

# 2022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）

2023年5月

## 本資料の内容

- 2022年度の展開国・エリア
- 各国のプロモーションの概要
- 消費者向け大規模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

## 2022年度の展開国・エリア

## 2022年度の展開国・エリア

東アジア、東南アジア、米国、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)	訴求するコンセプト	実施したプロモーション
中国（上海、広州、深圳）	日本酒×和食のペアリング	消費者向け大規模プロモーション
香港	日本酒×魚介料理のペアリング (広東魚介料理を集中して訴求)	
米国（NY、LA、SF）	日本酒×魚介料理のペアリング (カキ、エビ、白身魚等を使用した非日本食料理)	
英国（ロンドン）	日本酒×魚介料理のペアリング	取扱い拡大を目的とした外食店舗向けプロモーション
仏国（パリ）		
星国		

# 各国のプロモーションの概要

# 中国

## - 消費者向けプロモーション概要

上海・広州・深圳の3都市において、動画制作・デジタル広告配信、PR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増加と日本酒の注文率増加を目指しました

### 動画制作・デジタル広告

和食×日本酒のペアリングベネフィットを訴求する動画を製作、大衆点評・TikTok・网易ポータルサイトにてデジタル広告出稿を行い、JFOODOの中国プロモーションWEBサイトやレストランプロモーションへの送客を図った



【動画サムネイルと広告に使用したビジュアル】

### ペアリング体験 PRイベント

和食店への送客強化のために、有名和食店“ANTHOLOGIA”にメディアやKOLを招待し、和食×日本酒ペアリングがフルコースで体験できるPRイベントを実施、またその模様を消費者向けにライブ配信した



【上海ANTHOLOGIAでのペアリング体験の様子】

### レストランプロモーション

上海・広州・深圳における約130店舗の高級和食店にて、個別店舗の料理と日本酒のペアリングメニューを作成、料理長や利き酒師のコメントやWEBサイトに遷移するQRコードを添えた卓上POPやメニュー、ポスターを展開した



【メニューと卓上POP】

# 米国

## - 消費者向けプロモーション概要

日本酒と現地魚介料理の相性の良さを象徴する好事例を作りターゲットに訴求するために、NY・LA・SFにてレストランプロモーションの実施、各種動画コンテンツの制作・インフルエンサー起用により情報発信を行いました

### 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・LA・SFの3都市計30店舗にて、期間限定のペアリングメニューを提供し、日本酒と非和食レストランで提供する魚介料理との相性の良さを訴求した



### 店頭ツール

レストランプロモーションで提供するペアリングメニューの注文促進を図る店頭ツールを作成し店舗に設置した上で、酒マイスターが対象店舗を巡回し推奨率アップを図った



### 動画広告

対象店舗スタッフ向けのEducation動画を制作し、消費者向けに日本酒×魚介料理の相性の良さを訴求するPR動画を制作・配信した。また対象店舗への送客にインフルエンサーを各都市で起用した



# 香港

## - 消費者向けプロモーション概要

レストランプロモーションを中心に、メディア向けPRイベント、消費者向け体験・富裕層向け試飲イベントを実施し、「魚介類に最も合う食中酒は日本酒である」というポジショニングの獲得を目指しました

### レストランプロモーション

ミシュラン星獲得店3店舗を活用して、「日本酒×広東魚介料理」のイメージを醸成しながら、現地広東料理店42店舗にて、オリジナルペアリングメニューの提供をメインとしたレストランプロモーションを実施した



【レストランプロモーション展開例】

### メディア向けPRイベント

レストランプロモーションの認知を上げるため、メディア関係者による「魚介類×日本酒」の試飲・試食、有名タレントの登壇、唎酒師によるペアリングメニュー紹介を含むPRイベントを"Forum Restaurant"で実施した



【PRイベント当日の様子】

### 一般消費者向け・超富裕層向けイベント

一般消費者向けに、高級広東料理店"Nanhai No.1"にて、唎酒師を派遣し、「日本酒×広東魚介料理」のペアリング体験イベントを実施した。また、超富裕層向け会員クラブ"Hong Kong Country Club"にて、日本酒としては初のイベントを実施した



【イベントの様子】



# イギリス

## - レストランプロモーション

ロンドン市内25店舗にて、酒ソムリエが監修した魚介料理と日本酒のペアリングを各店舗1~3つ用意し、非和食・和食を問わずその相性の良さを訴求しました

### 【キャンペーン概要】

- 開催日程：2022年10月1日~11月20日（7週間）
- 目的：①「シーフードと日本酒の相性の良さ」の認知・理解促進  
②日本酒を初めて取り扱う非和食レストランの獲得  
③既に日本酒を取り扱う和食レストランでの販売量増加
- 参加店舗：シーフードを提供するロンドン市内のレストラン25店舗  
※新規取扱…非日本食9店  
既存取扱…非日本食5店、日本食11店
- 対象銘柄：33社、48銘柄
- 主な内容：

