

## 1. 輸出における現状と課題

### 【現状】

- ・岡山県は雄町米をはじめとする高品質な酒米の産地であり、土地や水質の違いを生かした多様な日本酒を醸造している。
- ・岡山の果実(白桃など)を活用したリキュールも特徴で、地域の農業・観光と連携した商品展開を行っている。
- ・国内市場は人口減少や少子高齢化により縮小し、酒造りを支える農家も減少。経営の安定には海外市場への進出が不可欠。
- ・フランスでの共同事業や展示会出展で成果を得たことから、さらに市場拡大を目指して2025年2月に新たな団体を設立。
- ・ターゲット国のオーストラリアは健康志向や日本食ブームにより日本酒需要が高まっており、競合が少なく先行参入のチャンスがある。

### 【課題】

#### ①国内需要の低迷

日本酒の国内出荷量は長期的に減少し、特定名称酒も減少傾向。コロナ禍で飲食店での消費も激減。

#### ②輸出市場の課題

アジア、欧州、北米では競争が激しく販路拡大や持続的取引の構築が難しい。一方、オーストラリアは成長性が高いが日本酒の認知度が低い。

## 2. 輸出事業計画の取組内容

### 【輸出における課題を解決するための取組内容】

#### 1. 海外展開の推進(オーストラリア市場)

- ・メルボルンでの展示会出展やマスタークラス開催を通じて試飲・テストマーケティングを実施する
- ・メルボルンのレストランでBtoB向け試飲商談会を行い、飲食業界のキーパーソンやインポーターと接点を拡大する。
- ・シドニー及びメルボルンにおいて、インポーター訪問や商談、現地市場調査を行い、販路開拓の足がかりを築く。

#### 2. 共同事業による効率化

- ・4社が連携し、営業活動を共同化することで展示会出展費用や通訳費用等を分担し、コストを削減する
- ・多様な商品ラインナップを揃え、効率的にPRすることで現地市場の幅広いニーズに対応する。

