北海道農政部食の安全・みどりの農業推進局食品政策課　御中

令和7年度 道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業（日本酒・インバウンド）委託業務

成 果 報 告 書

概 要 版

令和8年3月10日

令和7年度道産農畜産物海外販路拡大産地づくり支援事業
（日本酒・インバウンド）　委託業務コンソーシアム

（代表者）　株式会社 JTH
（構成員）株式会社 ニトリ・パブリック

1. 事業概要

本事業の事業概要（委託者指示書 抜粋）

★ 業務の目的

北海道食の輸出拡大戦略＜第Ⅲ期＞における主要品目である日本酒について、海外における北海道産日本酒の認知度を向上させるための取組や、酒蔵の輸出体制の整備のための支援を実施する。
併せて、増加する訪日外国人に向けて、北海道の魅力ある食体験の提供や北海道産日本酒と料理とのペアリング提案などの取組を実施し、輸出との好循環を生み出し、輸出拡大に資することを目的とする。
外国人は日本での食事を楽しみにしていることが明らかになっている。このため、北海道を訪れた外国人に、北海道らしい魅力ある食体験を提供し、日本食や北海道の食文化への興味・関心を高めてもらい、農林水産物・食品の輸出につなげる好循環の構築に取り組むことが必要である。

（2）輸出拡大に向けた取組について（事業実施内容）
ア 【日本酒】 飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施（ア）～（オ）
イ 【日本酒】 酒蔵の輸出の取組段階に合わせた支援（ア）（イ）
ウ 【インバウンド】 訪日外国人を対象としたメニューの提案・試作（ア）～（カ）
エ 【インバウンド】 道内でのフェアの実施（ア）～（エ）
オ 【インバウンド】 フェア実施の周知

1. 事業概要

全体実施概要（日本酒・インバウンド ⇒ 対象国・ターゲット等）
（※企画提案書踏まえ、受託契約後委託者打合・調整、事業構成修正の上 以下作成）

【日本酒　実施概要】
■ 目的 ： 海外における北海道産日本酒認知度向上 と 酒蔵の輸出体制整備のための支援

<日本酒　欧州輸出拡大／プロモーション>

ドイツ
フランス

（イギリスは市場調査のみ実施）

1 個別試飲商談会(外食等実需者)
2 飲食店連携 道産酒フェア
3 商流開拓
4 試飲･料理とのペアリング等 アンケート収集

<日本酒　中国輸出拡大／プロモーション>

中国(上海)

1 飲食店連携 道産酒フェア
2 ペアリング提案･体験
3 小売情報等整理
4､効果的情報発信
5 試飲･料理とのペアリング等 アンケート収集

<日本酒　道内認知度向上／プロモーション>

札幌圏をイメージ

<インバウンド実施項目との連動>
1 飲食店連携 道産酒プロモーションの実施
2 ペアリング提案･体験
3 情報発信

<日本酒酒蔵支援>
各酒蔵へのアンケートやヒアリングの実施および個別支援開始
↓ ↓ ↓
フィードバック（情報提供等）
中国】【欧州】【国内】 1、ペアリングメニュー 2、商談（欧州） 3。各種データ 他
↓ ↓ ↓
◆輸出に向けた取組段階に合わせた 個別協議（支援）
↓ ↓ ↓
◆輸出体制整備の支援

他

連動

※ 日本酒 認知度向上 連動（他日本酒･インバウンドは 別取組 前提）

＊輸出促進対象品目
＜北海道産日本酒＞ および
＜農畜産物＞ コメ２種（ななつぼし・えみまる）／和牛／青果物／牛乳 乳製品

【インバウンド　実施概要】（注 対象・ターゲット等を委託者と整理）
■ 目的 ：訪日外国人向けに、食体験の提供／道産酒と料理とのペアリング提案／輸出との好循環を生み出し／輸出拡大に資する こととする
＜ 本事業はインバウンド誘客事業ではなく、食べることによる輸出農産物４品目のPRが趣旨 ＞

■ 実施フロー： 帰国後の輸出促進を目指す → 食体験の提供 → 食文化の興味・関心を高める＝認知度向上 → 好循環の構築 → 輸出に繋げる ⇒ コメ（ななつぼし・えみまる）・和牛・青果物・牛乳乳製品 ４品目でのメニュー作成 および <2品以上 5品以下＞＋ アンケート実施／集計・分析）＋ プロモーションの実施・周知

