

横浜発、生産者と消費者がつながる「都市型ワイナリー」事業

スタイル・ジャパン・アソシエイツ合同会社

生産者と消費者がつながるワイン

みんなで作る。
たくさんの出合いを **紡ぐ**

生産者



都市型ワイナリー



消費者



商品 (ワイン)

食のものづくり(ワインづくり)の見える化

経済・社会への貢献

地産地消

地球環境への負荷軽減

地域経済発展

食の安心安全

食料問題

経営理念・目標

都市型ワイナリーだからこそできる方法で生産者と消費者をつなぎ、自分たちの手から離れてしまった食のものづくりの過程を見える化したいと考えます。同時に、地域の活性化、食の安心安全、食料問題、地球環境への負荷軽減という課題を消費者と一緒に考えながら、地域経済発展に貢献できる事業に育てていきたいと考えています。

事業概要

①市場特性とターゲット

酒類の出荷減少傾向が続く中、一人当たりのワイン消費量は過去10年間で1.5倍に増加しています。中でも「日本ワイン」のシェアは今後も毎年1%ずつ上昇すると予測されている拡大が見込める市場です。横浜初の都市型ワイナリーとして、横浜で醸造し、横浜で消費される「地産地消」のワインとして、横浜市民および横浜への観光客を主なターゲットとしています。

②製品・サービスの概要

日本の果実原料のみを使用した日本ワイン8種、2,500円（750ml）を予定。瓶での販売の他、量り売りを行います。また、果樹栽培から醸造・製品化までその過程に携われるものづくり体験の機会を提供する他、飲食空間を併設してコミュニケーションの場として活用していきます。

③独自性・独創性・特長

横浜初という話題性、横浜の観光名所エリアに立地するため、集客力・ブランド力があります。さらに、果樹栽培や醸造といった非日常を体験することで、商品へのファンを増やします。また、横浜市民に愛されるように商品名を「ハマワイン」とすることでブランド展開を図ります。ハマワインの特徴は、地産地消、環境への配慮、農業に頼らない原料を使ったクラフトワインです。開港の歴史の中で様々な地域文化を融合させてきた横浜らしく、他地域との連携や人々との出会いから、新たな可能性を創出していきます。

今後の課題と対策

課題：継続して、良品質な商品をつくり、販売し続けること

対策：購入することで社会貢献への意義につながる「満足感」、参加・知ることへの「わくわく感」、地域ブランドとしての「優越感」を出せるマーケティング&ブランド戦略が不可欠です。地域のネットワークを大切に、企業とも連携した商品づくりに注力していきます。また、品質と味へのこだわりも不可欠です。技術、品質に定評のある醸造技術者や生産者からのサポートを大切にすることで、良品質の原料調達、醸造技術の向上が可能になると考えます。

スタイル・ジャパン・アソシエイツ合同会社

代表 町田 佳子

<http://yokohamawinery.com>

e-mail

ask@yokohamawinery.com

〒231-0023 横浜市中区山下町1番地 10F