

ニューヨークとロサンゼルスでブランド・ローンチイベントを開催

KANOSUKE の世界展開が本格始動



「MELLOW LAND, MELLOW WHISKY」をコンセプトに、ウイスキー製造を行う小正嘉之助蒸溜所株式会社（本社：鹿児島県日置市、代表：小正芳嗣）は、2024年4月に日本において、KANOSUKEの世界ブランドへの成長と展開に向けたコミュニケーション・メッセージとして、「鹿児島から世界に挑む、次世代ジャパニーズウイスキー、Next Generation Japanese Whisky From Kagoshima's Mellow Coast」を掲げると発表しました。海外市場でこのメッセージを体現する取り組みの第1弾として、2024年6月24日（月）にニューヨーク、2024年6月26日（水）にロサンゼルスで、「ブランド・ローンチイベント」を開催し、嘉之助蒸溜所がグローバル展開において最も重視する米国市場での最初の一步を踏み出しました。

嘉之助蒸溜所の海外展開

嘉之助蒸溜所は2024年4月に、日本発 KANOSUKE ブランドの世界市場での成長を目指し、今後のグローバル展開におけるコミュニケーション・メッセージ「Next Generation Japanese Whisky From Kagoshima's Mellow Coast = 鹿児島から世界に挑む、次世代ジャパニーズウイスキー」を日本国内向けに発表しました。今後の販売戦略として以下の5つを策定し、これらに選択と集中を行いながら、2030年には現在の5倍以上の売り上げを達成することを目標としています。



1. ホーム市場である日本で確固としたポジションを築く
2. 海外市場で最重要である米国市場への展開。特にニューヨーク州とカリフォルニア州に注力
3. ウイスキー発祥の地でもある欧州。特にイギリスとフランス、ドイツの大都市に注力
4. アジア各国（具体的には中国／上海、香港、台北、シンガポール）
5. 国際空港などの免税市場

この度、KANOSUKE の世界ブランドへの成長と展開に向けた取り組みの第 1 弾として、海外市場で最も重要な米国市場のニューヨークとロサンゼルスで、KANOSUKE ブランドのローンチイベントを開催しました。嘉之助蒸溜所では、当面米国市場への商品投入や認知拡大に向け、PR エージェンシーと協業する他、ニューヨーク、ロサンゼルスにそれぞれ米国のウイスキー業界の知見を持つ人材をブランド・アンバサダーとして配置するなど、体制を強化しています。

140年の焼酎蒸留技術の経験や兄弟2人が造る原酒のブレンドなど、嘉之助蒸溜所の蒸留酒造りの背景や家族の物語を米国業界関係者に発表しました。（左：小正倫久 右：小正芳嗣）



また、海外市場においては、世界的に評価の高いコンペティションへの出品も引き続き挑戦しています。

直近では、去る7月26日、米国・ニューオーリンズで開催された世界最大のスピリッツ業界イベントのひとつ「New Orleans Spirits Competition」で嘉之助蒸溜所が、世界各国から集まった蒸留酒ブランドの中で栄えある「The Distillery of the Year」を受賞したことも、今後の米国での活動に弾みをつける出来事となりました。

© nolaspiritscomp

R.ング米国 GM が授賞式で表彰された様子

ブランド・ローンチイベントの様様

ニューヨークとロサンゼルスという米国最大規模の2都市で開催したブランド・ローンチイベントには、多くのメディアや業界関係者が参加しました。当日は、米国市場に向けて投入されたKANOSUKEブランドの3つの定番商品「シングルモルト嘉之助」「嘉之助 DOUBLE DISTILLERY」「嘉之助 HIOKI POT STILL」を、代表取締役社長の小正芳嗣をはじめ、嘉之助蒸溜所のブレンダーたちがテイastingセッションにて英語で紹介、KANOSUKEブランドの魅力を直接出席者に伝えました。

また、会場ではKANOSUKEブランドの3つの定番商品を、ジャパニーズウイスキーならではの試飲スタイル「ハイボール・カクテル」で用意した他、一部日本の和菓子とのフードペアリングも提案しました。蒸留酒市場の激戦区であるマンハッタンの有名店が提案するバー・フードとともにKANOSUKE商品を試飲してもらい、メディアをはじめとする業界関係者からは、芳醇で繊細な味わいが楽しめるかと非常に好評でした。

