

<第9回 日本産酒類の輸出促進連絡会議説明資料>

## **JFOODOの取り組みについて**

日本食品海外プロモーションセンター（JFOODO）

2018年4月11日

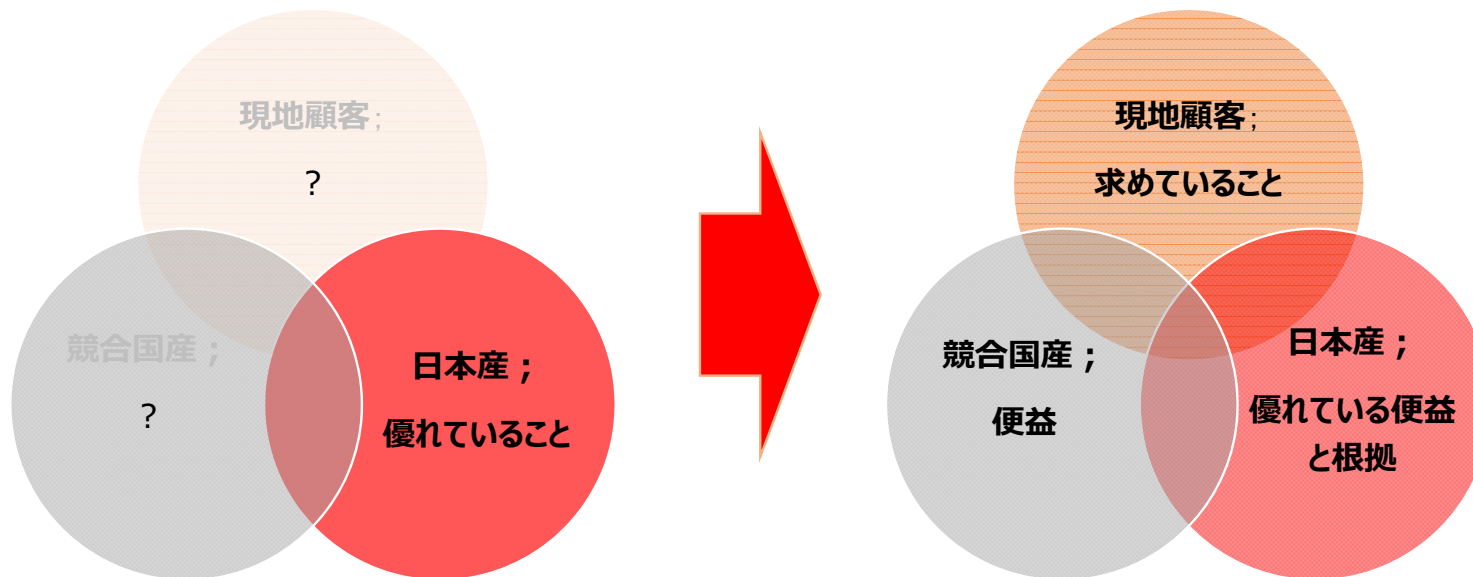
## 目次

- 問題意識と取組方法
- プロジェクトの実施概要
- プロモーションの効果・成果把握

# 問題意識と取組方法

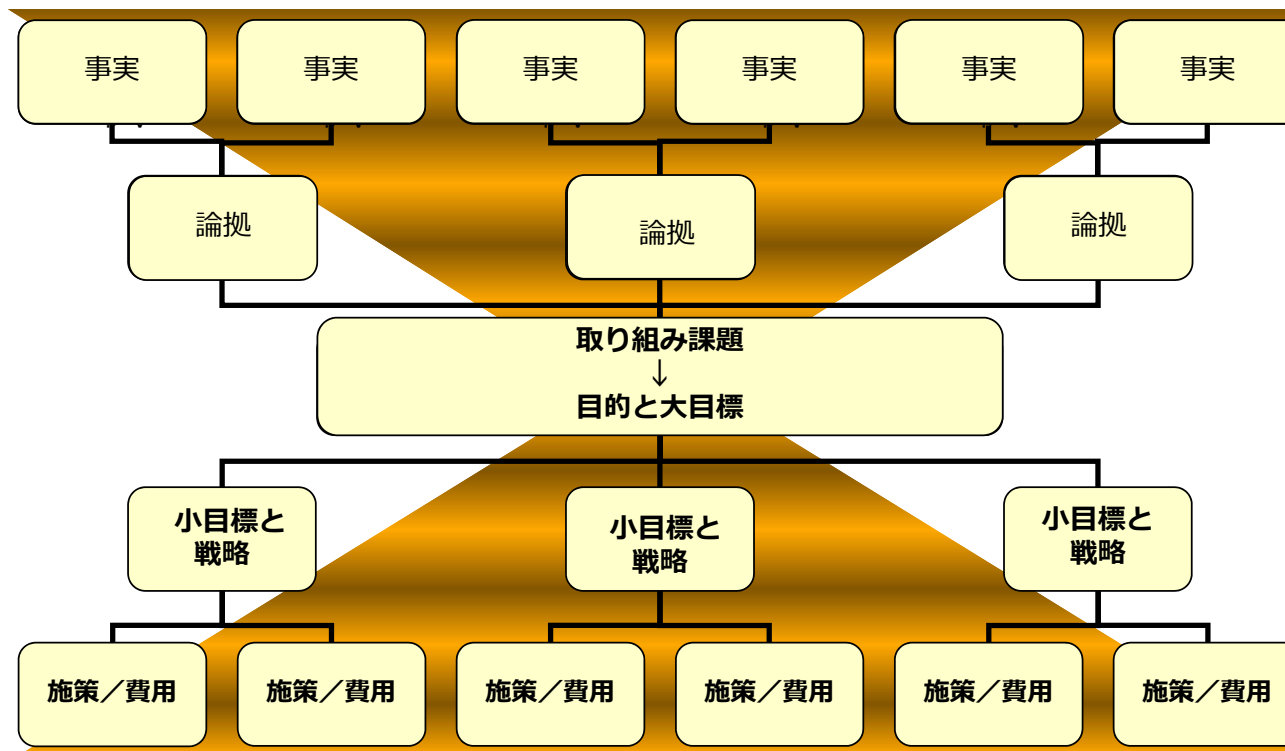
## 「プロダクト・アウト」から「マーケット・イン」へ

市場の消費者目線で競争優位なポジショニングとそれに合った産品・製品の選択と訴求が必要



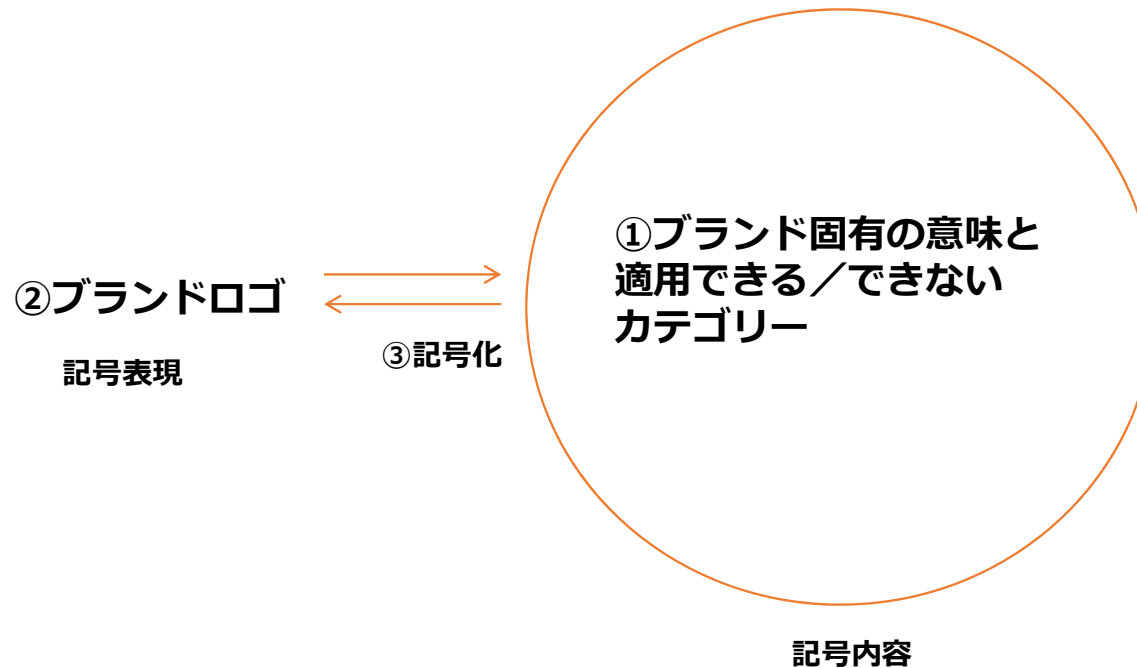
## 「祈り」から「計画」へ

取り組み課題と目的を明確にし、ブレイクダウンされた目標と戦略に対して必要な施策を「定量」的に組み立てることが必要



## 「マーク」から「ブランディング」へ

ブランド固有の意味と適用できるカテゴリーを定めた上で、ブランドを冠した産品・製品体験により消費者の頭の中に好ましい記憶が混乱されずに蓄積されるようにして、記号として機能させることが必要



### ブランディング（記号化）の手順と仕組み

## 「マーク」から「ブランディング」へ

ブランドに意味が蓄積されれば、製造原価以上の価格を実現することが可能に



## 第一次取り組みテーマ

第一次取り組みテーマは、下記の5品目7テーマ。その他品目等については、  
プロモーションで解決すべきボトルネックが明確になった後に、順次、戦略策定・実行に着手

品目	エリア	2017年度の起点
和牛	アジア	台湾
水産物 (ハマチ等)	アジア	香港
緑茶	米国・欧州・中東	米国
米粉	米国・欧州	米国・仏国
日本酒	欧州・米国・アジア	英国
日本ワイン	米国・欧州・香港・ シンガポール	米国・英国・香港
クラフトビール	米国	米国



