

御“酒”印帳で巡る 日本酒の街、中野

株式会社リシュブルー

企業概要・理念

企業名 : 株式会社リシュブルー

代表者 : 中村優志

事業概要 : 日本酒に関連する新規事業の創出
(化粧品、ラベルデザイン、酒粕ペット用品等)

企業理念 : 酒蔵と消費者の懸け橋に
酒や酒粕で新しいビジネスを創造する



Riche Bleu

代表者経歴

- ・2016年4月三井住友銀行(法人)
- ・2021年4月アクサ(法人)
- ・2022年6月リシュブルー創業

銀行員時代に長野県へ赴任の経験


- ・作り手の想いや、日本酒の可能性を知る
- ・一方で、後継者不足や販路拡大等での課題も



弊社の強み

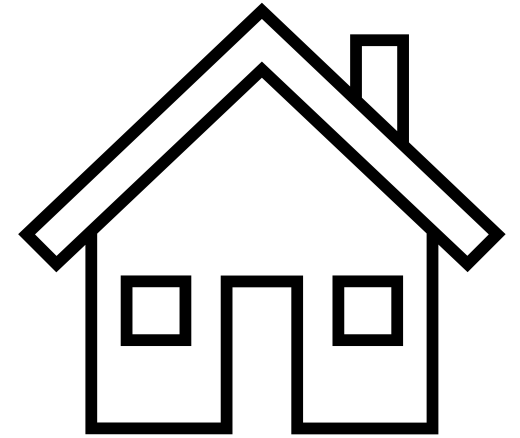
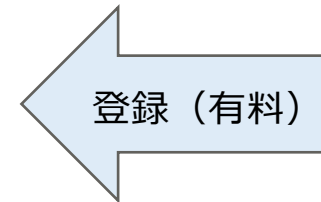
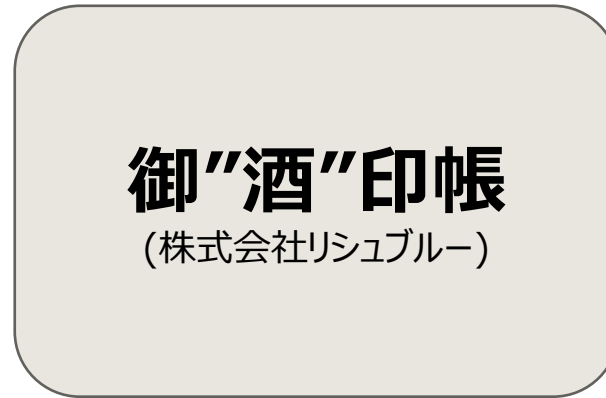
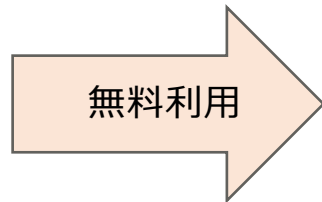
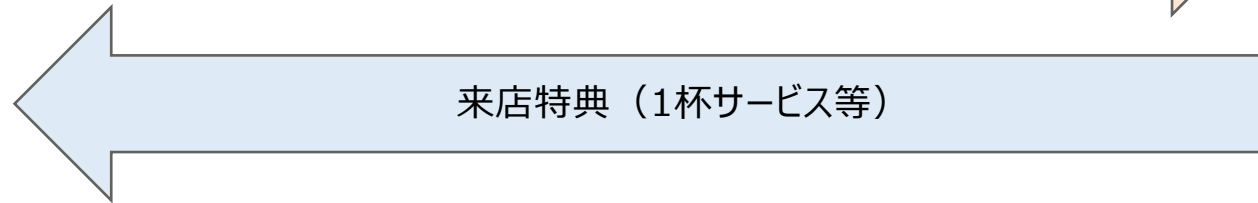
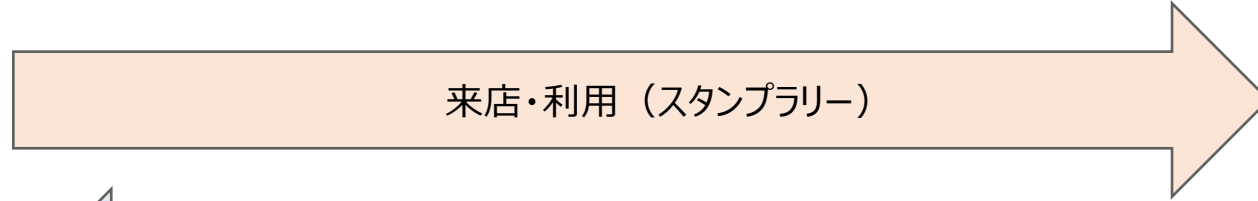
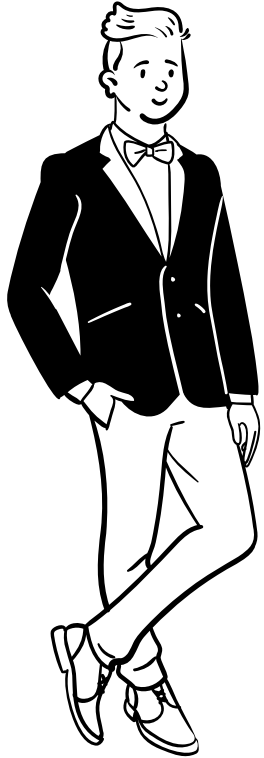


