

輸出事業計画

※申請者名：シンフォニー吉田酒造株式会社、品目：日本酒

1. 輸出における現状と課題

【現状】

シンフォニー吉田酒造株式会社は、吉田酒造株式会社（福井県）とSymphony Holdings Limitedのグループ企業（香港）との合併会社として設立、福井県永平寺町に新工場を設立する。吉田酒造株式会社と同じく『永平寺テロワール』をカンパニー・ヴィジョンとして掲げ、全原材料を自社及び永平寺町内の契約栽培農家で賄い、さらに純米酒製造に特化する。製販一体となり海外市場を深く理解し、丁寧にブランディングを行うことで日本酒の価値を高め（＝認知度を上げ適正価格へ）、海外へ輸出拡大させる。同時に地元農業の拡大にも貢献する。

【課題】

（原材料面）：付加価値の高い日本酒用の地元産酒米を一定品質で継続安定的に確保すること。
（製造面）：従来の酒蔵では生産余力不足。海外市場で求められる高い衛生管理基準に準拠した設備不足。
（販売面）：従来の代理店頼りの輸出手法での輸出継続拡大の難しさ。

2. 輸出事業計画の取組内容

それぞれの課題に対する取組内容は以下の通り。

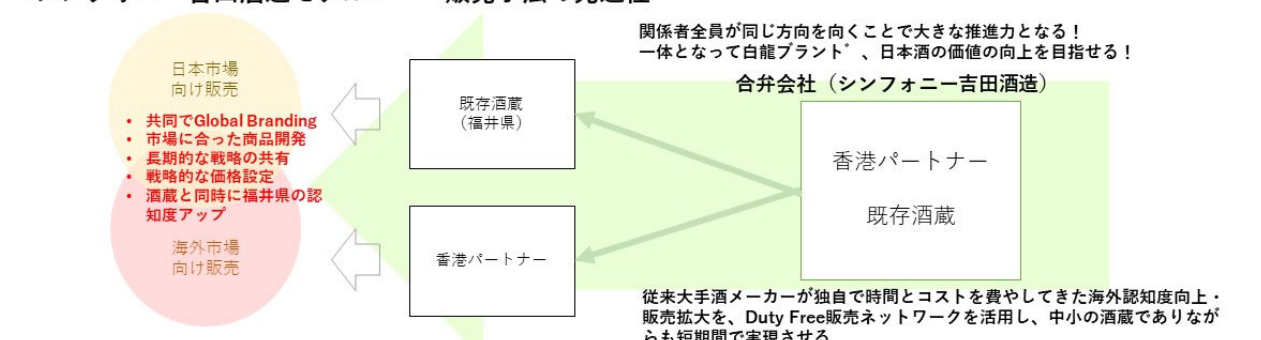
（原材料面）：地元農家グループを巻き込んで山田錦栽培の専門家による指導を受けることにより、品質向上と栽培農地・農家の継続拡大を目指す。

（製造面）：新規酒蔵工場建設をすることで供給力を拡大すると同時に 海外市場で求められる高い食品衛生管理を証明・差別化するため、HACCP対応設備とFSSC22000認証を導入する。

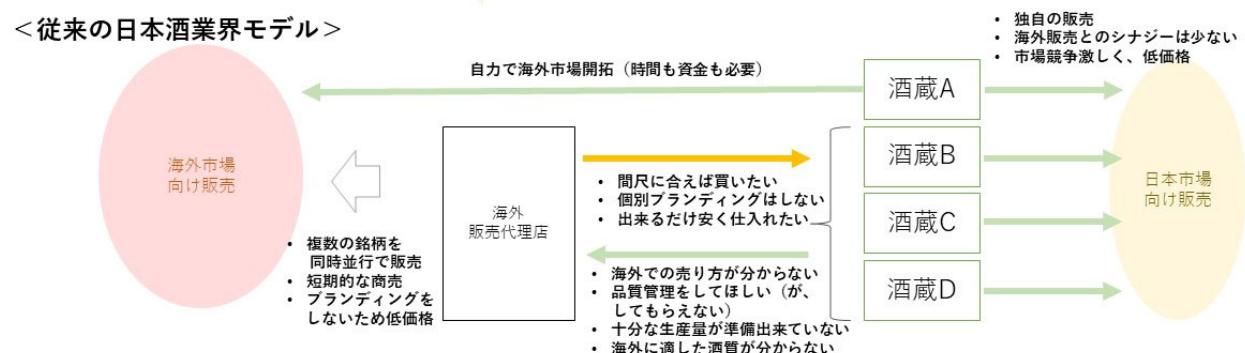
（販売面）：今回のプロジェクトは、海外との合併により共同で最優先でブランド戦略を考える、日本酒業界では日本初の取組と言える。従来は大手しかできなかった海外認知度向上・販売拡大を、海外パートナーのネットワークを最大限に活用し、中小の酒蔵でありながらも短期間で実現させる販売手法である。酒蔵と香港のパートナー社が製販一体となり消費者にアプローチを行い、味わい・品質・衛生基準等のニーズをダイレクトに商品に反映させることで、価値・価格向上と継続的な輸出拡大を目指す。

