


チヨ一ヤ梅酒株式会社 提出資料



農から始めたブランド構築

「日本産伝統農産物を世界ブランド構築する企業」

チョーヤ梅酒株式会社

チョーヤ梅酒にとってのブランドとは 「品質に裏付けされた信頼」

消費は嗜好性の高い物ほど
ブランド志向が強くなる傾向にある

●●●●●●●● 何故、海外進出を

梅酒を始めたきっかけ(国際競争力)

夢を持った事業(起業)

現実の経営を見て(国内梅酒の将来)



品質と伝統を守りつつ進化する事が生き残る術

チョーヤの起源はワイン造り

- ・1914年（大正3年） 葡萄果实栽培をはじめめる
- ・1924年（大正13年） 葡萄酒の製造販売をはじめめる

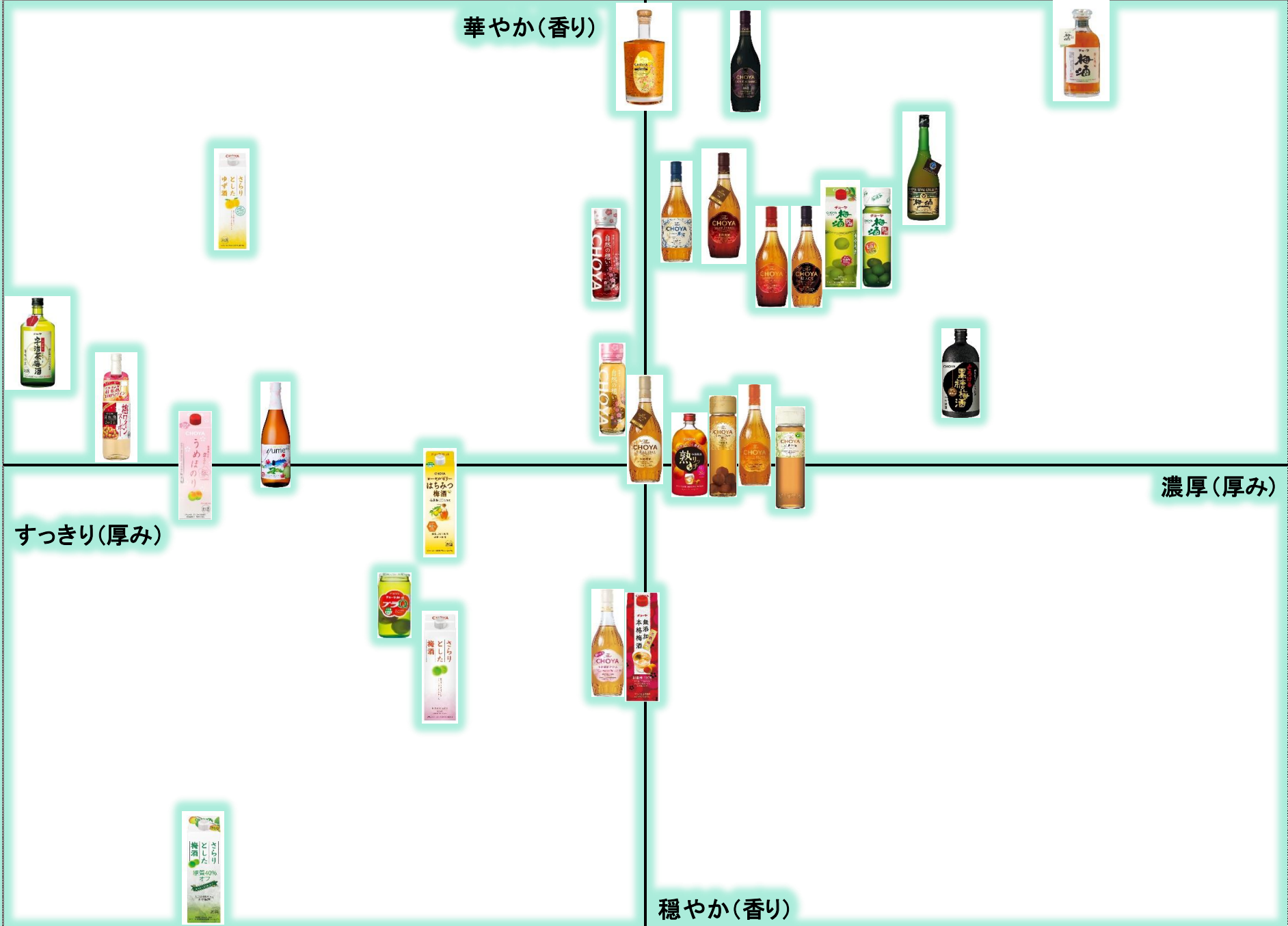


- ・1959年（昭和34年） 梅酒の製造・販売を始める

- ・1985年（昭和60年） 本格的に酒類全般の輸出入をはじめめる

CHOYA





華やか(香り)

濃厚(厚み)

すっきり(厚み)

穏やか(香り)

The CHOYA

これはもう、梅酒というより、チョーヤです。

世界初、
INTERNATIONAL SPIRITS
CHALLENGE 2016
ISC金賞受賞

AGED 3 YEARS
一押し梅酒
世界初の「本格梅酒」を
受賞したチョーヤの梅酒は、
アルコール度数が15%と低く、
飲みやすい味わい。

本格梅酒
アルコール度数15%、純正無添加
梅酒 400ml×12本
（チョーヤ、アルコール度数15%）

新発売

梅酒には「本格梅酒」があることをご存知ですか？
本格梅酒は、青梅、梅、砂糖、アルコールを一切使わず
天然の梅をじっくり蒸して
醸成するフルフルとした味わい、梅の香りが
特徴的な梅酒です。チョーヤの梅酒は、
チョーヤの梅酒製造の歴史を継承し、
「梅が主役」の梅酒として「本格梅酒」を
つくりました。このチョーヤ梅酒「The CHOYA」が
誕生しました。

販売元：チョーヤ株式会社
〒100-0001 東京都千代田区千代田1-1-1
TEL: 03-5561-1111 FAX: 03-5561-1112
www.choya.com

The CHOYA