● 1） 道産酒と道産農畜産物 2） 道産農畜産物のみ の料理提供を 飲食店個別に調整し、フェアを実施

● 対象国はすべての国／ターゲットはすべての来訪外国人（例 ファミリー(子供含む)、個人 および文化指向・リピーターなど）

2. 実施報告　（1）合同会議の開催

合同会議の構成員を選定するにあたり、輸出拡大、インバウンドへの北海道産日本酒認知拡大を最大限に実施できるよう、幅広い層（関係機関・関係団体等）へ幅広く参加を依頼

第1回：日本酒　合同会議

日本酒の輸出拡大にはインバウンドとの連携が不可欠であることを踏まえ、第1回目の会議を日本酒合同会議として実施。本会議においては、本事業の目的、内容および課題について関係者間で共有し、共通認識の形成を図った。

○日程：　２０２５年7月２９日
＜日本酒＞　　１４：００～１５：３０
○　共通議題
　①　輸出拡大とインバウンド連携
　②　輸出促進に向けた3つのテーマ
　③　課題と提言
　④　今後の取り組み

第２回：日本酒　合同会議

海外プロモーションの実施報告を行うとともに、日本酒関係者から輸出における課題、市場動向、現地ニーズおよび今後の展開に関する専門的見地からの意見を聴取することを目的として実施。

○日程：２０２５年１１月４日　１３：３０～１５：００
○議題
　①中国および欧州において飲食店等との連携による
　　実施した北海道産日本酒のプロモーションの報告
　②インバウンドとの連携計画
　③酒蔵の輸出の取組段階に応じた支援に関する
　　調査状況の報告

日本酒　報告会 および　第３回合同会議

これまでの取組内容および成果について受託者より報告を行い、関係者間で共有した。あわせて、現状の課題を整理・提起するとともに、今後の展開方針および具体的な支援の方向性について協議した。

○日程：２０２６年3月2日
　１３：３０～１５：００
○議題
　①中国、欧州および国内における飲食店等との連携に
　　よる北海道産日本酒のプロモーション
　②酒蔵の輸出の取組段階に合わせた支援
　③提言および今後の展開

2. 実施報告　（1）合同会議の開催

第１回；インバウンド　合同会議

インバウンド合同会議として実施。本会議においては、本事業の目的、内容および課題について関係者間で共有し、共通認識の形成を図りました。

○日程：　２０２５年7月２９日
＜インバウンド＞
１６：００～１７：１５
○　共通議題
①　輸出拡大とインバウンド連携
②　輸出促進に向けた3つのテーマ
③　課題と提言
④　今後の取り組み

第２回：インバウンド　合同会議

インバウンド分野の関係者より、訪日外国人の消費動向や市場特性を踏まえた専門的見地からの意見を聴取し本事業の効果的に推進することを目的として実施。

○日程：２０２５年9月３０日
１５:３０～１７：００
○議題
①対象国・ターゲット等
②訪日外国人を対象としたメニューの提案・試作
③道内でのフェアの実施および周知

インバウンド　報告会　および　第3回合同会議

○日程：２０２６年3月2日
１５：４５～１７：１５
○議題
①訪日外国人を対象としたメニュー提案および
試作の実施（プロモーションテスト）
②道内におけるインバウンドフェアの開催および
周知
③提言および今後の展開

2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　ア）飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施　イ）酒蔵の輸出の取組段階にあわせた支援

【中国　上海】　中華料理店「BLINDER 雲貴菜Bistro」における１日限定の試飲会

■「BLINDER 雲貴菜Bistro」について

上海で人気のある新中式ビストロスタイルのレストラン。上海中心部の繁華街「淮海中路」の近くに位置し、周辺には高級ブランド店やセレクトショップ、カフェ、バーが立ち並ぶ。料理や店内はSNS映えを意識しており、色鮮やかな盛り付けや民族風の装飾、現代的なデザインを融合させたアートのような空間が特徴。若者を中心に高い注目を集めている

