

45 海外販路開拓支援事業 海外市場調査

海外における日本産酒類の市場調査を実施することで、潜在市場の発掘を含め、海外市場の状況を的確に把握し、国税庁による効果的な輸出促進策の実施に繋げるとともに、調査結果を公表することにより業界全体へ還元し、輸出拡大の取組を支援。

令和3年度調査対象国・地域

- ・ 欧州（英国、フランス、ドイツ、イタリア、スペイン、オランダ、ポーランド、スウェーデン）
 - ・ 北米（米国、カナダ）
 - ・ 東アジア（中国、香港、台湾）
 - ・ 東南アジア（シンガポール
特に英国、米国（※1）、中国（※2）、シンガポールの4か国を中心に調査を行う
- ※1.米国については、全体調査のほか、ニューヨーク、サンフランシスコ、ロサンゼルス、シカゴを中心に調査
 ※2.中国については、全体調査のほか、北京、上海を中心に調査
- 国税庁の支援施策の中心となっている日本酒、焼酎・泡盛業界の要望を踏まえ、日本酒の輸出基本戦略（日本酒輸出協議会）等において定める輸出重点国・地域、潜在成長国・地域及びその他要望国を対象に選定。
 - 輸出目標の達成のための輸出重点品目ごとの戦略に基づき、引き続きターゲット国の調査を実施するとともに、酒類事業者の販路開拓等のアクションに繋げるよう、調査を実施する。

令和3年度調査内容

以下項目の調査を実施し、調査結果をマーケットインの観点から総合的に勘案し、日本産酒類の各国別の輸出拡大及び付加価値向上の達成に係る課題抽出と課題に関する仮説検証等の戦略案の策定を行う。

〈流通調査〉

主要地域のアルコール市場における、他国からの参入、拡大の先行事例やサプライチェーン上の課題を検証。

〈市場調査〉

対象国のアルコール市場、チャネル別の市場のトレンドを把握。

〈嗜好調査〉

アルコール市場全体の顧客セグメント、消費のオケージョン、顧客の嗜好要因、満足・不満足の度合いを明らかにし、日本産酒類の提供価値・市場ポテンシャルを特定。



販路開拓支援事業 海外大規模展示会

R4.2.1現在

海外大規模展示会において日本産酒類PRブース（ジャパンパビリオン）を設置し、公募した日本産酒類の出品者が効果的に商談ができるよう支援するとともに、日本産酒類に関するセミナーを実施。

国（地域）名	展示会名・開催時期	開催模様	
英国 （ロンドン）	Imbibe Live2021 （令和3年9月13-14日）	①現地代理販売店による出品：21者 ②サンプルやパンフレット等の展示：18者	
中国 （深圳）	深圳国際葡萄酒与烈酒博覧会 （令和3年9月16日-18日）	①現地代理販売店による出品：13者 ②サンプルやパンフレット等の展示：6者	
ドイツ （ベルリン）	バー・コンヴェント・ベルリン （令和3年10月11日-13日）	①現地代理販売店による出品：10者 ②サンプルやパンフレット等の展示：14者	
米国 （ニューヨーク）	Vinexpo America/ Drinks America （令和4年3月9日-10日）		

海外主要地域において、有力なバイヤー等を集め、日本産酒類の輸出事業者との個別商談を実施。

国(地域)名	開催場所・時期	開催コンセプト等
フランス (パリ)	インターコンチネンタルパリ 令和3年10月12日	「Rencontres Vinicoles de Paris (パリ・ランコントルヴィニコル)」(有力飲食店を中心とした酒類購買担当者(ソムリエ等)による、ワインについての意見交換会)の場を活用した商談会
米国 (ニューヨーク)	ETC venues 令和3年11月8日(月)	日本産の蒸留酒の新しい消費体験を通じた商談会(現地飲食店やバーを展開する有力な企業を対象)
イギリス (ロンドン)	Goodenough College 令和3年12月6日(月)	日本産のワイン(日本ワイン)、リキュール(梅酒等)、スピリッツ(ジン等)をターゲットにした商談会(パブ、洋食店、洋酒販売専門店等を対象)
中国 (北京)	北京奥加美術館酒店 令和3年12月15日(水)	高付加価値の日本酒をターゲットにした商談会(中国国内の消費・購買意欲の高い富裕層をターゲットにする飲食店や小売店舗等を対象)
台湾	ホテルメトロポリタンプレミア台北 令和4年1月17日(月)	日本酒(小容量の小瓶)及びクラフトビールをテーマとした商談会(台湾で一般的な飲食店やレストラン(台湾式居酒屋等)を対象)

商談会の模様



フランス商談会



米国商談会



海外販路開拓支援事業 オンライン商談会

日本産酒類の輸出に取り組む者の更なる拡大を目的として、日本にいながらにしてオンラインを活用し海外バイヤーとの商談を行う「オンライン商談」を開催。

※言語や輸出手続きについてのサポートの観点から、適切な中間流通事業者と連携できるよう、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの枠組みも活用。

【実施方法】

- 商談の成功率を上げるため、海外バイヤーと参加事業者のニーズを事前に把握し、マッチングに活用する。
- 海外バイヤーに事前に酒類サンプルを送付した上で、オンラインコミュニケーションツール「ZOOM」などのアプリを使用した商談会を実施。(通訳者付)
- 商談会の参加は無料。

【オンライン商談会のポイント】

- 海外バイヤーは、現地の特定市場で有力なシェアを有する企業のほか、少量高付加価値の酒類の取り扱いを希望する者など、多様なニーズを有する商品を希望。
- 海外バイヤーの提案において、酒類輸出コーディネーターからの推薦も活用する。
- 事業者が参加しやすいよう、日本産酒類輸出促進コンソーシアムの枠組みを活用し、国内での売買取引と同等の手順により輸出ができるような仕組みの構築を目指す。

