

尾瀬の水芭蕉プロジェクト

～心に花を咲かせましょう～

＊本プロジェクトは国税庁「日本産酒類のブランド化推進事業」に認定されました。



 東京パワーテクノロジー

 永井酒造株式会社

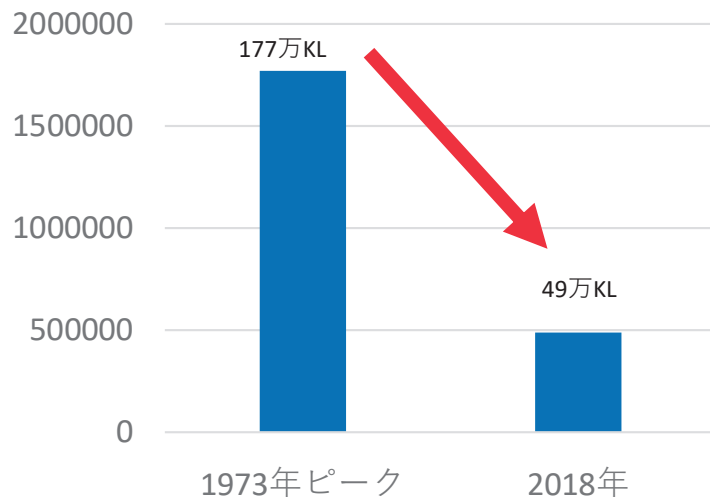


三条印刷株式会社



日本酒課税移出数量

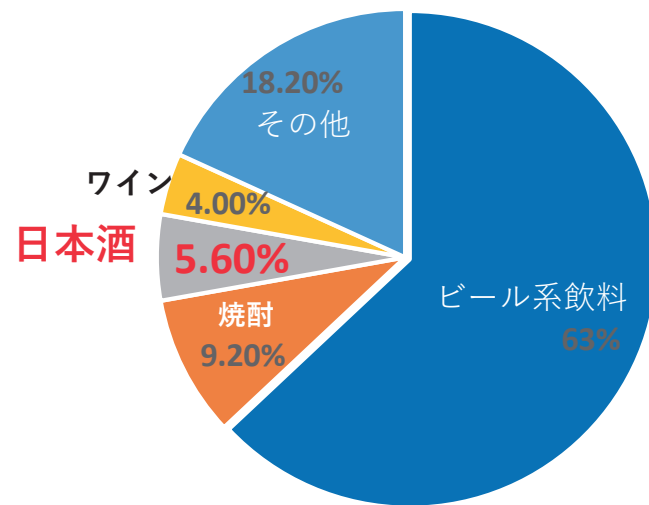
(単位=KL)



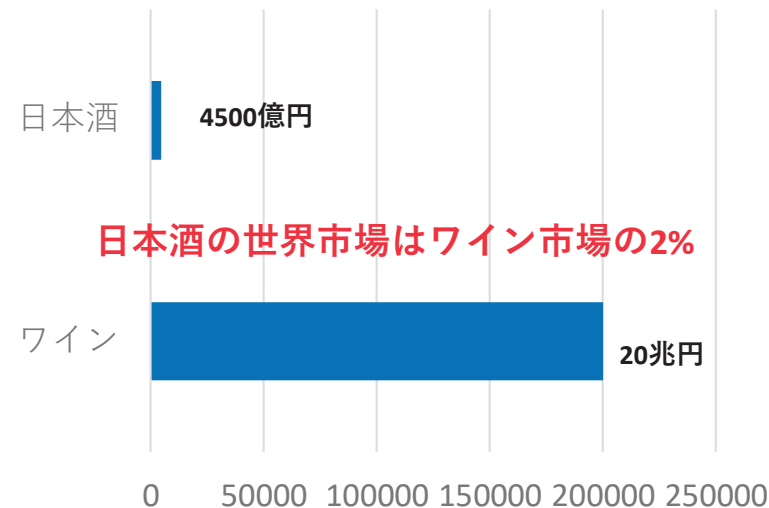
ピーク時の27%

日本酒の現状

課税移出の割合(2018年)