ノウハウ	<ul style="list-style-type: none">・日本酒を使った化粧品、ペット用品等の新規ビジネス企画力・日本酒関連の自社デザイン（化粧品、日本酒ラベル等）
ネットワーク	<ul style="list-style-type: none">・茨城県庁・長野県庁・中野区内の飲食店、温浴施設・酒蔵（新潟県、長野県、茨城県、栃木県など）約20社



中野区を「日本酒消費の街」として
ブランディングし、御“酒”印帳を用いて
主に訪日客の集客・経済圏構築

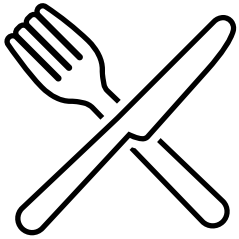
ビジネススキーム



飲食店
宿泊施設
温泉施設
(中野区内)

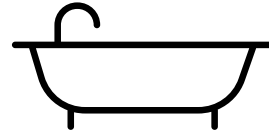
訪日客1,500万人
(2023.1~2023.8時点)

日本酒を絡ませた各施設の立ち位置



飲食店

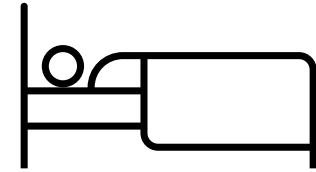
日本酒の提供



温浴施設

酒粕風呂等での消費
(区内施設松本湯にて実績)