【実施期間】

- 令和4年1月から3月上旬までに、ターゲット国(米国、フランス、中国、台湾)及びフロンティア国(スイス、ポーランド、エストニア)の海外バイヤーと事前マッチングによる商談を実施。実施に当たっては、海外バイヤーリストを公表した上で、参加事業者の募集を実施。

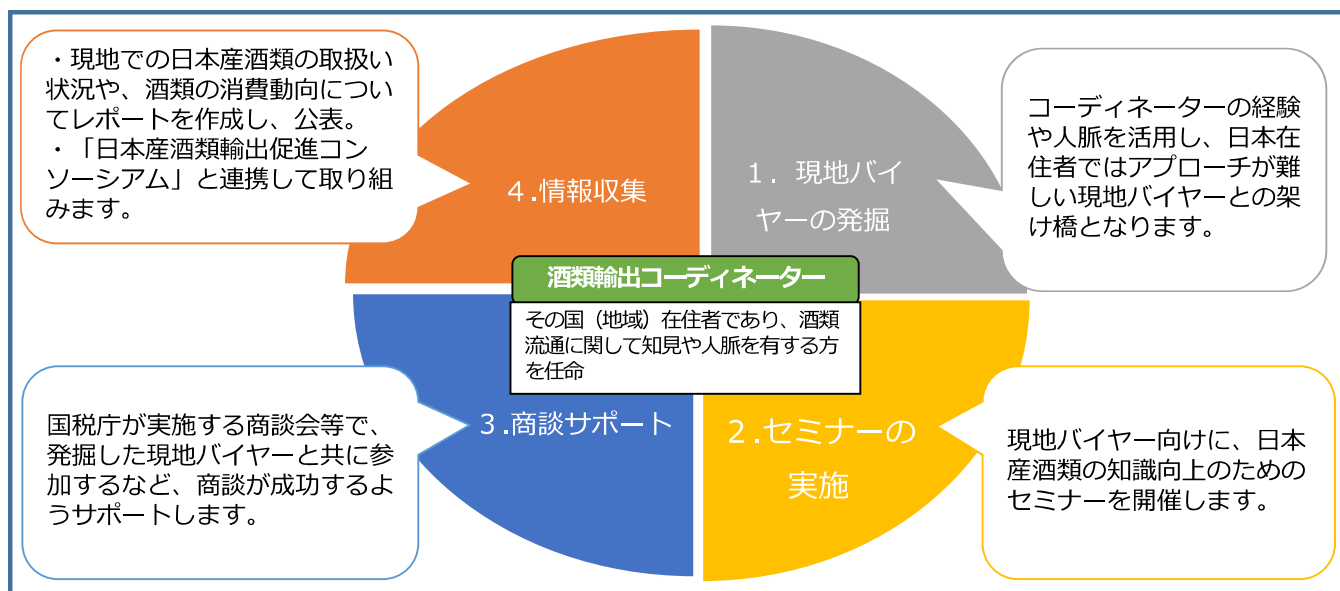


販路開拓支援事業 酒類輸出コーディネーターの設置

国税庁では、日本産酒類の輸出促進を専属的にサポートする「酒類輸出コーディネーター」を海外10地域に設置し、現地バイヤーの発掘や市場状況等の情報収集を行っています。

酒類輸出コーディネーター設置国

- 【北 米】米国（ニューヨーク1名、ロサンゼルス1名）
- 【アジア】中国（北京1名、上海1名）、香港1名、台湾1名、シンガポール1名
- 【欧 州】英国1名、EU（ドイツ1名、フランス1名）



46 国際的プロモーション事業 ジャパン・ハウス ロンドンを活用したプロモーション

コロナ後に日本に旅行した際に酒蔵へ訪れてもらうきっかけとするため、日本の四季をテーマとした酒蔵ツーリズムの紹介及びセミナーを実施する。

日 程

令和4年3月18日（金）18:30～20:00
 3月19日（土）13:00～14:00, 15:00～16:00, 17:00～18:00, 18:30～20:00
 3月20日（日）13:00～14:00, 15:00～16:00, 16:30～18:00

※新型コロナウイルス感染症対策のため1日最大4枠実施し、1枠につき参加者を最大50人に制限する。

対 象 者

日本酒や訪日に興味・関心がある英国在住の一般消費者

実施内容

① 四季折々の酒蔵ツーリズムの紹介

・酒蔵ツーリズム団体の協力を得て、春、夏、秋のテーマに沿った酒蔵ツーリズム紹介ブースを設置し、酒蔵ツーリズムの映像を放映及びその時期にちなんだ日本酒（にがり酒、ひやおろしなど）を提供。

※酒蔵ツーリズム団体の選定は令和2年度酒蔵ツーリズム推進事業に参画した団体を中心に公募を行う。

・ジャパン・ハウスロンドンのJNTO（日本政府観光局）と連携し、見学等ができる酒蔵・周辺観光地のガイドブックの配架及び全国の酒蔵ツーリズム紹介映像を放映。

② 酒蔵見学の体験セミナー

・冬の酒蔵をテーマとして、酒蔵ツーリズム団体に属する酒蔵の協力を得て、ジャパン・ハウスと酒蔵をオンラインで繋ぎ、酒造りの環境や設備等の紹介や意見交換を行う。

・当該酒蔵で製造した新酒（製造後直ちに直送したもの）の試飲を用意し、酒蔵でしか飲めない新鮮な日本酒を味わってもらうことにより、酒蔵ならではの魅力を伝える。



出展：ジャパン・ハウスロンドンHP