.com/watch?v=1W7nR_TT2bU)

## 英国

### - 外食店舗向けプロモーションの概要

既に取り扱いのあるレストランでの日本酒の消費額を増加させるため、外食店舗のソムリエやウェ이터を対象としたオンラインセミナーを3回開催し、レストラン関係者74名の日本酒の推奨意向を向上させました

	実施概要
実施日時	2/25、3/2、3/5
講師	ロンドン在住の利き酒師
対象	既に日本酒の取扱いがある レストラン関係者 (ソムリエ、ウェ이터等)
参加者	74名 (3回の合計)
内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 日本酒の基礎知識、</li> <li>2. 魚介類との相性の良さ</li> <li>3. 個別銘柄の紹介</li> <li>4. 質疑応答</li> </ol>

#### 【 開催の様子 】



# フランス

## - 外食店舗向けプロモーションの概要

既に取り扱いのあるレストランでの日本酒の消費額を増加させるため、外食店舗のソムリエやウェ이터を対象としたオンラインセミナーを4回開催し、レストラン関係者133名の日本酒の推奨意向を向上させました

### 【開催の様子】

	実施概要
実施日時	1/18、1/25、2/1、2/22
講師	有名ソムリエ
対象	既に日本酒の取扱いがある レストラン関係者 (ソムリエ、ウェ이터等)
参加者	133名 (4回の合計)
内容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 日本酒の基礎知識、</li> <li>2. 魚介類との相性の良さ</li> <li>3. 個別銘柄の紹介</li> <li>4. 質疑応答</li> </ol>





# シンガポール

## - 外食店舗向けプロモーションの概要

トップクラスのレストラン12店舗のソムリエ等を対象に、日本酒の推奨を増やしてもらうためのオンラインセミナーを開催し、セミナー後にレストランに個別に日本酒の取扱いを提案しました

【参加レストラン】

レストラン名	ジャンル	Webサイト
Preludio	欧州料理	<a href="https://preludio.sg">https://preludio.sg</a>
MORSELS	アジア創作料理	<a href="http://www.morsels.com.sg">http://www.morsels.com.sg</a>
Whitegrass	フレンチ+中華	<a href="https://www.whitegrass.com.sg">https://www.whitegrass.com.sg</a>
Terra	イタリアン	<a href="https://www.terraseita.com">https://www.terraseita.com</a>
Como Cuisine	インターナショナル	<a href="https://www.comodempsey.sg/restaurant/como-cuisine">https://www.comodempsey.sg/restaurant/como-cuisine</a>
Iggys	欧州料理	<a href="https://www.iggys.com.sg">https://www.iggys.com.sg</a>
1880	インターナショナル	<a href="https://www.1880.com.sg">https://www.1880.com.sg</a>
VUE	西洋料理	<a href="https://www.vue.com.sg">https://www.vue.com.sg</a>
FOC restaurant	スペイン料理	<a href="https://focrestaurant.com">https://focrestaurant.com</a>
Beni	フレンチ	<a href="http://www.beni-sg.com/httpdocs/index.html">http://www.beni-sg.com/httpdocs/index.html</a>
Punjab grill	インド料理	<a href="https://www.punjabgrill.com.sg">https://www.punjabgrill.com.sg</a>
Burnt Ends	バーベキュー	<a href="https://burntends.com.sg">https://burntends.com.sg</a>

【セミナーの様子】



参加した全12レストランが「店舗にて実際に日本酒を推奨している」、または「今後推奨したい」と回答

【セミナー参加レストランへの個別提案】



- ・利酒師が、セミナー参加レストランを個別に訪問し、各レストランの料理に合う日本酒を提案。
- ・6店舗で延べ13銘柄が採用決定。また別な6店舗では延べ9銘柄が採用に向けて調整中（2021年4月時点）



## 各国の消費者向けプロモーションの詳細

## 米国

### - キャッチコピー

魚介類と日本酒のうま味の相乗効果により味覚が解放されることを表現した「UNLOCK YOUR PALATE」をキャッチコピーとしてプロモーションで活用しました

#### 【キャッチコピー】

**UNLOCK  
YOUR  
PALATE**

*The perfect harmony is  
seafood and Sake*

(意識)

