令和6年度　道産農畜産物輸出拡大強化事業(日本酒)委託業務

実績報告書_概要版

2025/3/10

令和 6 年度道産農畜産物輸出拡大強化事業(日本酒)
委託業務コンソーシアム

1. 実施内容報告

事業概要

〇事業名：令和６年度 道産農畜産物輸出拡大強化事業（日本酒）委託業務
〇事業主体：北海道農政部 食の安全・みどりの農業推進局 食品政策課

〇実施期間：令和６年６月25日（火）～令和７年３月10日（月）

〇事業趣旨
　日本酒について、国内出荷量が減少傾向にある中、輸出量については、海外での日本食ブーム等を背景に増加傾向で推移しているが、北海道産日本酒については、産地としての認知度が低いことや効果的な販売戦略が不十分であることなどから、安定した輸出には至っていない。
　今後、北海道産日本酒の輸出を拡大するため、海外における日本酒産地としての認知度やブランド力の向上や、北海道産日本酒全体の需要を拡大する体制の確立が必要であることから、アジアにおける観光地としての北海道の優位性を生かしたプロモーション、及び今後の輸出拡大が期待される欧州における酒造メーカーの個性やストーリーを生かしたプロモーション等を実施。

〇業務内容
(1)合同会議の開催
(2)輸出拡大に向けた取組
　ア 海外向け及びインバウンド向け資材の作成
　イ道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施
　ウ中国及び欧州における展示会や品評会等への出展
(3) 輸出を拡大させる方策の検討
(4) 成果報告会の開催

■ 合同会議の開催

【第1回合同会議】
●開催日：令和6年8月29日（木）13：30～15：00
●会場：北海道本庁7階／農政部大会議室
●次第
（１）開会：座長挨拶
（２）合同会議構成員の紹介
（３）議事：今年度事業概要説明
（４）質問応答･意見交換

【第2回合同会議】

●開催日：令和6年11月29日(金) 13：30～15：00
●会 場：北海道本庁7階／第1中会議室

●次第
(１)開会･座長挨拶
(２)合同会議構成員の紹介　※別紙資料－１にて
(３)議事
･事業進捗説明　※別紙資料－２にて
①　海外向け及びインバウンド向け資材の作成
②　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施
③　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展全体スケジュール
④　全体スケジュール
(４)その他意見交換
(５)閉会

【成果報告書＆情報交換会】
●開催日：令和6年3月5日(水)
９：30～10：30　成果報告会
10：30～11：30　情報交換会
●会 場：TKP札幌ビジネスセンター赤れんが前　カンファレンスルーム5Ｇ
●参加者
成果報告会：合同会議委員＋道内酒蔵（希望者のみ/オンラン）
情報交換会：合同会議委員

●次第
9：30～10：30
(１)開会･座長挨拶
(２)令和6年度事業の実施内容の説明
(３)事業について質疑･意見
(４)閉会（オンライン切断）
10：30～11：30
議事：本年度の取組に対してのご意見および次年度の取組に向けた情報交換

