

④ 産地直贈で福井の季節をお届け



特命助教
鈴木 梓

講演資料

2025年1月21日

2024年度活動報告

産地直贈で福井の季節をお届け

チーム福井県

Amil Khanzada 岸岡経起 佐々木健太
石原和貴 橋口潤 森泰 河野颯人

本年度の取り組み

04

AI観光 コンシェルジュ

Virufyの強みを活かし
てAIを用いた地方創生
に取り組んだ

05

ナッジを用いた 集客

AI+ナッジによる強み
の相乗効果を狙う

06

観光連盟データ による分析

福井県観光連盟とのコ
ラボにより観光デー
タを用いた分析が可能に

07

地元密着型揭示 板の提案

地域密着型揭示板機能
をもつAIによってより密
着な観光ができる

10

同時並行で新規伝統工芸と 日本酒によるアプローチ

春夏から進めているAI
コンシェルジュの開発
同時並行

AIコンシェルジュの実装に際
してオリジナルの情報が必要

新たな地域活性化手法を模索
福井県の魅力を伝える工夫
福井県の認知度を上げる提案

10

日本酒と 伝統工芸

ユネスコ登録を受け、
AIと平行して新たに伝
統工芸と日本酒に着目

11

アンテナショ ップ

銀座、青山のアンテナ
ショップ現状確認

12

酒蔵訪問

エシコト訪問
吉田酒造（白龍）
黒龍酒造
その他インタビュー

01

酒蔵訪問、 分析

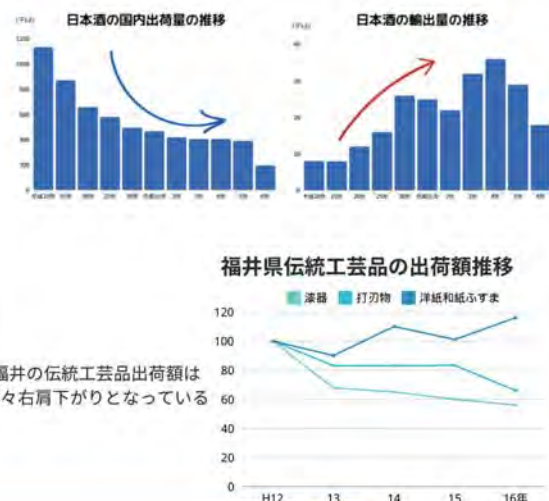
日本酒、
伝統工芸品
購入データ統計分析
アンケート

現状：福井と日本の日本酒・伝統工芸

現状国内の伝統工芸品の生産額・従業員数は右肩下がりである



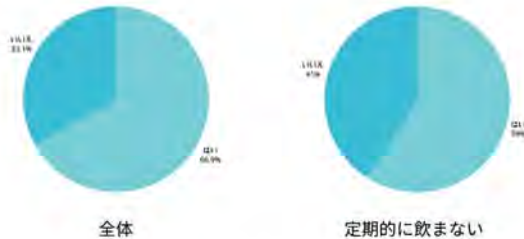
現状：福井と日本の日本酒・伝統工芸



全国的に伝統工芸品の市場は縮小傾向も福井県には誇れる伝統台所用品がある

現状：若者の日本酒へのイメージ 「若者の日本酒離れの真実」

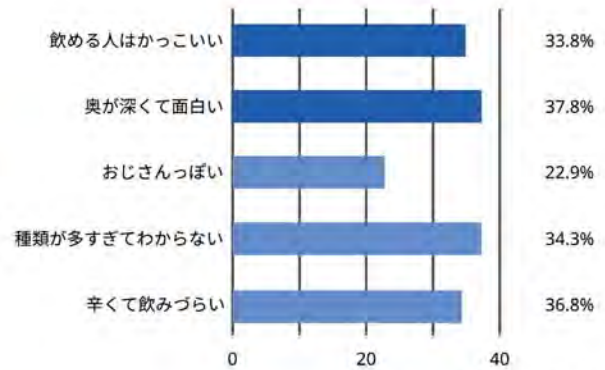
若者の日本酒への興味



Q日本酒に興味はありますか

若者は日本酒を飲む・飲まないにかかわらず日本酒に興味を持っている

20代への「日本酒」へのイメージ



出典：甲南大学



若者の日本酒へのイメージは、興味はあるが日本酒の敷居は高い

背景：福井の日本酒×伝統工芸



新たなおみあげの形

近頃のおみあげの形は相手を想定して、やや高めのもを購入する傾向にある。一方、稼ぐ観光で地方の負担を少なくするには単価の高いものをおみあげにしてみたい。そこで日本酒や伝統工芸は安価で大量販売ではなく、高価がギフトに最適なものとして販売することができる。



SDGsの達成

伝統工芸や伝統産物などの地方に根付く文化が地域活性化に役立つという点に着目し、福井の日本酒×伝統工芸で福井県の課題である、経済縮小の克服と人口減少の問題解決が地域社会の活性化をSDGsの達成を通じて実現できる



伝統文化の保護

日本酒や伝統工芸は若者にとって敷居の高いものになっている。そこで5,60代にお金を使ってもらい、20代に贈ることで販路を拡大し、新たな顧客の獲得が見込める。このことから伝統産業、伝統文化を保存継承保護するという目的が日本酒×伝統工芸では達成できる。



