

日本産酒類の輸出促進に向けた対応 について

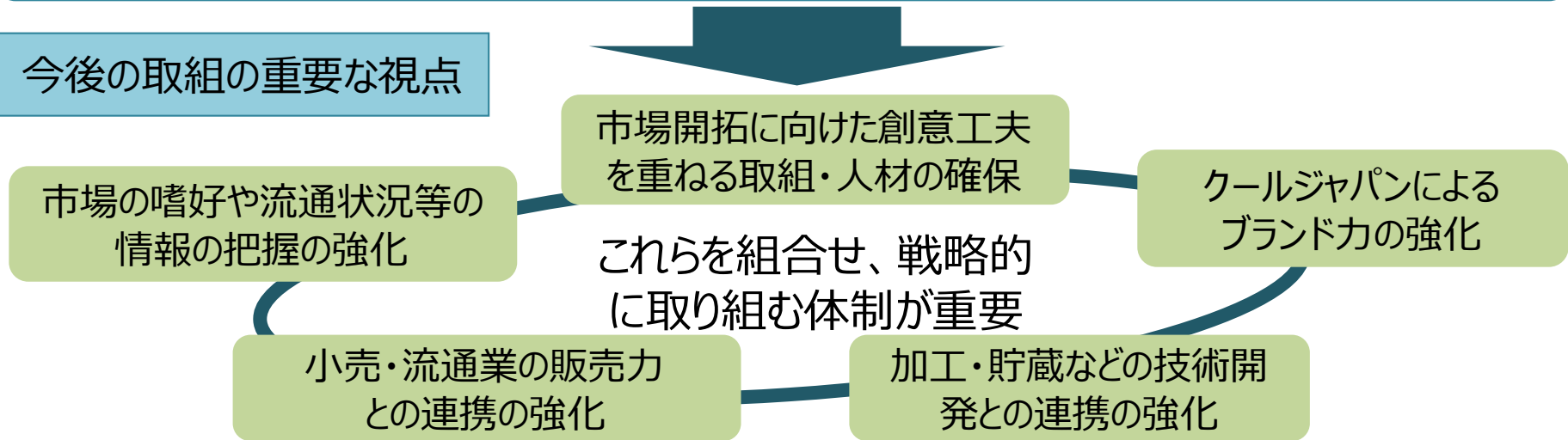
平成29年3月
経済産業省

経済産業省の農林水産物・食品の輸出に関する取組

成功事例の特色

- (1) 市場の嗜好に合わせて、試行錯誤で商品の開発・改良を重ねて成功する例が多数。
- (2) このような努力と、①小売・流通の販売チャネルとの連携、②加工・貯蔵技術の開発・活用、③ブランドコンセプトの確立、などとの組合せが成功の鍵となった例が多数。

今後の取組の重要な視点



直近の取組

- (1) クールジャパン機構による食関係事業への出資及び外部人材を活用した商材の磨き上げ・海外販路開拓支援。
- (2) JETRO、クールジャパン機構、中小機構、NEDO、金融機関等の支援機関が結集し、専門家が企業に張り付いて、きめ細やかな総合的支援を行う「新輸出大国コンソーシアム」：3000社以上を支援中。(2016年2月26日設立)
- (3) コンビニエンス・ストアとJETROの連携：ベトナムで11月に日系コンビニ200店舗で試験販売予定。

1.クールジャパン機構による海外展開支援

①日本食ダイニング（欧州・北米）

- 力の源HDの外食店（一風堂）の主要都市における出店を促し、①日本酒の海外展開に取り組む団体等と協力し、日本酒・焼酎等の販売を行うほか、②現地の法規制等により日本からの調達が難しい食材の製造や日系レストラン等への販売事業等を行い、日本酒等の食品や日系外食産業の海外展開のプラットフォームの機能を担う。2016年7月、パリにオープン。