## これまでの活動 -検討手順

JFOODO設立の趣旨を踏まえ、輸出額や伸び率等を念頭に有望な品目候補を選定後、プロモーションでブレークスルーできそうなボトルネックを発見して戦略仮説を策定

### 1. 有望候補品目を選定

- 輸出額と伸び率で抽出
  - 供給不安のある品目、原料用途品目、日本を語りにくい品目を除外

### 2. 戦略仮説の策定

- 輸出増が期待できる国・地域を確認
- プロモーションで解決できそうなボトルネックとブレークスルーアイデアの発見
  - ボトルネックがレギュレーションやインフラにあるものは除外

### 3. 戦略仮説の検証

- 川上・川中・川下でのヒアリング
- 現地消費者を対象としたマーケティング・リサーチで検証

### 4. 戦略の実行準備

- 参加する事業者の編成
- 事業者による生産・物流等の準備
- プロモーションの企画・制作

### 5. 戦略の実行

- 戦略の遂行（プロモーション実施）
- PDCA

## プロジェクトの実施概要

# 日本酒

## - 着眼点

日本酒は、ネガティブな誤解を持たれ、かつ特定の料理から連想されにくいため、飲食シーンで選ばれにくくなっている。また、味の尺度が複雑なために、消費者は好みの味を選べない

### 日本酒に対する誤解

「アルコールが40%？」

「蒸留酒でしょ？」

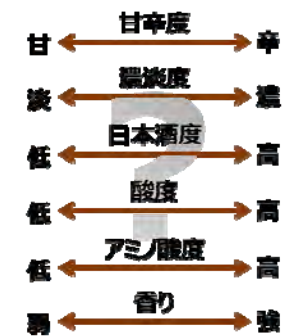
「HOTでしか飲めない？」

### 日本酒

### 合う料理・シーン



### 味の尺度

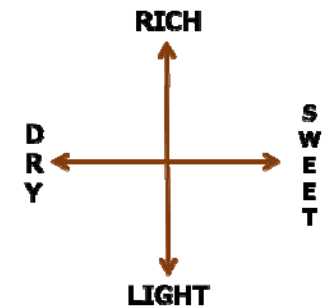


### ワイン

### 合う料理・シーン



### 味の尺度



## 日本酒

### - 目的と戦略

英国で喫食率が高く、日本酒の入り口となるキーディッシュを設定し、日本酒の世界に消費者を引き込む。  
また、消費者が好みの日本酒を選べるような情報を整備する

#### 「選ばれやすく」するために



- 特定の料理 (キーディッシュ) との連想関係をつくって、日本酒を飲む入り口とする
- アルコール度数が高い、HOTでしか飲めない、といったネガティブな誤解を払拭する
- うま味の豊富さなどの物質面と、日本の伝統文化などの精神面と、物心両面から日本酒本来の価値を伝える

#### 「選びやすく」するために

- 各キーディッシュと相性の良い日本酒のタイプ・銘柄を紹介して、消費者が好みの日本酒を選びやすくする
- ラベルなどで、消費者が日本酒を選ぶときに必要な情報を、わかりやすく整理する (次年度の想定施策)



**「和食店での注文率」と、「和食以外の飲食店での日本酒の取扱い店舗数」を増加**

## 日本酒

### - 戦略の検証と準備

#### 1) マーケティングリサーチ（英国でのデプスインタビュー）

英国にて、酒類専門家・飲食事業者・消費者を対象としたデプスインタビューを実施し、戦略の仮説検証を行い、コンセプトを確定した

- 調査対象：マスターオブワイン、WSET講師、ソムリエ、レストランバイヤー、酒類インポーター、日本酒が好きな消費者、日本酒を飲まない消費者、等
- 結論：
  - 全体戦略：「キーディッシュ×日本酒」を軸として、日本酒の料理との相性の良さを訴求することの有効性を確認。
    - 同時に、消費者の誤解を払拭しながら、日本酒の本来の価値を伝えていく。
  - キーディッシュ：消費者向けのキーディッシュは、カジュアルで、うま味を多く含み、塩気があるような料理が適切。
  - タイプ別分類：味・香味の特徴を短的に表現した、シンプルな分類が有効。
    - 但し、アドバンスレベルの消費者には理解されている製法による分類（吟醸、純米など）も活用していく。
  - 裏ラベル：味・香味をわかりやすく伝える表現を記載することが有効。

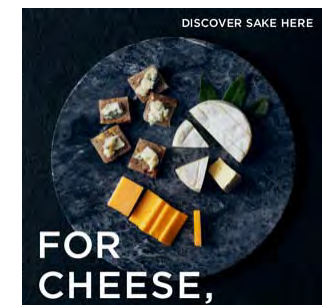
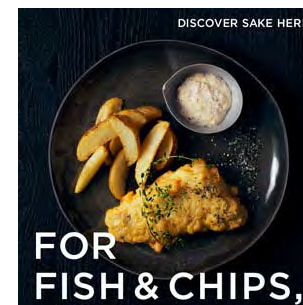
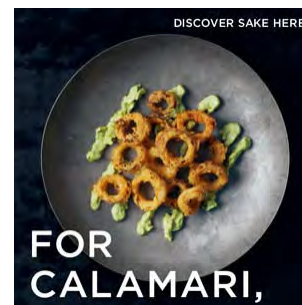
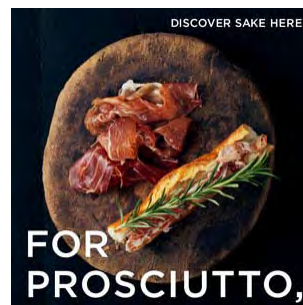
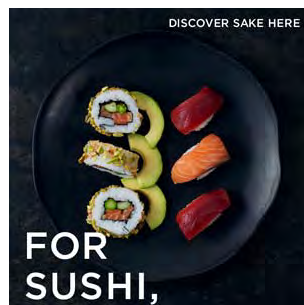
## 日本酒

### - 戦略の検証と準備

#### 2) キーディッシュの選定（英国の業界有識者によるテイasting）

日本酒とワインとを比較するテイasting実査、およびヒアリングを実施し、  
6種のキーディッシュとそれに合う日本酒のタイプを設定した

- ・マスターオブワイン、マスターソムリエ、WSET講師、レストランバイヤー、酒類インポーター、食関連雑誌編集長などからなる有識者委員会を編成。
- ・有識者委員会が、キーディッシュ候補の各料理に対して、ワインと日本酒の組み合わせをテイastingし、料理毎の相性に点数をつけて評価、分析。
- ・上記テイasting実査、前述のデプスインタビュー、および追加ヒアリングをもとに、キーディッシュ6種（oyster, sushi, prosciutto, calamari, fish&chips, cheese）を設定。

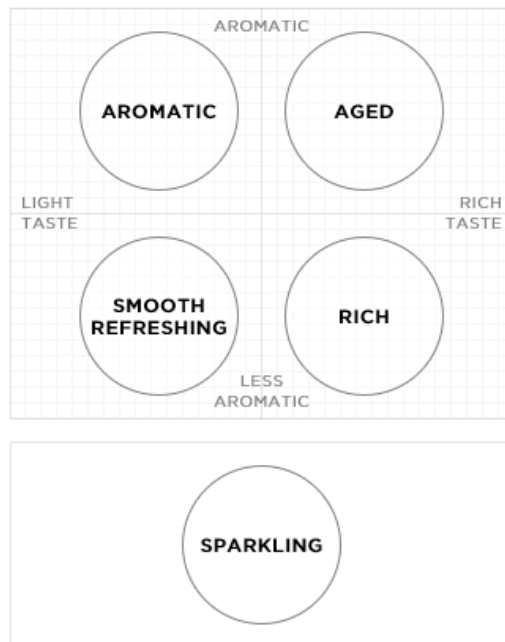


## 日本酒

### - 戦略の検証と準備

### 3) 日本酒のタイプ別分類

WEBプラットフォーム上で記載した日本酒のタイプ別分類は、デプスインタビューの結果および有識者へのヒアリングを参考とし、香味・味（濃淡）を2軸とした、英国消費者にわかりやすいシンプルな表現を採用した



### The complex flavours of Sake can be classified into four basic types, +1

Sake basically comes in four types - one a deeply fragrant and slightly citrus-tasting 'aromatic', another being 'smooth and refreshing' with a clean aroma, then there's a 'rich' type with a strong, full *umami*, and lastly an 'aged' type characterised by its dry, grassy, nutty fragrance and lingering *umami*. But the 'sparkling', a dazzlingly refreshing carbonated addition to the above types shouldn't be overlooked either. In more recent years a naturally sparkling type has also been developed and which is growing in popularity. Utilising secondary fermentation that takes place within the bottle itself, the Sake's *umami* can be more directly savoured. Selecting the Sake that best suits your meal will further heighten the delicious synergy between food and drink.



