

# ヒアリング資料

(アイディーテックジャパン(株)  
澤田且成氏)

国税庁酒類課主催

# ブランディングのアプローチで考える 小さな蔵元が取り組むべき海外市場を生かした ブランディングおよび利益率向上に向けた一考察

アイディーテンジャパン株式会社  
澤田且成

**id10 japan**  
brand x business

id10 japan corporation  
Nakameguro Bldg. 405, 1-5-10, Kamimeguro, Meguroku, Tokyo  
Japan 153-0051  
tel. +81-5773-8330 fax. +81-5773-8331

アイディーテンジャパン株式会社  
〒153-0051 東京都目黒区上目黒1-5-10  
中目黒マンション405  
tel. 03-5773-8330 fax. 03-5773-8331

# id10 japan

brand × business

## ブランディングのアプローチ

「小さな事業者」 + 「ストーリー性のある地域産品」

### ブランド戦略 コンサルティング

- ブランドストーリー制作
- シンボリック要素の抽出および制作
- デザインルールの設計およびマニュアル制作

### JapanPage 企画・運営

- 地域産品に特化した受注＞仕入＞輸出＞国際配送＞輸入＞現地配送まで行う一気通貫したサービス

**JAPANPAGE®**

The Buyer's Map to Japan's Hidden Treasures

### 地域産品 海外展開サポート

- (JapanPageの運営を通して得た海外展開の知識とノウハウを共有)
- 地域力を生かしたストーリー制作
  - 輸出 / 商談 / 販売サポート

## ブランディングサービスアドバイザー



上場前よりブランディングサービスのアドバイザーとして定期的に打ち合わせを持ってブランディングサービスのアドバイス。

本年「中小企業のブランディングサービス」を提供する事業者として東証マザーズに上場を果たす。

## 選りすぐりの地域産品の海外PR



経産省支援事業「ふるさと名物発掘・連携促進事業（The Wonder 500）」の企画および副事務局として運営、ブランディング・海外PR事務局として参画。基準を設けて地域産品を選定すること、地域性から物語を制作し一貫したルールに基づくツールを提供することで地域産品の新たなポジションを構築した。

## 伝統的工芸品の新たな海外PR



経産省支援事業「伝統的工芸品産地ブランド化推進事業（CraftMeet）」の企画立案・運営事務局として参画・運営。「伝統的工芸品」の新しいポジションからPRし、世界的ファッションブランドや美術館、多数の国内外のバイヤーからお問い合わせをいただくまでに。

## 工芸品と日本酒の展示会



香港で開催された福島県産品展示販売会のコンセプト設定・仕入れ・配送を担当。「まじめでかっこいい！注目したい福島のモノ・食・酒」をコンセプトに掲げ、a) 和菓子、生酒、清酒、伝統工芸品の仕入候補リスト化、b) PR素材提供、c) の地域産品の選定、d) 国際配送を実施。

## 世界初の海外生酒イベント



ロンドンで開催された日本文化紹介イベント内において世界で初となると生酒試飲会を開催。

冷蔵管理の梱包方法による空輸を用いて生酒を配送。

## 日本産酒類の50カ国への輸出配送実証



JETRO「重点分野・テーマ別に集中実施する販売促進の強化等緊急対策事業」に採択され、日本産酒類の50カ国への輸出配送実証を行う。

2020年1月に報告会の開催を予定。

# 自己紹介

## 澤田且成（さわだ かつなり）

アイディーテンジャパン株式会社  
代表取締役社長 CEO  
ブランディングディレクター

大阪府堺市出身。創価大学、オランダ Institute of Social Studies卒。（株）富士経済の海外マーケットリサーチャー、（株）インターブランドジャパンのプランナーを経て、妻の仕事を支えるため退職しカナダ・中国へ移住。2008年アイディーテンジャパン（株）を設立。新規事業ブランディングの企画立案をはじめ、日本のブランド力を生かしたものづくり伝統工芸・酒・茶・和菓子といった地域産品の海外需要発掘施策、展示会参加、PR、オンライン受注、輸出手続き、国際配送といった一気通貫した仕組みを提供する。

フィリピン・オランダ留学、世界32カ国でのトップインタビュー、カナダ・中国での生活など、29年以上にわたり日本と世界を歩いてきた。

JETRO新輸出大国コンソーシアム専門家（商談・貿易業務）、東京ビジネスデザインアワード審査員、経済産業省 伝統的工芸品産地ブランド化推進事業（CraftMeetプロジェクト）／プロジェクトリーダー、経済産業省 ふるさと名物発掘・連携促進事業（The Wonder 500プロジェクト）／副事務局長、JAPANブランドプロジェクト支援事業（MORE THAN プロジェクト）／アドバイザー、東京都 伝統的工芸品 普及促進プロジェクト／実務者委員、墨田区ものづくりコラボレーション事業／海外販路開拓部門コラボレーター等を歴任。

経産省、外務省、地方自治体等で地方発クールジャパン施策を題材にした講演実績多。



### [著書]

『選ばれ続ける社員の法則』  
（共著 出版文化社）

Amazon co.jp第1位（ビジネス書部門）  
紀伊国屋書店新宿本店第2位（ビジネス書部門）

『結局、営業に頼ってしまう御社が伸びない本当の理由』

（共著 明日香出版社）  
Amazon co.jp第1位（ビジネス書部門）

 <https://www.facebook.com/KatsunariSawada>

## 情報過多の時代

インターネット・スマートフォン・交通広告など情報が溢れる社会

## 認識される情報はわずか

人が処理できる能力は変わっていない、翌日には70%の情報が忘れられている

## 個人が端末を持つ時代

ターゲットユーザーへの情報伝達が「マス」から「個」へ劇的に変化

## インターネットで細かな情報が得られる

個別商品の詳細な情報や日本の市場価格の収集が可能

## 価値観の多様化

共感される市場は多様化・小規模化

今まででは考えられない  
市場（需要）の多様化・細分化が  
世界中で生まれている。

その多様化・細分化された市場（需要）に対して  
どのような商品・サービスを提供して  
応えていけるのか？

が事業者に問われている時代に入っている。

## Brand

a type of product manufactured by a particular company under a particular name:

- a brand name:
- a particular identity or image regarded as an asset:
- a particular type or kind of something:

Oxford Dictionary

ある特定の名前を持つ、  
特定の会社によって生み出される  
特定の商品・サービス。

(条件)

