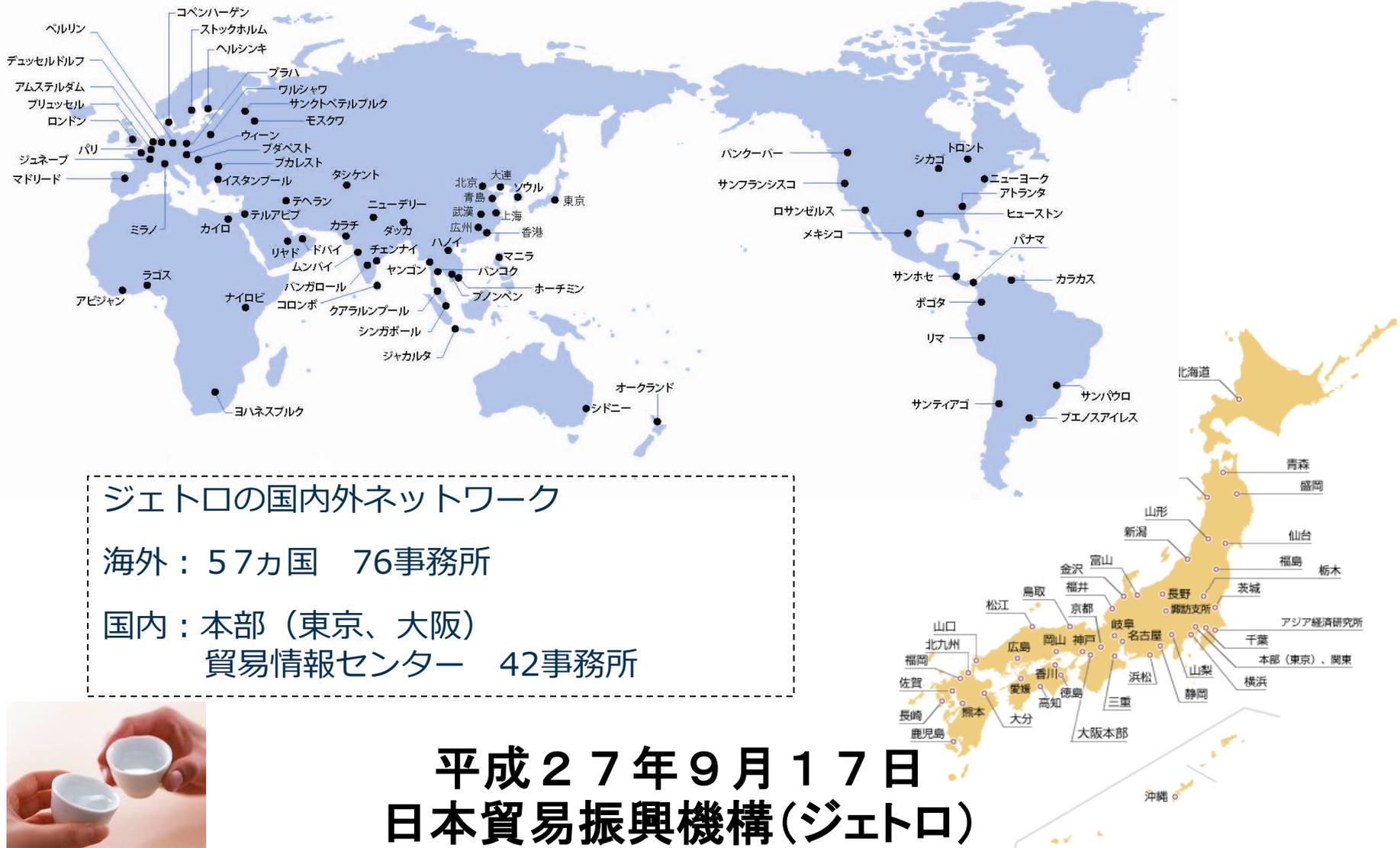
