

SAGAE

CHANGE THE IMPRESSION OF

日本酒

SAKE

Ginji Makino , Kosuke Saito , Marin Kawada, Kei Ichihara



寒河江独自プログラム

Sagae original program

寒河江市を中心とした山形県の魅力発見

discover the charm of Sagae City and Yamagata Prefecture



寒河江産日本酒のプロモーション提案

promotion idea of Japanese Sake made in Sagae

# オンライン酒蔵見学

千代寿虎屋—1715年創業。寒河江の蔵が1922年に分家独立。

Chiyokotobuki toraya(since 1715)→Sake brewery in Sagae established in 1922



△唯一千代寿虎屋で造られている  
米「豊国」を使った日本酒

Japanese Sake which made from  
“Toyokuni”, the kind of rice made in toraya



△頂いた日本酒と  
山形のおつまみ  
Japanese Sake and  
snacks made in  
Yamagata



2022-02-02 13:15:16



△千代寿虎屋の外観  
appearance of sake  
brewery

△オンライン酒造見学の  
様子

Online tour of a Sake  
brewery

# 今回の目標

日本酒のイメージを変え  
もっと選んでもらえるお酒に

Change the impression of Japanese Sake  
and make it more popular

# 目次

1. 現状・課題
2. 日本酒の魅力 Attractiveness of Sake
3. プロモーション手段提案 Ways of approach
  3. 0. 海外戦略 Overseas strategies
  3. 1. 海外向け For overseas...
    - a.飲食店向け For restaurants
    - b.一般家庭向けの販売 For sales targeted households
  3. 2. 国内の日本酒離れの打開 The way of increasing the comsumption among young generation
4. まとめ Summary

# 1. 現状・課題

- ・海外における知名度の低さ Japanese Sake is little-known in foreign countries
- ・すでに海外進出した日本酒との競争 Competition against other region's sake
- ・アルコールが強いお酒、荒いイメージ Impression that Sake has strong alcohol
- ・日本酒業界の縮小 Contractive tendency of Sake brewing industry

<JETRO山形 桜澤さんのお話>

輸出の障壁となるのが「制度」「距離」「認知度」→特に「認知度の壁」がネック

日本酒は荒い侍が飲んでいるようなイメージ

福島の日本酒→特設ブースを設けるなどアメリカに展開

Obstacle of trade··· "Institution" "Distance" "reputation" → "reputation" is most difficult barrier

Impression that Japanese Sake is drunk by rowdy, Samurai

Sake made in Fukushima→ Exported to U.S.A.

## 2. 日本酒(SAKE) の魅力 <千代寿虎屋さんのお話から>

- ・原材料の雪解け水に含まれるミネラルが豊富

Meltwater which is used in Sake has a lot of mineral

- ・冬場仕事がない農家の人たちが酒蔵で仕事を担う

Farmers engage brewing during winter season because they do not have to work on a farm

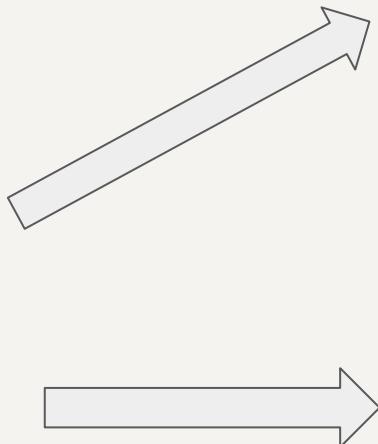
- ・地域のもののみを使った商品⇒地域とのつながり

Goods made by local stuffs ⇒ Connections with the region

- ・糠など含め酒造りに使われない部分も他の用途で使われ、無駄がない

No waste: Even some parts of ingredients which are not used for brewing (Such as rice bran) are reused for other purpose e.g.  
fertilizer, feed for chicken

### 3. O. 海外戦略 overseas strategies



寒河江・山形ブランド  
の売り出し



寒河江・山形の日本酒をもと  
に海外の家庭にも日本酒を進  
出

### 3.1.海外向け a.飲食店向け for foreign restaurants

指針:「寒河江」「山形」の酒を選んでもらうには

What should do for being chosen SAKE of SAGAE/YAMAGATA

おつまみと一緒にだから  
初めてでも飲みやすい

easy to drink SAKE  
as for having  
matching food



山形・寒河江のお酒  
を飲んでるんだ！

・「山形」を売り、他県・他地域の競合相手との差別化を図る必要性

necessity to differentiate SAKE of SAGAE from others.

