

日本産酒類の輸出促進に向けた対応 について

平成28年3月
経済産業省

1-(1). 認知度向上のための情報発信

①スマホを活用した情報発信

(クールジャパン分野に係る多言語情報伝達ITプラットフォーム構築事業(H26補正))

○日本酒ラベルをスマートフォン向けアプリで読み取ることによって、日本酒の付加価値向上に資するPR情報を消費者に対して多言語で発信するためのアプリ(アプリ名「Sakefan World」)の開発・設計及び実証事業を実施。

○海外展開に積極的な蔵元からの情報掲載依頼を随時受け付けており、現在は19蔵、79商品の情報が掲載されている。

○関係省庁と連携し、日本酒に関連する行事等の機会を捉え、アプリの普及促進に資する体験イベント及びアンケート調査を引き続き実施予定。昨年10月にはシンガポールにてASEAN市場最大の食の見本市Oishii JAPANでアプリ発表イベント等を行った。また、本年1月15日外務省主催の地方連携フォーラムにて在京大使館、自治体関係者に向けてデモを実施。

○外務省に依頼をし、各国在外公館に対して本アプリの紹介に関する文書を発出。

<アプリ使用イメージ>



<Oishii JAPAN 体験ブースの様子>



1-(1). 認知度向上のための情報発信(2)

②海外メディア等を通じた情報発信(ふるさと名物発信等事業(H26補正))

情報発信力を有し、影響力を有するインフルエンサー(海外メディアやブロガー等)を日本各地に招へいし、日本酒・酒蔵を含む日本各地の地域資源の取材を通じて、これらの魅力を新聞・テレビ・雑誌・ウェブ等にて国内外に発信(平成27年8~12月、全国10ルートの取材ツアーを実施)。

また、取材ツアーの記録映像(日・英)を以下のYou Tube内「Meet the FURUSATO」チャンネルにアップし、国内外に発信。

<https://www.youtube.com/channel/UC4nH-RuBMUQkcs13leDhYiQ>

【取材先】浦霞醸造元 佐浦(宮城、①)、ほまれ酒造(福島、②)、船坂酒造(岐阜、③)、賀茂鶴酒造(広島、④)ほか
【掲載例】



船坂酒造(岐阜)取材の様子



①「escape」(シンガポール、観光誌、2015年12月25日発行)



↑④「Tribune News.com」(インドネシア、ウェブ新聞、2015年11月19日掲載)



②「城市画報」(中国、ライフスタイル誌、2015年11月5日発行)



←③「VISION REGION」(中国、ライフスタイル誌、2015年12月20日発行)

1-(2). 商流確立・拡大のための支援等

①日本各地の日本産酒類の発掘・販路開拓支援(ふるさと名物発掘・連携促進事業(H26補正))

「ふるさと名物」発掘

- 海外販路・PRの知見を持つプロの目利き(プロデューサー)からの推薦と全国からの公募を通じ、世界にまだ知られていない、日本が誇るべき優れた「ふるさと名物」を発掘・選定するとともに、将来的な海外販路開拓に向けたネットワーク拡大やPR・マーケティングを支援。
(プロジェクト名:「The Wonder 500」)



プロデューサーを
産地に派遣(イメージ)

- 具体的には、ものづくり・食・観光のカテゴリで500の地方産品(うち日本酒・焼酎・ワイン・梅酒等 日本酒類計21品)を選定・公表するとともに、今後紹介本(ストーリーブック)の作成・配布、海外での展示・PRイベント等を実施予定。

プロジェクト ロゴ



PR & マーケティング
(パリでの展示)



- 本年度中に、海外5都市(パリ・香港・台北・NY・バンコク)の展示会・ショップ等で紹介。

②日本産酒類のブランディング・販路開拓等支援

(ア) JAPANブランドプロデュース支援事業(H27当初)

- 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本酒類等の商材の海外展開に向けた市場調査・改良・流通・PRまで一貫したプロデュース活動、販路開拓を支援。
- 本年度は1件の取組を支援。

【採択案件】

聖酒造(群馬) × WAKAZE 稲川琢磨



日本酒飲み比べセットの開発・パリでの販路開拓を実施。

(イ) TPP対策JAPANブランド等プロデュース支援事業(H27補正)

- 海外現地のニーズ等に詳しい外部人材の活用によって、日本酒類等の商材の海外展開に向けた市場調査・改良・流通・PRまで一貫したプロデュース活動、販路開拓を支援。

- 4月下旬頃に公募予定。