あなたの味覚を解放しよう  
魚介類と日本酒は完璧なハーモニー

#### 【ロゴ】

**UNLOCK  
YOUR  
PALATE**



魚介類と日本酒の「好相性」と、  
口の中に生まれる  
「うま味の増幅による幸福感」を  
ハートマークで表現しています

#### 【キービジュアル】



## 米国

### - インフルエンサーを活用したPR施策 (NY)

メディアやインフルエンサーを対象に魚介類と日本酒のペアリングメニューを思わず興味を惹かれる仕掛けとともに提供することで、52件の記事化やSNSを通じて357万フォロワーに向けて発信し、話題量を増加させました

期間：NY：2020年12月7日（月）～12月13日（日）

場所：NY 1会場（20 HUDSON YARDS） / 提供セット数：各都市150セット

#### 仕掛け① 社会性

コロナの影響で現在職を失っている有名シェフを起用



Johan Svenssonシェフ  
(ヨハン・スヴェンソン)

#### 仕掛け② 画映え

美味しく美しいペアリングセットを保温機能付ロッカーで提供



#### 仕掛け③ 体験をより豊かにする動画

酒蔵ツアー動画を見ながら日本酒への想い・歴史を知り、セットを味わう



Virtual 蔵 tripを  
酒蔵取材し、計10本制作  
(※詳細は次頁)



# 米国

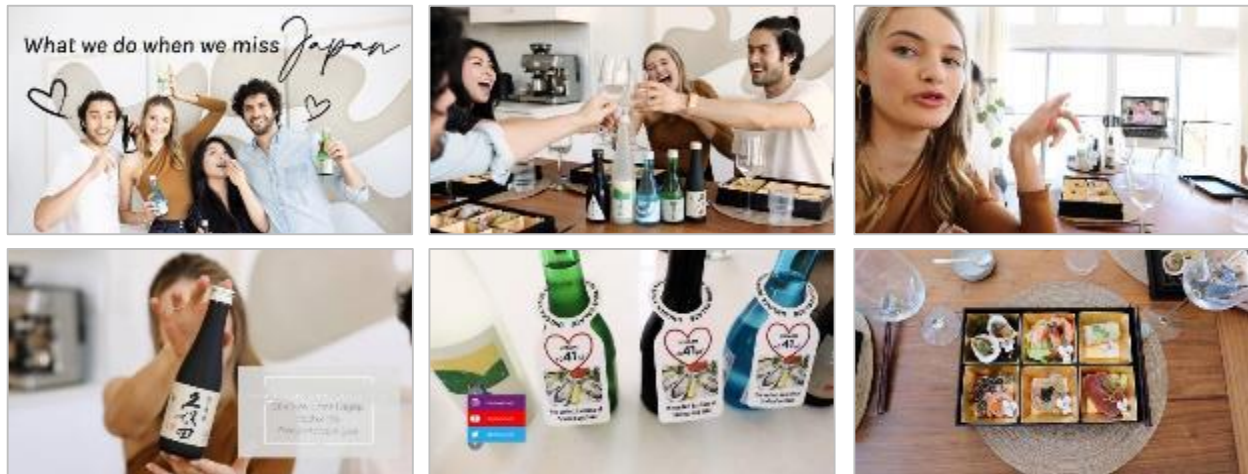
## - インフルエンサーを活用したPR施策 (LA)

有名YouTuberとタイアップしたバーチャルライブパーティー動画の配信や、食系インフルエンサーによるSNSでの投稿を促す仕掛けを通じて、510万のフォロワーヘリーチ、動画再生回数は6.9万回に達しました

### 有名YouTuberとのタイアップ動画

“リモート飲み会”の手法を応用し、魚介類×日本酒を五感で楽しめるバーチャルパーティーを開催しYouTube動画として配信。参加者にはNY施策同様のBENTO BOXと日本酒のペアリングセットをデリバリー。酒ソムリエもリモート参加し、ソムリエの解説を聞きながら、日本酒のあらゆる魅力について語る。