- ブランドネーム
- 価値として認識される特定のアイデンティティやイメージ
- 何か特定のものの

オックスフォード辞典



ブランドとは  
(情報過多／他者が多く存在する中で)  
「特定の何か」を設定し宣言するもの



# ブランディングの考え方を事業展開に生かす

---

## 一般的なマーケティングの考え方

---

目立つ

発信する

可能な限りの情報を提供する

他との違いに固執する

主張する内容を考える

## ブランディングの考え方

---

**記憶に残す**

**吸引する**

**シンボリックに情報を供する**

**自分らしさを意識する**

**相手の頭の中に特定の箱をつくることを考える**

# ブランディングのアプローチで考える小さな会社が利益を生み出す事業設計

「市場の課題」「ニーズ」  
を細かなレベルで棚卸する

商品を選定し  
提供価値を再定義する

吸引力のある商品の魅力をシンボリックに伝える

市場

商品

価格

販売  
チャンネル

物流

PR

経費をかけない → 仕組み化 → 改善 → 軌道に乗せる

# 「市場の課題」 「ニーズ」 を細かなレベルで棚卸する / 酒類

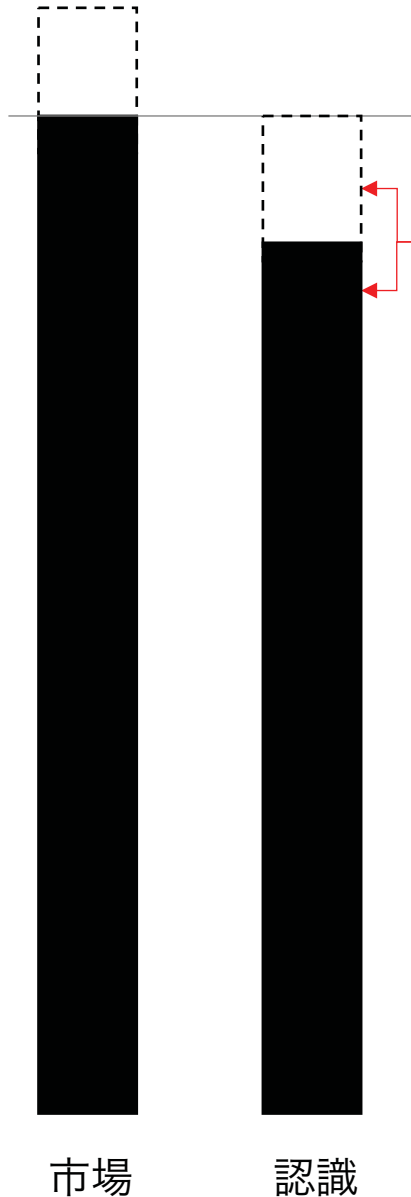
---



Q. アルコールの取り扱いが可能か？

市場

# 「市場の課題」 「ニーズ」 を細かなレベルで棚卸する / 酒類



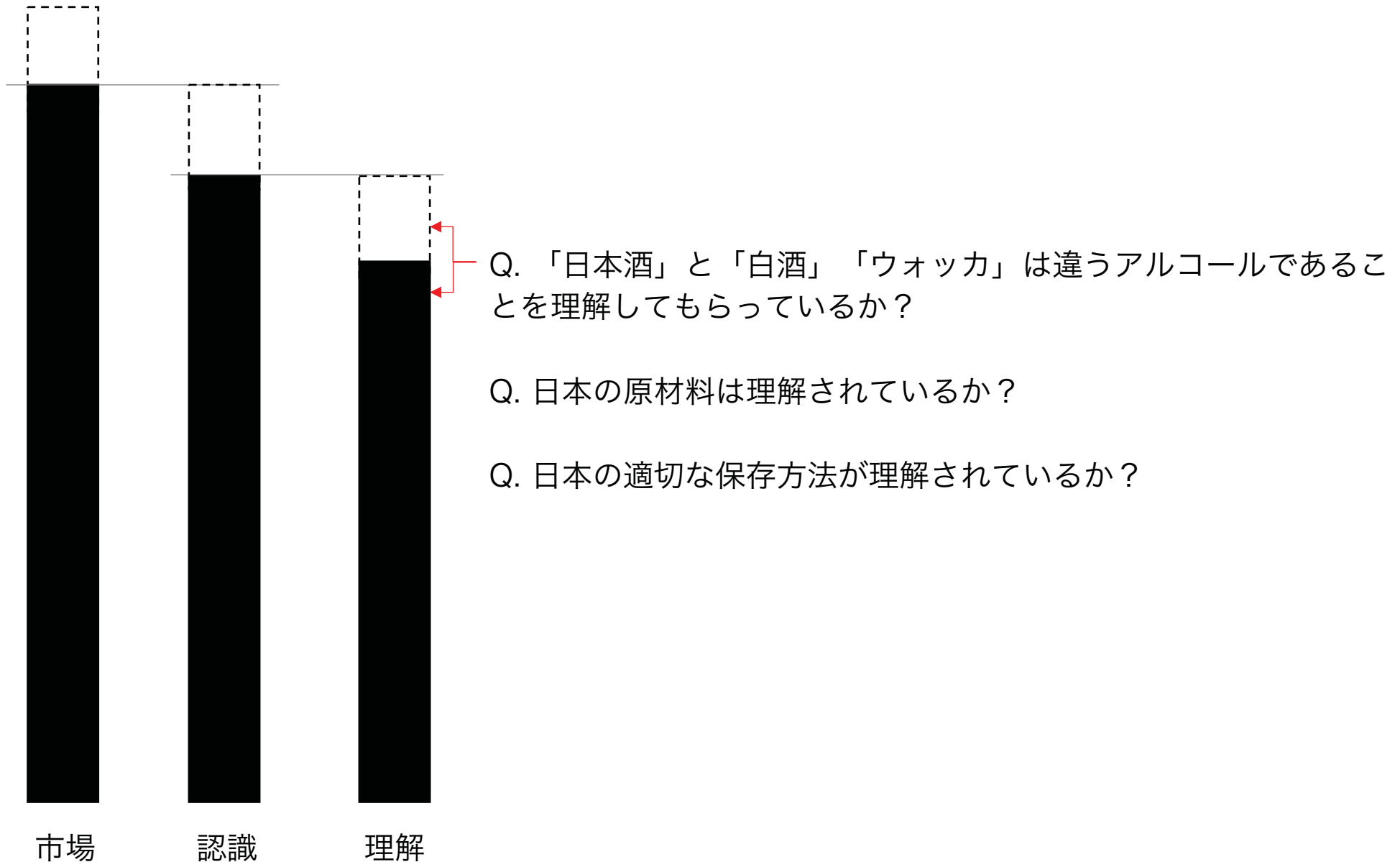
