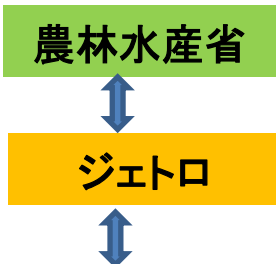


海外マーケティング拠点の新設

【事業目的】

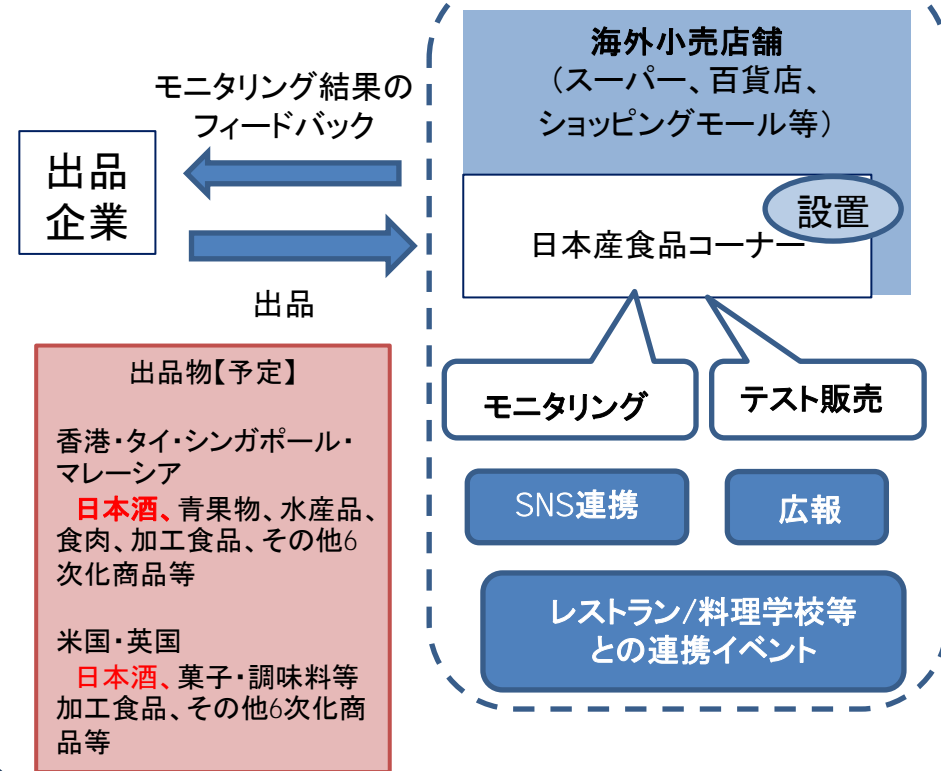
出品企業に対し、販売結果や消費者の声、販売小売店からのアドバイス等をまとめたレポートをフィードバックして、今後の輸出戦略策定に役立ててもらおう。

※販売行為自体が目的ではありません

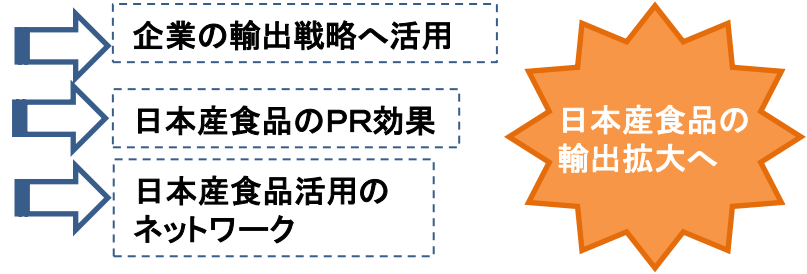


【参加企業のメリット】

- ・最小のコストで自社商品に対する現地の生の声を集めることができます。
- ・今回の結果を元に、今後の輸出戦略策定に活用することができます。
- ・自社の商品がPRされるので、今後のビジネス成果に結びつけていくことができます。



設置国・地域	時期	場所	品目数
香港	8月	イオン香港 (太古店)	70
タイ (バンコク)	7月～2月	伊勢丹 (タイランド店)	200
シンガポール	7月～2月	伊勢丹 (スコッツ店)	300
マレーシア (KL)	7月～2月	伊勢丹 (KLCC店)	200
米国(SF)	11月～12月	Berkeley Bowl 内	40
英国 (ロンドン)	11月～12月	Westfield Stratford内	60



テストマーケティングの実施

海外においてテストマーケティングを実施し、各国の日本産品に対する嗜好を把握し商流構築につなげる。

※農林水産省補助金にて実施

英国・ロンドンにおけるトップセールス

林芳正農林水産大臣の欧州訪問の機会に合わせた日本産農水産物・食品の「トップセールス」として、5月5日(火)、英国・ロンドンにて輸出プロモーションイベント『Experience Premium Japanese Food and Drink』を開催し、**日本酒コーナーを設置。**