世界一へ。

Best in Show
Best of Class Double Gold

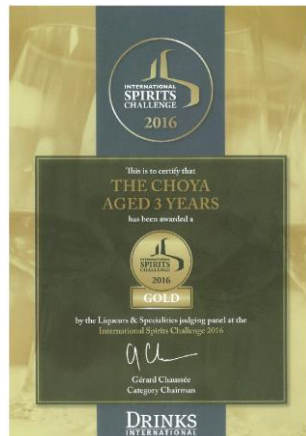
【The CHOYA CRAFT FRUIT】
単価小売価格 1,320円（税別）

日本初受賞 SFWSC 2021

The San Francisco World Spirits Competition

国際的な酒類品評会(SFWSC2021)にて本格梅酒「The CHOYA CRAFT FRUIT」がリキュール界一の称号である最高栄誉賞「ベスト
イン ショウ リキュール」をアジア初受賞。85に「ダブルゴールド(Double Gold/最高金賞)」と各カテゴリーのクラス賞「ベスト フルーフ
リキュール」(Best Fruit Liqueur/クラス最高賞)も受賞し、3冠を達成しました。

飲酒は20歳以上から、飲酒運転は法律で禁止されています。お酒は楽しく適量を。妊娠中や授乳期の飲酒は、お控えください。
チョーヤ株式会社 www.choya.jp



BEST OF CLASS

BEST FRUIT LIQUEUR
Craft Fruit

Choya Umeshu

Japan

Best in Show Liqueur

Alcohol: 15%

Retail price:



ALL ABOUT
The CHOYA

Goal: Establish Worldwide Umeshu Standard



With the aim to deliver traditional Japanese liqueur to the rest of the world, CHOYA started umeshu production in 1959. Thanks to this philosophy, accumulated data and impressive expertise developed over 100 years, we created The CHOYA which can be said is the pinnacle of CHOYA's umeshu making.