※SDGsも絡めて

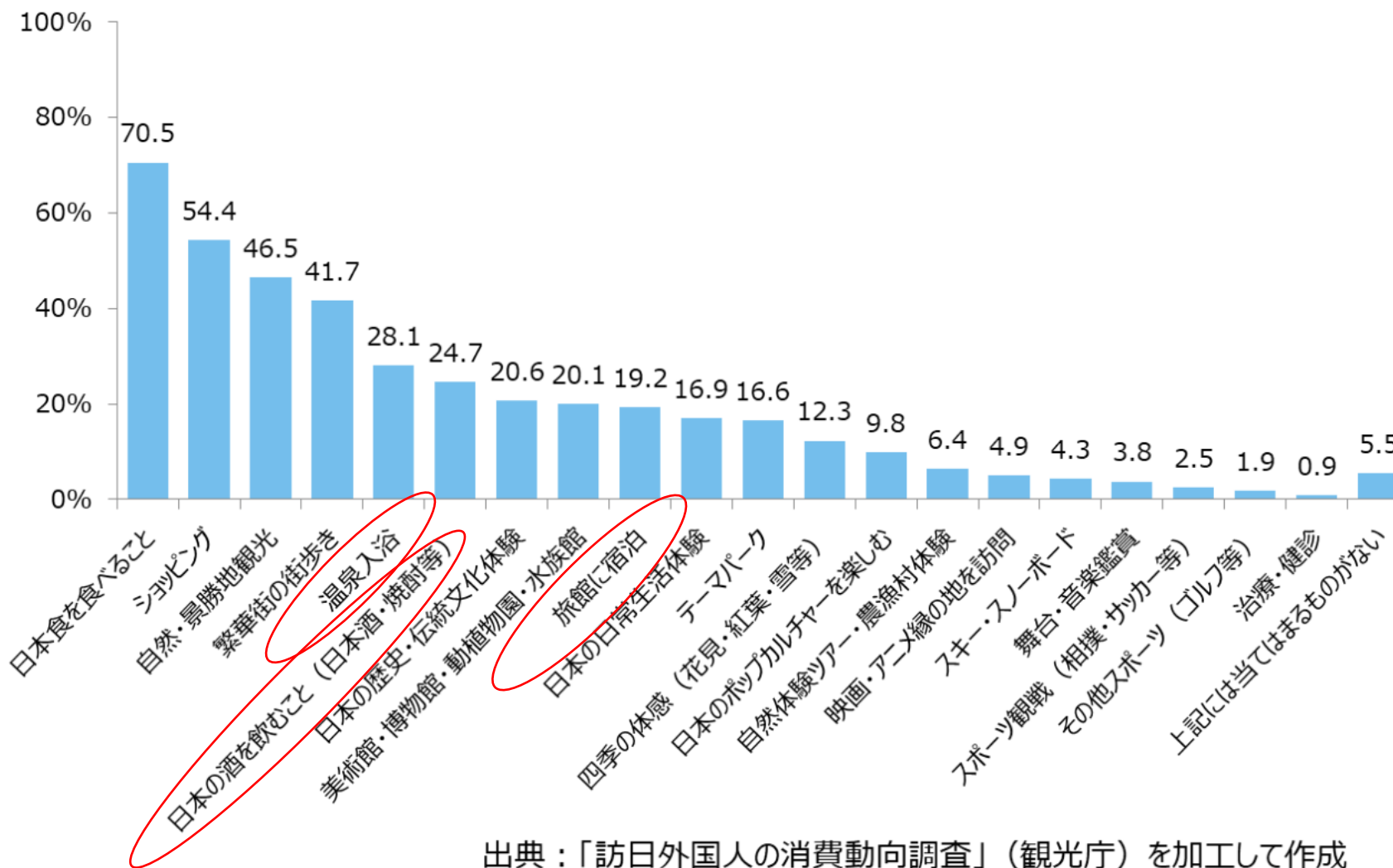


宿泊施設

(民泊等)

施設内にて日本酒提供
弊社の日本酒スキンケアを卸し

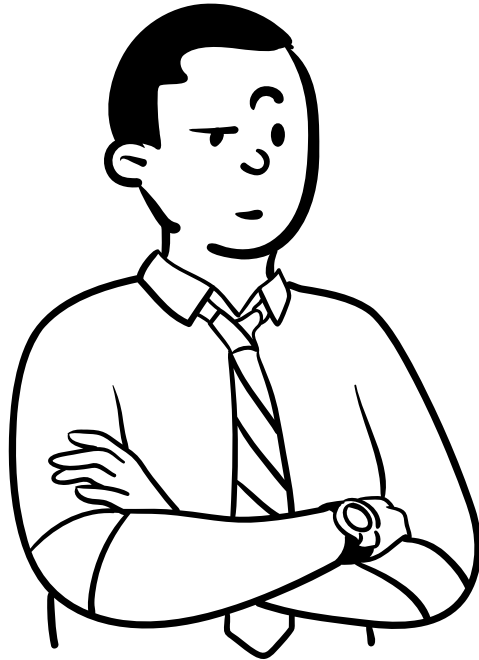
■ 訪日前に期待していたこと（全国籍・地域、複数回答）



出典：「訪日外国人の消費動向調査」（観光庁）を加工して作成

一方で・・・

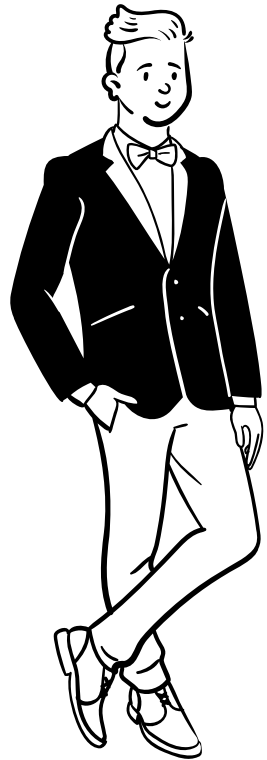
訪日客



- ・どのお店が良いかわからない
- ・酒蔵は気軽に行くには遠い、日数が足りない
- ・地元で根付いた施設を楽しみたい
- ・首都圏で日本酒、日本文化を楽しみたい

