

輸出事業計画

※申請者名：尾畑酒造(株)、品目：日本酒

1. 輸出における現状と課題

【現状】

- 当社は1892年創業、新潟県佐渡市で清酒製造をスタートし、地酒「真野鶴」を製造。
- 2003年より輸出をスタート。同年、国際線機内酒、免税店での取り扱いもはじまった。輸出に関しては海外現地ローカルのインポーターとの直接取引をメインにしており、現在19か国に輸出している。
- 2014年より廃校を第二の酒蔵として再生した「学校蔵」の運営をスタート。夏季醸造を実施。同蔵は佐渡産の原材料と再生可能エネルギーを導入したサステナブルブリュアリーを標榜している。
- 学校蔵では酒の学びの場として長期滞在型「酒造り体験プログラム」を実施。体験者の多くは海外から参加しており、海外での日本酒アンバサダーとしての期待も高い
- 海外展開ではワイン市場への参入が不可欠。その際、ペアリングについての提案や高付加価値化がポイントとなる。
- 2024年に世界遺産に登録された佐渡金山の坑道で熟成させた古酒を販売、輸出。

【課題】

- ペアリングに合う酒質、それを叶える製造プロセス、設備導入によるさらなる品質向上と効率化・省力化、および貯蔵整備
- 高付加価値商品のストーリーを伝える情報発信、パッケージデザインの開発
- 非日系インポーターとの強靱かつ安定性のある連携体制の構築
- 海外流通関係者へのエデュケーション
- 国際情勢の変化に強い流通構築

2. 輸出事業計画の取組内容

【商品・製造】高付加価値化と供給体制の強化、新商品の開発

- 新商品の開発
海外市場調査に基づき、現地の食習慣（ペアリング）に合致した新商品を開発。商標取得およびデザイン刷新を行い、ブランド価値を再定義する。生産体制の高度化
- 設備投資
機能性の高い醸造機器の導入により、労働集約的な工程を省人化しつつ、高品質な酒質の安定的な増産体制を構築。IT, AIの導入も視野に入れる。
- 貯蔵
通常商品の劣化を防ぐ貯蔵環境の更なる整備。および長期熟成酒（ヴィンテージ）の商品化を推進。

【販路・マーケティング】

- 多様なペアリング提案
和食店のみならず、フレンチ等の非和食系レストランへ「ペアリング」提案を行う。
「本社蔵」と「学校蔵」という異なる物語を持つ2つの酒蔵を活かし、ブランドの奥行きと多様性を訴求する。
- 関係強化と教育
海外インポーターとの現地でのプロモーションはもちろん、インポーターやバイヤーを佐渡へ招聘し、酒造り体験等を通じてテロワールを深く理解する機会（エデュケーション）を提供。現地でブランドを語る強力なパートナー（アンバサダー）を育成する。
- 情報発信ツールの整備
動画コンテンツや多言語Webサイト等を整備し、ブランドの世界観や商品の魅力を伝える。

【リスク管理】

- 強靱な商流の構築市場の多角化：既存市場での深耕に加え、展示会等を活用して新規市場の開拓を加速する。
- 特定市場への依存度を適正化し、関税措置や世界情勢の変化に左右されない強靱な輸出体質を構築する。