

酒粋

小红书(REDBOOK)
抖音(ドウイン、中国版TIKTOK)アカウント

北国の酒蔵巡回の旅

仮酒蔵体験サンプル日程



日本産酒類海外展示支援事業
(ブランド化・酒蔵ツーリズム)計画



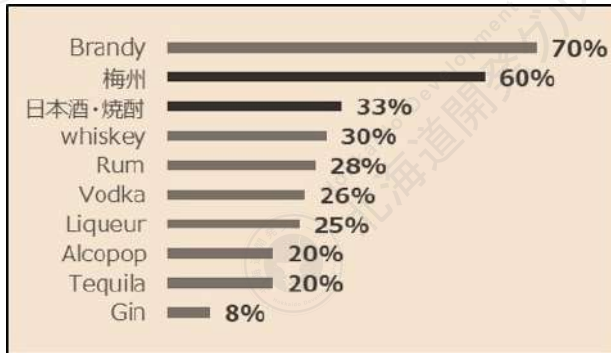
Hokkaido Development Group Inc.
北海道開発グループ

背景

新型コロナウイルスの影響により、日本を訪れる観光客が大幅に減少したことで、道産品の海外輸出や販売売上にも大きな打撃となった。規制緩和による観光復興に備え、消費者を店舗まで誘導する方法と合わせて、道産品を海外に拡散し販売するルートを事前に考慮し準備する必要がある。

*背景について詳しくは、補助事業計画書のP1-15までご参照下さい。

海外における日本酒の評価は非常に高く、梅酒と日本酒・焼酎はブランドーに次いで2、3位となっています表①。輸出量はアメリカが圧倒的に多く、香港と中国の輸出金額と輸出数量を合わせるとアメリカと同程度の水準であるため表②、日本酒の半数以上がアメリカと中国で占めていると言える状況です。



表①: Tmall酒類オンライン消費データ報告書

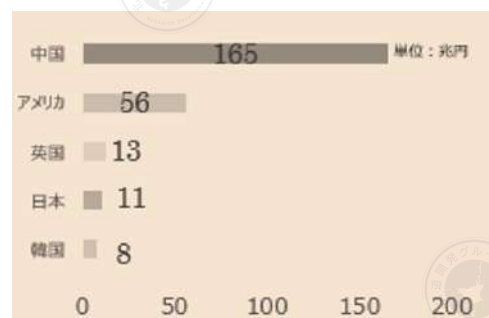
地域別	金額 (百万円)	輸出全体に占める割合(金額) (%)	数量 (KL)	輸出全体に占める割合(数量) (%)
1 アメリカ合衆国	6,039	32.30%	5,780	24.60%
2 香港	2,799	15.00%	1,807	7.70%
3 中華人民共和国	2,660	14.20%	3,341	14.20%
4 大韓民国	1,864	10.00%	4,798	20.40%
5 台湾	948	5.10%	1,985	8.50%
6 シンガポール	691	3.70%	530	2.30%
7 カナダ	485	2.60%	711	3.00%
8 オーストラリア	396	2.10%	444	1.90%
9 英国	348	1.90%	388	1.70%
10 ベトナム	267	1.40%	376	1.60%

表②: 国税庁課税部酒税課

中国のEC消費者が日本から購入する額は、2014年の6064億円から2022年の2兆5144億円へと約4倍になり、市場の拡大幅については中国の成長が顕著に見えます表⑥。世界のEC市場で、中国のEC売上は2位のアメリカの約3倍になっています表⑦。海外市場最大客層は中国となっており、世界のEC市場においても中国がリードしています。



表⑥: 経済産業省



表⑦: 経済産業省

北国の酒蔵巡回の旅

日本産酒類海外展示支援事業(ブランド化・酒蔵ツーリズム)計画



現在、訪日中国人観光客の「爆買い」ブームは沈静化しています。しかし、コロナの影響で日本への関心が低くなったわけではなく、中国の SNS を通じて情報は瞬間に拡散され、日本商品に関する情報が以前より早く広まっています。