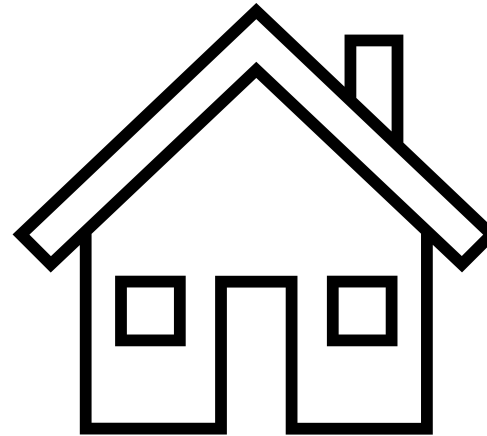
御“酒”印帳のメリット

訪日客

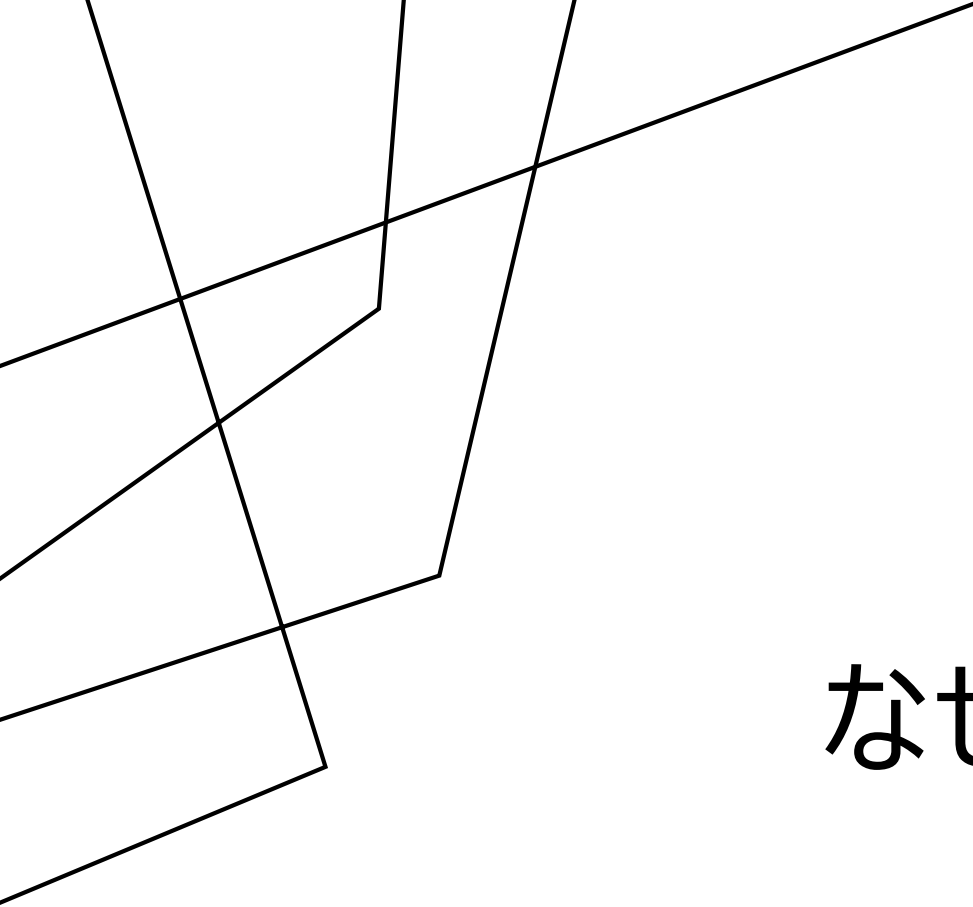


- ・店選びに困らない
- ・限られた時間で遠方に赴く必要がなくなる（酒蔵ツーリズム等対比）
- ・地元のディープな日本酒、日本文化を楽しめる

飲食店、宿泊・温浴施設



- ・訪日客の集客ができる
- ・国内の関心も集められる
- ・対外的な宣伝力向上
- ・売上向上
- ・地域貢献、SDGSも謳える
- ・区内施設の連携が強固になる