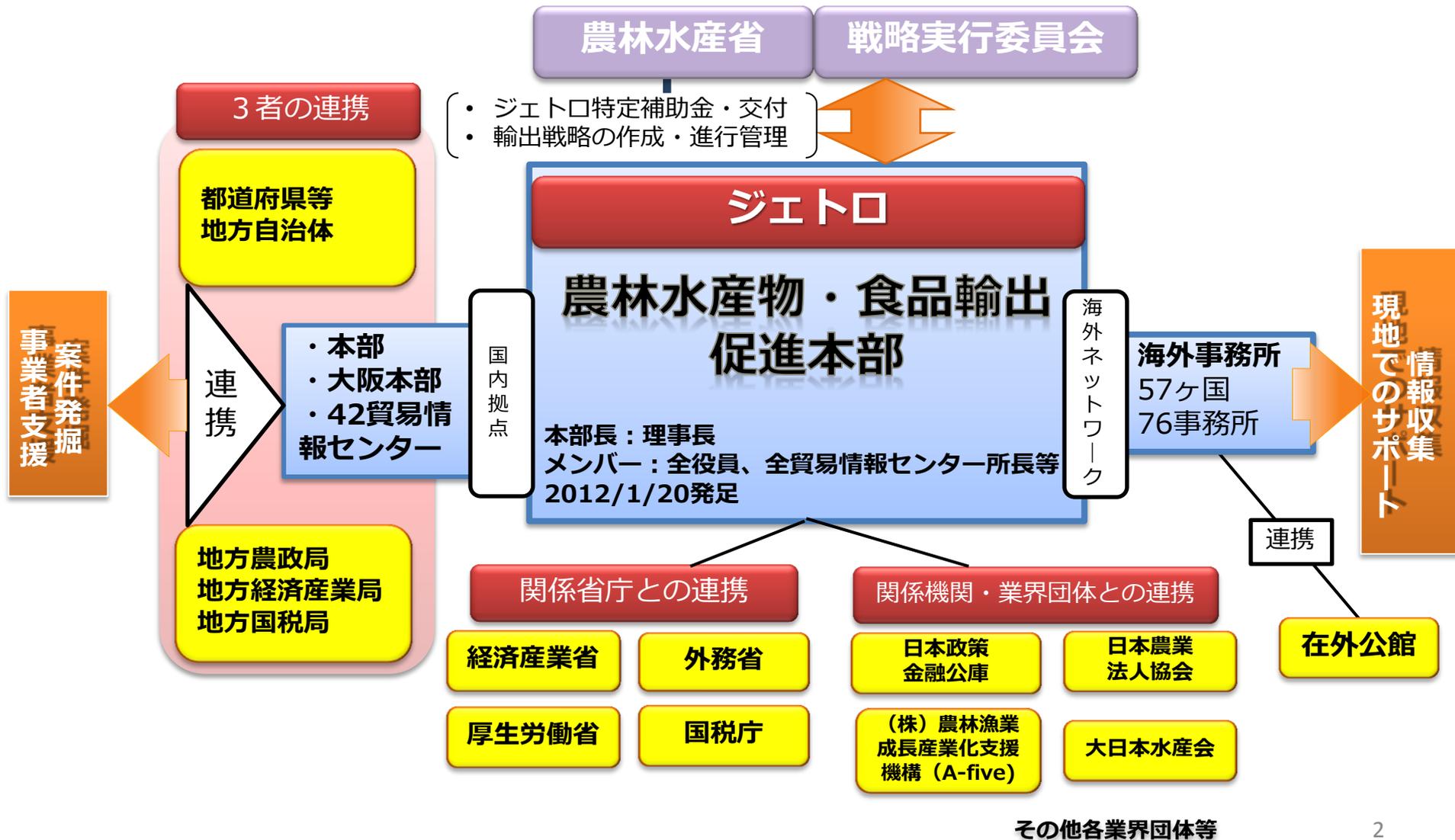