## 日本酒

### - 施策全体像：消費者に日本酒を購入してもらうための仕掛け

雑誌・屋外・デジタルの広告、インフルエンサーを活用したPR、日本酒の魅力を体験できるイベントを実施し、日本酒に興味を持った消費者を店舗へ誘うWEBプラットフォームを構築した





## 日本酒

### - 施策①：WEBプラットフォームの構築（3月1日よりオープン）

キーディッシュと日本酒の価値を伝えることによって、消費者の関心を喚起し、「キーディッシュ×日本酒」を味わえるレストランガイドと、英国で飲める日本酒リストを設けて、購買につなげた

#### TOPページ

- ・日本酒本来の価値を伝えるビジュアルとメッセージ
- ・キーディッシュのバリエーションの紹介
- ・日本酒の基本情報をまとめたコラム



<https://foodandsake.com/>  
月に3万～5万人の訪問を想定

#### キーディッシュ紹介・レストランガイド・銘柄リスト

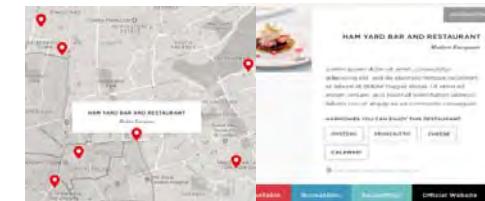
##### ディッシュ 1：OYSTER×SAKE



- ・日本酒と各キーディッシュがどのような相性の良さをみせるのかを解説
- ・各キーディッシュと特に相性が良い日本酒のタイプを表示

ディッシュ・・・：●●×SAKE

##### ディッシュ1が味わえるレストランガイド



- ・予約サイトと各店舗のwebサイトを掲載して消費者を購買へ誘導

##### ディッシュ1と相性の良い日本酒リスト (英国で飲める銘柄)



# 日本酒

## - 施策① : WEBプラットフォームの中身構造

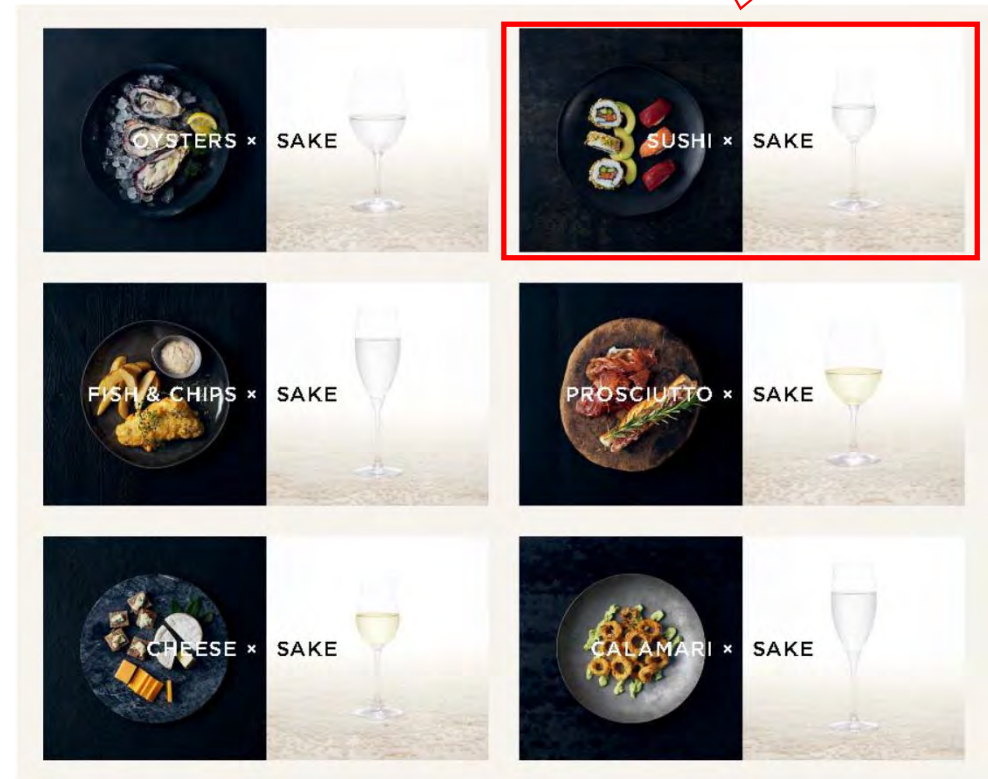
### 〈TOPページ〉



キーディッシュ→SAKEという順番で読ませ、  
キーディッシュを入りに日本酒をリコメンド

FOR  
OYSTERS, SAKE

### 〈HARMONIES〉



6種のキーディッシュの紹介  
各ディッシュをクリックすると、  
各ディッシュのページに遷移

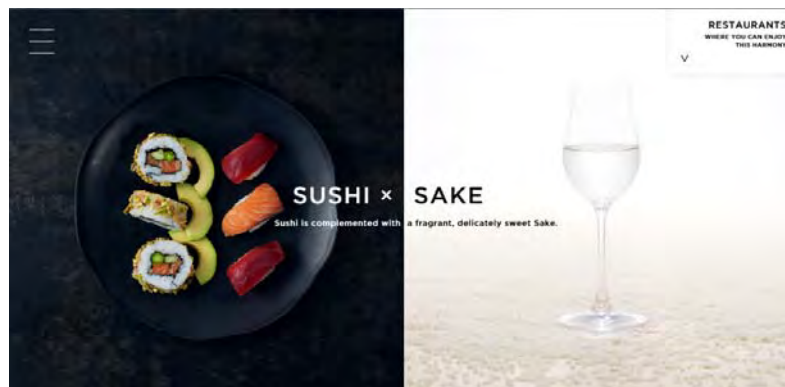
日本酒全般  
に関して、  
料理との相性  
の良さを訴求

Discover Sake.  
Sake's diverse flavours, textures and temperatures work perfectly with any dish.  
Its rich *umami* notes, complements and enhances the flavour of food thanks to a superior concentration of amino acids.  
Simply put, food tastes better with Sake.

# 日本酒

## - 施策① : WEBプラットフォームの中身構造

〈SUHI×SAKEページ〉



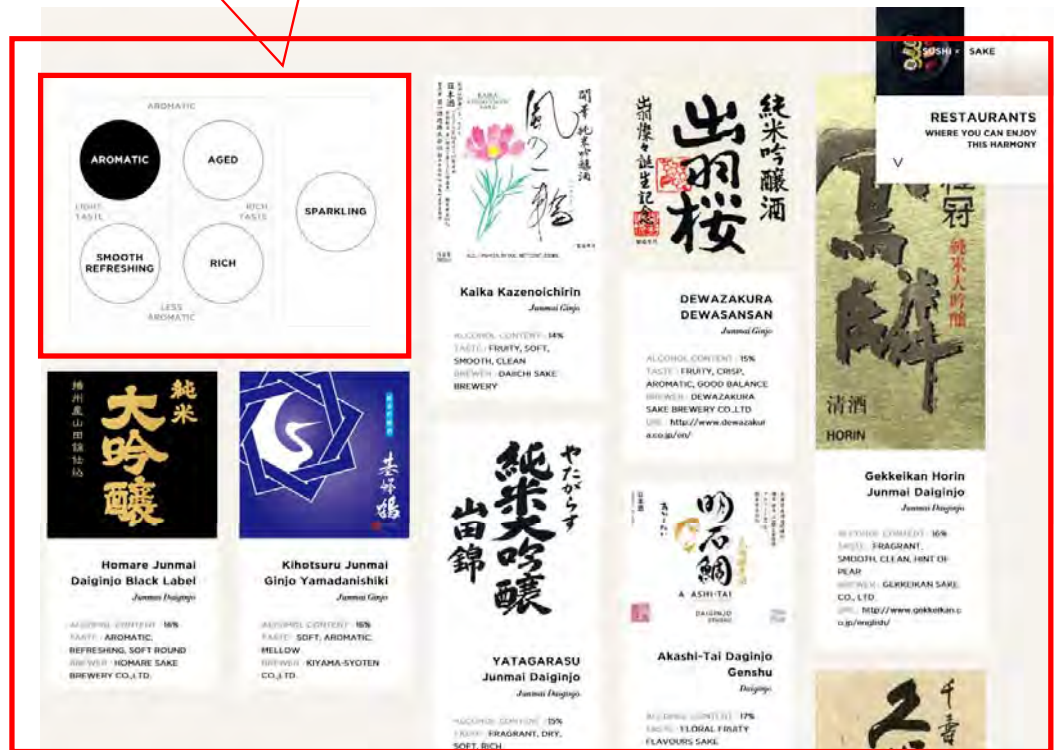
Sushi employs a variety of fish, covering everything from the light to the richly flavoured, so suits pairing with a richly fragrant Sake of just the right level of sweetness. It also harmonises with the vinegar-flavoured *umami* of the sushi rice to create flavours that complement and overlap in a deeply satisfying way.