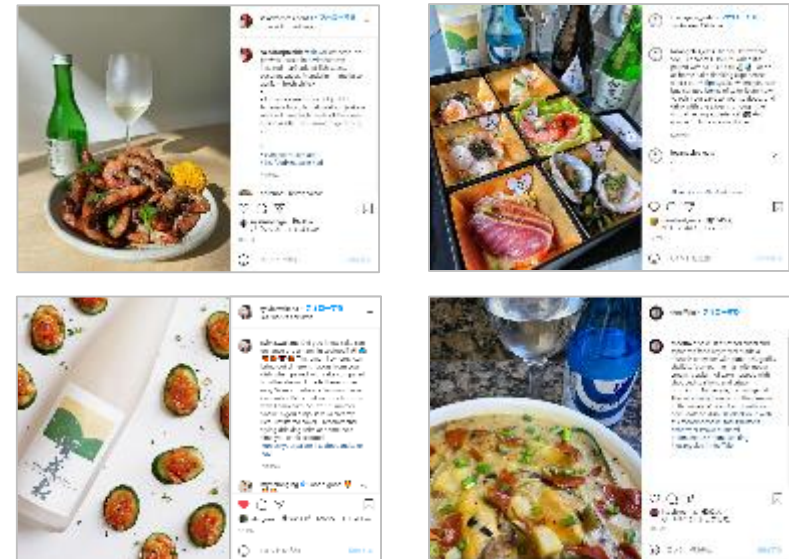
■ YouTuber : Sanne Vloet / ■ 配信開始日 : 2021年2月1日～



動画URL : <https://www.youtube.com/watch?v=7zqJ-8dggpU>

### インフルエンサーによる投稿施策

24名のインフルエンサーにペアリングセットをデリバリー。日本酒に最も合うと感じたメニューの紹介や、うま味で日本酒を選ぶ新しいペアリング様式について投稿。





# 米国

## - バーチャル酒蔵ツアー動画

NYとLAのインフルエンサーを活用したPR施策において、特別ペアリングメニューを体験しながら観ることができるバーチャル酒蔵ツアー動画10本制作し、製造工程や造り手の想いを消費者に届けました

### 動画のキャプチャ

イベントで提供した300mlボトルについたネックタグ上のQRコードを読み取ると動画を観ることができる。



### 制作した動画一覧

	紹介した酒蔵様	動画URL	都市
1	南部美人	<a href="https://youtu.be/mVEaMQurCDs">https://youtu.be/mVEaMQurCDs</a>	NY
2	明石酒類醸造	<a href="https://youtu.be/7tIWnvSMhZ4">https://youtu.be/7tIWnvSMhZ4</a>	
3	楯の川酒造	<a href="https://youtu.be/RMzWa8izeks">https://youtu.be/RMzWa8izeks</a>	
4	菊水酒造	<a href="https://youtu.be/TCB84R7oS9E">https://youtu.be/TCB84R7oS9E</a>	
5	月桂冠	<a href="https://youtu.be/wYKkov-zO4">https://youtu.be/wYKkov-zO4</a>	
6	賀茂泉酒造	<a href="https://youtu.be/xOyTf2gXBwo">https://youtu.be/xOyTf2gXBwo</a>	LA
7	朝日酒造	<a href="https://youtu.be/The197b964I">https://youtu.be/The197b964I</a>	
8	永井酒造	<a href="https://youtu.be/s8oqwVZhzx4">https://youtu.be/s8oqwVZhzx4</a>	
9	小西酒造	<a href="https://youtu.be/qAwAhpovSwc">https://youtu.be/qAwAhpovSwc</a>	
10	福光屋	<a href="https://youtu.be/45wo6u4pCd8">https://youtu.be/45wo6u4pCd8</a>	

## 米国

### - 動画広告、記事広告

NY Timesやフード系媒体であるFOODBEASTとタイアップして魚介類と日本酒の相性の良さを訴求する動画コンテンツや記事広告を制作し、動画コンテンツの総再生回数は840万回に達しました

#### New York Timesタイアップ動画

人気シーフード料理店のシェフ・オーナー2名、日本酒エキスパート2名が「オイスター×日本酒」のペアリングを楽しみながら、日本酒の奥深さ、うま味の増幅度について語る。**88百万インプレッション**を獲得した。

# The New York Times



<https://www.nytimes.com/paidpost/jfoodo/sake-and-oysters-a-perfect-pair.html>

#### FOODBEASTタイアップ動画

グルメ層に人気のあるフード系媒体。食系インフルエンサーと酒ソムリエが対談形式で、シーフードレストランを訪れ、魚介類と日本酒の相性の良さを体験。3本の動画の総再生回数は**830万回**に到達。

# FOODBEAST



<https://www.facebook.com/watch/?v=2461226844187002>  
<https://www.facebook.com/watch/?v=2562564434036316&t=6>  
<https://www.facebook.com/watch/?v=2852921834945206&t=6>