ジェトロの「日本産酒類の輸出促進」



ジェトロの農林水産物・食品輸出促進の取組

農林水産省が策定した輸出戦略・戦略実行委員会での議論に基づき、ジェトロは「農林水産物・輸出促進本部」を中心に国内外事務所を活用し、関係省庁・機関・業界団体等との連携し輸出を促進。



農林水産・食品部内の新体制

農林水産・食品課

- ・ 部の総括、予算・経理・人員等の配置
- ・ 全体の輸出、マーケティング戦略策定・関連事業
- ・ 輸出促進本部事務局、国内外事務所との連絡調整（1県1支援、地域創生案件含む）
- ・ 貿易動向とりまとめ、諸外国の食品・外食等のマーケット事情調査、諸規制・制度調査
- ・ F & A、アグロトレードハンドブック、会員関係

等

農林水産・食品事業推進課

- ・ 海外総合見本市（SIAL、Food Expo、Thaifex、Food Tapiei、Summer Fancy Food Show等）
- ・ 国内総合商談会（アグリフード、FOODEX、全国各地の総合商談会）
- ・ 個別案件支援（輸出有望専門家、海外コーディネーター、相談窓口等）

等



農林産品支援課

- （コメ・コメ加工品、畜産品、青果、茶、花卉、林産物）
- ・ 品目別輸出団体（関係団体含む）との連絡調整
 - ・ 海外見本市、国内外商談会、品目セミナー等）
 - ・ 品目別マーケティング・案件発掘

等

加工食品・酒類支援課

- （酒類、加工食品）
- ・ 品目別輸出団体（関係団体含む）との連絡調整
 - ・ 海外見本市、国内外商談会、品目セミナー等）
 - ・ 品目別マーケティング・案件発掘

等

水産品支援課

- （水産物・水産加工品）
- ・ 品目別輸出団体（関係団体含む）との連絡調整
 - ・ 海外見本市、国内外商談会、品目セミナー等）
 - ・ 品目別マーケティング・案件発掘

等

（※部全体でのコメ・コメ加工品、畜産品、青果、茶、花卉、林産物グループが下支え）

（※部全体での酒類グループが下支え）

（※部全体での水産物・水産加工品グループが下支え）

農林水産・食品輸出に関するジェトロのサポート

- 海外市場との商流づくりのために -

1. 情報・スキル支援

①相談活動

- ・ 農林水産物・食品輸出相談窓口(東京・大阪、42事務所)
- ・ 海外コーディネーター相談(23ヶ所、33名※2014年度実績)

②調査

- ・ 海外消費者アンケート、ハラール調査等

③ジェトロHP

- ・ 各国基礎情報、海外市場情報、制度情報等

④セミナー

- ・ 輸出入門セミナー、商談スキルセミナー、マーケティングセミナー、市場別セミナー、品目別セミナー等

⑤各有望品目の研究、品目別団体との連携

2. 商流構築支援(商談機会の提供)

①海外見本市

- ・ 海外の有力食品見本市にジャパンパビリオンを設け出展(20件予定)

②国内商談会

- ・ 世界各国の優良バイヤーを招へいし、各地で商談会を実施(33件予定)

③海外商談会

- ・ 特定品目についてターゲット市場との商流を築くため、海外で商談会を実施(11件予定)

④インスタ・ショップ

- ・ 香港、タイ、マレーシア、米国、EUにてマーケティングのための試験販売、プロモーション等

3. 海外プロ向け情報発信

日本産農林水産物・食品の魅力・価値を伝えると共に、海外見本市での料理デモの実施

- ・ 招へいバイヤーの生産現場視察、文化的背景学習機会のアレンジ
- ・ 海外プロ向けセミナー

4. 個別企業支援・地域支援

- ・ 輸出有望な商品を持ち、輸出への熱意のある企業を専門家が一環サポート(現在66社を支援中)
- ・ 地域先駆けモデルを構築するため、国内事務所が輸出の取組を総合的に支援する一県一支援(50案件、うち加速的重点11案件)