日本酒×伝統工芸の融合で新たな可能性を見出す

日本酒と伝統工芸について調査報告



2024年12月19日
エシコト（黒龍酒造@永平寺）訪問
インタビュー、ヒアリング
2025年1月20日
福井県アンテナショップ
291インタビュー、ヒアリング



分析現況を報告いたします。

エシコトでは…



Q.客層は？

A.老若男女さまざま。

通りすがりも、調べてくる人も。

一方で、最寄り駅から徒歩（40分!!）も。



県外が多い

若者は、出店当初のイメージよりは多い。

日本酒は保管が大変なので、配送も多い。

テイスティングは若者（2、30代）、購入は4、50代が多い。

11月がよく売れる。蟹解禁で客数↑+お歳暮、年末年始。

ここの店舗でしか売っていない限定商品が人気（7割超）。

夏に生酒、箱の遮光性を高めて水色ボトルなどのチャレンジ。

ワイングラスで楽しむ日本酒。

コンセプトイメージ：「フランスのワイナリーツアーを日本酒で」

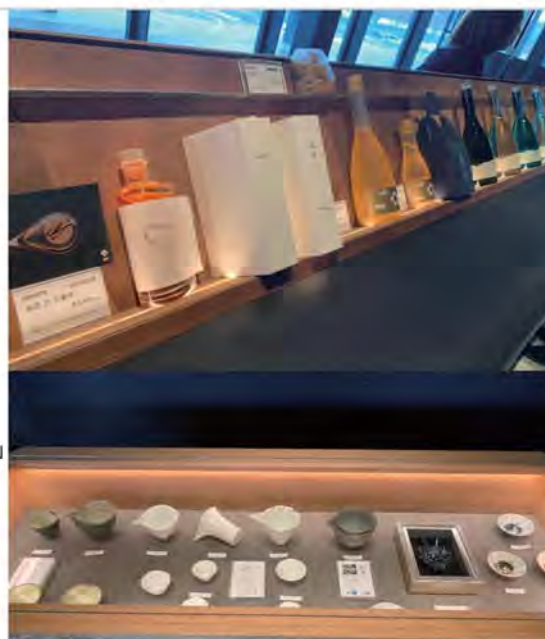
田舎で二次交通が不便でも、訪問客はそれを楽しむ。

伝統工芸品はインバウンド購入多め

Ex.薄玻璃は海外より安価で良質）

武生組木コースターは国内外問わず人気。

新幹線延線後は関西<<関東（タクシー車内広告からの訪問も）



提案例：「産地直贈・日本酒のある暮らし」

具体例



日本酒
伝統工芸酒器
季節のおつまみ
和紙はがき
+シークレット



<内容物の特徴>

- ・日持ちしやすい商品設定
- ・高級感や特別感



組み合わせの一例

- ・黒龍純吟醸垂れ口（300ml）...748円
- ・越前漆器おちょこ...1600円
- ・蟹せんべい...430円
- ・和紙はがき...150円

合計 2928円



<提案の特徴>

- ・形に残る贈り物
- ・季節ごとの限定性
- ・単価の高い商品

提案例：「産地直贈・日本酒のある暮らし」

ナッジ要素の一例

EAST	本提案が満たしている要素
Easy	商品の組み合わせに悩まない
Attractive	福井を感じられる、産地直贈
Social	人とは違うギフト、お勧めの口コミ
Timely	その季節だけのものがその時に届く

福井県の魅力

×

竹本研究室：ナッジ

- ・成年年齢が18になった今、20歳の瞬間を祝いたい！
- ・人とは違う贈り物をしたい！
- ・印象に残る贈り物をしたい！
- ・福井を宣伝したい！

**いちばんうれしかった
成人祝い**

- 親からお酒をもらって、成人になったことを実感しました。
- おじさんから名前入りの万年筆をもらった。これは一生モノ！
- 祖父からもらった高級車。
- 欲しかったアクセサリーを彼氏がくれたのがいちばんうれしかった！
- お母さんから手紙をもらった。ずっともらわないのでうれしかったです。
- 彼女からもらった花束。
- 母からもらったダンス用品。自分の趣味を快く思っていなかったのに、初めて認められた気がした。
- ブランド物のバッグ。自分では買えないもので、嬉しかったし、少し大人になった感じがした。
- 両親との外食。高いお寿司屋さんでお祝いしてくれました。
- 女手一つで育ててくれた母からの「おめでとう」という言葉が何よりうれしかった。
- 母から香水とイヤリングをもらって、大人になった気がしました。
- 親からもらった靴。初めてブランド物をもらい、社会人としてがんばろうと思った。

お酒は20歳を実感しやすい
めったにももらわないもの
自分では買えないもの も人気



想定される場面例

- ・成年年齢が18になった今、20歳の瞬間を祝いたい！
- ・ありきたりじゃない贈り物をしたい！
- ・印象に残る贈り物をしたい！
- ・福井を宣伝したい！



GIFT FROM FUKUI

産地直贈

福井とつながる、 贈り物。

「地味にすごい、福井県」。福井県の魅力はたくさんあるのに、伝わっていないことが一番の課題であると我々は考えました。もっと福井を知ってほしい。贈り物を贈る人も、もらう人も特別に—

いつもの暮らしに、特別な「福井時間」を。



ご清聴

ありがとうございました