■実施日時
２０２５年１０月１５日（水）１７：００～１８：３０

■テーマ
BLINDER Pairing Night
北海道産清酒（日本酒）と中華料理が織りなす、一夜限りの雅な饗宴

■参加者
(1) インフルエンサー（ＫＯＣ）（2）バイヤー及び飲食店経営者
(3) メディア関係者　　計　１７名

■実施内容
・北海道産日本酒　５酒蔵５銘柄　の試飲提供
・上記日本酒に合うペアリング料理の提供
・唎酒師による日本中華料理酒・酒蔵の紹介、並びにペアリングの解説

■試飲会当日の様子

北海道農政部職員より、北海道産日本酒の魅力や今後の展望について説明、乾杯発生を頂戴

日本酒説明、観光情報についての紹介

【中国 上海】 中華料理店「BLINDER 雲貴菜Bistro」における１カ月間試飲キャンペーン

■実施内容
① 一般消費者を対象とした、１か月間の期間限定特別試飲イベントを実施
・１０月１５日～２９日
　1日限定の試飲会にて提供した５種類の日本酒の中から、お客様に好みの３種類を選びいただける「飲み比べセット」を販売
・１０月３０日～１１月１４日
　お客様にはお好みの日本酒１種類を選んでいただき、３０mlを無料で提供
② アンケート調査
　試飲したお客様には、アンケート回答用QRコードを案内し、スマートフォン等での回答を依頼（回答数　４０件）
③ 抽選キャンペーン
　アンケートにご回答いただいたお客様を対象に、抽選キャンペーンを実施し、厳選なる抽選の結果、５名様に「純米大吟醸　銀鱗荘」を進呈

2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　　ア）飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施　イ）酒蔵の輸出の取組段階にあわせた支援

【欧州】プロモーション ・ 飲食店フェア　および　個別商談会　（フランス パリ／ドイツ　デュセルドルフ）

■　テーマ ： 北海道産日本酒の販路開拓／輸出促進に向けた　Ｂ to Ｂ to Ｃ 営業の実施
／　飲食店への直接アプローチ　／　輸出入業者へのアプローチ　／　現地調査　他
→　Ｂ to Ｂ to Ｃ の 継続的な商流調査・確立　および　輸入業者アプローチ
→　成約時の継続的な供給に向けた 酒蔵へのフィードバック

■　行程　個別商談、他
▼　実施日時 ： ２０２５年１０月２３日(木)、２５日(土)、２６日(日)

■　実施項目／内容
▼　個別試飲商談会（飲食店）の実施（商流 および 販路開拓／新規導入・取扱 依頼交渉）
▼　商談実施数（訪問数） 計 １８店／社（２０回）
【フランス】　１２店 （日本食 ７店／フレンチ ５店）
（※内 ミシュラン2025認定 ３店・認定実績有 ２店）
４社 （輸入/卸/販売）
【ドイツ】　２店／社（日本食 ２店／輸入・飲食グループ企業 １社）

■　参加酒蔵／銘柄
▼　酒蔵支援に関わるアプローチ等により、各酒蔵から 欧州輸出実施および今後の意向／輸出可能銘柄・数量 および 商流等 をヒアリング。
▼　参加意向を前提に協議。　その上で 選定し、酒蔵が欧州輸出可能な銘柄を、現地に輸出・輸送し 協力了承店に提供 （一部買取 ＝ 新規スポット導入）

■　個別商談に向けた北海道産日本酒 参加酒蔵／銘柄（サンプル提供・輸出可能銘柄での出品）
▼　７酒蔵 １６銘柄（720ml １０銘柄／500ml １銘柄／300ml ４銘柄 ※内新規５銘柄 ）

2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　ア）飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施　イ）酒蔵の輸出の取組段階にあわせた支援

【欧州】プロモーション・飲食店フェア および 個別商談会（フランス パリ／ドイツ デュセルドルフ）

■＜委託者指示＞
商談・試飲を実施した訪問飲食店に対して北海道産日本酒フェア実施を依頼

▼　北海道産日本酒になじみのない海外の方に北海道産日本酒を体験してもらうと共に、感想などの情報を収集することを目的に、北海道産日本酒フェア（飲食店による客への案内などを含む）の開催を依頼
▼　フェア開催に当たっては、試飲・商談した酒蔵や銘柄を対象に、飲食店の希望を取りまとめ、現地輸送を含めた輸出費用を事業費で負担し、商品は飲食店による買い取りを基本に実施（一部商品については、継続的な取引を視野にサンプルとして無償提供）
▼　依頼飲食店には対面聞き取り または 客によるオンラインアンケート回答のへの協力を依頼。
なお、開催時期・内容などは飲食店の負担軽減を目的に店舗ごとの判断で実施

