

輸出事業計画

※申請者名：山形県酒造組合、品目：清酒

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- ・山形県における日本酒（清酒）は、ブランド力、認知度、輸出力において、県を代表する特産品である。本県は冬季の積雪により酒造りに欠かせない各山系特有の個性豊かな仕込水に恵まれ、また酒造好適米は兵庫県に次いで種類が多く、県・米穀集荷団体・酒造組合が一体となり酒米開発や米の栽培技術研鑽などの事業を展開し、その結果“吟醸王国やまがた”の地位を確立し国内外から高い評価を得ている。加えて、県産酒の酒質は、各種講習会の開催や山形県醸造会の研究会等の継続的な活動により向上し、様々な鑑評会等で高い評価を得ている。
- ・国内消費は人々のライフスタイルの変化、健康志向などの要因により減少傾向が続いているが、本県では、他県に先駆け1998年から山形県酒造組合が主体となり県産酒の輸出に取り組み、輸出先国は米国、中国、香港を中心に70か国以上に及び、輸出量は東北6県内においても上位に位置している。
- ・山形県では、海外向けの県産日本酒を中心に県産品プロモーションを強化しており、本県との連携により県産酒の認知度向上、新規市場開拓や継続的かつ発展的な取引につながる機会をより効果的に創出できる。近年は台湾、香港、ベトナム、イタリア、フランス、ブラジル及びインドにおいて商談会等に共同で取り組んだ。

【課題】

<共通：生産・製造>

- ・酒造好適米の価格の急激な高騰により、原材料にかかるコストが年々増加している。またうるち米と酒造好適米の価格の逆転現象により酒米の作付け農家が減少傾向にあり、今後の酒米の安定的な確保が懸念される。
- ・生産者の高齢化や若手の担い手不足に加え、労働環境改善に伴うコスト増により、人材不足が顕著になっている。
- ・日本酒の国内消費は、ライフスタイルの変化、低アルコール志向、若年層の日本酒離れなどにより減少傾向が続いており、輸出相手国のニーズに合わせた商品の製造が課題である。

<共通：物流・流通>

- ・輸出商品の一部で破損することがあるため、厳格な梱包作業を徹底する。

<共通：販売>

- ・海外においても日本酒は長引く需要の減少から供給過多の傾向にあり、輸出先国における国内の他メーカーとの競争が年々激しくなっている。
- ・国内の原料米等の高騰に加え、為替により渡航費や展示会出展料等費用も高額となり、現地への渡航頻度も減少傾向になり、現地の卸小売業者やインポーター等との継続的な関係を維持することが難しい状況である。
- ・各国のニーズ、流通や規制はさまざまであり、現状把握を正確に行い、販売戦略を立てる必要がある。

2. 輸出事業計画の取組内容

【取組内容】

<共通：生産・製造>

- ・原料米の価格の低下・安定を求め、今後とも国、日本酒造組合中央会、全農山形など関係機関への働きかけや継続した交渉を行う。また、酒造好適米の取引価格の安定化や酒米生産者と直接契約を行うなど、生産者との関係強化を図る。
- ・将来的にも人材の安定的な確保対策として、能力に応じた給与体系の整備など、若い人材に魅力的な職場環境をつくる。
- ・各国の食文化、アルコールへの消費嗜好、味覚などニーズにあった商品開発を行い、日本酒の付加価値の向上を目指す。

<共通：物流・流通>

- ・保護材を使用し適切な梱包を行うとともに、必要に応じて運送保険（貿易保険、国内輸送保険など）の加入を行う。輸送会社に対しては輸送時の破損原因の究明と対策を報告させる。

輸出事業計画

※申請者名：山形県酒造組合、品目：清酒

<共通：販売>

- ・新規取引の増加、既存取引の継続的・発展的関係強化を目指すために、県の事業や補助事業等を積極的に活用し計画的に取り組み販路拡大を行う。
- ・既存取引を継続的・発展的に拡大するため、県や国の補助金を積極的に活用して、定期的に現地に足を運び現地インポーター等との関係を強化する。
- ・以下のとおり、各国のニーズや規制を把握し、その状況に合わせた販売戦略を計画し、販路拡大を図る。

<台湾>

- ・台湾人は新しいものを好み、嗜好の多様性が強いいため、ターゲットを絞った商品開発、期間限定・季節限定やコラボ商品など計画的に販売戦略を立て、日本酒の認知度向上と販路開拓・拡大を図る。
- ・県産酒商談会では、台湾の飲食店関係者や卸小売業者等と商談を行う。また、県と組合が開発したオリジナルブランドの純米大吟醸「山形讃香」の新規輸出に向けて、認知度向上のためのプロモーションを実施する。