#### CEFSFEEDタイアップ記事広告

シェフや食の専門家向けのオンライン媒体。食の専門家らに、魚介類と日本酒のペアリングによるうま味の増幅度の高さを訴求し、拡散を狙った。2本の記事広告の閲覧回数は**50万回**に達した。

# CEFSFEED



<https://www.chefsfeed.com/stories/1268-why-seafood-and-sake-work-together>  
<https://www.chefsfeed.com/stories/1269-a-sake-pairing-for-everyone>

## 米国

### - レストランキャンペーン

12月~2月にかけてNYとLAで合計13店舗でのレストランキャンペーンを通じて、一般消費者が魚介類と日本酒のペアリングメニューを体験できる機会を創出した

#### FOODBEASTとのタイアップキャンペーン

- 期間：12月1日~2月下旬
- 店舗数
  - NY：4店舗
  - LA：5店舗
- 提供杯数：1,386杯
- SNS波及効果：229万リーチ



#### CHEFSFEEDとのタイアップキャンペーン

- 期間：1月11日~2月下旬
- 店舗数
  - NY：2店舗
  - LA：2店舗
- 提供杯数：499杯
- SNS波及効果：202万リーチ



※新型コロナウイルスに関する現地のレストランの営業規制に則り、デリバリー、ピックアップと店内・屋外飲食を柔軟に活用して実施した。



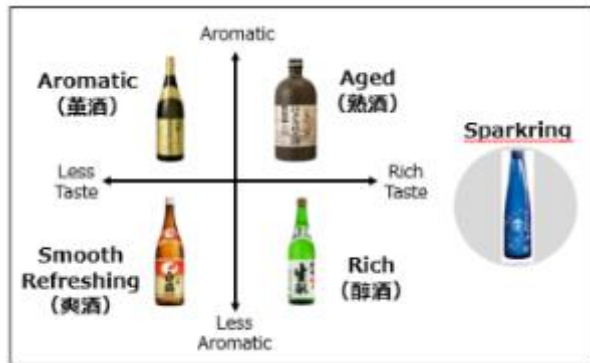
# 米国・仏国

## - うま味の増幅度を数値化

魚介類と日本酒の相性の良さを定量的な裏付けをもってプロモーションで訴求するために、  
魚介類と日本酒のうま味の増幅度を数値化し、プロモーションで活用した

### 日本酒を含むアルコールと食材を計測

5つのタイプの日本酒を含むアルコール全7種類と食材約25種類の組み合わせによる「うま味」の増幅度を計測



×



### うま味の増幅度を数値化

【計測結果】

計測する食材	うま味の計測結果
牡蠣	2.80 pt
牡蠣と日本酒	<b>3.21 pt</b>
牡蠣と白ワイン	2.93 pt

0.41pt

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000001.000069743.html>

【測定の協力】

- ・AISSY株式会社
- ・事業内容：味覚データの提供
- ・設立経緯：慶應義塾大学の知財をもとに創設されたベンチャー
- ・HP：<https://aissy.co.jp/info/2315>



### 計測結果をプロモーションで活用

【記事広告】

魚介類に日本酒を合わせると  
うま味は××ポイントと大幅に増加！

XXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXX  
XXXXXXXXXX



【WEBサイト】

UNLOCK  
YOUR  
PALATE

0.41pt



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





# フランス

## - 動画広告・記事広告

ミシュランとタイアップした動画コンテンツ及び記事広告を4本制作し、食に関心の高いフランスの消費者に向けて有名シェフの立場から魚介類と日本酒の相性の良さを発信しました

### ミシュランとのタイアップ動画コンテンツ

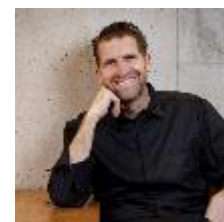


**565**万インプレッションを獲得し、約**8,900**回のページビューを獲得。



THIERRY MARX  
ティエリー・マルクス

<https://guide.michelin.com/fr/fr/article/features/une-histoire-inattendue-thierry-marx-et-le-sake-video>



ALEXANDRA MAZZIA  
アレクサンドル・マジア

<https://guide.michelin.com/fr/fr/article/features/une-histoire-inattendue-alexandre-mazzia-et-le-sake-video>



SYLVESTRE WAHID  
シルヴェスト・ワイド

<https://guide.michelin.com/fr/fr/article/features/une-recette-inattendue-salade-de-coquillage-huitres-oursins-et-sake-par-sylvestre-wahid>