各キーディッシュと日本酒の相性、および合う理由を表現



各キーディッシュと相性が良い日本酒のタイプを表示

〈BRANDS〉



当該タイプに当てはまり、英国で実際に飲むことのできる日本酒の銘柄を掲載

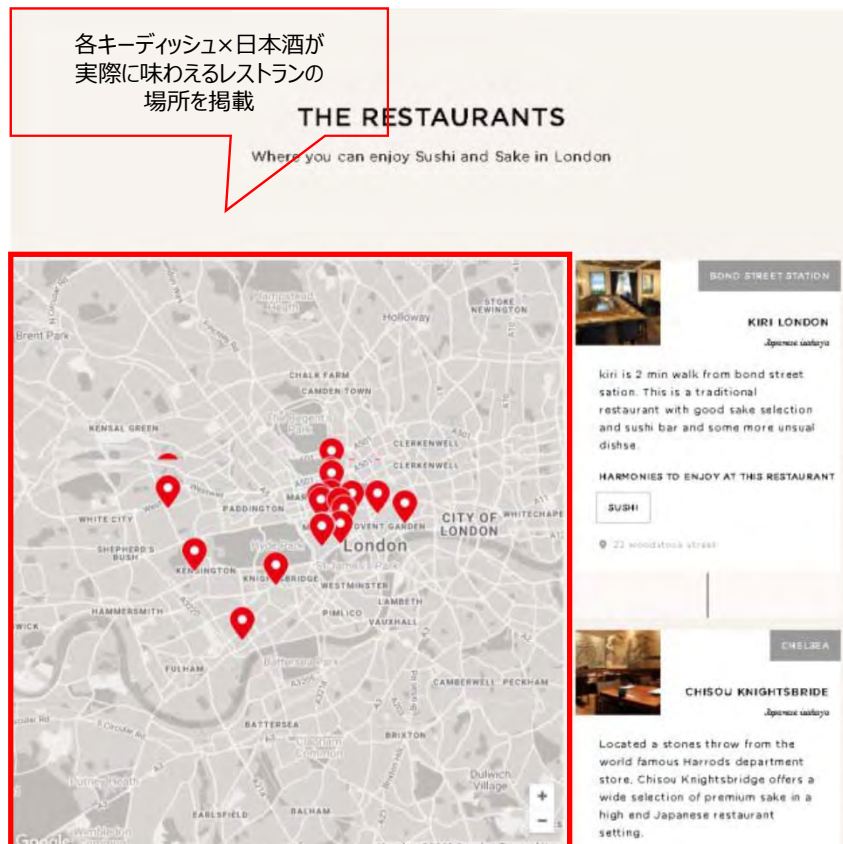


# 日本酒

## - 施策① : WEBプラットフォームの中身構造

### 〈レストランページ〉

各キーディッシュ×日本酒が  
実際に味わえるレストランの  
場所を掲載



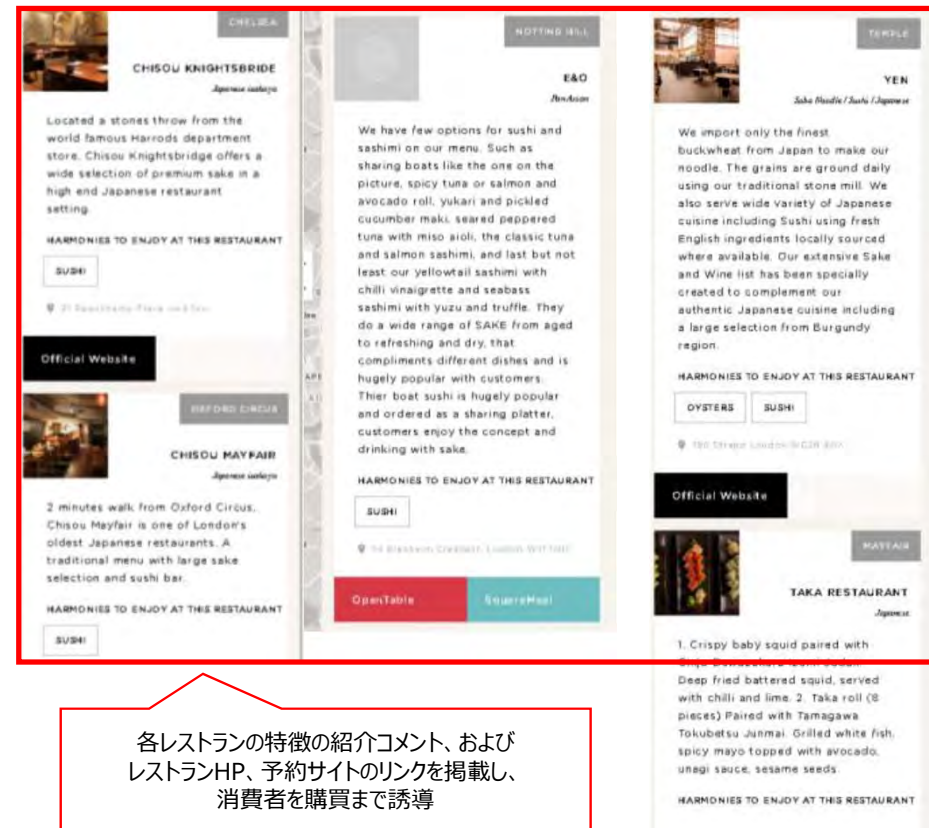
**THE RESTAURANTS**  
Where you can enjoy Sushi and Sake in London

**KIRI LONDON**  
Japanese izakaya

kiri is 2 min walk from bond street station. This is a traditional restaurant with good sake selection and sushi bar and some more unusual dishes

**CHISOU KNIGHTSBRIDGE**  
Japanese izakaya

Located a stones throw from the world famous Harrods department store. Chisou Knightsbridge offers a wide selection of premium sake in a high end Japanese restaurant setting.



**CHISOU KNIGHTSBRIDGE**  
Japanese izakaya

Located a stones throw from the world famous Harrods department store. Chisou Knightsbridge offers a wide selection of premium sake in a high end Japanese restaurant setting.

**HARMONIES TO ENJOY AT THIS RESTAURANT**

**SUSHI**

**Official Website**

**EAO**  
Izakaya

We have few options for sushi and sashimi on our menu. Such as sharing boats like the one on the picture, spicy tuna or salmon and avocado roll, yukari and pickled cucumber maki, seared peppered tuna with miso aioli, the classic tuna and salmon sashimi, and last but not least our yellowtail sashimi with chilli vinaigrette and seabass sashimi with yuzu and truffle. They do a wide range of SAKE from aged to refreshing and dry, that compliments different dishes and is hugely popular with customers. Their boat sushi is hugely popular and ordered as a sharing platter, customers enjoy the concept and drinking with sake.

**HARMONIES TO ENJOY AT THIS RESTAURANT**

**SUSHI**

**Official Website**

**YEN**  
Sake House / Sashimi / Japanese

We import only the finest buckwheat from Japan to make our noodle. The grains are ground daily using our traditional stone mill. We also serve wide variety of Japanese cuisine including Sushi using fresh English ingredients locally sourced where available. Our extensive Sake and Wine list has been specially created to complement our authentic Japanese cuisine including a large selection from Burgundy region.

**HARMONIES TO ENJOY AT THIS RESTAURANT**

**OYSTERS** **SUSHI**

**Official Website**

**TAKA RESTAURANT**  
Japanese

1. Crispy baby squid paired with Sake. 2. Deep fried battered squid, served with chilli and lime. 3. Taka roll (8 pieces) Paired with Tamagawa Tokubetsu Junmai. Grilled white fish, spicy mayo topped with avocado, unagi sauce, sesame seeds.

**HARMONIES TO ENJOY AT THIS RESTAURANT**

**Open Table** **Square Meal**

各レストランの特徴の紹介コメント、および  
レストランHP、予約サイトのリンクを掲載し、  
消費者を購買まで誘導


# 日本酒

## - 施策① : WEBプラットフォームの中身構造

### 〈日本酒コラム〉


#### ABOUT SAKE

10 things you need to know about Sake



**Special rice dedicated to Sake**

Sake is not made from the same kind of rice as used in Japan's staple diet. Instead, special *sakamai* (brewer's rice) is used, and this is what forms the basis of the *umami* (taste) of the Sake. With larger grains than those served at the dinner table, this rice is characterised by having low levels of protein and fats, which can ruin the flavour or aroma of Sake. There are over a hundred varieties of *sakamai*, a few notable ones of which are Yamada Nishiki and Gohyaku Mangoku.



**UMAMI**

**SAKE**



**The secret to *umami* is fermentation**

*Umami* is the most important element of Sake flavour. Amino acids are the basis of this *umami*, and Sake contains many times more amino acids than beer or wine. The *sakamai* does not originally contain these acids, but rather produces them in great quantities in the complex and unique fermentation process used to brew Sake. The volume of amino acids influences the strength of the Sake's flavour. This in turn enhances the *umami* and influences the strength of the Sake's flavour. This in turn enhances the flavours of food with which it is shared, helping to make meals even more delicious.

100%

60%


30%

WINE : 12-14%    SAKE : 15-16%

**Sake is not as strong as you think!**

When the Sake is complete it has an alcohol content of approximately 20%, and at this point water is added to adjust this figure. This is a vital step in ensuring the ultimate flavour, and the final percentage is decided by the brewer according to purpose. Generally, Sake has an alcohol content of around 15 to 16%, only a few percent higher than the 12 to 14% of wine, making it good for partnering up with a wide range of flavourful dishes, such as seafood, meats and cheeses.



**Sake is created through a unique form of fermentation**


**fermentation**


Sugar is needed to create alcohol. Grapes, for example, the raw ingredient of wine, contain natural sugars and so can be fermented into alcohol using a single fermentation process involving adding yeast. However, rice contains no sugar so cannot be fermented on its own. To make Sake, a process called 'multiple parallel fermentation' is used, which is unique to the world. At first, yeast is added to convert the starch in the rice into sugar in a 'sugarizing' process. This results in a *koji* (malt). In parallel to this, yeast is added to the sugar to turn it into alcohol by process. This results in a *koji* (malt). In parallel to this, yeast is added to the sugar to turn it into alcohol by fermentation. This is what creates the rich *umami*.