なぜ中野区で日本酒？

日本酒を専門とする区内飲食店

	中野駅 (20)	新中野駅 (10)	東中野駅 (7)
1	かけはし	日本酒居酒屋 鍋横 赤燈-retto-	江戸東京和膳 澄
2	立ち呑み 4109(よってく)	居酒屋もんし	しゅんらく
3	地酒屋 中ちゃん	きゅう 鍋横店	VINSY/MINSY Edu.
4	大衆酒場NONDAKUREジョージ	あじいち	Jige 東中野店
5	魚屋よ蔵	Mon 酒々	大政小政
6	旬彩酒肴ひな田	酒・肴・おひとり処	ちよいと一杯
7	美酒嘉肴 ゆきみさけ	二代目酒処よるか	猿工房
8	地酒と産直鮮魚のお店 常笑	Tasting Bar 柴田屋酒店 本店	
9	遊酒房 立ち飲み 天まり	ニュー中野酒場 鈴忠	
10	牡蠣と日本酒 成光	酒と魚 とと音	
11	口チウラ		
12	第二力酒蔵		
13	みなみの蛙		
14	日本酒処845 (ハシゴ)		
15	日本酒と蕎麦 中野いざ宵		
16	本格地酒と旬の逸品 十七番地 中野レンガ坂		
17	中野/青二才はなれ		
18	青二才 中野店		
19	中野テリトリ		
20	居酒屋まち		

	中野坂上駅 (9)	中野新橋駅 (9)	沼袋駅 (5)	野方駅 (12)
1	岡芳商店	酒処 今是	地酒とワイン いつ果	はとまめ
2	中野坂上 縁	ひだまりや	フクンチ	晴れ桜
3	ま心	山形料理と地酒 こあら	沼袋 たつや	灯屋酒処 Anji
4	久丸	居酒屋 ごっつ	思い出マグロ	くいどころ酒場・活
5	鮫・酒・肴 杉玉 中野坂上	居酒屋トラベル	嘉兵衛	みつぼし
6	匠屋あいべ	てっぽう		てて オキラク酒場
7	三夢羅居(サムライ)	旬菜ダイニング いま		味処 与太呂
8	居酒屋Barサムライ2	おっぼや		第三秋元屋
9	やさいと、	和膳処やまいち		日南乃
10				おてん
11				囲み屋
12				カフェ&和・洋酒処 白木太陽堂

なかの里・まち連携事業



本醸造中野



純米大吟醸中野



本醸造生貯蔵酒中野

ビジネス機会



① 100年に1度の再開発による中野の集客力

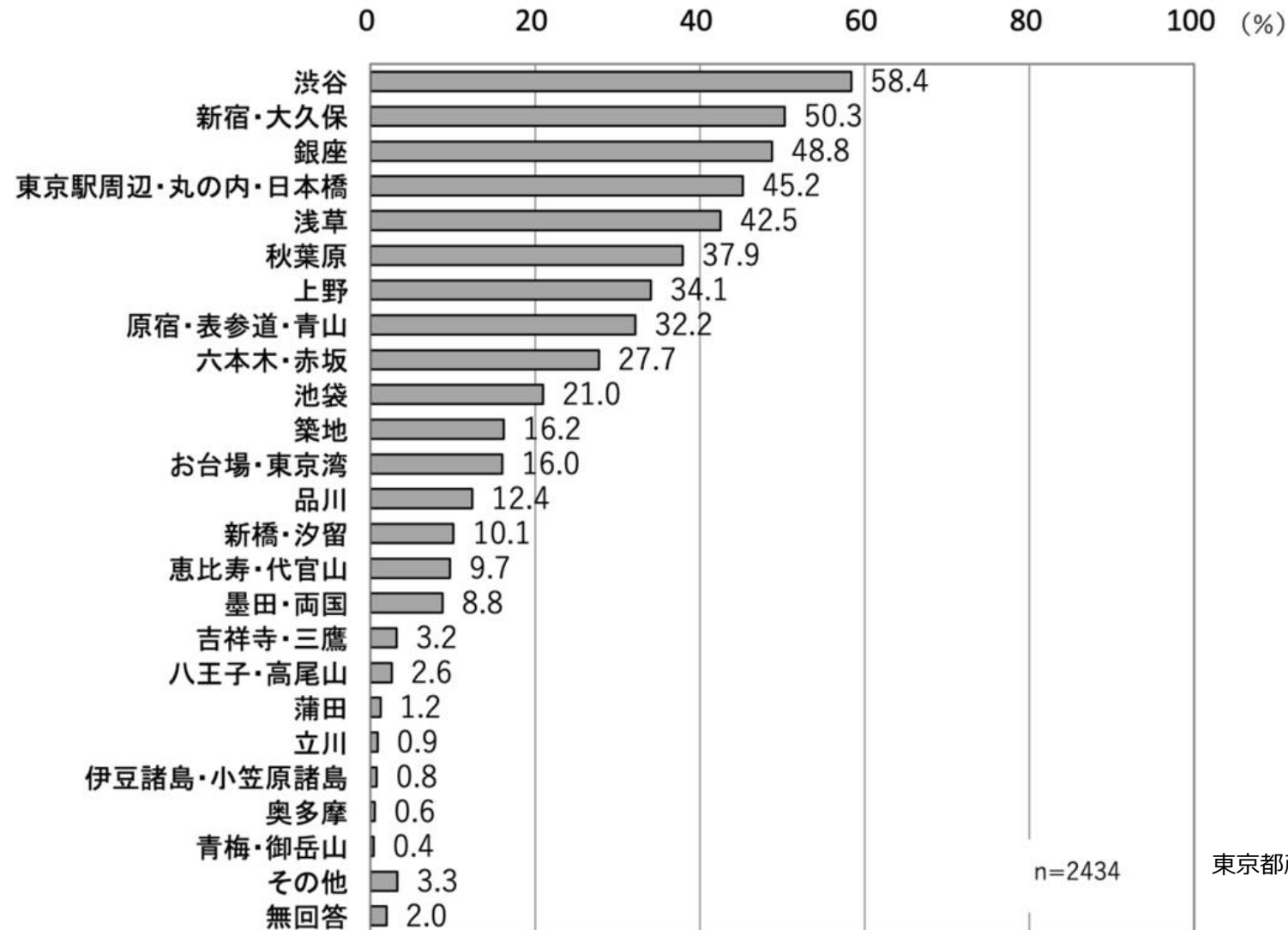
- ・中野駅北口エリアの店舗数 + 10.3%、中野駅南口エリアの店舗数 + 0.9%
- ・中野駅乗車人数はJR東日本エリア内で第16位（2022年）。
コロナ前で約15万人。再開発で大きく伸びる可能性が大。




