

2019年7月23日

クールジャパン機構

(株式会社海外需要開拓支援機構)

米国での日本酒流通拡大を目的としたワインのサブスクリプション事業へ出資

- クールジャパン機構は、日本酒を重要投資テーマとして位置づける中、物流・規制等の観点から類似点の多いワインの流通網に着目。米国でワインのサブスクリプション事業を展開するベンチャー企業である「Winc (ウインク) Inc.」(以下、Winc) に対し、約 10 百万 US ドル (11 億円相当) の出資を決定。
- Winc は独自に企画・製造した 100 種類以上の高品質なオリジナルワインを、手頃な価格で毎月会員へ届けるサブスクリプションサービスを展開。購買データの継続的な分析による会員への精度の高いリコメンデーションや、ワインの知識や楽しみ方に関する SNS でのコンテンツ発信に強み。
- Winc は 2012 年の設立以来、ミレニアル世代を中心に会員数を拡大し、現在までに約 8 万人の個人会員を獲得。また、米国スーパー「Whole Foods Market」を中心とする 2,500 店の小売店、および 1,800 店のレストランの販売チャネルを構築。2017 年には、米国経済誌「Forbes」によりベスト・ワインデリバリー・サービスの一つに選出。
- クールジャパン機構は、Winc と日本酒メーカーによる日本酒新製品の共同開発や、会員へのリコメンデーションによる購買促進を支援。また、今後ロサンゼルスにオープンする予定のテイスティングルームを活用した日本酒教育イベントをはじめ、SNS を通じた日本酒関連コンテンツの継続的な発信を推進。これにより、主に米国のミレニアル世代における日本酒のプレゼンス向上と流通拡大を目指し、日本酒業界全体の中長期的な成長に貢献。

■ 出資の背景

米国は日本酒の輸出金額・数量が世界第一位¹であり、日本食人気も背景に順調に日本酒需要は拡大しています。一方、未だ多くの日本酒メーカーは米国でのビジネスに精通した現地パートナーの獲得や、現地消費者のニーズを踏まえた製品開発および継続的なプロモーションを行うための拠点・人的リソースの不足など、本格的な米国展開をする上で様々な課題を抱えています。

¹ 出典：財務省貿易統計

このような状況を踏まえ、クールジャパン機構は日本酒の海外需要開拓を重要投資テーマの一つとし、米国を重点エリアとして取り組む中で、物流・規制等の観点から類似点の多いワインの流通網に着目しました。

■ 出資決定

クールジャパン機構は、米国でワインの企画・製造およびサブスクリプション事業を展開する米国ベンチャー企業「Winc」に対し、約 10 百万 US ドル（11 億円相当）の出資を決定しました。なお、Winc には既に米国シリコンバレーで著名な VC である「500 Startups」などが出資しています。

■ 出資意義と狙い

クールジャパン機構は、Winc の米国ミレニアル世代に向けた事業ノウハウおよび発信力を、日本酒の流通拡大に活用したいと考えています。

本件出資により、Winc と日本酒メーカーによる日本酒新製品の共同開発や、日本酒を好む傾向があると分析した会員へのリコメンデーションによる購買促進を支援します。また、今後ロサンゼルスにオープン予定のテイスティングルームを活用した日本酒教育イベントをはじめ、SNS を通じた日本酒への関心を喚起するコンテンツの継続的な発信を推進します。

これにより、自宅でアルコール飲料を楽しむ傾向があるとされる主に米国のミレニアル世代において、日本酒がそのニーズに応える定番品の一つとして根付く効果を狙うとともに、日本酒のプレゼンス向上や流通拡大を目指し、日本酒業界全体の中長期的な成長に貢献してまいります。

■ 出資先事業の概要

Winc は 2012 年に連続起業家の Geoff McFarlane と、国際的ワイン教育機関認定のアドバンスソムリエである Brian Smith により米国で設立されました。世界の契約ワイナリーと独自に企画・製造した 100 種類以上の高品質なオリジナルワインの中から、各会員の好みに合ったものを毎月自宅へ届けるサブスクリプションサービスを展開しています。

