

[目的]

イタリアでの地域ブランディング確立の方法の調査
日伊間の違い(買い手側、売り手側など)

[調査結果]

1, Oriental(ミラノ: 日本食店)

- ・食品のフォトブック(製造過程などをお洒落にまとめている)を展示
- ・商品のトータルコーディネート的重要性
⇒食・歴史・食器・雰囲気、全てを含めた上での「食」という考え方がイタリアには存在する
- ・江戸元禄の酒を1本渡す
⇒[※Paganelli(ミラノ: 老舗アイスクリーム店)
江戸元禄の酒のジェラートを試作(輸送先指定待ち: 1500cc)]
(5月31日、一度小西酒造様に連絡)

2, Salsiccia di Bra(ピエモンテ州: 肉屋)

- ・ひき肉を腸詰にするデモンストレーション
- ・グラフィックデザイナーによるプロモーションの協力(店内装飾など)

3, 普伝寺

- ・江戸元禄の酒の試飲会
⇒好評(味: 甘い、羊羹に似ている/背景: うたって時間を測る)

その他

- ・自社の製品について語ることができる人を育成している
例) M**Bun: 自社のことを話すことができるように、企業が関わる場所に社員を研修に行かせている

[提案]

①セットの作成

- ・飲み方・何が合うのかの紹介、商品と一緒に提示
⇒現地での紹介の際「何にあうの?」「どう飲めばいい?」という質問
例) チーズに合うお酒
⇒飲み方の例を提示すれば、お酒初心者の方にも楽しんでもらえるのではないか
⇒企業の提示するお酒の写真は「お酒のみ」という場合が多いので
お酒をメインにしつつも、それに合う肴とのセットの写真を提示してみてもどうか

②食器の提案

- ・食後のデザートとしてのセット
⇒アイスと器で富士に見立てる
⇒江戸元禄の酒の甘さに対して、桜餅の塩味とのセット
(器なども桜を基調としたものに)
⇒食器をすべて元禄時代のものに統一する
(蕎麦猪口、伊万里焼)

※イメージ(蕎麦猪口)

引用 <https://store.hasamiyaki.jp>



③広告

- 江戸元禄の酒に特化したパンフレットの作成
⇒掲載する物事：小西酒造様のロゴ、江戸元禄の酒（歴史を含む）
小西酒造460年創業、元禄時代のレシピ復刻版、
復刻の苦勞、レシピの読解（時間表示がない→歌で測る、
温度表示がない→手の感覚で測定）日本でも元禄時代の酒は他にはない
⇒ポストカードの作成
- 江戸元禄の酒の説明（英語を含む）
⇒学校公式ブログに投稿



←↓普伝寺の
パンフレット
観光地ではなくても
このような案内がある



④イベント

◎イタリア（パンフレット配布）

- ・Oriental での試飲会、飲み方のレクチャー
- ・Paganelli でのジェラートの試食会

調査内容

- 江戸元禄は何に合うと思うか
- 歴史的背景に興味を持ったか
- 買ってでも食べたいと思うか
- 見た目としては良いか
- それぞれの間の理由



Paganelli↑→



◎日本

- ・小西酒造様の酒に興味を持ってもらえるようなイベント
⇒白雪蔵祭りの場合、来客者がお酒を消費するだけで終わってしまう
⇒来客者参加型のアクティビティだと、元々興味のない方にもお酒のことを知ってもらうことができる
例) クイズラリー…江戸元禄の酒に関するクイズラリーをし、参加者は最後に試飲ができる
クイズの例) 元禄時代の人々はどのようにして時間を測っていたか
江戸元禄の酒は何色か
等々