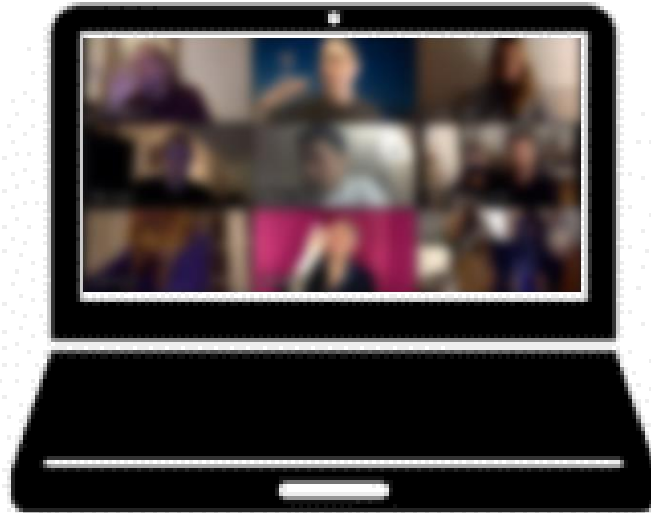
CHRISTOPHER COUTANCEAU  
クリストファー・クタンソー

<https://guide.michelin.com/fr/fr/article/features/une-recette-inattendue-medley-d-huitres-et-saint-jacques-par-christopher-coutanceau-video>

## フランス

### - インフルエンサー向けオンラインセミナー

インフルエンサー、メディアを対象としたオンラインセミナーを開催し、魚介類と日本酒の相性の良さに関するSNSでの投稿を促すことで約32万のフォロワーに向けてコンセプトを拡散させました



- 実施時期 : 12月16日
- 時間 : 7:30pm~1時間程度
- 参加人数 : 7名 (インフルエンサー6名+メディア1名)
- 講演者 : 日本酒エキスパート: Vinny Mazzara氏
- 内容 : 日本酒に関する基礎知識  
日本酒×魚介類でうま味が増幅することについて

インフルエンサーによるSNS  
イベント波及効果

**32万リーチ**  
(フォロワー数)

SNS投稿への  
リアクション

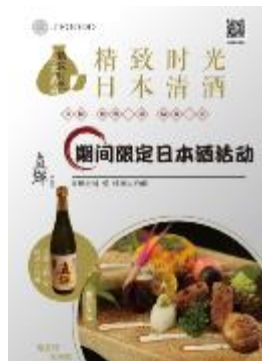
**4,464件いいね!**  
**245件コメント**



# 中国

## - レストランプロモーション

上海・広州・深圳における102店舗の高級和食レストランにて、限定ペアリングメニューの提供や日本酒販売マネキンの派遣、卓上POP・ポスターの設置を行った結果、2カ月間で約74,000合の日本酒を販売しました



【店舗ごとにカスタマイズされたポスター】



【設置されたスタンドポスターとマネキン】



【設置された卓上POP】



## 中国

### - 日本酒体験イベント

酒蔵紹介映像放映や利き酒体験（上海のみ）、利き酒師と高級和食店シェフのトークセッションなどを盛り込んだオフラインイベントを上海と深圳にて合計4日間開催した結果、合計3,800人が来場しました

【イベント開催日時と場所】

#### 上海モールイベント「精緻時光、日本清酒 品監之旅(上海駅)」

- 日時：1/16（土）～1/17（日）
- 場所：世紀匯廣場
- 住所：上海市浦東新區世紀大道1192號 世紀匯廣場 LG2-ES-02



【酒蔵紹介動画】



【利き酒体験】

#### 深圳モールイベント「精緻時光、日本清酒 品監之旅(深圳駅)」

- 日時：1/23（土）～1/24（日）
- 場所：KK ONE
- 住所：深圳市福田區濱河大道9289號 KK ONE 京基百納時代 KOCD1



【トークセッション】

# 中国

## - 記事広告配信

和食と日本酒の相性を伝える記事広告を、富裕層をターゲットとした4媒体にて配信し、合計220,000人にリーチしました

### 【記事広告①】

SSI認定国際利酒師がレストランプロモーション参加店舗へ訪問、日本酒と和食の“精緻”な世界観を酒のプロの目線から伝えていく

• 媒体：



Shanghai WOW (WeChat)



POP SHANGHAI (WeChat)

