

TI23-010

2024年3月28日

宝酒造インターナショナル株式会社

MLB「ニューヨーク・メッツ」と 2024年度オフィシャルスポンサー契約を締結

～スパークリング日本酒「霽」が、日本酒で初めてメッツ本拠地のシティ・フィールドで採用～



メッツの本拠地「シティ・フィールド」

海外事業を展開する宝酒造インターナショナルグループの米国における和酒の製造・販売会社であるTakara Sake USA Inc. ※¹（米国宝酒造）は、メジャーリーグベースボール（MLB）ナショナルリーグ東地区所属のニューヨーク・メッツと2024年度のオフィシャルスポンサー契約を締結しました。このパートナーシップにより、スパークリング日本酒「霽」 ※²（以下、「霽」）が、日本酒で初めて、ニューヨーク・メッツの本拠地シティ・フィールドで採用されます。

今回「霽」は、球場内にある複数のレストランやスイートルームで提供されます。シティ・フィールドのレストランで提供される多彩な料理は、「2023 USA TODAY 10Best Readers' Choice Travel Award コンテスト」で最優秀スタジアムフードを受賞しており、「霽」と多彩な料理のマリアージュをお楽しみいただけます。

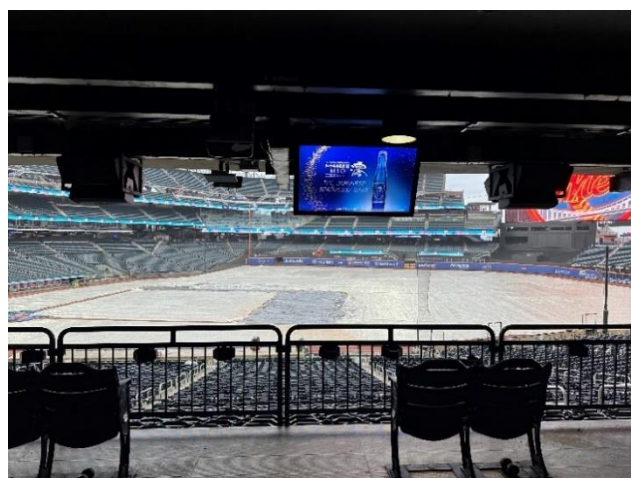
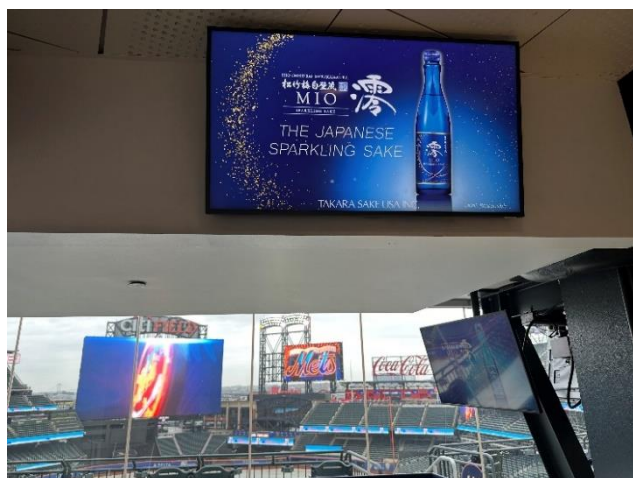
また、「澪」のデジタル広告が、球場内の電光掲示板・センターボード・通路、球場外の外壁など約430ヵ所で表示されます。そして、ニューヨーク・メッツの公式インスタグラムで、約150万人のフォロワーに向けて「澪」が紹介されます。さらに、一部の試合では、来場者に「澪」を実体験いただける試飲会も予定されています。

宝酒造インターナショナルグループは、「澪」のグローバルでの情報発信を強化することで、新規ユーザーの拡大を図り、グローバルブランドとして育成します。

そして宝グループは、日本食文化の世界浸透を推進し、世界の人々に和酒・日本食を通じた豊かな食生活をお届けすることで、Visionに掲げる「Smiles in Life～笑顔は人生の宝～」の実現を目指してまいります。

※1：1983年にカリフォルニア州・バークレーに設立。40年以上にわたり、米国産の米、水を使った酒造りを追求し続け、米国における清酒の普及を担う。主力商品である「松竹梅」をはじめ、「HANAフレーバーSake」、「タカラみりん」、「金扇梅酒」などを製造・販売。現在、北米Sake市場におけるシェアは約30%（自社推計値）で、世界28ヵ国に商品を輸出。

※2：2011年6月発売。お米うまれのやさしい甘みとほどよい酸味、そして爽やかな発泡感が特長の日本で最も売れているスパークリング日本酒。世界40カ国以上の国々で販売され、私の新しい日本酒として、若い男女を中心に人気が高い。2023年10月、「澪」＜CRISP＞米国に輸出開始。



シティ・フィールド内の電光掲示板



「ニューヨーク・メッツ」 PRIMARY LOGO

■本件に関するお問い合わせ先

宝ホールディングス株式会社 広報・IR 部 広報課：075-241-5122（京都）／03-3278-8460（東京）

この資料は3月28日（木）に次の記者クラブに配布しています。
京都／京都経済記者クラブ 大阪／大阪商工記者会 東京／農政クラブ・東商クラブ