日本酒とワインの世界市場規模比較



日本酒の世界市場はワイン市場の2%

ビール系飲料	547万KL
焼酎	81万KL
日本酒	49万KL
ワイン	35万KL

出展：日本酒の現状（国税庁 酒のしおり）



水芭蕉ブランド誕生の歴史

1886年 永井酒造創業（本年134年を迎える）

1992年 水芭蕉ブランドの誕生

永井酒造の第2創業期としてブランドを刷新

1995年 水芭蕉蔵新設

品質向上を目指し最新鋭の醸造設備を導入

2008年 MIZUBASHO PURE 発売開始

世界初の本格的瓶内二次発酵発泡清酒誕生

2014年 NAGAI STYLE 発売開始

業界初食とのペアリングを提案

2020年 MIZUBASHO Artist Series 発売開始





社会的課題

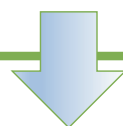
尾瀬の水芭蕉の花 激減



◆世界的な地球温暖化と気候変動
→尾瀬の気象や生態系へ影響



◆ニホンジカの食害
→水芭蕉をはじめ高山植物、森林資源の植生破壊



自然保護イノベーション

尾瀬を代表するミズバショウなど、ニホンジカから守るための新たな仕組みを創出し、尾瀬国立公園から自然保護の環境イノベーションを発信していきます。

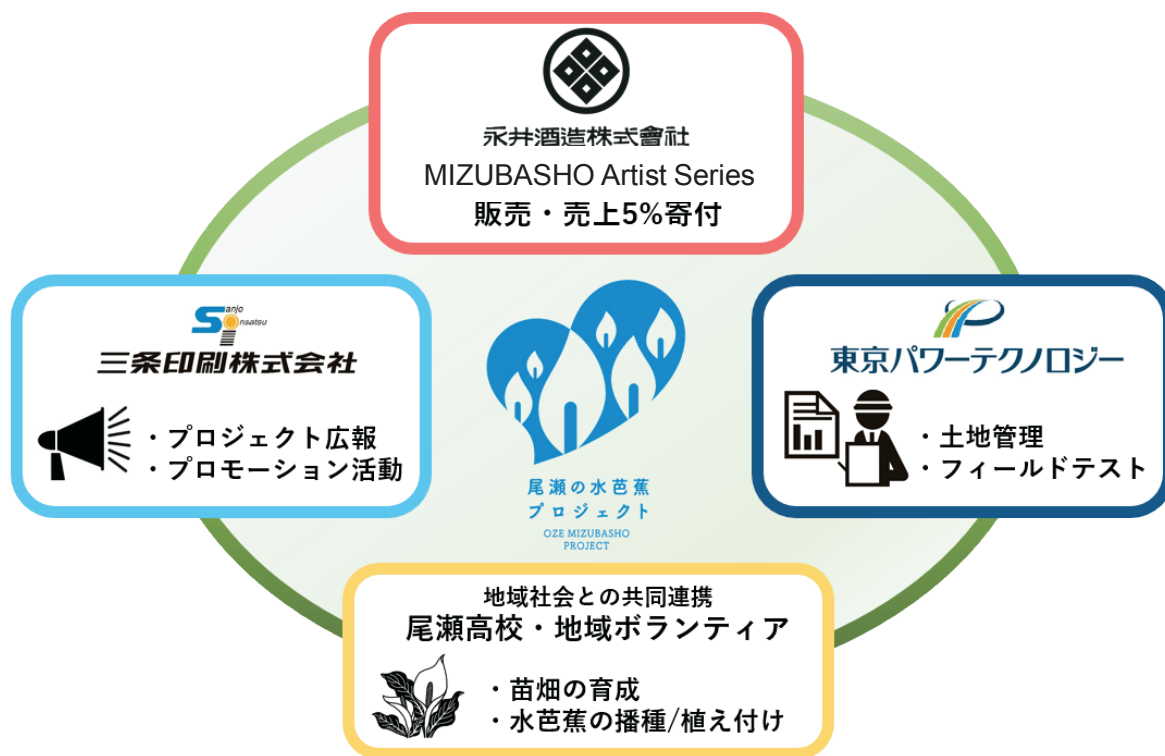


尾瀬の水芭蕉
プロジェクト
OZE MIZUBASHO
PROJECT

尾瀬の水芭蕉プロジェクト

～心に花を咲かせましょう～

プロジェクト概要



①永井酒造(株)、三条印刷(株)、東京パワーテクノロジー(株)の三社でプロジェクトチームを結成。

②永井酒造が「MIZUBASHO Artist Series」を開発、販売。**売り上げの5%をプロジェクト資金として寄付する。**

③寄付金は水芭蕉の栽培、苗畑での育成事業に充当。

④東京パワーテクノロジーが土地管理、フィールドテストを行い、地域社会と連携しながら国立公園の保護に貢献していく。

⑤ニホンジカから日本の原風景を守るプロジェクトとして世界へ発信。



新商品概要

「MIZUBASHO Artist Series」 6つの挑戦

水芭蕉 アーティストシリーズ

①アーティストとのコラボレーション

Artによる日本酒の付加価値創造を目指す
アーティストに「尾瀬に咲く水芭蕉の花」を描いて頂き、ラベルデザインに反映する
第一弾は、片岡鶴太郎さんとのコラボレーション