ア　海外向け及びインバウンド向け資材の作成

■ WEBサイトの制作

●目的：帰国後やイベント終了後でも情報を再閲覧できるよう、随時更新可能なウェブサイトを制作し、本事業の北海道SAKEフェアの最新情報を発信。

●言語：日本語・中国語・英語・フランス語

●内容
①お知らせ
②北海道SAKEフェア
③北海道の日本酒
④北海道の酒米
⑤日本酒について知る
⑥北海道の酒蔵
⑦北海道酒ツーリズム

●公開時期：2024年10月21日～

ア　海外向け及びインバウンド向け資材の作成

■ パンフレットの制作（昨年度パンフレット更新）

●目的：イベントなどで配布し、来場者北海道の日本酒情報を伝達するための資料として活用

●言語
日本語・英語・中国語・フランス語

●完成日：2024年12月

●印刷部数
中国語版：300部
英語版：500部
フランス語版：200部

ア　海外向け及びインバウンド向け資材の作成

■ 動画の制作

●内容

●オープニング
北海道の日本酒＋道内の酒蔵

●酒蔵取材
インタビュー＋仕込み＋酒蔵風景
①小林酒造
②田中酒造
③日本清酒
④上川大雪酒造

●北海道の日本酒魅力
インタビュー：酒匠＆北海道ソムリエ　鎌田孝
・北海道の3種類の酒米で作ったお酒の違いとその魅力
・鎌田様が思う北海道日本酒の魅力（全体）

●目的：パンフレットとは異なる役割を持たせ、北海道の酒蔵の想いや北海道産ならではの魅力を厳選し、映像と音声を活用して親近感を高める。

●言語
日本語・英語・中国語・フランス語

●仕様
フルーバージョン：10分
ショートバージョン：3分

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ 日本酒フェア「北海道SAKEフェア」の開催（第1回）

●開催日程：10月21日（月）～10月31日（木）

●参加店舗
「Oh!さかなフェア2024」協力店の一部店舗で実施

●開催概要：アンケートのご協力いただけるお客様に該当の日本酒試飲を提供

●参加店舗

NO.	店舗	市町村
1	The Kushiro Sky	釧路市
2	居酒屋　気腹志	函館市
3	和心洋才　睦月	旭川市
4	おばんざい　たりき	旭川市
5	海鮮酒造　二三一	札幌市

●試飲銘柄

NO.	銘柄	容量	メーカー
1	特別純米まる田	720	小林酒造
2	純米大吟醸酒　宝川	720	田中酒造
3	千歳鶴　純米吟醸　きたしずく	720	日本清酒
4	北の誉　K30	720	合同酒精
5	「十勝」特別純米	720	上川大雪酒造

●配布物：本事業で作成した日本酒フェアチラシ A4両面（英語・中国語）

●アンケート結果
回答数：10名
まとめ：20代～30代の参加が多く、特に日本酒飲んだ経験が多い方（日本酒興味関心高い層）が本フェアに参加し、母国での利用意向も強い傾向

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ 日本酒フェア「北海道SAKEフェア」の開催（第2回）

●開催日程：2月1日～28日
●参加店舗：37店舗

NO	参加店舗	市町村
1	おいしい村 月夜のたぬき	札幌市
2	北の和食 なかなか	札幌市
3	一笑	札幌市
4	やむや	札幌市
5	みらいざか	札幌市
6	祐一郎商店 札幌駅前通り店	札幌市
7	旬菜割烹いざなみ	札幌市
8	大衆すし居酒屋しゅう	札幌市
9	北の味大助	札幌市
10	ろばた大助本店	札幌市
11	北海道産酒BAR かま田	札幌市
12	鳥焼き車屋	札幌市
13	さちこ食堂 わん・ちゃ	室蘭市
14	い酒や てくてく	小樽市
15	うまいもの家ROAN	旭川市
16	そば哲 本店	安平町
17	居酒屋すず家	釧路市
18	くしろ 駒形家	釧路市
19	八喜寿司	釧路市
20	ANAクラウンプラザホテル釧路	釧路市

NO	参加店舗	市町村
21	居酒屋あまやどり	帯広市
22	ケ・セラ・セラヴィ！	帯広市
23	凪海（nami）	帯広市
24	華まめ	帯広市
25	行雲（ゆくも）	帯広市
26	おふくろの味 翔（しょう）	帯広市
27	おみつ	帯広市
28	ピッコラ・クチーナ・スピナッチ	帯広市
29	創家（つくりや）	帯広市
30	さん太	帯広市
31	ポンチセ	帯広市
32	煙陣（えんじん）	帯広市
33	ネコヤナギ	帯広市
34	aurora(アウローラ)	帯広市
35	北子（きたこ）	帯広市
36	琥羊（こひつじ）	帯広市
37	海鮮居酒屋 海男	函館市

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ 日本酒フェア「北海道SAKEフェア」の開催（第2回）

●開催概要：アンケートのご協力いただけるお客様に該当の日本酒試飲を提供

●試飲銘柄：1店舗3銘柄以上提供

No.	銘柄	容量	メーカー
1	北の錦 特別純米酒まる田	720ml	小林酒造
2	宝川 純米酒 70%	720ml	田中酒造
3	上川大雪 十勝 特別純米	720ml	上川大雪酒造
4	千歳鶴 純米吟醸きたしずく	720ml	日本清酒
5	シャトー大雪之蔵大吟醸彗星40	720ml	合同清酒

