

北海道

北海道 経済部 食関連産業局 食産業振興課
地域事務局：株式会社北海道二十一世紀総合研究所、株式会社ニトリパブリック

CASE STUDY

事例



蒔絵×日本酒で海外に 日本の伝統文化や 北海道の魅力を発信

LFP
パートナー数
343
社・団体
2023.12現在

プロジェクト創出に至るまで

- ▶国内市場が縮小する中、海外需要の取り込みを目的に、道内の酒蔵、酒や食品の卸会社、酒米の農家、調味料などの食品製造事業者等が輸出拡大の取組に向けてプラットフォームに参画しています。
- ▶このテーマのもとにビジネスプランを募集したところ複数の応募があり、アイデア発表や参加者間でのグループディスカッションを経て、6つのプロジェクトが誕生しました。
- ▶「蒔絵ラベルの日本酒プロジェクト」では、海外での日本人気と、日本酒のイメージと響き合う伝統技術「蒔絵」に着目。北海道の日本酒の魅力を発信し、海外販路拡大やブランド力向上などを目指し多業種連携で取り組んでいます。



左：北海道北部の増毛(ましけ)町で栽培される酒米は「吟風(ぎんぷう)」など。道産酒米の作付面積は近年増加傾向ですが、日本酒の消費は減少傾向にあり、新たな需要獲得が課題です。

右：日本最北の清酒蔵・国稀酒造(株)。良質の米と蔵人の丹精込めた技量により、美味しい酒造りに励んでいます。今回、業界の垣根を越えて日本伝統文化との融合に取り組んでいます。



STORY

プロジェクトの進行過程

多様な業種の方に
参加いただき、アイデアの
ブラッシュアップや連携促進が
図られました。



北海道 経済部 食関連産業局
食産業振興課 輸出振興係 主任 滝本 悠介さん



2023年8~9月

研修会・戦略会議

海外市場を目指した多様な業種の事業者が、「輸出」をテーマにアイデアを出し合い6プロジェクトが始動。1つのプロジェクトでは国分北海道(株)が中心となり、ビジネスアイデアのブラッシュアップを行いました。

VOICE

プロジェクトメンバーの声



国分北海道株式会社 地域共創部事業共創課
河内 幸人さん

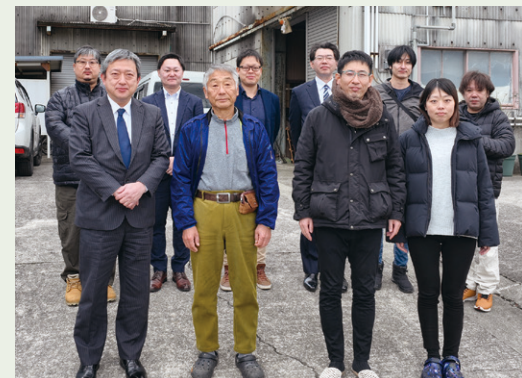
新しい切り口の戦略で 日本酒を高付加価値化 輪の広がりに期待

北海道の酒米と日本酒の消費を上げる仕組みづくりのひとつの手段として、輸出を進めていくため、酒米農家と酒蔵、輸出の機能を担う当社、そして蒔絵を手がける漆器製造業者が中心になって課題に取り組みました。これまでいろんな酒蔵が輸出を試みっていますが、さまざまな日本酒のどこが違うか分かりにくい、そもそも同じようなラベルが多くて見分けにくいという反応が海外の展示会でありました。そこで、日本酒と親和性のある伝統的な蒔絵を瓶に施して付加価値を高め、差別化を図ろうという戦略に絞りました。6種類のデザイン案が生まれ、海外のバイヤーにアンケートを取った上で評価を見極め、商品化していこうと考えています。LFPは関わる方が多いため、入り口(原料)から出口(販売)までのサプライチェーンを可視化し、共有する必要があると思います。参加のメリットは多様なつながりができること。さらに輪が広がっていく期待感があります。

2023年12月
プロジェクトの
誕生

2

道内には多くの酒蔵があり、海外では日本人気も上がってきています。その中で北海道の日本酒の魅力を発信する方法を模索。まずは第一印象の酒瓶のラベルに着目し、日本の伝統文化「蒔絵」を瓶に施した日本酒を道内の国稀酒造(株)と、和歌山県の漆器製造業者が連携し開発。



2024年1月

商品開発の工程

3

和歌山県の(有)橋本漆芸が持つ「蒔絵」をガラス瓶に施す技術で、日本酒のボトルに唯一無二の「蒔絵」をデザインし、高級感、希少性をプラス。道産日本酒を高付加価値化することで、海外市場での拡大を目指します。

今後の展望

4

「蒔絵」をラベルにした日本酒は、日本酒の美味しさのみならず、日本の伝統文化や北海道の魅力を伝えるきっかけを提供します。北海道ツーリズムへの想いを誘発し、産地や歴史への関心の高まりも期待しています。