国内屈指の観光地として強い人気を誇る北海道は、地元で獲れる新鮮な魚介や山菜、それらを贅沢に使用した郷土料理、全道各地に広がる酒蔵とその淡麗辛口の地酒、さらに魅力を添える神秘的なアイヌ文化など、豊富な観光資源を持ち、大きなビジネスチャンスがあります。

酒蔵ツーリズムは、そんな北海道各地の名物、銘酒、景色などを中国の SNS プラットフォームを通じて拡散し、展示された商品を直接店舗で販売することによって、海外輸出量を増やす目的があります。そして、規制緩和後に観光地へ観光客を誘導することや、インバウンド消費の促進に必要な事前プロモーションにもなります。

マーケティング戦略

- ①酒蔵ツーリズムの企業募集
- ②天猫国際店舗にて酒蔵商品登録
- ③酒蔵ツーリズム
- ④中国現地のKOL、KOCで発信
各酒蔵の紹介
- ⑤北海道でライブ配信
酒蔵の商品紹介
- ⑥中国現地の展示会
北海道酒蔵のファングループ作り
- ⑦ホームページ
多言語対応バージョン作成

実施項目	補助事業期間					
	10月	11月	12月	1月	2月	3月
① 酒蔵ツーリズムの企業募集	●					
② Tmall店舗にて酒蔵商品登録	●	●				
③ TIKTOKを通じてオリジナルアカウントで発信	●	●	●	●	●	
④ 中国現地のKOL、KOCで発信（各酒蔵の紹介）	●	●	●	●	●	
⑤ 北海道でライブ配信を通じて商品紹介（認知向上）	●	●	●	●	●	
⑥ 中国現地の展示会で北海道酒蔵のファングループ作り			●			
⑦ 多言語対応ホームページ作成	●	●				

①酒蔵ツーリズムの 企業募集

根室市、函館市、旭川市などと連携。
現地のツーリズム企業をオンラインで募集し、商品を選定、掲載(1社10商品まで)。
メーカー様に対し、説明会を実施。
北海道空港株式会社様の説明
天猫国際(酒の担当者)の説明
弊社(北海道開発グループ)の説明

②天猫国際店舗にて 酒蔵商品登録

掲載予定店舗
出品型店舗: 天猫国際日本直送
自社出店型店舗: 酒料海外旗艦店
北海道空港株式会社様店舗: 北海道本舗海外旗艦店
発送スキーム:
メーカー様の商品を千歳に取り寄せ、北海道からエンドユーザーにお届けする。



商品登録数量: 1企業10SKUまで登録可能
費用: 無料
決済条件: 日本国内取引 酒税、消費税、送料込み価格
協力のお願い: サンプルの提供、商品情報の提供(通販販売用の画像など)