●マリアージュのご提案（チラシ参照）
【監修者】
酒匠＆北海道ソムリエ　鎌田孝

●配布物
本事業で作成した日本酒フェアチラシ A4両面（英語・中国語）
本事業で作成したパンフレット（英語・中国語）

●アンケート結果
回収数：90
【まとめ】
男性の参加率が女性よりも高く、20代から50代まで幅広い年齢層が参加。中国出身インフルエンサーの宣伝もあるため、中国人の参加者が最も多かった。
日本酒を選ぶ際、「味」と「香り」が最も重視され、価格やパッケージデザインの優先度は比較的低い。
自宅よりも外食での利用が多く、家庭や外食の場でも家族や友人とのパーティーで楽しみたいという声が多かった。

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ さっぽろオータムフェスト 11丁目会場における日本酒PR（9月14日～15日）

【開催場所】大通公園11丁目

【実施内容】
①試飲イベント及びアンケートの実施
日本酒の飲み比べを実施し、アンケートに記入していただく

②パンフレットの配布
昨年度制作した日本酒パンフレット

参画銘柄紹介チラシ

参画酒蔵パンフレット

【試飲銘柄】

小林酒造	特別純米まる田
田中酒造	純米大吟醸酒　宝川
日本清酒	千歳鶴　純米吟醸　きたしずく
合同酒精	純米吟醸　大雪乃蔵　雪渓
上川大雪酒造	「上川大雪」純米吟醸

【アンケート結果】

回収数：34

【まとめ】
・日本酒に強い関心を持つ方に参加していただいたが、全体的に個々の酒蔵や銘柄に対する認知度は低い状況が見られた。
・甘みが感じられ、フルーティーな味わいが強すぎない日本酒が好まれる傾向があると推測される。

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ さっぽろ雪まつり「北海道の酒ショット＆ボトル販売所」との連携

●開催日程：2月5 (水) 13：00～17：00
　　2月6 (木) 13：00～17：00
●開催内容
①試飲イベント及びアンケートの実施
日本酒の飲み比べを実施し、アンケートに記入していただく
②パンフレットの配布（英語・中国語）
本事業で作成した日本酒パンフレットを参加者に配布
③webサイトの提示
QRコードにて本事業で作成したwebサイトを案内

●試飲銘柄

No.	酒蔵名	銘柄
1	上川大雪酒造株式会社	十勝特別純米
2	合同酒精株式会社	シャトー大雪乃蔵 大吟醸 彗星40
3	小林酒造株式会社	特別純米まる田
4	日本清酒株式会社	千歳鶴 純米吟醸きたしずく
5	田中酒造株式会社	宝川
6	金滴酒造株式会社	金滴
7	国稀酒造株式会社	国稀大吟醸
8	高砂酒造株式会社	国士無双
9	男山株式会社	純米大吟醸　男山

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ さっぽろ雪まつり「北海道の酒ショット＆ボトル販売所」との連携

●参加人数：60名
●開催風景

●アンケート結果
回収数：60
【まとめ】
男性の参加率が女性よりも高く、来場者は欧米の方が多く、特に30代の参加が目立った。
日本酒を選ぶ際には「味」が最も重視され、パッケージデザインの優先度は比較的低かった。
日本国内の酒蔵や専門店で購入を希望する声が多い。
自宅よりも外食での利用が多く、家庭や外食の場でも家族や友人とのパーティーで楽しみたいという意見が多かった。
フリーコメントでは、「試飲」の評価が高く、また国ごとに「男山」など特定の銘柄が認知されていることが分かった。

イ　道内飲食店等と連携したインバウンド向けプロモーションの実施

■ SNS情報発信

● インフルエンサー「日本美食日报。」

大阪大学博士号を取得し、唎酒師およびSAKE EXPERTの資格を持つ。

美食の解説や食べ歩き動画を制作し、ネットプラットフォームでのフォロワー数は合計188万人に達する。
ファンから高い支持を受ける美食分野の優れたビデオクリエーターで、
多数の日本酒製品とコラボレーションした経験があり、豊富な酒類の知識を持つ。
富裕層インバウンド向けに日本高級寿司店コーディネートを行っている
プライベートフォロワーには3,000人以上の日本酒愛好者や輸入業者が含まれ、中国本土・香港両方にリーチ可能。

