

JAPANESE STYLE SPIRITS

海外での需要創出に向けた取組



2023.01
高橋酒造株式会社

和酒(日本酒・焼酎)の海外マーケットについて

「洋食」に「ワイン」と同じように「日本食」に「日本の酒」

1950年代まで

「たくわん貿易」 海外の日本人に対する貿易

1960年代後半 寿司が米国社会での普及していった。

欧米人が生の魚を食べるとは思われてなかった。

寿司やその他の日本食の普及と共に日本酒も飲まれるようになった。

焼酎より圧倒的に日本酒の方が先行して海外に輸出されていた。

営業活動

営業活動は主体的に行動しないと結果に繋がらない。

補助金に群がる
「業界・・・」
「補助金・・・」

展示会への出展
展示会だけでは
取引先の獲得は厳しい。

個別訪問
ディストリビューターへの
個別訪問をする。

先行投資
契約後はディストリビューター
任せにしない。

JFOODOとのプロモーションの実施例

実際に酒蔵が現地で参加したイベントのスケジュール。

バープロモーションでは3つのバーが「金しろ」を使ったカクテルを考案し約1カ月メニューインになった。

その後の導入については現在、当社の営業とディストリビューターの営業が交渉中（1軒の採用の見込みあり）

1/19

業界関係者向けPRイベント/商談会

バープロモーション参加店舗を集めて、シグネチャーカクテルや焼酎原酒を体験できるイベントを実施すると同時に、ディストリビューター商談会を実施。

1/20
~
2/20

バー店頭プロモーション

LAのバー10店舗にて、焼酎カクテルを提供する店頭プロモーションを実施する。店頭では差し込みメニュー、卓上POP、コースターなどを設置。

協力可能店では、小規模セミナーや焼酎原酒の解説付き試飲を実施する。

1/26

消費者向け体験イベント

LA在住のミレニアル世代を集めた焼酎体験イベントを実施。SNSでの拡散や体験を通じた口コミによって、焼酎/シグネチャーカクテルの認知アップを目指す。

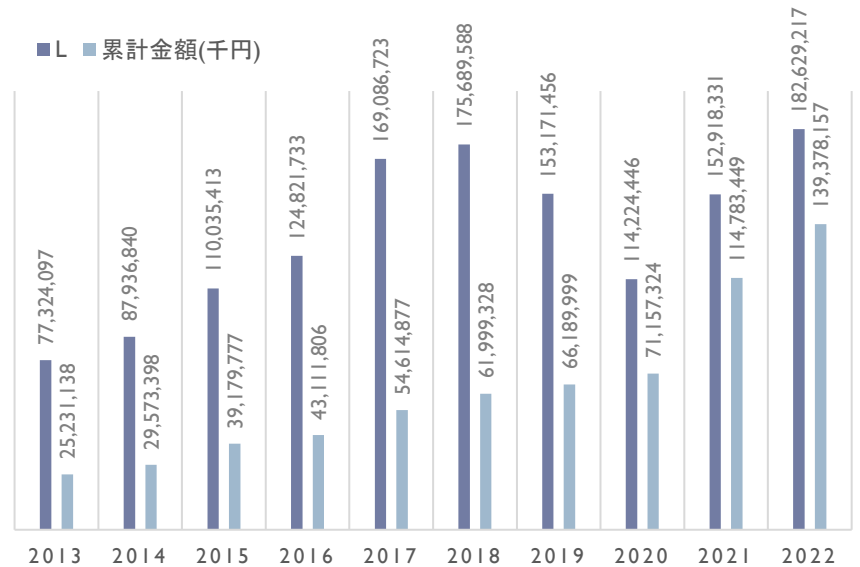
「日本産酒類の輸出統計」

2013年～2022年 酒類輸出統計グラフ

	L	累計金額(千円)
2013	77,324,097	25,231,138
2014	87,936,840	29,573,398
2015	110,035,413	39,179,777
2016	124,821,733	43,111,806
2017	169,086,723	54,614,877
2018	175,689,588	61,999,328
2019	153,171,456	66,189,999
2020	114,224,446	71,157,324
2021	152,918,331	114,783,449
2022	182,629,217	139,378,157

(KL)

アルコール輸出量



■ アルコールHSコード

https://www.customs.go.jp/yusyutu/2022_01_01/data/j_22.htm

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

世界観を売る

- 01 **機能**を売らない・**世界観**を売る。
- 02 **機能**を売ると**過当競争**に巻き込まれる。
- 03 **利益が薄く**なって、競争から**撤退**する。
- 04 日本市場の**程々のボリューム**に満足する。
- 05 日本の**マーケットが小さく**なって事業そのものから**撤退**する。

フォーカスすべき点

- 01 自社商品の(自社の) **No1は何か？**
- 02 弱みも強みに **広いマーケットの中では**
- 03 インフルエンサー **SNS時代ではマス広告より効果大**
- 04 最終的には **誇りと自信とビジョン**

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載

本スライドの情報は
当日投影用資料のみ掲載