Q. 「日本酒」「Sake」という単語をターゲットユーザーは知っているか？

Q. 商品は「日本酒」であることが識別できるか？

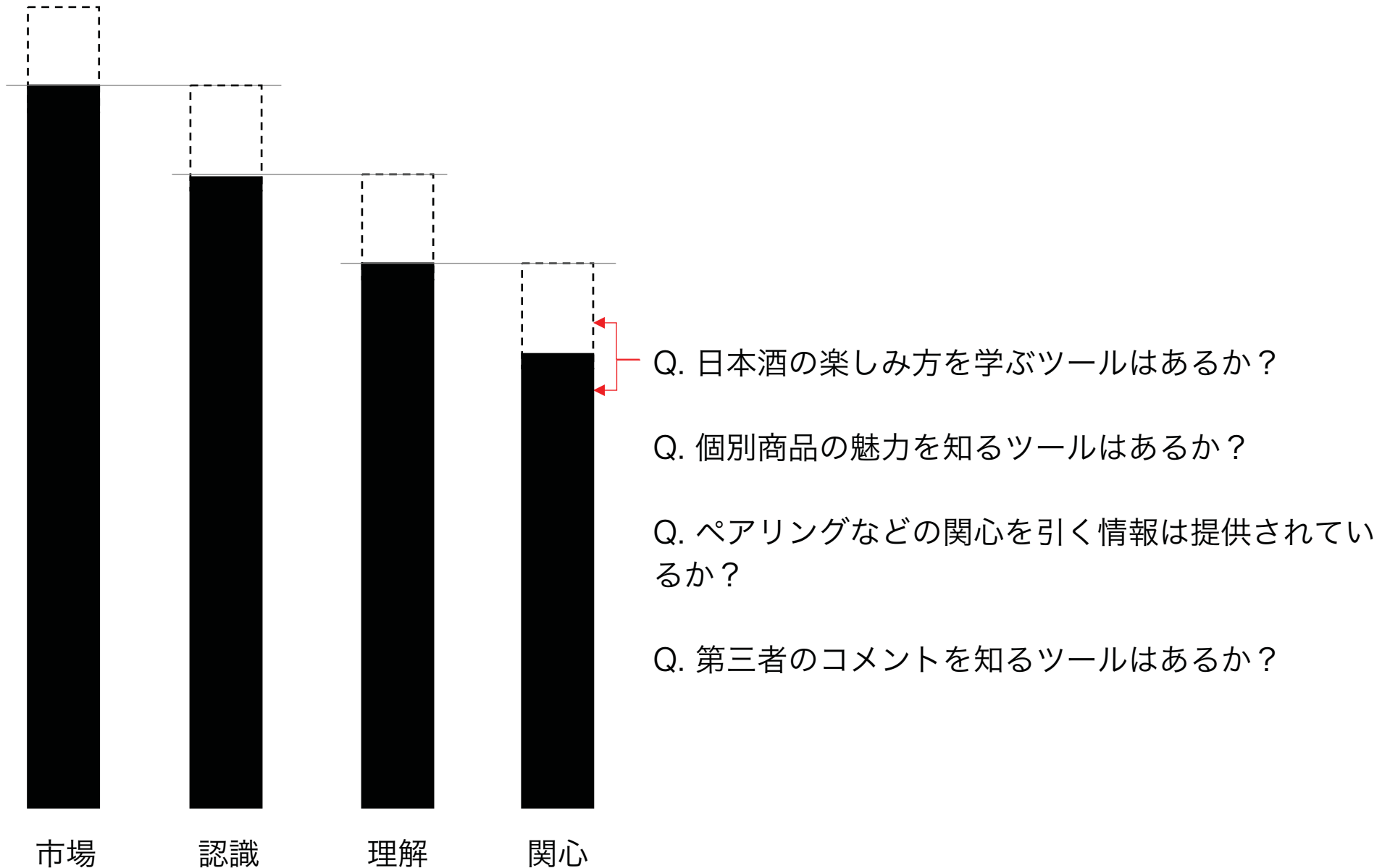
Q. 蔵元は日本のどこで製造しているのか識別できるか？

Q. どんな日本酒なのか識別できるか？

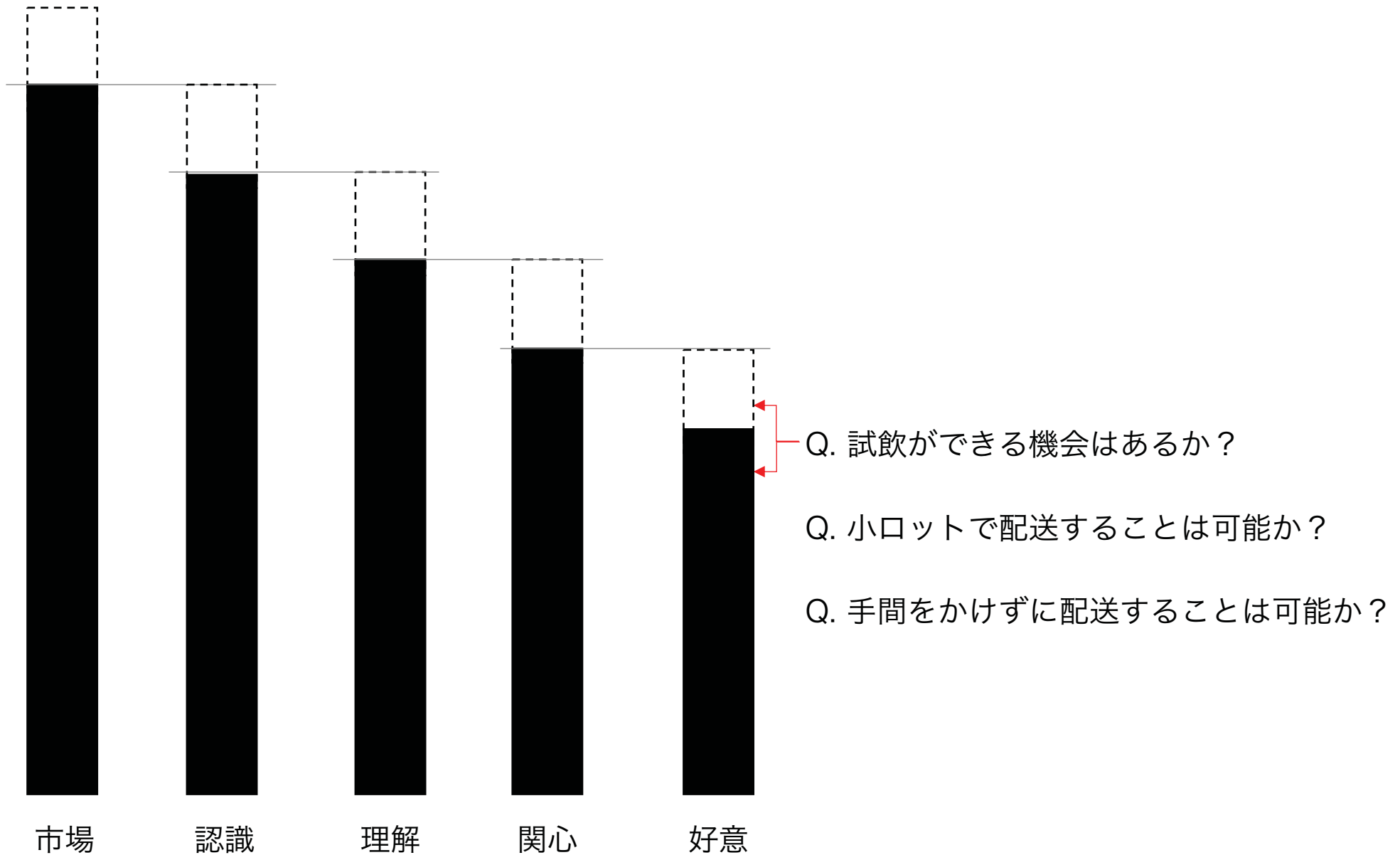
# 「市場の課題」 「ニーズ」 を細かなレベルで棚卸する / 酒類



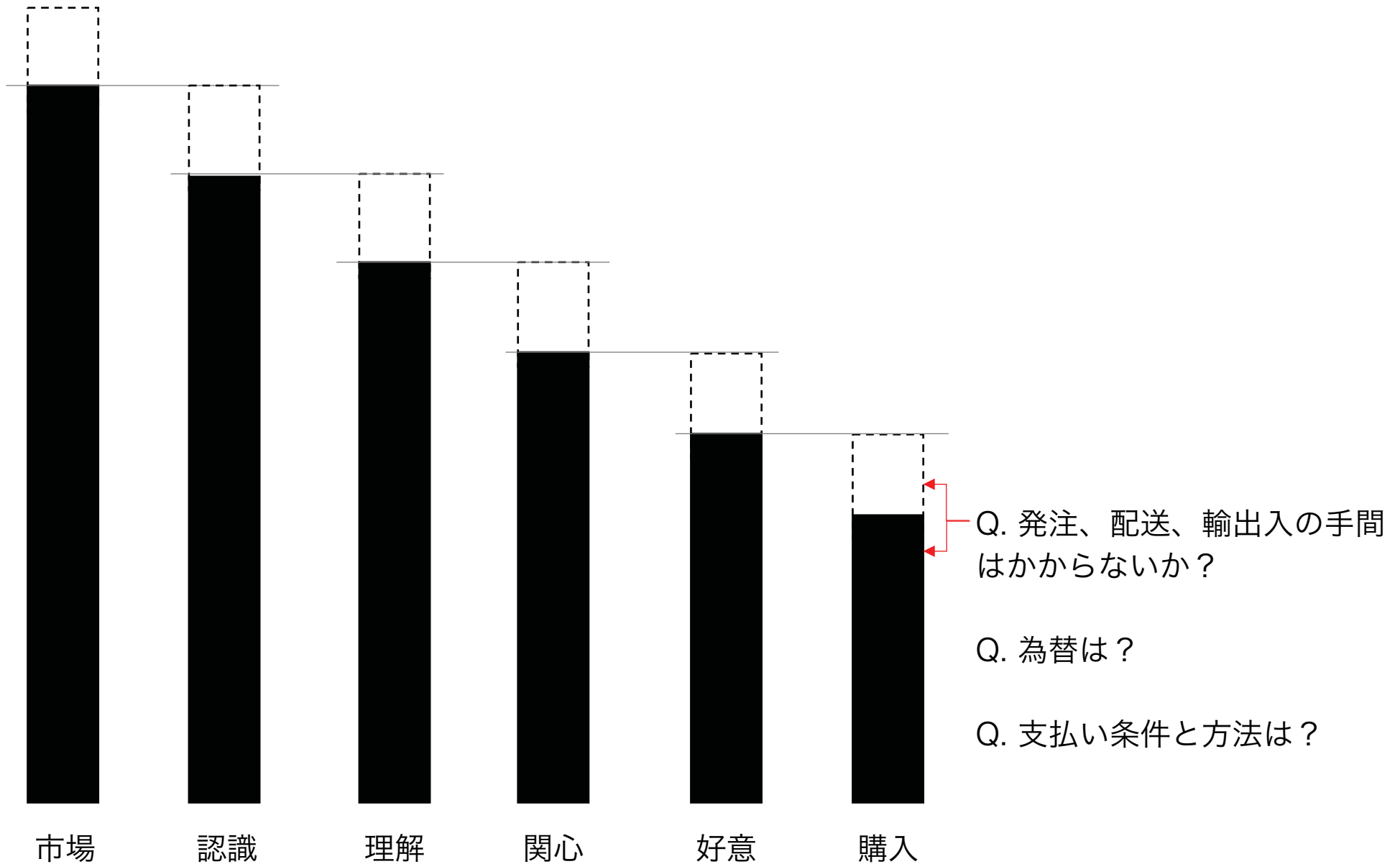
# 「市場の課題」「ニーズ」を細かなレベルで棚卸する／酒類



# 「市場の課題」「ニーズ」を細かなレベルで棚卸する／酒類

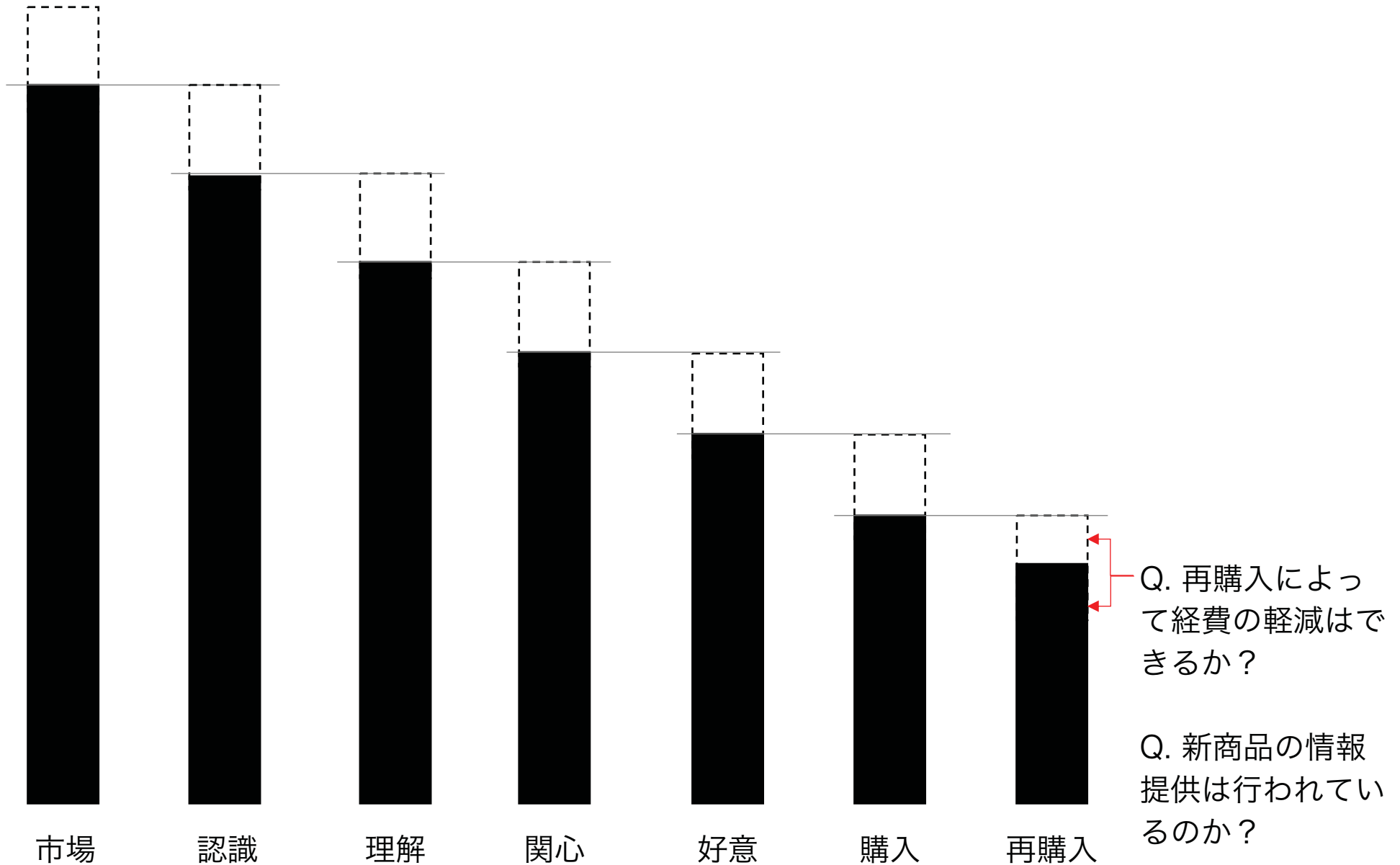


