

輸出事業計画

※申請者名：有限会社わくわく手づくりファーム川北
品目：クラフトビール

1. 輸出における現状と課題

【これまでの輸出の取組状況・輸出商品の概要】

平成27年にシンガポールへのアンテナショップに出品、以降香港・台湾など輸出国を広げ、平成29年にはニューヨーク・ロサンゼルスを中心にアメリカへの輸出を開始、現在は年間2.8万本を出荷している(令和3年度実績)。
今後は、ホップのさわやかな香りと、酒米の醸すまろやかな後味が特徴である酒米エールを商品化し、輸出事業で販売を展開する。

【各ターゲット国のニーズ及び規制等】

○アメリカのニーズ及び規制等

- ・SDGsやエコフレンドリーな商品に対する購買意欲が増加している。
- ・「食品安全強化法」(FMSA)により、消費者・販売関係者ともに高度な衛生管理による安全性が求められている。
- ・“SAKE”というキーワード検索数が2億回を超えるなど認知が広がり、酒米エールの需要が見込める。

○EUのニーズ及び規制等

- ・フランスではクラフトビールの需要が高まり、日本産のビールも人気が高まっている。
- ・日本酒だけでなく酒米の認知度も上がり、酒米エールの需要が見込める。
- ・一次生産を除く全ての食品の生産、加工、流通事業者にはHACCPの概念を取り入れた衛生管理が義務化され、今後輸出事業者にも同様の水準が求められる。

○台湾のニーズ及び規制等

- ・日本酒を取り扱う店舗が増えている。
- ・水産食品、食肉製品、乳加工品について順次HACCPが義務化、クラフトビールについても国産品・輸出品問わず高い安全性を求めている。

○シンガポールを基点とした東南アジアのニーズ及び規制等

- ・シンガポールでは、日本からの日本酒の輸出量は増加傾向にあり、ビール愛好家だけでなく日本酒の愛好家に向けても酒米エールの需要が見込める。
- ・タイ・ベトナムでは原料の一部に米を使用したビールが一般的であり、日本酒の輸出額も高水準で増加していることから、酒米エールの需要が見込める。

【課題】

課題1：高度な食品衛生基準への対応(アメリカ・EU・台湾)

課題2：世界的な潮流であるSDGsへの対応(アメリカ・EU・東南アジア)

課題3：自社の特徴を生かした独自性の高いビール商品「酒米エール」の商品化(アメリカ・EU・台湾・東南アジア)

課題4：当社ビールの特徴を伝えるブランディングの確立(アメリカ・EU・台湾・東南アジア)

課題5：産地間連携の取り組み

課題6：大ロット確保と輸出商流に基づいた効率的な物流の構築



独自性の高い「酒米エール」で展開する(写真は既存ビール)

2. 輸出事業計画の取組内容

課題1の取組：国際基準ISO22000を取得する。

課題2の取組：当社の「ビール麦の栽培」において、グローバルGAPの認証を取得、また、醸造時に排出されるビール麦芽の搾りかすを有機肥料として、有機のビール麦を栽培する。

課題3の取組：従来ビール酵母としての使用が困難とされてきた桜酵母を使った酒米エールを開発する。

桜酵母の開発に当たっては石川県工業試験場と連携、酵母培養では酵母製造業者と連携、酒米については各地の酒米生産者と連携し商品開発に取り組む。また販売では、試飲会によるテストマーケティングを行いながら、商談機会の獲得を図る。

課題4の取組：ブランドコンサルティング会社の指導を受け策定したブランド戦略を推進する。

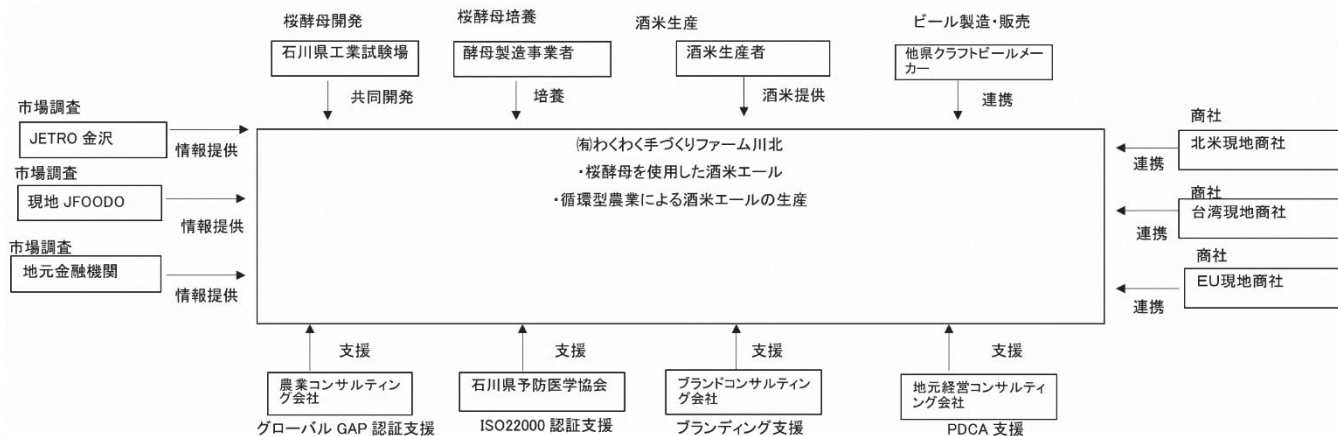
課題5の取組：他県のクラフトビールメーカーと連携、商品の混載による物流コストの低減や、相互のOEM製造体制による大ロット受注への対応、違うテイストのクラフトビールを互いに補完し合う品揃えなどで輸出事業を展開する。

課題6の取組：地元金沢港から出荷することで、効率的な物流の構築を図る。



試飲会を行いながら商談機会を発掘する

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



4. 輸出目標額

	現状 (令和3年)	目標年 (令和6年)
輸出額(円)	5,751,600	21,000,000
輸出量(KL)	9.4	35.0
輸出先国	アメリカ、台湾、EU、香港、 シンガポール等東南アジア	アメリカ、台湾、EU、香港、 シンガポール等東南アジア