

平成27年度 輸出戦略実行事業
コメ・コメ加工品部会(日本酒分科会)における調査報告書
【日本酒輸出の優良事例調査】

平成28年2月

農林水産省

(委託先:株式会社野村総合研究所)

注意事項・免責事項

注意事項

- 本報告書は輸出戦略実行委員会コメ・コメ加工品部会(日本酒分科会)で討議され、作成されたものです。
- 本事業は、農林水産省の委託により、株式会社野村総合研究所が実施したものであり、本報告書の内容は農林水産省の見解を示すものではありません。

免責事項

- 農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所とその関連会社は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負うものではありません。これは、たとえ、農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所とその関連会社がかかる損害の可能性を知らされていた場合も同様とします。
- 本報告書は信頼できると思われる各種情報に基づいて作成しておりますが、その正確性、完全性を保証するものではありません。農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所は、本報告書の論旨と一致しない他の資料を発行している、または今後発行する可能性があります。

A.日本酒輸出の優良事例調査

日本語/Japanese

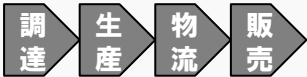
P. 2

英語/English

P.50

背景と目的

バリューチェーンごとに日本酒輸出の優良事例を整理し、プロモーションアイデアを検討することにより、輸出に取り組む事業者のテキストとする

背景・目的	調査内容として盛り込むべき事項		
	対象国・対象団体	調査のポイント	主な関連過去調査
<ul style="list-style-type: none"> 日本酒の輸出に特化した事例調査は過去に行われたことがない これを実施して公表することにより、現在輸出を実施している事業者にとっても、これから輸出に取り組む事業者にとっても、日本酒の輸出において留意すべきポイントが明らかになる 上記の目的を効果的に達成するために、事例を事業者ごとに羅列するのではなく、成功ポイントをバリューチェーンごとに分かりやすく整理することが重要である 	<p>輸出量トップ50の清酒メーカー</p> <p>その他輸出において特徴的な清酒メーカー</p> <p>日本酒を輸出している卸売事業者</p>	<ul style="list-style-type: none"> アンケートを実施し、一部の事業者にはヒアリングの実施を経て、バリューチェーンごとに成功要因をまとめた事例集を作成した 	<ul style="list-style-type: none"> 英国における日本食及び日本酒に対する消費者意識調査(日本貿易振興機構、2012年3月) 平成26年度輸出拡大推進委託事業のうち国別マーケティング調査(日本酒の大規模プロモーションに向けた調査)(2015年3月) 飛躍が期待される海外の清酒市場(酒類食品統計月報、2015年4月号)

1. 本調査結果の概要および収録内容一覧

本調査における調査項目は、調達⇒生産⇒物流⇒販売というバリューチェーンの項目に沿って設定し、各項目における酒造業者の課題と工夫事例の抽出を目的としている

調査対象・手法概要

項目	内容
調査対象	<ul style="list-style-type: none"> • 国内の酒造業者99社 • 国内の卸業者10社
調査時期	2015年7月31日～8月14日
調査方法	<ul style="list-style-type: none"> • 電話による調査票配布の可否確認 • その後、郵送あるいはメールによる調査票配布
回収率	<ul style="list-style-type: none"> • 送付率: 79/109 (未送付は、アンケートを受け付けていなかったり、電話拒否等によるもの) • 回収率: 35/79 (44.3%)

調査項目概要

1. 企業概要
 - 従業員数
 - 年間製造数量
 - 年間日本酒売上高
 - 輸出実績 等
2. 調達に関して
 - 原料米調達における課題と工夫
3. 生産に関して
 - 輸出用商品の生産における課題と工夫
4. 物流に関して
 - 利用している輸送方法
 - 輸送方法に関する課題と工夫
5. 販売に関して
 - 販売酒類
 - 契約時の課題および販売数量拡大に向けての工夫
6. 今後の輸出拡大に向けて
 - 今後の取り組み
 - 行政や輸出団体に望むこと

2. 本調査から得られた示唆

本調査より得られた示唆を、調達⇒開発⇒生産⇒物流⇒販売というバリューチェーンの項目に沿って分類した結果は以下の通りである

	課題 (アンケートより)	対策事例	関連事例	今後の方向性
調達	● 安定調達	● 農家との直接取引や栽培改善への協力	➢ 事例1・2・	<ul style="list-style-type: none"> ● 蔵元と農家との連携推進 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 直接契約栽培 ➢ コスト削減への協力 ➢ 生産性改善への協力 ● 自社栽培の実施拡大
	● 調達コストの高さ	● 自社生産および原料米の研究部門の設置	➢ 事例3	
開発	● 競合メーカーとの競争	● 各地域の需要、嗜好に合わせたデザインの開発	➢ 事例4	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地ニーズの把握に努める。 <ul style="list-style-type: none"> ➢ インポーター・エクスポーターからの情報収集 ➢ 現地訪問 ● 外部リソースを活用した商品開発
		● 各地域の需要、嗜好に合わせた酒類、味の開発	➢ 事例5・6・7・23・25・29・30	
生産	● 海外用商品の生産にかかる作業負荷	— (従業員教育等の対策が考えられる)	➢ 事例8・9・10・11・26	<ul style="list-style-type: none"> ● 表示ラベル規格を地域ごとに統一する。(ヒアリングより) ● 業務改善を検討し、オペレーションの見直しおよび設備の導入を実行する。
	● 多品種対応等による生産コストの上昇	● 新設備の導入		
物流	● 通関手続きや輸出に関連した各種書類作成等にかかる時間的負荷	● 現地インポーターとのリレーション強化による現地ノウハウの活用	➢ 事例12・32・33・34	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地インポーター、国内の蔵元、エクスポーター、物流業者が連携してコスト削減に努める必要がある。 ● 年度初の一括契約により割引かれるケースがある(卸業者ヒアリングより)
	● 物流費の高さ	—	—	
	● 輸送時の保管方法	● 保管が容易な商品の開発	➢ 事例13	
販売	● 現地の法規制、商慣行に通じた人材の不足	● 自ら現地で営業活動を行うことによるノウハウ蓄積	➢ 事例14・15・16・17・18・21・22・25・26・27・31・32・34・35	<ul style="list-style-type: none"> ● 現地消費者のニーズや商慣行を理解し、対応できる商品開発や業務設計が重要 ● 現地での人材育成やパートナー構築にまで踏み込む必要がある。
		● 外国人の採用	➢ 事例19・24	
		● 代理店等との協働	➢ 事例20・23・28・29・30	

3. 日本酒の輸出取組事例

事例目次

事例1(旭酒造)…P7

事例2(花の舞酒造)…P8

事例3(白鶴酒造)…P9

事例4(塩川酒造)…P10

事例5(金紋秋田酒造)…P11

事例6(白菊酒造)…P12

事例7(永井酒造)…P13

事例8(ほまれ酒造)…P14

事例9(関谷醸造)…P15

事例10(藤井酒造)…P16

事例11(天山酒造)…P17

事例12(航空集配サービス)…P18

事例13(丸本酒造)…P19

事例14(和譲)…P20

事例15(日本酒類販売)…P21

事例16(菊水酒造)…P22

事例17(赤名酒造)…P23

事例18(沢の鶴酒造)…P24

事例19(渡辺酒造)…P25

事例20(豊島屋)…P26

事例21(湯川酒造)…P27

事例22(仙醸)…P28

事例23(大和川酒造)…P29

事例24(宮坂酒造)…P30

事例25(出羽桜酒造)…P31

事例26(月山酒造)…P32

事例27(佐浦)…P33

事例28(松浦酒造場)…P34

事例29(増田徳兵衛商店)…P35

事例30(日本盛)…P36

事例31(小西酒造)…P37

事例32(折原)…P38

事例33(岡永)…P39

事例34(JFCジャパン)…P40

事例35(JAPAN AT UK)…P41

参考資料…P42

3. 日本酒の輸出取組事例1（旭酒造）

生産増を支える安定調達体制を構築すべく、 中長期的な視点で、山田錦の栽培技術の見える化に取り組む

企業情報

【企業名】

- 旭酒造株式会社
 - 山口県岩国市

【主要取扱い商品】

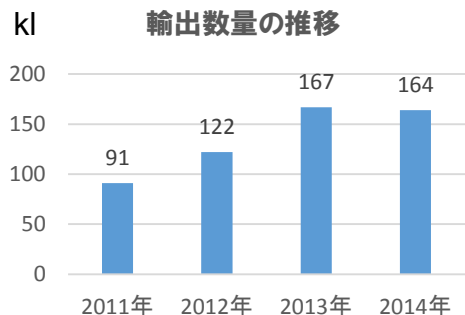
- 獺祭

【輸出実績】

- 164kl

【主な輸出先】

- 米国
- 台湾
- 中国



(出所) 酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <https://www.asahishuzo.ne.jp/index.php>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 「獺祭」の販売増加に対し、「山田錦」の生産者が限られていることから、安定的な調達ができなくなってきた。
- 一方で、富士通の「Akisai」等農業の見える化技術の進展もあり、山口県内の2つの生産者と「山田錦」の栽培作業実績情報の収集・蓄積と見える化を開始した。
- 蓄積したデータを基に、山田錦の安定栽培技術の確立を目指すとともに、新たに生産を始める生産者に栽培ノウハウを提供する取り組みを強化している。

<取組を実施した効果>

- 中長期的な取り組みのため、即座に効果につながるというわけではない。ただし、獺祭の生産を維持・拡大していくには必要な事項である。
- 安定的・高品質な調達体制が構築されることで、海外の高価格帯ワインに対抗できる日本酒の生産がトータルで達成され、輸出本数80万本を目指していくことができる。
- 販売拡大にあたっては、富裕層をターゲットに特別な商品である獺祭磨き2割3分から展開し、3割9分、5割と広げていきたい。

山田錦の栽培田の様子



環境情報を蓄積するマルチセンシングネットワーク



3. 日本酒の輸出取組事例2（花の舞酒造）

静岡の地元米農家と共同で研究会を設立し、安定した原料確保に取り組んでいる

企業情報

【企業名】

- 花の舞酒造株式会社
 - ・ 静岡県浜松市

【主要取扱い商品】

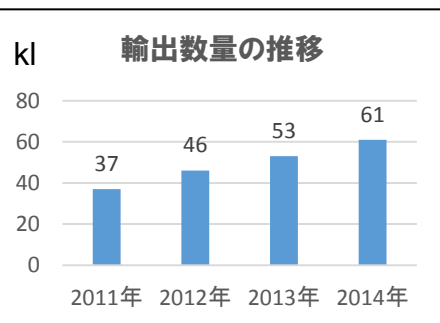
- 花の舞
- 純米吟醸日本刀(KATANA)
- 微発泡清酒「ちょびっと乾杯」

【輸出実績】

- 80KL

【主な輸出先】

- 米国
- 香港
- 韓国



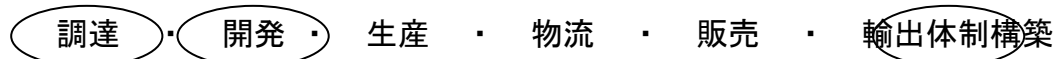
(出所)酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <http://www.hananomai.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】



【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 地元静岡にこだわり、地元の酒米栽培農家と共に山田錦生産の研究会を始動(平成10年)。
- 研究会では杜氏が会員とともにすべての圃場を回って品質を確認。
- 研究会の実施状況について定期的にウェブサイト公開。

＜取組を実施した効果＞

- 当時28人だったこの研究会が、平成27年には55人。約60町歩に発展。
- うるち米の生産調整に悩む稲作農家にも、「山田錦」の販路が確保でき、作付け面積を増やすメンバーも出てきている。
- 当社にとって、原料の安定調達につながっている。
- アメリカ輸出向けに、純米吟醸日本刀(KATANA)を開発。
- アジアを中心に、微発泡清酒「ちょびっと乾杯」を輸出。

杜氏が研究会の山田錦の圃場を確認の様子



収穫後の成分検査の様子



3. 日本酒の輸出取組事例3（白鶴酒造）

新たな酒造好適米の開発のため、自社に研究部門を設置し、独自酒米「白鶴錦」を開発。 農業法人を設立し、自社栽培を進めることで安定調達の実現に取り組む

企業情報

【企業名】

- 白鶴酒造
 - ・ 兵庫県神戸市

【主要取扱い商品】

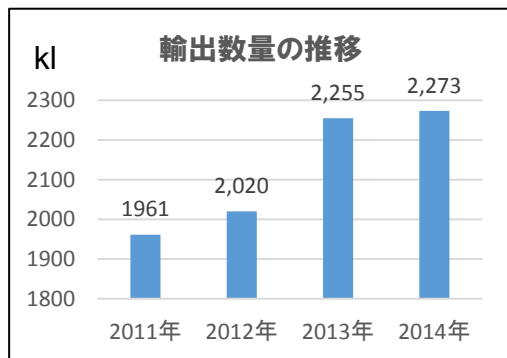
- 白鶴
- 山田穂

【輸出実績】

- 年間輸出量: 2,350kl (2014年)

