

チームF1

# 庄内ワインのブランド化へ

東北公益文科大学 F1

3年 三浦拓斗 佐々木誠人

2年 佐藤太一 水野翔太 広川俊也

## 課題

- ▶ 庄内地域の経済活性化のため、さらなる庄内の魅力の発掘と情報発信が求められています。

近年、庄内においては、民間でのワイン生産の取り組みが行われてきているところです。この庄内産ワインについて、行政として、どのようにブランド化し、地域活性化に繋げていけばよいか、学生グループからの提案を求めます。

## 課題の背景（1）

- ▶ 日本のワインの需要が高まる中で山形県のワイナリーは**全国で4番目**の数です。

しかし、庄内地域は内陸の地域に比べてワイナリーの数がかなり少ないというのが現状で庄内産のワインの印象も山形県内ではあまり強くはありません。

まずは山形県の中での知名度を上げるというのがブランド化に繋がると考えました。

# 解決方法

## ▶ PR活動に力を入れる

ワイン祭りの開催

庄内地域でのワイン祭りの開催

→ 庄内に住む方々に認知してもらう

庄内地域外でのワイン祭りの開催

→ 山形県民に認知してもらう

# 食の都庄内と庄内産ワインのコラボ

## ▶ 食の都庄内×庄内産ワイン

全国有数のお米の産地である山形県の庄内地域では山と海に囲まれていて四季折々にたくさんの食材が育まれています。

豊穡の地、庄内の多彩な魅力を知ってもらいたい、味わってもらいたい。そして、訪れてもらいたい。

「庄内で暮らす人も、庄内が好きな人も幸せに」

そんな思いを込めて「**食の都庄内**」と呼ばれています。

そんな、「食の都庄内」と「庄内産ワイン」のコラボは「庄内産ワイン」の知名度のUPにつながると考えました。

# ワイン祭りの開催について

## 入場券の購入

大人料金（ワイン飲み比べ）  
子供料金（ぶどうジュース）  
の入場券を購入してもらおう。

## 食の都庄内加盟店とのコラボ料理

食の都庄内加盟店おすすめの「ワインに合う一品」を  
提供してもらいワインと一緒に楽しんでもらおう。

# コロナウイルスの感染対策

## ▶ コロナウイルスの感染対策について

コロナウイルスの感染対策として三密を避けるためビアガーデンのような形で行う。例として札幌市の大通公園で行われたミニビアガーデンのように屋外での開催とアクリル板の設置をしたいと思います。