### キャッチコピー SAKE SEAFOOD SENSATIONS

各店でシーフード×  
日本酒の期間限定  
ペアリングメニューを  
提供



各店舗で事前の  
スタッフトレーニング



大手予約サイト  
『Square Meal』  
での特設ページや  
メディアカバー

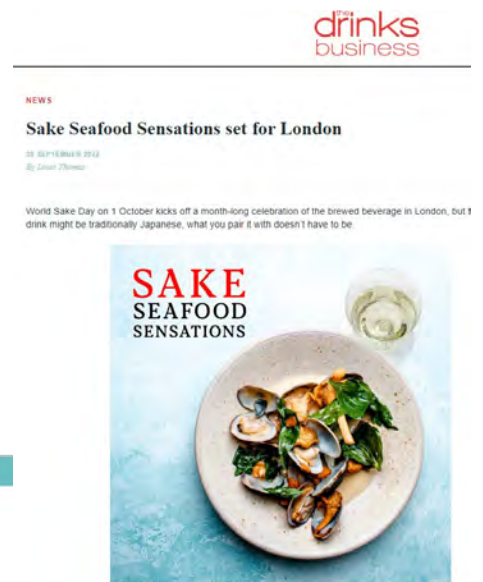
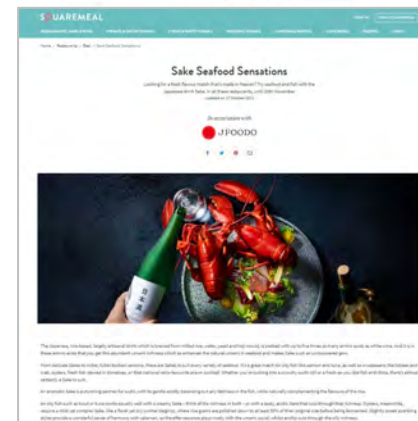
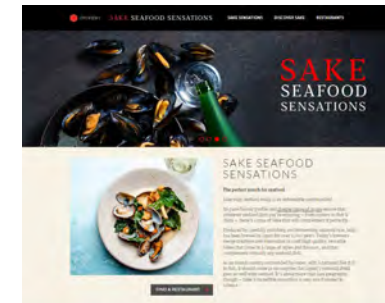


インスタアカウントを  
開設  
+  
ウェブサイトを作成

【来店客の注文率アップ】

【スタッフ推奨率アップ】

【情報発信と来店誘導】



### 【KPI：成果刈り取り中】

- ▼キャンペーン後も日本酒をメニューに置きたいと答えた新規取扱店の獲得
- ▼既存取扱店の売上向上

# フランス

## - レストランプロモーション

話題性あるフレンチレストラン20店舗参加のもと、プレス向けイベントやデジタル広告などを効果的に活用して、日本酒と魚介料理の相性の良さを訴求する日本酒プロモーションを実施しました

### 【プロモーション名】

Saké et Produit de la Mer, l'accord parfait !  
(日本酒とシーフード、完璧なペアリング！)

### 【期間】

2023年2月6日～19日

### 【参加レストラン】

20店舗（仏料理店：ミシュラン星付き10店含む）

### 【参加酒蔵】

28酒蔵29銘柄

### 【成果】

- ・日本酒新規取扱店 8店を含めて、全20店舗が今後の取扱い継続
- ・既存取扱店(12店)の売上は、期間中に平均40%以上アップ



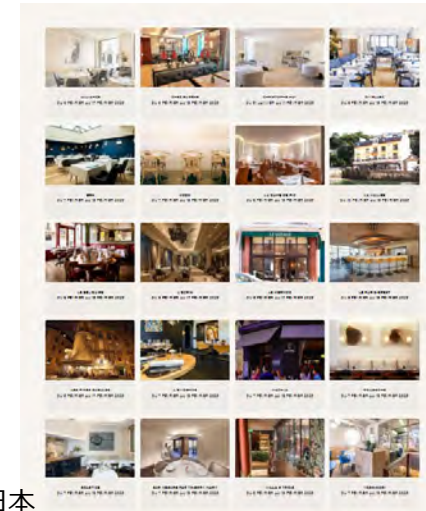
プロモーション情報発信：  
参加レストランがインスタ、フェイスブック等を活用して情報発信