【主な輸出先】

- 米国
- カナダ
- 韓国 他約40ヶ国



(出所) 酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <http://www.hakutsuru.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 1990年より、白鶴酒造は自社で酒米育種の研究に着手。酒造好適米として最高品質と認知されている山田錦を超える酒米の開発に注力してきた。
- 公的機関の協力も得ながら、2003年に「白鶴錦」を開発。2004年に農林水産省へ品質登録を行った。
- より安定した調達を行うために、2006年より農家との契約栽培を開始。現在も「白鶴錦」の生育に適した環境を吟味しながら、栽培エリアを拡大し、調達量の安定に努めている。
- 最近では、委託農家の高齢化を背景に、将来的により安定した調達を行うため、自社栽培にも取り組んでいる。ユニークな取組み例として、東京銀座に「白鶴銀座天空農園」を作り、白鶴錦の栽培を行っている。
- さらに2015年には、酒米を生産する農業法人を設立し、本格的な自社栽培への取組みを本格化させた。
- 社員を夏は酒米栽培、冬は酒造りに従事させることで、従業員の通年雇用をはかり、自社酒米栽培の拡大を人材面からも支援している。

<取組を実施した効果>

- 酒造メーカーが銀座で酒米を栽培するという取り組みは、国内外から注目されており、「白鶴錦」の海外へのプロモーションにもつながっている。
- 農業法人として、2010年より自社栽培を開始し、2015年までに約10haの農地を確保。2017年までに約30haまで拡大し、酒米の年間使用料の約1割を自社栽培で賄える状態を目指している。
- これらの効果により、安定調達が可能となることで、輸出商品の生産コスト減にもつながり、輸出拡大につなげようとしている。

左: 白鶴錦
中: 山田錦
右: 渡船2号



伝統商品山田穂



3. 日本酒の輸出取組事例4（塩川酒造）

肉料理に合う酸味・旨味・香りを有する日本酒、そして海外に受け入れられてもらいやすいラベルを開発し、現地の食生活への溶け込む日本酒の新しい可能性を探索している

企業情報

【企業名】

- 塩川酒造
 - ・ 新潟市西区

【主要取扱い商品】

- 越の関
- 越
- Cowboy Yamahai(輸出商品)
- Fisherman Sokujo(輸出商品) など

【主な輸出先】

- 米国
- イギリス
- オーストラリア など

【事業者の特徴】

- 新潟大学との連携した商品“もりひかり 純米吟醸酒”を発表するなど商品開発に積極的。同商品は平成19年農林水産大臣賞を受賞
- 日本語版と英語版の2つのホームページがある

【HP】

- <http://www.shiokawa.biz/index.html>
- <http://www.shiokawa.biz/english.html>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ **開発** ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 地酒を世界中の方々に親しんで頂くため、新たな日本酒の開発に取り組んでいる。
- 製品化した商品には、肉料理に合う「カウボーイ」、海老・蟹類に合う「フィッシャーマン」、米の表皮部分に含まれているポリフェノールに注目した「シスイ」がある。
- パッケージも、食べ合わせをダイレクトに伝えるように色やデザインを外部人材と協力しながら工夫している。
- カウボーイという名前の名付け親は、アメリカで最初の地酒専門店であるTrue Sakeのオーナーである。

ステーキに合う日本酒「カウボーイ」



海老・蟹類に合う日本酒「フィッシャーマン」

<取組を実施した効果>

- 輸出先の米国において、好評を得ており、輸出数量も増加している。
- 輸出拡大にあたっての新たな課題にも様々な工夫で対応している。

3. 日本酒の輸出取組事例5（金紋秋田酒造）

海外における品評会での受賞だけでなく、具体的に世界各地の料理と自社商品のマッチングに取り組むことで、海外との接点を徐々に強化し、輸出増へつなげている

企業情報

【企業名】

- 金紋秋田酒造
 - ・ 秋田県大仙市

【主要取扱い商品】

- 熟成古酒 山吹
- 悠久の梅雫
- X3(エックス3) など

【主な輸出先】

- フランス
- イギリス
- スウェーデン

【事業者の特徴】

- 雑誌「食生活」とのタイアップによって、日本酒と合う世界の料理を紹介
- 世界最大規模のワイン品評会「インターナショナルワインチャレンジ (IWC)」では、日本酒部門で7年連続入賞を達成
- 日本語版に加えて、英語版、フランス語版のホームページを有している

【HP】

- <http://www.kinmon-kosyu.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ **開発** ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 当初、熟成古酒が日本国内マーケットで広く受け入れられなかったため、販路を海外に求め、世界料理と日本酒の組み合わせを試行錯誤してきた。
- その活動の中で、海外コンクールの存在を認識し、商を受賞するまでに至る。

<取組を実施した効果>

- 世界料理と合わせる日本酒は主に「X3」と「山吹ゴールド」の2種類である。
- 料理とマッチを検討してきたことで、海外レストランのシェフが蔵元に訪れた際にもニーズや議論をし易い状況になった。

熟成古酒 山吹ゴールド



10年熟成酒をベースに20年物の熟成古酒数種をブレンドさせた商品。甘さと共にさっぱりとした感覚があり、海老や蟹といったシーフードから脂のある料理にも合うのが特徴。



HPでは、山吹ゴールドと合う料理として、四川編、西域編、フレンチ、ペルー料理を公開している

3. 日本酒の輸出取組事例6（白菊酒造）

トップセールスを通じた商談推進のなかで、金箔入りでラベルに浮世絵を描くなど、現地好みの特別仕様の商品を展開している

企業情報

【企業名】

- 白菊酒造
 - ・ 茨城県石岡市

【主要取扱い商品】

- 精選 白菊
- ピュア茨城
- 初しぼり仕込一号 など

【主な輸出先】

- ベトナム、シンガポール
- フランス、ドイツ など

【事業者の特徴】

- 外国人観光客への訴求も見据え、我が国及び地域の魅力の発信と地域活性化を目指す酒蔵ツーリズム推進協議会にも協力している
- 霞ヶ浦流域の荒廃が進む谷津田の再生を進める“NEC田んぼづくりプロジェクトwithアサザ基金”に参画している

【HP】

- <http://www.shiragiku-shuzou.co.jp/index.html>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 商社を介することなく現地と直接取引を行う等、「目に見える商売」をモットーにしており、海外現地とのリレーションを大事に輸出に取り組んでいる。
- 輸出を予定しているベトナムでは、交流の拡大を目指し、知事を団長とする茨城県ベトナム訪問団に参加し、現地のデパートやレストランなどを視察。
- ベトナム人のニーズにあった日本酒を製造するため、金箔入りの浮世絵ラベルを生産する等、工夫を凝らした商品開発を行っている。
- プロモーションの面でも現地の外食店等にも日本酒をアピールするポスターを貼る等の活動を進めている。

<取組を実施した効果>

- 海外との交渉においては、トップ判断で商談を進めていくことの重要性を把握した。
- ベトナムとは、日本酒やリキュール計3,000本を輸出する契約を締結し、出荷に向けた準備を進めている。
- 他国にも広まり、浮世絵ラベルの日本酒が2015年春にはフランス、ドイツ等の欧米にも輸出された。

英語のラベルやポスター



Since 1805
Shiragiku Sake Brewery Co., Ltd

SHIRAGIKU
HONJOZO

Ingredients: Yumehitachi
(Ibaraki Prefecture, Yokota-nojo)

Rice Polishing Ratio: 70%
Alcohol by volume: 15.5%
Yeast: Sake yeast kyokai No.7
Sake Meter Value (SMV): +1
Acidity: 2.0
Amino Acid Level: 1.7

Brewer in Charge: Keinosuke Hirose

Suggested Serving: Chilled, room temperature, or heated.
(Whichever you prefer)

Description: It is a full-bodied crisp sake with a rich flavor that you will not get tired of drinking. It has a strong acidity and mellow rich flavor.



3. 日本酒の輸出取組事例 7(永井酒造)

酒蔵と内部設備を海外に通用する商品開発のために刷新し、日本酒造りに取り組む。その中で開発した発泡清酒等は海外有名レストランに高く評価され、取り入れられている

企業情報

【企業名】

- 永井酒造株式会社
 - ・ 群馬県利根郡

【主要取扱い商品】

- 水芭蕉
- 谷川岳

【主な輸出先】

- 欧米を中心に世界18ヶ国に輸出

【事業者の特徴】

- 平成9年より海外輸出を開始
- 世界に名の通る日本酒を造りたいという想いで日本酒造りに取り組んでいる。
- そのため、蔵は約12億円の資金を投入して新酒造を建設しており、内部設備もびん燻設備や温度管理システムを導入し、新商品の開発に取り組んでいる。

【HP】

- <http://www.mizubasho.jp/internal/top.html>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ **開発** ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 世界で受け入れられる日本酒造りのため、高付加価値をつける取り組みに力を入れている。
- 平成20年に、シャンパンと同様に瓶の中で2次発酵させる独自製法を開発し、発泡する清酒「MIZUBASHO PURE」を完成させた。この製法を完成させるため、永井社長はフランスで研修し、約5年の歳月を重ね実現に至った。
- さらに、コース料理の前菜からメイン、デザートまで各料理に合わせた味わいの日本酒を「永井スタイル」としてシリーズ化し、欧米を始め、海外各地に売り込みを行っている。

＜取組を実施した効果＞

- 「MIZUBASHO PURE」は、国内外からの注文があり、世界で一番予約が取れないといわれる、スペインの「エル・フジ」等、各国の有名レストランで採用されている。
- 「永井スタイル」はパリやロンドンでも高い評価を得ており、各地の有名レストランに納入し、輸出拡大につながっている。
- 今後は、海外での販売量を意識するより、まず高級日本酒としての独自ブランドの確立をはかっていく。

ワインのようにコース料理に合わせた日本酒を提供する (①商品名 ②特徴)	
食前酒 スパークリング ワインに相当	①発泡日本酒「MIZUBASHO PURE」 ②発泡性で、きめ細かい泡が舌の上ではじける
食中酒1 白ワインに相当	①純米吟醸酒や純米大吟醸酒の「水芭蕉」や「谷川岳」 ②味わいが軽く、魚料理に合う
食中酒2 赤ワインに相当	①長期熟成酒「水芭蕉 Vintage2004 純米大吟醸」 ②深みがあり、肉料理に合う
食後酒 デザートワインに相当	①デザートSake (開発中) ②甘みがあり、口直しに用いている

永井スタイル



MIZUBASHO PURE

3. 日本酒の輸出取組事例 8(ほまれ酒造)

個性・魅力豊かな酒蔵イメージの構築と多数の商品製造を効率的に行うため、新たな冷蔵施設やタンクの増強、フレッシュローテーションシステムの導入を進めている

企業情報

【企業名】

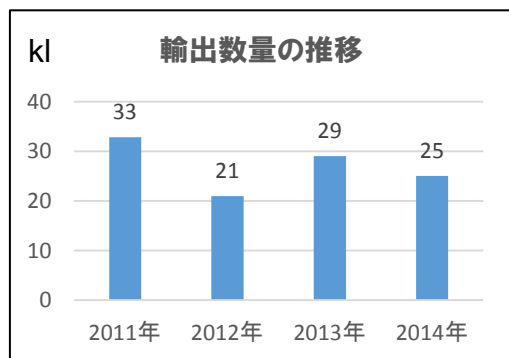
- ほまれ酒造
 - ・ 福島県喜多方市

【主要取扱い商品】

- 純米大吟醸酒 会津ほまれ
- 純米酒アラジンボトル など

【主な輸出先】

- 米国
- 台湾 など



(出所) 酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <http://www.aizuhomare.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 東日本大震災を機に一部の国においては輸出量が半減する等、輸出面で大きなダメージを受けた。
- そのため、現在は、品質の向上を追求し続けるとともに海外品評会に出展するなどして、ブランドイメージの再構築に取り組んでいる。
- 品質向上のため、蔵内では新たな瓶燻火入機、冷蔵設備の導入やタンクの増強、そして製造ラインの見直しも進め、また、造りにおいては仕込みを小型化し、新たな付加価値商品を数多く送り出せるフレッシュローテーションシステムを導入している。

<取組を実施した効果>

- 現在の輸出実績は、約10年前の米国を足掛かりにカナダ、オーストラリアなど数十カ国に増えた。H26年度の海外の売り上げは総出荷額の約4%に相当する約5千万円である。
- 設備投資を積極的に実施し、付加価値商品として生産した「会津ほまれ 播州産山田錦仕込 純米大吟醸酒」(瓶燻火入れ&-5℃の冷蔵庫で保管)は、2015年にロンドンで開かれた世界最大級の品評会にて最優秀賞を受賞し、蔵への訪問やイギリス、マレーシアからの引き合いが相次いでいる。
- 今後、海外での売上を5年以内に1億円を目指す。

※設備投資のための初期投資回収期間は7年～10年を見込んでいるとのこと。



会津ほまれ
播州産山田錦仕込
純米大吟醸酒

3. 日本酒の輸出取組事例 9(関谷醸造)

製造工程の機械化を進め、生産性を高める蔵と技術者教育および商品開発を目的とした蔵の2拠点を活用することで輸出拡大につなげている

企業情報

【企業名】

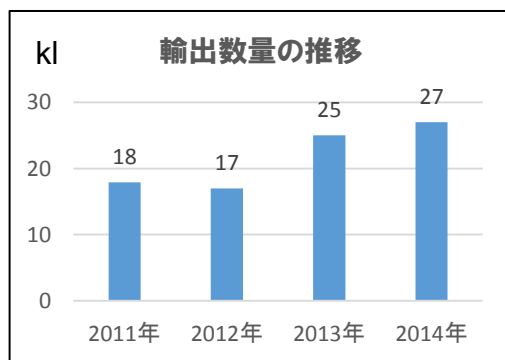
- 関谷醸造
 - ・ 愛知県北設楽郡

【主要取扱い商品】

- 秀撰 蓬萊泉(輸出商品)
- 純米大吟醸 吟など

【主な輸出先】

- 韓国
- アメリカ
- 中国・香港 など



(出所)酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <http://www.chikurin.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ **生産** ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 生産面において2つの醸造蔵を拠点とし、それぞれの役割を明確に分け、日本酒製造に取り組んでいる。
 - ①設楽町にある「本社蔵」は生産拠点として用い、内部の製造設備は近代化、省力化することに積極投資をして、生産性の向上を追求している。
 - ②第二の醸造蔵である「吟醸工房」は、2004年に豊田市に設立。役割は、若い世代への酒造り技術の伝承であり、酒造りの技術をブラックボックス化させないことをコンセプトとしている。洗米から最終工程まで全て手作業で行っている。