写真：産経フォト

<https://www.sankei.com/photo/images/news/200731/sty2007310001-p2.jpg>



# ワイン祭りの開催の効果

- 庄内産ワインの認知度のUP
- 食の都庄内加盟店の認知度のUP
- 県内外からの観光客数のUP

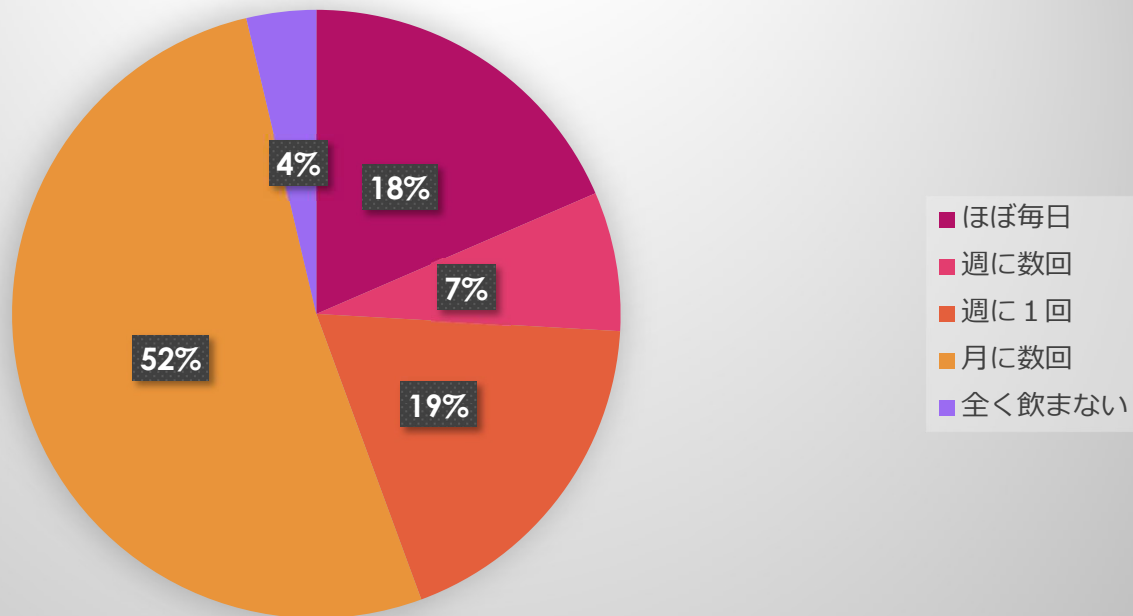


## 課題の背景（2）

- ▶ 若者でワインを手にする人があまり多くないということが挙げられます。そういった若者を味方につけることがブランド化に近づくという考えに至りました。ならば、どのようにしたら若者が手取るか？また行政がどうかかわっていくべきか？

# 20代のワインを飲む頻度

## ワインを飲む頻度



平成19年度国税庁統計資料

<https://www.nta.go.jp/about/organization/tokyo/sake/topic/ques/topic-total03/01.htm>

## 解決方法

- ▶ SNSの利用
- ▶ デザイン
- ▶ 公益大や地域の若者とのつながりの強化

# SNSの利用

## ▶ YouTubeによる広告

15秒から30秒ほどの映像広告で、動画を見る前によく流れるものです。例としては庄内ホルモンもYouTube広告で宣伝していました。若者のYouTubeの利用者は多く、この広告は地域設定もできることから、まずは山形県に地域を設定して広告を流すことで地元の山形県内の若者に興味を持ってもらうができると考えています。

庄内ホルモン紹介映像 <https://youtu.be/Ew9o5vBx-SU>

## ▶ インスタグラムのストーリー機能を利用した庄内産ワインの紹介

この機能は数秒間だけ表示されるもので、普通の投稿とは決定的に違うのは全画面に表示されるという点です。ただ投稿を見るよりも数秒間だけの広告の方が目に留まりやすいと考えました。



## SNSでの行政の関わり

- ▶ 広告からとんで見れるウェブページの作成
- ▶ 広告映像の作成
- ▶ ウェブページを食の都庄内との関連付け

# デザインについて

## ▶ ワインボトルのデザイン

→人目を引くことができるがコスト的に難しい面もある

例：ジョージアワインボトル陶器

<https://sakidori.co/article/545757/amp>

## ▶ ラベルのデザイン

→ボトルのデザインを変えるよりコストもかからないため、実践しやすい

例：学生によるクラフトビールのラベルデザイン

<https://www.akibi.ac.jp/news/33513.html>



# 公益大や地域学生とのつながりについて

## ▶ ボランティア活動としてワイナリーのお手伝い

→ワイン用ブドウの収穫などで個人経営のワイナリーさんの人出を補充でき、若者にワインについて知ってもらう機会にもなると考えました。

## ▶ 公益大や庄内地域の学生からのラベルデザインの募集

→先程のデザイン部分と被るが、ワイナリーさんと学生のコラボということで期間限定での販売などで、地域への発信とつながりもできると考えました。

## ▶ 公益大の公翔祭へ学生を通しての出店

→先のデザインとの組み合わせで、ラベルデザインしたものをジュースなどで、学際などで販売すれば、**庄内で知ってもらうという点と、若者にも知ってもらう点の両方を実践できると考えました。**

## デザインや地域との行政としての関わり

- ▶ ラベルデザインの募集の広報、集計
- ▶ ボランティア活動でのバスの手配等
- ▶ 学生とワイナリーとの交流会