

## サカパが初の世界的クリエイティブキャンペーン「LIPS TO SOUL」を開始、ダークスピリッツの世界を鮮やかな驚異の世界に再定義

### キャンペーンは五感を目覚めさせ、消費者との深いつながりを生み出す

【ニューヨーク2023年12月22日PR Newswire＝共同通信JBN】サカパ（Zacapa）の故郷であるグアテマラの緑豊かな風景の中に、海拔7500フィートの山中に位置するサカパの熟成施設である魔法のような「雲の上の家」があります。ここは、スピリッツ（蒸留酒）の世界で数少ない女性マスターブレンダーの1人Lorena Vásquezの注意深い監視の下、多数の樽が熟成される場所です。ラムが完璧に熟成されているとLorenaが判断したら、厳選した樽を慎重にブレンドしてからメキシコに向かい、サカパの特徴である湾曲したボトルに注がれます。ボトルは700人を超える女性集団が手編みのペタテ（ヤシの繊維の織物）で包みます。

サカパの最初の一口は長い印象を残します。当社の風味の良い液体の最初の一口から、息をのむほどのこの美しさを生み出した物語と層を発見し続けるときに経験する感覚への旅に連れて行きます。その発見と高揚感こそが、サカパ初の世界的なクリエイティブキャンペーン「Lips to Soul」のインスピレーションとなり、消費者を温かさで驚きの世界へと誘います。五感を刺激し、受賞歴を誇る唯一無二の液体体験、それが恋に落ちる世界、それがサカパです。

刺激的で活気に満ちたサカパのバイリンガル「Lips to Soul」キャンペーンの親密なトーンは、消費者が贅沢の世界から求めている深さへの憧れに応えるために作られました。リズムカルな詩が消費者を、緑豊かで夢のようなグアテマラの風景にインスピレーションを得た非常に感覚的な映像に引き込みます。この映画は、雲の上でサカパが熟成していく様子や織り手たちの仕事を映画的に捉えており、サカパの中核にとってコミュニティがいかに重要かを表しています。このキャンペーンは、サカパのブランドルーツの魔法と歴史を反映し、深いつながりを生み出し、発見を通じて畏敬の念と驚きの感覚を解き放つ力強い物語を織り交ぜます。

ディアジオのChristina Choi上級副社長は次のように述べました。「この新しい国際的キャンペーンを共有することに興奮しています。超高級と高級のラム酒がカテゴリー内のほとんどすべての成長を牽引しており、これは当社ブランドにとって大きな瞬間です（注1）」「私たちは、深みを求める消費者の願望に近づき、人々がサカパを試したときに感じる瞬間的な感覚的なつながりを現実にしたと考えました。私たちの想像力をかき立て、驚異の感覚を呼び起こすような体験に驚かされることほど、素晴らしい感覚はないと信じています。これこそが、『Lips to Soul』で達成しようとしたことなのです」

ディアジオのNiamh Burnsサカパ世界責任者は「クリエイティブコンセプト全体を通しての色彩調整の選択、光の使い方、詩的な感性は、見る人を感覚の旅に誘うようにデザインされています。当社はダークスピリッツの世界を再定義し、ブランドを大胆で現代的な空間に導こうとしています。私たちの使命は、当社のラム酒を紹介するだけでなく、世界中のさまざまなオーディエンスの共感を呼ぶ没入型の体験を提供することです」と付言します。

「Lips to Soul」キャンペーンは、ニューヨークが本拠の高級クリエイティブエージェンシーforceMAJEUREとの提携で制作され、The Whale Productionsがサポートし、受賞歴のある映画製作者Caroline Koningが監督を務めました。このキャンペーンは世界中の市場で展開され、サカパ史上最大規模の世界的キャンペーンとなります。注目を集めるデジタルOOH（屋外広告）、一部市場のテレビ、有料ソーシャルメディア（主にFacebookとInstagram）、PR、イベントなどの強力なマーケティングミックスによってサポートされます。

サカパは21歳以上の消費者に対し、責任ある飲み方をするよう注意を促しています。サカパラムの詳細は、[www.zacaparum.com](http://www.zacaparum.com) をご覧ください。FacebookとInstagramの@zacaparumusa でブランドをフォローし、「Lips to Soul」の最新情報をチェックしてください。

サカパは、永遠にあなたのもの。

#### ▽サカパラムについて

グアテマラで作られるサカパラムは芸術品であり、忍耐、豊かさ、品質、マスターブレンドを表現しています。サカパのマスターブレンダーであるLorena Vásquezは39年以上の経験があり、伝統的に男性優位の業界で数少ない女性リーダーの1人です。サカパNo.23、サカパ・エディションネグラ、サカパXOは、世界中の高級酒店、バー、レストランにあります。詳細は、[www.zacaparum.com](http://www.zacaparum.com) をご覧ください。

#### ▽DIAGEO NAについて

ディアジオは、ジョニーウォーカー（Johnnie Walker）、クラウンローヤル（Crown Royal）、ブレット（Bulleit）、ブキャナズ（Buchanan's）、スミノフ（Smirnoff）、シロック（Ciroc）、ケテルワン（Ketel One）ウオッカ、カサミーゴス（Casamigos）、デレオン（DeLeon）、ドンフリオ（Don Julio）テキーラ、キャプテンモルガン（Captain Morgan）、ベイリーズ（Baileys）、タンカレー（Tanqueray）、ギネス（Guinness）などの優れたブランドコレクションを擁する飲料用アルコールの世界的リーダーです。

ディアジオはニューヨーク証券取引所（NYSE: DEO）とロンドン証券取引所（LSE: DGE）の両方に上場され、その商品は世界180カ国以上で販売されています。

ディアジオ、同社の従業員、ブランド、業績の詳細は、[www.diageo.com](http://www.diageo.com) をご覧ください。情報、取り組み、最良事例の共有方法については、ディアジオの世界的な責任ある飲酒リソースである、[www.DRINKiQ.com](http://www.DRINKiQ.com) をご覧ください。Diageo North America（北米ディアジオ）のニュース、情報はTwitterとInstagramで@Diageo\_NA をフォローしてください。

（注1）ウルトラプレミアムラム+17%、ラグジュアリーラム+17.8%、3年間の年平均成長率（期間：2019年7月－2020年6月から2022年7月－2023年6月）（Nielsen/NABCA）

▽問い合わせ先：Phil Pearson, [Phillip.pearson@diageo.com](mailto:Phillip.pearson@diageo.com). または BPCM, [Zacapa@bpcm.com](mailto:Zacapa@bpcm.com)