

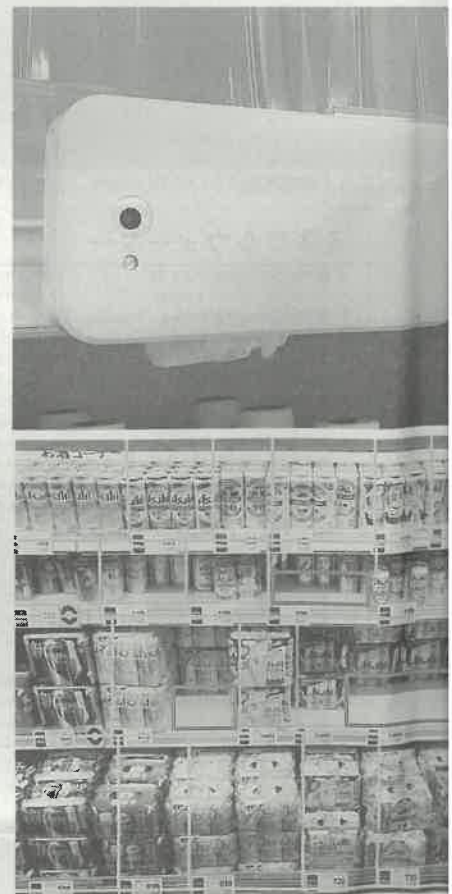
西日本版

HEAT W

流通に“力



フクシマガリレイ福島専務 Retail AIの永田社長



カメラ(写真上)とリテールAI | ショー店中にカメラを設置し、欠品と人流を

1890年に創業し、羊毛の輸入卸を手がけていた小林順蔵商店は現在、フランス、ルーマニア、北欧など「日本酒がゼロ」の国や地域に日本酒を届ける事業を展開している。貿易事業のみならず、イベントの企画・運営、蔵元や現地インポーターへの情報提供・販路サポートといったマーケティング事業なども行う。貿易機能と現地業者とのパートナーシップを生かして、日本の蔵元と海外市場の橋渡しを担う同社に取材した。

イギリスの高校に留学経験をもつ小林順蔵商店の小林佑太朗代表取締役は、蔵元と現地業者を仲介する意義について、「相互の商慣習や生活習慣、文化的背景などを踏まえ、言語に留まらない通訳をすることが重要」と強調す

る。同社がイベント出展やマーケティング事業に力を入れる所以だ。ゼロの国に日本酒を輸出しても、和食店や和食関連食材の売場などで現地在住の日本人が手に取るだけでは定着しない。現地の商慣習や食文化に詳しいインポーターやディストリビューターなどのビジネスパートナーと協同して、「現地の文脈で日本酒を根付かせる」ことを目指している。紹介する日本酒は、「新しい市場を一緒に開拓してい



小林取締役

く

小林順蔵商店



ゼロの市場に日本の酒を

現地の文脈で浸透図る

という点に共感する蔵元の商品。日本国内では埋もれてしまっている蔵や銘柄でも、日本酒がゼロの地域では「SAKE」と言えばその名を知らない人はいない「ほどの知名度を獲得する可能性がある。嗜好品である商材で、ゼロを1に「することは容易ではないが、蔵元の思いが伝わるよう、じっくりと市場を育む手間を惜しまない。小林氏自ら蔵元と共に現地に赴きPRに取り組んでいる。

同社は昨年、情報サイト「IKKI (イッキ) Sake Media for the WORLD」を写真し



リースした。日本酒に興味があるがどこで情報収集すればよいか分からないとの海外の業者の声を受けて開設した。英語のB to B情報サイトだ。輸出先で日本酒が浸透するには、現地の料飲店や小売店の保管状態や提供方法が鍵となるが、一軒一軒訪問し助言するには限界がある。そこで、サイトにアクセスしてもらうことで日本酒を扱う現地の業者や料飲店に広く情報提供できるようにしたという。今後は、現地の営業ツールとしても利用できる動画コンテンツの充実や、物流をスムーズにする自動見積機能の付加などを計画している。

同氏は、「伝統文化に敬意を払いながらも、べきにとらわれず、現地の人と共に独自の日本酒の進化を考えていきたいと語る。ゼロからの開拓、そして日本酒文化の革新をも見据えている。(宮原)