■　＜受託者取り組み＞
候補である商談訪問飲食店に対し、試飲・商談等からフェア実施へのアプローチを実施

▼　欧州飲食店で北海道産日本酒を来店客に飲んでもらう／勧めてもらうため等 認知度向上に向けたフェア実施依頼
▼ 全体事業目的である　輸出との好循環・輸出拡大に資するデータを収集

▼ 提示条件
1）店主・ソムリエが試飲した酒蔵・銘柄から飲食店が自由選択
2）輸送／輸出入／配送を負担
3）開催時期・内容など 飲食店判断で イベントまたはフェアを実施
4）飲食店購入を依頼。ただし フェア開催優先 かつ 継続的な取扱検討で、サンプル無償提供を実施
5）北海道産日本酒 および ペアリング料理 等に対して、アンケートを可能な限り収受協力
▼　北海道産日本酒の 欧州飲食店フェアは初めて。実施協力のため、店でのオペレーション・課題等を抽出するため、テストとしてフェア実施を最優先に依頼

■　実施概要

▼　実施設定期間 ： ２０２５年１１月～２０２６年２月
▼　フェア参加協力店
【フランス　パリ】　日本食 ４店　フレンチ １店
【ドイツ　デュッセルドルフ】　日本食 ２店

▼　フェア実施手法
来店客に案内（会話）の中でソムリエまたは店スタッフから、店指定の北海道産日本酒を説明（資料提供 他）　→ 希望客に複数酒無料試飲（アンケート依頼）→ 気に入った北海道産日本酒の有償オーダー注文受け → アンケート対面ヒアリングによる提出 または オンライン送信

2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　　ア）飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施　イ）酒蔵の輸出の取組段階にあわせた支援

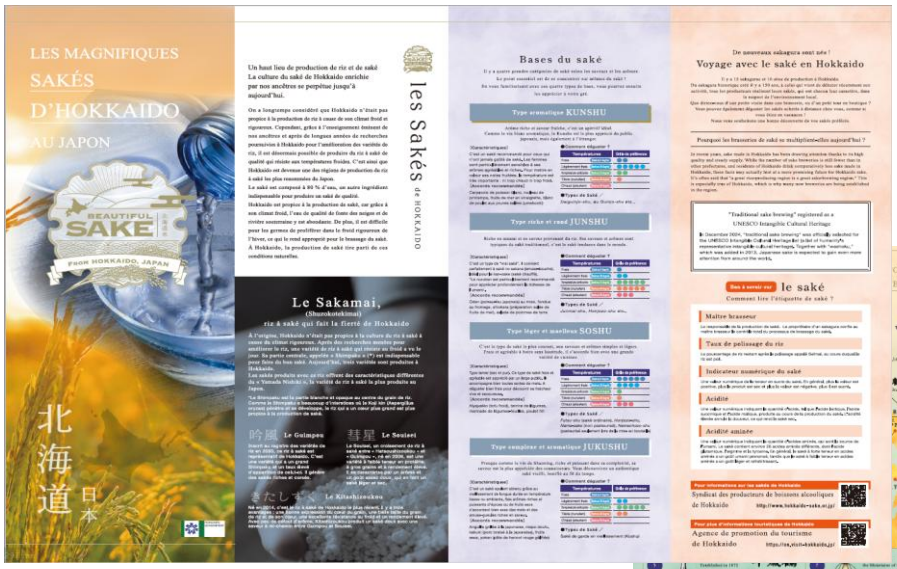
【欧州】プロモーション・飲食店フェア および 個別商談会（フランス パリ／ドイツ デュセルドルフ）