### 3. 1. 海外向け a.飲食店向け for foreign restaurants

指針:「寒河江」「山形」の酒を選んでもらうには

What should do for being chosen SAKE of SAGAE/YAMAGATA

#### ①山形の特産品との食べ合わせの提案

advise foodpairings with YAMAGATA's local food for the  
SAKE

**SAKE**

寒河江  
・山形の  
**SAKE**

### 3. 1. 海外向け a.飲食店向け

#### 指針:「寒河江」「山形」の酒を選んでもらうには

・PRする上で、お酒ができる過程や、酒造りのこだわり・思い、日本酒文化を紹介することで寒河江・山形の日本酒をブランディングする。

brand the SAKE by showing process of making SAKE, passion for SAKE and its culture.

#### ②ドキュメンタリーの制作

produce a documentary



山形国際ドキュメンタリー映画祭2021  
10月7日(木)~14日(木) オンライン開催

[www.yidff.jp](http://www.yidff.jp)  
**YIDFF Official Site**

### 3.1.海外向け a.飲食店向け

②ドキュメンタリー制作 具体的なコンテンツ

concrete contents(proposal)

例/e.g.) 1. 酒造りの工程を米作りから完成まで。

process of producing SAKE

2. 酒造りに関係する人の思い・こだわり・それぞれのエピソード

what producers think about SAKE

3. 寒河江・山形の日本酒に魅了された方にインタビュー

(輸出先の人にも)

interview people who fascinated by SAKE

### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売

指針:家庭内で日本酒を飲む習慣を形成するには。

An idea of creating a habitat to drink Japanese sake in a household

- ・日本酒は日本料理店、または居酒屋で販売されていることが多い。  
☞その場所に行かない人々の層にとっての 日本酒を知る機会が極めて少ない現状がある。  
その層を取り込むことが 日本酒の需要拡大に繋がると考えられる。

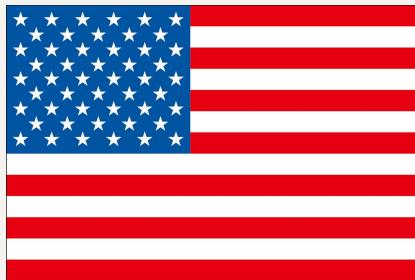
There is a image that Japanese Sake is for having in a restaurant or IZAKAYA. So, those who do not go there hardly know sake.

日本酒の需要拡大のため、私たちは飲食店で日本酒を提供する販売手法だけではなく、  
**家庭内でも日本酒を飲む習慣を形成していくことの可能性を提案していきたい。**

Our proposal is to expand its consumption by promoting the new habitat of having sake in a household.

### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売 (知人へのインタビュー)

海外の人から見た日本酒の印象 Impressions of Japanese sake in Foreign countries



アメリカ(大学生)

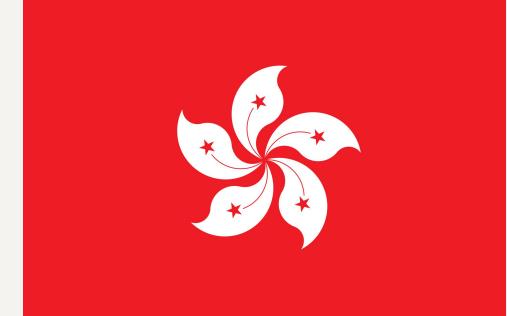
- ・日本食店や居酒屋でとても人気がある。  
My impressions are that it is very popular in Japanese restaurants and 居酒屋
- ・日本食店や居酒屋に行った時、よく飲む印象がある  
It is common only when one eats in a Japanese restaurant or goes to Japanese style IZAKAYA

香港(日本の大学に在学)

- ・日本酒バー、居酒屋、または高級輸入品店 にあるイメージ

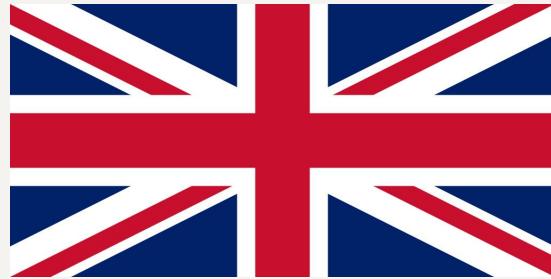
It is likely to be sold in a Japanese bar, IZAKAYA, and a luxurious imported goods store.