品目別セミナー(日本酒セミナー)

- 日本酒輸出セミナーを7回開催。(農林水産省補助金にて実施分)
- 国内と商慣習や規制が異なる海外への輸出に取り組む方向けに、事前の情報収集や準備のための、日本酒に特化したセミナーを実施。

※農林水産省補助金にて実施

場所	日程
長野	7月
佐賀	9月
山口	10月
三重	10月
名古屋	10月
京都	1月
山形	調整中



日本酒輸出ハンドブック

2013年 国税庁と共同で『日本酒輸出ハンドブック』(米国、香港、韓国、台湾、中国の5種)を作成し、ジェトロ、国税庁双方のWebに掲載して広報。規制の変更等に応じ、内容を更新する。

ジェトロウェブサイトURL

<http://www.jetro.go.jp/industry/foods/notice/20131030.html>



海外見本市への出展

香港インターナショナルワイン&スピリッツフェア2015 (Hong Kong International Wine & Spirits Fair) (2015年11月5日~7日：香港)

アジア最大級の酒類専門見本市「Hong Kong International Wine & Spirits Fair」に「ジャパンパビリオン」を出展予定。

29社・団体の日本酒、焼酎、ワイン、ウイスキー等の日本産酒類の生産者や商社が輸出拡大を目指し、参加予定。

初めて香港に輸出する企業を中心に輸出の支援を実施する。

酒器ブースもあわせて出展し、日本産酒類の魅力を発信。

この他、食品総合見本市Food Expo (香港)、ANUGA (ドイツ)、FHC CHINA (中国) 等にも日本産酒類を出展。

※農林水産省補助金にて実施



国内商談会

日本酒等輸出商談会in愛媛・福井

(2015年7月13日；愛媛 7月16日；福井)

日本酒等輸出商談会in福島・長野・佐賀

(2015年10月13日；福島 10月16日；長野、佐賀)

日本酒、焼酎等に特化したバイヤー招聘・商談会を昨年に続き開催。今年度は5ヶ所で開催。北米、欧州、アジア等から13社の酒類のバイヤーを招聘し、製造者・酒類販売会社等が商談会に参加し178件の商談を実施。

※農林水産省補助金にて実施



海外商談会

- 海外コーディネーターを通じ現地優良バイヤーを誘致
- 日本酒に関心を持つバイヤーと効率的、効果的な商談が可能
- 参加企業に対する事前セミナーの実施、事前準備の支援
- 商談の際の通訳、備品等のサポート
- 日本酒の特徴や調理方法、ペアリングを紹介するセミナーを適宜併催し、より日本酒への関心を高める。

サンフランシスコ 日本酒商談会 (1月予定)

サンフランシスコにてレストラン・飲料店などの流通関係者向け試飲商談会を開催予定。

※農林水産省補助金にて実施



海外マーケティング拠点の新設

【事業目的】

出品企業に対し、販売結果や消費者の声、販売小売店からのアドバイス等をまとめたレポートをフィードバックして、今後の輸出戦略策定に役立ててもらおう。

農林水産省

ジェトロ

運営事業者

※販売行為自体が目的ではありません

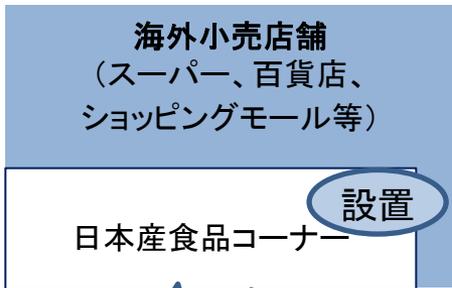
【参加企業のメリット】

- ・最小のコストで自社商品に対する現地の生の声を集めることができます。
- ・今回の結果を元に、今後の輸出戦略策定に活用することができます。
- ・自社の商品がPRされるので、今後のビジネス成果に結びつけていくことができます。