<取組を実施した効果>

- 2つの醸造蔵に分けることで、関生産拡大と商品開発を効率的に行うことが可能となっており、国内販売および輸出拡大を押し進める両輪となっている。
- 「本社蔵」では、既存の主力商品の生産量が拡大し、海外への輸出货量増加につながり、一方で、「吟醸工房」では小ロットという特性を活かして、オーダーメイド酒や海外消費者に合う新商品を試行錯誤して製造できる。
- これらの「日本で売られている日本酒」のみならず「現地のニーズにあった酒質」の商品開発できる強みを生かし、輸出拡大につなげる。

本社蔵



吟醸工房



3. 日本酒の輸出取組事例 10(藤井酒造)

各種ITシステムを導入し、生産面での効率化を実施した結果、輸出用の新商品開発に関わる人材を捻出できる体制を実現した

企業情報

【企業名】

- 藤井酒造
 - ・ 広島県竹原市

【主要取扱い商品】

- 龍勢

【主な輸出先】

- 米国
- 台湾
- 中国 他9ヶ国

【輸出実績】

- 年間輸出量:2.5kl
- 年間製造数量:116kl

【事業者の特徴】

- 広島を代表する酒造であり、伝統的な純米造りを志向している。
- 代表銘柄である「龍勢」は1907年の第一回清酒品評会で最優秀を受賞しており、2007年にはIWCで最高賞トロフィーを獲得。海外からも高い評価を得ている。

【HP】

- <http://www.fujiishuzou.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

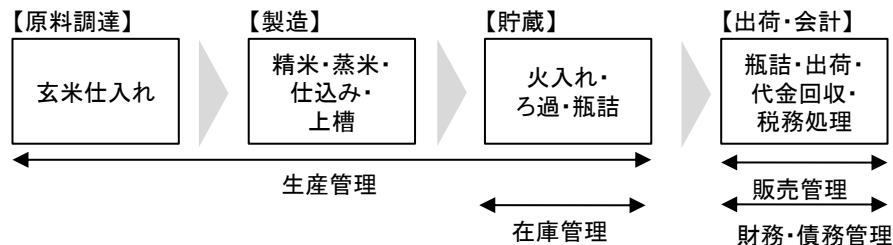
<取組内容と取組を通じた狙い>

- 藤井酒造は、業績が一時悪化したが、ジャパン・フード&リカー・アライアンス(JFLA)による再生支援を受け、経営改革を実施してきた。
 - ✓ JFLAは傘下に他6社の清酒メーカーをおいており、グループ会社での生産設備の共有や原料の一括調達を行い、コスト削減を推進している。
- JFLAの有する原価管理システムと在庫管理システムを導入し、また、繁忙期に合わせた人員の効率的な配置等も実施。
- 2014年にJFLAから独立し、グループの生産設備をより自社に特化したものに改善している。

<取組を実施した効果>

- 生産設備の共有や一括調達により、資金繰りに苦勞せず、日本酒造りに専念することが可能となった。
- JFLAが調達や生産状況をシステムで一括管理することで、その結果に基づいた生産・販売計画を立てることができ、効率的な清酒製造、コスト管理につながっている。
- 上記の取り組みにより、輸出用の新商品開発にも人員をまわすことができ、米国や中国を中心に輸出量も伸びている。
- 現在の海外輸出比率は、全売上高の約3%であるが、2018年までに輸出比率を10%まで伸ばす方針。

各種システムの概要



3. 日本酒の輸出取組事例 11(天山酒造)

**IWC2014のスパークリング部門でトロフィーを獲得し、海外での知名度を高めている。
生産面では、設備を刷新し効率的なオペレーションを追求することで、供給力の向上を実現**

企業情報

【企業名】

- 天山酒造株式会社
 - ・ 佐賀県小城市

【主要取扱い商品】

- 地酒天山
- 七田純米

【主な輸出先】

- アメリカ
- 香港
- イギリス

【事業者の特徴】

- 地元の生産者と「天山酒米栽培研究会」を組織し、酒造好適米である「山田錦」の栽培および研究を開始し、よりよい酒米での酒造りを行っている。
- 国内・海外の展示会に積極的に出展することで、自社ブランドの認知向上をはかっている。
- H9年より毎年、日本酒輸出協会の会員蔵元と共にNYのジャパンソサイエティにて日本酒セミナー&テイastingを開催し、日本酒の啓蒙・普及に努めている

【HP】

- <http://www.tenzan.co.jp/main/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ **生産** ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 2015年に日本酒の充填設備の刷新に取り組み、工場内に設けた新棟に最新の充填機を整備した。香味の劣化を防ぎ、鮮度を保ち、品質を高めると同時に供給能力の向上も実現。処理量もは既存設備から約2割ほど増加した。
- 欧米のワインメーカー等に納めているイタリア製のシステムであり、投資額は約2億円。
- 充填設備の刷新に合わせ、瓶の洗浄、日本酒の充填、温水での加熱殺菌、冷却、乾燥、ラベル貼り、ケース詰めまでの一連の工程を効率化した。
- 国内・海外の鑑評会で多くの受賞歴があり、2014年には世界最大級のIWCスパークリング部でトロフィーを受賞している。

<取組を実施した効果>

- 世界を舞台にしたビッグタイトルの獲得は、知名度向上に大きな追い風となり、海外の取り扱いを希望する店舗からの引き合いが強まり、海外展開の動きが加速している。
- 海外輸出比率は約10%弱であり、5年後には15%程度への引き上げを目指す。



導入した充填設備

出所)2015年11月12日 西日本新聞



IWCスパークリング部門で最優秀のトロフィーを獲得した「天山 純米吟醸おりがらみ」

3. 日本酒の輸出取組事例 12(航空集配サービス)

現地での商流・販路を確立し、保管・輸送・販売を一気通貫で行う体制を構築できることを強みとし、酒造事業者の輸出拡大に貢献している

企業情報

【企業名】

- 航空集配サービス株式会社

【主要取扱い商品】

- 日本酒 **全般**

【主な輸出先】

- 上海

【事業者の特徴】

- 主な事業サービスは、生鮮貨物輸送と一般貨物輸送であり、特に生鮮貨物を取り扱う際の保管・輸送サービスが強い。
- 中核となる事業所は成田空港であり、生鮮貨物を取り扱う、温度管理倉庫の規模は業界随一である。
- 関西国際空港にも、KIX-Coolexpという、冷凍庫・冷蔵庫・定温庫を備えた輸出専用保税上屋を新設し、輸出品を3温度帯の管理で万全なサポートを行っている。
- さらに輸配送サービスとして、Kcoldと呼ばれる保冷貨物の輸送サービスもワンストップで行っており、保冷混載集荷も可能である。

【HP】

- <http://www.shuhai.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ **物流** ・ 販売 ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 現地でのリレーション構築が重要である。
- 生鮮品の輸出業務に取り組む中で、上海の料理店から「日本酒を置きたい」との依頼を受け、日本酒輸出の検討に着手した。
- 物流面だけでなく、自ら商流のコントロールも実施できるように酒販免許を取得し、国内の酒造メーカーから日本酒を購入し、フォワーダーと連携して輸出するスキームを構築している。
- さらに中国側の輸入の通関に関しても、インポーターと直接やり取りを実施することで、現地の商流や物流の見える化にも取り組んだ。

＜取り組みの効果・今後の展開＞

- 調達から保管、配送だけでなく各種手続きまでワンストップで実施できる体制が確立されたことで海外へ輸出したいと考える事業者の不安を払拭できる状況となった。
 - ✓ 通関時に課題を感じる事業者に対してもアドバイスができるようになり、手続きの短縮化を可能とした。
- 上海においては、着実に取り扱い量は増加しており、同様のモデルをシンガポール等の他国展開するためのネットワークも拡大してきている。

商品包装時の様子



温度管理の様子



3. 日本酒の輸出取組事例 13(丸本酒造)

オーガニック日本酒を特徴とするほか、輸出拡大が進む中で、低温物流が求められる課題を解決するため、常温流通に対応した発泡日本酒の開発を進めている

企業情報

【企業名】

- 丸本酒造
 - ・ 岡山県浅口市鴨方町

【主要取扱い商品】

- 泡々酒ストライプ
- 竹林かろやかオーガニック(輸出商品) など

【主な輸出先】

- アメリカ
- 欧米(ドイツ・イギリス等)
- 中国・香港 など

【事業者の特徴】

- 丸本酒造では、2003年より、国から鴨方町が日本発の酒米農業特区に認定され、「山田錦」を自社田にて栽培し、高品質な酒造好適米の原料確保を行っている。栽培面積は約11ha。
- 酒米の栽培から醸造まで国内で一貫して、「純国産品」にこだわりを持つ。

【HP】

- <http://www.chikurin.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ **物流** ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 2004年から輸出に力を入れはじめ、欧米や香港における日本酒の需要を分析し、5年かけて欧米でオーガニック日本酒の認証を取得。
- オーガニック日本酒は、米国をはじめ欧州、中国、香港等の高級レストランで人気となり、全売上の約1割～2割を輸出が占めるまでに拡大してきた。
- 一方、輸出における低温物流が必要になるという課題があり、その課題解決のため、常温流通に対応した発泡日本酒を開発に着手した。

＜取組を実施した効果＞

- 発泡日本酒の製造に必要なガス充填技術等は、地元のビールメーカーの技術的なアドバイスを求め、応用して日本酒用の技術を確立させた。
- 発泡日本酒も含めて、今後、ターゲットを定め、新たな販路拡大に取り組んでいく予定。

「オーガニック竹林」オーガニック製法にこだわって製造した純米吟醸酒



「泡々酒」酸味のきいた食材との相性がよく、洋中華と様々な海外料理と相性がいい



北米での有機認証であるNPO認証



欧州でのオーガニック基準

3. 日本酒の輸出取組事例 14(株式会社和醸)

中国において日本酒の国内調達から現地販促活動まで一貫して手掛けている。特に販促活動は消費者にターゲティングしたB to Cにも取り組み、市場開拓のノウハウに強みをもつ

企業情報

【企業名】

- 株式会社和醸
福岡県福岡市

【主要取扱商品】

- 日本製酒類全般(清酒、ビール、リキュール等)

【輸出実績】

- 年間輸出量: 約52kl

【主な輸出先】

- 中国
- 香港 等

【事業者の特徴】

- 日本から、主に中国へ、酒類の輸出を行っており、日本全国の酒造業者より商品を買付け、自社手配のコンテナに商品を集め、輸出している。
- 自社で3温度帯のコンテナを用意し、空輸にも対応している。
- また、現地での販促活動にも熱心に取り組んでいる。

【HP】

- <http://wajo.biz/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 蔵元からの買い取り→保管→輸出代行(輸送・通関・検疫)→現地でのプロモーション→現地販売まで一貫体制を構築し、日本酒の卸業務を行っている。
- 現地販売については、他の酒造のアプローチとは異なり、B to Cの販促活動に注力しており、中国の消費者に向けて積極的なプロモーション活動を実施。高級日本酒コレクション「杜氏蔵」を、百貨店内に立ち上げ、ブランディング戦略を推し進めている。さらには、現地メディアを通じた日本酒紹介なども実施し、販売拡大に取り組んでいる。
- 外食小売に対しても、各店舗に合わせたメニュー作り、日本酒研修(中国語で実施)、SakeDinnerなどのイベントも実施している。

<取り組みの効果・今後の展開>

- 調達から保管、配送だけでなく各種手続きまでワンストップで実施できる体制が確立されたことで海外へ輸出したいと考える事業者の不安を払拭できる状況となった。

杜氏蔵



中国の雑誌で取り上げられる日本酒



3. 日本酒の輸出取組事例 15(日本酒類販売)

現地スーパーでの“直接”消費者に対する商品PR、現地飲食店向けの展示即売会を実施することで現地での認知度を高め、輸出先国を多様化させている

企業情報

【企業名】

- 日本酒類販売
 - ・ 神奈川県横浜市

【主要取扱い商品】

- 白神山地の四季
- 京都五山の四季 など

【主な輸出先】

- 米国
- タイ
- 韓国

【事業者の特徴】

- 海外取引先の展示会や各種試飲会へ参加し、現地で取引先と一緒に、地酒・本格焼酎の啓蒙活動を実施
- 海外取引先を日本に招致し、日本で開催される展示会や蔵元訪問、市場視察を通じて、様々な意見交換を実施
- 得意先の要望を入れ輸出向け商材を蔵元と協力して開発

【HP】

- <http://www.nishuhan.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 年に数回の頻度でマレーシア、シンガポール、台湾、タイ等で、スーパーにおける日本酒の情報発信活動を実施している。
- 毎年5月、タイ・バンコク市内ホテルで現地飲食店向け展示即売会を実施している。
- 現地ディストリビューターに社員を派遣し、海外の状況を実地調査させている。

<取組を実施した効果>

- 従来はアメリカ向けの輸出が主であったところ、タイ、韓国を含め東アジア向けの輸出が進捗した。

展示即売会を含む現地での
情報発信活動の様子



3. 日本酒の輸出取組事例 16(菊水酒造)