<平成26年度>

ベトナム・ホーチミンにおけるプロモーションイベント

2014年4月25日(水)、日本産牛肉のベトナムへの輸出解禁に伴い、和牛の理解浸透とビジネスマッチングを目的に、ホーチミンにて和牛セミナー・試食会を開催。試食会にはトップセールスとして林農林水産大臣が出席し、**日本酒で乾杯。**

メキシコ・メキシコシティにおけるプロモーションイベント

2014年2月にメキシコへの日本の牛肉輸出が解禁されたことを踏まえ、安部総理訪墨に合わせ、2014年7月26日(土)トップセールスとして現地政財界およびビジネス関係者に広く日本産和牛をPRし販路拡大を目指す。レセプションでは**日本酒で乾杯。**

ドイツ・ベルリンにおけるプロモーションイベント

ベルリン国際緑の週間(IGW)および農業大臣会合に併せて、「コメ・牛肉・日本茶」の輸出プロモーションイベントを実施し、**日本酒ブースも出展。**輸出団体と協力し、日本産食品の持つ魅力、食べ方を紹介し理解を深めてもらうと同時に、現地バイヤーとのネットワークを構築し、日本産食品の輸出拡大に寄与することを目的に実施。



海外における日本酒の普及啓発

海外において、日本酒の普及啓発を目的に、プロ(現地レストラン、ホテル、バー、料理学校等)向けにセミナーを開催。

日本酒セミナー in トロント

(2015年5月28日；カナダ トロント)

日本酒普及啓蒙イベントKampai Toronto(カンパイトロント) B to Bセッション のプログラムの一部として実施。
日本酒の歴史、原料、種類と違い、作り方等について紹介。

日本酒セミナー in ワルシャワ

(2015年11~12月(予定)；ポーランド ワルシャワ)



輸出有望案件支援サービス

輸出支援を行う専門家の拡充と積極的活用

輸出有望な商品を持ち、輸出への熱意のある企業を専門家が一環サポート ※農林水産省補助金にて実施

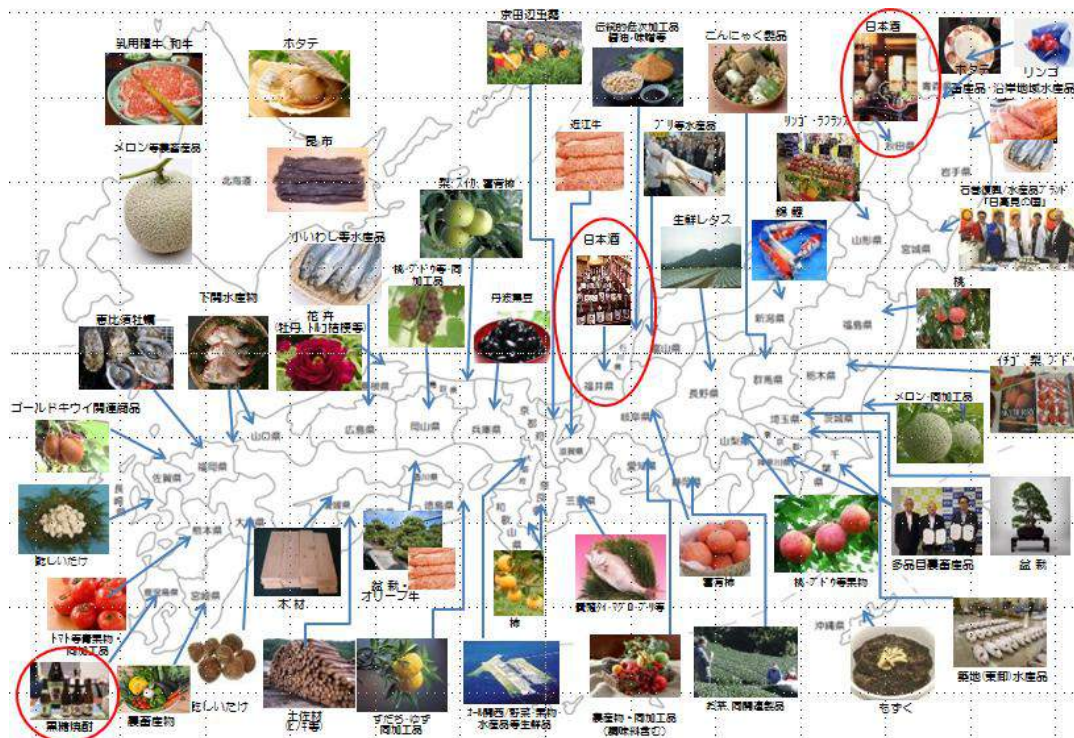
(現在82社を支援中)