モニタリング結果のフィードバック

出品企業

出品



出品物【予定】

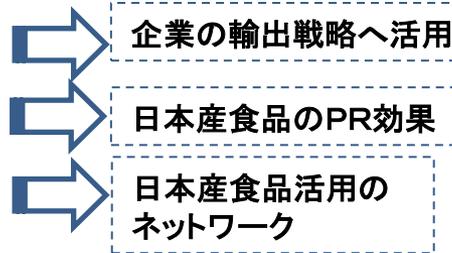
香港・タイ・シンガポール・マレーシア

日本酒、青果物、水産品、食肉、加工食品、その他6次化商品等

米国・英国

日本酒、菓子・調味料等加工食品、その他6次化商品等

設置国・地域	時期	場所	品目数
香港	8月	イオン香港 (太古店)	70
タイ (バンコク)	7月~2月	伊勢丹 (タイランド店)	200
シンガポール	7月~2月	伊勢丹 (スコッツ店)	300
マレーシア (KL)	7月~2月	伊勢丹 (KLCC店)	200
米国 (SF)	11月~12月	Berkeley Bowl 内	40
英国 (ロンドン)	11月~12月	Westfield Stratford内	60



日本産食品の輸出拡大へ

テストマーケティングの実施

海外においてテストマーケティングを実施し、各国の日本産品に対する嗜好を把握し商流構築につなげる。

※農林水産省補助金にて実施

英国・ロンドンにおけるトップセールス

林芳正農林水産大臣の欧州訪問の機会に合わせた日本産農水産物・食品の「トップセールス」として、5月5日(火)、英国・ロンドンにて輸出プロモーションイベント『Experience Premium Japanese Food and Drink』を開催し、**日本酒コーナーを設置。**



<平成26年度>

ベトナム・ホーチミンにおけるプロモーションイベント

2014年4月25日(水)、日本産牛肉のベトナムへの輸出解禁に伴い、和牛の理解浸透とビジネスマッチングを目的に、ホーチミンにて和牛セミナー・試食会を開催。試食会にはトップセールスとして林農林水産大臣が出席し、**日本酒で乾杯。**

メキシコ・メキシコシティにおけるプロモーションイベント

2014年2月にメキシコへの日本の牛肉輸出が解禁されたことを踏まえ、安部総理訪墨に合わせ、2014年7月26日(土)トップセールスとして現地政財界およびビジネス関係者に広く日本産和牛をPRし販路拡大を目指す。レセプションでは**日本酒で乾杯。**

ドイツ・ベルリンにおけるプロモーションイベント

ベルリン国際緑の週間(IGW)および農業大臣会合に併せて、「コメ・牛肉・日本茶」の輸出プロモーションイベントを実施し、**日本酒ブースも出展。**輸出団体と協力し、日本産食品の持つ魅力、食べ方を紹介し理解を深めてもらうと同時に、現地バイヤーとのネットワークを構築し、日本産食品の輸出拡大に寄与することを目的に実施。



海外における日本酒の普及啓発

海外において、日本酒の普及啓発を目的に、プロ（現地レストラン、ホテル、バー、料理学校等）向けにセミナーを開催。

日本酒セミナー in トロント

（2015年5月28日；カナダ トロント）

日本酒普及啓蒙イベントKampai Toronto（カンパイトロント）
B to Bセッション のプログラムの一部として実施。
日本酒の歴史、原料、種類と違い、作り方等について紹介。