2010年にロサンゼルスに現地法人設立し、現地採用を含む従業員がカナダやメキシコなどの周辺国でも営業を展開することで商流開拓を進めている

企業情報

【企業名】

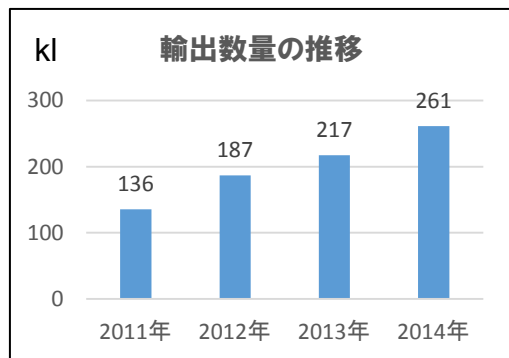
- 菊水酒造
 - ・ 新潟県新発田市

【主要取扱い商品】

- ふなぐち菊水一番しぼり
- 菊水の辛口 など

【主な輸出先】

- 米国
- カナダ



【HP】 (出所)酒類統計月報 2012-14の4月号

- <http://www.kikusui-sake.com/home/jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 2010年、日本酒の国内消費量の減少傾向を受けて、米国ロサンゼルスに現地法人「キクスイサケ USA」を営業拠点として設立した。専任の営業担当者が常駐し、レストランや小売店への販促活動を強化する。
 - 2015年現在ではニューヨークにも支店を持ち、現地採用を含む従業員がカナダやメキシコなどの周辺国を飛び回り、営業を行っている。
 - 米国を2拠点体制とするとともに、欧州やアジアの拠点網整備も視野に入れている。
 - 人材面では、国際部門の責任者として担当取締役を配置、さらに海外営業強化のため英国人を1人採用し、酒造りについてネイティブの言葉できちんと現地の営業先に説明してもらい役割を担ってもらい工夫も行っている。
- ※当社の売上高は約54億4千万円(2014年度)。

<取組を実施した効果>

- 輸出量はほぼ右肩上がりが増え、現在、同社の全体売上高に占める海外比率は4~5%
- 菊地取締役は「国内の売り上げを拡大させた上で、海外比率を10%まで高めることでブランドとして認知度を高めたい」との戦略を描いている。

アメリカの小売店の陳列の様子



3. 日本酒の輸出取組事例 17(赤名酒造)

先行他社との差別化が可能な商品に特化し、海外現地のレストラン・ホテルへの訪問営業を行うことで、徐々に販売先の拡大に努めている

企業情報

【企業名】

- 赤名酒造
 - ・ 島根県飯石群

【主要取扱い商品】

- 絹乃峰
- 五百万石 など

【主な輸出先】

- タイ

【事業者の特徴】

- 良質な米の産地である飯南町の酒米を使用し、純米酒、純米吟醸酒、純米大吟醸のみを製造する純米酒蔵。地元でとれる良質な酒米でつくる「絹乃峰」が代表的な日本酒。
- 2004年に経営破綻したが、14年10月に三島崇暁氏が社長に就任して経営を引き継いだ後は、東南アジアへの販路開拓に乗り出し、輸出による販売拡大に積極的に取り組んでいる。

【HP】

- <http://kinunomine.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 2004年の経営破綻後、2014年に本格的に生産を再開し、14年度は約8000リットルを仕込んでい。国内市場の縮小を受け、東南アジアでの販路開拓を計画。タイをターゲットとして取り組んでいる。
- 先行他社の商品との差別化をはかるため、価格帯が高い純米酒や純米大吟醸酒に絞って輸出する戦略を取っている。
- 品質維持のため、タイ国内での流通段階で温度管理や鮮度維持のノウハウのある現地の食品流通業者との提携を模索中である。
- 規模が小さい、経営難の酒蔵でも、地道に出張ベースで営業している事例であり、現地拠点は持てないが、現地訪問による丁寧な市場調査を行うことでタイ人の嗜好を把握し、糖度やアルコール度数に変化をつけた輸出用の商品開発に努めている。

<取組を実施した効果>

- 2015年に、タイのバンコクを訪問して市内のホテル、飲食店の計12社と商談し、2015年9月末までに、5社6店舗との契約を締結し、輸出実績をあげている。



絹乃峰

3. 日本酒の輸出取組事例 18(沢の鶴)

海外での清酒需要に対応するため、海外販売体制を代理店委託から本社社員が現地に直接訪問する専門体制へとすることで日本酒の販路拡大に取り組む

企業情報

【企業名】

- 沢の鶴
 - ・ 神戸市灘区

【主要取扱い商品】

- 純米大吟醸 敏馬
- 特別純米 灘生もと
- 純米大吟醸 瑞兆
- 山田錦の里 実楽 など

【主な輸出先】

- アメリカ
- 韓国
- 香港

【輸出実績】

- 非公開
- 非公開

【事業者の特徴】

- 世界モンドセレクションにて、「敏馬」「灘生もと」「瑞兆」、「実楽」等の商品が金賞受賞するなど海外での受賞経験を有する。瑞兆はインターナショナル・ハイクオリティー・トロフィーも受賞。

【HP】

- <http://www.sawanotsuru.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 商品と販売体制の両面から輸出拡大への取り組みを実施している。
- 商品面では、海外でのモンドセレクション金賞を受賞した「敏馬」「灘生もと」「瑞兆」「実楽」を輸出のメイン商品として取り扱っている。またラベルデザイン等も考慮し、海外に受け入れられる商品開発にも注力している。
- 販売体制の面では、過去に国内商社に委託していた販路開拓を、商社からの情報収集もしながら本社輸出担当営業が現地レストランや小売店に直接訪問する営業体制を導入している。
- 海外のディストリビューター社員やレストラン関係者に対して日本酒の詳細な情報発信を行っている。

＜取組を実施した結果＞

- 本社と現地の意志疎通がスムーズとなり、現地消費者の需要等に応じやすくなっている。
- 米国・韓国・香港を中心にEUや東南アジア圏でも好評を得ている。
- 2018年3月期までに海外売上高比率10%を目指し、販路拡大に注力していく予定である。



瑞兆

3. 日本酒の輸出取組事例 19(渡辺酒造店)

アメリカ人の蔵人を雇用するなど、自社内の輸出取り組みの体制を強化しながらアジア圏のみならず欧米圏までの輸出拡大に積極的に取り組む

企業情報

【企業名】

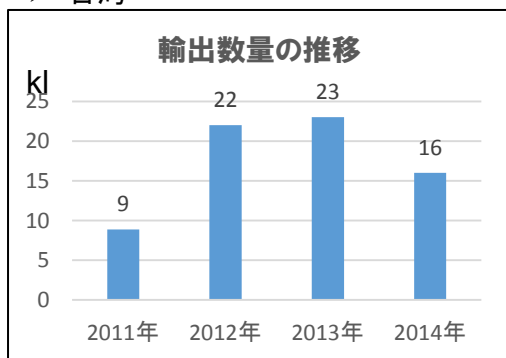
- 渡辺酒造
 - ・ 岐阜県飛騨市

【主要取扱い商品】

- 超吟しずく
- 大吟醸 極意傳
- 蔵元の隠し酒 など

【主な輸出先】

- 香港
- シンガポール
- 台湾



(出所) 酒類統計月報 2012-14の4月号

【HP】

- <http://www.watanabeshuzouten.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- アメリカ人の蔵人を採用しており、海外輸出の際の契約や販売時には最前線に対応している
- また、輸出担当者として、アメリカ人の蔵人の他に、外語大学を卒業した若手とPCスキルが高い社員の3名を置いており、輸出拡大に向けた社内体制構築を進めている

＜取組を実施した結果＞

- 香港、シンガポール等、アジア圏が主な輸出先だったが、それに加えて、アメリカに輸出するための商品開発、契約手続きが進んでいる。
- アメリカ人蔵人が製造した日本酒をアメリカで売ることによって受け入れられやすい効果もある。
- 今後の採用も輸出拡大に向けて、外国語も評価の一基準として取り組んでいく。

ブレイズフォード・コディー氏



3. 日本酒の輸出取組事例 20(豊島屋)

外部と連携し、こだわりの「英文でのパンフレット」を作成

アジア方面からの問い合わせに対しても英語版で案内できるなど海外営業の形を構築

企業情報

【企業名】

- 株式会社 豊島屋
 - ・ 長野県岡谷市

【主要取扱い商品】

- 御柱
- 神渡 など

【主な輸出先】

- シンガポール
- 香港
- デンマーク
- インド

【事業者の特徴】

- 「神渡」は、若い蔵人達が新たな感性で酒造りにチャレンジしている清酒であり、伝統とトレンドを融合した、お客様と対話する酒造りを目指している。
- 米は、長野県産米・美山錦・ひとごち・金紋錦・しらかば錦・ヨネシロを使用し、商品の特性にあわせてこの5種類以上の米を使い分けている。また、水源は伏流水を使用しており、商品全てが信州素材で生み出されている

【HP】

- <http://jizake.miwatari.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

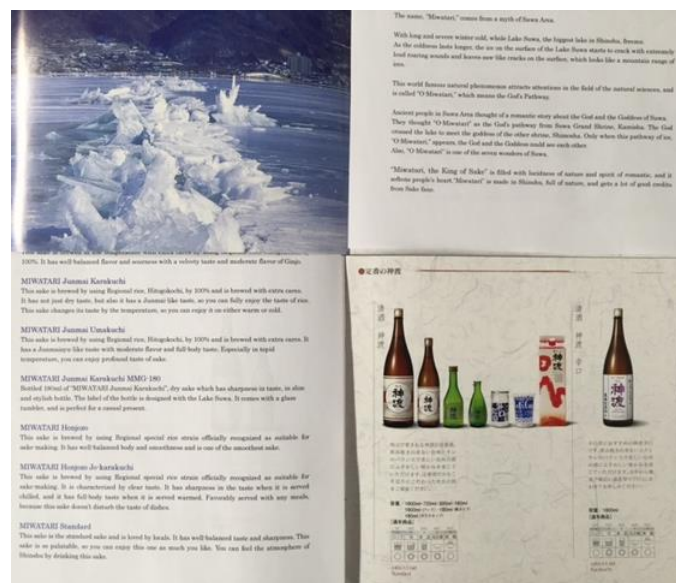
<取組内容と取組を通じた狙い>

- 日本酒が海外に認知されるに伴い、当社の清酒も輸入業者経由ではあるが海外に販路が発生してきた。パンフレット英語版はグローバル化に備えた準備として必要と考えていたが、さしあたり緊急を要することもなかったため、その準備が進んではいなかった。
- 中東の顧客から「英文でのパンフレット」を要望された。社内に適切な人材がいなかったため、外部に依頼することとした。

<取組を実施した効果>

- 英訳にあたっては、商品に対する豊島屋様の想いを壊さない言葉を慎重に選んだ。
- カタログ直訳とは異なるが、甘さ・辛さの表現に「表」を使うなど、伝わりやすい方法を選択の工夫を凝らした。
- その後、アジア方面からの問い合わせに対しても英語版で案内できた。商談会、展示会においても、海外からの参加者に、英訳パンフレットを見せつつ商品を手にしてもらっている。

英文パンフレット



3. 日本酒の輸出取組事例 21(湯川酒造店)

2014年 ANA国際線での提供日本酒として採択されたことをきっかけに、更なる輸出の拡大を目指し、ロンドンの食品展示会や国内の日本酒輸出相談会に積極的に参加

企業情報

【企業名】

- 株式会社湯川酒造店
 - ・ 長野県木曾郡木祖村

【主要取扱い商品】

- 清酒木曾路

【主な輸出先】

- 台湾
- イギリス
- シンガポール

【事業者の特徴】

- 所在地である木祖村の歴史書である「木祖村誌」には、12代目が1894年に南洋諸島に進出すること検討したエピソードが記載される等、精力的な蔵元として地元で有名。
- 現在の16代目は、洗米機の導入や火入れの高度化設備の導入など、世の中に合わせた変化を続ける。

【HP】

- <http://www.sake-kisoji.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 2006年6月長野県内の酒造会社7社の1社として、海外で日本食スーパーも展開する商社を通じ、台湾への日本酒輸出を実施。
- その後、台湾への輸出を続けつつ、日本国内においては、日本酒の品質維持・向上に努め、2014年6月に全日本空輸の国際線で乗客に提供する日本酒として採用され、海外展開への新たな局面に進展。
- 2014年9月には、ロンドンの食品展示会に参加。ロンドンの日本食レストラン動向を把握。また、2015年には、ジェトロ主催の日本酒の輸出商談会に参加し、イギリス、香港、タイの輸入卸業者と商談し、海外における日本酒への関心度の高まりを認識。

＜取組を実施した効果＞

- 全日本空輸の国際線にて日本酒が提供されるようになったことは、社内における海外展開の新たな機運を生み出す要素となった。
- また、全日本空輸の国際線にて採択されたことをPRの材料にしなが、商談会や展示会に参加する中で、イギリスなど新しい案件につながり始めている。
- 数年後には全売上高に占める輸出の割合を5%まで高めたいと考えている。



3. 日本酒の輸出取組事例 22(仙醸)

**国内では、新商品開発(どぶろく・スモーザー・甘酒)を通じた売上増を達成
 今後は、現社長の留学経験と各種セミナーや見本市の機会を活かし、輸出拡大を進める**

企業情報

【企業名】

- 株式会社仙醸
 - ・ 長野県伊那市

【主要取扱い商品】

- 黒松仙醸
- やまむろ
- 結 など

【主な輸出先】

- シンガポール
- 香港
- ドイツ

【事業者の特徴】

- 以前より、精米から洗米、麴づくり、発酵までを機械化するなど、革新的な取り組みを行ってきている蔵元
- ホームページでは、英語および中国語のパンフレット公開している。