②日本食フードタウン（シンガポール）

- シンガポールの中心部の一等区画において、外食ベンチャーを中心とした様々な種類の日本食レストラン（16店舗）を集積し、集客力を高めて展開。
- 広く地域企業に出店の呼びかけを行い、地域発の外食ベンチャー等の進出確保を目指す。
- 2016年7月にオープンしたフードタウンでは、瀬祭バーをはじめ、日本酒も提供。



③ジャパンモール（マレーシア）

- クアラルンプールにおける三越伊勢丹の既存拠点（約1万㎡）をA S E A N初の全館クールジャパン仕様に刷新。2016年10月オープン。2017年2月にはレストランフロアをオープン。
- ショールームや体験スペース等を通して、ファッションから食、美容、健康まで日本の最先端のライフスタイルを発信。地域・中小企業の海外展開の足がかりとする。



2.外部人材を活用した海外への販路開拓

JAPANブランド等プロデュース支援事業（平成29年度当初予算額：1.0億円）

- 海外のライフスタイルやニーズ等に詳しい外部人材（プロジェクトマネージャー、デザイナー等）を活用し、日本の特色を活かした商材の開発、ブランディング、PR・流通までのプロデュース活動を支援。（実施事業者：公募中）
- 平成28年度は日本産酒類（ライスワイン）や和食器等12プロジェクトを採択。

