

2022年9月13日

クールジャパン機構

(株式会社海外需要開拓支援機構)

## オーストラリア・イギリスでの日本酒流通拡大を目的とした ワイン販売プラットフォーム事業へ出資

- ・ クールジャパン機構は、オーストラリア・イギリスにおいてワイン・オンラインプラットフォームビジネス「GoodPairDays」を運営する Wine Gallery Pty Ltd（以下「GPD」）に対し、10百万豪ドル（約9.5億円）の出資を決定。
- ・ GPD は、近年人気をもつミドル・エンドのワインをオンライン販売しており、エデュケーション、パーソナライゼーション、ユーザーの参加といった商品のブランドや価格に依存しないユーザー獲得・維持の仕組みを確立。
- ・ 本件出資により、GPD のワインのエデュケーション機能やマーケティング機能を日本酒に適用し、日本酒のグローバル・ブランディングに貢献。
- ・ クールジャパン機構は、これまでに投資してきた日本酒プロジェクトの知見を活用し、特に酒蔵の選定・契約において GPD の日本酒プロジェクトを支援。

### ■ 出資決定

クールジャパン機構は、オーストラリア・イギリスにおいてワイン・オンラインプラットフォームビジネス「GoodPairDays」を運営する Wine Gallery Pty Ltd（以下「GPD」）に対し、10百万豪ドル（約9.5億円）の出資を決定しました。

### ■ 出資の背景

オーストラリア、イギリスは、2021年の日本酒輸出額がそれぞれ世界第7位、世界第11位<sup>1</sup>であり、日本酒の市場はまだ成熟しているとは言えません。一方、両国において和食の人気は高く、日本酒の市場には成長の余地が大いにあります。

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位置づけ、日本酒の市場の拡大が期待されるオーストラリア、イギリスに着目しました。

### ■ 出資意義と狙い

クールジャパン機構は、GPD のミレニアル層にリーチする事業ノウハウ及び発信力を、日本酒の流通拡大に活用したいと考えています。

<sup>1</sup> 財務省貿易統計

本件出資により、GPD のワインのエデュケーション機能やマーケティング機能を日本酒に適用し、日本酒のグローバル・ブランディングに貢献します。

クールジャパン機構は、これまでに投資してきた日本酒プロジェクトの知見を活用し、特に酒蔵の選定・契約において GPD の日本酒プロジェクトを支援します。

## ■ 出資先事業の概要

GPD は、投資銀行業務経験を持つ Tom Walenkamp、ソムリエとしての受賞歴を持つ Banjo Harris Plane 及びソフトウェア企業にて豊富なエンジニア経験を持つ Beto de Castro Moreira により 2015 年に設立されました。

GPD は、オーストラリアに限らない世界各国のワイン・ポートフォリオをもち、近年人気をもつミドル・レンジのワインをオンライン販売しており、オーストラリアで 35,000 人を超えるユーザー登録がされています。エデュケーション、パーソナライゼーション、ユーザーの参加といった商品のブランドや価格に依存しないユーザー獲得・維持の仕組みを確立しており、他のサービスと比較してユーザー利用率の減少幅が小さく、競合優位性があります。

GPD のイギリス事業は、2021 年 11 月にローンチし、すでに 16,000 人を超えるユーザー登録がされています。

消費者インサイト調査によると、オーストラリア、イギリスのいずれにおいても、GPD 利用者は、他のオンラインワイン購入者と比較して、日本酒に対する関心度合いが高く、GPD は両国で日本酒を販売するプラットフォームとして最適であると考えられます。

## Wine Gallery Pty Ltd について

設立	: 2015 年
本社所在地	: オーストラリア シドニー
代表取締役社長	: Tom Walenkamp (CEO)
事業内容	: ワイン販売プラットフォーム
ホームページ	: <a href="https://www.goodpairdays.com/au/">https://www.goodpairdays.com/au/</a>

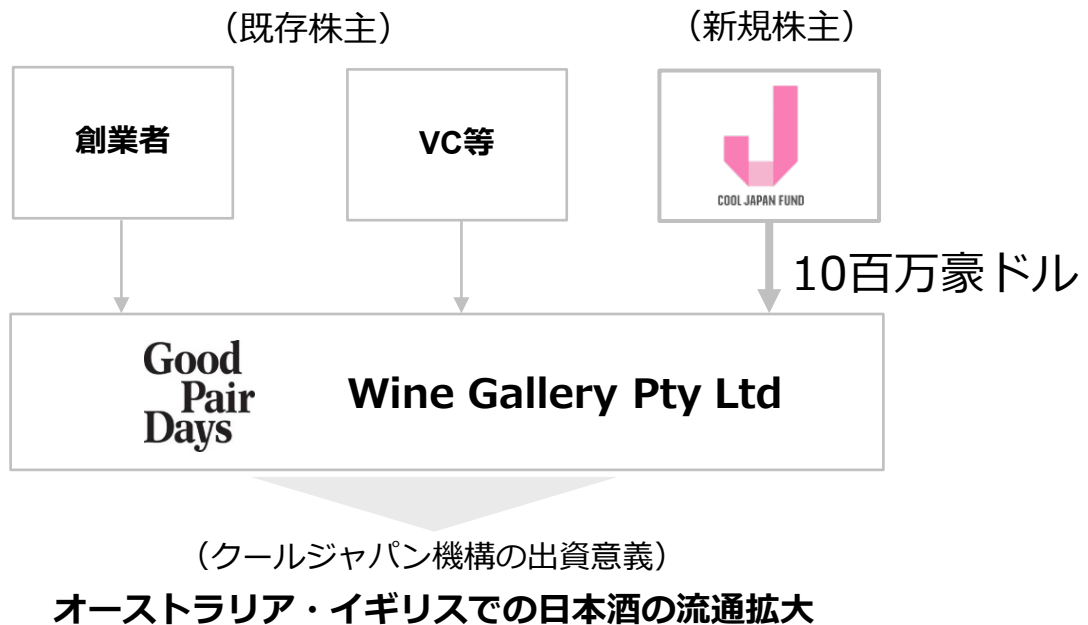
本資料についてのお問合せ先 :

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

ホームページ (<https://www.cj-fund.co.jp/>)

# オーストラリア・イギリスでの日本酒流通拡大を目的とした ワイン販売プラットフォーム事業へ出資

## プロジェクト・スキーム



## 「Good Pair Days」の特徴

- オーストラリアに限らない世界各国のワイン・ポートフォリオをもち、近年人気をもつミドル・レンジのワインをオンライン販売
- エデュケーション、パーソナライゼーション、ユーザーの参加といった商品のブランドや価格に依存しないユーザー獲得・維持の仕組みを確立

リッチなワイン・コンテンツ  
約50万人分の顧客データ&  
1SKUあたり50にわたるワイン・データ&AI  
↓  
データを活用したワイン消費意欲の創造

多国籍展開可能なプロダクト開発  
世界中のワインをバランスよく調達  
↓  
AUSにつづきUKでサービス開始  
スピーディな多国籍展開を実現



ファンによる自発的なコミュニティ

Words of Mouth  
Bond & Stickiness