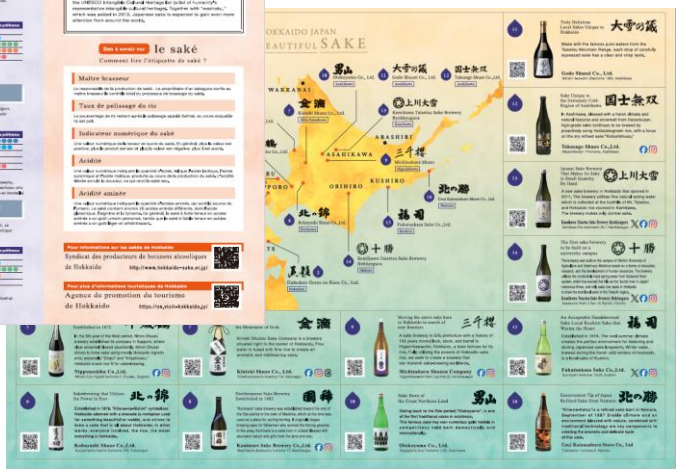
■ 配布資料

① 国税庁札幌国税局提供　ポスター２種、リーフレット（※フェア参加店 および 希望店へ条件つき配布）

＜札幌国税局提供 ポスター店舗掲載
および リーフレット 商談･販促時提供＞

② 北海道農政部2024年度成果物データ提供を活用し修正の上、フェア参加店へ印刷物またはデータを配布（※現地語リーフレット制作・印刷・・・フランス語・英語・ドイツ語・中国語簡体字）





2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　ア）飲食店等との連携による北海道産日本酒のプロモーションの実施　イ）酒蔵の輸出の取組段階にあわせた支援

【欧州】プロモーション・飲食店フェア および 個別商談会（フランス パリ／ドイツ デュッセルドルフ）

■アンケート調査の実施

▼　実施方法
GOOGLEフォームによるオンラインアンケート　および　協力店による対面ヒアリングアンケート
（１）　参加者数（アンケート回答者数）　７店 計 １０４ 名
　　オンラインＱＲコード ３１名 ／ 対面ヒアリングアンケート ７３ 名

（２）アンケートの内容
１　食事をしたレストランの名前
２　居住国 ／ 出身国・国籍
３　性別（男性　女性　その他）
４　年代（20代　30代　40代　50代　60代　70代以上）
５　同行人員
６　今まで日本酒を飲んだことがあるか？　ある場合、飲む頻度は月何回？
７　好きな銘柄は？　　ある場合、好みの味わいは何か？
　　＜フルーティー／香り／米の旨味やコク／すっきりさ／ふくよかな甘み／キレ／あと味／その他＞
８　今まで北海道産日本酒を飲んだことがあるか？
９　本日飲んだ北海道産日本酒銘柄は何か？
１０　飲んだ感想（好み等）を自由に入力下さい
１１　本日食べたメニューは何か？
１２　本日食べた料理と北海道産日本酒のペアリングはどう思ったか？
１３　今後一緒に食べてみたい食材は何か？
１４　日本酒を飲むにあたり 飲食店に望むことは？
１５　その他 感想を自由に入力下さい
１６　日本酒のアルコール度数をどう感じたか？（選択：高い・低い・ちょうど良い）

2. 実施報告　（2）輸出拡大に向けた取組み　エ）道内でのフェアの実施
オ）フェア実施の周知 および【日本酒】国内プロモーション 連動

【インバウンド】 飲食店フェア（北海道内実施）

■ 飲食店フェア　テストオペレーション（１店舗）
▼ 実施日時 ： ２０２５年１１月
▼ 実施の目的
・　北海道産日本酒と道産食材の料理のペアリングに対して、どのような感想を持つかを把握すること および ペアリングメニューの好みや帰国後の購買の意向などを把握し、飲食店フェア実施に向けたデータ収集を第１の目的
・　全体事業目的である輸出との好循環・輸出拡大に資するためのデータ収集を第２の目的とした
▼　実施内容
　本事業においては、インバウンドは初めて実施のため、飲食店フェアに向けた 飲食店のオペレーション・課題等を収集・抽出するテストとして実施

■　飲食店フェア（協力１１店舗）
▼　実施日時 ： ２０２６年2月１０日～１８日
▼　実施手法
・　インバウンド来店客が パンフレットを提示。ＱＲコードアンケート送信確認で希望客に北海道産酒無償提供 または 割引クーポン提供

■　協力依頼・選定飲食店（条件）および　実施内容
・　指定４品目（コメ２種、和牛、青果物、牛乳乳製品）を使用したペアリング等になり得る料理を、レギュラーメニューとして提供している飲食店
・　本事業制作のパンフレット掲載 と共に対象メニューを掲載
・　パンフレットに特典を掲載
・　インバウンド来店客がパンフレットと料理を一緒に撮影し、ＳＮＳへ投稿 および ツアー参加客が、ＱＲコードアンケートを送信したことの確認をもって、希望客に特典提供とした