プロモーションのプレス向けイベント：  
フランス最優秀ソムリエ受賞者による日本酒マスタークラス（2023年1月）



デジタル広告：参加レストランへの来店誘導



JFOODO日本酒サイト



日本酒メニューカード（例）：  
来店客の注文率アップに寄与



日本酒トレーニング

# シンガポール

## - レストランプロモーション

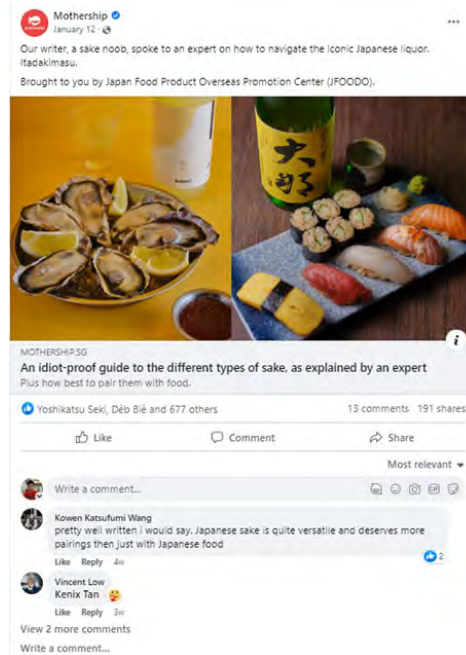
魚介料理と日本酒の相性の良さを訴求するため、レストラン21店舗にて期間限定ペアリングメニューの提供、メディアタイアップ、SNS・インフルエンサーからの発信を連携させたプロモーションを実施しました

### ◆ 特設WEBサイト



SEAFOOD LOVES SAKE. をテーマに、参加レストラン21店舗それぞれが、日本酒（のべ59銘柄）とペアリングメニューを紹介。

### ◆ メディアタイアップ Mothership



### ◆ 店舗SNS



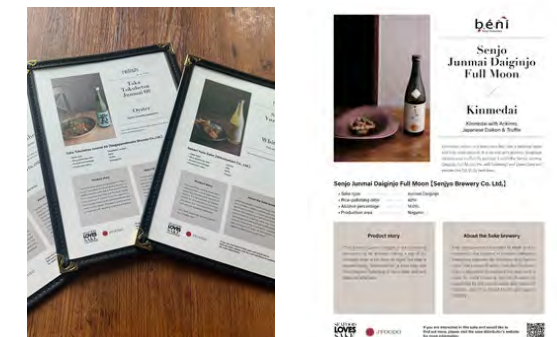
### ◆ レストランスタッフトレーニング



### ◆ インフルエンサー投稿



### ◆ 店頭PR（日本酒情報カード）



## 各国消費者向けプロモーションの詳細

中国

# 中国

## - 目的と取り組み方針

対象エリアの高級和食店を定期的にご利用できる富裕層に対して、「最高の和食を最高の日本酒で楽しむ」というコンセプトを訴求し、高級和食店への来店率と日本酒飲用率を向上、プロモーション効果の波及を目指しました

目的	取り組み方針				
	ターゲット像	コンセプト	対象エリア	対象レストラン	施策
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 高級和食店への来店率の向上</li> <li>■ 高級和食店での日本酒飲用率の向上</li> </ul>	高級和食店を定期的にご利用できる富裕層	せつかくなら最高の和食を最高の日本酒で楽しむ	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 上海を中心とする長江デルタ</li> <li>■ 広州・深圳を中心とする珠江デルタ</li> </ul>	高級和食店 (客単価300元以上)	P.15~24

## 中国

### - PRイベント

“**精选日料 清酒绝配**”キャンペーン話題化のため、上海の有名高級和食店である“**ANTHOLOGIA**”にてメディアやKOL (キーオピニオンリーダー) を招待しPRイベントを開催しました

#### PRイベント当日の様子

- 日時：11月17日(木) 17:00~18:45(現地時間)
- 場所：ANTHOLOGIA (地球美食劇場)
- 概要：
  - メディア関係者による和食×日本酒ペアリングコースメニューの試飲・試食
  - 料理長・唎酒師によるペアリングメニュー紹介
  - Miss Sake による日本酒レクチャー
- 来場媒体数：30媒体 (中国系29 + 日系1)
- 露出媒体数：77媒体 (中国系45 + 日系32)



## 中国

### - ペアリングイベントのライブ配信

“精选日料 清酒绝配”キャンペーンの認知拡大のため、PRイベントで提供されたペアリングメニューの体験の様子や日本酒の情報を発信する消費者向けライブ配信を実施しました

- ・日時：11月17日(木) 19:30~20:30(現地時間)
- ・場所：ANTHOLOGIA（地球美食劇場）
- ・概要：
  - 料理長・唎酒師によるペアリングメニュー紹介
  - Miss Sake による日本酒レクチャー
  - レストランプロモーション・SNS投稿CPの告知
- ・ライブ配信閲覧数：9.1万回  
(事前想定生中継配信視聴数：4.5万回)
- ・アーカイブ動画再生数：132万回
- ・記事閲覧数：144万回

