vinetur

クリスティーナ・アギレラ、シャンパンブランド「BEAU JOIE」の株式を取得

同ブランドが米国市場で低糖・無糖のキュヴェを推進する中、彼女はグローバル・クリエイティブ・ディレクターを務めることになる。

2026年9月10日（木）



シャンパンブランド「BEAU JOIE」は木曜日、歌手のクリスティーナ・アギレラが同社の株式を取得し、グローバル・クリエイティブ・ディレクターに就任すると発表した。この動きにより、低糖・無糖製品で米国市場への拡大を目指すこの高級シャンパンブランドは、著名なパートナーを獲得することとなった。

この発表は、ラスベガスを拠点とし、BEAU JOIEの所有、輸入、販売を手掛けるToast Spirits LLCによるものだ。同社は、アギレラの持分比率や契約の財務条件については明らかにしなかった。

新たな役職において、アギレラは同社が「Bubble Better」と呼ぶポジショニングに基づき、ブランドのイメージ形成やマーケティングの推進に貢献することが期待されている。同社によると、その取り組みは、消費者、小売業者やレストランのバイヤー、そして法定飲酒年齢に達した若いシャンパン愛好家に対する認知度向上に焦点を当てるという。

アギレラは、この提携の一因として、自身が高糖分ではない飲料に関心を持っていたことを挙げた。同社が発表した声明の中で、彼女は当初、ボトルのデザインに惹かれたが、ワインそのものにさらに感銘を受けたと語った。また、頻繁に旅行しアクティブなライフスタイルを送っているため、飲食内容には細心の注意を払っており、過剰な砂糖の摂取を避けたいとも述べた。

この提携は、アルコール業界で広がりつつある傾向を反映している。すなわち、ブランドがセレブリティの支持と、変化する消費者の嗜好に結びついた製品カテゴリーを組み合わせているのだ。シャンパンやスパークリングワインの分野では、生産者やマーケティング担当者が、従来の高級志向の購入者層を超えた飲用者を獲得するために、ドザージュの量や糖度、そして軽やかさや健康志向のイメージをますます強調するようになっている。

「BEAU JOIE」にとって、アギレラの参画は、幅広いファン層を持つ世界的に有名なエンターテイナーの起用を意味する。Toast Spiritsの社長兼共同創業者であるジョン・ダイテルバウム氏は、同社の発表の中で、アーティストとの提携が効果を発揮するのは、その人物とブランドとの間に明確な相性が存在する場合に限られると述べた。 同社の共同創業者兼最高マーケティング責任者であるブランディス・ダイテルバウム氏は、アギレラのファン層は複数の人口統計学的グループにまたがっており、流通網の拡大に伴い、彼女が成長を後押しすることを期待していると述べた。

BEAU JOIEは、シャンパーニュ地方の中心都市の一つであるフランスのエペルネでシャンパンを生産している。 同ブランドは、手作業で金属を巻き付けたボトルや、低糖・無添加糖のキュヴェを中心とした製品ラインナップにより、競争の激しい市場で差別化を図ってきた。同社はこれらの製品を、独立したダイエット用や低カロリー製品ラインとしてではなく、プレミアム製品の一部として販売している。

同ブランドによると、米国では主に、国内最大級のワイン・酒類卸売業者であるサザン・グレイザーズ・ワイン＆スピリッツ（Southern Glazer’s Wine & Spirits）と提携している。この提携により、BEAU JOIEは、強力な流通支援なしでは小規模な輸入ブランドが棚スペースやレストランへの導入を確保するのに苦労しがちな状況下で、全米規模の広範な販売ネットワークを活用できるようになった。

グラミー賞受賞歌手であり、長年にわたりレコーディングアーティストとして活躍してきたアギレラは、キャリアを通じて音楽、テレビ、そしてビジネス分野で精力的に活動し続けてきた。 BEAU JOIEにおける彼女の新たな役割は、単なる有償の広報担当者にとどまらず、一部出資者としての立場も兼ねており、同社が彼女の関与を広告キャンペーンにとどまらず、ブランド開発や長期的な戦略にまで拡大させたい意向を示唆している。

同社は、今後のキャンペーンのスケジュールについては明らかにしておらず、アギレラが小売プロモーション、業界イベント、新製品の発売イベントに登場するかどうかについても言及しなかった。また、彼女のクリエイティブな役割に、パッケージデザイン、製品開発、あるいは国際的な事業拡大の取り組みが含まれるかどうかも明らかにしていない。

この契約は、プレミアム飲料ブランド各社が、パッケージデザイン、セレブリティとの提携、健康志向のメッセージなどが購買決定に影響を与える競争の激しい市場において、他社との差別化を図る方法を模索し続けている中で結ばれたものである。　多くの消費者が依然としてシャンパンを特別な機会や贅沢な支出と結びつけている中、「BEAU　JOIE」のようなブランドは、贅沢さと節度を両立させることを強調することで、その魅力を広げようとしている。

Toast Spirits社によると、「BEAU JOIE」は全米および一部の海外市場で販売されている。 同社は最近の売上高を公表していないが、発表の中で同ブランドを「急成長中」と位置づけ、アギレラを起用することで、シャンパン業界における「より健康志向のセグメント」と見なす分野での流通網の拡大と地位の強化を図る方針を示した。