【HP】

- <http://www.senjyo.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 日本酒離れが叫ばれる中、食の多様化や健康志向の高まりを新たな機会として取り込むため、積極的な商品開発を実施
- 2004年から酒米を使ったこうじ100%の甘酒を販売し、2009年には赤ソバ入りの甘酒、2012年には発芽玄米を加えた甘酒やどぶろくを開発、2014年には白こうじで仕込んだ商品を発表
- 加えて、2015年からは、スモーザーも商品ラインナップに追加
- 一方で、輸出については、2014年6月に日本酒の海外輸出セミナーに出席。11月には香港で開催されたワインの国際見本市に参加し、3日間で30以上の企業と商談を実施

<取組を実施した効果>

- 輸出セミナーや国際見本市に出席したことで、信州という風土を語ることの重要性、また、他の酒蔵の活動を垣間見ること輸出に向けた努力の必要性や日本酒の海外における将来性を認識
- また、見本市等への参加を行っていく中で、海外とのネットワークが拡大し、具体的な商談や輸出実施につながっている
- 今後の経営の重要領域として、“①高級酒の市場”“②どぶろく・甘酒といった米発酵飲料”“③小売販売部門”という3領域に加えて“④海外への輸出”を掲げ、現社長の2年間の英国留学も経験を活かし、輸出拡大に意欲を見せる
- 今後は、輸出促進団体(全米輸)との連携を進めながら更に輸出への取り組みを加速していきたいと考えている



3. 日本酒の輸出取組事例 23(大和川酒造店)

大和川ファームでの酒米の自社栽培、最新設備を駆使したスパークリング商品製造が特徴である。販売面では海外の代理店を蔵元に招き、共同での輸出商品開発にも取り組む

企業情報

【企業名】

- 合資会社大和川酒造店
 - ・ 福島県喜多方市

【主要取扱い商品】

- 純米カスモチ原酒 弥右衛門酒
- 純米 良志久

【主な輸出先】

- 台湾
- イギリス
- アメリカ

【事業者の特徴】

- 甘味のある日本酒製造に特徴があり、看板銘柄である「カスモチ原酒」は「日本で一番甘い」と個性豊かな酒として人気である。
- 海外開拓も視野に入れて取り組んでおり、2000年に台湾への輸出を開始。その後、イギリスやアメリカ、最近ではロシアへの輸出も実現させている。

【HP】

- <http://www.yauemon.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

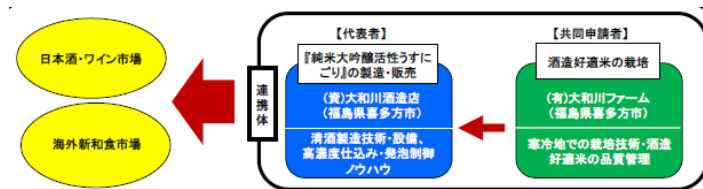
<取組内容と取組を通じた狙い>

- 国が商品開発等を支援する「農商工等連携事業計画」の中で、大和川ファームと酒造好適米の生産、発泡性日本酒の開発、販路開拓に取り組む事業に取り組んでいる。
- 大和川ファームで高品質な酒造好適米を栽培し、それを当社伝統の発酵技術や最新設備を駆使して商品性の高い日本酒製造に取り組んでいる。
- 最近では、発泡性のスパークリング日本酒も開発し、消費者の嗜好を踏まえた新商品開発にも積極的である。
- 販路開拓の面では、欧州市場開拓のため、イギリスの販売代理店が蔵元を訪問し、実際に杜氏の指導を受けながら酒造りを行い、そこでの経験をもとに日本食レストランなどへの商品の提案や売り込みを行っている。

<取組を実施した効果>

- 着実に日本酒の輸出実績は上がってきている。輸出先国も輸出開始当初よりも増え、なおかつ取扱い商品数も広がっている。国の輸出施策での後押しや日本酒ブームという追い風要素に加え、東日本大震災以降の危機感からくる“蔵元の切なる想い”強く影響している。
※震災以降、福島県は全国新酒鑑評会での金賞受賞数1位・大和川酒造は5年連続での金賞受賞
- 今後は、日本文化の広がりや日本へのインバウンドの盛り上がりを背景に、“日本酒”をキーワードにした海外からの蔵元への呼び込み・受け入れなど、実際に見て触れて味わってもらう流れを加速させていく。

大和川ファームとの協力関係



3. 日本酒の輸出取組事例 24(宮坂醸造)

欧州の開拓にあたり、20年程前から欧州最大の見本市VINEXPOに出展しブランド認知向上を促進。また、人材を重要視し、外国人スタッフを採用し輸出体制を強化している

企業情報

【企業名】

- 宮坂醸造株式会社 真澄
 - ・ 長野県諏訪市

【主要取扱い商品】

- 純米大吟醸 夢殿
- 純米大吟醸 山花
- 純米大吟醸 七號

【主な輸出先】

- アメリカ
- 香港
- カナダ

【事業者の特徴】

- 酒造好適米を用い、全量自社精米にこだわり酒造りに取り組んでいる。
- 国内の日本酒市場の縮小を受け、2000年前後から輸出を本格化。
- 日本酒を世界酒に進化させたいという想いのもと、海外市場開拓も積極的に推進している。

【HP】

- <http://www.masumi.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- フランスで1年おきに開催される見本市「VINEXPO(ビネクスポ)」に1999年から9回連続で参加している。1999年の初挑戦時は、言葉も風習も分からず、成果をあげられなかったが、その後、英文と仏文のパンフレットを作成して準備を進め、2001年の2度目から本格的に輸出のための海外展開に注力している。その際、国内の酒造数社と共同で準備を進め、出展にかかるコストを抑えつつ取り組みを進めた。
- また、海外展開のための重要な要素として「人材」を挙げており、現在、本社での海外展開業務はアメリカ人責任者と欧州担当のフランス人、国内研修中の中国人とともにやっている。この3名が輸出業務専任として営業活動に従事している。
- 同じく、人材面の強化として、ブランドを海外に定着させるため、現地の飲食店の従業員を対象に研修を実施している。各商品を飲食しながら、味の特徴、原材料、製法等について説明を行うなど、正確な情報伝達とブランド認知を高める目的で定期的に開催している。

VINEXPO 2015の様子

<取組を実施した効果>

- 海外展開のための見本市への継続的な出展、人材の強化に取り組んだ結果、現在、金額ベースでアメリカ40%、香港30%、カナダ・イギリス・北欧・アジア諸国で30%と世界各国で売上をあげている。
- 海外比率は現在、総売り上げに対して約7%であるが、今後10%超えを目指し、輸出拡大のための取り組みをより活発に進めていく。



3. 日本酒の輸出取組事例 25(出羽桜酒造)

商品開発においても現地での販路開拓においても現地パートナーとのリレーションを深めることを重要視しており、その結びつきを生かして自社商品の輸出拡大につなげている

企業情報

【企業名】

- 出羽桜酒造株式会社
 - ・ 山形県天童市

【主要取扱い商品】

- 桜花吟醸酒
- 純米大吟醸 一路

【主な輸出先】

- 米国
- 香港
- イギリス 他25ヶ国

【事業者の特徴】

- 1997年より世界各国への輸出を開始しており、欧州にはじまり米国・アジアへと輸出を拡大している。
- 地元で根ざした酒造りが高く評価されており、国内外の様々なコンテスト、鑑評会で数々の受賞歴を持ち、「出羽桜」のブランドは、海外でも知名度が高い。
- 海外輸出比率は2014年度で約6%

【HP】

- <http://www.dewazakura.co.jp/index.htm>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ **開発** ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 商品開発の観点からは、欧米向けに輸入商社のワールド・サケ・インポーツ社と組み、従来の純米酒から付加価値の高い吟醸酒や純米吟醸酒の比率を高めて輸出拡大に取り組んできた。
- 販路開拓のための取り組みとしては、現地調査はもちろんだが、パートナー（インポーター・ディストリビューター）とのリレーション強化を最重要視しており、特に日本酒に特化したパートナーと組むことが、現地での販路開拓がうまくいくために重要だとしている。
- また、納入先の外食レストランのマネージャー達と定期的に試飲会等を行い、リレーションを築く取り組みも行っている。まずは出羽桜の日本酒を好きになってもらい、その後、マネージャー達に現地のハブとなってもらい、他の外食店舗に広めてもらうといった活動を継続することで販売拡大をはかっている。

<取組を実施した効果>

- 上記の取組を実施した結果、1997年の輸出開始以来、着実に輸出実績を拡大している。
- | | |
|--------|--------------------------|
| 1997年: | 1,000リッター |
| 2002年: | 20,000リッター (5年間で20倍の伸び) |
| 2012年: | 75,000リッター (15年間で75倍の伸び) |
| 2014年: | 85,000リッター (17年間で85倍の伸び) |



桜花吟醸酒(本生)

3. 日本酒の輸出取組事例 26(月山酒造)

現地レストランのソムリエや接客係を対象に試飲会を開催することで日本酒の理解促進をはかっている。この取組の地道な積み重ねにより堅調な輸出拡大を実現

企業情報

【企業名】

- 月山酒造株式会社
 - ・ 山形県寒河江市

【主要取扱い商品】

- 純米吟醸 銀嶺月山
- 月山の雪

【主な輸出先】

- 北米
- EU
- シンガポール 等

【事業者の特徴】

- 北米の他シンガポールやタイといったアジア圏の輸出の他欧米への輸出実績ももつ。海外輸出比率は、約7~8%。

【HP】

- <http://www.gassan-sake.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

＜取組内容と取組を通じた狙い＞

- 輸出用の商品は、基本的に自社製品を輸出しているが、山形県産地酒である自社の味をベースとしつつ、インポーターからのリクエストを取り入れながら商品開発を行うこともある。
- 当社は最新設備を導入する等、近代的な要素を取り入れている「一声蔵」と手造り主体の伝統的な酒造りを行う「豊龍蔵」の二つの製造蔵を持つが、上記のようなプライベートアイテム開発の際は、バリエーションの選択が豊富なため、最新設備を導入している一声蔵で試作することが多い。
- 現地での販売拡大における取り組みとしては、現地の海外レストランのソムリエや接客係を対象とした試飲会を開催していることが大きな特徴である。日本酒の特性、味の特徴、日本酒に合う和食メニューの説明・指導を行い、接客係の日本酒のより深い認識をはかると共に、自社の日本酒の理解と想いを共有することを重要視している。
- 和食以外のレストランでも同様の挑戦を始めている。

＜取組を実施した効果＞

- IWC2015で本醸造がグレートバリューサケを受賞する等、世界で評価される日本酒になっており、海外のシェフやバイヤーからも注目を集めている。
- ソムリエや接客係を対象に試飲会を行うことで、提供する日本酒について自らの言葉で説明できるようになり、サービス提供のバリエーションも増加した。
- この取り組みを継続することで、他の外食店舗からも同様の取り組みを依頼されるようになり、結果として輸出拡大につながり始めた。地道な現地での営業活動が、堅調な輸出拡大に資することを示している事例といえる。
- 今後は、現在の日本酒ブームを一過性のものではなく、一つの食文化として根付かせることを目指す。



銀嶺月山

3. 日本酒の輸出取組事例 27(浦霞醸造元 佐浦)

日本酒の輸出拡大のためには、日本酒の現地化が必要と考え、イギリス等の海外に数多く出向き、マーケティングと需要の掘り起こしを早くから実施している

企業情報

【企業名】

- 浦霞醸造元 株式会社 佐浦
 - ・ 宮城県塩竈市

【主要取扱い商品】

- 純米吟醸 浦霞禪
- 純米酒 浦霞
- 山田錦純米大吟醸 浦霞

【主な輸出先】

- 米国
- イギリス
- オーストラリア

【事業者の特徴】

- 「日本酒の製造・販売を通して、豊かさや安らぎ、潤いをより多くの人々に提供する」という理念をモットーに、高品質な酒造りに取り組んでいる。
- 海外への展開も積極的に行っており、パリやロンドン等で行われる日本酒セミナーに数多く参加。日本酒は食中酒であるとの考えのもと、地域の食文化に合った酒造りも重視して海外販売に取り組んでいる。

【HP】

- <http://www.urakasumi.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 当社は、日本酒の海外普及のためには現地化することが避けられないという考えのもと、早くからイギリス等に出向き、営業とマーケティング活動を行ってきた。
- イギリスでは、日本酒を普及させる取り組みが進行しており、日本酒造組合中央会などの主催で英王室の総料理長らも巻き込んだイベントを開催したりしている。
- エリザベス女王ら英国王室の総料理長であるマーク・フラナガン氏が、駐英日本大使公邸にて日本酒と和食を堪能した際には、醸造元の佐浦弘一氏が和装で解説にあたり、料理と日本酒の組み合わせや文化的な背景を説明する役割を担った。
- イギリスを発信地とし、日本酒の海外での普及および販売拡大を目指している。

<取組を実施した効果>

- 現地に飛び込んでのマーケティングや商品の現地化を行ったことによる手ごたえは感じられており、輸出増にもつながっている。
- 出荷量の1%強にとどまる輸出量を3%台に伸ばすことが当面の目標である。



英国でのパーティーの様子



蔵内部の様子

(出所)各種公表資料より

3. 日本酒の輸出取組事例 28(本家松浦酒造場)

