

輸出事業計画

※申請者名：鹿児島県酒造組合、品目：本格焼酎

1. 輸出における現状と課題

【現状】

鹿児島県は、全国で最も多い112蔵の本格焼酎蔵を有し、全国でも有数の焼酎生産地である。鹿児島県内に広範囲に渡り焼酎蔵が点在しており、鹿児島県産焼酎を象徴する芋焼酎の一大産地である。

また、鹿児島県は、2021年に世界自然遺産登録された奄美大島特有の黒糖焼酎蔵も有し、世界からの注目も期待される。

しかしながら、日本産酒類の輸出総額として、2010年(H22)、ウイスキーが17億円、リキュール17億円、ワインその他12億円、同年度の焼酎の輸出総額は15億円と他と大差がなかったものの、その10年後の2020年(令和2年)ではウイスキー271億円(1594%)、リキュール86億円(506%)、ワインその他41億円(342%)と大幅な輸出伸び率を示した一方で、焼酎は12億円(80%)、2021年には17.5億円まで伸長したとはいえ、10年間で他の日本産酒類の輸出額が大きく伸長してきた中で、唯一輸出額が横ばい、下降している品目となっており、鹿児島県産焼酎においても同様に、過去10年間の輸出額はほぼ横ばいで推移している。



※画像は組合英語版HPより抜粋

【課題】

焼酎は日本の伝統的な酒類であるにも関わらず、海外ではほとんど知られていない。

輸出拡大施策として海外に目を向ける生産者が散見される中、焼酎の知名度の低さや生産者や商社の経験不足から、海外での継続的な取引に至ることが少ない。

海外で焼酎が広がらなかった大きな原因のひとつとして、県内酒造メーカーは生産がメインで海外マーケティングにおける経験・知識が少なく、言葉の壁などもあり、焼酎を正しく伝えてこれなかったからであると考えられる。

そのため、現地ローカルをターゲットに商流構築につながるパートナーとのリレーションを強化しながら、海外での販路獲得に目を向けた、焼酎を正しく伝える継続的なプロモーション強化と販売力向上を行う必要がある。

日本独自の伝統的文化ともいえるべき焼酎が、海外で販路を獲得するためには認知度向上のためのブランディングが必要であり、どのような商品のニーズが高いのかを知るマーケティング力も求められる。

焼酎は海外で正しく伝え、理解してもらえば素晴らしい評価を得る蒸留酒である。

鹿児島県が本格焼酎の国内最大の輸出産地となり、世界のブランドとして確立することにより、焼酎を世界の5大スピリッツとしていくことを目指すものである。

2. 輸出事業計画の取組内容

海外輸出における課題解決に向けて、信頼できる輸出商社とのリレーションを強化し、以下の事業を展開しながら、輸出促進へつなげていく。

1. ブランド プロデューサーと焼酎を世界ブランド化させる戦略を実行する
2. 現地人であるキーパーソンを、焼酎のプロフェッショナル＝プレスクリプターとして発掘・教育する
3. 焼酎を理解させやすくするため、ガイドングブランドを設定する
4. 厳選した最高級の高酒を、常温ストレートで提案する
5. 焼酎を食後酒として提案する
6. 出口戦略として、現地ディストリビューターと連携したプロモーションを実施する

輸出事業計画

※申請者名：鹿児島県酒造組合、品目：本格焼酎

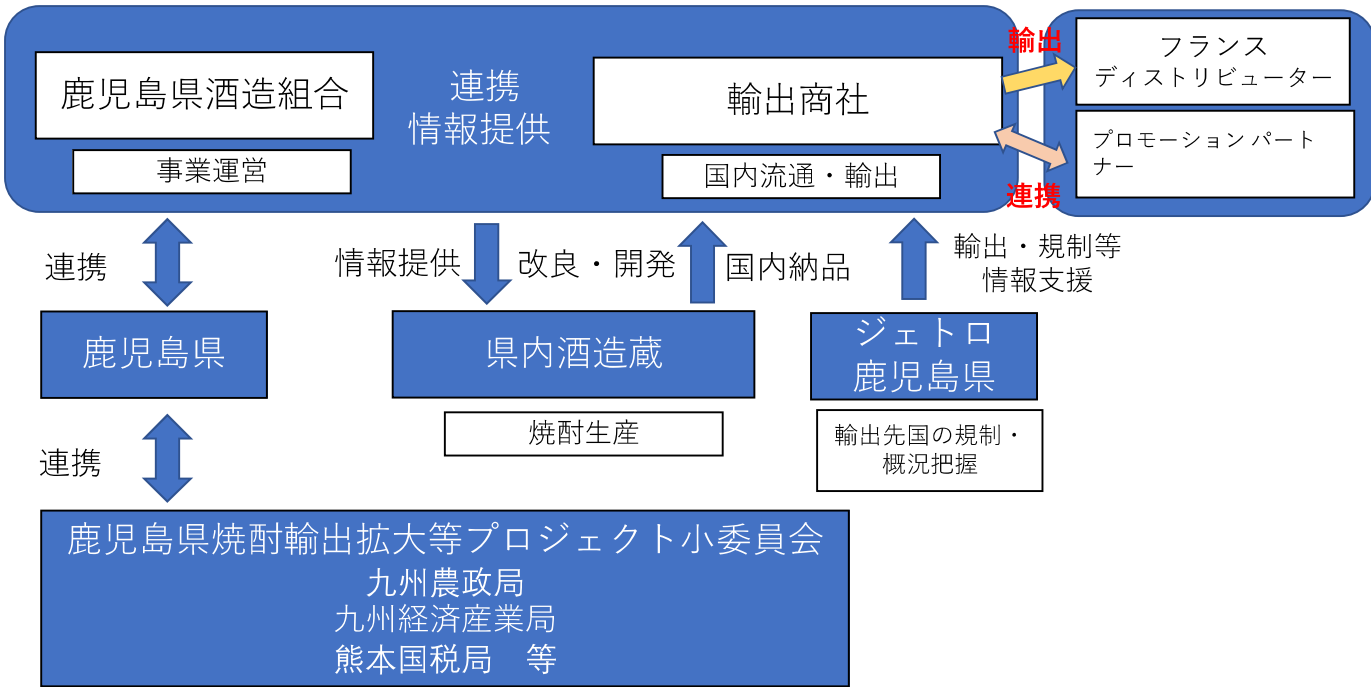
(輸出事業計画の取組内容続き)

焼酎を正しく伝え、輸出増を図るため、上記1.～6.を踏まえた上で、フランスで以下ようなプロモーションを継続して実施していく。

- 1.輸出商社及び現地ディストリビューターと連携した、影響力のある酒飯店でのプロモーションを継続的に実施。
- 2.パリ市内での、焼酎イベント、展示会への継続的な出展。
- 3.フランス主要地方での、焼酎プロモーションイベントの実施（フランス全土的に認知度を上げるため）

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

【PDCA実施体系図】



4. 輸出目標額

		令和3年度	令和8年度目標
県内全域	輸出額(円)	2,526千円	113,100千円
	輸出量(ℓ)	1,068	42,000
	輸出国・地域	フランス	フランス・EU諸国・北米・アジア等