【情報発信】
①北海道SAKEフェア店舗巡り：2月12日

配信媒体
①Bilibili：視聴数（3月10日時点）：3.6万
②weibo:：視聴数（3月10日時点）：116万

②さっぽろ雪まつり「北海道の酒ショット＆ボトル販売所」：2月5日

配信媒体：bilibili
いいね数（3月10日時点）：2.9万

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【中国】展示会❶：第13回大連日本商品博覧会

〇開催日：2024年9月26日(木) ～ 2024年9月28日(土)
〇来場者数：60,000人（3日間累計）
〇出展日本酒

日本清酒	千歳鶴 純米吟醸きたしずく
	千歳鶴 純米吟風
小林酒造	北の錦 純米吟醸炭鉄港
	北の錦 純米大吟醸
田中酒造	宝川純米大吟醸
	亀甲蔵

〇実施内容
・昨年度日本酒パンフレットの配布（中国語）
・対象日本酒の試飲
・個別商談の実施（B to B)

〇商談件数：2件
- おいしい日本酒を探している。
- オンライン店舗を運営。販売商品を探している

■【中国】展示会❷：InterWine 広州

〇開催日：2024年10月31日(木) - 11月02日(土)
〇開催場所：広州保利世界貿易博覧館
〇来場者数：8,000人
〇出展範囲
フランス、イタリア、オーストラリア、チリ、スペイン、ポルトガル、中国、米国、
日本、カナダ、ジョージア、スロベニア、ロシア、ニュージーランド、アルゼンチン、
トルコ、北マケドニア、イギリスなどの国・地域から高品質なお酒が集結

〇出展日本酒

三千櫻酒造	純米大吟醸　山田錦50
	純米大吟醸彗星55
日本清酒	千歳鶴純米吟醸きたしずく
	千歳鶴 純米吟風
髙砂酒造	国士無双　本醸造
	国士無双　きたしずく
	国士無双　純米大吟醸

〇実施内容
・昨年度日本酒パンフレットの配布（中国語）
・対象日本酒の試飲
・個別商談の実施（B to B)

〇商談件数：3件
①取引を検討したい（商社）
②実店舗を運営しており商品を探している
日本酒などの取扱いを検討している（小売り）
③宿泊施設の運営において提供する酒などを検討（宿泊関連）

■【中国】展示会❸：深セン国際ホテル・飲食業博覧会（HOTELEX SHENZHEN 2024）

〇開催日：2024年12月12日（木）～12月15日（土）
〇開催場所：中国・深圳・国際会展中心（宝安新館
〇来場者数：延べ20万人
〇出展範囲：ケータリング機器・用品、ケータリングデザイン・アクセサリー、食器、農産物、コーヒー・お茶、食品・ケータリング包装、食品・飲料・製パン機器・原材料、フランチャイズ・ケータリング投資、アイスクリーム機器・材料、アルコール飲料
〇出展日本酒

三千櫻酒造	純米大吟醸　山田錦50
	純米大吟醸彗星55
日本清酒	千歳鶴純米吟醸きたしずく
	千歳鶴 純米吟風
髙砂酒造	国士無双　本醸造
	国士無双　きたしずく
	国士無双　純米大吟醸

〇実施内容
・本事業で作成した日本酒パンフレットの配布（中国語）
・本事業で作成したwebサイトの提示
・対象日本酒の試飲
・個別商談の実施（B to B)
〇商談件数：２件
ホテル：高額な日本酒を検討している
専門バイヤー：新たな日本酒を探し、北海道産を検討

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

〇開催日：2025年2月14日(金)～16日(日)
〇開催場所：Paris Montreuil Expo
〇規模　　主催者：**Euro Japan Crossing**　展示エリア:**3000m²**　（2024年来場者数　約16,000人／主催者）

セボン！ル・ジャポンは、日本の文化と観光を紹介するイベントで、2025年は、寿司、丼、お好み焼きなどの食事や、日本酒・甘味や日本食材、食に関する雑貨の販売などが行われた。　週末にはオープン前から会場前に入場を待つ人で長蛇の列ができ、来場したフランス人（大多数）他、日本食及び訪日旅行に対する興味・関心は非常に高く、各ブース盛況であった。