15°C

SUZUHE

10°C





日本酒の基礎知識、日本酒本来の価値を伝えるためのコラムを用意

## 日本酒

### - 施策②：広告（3月より順次実施）

ロンドンを中心とする英国の富裕層男女で、外食頻度が高くグルメに興味がある層に効率的にリーチできる、雑誌、屋外、デジタルでの広告を活用した

#### 雑誌広告

（総回読人数：約13百万）

- 一般紙、ライフスタイル誌および食品・酒類の専門誌の合計12誌に広告を掲載。



#### 屋外広告

（総接触回数：約7百万）

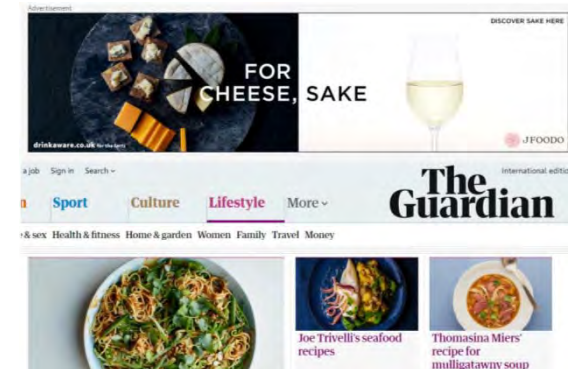
- 日本食レストランが多いエリアと、富裕層の多いエリアのバスシェルターに広告を掲載。合計175面のサインージに表示。



#### デジタル広告

（総インプレッション数：約21百万）

- Time outなどのデジタル版などに広告を掲載。
- GPSの情報をもとに、レストラン付近の消費者のモバイル端末に広告を配信。



## 日本酒

### - 施策②：雑誌広告 出稿メディア

#### □Evening Standard



■ 発行日：3/8

#### □Guardian Weekend



■ 発行日：3/18

#### □TimeOut London



■ 発行日：3/6 & 13

#### □the Guardian



■ 発行日：3/18

#### □Observer Food Monthly



■ 発行日：3/18

#### □ShortList



■ 発行日：3/14

#### □ES Magazine



■ 発行日：3/9

#### □Stella Magazine



■ 発行日：3/11

#### □Stylist



■ 発行日：3/7

#### □FT Weekend



■ 発行日：3/24

#### □Foodism



■ 発行日：3/20

#### □the Grocer

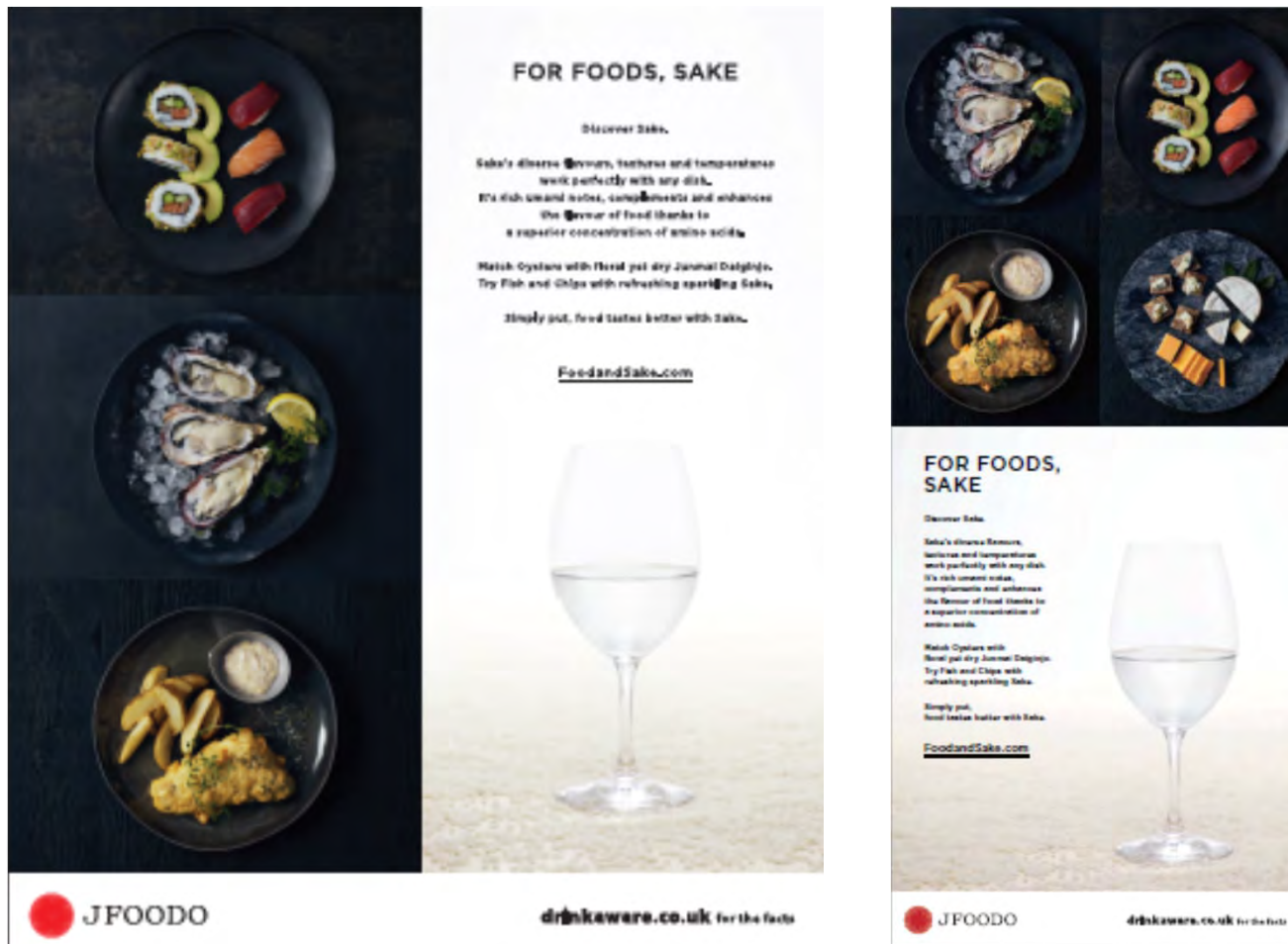


■ 発行日：3/18



# 日本酒

## - 施策②：雑誌広告 例



**FOR FOODS, SAKE**

Discover Sake.

Sake's diverse flavors, textures and temperatures work perfectly with any dish. Its rich umami notes, complexity and enhances the flavor of food thanks to a superior concentration of amino acids.

Match Oysters with fresh yet dry Junmai Daiginjo. Try Fish and Chips with refreshing sparkling Sake.

Simply put, food tastes better with sake.

[FoodandSake.com](http://FoodandSake.com)

**FOR FOODS, SAKE**



Discover Sake.


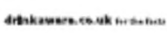
Sake's diverse flavors, textures and temperatures work perfectly with any dish. Its rich umami notes, complexity and enhances the flavor of food thanks to a superior concentration of amino acids.

Match Oysters with fresh yet dry Junmai Daiginjo. Try Fish and Chips with refreshing sparkling Sake.

Simply put, food tastes better with sake.

[FoodandSake.com](http://FoodandSake.com)