生産から販売までの中間マージンを削減することで、販売価格を従来の半額程度に抑えており、最も多い価格帯としては一本 13～20 ドル程度と手頃な価格で提供しています。また、会員登録の際に、会員の味覚の好みに関するシンプルなアンケートを実施することに加え、その後の購買データを継続的に分析することで、会員一人ひとりの好みに合ったワインを精度高くリコメンドするテクノロジーを活用しています。さらには、ワインの知識や楽しみ方に関するオリジナルコンテンツを制作し、Facebook や Instagram などの SNS や自社サイトを通じて発信するなど、ワインに関する新世代の事業を展開するベンチャー企業として注目されています。

Winc は設立以来、ミレニアル世代を中心に順調に会員数を拡大し、現在約 8 万人の個人会員を有するとともに、米国スーパー「Whole Foods Market」を中心とする 2,500 店の小売店、および 1,800 店のレストランの販売チャネルを構築しています。2017 年には、米国経済誌「Forbes」によりベスト・ワインデリバリー・サービスの一つに選出されました。

Winc Inc.について

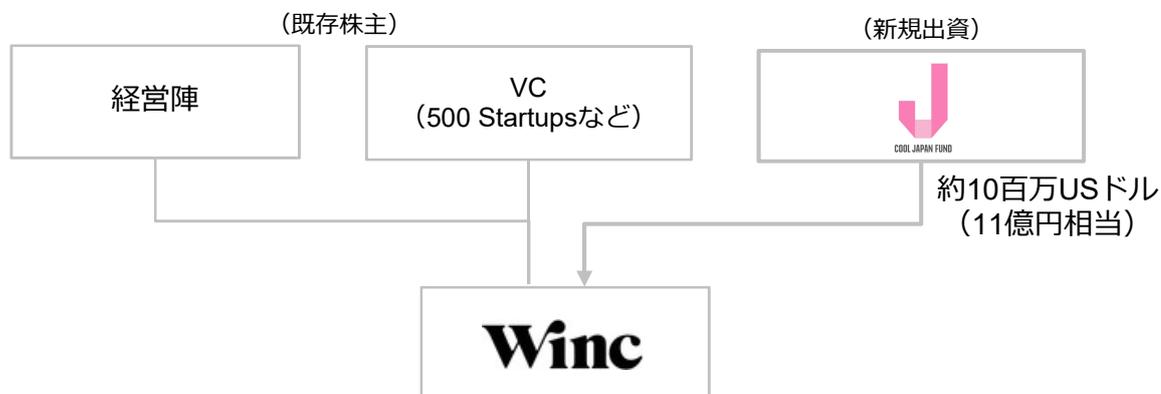
設立 : 2012 年
本社所在地 : 米国デラウェア州
経営陣 : Geoff McFarlane (ジェフ・マクファーレン) (CEO)
 Brian Smith (ブライアン・スミス) (COO)
事業内容 : ワインの企画・製造、サブスクリプション事業
ホームページ : <https://www.winc.com/> (英語)

本資料についてのお問合せ先

クールジャパン機構 (広報担当: 湯下、奥山) TEL 03-6406-7500

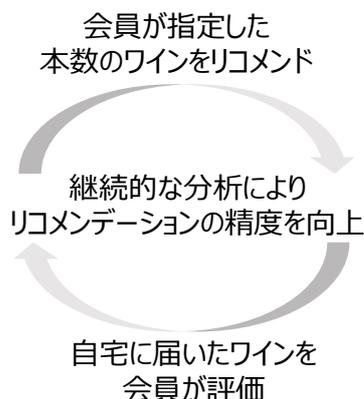
米国での日本酒流通拡大を目的としたワインのサブスクリプション事業へ出資

プロジェクト・スキーム



Wincが提供するサービスの特徴・強み

- ◆ 100種類以上の高品質なオリジナルワインを製造し、手頃な価格のサブスクリプションサービスで提供
- ◆ 購買データを継続的に分析することで、会員の好みに合ったワインを精度高くリコメンド



米国8万人の会員



4本以上で送料無料 (月額53ドルから)

※会員はリコメンドされたワインを変更することも可能。なお、大半の会員がWincからリコメンドされた商品そのまま購入している。
※不要な月はスキップすることも可能。

◆ ワインに関するオリジナルコンテンツをSNSで発信

製品プロモーション
※写真は主力製品の一つ
ロゼワイン「Summer Water」



ワインに合う料理や
ワインを使ったカクテルの作り方などを提案



ワインのトレンドや
生産者のストーリーを紹介

