

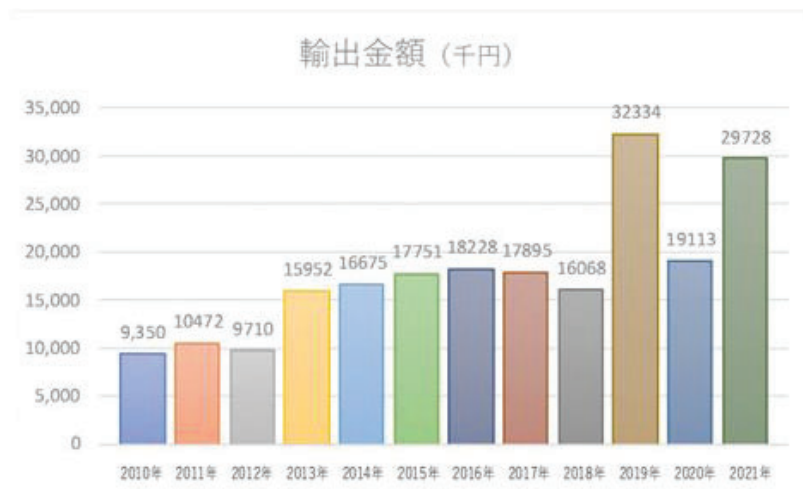
様式2 輸出事業計画（日本酒、焼酎、リキュール）

※申請者名：室町酒造株式会社

1. 輸出における現状と課題

【現状】

当社は日本酒の国内市場が縮小傾向にある中で、2006年に岡山県内では一早く本格的に海外市場へ進出した。当時、日本食への関心が世界中で高まりを見せており、雄町米という原料米に特化した酒造りと、海外の酒類コンテストに受賞したことがきっかけで、海外バイヤーからオファーがあり輸出への道が開けた。その後、海外での展示会への出展、現地バイヤーとの直接交渉及び酒類コンテストへの積極的な参加等の販売促進活動の結果、2019年の日本酒、焼酎、リキュールの輸出額は32、334千円まで増加、輸出先も欧米や中国等を中心に拡大している。



2010IWSC授賞(英国)



2022モンドセレクション(ベルギー)

【ターゲット国のニーズ及び規制について】

○米国

当社が2006年7月に一番始めに輸出した国で、インポーターとの強いパイプを持つ。ワインを好む国で、フルーティーな香りや飲みやすさが重視される。アルコール飲料については、米国食品安全強化法上の規制はないが、危険分析と予防管理について、製造規範の順守が求められている。

○中国

経済発展著しく富裕層が多いことから、市場規模は大変大きい。RCEPの発効によりさらなる輸出拡大が期待される。現地では、安価な商品よりも高価な商品が人気。当社では、2019年に1社と大口契約を締結し輸出額が大きく増加。同社は中国全土をカバーしていないので、さらなる輸出拡大に向けて新規の販路開拓を進めるとともに、E C 大国であることを踏まえ、越境E Cの活用を検討する必要がある。

○欧州

日欧EPAによる日本酒の関税撤廃は、日本酒業界にとって大きなチャンス。日本酒の知名度はまだ低い。米国と同様フルーティーな香りと旨みが強いものが求められる。米国同等食の安全性への関心が高い。

○香港

多くの国内メーカーが進出しており、取扱銘柄は200を超え競争が激化。大手メーカーの日本酒が中心だが、酒類コンテストの受賞歴をうまくPRすれば、当社にもチャンスはある。

【課題について】

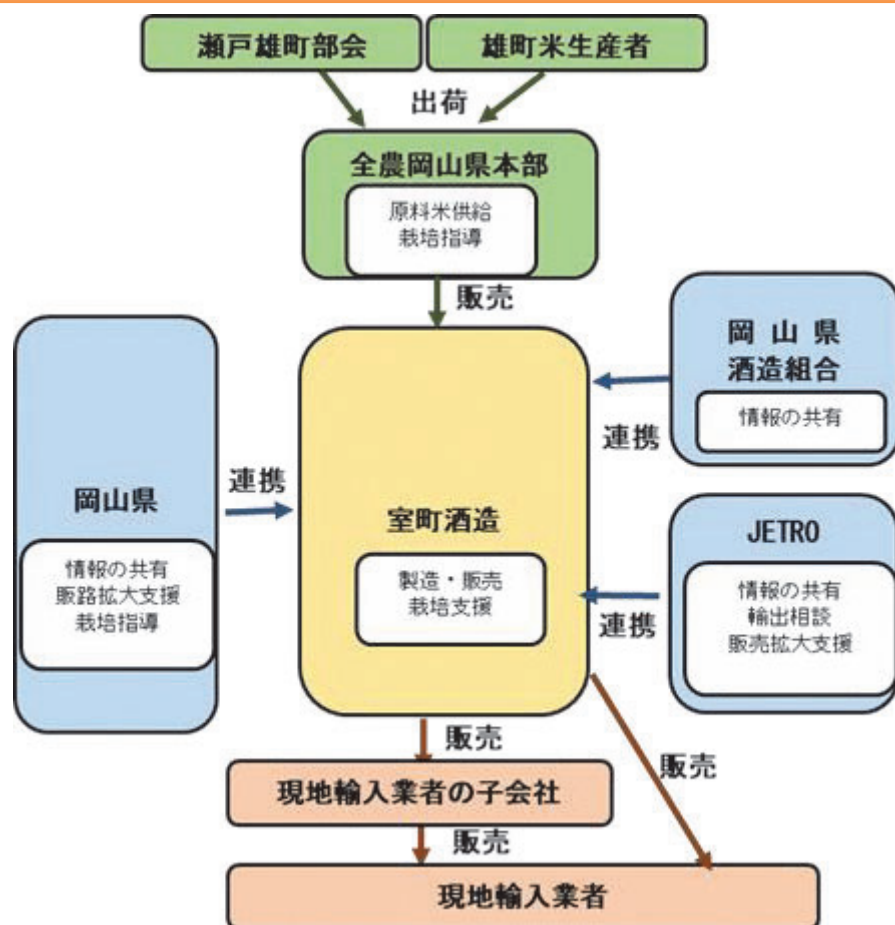
①生産：主原料の雄町米の安定的な確保、トレサビリティの徹底及び高品質生産

②加工：酒類の高度な品質管理や鮮度管理への対応、国際認証の取得に必要な施設の整備、改修

③販売：海外での知名度の向上、E Cへの対応及び輸出に係る従業員の体制強化

[illegible]

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



県、JETRO、酒造組合、現地輸入業者等との連携体制を構築することにより、PDCAサイクルの検証を行い、より効果の高い事業の実施に努める。

4. 輸出目標額

品 目		現 状 (2021年度)	目標年 (2027年度)
日本酒	輸出額(千円)	17,258	52,880
	輸出量 (L)	11,685	33,850
	輸出先国	米国、中国、 香港、欧州等	米国、中国、 香港、欧州等
リキュール	輸出額(千円)	6,725	7,400
	輸出量 (L)	3,591	4,210
	輸出先国	米国、中国、 香港、欧州等	米国、中国、 香港、欧州等
焼 酎	輸出額(千円)	5,745	2,700
	輸出量 (L)	3,100	1,430
	輸出先国	中国、シンガポール他	中国、シンガポール他
合 計	輸出額(千円)	29,728	62,980
	輸出量 (L)	18,376	39,490