# 「市場の課題」「ニーズ」を細かなレベルで棚卸する／酒類





# 「市場の課題」「ニーズ」を細かなレベルで棚卸する／酒類



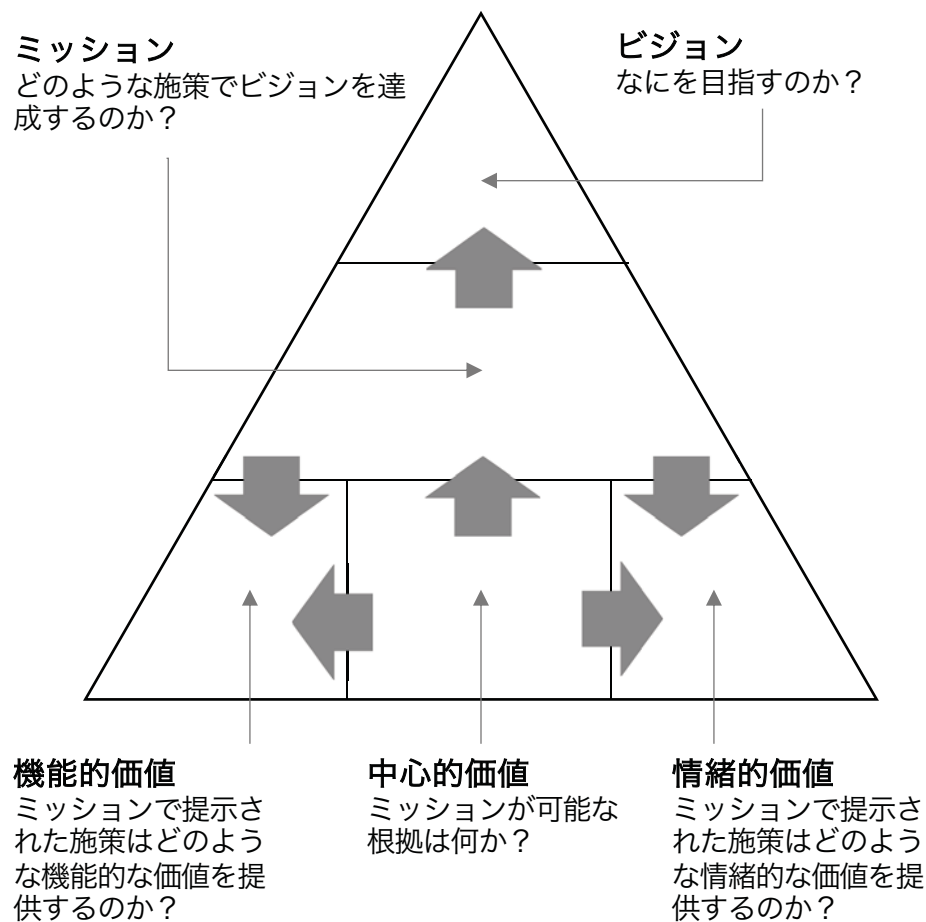
# 商品を選定し提供価値を再定義する／酒類

提供価値として注目する要素

提供価値を整理するプラットフォーム

提供価値を磨きあげる

- 歴史
- 職人技
- こだわり
- テノワール
- ペアリング
- 原産地呼称
- ヴィンテージ
- 味覚設計
- 第三者評価
- 受賞歴
- 顧客コメント



どうやって・・・

- 振り向かせるのか?
- 心を揺さぶるのか?
- どうやって記憶に残すのか?