#### ライブ配信の様子



#### アーカイブ動画ページ





# 中国

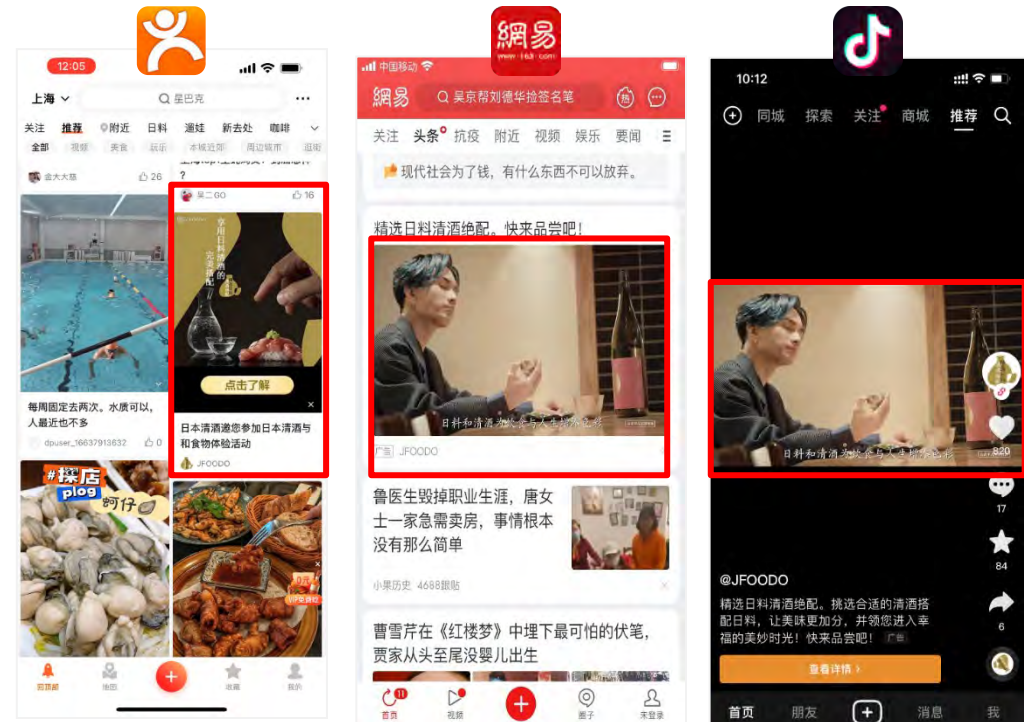
## - デジタル広告出稿

「和食×日本酒」のコンセプト拡散とレストランプロモーションへの来店促進のため、デジタル広告出稿を実施しました

- 日時：11/17(火)～12/17(月)
- 内容：キャンペーンのターゲットを狙ったバナー配信
- 出稿媒体：大衆点評インフィード、網易DSP、  
抖音TikTokインフィード
- 投稿結果は以下のとおり

媒体名	実績 Imp	実績 Click	実績CTR
大衆点評 インフィード	3,889,535	58,990	1.52%
网易DSP	3,303,592	70,287	2.13%
抖音 (TikTok) インフィード	2,005,608	15,299	0.76%
<b>合計</b>	<b>9,198,735</b>	<b>144,576</b>	<b>1.57%</b>

### バナー配信の抜粋



## 中国

### - アンバサダー店30店舗のペアリング体験KOL動画配信

レストランプロモーション参加店のうち、より精緻なペアリングメニューを提供する高級和食店30店舗で、KOLによるペアリング体験動画を製作し、各店舗の大衆点評アカウントに投稿・発信しました

KOL配信動画のキャプチャー

- 日時：11/18（水）～
- 場所：上海・広州・深圳の精緻なペアリングセットを提供する高級和食店30店舗（アンバサダー店）
- 内容：
  - KOLによるペアリング体験動画配信
  - 閲覧総数：3,753万回
  - 動画再生数：1,434万回



# 中国

## - 大衆点評タイアップウェブサイト

日本酒認知・理解促進、キャンペーン店舗への誘導のため、大衆点評とのタイアップウェブサイトを開設しました

掲載期間：11/18(水)～12/17(月)  
アクセス数結果：

項目	タイアップページ 総PV	「精选日料 清酒绝配」 トップ動画再生数	30アンバサダー店 クリック数	100推薦店 クリック数	日本酒トリア クリック数	酒蔵トリップ動画 再生数	日本酒サイトへ リンククリック数
アクション数	100,749	86,319	30,323	35,884	26,388	13,201	1,521
アクション率	-	85.7%	30.1%	35.6%	26.2%	13.1%	1.5%
該当箇所 キャプチャー							

# 中国

## - メーカー説明会

メーカーのキャンペーン参加を促進するため、“**精选日料 清酒绝配**”キャンペーンの概要説明と市場情報やインポーター・ディストリビューターとの協働の仕方についてのセミナーを実施し、積極的な参加を依頼しました

### 説明会当日の様子

・日時：10月22日(木) 15:00~16:00

・方法：オンラインで実施

#### ・概要

- “**精选日料 清酒绝配**”キャンペーン 概要説明

- 利き酒師によるプレゼンテーション

- ・ 市場状況・トレンド
- ・ 中国インポーター・ディストリビューターとの効果的な協働

・参加社数：34社



# 中国

## - ディストリビューター説明会

ディストリビューターのキャンペーン参加を促進するため、“精選日料 清酒絶配”キャンペーンの概要説明と日本酒メーカーとの取り組み方についてのセミナーを実施し、積極的な参加を依頼しました

