

# 日本経済新聞

3月27日  
土曜日

## 留学生が日本酒の売り方練る

国内の日本酒の消費量が低迷する中、輸出は伸びている。だからといって国内の商品をそのまま外国人に勧めても、すぐには買ってもらえない。国際大学(南魚沼市)はこのほど外国人に日本酒を売り込む戦略を留学生が披露する発表会を開いた。これに協力した尾畑酒造(佐渡市)は、留学生の声を商品の販売促進に活用する考えだ。

■米国商社から情報  
13~14日に新潟市の朱鷺メッセであった日本酒の試飲イベント「にいがた酒の陣」。過去最高の8万7000人が来場した。多くの客がおちよこを片手にほろ酔い気分に分るなか、米国の商社を招いた交流会があった。

## @news. 越後



米国商社の担当者から米国市場の話を開く国際大学の留学生(13日、朱鷺メッセ)

社の担当者は、米国市場の現状を説明した。これらの情報を酒造会社の輸出などに役立ててもらおう試みだ。

米国商社の担当者はもう1つの交流会にも参加した。相手は国際大学の須貝

「リーマン・ショック以降、米国での日本酒販売量は減少したが、再び回復している」。日本貿易振興機構(ジェトロ)の招きで来日した米国商

## 尾畑酒造、販促のヒントに

ングプロジェクト」に参加でもうろにはどうすれば良いか。あらかじめ、国際大学は50カ国以上から約270人の学生が集まる大学院大学。公用語は英語で、経営学修士(MBA)などの取得を目指す若者が集まってくる。

今回の交流会で、留学生は日本酒が米国の消費者からどう見られているかを学んだ。「カクテルに日本酒を使うバーが増えている」、「米国での売れ筋は飲みやすい300ミリ入りのタイプ」といった話に耳を傾けた。

「家族などとのコミュニケーションに日本酒が役立つ」、「佐渡の自然を前面に出してPRしてほしい」、「奇抜なラベルで目立たせる」。斬新なアイデアを披露した。ベトナムからの留学生、ファム・レ・トウイ

「販売戦略を発表。国際大学は18日、この交流会を参考に、留学生の発表会を開いた。テーマは「尾畑酒造の日本酒を日本にいる外国人に飲

専務は「日本酒を知らない若い人や外国人に日本酒を売るには、留学生のアイデアがヒントになる」と強調する。留学生との交流をきっかけに、日本酒の情報を分かりやすく伝える英語インターネットサイトに「和醸蔵風(わじょうくらぶ)」をこのほど開設した。また提案を参考に、4月に発売する新商品のラベルにQRコードを印刷して、携帯電話で商品情報が分かるようにする。

新潟

新潟025-222-17547  
長岡025-8137-11000