プロデュース支援

海外ニーズに詳しい
プロデュースチームの旅費・謝金を補助

ネットワーク支援

プロジェクト同士の連携、マッチングイベント、
海外展開に役立つゲストとの交流

プロデューサー
・
デザイナー

中小企業

中小企業の海外展開の具体的な進展

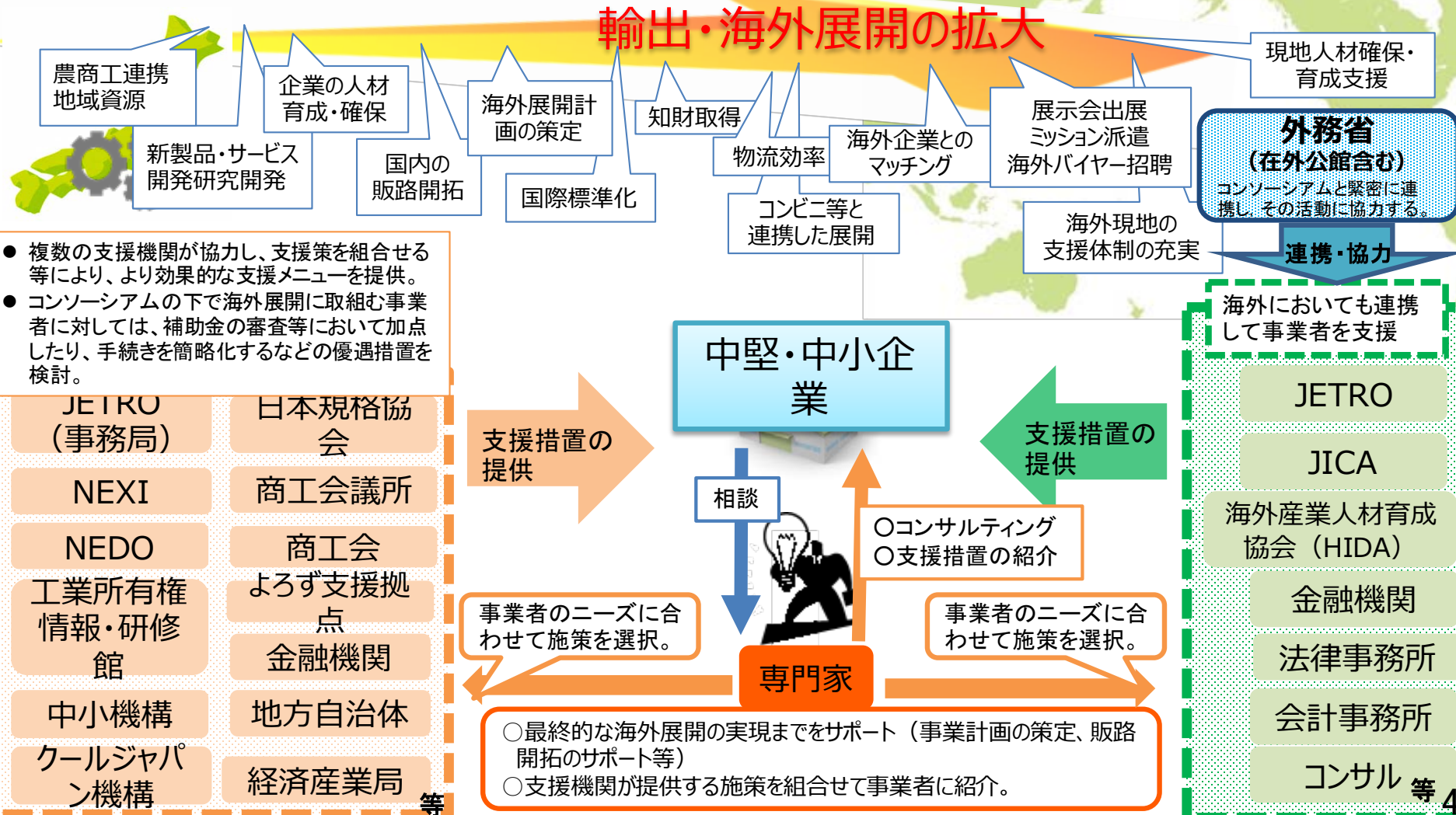
採択案件例

NEW“SAKE” TO THE WORLD From Yosano, Kyoto

100%京都府与謝郡与謝野町産の食米と水を原料とし、伝統醸造技術を用いつつ醸造に「ワイン酵母」を使用したフルーティで白ワインのようなSAKEを開発。日本酒の味と香りを残しながらも海外のライフスタイルに合った商品として、オーストラリアへの販路開拓を目指す。

(参考1) 新輸出大国コンソーシアム

- JETRO、クールジャパン機構、中小機構などの支援機関を幅広く結集したコンソーシアムを設立。
- 海外展開を図る中堅・中小企業に対して、専門家が寄り添い、技術開発から市場開拓に至るまで、様々な段階に応じて、場合によっては、複数の機関が連携して単一の支援機関では提供できないような支援策を提供するなど、総合的な支援を可能とする体制を構築する。



(参考2) コンビニエンス・ストアとJETROとの連携 コンビニ連携事業「ジャパン・フェア in ベトナム」

- ベトナムの日系流通3社と連携し、ジャパン・フェアを昨年11～12月の2ヶ月間実施。ベトナム初輸出48品目を含む67品目を販売。
- 結果、ファミリーマート、ミニストップにおいて約30品目が継続販売の予定。

【販売店舗】ファミリーマート(約120店舗)、ミニストップ(約70店舗)、イオン(4店舗)

【販売商品数】19都道府県26社67品目(うちベトナム初輸出は48品目)

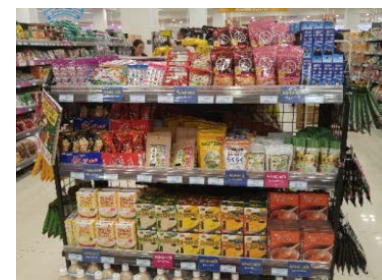


上：ファミリーマート内のジャパン・フェア専用棚

左：ジャパン・フェア中のファミリーマート外観



ミニストップ内の専用棚



イオン内のジャパン・フェア専用棚

【売れ行きの良い商品】

半生菓子(どら焼き、バナナカステラ)、アイスクリーム全般、駄菓子全般



【良くなかった商品】

米、お茶関連商品
(主な要因) 価格の高さ ※日本円換算で米は700円、お茶は500～950円

【次年度】2017年の10月以降に第2回を実施すべく、3社と協議を開始。

次回、第1回で売れ行きの良いアイスクリームや駄菓子に加え、インスタント食品などを新たな重点品目にしていく予定。