●プロモーション実施内容

1. 展示（参加道内 7 酒蔵／10銘柄）
2. ＜B to B＞
   個別商談会：　輸出促進に向けた、商社・レストラン・関係者等に対する、プレゼンテーション、ヒアリング と アンケート／ヒアリング／意見交換他　（※ 試飲／道産食材ペアリング試食 および サンプル提供 を実施）
   調査（独自企画）：小口コンテナ船便輸送・送輸出入／EU <フランス> 通関
3. ＜ B to C＞
   輸出促進に向けた フランス人等 一般来場者に対する
   ・試飲+アンケート
   ・試飲+道産食材試食（ペアリング ）+アンケート
   ・道産酒テスト販売 （B to C）
4. 本事業で作成したパンフレット配布（フランス語・英語）
5. 本事業で作成した動画の放映（フランス語）
6. 北海道観光 および 水産食材 パンフレット配布（英語）
7. 来場者への北海道に関わる案内（観光、食材、文化 他全般）

＜※アンケートは すべて通訳による対面＝1 to 1 による 個別ヒアリング＞

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

●出展銘柄

NO.	メーカー	銘柄
1	小林酒造	北の錦 暖簾純米大吟醸
2		特別純米まる田
3	日本清酒	純米 吟風（青ﾗﾍﾞﾙ）
4		純米吟醸 きたしずく（緑ﾗﾍﾞﾙ）
5		純米大吟醸
6	国稀酒造	吟風 国稀 純米
7	金滴酒造	北の純米酒
8	三千櫻酒造	純米大吟醸 彗星45
9	高砂酒造	国士無双 純米吟醸 きたしずく
10	合同酒精	CHATEAU 大雪の蔵 純米大吟醸 吟風50

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

〇開催風景：会場／試飲銘柄／販促物

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

○開催風景：一般試飲

[ペアリング試食]

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

○開催風景：商談（プレゼン／試飲・ペアリング試食）

○開催風景：北海道各種プロモーション（観光 等）

ウ　中国及び欧州における展示会や品評会等への出展

■【欧州】展示会/❶個別商談会・輸出プロモーションC'est Bon ! Le Japon

【B TO C開催結果】

試飲アンケート40名/立ち寄りアンケート15名

〇アンケート結果

日本酒への興味関心のほか、観光等を含めた北海道のブランド力でブースに来た方も多い。来場者のうち、全体的に日本酒を飲んだことのある方、購入したことのある方の割合が高く、飲食店での利用は多いが、自宅での利用する方も全体の5割以上を占めている。

日本酒への理解が高く、全体的に純米吟醸、純米大吟醸へのニーズが高い印象。ペアリングとして、日本食との回答は多いが、なかに銘柄によって、チーズやフランス料理とのコメントも多い。参加者はフランスで北海道産の日本酒購入経路が少ないとの印象を持ち、購入したいとのコメントが多い。

【B TO B商談結果】
①試飲＋ヒアリング：21社/②試飲＋名刺交換：13社
＜現状／課題＞
- ✓ 商社に依存しても販路が拡大しない。多くの酒蔵を扱っており、契約数を増やしたくないのが本音。
- ✓ 売れる、名の通った、販促をしてくれる銘柄だけを取り扱いたい。
- ✓ 酒蔵が国内で卸すだけのスタイルにはもう限界を感じている（自社で何もせず、商社任せでは販路開拓は難しい）。
- ✓ 小口取引は避けたい（手間・コスト・管理などの問題）。
- ✓ 店頭販売の酒の品質が気になる（保管状況、賞味期限、消費者の購入意欲など）。
- ✓ 飲食店や販売店は物流を考慮しないことが多く、少量しか扱えない店舗が大半。小口対応が必要。
- ✓ 少量サンプルや小口のFEDEX・EMSでの送付を求められるが、将来的な展開や税制の問題などを考慮すると、実現可能か疑問が残る。

■【欧州】個別商談会・輸出プロモーション❷：ドイツ/デュッセルドルフ

〇施設名：KUSHI-TEI 串亭（日本食レストラン）

〇実施日
①商談会：2025年2月13日（木）
②日本酒WEEK： 2025年2月13日（木）～2月23日（日）

〇実施内容
1. 試飲個別商談会（B to B）
2. 試飲プロモーション・アンケート（B to B＆C）
3. 道産酒WEEK ＜独自企画／飲み比べセットテスト販売（B to C） ＞
4. 訪問／来場商談会（B to B）
5. 調査（独自企画／小口EU内輸送）
7. 本事業で作成したパンフレット配布（フランス語・英語）
8. 本事業で作成した動画の放映（フランス語）