### オンラインセミナーの様子

- ・日時：10月12日(水) 14:00~15:20(現地時間)
- ・方法：オンラインで実施
- ・概要
  - “精選日料 清酒絶配”キャンペーン 概要説明
  - 利き酒師によるプレゼンテーション
    - 中国市場における販売促進方法
    - メーカーとの効果的な協働
- ・参加社数：17社



# 中国

## - レストラン向けセミナー・レストランスタッフ教育

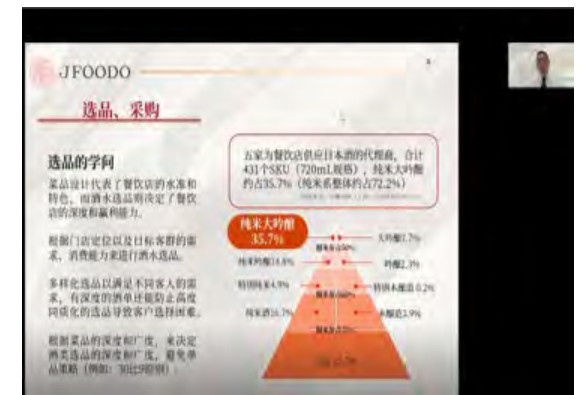
精緻な日本酒ペアリングの提案による日本酒注文率向上のために、アンバサダー店のうち25店舗にて  
 唎酒師による日本酒販売のノウハウを共有するセミナーを実施しました

- 日時：11/9（水）14:30~15:50(現地時間)
- 方法：店頭指導 並びに オンラインで実施
- 概要：
  - 唎酒師による日本酒販売ノウハウの共有
    - 中国内レストラン概況
    - 日本酒取扱いのポイント
    - 業態に合わせた日本酒取扱いコンサルテーション
    - プロモーションで使用のPOPの説明
- 参加店舗：25店（アンバサダー店すべて）

店頭指導の様子



オンラインセミナーの様子



# 中国

## - 高級和食店130店舗でのプロモーション

日本酒 x 和食の豊かな食体験を訴求するため、上海・広州・深圳の和食店130店舗でペアリングメニューを販売するレストランプロモーションを実施しました

メニューPOP・ペアリング例

- 日時：11/18（水）～12/17（月）  
※ロックダウンにより一時営業停止していた  
広州2店舗のみ12月末まで継続
- 場所：上海・広州・深圳の和食料理店130店舗  
（うちアンバサダー店30店舗）
- レストランプロモーションに含まれる内容：
  - 日本酒 x 和食ペアリングセットの提供
  - ペアリングセット差し込みメニュー、卓上POP、ポスター等の設置
  - プロモーターによるペアリングメニュー説明



# 中国

## - SNS口コミ投稿キャンペーン

「和食×日本酒」のコンセプト拡散のため、  
日本酒×和食ペアリング体験を口コミとしてSNSで投稿するように促すキャンペーンを実施しました

- 日時：11/18(水)～12/17(月)
- 内容：日本酒×和食ペアリング体験のSNS投稿者の中から、抽選でアンバサダー店でのペアリング体験食事券や日本酒、酒器が当たるキャンペーン
- 投稿結果は以下のとおり

	Weibo	小紅書
閲覧総数	579.1万	1.7万
エンゲージメント	2.1万	2.1万
投稿数	224	146
投稿アカウント数	216	122

### CP告知配信の抜粋



### 投稿内容の抜粋





米国

# 米国

## - 目的と取り組み方針

魚介類と日本酒の相性の良さをターゲットに訴求し、魚介料理と日本酒の連想関係を強化することで魚介類全般注文時の日本酒飲用率を上昇させることを目指しました

目的	取り組み方針				
	ターゲット像	コンセプト	対象エリア	対象レストラン	施策の方向性
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 魚介料理と日本酒の連想関係の強化</li> <li>■ 魚介料理注文時の日本酒飲用率の向上</li> </ul>	世帯年収7万ドル以上のNY,LA,SF在住の男女	魚介類に最も合う食中酒は日本酒である	NY、LA、SF	魚介料理を提供する非和食店	P.27~29

# 米国

## - キービジュアルの制作

日本酒と魚介料理の相性の良さを象徴する好事例を作るために、カキ以外にもセビーチェや白身魚など現地で実際に食される魚介料理と日本酒の価値を組み合わせたキービジュアルを4種制作しました

【生カキ×酒米】



【シュリンプカクテル×クラフトマンシップ】



【白身魚のソテー×稲穂】



【セビーチェ×田園風景】



# 米国

## - 各種コンテンツの制作・発信

日本酒と魚介料理の相性の良さを訴求するために、各種動画コンテンツの制作、LPの更新、店舗への送客にインフルエンサーを各都市で起用し情報発信を行い、合計で1,065万インプレッションを獲得しました