Design concept ①: Simple way to enjoy

The most common question from those who are not familiar with or have never tried umeshu is “How do I drink it?”. In Japan, umeshu is usually enjoyed the same way as whisky. That is why (with whisky in mind) we created a unique bottle shape through which our consumers can easily identify and understand the basic ways to enjoy CHOYA.

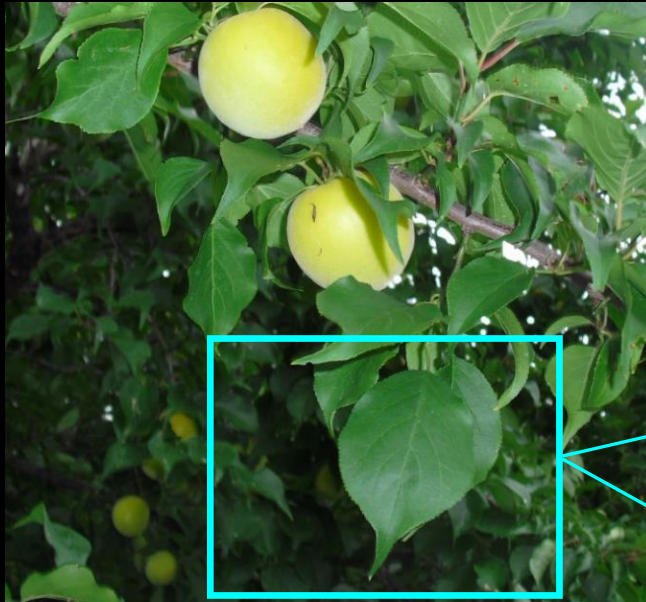
Design concept ②: The portrayal of CHOYA's history



1. Label shape is inspired by early ume blossoms
2. Rebirth of 「蝶矢」 kanji characters



Design concept ③: Ume leaf shaped bottle



It can be said that all of The CHOYA's elements – the bottle which was inspired by the ume leaf, the ume flower shaped label, and the liqueur which is made from ume – try to convey the importance of this special fruit to the brand as well as the entire company.

Umeshu Concept: Home-made style umeshu made by professionals

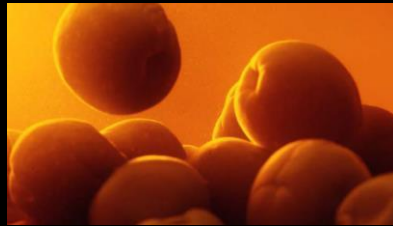
Umeshu is known as a home-made liqueur in Japan.

Thanks to our impressive expertise and techniques accumulated over the years, we can create a new style of umeshu.

① Still Aging

At CHOYA, we believe that aging provides the maximum added value to our products.

That is why we have special custom-made umeshu storage tanks in order to protect against external influences such as light, temperature, and air. This, in turn, allows us to age ume liqueur carefully and deliberately through a process, we call, Still Aging. In addition, we have approximately 450 tanks which allows CHOYA to possess the biggest amount of undiluted umeshu in Japan.



② Blending Technique

Special blending techniques become indispensable in order to create delicious umeshu with only natural ingredients such as ume, sugar, and alcohol.

By relying on accumulated data and expertise developed over the years, we carefully analyze each batch of undiluted umeshu in order to create the ideal blend that our customers know and love.