※ 実施店舗の協力で独自作成した POP・チラシ（ドイツ語）

■【欧州】個別商談会・輸出プロモーション❷：ドイツ/デュッセルドルフ

〇施設名：KUSHI-TEI 串亭（日本食レストラン）

〇出展銘柄

NO.	メーカー	銘柄
1	小林酒造	北の錦 暖簾純米大吟醸
2		特別純米まる田
3	日本清酒	純米 吟風（青ﾗﾍﾞﾙ）
4		純米吟醸 きたしずく（緑ﾗﾍﾞﾙ）
5		純米大吟醸
6	国稀酒造	吟風 国稀 純米
7	金滴酒造	北の純米酒
8	三千櫻酒造	純米大吟醸 彗星45
9	高砂酒造	国士無双 純米吟醸 きたしずく
10	合同酒精	CHATEAU 大雪の蔵 純米大吟醸 吟風50

〇B TO Cアンケート結果
回答数：40
【まとめ】

- 来場者のうち、40代が一番多く、また男女カップルでの来場が多かった。
- 全体的に「北海道」への認知が高い。（ドイツでは「北海道」という名前のカボチャがある）
- 普段日本酒を飲食または飲食店家両方で利用する方を合わせて全体の7割を占めている。
- 飲み比べの違い等、日本酒にある程度の知識を持つ方が多かった

〇B TO C商談件数：7件
バイヤーコメント（抜粋）

- 条件次第だが取扱いしたい　（サンプル欲しい）
- こんなに道産酒が美味しいと思わなかった。社内で担当と協議する
- ウンチク大好きドイツ人なので、食材ペアリング と プロのプロモーションは重要！
- 酒蔵自ら営業に来て欲しい（他は大手以外まだ来ていない）
- HOKKAIDOというカボチャあり！　意味（場所）はわかっていないが、名称は知っている人多数（余り美味しくないが・・・）
- KUSHI-TEI はデュセルドルフ最高の人気料理店。100席しかないが、MAX 400名来店する。予約もとりずらいのでプロモーション場所としてはいい選択
- 道産酒は 複数銘柄が市内スーパーで販売
- デユッセルドルフなら酒は可能性あり（約60万人の人口で日本人が1%もいる）
- 日本中の日本酒扱い多数。B to B to C で、Cの買取オーダーがあれば、輸入対応は検討したい

■【欧州】個別商談会・輸出プロモーション❷：ドイツ/デュッセルドルフ

■ ❶道外インバウンド向け施策：道外飲食店での試飲フェア「北海道SAKE WEEK」

●目的：来日するインバウンド層に向けて、北海道産の日本酒の認知を広げるため、北海道訪問者だけでなく、日本酒に興味を持つ幅広い層にも周知を行う。他産地の日本酒との差別化を図りつつ、次回以降の北海道訪問や帰国後の北海道産日本酒の購入意欲向上につなげることを目指す。

●実施店舗：日本酒と料理 くろ川
https://tabelog.com/osaka/A2701/A270101/27146059/
●実施期間：1月27日（月）～2月2日（日）※旧正月は28日（火）～
●実施内容：北海道SAKE WEEK in 大阪日本酒と料理 くろ川
①本事業で作成したパンフレットの配布（英語・中国語）
②本事業で作成した本イベントチラシの配布（英語・中国語）
③日本酒の試飲
④アンケートの実施

●試飲銘柄

No.	銘柄	容量	メーカー
1	北の錦 特別純米酒まる田	720ml	小林酒造
2	宝川 純米酒 70%	720ml	田中酒造
3	上川大雪 十勝 特別純米	720ml	上川大雪酒造
4	千歳鶴 純米吟醸きたしずく	720ml	日本清酒
5	シャトー大雪之蔵大吟醸彗星40	720ml	合同清酒

