

【PRESS RELEASE】



ジョンソンヴィル・ジャパン合同会社

2018.1.10

**全米 No.1 ソーセージ「ジョンソンヴィル」
創業当時の想いを込めた新ロゴで一新
～2018年1月以降、順次切り替え～**



ジョンソンヴィル新ロゴ

ジョンソンヴィル・ジャパン合同会社(東京都墨田区、代表:藤森政哉)は、2018年1月10日より新ロゴへ変更することをお知らせいたします。

新ロゴへの想い

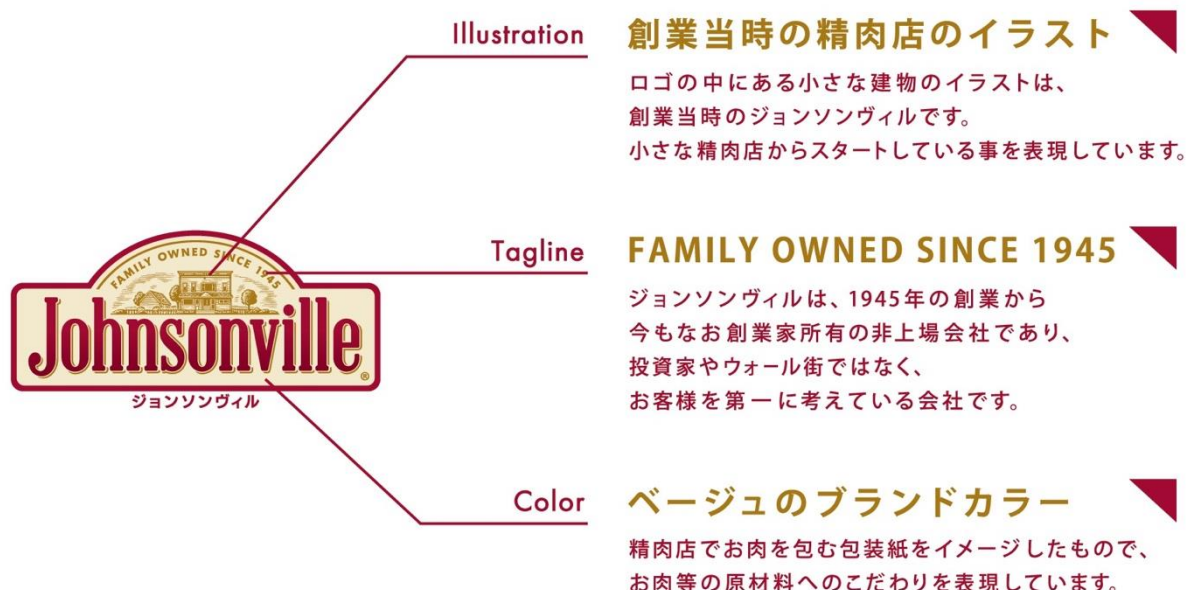
アメリカ発祥のブランドであるジョンソンヴィルは、現在のアメリカ市場に合わせて、ロゴを変更致しました。現在、アメリカ市場においては、2000年代に成人したミレニアル世代が消費市場での大きな影響力を持つようになっています。

彼らは、SNSなどを上手に使い、情報収集に積極的で自分の価値観を大切にする中で、大手食品メーカーによる大量生産、大量消費を前提とした製品よりも、価値の見いだせるオリジナルな製品や信頼・共感できる製品をより好むようになっております。最近、アメリカにおいてクラフトビールの市場が成長しているのには、そのような背景もあると言われております。

そうした中、ジョンソンヴィルは、小さな精肉店からスタートし、「世界で一番おいしいソーセージをつくりたい・・・」という創業当時の想いを引き継いだこだわりのブランドとして、ミレニアル世代からも強い支持と共感を得ています。

日本でも消費市場におけるトレンドの変化を好機とし、ブランドの立ち位置や価値観をより分かりやすく皆様にお伝えするために、ジョンソンヴィルは、この度、ロゴのデザインを新しいものに変更しました。

新ロゴデザインについて



ジョンソンヴィル・ジャパン合同会社では、2018年1月10日以降、プレスリリース、封筒等のビジネス用途において、2018年2月以降、ホームページ、製品パッケージ、販促・WEB活動等の生活者とのタッチポイントにおいて、随時切り替えを進めていきます。

<会社概要>

1945年、アメリカ中西部ウイスコンシン州に設立。1970年代には販売エリアを全米へと広げ、その後、日本、カナダ、メキシコ、アジア諸国へと拡大し、全米50州と世界30ヶ国・地域で展開。現在、全米でソーセージ販売シェアNo.1。
※米IRI社調べ（2017年11月時点）

日本進出は2002年。当初、コストコやKALDIなどの輸入食品チャネルにおいて販売され、30代主婦層の間でじわじわと人気が出始める。2010年に、プリマハム株式会社と戦略的業務提携を締結し、全国的に販路を拡げる。2013年には初のTVCM、2016年からはディーン・フジオカ氏をイメージキャラクターとして新TVCMを放映。現在、「スタックパック」全5種類と、「グリル・ブラッツ」全2種類を全国の主要スーパーマーケットやコストコ、KALDIなどで販売中。

社名：ジョンソンヴィル・ジャパン合同会社
所在地：〒130-0026 東京都墨田区両国 3-25-5 JEI 両国ビル
代表：藤森 政哉
国内総代理店：プリマハム株式会社



【スタックパック(全5種)】



【グリル・ブラッツ(全2種)】

▼報道関係者お問い合わせ先
株式会社サステナブル 担当:新井、大津
TEL:03-3376-6660 FAX:03-3376-6663

▼掲載される場合の読者お問い合わせ先
ジョンソンヴィル・ジャパン合同会社 <http://www.johnsonville.co.jp/>