③酒蔵ツーリズム(撮影) とその他打ち合わせ

- ・仮酒蔵体験サンプル日程(KOL含む)の調整
- ・各酒蔵にご協力していただきたい事項の確認
- ・動画配信についての詳細確認

仮タイムライン	北海道開発グループ 実行内容	酒蔵 実行内容
Day1 <ul style="list-style-type: none">・ホテルチェックイン・スケジュール、注意事項の確認・蔵人と挨拶	<ul style="list-style-type: none">・参加者の皆さまとご挨拶。・酒蔵付近のホテルにチェックイン。・詳しい酒蔵体験のスケジュール、体験に関する注意事項などをご説明。	<ul style="list-style-type: none">・参加者の皆さまとご挨拶。・酒蔵体験の詳しいスケジュールや、体験についてのご説明をいただく。 (衛生面や安全面、撮影可能場所、酒蔵の注意事項など)
Day2 <ul style="list-style-type: none">・酒蔵体験・蔵人体験開始・酒造り工程体験・蔵人授与式	<ul style="list-style-type: none">・酒蔵に到着。参加者様は、蔵人や翻訳係、KOLとともに酒蔵を見学しながら、酒蔵の歴史などについての説明を受ける。・蔵人としてお酒造りを体験する。・蔵人体験終了証を配布。	<ul style="list-style-type: none">・事前に進行役となる蔵人(一人)を手配していただく。・酒蔵における歴史や地元の文化、酒蔵の銘酒と料理などのご紹介をしていただく。・参加者様の安全を考慮しながら、お酒造り体験の進行をしていただく。・蔵人体験終了式(授与式)をおこなっていただくこと。
Day3 <ul style="list-style-type: none">・観光地撮影・レストラン挨拶・夕食撮影	<ul style="list-style-type: none">・酒蔵付近の観光地へご案内。・観光地に関する歴史や文化などを事前に調べてご紹介。・酒蔵と連携しているレストランへご挨拶(事前に予約)。・レストランで華やかな和食と酒蔵のお酒をご提供し、お楽しみいただく	<ul style="list-style-type: none">・酒蔵と連携している観光地やレストランをご提案していただく。

仮タイムラインについて:

- ①撮影で酒蔵に訪れるスタッフは最大4人となります(北海道開発グループ社員最大3人+KOL1人)。
- ②酒蔵にご協力していただきたい諸事項につきましては、事前にご相談のうえ、酒蔵の生産スケジュール及び蔵人のご都合に合わせます。
- ③今回のツーリズム(取材/プロモーション)費用につきましては、原則無料とさせていただきます。(メーカーからの要望にて、ライブコマースなどの販売広告を希望される場合のみ、別途料金を負担して頂くこともあります。その場合には事前にご相談させていただきます。)

④中国現地のKOL、KOCで発信 各酒蔵の紹介



KOL

Key Opinion Leader

消費者の購買意志決定の際に強い影響力を持つインフルエンサーのこと

KOC

Key Opinion Consumer

商品の口コミサイトで影響力を持つインフルエンサー。消費者の目線で商品の評価を発信し、他の消費者はその「声」を参考にします。

KOL、KOC一覧

KOL	中国語名				英語名			
	名前	フォロワー	ジャンル	特徴	名前	フォロワー	ジャンル	特徴
KOL	李佳琦	96,100,000	美容	2,000	李佳琦	96,100,000	美容	2,000
	薇娅	81,000,000	美容	1,500	薇娅	81,000,000	美容	1,500
	董思成	14,000,000	音楽	500	董思成	14,000,000	音楽	500
	李现	23,000,000	俳優	1,000	李现	23,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	王一博	23,000,000	俳優	1,000	王一博	23,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
KOC	李佳琦	96,100,000	美容	2,000	李佳琦	96,100,000	美容	2,000
	薇娅	81,000,000	美容	1,500	薇娅	81,000,000	美容	1,500
	董思成	14,000,000	音楽	500	董思成	14,000,000	音楽	500
	李现	23,000,000	俳優	1,000	李现	23,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	王一博	23,000,000	俳優	1,000	王一博	23,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000
	肖战	47,000,000	俳優	1,000	肖战	47,000,000	俳優	1,000

KPI

小红书(REDBOOK)
中国版(Instagram)
KOL1名+KOC3名/月
平均「いいね」数 300/月

抖音(ドウイン)
中国版TIKTOK
KOL1名+KOC3名/月
平均「いいね」数 3600/月

⑤北海道でライブ配信 酒蔵の商品紹介

プラットフォーム



淘宝(タオバオ)
中国版Amazon
配信予定
1回/月*6ヶ月



KOL一覧

	アカウント	リンク	フォロワー人数 (万人)	紹介	平均PV (万)	平均いいね
weibo	内藤君西匠	https://weibo.com/u/3397569230	135.0	北海道本場大撰KOL。面白いコンテンツが充実しているため、ファンが多く、転載率も高い	100万	2,000
weibo	解讀日本	https://weibo.com/u/2507457541	56.0	日本文化と商品を自分の角度で分析	60万	1,000
weibo	雷国の魂	https://weibo.com/u/22581192455	11.2	いろいろ芸能人とライブコマースでコラボするアカウント	40万	1,000
redbook	北海道小藤	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5cfa9580e6a2a491a0f1b77?share=CopyLink&source=51e486c77e81030f60e6b6appLine%3E595928	7.2	グルメ	-	300
redbook	北海道小友灰	https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5f82955816c72311e5276a2b6b8a8e?share=CopyLink&source=51e486c77e81030f60e6b6appLine%3E595928	1.2	ライフスタイル	-	100