## 1. ブランドになる要素を絞り込んでいく

- 製法の特化（山廃、酵母など）
- 精米歩合
- 酒米
- 比較（精米歩合の違い、酒米の違いなど）
- 受賞歴

シンボリックに伝える

## 2. 予想を超える価値を提供する

- 他にないレベル
- 比較

## 3. 印象に残す仕掛けを導入する

- カラーシステム
- 化粧箱
- リーフレット

# 小さな蔵元の実践チェックポイント

---

誰が

何を目指すのか？

どうやって達成するのか？

小さな  
蔵元

選ばれる

>

課題と  
魅力を  
棚卸する

選ばれる  
市場を探  
る

特定のポ  
ジション  
を取る

利益を  
あげる

>

商品の魅  
力を引き  
出す

商品のス  
トーリー  
をつくる

コミュニ  
ケーションを設計  
する

経費を  
下げる

>

ルール化  
をする

仕組み化  
する

改善を  
繰り返す

海外市場は

日本の商習慣 / 価格体系 / 利益率に準じることなく  
挑戦できる。

真っ白な市場に

自分が信じた商品 / 価格 / こだわりで勝負できる。

従来の「大口輸出」「現地倉庫での保管＋現地配送」  
ではカバーできなかった「小口向けサービス」の需要が  
生まれている。

# JAPANPAGE®

The Buyer's Map to Japan's Hidden Treasures

# JAPANPAGE®

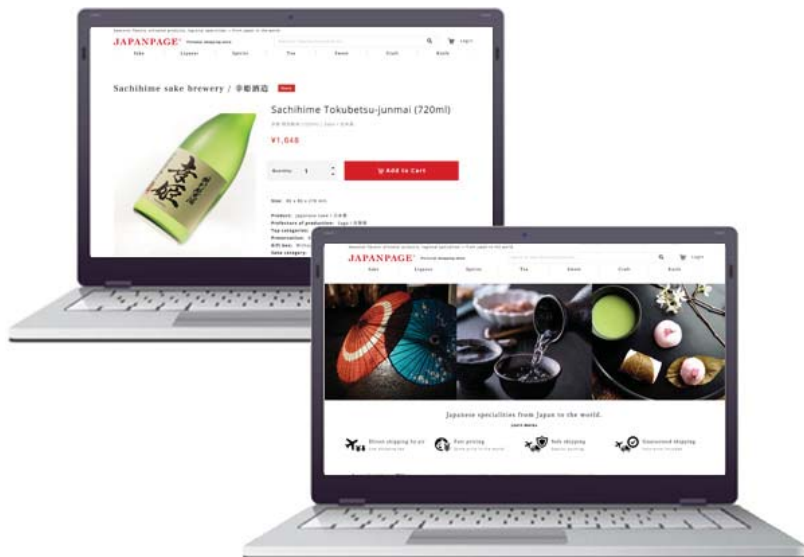
The Buyer's Map to Japan's Hidden Treasures

新たな市場として海外展開を考えたい、  
海外市場をきっかけにブランディングを考えたい、  
海外市場を通して利益構造を見直したい、  
でも・・・新たにスタッフを採用できない、時間もない、予算もない、  
そんな十分な余力がない事業者向けのサービスを目指しています。

海外展開を通じて  
売り手視点のストーリーだけでなく  
自社のブランド要素を発掘し売り手視点のストーリーを磨き上げ  
売上をあげ、利益をつくり、ブランディングを継続して行なっていける  
インフラサービスとして貢献していきたいと考えています。

# JANPAGE®

The Buyer's Map to Japan's Hidden Treasures



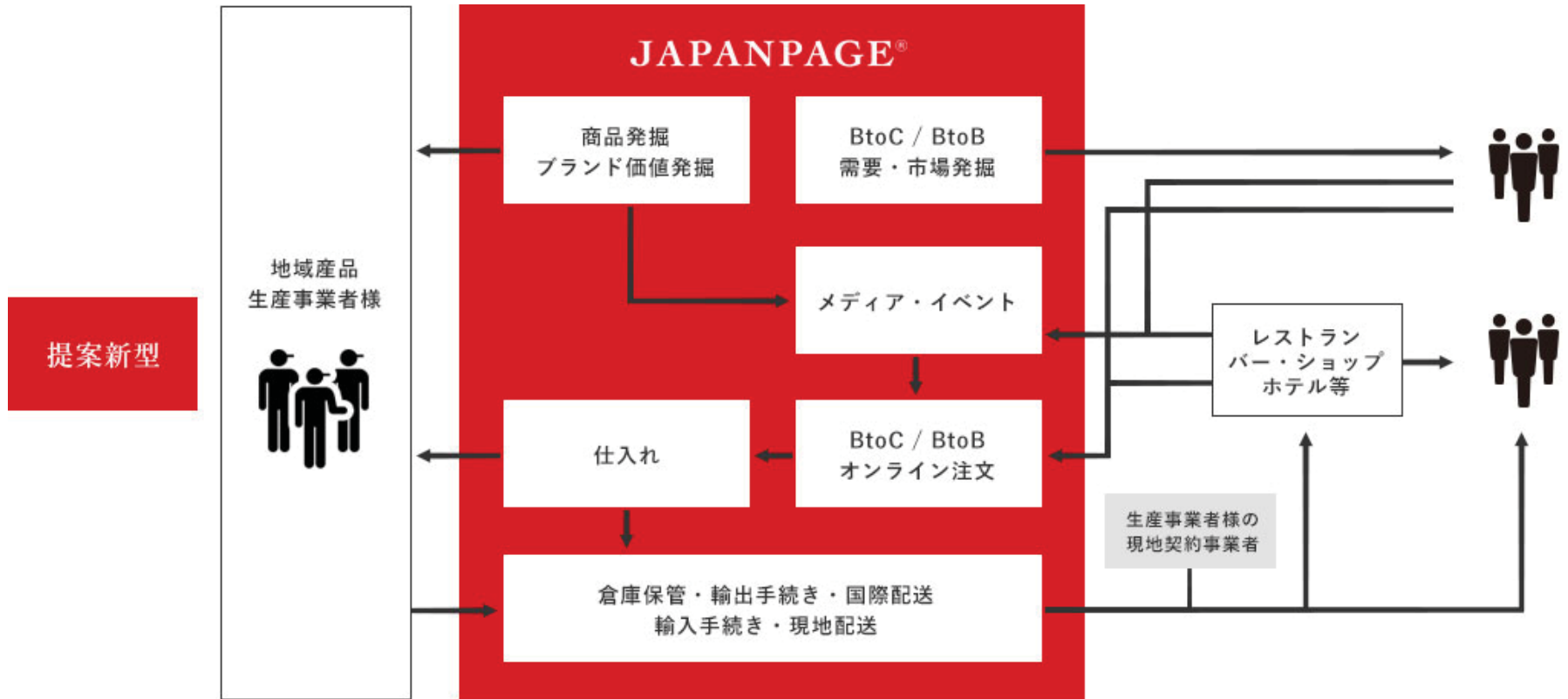
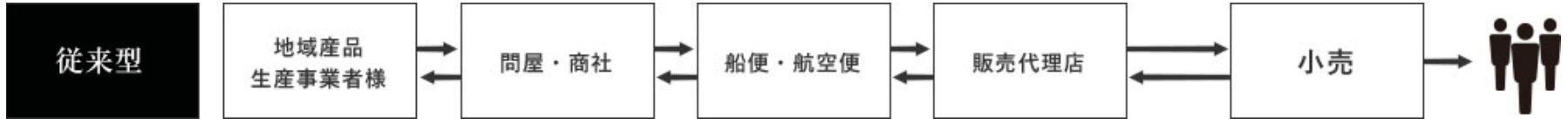
## [概要]

