

「もう1杯」につながる提案でご繁盛をサポート！

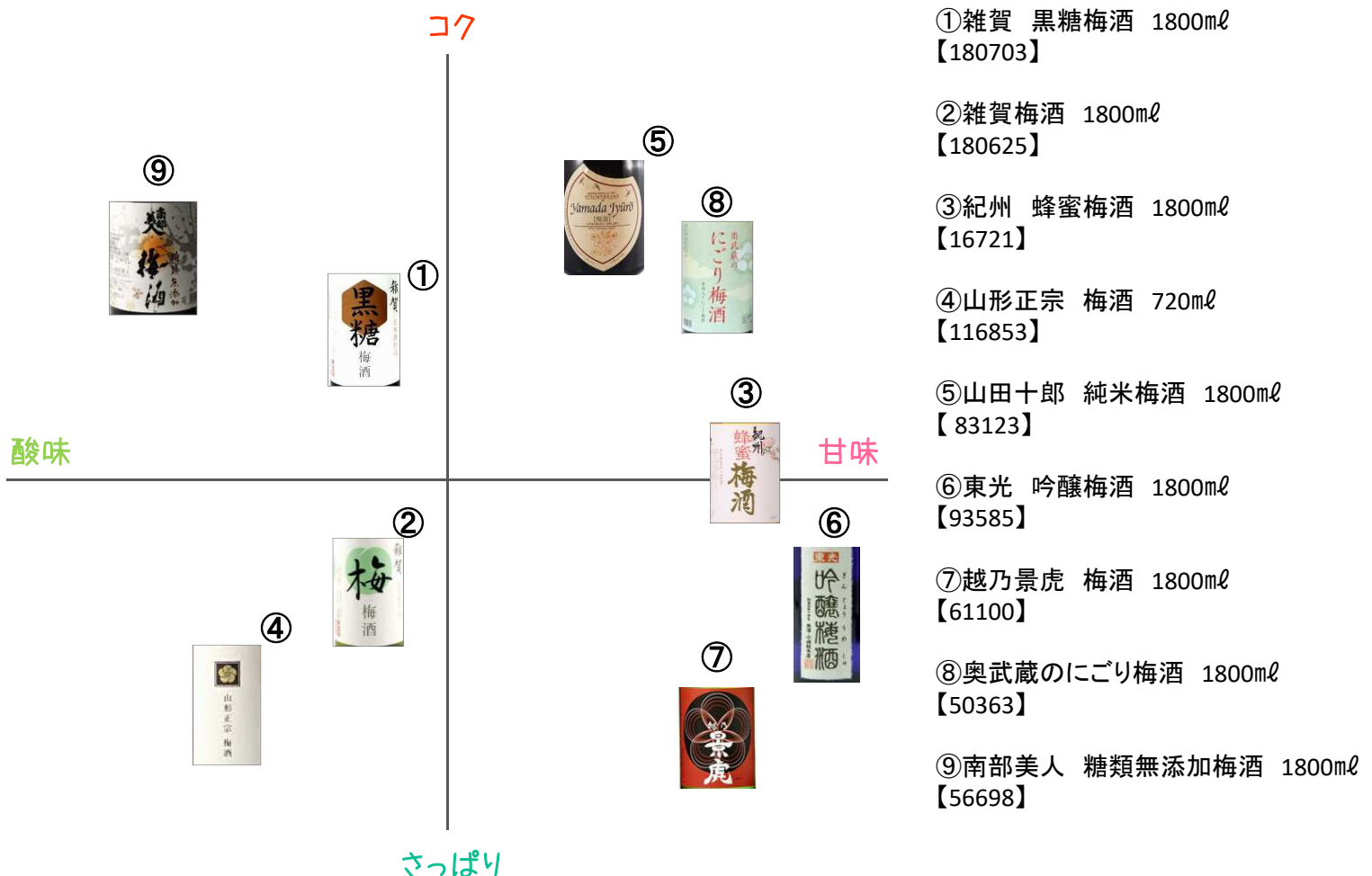
CHANGE the menu

インバウンド効果も期待できる 「梅酒」で日本をアピール！

オリンピックイヤーでもある2020年。JTBの旅行動向見通しによると、訪日外国人旅行者数は3,430万人にのぼると発表されました。このインバウンド客向けに、いま注目が集まっているのが「梅酒」です。その証拠に様々な方面で「梅酒」にまつわる動きが活発になっています。

1. 有名酒蔵から発売：世界的にも知られている日本酒「獺祭」を醸す旭酒造より梅酒が発売されました。限定800本と少量生産ですが増産も予定されています。
2. 有名お菓子とコラボ：食品飲料事業の大手ネスレ日本株式会社は、インバウンド向けに「キットカット 梅酒 鶴梅」を開発。プロデュースにはサッカー元日本代表の中田英寿氏が携わったことで話題になりました。【参考：インバウンドNOW】
3. 世界的な評価：ワインの本場であるフランスで開催される、女性の審査員によるワインコンクール「フェミニナリーズ世界ワインコンクール」のリキュール部門で梅酒5アイテムが金賞を受賞しました。【参考：AtMedia】

柴田屋特選梅酒味わいチャート



ひとくちに「梅酒」といっても甘味や酸味、テクスチャーの違いが様々あり、食中酒になる味わいのものもあります。開封後も保管をしっかり行えば長期間の熟成も可能ですので、タイプ違いでいくつか用意し、お客様の好みに合わせてご提案してみてもはいかがでしょうか。