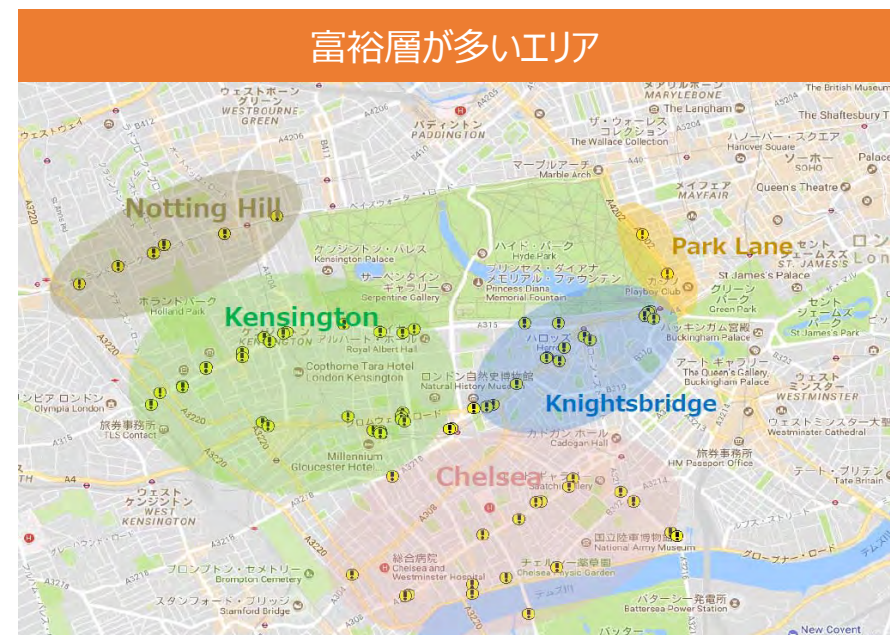
 



## 日本酒

### - 施策②：屋外広告 出稿エリア（バスシェルター）



・色付け部分のエリアのバスシェルター175面（＝箇所）のデジタルサイネージに、広告掲載

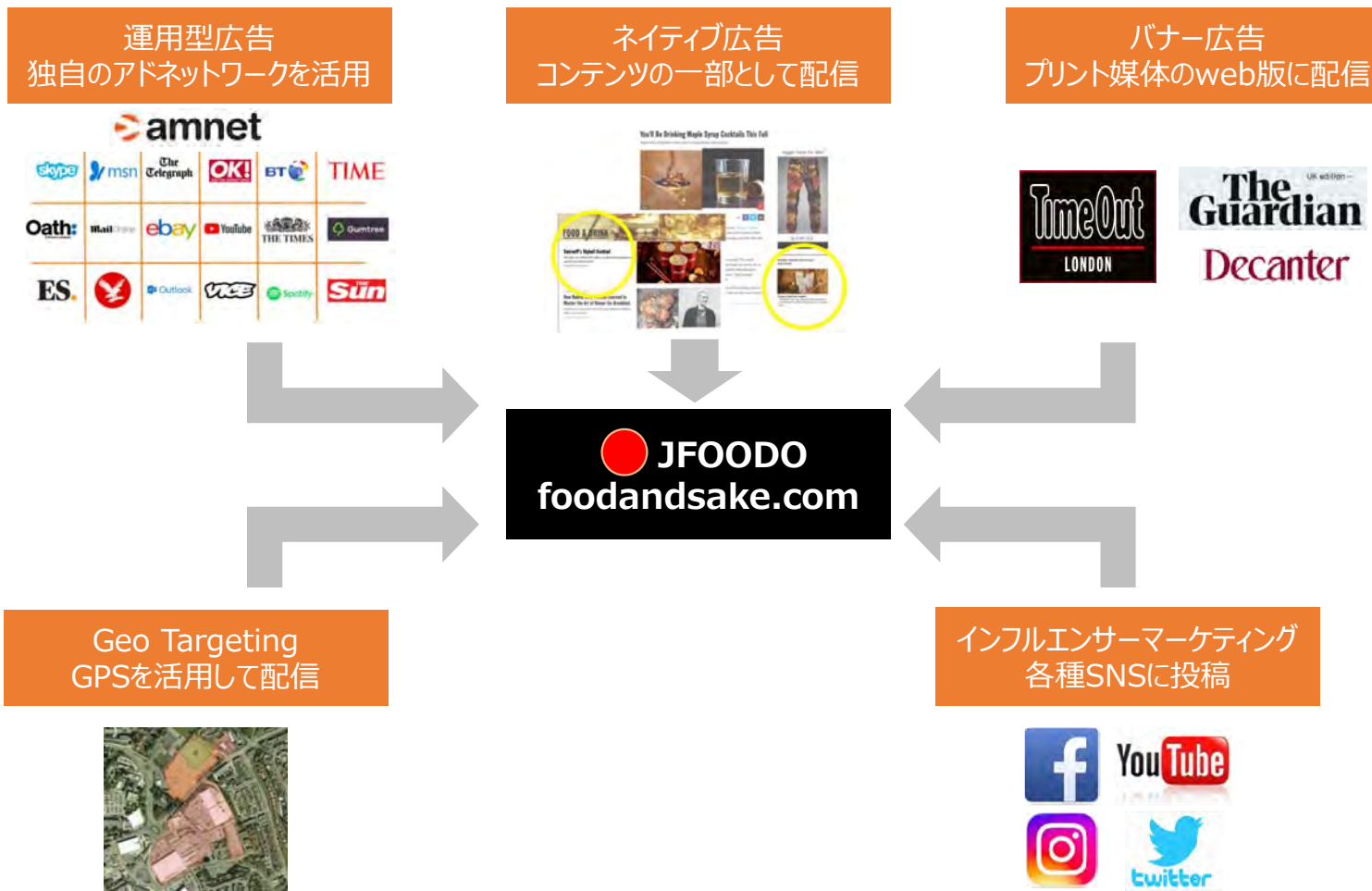
# 日本酒

## - 施策②：屋外広告 例



# 日本酒

## - 施策② : デジタル広告 出稿メディア



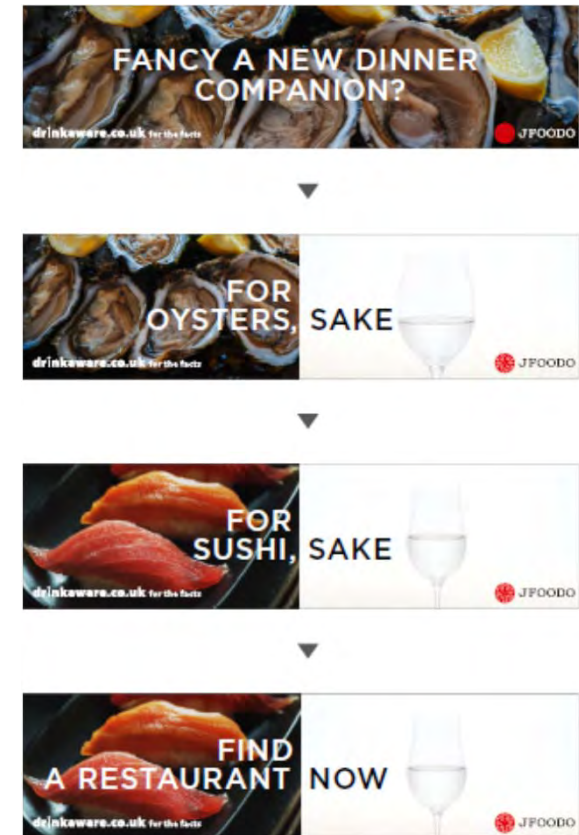
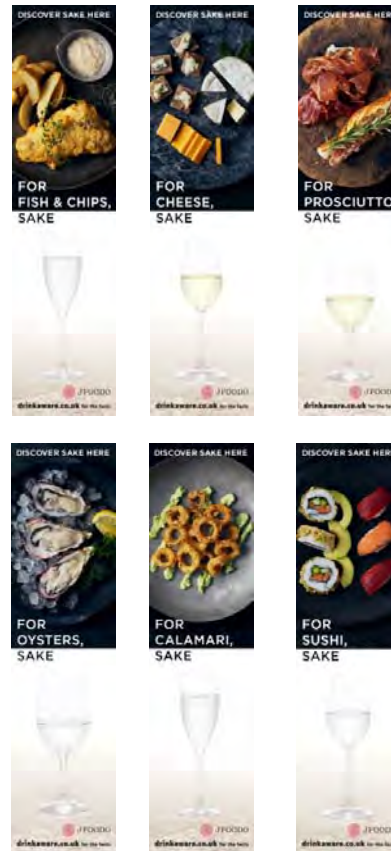
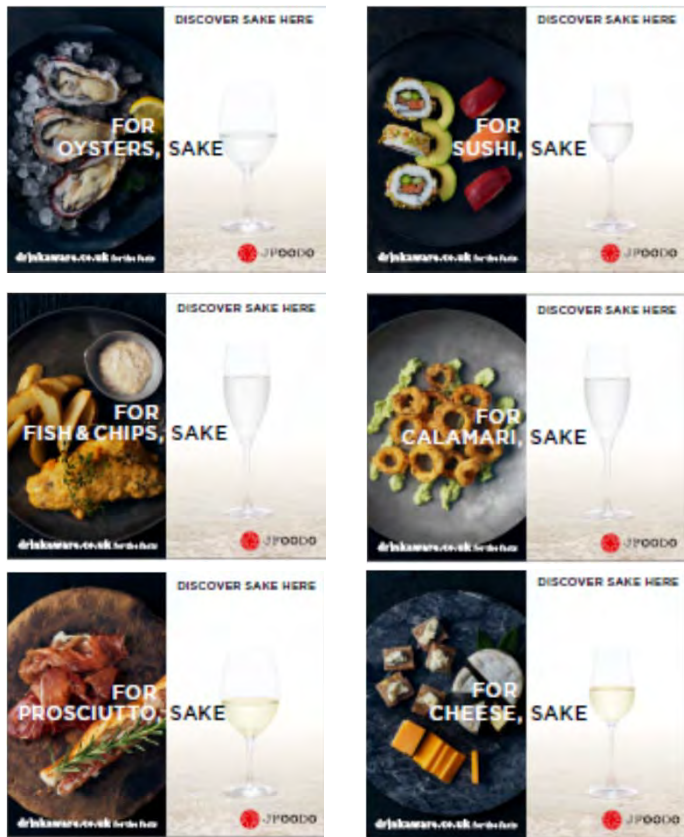


# 日本酒

## - 施策②：デジタル広告例

静止画パターン

動画パターン





## 日本酒

### - 施策③：戦略PR（3月より順次実施）

日本酒に精通するインフルエンサーを活用し、外国人視点で日本酒について語った情報を、メディアに働きかけて発信させ、連鎖的な情報拡散を行った


#### 寄稿記事


・Huffington Post   
幅広い読者層を持ち、健康関連の記事を取り上げることが多い。

・The Telegraph   
幅広い読者層を持ち、過去にも日本酒の記事を取り上げたことがある。

・その他アプローチ候補  
- Financial Times   
- News week 等 

#### 記事広告

・METRO(メトロ紙)   
幅広い読者層を持つ  
フリーペーパー & オンラインサイト。  
発行部数：約150万部  
Web閲覧数：約56百万/月

・Evening Standard   
幅広い読者層を持つ  
ロンドン近郊にて知名度の高い  
フリーのローカル紙&オンラインサイト。

- キーディッシュ×日本酒の  
魅力を語る形で記事を掲載。

#### インフルエンサーマーケティング (総インプレッション数：約6百万)

・各種ソーシャルネットワーク  
現地で認知度の高いグルメ関連、ライフスタイル関連のトレンドを  
発信するインフルエンサーを起用。

- 彼らが実際に日本酒を  
飲んでいる様子や動画を投稿して、  
一般消費者に  
日本酒を身近に感じてもらった。



## 日本酒

### - 施策④：飲食事業者向けPRイベント（3月12日実施）

ロンドン中心地にある5つ星自ホテルSofitel Hotel St Jamesにて、飲食業界関係者・インフルエンサーを招き、大橋MWによるセミナー・「日本酒xキーディッシュ」体験会を開催した

- 内容：登壇者によるセミナー & 質疑応答、参加者全員でのディスカッション、試飲試食
- 登壇者：大橋健一MW
- 招待客：ソムリエ、バイヤー、インポーター及び飲食関係のライター、インフルエンサーなど
- 配布物：プレスキットや日本酒ミニボトルなどのお土産等を準備
- 規模：約15名の招待客
- 会場：Sofitel Hotel St James
- 開催日：3月12日（月）
- 開催時間候補：12:00-15:00



会場：Sofitel Hotel St James(ロンドン) 画像出典：山仁 ウェブサイト

## 日本酒

### - 施策⑤：メディア向けPRイベント（3月27日実施）

ロンドンの人気レストランのスシサンバにて、メディア/インフルエンサー、飲食業界関係者を招き、Three Wine Menによるセミナー・「日本酒xキーディッシュ」体験会イベントを開催した