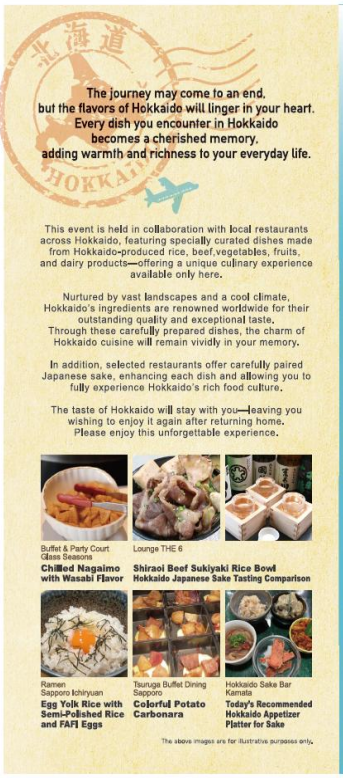
▼　実施店舗　：　札幌市内　１１店舗
・　パンフレット掲載（※メニューは、指示書の指定食材を使用した代表メニュー）
（※ 北海道産日本酒と北海道産チーズとのペアリング 無償試飲イベントを１店舗で実施）

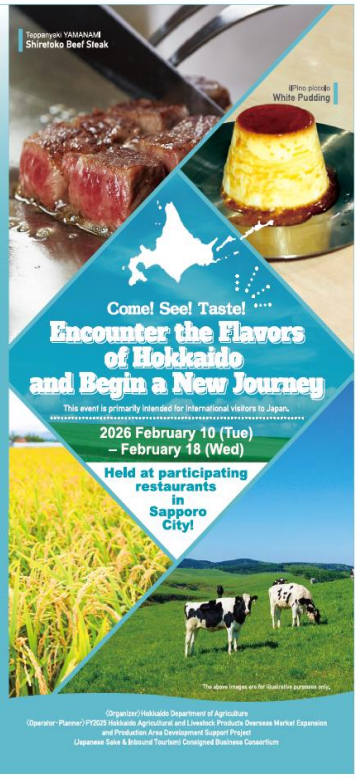
2. 実施報告 （2）輸出拡大に向けた取組み エ）道内でのフェアの実施 オ）フェア実施の周知 および【日本酒】国内プロモーション 連動 ）

【インバウンド】 飲食店フェア パンフレット 設置・配布（フェア協力機関・宿泊施設・協力飲食店 他）

■ 告知パンフレット （英語 ２５００部・中国語簡体字 １５００部 配布／設置）

▼ 英語版 Ａ４ 三つ折





▼ 中国語簡体字版 Ａ４ 三つ折

3. 輸出を拡大させる方策の検討

■ 提言に向けた実施内容を踏まえた 事業全体分析

▼ ２（２）輸出拡大に向けた取組み ア～イ【日本酒（欧州・中国での飲食店プロモーション と道内酒蔵の輸出取組 支援）】 ウ～オ【インバウンド（北海道産指定４品目 周知・プロモーション等）】に関する 実施結果 ： データ／把握／課題解決成果／課題 のキーワードなど 項目別抽出を３～１２ページに記載＞

▼ 北海道産日本酒輸出促進など全般は、海外飲食店プロモーションは初めての実施につき、示唆的／有用なアンケート・コメントが多数あり、さらに深める必要性あり

▼ インバウンドも本事業として初めての実施につき、示唆的／有用なアンケート・コメントの活用必要あり

▼ 以上２点より、日本酒全般 および インバウンド全般の 今後の事業展開 と 継続性をさらに検討することは重要である

▼ 項目別抽出は、示唆的なアンケート／協力店ヒアリングなどの実施データ結果 と 合同会議構成員の知見・意見 など多数あり、受託者の知見を加味し、今後に向け 抽出・集約できたのは 最も大きい成果である

▼ 本年度実施結果（データ／成果／課題／分析・課題解決案など）を、提言のデータ ＝ キーワード（文）として、＜４輸出を拡大させる方策 提言に向けて＞ 記載

■ 提言に向けた 実施内容 （データ収集・分析項目）

●【日本酒】

１） 日本酒 欧州 輸出拡大／プロモーション（フランス・ドイツ）
- 個別試飲商談会（外食等実需者）
- 飲食店連携 道産酒フェア
- 商流開拓
- 試飲・料理とのペアリング等 アンケート収集

２） 日本酒 中国 輸出拡大／プロモーション（中国 上海）
- 飲食店連携 道産酒フェア
- ペアリング提案・体験
- 小売情報等整理
- 効果的情報発信
- 試飲・料理とのペアリング等 アンケート収集

