

日本酒と関連分野を組み合わせた海外富裕層向けマーケティングモデルの構築

目的

日本酒の生産者や流通業者、小売業者、さらには酒器等の関連分野が相互に連携し、海外富裕層への影響力が大きいインフルエンサーに対して日本酒や関連するクールジャパン資源の魅力を分野横断的・一体的に発信して販路拡大を図る「海外富裕層向けマーケティングモデル」を確立することにより、日本酒等の輸出拡大につなげる。

プロジェクト概要

視察・商談ツアーの実施

日本酒の消費量が多く、今後の発展性が見込めるアメリカと香港の富裕層への影響力が大きいインフルエンサーを招へいし、「日本酒を嗜む空間」をテーマとする視察・商談ツアーを実施。

（招へいするインフルエンサーの例）



ロブ・シンスキー

全米トップ10に選ばれた名門ワイナリーのオーナーとしてアメリカワインに最も影響力のある人物の一人であり、日本酒に高い興味を持つ。



ダナ・コーウィン

食と酒の専門メディア「FOOD & WINE」の編集長を21年勤めた後、昨年NYで話題のレストランChiefs Clubのクリエイティブ・ディレクターを務める。業界内で大きな発信力を持つ。

日本酒を嗜む空間の提示



日本の酒情報館



伝統工芸青山スクエア

国内拠点の連携



はせがわ酒店



真澄 (@長野)



須藤本家 (@茨城)

東京、茨城、長野の酒蔵や陶磁器産地、レストラン、情報発信地、観光資源のうち、招へい者の意見を踏まえて拠点を決定

海外富裕層への訴求効果の高い国内拠点のネットワーク化

日本酒等の輸出拡大