• 取材店舗：

上海 櫻久让怀石料理



上海 割烹・藏雪



### 【記事広告②】

女性起業家2名が「自らが通う和食店を紹介しながら、「精緻な時間」「安らげる時間」という切り口から和食と日本酒を紹介する

• 媒体：



Noblesse望 (WeChat)



Time out上海 (WeChat)

• 取材店舗：





上海 鮫太郎・巔



# 中国

## - デジタル広告配信

コンセプトへの理解促進・プロモーション用Webサイトへの送客を目的として、4種類の媒体にてデジタル広告を発信しました

媒体名	媒体名	広告の種類	概要
	百度	検索連動広告（リスティング広告） DSP広告（運用型広告） 位置連動広告（運用型広告）	中国のシェアNo.1検索メディアである百度を利用し、特定のワード（「日本酒」や「和食」など）を検索したユーザーや、対象エリアの富裕層をはじめとする潜在ユーザーに広告を配信する。
	網易	DSP広告（運用型広告）	ニュースサイトやECサイト、音楽ストリーミングサイトなど多様なサービスを展開する網易が蓄積したデータを活用し、対象エリアの富裕層をはじめとする潜在ユーザーに広告を配信する。
	携程APP （食美林）	チャンネル内バナー広告（運用型広告）	Ctripグループが立ち上げたグルメ系メディアにおいてバナー広告を配信する。当該メディアのユーザーは高い純資産を持つユーザーがシェアの8割を占める。
	大衆点評	タイアップページ作成	中国で最も使用されている飲食店検索アプリである大衆点評にタイアップページを作成する。当該ページでは日本酒の魅力伝えるコンテンツが掲載されており、レストランプロモーション参加店舗の紹介も行っている。

### ■ 大衆点評タイアップ広告

**280,418** PV

### ■ 運用型広告

**978,425** Clicks

### ■ リスティング広告

**30,307** Clicks

# 中国

## - プロモーション用Webサイト

中国プロモーション用webサイト（<https://sake-jfoodo.jetro.go.jp/cn/index.html>）を作成し、ターゲットの日本酒への理解促進とレストランプロモーション参加店舗と提携ECサイトへの送客を促しました



【日本酒理解促進コンテンツ】



【プロモーション参加店舗】



【提携ECサイト】



# 中国

## - 富裕層向けEC施策

日本酒のECにおける消費を増加させるため、高級日本酒はギフトとして贈るのにふさわしいというコンセプトを設定し、コンセプト理解からEC上での日本酒購入までをシームレスに行える環境を構築しました



# 中国

## - 日本酒・焼酎と中華料理のペアリング類型表作成

日本酒・焼酎の飲用オケージョンを拡大するため、中国を代表する4地方の中華料理とそれぞれに相性のいい日本酒・焼酎を科学的根拠をもとに整理・実証し、ペアリング類型表としてまとめました