<シンフォニー吉田酒造モデル>

販売手法の先進性



<従来の日本酒業界モデル>



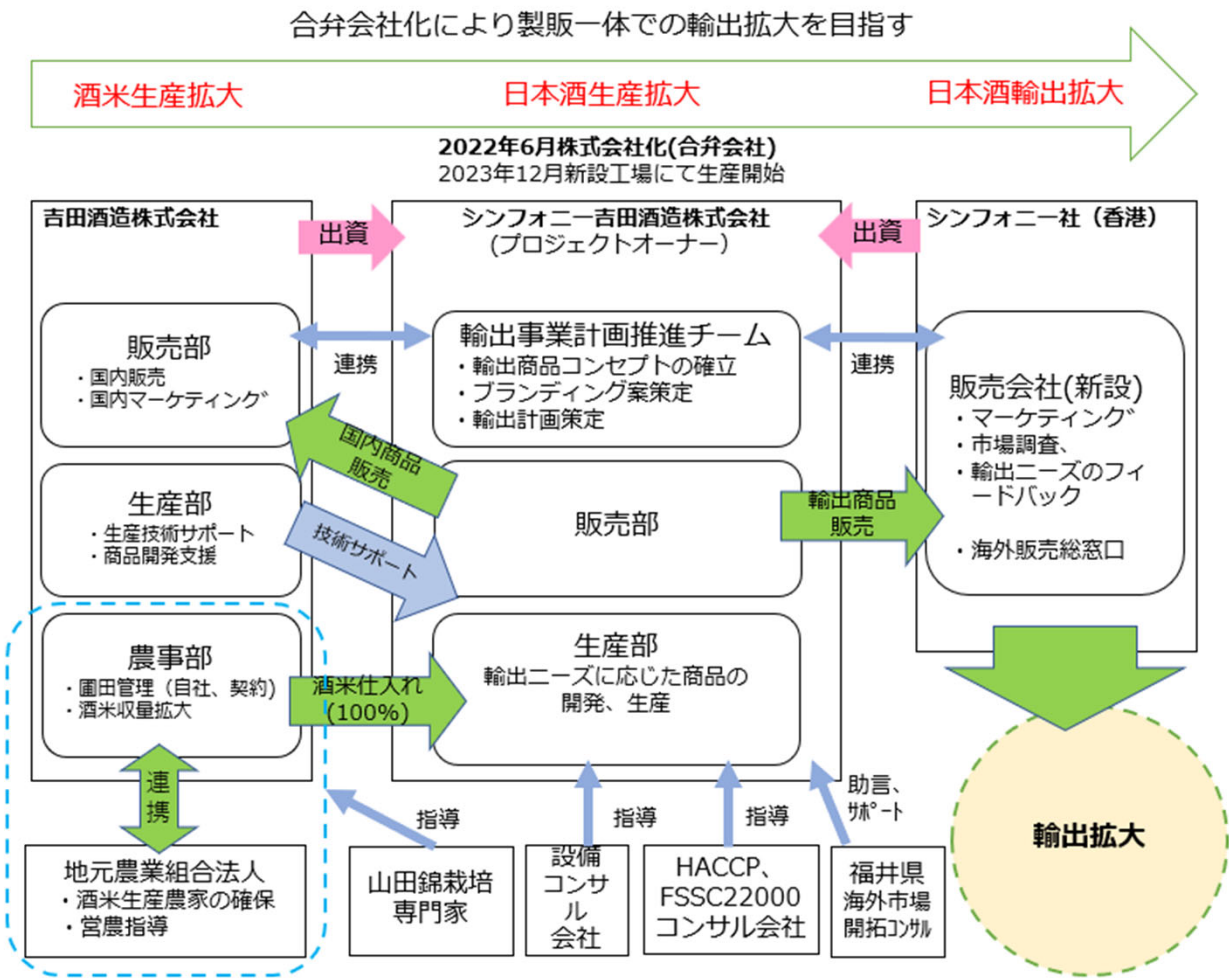
輸出事業計画

※申請者名：シンフォニー吉田酒造株式会社、品目：日本酒

- シンフォニー吉田酒造株式会社は、既存の酒蔵(福井県)と香港パートナーとの合弁会社として設立し、福井県永平寺町内に新たなHACCP・FSSC22000に準拠した酒蔵の新工場を建設。
- “日本酒の国際的価値を高める”を共通の目的に、基幹銘柄「白龍」を単独でブランディングし認知度を上げていくことで、海外の消費者から指名買いをしてもらえるような売り方を目指す。(売り込むPush型から、指名買いのPull型へ)
- 単なるSeller/Buyerという立ち位置を超え、製販一体となり輸出拡大を目指す。輸出販売についてはシンフォニー社が免税店やレストランルートを開拓。国内販売については吉田酒造が、それぞれ販売総窓口となる。

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

合弁新会社(シンフォニー吉田酒造)、既存酒蔵、香港パートナーが一体となった体制を組み、各コンサルのサポートも得て酒米生産拡大、日本酒生産拡大、輸出拡大を実現するとともに生産からブランディング・マーケティングまで製販一体となりPDCAを回していく。



4. 輸出目標額

永平寺町テロワールの日本酒輸出目標		現状 (2022 年)	目標年 (2028 年)	輸出額の地域別割合	
福井県 永平寺町地区	輸出額(千円)	—	295,634 千円	中国	37%
	輸出量(kℓ)	—	65.7 kℓ	香港	32%
	輸出先国	—	香港・中国・アジア・欧米	アジア	22%
	生産量(kℓ)	—	生産 203.6 kℓ/ うち輸出 65.7 kℓ	欧米	9%