- ・高級なイメージがある。the image of luxury



### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売

海外の人から見た日本酒の印象 Impressions of Japanese sake in foreign countries



イギリス(社会人)

- ・日本酒は味が興味深くて、良い印象を持っている。  
I have a good impression of sake, it has interesting flavours.
- ・イギリスでは、日本酒は一般的ではない。また、販売する 場所が限られている気がする。  
特別な時に飲むもの。  
It is not very common to drink Japanese sake in the UK. It is quite unusual to see and most places do not sell sake. I have only had Japanese sake in the UK on special occasions

### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売

#### 予想される障害 anticipated struggles

- ・日本酒の**認知度**がまだ乏しい。Japanese sake is not still famous  
日本酒に対して馴染みがない。Most of them are not used to drinking sake

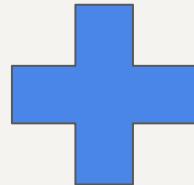
#### 対策 solutions

- ・日常的な情報との接触と**親近感**が重要 Creating a sense of intimacy  
生産者の顔が見える=信頼の構築 Transparency = Trust
- ・日本酒with○○の可能性 Suggesting a new way of consuming sake

### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売

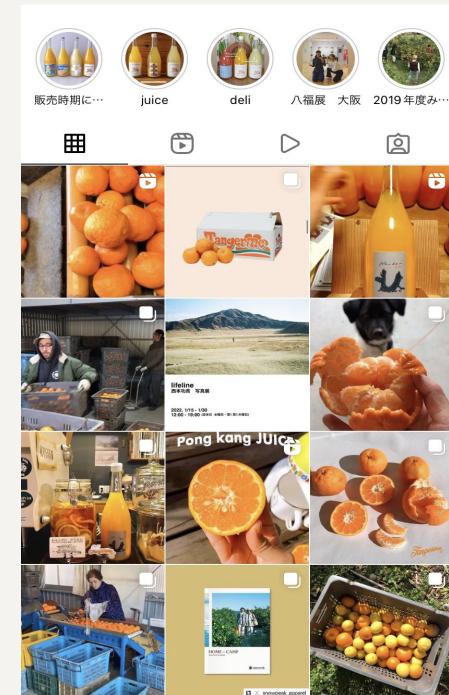
#### 具体例 ① 輸出国の国や地域の職とのペアリングの提案

Suggestion of pairing with food eaten in which sake is exported





愛媛のみかん農家



### 3. 1. 海外向け b.一般家庭向けの販売

#### ②QRコードを用いたコンテンツマーケティング

##### Contents Marketing

商品にSNSなどのQRコードを

リンク先では... (via QR code...)

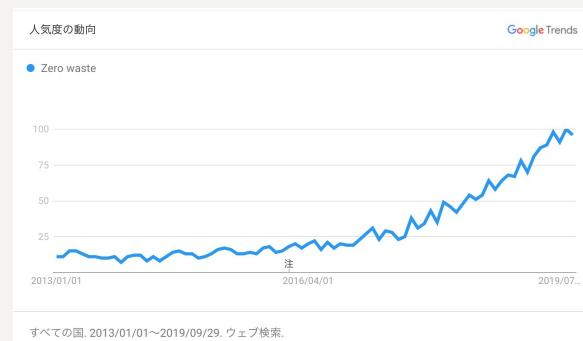
- ・製造工程や、生産者によるこだわり解説＜千代寿便り＞ (blog)

- ・日常エピソードの配信 (daily episode)

- ・Zero WasteのPR

→世界中に広がっていっている活動

例)蜜蠟ラップ、徳島県上勝町



☆持続可能性に注目が集まっている

<https://ideasforgood.jp/matome/zerowaste-matome/>

### 3. 2. 国内の日本酒離れの打開(若者中心に)

#### <国内の状況>

- ・国内での日本酒消費量が減少傾向

The domestic consumption rate of Japanese sake is falling

- ・アルコールが強いという印象

There is bias against sake: Sake is a sort of spirits, impression that Sake is dinamic