- 内容 : 登壇者によるプレゼンテーション&質疑応答、試飲試食
- 登壇者 : Three Wine Men (オリ・スミス、オズ・クラーク、スージー・アトキン) × 吉武理恵氏
- 招待客 : 食/ライフスタイルのトレンド発信に携わる英国メジャーメディアおよび専門メディア、飲食関係のライター、インフルエンサー、飲食業界関係者など
- 配布物 : プレスキットや日本酒ミニボトルなどのお土産等を準備
- 規模 : 約80名の招待客
- 会場 : スシ・サンバ <https://sushisamba.com/>
- 開催日 : 3月27日 (火)
- 開催時間候補 : 18:30-21:00



会場：スシ・サンバ(ロンドン)



画像出典： Three Wine Men ウェブサイト  
<https://threewinememen.co.uk/>

## 日本ワイン

### -着眼点

日本ワインは、“Gentle, Smooth & Elegant” で、“現代の料理の潮流を捉え、  
素材の旨さを引き立てて、美味しい時間と空間を演出する” ワインと位置付ける

#### 【次世代ワイン市場】



地域の特性を生かした  
ワインが今、大注目

#### 【巨大な既存の世界ワイン市場】

##### オールド・ワールドワイン

フランス産  
イタリア産  
スペイン産  
ドイツ産

伝統品種への信頼感はあるものの  
飽きもある  
“Anything but Chardonnay,  
or Cabernet Sauvignon”

##### ニュー・ワールドワイン

アメリカ産  
チリ産  
アルゼンチン産  
オーストラリア産  
ニュージーランド産

価格競争激化で  
伸び代は限定的



# 日本ワイン

## -着眼点

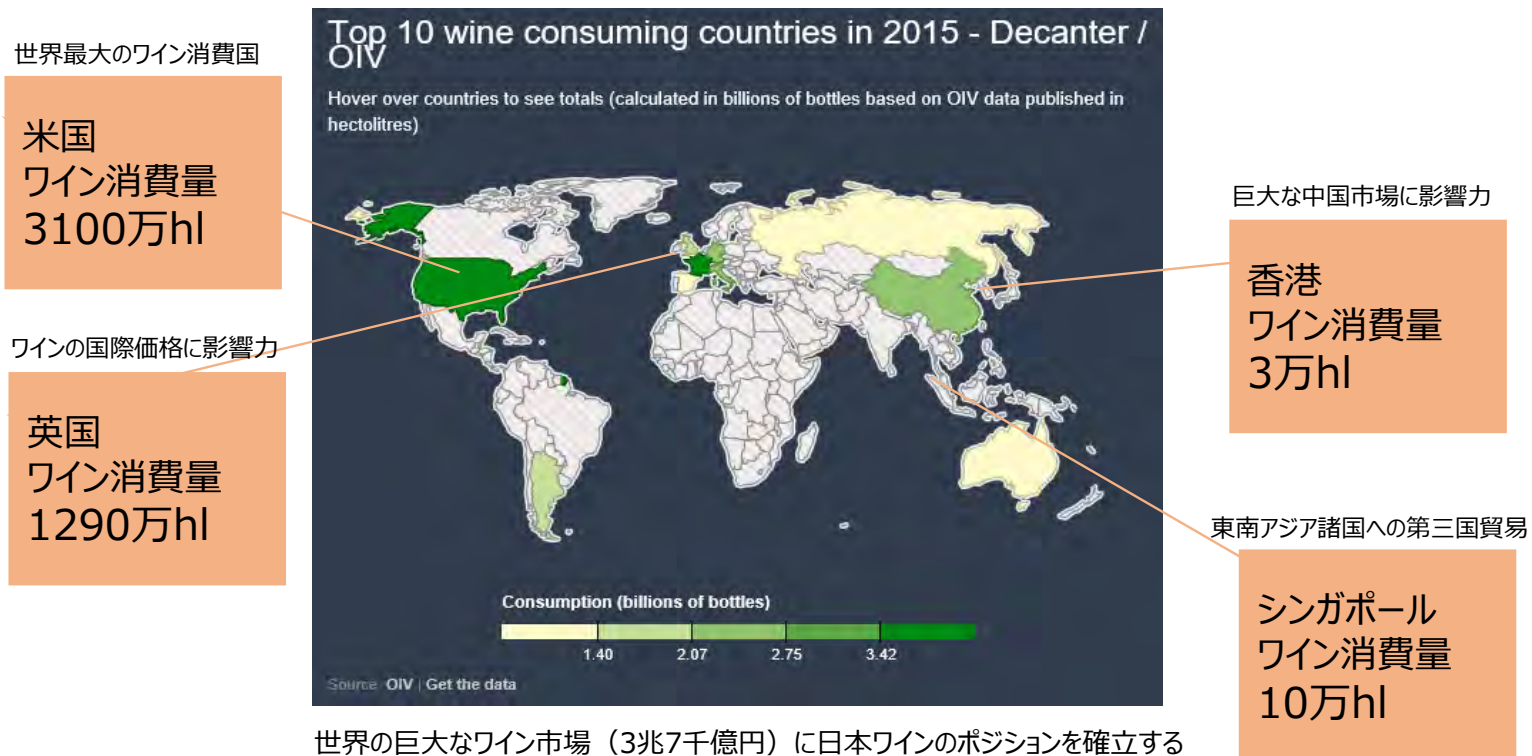
日本の食文化が育てた日本ワインは、一度の食事で皿ごとに変えることを進められるフランスワインとは違うアプローチが可能



# 日本ワイン

## -目的と戦略

欧米、アジアの中上級レストランのソムリエに対し、権威誌を通じて、  
日本ワイン独自の価値の認知度を高め、日本ワインの取扱いを拡大していく



世界の巨大なワイン市場（3兆7千億円）に日本ワインのポジションを確立する

# 日本ワイン

## - 主な施策

3月中旬ワイン専門誌への記事広告掲載や英語版Webサイトの開設、  
香港で2月27日、ロンドンで2月27日フードペアリングイベントを実施する

MW Ms. Sarah Abbott



濃いめの味付けの料理



素材の旨味を活かした料理



日本ワイン



ワインの権威ある専門誌に  
マスターオブワインが執筆した  
記事広告を掲載します



現地レストランのソムリエ・ワイン  
卸を集めたテイastingイベント  
を実施します (ロンドン・香港)

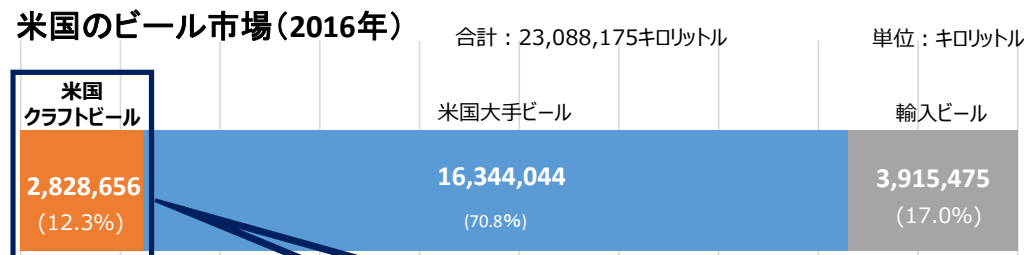


英語版SNSによる  
日本ワイン情報配信と  
リーフレットを配布します

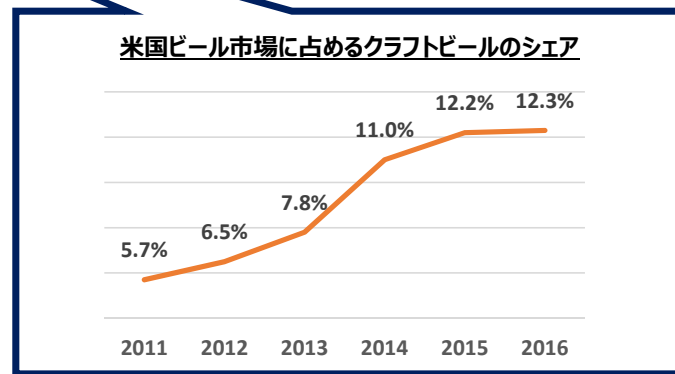
# クラフトビール

## - 着眼点

バラエティ志向に支えられて、米国のクラフトビール市場は、すでに日本のビール市場を超え、発泡酒を含めた規模に迫る勢いとなっており、いくつかの日本産クラフトビールも好評を博している



日本の総ビール市場(2016年) 合計: 3,449,55キロリットル



常陸野ネストビール (木内酒造)



Baird Beer (Baird Brewing Company)



COEDOビール(コエドブルワリー)