協力：インフルエンサー「日本美食日报」

〇アンケート結果
回収数：59
【まとめ】
男性の参加率が女性よりも高く、20代から50代まで幅広い年齢層が参加。中国出身インフルエンサーの宣伝もあるため、中国人の参加者が最も多かった。
日本酒を選ぶ際、「味」と「香り」が最も重視され、パッケージデザインの優先度は比較的低い。
オンラインストアで購入希望な方が多かった。
フリーコメントでは、北海道産の日本酒に対する認知度は低かったものの、試飲後にその品質の高さに驚いたという意見が見られた。

■ ❷中国現地富裕層旅行会社向け試飲会

〇目的：日本酒の輸出拡大を図るため、中国の富裕層向け旅行会社にサンプルを送付し、ヒアリングアンケートを実施する。日本旅行経験者や富裕層による日本酒の需要が高いと考えられることから、旅行会社を通じて日本酒の認知度向上を図り、北海道への送客時に日本酒の提供や酒蔵訪問を組み込むことで、輸出拡大につなげることを目的とする。

〇実施時期：2025年2月24日～3月7日（金）

〇旅行会社

NO	会社名	所在地	業務概要
1	[redacted]	北京	ゴルフチームの海外旅行・試合手配
2		広州	ゴルフチームの海外旅行・試合手配
3		深圳	デザインナー・建築家の海外視察旅行をコーディネート
4		上海	2000年に設立されたラグジュアリーでユニークな旅行体験を提供する旅行会社
5		北京	
6		苏州	中国大手旅行会社、プライベートツアーも企画

〇実施内容
①本事業で作成したパンフレットの配布（中国語版・電子データ）
②本事業で作成したwebサイトの提示
③試飲の実施
④アンケートの実施

〇試飲銘柄

NO.	メーカー	銘柄
1	上川酒造	上川大雪純米大吟醸
2	田中酒造	純米大吟醸宝川
3	合同酒精	シャトー大雪乃蔵大吟醸彗星40

〇実施結果まとめ
中国の富裕層向け訪日旅行では、日本酒を提供する飲食店の利用や酒蔵訪問が旅行コースに組み込まれることがあり、旅行会社を通じて顧客へ紹介する可能性も考えられる。
旅行会社における北海道産日本酒の認知度は、現状ではまだ低い。
日本酒を案内する際には、特に酒蔵の歴史や文化、料理とのマリアージュが求められている。また、旅行会社からは、中国現地でのイベントの提案もあった。

■ ❸中国人富裕層向け施策

旅行と連携し、中国人富裕層がに個別試飲会を実施し、アンケート調査を行う

〇実施時期： 2025年2月24日～3月7日（金）
〇参加人数：12人（※訪日富裕層旅行会の顧客）

〇実施内容
①本事業で作成したパンフレットの配布（中国語版・電子データ）
②本事業で作成したwebサイトの提示
③試飲の実施
④アンケートの実施

〇試飲銘柄

NO.	メーカー	銘柄
1	小林酒造	特別純米まる田
2	上川酒造	上川大雪 十勝 特別純米
3	田中酒造	宝川 純米酒７０％
4	合同酒精	シャトー 大雪乃蔵 大吟醸 彗星40
5	日本清酒	千歳鶴 純米吟醸きたしずく

〇アンケート結果
【まとめ】
約6割の方は北海道産の日本酒に認知している。
日本酒を選ぶ際に味わいの次に重視しているのは歴史文化とストーリーである。
外食での利用より自ら購入の方が多かった。

■ ❹欧州市場日本人・日本ファン等一般消費者向け施策　「道産酒WEEK」の開催

［協力企業］

〇フランス/パリ：EURO JAPAN CROSSING
〇ドイツ/デュッセルドルフ：Brickny Europe GmbH

［開催場所］

〇フランス/パリ：タクミ・フレーバーズ
〇ドイツ/デュッセルドルフ：KUSHI-TEI 串亭

［実施時期］

〇フランス/パリ：タクミ・フレーバーズ　2025年2月14日（金）～2月23日（日）
〇ドイツ/デュッセルドルフ：KUSHI-TEI 串亭　2025年2月13日（木）～2月23日（日）