配信予定



道内酒蔵ツーリズムについて動画作成する
月6本配信する予定

配信プラットフォーム



中国版TIKTOK



中国版Instagram

各種SNSプラットフォーム開設：ファングループ作成、直接店舗に連動

トップ級インフルエンサーを起用：1分30秒の動画でお菓子が10万箱の売り上げを記録!?



⑥中国現地の展示会 北海道酒蔵のファングループ作り



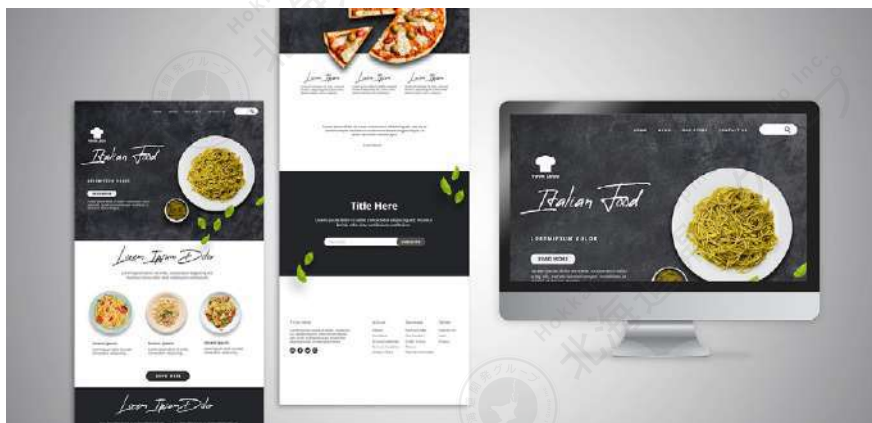
SIAL China 2022

中国・上海で開催される「SIAL China 2022」は、国内外から約4,500社の出展者、約14万人の来場者が集まるアジア最大級の食品見本市であり、中国市場への販路開拓を目指す企業にとっても効果的な見本市です。

会期：2022年12月7日(水)～9日(金)

オフラインでは大規模展示会「SIAL China 2022」の北海道ブースを活用し、接触ゼロで全方位的に商品をアピールしていく。協力をお願い：商品サンプルの提供、商品ポスターの提供

⑦ホームページ 多言語対応バージョン作成



事業の長期的な目標と、次年度以降の事業計画

今後の展望

2022年

道内の酒蔵サプライヤーの開拓を行う。商品を増やし、WEB広告を実施。

CPA(顧客獲得単価)を下げることで利益を生み出していく。

8-9月夏休み、10月国慶節、11月年度最大商戦独身の日W11

2023年

春節などの各時点にオンラインとオフラインのキャンペーン実施を予定。

3-4月桜時期、5-6月商戦618、7-10月東京オリンピック、11月年度最大商戦独身の日W11、
2024年の春節などの各時点にオンラインとオフラインのキャンペーンを実施する予定である。

2024年度

商品の販路を拡大、中国に法人を設立し現地のバイヤーと流通を確保。

ハイエンド消費者に向け新商品を販売(多種類商品)

2025年度

アジア圏の現地法人設立 現地法人・流通の開拓

2026年度

天猫などの大手モールに开店予定

2027年度

- ・越境プラットフォームβ版開発
- ・越境プラットフォームβ版リリース
- ・国内ルート開拓、政府に協力

2028年度

越境プラットフォーム正式リリース グローバル展開

2029年度

海外サプライヤー開拓

2030年度

グローバル展開