② 横丁ブーム

- ・計画的に作られた商業空間にはない「自然発生的な魅力」。
個性あふれる個店の集合。
- ・昭和レトロブームに乗って、たまり場、隠れ家、集い・出会いの場としての価値が
若者・女性にも受ける。
- ・日本の文化として外国人旅行者にも人気。

訪日客の主な都内訪問場所



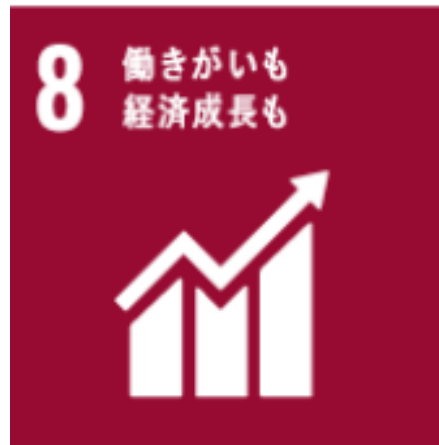
東京都産業労働局「令和4年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査結果」より抜粋



消費面で日本酒を謳う 自治体は現状存在しない

Ex)下北沢のカレー

SDGsとの関連性



- 日本酒及び各施設への関心を高め、効率的な集客が可能。
- ユーザーの属性や利用動向を蓄積でき、効果的な販促を行うことができる。



- 行政や金融機関とのタイアップの下、ユーザーと事業者（飲食店、日本酒メーカー等）をつなぐプラットフォームを提供する。

中野区産業振興方針との整合性

基本方針	施策	弊社ができること
<p>基本方針 1</p> <p>中野区の立地や環境を生かした中小企業振興策を実施する</p>	<p>★施策 1 中小企業の経営安定化</p> <p>★施策 2 中小企業の取り組み・活動応援</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中野駅北口等の横丁文化の発信 ・飲食店の販促・DXの取組支援 ・日本酒メーカー等の販促・DXの取組支援
<p>基本方針 4</p> <p>「文化・芸術」「コンテンツ」「食・グルメ」を重視した都市観光施策を進める</p>	<p>★施策 1 都市観光のターゲットを明確にするとともに、中野の強みや資源を捉え、創出</p> <p>★施策 2 情報発信の強化</p> <p>★施策 3 中野区と関係団体・事業者との連携力強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・中野駅北口等の横丁文化、日本酒文化の発信 ・上記を通じた他地域からの集客や、インバウンド需要の取り込み