［実施内容］

上記２店舗にて「北海道産日本酒week」を開催する

〇北海道産日本酒の試飲集中提供
〇動画放映やパンフレットの配布（フランス語 他）
〇飲み比べ試飲メニューの提供実施
〇テスト販売

〇フランス/パリタクミ・フレーバーズ商談/アンケート実施結果：**【欧州】展示会/❶個別商談会C'est Bon ! Le Japonに記載**
〇**ドイツ/デュッセルドルフ** KUSHI-TEI 串亭商談/アンケート実施結果：**【欧州】個別商談会の実施❷にて記載**

■ ❹欧州市場日本人・日本ファン等一般消費者向け施策　「道産酒WEEK」の開催

［実施風景］

〇ドイツ/デュッセルドルフ：KUSHI-TEI 串亭　2025年2月13日（木）～2月23日（日）

■ ❹欧州市場日本人・日本ファン等一般消費者向け施策　「道産酒WEEK」の開催

［実施風景］

〇フランス/パリ：タクミ・フレーバーズ　2025年2月14日（金）～2月23日（日）

2. 事業成果まとめ及び次年度への示唆

■ 事業成果まとめ

(1) 合同会議の開催
事業の円滑な進行に向け、2回の合同会議を実施。輸出課題や市場環境についての意見交換、取り組み内容の調整を行った。

(2) 輸出拡大に向けた取り組み
ア. 海外・インバウンド向け資材の制作
パンフレットは既存データをもとに最新情報を加え、酒蔵マップが好評。動画では4酒蔵と専門家のインタビューを通じて、北海道産日本酒の魅力を映像で訴求。
Webサイトも開設し、イベント後の情報発信にも対応。

イ. 道内プロモーション（インバウンド対応）
・「北海道SAKEフェア」を全道42店舗で計2回開催し、旅行者への訴求を強化。
・さっぽろオータムフェストや雪まつりに出展し、来場者への認知拡大を図った。
・SNSやインフルエンサー連携により、合計120万回以上の視聴を獲得。

ウ. 海外展示会出展
・中国（大連・広州・深圳）にて展示会を3回実施し、地域別に効果的なPRを展開。
・フランス「C'est Bon! Le Japon」に出展し、購買意向や嗜好を調査。複数企業と商談が成立。

(3) 独自施策の実施
道外向けプロモーション
・大阪で「北海道SAKE WEEK」を開催し、道外のインバウンド客にも北海道産日本酒をPR。

中国富裕層向けアプローチ
・現地旅行会社6社にアンケートを実施。今後の展開に向け、試飲会やストーリー提案の重要性が示唆された。

欧州市場向けアプローチ
・フランス・ドイツの2店舗で「道産酒WEEK」を開催。日本酒・日本文化への関心層にリーチした。

■ 次年度への示唆

1. 中国市場：地域特性を踏まえた戦略的展開
展示会を通じ、北部では白酒文化の影響で日本酒の味が薄いと感じられる一方、南部（広州・深圳・上海）では日本酒の受容度が高く、重点的な市場と位置付け。今後は中華料理とのペアリング提案や有名シェフとの連携を推進。富裕層向け旅行会社との協業による酒蔵ツアーや試飲イベントも検討。EC販売では正規ルートの確認と品質管理の徹底が課題。

2. フランス市場：料理とのペアリングと販路開拓
フレンチやチーズとの相性の良さが評価され、純米酒の需要が高いことが判明。フレンチレストランやチーズ専門店とのコラボでプロモーションを強化。小口取引に対応する販路の整備も必要。BtoBtoCの視点での流通設計を検討。

3. 未経験層への普及と北海道ブランドの活用
日本や北海道に触れたことがない層へのアプローチは難易度が高く、時間が必要。都市部での体験機会の創出や、初心者向けのペアリング体験を提供することが有効。日本酒の特徴をしっかり伝えられる飲食店との連携を通じて丁寧にファンを育成。観光プロモーションと連動し、「北海道産」の価値訴求を強化。酒蔵が直接語るイベントの場づくりも有効。

4. 購入環境の整備
イベント参加者から「どこで買えるか」という声が多く、購入先情報の整備・共有が必要。

5. 酒蔵の輸出対応力強化
輸出にはサポート体制の強化が必要。個別に販路拡大支援や商社・バイヤーとのマッチング機会を提供。また、輸出関連団体間の情報共有と連携体制の構築が必要となる。