【ペアリング類型表作成フロー】

【日本酒・焼酎×中華料理のペアリング類型表】

### 第1フェーズ

専門家の意見をもとに、北京料理・上海料理・広東料理・四川料理の代表的なメニューと、相性のいい日本酒・焼酎の分類を類型化した表を作成する

### 第2フェーズ

現地の権威あるレストランのシェフや美食家をはじめとする食に精通するメンバーが第1フェーズで作成したペアリングを試食することで、類型表を先行実証する

### 第3フェーズ

北京・上海・広州・成都の権威ある各地方料理レストランにおいて、顧客リストに登録のある富裕層やKOLを招いて、試飲・試食会を実施、類型表実証調査を行う

### 第4フェーズ

上海の高級各地方料理レストランにおいて、期間中に来店した消費者に対して、ペアリングメニューを提供し、第3フェーズの補完調査を行う

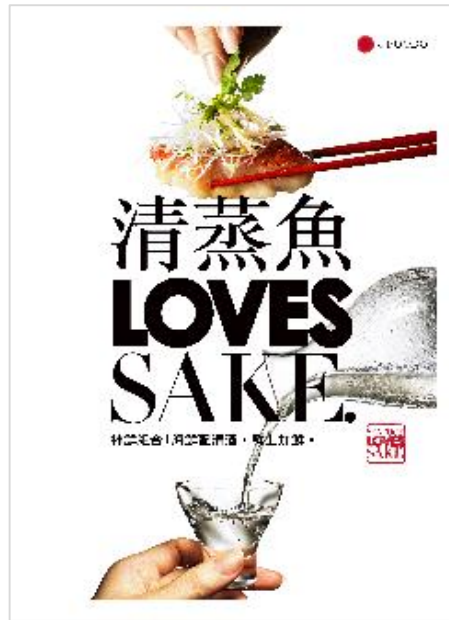
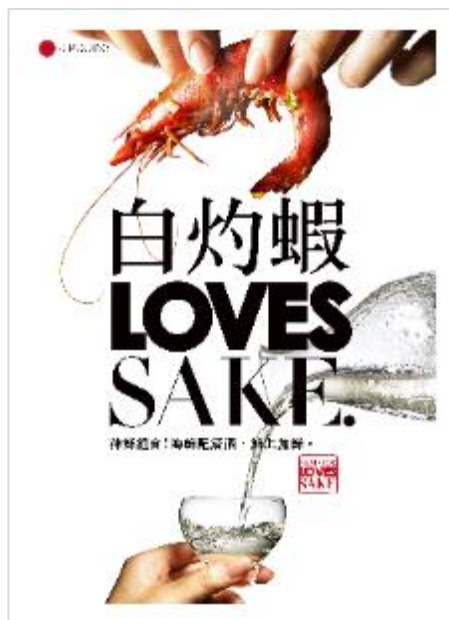


## 香港

### - キービジュアル

香港の消費者にとって馴染みのある広東魚介料理と日本酒の相性の良さを訴求しました

【プロモーションで活用したキービジュアル】





# 香港

## - UberEatsとのタイアップ

6店舗の高級広東料理レストランにおいて、広東魚介料理と日本酒のペアリングメニューをオリジナルに開発し、UberEatsを利用することで家庭でも広東魚介料理と日本酒を体験できる機会を提供しました

【タイアップ6レストラン】

レストラン名	ホームページURL
龍皇 Dragon King Restaurant	<a href="http://www.dragonkinggroup.com/zh/">http://www.dragonkinggroup.com/zh/</a>
孔夫子 Kong Fu Zi	<a href="https://www.clubeast.com.hk/clubeast/zh-tw/dining-kongfuzi">https://www.clubeast.com.hk/clubeast/zh-tw/dining-kongfuzi</a>
龍圖閣海鮮飯店 Fresh Seafood Restaurant	<a href="https://www.facebook.com/freshseafoodrestaurant/">https://www.facebook.com/freshseafoodrestaurant/</a>
Gaginang飯館	<a href="https://www.facebook.com/gaginanghk/">https://www.facebook.com/gaginanghk/</a>
順德公 Shun De Kung	<a href="https://www.facebook.com/ShunDeKung/">https://www.facebook.com/ShunDeKung/</a>
龍袍 Dragon Gown	<a href="https://www.facebook.com/dragongownrestaurant">https://www.facebook.com/dragongownrestaurant</a>



【タイアップバナー】

UberEatsのアプリ上にタイアップバナーを掲示



【フライヤー】

ペアリングメニューを注文した人に、日本酒の分類や広東魚介料理との相性の良さを説明するフライヤーを配布



# 香港

## - オンラインイベント（自宅で日本酒を楽しむイベント）

「Staying Home Loves Sake」と題して自宅での日本酒の楽しみ方を提案するイベントや、日本酒に合う  
 広東魚介料理のレシピを紹介するクッキングクラスを開催し、コロナ禍での日本酒の消費を後押ししました

【 Staying home loves sake 】

【タレントによるクッキングクラス】



食トレンドに敏感な香港の  
 人気タレントKathy Yuen氏  
 と利き酒師が日本酒を紹介



テキストを使って  
 日本酒についての基礎や、  
 魚介類と相性が高い理由  
 を説明



家庭で作りやすい料理と  
 日本酒の相性を紹介

動画はこちらをご覧ください：<https://www.facebook.com/seafoodlovesake>



# 香港

## - オンラインイベント（UberEatsでの注文を促すイベント）

タイアップした6レストランにおいて、シェフがペアリングする広東魚介料理を調理し、シェフや唎酒師から日本酒との相性の良さについて語ることでUberEatsでの注文を促しました

### 【 イベントの主な内容 】

1. シェフが日本酒に合う  
広東魚介料理を中継  
しながら調理



2. シェフが日本酒と  
広東魚介料理の  
相性の良さを説明



3. 唎酒師が日本酒と  
広東魚介料理の相性の  
良さを説明



### 【 イベント参加KOLによる発信例】



動画はこちらをご覧ください：<https://www.facebook.com/seafoodlovesake>

## 香港

### - 小売店とのタイアップ

コロナ禍での小売店での消費拡大に対応するために、大手小売店のAEONとYATAと連携し、4店舗にて「SEAFOOD LOVES SAKE」キャンペーンを展開しました