JapanPageとは、酒・茶・手土産・工芸品・ものづくりといった職人技の商品に特化し、個人消費者やレストラン・バー・ホテル・インポーターなどの購入担当者からの小口（1本から）・大口（数百本、数千本など）注文を直接受け付け、「決済＞仕入れ＞輸出手続き＞国際配送（空輸）＞輸入手続き＞購入者までの直接配送」を一気通貫して行うこれまでにない新しい発想の海外展開プラットフォームです。

従来の輸出形態（大口発注、船便、商社/インポーター経由等）では対応できなかった需要をカバーし、生産事業者の方は商品を当社へ販売いただくだけで輸出に必要な全て作業を当社が行う小さい事業者の輸出拡大に向けた革新的なサービスとして注目されています。



# 従来型とJapanPageの比較



# JapanPageの特徴

## 商品発掘



ストーリー性のある選りすぐりの地域産品を事務局が全国から発掘。

## BtoC/BtoB オンライン注文



一般消費者やレストラン・バー・ショップ・ホテル等の購入担当者がオンラインで発注。

## 直接仕入れ



直接仕入れで、低価格でスムーズな購入が可能。

## 販売価格は 世界一律



販売価格はどの国から注文しても世界一律。

## 送料を自動算出



決済ページで販売価格および配送料金等を含めたお支払い総額を表示。

## 海外配送は 全て航空便



日本から航空便で素早く配送。

## 安価な 国際配送料金



30kgを超えると船便より安価な国際配送料の国があるほど。

## 常温 / 冷蔵 / 冷凍



徹底した温度管理の梱包技術で冷蔵・冷凍配送が可能。

## 大口 / 小口



大口は重量無制限、小口は500g以下も可能。

## ストーリー メディア



自社のストーリーやメディアで紹介された内容をストーリーメディアで紹介。

# JapanPageの特徴

売上のお支払いは  
日本円でお振込み



月末締め翌々月5日に売上分をお支払い。

送付状作成は不要



コマースインボイスや送付状といった書類は事務局が全て作成。

既存商流での  
利用可能



JapanPageの発注システムや国際物流を部分的に既存商流に利用可能。

既存現地  
パートナーへの配慮



現地販売パートナーとの契約がある場合、Win-Win-Winの仕組みをご提供。

ストーリー製作



「その地域で / その職人から商品が生まれる理由」をストーリーとして製作。

市場発掘



受容性があり需要性の高い市場や販売先を事務局が発掘。

海外イベント  
に出展



JapanPageとして海外のイベントに出展し新規顧客を開拓。

海外ホテル  
/レストラン  
/バーへ紹介



JapanPageが開拓している購入者リストへ紹介。

コミュニティとの  
タイアップ



酒、茶、工芸などの海外コミュニティとのタイアップから販売促進。

訪日外国人向け



訪日外国人をターゲットにしたマーケティング。

## JapanPageによって対応可能になった潜在市場

### [プロ向け]

- 非パレット配送需要
- レストランやバー向け小口輸出
- ペアリング市場の多彩な輸出
- 在庫期間を短縮した販売計画
- 季節酒の直送

### [個人向け]

- 小さな酒蔵のプレミアム酒需要
- 選定候補銘柄の拡大
- 家飲み用
- 贈答用
- サブスクリプション用
- 海外購入者からの直接注文用
- 訪日外国人向け土産用

## JapanPageによって軽減可能になった負担・経費

### [蔵元]

- 海外市場展開の時間と経費
- マーケティングツールの素材作成の時間と経費
- 輸出手続きの手間
- 様々な国からの小口発注対応の手間
- 成約までの価格交渉の時間と経費
- 様々な国からの決済への対応
- 商品到着までの日数

### [購入者]

- 品質への不安
- 価格体系の不透明さへの不安
- 中間マージン
- 蔵元から到着する日数

# JapanPageを活用した手間削減 / ブランディング / 受注拡大の実践からの一考察

## 輸出に必要な情報を一括管理

Size: 80 x 80 x 270 mm

Product: Japanese sake / 日本酒  
Prefecture of production: Akita / 秋田県  
Top categories: Sake / 日本酒  
Preservation: Store in a cool, dry place away from direct sunlight / 直射日光及び高温多湿のころを避け保存  
Gift box: Without gift box / 化粧箱なし  
Sake category: Futsuhyu / 普通酒  
Theme: Awarded sake / 受賞酒, Aged sake / 熟成古酒, Vintage sake / ビンテージ酒  
Season: All season / 通年  
Taste positioning: Aged sake / 熟酒  
Dry / Sweet: Medium / 甘辛  
Better temperature to drink: Rocks (5°C) / 雪冷え, Warm (30 - 40°C) / ぬる燗, Norma (15 - 20°C) / 常温  
Alcohol degree: 18%vol.  
Polishing ratio: 70%  
Sake Meter Value: -1.5  
Acid level: 1.7  
Choice1: sake rice:  
Choice2: yeast starter: Sokujo-moto / 清酒原  
Choice3: pressing: Filter press / 自動圧搾機  
Choice4: charcoal fining: Muroka (None) / 無濾過  
Choice5: dilution: Diluted / 割込みあり  
Choice6: pasteurisation: Twice / 二回火入れ  
Choice7: storage: Stored in tank / タンク貯蔵  
Award name: International Wine Challenge (IWC)  
Brand name: Yamabiki / 山吹  
Vendor name: Kimmon akita sake brewery / 金満秋田酒造

- 各国で輸出に必要な情報を事前に整理して一括管理することで海外から受注したときに手間をかけずに対応可能。
- 共有項目：商品名、重量、価格、アルコール度、原材料、HSコード等。
- アルコール度の記入は「vol.」がおすすめ。

## 国内外でも識別できるラベル情報



- 日本市場のみで理解できるラベルではなく、一部を英語やローマ字などにして海外でも商品の識別が可能なラベルコンテンツにする。
  - 蔵元名
  - 銘柄名
  - カテゴリー名