IWC2015 純米酒部門でトップトロフィー(最高金賞)を受賞。自然なままの酒造りにより、世界で評価される日本酒を開発している。

企業情報

【企業名】

- 株式会社本家松浦酒造場
 - ・ 徳島県鳴門市

【主要取扱い商品】

- 鳴門鯛

【主な輸出先】

- 米国
- 英国
- 香港
- 台湾

【事業者の特徴】

- 創業200年を超えた伝統を生かし、酒蔵で「立ちきゅう」、蔵見学、蔵開き等のイベントを開くなど、注目を集めている。日本酒に親しむ機会を増やすことで、女性や若者など新しい顧客を開拓している。

【HP】

- <http://narutotai.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 国内向けに「アルミ缶に日本酒を詰めて売ってみたいか?」と言われすぐに商品化したものの、取り扱いに至らなかったとき、輸出向けにとオファーがあり、以後アメリカを中心に輸出が始まった。
- 1970年代末から日本名門酒会を通じてアメリカ、ヨーロッパ、東南アジアなどに日本酒を宣伝してきたが、98年に初めて単独で海外に出向いてPRを行った。一週間、米国ニューヨーク市内のレストランや料理学校でPRをしながら消費者動向などを探り、実際に純米酒「鳴門鯛」を日本そばレストランやシーフードレストランなどに持参して宣伝した。テレビで知った海外在住の日本酒コーディネーターなどにFacebookを通じてコンタクトを取り、現地での拡売に繋がったこともある。
- 2014年ごろアメリカで人気の生缶について、アメリカからイギリスに進出したレストラン事業者に販売する引き合いがあった。

<取組を実施した効果>

- 98年の単独PRが奏功して現地からシェフが訪れ、取り扱いにつながった。ニューヨークの四つ星レストランに純米吟醸が採用されたのをきっかけに販路が拡大。アルミ缶入りの「鳴門鯛 吟醸しぼりたて生原酒」は13州で売られ、「nama-kan(生缶)」の愛称で親しまれている。米国以外、英国、香港など輸出先は増え続けている。
- International Wine Challenge2015で、「ナルトタイ 純米 水ト米」が最高金賞に選ばれた。輸出用には漢字のラベルを予定。



3. 日本酒の輸出取組事例 29(増田徳兵衛商店)

ドイツの大手航空会社の機内酒にも採用される等、工夫したマーケティングを行っている。

企業情報

【企業名】

- 株式会社増田徳兵衛商店
 - ・ 京都府京都市

【主要取扱い商品】

- 月の桂

【主な輸出先】

- アメリカ
- ドイツ

【事業者の特徴】

- 小規模の蔵元という現状の立場を逆手にとって、特定名称酒に特化した少量多品種の酒造りを進めてきた
- 本来の日本酒よりもアルコール度数が低いものや発泡のものなど、伝統を守りながらも斬新でユニークな酒造りにも挑戦

【HP】

- <http://tsukinokatsura.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 本来の日本酒よりもアルコール度数が低い商品や発泡の商品を開発し、海外に展開している。
- ニューヨークの有名フランス料理店のシェフが酒蔵を見学に来たことをきっかけに、2000年代初頭からアメリカ向けの輸出を活性化させている。
- 2008年、日本酒造組合中央会主催のドイツ・デュッセルドルフ日本総領事公邸における「ドイツ日本酒フェア」に出展し、日本人駐在員の多いデュッセルドルフを拠点としてドイツ市場を開拓した。2010年には老舗料亭と日本料理を振る舞う食事会や、現地のハムメーカーと共同でハムと日本酒を楽しむイベントも実施し、現地のホテルの従業員やレストランのシェフが日本酒を飲む機会を定期的につくってきた。
- ヨーロッパでは古酒も販売、アメリカでは香りがあったてすっきりしたもの、中国ではきらびやかなラベルのもの、など現地の趣向に合わせた商品を既存のものの中から選んで輸出している。

<取組を実施した効果>

- 日本の物流会社の紹介でドイツの航空会社の社長が当社を訪ねてきてテイスティングをした結果、その場で採用が決まった。主力商品である「月の桂」のうちの1ブランドの180ml入りが当該航空会社の機内酒となっている。
- 発泡商品については、2015年のIWCにて日本酒のスパークリング部門で受賞し、輸出につながった。
- アメリカでは、年々消費者に受け入れられて市場に浸透し、イベントではワインを扱う小売業者や西洋料理のレストランオーナーなど、今後のターゲットとなる潜在顧客から良い反応を得られている。

3. 日本酒の輸出取組事例 30(日本盛)

中国・香港・台湾を中心に販売を進めており、今後の市場として東南アジア、ヨーロッパも開拓の足掛かりを準備している。

企業情報

【企業名】

- 日本盛株式会社
 - ・ 兵庫県西宮市

【主要取扱い商品】

- 日本盛
- 惣花

【主な輸出先】

- 中国
- 香港
- 台湾

【事業者の特徴】

- 輸出については1965年に開始し、50年の歴史を誇る。
- 日本酒以外にも化粧品の輸出も行い、ブランド認知を高めている。

【HP】

- <http://www.nihonsakari.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ 販売 ・ 輸出体制構築

海外専用
純米酒



【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- まだ他社が踏み込んでいない旧東欧、ロシアの市場を今後開拓するべく、2014年、ポーランドのワルシャワに駐在員事務所を設立した。
- 2014年以降、各地域で現地販売代理店とのパートナーシップを構築して取引を拡大する取組を推進している。
- 2015年には、シンガポールに力の源ホールディングスが開店した日本酒専門店"Bar Ippudo"に開店当初から協賛している。
- 今後は各市場の嗜好に合った商品を開発・販売する方針である。

台湾TTLとの
覚書調印式

<取組を実施した効果>

- 徐々に輸出額が伸び、出荷ベースで約2億円となった。
- 台湾煙酒(TTL)と、台湾における販売代理店契約に関する意向書及びOEM供給契約、将来的な技術交流の覚書を締結した。TTLが日本盛の商品を料飲店や百貨店に独占販売する。OEM契約については、日本盛が日本国内で製造、詰口した純米大吟醸酒のTTLでの「菊富士」(720ml瓶)としての販売が始まっている。今後も「菊富士」ブランドで様々な商品を展開しようと検討している。台湾で2020年をめどに代理店、OEM合わせて1億円以上を目標としている。
- 輸出事業は中国、香港市場に支えられるようになった。一方で、台湾、ヨーロッパについては今後発展させる足掛かりができた。



3. 日本酒の輸出取組事例 31(小西酒造)

長年にわたる輸出の経験を積み上げ、東南アジアなど新たな地域、顧客の拡大に取り組む

企業情報

【企業名】

- 小西酒造株式会社
 - ・ 兵庫県伊丹市

【主要取扱い商品】

- 白雪

【主な輸出先】

- 米国
- 香港
- 韓国
- 中国

【事業者の特徴】

- 輸出についてはシカゴ万博(1893年)以来100年以上の歴史を誇る。
- 輸出に取り組む一方、戦時中は中国・満州、1990年代にはオーストラリアで現地生産体制を整えた。

【HP】

- <http://www.konishi.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 1970年代からアメリカを中心に輸出活動を開始。国内卸と協力しながら、レストラン等に営業活動を実施した。
- オーストラリアでは現地生産も実施。当地で生産された商品は、約7割が日本に輸出されたのち、さらに一部をアメリカに輸出している。
- 直接輸出も実施している。自社でコンテナ詰めをして、輸出している。
- 社内で輸出担当の体制を徐々に強化してきており、英語力を持つスタッフも抱えている。
- 中国では、北部はしっかりした味、南部は甘口、東南アジアではすっきりした味など、国内で展開する幅広い商品のうちから現地の嗜好に合うものを提供するように努めてきた。
- 取引が煩雑化しないよう、各国の現地パートナーは1カ国1~2社程度に絞り、当該パートナーが販売活動を行いやすいようポスターを提供する等してきた。

<取組を実施した効果>

- 長年の活動の結果、現在でも輸出に占めるアメリカの割合は3割程度と、アメリカは引き続き重要な市場となっている。
- 一方で、香港、台湾、韓国、一部南米、EU圏など輸出先が広がってきた。今後は東南アジアにも力を入れるべく、現地の卸との協力体制等検討中。
- 日本国内では売りにくかった商品が、海外で売れることも出てきている。

輸出商品のボトル・箱デザイン



3. 日本酒の輸出取組事例 32(折原)

シンガポールに法人を設立し、品質を維持して現地販売まで一気通貫で輸出できる体制を構築。さらに、大規模な試飲会を開催し、日本酒のプレゼンスを高め、輸出拡大を目指す

企業情報

【企業名】

- 株式会社折原
 - ・ 東京都豊島区

【主要取扱い商品】

- 多数 など
(和洋酒輸出酒類卸販売業)

【主な輸出先】

- シンガポール
- タイ

【事業者の特徴】

- 単に商品を売買するだけの流通業からの脱皮を図り、お客様一人一人のカスタマイズ営業を実現する事を営業戦略の基本としている
- 新たな試みとして東アジア市場での折原ブランド構築を目指し、世界中に目を向け、店を展開し、全世界で折原が協力できる体制の構築を目指している
- 輸出にあたっては、日本酒の酒蔵からの出荷品質を如何に維持し、現地に伝えていくことを重視している

【HP】

- <http://www.orihara-net.co.jp/index.html>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ **物流** ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 国内酒類の東アジアの輸出拠点として、2008年にシンガポールに現地法人(折原商店)を設立し、日本酒を販売。日本からリーファーコンテナで輸出し、現地での定温保管・定温配送も行っている。
- また、海外で飲食事業を検討する顧客へのモデル店として酉玉(レストラン)をオープンした。
- 加えて、大規模イベントとして、Sake Festival Singapore(和酒唼酒会)を自らの手で開催し、2015年8月の同イベントには、総動員数約1000名、日本からは約40社の蔵元が参加した。

<取組を実施した効果>

- シンガポール拠点設立後、業務用での取引が250件を超え、現地の有名なホテルからも、オーダーをもらう状況となっている。
- 現地のコア顧客を秋田県の酒蔵へ招待する等、現地顧客とより、距離の近い取引が可能となってきている。
- 今後は、タイへの出店も計画しており、ASEAN域内における事業拡大と更なる日本酒のプレゼンス向上を目指している。

Sake Festival Singapore



折原商店シンガポール店



3. 日本酒の輸出取組事例 33(岡永)

日本名門酒会を運営し日本酒の価値と市場の創造を目指す中で、いち早くアメリカへの輸出を開始。卸業者として、物流や販売だけでなく付加価値を高めて提供することに強みを持つ

企業情報

【企業名】

- 株式会社岡永
 - ・ 東京都中央区

【主要取扱い商品】

- 多数 など
(酒類および食品卸売)

【主な輸出先】

- アメリカ
- ヨーロッパ(ロンドン、パリ)
- アジア(韓国、シンガポール)

【事業者の特徴】

- 日本名門酒会の運営しており、世界に誇る民族の酒の日本酒をより多くの人に伝え、品質、安心、信頼、そしておいしさを届け、日本酒の新しい価値と市場を創造めざす
- 関連会社として、Japan Prestige Sake International, Inc.(ロサンゼルス)、岡永U.S.A(ニューヨーク)を有する

【HP】

- <http://www.okanaga.co.jp/>
- <http://www.meimonshu.jp/index.php>
(日本名門酒会)

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ **物流** ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 日本名門酒会を立ち上げ、活動していた国内流通のノウハウをベースに、海外への輸出および現地流通を展開している。
- 1975年、全国の蔵元・酒販店の協力を得て、「日本名門酒会」を発足後、1984年にアメリカへの本格的な輸出開始。その後、EU、アジアへも次々と進出し、海外展開を進めた。
- より日本酒を楽しんでもらいたいという想いから、単に「商品を運ぶ」だけではなく、現地で蔵元や代理店と共同で試飲会やメニュー作りを行うなど、付加価値をつけてバラエティに富む日本酒を提供している。
- 輸送体制も銘柄に応じた万全の体制を構築しており、徹底した品質管理を実施している。

品質管理委員会の様子
(日本名門酒会)



日本酒の試飲会や宣伝活動

<取組を実施した効果>

- 日本酒を一輸出商品から現地に根付く文化にまで高めることを目指した取り組みを行うことで、現地に日本酒のファンが増加し、結果的に輸出拡大、販路拡大につながっている。
- 今後は、現地パートナーやキーマンとのリレーションをより強化し、日本酒のより一層の普及を進めていく。



3. 日本酒の輸出取組事例 34(JFCジャパン)

厳しい商品チェックを行いながら、コールドチェーンを確立し、徹底した品質管理を実施。世界グループネットワークを生かした輸出システムを構築。

企業情報

【企業名】

- JFCジャパン
 - ・ 東京都中央区日本橋小網町

【主要取扱い商品】

- 各酒蔵の日本酒

【主な輸出エリア】

- 北米、中南米
- 欧州、中近東
- アジア、オセアニア

【事業者の特徴】

- 前進の太平洋貿易株式会社を1928年東京に設立して以来、米国をはじめ世界各地に展がるJFCグループのネットワークを活用し5大陸40カ国以上にベンダー様が心を込めて作られた食料品、酒類、雑貨を輸出している。

【HP】

- <http://www.jfcjapan.co.jp/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ **物流** ・ **販売** ・ **輸出体制構築**