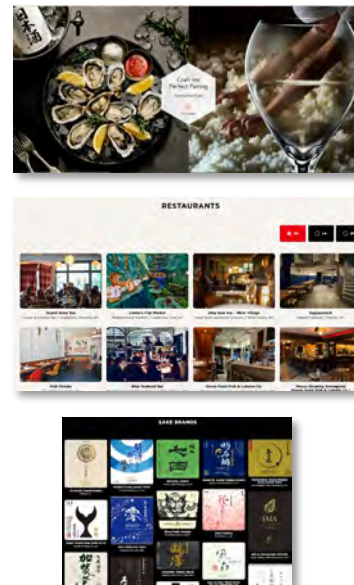
### 動画広告

対象店舗スタッフ向けのEducation動画の制作、日本酒×魚介料理相性の良さを訴求するPR動画を制作・消費者向けに配信した



### LP (特設サイト) の更新

レストランプロモーション実施に合わせ、本施策参加銘柄の紹介、エリア毎の対象店舗を検索できる内容に更新した



### インフルエンサー起用

プロモーション対象店舗への送客施策として、各エリアの対象店舗に、起用したインフルエンサーを送り込み、対象銘柄のペアリングメニューを訴求する投稿をSNS上で展開した



# 米国

## - レストランプロモーション

1月中旬から2月中旬まで、NYC・LA・SFの3都市計30店舗でペアリングメニューを提供するレストランプロモーションを実施し、アンケートを回収した26店舗中19店舗が今後の日本酒取り扱い意向を示しました

ペアリングメニュー例



ペアリングメニューの  
注文促進用  
三角POP



情緒的価値を訴求する  
ツールとして造り手の思いが記  
された  
手紙式POPを作成



酒マスターの  
対象店舗巡回による  
注文促進



香港

## 香港

### - 目的と取り組み方針

「魚介類といえば日本酒」という連想関係を確立するため、有名外食店を活用し「日本酒と広東魚介料理」の相性の良さを訴求するプロモーションを実施しました

目的	方針			
	ターゲット像	コンセプト	対象レストラン	実施施策
「魚介類といえば日本酒」という連想関係を確立すること	世帯年収750万円以上の香港に住む男女	魚介類に最も合う食中酒は日本酒である	広東料理店	P.32~38

## 香港

### - キャッチコピーとキービジュアル

日本酒と魚介類の相性を訴求するため、今年で4年目となる「SEAFOOD LOVES SAKE.」のキャッチコピーを継続使用、キービジュアルにはミシュラン星付きレストランシェフを起用し、お墨付き感を醸成しました

#### 【キャッチコピー】

**SEAFOOD  
LOVES  
SAKE.**

新派配搭，嘗盡知味。跟上餐桌新風潮！

**新派配搭，嘗盡知味。**

(意識)

新しい組み合わせ、試したら美味しいって分かる。

**跟上餐桌新風潮！**

(意識)

この新しい食のトレンドを試してみよう。

#### 【キービジュアル】



Dynasty  
Restaurant

Forum  
Restaurant

Lung King  
Heen



# 香港

## - PRイベント

**"SEAFOOD LOVES SAKE."**キャンペーン話題化のため、ミシュラン三ツ星広東料理店の  
**"Forum Restaurant"**でメディアやタレントを招待しPRイベントを開催しました

### 【PRイベント当日の様子】

- ・日時：11月16日(水) 15:00~16:45
- ・場所：Forum Restaurant(ミシュラン三ツ星店)
- ・概要：
  - メディア関係者による「広東魚介類×日本酒」メニューの試飲・試食
  - シェフやタレント登壇によるトークセッション
  - 唎酒師によるペアリングメニュー紹介