見込まれる数字面の効果

飲食店、
宿泊・温浴施設



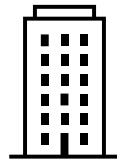
- ・来客数向上
- ・売上向上

酒蔵



- ・本来売上にならなかった酒粕の卸し
- ・日本酒自体の消費増

弊社



- ・アプリ登録利用料による売上
- ・アプリ広告枠による売上

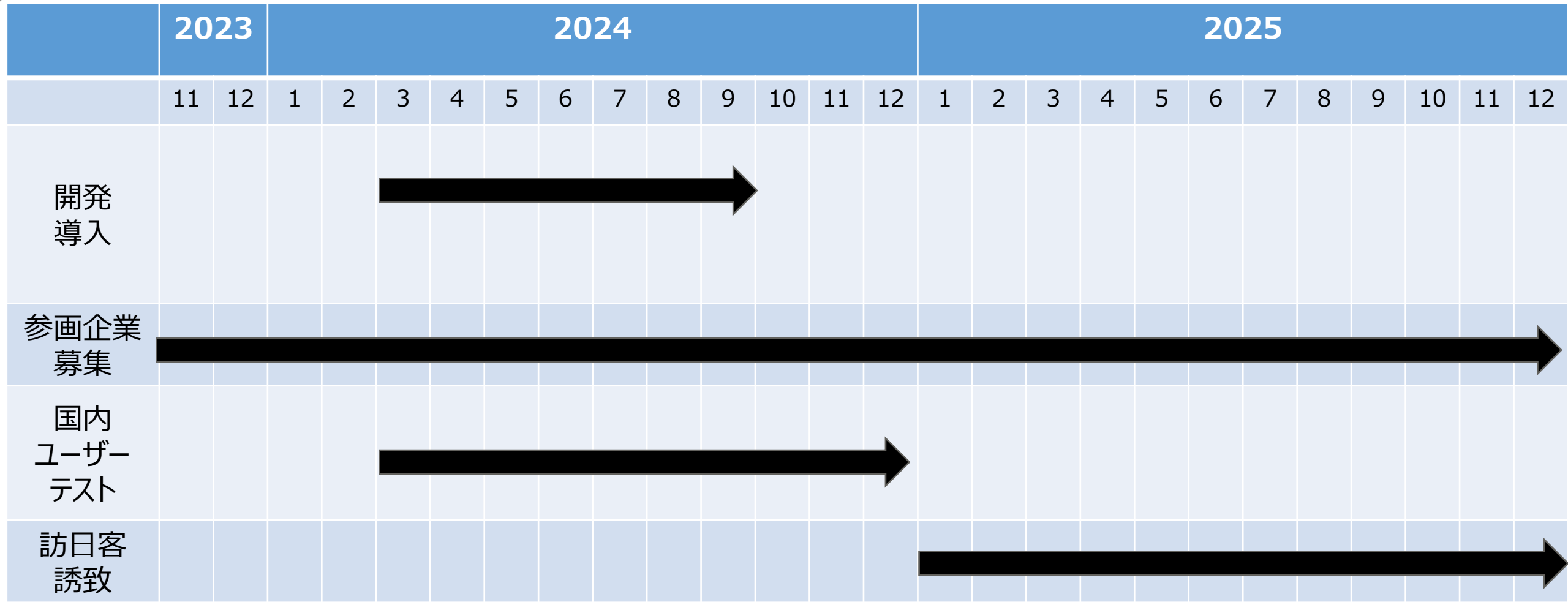
収益計画

						単位:円
			売上		経費	営業利益
	提携先数	月額利用料 (一社当たり)	年間利用料	広告 年間掲載費	保守運用 費用	
1年目	30社	5,000	1,800,000	1,200,000	600,000	2,400,000
2年目	40社	5,000	2,400,000	1,500,000	600,000	3,300,000
3年目	50社	5,000	3,000,000	1,800,000	600,000	4,200,000