【取り組みのポイント】

<取組内容>

- 全国の酒蔵と直接連携し、各国、顧客のニーズも加味し、吟醸酒、純米酒含めにタイプ別紹介。
- 国内外に利き酒師等の専門家を養成、客層に応じた商品提案、料理に合う飲み方、商品提案を行う。
- 国内外の販売担当者、専門家の各蔵元訪問し、酒造りから学び、商品知識を生かした商品提案ができる。
- 酒類販売に特化したカテゴリーマネージャーを配置し、集中した横断的な商品案内を行う。
- レストランへの卸は客層に合わせ多岐に渡り、小売では大手スーパーマーケットへも納品している。
- 各国の輸入規制など法令遵守し、迅速に対応できるシステム、ネットワークを構築している。
- 海外において外部展示会への参加や自社企画の展示会を開催。

<輸出体制全般において改善効果が期待できる手続き案や取組み案>

- 輸出免税手続の電子化により蔵元のスムーズな免税手続が期待でき、通関のスピード、簡素化が期待。
- 日本では前面の商品ラベルに容量記載がない事が多く、海外の小売販売では前面に別途容量記載されたラベル貼付が必要になる地域もあり世界スタンダードにすべく、酒類、食品全般のラベル、包材変更ができればコスト低減にも繋がり、生産の効率、簡素化が期待できる。見栄えも良くなる。
- 海外輸出の場合、流通段階で冷蔵流通、小売店での冷蔵販売、レストランでのワインクーラーでの提供する事が多く、水滴、湿気に強い材質のラベルを使用することにより、商品の顔を傷付けなくて済む。
- 国内流通段階で冷蔵扱い商品が常温で輸送されるケースもあるので、各業界全体で冷蔵輸送の重要性を認識していければ、欧米が求める国際基準に対応できる。
- 輸入通関時に情報を求められる為、酒蔵にて瓶詰め日やロット番号の把握が必要。正確かつスムーズな連絡が通関業務の手間を省ける。

3. 日本酒の輸出取組事例 35(JAPAN AT UK)

英国ソムリエ協会との関係を築きながら、レストランに日本酒を持ち込んでシェフやソムリエに飲んでもらう等工夫して販路を拡大。イギリスにおいて、ネット通販体制も確立している。

企業情報

【企業名】

- JAPAN AT UK LIMITED
 - ・ ロンドン
 - ・ 東京

【主要取扱い商品】

- 中規模・小規模の酒蔵を中心に、各酒蔵の日本酒

【主な輸出先】

- 英国

【事業者の特徴】

- 日本の優れた「ひと・感性・サービス・技術・商品」を英国・欧州のマーケットに売り込み、世界へと発信することをコンセプトに、コンサルティング、トレーディング、PR事業を展開。

【HP】

- <http://japanatuk.com/>
- <http://japanfoodhall.com/>
- <http://www.sakeatuk.com/>

輸出にあたっての取り組み

【工夫をしている領域】

調達 ・ 開発 ・ 生産 ・ 物流 ・ **販売** ・ 輸出体制構築

【取り組みのポイント】

<取組内容と取組を通じた狙い>

- 日本酒を、日本文化の中でのみ消費されるニッチなものと捉えず、ワインとは別の楽しみ方を提案しつつ、現地の文化と融合させてプロモーションを展開している。
- 2015年、日本酒専門エージェント九十九 SAKE Agent Associationを設立し、主に年間生産量5000石以下の中小酒造会社を対象とし、英国・欧州等海外市場への輸出支援、現地進出支援を行う。また国内で従来にない商流の構築も手掛ける。
- 2014年、全国商工連合会(全国連)の会員企業向け輸出促進支援事業のロンドンにおけるイベントの企画・運営を受託したのをきっかけに、同年9月に全国連が出展したロンドンのSpecialty & Fine Food Fair2014において、58歳114銘柄の日本酒・焼酎を扱う。イベント後も同地における日本酒のプロモーションを継続する中で日本酒の欧州市場でのポテンシャルが高いことや、日本酒を浸透させる戦略が見つかったことを機に2015年3月に日本酒のホールセールに新規事業参入。

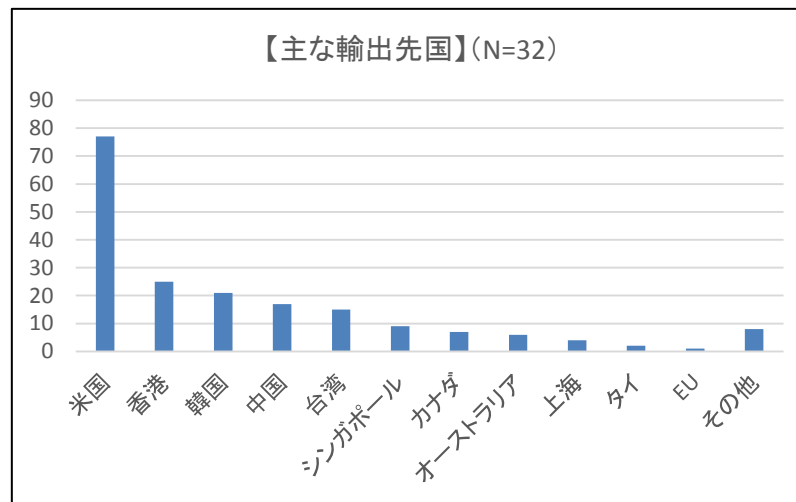
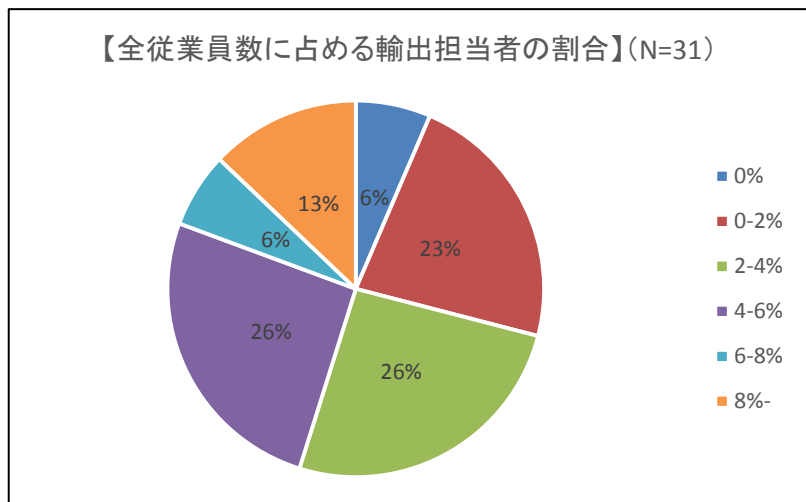
<取組を実施した効果>

- 英国、特にロンドンにおけるレストラン業界でかなりの影響力を持つ英国ソムリエ協会との全面的な協力関係を構築。レストランでソムリエやシェフ向けの営業が効率的にできるようになった。また同協会のソムリエ資格取得コースに日本酒が科目として採用され、日本酒の提供や講義の支援を行っている。
- 2016年2月、ケンブリッジ大学ワインソサエティの招待で史上初めて日本酒を同ソサエティのアニジュアルディナーで紹介できた他、今後同ソサエティの各イベントに日本酒を紹介する機会を貰うことになった。
- フュージョンモダンブリティッシュのレストランが非日系として初めてコースメニューに日本酒をペアリングする形で採用したのに続き、現地の非日系レストランからの引き合いが多くなってきた。また、日系レストランにも採用する先が増えてくるなど、当社の知名度が上昇するにつれて裾野が広がってきた。
- 現在25の酒造会社、105銘柄を扱うまでポートフォリオが大きくなった。
- ネット通販の機能をグループ内に持つことで、英国だけでなく欧州全域へ販路を広げている。

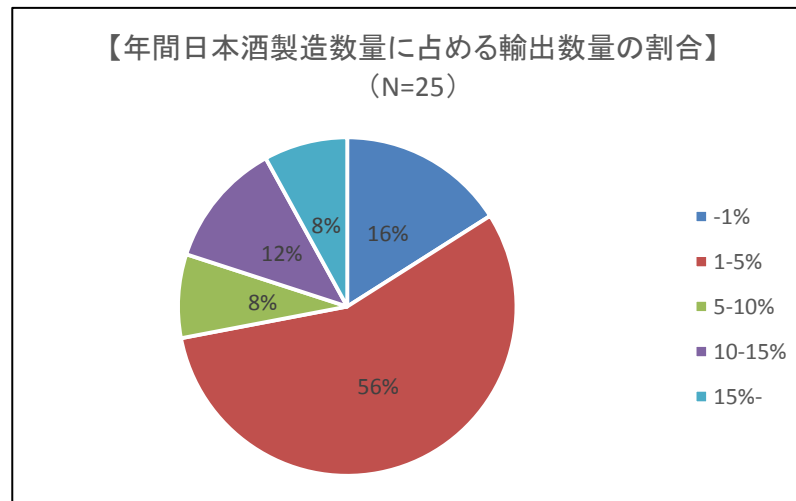
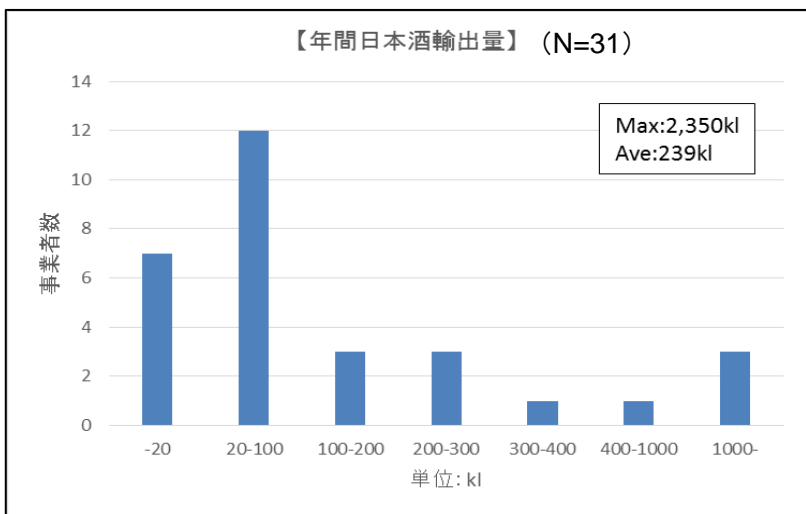
ソムリエ協会と共同の
日本酒の授業

【参考資料】アンケート結果（回答事業者概要）

企業概要の調査結果より以下のようなデータが得られた

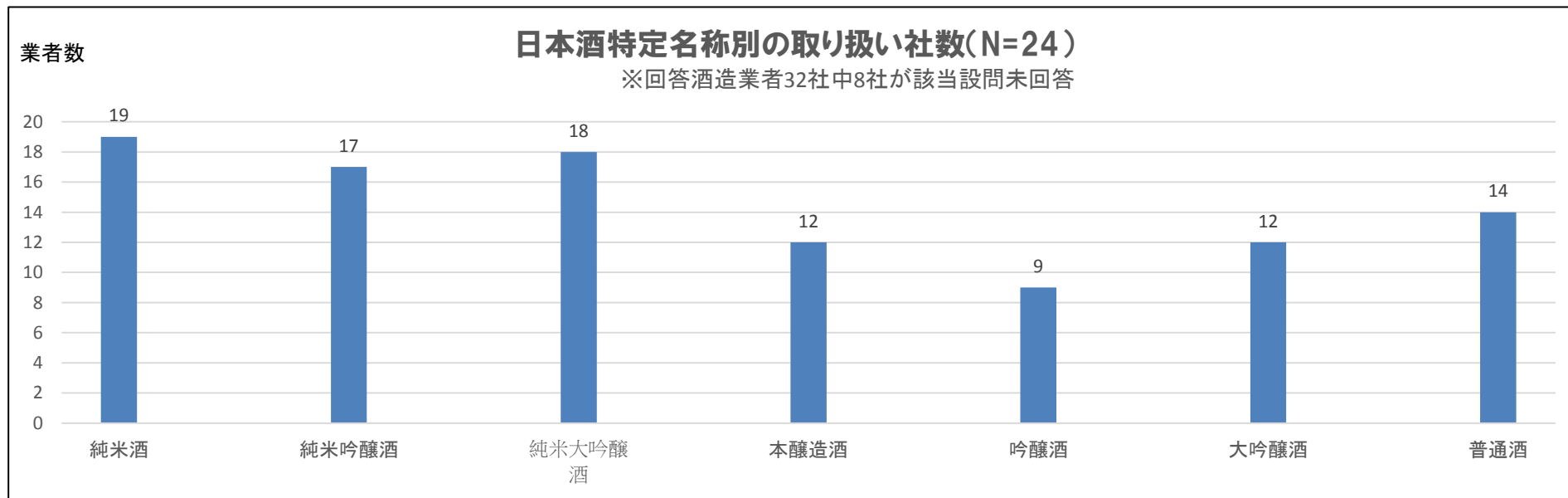


※輸出先国の集計方法は、回答いただいた上位3ヶ国のうち
1位:3点、2位:2点、3位:1点として集計した。

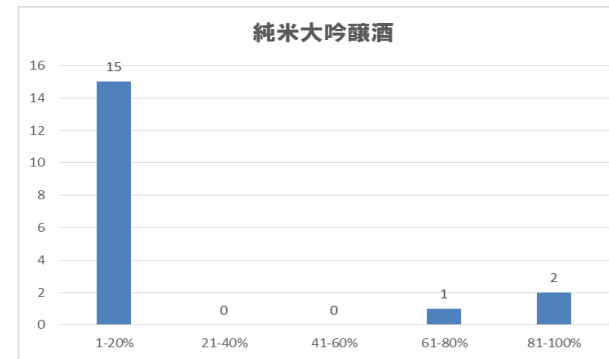
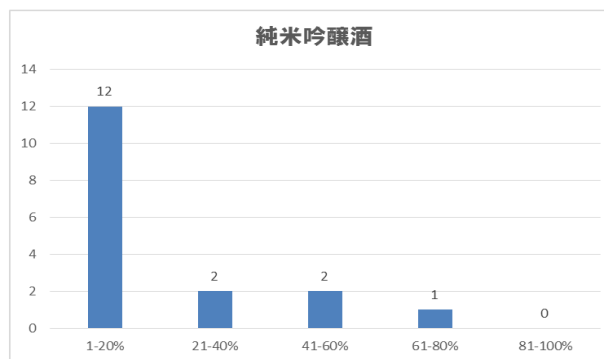
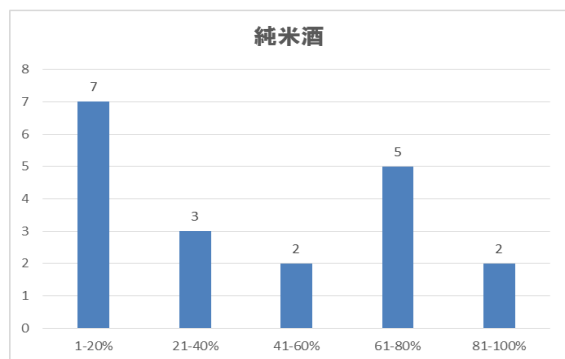