■ キャンペーン期間：  
12月10日- 22日 (AEON)  
1月5日-18日 (YATA)

■ 実施店舗  
AEON 2店舗：Whampoa, Kornhill  
YATA 2店舗：Kwai Fong, Yuen Long

- 主な内容：
- ① 唎酒師が売り場に立ち日本酒の説明や広東魚介料理に合う日本酒を提案
  - ② 「SEAFOOD LOVES SAKE」とタイアップしたパンフレットやPOPを掲示
  - ③ 広東魚介料理と日本酒のペアリングを楽しめるセットの販売
  - ④ 日本酒に合う広東魚介料理のレシピカードの配布
  - ⑤ AEONとYATAオウンドメディアでのキャンペーン告知



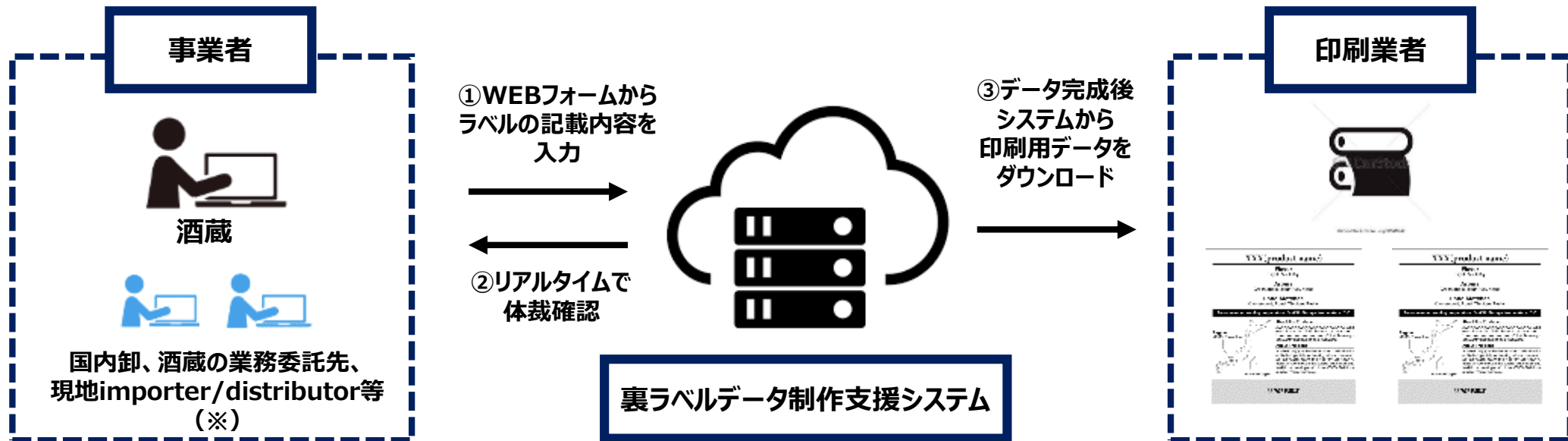
# 標準的裏ラベルデータ制作支援システム



## 標準的裏ラベルデータ制作支援システム

### - システム全体像

専用ソフトウェアを導入する必要なく、インターネット接続環境さえあれば、事業者自身が「標準的裏ラベル」のデータを簡単に編集・制作できるクラウドサービスを開発しました



(※) 関係者に専用アカウントを付与し、ラベルデータの共同編集が可能。

## 標準的裏ラベルデータ制作支援システム

### - 注意事項と問い合わせ先

ラベルデータ制作支援システムの注意事項と問い合わせ先について、下記ご参照ください

#### ■ 注意事項

- 2021年4月現在、本システムは米国向け法的記載事項をカバーしたラベルを作成できます  
今後対象国を拡大予定のため、ご意見等お聞かせください
- 本システム利用の際には、JFOODOに利用者登録をして頂く必要があります  
問い合わせ先の担当者までご連絡ください

#### ■ 問い合わせ先

- 日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）  
担当者：西川、溝口、折山  
メールアドレス：JFB@jetro.go.jp  
電話番号：03-3582-8345