輸出有望案件発掘支援事業

(案件事例) 専門家数：15名 支援案件数：82社 うち日本酒10社

「一県一支援プログラム」の取り組み

地域先駆けモデルを構築するため、国内事務所が輸出の取組を総合的に支援



韓国で初の輸出を実現（韓国、香港、カナダ）

- A社は2012年7月にJETRO主催の「食品輸出商談会 in 大分」に参加し、韓国の酒類専門バイヤーと商談を実施。
- その後、**JETROが同バイヤーの再来日に向けてきめ細かくフォロー**し、工場視察と商談を設定。**継続的な商談**を経て、輸入代理店契約を結ぶこととなり、韓国市場の開拓に乗り出した。
- 続いて2012年11月に「韓国Food Week」のジャパン・パビリオンに出展し、同バイヤーと売込みを積極的に行った。その結果、**初のオーダーを獲得、輸出が実現**した。その後も同バイヤーと共に継続的な営業を行い、韓国市場での販路拡大に努める。



JETROの「輸出有望案件発掘支援事業」で契約締結（香港）

- かねてより海外志向のあったB社は、海外事業展開を目指して2011年にJETROの「輸出有望案件発掘支援事業」に採択され、以後、海外事業に対するJETROの支援が本格化した。
- 同社は、海外展開に関する商標登録の重要性等や香港の輸入卸会社の特徴や商談手法等について**専門家からアドバイスを継続して受け、専門家とともに打ち合わせや協議を重ねた。**
- さらに、香港最大の食の見本市「FOOD EXPO 2011」への出展を機に、専門家から紹介を受けた現地バイヤーとの商談がスタートし、**約1年半かけて販売店契約を結ぶことに成功**するなど具体的成果を上げている。



グループで輸出を実現（香港）

- 兵庫県の酒造メーカーのグループは、**JETROのアドバイスの元で**2010年11月にJETRO主催の「Hong Kong International Wine & Spirits Fair」に参加し、**酒蔵1社ではハードルの高かった輸出事業を、3社で結束し実現**した。地元兵庫県の酒販店および物流会社と協力し、混載で小ロットから始めた。
- 出展をきっかけに、現地レストラン、現地ディストリビューターとの取引が成立。物流会社では輸送の際、徹底した温度管理を行い、高品質の日本酒を良い状態で提供。
- その後2回にわたり同見本市に出展し、香港向け輸出を伸ばしている。



震災前の30倍の売り上げ成果（香港、中国、韓国、米国）

- 仙台の酒類小売業及び輸出業を営むC社は、2011年3月に発生した東日本大震災に被災し、輸出事業が滞っていた。**JETRO事業を効果的に活用するためJETRO・メンバーズに加入**し、JETRO主催の見本市「KOREA FOOD EXPO」や「香港FOOD EXPO」等**様々な事業に参加**して東北地方の地酒を積極的にPRした結果、韓国からの受注が増え、2011年8月より、**韓国へ40フィートコンテナで日本酒を出荷**している。
- 2011年には**前年比約30倍の成約額を上げるに至り**、震災前よりも飛躍的に販売数を伸ばした。2012年10月開催の「日本酒・焼酎輸出商談会in 福島」では、JETROが招へいしたバイヤーのうち複数社から引き合いがあり、成約の見込み。



一方、ジェトロ事業に参加したバイヤーからは以下のような生の声。これらを解決していくことが必要。

- 商品ラベルを輸出用に英語にするメーカーがいるが、日本酒と一目でわかるので、日本語のままの方がよい。**外国人が発音できるように、首ラベルをローマ字にして欲しい。**
- どんな料理やシチュエーションに最適なのか等、**商品にストーリーが欲しい。**裏ラベルに記載するか、別途チラシをつけるなど、工夫が必要。
- タイでは「かわいい」瓶や日本らしさのある、桜の花が入っているものが受ける。**現地市場に合った商品を提供して欲しい。**
- ほとんど全ての酒蔵は山田錦の精米歩合40%前後で大吟醸を作っており、明確な差別化がされておらず、取扱が難しい。原材料や製法を変えることが難しいのであれば、よほど技術の高い美味しい日本酒でない限り、**パッケージング等で差別化するなど工夫しないと取扱は難しい。**
- 高額な商品だけではなく、**現地市場に合ったお手ごろ価格の商品を用意して欲しい。**
- **小瓶にして買いやすい価格**にして欲しい。
- 商談時には**料金表の提示が無い**ことが多かった。

