

2024年3月12日

報道関係各位

日本食品海外プロモーションセンター

日本酒と和食以外の魚介料理で新たなペアリング

— 米国3都市のハイエンド・レストランで日本酒プロモーション —

日本食品海外プロモーションセンター(以下、JFOODO)では、2025年までに日本酒輸出額180億円を達成する政府目標に向け、2023年11月から2024年2月にかけて、日本酒主要輸出先である米国での飲用シーンの拡大を目指したプロモーションを実施。米国3都市のプロモーション認知者のうち97.4%から好意的な回答が寄せられました。*1

2023年度にJFOODOが行ったプロモーションでは、日本酒と和食以外の魚介料理の相性の良さを、“Discover new harmonies – SEAFOOD meets SAKE”のメッセージでアピールしました。米国3都市(ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ)の日本酒飲用経験のある20~50代をターゲットとし、メディアやインフルエンサーによる発信、さらにプロモーション動画でその相性の良さを伝えました。コース料理におけるアルコールとのペアリングの新たな選択肢として、一般的には白ワインを合わせる事が主流の魚介料理に日本酒を合わせ、飲用機会の拡大を図り、プロモーション認知者のうち97.4%の飲用意向を確認しました。

米国3都市の、ミシュランの星付きフレンチレストランからメディアの注目度の高いフュージョン料理店まで、レストラン業界のトレンドをリードする7店のレストランが日本酒と魚介料理のペアリング提供を実施。ミシュラン星付きのレストランでの勤務経験があるなど、トップクラスのレストランで活躍するシェフや、アルコール類の仕入れ責任者であるワインディレクター、ソムリエは日本酒に高い関心を持っており、今回のペアリングメニューは顧客への新たな食体験の機会提供として大変有意義だったと回答しています。

また、ペアリングを体験したメディアの記事やインフルエンサーによるSNS投稿でも、「これまで日本酒は鮭か和食としか合わせたことがなかったが、フレンチなど和食以外のシーフード料理との相性が素晴らしいことが発見できたのは、とても刺激的な経験」といった声が多くあり、ペアリングの相性の良さが日本酒の新たな魅力であることを確認しました。

プロモーション実施店以外にも日本酒の提供に興味があると明確に回答した非和食レストランだけでも14件と多数あり、またソムリエやアルコール類の仕入れ責任者であるワインディレクター、ジャーナリストの間で日本酒に対する関心が高まっていることから、今後のマーケットの拡大が期待されます。

アメリカのレストランで提供された日本酒と魚介料理のペアリング一例



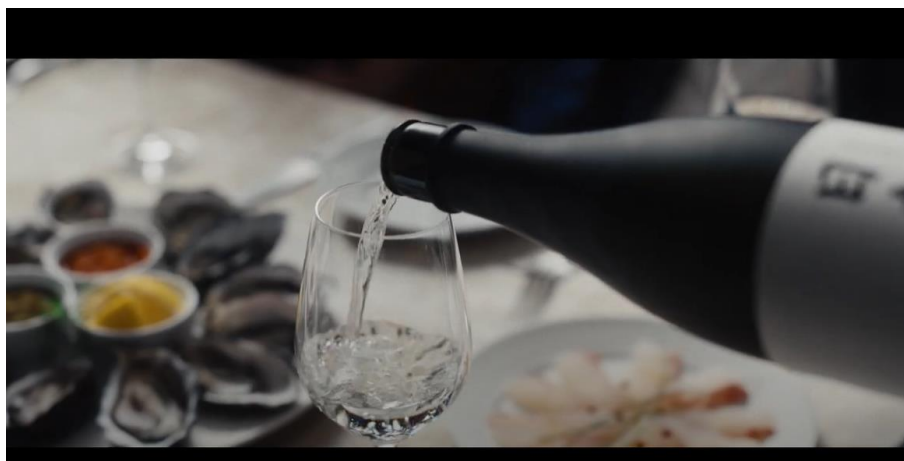
左)SAKE x ホタテのキャラメリゼ



右)SAKE x ドーバーソール(舌平目)のシェリーレモン添え

■日本酒プロモーション動画 “Seafood meets SAKE. Discover New Harmonies”

<https://youtu.be/l2Av0BukDUM?si=oxGuCvH7U8O5WmMR>



■日本酒と魚介料理のハーモニーを表現したキービジュアル 3種

魚介料理と日本酒の相性と調和の素晴らしさを音楽のハーモニーになぞらえて表現。レコードプレーヤーのターンテーブル上に置かれた皿には、アメリカの魚介を代表する、カキ、ロブスター、白身魚の3種それぞれの美味しそうな料理が盛られ、日本酒と奏でるハーモニーを楽譜の音楽記号“{ }”で括って表しています。



2023 年度 JFOODO 日本酒プロモーション協力レストラン

ニューヨーク

- Claud <https://www.claudnyc.com/>
- The Golden Swan <https://www.tgsnyc.com/>

ロサンゼルス

- Kali (ミシュラン一つ星) <https://kalirestaurant.com/>
- Redbird <https://redbird.la/>
- Son of a gun <https://www.sonofagunrestaurant.com/>

サンフランシスコ

- Angler (ミシュラン一つ星) <https://www.anglerrestaurants.com/san-francisco>
- UNGRAFTED <https://www.ungraftedsf.com/>

日本酒のアメリカ市場への輸出額は 2023 年に 90.9 億円、直近 5 年間は+14%の成長率で推移しています*2。かつて日本酒は、和食とセットでイメージされることが多かったものの、近年では和食以外の世界中のミシュラン星付きレストランでも提供されるようになりました。日本酒への関心の高まりは、世界最大かつ最も権威のあるワイン団体、ワイン&スピリッツ・エデュケーション・トラスト(WSET)による日本酒認定制度にも波及しています。

*1: JFOODO 調べ (調査期間:2023 年 12 月 27 日~2024 年 1 月 29 日、対象:695 名、施策接触者 156 名、21-59 歳男女、週 1 回以上お酒を飲む人)

*2: 2024 年 1 月 30 日 財務省貿易統計より

JFOODO 日本酒プロモーション 米国向け公式ウェブサイト

<https://japan-food.jetro.go.jp/sake/us/>

日本食海外プロモーションセンター(JFOODO)

日本産の農林水産物・食品のブランディングのためにオールジャパンでの消費者向けプロモーションを担う新たな組織として、2017 年 4 月 1 日、日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)が創設されました。

<https://www.jetro.go.jp/jfoodo/>

本件に関するメディアからのお問合せ先

日本食品海外プロモーションセンター(JFOODO)

海外プロモーション事業課 日本酒チーム

TEL:03-3582-8345 Email:JFB@jetro.go.jp