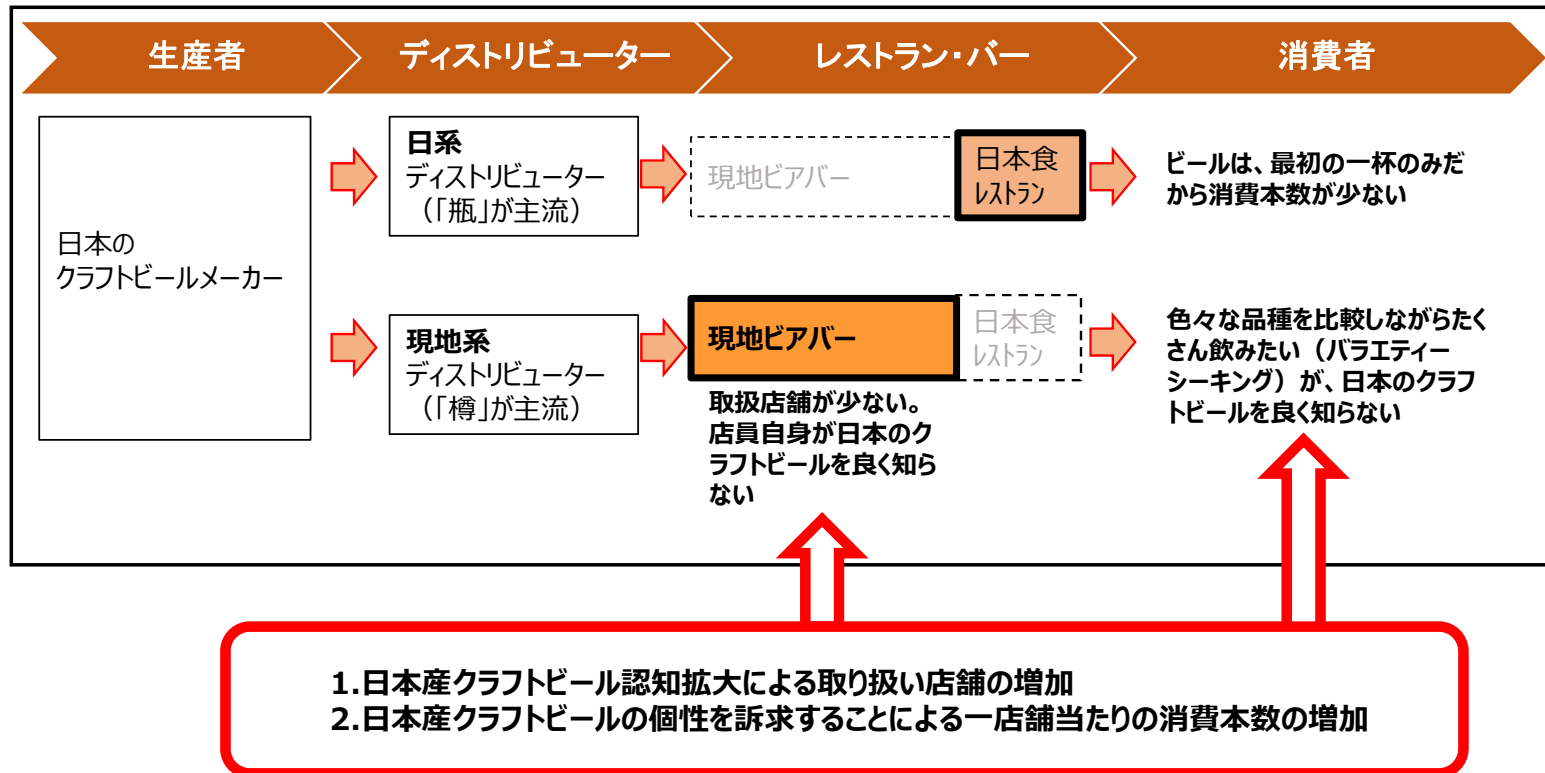
出所: 各社ウェブサイト

出所: Brewers Association HPおよび  
国税庁HPを元にJFOODO作成

# クラフトビール

## - 目的と戦略

独自のクラフトマンシップに支えられた日本産クラフトビールのバラエティ豊かな個性をメディアやイベントを通じて訴求し、取り扱いと消費本数の増加を図っていく





# クラフトビール

## -施策：テストマーケティング

日本産クラフトビールのコンセプト（日本のクラフトマンシップに支えられた丁寧なビール造りで新たなフレーバーバリエティを楽しめる）の受容性を確認した



日本産クラフトビールをオールジャパンでプロモーション



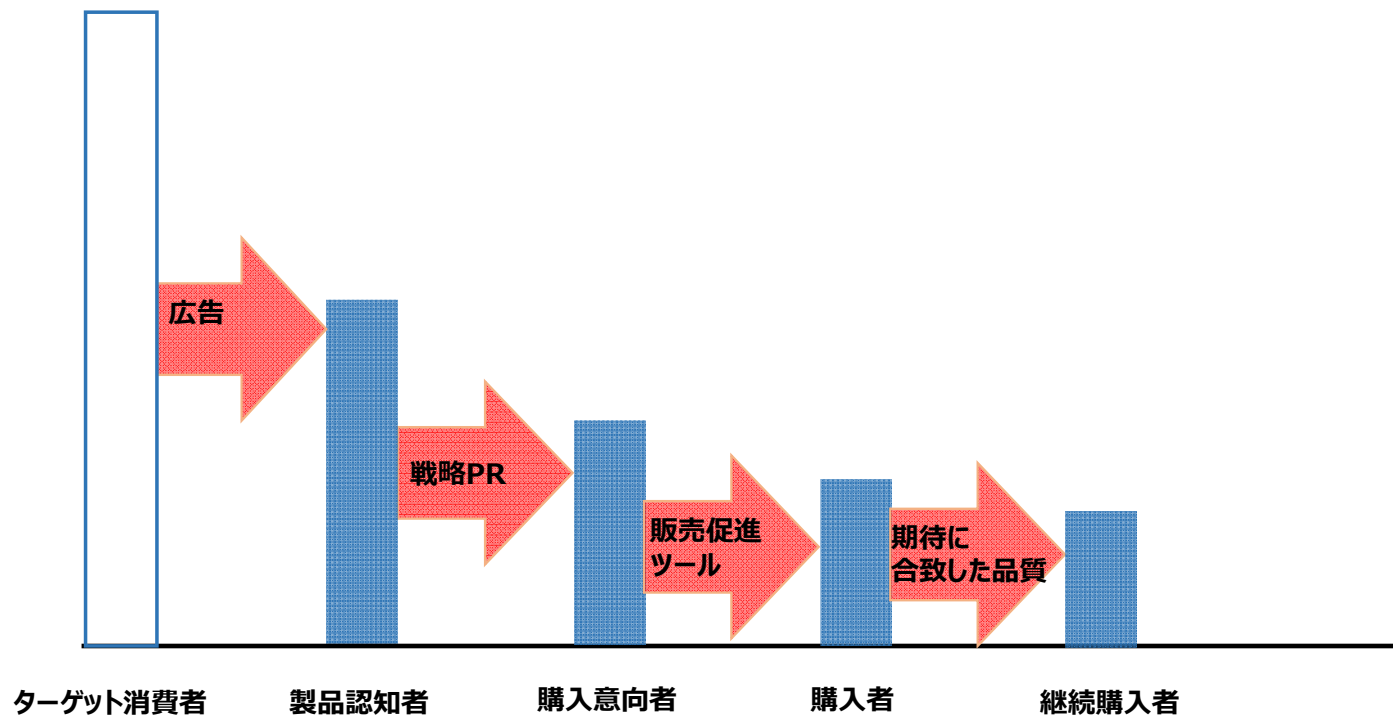
クラフトビールブースで配布したリーフレット



## プロモーションの効果・成果把握

## 目的別のプロモーション

現地の消費者が、当該産品・製品を知り、魅力に感じ、購買できて、食べて、満足してまた買うように、小目的に応じた最適な施策を組み合わせた、統合型のプロモーションをしかける

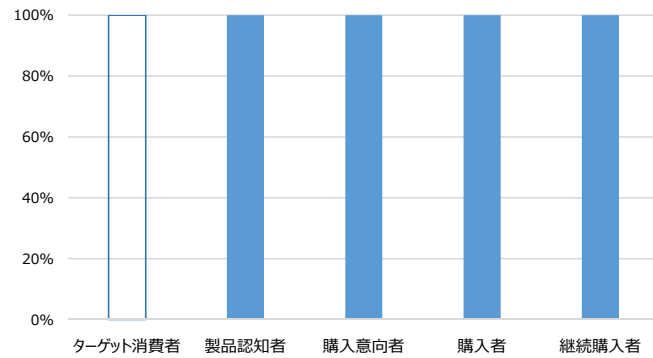




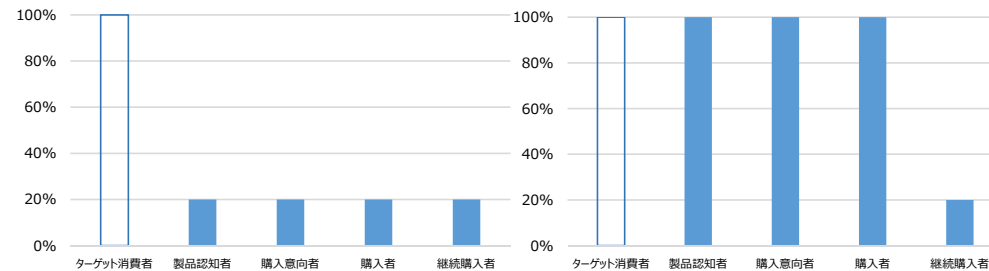
# PDCA

プロモーションの効果を消費者調査で定点観測し、活動内容や量を変更していく

理想的なビジネスの結果

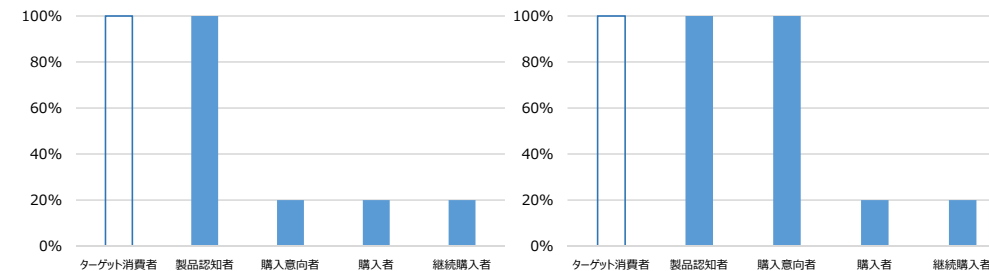


起こりうる結果



① 認知者不足→広告

④ 再購入意向者不足→製品変更



② 購入意向者不足→プロモーション変更

③ 購入者不足→店頭販促強化