【参考資料】アンケート結果（回答事業者概要）

企業概要の調査結果より以下のようなデータが得られた



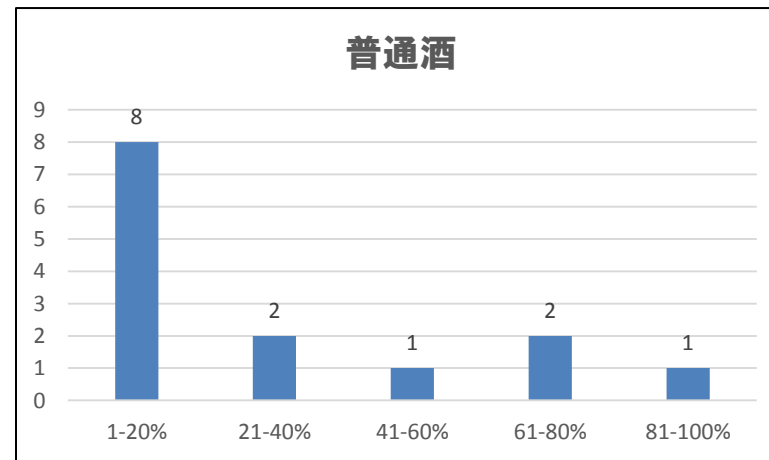
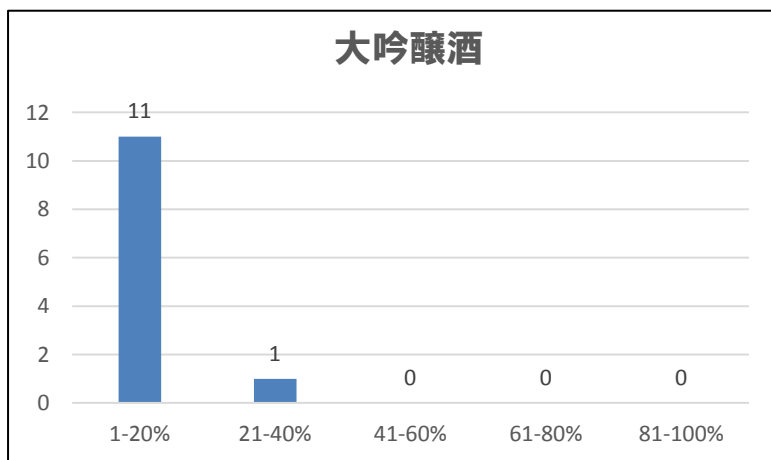
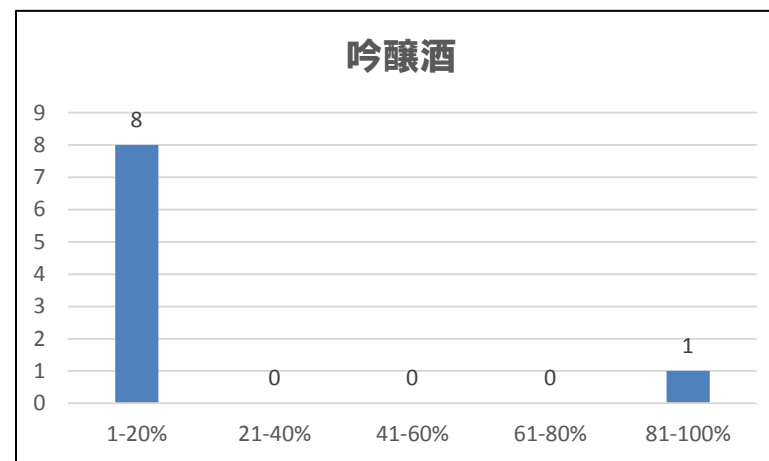
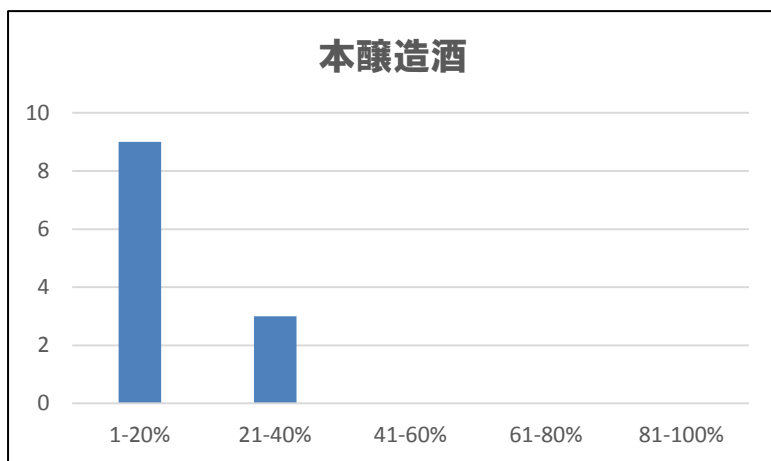
日本酒特定名称別の輸出酒造の輸出割合分布



【参考資料】アンケート結果（回答事業者概要）

企業概要の調査結果より以下のようなデータが得られた

日本酒特定名称別の輸出酒造の輸出割合分布



【参考資料】アンケート結果（調達面における課題・工夫）

調達面における大きな課題は、コスト高騰と調達量の不安定さの2点であり、事業者はこれらの課題に対して、複数年契約や調達先変更といった工夫により対応している

調達時における課題

カテゴリ	回答内容	回答数
コスト面	調達コストの高騰	8件
	JA関連や契約米の場合、前払いであったりするため、資金繰りが困難になる	3件
調達関連	安定した調達量の確保が困難	9件
その他	一部国での産地規制	2件
	JA経由の調達がほとんどになっている。	1件

調達時における工夫

カテゴリ	回答内容	回答数
コスト面	複数年契約取引の推進による数量の確保と価格の安定化	1件
調達関連	調達先の一部変更	1件
	契約農家との緊密な関係の向上	3件
その他	原料米品種表示の廃止	1件
	後払い可能な業者を探した。	1件

【参考資料】アンケート結果（生産面における課題・工夫）

生産面での課題は、ラベル作成における設備不足・労働力不足を挙げる回答が多かった。設備投資や人材育成で対応しつつ、現地に合わせた新商品開発が今後のカギとなる

■ その他、コスト・品質維持が課題として挙げられている。

生産時における課題

カテゴリ	回答内容	回答数
ラベル関連 労働力不足	各国用の裏ラベルが、製造年月日の印字方法の違いで、自動貼りを使えず、手で印字を行うなど、作業が煩雑となる。	7件
	国によって裏ラベルを貼る必要が出てくるが、自動で対応できないものは人手に頼るしかなく、手間がかかる。	4件
設備不足	輸出増大に対する製造設備の拡充が遅れている。	7件
	ラベル貼り付け作業のための設備（輸出用ラベラー機）の不足	1件
コスト面	生産コストの上昇	5件
	酒税対策	1件
品質面・ 管理面	品質の安定化・均一化	1件
	輸出専用商品の商品在庫管理	1件

生産時における工夫

カテゴリ	回答内容	回答数
人材育成	セミナー&海外展示会へ若手を派遣し、人材育成	3件
	輸出部を作り、専属の担当を設置	1件
設備投資	瓶詰めラインの改善・効率化 手作業の省力化 等	4件
	温度調整のための設備投資を行った	1件
現地リ レーション の強化	輸入業者や現地レストランとの会議を実施	1件
ブランディ ング	PBへの対応や、各地域の需要に応じた酒類の開発	1件
新商品 開発	輸出先国に合わせた味やパッケージ デザインの開発を工夫している	1件
	ラベルを1枚貼りにするデザイン	1件

【参考資料】アンケート結果（物流面における課題・工夫）

物流面での課題は、輸送時の品質維持と通関時に大別されたが、通関手続きの緩和は国家間の交渉事であるため、工夫面は保管方法に関する回答が多くなっている

物流時における課題

カテゴリ	回答内容	回答数
通関手続き	通関手続きにかかる時間が長い。特に中国、韓国に輸出する際の必要書類の申請等	9件
	原発事故関連の産地証明を求める国との通関手続きはトラブルが多い。	3件
	表示ラベル規則対応	5件
コスト面	注文数量が少ないため、LCLでの出荷が多く、輸送コストがかかる等の船積関連のコスト	6件
	輸入関税が高い	3件
保管方法	現地での保管方法	4件
	荷物の混載相手が見つからない	1件
	輸送時の温度管理	2件
教育面・人材	スタッフエデュケーション	1件

物流時における工夫

カテゴリ	回答内容	回答数
通関手続き	現地の通関をスムーズに行うために、信頼できる業者に船の手配等を依頼	1件
	JETROへ相談	1件
保管方法・品質維持	品質維持のためのリーファコンテナの使用	16件
	混載利用顧客へは、なるべくフルコンテナとなるよう交渉を行う。	1件
	遮熱シートの利用	1件
	卸業者に対してコールドチェーンへの重要性の教育	1件

【参考資料】アンケート結果（販売面における課題・工夫）

販売面における課題は、規制対応・契約手続き・人材不足・認知度不足と多岐にわたっており、この販売面の課題解決が今後の日本酒輸出拡大につながると推察される

販売時における課題

カテゴリ	回答内容	回答数
規制対応	各国の輸出規制への対応	5件
契約関連	独占貿易や直接貿易を求められることがあり、対応に困った	1件
人材	言語問題に対応できる人材の不足	2件
	現地法規制に通じた人材の不足	2件
商流	国内小売店が並行輸出で現地で安売りを行っている	2件
	競合メーカー参入による低価格化	2件
	商流の確立。一国一卸のルールにより、既存ルート of 商流を優先しなければならない。	1件
	現地代理店の販売力不足	1件
	現地取引先とのマッチング	1件
プロモーション	日本酒の正しい保管方法や飲み方等も含めた認知度の向上	4件
その他	出張の経費等と販売量のバランス	2件

販売時における工夫

カテゴリ	回答内容	回答数
現地とのリレーション強化・人材育成	規制等については現地で直接話し合いの場をもつ	1件
	現地スタッフの採用 現地トレーニングの実施	2件
	現地スタッフには一度、蔵に見学・研修にきてもらうと同時に、現地でのPR大使になってもらう。	2件
契約関連	契約の際に年間取引額の保証を求めているようにしている。	2件
	新規国からの支払いの際は、初回は全額前払い、2回目は半額前払い、3回目以降は前回分の入金金額ができれば受注可として後払い等の対応をとっている。	1件
外部協力	JETROによる支援 顧問弁護士の活用	1件
プロモーション	現地展示会への出品 ディストリビューターとの同行販売	2件

【参考資料】アンケート結果（今後の輸出拡大について）

酒造業者は、海外向けの新商品開発と同業者と共同での輸出体制構築に注力していくことに意欲的である。一方で、行政には規制緩和等の外部環境課題の解決を望んでいる

今後取り組んでいきたい事項

カテゴリ	回答内容	回答数
プロモーション	現地での試飲会や酒の会の開催 酒造見学や酒造り体験	2件
	現地に駐在員を置いての活動強化	3件
輸出体制	地域内の同業者と協力しての輸出体制構築	1件
	共に販路拡大に取り組んでくれる代理店・DBとの取り組み	2件
商品開発	商品開発の段階から海外向け商品として爆発的にヒットするブランドの構築	1件
新規市場開拓・情報収集	情報が少ない国についての事前の情報収集（マーケット、政府情報、商慣習等）	2件
	国内代理店および海外DBとの情報交換・情報共有	2件
教育	飲食店スタッフを対象としたトレーニング	3件

行政や輸出団体に望む事項

カテゴリ	回答内容	回答数
プロモーション	小さな会社でも参加できるようなイベントや商談会の実施	3件
	海外での日本一丸となったPR実施および頻度向上	3件
	豪州のような国家が先頭に立って自国のブランドを売り込む努力	1件
	日本酒について学ぶことのできる公的機関の創設	1件
規制対応	産地証明取得方法の簡素化	3件
	関税・輸送コスト・原料米の原価の低下に向けた各方面への働きかけ	5件
	各国の放射能、食品規制、解除への働きかけ強化	1件
情報システムの構築	輸出の際の注意事項、現地法規制情報、通関統計情報等を簡単に閲覧・利用できるシステムの構築	2件
	現地法規制情報の調査、開示、アドバイス	1件
	些細な情報（展示会等）のメールマガジンでの通知	1件