日本酒セミナー in ワルシャワ

（2015年11～12月（予定）；ポーランド ワルシャワ）



韓国で初の輸出を実現（韓国、香港、カナダ）

- A社は2012年7月にジェトロ主催の「食品輸出商談会 in 大分」に参加し、韓国の酒類専門バイヤーと商談を実施。
- その後、**ジェトロが同バイヤーの再来日に向けてきめ細かくフォロー**し、工場視察と商談を設定。**継続的な商談**を経て、輸入代理店契約を結ぶこととなり、韓国市場の開拓に乗り出した。
- 続いて2012年11月に「韓国Food Week」のジャパン・パビリオンに出展し、同バイヤーと売込みを積極的に行った。その結果、**初のオーダーを獲得、輸出が実現**した。その後も同バイヤーと共に継続的な営業を行い、韓国市場での販路拡大に努める。



ジェトロの「輸出有望案件発掘支援事業」で契約締結（香港）

- かねてより海外志向のあったB社は、海外事業展開を目指して2011年にジェトロの「輸出有望案件発掘支援事業」に採択され、以後、海外事業に対するジェトロの支援が本格化した。
- 同社は、海外展開に関する商標登録の重要性等や香港の輸入卸会社の特徴や商談手法等について**専門家からアドバイスを継続して受け、専門家とともに打ち合わせや協議を重ねた。**
- さらに、香港最大の食の見本市「FOOD EXPO 2011」への出展を機に、専門家から紹介を受けた現地バイヤーとの商談がスタートし、**約1年半かけて販売店契約を結ぶことに成功**するなど具体的成果を上げている。



グループで輸出を実現（香港）

- 兵庫県の酒造メーカーのグループは、**JETROのアドバイスの元で**2010年11月にJETRO主催の「Hong Kong International Wine & Spirits Fair」に参加し、**酒蔵1社ではハードルの高かった輸出事業を、3社で結束し実現**した。地元兵庫県の酒販店および物流会社と協力し、混載で小ロットから始めた。
- 出展をきっかけに、現地レストラン、現地ディストリビューターとの取引が成立。物流会社では輸送の際、徹底した温度管理を行い、高品質の日本酒を良い状態で提供。
- その後2回にわたり同見本市に出展し、香港向け輸出を伸ばしている。



震災前の30倍の売り上げ成果（香港、中国、韓国、米国）

- 仙台の酒類小売業及び輸出業を営むC社は、2011年3月に発生した東日本大震災に被災し、輸出事業が滞っていた。**JETRO事業を効果的に活用するためJETRO・メンバーズに加入**し、JETRO主催の見本市「KOREA FOOD EXPO」や「香港FOOD EXPO」等**様々な事業に参加**して東北地方の地酒を積極的にPRした結果、韓国からの受注が増え、2011年8月より、**韓国へ40フィートコンテナで日本酒を出荷**している。
- **2011年には前年比約30倍の成約額を上げるに至り**、震災前よりも飛躍的に販売数を伸ばした。2012年10月開催の「日本酒・焼酎輸出商談会in 福島」では、JETROが招へいしたバイヤーのうち複数社から引き合いがあり、成約の見込み。



一方、JETRO事業に参加したバイヤーからは以下のような生の声。これらを解決していくことが必要。

- 商品ラベルを輸出用に英語にするメーカーがいるが、日本酒と一目でわかるので、日本語のままの方がよい。**外国人が発音できるように、首ラベルをローマ字にして欲しい。**
- どんな料理やシチュエーションに最適なのか等、**商品にストーリーが欲しい。**裏ラベルに記載するか、別途チラシをつけるなど、工夫が必要。
- タイでは「かわいい」瓶や日本らしさのある、桜の花が入っているものが受ける。**現地市場に合った商品を提供して欲しい。**
- ほとんど全ての酒蔵は山田錦の精米歩合40%前後で大吟醸を作っており、明確な差別化がされておらず、取扱が難しい。原材料や製法を変えることが難しいのであれば、よほど技術の高い美味しい日本酒でない限り、**パッケージング等で差別化するなど工夫しないと取扱は難しい。**
- 高額な商品だけではなく、**現地市場に合ったお手ごろ価格の商品を用意して欲しい。**
- **小瓶にして買いやすい価格**にして欲しい。
- 商談時には**料金表の提示が無い**ことが多かった。