上記を実現させるために

- ・既存のパイプ(中野区内の飲食店、温浴施設)を使った営業活動
- ・商工会等への営業活動
- ・インフルエンサーを使ったPR施策
- ・その他広告掲載等

事業化までのスケジュール



今後の展望

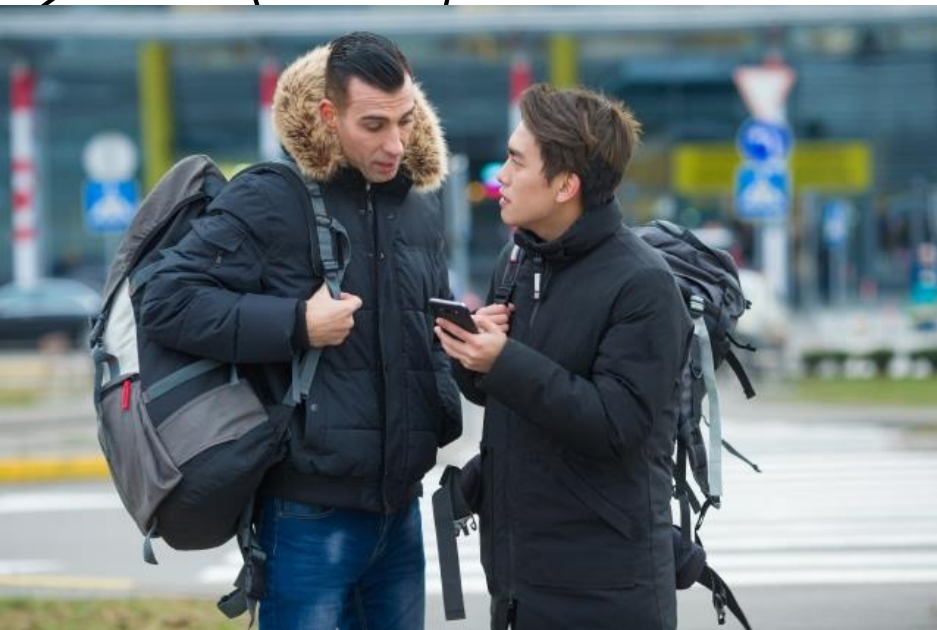
2023～
2025

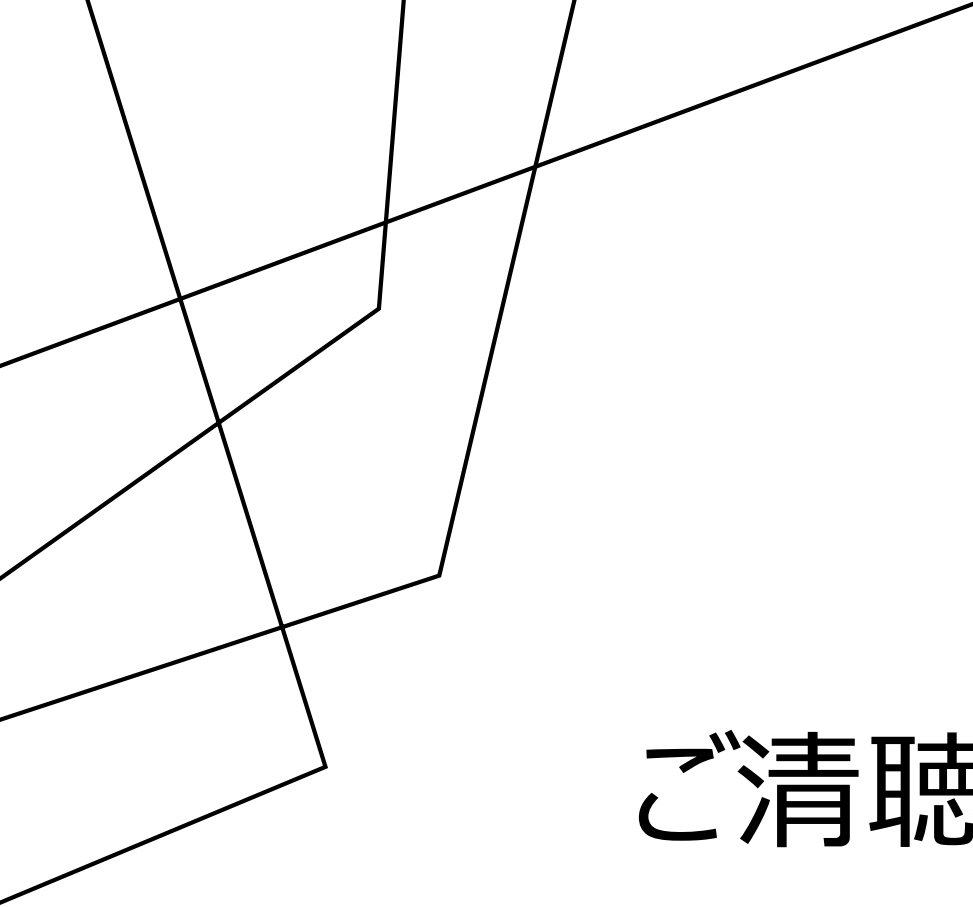
御“酒”印帳
ビジネスの収益化

2025～
2028

日本酒をコンテンツとし、
地方創生への貢献の
継続

御“酒”印帳で中野区へ インバウンド誘致を





ご清聴ありがとうございました！