- ・イベント露出数
 

メディアタイアップ	: 3露出	
香港ローカルメディア	: 25露出	
インフルエンサー	: 10露出	
日系メディア	: 10露出	合計48露出



# 香港

## - 広告出稿、KOL発信

「日本酒×広東魚介料理」のコンセプト拡散とレストランプロモーションへの来店促進のため、印刷広告、ウェブ記事広告、KOL投稿を組み合わせて実施しました

### 【ウェブ記事広告の抜粋】



### 【KOL投稿の抜粋】



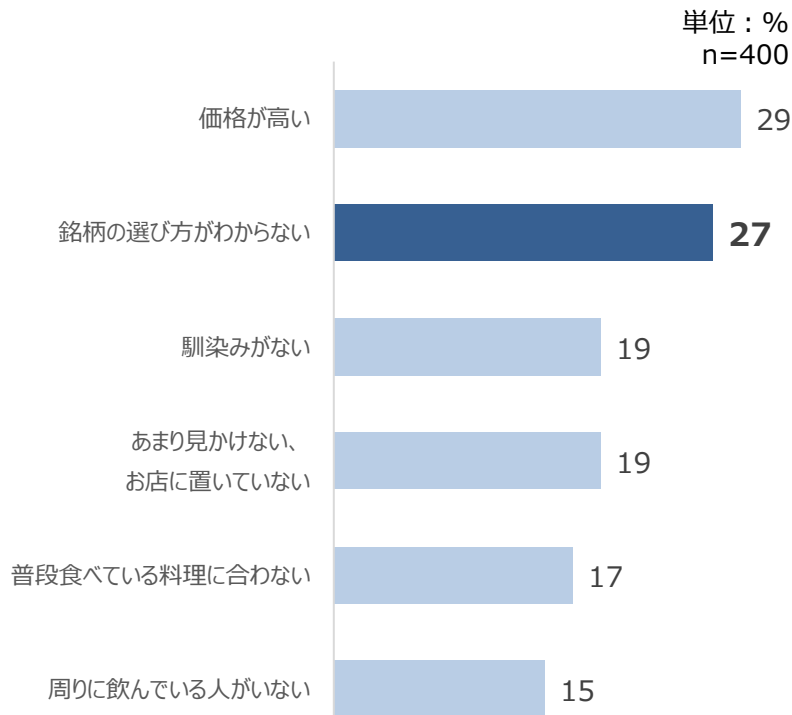
## 香港

### - 一般消費者向け体験イベント

消費者が抱える「日本酒銘柄の選び方がわからない」という課題解決のため、人気の広東料理店での「日本酒×広東魚介料理」のペアリング体験イベントを実施しました

- 日時：11/15（火）～11/21（月）  
4セッション/日×7日間 合計28回
- 場所：Nanhai No.1
- 概要：
  - 唎酒師による日本酒説明
  - 特別メニューとのペアリング理由、喫食時のポイント説明
- 参加者：271名

#### 【日本酒非飲用、非購入理由】



出所：JFOODO 2022年A&U調査

#### 【体験イベントの様子】



## 香港

### - 超富裕層向け体験イベント

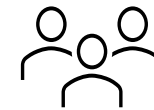
超富裕層向け会員クラブである“Hong Kong Country Club”にて、酒類に興味のある会員向けに日本酒と広東魚介料理の立食形式のペアリング体験イベントを実施し、相性の良さを訴求した

- 日時：2/11（土）14:30～17:30
- 場所：Hong Kong Country Club
- 概要：
  - 当クラブ会員向けイベント
  - 日本酒8種と広東魚介料理のペアリング
  - 唎酒師による日本酒説明
- 参加者：78名

#### 【体験イベントの様子】



#### 【参加者の声】



イベント参加者

- 魚介類と日本酒のペアリングは意識しなかったが、実際に試してみると、その素晴らしさに驚いた。
- 今後もぜひ試してみたい。
- もっと日本酒について知りたくなった。



唎酒師

- お酒の知識がある参加者が多く、興味深く話を聞いてくれた。
- 参加者のうち8割が普段お酒を飲まれる方で、そのうち5割はワイン、2割がウイスキー、日本酒は和食喫食時の飲用が多く10%未満の印象だった。

# 香港

## - ディストリビューター説明会

ディストリビューターのキャンペーン参加を促進するため、“SEAFOOD LOVES SAKE.”キャンペーンの概要説明と積極的な参加依頼をしました

### 【説明会当日の様子】

・日時：9月22日(木) 14:00~15:00

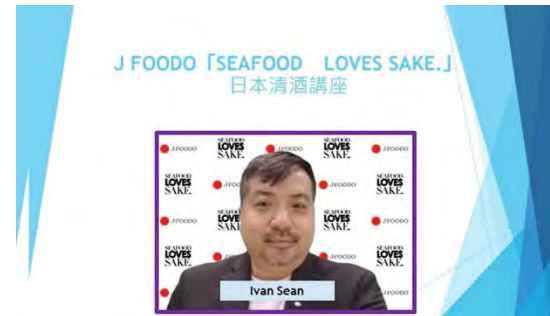
・手段：Zoom(オンラインで実施)

・概要：

- SEAFOOD LOVES SAKE.事業概要説明
- 利き酒師による日本酒に関するプレゼンテーション (概要、保存方法、製法、ペアリング時の留意点など)

・参加：

- 参加社数 27社
- 参加人数 33名



## 香港

### - 人気広東料理店でのプロモーション

日本酒と広東魚介料理の相性の訴求のため、ミシュラン星付き店を含む人気の広東料理店約40店舗でキャンペーン期間限定ペアリングメニューを販売するレストランプロモーションを実施しました

- 日時：11/16（水）～12/20（月）  
（アンバサダー店※先行プロモーション）  
※Forum Restaurant(ミシュラン三つ星店)  
Lung King Heen(同三つ星店)  
Dynasty Restaurant(同一つ星店)  
11/21（月）～12/20（水）  
（レストランプロモーション）
- 場所：広東料理店42店舗（うちアンバサダー店3店舗）  
テストマーケティング店9店舗 合計51店舗
- レストランプロモーションに含まれる内容：
  - 「広東魚介料理×日本酒」ペアリングセットの提供
  - ペアリングセット差し込みメニュー、卓上POP、ポスター等の設置
  - 唎酒師による店舗巡回、ペアリングメニュー説明