②食とのペアリング+カジュアルラインの提案

2014年に「NAGAI STYLE」という日本酒ペアリング概念をスタート
今回カジュアルラインの提案により次世代型のライフスタイルを提案

③特定名称酒を表記しない

特定名称酒におけるスペックありきの販売方法ではなく
感性に響くストーリー性や文化性を伝えていく
スパークリング酒・スティル酒・デザート酒の3タイプを販売

④女性インフルエンサーとのコラボレーション

新商品と各分野で活躍する女性インフルエンサーとのコラボレーションを行い、
女性や若い世代にアプローチし、新たなマーケットを構築する

⑤SDGs観点による付加価値創造

尾瀬の生態系を守り再生する。またプロジェクトと地域を繋ぎ、パートナーシップを強化して、持続可能な地域社会の実現を目指す

⑥ヴィーガン対応

食のバリアフリー化を目指し、環境や健康に対して関心度を訴求する





新商品 「MIZUBASHO Artist Series」について

お食事のシーンに合わせ楽しめる
日本酒コンセプト
「Nagai Style」を取り入れ、
楽しく、カジュアルに嗜める



毎日の生活の中に日本酒がある
暮らしの提案と新しい世界との
創造が生み出す日本酒体験
コンセプトは、
「気軽に、お洒落に、楽しむ日本酒」

新たな可能性を秘めた日本酒
それがMIZUBASHO Artist Series



商品特性

アーティストとコラボした美しい水芭蕉のラベル、そしてお洒落なボトルデザイン
ラインナップは「スパークリング酒」「スティル酒」「デザート酒」の3タイプ



Sparkling

水芭蕉の可憐な白い花を連想する、フローラルスパークリング。長年研究を重ね、進化してきた独自の瓶内二次発酵技術を使用し、カジュアルに仕上げました。口当たりの柔らかいシルキーな泡と白桃や林檎のような香味が調和します。

●アルコール度数/12% 360ml



Still

ライチのような甘い口当たり、ほのかにグレープフルーツのフレーバーを感じ、なめらかで軽快な味わいが特徴です。優しい中に幅を持った旨味も広がり、様々な料理と気軽に楽しめる食中酒を目指しました。

●アルコール度数/15% 720ml



Dessert

パッションフルーツやアプリコットを連想させる上品な甘味に仕上げました。頑張った自分へのご褒美に嗜んでホッと一息するには最適なお酒です。そのまま飲んでも、スイーツや果物、チーズなどに合わせても笑顔になれるデザート酒です。

●アルコール度数/12% 300ml



スケジュール

9月3日(木) 新商品発表会

「日比谷ミッドタウン」にて片岡鶴太郎氏と記者発表

9月10日(木) 新商品発売開始

新商品公式WEBサイトスタート。全国水芭蕉特約店を紹介・発売開始

9月16日(水) 地元群馬県での新商品お披露目会

群馬県片品村、道の駅「尾瀬かたしな」にて開催

2020年9月～2021年3月

女性インフルエンサーとのコラボレーション(月2～3回実施)

海外5カ国とのリモートでのプロモーション活動



*本プロジェクトは国税庁「日本産酒類のブランド化推進事業」に認定されました。

地域ブランディング



フランス

ドイツ

シンガポール

台湾

タイ

利根沼田から世界へ



尾瀬の水芭蕉
プロジェクト

OZE MIZUBASHO
PROJECT

永井酒造(株)
三条印刷(株)
東京パワーテクノロジー(株)



輸出促進

農商工連携

アドバイザー
JETRO群馬



こんにゃく工房迦しろう
こんにゃく製品

鳥山畜産食品(株)
赤城和牛

吉澤指物店
酒器・和食器

(株)雪ほたか
雪ほたか米

Partnerships

農商工連携による
地域ブランディング

- ・地元食材・酒器を用いたペアリング開発
- ・利根沼田地域のイメージ向上
- ・海外輸出促進モデルケースの形成



地域連携によるブランディング
および付加価値創造



輸出促進



尾瀬の水芭蕉
プロジェクト

OZE MIZUBASHO
PROJECT

尾瀬の水芭蕉プロジェクトは

新商品「MIZUBASHO Artist Series」を通じて

地域の未来のため自然環境を守り

地域と連携し、パートナーシップを構築して参ります