<香港>

- ・香港では、スーパーマーケット、専門店やECサイトなど日本酒を購入できる小売店が多く、富裕層を対象とした高価格帯の日本酒に需要があることから、純米大吟醸などの高級酒を中心に販路開拓・拡大を図る。
- ・香港市民の飲酒傾向として、飲酒量については日本人よりも少ない傾向にあり、食事と日本酒のペアリングなどの体験を提案していくことで日本酒の認知度向上と販路拡大を目指す。

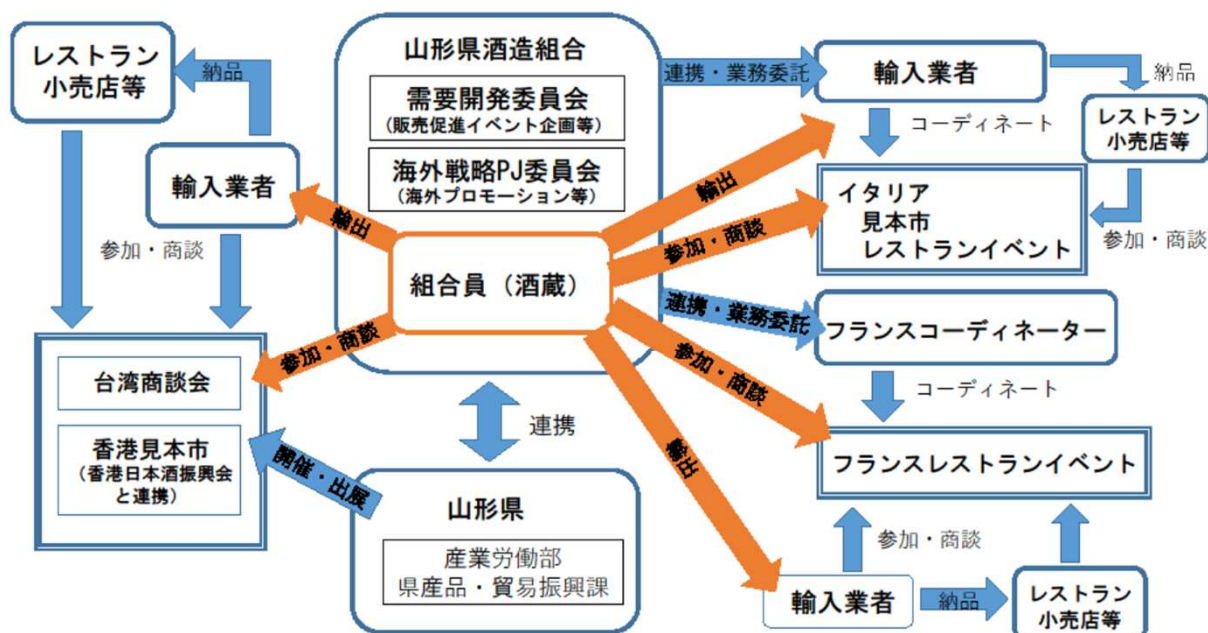
<イタリア>

- ・継続して取引している現地の輸入代理店との関係を強化し、引き続きイベントへの参加、レストランイベントにより新規取引・販路拡大を目指す。
- ・GI「山形」（地理的表示）のブランド力を確立し、県産米を原料とする日本酒の認知度向上と販路開拓・拡大を図る。

<フランス>

- ・フランス国内での販売・提供は酒類ライセンスの問題でレストランでの料理と一緒に日本酒の提供は可能であるが一般のバー等では扱うことはできない。日本酒コンクール「Kura Master」などを利用し、シェフやレストラン経営者を中心に関係構築を図り、フランス料理とのペアリングの提案など具体的な日本酒の魅力発信・提案を行う。
- ・GI「山形」（地理的表示）のブランド力を確立し、県産米を原料とする日本酒の認知度向上と販路開拓・拡大を図る。

3. 輸出事業計画の実証と見直しを行うためのPDCA実施体制



輸出事業計画

※申請者名：山形県酒造組合、品目：清酒

4. 輸出目標額

対象品目：清酒

	現在（令和5年）	目標年（令和9年）
輸出額	178百万円	224百万円
輸出量	113 kl	142 kl
輸出先国	台湾、香港、イタリア、フランス	台湾、香港、イタリア、フランス