３） 日本酒 酒蔵支援
- 各酒蔵へのアンケートやヒアリングの実施および個別支援・フィードバック（情報提供等）

●【インバウンド】

１） 飲食店と連携し、北海道産指定４品目のプロモーションの実施
２） 北海道産日本酒とのペアリング提案・体験
３） 情報発信
４） アンケートによる情報収集

4. 輸出を拡大させる方策　提言に向けて

事業総括

■　事業全般の 課題と対応　※キーワード・文

▼　競合との差別化
北海道産品の高品質や独自性をアピールし、競合との差別化を図る必要がある。
例えば、北海道産米は、高品質な日本米としてのブランドイメージを確立し、ペアリングとして高級寿司・レストランや高級食材店を中心に販路を拡大することが期待される

▼　価格競争力強化
北海道産日本酒の物流コストの削減や効率化を図り、価格競争力を強化する必要がある。
また、高付加価値製品の開発や、ターゲット層を絞った販売戦略も検討が必要

▼　ブランド戦略
北海道産品のブランドイメージを高め、競争力を強化する必要がある。
例えば、北海道の豊かな自然や食文化をＰＲし観光と連携しつつ、食品見本市・飲食店などのプロモーションは効果的

■【日本酒　欧州】と【酒蔵支援】　※キーワード・文

▼　仕入
- 仕入先は 複数の輸入・卸商社 および シェフが直接日本から取り寄せ（フランス）、固定の輸入商社（フランス）、複数の輸入・卸商社 から グループ本社が一括仕入し、店のコンセプト等にあわせる（ドイツ）
- 導入の選定基準は、新規は輸入商社お薦めを斟酌し、まずは仕入価格を確認し、その中から店主・ソムリエ・シェフが絞り、レギュラーメニューはその中から決める（フランス）
- 導入の選定基準は、仕入価格を重視
- 現在冷凍コンテナ輸送しか行っていないが、冷蔵コンテナ利用も検討可能（ドイツ）

▼　輸入・卸業者
- 欧州の 輸入業者（卸業者）は、すでに日本全国からの酒蔵・銘柄取扱いをしている。よって新規取り扱いは 以前通り 現状かなり難しい
- ネット販売は大手を中心にフランスでは競争が激しい
- ドイツでの日本酒ネット販売は余り見られない
- 成約後の継続的な供給に向けた酒蔵へのフィードバックは、継続的に受託者が実施

▼　販路拡大
- 酒蔵単独の飛び込み営業だけでは難しい。長年の人間関係／インポーターのメリット／消費者の購買促進など、長期間取り組みが必要で、簡単に結果がでない場合もある
- 酒蔵の営業熱意だけでなく、具体的な支援＝協賛費等が求められる場合がほとんど
- 飲食店の仕入先は 複数の輸入・卸商社 および ソムリエ・シェフが直接日本から取り寄せ（フランス）多数あることは、今後の B to B to C の取り組みが有効であることを示唆している

4. 輸出を拡大させる方策　提言に向けて

■【日本酒　中国】と【酒蔵支援】　*※キーワード・文*

▼　試飲イベントおよびアンケート結果を踏まえ、中国市場における北海道産日本酒のさらなる普及および販売拡大に向けて、商品戦略、販路戦略およびプロモーション戦略の観点から、以下の通りデータ把握／成果／課題抽出／分析・課題解決を提案

・　商品戦略については、中国市場の消費者が「飲みやすさ」「すっきりとした味わい」「フルーティーな香り」を高く評価していることから、淡麗で軽快な味わいの日本酒を中心に商品ラインアップを構成することが重要であると考えられる。特に、純米吟醸および純米大吟醸クラスは価格受容性および品質評価の両面において優位性が確認されており、今後の主力商品として重点的に展開することが有効

・　販路戦略については、飲食店における体験が日本酒の認知および購買意欲の向上に大きく寄与していることから、飲食店を起点とした導入戦略を優先的に推進することが重要。試飲提供やペアリング提案を通じて消費者に実際の味わいを体験していただくことで、日本酒に対する理解と関心を高めることが期待できる。また、店内でのグラス提供を積極的に促進することにより、消費者が気軽に日本酒を試す機会を増やし、新規顧客の獲得につなげることが可能