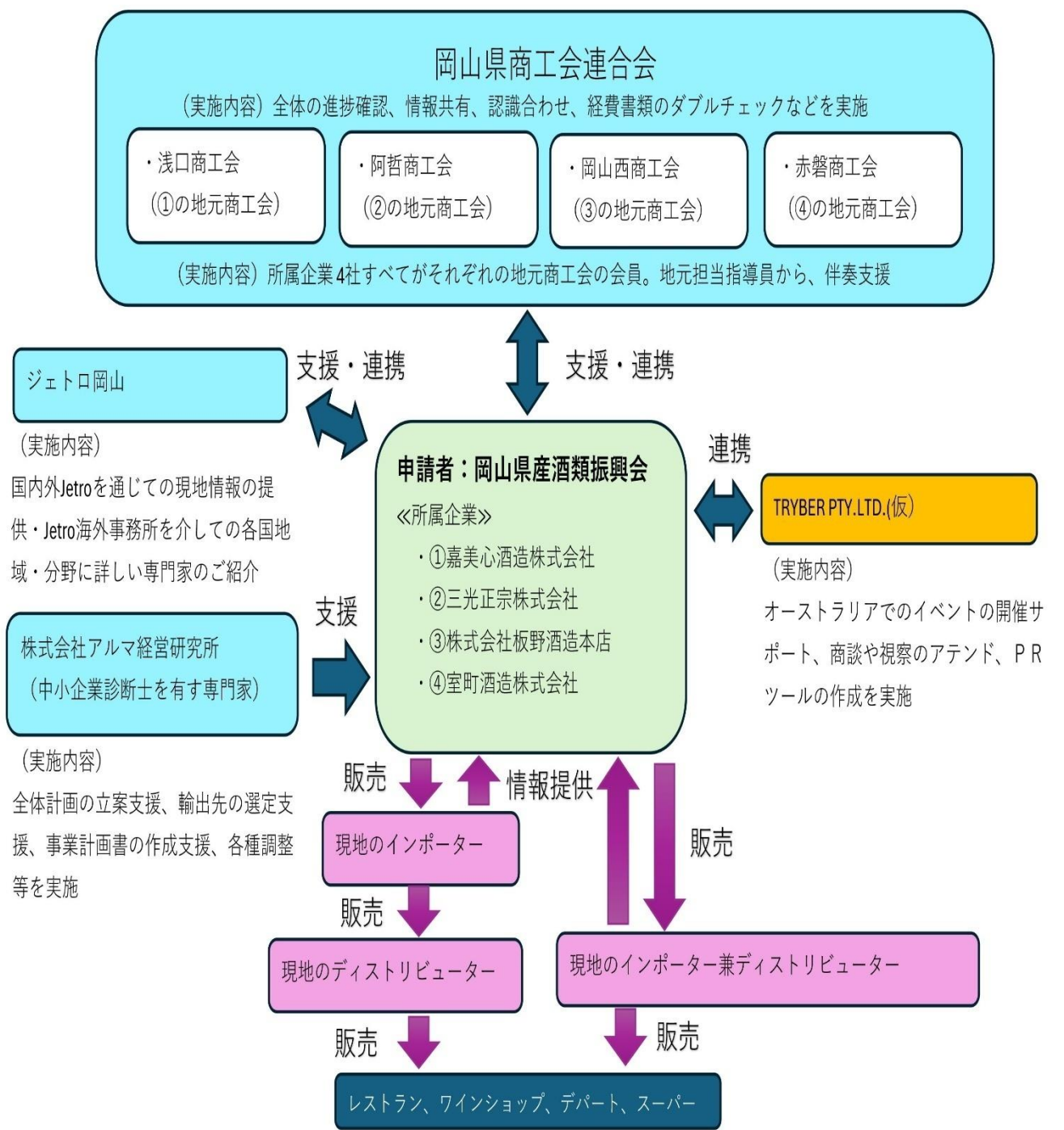
#### 3. 販促・ブランディング強化

- ・岡山の代表的な酒米(雄町・アケボノ)や特産果実(白桃など)を前面に出したPRを展開し、「岡山の地酒」としてのブランド価値を高める。
- ・商品や各酒蔵の情報などを見ることができるQRコードサイトなどの販促資材を作成し、現地での情報発信力を強化する。
- ・RSA(Responsible Service of Alcohol)資格を取得し、現地イベントで直接試飲提供を行うことで、説得力あるプロモーションを実現する。

#### 4. 専門家支援の活用

- ・コンサルタントによる市場分析や改善提案を導入し、輸出戦略の精度を高める。
- ・マーケティングに関する外部の専門知見を取り入れ、持続的な輸出拡大を図る。

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



様式2 輸出事業計画

※申請者名：岡山県産酒類振興会、品目：日本酒、リキュール

4. 輸出目標額

品 目 (日本酒、リキュール)		現状 (令和5年度) R5年4月～6年3月	目標年 (令和10年度) R10年4月～11年3月
嘉美心酒造株式会社	輸出額(千円)	26,565	50,000
	輸出量 (KL)	20.5	41
	輸出国先	台湾、中国、カナダ、アメリカ、香港、韓国、シンガポール、フィリピン、マレーシア、オーストラリア、イギリス、フランス、イタリア、スペイン、ドイツ、スイス、ブラジル、チリ、ウガンダ	現状輸出国に加え、タイ、カンボジア、ベネズエラ、マダガスカル、ポーランド、メキシコ、コスタリカ、ノルウェー、スウェーデン、インド、ニュージーランド、モロッコ
株式会社板野酒造本店	輸出額(千円)	1,606	3,200
	輸出量 (KL)	0.7	2
	輸出国先	香港、中国、フランス、台湾、イギリス	現状輸出国に加え、スペイン、オーストラリア、韓国、シンガポール、マレーシア、モロッコ、カンボジア、ニュージーランド
三光正宗株式会社	輸出額(千円)	1,907	4,000
	輸出量 (KL)	0.5	2
	輸出国先	香港、フランス、中国、台湾、イギリス	現状輸出国に加え、アメリカ、スペイン、オーストラリア、ニュージーランド、タイ
室町酒造株式会社	輸出額(千円)	20,946	40,000
	輸出量 (KL)	14.8	30
	輸出国先	カナダ、アメリカ、中国、香港、台湾、シンガポール、イギリス、フランス、スペイン、ドイツ、スイス、チリ	現状輸出国に加え、インドネシア、オーストラリア、メキシコ、韓国、マレーシア、ニュージーランド