#### 【プロモーションフローイメージ】

アンバサダー3店舗  
先行スタート



話題化



レストランプロモーションへ  
集客



#### 【参加レストラン抜粋】

Forum Restaurant



Lung King Heen



# 香港

## - 口コミキャンペーン

「日本酒×広東魚介料理」のコンセプト拡散のため、現地で有名な口コミ投稿サイトでのペアリング体験の 口コミ投稿を促すキャンペーンを実施しました

### 【Open Riceを活用した口コミキャンペーン】



**SEAFOOD LOVES SAKE. 品味噌鮮食評活動**

享用完「SEAFOOD LOVES SAKE.」配搭菜式  
並於餐廳的OpenRice頁面留下食評，  
即有機會獲得Eaton HK Staycation住宿及米芝蓮餐廳逸東軒餐飲套票乙套。  
立即參加寫食評，贏取「日本清酒 × Staycation」的至潮體驗！

**大獎** Eaton HK「日本清酒×Staycation」主題 Staycation住宿餐飲套票

名額：**3名**

**參加方法：**

- 於活動合作餐廳享用 SEAFOOD LOVES SAKE. 菜單
- 在該餐廳的Openrice頁面為是次體驗撰寫一篇附有照片的食評
- 於網上登記表格填寫所需資料

**即寫即賞**

首3名成功分享是次體驗食評的顧客向餐廳職員出示食評畫面，即可隨機獲得小清酒一支。

送完即止！

活動日期：**11月16日至12月20日**

JFOODO

#### （概要）

- ① レストランプロモーション参加店で指定の「日本酒×広東魚介料理」ペアリングメニュー注文
- ② ペアリングメニューを食べた感想をOpen Riceに投稿
- ③ コメント投稿者の中から抽選 3 名に Eaton Hotel Hong Kong で「日本酒×広東魚介料理」を楽しめるステイケーションをプレゼント

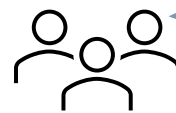
### 【口コミキャンペーン投稿内容の抜粋】



特別メニューの鮑は皮はパリパリ、身はふっくらと柔らかく、さっぱりとした甘みがあります。レストランお勧めの「純米酒」と合わせると、鮑の爽やかな甘みがより際立ちます。



「五百万石」の酒米で醸した酒と合わせると、上品な味わいが料理の脂のバランスを整え、同時に魚介の新鮮さと甘みを引き立てます。



レストランお勧めの淡白な濁りと爽やかな酸味が特徴の「純米吟醸」はシャキシャキとした食感のスパイシーな魚介料理との相性が抜群です。

出所：Open Rice投稿

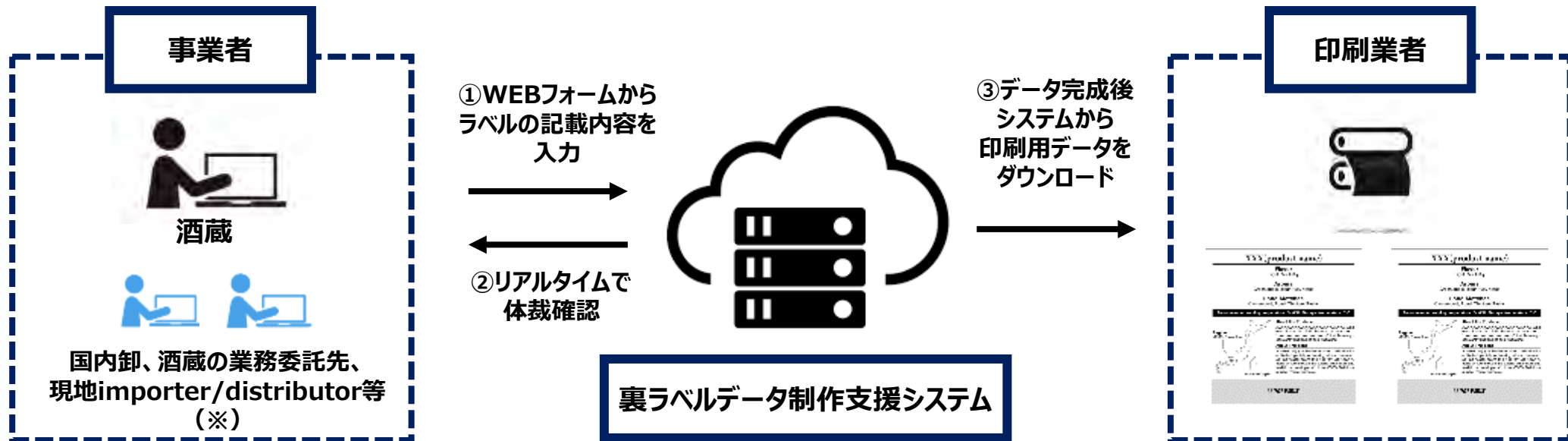
# 標準的裏ラベルデータ制作支援システム



## 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運用しました



(※) 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

- 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：松浦、星野  
メールアドレス：JFB@jetro.go.jp  
電話番号：03-3582-8345