・　販売チャネルの観点では、ECサイトを通じた購入が最も多いことから、オンライン販売との連動を強化することが不可欠。飲食店での試飲体験をきっかけとして、ECサイトでの購入へとつなげる導線を構築することにより、継続的な販売拡大が期待できる。そのため、店内におけるQRコードの設置やオンラインショップへの誘導を含めた施策を積極的に実施することが有効

・　プロモーション戦略については、「北海道」という地域ブランドが消費者の購買意欲に一定の影響を与えていることから、北海道の自然環境、酒造りの歴史、品質へのこだわりといったストーリー性を積極的に発信することが重要。また、SNSや口コミが情報取得の重要な手段となっていることから、SNSを活用した情報発信やインフルエンサーとの連携を通じて認知度の向上を図ることも有効

・　加えて、ターゲット層については、20代から30代の都市部消費者、特に女性層が中心であることが確認されたため、これらの層を主要ターゲットとして商品開発および販促施策を設計することが望まれる。飲みやすさやデザイン性を重視した商品展開により、新規顧客の獲得および市場拡大が期待できる

■【日本酒　酒蔵支援】　*※キーワード・文*

▼　成果指標の設定と中長期の伴走支援の必要性
- 酒蔵毎のKPI （例：次年度実施内容／現地との商談数など）を設定
- 段階的にPDCAを回しながら、定期的なフォローアップ（例：定期オンライン面談、現地情報の共有）

▼　酒蔵自らの現地訪問・営業は効果的だが、現地は商流確定のため 個別訪問を求めている
（※１国１商流は、相変わらずで現地ニーズ・意向が強い）

▼　販売促進には経費（自社コスト）が継続的に必要なため、酒蔵の意向／経営意思などの覚悟と経営者判断が重要。よって、単年度事業としての実施には 意向のある酒蔵に継続の事前ヒアリングが必要・重要である

4. 輸出を拡大させる方策　提言に向けて

■【インバウンド】【日本酒プロモーション 国内】の 共通点 および 連動対応
※キーワード・文

- 輸出重点食材に絞った 道産食材 プロモーションの難しさ
- ペアリングメニュー　選定の難しさ
- 協力飲食店の理解＝共通フェア実施の難しさ
- アンケート数・内容から　初年度として 一定の成果あり
- インバウンド観光客が求めているものは千差万別
- しかし、旅行・観光自体を楽しみに来道　および　日常ではなく 非日常を求めている層が圧倒的に多い
- 非日常の目的は ＜有名・名物／その土地でしか楽しめない＝味わえない＞ ＜買物／興味・自分なりの楽しみ＞ など個人的な行動様式であることは間違いない
- ターゲット＝国　を絞らず、食材をズームしたプロモーション の実施に向け、指定食材の広報 ＝ 輸出拡大に向けた プロモーションを重視
- 輸出に向けた方策を意識しつつ、幅広い道産食材を インバウンドの興味にあわせ伝える
- 北海道ファンを中心に、一過性ではない 継続的な プロモーションが 輸出拡大に向けた策として効果的であるのは間違いない

※キーワード・文

▼　飲食店フェア以外 など、手法を検討（絞る）重要性
▼　短期間ではない手法実施の重要性
▼　日本酒とのペアリング料理を重視したプロモーション
▼　協力飲食店の人気メニューから　ピックアップした プロモーション手法
▼　必要に応じて、プロモーションと連動／並行したメニュー開発 の実施

▼　輸出に向けた方策を意識しつつ、目的を絞り、幅広い道産食材をインバウンドのニーズ・興味と協力店のニーズも踏まえ、さらに効果的に伝えるための企画と手法の検討必要性

▼　ターゲット＝国 を絞らず、食材をズームしたプロモーションの実施による、指定食材の道内周知・広報 ＝ 輸出拡大（輸出可能） に向けた プロモーションの検討必要性

■【事業全体 の 提言に向けて】

▼　輸出に向けた全体方針・方策を意識しつつ、幅広い道産食材を海外・インバウンドの興味にあわせ かつ 伝えるための 事業立案・企画・実施の重要性

▼　食材をズームしたプロモーションの実施に向け、指定食材の広報 ＝ 輸出拡大に向けたプロモーションを重視
（例：道産品対象品目の選定／フェア実施の手法・内容／販促物の記載内容　他）

▼　本事業は、海外プロモーション・インバウンドマーケット および 協力店のニーズを踏まえ、継続的に実施することにより、日本・北海道ファンを中心とした 一過性ではない、輸出拡大に向けた 行政の事業策として効果的であるのは間違いない