Feature : Large amounts of Nanko-ume fruit

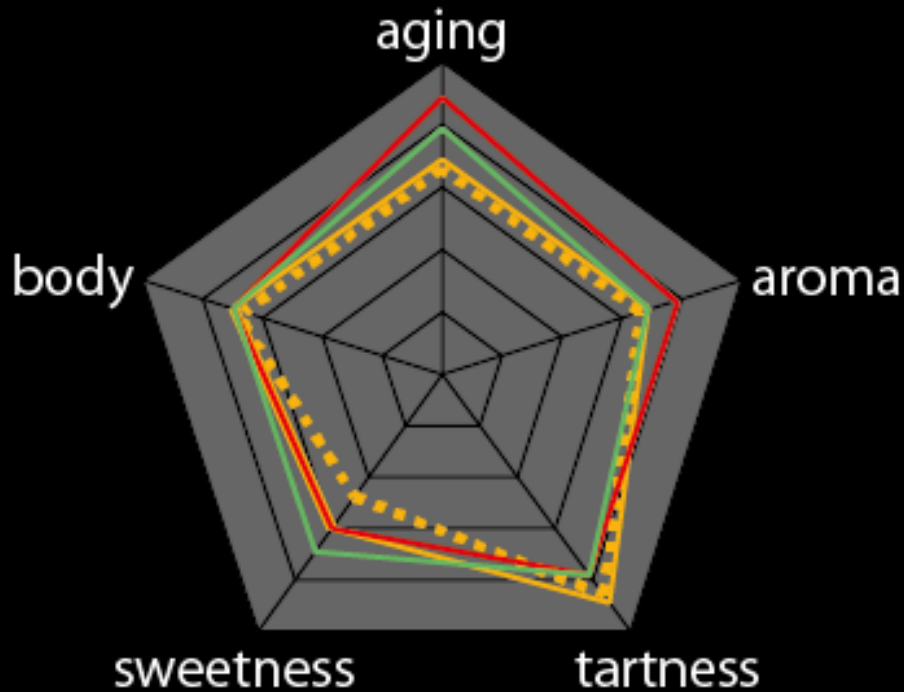
“Good umeshu is made from good ume; good ume comes from good soil”.

With this philosophy in mind, we work together with local ume growers to create special conditions including organic soil which allow us to grow the finest fruit in Japan. By sharing this concept with Japanese farmers, we consistently get high quality dedicated ume with thick, soft, and ripe flesh and a rich, fruity aroma.

Additionally, the unusually large amount of ume fruit that we use to create each bottle is what allows our products to stand out and taste delicious, always.



Tasting note (MATRIX)



— CLASSIC

Scene: before the meal.
Fragrant, balanced sweetness, mild acidity.



— GOLDEN UME FRUIT ... SINGLE YEAR

Scene: during the meal.
Subdued sweetness, sharp acidity, wonderful fruit aroma. This is a good accompaniment to enjoy with food.



— AGED 3 YEARS

Scene: after the meal.
Rich aroma suggestive of fine brandy.
A mellow, yet complex finish that lingers on your palate.

*The CHOYA is the pinnacle of CHOYA' s
blending technique that was built and refined
on years of experience.*



International Spirits Challenge 2016-17
World's FIRST GOLD MEDAL
in the Ume Liqueur Category



About 60 years since the start of umeshu production,
CHOYA received the prestigious ISC Gold Award.
This gold medal is yet another recognition of
company's continuous efforts in achieving the
founder's dream of "bringing Japanese culture and
tradition to the rest of the world".

梅酒の記述

遠碧軒記(1675年) 黒川道祐 医師、歴史家
本朝食鑑(1697年) 人見必大 江戸時代の本草書(医薬書)
松屋筆記(1815年頃) 小山田与清 (ともきよ) 辞書風随筆

梅酒は、痰を消し、渴きを癒し、食欲を増し、毒を消し、のどの痛みを止める。

配合

梅二升(約4キログラム)、古酒(清酒の古酒)五升(9リットル)、白砂糖七斤(4.2キログラム)
一升:1,8リットル 一斤:600グラム(160匁目) 一匁目:3.75グラム

生梅を水と灰(藁灰)に一日漬け置く

梅を取り出し、洗浄し、梅、古酒、砂糖を甕に詰め蓋をする。

二十日程度で梅を取り出し、二十日ほどで飲める。

長期保存も可能。

杏仁や桃仁を入れて、薬効を強めるとのレシピも書かれている。

ワークショップ展開



ブランド戦略