## 手に取られやすい商品の特徴をラベルに記入



- ターゲットユーザーの関心に響く特徴をラベルに記入する。
- 特定の特徴が記述があることでスパークリングに関心のあるユーザーから手にしてもらいやすくなる。
  - ドサージュ
  - 精米歩合
  - 創業年
  - 醸造年

# JapanPageを活用した手間削減 / ブランディング / 受注拡大の実践からの一考察

## 商品や蔵元の象徴的なストーリーを作成



- 購入者が（個人 / レストラン 等）が語りやすいストーリーネタをまとめる。
- 「歴史」「環境」「受賞歴」「杜氏」「こだわり」「メディア掲載」などのテーマから選出しておく。
- ストーリーネタは3つほどが話しやすく、記憶しやすく、ほどよい量。

## 作り手のこだわりではなく 売り手のネタ



- 作り手のこだわりと売り手が必要としているネタは違う。
- 作り手は売り手に要素を伝えて、売り手がターゲットにする購入者の心をワクワクする内容に仕立ててもらうことでコンテンツは磨き上げられる。

## PR用写真の撮影



- 写真画像の権利を買い取ることで様々な目的に自由に利用することが可能。
- 商談会やPR用の印刷物にも利用できるよう高解像度の画像で撮影。

# JapanPageを活用した手間削減 / ブランディング / 受注拡大の実践からの一考察

## 個別商品の ポストカードを利用した ブランドマーケティング



- 商談会会場から離れた後も商品と購入見込み者をつなげるツール。
- 個別商品のポストカードから商品詳細情報や購入サイトへ誘導。
- 全体で一貫したデザインを施すことで商品の世界観は変わる。

## 商品の試飲だけでなく 購入・配送方法も 商談会でご案内



- 試飲商談会で「これは！」という酒類が見つかった後、その商品を購入し配送してくれる情報がなければ商機を逃す。
- 商談会では「購入方法」「配送方法」の具体的な方法や販売価格を提示することで成約率は飛躍的に伸びる。

## 輸入が極めて難しい 市場の需要発掘



- 現地へのアルコール輸入プロセスが複雑な国ほど良質な日本酒を求めている事業者が多い。
- 現地のアルコール輸入ライセンスを所有している事業者とお互いの役割や負担を確認し価格について意見交換することで輸入の壁の高いにつながるケースは少なくない（ポーランド、ドバイ、イスタンブールなど）。



# JapanPageを活用した手間削減 / ブランディング / 受注拡大の実践からの一考察

## ベルギー

### レストランペアリング 候補酒の選定・小口配送



- 新しいメニュー開発（日本酒とのペアリングメニュー）に向けた試飲用酒を数本ご購入。
- 短期間で銘柄を選定し配送（2週間ほど）。
- その中から定番品を発掘し大口購入につながる。

## ポーランド

### 寿司レストランのおまかせ コースのペアリング日本酒 の選定・配送



- 限られたお客様にメニューに合わせた多種小ロットの日本酒が必要。また品質の良い状況での日本酒の提供が必要のためオンデマンドに対応した小口配送が必要。唎酒師として銘柄を選定。
- おまかせコースのおまかせ日本酒として銘柄選定および配送が決定。

## 香港

### 市場にない地酒の発掘 指定された場所への配送



- すでに様々な銘柄が参入している香港市場において「未参入」「高品質」「実績」の地酒は需要が高い。しかしこれらの蔵元との連絡・商談は難しく当社へ多くの相談をいただく。
- 蔵元が提供可能な数量を指定住所に配送する議論を進行中。

# JapanPageを活用した手間削減 / ブランディング / 受注拡大の実践からの一考察

## 豪華客船の公式ベンター



- 豪華客船への食品提供会社とのタイアップで船内イベントを実施。唎酒師として商品の説明およびマーケティングツールの提供。
- 乗船するゲスト向けの販売/配送および客船内レストランやバーへの公式ベンターとして登録。

## 韓国 結婚式へ日本酒を プレゼントとして配送



- プレミアム日本酒を結婚式のプレゼントとしてご購入いただき指定住所へ配送。
- 「贈答用」「小口配送」「短期配送」の需要を開拓。

## 蔵訪問の訪日外国人への 販売+配送・継続販売



- 増加する訪日外国人が蔵元に訪問した際、蔵元での購入を希望される外国人は多い。しかし持参ではなく配送を希望されることが増えている。
- JapanPageでは蔵訪問の訪日外国人からの購入・配送依頼、また帰国後の継続購入をサポートする需要に対応するため準備中。

ブランド化を目指す商品は数量が限定的のため  
国・エリアごとの市場把握ではなく  
顧客ごとの嗜好把握が購入・再購入につながる。

嗜好性の合う

レストラン / バー / ホテル / コミュニティーと  
どれだけ出会う機会をつくるのか？

が市場拡大の重要課題。

海外市場を生かして

ブランド化／高付加価値化を目指す場合

購入者が商品を購入するにあたっての価格は

マーケティング経費やPR経費を踏まえた

価格設計を行ってから市場導入すべき。

## 今後の課題

JapanPageの実務を通して官にご検討いただきたいこと。

### [日本側]

- 原産地証明書発行の簡素化
- 自由販売証明書発行の簡素化
- Non-GMO証明書発行の簡素化

### [現地側]

- 現地での商品登録の可否およびその登録可能事業者の条件調査
- カテゴリー別の日本産酒類の輸入条件および輸入プロセス調査
  - 10度以下、18度以下、それ以上
  - 醸造アルコールの有無
- カテゴリー別の関税・酒税調査

### [配送]

- 国際配送事業者の各国ごとの対応範囲（指定住所まで配送可能か通関までか）
- 梱包材の開発支援

### [PR]

- 蔵元+輸入事業者のチームで参加する日本酒に関心のあるレストラン / バー / ホテルを招待した海外現地での試飲商談会の開催
- 現地キーパーソン / メディア / 飲食業界のトップを招待した試飲会を現地大使公邸で開催

### [新商品開発]

- 多言語ラベル制作支援

# ありがとうございました

お問い合わせやご質問は  
メール（[k.sawada@id10.jp](mailto:k.sawada@id10.jp)）や  
Facebookのメッセージ（<https://www.facebook.com/KatsunariSawada>）等  
ご連絡をください。

<<ご案内>>

## 『日本産酒類の50カ国への輸出配送実証報告会』

- ・ 報告内容：50カ国における以下の項目の報告
  - 日本産酒類の輸入可否
  - 輸入条件
  - これから輸入するためのプロセス
- ・ 開催日：2020年1月中旬ごろ
- ・ 場所：東京都内
- ・ 参加方法：上記にお問い合わせください。