### 3. 2. 国内の日本酒離れの打開(若者中心に)

⇒①パッケージデザインの一新

Renew design of Japanese Sake

<高円寺純情商店街でのお話を通して>

純情純米酒…お土産として若い世代を含め幅広く人気

→飲んだ後に歯ブラシたてやペンたてに

“Junjo Junmai sake” …popular for wide range of age groups

→Consumer can use “One cup” grass as pen stand or tooth brush stand after drinking Sake



### 3. 2. 国内の日本酒離れの打開(若者中心に)

- ・お酒を飲んだ後も使いたくなるようなワンカップのデザイン

Renew design of “One cup” so that consumer can use after drinking Sake

- ・「寒河江といえば○○」を イラストに

例) 寒河江川、慈恩寺、季節ごとの果物(さくら

んぼ、ぶどう、西洋梨 など)

Draw the picture of specialities or tourist spots in Sagae City

e.g. Sagae river, Jion temple, seasonal fruits such as Cherry, Grape, Pear



### 3. 2. 国内の日本酒離れの打開(若者中心に)

#### ⇒②飲みやすくする Improve Japanese Sake

<JETRO山形 桜澤さんのお話>

→海外で小さいサイズのお酒が売られている

Nowadays small size sake are sold in foreign countries

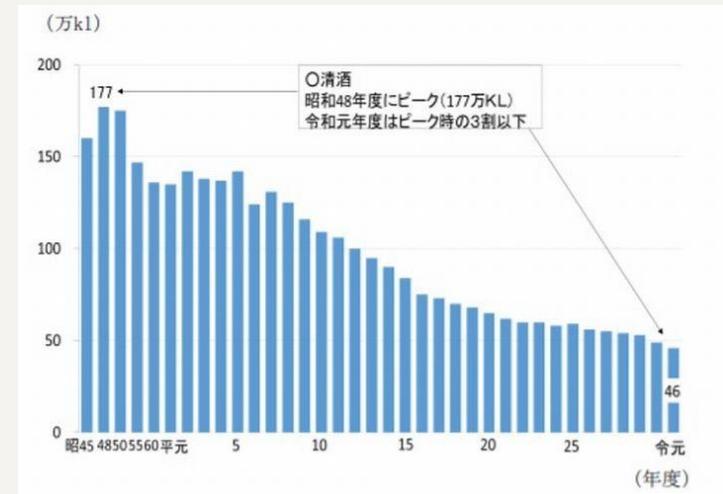
<千代寿虎屋 大沼社長のお話>

→コロナ禍で飲食店消費が減少

Consumption rate of Japanese Sake in the restaurant

is decreasing due to the COVID-19 pandemic

→日本酒業界の縮小傾向



国税庁 お酒のしおり令和3年度 より

Contractive tendency of Sake brewing industry

## 3. 2. 国内の日本酒離れの打開(若者中心に)

### ⇒②飲みやすくする Improve Japanese Sake

#### ・アルコール度数を下げる Decrease alcohol percentage

例)スパークリング日本酒 炭酸+低アルコール→日本酒に慣れていない若者にも飲みやすい

e.g. Sparkling Japanese Sake is easy to drink for young people who are not familiar  
with sake

#### ・「割って飲む」:ソーダ割り、果実酒割りなど⇒インスタグラムで紹介

The new way to drink: mix with soda, fruit wine ⇒Introduce by using Instagram

#### ・小さいサイズでセット販売:米の品種の違いなどを飲み比べ

Sell some kinds of small size sake and taste the Japanese sake and compare the difference of rice

例)千代寿虎屋さんでは酒米5種と食用米1種

e.g. In the Chiyokotobuki toraya, Japanese sake is made from five kinds of brewer's rice and a kind of rice



# まとめ

## 既存の日本酒へのイメージ

### existing impression of SAKE

「割って飲む」  
飲み方の提案

propose a new way to drink sake

馴染みがない、アルコールが強い、荒々しい、日本食にしか合わない、飲みにくいetc

サイズを小さく

sell small size sake

他国料理との  
ペアリングの提案

pairing with other countries' dishes

ドキュメンタリー

produce a documentary

パッケージデザインの一新

renew design of sake

QRコードによるSNS宣伝

content marketing

新たな印象  
new impression

親近感を持つて、フードペアリングが楽しめる、飲みやすい、おしゃれ

Thank you