イベントには小正嘉之助蒸溜所代表の小正芳嗣の他、グリーンウイスキーの原酒製造を行う小正醸造株式会社・日置蒸溜蔵の5代目社長であり、小正芳嗣の弟の小正倫久も共に参加しました。発表では、初代から5代まで続く小正醸造の「140年の焼酎造りの歴史」や永きにわたり蒸留酒に向き合ってきた「経験値と技術力」など、KANOSUKEならではの蒸留酒造りを裏付けるストーリーに、多くの現地メディアが熱心に耳を傾け、KANOSUKEブランドの魅力を知っていただくための大きな一歩となりました。



写真左上から：ニューヨークでは、嘉之助蒸溜所にお越しいただいたこともある同市の Bar Shinji's の J.アドラー氏、会場にもなった The Flatiron Room NoMad のオーナー、T. タルディー氏、嘉之助米国ゼネラル・マネージャーの R.ングがパネリストとして「ジャパニーズウイスキーの今後」について語った。

左下：ロサンゼルスのバーオーナー、P.シャナハン氏とバーの GM は鹿児島県のテロワールについてパネルディスカッションを行った。

右：ニューヨークの会場では3種の原酒のテイastingを着席形式で開催。

海外市場だからこそ、丁寧に伝える「真の」ジャパニーズウイスキー造りへのこだわり

世界的にも評価の高いジャパニーズウイスキーですが、近年までその定義は世界 5 大ウイスキーの中でも非常に曖昧でした。海外で製造され、日本で瓶詰めされたウイスキーも「ジャパニーズウイスキー」として販売されているのが実情でした。嘉之助蒸溜所では、日本洋酒酒造組合が 2021 年に定めたジャパニーズウイスキーの定義を遵守し、2024 年 4 月 1 日に施行された基準に従って、開発、蒸留、熟成、ボトルリングの全てを鹿児島で行っています。これにより、真のクラフト・ジャパニーズウイスキーとしての立ち位置を海外市場でも確立していきます。

<参考> 日本洋酒酒造組合の「ジャパニーズウイスキー」の基準参考>

特定の用語	製法品質の要件		
ジャパニーズウイスキー	原材料	原材料は、麦芽、穀類、日本国内で採水された水に限ること。 なお、麦芽は必ず使用しなければならない。	
	製法	製造	糖化、発酵、蒸留は、日本国内の蒸留所で行うこと。 なお、蒸留の際の留出時のアルコール分は95度未満とする。
		貯蔵	内容量700リットル以下の木製樽に詰め、当該詰めた日の翌日から起算して3年以上日本国内において貯蔵すること。
		瓶詰	日本国内において容器詰めし、充填時のアルコール分は40度以上であること。
その他	色調の微調整のためのカラメルの使用を認める。		

出展：日本洋酒酒造組合「ウイスキーにおけるジャパニーズウイスキーの表示に関する基準」

ブランド・ローンチイベント実施概要

ニューヨーク

開催日：2024 年 6 月 24 日（月）

会場：The Flatiron Room Nomad

出席者：52 名（メディア 27 名、酒類業界関係者 25 名）

ロサンゼルス

開催日：2024 年 6 月 26 日（水）

会場：NOBU LA

出席者：56 名（メディア 26 名、酒類業界関係者 30 名）

KANOSUKE ブランドについて

KANOSUKE は、鹿児島・日置で 140 年の焼酎造りで培った蒸留と熟成の技術を受け継ぐ小正醸造の 4 代目・小正芳嗣が主導し、祖父である 2 代目・小正嘉之助の名を冠して創業した嘉之助蒸溜所が、日本洋酒酒造組合の定義に沿って造る真のクラフト・ジャパニーズウイスキーです。小正家の世代を超えた挑戦の物語を背景に、全ての工程を鹿児島で行い、最新の設備と伝統的な技術を融合させ、複数の蒸留器や樽を駆使することで、優雅さと上品さを持つ芳醇な味わいを実現しています。日本一長い砂浜からの潮風と、鹿児島・日置の三つの気候帯が交わる豊かな自然環境が、KANOSUKE ならではのメロウな味わいを育んでいます。

【会社概要】

社名：小正嘉之助蒸溜所株式会社

本社所在地：鹿児島県日置市日吉町神之川 845-3

代表取締役社長：小正芳嗣

事業内容：ウイスキー製造

設立：2017年

HP：<https://kanosuke.com/>

